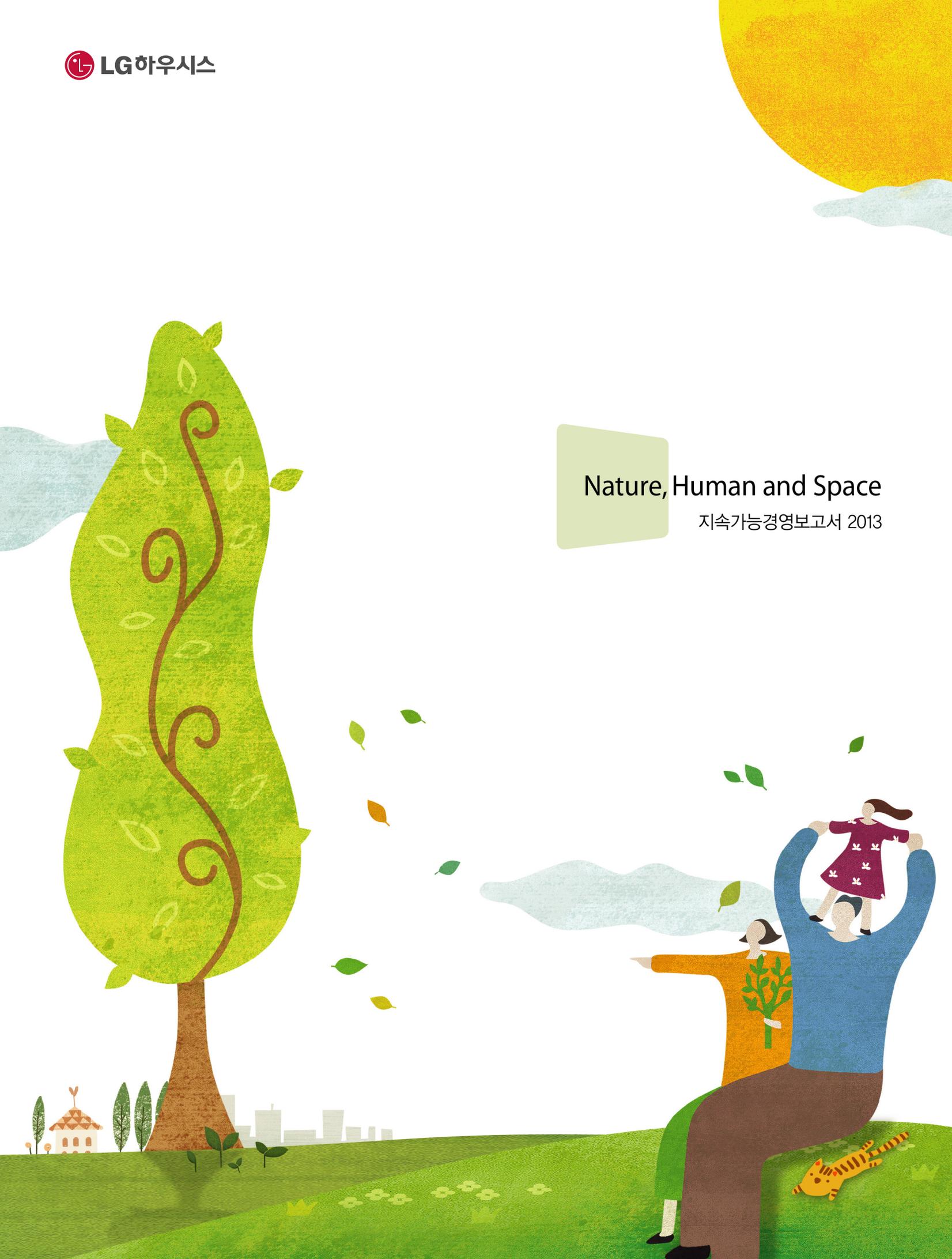


Nature, Human and Space

지속가능경영보고서 2013





자연을 담은

친환경 소재 공급, 에너지 성능 향상 등 자연과 어울리는 공간을 지향하여 고객의 건강하고 풍요로운 삶을 위하여겠습니다.

사람을 담은

아름다운, 감성적인, 인간 친화적인 디자인을 통해 생활의 가치를 높여 주고 미래 생활공간의 트렌드를 선도하겠습니다.

행복한 생활공간

언제 어디서나 고객만족을 최우선으로 고객이 행복을 느낄 수 있는 생활공간을 만들어 나가겠습니다.



LG하우시스 지속가능경영보고서 2013

We create
human-friendly
and eco-conscious
living space.

About This Report

보고서 개요

'LG하우시스 지속가능경영보고서 2013'은 LG하우시스의 두 번째 지속가능경영보고서입니다. LG하우시스는 본 보고서를 통해 기업을 둘러싼 모든 이해관계자와 함께 지속가능경영 비전과 성과를 공유하고 있으며, 경제·환경·사회에 대한 이해관계자의 관심과 요구사항을 반영하여 이를 공개하고 있습니다. 향후 매년 지속가능경영보고서를 발간하여 지속가능경영 성과 공개뿐만 아니라, 내·외부 이해관계자 의견을 반영하는 커뮤니케이션 채널로 활용할 계획입니다.

보고기간

본 보고서는 2012년 1월 1일부터 12월 31일까지의 주요 활동과 성과를 수록하고 있으며, 필요한 경우 최근 3개년 성과를 포함하여 연도별 추이 분석이 가능하도록 하였습니다. 또한 2013년 활동을 포함하였으며 이를 별도 표기하였습니다.

보고범위

본 보고서의 보고범위는 본사 및 국내 사업장입니다. 사회 및 환경 데이터 일부는 중국, 미국 등 해외 현지법인의 내용을 포함하였으며, 전년도와 데이터의 범위 및 산정방식 변경으로 차이가 발생한 경우 이를 별도 표기(*) 하였습니다.

보고서 작성원칙

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) G3.1 가이드라인 및 ISO 26000 가이드라인 주요이슈를 기반으로 작성하였으며, 자세한 사항은 68-71페이지 GRI G3.1 Index를 통해 확인할 수 있습니다.

검증

보고내용의 신뢰성과 정확성을 높이기 위하여 DNV인증원으로부터 제3자 검증을 실시하였습니다. 검증의견서는 66-67페이지에 수록하였습니다.

문의처

LG하우시스 업무홍보팀
서울특별시 영등포구 국제금융로 10 국제금융센터(One IFC)
(우편번호 150-876)

홈페이지_ <http://www.lghausys.co.kr/>

이메일_ shinyhw@lghausys.com

전화_ 02-6930-1577

팩스_ 02-6930-1586



I. LG하우시스 지속가능경영

CEO Message	04
기업소개	06
비전과 고객가치	08
중장기 목표	09
주요제품 소개	10
정도경영	14
지배구조	16
이해관계자 참여	18
중요성 평가	19

II. Harmony with Space

경제적 성과	24
지속적 성장을 위한 노력	26
리스크 관리	28
경제적 성과 분배	29

III. Harmony with Nature

녹색경영	32
친환경제품	33
ECO COLLECTION	34
기후변화 대응	36
환경안전	38
친환경사업장	39

IV. Harmony with Human

임직원	44
제품책임	52
고객만족	54
동반성장	56
사회공헌	59

Appendix

데이터 요약	64
제3자 검증의견서	66
GRI G3.1 Index	68
주요 수상현황 및 활동단체	72



CEO Message



‘자연을 담은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만듭니다’

여러분 안녕하십니까?

LG하우시스가 지속가능 발전을 위해 추진하고 있는 경제·환경·사회적 측면의 다양한 활동과 성과를 담아 LG하우시스 지속가능경영보고서를 두 번째로 발간하게 되었습니다. 본 보고서를 통해 LG하우시스의 지속가능경영 활동을 알려 드리고, 여러분의 소중한 의견을 받아 경영활동에 반영해 나가고자 합니다.

LG하우시스는 지난 반세기 동안 업계를 리드해 온 한국 최대의 건축장식자재 기업입니다. 최근에는 복합 소재 개발, 표면처리, 점/접착 기술 등 LG하우시스의 핵심 기반기술을 바탕으로 고 단열성 창호재, 기능성 유리, 기능성 점착필름, IT·가전용 고 기능 표면소재, 자동차용 소재, 고효율 진공단열재 등 미래성장동력 사업을 지속적으로 확장해나가고 있습니다.

지난 한해 당사는 건설경기 침체와 세계적인 저성장 기조의 쉽지 않은 경영환경 속에서도, 적극적인 신 사업 투자와 해외 투자, 비즈니스 모델 혁신 등 시장을 선도하기 위한 노력을 계속하였고, 이를 통해 매출액 2.4조, 해외사업 비중 35%대를 달성하였습니다. 어려운 환경 속에서도 의미 있는 결과를 만들어 낼 수 있었던 것은 LG하우시스를 믿고 격려해 주셨던 고객과 이해관계자 여러분의 성원이 있었기에 가능했던 것이라 생각합니다. 앞으로도 고객에게 탁월한 가치를 지속적으로 창출하는 회사가 되겠습니다.

2013년에도 전세계적인 저성장 기조는 유지될 것으로 보이며, 새 정부의 출범에 따른 정책의 변화도 많을 것으로 보입니다. 건설경기 부진 등이 장기화되는 국내외 경영환경을 극복하고 지속가능한 사업경쟁력을 확보하기 위해 근본적인 체질 개선활동을 철저히 실행코자 합니다.

LG하우시스의 비전은 ‘자연을 담은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만듭니다.’입니다. 이는 제조, 마케팅, 영업, 유통과 연구개발 전 부문에서 고객의 행복한 공간을 직접 책임진다는 자세로 새로운 생활가치를 창조해 가자는 의미로서, 친 인간적이고, 친 환경적인 제품, 에너지 절감 제품을 지속적으로 만들어 고객이 우리회사의 제품과 서비스를 사용하면 행복한 생활공간을 경험할 수 있다는 믿음을 전하고자 노력하고 있습니다.

LG하우시스는 이와 같은 비전을 달성하기 위해 다음과 같은 지속가능경영 활동을 추진하고 있습니다.

첫째, 그린경영 목표수립 및 온실가스 감축계획을 확립하여 실천하고 있습니다.

사업장별 오염물질 배출을 최소화하고, 폐가스를 재이용하며 청정연료의 사용량을 늘리는 방식으로 연간 1만 5,000톤 이상의 이산화탄소를 감축하고 있으며, 2012년까지 기존 연료의 청정연료 전환사업을 목표로 탄소 배출권 5만 톤을 확보하였습니다. 또한, 국내에서 처음으로 해외 자발적 탄소인증기준(VCS: Voluntary Carbon Standard)을 통과하여 기후변화에 적극적으로 대응하는 저탄소 녹색성장의 회사로서 자리매김하고 있습니다.

둘째, 탈 PVC의 천연소재, Recycling 소재, 에너지 효율 1등급 자재의 개발로 친 인간적이고 친환경적인 제품 리더십을 확보하고 있습니다.

자사의 다양한 제품을 친환경인증제품으로 생산할 뿐만 아니라 이에 대한 탄소성적표지제도를 업계 최초로 도입해 소비자의 신뢰도를 높여가고 있습니다.

셋째, LG하우시스는 자연을 보존하며 지역사회 발전에 이바지하고 있습니다.

세계수준의 친환경기술과 제품, 반세기 동안 축적된 노하우를 활용하여 LG하우시스만의 차별화된 사회공헌 활동을 정립하고, 지속적으로 실시해 오고 있습니다. 2008년부터 진행 중인 독도 천연보호구역 지킴이 활동, 청소년 공공시설과 지역아동센터에 대한 행복한 공간 만들기, 청소년 교육, 환경보호 등 지역사회 공헌활동으로 지역사회와 함께 성장하기 위한 기업의 사회적 책임을 이행하고 있습니다.

넷째, 경제적 성장과 더불어 사회적 책임도 다하기 위해 LG하우시스의 전 임직원은 정정당당하게 역량을 키워 승부하자는 윤리 경영을 기반으로 실질적인 성과까지 창출하는 정도경영을 실천하고 있습니다.

이는 협력업체의 운영지침에도 명시하여 지속적으로 관리하고 있습니다.

다섯째, 협력회사와의 상생을 위해 공동 기술개발과 특허 출원, 사업지원과 금융지원을 통한 역량강화, 각 협력회사와 경영진과의 소통활동을 꾸준히 진행하고 있습니다.

또한, 정도경영 방침에 따른 협력회사 선정의 공정성 및 평가의 투명성을 준수하기 위해 해당 협력회사에 평가결과를 피드백하고 있습니다.

앞으로도 LG하우시스는 고객에게 건강한 친환경 제품과 소재를 공급하고, 에너지 효율을 극대화하는 시스템과 솔루션을 제공하여, 한국의 그린성장을 선도하는 기업으로 자리매김하겠습니다. 나아가 글로벌 기업으로서의 위상에 맞는 사회적 책임을 꾸준히 실천하여 고객의 신뢰와 존경을 받는 기업이 되도록 노력하겠습니다. 앞으로도 여러분의 변함없는 관심과 성원을 부탁드립니다.

감사합니다.

(주) LG하우시스 대표이사 오 장 수

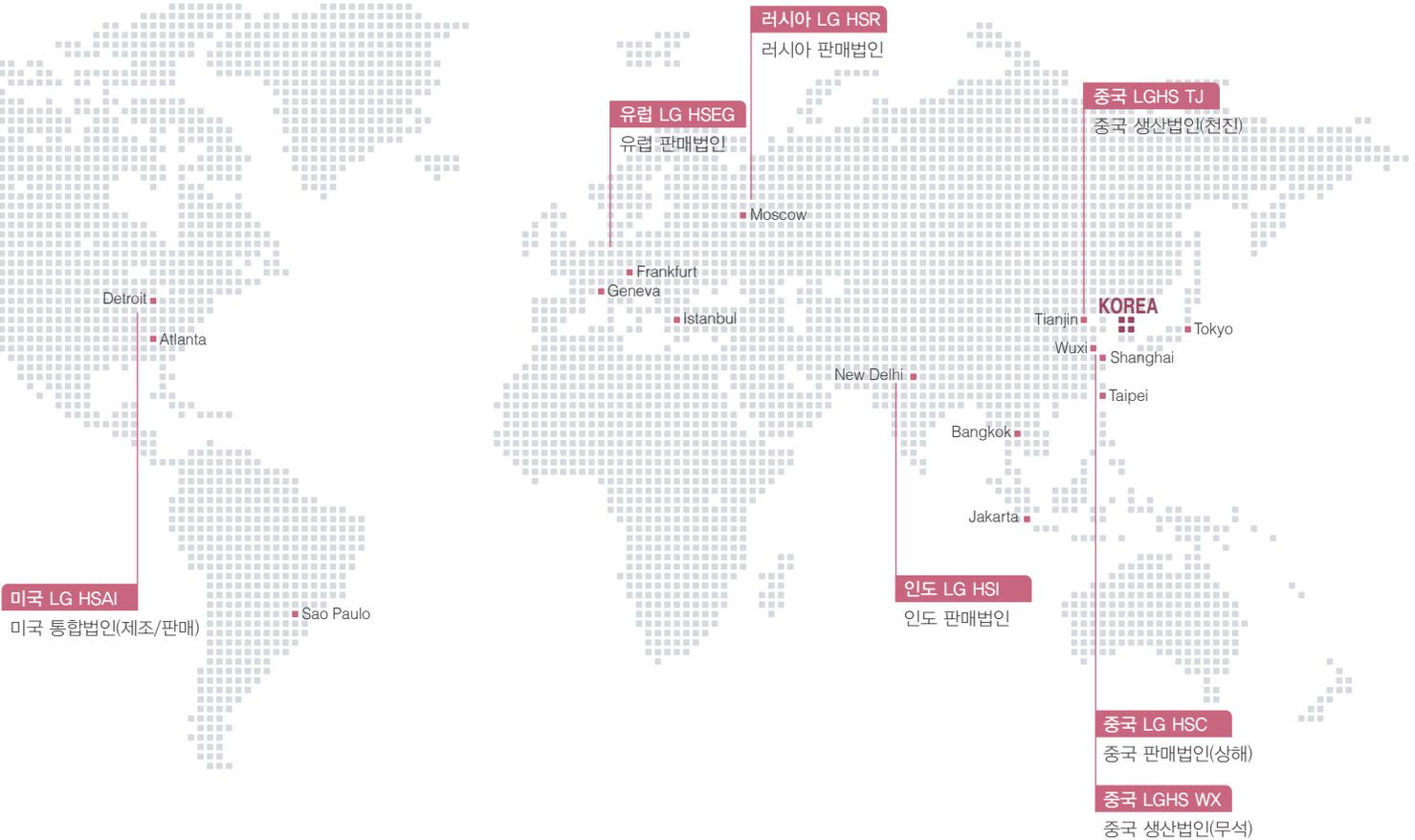


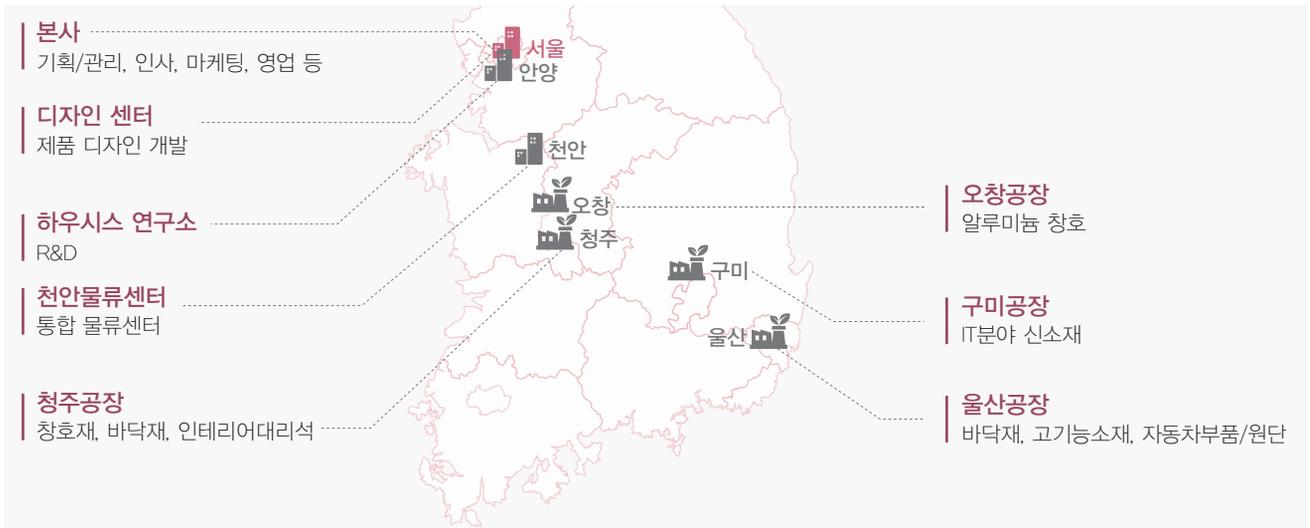
기업소개

“우리나라 최대 규모의 건축장식자재 기업이자 고기능소재·부품 기업입니다.”

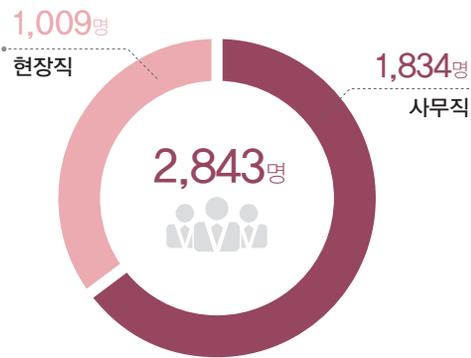
LG하우시스는 1958년 비닐장판 생산을 시작으로 우리나라 최초의 플라스틱 창호인 ‘하이사시’, 세계시장점유율 1위의 고광택시트, 인테리어 대리석 ‘하이막스’, 지아마루·벽지 등 차별화된 제품과 서비스를 제공함으로써 지난 50여년 동안 우리의 생활공간을 행복하고 윤택하게 만드는 데 기여해 왔습니다. LG하우시스는 시장을 선도하는 1등 제품과 진보된 기술력을 바탕으로 아름답고 쾌적한 공간을 설계하고, 다양한 친환경 소재와 고감성 제품들을 제공하고 있습니다. 또한 적극적인 현지화 전략을 펼쳐 미국, 중국, 러시아 등 세계 곳곳에서 탁월한 성과를 창출하는 글로벌 기업으로 성장하고 있습니다.

(2012년 말 연결기준)

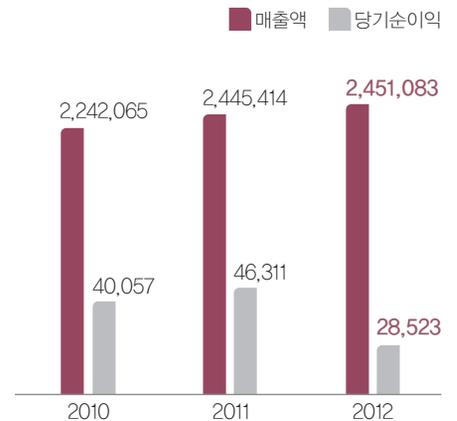




임직원 수



재무정보 (단위 : 백만원)



비전과 고객가치

비전과 고객가치

자연을 담은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만듭니다 | LG하우시스는 “자연을 담은, 사람을 담은 행복한 공간을 만듭니다.”라는 비전을 제시하고 있습니다. 이는 친환경·에너지 절감형 소재와 제품을 제공하고, 아름답고 인간 친화적인 디자인을 강조한 공간을 지향해 미래 공간의 트렌드를 이끌어 가겠다는 의미입니다. 어떠한 경우라도 고객만족을 최우선으로 하여 고객이 행복을 느낄 수 있는 생활공간을 만들어 가겠다는 의지를 담고 있습니다.

이를 바탕으로 LG하우시스는 Eco-Friendly, Energy Saving, Human-Friendly의 세 가지 고객가치를 추구하고 있습니다. 소재 다각화를 통한 친환경 소재를 공급함으로써 Eco-Friendly를 추구하고 있으며, 초단열성 벽장재를 활용하는 등 에너지 성능을 향상시킴으로써 Energy Saving을 실현하고 있습니다. 또한, 인간친화적 디자인을 통해 생활가치를 높이고, 고객 접점 확대를 위한 유통혁신 등의 활동을 통해 Human-Friendly를 실현해가고 있습니다.

자연을 담은



친환경 소재 공급, 에너지 성능 향상 등 자연과 어울리는 공간을 지향하여 고객의 건강하고 풍요로운 삶을 위하여겠습니다.

Eco-Friendly

소재 다각화를 통한 친환경 소재로 전환 (친환경 제품/소재 확대)

Energy Saving

에너지 효율을 극대화하는 System & Solution(고품질창/Green Car 소재)

사람을 담은



아름다운, 감성적인, 인간 친화적인 디자인을 통해 생활을 가치를 높여주고 미래 생활 공간의 트렌드를 선도하겠습니다.

Human-Friendly

신뢰와 감동을 주는 고객 접점 강화 (Brand Power 증대, 유통 혁신)

행복한 생활공간



언제 어디서나 고객만족을 최우선으로 고객이 행복을 느낄 수 있는 생활 공간을 만들어 나가겠습니다.



핵심가치

LG하우시스는 경영철학과 비전을 실천하기 위해 ‘고객에 대한 감수성’, ‘개인 강점에 기반한 팀워크’, ‘세계 수준의 전문성’, ‘창의와 자율에 기반한 도전성’의 네 가지 핵심가치를 이해관계자와 공유하고 있습니다.

고객에 대한 감수성



- 고객의 요구와 시장의 변화에 공감
- 고객의 잠재 Needs/Wants까지 실현

개인 강점에 기반한 팀워크



- 자신감/긍정적 생각/개성
- 20~30대 미래 세대들이 즐겁게 일하는 회사
- 개인의 강점과 다양한 융합

세계 수준의 전문성



- 고객으로부터 세계 최고 수준 이라고 인정받음
- 세계 최고 수준의 회사와 경쟁

창의와 자율에 기반한 도전성



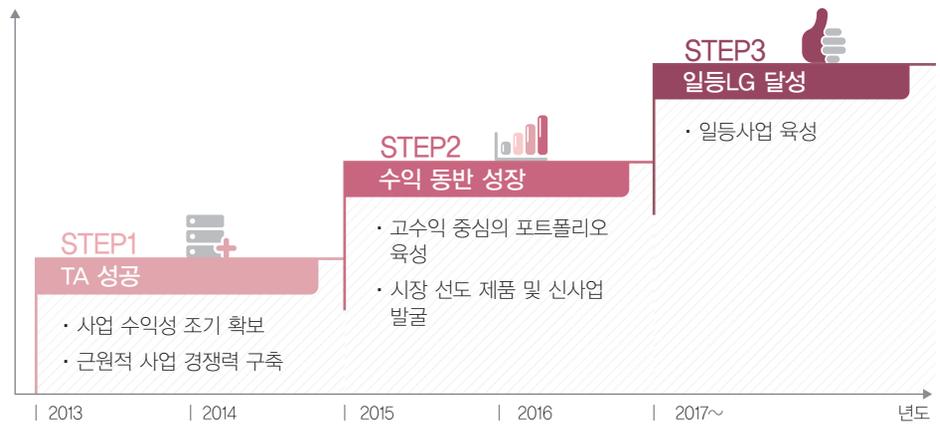
- 전문적 지식에 기반/창의가 발휘될 수 있는 환경
- 스스로 자기개발/의사결정에 책임을 지는 환경

중장기 목표

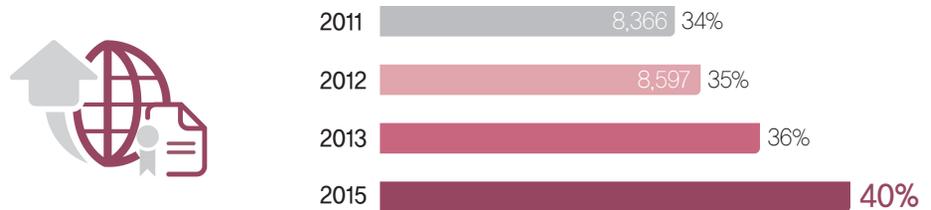
LG하우시스의 중장기 목표

LG하우시스는 안정적인 수익구조로 체질을 개선하고 시장 선도 기반을 확보하여 일등LG를 달성하기 위해 3단계에 걸쳐 사업을 전개해 나갈 것입니다.

사업전개 방향



해외사업 성과 및 목표 (매출액 및 매출액 비중)



2013 경영전략

LG하우시스는 중장기 목표를 달성하기 위해 수익성 확보에 집중하면서 전사적 품질 혁신과 고객 가치 창조를 위한 Solution Sharing 활동을 추진할 계획입니다. 근원적인 사업체질 혁신을 통해 수익성을 확보하고, 전사 품질 혁신 식스시그마 활동을 통해 고객 가치 기반을 확립하면서 Solution Sharing 활동으로 고객 가치 창조를 추진해 나가겠습니다.

수익성 확보

사업체질 혁신 활동

- 공정 혁신을 통한 원가 개선
- 포트폴리오 재구축

품질·안전·소방·환경경영

전사 품질 혁신 식스시그마 활동

- 국내외 전 사업장 Q-Cost 절감
- 현장개선, 식스시그마 활동 추진

고객 가치 창조

Solution Sharing 활동

- 고객과 동반성장
- 신제품의 선도적 론칭
- 고객의 고민거리 공동 연구, 해결

주요제품소개

창호재

에너지 절감, 건물 고품화 및 디자인 차별화 등 다양한 수요에 대응할 수 있는 우수한 성능의 창호를 통해 건강하고 쾌적한 생활환경을 만들 수 있도록 도와드립니다.

주요제품

- PVC창호 : 다양한 디자인과 우수한 에너지 성능의 일반창 및 시스템창으로 구성된 PVC 창호제품
- AL창호 : 친환경소재와 다양한 컬러 및 디자인, 강한 구조강도의 AL창, AL-Wood창 및 시스템 커튼월의 알루미늄 창호제품
- 기능성 유리 : 고단열 로이유리, 로이 삼중유리 등 에너지 효율성을 강화한 기능성 유리



“고객 중심의 Total Window Solution을 제공하는 창호업체의 선도기업” 이은철 상무

대내외 경영환경 악화로 산업전반에 걸쳐 경기침체에 대한 우려가 심화되고 있습니다. 하지만 지인 창호는 차별화된 경쟁우위를 기반으로 고객에게 보다 더 나은 가치를 제공하기 위해 변함없는 노력을 기울여 왔습니다. 2010년부터 추진해 온 완성창 사업은 이제 완숙의 단계에 접어들었으며, 2012년에는 창호업계 최초로 10년 품질 보증제를 시행하는 등 선도기업으로서의 역할을 계속해 왔습니다. 이와 더불어 2012년 본격 양산에 돌입한 고성능 로이 코팅 유리는 탁월한 단열성능과 미려한 외관으로 국내 유리업계에 새로운 가치로 자리매김하였습니다. 또한 초고층 빌딩 수주는 커튼월 설계·시공역량 및 고성능 유리제조 기술 등 지인 창호의 역량이 대내외적으로 인정받은 대표사례라고 할 수 있습니다. 앞으로도 창의적이고 자발적인 조직문화를 기반으로 고객의 건강하고 행복한 삶 제공에 앞장서 나갈 것입니다.



장식재

천연소재인 옥수수 전분을 이용한 바닥재인 지아마루와 지아벽지 등 친환경 인테리어 자재의 지속적인 개발을 통하여 소비자의 삶의 질 향상에 기여하고 있습니다.

주요제품

- 친환경 장식재 : 친환경 천연 지아마루/벽지, 공기정화 기능성 숯타일 및 벽지, 프탈레이트 프리 바닥재
- 고성능 단열재 : Non-프레온가스를 사용한 친환경 신개념의 불연성 고성능 단열재 PF 보드



“글로벌 최고의 친환경 제품을 통한 국내외 시장 선도” 황진형 상무

건축 내외장재의 국내외 사업환경은 건축 경기에 따라 변동 요인이 많으며 최근 국내 건축시장 위축에 따라 장식재 사업도 영향을 받고 있습니다. 어려운 시장환경에서도 소비자의 니즈를 바탕으로 한 친환경 제품으로의 차별화와 극한의 제조 경쟁력 강화를 통해 국내 1위의 입지를 굳건히 하고, 해외시장 확대와 단열재 등의 신규사업을 추진하고 있습니다. 고객의 안전과 건강을 생각하는 친환경 제품으로 옥수수 전분을 이용한 천연소재 바닥재인 지아마루를 출시하였고, 친환경 가소제를 적용한 바닥재 및 벽지를 업계 최초로 제공함으로써 친환경 기업으로서 업계 선도함은 물론, 사업성과 창출에도 상당한 기여를 할 것으로 기대하고 있습니다. 또한 중국, 미국, 러시아 및 동남아시아, 서남아시아 등 신흥시장으로의 글로벌화를 가속하여 매년 꾸준히 성장하고 있으며, 고성능 단열재 사업 등 미래를 위한 투자를 통해 지속가능한 성장을 이루어낼 것입니다.



주요제품소개

고기능소재

디자인 개발역량과 점착/코팅 기술을 바탕으로 가구, 창호, 건물 내부 벽면 데코레이션 필름과 휴대폰 및 태블릿 PC에 적용되는 점착소재 및 광학용 필름, 가전제품 표면재를 생산하여 공급하고 있습니다.

주요제품

- 건축용 데코레이션 소재 : 가구, 창호, 건물 내부 벽면 데코레이션 필름
- 휴대폰/태블릿 PC용 소재 : 투명 점착 및 전극소재, 기능성 광학필름 등
- 가전제품 표면소재 : 냉장고, 세탁기 외관에 Metal 느낌을 구현하는 표면소재
- 광고용 표면소재 : 기업 CI 및 버스, 지하철, 옥외간판 등 각종 광고용 매체에 적용되는 소재



“ 차별화 R&D 기술 기반의 고객가치 제공으로 지속적인 수익성 창출 ” 조윤행 상무

고기능소재 부문은 차별화된 디자인 역량을 바탕으로 가전, 가구, 광고용 소재 시장에서 지속적으로 사업 경쟁력을 강화해 나가고 있고, 휴대폰, 태블릿 PC 등 IT 모바일기기 시장의 터치스크린 제품 적용 확대에 따라 R&D 기반기술 확장 및 공정개발을 통해 고객별 특화된 니즈에 대응하기 위해 노력하고 있습니다. 친환경 제품, 에너지 절감 등의 글로벌 환경, 사회적 이슈를 고려한 혁신적인 기술 개발로 미래자산인 환경 보호를 통해 글로벌 기업으로서의 사회적 책임을 다하고 글로벌 현지화 기반을 지속 강화하여 성장 기회를 확대하고 있습니다. 앞으로도 고기능소재 부문은 지속적인 고객가치 창조활동과 글로벌 사업부로서의 사회적 책임을 통해 고객에게 신뢰받고 지속적으로 성장하는 부문으로 거듭나겠습니다.



소재부품

자동차용 범퍼, 인테리어 표면소재 등을 개발하여 자동차 산업의 발전에 기여해 왔으며, 해외고객 개척을 통해 활동영역을 확장하고 있습니다. 향후 친환경, 에너지 절감형 제품을 확대 제공하겠습니다.

주요제품

- 자동차용 소재/부품 : 자동차용 내외장재, 각종 부품 및 경량화 소재
- 진공단열재 : 냉장/온열용 가전기기, 건축용 단열재 등



“ 기술혁신과 해외시장 개척을 통한 최고의 글로벌 경쟁력 확보 ” 김효순 상무

세계 자동차 시장은 에너지 및 환경문제 이슈화에 따라 하이브리드카 중심으로 트렌드가 재편되고 있습니다. 이에 소재부품 사업부는 차세대 자동차의 친환경 및 경량화 관련 연구에 매진하고 있습니다. 자동차 원단은 글로벌 녹색시장 트렌드에 맞추어 차량 실내공기질 개선과 바이오 소재 접목을 초점으로 연구 중입니다. 자동차 부품은 향후 급성장이 예상되는 전기차를 타깃으로 스틸 대체가 가능한 초경량화 복합소재를 개발하고 있으며, 이미 유리섬유 기반의 고강도 플라스틱 개발을 완료하여 현재는 자동차의 경량화를 높이기 위한 제품 상용화에 박차를 가하고 있습니다. 더 나아가 운전자의 안전성을 제공하기 위해 헬스케어 부품을 연구하고 있습니다. 또한 소비전력과 에너지 효율을 높일 수 있는 진공단열재를 가전기기에 적용, 성능 향상과 시장확대를 통해 에너지 절감 정책에 이바지하고 있습니다. 향후 특화된 소재·부품 기술을 바탕으로 국내시장을 선도하고, 꾸준한 기술 혁신과 해외시장 개척을 통해 글로벌 최고의 경쟁력을 확보해 나아갈 것입니다.



표면소재

인테리어 대리석의 해외사업 확장, 엔지니어드 스톤의 미국 현지공장 가동을 통해 시장 주도권을 확보하며 진정한 Global Major Player로 도약하고 있습니다.

주요제품

- 인테리어 대리석 : 주방가구 등의 상판 및 표면재에서 건축 내외장재까지 다양한 디자인 공간을 창조할 수 있는 고품격 인테리어 대리석 하이마크
- 엔지니어드 스톤 : 천연석의 단점인 위생성과 내구성을 보완하고 정점인 자연스러움과 아름다움을 그대로 살린 최고급 엔지니어드 스톤 비아테라



“ 시장 선도 제품 개발과 사업영역 확대로 글로벌경영 가속화 ” 김광진 사업담당

빠르게 변화하고 있는 고객의 니즈와 시장의 흐름에 대응하기 위해 고객의 니즈와 트렌드를 반영한 신제품 개발에 집중하며 글로벌 시장을 선도하기 위한 노력을 지속하고 있습니다. 해외사업 확대를 위해 중국, 인도 등 신흥시장에서 사업역량을 강화하며 미국법인인 Home Depot 진입을 바탕으로 미국 내 사업기반을 다지고 있습니다. 고객의 안전을 위해 원료부터 완성품까지 검증된 재료를 이용하고, 생산과정에서 발생하는 폐기물을 수거하여 재활용하는 생산 프로세스를 갖추어 고객의 건강과 환경을 생각하는 차별화된 제품을 제공하고 있습니다. 지금까지 집중해 온 주거용시장 이외에 상업용으로서의 시장확대와 더불어 가구, 외장재, 예술품까지 용도의 다변화를 추구하여 글로벌 기업으로 성장하기 위한 노력을 지속하겠습니다.



정도경영

LG하우시스는 고객, 협력회사, 주주, 임직원 및 사회에 대한 책임을 다하여 존경받는 기업이 되기 위해 정도경영을 실천하고 있습니다.

LG Way와 정도경영

LG Way는 LG 고유의 기업문화로서 우리가 추구하는 '고객을 위한 가치창조'와 '인간존중의 경영'이라는 경영이념을 '정도경영'으로 실천해 궁극적으로 '일등 LG'를 달성하자는 것입니다. 이를 위하여 윤리경영을 기반으로 꾸준히 실력을 배양해 정정당당하게 승부하자는 것이 LG의 정도경영입니다.



- 제1장 고객에 대한 책임과 의무
- 제2장 공정한 경쟁
- 제3장 공정한 거래
- 제4장 임직원의 기본 윤리
- 제5장 임직원에 대한 책임
- 제6장 국가와 사회에 대한 책임



윤리규범

LG는 모든 임직원이 지켜야 할 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리규범을 제정하여 실천하고 있습니다. 윤리규범은 국문, 영문, 중문 핸드북으로 제작하여 각 법인에 배포·공유하고 있습니다.

LG하우시스의 정도경영

LG하우시스는 '정도경영은 선택이 아닌 기업의 생존을 위한 필수 요건임'을 인식하고 있으며, 임직원의 부정 및 비리행위를 사전에 예방하고 정도경영 문화를 정착하기 위하여 정도경영 전담 조직을 통해 현장 중심의 정도경영을 추진하고 있습니다. LG하우시스의 정도경영은 단순히 윤리경영만을 의미하는 것이 아니며, 윤리경영에서 나아가 경쟁에서 이길 수 있는 실력을 바탕으로 실질적인 성과를 창출하는 것을 의미합니다. 이를 위해 고객에게 정직, 더 나은 가치를 제공하기 위해 꾸준히 이노베이션으로 실력배양을 통해 '고객을 위한 가치 창조'를, 공평한 기회 제공과 실력에 따른 공정한 대우를 통해 '인간존중의 경영'을 펼치고 있습니다. LG하우시스는 정도경영과 윤리규범을 업무에 적용하는 한편, 과거 관행으로 인식되었던 불합리한 점들을 자율적으로 개선하여 정도경영을 생활화하는 조직문화를 정착시키고 있습니다.



정도경영 추진 체계



정도경영 실천 프로그램

LG하우시스는 정도경영 실천 서약서, 금품수수 신고 및 신문고제도, 정도경영 교육 등의 실천 프로그램을 통해 정도경영을 실현하고 있습니다.

임직원 정도경영 실천 서약서 | LG하우시스의 전 임직원은 매년 온라인 '정도경영 실천서약'을 통해 LG윤리규범 준수 및 정도경영 실천을 다짐하고 있습니다.

금품수수 신고제도 | LG하우시스는 전 임직원들이 이해관계자로부터 금품 및 사례를 받는 것을 이유 여하를 막론하고 엄격히 금지하고 있습니다. 금품이나 선물을 수수할 경우 윤리규범에 따라 정중히 거절하고 반환하도록 하며, 수수한 선물의 반송이 불가능한 경우에는 해당 물품을 윤리사무국으로 신고하고, 접수된 물품은 복지단체에 기부하거나 사내경매를 실시하여 그 수익금을 사회공헌활동에 사용하고 있습니다. 2013년부터는 윤리규범이 강화되어 경조사와 관련한 일체의 경조금, 환환 등도 엄격히 금지됩니다.

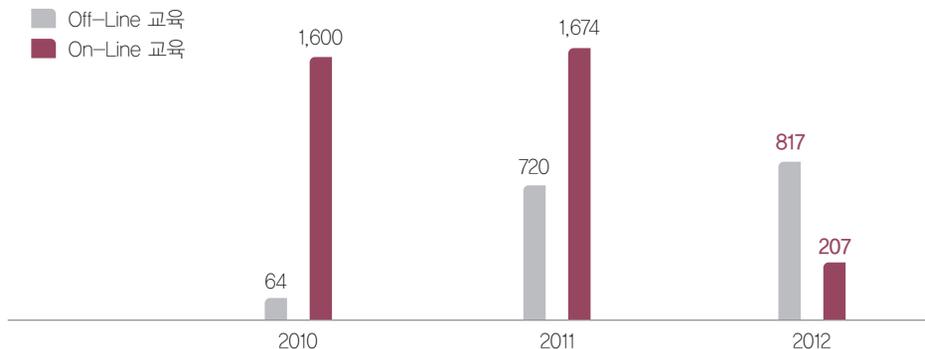
신문고제도 | 신문고제도는 정도경영 위반행위에 대한 신고 시스템으로, 임직원들의 우월적 지위를 이용한 불공정한 업무처리 및 금품수수행위, 그리고 LG 윤리규범에 위배되는 일체의 업무행위를 신고 대상으로 하고 있습니다. 온라인 제보가 불가능한 제보자는 전화, 팩스, 우편 및 직접방문을 통해서 제보할 수 있습니다. 제보자 관련 정보는 철저히 보호되고 있으며, 만약 제보로 인하여 제보자가 불이익을 받을 경우 원상복구 혹은 이에 준하는 보상조치를 하도록 하고 있습니다.

정도경영 교육과 홍보활동 | LG하우시스 임직원은 업무 및 직무와 관련한 정도경영 교육을 함께 실시하고 있습니다. 임직원 뿐만 아니라 협력회사 및 대리점에 대해서도 윤리경영에 대한 내용을 전파하고 있으며, 3년 주기로 최소 1회 이상 정도경영 관련 교육을 접할 수 있도록 노력하고 있습니다. 2012년에는 미국, 중국, 러시아, 유럽 등의 해외법인에서도 정도경영 교육과 홍보활동을 강화하였으며, 지속적인 교육을 실시할 수 있도록 각 법인별로 사내강사를 육성하였습니다. 향후 정도경영이 모든 임직원과 협력회사가 자발적으로 참여하는 행동원칙이 될 수 있도록 지속적인 교육과 홍보를 실시할 것이며, 윤리적 기업문화를 선도하는 선진기업이 될 수 있도록 정도경영의 수준을 더욱 높이는데 힘쓰겠습니다.

2012년 정도경영 교육현황

교육 회수(회)	41
참여 임직원(명)	401
교육시간(시간/명)	1.5

협력업체 및 대리점 정도경영 교육 참여인원 (단위 : 명)

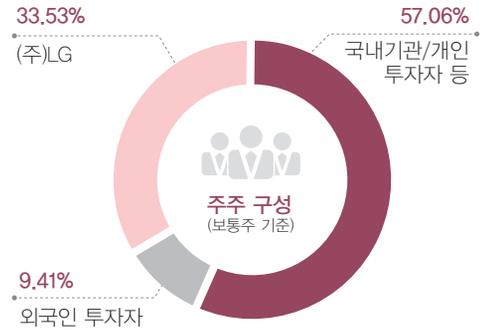


지배구조

LG하우시스는 이해관계자로부터 신뢰받는 기업이 되고자 효율적인 지배구조를 확립해 나아가고 있습니다. 투명한 정보공개와 감사위원회의 독립성을 바탕으로 지속가능하고 공정한 의사결정체계를 구축하고 있습니다.

주주의 구성 및 권리

LG하우시스는 지속가능한 기업을 만들기 위해 공정하고 안정적인 소유구조를 갖추고 있습니다. 2012년 말 보통주 발행 주식수 기준 최대 주주는 (주)LG로 33.53%의 지분을 보유하고 있으며, 나머지 지분은 국내기관 및 개인투자자 등이 57.06%, 외국인투자자가 9.41%를 보유하고 있습니다. 주주는 상법 542조의6(소수주주권)에 의거하여 다양한 주주의 권리를 행사할 수 있습니다. 또한, 주요 경영사항에 관한 정보는 주주총회는 물론 금융감독원 전자공시시스템, LG하우시스 홈페이지 등을 통해 공시함으로써 주주의 알 권리를 존중하고 있습니다.



이사회의 구성 및 운영

LG하우시스 이사회는 회사의 주요 업무집행의 결정과 이사진의 직무집행에 대한 감독권을 가지고 있으며 법령 또는 정관에 정하여진 사항, 주주총회로부터 위임받은 사항, 업무집행에 관한 중요사항을 의결합니다. 이사회는 총 7인으로 구성되어 있으며, CEO와 의장직을 분리하고 사외이사의 이사회 참여를 보장하여 합리적이고 투명한 의사결정이 이루어질 수 있도록 하고 있습니다.

이사회 구성 LG하우시스 이사회는 일원적 이사회 제도로, 2인의 사내이사와 2인의 기타 비상무이사, 3인의 사외이사로 구성되어 있습니다. 이사회 선임은 상법 등 관련 법령상의 절차를 준수하고 이사회 및 주주총회의 승인을 받도록 하며, 사외이사는 이사 총수의 4분의 1 이상으로 하고 있습니다. 사외이사는 LG하우시스와 특별한 이해관계가 없고, 경영, 건설, 디자인 등의 분야에서 풍부한 경험과 전문지식을 갖춘 전문가로서 LG하우시스의 경제·사회·환경에 대한 전략적 방향 및 현안 이슈 등에 대한 내용을 청취하고 적극적으로 의견을 개진하는 등 실질적인 모니터링 및 견제와 객관적인 조력자의 역할을 수행하고 있습니다.

구분	성명	직책	담당업무 또는 주된 직업	회사와의 거래관계	비고
상근	오장수	사내이사	대표이사	無	
	김홍기	사내이사	CFO	”	
비상근	조준호	기타 비상무이사	(주)LG 대표이사 사장	”	이사회 의장
	유지영	기타 비상무이사	(주)LG 경영관리팀 화학담당 상무	”	
	오찬석	사외이사	(주)LG하우시스 사외이사	”	감사위원회 위원장
	김명환	사외이사	해안건축설계사무소 부회장	”	감사위원회 위원
	김현	사외이사	고려대 조형학부 교수	”	감사위원회 위원

이사회 활동과 성과평가 | LG하우시스 이사회는 2012년에 총 7회 개최되었으며, 이사진 참석률은 평균 97.6%입니다. 사업계획 승인 등 총 30가지 안건을 심의하였으며 이 중 승인사항은 23건, 보고사항은 7건입니다. LG하우시스는 이사회 활동에 대한 연간평가와 물가 인상을 및 사외이사 보상의 대외 경쟁력 등을 고려하여 보수 지급 기준을 매년 산정하고 주주총회에서 이사의 보수한도를 승인받고 있으며, 보수 조정 시 이사회에 상정하여 승인을 받는 프로세스를 갖추고 있습니다.

2012년 이사회 주요 의제

회차	개최일자	주요 내용	이사진 참석률(%)
1	2012.01.31	2012년 사업계획(안) 승인의 건 외 5건	100
2	2012.02.22	제3기 정기주주총회 소집 승인의 건 외 1건	100
3	2012.03.16	단열재 투자(안) 승인의 건 외 6건	100
4	2012.04.18	2012년 1분기 경영성과 보고 외 3건	100
5	2012.07.28	2012년 2분기 경영성과 보고 외 3건	100
6	2012.10.17	2012년 3분기 경영성과 보고 외 3건	100
7	2012.11.29	집행임원 인사(안) 승인의 건 외 2건	85.7

감사위원회 활동 | LG하우시스는 이사회 내에 감사위원회를 운영하여 감사기능의 독립성과 투명성을 높이고 있습니다. 감사위원회 위원은 전원이 상법상 결격사유가 없는 사외이사 3인으로 구성되어 위원회의 독립성을 견지하고 있습니다. 감사위원회는 법령 및 정관에 정하여진 사항, 이사회로부터 위임받은 사항을 의결하고, 독립적으로 내부 감사계획을 수립, 집행하고 이에 대한 결과를 토대로 개선사항을 도출하고 있습니다. 회사의 회계와 업무를 감사하고, 상시에 회사 영업에 대한 보고를 이사진에게 요구하거나 회사의 업무와 재산상태를 조사할 수 있는 권한을 행사하며, 특별한 이슈에 대해 회의의 목적사항과 소집의 이유를 기재한 서면을 이사회에 제출하여 임시총회의 소집을 청구할 수 있습니다. 또한, 감사위원회의 직무를 수행하기 위하여 필요한 때에는 자회사에게 영업보고를 요구할 수 있고, 자회사가 지체 없이 보고를 하지 아니할 때 또는 그 보고의 내용을 확인할 필요가 있는 경우 자회사의 업무와 재산상태를 조사할 수 있습니다.

2012년 감사위원회 주요 의제

회차	개최일자	주요 의안 내용
1	2012.01.31	<ul style="list-style-type: none"> · 2011년 사이버신문고 제보접수 현황 · 정도경영담당 업무 계획 · 제3기 재무제표 및 영업보고서 보고 · 2011년 내부회계관리제도 운영실태 보고
2	2012.02.22	<ul style="list-style-type: none"> · 제3기 재무제표 및 영업보고서에 대한 감사보고서(안) 승인의 건 · 내부회계관리제도 운영실태 평가보고서(안) 승인의 건 · 내부감시장치에 대한 감사위원회의 평가의견서(안) 승인의 건 · 외부감사인 선임(안) 승인의 건
3	2012.04.18	<ul style="list-style-type: none"> · 감사위원장 선임의 건 · 2012년 1분기 경영성과 보고 · 2012년 1분기 사이버신문고 제보접수 현황
4	2012.10.17	<ul style="list-style-type: none"> · 2012년 3분기 경영성과 보고 · 정도경영활동 보고

이해관계자 참여

LG하우시스는 이해관계자와의 활발한 커뮤니케이션 활동을 통해 이해관계자의 관심사와 경영활동에 미치는 영향력을 파악하여 지속가능한 경영활동에 반영하고 있습니다.

이해관계자 커뮤니케이션

이해관계자 정의 | LG하우시스는 경영활동에 있어 영향을 주고받는 개인이나 조직을 이해관계자로 정의하고, 이해관계자의 역할 및 책임, 영향력 등에 따라 주주 및 투자자, 임직원, 고객, 협력회사, 경쟁사, 지역사회, 정부 기관, NGO, 학계 등으로 구분합니다.

이해관계자 커뮤니케이션 | LG하우시스는 이해관계자의 특성에 따라 다양한 커뮤니케이션 채널을 활용하고 있습니다. 이해관계자는 회사와의 유기적인 커뮤니케이션을 통해 경영활동에 직·간접적으로 참여하고, 회사는 이해관계자의 주요 관심사와 기대사항을 파악하여 이에 효과적으로 대응함으로써 이해관계자와 함께하는 지속가능경영을 정착시켜 나가고자 합니다. 이러한 이해관계자 커뮤니케이션의 결과는 경영활동에 반영하고 지속가능경영보고서 및 회사 홈페이지 등을 통해 공유하고 있습니다.

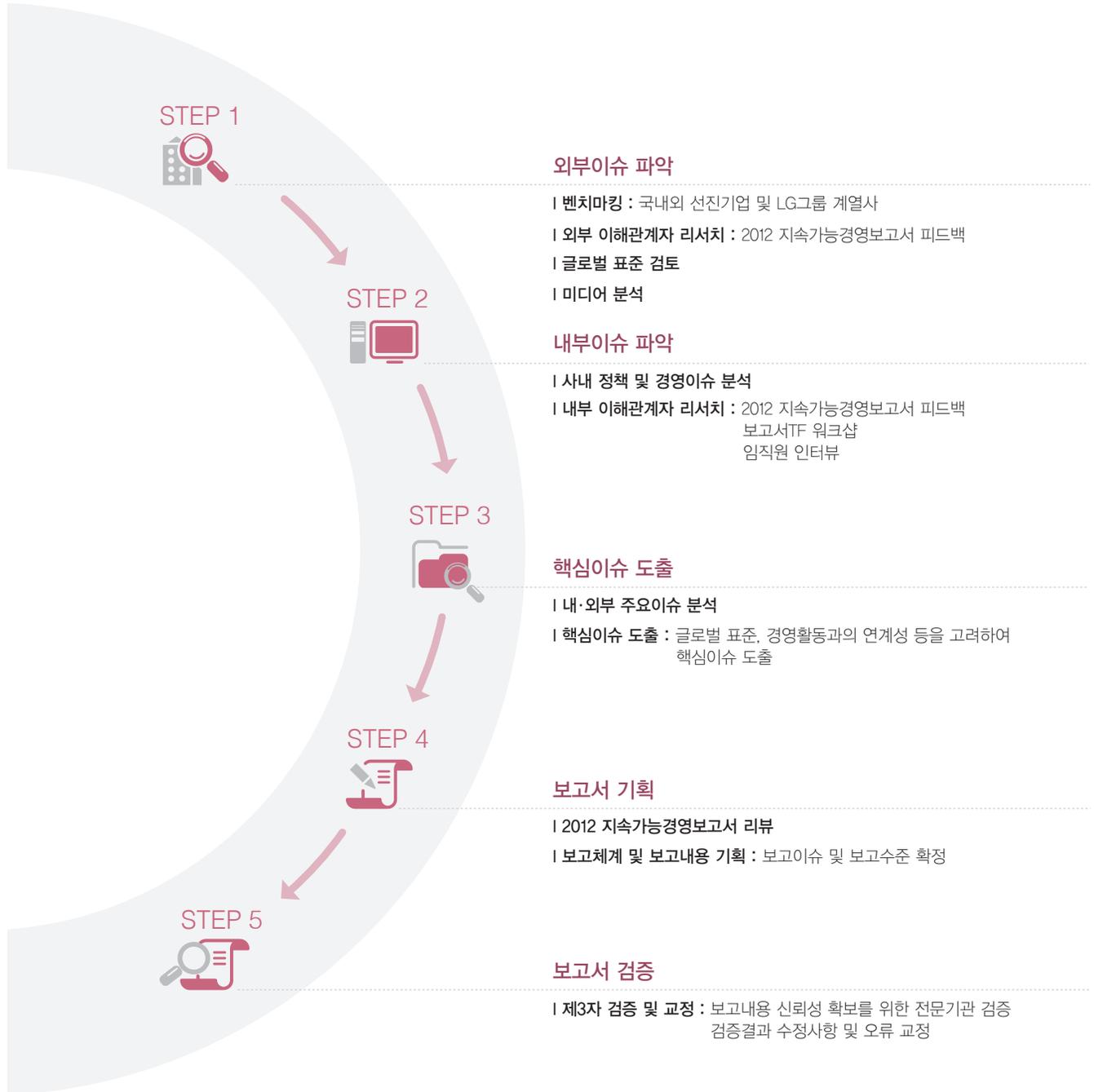


중요성 평가

LG하우시스는 2013 지속가능경영보고서에서 주요하게 다룰 이슈를 선별하기 위해 중요성 평가를 실시하였습니다.

중요성 평가 절차

중요성 평가는 LG하우시스의 경제·환경·사회적 활동 및 성과에 관한 내·외부 관심이슈 파악, 핵심이슈 도출, 보고서 기획 및 검증의 과정으로 진행하였습니다. 중요성 평가 결과 도출된 핵심이슈를 바탕으로 이해관계자의 관심도와 이슈의 중요도, 경영활동과의 연계성 등을 종합적으로 고려하여 보고이슈를 선정하였습니다.

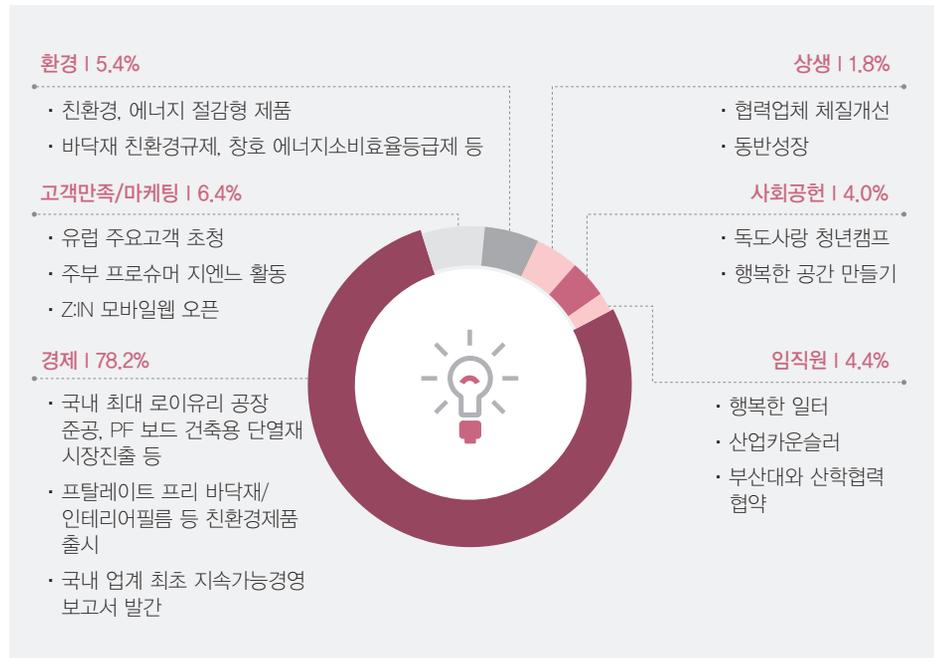


중요성 평가

1 STEP 외부이슈 파악

벤치마킹 및 글로벌 표준 검토 | 동일 또는 관련 산업군에 속하는 국내외 선진기업과 LG그룹 계열사를 벤치마킹하고, GRI G3.1, ISO 26000, 국내 지속가능경영 평가기준 등 글로벌 표준을 검토하여 지속가능경영 이슈를 파악하였습니다.

미디어 분석 | 2012년 1월 1일부터 2012년 12월 31일까지 보도된 기업관련 기사를 바탕으로 미디어 관점의 주요이슈를 분석하였습니다.



2 STEP 내부이슈 파악

사내 정책 및 경영이슈 분석 | 사내 정책 및 경영전략에 반영된 주요이슈를 분석하였습니다. 특히 중장기적 관점에서의 친환경 제품 개발, 신규사업 확장 및 R&D 투자 등을 중점적으로 검토하였습니다.

내부 이해관계자 리서치 | 지속가능경영에 대한 임직원 공감대 형성 및 의견 교환을 위해 보고서 TF를 대상으로 한 워크숍 및 개별 인터뷰를 실시하였습니다. 이와 더불어 전년도 보고서에 대한 피드백을 통해 지속가능경영에 대한 이해도를 높이고자 하였습니다.

3 STEP 핵심이슈 도출

내·외부 주요이슈 분석 및 핵심이슈 도출 | 지속가능경영, 경제·경영일반, 환경, 노동 및 인권, 정도경영, 제품책임, 협력회사, 지역사회 등으로 구성된 이슈 풀을 활용하였습니다. 이와 함께 내·외부 주요이슈의 연관성, 지속가능경영 트렌드를 종합적으로 고려하여 핵심이슈를 도출하였습니다.

<p> 지속가능경영</p> <ul style="list-style-type: none"> · 지속가능경영 전략 · 경영진 리더십 · 경영의 공정성 및 투명성 	<p> 정도경영</p> <ul style="list-style-type: none"> · 투명한 정보공개 · 공정한 경제활동 · 윤리경영 관련법규 준수
<p> 경제·경영 일반</p> <ul style="list-style-type: none"> · 사회·환경을 위한 제품 및 서비스 개발 · 신규사업 개발을 통한 성장동력 확보 	<p> 제품책임</p> <ul style="list-style-type: none"> · 마케팅 관련 고객 커뮤니케이션 · 고객 만족 활동
<p> 환경</p> <ul style="list-style-type: none"> · 친환경제품 설계 · 기후변화 대응 · 에너지 사용 효율화 및 절감기술 개발 	<p> 협력회사</p> <ul style="list-style-type: none"> · 상생경영 · 협력회사 선정의 공정성 및 투명성
<p> 노동 및 인권</p> <ul style="list-style-type: none"> · 고용 · 노사관계 · 임직원 커뮤니케이션 	<p> 지역사회</p> <ul style="list-style-type: none"> · 사회공헌 활동
	<p> 안전환경</p>

4 STEP 보고서 기획

보고체계 및 보고내용 기획 | 핵심이슈 도출 결과와 전년도 지속가능경영보고서 리뷰를 바탕으로 이해관계자의 관심도와 이슈의 중요도, 경영활동과의 연계성 등을 고려하여 보고이슈를 선정하고 보고수준을 결정하였습니다.

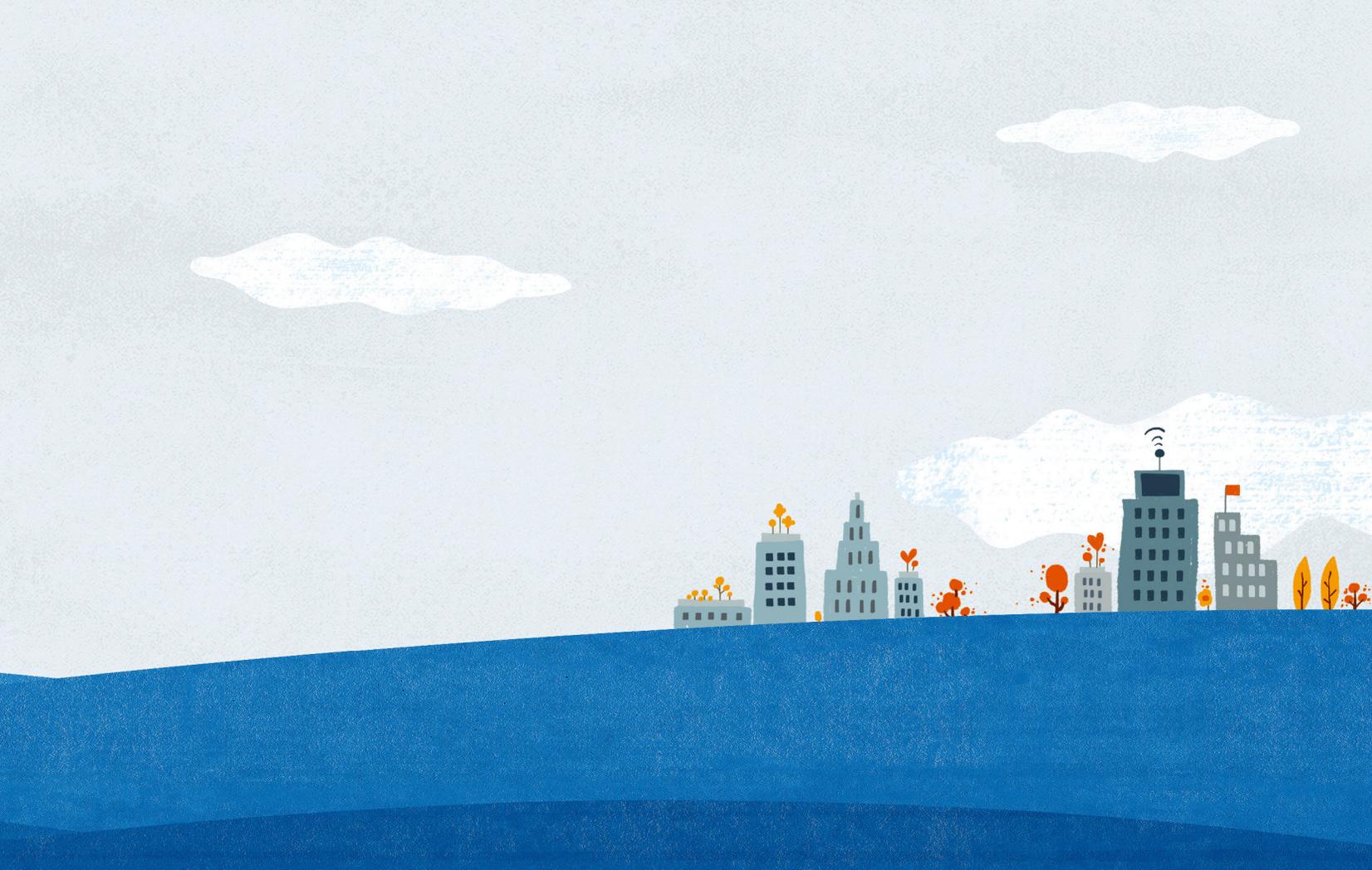
5 STEP 보고서 검증

제3자 검증 및 교정 | 중요성 평가와 보고내용의 신뢰성 확보를 위하여 전문기관의 검증을 실시하였습니다. 검증기관의 중요성 평가 결과를 비교분석하고, 검증 과정에서 발견된 수정사항을 반영하여 보고내용의 정확성 및 신뢰성을 높이고자 하였습니다.

Harmony with Space

경제적 성과	24
지속적 성장을 위한 노력	26
리스크 관리	28
경제적 성과 분배	29





Management Principle

대내외 환경의 어려움 속에서도 해외사업 및 신사업의 성장 가시화와 시장을 선도하는 친환경 제품 출시로 제품 경쟁력을 강화하고, 신성장 동력을 육성하는데 집중하고 있습니다.

2012 Performances

Category		2010	2011	2012
재무성과	매출액(백만원)	2,242,065	2,445,414	2,451,083
	당기순이익증가율(%)	70.0	15.6	△38.4
경영안정성	부채비율(%)	118.4	168.9	144.7
경영혁신	매출액 대비 연구개발비용(%)	2.02	1.94	2.07
투명성	지속가능경영보고서 발간	—	최초발간	발간

* 2012년 고기능소재·부품사업 부문의 IMD 사업 조정에 따라 주요 설비 일체를 매각하였으며, 이와 관련된 손익을 반영하여 재무성과를 조정하였습니다.

2013 Goal

- 효율적인 시장위험 관리와 부채 관리를 통한 안정적인 재무기반 구축
- 사업체질 혁신을 통한 수익성 확보
- 해외시장 개척 및 기능성 유리, 고성능 단열재 등 신규사업 확장
- 친환경, 친인간적인 제품 개발을 위한 연구개발 활동 확대

경제적 성과

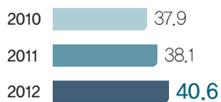
LG하우시스는 2012년 전방산업인 건설경기와 부동산 경기의 침체가 지속되는 어려운 경영환경 속에서도 신성장동력 사업 육성과 재무 건전성 추구를 통해 회사의 수익성, 성장성, 안정성을 추구하고 있습니다.

사업부문별 매출비중 (단위 : %)

건축장식자재



고기능소재·부품



수익성

LG하우시스는 건축장식자재 부문과 고기능소재·부품 부문의 2개 사업부문으로 구성되어 있으며 사업확장, 신시장 개척 등을 통해 0.2%의 매출액 증가율을 달성하였습니다.

건축장식자재 부문 | 건설 및 부동산 시장의 경기 악화로 인하여 건축장식자재 사업의 전방시장 침체는 지속되었습니다. 창호재의 경우 다양한 소재와 고기능성 유리, 가/시공을 통합한 Total Window Solution으로 고객 가치를 제고하고자 합니다. 이와 관련하여 기능성 유리사업 강화를 위해 2010년 독일의 Interpane사와 합작법인 (주)하우시스인터페인을 설립하여, 울산에 기능성 로이(Low-E) 코팅유리를 생산하고 있습니다. 또한 창호 에너지소비효율등급제 시행에 따라 완성창 기반의 1등급 창호 제품 확대를 진행하고 있습니다.

인테리어 자재의 경우 바닥재, 벽장재 등에 기능성을 강화하고 천연소재 기반의 친환경 소재 개발을 확대하여 국내 친환경 인테리어 자재 시장을 선도하고자 합니다. 천연소재인 옥수수를 주원료로 개발한 지아마루, 공기를 살리는 벽지 등을 출시하였으며, 국내 최초로 건축용 페넬폼 단열재 생산설비 투자를 통해 고성능 단열재 시장 진출을 준비하고 있습니다. 또한 Z:IN의 친환경 제품군을 묶은 Z:IN 에코 컬렉션을 선보이며 친환경 제품을 확대해 나가고 있습니다.

고기능소재·부품 부문 | 2012년은 IT 및 자동차 시장 등의 전방산업이 성장세를 지속하는 가운데 고기능소재·부품 부문의 터치스크린 소재 및 자동차 원단 등의 신제품 매출이 확대되어 매출이 성장세를 보였습니다. IT관련 산업은 스마트폰 및 태블릿 PC 등 스마트기기를 중심으로 성장세를 보였으며, 다양한 어플리케이션 확대로 인해 IT관련 제품의 높은 성장이 2013년에도 지속될 것으로 예상됩니다. 단, 가전 시장의 경우 중국의 가전 하향 정책의 단계적 종료에 따른 중국 내 가전 수요의 감소 및 국내의 내수 경기 부진으로 인한 가전 판매 부진 등으로 가전 표면재 시장의 성장은 둔화될 것으로 예상되나, 냉장고 용량 대형화 및 에너지 규제 강화로 친환경, 에너지 절감 사업에서 기회가 있을 것으로 예상됩니다. 자동차 산업은 세계 자동차 시장의 회복세 지속과 한-EU, 한-미 FTA 발효로 인한 국산차의 수출 증가 등의 긍정적인 요인으로 성장하였고 2013년 또한 세계 각국의 경기부양 지원책에 따라 성장세는 꾸준할 것으로 예상됩니다.

수익성 지표 (단위 : %)

주요 재무 지표	2010	2011	2012
매출액영업이익률	2.8	2.9	2.3
매출액순이익률	1.8	1.9	1.2
총자산순이익률(ROA)	2.6	2.4	1.6
자기자본순이익률(ROE)	5.8	6.4	3.9

활동성 지표 (단위 : 회)

주요 재무 지표	2010	2011	2012
총자산회전율	1.48	1.26	1.38
매출채권회전율	6.18	5.58	5.86
재고자산회전율	15.16	11.80	12.52
유형자산회전율	3.53	3.37	3.16

성장성

건축장식자재 부문 | 2012년 주택 시장의 침체는 전년에 이어 지속되었습니다. 정부는 주택시장의 회복을 위해 다양한 부동산 시장 활성화 대책을 발표하였으나, 국내 경기 불황과 글로벌 금융위기 영향 지속으로 인해 주택 매수 심리와 소비심리가 위축되고 있어 주택 시장의 침체는 벗어나지 못했습니다. 하지만 부동산 시장 활성화를 위한 정부의 노력이 지속되고 있고 저탄소 녹색성장과 에너지 절감 및 탄소배출을 줄이는 친환경 주택에 관련하여 정부의 법제화 기준이 지속적으로 강화되고 있습니다. 향후 주택 에너지 기준 강화 및 창호 에너지소비효율등급제가 본격화됨에 따라 그린홈 및 녹색 산업의 성장이 예상되면서 점진적으로 에너지 절감 및 친환경 자재의 수요가 증가할 것으로 예상됩니다. 해외 시장의 경우도 미국 주택 시장이 점진적 회복 중에 있고, 소비자 소득 수준 향상 및 건강에 대한 관심 증대에 따라 친환경 및 고급 인테리어 자재에 대한 수요가 지속될 것으로 예상됩니다.

고기능소재·부품 부문 | 자동차 산업은 북미와 중국을 중심으로 시장의 성장이 예상되며, 자동차 경량화 추세에 따라 고 연비 실현을 위한 고강도/경량 부품 및 소재에 대한 수요가 증가할 것으로 예상됩니다. 또한 IT 산업은 스마트 기기의 대중화 및 터치스크린 강화, 패널 대면적화 등으로 인하여 시장의 성장이 지속될 예정이며, 디지털 기기의 구조 및 기술의 트렌드 변화로 시장 환경이 빠르게 변화되고 있습니다.

LG하우시스는 복합소재의 개발, 표면처리, 점·접착 기술 등 핵심 기반기술을 바탕으로 IT, 가전, 자동차 등에 사용되는 고기능성 소재를 지속적으로 개발, 적용 용도를 다양화하고 고객기반을 확보하여 신사업의 성과 창출을 가속화할 계획입니다. 또한 국내 뿐 아니라 중국, 미국, 유럽 등의 글로벌 고객을 지속적으로 확대하여 글로벌 사업 성장에 주력할 것입니다.

안정성

LG하우시스는 신용등급 관리를 통한 대외신인도 제고와 안정적 재무활동을 통해 기업 경영의 안정성을 꾀하고 있습니다. 2012년 말 기준으로 국내 신용평가기관으로부터 회사채 AA-, 기업어음은 A1 등급을 유지하고 있습니다. 이는 기업의 원리금 지불 능력이 매우 우수하며 기업어음의 적기 상환능력과 채무상환능력이 우수한 것을 의미합니다. 또한 기업의 신용등급은 건설, 자동차/IT 등 전방산업 경기 영향, 고부가가치 연관 사업 진출 및 해외시장 확대 등 사업 현황 및 잠재적 성장성과 재무상태의 안정성 등이 반영된 결과입니다.

성장성 지표 (단위 : %)

주요 재무 지표	2010	2011	2012
매출액증가율	34.9	9.1	0.2
유형자산증가율	18.5	14.0	6.8
당기순이익증가율	70.0	15.6	△38.4
총자산증가율	8.4	27.8	△8.5

- △는 (-)의 수치임.

안정성 지표 (단위 : %)

주요 재무 지표	2010	2011	2012
유동비율	135.8	123.7	133.6
부채비율	118.4	168.9	144.7
비유동장기적합률	76.8	77.7	79.1
자기자본비율	45.8	37.2	40.9

- 운영자금 및 2012년 1월 만기도래 회사채의 차환자금(1,500억원) 2011년 12월 2,000억원의 회사채를 발행하였음.

지속적 성장을 위한 노력

LG하우시스는 지속가능한 제품, 고객 지향적이며 창의적인 디자인 개발과 더불어 신규사업의 확장 및 해외 진출을 통해 미래를 준비하고 있습니다.

제품 연구개발

LG하우시스의 연구개발 활동은 연구소를 중심으로 건축장식자재, 고기능소재·부품 사업분야의 연구를 통해 기존 사업의 구조적 경쟁력을 강화하고 미래 성장을 위한 신규 사업영역을 지속적으로 발굴해 나가는 중추적인 역할을 하고 있습니다. 이러한 지속적인 제품 연구개발 활동을 위해 2012년 50,651백만원(매출액 대비 2.07%)을 투자하였습니다.

연구개발비용

	2010	2011	2012
연구개발비용(백만원)	45,180	47,429	50,651
매출액 대비 연구개발비용(%)	2.02	1.94	2.07

- 매출액 대비 연구개발비용 = (연구개발비용 ÷ 당기매출액) × 100

연구개발 활동 현황 | 1989년 전신인 가공 기술 연구소로 출범하여 플라스틱 가공 기술 중심으로 연구개발을 시작한 이후 천연, 무기질, 생분해성, 복합소재 등 다양한 소재와 시스템 중심으로 연구개발 범위를 확장하였습니다. 친환경/친인간 건축장식자재와 고효율의 편리한 고기능소재를 중심으로 건축장식자재는 에너지 성능향상, 친환경 소재 및 감성 디자인에 집중하고, 고기능소재·부품은 핵심기술을 기반으로 가전/IT 제품의 외관 품질 및 기능을 향상시킬 수 있도록 하여 차별화된 가치와 경쟁력을 확보하고자 합니다. 고분자 가공, 복합소재 개발, 표면처리, 구조 설계 및 해석, 점/접착 등 핵심 기반기술을 바탕으로 기능성 유리, 고성능 단열재, 터치스크린/디스플레이용 소재/필름, 친환경 원단, 경량화 소재를 미래 신성장분야로 선정하여 연구개발에 집중할 계획입니다. 앞으로도 연구개발에 대한 지속적인 투자와 고도의 핵심기술 확보 및 융합을 통해 신규 유망사업 발굴을 위해 끊임없이 노력하겠습니다.

에너지 절감, 친환경 건축장식자재 | 건물의 에너지 절감효과와 더불어 창의 단열성능을 극대화 할 수 있는 주거용/상업용 로이 코팅 유리와 발포 기술을 적용하여 단열성능 및 화재 안정성을 확보한 차세대 고성능 단열재를 개발하였습니다. 또한 옥수수로부터 추출한 PLA(Poly Lactic Acid)를 활용한 친환경 바닥재와 벽지 제품을 개발출시하여 친환경 건축장식자재 시장을 선도하고 있습니다.

기능성 필름/원단, 고강도 경량화 소재 | IT 분야의 터치스크린용 투명 점·접착 소재 및 차세대 디스플레이용 소재를 개발하여 생활의 편리성을 향상시키고, 표면처리 기술을 통해 내오염성, 고내구성을 구현한 Bio-based Plastic을 활용한 친환경 원단을 개발하여 온실가스 배출 저감에 기여하고 있습니다. 전기자동차를 포함한 친환경 운송수단의 고강도 경량화 소재를 개발하여 자동차의 주행거리 향상 및 연비 효율 개선에도 기여하고 있습니다.

연구개발 조직 | LG하우시스 연구소는 고분자 가공 기술 기반으로 복합소재, Base Film 및 에너지 절감기술을 연구하는 고분자 재료 Lab, 디스플레이용 코팅 및 터치스크린용 필름을 연구하는 코팅기술 Lab, 점·접착 기술 기반으로 전자기기, 산업용 점착 필름을 연구하는 점착기술 Lab과 무기소재 기반으로 실내 공기질 및 에너지 절감 기술을 연구하는 무기소재 Lab으로 구성되어 있으며, 경기도 안양에 위치하고 있습니다.



신시장 개척 및 신규사업 확장

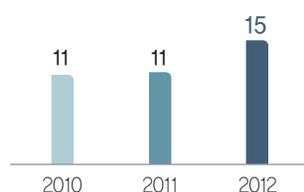
신시장에 대한 기술 경쟁력을 확보하기 위해 해외 우수 기업과 협력을 통해 기업 경쟁력을 높이고 있습니다. 2009년 국내 알루미늄 창호사업 성장 기반을 확보하기 위해 일본 1위 알루미늄 창호업체인 LIXIL사(舊 Tostem)와 전략적 제휴를 맺었고, 2011년 5월 알루미늄 창호 생산사업장 오창공장이 완공되어 가동 중에 있습니다. 2011년에는 기능성 유리시장에 대응하기 위해 독일 인터페인사와의 J/V를 설립했고, 2012년 상반기에는 울산 공장에 생산설비를 내재화하여 코팅유리의 제품 경쟁력 우위를 확보하는 노력을 경주하고 있습니다. 뿐만 아니라 2009년 자체 시공 능력 확보를 통해 고객관점의 완성창 품질 개선과 함께 고객 대응력 향상을 위해 시공 자회사 (주)하우시스이엔지를 설립하였습니다. 회사는 직시공 역량을 보유한 자회사를 설립하여 운영하고, 향후 창호 면허 관련 제품(AL/유리) 및 AS 서비스까지 포함한 시공 전문 자회사로 육성할 계획입니다. 또한 건물 에너지 효율성을 극대화하는 핵심 솔루션을 제공하고자 건축용 페놀폼 단열재(PF Board) 생산설비에 투자하고 있습니다. 일본 아사히유기재공업 주식회사와 기술 협약을 체결하고 2013년 6월까지 260억원을 투자하여 양산 라인을 구축할 예정입니다.

LG하우시스는 해외에 생산거점을 확보함과 동시에 해외시장 진출을 위해 직접 생산설비를 투자하고 있습니다. 2010년 엔지니어드 스톤의 세계 최대 시장인 미국에서 생산설비에 40백만달러를 투자하여 LG Hausys America, Inc. 내 엔지니어드 스톤 생산 공장을 구축함으로써 하이맥스 생산 역량과 유통망을 활용하여 매출을 극대화하고 사업 시너지를 창출하고 있습니다. 또한 중국시장 선점과 유리한 생산조건 확보를 위해 중국 장쑤성 우시시에 공장을 건설하고 있으며, 이를 통해 화동지역에 생산거점을 확보하였습니다. 2015년까지 바닥재 등의 건축장식소재 공장 R&D 센터, 기능성점착소재(PSAA), 진공단열재, 자동차 원단 등 고기능소재·부품 공장을 단계적으로 건설할 계획입니다.

디자인 혁신

LG하우시스는 디자인센터를 중심으로 시장에 대한 조사·연구를 강화하고 고객 감성에 어필할 수 있는 창의적인 디자인 개발에 역량을 집중하고 있습니다. 고객을 배려하는 디자인 정신과 제품을 바라보는 새로운 시각, 자연과 사람에 대한 남다른 애정을 담은 디자인으로 독일의 iF, 레드닷, 미국의 IDEA와 같은 3대 Global Award에서 4년 연속 수상하는 등 세계적으로 디자인 역량을 인정받았습니다. 2012년 iF와 레드닷, IDEA Award에서 각각 11개, 3개, 1개를 수상하였으며, iF Company Ranking에서도 글로벌 우수기업을 제치고 11위에 올라 국내외에서 인테리어 디자인 트렌드를 선도하는 기업으로 도약하고 있습니다. 혁신적인 디자인 개발을 위하여 외국어교육, IT교육, 조직개발교육 등의 기본교육 뿐만 아니라 핵심인재(HPI) 육성 및 디자인 전문교육을 실시하고 있습니다. 이와 더불어 자발적 창의활동(NCI)을 통한 디자인 점프 활동, Trend Forum 참여 등과 같은 대외활동을 통해 디자인의 내실을 다지고 있습니다.

Global BIG3 Award 수상 내역 (단위 : 건)



- Global BIG3 Award : iF, reddot, IDEA

리스크 관리

LG하우시스는 여러 활동으로 인하여 시장위험, 신용위험 및 유동성위험과 같은 다양한 금융 위험에 노출되어 있으며, 전반적인 위험관리 프로그램은 재무성과에 잠재적으로 불리할 수 있는 효과를 최소화하는데 중점을 두고 있습니다.

위험관리체계

위험관리는 중앙 자금부서(연결회사의 금융부서)에 의해 이루어지고 있으며 연결회사의 금융부서는 연결회사의 현업부서들과 긴밀히 협력하여 재무위험을 식별, 평가 및 회피하고 있습니다. 중앙 자금부서는 외환위험, 이자율위험, 신용위험, 파생상품과 비파생상품의 이용 및 유동성을 초과하는 투자와 같은 특정 분야에 관한 문서화된 정책뿐 아니라 전반적인 위험관리에 대한 정책을 제공합니다. 또한 안전환경리스크 관리를 위해 사업장별 안전환경조직을 운영하고 있습니다.

시장위험관리

LG하우시스는 외환위험과 현금흐름 및 공정가치 이자율위험을 통한 시장으로부터의 위험을 체계적으로 관리하고 있습니다.

외환위험 | LG하우시스는 국제적으로 영업활동을 영위하고 있어 외환위험, 특히 미국 달러화와 관련된 환율변동위험에 노출되어 있습니다. 외환위험은 미래예상거래, 인식된 자산과 부채와 관련하여 발생하고 있습니다. 경영진은 연결회사 내 회사들이 각각의 기능통화에 대한 외환위험을 관리하도록 하는 정책을 수립하고 있으며, 연결회사 내 회사들은 금융부서와 협의하여 미래예상거래 및 인식된 자산과 부채로 인해 발생하는 외환위험을 관리하고 있습니다. 외환위험은 미래예상거래 및 인식된 자산부채가 가능통화 외의 통화로 표시될 때 발생하고 있습니다. 연결회사는 환위험 관리 모델을 이용하여 환위험 노출에 대한 최대 환손실 규모가 위험허용범위 이내가 되도록 관리하고 있습니다. 또한 해외사업장에 일정한 투자를 하고 있으며 이들 사업장의 순자산은 외화환산 위험에 노출되어 있습니다. 이러한 환 노출은 주로 관련 외화로 표시되는 차입금을 통해 관리되고 있습니다.

현금흐름 및 공정가치 이자율위험 | LG하우시스의 이자율위험은 장기 차입금에서 비롯됩니다. 변동 이자율로 발행된 차입금으로 인하여 현금흐름 이자율위험에 노출되어 있으며 동 이자율위험의 일부는 변동이자부 현금성자산으로부터의 이자율위험과 상쇄됩니다. 또한 고정이자율로 발행된 차입금으로 인하여 연결회사는 공정가치 이자율위험에 노출되어 있습니다. 보고기간말 현재 연결회사의 변동 차입금은 외화로 표시된 변동이자부 차입금입니다. 연결회사는 이자율에 대한 노출에 대해 다각적인 분석을 실시하고 있습니다. 고금리 차입금 감축, 장/단기 차입구조 개선, 고정 대 변동이자 차입조건의 비교 분석, 국내외 금리동향 모니터링 실시 및 대응방안 수립 등을 통해 이자율위험을 관리하고 있습니다. 이러한 이자율위험 관리 정책에 근거하여 보고기간말 현재 0.1% 이자율변동 시 변동금리부 차입금에 대한 금융손익 변동으로 인하여 당기손익은 최대 206백만원(전기 : 367백만원) 증가하거나 감소할 수 있습니다.

경제적 성과 분배

LG하우시스는 경제적 성과를 주주 및 투자자, 협력회사, 임직원, 정부, 지역사회 등 다한 이해관계자와 공유하고 있으며, 직접적 경제가치와 함께 일자리 창출, 지역사회공헌 등과 같은 간접적 경제가치를 창출하고 있습니다.

주주 배당금
100억원



주주 및 투자자 | LG하우시스의 실소유자인 주주의 가치 극대화를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 현금 배당을 통해 회사의 이익을 주주에게 환원하고 있으며, 2012년 보통주 기준 주당 1,000원의 현금배당을 결정하였으며 주당순이익은 2,852원입니다.

재화 및 서비스 구매
15,423억원



협력회사 | 협력회사로부터 재화와 서비스를 구매하고, 이를 통해 공정하고 지속적인 관계를 유지하고 있습니다. 2012년 협력회사는 1,700여 곳으로, 총 15,423억원의 재화와 서비스를 구매하였습니다. 이 중 38%를 지역사회에서 직접 구매하고 있습니다.

급여, 복리후생, 퇴직급여
2,745억원



임직원 | 임직원에게 급여, 복리후생비, 퇴직급여를 지급하였으며, 향후 공정한 성과분배와 다양한 복지제도를 통해 임직원에 대한 경제적 가치 분배를 지속적으로 확대할 계획입니다.

법인세 및 기타 제세공과금
247억원



정부 | 경영활동으로 창출된 성과를 투명하게 공개하고 국가와 지방자치단체에 법인세, 소득세, 부동산세 등 각종 세금을 성실히 납부하고 있습니다.

지역사회 투자
6억원



지역 사회 | 지역인프라 지원기금, 예술 및 교육행사 프로그램 후원 등을 통한 사회공헌활동을 전개하고, 이를 통해 경제적 성과를 지역사회에 환원하고 있습니다.

분배대상	분류	2010	2011	2012
주주 및 투자자	주당배당금(원)	1,000	1,000	1,000
	주당순이익(EPS, 원)	4,006	4,631	2,852
협력회사	배당금 총액(억원)	100	100	100
	재화 및 서비스 구매(억원)	15,814	16,066	15,423
임직원	급여(억원)	1,786	2,005	2,110
	복리후생비(억원)	416	447	490
	퇴직급여(억원)	75	118	145
정부	법인세 및 기타 제세공과금(억원)	232	234	247
지역사회	지역사회 투자비용(억원)	9	16	6
총(억원)		18,432	18,986	18,521

Harmony with Nature

녹색경영	32
친환경제품	33
ECO COLLECTION	34
기후변화 대응	36
환경안전	38
친환경사업장	39





Management Principles

자연과 사람을 존중하는 생활공간을 구현하기 위해 친환경소재를 확대적용하고 에너지효율이 향상된 제품을 개발하여 고객에게 건강한 생활환경을 제공하고자 노력하고 있으며, 제조현장의 온실가스 저감 및 오염물질 배출 최소화에도 지속적으로 노력하고 있습니다.

2012 Performances

Category		2010	2011	2012
경영시스템	ISO 인증	유지	유지	유지
	녹색기업 지정	유지	유지	유지
기후변화 대응	에너지 절감량(TJ)	205	216	192
	온실가스 배출 감축량(tCO ₂ e)	11,060	11,186	9,757
환경오염물질 최소화	폐기물 재활용률(%)	*87.6	89.9	88.7
	유해화학물질 원단위 사용량	0.0859	0.0539	0.0306
친환경제품*	인증제품 수	90	95	111

* 친환경제품 : 환경표지, HB마크, 탄소성적표지 인증제품

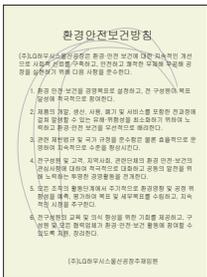
2013 Goal

- 친환경소재, 에너지 절감을 구현한 그린제품 확대
- 에너지 혁신활동을 통한 에너지 절감 및 온실가스 배출 감축
- 환경안전경영 강화 및 방재시스템 개선

녹색경영

LG하우시스는 인간을 존중하는 마음가짐으로 자연과의 아름다운 조화를 추구하는 녹색경영을 실천하고 있습니다.

-  **LG경영이념**
-  **LG경영현장**
-  **LG윤리규범**
-  **환경선언문**
-  **환경안전보건방침**



녹색경영철학

LG하우시스 녹색경영의 근간은 LG경영이념인 ‘고객을 위한 가치창조’와 ‘인간존중의 경영’에 두고 있습니다. 자연을 닮은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만들겠다는 LG하우시스의 비전 또한 LG경영이념으로부터 출발했다고 할 수 있습니다. 사업활동에서의 환경영향을 지속적으로 개선하고 자연을 닮은 소재, 소중한 자원을 절약하는 제품과 서비스의 제공을 통해 자연, 인간과 함께 성장하고자 하는 것이 LG하우시스의 녹색경영입니다. LG하우시스는 환경보전 및 안전·보건 등 기업의 사회적 책임과 역할을 우선시하는 LG그룹의 경영현장 및 윤리규범에 바탕을 둔 환경선언문에 따라 기업활동과 환경의 조화를 추구하고 있습니다.

-  LG는 경영활동의 모든 단계에서 환경·안전·보건을 먼저 생각하고 고객을 위한 가치창조의 기회로 삼는다.
-  LG는 사업활동이 이루어지는 모든 지역 및 국가의 환경·안전·보건 관련 법규를 근간으로 엄격한 기준을 설정하여 철저히 준수하며 환경·안전·보건 수준을 지속적으로 향상시킨다.
-  LG는 환경·안전·보건활동의 성과를 정기적으로 측정하고 그 내용을 공개한다.
-  LG의 모든 임직원은 지구환경보전에 대한 사회적 책임을 같이 인식하여 지역사회의 환경보전활동에 적극 참여한다.

LG 그린경영

LG 그린경영은 사업장 환경보호 중심의 환경경영 개념을 기업활동 전반으로 확대하여 새로운 고객 가치를 창출하고 국가와 사회에 기여하겠다는 LG의 새로운 경영방침입니다.

환경경영

환경에 대한 영향을 최소화하는 경영 (사업장의 환경보호 중심)

그린경영

기업활동 전반의 환경영향을 최소화하고 그린 제품 확대, 그린 신사업 강화를 통해 새로운 고객 가치 창출 및 국가·사회에 기여하는 경영



직접기어

제조과정 상의 에너지 효율 개선, 온실가스 감축, 물 사용량 절감 등

간접기어

고효율 제품 확대를 통해 소비단계의 온실가스 감축

- ✓기후변화에 대응
- ✓녹색성장에 기여
- ✓지속가능한 성장 도모

LG하우시스 그린경영

LG하우시스는 녹색기업경영시스템을 기반으로 체계적인 환경경영을 실천하고 있으며 이를 통해 온실가스 및 대기오염물질 배출을 저감하고 자원절약, 재활용을 확대하는 그린 사업장을 실현하고자 합니다. 또한 제품개발 및 사업전략 방향을 친환경소재 제품, 에너지고효율 제품 확대에 중점을 두어 정부가 추진하는 저탄소 녹색성장을 실현하여 기업의 사회적 책임을 다하고자 합니다.

Green사업장



- 온실가스 배출 저감, 에너지 사용 절감
- 대기오염물질 배출 저감, 자원절약
- 녹색기업경영시스템 운영

Green 신제품 확대 & Green 신사업



- 제품 Green Identity & ECO COLLECTION 개발
- 에너지성능 우수제품 개발 확대
- 실내공기질 개선, 천연소재 사용 제품 확대

친환경제품

LG하우시스의 핵심가치인 'Eco-Friendly, Energy Saving, Human-Friendly'와 고객이 생각하는 친환경을 바탕으로 친환경제품을 개발하여 고객에게 행복한 생활공간을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

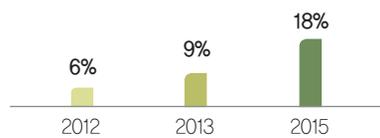
친환경제품 개발

LG하우시스는 Green Identity를 정립하여 친환경제품 개발에 적용하고 있습니다. 친환경소재를 기반으로 건강하고 쾌적한 생활공간을 구현하는 'Eco-Friendly'와 고효율 제품 및 신재생에너지 활용을 통해 온실가스 배출을 최소화하는 'Zero Emission'을 제품 개발의 제1의 가치로 삼으며 그린 신제품 개발을 이루어나고 있습니다.



친환경제품 솔루션 강화

그린 신제품 매출비중 성과 및 목표



- 그린 신제품은 장식재 및 창호재를 대상으로 함

천연소재 및 재생자원 사용, 에너지 절감을 구현한 그린 신제품 매출을 확대하고, 친환경기술 개발로 그린 신사업을 전개하고 있습니다. 2012년에는 지아 시리즈 확대, 고성능 단열재 개발 등을 통해 친환경제품 솔루션 강화를 위한 노력을 지속하였습니다.

분류	그린 신제품	향후 계획
친환경소재	Bio 소재	지아 시리즈(바닥재, 벽지)
	IAQ 소재	공기를 살리는 벽지, 숨타일
에너지절감	단열창호	복합소재의 고강도/단열창
	단열소재	냉장고용 고성능 단열재
		용도 확대 및 범용화
		디자인 차별화 및 용도 다변화
		저보강(Steel) 적용기술 확보
		건축용 진공단열재 출시

친환경제품 인증

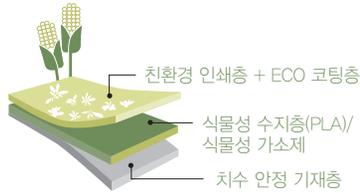
LG하우시스는 국내외 친환경 건축자재 인증을 확대하여 정부의 저탄소 녹색소비 활성화 정책에 적극적으로 동참하고, 고객에게는 보다 건강하고 안전한 제품을 제공하고 있습니다.

<p>환경표지 63건 HB마크 23건</p>	<p>탄소성적표지 25건 (저탄소인증 2건)</p>	<p>창호 에너지소비효율등급 191건</p>	<p>신기술인증(NET) 2건 신제품인증(NET) 1건</p>	<p>해외인증 12건</p>
------------------------------	----------------------------------	------------------------------	--	---------------------

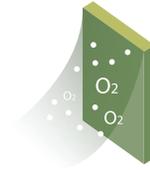
ECO COLLECTION

지아마루, 지아벽지, e+ glass, V-Panel 등 ECO COLLECTION을 중점 관리·육성하여 그린홈, 그린오피스, 그린 빌딩 구현을 위해 노력하고 있습니다.

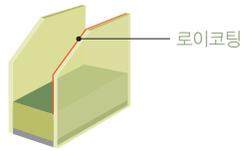
지아마루, 지아벽지



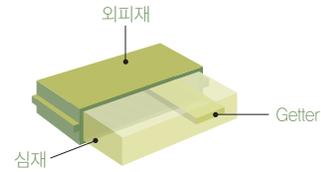
공기를 살리는 벽지



e+ glass



V-Panel



01_ 지아벽지



세계 최초로 옥수수를 원료로 만든 100% 천연소재 벽지로, 천연소재로 이루어져 환경호르몬 방출이 없으며, 에코 코팅층이 실내 공기를 깨끗하게 합니다.

03_ 숨타일(조습벽재)



흙 성분을 원료로 한 친환경 자연소재 내장 벽재로서, 실내 유해물질과 생활악취를 감소시켜 각종 질환과 재접증후군을 예방하고, 탁월한 실내습도 유지로 건강한 생활공간을 만들어 드립니다. 타일 내부에 균일하게 분산된 천연광물 성분이 미세기공(4~5nm)을 형성시켜 유해물질의 흡착, 탈취 및 실내습도를 조절합니다.

05_ 천연원목창



장인 정신이 배어있는 맞춤형 가공기술이 접목된 프리미엄 시스템 창호로 다중 집성 원목 및 친환경 수성 도료를 사용하여 목재의 내구성 우수하고 인체에 해로운 물질의 방출을 최소화합니다.

02_ 공기를 살리는 벽지



벽지 표면의 에코 코팅층이 햇빛이나 형광등의 가시광선에 반응해 유해물질을 분해하면서 실내 공기를 맑고 쾌적하게 만듭니다.

04_ 자동환기창



창을 열지 않아도 센서가 실내공기를 측정하여 스스로 환기하고 열까지 지키는 스마트 환기창입니다. 통풍개념의 Cross Ventilation 방식으로 언제나 신선하고 깨끗한 공기를 유지하고 냉난방 에너지 손실을 최소화하여 전기 에너지 낭비를 줄일 수 있습니다.

06_ e+ glass(고단열 로이유리)



독일 선진회사인 인터페인사의 코팅기술을 기반으로 판유리 표면에 금속 및 금속산화물로 구성된 다수 층의 얇은 막을 코팅해 일반유리 대비 50% 정도의 에너지 절감 효과와 결로방지에 효과가 있는 고기능성 유리입니다.



07_ 지아마루



옥수수, 천연석, 편백나무 등 천연 원료로 만든 바닥재로, 황토와 무기질로 이루어진 황토풀(황토 Full)로 시공하여 가정에서 유해가스 및 환경호르몬에 대한 걱정이 없고, 탈취, 공기정화 기능까지 뛰어나 안심하고 생활할 수 있습니다.

08_ 강그린(강마루)



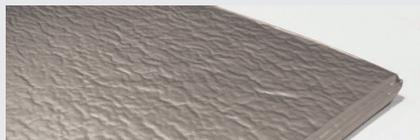
강그린은 강마루 층층이 녹차성분을 첨가한 친환경 제품으로 유해물질 발생을 억제하는 효과가 뛰어나 친환경 건축자재 인증(HB마크) 최우수 등급을 획득한 건강한 마루입니다. 쪽간 V자 면취처리로 더욱 고급스럽고, 특수표면 소재(HPL) 사용으로 표면이 강할 뿐만 아니라 오염물질이 쉽게 제거되어 항상 깔끔한 마루입니다.

09_ PF Board(페놀폼 단열재)



열경화성 플라스틱 수지를 친환경 발포가스(Non-프레온가스)로 발포하여 에너지 효율성을 극대화한 고성능 난연 단열재입니다. 스티로폼의 1/10 크기의 미세입자를 적용해 얇으면서도 견고한 내부 구조를 갖추고 있으며 25년 이상 단열성능을 유지할 수 있습니다.

10_ V-Panel(진공단열재)



글라스파이버를 주원료로 제조된 심재에 특수재질의 외피를 적용하여 수분으로 인한 열 전달을 방지함으로써 에너지 효율 개선의 효과가 있습니다.

11_ 하이막스(인조대리석)



리사이클 칩(Recycle Chip)으로 제작한 인테리어 대리석으로, 우수한 물성을 지니고 있을 뿐 아니라 위생성과 내구성이 뛰어나며, 세균 번식의 우려가 없습니다. 또한 얼룩이나 물때가 끼지 않아 청소가 간편합니다.

12_ 캐비너(자동차필터)



사무기기, 사무실 및 자동차 실내공간 등의 생활속 숨은 먼지를 효율적으로 제거하는 친환경필터로, 쾌적하고 건강한 실내 공기를 제공합니다.

기후변화 대응

LG하우시스는 생산공정 효율화 및 지속적인 에너지·온실가스 절감 활동을 통해 기후변화에 대응하는 사업장 Green화를 도모하고 있습니다.

기후변화 대응 전략

LG그룹은 친환경 녹색성장에 기여하고 지속가능한 성장을 도모하기 위해 2010년 Green 2020을 선포하였으며, 'Green Goal 2020' 달성을 향해 Green 사업장, Green 신제품, Green 신사업 분야에 20조원 규모의 연구 개발에 투자할 계획입니다. LG하우시스는 에너지·온실가스 감축, 친환경제품 확대, 천연재료·신소재 개발 등 3대 녹색전략을 수립하여 추진하고 있습니다.

온실가스 배출 감축

온실가스 배출 | LG하우시스는 국내 주요 사업장을 대상으로 온실가스 인벤토리를 구축하여 배출량 감축의 이행기반을 마련하였으며, 2012년 온실가스 배출량은 139,234tCO₂e으로 2013년 3월 DNV인증원으로부터 검증을 받았습니다.

자발적 온실가스 감축 | 생산공정에서 발생할 수 있는 오염물질의 배출을 최소화하고 주요 보일러 시설에 청정연료를 사용하는 등 온실가스 감축의 의무가 없는 상태에서도 자발적으로 온실가스 감축을 위해 노력해 왔습니다.

온실가스 감축 등록사업 | 2006년부터 주요 보일러 시설의 연료를 청정연료로 전환하였고 국가 온실가스배출 저감사업에 등록하여 2012년까지 총 50,253tCO₂e의 조기감축실적을 인정받았습니다. 또한 2009년 해외 자발적 탄소 시장(인증기준 VCS: Voluntary Carbon Standard)에 국내기업 최초로 '스팀생산보일러 청정연료 전환사업'을 등록한 바 있습니다.

(단위 : tCO₂e)

구분	감축 실적	정부구매 참여	조기감축실적 인정
열매보일러 연료 교체	6,733	1,285	5,962
폐열보일러 연료 교체	10,214	3,553	8,082
스팀보일러 연료 교체	42,754	10,908	36,209
합계	59,701	15,746	50,253

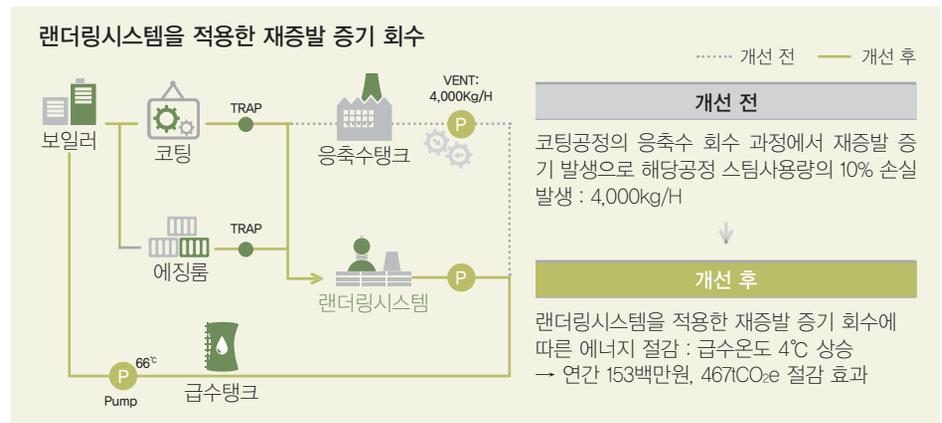
에너지 절감 활동 | 유틸리티 효율 향상, 폐열 및 응축수 회수 강화, Local설비 효율 향상, 관리활동 강화 등 4대 중점 추진 과제를 통해 에너지 사용량 절감 및 온실가스 배출량 감축 활동을 실시하고 있으며, 이를 통해 2012년 9,757tCO₂e의 온실가스를 저감하였습니다. 향후 지속적인 설비 개선 및 운전조건 최적화, 신재생에너지 도입, 신기술 고효율 설비 도입 등을 통해 에너지 절감 및 온실가스 감축 활동을 확대하겠습니다.

에너지 절감 중점 추진 과제

유틸리티 효율 향상	주요 보일러 연소시스템 개선
폐열 및 응축수 회수 강화	재증발 증기 회수
Local설비 효율 향상	냉동, 공조설비 효율 향상 / 난방시스템 개선
관리활동 강화	지속적 점검, 관리



에너지 절감 TFT | 청주공장은 2012년 1월 에너지 절감 TFT를 구성하여 스팀 leak, 공기동 에너지 손실 제거 등 낭비요소 제거 활동부터 펌프 가동 효율화, 폐열 회수, 공조기 운전 최적화, 열원 변경 등 설비 효율 향상 활동, 임직원의 에너지 절감 의식고취 및 실천 독려를 위한 계절별 주요 활동 포스터, 현수막 홍보 활동에 이르기 까지 전 임직원이 참여하는 에너지 절감 활동을 실시하였습니다. 이러한 활동으로 2011년 대비(불변기준) 에너지원단위 13%, 에너지구성비 0.76%p를 개선하였습니다.



기타 온실가스 배출량 관리

녹색물류 | 2011년 천안에 중부통합물류센터(Central Distribution Center: CDC)를 구축하여 복잡한 물류망을 개선하고 창고 운영 및 운송과정에서 소비되는 연료 절감을 통해 온실가스 저감에 기여하고 있습니다. 2013년에는 고객 주문 및 차량 운행을 분석하여 대형차량 운영 확대, 소형물량 배송 최소화 및 창고 내 지게차 운행 효율화 등 녹색물류 실현을 위한 노력을 지속적으로 전개하고자 합니다.

- 차량 공회전 방지, 과속 방지 등 Eco-Driving 생활화
- WMS(Warehouse Management System) 활용을 통한 작업동선 및 횡수 최적화

화상회의 | 국내외 주요 사업장에 다자간 커뮤니케이션이 가능한 화상회의 시스템을 구축하여 활용함으로써 출장으로 인한 온실가스 배출 저감에 기여하고 있습니다.

- 본사(서울), 연구소(안양), 공장(청주, 울산, 오창) 등 국내사업장 및 해외법인(중국, 미국, EU, 러시아), 임직원 PC 등에 다자간 화상회의 시스템 설치 및 운영

환경안전

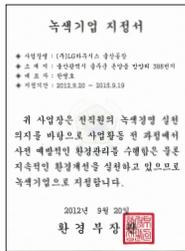
환경안전경영시스템을 통해 임직원 및 지역사회의 안전과 환경보전을 위한 지속적인 개선을 실현하고자 노력하고 있습니다.

경영시스템 최초인증/지정일

시스템명	울산	청주
ISO14001	1996.12	1999.11
KOSHA18001	2000.11	2009.12
OHSAS 18001	-	2000.12
녹색기업	1995.12	1995.12



ISO14001 인증서(청주)



녹색기업 지정서(울산)

환경안전체계

LG하우시스는 1995년부터 현재까지 환경부로부터 녹색기업으로 지정받고 있으며, 환경경영시스템 ISO14001, 안전보건경영시스템 KOSHA18001, OHSAS18001 등 환경안전관련 경영시스템을 유지하고 있습니다. 2012년에는 울산, 청주공장 모두 녹색기업 운영규정에 따라 최근 5년간의 녹색경영 활동 평가를 통해 5차 재지정을 받았습니다.

ESH IT 시스템 | 환경안전경영 관련자료 및 제반 업무를 효율적으로 관리하고 정보공유 등 임직원과의 커뮤니케이션을 위해 2007년 ESH IT 시스템을 구축하여 운영하고 있습니다. 향후 지속적인 시스템 관리를 통해 변화하는 사업환경에 능동적으로 대처할 계획입니다.

통합방재시스템 | 자동화재탐지시스템(온도/연기 감지), 영상정보시스템, 지리정보시스템 기술이 종합적으로 적용된 통합방재시스템을 구축하여 화재 및 환경사고를 예방하고 사고발생시 초기에 즉각 대응할 수 있도록 하고 있습니다. 또한 주요 대기방지시설의 실시간 모니터링 시스템을 통해 최적 운전조건을 확인하여 에너지 낭비와 비정상 운전의 사전예방에 활용하고 있습니다.

방재시스템 개선 TFT | 2012년 11월 울산공장 발포실에서 화재사고가 발생하였습니다. 재발 방지를 위해 즉시 피난/대피시설 및 소방·소화설비에 대한 점검을 거쳐 개선사항에 대한 조치를 완료하였습니다. 나아가 방재시스템 개선 TFT를 구성하여 사업장 전체의 화재위험성을 재평가하고 관련 시설을 개선하고 있습니다. 향후 1년 동안 TFT 운영을 통해 관련 내구 및 매뉴얼을 제·개정하고, 상황별 종합 방재훈련을 실시하는 등 방재 활동을 강화할 계획입니다.

방재시스템 개선 TFT 활동



친환경사업장

LG하우시스는 각종 환경안전사고의 예방은 물론 대기, 수계, 토양으로의 오염물질 배출량을 최소화하기 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

대기환경 관리

기존의 노후되고 처리효율이 낮은 대기방지시설을 고효율 시설로 대체하고 있으며, 울산공장은 RTO(Regenerative Thermal Oxidizer) 12기와 전기집진기 10대에 대한 모니터링 시스템을 구축 운영하여 비정상 운영에 따른 약취 확산에 즉각 대응토록 하는 등 발생 가능한 민원에 대해서도 사전에 예방하고 있습니다.

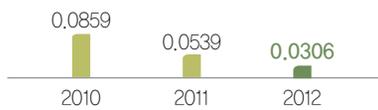
수질환경 관리

사업장 내 주요 지점에 유수분리조를 설치하여 오염상태를 주기적으로 점검하고 있습니다. 울산공장은 공정 발생 폐수는 없으나 자체 폐수처리장을 운영하여 동일 부지 경계 내에 있는 LG화학 및 LG생활건강의 폐수를 처리하고 있으며, 액상물질 누출 시 이를 감지하고 경보를 발생하는 조기경보시스템을 운영하고 있습니다. 청주공장은 LG화학의 공동 폐수처리장을 통해 수질환경 관리를 하고 있습니다.

유해화학물질 관리

울산, 청주공장은 납화합물, MEK, 아세트산에틸 등 14종의 유독물을 관리하고 있습니다. 2012년 유독물 사용량은 7,031ton으로 전년도 대비 49.8% 감소하였는데, 이는 친환경가소제 적용으로 프탈레이트가소제(DEHP) 사용량이 급감하였기 때문입니다.

유독물 원단위 사용량



2012년 사업장폐기물 처리 현황



폐기물 관리

자원의 절약과 재활용 촉진을 위한 정부 정책에 적극 참여하고 있습니다. 2008년부터 바닥재 및 창호 프로파일 품목에 대해 환경부와 재활용 자발적협약을 체결하여 재활용기술 개발, 수거체계 확충, 재활용업체 지원 등 재활용체계 구축을 위해 노력하였으며, 2012년에는 플라스틱 거푸집, 프로파일 포장재의 신규 재활용협약을 추진하여 재활용 범위를 확대하고 있습니다. 2012년 주요 사업장에서 발생한 폐기물은 88.7%를 재활용 처리하였습니다. 특히 바닥재 및 프로파일 생산 과정에서 발생하는 공정폐기물을 전량 스크랩화한 내부스크랩을 제품생산에 재투입하고 있습니다. 또한 사용 후 폐기된 제품을 수거하여 원료화한 외부스크랩을 최대한 사용할 수 있도록 원료 처방을 개발, 적용하고 있습니다.

재활용 자발적협약 운영 현황 (프로파일, 바닥재)



Mass Balance

원료

주요 원료 사용량 |

PVC	120,260 ton	
탄석	69,197 ton	
가스제	31,343 ton	
MMA	11,924 ton	

재생원료 사용량 | 22,669 ton

바닥재 및 창호 프로파일에 투입되는 재활용 원료

에너지

에너지 사용량 |

직접 에너지	965 TJ	
간접 에너지	1,720 TJ	

에너지절감 투자금액 | 1,881 백만원

물

용수 사용량 |

사업장 용수 사용량 674,706 ton

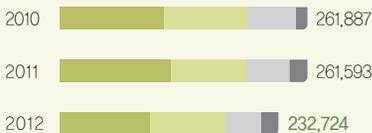
환경투자금액

2,993 백만원

INPUT

*주요 원료 사용량 (단위: ton)

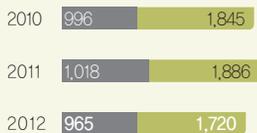
■ PVC ■ 탄석 ■ 가스제 ■ MMA



-전년도와 데이터 산정방식 변경

에너지 사용량 (단위: TJ)

■ 직접에너지 ■ 간접에너지

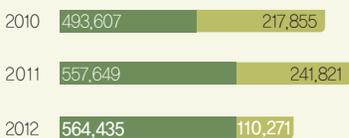


-에너지 사용량 배출범위: 청주공장, 울산공장
-유류, LNG 등 직접에너지원과 전력, 스팀 등 간접에너지원 포함



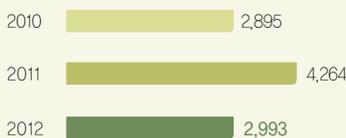
용수 사용량 (단위: ton)

■ 울산 ■ 청주



-울산: 지표수(회아강), 상수도 (회아강물은 펌핑 후 필터링하여 냉각수로 활용)
-청주: 상수도, 지하수, 공업용수

*환경투자금액 (단위: 백만원)



-공장개선, 환경친화적 제품 설계·생산, 온실가스 저감 및 에너지 절약, 직업환경개선, 환경보전 등 포함
-전년도와 데이터 산정방식 변경

생물다양성 보호

생물다양성 가치를 보호하기 위하여 태화강 생태연구소와 함께 생태보전활동의 일환으로 2009년부터 멸종 위기종인 잔가시물 고기의 생태환경을 사업장 내 수질관리실에 조성하여 지원하고 있습니다. 또한 사업장이 위치한 울주군 지역 환경에 영향을 미칠 수 있는 모든 활동에 대해 ISO14001 요건에 부합하는 환경영향평가를 수행하여 환경보전에 힘쓰고 있습니다.

대기



수질



폐기물



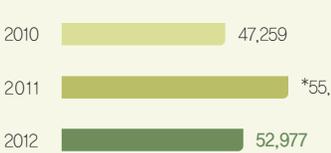
OUTPUT



오존층 파괴물질 관리

LG하우시스는 몬트리올 의정서에서 규정하고 있는 오존층 파괴 물질을 생산하거나 공정 중에 사용하지 않습니다. 다만, 냉동기 냉매로 R-22를 사용하고 있고, 할론 소화설비의 경우 화재위험 성이 높은 울산공장의 인쇄공정 등에 한정적으로 설치되어 있으며 보유량은 5,516kg입니다. 2009년 IMD인쇄설비 증설 시에 청정소화약제인 HFC 125 약제를 이용한 자동소화설비를 설치하였으며, 향후에는 청정소화약제 또는 수계식(물 분무) 소화설비로 대체할 계획입니다.

폐수 배출량 (단위 : m³)



유독물 원단위 사용량



Harmony with Human

임직원	44
제품책임	52
고객만족	54
동반성장	56
사회공헌	59





Management Principles

임직원 개인의 창의와 자율을 존중하고 공정하게 평가하며, 건강하고 행복한 조직문화 실현을 위해 노력하고 있습니다. 'F4' 문화를 바탕으로 고객과 지역사회가 LG하우시스와의 만남을 통해 행복한 생활의 변화를 느낄 수 있도록 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

2012 Performances

Category	2010	2011	2012	
임직원	임직원 복리후생(백만원)	41,571	44,679	49,035
	신입사원 채용인원(명)	124	137	223
	1인당 연평균 교육비용(원)	1,247,486	1,351,091	1,541,962
고객	산업재해율(%)	0.15	*0.44	0.11
	고객참여 프로슈머 '지엔스' 활동(회)	73	*75	82
협력회사	공정거래준수 프로그램 운영(회)	11	13	18
지역사회	지역사회 투자비용(백만원)	862	1,576	553

2013 Goal

- 글로벌 인재육성 및 'F4' 문화 정착을 통한 임직원간 소통 확대
- 작업장 보건안전체계 및 임직원 건강증진 프로그램 강화
- 전사 품질 혁신 활동 및 고객 커뮤니케이션을 통한 제품 책임 강화
- 협력회사 지원 및 지역사회공헌 프로그램, 커뮤니케이션 확대

임직원

LG하우시스는 임직원과 함께 성장하는 기업으로서 '인간존중의 경영'을 실천하고 있습니다. 이를 위해 개인의 창의와 자율 존중을 원칙으로 설정하여 인사와 조직 운영의 지표로 삼고 있으며, 임직원의 역량에 따른 성과 보상을 중시하고 있습니다.

임직원 현황

LG하우시스의 구성원은 2012년 말 연결기준으로 총 2,843명이며, 현장직과 사무직의 비율은 각각 35.5%, 64.5%입니다. 2012년에는 223명을 신규 채용하였고, 지난 3년 동안 신규채용 및 여성, 장애인, 국가유공자 등 사회적 소수계층의 고용은 지속적으로 증가하였습니다.

구분 ¹⁾		2010	2011	2012
전체 임직원		2,731	2,751	2,843
고용별	정규직	2,707	2,732	2,786
	비정규직	24	19	57
사회적 소수계층	여성	304	327	342
	장애우	41	58	52
	국가 유공자	82	80	79
연령별	20대	255	249	332
	30대	1,007	964	947
	40대	904	920	954
	50대 이상	565	618	610
직급별	임원	15	17	18
	직원	2,716	2,734	2,825
직종별	사무직	1,677	1,730	1,834
	현장직	1,054	1,021	1,009
지역별	본사(서울)	666	685	731
	청주공장	625	584	591
	울산/온산공장	1,086	1,079	1,059
	기타 ²⁾	354	403	462
*이직 ³⁾		86	64	57
신규채용		124	137	223

1) 기준 : 해당년도의 12월 말 자회사, 해외주재원 포함

2) 기타 : 지방영업소, 해외법인/지사, 기타공장, 디자인 센터, 연구소

3) 이직 : 자매사 진출자 및 자발적 퇴사자 (전년도와 데이터 산정방식 변경으로 차이 발생함)

해외 사업장 현지인 채용 비율 (단위 : %)



임직원 가치창출

LG하우시스는 임직원 역량 강화를 위한 교육 프로그램 및 공정한 성과평가 시스템을 운영하여 인재를 육성하고 임직원의 가치를 창출하고 있습니다.

인재상

LG하우시스의 인재는 "LG Way에 대한 신념과 실행력을 겸비한 사람"으로서, 이에 부응하는 글로벌 인재의 확보와 육성에 힘쓰고 있습니다.

꿈과 열정을 가지고 세계 최고에 도전하는 사람



팀워크를 이루며 자율적이고 창의적으로 일하는 사람

고객을 최우선으로 생각하고 끊임없이 혁신하는 사람

꾸준히 실력을 배양하여 정정당당하게 경쟁하는 사람

인사원칙 | 가치 창출의 원천은 개인의 창의이며, 성과 창출의 원동력은 구성원의 역량입니다. LG하우시스는 개개인이 창의력을 충분히 발휘할 수 있도록 구성원의 개성과 다양성을 존중하며, 역량이 뛰어난 인재의 확보와 자체 육성 활동에 필요한 절차를 수립하여 운영하고 있습니다. 이를 바탕으로 구성원의 능력과 자질에 따라 공평한 기회를 제공하고, 실현된 성과를 공정하게 평가하며, 개인 및 조직별 기여도에 따른 보상을 실행하고 있습니다. 또한 인사와 관련된 모든 의사결정에 관한 활동을 장기적 관점에서 일관되게 추진하는 것을 기본 원칙으로 설정하고, 행동규범과 취업규칙에 따라 성별, 나이, 종교 등의 제한을 두지 않고 평등한 고용과 인권 존중을 실천하며, 임금이 있어도 동일한 기본급을 지급하고 있습니다.

가치창출의 원천

개인의 창의와 자율 존중

개개인이 창의력을 충분히 발휘할 수 있도록 개성과 다양성을 중시하고, 자율을 존중

운영방식

성과에 따른 보상

실현된 성과는 공정하게 보상하고, 개인별/조직별 기여도에 따라 보상

능력 중시

개개인의 능력을 기준으로 확보, 육성 활동을 전개하고 필요한 요건과 절차를 수립하여 운영

실행의 기본 사고

공평한 기회 제공

구성원의 능력과 자질에 따라 공평한 기회를 제공

장기적 관점

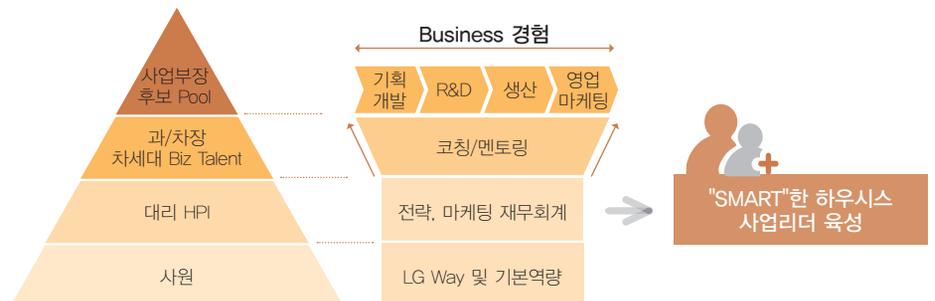
인사와 관련된 의사결정과 활동을 장기적인 관점에서 일관되게 추진

인재육성

LG하우시스는 글로벌 수준의 경쟁력을 갖춘 사업가, 전문가를 육성합니다. 이에 따라 구성원의 성장과 발전을 위한 비전을 제시하고 직급, 직무 등을 바탕으로 한 구체적인 육성경로를 제공하고 있습니다. 인재 육성 프로그램은 크게 사업리더 육성, 글로벌 역량교육, 직무전문교육으로 나누어집니다.

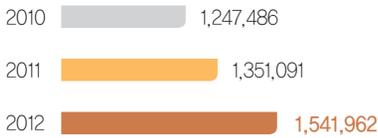


사업리더 육성 | 세계 최고의 경쟁력을 갖춘 인재를 조기에 발굴하고 체계적으로 육성하여 궁극적으로 CEO 후계자를 양성하는 제도입니다. 능력과 성과가 뛰어나며 사업의 핵심과제를 수행할 만한 잠재력이 있는 인재를 선발하여 조기에 집중 육성합니다. 대리급 핵심인재인 HPI(High Performance Individual)는 연차별로 전략, 마케팅, 재무회계과정을 이수하고, 과/차장급 핵심인재인 Biz Talent는 Biz Insight 워크샵을 통하여 사업전략에 대한 학습과 현업 적용을 위한 논의로 사업을 이끌 수 있는 역량을 쌓고 있습니다.



임직원 가치창출

임직원 1인당 교육비용 (단위 : 원)



글로벌 역량교육 | 중국과 미국을 중심으로 한 글로벌 사업 확대에 대응하는 인재 육성 프로그램입니다. 특히 중국사업 성장에 대비한 Young China Talent와 China Biz Talent, 사원/대리/과장의 Global 시야 및 성과창출 역량 확보를 위한 하우스스 고유의 해외탐방 공모 프로그램인 Global Insight 등 중장기 관점의 글로벌 인재 양성을 지속적으로 진행하고 있습니다.

Young China Talent	신입사원 전원 대상의 중국어 학습 및 성적 우수자 현지 연수
China Biz Talent	중국법인 주재원 후보그룹 국내 집합교육 및 해외연수
Global Insight	사원~과장 스스로 팀을 구성하고 해외탐방 과제를 기획, 공모과정을 통해 최종 선발된 팀이 해외탐방 과제를 수행

직무전문교육 | 임직원의 직무 전문역량 향상을 위해 영업/마케팅, 생산/엔지니어, R&D 등 직무별 전문교육 과정을 운영하며 다양한 온라인 학습 콘텐츠를 통해 학습을 지원하고 있습니다.

영업/마케팅	B2B/B2C 마케팅전략, 고객관리, Sales 상담 교육 등
생산/엔지니어	General & Technical 역량개발 및 기술 교육
R&D	연구개발 역량 및 기술 전문교육

자발적 학습 | 임직원 스스로 사업과 관련된 관심분야에 대하여 새로운 지식을 창조, 획득, 공유함으로써 개인 및 조직역량을 강화할 수 있는 자발적 학습동아리를 운영하고 있습니다. 또한 활성화를 위해 사내외 전문가의 코칭, 예산 및 사외교육 지원, 분기별 동아리 리더모임 실시 등 다양한 지원 프로그램을 운영하고 있습니다.

LG하우스스 교육체계도 (2012년 12월 기준)

□ 자사 과정 □ 인화원 과정



* 이외 사이버 교육, ACT Meeting, 학습동아리 등을 전사원 대상으로 운영중임.

정기 성과평가 및 경력개발 심사 대상 비율

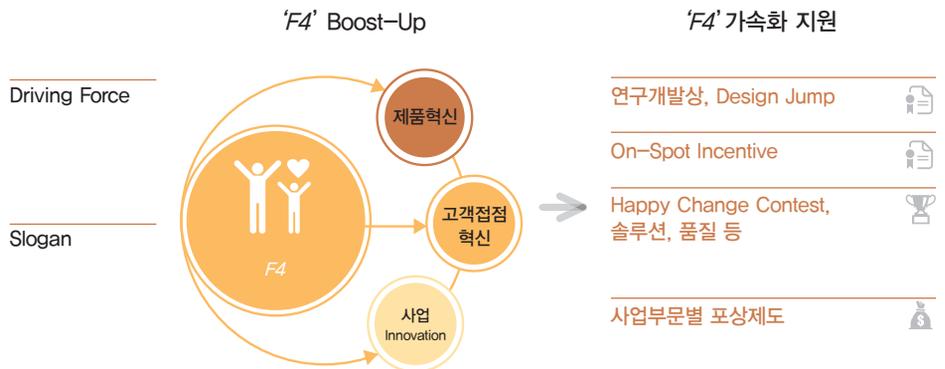


- 대상자 : 국내 사무직(임원, 담당급 제외)

보상체계

LG하우시스는 구성원 개인의 창의와 자율을 존중하는 성과주의 인사원칙을 기본으로 경쟁력 있는 급여 및 포상을 실시하고 있습니다. 보상체계는 성과주의 원칙을 근간으로 누적식과 비누적식 체계로 운영되고 있습니다. 누적식으로 운영되는 연봉제의 경우 전년도 평가결과에 근거하여 개인별로 차등하여 보상하는 체계이며, 비누적식은 역할급제, 성과급, On-Spot Incentive 제도 및 팀 단위별 각종 포상제도를 운영하고 있습니다. 특히 탁월한 성과창출에 대한 포상제도인 On-Spot Incentive를 운영하여 "High Performance, High Return"이라는 인사원칙을 시행하고 있습니다.

Innovation과 포상제도



복리후생제도

LG하우시스의 복리후생제도는 국민연금, 건강보험, 고용보험, 산재보험 등의 법정 4대보험과 선택적 복리후생제도 및 기초 복리후생제도로 구성되어 있습니다. 선택적 복리후생제도는 건강증진, 자기계발, 여가생활, e-shop 등 임직원 개개인의 성향에 따라 선택할 수 있는 제도입니다. 기초 복리후생제도는 크게 주거/생활안정 지원, 의료/건강증진 지원, 여가활동 지원으로 구성되어 있습니다. 구체적으로는 주거/생활안정을 위한 주택자금, 학/장학금, 경조금, 사택기숙사 지원 등을 실시하고 있습니다. 또한 의료비 지원, 건강검진, 건강상담을 진행하고 있으며 휴양소 및 사내 동호회, 퇴직연금과 모성보호와 관련된 지원도 실시하고 있습니다.

사랑을 담은 'LG사랑 어린이집'

LG하우시스는 일·가정 양립 지원을 위하여 서울, 울산, 청주 사업장에 직장 어린이집을 운영하고 있습니다. 인테리어 경험과 건축자재 생산 노하우를 바탕으로 친환경 자재를 사용하여 어린이의 안전과 건강, 그리고 눈높이에 맞게 인테리어를 직접 설계하였고, 오감 체험/탐색, 자율적 놀이 주도, 생활 중심 통합활동, 영어 원어민 교사 상주, 음악 통합활동, 오감발달교육, 자연생태체험활동 등 최고 수준의 보육 프로그램을 갖추고 있습니다. 그리고 자녀 한 명 한 명을 부모의 마음으로 사랑을 담아 풍부한 감성과 바른 인성을 가진 아이로 키우고자 최고의 교사들로 구성되어 있으며, 임직원의 업무편의를 고려하여 오전 07:30 ~ 오후 10:00까지 운영하고 있습니다.

임직원 보건안전

LG하우시스는 임직원의 보건과 안전을 기업의 우선가치로 삼고 이와 관련된 각종 교육, 훈련, 진단을 사업장 별로 실시하고 있습니다.

산업재해율 (단위 : %)

구분	2010	2011	2012
LG하우시스	0.15	*0.44	0.11
국내 제조업	1.07	0.97	0.84
국내 산업	0.69	0.65	0.59

- 산업재해율 : 연간근로자수 100명당 발생하는 재해자 수의 비율 (= 재해자수 ÷ 근로자수 × 100)
- 자료출처 : 국내 제조업 및 산업 전체의 산업재해율은 노동부 2012년 산업재해 발생현황을 참고했습니다.

임직원 보건안전

LG하우시스는 임직원에게 안전한 작업환경을 제공하기 위하여 작업장 안전 확보, 교육 및 홍보, 진단체계 등을 강화하고 있습니다. 2012년 11월 울산공장 화재사고로 인하여 안타까운 인명피해가 있었으나, 2012년 산업재해율은 0.11%로 전년도 0.44%에 비해 대폭 감소하였습니다.

울산공장에서는 작업장의 안전을 확보하고 재해율을 개선하기 위하여 공장별 중점 개선과제에 대한 현장밀착형 진단을 실시하였습니다. 안전, 작업환경, 소방, 대기 및 수질 등 보건안전환경 전 분야에 걸쳐 연간 공장장 중점과제 10건, 팀장 개선과제 100건의 개선활동과 월 1회 공장장 및 팀장 주관의 현장 안전 진단을 하였습니다. 이러한 노력을 통해 전년 대비 재해율을 0.33%p 개선할 수 있었습니다.

산업안전보건위원회 | 임직원 보건 및 안전과 관련하여 노동조합과 정식 협약을 체결하고 노사 동수가 참여하는 산업안전보건위원회를 운영하고, 분기 1회 정기적으로 위원회를 개최하고 있습니다. 또한 생산부서 및 사각지역을 중심으로 한 예방활동, 반기 1회 임직원 대표가 참여하는 작업환경 활동 측정 등을 통해 보건안전 이슈를 해결하고자 노력하고 있습니다.

임직원 건강증진 프로그램 | 사업장별 특성에 따라 건강관리실을 운영하고 임직원 건강관리 및 보건 교육, 건강증진 이벤트 등을 실시하여 질환예방 및 작업환경 개선활동을 펼치고 있습니다. 향후 연령별 운동 프로그램 도입, 건강관리 전문요원 양성, 자율 운동기구 확대 및 보급 등을 통해 질환 예방을 강화하고, 아이디어 제안 인센티브제도 활성화 및 노사합동 자체 실태점검을 강화함으로써 보다 건강하고 행복한 사업장을 실현할 계획입니다.

유소견자 비율



- 유소견자 : 건강검진 결과 질환이 의심되는 자로서, 산업안전공단 기준에 따른 요관찰자(C등급) 및 질환자(D등급)

임직원 건강증진 프로그램 운영 현황

프로그램	프로그램 내용
유소견자 건강상담 및 보건교육	등급별 건강관리 필요자 관리 · 요관찰자(C등급) : 건강관리계획서 제출 및 부서장 면담 · 질환자(D등급) : 건강관리계획서 제출 및 공장장 면담, 초과근무 제한 건강상담 및 보건교육 · 간호사 현장 방문 건강상담, 산업보건의 건강상담 · 보건교육 : 연 1회(3~4차수)
건강증진 이벤트	· 비만관리 프로그램 : 비만도 및 근육량 관리, 다이어트방법 제공 · 금연 프로그램 : 흡연자 심리 및 건강상담, 금연보조제 제공 · 절주 프로그램 : 잔 안돌리기 캠페인, 음주량 줄이기 운동 등 · 몸짱만들기 프로젝트, 보건소 연계 건강홍보체험 등
Health Care Center 운영	· 사업장별 간호사 상주 근무 · 상시 건강관리 및 상담 진행 · 찾아가는 건강상담 서비스
Health Letter 발행	· 건강에 대한 정보 및 지식 제공
의료비 지원	· 임직원 및 배우자, 자녀에 대한 의료비 지원

고지혈증 관리 프로그램 | 울산공장에서는 2012년 상반기 검진 결과 뇌·심혈관질환의 기초질환인 고지혈증 인원이 증가한 것으로 진단되어 15주 동안 고지혈증 관리 프로그램을 실시하여 고지혈증 인원을 54% 감소시킬 수 있었습니다. 또한 건강관리실을 증축하여 근골격계질환 관리를 위한 물리치료실 및 장비를 갖추고 전문 물리치료사로부터 전문적인 진단 및 치료를 받을 수 있도록 하였습니다.

프로그램 세부 내용

대상자선정 및 개인목표 설정	<ul style="list-style-type: none"> · 1군(고위험군) : D2등급 질환자 등 고지혈증 집중관리 필요 대상자 · 2군(중등도위험군) : 고지혈증 유소견자(C등급)로, 관리 필요 대상자 · 3군(저위험군) : 고지혈증 콜레스테롤 수치 정상인 자
단계별 상담 1:1상담 	<ul style="list-style-type: none"> · 대상 : 고위험군 및 중등도 위험군 중 선별 · 상담자 : 산업보건의, 보건관리자 · 주요 내용 : 개인 생활습관 개선을 위한 방법 제시 및 혈액검사
그룹상담 	<ul style="list-style-type: none"> · 대상 : 중등도 위험군 및 고지혈증 유소견자 · 상담자 : 공장장(사무직), 실장(현장직) · 주요 내용 : 보건관리자의 건강정보 안내문, 건강관리계획서 확인
연계상담 	<ul style="list-style-type: none"> · 상담자 : 영양사, 운동처방사 · 주요 내용 : 식습관 개선을 위한 상담, 식단 및 운동 처방
캠페인	<ul style="list-style-type: none"> · ‘콜레스테롤 200이하!!’ 캠페인 실시 · 단계별 교육정보 제공 · 임직원 가족의 참여 유도를 위한 안내문 발송
사후관리 & 피드백	<ul style="list-style-type: none"> · 혈액검사를 통한 개선여부 확인 및 피드백



기업문화

LG하우시스는 고객에게 인정받는 시장선도기업이 되기 위하여 LG하우시스 고유의 일하는 문화로 *F4: Focus, Fun, Fair, Fast*를 정립하고 강력히 실행하고 있습니다.

LG하우시스만의 일하는 문화 'F4'

'F4'는 집중해서 일하면서도 즐겁게, 공정하면서도 빠르게 실행하고 성과를 창출하는 문화를 만드는 것입니다.

1. Focus

내부 낭비 요소를 제거하여 고객가치 핵심 업무에 집중하는 문화

- 고객가치/핵심업무에 집중
- 합의된 실행전략에 Align/몰입
- 업무 낭비 요소 제거
- 이슈, 문제 해결형 회의/보고

2. Fun

함께 소통하면서 즐겁고 긍정적으로 자신 있게 일하는 문화

- 즐겁고, 긍정적으로, 자신있게
- 인정, 칭찬, 배려의 상호존중
- 상하/좌우의 활발한 소통
- 창의와 자율의 근무환경 조성

3. Fair

바른 생각과 정정당한 실력으로 경쟁하는 문화

- 정직하고 투명한 일처리
- 공정한 대우
- 실력배양으로 정정당한 경쟁
- 업무에 대한 점검 및 개선

4. Fast

빠르고 치열하게 실행하고 약속한 목표를 빠르게 달성하는 문화

- 민첩하고 치열한 실행
- 빠르게 약속한 목표달성
- 목표 달성에 따른 파격적 보상
- 신속한 의사결정 및 책임/권한 부여

구성원들이 목표달성을 위해 업무에 몰입하면서도 즐겁게 일할 수 있도록 다양한 소통 프로그램을 운영하고 있습니다.

세 가지 상담제도로 구성원과 마음 소통

LG하우시스는 Fun한 조직문화를 만들기 위하여 구성원간의 상호 이해가 전제되어야 한다는 의미에서 세 가지 상담시스템을 운영하고 있습니다.

2012년 상담제도 활용 현황 (단위 : 건)

분야	Happy Talk	산업 카운슬링	EAP 전문상담
심리 상담	1,526	93	148
직무 상담	4,360	159	71
경력 상담	913	29	6
계	6,799	281	225

EAP 전문상담 | EAP(Employee Assistance Program)는 전문상담사를 통한 상담 프로그램으로서, 매주 2회 전문상담사가 방문해 임직원의 심리상담을 진행합니다. 상담은 비밀보장을 원칙으로 하며, 이를 위해 상담사와 구성원이 회사를 거치지 않고 인터넷 상의 홈페이지, 유선, e-mail을 이용하여 직접 1:1 예약 후 상담할 수 있도록 시스템을 운영하고 있습니다.

산업카운슬링 | 업무상 발생하는 문제를 보다 전문적인 커뮤니케이션을 통해 해결하기 위해 산업카운슬링 제도를 운영하고 있습니다. 산업카운슬링 제도는 현업에서 함께 근무하는 동료가 카운슬러가 되어 상담을 진행하는 제도입니다. 산업카운슬러는 6개월 간의 전문교육을 거쳐 현재까지 총 44명이 육성되어 활동하고 있으며, 전문교육은 자기 자신을 이해하는 것을 우선적으로 배우고 타인과의 다름을 인지하는 과정을 통해 공감과 배려를 배우는 프로세스로 진행하고 있습니다.

Happy Talk | 구성원과의 소통과 공감대 형성을 위하여 분기별 1회 이상 팀장과 팀원이 대화를 나누는 상담 제도입니다. 조직 내에서 업무적 대화뿐만 아니라 정(情)이 오가는 커뮤니케이션이 이루어지도록 장려하고 있습니다.

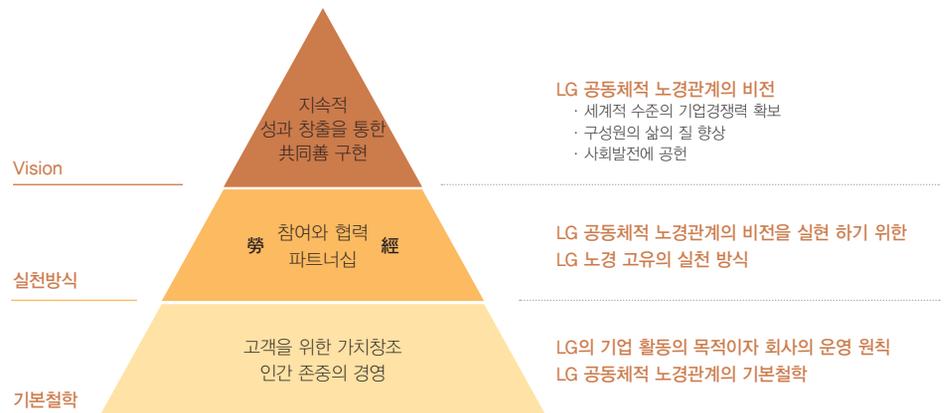
임직원과 CEO의 소통 'Green Board'와 'We하女'

LG하우시스는 1백여 명의 사원들로 구성된 '그린보드(Green Board)'와 여성 임직원들의 모임인 'We하女'를 운영하고 있습니다. 그린보드는 CEO부터 사원까지 조직 전체를 아우르는 원활한 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 뜻을 하나로 모으고 개개인의 의견을 나누고 있습니다. 친환경 기업 이미지에 맞추어 이름 붙여진 그린보드에서는 추천을 통해 사업부문별 대표체제 하에 팀별 그린보더가 선정되어 활동하고 있습니다. 그린보더는 CEO의 경영철학을 구성원에게 전파하고 구성원들의 의견을 CEO에게 전달하며, 자율복장제, 자율출퇴근제 등의 제도개선 요구 및 사무환경 변경의 아이디어를 제안하는 역할을 합니다. 이러한 아이디어는 매월 1회 열리는 그린보드 워크숍을 통해 제안되고 있으며 현재까지 100여건이 넘는 제안이 실행되었습니다. 또한 여성인재가 마음껏 일할 수 있는 여건을 조성하기 위하여 'We하女(우리는 하우스의 여성인재)'를 운영하고 있습니다. 그린보드와 'We하女'는 분기 1회 CEO와의 간담회를 통하여 임직원의 이슈 토론 및 고충 해결을 지원하고 조직의 변화를 주도하고 있습니다.

공동체적 노경관계

LG하우시스는 참여와 협력의 노경 파트너십을 구축, 실천함으로써 지속적인 성과 창출을 통해 세계적인 기업 경쟁력을 확보하여 구성원의 삶의 질을 향상시키고 있으며, 사회 발전에 공헌하는 공동체적 노경관계 달성을 지향점으로 삼고 있습니다. 이를 위해 기업경영, 작업현장, 단체교섭으로 구성된 기업 고유의 노경관계 3차원 모델을 운영하여 구성원들의 유기적인 참여와 협력을 도모하고 있습니다. 또한 중요한 사업 변동 사항에 대해서는 노동조합과 성실히 협의할 것을 단체협약에 명시하여 노경협력의 기반을 강화하였습니다.

노경관계 Vision



임직원 인권보호 | 국내법과 ILO(International Labour Organization : 국제노동기구) 규약이 규정하는 결사의 자유 조항을 준수하고 있습니다. 특히 단체협약에 따라 조합원의 신분 변동이나 근로조건 변동이 예상될 경우 조합에 사전 통보하고 충분히 협의하도록 규정하고 있습니다. 2012년 말 기준 현직 직원의 노동조합 가입률은 99.7%입니다. 또한 강제노동 및 아동노동 금지조항을 준수하고, 임신 중인 여성의 시간외 근로와 심야근로를 제한하고 있으며, 현재까지 강제노동 및 차별에 관한 위반사항은 없습니다.

노경 커뮤니티 | 수직적 개념의 노사관계가 아닌 수평적 개념, 즉 직원과 경영자가 서로 대등한 입장에서 각자의 역할을 존중하는 참여와 협력의 노경관계를 추구합니다. 임원은 정기적으로 사원과의 대화를, 분기별로는 경영진 간담회를 실시하고 있으며, 매년 사업장별 체육대회를 통해 조직활성화를 도모하고 있습니다. 또한 분기 1회 노경협의회를 개최하고 있으며 노경 공동일정 협의, 복지시설 개선·확충, 경영성과 공유, 회사 주요일정 공유와 같은 활동을 지속적으로 전개하고 있습니다.

제품책임

LG하우시스는 고객 접점의 과정을 진실의 순간으로 여기며 제품과 서비스에서 진정성을 담아 확실한 대안을 제시하고자 합니다. 이를 실현하기 위해 제품 개발부터 폐기에 이르기까지 전 과정에 걸쳐 고객과 직접 소통할 수 있는 활동을 확대하고 있습니다.

품질경영

시장 선도를 위한 일등 품질 확보를 위하여 식스시그마를 중심으로 전사적인 품질 혁신 활동을 추진하고 있습니다. LG하우시스의 품질경영은 고객에게 최고의 가치를 제공하기 위해 고객의 소리(Voice Of Customer, VOC)에 기반을 둔 고객 핵심 품질(Critical To Quality, CTQ) 관리에 집중합니다. 또한 지속적 품질 관리를 위한 통계적 공정 관리(Statistical Process Control, SPC) 체계를 구축하고 있습니다. 품질 경영 활동을 통해 지속적 제조 경쟁력 확보를 도모하고 고객에게는 최고의 가치를 전달하겠습니다.

고객 핵심 품질 관리 | 품질의 좋고 나쁨은 최종적으로는 고객에게 올바른 가치를 제공하는지 여부에 따라서 평가됩니다. LG하우시스의 품질경영은 고객의 소리에 기반을 둔 고객 핵심 품질 관리에서 시작됩니다.

통계적 공정 관리 | 측정을 통해 얻어진 데이터를 처리하고 이를 정보화·지식화하기 위하여 통계적 분석 과정이 필요합니다. 문제 해결 방법 및 일상적인 품질 관리를 위해 식스시그마 기법을 활용한 통계적 품질 관리 체계를 구축하고 있습니다.

품질 비용 관리 | 지속적인 제조 경쟁력 확보를 위해 품질 비용(Quality Cost) 관리를 하고 있습니다. 경영진의 적극적인 참여를 기반으로 한 실질적인 활동을 통하여 회사의 재무 성과에 기여합니다.

현장품질 감리체계 | 창호 제품과 장식 제품을 출하 후 시공현장부터 AS관리 등의 현장품질 관리활동을 통하여 고객의 불만요인을 사전에 차단하여 고객만족도를 제고하고 있습니다. 시공관리의 단계별 업무 프로세스를 확립하고 세부 관리항목을 지정하여 고객의 만족을 위한 활동을 진행하고 있습니다.

현장품질 감리체계

시공관리 Flow	세부내용
BS(Before Service)현장 확보	· 시공현장/제품/일정 확인 · 대리점 사전 BS 일정 협의
제품점검	· 현장입고 제품 및 원부자재 품질검증
현장조치	· 불량품 조치 및 피드백
시공점검	· 주요 시공품질 점검 · 시공시점~마무리 공정 점검
시공교육	· 시공 품질미흡 항목 현장교육 · 시공시방 및 시공 부자재 교육
사후점검	· BS활동 현장 방문 및 AS 관리 · 시공만족도 해피콜 실시
결과 피드백	· BS활동 결과 피드백 · 시공 후 AS 발생 유무 확인

법규 준수 | LG하우시스는 올바른 제품 정보 전달을 통해 고객의 합리적 소비를 돕고 있으며, 2012년 12월까지 고객 안전 및 보건 관련 규제, 제품 및 서비스 정보/라벨링 관련 규제를 준수하였습니다.

제품 안전성

제품 개발, 생산, 유통, 폐기에 이르는 전 과정에 걸쳐 고객 및 이해관계자의 건강과 안전, 사회·환경적 영향을 고려하고 있습니다. 또한 원료 협력사 정기진단 및 입고 원료 검수를 통해 제품 내 유해물질의 유입을 원천적으로 차단함으로써 제품 안전성을 확보하고 있습니다.

Value Chain	고객 및 소비자 건강/안전	사회/환경적 영향
연구개발 	<ul style="list-style-type: none"> · 휘발성유기화합물질(Volatile Organic Compounds, VOC) 저감 연구 · 인체무해성 진공단열재 심재 개발 · 자동차원단 내오염, 내구성 강화 연구 · 준불연 수준의 화재 안정성을 확보한 고성능 단열재 개발 	<ul style="list-style-type: none"> · 유기물질 오염방지 표면 코팅제 개발 · 자동차 주행거리 및 연비 향상을 위한 고강도 경량화 복합 소재 개발 · PLA 등 생분해성 소재를 활용한 벽지, 바닥재, 자동차원단의 탄소 배출 저감 연구 · 에너지 절감 신소재 개발 (경량화 플라스틱, 진공단열재)
원재료 수급·사용 	<ul style="list-style-type: none"> · 천연소재, 친환경 가스제 및 첨가제, 중금속최소화 원재료 적용 · 고내구성 자동차원단으로 소재 전환 · 원재료별 MSDS 확보 · 원료 협력사 정기진단 및 입고원료 검수 	<ul style="list-style-type: none"> · 공정 내 발생 스크랩 원료화로 자원 절약 및 재활용 · FSC(Forest Stewardship Council) 인증 베니어 사용
생산 	<ul style="list-style-type: none"> · 창호 노출환경에 따른 안전특성 부여 · 실무자 안전을 고려한 창호 검증 및 시험설비 자동화 · 인테리어필름 방염필증 획득 · 표면소재 위생성 및 환경성 국제인증 NSF(National Sanitation Foundation) 획득 	<ul style="list-style-type: none"> · 유기용제 방출에 따른 대기방지시설 설치 · 진공단열재 분진물 포집 처리를 위한 집진기 설치 · 불량 부품, 원재료 종류별 분류 철저
보관·출하 	<ul style="list-style-type: none"> · 운반작업자 근골격계 보호를 위한 이동식 운반용기 사용 · 창호재 보관 전용 적재설비 구축으로 작업공간 안전확보 · 자동차원단 파레트 벤딩 방식 변경 (벤딩 → Wrapping) 	<ul style="list-style-type: none"> · 포장용기 재활용 · PE WRAP Direct Packing 등 자동차원단/부품 소모성 포장재 사용 억제
사용·A/S·폐기 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 여담이 창밖 모서리에 어린이 부딪힘 보호캡 적용 · 제품 사용법 및 주의사항 라벨링 · 사내 지정장소에서 폐기물 처리 	<ul style="list-style-type: none"> · 창호, 바닥재, 엘패널(거푸집용 합성수지판) 기존제품 회수 및 재활용

고객 만족 활동

LG하우시스는 고객의 목소리를 제품 개발과 경영활동에 반영하고 있으며, 이를 실현하기 위해 VOC 활동부터 지엔스 활동에 이르기까지 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영하고 있습니다.

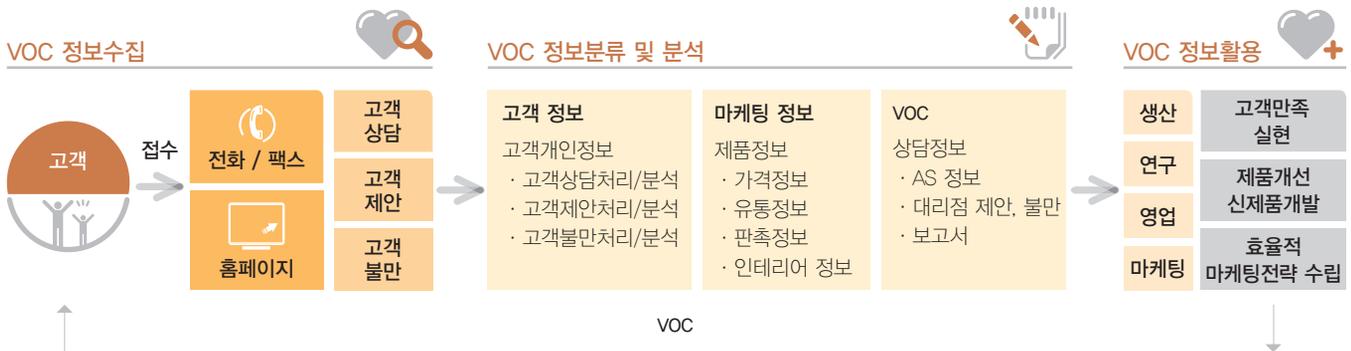
서비스 개선을 위한 활동(Voice Of Customer)

LG하우시스는 서비스 개선활동의 일환으로 상담매뉴얼을 표준화하여 상담원들의 서비스 역량을 동일한 수준으로 향상시키고 있습니다. 고객서비스를 강화하기 위하여 직원들의 교육을 전문교육기관인 한국생산성본부, 한국능률협회컨설팅 등에서 실시하고 있는 CS전문교육을 연 1회 이상 이수하도록 하여 고객서비스 수준을 향상시키고 있습니다. 고객과의 만남이 잦은 AS기사에게는 현장교육 위주의 실습과 이론교육, 친절교육과 하자 유형별 처리방법 동영상 제작하여 고객 접점에서의 문제해결능력 향상과 고객에게 최상의 서비스를 제공할 수 있도록 지원하고 있습니다. AS뿐 아니라 고객불만을 사전에 방지할 수 있는 BS활동을 강화하여 더욱 차별화된 고객 만족 실현에 앞장서고 있습니다.

고객응대 I 고객 만족 활동은 상담단계를 시작으로 AS처리 완료까지 모든 고객의 불만을 해결하기 위하여 VOC 시스템을 기반으로 운영하고 있습니다. 운영과정에서 고객의 불만이 고객상담실, 홈페이지, 팩스로 접수되면 24시간 내 AS담당자가 지정되고 고객에게 연락하여 제품 불만에 대한 기술상담과 함께 AS를 제공하고 있습니다. 또한 해피콜을 통하여 고객 만족도를 향상시키고 서비스를 개선해 나가고 있습니다. 이와 함께 최근 소비자 시대에 맞게 고객의 소리를 회사 전반에 반영하도록 제품개발과 개선이 이루어지는 개발과 생산현장에 주기적으로 제공하고 있습니다.

서비스정보의 수집, 평가, 분석 및 활용체계 I 2012년에는 전사적으로 고객 만족을 위한 커뮤니케이션을 강화하고 품질의 중요성을 공유하기 위하여 신규 VOC 시스템을 개발하였습니다. 포털사이트를 통해 임직원에게 실시간으로 고객상담 내역, AS정보를 통합 분석한 여러 유형의 보고서를 제공함으로써 고객의 니즈를 제품 개선 및 신제품 개발, 마케팅 정책 수립 등에 적극 반영하고 있습니다.

VOC 시스템 체계



고객 정보 보호

LG하우시스는 고객이 제공한 정보를 보호하기 위해 정보통신망 이용 촉진 및 정보 보호 등에 관한 법률 및 개인정보보호법을 준수하며, 기술적 안전 조치로서 Network 보안, Application 보안, PC 보안, 물리 보안 등 각 영역별 보안 활동을 통하여 개인정보를 안전하게 보호하고 있습니다. 정보 보호 인식 캠페인의 일환으로 임직원 및 협력업체 직원을 대상으로 정보 보호 교육을 실시하고 있으며, 업무상 개인정보를 다루는 개인정보 취급자에 대해서는 별도로 개인정보 보호 교육을 실시하여 고객 정보 보호에 대한 임직원의 의식을 고취시키고 있습니다. 정보 보호 체계 및 조직 강화 차원에서는 정보보안협의회를 통해 전사 차원의 정보 보호 정책 및 장기 로드맵을 수립하며, 실행력을 강화하기 위하여 별도의 정보보안조직을 운영하고 있습니다. 이와 같은 기술적 안전 조치, 임직원 캠페인, 사내 정보보안 정책 조직 등을 통해 정보 보호 수준을 지속적으로 향상시키기 위해 노력하고 있습니다.

고객 커뮤니케이션

LG하우시스는 브랜드 경력을 통해 사람과 자연을 생각하며 일상 속의 예술을 실현하고 있습니다.

공간에 대한 간·생각

Z:IN

地人 자연과 사람
知人 사람을 알아감

Brand and Z:IN

지속적인 브랜드 관리를 통해 브랜드 인지도를 높이고 국내외 시장 점유율을 확대하고 있으며, 2012년까지 한 국산업브랜드파워 K-BPI에 10년 연속 선정되는 등 브랜드 가치의 우수성을 대외적으로 인정받고 있습니다.

Z:IN은 LG하우시스의 대표 브랜드입니다. '地人, 자연과 사람' 혹은 '知人, 사람을 알아감'의 의미로, 자연과 사 람을 생각하는 인테리어라는 브랜드 철학을 바탕으로 자연과 삶과 예술을 사랑하는 Z:IN 고객을 위한, 고객이 중요하게 생각하는 가치를 판매합니다. 나아가 인테리어 전문가로서 고객의 요구와 필요를 먼저 꿰뚫어 보는 전문적인 기능과 최신의 디자인, 최선의 서비스를 제공합니다.

Z:IN COMMUNITY

LG하우시스는 Z:IN을 통해 고객과 함께 '자연, 사람, 공간'이라는 기업가치를 전달하고자 다양한 채널을 활용 하여 고객과 소통하고 있습니다. 2012년에는 기존의 활동인 프로슈머 지엔느, 에코캠페인 이외에도 Z:IN 모바일 일웹 및 어플리케이션을 출시하였고, Z:IN 블로그와 페이스북을 오픈하여 고객과 더 가까이 소통할 수 있게 되 었습니다.

Z:IN, 스마트하게 더욱 가깝게 고객에게 다가간다

Z:ENNE | 지엔느는 2007년부터 운영해 온 국내 건축자 재 업계 최초의 주부 프로슈머 그룹입니다. 2012년 6기 지엔느 21명을 포함하여 현재까지 총 140여명의 지엔느가 친환경 제품 개발 및 마케팅 활동 참여, 미스터리쇼퍼 등 다양한 활동을 통해 고객의 솔직한 의견과 니즈를 전달하 고, Z:IN의 메시지를 전파하였습니다. 실제 제품을 사용하 고 있는 고객의 객관적인 평가와 니즈를 제품 기획 단계 부터 제조, 마케팅 단계에까지 적용하여 보다 만족도 높 은 제품을 제공할 수 있다는 것이 지엔느 운영의 가장 큰 장점입니다. 지엔느는 앞으로도 더 많은 소비자들에게 사 람과 자연이 더불어 사는 친환경적인 인테리어를 최우선 가치로 생각하는 Z:IN의 메시지를 전파하고 소비자의 마 음을 대변할 것입니다.



Z:IN 모바일웹/어플리케이션 | 업계 최 초로 인테리어 트렌드, 제품 및 매장정보 등 토탈 인테리어 서비스를 스마트기기에 서 확인할 수 있도록 Z:IN 모바일웹(m.z-in.com)을 오픈했습니다. 최신 인테리어 트 렌드 정보 제공은 물론, 거실, 아이방 등 공간별 인테리어 디자인을 추천해주며 제 품을 손쉽게 찾아볼 수 있도록 디자인하 여 고객의 편의를 도모하였습니다. 또한 iPad(iOS)에서 출시한 'Z:IN 샘플북' 어플 리케이션은 방대한 샘플북을 가볍고 똑똑 한 스마트 샘플북으로 완벽하게 대체하였 습니다.

에코캠페인 | 에코에 대한 소비자의 관심을 '실질적 가치'로 환원, 소비자의 삶을 이롭게 하고 나아가 더 많은 분들이 친환경 건강공간을 누리게 하는 것을 목표로 하고 있습니다. 2012년에는 고객들과 함께 에코 나눔 바자 회, 에코 걷기대회, 에코가족 출사대회를 진행하였습니다.

- 에코 나눔 바자회 : 서울특별시 산하 재단법인인 서울디자인센터와 나눔협약식을 갖고 임직원과 지엔느가 기부한 소장품과 직접 제작한 물건 판매 및 수익금 기부
- 에코 걷기대회 : 북한산 국립공원 도봉지구 인근에서 고객과 함께 산행을 하며 자연 보호 활동
- Z:IN 행복드림 에코가족 출사대회 : 환경을 생각하는 가족을 생각하는 가족 1천여명을 초대해 과천 서울대공원에서 친환 경 가치와 실천의 중요성 전파, 가족 사진 촬영 미션 수행



Z:IN 블로그/페이스북 | 웹사이트에서의 제한된 일방적 커뮤니케이션 방식에서 벗어나 쌍방향 커뮤니케이션이 가능하도록 하여 고객의 가치를 보다 확실히, 더 깊게 생각할 수 있게 되었습니다. Z:IN 웹사이트 내에 축적된 제품 및 인테리어 관련 콘텐츠를 온라인 상으로 확산시켜 고객에게 한 발 더 가까이 다가갈 것입니다.

Z:IN 블로그

http://blog.naver.com/lghausys_zin

Z:IN 페이스북

<http://www.facebook.com/LGHausys.Zin>

동반성장

LG하우시스는 본사 및 사업장 구매팀을 중심으로 협력사와의 지속적인 동반성장을 위한 협력사 지원·육성책을 마련하여 대·중소기업 상생 모델을 만들어 나가고 있습니다.

동반성장 및 공정거래 협약 체결

LG하우시스는 2008년 11월 동반성장 및 하도급 공정거래 협약 체결을 시작으로 하도급법 등 관련 법규 준수 및 협력회사 지원 등을 약속하고 꾸준히 실천해 왔습니다. 공정거래위원회는 2010년 협약 이행평가를 통해 우수등급을 부여하여 LG하우시스의 동반성장 노력의 성과를 확인하여 준 바 있습니다. 2012년에도 하도급 공정거래 및 동반성장 협약을 체결하여 협력사와 서로 신뢰하고 함께 성장할 수 있도록 노력을 기울여 왔습니다.

동반성장 5대 주요과제

 최고경영자 실천의지 표명	<ul style="list-style-type: none"> · 동반성장 전담조직 설치 및 운영 · 협력사 현장방문 확대
 금융지원 확대 대금 결제조건 개선	<ul style="list-style-type: none"> · LG상생협력펀드 및 네트워크론/패밀리론 운영 · 평가 우수업체 현금결제
 경쟁력 강화 기술지원	<ul style="list-style-type: none"> · 협력사 문제해결 지원 · 기술 및 품질 개선활동 · 협력사 공동 특허 출원
 인력 육성 교육지원	<ul style="list-style-type: none"> · 협력사 임직원 역량 강화 교육 (품질관리, 생산기술, 안전환경, Total Productivity Matrix 등)
 기타 동반성장 지원	<ul style="list-style-type: none"> · 장비 국산화 확대 · 협력회 분과위 활동 지원 · 하도급법 준수(부당감액 및 구두발주 금지 등)

원자재확보 지원 | 협력사의 자금 부담 및 자재 구매난을 해소하기 위해 '사급제도'를 시행하고 있습니다. 사급제도는 레진, 철판 등 원자재를 당사가 구매하여 협력사에 제공함으로써 원자재 가격 변동에 따른 위험을 협력사가 아닌 당사가 부담하는 제도로, 납품 단가를 현실화 할 수 있습니다. 특히 단가 측면에서 협력사가 원자재를 직접 구매할 때보다 저렴하게 구매할 수 있어 협력사의 자금운영 및 원활한 경영활동에 실질적인 보탬이 되고 있습니다. 2012년에는 5,000여억원의 원자재 구매를 지원하였으며, 향후 제도 확대를 통해 더욱 공고한 상생협력 관계를 구축하도록 하겠습니다.

결제조건 개선 | 상생협력 방안의 하나로서 협력사의 경쟁력 확보를 위해 우수 협력사에 현금결제 제도를 시행하고 있습니다. 우수 협력사는 매 분기별로 품질 및 공정관리 등에 대한 합리적인 평가를 통해 선정됩니다. 이외에도 LG그룹 계열사 공동으로 자금을 조성해 협력사에 저금리로 대출해 주는 'LG 상생협력펀드'와 네트워크론, 패밀리론 등 다양한 방법으로 협력사의 자금활동을 지원하고 있습니다.

기술지원 및 교육 | 협력사의 기술력 강화 및 인력 육성을 위하여 공정 진단, 사내외 컨설팅을 통한 프로세스 혁신, 품질기술 교육 등을 지원하고 있습니다. 이러한 활동으로 협력사의 생산 안정화 및 품질 개선, 종합적인 생산관리 활동을 통한 비용 절감에 도움을 주고 있습니다. 나아가 저탄소인증, 폐기물 관리, 에너지 절감 등의 친환경 기술에 관한 LG하우시스의 전문 역량을 적극 지원하여 협력사의 경쟁력 강화에 힘을 보탬 계획입니다.

구매규정

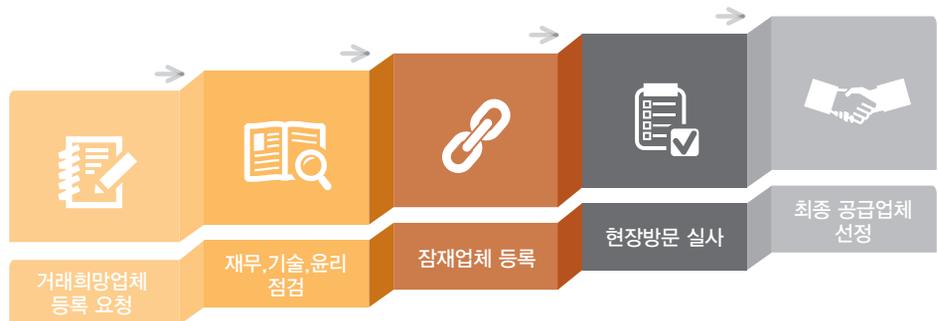


- 협력업체 선정지침
- 협력업체 운영지침
- 설비외주공사 지침
- 구매계약관리
- 구매시스템 관리

협력업체 선정 및 평가

LG하우시스는 협력업체 선정 및 평가에 관한 사항을 협력업체 선정지침, 운영지침 등 구매 규정에 명시하였으며, 공정하고 투명한 절차에 따라 협력업체를 관리하고 이들과 함께 동반성장 주요과제를 실천하고 있습니다. 거래를 희망하는 협력업체는 LG하우시스 홈페이지와 연결된 오픈시스템을 통해 거래등록 신청을 할 수 있으며, 재무 및 기술수준, 안전환경법규 준수 및 윤리경영 실천여부 등을 평가하여 이에 적합한 업체만을 신규 협력업체로 등록합니다. 또한 해당 협력업체에 평가결과를 피드백함으로써 평가의 공정성을 확보하고, 평가결과에 따라 협력업체 지원, 육성 또는 퇴출을 지속적으로 관리하고 있습니다.

협력업체 선정 절차



협력회사와의 커뮤니케이션

매년 주요 협력회사 및 이슈가 있는 협력회사를 방문하여 애로사항을 청취, 이에 따른 현황을 파악함은 물론 경영활동에 반영하고 있습니다. 특히 CEO와 구매담당이 협력회사를 직접 방문하여 협력회사의 의견을 청취하고 있으며, 협력사 분과위 활동을 통해 사업계획 공유 및 정도경영 교육을 실시하고 있습니다.

2012년 협력회사 커뮤니케이션 실적

구분	대상업체
CEO 협력회사 방문	5개사
구매담당 협력회사 방문	44개사
협력사 분과위 활동 지원	78개사

공정경쟁

LG하우시스는 '평등한 기회 제공, 공정한 거래절차 확립, 상호 발전의 추구'라는 공정거래 원칙에 따라 공정거래 자율준수 프로그램을 운영하고, 이에 따른 사내점검 및 관련법규 교육 등을 실시하고 있습니다.

공정거래 자율준수 프로그램

공정거래 관련 법규를 회사가 스스로 준수하기 위해 운영하는 내부 준법 시스템으로 임직원들에게 교육을 통한 공정거래의 행동기준을 제시함으로써 법 위반을 사전에 예방하고 정기적인 내부점검을 통해 법 위반 여부를 조기에 발견하고 바로잡는 활동입니다.

공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program)

정도경영 및 공정거래 의지를 다지고자 LG화학에서 분할한 이후 2010년에 LG하우시스의 이름으로 공정거래 자율준수 프로그램을 새롭게 도입하고 CEO의 공정거래 자율준수 의지 천명과 함께 공정거래위원회에서 권장하는 공정거래 자율준수 프로그램 운용기업으로 등록하였습니다.

주요 프로그램

사내점검	주요 사업부 및 사업장 대상 공정거래 점검 실시
법규교육	임직원 공정거래 의식 고취 및 공정거래 문화 전파를 위한 공정거래 매뉴얼 및 교재 보급, 사내·외 정기교육 실시
사전검토	기획, 영업, 마케팅, 구매, 재무 등 전 사업영역에 걸쳐 경쟁법규 위반 발생 방지를 위하여 사업 시행 전 사내 공정거래 전문가의 검토 실시
하도급거래 내부심의	협력사와의 거래에 있어 불공정 하도급거래 행위 발생 예방 및 감시시스템 구축을 위하여 구매담당을 포함하는 '하도급거래 내부심의위원회' 설치·운영

공정거래 운영 조직 | 공정거래 자율준수 프로그램은 임원급 공정거래 자율준수 관리자 산하의 실무팀이 전담하여 운영하고 있습니다. 또한 중소 협력사들과의 하도급거래에 있어 공정성을 기하기 위해 하도급거래 내부심의위원회를 설치·운영하여 일정 규모 이상의 하도급거래는 사전 심의를 통해 그 적법성을 검토하여 하도급법 위반을 예방하고 있습니다.

공정거래 프로그램 운영 성과

매년 사업부 및 사업장을 대상으로 공정거래 및 하도급에 대한 교육 및 점검을 실시하고 있습니다. 2009년부터 카르텔(담합) 예방에 중점을 두고 영업분야 사내 교육 및 점검을 전개하여 2010년 상반기에는 공정거래 협약 이행평가결과 우수등급을 수여하는 성과를 거두기도 하였습니다. 2011년에는 사업부 팀장과 구매 담당자를 대상으로 각각 카르텔 전문교육, 하도급 전문교육을 실시하였습니다. 이러한 노력에도 불구하고 2011년 벽지담합사건으로 공정거래위원회로부터 과징금 437백만원을 처분받아 납부하였습니다. 현재는 공정거래위원회 시정명령 및 과징금 부과처분에 대한 취소소송을 제기하여 진행 중에 있습니다. 이와 같은 사건이 재발하지 않도록 2012년에는 CEO가 전 임직원을 대상으로 하는 카르텔 예방교육, 사업부 및 직급별 온·오프라인 예방교육을 집중 실시하는 등 공정거래 및 하도급 교육을 지속적으로 강화하고 있습니다.

공정거래 프로그램 운영 실적

년도	실적	주요 내용
2010년	11회	· 공정거래 자율준수 프로그램 도입 및 LG그룹 9개 계열사 공정거래협약 체결 · 공정거래 협약 이행평가 우수등급
2011년	13회	· 사업부 팀장 카르텔 전문교육 · 구매 담당자 하도급 전문교육
2012년	18회	· 카르텔 예방을 위한 CEO 직접교육 및 임직원 대상 메시지 발송 · 사업부 및 직급별 온·오프라인 카르텔 예방교육 · 구매 담당자 하도급 전문교육

사회공헌

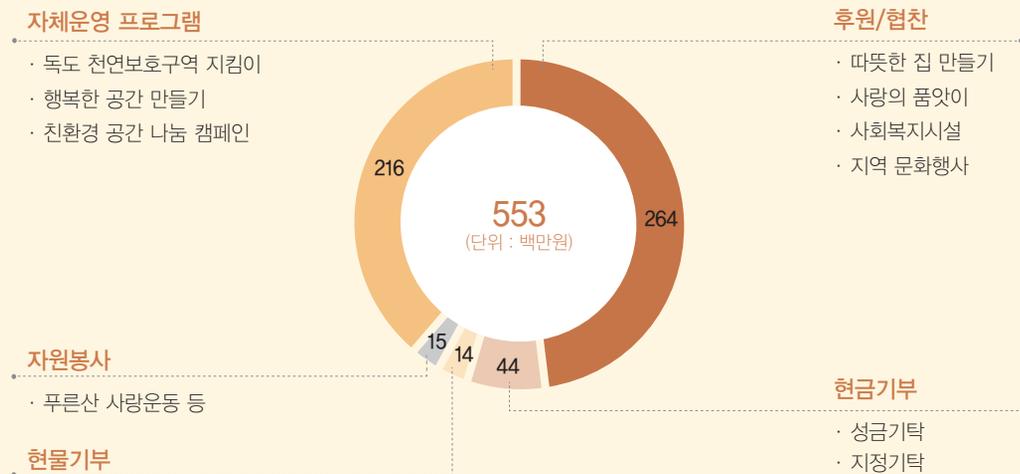
자연, 사람, 공간에 대한 사회적 기여를 목표로 생산활동을 통한 고용 증대와 단순 기부를 넘어 기업의 인적·물적 역량을 바탕으로 LG하우시스만의 차별화된 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다.

LG하우시스 사회공헌 활동 추진체계

" 자연과 사람의 공간에 행복한 변화를 가져오는 사회공헌활동 "



지역사회 투자비용



독도 천연보호구역 지킴이

LG하우시스는 2008년부터 독도 천연보호구역을 보호하는 문화재 지킴이로서 Green 독도 공간 가꾸기 사업과 독도사랑 청년캠프를 운영하고 있습니다.

Green 독도 공간 가꾸기

우리 고유의 영토인 독도 천연보호구역의 아름다운 자연환경과 경관을 보존하면서 독도 거주민의 삶의 질 향상을 위하여 독도 경비대와 독도지킴이들의 주거 및 업무공간을 개선하고 안전시설을 확충하는 활동입니다. 2012년에는 독도 경비대 내무반 복도 및 탈의실 개보수, 고강도 합성목재 'WOOZEN'을 활용한 순찰로 안전펜스 개보수 작업을 완료하였습니다.

독도사랑 청년캠프

독도에 대한 이해도를 높이고, 독도사랑을 실천할 미래세대를 양성하고자 기획된 독도사랑 청년캠프는 대학생들이 독도 방문, 독도 지킴이와의 만남, 전문가 강의, 독도사랑 실천과제 수행, 자연탐방 트레킹 등 독도를 직간접적으로 체험할 수 있는 다양한 프로그램으로 구성되어 있습니다. 지난 3년간 60여명의 대학생이 참여하여 우리 섬 독도의 소중함을 널리 알리는 활동을 지속적으로 수행하였습니다.



Green 독도 공간 가꾸기

- 독도 경비대 내무반 바닥재, 벽지 교체
- 순찰로 안전펜스 보수 및 추가 설치
- 차양막 설치

독도사랑 청년캠프

- 독도사랑 청년지킴이 1기
- 독도사랑 실천과제 수행
 - 독도 축소모형 제작
 - 독도사랑 UCC 제작
- 독도경비대 위문의 밤
- 독도 환경정화 활동

Green 독도 공간 가꾸기

- 독도 경비대 주방/식당 바닥재 교체 및 공조시스템 개선
- 독도 등대 에어컨 설치
- 독도 주민 숙소 내장재 지원
- 순찰로 안전펜스 보수 및 추가 설치

독도사랑 청년캠프

- 독도사랑 청년지킴이 2기
- 독도사랑 실천과제 수행
 - 손도장태극기 제작
 - 독도는 우리땅 UCC 제작
- 독도경비대 위문의 밤
- 울릉/독도지역 생태체험 야영실시

Green 독도 공간 가꾸기

- 독도 경비대 작전실/게스트룸 바닥재, 벽지 교체
- 탈의실 개보수 및 가구 설치
- 순찰로 안전펜스 보수 및 추가 설치

독도사랑 청년캠프

- 독도사랑 청년지킴이 3기
- 일일 독도 지킴이 체험
- 독도사랑 실천과제 수행
 - 독도 바로알기 게임 제작
 - 독도 상징 티셔츠 제작
 - 위대한 등불 독도 연등 제작
- 독도경비대 위문의 밤
 - 경비대/등대/독관사 근무자 40여명 초청
- 독도 환경정화 활동
- 울릉/독도지역 생태체험 트레킹 실시



행복한 공간 만들기

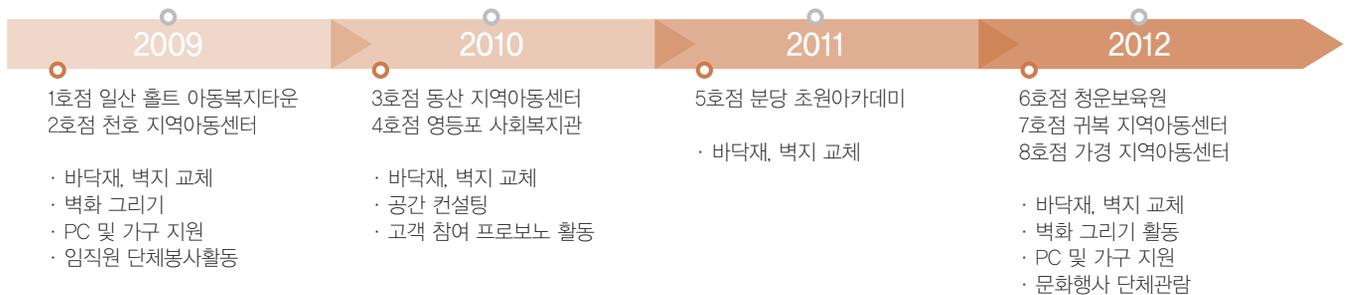
LG하우시스는 희망과 행복을 담을 수 있는 공간을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

행복한 공간 만들기

LG하우시스는 미래의 주역인 청소년의 꿈과 희망을 후원하고자 청소년 대상 공용시설의 환경을 당사의 특화된 제품, 시공, 디자인 역량으로 개선하는 행복한 공간 만들기 사업을 지속적으로 진행하고 있습니다.

2009년 행복한 공간 만들기 1호점인 일산 홀트 아동복지타운을 시작으로 매년 청소년 공용공간을 지속적으로 개선해 나가고 있습니다. 행복한 공간 만들기 사업은 시설 노후화로 어려움을 겪고 있는 시설에 장판 및 벽지 등을 무상으로 교체 시공하는 것은 물론, 공간활용 효율화/극대화 등의 공간 컨설팅 및 벽화 그리기 등의 활동을 병행하여 시설을 이용하는 청소년들과 운영자들로부터 큰 호응을 얻고 있습니다. 한편, 2010년부터 2년동안 전국지역아동센터협의회와 공동으로 행복한 공간 만들기를 진행하여 27개소의 시설을 개선하기도 하였습니다.

더불어 2010년에는 고객들과 함께 수혜 시설의 청소년을 대상으로 미술교실을 여는 등 재능기부형 프로보노 활동을 실시했으며, 2012년에는 대학생 봉사단체와 벽화그리기 활동을 하는 등 나눔의 기쁨을 다함께 하고 있습니다. 누구나 행복한 세상을 위하여, 보이지 않는 곳까지 찾아가 도움의 손길을 뻗을 수 있는 LG하우시스가 되겠습니다.



친환경 공간 나눔 캠페인

LG하우시스는 Z:IN 친환경 공간나눔 캠페인을 지속적으로 진행하고 있습니다. 2011년 연예인 자원봉사단체인 100인이사회와 사회복지시설 및 낙후지역에 친환경 주거 환경을 선사하는 활동들을 진행한 이후, 서울특별시 산하 재단법인 서울디자인센터와 '나눔 협약식'을 갖고 국내 11곳의 낙후지역과 후원가정에 친환경 인테리어 자재, 전문가의 인테리어 컨설팅을 지원하는 '행복한 디자인 나눔' 활동을 이어갔습니다. 나눔 협약식과 더불어 임직원과 주부 프로슈머 지엔스가 참여하여 소장품을 기부하고 직접 판매하는 자리로 꾸며진 Z:IN 바자회가 진행되어 서울디자인센터 관계자 및 Z:IN의 주부 고객들에게 많은 호응을 얻었으며, 수익금은 전액 후원처에 필요한 물품으로 기증되었습니다.



지역사회

LG하우시스는 지역사회의 균형적 발전과 환경보호를 위하여 지역 밀착형 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다.

지역 밀착형 사회공헌 활동

울산공장은 임직원들의 자발적인 봉사기금 조성을 통해 사업장 인근 독거노인, 소년소녀가장, 장애인, 사회단체에 생활비, 학자금, 물품 등을 후원하고, 울산공동복지모금회에 지정기탁을 하고 있습니다. 또한 LG복지재단과 연계한 '따뜻한 집 만들기' 사업을 통해 어려운 이웃의 주거환경을 개선하고, '사랑의 품앗이' 사업으로 노인복지시설에 물품 지원 및 임직원 참여 봉사활동을 펼치고 있습니다.

청주공장 또한 임직원들이 성금을 모금하여 초록우산공제회, 에덴원, 꽃동네 등을 후원하고 있으며, 사내 동호회 중심으로 금강 및 가경천 등의 환경정화 활동을 실시하고 있습니다. 이밖에도 김장 나누기, 연탄 지원 활동, 사이언스홀 견학 등 지역 내 독거노인, 소년소녀가장 등 소외된 이웃을 위한 임직원 참여형 봉사활동을 활발히 진행하고 있습니다.

환경보호 활동

울산공장 사업장 내 환경동산을 조성하고 환경지표식물을 식재하여 사업활동이 주변환경에 미치는 영향을 면밀하게 관찰하고 있습니다. 또한 사업장 내 대기방지시설 및 수질정화시설 등 주요 환경시설을 지역주민과 학생들에게 환경교육장으로 공개하여 환경의 중요성을 알리고 있습니다. 매일 1사 1산 1하천 정화활동의 일환으로 인근 대운산에 대한 정화활동을 지속적으로 실시하고 있으며, 클린울산추진단(울산시청 산하)과의 긴밀한 협조를 통해 자연보호활동을 추진하고 있습니다. 생물다양성 보호 노력의 일환으로는 사업장 인근에 위치한 회야강의 수질 관리를 위해 관공서와 협력하여 월 1회 자발적인 수질조사를 통해 회야댐에서 강구나루까지 상류에서 하류까지 총 13개소에서 6개 항목에 대해 정기적으로 수질을 점검하고 있습니다.

청주공장은 금강유역 환경청과 연계하여 지역 내 하천인 미호천 살리기 MOU 체결 및 자연정화 활동, 수생식물 식재 행사를 진행하였고, 그린스타트 운동 참여 업무 협약을 체결하여 금강유역 환경청과 온실가스 감축에 힘쓰고 있습니다. 이 밖에도 한문화재 지킴이, 푸른산 사랑 운동을 통해 지역 내 자연정화 활동에 지속적인 관심과 노력을 기울이고 있습니다.



Appendix

데이터 요약	64
제3자 검증의견서	66
GRI G3.1 Index	68
주요 수상현황 및 활동단체	72

데이터 요약

Financial Information

손익계산서 (단위 : 백만원)

구분	2010	2011	2012
매출액	2,242,065	2,445,414	2,451,083
매출원가	1,789,938	1,958,792	1,923,078
매출총이익	452,127	486,622	528,005
판매비	389,056	415,443	471,370
영업이익	63,071	71,179	56,635
영업외손익	△7,194	△7,779	△4,238
법인세비용차감전계속사업이익	55,877	63,400	52,397
법인세비용	14,209	12,973	13,505
중단영업손익	△1,611	△4,116	△10,369
당기순이익	40,057	46,311	28,523

대차대조표 (단위 : 백만원)

구분	2010	2011	2012
유동자산	809,337	1,105,148	900,198
매출채권	362,858	437,931	418,164
재고자산	147,922	207,274	195,801
비유동자산	709,259	815,812	873,510
유형자산	635,898	725,034	744,609
매각예정자산	1,097	21,521	4,326
자산총계	1,519,693	1,942,481	1,778,034
유동부채	596,192	893,084	673,687
비유동부채	227,586	327,123	377,827
부채총계	823,778	1,220,207	1,051,514
지배기업소유주지분	688,288	721,464	720,999
자본금	50,000	50,000	50,000
자본잉여금	618,183	618,187	618,208
기타자본항목	△8,189	△8,189	△8,189
기타포괄손익누계액	△15,992	△10,909	△18,808
이익잉여금	44,286	72,375	79,788
비지배지분	7,627	810	5,521
자본총계	695,915	722,274	726,520
부채 및 자본총계	1,519,693	1,942,481	1,778,034

- △는 (-)의 수치임

Environmental Information

주요 원료 사용량 (단위 : ton)

	2010	2011	2012
PVC	134,781	135,236	120,260
탄석	79,113	76,673	69,197
가소제	36,628	36,891	31,343
MMA	11,364	12,793	11,924
합계	261,887	261,593	232,724

에너지 사용량 (단위 : TJ)

	2010	2011	2012
직접에너지 사용량	996.3	1,017.8	965.3
LNG	956.2	980.7	930.0
경유	19.4	16.6	16.2
휘발유	0.6	0.7	0.6
기타	20.1	19.8	18.6
간접에너지 사용량	1,845.1	1,885.5	1,719.7
전기	1,561.4	1,610.6	1,527.6
스팀	283.7	274.8	192.2

각 사업장별 환경데이터

		단위	청주			울산		
			2010	2011	2012	2010	2011	2012
에너지 사용량	직접에너지	TJ	57	51	40	939	967	926
	간접에너지	TJ	791	841	696	1,054	1,045	1,023
	총 에너지 사용량	TJ	849	892	736	1,993	2,012	1,949
용수 사용량		ton	217,855	241,821	110,271	493,607	557,649	564,435
온실가스 배출량	Scope1	tCO ₂ e	2,968	2,612	2,040	48,519	49,896	47,676
	Scope2	tCO ₂ e	38,506	37,635	30,210	54,599	54,115	49,703
	합계	tCO ₂ e	41,474	40,247	32,250	103,118	104,024	97,379
대기오염 배출량	NO _x	ton	0.78	0.78	1.28	63.87	*79.00	61.63
	먼지	ton	11.12	9.35	7.92	18.27	18.15	16.46
폐수 배출량	폐수량	m ³	1,731	1,216	1,313	45,528	*53,849	51,664
	BOD	ton	0.012	0.013	0.009	0.253	*0.200	0.083
	COD	ton	0.016	0.011	0.011	1.405	*1,570	1.653
	SS	ton	0.025	0.019	0.028	0.339	*0.392	0.300
폐기물 배출량	일반폐기물	ton	15,215	15,644	11,604	17,292	15,270	17,618
	지정폐기물	ton	439	329	308	*918	677	645
	재활용량	ton	13,802	14,651	10,530	15,866	14,032	16,245
	재활용률	%	88.2	91.7	88.4	*87.1	88.0	88.9

제3자 검증의견서

서문

주식회사 DNV인증원(이하 "DNV")은 주식회사 LG하우시스(이하 "LG하우시스")의 지속가능경영보고서 2013(이하 "보고서")에 대해 검증을 수행하도록 요청 받았습니다. 검증은 보고서에 제시된 정보 관련 경영 프로세스, 보고 프로세스에 초점을 맞추어 진행되었습니다.

LG하우시스는 보고서에 실린 모든 정보의 수집, 분석, 취합, 보고에 대한 책임이 있습니다. 본 업무를 수행하면서 DNV의 책임은 계약 내용 및 합의된 업무 범위에 따라, LG하우시스 경영진에 국한됩니다. 검증은 DNV에 제공된 데이터 및 정보가 완전하고, 충분하며 사실이라는 가정을 기반으로 실시되었습니다. LG하우시스 보고서의 독자는 이해관계자를 대상으로 하고 있습니다. DNV는 본 검증성명서에 기반하여 내려진(투자 등을 포함한) 제3자의 결정에 배상 책임이나 공동 책임이 없음을 명시적으로 표명합니다.

검증 범위

DNV 검증 업무는 2012년도 데이터를 포함합니다. LG하우시스의 보고 범위는 LG하우시스 조직 및 활동에 한정됩니다. 성과 데이터는 국내 사업장에 한정됩니다. (단, 재무데이터는 해외성과 포함) DNV의 검증 범위는 아래와 같습니다.

- 2012년 1월부터 12월까지 기간 중의 지속가능성 관련 데이터 및 활동
- GRI G3.1에 따른 지속가능경영보고서 내용 및 품질 정의 원칙에 대한 평가
- AA1000 Accountability Principles Standard 2008 and AA1000 Assurance Standard 2008에 따른 Accountability 원칙 및 성과 정보에 대한 평가 (Type 1, 중간수준의 보증)
- GRI 적용 수준 확인
- 검증 활동은 2013년 3월에 진행되었으며, 검증팀은 LG하우시스 본사, 울산 공장 및 청주 공장을 방문

제한사항

보고서에 명시된 LG하우시스의 중요한 통제권이 영향을 미치지 않는 조직, 공급업체, 협력사 및 제3자의 지속가능경영, 성과 및 보고 관행 등은 본 검증의 범위에 포함되지 않습니다. DNV는 검증 활동 중 외부 이해관계자 면담을 실시하지 않았습니다. 재무관련 데이터는 회계감사 기관에 의해 확인되었습니다. 재무 데이터를 포함한 경제 성과는 LG하우시스의 내부 문서와 회계감사 기관의 감사를 받은 재무제표와 대비하여 검증되었습니다.

검증 방법론

검증 활동은 DNV의 지속가능경영보고서 검증 프로토콜(VeriSustainTM; www.dnv.com/cr) 및 AA1000AS(2008)에 따라 실시되었습니다. 검증 결론은 프로토콜에 따라 아래 기준에 의해 이루어졌습니다.

- AA1000AS(2008)에 명시된 포괄성, 중요성 및 대응성 원칙 준수
- GRI G3.1, 특히 'A+' 적용 수준 요구사항 확인

검증 활동의 일부로 검증 심사팀은 보고서 내 지속가능성 관련 문구 및 주장에 대해 확인하였고, 보고서에 활용된 데이터 관리시스템, 정보의 흐름과 통제 의 견고성을 평가했습니다.

검증 심사팀은 LG하우시스가 제공한 문서, 데이터 및 기타 정보를 확인하고 검토하였습니다. 또한 인증된 경영시스템으로부터 생성된 정보 및 기술 데이터를 취득하였습니다. 또한 아래 사항에 대해 표본추출 방식의 심사를 진행하였습니다.

- 보고서 내용의 중요성 결정 프로세스
- 보고서에 포함된 정량적, 정성적 데이터 생성, 수집 및 관리 프로세스

검증 심사팀은 보고서에 포함된 업무를 담당하는 10명의 직원들에 대해 면담을 실시하였습니다.

결론

검증 활동을 수행한 결과, DNV는 보고서가 LG하우시스의 지속가능경영 전략, 경영시스템 및 성과를 공정하게 표현하고 있다고 판단하였습니다. 검증 활동을 통해 DNV는 보고서가 GRI G3.1 에서 요구하는 'A+' 적용수준을 만족함을 확인했습니다. 보고 원칙의 채택 및 특정 성과 정보에 대한 추가적인 의견은 아래와 같습니다.

포괄성 | LG하우시스는 지속가능경영 이슈와 관련하여 포괄적인 이해관계자 참여를 실시하였습니다. 이해관계자 참여는 다양한 범위의 이해관계자를 포함하고 있습니다. 보고서에는 이해관계자 참여 프로세스 및 이해관계자 리서치 결과가 자세히 보고되고 있습니다. 보고서에는 협력사, 고객, 주주 및 투자자, 임직원, 지역사회의 크게 5개 이해관계자 그룹이 파악되어 있으며, 각 이해관계자 그룹의 선정 사유와 의사소통 방법에 대해 명시하였습니다. 각 현업 부서들은 직간접적인 수단을 활용하여 이해관계자들의 주요 관심사항을 파악하고, 이에 적극적으로 의사소통 및 참여를 실시하고 있습니다. LG하우시스는 다양한 분야에서 해외 사업을 진행하고 있으므로, 글로벌 이해관계자 참여를 확대하여, 기대사항을 파악하고, 이를 지속가능경영에 반영할 것을 권고합니다. 포괄성 원칙 준수 수준은 양호한 것으로 판단했습니다.

대응성 | 이해관계자의 견해, 관심사항 및 기대사항은 보고서를 준비하고 LG하우시스의 지속가능경영을 체계화하는데 반영되었습니다. 보고서는 전반적으로 이해관계자 대응성을 만족하고 있습니다. 상대적으로 성숙도가 높은 시스템의 구축이 필요합니다. LG하우시스는 이해관계자들에게 지속가능경영이 계획된 바와 같이 진행되고 있음을 보여줄 수 있도록 각각의 중요한 이슈들에 대한 목표를 설정하고, 성과를 모니터링, 측정하는 좀 더 효과적인 시스템을 구축해야 합니다. 대응성 원칙 준수 수준은 보통인 것으로 판단했습니다.

중요성 | LG하우시스는 벤치마킹 및 글로벌 표준 검토, 미디어 분석을 통한 외부이슈 파악, 사내 경영 이슈 분석 및 내부 이해관계자 설문을 고려하여 핵심이슈를 도출하고 우선순위화 했습니다. 보고서는 LG하우시스의 활동과 관련된 주요 이슈들과 이해관계자들에 관련성이 높은 이슈들의 성과를 제시하고 있습니다. 차후 지속가능경영보고서 발행 시, 중요성 평가 결과 확인된 핵심 이슈들에 좀 더 중점을 두어 보고될 수 있도록 보고서를 기획할 수도 있을 것입니다. 중요성 원칙 준수 수준은 양호한 것으로 판단했습니다.

완전성 | LG하우시스에서 정의한 보고 범위 및 경계는 LG하우시스의 중요한 이슈와 활동, 그리고 이해관계자들과 가장 관련있는 이슈와 활동을 다루고 있습니다. 검증된 데이터와 정보에서 중요한 누락은 발견되지 않았습니다. 경제성과에 더해 해외 사업을 포함한 전 사업분야로부터의 환경 및 사회 성과보고 부분 향상을 위한 노력이 기울여져야 합니다. 완전성 원칙은 보통으로 판단되었습니다.

보고서 품질 원칙 | 보고서 내 데이터와 정보는 전체적으로 신뢰할 수 있습니다. 그래픽을 통한 성과 비교는 적절한 것으로 판단됩니다. 하지만, 데이터 관리 프로세스와 데이터 확인을 위한 공식적인 내부 평가 프로세스 수립을 권고합니다. 보고서는 GRI G3.1 지침에 따라 작성되었으며, 보고서에 기술된 정보는 과거년도 대비 성과 비교가 가능하도록 제시되었습니다. 검증 활동을 통해, 몇몇의 경우에서 원본 데이터와 보고된 데이터가 일치하지 않음을 확인하였으며, 이는 수정 되었습니다. 보고서는 상대적으로 균형된 정보를 제공하고 있습니다. 하지만, 일부 부정적인 이해관계자의 견해에 대해서는 중요성 측면에서 필요하다면 좀 더 적극적인 보고와 대응이 필요합니다. 중립성과 신뢰성의 원칙은 보통으로 판단되었습니다.

개선을 위한 제언 | 다음은 LG하우시스 경영진에 제공된 관찰 및 개선사항을 추가적으로 요약한 내용입니다. 본 사항들은 보고서에 대한 결론에는 영향을 주지 않으며, 지속적 개선을 도모하고자 제공됩니다.

- 문서화된 절차서 등을 통해 보고서 발행을 위한 주요 프로세스(데이터 취합, 분석, 보고서 편집 등)를 체계적으로 관리
- 단기, 중기 및 장기 형태로 구분된 정량화된 지속가능성 목표를 수립하고 이를 제시

적격성 및 독립성 | DNV는 지속가능경영보고서 검증을 포함한 다양한 지속가능경영 서비스를 제공하고 있습니다. DNV의 환경 및 사회 검증 심사 전문가들은 전세계 약 100여개 국에서 활동을 하고 있습니다. DNV는 본 성명서를 제외하고 보고서 작성 내의 기술내용과 데이터 준비와 관련된 업무를 수행하지 않았습니다. DNV는 검증 프로세스 동안 이해관계자 면담 시 중립성을 유지했습니다. DNV는 본 성명서에 기반하여 의사결정을 한 개인 또는 조직에 배상 책임 또는 공동 책임이 없음을 명시합니다.

서울, 대한민국
2013년 4월

 **곽승현**
검증팀장

 **안인균**
대표이사 원장

 **Antonio Astone**
기술검토자
DNV 지속가능경영서비스 총괄



GRI G3.1 Index

● : 보고 ○ : 일부보고 ◌ : 미보고 N/A : 해당사항 없음

성과지표	GRI 공시 요구항목	ISO 26000	보고수준	페이지
프로필 공시				
전략 및 분석	1.1 최고 의사 결정권자가 보고 조직 및 전략과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	6.2	●	4-5
	1.2 주요 영향, 위험 요인과 기회	6.2	●	4-5
조직 프로필	2.1 조직 명칭		●	6-7
	2.2 대표 브랜드, 제품 및 서비스		●	10-13
	2.3 주요 사업부서, 운영 회사, 자회사, 합작 회사를 비롯한 보고 조직의 조직 구조	6.2	●	6-7
	2.4 본사/본부 소재지		●	6-7
	2.5 해외사업장 위치, 주요 사업장 등		●	6-7
	2.6 소유 구조 특성 및 법적 형태		●	16
	2.7 대상 시장		●	6-7
	2.8 보고 조직의 규모		●	6-7, 64
	2.9 보고 기간 중 규모, 구조 또는 소유 구조 상의 중대한 변화		●	16-17
	2.1 보고 기간 중 수상 내역		●	72
보고매개변수	3.1 보고 대상 기간		●	표지내지
	3.2 최근 보고서 발간 일자		●	표지내지
	3.3 보고 주기		●	표지내지
	3.4 보고서 관련 내용에 대한 문의처		●	표지내지
	3.5 보고 내용 정의 프로세스		●	18-21
	3.6 보고 경계		●	표지내지
	3.7 보고 범위 또는 보고 경계 상의 제한사항		●	표지내지
	3.8 조직간 비교 가능성에 큰 영향을 줄 수 있는 보고 기준 (합작회사, 자회사 등)		●	표지내지
	3.9 정보수집 과정의 가정보 데이터 측정 기법 및 계산 기준		●	표지내지
	3.1 이전 보고서에 제시된 정보의 재기술 효과 및 그 사유		●	표지내지
	3.11 이전 보고 기간 대비 범위, 경계 또는 측정방식 상의 큰 변화		●	표지내지
	3.12 GRI 대조표		●	68-71
3.13 외부 검증 관련 정책과 활동 및 검증 범위와 기준	7.5.3	●	표지내지, 66-67	
지배구조, 책임, 참여	4.1 조직 지배구조		●	16-17
	4.2 이사회 의장의 임원 겸직 여부		●	16-17
	4.3 일원화된 이사회의 경우, 사외이사 혹은 독립이사의 수		●	16-17
	4.4 이사회에 대한 주주와 직원의 의견 반영 메커니즘		●	16-17
	4.5 이사회 구성원 등에 대한 보상과 조직의 성과 간의 관계		●	16-17
	4.6 이사회 내의 이해관계 상의 충돌 방지를 위한 프로세스		●	16-17
	4.7 경제/환경/사회 전략을 보조하기 위한 이사의 자격 및 전문성 기준 결정 프로세스		●	16-17
	4.8 경제/환경/사회 성과 및 활동과 관련한 미션/핵심가치 진술문, 행동 강령 및 원칙	6.2	●	8-9, 14-15
	4.9 이사회가 경제/환경/사회 성과 파악 및 관리를 관장하는 절차		●	16-17
	4.1 이사회 자체의 성과 평가 프로세스 (경제/환경/사회)		●	16-17
	4.11 사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부 및 채택 방식		●	28
	4.12 경제/환경/사회 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브		●	72
	4.13 산업협회 등 국가별/국제적 정책기구 멤버십 획득 현황		●	72
	4.14 참여한 이해관계자 그룹 목록		●	18
	4.15 참여할 이해관계자 식별 및 선정 기준		●	18
	4.16 참여 유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식		●	18
	4.17 이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사 및 대처 방식		●	18
경제	Disclosure on Management Approach	6.8, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9		23
경제 성과	EC1 직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	6.5.5	●	29
	EC2 기후변화의 재무적 영향		●	36-37
	EC3 연금 지원 범위		●	47
	EC4 정부 재정지원 수혜 실적		●	없음

성과지표	GRI 공식 요구항목	ISO 26000	보고수준	페이지
경제	Disclosure on Management Approach			
시장 지위	EC5	주요 사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금 비율	6.4.4, 6.8	● 45
	EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책, 관행 및 비율	6.6.6, 6.8, 6.8.5, 6.8.7	● 29
	EC7	주요 사업장의 현지인 우선 채용 및 현지 출신 고위 관리자 비율	6.8, 6.8.5, 6.8.7	● 44
	EC8	공익을 우선한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과 (지원 형태 구분 포함)	6.3.9, 6.8, 6.8.3-9	● 29, 59
간접경제효과	EC9	간접적인 경제적 파급효과에 대한 이해 및 설명		● 29
환경	Disclosure on Management Approach		6.2, 6.5	● 31
원료	EN1	총량 또는 부피 기준 원료 사용량		● 40, 65
	EN2	재생 원료 사용 비율		● 39-41
에너지	EN3	1차 에너지원별 직접 에너지 소비량		● 40, 65
	EN4	1차 에너지원별 간접 에너지 소비량		● 40, 65
	EN5	절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량		● 40, 65
	EN6	에너지 효율적이거나 재생가능에너지 기반 제품/서비스 공급 노력 및 해당 사업을 통한 에너지 감축량	6.5, 6.5.4	● 32-37
	EN7	간접 에너지 절약 사업 및 성과		N/A -
용수	EN8	공급원별 총 취수량		● 40, 65
	EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원		N/A -
	EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율		○ -
생물다양성	EN11	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변 지역에 소유, 임대, 관리 하고 있는 토지의 위치 및 크기		N/A -
	EN12	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역에서의 활동, 제품, 서비스로 인하여 생물다양성에 미치는 영향		● 40, 61
	EN13	보호 또는 복원된 서식지	6.5, 6.5.6	N/A -
	EN14	생물다양성 관리 전략, 현행 조치 및 향후 계획		N/A -
	EN15	사업 영향 지역 내에 서식하고 있는 국제자연보호연맹(IUCN) 지정 멸종 위기종 (Red List)과 국가지정 멸종 위기 종의 수 및 멸종 위험도		N/A -
대기배출물, 폐수 및 폐기물	EN16	직·간접 온실가스 총 배출량		● 36, 41, 65
	EN17	기타 간접 온실가스 배출량	6.5, 6.5.5	● 37
	EN18	온실가스 감축사업 및 성과		● 36-37
	EN19	오존층 파괴물질 배출량	6.5, 6.5.3	● 41
	EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기 오염물질 배출량		● 39, 41, 65
	EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질		● 39, 41, 65
	EN22	형태 및 처리 방법별 폐기물 배출량		● 39, 41, 65
	EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량		● 없음
	EN24	바젤 협약 부속서에 규정된 폐기물의 운송/반입/반출/처리량 및 해외로 반출된 폐기물의 비율		N/A -
제품 및 서비스	EN25	보고 조직의 폐수 배출로 인해 영향을 받는 수역 및 관리 서식지의 명칭/규모/ 보호 상태 및 생물다양성 가치	6.5, 6.5.4, 6.5.6	● 40
	EN26	제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동과 성과	6.5, 6.5.4, 6.6.6, 6.7.5	● 33-35
	EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	6.5, 6.5.4, 6.7.5	● 39, 41
법규 준수	EN28	환경 법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수	6.5	● 없음
운송	EN29	제품 및 원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경 영향	6.5, 6.5.4, 6.6.6	● 37
전체	EN30	환경보호 지출 및 투자 총액	6.5	● 40, 65

GRI G3.1 Index

성과지표	GRI 공시 요구항목	ISO 26000	보고수준	페이지
노동	Disclosure on Management Approach	6.2, 6.3.10, 6.4		43
고용	LA1 고용 유형, 고용 계약 및 지역별 인력 현황	6.4, 6.4.3	●	44
	LA2 직원 이직 건수 및 비율 (연령층, 성별 및 지역별)		Ⓛ	44
	LA3 임시직 또는 시간제 직원에게서는 제공하지 않고 상근직 직원에게만 제공하는 혜택 (주사업장별)	6.4, 6.4.3-4	●	47
노사관계	LA4 단체교섭 적용 대상 직원 비율	6.4, 6.3.10, 6.4.3-5	●	50
	LA5 중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보 기간 (단체협약에 명시 여부 포함)	6.4, 6.4.3-5	●	50
직장 보건 및 안전	LA6 노사 공동 보건 안전 위원회가 대표하는 직원 비율	6.4, 6.4.6	●	48
	LA7 부상, 직업병, 손실 일수, 결근 및 업무 관련 재해 건수 (지역별)		Ⓛ	48
	LA8 심각한 질병에 관한 직원 및 그 가족 그리고 지역주민을 지원하기 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험 관리 프로그램	6.4, 6.4.6, 6.8, 6.8.3-4, 6.8.8	●	48
	LA9 노동 조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전 사항	6.4, 6.4.6	●	48
	LA10 직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	6.4, 6.4.7	Ⓛ	46
교육 및 훈련	LA11 지속적인 고용과 퇴직직원 지원을 위한 직무 교육 및 평생 학습 프로그램	6.4, 6.4.7, 6.8.5	○	-
	LA12 정기 성과평가 및 경력 개발 심사 대상 직원의 비율	6.4, 6.4.7	●	47
다양성 및 평등한 기회	LA13 이사회 및 직원의 구성 현황 (성, 연령, 소수계층 등 다양성 지표 기준)	6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3	●	16, 44
	LA14 직원 범주별 남녀 직원간 기본급 비율	6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3-4	Ⓛ	45
고용	LA 15 육아출산휴가 후 업무복귀율 및 보유율 (남녀별)		●	100%
인권	Disclosure on Management Approach	6.2, 6.3		43
투자 및 조달관행	HR1 인권 보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자 협약 건수 및 비율	6.3, 6.3.3, 6.3.5-6	●	100%
	HR2 주요 공급/계약업체의 인권 심사 비율	6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6	●	56
	HR3 업무와 관련한 인권 정책 및 절차에 대한 직원 교육 시수 (교육이수 직원 비율 포함)	6.3, 6.3.5	●	15, 57
차별금지	HR4 총 차별 건수 및 관련 조치	6.3, 6.3.6-7, 6.3.10, 6.4.3	●	없음
결사 및 단체 교섭의 자유	HR5 결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무분야 및 해당 권리를 보장하기 위한 조치	6.3, 6.3.3-5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.5	●	50
아동노동	HR6 아동 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 아동 노동 근절을 위한 조치	6.3, 6.3.3-5, 6.3.7, 6.3.10	●	50
강제노동	HR7 강제 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 강제 노동 근절을 위한 조치	6.3.10	●	50
보안 관행	HR8 업무와 관련한 인권 정책 및 절차 교육을 이수한 보안 담당자 비율	6.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6	N/A	-
원주민 권리	HR9 원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	6.3, 6.3.6-8, 6.6.7	●	없음
평가	HR10 인권 감독 및 영향 평가를 실시하는 사업장의 비율 및 수		Ⓛ	14-15
교정	HR11 공식적인 불만 전달 메커니즘을 통해 소송 제기, 대응, 해결되는 인권 관련 불만사항의 수		●	14-15
사회	Disclosure on Management Approach	6.2, 6.6, 6.8		43
지역사회	SO1 업무 활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	6.3.9, 6.6.7, 6.8, 6.8.5, 6.8.7	●	59-62
	SO2 부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율		Ⓛ	14-15
부패	SO3 반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	6.6, 6.6.3	●	14-15
	SO4 부패 사건에 대한 조치		Ⓛ	14-15
공공 정책	SO5 공공 정책에 대한 입장, 공공 정책 수립 및 로비 활동 참여		N/A	-
	SO6 정당, 정치인과 관련 기관에 대한 국가별 현금/현물 기부 총액	6.6, 6.6.4, 6.8.3	N/A	-
경쟁 저해 행위	SO7 부당 경쟁 행위 및 독점 행위에 대한 법적 조치 건수 및 그 결과	6.6, 6.6.5, 6.6.7	●	57
법규 준수	SO8 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수	6.6, 6.6.7, 6.8.7	●	57

성과지표	GRI 공시 요구항목	ISO 26000	보고수준	페이지
사회	Disclosure on Management Approach	6.2, 6.6, 6.8		43
지역사회	SO9	지역사회에 잠재적 또는 실질적으로 부정적인 영향을 미치는 사업장의 존재 여부	●	59-62
	SO10	사업장에서 지역사회에 미칠 수 있는 부정적 영향을 완화 및 보호하기 위한 장치	●	59-62
제품책임	Disclosure on Management Approach	6.2, 6.6, 6.7		43
고객 건강 및 안전	PR1	개선을 목적으로 제품 및 서비스의 건강 및 안전 영향을 평가한 라이프 사이클 상의 평가 실시 비율	●	53
	PR2	제품 및 서비스의 라이프 사이클 상에서 고객의 건강과 안전 영향 관련 규제 규칙 위반 건수	●	없음
제품 및 서비스 라벨링	PR3	제품/서비스 라벨링 비율	●	33, 53
	PR4	제품/서비스 정보 및 라벨링과 관련된 규제 및 자발적 규칙 위반 건수	●	52
	PR5	고객만족도 평가 설문 결과 등 고객 만족 관련 활동	●	54-55
마케팅 커뮤니케이션	PR6	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 준수 프로그램	●	52-55
	PR7	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 위반 건수	●	없음
고객 개인정보 보호	PR8	고객 개인정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만 건수	●	54
법규 준수	PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수	●	없음

GRI G3.1 가이드라인 적용 수준

LG하우시스 지속가능경영보고서 2013은 GRI G3.1 가이드라인에 따른 지표 보고수준에서 'A+' 수준의 요구사항을 모두 충족하였습니다. 또한 제3자 검증 기관을 통해 본 보고서가 G3.1 가이드라인의 적용수준 중 'A+'에 적합함을 확인하였습니다.

			C	C+	B	B+	A	A+
표준 공시	G3.1 프로파일 공시	결과물	공시항목 1.1, 2.1-2.10, 3.1-3.8, 3.10-3.12, 4.1-4.4, 4.14-4.15		C레벨의 모든 항목과 1.2, 3.9, 3.13, 4.5-4.13, 4.16-4.17		B레벨과 요구사항 동일	
	G3.1 경영방식 공시	결과물	필요없음	보고서 외부검증	각 지표범주에 대한 경영방식(DMA)공시	보고서 외부검증	각 지표범주에 대한 경영방식(DMA)공시	보고서 외부검증
	G3.1 성과지표 및 산업별 부가지표	결과물	최소한 10개 이상의 성과지표를 보고해야 함 (경제, 환경, 사회지표를 각각 1개 이상 포함)		최소한 20개 이상의 성과지표를 보고해야 함 (경제, 환경, 사회지표를 각각 1개 이상 포함)		중요성의 원칙에 따라 모 든 G3.1 핵심성과지표 및 산업가이드 지표에 대해 a)보고하거나 b)보고하지 않을 경우 그이유를 설명	

주요 수상현황 및 활동단체

주요 수상현황

수상명	수상내역	주관기관
2012 대한민국 마케팅 대상	친환경부문 대상	서울경제
CDP (탄소정보공개프로젝트)	탄소공개 특별상	CDP한국위원회
JEC Composites Europe	기술혁신상 LFT-D(장섬유 강화 플라스틱)공법	JEC 그룹
웹 어워드 코리아	모바일 브랜드분야 최우수상 컨텐츠 이노베이션 대상 제품브랜드 부문 통합대상	한국인터넷전문가협회
스마트 앱 어워드 2012	고객서비스 분야 대상	

2012 국제디자인상	비고
if 디자인상	
지인창호손잡이(Z:IN Window Handle)	
플러스 알파 윈도우(Plus Alpha Window)	창호재
올 어라운드 윈도우(All Around Window)	
발코니 바닥재 듀얼 블록(Dual Balcony Block)	
지아벽지(Zea Wallcovering)	벽장재
최고급 프리미엄 친환경 벽지 퓨어 에코 라이트(Pure Eco Light)	
소음제거 벽(Soundproof Hexagon)	
친환경-폐종이 재활용 하이맥스(Eco-Pulp HI-MACS)	인조대리석
아트 500 필름(Art 500-Metal Alchemist)	고기능소재
자연 가슴기(Reversed Hole)	
인테리어 트렌드 서적 이디스(Idees)	디자인센터
레드닷 디자인상	
완전개폐창(The Blossom Window)	
헬스케어창(Healthcare Window)	창호재
지인창호손잡이(Z:IN Window Handle)	
IDEA 디자인상	
SUS Film	고기능소재

주요 활동단체 및 협회

녹색기업협의회	대한산업간호협회	대한산업보건협회
대한산업안전협회	대한상공회의소	전국경제인연합회
한국공기청정협회	한국공정경쟁연합회	한국무역협회
한국바이오편환경협의회	한국상장회사협의회	한국소방안전협회
한국PR협회	한국화재보험협회	한국화학물질관리협회
한국환경산업기술원	환경보전협회	한국사회책임투자포럼

| 총괄 |

이동주 부장, 정성원 과장, 신혜원 대리

| LG하우시스 Sustainability |

한민수 부장, 이동혁 차장, 허지영 차장, 이원호 과장
서재원 과장, 노태완 대리, 이지민 사원, 정명교 사원

| Harmony with Space |

윤영주 과장, 이성규 과장, 손승엽 대리, 안필준 대리

| Harmony with Nature |

이승환 과장, 안명기 대리, 민수홍 사원

| Harmony with Human |

강경학 과장, 백경열 과장, 이광본 과장, 이준욱 과장
이응혁 과장, 윤태영 과장, 정인재 과장, 한현수 과장
신영준 대리, 송은영 사원

| 디자인 |

송혜정 대리, (주)HNE커뮤니케이션즈 이형석 팀장
권상희 대리



본 보고서는 무염소 표백펄프(ECF)를 사용한 친환경 용지에 콩기름잉크를 사용하여 인쇄하였습니다.



 **LG하우시스**

