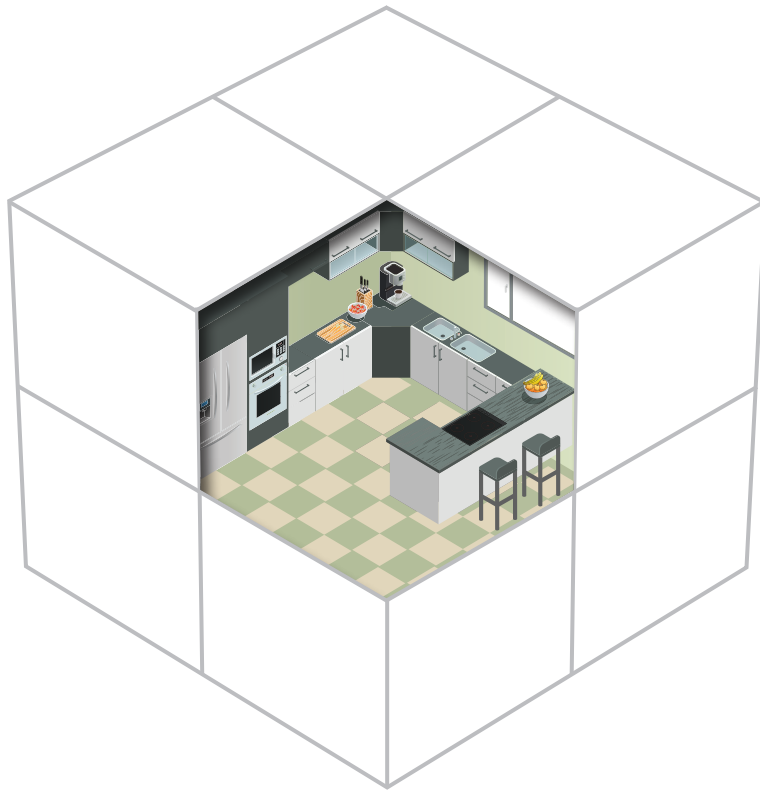


NATURE, HUMAN AND SPACE

LG하우시스 지속가능경영보고서 2020



| 자연을 닮은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만듭니다. |



ABOUT THIS REPORT (9th)

| | |
|--------|---|
| 보고 원칙 | GRI Standards (Core Option), UN 글로벌콤팩트 (UNGC) Index |
| 보고 기간 | 2019. 01.01 ~ 2019.12.31 (2020년 상반기 일부 성과 포함) |
| 보고 범위 | 국내 전 사업장 및 자회사, 일부 해외 법인의 경제, 환경, 사회적 활동과 성과 |
| 보고 기준 | 회계연도 기준, 최근 3개년 수치 보고 |
| 보고서 검증 | 제 3자 검증의견서 (한국생산성본부) |
| 보고 주기 | 연 1회 발간 (2012년 최초 발간) |
| 문의처 | 주소 : 서울특별시 중구 후암로 98 (LG서울역빌딩) LG하우시스 대외협력팀 • 홈페이지 : http://www.lghausys.co.kr • 이메일 : publicteam@lghausys.com |

추가 정보



Web report : PDF에서 클릭하시면 더 자세한 정보를 웹 상에서 확인하실 수 있습니다.



CONTENTS

04 CEO 메시지

06 Business & Strategy

- 07 LG하우시스 소개
 - 08 제품 소개
 - 10 경영 전략 및 성과
 - 13 해외사업
 - 14 지속가능경영
-

16 Focus Issues

- 18 고객 만족 제품 개발
 - 24 안전한 사업장 환경 조성
 - 28 협력사 동반성장
 - 32 제품 및 서비스 품질 강화
-

36 Management Report

- 38 지배구조
 - 40 정도경영
 - 42 인재경영
 - 46 환경경영
 - 48 사회공헌
 - 51 정보보안
-

52 Appendix

- 53 지속가능경영 성과 데이터
 - 56 ESH · 품질 인증 현황 및 소속 단체
 - 57 주요 경제 가치 배분
 - 58 중대성 분석
 - 60 제3자 검증 성명서
 - 62 GRI Standards Index
 - 64 UN Global Compact
-

CEO 메시지



(주)LG하우시스 대표이사
강계웅

강계웅

이해관계자 여러분, 안녕하십니까.

LG하우시스는 건축장식자재, 자동차소재부품 및 산업용필름 제조·판매 기업으로 지속성장을 위한 사업 포트폴리오 고도화와 사업체질 강화라는 큰 전략 방향 아래 사업을 전개하고 있습니다. 올해 지속가능경영 활동을 담은 아홉 번째 지속가능경영 보고서를 발간하면서, 이해관계자 분들의 소중한 의견을 받아 경영활동에 반영해 나가고자 합니다.

2019년 매출액은 전년대비 2.4% 감소한 31,868억원, 영업이익은 전년대비 2.3% 감소한 688억원을 기록했습니다. 시장상황 악화 속에서도 고부가 제품 매출 확대 및 수주 이익률 개선, 원가혁신 활동을 통해 시장 침체 속에서도 일정 부분 성과를 거두었습니다. 올해는 전방 시장인 건설·부동산 및 자동차 산업의 부진과 코로나19 등의 영향으로 더욱 어려운 경영환경에 직면할 것으로 예상됩니다.

이러한 도전적인 경영 환경 속에서 위험을 기회로 생각하고 '고객감동' 경영을 통하여 위기를 극복하겠습니다. 고부가 제품 매출을 확대하고 추가 개선 기회를 발굴하여 근본적 경쟁력을 강화하겠습니다. 단순한 기술과 제품이 아닌 고객에게 실질적인 혜택을 제공할 수 있도록 모든 역량과 자원을 집중하겠습니다. 특히, 전 사업 부문의 구성원들이 정확히 소통하고 진정성 있는 실행을 위해 '제조 중심'에서 '고객 중심'으로 행동과 사고를 전환하도록 하겠습니다.

이와 더불어 고객, 주주, 협력사, 지역사회 등 다양한 이해관계자와의 소통을 통해 다음과 같은 경제·환경·사회적 측면의 지속가능경영 활동을 추진하겠습니다.

첫째, 고객의 입장에서 최상의 가치를 제공하는 '고객 감동 제품'을 지속적으로 개발하겠습니다.

제품 개발에 고객 의견을 신속히 반영하기 위해 '전사 신제품 개발 프로세스'를 운영하고 있습니다. 친환경 소재로 만든 바닥재·벽지·자동차 원단 등을 통해 제품을 사용하는 고객의 건강과 안전성을 고려함과 동시에, 에너지 세이빙 창호 및 유리·고성능 건축용 단열재 등 고효율 에너지 제품으로 기후변화로 인한 이상기후, 자연재해 등의 환경문제 개선에 적극 기여하고자 합니다. 앞으로도 건강한 친환경 제품과 소재를 공급하고 에너지 효율을 극대화하는 시스템과 솔루션을 제공하여 고객에게 신뢰와 감동을 주는 기업으로 자리매김하겠습니다.

둘째, 사업장에서 안전하게 근무할 수 있는 환경을 조성하겠습니다.

기업 활동에서 발생하는 크고 작은 사고가 사업장 내부 구성원뿐만 아니라 지역사회에까지 영향을 미치면서 환경안전 관리의 중요성이 더욱 대두되고 있습니다. 이에 따라 환경안전 진단 조직을 강화하여 전 사업장 운영체계와 설비관리 실태를 파악하고 개선활동을 진행하고 있습니다. 앞으로는 협력사 및 시공현장으로도 진단 범위를 확대하고 이를 정례화해 나갈 계획입니다. 2019년에는 사고 발생 시 원인 및 관리체계 현황을 분석하고자 전사 환경안전IT시스템을 구축했고, 환경안전 사고의 근본적인 원인으로 인식된 '구성원의 의식과 행동습관'을 개선하고자 전사에 환경안전 인식 개선을 위한 교육·홍보 활동을 실시했습니다. 이와 더불어 현장 중심으로 리스크를 발견하고 개선하기 위해 고위험 생산라인과 시공현장 등에 전문 인력을 직접 배치하고 조직을 확대하고 있습니다.

셋째, 경쟁력 있는 협력사 육성을 위한 동반성장 활동을 펼치겠습니다.

협력사를 같이 성장해야 하는 동반자로 인식하고 경쟁력 있는 협력사 육성을 위해 협력사 역량 강화와 일하는 방법의 정립 등 협력사

체질 개선에 중점을 두고 동반성장 정책을 추진하고 있습니다. 먼저, 동반성장 지원 시스템을 운영하며 제조혁신 활동을 통한 생산성 개선, 상생펀드 등 금융지원, 협력사 임직원 대상 품질·환경·안전·전문직무 등의 역량 강화 교육을 지원하고 있습니다. 또한, 관련 법규를 준수하고 공정거래 문화 확산을 위해 구성원 및 협력사를 대상으로 관련 교육과 점검을 지속적으로 실시할 계획입니다. 그리고 협력사가 '협력사 CSR 행동규범'을 준수하여 노동 및 근로여건, 윤리경영, 환경안전보건 등의 CSR 리스크를 예방하고 사회적 책임을 다하도록 돕고 있습니다.

넷째, 제품 품질과 더불어 고객 접점에서의 서비스 품질을 강화해 나가겠습니다.

'고객 감동'을 실현하고 제품의 신뢰성을 제고하기 위해, 상품 기획 단계부터 사후 관리까지 제품 사용 전 과정에서 제품 안전성을 확보하기 위해 노력하고 있습니다. 앞으로도 품질관리체계를 지속 정비하여 고객이 진정으로 원하는 가치를 찾아 제공하겠습니다. 특히, 올해에는 고객이 생활 속에서 제품을 사용하면서 궁금해할 사항들과 불편하게 생각한 페인 포인트 (Pain Point)를 간편하고 빠르게 해결하도록 돕자는 취지에서 'LG하우시스 고객센터 서비스 홈페이지 (<http://service.lghausys.com>)'를 새롭게 오픈했습니다. 앞으로도 다양한 온·오프라인 채널을 활용해 고객의 페인 포인트에 귀 기울이고 이를 바로 해결할 수 있는 시스템을 계속 만들어 나가겠습니다.

LG하우시스는 앞으로도 고객의 입장에서 최상의 가치를 제공하는 '고객 감동' 경영으로 지속성장해 나가는 토대를 마련하고, 환경안전 관리 강화 및 동반성장 활동을 지속 펼쳐 지역사회·협력사와 함께 성장해 나가며 이해관계자로부터 신뢰와 존경을 받는 최고의 기업이 되겠습니다.

변함없는 관심과 성원을 부탁드립니다.
감사합니다.

BUSINESS & STRATEGY

LG하우시스 소개

제품 소개

경영 전략 및 성과

해외사업

지속가능경영

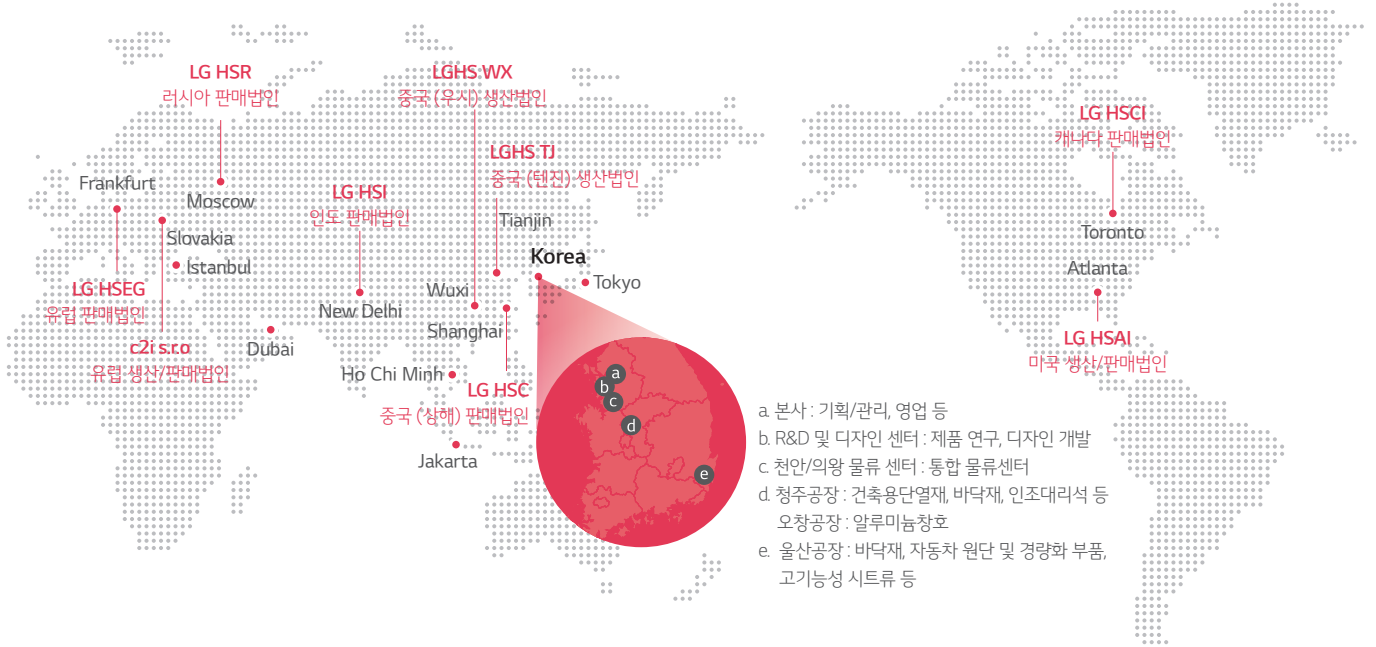


LG하우시스 소개

LG하우시스는 건축장식자재 및 산업용필름, 자동차 소재부품 제조/판매 기업입니다.

주요 제품은 창호, 바닥재, 인조대리석·이스톤 등 건축장식자재와 가전·가구 표면 마감재 등 산업용필름, 자동차 원단/부품입니다. LG하우시스는 국내 본사와 생산공장을 비롯해 미국, 중국, 인도 등을 중심으로 7개 해외 판매법인과 4개의 해외 생산법인, 5개의 해외 지사를 운영하고 있습니다.

글로벌 거점 현황



| | |
|-----|------------------|
| 매출액 | 31,868 억원 |
|-----|------------------|

| | |
|------|---------------|
| 영업이익 | 688 억원 |
|------|---------------|

| | |
|--------|----------------|
| 국내 임직원 | 3,251 명 |
|--------|----------------|

| | |
|-------|-----------------|
| 해외매출액 | 9,154 억원 |
|-------|-----------------|

| | |
|---------|-------------|
| 해외매출 비중 | 29 % |
|---------|-------------|

| | |
|--------|----------------|
| 해외 임직원 | 1,233 명 |
|--------|----------------|

(2019년 말 연결 기준)

주요 연혁

- 1947 락희화학공업사 (現LG화학) 창립
- 1952 국내 최초 합성수지 성형 제품 생산
- 1958 비닐장판 생산
- 1976 PVC창호 (하이샤시)/자동차부품 생산
- 1978 데코시트 생산
- 1979 R&D 센터 오픈
- 1988 미국법인 설립
- 1991 벽지/인테리어 필름 생산
- 1992 광고용 시트 생산
- 1993 가전 표면소재 생산
- 1995 인테리어 대리석 (하이막스) 생산
- 1996 중국 천진 생산법인 설립
- 1998 시스템 창호 출시
- 2000 외장필름 생산
- 2005 유럽법인 설립
- 2006 프리미엄 인테리어 브랜드 Z:iN 런칭
- 2008 러시아법인 설립
- 2009 기업분할 (LG화학, LG하우시스)
(주)LG 토스템비엠 J/V 설립
국내 최초 진공단열재 출시
건축 자재업계 최초 탄소성적표지인증 취득
국내 최초 해외자발적 탄소인증 (VCS) 획득
- 2010 인도법인 설립
세계 최초 옥수수 원료 (PLA) 천연소재
마루 출시 (지아마루)
세계 최초 창호일체형 자동 환기창 출시
- 2011 미국 엔지니어드스톤 공장 완공
오창 알루미늄창호 공장 완공
매장형 창호전문점 '지인 윈도우 플러스' 개장
- 2012 로이유리 생산
- 2013 청주 건축용단열재 공장 준공
국내 최초 6.0mm 바닥재 지아소리잠 생산
- 2014 플래그십 스토어 '강남지인스퀘어' 오픈
- 2015 수퍼세이프 창호 시리즈 출시
- 2016 미국 자동차 원단 공장 완공
- 2017 c2i 지분 인수
- 2018 청주 건축용단열재 제2공장 완공
- 2019 LG Z:iN 브랜드 런칭

제품 소개

건축장식자재

단열성과 내구성이 뛰어난 창호와 코팅유리, 편안하고 안전하며 식물 유래 소재를 표면층에 적용한 친환경 바닥재·벽지, 단열 성능이 뛰어나고 화재에 안전한 단열재를 비롯하여 세계적인 건축가들에게 사랑 받는 인조대리석·이스톤, 감각적인 디자인과 기능을 겸비한 인테리어필름, 데코필름 제품을 생산하여 건강하고 안전한 공간을 창조합니다.

주요 제품

창호, 유리, 바닥재, 벽지, 건축용 단열재, 강화목재, 인조대리석·이스톤, 인테리어필름, 데코필름





산업용 필름

우수한 디자인의 가전필름과 광고용필름 등을 생산하여 아름다운 공간을 만들어가고 있습니다.

주요 제품

가전 필름, Sign&Graphics



자동차 소재부품

우수한 기능과 친환경 제품으로 인정받은 자동차 원단, 중량 절감을 통해 연비 향상에 기여하는 경량화 부품, 자동차 내외부를 구성하는 자동차 부품을 통해 안전하고 편안한 드라이빙 공간을 구현합니다.

주요 제품

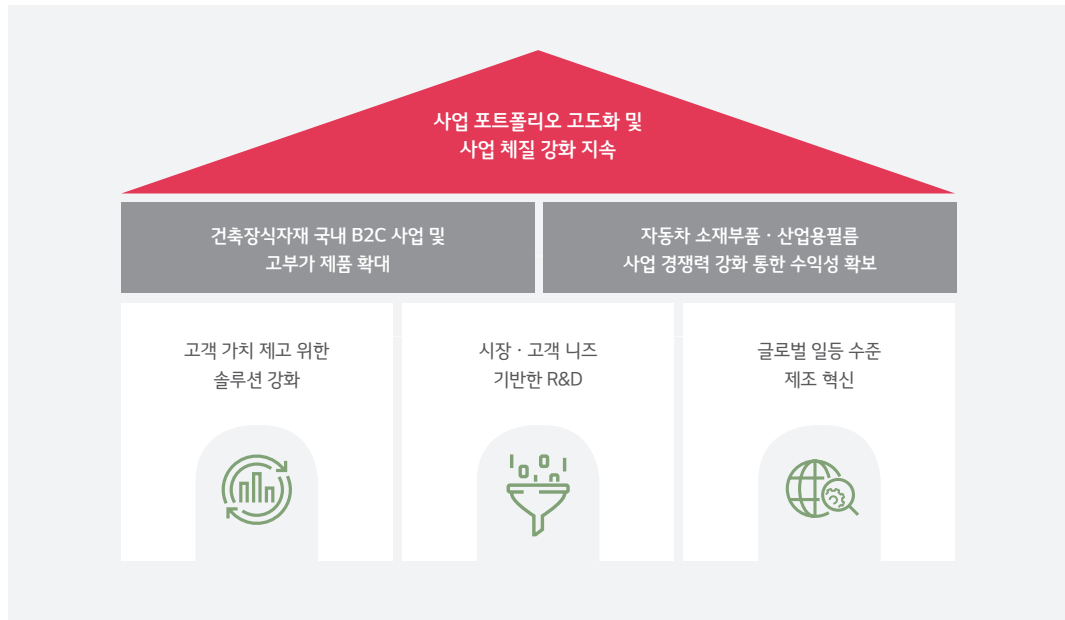
자동차 원단, 경량화 부품, 자동차 부품

경영 전략 및 성과

경영 전략

LG하우시스는 '사업 포트폴리오 고도화 및 사업 체질 강화'라는 큰 전략 방향에 따라 사업을 전개하고 있습니다. 건축장식자재 사업은 국내 개보수 시장 성장에 대응하여 B2C 영역을 적극 육성하고 단열재, 이스톤 등 고부가 제품 판매를 지속 확대하고 있습니다. 산업용필름과 자동차 소재부품 사업은 경쟁력을 강화하여 수익성을 개선하는 데 집중하고 있습니다. LG하우시스는 고객 가치 제고를 위한 솔루션 강화, 시장·고객 요구에 기반한 R&D, 글로벌 일등 수준의 제조 혁신 활동에 주력하여 변화하는 시장에 대비하고 견고한 성장을 이루고자 합니다.

전략 방향



중점 과제

사업소개 및 시장전망

사업소개

건축장식자재 사업의 주요 제품은 창호와 바닥재, 벽지, 단열재, 인조대리석·이스톤, 데코필름입니다. 주거용, 상업용 공간에 적용 가능한 플라스틱과 알루미늄 소재의 창호와 단열성능이 우수한 기능성 코팅유리, 다양한 디자인의 친환경 바닥재 및 벽지, 주방 상판과 실내외 장식용 마감재인 인조대리석·이스톤, 화재에 안전하고 에너지 절감효과가 우수한 건축용 단열재는 고객들의 주거 환경 개선에 앞장서고 있습니다. LG하우시스는 국내 최초로 재활용 페트 (PET)를 사용한 가구용 데코필름을 개발하는 등 친환경 기술 개발에도 주력을 다하고 있습니다.

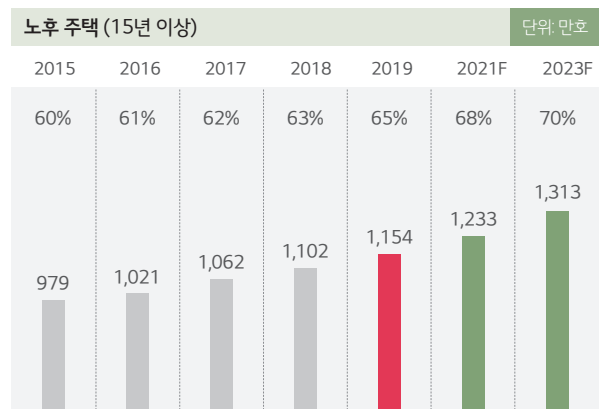
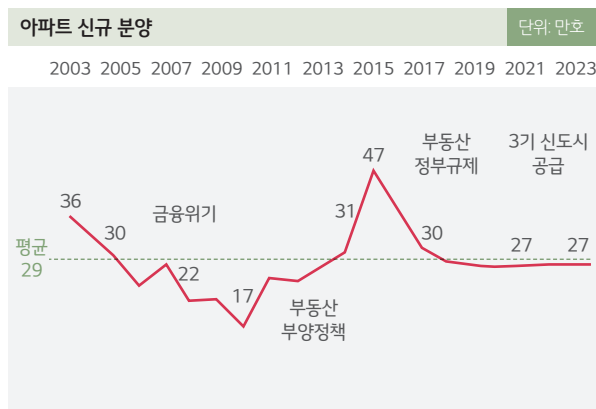
가구, 창호, 건물, 가전 표면에 사용되는 가전필름, 광고용필름 등 산업용필름은 용도에 따라 내후성, 내구성 등 다양한 기능을 갖추어 고객에게 제공되고 있으며, 가전, 가구 제품의 디자인 차별화를 구현하고 있습니다.

자동차 소재부품 사업에서는 자동차용 원단, 경량화 부품, 일반 자동차 부품을 생산·판매하고 있습니다. 자동차 원단은 좌석 시트, 도어 등에 적용되는 우수한 디자인과 친환경성의 표면용 소재입니다. 경량화 부품은 기존 스틸의 강성을 유지하며 자동차 무게를 줄임으로써 연비 개선에 기여하는 제품으로, 전기차 등 확산에 따라 수요가 증가할 것으로 예상됩니다. 일반 부품은 자동차 내외부 및 인테리어용으로 사용되고 있습니다.

시장전망

건축장식자재 사업은 건설 및 부동산 경기와 밀접한 연관이 있습니다. 국내 신축 시장은 2015년 이후 분양 물량 감소로 신규 주택 공급이 줄어들고 있습니다. 개보수 시장은 노후 주택 증가에 따라 지속 확대가 예상되나, 최근 부동산 정책 강화 및 경기 침체 등으로 인해 주택 거래량 감소에 영향을 받고 있습니다. 미국, 중국, 유럽 등의 해외 시장도 글로벌 경기 악화 영향으로 주택 시장 성장세가 둔화되는 추세입니다. 그러나 건축법 강화와 안전성 요구 수준 상향으로 에너지 절감, 친환경 자재에 대한 고객의 니즈로 인해 친환경 프리미엄 자재의 수요는 증가할 것으로 예상됩니다.

자동차 소재부품 및 산업용필름 사업은 자동차, 가전 등 전방산업과 밀접한 관련이 있습니다. 신차 수요는 국내를 비롯한 미국, 유럽, 중국 등 주요 시장에서 감소하고 있습니다. 다만, 전기차 등 친환경 차량에 대한 수요가 점차 증가함에 따라 경량화 부품 및 친환경 내장재, 디자인 차별화 제품에 대한 수요 또한 증가할 것으로 예상됩니다. 산업용필름은 고객 요구사항이 다변화함에 따라 소재간 경쟁이 점차 심화되고 있어, 가전 시장의 경우 고가 프리미엄 제품을 중심으로 수요 상승이 예상되며, 특히 인도, 중동, 동남아 등 신흥 시장이 성장할 것으로 예상됩니다.



* 통계청, 국토교통부, 한국감정원 데이터를 참고하여 실적 및 향후 추정치 산정

성과 및 목표

LG하우시스는 주택/건설 및 자동차 등 전방산업 악화 영향으로 2019년 31,868억원의 매출을 기록하여 전년대비 2.4% 감소, 영업이익은 688억원으로 전년대비 2.3% 감소하였습니다. 향후에도 전방산업 상황 회복이 더딜 것으로 예상되어 차별화된 신제품 개발 및 제조혁신, 원가·비용혁신 등을 통해 수익성 구조를 개선하고, 고부가가치 제품을 중심으로 해외 시장을 확대하여 성장과 수익을 실현하고자 합니다. 또한 국내 개보수 시장 확대 등 변화에 대응하여 건축장식자재 사업의 B2C 역량을 지속 강화할 계획입니다.

| 과제 | 2019 주요 성과 | 2020 계획 | 중장기 목표 |
|--------------|--|--|---|
| 국내 B2C 사업 강화 | <ul style="list-style-type: none"> 인테리어 솔루션 제안을 위한 제품 및 서비스 기반 구축 B2C 판매 채널 비중 확대 | <ul style="list-style-type: none"> 인테리어 제품/서비스 경쟁력 확보 LG전자 BEST SHOP 및 대형유통 입점을 통한 판매 인프라 확대 | <ul style="list-style-type: none"> 인테리어 역량 확보로 건장재 시장 선도 지속 |
| 고부가 제품 확대 | <ul style="list-style-type: none"> 프리미엄 디자인, 기능성, 친환경 신제품 국내외 확대 제조 혁신 통한 수익성 개선 | <ul style="list-style-type: none"> 복미 이스트론 3호기 및 청주 단열재 3호기 완공/양산 | <ul style="list-style-type: none"> 수익성을 동반한 견고한 성장 해외 사업 확대 |
| R&D 경쟁력 강화 | <ul style="list-style-type: none"> 규제강화에 따른 내화성능 향상 단열재 개발 차세대 건장재 제품 개발 미래창 솔루션 개발 자동차 원단 기능성 제품 개발 | <ul style="list-style-type: none"> 고단열, 고내화 단열재 개발 지속 미래창 솔루션 개발 지속 | <ul style="list-style-type: none"> 미래 주거환경에 부합하는 차세대 건장재 개발 핵심 원천기술 확보 및 미래 준비를 위한 Open Innovation 자동차 원단 글로벌 기술력 확보 |
| DX* 역량 확보 | - | <ul style="list-style-type: none"> 고객 데이터 수집/분석/활용 역량 확보 | <ul style="list-style-type: none"> 빅데이터 기반 제조/물류/품질/마케팅 등 사업 경쟁력 강화 |

* DX : Digital Transformation

사업 전략

건축장식자재

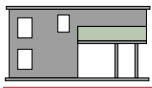
LG하우시스는 주택 개보수 수요 증가에 따라 B2C 사업을 확대하고자 소비자 접점을 넓히고 제품 라인업을 강화하고 있습니다. 고객 접근성을 높이기 위해 전시장, 온라인몰, 단지행사, 홈쇼핑 등 다양한 판매 채널을 운영하고 있으며, LG 전자와의 협업으로 가전 전시장 'BEST SHOP' 입점을 확대하고 있습니다. 창호, 바닥재, 벽지 등 기존 제품의 기능성 향상과 함께 주방·욕실 등 주택 개보수 시 필요한 제품을 추가로 확보하여, 패키지 형태로 맞춤 공간을 제안하는 상품 및 서비스를 제공하고자 합니다.

에너지세이빙

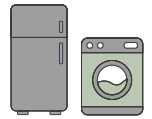
최근 증설 투자하여 2020년 상반기 양산 가동되는 단열재 3호기를 통해, 건축물의 에너지 효율, 안전성 기준 강화로 증가하는 고내화·고성능 단열재 수요에 적극 대응할 계획입니다. 또한 창호 단열 성능 향상을 위해 로이유리 (Low-E) 등 기능성 유리 제품과 자동 환기시스템, 디스플레이 창 등 미래형 창호 개발에도 투자하고 있습니다.

해외 건축자재

인조대리석·이스톤의 프리미엄급 천연석 패턴을 적용한 제품을 확대하여, 해외 고객으로부터 우수한 디자인과 품질을 인정받고 있는 북미, 유럽 중심의 글로벌 시장에서 지위를 더욱 강화해 나갈 계획입니다.



산업용필름



소재 가공 및 표면처리 기술을 바탕으로 다양한 디자인을 구현함은 물론 얼룩방지, 내스크래치 등 뛰어난 품질을 제공하여 가전, 가구, 광고용필름 시장에서 글로벌 경쟁력을 강화하고 있습니다.

자동차 소재부품



소재의 고급화, 연비개선 요구 증대, 환경 규제 강화 등 산업 변화에 대응하여 자동차 원단은 차량 실내 공기질 개선을 위한 신소재 기술, 디자인 다양화를 위한 표면처리 기술 개발에 주력하고 있습니다. 또한 성장이 예상되는 전기차의 자동차 부품으로써 경량화 복합소재 제품의 기능성을 강화하고 있습니다.

LG Z:IN 브랜드 변경

브랜드 결합

LG하우시스의 프리미엄 인테리어 브랜드 Z:IN이 LG 브랜드와 결합하여 'LG Z:IN'으로 새롭게 출발했습니다. 이번 변화를 통해 LG하우시스는 LG가 가진 브랜드 파워와 프리미엄 인테리어 브랜드로서 Z:IN의 전문성을 더하여, 건설사, 고객사는 물론 일반 소비자를 대상으로 제품 및 서비스 제공을 확대하고자 합니다.

LG Z:IN

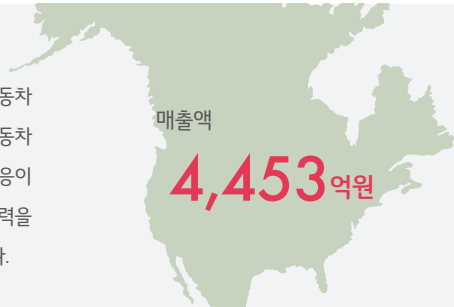
해외사업

LG하우시스는 국내에서뿐만 아니라 북미, 중국, 유럽 등의 핵심 시장에서 고객 중심의 시장 전략을 추진하고 있으며, 미국, 중국에 위치한 생산 및 판매 거점을 중심으로 제품을 현지화하여 글로벌 네트워크 확장에 주력하고 있습니다. 특히 인조대리석, 이스톤, 자동차 원단, 가전필름 등은 글로벌 시장에서 선도적 지위를 확보하고 있습니다. 인조대리석·이스톤은 현지 건자재 유통업체 등 다양한 판매 채널을 통해 상업용 시장을 공략하여 시장 점유율을 높이고 있습니다. 산업용필름은 유럽 가구사를 대상으로 친환경 필름 판매를 확대하고 있으며, 바닥재 사업은 카펫, 마루에서 PVC 소재 바닥재 중심으로 수요가 전환되고 있는 북미, 유럽 등을 중심으로 지속 성장할 계획입니다. 자동차 원단은 미국, 중국에서 주요 완성차 중심 Spec-in을 통해 시장 점유율을 높이고 있습니다. LG하우시스는 신흥시장인 인도, 동남아 등으로 인조대리석, 바닥재 등 건축자재를 수출하고 있으며, 향후 인테리어 필름 등 공급을 확대할 계획입니다.

(2019년 말 연결 기준)

북미

북미는 세계 최대의 인테리어 자재 및 자동차 시장으로, LG하우시스는 인조대리석, 이스톤, 자동차 원단을 중심으로 현지화 전략을 추진하고 있습니다. 미국 조지아 주에는 인조대리석, 이스톤 및 자동차 원단 생산 공장이 위치해 있으며, 2017년에는 캐나다 판매법인을 설립하여 북미 전역에 시장대응이 가능한 기반을 마련하였습니다. 2020년에는 이스톤 3호 생산라인을 증설하여 향상된 생산 능력을 바탕으로 차별화된 제품을 개발하여 북미 이스톤 시장에서 높은 성장을 지속할 것으로 예상합니다.



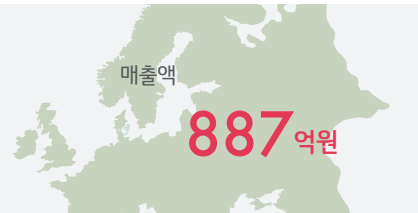
중국

중국에서는 바닥재 및 산업용필름, 자동차 소재부품을 중심으로 사업을 전개하고 있습니다. 타일, 시트류 바닥재와 가전제품용 고광택 가전필름은 시장 내 높은 점유율을 차지하고 있으며 앞으로도 지속 성장이 예상됩니다. 텐진과 우시에 위치한 생산 공장을 통하여 생산부터 유통까지 현지화된 제품과 서비스를 제공하고 있으며, 점점 강화되는 환경안전 규제에 대응하여 지속적으로 체계 및 설비를 개선하여 환경안전경영을 실천하고 있습니다.



유럽

유럽은 인조대리석, 가구용 필름을 중심으로 사업 기반을 마련했습니다. 특히 성장 가속화를 위해 상업용 인조대리석 시장 공략을 강화하여 점유율을 높이고, 앞으로 PVC 바닥재 시장을 대상으로도 사업 영역을 확대해 나갈 계획입니다.



인도

인조대리석과 가전필름 사업은 인도 시장에서 꾸준히 성장하고 있습니다. 현지 맞춤형 디자인 및 마케팅 활동 강화를 통해 브랜드 인지도를 높이고 있습니다.



이 외 지역

중동, 동남아 지역의 신흥국가에서는 인조대리석, 바닥재, 산업용필름을 중심으로 성장하고 있습니다. LG하우시스는 고객 세미나 등 현지 마케팅 활동을 강화하여 다양한 시장의 요구에 맞는 제품을 제공하고 있습니다.



지속가능경영

LG하우시스는 “자연을 닮은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만듭니다”라는 비전 아래 지속가능경영을 추진하고 있습니다. 사회로부터 신뢰받는 기업이 되기 위해 지속가능경영 체계를 정립하여 리스크 관리, 사회공헌 활동, 이해관계자 소통을 중심으로 활동을 추진하고 있습니다.

지속가능경영 추진 체계

비전

자연을 닮은, 사람을 담은
행복한 생활공간을 만듭니다

목표

“ 이해관계자와의 조화를 통한 지속가능한 기업 추구 ”

추진 과제

리스크 관리

사회공헌 활동

이해관계자 소통

추진 현황

- 리스크 진단
 - 주요 협력사 CSR 진단 실시
 - 협력사 진단결과 개선 강화
- 리스크 변화 관리
 - 최신 국제 원칙 지지
 - 협력사 개선 과제 관리 및 교육 실시

- 애국사회공헌 활동
 - 현충시설 개보수 지원
 - 국가유공자 주거개선
- 문화유산 환경 보존 활동
 - 독도 공간 가꾸기
 - 독도 청년 지킴이
- 지역사회 사회공헌 프로그램 활성화
 - 임직원 참여형 봉사 활동
 - 수해지역 지원 등 긴급 구호 활동

- 지속가능경영보고서 발간
 - 핵심 CSR 성과 관리 및 공유
- 대외 평가 참여
 - 한국기업지배구조원 등 국내외 지속가능경영 평가 기관 대상 ESG (경제, 사회, 지배구조) 현황 공개

지속가능경영 관련 대외 수상 실적



| | |
|------|--|
| 2012 | • CDP 탄소공개 특별상 |
| 2013 | • 한국기업지배구조원 ESG 평가 통합 A등급 |
| 2014 | • 한국기업지배구조원 ESG 평가 통합 A등급 • 한겨레경제연구소 한·중·일 사회책임경영 우수기업 <동아시아30> 선정 • 한국표준협회 대한민국지속가능성지수 (KSI) 건축자재 업계 1위 선정 |
| 2015 | • DJSI Korea 지수 최초 편입 • 지속가능경영금융센터, 한국경제 '지속가능슈퍼컴퍼니 25' 종합 1위 선정 • 한국표준협회 대한민국지속가능성지수 (KSI) 건축자재 업계 1위 선정 |
| 2016 | • DJSI Korea 지수 2년 연속 편입 • 한국기업지배구조원 ESG 평가 통합 A등급 • 한국표준협회 대한민국지속가능성지수 (KSI) 건축자재 업계 1위 선정 |
| 2017 | • DJSI Korea 지수 3년 연속 편입 • CDP '탄소경영 섹터 아너스 (산업재)' • 한국기업지배구조원 ESG 평가 통합 A등급 • 한국표준협회 대한민국지속가능성 지수 (KSI) 건축자재 업계 1위 선정 |
| 2018 | • DJSI Korea 지수 4년 연속 편입 • 한국기업지배구조원 ESG 평가 통합 A 등급 • 한국표준협회 대한민국지속가능성지수 (KSI) 건축자재 업계 1위 선정 |
| 2019 | • DJSI Korea 지수 5년 연속 편입 • 한국기업지배구조원 ESG 평가 통합 A 등급 • 한국표준협회 대한민국지속가능성지수 (KSI) 건축자재 업계 1위 선정 • 산업통상자원부 대한민국 사랑받는 기업 정부 포상 '대통령 표창' 수상 |

2019년 지속가능경영 핵심성과

2019년 한 해 동안 LG하우시스 내·외부 이해관계자에게 가장 영향을 많이 미친 지속가능경영 이슈는 고객 만족 제품 개발, 안전한 사업장 환경 조성, 협력사 동반성장, 제품 및 서비스 품질 강화입니다. LG하우시스는 네 가지 이슈를 주요 보고 내용으로 선정하여 보고서에 수록하였습니다.

| 고객 만족 제품 개발 | | | 보고 페이지 18-23p |
|------------------------------|---|--|---|
| 과제 | 2019 주요 성과 | 2020 계획 | 중장기 목표 |
| 보유 기술의 확장을 통한 차별화 제품 발굴 및 개발 | <ul style="list-style-type: none"> 주거 환경 변화, 고객 편의성 향상을 위한 미래창호 개발 정부 규제 대응 및 친환경 건축장식소재 지속 개발 미래 자동차용 대면적 경량화 부품 개발 | <ul style="list-style-type: none"> 에너지 및 유해물질 등 규제변화 대응 및 친환경 건축장식소재 지속 개발 설계/해석 역량, 레퍼런스를 활용한 경량화 Solution 제공 | <ul style="list-style-type: none"> 고객 Pain Point를 해결하는 가능성 제품 개발 제품 자체 - 시공 - 사용까지 고객의 안전을 생각하는 제품 개발 배터리팩 관련 부품의 지속적인 개발로 친환경차 부품 시장 선점 |
| 차별화 디자인과 구현기술 강화 | <ul style="list-style-type: none"> 디자인 구현기술 적용으로 선명한 패턴의 솔리드서피스 개발 국내 OEM 업체 최초의 풀(full)카본 외장 부품 양산 | <ul style="list-style-type: none"> 인테리어 공간 디자인 개발 복합 소재 기술 심화를 통한 건축재료의 용도 확장 | <ul style="list-style-type: none"> 고객 관점의 제품 개발 및 차별화 디자인 역량 강화 고해상도 인쇄기술로 다양한 디자인의 자동차 인테리어 부품 개발 |

| 안전한 사업장 환경 조성 | | | 보고 페이지 24-27p |
|---------------|--|--|---|
| 과제 | 2019 주요 성과 | 2020 계획 | 중장기 목표 |
| 관리체계 개선 | <ul style="list-style-type: none"> 관리체계 진단을 통한 전사 환경안전 업무 표준화 비상대응훈련 특별진단을 통한 위기대응 능력 향상 | <ul style="list-style-type: none"> 법규준수 및 내부통제를 위한 진단 체크리스트 재정비 및 특별진단 실시 화학물질관리체계 등 특정항목의 본사 주관 진단 및 전사규정 재정립 | <ul style="list-style-type: none"> 법규준수 이슈 자가발굴/개선 및 법규 변화 선제적 대응체계 정립 리스크 평가 실시 및 결과 기반 중점관리 필요사항 진단 |
| 안전 의식 강화활동 실시 | <ul style="list-style-type: none"> 안전문화 수준 평가결과 기반 개선활동 실시 안전 운영체계 이해 및 기본역량 강화 교육 | <ul style="list-style-type: none"> 안전활동의 전원참여 유도 등 가치확산 활동 강화 경영진의 솔선수범 리더십 현장 전파 | <ul style="list-style-type: none"> 안전문화수준 자체 평가를 위한 평가 Tool 정비 및 평가원 양성 안전문화수준 평가결과 기반 조직별 개선활동 전개 |

| 협력사 동반성장 | | | 보고 페이지 28-31p |
|----------------|---|---|--|
| 과제 | 2019 주요 성과 | 2020 계획 | 중장기 목표 |
| 협력사 근본적 경쟁력 강화 | <ul style="list-style-type: none"> 제조혁신 활동을 통한 생산성 개선 지원 협력사 확대 동반성장 투자지원 지원 확대 (3억 → 5억) | <ul style="list-style-type: none"> 협력사 대상 상생펀드/현금지급 등 금융지원 운영 생산성 및 품질 향상을 위한 협력사 기술, 경영, 교육지원 강화 | <ul style="list-style-type: none"> 상호 경쟁력 제고로 지속성장 가능한 산업생태계 구축 제조기술 지원을 통한 협력사 생산성 개선 극대화 |
| 열린 소통 | <ul style="list-style-type: none"> 경영진 및 1차 협력사 현장 소통 생산성 개선 우수 협력사 포상 | <ul style="list-style-type: none"> 경영진 및 1-2차 협력사 현장 소통 생산성 개선 우수 협력사 포상 확대 | <ul style="list-style-type: none"> 동반성장 기반 강화 및 건전한 협업문화 정착 동반성장 지원의 2차 협력사 범위 확대 |
| 공정한 거래 환경 조성 | <ul style="list-style-type: none"> 1-2차 협력사간 표준하도급 계약서 체결 독려 하도급 거래 사전·사후 심의위원회 운영 | <ul style="list-style-type: none"> 2-3차 협력사간 공정위 협약 체결 독려 법규와 지침 준수로 합리적이고 공정한 거래 관행 구축 | <ul style="list-style-type: none"> 공정거래 실천 사항 준수 불공정 거래 예방 활동 강화 |

| 제품 및 서비스 품질 강화 | | | 보고 페이지 32-35p |
|-----------------|---|---|--|
| 과제 | 2019 주요 성과 | 2020 계획 | 중장기 목표 |
| 품질보증체계 Level-Up | <ul style="list-style-type: none"> 협력업체 품질체계 점검 활동 주요 임가공 협력업체 진단 실시 제조지능화를 위한 인프라 투자 확대 실시간 생산 / 공정관리 시스템 구축 | <ul style="list-style-type: none"> 품질개선 과제 이행 모니터링 강화 F-Cost 과제 및 품질 진단 결과의 개선 이행 점검 제품 안전성 및 장기 사용성능 검증 제품 안전 이슈 정기 공유 및 신뢰성 시험법 이관 추진 | <ul style="list-style-type: none"> 품질 공통업무 역량 상향평준화 품질 업무 표준화 및 관리수준 Level-up 고객 VOC의 품질개선 반영 글로벌 선도 품질 IT 시스템 도입 개발 - 품질영역 시스템/Data 연동 업무 수행에 필요한 정보 및 산출물을 시스템 기반으로 관리 |
| Six Sigma 관리 강화 | <ul style="list-style-type: none"> 공정 데이터를 활용한 품질개선 활동 빅데이터 과제 모델 라인 운영 사내/외 교육 통한 분석 역량 교육 | <ul style="list-style-type: none"> 빅데이터 분석을 통한 품질관리 수준 향상 과제 확대 및 다투닝 비전 검사 성공 모델 확보 사내 분석 전문가 육성 및 사용자 교육 실시 | <ul style="list-style-type: none"> 빅데이터 분석을 통한 일하는 방식 혁신 공정별 우수사례 발굴 및 프로세스 전파 엔지니어의 빅데이터 활용역량 확보 |
| 고객접점 관리 | <ul style="list-style-type: none"> 고객 A/S 점점 만족도 제고 활동 A/S 협력사 교육을 통한 역량 향상 시공 CTQ 관리 및 시방서 관리 체계 정립 | <ul style="list-style-type: none"> 서비스품질 운영체계 정립 고객 만족 A/S 운영 IT 시스템 강화 인테리어 A/S 체계 정립/운영 | <ul style="list-style-type: none"> 고객 상담 IT 시스템 고도화로 고객 상담 역량 강화 Single Platform IT 시스템 도입으로 고객에서 수리기사 정보 연계 챗봇 시스템의 도입으로 고객 상담력 향상 |

* 중대성 분석 58-59page 참고

FOCUS ISSUES

고객 만족 제품 개발

안전한 사업장 환경 조성

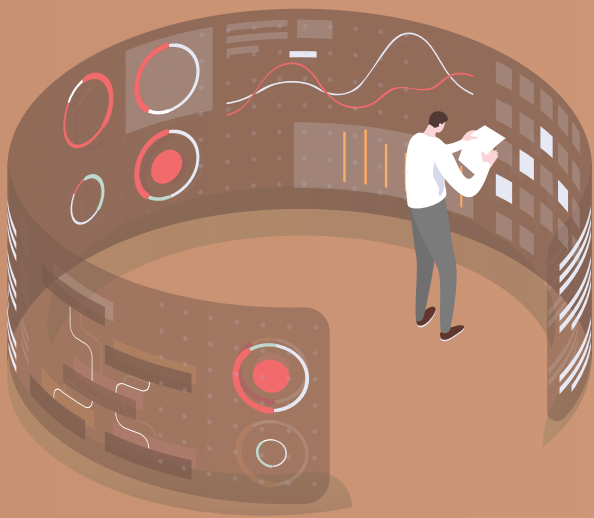
협력사 동반성장

제품 및 서비스 품질 강화

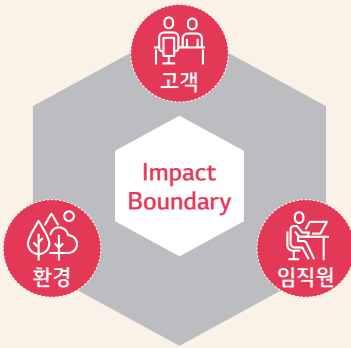


Win-win Growth
with Suppliers

Creating a Safe
Workplace
Environment



고객 만족 제품 개발



지속가능성 접근방식

연구개발 활동은 표면 처리, 분석·신뢰성 연구의 확장 및 R&D 인재 육성을 통해 환경 영향이 적은 지속가능 제품을 개발하고, 미래 성장을 위한 신규 사업 영역을 지속적으로 발굴해 나가는 데 중점을 두고 있습니다. 또한, 차별화된 디자인과 기능성 강화를 통해 고객 만족을 극대화할 수 있는 제품 개발을 지향하고 있습니다.

지속가능성 지표

국내외 기술 인증 및 수상

25건

(2019년 말 기준 누적)

연구개발 비용

76,981

(2019년 말 기준, 단위: 백만원)

성과 및 계획

보유 기술의 확장을 통한 차별화 제품 발굴 및 개발

2019년 실적

- 주거 환경 변화, 고객 편의성 향상을 위한 미래창호 개발
- 정부 규제 대응 및 친환경 건축장식소재 지속 개발
- 미래 자동차용 대면적 경량화 부품 개발

2020년 계획

- 에너지 및 유해물질 등 규제변화 대응 및 친환경 건축장식소재 지속 개발
- 설계/해석 역량, 레퍼런스를 활용한 경량화 Solution 제공

차별화 디자인과 구현기술 강화

2019년 실적

- 디자인 구현기술 적용으로 선명한 패턴의 솔리드서피스 개발
- 국내 OEM 업체 최초의 풀(full)카본 외장 부품 양산

2020년 계획

- 인테리어 공간 디자인 개발
- 복합 소재 기술 심화를 통한 건강재로의 용도 확장

연구개발

연구개발 조직

연구개발 조직은 연구소와 디자인센터로 구성되어 있습니다. 연구소는 지속적인 R&D 투자와 원천·기반 기술 확보, 계열사간의 협력을 통한 신제품 발굴을 위해 노력하고 있으며, 디자인센터는 디자인 트렌드 변화 예측으로 고객 맞춤형 디자인 솔루션 연구를 수행하고 있습니다.

LG하우시스는 창호, 장식재, 표면소재, 자동차 소재부품 분야의 차별화된 고객 만족 및 친환경 제품 개발을 수행하고 있습니다. 특히 표면처리, 복합재 설계·가공, 분석·신뢰성 연구 등 자체 핵심 기술을 바탕으로 차세대 건축장식소재 개발을 미래 성장 분야로 선정하여 연구 개발에 집중하고 있습니다.

또한 국내외 규제 강화 등 시장 변화에 선도적으로 대응할 수 있는 제품 개발과 글로벌 기술 트렌드에 대응하여 고객 가치를 실현하는 혁신 제품 개발 활동을 지속하여 시장을 이끌어 나갈 것입니다. 이를 위하여 국내외 우수 인재를 지속적으로 확보하고, 국가 출연 연구소와의 국제 과제 공동 수행, 산학 협력 및 우수 연구기관과 공동 연구개발/협력, 국내외 우수 기술 보유 업체와 전략적으로 제휴하는 등 Open Innovation 활동을 강화하고 있습니다.

R&D 투자 확대

국내외 R&D 석박사 이상 고급 인력의 채용과 육성을 위해, LG 테크 컨퍼런스, 산학 맞춤형 연구과정 등 다양한 행사와 프로그램을 진행하고 있습니다. 이 외에도 학계, 정부출연기관, 기업과의 협력 활동 등을 통하여 연구 개발 역량을 강화하고 있습니다.

학계 및 연구기관과의 관계 구축

LG하우시스는 서울대학교, 고려대학교 등 국내 우수 대학과의 산학 협력과 정부출연기관 (한국건설생활환경시험연구원, 한국건설기술연구원 등)과의 공동연구 등 외부 기관과의 협력을 통해 미래 성장 동력으로 키울 수 있는 신기술을 발굴하기 위한 연구개발을 지속하고 있습니다.

고분자·나노 융합소재 가공기술센터와의 기술협력관계 구축

2017년 3월, 고분자·나노 융합소재 가공기술센터 (이하 CNSPPT)와 소재·가공, 공정기술의 고도화를 위하여 공동연구 및 기술협력 관계를 구축했습니다. LG하우시스와 CNSPPT는 단열재 및 경량화 복합소재와 관련된 연구를 진행하고 있으며, 이 결과는 단열재 시장, 자동차 경량화 부품의 신기술 연구에도 폭넓게 적용할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

2019년 연구 주요 성과

주거용 시트 바닥재 '엑스컴포트' 출시

고성능의 쿠션감과 복원력을 확보하여 우수한 보행감을 부여하였고, 빅사이즈의 동조 엠보 공법을 적용하여 고급스러운 외관을 표현하였습니다. 또한 기존 시트 바닥재 대비 경량화하여 취급성 및 시공성을 개선하였습니다.



고단열·고내구 로이유리 '수퍼플러스2.0' 출시

광학성능 및 코팅액 조성을 최적화하여 기존 슈퍼로이 대비 단열성은 유지하고 내구성은 향상시킨 주거용 로이유리입니다. 이중창 적용으로 에너지소비효율 1등급 확보가 가능하며, 오래 사용할 수 있도록 내구성을 높였습니다.



자동차용 투명 광학 부품 출시

국내 최초로 양산에 성공한 CID (Center Information Display) 제품은 차량 운행정보와 편의를 제공하는 디스플레이부의 평면 유리를 대체하는 부품입니다. 광학적 특성을 지닌 필름과 PC Resin을 압축사출공법으로 제조함에 따라 3D 형상 구현이 가능하여 유리보다 미려한 디자인을 구현하여 7개 차종에 공급하고 있습니다.



제품 개발 프로세스 및 연구 주안점

전사 신제품 개발 프로세스

LG하우시스는 고객의 목소리와 디자인·기술 트렌드를 반영한 제품을 개발하여 고객 가치를 실현하고 있습니다. 부서 간 소통 및 협력 체계를 통해 고객의 원하는 제품을 시장에 적기 출시하고, 시장 반응을 피드백하여 고객이 만족할 수 있는 제품을 만들어 가고 있습니다.



제품 연구 분야

LG하우시스는 친환경 소재를 기반으로 건강하고 쾌적한 생활공간을 구현하는 'Eco-Friendly'와 고효율 제품 및 경량화 소재를 통해 에너지를 저감하는 'Energy Saving', 사회 이슈 해결 및 고객의 편의를 제공하는 'Human-Friendly'를 우선가치로 삼으며 지속가능한 제품을 개발하고 있습니다.



시장 트렌드 분석

디자인 트렌드 리서치

LG하우시스는 국내외 디자인 환경과 소비자 요구 등 다각적 시각으로 디자인 변화의 원인과 흐름을 분석하여, 신제품 디자인 및 콘텐츠 개발에 반영하고 있습니다. 또한 사업 성장과 브랜드 가치 향상에 기여하는 디자인 리서치를 넘어 이해관계자들과 문화적 가치를 공유하고 공동성장을 이루고자 세미나, 매거진, 언론, 전시 등 다양한 채널을 통해 디자인 트렌드를 전파하고 있습니다.

디자인 트렌드 기반 제품 개발 활동

LG하우시스는 고객이 원하는 공간을 분석하는데 많은 노력을 기울이고 있으며, 빅데이터 리서치 등의 다양한 트렌드 분석 활동으로 회사의 디자인 전략을 수립하고 있습니다. 이는 제품 개발까지 연계되어, 동일한 Design Identity를 가진 다양한 제품으로 조화로운 공간을 구성합니다.

| | | |
|--|---|--|
|  트렌드 리서치 | Social / Consumer Trend | 사회환경 변화 및 라이프스타일의 분석을 바탕으로 소비자 심리를 추적하여 전략적 시사점을 도출합니다. |
| | Design Trend | 디자인 전반의 선행 연구를 통해 중장기 트렌드 변화를 예측하여 전략을 수립합니다. |
| | Space Trend | 공간을 변화시키는 각종 원인을 찾아내어 가까운 미래의 공간을 예측하고, LG하우시스 제품과 함께 통합적 관점의 공간을 연구합니다. |
| | Big Data Research | 공간부터 제품까지 광범위한 주제에 대한 정보를 수집하고 고객의 니즈를 청취하여 디자인 개발에 반영합니다. |
|  디자인 테마 | 트렌드 리서치를 통해 수립한 디자인 전략을 바탕으로 상품성 높은 공간 테마를 구성하여 관련 제품의 디자인 방향에 적용합니다. | |
|  제품 디자인 개발 | 디자인 테마에 맞춘 다양한 제품 디자인을 조화롭게 개발합니다. 제품간 연계를 통해 모든 제품에 LG하우시스만의 Design Identity를 부여합니다. | |
|  통합 공간 제안 | 디자인 테마에 맞춰 개발된 개별 제품을 공간으로 재구성하고, 소품 등 공간을 구성하는 모든 요소를 더하여 'LG하우시스가 제안하는 공간 스타일'을 고객에게 선보입니다. | |
|  패키지 상품 디자인 | 'LG하우시스가 제안하는 공간 스타일'을 기초로 고객의 라이프스타일과 니즈에 맞는 패키지 상품디자인을 개발하며 맞춤형 공간 솔루션을 제공합니다. | |

2019년 주요 디자인 성과

바닥재 : iF 디자인상 수상 - 프레스티지 바닥재, Crack Concrete

실제 콘크리트와 유사하게 거친 질감과 보는 각도에 따라 표면의 입체감이 다르게 보이도록 특수 인쇄 방식을 적용한 상공간용 타일 바닥재 '프레스티지 - 크랙 콘크리트 (Crack Concrete)'가 '2019 iF (International Forum) 디자인 어워드'에서 섬유벽장재바닥재 부문 분상을 수상하였습니다.



고객 만족을 위한 지속가능한 제품

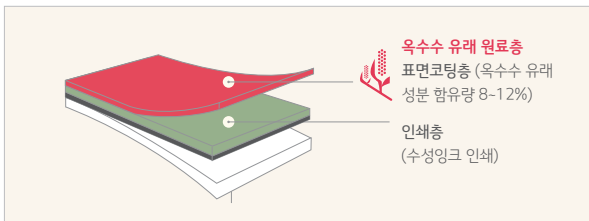
Eco - Friendly 건강하고 쾌적한 생활공간 구현

리사이클 가구용 필름 - 페트 재활용 소재

최근 플라스틱 쓰레기, 분리수거대란 등 환경 문제로 일회용 플라스틱 줄이기 운동이 활발하게 전개되고 있습니다. LG하우시스는 재활용 페트 (PET : Polyethylene terephthalate)를 원료로 사용한 '리사이클 (Recycle) 가구용 필름'을 개발하였습니다. 가구용 필름은 가구소재인 합판 표면에 붙여 다양한 디자인을 표현하는 표면 마감재로서, 우드는 물론 마블이나 메탈에 이르는 여러 패턴과 유무광 질감을 자유롭게 표현할 수 있어 주방 싱크대, 옷장, 책상 등 여러 가구에 적용되는 소재입니다. 페트병 재활용 제품의 문제점인 박리와 색상 및 품질 편차를 해결하여 재활용 원료를 사용한 가구용 필름을 국내 최초로 양산하고 있습니다.

프리미엄 지아시리즈 - 친환경 장식 소재

'소비자가 뽑은 올해의 녹색상품'은 사단법인 한국녹색구매네트워크가 지난 2008년부터 녹색상품 시장을 활성화하기 위해 매년 진행하고 있는 시상으로, 전문가를 비롯해 전국 20여개 소비자환경단체와 500여명의 소비자 패널 및 투표단의 엄격한 평가를 거쳐 녹색상품을 선정하고 있습니다. 2019년 심사에서는 지아소리잠 바닥재가 유해물질을 최소화한 친환경성에 실생활 층간소음(경량층격음)저감 기능성까지 갖춘 점과 지아벽지 시리즈 (디아망/지아프레쉬/지아패브릭)가 제품 표면에 식물 유래 성분의 코팅층을 적용해 친환경성을 높인 점에서 좋은 평가를 받았습니다. 지아소리잠 바닥재, 건축용 단열재는 6년 연속, 지아벽지와 수퍼세이프 창호는 4년 연속으로 올해의 녹색상품에 이름을 올리게 되었습니다.



친환경 자동차 원단 - 차량 실내 유해물질 저감

LG하우시스는 차량 실내 유해물질 배출을 저감하고 안전성을 높이기 위해, 기존 차량 원단에서 사용되던 프탈레이트 가소제를 최소화하고 표면에 수성 코팅을 처리하는 등 차별화된 처방 및 공법을 적용하여 보다 친환경적인 원단을 출시하였습니다. 기존 수성 처리 원단에 난연 성능을 포함한 처방으로 유럽섬유제품 품질인증 (Oeko-tex® standard 100)에서 영유아가 사용해도 안심할 수 있는 최고등급을 획득하여 친환경성과 인체 무해성을 입증 받았습니다. LG하우시스는 자동차 탑승자에게 보다 안락하고 편안한 환경을 제공하기 위하여 지속적인 연구개발 및 제조 기술 확보에 주력할 것입니다.

Energy Saving 고효율 제품 및 경량화 소재

수퍼세이프 창호 - 에너지소비효율 1등급 고단열

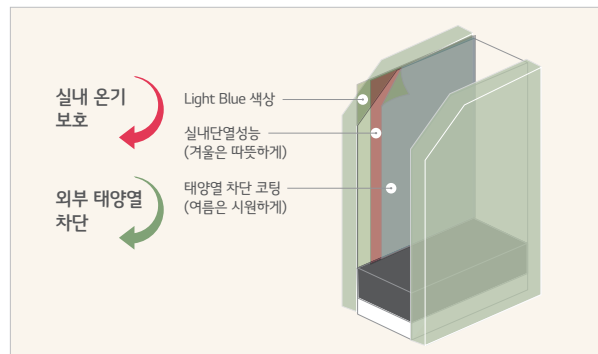
창은 클수록 좋지만 창을 통해 빠져나가는 에너지도 그만큼 많아, 에너지 효율을 높이는 것은 비용 절감 측면에서 매우 중요합니다. 또한 난방으로 인한 이산화탄소 배출을 줄일 수 있어 친환경적입니다. '수퍼세이프'는 은코팅 단열기술로 생산한 수퍼로이 (Low-E)유리를 적용하여 만든 제품입니다. 로이유리는 건축용 판유리 표면에 은이나 금속산화물 성분을 얇게 코팅해 난방열을 실내공간으로 반사하여 난방비를 절감하는 기능성 유리입니다. 수퍼세이프는 보다 쉽고 부드럽게 열릴 수 있도록 설계된 이지오픈 & 알루미늄레일이 적용되어 사용자 편의성 또한 우수합니다.



* 유리 선택은 옵션 사항이며 유리 사양에 따라 에너지소비효율등급 및 냉난방비 절감 효과가 달라질 수 있습니다.

수퍼더블로이유리 - 단열성과 차폐성능

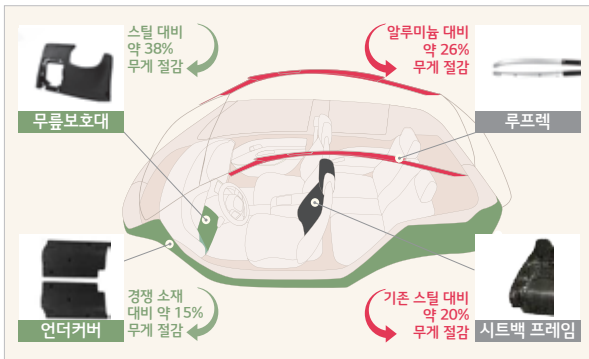
여름철 뜨거운 햇빛은 과도한 복사열을 실내에 유입하여 냉방부하를 높이고, 건축 외장재의 내구성을 떨어뜨리며 실내 마감재나 가구 등을 탈/변색시킵니다. 따라서 여름철에는 차폐를 통해 외부 열에너지 유입을 차단하는 것이 중요합니다. 반대로 겨울철 차가운 외부온도는 실내에서 발생하는 난방열을 빼앗아 난방 부하가 높아지므로, 실내온기를 보호하는 것이 매우 중요합니다. '수퍼더블로이유리'는 두겹의 은 코팅으로 국내 최고 수준의 단열성과 함께 뛰어난 차폐성을 구현하였으며, 여름철 뜨거운 태양열의 실내 유입을 74%¹⁾ 차단해 냉방비를 줄여주는 것은 물론 겨울철 단열 성능을 향상시켰습니다.



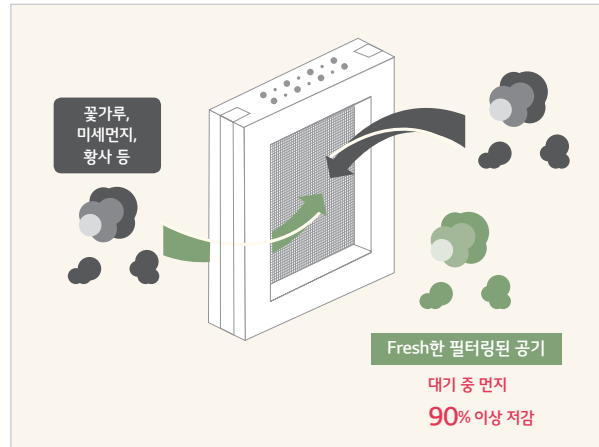
1) 태양열 실내 유입율 = 1 - 태양열취득율 (%)
수퍼더블로이 복층유리 24mm 기준
(LG하우시스 창호 성능시험소 태양열취득율 시험 결과)

혁신적 차량 경량화 부품 - 강성 유지 및 자동차 연비 개선 기여

최근 자동차배기가스 등 환경 규제 강화로 인하여 차량이 점차 경량화되고 있습니다. LG하우시스는 자동차 경량화 시장 내 No. 1 Player가 되기 위하여 차별화된 플라스틱 복합소재 및 혁신적인 부품을 연구·개발하고 있습니다. 그 결과 고객사와의 협업과 공동 개발을 통하여 혁신적인 경량 플라스틱 부품 개발에 성공하였습니다. 경량 플라스틱 루프랙은 기존에 적용되고 있던 알루미늄 소재 대비 약 26% 무게 절감을 실현하였고, 제품 경량화 뿐 아니라 디자인 다양성으로 고객 만족을 추구하고 있습니다. 무릎보호대는 기존 스틸 제품을 플라스틱화 함으로써 무게를 약 38% 줄이는 성과를 얻었고, 기존 스틸 제품 대비 약 20% 경량화하고 조립 부품을 최소화 한 1열 시트백을 출시하여 차량 안전성과 연비 개선에 기여하고 있습니다. 그리고 차량 하부 노이즈 방지를 위해 언더커버는 경쟁 소재 대비 약 15% 중량 절감하였습니다. 향후 경량화 소재 용도를 친환경차배터리팩과 가전, 건설 등 비자동차 분야까지 확장할 계획입니다.



※ 경량화 정도는 자동차 설계 해설 프로그램 시뮬레이션 결과 기준이며, 실제 제품 제작시 사양에 따라 달라질 수 있습니다.



※ 창SET가 아닌 필터링 성능 FIM시험연구원 (ASHRAE Standard 52.1, 중량법, PM0.97-176까지 구성된 분진으로 시험) 시험결과로 실생활 사용시 성능이 달라질 수 있으며 일부 먼지 유입 가능성이 있음

발이 편한 바닥재 '엑스컴포트 (X-Comfort)' - 총간소음 완화

엑스컴포트는 쾌적한 주거환경을 위해 시트 바닥재 가운데 처음으로 고탄성 2중 쿠션층을 적용한 제품입니다. 고탄성 2중 쿠션층은 폭신한 상부층과 탄성력이 높은 단단한 하부층으로 나뉘어 보행 충격을 줄여주면서도 발이 푹 꺼지지 않도록 밀어내는 작용으로 보행감을 극대화한 것이 특징입니다. 한국신발피혁연구원을 통해 '엑스컴포트'의 보행 성능을 시험한 결과 쿠션성 (압축변화율)과 탄성력 (반발탄성력)이 기존 LG하우시스 시트 바닥재 제품인 지아소리잠 (4.5T) 대비 약 1.2배 우수한 수치를 보여줬습니다.

Human - Friendly 사회 이슈 해결 및 고객 편의 제공

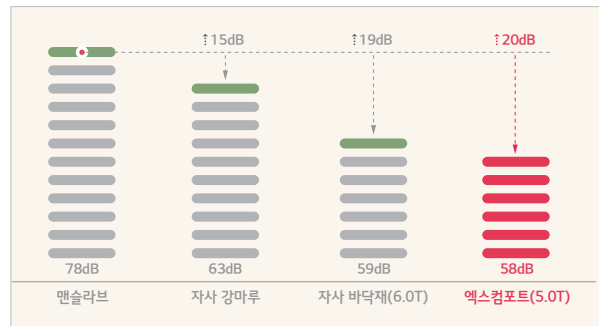
건축용 단열재 - 고내화 및 고성능

LG하우시스는 불에 잘 타지 않는 고내화 건축용 단열재를 생산하고 있습니다. 얇은 두께로도 높은 단열 효과를 낼 수 있으며, 최고 수준의 단열 성능 (0.020W/mK)으로 건축물의 에너지 사용량 절감에 기여합니다. 또한 내열성 및 내구성이 탁월한 수지를 친환경 발포가스로 발포시켜 오존층에 미치는 영향은 물론 화재 시 유독가스 발생을 최소화하고 있습니다. 이러한 노력으로 건축물의 녹색건축 인증 시 5가지 영역 (에너지 성능, 오존층 보호를 위한 특정물질의 사용 금지, 환경성 선언제품 EPD의 사용, 저탄소 자재의 사용, 녹색 건축 자재의 적용 비율)에서 우수성을 인정받아 국내 녹색건축물 조성에도 기여하고 있습니다.

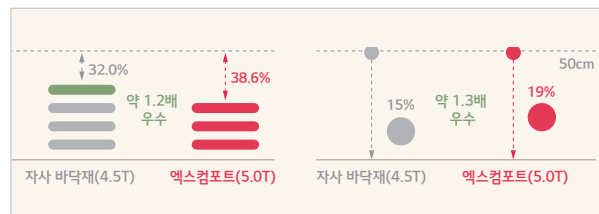
유해먼지 저감 필터링 - 대기 중 먼지 90% 이상 저감

미세먼지와 관련된 제품 수요가 꾸준히 증가함에 따라 유해먼지 저감 필터링을 출시하였습니다. 유해먼지 저감필터링은 머리카락 굵기의 약 230분의 1인 섬유 필터가 벌레, 큰 먼지부터 미세먼지까지 필터링하며, 대기 중 먼지를 90% 이상 걸러내어 뿌영고 흐린 미세먼지 '나뭇' 날씨에도 환기가 가능하도록 합니다. 또한, 일반방충망과 미세먼지용 롤방충망의 2중 구조로 평상시에는 방충망으로 사용하고 필요 시에만 롤스크린을 내려 사용할 수 있습니다.

| 실험실 조건에서 느끼는 경량충격음 저감량 TEST (ΔdB) |

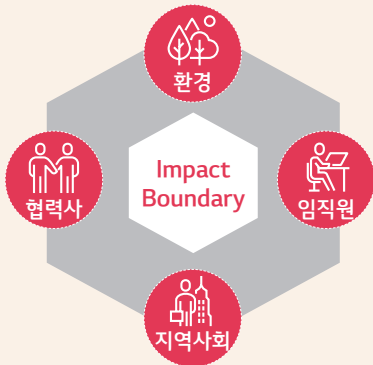


| 압축변화율 (쿠션성) TEST |



☞ 자세한 사항은 LG하우시스 홈페이지 참고

안전한 사업장 환경 조성



지속가능성 접근방식

기업 활동의 환경안전 영향과 지역사회에까지 영향을 미칠 수 있는 크고 작은 환경안전 사고로 인해 안전한 사업장에 대한 사회적 관심은 한층 더 높아지고 있습니다. LG하우시스는 전사 환경안전 목표를 선정하여 관리하고 있으며, 안전 문화 구축을 위해 안전 의식 수준을 평가하고 개선하는 활동을 실시하고 있습니다. 또한 사고가 발생하기 전에 위험요인을 찾아내 제거하는 '예방적 관리체계'를 구축하고, 설비 투자와 사업장, 협력사, 시공현장의 지속적인 환경안전 진단을 통해 시스템 및 관리 수준을 향상시키고자 노력하고 있습니다.

지속가능성 지표

안전 개선 투자

38억원

(2019년 기준)

재해율

0.37%

(2019년 국내 기준, 2018년 0.46%)

성과 및 계획

관리체계 개선

2019년 실적

- 관리체계 진단을 통한 전사 환경안전 업무 표준화
- 비상대응훈련 특별진단을 통한 위기대응 능력 향상

2020년 계획

- 법규준수 및 내부통제를 위한 진단 체크리스트 재정비 및 특별진단 실시
- 화학물질관리 등 특정항목의 본사 주관 진단 및 전사규정 재정립

안전 의식 강화활동 실시

2019년 실적

- 안전문화 수준 평가결과 기반 개선활동 실시
- 안전 운영체계 이해 및 기본역량 강화 교육

2020년 계획

- 안전활동의 전원참여 유도 등 가치확산 활동 강화
- 경영진의 솔선수범 리더십 현장 전파

환경 안전 운영 체계

환경 안전 경영 체계

LG하우시스는 ISO 14001, OHSAS 18001 등을 기반으로 환경안전 경영시스템을 구축 및 운영하고 있으며, 환경안전 경영 의지를 대내외에 공표하고 정책의 일관성 있는 방향을 제시하기 위해 환경안전보건 방침을 수립하여 이를 바탕으로 업무 지침을 만들어 수행하고 있습니다.

전사 및 경영진 책임경영 강화

LG하우시스는 전사 환경안전 조직체계를 구축하고, 안전의식 제고 활동, 과제 수행 등 환경안전 관리 목표를 선정하여 조직평가에 반영함으로써 경영진의 환경안전에 대한 책임경영을 강화해 나가고 있습니다. 또한 정기적으로 CEO 주관의 전사 품질·환경안전 경영위원회에서 환경안전에 대한 주요 의사결정을 협의하며, 환경안전 목표와 진단, 투자 현황 등을 논의합니다.

| 전사 환경안전 조직 강화 |

1. 환경안전Risk 발굴개선을 위한 진단TFT 조직 신설
2. 대외 환경규제 강화로 신속한 의사결정 및 실행력 집중을 위한 사업장별 안전보건팀, 환경팀/파트 분리 신설
3. 사업장 생산별 특성에 맞는 운영체계 실행 및 개선, 작업/공정 관점의 위험요인 개선활동을 위한 생산공장 산하 환경안전 파트를 신설하여 전담 엔지니어 배치



감염병 위기 대응

LG하우시스는 임직원 및 지역사회 구성원들의 건강 및 안전을 위해 광역적으로 확산될 수 있는 감염병에 대한 위기대응지침을 세우고, 단계별 위험수준에 따라 대응방안을 수립하였습니다. 특히, 2020년에는 '코로나 19'가 세계적으로 확산됨에 따라 관련 부서에 전담 인원을 배치하며, 국내외 사업장의 의심환자 관리 및 방역 등 임직원의 안전에 만전을 기하였습니다.

1. 관심단계

감염병 발생

- 발병 국가 법인 대상 감염병 예방수칙 전파 및 교육
- 발병 국가 감염병 확산 등 전개상황 모니터링

2. 주의단계

국내 환자 발생

- 전사 감염병 예방 가이드 전파 및 홍보
- 해당지역 방문자 중 유증상자 모니터링
- 해당기간 발생국 방문자/출장자 파악
- 해당지역 출장 자제 (필요시 금지)

3. 경계단계

사업장 내 의심환자 발생

- 의심환자 관리
- 위생 관리
 - 발생지역 관리 (발생총 및 공용공간)
 - : 소독, 방역, 마스크 지급, 외부인원 출입관리 강화
 - 상시 열 체크 (열화상 카메라), 손 소독제 및 체온계 배부
 - 내외부 단체행사, 신체접촉, 회식, 교육 등 자제
- 해당 지역 내 출장 금지

4. 심각단계

사업장 내 확진환자 발생

- 확진환자 관리
- 위생 관리
 - 전체 소독 및 동일 공간 근무자 발열확인
 - 상시 열 체크 및 손 소독제 비치
 - 내외부 단체행사, 신체접촉, 회식, 교육 등 금지
- 해당 사업장 전체 휴무 검토 및 외부인 출입 제한

관리 체계 및 설비 개선 활동

사고 위험 요인 개선 활동

화재 폭발, 상해 등 중대 사고 사전예방을 위해 위험요인별 상시 점검 및 개선활동을 실시하고 있습니다.

| 위험요인별 활동 현황 |

| 주요 활동 | 내용 |
|--|---|
|  화재예방 활동 | <ul style="list-style-type: none"> 전기, LNG 사용, 과열설비 관리항목 설정 측정/경보 시스템 구성 사무실, 창고 등 취약시설 소화설비 보완 개인별 비상대응절차 교육 |
|  유증기/정전기 제거 활동 | <ul style="list-style-type: none"> 제전장치, 유증기 측정설비, 산업용 가습기 설치 원재료 처방 변경 및 정전기/유증기 일일 측정관리 |
|  협착사고 Zero Blocking System | <ul style="list-style-type: none"> 재발률이 높은 협착사고 근절 활동 실시 예방 및 피해 최소화를 위한 안전장치 설치 |
|  방재 System 강화 | <ul style="list-style-type: none"> 피난시설, 경보/모니터링 시스템 확대 취약시설 소화설비 강화 |
|  ESH* 관리현황 점검 | <ul style="list-style-type: none"> 원칙기준 점검결과 피드백 현황 및 유소견자 관리 현황 폐기물저감 추진실적 점검 |

* ESH (Environment, Safety, Health) : 환경안전보건

시공안전 역량 강화

LG하우시스는 시공안전 관리체계를 지속적으로 보완·운영하여, 상호 시공 시 안전사고를 예방하고자 노력하고 있습니다. 2019년에는 시공 부문의 안전보건 예방활동, 사고관리, 조직구성에 대해 법규 및 당사 기준 충족 여부 등을 재점검하였으며, 향후에도 지속적으로 관리체계가 유지·개선될 수 있도록 정기진단을 실시할 예정입니다.

| 주요 활동 계획 |

- 안전보건 정기 회의체 운영 및 위험성평가 정례화
- 시공안전감독자 교육 수준 제고로 역량 강화
- 안전 점검활동 강화 및 안전기준 위반 인센티브/패널티 제도 도입

환경안전 특별진단 강화

LG하우시스는 관리체계 및 법규준수 강화와 사업장 환경안전부서와의 Check & Balance체계를 더욱 견고하게 하고자 본사 조직에 '환경안전 진단TFT'를 신설하였습니다. 특히 2020년에는 법규준수 강화에 집중하기 위해 환경, 안전, 소방 전 분야 법규 중 준수해야 하는 항목을 사내 전문가가 선별하여 "법규준수 Check List"를 재정비 하였습니다. 이를 바탕으로 1차 사업장 자체 점검, 2차 본사 진단TFT 주관 진단을 실시하여 발생할 수 있는 법규 미준수 사항을 사전에 제거하고자 노력하고 있습니다. 2020년에는 향후 점점 복잡해지고 다양해지는 화학물질 원재료에 대한 유해위험성 관리강화를 위한 화학물질 관리체계 중심의 진단을 실시할 예정입니다. 진단결과 발굴된 이슈는 재발되지 않도록 개선 방안을 수립하여 전사적 규정에 반영하여 관리하고 있습니다.

| 진단 별 세부 내용 |

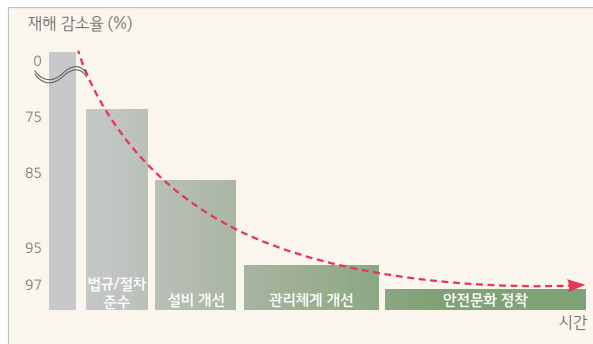
| 구분 | 대상 | 주기 | 세부 내용 |
|------|-------|-----|--|
| 정기진단 | 전 사업장 | 연1회 | 전 사업장 대상 환경안전분야 정기진단 실시 및 이행진단 운영 |
| 특별진단 | 해당부서 | 수시 | 법규 준수상태 진단, 대내외적 이슈 발생시 유사 위험요인 진단, 경영진 지시에 의한 진단, 협력사 지원 및 비상대응훈련 진단 |
| 사고진단 | 해당부서 | 수시 | ① 중대재해 ② 동일 팀에서 동일유형 사고 발생 또는 연 2건 이상 발생 ③ 중대재해로 이어질 우려가 있는 이슈가 발생한 사고 |

안전 문화 확산 및 의식 제고

사고 예방 활동의 발전 단계 및 추진 현황

LG하우시스는 사고 예방 활동 단계에 따라 2013년 본사 조직 신설 이후 사규 제정, 설비 개선에 대한 투자, 진단 중심의 관리 체계를 확립하며 안전 활동을 실시해 왔습니다. 법규 및 절차 준수 활동으로 전사 환경안전보건 사규를 제정하고, 안전작업표준과 비상대응 매뉴얼을 제정하며 사고예방에 대한 기본적인 사규 및 절차를 갖추었습니다. 또한, 소방 설비 및 건축물 보안, 고위험 설비 안전장치 등 여러 설비 개선에 투자를 진행하며 재해 감소에 긍정적인 영향을 미쳤습니다. 매년 해외/연구소를 포함한 전 사업장 환경안전 운영체계에 대한 진단과 개선활동도 진행함으로써 환경안전 관리 체계를 강화해 나가고 있습니다. LG하우시스는 사고의 근본적 예방을 위해 '사람의 의식과 행동습관' 개선이 필요하다는 것을 인식하며, 2018년부터는 사업장 안전 문화를 정착 및 확산하고자 노력하고 있습니다.

| 사고 예방활동의 발전 단계 |



※ 출처 : 영국 보건안전청 (HSE), DNV GL

| 단계별 안전문화확산 활동 |

| 2018년 하반기 | 2019년 | 2020년 상반기 | 2020년 하반기 |
|---|---|--|---|
| 안전문화 수준평가 (울산/청주, 안전보건공단 협업) <ul style="list-style-type: none"> • 안전문화수준 설문/인터뷰 - 오프라인 설문조사 실시 - 사외 전문가 1:1 인터뷰 실시 : 경영자/관리자/작업자 대상 | 운영체계 공유 및 교육 개선 <ul style="list-style-type: none"> • 경영진/관리자/전문기술직 R&R 명확화 (3월) • 환경안전 홍보채널 다각화 • 전사 환경안전 IT시스템 구축 • 경영진 환경안전 리더십 교육 • 관리감독자 법정교육 효율화 • 전문기술직 집체교육 강화 • 생산 환경안전 파트 신설 /양성교육 | 안전가치 확산 및 소통 강화 <ul style="list-style-type: none"> 가치 <ul style="list-style-type: none"> • 전사 슬로건/절대 안전수칙 활성화 • 전사 환경안전의 날 운영 계획 수립 • 경영진 의지표명/현장 리더십 활동 • Safety Talk 활성화 소통 <ul style="list-style-type: none"> • 환경안전 현장 간담회 활성화 • 제안 공개칭찬 및 포상방식 개선 • 불안정한 행동 소통프로그램 도입 | 시스템/내재화 <ul style="list-style-type: none"> • 평가방법 개선/내재화 - 설문평가 Tool/인터뷰 보안 - 자체 평가된 양성교육 실시 : 사업장별 평가원 집체교육 • 전사 문화수준 평가적용 - 자체 평가원 활용 평가 실시 - 평가결과 분석/개선방안 수립 - 국내 개선 우수사례 적용지원 - 사업장별 자체 개선목표 수립 • 안전문화 평가 시스템화 - 평가 운영절차 규정 제정 - 환경안전 KPI 예방지표 반영 |

안전 문화 강화 활동

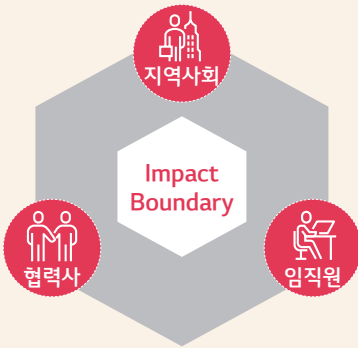
LG하우시스는 임직원의 안전 문화 정착 및 내재화를 위해 2018년 안전 문화 수준에 대한 평가를 진행하였습니다.

안전보건공단 주관으로 울산 및 청주공장 내 작업자에게 안전문화 설문조사를 진행하였고, 책임자와 관리자, 작업자를 대상으로 인터뷰를 실시하였습니다. 평가 결과를 바탕으로 개선 사항들을 도출하여, 환경안전 이해와 교육을 실시하는 등 안전 문화 내재화를 위한 활동 또한 진행하고 있습니다.

| 세부 추진계획 |

| | | |
|---------|-------------|----------------------------|
| 가치 | 슬로건 | 전사 공모 형식의 슬로건 제정 |
| | 절대수칙 | 전 사원 대상 절대준수 안전수칙 선정 |
| | 환경안전의 날 | 환경안전의 날 지정 (11/1) |
| | 경영진 리더십 | 환경안전 Letter 전사 게시, 현장 안전지도 |
| 소통 | Safety Talk | 환경안전 정보지 발송 및 독려 |
| | 직접소통 간담회 | 사업장/환경안전 리더 및 전문기술직 소통 |
| | 공개칭찬/포상 | 안전활동 우수 추진자 노출, 가정에 공유 |
| 기존활동 개선 | 소통채널 다각화 | 상담 시 카카오톡 채널 활용 |
| | 운영체계 | 법규 매뉴얼북 제작 및 교육 |
| | 교육 | 현장 맞춤 작업표준/법규/원재료 교육 |

협력사 동반성장



지속가능성 접근방식

LG하우시스는 협력사를 같이 성장해야 하는 동반자로 인식하고 상호간 경쟁력 제고를 통해 지속성장이 가능한 산업생태계를 구축하고자 노력하고 있습니다. 경쟁력 있는 협력사 육성을 위해 협력사 역량 강화와 일하는 방법의 정립 등 체질 개선에 중점을 두고 추진하고 있습니다. 이와 더불어, 협력사 운영 과정에서 발생할 수 있는 CSR 리스크를 대비하고 지원하기 위해 국내외 공급망의 CSR 관리 체계를 강화하고 있습니다.

지속가능성 지표

협력사 CSR 리스크 진단

340개사

지역사회 구매 비율

39%

(전체 구매액 대비 사업장 인근 협력사 구매 비율)

성과 및 계획

협력사 근본적 경쟁력 강화

2019년 실적

- 제조혁신 활동을 통한 생산성 개선 지원 협력사 확대
- 동반성장 투자재원 지원 확대 (3억 → 5억)

2020년 계획

- 협력사 대상 상생펀드/현금지급 등 금융지원 운영
- 생산성 및 품질 향상을 위한 협력사 기술, 경영, 교육지원 강화

열린 소통

2019년 실적

- 경영진 및 1차 협력사 현장 소통
- 생산성 개선 우수 협력사 포상

2020년 계획

- 경영진 및 1-2차 협력사 현장 소통
- 생산성 개선 우수 협력사 포상 확대

공정한 거래 환경 조성

2019년 실적

- 1-2차 협력사간 표준하도급 계약서 체결 독려
- 하도급 거래 사전·사후 심의위원회 운영

2020년 계획

- 2-3차 협력사간 공정위 협약 체결 독려
- 법규와 지침 준수로 합리적이고 공정한 거래관행 구축

협력사 지원 현황

협력사 현황

LG하우시스는 제품 원자재 및 부품 조달을 위해 1,655여개 이상의 협력사와 거래하고 있으며, 사업장 인근의 현지 협력사에게 2019년 전체 구매액의 39%를 지출하였습니다. LG하우시스는 협력사를 같이 성장해야 하는 동반자로 인지하여 상호간 경쟁력을 제고하기 위해 동반성장 지원 시스템을 운영하고 있습니다.

동반성장 프로그램

지속가능경영의 핵심요소로서, LG하우시스는 동반성장의 실질적 성과를 창출하기 위한 지원과제들을 적극적으로 추진하고 있습니다. 특히 금융지원, 대금지급 개선, 품질/기술 개발 지원, 인력/교육 지원, 경영지원으로 구성된 협력사 5대 상생지원 과제를 중심으로 협력체계를 구축하고 있습니다.

| 지원 과제 | 2019년 지원 성과 | 지원 내용 |
|--|---|---|
|  금융 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 상생펀드 150억 운영 및 33개 협력사 지원 • 네트워크론 3개 협력사 7.2억 지원 • 동반성장 투자재원 5억 출연 | 협력사가 저리로 자금을 융통할 수 있도록 상생펀드, 네트워크론, 패밀리론 등을 운영하고 있습니다. 또한 우수 협력사 대상으로 추가 지원 프로그램을 통해 협력사의 재무상황이 개선되도록 지원합니다. |
|  대금 지급 개선 | <ul style="list-style-type: none"> • 현금 결제 100% 유지 • 자금 집행기준 외 현금 결제금액 2,442억원 | 자금집행기준상 300만원 미만의 경우 현금으로 결제를 하고 있으나 협력사의 경영활동에 도움이 되도록 현금 결제 비율을 확대하고 있습니다. |
|  인력/교육 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 3정5S 교육, FTA 원산지 교육 등 334개 협력사의 임직원 413명 참석 | 협력사 임직원을 대상으로 품질, 환경안전, 정도경영, 경영일반 및 전문직무 등의 교육을 시행하고 있습니다. |
|  품질/기술 개발 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 80 여 개사 협력사 160여 건 기술지원 • 공동특허 3건 출원, 기술임치제 1건 지원 | 협력사 설비투자 및 개선 지원, 생산성 향상 지원, 품질 안정화 지원, 시스템 인프라 지원 등에 약 24억원을 투자하였으며, 협력사 기술 보호를 위한 공동특허출원을 적극적으로 시행하고 있습니다. |
|  경영 지원 | <ul style="list-style-type: none"> • 사급액 규모 5,510억원 • 2019년 협력회 간담회 6회 실시 : 131개사 132명 임원 참석 및 교류활동 실시 • 우수 협력사 포상 (현금 지급) • 노후설비 개·보수를 통한 성과공유 - 노후설비 개·보수 비용을 지원하고 이를 통해 개선되는 원가절감 금액의 성과를 공유함 | <ul style="list-style-type: none"> • 사급제 시행 - 협력사의 자금 부담과 자재난을 해소하기 위해 협력사가 필요로 하는 주요 화학원료 및 건축 원자재를 확보하여 지원하고 있습니다. • 교류활동 지원 - CEO 및 구매담당 임원의 협력사 간담회 참석, 현장 방문 등을 통해 당면과제를 청취하고 경영활동에 반영하고 있습니다. 이외에도 우수 협력사 포상, 재무구조 정밀 평가 등 다양한 경영지원 활동을 펼치고 있습니다. |

협력사 경쟁력 제고

협력사 경쟁력 지원

LG하우시스는 협력사가 최고의 품질로 제품을 공급할 때 LG하우시스의 경쟁력도 커진다는 관점에서 제조 현장의 협력을 강화하고 있습니다. 생산설비·기술 지원을 통해 협력사들의 생산 안정화와 품질 개선을 도모하고 있습니다. 이를 위해 2014년부터 동반성장 투자재원을 출연하여 주요 협력사 생산성 개선을 위한 자금을 지원하고 효과 금액에 대한 성과공유제를 실시하여 협력사 제조 혁신을 이끌어내고 있습니다.

협력사 생산성 향상 지원

창호 '라인제로' 용접 기술 지원으로 협력사의 제조 경쟁력 강화

LG하우시스의 기술인 '라인제로' 특허기술과 관련된 용접기 기술로써 협력사의 경쟁력을 강화하여 차별화된 제품 생산이 가능하도록 지원하였습니다.

협력사 제조 혁신 지원

LG하우시스는 제조 경쟁력을 높이기 위해서는 협력사와 상생이 핵심 요소임을 인식하고, 협력사의 생산 현장 혁신 활동, 설비 자동화 등 지원하고 있습니다. 또한 제조 혁신을 통해 개선된 성과는 협력사들과 공동 특허, 기술이전 등 다양한 형태로 공유 하고 있습니다.

| 협력사 | 개요 | 지원내용 |
|---------|--|---|
| 행성화학 | <ul style="list-style-type: none"> 랩핑 자동 셋업을 통한 생산성 향상 진공펌프 타입 변경으로 수율 및 부적합률 개선 | <ul style="list-style-type: none"> 랩핑 자동 셋업 및 진공펌프 교체 비용 지원·컨설팅 |
| 석영에스텍 | <ul style="list-style-type: none"> 서보 절단기 설치로 생산성 향상 | <ul style="list-style-type: none"> 서보 절단기 제작 비용 지원 및 기계 범용화의 효율적 운영으로 생산성, 품질 향상 |
| JJK | <ul style="list-style-type: none"> 금형 이송장치를 통한 교체 Loss 개선 | <ul style="list-style-type: none"> 금형 교환 양방향 Carrier 설치 비용 지원 및 컨설팅 |
| 협성화학 섬유 | <ul style="list-style-type: none"> 압출기 대형화 및 절단기 도입으로 생산성 향상 | <ul style="list-style-type: none"> 압출기 대형화 비용 지원 및 절단기 기술 노하우 전수 |
| 타스지혁 | <ul style="list-style-type: none"> 은총 코팅 방식으로 재료비 수율 개선 | <ul style="list-style-type: none"> 은총 코팅 프로세스 도입 및 비용 지원 |

공정거래

공정거래 협약 체결

LG하우시스 출범 후 동반성장 및 하도급 공정거래 협약에 따라 하도급법 등 관련 법규 준수 및 협력사 지원을 꾸준히 실천해 왔으며, 2012년부터 동반성장지수 평가 업체로 편입되어 공정거래위원회와 동반성장위원회로부터 한 해 동안의 동반성장 추진내용에 대한 객관적인 평가를 받고 있습니다.

그 결과 동반성장지수 평가에서 최근 5년 연속 '우수' 등급을 획득 하였습니다. 또한, 174개의 1차 협력사와 공정거래 협약을 체결하여 결제 수단 개선, 금융지원, 기술 보호, 교육지원 등 각종 지원 정책을 통해 상생발전을 추진하였으며, 1차 협력사는 다시 20개의 2차 협력사와 협약을 체결하여 결제기일 개선, 단가조정 정보 알림 등 공정거래문화 확산을 위해 함께 노력하였습니다.

공정거래 자율준수 프로그램

LG하우시스는 2010년부터 공정거래 자율준수 프로그램을 수립하였으며, 공정한 거래 문화를 지향하고 있습니다.

| 주요 프로그램 |

| 프로그램 | 내용 |
|---|--|
|  사내점검 | <ul style="list-style-type: none"> 주요 사업부 및 사업장 대상 공정거래 점검 실시 |
|  법규교육 | <ul style="list-style-type: none"> 임직원 공정거래 의식 고취 및 공정거래 문화 전파 목적 공정거래 매뉴얼 및 교재 보급 사내외 정기 교육 실시 |
|  사전검토 | <ul style="list-style-type: none"> 기획, 영업, 마케팅, 구매, 재무 등 전 사업 영역 대상 경쟁법규 위반 발생 방지 목적 사업 시행 전 사내 공정거래 전문가의 검토 실시 |
|  하도급거래 내부심의 | <ul style="list-style-type: none"> 협력사 거래 시 불공정 하도급거래 행위 발생 예방 및 감시시스템 구축 구매 담당을 포함하는 '하도급거래 내부심의 위원회' 설치·운영 |

공정거래 프로그램 운영 성과

매년 사업부 및 사업장을 대상으로 공정거래 및 하도급에 대한 교육과 점검을 실시하고 있습니다. 2019년에는 전 임직원을 대상으로 CEO 공정거래 메시지를 발송하여 경영진의 공정거래 준수 의지를 표명하였고, 공정거래 시리즈를 통해 최신 법 위반 사례를 매월 공유하여 임직원을 대상으로 법규를 준수하는 문화를 전파하고자 하였습니다. 또한 담합 예방과 하도급법 및 공정거래법 준수 교육을 사업부와 구매부서 직원 대상으로 반복적으로 실시하였습니다. 경력사원 교육 및 영업부문에 대한 진단과 교육, 마케팅 실무자에 대한 표시광고 교육도 지속적으로 실시하였습니다.

| 임직원 공정거래 자율준수 교육 |

| | 구분 | 수료인원 (명) | 교육실시 (횟수) |
|------|-------------|----------|-----------|
| 2017 | 하도급 | 72 | 4 |
| | 카르텔 및 불공정거래 | 252 | 15 |
| 2018 | 하도급 | 110 | 7 |
| | 카르텔 및 불공정거래 | 265 | 12 |
| 2019 | 하도급 | 138 | 6 |
| | 카르텔 및 불공정거래 | 164 | 13 |

공급망 리스크 관리

협력사 CSR 행동규범

LG하우시스는 2016년부터 전체 협력사를 대상으로 CSR 행동규범을 제정하여 시행하고 있습니다. 행동규범에는 노동 및 근로 여건, 윤리경영, 안전보건, 환경경영 등 사회적 책임을 명시하고 있으며, 1차 협력사는 물론 2차 협력사까지 규범을 준수하도록 권장하고 있습니다. 또한 텐진, 우시, 아틀란타 등 해외 생산법인에 속하는 해외 협력사에는 계약 체결 시 CSR 행동규범을 준수하도록 하고 있습니다.

협력사 CSR 평가

LG하우시스는 직전 연도 구매액이 1억원 이상인 340개 협력사를 대상으로 협력사 CSR 행동규범에 기반한 체크리스트 평가를 실시하고 있습니다. 특히, 신규 후보업체는 반드시 CSR 평가를 실시하여 평가 결과를 협력사 정기평가 또는 간이평가에 점수로 반영하고 있습니다. 2020년부터는 협력사의 사전위험도 (high/middle/low)에 따라 업체를 나누어 평가를 진행하고 개선활동을 실시할 계획입니다.

해외의 경우, 주요 생산법인 거점인 미국 아틀란타 및 중국 텐진, 우시를 중심으로 협력사 CSR을 관리하고 있습니다. 아틀란타 법인은 1만 달러 이상 거래선에 대해 평가를 실시하고, 2018년부터 CSR 행동규범을 협력사와 체결하고 있습니다. 텐진 및 우시 법인 또한 표준계약서에 협력사 행동규범을 포함하고 CSR을 평가하고 있습니다.

| 체크리스트 항목 |

- 안전보건 : 안전보건관리 체계, 산업안전, 산업재해 대응
- 환경경영 : 환경경영 체계, 유해화학물질 관리, 환경오염물질 관리
- 인권노동 : 서면 근로계약, 차별 방지, 임금 및 근로 조건
- 기타 : 고객만족경영, 윤리경영 체계, 공정거래, 지역사회공헌

현장점검 및 시정조치

LG하우시스는 구매 비중이 높고, 환경 및 인권 이슈 발생이 예상되는 협력사 가운데 위험 평가가 필요한 일부 협력사를 선정하여 CSR 현장 점검을 실시하였습니다. 협력사 CSR 행동규범에 따른 현장 점검 결과, 작업장 내 산업안전 및 재해 관리, 노동 이슈 등이 취약하게 관리되고 있는 것으로 확인되었습니다. 이에 해당 협력사에 외국인 근로자에 대한 근로계약서 작성, 최저임금 준수, 보장제도 가입 등을 안내하는 한편, 사업장 내 지게차 작업 안전 준수, 비상사태 대비, 보호구 착용 등 사업장 안전 관련 교육 및 자료를 제공하였습니다. 또한, 협력사 대표가 참석하는 구매협의회 시 협력사 CSR 교육을 진행하여 사전 예방 활동을 실시하도록 독려하였습니다. 향후에는 평가 이후 자체 개선방향 제출 등 모니터링 및 후속 조치를 강화할 예정입니다.

| 환경기준 심사 및 사회적 영향평가를 거친 신규 및 기존 협력사¹⁾ |

| 구분 | 단위 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------------------------------|--------|------|------|------|
| 전체 신규 협력사 | 개수 | 101 | 207 | 117 |
| 평가를 거친 신규 협력사 | 비율 (%) | 100 | 100 | 100 |
| 평가를 거친 기존 협력사 | 개수 | 400 | 340 | 340 |
| High Risk ²⁾ 가 확인된 협력사 | 비율 (%) | 0 | 0 | 0 |

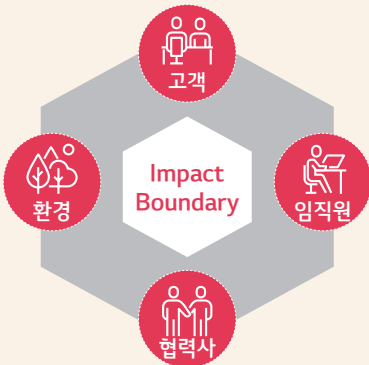
1) 협력사 평가 대상

- 신규 협력사: 해당 연도 기준 신규 협력사 전체 평가
- 기존 협력사: 전년도 기준 구매액 1억 이상 또는 전략적 중요도가 높은 품목 취급 협력사 평가

2) 협력사 별 위험 (Risk) 분류

- High : LG하우시스 협력사 CSR 체크리스트 항목 점수 75점 미만
- Middle : LG하우시스 협력사 CSR 체크리스트 항목 점수 75점 이상 ~ 85점 미만
- Low : LG하우시스 협력사 CSR 체크리스트 항목 점수 85점 이상

제품 및 서비스 품질 강화



지속가능성 지표

제품 인증 현황*

133건

* 환경마크, HB마크, 환경성적표지 (2019.12.31 기준)

| | |
|----------------------|-------------|
| 환경표지 | 65건 |
| HB마크 ¹⁾ | 30건 |
| 환경성적표지 ²⁾ | 38건 |
| 총합 | 133건 |

1) 친환경 건축자재 단체표준인증
2) 2016년 환경성적단소 성적표지 제도 통합

지속가능성 접근방식

LG하우시스는 인체와 환경에 해로운 영향을 미치지 않는 제품에 대한 사회적 요구에 맞춰 생산, 판매, 사용상의 전 과정에 있어서 고객에게 양질의 제품 및 서비스를 제공하고자 품질 활동을 강화해 나가고 있으며, 고객과 직접 소통할 수 있는 창구를 확대하여 지속적으로 구매 편의성을 증대하고자 노력하고 있습니다.

성과 및 계획

품질보증체계 Level-Up

2019년 실적

- 협력업체 품질체계 점검 활동
- 주요 임가공 협력업체 Audit 실시
- 제조지능화를 위한 Infra 투자 확대
- 실시간 생산 / 공정관리 시스템 구축

2020년 계획

- 품질개선 과제 이행 모니터링 강화
- F-Cost¹⁾ 과제 및 품질 진단 결과의 개선 이행 점검
- 제품 안전성 및 장기 사용성능 검증
- 제품 안전 이슈 정기 공유 및 신뢰성 시험법 이관 추진

Six Sigma 관리 강화

2019년 실적

- 공정 데이터를 활용한 품질개선 활동
- 빅데이터 과제 모델 라인 운영
- 사내/외 교육 통한 분석 역량 교육

2020년 계획

- 빅데이터 분석을 통한 품질관리 수준 향상
- 과제 확대 및 딥러닝 비전 검사 성공 모델 확보
- 사내 분석 전문가 육성 및 사용자 교육 실시

고객 접점 관리

2019년 실적

- 고객 A/S 접점 만족도 제고 활동
- A/S 협력사 교육을 통한 역량 향상
- 시공 CTQ²⁾ 관리 및 시방서 관리 체계 정립

2020년 계획

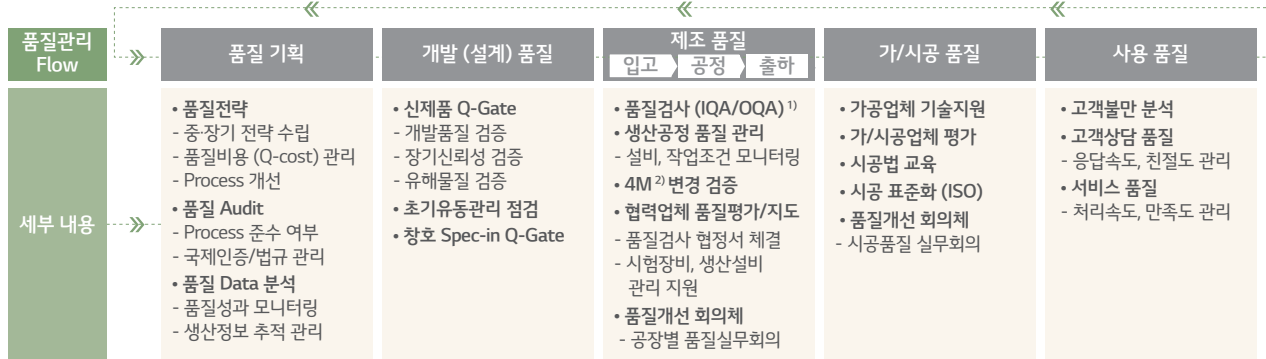
- 서비스품질 운영체계 정립
- 고객 만족 A/S 운영 IT 시스템 강화
- 인테리어 A/S 체계 정립/운영

1) F-Cost (Failure Cost) : 실패비용

2) CTQ (Critical to Quality) : 품질에 결정적인 영향을 미치는 핵심 품질인자

제품 품질 관리

| 품질 보증 체계 |



1) IQA (Incoming Quality Assurance): 입고되는 원/부재료에 대한 품질보증 업무 / OQA (Outgoing Quality Assurance): 출하되는 제품에 대한 품질보증 업무
 2) 4M: 제품의 생산 과정의 변경요소 - Man (작업자), Material (원재료), Machine (기계,설비), Method (공법)

품질 정보 통합관리 시스템 QAS (Quality Assurance System) 운영

LG하우시스는 신제품을 생산하거나, 원재료 · 설비 · 공정의 변경으로 인한 영향 등 생산 과정 중 생길 수 있는 변동이 품질에 영향을 미치지 않도록 관리하고, 생산된 제품이 품질을 만족하는지 검증하는 과정을 IT시스템으로 구현하여 고객에게 균일한 품질의 제품을 제공하고 있습니다. 또한 고객의 불만이 발생할 경우 제품의 원재료, 생산 이력, 공정 조건 등을 추적할 수 있도록 모든 품질정보를 수집하고 통합 관리하며, 이를 품질 향상에 활용할 수 있도록 IT/설비 투자를 지속 추진하고 있습니다.

생산계획 수립과 제조이력을 체계적으로 관리할 수 있는 'MES (생산관리시스템)'와 공정조건과 설비상태를 실시간으로 모니터링 할 수 있는 'UMS (공정/설비관리시스템)'를 단계적으로 적용함으로써 제조 품질의 관리 기반을 강화하고 있으며, 각종 센서를 활용한 '검사 자동화 시스템'도 연간 과제에 반영하여 외관 품질 향상을 위해 노력하고 있습니다.

1) MES (Manufacturing Execution System): 생산계획 수립부터 제조 실행까지 컨트롤 하는 생산관리시스템
 2) UMS (Utility Management System): 공정조건 및 설비상태에 대한 실시간 모니터링 시스템

개발품질 검증 체계 운영

LG하우시스는 상품기획 단계부터 사후 서비스까지 고객의 요구를 반영한 제품과 서비스를 제공하기 위해 노력합니다. 특히, 모든 신제품은 초기 기획 단계부터 양산 단계까지 'Q-Gate (신제품 품질검증 절차)'를 통하여 관리되고 있습니다. 신제품 품질검증 절차는 품질 사고 예방과 생산성 향상의 핵심 기반으로써 기술/생산/품질/연구소 차원에서 역량을 집중하고 있습니다. 고객 요구사항이 반영된 명확한 품질목표를 제품기획 단계에서 수립하고, 품질 수준의 충족 여부를 3차례의 품질검증 위원회를 통하여 점검함으로써 고객이 만족할 수 있는 제품을 출시하도록 노력하고 있습니다.

해외법인 품질역량 강화

해외 제조법인도 국내와 같은 수준의 품질보증체계를 구축하기 위하여 국내 품질규정 및 업무 프로세스 전파 등 표준화 작업을 지속해 왔습니다. 본사의 전문가를 파견하여 현지 특성을 반영한 보증체계를 구축하였으며, 정기적으로 운영상태를 모니터링하고 있습니다. 실행력을 높이기 위하여 본사 품질 조직이 직접 법인의 품질 KPI 선정 및 목표 설정에 관여하며, 매월 달성율을 경영진에 보고하고 있습니다. 또한 품질개선 역량을 키우기 위하여 Six Sigma 교육 지원, 전문가 육성, 국내 우수 개선사례 전파 등 활동을 진행하고 있습니다.

품질 전문가 육성

Six Sigma 내재화를 통해 고객의 요구사항을 정확하게 반영하고, 효과적인 품질개선 대책을 수립하기 위하여 사내 문제 해결 전문가 육성에 힘쓰고 있습니다. '16년부터는 MBB/BB/GB* 자격인증을 진급 제도화 연계하여, 한층 강화된 인재육성 정책을 시행하고 있습니다. 2019년 기준 엔지니어의 8.1%를 MBB로 육성하였으며, 2020년에는 9.4%까지 확보할 계획입니다. 또한 4차 산업혁명시대에 필요한 역량 확보를 위해 실무자 중심으로 빅데이터 활용 교육과정을 지속 운영하고 있으며, 빅데이터 분석가를 육성하여 품질 과제를 수행하고 있습니다.

* MBB (Master Black Belt): 교육 및 과제 자문을 하는 Six Sigma 전문가
 BB (Black Belt): Six Sigma 과제 수행의 리더
 GB (Green Belt): Six Sigma 과제 수행 실무

제품 전과정환경영향평가

제품 전과정환경영향평가 LCA : Life Cycle Assessment

LG하우시스는 LCA (Life Cycle Assessment)를 통해 제조, 유통, 사용, 폐기 등 제품 주기 전 과정에서 각 단계별로 정량화된 환경 정보를 제공하고 있습니다. 6개 환경요소 (자원소모, 지구온난화, 오존층영향, 산성화, 부영양화, 광화학적 산화물 생성)에 대해 상호, 숯타일, 바닥재 (수출용 시트, 타일), 건축용 단열재, 벽지 (지아Fresh), 에코노, 강그린 제품 등의 데이터를 구축하였고, 환경영향을 분석/관리하는 제품군을 점차 확대해 나가고자 합니다.

고객 접점 강화

온라인 접점 강화

LG하우시스는 온라인 인테리어 고객 증가에 따른 온라인 채널 접근성 강화를 위해 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영하고 있습니다. 2019년에는 Z:IN 유튜브 채널을 개설하고, SNS 채널과 함께 다양한 자재에 대해 고객이 영상으로 간접 체험할 수 있는 콘텐츠를 제작하였습니다. 2020년에는 인테리어 정보 제공 사이트인 'Z:IN'과 LG하우시스 직영몰인 'Z:IN몰'을 통합한 'LG지인 몰'을 새롭게 오픈하여 고객 참여 중심의 '소통의 공간'에서 다양한 콘텐츠를 제공하고자 합니다. 또한, 온라인 상담을 통하여 오프라인의 믿을 수 있는 전문 서비스 연계로 시공 및 A/S까지 고객관리를 강화해 나갈 예정입니다. 고객이 보다 친숙하고 편리하게 차별화된 O2O 서비스를 체험할 수 있도록 모바일의 편의성을 강화하여 지속 확대하고자 합니다.

*O2O : Online to Offline

오프라인 접점 강화

LG하우시스는 고객이 직접 제품을 체험하고 구매할 수 있도록 논현동 플래그십 매장인 'LG지인 스퀘어' 외 16개 오프라인 전시장을 운영하고 있으며, 전국 주요 상권별 대형 전시장을 단계적으로 구축해 나갈 예정입니다. 2020년에는 LG전자 BEST SHOP 등 가전매장 및 대형 유통채널들로 LG지인 인테리어 매장 입점을 확대하는 등 고객이 인테리어 제품과 함께 가전 및 다양한 제품을 원스탑(One-Stop)으로 쇼핑할 수 있는 판매채널 확보에 주력할 계획입니다. 또한, 아파트 입주 박람회, 아파트 단지행사 및 팝업 스토어 등 고객을 직접 찾아가는 영업 활동을 확대하여 고객의 접근 편의성을 높이고자 노력하고 있습니다.

프로슈머 활동 '지엔느'

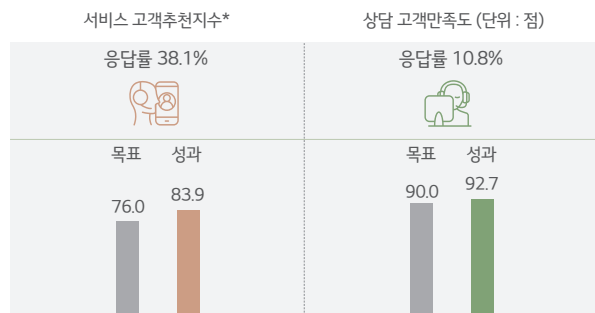
지엔느는 LG Z:IN 브랜드 프로슈머이자 홍보대사로서, 제품 및 마케팅 활동 전반에 대한 홍보활동을 수행하는 인테리어 커뮤니티입니다. 2006년부터 운영되고 있는 지엔느는 활동기간 동안 LG하우시스의 다양한 소식을 스토리텔링 하고, 소비자들의 시선에서 브랜드와 제품에 대한 양질의 콘텐츠를 생성하며 고객 간 소통채널 역할을 하고 있습니다. 최근에는 제품 홍보 외 소비자가 필요로 하는 제품 아이디어에 대한 제안과 출시 전 품평 활동 등 프로슈머로서의 역할을 확대하며 고객 만족 향상을 위한 활동을 강화하고 있습니다.

고객 접점 품질 활동

고객추천지수 (NPS) 조사 운영

LG하우시스는 2016년부터 고객추천지수 (NPS, Net Promoter Score)를 도입하여 기존 고객 만족도 조사 결과에서 변별력을 보완하였으며, 서비스 품질을 보다 체계적으로 관리하고 있습니다. 이에 추천지수가 높은 고객의 만족도 제고를 위해 지역별 제품 전문가 체계를 강화하여 지속적으로 서비스 품질을 개선하고 있으며, 추천지수가 낮은 고객의 의견을 수렴하여 제품의 개발 및 생산과 서비스 품질에 반영하고 있습니다.

국내 고객만족도 (2019년)



*고객추천지수 = (추천건-비추천건)/전체응답건

기존 고객 소통 강화

LG하우시스는 고객 Pain Point를 해결하여 고객만족도를 제고하고자 고객유형에 따른 중점관리고객 대응 프로세스를 정립하였습니다. 또한, 기존 LG하우시스 홈페이지의 일부로 운영하던 고객 서비스 게시판을 별도의 개별 사이트로 확대하여 2020년 2월 'LG하우시스 고객센터서비스 홈페이지'를 오픈했습니다. 이에 따라 대응 부서 확대와 동시에 제품/시공의 전문 지식을 보유한 전담 직원을 배치하고, 고객이 즉각적으로 문제해결을 받을 수 있도록 매뉴얼과 동영상을 제공하는 '간단문의', '셀프조치' 등을 운영하고 있습니다. LG하우시스는 고객센터서비스 홈페이지를 통해 실시간 카카오톡 상담, 출장서비스 신청, 부자재 구입 등 당사 제품을 사용하고 있는 기존 고객의 편의성 증진을 위해 노력하고 있습니다.

시공품질 점검 부서 운영

LG하우시스는 기업활동 전반에서 단계별로 고객 불만과 니즈를 반영하고, 고객관점에서 품질을 검증하고 보증하기 위해 지속적으로 프로세스를 점검하고 개선하고 있습니다. 이에 따라 제품 품질과 더불어 우수하고 일관된 시공 서비스를 제공하기 위하여 시공품질 점검 부서를 운영하고 있습니다. 전국 주요 현장을 방문하여 시공팀별 품질 수준을 점검하고, 우수 시공팀의 노하우를 표준화하여 전파하고 있습니다. 다양한 시공환경과 예기치 못한 현장변수를 극복하고 모든 시공팀이 최상의 서비스를 제공할 수 있도록 시공품질을 철저히 관리하고 있습니다.

제품 사용 안전 검증

LG하우시스는 고객에게 건강하고 안전한 제품을 제공하고자, 제품 주기 전 과정에서 유해인자 저감 활동을 지속적으로 추진하고 있습니다.



제품개발

신제품 개발 시 유해성 점검 의무화

LG하우시스는 신제품 품질검증 단계에서 제품의 유해성 검증을 의무화하고, 신제품에 투입되는 원재료부터 완제품까지 유해물질 방출량을 검증하여 고객이 안심하고 사용할 수 있는 제품을 만들어가고 있습니다. 개발되는 모든 신제품은 빠짐없이 검증절차를 통과해야 하며, 유해물질 방출이 의심되는 제품은 개발완료 승인이 반려되어 생산이 통제됩니다.



원재료 구매

'화학물질관리IT시스템' 운영

-화학물질 사전검토

2018년부터 '화학물질관리IT시스템'을 활용하여 제품 개발 단계에서 안전성을 검토하고, 구매, 검수, 사용, 저장, 폐기 등 전 과정에 대해 화학물질 관리를 체계적으로 이행하도록 하였습니다. 작업자가 유해인자로부터 안전하게 작업할 수 있도록 조치하고, 제품 내 유해화학물질 함유로 인한 Risk를 최소화하고자 지속 검토 프로세스를 개선하고 있습니다.



완제품 검증

연구소 산하 전담부서 운영

- 장기 신뢰성 검증

LG하우시스의 제품 특성에 따라 고객의 사용 환경을 반영하고, 제품 안전성 및 장기 사용품질을 검증하기 위해 가속 시험법을 개발하여 정기검사 항목에 포함하였습니다. 제품이 사용 환경에 수 년 기간 노출되었을 때 얼마나 품질을 유지할 수 있는지를 보다 정확하게 측정하고 관리하며, 내구성을 강화하도록 개선하고 있습니다.

- 유해물질 분석

TVOC, HCHO 등 주요 유해물질 측정의 신뢰성을 높이고, 공정 등에 발생할 수 있는 미인지 유해물질에 대한 안전성을 확보하기 위해 정밀분석 설비와 전문인력을 운영하고 있습니다. LG하우시스는 개발단계부터 제품 출시 전까지 제품에서 방출하는 유해물질 및 의도하지 않은 화학반응이나 미인지 경로로 생성될 수 있는 유해물질을 지속적으로 모니터링하고 있습니다.

* 2019년 유해물질분석 의뢰 제품 수 : 총 18건

공장 별 유해물질 분석실 운영

연구소 외에도 국내 제조공장에서 유해물질 분석을 위한 검사설비/검사원을 확보하여 주요 관리대상물질의 테스트를 상시 진행하고 있습니다. 모든 제품은 법적 기준치보다 엄격한 기준을 통해 관리되며, 검사 결과 부적합 제품은 전량 폐기하고, 철저한 원인분석을 통하여 재발방지 활동을 실행하고 있습니다. 2018년부터 검사원의 역량을 강화하고, 분석결과의 신뢰성을 향상하기 위해 유관부문 간 정기 교류회를 지속 진행하고 있습니다.

라돈 (방사성 물질) 검사체계 운영

2019년부터는 국내 각 공장에 라돈 분석기기를 도입하여 정기검사를 실시하고 있습니다. 고객의 안전을 무엇보다 중요시하고 사회적 이슈와 신규 유해물질에 언제나 적극적으로 대응하고자 합니다.

공인 제품안전 인증 취득

LG하우시스는 검증 신뢰도를 높이고 고객이 안전성을 쉽게 인지할 수 있도록 다양한 공인 안전인증을 취득하고 있습니다. 이에 국내 '환경마크', 'HB마크'와 해외 '유럽섬유제품품질인증' 등 제품 특성에 따라 다양한 제품안전 인증을 보유하고 있습니다. 주기적인 인증 갱신을 통하여 국내외 시장에서 신뢰받을 수 있는 제품 안전성을 확보하겠습니다.

* 환경마크 : 환경부 한국환경산업기술원의 국가공인 인증으로 제품의 제조·소비·폐기 전 과정의 친환경성 인증

* HB마크 (Healthy Building Material) : 한국공기청정협회의 건축자재 유기화합물 방출 관련 인증

* 유럽섬유제품품질인증 : 세계 18개 섬유 연구기관이 모인 오코텍스 협회의 제품 무해성을 평가하는 친환경 인증



제품 출하

원인물질 추적관리 기반 확보

LG하우시스는 MES (생산관리시스템), WMS (창고관리시스템) 등 IT 시스템 연계를 통하여 제조이력 (원재료, 작업조건 등) 추적 기반을 확보하였습니다. 예상치 못한 유해물질 이슈 발생 시 정확한 원인물질 규명과 피해범위 산출을 통하여 신속한 대응이 가능하도록 추적관리 체계를 지속 운영하겠습니다.

MANAGEMENT REPORT

지배구조

정도경영

인재경영

환경경영

사회공헌

정보보안





Environmental
Management

Social
Contribution

Information
Security

지배구조

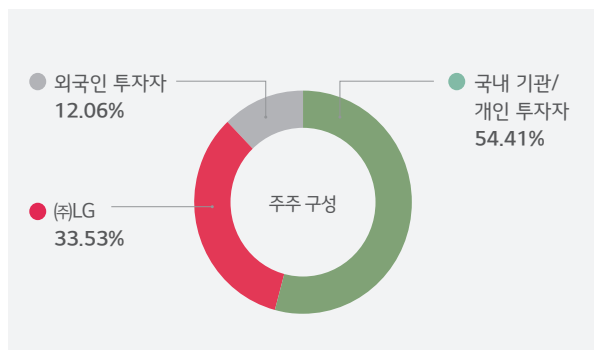
주주의 구성 및 권리

LG하우시스는 지속가능한 기업을 만들기 위해 공정하고 안정적인 소유구조를 갖추고 있습니다. 주주는 다양한 주주의 권리를 행사할 수 있으며, 주요 경영 사항에 관한 정보는 금융감독원 전자공시시스템, LG하우시스 홈페이지 등에서 조회 가능합니다.

📍 LG하우시스 홈페이지 - 이사회 구성

주주 구성 단위: %

(2019. 12. 31 보통주 기준)



이사회 구성 및 역할

LG하우시스 이사회는 회사의 주요 업무집행의 결정과 이사진의 직무 집행에 대한 감독권을 가지고 있으며 법령 또는 정관에 정하여진 사항, 주주총회로부터 위임받은 사항, 업무집행에 관한 중요사항을 의결합니다. 2020년 4월 기준으로 2인의 사내이사와 1인의 기타비상무이사, 4인의 사외이사로 구성되어 있습니다.

이사회 및 사외이사의 선임

이사는 상법 등 관련 법령상의 절차를 준수하여 주주총회에서 선임되며, 자산 규모 2조 이상인 상장회사는 이사 총수의 과반수를 사외이사로 선임하여야 합니다. 이에 따라 이사회 구성원 중 과반수가 사외이사로 선임되어 합리적이고 투명한 의사 결정이 이루어질 수 있도록 하고 있습니다. LG하우시스는 특별한 이해관계가 없고, 경제, 경영, 화학공학, 자동차공학 등의 분야에서 풍부한 경험과 전문지식을 갖춘 전문가 4인을 사외이사로 선임하였습니다. 선임된 사외이사는 LG하우시스의 경제·사회·환경에 대한 전략적 방향 및 현안 이슈 등에 대한 내용을 청취하고 적극적으로 의견을 개진합니다.

| 이사회 구성 (2020년 4월 기준) | | | | |
|----------------------|-----|-----------|--|-----------|
| 구분 | 성명 | 최초 선임일 | 주요경력 | 비고 |
| 사내이사 | 강계웅 | 2020.3.26 | 現 (주) LG하우시스 대표이사 現 (주) LG하우시스 CEO 겸 한국영업부문장 前 (주) LG전자 한국영업본부 B2C 그룹장 前 (주) 하이프라자 대표이사 | 이사회 의장 |
| | 강인식 | 2019.3.14 | 現 (주) LG하우시스 대표이사 現 (주) LG하우시스 CFO 前 (주) LG화학 경리담당 前 (주) LG화학 금융담당 | |
| 기타비상무이사 | 강창범 | 2019.3.14 | 現 (주) LG 화학팀 팀장 前 (주) LG화학 전지사업본부 경영전략담당 前 (주) LG 경영관리팀 (화학) | |
| 사외이사 | 김진곤 | 2015.3.13 | 現 포항공대 화학공학과 교수 現 한국과학기술한림원 정회원 | |
| | 배종태 | 2015.3.13 | 現 KAIST 경영대학 교수 前 한국중소기업학회 회장 前 기술경영경제학회 회장 | 감사위원회 위원 |
| | 김영익 | 2016.3.24 | 現 서강대 경제대학원 겸임교수 前 하나대투증권 리서치센터장 前 대신증권 리서치센터장 | 감사위원회 위원장 |
| | 이봉환 | 2018.3.9 | 現 (주) LG하우시스 사외이사 前 서울대 공학전문대학원 산학협력중점 교수 前 (주) 현대모비스 연구개발본부장 | 감사위원회 위원 |

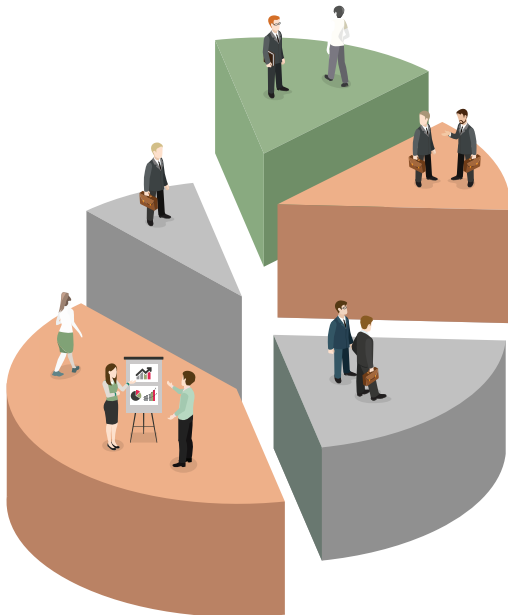
이사회 활동 내역

LG하우시스 이사회는 2019년에 총 7회 개최되었으며, 이사진 참석률은 평균 91.8%입니다. 사업 계획 승인 등 총 40가지 안건을 심의하였으며 이 중 승인사항은 32건, 보고사항은 8건입니다.

| 회차 | 개최일자 | 주요 의안 내용 | 이사진 참석률 |
|----|------------|---------------------------|---------|
| 1 | 2019.1.29 | 제10기 재무제표 승인의 건 외 10건 | 85.7% |
| 2 | 2019.2.21 | 제10기 정기주총회 소집 승인의 건 외 4건 | 85.7% |
| 3 | 2019.3.14 | 2019년 이사 보수 집행 승인의 건 외 6건 | 100% |
| 4 | 2019.4.24 | 2019년 1분기 경영성과 보고 외 2건 | 85.7% |
| 5 | 2019.7.25 | 2019년 2분기 경영성과 보고 외 3건 | 100% |
| 6 | 2019.10.24 | 2019년 3분기 경영성과 보고 외 2건 | 85.7% |
| 7 | 2019.11.28 | 집행임원 인사 승인의 건 외 6건 | 100% |

이사 평가 및 보상

LG하우시스는 이사회 활동에 대한 연간평가와 물가 상승률, 사외이사 보상의 대외 경쟁력 등을 고려하여 보수 지급 기준을 매년 산정합니다. 산정된 기준에 따라 주주총회에서 이사의 보수한도를 승인 받으며, 보수를 조정할 시에는 이사회에 상정하여 승인을 받아야 합니다.



이사회 내 위원회

감사위원회

LG하우시스는 감사위원회를 운영하여 감사기능의 독립성과 투명성을 보장하고 있습니다. 감사위원회 위원은 전원이 상법상 결격사유가 없는 사외이사 3인으로 구성됩니다. 감사위원회는 LG하우시스의 회계와 업무를 감사하고, 이사진에게 영업에 대한 보고를 요구하거나 회사의 업무와 재산상태를 조사할 수 있습니다. 이와 관련하여 특별한 이슈에 대해 회의의 목적사항과 소집의 이유를 기재한 서면을 이사회에 제출하여 임시총회의 소집을 청구할 수 있습니다. 또한, 필요한 때에는 자회사에 대하여 영업보고를 요구할 수 있고 자회사의 업무와 재산상태를 조사할 수 있습니다.

감사위원회 운영 및 활동 내역

| 회차 | 개최일자 | 주요 의안 내용 |
|----|------------|--|
| 1 | 2019.1.29 | 2018년 내부회계관리제도 운영실태 보고 외 5건 |
| 2 | 2019.2.21 | 제10기 재무제표 및 영업보고서에 대한 감사보고서 승인의 건 외 3건 |
| 3 | 2019.3.14 | 감사위원회 위원장 선임의 건 |
| 4 | 2019.4.24 | 2019년 1분기 재무제표 보고 |
| 5 | 2019.7.25 | 2019년 2분기 재무제표 보고 외 2건 |
| 6 | 2019.10.24 | 2019년 3분기 재무제표 보고 |

사외이사후보추천위원회

LG하우시스는 사외이사후보추천위원회를 운영하여 사외이사 선임 과정의 독립성을 확보하고 있습니다. 사외이사후보추천위원회는 경제·환경·사회 각 분야의 전문성을 고려하고, 회사와의 이해관계 유무 등 독립성을 점검하여 사외이사 후보를 추천하며, 추천된 사외이사 후보는 주주총회에서 최종 선임됩니다. 사외이사후보추천위원회는 전체 3명의 위원 중 사외이사가 과반수로 구성되어 있습니다.

정도경영

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.

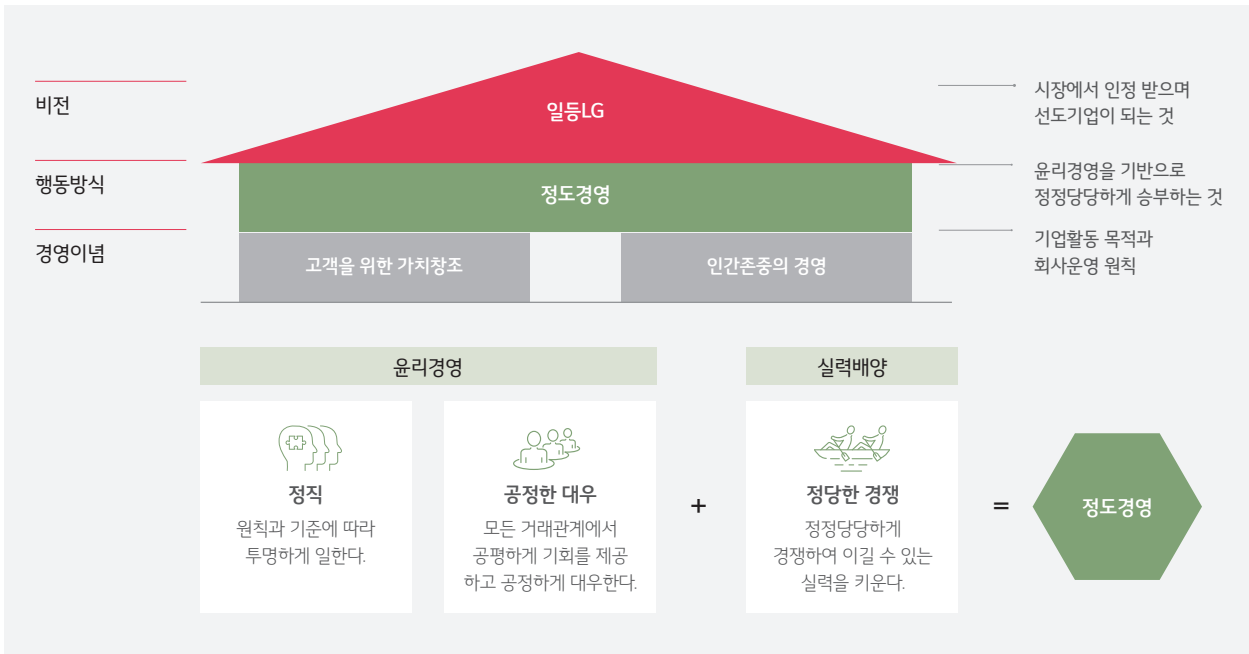
LG 윤리규범

LG는 모든 임직원이 지켜야 할 올바른 행동과 가치 판단의 기준으로 윤리규범을 제정하여 실천하고 있습니다. 윤리규범은 국문, 영문, 중문 핸드북으로 제작하여 임직원에게 배포·공유하고 있습니다.

| 윤리규범 구성 및 주요 내용 |

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

| LG Way와 정도경영 |



LG하우시스 정도경영 조직

| 정도경영 담당 | |
|---|--|
| 운영체계 | 진단체계 |
| <ul style="list-style-type: none"> • 정도경영 교육 및 문화전파 • 정도경영 실천 서약서 • 금품수수 신고 제도 • 신문고 제도 • 윤리상담 | <ul style="list-style-type: none"> • 사업경쟁력 진단 • 제보 진단 • 상시 점검 |

LG하우시스의 정도경영

LG하우시스는 '정도경영은 선택이 아닌 기업의 생존을 위한 필수요건임'을 인식하고 있으며, 임직원의 부정비리 행위를 사전에 예방하고 정도경영 문화를 정착하기 위하여 정도경영 전담 조직을 통해 현장 중심의 정도경영을 추진하고 있습니다. LG하우시스의 정도경영은 단순히 윤리경영만을 의미하는 것이 아니라, 경쟁에서 이길 수 있는 실력을 바탕으로 실질적인 성과를 창출하는 것을 의미합니다. 이를 위해 고객에게 정직과 더 나은 가치를 제공하기 위해 꾸준한 이노베이션을 통한 실력배양으로 '고객을 위한 가치창조'를, 공평한 기회 제공과 실력에 따른 공정한 대우를 통해 '인간존중의 경영'을 펼치고 있습니다. LG하우시스는 정도경영과 윤리규범을 업무에 적용하여 자율적으로 사전예방 및 Risk 제거 활동 등을 통해 정도경영을 생활화 하는 조직문화를 정착시키고 있습니다.

정도경영 실천 프로그램

LG하우시스는 정도경영 실천 서약서, 금품수수 신고 및 신문고 제도, 정도경영 문화전파 활동을 통해 정도경영을 실천하고 있습니다.

정도경영 실천 서약서

LG하우시스의 전 임직원은 매년 온라인으로 '정도경영 실천 서약서, 부패방지 법규준수 서약서, 카르텔 예방 서약서' 를 제출하고 있으며, 협력사는 거래 개설 시 계약서에 '정도경영 실천서약' 을 통해 LG 윤리규범 준수 및 정도경영 실천 및 의지를 다짐하고 있습니다.

금품수수 신고 제도

LG하우시스의 임직원이 이유 여하를 불문하고 이해관계자로부터 금품 및 향응을 제공 받거나 요구하는 행위는 엄격히 금지되어 있습니다. 불가피하게 이해관계자로부터 금전이나 선물, 경조금 등을 수수 하였을 경우에는 금품수수 신고 제도에 따라 윤리사무국으로 신고 후 반환하거나, 반환이 불가능한 경우는 사회복지단체에 기부 또는 사내 경매를 실시하여 그 수익금을 사회공헌 활동에 사용하고 있습니다.

신문고 제도

신문고 제도는 정도경영 위반행위에 대한 신고시스템으로, 임직원들의 우월적 지위를 이용한 불공정한 업무처리 및 금품 수수행위, 그리고 LG 윤리규범에 위배되는 일체의 업무행위를 신고 대상으로 하고 있습니다. 제보방법은 온라인, 전화, 팩스, 우편 및 직접 방문을 통해서 제보할 수 있습니다. 제보자 관련 정보는 철저히 보호되고 있으며, 만약 제보로 인하여 제보자가 불이익을 받을 경우 원상복구 혹은 이에 준하는 보상 조치를 하도록 하고 있습니다.

🔗 LG 사이버 신문고

정도경영 문화 전파 활동

LG하우시스는 매년 해외법인을 포함한 전 임직원 및 협력사 대상으로 정도경영 교육 실시 및 홍보물 발송을 통해 정도경영 문화를 전파하고자 많은 노력을 하고 있습니다. 임직원 대상으로 신입 팀장, 주재원, 신입/경력사원 등 계층별 교육과 각 사업부/부문 주도의 전파교육을 실시하고 있으며, 해외법인 근무자에게도 현지어로 제작된 영상 및 자료로 교육을 실시하고 있습니다.

협력사 대상으로는 정도경영에 대한 친근한 접근을 위해 모바일 웹툰/ 메시지를 발신하는 등 주기적으로 소통을 하고자 노력하고 있습니다.

뿐만 아니라 사내 정도경영 문화 정착을 위해 사업부/부문의 윤리사무국장 및 윤리사무국 담당자를 선정하여 교육, 홍보 활동 등을 주도적으로 진행하며 정도경영을 생활화하고 있습니다. 특히, 2019년에는 해외법인의 정도경영 문화 전파 강화를 위해 부문윤리사무국 워크숍을 실시하였습니다.

정도경영 부문은 지속적으로 임직원들의 정도경영 관련 위험 요인들을 사전 예방하고, 재발방지를 위해 기본과 원칙을 준수하는 정도경영 문화 정착을 위해 실행하겠습니다. 그리고 협력사와는 투명하고, 공정한 거래를 통해 상호신뢰와 협력관계를 구축할 수 있도록 끊임 없는 소통 및 개선을 해나갈 예정입니다.

| 정도경영 교육 이수 현황¹⁾ |

| 구분 | 지역 | 단위 | 2017년 | 2018년 | 2019년 |
|----------------------------|------------------|----|-------|---------------------|---------------------|
| 교육을 받은 근로자 수 | 국내 | 명 | 6,075 | 3,060 | 2,598 |
| | 해외 ²⁾ | 명 | 687 | 934 | 767 |
| 교육을 받은 협력사 수 ³⁾ | 국내 | 개 | 1,615 | 2,012 ⁴⁾ | 1,998 ⁴⁾ |

1) 당해 누적 인원 기준 (중복 포함)

2) 미국, 중국, 유럽, 러시아 등

3) 협력사 교육 프로그램 : 구매 협력사 총회, 각 사업부 자체적으로 협력사 교육

4) 2018-2019년 협력사와의 소통 방식은 오프라인 교육에서 모바일 웹툰/메시지 발신 방식으로 전환



* 해외법인 부문윤리사무국 워크숍

인재경영

인사원칙

인사원칙

가치 창출의 원천은 개인의 창의이며, 성과 창출의 원동력은 구성원의 역량입니다. LG하우시스는 구성원의 능력과 자질에 따라 공평한 기회를 제공하고, 실현된 성과를 공정하게 평가하며, 개인 및 조직별 기여도에 따라 보상하고 있습니다. 또한 인사와 관련된 모든 의사결정에 관한 활동을 장기적 관점에서 일관되게 추진하는 것을 기본 원칙으로 설정하고, 행동규범과 취업규칙에 따라 성별, 나이, 종교 등에 제한 없이 평등한 고용과 인권 존중을 실천하며, 보상에 있어서도 동일한 기준을 적용하여 지급하고 있습니다.

임직원 현황

LG하우시스의 국내 및 해외 구성원은 2019년 말 연결기준으로 총 4,484명이며, 국내 사무직과 전문기술직의 비율은 각각 69%, 31%입니다. 2019년에는 196명의 신규 인력 채용을 통해 일자리 창출에 기여하였습니다.

우수 인재 확보

국내외 인재 확보

LG하우시스는 우수인재의 확보를 위해 국내는 물론, 북미, 일본 등 해외 주요 대학에서 채용설명회 및 Recruiting 활동을 실시하고 있습니다. 또한, 우수 인재를 조기에 확보하기 위해 졸업 예정자를 대상으로 한 채용연계형 하계 인턴십을 운영하고 있습니다. 연구/개발직무의 경우 학과별 맞춤형 연구과정 및 산학 장학생 제도를 운영하여 LG하우시스의 연구 과제에 맞는 우수한 인재를 지원하고 있습니다.

고용 브랜드 제고

우수인재를 원활히 확보하고, 이들과 소통하기 위해서는 차별화된 고용 브랜드 구축이 필요합니다. LG하우시스는 국내외 이공계 석박사과정 인재들에게 기술혁신현황을 소개하고, R&D 인재육성계획을 설명하는 <LG Tech Conference> 행사와 LG 공동 채용활동인 <LG Day>에 참여하고 있으며, 주요대학을 중심으로 채용박람회에도 적극적으로 참여하고 있습니다.

임직원 보상체계

공정한 평가제도 및 지속적 피드백

LG하우시스는 공정한 평가가 이루어질 수 있도록 분기 점검, 평가심의위원회, 평가자 평가역량 강화 교육 등을 실시하고 있습니다. 분기별 중간 점검을 통해 목표 실행력을 강화하고 성과에 대한 주기적인 피드백과 코칭으로 평가 공정성과 수용성을 높이고 있습니다. 연말평가 시 평가심의위원회를 통해 개인 성과와 역량 외에 사업 기여도, 조직 특수성 등을 종합적으로 고려한 평가심의기능을 활성화하고 있으며, 평가자의 객관적이고 공정한 평가역량을 제고하기 위해 평가역량 강화 온라인 교육을 필수로 실시하고 있습니다. 또한 상대화 평가 단위 변경(팀→직급) 등 평가 공정성 확보 방안을 지속적으로 검토하여 반영하고 있습니다.

성과주의 원칙에 입각한 보상체계

보상체계는 성과주의 원칙을 근간으로 누적식과 비누적식 체계로 운영되고 있습니다. 누적식으로 운영되는 연봉제의 경우, 전년도 평가결과에 근거하여 개인별로 차등하여 보상하는 체계이며, 비누적식은 역할급제 및 경영성과급, 탁월한 성과 창출에 대한 포상제도인 On-Spot Incentive, 조직 단위 별 포상제도 등을 운영하고 있습니다. 또한 연구개발상, Design Jump, 혁신 우수사례 포상 등 R&D 및 혁신활동에 대한 과제 단위별 포상제도를 운영하여 "High Performance, High Return"의 성과주의 인사원칙을 강화하고 있습니다.

노동·인권 보호

글로벌 노동방침

LG하우시스는 ILO (International Labour Organization : 국제노동기구) 규약이 규정하는 조항, 유엔인권위원회의 '기업과 인권에 대한 지침 (UN Guiding Principles on Business and Human Rights)' 등 인권·노동 관련 국제 기구 및 단체의 기준과 법규를 존중합니다. 2016년에는 '인간의 존엄성, 자유와 행복에 대한 권리를 보장하고 존중하는 것을 기본적인 가치로 실천한다'는 내용의 <LG하우시스 글로벌 인권·노동 방침>을 제정하였고 전문은 홈페이지를 통해 공시하고 있습니다.



② 글로벌 인권·노동방침 (영문)

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 노경 관계 달성을 지향점으로 삼고 있습니다. 이를 위해 기업경영, 작업현장, 단체교섭으로 구성된 기업 고유의 노경관계 3차원 모델을 운영하여 구성원들의 유기적인 참여와 협력을 도모하고 있습니다. 더불어, 상호신뢰와 존중의 성숙한 노경문화를 구축하고자 노동조합과 상시적으로 소통하고 성실히 협의하고 있습니다. 2019년 말 기준 전문기술직 사원의 노동조합 가입률은 67.4%입니다.

| 노동조합 가입 현황¹⁾ (국내 기준) |

| 구분 | 단위 | 2017년 | 2018년 | 2019년 |
|------|----|-------|-------|-------|
| 가입인원 | 명 | 998 | 1,024 | 993 |
| 가입률 | % | 64.7 | 68.1 | 67.4 |

1) 조합가입률 = (노동조합 가입 인원수/사규상 노동조합 가입대상 인원) × 100

노경 커뮤니티

LG하우시스는 수직적 개념의 노사관계가 아닌 수평적 개념, 즉 직원과 경영자가 서로 대등한 입장에서 각자의 역할을 존중하는 참여와 협력의 노경관계를 추구합니다. 경영진은 정기적으로 사원과의 대화, 분기별 경영진 간담회를 진행하고 있으며, 매년 사업장별 체육대회 등의

조직 활성화 행사를 통해 노경간 소통을 강화하고 있습니다. 분기 1회 노경협의회를 개최하며 노경 공동현안에 대한 협의, 복지시설 개선·확충, 경영성과 공유와 같은 논의도 지속적으로 실시하고 있습니다.

산업안전보건위원회

임직원 보건 및 안전과 관련하여 노동조합과 정식 협약을 체결하고 노사 동수가 참여하는 산업안전보건위원회를 분기별로 개최하고 있습니다. 생산부서 및 사각지역을 중심으로 한 사고 예방활동을 비롯해 반기 1회마다 임직원 대표가 참여하여 작업환경을 점검하는 등 안전보건 이슈를 해결하고자 노력하고 있습니다.

고충 소통 창구 운영

LG하우시스는 임직원의 고충을 청취하고 개선함으로써 임직원과 소통하여 건전한 근로환경이 될 수 있도록 노력하며, 이를 위해 사내 인트라넷 내 1:1 질의답변이 가능한 개인고충접수 프로그램을 운영하고 있습니다.

복리후생

LG하우시스는 임직원이 만족할 수 있는 업무환경을 조성하기 위해 다양한 복리후생제도를 운영하고 있습니다.

| 복리후생제도 |

| 지원분야 | 지원항목 | 내용 |
|--|------------|--|
|  선택적 복리후생 | | 다양한 복지항목에 대해 자신의 라이프 스타일 및 선호도에 따라 자유롭게 수혜 항목을 선택할 수 있는 복리후생제도 |
|  주거/생활안정 지원 | 주택자금 지원 | 주택자금 지원, 사택 및 기숙사 제공 |
| | 경조금 지원 | 본인, 가족의 결혼/회갑/조사 등 각종 경조사 시 경조금 및 경조 휴가 부여 |
| | 학자금 지원 | 중,고,대학 취학 자녀의 입학금, 등록금, 수업료 등 지원 (자녀 수 제한 없음) |
|  의료/건강증진 지원 | 의료비 지원 | 임직원 본인 및 배우자, 자녀 의료비 지원 |
| | 건강검진 지원 | 정기적 건강검진 지원 |
| | 건강/심리상담 운영 | 보건관리자 및 전문기관에 위탁하여 서비스 제공 |
| | 단체정기보험 | 3대 질병 및 사망사고 시 보험금 지급 |
|  여가활동 지원 | 휴가제도 | 연차휴가 부여, 하계휴가 실시 |
| | 휴양시설 운영 | 4개 휴양소 운영 |
| | 인포멀 그룹 지원 | 다양한 인포멀 그룹에 대한 지원을 통해 사원들의 여가 보장 |
|  기타 | 장기근속자 포상 | 장기근속자에 대한 기념품 지급, 20년 장기근속 시 부부동반 5박 6일 해외여행 |
| | 퇴직자 기념품 | 10년 이상 근속자 퇴직 시 기념품 지급, 정년 퇴직 시 부부동반 5박 6일 해외여행 |

인재육성 프로그램

리더십 변화 프로그램 확대

LG하우시스는 리더십 역량 수준을 진단하기 위해 팀장급 리더십 서베이를 실시하며, 리더십 역량을 강화하고자 다양한 후속 프로그램을 실시하고 있습니다. 전사 팀장 리더십 교육으로써 자기 성찰과 토론 중심의 'Leadership Jump-Up' 과정을 운영하며, 일하는 방식 개선 사내 실천사례를 담은 리더십 레터 발송을 통해 스스로 변화하는 리더십을 지원합니다. 희망 팀에게는 팀 업무 가치 제고 및 소통 활성화를 통해 함께 행복한 팀을 만드는 '해피 투게더 팀 워크숍'을 실시하는 등 실질적 변화를 위한 프로그램을 운영하고 있습니다.

핵심직무역량 강화

LG하우시스는 R&D 및 제조전문가의 체계적 육성을 위해 연구개발 분야는 고분자 재료/가공, 무기재료, 복합재, 건축설계/에너지 등 각 분야별 기초이론부터 실제 개발사례가 포함된 실무과정을 개발하여 운영하고 있으며, 제조분야는 카렌더링, 압출, 사출, 코팅, 인쇄, 발포 등 LG하우시스의 기반기술을 중심으로 단계별 과정을 개발하여 교육을 실시하고 있습니다.

일가정 양립 및 여성인재 확대/지원

LG하우시스는 일가정 양립을 위한 가족친화적 기업문화 조성을 위해 육아 휴직 활성화 등의 정부 정책에 적극적으로 동참하고 있습니다. 또한 여성인재가 조직 내 핵심리더로 성장할 수 있도록 각 직무별 우수인재를 발굴하여 관리 및 육성하며, 여성인재의 상호 네트워킹 및 멘토링을 위해 사원협의체 주관의 '여성인재포럼'을 실시하고 있습니다.

| 전사 교육 체계도 |

□ 자사과정 □ 위탁과정 (인화원 등)

| 구분 | 직급 필수 과정 | 핵심인재 육성 과정 | 직무 전문 과정 |
|----|--|--|--|
| 임원 | EnDP 신임임원 | LG사업부장 LG담당 | |
| 책임 | 팀장 리더십 신임 팀장 팀장 DX LG팀장 MVP V MVP IV MVP III | Biz/Pro Talent [PT] 국내외학회 [PT] 코칭/멘토링 [BT] 고객경험P/G [BT] Insight세미나 [BT] D/C ¹⁾ 진단 미래사업가 중장기연수 Global MBA 공학리더육성 LG MBA R&D학위파견 | 생산/엔지니어 PM 과정 MBB 후보 BB 후보 TRIZ 심화과정 엔지니어 기본 생산품질 기본 시장의 이해 원가관리 현장개선 (IE)기본 생산관리 최고 엔지니어 [LGE] 제조기술대학 TPS개선훈리더 금형/표면가공 사출금형 프레스금형 생산설비관리 생산품질기본 물류/Layout설계 [LGD] 요소기술대학 전기전자 기계요소 공압 PLC R&D 미래공간 복합재 무기재료 고분자 Factory OJT |
| 선임 | MVP II | Young HPI 4년차: 기업혁신 3년차: 기업운영 2년차: 마케팅 1년차: DX기초 디자인전문가 경영전략전문가 마케팅전문가 | 영업/마케팅 특판 제품 전문 교육 B2B 전문가 B2B 영업 기본 시판 고수익제품 심화 복합판매Solution 복합판매점 육성 유통관리 기본 제품/Solution입문 |
| 사원 | MVP I Jump-up Camp 신규 입사자 교육 신입 경력 | | |

1) D/C (Development Center) : LG사업가 역량진단 프로그램

조직문화 혁신

일하는 방식 개선

LG하우시스는 근로시간 단축 법제화 등 외부 환경 변화에 신속히 대응하기 위해 2018년 7월부터 리더와 합의 후, 주 40시간 이내에서 구성원 스스로 근무시간을 결정하는 선택적 근무시간제를 도입하였습니다. 또한 회의, 보고, 의전 등 키워드 중심의 전사 일하는 방식 개선 캠페인을 전개하고, 일하는 방식 진단 서베이 결과에 따라 팀 단위 개선 워크숍을 실시하는 등 구성원이 참여할 수 있는 일하는 방식 변화 활동을 진행하고 있습니다.

역동적인 조직문화 구축

LG하우시스는 성과주의 기반의 역동적인 조직문화 구축을 2019년 조직문화 지향점으로 설정하여 자기 주도적으로 일하고 책임지는 분위기 (성과주의), 소통을 통해 긍정적 에너지가 넘치는 조직 (생동감), 새로운 시도를 장려하는 창의적인 문화 (창의성)가 넘치는 조직문화를 만들어 나가고 있습니다. 변화하는 경영환경에 맞춰 구성원들이 스마트하게 일하고 성과를 낼 수 있도록 지속적인 변화를 추진해 나갈 예정입니다.



| LG하우시스 조직문화 |



환경경영

환경경영 체계

환경안전보건 방침

회사는 '인간존중의 경영' 이념 아래 환경·안전·보건 경영이 회사의 지속가능한 발전을 보장하는 중요한 경영요소임을 인식하고, 무재해·친환경 경영을 통해 사회로부터 신뢰를 확보하여 함께 성장발전하기 위해 LG하우시스만의 '환경안전보건방침'을 제정하였습니다. 또한 사업장별 대기, 수질, 화학물질, 폐기물 등의 관리규정을 정립하여 기업활동과 환경의 조화를 추구하고 있습니다.



환경 투자

LG하우시스는 공정개선, 환경친화적 제품 설계 및 생산, 온실가스 저감 및 에너지 절약, 작업환경개선, 환경보전 등 환경개선에 지속적으로 투자를 확대해 나가고 있습니다. 2019년에는 고효율 대기 방지시설 추가 설치 등 약 71억원을 환경투자 비용으로 지출하였습니다.

사업장 환경오염물질 관리

대기환경 관리

대기환경 개선을 위해 신기술을 적극적으로 도입하고 새로운 타입의 고효율 방지시설 교체로 대기오염물질 배출량을 최소화하고 있습니다. 주요 대기방지시설로는 울산공장의 최적방지시설인 RTO(Regenerative Thermal Oxidizer)와 전기집진기 등이 있으며, 대기오염물질 배출사고

예방을 위해 모니터링 시스템을 구축하여 방지시설 가동 상태를 실시간으로 모니터링 하고 있습니다. 2019년에는 울산공장에 RTO 4대, 청주공장에 Wet scrubber 4대를 설치하여 대기오염물질 배출을 저감하기 위해 적극 노력하고 있습니다.

수질환경 관리

사업장 내 주요 지점에 오염 확산 방지를 위한 유수분리조를 설치하여 운영 중이며, 환경사고 발생 시 외부 유출을 방지하기 위한 비상저류조를 구축하여 불의의 사고에 대비하고 있습니다. 액상물질 누출 시 확산을 방지하기 위한 경보장치와 Dike 등으로 누출 사고를 예방하고 있습니다. 청주공장은 4개소의 수문을 운영하여 오염물질 유출 시 신속히 외부로 오염물질이 확산되지 않도록 시스템 구축 및 모니터링 하고 있습니다. 울산공장의 자체 폐수처리장에는 전문인력이 24시간 상주하여 제품 생산과정에서 발생하는 폐수가 적합하게 처리되었는지 그 수질을 모니터링 하고 있습니다. 또한, 비점오염원에 의한 하천 오염을 예방하기 위해 비점오염원 처리시설을 설치 운영 중입니다.

* 울산공장 취수원 : 지표수, 상수도
* 청주공장 취수원 : 상수도, 공업용수

유해화학물질 관리

국내 사업장은 MEK, 아세트산에틸 등 유해화학물질을 취급하고 있습니다. 유해화학물질 사용량을 줄이기 위해 적극적으로 대체물질을 개발하고 있습니다. 또한 사업장 내 화학물질로 인한 화재, 폭발, 누출 사고가 발생하지 않도록 유해화학물질 저장·보관시설에 방류벽 및 가스 감지기 등의 안전장치를 설치하였으며, 각 구획별로 유해화학물질 관리자를 선임하여 철저하게 시설을 점검하고 있습니다.

신규 원자재 규제 검토

화학물질관련 정책 및 감독이 강화됨에 따라 규제 대응이 중요한 이슈로 대두 되었습니다. 이에 LG하우시스는 화학물질 관련법규를 준수하기 위해 신규 원재료 구매 전 국내외 규제 검토를 강화하고 있습니다.

오존층 파괴물질 관리

LG하우시스는 몬트리올 의정서에서 규정하고 있는 오존층 파괴물질을 생산하거나 공정 중에 사용하지 않습니다. 하지만 제품 냉각 및 공조를 위한 냉동기의 냉매에 일부 CFC 계열 물질이 포함되어 있으며, 화재 진압용 소화기 일부에 할론이 충전된 소화기를 비치하고 있습니다.

생태계 영향최소화를 위한 활동

울산공장은 생태계 보전 활동의 일환으로 분기별 1회 회야강 수계에 대한 수질 조사를 실시하고 있습니다. 회야댐으로부터 시작하여 바다와 만나는 강구나루까지 총 13개 지점에 6개 항목 (COD, SS, pH 등)을 분석하여 관리하고 있습니다. 청주공장의 경우, 금강유역환경청과 미호천 수질개선 협약을 맺고 도랑 정화 활동, 수변 식물 식재, 주민 생활 환경교육 등을 실시하고 있습니다.

기후변화 대응

기후변화 대응전략

LG하우시스는 사업장별 지속적인 에너지 절감활동과 공정 혁신을 통해 기후변화 리스크에 능동적으로 대응하고 있으며, 온실가스 배출권 거래제에 대응하여 외부 열원 도입 등 다양한 온실가스 감축 활동을 추진해 나가고 있습니다. 또한 고효율 제품 출시로 소비자들이 생활 속 에너지를 저감할 수 있도록 하고 있으며, 직영점의 녹색매장 인증 및 운영을 통해 지역사회의 에너지 저감에도 기여를 하고 있습니다.

| 기후변화 전략 | |
|--|--|
| 에너지 저감 사업장 • 온실가스, 에너지 저감 활동 - 노후 설비 개선 - 생활 속 에너지 개선 활동 • 화석에너지 사용 비율 개선 | 에너지 저감 제품 • 고효율 제품 제공 - 로이유리, 단열재 등 단열 제품 - 자동차 경량화 부품 등 연비 개선 제품 • 에너지 저감 관련 신제품 연구 개발 |

에너지, 온실가스 감축 사례 및 성과

RTO 농축기 운영을 통한 온실가스 감축

LG하우시스 울산공장은 온실가스 배출권 거래제 시행 이후 온실가스를 줄이기 위해 2015년부터 기존 RTO에 농축기 (Rotor Concentrator)를 결합하여 저농도, 대풍량의 VOC (휘발성 유기화합물, Volatile Organic Compounds) 가스를 고농도, 소풍량으로 농축시켜 처리하는 기술을 도입하였습니다. 고효율 농축기 도입은 울산공장 내 15대의 RTO 중 고효율 농축기 적용이 가능한 설비만을 선별하여 순차적으로 진행하고 있으며, 농축기 내 히터의 주요 에너지원은 RTO 내부 회수열을 사용함으로써 온실가스 배출량 감소에 기여하고 있습니다. 이에 기존 RTO만 사용되었을 때보다 VOC 처리량이 감소된 것은 물론, RTO의 연료 (도시가스 LNG)를 줄여 울산공장의 온실가스를 감축하는 사업을 진행하였습니다.

에너지 절감 TFT 활동 진행

국내 사업장에서는 에너지 절감 TFT를 구성하여 전 임직원이 참여하는 에너지 절감 활동을 실시하고 있습니다. 특히 보일러, 콤프레서, 용수 설비, 배관 등 노후 설비 교체 및 시스템 개선, 냉난방기·공조기 등의 냉동공조 설비 보완 등 지속적으로 시설 개선을 하고 있습니다. 2019년에는 울산 공장은 챔버 방열 로스 개선, 응축수 회수 배관 개선 등을 진행하였고 청주 공장은 고효율 인버터 FAN 적용, LED 전등 교체, 동절기 에너지 전력부하 시스노우멜팅 일괄 차단 등을 통해 에너지 감축활동을 진행하였습니다.

온실가스 배출권 거래제* 대응

- 2019년 약 3만톤 잔여분 2020년 배출권으로 이월 예정
- 향후 2차계획기간 (2018-2020년) 과부족분 시장거래 추진 및 중장기 배출권 부족에 따른 사업장 배출량 저감 활동 지속 전개

* 온실가스 배출권 거래제: 「온실가스 배출권의 할당 및 거래에 관한 법」 제도

온실가스 정보공개

LG하우시스는 온실가스 배출권 거래제에 따라 공신력 있는 검증기관 으로부터 온실가스 배출량을 매년 검증받고 있습니다. 결과는 지속 가능경영보고서, 사업보고서 등으로 대외에 공개하고 있으며, DJSI ¹⁾, CDP ²⁾ 보고서를 통해서도 국내외 투자자들에게 기후변화 대응 체계와 현황 정보를 제공하고 있습니다. 또한 일부 제품에 대해 구매부터 폐기까지 제품의 전 과정에서 배출하는 온실가스를 분석하고 LCA (Life Cycle Assessment)보고서를 작성하여 환경성적표지 및 탄소발자국 인증을 획득하고 있습니다.

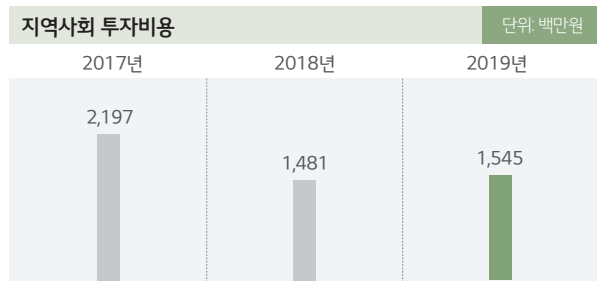
1) DJSI (Dow Jones Sustainability Indices, 다우존스지속가능경영지수): 기업의 경제·환경·사회적 측면을 종합평가하여 우수기업을 자본시장에 공개하는 지속가능경영 투자 지수

2) CDP (Carbon Disclosure Project, 탄소정보공개프로젝트): 기업의 기후변화 대응 전략을 투자자 등에 공개하는 프로젝트

사회공헌

사회공헌 추진 전략

LG하우시스는 지역사회와의 상생을 목표로 기업과 임직원의 역량을 활용하여 문화유산 환경 보존 활동, 현충시설 환경 개선 활동, 국가 유공자 주거환경 개선 및 지역사회 나눔 활동 등 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다. 향후에도 사회적인 책임을 가지고 공헌 활동을 진행하여 지역 사회의 긍정적이고 행복한 변화를 이끌어 내고자 합니다.



문화유산 환경 보존 활동

LG하우시스는 자연·역사·문화 유산을 보존하는데 앞장서고 그 가치를 널리 알리기 위한 청소년 교육 프로그램을 지속적으로 운영하고 있습니다.

그린 독도 공간 가꾸기

천연보호구역 독도의 아름다운 자연환경을 보존하고 독도 거주민들의 삶의 질 향상을 위하여 2009년부터 독도 관리사무소, 독도 순찰로, 독도 경비대 등 매년 독도 관련 주요 시설들을 개선하는 활동을 하고 있습니다.

독도 청년 지킴이

LG하우시스는 2010년부터 매년 대학생을 선발하여 독도 방문 등 청년들이 독도를 체험할 수 있도록 다양한 기회를 제공하는 독도사랑 청년캠프를 실시하였으며, 2019년부터 독도의 소중함을 전 세계에 알리는 독도 청년 지킴이 활동을 진행하고 있습니다. 대학생으로 구성된 독도 청년 지킴이들이 톡톡 튀는 아이디어로 독도와 관련된 다양한 콘텐츠를 제작할 수 있도록 기획, 영상 제작·편집 교육, 전문가 멘토링 및 예산을 지원하였습니다. 독도 청년 지킴이 활동은 나라의 미래인 청년들이 우리의 역사, 영토의 소중함을 느끼고 자긍심을 가질 수 있는 좋은 기회가 되고 있습니다.



| 그린 독도 공간 가꾸기 |

울릉도

기념관

2018. 안용복 기념관 환경개선 (창호)
2019. 독도 의용수비대 기념관 환경개선 (창호, 바닥재)

순찰로

2009-2015.
안전펜스 설치 및 보수 ('강화복재' 사용)

울릉 경비대

2013. 본부 관사 및 지역대 바닥 (타일)/도배 (벽지)공사 실시
2014. 본부 관사 및 지역대 바닥 (타일)/도배 (벽지)공사 실시 난방용품 지원
2015. 본부 관사 및 지역대 바닥 (타일)/도배 (벽지)/창호 공사 실시
2016. 본부 및 지역대 환경개선 (바닥)
2017. 신입의경대기소 환경개선 (바닥)

독도

독도 주민숙소

2011. 서도주민숙소 확장공사 자재 기부 (창호/벽지/장판 등)

독도 관리 사무소

2013-2017.
가전제품 지원

독도 등대

2011.
공조시설 지원
2013-2017.
가전제품 지원

독도 경비대

2009. 체육관/PC실/식당 바닥재 (타일) 교체
2010. 내무반 바닥 (타일) 및 벽면 (벽지) 환경개선 및 비품 지원
2011. 조리실 환경개선 (타일 등) 및 조리기구 지원
2012. 작전실/게스트룸/복도 바닥 (타일) 및 벽면 (필름) 환경 개선 탈의실 환경개선 및 가구 지원
2013. 상황실 바닥재 (타일) 교체
2014. 브리핑룸 바닥 (타일) 교체 및 가전제품 지원
2015. 욕실/화장실 공사 실시
2016. 체육관 바닥 교체

현충시설 및 국가 유공자 주거환경 개선 활동

LG하우시스는 선조들의 독립운동 정신 및 호국보훈 활동이 잊혀지지 않고 후대에 계승되도록 독립운동 관련 시설 및 국가 유공자의 주거 환경을 개선하는 활동을 실시하고 있습니다.

현충시설 환경 개선 활동

LG하우시스는 창업주 (고 (故) 구인회 회장)로부터 이어져 내려온 독립 운동 지원 정신을 바탕으로 창호와 바닥재 등 LG하우시스의 우수한 제품을 활용하여 서재필 기념관, 윤봉길 기념관, 이회영 기념관, 안중근 기념관, 한용운 기념관, 안창호 기념관, 김창숙 기념관, 신채호 기념관의 리모델링을 진행하였습니다. 또한 총칭 임시정부 청사, 주미 대한제국 공사관 등 해외 소재 역사 유적지의 복원을 진행하며 국내외 총 10곳의 독립 유적지의 환경 개선을 지원하였습니다.

국가 유공자 주거환경 개선 활동

2015년부터 6.25 참전용사, 독립운동 유공자 후손 등 국가 유공자를 대상으로 주거환경을 개선하는 사업을 실시하고 있습니다. 국가 유공자 23명, 해외 6.25 참전용사 (미국, 인도) 3명의 주거환경 개보수를 진행하였고, 향후에도 지속적으로 주거환경 개선을 지원할 예정입니다.



지역사회 나눔 활동

LG하우시스는 지역의 소외된 이웃에 대한 관심과 사랑을 전하고자 다양한 나눔 활동을 수행하고 있습니다. 각 사업장별 나눔 활동과 정부 및 지방자치단체의 협력 활동 등을 통해 지역사회에 도움이 되는 활동을 적극적으로 지원하고 있습니다.

행복한 공간 만들기

미래의 주역인 청소년의 꿈과 희망을 후원하고자 청소년 대상 사회복지시설의 공용 공간을 LG하우시스의 특화된 제품·시공·디자인 역량으로 개선하는 행복한 공간 만들기 사업을 진행하고 있습니다. 행복한 공간 만들기 1호점 일산 홀트 아동복지타운 이래 현재까지 24호점에 이르는 청소년 대상 사회복지시설의 공용 공간을 개선하였습니다. 특히, 2017년부터는 한국해비타트와 협약을 맺고, 임직원과 자녀가 함께 사물함 등 DIY 가구를 제작해 행복한 공간 만들기 수혜시설에 기증하였습니다. 또한, 전국지역아동센터협의회와 함께 지역아동센터의 시설 환경을 지원하고 있습니다.



사업장별 주요 사회공헌 활동

LG하우시스 국내외 각 사업장 주변 환경 정화 및 시설 지원, 수해지역 복구 등 인근 지역의 발전에 기여하는 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다.

| 사업장 | 활동 | 내용 |
|------|--------------|--|
| 울산공장 | 1사 1촌 활동 | 울산공장 인근 마을 행사 지원 및 농산품 구매 등 |
| | 1사 1천 활동 | 울산공장 인근 회야강 환경정화 및 수질조사 실시 |
| | 1사 1산 활동 | 울산광역시/울주군과 연계한 대운산 환경정화 |
| | LG Happy Day | 임직원 연말 성금으로 온양읍 지역아동센터, 독거노인 김장 김치 지원 |
| 청주공장 | 1사 1병영 활동 | 육군 제 37병사단과 자매결연을 맺고 위문금 및 위문품 제공, 병영환경개선 등 지원 |
| | 1사 1촌 활동 | 청주공장 인근마을 행사지원 등 |
| | 빈곤가정 아동후원 | 초록우산 어린이재단과 연계하여 빈곤가정 아동의 기초 생활비 후원 |
| | 행복한 연탄 배달 | 충북 연탄 은행과 연계하여 독거노인 대상으로 연탄배달 실시 |

민관협력사업 참여를 통한 지역사회 가치 창출

LG하우시스는 정부 및 지방자치단체와 협력하여 지역사회의 노후된 주거환경을 개선하고 주민들이 보다 친환경적이고 쾌적한 생활공간을 누릴 수 있도록 사업 역량 및 인프라를 적극적으로 동원하고 있습니다.

그린 리모델링 사업 참여

그린 리모델링 사업은 에너지 효율이 낮은 노후건물의 에너지 성능 개선을 통해 에너지 수급 불균형을 해소하고 에너지 비용 부담을 줄이기 위한 국토교통부 주관 사업입니다. LG하우시스는 고단열 창호를 비롯한 에너지 고효율 제품을 통해 그린 리모델링 사업 확산에 기여하고 있습니다. 2017년 6,800건, 2018년 7,200건, 2019년 7,500여 건의 노후 창호 교체 공사를 진행하여 그린리모델링 사업 시장 활성화에 크게 기여하고 있습니다.

실내환경 진단/개선 사업 (맑은숨터 만들기) 지원

LG하우시스는 경기도 내 맑은 숨터 조성 대상으로 선정된 지역아동센터 11곳에 '지아자연애 바닥재', '취양세 벽지' 등 환경 마크 인증을 획득한 친환경 인테리어 자재를 지원하였습니다. 이에 따라 공기질 측정 시 「실내공기질관리법」 기준을 초과하거나 곰팡이를 육안으로 확인할 수 있는 등의 실내 환경이 열악한 시설을 개선하였습니다. 이번 환경 개선으로 시설을 이용하는 300여명의 청소년이 혜택을 받아 보다 쾌적한 환경에서 생활할 수 있게 되었습니다.

환경부와 사회취약계층 주거환경 개선사업

저소득층, 결손가정, 환경성 질환을 앓고 있는 어린이 등 생활 환경이 열악한 사회 취약계층 거주지를 대상으로 환경성 질환을 유발할 수 있는 유해인자를 진단하고 개선이 필요한 가구에 친환경 벽지 및 바닥재 교체 등을 무료로 지원해 주고 있습니다. 2015년도부터 약 1,200여 가구에 친환경 벽지, 바닥재 등을 지원, 시공해 실내환경을 개선하였으며, 대상 가구 중 아토피·천식 등을 앓고 있는 환경성 질환 가구는 환경 보건센터와 연계해 무료 진료 서비스를 실시하며 정부와 함께 실내환경을 개선하고 있습니다.

정보보안

정보보안 관리체계 강화

LG하우시스는 지속가능한 회사의 발전과 고객 서비스 제공에 관련된 정보를 중요 자산으로 인식하여 이를 보호하고자 전사 조직을 구성하고, 정책·교육·진단을 포함한 관리체계를 수립하여 운영하고 있습니다.

정보보안협의체 운영

정보통신망법에 따라 정보보호최고책임자 (CISO, Chief Information Security Officer)를 지정하여 전사 정보보안 활동에 대해 총괄 관리하며, 본사 정보보안팀, 주요 사업장 (울산,청주,연구소)에 상주하는 정보보안 담당자, 정보보안 유관부서 및 사업부 책임자로 구성된 정보보안협의체를 운영하고 있습니다. 협의체에서는 연 1회 이상 정보보안협의회를 개최하여 전사 주요 보안 정책, 전사적 보안 이슈 및 개선 논의가 필요한 사항에 대해 결정하고 있습니다.

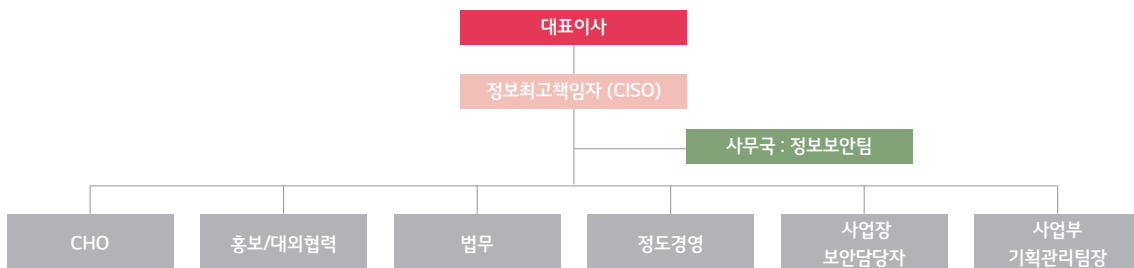
국내외 사업장 점검을 통한 보안수준 향상

관리·기술·물리·개인정보 영역에 대한 국내 사업장 및 해외 법인의 정보보안 진단을 수행하고 이에 따른 취약점을 도출하여 점진적으로 보안 수준을 향상시키고 있습니다. 해외법인인 유럽 GDPR (개인정보보호법, General Data Protection Regulations) 대응과 중국 네트워크안전법에 따른 시행령을 분석하고 이에 대한 대응 계획을 수립하여 지속적으로 개선하고 있습니다. 울산, 청주공장은 생산망 점검을 통해 외부 공격에 대응하고자 보안 강화 대책을 수립하여 시행하고 있습니다.

임직원 보안의식 제고

전사 보안 정책과 지침은 연 1회 개정하고 중요 변경사항을 게시하여 전 임직원에 관련 내용을 인지할 수 있도록 전파하고 있으며, 임직원 대상 정보보호 교육을 매년 실시하고 있습니다. 랜섬웨어, 악성 메일을 통한 피싱 등 보안사고 사례와 이에 대한 임직원 보안 준수사항 및 대처방법을 지속적으로 전파함으로써 임직원의 보안의식을 높이고자 노력하고 있습니다.

| 전사 정보보안협의체 조직도 |



정보보안 예방 활동

서비스 중단, 중요·기밀정보, 개인정보의 유출, 정보시스템의 변조 및 파괴 등 사고를 예방하기 위해 전담부서에서는 보안 위협을 실시간 모니터링하고 있습니다. 사고 발생시 신속 대응을 위한 각종 보안솔루션을 운용하여 취약점을 사전에 인지하고 외부 위협에 대응 가능하도록 상시 보안 강화 활동을 수행하고 있습니다.

보안취약점 점검 활동

시스템 신규 구축/개선 시 보안성 심의 및 검토프로세스를 통하여 설계 단계부터 기능과 데이터 관리 측면의 보안을 고려하고, 취약점을 최소화하기 위한 프로세스를 정립·운영 중에 있습니다. 시스템 오픈 전 해당 어플리케이션이 구현된 서버 취약점 및 소스코드 보안 점검, 모의해킹을 진행하여 외부 공격으로부터 취약한 부분을 사전에 찾아내어 예방조치하고 있습니다.

IT환경 변화에 따른 보안 설계 적용

디지털 트랜스포메이션 환경에서 IT기술의 변화에 따라 LG하우시스는 더 나은 서비스를 제공하기 위하여 Cloud를 비롯한 신기술을 적용하고 있습니다. 변화된 환경에서 보안 수준을 유지하고 강화하기 위해 보안 아키텍처 설계 및 이를 뒷받침하는 네트워크 보안, 접근제어 강화 측면에서 보안솔루션을 적용하고 모니터링함으로써 고객정보 및 중요 데이터를 보호하는 동시에 안정적인 서비스를 제공하고 있습니다.

고객정보 보호 활동

개인정보보호법, 정보통신망법, 유럽 GDPR, 중국 네트워크안전법 등 국내외 개인정보 관련 법률에 의거한 정보보안 활동을 지속적으로 수행하고 있습니다. 특히 매년 정보보안관리체계 (ISMS, Information Security Management System) 인증을 취득하고 있으며, 정기적인 정보보안 진단을 통해 고객의 개인정보를 안전하게 보호하고자 최선의 노력을 다하고 있습니다.

APPENDIX

지속가능경영 성과 데이터

ESH · 품질 인증 현황 및 소속 단체

주요 경제 가치 배분

중대성 분석

제 3자 검증 성명서

GRI Standards Index

UN Global Compact



지속가능경영 성과 데이터

재무정보

요약 연결손익계산서

(단위 : 백만원)

| 구분 | 2017년 | 2018년 | 2019년 |
|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 매출액 | 3,209,405 | 3,266,496 | 3,186,807 |
| 매출원가 | 2,413,364 | 2,535,790 | 2,440,053 |
| 매출총이익 | 796,041 | 730,706 | 746,754 |
| 판매비 | 650,637 | 660,335 | 677,977 |
| 영업이익 | 145,404 | 70,371 | 68,777 |
| 영업외손익 | △ 38,843 | △ 87,982 | △ 54,996 |
| 법인세비용차감전계속손익 | 106,561 | △ 17,611 | 13,781 |
| 법인세비용 (수익) | 23,543 | △ 1,269 | △ 1,019 |
| 중단영업손익 | △ 15,163 | △ 36,785 | △ 3,235 |
| 당기순손익 | 67,855 | △ 53,127 | 11,565 |

* 2017년 중단사업 (진공단열재) 반영하여 수정함

요약 연결재무상태표

(단위 : 백만원)

| 구분 | 2017년 | 2018년 | 2019년 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 유동자산 | 1,170,284 | 1,080,876 | 1,022,430 |
| 매출채권 | 665,121 | 565,567 | 511,719 |
| 재고자산 | 288,735 | 298,354 | 291,161 |
| 비유동자산 | 1,412,147 | 1,428,838 | 1,543,149 |
| 유형자산 | 1,230,726 | 1,277,509 | 1,339,828 |
| 매각예정자산 | - | 2,030 | 2,134 |
| 자산총계 | 2,582,431 | 2,509,714 | 2,565,579 |
| 유동부채 | 804,673 | 736,764 | 974,505 |
| 비유동부채 | 792,178 | 856,203 | 675,096 |
| 부채총계 | 1,596,851 | 1,592,967 | 1,649,601 |
| 자본금 | 50,000 | 50,000 | 50,000 |
| 자본잉여금 | 616,466 | 616,466 | 616,466 |
| 기타자본항목 | △ 8,189 | △ 8,189 | △ 16,500 |
| 기타포괄손익누계액 | △ 22,578 | △ 18,926 | △ 19,348 |
| 이익잉여금 | 349,881 | 277,396 | 283,582 |
| 비지배지분 | - | - | 1,778 |
| 자본총계 | 985,580 | 916,747 | 915,978 |
| 부채 및 자본총계 | 2,582,431 | 2,509,714 | 2,565,579 |

* △는 (-) 수치임

* 2018년 매각예정자산의 계정 재분류로 인한 유동전환을 반영하여 수정함

② 2019년 전자공시시스템 LG하우시스 사업보고서

임직원

| 구분 | 단위 | 2017년 | 2018년 | 2019년 | |
|-------------------------------------|------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| 전체 임직원 | 명 | 4,494 | 4,477 | 4,484 | |
| 해외 임직원 ¹⁾ | 명 | 1,297 | 1,234 | 1,233 | |
| 한국 임직원 ²⁾ | 명 | 3,197 | 3,243 | 3,251 | |
| 한국 | | | | | |
| 정규직 | 전체 | 명 | 3,123 | 3,184 | 3,192 |
| | -남성 | 명 | 2,708 | 2,771 | 2,777 |
| | -여성 | 명 | 415 | 413 | 415 |
| 비정규직 | 전체 | 명 | 74 | 59 | 59 |
| | -남성 | 명 | 63 | 44 | 52 |
| | -여성 | 명 | 11 | 15 | 7 |
| 성별 | 남성 | 명 | 2,771 | 2,815 | 2,829 |
| | 여성 | 명 | 426 | 428 | 422 |
| 연령별 | 20대 | 명 | 653 | 649 | 622 |
| | 30대 | 명 | 803 | 836 | 883 |
| | 40대 | 명 | 1,009 | 1,016 | 990 |
| | 50대 이상 | 명 | 732 | 742 | 756 |
| 직급별 | 임원 | 명 | 23 | 26 | 28 |
| | 직원 | 명 | 3,174 | 3,217 | 3,223 |
| 직종별 | 사무직 | 명 | 2,175 | 2,215 | 2,254 |
| | 전문기술직 | 명 | 1,022 | 1,028 | 997 |
| 지역별 | 본사 | 명 | 756 | 766 | 865 |
| | 청주공장 | 명 | 574 | 630 | 663 |
| | 울산/온산공장 | 명 | 1,081 | 1,054 | 1,020 |
| | 기타 ³⁾ | 명 | 786 | 793 | 703 |
| 장애인 | 명 | 45 | 49 | 45 | |
| 국가 유공자 | 명 | 85 | 87 | 83 | |
| 신규 채용 | 명 | 229 | 211 | 196 | |
| 이직 ⁴⁾ | 명 | 87 | 78 | 80 | |
| 연구소/디자인센터 ⁵⁾ | 명 | 350 | 368 | 338 | |
| 여성 관리자 비율 ⁶⁾ | % | 8.9 | 9.0 | 9.4 | |
| 육아휴직 | 육아휴직을 사용한 임직원 수 | 명 | 32 | 32 | 38 |
| | 업무 복귀율 | % | 93 | 91 | 97 |
| | 업무 복귀후 12개월 이상 근무율 | % | 90 | 100 | 100 |
| 동등 임금 ⁷⁾ | 임원급 | % | 86.8 | 90.6 | 94.1 |
| | 관리자급 (연봉제) | % | 87.1 | 87.9 | 88.6 |
| | 관리자급 (연봉제+상여) | % | 85.7 | 86.6 | 87.4 |
| | 관리자급 미만 | % | 92.6 | 94.0 | 97.1 |
| 인재개발 | | | | | |
| 인당 교육시간 (성별) | 남성 | 시간 | 33.6 | 36.7 | 34.6 |
| | 여성 | 시간 | 36.5 | 33.9 | 27.3 |
| 인당 교육시간 (직군별) | 사무직 | 시간 | 39.3 | 45.7 | 42.8 |
| | 기술직 | 시간 | 22.5 | 16.1 | 13.1 |
| 정기 성과평가 및 경력 개발 심사 대상 ⁸⁾ | 심사대상 직원 | 명 | 2,105 | 2,131 | 2,164 |
| | 심사대상 직원 비율 | % | 99.6 | 99.3 | 99.2 |
| 해외 법인 | | | | | |
| 미국 현지 채용 현황 | 파견사원 | 명 | 15 | 18 | 17 |
| | 현지사원 | 명 | 456 | 505 | 569 |
| 중국 현지 채용 현황 | 파견사원 | 명 | 34 | 32 | 22 |
| | 현지사원 | 명 | 731 | 604 | 527 |
| 주요 사업장의 현지 출신 고위 관리자 비율 | 현지 채용 인원 | 명 | 1,187 | 1,109 | 1,096 |
| | 채용 인원 중 시니어 ⁹⁾ 인원 | 명 | 277 | 286 | 289 |
| | 고위 관리자비율 | | 23 | 26 | 26 |

1) 현지사원 기준 (해외 파견사원 제외) / 2) 해외 파견사원 및 자회사 포함 / 3) 토스팀 오창공장은 기타에 포함 / 4) 자발퇴직 및 고문실 이동 인원, PSAA 및 생산기술센터 이관 제외
5) 중앙연구소, 디자인센터, 사업부 연구 PJT 및 디자인 PJT / 6) 책임 (舊 과장) 이상 직급 인력 / 7) 사무직 기준 남성임금 대비 여성임금 비율, 임원급 : 상무 이상 직급, 관리자급 : 책임 이상 직급 인력 (임원급 제외) / 8) 대상자 : 임원, 담당급 제외 국내 직원, 전문기술직 : 정기적 성과 평가 無 / 9) 책임 이상 직급 인력

환경

| 구분 | | 단위 | 2017년 | 2018년 | 2019년 |
|--------------------------------|-------------------|-------------------------|---------|---------|---------|
| 원료 사용량 | PVC | ton | 144,119 | 130,074 | 119,088 |
| | 탄석 | ton | 100,395 | 95,542 | 97,854 |
| | 가소제 | ton | 29,600 | 31,961 | 29,912 |
| | MMA | ton | 24,302 | 20,995 | 19,816 |
| | 주요 원료 사용량 합계 | ton | 298,416 | 278,572 | 266,670 |
| 재생원료 | 재생 원료 사용량 | ton | 25,774 | 23,142 | 22,312 |
| | 재생 원료 사용 비율 | % | 8.64 | 8.31 | 8.37 |
| 에너지 및 온실가스¹⁾ | | | | | |
| 주요 에너지 사용량 | LNG | TJ | 1017.7 | 1,029.0 | 973.8 |
| | 경유 | TJ | 16.1 | 27.2 | 23.9 |
| | 휘발유 | TJ | 2.4 | 2.3 | 2.0 |
| | 전기 | TJ | 1,805.6 | 1,806.4 | 1,704.1 |
| | 스팀 | TJ | 47.8 | 45.7 | 2.0 |
| 연간 절감 효과 | 에너지 감축량 | TJ | 275 | 298 | 239 |
| | 온실가스 감축량 | tCO ₂ eq | 9,655 | 7,090 | 7,146 |
| | 에너지 절감 금액 | 백만원 | 2,390 | 1,755 | 1,883 |
| 에너지 사용량 | 직접 에너지 | TJ | 1,036.3 | 1,058.5 | 999.7 |
| | 간접 에너지 | TJ | 1,853.4 | 1,852.1 | 1,706.1 |
| | 총 에너지 사용량 | TJ | 2,889.8 | 2,910.6 | 2,705.8 |
| 온실가스 배출량 | Scope 1 | tCO ₂ eq | 65,459 | 70,314 | 62,312 |
| | Scope 2 | tCO ₂ eq | 89,399 | 88,939 | 82,839 |
| | Scope 1 + Scope 2 | tCO ₂ eq | 154,859 | 159,253 | 145,150 |
| | Scope 3 | tCO ₂ eq | 118,387 | 105,911 | 104,733 |
| | 원단위 배출량 | tCO ₂ eq/ton | 0.41 | 0.44 | 0.34 |
| 환경투자 | | | | | |
| 환경투자금액 | 백만원 | | 4,865 | 5,617 | 7,138 |
| 환경오염물질 | | | | | |
| 용수 사용량 | | ton | 648,818 | 601,004 | 532,315 |
| 수질오염물질 배출량 | 폐수 배출량 | m ³ | 22,869 | 17,396 | 15,973 |
| | BOD | ton | 0.28 | 0.21 | 0.05 |
| | COD | ton | 0.71 | 0.41 | 0.23 |
| | SS | ton | 0.33 | 0.17 | 0.23 |
| 대기오염물질 배출량 | 질소산화물 (NOx) | ton | 56.94 | 48.60 | 45.45 |
| | 황산화물 (SOx) | ton | - | - | - |
| | 먼지 | ton | 29.64 | 35.62 | 30.98 |
| | 휘발성유기화합물질 (VOC) | ton | 233.47 | 165.50 | 171.82 |
| | 유해대기오염물질 (HAP) | ton | 14.34 | 15.06 | 23.90 |
| 유독물질 원단위 사용량 (유독물질 사용량/생산량) | ton/ton | | 0.0345 | 0.0549 | 0.0713 |
| 폐기물 배출 | | | | | |
| 일반폐기물 | 재활용 | ton | 32,361 | 30,723 | 32,625 |
| | 비료화 | ton | 101 | 179 | 161 |
| | 소각 | ton | 3,294 | 4,275 | 3,190 |
| | 매립 | ton | 1,415 | 2,339 | 1,021 |
| | 합계 | ton | 37,172 | 37,516 | 36,998 |
| 지정폐기물 | 재사용 | ton | - | - | - |
| | 재활용 | ton | 437 | 471 | 655 |
| | 소각 | ton | 443 | 464 | 406 |
| | 매립 | ton | 18 | 3 | 6 |
| | 합계 | ton | 898 | 938 | 1,067 |
| 총 폐기물 배출량 | ton | 38,049 | 38,454 | 38,064 | |
| 폐기물 재활용량 | ton | 32,798 | 31,279 | 33,280 | |
| 폐기물 재활용률 | % | 87 | 81 | 87 | |

1) 국내 비제조 사업장 포함, 2019년 '배출권 거래제' 적합성 평가 결과 및 PSAA 공통 시설의 LG화학 이전 반영

안전 보건

| 구분 | 단위 | 2017년 | 2018년 | 2019년 | |
|---------------------------|--------------------------------|-------|-------|-------|------|
| 재해율 | | | | | |
| 임직원 | 부상 발생률 (도수율) ¹⁾ | - | 1.56 | 3.07 | 2.64 |
| | 업무상 질병 발생률 (강도율) ²⁾ | - | 0.12 | 0.31 | 0.18 |
| | 결근율 (AR) ³⁾ | % | 0.02 | 0.01 | 0.01 |
| | 근로손실재해율 (LTIFR) ⁴⁾ | - | 2.46 | 5.27 | 2.64 |
| | 업무 관련 사망자 수 | 명 | - | - | - |
| 임직원 외 간접고용 인원 | 산업재해 발생건수 | 건 | 6 | 2 | 2 |
| | 부상 발생률 (도수율) | - | 5.96 | 1.74 | 1.51 |
| | 근로손실재해율 (LTIFR) | - | 6.96 | 3.48 | 3.02 |
| | 업무 관련 사망자 수 | 명 | - | - | - |
| 유소년자 비율 | % | 30.64 | 30.17 | 31.64 | |
| 노사 공동 보건 안전위원회가 대표하는 직원 수 | 명 | 18 | 20 | 20 | |

※ 환경 및 보건 안전 데이터의 경우, 국내 사업장 기준 (에너지 및 온실가스 제외)

1) 부상 발생률 (도수율): 모든 근로자가 작업한 총 시간에 대한 부상 빈도 ((재해건수 X 1,000,000) / 연근로총시간수)

2) 업무상 질병 발생률 (강도율): 모든 근로자가 근무하는 총 시간에 대한 직업병의 빈도 ((근로손실일수 X 1,000) / 연근로총시간수)

3) 결근율 (AR, Absence Rate): 작업자가 같은 기간 동안 작업하기로 예정된 총 일수를 백분율로 표시한 실제 부재 일수 ((결근일 X 100) / 연근로총일수)

4) 근로손실재해율 (LTIFR, Lost Time Injury Frequency Rate): 모든 근로자가 작업한 총 시간에 대한 1일 이상 근로손실건수 ((1일 이상 근로손실건수 X 1,000,000) / 연근로총시간수)

ESH · 품질 인증 현황

(2019년 말 기준)

| 국가 | 법인/사업장 명 | 소재지 | 인증현황 | | |
|----|-----------------------------|-------|----------|------------------------|---------------------|
| | | | 환경경영 | 안전보건 | 품질 |
| 한국 | 울산공장 | 울산 | ISO14001 | OHSAS18001, KOSHA18001 | ISO 9001, IATF16949 |
| | 청주공장 | 청주 | ISO14001 | OHSAS18001, KOSHA18001 | ISO 9001 |
| 중국 | LG Hausys Tianjin Co., Ltd. | 톈진 | ISO14001 | - | ISO 9001, IATF16949 |
| | LG Hausys (Wuxi) Co., Ltd. | 우시 | - | OHSAS18001 | ISO 9001 |
| 미국 | LG Hausys America, Inc. | 아틀란타 | ISO14001 | OHSAS18001 | ISO 9001, IATF16949 |
| 유럽 | c2i s.r.o. | 슬로바키아 | ISO14001 | - | ISO 9001, IATF16949 |

* ISO 9001: 국제표준화기구에서 제정·시행하고 있는 품질경영시스템 국제규격

IATF 16949 (International Automotive Task Force): 자동차산업 분야 품질경영시스템 국제규격

소속 단체

협회 가입 현황

| | | | | |
|-----------|----------|-----------|-----------|------------|
| 녹색기업협의회 | 대한산업안전협회 | 대한상공회의소 | 대한전문건설협회 | 에스피이코리아 |
| 한국경영자총협회 | 한국고분자학회 | 한국공정경영연합회 | 한국바이닐환경협회 | 한국산업기술진흥협회 |
| 한국외단열건축협회 | 한국유변학회 | 한국제품안전협회 | 한국화학공학회 | 환경보전협회 |

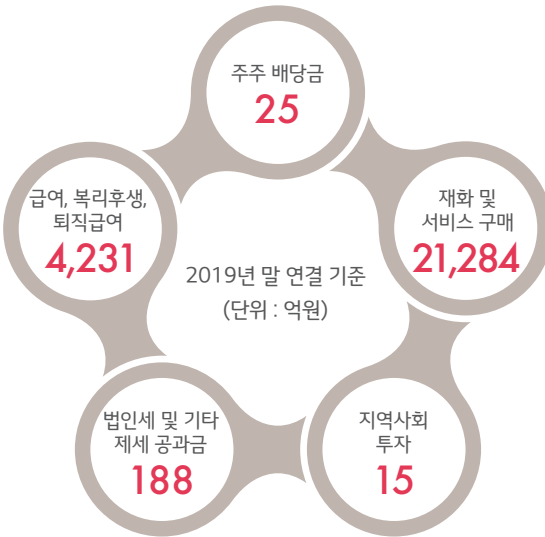
주요 경제 가치 배분

주주 및 투자자

LG하우시스의 실소유자인 주주의 가치 극대화를 위해 지속적으로 노력하고 있으며, 현금배당을 통해 회사의 이익을 주주에게 환원하고 있습니다.

임직원

임직원에게 급여, 복리후생비, 퇴직급여를 지급하였으며, 향후 공정한 보상과 다양한 복지제도를 통해 임직원에게 대한 경제적 가치 배분을 지속적으로 확대할 계획입니다.



협력사

협력사와 공정한 관계를 지속적으로 유지하며 재화와 서비스를 구매하고 있습니다. 2019년 협력사는 1,655여 곳으로, 총 21,284억원의 재화와 서비스를 구매하였습니다. 이 중 39%를 지역 사회에서 직접 구매하고 있습니다.

정부

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

지역 사회

문화유산 환경보존활동, 현충시설 및 국가 유공자 주거개선 활동, 지역 사회 후원 등 사회공헌 활동을 전개하고, 이를 통해 회사의 경제적 성과를 지역사회에 환원하고 있습니다.

| 구분 | 2017년 ²⁾ | 2018년 | 2019년 | |
|----------|-------------------------------|--------|---------|--------|
| 주주 및 투자자 | 주당배당금 (원) ¹⁾ | 1,800 | 250 | 250 |
| | 주당순이익 (EPS) (원) ¹⁾ | 6,796 | △ 5,327 | 1,154 |
| | 배당금 총액 (억원) | 180 | 25 | 25 |
| 임직원 | 급여 (억원) | 3,043 | 2,922 | 3,330 |
| | 복리후생 (억원) | 658 | 687 | 679 |
| | 퇴직급여 (억원) | 243 | 226 | 223 |
| 정부 | 법인세 및 제세공과금 (억원) | 402 | 174 | 188 |
| 협력사 | 재화 및 서비스 구매 (억원) | 22,262 | 23,192 | 21,284 |
| 지역사회 | 지역사회 투자비용 (억원) | 22 | 15 | 15 |

1) 보통주 기준

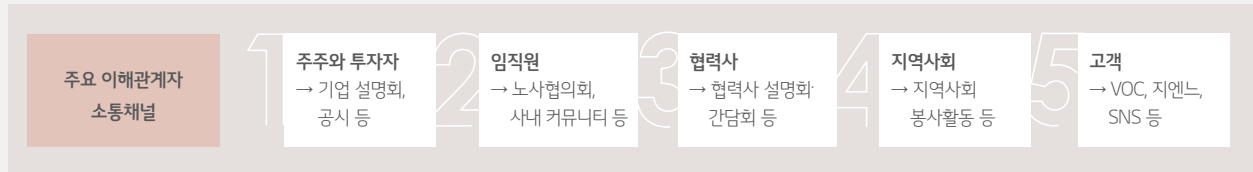
2) '18년 중단사업 (진공단열재) 손익 제외

* △는 (-) 수치임

중대성 분석

이해관계자 기반 보고 내용 결정

LG하우시스는 경영활동에 영향을 주고 받는 대내외 개인과 조직의 역할 및 영향력, 책임 등에 따라 주주 및 투자자, 임직원, 고객, 협력사, 지역사회를 주요 이해관계자로 정의하고 있습니다. 2020 지속가능경영보고서는 2019년 한 해 동안 주요 이해관계자의 소통채널을 통해 핵심 이슈를 선별하여 수록하였습니다.

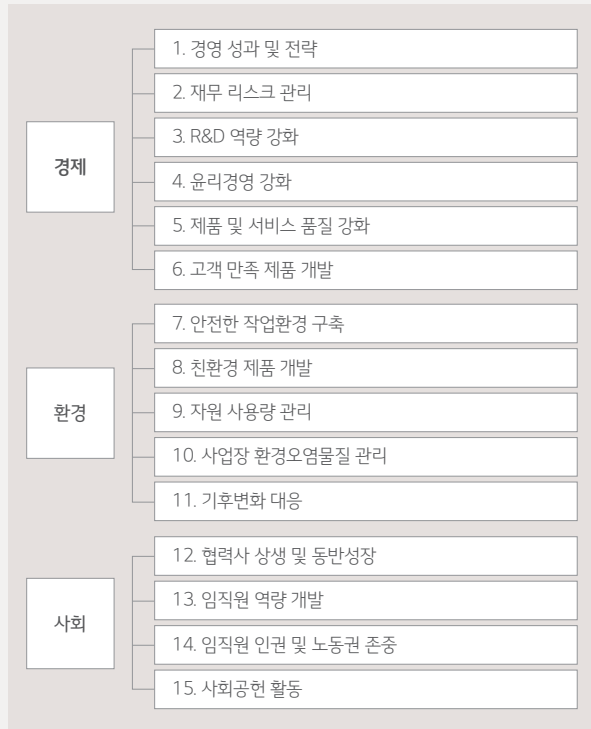


핵심 이슈 도출 과정

2020년 보고서는 과년도 보고서와 마찬가지로 주요 이해관계자의 관심도가 가장 높은 핵심 이슈를 도출하기 위해 중대성 평가 프로세스를 진행하였습니다. 지속가능경영과 관련된 국제 표준, 국내외 지속가능경영 선도기업의 보고 현황, 미디어 등을 통해 2019년 한 해 동안 논의된 지속가능경영 이슈들을 도출하여 15개의 주제로 재구성하였습니다.

Step 1 : 이슈 풀 구성

이슈 풀 구성 (3개 분야, 15개 주제)



이해관계자 주요 관심사별 보고서항



※ 지속가능경영 리서치

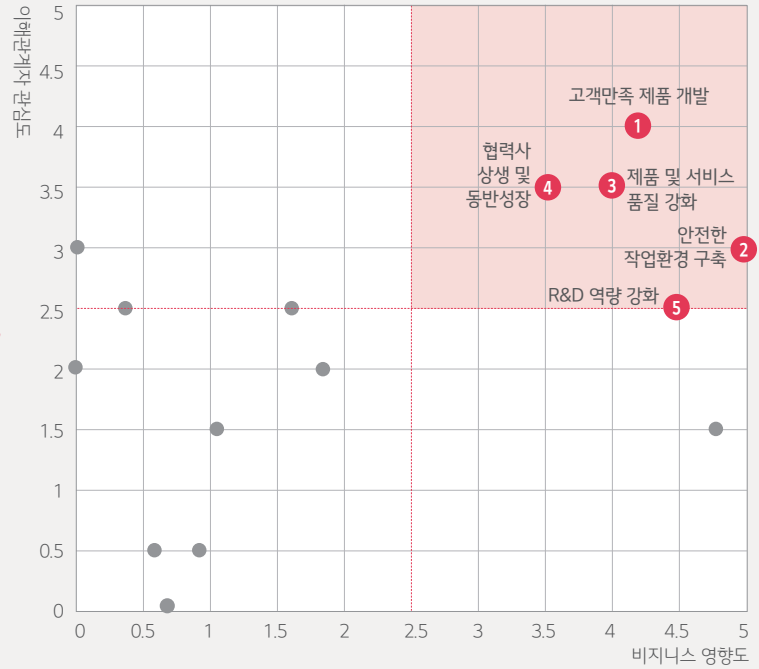
- 국제 표준 검토 : ISO 26000, GRI Standards, DJSI 등 최신 지속가능경영 이슈 파악
- 글로벌 벤치마킹 : 국내외 선진기업 및 동종기업의 최신 지속가능경영보고서 벤치마킹 진행
- 미디어 리서치 : 2019년 보도 기준 LG하우시스 관련 기사로 미디어 관점의 주요 이슈 분석
- 주요 이해관계자 설문조사 : 내외부 이해관계자의 설문조사 결과로 과년도 보고서 피드백 및 신규 도출된 이슈의 중요도 선별 (고객, 협력사, 지속가능경영평가 연구원, 임직원 등)

Step 2 : 중대성 평가

또한 현재 사업의 이슈와 영향에 대해 적극적으로 이해관계자의 의견을 수렴하고자 2020년 2월 12일부터 2월 18일까지 담당 부서의 협조를 통해 임직원과 고객, 협력사, 업계 종사자, 지속가능경영전문가 등 내외부의 주요 이해관계자를 대상으로 설문조사를 실시하였습니다. 총 547명의 이해관계자가 응답하였으며 도출된 15개의 이슈별 중요도를 확인하고 LG하우시스의 관리수준에 대해 피드백을 수렴하였습니다.

평가 결과

| 순위 | 이슈명 |
|----|-----------------|
| 1 | 고객 만족 제품 개발 |
| 2 | 안전한 작업환경 구축 |
| 3 | 제품 및 서비스 품질 강화 |
| 4 | 협력사 상생 및 동반성장 |
| 5 | R&D 역량 강화 |
| 6 | 경영성과 및 전략 |
| 7 | 친환경 제품 개발 |
| 8 | 기후변화 대응 |
| 9 | 사회공헌 활동 |
| 10 | 사업장 환경오염물질 관리 |
| 11 | 임직원 인권 및 노동권 존중 |
| 12 | 윤리경영 강화 |
| 13 | 재무 리스크 관리 |
| 14 | 임직원 역량 개발 |
| 15 | 자원 사용량 관리 |



Step 3 : 핵심 이슈 및 보고 주제 확정

리서치를 통해 파악된 이슈 별 중요도와 내외부 이해관계자의 사업적인 관심도, 그리고 각 이슈에 대한 비즈니스 영향도 등을 종합하여 중대성을 평가한 결과, 5대 핵심이슈를 선별하여 보고서에 수록하였습니다.

| | | | |
|---------------------------|----------------------------|---------------------------------|------------------------|
| GRI 417-2 마케팅과 라벨링 | GRI 403-1, 403-2 산업보건안전 | GRI 308-1, 414-2 공급망 환경/사회평가 | GRI 416-1 고객보건 및 안전 |
| 고객 만족 제품 개발, R&D 역량 강화 | 안전한 사업장 환경 조성 | 협력사 동반성장 | 제품 및 서비스 품질 강화 |
| 18-23 page | 24-27 page | 28-31 page | 32-35 page |

LG하우시스는 앞으로도 대내외 소통을 통해 주요 관심사를 파악하여 이해관계자와 함께하는 지속가능경영을 정착시켜 나가고자 합니다.

제3자 검증 성명서

LG하우시스 이해관계자 귀중

한국생산성본부 (이하 '검증인')는 ㈜LG하우시스 (이하 '보고 기관')로부터 '지속가능경영보고서 2020' (이하 '보고서')에 대한 제 3자 검증 (이하 '검증 업무')을 요청 받아 다음과 같이 검증성명서 (이하 '검증 의견')를 제출합니다.

책임과 독립성

본 보고서에 기술된 정보와 의견은 보고 기관이 직접 작성하였습니다. 본 검증인은 독립된 검증기관으로서 보고서 작성에 관여하지 않았으며, 작성된 보고서의 객관적 검증 업무를 토대로 검증 의견을 작성할 책임을 가집니다. 본 검증인은 보고 기관에 대해 검증 업무 수행에 독립성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

검증 기준 및 수행 방법

검증은 AA1000 Assurance Standard (AA1000AS, 2008) with 2018 Addendum 검증표준을 기준으로 Type 1 검증유형과 검증의 중간수준 (Moderate Level)에 맞추어 수행하였으며, 용수 사용량, 폐기물 관리, 근로손실 재해율(LTI/FR), 산업 재해율과 같은 정보 수집과정의 신뢰성 확인이 필요한 특정지표에 대해서는 Type2 검증유형을 함께 적용하였습니다. 또한 AA1000AP(2018)이 제시하는 4대 원칙인 포괄성, 중요성, 대응성, 영향에 대한 준수 여부를 검토하였으며, 4대 원칙 구성 방식¹⁾을 기준으로 검증 업무를 수행하였습니다. 보고서에 나타난 지표 및 정보의 균형성, 비교가능성, 정확성, 적시성, 명확성, 신뢰성을 보고 기관으로부터 제시 받은 문서 기반 정보 및 현장 인터뷰를 통해 확인하였습니다.

본 검증 업무는 다음과 같은 방법으로 진행하였습니다.

- 보고서가 GRI Standards의 부합 방법 ('In Accordance')²⁾ 중 핵심적 (Core) 부합 방법의 요구사항을 충족하였는지 확인하였습니다.
- 보고서가 GRI Standards가 제시하는 보고 내용 및 품질 결정에 대한 원칙을 준수하였는지 확인하였습니다.
- 보고서가 보고 기관 및 이해관계자에게 중요한 주제를 적절히 다루고 있는지 확인하였습니다.
- 현장 검증을 통해 주요 데이터 및 정보에 대한 근거를 확인하고, 담당자와의 면담을 통해 보고 지표 프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.
- 보고서 내에 기술된 내용의 적합성과 표현상의 오류를 다른 출처와 비교 분석하여 점검하였습니다.

검증 결과

검증인은 본 보고서가 LG하우시스의 지속가능경영 활동 및 성과를 성실하고 공정하게 반영하고 있음을 확인하였습니다. 또한 본 검증을 통해 LG하우시스의 보고서가 GRI Standards의 Core Option에 대한 요구사항을 충족하고 있음을 확인하였습니다.

일반 공개 (Universal Standards)의 경우 Core Option에 대한 요구사항을 준수하여 작성하고 있음을 확인하였고, 주제별 공개 (Topic-specific Standards)의 경우 보고항목 결정 프로세스를 통해 아래와 같이 도출된 중요 주제 (Material Topic)에 대해 공시 (Disclosures)하고 있음을 확인하였습니다.

| 핵심 이슈 | Material Topic | GRI Disclosures |
|------------------------|----------------|-----------------|
| Issue 1 고객 만족 제품 개발 | 마케팅과 라벨링 | 417-2 |
| Issue 2 안전한 사업장 환경 조성 | 산업안전보건 | 403-1, 403-2 |
| Issue 3 협력사 동반성장 | 공급망 환경/사회 평가 | 308-1, 414-2 |
| Issue 4 제품 및 서비스 품질 강화 | 고객보건 및 안전 | 416-1 |

1) 구성 방식 (Format) : AA1000AP (2018) 에서 4대 원칙 (포괄성, 중요성, 대응성, 영향) 각각은 원칙 설명 (Principle Statement), 주요 정의 (Key Definitions), 논의 (Discussion), 요구 준수 기준 (Required Adherence Criteria) 으로 구분하여 제시됩니다.

2) GRI 부합 방법 (In accordance criteria) : GRI Standards는 GRI 보고 부합방법 (In accordance) 을 '핵심 (Core)' 적 부합과 '포괄 (Comprehensive)' 적 부합으로 구분합니다. 핵심적 (Core) 부합방법은 일반공개 일부와, 파악된 모든 중요 측면 (Material Topics) 의 경영접근 (Management Approach, MA) 과 하나 이상의 주제에 대한 특정 공개사항을 보고함으로써 충족됩니다.

AA1000AP (2018)에서 제시하고 있는 원칙에 대한 보고서 검토 의견은 다음과 같습니다.

포괄성 (Inclusivity) : 이해관계자의 참여

보고 기관은 주주와 투자자, 협력사, 고객, 지역사회, 임직원의 5개 그룹으로 주요 이해관계자를 정의하고 각 그룹의 커뮤니케이션 채널을 활용하여 포괄적인 이해관계자 참여를 실시하고 있습니다. 이를 통해 이해관계자들의 의견과 주요 관심사항을 경영활동에 반영하고 있음을 확인하였습니다.

중요성 (Materiality) : 주요 이슈의 선정 및 보고

보고 기관은 GRI Standards, ISO 26000, DJSI 등 지속가능경영 국제표준을 비롯해 미디어 분석, 동종업계 벤치마킹 등을 통해 지속가능경영 이슈를 15개로 정리하고 있음을 확인하였습니다. 중요성 평가를 통해 LG하우시스에서 중요하게 관리하고자 하는 5가지 핵심이슈를 도출하고, 보고서 각 페이지에 균형적으로 반영하고 있음을 확인하였습니다.

대응성 (Responsiveness) : 이슈에 대한 조직의 대응

보고 기관은 이해관계자의 성과에 영향을 미치는 주요 기대사항을 파악하고, 파악된 주요 이슈에 대응하기 위한 활동을 실시했으며, 그 내용들을 보고서에 적절히 기술하였음을 확인하였습니다. 특히, 중요이슈에 대한 접근 방식과 성과 및 중장기 목표를 통해 각 이슈별 보고 기관의 활동을 적극적으로 공개하고 있습니다.

영향 (Impact) : 조직이 사회적으로 미치는 영향에 대한 고려

보고 기관은 주요 이슈가 미치는 영향에 대한 경계 설정을 통해 조직이 사회적으로 미치는 영향에 대해 고려하고 있습니다. 제품의 환경 및 안전에 대한 영향과 사회적 이슈에 주목하고, 부정적 영향을 최소화하기 위한 제품과 개발활동을 보고서에 공개하고 있음을 확인하였습니다.

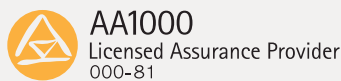
검증인은 LG하우시스의 2019년 기타 간접 온실가스 배출 (Scope3)과 관련하여 LG하우시스가 제공하는 스프레드시트 기반 (MS-EXCEL)의 기타 간접 온실가스 배출 산정 툴을 통해 구매한 제품 및 서비스, 다운스트림 임대 자산, 업스트림 및 다운스트림 운송 및 물류, 운영 과정에서 발생된 폐기물, 임직원 통근으로 인한 배출을 확인하였습니다. 검증 프로세스 부분으로 다음 사항을 확인하였으며, 배출량 산정에 심각한 오류가 있다고 판단할 만한 사항은 발견하지 못하였습니다.

- LG하우시스 기타 간접 온실가스 배출 산정 툴 : 산정식, 배출계수
- LG하우시스 기타 간접 온실가스 배출 정보/데이터 수집 과정에 대한 담당자 인터뷰

제한 사항

- 본 검증 업무의 범위와 경계는 보고서의 시간적, 지역적, 가치사슬상 보고 경계를 따르고 있습니다. 이에 따라 검증 업무의 범위는 국내사업장 기준 100%를 만족하며, 자회사 및 해외법인 데이터를 일부 포함하고 있습니다. 특별한 언급이 없는 경우 공급망에 대한 데이터는 검증 범위에 포함하지 않았습니다.
- 환경 및 사회적 성과 데이터는 실측치의 경우 데이터 수집 및 산출 프로세스의 신뢰성, 수집된 근거 데이터의 정확성을 확인하였으며 계산치의 경우 가정 및 계산 과정의 합리성을 확인하였습니다. 재무 데이터는 회계감사기관의 감사를 받은 재무제표 및 공시자료 등과의 일치성을 확인하였습니다.
- 현장검증은 보고 기관의 서울 본사를 대상으로 실시하였으며, 향후 추가적인 검증절차가 수행될 경우 그 결과가 달라질 수 있습니다.

2020년 6월
한국생산성본부 회장 노규성
센터장 정승태
연구원 유승현
연구원 김보비



노규성 정승태 유승현 김보비

GRI Standards Index





General Disclosures

| 구분 | 지표 | 설명 | 페이지 | 비고 |
|----------|--------|---------------------------------|---------------------|---------------------|
| 조직 현황 | 102-1 | 조직 명칭 | 7-9 | |
| | 102-2 | 활동 및 대표 브랜드, 제품 및 서비스 | | |
| | 102-3 | 본사의 위치 | | |
| | 102-4 | 사업 지역 | | |
| | 102-5 | 소유 구조 특성 및 법적 형태 | 38 | |
| | 102-6 | 시장 영역 | 7 | |
| | 102-7 | 조직의 규모 | | |
| | 102-8 | 임직원 및 근로자에 대한 정보 | 54 | |
| | 102-9 | 조직의 공급망 | 28-31 | |
| | 102-10 | 조직 및 공급망의 중대한 변화 | - | 조직 및 공급망의 중대한 변화 없음 |
| | 102-11 | 사전예방 원칙 및 접근 | 14 | |
| | 102-12 | 외부 이니셔티브 | 62-64 | |
| | 101-13 | 협회 멤버십 | 56 | |
| 전략 | 102-14 | 최고 의사 결정권자 성명서 | 4-5 | |
| | 102-15 | 주요 영향, 위기 그리고 기회 | 10-12 | |
| 윤리 및 청렴 | 102-16 | 가치, 원칙, 표준, 행동강령 | 40-41 | |
| 거버넌스 | 102-18 | 지배구조 | 38-39 | |
| 이해관계자 참여 | 102-40 | 조직과 관련 있는 이해관계자 집단 리스트 | 58-59 | |
| | 102-41 | 단체협약 | 43 | |
| | 102-42 | 이해관계자 파악 및 선정 | 58-59 | |
| | 102-43 | 이해관계자 참여 방식 | | |
| | 102-44 | 이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사 | | |
| 보고 관행 | 102-45 | 조직의 연결 재무제표에 포함된 자회사 및 합작회사 리스트 | - | 사업보고서 |
| | 102-46 | 보고 내용 및 토픽의 경계 정의 | 58-59 | |
| | 102-47 | Material Topics 리스트 | | |
| | 102-48 | 정보의 재기술 | | - |
| | 102-49 | 보고의 변화 | 2-3 | |
| | 102-50 | 보고 기간 | | |
| | 102-51 | 가장 최근 보고 일자 | | |
| | 102-52 | 보고 주기 | | |
| | 102-53 | 보고서에 대한 문의처 | | |
| | 102-54 | GRI Standards에 따른 보고 방식 | | 62-63 |
| | 102-55 | GRI 인덱스 | | |
| | 102-56 | 외부 검증 | 60-61 | |
| | 경영 접근 | 103-1 | 중대성 토픽과 그 경계에 대한 설명 | 58-59 |
| 103-2 | | 해당 측면의 경영 방침 및 구성 | 18, 24, 28, 32 | |
| 103-3 | | 해당 측면의 경영방침 평가 | | |

Topic-specific Disclosures

| 구분 | 지표 | 설명 | 페이지 | 비고 |
|-------------------|-------|--|-------|-------|
| GRI 200 경제 | | | | |
| 경제 성과 | 201-1 | 경제가치 창출과 분배 | 57 | |
| | 201-2 | 기후변화로 인한 조직의 재무적 영향 및 기회, 위험 | 47 | |
| | 201-3 | 조직이 운영하는 직원 퇴직연금제도 | 43 | |
| 시장 지위 | 202-2 | 주요 사업장의 현지 출신 고위 관리자 비율 | 54 | |
| GRI 300 환경 | | | | |
| 원료 에너지 | 301-1 | 사용된 원료의 중량과 부피 | 55 | |
| 에너지 | 302-1 | 조직 내부 에너지 소비 | | |
| | 302-2 | 조직 외부 에너지 소비 | | |
| | 302-3 | 에너지 집약도 | | |
| | 302-4 | 에너지 소비 절감 | | |
| | 302-5 | 제품 및 서비스의 에너지 감축 | 22-23 | |
| 용수 | 303-1 | 공급원 별 취수량 | 55 | |
| | 303-2 | 취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원 | | |
| | 303-3 | 용수 재활용 및 재사용 | | |
| 배출 | 305-1 | 직접 온실가스 배출량 (scope 1) | | |
| | 305-2 | 간접 온실가스 배출량 (scope 2) | | |
| | 305-3 | 기타 간접 온실가스 배출량 (scope3) | | |
| | 305-4 | 온실가스 배출 집약도 | | |
| | 305-5 | 온실가스 배출 감축 | | |
| | 305-6 | 오존층 파괴 물질의 배출 | | |
| | 305-7 | 대기오염물질 배출량 | | |
| 폐수 및 폐기물 | 306-2 | 유형과 처리방법에 따른 폐기물 | | |
| 환경법규 위반 | 307-1 | 환경 법규 위반 | - | 사업보고서 |
| 공급망 환경 평가 | 308-1 | 환경 기준 심사를 거친 신규 공급업체 비율 | 31 | |
| GRI 400 사회 | | | | |
| 고용 | 401-1 | 신규채용과 이직 | 54 | |
| | 401-3 | 육아휴직 | | |
| 산업 보건안전 | 403-1 | 노사공동 보건안전위원회가 대표하는 전체 근로자 비율 | 56 | |
| | 403-2 | 부상 유형, 부상 발생률, 업무상 질병 발생률, 휴직일수 비율, 결근률, 업무 관련 사망자 수 | | |
| | 403-4 | 노동조합과의 정식 협약 대상인 안전보건 사항 | 43 | |
| 교육 및 훈련 | 404-1 | 임직원 1인당 평균 교육 시간 | 54 | |
| | 404-2 | 임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램 | 42-45 | |
| | 404-3 | 정기적 성과 및 경력 개발 리뷰를 받은 임직원 비율 | 54 | |
| 다양성 | 405-2 | 남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율 | 54 | |
| 지역사회 | 413-1 | 지역사회 참여, 영향 평가 그리고 발전프로그램 운영 | 48-50 | |
| 공급망 사회 평가 | 414-2 | 공급망 내 주요한 부정적인 사회 영향과 이에 대한 시행 조치 | 31 | |
| 고객 보건 및 안전 | 416-1 | 제품 및 서비스 군의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건 | 32-35 | |
| 마케팅과 라벨링 | 417-2 | 제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관련한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건 | - | 0건 |

UN Global Compact

| 구분 | 원칙 | 보고서 관련 내용 | 페이지 |
|--|--|---|-----------|
|  인권 (Human Rights) | 원칙 1 : 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다. | ‘인간의 존엄성, 자유와 행복에 대한 권리를 보장하고 존중하며 실천한다’는 내용의 ‘LG하우시스 글로벌 인권·노동 방침’을 제정하고, 전체 협력사를 대상으로 CSR 행동규범을 제정하여 시행하고 있습니다. | 31, 42-43 |
| | 원칙 2 : 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다. | | |
|  노동규칙 (Labour Standards) | 원칙 3 : 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고, | 행동규범과 취업규칙에 따라 성별, 나이, 종교 등의 제한을 두지 않고 평등한 고용과 인권 존중을 실천하며, 보상에 있어서도 동일한 기준을 적용합니다. | 42-44 |
| | 원칙 4 : 모든 형태의 강제 노동을 배제하며, | | |
| | 원칙 5 : 아동 노동을 효율적으로 철폐하고, 원칙 6 : 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다 | | |
|  환경 (Environment) | 원칙 7 : 기업은 환경 문제에 대한 예방적 접근을 지지하고 | 제품의 전 과정에 걸쳐 환경영향을 최소화하는 환경경영을 실천하고 있습니다. 특히, 공정혁신, 운영 최적화를 통해 에너지 절감 및 온실가스 배출량을 감축하고자 노력하고 있으며, 에너지 고효율 제품 등을 통해 친환경 제품 개발을 확대해 나가고 있습니다. | 46-47 |
| | 원칙 8 : 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며 | | |
| | 원칙 9 : 환경 친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다. | | |
|  반부패 (Anti-Corruption) | 원칙 10 : 기업은 부당 취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다. | 정도경영은 기업의 생존을 위한 필수요건임을 인식하여 윤리경영 교육을 실시하고 신고제도를 운영하고 있습니다. 또한, 공정한 하도급 거래질서 확립을 위해 실천사항을 구매규정 등에 반영하여 준수하고 있습니다. | 40-41 |

2020 보고서 참여 인원

| | | |
|----|-------|---|
| 총괄 | 발간 총괄 | 이동주 |
| | 기획 | 이동한, 전수연 |
| | 디자인 | 권경안 |
| 경제 | | 김남곤, 류성준, 문석준, 방정현, 유승걸, 이병관, 이승연, 이준희, 이지현, 임종안, 황인호 |
| 사회 | | 강병무, 김민우, 김성진, 김완, 김지형, 서윤석, 서호성, 유순정, 윤태영, 이화선, 정수빈, 정유진 |
| 환경 | | 강진수, 김영임, 박성진, 안상규, 정철진 |

MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices

 In collaboration with a RobecoSAM brand



본 보고서는 FSC® (Forest Stewardship Council®, 국제산림관리협회) 인증을 받은 친환경 용지에 콩기름 잉크로 인쇄되었습니다.

