

A MORE
BEAUTIFUL
WORLD

About This Report

보고서 목적

아모레퍼시픽그룹은 지속가능경영 활동 성과를 담은 지속가능성 보고서를 매년 발간하고 있습니다. 본 보고서를 통해 회사의 환경, 사회, 지배구조 측면의 성과들을 이해관계자들에게 투명하게 공개하고 다양한 의견을 수렴해 경영 활동에 반영하고자 합니다.

보고 기준

『2022 아모레퍼시픽그룹 지속가능성 보고서』는 국제 지속가능성 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative Standards 2021)과 미국 지속가능성 회계기준인 SASB의 Household & Personal Products 산업 표준에 따라 작성하였으며, 재무 성과는 별도 언급이 없을 경우 한국채택국제회계기준(K-IFRS) 연결 기준으로 작성하였습니다.

보고 범위

재무 성과의 보고 범위는 연결 기준으로 작성하였으며, 비재무 성과는 재무 성과 보고에 포함된 회사의 연결대상 종속기업(아모레퍼시픽그룹, 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 아모스프로페셔널, 에스쁘아, 오설록, 오설록농장, 코스비전, 워드림, 그린파트너즈 및 아모레퍼시픽 해외 법인)¹⁾ 전체를 포괄합니다. 주요 자회사인 아모레퍼시픽의 경우, 국내 사업장(본사 및 R&I Center, 인재원, 지역사업부, 아모레 뷰티파크, 데일리뷰티 사업장, 오설록 생산 사업장, 헬스케어 생산 사업장)을 대상으로 하며, 일부 활동 성과는 해외 법인의 내용도 포함되었습니다. 지표별 상세한 보고 범위는 본 보고서 Chapter 4. ESG Factbook의 Reporting Methodology(p.102-105)를 참고해주시기 바랍니다.

1) 2022 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.365-366 '연결대상 종속회사 현황' 참고

보고 대상 기간

보고 대상 기간은 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지입니다. 정보의 중요도와 적시성에 따라 2022년 이전 또는 2023년 상반기 정보가 일부 포함되었으며, 보고서 내 별도 표시하였습니다. 정량 성과의 경우 연도별 추세 비교를 위해 일부 항목은 3개년(2020년-2022년) 또는 4개년(2019년-2022년) 데이터를 제공하고 있습니다.

보고서 검증

보고 내용의 정확성과 신뢰성을 높이기 위해 독립적인 외부 검증 기관인 BSI로부터 제3자 검증을 받았습니다. 세부적인 검증의견서는 Chapter 5. Appendix에 수록하였습니다.

보고서 문의처

보고서에 대한 문의 사항은 아래로 연락 주시기 바랍니다.

아모레퍼시픽 지속가능혁신팀
E-mail: csr@amorepacific.com

1

Chapter 1
Our Company

- 05 CEO 메시지
- 06 회사 개요
- 07 그룹 가치 체계
- 08 브랜드 포트폴리오
- 13 주요 사업 성과

2

Chapter 2
Our Approach
to Sustainability

- 16 지속가능경영 추진체계
- 17 2030 A MORE Beautiful Promise
- 20 이해관계자 참여
- 21 중대성 평가
- 28 2022 Highlight

3

Chapter 3
Our Performance

- 32 환경 Environmental
- 43 사회 Social
- 72 거버넌스 Governance

4

Chapter 4
ESG Factbook

- 82 재무적 성과
- 84 ESG 데이터
- 102 Reporting Methodology

5

Chapter 5
Appendix

- 107 GRI Content Index
- 109 SASB Index
- 110 TCFD Index
- 111 온실가스 검증성명서
- 114 제3자 검증의견서

Chapter 1

Our Company

- 05 CEO 메시지
- 06 회사 개요
- 07 그룹 가치 체계
- 08 브랜드 포트폴리오
- 13 주요 사업 성과

CEO 메시지

We Make A MORE Beautiful World

존경하는 이해관계자 여러분

아모레퍼시픽그룹은 1945년 창립 이래 '사람을 아름답게, 세상을 아름답게' 하고자 하는 소명을 새기며 한국의 뷰티 산업을 이끌었습니다.

아름다움에 대한 독보적인 진심과 철학으로 글로벌 고객들에게 폭넓게 사랑받으며 세계 속 K뷰티 트렌드를 창출하고 발전시켜왔습니다.

1993년 품질·서비스·환경을 아우르는 '무한책임주의' 선언에서부터 최근 '2030 지속가능경영 5대 약속 A MORE Beautiful Promise'에 이르기까지의 오랜 지속가능경영 노력은, 긴 시간 변함없이 아모레퍼시픽그룹을 지지해 준 고객과 세상에 대한 책임감에서 비롯됐습니다. 팬데믹의 여파로 급변하는 세상을 마주하며, 지난해 우리는 고객의 가치소비 문화를 촉진하고, 업계의 기후위기 대응 및 자원 순환을 선도하며, 다양성·포용성의 가치를 확산하는 데 집중했습니다.

이제 아모레퍼시픽그룹은 또다른 도전을 앞두고 있습니다. 고객을 포함한 세상의 모든 존재가 '자신만의 아름다움'을 마음껏 발견하고 실현할 수 있도록 하는 미래지향적인 '뉴 뷰티^{New Beauty}'를 연구하고 선보일 것입니다. 그 과정에서 기업 활동의 환경·사회적 영향을 면밀히 살펴 '2030 지속가능경영 5대 약속'의 이행을 가속할 것이며, 이로써 유엔 글로벌컴팩트^{UN Global Compact}의 10대 원칙과 유엔

2030 지속가능발전목표^{Sustainable Development Goals}의 실현을 적극 지원할 것입니다.

'아름다움과 건강으로 인류에 공헌한다'는 창업정신을 이어받은 아모레퍼시픽그룹의 임직원 모두는 세상에 유익을 전하고자 하는 분명한 목적의식으로 임하겠습니다. 때로는 시행착오를 거치더라도, 기업 생태계 모두와 손을 맞잡고 더 아름다운 세상을 만들기 위한 최선의 방법을 찾아 나설 것입니다. 여러분의 뜨거운 관심과 응원을 부탁드립니다.

2023년 6월

아모레퍼시픽그룹 대표이사 회장



회사 개요

회사 정보

회사명	(주)아모레퍼시픽그룹
대표이사	서경배, 이상목
본사 주소	서울 용산구 한강대로 100(한강로 27가)
매출액 ¹⁾	44,950억 원
임직원 수 ¹⁾	10,010명

1) 매출액 및 임직원 수는 2022년 12월 기준임

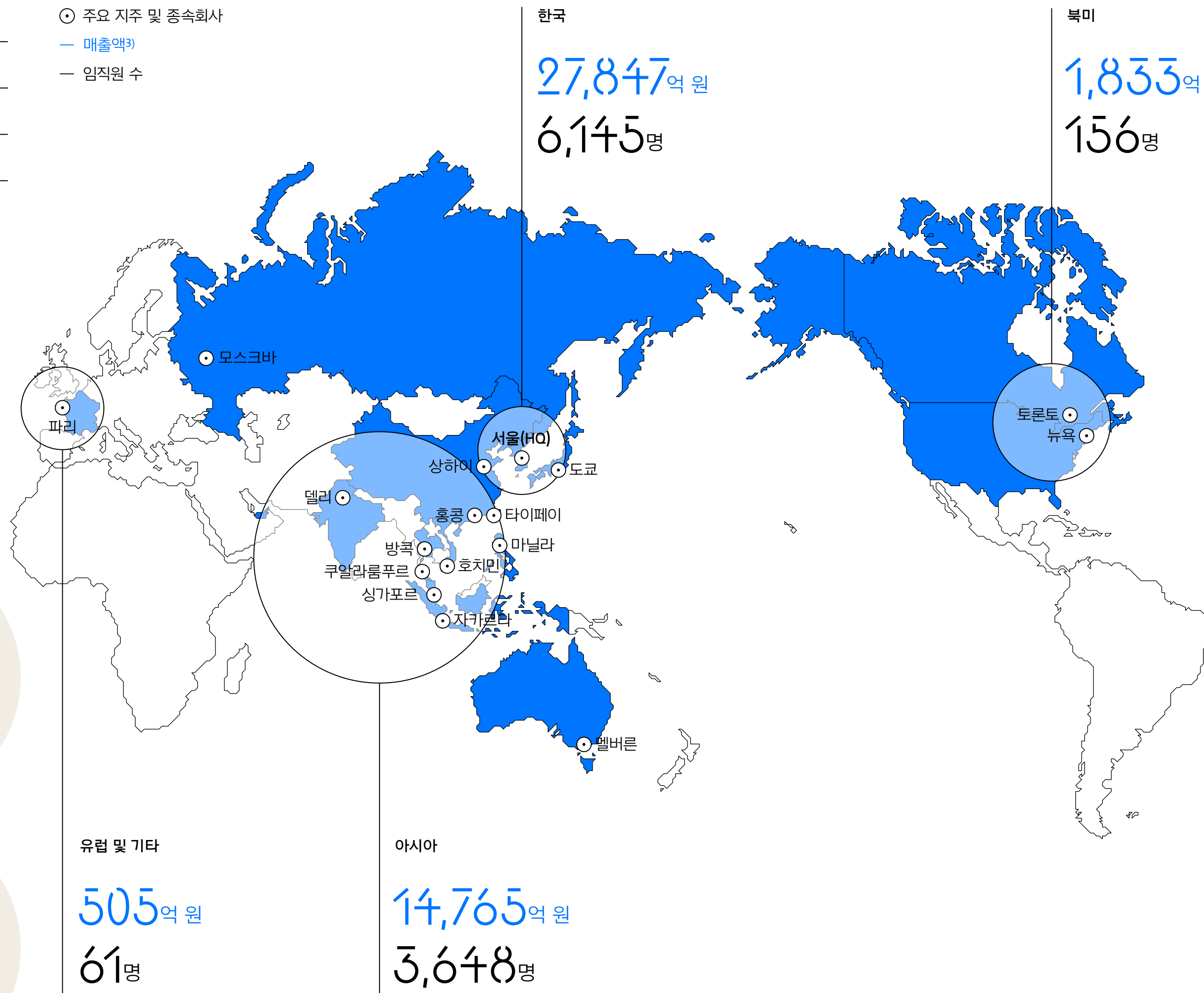
지속가능경영 대외 성과²⁾



2) 2022년 기준

글로벌 네트워크

- 주요 지주 및 종속회사
- 매출액³⁾
- 임직원 수



3) 매출액은 아모레퍼시픽그룹의 2022년 연결 재무제표 기준임

그룹 가치 체계

아모레퍼시픽그룹은 ‘아름다움과 건강으로 인류에 공헌하겠다’는 창업 정신을 품고 ‘사람을 아름답게, 세상을 아름답게’ 하는 미의 여정을 한 걸음 한 걸음 내딛고 있습니다. 브랜드, 채널, 국가별로 하는 일은 모두 다르지만, 우리의 존재 이유인 ‘소명’, 우리가 추구하는 방향인 ‘비전’ 그리고 우리가 일하는 방식인 ‘원칙’을 공유함으로써 세상과의 약속을 지켜 나가고자 합니다.

Mission

소명

WE MAKE A MORE BEAUTIFUL WORLD

사람을 아름답게, 세상을 아름답게

‘사람을 아름답게, 세상을 아름답게’ 하려는 소명, 모두가 자신만의 고유한 아름다움을 가꾸고 빛날 때 세상도 아름다워진다는 믿음, 이것이 우리가 이 길을 걷는 이유입니다.

Vision

비전

Live Your New Beauty

모든 고객들이 New Beauty를 통해 자신만의 아름다움을 발견하여 건강하고 행복한 삶을 실현할 수 있도록 합니다.

라이프로 확장되는 New Beauty

좁은 의미의 뷰티를 넘어, 고객의 전 생애와 일상생활 전반으로 확장합니다. 내·외면이 조화롭고 건강한 자신만의 삶을 위한 웰니스 케어와 효능의 가치를 높인 차세대 뷰티 제품을 선보입니다.

디지털로 연결되는 New Beauty

디지털 기술과 고객 데이터를 활용해 모든 접점에서 맞춤형 화장품을 비롯한 초개인화한 솔루션을 제공합니다. 고객과 소통의 연결고리를 촘촘히 구축해 최적의 고객 경험을 선사합니다.

공감에서 시작되는 New Beauty

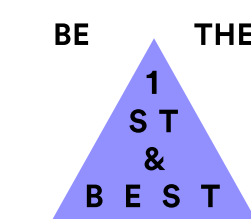
개인의 신념, 다양성과 대자연을 존중합니다. 인류애를 기반으로 기업 생태계 전반을 적극적으로 살피고 공감합니다. 주요 이해관계자와 소통하며 공존과 동행의 아름다운 가치를 빛냅니다.

ABC Spirit

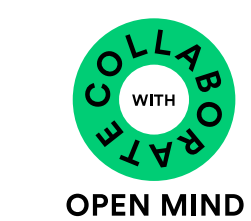
원칙



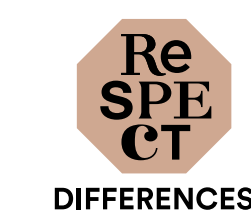
고객을 중심으로 행동한다
고객의 시선으로 접근하며 고객 만족을 최우선 목표로 삼아 의사결정하고 민첩하게 실행합니다.



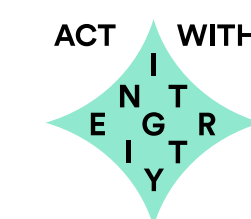
최초, 최고를 위해 끊임없이 시도한다
새로운 아이디어와 방식으로 혁신하고 최고의 품질을 성취할 수 있도록 실패를 두려워하지 않고 끝까지 도전합니다.



열린 마음으로 협업한다
공동의 목표를 달성하기 위해 소속의 경계를 넘어선 적극성으로 정보를 공유하고 건설적으로 소통합니다.



다름을 인정하고 존중한다
나와 다름을 존중하며 다양성에서 강점을 발견하고 상호 간 매너를 갖추어 행동합니다.



스스로 당당하게 일한다
우리의 소명과 나의 일을 연결하고 원칙을 지키며 책임감 있는 태도로 업무를 완수합니다.

브랜드
포트폴리오

Sulwhasoo

LANEIGE

innisfree

AMORE PACIFIC

H E R A

pmr

IOPE

Mamonde

한올

ΔESTURA

espoir

ETUDE

RYO

**mise
scène**
미장센

LABO·H
[SCALP SKIN LAB]

AMOS
PROFESSIONAL

ILLIYOON 理園

HAPPY
BATH

메디안

GOUTAL
PARIS

VITALBEAUTIE


오설록
OSULLOC

*make*ON

B. READY

HOLITUAL
Holistic Rituals for Skin Wellness



Sulwhasoo

Building a World of Beauty, Powered by Art and Heritage

설화수, 예술과 헤리티지로 빛어내는 아름다움의 세계

www.sulwhasoo.com



LANEIGE

Feel The Glow

내 피부 본연의 건강한 빛, 내 삶의 빛나는 자신감

www.laneige.com



Innisfree

Effective, Nature-Powered Skincare Discovered from the Island

무한한 자연의 에너지를 탐구해 건강한 아름다움을 전하는 고효능 자연주의 브랜드, 이니스프리

www.innisfree.com

AMORE PACIFIC

The Artanship of Beauty

www.amorepacific.com



HERA

가장 최신의 아름다움을 정의하고 창조해나가는
컨템포러리 서울 뷰티 브랜드

www.hera.com



prmr

씨드 테크 기반 피부 장벽 솔루션 브랜드
All about skin barrier by SEED TECH™

www.primerabeauty.com



IOPE

피부 생명 공학에 기반한 고기능 스킨케어 브랜드

www.iope.com



Mamonde

간결하게 확실하게, 가장 나은 아름다움

www.mamonde.com



한올

한국의 이로움으로 전하는 균형 잡힌 아름다움

www.hanyul.com



AESTURA

의약품, 의료기기, 화장품을 위한 피부 전문 연구를 기반으로
실체 있는 피부 고민별 전문 솔루션을 제공하는 더마 브랜드

www.aestura.com



espoir

자신만의 룩을 찾을 수 있도록 영감을 주는
Makeup Creation Brand, 에스쁘아

www.espoir.com



ETUDE

MAKE YOUR PLAYLIST

www.etude.com



RYO

뿌리로 자라는 아름다움, 러
Root Your Own beauty

www.ryo.com



헤어&스타일 트렌드를 리딩하는
토탈 헤어 코스메틱 브랜드

www.miseenscene.com



LABO·H

[SCALP SKIN LAB]

아모레퍼시픽 스킨케어 노하우를 기반으로
두피 문제를 케어하고 본연의 건강을 되찾아 주는
두피스킨케어연구소

www.laboh.co.kr



AMOS

PROFESSIONAL

살롱 워크의 기준이 되는 프로 솔루션 브랜드, 아모스프로페셔널

www.amosprofessional.com



ILLIYOON

민감한 피부 고민에 대한 순하고 강력한 답, 일리운

www.illiyoon.com



HAPPY BATH

일상에 행복을 더하는 향과 건강한 원료를 담은 데일리
바디케어 브랜드

www.happybath.com



메디안

내 치아를 위한 맞춤 처방



GOUTAL PARIS

향기로 기억되는 삶의 순간

Scents of your life

www.goutalparis.com



VITALBEAUTIE

건강한 아름다움의 시작

www.vitalbeautie.com



차와 제주가 선사하는 가치 있는 삶

www.osulloc.com



makeON

새로운 습관으로 더 나은 피부를 약속하는
라이프 뷰티 디바이스



B. READY

친근하지만 남다른 취향이 있는, 자유롭고 센스 있지만
과하진 않게. 자신의 개성을 자유롭게 표현하고 싶은
남자들을 위한 토탈 스타일링 브랜드

www.brDY-official.com



HOLITUAL

Holistic Rituals for Skin Wellness

Holistic Ritual for Skin Wellness

나를 위한 매일의 의식, 홀리추얼

www.holitual.com



주요 사업 성과

아모레퍼시픽그룹은 브랜드 중심의 다각화된 사업 활동을 펼치고 있습니다. 2022년에는 럭셔리 브랜드 강화, e-커머스 채널 확장, MZ세대 고객 맞춤 상품 출시, 콜라보 제품 출시 등 다양한 영업 활동을 통해 국내외 시장에서 입지를 공고히 하였습니다.

국내 화장품 사업

아모레퍼시픽은 주요 제품에 대한 리뉴얼과 브랜드 가치 제고 활동을 통해 브랜드 경쟁력과 입지를 강화했습니다. 대표적으로 설화수는 리브랜딩 캠페인을 전개하여 브랜드 선망성을 강화했고, 프리메라는 브랜드 리프레이밍 및 신규 기능성 라인 'AG.VCN™'을 출시하며 브랜드 경쟁력을 제고했습니다. 라네즈는 혁신 디자인을 담은 '워터뱅크 블루 히알루로닉' 9종을 출시했고, 아이오페는 'PDRN 카페인 샷' 앰플 제품을 출시하여 기능성 카테고리를 육성하고자 했습니다. 한울은 기존 스테디 셀러 제품 '달빛유자 수면팩'을 첫 리뉴얼 출시하며 고객 대응력을 강화했습니다.

또한 혁신적인 제품력을 기반으로 이너뷰티 카테고리에 집중했으며, 맞춤형 화장품, 남성 메이크업 등 미래 성장 카테고리를 육성했습니다. 바이탈뷰티는 '슈퍼콜라겐' 라인업을 다변화했고, '2022 몽드 셀렉션', '대한민국 올해의 녹색상품' 등을 수상하며 제품력을 입증받았습니다. 라네즈는 맞춤형 쿠션·파운데이션 제조 서비스인 '비스포크 네오'를 출시했으며, 비레디는 '블루 쿠션' 리뉴얼 출시 및 브랜드 캠페인을 진행하여 신규 카테고리 성장 기반을 다졌습니다.



설화수 '윤조에센스 백자에디션'

국내 데일리뷰티 사업

아모레퍼시픽은 신규 브랜드 및 기존 라인을 집중 육성하여 고수익 상품 비중을 확대하고자 했습니다. 미장센은 '살롱 10' 카테고리를 확장 출시하며 브랜드 매력도를 제고했습니다. 프리미엄 라이프스타일 브랜드 롱테이크는 출시 후 시장에서 판매 호조를 보였고, 해피바스는 히알루론산 및 판테놀을 함유한 고보습 라인 '스킨유'의 매출 성장을 이끌어냈습니다.

또한 MZ고객을 타겟으로 마케팅을 강화하며 멀티브랜드숍 채널의 매출 성장을 위해 노력했습니다. 라보에이치는 'Young 탈모', '클린', 'ESG' 키워드를 중심으로 마케팅을 진행하며 카테고리 입지를 제고했습니다. 일리운은 멀티브랜드숍과 연계한 팝업 행사 '호텔 센서티브'를 진행하여 고객 브랜드 경험을 강화했습니다.



미장센 '살롱10'

해외 사업

중국에서는 설화수 자음생 라인, 이니스프리 레티놀 시카 흔적 앰플 등 브랜드별 핵심 제품의 매출 비중이 마케팅 강화에 힘입어 확대되었습니다. 나아가 주요 브랜드별 제품과 채널 재정비를 통해 미래 질적 성장 기반을 마련하고 있습니다. 기타 아시아 지역에서는 아세안 시장의 견조한 실적으로 매출이 성장했습니다. 아세안 시장에서 설화수, 라네즈, 이니스프리 등 주요 브랜드 중심의 성장이 두드러졌으며, 일본 지역에서는 라네즈 리테일 채널 론칭 등 신규 브랜드 진출로 영업망을 다변화했습니다.

북미 지역에서는 라네즈, 설화수, 이니스프리 등 주요 브랜드의 견조한 실적으로 전년 대비 큰 매출 증가를 보였습니다. 아마존, 세포라 등 온·오프라인 매장에서 주요 브랜드의 성장 채널 접점을 확대하고, 마케팅 대응 활동을 강화하여 성장 모멘텀을 확보했습니다. 또한 ‘타타 하퍼’ 브랜드 인수를 통해 클린뷰티 포트폴리오를 확보하여 중장기 북미 사업의 경쟁력 기반을 마련했습니다.

유럽 지역은 라네즈가 성장을 견인하며 전년 대비 전체 매출이 크게 성장했습니다. 라네즈는 온라인 및 멀티브랜드숍 중심으로 매출이 성장했으며, 구딸은 헤리티지 기반 브랜드 리뉴얼을 통해 성장 기반을 마련했습니다.



라네즈 '워터뱅크' 라인 리뉴얼 론칭(글로벌)

주요 자회사 성과

Innisfree

이니스프리

이니스프리는 온라인 중심으로 매출이 확대되었으며, ‘블랙티 유스 인핸싱 앰플,’ ‘레티놀 시카 흔적 앰플,’ ‘콜라겐 펩타이드 탄력 앰플 크림’ 등 고기능성 대표 상품을 중심으로 브랜드 경쟁력을 강화하고 지속가능성 리더십을 제고했습니다.

ETUDE

에뛰드

에뛰드는 대표 아이섀도우 팔레트인 플레이 컬러 아이즈 ‘누디폴 에스프레소’ 컬러를 출시하였으며, 인플루언서 협업 제품 판매 호조로 멀티브랜드숍 및 온라인 매출이 성장했습니다.

AMOS PROFESSIONAL

아모스프로페셔널

아모스프로페셔널은 주요 시술 상품 포트폴리오 확대와 디자이너 대상 시술 및 교육 콘텐츠 강화를 기반으로 매출이 성장했습니다. 아운채는 MZ 디자이너 운영 살롱 중심의 신규 거래 확대 및 염모·펌 세미나 등 고객 체험 다양화로 인지도를 향상시켰습니다.

espoir

에스쁘아

에스쁘아는 ‘비글로우 뉴클래스’ 출시 및 ‘비벨벳’ 라인 안착으로 글로우·매트 페이스 메이크업 제품 라인을 모두 강화하며 핵심 카테고리의 매출이 성장했습니다.



오설록

오설록은 프리미엄 티세트 판매 호조로 매출 및 영업이익이 증가했습니다. 티하우스, 북촌 플래그십 스토어에서 ‘티클래스,’ ‘티카테일’ 등 새로운 고객 경험을 제공하며 브랜드 매력도를 강화했습니다.

Chapter 2

Our Approach to Sustainability

- 16 지속가능경영 추진체계
- 17 2030 A MORE Beautiful Promise
- 20 이해관계자 참여
- 21 중대성 평가
- 28 2022 Highlight

지속가능경영 추진체계

아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽은 이사회 내 ESG위원회 및 대표이사 산하 지속가능경영위원회를 설치하여 투명한 지속가능경영 추진체계를 구축했습니다. 최고 의사결정기구 중심의 책임 경영을 통해 그룹사 및 자회사의 지속가능경영 전략과 방향성을 수립하였으며, 이행 성과를 지속적으로 모니터링하고 있습니다.

지속가능경영 거버넌스

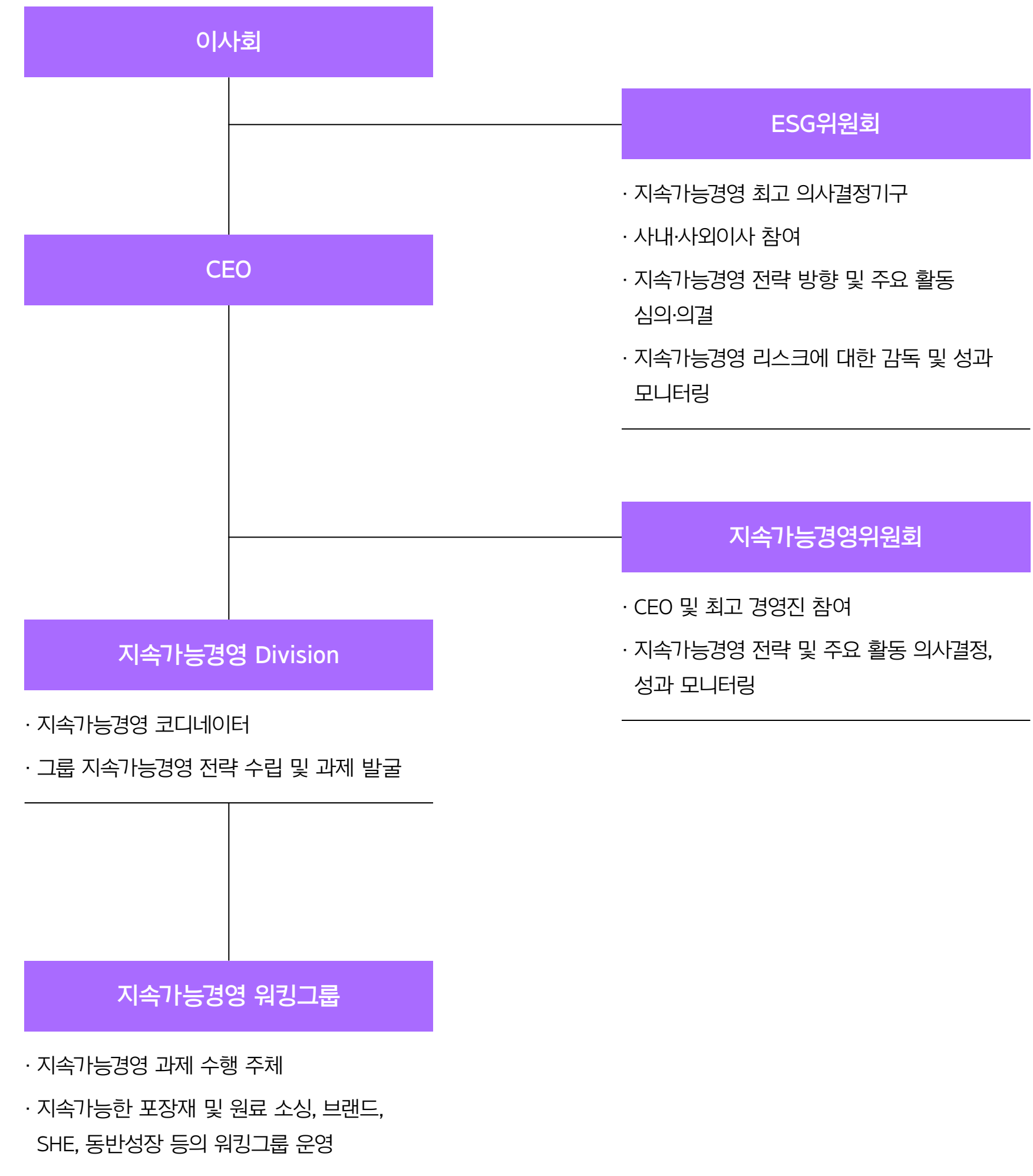
아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽은 지속가능경영을 효과적으로 실행하기 위한 경영체계를 구축했으며, 최고 의사결정기구로서 이사회 산하 ESG위원회를 운영하고 있습니다. ESG위원회는 기후변화, 자원순환, 공급망 지속가능성, 지역사회 상생, 소비자 권익, 윤리경영 등 회사와 관련된 지속가능경영 리스크를 관리 및 감독합니다. 나아가 전사 지속가능경영 전략의 방향성을 제시하고 관련 성과를 정기적으로 모니터링합니다. 2022년에는 아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽의 ESG위원회가 각 4회 실시되었습니다. ESG위원회에서는 ESG 거버넌스 강화 방안, 2030 지속가능경영 전략 성과 리뷰 및 추진 계획, 브랜드 ESG 실행 방안, RE100 이행 현황 및 계획, ESG 성과의 경영진 성과 평가 도입 등 지속가능경영 관련 안건이 보고되었습니다.¹⁾

지속가능경영위원회는 최고 경영진 협의체로서 CEO 및 최고 경영진이 정기적으로 모여 지속가능경영 관련 사안에 대해 논의하며 핵심 과제의 실행 경과를 모니터링합니다. 2022년에는 총 2회의 지속가능경영위원회가 개최되었으며, 2030 지속가능경영 전략 성과 리뷰 및 추진 계획과 이해관계자 참여 프로그램 등에 대한 보고 및 논의가 진행되었습니다.

지속가능경영 Division은 지속가능경영 이행을 위한 코디네이터 역할을 담당합니다. 구체적인 지속가능경영 전략 과제들을 발굴하며, 지속가능성 보고서 발간을 통해 회사의 지속가능경영 성과를 투명하게 외부 이해관계자와 소통합니다. 특히 지속가능경영 전략 과제의 경우 여러 부서의 긴밀한 협력이 필수적이기 때문에 워킹그룹을 통해 과제 이행을 추진하고 있습니다.

1) 2023년 상반기에 2022 지속가능성 보고서 발간을 위한 중대성 평가 결과가 이사회에 보고되었음

지속가능경영 조직도



2030 A MORE Beautiful Promise

아모레퍼시픽 지속가능경영 추진 전략



5대 약속

Promise 1

신제품 100%에 환경 또는 사회 친화적 속성을 구현하고 고객의 지속가능한 라이프스타일 영위에 기여하는 브랜드 활동을 전개한다.

Promise 2

다양성과 포용의 가치를 사내외에 확산하고 모든 이해관계자와의 조화로운 성장을 구현한다.

Promise 3

글로벌 생산 사업장의 탄소중립을 실현하고 폐기물 매립 제로를 달성한다.

Promise 4

제품 포장재의 플라스틱 사용량을 절감하고, 플라스틱 포장재는 100% 재활용, 재사용 또는 퇴비화가 가능하도록 설계한다.

Promise 5

생물다양성 보전 및 지속가능한 이용을 위해 100억 원을 투자하고 2023년까지 팜유 사용량의 90% 이상을 RSPO 인증 팜유로 대체한다.

2030 목표

- 신제품 100%에 환경·사회 친화적 속성 구현
- 전 과정 평가를 통한 모든 신제품의 환경 발자국 저감
- 그린 케미스트리 기술 혁신
- 가치소비 확산을 위한 브랜드 캠페인 전개

- 전 임직원 대상 다양성·포용성 교육 및 인식 개선 프로그램 운영
- 경제적 자립이 필요한 계층 대상 경제 역량 강화 및 시민의 건강한 삶 확산 위해 1,000억 원 투자

- 글로벌 생산 사업장의 탄소중립
- 글로벌 생산 사업장 재생에너지 100% 사용
- 국내 물류 차량 100% 친환경차 전환
- 글로벌 생산 사업장 폐기물 매립 제로 달성

- 모든 플라스틱 포장재를 100% 재활용·재사용·퇴비화 가능하도록 설계
- 플라스틱 포장재 30%에 재활용 또는 바이오 플라스틱 적용

- 생물자원 보전 및 기후변화 적응 기술 도입에 100억 원 투자
- 2023년까지 RSPO Roundtable on Sustainable Palm Oil 1) 인증 팜유 사용률 90% 이상 달성

아모레퍼시픽은 사람과 세상 모두를 아름답게 만들기 위한 소명을 다하기 위해 지속가능경영 목표 ‘2030 A MORE Beautiful Promise’를 선언했습니다. ‘고객·사회와의 동행,’ ‘대자연과의 공존’이라는 두 축을 바탕으로 5대 약속을 이행하여 지속가능한 사회를 만들기 위해 기여하겠습니다.

1) 팜유 생산으로 발생하는 환경 파괴를 막기 위해 설립된 지속가능한 팜유 인증 단체

2022 Progress – 고객·사회와의 동행

5대 약속	2030 목표	2022 주요 성과	2030 목표 대비 달성도	
Promise 1 신제품 100%에 환경 또는 사회 친화적 속성을 구현하고 고객의 지속가능한 라이프스타일 영위에 기여하는 브랜드 활동을 전개한다.	· 신제품 100%에 환경·사회 친화적 속성 구현	· 2022년 출시된 신제품 90.5%에 환경·사회 친화적 속성 구현 · 재활용 및 식물유래 플라스틱 적용한 신제품 비중 2021년 대비 2배 이상 증가 · 비건 인증 제품 등 가치소비 트렌드 반영한 신제품 비중 2021년 대비 7배 이상 증가	90.5%	100%
	· 전 과정 평가를 통한 모든 신제품의 환경 발자국 저감	· 환경발자국 및 스코어링 방법론 기반 구축 · EU 제품 환경 발자국 Product Environment Footprint 기반 화장품 환경 발자국 측정을 위한 1차 모델 개발 · 라네즈 '워터뱅크 블루 히알루로닉 라인' 영국의 CarbonTrust로부터 물발자국 감축 인증 획득	1.4%	100%
	· 그린 케미스트리 기술 혁신	· 계면활성제 Free 총돌 유화 기술, 백삼파우더 폐기 잔사 소재화 기술, 광매개 단백질 가교 기술 개발	4건	16건
	· 가치소비 확산을 위한 브랜드 캠페인 전개	· 일상 속 물 보호 실천 모습을 SNS에 인증하는 '#Save THE WATER 챌린지' 진행 및 고객의 친환경 라이프스타일 실천 공감대 형성 · 세계자연기금WWF 한국본부와 태안해안국립공원의 청포대 해변을 입양하는 파트너십 체결을 통한 정기적인 해안 쓰레기 수거 사업 전개		
Promise 2 다양성과 포용의 가치를 사내외에 확산하고 모든 이해관계자와의 조화로운 성장을 구현한다.	· 전 임직원 대상 다양성·포용성 교육 및 인식 개선 프로그램 운영	· 전체 임직원의 11.6% 다양성·포용성 교육 및 인식 개선 프로그램 이수 · 다양성 워크숍 및 교육, 뉴스레터, 감수성 테스트 등 진행	11.6%	100%
	· 경제적 자립이 필요한 계층을 대상으로 경제 역량을 강화하기 위해 700억 원 투자	· 경제 역량 강화를 위해 79억 원 투자(누적 111.3억 원 투자) · 취업 역량 강화를 위한 기술 교육, 한부모 여성 자립을 위한 창업 대출 지원 사업 희망가게 운영, 전략적 물품 나눔 규모 확대 등	111.3억 원	700억 원
	· 시민의 건강한 삶과 문화 확산을 위해 300억 원 투자	· 시민의 건강한 삶과 문화 확산을 위해 7억 7,000만 원 투자(누적 38억 원 투자) · 암환자 대상 뷰티 테라피 프로그램 '메이크업 유어 라이프' 캠페인 및 피트니스 프로그램 접목한 새로운 형태의 '2022 핑크 페스티벌' 진행, 'A MORE Beautiful Challenge'를 통한 혁신적 사업 아이디어 발굴 등	38억 원	300억 원

2022 Progress – 대자연과의 공존

5대 약속	2030 목표	2022 주요 성과	2030 목표 대비 달성도	
Promise 3 글로벌 생산 사업장의 탄소중립을 실현하고 폐기물 매립 제로를 달성한다.	· 글로벌 생산 사업장 탄소중립	· 상하이 생산 사업장 탄소중립 달성(2021년-2022년)	20.0%	100%
	· 글로벌 생산 사업장 재생에너지 100% 사용	· 태양광 자가발전, PPA 계약, 녹색요금제 도입, 재생에너지 인증서 구매를 통해 아모레퍼시픽 전력 사용량 중 34.1% 재생전력으로 전환	34.1%	100%
	· 국내 물류 차량 100% 친환경차 전환	· 인천물류센터 전기차 누적 8대 전환	7.9%	100%
	· 글로벌 생산 사업장 폐기물 매립 제로 달성	· 글로벌 생산 사업장 매립 처리 폐기물 제로화 · 화장품 업계 최초 오산 아모레 뷰티파크 폐기물 매립 제로 검증 UL 솔루션즈 실버 등급 획득 (재활용 전환율 94% 이상) · 2023년 상반기 대전 데일리뷰티 사업장 및 코스비전 사업장 폐기물 매립 제로 검증 UL 솔루션즈 플래티넘 등급 획득 (재활용 전환율 100%, 최고 등급)	100%	100%
Promise 4 제품 포장재의 플라스틱 사용량을 절감하고, 플라스틱 포장재는 100% 재활용, 재사용 또는 퇴비화가 가능하도록 설계한다.	· 모든 플라스틱 포장재를 100% 재활용·재사용·퇴비화 가능하도록 설계	· 포장재 재활용 용이성 등급평가 결과 ‘재활용 보통’ 이상 획득한 플라스틱 포장재 비율 47.1% ¹⁾	47.1%	100%
	· 플라스틱 포장재 30%에 재활용 또는 바이오 플라스틱 적용	· 총 플라스틱 사용량 중 재활용 또는 바이오 플라스틱 비율 7.2% ¹⁾ (플라스틱 총 사용량 12,644톤 중 재활용 플라스틱 830.5톤 및 바이오 플라스틱 81.9톤)	7.2%	30%
Promise 5 생물다양성 보전 및 지속가능한 이용을 위해 100억 원을 투자하고 2023년까지 팜유 사용량의 90% 이상을 RSPO 인증 팜유로 대체한다.	· 생물자원 보전 및 기후변화 적응 기술 도입에 100억 원 투자	· 생물다양성 보전과 지속가능한 활용을 위해 23억 2,000만 원 투자 · 한반도 자생식물자원의 숨은 가치 발굴을 위해 국립생물자원관, 국립백두대간수목원과 공동연구 · 식물 유전 자원 다양성 확대 기여 및 고객에게 우수한 효능 원료 제공하기 위해 신품종(장미, 병풀) 개발	23.2억 원	100억 원
	· 2023년까지 RSPO 인증 팜유 사용률 90% 이상 달성	· 2022년에 사용된 약 2만 145톤의 팜 유래 원료 중 RSPO 인증 팜유 사용률 53.6% 달성	53.6%	2023 목표 90%

1) 2022년도 국내 생산자책임재활용제도(EPR, Extended Producer Responsibility) 기준으로 집계

이해관계자 참여

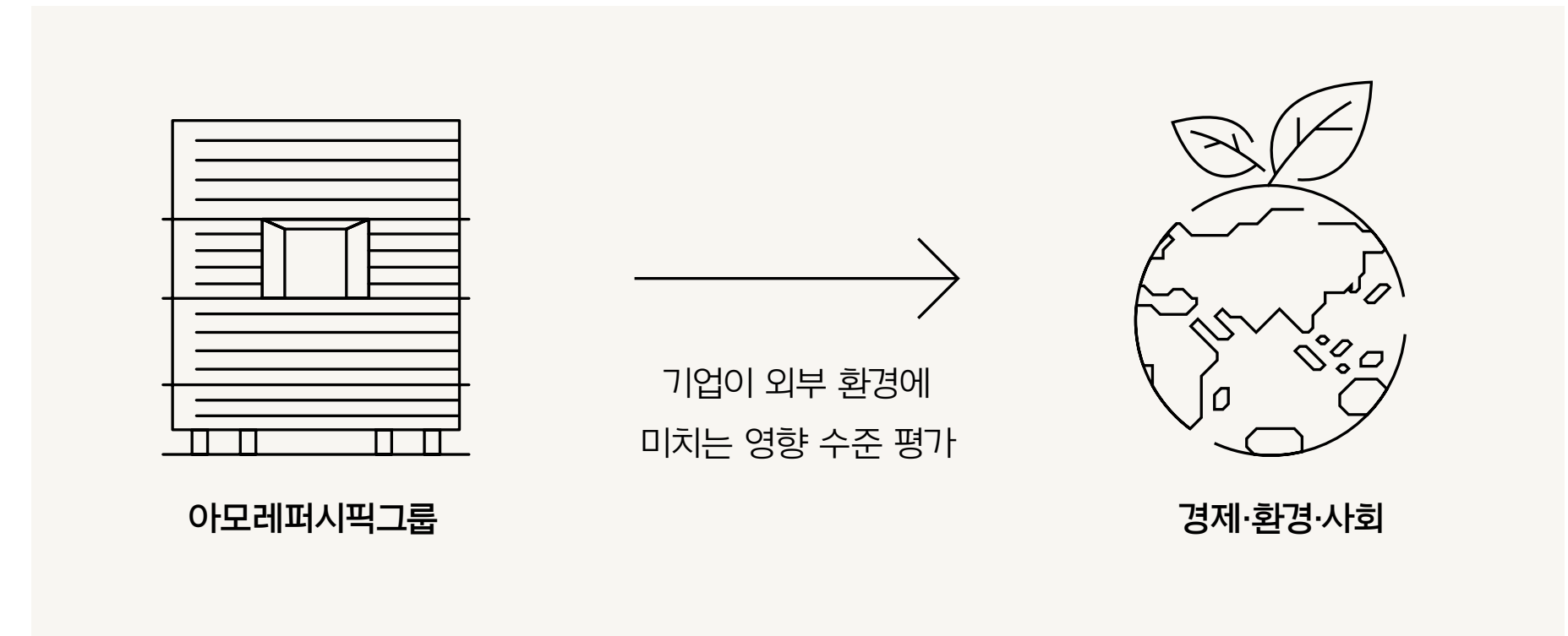
아모레퍼시픽그룹은 고객, 임직원, 주주 및 투자자, 지역사회, 비즈니스 파트너, 유관기관 및 협회를 6대 이해관계자로 정의하고, 각 이해관계자 특성에 맞는 커뮤니케이션 채널을 상시 운영하고 있습니다. 투명한 소통을 기반으로 이해관계자별 주요 이슈와 니즈를 파악하여 경영 활동에 반영하고 있으며, 지속가능경영에 대한 공감대를 형성하고 있습니다.

이해관계자	커뮤니케이션 채널	진행 빈도	주요 이슈	주요 대응 활동
고객	기업 사이트, 브랜드 웹사이트	수시	<ul style="list-style-type: none"> · 정확하고 신속한 기업 정보 전달 · 안전한 제품 사용 및 정확한 제품 정보 전달 	<ul style="list-style-type: none"> · 기업 커뮤니케이션 플랫폼 운영 고도화 (뉴스스퀘어 및 기업 SNS 채널 콘텐츠 개편, MZ 고객 타겟 콘텐츠 확대) · 고객 VOC 해결
	기업 콘텐츠 플랫폼 - 뉴스스퀘어	수시		
	SNS 채널(유튜브, 페이스북, 인스타그램 등)	수시		
	아모레몰, 아리따움몰	수시		
	브랜드별 고객상담센터	수시		
임직원	임직원 몰입도 진단	연 1회(정기), 연 1-2회(간이)	<ul style="list-style-type: none"> · 신뢰와 존중의 문화 확산 · 기업 가치 전파 및 소통 증대 · 원만한 노사관계 형성 · 건강하고 윤리적인 업무 환경 조성 	<ul style="list-style-type: none"> · 사내 소통 프로그램 다양화 · 경영진 타운홀미팅 진행(조직개발 프로그램 및 사내 소통 프로그램 연계)
	노사 협의회, 노조	분기 1회		
	경영진 타운홀미팅	수시		
	전 구성원 세션 - 팀 아모레 컨퍼런스	연 1회(정기)		
	사내 온라인 방송 - 아모레 블루밍	월 1회		
	사내 콘텐츠 플랫폼 - 'AP members'	수시		
	협업 소통 플랫폼 - 워크플레이스	수시		
	윤리경영 Hotline 제보 코너	수시		
	주주 및 투자자	정기 주주총회		
분기 실적 발표 컨퍼런스 콜		분기 1회		
국내외 투자자 컨퍼런스 및 NDR(Non-Deal Roadshow)		분기 2-3회		
Investor/Analyst Day		연 1회		
영업 보고서		연 1회		
투자자 대면 미팅 및 컨퍼런스 콜		수시		
IR 웹사이트 및 IR 대표 이메일 계정		수시		
전자공시시스템		수시		
지역사회		지역 협의체 미팅	수시	<ul style="list-style-type: none"> · 지역사회와의 상생
	재단 정기이사회	연 1회		
	CSR 포털 사이트	수시		
	용산 드래곤즈 활동	분기 1회		
	비즈니스 파트너	방판 사업실천 세미나	연 1회	
아리따움 사업실천세미나		연 1회		
이노베이션 커미티		반기 1회		
유관기관 및 협회	이해관계자 대화	수시	<ul style="list-style-type: none"> · 정부 정책 변화 대응 · 2030 AMBP 이행을 위한 동참 	<ul style="list-style-type: none"> · 정부 정책과 관련된 의사결정 과정 참여 · 협회 가입 및 지지 선언(유엔글로벌콤팩트 등)
	협업 및 후원	수시		
	대한화장품협회 회원사	수시		

중대성 평가

중대성 평가 프로세스

2022 지속가능성 보고서에는 지속가능성 보고 국제 표준인 GRI(Global Reporting Initiative)의 중요성 판단 원칙에 의거하여 도출된 중대 이슈를 담았습니다. 아모레퍼시픽그룹의 비즈니스 활동이 경제, 환경, 사회 등 외부 환경에 미치는 여러 영향 중 영향 수준이 높은 이슈가 중대 이슈로 선정되며, 영향 수준을 심도 있게 평가할 수 있는 3단계의 프로세스를 도입했습니다.



Step 1

ESG 이슈 도출

비즈니스와 연관된 ESG 이슈 도출

- 지속가능경영 관련된 이슈 리스트 나열
- 화장품 산업 특화 이슈를 포함하는 글로벌 지속가능경영 공시 기준(GRI, SASB 등), 평가 기준(MSCI, DJSI 등), 아모레퍼시픽 2030 A MORE Beautiful Promise 중점 영역 반영
- 총 11개 ESG 이슈 도출

Step 2

영향 식별

아모레퍼시픽그룹의 활동이 환경 및 사회에 미치는 영향 식별

- 이슈와 연관된 아모레퍼시픽그룹의 활동이 환경 및 사회에 미치는 긍정적·부정적 또는 실재적·잠재적 영향 식별
- 식별 근거
 - 정책 및 규제 현황, 동종업계 현황, 이해관계자 의견, 투자자 건의, 이사회 안건
- 총 17개 영향 식별

Step 3

영향 평가

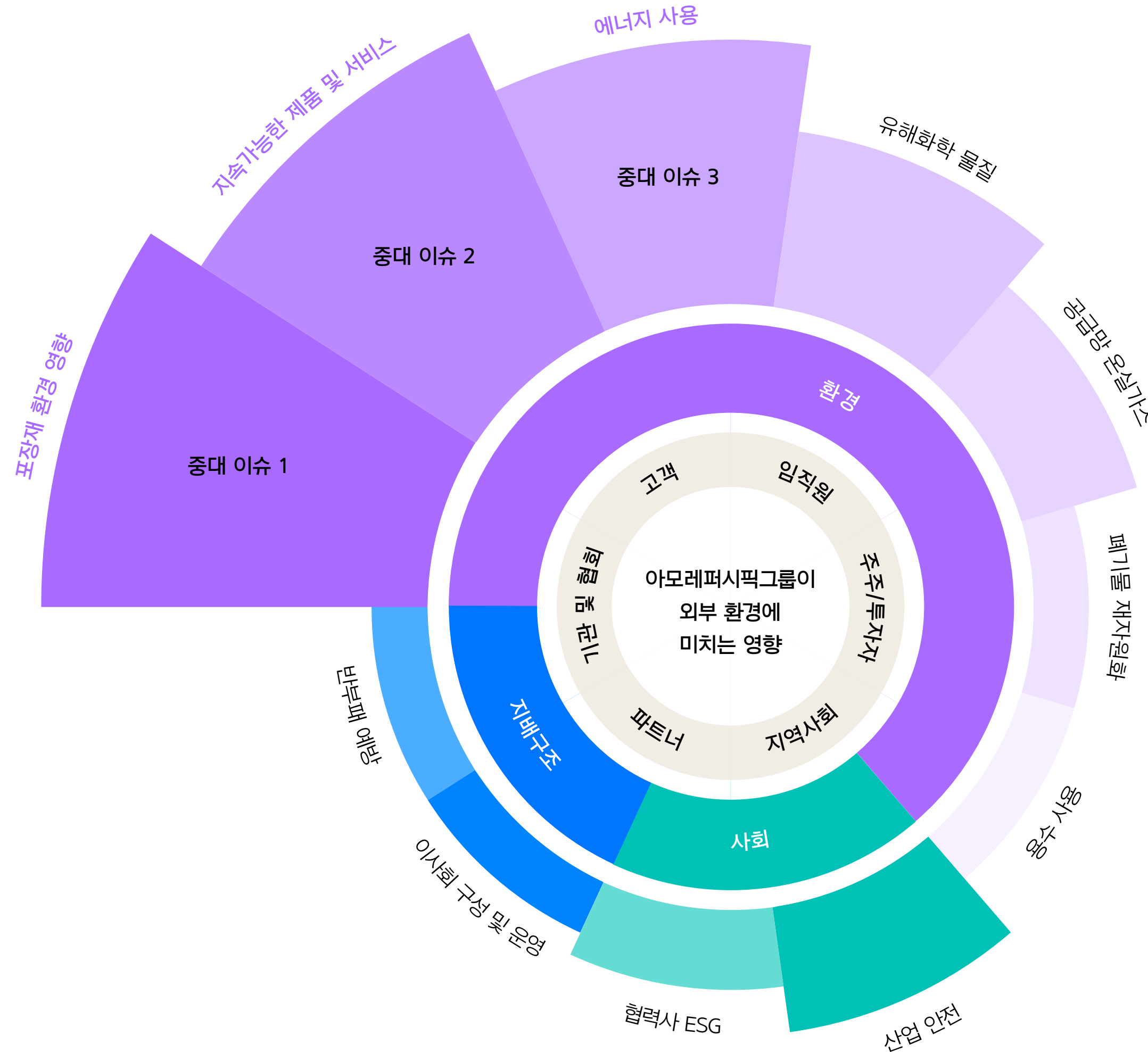
각 영향의 수준에 대한 평가 및 중대 이슈 선정

- 내부 ESG 담당자와 외부 ESG 전문가에 의한 평가 실시
- 평가 척도
 - 규모, 범위, 교정 가능성(부정적 영향 대상), 발생 가능성(잠재적 영향 대상)

아모레퍼시픽그룹은 비즈니스와 연관된 다양한 ESG 이슈 중 우선적인 대응이 필요한 이슈를 파악하고자 매년 중대성 평가를 실시하고 있습니다. 평가 결과 도출된 중대 이슈는 지속가능성 보고서의 핵심 이슈로 보고되며 관련 대응 활동과 성과를 이해관계자에게 투명하게 공개하고 있습니다.

중대성 평가 결과

평가 결과 총 11개 ESG 이슈 중 영향 수준이 높은 3개의 이슈(포장재 환경 영향, 지속가능한 제품 및 서비스, 에너지 사용)를 중대 이슈로 선정했습니다.¹⁾



1) 전년 대비 '에너지 사용' 이슈가 중요 이슈로 추가되었으며, '친환경 제품 및 서비스 개발'은 '지속가능한 제품 및 서비스'로 확대되었습니다. 또한 '폐기물 관리 및 순환 경제' 이슈는 '포장재 환경 영향'으로 구체화되었습니다.

이슈명	주요 영향	영향 특성	영향 수준
포장재 환경 영향	· 플라스틱 포장재 사용 절감 및 재활용·바이오 소재 전환으로 탄소배출량 절감	긍정적	●●●
	· 포장 용기의 재활용 용이성 제고 및 재사용 용기 개발로 국내 폐기물 재활용률 개선	긍정적	●●●
지속가능한 제품 및 서비스	· 환경과 사회적 가치를 고려한 상품 제공으로 소비자의 지속가능한 라이프스타일 확산	긍정적	●●●
	· 지속가능한 원재료 사용과 제품 전 과정에서 발생하는 탄소배출량 및 물 사용량 측정으로 제품 환경 영향 개선	긍정적	●●●
에너지 사용	· 재생에너지 사용 확대에 따른 탄소배출량 절감	긍정적	●●●
유해화학 물질	· 제품 개발 시, 고우려물질 절감을 통한 소비자 안심감 제고 및 환경 보호	긍정적	●●○
산업 안전	· 사고 및 재해 예방에 따른 사업장의 안전한 근무 환경 확보	긍정적	●●○
	· 사업장이 위치하는 지역사회 안전 문화 확산 실패로 인한 재해율 증가	부정적	●●○
공급망 온실가스	· 공급망 전체에서 발생하는 탄소배출량 감축을 통한 환경 영향 최소화	긍정적	●●○
	· 협력사에 대한 탄소배출량 감축 요구 강화에 따른 협력사 부담 증가	부정적	●●○
협력사 ESG	· 협력사 ESG 역량 강화	긍정적	●●○
	· 협력사 ESG 관리 소홀에 따른 환경 및 사회 영향 증가	부정적	●●○
폐기물 재자원화	· 폐기물 재사용 및 매립 제로화를 통한 자원 순환 경제 구축	긍정적	●●○
반부패 예방	· 불건전한 거래질서 조성 및 주주 가치 훼손	부정적	●○○
이사회 구성 및 운영	· 이사회 전문성 확보에 따른 주주 신뢰 증진	긍정적	●○○
	· 이사회 다양성 미확보 시, 소수 이해관계자 의견에 따른 경영으로 사회적 효용 감소	부정적	●○○
용수 사용	· 지역 사회 용수 스트레스 증가 및 물 부족 현상 심화	부정적	●○○

중대 이슈 관리

아모레퍼시픽그룹은 중대 이슈와 관련된 회사의 활동이 환경과 사회에 미치는 영향을 저감하기 위한 관리 체계를 수립했습니다. 지속적인 모니터링을 통해 중대 이슈에 대한 관리를 강화했으며, 그 성과를 이해관계자와 투명하게 소통하고 있습니다.

2022 3대 중대 이슈 정의

1 포장재 환경 영향
 제품 포장재 경량화, 재활용·바이오 소재 사용, 재활용 용이성 제고 등을 통해 포장재의 환경 영향을 낮추고, 아모레퍼시픽그룹 제품의 생산 및 사용 단계에서 발생하는 폐기물 배출량을 절감하는 자원순환 개선 활동

2 지속가능한 제품 및 서비스
 지속가능한 방식으로 소싱된 원재료 함유 제품, 비건 제품, 탄소·물발자국 인증 획득 제품 등 환경에 미치는 영향을 최소화한 제품과 서비스를 시장에 공급하여 지속가능한 생산 및 소비 확산에 기여하는 활동

3 에너지 사용
 아모레퍼시픽그룹의 본사 및 생산 사업장 내 에너지 사용량을 주기적으로 측정하고, 관리 목표(에너지 사용량 감축 목표, 재생에너지 사용 확대 목표 등)를 수립하고 이행 성과를 모니터링하는 활동

중대 이슈	관련 비즈니스 범위			영향이 미치는 영역
	사업 운영	제품 및 서비스	공급망	
포장재 환경 영향		●	●	환경
지속가능한 제품 및 서비스		●		환경 및 사회
에너지 사용	●	●	●	환경

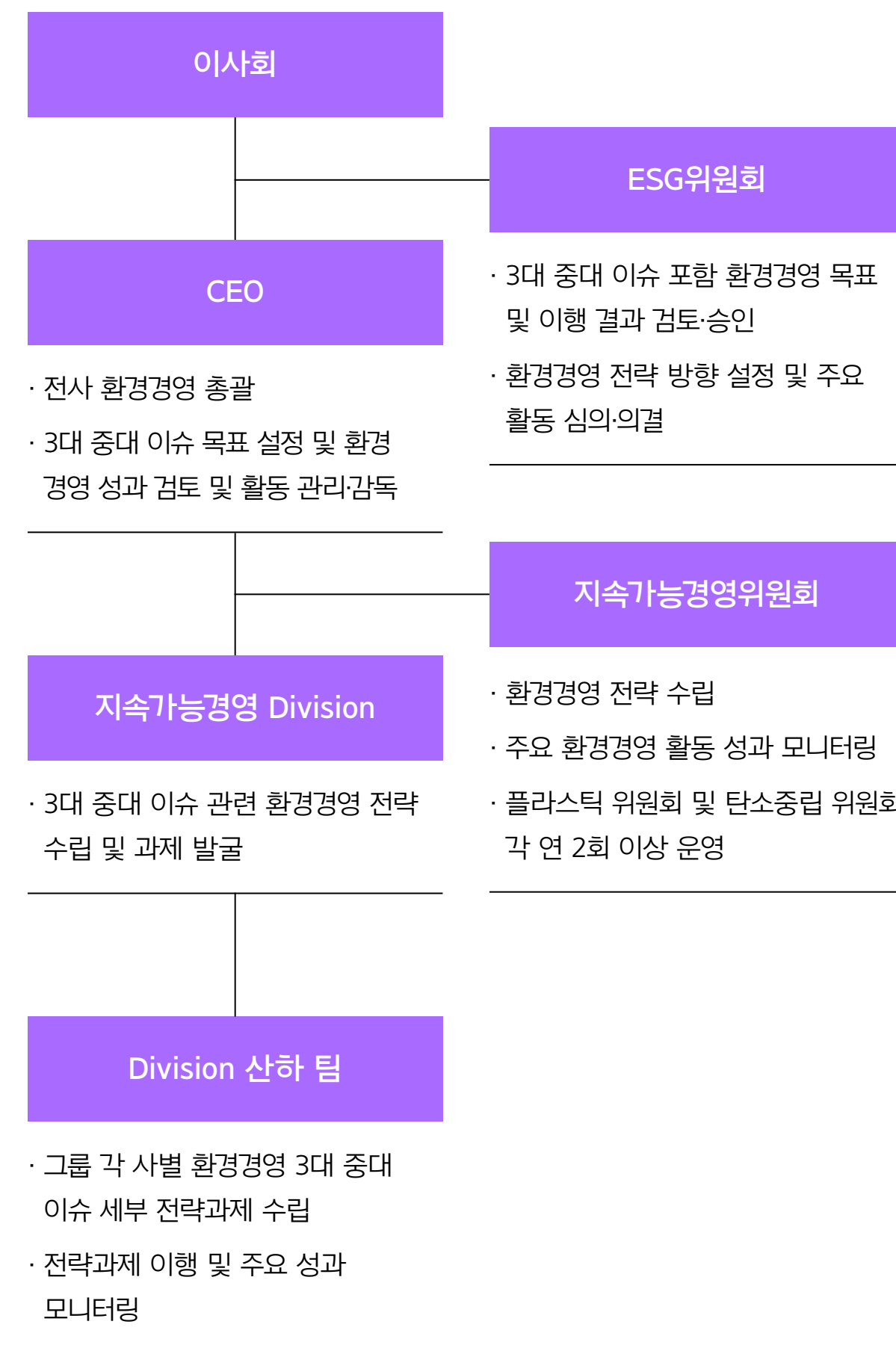
중대 이슈 관리 체계¹⁾

Governance

환경경영 추진 체계 아래 중대 이슈들은 주요 아젠다로서 관리되며, 최고 의사결정기구인 이사회에서 관련 목표와 이행 결과를 검토 및 승인합니다. 그룹의 환경 안전 규제에 의거하여 연 1회 정기 이사회에 관련 실적 및 계획을 보고하고 있으며, 이사회에서 최종 의사결정을 내립니다. 특히 플라스틱 위원회와 탄소중립위원회가 각 연 2회 이상 운영되어 플라스틱 및 자원순환, 에너지 사용과 관련된 구체적인 사안들을 논의합니다. 또한 이사회 산하 ESG위원회에서 정기적으로 중대 이슈들을 포함한 환경경영의 전반적인 전략 방향을 설정하고 주요 활동을 심의 및 의결합니다.

전사 환경경영을 총괄하는 역할을 수행하는 CEO는 3대 중대 이슈에 대한 관리 목표를 설정하고 이를 이행하기 위한 활동을 관리 및 감독합니다. 또한 CEO가 주관하는 지속가능경영위원회에서 관련 전략을 수립하고, 전략 이행에 따른 성과를 주기적으로 모니터링합니다. 특히 포장재, 제품 및 서비스, 에너지 사용과 관련된 규제 및 정책들이 아모레퍼시픽그룹에 미치는 재무적 영향을 파악하여 경영 전략에 반영하고 있습니다.

중대 이슈와 관련된 구체적인 전략 과제들은 지속가능경영 Division 산하 팀에서 발굴하며, 발굴된 과제들은 그룹 각 사별 환경 운영 전담 조직에 의해 이행됩니다. 특히 지속가능한 포장재 및 원료 소싱 등 아젠다별 워킹그룹에서 전략 과제 이행을 지원합니다. 또한 전사 환경·에너지 담당자로 구성된 환경/에너지소위원회는 각 사업장의 에너지 사용 관련 주요 성과를 모니터링하고 추가 과제를 발굴하여 개선하는 역할을 수행합니다.



1) 중대 이슈 관리 체계는 IFRS 재단 산하 국제지속가능성기준위원회(ISSB)의 지속가능성공시기준 S1(지속가능성 관련 재무정보 공시를 위한 일반 요구사항) Draft의 프레임워크를 기반으로 작성됨

Strategy 1

포장재 환경 영향

연관 2030 A MORE Beautiful Promise

Promise 4

제품 포장재의 플라스틱 사용량을 절감하고, 플라스틱 포장재는 100% 재활용, 재사용 또는 퇴비화가 가능하도록 설계한다.

세부 전략

4R(Reduce, Recycle, Reuse, Return) 전략 운영

아모레퍼시픽그룹은 포장재에 대한 4R 전략을 수립하여 불필요한 플라스틱 사용 절감, 재활용성 향상, 용기 재이용 및 회수를 통해 플라스틱 순환 모델을 구축했습니다.

4R 전략을 기초로 다양한 프로그램 운영을 통해 재사용 또는 재활용 가능한 포장재 사용을 장려하여 단계적으로 신규 석유 유래 플라스틱 포장을 감축할 것입니다. 또한 지속적으로 환경성 개선 포장재에 대한 연구개발에 자원을 투입할 것입니다. 플라스틱 포장재 원료 관리의 효율성 제고를 위해 브랜드 차원에서 관련 목표 세부 KPI를 신설했으며, 적극적으로 포장재의 환경 영향을 관리하고자 합니다.

전략 이행 현황

REDUCE

신규 석유 유래 플라스틱 사용 절감

아모레퍼시픽은 재활용 플라스틱 적용 확대 및 포장재 경량화 등을 통해 2022년 신규 석유 유래 플라스틱을 1,080톤을 감축하였습니다.

라보에이치는 종이로 분리배출이 가능한 지류 리필팩을 출시했습니다. 특히 제품 사용 후 재활용이 가능한 종이 소재를 사용했으며, 이는 본품 대비 플라스틱 사용량을 90% 감소시키는 효과가 있습니다. 또한 '탈모증상완화 기능성 고체 샴푸바'를 출시하여 플라스틱 용기의 사용을 감소시켰습니다.



헤라의 '스킨 래디언트 글로우 쿠션'에 아모레퍼시픽 쿠션 제품 최초로 재활용 플라스틱 50%를 적용했으며, 피부에 내용물을 직접 전달하는 퍼프에는 식물유래 플라스틱을 포함한 소재를 적용했습니다.

RECYCLE

포장재 재활용성 향상

마몽드는 환경부에서 재활용 최우수 등급을 받은 '로즈워터 토너 클린버전' 리미티드 제품을 출시했습니다. '로즈워터 토너 클린버전'은 재활용이 용이한 무색 용기를 적용했으며, 이지필 EASY PEEL 방식의 수분리 라벨*)을 적용하여 재활용성을 향상시켰습니다.



이니스프리의 '블루베리 리밸런싱 스킨'은 환경부에서 재활용 용이성 평가 최우수 등급을 받은 패키지로 리뉴얼되어 출시된 제품입니다. 이지필EASY PEEL 방식의 수분리 라벨을 적용하였으며 이를 통해 용기에 접착제 잔류를 남기지 않고 손쉽게 분리될 수 있도록 하여 재활용성을 향상시켰습니다.



1) 재활용을 위해 페트를 세척하는 과정에서 물에 잘 녹아 쉽게 분리되는 접착제로 제작된 라벨

REUSE

플라스틱 포장재 재이용 확대

이니스프리의 '콜라겐 펩타이드 탄력 앰플 크림'은 리필 가능한 크림 용기를 적용하여, 제품 사용 후 내부 용기만 리필 제품으로 교체하고 외부 용기는 재사용할 수 있도록 했습니다. 또한 리필 가능한 내부 용기에는 재활용 플라스틱을 97% 적용하고, 외부 용기는 플라스틱 대신 재활용 유리 60%를 함유한 유리 용기로 제작하여 플라스틱의 사용량을 더욱 줄였습니다.



한울은 '달빛유자 수면팩' 제품에 재이용 기능을 더한 경량초자 용기를 적용하고 있습니다. 고객이 내용물을 다 사용한 후 전용 리필 캡슐을 끼워 외부 용기를 재사용할 수 있도록 했습니다.

RETURN

그린사이클을 통한 적극적인 화장품 용기 회수

아모레퍼시픽그룹은 다 쓴 플라스틱 화장품 공병을 회수하여 재활용하는 그린사이클 캠페인을 실시하고 있습니다. 2022년 수거된 공병은 약 120톤이며, 2009년부터 누적 2,473톤의 공병이 수거됐습니다. 특히 이니스프리의 경우, 2022년 8월 공병을 회수하여 재활용을 실천하는 '공병 프리퀀시 시즌2' 캠페인을 진행했습니다. 고객이 다 쓴 화장품 공병을 매장에 반납하면 적립 스티커를 제공하고, 스티커 개수에 따라 추가 뷰티 포인트 및 공병 재활용 플라스틱을 50% 적용한 제품을 증정하는 혜택을 제공했습니다. 이니스프리는 이와 같은 적극적인 용기 회수 활동을 통해 2022년 한 해 동안 68톤의 공병을 수거했습니다. 2011년부터 2022년까지 이니스프리의 플라스틱 및 유리 누적 재활용 실적은 약 1,174톤이며, 이를 통해 약 1,507톤의 온실가스를 저감하는 효과를 얻었습니다.

Strategy 2

지속가능한 제품 및 서비스

연관 2030 A MORE Beautiful Promise

Promise 1

신제품 100%에 환경 또는 사회 친화적 속성을 구현하고 고객의 지속가능한 라이프스타일 영위에 기여하는 브랜드 활동을 전개한다.

세부 전략

제품 전 과정에서의 환경 영향 저감

아모레퍼시픽그룹은 원료 채취부터 제품의 생산·수송·사용 및 폐기에 이르기까지 제품 전 과정에서 발생하는 탄소배출량과 물 사용량 등 환경 영향을 줄여나가고자 합니다. 측정 결과를 기반으로 환경 영향을 저감하는 방향으로 제품을 개선해 나가겠습니다.

지속가능한 원재료 사용 확대

환경 친화적인 원재료 사용을 확대하고, 지역사회의 발전에 기여하는 방향으로 원재료를 구매하고 있습니다. 특히, 화장품 주 원료인 팜유의 생산 과정에서 발생할 수 있는 환경 오염 문제, 인권 침해 등 부정적인 영향을 최소화하고자 지속가능한 팜유를 우선적으로 제품에 적용하고 있습니다. 또한 협력사 지속가능성 가이드라인에서 삼림 벌채를 금지하고 있으며, 삼림 황폐화 방지 노력 및 토착민의 인권 존중 등 공동의 노력을 권고하고 있습니다. 나아가 아리따운 구매 협약을 통해 지역 농가에서 재배한 친환경 원재료를 사용하여 고객이 제품을 안심하고 사용할 수 있도록 돕고 있습니다.

동물성 원료 사용 및 동물 실험을 배제한 비건 제품 확대

동물 실험을 거치지 않고 동물성 원료 사용을 배제한 비건 제품을 확대하여 동물 보호 가치를 실천하고자 합니다. 특히 국내외 공신력 있는 제3자 기관에서 비건 제품 인증을 획득하여 고객이 더욱 신뢰있게 제품을 선택할 수 있도록 돕고 있습니다. 더불어 동물성 천연모 브러시 제품의 사용을 금지하는 내부 정책을 수립했으며, 신규 생산 및 발주를 전면 중단했습니다. 이는 동물성 천연모를 활용하는 제품 개발에 따른 동물 고통 및 학대를 줄이기 위한 정책으로, 브러시 전 제품에 적용하고 있습니다.

전략 이행 현황

제품 전 과정에서 환경 영향 저감

라네즈는 물발자국과 탄소발자국 인증을 통해 제품 전 과정에서 사용되는 물의 양과 배출되는 탄소의 양을 적극적으로 감축했습니다. ‘워터뱅크’, ‘워터 슬리핑 마스크’에 이어 ‘크림스킨’까지 물발자국 측정을 확대하며 라네즈의 제품이 환경에 미치는 영향력을 개선했습니다. 라네즈는 2022년 연간 판매량으로 환산 시 총 339만 351리터의 물을 제품 전 과정에서 절감했습니다.

아이오페의 ‘스텝 III 크림’은 제품 제조 공정에서의 에너지 사용량을 기존 대비 40% 절감한 그린 케미스트리 공정 과정을 적용하여 제품의 환경 영향을 절감했습니다. 추가적으로 포장재 사용을 최소화하고자 리필이 가능한 용기 타입을 적용했으며, 2차 포장재 역시 FSC 인증 지류를 사용해 다각도로 친환경 요소를 적용했습니다.



지속가능한 원재료 사용 확대

아모레퍼시픽그룹은 열대우림 파괴 등 원재료 생산 과정에서 발생하는 환경 영향을 최소화하고자 지속가능한 팜유 사용을 확대해나가고 있습니다. 2022년 설화수, 미장센, 헤라, 에뛰드 등의 브랜드에서 총 428개의 신제품에 지속가능한 팜유를 적용했습니다.

2022년에는 설화수, 마몽드 등 브랜드의 5개 신제품에 아리따운 구매 원료를 활용했습니다. 이를 위해 아리따운 구매 협약지역에서 23개 농산물로 제조한 33억 원 상당의 30개 원료를 구매했습니다.

비건 제품 확대

해피바스는 동물성 원료를 사용하지 않고, 동물실험을 실시하지 않는 비건 제품 확대를 위해 노력하고 있습니다. 해피바스의 ‘오리지널 컬렉션 바디워시 및 로션’ 전 제품 13종은 한국비건인증원을 통해 비건 인증을 획득했습니다.

2022년 출시된 에뛰드의 ‘순정 디렉터 선크림’은 프랑스 비건 인증 기관인 EVE VEGAN으로부터 비건 인증을 받은 제품으로, 자외선 차단제가 유발하는 산호초의 백화현상을 막는 리프프렌들리reef-friendly 포뮬러를 적용했습니다.

아모스프로페셔널의 염모제 ‘그린 플레이어’는 한국비건인증원에서 비건 인증을 받은 프리미엄 염모제입니다. 식물유래 성분을 함유한 제형으로 암모니아, 설페이트 계면활성제, 실리콘 오일 등 10가지의 이취 성분까지 배제하여 고객이 편안하게 염색할 수 있는 비건 염모제입니다.



Strategy 3

에너지 사용

연관 2030 A MORE Beautiful Promise

Promise 3

글로벌 생산 사업장의 탄소중립을 실현하고 폐기물 매립 제로를 달성한다.

세부 전략

재생에너지 100% 조달

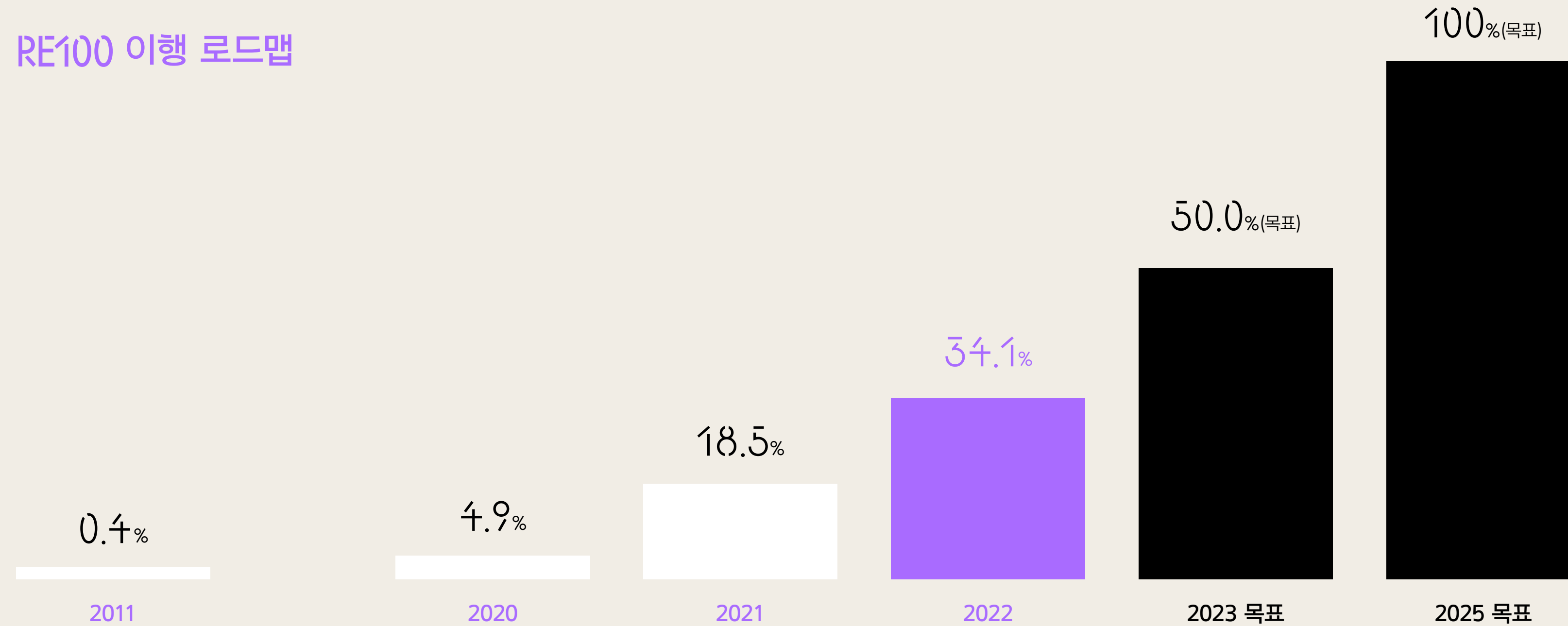
아모레퍼시픽은 국내 뷰티 업계 최초로 글로벌 RE100에 가입했습니다. RE100은 사용하는 전력의 100%를 재생에너지로 조달하겠다는 글로벌 이니셔티브입니다. 아모레퍼시픽은 2025년 RE100을 달성하기 위하여 국내에서 활용가능한 다양한 이행수단을 통해 재생에너지 전환을 추진하고 있습니다. 특히 낮은 온도에서 제품을 제조하는 저에너지 공정기술 적용 확대 등 에너지 절감 및 효율 증대 활동을 최우선적으로 실행하고 있습니다.

또한 사업장 내 자가발전시설을 확충하여 재생에너지를 자체 생산하여 사용하고자 합니다. 외부조달을 통한 이행수단으로는 직접 및 간접 PPA1), VPPA2), 녹색프리미엄 요금제, 인증서구매 등 다양한 방식으로 재생에너지를 확보하고자 합니다. 사업장 특성에 맞는 에너지 절감 계획을 수립했으며 재생에너지에 대한 투자를 이어 나가고 있습니다. 또한 각 사업장마다 에너지 사용과 관련된 지표를 중요 KPI로 관리하고 있습니다.

- 1) PPA(Power Purchase Agreement, 전력구매계약)
- 2) VPPA(Virtual Power Purchase Agreement, 가상전력구매계약)

전략 이행 현황

RE100 이행 로드맵



RE100 달성 방안

- 에너지 절감 및 효율화
- 태양광 자가발전 확대
- 직간접 재생에너지 구매계약을 통한 사업장 재생에너지 공급
- 녹색 프리미엄 요금제 활용
- 재생에너지 인증서 구매

Risk Management

아모레퍼시픽그룹은 전사 통합 리스크 관리 체계를 통해 사업 전 과정에서 발생할 수 있는 잠재적 리스크를 식별하고 식별된 리스크를 예방 및 관리하는 시스템을 운영하고 있습니다. 리스크 관리 프로세스에 따라 잠재 리스크가 끼칠 수 있는 영향의 정도를 재무 및 비재무 측면에서 '제한적 영향'부터 '매우 중요한 영향'까지 평가합니다. 중대성 평가를 통해 식별된 3대 중대 이슈는 별도로 관리하고 있습니다. 전사적 통합 리스크 관리 프로세스에 따른 책임과 권한 부여를 명확히 하여 중대 이슈 관리 활동을 체계적이고 선제적으로 상시 이행하고 있습니다.

1 포장재 환경 영향
 화장품 소비재를 생산하고 판매하는 아모레퍼시픽그룹은 포장재 환경 영향 관련 이슈를 우선적으로 관리하고 있습니다. 특히 전 세계적으로 포장재와 폐기물 관리 관련 규제가 심화됨에 따라 규제 준수에 따른 비용이 증가할 리스크가 존재합니다. 이에 아모레퍼시픽그룹은 환경성 개선 포장재 제품의 비율을 확대하고 플라스틱 포장재의 재활용성을 높이고자 합니다.

2 지속가능한 제품 및 서비스
 아모레퍼시픽그룹은 소비자 기호 변화에 따른 시장 수요 변화 이슈를 관리합니다. 지속가능한 제품 및 서비스에 대한 소비자의 요구가 증가함에 따라 제품의 환경 영향을 개선하고자 합니다. 변화하는 소비자 선호에 따른 기술 및 품질 경쟁에서 우위를 확보하여 국내외 시장에서의 리스크를 최소화하겠습니다.

3 에너지 사용
 기후 리스크는 전 세계적으로 가장 시급한 과제입니다. 국가 차원에서 온실가스 배출량 관리를 강화하고 있으며, 이에 따라 아모레퍼시픽그룹은 에너지 사용을 중대 이슈로 관리하고 있습니다. 2030년까지 글로벌 생산 사업장의 탄소중립을 선언하고, 재생에너지 사용량을 늘리고자 적극적으로 노력합니다.

Metrics & Targets

이슈명	목표	지표	실적 ¹⁾						
포장재 환경 영향	<ul style="list-style-type: none"> · 2030년까지 플라스틱 포장재 100% 재활용, 재사용 또는 퇴비화 가능하도록 설계 · 2030년까지 플라스틱 포장재 30%에 재활용 또는 바이오 플라스틱 적용 	<ul style="list-style-type: none"> · 총 플라스틱 사용량 중 재활용 또는 바이오 플라스틱 사용 비율 · 재활용 또는 재사용 가능한 포장재 비율 	<p>재활용 또는 바이오 플라스틱 사용 비율</p> <table border="1"> <tr> <th>Year</th> <th>Ratio</th> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>3.9%</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>7.2%</td> </tr> </table>	Year	Ratio	2021	3.9%	2022	7.2%
Year	Ratio								
2021	3.9%								
2022	7.2%								
지속가능한 제품 및 서비스	<ul style="list-style-type: none"> · 2030년까지 신제품 100%에 환경·사회 친화적 속성 구현 	<ul style="list-style-type: none"> · 환경·사회 친화적 속성 구현된 신제품 비중 	<p>지속가능 속성이 구현된 신제품 비중</p> <table border="1"> <tr> <th>Year</th> <th>Ratio</th> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>88.0%</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>90.5%</td> </tr> </table>	Year	Ratio	2021	88.0%	2022	90.5%
Year	Ratio								
2021	88.0%								
2022	90.5%								
에너지 사용	<ul style="list-style-type: none"> · 2030년 글로벌 생산 사업장 탄소중립 달성 · 2030년까지 글로벌 생산 사업장 재생에너지 100% 사용 달성 	<ul style="list-style-type: none"> · 에너지 사용량 · 재생전력 사용 비율 	<p>재생전력 사용 비율</p> <table border="1"> <tr> <th>Year</th> <th>Ratio</th> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>18.5%</td> </tr> <tr> <td>2022</td> <td>34.1%</td> </tr> </table>	Year	Ratio	2021	18.5%	2022	34.1%
Year	Ratio								
2021	18.5%								
2022	34.1%								

1) 아모레퍼시픽 기준

2022 Highlight 1

환경성 개선 포장재 및 지속가능한 제품 확대

아모레퍼시픽그룹은 제품의 기획, 개발, 생산 및 사용 전 과정에서 플라스틱의 사용량을 절감하고 재활용성을 높이기 위해 노력하고 있습니다. 또한, 연구활동을 통해 축적한 기술력을 바탕으로 제품의 환경 영향을 개선하고자 다양한 지속가능한 제품을 선보이고 있습니다.

아모레퍼시픽, EcoBeautyScore 컨소시엄 가입

아모레퍼시픽은 2022년 2월 국내 뷰티 업계 최초로 EcoBeautyScore 컨소시엄에 가입했습니다. EcoBeautyScore 컨소시엄은 화장품이 환경에 미치는 영향에 대해 평가하고 측정하는 스코어링 시스템 개발을 목표로 글로벌 화장품 및 퍼스널케어 기업과 전문 협회들이 참여해 발족한 협의체입니다. 아모레퍼시픽은 컨소시엄 참여를 통해 환경발자국 및 스코어링 방법론 기반을 구축하였으며, 화장품 환경발자국 측정을 위한 1차 모델을 개발하였습니다. 앞으로도 고도화된 방법론을 기반으로 제품의 환경발자국을 측정하고, 측정 결과를 정확하고 투명하게 고객에게 제공하고자 합니다.

국제 학술지에 가시광선을 이용한 친환경 모발 강화 및 컬링 연구 결과 게재

아모레퍼시픽 R&I Center와 가천대학교 공과대학 공동연구팀은 환경과 모발, 두피에 해로운 기존 헤어펌제 성분을 대체할 수 있는 연구를 진행했습니다. 그 결과, 환경 및 인체에 무해하고, 머리카락에 손상을 주지 않는 헤어케어 및 헤어펌 기술을 성공적으로 개발했습니다. 공동연구팀은 비타민 B와 가시광선의 조합이 다른 제형 소재와 함께 헤어 단백질의 가교 반응을 유도할 수 있다는 점에 주목했습니다. 이를 통해 인체에 무해하면서도 헤어의 기계적 강도 및 컬링 효과를 증진할 수 있다는 것을 확인했습니다. 이러한 공동 연구 결과는 2022년 6월 환경과학 관련 저명한 국제 학술지 《Journal of Cleaner Production》(영향력지수(IF) 10.956)에 게재되었습니다. R&I Center는 이번 연구를 통해 확보한 성과와 솔루션을 활용해 신규 화장품 개발을 진행할 예정입니다.

바이탈뷰티 '슈퍼콜라겐 에센스 비오틴', 건강기능식품 최초 2022년 대한민국 올해의 녹색상품 선정

바이탈뷰티의 '슈퍼콜라겐 에센스 비오틴'이 2022년 대한민국 올해의 녹색상품에 선정되었습니다. '대한민국 올해의 녹색상품'은 소비자의 환경성 개선 상품 사용을 독려하고 기업의 녹색상품 생산을 유도하기 위해 비영리 시민단체인 한국녹색구매네트워크가 주관하고 환경부가 후원하여 2008년 제정된 상입니다. 건강기능식품으로서는 최초로 녹색상품에 선정된 '슈퍼콜라겐 에센스 비오틴' 제품은 보존제와 인공색소를 사용하지 않고 용기의 플라스틱 사용량을 절감한 성과를 크게 인정받았습니다. 1일 1병씩 마시는 기존의 방식을 10일 동안 나눠 마시는 대용량 용기 형태로 바꿔 플라스틱 사용량을 64.2% 절감시켰습니다. 이를 통해 연간 17.6톤의 플라스틱 사용량 절감 효과를 확보했습니다.



바이탈뷰티 '명작수 녹', 녹색기술 제품 인증 획득

초고압 인삼 가공 기술인 천삼화 기술을 활용한 바이탈뷰티의 '명작수 녹'이 2022년 8월 녹색기술 제품 인증을 받았습니다. 녹색기술 제품 인증은 2010년 공포된 저탄소 녹색성장 기본법에 따라 유망한 기술 또는 사업을 인증하는 제도로 한국산업기술진흥원이 접수해 녹색인증심의위원회 평가를 거쳐 선정하고 있습니다. '명작수 녹'에 적용된 천삼화 기술은 기존 방식보다 홍삼 가공 공정을 단축하여 에너지 사용량을 약 10% 이상 절감할 수 있어 녹색기술 인증을 획득한 친환경 기술입니다.

고차단성 PPA Polypropylene 단일 파우치 기술, 대한민국 패키징 대전 수상

아모레퍼시픽은 재활용성이 우수한 단일소재 포장재 기술 개발을 통해 대한민국 패키징 대전에서 부천시장상을 수상했습니다. 고차단성 PP 단일 파우치는 PP 단일 재질로 재활용성이 우수하고, 내용물 유출, 이물질 유입에 대한 높은 차단성을 가진 용기입니다. 기존 재활용이 어려운 알루미늄 다층필름 파우치를 무기산화물SiOx 나노 박막의 투명증착기술을 이용한 PP 재질 단일 파우치로 대체할 수 있는 기술입니다. 아모레퍼시픽은 재활용이 어려운 복합소재 포장재 사용을 지양하고, 단일소재 포장재 개발을 통해 재활용성이 우수한 포장재 적용 제품을 확대할 계획입니다.

2022 Highlight 2 재생에너지 확대를 위한 다양한 노력

아모레퍼시픽그룹은 전 세계가 직면한 환경문제에 적극 대응해 경영 활동이 미치는 환경 영향을 줄이고 지구와 사회에 긍정적인 영향을 확대하기 위해 재생에너지에 대한 투자를 이어가고 있으며, 국내 최초로 직접 재생에너지 공급 계약을 체결하는 등 RE100 달성을 위한 지속적인 노력을 수행하고 있습니다.

국내 최초 재생에너지 직접 전력거래계약 체결

아모레퍼시픽은 2021년 3월 10일 국내 뷰티 업계 최초로 RE100에 가입했으며 2025년까지 전 생산 사업장 및 R&I Center, 물류, 지역사업부에서 사용하는 모든 전기를 재생에너지로 대체할 계획입니다.

이를 위해 2022년, 아모레퍼시픽은 민간 발전사업자 SK E&S와 국내 최초로 재생에너지 직접 전력구매계약(Power Purchase Agreement)을 체결했습니다. 아모레퍼시픽의 대전 데일리뷰티 사업장은 20년간 직접 PPA를 통해 5MW 규모의 태양광발전소에서 생산된 재생에너지 전력을 공급받을 예정입니다. 이는 연간 약 2,700톤 가량의 온실가스를 감축하는 효과가 있을 것으로 기대하고 있습니다. 이처럼 아모레퍼시픽은 국내 최초로 재생에너지를 직거래 계약함으로써 RE100 이행의 선두주자로 앞장서고 있습니다.



오산 아모레 뷰티파크에 재생에너지를 공급 중인 영광중앙솔라

재생에너지 100%를 통한 제품 생산

아모레퍼시픽은 한국전력공사, 에코네트웍스와 20년간 재생에너지를 공급받는 제3자 PPA¹⁾를 체결했습니다. 이를 통해 오산에 위치한 아모레 뷰티파크는 2023년 2월부터 2MW 규모의 태양광 발전설비에서 생산된 재생에너지를 공급받고 있습니다. 이를 통해 연간 1,100톤 이상의 온실가스를 감축할 것으로 예상합니다.

아모레 뷰티파크는 이미 2.6MW 규모의 자체 태양광 발전 인프라가 구축되어 있으며 태양광 전력이 생산되지 않는 시간대나 발전량이 부족한 상황을 고려하여 한국전력공사에서 녹색프리미엄으로 재생에너지 사용 실적을 인정받고 있습니다. 이에 제3자 PPA로 추가적인 재생에너지를 확보하여 100% 재생전력을 사용해 제품을 생산하는 사업장으로 거듭났습니다.

1) 제3자간 PPA: 한국전력공사가 발전사업자와 구매계약을, 기업과 판매계약을 각각 체결해 재생에너지 전력을 3자 간에 거래하는 제도

제주 마을 풍력과 국내 최초 가상 전력구매계약 체결

아모레퍼시픽은 2022년 11월 제주 북촌리 마을 풍력인 (주)북촌서모풍력과 국내 최초로 가상전력구매계약을 체결했습니다. 제주도청에서 진행된 '민·관 협력 제주형 RE100 거래시장 체계 마련 업무협약'에 따른 첫 성과로 이를 통해 재생에너지를 효과적으로 활용할 수 있는 기반을 조성하며 탄소중립 촉진의 선도 역할을 수행할 것입니다.

이번 가상전력구매계약을 통해 2040년까지 약 17년간 3MW 규모의 풍력발전 재생에너지 확보가 가능합니다. 계약을 통해 얻게 되는 재생에너지 인증서로 아모레퍼시픽 건물과 사업장에 대한 재생에너지 전환이 가능하여 RE100 달성에 크게 기여합니다.

뿐만 아니라 매월 고정 가격에서 시장 전력 도매가격의 차액을 정산하는 방식으로 재정 자립이 필요한 마을 주민의 고정 수익을 보전할 계획입니다. 아모레퍼시픽은 이와 같은 노력을 통해 지역사회와 상생하며 기후위기 시대에 지역사회와 함께 재생에너지 전환을 위해 노력할 것입니다.

2) 가상전력구매계약(Virtual Power Purchase Agreement): 기업이 발전소의 전기 판매와 관련된 시장 위험을 부담하고 에너지 인증서를 받는 거래 유형

2022 Highlight 3 디지털 혁신을 통한 맞춤형 제품 개발

고객의 라이프스타일이 다양해짐에 따라 개인의 관심사와 니즈에 맞는 맞춤형 제품과 서비스에 대한 기대가 커지고 있습니다. 아모레퍼시픽그룹은 디지털 혁신을 통해 피부, 수면 패턴 등 개개인 특성에 최적화된 제품과 서비스를 제공하여 고객에 차별화된 경험을 선사하며 고객 만족도를 높이고 있습니다.



맞춤형 스킨케어 화장품 제조기기 코스메칩

맞춤형 화장품 제조기기 '코스메칩' CES 혁신상 수상

CES 2023 생활가전Home appliance 부문 혁신상을 받은 '코스메칩COSMECHIP'은 효능 성분이 들어 있는 액티브칩 ACTIVECHIP을 꽂아 맞춤형 스킨케어 화장품을 만들 수 있는 기기입니다. 액티브칩은 짧은 주기의 고객 피부 고민 변화에 따라 1회 제조 시 2주 분량의 화장품 제조를 통해 즉각 대응이 가능하여, 바뀌는 피부 고민에 즉시 대처할 수 있습니다. 또한 아모레퍼시픽이 개발한 미세 유체 채널 기술을 적용하여 소량의 물과 효능 성분을 균일하게 조합할 수 있습니다. 더불어 효능 성분의 선택 이외에도 고객의 기호에 따라 오일량과 사용감이 조절된 제품을 제공합니다. 액티브칩에 보관된 효능 성분은 수분을 포함하지 않아 안정적으로 장기간 보관 가능해 고객 전달 시점까지 효능이 최상의 상태로 신선하게 유지됩니다. 로봇공학Robotics 부문에서 혁신상을 수상한 톤워크Authentic Color Master by TONEWORK는 인공지능AI과 로봇팔 기반 맞춤형 메이크업 스마트 제조 시스템 솔루션입니다. 안면인식 기술과 색채학 접근법이 적용된 인공지능 알고리즘은 고객의 피부 톤을 정확하게 판단하고, 최적의 메이크업 컬러를 제안합니다. 고정밀 로봇 팔은 맞춤형 파운데이션과 쿠션, 그리고 리퀴드 립스틱과 같이 다양한 메이크업 제품 유형을 단시간 내에 제조할 수 있습니다.

연구 협력을 통한 개인 맞춤 수면 솔루션 개발

아모레퍼시픽은 에이슬립Asleep과 수면 분야 연구 협력 강화를 위한 업무 협약을 체결했습니다. 에이슬립은 수면 중 숨소리 데이터를 비접촉 방식으로 수집하여 이를 인공지능AI 기술을 활용하여 분석해 수면의 다양한 상태를 진단하는 솔루션을 보유한 슬립테크SleepTech 스타트업입니다. 에이슬립의 기술은 타사의 수면 분석 기술과 달리 장비의 직접적인 접촉 없이 스마트폰만으로 수면 단계를 측정할 수 있어 간편하다는 장점이 있습니다. 또한 기존 웨어러블(착용형) 및 보조 기구(패드, 압력센서)를 활용한 방식보다 정밀한 수면 분석이 가능합니다.

아모레퍼시픽은 에이슬립과의 협업을 통해 수면 시장을 확대할 수 있는 차세대 수면 솔루션을 공동 개발할 예정입니다. '슬리핑 뷰티' 카테고리의 글로벌 경쟁력을 더욱 강화한다는 방침으로 초개인화된 첨단 수면 진단을 통해 화장품과 건강기능식품을 과학적으로 검증하고, 다양한 시도를 통해 수면 시장의 경쟁력을 확보해 나갈 예정입니다. 이를 통해 개개인에게 최적화된 아모레퍼시픽만의 수면 연계 제품을 선보여 고객의 삶의 질 향상을 도모할 계획입니다.



아모레퍼시픽-에이슬립 수면 연구 협력 업무 협약

AI 기반 피부 진단 기술을 활용한 맞춤형 화장품 제공

닥터 아모레Dr.Amore®는 아모레퍼시픽의 60년 이상의 피부 연구와 인공지능AI 기술을 기반으로 임상 전문가들이 판정한 2만 장 이상의 피부 사진을 학습하여 개발된 피부 이미지 진단 AI 기술입니다. 고가의 피부 측정 장비 없이 사진 이미지 한 장 만으로도 주름, 모공, 색소침착, 홍반 등 다양한 피부 상태를 높은 정확도로 측정할 수 있어 대규모 고객 피부 연구나 비대면 고객 맞춤 서비스 등의 활용에 적합하여 자사의 표준 피부 진단 플랫폼으로 자리매김할 수 있었습니다.

또한 커스텀미CUSTOM.ME는 고객 피부에 맞는 화장품과 솔루션을 제공하여 2023년 2월 초개인화 맞춤형 화장품인 커스텀미 비스포크 에센스를 출시했습니다. 커스텀미플러스 CUSTOM.ME+ 스마트폰 어플리케이션에 고객의 얼굴 사진을 업로드하면 인공지능AI 기술이 피부 상태를 진단해 개인별 피부 분석 리포트를 제공합니다. 이후 평소 피부 고민과 생활 습관에 대한 설문 내용을 분석한 뒤 피부 상태를 고려한 두 가지 효능 성분과 피부 타입에 적합한 제형을 조합해 최적의 제품을 제조합니다.

MIT 연구팀과의 협업을 통한 세계 최초 전자피부 개발

아모레퍼시픽은 미국 메사추세츠 공대MIT 연구팀과 공동 연구하여 세계 최초로 '칩-리스 무선 전자피부'를 개발했습니다. 칩이 없는 단결정 반도체를 사용, 센서의 민감도가 우수하며 굴곡진 피부에도 부착 가능해 언제 어디서든 무거운 장비 없이 개인의 피부 상태를 무선으로 측정할 수 있습니다. 극한의 추위, 더위, 건조함을 견디며 특수 환경에서 근무하는 사람들의 피부 진단이 쉬워지면서 이들을 위한 맞춤형 기능성 화장품 개발이 가능해졌습니다. 전송된 피부 진단 결과는 추후 맞춤형 화장품과 다양한 기능성 화장품 개발에 필요한 데이터로 활용될 예정입니다.

Chapter 3

Our Performance

환경 Environmental

- 33 환경경영 체계
- 35 기후변화 대응
- 38 기후 리스크 및 기회 관리
- 40 환경 영향 최소화

사회 Social

- 44 일하기 좋은 직장 구현
- 48 인권경영
- 51 안전보건
- 54 지속가능한 공급망
- 56 동반성장
- 58 제품 안전
- 61 고객 만족
- 65 정보보안
- 67 사회공헌

거버넌스 Governance

- 73 기업 지배구조
- 76 리스크 관리
- 78 윤리경영

Environmental

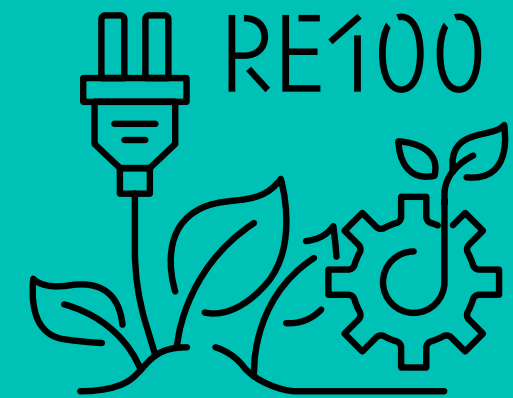
환경

2022 성과

재생에너지 전환 확대

재생전력 사용 비율 34.1%¹⁾

1) 아모레퍼시픽 기준



대전 데일리뷰티 사업장, 국내 최초

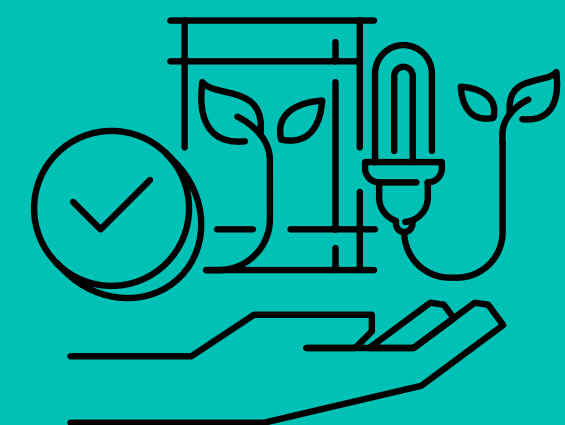
재생에너지

직접 전력거래계약^{EPPA} 체결



오산 아모레 뷰티파크, 국내 뷰티업계 최초

폐기물 매립 제로 검증^{ZWTL} 획득



환경경영 체계

아모레퍼시픽그룹은 기업 활동 전 과정 관점에서 환경 영향을 최소화하기 위해 환경방침을 수립하였으며, 전 사업장을 대상으로 환경경영 관리체계를 구축했습니다.

환경경영 추진 체계

환경방침

아모레퍼시픽그룹은 기업 활동에서 발생하는 환경 영향을 최소화하고 환경 보전에 대한 사회적 책임을 다하고자 합니다. 이러한 책임 의식과 의지는 그룹의 환경방침에 잘 담겨있습니다. 전 임직원이 환경에 대한 가치를 인식하고 있으며, 모든 업무에서 환경방침을 준수하고 순환 경제를 향한 책임과 의무를 다하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 아모레퍼시픽그룹의 환경을 위한 노력은 경영활동 전 과정에서 고려됩니다. 전사 차원의 환경경영시스템을 구축하였으며, 지속적인 평가 및 개선을 통해 환경 영향을 최소화해 나갑니다. 아모레퍼시픽그룹의 활동뿐만 아니라 공급망에서의 환경 영향을 관리하고자 협력사 선정 단계부터 환경 리스크를 고려하며, 협력사들과 주요 환경 이슈에 대해 지속적으로 소통하고 있습니다.

환경방침

환경경영 관리 시스템

아모레퍼시픽그룹은 지속가능한 환경경영 추진을 위해 전 생산 사업장에 환경경영시스템ISO 14001을 적용했으며, 뷰티 업계 최초로 통합환경허가(제0294-01호)를 취득했습니다. 국제 표준에 부합하는 환경경영시스템 운영을 통해 제품 생산 활동 전 과정에서 환경에 미치는 부정적인 영향을 최소화하고자 합니다.

또한 아모레퍼시픽그룹 내 사업장은 4단계 Plan-Do-Check-Act로 설계된 안전보건환경Safety, Health & Environment 관리 표준을 준수하고 있습니다. SHE 그룹 지침 기반의 31개 관리 항목을 도출해 환경관리 그룹 표준을 운영합니다. 리스크 중심 감사 체계를 마련하였으며, 리스크 점수가 높은 문제 위주로 개선 활동을 이행합니다.

더불어 환경 에너지 사고 대응 체계를 구축하여 매년 비상 상황 대응 훈련을 정기적으로 실시하고 있습니다. 또한, 아모레 뷰티파크에서는 내부 환경 관련 사규 개정에 따라 강화된 환경 사고 비상 대응 절차를 운영하고 있습니다. 폐기물 운반 및 보관, 내용물 및 반제품 이동, 원료 이동 및 입고, 실험실 시약 취급 등 각 상황에서 발생할 수 있는 환경 사고에 대비한 비상 대응 매뉴얼 총 17개를 마련했습니다. 환경 사고가 발생할 경우, 예방과 대응 가이드라인에 따라 보고하고 조치를 취할 것을 의무화하고 있습니다.

SHE 관리 표준

Plan		Do		Check	
규정 1	SHE 관리 시스템	규정 14	유해·위험 작업 관리	규정 29	모니터링 및 측정
규정 2	리스크 평가 및 관리	규정 15	작업 환경 관리	규정 30	감사 및 지도 점검
		규정 16	건강·위생 관리		
Do				Act	
규정 3	법규 관리	규정 17	방문자 안전 관리	규정 31	부적합 사항 개선
규정 4	문서·기록 관리	규정 18	출장 안전보건 관리		
규정 5	자원 관리	규정 19	행사 안전보건 관리		
규정 6	교육 관리	규정 20	어린이집 안전보건 관리		
규정 7	의사소통 관리	규정 21	안전 문화 관리		
규정 8	파트너 SHE 관리	규정 22	물 관리		
규정 9	비상상태 관리	규정 23	대기·약취 관리		
규정 10	설비·시설 관리	규정 24	폐기물 관리		
규정 11	화학물질 관리	규정 25	소음·진동 관리		
규정 12	특정물질 관리	규정 26	토양·지하수 오염 관리		
규정 13	차량·하역 운반 기계 안전 관리	규정 27	에너지·온실가스 관리		
		규정 28	환경영향평가		

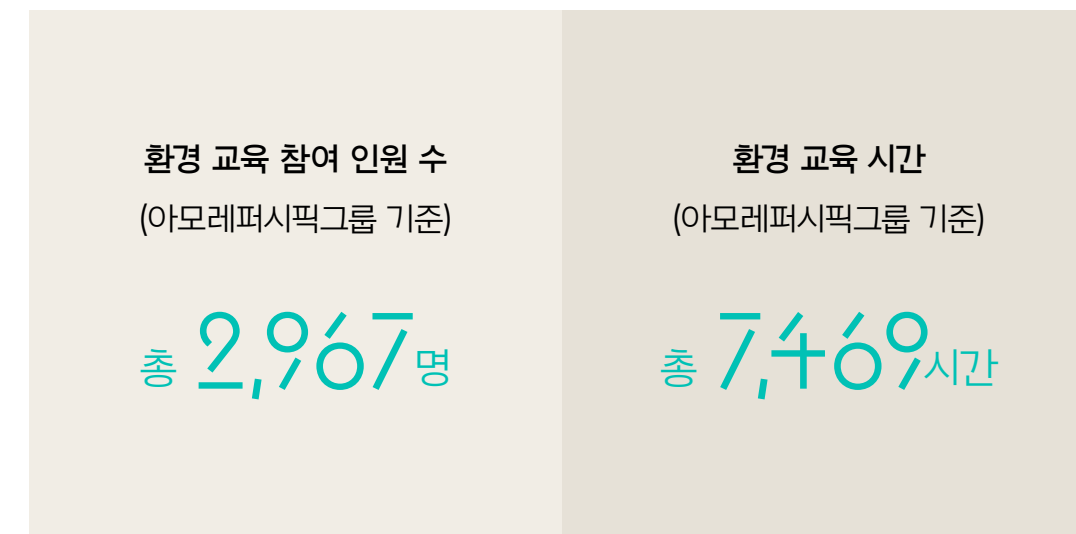
환경 성과 관리

아모레퍼시픽은 5대 지속가능경영 전략 방향 'A MORE Beautiful Promise'에 따라 포장재, 에너지 등 중요 환경 이슈에 대한 중장기 환경 목표를 수립하였으며, 목표 달성을 위한 관리 활동을 실시하고 있습니다. 연도별 목표에 대한 실적은 경영진의 보상 체계와 연동되어 중장기 목표 달성을 위한 경영진들의 적극적인 참여를 유도하고 있습니다. 나아가 매년 생산 사업장에서는 '환경 운영 지수' 목표를 설정하고 있으며, 매월 그 실적을 모니터링합니다. 해당 실적은 관련 경영진 및 임직원의 KPI와 연동되어 환경 성과 관리에 대한 실행력을 보다 강화했습니다.

환경 투자 및 교육

아모레퍼시픽그룹은 원활한 환경경영 관리 시스템 운영과 환경 목표 달성을 위해 환경 투자를 집행하고 있습니다. 2022년 환경 투자 및 운영 비용은 아모레퍼시픽그룹의 경우 총 45.5억 원이며, 아모레퍼시픽은 45억 원입니다. 또한 신규 투자 시, 안전환경 체크리스트를 바탕으로 환경 리스크에 대한 사전 검토가 이루어집니다. 체크리스트를 통해 환경규제 준수 여부, 안전보건 등에 관련된 사항이 점검되며, 안전환경 담당팀의 검토가 이뤄진 건에 대해서만 신규 투자가 진행됩니다.

아모레퍼시픽그룹은 전 임직원의 친환경 경영에 대한 인식 수준을 제고할 수 있도록 플라스틱, 환경성 표시·광고, 기후변화, 화학물질 등의 주제에 대해 사내 환경 교육을 실시하고 있습니다. 특히 환경에너지소위원회에서는 법정 교육 외에도 환경 실무 담당자 교육을 실시하고 있습니다. 환경·에너지 관련 정책 및 동향 교육, 오염 방지 설비 관리·건물 에너지 절약 관리 실무 교육 등을 통해 환경 분야 담당 실무진의 역량을 제고하고자 합니다. 2022년에는 국내 전 생산사업장 현장 방문을 통해 적법 운영 사항을 검토했으며, 환경정책 동향 및 법규 이행 교육을 실시했습니다. 그 결과 중대한 환경 법규 위반 건수와 환경 법규 위반에 따른 벌금 납부 사항은 없었습니다.



기후변화 대응

아모레퍼시픽은 생산 공정과 기업 활동에서 발생하는 온실가스 배출량 감축 및 배출하는 만큼의 온실가스 상쇄를 통해 탄소중립을 실현하고 기후변화에 대한 글로벌 기업 시민의 역할을 다하고자 합니다. 특히 제품 생산공정에서 재생에너지 사용을 확대하고, 공급망을 포함한 기업의 활동 전 과정에서 배출하는 온실가스 배출량을 감축함으로써 기후변화에 적극 대응하겠습니다.

기후변화 대응 전략

아모레퍼시픽은 약 30여 년에 걸친 친환경 뷰티 리더십을 바탕으로 탄소중립을 실현하기 위한 기후변화 전략을 수립했습니다. 탄소중립 실현을 위한 아모레퍼시픽 기후변화 전략의 두 축은 프로세스 혁신(Process Innovation)과 제품 혁신(Product Innovation)입니다.

프로세스 혁신(Process Innovation)을 통해 전사, 생산, 물류, 협력사에 걸쳐 기후 영향을 최소화하고자 합니다. 가장 먼저, 아모레퍼시픽은 제품의 생산부터 폐기에 이르는 전 과정 중 우선적으로 생산에 사용하는 전기를 재생에너지로 전환하도록 노력할 것입니다. 이후 2025년까지 생산 사업장을 포함해 아모레퍼시픽 본사, R&I Center, 매장, 영업소까지 아모레퍼시픽의 모든 사업장에서 100% 재생에너지를 사용해 전 과정에서 발생하는 기후 영향을 최소화할 것입니다.

제품 혁신(Product Innovation)을 통해 제품 단위의 온실가스 배출을 저감하고 다양한 이해관계자가 함께 기후 위기에 협력할 수 있는 기반을 마련할 것입니다. 원부자재, 제품 사용과 폐기 등 전 과정에서의 온실가스 배출량을 감축하여 제품의 탄소발자국을 줄여나갈 것입니다. 그리고 정부, 기업, 협력사, 시민단체 등 여러 이해관계자와 함께 기후 위기를 극복하기 위해 힘을 합치겠습니다.

탄소중립 실현을 위한 아모레퍼시픽 기후변화 전략

PROCESS INNOVATION

전사

글로벌 생산 사업장, 아모레퍼시픽 본사, R&I Center, 지역사업부 등

재생전력 100% 사용

생산

글로벌 생산 사업장

탄소중립 5개 사업장

물류

국내 물류

친환경 차량 100% 전환

협력사

지속가능성 평가 실시 및 환경 영향 공동 저감

PRODUCT INNOVATION

제품

환경 발자국 저감 상품 개발

물·탄소 저감 제품 확대
그린 케미스트리 연구 강화
석유 유래 플라스틱 사용량 절감
포장재 재질·구조 개선

고객

인식 개선

친환경 경험 제공 및 교육 확대



2030 탄소중립 로드맵

아모레퍼시픽은 기후변화의 심각성을 인지하고 책임 있는 글로벌 기업 시민으로서 기업 활동에서 발생하는 온실가스 배출량을 줄이고자 노력하고 있습니다. 이를 위해 산업계, 학계 전문가 및 최고 경영자와 함께 2030년 탄소중립 로드맵(Carbon Neutrality Roadmap)을 수립하였습니다. 아모레퍼시픽은 2030년까지 Scope 1,2 배출량을 2018년 배출량 대비 100% 감축할 것입니다. 2022년 아모레퍼시픽은 전 사업장에서 사용되는 재생전력 비중을 34.1%까지 늘리고, 생산 사업장의 에너지 효율을 향상시켜 온실가스 배출량을 2018년 대비 42.7% 절감했습니다. 2022년까지 국내 보유 차량 중 8대를 전기차로 전환하였으며, 급속충전기 5대를 설치하여 친환경 탄소중립 전환을 이어나가고 있습니다.

재생에너지 전환

아모레퍼시픽은 국내 뷰티 업계 최초로 글로벌 재생에너지 캠페인인 RE100에 동참했습니다. 기후변화 위기를 극복하기 위해 재생에너지 확대의 중요성을 인식하고 있기에 2025년 RE100 조기 달성을 목표로 새로 개정된 국내 재생에너지 정책을 다양하게 활용하는 시도를 하고 있습니다. 2022년 SK E&S와 국내 최초로 재생에너지 직접 전력거래계약(PPA)을 체결했습니다. 이를 통해 대전 데일리뷰티 사업장이 2023년 상반기부터 20년 간 5MW 규모의 재생에너지를 공급받아 연간 약 2,700톤의 온실가스를 감축하는 효과를 낼 것으로 기대하고 있습니다. 또한 2022년, 아모레퍼시픽은 한국전력공사, 에코네트워크와 제3자간 전력거래계약(PPA)을 체결했습니다. 설화수, 라네즈 등 아모레퍼시픽 주요 제품을 생산하는 아모레 뷰티파크는 이미 2.6MW 규모의 자체 태양광 발전 인프라를 확보한 상태이며, 녹색프리미엄과 제3자 PPA를 통한 재생전력 수급으로 2022년부터는 100% 재생전력을 이용하여 제품 생산이 가능해졌습니다. 나아가 2022년 아모레퍼시픽은 SK E&S, 북촌서모풍력과 국내 최초로 재생에너지 가상 전력거래계약(VPPA)을 체결했으며, 약 20년 간 3MW 규모의 재생에너지를 공급받을 예정입니다.

뿐만 아니라 아모레퍼시픽 사업장에서도 자체적으로 재생에너지를 생산하려는 노력이 다각적으로 이뤄지고 있습니다. 상하이 뷰티사업장은 2021년부터 사용전력의 100%를 재생에너지로 사용하고 있으며, 2022년 오산 아모레 뷰티파크, 대전 데일리뷰티, 상하이 뷰티사업장에 1.6MW 규모의 태양광 발전 시설을 설치하였습니다. 현재 아모레퍼시픽은 4.3MW 규모의 태양광 발전 시설로부터 재생에너지를 자체 생산하여 사용하고 있으며, 가상 전력거래계약을 통한 재생에너지 추가 확보로 2022년 전사에서 사용한 전기의 34.1%를 재생전력으로 전환할 수 있었습니다.

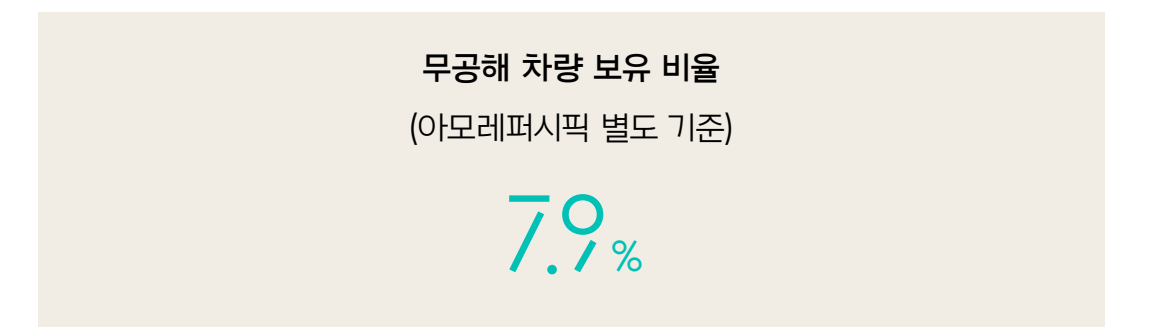
생산 사업장의 에너지 효율화

오산 아모레 뷰티파크는 에너지 사용량을 절감하고 재생에너지 사용 비중을 높이기 위해 다양한 활동을 시행했습니다. 먼저, 에너지 효율 강화 및 절감 활동을 통해 총 에너지 사용량을 줄였습니다. 또한 비용 투자 및 유지 관리가 요구되나 재생에너지를 가능한 자체적으로 생산하기 위해 자가발전시설을 확대하고 있습니다. 2022년 생산 사업장의 총 전기 사용량 중 4%는 태양광 발전을 통해 얻고 있으며, 앞으로도 자가발전시설을 확대해 나갈 계획입니다. 더불어 녹색 프리미엄 구매, 전력수급계약(PPA) 체결 등을 통해 2022년 사업장 단위로서 RE100을 달성하였습니다.

또한 전체 에너지 사용량을 절감하기 위해 설비 운영 과정의 혁신 및 생활 속 전기 절약 활동을 병행했습니다. 설비 운영 여부와 관계없이 24시간 개방되어 있던 송풍기를 제어하는 시스템을 수립했으며, 전력 에너지를 절감하는 동시에 오염물질의 대기 희석을 방지하는 설비 시설 개선을 통해 환경부 우수사례로 선정되었습니다. 생산 시설의 보온 또는 가온 시스템을 변경하여 전력 사용량을 절감했으며, 이에 더해 전기 절약 활동, 에너지 TF 활동을 통해 지속적인 절감 활동을 발굴하고 추진했습니다. 대표적으로 오산 아모레 뷰티파크에서는 모터 인버터 적용, 냉난방 온도 유지 조절, 조명 제어 효율화 및 설비 기능 개선 등의 활동을 통해 연간 가스(Scope 1) 사용량 72,519㎥와 전기(Scope 2) 사용량 812,276kW를 절감하였습니다.

저탄소 물류 전환

아모레퍼시픽은 제품을 배송하기 위한 직간접적 활동 영역에서도 온실가스 배출량을 최소화하고자 합니다. 이를 위해 현재 8대의 전기차를 도입했으며 5기의 급속충전기를 운영하고 있습니다. 물류센터 차량을 친환경 차량으로 지속적으로 전환할 계획이며, 2030년까지 모든 연계 물류 차량을 친환경 차량으로 전환하고자 합니다.



친환경 건물 설계

아모레퍼시픽그룹은 친환경 건물을 구축하여 에너지 사용의 효율화를 이루고 있습니다. 아모레퍼시픽 본사는 '녹색건축 최우수 등급', '건물 에너지 효율등급 인증 1등급' 및 'LEED 골드 등급'을 받은 친환경 건물입니다. 아모레퍼시픽 본사 건물은 에너지 수요 예측량 대비 37.6%의 에너지 절감 효과를 내도록 설계되었습니다.

또한 아모레퍼시픽은 RE100 선언에 따라 재생에너지 발전량을 확대하기 위해 본사 및 생산 사업장 유휴 공간을 활용하여 태양광 발전 설비 등 재생에너지 사용을 확대하고 있습니다. 아모레퍼시픽 본사, 오산 아모레 뷰티파크, 이니스프리 제주 하우스 건물 등에 태양광 패널을 설치하여 운영 중에 있습니다. 아모레퍼시픽 본사의 경우 태양광 및 지열을 포함하여 약 4.2TJ의 재생에너지를 자체 생산하여 사용하고 있습니다. 중국 상하이 뷰티사업장은 태양광 발전 설비를 설치하여 2021년 재생에너지 100%의 탄소중립을 달성하였으며, 2022년 또한 탄소중립을 유지한 바 있습니다. 현재까지 국내외 다양한 사업장의 유휴 공간을 활용하여 4.3MW 용량의 태양광 발전 설비를 설치했습니다.

특히 오산 아모레 뷰티파크는 친환경 설계로 주목받는 공간입니다. 오산 아모레 뷰티파크는 물류동 옥상에 태양광 모듈을 설치해 이미 약 2.6MW 규모의 자체 발전 인프라를 확보한 상태이며, 온실가스 배출량을 줄이기 위해 효율적인 에너지 사용이 이루어지도록 설계되었습니다. 심야 전기를 활용한 수축열 시스템이 구비되어 심야에 냉수를 저장한 후 주간에 냉방용으로 활용하고 있습니다. 또한 자연 채광을 최대화하도록 설계되었으며, 인공지능 조명 등을 통해 전력 사용을 절감하고 있습니다. 빗물 저장소와 정화 처리 시설을 설치하여 연간 6,000톤 이상의 빗물을 조경, 작업복 세탁 등에 재사용하고 있으며, 전체 공정에 필요한 용수 사용량의 30%에 해당하는 양을 재활용하고 있습니다.



오산 아모레 뷰티파크 옥상에 설치된 태양광 설비

기후 리스크 및 기회 관리

아모레퍼시픽그룹은 기후변화의 심각성을 인지하고 있으며, 비즈니스 운영에 있어서 중요하게 대응해야 하는 요소로 고려하고 있습니다. 기후 리스크와 기회를 체계적으로 평가하여 회사에 미치는 영향이 큰 요인들을 경영 전략에 반영하고 있으며, 적절한 대응 방안을 수립하여 리스크에 선제적으로 대응하고자 합니다.

기후 리스크 및 기회 관리 체계

기후 거버넌스

기후 리스크 및 기회는 이사회 산하 ESG 위원회에서 관리감독합니다. 구체적으로 기후 전략, 실행 계획, 이행 실적 등에 대한 보고 및 의사결정이 ESG위원회에서 매 분기마다 이루어집니다. 2022년에는 기후변화와 관련된 내·외부 동향과 온실가스 감축 및 RE100 추진을 위한 투자 계획과 추진 성과 등이 ESG위원회에서 논의되었습니다. 최고 경영진으로 구성된 지속가능경영위원회는 ESG위원회와 협력하여 기후 아젠다에 대한 전략적 의사결정을 내리고 핵심과제의 이행을 모니터링합니다.

기후 리스크 및 기회 관리 프로세스

아모레퍼시픽그룹은 회사 비즈니스와 연관성이 큰 리스크와 기회를 주기적으로 식별하고 있으며, 식별된 요인의 영향 수준을 평가하여 중대한 리스크 및 기회를 선정합니다. 또한 기후 시나리오를 활용하여 시간에 따른 기후 리스크 및 기회의 영향을 분석하고, 분석 결과를 비즈니스 전략에 반영하고 있습니다.

이러한 기후 리스크 관리 프로세스는 전사적 위험 관리 프로세스Enterprise Risk Management에 통합되어 운영됩니다. ESG위원회에서 기후 리스크를 정기적으로 관리하며, 중대한 기후 리스크 발생 시 최고 경영진으로 구성된 전사 리스크관리위원회에서 해결 방안을 논의하고 대응 방안을 마련하고 있습니다.

Step 1

Step 2

Step 3

기후 리스크 및 기회 식별

기후 리스크 및 기회 평가

기후 시나리오 분석

STEP 1: 기후 리스크 및 기회 식별

아모레퍼시픽그룹은 기후 리스크 요인을 식별하여 선제적 대응을 통해 부정적 영향을 최소화하고자 합니다. 또한 기회 요인을 파악하여 이를 경영전략 및 활동에 반영하고 신성장 동력을 실현하고자 합니다. TCFD 권고안에 따라 기후 리스크를 전환 리스크와 물리적 리스크로 구분하였으며, 회사 비즈니스와 연관성이 높은 리스크와 기회에 대한 식별을 진행했습니다.

주요 기후 리스크 및 기회 요인

구분	기후 리스크	기후 기회	잠재 재무 영향
전환 리스크	<ul style="list-style-type: none"> · 강화된 온실가스 배출량 보고 의무 · 전 세계 포장재, 폐기물 관리 규제의 심화로 제품 수출 리스크 및 규제 준수 비용 증가 	<ul style="list-style-type: none"> · 2030년 생산 사업장 탄소중립 목표에 따른 온실가스 관리 규제 사업장 제외 · 재생에너지 발전 확대로 화석 연료 가격 상승에 대한 비용 노출 감소 · 재활용 가능한 제품 생산에 따른 재활용 분담금 비용 감소 	<ul style="list-style-type: none"> · 기후 관련 규제 대응 비용 증가 · 재생에너지 100% 전환에 따른 화석연료 변동 비용 최소화 · 에너지 설비 효율화로 중장기 생산 원가 절감
기술	<ul style="list-style-type: none"> · 제품 품질 수준 고도화(설비 도입 등)에 따른 사업장 물-에너지 사용량 증가 · 저탄소-물 저감 제품 및 기술에 대한 연구 부담 증가 	<ul style="list-style-type: none"> · 변화하는 소비자 니즈 충족에 따른 기술-품질 경쟁 우위 확보 · 저탄소 제품 생산 프로세스 마련 	<ul style="list-style-type: none"> · 신규 투자 및 연구, 설비 도입 등에 따른 에너지 비용 증가 · 물 재사용, 우수 사용 등으로 원가 절감
제품 및 서비스	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자 변화로 시장 수요 및 매출 변화 · 기상 이변에 따른 원부자재 공급 불확실성 증가 · 물 부족 국가의 물 사용 제품(샴푸, 바디워시 등) 사용 제한 	<ul style="list-style-type: none"> · 저탄소-물 저감 제품 소비 증가 · 기후변화 적응에 따른 새로운 시장 가치 창출 	<ul style="list-style-type: none"> · 극한 기후에 따른 원부자재 비용 증가로 원가 상승 · 저탄소-물 저감 제품의 수요 및 매출 증가 · 친환경 물류-운송-판매 방식 전환으로 운영 비용 감소
평판	<ul style="list-style-type: none"> · 이해관계자(NGO 등)의 부정적 견해 및 평가 	<ul style="list-style-type: none"> · 친환경 활동 확대로 진정성 있는 고객 소통 및 신뢰 확보 	<ul style="list-style-type: none"> · 고객 신뢰도 저하로 인한 매출 감소 · 친환경 이미지 강화로 매출 상승
물리적 리스크	<ul style="list-style-type: none"> · 급격한 온도 변화에 따른 원부자재 및 제품 품질 저하 · 극심한 기후 현상 증가(태풍, 홍수 등)에 따른 생산 장애(운송, 공급망 중단, 건강, 안전, 결근 등) · 설비 손상에 따른 복구 비용 증가 	<ul style="list-style-type: none"> · 기후변화 적응 대책 수립에 따른 시설 안전, 임직원 보건 관리, 제품 품질 관리 강화 	<ul style="list-style-type: none"> · 생산 중단 등에 따른 재정적 손실 · 예방 차원의 기후 적응 관리 전략 수립으로 잠재 리스크 저감

STEP 2: 기후 리스크 및 기회 평가

식별된 요인은 전사적 리스크 관리 프로세스에 따라 시장, 제품, 공급망, 판매 및 유통망의 4가지 범주로 분류하여 영향의 정도를 평가하고 있습니다. 평가를 통해 여러 리스크 및 기회 요인 중 사업 전반에 미치는 영향이 큰 잠재 요인을 선정하고, 관련 부서에서 효과적으로 대응할 수 있는 방안을 수립하여 시행합니다.

평가 결과, 물리적 리스크 중 가장 중대한 리스크는 극단적인 날씨로 인한 전력 공급 중단 및 냉난방 공급 중단으로 인한 설비 중단으로 확인되었습니다. 설비 손상에 따라 이를 복구하는데 드는 비용이 증가할 것으로 예측됩니다. 또한 전환 리스크 중 탄소국경세 관련 리스크에 직면하게 될 위험이 큰 것으로 판단했습니다. 특히, 아모레퍼시픽그룹은 아시아, 유럽, 북미 등 다양한 해외 국가에 제품을 수출하기 때문에 탄소국경세 적용 시 생산·수출 비용 증가로 가격 경쟁력이 약화될 수 있습니다.

중대한 기회 요인으로는 친환경 제품 및 서비스 개발에 따른 새로운 시장 가치 창출과 에너지-물 사용 효율화에 따른 중장기 생산 비용 절감으로 분석했습니다. 아모레퍼시픽그룹은 소비자의 친환경 선호도 변화에 맞추어 고객에게 지속가능한 소비 기회를 제공하며, 차별화를 통해 시장 주도권을 확보할 수 있습니다. 또한, 재생에너지 사용 확대는 화석 연료 가격 상승 및 탄소세에 대한 비용 노출을 최소화하는 기회를 제공합니다.

STEP 3: 기후 시나리오 분석

아모레퍼시픽그룹은 기후 시나리오 분석을 통해 미래 기후 리스크 수준을 상세하게 파악하였습니다. 물리적 리스크를 평가하기 위해 IPCC RCP(Representative Concentration Pathways) 4.5와 RCP 8.5 시나리오를 사용했으며, 전환 리스크 및 기회 요인을 평가하기 위해 IEA SDS 시나리오를 사용했습니다.

시나리오 분석 결과, 물리적 리스크의 경우 대규모 홍수로 인한 공장 폐쇄 위험, 수자원 위험, 강수량 증가 등이 가장 영향이 큰 요인들로 확인되었습니다. 평가 결과를 기반으로 해당 영향을 전 사업 과정에서 최소화하기 위한 대응 전략을 수립했습니다. 구체적으로, 사업장의 우수 이용을 확대하고 기상변화에 따른 시설물 안전 점검을 주기적으로 실시하고 있으며, 재생에너지 사용을 확대하여 에너지 사용 효율을 높이고 있습니다.

화장품 산업은 다른 산업에 비해 에너지 소비량과 이산화탄소 배출량이 적기 때문에 탄소세 및 에너지 비용과 같은 전환 리스크의 위험이 다른 산업 부문에 비해 적습니다. 그러나 현재와 같은 추세로 이산화탄소가 배출된다면, 2030년에는 훨씬 많은 이산화탄소를 배출할 것으로 예측됩니다. 아모레퍼시픽그룹이 설정한 탄소 감축 목표를 2030년까지 달성하기 위해서는 이산화탄소 배출 감축 활동은 필수적이기에, 감축 목표를 달성하기 위한 대응 전략을 수립했습니다. Scope 1 배출량을 줄이기 위한 신기술 개발을 적극 추진하고, Scope 2 배출량 저감을 위해 재생전력 설비 설치 및 재생전력 구매를 확대할 예정입니다.

환경 영향 최소화

아모레퍼시픽그룹은 생산 사업장 운영에 따른 환경 영향을 최소화하기 위해 수자원, 폐수, 대기오염물질, 화학물질, 폐기물, 생물다양성 등 사업장을 둘러싼 다양한 이슈에 대응하고 있습니다. 법적 요구 사항보다 강화된 기준으로 관리하고, 생산 사업장 내에서 빗물을 재사용 하는 등 적극적인 대응을 통해 생산 사업장과 주변 생태계에 보다 안전하고 청정한 기업이 되기 위해 노력하고 있습니다.

생산 사업장 환경 영향 저감

화학물질 통합 관리

아모레퍼시픽그룹은 화학물질 통합관리시스템AP-CHEMS을 구축하여 사용하는 모든 화학물질을 안전하게 관리하고 있습니다. 이를 통해 화학물질의 물질안전보건자료MSDS, Material Safety Data Sheet를 통합 관리합니다. 전체 물질별(원료, 시약, MRO 등) 산업안전보건 관련 작업측정 대상, 관리 대상 물질, 위험물, 특별 점검 대상 물질 데이터베이스를 수립하여 체계적인 보건 관리 활동을 수행합니다. 또한 신규물질에 대한 규제 검토 및 데이터베이스화를 진행하고 있습니다.

대기 및 토양 오염 물질 관리

아모레퍼시픽그룹은 대기오염물질의 효율적인 관리 및 저감을 위해 배출 현황을 모니터링하고 설비 정기 점검을 실시하고 있습니다. 특히 아모레 뷰티파크는 2021년 뷰티 업계 최초로 환경부 통합환경허가를 취득하여 대기, 토양, 수질 등 환경오염물질 배출시설별 인허가를 사업장 단위로 통합하여 관리하고 있습니다. 대기방지시설의 송풍기 인버터 제어를 통해 대기배출시설 국소배기장치 댐퍼를 자동 제어하여 대기오염물질 희석 배출을 방지하고 있으며, 대기방지시설 가동 모니터링 시스템이 구축되어 시설의 가동 현황을 실시간으로 관제합니다. 그 결과 법적 배출허용기준 대비 약 20% 정도의 낮은 수준으로 대기 물질을 배출하고 있습니다. 또한 토양 환경을 보전하기 위해 주기적으로 사업장 인근의 토양오염도를 외부 전문기관에 의뢰하여 측정하고 있습니다. 측정 결과는 주기적으로 전사 환경담당자가 참석하는 환경소위원회에 보고되어 모니터링되고 있습니다.

수자원 관리

아모레퍼시픽그룹은 수자원의 효율적인 관리를 위해 용수 사용 효율 개선Reduce, 용수 재활용 확대Recycle, 용수 재이용 확대Reuse의 3R 원칙을 수립하였습니다. 특히 사내 수질오염물질 관리 기준을 법적 허용 기준 대비 약 30% 강화된 수준으로 관리하고 있습니다. 구리, 납, 수은 등의 특정 수질유해물질뿐만 아니라 검출 우려 항목까지 측정하여 불검출로 관리하는 등 강화된 내부 기준을 기반으로 폐수 처리 관리를 수행하고 있습니다. 3,000톤급 우수 저장시설을 통해 빗물을 모아 중수로 활용하고 있으며, 2022년에는 조경, 카 워시 서비스, 냉동기, 공조의 냉각수로 용수의 사용처를 확대했습니다. 또한 최종 처리수를 조경 용수로 재사용할 수 있는 인프라를 구축하여 수자원 사용 절감 및 추가 사용처를 발굴했습니다. 아모레 뷰티파크에는 취수량을 자동으로 모니터링하는 체계를 구축하였으며, 오설록 농장에서는 지하수 사용량 절감을 위해 지하수 펌프 인버터를 설치하여 날씨 예보 상황에 따라 효율적으로 지하수를 취수할 수 있도록 했습니다. 오설록 제주 신공장은 우수 사용 시스템(지붕 사이포넉관) 구축을 위한 설계 및 시공을 진행 중입니다.

폐수 관리

아모레퍼시픽그룹은 철저한 폐수 관리를 위해 모든 공정을 중앙 통제할 수 있는 모니터링 시스템을 도입했습니다. 총 유기탄소TOC, Total Organic Carbon 측정 기기의 실시간 측정값을 모니터링하고 있습니다. 또한 수중 교반 방식을 기존 에어블로잉 방식에서 황형 와류생성 교반식으로 변경하여 효율적인 오염물질 처리를 구현했으며, 환경 영향평가 결과 등록 대상 폐수배출 공정을 중대 환경 영향 등록부에 등록하여 관리하고 있습니다.

생물다양성 보전

아모레퍼시픽 원료의 상당한 부분은 식물자원에서 유래하기 때문에 생물다양성 보전은 회사의 비즈니스와 밀접하게 연관되어 있습니다. 보다 지속 가능한 방식으로 생물 자원을 이용하고 생물다양성을 보전하기 위한 별도 전략을 수립하였으며, 2022년 생물다양성 보전과 지속가능한 활용을 위해 약 23.2억 원을 투자하였습니다. 아모레퍼시픽은 원료를 사용하기 앞서 세계자연보전연맹 IUCN, International Union for Conservation of Nature 등의 국제 기준을 원료관리 시스템에 반영하여 원료의 생물다양성 침해 여부를 검토합니다. 또한 생물다양성 연구 네트워크를 활발하게 구축하고 있습니다. 한반도 자생식물자원의 숨은 가치를 발굴하기 위해 국립생물자원관, 국립백두대간수목원과 공동연구를 진행하고 있습니다. 나아가 생산 사업장의 인근 지역의 환경을 보호하기 위한 생물다양성 보전 활동을 지속적으로 진행하고 있습니다. 대표적인 예로, 아모레 뷰티파크가 위치하고 있는 경기도 오산시의 오산천 생태 하천 개선 활동에 2016년도부터 참여하고 있습니다. 습지 생태원 조성, 생태 교육 시설 설치 등 환경 개선 활동 결과, 5등급까지 떨어졌던 오산천의 수질 등급이 2등급으로 정화되었으며 멸종 위기 야생 생물 1급인 수달이 오산천에서 발견되는 등 인근 생태 환경이 크게 개선되었습니다.

환경 법규 준수

아모레퍼시픽은 기업 활동 전 과정에 걸쳐 환경 법규를 위반하지 않기 위해 노력하며 사업장을 대상으로 환경 법규 준수 컴플라이언스 진단을 진행합니다. 아모레 뷰티파크, 데일리뷰티 사업장 등 전 사업장에서 대기, 수질, 폐기물, 화학 물질 등 전 부문에서 환경 법규 준수 여부를 진단하고 있습니다. 담당 부서는 국내법, 국제법, 국제 협약, 규제 사항 등 주요 환경 법과 규제 관련 개정사항을 주기적으로 확인하여 등록 관리 및 관련 부서에 공유합니다. 또한 법규 개정사항에 따라 인허가, 표준 등을 검토하고 필요할 시 변경을 진행합니다.

폐기물 관리

아모레퍼시픽그룹은 사업장별 발생 폐기물을 물질·종류별로 세부 구분하여 보다 효율적인 재활용을 수행하고 있습니다. 폐기물 배출 감량과 재활용률 등의 목표 관리를 위해 환경 운영 지수를 자체 개발하였으며, 실질적 재활용률을 높이기 위해 재활용률 우수 업체를 지속 발굴하고, 폐기물 처리 업체에 대한 현장 실사를 정기적으로 진행하고 있습니다. 또한 다양한 캠페인 영상 제작 및 송출을 통하여 임직원을 대상으로 올바른 분리배출 및 폐기물 절감 활동을 전개하고 있습니다. 임직원뿐만 아니라 관련 협력사를 대상으로도 정기 교육을 실시하여 폐기물의 올바른 분류 방법 및 폐기물 참고 관리에 대한 의식 함양을 제고하였습니다.

생산 사업장에서 발생하는 폐기물 매립 제로화 달성

아모레퍼시픽의 2030 A MORE Beautiful Promise의 3번째 약속 중 중장기 목표인 '2030년까지 글로벌 생산 사업장에서 발생하는 폐기물 매립처리 제로화'를 2023년 상반기에 조기 달성했습니다. 2021년 오산 아모레 뷰티파크의 폐기물은 3,096톤으로, 이 중 약 97%가 재활용되고 나머지 폐기물은

소각과 직매립 방식으로 처리했습니다. 이 중 집진기 분진 등이 매립으로 처리되던 3.5톤은 2021년부터 모두 재활용에 성공해 2022년부터는 국내외 전 생산사업장에서 매립하던 폐기물의 제로화를 실현했습니다.

더 나아가 오산 아모레 뷰티파크를 시작으로 대전 데일리뷰티 사업장과 코스비전 사업장 모두 폐기물 매립 제로ZWTL, Zero Waste to Landfill 국제 검증을 획득했습니다. 폐기물 매립 제로 검증은 사업장에서 발생하는 폐기물의 재활용 수준을 평가하여 재활용률에 따라 등급을 부여하는 검증입니다.

아모레 뷰티파크는 94% 이상의 순환자원화를 달성하여 2022년 3월 뷰티업계 최초로 ZWTL 국제 검증 실버 등급을 획득하였습니다. 아모레 뷰티파크에서 발생하는 폐기물은 543㎡ 규모의 폐기물 재활용센터로 옮겨져 21종으로 분류되고, 127가지의 자원순환 방식으로 재활용되고 있습니다. 2021년부터는 기존에 매립하던 폐기물인 분진 폐기물 중 절반 이상을 아스팔트 등 도로공사의 기초 공사용 토사로 재활용하고 있습니다. 추가적으로 2023년 상반기 대전 데일리뷰티 사업장 및 코스비전 사업장이 검증 최우수 등급인 플래티넘 등급을 획득했습니다. 두 사업장은 발생 폐기물을 소각하거나 매립하지 않고 100% 재활용 비율을 인정받았습니다. 직매립 제로 목표를 조기 달성함에 따라 추가적으로 폐기물 관리를 고도화하기 위한 계획을 수립하고 있으며, 기존에 매립했던 폐기물 중 재활용되지 않은 폐기물의 재활용 자원화를 추진 중에 있습니다.



폐기물 매립 제로 국제 검증을 획득한 아모레 뷰티파크

고객과 임직원이 동참하는 그린사이클 캠페인

아모레퍼시픽그룹은 그린사이클 캠페인을 통해 다 쓴 화장품 공병을 매장에서 회수하여 재활용recycling하는 것뿐만 아니라, 건설물 자재, 벤치, 예술 작품 등으로 업사이클링upcycling하고 있습니다. 특히 임직원들의 환경 의식을 고취하고 환경경영에 대한 자발적 참여를 유도하기 위해 아모레퍼시픽 본사에 위치한 아모레스토어에서도 공병 수거 프로그램을 상시 운영하고 있습니다. 2022년 수거된 공병은 총 약 120톤으로, 2009년부터 공병 수거 활동 결과 누적 2,473톤의 공병을 수거했습니다. 아모레퍼시픽그룹은 플라스틱 공병의 체계적 재활용을 통해 플라스틱 문제 해결에 앞장설 것을 약속하겠습니다.

플라스틱 포장재 사용량¹⁾

구분		단위	플라스틱 포장재
플라스틱 포장재 내 재활용된 원재료의 비중 ²⁾	총 플라스틱 포장재 중량 대비 비중	%	6.6
	2022년도 목표치	%	5.0
총 플라스틱 포장재 중량	총 중량	Ton	12,640
	2022년도 목표치	Ton	12,000

1) 포장재 중량은 2022년도 국내 생산자책임재활용제도(EPR, Extended Producer Responsibility) 기준으로 집계
 2) 플라스틱 포장재 내 재활용된 원재료의 비중은 외부 재활용 플라스틱 구매량을 포함하여 산정한 값임

그린사이클 캠페인 Case

화장품 공병 재활용 소재 사용 협약 체결

2022년 4월에는 현대건설과 플라스틱 화장품 공병 재활용 소재 사용을 위한 업무협약MOU을 체결하였습니다. 이에 따라 아모레퍼시픽은 자사 화장품 공병 소재를 재활용하여 건설자재 및 디자인 개발에 사용할 수 있도록 적극 협력할 것입니다. 플라스틱 공병 분쇄물과 초고성능 콘크리트UHPC가 혼합되어 건설용 테라조 타일로 재탄생하여, 공동주택 현장, 조경 시설물 설치 등에 활용될 예정입니다.



업사이클링 티하우스Tea House

재탄생한 공병 - 업사이클링 오브제

아모레퍼시픽의 크리에이티브 센터는 구성원을 대상으로 CPCreative Partners 프로그램을 운영 중입니다, 이는 구성원들이 비즈니스 관련 아이디어 중 협업 가능한 신규 아이디어를 다양하게 제안하여 구체화하는 프로그램입니다. 2022년에는 구성원의 '업사이클링 오브제' 아이디어가 구체화되어 실제 프로젝트로 발전했습니다. 이는 아모레퍼시픽이 쓰임을 다한

유리 공병 자원의 일회성을 해결하고자 유리공예 아티스트 박선민 작가와 함께 진행한 프로젝트입니다. 기존에 단순히 플라스틱 대체재로 쓰여 한번 사용되고 버려지던 자사의 유리 화장품 용기를 오브제로 전환하여 무한한 쓰임새로 사용자 곁에 더 오래 머무를 수 있도록 고민했습니다. 아모레퍼시픽은 폐유리 공병을 예술 작품으로 재탄생 시킴으로써 생산 과정뿐만 아니라 폐기 시에도 재활용과 재사용성을 높일 수 있는 제로 웨이스트의 솔루션을 깊이 고민하며, 이를 통해 환경성 개선 포장재의 본질과 새로운 가치를 사회에 전달하고자 합니다.



업사이클링 오브제

임직원 참여로 이뤄지는 환경 캠페인

탄소공감 캠페인

일상에서 에너지와 자원을 절약할 수 있는 다양한 아이디어를 공모전을 통해 임직원들로부터 제안받았습니다. 사용하지 않는 디지털 기기 전원 끄기 등 '디지털 탄소 다이어트' 캠페인을 통해 임직원들의 자발적인 환경 보호 실천을 유도하였습니다.

잔반 제로 캠페인

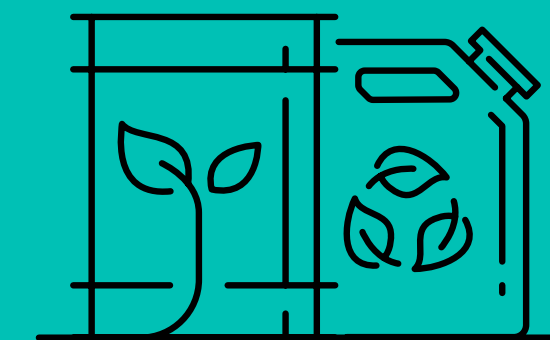
사업장별 자체적으로 음식물 쓰레기를 감축하는 캠페인을 실시하였습니다. 구체적으로 사내 식당에서 식사를 마친 후 퇴식구에서 깨끗한 식판을 인증할 경우 스티커를 증정하는 잔반 제로 캠페인을 통해 임직원들이 음식물 쓰레기를 남기지 않도록 동기부여 했습니다. 그 결과, 코스비전과 데일리뷰티 사업장의 경우 평균적으로 전년 동월 대비 음식물 폐기물 발생량을 35% 감축하였습니다.

Social

사회

2022 성과

지속가능한 팜유(RSPO 인증 팜유) 사용률
53.6% 달성



협력사 '저금리 대출 펀드' 운영
253억 원 규모



사회공헌 활동 집행금 총액
174억 원



일하기 좋은 직장 구현

아모레퍼시픽그룹은 직장 내 신뢰와 존중을 바탕으로 행복한 근무 환경을 구성원들에게 제공하기 위해 노력합니다. 국내외 다양한 배경의 인재를 차별 없이 채용하며, 구성원 역량 개발에 도움을 주고자 직급 체계에 따른 맞춤 교육을 제공합니다. 성과에 따른 공정한 평가 및 보상을 실시하며 일과 삶의 균형을 위한 맞춤형 복지 지원을 통해 구성원의 만족도를 높이고자 합니다.

구성원 성장 지원

구성원 직무 전문 역량 강화 교육

아모레퍼시픽그룹 전 구성원이 전문성을 기반으로 업무를 수행하고 의사결정을 할 수 있도록 시장, 조직 및 학습자의 니즈를 상시 반영한 직무 아카데미를 운영하고 있습니다. 마케팅의 경우, 브랜드 중심 경영을 리딩하는 마케터 육성을 위해 브랜드 아이덴티티와 스토리 개발을 내용으로 하는 맞춤형 브랜딩 역량 강화를 지원했습니다. 영업은 이커머스 채널 매출 비중 증대와 중요도를 반영하여 플랫폼 영업 역량 강화를 집중 지원했습니다. 뷰티의 경우, 구성원의 업무 수행에 필요한 영역별 지식과 스킬에 대한 교육을 통해 뷰티 기업 구성원으로서 미෼의 가치를 함양하고 이를 고객에게 전달할 수 있도록 지원하였으며, 뷰티 전문성을 높여 제품 개발과 연구 역량을 강화하였습니다.

다양한 학습 플랫폼 운영

직무별 교육뿐만 아니라 구성원들이 동료들 통해 경험과 사고를 확장하고 학습하는 능력을 강화할 수 있도록 다양한 학습 플랫폼을 제공했습니다. 대표적으로 구성원들이 자발적으로 지식과 경험을 자산화하고 공유하는 프로그램 노크(Knowledge for Coworkers), 구성원들 간 협력적 상호 작용을 통한 그룹 학습 활동인 '학습 조직', 사고 확장을 위한 도서 문화 '집현당'과 '북클럽'이 있습니다. 아모레퍼시픽그룹은 지속적으로 구성원이 비즈니스뿐만 아니라 시장에서 스스로 경쟁력을 확보할 수 있도록 다양한 학습 유형과 방식을 지원할 계획입니다.

교육 과정의 효과성은 구성원 만족도, 학습 이해도 등의 지표를 기반으로 주기적으로 측정되며, 업무 연관성 등을 토대로 교육 과정과 회사 업무 활용도에 대한 효과성을 검증하고 있습니다.

직무 전문 역량 강화 교육 Case

뷰티 아카데미

제품 연구, 개발, 영업 등 뷰티 기업 구성원의 업무 수행에 필요한 지식과 스킬을 사업 기반의 뷰티 영역별로 설계한 뷰티 전문 학습 과정을 운영하고 있습니다. 아카데미는 향, 스킨케어, 메이크업 등의 주제에 대한 기본과정을 제공하며, 뷰티 관련 전문 자격증 대비 과정도 마련되어 있습니다. 이를 통해 비즈니스 관점에서 뷰티 전문 기업 구성원의 미෼에 대한 가치 인식을 함양할 수 있으며, 사업 영역별 뷰티 전문가를 육성할 수 있는 이점이 있습니다. 또한 전문화된 뷰티 지식과 스킬 기반 고객 응대를 통한 매출 증대를 기대할 수 있습니다.

전년 대비 뷰티 자격증 취득자 (2021년 대비)

154% 증가

임직원 참여 비율 (전체 구성원 기준, 2022년 기준)

14%

리더 역량 강화 교육

아모레퍼시픽그룹은 리더 역량 강화를 위해 리더십 역량 체계를 구축하였습니다. 리더십 파이프라인에 기반한 리더 후보군과 리더를 대상으로 직무와 리더십 관점에서 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다. 팀장과 경영자를 아우르는 리더를 대상으로 직무적 통찰력을 제공할 수 있는 콘텐츠 중심 교육(AP 식감, 리더스포럼 등)과 함께 리더로서 코칭 및 피드백 역할을 수행할 수 있도록 지원하는 코치형 리더 과정에 초점을 두고 있습니다.

또한 전사 리더를 대상으로 연 1회 리더십 진단을 진행하고 있습니다. 사내 코치를 활용한 리더십 코칭 센터를 통해 리더십을 진단하고, 이후 리더들에게 피드백 세션을 운영하고 있습니다. 특히 신규 리더 보임자에게는 온보딩을 위한 조직 피드백을 별도로 진행하여, 산하 리더와 본인의 리더십 스타일에 대한 시너지 방안을 함께 논의하고, 필요 시 1:1 코칭과 사내 멘토링을 지원하고 있습니다. 국내외 200여 명의 리더 후보군에게는 리더십을 선제적으로 이해하고 개발할 수 있는 과정을 운영합니다.

더 나아가 고객 중심 관점 및 브랜드 중심 경영을 이해할 수 있도록 토론 형식의 교육 과정을 운영함으로써 제도와 전략에 대한 이해도를 제고하고 효과적인 달성 방안을 논의합니다. 대상별로 구분되는 토론 프로그램을 반기마다 운영하여 경영자와 C-Level 간의 토론 스킬을 강화하였습니다. 또한 매년 전략 달성에 필수적인 역량을 선정하여 'The 스쿨' 과정을 운영함으로써 리더의 직무 전문성 제고에 중점을 두고 있습니다. 2022년의 경우 '마케팅 스쿨'을 통해 브랜드별 성장 전략 및 리브랜딩 전략에 대한 심도 있는 고민을 나누었습니다.

디지털 역량 강화 교육

전사 디지털 트랜스포메이션 관점에서 전 직무 디지털 역량에 대한 니즈가 존재함에 따라 디지털 관련 주제, 툴, 방법론에 대한 학습 기회를 지속적으로 제공하고 있습니다. 특히 마케팅 직무의 디지털 역량 강화를 위해 디지털 콘텐츠 기획·활용을 위한 크리에이티브 평가와 콘텐츠 마케팅 과정을 개발하여 운영했습니다. 영업 직무에서는 이커머스 국내외 플랫폼 이해, 플랫폼 MD 협상 스킬 등 이커머스 특화 교육을 확대 제공했습니다.

고객 디지털 커뮤니케이션이 증가함에 따라 다양한 디지털 형태의 콘텐츠 개발과 제작에 대한 니즈가 확대되고 있습니다. 이에 따라 전 구성원이 디지털 역량 강화와 더불어 기존 직무와 상관없이 디지털 관련 직무로 전환할 수 있도록 교육 과정을 개발하여 운영했습니다. 이 과정에서 디지털 콘텐츠 제작과 관련된 실무 역량을 지원했으며, 그 결과 학습자 중 89%가 디지털 직무 수행을 하게 됐습니다. 아모레퍼시픽그룹은 앞으로도 디지털 직무 전환을 위한 교육을 확대해 나갈 예정입니다.

전사 디지털 역량 강화 관점에서 IT 기본 역량, 디지털 리터러시 교육 등 기본 교육을 통해 디지털 학습 방향을 수립할 수 있도록 지원하며, 구글 Analytics, 유튜브, AI 등 다양한 주제를 업데이트하고 있습니다.

리더십 역량 강화 교육의 경우, '디지털 통찰력'을 추가하여 디지털 활용과 데이터 리터러시에 대한 중요도 인식과 역량을 강화했습니다. 또한 전체 경영자를 대상으로 메타버스, 협업 툴, 이커머스, SNS 플랫폼 등의 이해를 돕기 위해 디지털 세션을 개설하여 실제 참여하고 실현해 볼 수 있는 과정을 운영했습니다.

디지털 역량 강화 교육 Case

AP+ 이커머스 아카데미

AP+ 이커머스 아카데미는 아모레퍼시픽그룹 이커머스 담당자의 전문성과 일반 임직원의 이커머스 마켓 및 플랫폼에 대한 통찰력을 강화하기 위해 설계됐으며, 2022년 임직원 전체 구성원의 10%가 참여했습니다. 교육 프로그램에는 이커머스 매출 관리, 협상, 상품 전략 수립, 데이터서비스 및 외부물 대시보드 활용 등 이커머스 관련 다양한 주제가 다뤄집니다. 해당 교육을 통해 비즈니스 관점에서 이커머스 플랫폼별 활동 고도화, 온라인 플랫폼 영업 전문가 육성, 글로벌 이커머스 플랫폼 다양화를 통한 매출·수익 확대를 기대할 수 있습니다. 2022년도 이커머스 매출의 경우 전년 대비 약 30% 증가하여 AP+ 이커머스 아카데미의 효과가 입증됐습니다.

공정한 성과 평가 제도 운영

아모레퍼시픽그룹은 피드백을 바탕으로 성과를 개선하고 역량 개발에 집중할 수 있는 문화를 만들기 위해 신[※] 인사제도를 도입했습니다. 이에 따라 아모레퍼시픽그룹은 정기 성과 평가를 연 1회 실시하고 있으며, 과제 평가를 상시 진행하고 있습니다. 2022년에는 해당 제도가 잘 정착될 수 있도록 다양한 방식으로 관리했습니다. 제도 운영 첫 해 결과와 구성원 서베이를 분석하여 개선 시사점을 도출했으며, 이를 동영상으로 제작해 구성원들에게 공유하여 상시 피드백 효과에 대한 관심도를 높였습니다. 또한 직급별(리더, 담당) 리뷰 요점이 담긴 전사 게시물과 별도 레터를 공유하여 기존 대비 양질의 피드백을 창출하였습니다. 상시 성과관리 우수 조직을 선정 후 Best Practice로 전사에 소개하면서 자연스럽게 피드백 문화가 체화될 수 있도록 노력하고 있습니다.

아모레퍼시픽 임직원의 개인 성과 평가 유형 (%)

구분	비율 ¹⁾
목표 수립 비율	99.5
다면평가 실시 비율	72.1
동일 직급 간 비교 분석	45.6

1) 아모레퍼시픽 국내 별도 기준으로 산정

구성원 상호 신뢰와 존중의 문화 조성

업무 일상의 ABC Spirit 경험 확대

아모레퍼시픽그룹의 일하는 방식인 ABC Spirit을 내재화하고자 구성원에게 다양한 경험 기회를 제공하고 있습니다. 업무 일상에서 주기적이고 반복적으로 기업가치를 포용하는 캠페인을 시리즈로 운영하여 구성원의 개인화된 원칙 경험을 생성했습니다. 또한 구성원 상호 간 다양하고 새로운 네트워크를 형성할 수 있도록 32가지 테마의 커뮤니티를 발족하였습니다. 이를 통해 구성원들이 자유롭게 모여 소통 및 공감하는 계기를 만들었으며, 협업의 기반을 확장했습니다. 뿐만 아니라 제도적으로 원칙을 잘 실천하고 있는 동료에 대한 칭찬을 장려하여 ABC Spirit 실천 사례를 상시 발견하고 공유하는 문화를 만들어가고 있습니다. 이러한 ABC Spirit 내재화 프로그램은 구성원이 자발적으로 참여하고 주도적으로 운영하는 구성원 주체의 방식을 채택하여 전개되고 있습니다.

ABC Spirit 글로벌 공감대 강화

전 세계 아모레퍼시픽그룹 구성원의 ABC Spirit 실천을 지지할 수 있도록 국가별로 적합한 방법을 모색하여 적용하고 있습니다. 2022년에는 세 차례의 Culture Session을 시행하여 글로벌 법인별 조직문화 현황을 공유하고 변화관리 발전방안을 논의하는 정기 소통의 자리를 가졌습니다. 글로벌 법인은 각 법인별 상황에 맞추어 자체 기획한 조직문화 로컬 프로그램을 운영하거나 본사 프로그램 가운데 법인에 적합한 콘텐츠와 방식을 선택하여 운영함으로써 ABC Spirit의 공감대를 강화하고 있습니다. 향후에는 글로벌 법인의 구성원이 우리의 일하는 방식을 보다 집중적으로 실천할 수 있도록 법인장 주도의 조직문화 대담회 등을 추가 적용할 계획입니다.

몰입도 진단 개편

구성원이 몰입하여 일하기 좋은 문화를 구축하기 위하여 몰입도 진단(Engagement Survey) 모델을 개편했습니다. 이번 모델 개편으로 구성원의 80%를 차지하는 MZ세대의 회사와 일에 대한 가치관을 반영했습니다. 몰입도 진단은 아모레퍼시픽 글로벌 전 법인의 2개월 이상 근무한 정규직 직원을 대상으로 시행하며, 올해 진단 응답률은 78.9%를 기록했습니다.

진단 결과는 일하기 좋은 회사를 만들기 위해 데이터 기반으로 조직의 현상을 이해하고 의사결정하는 데 활용됩니다. 전사 보고서와 더불어 조직별 세부 결과 보고서 발간을 통해 전방위적 몰입 개선 노력을 유도하고 있습니다. 추후 전사 리더를 대상으로 몰입도 진단 결과를 심층적으로 이해하고 일하는 방식의 변화를 고민하기 위한 Culture Session이 예정되어 있습니다. 특히 올해는 진단 결과 분석을 강화하여 조직 문화 개선에 도움이 되는 인사이트와 조직 문화 발전 프로그램을 추가적으로 제공할 계획입니다.

2019-2022 정기 몰입도 진단 결과 (%)

구분	2019	2020	2021	2022 ¹⁾
아모레퍼시픽그룹	45.5	43.1	45.5	45.3
아모레퍼시픽	41.5	37.5	39.0	40.6

1) 내부 경영주기 변경으로 2023년 상반기에 실시함

임직원 소통 채널 Case

아모레퍼시픽그룹은 직급과 조직의 구분 없이 신뢰하고 존중하는 문화를 만들기 위해 다양한 방식으로 상호 간의 소통을 확대하고 있습니다.

아모레 블루밍

‘아모레 블루밍’은 매월 구성원의 제보로 함께 만들어가는 사내 온라인 라이브 방송으로 조직과 구성원 간의 원활한 소통에 기여하고 있습니다. 구성원이 익월 방송에서 만나고 싶은 경영자를 선정하고, 댓글 참여를 통한 실시간 질의응답을 진행하거나 구성원의 의견을 경영에 반영하기 위한 즉석 설문조사를 진행합니다. 구성원의 참여 기회를 넓힘으로써 아모레 블루밍은 대표적인 사내 쌍방향 소통 채널로 자리매김했습니다.

뉴스스퀘어

아모레퍼시픽그룹의 대표 콘텐츠 플랫폼인 ‘뉴스스퀘어’에서는 각 조직 경영자의 철학과 리더십을 담은 ‘A! PEOPLE’ 시리즈와 다양한 직무에서 활약하는 구성원들을 소개하는 ‘AP LOG IN&OUT’ 등의 기획 콘텐츠를 연중 운영하며 주목할 만한 전사 소식을 상시 공유하고 있습니다. 이를 통해 직급과 직무, 조직간 이해의 폭을 넓히고 상호 존중하는 문화적 기반을 마련하고 있습니다.

경영진 타운홀 미팅

2022년 7월, 연 1회 진행되는 전 구성원 세션 ‘팀 아모레 컨퍼런스’에서 자유롭고 투명한 소통의 문화를 만들기 위해 처음으로 타운홀 미팅을 개최했습니다. 전사 구성원이 온·오프라인으로 참여한 가운데 경영진이 구성원의 질문에 직접 답변하며 큰 호응을 얻었습니다. 이후 각 브랜드·영업 등 조직 단위의 워크숍을 차례로 진행하였습니다. 타운홀 미팅을 정례화하여 비즈니스 현황과 계획을 공유하고 구성원의 의견에 대한 빠른 피드백을 제공함으로써 조직 공동의 목표 의식과 소속감을 강화하고 있습니다.

상생하는 노사관계 형성

아모레퍼시픽은 지난 30년 동안 무분규 사업장을 유지하고 있으며, 발전적인 노사관계를 구축했습니다. 아모레퍼시픽과 전 자회사는 노동관계법령을 준수하며 사별 근로 조건 자율 점검을 연 1회 이상 진행하고 있습니다. 2022년 말 기준 아모레퍼시픽 노동조합 조합원은 2,006명으로, 가입 대상 직원의 67.5%(대상 직원 2,974명)가 노동조합에 가입해 활동하고 있습니다.

아모레퍼시픽의 구성원은 개개인의 의사에 따라 자유롭게 노동조합에 가입 및 탈퇴할 수 있습니다. 전체 직원에게 적용되는 단체 협약은 격년마다 체결됩니다. 노사협의회는 분기별 1회 운영되며, 직원 복지 증진, 고충 처리, 안전 관리 등 주요 근로 관련 사항에 대한 안건을 논의합니다. 이 외에도 경영 설명회, 사업 계획 공유, 조합원 간담회 등 다양한 비정기 소통 채널을 운영하고 있습니다. 아모레퍼시픽 노사협력팀과 인사팀은 상생과 협력의 노사관계가 구축될 수 있도록 점검 및 지원하고 있습니다.

임직원 웰빙

모성보호 지원 강화

아모레퍼시픽은 임신한 여성 근로자의 건강을 보호하고 안전한 환경에서의 업무가 가능하도록 근로시간 단축, 출퇴근 시간 변경, 태아 검진 시간 허용, 시간외근로 금지 등 법정 사항을 준수하고 있습니다. 나아가 출산휴가나 육아휴직 등 근로를 하지 않는 기간에도 월 급여 수준을 보장하는 제도를 운영하고 있습니다. 법규상 무급 기간인 마지막 30일의 출산휴가 기간에 대해 공단 지원금이 월급여액보다 작은 경우 차액분을 지급하여 월급여액을 보전하고 있습니다. 또한 출산휴가와 이어서 사용하는 90일의 육아휴직에 대해서는 통상임금의 60%를 지원하며, 임신 중 육아휴직을 사용하는 경우에도 최대 90일까지 동일하게 지원하고 있습니다. 유산·사산휴가의 경우, 그 주수가 11주 이내라도 최대 10일까지 사용 가능하도록 지원함으로써 충분한 휴식을 취하고 복귀할 수 있도록 배려하고 있습니다. 아울러 출산한 직원의 육아 휴직 사용을 독려하며 아모레퍼시픽 본사, 아모레 뷰티파크, R&I Center에 사내 어린이집을 운영하고 있습니다.

건강 및 복지 증진 제도

구분	지원 내용
스트레스 관리	· AP 세브란스 클리닉: 자율신경계 검진을 통한 스트레스 검사, 정신 분야 상담 · 해피라이프 컨설팅: 시간, 장소에 구애 없이 대면, 전화 등의 방법으로 심리 상담
건강한 근로 환경 조성	· 인체 공학적 근무 환경 조성을 위해 조명, 소음, 실내 공기, 습도, 온도 관리
체력 및 신체 단련	· 사내 피트니스 센터와 힐링 공간 운영
건강 지원	· AP 세브란스 클리닉 · 일반 진료 및 산부인과, 이비인후과 진료 · 예방 접종, 영양 상담 및 근골격계 질환 예방을 위한 물리 치료와 도수 치료 · 건강검진 유소견자에 대해 AP 세브란스 클리닉 및 지역 보건 관리 대행업체를 통한 사후 관리 프로그램 운영(유소견자의 사후 관리 프로그램 참여율 30.8%)
자율 근무제 운영	· 월 평균 일 8시간 근무 내에서 자율적으로 근무 시간을 배분하는 제도
원격 근무제 운영	· 신종 코로나바이러스 감염증으로 인한 팬데믹 상황에서 구성원의 안전을 확보하기 위해 도입했던 원격 근무를, 스마트워크의 일환으로서 각 조직별 업무 특성과 근무 환경을 고려하여 새로운 근무 제도의 한 형태로 운영
시간제(파트 타임) 근무 제도 운영	· 가족 돌봄, 본인 건강, 은퇴 준비, 학업을 위해 근로 시간 단축 가능(주당 15-30시간)
수유 시설 설치	· 각 사업장 여성 휴게실 내 수유 시설 설치

인권경영

아모레퍼시픽그룹은 글로벌 시민 의식을 실천하는 기업으로서 모든 이해관계자들의 근본적 권리를 존중합니다. 인권정책 성명을 발표하여 아모레퍼시픽그룹의 인권경영에 대한 의지를 약속했으며, 매년 인권 실사를 통해 사업 운영 내 인권 리스크를 최소화하기 위해 노력합니다.

인권 경영 관리

인권 정책

아모레퍼시픽그룹은 글로벌 기업 시민으로서 유엔글로벌콤팩트(UNGC, United Nations Global Compact), 세계인권선언(Universal Declaration of Human Rights), 국가인권위원회 권고 등에 명기된 인권 사항을 준수하고 지지합니다. 인권 정책을 통해 그룹 경영활동 전반에서 임직원, 고객, 지역사회 및 협력사 등 관련 이해관계자의 인권이 존중될 수 있도록 보장하며, 인권 침해의 방조 또는 공모 행위를 방지하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 협력사 지속가능성 가이드라인에서 협력사들이 인권 침해를 예방하기 위해 준수해야 하는 사항들을 명시하고 있습니다.

인권정책 성명 [↗](#)

임직원 인권 교육

전 임직원을 대상으로 직장 내 성희롱 예방 교육과 장애인 인식 개선 교육을 시행하고 있습니다. 임직원 인식 개선 교육을 통해 사업장에서 발생할 수 있는 직장 내 성희롱을 예방하고, 더불어 사는 가치를 전파하며 장애인 근로자에 대한 인식을 개선하고자 노력합니다. 2022년에는 정기 온라인 교육을 시행했으며, 교육 미수료자와 신규 채용자를 대상으로 추가 교육을 진행했습니다.

인권 고충 채널

아모레퍼시픽그룹은 다양한 인권 고충 채널을 한국어, 영어, 중국어로 운영하고 있습니다. 제보자는 기밀 또는 익명으로 제보할 수 있으며, 부당한 보복으로부터 보호됩니다. 외부 이해관계자도 고충 채널을 이용할 수 있으며, 협력사 지속가능성 가이드라인에 해당 내용을 명시하여 고충 채널에 대한 접근성을 높였습니다. 접수된 내용은 투명하게 처리되며, 인권 침해가 재발하지 않도록 지속적으로 모니터링하고 있습니다.

인권 실사

아모레퍼시픽그룹은 사업 과정에서 일어날 수 있는 인권 침해를 방지하기 위해 체계적인 인권경영 운영 조직 체계를 수립했습니다. 연간 1회 주기적인 인권 실사 프로세스를 실시하여 사업 운영 내 인권 리스크를 파악하고, 잠재적 침해를 예방하고 있습니다. 가치사슬 전반에서 강제 노동, 인신매매, 아동 노동, 결사의 자유, 단체 교섭 자격, 동등 급여, 차별, 소비자 인권, 지역사회 환경권 보장 등 인권 이슈를 파악하기 위해 과거의 인권 이슈와 발생 빈도, 심각도 등을 종합적으로 고려합니다. 또한 인권 실사 프로세스를 통해 자회사별 사업 특성과 현지 법규를 고려해 임직원, 고객, 지역사회, 협력사 등 이해관계자별 취약 영역을 집중적으로 점검하고 있습니다. 취약 영역에 대해서는 구체적인 시정 조치를 통해 개선하며, 구제 조치 이행 시 현업 담당자와 외부 전문가를 투입하여 지원합니다. 2022년 실시된 인권 실사 프로세스는 서면 설문조사(한국어 및 영어)와 사전에 계획된 현장 실사를 통해 진행되었습니다. 평가 결과 직장 내 성희롱·괴롭힘 관련 이슈가 제보 채널을 통해 1건 식별되어 조치를 완료했습니다. 그 외에 잠재적 위험이 있을 것으로 판단되는 주요 이슈 사항에 대해서는 이슈 내용에 맞는 리스크 관리 과제를 수립해 해당 사업장에 전달했습니다.

아모레퍼시픽그룹 인권 실사 프로세스

인권 리스크 식별

- 세계인권선언, 국제노동기구(ILO) 스탠더드, 노동 관련법, 그룹 인권정책, 협력사 지속 가능성 가이드라인 기반 체크리스트 제작
- 자회사별 사업 특성 및 현지 법규 고려



인권 리스크 평가

- 임직원, 협력사, 고객 등 대상 평가 실시
- 지속가능성 가이드라인 준수 현황 점검 및 취약 영역 점검



인권 실사 진행

- 자율 점검 및 현장 실사



개선 조치 및 관리

- 시정 요구 및 모니터링
- 현업 담당자 및 외부 전문가 투입 지원

이해관계자별 인권 리스크 평가 결과

대상	인권 영역 주요 관심 사항	과제명	이슈 내용	구제 조치 이행	과제 이행 사업장 수
임직원	강제노동	인권 자율 점검	근로기준법을 비롯한 급여, 비차별 원칙 등 노동 및 인권에 대한 사항 종합적 점검	· 노동 관련 교육 및 훈련 제공	아모레퍼시픽 포함 11개 자회사
	임직원 건강관리	근로자 건강증진	근로자 스트레스 및 정신건강 관리	· 단계별 운동/명상 프로그램을 통해 지속적인 건강 관리를 지원하는 '임직원 웰니스 프로그램' 운영 · 개인의 스트레스에 대한 심리적 이슈를 해결하고 지원하는 EAP '해피 라이프 컨설팅' 운영(개인/가족 상담 지원) · 내면의 알아차림을 통한 인식을 변화시키는 '마음챙김 과정' 운영 · 내재동기, 강점이해, 회복탄력성 역량을 강화하는 'ME-UP 프로그램' 운영	전 사업장 대상
	결사의 자유·단체교섭	단체 협약	노동관계 법령에 따라 노동조합이 결성된 경우 단체협약 체결 필요	· 노동관계 법령 및 노동조합 합의에 따라 2년 주기로 단체협약 체결 및 합의사항 이행	전 사업장 대상
	근로자 보호 및 괴롭힘 방지	성희롱 및 직장 내 괴롭힘 개선	근로자 폭력, 협박, 체벌, 학대, 괴롭힘 방지 및 비인도적 대우 예방	· 성희롱 예방교육/장애인 인식개선 교육 실시 · 직장 내 성희롱·괴롭힘 제보 채널 운영(1건 조치 완료)	전 사업장 대상
	고용·업무상 차별 철폐	다양성·포용성 임직원 개선 필요	다양성·포용성 임직원 인식 개선 필요	· 사내 다양성&포용성 인식개선 프로그램 운영(총 825명 참여)	아모레퍼시픽
고객	소비자·인권 보호	소비자 분쟁	소비자 피해 관련 응대	· 고객 품질 VOC 통합 대응 서비스를 통한 실시간 상담 및 Q&A(부작용, 사용 시 불편함 등), VOC 시스템 및 DB 관리, 고객 클레임 분석, 자체 수거 검사 진행	전 사업장 대상
		고객 개인정보보호	소비자 피해 예방	· 신규 정보시스템 구축 시 보안성 검토 98회 · 115개 개인정보 위탁 협력사 보안 진단 및 개선 · 61개 개인정보처리 시스템의 법 준수 및 안전성 점검 · 모의해킹 및 개선 156건 시행	전 사업장 대상
지역사회	환경권 보호 의무	오산천 생태 하천 조성사업	생산 사업장이 위치한 오산시 지역 환경 보호·오산천 생태 하천 개선 사업 진행		아모레 뷰티파크
협력사	팜유 생산 및 공급	지속가능팜유RSPO 조달	무분별한 팜유 채취로 인한 공급망 내 지역사회 및 원주민 피해 예방	· 일반 팜유의 RSPO 인증 팜유 전환 확대	아모레퍼시픽
	책임있는 공급망 관리	협력사 지속가능성 평가	협력사 노동 관련 현황 파악	· 협력사 대상으로 근로자 고충 처리 제도에 대한 개선 계획 수립 요구	16개 협력사

다양성 및 포용성 제고

다양성 및 포용성 정책

아모레퍼시픽그룹은 다양성 및 포용성 가치를 존중하며, 서로 다른 배경의 임직원이 자유로운 환경에서 생각을 주고받으며 성장할 수 있는 문화를 지향합니다. 이에 다양성·포용성 정책을 수립하여 내부적으로 다양성과 포용성이 높은 조직 문화를 구축했으며, 외부적으로 포용적 마케팅 등 다양성을 고려한 커뮤니케이션 활동을 전개하고 있습니다.

아모레퍼시픽그룹 다양성·포용성 정책

1. 구성원의 다양성 존중

아모레퍼시픽 구성원으로서 갖는 고유한 모든 특성은 존중 받을 권리가 있으며, 이러한 개인의 차이를 서로 인정하고 존중한다.

2. 차별에 대한 무관용 원칙 준수

구성원의 고용, 업무 수행, 승진 등에 있어서 성별(임신 여부 포함), 국적, 지역, 인종, 종교, 장애, 학벌, 성적 지향, 성 정체성 또는 표현 등을 이유로 차별하거나 법규에 의해 보호되는 소수자를 차별하는 행위를 금지한다.

3. 구성원 참여 기회 제공

구성원들이 다양성과 포용성에 대한 의견을 자유롭게 제안할 수 있으며, 다양하고 포용적인 방식으로 협업하는 것을 장려한다.

4. 포용적 마케팅 진행

제품 개발 및 마케팅 커뮤니케이션 시, 다양하고 포용적인 아름다움의 가치를 확산한다.

다양성 및 포용성 내재화 활동

아모레퍼시픽그룹은 다양성과 포용의 가치 확산을 위해 다양한 프로그램을 실시합니다. 아모레퍼시픽은 지속가능경영 목표 중 Promise 2 “다양성과 포용성의 가치를 사내외 확산하고, 모든 이해관계자와의 조화로운 성장을 구현한다”라는 약속을 지키기 위해 2030년까지 국내외 구성원 및 이해관계자 참여 프로그램을 진행할 계획입니다.

구성원 대상 다양성 교육 및 프로그램

아모레퍼시픽그룹은 다양성·포용성 정책 하에 구성원들의 다양성 감수성을 측정하는 테스트를 시행했으며, 감수성을 높이기 위한 사내 뉴스레터 공유 및 교육 프로그램 등을 진행했습니다. 아모레퍼시픽그룹 전 구성원의 11.6%가 참여했으며, 구성원들은 이 과정을 통해 무의식적인 편견과 다양성 존중의 의미를 깨닫고 포용적 조직 문화로 가기 위한 심도 있는 토론을 함께 나누었습니다. 아모레퍼시픽그룹은 앞으로도 해외 법인을 포함한 아모레퍼시픽그룹 전 구성원을 대상으로 다양성·포용성 관련 사내 구성원 인식 수준 진단부터 인사이트 강연, 워크숍 등 다양한 형태의 구성원 참여 프로그램을 진행할 계획입니다.



아모레퍼시픽그룹 다양성·포용성 사내 뉴스레터 - 다이버시티

발달장애인 소셜벤처 '키뮤스튜디오'와 상생 협업

아모레퍼시픽은 발달장애인 디자이너를 양성하고, 이들의 작품을 사회에 선보이는 소셜벤처 '키뮤 스튜디오'와 장애인 연계고용에 관한 파트너십을 맺었습니다. 이를 통해 예술에 재능 있는 발달장애인 디자이너를 발굴하고, 그들의 사회 진출을 돕는 등 사회적 약자와의 공감을 실천하고자 합니다. 2022년에는 발달장애인 디자이너와 협업해 일러스트를 패키지에 적용한 피크닉매트를 출시하였습니다.



아모레퍼시픽 × 키뮤 스튜디오 협업 피크닉매트

안전보건

아모레퍼시픽은 2030년 무재해 목표 달성을 위해 사업장 내 유해 위험요인을 선제적으로 도출하고 개선하기 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다. SHE Safety, Health, Environment 리스크 및 규제 대응을 위해 선진적인 관리 기준을 도입하였으며, 감사 체계를 정립하여 지속적으로 성과를 모니터링 및 평가하는 체계를 운영하고 있습니다. 또한 사내 안전보건 전문가 육성, 각 사업장별 안전보건 전담 조직 신설 등을 통해 안전보건 역량과 안전 관리 체계를 강화하고 있습니다.

안전보건경영 체계

안전보건경영방침 준수

아모레퍼시픽의 관리 감독 하에 있는 임직원, 협력사를 포함한 모든 이해관계자의 안전보건 확보를 최우선 원칙으로 안전보건경영방침을 수립하였으며, 이를 실천하기 위한 안전보건경영 체계를 구축했습니다.

안전보건경영방침

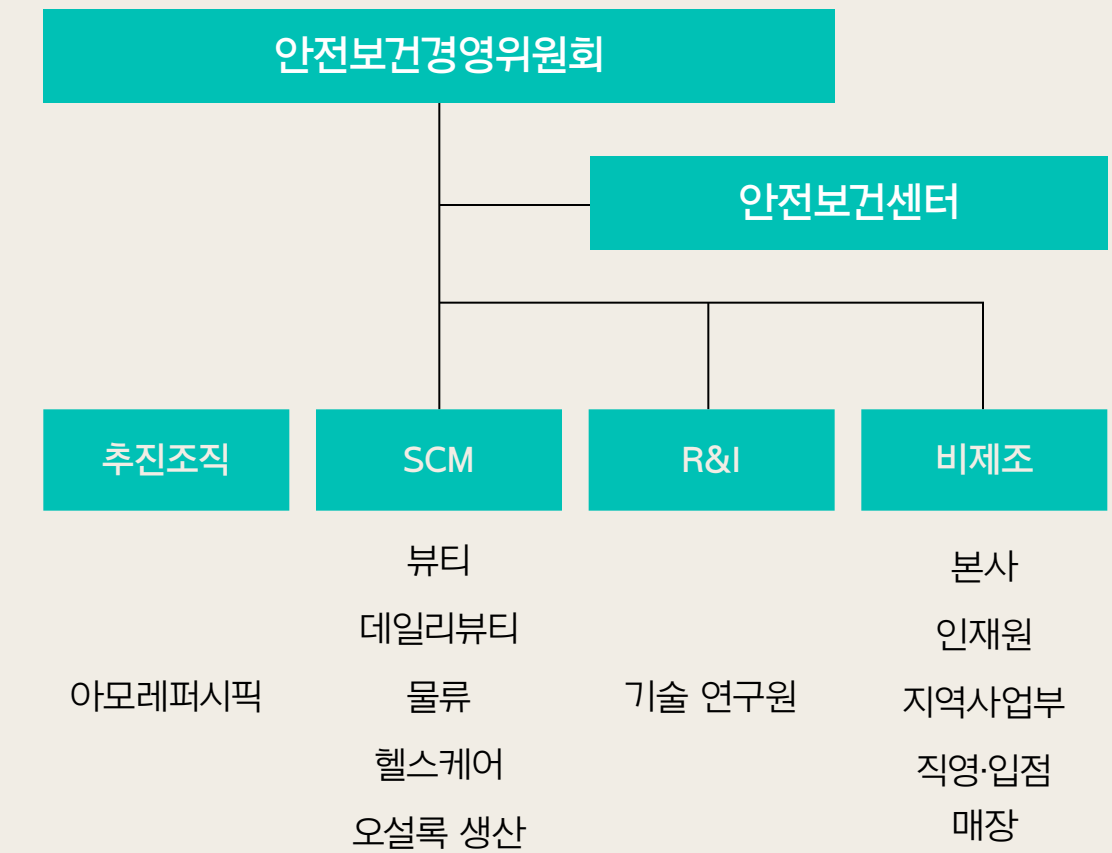
- 안전은 회사 경영에서 반드시 지켜야 할 제1원칙입니다.
- 안전한 업무 환경을 구축해 구성원의 건강과 안전을 보장합니다.
- 모든 안전보건관계법령과 사내 안전 규정을 준수합니다.
- 안전 및 보건에 대한 지속적 교육과 훈련을 제공하고, 모든 구성원은 안전 문화 구축 활동에 주도적으로 참여합니다.
- 지속적인 개선을 위해 주기적으로 목표를 수립하고 실행, 점검 및 개선 활동을 실시합니다.

안전보건 추진 조직 운영

안전보건경영방침은 최고 의사결정기구인 이사회에서 승인하며, 안전보건 관련 정책 및 계획 또한 이사회에서 매년 검토 및 승인합니다. 전사 안전사고 예방을 위한 의사결정 기구로 안전보건경영위원회가 운영되고 있습니다. 대표이사, 전사 안전보건 임원(안전보건총괄책임자) 등으로 구성된 안전보건경영위원회는 대내외 안전보건 주요 이슈 사항과 안전보건 관계법·규제 준수 여부에 대해 반기별로 검토합니다.

전사 안전보건 업무를 총괄하는 안전보건센터는 안전보건에 관한 계획을 수립하고 안전보건공유회를 월별로 운영합니다. 매월 실시되는 안전보건공유회는 각 사업장 안전보건 팀장 및 담당자들이 모여 추진 예정인 프로젝트를 설명하고 사업장의 요구사항을 청취하는 등 안전보건 이슈 사항을 공유합니다. 각 사업장별 산업안전보건위원회 및 안전보건협의체를 운영하여 근로자들이 직접 안전보건 관련 고충을 토로하고 개선을 요청할 수 있으며, 개선 완료 사항은 투명하게 공유하고 있습니다. 또한 안전 신문고를 통해 협력업체를 포함한 모든 근로자의 고충 및 의견을 현장에서 실시간으로 청취하며 소통을 강화하고 있습니다.

아모레퍼시픽 안전보건경영위원회 조직도



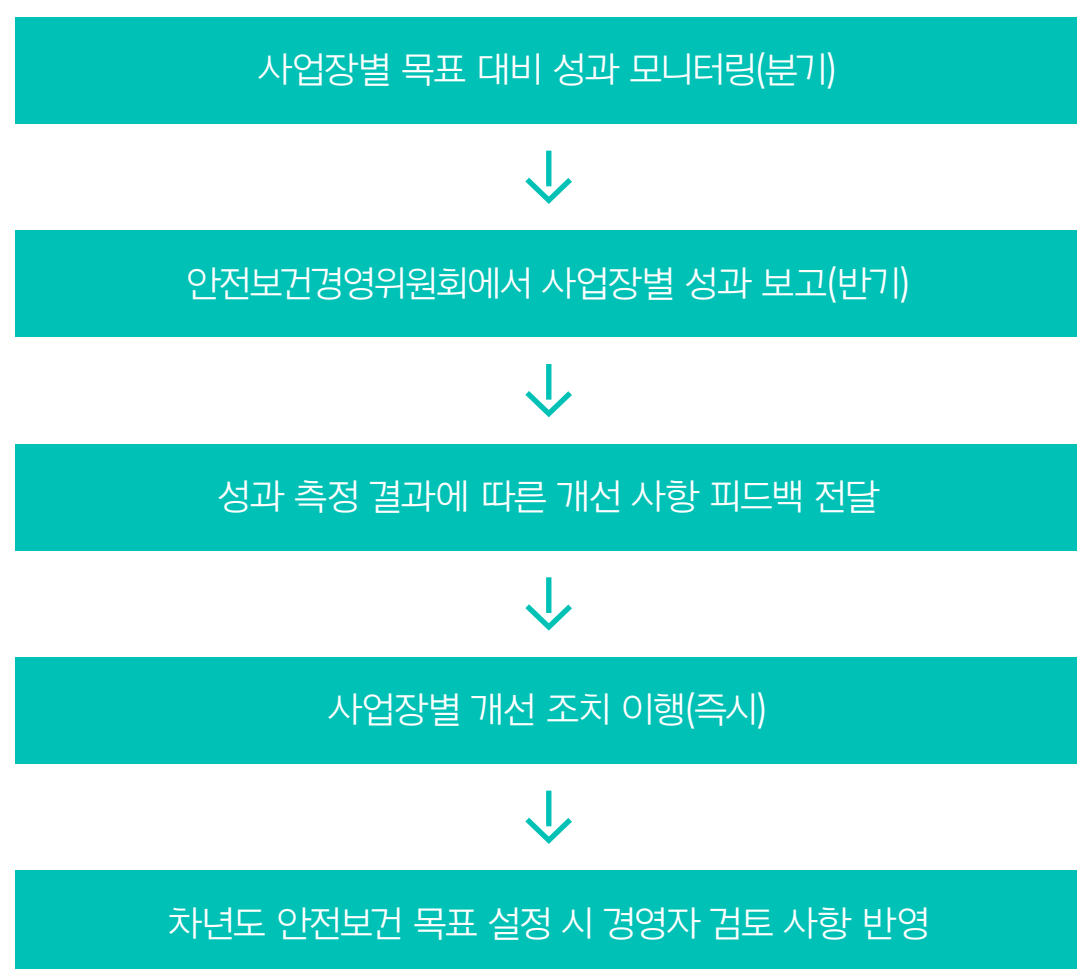
안전보건경영시스템 인증

아모레퍼시픽 사업장은 안전보건경영시스템을 운영하고 있으며 안전한 근무 환경을 보장합니다. 오산 아모레 뷰티파크, 대전 데일리뷰티 사업장, 상하이 뷰티사업장, 코스비전은 글로벌 표준인 ISO 45001 인증을 완료하였습니다. 안전보건 경영시스템을 기반으로 주기적인 안전보건 목표를 수립하고 성과를 측정하며 개선 활동을 이행하고 있습니다.

안전보건 목표 및 성과 측정

아모레퍼시픽은 안전보건경영을 위한 중장기 목표로 '2030 무재해'를 수립했으며, 매년 세부 추진 목표로 '중대산업재해, 중대시민재해(공중이용시설) 발생 제로화' 및 '사업장 안전보건운영지수 100점 달성'을 설정해 달성 여부를 관리하고 있습니다. 수립된 목표를 달성하고 중대재해로부터 임직원과 여러 이해관계자를 보호하기 위한 세부 실행 계획을 도출하였습니다. 나아가 사업장 내 발생 가능한 고위험 작업에 대한 잠재 위험요인을 파악하고 안전 문화를 정착하기 위한 교육훈련, 캠페인 등 다양한 활동을 수행하고 있습니다.

안전보건 성과 측정 프로세스



안전보건 활동

SHE Audit 및 법규 준수 진단

아모레퍼시픽은 확대되는 글로벌 시장에서의 SHE 관련 규제와 리스크에 효과적으로 대응하기 위하여 그룹 차원의 선진적인 공통 관리 체계를 정립하였습니다. SHE Standard를 활용한 사업장 자체 감사부터 사업장 간 Cross 감사, 그리고 외부 전문기관을 통한 제3자 감사를 통해 SHE 성과에 대한 지속적인 모니터링, 평가 및 개선 활동을 진행하고 있습니다.

특히 2022년 시행된 중대재해처벌법에 대응하기 위해 32개 안전보건 관계법령에 대한 713개 항목으로 구성된 체크리스트를 개발하였습니다. 이를 기반으로 반기 1회 전 사업장을 대상으로 법규 준수 점검을 실시 및 개선하고 있습니다. 추가로 산업안전보건기준에 관한 규칙 정밀 진단, 화재 예방·소방설비 진단 등 외부 전문기관을 통한 현장 중심의 제3자 진단도 함께 진행하여 안전한 사업장 조성을 위해 노력하고 있습니다.

사업장 유해위험요인 도출 및 개선 활동 강화

아모레퍼시픽은 매년 외부 전문가와 함께 현장 위험성 진단을 실시하고 있습니다. 서류 기반의 안전 관리에 그치지 않고, 더 나아가 현장의 위험요소를 제거할 수 있도록 적극적이고 다양한 활동을 전개하였습니다.

2022년에는 사업장 협착 및 끼임 위험점 전수 조사를 실시하였으며, 개선이 필요한 곳에 인터락, 보호 커버, 안전센서 설치를 100% 완료하여 사업장 안전 관리를 강화하였습니다. 또한, 소방설비 취약 구간을 대상으로 인프라 및 운영 역량을 강화했습니다. 취약 구간에 스프링클러를 보완하였으며, 화재 예방을 위해 전 사업장을 대상으로 지하와 실내의

가연물을 제거하는 '클리닝 데이'를 지정하여 운영했습니다. 더불어 사업장 내 지게차 운행 시 충돌 위험에 대한 구간별 위험 요인을 도출하여 개선대책을 수립했으며, 개선 과제를 이행하고 있습니다.

사고 조사 및 재발 방지

아모레퍼시픽은 사건, 사고의 재발과 중대재해 발생을 방지하기 위해 사업장에서 발생한 사건·사고에 대해 직접적 원인과 근본적 원인을 조사하고 있으며, 재발 방지 대책을 수립해 이행하고 있습니다. 또한 사고 발생 시 사고조사팀을 구성해 사고의 재구성 및 유사 사고 재발 방지를 위한 후속 조치를 실시하고 있으며, 이를 위해 각 사업장 안전보건 담당자는 외부 전문기관을 통해 사고 조사 기법 교육을 수료했습니다.

사고 조사 및 재발 방지 프로세스



안전보건 IT 시스템 고도화(AP-SHE Portal)

아모레퍼시픽은 사업장 안전보건 관리의 디지털 전환을 위해 PC와 모바일 간 연계 사용이 가능한 'AP SHE Portal(아모레퍼시픽 안전환경 포털 시스템)'을 운영하고 있습니다. 2022년에는 법정 선임자 관리, 사고 추세 실시간 통계·분석 제공, 각 사업장 맞춤형 대시보드 개발, 교육·점검 날짜 자동 알림 시스템 등의 1차 시스템 고도화를 진행하였습니다. 향후 보건 관리 시스템, 안전 작업 허가시스템 등 지속적으로 고도화하고 유지·보수할 예정입니다. 또한 모바일 앱 최적화를 통해 현장에서 실시간으로 사업장의 안전 관리 현황을 점검하고 개선할 수 있는 효과적 관리 체계를 마련할 계획입니다.

도급·용역·위탁 업체 안전보건 평가

아모레퍼시픽은 도급·용역·위탁 업체의 안전보건 조치 이행 수준에 대해 정기적으로 평가하는 절차와 기준을 수립했습니다. 도급·용역·위탁 업체를 4가지 유형(사무직 업체, 저위험 작업 업체, 일반위험고위험 작업 업체, 건설 작업 업체)으로 구분해 관리하며, 계약 단계에서 업체의 안전보건 수준을 평가합니다. 평가 점수에 따라 안전보건 수준 등급을 분류하여 일정 등급 이상의 적합한 업체를 선정하고 기준에 미치지 못한 업체와는 계약을 체결하지 않습니다.

협력사 안전관리 지원

아모레퍼시픽은 자사 임직원뿐만 아니라 협력 회사의 건강하고 안전한 사업장 구축을 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 이에 사내 협력사 대상으로 안전보건 진단을 실시하였으며, 진단을 통해 발견된 사항에 대하여 100% 개선 완료할 수 있도록 지도, 조언 및 교육을 제공하였습니다.

안전보건 교육 실시

아모레퍼시픽은 안전보건 관계법령에 따른 의무 법정 교육과 유해 위험 작업에 관한 안전보건 교육을 통해 지속적으로 중대재해 발생을 예방하고 임직원 안전보건 의식 향상을 위해 노력하고 있습니다.

2022년에는 사업장을 대상으로 안전보건 국가 자격증 취득 과정 등 사업장 내 안전보건 전문 인력 양성을 위해 다양한 교육 과정을 수립하였습니다. 또한 아모레퍼시픽그룹의 관리감독자를 대상으로 화장품 업종 특성을 반영한 맞춤형 교육을 진행하고 있습니다. 2023년 관리감독자 교육 시에는 심폐소생술 교육을 필수 교육으로 지정하여 전 관리감독자가 사고 발생 시 비상 대응 역량을 강화할 수 있도록 지원할 예정입니다.

안전 문화 조성 노력

아모레퍼시픽은 사업장 내 안전 문화 조성을 위해 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 전 임직원의 안전의식 고취 및 상호 소통 강화를 위해 산업안전보건위원회, 안전협의체, 사내 안전 소통 채널인 '안전신문고' 제도 등을 운영하고 있습니다. 또한 매월 담당자들과 안전보건 이슈 사항을 공유하고 개선사항을 제안할 수 있는 소통의 장을 운영하고 있습니다.

임원 주관 회의 및 작업 시작 전 Safety Moment(3분 안전)를 실시할 수 있도록 독려하고 있으며, 안전보건 동영상을 제작하여 배포하고 있습니다. 끼임, 비상대피, 사다리 떨어짐, 지게차, 화재예방 등 다양한 주제의 영상 15종을 제작하여 모든 근로자들이 안전에 대한 경각심을 가질 수 있도록 모든 사업장 휴게시설 등에 송출하고 있습니다. 이와 함께 아모레퍼시픽 사업장에서 발생할 수 있는 안전사고를 예방하고자 10대 안전 골든룰을 제정해 전 임직원이 반드시 지켜야 할 원칙을 세워 안전 문화 정착 및 안전한 사업장이 될 수 있도록 노력하고 있습니다.

비상사태 대비 및 대응 훈련

아모레퍼시픽은 잠재적인 사고 및 안전 리스크에 대비하여 대응 조치 및 구호 활동 계획을 수립했으며, 이에 필요한 비상 대응 훈련을 실시하고 있습니다. 비상 대응 훈련 시 각 지역의 소방서와 합동하여 훈련을 진행하였으며, 지역사업부의 경우 건물 내 입주사들이 모두 참여하여 훈련을 진행하였습니다. 또한 임직원 응급처치 역량 확보를 위해 팀별·매장별 1인 이상 응급처치 심화 과정First Aider 수료자를 양성하고 전 임직원 대상 체험형 CPR 교육을 실시할 계획입니다.

근로자 건강 증진 전개

아모레퍼시픽은 2020년부터 임직원의 근골격계 질환 예방 및 건강 증진을 위해 연세대학교와 산학협력을 체결하여 근골격계 관리 센터를 지속 운영하고 있습니다. 이를 통해 근골격계 유해 요인 조사를 정기적으로 실시하고 있으며, 통증 호소자 및 근골격계 질환에 대한 집중 관리 프로그램과 정밀 평가를 실시하여 임직원의 건강 증진을 위해 지원하고 있습니다.

향후 근골격계 질환 예방을 위해 외부 전문가와 함께 근골격계 부담 작업 개선 프로젝트를 진행할 예정입니다. 또한 원료 측정, 투입 등과 같이 근골격계에 부담을 줄 수 있는 작업에 대한 유해요인을 파악하여 개선안을 도출하고, 인간공학적 작업장 관리 방법 및 업무상 질병 예방대책을 도출하여 임직원의 건강 증진을 고려한 환경을 조성하고자 합니다.

지속가능한 공급망

아모레퍼시픽그룹은 비즈니스 리스크를 관리하고 가치 사슬 전반의 사회적 책임을 완수하기 위해 노력하고 있습니다. 공급망 지속가능성을 제고하기 위해 협력사를 대상으로 ESG 역량 강화, 리스크 저감 컨설팅 등을 지원함으로써 공급망에 대한 환경 및 사회적 책임을 다하고자 합니다.

공급망 지속가능성 제고

협력사 선정 및 관리

아모레퍼시픽그룹은 자사와의 거래 규모 및 필수 포장재 또는 원료의 개발 및 공급 여부, 자사 비즈니스에의 영향력, 대체 불가능성, 협력사 역량 등을 종합적으로 고려하여 핵심 협력사를 선정하고 있습니다. 2022년 기준 전체 347개 협력사 중 핵심 협력사는 총 45개 사로, 그중에 포장재 관련 협력사는 21개 사, 원료 관련 협력사는 15개 사, ODM(Original Development Manufacturing) 협력사는 9개 사입니다. 아모레퍼시픽그룹은 2022년 전체 협력사로부터 약 5,860억 원을 구매했습니다.

협력사 행동규범 준수 요구

아모레퍼시픽그룹은 협력사를 대상으로 행동규범인 '협력사 지속가능성 가이드라인'을 마련했으며, 이를 아모레퍼시픽그룹 웹사이트에 3가지 언어로(국문, 영문, 중문) 공지하고 있습니다. 협력사 지속가능성 가이드라인을 통해 협력사의 환경·사회적 책임 준수를 독려함은 물론 비즈니스 전 가치사슬에서의 환경·사회적 영향을 줄여나가고자 합니다. 인권 및 노동(7개), 안전보건(8개), 환경 보호(11개), 윤리경영(9개) 등 총 35개의 준수 항목을 제시하고 세부 실천 사항을 매뉴얼로 제작해 협력사에 공유하고 있습니다. 또한 계약 체결 시 모든 협력사를 대상으로 아모레퍼시픽그룹의 윤리강령과 협력사 지속가능성 가이드라인을 준수하도록 요구하고 있습니다.

협력사 지속가능성 가이드라인 [↗](#)

협력사 현황

구분	2020	2021	2022
1차 협력사 수	379	339	347
1차 핵심 협력사 수	49	49	45
2차 핵심 협력사 수	16	16	16
전체 구매 금액(억 원)	7,733	7,965	5,860
핵심 협력사 구매 금액(억 원)	3,212	5,011	4,087
해외 사업장 현지 구매 비율(%)	75.4	75.3	70.2

협력사 지속가능성 관리 목표 및 성과

구분	KPI	2021	2022	2025 목표
2025년까지 협력사 임직원 교육 프로그램 참여 인원 수	교육 참여 협력사 임직원 수 (명/누적)	971	2,018	5,000
2025년까지 거래 협력사) 중 지속가능경영 평가 진행 주요 협력사 비율	평가 진행 주요 협력사 비율 (%/누적)	67	73.5	100
2025년까지 지속가능성 향상 컨설팅 지원 협력사 수	컨설팅 지원 협력사 수 (개/누적)	16	40	100

1) 매년 구매 금액 10억 원 이상 협력사

협력사 지속가능성 강화 지원

아모레퍼시픽그룹은 협력사의 지속가능성 강화 지원을 통해 동반성장을 실천하고 있습니다. 협력사가 ESG 리스크에 대한 선제적 대응이 가능한 역량을 갖추 수 있도록 찾아가는 현장 컨설팅을 지속적으로 실시하고 있습니다.

2019년에 시작한 환경 법규 컨설팅을 통해 주요 협력사의 환경 법규 리스크를 진단하고 개선 사항 도출 및 역량 강화 교육을 지속하고 있습니다. 그 중 일부 협력사에는 환경경영 수준 제고를 위한 맞춤 컨설팅을 진행했습니다. 개선 사항이 도출된 모든 협력사의 개선 이행 여부를 평가했으며, 그 중 우수 이행 협력사를 선정하여 시상했습니다. 더불어 협력사의 안전보건 관리 체계 및 작업 현장의 위험 요인을 파악하여 개선 사항을 제시하는 안전보건 컨설팅을 진행했으며, 관련 활동을 점차 확대해 나갈 계획입니다. 또한 협력사들이 환경성 개선 포장재 인증을 획득할 수 있도록 지원하고 있으며, 주요 협력사 중 희망 기업을 대상으로 환경성 개선 포장재 인증 관련 행정 절차를 안내하는 교육을 제공했습니다.

협력사 고충 처리 채널 운영

협력사와의 원활한 소통은 아모레퍼시픽그룹과 협력사 간 지속가능한 관계 유지에 필수입니다. 아모레퍼시픽그룹은 협력사와의 더욱 효과적인 의사소통을 위해 통합구매포털 내에 협력사 고충 처리 채널을 운영하고 있습니다. 인권, 안전보건, 환경 등 모든 사항에 대한 고충을 접수받고 있으며, 2022년 해당 채널을 통해 접수된 불만은 0건이었습니다.

협력사 지속가능성 평가

아모레퍼시픽그룹은 공급망 지속가능성을 제고해 건강한 기업 생태계를 조성하고자 합니다. 협력사의 잠재적 ESG 리스크 평가 및 관리를 위해 협력사 계약 체결 시 자사의 지속가능성 최소 요구 사항을 만족하는 협력사와 거래를 진행하고 있습니다. 신규 및 기존 협력사를 대상으로 품질을 비롯해 제품 안전, 인권, 안전보건, 환경 등 지속가능경영 관련 지표들에 대한 평가를 실시하고, 리스크 식별 결과를 면밀히 검토하여 계약 관계 여부를 결정합니다.

또한 매년 핵심 협력사를 포함한 일정 거래 규모 이상의 협력사를 대상으로 지속가능성 평가를 정기적으로 시행하고 있으며, 그 결과를 협력사 종합 평가에 10% 가중치로 반영하고 있습니다. 인권, 안전보건, 환경, 기업윤리, 경영시스템 5개 영역에 대해 RBA¹⁾ 행동규범, OECD²⁾ 기업 실사 지침 등 국제 표준을 준용한 체크리스트를 활용하여 평가합니다. 종합 평가 결과에 따라 우수 협력사에게는 동반성장 프로그램 우선 지원, 거래 물량 우선 배정, 시상 등의 인센티브를 제공합니다.

최근 3년 동안 제3자 독립 기관으로부터 지속가능성 평가를 받은 협력사 수는 총 119개 사로, 2022년 지속가능성 평가 결과 모든 대상 협력사에서 개선 사항이 도출되었습니다. 일정 수준 이하의 등급이나 중대 위반 사항이 발견된 모든 협력사를 대상으로 개선 조치를 요구하며, 개선 계획을 확인하고 있습니다. 특히 핵심 협력사의 경우, 개선 완료 여부까지 확인합니다. 협력사의 ESG 역량 향상이 필요할 시 지원 프로그램을 제공하며, 일정 수준 이하의 평가 등급이 지속될 경우, 거래 축소 및 제한과 같은 사후 조치를 시행할 계획입니다. 한편 모든 협력사에 대해 별도의 신용 평가를 실시해 재무적 리스크를 관리하고 있으며, 주요 2차 협력사 대상으로는 설문조사를 통해 거래 시 발생 가능한 잠재 리스크를 파악하고 있습니다.

협력사 지속가능성 평가 프로세스

평가 준비

- 평가 지표 업데이트
- 평가 대상 협력사 선정



서면 평가

- 온라인 플랫폼 활용(자가 평가)



현황 점검

- 고위험 협력사 대상 현장 실사 실시 (제3자 전문 기관 수행)



결과 도출

- 협력사별 리스크 확인 및 개선과제 도출



후속 조치

- 개선 조치 요구 및 개선 계획 수립 확인
- 결과보고서 배포

협력사 지속가능성 평가 결과

구분	2020	2021	2022
최근 3년 내 지속가능성을 평가한 신규 협력사 비율(%)	100	100	100
최근 3년 내 지속가능성을 평가한 핵심 협력사 비율(%)	100	100	100

고위험 핵심 협력사 개선 조치 현황

구분	2020	2021	2022
고위험 핵심 협력사 수	3	1	0
개선 조치 요구 비율(%)	100	100	-
개선 조치 계획 수립 비율(%)	100	100	-
개선 조치 완료 비율(%)	100	100	-

1) RBA(Responsible Business Alliance)
2) OECD(Organisation for Economic Co-operation and Development)

동반성장

아모레퍼시픽그룹은 기업시민의 의무를 다하고자 협력사의 성장과 혁신을 지원하는 노력들을 지속하고 있습니다. 동반성장의 중요성을 인식하고, 깨어있는 비즈니스 파트너십을 기반으로 금융, 기술 혁신, 성장 인프라 등을 지원하고 있습니다. 이를 통해 협력사와 상생할 수 있는 지속가능한 성장의 근원적인 경쟁력을 향상시키고 있습니다.

협력사 동반성장 전략 체계



금융 지원

저금리 대출 펀드 지원 강화

아모레퍼시픽그룹은 협력사의 경영 안정성을 강화하고 혁신적인 성장의 발판을 마련하기 위한 다양한 금융 지원 프로그램 및 기금을 운영하고 있습니다. 협력사의 안정적인 경영 환경 조성을 위해 9억 원 규모의 '상생 펀드 프로그램'을 직접 지원 방식으로 제공하고 있습니다. 기업은행과의 연계를 통해 저금리 대출 지원인 '동반성장 펀드 프로그램'의 규모를 214억 원으로 확대 운영하였습니다. 이는 전년 대비 63억 원을 증액한 규모로 협력사에 대한 운용 지원을 강화한 결과입니다. 또한 우리은행과 연계하여 30억 원 규모의 방판 특약점 지원 펀드를 추가로 운영하고 있습니다. 더불어 협력사의 역량 강화를 위한 '동반성장 투자재원 기금'은 2022년 기준 25억 4,400만 원 규모로 운용했습니다.

상생결제시스템 운영

아모레퍼시픽그룹은 2019년 상생결제시스템을 도입한 이래, 2022년 기준 중소기업 110여 곳을 대상으로 '10일 내 100% 현금 결제' 시스템을 운영하고 있습니다. 또한 2022년에는 1차 협력사 105개사를 대상으로 2차 협력사까지의 대금 지급 흐름이 원활히 이루어질 수 있도록 토대를 강화했습니다. 2022년 상생결제시스템을 통한 대금 지급액은 3,038억 2,700만 원으로, 공급망 전체에 걸쳐 투명하고 안정적인 자금 운용 흐름에 기여합니다.

기술 혁신 지원

구매조건부 신제품 개발 사업 참여

아모레퍼시픽그룹은 2019년부터 중소벤처기업부와와의 협약을 통해 ‘구매조건부 신제품 개발 사업’에 참여해왔습니다. 2022년까지 4년간 총 42억 9,000만 원 규모의 펀딩을 통해 중소기업의 신기술 및 신제품 개발을 지원하였습니다. 이를 통해 2022년에는 산소 카트리지와 기능성 원료를 포함한 듀얼 믹싱 기능성 화장품 용기 개발 과제를 수행했습니다.

제조실행시스템 MES 구축 지원

아모레퍼시픽그룹은 협력사를 대상으로 ‘협력사 공장의 스마트화를 위한 제조실행시스템 MES(Manufacturing Execution System)’ 구축을 지원하고 있습니다. 수혜 대상은 3년 간 총 6개 협력사(2020년 2개, 2021년 1개, 2022년 3개)입니다. 이를 통해 실시간 생산 운영 체계, 아모레퍼시픽 시스템을 연계한 납품 계획 관리, 데이터 기반 재고 관리 등의 시스템 완비로 협력사의 업무 속도를 향상시킬 수 있었습니다. 향후 아모레퍼시픽그룹은 장기간 협력을 지속해 온 협력사가 경영 활동 전반의 효율화를 지속적으로 강화할 수 있도록 생산성 향상 관련 지원을 더욱 확대해 나갈 계획입니다.

혼입·이물질 개선 컨설팅 실시

2022년 아모레퍼시픽그룹은 협력사의 품질 역량 향상 및 공정 기술 수준 개선 지원을 위해 총 6개 협력사를 대상으로 혼입·이물질 개선 컨설팅을 실시했습니다. 컨설팅사의 개선 사항을 반영한 결과로, 협력사의 혼입 반품률은 전년 대비 61%, 이물질 반품률은 전년 대비 57% 개선되는 효과를 거두었습니다.

성과공유제 운영

성과공유제는 협력사와 공동 혁신 과제를 진행해 목표 달성 시 기술 및 경제적 성과를 모두 공유하는 아모레퍼시픽그룹과 협력사의 동반성장을 위한 제도입니다. 2022년에는 7건의 과제 운영을 통해 협력사에 연구 개발비 약 1억 6,300만 원을 지원하였습니다.

성장 인프라 지원

중소 협력사 판로 확보

아모레퍼시픽그룹은 중소 협력사의 글로벌 판로를 확보하기 위해 2015년부터 매년 해외 전시회 참여를 위한 비용과 인력을 지원하고 있습니다. 2022년 싱가포르에서 3년 만에 오프라인으로 개최된 세계 3대 뷰티 전시회 코스모프로프 아시아 뷰티전시회(Cosmoprof Asia Singapore 2022) 행사에 5개 협력사에 대한 부스 설치 비용 총 5천만 원을 지원하였습니다.

동반성장 아카데미 운영

아모레퍼시픽그룹은 협력사 임직원 역량 향상과 안정적 인력 공급을 위해 자체 교육 프로그램을 운영해왔습니다. 2022년 한 해 동안 이루어진 교육은 화장품 산업에서의 필수 직무와 품질, 공정 등의 현장 실무 이슈 개선에 집중하였으며, 이를 통해 직무, 신입 사원, 관리자 교육 등을 포함한 총 35개의 교육 과정을 신규 개설하였습니다. 현장 교육 참여 대상인 79개 사 1,047명의 협력사 임직원에게 교육을 지원했으며, 해당 임직원들이 본업에서의 이슈가 생길 경우에도 적극 소통할 수 있도록 지속적으로 독려하고 있습니다.

제품 안전

아모레퍼시픽그룹은 안전한 제품 제공을 가장 중요한 가치로 여기며, 제품 개발부터 제품 사용 단계까지 모든 과정에서 엄격하게 관리하고 있습니다. 국내외 규제 준수뿐만 아니라 글로벌 선도 수준의 자체 품질 기준을 통해 원료부터 제품까지의 안전을 철저히 확보하고 있습니다.

제품 안전 관리 체계

제품 안전 관리 기준

아모레퍼시픽그룹은 23개 해외법인을 중심으로 진출한 미국, 유럽, 일본, 중국, 아세안 등 각 국가 및 지역의 법규를 준수하고 있습니다. 이에 더해 국제적인 화학물질 기준과 식수·식품, 환경 등 인접 영역에서의 안전성 평가 동향도 지속적으로 살피며 엄격한 자체 품질 기준을 수립하여 적용하고 있습니다. 아모레퍼시픽그룹의 자체 품질 기준이 포괄하는 대표적인 글로벌 규정으로는 EU REACH 및 CLP(Classification, Labelling and Packaging) 규정과 각 국가별 약전, 식품첨가물 규정 등이 있습니다. 동시에 SCCS, CIR, EFSA, IARC와 같은 국제적으로 공신력 있는 기관의 평가 결과도 적극 모니터링하여 내부 품질 관리에 참고합니다. 더불어 법적으로 사용이 가능하더라도 고객의 우려 및 안전성 연구 결과 등을 종합적으로 고려한 아모레퍼시픽그룹만의 내부 기준에 따라 파라벤, 트리클로산, 벤조페논류, 일부 색소 및 자외선 차단 성분 등 특정 성분의 사용을 금지하고 있습니다.

제품 안전 추진 체계

아모레퍼시픽그룹은 제품의 안전과 품질을 철저히 관리할 수 있도록 다방면의 전문 조직을 체계적으로 운영하고 있습니다. 국내외 물질 규제 전문성을 기반으로 내부 품질 기준을 운영·관리하는 전문 인력뿐만 아니라 원료 및 제품의 안전성, 보존력, 효능 등을 평가하고 품질 관리에 필요한 미량 분석 기술도 갖춘 전문가 조직을 통하여 소비자가 제품을 사용할 때 충분히 안심할 수 있도록 보장합니다.

제품 안전성 강화 활동

제품 안전성 평가

아모레퍼시픽그룹은 글로벌 수준의 자체 기준에 따라 성분부터 제품까지 안전과 효능이 충분히 검증될 수 있도록 제품 안전성 평가 프로세스를 운영하고 있습니다. 다양한 과학적 근거를 통해 성분과 원료를 선별하고, 제품 단위뿐만 아니라 원료 단위에서의 꼼꼼한 안전성 평가를 토대로 사람과 환경 모두에게 안전할 수 있는 제품을 개발합니다.

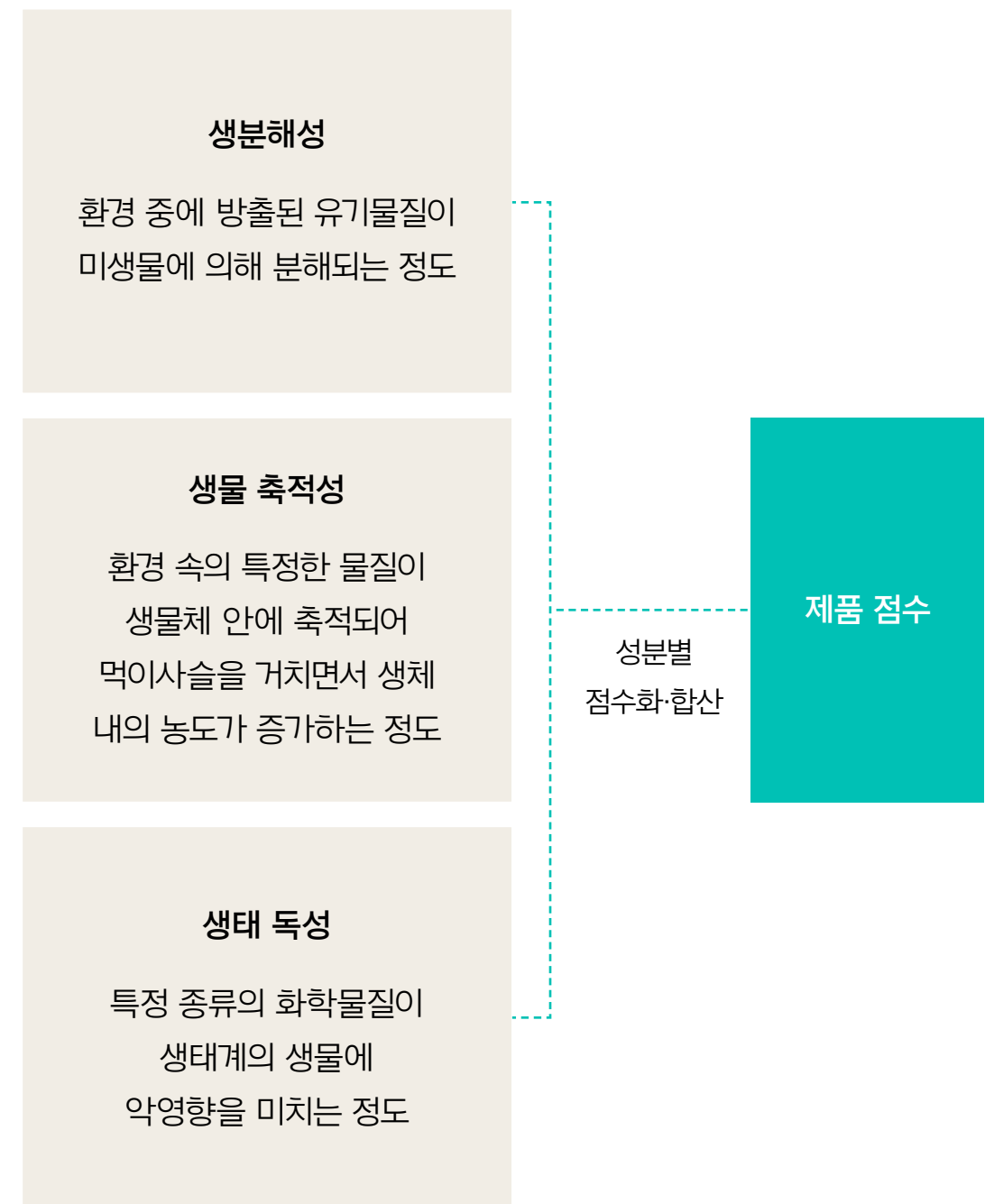
제품 안전성 평가 프로세스



환경 영향 평가 기술

최근 환경에 대한 관심과 목소리가 높아짐에 따라 환경에 끼치는 영향을 줄일 수 있는 제품을 필요로 하는 고객이 늘어나고 있습니다. 고객의 가치 실현을 위해 아모레퍼시픽그룹에서는 2015년 국내 화장품 업계 최초로 수생 환경 독성을 확인할 수 있는 시험법을 도입함으로써 제품이 환경에 미치는 영향에 대해 연구하기 시작했습니다. 제품에 사용되는 성분 및 원료별 생분해성, 생물축적성, 생태독성을 평가하여 환경 영향이 저감된 제품을 개발하고자 노력하고 있습니다.

환경 영향 점수화 알고리즘



제품 안전성 강화 Case

해피바스 오리지널 컬렉션 바디워시 생분해성 성분 함량 개선

해피바스는 물에 대한 유해한 영향을 줄이고 부정적인 환경 영향을 감소시킬 수 있는 생분해성 성분 함량이 99%인 바디워시 제품을 신규 출시했습니다.

특정 성분 배제 기술

아모레퍼시픽그룹은 보존제를 사용하지 않아도 제품을 사용하는 동안 품질을 유지하는 기술, 향료를 사용하지 않아도 불쾌한 냄새가 나지 않도록 처방하는 기술, 계면활성제가 없어도 충분한 세정이 가능한 제품 등 고객이 선호하지 않는 특정 성분을 배제할 수 있는 처방 기술을 꾸준히 발전시켜오고 있습니다. 극미량 분석 기술, 교차 오염 방지 기술 등을 활용하여 과학적 근거를 확보하도록 하는 내부 프로세스가 운영되며, 이를 통해 특정 성분 제외에 대한 확신을 고객에게 전달합니다.

이와 같은 과정으로 만들어진 제품은 Free 또는 무^無 표시를 통해 정보를 제공하고 있으며, 법적으로 반드시 없어야 하는 성분에 대해서는 Free 또는 무^無 표시는 하지 않음으로써 당연한 것을 의미 있는 것으로 과대·과장 광고하지 않습니다.

무^無 보존제 기술	<ul style="list-style-type: none"> · 수분 활성도 활용 기술 · 신속 미생물 동정 기술 · 천연/발효/자연 유래 성분 활용 항균 기술 · 마이크로바이옴 친화 기술 · AI 활용 보존력 예측 기술 등
무^無 향 기술	<ul style="list-style-type: none"> · GC-MS(질량 분석기) 및 GC-IMS(이온 이동도 분석기)를 활용한 이취/잔향 측정 기술 · 향취 감성평가 측정 기술 · 제품취/원료취 평가 및 관리 기술
극미량 분석 기술	<ul style="list-style-type: none"> · NMR(핵 자기 공명) 및 LC-MS(질량 분석기)를 활용한 물질 정성/정량 분석 기술 · LC-MSMS/GC-MSMS를 활용한 오염물질 극미량 검출 기술 등

화장품 동물실험 대체 기술

아모레퍼시픽그룹은 국내에서 법적으로 화장품의 동물실험이 금지된 2017년보다 약 23년 앞선 1994년부터 동물실험 대체 시험법의 연구와 활용에 적극적으로 참여해오고 있습니다. 2008년부터는 자체적인 동물실험을 중단하였으며, 2013년부터는 모든 협력사를 포함하여 동물실험을 전면 금지하였습니다.

화장품 원료와 제품을 정확하게 평가하기 위해 아모레퍼시픽그룹이 자체적으로 개발한 시험법을 활용함과 동시에 OCED 가이드라인 및 유럽대체법연구기관ECVAM의 공인시험법 등 공신력있는 시험법을 활용하여 제품의 안전성을 충분히 검증할 수 있도록 적극적으로 노력하고 있습니다.

특히 자체적인 동물대체시험법의 개발과 연구 역량은 국내외 논문 59편, 특허 15건¹⁾ 등의 결과로 보여지고 있으며, 다수의 국제공동연구는 물론 미국, 유럽 등 글로벌 독성학회에서 지속적으로 학술 성과를 보여주며 활발한 연구 활동을 펼치고 있습니다. 최근에는 인체의 장기와 혈관을 모식화하여 물질의 흐름에 따라 피부 조직과 장기에 미치는 영향을 평가하는 마이크로 디바이스 기반 3D 하이브리드 인공조직 개발, 피부 투과 예측 프로그램 개발 및 DB구축과 같은 차세대 동물대체시험법의 연구에도 많은 노력을 기울이고 있습니다.

민감 피부 연구

아모레퍼시픽그룹은 1988년 국내 최초로 민감 피부 전문 브랜드 '순정'을 출시한 이후, 꾸준히 민감 피부의 특성에 대해 연구해오고 있습니다. 국내 우수 병원과의 협업을 통해 민감 피부 연구의 기반을 마련하였으며, 한국, 중국, 미국, 유럽, 동남아시아 고객의 피부 특성 연구 및 민감 피부 마이크로바이옴 특성 연구, 유전자 다형성 기반의 민감 피부 진단 연구 등을 통해 아모레퍼시픽만의 고유 민감 평가 체계를 강화하였습니다. 또한 두피, 눈, 입술 등 피부 부위별 고객의 고민을 이해하고 해당 부분에 대한 연구 범위를 확장하여 고객들에게 더욱 깊이있는 민감 맞춤 솔루션을 제공하고자 최선을 다하고 있습니다.

생산 품질 강화

생산공정의 미세한 차이도 화장품의 최종 품질에 큰 영향을 미칠 수 있기 때문에 화장품 제조에서는 정확한 공정이 매우 중요합니다. 아모레퍼시픽그룹은 내용물의 이동 방향과 속도를 예측하는 기술을 확보해 결과물의 변동성을 최소화하고 제품의 품질을 극대화하였으며, 2012년부터 독자적인 기술을 통해 수많은 생산 공정과 설비 구조를 분석해 왔습니다. 아모레퍼시픽그룹만의 분석 데이터를 바탕으로 제형별 맞춤 설비를 구축하여 아모레퍼시픽의 특화 제조 혁신을 실현했습니다.

아모레퍼시픽그룹은 생산시설별 품질 표준화를 위해 정보통신기술과 생산기술을 접목하여 화장품 제조 전 과정을 관리하는 RCSRecipe Control System를 구축하였습니다. RCS는 제조 과정에서 인적 요인으로 인한 오류를 원천적으로 제거하여 품질 변동성을 최소화하고 고객에게 가장 안전한 제품을 효율적으로 전달하는 제조 표준화 시스템입니다.

또한 내용물 추적 시스템 구축을 통해 안심 생산 체제를 강화하였습니다. 내용물 저장통은 제조한 화장품을 보관 및 포장공정으로 운반하기 위해 저장하는 도구로, 저장통에 IoTInternet of Things 인프라를 적용하여 자동으로 저장통의 세척 관리가 가능한 시스템을 구축하였습니다. 그뿐만 아니라 미생물 테스트를 통한 세척 유효기간 설정과 Fool proof 기능을 통해 세척 일자가 경과된 저장통은 사용이 불가능하도록 관리하고 있습니다.

1) 논문 및 특허는 2022년 12월 기준

고객 만족

아모레퍼시픽그룹은 고객 만족을 최우선 가치로 생각하며 제품 및 서비스 품질 제고에 힘쓰고 있습니다. 또한 고객 의견 수렴을 통해 개선점을 도출하고 반영하여 고객 만족도를 향상시키고자 합니다.

고객과의 소통 제고

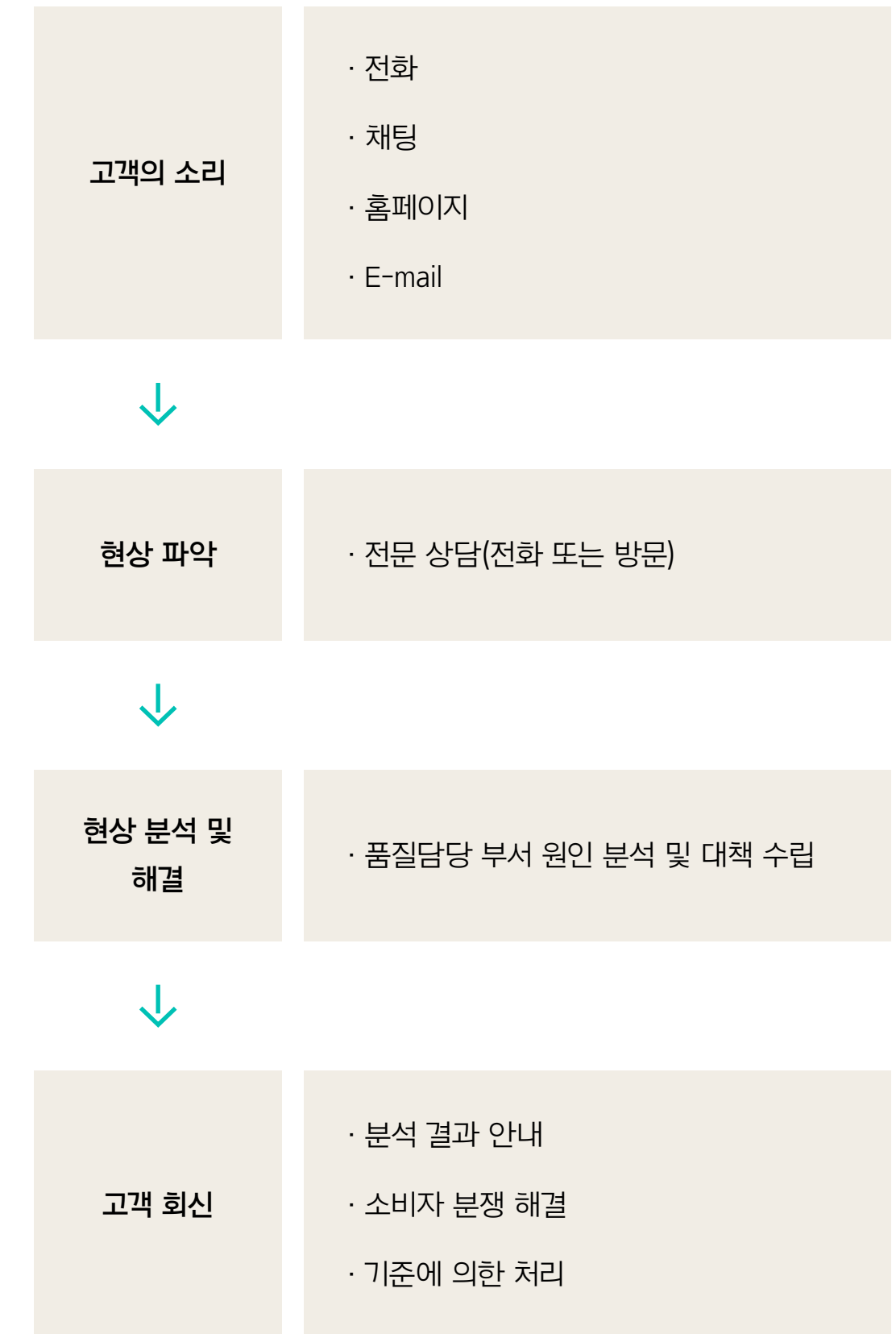
고객 상담 프로세스 개선

아모레퍼시픽그룹은 다양해지는 온·오프라인 판매 채널에서 고객들이 긍정적인 경험을 할 수 있도록 전사적 노력을 기울이고 있습니다. 특히 고객이 느끼는 불만족 요소를 파악하고 고객 만족의 극대화를 위해 이커머스 플랫폼별 VOC(Voice of customer)에 ‘모니터링-현업 공유-개선 활동 추진’의 프로세스를 적용하고 있습니다.

2021년부터 정례화 운영하던 티키타카 VOC를 위클리 NEWS 형태로 보다 신속하게 현업 부서에 공유하여 브랜드 및 영업, 물류 등 다각적인 측면에서 즉각적인 개선이 이루어질 수 있도록 하였습니다. 2022년 6월부터 12월까지 총 61건의 VOC를 위클리 NEWS를 통해 현업에 공유했습니다. 또한 제품 및 서비스 품질 관련 고객 의견 반영을 통한 품질관리를 지속하고 있습니다. 고객의 소리에 따른 클레임 개선을 위해 총 19건의 CGAP(Customer Gift for AmorePacific) 발행과 총 53건의 제품 분석을 진행했습니다.

코로나19 팬데믹 이후 변화하고 있는 고객 VOC를 전 임직원 대상(본사, 오산 아모레 뷰티파크, 대전 지역사업부)으로 공유하는 CGAP(Customer Gift for AmorePacific) 전시회를 온·오프 하이브리드 형태로 진행하였습니다. 전시회를 통해 아모레퍼시픽그룹 전 브랜드와 제품 및 서비스에 대한 고객 경험 가치의 중요성을 공유하며, 지속적인 개선 관리를 위한 노력을 다짐하였습니다. 변화하는 유통환경 속에서 글로벌 이커머스 고객들의 VOC를 지속적으로 모니터링하고 현업부서와 공유하여 고객 구매 경험 향상 및 품질 관리 활동을 확대해 나갈 예정입니다.

VOC 접수 및 처리 절차



고객 VOC를 반영한 제품 개발 Case

아모레퍼시픽그룹은 고객의 목소리에 귀를 기울이며 고객의 불만 사항을 개선하기 위해 최선을 다하고 있습니다. 접수된 불만 사항을 분석하고 개선 방안을 고민하여 제품 개발 및 개선에 적극 반영합니다. 또한 고객의 니즈를 제품 개발에 반영하여 고객이 아모레퍼시픽그룹 제품을 사용했을 때 만족감을 극대화합니다.

라보에이치, 고객 CS 바탕 '퍼폼에디션' 제품 개발 출시

두피 스킨케어 전문 브랜드 라보에이치는 향 라인을 지속적으로 추가해달라는 고객 CS를 기반으로 고객의 다양한 니즈를 맞추기 위해 기존의 두피강화샴푸에 향을 추가한 퍼폼에디션 2종을 신규로 출시했습니다. 특히 이른 달모 개선 기능뿐만 아니라 감각적인 향을 찾는 MZ세대 소비자 의견을 적극 반영해 기존 두피강화샴푸의

대중적인 향에서 나아가 트렌디하고 특별한 향을 추가했습니다. 라보에이치는 앞으로도 다양한 고객의 소리에 귀를 기울여 고객이 보다 즐겁게 두피관리를 할 수 있도록 노력하고자 합니다.



라보에이치, 퍼폼에디션



헤라, 센슈얼 피팅 글로우 틴트

헤라, 고발색 '센슈얼 피팅 글로우 틴트' 개발

헤라는 2022년 7월 고객의 니즈를 100% 반영한 '센슈얼 피팅 글로우 틴트'를 론칭했습니다. 제품 개발 전 과정에서 고객의 의견을 반영하기 위해 1,000명 이상의 고객을 대상으로 설문 조사, 타사 비교 테스트 등의 과정을 진행했습니다. 브랜드 소통 계정을 통해 개발 과정에 대해 고객과 가장 먼저 소통했으며, 메인 컬러 또한 고객의 투표를 통해 선정했습니다.

이러한 고객 참여형 제품 개발을 통해 고객 스스로 헤라를 '자신의 브랜드'라고 느낄 수 있는 자기 연관성을 강화했으며, 론칭 이후에도 고객 소통을 기반으로 제형 개선 및 컬러 전개를 할 예정입니다.

고객 만족도 관리

아모레퍼시픽은 고객에게 최고의 제품과 서비스 경험을 제공하기 위해 2019년부터 고객상담을 완료한 모든 고객을 대상으로 만족도 조사를 시행하는 등 다양한 고객 만족도 관리 활동을 시행하고 있습니다. 2022년 아모레퍼시픽에 접수된 소비자 불만 발생 715건 중 714건에 대해 소비자 불만을 해결하여 99.9%의 불만 해결률¹⁾을 기록했으며, 이는 전년 대비 약 1% 상승한 수치입니다. 또한 2022년 아모레퍼시픽의 고객상담 서비스 만족도는 82.9점을 기록했습니다.

AMORE Brand Perception Survey

아모레퍼시픽그룹은 한국 주요 도시에 거주하고 있는 여성 5,000명을 대상으로 Brand Perception Survey를 매년 진행합니다. 인지·고려·구매 단계의 브랜드 건강도를 측정하는 지표와 함께 2022년에는 ESG 항목을 추가하여 변화하고 있는 시장 환경과 고객 니즈에 적합한 브랜드 이미지를 보유하고 있는지 점검했습니다. 구체적으로는 자사 주요 브랜드를 대상으로 '더 나은 세상을 만들기 위한 노력', '더 나은 내가 될 수 있는 브랜드', '꾸준한 사회공헌 활동 실천' 및 '멤버십·고객 관리 우수성'에 대한 동의도를 측정했습니다. 본 지표를 통해 브랜드의 더 나은 사회를 만들기 위한 노력이 고객에게까지 잘 도달했는지를 확인했으며, 브랜드별 ESG활동 전략 수립에 기초 자료로 활용했습니다. 2023년에 시행한 서베이에서는 더욱 구체적인 실천 이미지가 도달되었는지를 평가하기 위해 '사회적 가치를 실현하는 브랜드', '개인의 다양성을 존중하는 브랜드', '클린뷰티 브랜드', '환경을 아끼는 브랜드'로 변경된 문항을 적용하여 빠르게 변화하는 시장 및 고객 상황에 적극적으로 대처하고자 했습니다. 또한 측정 범위를 해외까지 넓혀 중국 및 미국 고객 대상으로 평가를 확대 시행했습니다.

1) 아모레퍼시픽 국내 기준

윤리적 마케팅 전개

아모레퍼시픽그룹은 고객에게 제품 및 서비스에 대한 정확하고 균형 잡힌 정보를 제공하고자 노력합니다. 2022년에는 2021년 제작한 『환경성 표시·광고 관리제도에 관한 고시 가이드북』을 구성원들이 내재화할 수 있도록 지원했습니다. 이는 제품 및 서비스에 대한 환경적 영향을 과장되게 주장하거나 오인할 만한 정보를 제공하지 않고, 소비자의 알 권리를 보장해 주기 위함입니다. 아울러 아모레퍼시픽그룹은 자사 고객이 경쟁사의 제품 및 서비스에 대해 불필요하게 오해할 수 있는 정보를 제공하지 않을 것입니다. 또한 청소년의 과도한 소비를 조장하거나 정서를 해치는 표현을 사용하지 않도록 주의를 기울이겠습니다.

고객 맞춤형 제품 및 서비스 Case

아모레퍼시픽그룹은 고객들의 의견을 청취하고 피드백을 반영한 제품 및 서비스를 선보이고 있습니다. 다양한 고객의 요구와 니즈를 파악하여 고객 1:1 맞춤형 제품 개발을 통해 고객 개인의 만족도를 높이고자 노력합니다.

에뛰드

에뛰드는 서울 신촌점에서 맞춤형 파운데이션을 만들어주는 '파운데이션 팩토리' 서비스를 실시하고 있습니다.

한국과학기술원KAIST 색채학 교실과 공동으로 개발한 '스킨톤 파인더'를 이용해 고객의 피부색과 톤을 측정해 퍼스널 컬러를 진단하고 있습니다. 퍼스널 컬러를 바탕으로 메이크업 전문가 상담을 통한 '나만의 파운데이션'을 제공하여 고객 만족을 위해 힘쓰고 있습니다.



에뛰드, 파운데이션 팩토리

라네즈

라네즈는 고객 맞춤형 서비스 '비스포크 네오'를 선보였습니다. 비스포크 네오는 명동에 위치한 라네즈 쇼룸에서 맞춤형 쿠션-파운데이션을 제조할 수 있는 서비스입니다. 고객의 피부톤 측정 후 1:1 컬러 컨설팅을 통해 고객의 피부에 최적화된 쿠션 또는 파운데이션을 제안합니다. 완성된 제품에는 고객의 이름과 제조일자 등이 기재된 라벨을 전면에 부착하여 고객 맞춤형 제품의 특성을 강조했습니다.



라네즈, 비스포크 네오

헤라

헤라는 2023년 4월 아모레 성수와 글로벌 아모레몰을 통해 실키 스테이 커스텀 매치(맞춤 파운데이션)을 론칭했습니다. 아모레퍼시픽의 전문적인 색채 연구를 기반으로 피부톤과 밝기를 세분화한 125개의 맞춤 셰이드를 제안하여, 고객이 자신의 피부톤에 딱 맞는 맞춤 설계된 셰이드를 선택할 수 있도록 했습니다. 아모레 성수에서는 메이크업 아티스트의 1:1 터치업 서비스를 통해 전문적인 컨설팅 서비스가 제공되며, 셰이드 선택 후 현장에서 나만을 위한 파운데이션을 즉시 조제하여 제공했습니다. 앞으로도 다양한 인종 및 국가에 대한 피부 연구를 통해 글로벌 고객을 위한 고객 만족 서비스를 강화할 예정입니다.



헤라, 커스텀 매치

글로벌 고객 니즈 맞춤화 제품 출시

2022년 아모레퍼시픽 상하이 연구소는 중국 시장 고객 니즈를 맞춘 현지 전용 상품을 개발했습니다. 중국 고객을 대상으로 파운데이션 선호 사용감에 대한 리서치를 진행했으며, 이 결과를 바탕으로 'MAMONDE Nudy Fit Foundation' 제품을 개발했습니다. 중국 현지 고객들이 선호하는 코팅 피그먼트 원료를 사용하여 보습감, 발림성, 밀착력을 맞춤 구현했으며, 최적화된 마무리감을 위해 파우더 분쇄 공정기술을 적용했습니다.

또한 중국의 헤어 제품 시장 트렌드를 적용하여 현지 소비자가 선호하는 꽃과 차를 조합한 향료를 사용한 고보습, 고효능 헤어 제품을 개발했습니다. 총 3가지 제품 각각에 서로 다른 꽃과 차를 사용했으며, 고객의 니즈를 반영하여 각기 다른 효능을 구현했습니다. 'RYO Peach Oolong Tea Shampoo & Conditioner' 제품은 보습과 헤어 부드러움을, 'RYO Yuzu Black Tea Shampoo & Conditioner' 제품은 오일 컨트롤과 헤어 볼륨을, 'RYO Jasmine White Tea Shampoo & Conditioner' 제품은 보습과 비듬 방지 효능을 맞춤 구현했습니다.

아리따움, 배민스토어 통한 즉시배송 서비스 전개

아리따움은 요기요에 이어 '배달의 민족'과 제휴 계약을 체결하고 실시간으로 제품을 배송하는 서비스를 제공했습니다. 스마트폰 어플리케이션 '배민스토어'를 통해 아리따움의 제품을 1시간 이내 원하는 장소에서 편리하게 받을 수 있는 점이 고객들에게 이점으로 작용합니다. 고객들이 '배민스토어' 앱에서 아리따움 제품을 주문하면 배달 대행사를 통해 즉시 배달 받는 방식으로 운영되며, 2021년 12월 서울지역을 시작으로 경기, 인천 및 수도권 아리따움 매장까지 서비스 운영이 확대됐습니다.

라네즈, 메종키츠네와 협업으로 한정판 제품 출시

2022년 라네즈는 프랑스 패션 브랜드 '메종키츠네'와 2021년에 이은 두 번째 컬래버레이션 한정판 제품을 출시했습니다. 첫 번째 협업 제품에 대한 고객의 성원을 반영해 메종키츠네와 다시 함께 선보이는 두 번째 리미티드 에디션NEO CUSHION X MAISON KITSUNE LIMITED EDITION2은 "HEY NEO, WHY SO GRAY?"를 콘셉트로 제작했습니다.

어두운 새벽에 새로 떠오르는 태양의 모습에서 영감을 받은 회색 컬러에 오렌지색을 포인트로 가미해 희망의 메시지를 전하고자 했습니다. 해당 에디션은 네오 쿠션 제품 2종과 이번 협업을 위해 특별 제작한 굿즈 3종(패딩 에코백, 폰 홀더 크로스백, 키링)으로 구성했습니다. 해당 제품은 한국을 비롯하여 태국, 일본 총 10개 국가에 출시하여 글로벌 고객들로부터 사랑받았습니다.



라네즈, 네오쿠션x메종키츠네

헤라, 컬처 프로젝트 통한 문화적 다양성 제공

헤라는 컬처 콜라보 프로젝트를 통해 서울을 기반으로 독립적인 커리어를 개척하고 있는 브랜드 또는 아티스트와 함께 동시대적인 미적 다양성과 문화적 다양성을 고객에게 제공했습니다.

2022년 4월에는 서울의 공간을 주제로, 익숙함 안에서 새로운 방식들을 제안하는 복합 문화 공간 아우프글렛과 함께 'SCENE #000000 씬 넘버 블랙' 캠페인을 진행했습니다. 콜라보를 통해 익숙한 하나의 공간에서 낯선 시각으로 '나다움'을 개척해나가는 순간들을 고객이 경험할 수 있도록 했습니다. 6월에는 서울에서 활동하는 3인의 일러스트레이터와 함께 헤라가 선사하는 여름의 일상을 작가들의 고유한 시선을 통해 표현하여, 자신만의 색으로 여름을 즐기는 서울리스타의 일상을 담아냈습니다. 9월에는 국내 댄스씬에서 최정상의 위치에 선 MVP 크루와 가장 나다운 무브를 보여주는 MVP들의 블랙퍼포먼스와 함께 무엇이 자신을 진정한 MVP로 만들었는지에 대한 이야기를 전달하며 이 시대 MZ들이 공감할 수 있는 이야기를 전달했습니다. 또한 서울을 주제로 다양한 콘텐츠 프로젝트를 진행하는 헤라의 크리에이터 크루인 'C.CREW' 30명과 함께 서울의 색, 축제, 사람을 주제로 100여개의 콘텐츠 협업을 진행하고 있습니다.

헤라는 앞으로도 개성 있는 아티스트 그리고 크리에이터와 다양한 크리에이티브 협업을 이어가며, 다양성에 대한 헤라의 이야기를 고객이 함께 참여해 느낄 수 있는 행사를 전개해 나갈 예정입니다.



헤라, 블랙쿠션x아우프글렛

정보보안

아모레퍼시픽그룹은 소중한 정보와 자산을 노리는 사이버 공격과 다양한 위협에 대응하기 위해 종합적인 정보보안 관리 체계를 수립했습니다. 정보보안 선언문, 정보보안 교육 등을 통해 구성원 및 협력사의 정보보안 의식 수준을 제고하고 있으며, 주기적인 보안 취약점 진단 및 복구 시스템 구축을 통해 정보보안 대응 능력을 강화하고 있습니다.

정보보안 체계

정보보안 선언문

아모레퍼시픽그룹은 정보보호 선언문을 통해 회사의 정보보호에 대한 의지, 목표, 행동 방침을 임직원들과 공유하고 있습니다. 또한 세부 보안 지침을 사규로 지정하여 임직원들이 반드시 준수하도록 하고 있습니다. 만약 실수 또는 고의로 위반하여 회사에 손해를 유발하거나 고객의 권리를 훼손할 경우, 사안에 따라 징계를 내리는 등 개인정보 보호 및 정보보안 강화에 최선을 다하고 있습니다.

정보보안 관리 체계

아모레퍼시픽그룹은 개인정보 보호를 전사의 중요한 리스크로 관리하고 있습니다. 리스크관리위원회를 통해 주요 경영진에게 정기적으로 개인정보보호 리스크 및 자사의 보안 전략을 보고하고 있습니다. 법적 요구사항을 충족하기 위한 제반 정책을 수립 및 운영하고 있으며, 각 계열사 별 정보보호 최고책임자CISO, Chief Information Safety Officer 및 개인정보보호 최고책임자CPO, Chief Privacy Officer를 지정하여 긴밀히 공조하고 있습니다. 정보보안센터장은 정보보호 및 개인정보보호에 대한 책임을 맡아 사이버 공격으로부터 기업 정보 및 고객, 임직원의 개인정보를 안전하게 보호하고 있습니다. 또한 국가 기관이 시행하는 인증 기준에 따라 종합적인 정보보호관리체계Information Security Management System를 구축하고 매년 심사를 통해 인증을 획득 및 유지하고 있습니다. 특히 본사 및 AWSAmazon Web Service, 송도 전산 센터, 죽전 재해복구DR, Disaster Recovery 센터를 대상으로 인력, 전산 자원, 물리적 환경 등을 종합적으로 심사하고 미비점을 개선하고 있습니다.

고객 개인정보 보호 활동

아모레퍼시픽그룹은 고객과 관련된 모든 비즈니스의 기획 단계부터 개인정보보호를 사전에 고려하며, 기준에 부합할 경우에만 고객에게 서비스를 제공하고 있습니다. 개인정보의 수집 시 필수적인 절차로서 동의를 구하며, 수집된 정보를 안전하게 보관하기 위한 각종 기술을 적용했습니다. 고객과 약속한 목적으로만 개인정보를 이용하며, 홈페이지에 개인정보 처리 방침 내용을 소비자들이 알기 쉽게 안내하고 있습니다.

개인정보 처리 시스템이 법과 회사의 보안 기준에 적합하도록 내·외부 전문가 그룹이 연 단위로 전수 점검 및 개선 운영하고 있습니다. 나아가 웹사이트의 해킹으로 개인정보가 유출되는 것을 예방하고자 해커와 동일한 기술로 모의 해킹 테스트를 매년 수행하고, 발견된 취약점을 개선하고 있습니다. 이 외에도 임직원을 대상으로 한 공격에 의해 고객 개인정보가 유출되지 않도록 악성코드 방어 시스템을 도입했으며, 이를 IT 용역 직원에게까지 확대 적용하는 등 다중 방어 체계를 운영하고 있습니다. 2022년 개인정보 침해와 관련되어 외부로부터 접수된 불만은 1건으로, 관련 기관에 신고 및 후속 조치를 완료했습니다.

구성원 정보보안 교육

아모레퍼시픽그룹은 전체 구성원의 정보보안 인식 제고를 위한 연 1회 의무 교육을 시행하고 있습니다. 2022년에는 ‘근무 중 지켜야 할 수칙’, ‘개인정보를 보호하기 위한 제반 법 규정’, ‘디지털 비즈니스에 보안을 고려하기 위한 방법’이라는 주제로 교육을 실시하였고, 아모레퍼시픽그룹 및 일부 계열사¹⁾의 임직원 95% 이상이 이수했습니다. 고객을 직접 응대하는 매장 및 방문 판매 뷰티 파트너 전체를 대상으로는 ‘고객 개인정보 오남용 방지’ 내용으로 온·오프라인 교육을 시행했습니다.

1) 아모레퍼시픽, 에뛰드, 이니스프리, 에스쁘아, 에스트라, 아모스프로페셔널, 오설록

협력사 개인정보보호

원활한 고객 서비스를 위해 개인정보를 협력사에 위탁처리 시 홈페이지에 업체 명단을 공개하고 있습니다. 협력사가 개인정보를 안전하게 관리할 수 있도록 2022년에는 260개사를 대상으로 업무 특성 맞춤형 교육을 시행했습니다. 또한 총 25개의 항목을 기준으로 협력사의 개인정보 보호 수준 진단을 4차에 걸쳐 실시했습니다. 진단 결과 점수는 5단계로 구분되며, 일정 수준 이하의 점수를 획득한 협력사는 개선조치를 이행하도록 지원했습니다. 협력사의 업무 계약이 만료될 경우 아모레퍼시픽그룹 고객의 정보를 즉시 삭제하도록 관리하고 있으며, 2022년에는 총 24건의 파기 확약을 받았습니다.

새로운 디지털 환경 보안

디지털화 추세에 따라 증가하는 클라우드 활용 중에도 보안 수준은 변함이 없어야 합니다. 자칫 클라우드 관리를 잘못하여 중요 정보가 인터넷에 공개되거나 권한이 없는 사람이 접근하지 못하도록 설정관리 모니터링 시스템을 적용하여 자동으로 탐지하고 있습니다. 또한 고객의 서비스 개선 요구를 빠르게 반영할 수 있는 DevOps 개발 환경에서도 해킹에 취약한 소스 코드가 발생하지 않도록 자동 점검하여 안전한 디지털 환경을 보장하고 있습니다.

시스템 중단 대비 BCP 테스트 실시

아모레퍼시픽그룹은 시스템 중단 대비 BCP(Business Continuity Plan) 테스트를 주기적으로 실시하여 중요한 고객 서비스가 자연적, 인위적, 내부적 요인으로 중단되지 않도록 노력하고 있습니다. 재해 복구 계획 수립을 위해 재해 분류 및 비상 조직 정의, 선포, 복구 절차를 상세히 정의했으며, 온라인 쇼핑몰과 매장 운영을 위한 POS 등 주요 시스템은 재해 상황에 대비하여 DR(Disaster Recovery)센터에 복제되고 있습니다. 또한 연 1회 모의 복구 테스트를 시행하여 재해 복구 계획의 정확성을 검증하고, 각 담당자들이 임무를 명확히 숙지하여 유사시 신속한 시스템 정상화가 이루어지도록 체계를 마련하였습니다.



사회공헌

아모레퍼시픽그룹은 아름다움이 사람과 세상에 끼칠 수 있는 긍정적인 영향을 믿습니다. 모든 이해관계자들이 지속가능하고 조화로운 성장을 이룰 수 있도록 다양한 사회공헌 프로그램을 운영하고 있습니다.

기업의 사회적 책임 이행

사회공헌 추진 방향성

아모레퍼시픽그룹은 지역사회에 기여하고 기업의 사회적 책임을 이행하고자 노력합니다. 이를 통해 전 이해관계자 그룹과 함께 성장하며, 다양성과 포용성의 가치를 확산시키고자 합니다. 경제적 자립이 필요한 계층 대상 경제 역량 강화 및 시민의 건강한 삶을 위해 1,000억 원을 투자하겠다는 ‘2030 A MORE Beautiful Promise’ 목표 아래 다양한 사회공헌 프로그램을 추진하여 사회에 긍정적 영향을 확산시키고 있습니다.

아모레퍼시픽재단

아모레퍼시픽재단은 ‘아시아의 미美’, ‘여성과 문화’와 관련한 연구를 축적하고, 인문학 분야 신진연구자 발굴 및 육성을 위한 ‘장원 인문학자’ 지원 사업을 운영하고 있습니다. 또한 국내외 연구 네트워크 활성화에 기여하기 위해 우수 연구 번역 및 해외 출간 활동을 지원하고 있습니다.

2022년에는 ‘아시아의 미’ 연구 공모 및 지원 사업을 진행하여 6월 한 달 동안 온라인 공모를 통해 접수된 44편 중 3편을 선정하였으며, 아시아의 미 도서 시리즈 국내판 4권과 해외판 4권을 출간했습니다. ‘여성과 문화’ 연구 공모 및 지원 사업 또한 같은 방식으로 진행해 접수된 286편 중 30편의 연구를 선정했으며, 2022년에는 30편의 연구 성과가 논문으로 게재되었습니다. ‘장원 인문학자’ 지원 사업에서는 2022년 2명의 신진연구자를 선정해 안정적인 연구 환경을 제공함으로써 자신만의 단단한 연구 기반을 구축할 수 있도록 독려하고 있습니다.

아모레퍼시픽공감재단(前 아모레퍼시픽복지재단)

아모레퍼시픽복지재단은 사회 취약계층의 건강하고 아름다운 삶을 지원하기 위해 설립되었으며, 다양한 민·관 협력 사업을 통해 지역사회 발전에 기여하고, 낙후되고 버려진 공간을 개선하여 지역주민을 위한 새로운 문화 공간을 탄생시켰습니다. 한편, 아모레퍼시픽복지재단은 아모레퍼시픽공감재단으로 2022년 11월 새롭게 재단명을 변경하였으며, 2023년부터는 청년의 마음 건강 증진과 경제적 자립 지원을 통해 보다 많은 청년들의 사회 참여 기회 확대에 앞장서고자 합니다.

2022년에는 기존 여성 이용 시설 및 비영리 여성 단체에 한정되어 있던 공간문화 개선 사업을 사회문제 해결을 위해 노력하는 전국 비영리 시설로 확대하여 지원했습니다. 공모 사업을 통해 219건이 접수되었고, 이 중 7개 비영리 시설이 선정되어 열악했던 교육장, 휴게실, 사무실을 밝고 쾌적한 인테리어로 개선했습니다. 공간의 개선으로 이용자의 편의성, 안정감, 집중력, 동기부여, 이용 만족도 모든 항목에서 개선 전보다 70% 이상 향상했습니다.

임직원들의 재능을 기반으로 지역사회 발전을 위한 프로그램도 활발히 진행했습니다. ‘우리 가게 전담 디자이너’를 통해 남영동, 한강로동 등 서울시 소재 총 3곳의 개성 있는 가게를 새롭게 단장했습니다. 또한 ‘우리 동네 유희공간’을 통해 개관한 ‘북촌 중간집’은 기존에 사용되지 않던 한옥을 북촌 지역주민을 위한 문화공간으로 만들었고, 북촌 주민 투어 프로그램을 연계하여 공간의 활용도를 높였습니다.

이 외에도 서울시 용산구 민·관·학 연합인 ‘용산 드래곤즈’를 통해 용산구 쪽방촌 주민 지원활동, 아모레퍼시픽 임직원이 참여하는 청년 직무 멘토링 프로보노 활동, 아동학대 예방 캠페인, 용산구 소재 아동복지시설을 지원하는 크리스마스 행사 등을 진행하여 용산구 지역사회 발전에 기여했습니다.

임직원 나눔 활동과 물품 기부 진행

아모레퍼시픽그룹은 팀·조직 단위로 임직원 나눔 활동을 권장해왔습니다. 하지만 신종 코로나바이러스 감염증 장기화로 팀·조직 단위 또는 개인 단위의 나눔 활동이 어려워짐에 따라 나눔 활동 참여 인원 및 시간이 다소 감소했습니다. 아모레퍼시픽그룹은 포스트 코로나 시대에 맞추어 임직원 나눔 활동을 기존의 시간 및 참여율 중심의 활동에서 개개인의 자율적이고 전문성에 기반한 활동으로 전환하고 있습니다. 이에 따라 브랜드·채널 CSR 캠페인 참여, 프로보노 등 다양한 임직원 나눔 활동을 진행하고 있습니다.

또한 아모레퍼시픽은 물품 기부를 연간 최대 50억 원(소비자가 기준 약 250억원)으로 확대하여 10만 명의 취약계층의 생활을 지원할 예정입니다. 2022년 하반기부터 전년 대비 3배 규모인 총 29억 원 규모의 물품을 총 96,000명의 수혜자들에게 기부하였습니다.

2022년 임직원 나눔 활동 현황

구분	단위	아모레퍼시픽그룹	아모레퍼시픽
참여자 수	명	243	221
참여 시간	시간	2,294	2,154
1인당 평균 참여 시간 ¹⁾	시간	9	10

1) 1인당 평균 참여 시간은 총 참여 시간을 참여자 수로 나누어 산정하였으며, 전년 대비 산정 방식 변경됨

한부모 여성가장의 자립을 응원하는 ‘희망가게’

아모레퍼시픽은 ‘여성에게 받은 사랑을 여성에게 돌려준다’는 기업의 오래된 철학 정신을 실현하고자 ‘희망가게’ 활동을 통해 한부모 여성가장이 경제적으로 자립할 수 있도록 창업을 지원하고 있습니다. 희망가게를 통해 여성 창업주의 월평균 소득 상승과 사회적 지지 체계 구축, 정서 안정 및 가족 간 관계 강화를 목표로 하고 있습니다.

2022년에는 정부의 사회적 거리두기 규제가 해제됨에 따라 희망가게 사업의 대면 정례행사를 단계적으로 재개했습니다. 1박2일 대면 오리엔테이션 진행, 희망특강, 소모임, 전국 실무자 전국 회의 등 점진적 교류를 통해 사업 네트워크 재형성을 위한 노력을 지속하고 있습니다. 2022년 희망가게는 다양한 자원연계를 통하여 매장의 매출 증진 및 경영 안정을 도모하였습니다.

특히 상시사업으로 신설한 ‘경영 개선 컨설팅’ 지원을 통해 총 5개 매장이 종합 경영 컨설팅을 받아 경영 위기를 타개하였습니다.

또한 사업 신청 및 사업 계획서 작성에 어려움을 겪는 예비 신청자를 위해 총 3회의 온라인 사업 설명회를 진행했으며, 총 147명의 창업주분들이 참여하였습니다. 지원 결과, 창업주의 월평균 소득은 2021년 기준 약 211만원 대비 2022년 약 232만원으로 소폭 상승하며 회복세를 보였습니다. 희망가게 창업주 특성상 소규모 1인 사업장을 운영하며 홀로 가정 경제를 책임지고 있기 때문에 질병과 사고로 근로활동이 불가할 시 경제적으로 큰 어려움을 겪게 됩니다. 이에 건강권 지원 사업 통하여 총 67명의 창업주에 종합 건강 검진비를 지원하였고, 이상소견이 발견된 총 6명의 창업주에 추가 검사비 및 수술비를 지원하였습니다.



희망가게

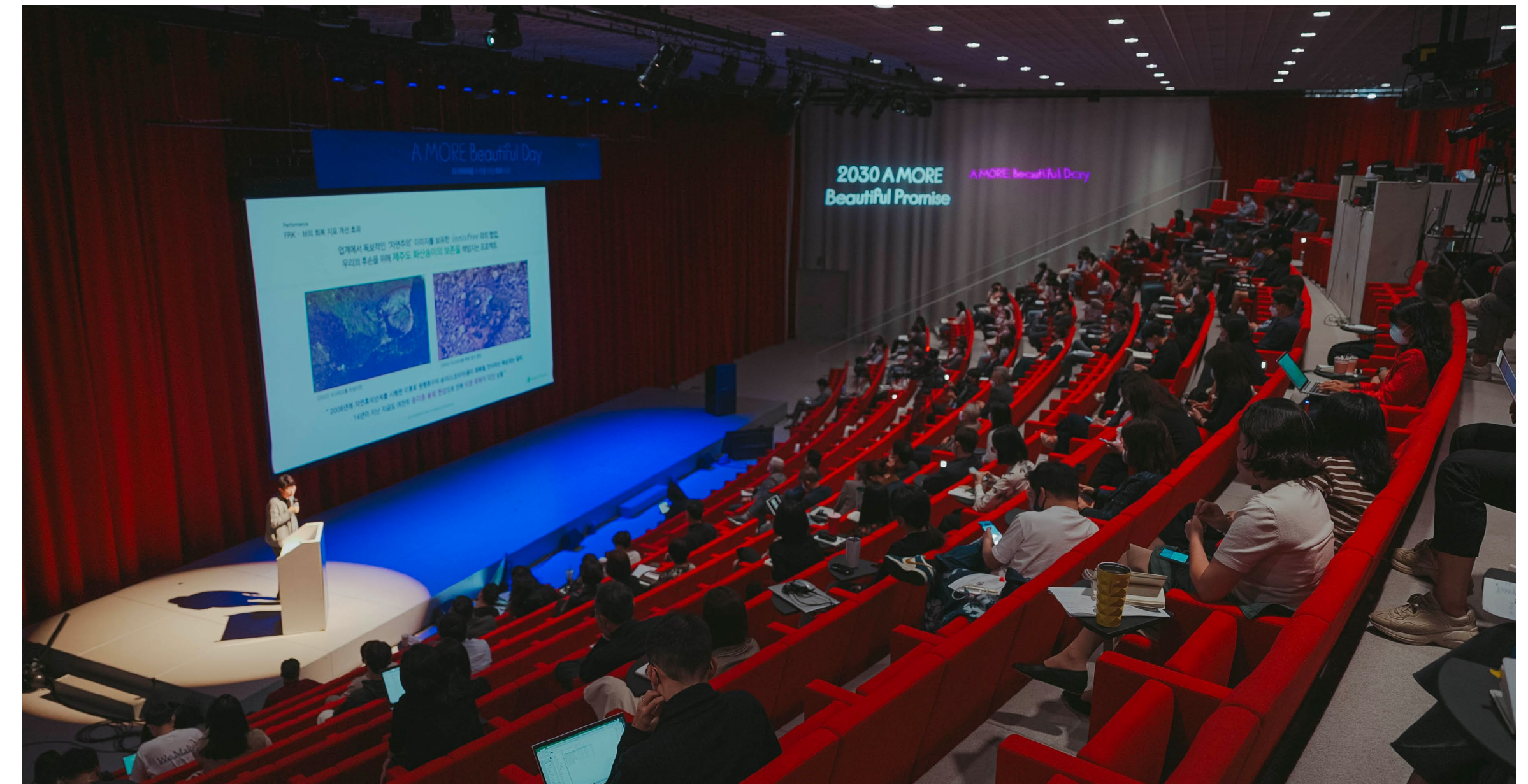
환경분야 소셜벤처 육성 프로그램 ‘A MORE Beautiful Challenge’

‘A MORE Beautiful Challenge’는 임팩트 창출 및 성장 가능성을 보유한 소셜벤처를 발굴하고 오픈 이노베이션 연결 및 투자 기회를 제공하는 프로그램으로, 아모레퍼시픽이 주관하고 스타트업 육성 및 임팩트 투자회사인 엠와이소셜컴퍼니MYSC가 운영하고 있습니다.

2022년 개최한 제1회 ‘A MORE Beautiful Challenge’는 친환경 분야에서 시너지 창출이 가능한 5개의 환경분야 우수 스타트업이 선발되어 참여했습니다. 프로그램을 통해 ESG 경영, 비Corp, RE100 등을 주제로 한 역량 강화 교육을 지원하는 한편, 아모레퍼시픽 내 유관 부서들과의 1:1 미팅을 통한 오픈 이노베이션 탐색 기회를 제공했습니다.

9월에 진행한 데모데이에서는 프로그램 기간의 오픈 이노베이션 성과를 바탕으로 2개의 우수 기업을 선정하였으며, 해당 기업들은 10월 아모레퍼시픽 본사에서 진행된 ‘2022 A MORE Beautiful Day(더 아리따운 미래를 위한 ESG 포럼)’ 행사에서 임직원 전체를 대상으로 아모레퍼시픽과의 협업 아이디어를 발표했습니다. 최종 3개 기업에 투자가 성사되었고, 이를 통해 해당 기업의 성장과 소셜벤처 생태계 성장에 기여하고자 합니다.

아모레퍼시픽은 앞으로도 대기업과 소셜벤처가 오픈 이노베이션을 통해 풀어갈 환경·사회적 문제를 더욱 구체화하고 협업 체계를 지속적으로 고도화할 예정입니다.



2022 A MORE Beautiful Day 행사

청소년 직무 멘토링 프로그램 'MEET YOUR DREAM'

아모레퍼시픽은 2013년부터 임직원으로 구성된 직무 전문가 그룹이 여성 및 청소년에게 진로 멘토링을 실시해 전문 기술을 전수하는 'MEET YOUR DREAM' 프로보노 활동을 진행하고 있습니다. 2022년도에는 온라인 멘토링을 포함하여, 연구원 진로 멘토링 커리큘럼(빅데이터, 맞춤형 뷰티)을 신규 개발하는 등 프로그램을 체계화하는데 힘썼습니다. 또한 마케터 진로 멘토링 프로그램도 추가하여 참가자들의 높은 만족도를 얻었습니다.

아모레퍼시픽은 2021년 경기도 및 경기도 교육청과 '학생과 기업이 만나는 경기도 진로 체험' 추진을 위한 업무협약을 체결하였고, 2022년부터 경기도 내 중학생을 대상으로 '화장품 연구원 분야' 진로 체험 교육을 지원하였습니다. 'MEET YOUR DREAM' 프로그램은 2013년부터 2022년까지 302명의 임직원이 멘토로 동참했으며, 4,829명의 청소년이 멘토로 지원했습니다. 또한 2017년부터 2022년까지 미래 메이크업·헤어 분야 전문가 육성을 위해 총 48명의 장학생을 선정했으며, 이 가운데 40명이 전문가 자격증을 취득했습니다. 이를 통해 이해관계자를 대상으로 2017년부터 2022년까지 누적 약 7.8억 원의 화폐화된 사회적 가치를 창출했습니다.



청소년 대상 메이크업·헤어 전문가 육성 교육

암 환자 일상 복귀 프로그램 '메이크업 유어 라이프'

아모레퍼시픽은 2008년부터 암 치료 과정에서 피부 변화, 탈모 등 외모 변화를 겪는 암 환자들을 위한 메이크업 교육 프로그램 '메이크업 유어 라이프makeup your Life'를 진행하고 있습니다. '메이크업 유어 라이프' 프로그램은 2022년까지 누적 총 20,817명의 암 환자를 대상으로 진행되어, 여성 암 환자들의 일상 복귀를 돕고 있습니다.

2022년 국내에서는 코로나19 극복 및 확산 방지를 위해 헌신한 의료진을 대상으로 한 뷰티 테라피 프로그램도 추가적으로 진행했으며, 뷰티크레이터 및 메이크업 아티스트의 재능기부로 프로그램의 전문성 및 참여자 만족도를 높였습니다. 또한 아모레퍼시픽은 해외에서도 메이크업 유어 라이프를 진행해 2022년에는 대만 법인과 말레이시아 법인에서 각각 150명, 151명의 암 환자가 프로그램에 참여했습니다.



말레이시아에서 진행한 메이크업 유어 라이프

취약 계층 여성의 경제 자립 프로그램 '뷰티풀 라이프'

아모레퍼시픽은 2008년부터 취약 계층 여성이 경제적 자립을 할 수 있도록 취업 기초 교육(자기 관리, 의사소통 기술, 서비스 마인드, 경제·금융 관리 등), 취업 기반의 직무별 맞춤 교육 및 훈련, 멘토링 등을 통합 지원하는 '뷰티풀 라이프Beautiful Life' 사업에 지정 기부하며 지원을 이어가고 있습니다.

아모레퍼시픽은 2022년 1월 '뷰티풀 라이프' 프로그램을 통해 사회복지공동모금회에 10억 원을 기부했습니다. 2022년부터는 지원 대상을 경제적 자립이 필요한 여성 및 청년으로 확대하였고, 한 해 동안 총 217명이 '뷰티풀 라이프' 프로그램에 참여했습니다. 2022년에는 아모레퍼시픽 임직원이 직접 강사로 참여하는 헤어 디자이너, 메이크업 아티스트 양성 과정 등의 뷰티 직무 전문 교육을 신설하였고, 아모레퍼시픽 메이크업 프로팀 및 헤어·메이크업 샵에서 현장실습과정도 진행하였습니다. 그 결과 헤어 디자이너 양성교육의 경우 교육생 8명 중 4명이 취업에 성공하였습니다. 앞으로도 경제적 자립이 필요한 계층의 경제 역량 강화에 지속적으로 기여할 계획입니다.

유방 건강 의식 향상 '핑크리본 캠페인'

아모레퍼시픽은 유방 관련 건강 의식 함양을 위해 '핑크리본 캠페인'을 매년 개최하고 있습니다. 2022년에는 코로나19 이후 첫 대면 행사를 개최하여, 용산공원 부분 개방 부지에서 핑크 페스티벌을 진행했습니다. 기존의 달리기 중심에서 필라테스, 댄스핏, 라틴핏, 파운드핏 등 다양한 운동 프로그램으로 확대하여 참가자들의 만족도를 높였습니다.

행사 종료 후 참가자 인식 개선 및 건강 동기 부여 관련 설문조사에서 약 1,000명의 참가자 중 약 95% 이상이 긍정적인 답변을 제출했으며, 약 98% 이상이 재참가 의사를 밝혔습니다. 참가비 전액은 한국유방건강재단에 기부해 저소득층 유방암 환자의 수술 치료비, 예방 검진 비용 지원 사업 등에 사용하고 있습니다. 2022년에는 '핑크리본 캠페인'에 약 5억 원이 집행됐으며, 2022년까지 누계 인원 22만 7천 명이 참여했습니다.

지역사회 상생 | 중국

Mori run

'Mori run'은 아모레퍼시픽 중국 법인과 중국부녀자 기금회가 7년 연속 공동으로 주최하고 있는 공익사업입니다. 'Mori run'은 더 많은 여성에게 암 예방 및 치료에 대한 인식을 제고하는 것을 목표로 하고 있습니다.

2022년 개최한 'Mori run'은 공간의 한계를 깨고 온라인 플랫폼을 통해 참가할 수 있는 새로운 활동을 진행했습니다. 참가자들은 참여 과정에서 공공복지 관련 영상을 시청하고, 암 예방 및 치료에 대한 내용과 지식을 배웠습니다. 또한 사회적 영향력을 높이기 위해 웨이보, 위챗, 샤오홍슈(중국판 인스타그램) 등의 소셜 미디어를 통합하여 관리하였으며, 여성 건강에 대한 관심을 높이기 위해 다양한 스포츠 및 라이프 스타일 KOL(Key Opinion Leader 1)들과 협력하여 진행했습니다.

1) 소셜미디어 상에서 브랜드 노출을 돕거나 제품 및 서비스 판매에 영향을 끼칠 수 있는 인플루언서

Two-cancer Screening

아모레퍼시픽 중국 법인은 중국부녀자 기금회와 협력하여 20-64세 여성을 대상으로 무료 검진을 실시해 유방암과 자궁경부암 예방을 목적으로 여성 건강을 지원하고 있습니다. 이 사업을 통해 2016년부터 2022년까지 약 12만 명의 여성들이 혜택을 받았습니다.

2022년에는 구이저우 성, 윈난 성 등의 농촌 지역을 중심으로 오프라인 활동을 진행하였습니다. 이번 활동을 통해 9,000여명 이상의 여성들이 지원을 받았으며, 검사능력 향상을 위해 의료진을 대상으로 추가 교육을 진행하여 기초의료 질을 높이고, 유방암과 자궁경부암 예방에 대한 인식을 높이는 데 힘썼습니다.

BETTER SHE

중국의 '향촌진흥' 정책을 한층 더 촉진하기 위해 아모레퍼시픽 중국 법인은 2020년 중국부녀자 기금회와 공동으로 농촌 지역 여성을 돌봄 전문가로 교육하고 취업을 지원하는 'BETTER SHE' 프로그램을 시작했습니다. 이를 통해 농촌 지역 여성이 경제적으로 자립하고 자기 개발을 강화할 수 있도록 돕는 것을 목표로 하고 있습니다.

2022년에는 구이저우 성 4개 도시, 헤이룽장 성 4개 도시 대상으로 총 800명의 여성이 교육에 참여하였고, 80%가 넘는 취업률을 기록했습니다. 이에 따라 프로그램의 질적 강화를 위해 가사 서비스, 노인 돌봄, 육아 돌봄 등 다양한 강의를 추가하였으며, 헤이룽장 성에서는 20개 이상의 지역사회 강의를 진행하여 지역사회 주민들에게도 가사 기술을 공유하였습니다. 이 외에도 프로그램의 사회적 영향력을 강화하고 관련 프로그램 평가 결과를 수집할 수 있도록 위챗과 웨이보에 프로젝트 영상을 게시하였습니다.



BETTER SHE 프로그램 교육

AMORE YOUTH

아모레퍼시픽 중국 법인은 2020년 청년 대상 최초의 심리 건강 지원 공익사업인 'AMORE YOUTH'를 시작했습니다. 대학생들이 학업, 생활, 취업에 대해 가지는 긴장과 불안을 해소하고 긍정적인 마음으로 어려움을 극복하도록 돕는 것을 목표로, 2022년에는 오프라인 이벤트와 함께 온라인 플랫폼 강의를 함께 진행했습니다. 오프라인에서는 3,000명의 학생들을 대상으로 총 21번의 로드쇼, 강의, 워크숍을 진행하였습니다.

2022년부터는 온라인 플랫폼을 통해 21일 동안 이루어지는 67가지 주제의 심리 테라피 코스를 진행하였으며, 등교가 어려운 대학생들을 위해 <대학생 감염병 및 심리 건강을 위한 핸드북>을 공유했습니다. 그 결과 2022년 온라인 플랫폼을 통해 7,500명의 학생들이 함께 참여했습니다.

아모레퍼시픽은 앞으로 청년을 대상으로 하는 마음 건강 프로그램을 중국 법인을 시작으로 한국 본사를 포함한 글로벌 활동으로 확대해나갈 예정입니다.



AMORE YOUTH 워크숍

사회공헌 Case

이니스프리 모음재단

이니스프리 모음재단은 이니스프리가 2015년 100억 원의 기부 약정을 통해 제주에 설립한 비영리법인으로
제주의 자연 생태보전, 인재 육성, 문화가치 증진을 위한 공익사업을 운영하고 있습니다.

모으깡 오르깡

제주를 찾는 방문객이 늘어나는 만큼 무분별하게 버려지는 쓰레기
문제도 증가하고 있습니다. 이니스프리 모음재단은 제주 오름과
하천에 버려지는 쓰레기 문제 해결을 위한 친환경 활동 '모으깡,
오르깡'을 운영했습니다. 산책하며 쓰레기를 줍는다는 의미를
지닌 '플로깡'에 '(쓰레기)모으기'에 '(오름)오르기'라는 뜻을 더한
'모으깡, 오르깡' 활동을 통해 2022년에는 50여 명의 자원봉사자가
식물해설사와 동행하여 남송악 오름, 솔오름, 궁산천 일대에서
450L의 쓰레기를 수거했습니다. 이니스프리 모음재단은 앞으로도
친환경 활동을 통해 제주의 소중한 자연유산의 가치를 공유하고
생활 속 환경 보전 실천을 유도할 것입니다.



모으깡 오르깡

주니어 이니클래스

'주니어 이니클래스'는 자연 생태 보전, 환경 보호, 자원순환 등을
주제로 운영하는 생태 환경 교육 프로그램입니다. 제주의 미래를
이끌어갈 어린이들의 환경 보전 의식 함양을 목적으로 립스틱
업사이클 크레용과 제주도의 자생 식물 12종이 그려진 컬러링
북을 교재로 활용하고 있습니다. 2019년부터 2022년까지 제주도
내 읍·면 지역 31개 초등학교 학생 960명이 참여했으며, 참여한
학생들은 제주의 자연 생태 환경을 이해하고 지구 환경을 위해
지혜롭게 생활하는 방법을 학습했습니다.



주니어 이니클래스

감귤장학금

이니스프리 모음재단은 제주를 대표하는 감귤 농업 관련 우수
인재를 발굴하고 육성해 제주 감귤의 경쟁력을 높이고자
감귤장학금 제도를 운영하고 있습니다. 2018년부터 5회에
걸쳐 고등학생 및 대학생 64명에게 9,800만 원의 장학금을
지급했습니다

마을의 경제적 자립도 향상

제주도 지정 기념물 27호인 동백나무 지정 군락지가 자생하고
있는 신흥2리 동백마을은 아모레퍼시픽의 공정무역인 '아리따운
구매 협약' 1호 마을입니다. 동백마을은 아모레퍼시픽 화장품에
사용되는 원료를 공급하고, 아모레퍼시픽은 임직원 재능 기부를
통해 마을 로고 디자인 및 마을기업 상품인 식용 동백기름의
패키지를 디자인하며 10여 년간 상생 관계를 이어오고 있습니다.
2022년 이니스프리 모음재단은 임직원 재능 기부를 통해
동백마을의 라이브 커머스 진출을 도왔습니다. 라이브 커머스
운영을 통해 마을의 대표 상품인 식용 동백기름의 온라인 판로를
개척하고, 경제적 자립에 기여했습니다.

일리운

대한아토피협회에 물품 기부

2022년 일리운은 (사)대한아토피협회에 소비자가 2,600만
원 상당에 해당하는 '일리운MD 레드이치 케어크림'
1,000개를 지원해 제품기부를 통한 소외계층 아동 후원활동을
진행했습니다. 소아과피부 테스트를 완료한 가려움 개선
기능성 화장품 기부를 통해 아토피 환우들의 대표 고민인
가려움을 해결하는데에 실질적인 도움을 주고자 했습니다. 또한
일상생활에 피해를 주는 피부 고민에도 경제적 어려움으로 인해
바디 보습제를 구매하기 어려운 소외계층 아동들에게 후원
활동을 진행했습니다.

사회적기업 에이드런과 콜라보 활동 진행

2022년 일리운은 에이드런a'dren과 디자인을 통해 아이들의
이야기를 전달하고, 디자인 오브제의 수익금 일부를 취약계층
아동에게 환원하는 콜라보 활동을 진행했습니다. 에이드런은
아이들의 이야기와 그림에서 영감을 얻은 패턴디자인 상품을
판매하는 소셜디자인 브랜드입니다. 수익금을 사용해 취약계층
아동에게 미술 교육의 기회를 지속 제공하여, 아동양육시설의
아이들에게 지속적인 정서적 지지를 제공하고 있습니다.

일리운은 에이드런과 '나를 따뜻하게 하는 것들'을 주제로 미술
수업을 진행했습니다. 아이들의 원작과 스토리를 담은 패턴을
개발하여 콜라보 패턴을 적용한 가방을 제작하여 일리운 제품
구매 고객 대상으로 증정하였습니다. 제품 판매 수익금의 일부는
취약계층 아동들을 위해 2023년 상반기에 기부하였습니다.

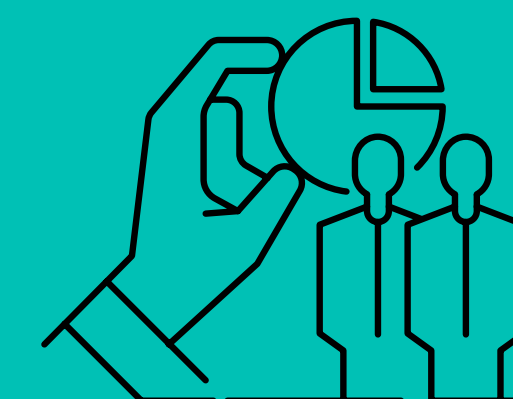
Governance

거버넌스

2022 성과

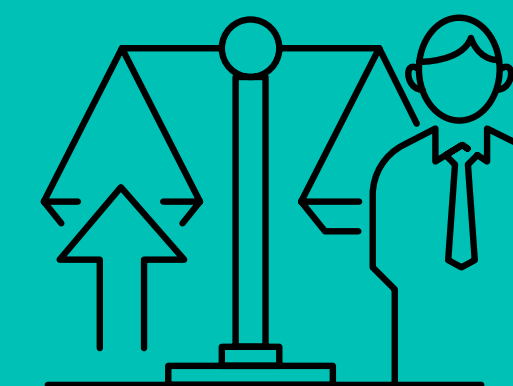
이사진 이사회 평균 참석률

97%



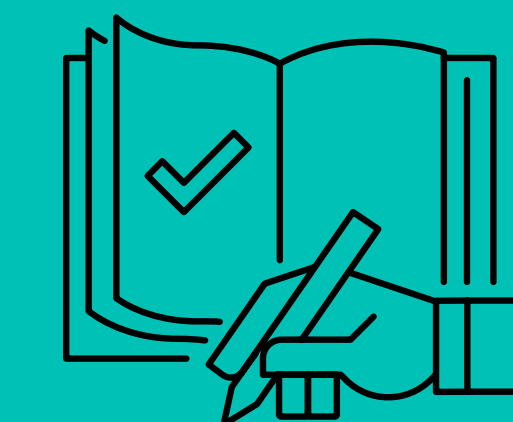
주식 배당성향 확대

34.9%



전사 기업윤리 교육과정 수료율

86.6%



기업 지배구조

아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽은 투명하고 효율적인 이사회 운영을 통해 건전한 지배구조를 구축하여, 회사의 지속가능한 성장과 주주가치 제고를 추구합니다.

이사회 및 위원회

이사회 구성 및 운영 현황

아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽은 건전한 지배구조를 갖추고자 이사회를 구성하고, 이사회 운영을 통해 회사의 지속적인 성장과 이해관계자의 가치창출을 추구합니다. 이사회는 과반수를 사외이사로 구성하여, 경영진과 지배주주로부터 독립적인 기능을 수행하고 있습니다. 사외이사는 사외이사후보추천위원회에서 독립성과 다양성, 전문성 등을 고려해 추천하며, 주주총회에서 개별적으로 선임합니다. 이사진의 임기는 당사의 정관에 따라 사내이사는 3년, 사외이사는 1년부터 3년의 범위에서 주주총회의 의결로 정하고 있습니다. 이사진에게 요구되는 이사회 최소 참석률은 50% 이상이며, 2022년 이사회 평균 참석률은 97%를 기록하였습니다.

기업지배구조 정관 및 규정 [☞](#)

이사회 독립성·전문성·다양성 확보

아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽은 이사회에 독립성·전문성·다양성을 확보하고 있습니다. 이사회 내 사외이사의 비율이 과반수가 되도록 구성하여 이사회에 독립성을 제고하고 있습니다. 사외이사의 선임은 전원 사외이사로 구성된 ‘사외이사후보추천위원회’에서 후보 검증 및 추천 과정을 통해 이루어집니다. 이사 선임 과정은 ‘이사의 독립성 기준 가이드라인’을 따르고 있으며, 동시에 상법 등 관련 법규에서 규정한 이사 자격 요건을 충족하고 있습니다. 또한, 당사의 ‘이사회 다양성 기준 가이드라인’에 따라 성별, 지역, 학벌, 장애, 국적, 인종, 문화적 배경 등에 따른 차별을 두지 않고 실무 경험 및 전문 지식을 갖춘 이사를 선임하고 있습니다. 특히, 이사회 및 이사회 내 위원회의 전문성을 확보하기 위해 회계, 경영 전략, 외교, 마케팅, 공정거래, ESG 등 다양한 분야의 외부 전문가를 사외이사로 선임하고 있습니다.

이사회 평가 및 보수

사외이사를 포함한 전체 이사진이 매년 정기적으로 이사회 활동 평가를 실시하여 이사회에 책임을 강화하고 효율성을 개선하고자 노력합니다. 이사회 활동 평가 항목은 한국ESG기준원에서 제시하는 이사회 평가 가이드라인을 기반으로 구성돼 공정한 평가가 이루어지도록 하였습니다. 이사의 보수는 회사의 규모와 동종 업계의 보수 수준 등을 종합적으로 고려해 결정하고 있습니다. 나아가 아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽은 향후 개별 실적에 근거한 사외이사 평가 실시 여부와 이사의 재선임 및 보수 결정 시 평가 결과의 반영 여부를 검토할 계획입니다.

이사(회) 독립성·다양성 가이드라인 [☞](#)

이사회 산하 위원회

아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽 각각 이사회 산하에 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, 보상위원회, 경영위원회, 리스크관리위원회, ESG위원회를 포함한 총 7개의 위원회를 운영하고 있습니다. 이사회 및 이사회 내 위원회를 효율적이고 합리적으로 운영하기 위해 각 위원회는 주요 기능에 적합한 배경과 전문성을 보유한 위원으로 구성하고 있습니다.

위원회	역할
감사위원회	회사의 회계와 업무 감사, 재무제표 및 영업보고서 승인, 내부회계관리제도 평가, 외부감사인 선임 등
사외이사후보추천위원회	주주총회에서 선임할 사외이사후보 추천 등
내부거래위원회	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 및 상법에서 이사회 승인사항으로 규정한 내부거래에 관한 심의 및 의결 등
보상위원회	이사회가 주주총회에 제출할 등기이사 보수한도의 적정성 평가 및 심의
경영위원회	이사회에서 위임한 일반 경영사항 등
리스크관리위원회	잠재리스크의 사전 예방, 발생 리스크 대응, 리스크 종료 후 재발방지 조치 시행 등
ESG위원회	외부 규제 등 ESG 리스크 감독 및 대응, ESG 관련 이해관계자 커뮤니케이션 대응, ESG 전략 수립 및 세부 실행 계획 검토, ESG 관련 이행 모니터링 등

아모레퍼시픽그룹 이사회 구성 현황

(2023년 4월 기준, ●: 위원장, ○: 위원)

구분	성명	직책	성별	최초 선임일	이사회 내 위원회						
					감사 위원회	사외이사후보 추천위원회	내부거래 위원회	보상 위원회	경영 위원회	리스크관리 위원회	ESG 위원회
사내이사	서경배	(주)아모레퍼시픽그룹 대표이사	남	1994.03					○	○	
	이상목	(주)아모레퍼시픽그룹 대표이사	남	2023.03			○	○	●	●	○
사외이사	최종학	서울대학교 경영대학 교수	남	2019.03	●	○	●	○			
	김언수	고려대학교 경영학과 교수	남	2020.03	○	○	○				●
	이은정	라인플러스(주) 대표이사	여	2023.03		○					○
	채규하	법무법인 태평양 고문	남	2023.03	○	○	○	○			

아모레퍼시픽그룹 이사회 역량 구성표

(2023년 4월 기준)

경험 및 전문성	서경배	이상목	최종학	김언수	이은정	채규하
회계·재무		○	○			
기업 경영·전략	○			○		
마케팅·소비자					○	
공정거래·규제·컴플라이언스						○

아모레퍼시픽 이사회 구성 현황

(2023년 4월 기준, ●: 위원장, ○: 위원)

구분	성명	직책	성별	최초 선임일	이사회 내 위원회						
					감사 위원회	사외이사후보 추천위원회	내부거래 위원회	보상 위원회	경영 위원회	리스크관리 위원회	ESG 위원회
사내이사	서경배	(주)아모레퍼시픽 대표이사	남	2006.06					○	○	
	김승환	(주)아모레퍼시픽 대표이사	남	2023.03			○		●	●	○
	이동순	(주)아모레퍼시픽 대표이사	남	2021.03				○	○	○	○
사외이사	박종만	(주)아모레퍼시픽 디지털전략 Unit 부사장	남	2023.03						○	○
	이휘성	혁신기업 쉐리 선임자문역	남	2019.03	○	○	●				○
	조성진	서울대학교 경제학부 교수	남	2021.03	○	○	○				
	김종대	인하대학교 경영학과 교수	남	2022.03				○			●
	안희준	성균관대학교 경영학과 교수	남	2022.03	●		○				
	최인아	최인아 책방대표	여	2022.03		○					○
	이재연	로얄캐닌 마케팅 및 리테일영업 총괄	여	2023.03						○	○

아모레퍼시픽 이사회 역량 구성표

(2023년 4월 기준)

경험 및 전문성	서경배	김승환	이동순	박종만	이휘성	조성진	김종대	안희준	최인아	이재연
회계·재무								○		
기업 경영·전략	○	○	○							
마케팅·소비자									○	○
경제						○				
IT·디지털				○	○					
ESG							○			

주주 가치 제고

주식 및 자본구조

아모레퍼시픽그룹과 아모레퍼시픽은 주주에게 공평한 대우를 하도록 주식 1주당 1의결권 원칙을 따릅니다. 아모레퍼시픽의 경우, 2022년 12월 31일 기준 의결권이 있는 보통 주식수는 58,443,694주이며, 의결권이 없는 보통 주식수(자기주식)는 49,065주입니다. 동일 기준 아모레퍼시픽 보통주 기준 주요 주주현황은 아모레퍼시픽그룹 38.0%, 서경배 10.6%, 국민연금 7.4%, 기타 44.0% 등입니다.

아모레퍼시픽그룹 주주 현황 (2022년 12월 31일 기준, %)

구분	비율
서경배	53.8
국민연금	7.2
기타	39.0

아모레퍼시픽 주주 현황 (2022년 12월 31일 기준, %)

구분	비율
아모레퍼시픽그룹	38.0
서경배	10.6
국민연금	7.4
기타	44.0

주주환원 정책

아모레퍼시픽그룹과 아모레퍼시픽은 주주 가치 제고를 위해 주주환원 정책을 마련하고 주주와 소통하고 있습니다. 아모레퍼시픽은 지난 2020년 중장기 배당 정책을 공시하여, 연간 잉여현금흐름 Free Cash Flow의 40% 한도 내에서 3년 이내 연결 배당성향을 30% 수준으로 확대하고 안정적인 배당을 시행할 계획임을 밝힌 바 있습니다. 해당 정책을 고려하여 매년 배당을 실시해 왔으며, 2022년 기준 아모레퍼시픽의 배당성향은 34.9%로 전략 목표를 달성하였습니다.

또한 자기주식 취득을 통한 주주 가치 제고에도 힘쓰고 있습니다. 아모레퍼시픽은 지난 2019년 주가 안정을 위해 1,000억 원 규모의 자기주식 매입을 진행하였고, 2021년에는 임직원 성과보상 지급 등을 위한 200억 원 규모의 자사주 취득을 진행한 바 있습니다.

더불어 국내외 사업 활동으로 창출된 현금을 핵심 사업 집중 및 M&A 등 미래 성장 동력 확보를 위해 재투자하고 있습니다. 그 일환으로 아모레퍼시픽은 2022년 북미 클린뷰티 브랜드 ‘타타하퍼’를 인수하여 브랜드 포트폴리오 및 사업 경쟁력 강화를 위한 발판을 마련했습니다. 이와 같은 현금 활용 전략을 통해 투자의 효율성을 제고하고 사업의 지속가능한 성장을 달성하여 궁극적으로 배당 가능 이익 증가 및 주주 가치 제고를 실현하고자 합니다.

주주 권익 보호 및 소통 강화

아모레퍼시픽그룹과 아모레퍼시픽은 주주제안 절차 등 주주총회에 대한 정보를 홈페이지를 통해 충분히 안내하고 있습니다. 주주들이 적극적으로 의견을 개진할 수 있도록 전자투표를 도입하였으며, 의결권 대리 행사를 적극적으로 권유하여 주주의 의결권 행사를 지원하고 있습니다.

또한 다양한 채널을 통해 국내외 주주 및 투자자와 적극 소통하고 있습니다. 매 분기 잠정 영업실적 소통을 위한 실적 자료를 작성 및 공시하고 있으며, 국내외 투자자 대상 수시 온-오프라인 IR 미팅을 진행하고 있습니다. 2022년 아모레퍼시픽은 총 28회의 NDR(Non Deal Roadshow) 및 국내외 증권사 투자자 컨퍼런스에 참석하여 실적 및 향후 계획, 전망 등에 대해 투명하고 명확하게 소통하고자 하였습니다. 더불어, 투자자와 CEO의 소통을 위한 Investor Day를 개최하여 사업 전략 방향성을 제시하는 기회를 마련하였고, 전략 담당 경영진 및 연구원과의 대화를 위한 Analyst Day도 개최하는 등 투자자 이해도 제고 및 신뢰감 구축을 위한 소통의 기회를 확대하고자 노력하였습니다.

리스크 관리

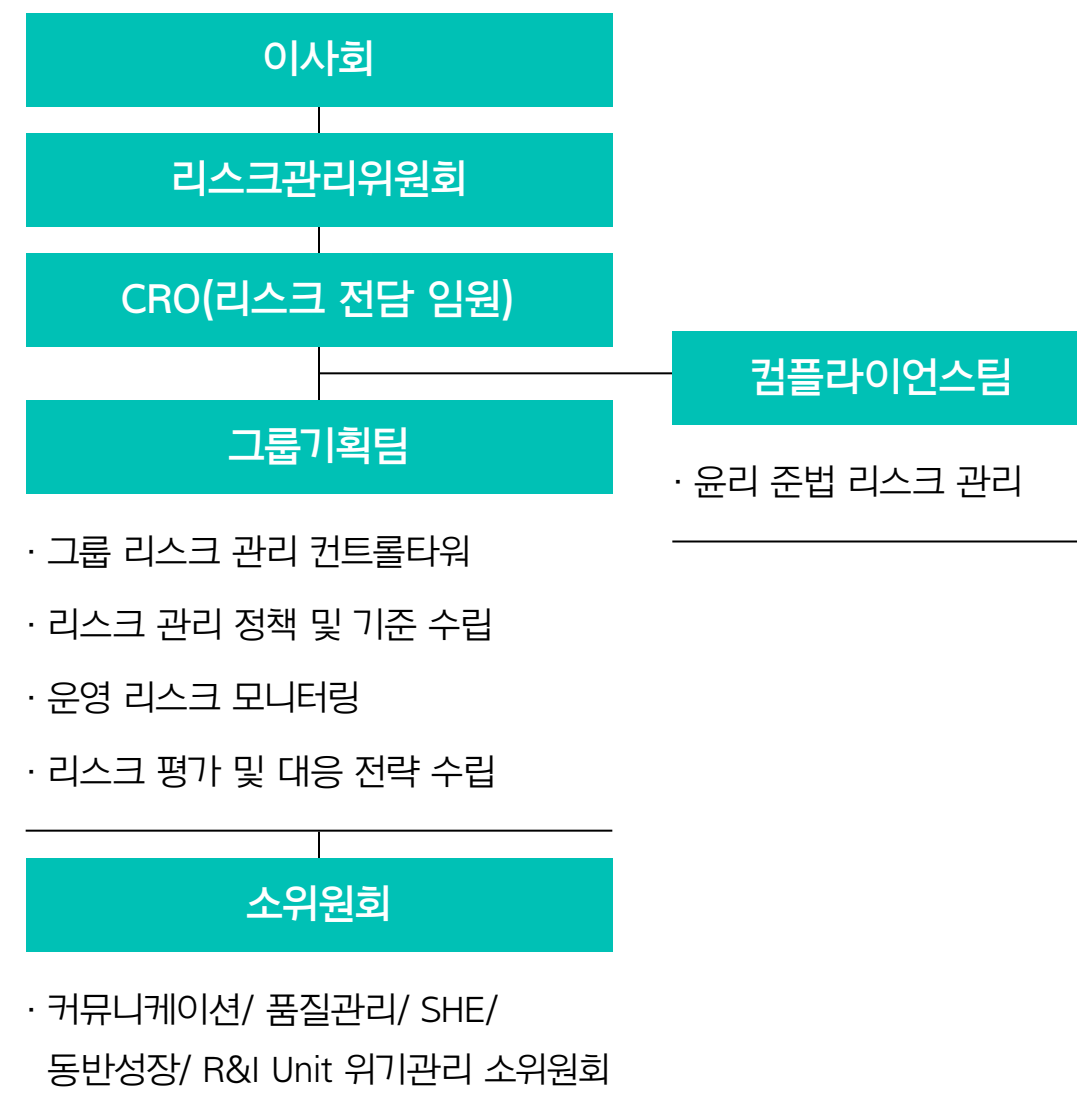
아모레퍼시픽그룹은 경영 활동에서 발생할 수 있는 리스크의 영향을 최소화하고자 효과적인 리스크 관리 조직을 운영하고 있습니다. 재무 및 비재무적 잠재 리스크 식별 활동을 상시 파악하고, 도출된 리스크에 대해서는 면밀한 사전 관리 활동을 통해 대응합니다.

리스크 관리 강화

리스크 관리 체계

아모레퍼시픽그룹은 재무적·비재무적 경영 성과에 영향을 끼칠 수 있는 국내외 리스크를 사전에 식별하고, 효과적으로 대응할 수 있는 체계를 구축했습니다. 최고 경영진으로 구성된 전사 리스크관리위원회를 운영하여 리스크 관리 및 대응 활동과 관련된 신속한 의사결정을 지원하고 있습니다. 그룹기획팀은 아모레퍼시픽그룹의 리스크 관리 컨트롤 타워로서 역할을 수행합니다. 각 이슈 분야별 소위원회와 소통하며 사업 운영 리스크를 모니터링하고, 리스크에 대한 대응 전략을 수립합니다. 또한 해외 법인의 리스크 관리 체계를 고도화하여 글로벌 리스크 대응 관리 기반을 구축했습니다.

리스크 관리 조직



- 그룹 리스크 관리 컨트롤타워
- 리스크 관리 정책 및 기준 수립
- 운영 리스크 모니터링
- 리스크 평가 및 대응 전략 수립

리스크 관리 프로세스

리스크 탐지 및 예방

주요 리스크 도출

- 기업 내·외부 환경 분석
- 영향력과 발생가능성에 따른 리스크 우선순위화

사전 예방 체계 구축

- 리스크별 근본 원인 파악
- 선제적 리스크 대응 준비



리스크 대응

일원화된 리스크 대응 체계 확립

- 사업부별 리스크 관리 담당자 지정
- 사업부 관련 리스크 모니터링
- 리스크 발생 시 즉각적인 보고 및 대응 이행



리스크 진단 및 재발 방지

리스크 파급 효과 최소화

- 리스크 유형별 시나리오 및 관리 규정 기반 대응

리스크 재발 방지 대책 수립

- 발생 리스크에 대한 원인 분석

효과적 리스크 관리 조직 문화 조성

- 리스크 사례집 발간
- 사외이사 대상 정기적 리스크 관리 교육 실시(연 1회 이상)

주요 관리 리스크

아모레퍼시픽그룹은 리스크 관리 프로세스에 따라 도출된 리스크를 6개의 범주로 분류해 관리합니다. 특히 기업의 평판에 중대한 영향을 끼칠 수 있는 요인들과 윤리 및 법규 관련 사항은 별도로 관리하고 있습니다. 핵심 리스크 요인에 대한 잠재적인 위험 유형을 분석하기 위해 민감도 테스트를 실시하고 있습니다.

리스크	위험 유형
시장 리스크	· 글로벌 안전·환경 규제 강화 위험 · 고객 니즈 다변화 · 자연재해 및 중대재해 발생 위험
제품 리스크	· 제품의 안전성 검증 및 유해 물질 관리에 대한 중요성 증대 · 고객 클레임에 대한 재발 방지 대책 수립
공급망 리스크	· 시장 환경 변화에 따른 수요 예측 및 적기 공급 관리 중요성 증대 · 외부 환경 변화에 따른 안정적 원료 공급 환경의 변화 · 안전사고 발생 위험
영업·유통망 리스크	· 국가별 특성을 반영한 운영 효율화 필요성 증대 · 채널별 규제 환경 변화 대응 · 인플레이션으로 인한 유통 비용 상승
개인정보보호 리스크	· 고객 서비스의 디지털화 증가 · 개인정보보호 관련 법규 강화
평판 리스크	· 기업 명성에 치명적 영향을 끼칠 수 있는 위험

주요 잠재 리스크 관리

아모레퍼시픽그룹은 화장품 사업을 영위하는 데 있어 발생할 수 있는 다양한 잠재 리스크를 식별하기 위해 노력합니다. 2022년에는 총 4개의 주요 잠재 리스크를 식별했으며, 식별된 잠재 리스크는 사전 관리 활동을 통해 대응하고 있습니다.

리스크	유형	잠재 리스크 정의	대응 활동
예측 불가능한 재난 및 자연 재해로 인한 사건·사고 발생	환경	예측 불가능한 재난과 자연 재해로 인한 사건·사고는 사전에 예측하거나 방지할 수 없는 갑작스러운 자연적인 사건 또는 인간의 행동으로 인한 사고를 의미합니다. 즉, 예측이 불가능하며, 발생 시 인적·물적으로 많은 피해와 손실을 초래할 수 있습니다.	아모레퍼시픽그룹은 이러한 예측 불가능한 재난과 자연 재해로 인한 사건·사고에 대비하기 위해서 사건 발생 시 대처할 수 있는 계획과 프로세스를 구축하였습니다. 또한 이러한 사건을 방지할 수 있도록 안전 규제를 마련했으며, 임직원 대상 관련 교육을 제공하고 있습니다. 예측 불가능한 사건 및 사고 발생 시 물적·인적 피해 최소화 및 신속한 대응을 위해 안전 통합 전담 조직(안전보건센터)을 지정하였으며, 조직별 역할을 재정립하였습니다. 이와 같이, 구성원 안전을 위해 지속적으로 고민하고 확대해 나갈 계획입니다.
국가별 탄소국경세 도입에 따른 수출 비용 증가	환경	제품의 생산 과정에서 발생하는 탄소배출량에 대해 탄소배출권 구매를 세금과 같이 요구하는 탄소국경세 제도가 EU 국가를 중심으로 도입되고 있습니다. 대외경제정책연구원에 따르면 EU가 이산화탄소 1톤당 약 36달러의 탄소국경세를 부과할 시, 매년 10억 달러 이상의 추가 금액이 부과될 것으로 예상됩니다. 아모레퍼시픽그룹은 2022년 기준 아시아, 유럽, 북미 등 다양한 국가에 제품을 수출하고 있으며, 탄소국경세 적용 시 생산과 수출 비용의 증가로 가격 경쟁력이 악화될 우려가 있습니다.	EU 등 글로벌 국가의 기후 위기 관련 규제에 선제적으로 대응하기 위해 아모레퍼시픽그룹은 제품의 환경성 평가를 강화했습니다. 또한 제품의 환경 발자국을 측정하고, 제품별 환경 영향을 감소시키고자 저탄소 기술을 개발하여 적용하고 있습니다. 2021년부터 글로벌 화장품 기업과 전문협회들이 참여하는 에코뷰티스코어 컨소시엄EcoBeautyScore Consortium에 국내 기업으로는 최초로 참여하였으며, 화장품의 환경성 평가 방법 및 스코어링 시스템을 함께 개발하고 있습니다.
국가 간 갈등에 따른 글로벌 공급망 차질 발생	사회	글로벌 공급망은 매우 복잡한 구조로 얽혀 있어 국가 간 갈등에 의해 특정 공급망에서 차질이 발생할 경우, 기업 경영에 상당한 영향을 받게 됩니다. 특정 국가로부터의 원료 수입 비중이 높은 상황에서 국가 간 갈등에 따라 원료 수입에 차질이 발생하면 통관 절차가 지연될 수 있습니다. 아모레퍼시픽그룹은 매우 다양한 국가의 공급망으로부터 원료와 포장재를 수입하고 있어 해당 공급망의 생산 및 유통에 차질이 발생할 경우, 자사 손익에 미치는 부정적 영향이 상당히 클 것으로 예상하고 있습니다.	아모레퍼시픽그룹은 국가 간의 갈등에 따른 문제를 해결하기 위해 정량적 사항 지표를 상시 모니터링해 원료의 안전 재고 수준 상향 조정을 통해 수요 공급 변화에 대응하며 가격 경쟁력을 확보하고 있습니다. 또한 글로벌 상황에 적응해 원료별 공급망 다변화를 모색하고 있습니다. 제조사별 규제 가능성 품목 및 위험도 파악, 국가 간 동향 파악을 통해 원료 수급의 공급망 관련 잠재 리스크를 최소화하기 위해 관리하고 있습니다.
인구 구조 변화에 따른 시장 고객의 변화	사회	우리나라는 저출산·고령화가 가속화되면서 급격한 인구 구조 변화를 겪고 있습니다. 이러한 인구 구조 변화는 자연 인구 감소와 생산 가능 인구 감소로 이어지고, 미래 저성장 기조를 야기할 가능성이 큼니다. 이미 초고령화 사회로 진입한 일본 시장의 경우, 최근 10년 동안 샴푸의 판매 수량 및 금액 모두 감소하는 흐름을 보이고 있습니다. 경제활동인구 감소 및 고령화 등 인구 구조의 변화, 1인 가구와 액티브 시니어 증가 등 고객 변화에 대응해 아모레퍼시픽그룹은 비즈니스 모델의 변화 방안을 마련하고 해당 이슈에 적극 대응해야 합니다.	아모레퍼시픽그룹은 향후 저출산 및 고령화, 인구 감소가 심화될 시장에서의 비즈니스 경쟁력 강화 방안 마련을 위해 노력하고 있습니다. 액티브 시니어 소비자를 위한 고기능성 혁신 제품을 개발하고, 개인별 피부 및 건강 상태와 선호도를 고려한 맞춤형 화장품과 건강기능식품 개발 연구에 박차를 가하고 있습니다

세무 리스크 관리 전략

아모레퍼시픽그룹은 국내를 포함한 사업 운영 국가의 상법 및 조세 관련 법규를 준수하고, 각 관할 국가의 세법을 반영한 세무 정책에 따라 성실하게 납세 의무를 이행하고 있습니다. 아모레퍼시픽그룹은 투명하고 정당한 조세 납부를 통해 지역사회에 기여하고자 노력합니다.

해외 법인과 거래에 대해서는 국내 세법 및 OECD 이전가격 가이드라인에 따라 독립 기업 원칙에 부합한 이전가격 정책을 수립하여 실행하고 있으며, 정상가격 사전승인제도Advance Pricing Arrangement를 활용하여 이중과세 리스크에 적극적으로 대응하고 있습니다.

또한 다국적 기업의 조세 회피Base Erosion and Profit Shifting, BEPS 방지 프로젝트에 따라 매년 「국제거래정보 통합보고서」를 제출하고 있으며, 조세 부담 회피를 위해 국가 간 조세 구조나 세율 차이를 활용하지 않고, 사업활동을 수행하는 각 국가에서 창출된 가치에 따라 적법하게 과세 소득이 배분되도록 하고 있습니다. 특히 조세 관할권이 낮은 지역으로의 소득이전 및 조세 피난처Tax Haven의 사용을 엄격히 제한하고 있습니다. 이러한 원칙은 이사회를 통해 검토되며, 매년 국가별 조세 현황을 모니터링하고 있습니다.

아모레퍼시픽 법인세 납부 현황¹⁾ (백만 원)

구분	2021	2022
세전이익 ²⁾	297,877	224,494
법인세 비용	117,020	95,230
현금 납부 세액	17,546	124,916

세무 관할권별 조세 납부 현황³⁾ (백만 원)

구분	당기 법인세 비용
한국	85,867
중국(본토)	5,432
태국	810
말레이시아	731
싱가폴	470
베트남	332
인도	3

1) 법인세 비용과 현금 납부세액의 차이는 M&A, 경정청구 등의 특이사항에 의해 발생하며, 감사보고서 연결 재무제표 중 연결 포괄손익계산서 및 연결 현금흐름표 참고
 2) 법인세 비용 차감 전 순이익
 3) 국제조세조정에 관한 법률에 의거해 국세청에 의무적으로 연 1회 제출하는 국가별보고서(CbCR, Country by Country Report)에서 발췌(2022년 제출 기준), 납부 기간 미도래 법인 외 미지급 법인세 없음

윤리경영

아모레퍼시픽그룹은 기업 가치관인 ‘ABC Spirit’에 ‘스스로 담당하게 일한다Act with Integrity’원칙을 포함하여 건강한 조직 문화를 확산하고 있습니다. 윤리경영 정책 및 지침을 수립하고 점검하며, 임직원의 윤리의식 향상과 상황별 행동 가이드, 교육, 인식개선 활동 등을 시행하여 기업 시민으로서 사회 및 윤리적 책임을 다하고 있습니다.

윤리경영 체계

윤리경영 정책 및 규정

아모레퍼시픽그룹은 윤리 정책과 법규의 변화에 대응하기 위해 기업 윤리 및 컴플라이언스 가이드를 수립했으며, 이를 임직원에게 정기적으로 교육하여 구체적인 준수 방식을 안내하고 있습니다. 이를 통해 비윤리적이거나 위법 행동을 방지하고, 발생가능한 리스크를 예방하고 있습니다.

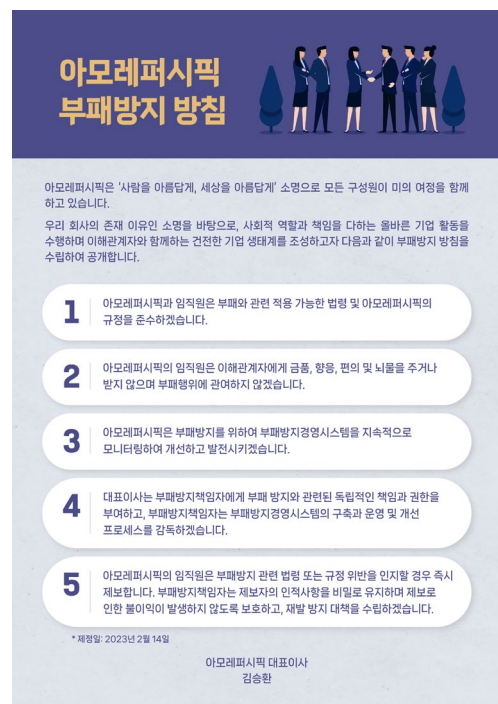
윤리강령 및 직무윤리지침

아모레퍼시픽그룹의 윤리강령은 모든 임직원이 준수해야 할 행동 규범으로, 이를 따르는 것은 기업의 투명성을 높이고 사회적, 윤리적 책임을 다하는 기업시민으로서 역할을 수행하는 것입니다. 윤리강령을 통해 아모레퍼시픽그룹은 모든 임직원의 업무 관련 의사결정의 옳고 그름을 판단하는 원칙과 사적인 생활 영역에 있어서 스스로 준수해야 할 윤리적 행동의 기준을 제시하고 있습니다.

윤리강령

부패방지 방침

아모레퍼시픽은 이해관계자와의 신뢰를 강화하고, 회사를 지속적으로 성장시키기 위해 부패방지 정책을 운영하고 있습니다. 부패방지 방침은 사회적 역할과 책임을 다하고 이해관계자와 함께하는 건전한 기업 생태계를 조성하고자 하는 아모레퍼시픽의 의지를 담은 5가지 약속으로 구성되어 있습니다. 아모레퍼시픽은 2023년 상반기 ISO 37001 부패방지경영시스템 인증을 취득했습니다. 이번 인증을 계기로 부패방지와 윤리경영문화를 공고히 하고, 부패방지경영의 적극적인 실행을 통해 기업 신뢰도를 더욱 높여가고자 합니다. 부정 부패를 방지하기 위하여 정기적인 교육 및 캠페인을 진행하고 있으며, 임직원 및 이해관계자 제보를 위한 윤리경영 Hotline¹⁾을 안내하고 있습니다. 또한 내부 감사 활동을 통해 정기적으로 부정부패 행위를 점검하고 있습니다. 부패 행위에 대한 엄격한 금지는 협력사에게도 적용됩니다. 아모레퍼시픽은 협력사와 계약 체결 시 윤리서약서에 서명을 받고 있으며 이해관계자와의 거래에 있어 선물, 접대와 관련된 회사의 원칙(윤리강령, 직무윤리지침, 선물 안주고 안받기 가이드, 금품수수 신고 절차 등)을 준수하고 있습니다.



아모레퍼시픽 부패방지 방침

1) <https://ethics.amorepacific.com>

윤리경영 활동

임직원 행동 가이드

행동 가이드는 윤리강령과 직무윤리지침을 세부적으로 실천하기 위한 구체적인 행동의 모습을 나타낸 것으로 모든 임직원이 자발적으로 지켜야 할 약속입니다.

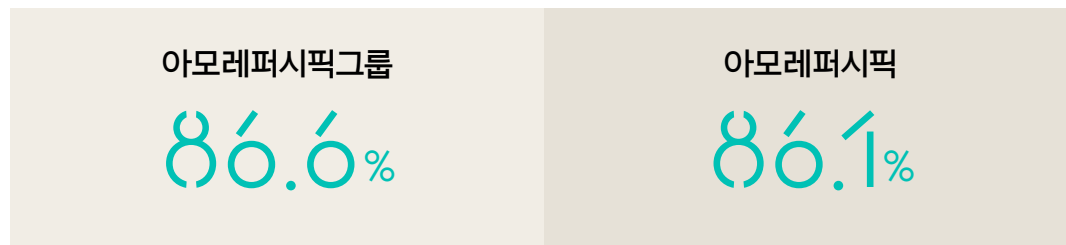
<h4>직장 내 성희롱 및 괴롭힘 예방 가이드</h4> <p>아모레퍼시픽그룹 구성원으로서 가장 우선으로 지켜야 할 윤리적 이슈인 성희롱 및 건전한 기업 문화를 위한 괴롭힘 예방 행동 가이드입니다.</p>	<h4>라이브 방송 및 온라인 광고 가이드</h4> <p>윤리적이고 책임감 있는 마케팅 활동을 위해 화장품 소구에 있어 준법 사항 준수, 윤리적 마케팅 위한 주의사항 등 준수해야 할 기본 사항에 대한 안내 가이드입니다.</p>	<h4>이해상충 예방 가이드</h4> <p>임직원 개인과 회사 간 이해가 충돌하는 상황에 대한 엄격한 판단과 회피를 통해 공정한 업무 수행 문화를 지원하는 예방 가이드입니다.</p>
<h4>회식문화 가이드(119 원칙)</h4> <p>올바르고 건강한 회식문화를 만들기 위해 회식 1주일 전 공지, 1차에서 마무리, 9시 전 종료를 안내하는 119 회식문화 가이드 입니다.</p>	<h4>선물 안주고 안받기</h4> <p>건전한 기업문화를 정착시키기 위해 아모레퍼시픽그룹 구성원이 받은 선물은 발송처로 반송하며, 반송이 어려운 경우 금품수수신고서 작성 후 윤리사무국으로 반송함을 안내하고 있습니다.</p>	<h4>소셜미디어 활용 가이드</h4> <p>개인과 기업의 소셜미디어 활동이 증가함에 따라 업무 및 개인의 영역에서도 아모레퍼시픽그룹의 구성원으로 주의해야 할 최소한의 법적, 윤리적 행동 기준을 제시하는 가이드입니다.</p>
<h4>영업 비밀보호 가이드</h4> <p>회사의 경쟁력이 유지될 수 있도록 중요한 내부 정보를 보호하고 관리하는 업무 절차 안내 가이드입니다.</p>	<h4>저작권 침해 예방 가이드</h4> <p>업무상 타인의 저작물을 정당한 권한 없이 이용하지 않도록 올바른 저작물 사용을 위한 저작권 침해 예방 가이드를 안내하고 있습니다.</p>	<h4>Gentle AP(갑질예방) 가이드</h4> <p>협력사, 거래처 등 비즈니스 파트너와 협업 시 갖추어야 할 기본 비즈니스 매너에 대한 안내 가이드입니다.</p>

윤리경영 교육

아모레퍼시픽그룹은 임직원들의 윤리의식을 향상시키고 비윤리 행위를 예방하기 위해, 아모레퍼시픽 윤리강령을 기반으로 한 온라인 윤리 교육을 매년 전사적으로 실시하고 있습니다. 윤리경영 개념, 직무 윤리, 준법 실천 등 중요 이슈를 고려한 커리큘럼을 통해 임직원의 윤리의식 내재화를 돕고 있습니다. 2022년에는 이해상충, 회사 자산 보호, 공정한 거래 관계 등에 대한 온라인 교육 과정을 실시했습니다. 특히 준법의식 향상을 위해 공정거래법, 하도급법, 대리점법 등 공정거래 관련 법의 주요 사항에 대한 교육을 전 임직원 대상으로 매월 진행했습니다.

교육 필수 대상은 아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽 내 전 구성원(임원, 일반직, 전임직, 전문직, 비정규직)입니다. 또한 신규 입사자, 신입 임원, 해외파견자 등을 대상으로 특화된 윤리 교육을 진행하여 실제 업무 현장에서 각자의 역할에 맞게 윤리경영을 실천하도록 독려하고 있습니다.

전사 온라인 기업윤리 교육 과정 수료율



전사 윤리 서약 캠페인 참여율¹⁾



1) 아모레퍼시픽그룹 구성원들은 입사 시 고용계약에서 필수적으로 윤리서약을 진행하고 있습니다. 상기 윤리서약률은 매년 실시하는 윤리의식 강화를 위한 캠페인의 일환으로 자발적으로 재서약한 인원의 비율입니다.

윤리경영 인식개선

캠페인 활동

윤리적인 행동 실천을 구체적으로 알리고 임직원과 지속적으로 소통하기 위하여 상시 기업 윤리 캠페인을 전개하고 있습니다. 대표적으로 '선물 안주고 안받기 캠페인', 올바른 화식 문화를 위한 '119 캠페인', 'Gentle AP(갑질 예방)캠페인' 등이 있습니다.

아모레 윤리 브리프스

기업윤리 뉴스레터 '아모레 윤리 브리프스'는 임직원이 일상 속에서 윤리경영의 중요성을 보다 쉽게 인식하도록 돕기 위한 콘텐츠입니다. 사내외 동향 및 사례에 기반하여 임직원의 윤리의식을 높이고 비윤리 행위의 사전 예방 및 재발 방지를 목적으로 하고 있습니다. 2022년에는 횡령 및 부적절한 관행, 광고 시 지켜야 할 사항에 대해 다뤘습니다.

글로벌 윤리경영 확산

해외 법인의 윤리의식을 향상하고 글로벌 대외 리스크를 예방하기 위해 해외에서도 기업윤리 프로그램을 전개하고 있습니다. 해외 법인은 본사와 윤리경영에 대해 지속적으로 소통하고 있으며, 임직원들은 윤리 서약을 통해 실천을 다짐하고 있습니다. 또한 본사의 가이드에 따라 시즌별 특정 기업윤리 이슈에 대한 캠페인을 실시하고 있으며, 국내 및 해외 법인 전 조직을 대상으로 구성원의 윤리경영에 대한 인식을 객관적으로 평가하는 '윤리의식 설문조사'를 진행하고 있습니다. 설문조사 결과를 토대로 개선이 필요한 사항에 대해서는 추가적인 교육 및 캠페인을 실시하여 비윤리 리스크를 선제적으로 예방하고 있습니다.

2022년에는 윤리의식 설문조사 결과를 기반으로 아시아 태평양 및 북미 지역에 위치한 11개국 법인을 대상으로 임직원 존중과 투명성 문화에 대한 캠페인을 진행하여 윤리의식을 강화했습니다.

비윤리 행위 제보

아모레퍼시픽그룹은 이해관계자들의 윤리경영 상담 및 비윤리 행위의 제보를 위한 윤리경영 공식 웹사이트인 '윤리경영 Hotline'을 운영하고 있습니다. 제보자는 익명으로 제보할 수 있으며, 제보 내용은 철저히 비공개로 처리됩니다. 또한 제보자에 대해서 본인의 동의 없이 신분을 노출하지 않으며, 제보를 한 이유로 신분상의 불이익이나 차별을 받지 않습니다. 아모레퍼시픽그룹은 제보자에 대한 불이익이나 차별이 발생하지 않도록 모든 조치를 취할 것입니다.

'윤리경영 Hotline'을 통해 접수된 제보에 대해서는 사실관계 조사를 진행하고, 비윤리 행위가 확인된 건에 대해 징계조치 및 추가적인 업무 프로세스와 제도 개선을 진행하고 있습니다. 또한 재발 방지를 위해 주요 비윤리 행위들을 사례화하여 임직원들에게 매년 공유하고 있습니다. 2022년에는 직장 내 성희롱·괴롭힘, 회사 자산 사적 유용, 업무 프로세스 위반 등 조사 결과 확정된 비윤리 제보 12건에 대해 모두 처리 완료하였습니다.



선물 안주고 안받기 캠페인

Chapter 4

ESG Factbook

82 재무적 성과

84 ESG 데이터

102 Reporting Methodology

재무적 성과

연결 재무상태표

(원)

구분		(주)아모레퍼시픽그룹		(주)아모레퍼시픽	
		2022	2021	2022	2021
자산	유동자산	2,566,383,546,972	3,015,471,536,393	1,735,019,347,862	2,018,526,858,100
	현금및현금성자산	650,066,004,916	870,595,030,191	449,597,948,392	537,693,630,647
	금융기관예치금	206,069,238,000	316,825,500,000	74,669,238,000	101,825,500,000
	당기손익-공정가치측정금융자산	754,007,356,956	863,824,272,415	362,939,892,414	490,839,332,272
	상각후원가측정금융자산	59,534,958,905	0	30,000,000,000	0
	매출채권	300,982,900,966	311,950,819,896	285,104,514,893	295,769,466,239
	기타수취채권	65,948,981,162	38,438,533,784	62,646,902,451	41,647,242,846
	당기법인세자산	3,140,637,840	8,430,944,691	1,589,648,122	3,330,887,323
	기타유동자산	46,721,996,367	58,525,168,234	39,587,746,609	50,130,929,669
	재고자산	459,962,411,412	542,815,041,075	408,934,396,533	493,223,642,997
	매각예정비유동자산	19,949,060,448	4,066,226,107	19,949,060,448	4,066,226,107
	비유동자산	5,084,620,254,482	5,022,671,395,732	4,066,763,830,297	4,098,187,074,812
	금융기관예치금	27,176,341,368	24,032,306,500	21,989,149,194	19,512,730,100
	기타수취채권	70,579,095,189	126,171,027,335	66,737,893,651	115,162,575,008
	당기손익-공정가치측정금융자산	32,195,524,841	226,132,645,101	8,017,318,251	104,256,383,649
	상각후원가측정금융자산	430,315,000	1,965,804,982	430,315,000	811,274,982
	기타포괄손익-공정가치측정금융자산	224,477,932,645	5,410,059,694	6,216,765,880	4,672,325,200
	유형자산	2,820,687,110,864	2,919,950,211,189	2,475,276,690,492	2,541,362,150,975
	무형자산	856,377,167,180	703,436,882,751	357,750,954,252	201,680,029,794
	투자부동산	314,918,090,772	344,130,029,556	503,268,138,559	534,228,580,408
	사용권자산	115,856,189,029	164,554,887,994	128,492,275,394	146,465,714,306
관계기업투자주식	329,967,791,735	282,307,314,107	247,279,224,799	238,445,368,790	
순확정급여자산	209,903,459,545	109,592,951,296	181,406,890,326	94,729,521,034	
이연법인세자산	69,558,739,123	101,017,034,504	57,853,971,328	84,608,399,877	
기타비유동자산	12,492,497,191	13,970,240,723	12,044,243,171	12,252,020,689	
자산 총계	7,651,003,801,454	8,038,142,932,125	5,801,783,178,159	6,116,713,932,912	
부채	유동 부채	851,901,945,315	1,273,284,869,946	831,116,935,949	1,157,485,393,842
	비유동 부채	265,598,515,176	289,233,283,898	191,391,138,151	214,928,661,448
	부채 총계	1,117,500,460,491	1,562,518,153,844	1,022,508,074,100	1,372,414,055,290
자본	지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본	3,356,370,904,773	3,306,537,801,345	4,798,613,296,098	4,761,008,405,615
	자본금	47,997,075,000	47,997,075,000	34,525,294,500	34,525,294,500
	주식발행초과금	903,820,398,139	903,711,140,730	720,480,827,092	720,480,827,092
	자본잉여금	(213,214,348,245)	(209,370,231,412)	71,118,560,015	75,352,826,661
	기타자본구성요소	(195,095,986,788)	(195,102,638,526)	(18,139,434,036)	(19,004,134,338)
	기타포괄손익누계액	31,088,989,500	(2,561,687,886)	(19,458,512,997)	11,879,036,721
	이익잉여금	2,781,774,777,167	2,761,864,143,439	4,010,086,561,524	3,937,774,554,979
	비지배 주주 지분	3,177,132,436,190	3,169,086,976,936	(19,338,192,039)	(16,708,527,993)
자본 총계	6,533,503,340,963	6,475,624,778,281	4,779,275,104,059	4,744,299,877,622	

연결 포괄 손익계산서

(원)

구분	(주)아모레퍼시픽그룹		(주)아모레퍼시픽	
	2022	2021	2022	2021
매출액	4,494,956,806,652	5,326,080,007,289	4,134,932,512,111	4,863,128,496,699
매출원가	1,347,786,580,983	1,461,565,391,981	1,337,512,406,849	1,362,639,202,428
매출 총 이익	3,147,170,225,669	3,864,514,615,308	2,797,420,105,262	3,500,489,294,271
판매비와 관리비	2,875,269,513,268	3,508,343,341,758	2,583,186,849,501	3,157,131,485,221
영업이익	271,900,712,401	356,171,273,550	214,233,255,761	343,357,809,050
금융 수익	52,512,453,332	21,061,314,624	22,771,702,594	10,499,109,599
금융 비용	57,934,533,676	14,322,950,770	34,413,883,142	11,410,260,207
기타 영업 외 손익	10,097,992,018	61,004,430,682	13,044,673,857	(45,496,828,367)
관계 기업 손익	11,801,765,440	5,660,108,316	8,858,020,099	927,626,457
법인세 비용 차감 전 순이익	288,378,389,515	429,574,176,402	224,493,769,169	297,877,456,532
법인세 비용	139,155,976,754	137,595,329,986	95,229,524,211	117,019,762,555
당기순이익	149,222,412,761	291,978,846,416	129,264,244,958	180,857,693,977
당기순이익의 귀속				
지배 기업 소유주 지분	62,237,028,846	179,995,030,205	134,474,812,450	193,680,578,727
비지배 주주 지분	86,985,383,915	111,983,816,211	(5,210,567,492)	(12,822,884,750)
세후 기타 포괄 손익				
당기순이익으로 재분류되지 않는 항목				
순확정 급여 부채 재측정 요소	6,369,293,492	(57,633,335,747)	5,482,640,916	(47,369,483,250)
기타 포괄 손익 - 공정가치 금융자산 평가 손익	42,649,600,239	307,763,192	(31,630,608)	109,285,659
당기순이익으로 재분류될 수 있는 항목				
관계 기업 기타 포괄 손익 지분	(265,529,263)	227,434,393	(606,664,733)	260,637,659
해외 사업 환산 손익	(31,919,926,666)	31,359,475,764	(31,891,807,328)	31,358,419,049
당기 법인세 차감 후 기타 포괄 손익	16,833,437,802	(25,738,662,398)	(27,047,461,753)	(15,641,140,883)
당기 총 포괄 이익	166,055,850,563	266,240,184,018	102,216,783,205	165,216,553,094
당기 총 포괄 이익의 귀속				
지배 기업 소유주 지분	95,507,472,449	165,405,660,706	108,599,005,752	178,468,780,329
비지배 주주 지분	70,548,378,114	100,834,523,312	(6,382,222,547)	(13,252,227,235)
주당 손익				
보통주 기본주 당 손익	657	1,989	1,949	2,820
우선주 기본주 당 손익	662	1,994	1,954	2,821

ESG 데이터

환경 성과

온실가스 배출 현황^{1), 2)} – 아모레퍼시픽그룹

구분		단위	2020	2021	2022	
총 배출량(Scope 1, 2, 3)		tCO ₂ e	665,723	583,115 (581,506)	555,039 (553,482)	
Scope 1 배출량	소계	tCO ₂ e	13,174	12,981 (11,373)	12,421 (10,863)	
	사업장별 배출					
		아모레퍼시픽(국내)	tCO ₂ e	8,978	8,380	7,825
		아모레퍼시픽(상하이) ^{3), 4)}	tCO ₂ e	703	1,608 (0)	1,652 (94)
		코스비전	tCO ₂ e	658	768	739
		오설록농장	tCO ₂ e	2,416	1,896	1,928
		이니스프리 ⁵⁾	tCO ₂ e	n/a	n/a	81
		아모레퍼시픽그룹 기타 ⁶⁾	tCO ₂ e	420	328	196
Scope 2 배출량	소계	tCO ₂ e	46,749	40,106	32,344	
	사업장별 배출량					
		아모레퍼시픽(국내)	tCO ₂ e	34,120	33,603	24,151
		아모레퍼시픽(상하이)	tCO ₂ e	6,620	0	929
		코스비전	tCO ₂ e	2,785	3,306	3,325
		오설록농장	tCO ₂ e	1,187	1,187	1,211
		이니스프리	tCO ₂ e	n/a	n/a	1,251
		아모레퍼시픽그룹 기타	tCO ₂ e	2,037	2,010	1,476
Scope 3 배출량	소계	tCO ₂ e	605,801	530,027	510,274	
	카테고리별 배출량					
		1. 구매한 제품 & 서비스	tCO ₂ e	250,413	262,258	184,793
		2. 자본재	tCO ₂ e	570	420	7,168
		3. 연료 및 에너지 관련 활동	tCO ₂ e	1,008	994	932
		4. 업스트림 운송 & 물류	tCO ₂ e	3,427	3,682	2,638
		5. 운영 과정에서 발생된 폐기물	tCO ₂ e	2,890	2,381	1,798
		6. 출장	tCO ₂ e	787	417	799
		7. 직원 통근	tCO ₂ e	3,143	2,472	2,491
		9. 다운스트림 운송	tCO ₂ e	4,063	7,013	5,247
		11. 판매된 제품의 사용	tCO ₂ e	303,038	217,525	284,720
		12. 판매된 제품의 폐기	tCO ₂ e	30,945	27,243	13,386
		13. 다운스트림 임대자산	tCO ₂ e	5,517	5,623	6,301
배출 집약도	배출 집약도 (Scope 1, 2)	tCO ₂ e/제품 ton	0.59	0.49	0.58	

1) 상기 온실가스 배출량은 소수 첫 자리에서 반올림 처리되었으며, 2022년 연결기준 종속회사 범위로 소급 적용하여 산정하였음

2) 괄호 안 데이터는 상쇄 배출권(Certified Emission Reduction, CER) 구매로 인한 상쇄(Offset) 성과를 반영한 배출량을 의미함

3) 2021, 2022년 아모레퍼시픽 상하이 생산사업장의 Scope 1 배출량의 경우 상쇄 배출권(CER) 구매로 Scope 1 배출량 상쇄(Offset)하여 아모레퍼시픽 상하이 생산사업장 탄소중립 달성하였음

4) 아모레퍼시픽(상하이)의 2020-2021 데이터 취합 범위는 생산 공장(1, 2, 3)으로 한정하여 집계되었으며, 2022년부터는 본사, R&I, 물류를 포함하여 집계됨

5) 이니스프리의 온실가스 배출 현황은 2022년부터 집계됨

6) 아모레퍼시픽그룹 기타에는 아모스프로페셔널, 아모레퍼시픽공감재단, 아모레퍼시픽재단, 오설록, 비비디오코리아, 서경배과학재단, 에뛰드, 에스쁘아가 포함됨

온실가스 배출 현황^{1), 2)} – 아모레퍼시픽

구분		단위	2020	2021	2022	
총 배출량(Scope 1, 2, 3)		tCO ₂ e	662,120	580,031 (578,423)	550,276 (548,718)	
Scope 1 배출량	소계	tCO ₂ e	10,339	10,756 (9,148)	10,216 (8,658)	
	사업장별 배출량					
		아모레퍼시픽(국내)	tCO ₂ e	8,978	8,380	7,825
		아모레퍼시픽(상하이) ^{3), 4)}	tCO ₂ e	703	1,608 (0)	1,652 (94)
		코스비전	tCO ₂ e	658	768	739
	2022년 목표	tCO ₂ e			8,764	
Scope 2 배출량	소계	tCO ₂ e	43,525	36,909	28,405	
	사업장별 배출량					
		아모레퍼시픽(국내)	tCO ₂ e	34,120	33,603	24,151
		아모레퍼시픽(상하이)	tCO ₂ e	6,620	0	929
		코스비전	tCO ₂ e	2,785	3,306	3,325
	2022년 목표	tCO ₂ e			35,359	
Scope 3 배출량	소계	tCO ₂ e	608,257	532,366	511,655	
	카테고리별 배출량					
		1. 구매한 제품 & 서비스	tCO ₂ e	250,413	262,258	184,412
		2. 자본재	tCO ₂ e	570	420	7,168
		3. 연료 및 에너지 관련 활동	tCO ₂ e	1,008	994	932
		4. 업스트림 운송 & 물류	tCO ₂ e	3,427	3,682	2,638
		5. 운영 과정에서 발생한 폐기물	tCO ₂ e	2,890	2,381	1,798
		6. 출장	tCO ₂ e	787	417	799
		7. 직원 통근	tCO ₂ e	3,143	2,472	2,491
		9. 다운스트림 운송	tCO ₂ e	4,063	7,013	5,247
		11. 판매된 제품의 사용	tCO ₂ e	303,038	217,525	284,720
		12. 판매된 제품의 폐기	tCO ₂ e	30,945	27,243	13,344
		13. 다운스트림 임대자산	tCO ₂ e	7,973	7,961	8,105
온실가스 배출 집약도	배출 집약도(Scope 1, 2)	tCO ₂ e/제품 ton	0.54	0.44	0.51	

1) 상기 온실가스 배출량은 소수 첫 자리에서 반올림 처리되었으며, 2022년 연결기준 종속회사 범위로 소급 적용하여 산정하였음

2) 괄호 안 데이터는 상쇄 배출권(Certified Emission Reduction, CER) 구매로 인한 상쇄(Offset) 성과를 반영한 배출량을 의미함

3) 아모레퍼시픽 상하이 생산 사업장의 2021년과 2022년 Scope 1 배출량의 경우, 상쇄배출권(CER, Certified Emission Reduction) 구매로 배출량을 상쇄(offset)하여 탄소중립을 달성하였음

4) 아모레퍼시픽(상하이)의 2020-2021 데이터 취합 범위는 생산 공장(1, 2, 3)으로 한정하여 집계되었으며, 2022년부터는 본사, R&I, 물류를 포함하여 집계됨

에너지 사용 현황¹⁾ - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2020	2021	2022			
에너지 사용량	총 사용량	TJ	608	617	595		
사업장별 사용량	아모레퍼시픽(국내)	TJ	456	458	431		
	아모레퍼시픽(상하이) ²⁾	TJ	48	57	57		
	코스비전	TJ	34	41	41		
	이니스프리 ³⁾	TJ	n/a	n/a	11		
	오설록농장	TJ	46	38	39		
	아모레퍼시픽그룹 기타 ⁴⁾	TJ	24	23	15		
	유형별	연료	소계	TJ	249	235	222
			아모레퍼시픽(국내)	TJ	175	164	153
		아모레퍼시픽(상하이)	TJ	16	20	19	
		코스비전	TJ	13	15	15	
이니스프리		TJ	n/a	n/a	2		
오설록농장		TJ	37	29	29		
아모레퍼시픽그룹 기타		TJ	8	7	4		
전력		소계	TJ	343	314	254	
		아모레퍼시픽(국내)	TJ	265	264	189	
		아모레퍼시픽(상하이)	TJ	32	0	8	
		코스비전	TJ	22	26	26	
		이니스프리	TJ	n/a	n/a	10	
		오설록농장	TJ	9	9	9	
재생에너지 ⁵⁾		소계	TJ	16	67	119	
			아모레퍼시픽(국내)	TJ	16	30	89
		아모레퍼시픽(상하이)	TJ	0.2	37	30	
		코스비전	TJ	0	0	0	
		이니스프리	TJ	n/a	n/a	0	
		오설록농장	TJ	0	0	0	
	아모레퍼시픽그룹 기타	TJ	0	0	0		
	에너지 사용 집약도	TJ/제품 ton	0.006	0.006	0.008		

에너지 사용 현황¹⁾ - 아모레퍼시픽

구분	단위	2020	2021	2022			
에너지 사용량	총 사용량	TJ	538	556	529		
사업장별 사용량	아모레퍼시픽(국내)	TJ	456	458	431		
	아모레퍼시픽(상하이) ²⁾	TJ	48	57	57		
	코스비전	TJ	34	41	41		
	유형별	연료	소계	TJ	204	199	187
			아모레퍼시픽(국내)	TJ	175	164	153
			아모레퍼시픽(상하이)	TJ	16	20	19
	코스비전	TJ	13	15	15		
	전력	소계	TJ	318	290	223	
			아모레퍼시픽(국내)	TJ	265	264	189
		아모레퍼시픽(상하이)	TJ	32	0	8	
코스비전		TJ	22	26	26		
재생에너지 ⁵⁾		소계	TJ	16	67	119	
			아모레퍼시픽(국내)	TJ	16	30	89
	아모레퍼시픽(상하이)	TJ	0.2	37	30		
코스비전	TJ	0	0	0			
2022년 목표	TJ			533			
에너지 사용 집약도	TJ/제품 ton	0.005	0.005	0.007			

1) 상기 에너지 사용량은 소수 첫 자리에서 반올림 처리되었으며, 2022년 연결기준 종속회사 범위로 소급 적용하여 산정하였음
 2) 아모레퍼시픽(상하이)의 2020-2021 데이터 취합 범위는 생산 공장(1, 2, 3)으로 한정하여 집계되었으며, 2022년부터는 본사, R&I, 물류를 포함하여 집계됨
 3) 이니스프리의 에너지 사용 현황은 2022년부터 집계됨
 4) 아모레퍼시픽그룹 기타에는 아모스프로페셔널, 아모레퍼시픽공감재단, 아모레퍼시픽재단, 오설록, 비비디오코리아, 서경배과화재단, 에뛰드, 에스쁘아가 포함됨
 5) 수력, 태양광, 태양열, 풍력, 지열 및 바이오에너지를 통해 생산된 에너지를 의미함

생산사업장 수자원 사용 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2019	2020	2021	2022	
용수 취수량	총 취수량	1,113,792	901,673	797,271	762,865	
취수원별 취수량	상수	658,430	585,914	499,500	408,747	
	공업용수	34,892	39,133	30,322	25,223	
	지하수	381,971	243,024	230,393	294,374	
	우수	38,499	33,602	37,056	34,521	
	사업장별 취수량	아모레퍼시픽(국내)	425,897	382,770	408,507	350,518
	아모레퍼시픽(상하이)	91,379	92,883	79,541	58,816	
	코스비전	71,772	57,780	68,406	64,012	
	오설록농장	373,353	238,852	226,733	289,519	
	기타 ¹⁾	151,391	129,388	14,083	n/a	
	취수 집약도	ton/제품 ton	8.1	7.4	7.0	10.0
용수 재활용량	총 재활용량	33,169	16,028	35,820	49,914	
	재활용 비율	%	5.2	3.2	7.7	10.4
용수 방류량	ton	469,969	395,818	333,639	280,702	
용수 사용량	ton	643,823	505,855	463,632	482,163	

생산사업장 수자원 사용 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2019	2020	2021	2022	
용수 취수량	총 취수량	517,276	475,653	556,455	473,346	
취수원별 취수량	상수	437,323	401,243	487,016	408,587	
	공업용수	34,892	39,133	30,322	25,223	
	지하수	6,562	1,675	2,061	5,015	
	우수	38,499	33,602	37,056	34,521	
	사업장별 취수량	아모레퍼시픽(국내)	425,897	382,770	408,507	350,518
	아모레퍼시픽(상하이)	91,379	92,883	79,541	58,816	
	코스비전 ²⁾	n/a	n/a	68,406	64,012	
	취수 집약도	ton/제품 ton	5.0	5.2	5.2	6.3
	2022년 목표(우수 제외)	ton			497,584	
용수 재활용량	총 재활용량	31,322	13,815	35,820	49,914	
	재활용 비율	%	14.2	6.7	16.1	25.9
용수 방류량	ton	296,566	270,517	333,484	280,702	
용수 사용량	ton	220,710	205,136	222,971	192,644	

1) 2022년 매각 이전 퍼시픽패키지(현 오타종패키징퍼시픽), 2021년 매각 이전 퍼시픽글라스(현 베르상스퍼시픽), 2021년 아모레퍼시픽 흡수합병 이전 에스트라 데이터를 기타로 분류

2) 아모레퍼시픽에 인수된 2021년부터 아모레퍼시픽 연결 범위로 반영됨

생산사업장 폐기물 발생 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2019	2020	2021	2022	
총 폐기물 발생	ton	13,162	10,126	9,036	6,868	
폐기물 처리 유형별	일반 폐기물 ¹⁾	소계	11,274	8,400	7,434	5,753
		재활용	9,704	7,045	6,512	5,201
		소각	1,488	1,348	917	551
		매립	82	7	5	0
		지정 폐기물 ¹⁾	소계	1,889	1,726	1,602
	재활용	1,351	1,284	1,316	1,002	
	소각	513	417	286	112	
	매립	25	25	0	0	
	기타(중화)	0	0	0.2	0.3	
재활용 비율	%	84.0	82.3	86.6	90.3	
사업장별	아모레퍼시픽(국내)	ton	9,622	6,948	7,518	5,842
	아모레퍼시픽(상하이)	ton	627	826	742	589
	코스비전	ton	610	528	557	435
	오설록농장	ton	2	2	1	2
	기타 ²⁾	ton	2,302	1,822	217	n/a

생산사업장 폐기물 발생 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2019	2020	2021	2022	
총 폐기물 발생	ton	10,249	7,774	8,817	6,866	
폐기물 처리 유형별	일반 폐기물 ¹⁾	소계	9,012	6,602	7,358	5,751
		재활용	7,957	5,636	6,512	5,201
		소각	974	961	843	550
		매립	80	5	4	0
		지정 폐기물 ¹⁾	소계	1,237	1,172	1,459
	재활용	1,124	1,082	1,316	1,002	
	소각	114	90	143	112	
	매립	0	0	0	0	
	기타(중화)	0	0	0.2	0.3	
재활용 비율	%	88.6	86.4	88.8	90.4	
사업장별	아모레퍼시픽(국내)	ton	9,622	6,948	7,518	5,842
	아모레퍼시픽(상하이)	ton	627	826	742	589
	코스비전 ³⁾	ton	n/a	n/a	557	435
총 폐기물 발생(2022년 목표)	ton				948.6	

1) 폐기물 전량 위탁 처리함
 2) 2022년 매각 이전 퍼시픽패키지(현 오타종패키징퍼시픽), 2021년 매각 이전 퍼시픽글라스(현 베르상스퍼시픽), 2021년 아모레퍼시픽 흡수합병 이전 에스트라 데이터를 기타로 분류
 3) 아모레퍼시픽에 인수된 2021년부터 아모레퍼시픽 연결 범위로 반영됨

생산사업장 오염물질 발생 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2019	2020	2021	2022	
대기 오염물질	먼지	ton	2.2	1.5	1.4	1.0
	SOx	ton	19.3	17.5	0	0
	NOx	ton	22.7	20.0	9.1	4.4
수질 오염물질	TOC ¹⁾	ton	n/a	n/a	4.7	4.3

생산사업장 오염물질 발생 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2019	2020	2021	2022	
대기 오염물질	먼지	ton	1.5	0.8	1.2	0.9
	SOx	ton	0	0	0	0
	NOx	ton	10.3	9.6	9.1	4.4
수질 오염물질	TOC ¹⁾	ton	n/a	n/a	4.7	4.3

지속가능제품 개발 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2020	2021	2022	
신규 지속가능제품 비중	환경 사회 친화적 속성을 구현한 신제품 비율	%	61.1	73.9	77.0

지속가능제품 개발 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2020	2021	2022	
신규 지속가능제품 비중	환경 사회 친화적 속성을 구현한 신제품 비율	%	71.7	88.0	90.5

1) 수질오염물질의 경우 2021년부터 COD에서 TOC로 변경하여 배출량 집계 실시

환경경영 이행 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2019	2020	2021	2022
환경 운영 및 투자 비용	합계	49.3	39.5	43.9	45.5
	유형별 운영비	40.0	35.3	35.5	32.9
	투자비	9.3	4.2	8.4	12.6
환경 컴플라이언스 ¹⁾	중대한 환경 법규 위반 건수	0	0	0	0
	중대한 환경 법규 위반 금액	0	0	0	0

환경경영 이행 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2019	2020	2021	2022
환경 운영 및 투자 비용	합계	33.1	25.3	40.9	45.0
	유형별 운영비	24.1	22.9	32.6	32.6
	투자비	8.9	2.5	8.3	12.4
환경 컴플라이언스 ¹⁾	중대한 환경 법규 위반 건수	0	0	0	0
	중대한 환경 법규 위반 금액	0	0	0	0
친환경 구매 및 매출 ²⁾	친환경 구매 비중	n/a	4.8	2.8	2.9
	친환경 매출 비중	n/a	20.5	42.8	64.1

1) 중대한 환경 법규 위반의 경우 \$10,000 USD 이상의 벌금·과태료가 발생하는 기준으로 집계

2) 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준으로 집계

사회 성과

국내외 직원 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2020	2021	2022			
총 인원	명	12,387	11,171	10,010			
권역별 인원	국내	명	7,288	6,602	6,145		
	해외	소계	명	5,099	4,569	3,865	
		아시아	명	4,874	4,367	3,648	
		북미	명	156	139	156	
		유럽 및 기타	명	69	63	61	
	국내 비율	%	58.8	59.1	61.4		
	해외 비율	아시아	%	39.3	39.1	36.4	
북미		%	1.3	1.2	1.6		
유럽 및 기타		%	0.6	0.6	0.6		
성별 인원	남성	명	3,496	3,213	2,930		
	여성	명	8,891	7,958	7,080		
	남성 비율	%	28.2	28.8	29.3		
	여성 비율	%	71.8	71.2	70.7		
관리직 인원	합계	명	1,466	1,792	1,722		
	권역별	국내	명	1,244	1,482	1,408	
		해외	소계	명	222	310	314
			아시아	명	196	269	268
			북미	명	19	30	33
			유럽 및 기타	명	7	11	13
		국내 비율	%	84.9	82.7	81.8	
		해외 비율	아시아	%	13.4	15.0	15.6
	북미		%	1.3	1.7	1.9	
	유럽 및 기타		%	0.5	0.6	0.8	
	성별	남성	명	949	1,078	1,013	
		여성	명	517	714	709	
		남성 비율	%	64.7	60.2	58.8	
여성 비율		%	35.3	39.8	41.2		

국내외 직원 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2020	2021	2022			
총 인원	명	10,945	10,106	9,091			
권역별 인원	국내	명	5,846	5,537	5,226		
	해외	소계	명	5,099	4,569	3,865	
		아시아	명	4,874	4,367	3,648	
		북미	명	156	139	156	
		유럽 및 기타	명	69	63	61	
	국내 비율	%	53.4	54.8	57.5		
	해외 비율	아시아	%	44.5	43.2	40.1	
북미		%	1.4	1.4	1.7		
유럽 및 기타		%	0.6	0.6	0.7		
성별 인원	남성	명	2,774	2,783	2,561		
	여성	명	8,171	7,323	6,530		
	남성 비율	%	25.3	27.5	28.2		
	여성 비율	%	74.7	72.5	71.8		
관리직 인원	합계	명	1,167	1,537	1,493		
	권역별	국내	명	945	1,227	1,179	
		해외	소계	명	222	310	314
			아시아	명	196	269	268
			북미	명	19	30	33
			유럽 및 기타	명	7	11	13
		국내 비율	%	81.0	79.8	79.0	
		해외 비율	아시아	%	16.8	17.5	18.0
	북미		%	1.6	2.0	2.2	
	유럽 및 기타		%	0.6	0.7	0.9	
	성별	남성	명	728	927	872	
		여성	명	439	610	621	
		남성 비율	%	62.4	60.3	58.4	
여성 비율		%	37.6	39.7	41.6		

국내 직원 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2020	2021	2022
총 국내 인원	명	7,288	6,602	6,145
고용 형태별	정규직 ¹⁾	6,970	6,203	5,774
	비정규직 ²⁾	318	399	371
성별	남성	2,607	2,417	2,228
	여성	4,681	4,185	3,917
연령별	만 30세 미만	1,743	1,289	1,016
	만 30세 이상 - 50세 미만	5,248	5,041	4,835
	만 50세 이상	297	272	294
장애인	명	109	104	128

국내 직원 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2020	2021	2022
총 국내 인원	명	5,846	5,537	5,226
고용 형태별	정규직 ¹⁾	5,606	5,228	4,940
	비정규직 ²⁾	240	309	286
성별	남성	1,885	1,987	1,859
	여성	3,961	3,550	3,367
연령별	만 30세 미만	1,399	1,027	805
	만 30세 이상 - 50세 미만	4,216	4,268	4,153
	만 50세 이상	231	242	268
장애인	명	109	102	121

1) 경영진 포함하여 집계
 2) 계약직, 인턴을 포함하며, 파견 인원은 배제하여 집계

해외 현지인 고용 현황 – 아모레퍼시픽그룹, 아모레퍼시픽¹⁾

구분	단위	2020	2021	2022	
현지인 고용	현지인 고용 인원	명	4,939	4,434	3,739
	해외 임직원 중 현지인 고용 비율	%	96.9	97.0	96.7
권역별	아시아	명	4,737	4,244	3,532
	북미	명	141	133	150
	유럽 및 기타	명	61	57	57
성별	남성	명	751	680	596
	여성	명	4,188	3,754	3,143
현지인 관리자 고용	현지인 관리자 인원	명	130	207	215
	해외 관리자 중 현지인 고용 비율	%	58.6	66.8	68.5
성별	남성	명	31	46	53
	여성	명	99	161	162

다양성 현황 – 아모레퍼시픽

구분	단위	2020	2021	2022		
직군별 여성 비율 ²⁾	수익 창출 직군	%	79.1	80.1	80.1	
	STEM 직군	%	50.1	51.4	52.3	
관리직 여성 비율 ²⁾	총 관리자	%	37.7	39.9	41.9	
	최고 관리자	%	23.9	22.8	24.6	
	주니어 관리자	%	43.2	42.2	39.4	
	수익 창출 직군 관리자 ³⁾	%	n/a	39.4	42.0	
동등 임금 ⁴⁾ (남성 대비 여성 평균 임금 비율)	임원	기본급	%	90.2	89.2	95.1
	전체	%	88.7	92.0	113.4	
관리직	기본급	%	98.3	96.8	96.2	
	전체	%	98.3	94.1	93.9	
비관리직	전체	%	95.8	96.7	88.1	

1) 해외 현지인 고용 현황의 경우 파견 인원을 배제하여 집계하였으며, 전 해외 법인이 아모레퍼시픽 연결대상 종속기업에 포함됨에 따라, 아모레퍼시픽그룹과 아모레퍼시픽 인원 현황이 동일함
 2) 직군별 여성 비율 및 관리직 여성 비율의 경우, 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 및 해외 연결 법인 기준으로 산정
 3) 수익 창출 직군 관리자 여성 비율 집계는 2021년부터 실시
 4) 동등 임금 현황의 경우, 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준으로 산정

채용 및 이직 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2019	2020	2021	2022		
신규 채용 현황 ¹⁾	합계	명	744	415	583	538	
	성별	남성	명	182	112	162	138
		여성	명	562	303	421	400
	남성 비율	%	21.8	27.0	27.8	25.7	
	여성 비율	%	78.2	73.0	72.2	74.3	
연령별	만 30세 미만	명	535	264	409	360	
	만 30세 이상 - 50세 미만	명	197	142	165	172	
	만 50세 이상	명	12	9	9	6	
	만 30세 미만 비율	%	71.9	63.6	70.2	66.9	
	만 30세 이상 - 50세 미만 비율	%	26.5	34.2	28.3	32.0	
	만 50세 이상 비율	%	1.6	2.2	1.5	1.1	
	이직 현황 ²⁾ 전체 이직률	%	6.8	13.6	6.2	8.5	
자발적 이직률 ³⁾	%	5.4	4.9	4.4	7.1		

채용 및 이직 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2019	2020	2021	2022		
신규 채용 현황 ¹⁾	합계	명	490	305	426	392	
	성별	남성	명	126	89	127	88
		여성	명	364	216	299	304
	남성 비율	%	25.7	29.2	29.8	22.4	
	여성 비율	%	74.3	70.8	70.2	77.6	
연령별	만 30세 미만	명	346	192	290	258	
	만 30세 이상-50세 미만	명	132	105	132	129	
	만 50세 이상	명	12	8	4	5	
	만 30세 미만 비율	%	70.6	63.0	68.1	65.8	
	만 30세 이상-50세 미만 비율	%	26.9	34.4	31.0	32.9	
	만 50세 이상 비율	%	2.4	2.6	0.9	1.3	
	오픈 포지션에 대한 내부 채용 비율 ²⁾	%	12.9	32.6	41.8	58.2	
1인당 평균 채용 비용 ²⁾	만 원/명	n/a	745	565	543		
이직 현황 ²⁾ 전체 이직률	%	5.9	14.8	6.1	7.4		
	자발적 이직률 ³⁾	%	4.7	4.4	4.1	6.1	

1) 정규직, 비정규직 채용을 모두 포함하여 집계
 2) 정규직 기준으로 집계
 3) 자발적 이직은 조직의 의사와 관계 없이 근로자 본인이 사직을 자원하여 퇴직하는 경우로, 전직, 사직 등이 해당됨

직원 교육 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2020	2021	2022	
총 교육 대상자 수 ¹⁾	명	6,970	6,203	5,774	
총 교육 시간	시간	456,351	185,758	244,230	
평균 교육 시간	1인당 교육 시간				
	성별 ²⁾				
	남성	시간/명	n/a	n/a	44.8
	여성	시간/명	n/a	n/a	40.8
	연령별 ²⁾				
	만 30세 미만	시간/명	n/a	n/a	40.8
	만 30세 이상 - 50세 미만	시간/명	n/a	n/a	43.5
	만 50세 이상	시간/명	n/a	n/a	26.3
1인당 평균 교육 비용	만 원/명	600,894	361,902	298,048	

직원 교육 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2020	2021	2022	
총 교육 대상자 수 ¹⁾	명	5,606	5,228	4,940	
총 교육 시간	시간	394,254	171,598	207,669	
평균 교육 시간	1인당 교육 시간				
	성별 ²⁾				
	남성	시간/명	n/a	n/a	45.2
	여성	시간/명	n/a	n/a	41.9
	연령별 ²⁾				
	만 30세 미만	시간/명	n/a	n/a	42.0
	만 30세 이상 - 50세 미만	시간/명	n/a	n/a	43.0
	만 50세 이상	시간/명	n/a	n/a	27.1
1인당 평균 교육 비용	만 원/명	674,958	367,533	304,524	

1) 정규직 기준으로 집계

2) 성별, 연령별 평균 교육 시간 집계는 2022년부터 실시

육아휴직 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분		단위	2020	2021	2022	
사용 인원	합계	명	455	425	461	
	성별	남성	명	24	11	29
		여성	명	431	414	432
복귀 인원	합계	명	322	416	435	
	성별	남성	명	20	11	26
		여성	명	302	405	409
복귀율 ¹⁾	합계	%	93.1	97.9	94.4	
	성별	남성	%	87.0	100.0	89.7
		여성	%	93.5	97.8	94.7
복귀 유지율 ²⁾	합계	%	86.1	90.4	84.1	
	성별	남성	%	55.6	75.0	63.6
		여성	%	87.1	91.4	84.7

육아휴직 현황 - 아모레퍼시픽

구분		단위	2020	2021	2022	
사용 인원	합계	명	383	363	401	
	성별	남성	명	18	10	24
		여성	명	365	353	377
복귀 인원	합계	명	271	354	379	
	성별	남성	명	15	10	22
		여성	명	256	344	357
복귀율 ¹⁾	합계	%	92.5	97.5	94.5	
	성별	남성	%	88.2	100.0	91.7
		여성	%	92.8	97.5	94.7
복귀 유지율 ²⁾	합계	%	86.5	95.2	83.6	
	성별	남성	%	50.0	86.7	70.0
		여성	%	86.7	95.7	84.0

1) 복귀율 = (육아휴직 종료 후 복귀한 인원)/(육아휴직 복귀 예정인 인원) × 100

2) 복귀 유지율 = (육아휴직 복귀 후 12개월 동안 근무를 유지한 인원)/(이전 보고기간 동안 육아휴직 복귀한 인원) × 100

산업안전보건 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2019	2020	2021	2022	
자사 현황	사망사고 건수	건	0	0	0	
	재해율	비율 ¹⁾	0.051	0.065	0.145	0.089
	재해자 수	명	5	6	12	7
	근로손실재해율 (LTIFR)	비율 ²⁾	0.268	0.336	0.755	0.465
	산업재해 건수	건	5	6	12	7
	직업성 질환 발생률 (OIFR)	비율 ³⁾	0	0	0	0
	직업성 질환 발생 건수	건	0	0	0	0
사내 협력회사 현황	사망사고 건수	건	0	0	0	0
	재해율	비율 ¹⁾	0.049	0.043	0.155	0.074
	재해자 수	명	7	5	14	5
	근로손실재해율 (LTIFR)	비율 ²⁾	0.254	0.223	0.807	0.386
	산업재해 건수	건	7	5	14	5
	직업성 질환 발생률 (OIFR)	비율 ³⁾	0	0	0	0
	직업성 질환 발생 건수	건	0	0	0	0

산업안전보건 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2019	2020	2021	2022	
자사 현황	사망사고 건수	건	0	0	0	0
	재해율	비율 ¹⁾	0.050	0.064	0.139	0.102
	재해자 수	명	4	5	10	7
	근로손실재해율 (LTIFR)	비율 ²⁾	0.258	0.334	0.725	0.532
	산업재해 건수	건	4	5	10	7
	직업성 질환 발생률(OIFR)	비율 ³⁾	0	0	0	0
	직업성 질환 발생 건수	건	0	0	0	0
사내 협력회사 현황	사망사고 건수	건	0	0	0	0
	재해율	비율 ¹⁾	0.040	0.049	0.140	0.078
	재해자 수	명	5	5	12	5
	근로손실재해율 (LTIFR)	비율 ²⁾	0.206	0.253	0.728	0.406
	산업재해 건수	건	5	5	12	5
	직업성 질환 발생률(OIFR)	비율 ³⁾	0	0	0	0
	직업성 질환 발생 건수	건	0	0	0	0

1) 재해율 = (재해자 수)/(연 평균 근로자 수) × 100

2) 근로손실재해율(LTIFR) = (총 재해 건수)/(연 근로 시간) × 1,000,000

3) 직업성 질환 발생률(OIFR) = (총 직업성 질환 발생 건수)/(연 근로 시간) × 200,000

사회공헌 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2020	2021	2022	
사회공헌 활동 집행 금액	집행 금액	백만 원	18,602	17,219	17,405
	매출액 대비 비율	%	0.38	0.32	0.39
공익재단 사업비	아모레퍼시픽재단	백만 원	1,002	915	1,572
	아모레퍼시픽복지재단	백만 원	692	628	805
	한국유방건강재단	백만 원	708	1,769	546

사회공헌 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2020	2021	2022	
사회공헌 활동 집행 금액	집행 금액	백만 원	16,566	16,027	15,330
	매출액 대비 비율	%	0.37	0.33	0.37

고객 만족 활동 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2019	2020	2021	2022	
고객 만족 ¹⁾	소비자 불만 해결율	%	99.7	99.6	99.0	99.9
	고객 상담 서비스 만족도	%	70.7	75.3	83.2	82.9
제품 리콜 ¹⁾	리콜 건수	건	0	0	0	0

제품 개발 및 혁신 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2019	2020	2021	2022	
R&D 투입 비용 ²⁾	매출액 대비 R&D 투입 비율	%	2.2	2.5	2.6	2.9
	총 R&D 투입 비용	백만 원	120,268	112,265	128,321	121,146

구분	단위	2022		
R&D 직군 임직원 현황 ¹⁾	합계	명	460	
	직급별	임원	명	8
		팀장	명	24
		연구직	명	359
		전문직	명	69

제품 혁신 ¹⁾	제품 혁신 매출액 비중	보고년도 내 상용화된 신규 제품	%	12.4
		보고년도 내 개선된 제품	%	11.2
		변동이 없거나 한정적으로 개선된 제품	%	76.4
	제품 혁신 매출총이익 비중	변동이 없거나 한정적으로 개선된 제품 대비 상용화된 신규 제품 및 개선된 제품의 비율	%	29.9

1) 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준으로 집계

2) 아모레퍼시픽 국내·외 연결 기준으로 집계하였으며, 2022년 아모레퍼시픽 사업보고서 26페이지 '(2)연구개발비용' 참고

거버넌스 성과

윤리경영 이행 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2020	2021	2022
윤리 교육	교육 수료율	91.8	92.2	86.6
	교육 대상 인원	6,818	6,319	6,063
	교육 수료 인원	6,260	5,825	5,253
윤리 서약 ¹⁾	서약 참여율	100	100	91.2
	서약 대상 인원	5,550	4,989	5,046
	서약 참여 인원	5,550	4,989	4,601

윤리경영 이행 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2020	2021	2022
윤리 교육	교육 수료율	91.2	92.0	86.1
	교육 대상 인원	5,415	5,283	5,122
	교육 수료 인원	4,937	4,861	4,410
윤리 서약 ²⁾	서약 참여율	100	100	91.1
	서약 대상 인원	5,464	4,909	4,959
	서약 참여 인원	5,464	4,909	4,517

1) 아모레퍼시픽그룹 별도 법인 및 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준으로 집계

2) 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준으로 집계

정책 관련 지출 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2020	2021	2022
정치 기부금 및 로비	백만 원	0	0	0
투표 법안, 국민 투표	백만 원	0	0	0
주요 유관 기관 협회비	백만 원	1,604	1,635	1,273

주요 유관 기관 협회비 지출 내역 - 아모레퍼시픽그룹

구분	지위	비즈니스 영향도	단위	2022
대한방문판매발전협회	회원	높음	백만 원	1,003
(사)대한화장품협회	회원	높음	백만 원	198
(사)한국직접판매협회	회원	높음	백만 원	44
(사)유엔글로벌콤팩트 한국협회	회원	높음	백만 원	17
(사)한국건강기능식품협회	회원	높음	백만 원	12

윤리·반부패 위반 현황 - 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2020	2021	2022	
총 윤리·반부패 위반 사례 집계 건수 ¹⁾	건	15	16	12	
이해관계자별 제보 거래처 건수	협력사	0	0	0	
	임직원	10	7	3	
	고객	0	0	0	
	기타	5	9	7	
	직장 내 성희롱·괴롭힘	건	1	3	1
	조치 유형	중징계	1	2	1
	경징계	0	1	0	
	기타	0	0	0	
회사 자산 사적 유용	합계	3	3	2	
	조치 유형	중징계	2	1	2
		경징계	0	2	0
		기타	1	0	0
업무 프로세스 위반	합계	2	3	5	
	조치 유형	중징계	0	0	2
		경징계	1	1	1
		기타	1	2	2

1) 윤리경영 Hotline, 정기 감사, 수명 감사 등을 통한 윤리, 반부패 관련 제보 접수 이후, 조사 결과가 확정된 사안을 집계

2) 기타 조치 유형에는 인사 조치, 구두 경고, 재발 방지 서약서 등이 해당

구분	단위	2020	2021	2022	
위반사례 유형별 조치 사항 ²⁾	협력업체 유착 및 향응 수수	합계	1	1	0
	조치 유형	중징계	0	0	0
		경징계	0	0	0
		기타	1	1	0
비정상 유통 및 저작권 위반	합계	0	2	1	
	조치 유형	중징계	0	1	1
		경징계	0	1	0
		기타	0	0	0
겸업·근태 규정 위반	합계	5	2	0	
	조치 유형	중징계	3	2	0
		경징계	2	0	0
		기타	0	0	0
영업 기밀 유출	합계	2	1	0	
	조치 유형	중징계	0	0	0
		경징계	1	0	0
		기타	1	1	0
기타 윤리규범 미준수	합계	1	1	3	
	조치 유형	중징계	1	0	2
		경징계	0	0	0
		기타	0	1	1

윤리·반부패 위반 현황 - 아모레퍼시픽

구분	단위	2020	2021	2022		
총 윤리·반부패 위반 사례 집계 건수 ¹⁾	건	12	14	9		
이해관계자별 제보 거래처 건수	협력사	0	0	0		
	임직원	8	6	2		
	고객	0	0	0		
	기타	4	8	6		
	합계	12	14	9		
위반사례 유형별 조치 사항 ²⁾	직장 내 성희롱·괴롭힘	합계	0	2	0	
		조치 유형	중징계	0	2	0
		경징계	0	0	0	
		기타	0	0	0	
	회사 자산 사적 유용	합계	3	3	2	
		조치 유형	중징계	2	1	2
		경징계	0	2	0	
		기타	1	0	0	
	업무 프로세스 위반	합계	1	3	4	
		조치 유형	중징계	0	0	1
		경징계	0	1	1	
		기타	1	2	2	

1) 윤리경영 Hotline, 정기 감사, 수명 감사 등을 통한 윤리, 반부패 관련 제보 접수 이후, 조사 결과가 확정된 사안을 집계

2) 기타 조치 유형에는 인사 조치, 구두 경고, 재발 방지 서약서 등이 해당

구분	단위	2020	2021	2022		
위반사례 유형별 조치 사항 ²⁾	협력업체 유착 및 향응 수수	합계	1	0	0	
		조치 유형	중징계	0	0	0
		경징계	0	0	0	
	비정상 유통 및 저작권 위반	합계	중징계	0	1	1
			경징계	0	1	0
			기타	0	0	0
			합계	0	2	1
	겸업·근태 규정 위반	합계	중징계	0	1	0
			경징계	0	1	0
			기타	0	0	0
합계			4	2	0	
영업 기밀 유출	합계	중징계	3	2	0	
		경징계	1	0	0	
		기타	0	0	0	
		합계	2	1	0	
기타 윤리규범 미준수	합계	중징계	0	0	0	
		경징계	1	0	0	
		기타	1	1	0	
		합계	1	1	2	
기타 윤리규범 미준수	합계	중징계	1	0	2	
		경징계	0	0	0	
		기타	0	1	0	
		합계	1	1	2	

Reporting Methodology

보고 기간

보고서에 수록된 정보는 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일 기간 동안의 성과입니다. 2022년 이전 또는 2023년 상반기 정보가 일부 포함되었으며, 보고서 내 별도 표시하였습니다. 정량 성과의 경우 연도별 추이 분석이 가능하도록 최근 3개년(2020년-2022년) 또는 4개년(2019년-2022년) 수치를 제공하고 있습니다.

보고 범위

재무 성과의 보고 범위는 별도 언급이 없을 경우 한국채택국제회계기준(K-IFRS 연결 기준¹⁾으로 작성하였습니다. 비재무 성과의 보고 범위는 재무 성과에 포함된 회사의 국내·외 연결대상 종속기업(아모레퍼시픽그룹, 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 아모스프로페셔널, 에스쁘아, 오설록, 오설록농장, 코스비전, 위드림, 그린파트너즈 및 아모레퍼시픽 해외 법인) 전체를 포괄하고 있으며, 해당 계열회사의 성과임을 본문 내 별도 표시하고 있습니다. 주요 자회사인 아모레퍼시픽의 경우, 국내 사업장(본사 및 R&I Center, 인재원, 지역사업부, 아모레 뷰티파크, 데일리뷰티 사업장, 오설록 생산 사업장, 헬스케어 생산 사업장)을 대상으로 하며, 일부 활동 성과는 해외 법인의 내용도 포함되었습니다.

매각, 인수, 합병 등으로 인해 연결대상 종속기업 범위가 변동된 경우, 매각, 인수, 합병 등이 발생한 연도 기준으로 연결 범위를 반영하여 성과를 집계하였으며, 2020-2022년 내 발생한 주요 연결 범위 변동 사항은 다음과 같습니다.

- 퍼시픽글라스(현 베르상스퍼시픽): 2021년 기준 아모레퍼시픽그룹 보유 지분 매각에 따라 아모레퍼시픽그룹 연결 범위에서 배제
- 코스비전: 2021년 기준 아모레퍼시픽그룹 보유 지분을 아모레퍼시픽이 인수함에 따라 아모레퍼시픽 연결 범위로 변경
- 에스트라: 2021년 기준 아모레퍼시픽그룹 계열사인 에스트라를 흡수합병함에 따라 아모레퍼시픽 별도 범위에 포함
- 퍼시픽패키지(현 오타종패키징퍼시픽): 2022년 아모레퍼시픽그룹 보유 지분 매각에 따라 아모레퍼시픽그룹 연결 범위에서 배제

1) 연결 기준 대상 회사는 2022년 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.365-366의 '1. 연결대상 종속회사 현황' 참고

정보의 수정 및 재기술

본 보고서에 수록된 정보 중 수정 및 재기술로 인해 이전 보고년도에 발간한 보고서와 달라진 정보는 다음과 같습니다.

- 본 보고서 p.84-86에 보고되는 [아모레퍼시픽그룹] 및 [아모레퍼시픽]의 온실가스 배출 현황, 에너지 사용 현황의 경우, 2022년 연결기준 종속회사 범위로 소급 적용하여 재산정함에 따라 이전 보고년도 정보를 재기술함
- 본 보고서 p.84-89, p.91-97에 보고되는 [아모레퍼시픽]의 수자원 사용 현황, 폐기물 배출 현황, 오염 물질 발생 현황, 임직원 현황, 국내 고용 현황, 신규 채용 현황, 이직 현황, 직원 교육 현황, 산업안전보건 현황의 경우, 아모레퍼시픽 연결 기준으로 재산정함에 따라 이전 보고년도 정보를 재기술함
- 본 보고서 p.90에 보고되는 [아모레퍼시픽그룹] 및 [아모레퍼시픽]의 2021년 환경 운영 및 투자 비용의 경우, 본사 및 R&I Center 성과를 포함한 연결 기준으로 재산정함에 따라 이전 보고년도 정보를 재기술함
- 본 보고서 p.94에 보고되는 [아모레퍼시픽] 1인당 평균 채용 비용의 경우, 채용 홍보 비용 및 수수료를 포함하여 재산정함에 따라 이전 보고년도 정보를 재기술함

정량 성과 산정 기준

본 보고서 p.84-101에 수록된 정량 성과는 회사의 ESG 활동 및 성과에 대한 이해관계자의 이해도를 제고하기 위해 아모레퍼시픽그룹 연결 기준으로 보고하고 있으며, 주요 계열회사인 아모레퍼시픽의 연결 기준 성과를 함께 보고하고 있습니다. 일부 별도 기준으로 산정된 성과의 경우 주석을 통해 명시하고 있습니다. 지표별 상세 성과 산정 기준은 다음과 같습니다.

환경 정량 성과 산정 기준

지표명	성과 산정 방법론
· 온실가스 배출 현황 · 에너지 사용 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내·외 연결대상 종속기업 중 아모레퍼시픽(국내), 아모레퍼시픽(상하이), 코스비전, 이니스프리, 오설록농장 및 기타 아모레퍼시픽그룹 자회사를 포함하며, 상세 범위는 본 보고서 p.111-113 온실가스 검증성명서 참고 · GHG Protocol에 따라 2022년 연결대상 종속회사 범위 기준으로 2020-2021년 조직 경계를 소급 적용하였음 · 아모레퍼시픽(상하이)의 경우 2020-2021년에는 생산 공장의 데이터만 집계하였으며, 2022년부터 생산 공장 및 R&I 연구소, 물류, 본사를 포함하여 데이터를 집계함 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 온실가스 배출 집약도 = (Scope 1, 2 배출량)/(연결 기준 제품 생산량) · 에너지 사용 집약도 = (총 에너지 사용량)/(연결 기준 제품 생산량)
· 수자원 사용 현황 · 폐기물 발생 현황 · 오염물질 발생 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내·외 연결대상 종속기업 중 생산 사업장을 보유한 법인으로, 아모레퍼시픽(국내), 아모레퍼시픽(상하이), 코스비전, 오설록농장 등 · 아모레퍼시픽(국내) 데이터는 아모레 뷰티파크, 데일리뷰티 사업장, 오설록 생산 사업장, 헬스케어 생산 사업장을 취합 범위로 함 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 취수 집약도 = (총 용수 취수량)/(연결 기준 제품 생산량) · 용수 사용량 = (총 용수 취수량)-(총 용수 방류량) · 폐기물 재활용 비율 = ((일반 폐기물 재활용량)+(지정 폐기물 재활용량))/(총 폐기물 발생량)

지표명	성과 산정 방법론
· 지속가능제품 개발 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내 연결대상 종속기업 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 환경 사회 친화적 속성을 구현한 신제품 비율 = (신제품 중 지속가능제품 수)/(신제품 수) × 100 · 지속가능제품은 사규 내 '지속가능제품 개발 규정'에서 정의하는 기준을 만족하는 제품으로 집계
· 환경경영 이행 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내·외 연결대상 종속기업 중 생산 사업장을 보유한 법인으로, 아모레퍼시픽(국내), 아모레퍼시픽(상하이), 코스비전, 오설록농장 등 · 아모레퍼시픽(국내) 데이터는 본사 및 R&I Center, 아모레 뷰티파크, 데일리뷰티 사업장, 오설록 생산 사업장, 헬스케어 생산 사업장을 취합 범위로 함 · 단, 친환경 구매 및 매출 지표의 경우, 아모레퍼시픽(국내) 별도 법인을 취합 범위로 함 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 중대한 환경 법규 위반의 경우 \$10,000 USD 이상의 벌금/과태료가 발생하는 기준으로 집계 · 친환경 제품 및 서비스 구매액은 완제품 및 원자재의 친환경 인증 여부를 기준으로 산정 · 친환경 구매 비중 = (친환경 제품 및 서비스 구매액)/(총 구매액) × 100 · 친환경 신제품 매출액은 자사 '지속가능제품 개발 규정' 내 환경 영향 개선 제품 및 비건 인증 제품 기준으로 산정 · 친환경 매출 비중 = (보고연도 친환경 신제품 매출액)/(보고연도 총 신제품 매출액)

사회 정량 성과 산정 기준

지표명	성과 산정 방법론
· 국내외 직원 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내외 연결대상 종속기업 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 연도별 12월 31일 기준 인원 수로 산정 · 국내 직원의 경우, 정규직 및 비정규직 인원 기준으로 집계되었으며, 파견 인원은 배제됨 · 해외 직원의 경우 정규직 인원 기준으로 집계되었으며, 파견 인원을 포함함
· 국내 직원 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내 연결대상 종속기업 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 연도별 12월 31일 기준 인원 수로 산정 · 정규직 인원은 경영진 포함하여 집계 · 비정규직 인원은 계약직, 인턴을 포함하여 집계
· 해외 현지인 고용 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 해외 연결대상 종속기업 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 연도별 12월 31일 기준 인원 수로 산정 · 파견 인원을 배제하여 집계 · 전 해외 법인이 아모레퍼시픽 연결대상 종속기업에 포함됨에 따라, 아모레퍼시픽그룹과 아모레퍼시픽 인원 현황이 동일함
· 다양성 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 및 해외 연결대상 종속기업 기준 · 단, 동등 임금 지표의 경우, 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준으로 산정 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 연도별 12월 31일 기준 인원 수로 산정 · 수익 창출 직군 인원은 영업, 브랜드 등 사업부서 인원으로 집계 · STEM(Science, Technology, Engineering, Mathematics) 직군 인원은 R&D, 디지털전략 등 STEM 관련 지원부서 인원으로 집계

지표명	성과 산정 방법론
· 신규 채용 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내 연결대상 종속기업 · 단, 오픈 포지션에 대한 내부 채용 비율 지표, 평균 채용 비용 지표는 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준으로 집계 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 정규직 및 비정규직 채용을 모두 포함하여 집계 · 단, 오픈 포지션에 대한 내부 채용 비율 지표, 평균 채용 비용 지표는 정규직 채용 기준으로 집계
· 이직 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내 연결대상 종속기업 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 정규직 기준으로 집계하며, 계열사 간 전적은 배제함 · 자발적 이직은 조직의 의사와 관계 없이 근로자 본인이 사직을 자원하여 퇴직하는 경우로, 전직, 사직 등이 해당됨 · 이직률 = (당해연도 이직자 수)/(전년도 임직원 수) × 100
· 직원 교육 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내 연결대상 종속기업 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 교육 대상 임직원 수는 연도별 정규직 임직원 수 기준으로 집계 · 유형별 평균 교육 시간 = (유형별 총 교육 시간)/(유형별 교육 대상 인원) · 1인당 평균 교육 비용 = (총 교육 비용)/(교육 대상 인원)
· 육아휴직 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내 연결대상 종속기업 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 복귀율 = (육아휴직 종료 후 복귀한 인원)/(육아휴직 복귀 예정인 인원) × 100 · 복귀 유지율 = (육아휴직 복귀 후 12개월 동안 근무를 유지한 인원)/(이전 보고기간 동안 육아휴직 복귀한 인원) × 100

지표명	성과 산정 방법론
· 산업안전보건 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내 연결대상 종속기업 및 해외 연결대상 종속기업 중 상하이 법인 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 산업재해 발생 보고 대상 및 관할 고용노동부 산업재해 인정된 기준으로 집계 · 재해율 = (재해자 수) / (연 평균 근로자 수) × 100 · 근로손실재해율(LTIFR) = (총 재해 건수) / (연 근로 시간) × 1,000,000 · 직업성 질환 발생률(OIFR) = (총 직업성 질환 발생 건수) / (연 근로 시간) × 200,000
· 고객 만족 활동 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 소비자 불만 해결율 = (소비자 불만 해결 건수)/(소비자 불만 발생 건수) × 100 · 고객 상담 서비스 만족도는 고객 상담 종료 후 고객에게 발신되는 상담 만족도 조사 내 추천 지표 기준으로 산정
· 사회공헌 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내·외 연결대상 종속기업 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 사회공헌 활동 집행금액의 경우 현금 기부, 현물 기부, 사업비(Management overhead 등 투입 비용의 합산값으로 산정 · 공익재단 사업비의 경우 아모레퍼시픽 연결 기준으로 보고
· 제품 혁신 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · R&D 투입 비용 지표의 경우, 아모레퍼시픽 국내·외 연결대상 종속기업 기준으로 집계 · 제품 혁신 지표, R&D 직군 임직원 현황의 경우, 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준으로 집계 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · R&D 투입 비용 지표는 2022년 사업보고서 26페이지 '(2)연구개발비용' 기준으로 산정

거버넌스 정량 성과 산정 기준

지표명	성과 산정 방법론
· 윤리경영 이행 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 윤리 교육 지표의 경우 국내 연결대상 종속기업 기준으로 집계 · 윤리 서약 지표의 경우, 아모레퍼시픽그룹 별도 법인 및 아모레퍼시픽 국내 별도 법인을 대상으로 집계 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 윤리 교육 대상 인원의 경우, 교육 진행 시점 기준 아모레퍼시픽그룹 전 계열사의 임원, 일반직, 전임직, 전문직, 비정규직 구성원을 모두 포함하여 집계하며, 휴직자는 제외됨
· 정책 관련 지출 현황	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내 연결대상 종속기업 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 아모레퍼시픽그룹은 국내 정치자금법 제31조에 따른 기업의 정치 기부금(정치 자금, 투표 관련 선거 자금, 정치 단체 로비성 자금 등) 금지 규정을 준수하고 있으며, 정치적 중립성이 보장되는 일부 공익 목적의 협회 및 산업 협회 등에 대해서는 후원하고 있음
· 주요 유관 기관 협회비 지출 내역	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내·외 연결대상 종속기업 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 윤리·반부패 위반 사례 집계 건수의 경우, 윤리경영 Hotline, 정기 감사, 수명 감사 등을 통한 윤리, 반부패 관련 제보 접수 이후, 조사 결과가 확정된 사안 기준으로 집계
· 비윤리 제보 건수	<p>보고 범위</p> <ul style="list-style-type: none"> · 국내·외 연결대상 종속기업 <p>산정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 윤리·반부패 위반 사례 집계 건수의 경우, 윤리경영 Hotline, 정기 감사, 수명 감사 등을 통한 윤리, 반부패 관련 제보 접수 이후, 조사 결과가 확정된 사안 기준으로 집계

Chapter 5

Appendix

107 GRI Content Index

109 SASB Index

110 TCFD Index

111 온실가스 검증성명서

114 제3자 검증의견서

GRI Content Index

Statement of Use

아모레퍼시픽그룹 2022.01.01-2022.12.31까지의 ESG 성과를 담은 '2022 아모레퍼시픽그룹 지속가능성 보고서'를 GRI Standards를 준용하여(in accordance) 작성하였습니다.

GRI 1 used

GRI 1: Foundation 2021

Applicable GRI Sector Standards

아모레퍼시픽그룹이 보고서를 발간하는 2023년 6월 기준 GRI를 통해 발표되어 적용 가능한 GRI Sector Standards는 없습니다. 이에 아모레퍼시픽그룹은 GICS® 기준에 따라 HOUSEHOLD & PERSONAL PRODUCTS에 적용 가능한 중요 이슈를 판단하기 위해 다양한 외부 자료를 검토하여 중요 이슈를 선정하고 관련 성과를 보고하였습니다. 이에 대한 자세한 설명은 본 보고서 p.21-27을 참고해주시기 바랍니다.

주제	지표	보고 위치	비고	
General Disclosures				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1	조직 상세	6, 75	
	2-2	조직의 지속가능성 보고에 포함된 기업	2, 102-105	
	2-3	보고 기간, 보고 빈도, 문의처	2	
	2-4	정보의 재기술	102	
	2-5	외부 검증	114	
	2-6	활동, 밸류체인, 기타 비즈니스 관계	6, 8-12, 13-14, 54-55, 56-57	2022 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.14-66 참고
	2-7	임직원	91-93, 104	
	2-8	임직원이 아닌 근로자	92, 104	2022 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.331, 2022 아모레퍼시픽 사업보고서 p.294 참고
	2-9	이사회 구조 및 구성	16, 73-75	2022 아모레퍼시픽그룹 기업지배구조보고서 p.34-45 참고
	2-10	이사회 추천 및 선정	-	2022 아모레퍼시픽그룹 기업지배구조보고서 p.64 참고
	2-11	이사회 의장	-	2022 아모레퍼시픽그룹 기업지배구조보고서 p.38 참고
	2-12	영향 관리를 감독하는 이사의 역할	16, 23	
	2-13	영향 관리에 대한 책임 위임	16, 23	
	2-14	지속가능성 보고에 대한 이사의 역할	16, 23	
	2-15	이해 상충	-	2022 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.316-318, 2022 아모레퍼시픽그룹 기업지배구조보고서 p.46-48 참고

주제	지표	보고 위치	비고	
General Disclosures				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-16	주요 우려사항에 대한 커뮤니케이션	76	2022 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.314-316 참고
	2-17	이사의 집단 지식, 역량	-	2022 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.318 참고
	2-18	이사회 성과 평가	73	2022 아모레퍼시픽그룹 기업지배구조보고서 p.52-53 참고
	2-19	보수 정책	-	2022 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.332-336, 2022 아모레퍼시픽그룹 기업지배구조보고서 p.52-53 참고
	2-20	보수 결정 절차	-	2022 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.316, 332-336, 2022 아모레퍼시픽그룹 기업지배구조보고서 p.52-53, 65, 69-70 참고
	2-21	연간 총 보수 비율	-	2022 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.331, 333-334 참고
	2-22	지속가능 발전 전략에 관한 성명	5	
	2-23	정책 약속 (commitment)	33, 48, 50, 54, 78-79	
	2-24	정책 약속 내포 (embedding)	48-50, 54-55, 56-57, 78-80	
	2-25	부정적 영향 해결을 위한 절차	48, 76, 80	
	2-26	자문 및 우려 제기 메커니즘	80	
	2-27	법률 및 규정 준수	-	2022 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.351-355 참고
	2-28	협회 멤버십 현황	20, 99	
	2-29	이해관계자 참여 방식	20	
	2-30	단체 협약	47	

GRI Content Index

주제	지표	중대 토픽	보고 위치	비고
Material Topics				
GRI 3: Material Topics 2021	3-1	중대 토픽 선택 프로세스	21-27	
	3-2	중대 토픽 목록	21-27	
포장재 환경 영향				
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중대 토픽 경영방침	19, 20, 22, 23, 24, 27, 28, 41	
GRI 301: Materials	301-1	원재료 사용량 (무게 또는 부피) ¹⁾	42	
	301-3	제품 및 포장재 재생 원료 ¹⁾	19, 42	
지속가능한 제품 및 서비스				
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중대 토픽 경영방침	18, 20, 22, 23, 25, 27, 28	해당 중요 토픽과 연관된 GRI Topic Standards 없음

1) 중대 이슈인 포장재에 대해 보고함

주제	지표	중대 토픽	보고 위치	비고
에너지 사용				
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중대 토픽 경영방침	19, 20, 22, 23, 26, 27, 29, 35-37	
GRI 302: Energy	302-1	조직 내부 에너지 소비	19, 26, 27, 35-37, 84-85, 86, 104	
	302-3	에너지 집약도	84-85, 86, 104	
	302-4	에너지 소비 절감	19, 26, 27, 29, 35-37	

SASB Index

활동 지표

주제	코드	회계 메트릭스	설명
활동 지표	CG-HP-000.A	판매된 제품의 단위 및 총 무게	아모레퍼시픽그룹의 제품 포트폴리오가 다양하므로 판매된 제품의 단위 및 총 무게에 대한 정보를 공개하지 않습니다.
	CG-HP-000.B	총 생산 사업장의 수	5개(아모레 뷰티파크, 데일리뷰티 사업장, 오설록 생산 사업장, 헬스케어 생산 사업장, 상하이 뷰티사업장)

지속가능성 공시 주제 및 회계 지표

주제	코드	회계 메트릭스	참고 설명
용수 관리	CG-HP-140a.1	(1) 총 용수 취수량	아모레퍼시픽그룹: 762,865톤, 아모레퍼시픽: 473,346톤
		(2) 총 용수 사용량	아모레퍼시픽그룹: 482,163톤, 아모레퍼시픽: 192,644톤
		(3) 높은 또는 매우 높은 물 스트레스 지역 내 (1), (2)의 비율	세계자원연구소WRI(World Resources Institute) 기준에 따라 물 스트레스가 높은 지역에 위치한 아모레퍼시픽그룹의 생산 사업장은 없습니다.
	CG-HP-140a.2	용수 관리 리스크에 대한 설명 및 해당 리스크 완화를 위한 전략·활동에 대한 논의	물 스트레스가 높은 지역에 위치한 생산 사업장이 없기 때문에 용수 사용 리스크가 낮으나, 효율적인 수자원 관리를 위해 용수 사용 효율 개선Reduce, 용수 재활용 확대Recycle, 용수 재이용 확대Reuse 3R 원칙을 수립하여 용수 리스크를 관리하고 있습니다.
제품 EHS 성과	CG-HP-250a.1	REACH(EU 신 화학물질 관리제도) SVHC(Substances of Very High Concern)를 함유하는 제품의 매출	아모레퍼시픽그룹 품질 기준은 REACH(EU 신 화학물질 관리제도) SVHC를 포괄하고 있으며, 모든 원료는 이를 적용한 내부 기준에 적합할 경우에만 사용합니다. 사이클로실록산D5, D6 이외 물질은 사용하지 않고, D5, D6도 규제 수준 대비 높은 기준으로 관리하고 있으며 대체 원료 및 처방 개발을 진행하고 있습니다.
	CG-HP-250a.2	캘리포니아 DTSC(독성물질통제부)의 Candidate Chemicals List(후보 화학물질 목록) 상 물질을 함유하는 제품의 매출	DTSC의 Candidate Chemical List에 준하는 ¹⁾ 국내 규정인 '화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률(화평법)', '화학물질관리법(화관법)'을 준수하여 화장품 사용에 적합한 품질의 성분과 원료만을 기준에 맞게 선별해 사용하고 있습니다.
	CG-HP-250a.3	새로운 우려 성분 및 물질의 확인·관리 과정에 대한 논의	아모레퍼시픽그룹은 유해 성분을 배제하기 위해 EU REACH 및 CLP 규정과 각 국가별 약전, 식품첨가물 규정 등 글로벌 규정을 준수합니다. 또한 CCS, CIR, EFSA, IARC와 같은 국제적으로 공신력 있는 기관의 평가 결과를 지속적으로 모니터링하고 있습니다. 제품 안전을 판별하는 프로세스를 운영하여 신규 물질 도입 시 인체 및 환경 영향을 평가하고 있으며, 아모레퍼시픽그룹 화학물질 통합관리시스템(AP-CHEMS)을 통해 사용하는 모든 화학물질의 물질안전보건자료MSDS, Material Safety Data Sheet를 통합적으로 관리하고 있습니다.
	CG-HP-250a.4	녹색 화학 원칙에 따라 설계된 제품의 매출	아모레퍼시픽그룹은 지속가능제품 기준에 따라 저에너지 유향 공정, 폐기물 저감 기술(녹색기술인증) 및 친환경 용매 공정 적용 소재 등이 적용된 제품을 지속적으로 개발하고 있습니다.
포장재 수명주기 관리	CG-HP-410a.1	(1) 포장재의 총 무게	플라스틱 포장재의 총 무게는 12,640톤입니다.
		(2) 재활용 물질, 재생 가능 물질로 만들어진 비율	6.6%
		(3) 재활용, 재사용, 비료화 가능한 비율	47.1%
	CG-HP-410a.2	수명주기 전반에서 포장재의 환경 영향을 저감할 수 있는 전략에 대한 논의	포장재에 대한 4R전략Reduce, Recycle, Reuse, Return을 수립하여 제품의 사용 주기 전반에 걸쳐 불필요한 플라스틱 포장재 사용 절감, 재활용성 향상, 용기 재이용 및 회수를 통한 플라스틱 순환 모델을 구축하였습니다. 전략 이행을 위해 2030년까지 플라스틱 포장재 100%를 재활용, 재사용 또는 퇴비화 가능하도록 설계하고, 플라스틱 포장재 30%에 재활용 또는 바이오 플라스틱 적용하겠다는 목표는 2030 A MORE Beautiful Promise 4에 담았습니다. 나아가 효율적인 플라스틱 포장재 원료 관리를 위해 브랜드 차원에서 관련 목표 세부 KPI를 신설하였으며, 포장재의 환경 영향을 면밀하게 관리하고 있습니다.
팜유 공급망의 환경·사회 영향	CG-HP-430a.1	팜유 조달량 및 RSPO 인증 유형IP-SG-MB-B&C에 따른 비율	2022년에 약 20,145톤의 팜 유래 원료를 조달했으며, 그 중 RSPO MBMass Balance 인증 팜유 비율은 53.6%입니다.

1) DTSC의 Candidate Chemical List, EU REACH/CLP 규정, 국내 화평법·화관법의 규제 목적이 동일하고 유해성 판단 기준이 유사하며, 국내 화평법/화관법은 DTSC의 Candidate Chemical List의 핵심 기준 중 하나인 EU REACH를 벤치마킹하였으므로 화평법·화관법이 DTSC의 Candidate Chemical List에 준하는 국내 규정으로 판단하였습니다.

TCFD Index

TCFD 대조표

TCFD 권고사항			참고 페이지
지배구조	a)	기후변화와 관련된 위험과 기회에 대한 이사회 감독	16, 23, 38
	b)	기후변화와 관련된 위험과 기회를 평가 관리하는 경영진의 역할	16, 23, 38
전략	a)	조직이 단기, 중기 및 장시간에 걸쳐 파악한 기후변화 관련 위험과 기회	38, 39
	b)	기후변화 관련 위험과 기회가 조직의 사업, 전략, 재무 계획에 미치는 영향	26, 39
	c)	기후변화와 관련된 시나리오를 고려한 조직 전략의 회복 탄력성	39
리스크 관리	a)	기후변화와 관련된 위험을 식별하고 평가하기 위한 조직의 프로세스	27, 38, 39
	b)	기후변화와 관련된 위험을 관리하기 위한 조직 프로세스	27, 38, 39
	c)	기후변화와 관련된 위험을 식별, 평가 및 관리하는 프로세스가 조직의 전반적인 위험 관리 통합 방법	27, 38, 39
지표와 감축 목표	a)	기후변화와 관련된 위험과 기회를 평가하기 위해 사용된 지표	27, 39
	b)	Scope 1, 2 그리고 해당되는 경우 Scope 3 온실가스 배출량 공개	84, 85
	c)	기후변화 관련 위험, 기회 및 목표 대비 성과를 관리하기 위해 조직에서 사용하는 목표	17, 19, 26, 27, 36

온실가스 검증성명서

서문

(주)디엔비비즈니스어슈어런스코리아(이하, DNV)는 (주)아모레퍼시픽그룹 (이하, '아모레퍼시픽그룹')의 2020에서 2022년까지의 온실가스 배출량에 대해 제한적 보증 수준 하에서 검증을 수행하였습니다. 아모레퍼시픽그룹은 ISO 14064-1:2018, WRI/ WBCSD GHG Protocol:2004 및 IPCC Guidelines:2006에 명시된 원칙에 근거한 온실가스 배출량 자료를 준비할 책임이 있으며, DNV는 본 검증성명서와 관련하여 계약 조건에 따라 검증 계약당사자를 제외한 제3자에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다.

검증 범위

본 검증에서 다루어진 온실가스 배출량은 아모레퍼시픽그룹에서 제공하고 있는 다음 사업장들의 직접 배출(Scope 1 배출), 에너지 간접 배출(Scope 2 배출) 및 기타 배출(Scope 3 배출)을 포함하고 있습니다.

- 조직경계 설정방법: 운영통제접근법(연결회계 기준)
- 아모레퍼시픽 대상 조직 및 사업장 : 본사, 영업사무소, 생산사업장 (오산 뷰티 1&3, 대전, 안성, 진천), 물류센터 (강북, 광주, 김천, 대전, 김해, 오산, 인천, 진천), 기술연구소/인재개발원, 지역사업부 (광주, 대구, 대전, 부산, 제주)
- 이니스프리 검증 대상 조직 및 사업장 : 본사, 직영판매점, 연구소(김천물류내)
- 코스비전 검증 대상 조직 및 사업장 : 대전사업장
- 오설록 농장 검증 대상 조직 및 사업장 : 본사, 한남공장, 프리미엄공장, 서광공장, 돌송이공장, 동일리창고, 월출산공장, 광혜원 공장

- 아모레퍼시픽 상하이 대상 조직 및 사업장: 본사, 1,2,3 공장, 연구소, 물류
- 아모레퍼시픽그룹 자회사 대상 조직 및 사업장: (주)에뛰드, (주)아모스프로페셔널, (주)에스쁘아, (주)오설록, 아모레퍼시픽재단, 아모레퍼시픽공감재단, 서경배과학재단, (주)비비디오코리아

검증 방식

본 검증은 2023년 2월 20일부터 5월 8일까지 ISO 14064-3:2019의 검증 원칙과 기준에 따라 수행되었습니다. DNV는 아모레퍼시픽그룹이 보고한 온실가스 배출량과 온실가스 인벤토리의 완성에 대한 검증 의견을 제시하는데 필요한 정보와 데이터를 얻기 위하여 검증 계획을 수립하고, 중요성 평가 기준 5%를 바탕으로 검증을 실시하였습니다. 검증 프로세스의 부분으로 다음 사항을 확인하였습니다.

- 아모레퍼시픽그룹의 온실가스 인벤토리 보고서 (활동자료 입력 데이터, 온실가스 배출량 산정결과, 매개변수)
- 아모레퍼시픽그룹의 온실가스 데이터 관리 및 수집, 배출량 산정 및 보고 프로세스

결론

온실가스 배출량 선언과 관련한 정보를 상기의 검증기준에 따라 검증한 결과, 부적절하게 산정되거나 중대한 오류를 포함하고 있다고 판단할만한 사항은 발견하지 못하였습니다. 아모레퍼시픽그룹의 온실가스 배출량은 아래와 같이 확인되었습니다.

아모레퍼시픽그룹의 온실가스 배출량

2020-2022년		
온실가스 배출량 (tCO ₂ -eq)	직접배출	첨부 1, 2 참조
	간접배출	
	기타간접 배출	
	총량 (직접+간접)	
	총량 (직접+간접+ 기타간접)	
에너지 사용량 (GJ)	연료	
	전력	
	재생에너지	
	총량	

2023년 5월 8일

DNV Business Assurance Korea

대표이사 이장섭



첨부 1. AS_PRJN-515340_APG 검증성명서에 대한 부속서. 온실가스 및 에너지 정보

연도	조직경계	온실가스 배출량 (tCO ₂ -eq)				에너지 사용량 (GJ)				
		직접배출	간접배출	기타간접배출	총량 (직접+간접)	총량 (직접+간접+기타간접)	연료	전력	재생에너지 ¹⁾	총량
2020	(주)아모레퍼시픽	8,978	34,120	587,616	43,098	630,715	175,253	265,046	15,881	456,181
	(주)코스비전	658	2,785	18,184	3,443	21,626	12,903	21,503	-	34,406
	(주)이니스프리	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	(주)오설록농장	2,416	1,187	-	3,603	3,603	36,574	9,165	-	45,740
	아모레퍼시픽 상하이 ²⁾	703	6,620	-	7,323	7,323	15,758	31,874	221	47,852
	아모레퍼시픽그룹 기타 ⁴⁾	420	2,037	-	2,456	2,456	8,271	15,724	-	23,995
	총계	13,174	46,749	605,800	59,923	665,723	248,758	343,313	16,102	608,173
2021	(주)아모레퍼시픽	8,380	33,603	502,788	41,984	544,772	163,695	264,392	30,149	458,236
	(주)코스비전	768	3,306	27,239	4,074	31,313	15,113	25,906	-	41,019
	(주)이니스프리	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	(주)오설록농장	1,896	1,187	-	3,084	3,084	28,820	8,736	-	37,556
	아모레퍼시픽 상하이 ²⁾	1,608	-	-	1,608	1,608	19,806	-	37,317	57,123
	아모레퍼시픽그룹 기타 ⁴⁾	328	2,010	-	2,338	2,338	7,241	15,444	-	22,685
	총계	12,981	40,106	530,027	53,087	583,115	234,676	314,478	67,465	616,619
2022	(주)아모레퍼시픽	7,825	24,151	490,106	31,977	522,082	153,040	189,251	88,791	431,081
	(주)코스비전	739	3,325	19,745	4,064	23,808	14,542	26,055	-	40,597
	(주)이니스프리	81	1,251	423	1,333	1,756	1,554	9,806	-	11,360
	(주)오설록농장	1,928	1,211	-	3,139	3,139	29,405	9,489	-	38,893
	아모레퍼시픽 상하이 ³⁾	1,652	929	-	2,581	2,581	19,447	7,964	29,907	57,318
	아모레퍼시픽그룹 기타 ⁴⁾	196	1,476	-	1,672	1,672	3,849	11,568	-	15,417
	총계	12,421	32,344	510,274	44,765	555,039	221,836	254,133	118,697	594,667

* 상기의 온실가스 배출량은 소수 첫 자리에서 반올림 처리되었습니다.
 1) 재생에너지: 수력, 태양광, 태양열, 지열, 풍력 및 바이오에너지를 통해 생산된 에너지
 2) 아모레퍼시픽 상하이(2020-2021): 공장 1,2,3
 3) 아모레퍼시픽 상하이(2022): 본사, 공장 1,2,3, R&I, 물류
 4) 아모레퍼시픽그룹 기타: (주)아모스프로페셔널, 아모레퍼시픽공감재단, 아모레퍼시픽재단, 오설록, (주)비비디오코리아, 서경배과학재단, (주)에뛰드, (주)에스쁘아

첨부 2. AS_PRJN-515340_APG 검증성명서에 대한 부속서. Scope3 온실가스 정보

카테고리 Category	기타간접배출량 Scope3	2020			2021			2022			
		아모레퍼시픽	코스비전	총계	아모레퍼시픽	코스비전	총계	아모레퍼시픽	코스비전	이니스프리	총계
1	구매한 제품&서비스	239,464	10,949	250,413	247,378	14,879	262,258	171,630	12,782	381	184,793
2	자본재	570	-	570	420	-	420	7,168	-	-	7,168
3	연료 및 에너지 관련 활동	944	64	1,008	917	77	994	858	74	-	932
4	업스트림 운송&물류	3,307	121	3,427	3,495	188	3,682	2,463	175	-	2,638
5	운영 과정에서 발생한 폐기물	2,874	17	2,890	2,362	19	2,381	1,772	26	-	1,798
6	출장	775	11	787	411	6	417	793	6	-	799
7	직원 통근	3,110	33	3,143	2,439	34	2,472	2,458	33	-	2,491
9	다운스트림 운송&물류	4,063	-	4,063	7,013	-	7,013	5,247	-	-	5,247
11	판매된 제품의 사용	296,207	6,831	303,038	205,663	11,862	217,525	278,145	6,575	-	284,720
12	판매된 제품의 폐기	30,786	158	30,945	27,068	175	27,243	13,271	73	42	13,386
13	다운스트림 임대자산	5,517	-	5,517	5,623	-	5,623	6,301	-	-	6,301
총계		587,616	18,184	605,801	502,788	27,239	530,027	490,106	19,745	423	510,274

*상기의 온실가스 배출량은 소수 첫 자리에서 반올림 처리되었습니다.

본 외부 검증인의 검증성명서는 성명서 발행일 (2023년 5월 8일) 현재로 유효한 것입니다. 성명서 발행일 이후 본 성명서를 열람하는 시점 사이에, 아모레퍼시픽그룹의 온실가스 배출량 산정에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사건이나 상황이 발생할 수 있으며, 이로 인하여 본 검증성명서가 수정될 수도 있습니다.

제3자 검증의견서

도입

BSI Group Korea(이하 '검증인')는 2022 (주)아모레퍼시픽그룹 지속가능성 보고서(이하 '보고서')에 대한 검증을 요청받았습니다. 본 검증의견서는 검증범위에 포함된 관련 정보에만 적용됩니다. 보고서에 포함된 모든 정보와 주장에 대한 책임은 전적으로 (주)아모레퍼시픽그룹에 있습니다. 검증인의 책임은 명시된 범위에 대해 검증방법론을 적용하여 도출된 전문적 의견을 담은 독립적인 검증의견을 (주)아모레퍼시픽그룹 경영진에게 제공하는 것이며, 또한 (주)아모레퍼시픽그룹의 모든 이해관계자들에게 그 정보를 제공하는데 있습니다.

검증표준 및 검증수준

본 검증은 AA1000 AS(Assurance Standard) v3(2020) 검증표준이 적용되었으며, 지속가능경영보고서의 국제표준 가이드라인인 GRI Standards에 따라 보고(Reporting in accordance with the GRI Standards)되었음을 확인하였습니다. 검증수준은 AA1000 AS에 따라 중간수준(Moderate Level) 보증 형태로 AA1000 AP(AccountAbility Principles) 2018의 4대 원칙 준수 여부를 확인한 검증유형 Type1 및 보고서에 공개된 정보의 품질 및 신뢰성을 확인한 검증유형 Type2로 진행되었습니다. 검증유형 Type2는 보고조직의 중대성 평가 결과 도출된 중대이슈와 관련된 특정 성과 지표(Topic standards)를 대상으로 보고 조직에서 제공한 자료와 정보에 근거하여 수행되었습니다.

- GRI Topic standards: 301-1, 301-3, 302-1, 302-3, 302-4

검증범위

보고서 검증에 적용된 검증범위는 아래와 같습니다.

- 보고서에 수록된 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지의 보고 내용, 일부 성과는 2023년 상반기 포함
- 지속가능경영 정책과 전략, 목표, 사업, 성과 등 보고서에 포함된 주요 주장
- 중대성 평가 결과 도출된 중대 이슈별 GRI Topic standards 등 경제, 환경, 사회적 특정 성과 지표
- 정보 수집, 분석 및 검토를 위한 내부 프로세스 및 시스템의 적합성 및 견고성

아래 사항은 검증범위에 포함되지 않았습니다.

- 보고서 Appendix에 제시된 재무정보
- 보고서 Appendix에 제시된 GRI를 제외한 기타 국제 표준, 규범 및 이니셔티브 관련 Index 항목
- 홈페이지, 사업보고서 등 기타 연계된 부가정보

검증방법

검증인은 검증기준을 준수하며, 보고내용에 대해 오류를 낮출 수 있도록 관련증거를 수집하기 위해 개발된 방법론을 활용하였으며, 다음의 활동을 수행하였습니다.

- 지속가능성 전략 이행 프로세스와 실행을 위한 시스템 확인
- 검증 우선순위 결정을 위한 중대성 평가 및 내부 분석 프로세스의 검토 및 적합성 확인
- 중대 이슈와 관련되거나 관리책임이 있는 부서의 상위 관리자 인터뷰 수행을 통해, 논의 및 보고한 이슈를 뒷받침하는 근거의 적합성 확인
- 각 성과 영역별 데이터의 생성, 수집 및 보고 과정 확인

검증한계

검증인은 보고조직에서 제공한 데이터와 자료에 근거하여 한정된 기간에 제한적 검증을 실시하였습니다. 이에 따라 검증 과정에서 중대한 오류가 발견되지 않고, 존재할 수도 있는 불가피한 위험과 관련된 한계성을 내포하고 있습니다. 검증인은 검증 과정 중 예측하거나 확인할 수 없는 발생가능한 미래 영향 및 이와 관련된 추가적 측면에 대한 보증을 제공하지 않습니다.

검증결과

검증을 수행한 결과, 검증인은 중대성 측면에서 (주)아모레퍼시픽그룹의 보고서에 수록된 정보 및 데이터가 부적절하게 기술되었다고 판단할 만한 사항을 발견하지 못하였습니다. 보고서는 GRI Standards에 따라 보고(Reporting in accordance with the GRI Standards)되었다고 판단되며, AA1000 AP(2018)에서 제시하고 있는 4대 원칙에 대한 검증 의견은 다음과 같습니다.

AA1000 AP 4대 원칙

포괄성: 이해관계자 참여 및 의견제시

(주)아모레퍼시픽그룹은 고객, 임직원, 주주 및 투자자, 지역사회, 비즈니스 파트너 및 유관기관/협회를 주요 이해관계자로 선정하였습니다. 이해관계자별 소통 채널을 운영하며, 이해관계자 참여 프로세스를 통해 핵심 이해관계자 그룹별 기대 사항과 다양한 의견을 수렴하고, 도출된 주요 이슈들을 지속가능성과 관련된 의사결정에 반영하고 있으며, 해당 프로세스를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

중요성: 중요한 지속가능성 주제의 식별 및 보고

(주)아모레퍼시픽그룹은 지속가능경영과 관련된 전략을 수립하고, 보고 이슈를 도출하기 위한 프로세스를 구축하였습니다. 미디어 리서치 분석, 글로벌 선진 기업 벤치마킹, 지속가능성 관련 주요 글로벌 이니셔티브 분석 결과를 바탕으로 재무적 영향도, 사회환경적 영향도를 파악하고, 이를 토대로 3개의 중대 이슈(Material Topic)를 도출하였으며, 해당 프로세스를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

대응성: 중요한 지속가능성 주제 및 관련 영향에 대한 대응

(주)아모레퍼시픽그룹은 중대성 평가로 결정된 중대 이슈대한 관리 프로세스를 구축하였습니다. 이해관계자의 기대 사항을 반영하는 방향으로 적절히 대응하기 위해, 중대 이슈에 대한 정책, 과제 수행 현황, 활동성과 및 개선방안을 비롯한 대응 성과 등을 관리하고, 해당 프로세스를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

영향성: 조직의 활동 및 중요한 지속가능성 주제가 조직 및 이해관계자에게 미치는 영향

(주)아모레퍼시픽그룹은 중대 이슈와 관련된 조직 및 이해관계자에게 미치는 영향을 파악하고 평가하기 위한 프로세스를 구축하였습니다. 중대 이슈에 대한 영향, 리스크 및 기회 요인 분석 결과는 각 주제별 대응 전략 수립을 위한 의사결정에 활용하고 있으며, 해당 프로세스를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

개선권고사항

검증인은 검증결과에 영향을 미치지 않는 범위에서 다음 의견을 제시합니다.

(주)아모레퍼시픽그룹은 지속가능성 중장기 전략과 계획을 수립하여, 환경, 사회 등 각 영역별 지속가능성 목표를 구체화하고, 목표별 달성 정도와 성과를 공개하고 있습니다. 향후 보고 시, 성과가 부진한 지속가능성 이슈를 도출하고, 이와 관련된 지속가능성 중장기 전략의 수정 방향과 계획 등을 공개하는 것이 보고의 균형성을 확보하는 데에 도움이 될 수 있습니다.

독립성 및 적격성

BSI Group은 품질, 환경, 안전보건, 에너지 및 반부패, 컴플라이언스 등 경영시스템 분야에 전문성을 가지고 있으며, 약 120년 동안 인증, 검증서비스를 제공해 온 독립된 전문기관입니다. 검증인은 (주)아모레퍼시픽그룹과 어떠한 비즈니스 관계도 맺고 있지 않으며, 독립적으로 검증을 수행하였고, 어떠한 이해상충도 없습니다. 본 검증을 수행한 검증팀은 환경, 안전보건 등 경영시스템 분야 및 사회, 기업윤리 등 지속가능성 분야에서의 오랜 경험과 BSI Group의 검증표준방법론에 대한 이해가 탁월한 AA1000 AS 검증심사원으로 구성되었습니다.

GRI Standards 적용수준 검토

검증인은 (주)아모레퍼시픽그룹의 보고서가 GRI Standards에 따라 작성(Reporting in accordance with the GRI Standards)되었음을 확인하였으며, (주)아모레퍼시픽그룹이 제공한 자료와 정보에 기반하여 다음의 공통표준(Universal Standards)과 주제표준(Topic Standards)에 관련된 내용이 해당 요구사항을 준수하고 있다는 주장에 오류가 없음을 확인하였습니다. 별도의 산업표준(Sector Standards)은 적용되지 않았습니다.

공통표준 (Universal Standards)	<ul style="list-style-type: none"> 2-1 to 2-5 (The organization and its reporting practices), 2-6 to 2-8 (Activities and workers), 2-9 to 2-21 (Governance), 2-22 to 2-28 (Strategy, policies and practices), 2-29 to 2-30 (Stakeholder engagement), 3-1 to 3-3 (Material Topics Disclosures)
주제표준 (Topic Standards)	<ul style="list-style-type: none"> 301-1, 301-3, 302-1, 302-3, 302-4



2023년 5월 25일
BSI Group Korea(주)
대표이사 임 성 환

발행일	2023년 6월
발행인	서경배
발행처	아모레퍼시픽그룹
제작	아모레퍼시픽 지속가능혁신팀
디자인 기획	아모레퍼시픽 크리에이티브전략팀
디자인	cement

AMOREPACIFIC