A MORE BEAUTIFUL WORLD

AMOREPACIFIC

2023 아모레퍼시픽그룹 지속가능성 보고서

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

『2023 아모레퍼시픽그룹 지속가능성 보고서』는 국제 지속가능성 보고 기준인 GRI Global Reporting Initiative Standards 2021과 미국 지속가능성 회계기준인 SASB의 Household & Personal Products 산업 표준에 따라 작성하였으며, 재무 성과는 별도 언급이 없을 경우 한국채택국제회계기준K-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, 위드림, 그린파트너즈 및 아모레퍼시픽 해외 법인)[1]을 포괄합니다. 주요 자회사인 아모레퍼시픽의 경우, 국내 사업장(본사 및 R&I Center, 인재원, 지역사업부, 아모레 뷰티 파크, 데일리뷰티 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.109–112)를 참고해 주시기 바랍니다.

보고 대상 기간

보고 대상 기간은 2023년 1월 1일부터 2023년 12월 31일까지입니다. 정보의 중요도와 적시성에 따라 2023년 이전 또는 2024년 상반기 정보가 일부 포함되었으며, 보고서 내 별도 표시하였습니다. 정량 성과의 경우 연도별 추세 비교를 위해 일부 항목은 3개년(2021년–2023년) 또는 4개년(2020년–2023년) 데이터를 제공하고 있습니다.

보고서 검증

보고 내용의 정확성과 신뢰성을 높이기 위해 독립적인 외부 검증 기관인 삼일회계법인으로부터 제3자 검증을 받았습니다. 적용된 검증 기준은 ISAE 3000이며, 세부적인 검증의견서는 Chapter 5. Appendix에 수록하였습니다.

보고서 문의처

보고서에 대한 문의 사항은 아래로 연락 주시기 바랍니다.

아모레퍼시픽 지속가능경영센터
E-mail: csr@amorepacific.com

1) 2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.328-330 '연결대상 종속회사 현황' 참고

Contents

Chapter 1. Our Company

1

Our Company

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

Chapter 2. Our Approach to Sustainability

2

Our Approach to Sustainability

16 지속가능경영 추진체계
17 2030 A MORE Beautiful Promise
20 이해관계자 참여
21 중대성 평가

Chapter 3. Our Performance

3

Our Performance

29 환경 Environmental
48 사회 Social
79 거버넌스 Governance

Chapter 4. ESG Factbook

4

ESG Factbook

89 재무적 성과
91 ESG 데이터
109 Reporting Methodology

Chapter 5. Appendix

5

Appendix

114 GRI Standards Index
116 SASB Index
117 TCFD Index
118 UNGC Index
119 온실가스 검증의견서
122 지속가능성 보고서에 대한 독립된 인증보고서

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 지난 78년간 '사람을 아름답게, 세상을 아름답게' 하기 위해 정진해왔습니다. 매 순간 고객과 세상의 기대에 맞춰 나가며, 시대를 선도하는 아름다움을 세상에 제시하고 인류를 위한 아름다움의 미래를 개척해 왔습니다.

1993년 품질·서비스·환경을 아우르는 '무한책임주의'를 선언한 이래, 30여 년이 흐른 지금까지도 지속 가능한 세상을 향한 아모레퍼시픽그룹의 도전은 이어지고 있습니다. '2030 지속가능경영 5대 약속A MORE Beautiful Promise'의 큰 목표 아래 '고객·사회와의 동행', '대자연과의 공존'을 실현하는 데 집중한 결과, 지난해에는 RE100 리더십 어워드를 수상하며 기후위기에 대한 선제적 대응 성과를 세계적으로 인정받았고 플라스틱 절감 활동을 적극 전개해 고객의 지속 가능한 소비를 촉진했습니다.

변화가 거세고 불확실성이 커지는 시대입니다. 아모레퍼시픽그룹은 세상의 흐름에 발맞춰 스스로를 변화시키는 동적 역량Dynamic Capabilities을 발휘하여, 시대에 기여하는 방향으로 브랜드 가치를 발전시키겠습니다. 기업 활동이 환경과 사회에 미치는 영향에 대한 책임감을 갖고, 기후위기 대응 및 자원순환 리더십을 지속 확보하여 유엔글로벌콤팩트UN Global Compact, UNGC의 10대 원칙과 2030 지속가능발전목표Sustainable Development Goals의 이행을 가속하는 데에 적극 참여하겠습니다.

급변하는 환경 속에서도 '아름다움과 건강으로 인류에 공헌하겠다'는 창업정신은 굳건합니다. 아모레퍼시픽그룹의 임직원 모두는 새로운 세상에서 우리의 존재와 역할을 끝없이 고민하며, 아름다움이 가진 선한 영향력을 확산하기 위해 노력하겠습니다. 여러분의 뜨거운 관심과 응원을 부탁드립니다.

2024년 6월

아모레퍼시픽그룹 대표이사 회장



회사 개요

회사 정보

회사명	(주)아모레퍼시픽그룹
대표이사	서경배, 이상목
본사 주소	서울특별시 용산구 한강대로 100(한강로 2가)
매출액[1]	40,213억 원
임직원 수[1]	9,477명

1) 매출액 및 임직원 수는 2023년 12월 기준임

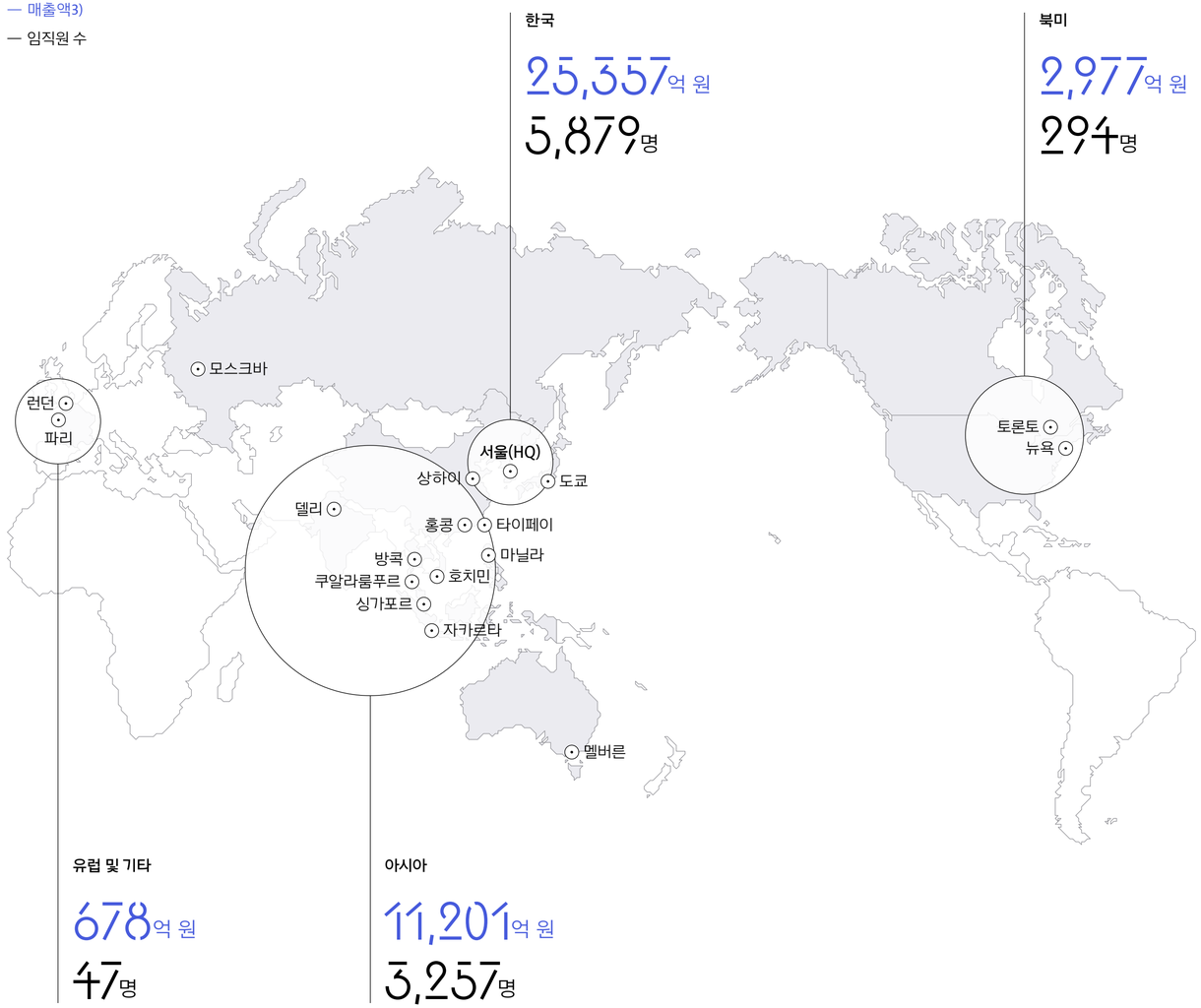
지속가능경영 대외 성과[2]

아모레퍼시픽그룹	아모레퍼시픽
한국ESG기준원 A	한국ESG기준원 A
MSCI AA	MSCI A
FTSE4Good 12년 연속 편입	CDP Climate Change A
	RE100 Leadership Awards Market Trailblazer

2) 2023년 기준

글로벌 네트워크

⊙ 주요 지주 및 종속회사
— 매출액3)
— 임직원 수



3) 매출액은 아모레퍼시픽그룹의 2023년 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 우리의 판단 기준인 '가치'를 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
가치

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
AP
HERA
primera
IOPE
MAMONDE
한율
AESTURA
espoir
ETUDE
RYO
mise en scène 미쟝센
LABO·H [SCALP SKINCARE LAB]
AMOS PROFESSIONAL
ILLIYOON
HAPPY BATH
메디안
GOUTAL PARIS
VITALBEAUTIE
OSULLOC 오설록
makeON
B. READY
HOLITUAL Holistic Rituals for Skin Wellness







Sulwhasoo

Building a World of Beauty, Powered by Art and Heritage

설화수, 예술과 헤리티지로 빚어내는 아름다움의 세계

www.sulwhasoo.com

LANEIGE

OPEN TO WONDER. LANEIGE

아름다움을 향한 끝없는 호기심

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

AP

APEX OF SKINCARE

아름다움의 새로운 경지를 여는 스킨케어의 정점

www.ap-beauty.com



HERA

HERE. NOW. MYSELF.

가장 최신의 아름다움을 정의하고 창조해나가는

컨템포러리 서울 뷰티 브랜드

www.hera.com



primera

All about skin barrier by SEED TECH™

www.primerabeauty.com



IOPE

Clinical Level Tech로 눈에 보이는 변화를 주는

고효능 스킨케어 브랜드

www.iope.com



MAMONDE

Hyper-Flora로 피어나는 나다운 아름다움

www.mamonde.com



한율

한국의 이로움으로 찾는 나만의 건강한 균형

www.hanyul.com



AESTURA

의료기기, 화장품으로 이어진 40년 이상의 피부 고민별

연구를 통해 실체있는 피부 고민별 더마 솔루션 제공

www.aestura.com



espoir

자신만의 룩을 찾을 수 있도록 영감을 주는

Makeup Creation Brand, 에스쁘아

www.espoir.com



ETUDE

MAKEUP PLAYLIST

www.etude.com



RYO

뿌리로 자라는 아름다움, 려

Root Your Own beauty

www.ryo.com



mise en scène 미장센

GLOBAL HAIR FASHION BRAND, 미쟝센

글로벌 헤어&스타일 트렌드를 리딩하는 헤어 패션 브랜드

www.miseenscene.com



LABO·H [SCALP SKINCARE LAB]

아모레퍼시픽 스킨케어 노하우를 기반으로

두피 문제를 케어하고 본연의 건강을 되찾아 주는

두피스킨케어연구소

www.laboh.co.kr



AMOS PROFESSIONAL

믿을 수 있는 성분과 기술로 트렌디한 스타일을 완성하는

프로페셔널 헤어 뷰티

www.amosprofessional.com



ILLIYOON 일리윤

민감한 피부 고민에 대한 순하고 강력한 답, 일리윤

www.illiyoon.com



HAPPY BATH

일상에 행복을 더하는 향과 건강한 원료를 담은

데일리 바디케어 브랜드



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



OSULLOC
오설록

차와 제주가 선사하는 가치 있는 쉼

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 브랜드별 핵심 카테고리 및 대표 제품 육성을 통해 브랜드 경쟁력을 강화하였고, 오프라인 채널의 질적인 정예화와 더불어 온라인, 멀티브랜드숍 채널 성장에 집중하며 사업 체질 개선을 도모하였습니다. 또한 '글로벌 리밸런싱' 전략 실행을 통해 해외 지역 포트폴리오 다각화 및 글로벌 성장의 기반을 더욱 공고히 하였습니다.

아모레퍼시픽

국내 화장품 사업

아모레퍼시픽은 주요 브랜드의 대표 제품 경쟁력 확보와 핵심 채널 대응력 강화에 주력하였습니다.

대표 브랜드 설화수는 '윤조에센스' 6세대, '진설 크림'을 리뉴얼 출시하고 브랜드 캠페인을 전개하였으며, 국내 주요 백화점 매장 리뉴얼 등 차별화된 오프라인 고객 경험 제공을 통해 럭셔리 고기능성 브랜드 입지를 강화하였습니다.

라네즈는 '퍼펙트 리뉴 3X 시그니처 세럼' 출시, '네오 쿠션' 리뉴얼 등 핵심 제품 포트폴리오를 강화하며 국내 멀티브랜드숍 채널에서 견고한 매출 성장을 기록하였습니다.

헤라는 '글로우 래스팅 파운데이션' 출시 등 메이크업 카테고리 중심 판매 호조가 지속되며 전체 매출이 확대되었고,

에스트라는 '더마 UV 365' 라인, '리제덤 365 모공 탄력 캡슐 세럼' 등 선케어, 슬로에이징 카테고리 다변화 및 핵심 제품 중심으로 매출이 증가하며 올리브영 더마 카테고리 시장 점유율 1위를 달성하는 성과를 거두었습니다.

더불어, 이너 뷰티, 홈 에스테틱 브랜드, 남성 화장품 등 신성장 카테고리도 육성하고 있습니다.

바이탈뷰티는 대표 제품 '슈퍼콜라겐' 리뉴얼 및 '메타그린' 리미티드 에디션 출시 등 브랜드 매력도를 제고하였고,

홈 에스테틱 브랜드 홀리추얼은 뉴커머스 채널의 핵심 브랜드로 육성하며 신수요 창출을 기반으로 매출이 고성장하였습니다.

남성 브랜드 비레디와 오딧세이 또한 다양한 신제품 출시 등 적극적인 남성 시장 공략을 통해 매출이 증가하였습니다.



설화수 진설 크림

국내 데일리뷰티 사업

데일리뷰티 브랜드는 대표 핵심 제품 및 프리미엄 라인 육성에 집중하였습니다. 려는 프리미엄 여성 탈모 기능성 샴푸 '루트젠'을 출시하며 판매 호조를 보였고, 미쟝센은 살롱 본딩 기술을 탑재한 근본 손상 케어 라인 '이너 플렉스' 출시, 롱테이크는 '오드퍼퓸', '솔리드퍼퓸'을 출시하며 제품 포트폴리오를 확대하고 경쟁력을 강화하였습니다. 더불어 일리윤과 라보에이치는 인기 캐릭터 및 이종 브랜드와의 협업을 통해 브랜드 매력도를 제고하며 매출이 견고하게 성장하였습니다.



일리윤 × 산리오

아모레퍼시픽

해외 사업

아모레퍼시픽은 해외 지역 포트폴리오를 다각화하기 위한 '글로벌 리밸런싱' 전략 실행에 집중하였습니다. 미주, EMEA[1] 등 성장 잠재력이 큰 지역을 중심으로 역량을 강화하고, 집중 성장 지역 내 긴밀한 유통 파트너십 구축, 넥스트 글로벌 브랜드 육성 등을 통해 글로벌 성장의 기반을 더욱 공고히 하였습니다.

이에 따라 미주 지역은 라네즈, 설화수, 이니스프리 등 주요 브랜드의 지속적인 매출 성장에 힘입어 전체 매출이 고성장하였습니다. 특히, 라네즈는 '립 슬리핑 마스크', '립 글로이 밤' 등 립 카테고리 포트폴리오 다변화를 통해 경쟁력을 강화하며 북미 전체 매출 성장을 견인하였습니다. 설화수, 이니스프리 또한 멀티브랜드숍 채널 접점 확대 및 브랜드 경쟁력 강화로 매출이 견고하게 성장하였습니다.

EMEA 지역은 모든 브랜드가 매출 성장하였습니다. 특히, 라네즈는 영국, 중동에 신규 진출하며 멀티브랜드숍 채널에서 매출 고성장을 지속하였고, 유럽 주요 도시를 중심으로 오프라인 마케팅을 강화하며 브랜드 인지도를 확대하는 등 성장의 발판을 마련하였습니다.

아시아 지역은 중국 매출 축소의 영향으로 매출이 하락하였습니다. 중국에서는 브랜드 경쟁력을 강화하고 향후 성장의 기반을 마련하고자 노력하였습니다. 설화수는 '윤조에센스' 6세대, '진설 크림'을 리뉴얼 출시하고 리브랜딩 캠페인을 전개했으며, 로컬 앰버서더를 선정하고 고객 소통을 확대하며 브랜드 경쟁력을 제고하였습니다. 라네즈는 핵심 제품 '퍼펙트 리뉴 3X 세럼'을 중심으로 콘텐츠를 강화하며 매출이 성장하였습니다. 이니스프리는 '그린티 씨드 히알루론산 세럼' 리뉴얼 출시 및 리브랜딩 캠페인을 전개하고 제품 및 채널 재정비를 통해 질적 성장의 기반을 마련하고자 하였습니다. 중국을 제외한 기타 아시아는 일본이 전체 매출 성장을 견인했습니다. 일본은 라네즈와 이니스프리의 견고한 매출 성장 지속과 더불어 헤라, 에스트라가 신규 진출하며 성장 모멘텀을 확대하였고, 아세안 시장에서는 라네즈가 핵심 제품 판매 호조로 매출이 성장하였습니다.

1) 유럽·중동·아프리카(Europe, Middle East, and Africa)

주요 자회사 성과

이니스프리
이니스프리는 '비타C 그린티 엔자임 세럼', '콜라겐 그린티 세라마이드 크림' 등을 출시하며 기능성 그린티 자산을 강화하였고, 'The New Isle' 리브랜딩 캠페인을 전개하며 고효능 자연주의 스킨케어 브랜드로서의 입지를 제고하였습니다.

에뛰드
에뛰드는 '컬픽스 마스카라', '픽싱 틴트', '그림자 쉐딩' 등 핵심 제품 판매 호조로 주요 메이크업 카테고리 경쟁력을 강화하였고, 관광 상권 매장 오픈을 통한 외국인 수요 대응, 멀티브랜드숍 채널에서 견고한 성장을 지속하며 매출이 성장하였습니다.

에스쁘아
에스쁘아는 '비벨벳 쿠션 뉴클래스', '비벨벳 플루이드 파운데이션'을 출시하며 제품 경쟁력을 제고하였고, 연남 콘텐츠 스토어를 오픈하며 고객 경험 또한 강화하였습니다. 온라인 및 멀티브랜드숍 채널에서의 판매 호조로 전체 매출이 성장하였으며, 프리미엄 파운데이션 시장점유율 1위를 달성하는 등 입지를 제고하였습니다.

아모스프로페셔널
아모스프로페셔널은 브랜드 리인벤팅 전개 및 '살롱 커넥션 2023' 등 미용인 네트워크 활동 확대를 통해 브랜드 매력도를 제고하였습니다. 아윤채는 팝업 살롱, 옴니 이벤트 등 고객 경험 강화로 MZ세대 선망성을 공고히 하였습니다.

오설록
오설록은 고객 트렌드를 반영한 '시그니처 얼그레이', '허니 블랙티 2종' 등을 출시하며 제품을 다변화하고 차 문화를 전파하고자 노력하였습니다. 제주 티뮤지엄을 리뉴얼 오픈하고 티하우스 접점을 확대하며 전체 매출이 성장하였습니다.

Chapter 2

Our Approach to Sustainability

16 지속가능경영 추진체계
17 2030 A MORE Beautiful Promise
20 이해관계자 참여
21 중대성 평가

지속가능경영 추진체계

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

지속가능경영 거버넌스

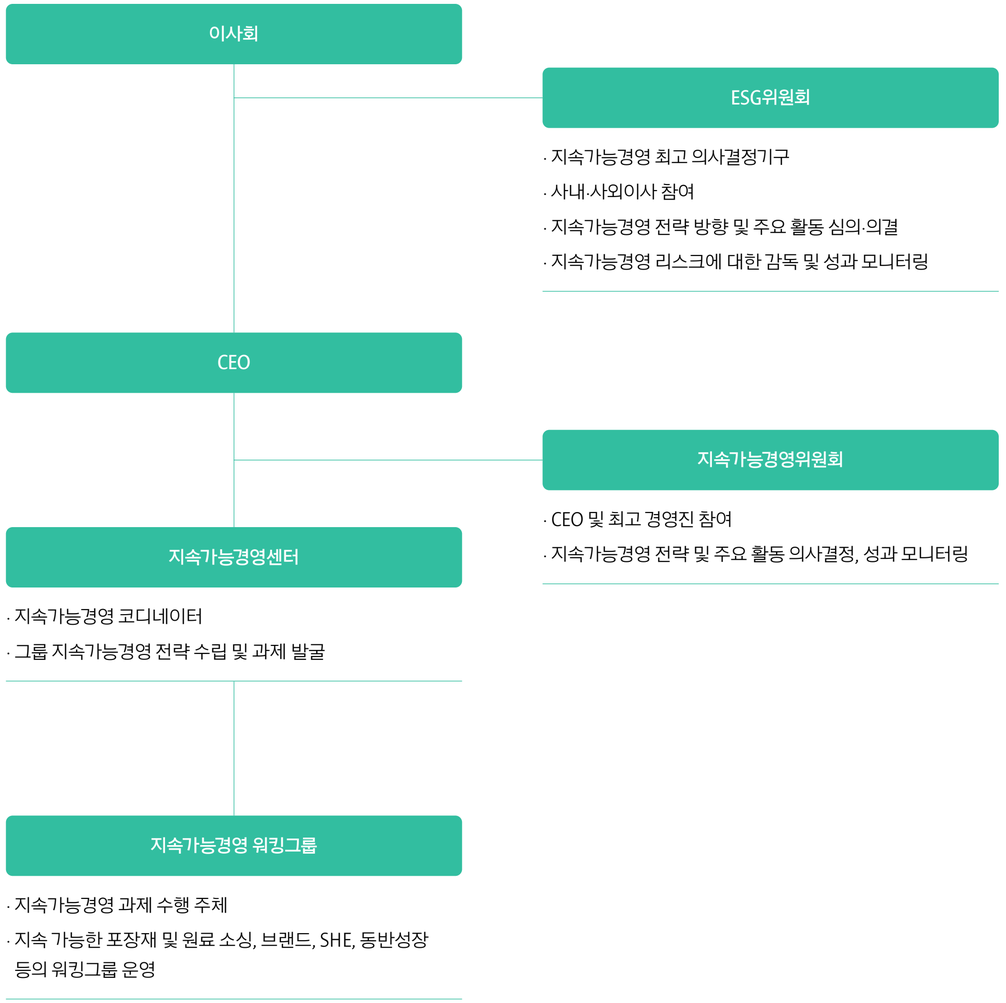
아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽은 지속가능경영을 효과적으로 실행하기 위한 경영 체계를 구축했으며, 최고 의사결정기구로서 이사회 산하 ESG위원회를 운영하고 있습니다. ESG위원회는 기후변화, 자원순환, 공급망 지속가능성, 지역사회 상생, 소비자 권익, 윤리경영 등 회사와 관련된 지속가능경영 리스크를 관리 및 감독합니다. 나아가 전사 지속가능경영 전략의 방향성을 제시하고 관련 성과를 정기적으로 모니터링합니다. 2023년에는 아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽의 ESG위원회가 각 4회 실시되었습니다. 2022년 ESG 대외평가 결과 및 개선 방안, 중대성 평가 결과 및 실행 과제, 다양성·포용성 추진 경과 및 계획, 플라스틱 전략 추진 현황 및 계획, ESG 공시 동향 및 대응 방안 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. 2023년에는 지속가능경영위원회가 상반기 1회 개최되었으며, 플라스틱 3R[Reduce, Recycle, Reuse]목표와 성과에 대한 보고 및 논의가 진행되었습니다.

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

1) 2024년 상반기에 '2023 지속가능성 보고서' 발간을 위한 중대성 평가 결과가 이사회에 보고되었음

지속가능경영 조직도



2030 A MORE Beautiful Promise

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 지속 가능한 사회를 만들기 위해 기여하겠습니다.

아모레퍼시픽 지속가능경영 추진 전략



2대 지향점

- 고객·사회와의 동행
- 대자연과의 공존

5대 약속	Promise 1	Promise 2	Promise 3	Promise 4	Promise 5
	신제품 100%에 환경 또는 사회 친화적 속성을 구현하고 고객의 지속 가능한 라이프스타일 영위에 기여하는 브랜드 활동을 전개한다.	다양성과 포용의 가치를 사내외에 확산하고 모든 이해관계자와의 조화로운 성장을 구현한다.	2025년까지 글로벌 전 사업장의 RE100을 실현하고, 폐기물 매립 제로를 달성한다.[1]	제품 포장재의 플라스틱 사용량을 절감하고, 플라스틱 포장재는 100% 재활용, 재사용 또는 퇴비화가 가능하도록 설계한다.	생물다양성 보전 및 지속 가능한 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 · 다양성·포용성 기반의 뷰티 제품 개발 및 캠페인 전개 · 경제적 자립이 필요한 계층 대상 경제 역량 강화 및 시민의 건강한 삶 확산 위해 1,000억 원 투자	· 2025년까지 글로벌 전 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[2] 인증 팜유 사용률 90% 이상 달성

1) 기 수립한 2030년 글로벌 생산 사업장의 탄소중립 목표(Scope 1, 2 배출량 포함)를 SBTi 넷제로 기준에 따른 공급망 배출량(Scope 3)을 포함한 목표로 변경 진행 중에 있어, 탄소중립 달성 목표는 추후 재공시할 예정임

2) 팜유 생산으로 발생하는 환경 파괴를 막기 위해 설립된 지속 가능한 팜유 인증 단체

2023 Progress – 고객·사회와의 동행

5대 약속	2030 목표	2023 주요 성과	2030 목표 대비 달성도
Promise 1 신제품 100%에 환경 또는 사회 친화적 속성을 구현하고 고객의 지속 가능한 라이프스타일 영위에 기여하는 브랜드 활동을 전개한다.	· 신제품 100%에 환경·사회 친화적 속성 구현	· 2023년 출시된 신제품 91.8%에 환경·사회 친화적 속성 구현 · 재활용 플라스틱 적용 신제품 2022년 대비 6배 이상 증가 · 비건 인증 및 리필 제품 등 가치소비 트렌드 반영한 신제품 2022년 대비 35% 증가	91.8% / 100%
	· 전 과정 평가를 통한 모든 신제품의 환경 발자국 저감	· EcoBeautyScore Consortium 참여 통한 주요 제품의 환경발자국 산정 및 등급화 테스트Real Data Testing Phase 실시 · EcoBeautyScore Consortium의 화장품 환경발자국 측정 방법론 및 데이터베이스 업데이트 · EcoBeautyScore 방법론 구현을 위한 1차 온라인 평가툴 개발	
	· 그린 케미스트리 기술 혁신	· 그린 케미스트리 소재 및 공정기술 개발 3건 (누적 7건) · 동백유박 업사이클링을 통한 다용도 피부 기능성 신소재 제조기술 개발(녹색기술 인증) · 홍삼 부산물 업사이클링 기술 및 스피어 플랫폼 개발(다공성 유/무기 복합분체 제조기술)	7건 / 16건
	· 가치소비 확산을 위한 브랜드 캠페인 전개	· 세계자연기금WWF 한국본부와 태안해안국립공원의 청포대 해변을 입양하는 파트너십 체결을 통한 정기적인 해안 쓰레기 수거 사업 지속 전개	
Promise 2 다양성과 포용의 가치를 사내외에 확산하고 모든 이해관계자와의 조화로운 성장을 구현한다.	· 전 임직원 대상 다양성·포용성 교육 및 인식 개선 프로그램 운영	· 국내 전체 임직원의 46.7% 다양성·포용성 교육 및 인식 개선 프로그램 이수 · 다양성·포용성 관련 강연 및 뷰티 커뮤니케이션 가이드 발간, 교육 등 진행	46.7% / 100%
	· 다양성·포용성 기반의 뷰티 제품 개발 및 캠페인 전개	· 시각장애인 및 저시력자를 위한 유니버설 디자인 스티커 제작 및 배포 · 미쟝센 프로페셔널 라인, 샴푸와 린스 용기의 명확한 구분을 위한 양각 적용 샴푸 출시	
	· 경제적 자립이 필요한 계층을 대상으로 경제 역량을 강화하기 위해 700억 원 투자	· 경제 역량 강화를 위해 50.7억 원 투자(누적 150.8억 원 투자) · 청년의 경제적 자립 지원을 위한 직무 탐색 교육 및 현장 실습 기회 제공, 한부모 여성 자립을 위한 창업 대출 지원 사업 희망가게 운영, 전략적 물품 나눔 진행 등	150.8억 원 / 700억 원
	· 시민의 건강한 삶과 문화 확산을 위해 300억 원 투자	· 시민의 건강한 삶과 문화 확산을 위해 15.7억 원 투자(누적 53.7억 원 투자) · 청년 마음 건강 지원 사업 'Look at ME' 및 청년 대상 심리 건강 지원 공익사업 'AMORE YOUTH' 진행, 'A MORE Beautiful Challenge'를 통한 환경분야 소셜벤처 육성 및 투자 등	53.7억 원 / 300억 원

2023 Progress – 대자연과의 공존

5대 약속	2030 목표	2023 주요 성과	2030 목표 대비 달성도	2025 목표
Promise 3 2025년까지 글로벌 전 사업장의 RE100을 실현하고, 폐기물 매립 제로를 달성한다.	· 2025년까지 글로벌 전 사업장 재생에너지 100% 사용	· 태양광 자가발전, PPA 계약, 녹색요금제 도입, 재생에너지 인증서 구매를 통해 아모레퍼시픽 전력 사용량 중 51.4% 재생전력으로 전환 · 오산 아모레 뷰티 파크, 대전 데일리뷰티 사업장, 상하이 뷰티사업장 사업장 단위 RE100 달성	51.4%	100%
	· 국내 물류 차량 100% 친환경차 전환	· 인천 물류센터 전기차 누적 8대 전환	7.9%	100%
	· 글로벌 생산 사업장 폐기물 매립 제로 달성	· 글로벌 생산 사업장 매립 처리 폐기물 제로화 · 오산 아모레 뷰티 파크, 대전 데일리뷰티 사업장, 코스비전 사업장 매립 제로 검증 획득	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 등급 평가 결과 '재활용 보통' 이상 획득한 플라스틱 포장재 비율 32.6%[1)]	32.6%	100%
	· 플라스틱 포장재 30%에 재활용 또는 바이오 플라스틱 적용	· 총 플라스틱 사용량 중 재활용 또는 바이오 플라스틱 비율 23.8%[1)] (플라스틱 총 사용량 7,303톤 중 재활용 플라스틱 1,735톤)	23.8%	30%
Promise 5 생물다양성 보전 및 지속 가능한 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 지속 가능한 활용을 위해 9.4억 원 투자(누적 32.6억 원 투자) · 한반도 자생식물자원의 숨은 가치 발굴을 위해 국립생물자원관, 국립백두대간수목원과 공동연구 진행	32.6억 원	100억 원
	· 2023년까지 RSPO 인증 팜유 사용률 90% 이상 달성	· 2023년에 사용된 16,797톤의 팜 유래 원료 중 RSPO 인증 팜유CSPO MB 사용률 91.5% 달성	91.5%	2023 목표 90%

1) 2023년도 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, 이해관계자별로 적합한 소통 채널을 마련해 운영하고 있습니다. 투명한 소통을 기반으로 이해관계자별 주요 이슈와 니즈를 파악하여 경영 활동에 반영하고 있으며, 지속가능경영에 대한 공감대를 형성하고 있습니다.

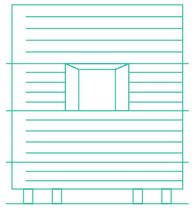
이해관계자	주요 소통 채널	진행 빈도	주요 관심 이슈	주요 대응 활동
고객	기업 사이트, 브랜드 웹사이트	수시	· 정확하고 신속한 기업 정보 전달 · 안전한 제품 사용 및 정확한 제품 정보 전달 · 고객 참여 및 보이스 청취	· 기업 사이트 내 품질 및 안전성 정보 제공 강화 · 기업 스토리 플랫폼 '아모레스토리' 오픈, MZ 타겟 기획 콘텐츠 강화 · 고객 및 이해관계자 참여형 기업 커뮤니케이션 콘텐츠 강화 · 고객 VOC 해결 및 관리
	기업 스토리 플랫폼 – 아모레스토리	수시		
	기업 및 브랜드 SNS 채널(유튜브, 페이스북, 인스타그램 등)	수시		
	아모레몰, 아리따움몰	수시		
	브랜드별 고객상담센터	수시		
임직원	임직원 몰입도 진단	연 1회	· 신뢰와 존중의 문화 확산 · 기업 가치 전파 및 소통 증대 · 원만한 노사관계 형성 · 건강하고 윤리적인 업무 환경 조성	· '팀 아모레 보드' 신규 오픈 등 쌍방향 소통 플랫폼 확대 · 경영진 타운홀미팅 세션의 글로벌 법인 확대 · 기업 비전 및 성장 관련 커뮤니케이션 고도화
	노사협의회, 노동조합	수시		
	경영진 타운홀미팅	수시		
	전 임직원 세션 – 팀 아모레 컨퍼런스	연 1회		
	사내 온라인 라이브 방송 – 아모레 블루밍	월 1회		
	사내 익명 게시판 – 팀 아모레 보드	수시		
	협업 소통 플랫폼 – 워크플레이스	수시		
	윤리경영 Hotline 제보 코너	수시		
주주 및 투자자	정기 주주총회	연 1회	· 적정 기업 가치 구축 · 주주 가치 제고	· 분기 및 연간 실적 발표 · 중장기 사업 전략 공유 · 시장 동향 및 전망 제시
	분기 실적 발표 컨퍼런스 콜	분기 1회		
	국내외 투자자 컨퍼런스 및 NDRNon-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	· 지역사회와의 상생	· 지역사회 밀착형 문제 해결 활동 실행(서울시와 청년 마음 건강 업무협약 체결, 지역사회 이슈 관련 임직원 나눔활동, 전통시장 활성화 등)
	재단 정기 이사회	연 1회		
	용산 드래곤즈 활동	분기 1회		
비즈니스 파트너	협력사 체감도 조사	연 1회	· 비즈니스 파트너 경쟁력 강화 및 지원	· 경영주 참여형 전략 수립 · 상시 소통 강화
	아리따움 사업실천세미나	연 1회		
	이노베이션 커미티	연 2회		
유관기관 및 협회	이해관계자 대화	수시	· 정부 정책 변화 대응 · 2030 AMBP 이행을 위한 동참	· 정부 정책과 관련된 의사결정 과정 참여 · 협회 가입 및 지지 선언(유엔글로벌콤팩트 등)
	협업 및 후원	수시		
	대한화장품협회 회원사	수시		

중대성 평가

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.

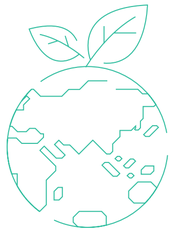
중대성 평가 프로세스

2023 지속가능성 보고서에는 지속가능성 보고 국제 표준인 GRI Global Reporting Initiative의 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.



아모레퍼시픽그룹

기업이 외부 환경에
미치는 영향 수준 평가



경제·환경·사회

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, CDP 등), 동종업계 현황, 아모레퍼시픽 2030 A MORE Beautiful Promise 중점 영역 반영

· 총 12개 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, 투자자 질의, 미디어 분석, 이사회 안건, 이해관계자 의견

· 총 18개 영향 식별

STEP 3
영향 평가

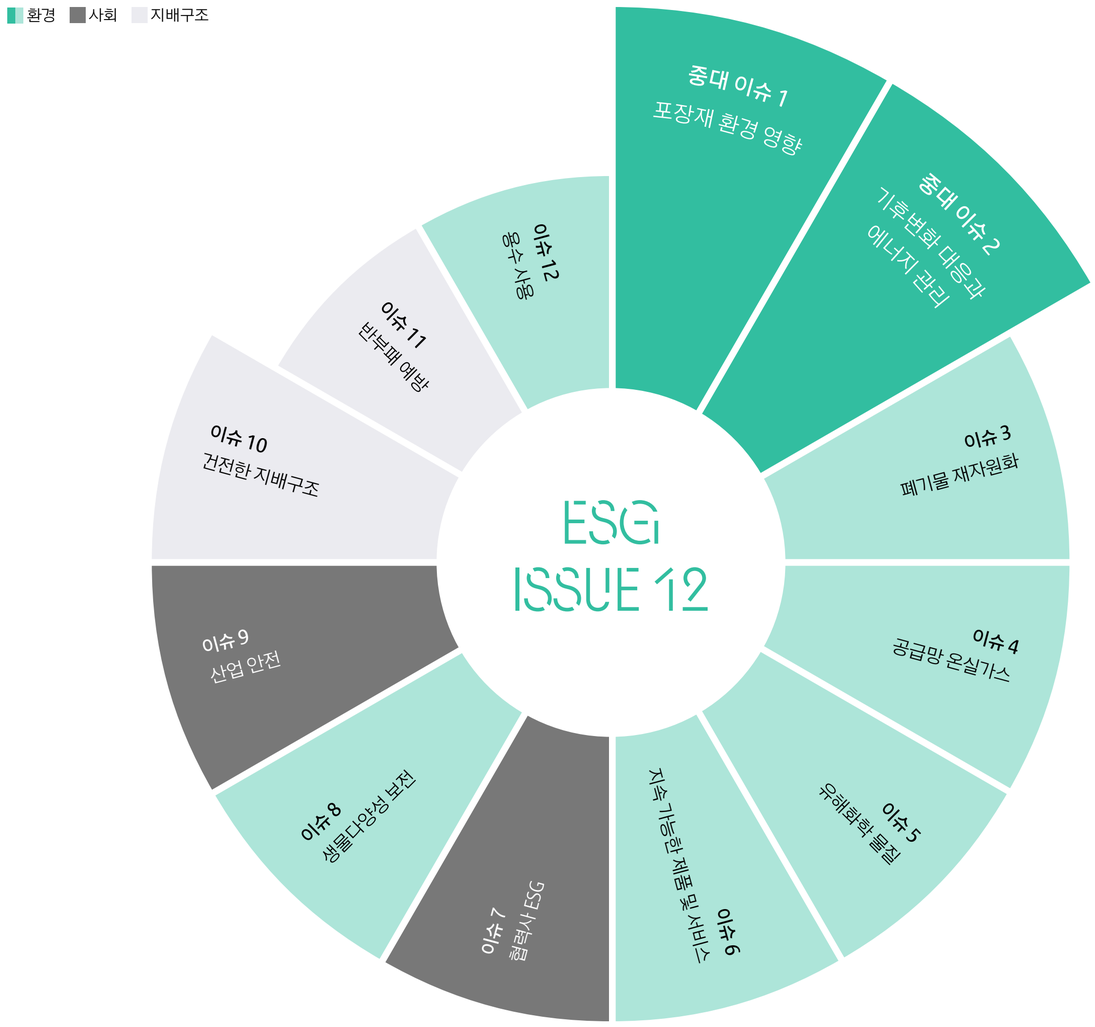
각 영향의 수준에 대한 평가 및 중대 이슈 선정

· 이해관계자(주주 및 투자자, 학계, 컨설턴트, 협력사, 임직원 등)에 의한 평가 실시

· 평가 척도
– 규모, 범위, 교정 가능성(부정적 영향 대상), 발생 가능성(잠재적 영향 대상)

중대성 평가 결과

평가 결과 총 12개 ESG 이슈 중 영향 수준이 높은 2개의 이슈(포장재 환경 영향, 기후변화 대응과 에너지 관리)를 중대 이슈로 선정했습니다.[1)]



중대 이슈 ●●● High ●●○ Medium ●○○ Low

우선순위	구분	이슈명	주요 영향	영향 특성	영향 수준
1	환경	**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	
2	환경	**기후변화 대응과 에너지 관리**	재생에너지 사용 확대에 따른 탄소배출량 저감	긍정적	●●●
3	환경	폐기물 재자원화	폐기물 재사용 및 매립 제로화를 통한 자원 순환 경제 구축	긍정적	●●○
4	환경	공급망 온실가스	공급망 전체에서 발생하는 탄소배출량 감축을 통한 환경 영향 최소화	긍정적	●●○
			협력사에 대한 탄소배출량 감축 요구 강화에 따른 협력사 부담 증가	부정적	
5	환경	유해화학 물질	제품 개발 시, 고우려물질 절감을 통한 소비자 안심감 제고 및 환경 보호	긍정적	●●○
6	환경	지속 가능한 제품 및 서비스	환경과 사회적 가치를 고려한 상품 제공으로 소비자의 지속 가능한 라이프스타일 확산	긍정적	●●○
			지속 가능한 원재료 사용과 제품 전 과정에서 발생하는 탄소배출량 및 물 사용량 측정으로 제품 환경 영향 개선	긍정적	
7	사회	협력사 ESG	협력사 ESG 역량 강화	긍정적	●●○
			협력사의 ESG 관리 소홀에 따른 환경 및 사회 영향 증가	부정적	
8	환경	생물다양성 보전	생물다양성 보전 연구 및 지역사회 연계 활동 강화	긍정적	●●○
9	사회	산업 안전	사고 및 재해 예방에 따른 사업장의 안전한 근무 환경 확보	긍정적	●●○
			사업장이 위치하는 지역사회 안전 문화 확산 실패로 인한 재해율 증가	부정적	
10	지배구조	건전한 지배구조	이사회 전문성 확보에 따른 주주 신뢰 증진	긍정적	●●○
			이사회 다양성 미확보 시, 소수 이해관계자 의견에 따른 경영으로 사회적 효용 감소	부정적	
11	지배구조	반부패 예방	불건전한 거래질서 조성 및 주주 가치 훼손	부정적	●○○
12	환경	용수 사용	지역사회 용수 스트레스 증가 및 물 부족 현상 심화	부정적	●○○

1) 전년 대비 '생물다양성 보전'이슈가 ESG 이슈로 추가되었으며, '에너지 사용'은 '기후변화 대응과 에너지 관리'로, '이사회 구성 및 운영'은 '건전한 지배구조'로 확대되었습니다.

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.

2023 2대 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 기후변화 대응과 에너지 관리

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
기후변화 대응과 에너지 관리	●	●	●	환경

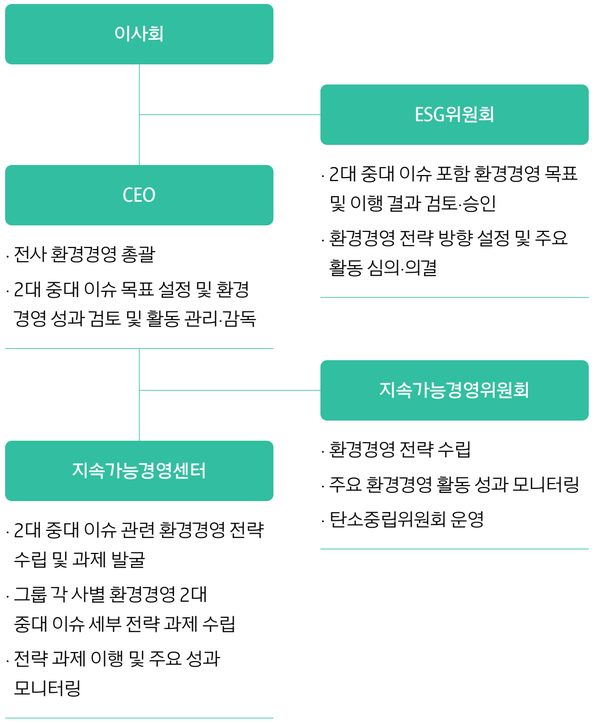
중대 이슈 관리 체계[1)]

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 탄소중립위원회가 연 1회 이상 운영되어 기후변화 대응 및 에너지 관리와 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 2대 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, 기후변화 대응과 에너지 관리와 관련된 규제 및 정책들이 아모레퍼시픽그룹에 미치는 재무적 영향을 파악하여 경영 전략에 반영하고 있습니다.

중대 이슈와 관련된 구체적인 전략 과제들은 지속가능경영센터에서 발굴하며, 발굴된 과제들은 그룹 각 사별 환경 운영 전담 조직에 의해 이행됩니다. 특히 아젠다별 지속가능경영 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)의 핵심요소를 기반으로 작성됨

중대 이슈 관리 체계

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

4RReduce, 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 KPI[1]를 신설했으며, 적극적으로 포장재의 환경 영향을 관리하고자 합니다.

1) 플라스틱 성과관리 지표: 플라스틱 총 사용량, 재활용 플라스틱 사용량, 재활용 용이성 등급 평가 결과

전략 이행 현황

REDUCE

신규 석유 유래 플라스틱 사용 절감

1 아모레퍼시픽은 재활용 플라스틱 적용 확대 및 포장재 경량화 등을 통해 2023년 신규 석유 유래 플라스틱 1,900톤을 감축하였습니다.

2 라네즈는 '워터뱅크 블루 히알루로닉 크림' 리뉴얼 시 리필 패키지를 도입하였습니다. 이는 본품 대비 플라스틱 사용량을 70% 감소시키는 효과가 있습니다. '립 슬리핑 마스크 EX' 는 내부의 속뚜껑 제거를 통해 연간 약 7.3톤의 플라스틱 감축 효과를 기대할 수 있습니다. 또한 '블루에너지 에센스 인 로션 EX' 용기(캡 제외)에 재활용 플라스틱 100%, '네오쿠션' 본품 외용기(리필 제외)에 재활용 플라스틱 50%를 적용하였습니다.

3 헤라는 '글로우 래스팅 파운데이션'과 '실키 스테이 파운데이션' 용기의 불필요한 플라스틱(초자 용기 바닥 사출 제거 및 캡 장식)을 제거하고, 캡에 재활용 플라스틱 50%를 적용하였습니다.

4 프리메라의 '유스래디언스 파워 모이스처라이징 크림'은 플라스틱 사용량을 줄이기 위해 내용물을 보호하는 기존의 플라스틱 환판을 알루미늄 씰링으로 변경하였습니다. 이는 연간 약 38kg의 플라스틱 감축 효과를 기대할 수 있습니다.



2 라네즈 워터뱅크 블루 히알루로닉 크림



3 헤라 글로우 래스팅 파운데이션, 헤라 실키 스테이 파운데이션



4 프리메라 유스래디언스 파워 모이스처라이징 크림

중대 이슈 관리 체계

전략 이행 현황

RECYCLE

포장재 재활용성 향상

1 이니스프리의 '그린티 히알루론산 스킨·로션'은 환경부 포장재 재활용 용이성 등급 평가 기준에 따라 우수 등급에 해당하는 패키지로 출시되었습니다. 캡과 용기 모두 PP 단일소재를 사용하여 분리배출이 용이하게 하였으며, 캡에는 재활용 플라스틱 30%를 적용하였습니다.

2 마몽드는 포장재 재활용 용이성 등급 평가 결과, 우수 등급에 해당하는 '블루 아줄렌 클라우드 토너 리필' 파우치 본품을 출시하여 재활용성을 향상시켰습니다. 이는 본품 대비 플라스틱 사용량을 88% 감소시키는 효과가 있습니다.

3 바이탈뷰티는 재활용 용이성 개선을 위해 액상 앰플의 패키지 리뉴얼을 진행하였습니다. '메타 그린 부스터 샷'을 시작으로 '슈퍼콜라겐' 라인과 '우먼 밸런스 플래티넘', '슬리머 디엑스' 용기의 플라스틱을 PET-PEN[1] 에서 PET로 변경하고, 손쉽게 분리할 수 있는 이지필EASY PEEL 방식의 수축 라벨을 적용하여 재활용성을 향상시켰습니다.

1) 열에 취약한 PET의 단점을 보완하기 위해 PEN을 더해 내열성을 높인 복합재질로 재활용이 어려움



1 이니스프리 그린티 히알루론산 스킨·로션



2 마몽드 블루 아줄렌 클라우드 토너 리필



3 바이탈뷰티 슈퍼콜라겐

REUSE

플라스틱 포장재 재이용 확대

1 설화수의 '진설크림'은 리필 가능한 크림 용기를 적용하여, 제품 사용 후 내부 용기만 리필 제품으로 교체하고 외부 용기는 재사용할 수 있도록 했습니다. 또한 리필 제품 이용 시, 본품 대비 플라스틱 사용량을 60ml 제품은 52%, 30ml 제품은 55% 감소시키는 효과가 있습니다.

2 한율은 '어린쑥 수분진정 크림'과 '빨간쌀 보습탄력 크림'의 용기를 기존 플라스틱 용기에서 무게를 줄인 경량초자 용기로 전환하고, 재이용 기능을 더하여 전용 리필 캡슐을 끼워 용기를 재사용할 수 있도록 했습니다. 또한 캡과 덮개, 리필 캡슐 용기에 재활용 플라스틱을 100% 적용하였습니다.



1 설화수 진설크림



2 한율 어린쑥 수분진정 크림

RETURN

공병 수거 캠페인을 통한 적극적인 화장품 용기 회수

1 아모레퍼시픽그룹은 2009년부터는 플라스틱 및 유리 화장품 공병을 회수하여 재활용하는 공병 수거 캠페인을 시작해 2023년까지 누적 2,592톤의 공병을 수거하였습니다. (2023년 당해 연도 수거량, 119톤) 특히 아모레퍼시픽의 경우, 2024년 1월부터 온·오프라인 용기 수거 서비스인 '아모레리사이클AMORE:CYCLE' 캠페인을 통해 기존 오프라인 용기 수거를 온라인(아모레몰)까지 확대하였고, 실제 재활용되는 플라스틱의 비중을 높이기 위해 수거 품목 역시 대폭 확대하였습니다. 또한 기존에 수거하던 플라스틱과 유리 재질의 화장품 용기뿐만 아니라 헤어, 바디, 핸드케어 등의 생활용품과 쿠션, 팩트 등 메이크업 일부, 향수까지 범위를 넓혔습니다. 또한 이니스프리 역시, 2024년 1월부터 브랜드 대표 친환경 활동인 공병수거 캠페인 'BOTTLE RE:PLAY'를 진행하고 있습니다. '공병수거 캠페인'은 이니스프리가 2003년부터 자원 선순환을 위해 꾸준히 진행해오고 있으며, 2011년부터 2023년까지 약 1,244톤의 플라스틱 및 유리 공병을 수거하여 재활용하였습니다.



1 아모레리사이클 캠페인



BOTTLE RE:PLAY 캠페인

중대 이슈 관리 체계

Strategy 2

기후변화 대응과 에너지 관리

연관 2030 A MORE Beautiful Promise

Promise 3

2025년까지 글로벌 전 사업장의 RE100을 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 활용 가능한 다양한 이행 수단을 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 자가발전 시설을 확충하여 재생에너지를 자체 생산하여 사용하고 있습니다. 외부조달을 통한 이행수단으로는 직접 및 간접 PPA[1], VPPA[2], 녹색프리미엄 요금제, 인증서구매 등 다양한 방식으로 재생에너지를 확보하고 있습니다. 사업장 특성에 맞는 에너지 절감 계획을 수립했으며 재생에너지에 대한 투자를 이어나가고 있습니다. 또한 각 사업장마다 에너지 사용과 관련된 지표를 중요 KPI로 관리하고 있습니다. 더불어 기후행동 추진을 가치사슬 전반으로 확장하기 위해 사업 전 범위의 공급망 배출량Scope 3을 산정하고, 이를 포함하여 지구 온도 상승을 1.5˚C 이하로 제한하기 위해 SBTi[3] 기준에 따라 감축 목표를 수립하였습니다. 또한, 기후변화로 인한 사회, 경제적 변화와 사업활동의 영향을 분석하고 기후 전환 계획을 수립하여 장기적인 변화에 유연하게 대처해 나가고자 합니다.

1) PPA(Power Purchase Agreement, 전력구매계약)
2) VPPA(Virtual Power Purchase Agreement, 가상전력구매계약)
3) SBTi(Science Based Targets initiative, 과학 기반 감축 목표 이니셔티브)

전략 이행 현황[1)]

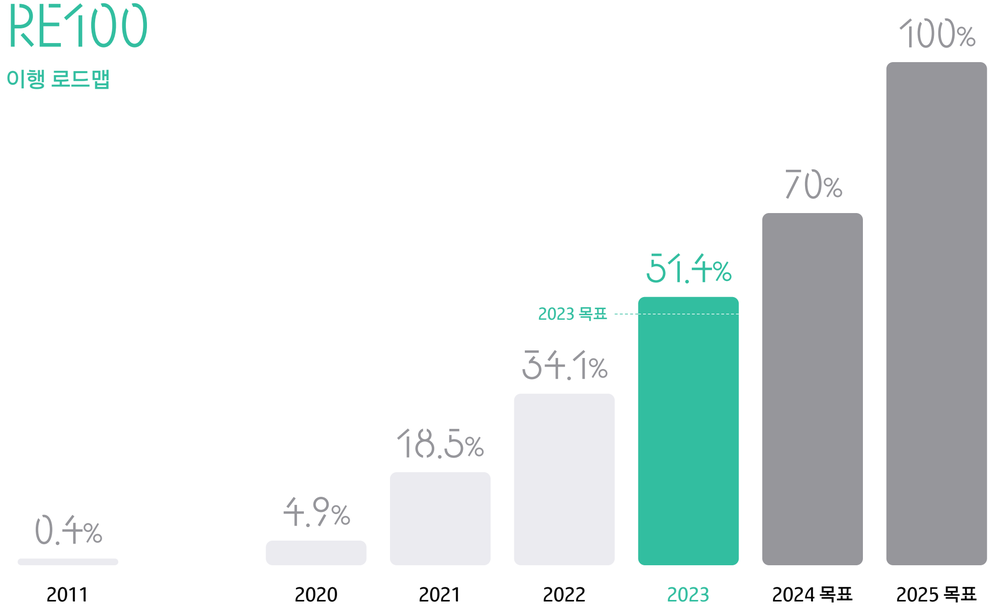
RE100

달성 방안



RE100

이행 로드맵



1) 아모레퍼시픽 기준

중대 이슈 관리 체계

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 2대 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.

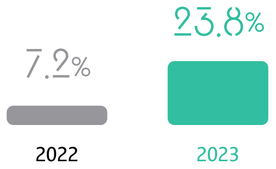
2 기후변화 대응과 에너지 관리

기후 리스크는 전 세계적으로 가장 시급한 과제입니다. 국가 차원에서 온실가스 배출량 관리를 강화하고 있으며, 이에 따라 아모레퍼시픽그룹은 기후변화 대응과 에너지 관리를 중대 이슈로 관리하고 있습니다. 아모레퍼시픽 전 사업장은 재생에너지 사용량을 적극적으로 늘려 2025년에 RE100을 달성하고자 합니다.

Metrics & Targets

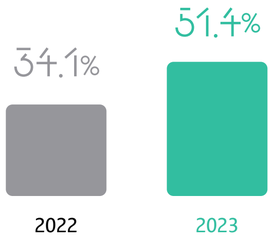
포장재 환경 영향[1)]

구분	내용
목표	· 2030년까지 플라스틱 포장재 100% 재활용, 재사용 또는 퇴비화 가능하도록 설계 · 2030년까지 플라스틱 포장재 30%에 재활용 또는 바이오 플라스틱 적용
지표	· 총 플라스틱 사용량 중 재활용 또는 바이오 플라스틱 사용 비율 · 재활용 또는 재사용 가능한 포장재 비율
실적	· 재활용 또는 바이오 플라스틱 사용 비율



기후변화 대응과 에너지 관리[1)]

구분	내용
목표	· 2025년까지 글로벌 전 사업장 재생에너지 100% 사용 달성
지표	· 에너지 사용량 · 재생전력 사용 비율
실적	· 재생전력 사용 비율



1) 아모레퍼시픽 기준

Chapter 3

Our Performance

환경 Environmental

30 환경경영
32 기후변화 대응
40 제품 안전
43 수자원 관리
44 환경영향 저감

사회 Social

49 일하기 좋은 직장 구현
53 인권경영
55 다양성 및 포용성
57 안전보건
61 공급망
65 고객 만족
71 정보보안
73 사회공헌

거버넌스 Governance

80 기업지배구조
83 리스크 관리
86 윤리경영

Environmental

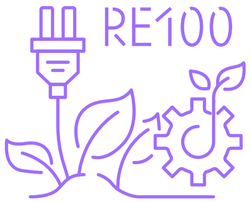
환경

2023 주요 성과

재생에너지 전환 확대

재생전력 사용 비율 51.4%[1)]

1) 아모레퍼시픽 기준



지속 가능한 팜유(RSPO 인증 팜유) 사용률

91.5%[1)]

1) 아모레퍼시픽 기준



환경경영

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

환경방침

아모레퍼시픽그룹은 기업 활동으로 인한 환경 영향을 최소화하고 환경 보전에 대한 사회적 책임을 다하고자 노력하고 있습니다. 자사의 환경 방침은 이러한 책임과 의무가 깊게 뿌리박힌 기업의식을 반영하며, 전 임직원이 환경 가치를 인식하고 업무의 모든 측면에서 이를 준수함으로써 순환 경제에 대한 책임을 성실히 이행하고 있습니다.

아모레퍼시픽그룹의 환경 보호 노력은 경영 활동의 전 과정에 광범위하게 통합되어 있습니다. 이를 위해 전사 차원의 환경 경영 시스템을 구축하고, 지속적인 평가 및 개선 절차를 통하여 환경에 미치는 영향을 점차 줄여나가고 있습니다. 뿐만 아니라, 공급망 전반에 걸친 환경 영향도 심도 있게 관리하기 위해 협력사 선정부터 환경 리스크를 고려하고, 끊임없는 소통으로 협력사들과 함께 주요 환경 이슈에 대응하고 있습니다.

환경방침

환경경영 관리 시스템

아모레퍼시픽그룹은 지속 가능한 환경 경영을 위한 본격적인 추진을 목표로 모든 생산 사업장에 환경경영시스템ISO14001을 도입하였습니다. 국제 표준에 부합하는 이 시스템은 제품 생산의 전 과정에 걸쳐 환경에 끼치는 부정적 영향을 줄이기 위한 실천 방안을 제공합니다. 그룹 내 각 사업장은 'Plan-Do-Check-Act'의 4단계로 구성된 안전, 보건, 환경SHE 관리 표준을 엄격히 준수하며, SHE 그룹 지침에 기반해 환경 관리를 위한 31개의 관리 항목을 설정하고 운영합니다. 리스크 중심 감사 체계를 통해 리스크 점수가 높은 사항을 우선적으로 개선하는 활동을 펼치고 있습니다.

아모레퍼시픽그룹은 환경사고에 대응하기 위한 체계도 강화했습니다. 매년 정기적으로 비상 상황에 대응하는 훈련을 실시하여 임직원들의 대응 능력을 키우고 있으며, 아모레 뷰티 파크에서는 내부 환경 관련 사규를 개정하여 환경 사고에 대응하는 절차를 강화했습니다. 폐기물의 운반과 보관, 내용물 및 반제품의 이동, 원료의 이동과 입고, 실험실 시약의 취급 등 다양한 상황에서 발생할 수 있는 환경 사고에 대비한 17개의 비상 대응 매뉴얼을 마련했습니다. 환경 사고 발생 시, 사전에 마련한 예방 및 대응 가이드라인에 따라 신속하게 보고하고 필요한 조치를 취하도록 의무화하고 있어, 모든 임직원들이 환경 보호에 적극적으로 참여하고 있습니다.

SHE 관리 표준

Plan	
규정 1	SHE 관리 시스템
규정 2	리스크 평가 및 관리

Do	
규정 3	법규 관리
규정 4	문서·기록 관리
규정 5	자원 관리
규정 6	교육 관리
규정 7	의사소통 관리
규정 8	파트너 SHE 관리
규정 9	비상사태 관리
규정 10	설비·시설 관리
규정 11	화학물질 관리
규정 12	특정물질 관리
규정 13	차량·하역 운반 기계 안전관리
규정 14	유해·위험 작업 관리
규정 15	작업 환경 관리
규정 16	건강·위생 관리
규정 17	방문자 안전관리
규정 18	출장 안전보건 관리
규정 19	행사 안전보건 관리
규정 20	어린이집 안전보건 관리
규정 21	안전 문화 관리
규정 22	물 관리
규정 23	대기·악취 관리

Do	
규정 24	폐기물 관리
규정 25	소음·진동 관리
규정 26	토양·지하수 오염 관리
규정 27	에너지·온실가스 관리
규정 28	환경영향평가

Check	
규정 29	모니터링 및 측정
규정 30	감사 및 지도 점검

Act	
규정 31	부적합 사항 개선

환경 규제 준수

아모레퍼시픽그룹은 대기환경보전법, 물환경보전법, 폐기물관리법, 잔류성오염물질 관리법, 소음·진동관리법, 악취방지법, 토양환경보전법, 화학물질관리법, 화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률을 준수하고 있습니다. 사업장 스스로 환경 법규 위반에 대한 리스크 정량평가가 가능하도록 환경 법규 리스크 진단절차와 기준을 표준화하였습니다. 아모레퍼시픽그룹의 환경담당자는 전문적인 환경 법규진단 교육을 수료 후, 사내외 전문가와 함께 진단팀을 이루어 사업장 간 상호 환경 법규 진단을 진행하고 있습니다. 이를 통해 환경 법규의 준수뿐 아니라 효율적 설비공정 운영과 사고 대응 능력을 갖춘 전문 역량을 함양하고 있습니다.

환경 법규 진단 프로세스

계획수립 및 진단 준비
- 계획수립 및 진단 준비
- 계획 수립 및 보고
- 서식 확정(Checklist)
- 진단 계획 안내 및 설명회
- 사전 자료 수집
- 심사자 교육
- 서류 평가

현장진단
- 오산 아모레 뷰티 파크
- 안성 헬스케어 생산 사업장
- 대전 데일리 뷰티 사업장
- 오설록 티팩토리
- 대전 코스비전 사업장
- 용인 R&I Center
- 김천 물류센터

진단결과 대책수립
- 진단 결과 Feedback
- 원인분석 및 개선계획 수립
- 중대 리스크 분석

보고
- 통합 보고서 작성
- 종합 결과 공유회
- 안전환경위원회 안건 상정

환경 성과 관리

아모레퍼시픽은 환경 보전과 지속 가능한 성장을 도모하기 위해 A MORE Beautiful Promise 5대 지속가능경영 전략 방향 하에, 에너지 사용과 폐기물 관리 같은 주요 환경 이슈에 대응하여 중장기적인 환경 목표를 설정하고, 이를 달성하기 위해 체계적인 관리 활동을 수행하고 있습니다.

이러한 환경 목표 실적은 경영진의 보상에 직접적인 영향을 미쳐, 경영진의 적극적 참여와 관심을 도모하고 있습니다. 더 나아가, 생산 부문의 사업장마다 설정된 '환경 운영 지수' 목표에 따른 월간 실적 모니터링을 통하여 관련 경영진 및 임직원의 핵심 성과 지표KPI와 연동시키고, 이를 통해 환경 성과 관리의 실행력을 한층 높이고 있습니다.

그리고 이러한 노력의 일환으로, 아모레퍼시픽 소속의 사업장 환경담당자들이 참여하는 환경에너지소위원회를 연 1회 이상 운영하여 환경 관리 성과와 경험을 공유하고, 상호 협력을 통해 사업장 운영상에서 발생하는 환경 문제 해결을 함께 모색하고 있습니다. 이는 각 조직이 관리하는 사업장 경계 안팎의 소통을 강화하여, 기업 전체의 환경적 책임감을 높이는 데 기여하고 있습니다.

환경 투자

아모레퍼시픽그룹은 제조 환경에서 수반되는 환경오염 저감과 재생에너지로의 전환을 위한 투자를 집행하고 있습니다. 대기로 방출하는 공기질 개선을 위한 노력의 일환으로 집진 시설의 기술적 개선을 강화하고, 대기 오염 방지 설비의 현대화를 추진하였습니다. 또한, 물 환경 보전을 위해 정제수 처리 공정의 효율성을 제고하고, 폐수 처리 시설 개선을 위한 신규 투자를 진행하였습니다. 에너지 관리 최적화를 위해 전력 절감 기기와 스팀 유량계 설치를 진행하였고, 사물인터넷 기술의 도입으로 운영 효율을 향상시켰습니다. 태양광 발전 설비의 설치를 확대하여 2023년에는 R&I Center, 김천 물류센터, 안성 헬스케어 생산 사업장에도 신규 투자를 진행하였습니다. 이러한 활동에 쓰인 2023년 기준 아모레퍼시픽그룹의 환경투자비는 약 24억 원, 환경운영비는 약 34억 원으로 집계되었습니다.

화학물질 통합관리 시스템

아모레퍼시픽그룹은 화학물질 통합관리시스템AP-CHEMS을 구축하여 사용하는 모든 화학물질을 안전하게 관리하고 있습니다. 우선, 신규로 도입되는 물질 및 사용 중인 화학물질에 해당하는 규제 검토를 진행하여 물질 정보를 데이터베이스화하고 있습니다. 규제 검토된 화학물질의 물질안전보건자료MSDS, 경고표지는 현장에서 출력하여 사용할 수 있도록 출력 기능을 제공합니다. 데이터베이스화된 전체 물질(원료, MRO, 시약 등)은 생산 사업장별 화학물질 현황/통계 조회를 통해 유해화학물질, 관리 대상, 작업측정 대상, 특수검진 대상, 위험물 등 규제 여부를 확인하여 산업안전보건법, 화학물질관리법, 위험물안전관리법 등에 대한 법규 준수를 이행합니다. 확보된 MSDS는 변경사항 발생 시 시스템을 통해 개정 검토가 이루어질 수 있도록 기능을 제공함으로써 통합적인 관리를 추진합니다.

기후변화 대응

아모레퍼시픽은 지속 가능한 미래를 위해 기후변화 이슈에 적극적으로 대응하고 있으며, 기후변화로 인한 리스크와 기회, 기후변화 대응 방향성 및 활동을 투명하게 공개하기 위한 목적으로 TCFDTask force on Climate related Financial Disclosure 프레임워크에 따라 이를 보고하고자 합니다.

Governance

기후 대응에 대한 이사회와 최고 경영진의 책임

아모레퍼시픽은 기후변화 대응을 위한 이사회의 감독 기능 강화를 위해 2021년에 이사회 산하에 ESG 위원회를 설치하여 기후변화 대응 이슈에 대한 정기적인 심의·의결 체계를 구축하였습니다.

또한 CEO 주관 지속가능경영위원회는 전사 차원의 기후 대응 전략과 목표를 수립하고, 효과적인 이행을 위해 관련 Function 간 협력을 촉진하는 Streering Committee로서의 기능을 수행하고 있습니다.

중대 리스크와 기회 식별

아모레퍼시픽은 TCFD 권고안이 제시하는 분석의 프레임워크에 기반하여, 정책, 시장, 산업 트렌드 분석을 통해 당사의 밸류체인 전반에 걸쳐 비즈니스와 관련된 기후변화 리스크 및 기회요인 풀Pool을 구성하였습니다.

그리고 외부 전문가 자문과 내부 관련 부서 검토를 거쳐 현재와 미래의 기업의 사업 활동과 재무 성과 및 재무 상태에 미칠 수 있는 가능성과 영향에 대해 모두 큰 이슈를 도출하였습니다. 이러한 분석을 통해 당사는 중요한 리스크 요인이 비즈니스 경쟁력을 강화할 수 있는 기회로서의 특성을 가지고 있다는 것에 주목하고 있습니다.

특히, 단기(2025년 이내)와 중기(2030년 이내)에 영향이 큰 리스크와 기회에 대해서는 중대 리스크와 기회 요인으로 분류하고, 세부적인 분석을 통해 우선 대응 이슈로 관리합니다.

Strategy

아모레퍼시픽의 기후변화 관련 리스크와 기회 분류체계와 주요 외부 동인

아모레퍼시픽의 기후 변화 관련 리스크와 기회는 전환 리스크, 물리적 리스크, 기회 요인으로 구분되며, 총 30개의 리스크(19개) 및 기회(11개) 요소로 평가하였으며 주요 내용은 아래와 같습니다.

전환 리스크transition risk		물리적 리스크physical risk		기회opportunity	
정책/규제	· 온실가스 배출 규제, 포장재 규제, 공시 의무 확대·강화	**급성**	**기후 변화에 따른 기상 재해 증가** · 폭우로 인한 침수 · 하천 범람으로 인한 홍수 · 태풍으로 인한 풍수해	**자원 효율성**	· 에너지, 원부자재 사용 관련 운영 효율성 증대
기술	· 저탄소 및 친환경 제품 수요 대응을 위한 R&D 비용 증가	**만성**	**장기적 기후 패턴의 변화** · 이상 고온 현상 증가 · 강우량 및 강수 패턴 변화에 따른 물 부족, 산불 증가 · 해수면 상승에 따른 해안 침수	**에너지**	· 에너지 사용량 절감을 통한 운영 비용 감소
시장	· 친환경 소비 트렌드 변화, 유통채널의 친환경 기준 강화 · 공급망 환경/탄소 비용 전가			**제품·서비스**	· 친환경 및 기후변화 적응 제품 개발을 통한 매출 기회 증대
평판	· 제품이나 사업의 환경영향, 기후대응 활동에 대한 평가 저조로 인한 기업가치 하락			**시장**	· 친환경 제품 의무 구매정책 인센티브를 활용한 매출 기회 증대
				회복탄력성	· PPA 등 조달 방식 다변화를 통한 전력 비용 변동성 완화

기후변화 시나리오

기후변화 관련 리스크와 기회에 대한 분석에 미래 불확실한 기후 변화와 사회경제적 변화 경로를 고려하기 위해 당사는 기후변화 시나리오를 적용하였습니다. 전환 리스크와 기회 분석을 위해서는 국제에너지기구가 2022년 Global Energy and ClimateGEC Model을 통해 발표한 세 가지 온실가스 감축 정책 시나리오별 탄소가격을 반영하였습니다.

IEAInternational Energy Agency 시나리오 – 전환 리스크/기회 분석

국제에너지기구가 제시한 감축 목표 수준과 정책적, 기술적 수단 적용에 따른 글로벌 온실가스 감축 시나리오

시나리오	기온↑	가정	탄소가격
현 정책 유지 STEPSStated Policies Scenario	2.5도	현 정책 기조가 유지되는 것을 가정, 기 추진 중인 정책 수단, 감축 목표, 계획 고려	$0~$90/톤
선언 목표 달성 APSAnnounced Pledges Scenario	2.1도	각국 정부가 파리협약에 제출한 감축 목표와 장기 탄소중립 목표를 완전히 이행하는 것을 가정	$0~$135/톤
넷제로 달성 NZE2050Net Zero Emission by 2050 Scenario	1.5도	2100년까지 기온 상승을 1.5 이하로 제한하기 위해 에너지 부문의 2050년 넷제로 달성	$25~$140/톤

IPCCIntergovernmental Panel on Climate Change 시나리오 – 물리적 리스크 분석

온실가스 배출과 사회경제적 발전 경로에 대한 시나리오를 고려한 산업화 시기 대비 2100년까지 지구 기온 상승 전망치 시나리오

시나리오	기온↑	가정
SSPShared Socioeconomic Pathways1-2.6 Next Best	1.8도	상당한 온실가스 감축이 이루어지고 현재 대비 배출이 증가하지는 않지만, 2050년 후에야 넷제로 도달
SSP2-4.5 Middle of the Road	2.7도	20세기 중반에서야 본격적인 온실가스 감축이 이루어지며, 2100년까지 넷제로 도달하지 못함
SSP5-8.5 Avoid at All Costs	4.4도	최대 온실가스 배출 시나리오로서, 연간 온실가스 배출량이 2100년에 현재 수준의 두 배 까지 증가

Strategy

기후 리스크 및 기회 식별 결과

중대 리스크 주요 기회 Very High High Medium Low Very Low

구분	유형	대응 전략		중대성(영향)		
				단기	중기	장기
전환 리스크	정책/규제	T1	사업장 온실가스 규제나 탄소세 도입으로 인한 규제비용 부담 증대	Low	Very High	Very High
		T2	기후변화 대응 공시 범위 확대와 기준 강화에 따른 대응 비용 부담 증가	Very Low	Low	Low
		T3	제품 포장재 환경 규제 강화에 따른 이행 비용 증가	Medium	High	Medium
		T4	시민사회, 지역사회 이해관계자로부터 피소 또는 법적 제재	Low	Medium	Low
	기술	T5	저탄소/친환경 제품 수요 대응을 위한 R&D 비용 부담 증가	Medium	High	High
	시장	T6	친환경 제품 소비자 수요 대응 실패에 따른 매출 기회 손실	High	Very High	Very High
		T7	친환경 인증 원재료 수요 증가에 따른 조달 비용 상승	Low	Low	Low
		T8	핵심 공급망 탄소규제로 인한 원부자재 조달 가격의 상승	Medium	Very High	Very High
		T9	전력부문 탈탄소·에너지전환 비용 전가로 인한 전력비 상승	Low	Very High	Very High
	평판	T10	판매 제품이나 사업이 환경 파괴적인 사업으로 낙인	High	High	High
		T11	기후대응 활동에 대한 평가 저조로 인한 기업가치의 하락	Low	Medium	Medium
물리적 리스크	급성	P1	하천 범람으로 인한 사업 중단(매출 기회 손실) 및 자산 손실	High	High	High
		P2	폭우로 인한 사업 중단(매출기회 손실) 및 자산 손실	Medium	Medium	Medium
		P3	태풍 증가로 인한 사업중단(매출기회 손실) 및 자산 손실	Low	Low	Low
		P4	가뭄 심화에 따른 생산성 저하(농작물 생산량 감소 등)	Very Low	Very Low	Very Low
	만성	P5	물 부족 심화 따른 사업장 가동 중단, 용수 비용 증가	Very Low	Very Low	Very Low
		P6	폭염 일수 증가에 따른 생산성 저하 및 냉방비용 증가	Very High	Very High	Very High
		P7	해수면 상승에 따른 해안 홍수로 인한 사업 중단 및 자산 손실	Very Low	Very Low	Very Low
		P8	산불 빈도 증가에 따른 사업 중단 및 자산 손실	Very Low	Very Low	Very Low

구분	유형	대응 전략		중대성(영향)		
				단기	중기	장기
기회	자원 효율성	O1	제조단계 에너지 효율화, 재활용 증대 등을 통한 원가 절감	Low	Low	Medium
		O2	제조 사업장 용수 효율성 증대를 통한 용수비용 절감	Very Low	Low	Low
	에너지	O3	재생에너지 전력 전환을 통한 에너지 비용 절감	Medium	High	High
		O4	내연기관 차량의 전기차 전환을 통한 에너지 비용 절감	Very Low	Very Low	Very Low
		O5	에너지 관련 정책 보조금, 금융 지원 인센티브 활용	Very Low	Low	Low
	제품·서비스	O6	저탄소/친환경 제품 개발을 통한 매출 기회 증대	Very High	Very High	Very High
		O7	기후변화 적응형 신제품 개발을 통한 매출 기회 증대	Medium	Medium	High
		O8	친환경 포장재 기술 및 소재 개발을 통한 신사업 매출 창출	Low	High	High
	시장	O9	지속 가능한 녹색금융 상품 활용을 통한 자금조달 비용 절감	Very Low	Very Low	Very Low
		O10	친환경제품 의무 구매 정책 인센티브를 활용한 매출 기회 증대	Low	Low	Low
	회복탄력성	O11	재생에너지전력 PPA를 통한 전력 비용 변동성 완화	Low	Low	Low

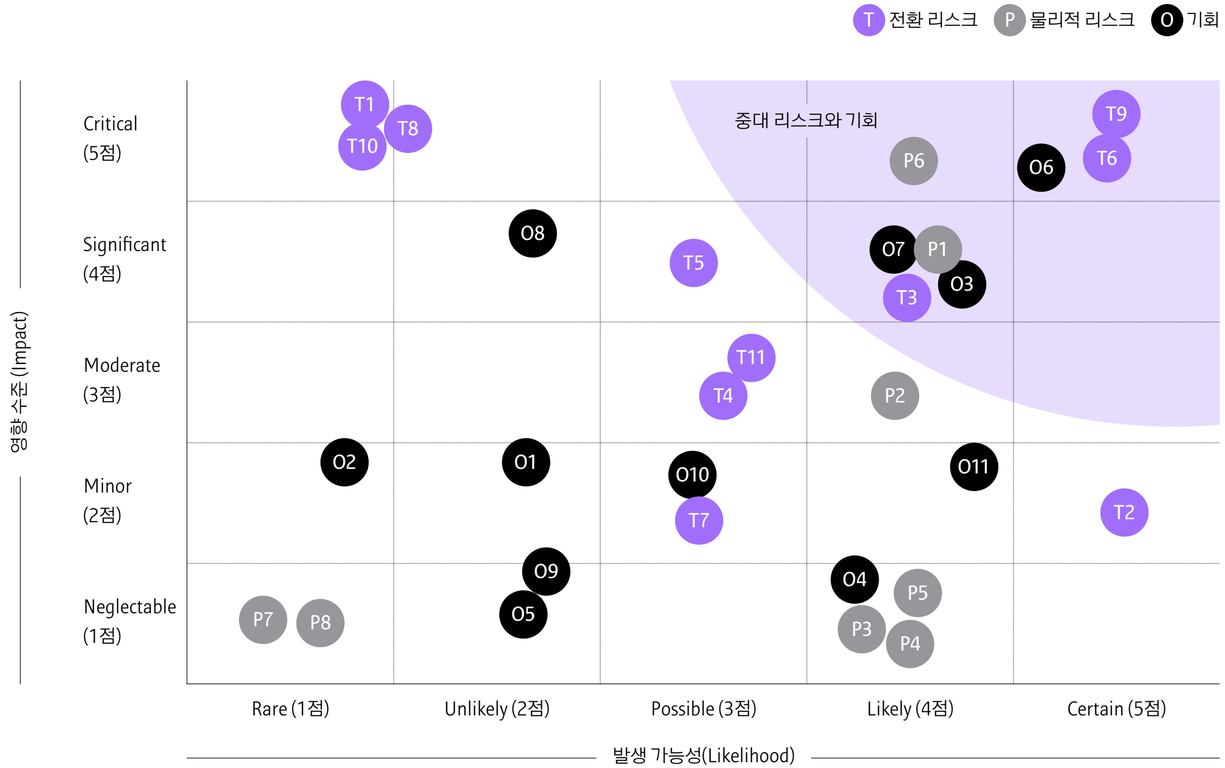
Strategy

중대 리스크와 기회 요인 식별

첫째, 탈 탄소 에너지 전환이 가속화됨에 따라 전력 부문의 온실가스 감축 부담이 전력 소매요금에 전가되어, 에너지 비용이 증가할 가능성이 높습니다. 한편, 재생에너지 전력의 효과적인 조달을 통해 전력 가격 변동성을 완화할 수 있는 기회를 확보할 수 있습니다.

둘째, 글로벌 소비 트렌드 변화에 따라 친환경 소비자의 행동과 유통 채널의 친환경 판매 전략 강화가 예상되며, 이에 대한 효과적인 대응 여부는 성장하는 친환경 제품 시장에서의 수익 창출 기회에 상당한 영향을 미칠 것으로 예상됩니다.

셋째, 이미 가시화되고 있는 기상 이변과 재해가 심화됨에 따라 전 세계적으로 온실가스 통제에 실패할 경우, 폭염과 폭우에 따른 재해에 직면할 가능성이 높아진다는 점을 주목하고 있으며, 폭염의 심화는 기능성 화장품 수요 증가로 이어져 새로운 수익 창출 기회도 제공할 것으로 전망됩니다.



전략의 회복탄력성

기후변화 대응 전략 수립을 위해 미래의 불확실한 전개 시나리오를 고려하여, 고강도 탄소 감축 시나리오(1.5도 기온 상승 억제)와 물리적 리스크가 극대화되는 시나리오(지구 기온이 4도 이상으로 상승)를 고려하였습니다. 당사의 재생에너지 전환 목표시점은 RE100에서 권고하는 전환 경로보다 빠르며, 효율적인 재생에너지 전환을 통해 직간접적인 탄소 비용 부담 리스크를 최소화할 것입니다.

한편, 전 세계적인 온실가스 감축 통제 실패에 따른 물리적 리스크가 극대화되는 시나리오 하에서의 영향을 검토하였고, 폭염과 폭우 및 하천 범람에 따른 침수 위험을 중심으로 리스크 모니터링과 대응 기반 구축을 추진할 예정입니다. 당사는 불확실한 환경 변화에도 적응력을 높일 수 있도록 지속적으로 전략을 고도화해 나갈 것입니다.

1.5도 기온 상승 억제 달성 경로 전개에 따른 전환 리스크 증대 시나리오

온실가스 감축 통제 실패에 따른 물리적 리스크 극대화 시나리오

주요 리스크와 기회		대응 전략 방향	회복탄력성 제고를 위한 접근방법
탈 탄소 에너지 전환 정책 강화	T9 [리스크] 탈탄소 에너지 전환비용 전가로 인한 전력 가격의 상승	탄소중립 기반 운영 혁신	· 2025년까지 글로벌 전 사업장의 RE100을 달성하여 외부 이해관계자 요구 대비 조기에 탈 탄소화 · 재생에너지 전환 추진 시, 자가 태양광, PPA를 통한 장기 고정 가격 조달 확대를 통해 전력 가격 상승과 변동성 리스크에 노출 최소화
	O3 [기회] 재생에너지 전력 전환을 통한 중장기 에너지 비용 절감		
제품에 대한 시장 수요와 규제 변화	T6 [리스크] 친환경 소비자 행동 변화로 인한 제품 수요 대응 실패	친환경 제품 경쟁력 강화	· 친환경 제품 기준 고도화를 통해 글로벌 선도 Beauty & Personal Care 제품 유통 채널의 요구와 고객 니즈 대응 기반 구축 · 4R 전략의 지속적인 추진을 통해 포장재 규제 강화에 따른 비용 · 부담과 매출 기회 손실 최소화
	O6 [기회] 고객 친환경 니즈에 부응한 친환경 제품 매출 기회 증대		
	T3 [리스크] 제품 포장재 환경 규제 강화에 따른 이행 비용 증가		
물리적 기후변화 심화	P1 [리스크] 폭우 및 하천 범람으로 인한 사업 중단 및 자산 손실	물리적 리스크 대응 기반 구축	· 전 세계적인 온실가스 배출 통제가 성공적으로 진행되지 못하는 시나리오에 대비하여 극한 기상 재해 리스크 모니터링을 강화하고, 공조 인프라, 방재 인프라 개선 및 강화 추진 · 기능성 제품 경쟁력 강화를 통해 기후 적응형 제품 시장 기회 실현
	P6 [리스크] 폭염에 따른 자산 가치 손상 및 비용 증가		
	O7 [기회] 기후변화 적응형 신제품 개발을 통한 매출 기회 증대		

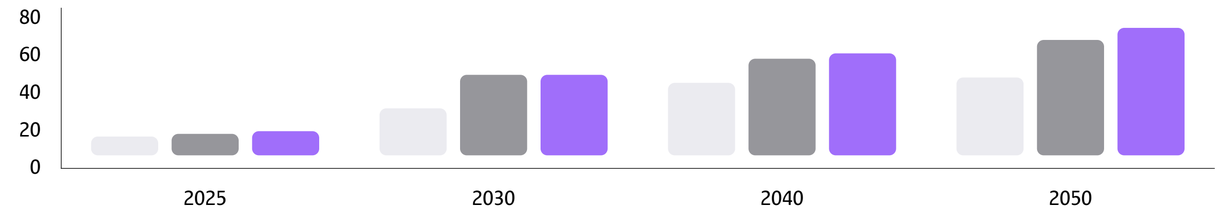
Strategy [1] 탄소중립 기반 운영 혁신

탈탄소 에너지 전환비용 전가로 인한 전력 비용 상승

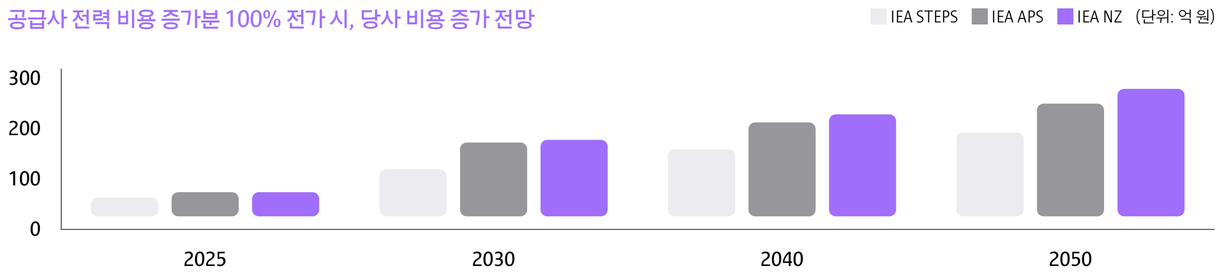
전력 부문에서 온실가스 감축 추진이 강화되고 있습니다. 한국의 경우, 정부는 2023년에 발전 부문 온실가스 감축 목표가 기존 44.4%에서 45.9%로 상향하였고, 재생에너지 의무 공급 목표가 상향되었습니다. 그리고 화력발전사의 온실가스 배출권 비용, 재생에너지 의무 공급 비용을 전력 소매요금에 반영할 수 있도록 하는 기후환경요금제가 도입되었습니다. 이러한 변화로 인해 발전 부문의 탈 탄소 에너지 전환을 위한 비용 부담이 전력 소매요금에 전가되어, 전력 구매 비용 상승 압력으로 이어질 것으로 예상됩니다.

전력 소매요금은 환경 급전에 의해 2022년 대비 최대 8.9% 그리고 재생에너지 공급의무로 인해 9.3% 증가하여, 2030년에 2022년 대비 약 최대 26.8% 증가할 수 있습니다. 이에 따라 아모레퍼시픽의 전력 비용은 매출액 대비 약 0.1%가 증가할 것으로 예상됩니다. 한편, 전력 단가의 상승은 공급사의 에너지 비용을 증가시켜 향후 구매 원부재료의 조달 단가의 상승을 야기하는 요인이 될 수 있습니다. 분석 결과, 넷제로 시나리오 하에서 전력 단가 증가 분을 모두 납품 단가에 전가할 경우 국내 원료와 포장재 구매 비용이 매출액 대비 약 0.2% 증가하는 것으로 나타났습니다.

사업장 전력 비용 증가 전망



공급사 전력 비용 증가분 100% 전가 시, 당사 비용 증가 전망



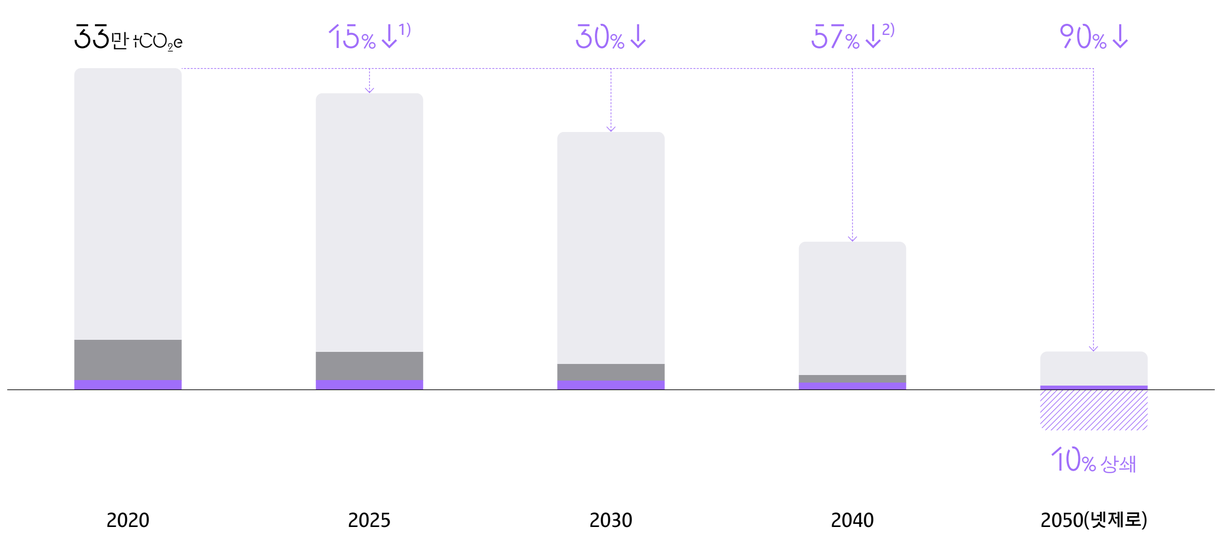
* 전력 소매요금 증가분은 2030년 발전원 구성 계획(10차 전력수급기본계획), 화력발전사들의 배출권 유상할당 구매 규모 전망, RPS에 따른 재생에너지 의무 공급 목표와 에너지경제연구원(2021) REC 가격 전망치, IEA 기후 시나오별 탄소가격 전망치를 적용하여 추정하였으며, 화력발전사들의 배출권 비용과 재생에너지 의무공급 비용이 100% 소매요금에 반영된다고 가정
① IEA NZ2050: 2050년 글로벌 넷제로 시나리오 (~1.5C 상승), ② IEA SPS: 각국 정부의 온실가스 감축 공약이 달성(~2.1C 상승), ③ IEA APS: 현재 각국 정부의 정책이 유지(~2.5C 상승)

아모레퍼시픽의 탄소 중립 기반 비즈니스 구현을 위한 전략 방향

글로벌 탄소중립 목표에 기여하고, 관련 정책 강화에 따른 재무적 리스크를 최소화하기 위해 아모레퍼시픽은 2050년까지 온실가스 넷제로 기반의 비즈니스를 구현하고자 합니다. 이를 위해 2023년에 과학기반 감축 목표 설정 이니셔티브인 SBTi 넷제로 Standard를 적용하여 2050년까지 전 밸류체인 넷제로 달성 목표와 이행 경로를 수립하였습니다.

사업장(Scope 1, 2) 중점 이행 수단으로 재생에너지 전환과 에너지 효율화를 추진하며, 잔여 배출량에 대해서는 산림 조성 등을 통한 탄소크레딧을 확보하여 상쇄할 예정입니다. 한편, 전 밸류체인 배출원 중 가장 큰 비중을 차지하는 공급망 배출을 감축하기 위해 핵심 원료와 포장재를 중심으로 저탄소 제품을 조달하고, 주요 공급사와 협력하여 에너지 재생에너지 전환과 온실가스 감축을 유도해나갈 것입니다. 이를 통해 공급망으로부터의 탄소 비용 증가 리스크를 완화하고, 고객의 사용 단계 탄소발자국 감축에 기여하고자 합니다.

2050 넷제로 로드맵



* SBTi 가이드라인에 따라 목표 수립 대상 배출량이 산정되고 감축률이 적용되었습니다. SBTi 검증이 진행 중임에 따라 위의 수치는 변경될 가능성이 있습니다.

1) 2030년 목표 대비 감축 비율이며 커버리지는 Scope 1과 2의 경우 기준연도(2020년) 총 배출량의 95%, Scope 3은 67%를 포함합니다.
2) 2050년 목표 대비 감축 비율이며 커버리지는 Scope 1과 2의 경우 기준연도(2020년) 총 배출량의 95%, Scope 3은 90%를 포함합니다.

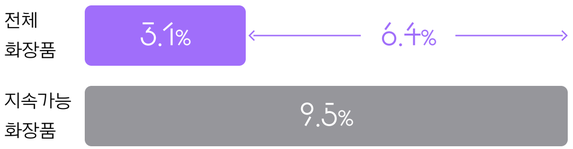
Strategy [2] 친환경 제품 경쟁력 강화

친환경 제품 시장 성장에 따른 주요 리스크와 기회

저탄소 친환경 제품 소비 트렌드 강화에 따른 친환경 제품 시장 성장

제품 포장재 경량 제품의 환경적 영향을 고려한 소비로 자신의 가치를 표출하는 소비 트렌드가 확산되고 있으며, 글로벌 유통 채널 기업들도 지속가능성 제품에 대한 마케팅을 강화하고 있습니다. 글로벌 시장 조사기관[1]의 전망에 따르면, 지속 가능한 화장품 제품은 Beauty & Personal Care 제품 평균 (3.1%)에 비해 2배 이상 빠른 연 9.5%씩 성장할 것으로 예상되었습니다.

2030년까지 연평균 시장성장률 전망



재무적 영향

당사가 친환경 제품에 대한 고객 니즈에 대응하는데 실패할 경우, 일반 제품과 지속가능성 화장품의 시장의 성장률 차이에 따른 시장 점유율 차이에 해당하는 매출 기회를 상실할 수 있습니다. 반면, 적극적인 친환경 제품 연구 개발과 효과적인 마케팅을 통해 친환경 제품 수요에 성공적으로 대응할 경우, 0.5–1.2% 수준의 매출 증대 효과를 창출할 수 있을 것으로 예상됩니다.

포장재 환경 규제에 따른 대응 비용 부담 증가

플라스틱 포장재 사용 증가에 따라 온실가스 배출, 생태계 파괴 이슈 해결을 위해 플라스틱 관련 규제가 강화되고 있습니다. 국내에서는 생산자책임분담제도EPR에 따라 '재활용 어려움' 등급의 포장재의 경우 10–20%의 분담금 할증 금액이 부과되며, 포장재 사용량과 재활용 등급에 따라 분담금 비용은 증가할 수 있습니다. 또한, 재활용 플라스틱 등의 대체 소재 사용에 따른 요구가 강화되고 있는데, 일반 소재 대비 재활용 소재 조달 비용이 약 20% 높아, 향후 비용 부담 리스크 요인이 될 것으로 예상됩니다. 이러한 포장재와 관련한 규제 대응에 적절히 대응하지 못할 경우 대체 소재 전환 비용 및 재활용 분담금은 2022년 대비 2030년에 약 2.4배 증가할 것으로 예상됩니다.

친환경 제품 시장 성장 대응 방향

아모레퍼시픽은 저탄소 친환경 제품에 대한 성장 트렌드에 대응하여 친환경을 지향하는 소비자들의 가치관 및 니즈를 충족시키기 위해 지속적으로 제품 개선 및 연구에 투자하고 있습니다.

포장재의 환경성을 개선하기 위해 4R 전략을 꾸준히 실행하고 있으며, 제품 환경 발자국을 측정하고 개선하기 위한 친환경 기술 개발을 가속화하고 있습니다. 지속가능성을 제품에 내재화하는 노력으로 소비자가 제품을 선택함에 있어 환경에 대한 영향을 줄이는 선택을 할 수 있도록 지원하며 친환경 제품에 대한 높아진 수요에 적극 대응함으로써 소비자와 환경 모두에게 이익이 되는 지속 가능한 비즈니스 모델로서의 역량을 강화해 나갈 것입니다.

1) Inkwoodresearch, beauty-and-personal-care-market

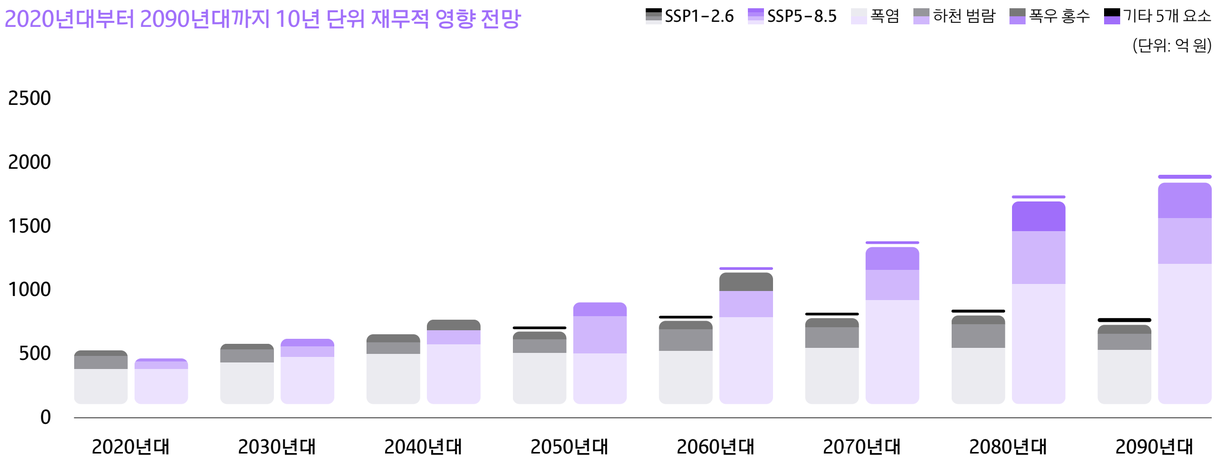
Strategy [3] 물리적 리스크 대응 기반 구축

기후변화 시나리오에 따른 8대 기후 위험 요소별 재무적 영향 분석

물리적 리스크 분석 접근 방법

분석 대상 범위	아모레퍼시픽은 한국의 17개 사업장(강북, 광주, 김천, 김해, 대구, 대전, 부산, 서울, 부산, 안성, 오산, 용인, 인천, 진천)과 중국 1개 사업장(상하이) 총 18개의 사업장을 분석하였습니다.
기후변화 시나리오 적용	물리적 위험 분석은 4개의 IPCC SSP 시나리오들에 대해 수행하였으며, 온실가스 감축 통제의 실패로 인해 지구 기온이 4도 이상으로 상승하여 물리적 리스크가 가장 높아지는 SSP5–8.5와 함께 적극적인 조기 온실가스 감축으로 지구 기온 상승을 0.9–2.3도로 제한하는 SSP1–2.6 시나리오를 주로 검토하였습니다.
분석 방법	S&P Global의 Climanomics® hazard modeling 툴을 사용하여 분석 대상 자산에 대해 기후 위험 예측과 사회경제 데이터, 계량 경제 모델링을 하였습니다. 이를 통해 8대 기후 위험(가뭄, 물부족, 산불, 태풍, 폭우 홍수, 폭염, 하천 범람, 해수면 상승)에 따른 영향을 10년 단위로 2100년까지 자산 장부가치 대비 손실액과 손실률로 평가하였습니다.
주요 분석 결과	물리적 기후변화로 인해 사업 중단이나 복구 비용, 자산 가치 저하로 인한 부정적 영향에 노출될 수 있는 것으로 나타났습니다. 8대 위험 요소들 중 폭염(64.4%), 하천 범람(19.3%), 폭우 홍수(14.3%)로 전체 영향 대비 98.0%(SSP5–8.5 시나리오 기준)으로 대부분을 차지합니다. 기후변화 시나리오에 따른 격차는 2000년대 중반 이후부터 점차 확대되어, 지구 기온이 4도 이상으로 상승하는 시나리오의 온실가스 배출량이 2도 내외로 통제되는 경우보다 2040년대부터 부정적 영향의 급격하게 증가하는 것으로 나타났습니다.

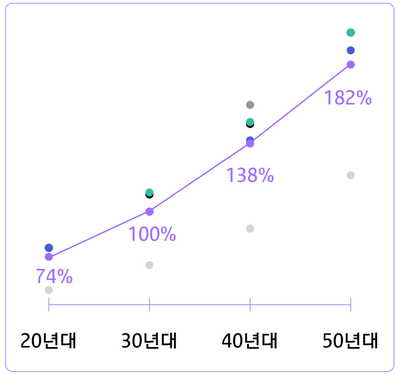
2020년대부터 2090년대까지 10년 단위 재무적 영향 전망



Strategy [3] 물리적 리스크 대응 기반 구축

주요 사업장(5개) 주요 물리적 리스크 노출 수준

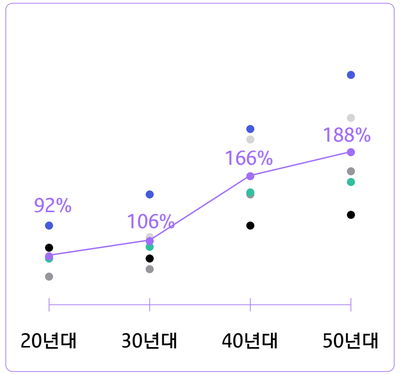
폭우 홍수* 발생 빈도 증가율
(베이스라인 기간 대비)



폭우로 인한 도심 홍수 발생 빈도는 지속적으로 증가하여 베이스라인 기간 대비 2020년대 74%에서 2050년 대에는 182%까지 증가할 것으로 전망되었습니다. 대전 데일리뷰티 사업장이 모든 기간 동안 도심 홍수 발생 빈도에 가장 많이 노출되는 것으로 분석되었습니다.

* 과거 100년 한 번 발생했던 규모의 폭우
(베이스라인: 1979년–2014년 평균)

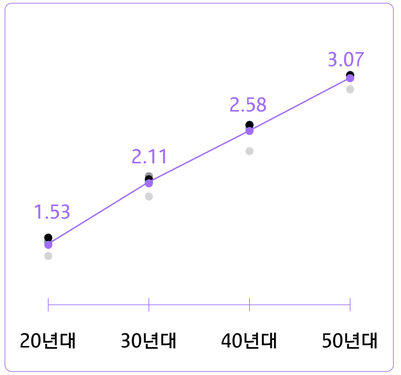
하천 범람* 발생 빈도 증가율
(베이스라인 기간 대비)



하천 범람으로 인한 홍수 발생 빈도는 베이스라인 기간 대비 2020년대에 92% 증가하며, 2030년대부터 급격하게 증가하여, 2050년대까지 188% 높아질 것으로 전망되었습니다. 주요 5개 사업장들 중 본사와 상하이 뷰티사업장이 상대적으로 리스크 노출이 큰 것으로 나타났습니다.

* 과거 100년 한 번 발생했던 규모의 하천 범람
(베이스라인: 1979년–2014년 평균)

일 최고기온* 증가
(℃, 베이스라인 기간 대비)



각 기간별 폭염 발생 가능성이 꾸준히 증가하여, 2030년대에는 베이스라인 기간 대비 최고 기온이 2.1도 올라갈 것으로 예상되며, 2050년대까지 최대 3도 이상으로 상승할 것으로 예상됩니다. 최고 기온 상승의 경우에는 주요 5개 사업장 간 편차가 미미한 것으로 나타났습니다.

* 일 최고기온 50th 백분위 수
(베이스라인: 1950년–1999년 평균)

● 본사 ● 오산 아모레 뷰티 파크 ● R&I Center/인재원 ● 대전 데일리뷰티 사업장 ● 상하이 뷰티사업장 ● 주요 5개 사업장 평균

물리적 리스크의 특징과 중점 대응 방향

주요 리스크와 특징 (2030년 이내)		전략적 대응 방향	
폭염	폭염 시기 일 평균 최고 기온이 베이스라인 기간(1950년–1999년) 대비 2030년까지 1.5도, 2050년까지 3.1도까지 상승할 수 있는 것으로 나타났습니다(SSP5–8.5 시나리오). 2030년 기준 자산 가치 및 사업 손실이 발생할 수 있는 포텐셜은 매출액의 0.4% 수준입니다. 피해 항목별로 살펴보면, 공조 인프라 성능 저하로 인한 자산 가치 손실(86%)이 가장 큰 비중을 차지하며, 생산성 감소(8%), 냉방 비용 증가(6%)가 그 뒤를 잇고 있습니다.	공조 시스템의 에너지 효율화·최적화를 위한 투자 강화	재무적 영향의 비중이 높은 공조 인프라 설비 기능 유지와 냉방비용 절감에 초점을 맞춰, 에너지 효율화와 운영 최적화를 위한 활동을 강화할 것입니다. 특히, 에너지 효율화는 온실가스 넷제로 달성과 중장기 에너지 비용 절감을 위해서도 중요한 요소이므로 내부 탄소가격 프로그램 도입 등을 통해 투자 활동을 촉진하고자 합니다.
폭우 및 하천 범람	기후변화로 인해 100년 한번 발생했던 폭우로 인한 침수나 홍수 발생 확률이 베이스라인 기간 (1979년–2014년) 대비 2030년까지 최대 120%까지 증가할 수 있는 것으로 나타났습니다. 이러한 재해 발생 시, 2030년 기준 매출액의 약 0.1% 수준의 자산 가치에 영향이 발생할 가능성이 있으며, 설비 등의 손상 복구를 위한 비용(89%)이 가장 큰 비중을 차지하며, 일시적 조업 중지에 따른 생산성 감소(11%)는 상대적으로 비중이 낮은 것으로 분석되었습니다.	극한 기상 위험 모니터링 강화 및 주요 핵심 사업장 방재 인프라 보강	전문기관의 기후변화 전망과 기상 지도를 활용하여 주요 사업장 소재 지역에 대한 기상 위험 모니터링을 강화하겠습니다. 그리고 주요 5개 사업장에 대해서는 단계적으로 기후변화로 인한 극한 강우 조건 심화에 따른 대응 인프라 수준을 진단하고, 필요시, 방재 인프라 보강을 추진할 예정입니다.

Strategy [3] 물리적 리스크 대응 기반 구축

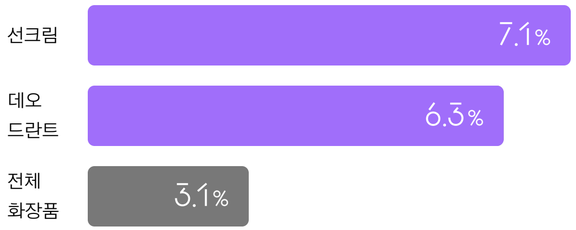
기후 적응형 제품 시장 기회

기후 변화가 심화됨에 따라 변화하는 기상 조건(폭염, 일사량 증가 등)에 맞는 기능성 제품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상됩니다.

글로벌 시장 조사기관[1]의 조사와 전망에 따르면, 2030년까지 선케어 제품의 경우 연 7.1%, 쿨링 기능성 데오드란트 제품은 연 6.3%씩 성장할 것으로 예상되며, 이는 전체 화장품 시장 성장률(3.1%) 대비 두 배 높은 수준인 것으로 나타났습니다.

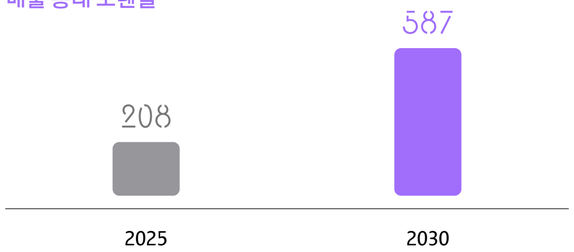
시장 수요에 부응하는 제품 개발과 마케팅을 통해 당사가 전체 시장 성장 추세를 따라갈 경우, 2025년에는 약 208억 원, 2030년에는 약 587억 원 규모의 매출 증가 포텐셜이 기대됩니다.

제품별 2030년까지 연평균 시장 성장률



기후적응형 제품(선케어/쿨링 기능성 제품) 매출 증대 포텐셜

(단위: 억 원)



기후적응형 제품시장 대응 방향

기후변화로 인한 이상 고온 현상이 혹서기 사업장 냉방 비용 증가나 공조 시스템 기능 저하 등의 물리적인 리스크를 야기할 수 있는 반면, 선케어나 쿨링 기능성 제품 시장 수요와 기능에 대한 니즈를 변화시켜, 관련 제품의 추가적인 판매 기회로 부상할 수 있다는 점에 주목합니다. 향후 기후변화가 심화될 경우, 자외선 복사량 증가로 자외선 차단 또는 자외선에 의해 손상된 피부 회복을 위한 스킨케어 판매량이 지속적으로 증가할 것으로 전망됩니다. 이에 당사는 폭염 등 극한 기상 조건 변화에 따른 기능성 제품의 시장 동향과 고객 니즈를 면밀하게 모니터링하고, 선케어 중심의 상품혁신과 아모레퍼시픽 특화 솔루션 개발 확대를 추진할 것입니다.

1) Euromonitor, Sun Care & Deodorants in World

Risk Management

전사 리스크 관리 체계 내 통합

식별된 기후변화 관련 중대 리스크에 대해서는 전사 차원의 리스크 관리에 반영되며, 전사 경영계획 달성을 저해할 수 있는 중점 대응 리스크를 선정하여 사전 회피 또는 사후 대응을 위한 관리 계획을 수립합니다. 중점 대응 리스크별 관리 담당 부서는 적시에 필요한 조치가 이루어질 수 있도록 실행 과정에서 주기적으로 대응 현황을 모니터링하고, 개선 활동을 수행합니다.

전사 리스크 관리부서는 연간 단위 리스크 대응 성과 점검 결과를 종합하고, 향후 관리 개선을 위한 방안을 수립하여 최고 경영진과 이사회에 보고합니다. 최고 경영진과 이사회 산하 ESG위원회는 리스크 관리 계획과 모니터링 결과를 점검하고, 효과적인 실행을 위한 피드백을 제공합니다.

리스크 식별 및 평가	리스크 관리 계획 수립	리스크 대응 및 관리 수행	평가 및 피드백
· 글로벌 기후 공시 기준과 대내외 환경 변화를 고려하여 아모레퍼시픽이 영위하는 사업과 관련된 기후 변화 관련 전환 리스크, 물리적 리스크를 목록화 · 발생 가능성, 사업적 재무적 영향 관점에서 단기, 중기, 장기 중대 리스크 요인 평가 · 전사 경영계획 달성을 저해할 수 있는 중점 대응 리스크 선정	· 중점 대응 리스크별로 관리 담당 부서가 사전 리스크 발생 회피 또는 사후 대응을 통한 사업 연속성 관리 관점의 대응 계획 수립 · 전사 리스크 관리 부서가 리스크 관리 계획을 종합하여 최고 경영진에게 보고하고, 최고 경영진이 승인 · 이사회 산하 ESG위원회 보고	· 각 담당 부서는 리스크 대응 및 관리 과제를 수행 · 전사 리스크 관리 부서는 주기적인 모니터링을 통해 이행 현황을 점검하고, 주요 보완 필요 영역에 대한 피드백 제공 · 모니터링 결과 리스크 관리 계획의 중요한 변경이 필요한 경우, 최고 경영진 보고를 통한 계획 보완 및 개선방안 마련	· 각 담당 부서는 연간 단위로 리스크 대응 및 관리 성과를 점검하고, 주요 개선 과제 도출 · 전사 리스크 관리 부서는 리스크 관리 계획 실행 결과에 대한 최고 경영진 및 이사회 보고 · 각 담당 부서의 수행 성과에 대한 점검 결과와 향후 개선을 위한 피드백 제공

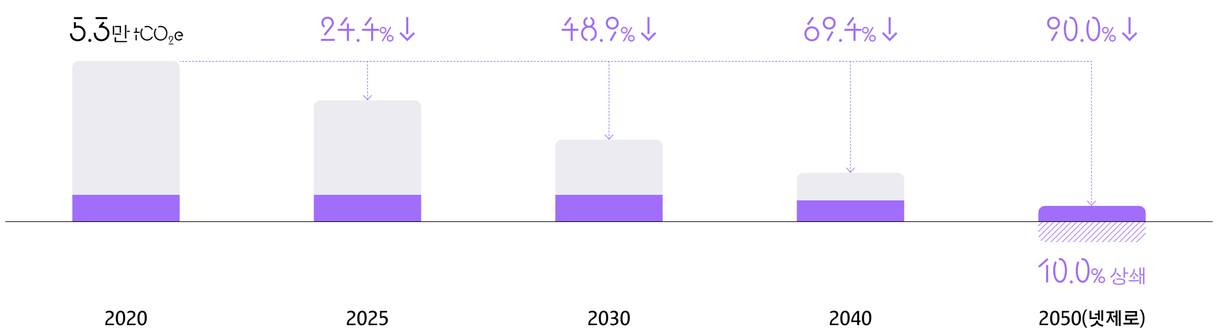
Metrics and Targets

사업장 넷제로 및 재생에너지 전환

아모레퍼시픽은 2023년에 기준연도인 2020년 배출량 대비 40%의 온실가스를 감축하였습니다. 이는 2022년에 달성한 28%의 감축률에서 지속적으로 낮아진 배출량으로 2020년부터 2030년까지 감축 목표 경로보다 낮은 수준입니다.

주요 기여 요인은 2023년에는 2022년과 대비하여 자가발전(태양광) 설치용량이 3.59MW에서 5.58MW로 증가하면서 자가발전 비중이 약 5% 상승한 것이며, 직·간접 PPA 및 VPPA를 통한 재생에너지 조달량의 증가도 온실가스 감축에 기여하였습니다.

사업장(Scope 1, 2) 넷제로 로드맵[1)]



1) SBTi 기준에 따라 Scope 1, 2의 목표 대상 배출량의 커버리지는 95%입니다. 검증이 진행 중임에 따라 감축 목표는 추후 변경될 수 있습니다.

중점 추진 전략

1. 에너지 절감 및 효율 개선

전사 에너지 TFT 운영을 통해 매년 5% 자체 감축 목표 지속적 이행

- (기술) 고효율 장비 교체, 보일러 연료 전환
- (문화) 임직원 인식 제고 캠페인 전개
- (공정 개선) 공정 효율 향상, 폐열회수 시스템 도입

2. 재생에너지 전환

다양한 이행수단을 통한 RE100 로드맵 실행

- 태양광 자가발전 시설 설치 확대
- 장기 조달 계약을 통한 안정적 재생에너지 확보
- 재생에너지의 간헐성을 보완할 수단 활용

3. 잔여배출량 상쇄

탄소 흡수/제거 사업 추진 및 크레딧 확보

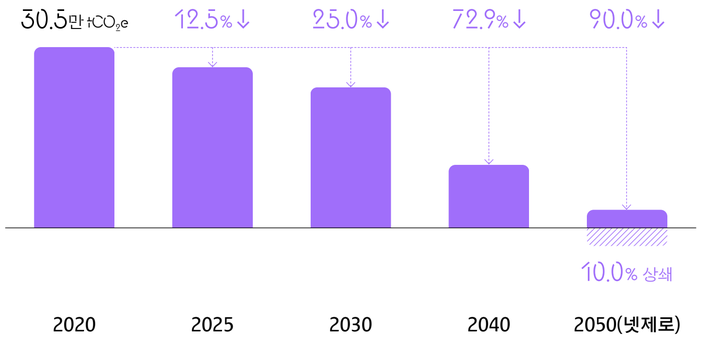
- (단기) 국내 산림 식재 사업 등을 통한 탄소상쇄
- (장기) 주요 수출 개도국 탄소 흡수/제거 프로젝트를 통해 탄소 크레딧 확보

공급망(Scope 3) 온실가스 배출량

아모레퍼시픽은 과학기반 감축 목표 이니셔티브인 SBTi의 기준에 맞추어 2050년까지 scope 3 온실가스 배출 넷제로를 달성하는 목표를 설정하였습니다. Scope 3 배출 감축은 공급망 배출에 초점을 맞추어 추진될 것이며, 친환경 상품 혁신 전략 이행을 통한 제품 전 과정 탄소 저감 및 공급망 탄소 관리를 통해 달성할 계획입니다.

공급망 탄소관리를 위해 온실가스 배출량에 대한 실 데이터 기반 측정을 고도화할 것입니다. 그리고 지속적으로 감축 협력 파트너십을 구축하여 협력사 사업장 배출 감축을 위한 에너지 절감 역량 강화와 감축 실비 투자 지원 등의 활동을 전개할 것입니다. 이를 통해 공급망의 탄소발자국을 줄이고, 탄소비용 부담이 당사의 원가 부담 증대로 이어지는 리스크를 관리해 나갈 예정입니다.

공급망(Scope 3) 넷제로 로드맵 및 중점 추진 전략[1)]



친환경 상품 혁신 전략

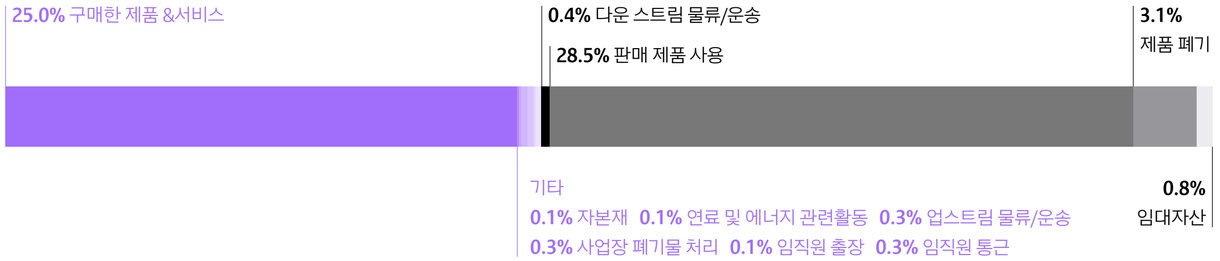
- 포장재 4R 전략의 강력한 이행
- 상품 개발 패러다임 전환
- 친환경 혁신 기술 개발 가속화

공급망 탄소관리

- (측정) 협력사 실 데이터 기반 탄소 측정
- (감축) 협력사 사업장 배출량 저감 자사 Scope 3 감축
- (지원) 협력사 탄소관리/에너지 절감 역량 강화, 설비 투자 지원 등

1) SBTi 기준에 따라 Scope 3의 목표 대상 배출량의 커버리지는 90%입니다. 검증이 진행 중임에 따라 감축 목표는 추후 변경될 수 있습니다.

2020년(기준연도) Scope 3 온실가스 배출량



* 넷제로 목표는 SBTi 기준에 따라 국제적으로 검증 및 승인 받은 목표이며, 공급망배출량 중 판매 제품사용에 따른 배출량은 필수요구항목이 아니므로 목표에서 제외되었습니다.

제품 안전

아모레퍼시픽그룹은 제품 안전성을 우선시하여, 개발 초기 단계부터 사용 마지막 단계까지 전 과정을 체계적으로 관리합니다. 국제 규제를 충족시키는 것은 물론, 엄선된 자체 품질 기준을 설정하여 성분 선정부터 최종 제품까지의 안전성을 보장합니다.

고객 안심 품질 기준

아모레퍼시픽은 미국, 유럽, 일본, 중국, 아세안 지역 등 진출한 국가들의 법률 및 규정을 철저히 준수하고 있습니다. 더불어, 글로벌 화학물질 규제, 화장품 안전, 환경과 관련된 영역에서의 최신 안전성 평가 트렌드를 면밀히 모니터링하고 있습니다. 이러한 폭넓은 기준을 연구하고 조직 내에 내재화하는 과정을 통해, 아모레퍼시픽만의 엄격한 품질 기준이 마련되었습니다. 아모레퍼시픽은 법적으로 허용되는 성분이라 할지라도 고객 관심도와 안전성 연구 결과 등을 심도 있게 고려하여 고유의 내부 기준에 따라 파라벤, 트리클로산, 벤조페논류, 일부 색소, 그리고 특정 자외선 차단 성분 등의 사용을 제한하고 있습니다.

투명한 성분

화장품 성분 검색서비스

아모레퍼시픽은 고객들이 아모레퍼시픽 기업 홈페이지를 통하여 화장품 성분에 대해 궁금한 정보를 손쉽게 얻을 수 있도록 지원하고 있습니다. 검색 기능을 활용해 특정 성분에 대한 정보를 간편하게 찾아볼 수 있고, 성분의 출처와 채취 방법, 그리고 그 성분이 피부에 제공하는 효과에 대해 상세하게 알아볼 수 있는 서비스를 구축하였습니다. 이는 고객이 정보에 입각한 선택을 할 수 있도록 도와주며, 그들의 알 권리를 충족시키고자 하는 아모레퍼시픽의 노력의 일환이기도 합니다.

Ingredients Glossary

원료 품질 관리 프로세스

원료의 화학적 특성 및 제조 공정 평가

물질안전보건자료(MSDS)와 안전성 자료 확보

국내외 규제 동향 및 연구 결과 검토

인체 및 환경에 대한 잠재적 영향 평가 방법 개발

제품 안전성 검증 프로세스

Step 1. 엄격한 성분 선택

- 유해 성분 배제 및 성분별 엄격한 배합 기준 정립
- 수십 년간 축적된 성분 연구 기술력과 5만 개 이상의 데이터베이스 확보

Step 2. 깐깐한 원료 관리

- 실사용보다 높은 농도로 깐깐하게 안전성 테스트 진행 (동물대체시험법, 피부 자극 테스트, 피부 알러지 테스트 등)

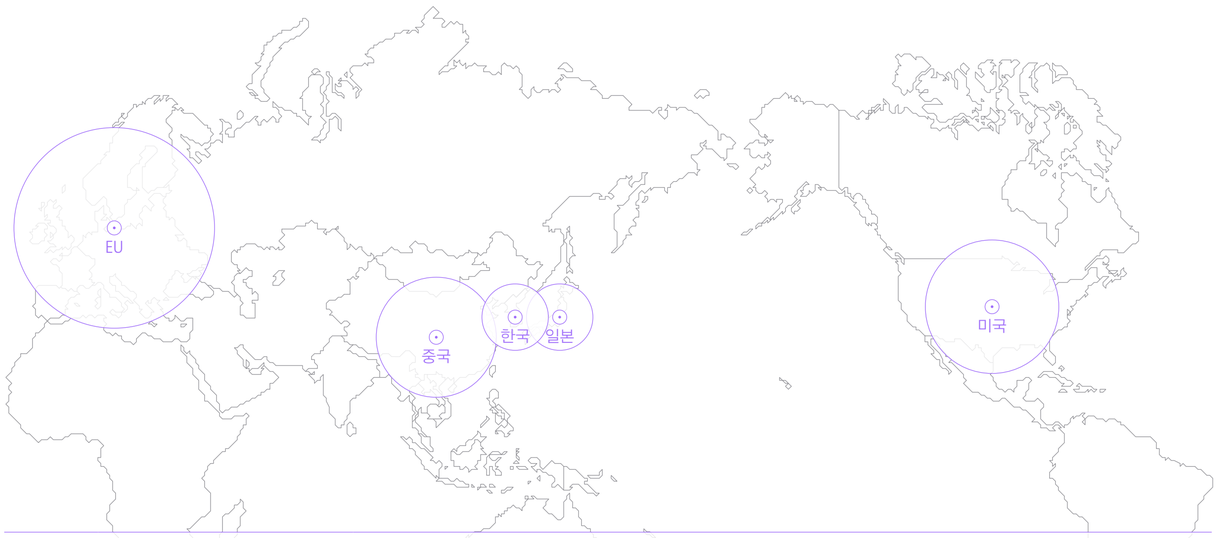
Step 3. 다양한 안전성 평가

- 제품 생산부터 완제품까지 글로벌 품질 기준 준수 및 다각도의 안전성 평가 진행(민감 피부·두피 테스트, 피부 및 눈 자극·자극감 테스트, 피부과 테스트, 논코메도제닉 테스트 등)

Step 4. 철저한 사후 관리

- 제품 사용 후 발생하는 이상 반응, 불만 사항을 모니터링 및 분석
- 피부 클레임 관리 시스템 기반 체계적인 고객 대응 및 제품 개발·개선 반영

아모레퍼시픽 제품 안전 관리기준이 준수하고 있는 규정 중 일부



국가	관련 부처	규정
한국	식품의약품안전처	화장품법, 화장품 안전기준 등에 관한 규정, 화장품의 색소 종류와 기준 및 시험방법, 약사법, 대한약전(KP), 의약외품에 관한 기준 및 시험방법, 대한민국약전외 한약(생약)규격집, 식품위생법, 식품의 기준 및 규격, 식품첨가물의 기준 및 규격 등
	환경부	화학물질관리법, 화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률, 제한물질·금지물질의 지정, 먹는물관리법, 먹는물 수질기준 및 검사 등에 관한 규칙, 생활화학제품 및 살생물제의 안전관리에 관한 법률 등
EU	European Commission (유럽위원회)	No 1223/2009 (화장품 규정), No 1333/2008 및 1925/2006 (식품첨가물 규정) 등
	ECHA (유럽화학물질청)	No 1907/2006 (화학물질의 등록/평가/승인/제한에 관한 규정, REACH), Candidate List of SVHC for Authorisation(고위험우려에 따른 허가물질 후보), No 1272/2008 (화학물질의 분류/표시/포장에 관한 규정, CLP), CMR List (발암성/돌연변이성/생식독성 물질 목록) 등
	그 외	European Pharmacopoeia (유럽 약전, EP), EFSA (유럽 식품안전청) 및 SCCS (유럽 소비자안전과학위원회) Opinion 등
미국	FDA	US Code(USC) Title 21 및 21 Code of Federal Regulations(CFR) (식품, 의약품, 화장품 관련 연방 규정), Microbead-Free Waters Act of 2015 (미세플라스틱 청정 해역 법안), OTC Monograph (일반의약품 기준) 등
	그 외	United States Pharmacopeia(미국 약전, USP), Proposition 65 (캘리포니아주 식수 안전 및 독성물질 관리법), 각 주(州)별 화장품/식품 규정, CIR(미국 화장품원료검토위원회) Report 등
중국	NMPA (国家药品监督管理局, 국가약품감독관리국)	化妆品监督管理条例(화장품감독관리조례, 화장품법), 化妆品安全技术规范(화장품안전기술규범), 化妆品安全评估技术导则(화장품안전성평가기술지침), 化妆品注册备案管理办法(화장품 등록/허가/관리 방법) 등
일본	후생노동성	化粧品基準(일본 후생노동성 화장품기준), 日本薬局方(일본 후생노동성 약전) 등
그 외		Health Canada Cosmetic Ingredient Hotlist(캐나다 보건국 화장품 제한/금지 물질 목록) IARC Classifications(국제암연구소, 발암물질 분류 목록) IFRA Standards on Fragrance Ingredients(국제향료협회, 향 성분 기준) 등

환경영향 평가 기술 개발

환경 보호에 대한 관심이 증가함에 따라, 아모레퍼시픽그룹은 고객들이 선호하는 친환경 제품 개발에 초점을 맞추고 있습니다. 2015년부터 국내 화장품 업계 최초로 수생 환경 독성을 측정할 수 있는 시험법을 채택해, 제품과 성분이 환경에 주는 영향을 연구하고 있습니다. 이를 통해 생분해성이 높고, 생물축적성과 생태독성이 낮은 성분을 선별하여 환경 영향을 최소화하는 제품 개발에 집중하고 있습니다.

환경 영향 점수화 알고리즘

생분해성
환경 중에 방출된 유기물질이 미생물에 의해 분해되는 정도

생물 축적성
환경 속의 특정한 물질이 생물체 안에 축적되어 먹이사슬을 거치면서 생체 내의 농도가 증가하는 정도

생태 독성
특정 종류의 화학물질이 생태계의 생물에 악영향을 미치는 정도

성분별 점수화·합산

제품 점수

제품 생애주기 분석

아모레퍼시픽그룹은 제품의 생산부터 포장, 사용, 그리고 폐기까지 전 제품의 라이프사이클 과정에서 제품이 순환되고 환경, 사회 영향을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다. 특히 전 생애주기에서 발생하는 탄소발자국을 산정하고자 ISO 14040, ISO 14044, ISO 14067을 고려하여 전 과정 평가LCA, Life cycle Assessment 체계를 구축하였고, 이에 따라 제품 탄소발자국PCF, Product Carbon footprint 산출 방법론을 수립하여, 이니스프리의 주요 수출 제품 위주의 제품 탄소 배출량을 산정하였습니다.

전사적 참여와 확대를 고려하여, PCF 산정을 위한 지속가능경영센터, R&I, SCM 조직 구성원으로 이루어진 TF를 구성하였으며, 제품 원료부터, 패키지, 물류/운송, 폐기 단계까지 원활하게 검토될 수 있도록 하였습니다. 구축된 평가 프로세스는 향후 외부 검증을 통해 신뢰성을 확보할 예정이고, 탄소 배출뿐만 아니라 물과 자원 등 환경 전반에 미치는 영향까지 정량화 및 세분화될 수 있도록 관련 체계를 고도화할 것입니다.

아모레퍼시픽 제품의 생분해성 성분 함량 분석

라네즈 래디언씨 더블 액티브 브라이트닝 에센스
(생분해성 성분 함량 99.5%)



려 루트젠 여성 맞춤 탈모증상전문케어 샴푸
(생분해성 성분 함량 96.1%)



해피바스 오리지널 컬렉션 바디워시
(생분해성 성분 함량 99%)



특정 성분 배제 기술

아모레퍼시픽그룹은 고객이 원하지 않는 성분을 배제하면서도 제품 성능을 유지하는 기술을 지속적으로 연구하고 있습니다. 보존제 없이도 품질을 보장하고, 무향료임에도 불쾌한 냄새를 방지하며, 계면활성제가 없어도 효과적으로 세정할 수 있게 합니다. 우리는 극미량 분석과 교차 오염 방지 같은 기술을 통해 이러한 제형 개발을 과학적으로 뒷받침하고 있습니다. 제품에는 'Free' 또는 '무無' 표시를 통해 해당 성분이 배제되었음을 소비자에게 알리며, 법적으로 금지된 성분에 대해서는 표기를 사용하지 않음으로써 과장된 광고를 하지 않습니다.

무無 보존제 기술	· 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	· 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	· 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 동물대체시험법 연구에 오래전부터 앞장서 왔습니다. 직접적으로는 1994년부터 동물대체시험법 연구에 참여해 왔으며, 2008년부터는 자체적인 동물실험을 중단하였고, 2013년에는 협력사를 포함해 동물실험을 전면 금지하였습니다. 이는 대한민국에서 화장품에 대한 동물실험 금지가 법제화된 2017년보다 훨씬 빠른 조치였습니다. 자체 개발한 시험법뿐만 아니라 OECD 가이드라인 및 ECVAM 공인 시험법과 같은 신뢰할 수 있는 국제적 방법을 활용하여, 제품의 안전성을 철저히 검증합니다.

아모레퍼시픽의 연구 개발 노력은 국제 연구 진행과 논문 및 특허 출원 결과로도 입증되고 있으며, 해외 학회에 지속적인 학술 성과를 발표하며 국제적으로 인정받고 있습니다. 최근에는 3D 하이브리드 인공 조직 개발을 통해 인체 장기와 혈관 모사 기술을 발전시키고 있으며, 피부 투과 예측 프로그램과 관련 DB 구축에도 매진하고 있어 차세대 동물실험 대체 연구를 선도하고 있습니다.

2023년에는 글로벌 동물실험금지 협의체인 ICCS(International Collaboration on Cosmetics Safety)에 국내 최초로 가입함으로써, 동물대체시험법의 글로벌 확산을 가속하고 동물 복지 증진에 대한 범지구적 논의를 이끌기 위한 노력을 시작했습니다.

비건 소재 기술 개발

아모레퍼시픽은 동물성 원료를 대체할 수 있는 비건 소재 기술을 개발하고 발전시키고 있습니다. 아모레퍼시픽은 국내외의 여러 법적 규제들보다 더 엄격한 기준을 가지고, 안전성과 품질이 검증되고 생명윤리에 어긋나지 않는 극히 일부의 동물성 원료만 사용해 왔습니다. 그러나 이러한 동물성 원료 또한 대체할 수 있는 기술 개발에 성공하며 비건 소재 기술을 지속적으로 개발하고 확장해 나가고 있습니다. 예를 들어 어류로부터 얻었던 스쿠알렌을 올리브와 같은 식물에서 얻어내거나, 피쉬 콜라겐과 동일한 효능을 가진 콜라겐 성분을 바이오 재조합 기술로 구현하는 등의 사례를 확인할 수 있습니다. 이처럼 아모레퍼시픽은 과학기술의 혁신을 끊임없이 추구하고, 다양한 연구 개발을 통해 세상에 가치 있는 아름다움을 전하고자 노력하고 있습니다.

민감 피부 연구

아모레퍼시픽그룹은 1988년 국내 최초로 민감 피부 전문 브랜드 '순정'을 출시하며, 민감 피부에 대한 연구에 주력해 왔습니다. 이를 위해 국내의 주요 병원들과 협력하여 신뢰할 수 있는 연구 기반을 구축하였습니다. 아모레퍼시픽의 연구는 국내를 넘어 중국, 미국, 유럽, 동남아시아 등에서 소비자의 피부 특성과 민감성을 분석하고 있으며, 마이크로바이옴 특성 연구 및 유전자 다형성에 기반한 진단 연구를 통해 독자적인 민감 피부 평가 체계를 강화하였습니다. 아모레퍼시픽그룹은 특히 두피, 눈, 입술과 같은 다양한 피부 부위에 대한 이해를 바탕으로 연구 범위를 확장하고 있으며, 그 결과로서 고객들에게 더 깊이 있고 맞춤화된 민감 피부 솔루션을 제공하기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다.

생산 품질 혁신

아모레퍼시픽은 고객의 요구와 기대를 충족시키는 일관된 품질을 제공하기 위해 품질경영시스템 ISO 9001과 화장품 GMP ISO 22716 인증을 유지하고 있습니다. 이를 통해 GMP(Good Manufacturing Practices) 기반의 전반적인 품질 관리를 통해 고객 만족도를 높이는 데 기여하고 있습니다. 예를 들어 시뮬레이션을 기반으로 한 아모레퍼시픽만의 최적화된 설비 설계는 제조 공정에서 제형의 고유한 품질 관리를 가능하게 합니다. 또한, 끊임없는 신기술 도입은 아모레퍼시픽의 생산 공정의 혁신을 위한 중요한 부분을 차지하고 있습니다. 화장품 내용물 조합이 학습된 AI 기술을 통해 다양한 원료를 정밀하게 혼합하여 맞춤형 제품을 실시간으로 고객에게 제공하고 있습니다. 2024년 1월에는 AI와 IoT를 접목한 4차 산업혁명 기술을 공정에 적극적으로 활용한 노력을 인정받아 오산 아모레 뷰티파크가 세계경제포럼 '글로벌 등대공장'으로 선정되었습니다.

수자원 관리

아모레퍼시픽은 우리의 핵심 사업인 화장품 제조에 필요한 물의 조달과 사용, 그리고 최종 방출 과정의 효율성과 안전성을 중요하게 생각합니다. 대표 사업장인 오산 아모레 뷰티 파크를 중심으로 수자원을 보전하고 재사용하는 혁신적 순환 시스템을 선도적으로 구축하고 있습니다.

수자원 순환 마스터플랜 구축

아모레퍼시픽의 대표 생산 사업장인 오산 아모레 뷰티 파크는 상수 사용 절감 인프라 구축을 목표로 하는 수자원 재이용 순환 시스템의 마스터플랜을 성공적으로 수립하였습니다. 본 계획은 생산 공정상의 상수 사용 지점을 상세하게 매핑하고 첨단 전자식 유량계를 도입하여 투자하는 활동을 포함합니다. 이를 통해 실시간으로 정밀한 상수 사용량 모니터링이 가능하게 되었고, 이 데이터는 상수 사용량이 비교적 높은 영역을 식별하는 데 핵심적인 역할을 합니다. 필수적인 모니터링 과정을 기반으로 아모레퍼시픽은 각 상수 사용 지점별로 절감 가능성을 면밀히 평가하고 있으며, 우선순위를 정하여 효과적인 상수 절감 방안을 찾아내어 실행해 나갈 것입니다.

우수 활용 확장

오산 아모레 뷰티 파크는 우수 재활용의 확장과 사용처 발굴에 전념하고 있으며 특히 겨울철 혹독한 추위에도 불구하고 우수 저장량을 늘리는 것에 주안점을 두고 있습니다. 이를 위해 기존에 문제가 되었던 우수탱크의 동파 현상을 개선하는 데 집중했고, 이는 안정된 우수 공급을 위한 투자로 이어졌습니다. 증설 및 개선된 우수 관리 시스템 덕분에 우수의 활용 가치가 대폭 상승했으며 그 결과 기존에 우수가 사용되던 세탁용수, 소방전, 유틸리티 시설수 등 사업장 인프라뿐만 아니라 생산공정에까지 활용 범위가 확대되었습니다.

폐수 재활용

오산 아모레 뷰티 파크는 기존에 폐수처리 과정을 거친 후 오산시 하수종말 처리장으로 방류되던 폐수를 재활용함으로써 이전의 1,300톤에서 4,300톤까지 재이용수량을 증가시켰습니다. 이와 같은 확보된 수자원을 효과적으로 활용하고자 아모레 뷰티 파크 내 조경용수 사용 구역을 확장하였습니다. 이는 기존에 상수와 지하수를 보충하여 사용하던 약 3,000톤의 수자원을 절감하는 효과를 가져왔으며, 폐수 방류수 재이용을 위한 인허가 과정을 성공적으로 수행하여 더욱 적극적으로 재활용할 수 있는 기반을 마련하였습니다. 그 결과, 아모레 뷰티 파크는 조경용수의 전체 필요량을 재활용된 폐수로 완전히 충당함으로써 수자원 순환을 현실적으로 실천하고 있는 모범 사례가 되었습니다.



아모레 뷰티 파크 조경용수 재활용

수질 관리 자동화

아모레퍼시픽은 사업장에서 발생하는 폐수의 수질을 최상으로 관리하고 사업장 경계 밖으로 방출되는 폐수가 인근 지역에 미치는 환경적 영향을 최소화하기 위해 지속적인 연구를 실시하고 있습니다. 이를 위해 오산 아모레 뷰티 파크에서는 디지털 기술과 자동화를 바탕으로 한 생물학적 처리 공정을 도입하여, 폐수의 수질을 고품질로 일정하게 유지하고 있습니다. 센서와 수위계, 인버터와 자동밸브를 결합하여 AI가 자동으로 제어하는 시스템을 도입함으로써 폐수 처리 과정의 품질 편차를 최소화하는 데 성공했습니다. 이러한 ICTInformation and Communication Technology 환경 도입은 오산 아모레 뷰티 파크의 스마트 팩토리로의 전환 과정에서의 디지털화를 통해 관제 시스템 강화와 폐수처리 효율을 높일 수 있었습니다.

공급망 수자원 리스크 관리

아모레퍼시픽은 매년 실시하는 협력사 지속가능성 평가를 통하여 공급망의 수자원 관리 상태를 면밀하게 진단합니다. 이 과정에서 주요 확인 사항은 네 가지로, 협력사의 물 관련 정책 마련 여부, 취수원 및 방류수에 대한 체계적인 관리, 물 관련 리스크와 기회의 식별 능력, 그리고 수립한 물 관리 목표와 정량적 지표의 존재 여부입니다. 이 평가 결과를 토대로, 수자원 관리 리스크가 높게 식별되는 협력사는 구매 결정 프로세스 중 공급업체 선정 점수에 영향을 주는 중요한 요소로 취급되어, 구매 활동과 선택에 직접적으로 반영됩니다.

물 스트레스 지역 파악

아모레퍼시픽은 물리적 시나리오 분석을 통해 수자원 의존도가 높은 화장품 및 생활용품 제조 사업장이 위치한 지역의 수자원 리스크를 식별하고 있습니다. 국내외 8개 사업장을 대상으로 한 리스크 평가에서는 RCP2.6, RCP7.0, RCP8.5[1] 시나리오 및 2030년, 2050년, 2080년의 시간 범위를 포함하였습니다. WRI의 Aqueduct 4.0 Water Risk Atlas Data를 활용하여 기준 수위 스트레스, 고위험 강우, 수질 스트레스, 물 취약성, 사용자 접근성, 인구성장 지표를 바탕으로 현재와 미래의 수자원에 대한 리스크를 예측하였습니다. 그 결과 대부분의 지역에서 단기 및 중장기적 측면에서 수자원에 대한 영향을 고려했을 때, ‘Medium-high(20–40%)’수준으로 비교적 안정적인 수자원을 확보한 것으로 파악되었으며, 대전 데일리뷰티 및 코스비전 사업장이 2024년 4월 시점 및 RCP 7.0BAU 조건에서 2030년 도래 시 ‘high(40–80%)’ 수준에 해당하는 위치로 평가되었습니다. 향후 신규 사업장 신설 등 중요한 의사결정 및 정책 수립 시에도 수자원 리스크를 세밀히 고려하여 선정할 계획입니다.

1) RCP 2.6: 탄소배출 감소 및 환경 개선, RCP 7.0: 현재 상태를 유지하는 경우, RCP 8.5: 탄소배출 증가로 인한 기후악화

환경영향 저감

아모레퍼시픽그룹은 생산 사업장 운영에 따른 환경 영향을 최소화하기 위해 대기오염물질, 수질오염물질, 화학물질, 폐기물 등 사업장을 둘러싼 다양한 이슈에 대응하고 있습니다. 법적 요구 사항보다 강화된 기준으로 배출물질을 관리하여 생산 사업장과 주변 생태계에 보다 안전하고 청정한 기업이 되기 위해 노력하고 있습니다.

생산 사업장 환경 영향 저감

폐기물 재활용

아모레퍼시픽은 폐기물 관리의 효율성을 제고하고자 각 사업장에서 발생하는 폐기물을 세부적으로 분류하고 있습니다. 이러한 조치는 물질별, 종류별로의 구분을 세밀하게 하여 재활용을 더욱 효과적으로 진행하기 위함입니다. 감량 목표 달성과 재활용률의 향상을 위한 관리 체계를 고도화하기 위해, 아모레퍼시픽은 환경 운영 지수를 자체 개발하였으며 이를 통해 재활용 프로세스를 지속적으로 개선하고 있습니다. 또한 재활용 효율을 극대화하기 위해 재활용률이 우수한 업체를 지속해서 발굴하고 있으며, 계약한 폐기물 처리 업체들의 현장 실사를 정기적으로 실시하여 실질적 재활용률을 높이는 데에 집중하고 있습니다. 임직원 전반에 걸쳐 분리배출과 폐기물 절감에 대한 인식을 높이기 위하여 다양한 캠페인 영상을 제작하여 송출하고 있습니다. 아모레퍼시픽은 폐기물 관리에 대한 인식을 단순히 내부에만 국한시키지 않고, 협력사들에게도 정기적인 교육을 실시하여 올바른 분류 방법과 폐기물 창고 관리에 대한 지식을 전달하고 있습니다.

생산 사업장 환경 영향 저감

생산 사업장에서 발생하는 폐기물 매립 제로화 달성

아모레퍼시픽은 글로벌 생산 사업장의 폐기물 매립 처리 제로화라는 중장기 목표를 2022년 상반기에 조기 달성하였습니다. 이를 위해 생산 사업장에서 발생하던 집진기 분진과 같은 폐기물을 재활용하는 등 여러 자원 순환 방법을 모색하여 적극 활용하였습니다. 특히 오산 아모레 뷰티 파크는 순환 자원화율을 94% 이상까지 끌어올리는 성과를 거두었습니다. 이러한 노력의 결과로 2022년 3월 뷰티 업계 최초로 ZWTL[Zero Waste to Landfill] 국제 검증에서 실버 등급을 획득했으며, 2023년 8월에는 그 성과를 넘어 플래티넘 등급을 획득하게 되어 100% 재활용률을 인증받았습니다. 오산 아모레 뷰티 파크에서 처리되는 폐기물은 전문 재활용센터에서 21가지 유형으로 세분화하여 12가지 방식으로 재활용됩니다. 또한, 분진 폐기물의 절반 이상이 도로 공사에 필요한 기초 자재로 재활용되고 있어 자원의 가치를 극대화하고 있습니다. 2023년 상반기에는 이러한 선진적 폐기물 관리 시스템이 대전에 위치한 데일리뷰티 사업장과 코스비전 사업장에도 도입되어 두 사업장 모두 ZWTL 검증에서 최고 등급인 플래티넘을 획득하였습니다. 건강기능식품과 더마 화장품을 주로 생산하는 안성 헬스케어 생산 사업장에서는 2023년 5월부터 소각 폐기물을 재활용 폐기물로 전환하였으며, 2024년에는 ZWTL 국제 검증을 준비하고 있습니다.

대기오염 관리

대전 데일리뷰티, 대전광역시와 미세먼지 저감을 위한 자발적 협약 참가

아모레퍼시픽은 대기 환경을 보호하고 지속 가능한 생산 활동을 추진하기 위해 미세먼지 및 대기 오염물질 감축에 이바지하고 있습니다. 2023년 9월 아모레퍼시픽 대전 데일리뷰티 사업장은 동일한 지역 내 14개 기업 공장과 함께 미세먼지 감소를 위한 자발적 감축 협약에 참여하여 환경보호에 앞장서고 있습니다. 더불어, 미세먼지를 포함한 대기 오염물질의 배출을 줄이고 청정한 대기 환경을 유지하기 위한 지속적인 투자 노력을 계속해 나갈 예정입니다.

오산 아모레 뷰티 파크, 악취관리를 위한 신규 투자 진행

아모레퍼시픽 오산 아모레 뷰티 파크는 법적 허용 기준보다 강화된 기준으로 관리하고, 깨끗한 대기 환경을 인근 지역주민에게 제공하기 위하여 악취 제거를 위한 중대한 개선 작업을 완료하였습니다. 기존 악취를 유발하던 폐수처리 공정을 밀폐형 타입으로 변경하여 악취 비산을 줄이고, 원터치 작동 시스템 적용으로 숙련도가 업무 효율성에 미치는 영향을 감소시켰습니다. 또한, 모든 구동부를 밀폐함으로써 안전 위험도를 감소시키고, 무인 자동화를 통해 전략적이고 효율적인 인력 운영이 가능해졌습니다. 이러한 투자와 개선을 통해 아모레퍼시픽은 안전하고 건강한 작업 환경을 실현하고 지역사회에 대한 환경적 책임을 다하는 것에 앞장서고 있습니다.

생물다양성 보전

생물다양성 보전 및 지속 가능한 이용

아모레퍼시픽 원료의 상당한 부분은 식물자원에서 유래하기 때문에 생물다양성 보전은 회사의 비즈니스와 밀접하게 연관되어 있습니다.

보다 지속 가능한 방식으로 생물자원을 이용하고 생물다양성을 보전하기 위한 별도 전략을 수립하였으며, 2021년부터 생물다양성 보전과 지속 가능한 활용을 위해 약 32.6억 원을 투자하였습니다. 이를 통해 한반도 자생식물자원의 숨은 가치 발굴 등에 연구 투자를 지속적으로 진행하고 있습니다.

한반도 자생 식물은 기후 변화와 인간의 활동으로 자연 서식 환경이 악화되고 있으므로 관심이 필요합니다. 자생 식물에서 피부에 좋은 유용성을 발굴하여 일반 대중의 보호 관심을 형성하고 지속적인 이용이 가능할 수 있도록 국립생물자원관과 국립백두대간수목원과 함께 공동연구를 하고 있습니다. 또한 아모레퍼시픽은 원료를 사용하기에 앞서 세계자연보전연맹[IUCN, International Union for Conservation of Nature] 등의 국제 기준을 원료관리 시스템에 반영하여 원료의 생물다양성 침해 여부를 검토합니다.

나아가 생산 사업장의 인근 지역의 환경을 보호하기 위한 생물다양성 보전 활동을 지속적으로 진행하고 있습니다. 대표적인 예로, 아모레 뷰티 파크가 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.

생물다양성 보전 및 이용

포장재 자원순환

포장재 관리 강화 및 생산자 책임 이행

아모레퍼시픽은 포장재 구매 프로세스에서 포장재 중량과 재질 정보를 관리하고 있으며 사업을 영위하는 국가에서의 '생산자책임재활용EPR, Extended Producer Responsibility' 제도의 요구사항에 따라 연간 포장재 사용량을 보고하고 있습니다. 포장재 폐기물을 재활용 처리하는 과정에서 소요되는 비용을 성실하게 납부함은 물론, 제품의 설계와 포장재의 선택 등에서의 의사결정사항에 대한 책임감을 가지고 환경에 끼치는 영향을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다.

플라스틱 포장재 사용량[1)]

구분		단위	플라스틱 포장재
플라스틱 포장재 내 재활용된 원재료의 비중[2)]	총 플라스틱 포장재 중량 대비 비중	%	23.8
	2023년도 목표치	%	10.0
총 플라스틱 포장재 중량	총 중량	ton	7,303
	2023년도 목표치	ton	12,387

1) 포장재 중량은 2023년도 국내 생산자책임재활용제도(EPR, Extended Producer Responsibility) 기준으로 집계

2) 플라스틱 포장재 내 재활용된 원재료의 비중은 외부 재활용 플라스틱 구매량을 포함하여 산정한 값임

공공주택 화장품 유리병 회수·재활용 활성화 업무협약 체결

아모레퍼시픽그룹은 2024년 2월, 국내 뷰티업계 최초로 한국순환자원유통센터와 함께 공공주택(아파트 등) 대상 화장품 유리병 회수·재활용 시범사업을 위한 협약을 진행하였습니다.

협약에 따라 2024년 4월, 경기도 오산시 아파트 2개 단지와 충남 천안시 3개 아파트 단지가 시범사업에 참여했습니다.

시범사업에 참여한 아파트 단지에는, 화장품 유리병을 별도로 배출할 수 있는 수거함이 제작·보급되었으며, 분리배출된 화장품 유리병은 오산 물류센터에서 1차 선별을 거쳐, 유리병 재활용 업체로 반입 후 선별과 파쇄 등의 공정을 거치고, 이후 아모레퍼시픽그룹 1차 용기 협력사인 베르상스퍼시픽의 재활용 원료에 포함되어 다시 화장품 용기로 재탄생 하게 됩니다. 베르상스퍼시픽은 지난 3월, 유럽유리용기협회FEVE 기준에 따라, 화장품 용기 10% 재활용 유리PCR 원료 사용에 대해 제3자 검증을 완료했습니다.

이번 아파트 시범사업을 통해 수거된 화장품 유리병 또한 베르상스퍼시픽의 기존 재활용 유리 공정에 투입될 예정이며, 아모레퍼시픽의 주요 브랜드인 설화수, 라네즈, 헤라, 한율 등의 화장품 용기의 재활용 원료로 사용될 예정입니다.

레스 플라스틱 위아 판타스틱LESS PLASTIC. WE ARE FANTASTIC! 캠페인

아모레퍼시픽그룹은 창업 이래 고객과 사회, 자연과의 깊은 공감을 바탕으로 세상을 아름답게 변화시키기 위해 노력해왔습니다. 1993년 국내 뷰티 기업 최초로 환경 무한책임주의를 선언하고 '태평양 그린운동'을 시작한 이래 불필요한 플라스틱 사용을 최소화하기 위해 다양한 4RReduce, Recycle, Reuse, Return 활동을 전개해 왔습니다. 2023년 12월에는 그룹 차원의 플라스틱 절감을 약속하고 고객 및 다양한 이해관계자와 함께 플라스틱 문제를 해결하고자 '레스 플라스틱 위아 판타스틱LESS PLASTIC. WE ARE FANTASTIC!' 캠페인을 론칭했습니다. 캠페인을 통해 기존 4R 활동뿐만 아니라 플라스틱 제품을 만들고, 구매하고, 사용하고, 버리는 방식에 새로운 변화를 만들어가고 있습니다.

화장품 용기 수거를 위한 '아모레리사이클AMORE:CYCLE' 외에도 판타스틱 크루FANTASTIC CREW 1)와의 협업, 사회적 기업 및 소셜 벤처와의 협업으로 플라스틱 문제를 위한 솔루션 발굴, 사내 구성원들의 플라스틱 인식 개선과 실천을 위한 프로그램도 운영하고 있습니다. '레스 플라스틱 위아 판타스틱LESS PLASTIC. WE ARE FANTASTIC!' 캠페인에 대한 자세한 내용은 아모레스토리에서 확인하실 수 있습니다.

아모레스토리

1) 아모레퍼시픽과 함께 플라스틱 절감 활동을 앞장서서 실천하는 앰버서더로, 지구와 우리의 건강한 삶을 위해 활발하게 활동 중인 다양한 동호회들로 구성되어 있습니다. FANTASTIC KIT를 통해 각자의 일상에서 플라스틱을 줄이기 위한 실천을 이어 가며, 플라스틱 절감을 위한 확산을 위해 노력하고 있습니다.



로고 및 포스터


FANTASTIC KIT


FANTASTIC CREW

포장재 자원순환

임직원 대상 플라스틱 절감 문화 확산

아모레퍼시픽은 '레스 플라스틱 위아 판타스틱LESS PLASTIC. WE ARE FANTASTIC!' 캠페인의 일환으로, 임직원들의 플라스틱 사용 절감을 위한 문화를 조성해 왔고, 이를 위해 다양한 사회적 기업과 협력하였습니다. 특히, 취약 아동을 돕고 플라스틱 장난감을 재활용하는 코끼리공장과 협업하여 환경보호의 중요성을 일깨우고, 재생 플라스틱 판재 제작을 통한 순환 경제 모델을 제시하는 제4의 공간과 업사이클링 전시를 마련함으로써 실천 가능한 재활용 방안을 제공했습니다. 또한, 지속 가능한 패션 산업을 지향하는 다시입다연구소와 연계해 의류 재사용의 가치를 전파하며, 오이스터에이블과의 협업으로 사내 카페에서 다회용 컵 시스템을 도입해 2023년 12월부터 2024년 2월까지 총 3개월간 3,816잔의 일회용 컵을 대체하였고, 다회용 컵을 평균 9.8회 재사용함으로써 일회용 컵 사용 대비 이산화탄소 12.5%를 저감하였습니다. 임직원들의 일상 속 작은 실천이 모여 환경 보호에 큰 역할을 할 수 있다는 인식을 내부적으로 확산시키는 계기가 되었습니다.



임직원 플라스틱 절감 참여 활동, '아모:레스플라스틱'

재활용 플라스틱 사용 확대를 위한 LG화학과의 업무협약 체결

아모레퍼시픽은 2023년 LG화학과의 업무협약MOU 체결을 통해 재활용된 플라스틱 소재를 화장품 용기에 적용하는 개발 연구를 공동으로 진행하고 있습니다. 이 협업을 통해 재활용 플라스틱 사용의 확대와 제조 단계에서 탄소 배출량을 저감시킨 소재를 개발하는 등 플라스틱 재활용 협업 모델을 구축할 예정입니다. 아모레퍼시픽은 자원순환 시장 확대라는 비즈니스 공감대를 기반으로 이번 협약이 더욱 확장된 시너지를 창출할 것으로 기대하고 있습니다. 이를 통해 아모레퍼시픽은 'A MORE Beautiful Promise'라는 지속가능경영 목표 아래, 제품 포장재의 플라스틱 사용을 줄이고, 100% 재활용/재사용/퇴비화를 목표로 지속적인 혁신 활동을 이어갈 계획입니다.

자원순환의 날 환경부장관상 수상

아모레퍼시픽은 '제15회 자원순환의 날'을 맞이하여 환경부 주최 '2023 포장재 및 일회용품 감량 우수사업자 공모'에서 포장재와 일회용품 감소, 재활용 촉진에 있어 뛰어난 성과를 인정받아 우수사업자로 선정되었습니다. 환경부장관상을 수상한 아모레퍼시픽은 불필요한 포장재와 경량화를 통해 포장재 감량에 기여함으로써, 환경 보호를 위한 실질적인 노력을 보여주었습니다. 또한, 재활용이 용이한 바이오플라스틱 사용으로 전환하고 제품의 리필을 도입하여, 자원의 효율적 사용 촉진에 앞장섰습니다. 아모레리사이클을 통해서 사용 후 공병을 재활용하여, 화장품 공병의 회수 및 재활용 체계의 확립과 포장재 재활용에 대한 인식 개선에 이바지했습니다.

업사이클링 소재를 활용한 공간 구성

PLATE [A][1] 는 소재로서 그치지 않고 우리가 직접 만드는 공간에 PLATE [A]를 통해 얻은 영감을 바탕으로 업사이클링 소품, 가구, 마감재를 이용해 자유롭게 공간을 구성하였습니다. 2022년에는 뉴커머스 오피스 공간인 'Café N'에서 파사드 사이니지와 체험공간 집기를 새롭게 디자인하였으며, 2023년 '이마트 연수점' 리뉴얼 매장에서는 비비드 한 판재 색감을 집기 측판에 적용함으로써 매장의 특별함과 매력을 더하고자 하였습니다.

1) 아모레퍼시픽 화장품 공병에 자사만의 독특한 문양과 컬러를 고스란히 담아 재탄생시킨 업사이클링 판재(Upcycling Plate)



아모레퍼시픽 업사이클링 판재

환경 교육

임직원 환경 교육 진행

아모레퍼시픽그룹은 모든 임직원이 친환경 경영에 대해 보다 깊이 이해하고 실천할 수 있도록 적극적으로 노력하고 있습니다. 이를 위해 회사는 마케팅에서의 환경성 표시·광고에 대한 교육부터 화학물질 관리에 이르기까지 법규 준수와 관련된 다방면의 주제로 구성된 교육 프로그램을 제공해 왔습니다. 특히, 기업의 중요 이슈로 선정된 기후변화와 플라스틱과 관련된 맞춤형 사내교육과 전문성이 높은 심화 사외교육을 통해 임직원 모두 ESG의 가치를 내재화하여 업무에 적용할 수 있도록 설계하였습니다. 더불어 화학물질관리법에 전문적으로 대응하기 위하여 환경담당자를 대상으로 실무에 적용할 수 있는 역량 강화 교육을 진행하고 있습니다.

총 1,743명
환경 교육 참여 인원 수
(아모레퍼시픽그룹 기준)

총 4,729시간
환경 교육 시간
(아모레퍼시픽그룹 기준)

이해관계자 참여

아모레퍼시픽은 다양한 이해관계자와 적극적인 환경 커뮤니케이션을 통해 양방향 소통의 문을 넓혀가고 있습니다. 2023년 1월에는 미국 코넬대학교의 학생들을 맞이하여 아모레퍼시픽의 지속 가능성에 대한 비전과 브랜드 활동을 함께 나누었습니다. 아모레퍼시픽의 ESG 성과를 알리는 동시에 글로벌 대학생들이 바라보는 화장품 산업의 환경 변화에 대한 관점을 경청할 수 있는 중요한 기회였습니다.
또한, 2023년 10월에는 환경부가 주관하는 탄소 중립을 위한 청년 서포터즈와의 만남을 통해 지속 가능한 화장품 포장재와 성분, 브랜드 마케팅 전략 등의 아모레퍼시픽이 추구하는 변화를 소개하였습니다. 참가 청년에게는 아모레퍼시픽 임직원들과의 멘토링을 통해 기업 차원의 환경 활동에 대한 소통의 기회를 제공하는 등 이해관계자 참여 활동에 힘을 쏟고 있습니다.

Social

사회

2023 주요 성과

협력사 '저금리 대출 펀드' 운영

274.6억 원[1)]



1) 아모레퍼시픽 기준

사회공헌 활동 집행금 총액

134.4억 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 성장 단계에 따른 맞춤 교육을 제공합니다. 성과에 따른 공정한 평가 및 보상을 실시하며 일과 삶의 균형을 위한 다양한 복지 지원을 통해 구성원의 만족도를 높이고자 합니다.

인재 양성 및 성장 지원

직무 전문 역량 개발 강화

아모레퍼시픽그룹은 구성원들이 사업 변화에 유연하게 대응할 수 있도록 직무 전문 역량 개발 교육인 '디지털·마케팅·세일즈·글로벌 아카데미'를 운영하고 있습니다. 데이터를 기반으로 수요를 예측한 후 그에 따른 교육을 제공하며, 커리어 개발을 위한 사전 준비 차원의 강화도 함께 지원하고 있습니다. 동시에 조직별 사업 전략 및 성장 니즈 분석 결과에 따른 성장 솔루션 제공 등 보다 특화된 학습 니즈에도 대응하고 있습니다.

디지털 아카데미에서는 이커머스, 데이터, AI 등의 트랙을 구성하여 다양한 프로그램을 제공했으며, 마케팅 아카데미에서는 브랜딩 외에도 콘텐츠 인사이트, 제품 개발 과정 등을 운영했습니다. 세일즈 아카데미에서는 리테일 전문가 과정과 더불어 채널별로 주제를 토론하고 다른 조직과의 공동 대응 방안 및 협업 가능성을 도출하는 전사 세일즈 워크숍을 운영했습니다. 또한 뷰티 기업 구성원으로서 함양해야 할 미美에 대한 이해 및 가치 인식 제고를 위해 스킨케어, 메이크업, 향, 헬스케어, 덴탈 등으로 구성된 '토탈 뷰티 교육' 체계를 구축했습니다.



플랫폼 이해 강의

직무 전문 역량 개발 프로그램 Case

뷰티 아카데미

뷰티 아카데미에서는 사업 영역별 뷰티 직무 구성원의 전문 역량 향상 및 증진을 위해 기본 교육인 베이직 과정부터 직무별 CORE 그룹을 대상으로 하는 심화 과정까지 단계별 프로그램을 운영하고 있습니다. 더불어 각 직무에 필요한 내용 및 수준별 맞춤화된 학습 과정을 온·오프라인 형태로 개설하여 구성원의 교육 접근성을 높였습니다.

또한, 비즈니스 관점에서 뷰티 전문 역량이 필요한 구성원을 대상으로 AP 뷰티 자격 취득 과정을 통해 뷰티 전문가로 육성함과 동시에 뷰티 리딩 기업 이미지를 제고하고 있습니다. 이를 통해 해당 채널의 매출 성장으로 이어지는 효과를 기대하고 있습니다.

12% 증가

뷰티 자격증 취득 인원
(2022년 대비)

15%

구성원 참여 비율
(2023년 기준)

리더 역량 개발 강화

아모레퍼시픽그룹은 국내외 리더 구성원의 행동양식을 그룹 비전과 연계하고자 New 리더십 원칙을 새로 선포하며, 리더들의 행동 변화 과정에 초점을 두고 있습니다. 리더 역량 체계를 개편하여 지속적인 환경 변화에도 고객 중심의 주도적 생각을 일깨울 수 있는 리더, 다양한 구성원에게 에너지를 부여할 수 있는 리더, 불확실성에도 과감히 실행하는 리더 양성을 목표로 리더의 생각과 행동 변화를 유도하는 데 주안점을 두고 있습니다.

특히 2023년에는 경영자뿐 아니라 팀장 대상의 역량 강화 프로그램을 중점 확대했습니다. 팀장이 산하 구성원에게 효과적인 성장 피드백을 제공할 수 있도록 '코치형 리더 과정'을 운영하며 리더의 역량을 끌어올렸습니다. 전사 팀장 워크숍에서는 C-Level과의 소통의 자리를 통해 성장을 이끄는 리더의 역할과 책임에 대해 공유했습니다. 또한 사내/외 전문가 매칭을 통해 개인의 리더십 개발 니즈에 따른 1:1코칭 및 그룹 코칭 프로그램을 운영했습니다.

2023년부터는 리더십 진단(연 1회 실시)의 피드백 제공 인원을 확대함으로써 보다 많은 구성원의 의견을 수렴했습니다. 1:1 피드백 세션 대상 확대를 통해 경영자, 팀장, 핵심 인재별 개인의 리더십 이해 세션을 진행하고, 이후 리더십 개발 활동과 연계될 수 있도록 했습니다.

인재 양성 및 성장 지원

또한, 국내외 핵심 인재 선발을 통해 리더십 파이프라인을 강화함으로써 리더십과 직무적 스킬을 확보한 유능한 리더군을 선제적으로 육성하고 있습니다. 핵심 인재 Pool 중 팀장 후보군, 경영자 후보군을 키 포지션 중심으로 선정하여 핵심 인재 육성을 위한 직무 전문성 교육 외에도 다양한 프로그램을 통해 리더로서의 자질 확보를 강화하고 있습니다. 특히 1:1 코칭을 통한 육성 면담, 개인 프로파일링을 통한 커리어 패스 논의, 사내 강의를 통한 가치와 비전 전파 등 핵심 인재 육성을 위한 직무 전문성 교육을 진행했습니다.

경영자 프로그램에서는 조직의 전략 달성을 이끌 수 있는 내외부 인사이트를 제공하고, 다양한 분야의 전문가 협업을 통한 강연 및 토론 중심의 커리큘럼을 운영했습니다.

디지털 역량 개발 강화

아모레퍼시픽그룹은 비즈니스 전략 방향에 기반한 구성원의 디지털 역량 강화를 위해 아카데미 역할을 재정의하고 체계를 개편했습니다. 디지털과 이커머스 아카데미를 통합하고, 전략 키워드 기반으로 AAI.DData.EE-commerce 트랙Track으로 재구조화하여 교육과정을 기획 및 운영했습니다.

A-Track은 생성 AI 리터러시/트렌드 강연을 포함하여 '프롬프트 엔지니어링', '콘텐츠 제작', '일상 업무 자동화', '데이터 크롤링/분석' 등 주요 AI Tool을 학습할 수 있는 6개[1)]의 과정으로 운영했습니다.

D-Track은 데이터 처리 프로세스에 따라 체계도를 수립하여 '원하는 데이터 수집을 위한 SQL 기초', '데이터로 비즈니스 인사이트 얻기', 'GA4 심화' 등 실습에 최적화된 학습 Tool 기반 교육을 기획한 결과 총 28개[1)] 과정을 운영했습니다.

E-Track은 이커머스 흐름을 이해하고, 플랫폼 운영 전략 수립이 가능하도록 '아마존 기본/심화', '올리브영, 쿠팡 인사이트 데이' 등 국내/외 플랫폼 관련 총 4개[1)] 과정을 운영했습니다.

또한 트랙별 조직 방향에 맞춰 생성형 AI Chat GPT 활용, Data 리터러시, 국내외 이커머스 플랫폼 생태계 파악을 위한 종합적 관점의 역량 개발 강화 과정을 기획 및 운영하고 있습니다.

1) 2023년 1월부터 2024년 5월까지의 운영 기준

다양한 학습 플랫폼 운영

아모레퍼시픽그룹은 다양한 학습 플랫폼을 통해 구성원들이 주체적으로 경험하고 성장할 수 있는 기회를 제공합니다. 특히 구성원 간 지식과 경험 공유를 통해 사고를 확장하고, 학습능력을 강화할 수 있는 다채로운 프로그램을 운영하고 있습니다.

구성원들이 자발적으로 지식과 경험을 공유하는 노크Knowledge for Coworkers에서는 AI, 디지털 영역뿐만 아니라 경력 개발, 버크만 진단 등 다양한 주제를 진행했습니다. 구성원 간 협력적 상호 작용이 이뤄지는 그룹 학습 활동의 '학습 조직'에서는 3D 프린팅, GA4, 어학 등 미래 경쟁력을 위한 학습 니즈가 반영되었습니다. 구성원들이 도서를 통해 자발적으로 학습하고, 생각을 공유하는 개방형 도서학습 프로그램 '책편당'이 오픈했으며, 강연을 통해 저자와 직접 소통하고 생각을 공감할 수 있는 'AP식감', '북콘서트'를 정기 운영하고 있습니다. 교육과정의 효과성은 구성원 만족도, 학습 이해도 등의 지표를 기반으로 주기적으로 측정되며, 업무 연관성 등을 토대로 교육과정과 회사 업무 활용도에 대한 효과성을 검증하고 있습니다.

공정한 성과 평가 제도 운영

아모레퍼시픽그룹은 구성원들이 성과 피드백을 바탕으로 성과를 개선하고 역량 개발에 집중할 수 있는 문화를 만들기 위해 2021년에 신인사제도를 도입했습니다. 이후 3년간 다양한 변화 관리와 함께 성과 평가 제도를 운영했습니다. 리더와 구성원들이 매년 달성 가능한 목표를 협의하고, 효과적인 목표 달성을 위해 연중 점검 및 상시 피드백 과정을 통해 재조정하는 단계를 운영했습니다. 특히 매 경영주기 초에 성과관리/보상 운영방식을 현업에서 직접 정의하고 운영하는 'Self Design', 동료들의 다양한 관점의 피드백을 통해 구성원 성장을 지원하는 '피어 리뷰', 조직 내 다수 리더 간 협의를 통해 구성원의 성과/성장을 리뷰하는 '리뷰 세션' 등의 제도를 안정적으로 정착시키면서 구성원의 신뢰도를 높였습니다.

임직원 개인 성과 평가 유형[1)]

(%)

구분	아모레퍼시픽그룹	아모레퍼시픽
목표 수립 비율	91.8	93.9
다면평가 실시 비율	66.2	67.7
동일 직급 간 비교 분석	40.0	43.6

1) 아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽 국내 연결 기준으로 산정

상호 신뢰와 존중 문화 조성

ABC Spirit의 구체적 경험 조성

아모레퍼시픽그룹은 ABC Spirit 선포 이후 다양한 프로그램과 구성원 주도의 참여 과정을 통해 가치 공감대 형성 및 실천력 제고 활동을 지속해 오고 있습니다. 2023년에는 다수의 단위 조직을 대상으로 ABC Spirit의 하나인 '협업' 내재화를 위한 조직개발 프로그램을 운영했습니다. 또한 ABC Spirit을 실천한 동료를 칭찬하는 프로그램을 통해 우수사례 도출에 집중했습니다.

향후에는 ABC Spirit 중 '혁신'의 가치를 집중적으로 조명할 계획입니다. 빠르게 변화하는 시대에 대응하기 위해 높은 혁신 역량Dynamic Capabilities을 갖춘 조직으로 나아가고자 합니다. 이를 위해 기존의 일하는 방식을 돌아보고, 개선하기 위한 방향성을 구축하는 것을 기대하고 있습니다.

글로벌 조직문화 개선

글로벌 법인은 ABC Spirit에 대한 공감대를 기반으로 각 법인별로 적합한 '일하는 문화'를 정착시켜 나가고 있습니다. 글로벌 법인은 조직문화 진단에서부터 개선 실행, 점검에 이르기까지 일련의 과정을 법인장 주도로 운영하여 법인장이 글로벌 법인 조직문화의 롤 모델로 자리매김하였습니다. 나아가 법인별 몰입도 진단 이후 진단 결과에 따른 문화 개선 핵심과제를 도출했고, 전 구성원을 대상으로 비즈니스 전략과 연계된 문화의 개선방향을 선포하는 Culture Talk 세션을 진행했습니다. 이후 개선 과제 연중 실행 및 본사와 함께하는 정기 Culture Talk을 통해 과제 진행을 포함한 법인의 비즈니스/문화 개선 현황을 주기적으로 확인하고 있습니다. 앞으로도 아모레퍼시픽그룹은 글로벌 조직문화의 발전 방향을 함께 모색해 나갈 예정입니다.

몰입도 진단 시행

아모레퍼시픽그룹은 구성원이 몰입하여 일하기 좋은 문화를 구축하기 위하여 매년 몰입도 진단Engagement Survey을 시행합니다. 2023년 진단에서는 MZ세대가 생각하는 회사와 일에 대한 가치관 설문 문항을 반영하는 등 변화관리의 첫 단계인 현황 파악이 실질적이고 구체적으로 이뤄지도록 설계했습니다. 몰입도 진단은 아모레퍼시픽그룹 글로벌 전체 법인에서 2개월 이상 근무한 정규직 직원을 대상으로 시행하며, 진단 응답률은 78.0%였습니다. 진단 결과는 조직의 현재를 이해하고, 이를 바탕으로 일하기 좋은 회사를 만들기 위한 일련의 사업에 활용됩니다. 전사 및 조직별 결과보고서 발간과 조직 단위 Culture Session을 통해 조직의 몰입 현황에 대한 심층적 이해를 돕고 조직문화 개선에 도움이 되는 인사이트를 공유하는 등 조직 상황별로 맞춤 제공이 가능한 조직개발 콘텐츠를 공유했습니다.

몰입도 결과 (%)

구분	2020	2021	2022	2023[1]
아모레퍼시픽그룹	43.1	45.5	45.3	47.9
아모레퍼시픽[2]	37.5	39.0	40.6	43.3

1) 내부 경영주기 변경으로 2024년 상반기에 실시함
2) 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준

구성원 소통 채널 Case

상호 발전적인 소통 환경을 조성하여 존중과 신뢰의 기반을 구축하고 건강한 업무 문화를 만들어갑니다. 비전과 전략 등 경영 정보를 적극적으로 제공해 공동의 목표 의식을 구축해 가고 있으며, 구성원의 실제 의견을 경청하고 발전시켜 경영에 적절히 반영하는 쌍방향 소통 활동을 확대해 나가고 있습니다.

팀 아모레 컨퍼런스

새로운 비즈니스 주기가 시작되는 시점을 중심으로 연 1회 진행되는 전 구성원 세션입니다. 전사의 한 해 전략 방향과 사업 내용을 공유하고 논의할 수 있는 자리로, 행사 테마 및 경영 전략과 연관된 구성원 소통 프로그램이 함께 진행됩니다.

아모레 블루밍

매월 구성원의 참여로 함께 만들어가는 온라인 라이브 방송입니다. 월별 테마에 맞는 경영자가 직접 출연해 경영과 조직 운영에 대한 생생한 이야기를 전달하며, 질의응답·설문조사 등을 진행하여 실시간 소통하는 등 구성원 참여를 넓혀가고 있습니다.



아모레 블루밍

팀 아모레 보드

2023년에 신규 오픈한 사내 익명 게시판입니다. 개인적·업무적 이야기는 물론 회사의 전략 방향·인사·복지제도·비즈니스 제안에 이르기까지 주제에 국한되지 않고 자유롭게 게시물을 올릴 수 있으며, 제안과 질문 사항의 경우 회사 및 담당 부서의 공식 피드백을 받을 수 있는 것이 특징입니다. 글로벌 사업에 대한 구성원 설문을 진행해 CEO 신년 경영 메시지에 반영하는 등 회사와 구성원을 이어주는 특화된 소통 활동도 확대해 가고 있습니다.

타운홀 미팅

구성원들이 경영 및 사업 환경에 대한 궁금증을 직접 묻고 최고경영자의 피드백을 받을 수 있는 프로그램입니다. 온라인을 활용한 전사 단위의 소통 채널에서는 물론, 각 브랜드·영업 등 세부 조직 단위의 오프라인 워크숍 등을 통해 정례화하여 운영하고 있습니다.



타운홀 미팅

상호 신뢰와 존중 문화 조성

상생하는 노사관계 구축

아모레퍼시픽은 지난 30년 동안 상호 신뢰를 바탕으로 무분규 사업장을 유지하며 상생하는 노사관계를 구축했습니다. 아모레퍼시픽그룹 및 국내 계열사[1]는 노동관계법령을 준수하며 회사별 근로 조건 자율 점검을 연 1회 이상 진행하고 있습니다. 2023년 기준으로 아모레퍼시픽 노동조합 조합원은 1,637명으로, 가입 대상 직원의 37.1%(대상 직원 4,411명)가 노동조합에 가입해 활동하고 있습니다.

아모레퍼시픽은 구성원의 노동조합 가입 등 결사의 자유를 존중합니다. 구성원은 개인의 의사에 따라 자유롭게 노동조합에 가입하거나 탈퇴할 수 있습니다. 전체 구성원에게 적용되는 단체 협약은 격년마다 체결됩니다. 노사협의회는 분기별 1회 운영되며, 직원 복지 증진, 고충 처리, 안전관리 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 현황을 점검하고, 문제 해결을 위해 노력하고 있습니다.

1) 아모레퍼시픽, 에뛰드, 이니스프리, 아모스프로페셔널, 에스쁘아, 오설록, 코스비전, 오설록농장, 위드림, 그린파트너즈

일과 생활의 균형 추구

모성보호 지원

아모레퍼시픽은 구성원들이 일과 생활의 균형을 추구할 수 있도록 모성보호 지원과 다양한 건강 · 복지 증진 제도를 운영합니다.

임신·출산기 여성 근로자의 건강 보호 및 일 · 가정 양립 지원과 관련하여 근로 시간 단축/변경, 태아 검진시간 허용, 추가근로 금지 등 법정 사항을 준수하고 있습니다. 더불어 예비맘 배려 프로그램 운영, 출산 전·후 휴가 중 법적 무급기간 월 급여액 지원, 유·사산휴가 추가 지원(임신기간 11주 내 5일 추가 부여) 등 사내 자체 지원 제도 또한 운영하고 있습니다.

또한 법적 사항인 육아휴직, 육아기 근로시간 단축, 가족 돌봄 제도 등을 운영하고 있으며, 육아휴직 기간(법적 무급기간) 중 구성원 월 급여 수준 보장을 위해 최대 90일까지 급여를 지원함으로써, 충분한 휴식을 취하고, 복귀할 수 있도록 배려하고 있습니다.

임직원 건강·복지 증진 프로그램

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
자율 근무제도 운영	월 총 근로시간 한도 내에서 자율적으로 근무 시간을 배분하는 제도
원격 근무제도 운영	조직별 업무 특성과 근무환경을 고려해 필요시 주 1회 사용 가능한 제도
단축 근무제도 운영	가족 돌봄, 본인 건강, 은퇴 준비, 학업을 위해 근로 시간 단축 가능(주당 15–35시간)
수유 시설 운영	각 사업장 여성 휴게실 내 수유 시설 운영

인권경영

아모레퍼시픽그룹은 글로벌 시민 의식을 실천하는 기업으로서 모든 이해관계자의 근본적 권리를 존중합니다. 인권정책 성명을 발표하여 아모레퍼시픽그룹의 인권경영에 대한 의지를 약속했으며, 인권실사를 통해 사업 운영 내 인권리스크를 최소화하기 위해 노력합니다.

인권경영 관리

인권정책 이행

아모레퍼시픽그룹은 국제 인권 기준과 원칙에 따라 모든 이해관계자의 인권을 존중하고 인권이행원칙을 지지합니다. '유엔글로벌콤팩트UNGC, United Nations Global Compact, 세계인권선언Universal Declaration of Human Rights, 국가인권위원회'에서 제시하고 있는 인권원칙에 대한 권리 사항을 준수하기 위해 인권정책을 선포하여 이를 실천하고 있습니다. 아모레퍼시픽그룹은 글로벌 기업 시민으로서 인권정책을 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. 특히 공급망에서의 인권 침해를 예방하기 위해 협력사 지속가능경영 가이드라인의 노동/인권 항목을 통해 준수 사항을 명시하고 있습니다.

인권정책 성명

고충처리 채널 운영

아모레퍼시픽그룹은 다양한 이해관계자 및 지역사회에서 발생할 수 있는 인권 침해를 파악하고 예방하기 위한 고충처리 채널을 운영하고 있습니다(핫라인 채널은 한국어, 영어, 중국어로 운영). 제보자는 기밀 또는 익명으로 제보할 수 있으며, 부당한 보복으로부터 보호됩니다. 외부 이해관계자도 채널을 이용할 수 있으며 협력사 지속가능경영 가이드라인에도 소통 채널을 명시하여 접근성을 높였습니다. 접수된 내용은 투명하게 처리되며, 구제 조치를 이행하여 인권 침해가 재발하지 않도록 지속적으로 모니터링하고 있습니다.

인권교육 실시

아모레퍼시픽그룹은 전체 임직원의 인권의식을 강화하고자 정기 교육을 실시하고 있습니다. 2023년에는 직장 내 성희롱 예방 교육과 장애인 인식 개선 교육 등을 정기 온라인 과정으로 실시했으며, 교육 미수료자와 신규 채용자를 대상으로 추가 교육을 진행했습니다. 인권의식 개선 교육을 통해 사업장에서 발생할 수 있는 직장 내 성희롱을 예방하고, 더불어 사는 가치를 전파하며 장애인 근로자에 대한 인식을 제고하고 있습니다.

인권리스크 관리

아모레퍼시픽그룹은 사업 과정에서 일어날 수 있는 인권침해를 방지하기 위해 가치사슬 전반에서 인권에 미치는 부정적 영향을 파악한 후 완화 활동 및 개선조치를 실시하고 있습니다. 임직원, 고객, 지역사회, 협력사 등 각 이해관계자별로 인권리스크 평가를 통한 잠재적 리스크를 발굴하고 강제노동, 아동노동, 근로자 차별, 소비자 인권, 지역사회 환경권 보장 등 실질적 인권이슈를 식별하고 있습니다. 이를 통해 과거 인권 이슈와 발생 빈도, 심각도 등을 종합적으로 고려하며 필요시 현장 실사를 진행하고 있습니다.

한편, 2023년에는 자율 점검 방식으로 국내외 임직원을 대상으로 윤리의식을 포함한 설문조사 형식의 진단을 진행했습니다. 그 결과 개선이 필요한 사항에 대해서는 조직별 개선 활동 진행 및 교육을 제공했습니다. 더불어 협력사 대상으로 지속가능경영 평가를 실시한 결과, 일부 협력사에서 근로자의 인권리스크가 도출되었습니다. 주요 이슈사항이 발견된 고위험 협력사 대상으로는 개선 가이드 제공과 함께 개선과제 계획 수립 및 이행을 요구했습니다.

인권실사 프로세스

체크리스트 점검
- 세계인권선언, 국제노동기구ILO 스탠더드, 노동 관련법, 인권정책, 협력사 지속가능경영 가이드라인 기반 체크리스트 구성
- 각 회사별 사업 특성 및 현지 법규 고려

인권리스크 평가
- 임직원, 협력사, 고객 등 이해관계자별 평가/진단 실시
- 지속가능경영 가이드라인 준수 및 취약 사항 파악

인권이슈 식별
- 자율 점검 혹은 현장 실사(필요시)

개선조치 및 관리
- 시정 요구 및 모니터링

인권경영 관리

2023 인권리스크 평가 결과 및 개선조치

대상	주요 인권영역	평가/진단 방법	주요 인권이슈	개선조치 이행 내용
임직원	근로조건	근로조건 준수 자가 진단	노동 관련 규정 미준수	· 자가 진단 결과 1건의 개선사항 발굴 및 개선완료
	안전 및 보건	직무 스트레스 진단	직무 스트레스 등으로 인한 임직원 정신건강 관리 필요	· 임직원 개인/가족 대상으로 스트레스 관련 심리적 이슈를 해결하고 지원하는 '해피라이프 컨설팅EAP' 운영(참여자 만족도 4.7점/5점)
	인도적 대우	익명 제보 채널 운영	직장 내 괴롭힘 및 성희롱	· 직장 내 괴롭힘·성희롱 예방교육/장애인 인식개선 교육 실시 · 직장 내 괴롭힘·성희롱 고충 상담 진행 및 관련 조사 통해 3건 조치 완료
	차별금지	임직원 인식 수준 측정	다양성·포용성 인식 제고 필요	· 사내 다양성·포용성 교육 및 강연, 가이드 배포 등 인식 개선 프로그램 진행 결과 임직원 2,739명 참여
고객	소비자 인권 보호	소비자 분쟁 소지 VOC 점검	소비자 클레임 리스크 관리 필요	· 고객 경험의 질을 높이기 위한 실시간 상담 진행 · 고객 VOC의 정기적 분석 및 DB 관리 강화 · 고객 클레임 대응 프로세스 이행으로 리스크 사전 예방
		개인정보 보안 점검	개인정보 관련 피해 예방	· 신규 정보시스템 구축 관련 보안성 검토 작업 109건 진행 · 개인정보위탁 협력사 125개사를 대상으로 보안 진단 및 개선 · 개인정보처리 시스템 73개의 법 준수 및 안전성 점검 실시 · 모의해킹 및 개선 86건 실시
지역사회	환경권 보호	지역사회 환경보호 현황 점검	생산 사업장이 위치한 오산시 환경보호를 위한 정기적 활동 필요	· 지역사회 환경 개선을 위한 오산 산업 단지 및 오산천 주변 환경 정화 실시
협력사	책임 있는 자재 생산 및 공급	RSPO 인증 팜유 소싱	무분별한 팜유 채취로 인한 공급망 내 지역사회 및 원주민 피해 예방	· 일반 팜유의 RSPO 인증 팜유 전환 비율 91.5% 달성
	협력사 근로자 노동/인권	협력사 지속가능경영 평가	근로자 취업규칙, 인권헌장 등 정책 미흡 이슈	· 고위험 협력사 12개사 대상으로 근로자 인권증진 위한 개선과제 계획 수립

다양성 및 포용성

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

다양성·포용성 정책

1. **구성원의 다양성 존중**
   구성원으로서 갖는 고유한 모든 특성은 존중받을 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·포용성 내재화

아모레퍼시픽은 2030 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.

다양성·포용성 커뮤니케이션 가이드 발간 및 교육 진행

아모레퍼시픽그룹은 다양성·포용성 정책하에 구성원들의 인지도 제고를 위한 다양한 커뮤니케이션 활동들을 진행하고 있습니다.

외부로 발신되는 브랜드 광고, SNS, 캠페인 등을 전개 시 다양성·포용성이 고려될 수 있도록 구성원 대상으로 ‘다양성·포용성 뷰티 커뮤니케이션 가이드’를 발간하여 배포했습니다. 또한 디자인, 마케팅, 영업 직무 등의 임직원들을 대상으로 다양성·포용성 커뮤니케이션 교육을 진행했으며, 주요 브랜드 사업부 임직원과의 인터뷰를 통해 다양성·포용성 리스크를 점검하고 커뮤니케이션 개선안을 제안했습니다.

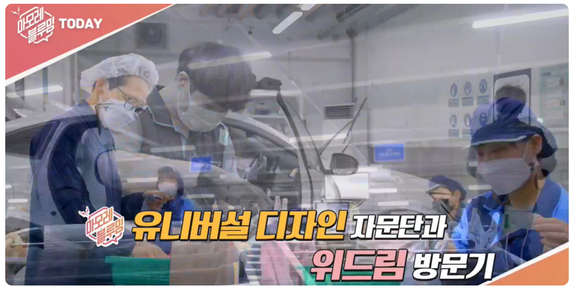

Interview Belinda | 벨리 크리에에이터

다양성·포용성 뷰티 커뮤니케이션 가이드 및 교육

다양성·포용성 인식 개선 프로그램 전개

아모레퍼시픽그룹은 사회적으로 의미 있는 날을 선정하여 구성원 대상의 다양성·포용성 인식 개선 프로그램을 전개하고 있습니다. 2023년에는 여성의 날을 맞이하여 빅데이터 전문가 송길영 님의 ‘유리한 다양성, 이제는 섬세하고 다양성 있는 접근이 중요하다’라는 주제로 임직원 대상 특별 강연을 진행했습니다. 해당 강연에서는 기업 관점에서 다양성에 대해 함께 고민해야 할 부분을 임직원들과 공유하고, 의견을 나누는 시간을 가졌습니다. 또한 사내 온라인 라이브 방송 ‘아모레 블루밍’에서는 장애인의 날을 맞이하여 아모레퍼시픽 자회사이자 장애인 표준사업장인 위드림과 ‘유니버설 자문단’을 소개했습니다. ‘유니버설 자문단’ 소개 영상에는 일부 위드림 임직원들이 참여하여 자사 제품에 대한 의견을 나누고 사용자 중심의 디자인으로 개선해 가는 과정을 담았습니다.


여성의 날 맞이 다양성 특강



위드림 및 유니버설 자문단 소개 영상

유니버설 디자인 스티커 제작

아모레퍼시픽그룹은 장애, 연령, 성별에 관계없이 모두가 자신만의 아름다움을 누릴 수 있도록 다양성·포용성 기반의 유니버설 디자인 스티커를 제작했습니다. 유니버설 디자인 스티커는 제품 사용에 어려움을 겪는 시각장애인 대상의 점자 스티커와 저시력자를 위한 큰 글씨 스티커로 분류 제작한 후 무료 배포했습니다.

스티커 제작 과정에는 위드림 소속의 시각장애인 임직원들이 유니버설 자문단으로 참여하여 제품 개발 과정부터 사용 편의성까지 다양한 의견들을 제안했습니다.



유니버설 디자인 스티커(큰 글씨 스티커, 점자 스티커)

미쟝센, 양각 적용 샴푸 출시

미쟝센은 2024년 1월 프로페셔널 라인에 유니버설 디자인 제품을 출시하여 장애, 연령 등에 상관없이 고객들의 제품 사용에 대한 편의성을 높였습니다. 미쟝센 프로페셔널 샴푸 펌프 상단에 'S' 알파벳 양각을 적용하여 점자를 모르는 고객도 제품 간 명확한 구분이 가능하게 했습니다.



미쟝센, 유니버설 디자인 제품 소개

라보에이치, '모두를 위한 브러쉬' 개발 프로젝트 진행

라보에이치는 아모레퍼시픽공감재단과 아모레퍼시픽 크리에이티브센터, 서울시립대학교 영디자이너 청년들과 함께하는 가치 있는 동행 프로젝트를 진행했습니다.

"우리 모두가 쉽고 재미있게 머리를 감을 수 있다면?"이라는 물음에서 시작하여 영디자이너 청년들과 함께한 프로젝트를 통해 모두를 포용할 수 있는 도구 디자인을 제안했습니다. 그 결과 손이나 팔을 사용하기 힘든 사람도, 손가락을 다친 사람도, 아이와 함께 머리를 감는 사람도, 다양한 연령별 세대와 신체 조건을 가진 모두가 쉽고 재미있게 머리를 감을 수 있는 헤어 브러쉬를 제작했습니다. 이를 통해 DDP에서 진행된 서울 디자인 2023의 기업+영디자이너 브랜드 전시 부문에서 최우수팀으로 선정되기도 했습니다.

해당 제품이 아이디어에서 머물지 않도록 라보에이치 공식몰에서 고객 대상 투표를 진행했고, 실제 가장 많은 투표를 받은 '2면 브러쉬'는 라보에이치에서 개발을 검토 중입니다.



라보에이치, 모두를 위한 브러쉬

마몽드와 에스쁘아, 제품에 점자 표기 적용

다양성과 포용성을 기반으로 마몽드와 에스쁘아가 제품에 점자 표기를 적용했습니다.

마몽드는 경계 없는 아름다움을 지향하며 일부 신제품 클렌징밤, 크림 단상자에 시각장애인을 위한 점자 표기를 적용했습니다. 카테고리명을 점자화하여 제품 선택 시 정확한 정보를 얻을 수 있도록 했습니다.

에스쁘아는 시각장애인들이 메이크업 제품 사용 시 불편함을 줄일 수 있도록 립 틴트 용기와 단상자에 점자 표기를 적용했습니다. 또한 자사 페이스 메이크업 제품 중 파운데이션 용기에 최초로 점자 표기를 적용했습니다.



에스쁘아 꾸뛰르 립틴트 블러 벨벳



에스쁘아 비벨벳 플루이드 파운데이션



마몽드 포어 슈링커 바쿠치올 크림

안전보건

아모레퍼시픽은 안전보건을 핵심가치로 삼아 모든 사업 영역에서 지속적이고 체계적인 안전관리를 실천하고 있습니다. 사업장별 안전보건 전담조직을 구성하여 사업장별 다양한 안전보건활동을 전개하고 있습니다. 또한, 안전보건 투자예산을 편성하고 집행하며 안전보건관리 체계를 수립하고 있으며, 이를 통해 사업장에서 발생할 수 있는 잠재 위험을 사전에 발굴하고 개선하고 있습니다. 급변하는 대외 동향 속에서 지속적인 법규 모니터링을 통해 규제 리스크를 저감해나가고 있습니다.

안전보건경영 체계

안전보건경영방침 준수

아모레퍼시픽은 관리 감독하에 있는 임직원뿐만 아니라 고객, 협력사, 지역사회 등 모든 이해관계자의 안전보건 확보를 최우선 원칙으로 안전보건경영방침을 수립하였으며, 이를 실천하기 위해 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

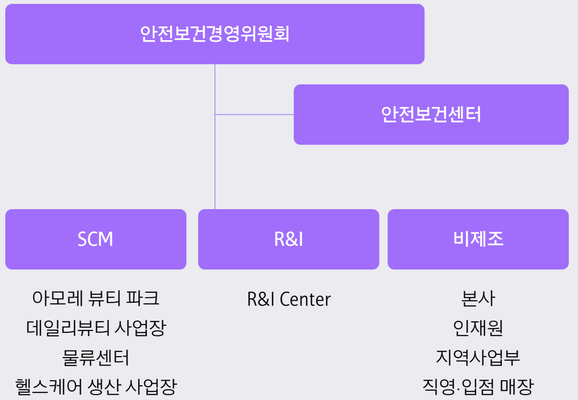
아모레퍼시픽은 전사 안전보건경영위원회를 통해 전체 사업장들의 안전관리 실적 및 현황을 모니터링하고 있습니다. 안전보건경영위원회는 대표이사 및 전사 안전보건 임원(사업장 안전보건총괄책임자)들로 구성되며, 이를 통해 대내외 안전보건 주요 이슈 사항 검토 및 안전보건관계법령에 관한 아모레퍼시픽의 규제 대응 현황 등을 반기별로 검토합니다.

아모레퍼시픽의 안전보건을 총괄하는 안전보건센터에서는 안전보건 규제 대응 및 아모레퍼시픽의 재해 저감을 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 안전보건 법규 및 규제에 선제적으로 대응하고, 전 사업장의 잠재 위험을 발굴하여 개선합니다. 이러한 안전보건활동은 안전보건 소위원회를 통해 정기적으로 사업장에 공유되어 함께 위험 사항들을 개선해 가고 있습니다.

또한, 각 사업장에서는 산업안전보건위원회 및 안전보건협의체 운영을 통해 회사의 주요 이슈 사항들을 공유하고 근로자 및 협력사의 안전보건 개선 의견을 청취합니다. 수렴된 의견은 개선을 검토하고 다음 회차 회의체에서 이행결과를 공유합니다.

정기 회의체 외에도 고충 처리 채널로 안전 신문고를 운영하고 있습니다. 이를 통해 협력사를 포함한 사업장 내 모든 근로자들의 안전 애로사항을 실시간으로 제보받아 사업장의 유해위험요인을 개선하고 있습니다.

아모레퍼시픽 안전보건경영위원회 조직도



안전보건경영시스템 인증

아모레퍼시픽 사업장은 글로벌 안전보건경영시스템 인증을 유지하고 있습니다. 오산 아모레 뷰티 파크, 대전 데일리뷰티 사업장, 상하이 뷰티사업장, 대전 코스비전 사업장은 ISO 45001 인증을 유지하고 있으며, 이는 아모레퍼시픽이 안전보건에 대한 효과적인 관리 체계를 확립하고, 조직 전체에 걸친 안전 문화를 구축해 나가고 있음을 의미합니다. 아모레퍼시픽은 안전보건경영시스템의 지속적인 개선을 통해 기업의 안전성을 향상시키고, 주기적인 성과 평가를 통해 개선 기회를 식별하고 안전 수준을 지속적으로 향상시키기 위해 노력하고 있습니다.

안전보건경영 체계

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 정착시키기 위한 교육훈련, 캠페인 등 다양한 활동을 수행하고 있습니다.

안전보건 성과 측정 프로세스

사업장별 목표 대비 성과 모니터링(분기)

↓

안전보건경영위원회에서 사업장별 성과 보고(반기)

↓

성과 측정 결과에 따른 개선사항 피드백 전달

↓

사업장별 개선조치 이행(즉시)

↓

차년도 안전보건 목표 설정 시 경영자 검토 사항 반영

안전보건 활동

SHE Audit 및 법규 준수 진단

아모레퍼시픽은 안전보건 규제 대응을 위해 내부 기준에 따른 사업장 자체점검, 사업장 간 교차점검, 외부 전문가를 통한 3자 점검 등을 통해 안전보건 수준에 대한 지속적인 확인 및 개선을 진행하고 있습니다.

2023년에는 외부 전문가와 합동 진단을 통해 사업장의 유해위험요인을 발굴·개선하였습니다. 아모레퍼시픽 총 8개 사업장을 대상으로 점검을 진행하였으며, 총 633건의 개선 항목을 발굴하여 개선하였습니다. 발굴된 위험과 더불어 발생하는 안전관리 사각지대에 있는 임직원들에게 맞춤형 교육을 실시하고 위험요인 마스터 리스트 관리를 강화하고 있습니다.

사업장 유해위험요인 도출 및 개선 활동 강화

아모레퍼시픽은 중대재해를 유발할 수 있는 4대 고위험(화재, 추락, 끼임, 부딪힘)에 대해 강화된 안전관리 활동을 전개하였습니다.

사업장 화재 위험 저감을 위해 본사와 대전 데일리뷰티 사업장을 대상으로 피난 인명 안전 시뮬레이션 프로젝트를 실시하여 사업장 내 화재 리스크를 파악하고, 화재 시 영향 및 피난에 대한 개선대책을 도출하였습니다. 또한 추락으로 중대재해를 유발할 수 있는 제조설비를 대상으로 개선활동을 실시하였습니다. 사람의 신체가 떨어질 수 없도록 물리적인 개선대책을 실시하였습니다.(247개소)

끼임 위험이 높은 포장설비에 대해서는 단위공정들에 대해 빈틈없는 일체형 커버를 설치하고 인터락 설비를 통해 사고를 예방하고 있습니다.

부딪힘 사고를 예방하기 위해 전사 모든 지게차 운행구간을 파악하고 물리적 차단, 안전방호장치, 유도자 배치 등의 조치로 충돌 위험을 예방하고 있습니다. 작업자와 지게차를 완전히 분리함으로써 위험의 가능성을 제거하였습니다.



피난 인명 안전 시뮬레이션 모습

사고 조사 및 재발 방지

아모레퍼시픽은 사고 대응 프로세스를 강화해 나가고 있습니다. 초기 사고 보고 프로세스를 신설/강화하여 사고 발생 시 6시간 이내 초기 보고, 7일 이내 최종 보고를 실시하고 있습니다. 또한, 고위험으로 분류되는 사고의 경우, 안전보건센터가 함께 근본 원인 조사를 실시합니다. 이 과정에서 발견되는 개선 항목들은 전사 AP Safety Rules에 반영하여 전 사업장 횡전개를 통한 개선을 진행하고 있습니다.

사고 조사 및 재발 방지 프로세스

사고 발생

↓

사고 보고 — 사고 유형 구분, 보고
사고 발생 부서 → 안전부서 → 본사

↓

사고 조사 — 사고 조사팀 구성 및 사고 원인 파악

↓

재발 방지 — 재발 방지 대책 및 전사 안전지침 수립

안전보건 활동

안전보건 IT 시스템 고도화

아모레퍼시픽은 안전보건 활동의 다양한 측면에서의 공백을 제거하고 효율을 향상시키기 위해 아모레퍼시픽 안전환경포털시스템AP SHE PORTAL을 지속적으로 고도화하고 있습니다. 특히, 2023년에는 중대재해 처벌법 컴플라이언스 진단을 IT화하여, 각 사업장에서 법정 선임인력, 교육 등 법규 준수 사항을 모니터링하고 중복 절차를 간소화하였습니다.

도급·용역·위탁 협력사 안전보건 평가

아모레퍼시픽은 도급·용역·위탁 협력사의 안전보건 조치 이행 수준에 대해 정기적으로 평가하는 절차와 기준을 적용하고 있습니다.

도급·용역·위탁 협력사를 4가지 유형(사무직 업체, 저위험 작업 업체, 일반위험·고위험 작업 업체, 건설 작업 업체)으로 구분하여 관리하며, 계약 단계에서 협력사의 안전보건 수준을 평가합니다. 평가 점수에 따라 안전보건 수준 등급을 분류하여 안전보건 역량을 갖춘 협력사에 한하여 계약을 체결하고 있습니다.

협력사 안전관리 지원 결과 우수기업 선정

아모레퍼시픽이 협력사와의 동반성장을 위해 다양한 지원활동을 실시한 결과 안전보건 상생협력사업 우수기업으로 선정(상위 20%)되었습니다. 2023년 고용노동부에서 주관하는 제1회 상생협력 프로그램에 2개 사업장(본사, 아모레 뷰티 파크)이 참여하여 사업장별 안전관리 취약 협력사(5인 미만) 대상의 멘토·멘티 프로그램을 운영하고, 다양한 안전점검 및 교육훈련을 지원한 결과입니다. 앞으로도 아모레퍼시픽은 협력사의 안전한 근무환경 조성과 함께 지속적인 동반성장을 실현할 계획입니다.



상생협력사업 우수기업 선정

안전 문화 조성 노력

아모레퍼시픽은 사업장의 안전 문화 정착을 위해 다양한 활동을 전개했습니다. 2021년 제정된 아모레퍼시픽 10대 안전 골든룰 항목별로 지켜야 할 안전 수칙 영상을 시리즈로 제작하여 모든 임직원이 준수할 수 있도록 독려하고 있습니다. 안전 골든룰의 실제 실천을 유도하는 참여형 캠페인으로 기획했으며, 그 첫 번째로 안전벨트 착용 인증샷 캠페인을 진행하였습니다. 모든 이동 수단(자가용, 셔틀버스, 택시 등) 이용 시 전 좌석 안전벨트를 착용하고 본인뿐 아니라 가족들도 함께 참여할 수 있도록 캠페인을 구성하였습니다. 이를 통해 안전 골든룰의 중요성을 다시 한번 강조하고 실천할 수 있는 계기를 제공했습니다.

아모레 뷰티 파크에서는 안전보건 강조주간Safety Week을 운영하였습니다. 사업장 구성원들을 대상으로 자율적인 산업재해 예방 활동 촉진을 위해 일주일간 전문가 초빙 교육, 비상 대응 훈련, VR 안전보건 체험 등 안전보건 활동을 진행하였으며, 자사 캐릭터를 활용한 안전 굿즈를 제작하여 안전의식에 대한 친근감 제고 및 이를 통한 구성원들의 관심을 유도하였습니다. 또한, 구성원들에게 안전 인식/안전 메시지를 담은 안전 송을 송출하여 안전의식을 고취시켰습니다.



아모레퍼시픽 10대 안전 골든룰

안전보건 교육 실시

아모레퍼시픽은 안전보건 관계 법령에 따른 의무 법정 교육과 유해 위험 작업에 관한 안전보건 교육을 통해 지속적으로 중대재해 발생을 예방하고 구성원 안전보건 의식 향상을 위해 노력하고 있습니다. 2023년에는 현장 근로자 대상으로 각 공정별 위험 요인 및 안전 수칙에 대한 이해도를 높이고자 맞춤형 교안 105종을 제작하였습니다. 근로자의 불안전한 행동 예방, 불안전 상태 개선, 비상상황 발생 시 대응 역량 향상을 기대하며, 관리감독자 주관 안전점검회의Tool Box Meeting 활동 시 교안 활용 지속적인 교육을 통해 근로자들이 위험을 볼 수 있는 역량을 점진적으로 높이고자 합니다.

또한 사업장 안전보건 전문인력들에 대한 역량 강화를 위해 안전보건 국가자격증 취득 제도를 지속해서 운영하고 있으며, 분야별 전문지식 습득을 위해 포장, 제조팀 관리자 대상으로 기계 안전 교육을 진행하였습니다.

사업장 기계 설비들의 신규 도입/변경시 안전한 사용에 대한 전반적인 지식을 제공하였으며, 추후 현장 근무자 대상으로도 교육을 확대할 예정입니다.

안전보건 활동

비상사태 대비 및 대응 훈련

아모레퍼시픽그룹은 자연재해, 인명사고, 물적 피해 등으로 사업장에서 발생할 수 있는 피해를 예방하고, 발생에 의한 피해를 최소화하기 위한 비상 대응 관리 체계를 정립하였습니다. 이를 통해 비상 상황별 단계를 설정하고, 각 단계별 역할과 책임을 부여하여 비상시 신속하게 대응하고 있습니다. 더불어, 전 사업장에서 비상 상황을 가정하여 비상 대응 훈련을 진행하고 있습니다. 일반적인 소방 훈련에서 나아가 승강기 갇힘 사고, 풍수해 대응 등 다양한 시나리오를 구성하여 비상 상황에 대한 대응 역량을 강화하고 있습니다.



비상 대응 훈련

해외 비상 안전관리 솔루션 구축

아모레퍼시픽그룹은 글로벌 비즈니스 환경에서 근무하는 파견/출장 임직원들의 안전을 최우선으로 여기며, 혁신적이고 효과적인 해외 안전관리 솔루션을 도입하였습니다.

이를 통해 해외 파견/출장 임직원에게 건강관리를 위한 의료, 보안, 심리 상담 등의 서비스를 제공하고 있습니다. 또한 임직원에게 비상 상황 발생 시, 지원센터에서는 임직원 주변의 의료기관을 안내하고, 의료 통역을 지원하고 있습니다.

더불어 해외 출장 임직원이 항공권을 발권하면 자동으로 Tracker Map과 연동되어 임직원의 위치 및 현황 파악이 실시간으로 가능합니다. 해외에서 임직원에게 긴급상황 발생 시, 긴급 문자 서비스 등 실시간 소통을 통해 신변과 안전 여부를 파악하며 신속하게 대응하고 있습니다.

근로자 건강 증진 전개

아모레퍼시픽은 고중량 취급물질, 반복 공정 등으로 인한 근로자의 근골격계 부담작업을 개선하기 위해 '근골격계 부담작업 개선 프로젝트'를 실시하였습니다. 전사 근골격계 질환 예방 TF를 구성하여 약 3개월간 대한인간공학회와 함께 화장품 생산공정을 대상으로 작업 부하를 평가하였습니다. 단위 작업별 근골격계 잠재 위험 항목을 발굴하고 개선계획을 수립하였습니다. 이를 통해 아모레퍼시픽 인간공학 작업관리 10대 원칙을 수립하고 업무상 질병 예방관리 프로그램을 수립하고 있습니다.

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.

지속 가능한 공급망 관리

협력사 심사 및 선정

아모레퍼시픽은 공급망의 지속가능성을 제고해 건강한 기업 생태계를 조성하고자 합니다. 협력사 계약 체결 시 국가, 산업 등의 리스크를 사전 고려하고, 재무, 품질을 비롯해 인권, 안전, 환경 등의 지속가능경영 지표들에 대한 리스크를 식별하여 신규 및 거래 유지를 심사합니다.

또한, 아모레퍼시픽은 자사 비즈니스에 미치는 영향력 및 자사와의 거래 규모, 필수 포장재 또는 원료의 개발 및 공급 여부, 대체 불가능성, 협력사 역량 등을 종합적으로 고려하여 핵심 협력사 등의 주요 협력사를 선정하고 있습니다.

2023년 구매 현황 기준으로 392개 협력사 중 핵심 협력사는 총 45개 사이며, 그중에 포장재 관련 협력사는 21개 사, 원료 관련 협력사는 15개 사, ODM Original Development Manufacturing 협력사는 9개 사입니다.

협력사 구매 현황

구분	2023
1차 협력사 수	392
1차 핵심 협력사 수	45
1차 핵심 협력사 구매 비율(%)	63
2차 핵심 협력사 수	15
1, 2차 핵심 합력사 수	60
해외사업장 현지 구매비율(%)	73

협력사 지속가능성 강화 지원

아모레퍼시픽은 공급망 경쟁력 향상을 통해 지속 가능한 공급망을 구축하고 있습니다.

매년 협력사 대상으로 ESG 이해와 현장 관리 실무 등의 교육을 실시하고 있으며, 2023년에는 주요 협력사 중 희망하는 협력사를 대상으로 재활용 포장재 인증을 획득할 수 있도록 안내 교육 및 인증 비용을 지원했습니다. 또한 협력사 안전 인프라 지원 차원에서 안전모, 안전화, 방진 마스크, 청력 보호구 등이 필요한 주요 협력사에 안전용품 구매를 지원했습니다.

한편, 협력사들이 잠재적 ESG 리스크를 저감할 수 있도록 개선이 필요할 시 환경, 안전 컨설팅을 지원하며 동반성장을 추구하고 있습니다.

협력사 지속가능성 관리 현황

구분	KPI[2]	2023	2025 목표
2025년까지 협력사 역량 교육 프로그램 참여 인원 수	교육 참여 협력사 임직원 수 (명/누적)	3,100	5,000
2025년까지 거래 협력사[1] 중 지속가능경영 평가 진행 주요 협력사 비율	평가 진행 주요 협력사 비율 (%/누적)	100	100
2025년까지 지속가능성 향상 컨설팅 지원 협력사 수	컨설팅 지원 협력사 수 (개/누적)	40	100

1) 매년 구매 금액 10억 원 이상 협력사
2) 2021년부터 2023년까지의 누적 기준

협력사 고충처리 채널 운영

아모레퍼시픽은 비즈니스 파트너인 협력사와 신뢰의 파트너십을 구축하기 위해 소통 채널을 운영하고 있습니다. 협력사와 보다 원활하고 효과적인 의사소통을 위해 통합구매포털, 핫라인, 메일을 통해 협력사 고충처리 및 제안 채널을 운영하고 있습니다. 인권, 안전보건, 환경 등 모든 사항에 대한 고충을 접수하고 있으며, 2023년 해당 채널을 통해 접수된 불만은 0건이었습니다.

통합구매포털

협력사 ESG 관리

협력사 행동규범 준수 요구

아모레퍼시픽그룹은 협력사를 대상으로 행동규범인 '협력사 지속가능경영 가이드라인'을 제정했으며, 협력사 계약서 내에 행동규범 준수를 명시하고 있습니다. 2023년에는 글로벌 기준에서 요구하는 사항에 맞춰 가이드라인을 개정했습니다. 아모레퍼시픽그룹은 행동규범을 통해 협력사의 환경·사회적 책임 준수를 독려함으로써 공급망에서의 환경·사회적 영향을 줄여나가고자 합니다.

행동규범은 인권 및 노동(7개), 안전보건(8개), 환경 보호(11개), 윤리경영(10개) 등 총 36개의 준수 항목을 제시하고 세부 실천 사항을 매뉴얼로 제작해 협력사에 공유하고 있습니다.

또한 신규 및 기존 계약 체결 시 모든 협력사를 대상으로 아모레퍼시픽그룹의 윤리강령과 협력사 지속가능경영 가이드라인을 준수하도록 요구하고 있습니다.

협력사 지속가능경영 가이드라인은 아모레퍼시픽그룹 웹사이트(국문, 영문, 중문) 및 통합구매포털에 게시하여 모든 이해관계자가 확인할 수 있습니다.

협력사 지속가능경영 가이드라인

협력사 ESG 평가 프로세스

평가 준비
- 평가 지표 업데이트
- 평가 대상 협력사 선정

서면 평가
- 온라인 플랫폼 활용(자가 진단)

현장 진단
- 현장 점검 실시(제3자 전문 기관 수행)

결과 도출
- 협력사별 리스크 확인 및 개선과제 도출

후속 조치
- 개선조치 요구 및 개선계획 수립 확인
- 결과보고서 배포

협력사 ESG 평가 및 조치

아모레퍼시픽은 우수 협력사를 발굴하고 협력사의 잠재적 ESG 리스크를 식별 및 평가하기 위해 협력사 계약 체결 시 자사의 지속가능성 최소 요구 사항을 만족하는 협력사와 거래를 진행하고 있습니다. 또한 매년 종합 평가 결과에 따라 우수 협력사에는 동반성장 프로그램 우선 지원, 거래 물량 우선 배정, 시상 등의 인센티브를 제공합니다.

매년 핵심 협력사를 포함한 일정 거래 규모 이상의 주요 협력사를 대상으로 지속가능경영 평가인 ESG 평가를 정기적으로 시행하고 있으며, 그 결과를 협력사 정기 종합평가에 10% 비중으로 반영하고 있습니다. 일정 수준 이하의 평가 등급이 지속될 경우, 거래 축소 및 제한과 같은 사후 조치를 시행할 계획입니다.

협력사 ESG 평가 시에는 인권, 안전보건, 환경, 기업윤리, 경영시스템 5개 영역에 대해 RBA[1] 행동규범, OECD[2] 기업 실사 지침, SA8000 등의 국제 표준과 인증을 준용한 체크리스트를 활용하여 평가합니다. 더불어 협력사와 구매 담당자 대상으로 공급망 ESG 트렌드 교육 및 평가 설명회를 진행했습니다. 이 평가는 협력사의 단소 배출량과 에너지 소비량을 평가하여 공급망이 미치는 환경영향을 파악하고 가치사슬 내 리스크 관리에 활용됩니다.

2023년 협력사 ESG 평가 결과 모든 대상 협력사에서 리스크가 도출되었습니다. 그중 높은 수준의 실질적/부정적 영향을 가진 고위험 협력사를 대상으로 개선조치를 요구했으며, 개선계획 수립 등을 지원했습니다. 특히 고위험 핵심 협력사의 경우 지속적인 모니터링을 진행할 계획입니다. 더불어 협력사별 ESG 평가 결과보고서를 통해 수준 상향 및 성과 달성을 위한 벤치마킹 사례 정보들을 제공했습니다.

한편, 아모레퍼시픽은 매년 주요 협력사를 대상으로 별도의 신용 평가를 실시해 재무적 리스크를 관리하고 있으며, 주요 2차 협력사 대상으로는 설문조사를 통해 거래 시 발생 가능한 잠재 리스크를 파악하고 있습니다. 일정 수준 이하의 평가 등급이 지속될 경우, 거래 축소 및 제한과 같은 사후 조치를 시행할 계획입니다.

2023 협력사 ESG 평가 결과

(단위: 개, %)

KPI	세부 사항	결과	목표
평가 참여 현황	서면 평가 협력사 수	99	99
	평가에 참여한 핵심 협력사 비율[3]	100	n/a
고위험 현황[4]	고위험 발생 가능성이 있는 협력사 수	12	n/a
	개선계획이 있는 고위험 협력사 비율	100	n/a
	고위험 발생 가능성이 종료된 협력사 수	12	n/a
프로그램 참여 현황	역량 강화 프로그램에 참여한 협력사 수	79	71
	역량 강화 프로그램에 참여한 핵심 협력사 비율	24	n/a

1) RBA: Responsible Business Alliance

2) OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development

3) 핵심 협력사: ESG 평가를 진행한 주요 협력사 중 전략사 비율

4) 고위험 협력사: 평가 결과 50점 미만 기준으로 상당한 실질적·잠재적 부정적 영향을 가진 평가 참여 협력사

동반성장

협력사 동반성장 전략 체계

미션

성장과 혁신을 지원해 지속 성장의 근원적 경쟁력을 향상시킵니다.

추진 방향

- 신뢰 기반의 공정거래 문화 정착
- 성장과 혁신 지원
- 파트너 지속가능성 제고

2023 주요 성과

금융 지원

- 저금리 대출 펀드 약 275억 원 운용
- 동반성장 투자재원 기금 약 7억 원 출연
- 동반성장 협약사 대상 대금 지급 10일 내 100% 현금 결제

기술 혁신 지원

- 협력사 공동 연구 과제 33건 진행
- 혼입 반품률 51% 개선, 이물질 반품률 14% 개선
- 협력사 지도 및 채용 등 인력 70명 지원

성장 인프라 지원

- 협력사 교육 1,082명 지원
- 협력사 전시회 부스 비용 총 8천만 원 지원

금융 지원

저금리 대출 펀드 지원 강화

아모레퍼시픽은 협력사의 안정적인 경영 환경 조성을 위해 다양한 금융 지원 및 기금을 운용하고 있습니다. 2023년 저금리 대출 펀드 중 하나인 약 0.57억 원 규모의 '상생 펀드 프로그램'을 직접 지원 방식으로 제공했습니다. 또한 기업은행과의 연계를 통한 저금리 대출 펀드인 '동반성장펀드 프로그램'은 규모를 244억 원으로 확대 운영했습니다. 이는 전년 대비 30억 원을 증액한 규모로 협력사에 대한 자금 운용 규모 지원을 강화한 결과입니다. 더불어 우리은행과 연계하여 30억 원 규모의 특약점 지원의 동반성장 펀드를 운영했습니다. 한편, 협력사의 역량 강화를 위한 동반성장 투자재원 기금은 2023년 기준 약 7억 원 규모로 출연했습니다.

상생결제시스템 운영

아모레퍼시픽은 2019년 상생결제시스템을 도입한 이래, 2023년 기준 중소기업 협력사 약 100개 사를 대상으로 '10일 내 100% 현금 결제' 시스템을 운영하고 있습니다. 또한 2023년에는 1차 협력사 100개 사를 대상으로 2차 협력사까지의 대금 지급 흐름이 원활히 이루어질 수 있도록 토대를 강화했습니다. 2023년 상생결제시스템을 통한 대금 지급액은 약 2,900억 원 규모로 공급망 전체에 걸쳐 투명하고 안정적인 자금 운용 흐름에 기여합니다.

동반성장

기술 혁신 지원

구매조건부 신제품 개발 사업 참여

아모레퍼시픽은 2019년부터 중소벤처기업부와의 협약을 통해 '구매조건부 신제품 개발 사업'에 참여해 왔습니다. 2023년까지 5년간 42.9억 원 규모의 펀딩을 통해 중소 협력사의 신기술 및 신제품 개발을 지원하였습니다. 2023년에는 기존 과제의 연결로 산소 카트리지와 기능성 원료를 포함한 듀얼 믹싱 기능성 화장품 용기 개발, 기능성 포장 소재 개발, 금형용 센서 모듈 개발 과제 등을 지속 수행했습니다.

제조실행시스템 MES 구축 지원

아모레퍼시픽은 협력사를 대상으로 협력사 공장의 스마트화를 위한 제조실행시스템 MES Manufacturing Execution System 구축을 지원하고 있습니다. 2020년부터 2023년까지 총 8개 협력사를 수혜 대상으로 선정해 지원했습니다. 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. 아모레퍼시픽은 장기간 협력을 지속해 온 협력사가 경영 활동 전반의 효율화를 지속적으로 강화할 수 있도록 생산성 향상 관련 지원을 확대해 가고 있습니다.

품질 및 공정 개선 컨설팅 실시

2023년 아모레퍼시픽은 협력사의 품질 역량 향상 및 공정 기술 수준 개선 지원을 위해 총 6개 협력사를 대상으로 혼입·이물질 개선 컨설팅을 실시했습니다. 그 결과 협력사의 혼입 반품률은 전년 대비 51%, 이물질 반품률은 전년 대비 14%(1개 사 제외) 개선되는 효과를 거두었습니다.

성과공유제 운영

성과공유제는 협력사와 공동 혁신 과제를 진행해 목표 달성 시 기술 및 경제적 성과를 모두 공유하는 아모레퍼시픽과 협력사의 상생협력을 위한 제도입니다. 아모레퍼시픽은 참여 협력사에 투입 비용을 지원하는 방식을 통해 과제 수행에 대한 동기부여를 제공합니다. 2023년에는 과제 수행 협력사에 연구 개발비 1.05억 원을 지원했으며, 11건의 과제를 신규 운영했습니다.

성장 인프라 지원

중소 협력사 판로 확보 지원

아모레퍼시픽은 중소 협력사의 글로벌 시장 판로 확보를 지원하기 위해 2015년부터 매년 협력사의 해외 전시회 참여시 비용과 인력을 지원하고 있습니다. 2023년 홍콩에서 개최된 세계 3대 뷰티 전시회 코스모프로프 아시아 행사에 8개 협력사에 대한 부스 설치 비용으로 총 8천만 원을 지원하였습니다.

협력사 역량 교육 및 소통 진행

아모레퍼시픽은 협력사 임직원을 대상으로 공급망 ESG 역량 및 직무 스킬 향상을 위한 '동반성장 아카데미' 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 2023년에는 ESG 실무 교육과 함께 품질 관리 등의 역량 강화를 위해 화장품 원료, 포장재, 생산 분야 교육에 집중했습니다. 더불어 리더십 및 공통역량 교육 등을 포함하여 총 35개의 교육 프로그램을 운영했습니다. 그 결과 2023년 기준 총 79개 사의 1,082명의 협력사 임직원들이 교육 프로그램에 참여했습니다.

한편, 아모레퍼시픽은 협력사 임직원 대상의 맞춤형 교육을 제공하기 위해 수시로 니즈를 조사하고 있습니다. 또한 협력사 임직원들이 현장에서 겪는 VOC 및 애로사항을 청취하고, 개선 방향을 수립하기 위해 연 1회 방문을 통한 소통 활동을 진행하고 있습니다. 이를 위해 일부 주요 1, 2차 협력사를 대상으로 상생협력 지원 및 활동에 대한 설문조사를 정기적으로 실시하고 있습니다.

고객 만족

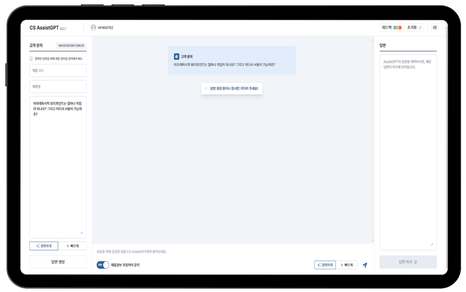
아모레퍼시픽그룹은 고객 만족을 최우선 가치로 생각하며 제품 및 서비스 품질 제고에 힘쓰고 있습니다. 또한 고객 의견 수렴을 통해 개선점을 도출하고 반영하여 고객 만족도를 향상시키고자 합니다.

고객과의 소통 제고

고객 상담 시스템 재구축

아모레퍼시픽그룹은 고객 중심에 가치를 두고, 고객이 느끼는 불만족 요소를 파악하고 고객 만족의 극대화를 위해 전사적 노력을 기울이고 있습니다. 다양해지는 온라인 판매채널에서 브랜드에 대한 고객의 긍정적 경험을 위하여 이커머스 플랫폼별 VOC(Voice of customer)에 '모니터링-현업공유-개선활동' 프로세스를 추진하고 있습니다.

또한, 상담 애플리케이션 시스템 재구축을 통하여 다양한 채널에서 고객과의 적극적인 소통 및 고객 응대를 위한 고객 데이터 기반의 상담 시스템 개편으로 고객 니즈에 맞춘 서비스를 제공하고 있습니다. 특히 API 기반 물류 시스템 및 이커머스 플랫폼과의 정보 연동으로 신속한 고객 대응 및 서비스가 가능해졌습니다. 상담 VOC에 STT/자동 분류 기술을 도입하고, 상담 지식과 전사 공용 데이터 기반의 챗 GPT 프로그램을 적용해 상담사를 지원하고 있습니다. 앞으로도 AI 기술 기반의 분석 기술 적용을 통해 VOC 데이터의 활용 가치를 높이고 고객 경험 만족도를 확대하려 합니다.



CS Assist GPT

고객 VOC관리 체계 강화

고객 VOC를 공유하는 정례 협의체를 실시하고, 고객 VOC의 위클리 공유 및 경영진 보고 체계를 운영하고 있습니다.
특히 온라인 판매 채널 '아모레몰'의 고객 VOC를 데일리 모니터링하고, 빠르게 반영·개선함으로써 고객 불편 및 클레임에 대한 즉각적인 처리를 위해 노력하고 있습니다. 제품 및 서비스 품질의 클레임 개선을 위한CGAP(Customer Gift for AmorePacific) 발행 및 제품 분석을 통한 품질·개선 관리도 함께 진행하고 있습니다.

VOC 접수 및 처리 절차

고객의 소리	· 전화 · 기업 홈페이지 · 채팅 · E-mail
현상 파악	· 전문 상담(전화 또는 방문)
현상 분석 및 해결	· 품질담당 부서 원인 분석 및 대책 수립
고객 회신	· 분석 결과 안내 · 소비자 분쟁 해결 · 기준에 의한 처리

고객 만족도 관리

아모레퍼시픽은 고객에게 최고의 제품과 서비스 경험을 제공하기 위해 2019년부터 고객상담을 완료한 모든 고객 대상으로 만족도 조사 시행 등의 고객 만족도 관리 활동을 시행하고 있습니다.
2023년 아모레퍼시픽에 접수된 소비자 불만 발생 437건 중 435건에 대해 소비자 불만을 해결하여 99.5%의 불만 해결률[1]을 기록했습니다. 또한 2023년 아모레퍼시픽의 고객상담 서비스 만족도는 86.1점을 기록했습니다. 이는 전년 대비 약 3점 상승한 수치입니다.

1) 아모레퍼시픽 국내 기준

AMORE Brand Perception Survey

아모레퍼시픽그룹은 Brand Perception Survey 대상 범위를 기존의 한국에서 중국, 미국까지 확대했습니다.
2023년 한국, 중국, 미국 주요 도시에 거주하고 있는 여성 14,000명을 대상으로 서베이를 실시했습니다. 인지·고려·구매 단계의 브랜드 건강도를 측정하는 지표와 함께 2023년에는 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. 이 결과 한국에서 이니스프리 브랜드는 '사회적 가치를 실현하는 브랜드', '클린뷰티 브랜드', '환경을 아끼는' 브랜드 이미지 항목에서 모두 높은 평가를 받았습니다.
2024년에는 조사 범위를 더욱 확대하여 일본, 태국, 베트남, 인도네시아 고객 대상으로 평가를 확대할 예정이며, 기존 화장품 브랜드 조사에서 헤어, 바디, 이너뷰티 브랜드로 확대하여 다양한 카테고리에 대해 고객 의견을 듣고 사업에 반영할 예정입니다.

고객과의 소통 제고

윤리적 마케팅·광고 지침 교육

아모레퍼시픽그룹은 고객에게 제품 및 서비스에 대한 정확하고 균형 잡힌 정보를 제공하고자 노력합니다. 2023년에는 새로 개정된 「환경 관련 표시·광고에 관한 심사지침」 및 EU Green Claims Directive에 맞춰 내부 임직원들의 내재화를 위해 그린워싱 예방 교육을 진행하였습니다. 2024년 상반기부터 그린워싱과 환경성 과장광고에 대한 임직원 역량 강화를 위하여 관련 가이드 배포 및 교육을 확장해 가고 있습니다.

고객 교육 프로그램

아모레퍼시픽그룹은 화장품 공병 재활용 과정에 대한 소비자 교육을 강화하기 위해 다양한 활동을 진행하고 있습니다. 온라인 직영몰(아모레몰)의 상세 페이지를 통해 온라인 용기 수거 캠페인 참여 방법과 공병 재활용 과정에 대해 자세히 안내하고 있습니다. 또한 수거 가능 품목, 유형별 세척 및 반납 가이드와 더불어 용기 수거 FAQ 페이지 운영을 통해 고객 참여 확대를 위해 노력하고 있으며, 고객 상담실 운영을 통해 고객들의 세부적인 문의 사항과 전반적인 재활용 과정에 대해 소통하고 있습니다.

고객 니즈 반영 제품 개발 Case

아모레퍼시픽그룹은 고객 니즈를 반영한 제품 개발을 통해 제품 사용의 만족도를 높이고자 노력합니다.

헤라

섬세한 텍스처를 기반으로 감도 높은 컬러로 사랑받아온 헤라는 일본 진출과 함께 현지 고객의 니즈를 반영한 로컬 한정 컬러의 제품을 출시했습니다.

헤라는 일본 여성이 생각하는 가장 최신의 '나다운' 컬러의 블랙쿠션을 구현하기 위해 고객 리뷰를 스터디하고 소비자 검증을 진행했습니다.

이를 통해 오클ocher 컬러를 선호해온 일본 여성들이 최근 K뷰티 인기에 힘입어 '한국풍의 밝고 자연스러운 핑크베이지'에 대한 선호도가 있다는 것을 발견하고, 이를 반영한 컬러(22C 1호)를 현지 한정으로 출시했습니다.

또한, 일본 고객의 니즈에 맞춰 생기 있는 브라운 컬러의 '센슈얼 누드 밤 하모니'와 분위기 있는 딥 플럼plum 컬러의 '센슈얼 누드 글로스 테이스트'도 함께 출시했습니다.

메이크온

메이크온 스킨 라이트 테라피3가 2024년 1월 새롭게 리뉴얼 론칭되었습니다.

이전 버전에 비해 3.5배 증가한 멀티 LED 개수와 3가지 미세전류의 조합을 통해 피부 케어의 주요 3가지 요소인 수분, 톤업, 탄력을 하나의 기기에서 케어할 수 있도록 했습니다.

전용 실리콘 케이스와 호환 가능한 액세서리를 접목한 디자인으로 제품을 튼튼하게 보호하고 위생적인 보관이 가능합니다. 또한 고객이 각 개인의 취향에 맞춰 꾸미고 서로 공유할 수 있다는 점도 하나의 재미 요소로 작용하고 있습니다.

더불어 고객들은 블루투스 기반의 앱 연동을 통해 기기에서 측정한 나의 피부 점수를 눈으로 직접 확인할 수 있습니다.

이를 기반으로 장기적인 피부 변화 그래프 및 추천 모드 현황, 기기 사용 패턴 데이터 등을 제공받음으로써 고객 스스로 건강한 스킨케어 루틴을 설계하고 관리할 수 있도록 돕고 있습니다.

향후 고객의 피부, 라이프스타일, 위치 정보의 3가지 데이터를 기반으로 맞춤 제품을 추천하고, 펌웨어 업그레이드를 통한 부가 기능을 탑재하며, 고객 맞춤형 관리 모드 도입의 초개인화 서비스를 제공할 예정입니다.



헤라 블랙쿠션



헤라 센슈얼 누드 밤



메이크온 스킨 라이트 테라피3

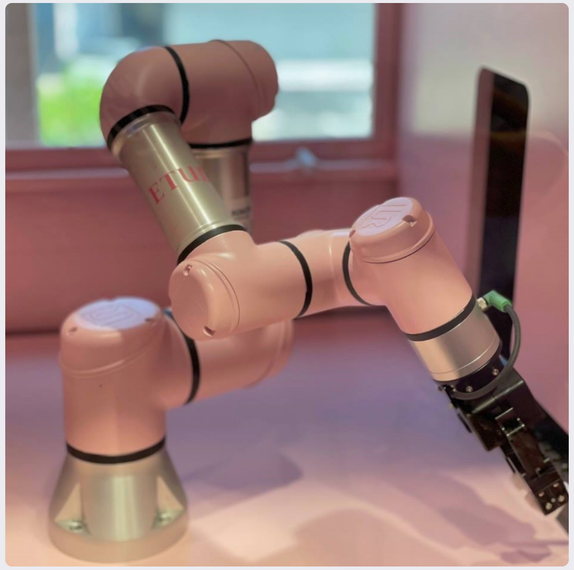
고객과의 소통 제고

고객 맞춤형 제품 및 서비스 Case

아모레퍼시픽그룹은 고객 의견을 청취하고 피드백을 반영한 1:1 맞춤형 제품 및 서비스를 통해 고객 만족도를 높이고자 노력합니다.

에뛰드

에뛰드는 서울 명동 1번가점에서 맞춤형 파운데이션을 제작해 주는 '파운데이션 팩토리' 서비스를 실시하고 있습니다. 고객의 피부 컬러와 톤을 정교하게 측정한 후, 컬러 드레이핑 서비스 등 메이크업 전문가의 상담을 더해 개인별 피부에 맞춤화된 파운데이션을 만들어주며 고객 만족을 위해 힘쓰고 있습니다. 서비스 오픈 이후부터 지속적으로 고객들에게 사랑을 받고 있으며, 고객들의 자발적인 방문 후기와 긍정적인 버즈를 기록하고 있습니다. 매월 예약 시스템 오픈과 동시에 주말 예약은 조기 마감되는 등 고객의 높은 관심을 보이고 있습니다.



에뛰드, 파운데이션 팩토리

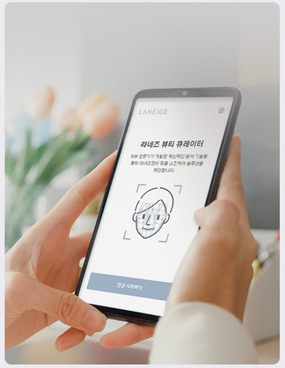
라네즈

라네즈의 고객 맞춤형 서비스 '비스포크 네오'는 2023년에도 꾸준히 많은 고객들에게 사랑받았습니다. 특히 외국인 고객의 비중이 약 90%를 차지할 만큼 전 세계 82개국의 글로벌 고객에게 큰 사랑을 받았고, 틱톡 및 다양한 디지털 플랫폼을 통해 버즈를 일으키며, 약 250만 뷰의 바이럴 수치를 기록했습니다.

또한 라네즈 명동의 또 다른 고객 맞춤형 서비스인 '뷰티 큐레이터' 서비스는 AI 기술을 활용한 피부 진단 서비스로, 피부 진단 결과 및 고객의 피부 고민에 따른 제품 추천을 제공합니다. 고객이 태블릿 화면을 통해 셀프로 피부 상태를 측정하면, 그 결과에 따라 라네즈에서는 베스트 제품을 추천합니다. 이 서비스를 경험한 고객 중 약 35%의 고객이 추천받은 제품을 구매한 결과가 있었습니다.



라네즈, 비스포크 네오



라네즈, 뷰티 큐레이터 서비스

에스쁘아

에스쁘아가 서울 연남동에 새로운 크리에이션 매장을 오픈했습니다. 에스쁘아는 고객들이 자신만의 룩을 찾을 수 있도록 #CreateyourBe 캠페인을 전개하고 있습니다. '에스쁘아 연남' 매장은 정형화되지 않은 소재의 느낌을 살린 인테리어로 에스쁘아만의 크리에이티브 한 감성을 느낄 수 있습니다. 또한, 전문 메이크업 아티스트인 크리에이터의 고객 맞춤형 퍼스널 컨설팅과 커스터마이징 서비스를 고객에게 제공하는 등 고객들과의 소통에 힘쓰며 에스쁘아의 새로운 메이크업 전문성을 선보이고 있습니다.

그중 '파우더 앤 플레이'는 고객이 원하는 파우더와 컬러를 조합해 나만의 파우더를 제작할 수 있는 대표적인 맞춤형 서비스입니다. 또한 '글로우 앤 플레이' 서비스는 베이스 컬러부터 글리터까지 원하는 조합으로 제작할 수 있으며, 2만 원 대에 체험이 가능합니다.

한편, 에스쁘아는 이외에도 프라이빗 원데이 메이크업 클래스와 1:1 퍼스널 컨설팅 등 다양한 서비스를 제공하고 있습니다.



에스쁘아, 크리에이션 매장의 퍼스널 서비스 존

고객과의 소통 제고

글로벌 고객 니즈 맞춤화 제품 출시

아모레퍼시픽 중국연구소는 중국의 안티에이징 시장 트렌드에 맞춰 '이니스프리 블랙티 라인'을 2023년 업그레이드했습니다. 그중 이니스프리 블랙티 펩타이드 안티링클 에센스는 중국 안티에이징 대표 트렌드 효능 성분인 펩타이드에 이니스프리만의 '차' 성분을 더해 개발했으며, 혁신적인 듀얼 용기를 통해 노화의 근본 원인 제거 및 손상된 피부를 리페어하는 이중 안티에이징 솔루션을 구현했습니다. 해당 제품을 중국 고객 30명 대상으로 4주 사용 임상을 진행한 결과 보습, 리페어, 탄력, 주름개선의 효과가 있음을 확인하였습니다.

또한, 중국의 헤어케어 시장 트렌드에 맞춰 중국 고객들이 선호하는 사용감 및 컨셉을 반영한 전용 '려 샴푸 라인'을 개발했습니다. 중국 고객 100여 명(상하이 거주, 20–40대)을 대상으로 려 데일리 솔루션 라인의 신규 디자인 및 컨셉 만족도 검증 과정을 거친 후 성분부터 패키지까지 업그레이드하여 출시했습니다. 더불어, 한국의 전문 훈련 패널로부터 자사 및 타사 샴푸 제품의 센서리 강도 평가를 진행했고, 중국 고객 600여 명을 대상으로 동일한 샴푸 제품에 대한 HUT$^{Home\ Use\ Test}$ 진행을 통해 고객 유형별 선호 제품 및 사용감을 파악했습니다. 이를 통해 고객의 선호도를 가장 잘 반영한 려 히알루로닉 볼륨 샴푸를 중국 전용으로 새롭게 개발했습니다.



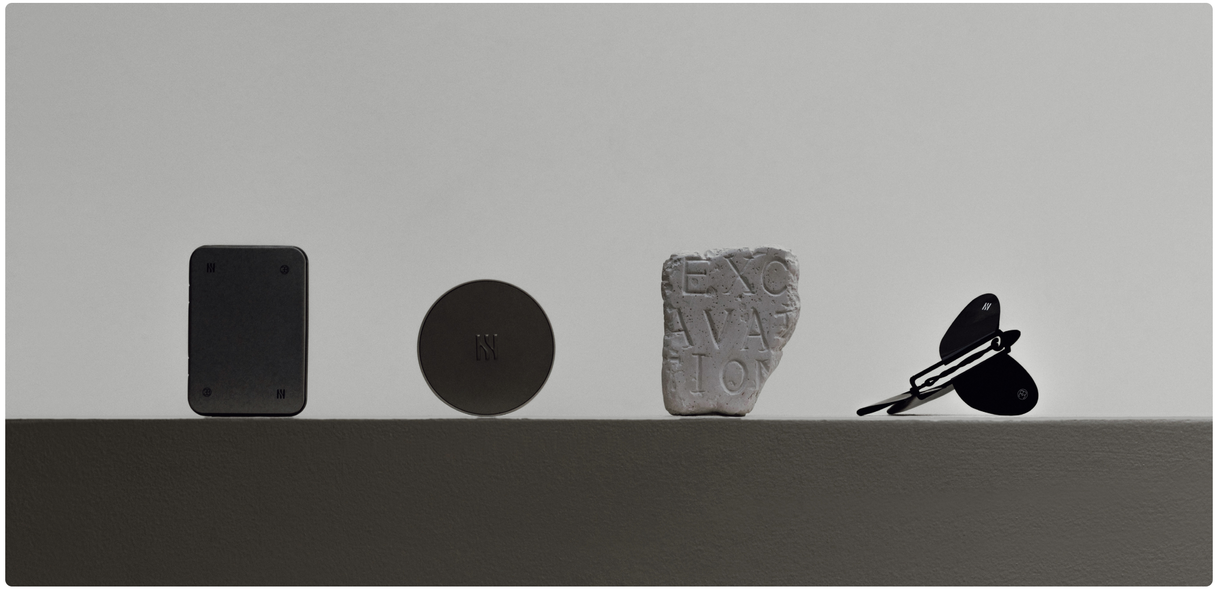
이니스프리 블랙티 라인

헤라, 컬처 프로젝트 통한 문화적 다양성 제공

헤라는 서울을 기반으로 하는 브랜드 또는 아티스트와의 컬처 콜라보 프로젝트를 통해 동시대적인 미적 다양성과 문화적 다양성을 고객에게 제공하는 활동을 지속해 왔습니다.

2023년 4월 서울의 취향을 주제로, 아트 디렉팅팀 39ETC와 'EXCAVATION' 캠페인을 진행했습니다. 이를 통해 '취향 발굴'을 컨셉으로 소재 고유의 매력이 드러나는 콜라보레이션 리미티드 제품을 출시하고, 다양한 엑티비티를 통해 취향을 찾아나가는 체험형 전시 운영으로 고객들에게 취향의 다양성에 대한 가치를 전달했습니다.

또한 15명의 아티스트와 함께한 헤라 크리에이티브 프로젝트 'C.CREW 2기' 활동 결과 서울의 다채로움과 나다움을 주제로 다양한 아트워크를 창조해 냈습니다. 서울을 살아가는 사람들의 삶을 담은 HERE, 과거에서 미래로 연결될 지금을 그려낸 NOW, 스스로에게 전하는 메시지를 담은 MYSELF라는 총 3가지 프로젝트를 통해 아티스트 고유의 개성과 헤라가 전하고자 하는 나다움의 가치를 발신했습니다. 헤라는 앞으로도 다양한 컬처 콜라보 활동을 지속해 나가며, 서울 문화와 서브 컬처와의 연계성을 형성하고 다양성에 대한 헤라의 이야기를 느낄 수 있는 고객 참여 행사들을 전개해 나갈 예정입니다.



헤라, EXCAVATION 캠페인 제품

고객과의 소통 제고

라보에이치, 칠성사이다 콜라보레이션 진행

두피스킨케어 전문 브랜드 라보에이치가 국민 청량음료 브랜드 칠성사이다와 만나 답답한 여름철 두피 고민을 '완전 사이다!'처럼 날려버릴 수 있는 샴푸&토닉 제품을 2023년 출시했습니다.

해당 콜라보레이션 제품은 사이다가 연상되는 청량하고 생동감 넘치는 향, 내용물의 탄산 기포, 시원하고 풍성한 거품을 통해 헤어 딥클렌징이 가능한 제품입니다. 출시 이후 5월 아모레성수, 6월 올리브영 강남타운점, 7월 아모레 부산에서 체험형 팝업을 운영하며 고객 경험을 강화했습니다.

특히, 라보에이치와 칠성사이다의 시그니처 그린 컬러로 꾸며진 팝업 스토어에서는 고객들이 쿨링감과 청량감을 한껏 느끼며, 다양한 이벤트 참여 및 에디션 제품과 한정판 굿즈를 만나 볼 수 있는 기회를 제공했습니다.



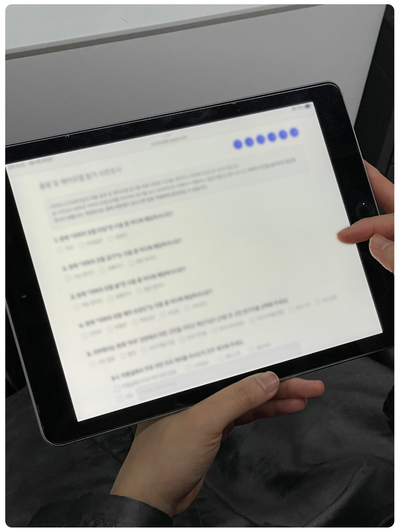
라보에이치 × 칠성사이다

아리따움, 즉시배송 서비스로 고객 편의성 강화

아리따움은 요기요에 이어 배달의 민족과 제휴 계약을 체결하고 배민스토어를 통해 화장품 즉시배송 서비스를 운영하고 있습니다. 2021년 12월 론칭 및 시범운영을 시작으로, 2024년에는 서울·경기·인천 및 부산지역 일부 아리따움 매장에서 아리따움의 화장품 즉시배송 서비스를 제공하고 있습니다. 고객들은 이러한 비대면 배송 서비스를 통해 아리따움 제품을 편리하게 1시간 이내로 받아볼 수 있습니다. 이는 고객과의 소통 및 편의성 향상에 긍정적인 요소로 작용하고 있습니다.

아모스프로페셔널, 고객 품평 프로그램 개발

아모스프로페셔널은 태블릿 웹을 기반으로 하는 고객 품평 프로그램을 개발하였습니다. 기존에는 고객 품평 동의서를 종이에 수기로 작성하여 효율성 저하 및 종이 낭비 등이 발생했으나 사용자 터치 화면 개발을 통해 연간 약 5천 장의 종이 절약(개인정보, 마케팅 활용 동의서, 품평 안내서 등 포함 수치) 및 응대 효율성을 높이는 효과가 있었습니다. 또한 품평 결과를 데이터화하여 고객 시술 히스토리 및 서비스 응대 등의 고객 이력을 관리하는 단계가 용이해졌습니다.



아모스프로페셔널, 고객 품평 프로그램

고객과의 소통 제고

고객 맞춤형 디지털 혁신 Case

아모레퍼시픽, 5년 연속 CES 혁신상 수상

아모레퍼시픽이 개발한 '립큐어빔Lipcure Beam' 기술이 CES 2024Consumer Electronics Show 2024 혁신상으로 5년 연속 수상을 달성했습니다. CES 2024 디지털 헬스Digital Health 부문에서 수상한 '립큐어빔'은 하나의 기기로 입술 진단과 케어, 메이크업이 모두 가능한 신개념 뷰티 테크 디바이스입니다. '립큐어빔' 기기의 캡 상단에는 개인의 입술 상태를 진단할 수 있는 정밀 센서가 내장되어 있고, 사용자가 입술에 디바이스를 접촉하면, 즉각 입술 수분 상태를 감지해 진단 결과를 확인할 수 있습니다. 캡과 용기를 분리하면 메이크업 도구가 나오는데, 측정 결과를 바탕으로 솔대 형태의 화장품 도포 장치에서 개인에게 최적화된 가시광선이 방출되어 입술 케어를 돕는 형태입니다.

아모레퍼시픽 R&I Center에서 개발한 빛 감응성 물질을 입술에 바르고, '립큐어빔'에서 나오는 빛을 조사하면 천연 비타민의 한 종류인 리보플라빈riboflavin의 반응을 극대화할 수 있습니다. 관련 반응은 입술 내부의 콜라겐 섬유를 강화해 주고, 입술 표면에 보습막 형성을 통해 사용자는 입술 노화를 완화시키는 효과를 볼 수 있습니다. 해당 기기는 기존 립 제품처럼 한 손으로 사용하기에 적합한 크기여서 휴대하면서 자주 활용하기에 편리합니다. 또한 인종 및 나이와 관계없이 누구에게나 자연스러운 유니버설 컬러 체계를 적용하여 전 세계 고객이 활용할 수 있도록 디자인했으며 기기 활용 전반에서 빛 작동 과정을 최적화해, 배터리 사용도 절약할 수 있습니다. 한편 '립큐어빔'에는 아모레퍼시픽이 특허 출원한 기술이 적용됐습니다.



립큐어빔

아모레퍼시픽, 맞춤형 메이크업 전문 브랜드 '톤워크' 론칭

아모레퍼시픽이 맞춤형 메이크업 전문 브랜드 '톤워크TONEWORK'를 2023년 공식 론칭했습니다. 인공지능 기술을 기반으로 각자의 피부 색상에 최적화된 베이스 메이크업 제품을 총 600가지 옵션으로 만나볼 수 있는 맞춤형 기술은 세계적인 소비자 가전·기술 전시회인 'CES 2023'에서 로봇공학 부문 혁신상을 수상했습니다.

인공지능AI 기반의 컬러 진단 알고리즘으로 정밀하게 얼굴 색상을 측정한 결과를 바탕으로 로봇이 주문 즉시 제품을 제조합니다. 전 세계인의 피부 톤을 연구해 정교하게 설계한 150가지 색상에 개인의 기호에 따라 2가지 제형(글로우, 세미 매트)과 2가지 제품 타입(파운데이션, 쿠션) 중 선택할 수 있도록 구성해 총 600가지의 옵션을 제공하고 있습니다.

맞춤형 화장품 중 최초로 한국비건인증원의 비건 인증을 받았으며, FSCForest Stewardship Council(산림관리협의회) 인증 지류와 재활용 플라스틱PCR을 활용해 지속 가능한 패키지를 적용했습니다.

'톤워크 비건 150+ 파운데이션'과 쿠션 형태의 '톤워크 비건 150+ 파운데이션 투고'는 서울 용산에 위치한 아모레퍼시픽 본사 내 '아모레용산'에서 경험해 볼 수 있으며, 톤워크 비건 365+ 리퀴드 립스틱은 '아모레성수'에서 론칭 후 운영 중입니다.



톤워크

닥터 아모레를 활용한 피부나이 진단 연구 논문 발표

아모레퍼시픽의 AI 기반 피부 진단 기술인 닥터 아모레Dr.Amore®의 개발 과정과 성능, 피부 노화 연구 등의 활용 가능성에 대한 연구 결과가 SCI급 국제 학술지인 국제 화장품 과학 저널International Journal of Cosmetic Science에 게재됐습니다. 더불어 안면 노화 진단 기술 개발 및 성능에 대한 추가 논문도 다른 SCI급 국제 학술지인 화장품 피부학 저널Journal of Cosmetic Dermatology에 게재됐습니다. 해당 기술은 맞춤형 화장품인 '커스텀미 비스포크' 외에도 피부 진단 및 관리 서비스인 아모레몰의 '스킨노트', '라네즈 뷰티 큐레이터' 등 다양한 서비스에 탑재되어 개인화된 피부 진단을 통한 대고객 서비스를 제공하고 있습니다.

정보보안

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

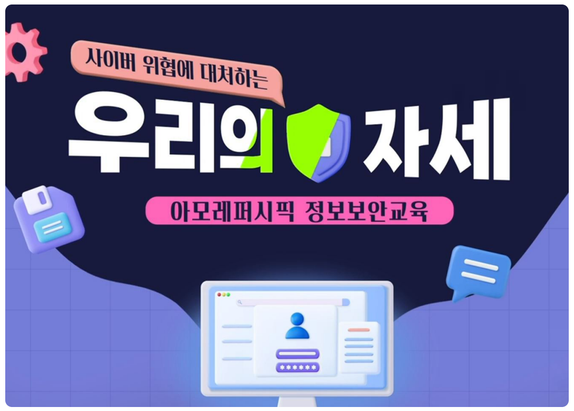
정보보안 체계

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 개인정보보호 및 정보보안 강화에 최선을 다하고 있습니다.

정보보안 관리 체계

아모레퍼시픽그룹은 개인정보보호를 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 운용하고 있으며, 각 계열사 별 정보보호 최고책임자CISO, Chief Information Safety Officer 및 개인정보보호 최고책임자CPO, Chief Privacy Officer를 지정하여 긴밀히 공조하고 있습니다. 아모레퍼시픽은 정보보호 및 개인정보보호의 경력이 20년 이상인 정보보안센터장을 CISO와 CPO로 선임하여 사이버 공격으로부터 기업 정보 및 고객, 임직원의 개인정보를 안전하게 보호하기 위한 정책을 수립하고 운영 중에 있습니다.
또한, 국가 기관이 시행하는 인증 기준에 따라 종합적인 정보보호관리 체계ISMS, Information Security Management System를 구축하고 매년 심사를 통해 인증을 획득 및 유지하고 있습니다.



정보보안 교육 영상

구성원 정보보안 교육

아모레퍼시픽그룹은 전체 구성원의 정보보안 인식 제고를 위한 연 1회 의무 교육을 시행하고 있습니다. 2023년에는 '사이버 보안 위협 대응요령', '개인정보 생명 주기별 유의 사항', '디지털 비즈니스에서 고려해야 할 보안'을 주제로 교육을 실시하였고, 아모레퍼시픽그룹 및 일부 계열사[1] 의 임직원 96% 이상이 이수했습니다. 이에 더하여 고객을 직접 응대하는 매장 및 방문 판매 뷰티 파트너 전체를 대상으로 '매장에서 유의해야 할 개인정보 오남용', '고정형 영상정보처리기기 운영관리' 내용으로 온·오프라인 교육을 시행했습니다. 또한, 전체 구성원을 대상으로 악성메일에 대한 모의훈련을 실시하고 훈련 결과와 함께 행동요령을 공유하여 정보보호 활동에 대한 인식을 제고하고, 사고 발생 시, 대응 절차를 알 수 있도록 하였습니다.

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

보안 사고 예방 및 대응 활동

아모레퍼시픽그룹은 해킹 공격으로부터 고객 정보 및 중요 영업비밀 유출을 사전에 예방하기 위해 고도화된 이메일 보안 솔루션을 도입하였습니다. 임직원 PC를 탈취하려는 악성코드가 담긴 메일을 차단하는 것에서 그치지 않고, Phishing/BECBusiness Email Compromise 등 임직원을 속이는 사회공학적 공격 메일도 찾아낼 수 있게 되었습니다.

또한 클라우드 서비스 환경에서 쇼핑몰 등 안전한 웹 서비스를 제공하기 위해 차세대 클라우드형 웹 방화벽을 도입하였으며, 2024년에는 사내 침해 사고 발생 시, 피해 확산을 방지하고, 사고 원인을 빠르게 찾아낼 수 있는 EDREndpint Detection & Response 보안 솔루션을 추가 도입을 계획하는 등 현재에 안주하지 않고 진화하는 공격에 대응하고 있습니다.

또한 24시간 365일 안전하게 보호하기 위해 침해 여부를 실시간 모니터링하는 보안 관제 체계를 가동 중입니다.

보안 점검 및 개선

아모레퍼시픽그룹은 변경되거나 신규로 만들어지는 시스템에 대한 상시 점검 및 개선 활동을 실행하고 있습니다. 2023년에는 총 109건에 대한 보안 점검을 진행하고 서비스 개시 전에 개선함으로써, 혹시나 취약한 서비스로 인해 고객 정보가 탈취되지 않도록 최선의 노력을 기울이고 있습니다.

개인정보보호

고객 개인정보보호 활동

아모레퍼시픽그룹은 비즈니스의 기획부터 종료까지 모든 단계에서 고객의 개인정보보호를 고려하여 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 활용하며, 활용이 끝난 개인정보는 복원이 불가능하도록 파기하고 있습니다.

그리고 개인정보 처리 시스템이 법과 회사의 보안 기준에 적합하도록 내·외부 전문가 그룹이 연 단위로 전수 점검하고 개선하며 운영하고 있습니다. 나아가 웹사이트의 취약점으로 인해 개인정보가 유출되는 것을 예방하고자 해커와 동일한 기술로 모의 해킹 테스트를 매년 수행하고, 발견된 취약점을 개선하고 있습니다.

또한, 2023년 개인정보보호법 전면 개정에 따라 보다 강화된 정보주체의 권리 보장을 위해 개인정보 관련 내부 정책 및 지침 등을 지속적으로 개선해 나가고 있습니다.

고객의 개인정보 권리 보장 강화

아모레퍼시픽그룹은 고객의 권익 보호를 최우선으로 하며, 고객이 자신의 개인정보 처리 과정을 명확히 이해할 수 있도록 '알기 쉬운 개인정보 처리 방침'을 마련하여 투명하게 공개하고 있습니다. 이전의 처리 방침이 문자 중심이어서 이해하기 어려웠던 점을 개선하여 라벨링 등을 통한 시각적 표현을 강화하였습니다. 또한, 개인정보 처리 관련 용어를 일반인도 쉽게 이해할 수 있는 간단하고 명확한 어휘로 재구성하였습니다. 더불어 개인정보를 처리하는 협력사들을 수탁과 재수탁 등으로 세분화하여 구분하고 공개함에 따라 아모레퍼시픽그룹에 대한 신뢰를 유지할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

협력사 개인정보보호 수준 진단

아모레퍼시픽그룹은 더 나은 고객 서비스를 위해 일부 개인정보 처리 업무를 협력사에 위탁하고, 위탁사/재위탁사 목록을 홈페이지에 공개하고 있습니다. 협력사가 개인정보를 안전하게 관리할 수 있도록 2023년에는 27개 사를 대상으로 업무 유형별 교육을 시행했습니다. 또한 총 25개의 항목을 기준으로 협력사의 개인정보보호 수준 진단을 4차에 걸쳐 실시했습니다. 진단 결과 점수는 5단계로 구분되며, 일정 수준 이하의 점수를 획득한 협력사는 개선조치하도록 지원했습니다. 협력사와 위탁 계약이 만료될 경우 아모레퍼시픽그룹 고객의 개인정보를 즉시 삭제하도록 관리하고 있으며, 2023년에는 총 18건의 파기 확약을 받았습니다.

새로운 디지털 환경

클라우드 전환에 따른 가용성 확보

디지털 대전환에 따라 클라우드 환경 보안 수준을 높이기 위해 노력하고 있습니다. 2023년 데이터센터에서 운영 중인 148개 서비스 인프라를 클라우드 환경으로 이전하면서 보안 표준 구성, 인프라의 취약한 설정을 점검하여 사전에 발생할 수 있는 취약점을 제거하였습니다. 또한 인프라 변경이 잦은 클라우드 환경에 적합한 인프라 접근 통제 시스템으로 개편하여 보다 유연하고 강화된 접근 통제를 수행하고 있습니다.

원격 근무 환경의 보안을 위한 솔루션 도입

원격 업무 증가 등의 근무 환경 변화에 따라 원격 업무 시에도 내부 환경과 변함없는 보안 환경을 마련하여야 합니다. 원격 업무 환경에서도 악성코드 감염으로 인한 고객 정보 및 영업비밀 유출, 시스템 중단이 발생하지 않도록 차세대 원격 업무 시스템을 구성하여 안전한 원격 업무 환경을 보장하고 있습니다.

안전한 A.I. 활용을 위한 보안 구성

아모레퍼시픽그룹은 Gen AI[Generative AI](생성형 AI)를 실무에 안전하게 사용하기 위해, MS의 Azure OpenAI 기반의 Gen AI 환경을 별도로 구축하여 Gen AI에 맞춘 보안 정책을 수립하고 보안 기능을 적용하였습니다. 이러한 시도는 정보 유출에 대한 예방과 함께 업무 효율성을 높이고 있습니다.

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.

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.

2023년에는 위드 코로나로 창업시장이 다시 활기를 띠는 듯했으나, 금리 인상, 물가 인상으로 창업시장이 다소 위축됐습니다. 코로나 소상공인 대출 원금 상환이 도래하면서 희망가게 중 대출이 있는 매장은 가계 재정 부담이 증가했습니다. 이에 2023년에는 희망가게 영업현황 파악 및 애로사항 청취 등의 밀착 사후관리를 총 2,121회 진행했습니다. 더불어 다양한 자원 연계를 통해 희망가게 매출 증진 및 경영 안정을 도모하고자 '매출 증진 프로젝트 4건, 경영개선 컨설팅 7건, 기술교육비 지원 11건, 자조모임 6건, 긴급치료비 1건' 등을 진행했습니다. 또한 희망가게 500호점 돌파 등의 20주년 맞이 기념 영상을 공개했으며, 정동극장에서 기념 전시회를 성황리에 개최했습니다.



희망가게

매칭기프트 캠페인

아모레퍼시픽이 임직원의 기부금과 '매칭Matching'하여 회사도 함께 '기부Gift'하는 '매칭 기프트Matching Gift' 캠페인을 전개했습니다. 매칭 기프트는 아모레퍼시픽의 임직원 참여 나눔활동 중 하나로 18년째 이어지고 있습니다. 매년 연말정산 시점에 임직원이 전년도 기부금 내역을 제출하면 회사 역시 임직원이 기부한 기관에 동일한 금액을 기부합니다. 2023년 매칭기프트 캠페인에는 아모레퍼시픽 임직원 210여 명이 참여해 초록우산 어린이재단, 월드비전, 한국컴패션, 유니세프 등 총 109개 사회복지시설에 1억 3,573만 원의 기부금을 전달했습니다.

임직원 나눔활동 현황

구분	단위	아모레퍼시픽그룹	아모레퍼시픽
참여자 수	명	208	191
참여 시간	시간	1,782	1,667
1인당 평균 참여 시간	시간	8.6	8.7

기업의 사회적 책임 이행

아리따운 물품나눔

아모레퍼시픽그룹은 2023년 라네즈, 이니스프리, 에뛰드, 에스트라, 려 등 13개 브랜드 참여하에 '아리따운 물품나눔'을 통해 소비자가 기준 48억 원 상당의 화장품과 생활용품 등을 '사랑의열매 사회복지공동모금회'에 기탁했습니다. 아리따운 물품나눔은 아모레퍼시픽그룹이 지역사회와의 상생을 통해 더 아름다운 세상을 만들고자 마련한 물품 지원 활동입니다. 2005년 '사랑의 물품나눔'이라는 이름으로 사회복지시설을 지원하기 시작했으며 2009년 사회복지공동모금회와 파트너십을 맺고 규모를 확대했습니다. 매년 전국의 여성, 노인, 아동, 장애인 등 관련 사회복지시설에 40억 원 상당의 물품을 지원하고 있으며, 올해까지 누계 943억 원 규모의 물품을 전국 41만여 곳의 사회복지시설에 기부했습니다.

환경분야 소셜벤처 육성 프로그램 'A MORE Beautiful Challenge'

아모레퍼시픽이 주관하고 엠와이소셜컴퍼니MYSC가 운영하는 'A MORE Beautiful Challenge'는 사회 및 환경 분야의 사회적 가치를 창출하는 스타트업을 발굴하고 오픈 이노베이션과 투자 기회를 제공하는 소셜벤처 육성 프로그램입니다. 2023년 진행된 제2회 A MORE Beautiful Challenge는 아모레퍼시픽이 집중하고 있는 플라스틱 문제 해결에 초점을 두고 플라스틱 대체 소재 개발, 자원 순환 솔루션, 업사이클링 부문에서 성장 잠재력을 보여준 5개 소셜 벤처를 선정했습니다. 선정 기업에는 ESG 최신 트렌드 이해, 타사 오픈 이노베이션 실제 사례를 주제로 역량 강화 교육이 제공됐습니다. 또한 비즈니스 모델 및 시제품을 선보이며 자사 임직원들과 교류할 수 있는 밋업데이 프로그램, 관련 분야에 전문성 있는 임직원들과의 1:1 멘토링 등을 통해 아모레퍼시픽 유관 부서와의 오픈 이노베이션 접점을 발굴했습니다.

한편 2023년 10월 진행된 데모데이에서는 기업의 성장 가능성을 바탕으로 최종 3개 기업에 투자가 성사됐습니다.



참여기업 교육



밋업데이 행사

임직원 자율 봉사단 '앞나눔즈'

지난 코로나19 이후로 임직원 나눔활동에 대한 관점이 양적 보다 질적 나눔을 중시하는 흐름으로 크게 변화했습니다. 자사에서도 8개 조와 총 51명(리더 8명, 멤버 43명)으로 구성된 임직원 자율 봉사단 '앞나눔즈Apnanums'를 창단했습니다. 앞나눔즈는 유기동물보호소 활동, 시각장애인 마라톤, 자립청년 대상 사회경험 프로그램 등 직접 기획한 다양한 테마 나눔활동을 진행했습니다. 2024년 상반기에는 1기에 이어 앞나눔즈 2기를 운영했습니다.



앞나눔즈 발대식

지역상권 활성화 행사 '용금맥 축제'

아모레퍼시픽은 2022년 12월, 숙명여자대학교와 용산 지역 상권 활성화를 위한 업무협약을 체결한 이후 2023년 10월 첫 번째 프로젝트로 용산 용문시장 '용금맥 축제'의 브랜딩 작업을 통한 디자인과 기획 등에 참여했습니다.

아모레퍼시픽은 용문시장이 갖고 있는 전통 시장의 가치가 남겨지길 바라며, 이 바람을 시장 상인의 손글씨로 만든 로고로 표현했습니다. 더불어 맥주를 상징하는 '노란색', 야시장과 용문 시장을 상징하는 '남색'을 활용한 컬러를 전체 디자인 컨셉으로 활용하며 한층 세련된 전통 시장의 모습을 담기 위해 노력했습니다.

이를 토대로 제작한 설치물 및 집기를 통하여 축제 현장 통일성 및 가시성을 높임에 따라 축제 전반의 아이덴티티를 구축했습니다. 그 결과 행사 기간 동안 총 53,888명의 고객이 방문하여 시장 상인 및 인근의 매출 활성화에 기여했습니다. 앞으로도 아모레퍼시픽은 지역사회와의 상생을 위한 다양한 노력을 이어갈 예정입니다.



용금맥 축제

지역사회 상생 | 중국

BETTER SHE

중국의 '향촌진흥' 정책을 한층 더 촉진하기 위해 아모레퍼시픽 중국 법인은 2020년부터 중국부녀자 기금회와 공동으로 농촌 지역 여성을 돌봄 전문가로 교육하고 취업을 지원하는 'BETTER SHE' 프로그램을 운영했습니다. 이를 통해 농촌 지역 취약계층 여성이 경제적으로 자립하고 자기 개발을 강화할 수 있도록 돕는 것을 목표로 했습니다. 2020년부터 2023년까지 약 2,235명의 여성이 교육에 참여하였고, 평균 87%의 높은 취업률을 기록했습니다.

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 2023년까지 약 12만 2천 명의 여성들이 혜택을 받았습니다. 농촌 지역의 빈곤 여성들을 중심으로 지원하였으며 검사능력 향상을 위해 의료진을 대상으로 추가 교육을 진행하여 기초의료 질을 높이고, 유방암과 자궁경부암 예방에 대한 인식을 높이는 데 힘썼습니다.

AMORE YOUTH

아모레퍼시픽 중국 법인은 2020년부터 청년 대상 심리 건강 지원 공익사업 'AMORE YOUTH'를 시작했습니다. 대학생들이 학업, 생활, 취업에 대해 가지는 긴장과 불안을 해소하고 긍정적인 마음으로 어려움을 극복하도록 돕는 것을 목표로, 오프라인 이벤트와 함께 온라인 플랫폼 강의를 함께 진행했습니다.

오프라인에서는 3,800명의 학생을 대상으로 총 50번의 로드쇼, 강의, 워크숍을 진행하였고, 학생들 스스로 기획한 프로그램을 시범 운영하며 초기 모집 인원보다 800명을 웃도는 학생들이 열정적으로 참여했습니다. 또한 지리적 제한을 넘어 온라인 라이브, 교육 프로그램에 6,000명이 참여하는 등 2023년 온·오프라인 플랫폼을 통해 24개 도시 31개 대학의 9,800명 학생을 만날 수 있었습니다. 션전과 청두에서 미디어 홍보 행사를 열어 사회적 임팩트를 넓히기도 하였습니다.



AMORE YOUTH 행사

브랜드 사회공헌

라네즈, WWF와 해양 보전 글로벌 파트너십 체결

라네즈는 2020년에 WWF-Korea와 중장기 글로벌 파트너십을 맺고, 충남 태안 국립공원 청포대 해변을 반려해변으로 입양했습니다. 이후 청포대 해변 일대의 쓰레기 실태 조사 및 연중 수거 활동을 진행해, 2023년에는 235톤의 해양 쓰레기를 수거했으며 6월 임직원 참여 플로깅 활동을 실시했습니다.

중국에서는 지속 가능한 해양 자원 보전을 위한 연구 기관과 단체의 활동을 후원하는 WWF-CHINA의 '블루 플래닛 펀드'를 후원하고, 하이난성 싼야시 일대에서 아모레퍼시픽 임직원이 참여하는 플로깅 활동을 진행했습니다.

태국에서는 타이만과 안다만 일대 10개의 지역사회, 학교를 중심으로 해양 보전을 위한 커뮤니티를 수립하고, 시민 인식 제고와 함께 연간 90톤의 해안 쓰레기 수거를 목표로 활동을 지원하고 있습니다.



라네즈-WWF 파트너십 체결

일리윤, 대한아토피협회에 물품 기부

2024년 상반기, 일리윤은 2022년에 이어 두 번째 물품 기부를 진행했습니다. 소외계층 아동 후원 활동의 일환으로 2,600만 원(소비자가 기준) 상당에 해당하는 '일리윤MD 레드이치 케어크림' 1,000개를 대한아토피협회에 지원해 제품 기부를 통한 나눔을 실천했습니다.

해당 제품은 소아과 피부 테스트가 완료된 가려움 개선 기능성 화장품으로, 아토피 환우들의 대표 고민인 가려움을 줄이는데 실질적인 도움을 주고자 했습니다.

아모레퍼시픽재단

아모레퍼시픽재단은 2023년 '문화와 예술' 공모사업을 새롭게 시작하며 문화재단으로서의 저변을 확대하기 위해 노력하고 있습니다.

아시아의 美 특강

아모레퍼시픽재단 설립 50주년을 기념해 열린 '아시아의 美' 저자 강연에서는 '건축의 눈으로 본 동아시아 영화의 미'라는 주제로 아모레퍼시픽 임직원 및 일반 시민 등 350여 명이 참석하여 아름다움의 가치와 아모레퍼시픽재단의 연구 성과를 공유했습니다.

또한, '아시아의 美' 연구결과물로 국내판 도서 7권과 해외판 도서 1권을 출간했으며 특별 연구와 아모레퍼시픽포럼의 연구 결과물로 각각 2권과 1권의 도서를 출간했습니다.

한편, 2023년 하반기부터 진행한 문화와 예술 연구는 기존 '아시아의 美', '여성과 문화'를 아우르는 폭넓은 연구주제를 다뤘으며 최종 20편(총 287편 접수)을 선정해 연구를 진행하고 있습니다.



아시아의 美 특강

장원 인문학자 지원

신진 연구자들이 안정적인 환경에서 발전할 수 있게 지원하는 '장원粧源 인문학자' 지원 사업에서는 2023년 3명의 연구자를 선발했습니다. 연구자에게 안정적인 연구 환경을 제공하고 사회적으로 유의미한 연구 지속을 통해 단단한 연구 기반을 구축할 수 있도록 돕고 있습니다.

2023년 2월, 장원 인문학자 지원 사업 참여 연구자 공모를 통해 80여 건의 지원서를 접수했으며 인문학 분야 석학으로 구성된 기획위원회의 서류 심사와 면접을 거쳐 최종 3명의 연구자를 선정했습니다. 각자의 연구 분야에서 독창적이고 새로운 시각을 제시해 학계 기여 가능성이 높다고 평가받은 3명의 연구자에게 앞으로 4년간 월 400만 원의 연구비를 지원할 계획입니다.



장원 인문학자 증서 수여식

화장품 공병 트리 '희망의 빛 1332' 전시

아모레퍼시픽재단은 화장품 공병을 활용한 크리스마스 트리 '희망의 빛 1332'를 세종문화회관에 전시하며 대중들과 소통했습니다.

해당 트리는 아모레퍼시픽재단 설립 50주년을 기념해 세종문화회관과 함께하는 공공예술 프로젝트이며, 세종문화회관 중앙 계단 위 야외 공간인 세종뜨락에 전시됐습니다.

높이 8.3m의 대형 트리인 이번 작품은 수거된 화장품 공병 1,332개에 발광다이오드LED로 불을 밝혀 새로운 가치 창출의 희망을 연출했습니다. 관객들이 손을 맞잡는 동작을 인식해 빛을 점등하는 방식의 관객 참여형 미디어 아트 작품으로 설계되어 더욱 눈길을 끌었습니다.



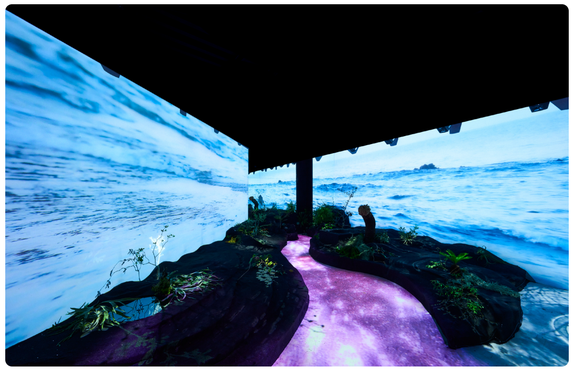
화장품 공병 트리 '희망의 빛 1332'

'물의 자리, 돌 풀 바람' 전시

재단 설립 50주년을 기념해 '물의 자리, 돌 풀 바람' 전시를 아모레부산에서 개최했습니다. 해당 전시는 재단에서 그간 축적한 학술적 성과와 재단의 예술적 지향점을 대중과 함께 나누기 위해 진행되었습니다. 재단의 대표적인 연구 사업 중 하나인 '아시아의 美'를 통해 출판된 24권의 총서 중 '물과 아시아의 미', '풍경으로 본 동아시아 정원의 미', '산수화가 만든 세계'에서 소재를 일부 착안해 전시를 기획했습니다.

'물'이 지닌 유동적인 속성을 바탕으로 '돌, 풀, 바람'을 연결하고 나아가 자연과 인간이 조화를 이룬다는 의미를 담았으며, 다양한 감각을 바탕으로 상호작용하는 인터랙티브 전시로 선보였습니다.

이번 전시에는 터치 센싱Capacitive Sensing 기술을 도입해, 관람객의 움직임이나 접촉에 따라 작품의 시청각적 요소가 동시 반응하며 새로운 풍경이 펼쳐지는 색다른 경험을 선사했습니다.



물의 자리, 돌 풀 바람 展

아모레퍼시픽공감재단

아모레퍼시픽공감재단은 사회 취약계층의 건강하고 아름다운 삶을 지원하기 위해 설립되었으며, 다양한 민·관 협력 사업을 통해 지역사회 발전에 기여하고 있습니다.

청년 마음 건강 지원 사업 'Look at ME'

청년 마음 건강 지원 사업 'Look at ME'는 2023년 청년 마음 테라피, 축제, 캠퍼스, 토크 등 4가지 프로그램을 통해 3,600여 명의 청년들에게 마음 돌봄 프로그램을 지원했습니다. 이를 통해 서울시와 청년 마음 건강 증진 업무 협약 체결 및 서울시 민관협력 우수 기관 표창을 받았습니다.

「청년 마음 테라피」에서는 경증 우울감이 있는 청년들을 대상으로 자기돌봄과 일상 회복의 중요성을 알리고자 140여 명의 참여자들에게 메이크업, 차, 향 테라피 프로그램을 제공했습니다. 「청년 마음 축제」에서는 청년들이 고민을 한자리에서 나누는 공감 토크쇼, 건강한 몸과 마음의 연결을 위한 운동 프로그램, 마음 건강 테마의 체험 부스 등을 운영한 결과 1,088명이 참여했습니다. 「청년 마음 캠퍼스」는 학교로 찾아가는 마음 돌봄 프로그램으로 자기 이해 증진을 위한 마음 돌봄 강연과 마음 건강 관리 방법을 배우는 오설록 티 클래스 등을 진행했으며, 2023년에는 숙명여대, 동덕여대, 서울여대 학생 2,080여 명이 참여했습니다. 「청년 마음 토크」에서는 300여 명의 청년들이 한자리에 모여 개개인의 고민을 나누고 청년 연사와 아모레퍼시픽공감재단 마음건강 분야 이사진의 강연이 제공되었습니다.



청년 마음 테라피 중 향 테라피 프로그램

청년 경제적 자립 지원 사업 '뷰티 산업 인재 양성'

청년 경제적 자립 지원 사업은 뷰티 분야 진출을 희망하는 청년들이 전문성과 실력을 겸비한 인재로 거듭날 수 있도록 뷰티 산업 인재를 양성하는 프로그램입니다. 2023년에는 700여 명의 청년에게 직무 교육 및 현장 실습, 팀 프로젝트, 멘토링, 장학 지원 등을 제공했습니다. 직무 교육의 경우, 현직자 참여율이 80% 이상으로 현장 기반의 실무 역량 교육으로 이뤄졌습니다. 해당 프로그램 참여자들은 직무 역량 향상도 93%, 뷰티 업계 취업률 58%(교육 수료생 중 대학생 제외)를 달성했습니다. 고용노동부와 함께한 〈청년 친화형 기업 ESG 지원 사업-뷰티 산업 인재 양성 사업〉은 우수 프로그램으로 선정되며, 고용노동부 장관상을 수상하기도 했습니다.

또한 뷰티 인재 장학 지원 사업을 통해 서울 특성화고에서 장학생 20명을 선발하여, 뷰티 분야 인재 장학금 지원 및 전문가 멘토링을 제공했습니다. 그 결과 2023 기부 및 사회협력 우수자 서울시 교육감 표창을 수상했습니다. 더불어 서울시 자매결연 국가의 외국인 교육생 20명을 대상으로 K뷰티 메이크업 클래스를 진행하는 등 뷰티 분야 인재를 육성하기 위한 다양한 활동을 이어가고 있습니다.



메이크업 아티스트 양성 과정

지역사회 나눔활동 '용산 드래곤즈'

서울시 용산구 민관학 연합 봉사 단체인 '용산 드래곤즈'는 2018년 결성된 이후 지속적으로 지역사회 상생 활동을 펼쳐왔으며, 그 공로를 인정받아 2022년에는 서울시 자원봉사 유공 표창을 받았습니다. 2023년에는 식목일 나무 심기, 청년 직무 멘토링, 아동학대 예방 캠페인에 이어 12월에는 미리 크리스마스 산타원정대 활동을 진행했습니다. 100여 명의 봉사자들은 각 회원사에서 준비한 생활용품과 학용품, 과자류 등을 메시지 카드와 함께 용산구 소재 9개의 아동복지시설의 250여 명의 어린이들에게 전달했습니다. 용산 드래곤즈는 현재까지 2,700여 명의 봉사자들이 나눔활동에 참여해 용산구 지역사회 발전에 기여하고 있습니다.



용산 드래곤즈 '미리 크리스마스 산타원정대'

북촌 중간집, 공공디자인 대상 수상

임직원의 재능 기부를 기반으로 진행된 지역사회 발전 프로그램 '우리 동네 유휴공간 프로젝트'의 '북촌 중간집'이 2023 대한민국 공공디자인 대상을 수상했습니다. 북촌 중간집은 기존에 사용되지 않던 한옥을 북촌 지역주민을 위한 문화공간으로 만든 후 북촌 주민 투어 프로그램을 연계하여 공간의 활용도를 높였습니다.

북촌 중간집은 사무실 이전 후 폐쇄된 북촌도시재생지원센터의 별관을 지역주민에게 환원하기 위해 조성한 문화 공간입니다. 북촌 설화수의 집에도 참여한 아모레퍼시픽 디자이너들의 재능기부로 설계했습니다. 더불어 북촌 중간집은 북촌 방문객 대상의 문화 체험 프로그램과 지역 거주민을 대상으로 다양한 편의 서비스를 제공하고 있습니다.



북촌 중간집

이니스프리 모음재단

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

이니클래스

이니클래스는 초·중학생들을 대상으로 제주의 바다, 나무 등 자연환경에 대해 학습하고 생태 감수성 향상을 목적으로 진행되는 환경 교육 프로그램입니다. 2019년에 사업을 시작한 이후로 총 1,221명의 학생이 프로그램에 참여했으며, 제주 교육청으로부터 2023 제주 생태환경교육 유공 표창을 받을 정도로 큰 호응을 얻었습니다. 본 프로그램을 통해 많은 학생들이 제주의 자연환경에 대해 깊이 이해하고 자연과 교감하는 시간을 가졌습니다. 이니스프리 모음재단은 더 많은 사람들이 환경에 대한 생태 감수성을 향상시킬 수 있도록 다양한 프로그램을 전개할 예정입니다.



이니클래스

비치클린

해마다 무분별하게 바다에 버려지는 해양 쓰레기의 양은 크게 증가하고 있으며 다양한 형태의 쓰레기가 해류에 의해 바다로 떠밀려 오고 있습니다. 폐 어구 등에서 발생하는 미세 플라스틱 등은 해양 동식물의 생존에도 위협 요소로 작용합니다.

2023년 이니스프리 모음재단은 해양 쓰레기 문제 해결에 일조하고자 이니스프리, 제주도민 40여 명과 함께 제주시 함덕 해수욕장 앞으로 떠밀려온 바다 쓰레기 602kg을 수거했습니다.



비치클린 활동

오름 연구지원 사업

이니스프리 모음재단은 제주 오름의 가치 발굴과 보전을 목적으로 하는 연구 및 출판 사업을 지원했습니다.

어승생 오름은 수십 번의 화산활동으로 형성되었고, 일제 강점기부터 어승생 수원 개발까지 도민의 삶에 중요한 영향을 미쳐 연구할 가치가 충분한 오름이지만 기록물이 많지 않았습니다. 이니스프리 모음재단은 약 2년에 걸쳐 어승생 오름의 어승생오름의 형성 과정, 생태계와 인문 환경에 대한 연구와 출판을 지원했습니다.



오름 연구지원 사업 도서

제주 그린어워드

이니스프리 모음재단은 제주의 지속가능성에 기여하는 문화를 조성하기 위한 취지로 제주 그린어워드를 운영하고 있습니다. 이에 자연유산보전(제주헤리티지), 환경보존(그린라이프), 미래농업인(감귤장학금) 등 3개 분야로 지역사회와 자연환경에 대한 책임감을 가진 제주도민 28명을 발굴하고 총 4,500만 원의 상금 및 장학금을 수여했습니다. 앞으로도 제주 그린어워드 시상과 업적 홍보 등을 통해 동기부여와 영감을 제공하며 제주의 지속가능성에 기여하는 문화를 만들어 갈 계획입니다.



제주 그린어워드 시상식

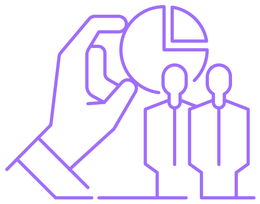
Governance

거버넌스

2023 주요 성과

이사진 이사회 평균 참석률

100%



주식 배당 성향 확대

35%[1)]

1) 아모레퍼시픽 기준



전사 기업윤리 교육과정 수료율

91.9%



기업지배구조

아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽은 투명하고 효율적인 이사회 운영을 통해 건전한 지배구조를 구축하여, 회사의 지속 가능한 성장과 주주 가치 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, 2023년 이사회 평균 참석률은 아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽 각각 100%, 98%를 기록하였습니다.

아모레퍼시픽그룹 기업지배구조 정관 및 규정
아모레퍼시픽 기업지배구조 정관 및 규정

이사회 독립성·전문성·다양성 확보

아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽은 이사회의 독립성·전문성·다양성을 확보하고 있습니다. 이사회 내 사외이사의 비율이 과반수가 되도록 구성하여 이사회의 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·재무, 기업 경영·전략, 경제, 마케팅, ESG, 공정거래 등 다양한 분야의 외부 전문가를 사외이사로 선임하고 있습니다.

아모레퍼시픽그룹 이사(회) 독립성·다양성 가이드라인
아모레퍼시픽 이사(회) 독립성·다양성 가이드라인

이사회 평가 및 보수

사외이사를 포함한 전체 이사진이 매년 정기적으로 이사회 활동 평가를 실시하여 이사회의 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.

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
사외이사후보 추천위원회	주주총회에서 선임할 사외이사후보 추천 등
내부거래 위원회	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 및 상법에서 이사회 승인사항으로 규정한 내부거래에 관한 심의 및 의결 등
보상위원회	이사회가 주주총회에 제출할 등기이사 보수 한도의 적정성 평가 및 심의
경영위원회	이사회에서 위임한 일반 경영사항 등
리스크 관리위원회	잠재 리스크의 사전 예방, 발생 리스크 대응, 리스크 종료 후 재발 방지 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

이사회 및 위원회

아모레퍼시픽그룹 이사회 구성 현황 및 역량 구성표

(2024년 4월 기준, ●: 위원장, ○: 위원)

구분	성명	직책	성별	최초 선임일	이사회 내 위원회							경험 및 전문성					
					감사위원회	사외이사후보추천위원회	내부거래위원회	보상위원회	경영위원회	리스크관리위원회	ESG위원회	회계·재무	기업 경영·전략	마케팅	경제	IT·디지털	공정거래·규제·컴플라이언스
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	○	○	○	●									✓

아모레퍼시픽 이사회 구성 현황 및 역량 구성표

(2024년 4월 기준, ●: 위원장, ○: 위원)

구분	성명	직책	성별	최초 선임일	이사회 내 위원회							경험 및 전문성					
					감사위원회	사외이사후보추천위원회	내부거래위원회	보상위원회	경영위원회	리스크관리위원회	ESG위원회	회계·재무	기업 경영·전략	마케팅	경제	IT·디지털	ESG
사내이사	서경배	(주)아모레퍼시픽 대표이사	남	2006.06					○	○			✓				
	김승환	(주)아모레퍼시픽 대표이사	남	2023.03			○	○	●	●	○		✓				
	박종만	(주)아모레퍼시픽 디지털전략 Unit장	남	2023.03						○	○					✓	
	이지연	(주)아모레퍼시픽 헤라 브랜드 Div.장	여	2024.03							○			✓			
사외이사	이휘성	혁신기업 쉘위 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				●			○			✓			

주주 가치 제고

주식 및 자본구조

아모레퍼시픽그룹과 아모레퍼시픽은 주주에게 공평한 대우를 하도록 주식 1주당 1의결권 원칙을 따릅니다. 아모레퍼시픽그룹의 경우, 2023년 12월 31일 기준 의결권이 있는 보통 주식 수는 76,260,457주이며, 의결권이 없는 보통 주식 수(자기주식)는 6,197,723주입니다. 동일 기준 아모레퍼시픽그룹 보통주 기준 주요 주주 현황은 서경배 53.0%, 국민연금 7.0%, 기타 40.0% 등입니다.

또한 아모레퍼시픽의 경우, 2023년 12월 31일 기준 의결권이 있는 보통 주식 수는 58,471,566주이며, 의결권이 없는 보통 주식 수(자기주식)는 21,193주입니다. 동일 기준 아모레퍼시픽 보통주 기준 주요 주주 현황은 아모레퍼시픽그룹 38.0%, 서경배 10.6%, 국민연금 7.4%, 기타 44.0% 등입니다.

아모레퍼시픽그룹 주주 현황

(2023년 12월 31일 기준, %)

구분	비율
서경배	53.0
국민연금	7.0
기타	40.0
합계	100.0

아모레퍼시픽 주주 현황

(2023년 12월 31일 기준, %)

구분	비율
아모레퍼시픽그룹	38.0
서경배	10.6
국민연금	7.4
기타	44.0
합계	100.0

주주환원 정책

아모레퍼시픽그룹과 아모레퍼시픽은 주주 가치 제고를 위해 주주환원 정책을 마련하고 주주와 소통하고 있습니다. 아모레퍼시픽그룹은 2023년부터 3년간 별도 재무제표 기준 당기순이익의 50–75% 수준으로 배당을 시행할 계획이며, 아모레퍼시픽은 2023년부터 3년간 연도별 배당 성향을 35% 수준으로 확대하고, 연간 잉여현금흐름 50% 한도 내에서 안정적인 배당을 시행할 계획임을 공시하였습니다. 2023년 기준 아모레퍼시픽그룹의 별도 기준 배당 성향은 75%, 아모레퍼시픽의 연결 배당 성향은 35%로 목표 수준에 부합하였습니다.

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 인수하였고, 2023년에는 스킨케어 브랜드 '코스알엑스'의 잔여 지분을 추가 매수할 수 있는 주식매수청구권의 행사를 최종 결정하는 등 적극적인 M&A 전략을 통해 브랜드 포트폴리오 및 사업 경쟁력 강화를 위한 발판을 마련하고자 노력하였습니다. 또한, 투자의 효율성을 제고하고 사업의 지속 가능한 성장을 달성하여 궁극적으로 배당 가능 이익 증가 및 주주 가치 제고를 실현하고자 합니다.

한편, 아모레퍼시픽그룹과 아모레퍼시픽은 지난 2019년 주가 안정을 위해 자기주식 매입을 진행하였고, 2021년부터는 임직원 성과보상 지급 등을 위한 자사주 취득을 진행해 오고 있습니다.

주주 권익 보호 및 소통 강화

아모레퍼시픽그룹과 아모레퍼시픽은 주주제안 절차 등 주주총회에 대한 정보를 홈페이지에 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. 2023년 아모레퍼시픽은 총 27회의 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, 대표 브랜드 연구원과의 대화 세션도 진행하는 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 리스크를 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 구축하였고, 리스크 발생 시 해외 법인과 본사 간 협업 대응 진행 및 잠재 리스크를 도출하여 체계적으로 관리하고 있습니다.

리스크 관리 조직

이사회

리스크관리위원회

CRO(리스크 전담 임원)

컴플라이언스팀

· 윤리 준법 리스크 관리

그룹기획팀

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

소위원회

· 커뮤니케이션/ 품질관리/ SHE/ 동반성장/ R&I Unit 위기관리 소위원회

리스크 관리 프로세스

리스크 탐지 및 예방

주요 리스크 도출

· 기업 내·외부 환경 분석
· 영향력과 발생 가능성에 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 조직문화 조성

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

리스크 관리 강화

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
개인정보 보호 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. 2023년에는 총 3개의 주요 잠재 리스크를 식별했으며, 식별된 잠재 리스크는 사전 관리 활동을 통해 대응하고 있습니다.

리스크	유형	잠재 리스크 정의	대응 활동
글로벌 관점의 '인체안전성' 및 '환경영향'을 고려한 원료·성분 규제 강화 대응	환경 및 사회	'인체안전성' 및 '환경영향'을 고려한 원료·성분 규제에서 고려해야 할 잠재 리스크에는 다음과 같은 문제들이 포함됩니다. 인체안전성: 원료·성분에 관한 충분한 안전성 데이터의 부재는 장기적으로 인체 건강에 부정적 영향을 미칠 위험이 있으며, 알레르기 혹은 과민 반응 같은 건강 문제를 유발할 수 있습니다. 환경영향: 특정 성분이 환경 내에서 분해되지 않아 생태계에 해를 끼치거나 독성을 축적하는 등 생물 다양성에 영향을 줄 수 있습니다.	아모레퍼시픽그룹은 이러한 리스크를 관리하기 위해서 위험성 평가, 규제 변화에 대한 동향 파악, 안전하고 지속 가능한 원료에 대한 연구를 지속적으로 진행하고 있습니다. 예를 들어 EU에서는 금지 성분이나 국내에서는 사용 가능한 성분에 대해 자사는 선제적으로 금지 조치 또는 대체 성분을 개발하고 있습니다. 자사는 제품의 안전과 환경 보호를 동시에 달성하는 지속 가능한 전략을 확대해 나갈 계획입니다.
예측 불가능한 재난 및 자연재해로 인한 사건·사고 발생	환경	예측 불가능한 재난과 자연재해로 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 자연재해로 인한 사건·사고에 대비하기 위해서 사건 발생 시 대처할 수 있는 계획과 프로세스를 구축하였습니다. 사건·사고를 사전에 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. 안전보건 IT 시스템을 활용하여 위험 발굴을 지속적으로 해나가고 있습니다. 4대 고위험 사고 발생건수가 작년 대비 큰 폭으로 감소하였고, 구성원 안전을 위해 지속적으로 고민하고 확대해 나갈 계획입니다.
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 시황 지표를 상시 모니터링하고, 원료의 안전 재고 수준 상향 조정을 통해 수요 공급 변화에 대응하며 가격 경쟁력을 확보하고 있습니다. 또한 원료 수급의 공급망 관련 잠재 리스크를 최소화하기 위해 원료별 공급망 다변화 시도를 하고 있습니다. 특정 국가에서만 공급받고 있는 핵심 원료의 경우, 원료별 위험도 평가를 진행하여, 최상위의 위험도 평가를 받은 원료는 공급처 다변화 등 사전 리스크 관리를 진행하고 있습니다.

리스크 관리 강화

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 법인과의 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.

더불어 2024년도부터 시행되는 글로벌 최저한세 신고 의무에 맞추어 예상 세액을 2024년 1분기에 공시하였으며, 2024년 귀속 분에 대해 2026년 신고 및 납부를 준비하고 있습니다.

아모레퍼시픽그룹 법인세 납부 현황[1]

(백만 원)

구분	2022	2023
세전이익[2]	288,378	353,677
법인세 비용	139,156	118,963
현금 납부 세액	153,236	64,573

아모레퍼시픽 법인세 납부 현황[1]

(백만 원)

구분	2022	2023
세전이익[2]	224,494	280,634
법인세 비용	95,230	106,755
현금 납부 세액	124,916	53,423

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

세무 관할권별 조세 납부 현황[3]

(백만 원)

구분	당기 법인세 비용
한국	65,955
말레이시아	21.352
호주	1,653
프랑스	1.179
베트남	897
태국	628
중국(본토)	335
일본	164
그 외	385

3) 국제조세조정에 관한 법률에 의거해 국세청에 의무적으로 연 1회 제출하는 국가별보고서(CbCR, Country by Country Report)에서 발췌(2023년 제출 기준), 납부 기간 미도래 법인 외 미지급 법인세 없음

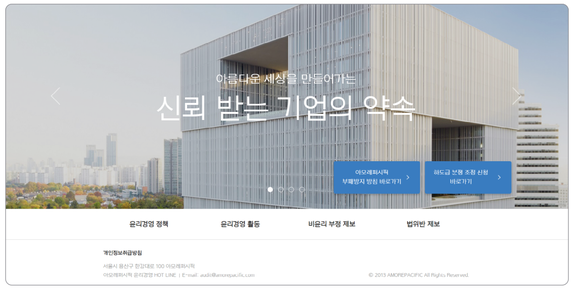
윤리경영

아모레퍼시픽그룹은 기업 가치관인 'ABC Spirit'에 '스스로 당당하게 일한다Act with Integrity'를 기반으로 건강한 조직문화를 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 기업윤리 및 컴플라이언스 가이드를 수립했으며, 이를 임직원에게 정기적으로 교육하여 구체적인 준수 방식을 안내하고 있습니다. 이를 통해 비윤리적이거나 위법 행동을 방지하고, 발생 가능한 리스크를 예방하고 있습니다.



윤리경영 웹사이트 '윤리경영 Hotline'

윤리강령 및 직무윤리지침

아모레퍼시픽그룹의 윤리강령은 모든 임직원이 준수해야 할 행동규범으로, 이를 따르는 것은 기업의 투명성을 높이고 사회적, 윤리적 책임을 다하는 기업 시민으로서 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. 직무윤리지침은 윤리강령의 하위 규정으로 기본 직무 영역에서 아모레퍼시픽그룹의 임직원이 준수해야 하는 윤리적 행동 및 업무처리 기준을 제시합니다.

윤리강령

직무윤리지침

부패방지 정책

아모레퍼시픽그룹은 이해관계자와의 신뢰를 강화하고, 회사를 지속적으로 성장시키기 위해 부패방지 정책을 운영하고 있습니다. 특히 아모레퍼시픽은 부패방지경영을 강화하고자 2023년 5월 ISO 37001 부패방지경영시스템 인증을 취득하였습니다. 이에 따라, 아모레퍼시픽의 부패방지에 대한 의지와 실천이 담긴 부패방지 방침을 대내외 선언했으며, 부패방지경영시스템의 실효성을 높이고자 운영규정과 운영지침을 제정했습니다. 더불어 아모레퍼시픽그룹은 부패방지 정책을 기반으로 부패방지 인식 제고를 위한 교육 및 캠페인을 운영하고 있으며, 내부 점검 활동을 통해 부패 행위를 모니터링하고 있습니다. 또한, 협력사와 계약 단계에서 윤리서약서를 체결하고 있으며, 이해관계자와의 거래에 있어 회사의 금품수수제한 원칙을 준수하고 있습니다.

부패방지 방침

윤리경영 활동

윤리경영 교육

아모레퍼시픽그룹은 임직원들의 윤리의식을 향상시키고 비윤리 행위를 예방하기 위해, '윤리경영 가이드' 온라인 교육을 매년 실시하고 있습니다. 2023년에는 거래의 투명성 확보, 협력사와 업무 시 주의점, 건전한 근무 문화 조성, ISO 37001 이해 등에 대한 교육과정을 진행했습니다. 또한 신규 입사자, 신임 임원, 해외파견자 등을 대상으로 특화된 윤리 교육을 진행하여 실제 업무 현장에서 각자의 역할에 맞게 윤리경영을 실천하도록 독려하고 있습니다. 이와 함께 준법의식 향상을 위해 공정거래법, 표시광고법, 하도급법 등의 주요 법률에 대한 교육을 실시했습니다.

온라인 기업윤리 교육과정 수료율

91.9%
아모레퍼시픽그룹

92.4%
아모레퍼시픽

윤리경영 활동

윤리경영 인식 강화

캠페인 활동

윤리적인 행동 실천을 구체적으로 알리고 임직원과 지속적으로 소통하기 위하여 상시 기업윤리 캠페인을 전개하고 있습니다. 대표적으로 '직장 내 성희롱 및 괴롭힘 예방', '선물 안 주고 안 받기', '119 회식문화', 'Gentle AP(갑질 예방) 캠페인' 등이 있습니다.

글로벌 윤리경영 확산

해외 법인의 윤리의식을 향상하고 글로벌 대외 리스크를 예방하기 위해 윤리경영 프로그램을 운영하고 있습니다. 2023년에는 아모레퍼시픽그룹의 윤리경영 방침에 동의하고 함께 실천할 것을 약속하는 의미로 중국, 아세안, 북미 등 총 15개 해외 법인에서 윤리경영 캠페인을 진행하였습니다.

윤리서약

아모레퍼시픽그룹의 모든 임직원은 입사 시 고용계약에서 필수로 윤리서약을 진행하고 있습니다. 매년 윤리의식 강화를 위한 캠페인의 일환으로, 임직원은 자발적으로 재서약을 진행하며, 해외 법인 또한 정기적으로 윤리경영의 실천에 동참하는 윤리서약을 진행하고 있습니다.

윤리의식 설문조사

아모레퍼시픽그룹은 모든 임직원을 대상으로 윤리의식 수준 변화와 비윤리 실태를 파악하고, 데이터 기반의 변화관리 수행을 통해 효과적인 윤리경영 문화를 구축하고자 '윤리의식 설문조사'를 진행하고 있습니다. 설문조사 결과를 토대로 개선이 필요한 사항에 대해서는 리더(조직장)의 메시지 발신, 조직 단위 캠페인, 추가 교육 등으로 변화 관리를 하고 있습니다.

아모레 윤리 브리프스

기업윤리 뉴스레터 '아모레 윤리 브리프스'는 임직원이 업무 속에서 윤리경영의 중요성을 보다 쉽게 인식하도록 돕기 위한 콘텐츠입니다. 사내·외 동향 및 사례에 기반하여 임직원의 윤리의식을 높이고 비윤리 행위의 사전 예방 및 재발 방지를 목적으로 하고 있습니다. 2023년에는 영업비밀 보호 가이드, 이해관계자와의 금품, 편의 등 수수 제한에 대해 안내하였습니다.


AMOREPACIFIC
윤리브리프스 9월호
아모레퍼시픽 영업비밀 보호
"며느리도 몰라, 아무도 몰라"라는 고추장 광고를 기억하십니까? 당시 인기 떡볶이 가게 할머니가 떡볶이 양념의 비결을 묻는 질문에 했던 답변이었는데요. 실제로 당시 할머니는 독창적인 떡볶이 맛을 지키기 위해 가장 가까이에서 함께 일하던 며느리에게 조차 떡볶이 양념 노하우를 알려주지 않았다고 합니다. 할머니에게 떡볶이 양념 비법은 영업비밀이었기 때문이죠.
영업비밀 정보는 떡볶이 가게 할머니에게만 중요한 것이 아닙니다. 기업에게 있어서 더욱 중요한 요소이죠. 영업비밀 정보는 기업의 브랜드 가치에 직결되는 것은 물론, 더 나아가 기업 생존에 영향을 미치는 핵심 자산입니다.
지금부터 영업비밀이 왜 중요한지, 유출 시 발생하는 책임소재는 무엇인지 실제 사례와 AP 가이드를 통해 자세히 알려드리겠습니다.

기업윤리 뉴스레터 '아모레 윤리 브리프스'

비윤리 행위 제보

아모레퍼시픽그룹은 이해관계자들의 윤리경영 상담 및 비윤리 행위, 법 위반 제보를 위한 윤리경영 웹사이트 '윤리경영 Hotline'을 운영하고 있습니다. 비윤리 행위의 제보 유형은 직장 내 성희롱 및 괴롭힘, 사규 및 정책 위반 등 회사와 관련된 비윤리적인 행위 모두를 포함합니다. 또한 아모레퍼시픽의 준법경영 실천을 강화하고자, 하도급 분쟁 조정 신청, 지식재산권 침해, 영업비밀 침해 등 회사의 위법 행위에 대한 법 위반 제보를 받고 있습니다. 제보는 익명으로 제보할 수 있으며, 제보자는 제보를 한 이유로 신분상의 불이익이나 차별을 받지 않습니다. '윤리경영 Hotline'을 통해 접수된 제보에 대해서는 사실관계 조사를 진행하고, 비윤리 행위가 확인된 건에 대해 징계 조치와 업무 프로세스 및 제도 개선을 진행하고 있습니다. 2023년에는 직장 내 성희롱·괴롭힘, 회사 자산 사적 유용, 업무 프로세스 위반 등 조사 결과 확정된 비윤리 제보 15건에 대해 모두 처리 완료하였습니다.

Chapter 4

ESG Factbook

89 재무적 성과
91 ESG 데이터
109 Reporting Methodology

재무적 성과

연결 재무상태표

(단위: 원)

구분			(주)아모레퍼시픽그룹		(주)아모레퍼시픽	
			2023	2022	2023	2022
자산	유동자산		2,750,248,646,531	2,566,383,546,972	1,952,196,456,821	1,735,019,347,862
		현금및현금성자산	628,997,674,836	650,066,004,916	506,379,386,493	449,597,948,392
		금융기관예치금	108,474,213,379	206,069,238,000	61,774,213,379	74,669,238,000
		당기손익-공정가치측정금융자산	998,693,933,175	754,007,356,956	549,634,663,158	362,939,892,414
		상각후원가측정금융자산	140,069,547,946	59,534,958,905	58,630,000,000	30,000,000,000
		매출채권	315,036,075,278	300,982,900,966	292,900,370,185	285,104,514,893
		기타수취채권	45,534,684,012	65,948,981,162	46,359,581,121	62,646,902,451
		당기법인세자산	1,397,779,165	3,140,637,840	1,395,767,125	1,589,648,122
		기타유동자산	49,212,303,680	46,721,996,367	40,810,673,046	39,587,746,609
		재고자산	462,832,435,060	459,962,411,412	394,311,802,314	408,934,396,533
		매각예정비유동자산	0	19,949,060,448	0	19,949,060,448
	비유동자산		4,881,182,131,331	5,084,620,254,482	3,934,314,431,881	4,066,763,830,297
		금융기관예치금	29,197,131,820	27,176,341,368	23,988,856,981	21,989,149,194
		기타수취채권	66,042,391,986	70,579,095,189	67,356,278,864	66,737,893,651
		당기손익-공정가치측정금융자산	59,015,350,059	32,195,524,841	33,031,318,251	8,017,318,251
		상각후원가측정금융자산	1,336,580,000	430,315,000	976,580,000	430,315,000
		기타포괄손익-공정가치측정금융자산	119,066,293,884	224,477,932,645	6,216,765,880	6,216,765,880
		유형자산	2,767,596,917,503	2,820,687,110,864	2,441,603,701,077	2,475,276,690,492
		무형자산	841,179,964,936	856,377,167,180	340,680,136,431	357,750,954,252
		투자부동산	375,145,596,021	314,918,090,772	496,219,430,433	503,268,138,559
		사용권자산	92,788,199,347	115,856,189,029	101,084,118,039	128,492,275,394
		관계기업투자주식	366,143,424,586	329,967,791,735	287,060,733,528	247,279,224,799
		순확정급여자산	130,117,848,534	209,903,459,545	112,607,043,654	181,406,890,326
		이연법인세자산	22,741,921,064	69,558,739,123	13,846,205,025	57,853,971,328
		기타비유동자산	10,810,511,591	12,492,497,191	9,643,263,718	12,044,243,171
	자산 총계		7,631,430,777,862	7,651,003,801,454	5,886,510,888,702	5,801,783,178,159
부채	유동 부채		856,205,498,882	851,901,945,315	813,257,101,661	831,116,935,949
	비유동 부채		250,093,250,332	265,598,515,176	200,548,575,984	191,391,138,151
	부채 총계		1,106,298,749,214	1,117,500,460,491	1,013,805,677,645	1,022,508,074,100
자본	지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본		3,323,329,617,523	3,356,370,904,773	4,897,988,125,589	4,798,613,296,098
		자본금	47,997,075,000	47,997,075,000	34,525,294,500	34,525,294,500
		주식발행초과금	903,820,398,139	903,820,398,139	720,480,827,092	720,480,827,092
		자본잉여금	(232,660,722,375)	(213,214,348,245)	73,397,775,430	71,118,560,015
		기타자본구성요소	(194,669,519,970)	(195,095,986,788)	(13,324,991,010)	(18,139,434,036)
		기타포괄손익누계액	(58,839,180,314)	31,088,989,500	(18,492,151,960)	(19,458,512,997)
		이익잉여금	2,857,681,567,043	2,781,774,777,167	4,101,401,371,537	4,010,086,561,524
	비지배 주주 지분		3,201,802,411,125	3,177,132,436,190	(25,282,914,532)	(19,338,192,039)
	자본 총계		6,525,132,028,648	6,533,503,340,963	4,872,705,211,057	4,779,275,104,059

연결 포괄 손익계산서

(단위: 원)

구분	(주)아모레퍼시픽그룹		(주)아모레퍼시픽	
	2023	2022	2023	2022
매출액	4,021,343,038,942	4,494,956,806,652	3,673,963,593,157	4,134,932,512,111
매출원가	1,165,577,565,952	1,347,786,580,983	1,155,064,685,469	1,337,512,406,849
매출 총 이익	2,855,765,472,990	3,147,170,225,669	2,518,898,907,688	2,797,420,105,262
판매비와 관리비	2,703,763,995,780	2,875,269,513,268	2,410,727,650,626	2,583,186,849,501
영업이익	152,001,477,210	271,900,712,401	108,171,257,062	214,233,255,761
금융 수익	199,641,037,480	52,512,453,332	161,577,461,724	22,771,702,594
금융 비용	24,717,920,037	57,934,533,676	19,166,374,797	34,413,883,142
기타 영업 외 손익	(14,466,176,985)	10,097,992,018	(11,604,794,732)	13,044,673,857
관계 기업 손익	41,218,852,576	11,801,765,440	41,656,032,004	8,858,020,099
법인세 비용 차감 전 순이익	353,677,270,244	288,378,389,515	280,633,581,261	224,493,769,169
법인세 비용	118,962,722,319	139,155,976,754	106,754,652,265	95,229,524,211
당기순이익	234,714,547,925	149,222,412,761	173,878,928,996	129,264,244,958
당기순이익의 귀속				
지배 기업 소유주 지분	119,301,620,293	62,237,028,846	180,101,845,362	134,474,812,450
비지배 주주 지분	115,412,927,632	86,985,383,915	(6,222,916,366)	(5,210,567,492)
세후 기타 포괄 손익	(138,222,589,244)	16,833,437,802	(40,480,959,178)	(27,047,461,753)
당기손익으로 재분류되지 않는 항목				
순확정 급여 부채 재측정 요소	(49,369,743,160)	6,369,293,492	(41,817,468,524)	5,482,640,916
기타 포괄 손익 – 공정가치 금융자산 평가 손익	(91,302,937,547)	42,649,600,239	(458,211)	(31,630,608)
당기손익으로 재분류될 수 있는 항목				
관계 기업 기타 포괄 손익 지분	2,001,031,963	(265,529,263)	887,839,826	(606,664,733)
해외 사업 환산 손익	449,059,500	(31,919,926,666)	449,127,731	(31,891,807,328)
당기 총 포괄 이익	96,491,958,681	166,055,850,563	133,397,969,818	102,216,783,205
당기 총 포괄 이익의 귀속				
지배 기업 소유주 지분	7,681,383,087	95,507,472,449	139,250,737,875	108,599,005,752
비지배 주주 지분	88,810,575,594	70,548,378,114	(5,852,768,057)	(6,382,222,547)
주당 손익				
보통주 기본주 당 순이익	1,296	657	2,609	1,949
우선주 기본주 당 순이익	1,301	662	2,614	1,954

ESG 데이터

환경 성과

온실가스 배출 현황[1) 2)] – 아모레퍼시픽그룹

구분			단위	2020	2021	2022	2023
총 배출량(Scope 1, 2, 3)			tCO_2eq	362,660	365,744 (364,136)	270,531 (268,972)	272,846 (271,526)
Scope 1 배출량	소계		tCO_2eq	13,174	13,176 (11,568)	12,580 (11,021)	11,786 (10,467)
	사업장별 배출량	아모레퍼시픽(국내)[3)]	tCO_2eq	8,958	8,358	7,800	7,011
		아모레퍼시픽(상하이)[4) 5)]	tCO_2eq	703	1,608 (0)	1,652 (94)	1,394 (74)
		코스비전	tCO_2eq	658	768	739	757
		Tata's Natural Alchemy, LLC	tCO_2eq	n/a	195	158	153
		오설록농장[3)]	tCO_2eq	2,435	1,919	1,953	2,226
		이니스프리[6)]	tCO_2eq	n/a	n/a	81	59
		아모레퍼시픽그룹 기타[7)]	tCO_2eq	420	328	196	186
	2023년 목표		tCO_2eq				12,570
Scope 2 배출량	소계		tCO_2eq	46,723	40,065	32,397	24,393
	사업장별 배출량	아모레퍼시픽(국내)	tCO_2eq	33,534	32,939	23,402	16,906
		아모레퍼시픽(상하이)	tCO_2eq	6,620	0	929	0
		코스비전	tCO_2eq	2,785	3,306	3,325	3,043
		Tata's Natural Alchemy, LLC	tCO_2eq	n/a	65	75	82
		오설록농장	tCO_2eq	1,748	1,745	1,939	1,623
		이니스프리	tCO_2eq	n/a	n/a	1,251	1,215
		아모레퍼시픽그룹 기타	tCO_2eq	2,037	2,010	1,476	1,524
	2023년 목표		tCO_2eq				25,813
Scope 3 배출량	소계		tCO_2eq	302,763	312,502	225,554	236,666
	카테고리별 배출량[8)]	1. 구매한 제품 & 서비스	tCO_2eq	250,413	262,258	184,793	188,800
		2. 자본재	tCO_2eq	570	420	7,168	10,504
		3. 연료 및 에너지 관련 활동	tCO_2eq	1,008	994	932	877
		4. 업스트림 운송 & 물류	tCO_2eq	3,427	3,682	2,638	4,578
		5. 운영과정에서 발생된 폐기물	tCO_2eq	2,890	2,381	1,798	1,725
		6. 출장	tCO_2eq	787	417	799	2,621
		7. 직원 통근	tCO_2eq	3,143	2,472	2,491	2,598
		9. 다운스트림 운송&물류	tCO_2eq	4,063	7,013	5,247	8,046
		12. 판매된 제품의 폐기	tCO_2eq	30,945	27,243	13,386	11,512
		13. 다운스트림 임대자산	tCO_2eq	5,517	5,623	6,301	5,406
온실가스 배출 집약도	배출 집약도(Scope 1, 2)		tCO_2eq/제품 ton	0.591	0.476	0.566	0.507

1) 상기 온실가스 배출량은 소수 첫 자리에서 반올림 처리되었으며, 2023년 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) 2023년 오설록 생산 사업장이 (주)아모레퍼시픽에서 아모레퍼시픽그룹의 자회사((주)오설록농장)로 인수합병됨에 따라 과거 4개년의 조직경계도 변경하였음

4) 2021–2023년 아모레퍼시픽 상하이 뷰티사업장의 Scope 1 배출량의 경우 상쇄배출권(CER) 구매로 Scope 1 배출량 상쇄(Offset) 하였음

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

6) 이니스프리의 온실가스 배출 현황은 2022년부터 집계됨

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

8) 기 보고한 Scope 3 카테고리11 판매 제품 사용에 따른 배출량에 관해서는 GHG protocol의 Scope 3 산정 가이드라인에 따라, 필수 산정항목이 아니므로, 기존 인벤토리에서 배출량을 제외하였으며, 자발적 산정 배출량 결과는 온실가스 검증의견서(p.121)를 참고

환경 성과

온실가스 배출 현황[1) 2)] – 아모레퍼시픽

구분			단위	2020	2021	2022	2023
총 배출량(Scope 1, 2, 3)			tCO_2eq	358,477	362,080 (360,472)	265,015 (263,456)	250,420 (249,101)
Scope 1 배출량	소계		tCO_2eq	10,319	10,929 (9,321)	10,349 (8,791)	9,316 (7,996)
	사업장별 배출량	아모레퍼시픽(국내)[3)]	tCO_2eq	8,958	8,358	7,800	7,011
		아모레퍼시픽(상하이)[4) 5)]	tCO_2eq	703	1,608 (0)	1,652 (94)	1,394 (74)
		코스비전	tCO_2eq	658	768	739	757
		Tata's Natural Alchemy, LLC	tCO_2eq	n/a	195	158	153
	2023년 목표		tCO_2eq				10,339
Scope 2 배출량	소계		tCO_2eq	42,939	36,310	27,731	20,031
	사업장별 배출량	아모레퍼시픽(국내)	tCO_2eq	33,534	32,939	23,402	16,906
		아모레퍼시픽(상하이)	tCO_2eq	6,620	0	929	0
		코스비전	tCO_2eq	2,785	3,306	3,325	3,043
		Tata's Natural Alchemy, LLC	tCO_2eq	n/a	65	75	82
	2023년 목표		tCO_2eq				21,147
Scope 3 배출량	소계		tCO_2eq	305,219	314,841	226,935	221,073
	카테고리별 배출량[6)]	1. 구매한 제품 & 서비스	tCO_2eq	250,413	262,258	184,412	173,273
		2. 자본재	tCO_2eq	570	420	7,168	10,501
		3. 연료 및 에너지 관련 활동	tCO_2eq	1,008	994	932	871
		4. 업스트림 운송 & 물류	tCO_2eq	3,427	3,682	2,638	4,302
		5. 운영과정에서 발생된 폐기물	tCO_2eq	2,890	2,381	1,798	1,492
		6. 출장	tCO_2eq	787	417	799	2,461
		7. 직원 통근	tCO_2eq	3,143	2,472	2,491	2,525
		9. 다운스트림 운송&물류	tCO_2eq	4,063	7,013	5,247	7,270
		12. 판매된 제품의 폐기	tCO_2eq	30,945	27,243	13,344	11,291
		13. 다운스트림 임대자산	tCO_2eq	7,973	7,961	8,105	7,089
온실가스 배출 집약도	배출 집약도(Scope 1, 2)		tCO_2eq/제품 ton	0.533	0.425	0.486	0.417

1) 상기 온실가스 배출량은 소수 첫 자리에서 반올림 처리되었으며, 2023년 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) 2023년 오설록 생산 사업장이 (주)아모레퍼시픽에서 아모레퍼시픽그룹의 자회사((주)오설록농장)로 인수합병됨에 따라 과거 4개년의 조직경계도 변경하였음

4) 아모레퍼시픽 상하이 뷰티사업장의 2021–2023년 Scope 1 배출량의 경우, 상쇄배출권(CER, Certified Emission Reduction) 구매로 배출량을 상쇄(offset) 하였음

5) 아모레퍼시픽(상하이)의 2020-2021 데이터 취합 범위는 생산 사업장으로 한정하여 집계되었으며, 2022년부터는 본사, R&I, 물류를 포함하여 집계됨

6) 기 보고한 Scope 3 카테고리11 판매 제품 사용에 따른 배출량에 관해서는 GHG protocol의 Scope 3 산정 가이드라인에 따라, 필수 산정항목이 아니므로, 기존 인벤토리에서 배출량을 제외하였으며, 자발적 산정 배출량 결과는 온실가스 검증의견서(p.121)를 참고

환경 성과

에너지 사용 현황[1] – 아모레퍼시픽그룹

구분				단위	2020	2021	2022	2023
에너지 사용량	총 사용량			TJ	608	619	597	570
	사업장별 사용량	아모레퍼시픽(국내)		TJ	451	453	425	404
		아모레퍼시픽(상하이)2)		TJ	48	57	57	49
		코스비전		TJ	34	41	41	41
		Tata's Natural Alchemy, LLC		TJ	n/a	3	3	3
		이니스프리3)		TJ	n/a	n/a	11	11
		오설록농장		TJ	50	43	45	47
		아모레퍼시픽그룹 기타4)		TJ	24	23	15	16
	유형별	연료	소계	TJ	249	237	223	209
			아모레퍼시픽(국내)	TJ	175	163	153	137
			아모레퍼시픽(상하이)	TJ	16	20	19	16
			코스비전	TJ	13	15	15	15
			Tata's Natural Alchemy, LLC	TJ	n/a	2	2	2
			이니스프리	TJ	n/a	n/a	2	1
			오설록농장	TJ	37	29	30	34
			아모레퍼시픽그룹 기타	TJ	8	7	4	4
		전력	소계	TJ	343	315	255	192
			아모레퍼시픽(국내)	TJ	261	259	183	132
			아모레퍼시픽(상하이)	TJ	32	0	8	0
			코스비전	TJ	22	26	26	24
			Tata's Natural Alchemy, LLC	TJ	n/a	1	1	1
			이니스프리	TJ	n/a	n/a	10	10
			오설록농장	TJ	13	14	15	13
			아모레퍼시픽그룹 기타	TJ	16	15	12	12
		재생에너지5)	소계	TJ	16	67	119	169
			아모레퍼시픽(국내)	TJ	16	30	89	134
			아모레퍼시픽(상하이)	TJ	0	37	30	32
			코스비전	TJ	0	0	0	3
			Tata's Natural Alchemy, LLC	TJ	n/a	0	0	0
			이니스프리	TJ	n/a	n/a	0	0
			오설록농장	TJ	0	0	0	0
			아모레퍼시픽그룹 기타	TJ	0	0	0	0
	2023년 목표			TJ				571
에너지 사용 집약도				TJ/제품 ton	0.006	0.006	0.008	0.008

에너지 사용 현황[1] – 아모레퍼시픽

구분				단위	2020	2021	2022	2023
에너지 사용량	총 사용량			TJ	534	554	525	497
	사업장별 사용량	아모레퍼시픽(국내)		TJ	451	453	425	404
		아모레퍼시픽(상하이)2)		TJ	48	57	57	49
		코스비전		TJ	34	41	41	41
		Tata's Natural Alchemy, LLC		TJ	n/a	3	3	3
	유형별	연료	소계	TJ	204	200	188	170
			아모레퍼시픽(국내)	TJ	175	163	153	137
			아모레퍼시픽(상하이)	TJ	16	20	19	16
			코스비전	TJ	13	15	15	15
			Tata's Natural Alchemy, LLC	TJ	n/a	2	2	2
		전력	소계	TJ	314	286	218	158
			아모레퍼시픽(국내)	TJ	261	259	183	132
			아모레퍼시픽(상하이)	TJ	32	0	8	0
			코스비전	TJ	22	26	26	24
			Tata's Natural Alchemy, LLC	TJ	n/a	1	1	1
		재생에너지5)	소계	TJ	16	67	119	169
			아모레퍼시픽(국내)	TJ	16	30	89	134
			아모레퍼시픽(상하이)	TJ	0	37	30	32
			코스비전	TJ	0	0	0	3
			Tata's Natural Alchemy, LLC	TJ	n/a	0	0	0
	2023년 목표			TJ				499
에너지 사용 집약도				TJ/제품 ton	0.005	0.005	0.007	0.007

1) 상기 에너지 사용량은 소수 첫 자리에서 반올림 처리되었으며, 2023년 연결기준 종속회사 범위로 소급 적용하여 산정하였음
2) 아모레퍼시픽(상하이)의 2020–2021 데이터 취합 범위는 생산 사업장으로 한정하여 집계되었으며, 2022년부터는 본사, R&I, 물류를 포함하여 집계됨
3) 이니스프리의 에너지 사용 현황은 2022년부터 집계됨
4) 아모레퍼시픽그룹 기타에는 아모스프로페셔널, 아모레퍼시픽공감재단, 아모레퍼시픽재단, 오설록, 비비디오코리아, 서경배과학재단, 에뛰드, 에스쁘아가 포함됨
5) 수력, 태양광, 태양열, 풍력, 지열 및 바이오에너지를 통해 생산된 에너지를 의미함

환경 성과

수자원 현황 – 아모레퍼시픽그룹[1)]

구분			단위	2020	2021	2022	2023
취수량	전사	합계	m^3	1,093,066	981,517	943,596	869,224
	취수원별	지표 담수	m^3	33,602	37,056	34,521	55,066
		지하수	m^3	255,363	242,279	282,581	204,625
		제3자 취수	m^3	804,101	702,182	626,494	609,533
	법인별	아모레퍼시픽(국내)	m^3	545,142	562,647	511,154	516,809
		아모레퍼시픽(상하이)	m^3	96,751	81,842	82,516	73,894
		코스비전	m^3	57,781	68,406	64,012	62,793
		오설록농장	m^3	238,882	226,733	266,664	194,392
		기타[2)]	m^3	154,510	41,889	19,250	21,335
	Water Stress 지역[3)] 내 취수량		m^3	276,532	269,302	220,777	228,337
	취수량 집약도		m^3/제품 ton	9.0	8.6	12.3	12.6
소비량		제품 제조에 사용된 이온수	m^3	50,947	54,736	37,033	34,211
	Water Stress 지역[3)] 내 소비량		m^3	39,419	41,518	27,695	24,821
	소비량 집약도		m^3/제품 ton	0.4	0.5	0.5	0.5
방류량		합계	m^3	1,042,119	926,780	906,563	835,013
		지표수	m^3	1,906	1,421	4,016	3,937
		지하수	m^3	246,370	234,389	275,742	216,587
		제3자 방류	m^3	793,843	690,970	626,805	614,489
	Water Stress 지역[3)] 내 방류량		m^3	237,113	228,957	201,011	198,105
	방류량 집약도		m^3/제품 ton	8.6	8.1	11.8	12.1
재사용수/재활용수		합계	m^3	54,010	72,507	72,017	85,703

1) 2023년 보고 범위를 기존 생산 사업장에서 본사, R&I Center, 물류센터 포함하여 확대함에 따라 2020–2022년 수자원 데이터에도 변경된 범위로 소급하여 적용
2) 용산 본사 입주 자회사, 2022년 매각 이전 퍼시픽패키지(현 오타종패키징퍼시픽), 2021년 매각 이전 퍼시픽글라스(현 베르상스퍼시픽), 2021년 아모레퍼시픽 흡수합병 이전 에스트라 데이터를 기타로 분류
3) WRI의 Aqueduct 4.0 Water Risk Atlas Data를 활용하여 평가한 결과 2024년 4월 시점 및 RCP 7.0 BAU 조건에서 2030년 도래 시 'high(40–80%)' 수준에 해당하는 지역

수자원 현황 – 아모레퍼시픽[1)]

구분		사업장	공급원	단위	2020	2021	2022	2023
취수량	전사		합계	m^3	641,893	712,895	657,682	653,496
	아모레퍼시픽(국내)		소계	m^3	545,142	562,647	511,154	516,809
		아모레 뷰티 파크	소계	m^3	154,842	171,090	155,426	164,514
			지표 담수	m^3	33,465	36,408	33,846	54,542
			지하수	m^3	1,675	2,061	4,945	483
			제3자 취수	m^3	119,702	132,621	116,635	109,489
		데일리뷰티 사업장	제3자 취수	m^3	217,850	199,442	163,355	159,892
		R&I Center	제3자 취수	m^3	53,778	41,969	50,550	45,725
		본사	소계	m^3	97,213	92,923	90,239	101,672
			지하수	m^3	9,805	9,149	9,373	9,343
			제3자 취수	m^3	87,408	83,774	80,866	92,328
		헬스케어 생산 사업장[2)]	제3자 취수	m^3	n/a	25,973	23,479	22,797
		물류센터	제3자 취수	m^3	19,217	28,632	25,484	20,165
		오설록 생산 사업장[3)]	제3자 취수	m^3	2,242	2,618	2,621	2,045
	아모레퍼시픽(상하이)		소계	m^3	96,751	81,842	82,516	73,894
			지표 담수	m^3	137	648	675	524
			제3자 취수	m^3	96,614	81,194	81,841	73,370
	코스비전[2)]		제3자 취수	m^3	n/a	68,406	64,012	62,793
	Water Stress 지역[4)] 내 위치한 사업장 취수량			m^3	218,751	269,302	220,777	228,337
	취수량 집약도			m^3/제품 ton	7.0	6.6	8.7	9.7
	2023년 목표		제3자 취수[5)]	m^3				334,249
소비량			제품 제조에 사용된 이온수	m^3	48,174	54,736	37,033	34,211
	Water Stress 지역[4)] 내 위치한 사업장 소비량			m^3	36,646	41,518	27,695	24,821
	소비량 집약도			m^3/제품 ton	0.5	0.5	0.5	0.5
방류량			합계	m^3	591,477	655,541	620,649	619,286
			지표수	m^3	1,906	1,421	4,016	3,937
			지하수	m^3	7,853	8,069	9,240	23,749
			제3자 방류	m^3	581,718	646,051	607,393	591,600
	Water Stress 지역[4)] 내 방류량			m^3	182,105	228,957	201,011	198,105
	방류량 집약도			m^3/제품 ton	6.5	6.1	8.2	9.2
재사용수/재활용수			합계	m^3	50,824	72,353	71,477	84,804

1) 2023년 보고 범위를 기존 생산 사업장에서 본사, R&I Center, 물류센터 포함하여 확대함에 따라 2020–2022년 수자원 데이터에도 변경된 범위로 소급하여 적용
2) 아모레퍼시픽에 인수된 2021년부터 아모레퍼시픽 연결 범위로 반영
3) 2023년 운영 종료
4) WRI의 Aqueduct 4.0 Water Risk Atlas Data를 활용하여 평가한 결과 2024년 4월 시점 및 RCP 7.0 BAU 조건에서 2030년 도래 시 'high(40–80%)' 수준에 해당하는 지역
5) 제3자 취수량 목표 설정 사업장: 아모레 뷰티 파크, 데일리뷰티 사업장, 헬스케어 생산 사업장, 아모레퍼시픽(상하이)

환경 성과

폐기물 발생 현황 – 아모레퍼시픽그룹[1)]

구분			단위	2020	2021	2022	2023
총 폐기물 발생			ton	10,673	9,473	7,292	7,696
유형별	일반 폐기물	소계	ton	8,911	7,851	6,163	6,716
		재활용	ton	7,381	6,775	5,455	6,190
		소각(열 회수)	ton	1,313	981	686	523
		소각(일반)	ton	210	74	-	-
		매립	ton	5	4	-	-
		기타[2)]	ton	2	18	22	4
	지정 폐기물	소계	ton	1,762	1,622	1,129	980
		재활용	ton	1,287	1,316	1,002	853
		소각(열 회수)	ton	46	100	103	86
		소각(일반)	ton	405	205	23	41
		매립	ton	25	-	-	-
		기타[2)]	ton	-	1	0	0
	재활용 비율		%	81.2	85.4	88.6	91.5
법인별	아모레퍼시픽(국내)		ton	6,908	7,235	5,697	6,087
	아모레퍼시픽(상하이)		ton	826	742	589	591
	코스비전		ton	1,024	1,218	959	937
	오설록농장		ton	2	1	2	37
	기타[3)]		ton	1,913	277	45	44

1) 2023년 보고 범위를 기존 생산 사업장에서 본사, R&I Center, 물류센터 포함하여 확대함에 따라 2020–2022년 폐기물 데이터에도 변경된 범위로 소급하여 적용
2) 중화, 탈수, 건조, 중간재활용업
3) 본사 입주 자회사, 2022년 매각 이전 퍼시픽패키지(현 오타종패키징퍼시픽), 2021년 매각 이전 퍼시픽글라스(현 베르상스퍼시픽), 2021년 아모레퍼시픽 흡수합병 이전 에스트라 데이터를 기타로 분류

폐기물 발생 현황 – 아모레퍼시픽[1)]

구분			단위	2020	2021	2022	2023
총 폐기물 발생			ton	7,734	9,195	7,245	7,615
유형별	일반 폐기물	소계	ton	6,529	7,716	6,116	6,635
		재활용	ton	5,414	6,736	5,427	6,126
		소각(열 회수)	ton	1,110	959	669	510
		소각(일반)	ton	-	-	-	-
		매립	ton	5	4	-	-
		기타	ton	-	17	20	-
	지정 폐기물	소계	ton	1,205	1,479	1,129	979
		재활용	ton	1,084	1,316	1,002	853
		소각(열 회수)	ton	34	100	103	86
		소각(일반)	ton	87	62	23	41
		매립	ton	-	-	-	-
		기타	ton	-	1	0	-
	재활용 비율		%	84.0	87.6	88.7	91.6
법인별	아모레퍼시픽(국내)		ton	6,908	7,235	5,697	6,087
	아모레퍼시픽(상하이)		ton	826	742	589	591
	코스비전[2)]		ton	n/a	1,218	959	937
	2023년 목표	비재활용 폐기물[3)]	ton				240

1) 2023년 보고 범위를 기존 생산 사업장에서 본사, R&I Center, 물류센터 포함하여 확대함에 따라 2020–2022년 폐기물 데이터에도 변경된 범위로 소급하여 적용
2) 아모레퍼시픽에 인수된 2021년부터 아모레퍼시픽 연결 범위로 반영됨
3) 비재활용 폐기물을 목표로 설정한 사업장은 아모레 뷰티 파크, 데일리뷰티 사업장이며, 목표 달성함

환경 성과

오염물질 발생 현황 – 아모레퍼시픽그룹[1)]

구분		단위	2020[2)]	2021	2022	2023
대기오염물질[3)]	먼지	ton	1.5	1.4	1.0	0.9
	SOx	ton	17.5	-	0.0	0.0
	NOx	ton	21.5	10.5	5.7	5.1
수질오염물질	TOC[4)]	ton	n/a	6.6	5.7	8.2

오염물질 발생 현황 – 아모레퍼시픽[1)]

구분		단위	2020[2)]	2021	2022	2023
대기오염물질[3)]	먼지	ton	0.9	1.3	1.0	0.9
	SOx	ton	-	-	0.0	0.0
	NOx	ton	11.1	10.5	5.7	5.1
수질오염물질	TOC[4)]	ton	n/a	6.6	5.7	8.2

1) 2023년 보고 범위를 기존 생산 사업장에서 본사, R&I Center, 물류센터 포함하여 확대하고 배출량 산정방식 변경에 따라 2020–2022년 오염물질 데이터에도 변경된 범위로 소급하여 적용
2) 매각 전 퍼시픽글라스의 배출량이 포함됨
3) 4/5종 사업장에 대해서는 배출계수를 곱하여 산정
4) 2021년부터 방류수 수질기준 변경, 2021–2022년 코스비전 TOC 데이터를 포함하여 재산정함

지속가능제품 개발 현황 – 아모레퍼시픽그룹[1)]

구분		단위	2021	2022	2023
신규 지속가능제품 비중	환경 사회 친화적 속성을 구현한 신제품 비율	%	73.9	77.0	87.8

지속가능제품 개발 현황 – 아모레퍼시픽[1)]

구분		단위	2021	2022	2023
신규 지속가능제품 비중	환경 사회 친화적 속성을 구현한 신제품 비율	%	88.0	90.5	91.9

1) 지속가능제품은 사규 내 '지속가능제품 개발 규정'에서 정의하는 기준을 만족하는 제품임

환경 성과

환경경영 이행 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분			단위	2020	2021	2022	2023
환경 운영 및 투자 비용	합계		억 원	39.5	43.9	45.5	58.3
	유형별	운영비	억 원	35.3	35.5	32.9	34.3
		투자비	억 원	4.2	8.4	12.6	24.0
환경 컴플라이언스[1]	중대한 환경 법규 위반 건수		건	0	0	0	0
	중대한 환경 법규 위반 금액		억 원	0	0	0	0

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

환경경영 이행 현황 – 아모레퍼시픽

구분			단위	2020	2021	2022	2023
환경 운영 및 투자 비용	합계		억 원	25.3	40.9	45.0	57.3
	유형별	운영비	억 원	22.9	32.6	32.6	34.3
		투자비	억 원	2.5	8.3	12.4	23.0
환경 컴플라이언스[1]	중대한 환경 법규 위반 건수		건	0	0	0	0
	중대한 환경 법규 위반 금액		억 원	0	0	0	0
친환경 구매 및 매출[2]	친환경 구매 비중		%	4.8	2.8	2.9	1.5
	친환경 매출 비중		%	20.5	42.8	64.1	90.3

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 임직원 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분					단위	2021	2022	2023
총 인원					명	11,171	10,010	9,477
권역별 인원	국내				명	6,602	6,145	5,879
	해외	소계			명	4,569	3,865	3,598
			아시아		명	4,367	3,648	3,257
			북미		명	139	156	294
			유럽 및 기타		명	63	61	47
	국내 비율				%	59.1	61.4	62.0
	해외 비율	아시아			%	39.1	36.4	34.4
		북미			%	1.2	1.6	3.1
		유럽 및 기타			%	0.6	0.6	0.5
성별 인원	남성				명	3,213	2,930	2,824
	여성				명	7,958	7,080	6,653
	남성 비율				%	28.8	29.3	29.8
	여성 비율				%	71.2	70.7	70.2
관리직 인원	합계				명	1,792	1,722	1,870
	권역별	국내			명	1,482	1,408	1,525
		해외	소계		명	310	314	345
				아시아	명	269	268	278
				북미	명	30	33	55
				유럽 및 기타	명	11	13	12
		국내 비율			%	82.7	81.8	81.6
		해외 비율	아시아		%	15.0	15.6	14.9
			북미		%	1.7	1.9	2.9
			유럽 및 기타		%	0.6	0.8	0.6
	성별	남성			명	1,078	1,013	1,075
		여성			명	714	709	795
		남성 비율			%	60.2	58.8	57.5
		여성 비율			%	39.8	41.2	42.5

국내외 임직원 현황 – 아모레퍼시픽

구분					단위	2021	2022	2023
총 인원					명	10,106	9,091	8,533
권역별 인원	국내				명	5,537	5,226	4,935
	해외	소계			명	4,569	3,865	3,598
			아시아		명	4,367	3,648	3,257
			북미		명	139	156	294
			유럽 및 기타		명	63	61	47
	국내 비율				%	54.8	57.5	57.8
	해외 비율	아시아			%	43.2	40.1	38.2
		북미			%	1.4	1.7	3.4
		유럽 및 기타			%	0.6	0.7	0.6
성별 인원	남성				명	2,783	2,561	2,444
	여성				명	7,323	6,530	6,089
	남성 비율				%	27.5	28.2	28.6
	여성 비율				%	72.5	71.8	71.4
관리직 인원	합계				명	1,537	1,493	1,630
	권역별	국내			명	1,227	1,179	1,285
		해외	소계		명	310	314	345
				아시아	명	269	268	278
				북미	명	30	33	55
				유럽 및 기타	명	11	13	12
		국내 비율			%	79.8	79.0	78.8
		해외 비율	아시아		%	17.5	18.0	17.1
			북미		%	2.0	2.2	3.4
			유럽 및 기타		%	0.7	0.9	0.7
	성별	남성			명	927	872	932
		여성			명	610	621	698
		남성 비율			%	60.3	58.4	57.2
		여성 비율			%	39.7	41.6	42.8

사회 성과

국내 임직원 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분		단위	2021	2022	2023
총 국내 인원		명	6,602	6,145	5,879
고용 형태별	정규직[1]	명	6,203	5,774	5,509
	비정규직[2]	명	399	371	370
성별	남성	명	2,417	2,228	2,184
	여성	명	4,185	3,917	3,695
연령별	만 30세 미만	명	1,289	1,016	846
	만 30세 이상 – 50세 미만	명	5,041	4,835	4,716
	만 50세 이상	명	272	294	317
장애인		명	104	128	121

국내 임직원 현황 – 아모레퍼시픽

구분		단위	2021	2022	2023
총 국내 인원		명	5,537	5,226	4,935
고용 형태별	정규직[1]	명	5,228	4,940	4,636
	비정규직[2]	명	309	286	299
성별	남성	명	1,987	1,859	1,804
	여성	명	3,550	3,367	3,131
연령별	만 30세 미만	명	1,027	805	647
	만 30세 이상 – 50세 미만	명	4,268	4,153	3,999
	만 50세 이상	명	242	268	289
장애인		명	102	121	114

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

해외 현지인 고용 현황 – 아모레퍼시픽그룹, 아모레퍼시픽[1]

구분			단위	2021	2022	2023
현지인 고용	현지인 고용 인원		명	4,434	3,739	3,493
	해외 임직원 중 현지인 고용 비율		%	97.0	96.7	97.1
	권역별	아시아	명	4,244	3,532	3,165
		북미	명	133	150	286
		유럽 및 기타	명	57	57	42
	성별	남성	명	680	596	548
		여성	명	3,754	3,143	2,945
	연령별	만 30세 미만	명	1,792	1,364	1,251
		만 30세 이상 – 50세 미만	명	2,577	2,298	2,145
		만 50세 이상	명	65	76	97
현지인 관리자 고용	현지인 관리자 인원		명	207	215	253
	해외 관리자 중 현지인 고용 비율		%	66.8	68.5	73.3
	성별	남성	명	46	53	51
		여성	명	161	162	202

1) 해외 현지인 고용 현황의 경우 파견 인원을 배제하여 집계하였으며, 전 해외 법인이 아모레퍼시픽 연결대상 종속기업에 포함됨에 따라, 아모레퍼시픽그룹과 아모레퍼시픽 인원 현황이 동일함

사회 성과

다양성 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분			단위	2021	2022	2023
직군별 여성 비율	수익 창출 직군		%	78.7	77.0	76.5
	STEM 직군		%	49.2	50.6	49.8
관리직 여성 비율	총 관리자		%	40.0	45.7	42.5
	최고 관리자		%	21.6	23.8	35.6
	중간 관리자		%	40.8	42.8	46.8
	주니어 관리자		%	42.6	46.2	41.3
	수익 창출 직군 관리자		%	42.4	43.0	43.4
동등 임금[1] (남성 대비 여성 평균 임금 비율)	임원	기본급	%	115.4	91.9	87.7
		전체	%	94.9	81.1	103.3
	관리직	기본급	%	90.0	90.2	85.6
		전체	%	85.0	88.5	86.1
	비관리직	기본급	%	88.6	93.8	89.8

1) 동등 임금 현황의 경우, 아모레퍼시픽그룹 국내 연결 법인 기준으로 산정

다양성 현황 – 아모레퍼시픽

구분			단위	2021	2022	2023
직군별 여성 비율	수익 창출 직군		%	80.1	77.9	77.6
	STEM 직군		%	50.3	51.3	51.0
관리직 여성 비율	총 관리자		%	39.7	46.7	42.8
	최고 관리자		%	22.6	24.3	38.4
	중간 관리자		%	42.1	44.3	49.0
	주니어 관리자		%	41.3	41.8	40.5
	수익 창출 직군 관리자		%	39.4	42.0	43.0
동등 임금[1] (남성 대비 여성 평균 임금 비율)	임원	기본급	%	93.2	94.9	95.3
		전체	%	93.7	113.3	103.5
	관리직	기본급	%	93.0	91.9	94.1
		전체	%	89.0	89.8	93.0
	비관리직	기본급	%	91.0	88.2	89.7

1) 동등 임금 현황의 경우, 아모레퍼시픽 국내 연결 법인 기준으로 산정

사회 성과

채용 및 이직 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분			단위	2020	2021	2022	2023
신규 채용 현황[1]	합계		명	415	583	538	883
	성별	남성	명	112	162	138	202
		여성	명	303	421	400	681
		남성 비율	%	27.0	27.8	25.7	22.9
		여성 비율	%	73.0	72.2	74.3	77.1
	연령별	만 30세 미만	명	264	409	360	566
		만 30세 이상 – 50세 미만	명	142	165	172	281
		만 50세 이상	명	9	9	6	36
		만 30세 미만 비율	%	63.6	70.2	66.9	64.1
		만 30세 이상 – 50세 미만 비율	%	34.2	28.3	32.0	31.8
		만 50세 이상 비율	%	2.2	1.5	1.1	4.1
오픈 포지션에 대한 내부 채용 비율[2]			%	32.6	42.4	56.9	50.0
1인당 평균 채용 비용[2]			만 원/명	426	289	301	229
이직 현황[2]	전체 이직률		%	13.6	6.2	8.5	9.4
	자발적 이직률[3]		%	4.9	4.4	7.1	5.4

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

채용 및 이직 현황 – 아모레퍼시픽

구분			단위	2020	2021	2022	2023
신규 채용 현황[1]	합계		명	305	426	392	583
	성별	남성	명	89	127	88	140
		여성	명	216	299	304	443
		남성 비율	%	29.2	29.8	22.4	24.0
		여성 비율	%	70.8	70.2	77.6	76.0
	연령별	만 30세 미만	명	192	290	258	378
		만 30세 이상 – 50세 미만	명	105	132	129	181
		만 50세 이상	명	8	4	5	24
		만 30세 미만 비율	%	63.0	68.1	65.8	64.8
		만 30세 이상 – 50세 미만 비율	%	34.4	31.0	32.9	22.5
		만 50세 이상 비율	%	2.6	0.9	1.3	4.1
오픈 포지션에 대한 내부 채용 비율[2]			%	32.6	44.7	57.1	55.2
1인당 평균 채용 비용[2]			만 원/명	745	538	527	492
이직 현황[2]	전체 이직률		%	14.8	6.1	7.4	9.2
	자발적 이직률[3]		%	4.4	4.1	6.1	4.8

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

사회 성과

임직원 교육 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분			단위	2021	2022	2023
총 교육 대상자 수[1]			명	6,203	5,774	5,509
총 교육 시간			시간	185,758	244,230	226,825
평균 교육 시간	1인당 교육 시간		시간/명	29.9	42.3	41.2
	성별[2]	남성	시간/명	n/a	44.8	44.1
		여성	시간/명	n/a	40.8	35.3
	연령별[2]	만 30세 미만	시간/명	n/a	40.8	11.3
		만 30세 이상 – 50세 미만	시간/명	n/a	43.5	44.3
		만 50세 이상	시간/명	n/a	26.3	26.2
1인당 평균 교육 비용			원/명	361,902	298,048	305,609

1) 정규직 기준으로 집계
2) 성별, 연령별 평균 교육 시간 집계는 2022년부터 실시

임직원 교육 현황 – 아모레퍼시픽

구분			단위	2021	2022	2023
총 교육 대상자 수[1]			명	5,228	4,940	4,636
총 교육 시간			시간	171,598	207,669	191,023
평균 교육 시간	1인당 교육 시간		시간/명	32.8	42.0	41.2
	성별[2]	남성	시간/명	n/a	45.2	44.1
		여성	시간/명	n/a	41.9	35.6
	연령별[2]	만 30세 미만	시간/명	n/a	42.0	11.6
		만 30세 이상 – 50세 미만	시간/명	n/a	43.0	43.9
		만 50세 이상	시간/명	n/a	27.1	28.1
1인당 평균 교육 비용			원/명	367,533	304,524	304,742

1) 정규직 기준으로 집계
2) 성별, 연령별 평균 교육 시간 집계는 2022년부터 실시

사회 성과

육아휴직 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분			단위	2021	2022	2023
사용 인원	합계		명	425	461	484
	성별	남성	명	11	29	43
		여성	명	414	432	441
복귀 인원	합계		명	416	435	454
	성별	남성	명	11	26	40
		여성	명	405	409	414
복귀율[1]	합계		%	97.9	94.4	93.8
	성별	남성	%	100.0	89.7	93.0
		여성	%	97.8	94.7	93.9
복귀 유지율[2]	합계		%	90.4	84.1	85.1
	성별	남성	%	75.0	63.6	92.3
		여성	%	91.4	84.7	84.6

1) 복귀율 = (육아휴직 종료 후 복귀한 인원) / (육아휴직 복귀 예정인 인원) × 100
2) 복귀 유지율 = (육아휴직 복귀 후 12개월 동안 근무를 유지한 인원) / (이전 보고 기간 동안 육아휴직 복귀한 인원) × 100

육아휴직 현황 – 아모레퍼시픽

구분			단위	2021	2022	2023
사용 인원	합계		명	363	401	428
	성별	남성	명	10	24	38
		여성	명	353	377	390
복귀 인원	합계		명	354	379	399
	성별	남성	명	10	22	35
		여성	명	344	357	364
복귀율[1]	합계		%	97.5	94.5	93.2
	성별	남성	%	100.0	91.7	92.1
		여성	%	97.5	94.7	93.3
복귀 유지율[2]	합계		%	95.2	83.6	85.8
	성별	남성	%	86.7	70.0	90.9
		여성	%	95.7	84.0	85.4

1) 복귀율 = (육아휴직 종료 후 복귀한 인원) / (육아휴직 복귀 예정인 인원) × 100
2) 복귀 유지율 = (육아휴직 복귀 후 12개월 동안 근무를 유지한 인원) / (이전 보고 기간 동안 육아휴직 복귀한 인원) × 100

사회 성과

산업안전보건 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분			단위	2020	2021	2022	2023
자사 현황	사망사고 건수		건	0	0	0	0
	재해율	비율[1]	%	0.065	0.145	0.089	0.157
		재해자 수	명	6	12	7	11
	근로손실재해율 (LTIFR)	비율[2]	건/100만 시간	0.336	0.755	0.465	0.818
		산업재해 건수	건	6	12	7	11
	직업성 질환 발생률 (OIFR)	비율[3]	건/20만 시간	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]	%	0.043	0.155	0.074	0.150
		재해자 수	명	5	14	5	7
	근로손실재해율 (LTIFR)	비율[2]	건/100만 시간	0.223	0.807	0.386	0.783
		산업재해 건수	건	5	14	5	7
	직업성 질환 발생률 (OIFR)	비율[3]	건/20만 시간	0	0	0	0
		직업성 질환 발생 건수	건	0	0	0	0

1) 재해율 = (재해자 수) / (연평균 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

산업안전보건 현황 – 아모레퍼시픽

구분			단위	2020	2021	2022	2023
자사 현황	사망사고 건수		건	0	0	0	0
	재해율	비율[1]	%	0.064	0.139	0.102	0.148
		재해자 수	명	5	10	7	9
	근로손실재해율 (LTIFR)	비율[2]	건/100만 시간	0.334	0.725	0.532	0.772
		산업재해 건수	건	5	10	7	9
	직업성 질환 발생률 (OIFR)	비율[3]	건/20만 시간	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	0.140	0.078	0.139[4]
		재해자 수	명	5	12	5	6
	근로손실재해율 (LTIFR)	비율[2]	건/100만 시간	0.253	0.728	0.406	0.723[5]
		산업재해 건수	건	5	12	5	6
	직업성 질환 발생률 (OIFR)	비율[3]	건/20만 시간	0	0	0	0
		직업성 질환 발생 건수	건	0	0	0	0

1) 재해율 = (재해자 수) / (연평균 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
4) 아모레퍼시픽(별도): 0.120%, 코스비전: 0.658%, 위드림: 0%
5) 아모레퍼시픽(별도): 0.624%, 코스비전: 3.427%, 위드림: 0%

사회 성과

사회공헌 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분		단위	2021	2022	2023
사회공헌 활동 집행 금액	집행 금액	백만 원	17,219	17,405	13,444
	매출액 대비 비율	%	0.32	0.39	0.33

사회공헌 현황 – 아모레퍼시픽

구분		단위	2021	2022	2023
사회공헌 활동 집행 금액	집행 금액	백만 원	16,027	15,330	11,641
	매출액 대비 비율	%	0.33	0.37	0.32

제품 리콜 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분		단위	2020	2021	2022	2023
제품 리콜	리콜 건수	건	0	0	0	0

제품 리콜 현황 – 아모레퍼시픽

구분		단위	2020	2021	2022	2023
제품 리콜	리콜 건수	건	0	0	0	0

고객 만족 활동 현황 – 아모레퍼시픽

구분		단위	2020	2021	2022	2023
고객 만족[1]	소비자 불만 해결률	%	99.6	99.0	99.9	99.5
	고객 상담 서비스 만족도	%	75.3	83.2	82.9	86.0

연구개발 및 제품 혁신 현황 – 아모레퍼시픽

구분		단위	2020	2021	2022	2023
R&D 투입 비용[2]	매출액 대비 R&D 투입 비율	%	2.5	2.6	2.9	3.7
	총 R&D 투입 비용	백만 원	112,265	128,321	121,146	136,242

구분			단위	2023
제품 혁신[1]	제품 혁신 매출액 비중	보고 연도 내 상용화된 신규 제품	%	16.4
		보고 연도 내 개선된 제품	%	17.4
		변동이 없거나 한정적으로 개선된 제품	%	66.2
	제품 혁신 매출총이익 비중	변동이 없거나 한정적으로 개선된 제품 대비 상용화된 신규 제품 및 개선된 제품	%	50.5

1) 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준으로 집계

2) 아모레퍼시픽 국내·외 연결 기준으로 집계하였으며, 2023년 아모레퍼시픽 사업보고서 23페이지 '(2)연구개발비용' 참고

거버넌스 성과

윤리경영 이행 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분		단위	2021	2022	2023
윤리 교육	교육 수료율	%	92.2	86.6	91.9
	교육 대상 인원	명	6,319	6,063	5,758
	교육 수료 인원	명	5,825	5,253	5,291

윤리경영 이행 현황 – 아모레퍼시픽

구분		단위	2021	2022	2023
윤리 교육	교육 수료율	%	92.0	86.1	92.4
	교육 대상 인원	명	5,283	5,122	4,867
	교육 수료 인원	명	4,861	4,410	4,495

정책 관련 지출 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분	단위	2021	2022	2023
정치 기부금 및 로비	백만 원	0	0	0
투표 법안, 국민 투표	백만 원	0	0	0
주요 유관 기관 협회비	백만 원	1,630	1,273	1,467

주요 유관 기관 협회비 지출 내역 – 아모레퍼시픽그룹

구분	지위	비즈니스 영향도	단위	2023
대한방문판매발전협회	회원	높음	백만 원	1,200
(사)대한화장품협회	회원	높음	백만 원	194
(사)한국직접판매산업협회	회원	높음	백만 원	44
(사)유엔글로벌콤팩트한국협회	회원	높음	백만 원	17
(사)한국건강기능식품협회	회원	높음	백만 원	12

거버넌스 성과

윤리·반부패 위반 현황 – 아모레퍼시픽그룹

구분				단위	2021	2022	2023
총 윤리·반부패 위반 사례 집계 건수[1]				건	16	12	15
이해관계자별 제보 건수	거래처			건	0	0	0
	협력사			건	0	2	0
	임직원			건	7	3	4
	고객			건	0	0	0
	기타			건	9	7	11
위반사례 유형별 조치 사항[2]	직장 내 성희롱·괴롭힘	합계		건	3	1	3
		조치 유형	중징계	건	2	1	2
			경징계	건	1	0	1
			기타	건	0	0	0
	회사 자산 사적 유용	합계		건	3	2	4
		조치 유형	중징계	건	1	2	4
			경징계	건	2	0	0
			기타	건	0	0	0
	업무 프로세스 위반	합계		건	3	5	4
		조치 유형	중징계	건	0	2	3
			경징계	건	1	1	1
			기타	건	2	2	0

구분				단위	2021	2022	2023
위반사례 유형별 조치 사항[2]	협력업체 유착 및 향응 수수	합계		건	1	0	0
		조치 유형	중징계	건	0	0	0
			경징계	건	0	0	0
			기타	건	1	0	0
	비정상 유통 및 저작권 위반	합계		건	2	1	1
		조치 유형	중징계	건	1	1	0
			경징계	건	1	0	1
			기타	건	0	0	0
	겸업·근태 규정 위반	합계		건	2	0	3
		조치 유형	중징계	건	2	0	3
			경징계	건	0	0	0
			기타	건	0	0	0
	영업 기밀 유출	합계		건	1	0	0
		조치 유형	중징계	건	0	0	0
			경징계	건	0	0	0
			기타	건	1	0	0
	기타 윤리규범 미준수	합계		건	1	3	0
		조치 유형	중징계	건	0	2	0
			경징계	건	0	0	0
			기타	건	1	1	0

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

거버넌스 성과

윤리·반부패 위반 현황 – 아모레퍼시픽

구분				단위	2021	2022	2023
총 윤리·반부패 위반 사례 집계 건수[1]				건	14	9	13
이해관계자별 제보 건수	거래처			건	0	0	0
	협력사			건	0	1	0
	임직원			건	6	2	4
	고객			건	0	0	0
	기타			건	8	6	9
위반사례 유형별 조치 사항[2]	직장 내 성희롱·괴롭힘	합계		건	2	0	2
		조치 유형	중징계	건	2	0	2
			경징계	건	0	0	0
			기타	건	0	0	0
	회사 자산 사적 유용	합계		건	3	2	3
		조치 유형	중징계	건	1	2	3
			경징계	건	2	0	0
			기타	건	0	0	0
	업무 프로세스 위반	합계		건	3	4	4
		조치 유형	중징계	건	0	1	3
			경징계	건	1	1	1
			기타	건	2	2	0

구분				단위	2021	2022	2023
위반사례 유형별 조치 사항[2]	협력업체 유착 및 향응 수수	합계		건	0	0	0
		조치 유형	중징계	건	0	0	0
			경징계	건	0	0	0
			기타	건	0	0	0
	비정상 유통 및 저작권 위반	합계		건	2	1	1
		조치 유형	중징계	건	1	1	0
			경징계	건	1	0	1
			기타	건	0	0	0
	겸업·근태 규정 위반	합계		건	2	0	3
		조치 유형	중징계	건	2	0	3
			경징계	건	0	0	0
			기타	건	0	0	0
	영업 기밀 유출	합계		건	1	0	0
		조치 유형	중징계	건	0	0	0
			경징계	건	0	0	0
			기타	건	1	0	0
	기타 윤리규범 미준수	합계		건	1	2	0
		조치 유형	중징계	건	0	2	0
			경징계	건	0	0	0
			기타	건	1	0	0

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

Reporting Methodology

보고 기간

보고서에 수록된 정보는 2023년 1월 1일부터 2023년 12월 31일 기간 동안의 성과입니다. 2023년 이전 또는 2024년 상반기 정보가 일부 포함되었으며, 보고서 내 별도 표시하였습니다. 정량 성과의 경우 연도별 추이 분석이 가능하도록 최근 3개년(2021년-2023년) 또는 4개년(2020년– 2023년) 수치를 제공하고 있습니다.

보고 범위

재무 성과의 보고 범위는 별도 언급이 없을 경우 한국채택국제회계기준K-IFRS 연결 기준[1]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)을 포괄하고 있으며, 해당 계열회사의 성과임을 본문 내 별도 표시하고 있습니다. 주요 자회사인 아모레퍼시픽의 경우, 국내 사업장(본사 및 R&I Center, 인재원, 지역사업부, 아모레 뷰티 파크, 데일리뷰티 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, 2021–2023년 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

정보의 수정 및 재기술

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

- 본 보고서 p.94에 보고되는 수자원 현황의 경우, 보고 사업장 범위 변동에 따라 이전 보고 연도 정보를 재기술함
- 본 보고서 p.95에 보고되는 폐기물 발생 현황의 경우, 보고 사업장 범위 변동에 따라 이전 보고 연도 정보를 재기술함
- 본 보고서 p.96에 보고되는 오염물질 발생 현황의 경우, 보고 사업장 범위 변동에 따라 이전 보고 연도 정보를 재기술함
- 본 보고서 p.100에 보고되는 [아모레퍼시픽]의 다양성 현황의 경우, 아모레퍼시픽 연결 기준으로 재산정함에 따라 이전 보고 연도 정보를 재기술함
- 본 보고서 p.101에 보고되는 [아모레퍼시픽] 오픈 포지션에 대한 내부 채용 비율, 1인당 평균 채용 비용의 경우, 아모레퍼시픽 연결 기준으로 재산정함에 따라 이전 보고 연도 정보를 재기술함

정량 성과 산정 기준

본 보고서 p.91–108에 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.

1) 연결 기준 대상 회사는 2023년 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.328–330의 '1. 연결대상 종속회사 현황' 참고

환경 정량 성과 산정 기준

지표명	성과 산정 방법론
· 온실가스 배출 현황 · 에너지 사용 현황	**보고 범위** · 국내·외 연결대상 종속기업 중 아모레퍼시픽(국내), 아모레퍼시픽(상하이), 코스비전, 이니스프리, 오설록농장 및 기타 아모레퍼시픽그룹 자회사를 포함하며, 상세 범위는 본 보고서 p.118–120 온실가스 검증의견서 참고 · GHG Protocol에 따라 2023년 연결대상 종속회사 범위 기준으로 2021년 조직 경계를 소급 적용하였음 · 아모레퍼시픽(상하이)의 경우 2021년에는 생산 사업장 데이터만 집계하였으며, 2022년부터 생산 사업장 및 R&I Center, 물류, 본사를 포함하여 데이터를 집계함 **산정 기준** · 온실가스 배출 집약도 = (Scope 1, 2 배출량) / (연결 기준 제품 생산량) · 에너지 사용 집약도 = (총 에너지 사용량) / (연결 기준 제품 생산량)
· 수자원 현황 · 폐기물 발생 현황 · 오염물질 발생 현황	**보고 범위** · 국내·외 연결대상 종속기업으로, 아모레퍼시픽(국내), 아모레퍼시픽(상하이), 코스비전, 오설록농장 등 · 아모레퍼시픽(국내) 데이터는 본사, R&I Center, 아모레 뷰티 파크, 데일리뷰티 사업장, 헬스케어 생산 사업장, 오설록 생산 사업장, 물류센터를 취합 범위로 함 **산정 기준** · 취수량, 소비량, 방류량 집약도 = (총 용수 취수량, 소비량, 방류량) / (연결 기준 제품 생산량) · Water Stress 지역 내 취수량, 소비량, 방류량 = 데일리뷰티 사업장, 코스비전, 대전 물류센터 취수량, 소비량, 방류량 · 폐기물 재활용 비율 = ((일반 폐기물 재활용량)+(지정 폐기물 재활용량)) / (총 폐기물 발생량) · 연간 TOC 배출량은 사업장별로 정해진 측정 빈도에 따라 측정된 TOC 농도와 해당 기간 동안의 폐수 배출량을 곱하여 산출한 값들의 합으로 산정

지표명	성과 산정 방법론
· 지속가능제품 개발 현황	**보고 범위** · 국내 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 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	**보고 범위** · 국내·외 연결대상 종속기업 중 생산 사업장을 보유한 법인으로, 아모레퍼시픽(국내), 아모레퍼시픽(상하이), 코스비전, 오설록농장 등 · 아모레퍼시픽(국내) 데이터는 본사, R&I Center, 아모레 뷰티 파크, 데일리뷰티 사업장, 헬스케어 생산 사업장을 취합 범위로 함 · 단, 친환경 구매 및 매출 지표의 경우, 아모레퍼시픽(국내) 별도 법인을 취합 범위로 함 **산정 기준** · 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 = (보고 연도 친환경 신제품 매출액) / (보고 연도 총 신제품 매출액)

사회 정량 성과 산정 기준

지표명	성과 산정 방법론
국내외 직원 현황	**보고 범위** · 국내·외 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 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	**보고 범위** · 국내 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 연도별 12월 31일 기준 인원 수로 산정 · 정규직 인원은 경영진 포함하여 집계 · 비정규직 인원은 계약직, 인턴을 포함하여 집계
해외 현지인 고용 현황	**보고 범위** · 해외 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 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	**보고 범위** · 국내·외 연결대상 종속기업 · 단, 동등 임금 지표의 경우, 국내 연결대상 종속기업 기준으로 산정 **산정 기준** · 연도별 12월 31일 기준 인원 수로 산정 · 수익 창출 직군 인원은 영업, 브랜드 등 사업부서 인원으로 집계 · STEMScience, Technology, Engineering, Mathematics 직군 인원은 SCM, R&D, 디지털전략 등 STEM 관련 지원부서 인원으로 집계

지표명	성과 산정 방법론
신규 채용 현황	**보고 범위** · 국내 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 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	**보고 범위** · 국내 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 정규직 기준으로 집계하며, 계열사 간 전적은 배제함 · 자발적 이직은 조직의 의사와 관계없이 근로자 본인이 사직을 자원하여 퇴직하는 경우로, 전직, 사직 등이 해당됨 · 이직률 = (당해 연도 이직자 수) / (전년도 임직원 수) × 100
직원 교육 현황	**보고 범위** · 국내 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 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	**보고 범위** · 국내 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 복귀율 = (육아휴직 종료 후 복귀한 인원) / (육아휴직 복귀 예정인 인원) × 100 · 복귀 유지율 = (육아휴직 복귀 후 12개월 동안 근무를 유지한 인원) / (이전 보고 기간 동안 육아휴직 복귀한 인원) × 100

사회 정량 성과 산정 기준

지표명	성과 산정 방법론
산업안전보건 현황	**보고 범위** · 국내 연결대상 종속기업 및 해외 연결대상 종속기업 중 상하이 법인 **산정 기준** · 산업재해 발생 보고 대상 및 관할 고용노동부 산업재해 인정된 기준으로 집계 · 재해율 = (재해자 수) / (연평균 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
사회공헌 현황	**보고 범위** · 국내·외 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 사회공헌 활동 집행 금액의 경우 현금 기부, 현물 기부, 사업비Management overhead 등 투입 비용의 합산 값으로 산정 · 공익재단 사업비의 경우 아모레퍼시픽그룹 연결 기준으로 보고
고객 만족 활동 현황	**보고 범위** · 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준 **산정 기준** · 소비자 불만 해결률 = (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
연구개발 및 제품 혁신 현황	**보고 범위** · R&D 투입 비용 지표의 경우, 아모레퍼시픽 국내·외 연결대상 종속기업 기준으로 집계 · 제품 혁신 지표의 경우, 아모레퍼시픽 국내 별도 법인 기준으로 집계 **산정 기준** · R&D 투입 비용 지표는 2023년 아모레퍼시픽 사업보고서 23페이지 '(2)연구개발비용' 기준으로 산정

거버넌스 정량 성과 산정 기준

지표명	성과 산정 방법론
윤리경영 이행 현황	**보고 범위** · 윤리 교육 지표의 경우 국내 연결대상 종속기업 기준으로 집계 **산정 기준** · 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	**보고 범위** · 국내 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 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	**보고 범위** · 국내 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 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
윤리·반부패 위반 현황	**보고 범위** · 국내·외 연결대상 종속기업 **산정 기준** · 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

114 GRI Standards Index
116 SASB Index
117 TCFD Index
118 UNGC Index
119 온실가스 검증의견서
122 지속가능성 보고서에 대한 독립된 인증보고서

GRI Standards Index

Statement of Use

아모레퍼시픽그룹은 2023.01.01-2023.12.31까지의 ESG 성과를 담은 '2023 아모레퍼시픽그룹 지속가능성 보고서'를 GRI Standards를 준용하여(in accordance) 작성하였습니다.

GRI 1 used

GRI 1: Foundation 2021

Applicable GRI Sector Standards

아모레퍼시픽그룹이 보고서를 발간하는 2024년 5월 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 참고해 주시기 바랍니다.

주제	지표		보고 위치	비고
General Disclosures				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1	조직 세부 정보	6, 82	
	2-2	조직의 지속가능성 보고에 포함된 기업	2, 109-112	
	2-3	보고 기간, 주기 및 문의처	2	
	2-4	정보의 재기술	109	
	2-5	외부 검증	122	
	2-6	활동, 가치사슬, 기타 비즈니스 관계	6, 8-12, 13-14, 61-64	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.15-44, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.15-28 참고
	2-7	임직원	98-99, 111	
	2-8	임직원이 아닌 근로자	98-99, 111	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.292, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.267-268 참고
	2-9	이사회 구조 및 구성	16, 80-81	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.273-280, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.244-251 참고
	2-10	이사회 추천 및 선정	80	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.277-280, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.248-251 참고
	2-11	이사회 의장	-	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.273, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.244 참고
	2-12	영향 관리를 감독하는 이사회의 역할	16, 23	
	2-13	영향 관리에 대한 책임 위임	16, 23	
	2-14	지속가능성 보고에 대한 이사회의 역할	16, 23	
	2-15	이해 상충	80	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.277-279, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.248-251 참고

주제	지표		보고 위치	비고
General Disclosures				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-16	중요 사항에 대한 커뮤니케이션	83-84	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.275-276, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.246-247 참고
	2-17	이사회의 집단 지식, 역량	81	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.279-280, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.251 참고
	2-18	이사회 성과 평가	80	
	2-19	보수 정책	80	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.292-299, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.268-279 참고
	2-20	보수 결정 절차	80	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.275-276, 292-299, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.247-248, 268-279 참고
	2-21	연간 총 보상 비율	-	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.292-295, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.268-269 참고
	2-22	지속가능 발전 전략에 관한 성명	5	
	2-23	정책 약속	30, 53, 55, 57, 86	
	2-24	정책 약속 내재	30-31, 53-56, 58-60, 82-84	
	2-25	부정적 영향 해결을 위한 절차	53, 83, 87	
	2-26	제기된 우려사항 및 조언에 대한 메커니즘	53, 87	
	2-27	법률 및 규제 준수	-	2023 아모레퍼시픽그룹 사업보고서 p.313-316, 2023 아모레퍼시픽 사업보고서 p.293-294 참고
	2-28	가입 협회	20, 106	
	2-29	이해관계자 참여 방식	20	
	2-30	단체 협약	52	

GRI Standards Index

주제	지표		보고 위치	비고
Material Topics				
GRI 3: Material Topics 2021	3-1	중대 이슈 결정의 절차	21-27	
	3-2	중대 이슈 목록	21-27	
중대 이슈 1. 포장재 환경 영향				
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중대 이슈 관리	17, 19, 22-25, 27, 46-47	
GRI 301: Materials 2016	301-1	원재료 사용량 (무게 또는 부피)[1]	46	
	301-2	재생 투입 원자재[1]	19, 46	
	301-3	회수된 제품 및 포장재	해당 정보는 경영상 판단에 의해 대외 공개하지 않습니다.	

1) 중대 이슈인 포장재에 대해 보고함

주제	지표		보고 위치	비고
중대 이슈 2. 기후 변화 대응과 에너지 관리				
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중대 이슈 관리	17, 19, 22-23, 26-27, 32-39	
GRI 302: Energy 2016	302-1	조직 내부 에너지 소비	19, 26-27, 32-39, 91-93, 110	
	302-3	에너지 집약도	91-93, 110	
	302-4	에너지 소비 절감	19, 26-27, 32-39	
GRI 305: Emissions 2016	305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	39, 91-92, 110	
	305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	39, 91-92, 110	
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope 3)	39, 91-92, 110	
	305-4	온실가스 배출 집약도	91-92, 110	
	305-5	온실가스 배출 감축	32-39, 91-92, 110	
	305-7	질소산화물(NOx), 황산화물(SOx) 및 기타 중요한 대기 배출량	96, 110	

SASB Index

지속가능성 공시 주제 및 회계 지표

주제	코드	회계 지표	보고 위치	참고 설명
용수 관리	CG-HP-140a.1	(1) 총 용수 취수량	94	아모레퍼시픽그룹: 869,224m^3, 아모레퍼시픽: 653,496m^3
		(2) 총 용수 소비량	94	아모레퍼시픽그룹: 34,211m^3, 아모레퍼시픽: 34,211m^3
		(3) 높은 또는 매우 높은 물 스트레스 지역 내 (1), (2)의 비율	94	물 스트레스 'High' 이상 지역의 취수량 비율 아모레퍼시픽그룹: 26%, 아모레퍼시픽: 35% 물 스트레스 'High' 이상 지역의 소비량 비율 아모레퍼시픽그룹: 73%, 아모레퍼시픽: 73%
	CG-HP-140a.2	용수 관리 리스크에 대한 설명 및 해당 리스크 완화를 위한 전략·활동에 대한 논의	43-44	WRI의 Aqueduct 4.0 Water Risk Atlas Data를 활용하여 물리적 시나리오 분석을 통해 수자원 의존도가 높은 화장품 및 생활용품 제조 사업장이 위치한 지역의 수자원 리스크를 식별하고 있습니다. 주요 사업장에서 방류되는 폐수 양을 줄이며 물의 순환을 증진시키는 것을 목표로 수자원을 관리하고 있으며, 이를 통해 물 사용 효율을 높이고 사업장 인근 환경에 발생할 수 있는 리스크를 최소화하고자 합니다.
제품 EHS 성과	CG-HP- 250a.1	REACH(EU 신 화학물질 관리제도) SVHC Substances of Very High Concern를 함유하는 제품의 매출	-	아모레퍼시픽그룹 품질 기준은 REACH(EU 신 화학물질 관리제도) SVHC를 포괄하고 있으며, 모든 원료는 이를 적용한 내부 기준에 적합할 경우에만 사용합니다. 사이클로실록산 D5, 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	40-42	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 통합관리시스템AP-CHEMS을 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 유화 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	46	플라스틱 포장재의 총 무게는 7,303톤입니다.
		(2) 재활용 물질, 재생 가능 물질로 만들어진 비율	46	23.8%
		(3) 재활용, 재사용, 비료화 가능한 비율	19	32.6%
	CG-HP- 410a.2	수명주기 전반에서 포장재의 환경 영향을 저감할 수 있는 전략에 대한 논의	24-25	포장재에 대한 4R 전략Reduce, 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	19	2023년에 16,797톤의 팜 유래 원료를 조달했으며, 그중 RSPO MBMass Balance 인증 팜유 비율은 91.5%입니다.

활동 지표

주제	코드	회계 지표	보고 위치	참고 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	-	6개(아모레 뷰티 파크, 데일리뷰티 사업장, 헬스케어 생산 사업장, 코스비전 사업장, 오설록 티팩토리, 상하이 뷰티사업장)

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 이사회의 감독	23, 32
	b)	기후변화와 관련된 위험과 기회를 평가 관리하는 경영진의 역할	23, 32
전략	a)	조직이 단기, 중기 및 장시간에 걸쳐 파악한 기후변화 관련 위험과 기회	32, 33, 34
	b)	기후변화 관련 위험과 기회가 조직의 사업, 전략, 재무 계획에 미치는 영향	34, 35, 36, 37, 38
	c)	기후변화와 관련된 시나리오를 고려한 조직 전략의 회복 탄력성	34
리스크 관리	a)	기후변화와 관련된 위험을 식별하고 평가하기 위한 조직의 프로세스	38
	b)	기후변화와 관련된 위험을 관리하기 위한 조직 프로세스	38
	c)	기후변화와 관련된 위험을 식별, 평가 및 관리하는 프로세스가 조직의 전반적인 위험 관리 통합 방법	38
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	39
	c)	기후변화 관련 위험, 기회 및 목표 대비 성과를 관리하기 위해 조직에서 사용하는 목표	27, 39

UNGC Index

UNGC 10대 원칙 이행 현황

구분			아모레퍼시픽그룹 및 아모레퍼시픽 원칙 및 주요 활동	보고 위치 및 관련 사항
인권	원칙 1	기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 하고,	아모레퍼시픽은 2007년 유엔글로벌콤팩트UNGC, UN Global Compact에 대해 지지를 선언했으며, 세계인권선언Universal Declaration of Human Rights과 국가인권위원회 권고 등에 명기된 인권 사항을 존중합니다. 2018년에는 아모레퍼시픽그룹의 인권경영 의지를 담은 인권 정책을 수립해 공표하였으며, 가치 사슬 전반으로 인권경영 이행을 확산하고 있습니다.	53–54
	원칙 2	기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.		
노동	원칙 3	기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고,	아모레퍼시픽의 임직원은 개인 의사에 따라 자유롭게 노동조합의 가입·탈퇴를 결정할 수 있으며, 소통을 바탕으로 노사 간의 신뢰를 쌓아가고 있습니다.	52, 54
	원칙 4	모든 형태의 강제 노동을 배제하며,	아모레퍼시픽그룹은 자사의 사업장을 비롯해 밸류체인 전반에서의 아동 및 강제 노동, 차별 행위를 금지하고 있으며, 매년 자사 및 협력사에 대한 현장 점검을 통해 이를 확인하고 있습니다.	53–54, 55–56, 61–64
	원칙 5	아동 노동을 효율적으로 철폐하고,		
	원칙 6	고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.		
환경	원칙 7	기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,	아모레퍼시픽그룹은 기업 활동 전 과정 관점에서 환경 영향을 최소화하기 위해 환경방침을 수립하였으며, 환경경영 활동을 통해 환경문제 해결과 순환 경제 달성에 기여합니다.	17–19, 21–27, 29–47
	원칙 8	환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,		
	원칙 9	환경친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.		
반부패	원칙 10	기업은 부당 취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	아모레퍼시픽그룹은 윤리강령을 기반으로 사회·윤리적인 소명을 다하기 위해 다양한 윤리경영 실천 활동을 진행하고 있습니다.	86–87

온실가스 검증의견서

서문

(주)디엔브이비즈니스어슈어런스코리아(이하, 'DNV')는 (주)아모레퍼시픽 그룹(이하 '회사')의 2020–2023년도 온실가스 배출량에 대해 제3자 검증을 수행하였습니다. 회사는 'ISO 14064-1:2018', 'WRI/ WBCSD GHG Protocol:2004' 및 'IPCC Guidelines:2006'에 근거한 온실가스 배출량 자료를 준비할 책임이 있으며, 인벤토리 보고서 내용에 모든 책임을 가지고 있습니다. DNV는 본 검증의견서와 관련하여 계약 조건에 따라 검증 계약당사자를 제외한 제3자에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다.

DNV

본 외부 검증인의 검증의견서는 의견서 발행일 현재로 유효한 것입니다. 의견서 발행일 이후 본 의견서를 열람하는 시점 사이에, 온실가스 배출량 산정에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사건이나 상황이 발생할 수 있으며, 이로 인하여 본 검증의견서가 수정될 수도 있습니다.

검증 목적 및 범위

본 검증의 목적은 회사의 온실가스 배출량에 대해 독립된 검증의견을 제시하는 데 있으며, 검증 범위는 아래와 같습니다.

· 조직경계: 연결회계기준

  – 아모레퍼시픽 대상 조직 및 사업장: 본사, 영업사무소, 생산 사업장 (오산 뷰티1&3, 대전, 안성), 물류센터 (강북, 광주, 김천, 대전, 김해, 오산, 인천), R&I Center/인재원, 지역사업부 (광주, 대구, 대전, 부산, 제주)

  – 이니스프리 검증 대상 조직 및 사업장: 본사, 직영판매점, 연구소(김천 물류센터 내)

  – 코스비전 검증 대상 조직 및 사업장: 대전사업장

  – 오설록 농장 검증 대상 조직 및 사업장: 티팩토리, 한남공장, 프리미엄공장, 서광공장, 돌송이공장, 동일리창고, 월출산공장

  – 아모레퍼시픽 상하이 대상 조직 및 사업장: 본사, 1&2&3 생산 사업장, R&I, 물류

  – 아모레퍼시픽 그룹 기타 조직 및 사업장: (주)에뛰드, (주)아모스프로페셔널, (주)에스쁘아, (주)오설록, 아모레퍼시픽재단, 아모레퍼시픽공감재단, 서경배과학재단, (주)비비디오코리아

  – Tata's Natural Alchemy LLC.: Tata's Nature Alchemy LLC.: HQ Manufacturing site, Shelburne Distribution Center

· 운영경계: Scope 1(직접배출), Scope 2(간접배출), Scope 3 (기타간접배출)

· 보고대상 기간: 2020.01.01 – 2023.12.30

검증 방식

본 검증은 'ISO 14064-3:2019'의 검증 원칙과 기준에 따라 제한적 보증수준 하에서 수행되었습니다. DNV는 회사가 보고한 온실가스 배출량과 온실가스 인벤토리의 완성에 대한 검증의견을 제시하는 데 필요한 정보와 데이터를 얻기 위하여 검증계획을 수립하였습니다. 보증수준은 중요성 평가 기준 5%를 바탕으로 검증을 실시하였습니다. 검증 프로세스의 부분으로 다음 사항을 확인하였습니다.

· 회사의 온실가스 데이터 관리 및 수집, 배출량 산정 및 보고 프로세스

· 회사의 온실가스 인벤토리 보고서는 측정값을 기초로 작성되었으며, 일부 가정값 및 예측값이 포함될 수 있음(세부 내용은 인벤토리 보고서 참고)

결론

온실가스 선언과 관련한 정보를 상기의 검증기준에 따라 검증한 결과, 부적절하게 산정되거나 중대한 오류를 포함하고 있다고 판단할 만한 사항은 발견하지 못하였습니다.

· 온실가스 배출량에 대한 '적정' 의견을 제시합니다.

· 온실가스 정보: 첨부 1, 2 참조

2024년 4월 26일

이장섭
대표이사
(주)디엔브이비즈니스어슈어런스코리아



첨부 1. AO_ PRJN-708249_APG_KR 검증의견서에 대한 부속서: 업체별 온실가스 및 에너지 정보

연도	구분	온실가스 배출량 (tCO_2-eq)						에너지 사용량 (GJ)			
		직접배출	간접배출		기타간접배출[6]	총량 (직접+간접+기타간접)		연료	전력	재생에너지[1]	총량
			지역기반	시장기반[5]		지역기반	시장기반				
2020	(주)아모레퍼시픽	8,958	33,534	33,534	291,409	333,901	333,901	174,870	260,516	15,881	451,267
	(주)코스비전	658	2,785	2,785	11,353	14,795	14,795	12,903	21,503	-	34,406
	(주)오설록농장	2,435	1,748	1,748	-	4,183	4,183	36,958	13,496	-	50,454
	아모레퍼시픽 상하이[2]	703	6,620	6,620	-	7,323	7,323	15,758	31,874	221	47,852
	아모레퍼시픽그룹 기타[4]	420	2,037	2,037	-	2,456	2,456	8,271	15,724	-	23,995
	총계	**13,174**	**46,723**	**46,723**	**302,762**	362,659	362,659	**248,758**	**343,113**	**16,102**	607,974
2021	(주)아모레퍼시픽	8,358	35,236	32,939	297,125	340,720	338,423	163,259	259,189	30,149	452,597
	(주)코스비전	768	3,306	3,306	15,377	19,451	19,451	15,113	25,906	-	41,019
	(주)오설록농장	1,919	1,745	1,745	-	3,664	3,664	29,257	13,674	-	42,930
	아모레퍼시픽 상하이[2]	1,608	5,987	-	-	7,595	1,608	19,806	-	37,317	57,123
	아모레퍼시픽그룹 기타[4]	328	2,010	2,010	-	2,338	2,338	7,241	15,444	-	22,685
	Tata's Natural Alchemy, LLC	195	65	65	-	260	260	2,115	953	-	3,068
	총계	**13,176**	**48,349**	**40,065**	**312,502**	374,028	365,744	**236,791**	**315,166**	**67,465**	619,422
2022	(주)아모레퍼시픽	7,800	32,872	23,402	211,961	252,633	243,163	152,538	183,379	88,791	424,707
	(주)코스비전	739	3,325	3,325	13,169	17,233	17,233	14,542	26,055	-	40,597
	(주)이니스프리	81	1,251	1,251	423	1,756	1,756	1,554	9,806	-	11,360
	(주)오설록농장	1,953	1,939	1,939	-	3,892	3,892	29,907	15,191	-	45,098
	아모레퍼시픽 상하이	1,652	4,312	929	-	5,965	2,582	19,447	7,964	29,907	57,318
	아모레퍼시픽그룹 기타[4]	196	1,476	1,476	-	1,672	1,672	3,849	11,568	-	15,417
	Tata's Natural Alchemy, LLC	158	75	75	-	233	233	1,622	1,101	-	2,723
	총계	**12,580**	**45,251**	**32,397**	**225,554**	283,384	270,531	**223,459**	**255,064**	**118,697**	597,220
2023	(주)아모레퍼시픽	7,011	31,690	16,906	182,815	221,517	206,732	137,119	132,476	134,124	403,720
	(주)코스비전	757	3,374	3,043	30,064	34,196	33,865	14,921	23,849	2,592	41,362
	(주)이니스프리	59	1,215	1,215	17,275	18,549	18,549	1,121	9,519	-	10,640
	(주)오설록농장	2,226	1,623	1,623	-	3,849	3,849	33,817	12,719	84	46,620
	아모레퍼시픽 상하이[3]	1,394	3,464	-	-	4,859	1,394	16,077	-	32,471	48,548
	아모레퍼시픽그룹 기타[4]	186	1,524	1,524	-	1,711	1,711	3,657	11,944	-	15,601
	Tata's Natural Alchemy, LLC	153	82	82	6,511	6,746	6,746	1,870	1,190	-	3,060
	총계	**11,786**	**42,973**	**24,393**	**236,666**	291,426	272,846	**208,582**	**191,697**	**169,271**	569,549

* 2023년 오설록 생산 사업장이 (주)아모레퍼시픽에서 아모레퍼시픽그룹의 자회사((주)오설록농장)로 인수합병됨에 따라 조직경계 변경됨.

** 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): 생산 사업장

3) 아모레퍼시픽 상하이(2022~): 본사, 생산 사업장, R&I, 물류

4) 아모레퍼시픽그룹 기타: (주)에뛰드, (주)아모스프로페셔널, (주)에스쁘아, (주)오설록, 아모레퍼시픽재단, 아모레퍼시픽공감재단, 서경배과학재단, (주)비비디오코리아

5) 시장기반 간접 배출량: 신재생에너지로 생산된 전력(녹색프리미엄, VPPA, 직접PPA, 제3자 PPA, I-REC)을 구매하여 사용함에 따른 배출량

6) 기타간접배출량은 구매한 제품 & 서비스, 자본재, 연료 및 에너지 관련 활동, 업스트림 운송 & 물류, 운영과정에서 발생된 폐기물, 출장, 직원 통근, 다운스트림 운송 & 물류, 판매된 제품의 폐기, 다운스트림 임대자산을 포함하고 있음.

첨부 2. AO_ PRJN-708249_APG_KR 검증의견서에 대한 부속서: Scope 3 온실가스 정보

(단위: tCO_2-eq)

카테고리	기타간접배출량	2023				
		아모레퍼시픽	코스비전	이니스프리	Tata's Natural Alchemy, LLC	총량
1	구매한 제품 & 서비스	142,984	26,853	15,527	3,436	188,800
2	자본재	10,501	-	3	-	10,504
3	연료 및 에너지 관련 활동	760	76	6	35	877
4	업스트림 운송 & 물류	3,182	576	276	544	4,578
5	운영과정에서 발생된 폐기물	1,456	31	233	5	1,725
6	출장	2,122	14	160	324	2,621
7	직원 통근	2,386	32	73	107	2,598
9	다운스트림 운송 & 물류	5,227	-	776	2,043	8,046
12	판매된 제품의 폐기	8,792	2,482	221	17	11,512
13	다운스트림 임대자산	5,406	-	-	-	5,406
총계		**182,815**	**30,064**	**17,275**	**6,511**	236,666

카테고리 11 (판매된 제품의 사용), 아모레퍼시픽의 Scope 3 배출량

카테고리	기타간접배출량	2023				
		아모레퍼시픽	코스비전	이니스프리	Tata's Natural Alchemy, LLC	총량
11	판매된 제품의 사용	299,300	9,425	12,639	227	321,591

* 아모레퍼시픽 제품의 직접사용에 따른 온실가스 배출은 발생되지 않으나, 선택적(optional)으로 물사용에 의한 간접 배출량을 산정함.

** 상기의 온실가스 배출량은 소수 첫 자리에서 반올림 처리되었습니다.

지속가능성 보고서에 대한 독립된 인증보고서

주식회사 아모레퍼시픽그룹 경영진 귀중

삼일회계법인은 주식회사 아모레퍼시픽그룹(이하, 회사)의 2023년 12월 31일로 종료하는 사업연도에 대한 회사의 지속가능성 보고서(이하, 보고서)에 대하여 제한적 확신 업무를 수행하였습니다.

인증대상 정보

보고서에 포함된 인증대상 지속가능성 정보는 다음과 같습니다.

- 114–115 페이지에 수록한 GRI Global Reporting Initiative Standards Index에 포함된 정보
- 116 페이지에 수록한 SASB Sustainability Accounting Standards Board Index에 포함된 정보
- ESG Factbook 91–108 페이지에 수록한 ESG 데이터

우리의 인증업무는 2023년 12월 31일로 종료하는 사업연도에 대한 것이며 그 이전 기간 및 보고서에 포함된 상기 외 정보에 대한 인증 절차를 수행하지 아니하였으므로 이에 대한 어떠한 결론도 표명하지 아니합니다.

준거기준

인증대상 정보를 작성하기 위하여 회사가 사용한 기준은 GRI Standards와 SASB Household & Personal Products Sustainability Accounting Standard입니다.

인증대상 정보에 대한 회사의 책임

회사는 준거기준에 따라 인증대상 지속가능성 정보를 작성할 책임이 있으며, 인증대상 지속가능성 정보를 부정이나 오류로 인한 중요한 왜곡 표시가 없이 작성하기 위한 내부통제의 설계, 운영 및 유지에 대해서도 책임이 있습니다.

인증업무의 고유한계

비재무 정보를 평가하고 측정하기 위한 일반적으로 인정된 기준이 존재하지 않으며, 다양한 측정치와 측정 방법이 허용될 수 있으므로, 이로 인하여 기업들 간의 비교 가능성에 영향을 미칠 수 있습니다.

인증인의 독립성과 품질관리

우리는 성실, 공정, 전문가적 적격성과 정당한 주의, 비밀유지 및 전문가적 품위의 기본 원칙에 기반을 둔 인증 업무와 관련된 대한민국의 윤리적 요구사항을 준수했습니다.

우리는 국제품질 관리기준International Standard on Quality Management 1을 적용하고 이에 따라 윤리적 요구사항, 전문직 기준과 해당 법규의 요구사항 준수에 관한 정책 및 절차의 문서화를 포함하여 품질관리시스템을 유지합니다.

인증인의 책임

우리의 책임은 우리가 수행한 절차와 우리가 입수한 증거를 근거로 식별된 지속가능성 정보에 대한 제한적 확신을 표명하는 것입니다. 우리는 IAASB[1]가 제정한 ISAE3000[2]에 따라 제한적 확신 업무를 수행하였습니다. 이 기준은 인증대상 지속가능성 정보가 중요하게 왜곡 표시되지 않았는지 여부에 대한 제한적인 확신을 얻을 수 있도록 인증절차를 계획하고 실시할 것을 요구하고 있습니다.

제한적인 확신 업무는 회사가 인증대상 지속가능성 정보를 작성하기 위하여 사용한 기준의 적합성 평가, 부정 또는 오류로 인한 인증대상 지속가능성 정보의 중요 왜곡 표시위험에 대한 평가, 위험에 대한 대응 및 인증대상 지속가능성 정보의 전반적인 공시에 대하여 평가합니다. 제한된 확신 업무는 내부 통제에 대한 이해를 포함하여 위험 평가 절차와 평가된 위험에 대응하여 수행된 절차의 범위가 합리적인 확신 업무보다 제한적입니다.

우리가 수행한 절차는 우리의 전문적인 판단을 기반으로 하였으며 질문, 수행된 프로세스 관찰, 문서 검토, 분석적 절차, 정량화 방법 및 보고 정책의 적합성 평가, 기초 정보 간 비교 및 대사가 포함되었습니다. 우리는 업무의 성격을 고려하여 다음의 절차를 수행하였습니다.

- 중요 이슈에 대한 관리 접근 방법을 파악하기 위해 회사의 지속가능성 정보에 대한 내부 보고 및 데이터 집계에 책임을 지고 있는 담당자 인터뷰
- 회사의 지속가능성 정보를 관리하고 보고하는 시스템과 프로세스의 이해
- 위험평가 프로세스의 결과, 지속가능성 정보 관련 정책 및 기준, 중대성 평가, 이해관계자 참여 활동 등과 관련된 문서 검토
- 질문과 분석적 검토를 기본으로 인증대상 데이터에 대한 제한된 검증 수행

제한적 확신 업무에서 수행되는 인증 절차의 성격, 시기 및 범위는 합리적 확신 업무보다 낮은 수준의 확신을 제공하도록 계획되었습니다. 따라서, 우리는 회사의 인증대상 정보가 준거기준에 따라 중요성의 관점에서 작성되었는지에 대한 합리적인 확신을 표명하지 않습니다.

1) International Auditing and Assurance Standards Board

2) International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised), Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information

인증인의 의견

우리의 인증절차 수행 결과, 보고서가 중요성의 관점에서 회사가 사용한 준거기준에 따라 작성되지 않은 사항이 발견되지 아니하였습니다.

이용제한

본 보고서는 회사의 지속가능경영 성과와 활동에 대한 이해를 돕기 위해 회사의 경영진을 위하여 작성되었습니다. 따라서 회사 및 경영진 이외의 제3자의 사용에 대하여 당 법인은 어떠한 책임도 지지 않습니다.

2024년 6월 4일

서울특별시 용산구 한강대로 100
삼일회계법인 대표이사 윤훈수

이 인증보고서는 인증보고서일(2024년 6월 4일) 현재로 유효한 것입니다. 따라서 인증보고서일 이후 이 보고서를 열람하는 시점까지의 기간 사이에 회사의 보고서에 중대한 영향을 미칠 수 있는 사건이나 상황이 발생할 수도 있으며 이로 인하여 이 인증보고서가 수정될 수도 있습니다.

발행일 2024년 6월
발행인 서경배
발행처 아모레퍼시픽그룹
제작 아모레퍼시픽 지속가능경영센터
디자인 cement

04368 서울시 용산구 한강대로 100
Tel. 02 6040 5114
E-mail. csr@amorepacific.com
www.apgroup.com

AMOREPACIFIC