

자연의 혜택을 인류에게

2021 Communication on Progress

(주)유니베라

uniVera
유니베라

About this report

유니베라는 2008년 12월, UN글로벌콤팩트(UN Global Compact, UNGC)에 가입하였습니다. 자연의 혜택을 인류에게 전하는 유니베라 사람들의 건강한 지속가능경영을 위한 의지와 노력, 그 결과물을 담은 2021년 Communication on Progress 보고서를 발간합니다.

작성 원칙 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 참고

보고 기간 2020년 1월 1일~2020년 12월 31일

보고 범위 유니베라 한국

데이터 보고 연단위 회계연도 기준, 과거 실적 추이는 최근 3개년인 2018년~2020년

보고 검증 내부검증

구성 특징 경제, 사회, 환경의 중대성 평가 결과에서 도출된 상위 이슈는 'Special Page'를 통해 보고하며, 이때 보고범위를 유니베라 한국을 포함한 전 사업장인 에코넷 (ECONET)으로 확장합니다.

보고서 담당자

본 보고서에 대하여 추가 정보가 필요하거나 문의사항이 있으신 경우, 다음의 연락처로 문의해주시기 바랍니다.

지속가능경영 보고서 링크_ <http://kr.univera.com>

전화_02-460-8922

이메일_cslover@univera.com

담당부서_서울특별시 성동구 아차산로 78 에코넷센터 (주)유니베라 경영지원팀



목차

- 01 기업소개 및 기본 정보(UNIVERSAL STANDARDS)
- 02 기업의 중요 이슈 및 주요 성과, 도전 과제 등(MANAGEMENT APPROACH)
- 03 경제적 성과 및 분배(ECONOMIC PERFORMANCE)
- 04 임직원 및 대리점, 고객 만족을 위한 성과들(SOCIAL PERFORMANCE)
- 05 환경 개선을 위한 노력들(ENVIRONMENTAL PERFORMANCE)

UNIVERSAL STANDARDS

유니베라 소개

(주)유니베라(대표 박영주)는 건강과 아름다움을 추구하는 웰니스 기업으로 1976년 국내 최초로 알로에 상업재배에 성공한 남양알로에로 시작했습니다. 이후 알로에 소재의 연구에 대한 노하우를 통해 천연물 소재로까지 연구 영역을 넓혀 건강기능식품, 화장품 등을 통해 웰니스 산업 시장에 본격 진출하고 있습니다.

유니베라는 국내 알로에 건강기능식품 시장을 선도하며 전국적으로 350여 개의 대리점과 2만 5천여명의 유포(UP: Univera Planner)가 활동하고 있습니다. 세계적으로도 알로에 원료 공급 시장을 선도하고 있으며, 또한 산업통산자원부 주관 세계일류상품에 18년 연속으로 선정되었습니다. 현재 다양한 천연물을 원료로 한 건강기능식품과, 약용 식물의 신비로운 효능으로 피부를 근본부터 케어하는 천연 약용 식물 고기능성 화장품, 세계 최초로 베이비 알로에를 활용한 프리미엄 유아 화장품 허그를 선보이고 있습니다. 최근 유아인을 모델로 면역 건강기능식품인 '아임문'을 런칭하고 자연주의 스킨케어 브랜드 '보타니티'로 많은 고객의 사랑을 받고 있습니다.

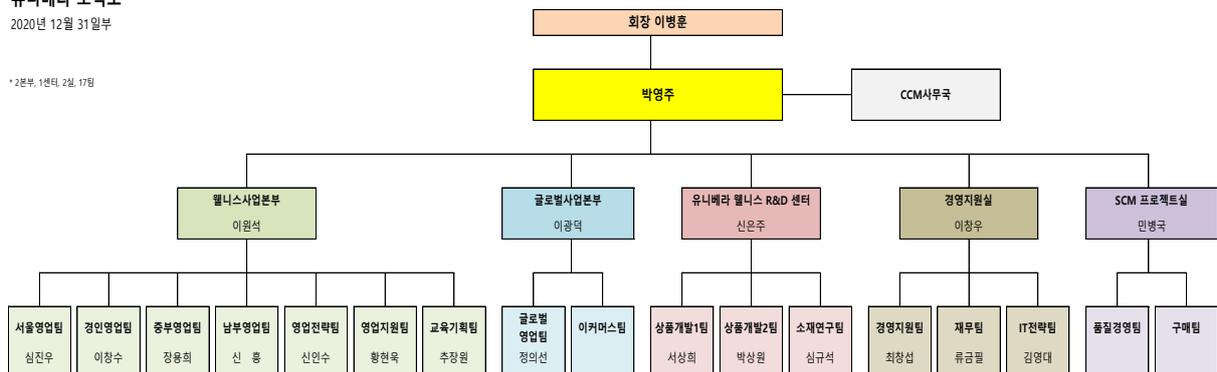
조직 개요

1. 회사명 : (주) 유니베라
2. 설립일 : 1976년 4월 5일
3. 대표 : 박영주
4. 대표전화 : 02) 463 - 3100
5. 본사위치 : 서울특별시 성동구 아차산로 78 에코넷센터 (우) 04782
6. 주요사업 : 건강기능식품, 화장품

조직도

유니베라 조직도
2020년 12월 31일부

* 2본부, 1센터, 2실, 17팀



경영이념



업(業)의 시작

인류가 알로에를 사용한 역사는 거의 6,000 년을 거슬러 올라갑니다. 기원전 4,000 년경에 세워진 이집트 한 사원의 벽화에서부터 성경, 허준의 <동의보감>까지, 고문서와 사람들의 경험을 통해 알로에의 이로움이 알려져 왔습니다. 하지만 알로에가 어떤 효능을 가졌는지, 그 효능을 발휘하는 성분이 무엇인지는 밝혀진 바가 없었습니다. 유니베라는 1976 년 ㈜남양알로에로 시작, 국내 최초로 알로에 시험 재배에 성공한 이후, 국내 알로에 시장의 선도기업이 되었습니다. 1998 년부터 안정적인 원료 확보를 위해 미국 힐탑가든에 알로에 농장을 개척하였으며, 이후 멕시코, 러시아, 중국 등에서 알로에와 천연약용식물을 직접 재배하고 있습니다. 또한 세계 최초로 알로에의 효능을 과학적으로 밝혀내며, 알로에 전문재단인 ARF 를 설립하는데 큰 역할을 했습니다. 알로에는 하늘에서 내려보면 별 모양을 하고 있습니다. 인류의 건강과 미래를 위해 유니베라는 이 땅 위에 알로에 라는 별을 심었습니다. 그리고 건강한 자연의 혜택을 보다 많은 인류에게 전하기 위해 노력하고 있습니다. 오랜 세월이 지나도 마르지 않는 우물처럼 사람과 자연, 인류의 건강과 미래를 생각하는 지속가능한 기업이 되고자 합니다.

기업철학- 자연의 혜택을 인류에게(Bringing the best of nature to humankind)

'자연의 혜택을 인류에게'는 유니베라가 지향하는 공통의 기업철학이자 창업이념입니다. 이는 최고의 것, 최선의 것을 전달하겠다는 유니베라의 의지이자 약속입니다. 유니베라의 기업 활동은 궁극적으로 자연과 인류가 더불어 조화롭고 행복한 삶을 영위하는 것을 추구하고 있으며 유니베라의 기업 가치는 공공의 이익으로 국가와 사회를 넘어선 전 인류에 환원될 때 진정한 가치를 지닙니다.

비전 - 웰니스 산업을 선도합니다

자연과 인간과 사회의 조화로운 선순환을 연결하는 글로벌 기업 네트워크 통해 웰니스 산업을 앞장서 이끌어 갑니다.

미션 - 우리는 '자연의 혜택을 인류에게' 전하여 건강하고 아름다운 세상을 만듭니다.

자연은 인간의 생명을 유지하는 바탕입니다. 유니베라는 정직하고 깨끗한 자연에서 최상의 선물을 찾아내어 이 땅의 모든 사람들이 건강하고 행복한 삶을 누리도록 도울 것입니다.

유니베라의 이해관계자 및 중대성 평가

지속가능경영과 이해관계자

지속가능경영은 우리가 살고 있는 지역사회와 국가, 나아가 전 지구의 지속가능성을 제고하기 위한 기업의 노력을 말합니다. 기업의 존재이유가 부와 명성을 쌓는 것만이 아니라, 사회적 책임성과 환경적 건전성을 균형 있게 추진하는 것을 의미합니다. 이를 바탕으로 주주뿐만 아니라 다양한 이해관계자에게 지속적으로 가치를 제공하는 것을 목적으로 삼는 기업경영 패러다임입니다. 지속가능경영의 기본은 주주뿐 아니라 다양한 이해관계자를 경영에 참여시키는 것입니다. 임직원, 지역사회, 협력사, 소비자 등 다양한 이해관계자의 목소리가 경영 과정에 반영될 수 있어야 기업이 제대로 성장할 수 있습니다. 유니베라와 관계된 다양한 이해관계자의 가치를 높이기 위해 이해관계자를 정의하고 중대성 평가 도출을 하며, 이를 중심으로 어떠한 노력과 이행을 하고 있는지 보고서에 담았습니다.

이해관계자 정의

유니베라의 주요 이해관계자는 주주, 고객, 협력사, 대리점, 임직원, 지역사회로 정의합니다. 이중 대리점은 법적으로는 위탁사업자의 형태를 띄고 있으나, 대리점의 사장과 유피 (Univera Planner) 역시 '유니베라 가족'입니다. 이에 내부 주요 이해관계자로 보고 있습니다. 이 밖에도 정부 및 민간단체, NGO 등 다양한 이해관계자와의 커뮤니케이션을 통해 회사가 창출한 경영성과를 투명하게 공개하고, 이해관계자들과 소통 하고 있습니다.

이해관계자와의 소통

유니베라의 경영활동은 이해관계자와의 소통과 참여 속에서 이루어지고 있습니다. 다양한 채널을 통해서 이해관계자와의 접점을 높여가고, 이들의 제안 및 의견을 수렴하여 경영활동에 반영하고자 노력하고 있습니다.

이해관계자 소통 채널

구분	커뮤니케이션 채널
주주	이사회, 공시, 기업방문
고객	COS 시스템, 콜센터, 기업 및 제품 브랜드 사이트, 고객만족도 조사
대리점	COS 시스템, 사장단 협의회, 체험단, UCS (유피학습사이트), IPTV, 라이브방송, 해외농장연수, 전국사장단세미나, 지역별 사장단 간담회, 영업 컨설팅
임직원	노사협의회, 전직원미팅, 사내보 에코넷 웨이, 인트라넷(EGGS), 업무고충 상담제도 운영, 스마트 휘슬
협력사	관계사 CCM 개선회의, 에코넷 임원 회의, 정기/비정기 제품개발 품질회의,
지역사회	임직원 자원봉사활동, 정부정책 협력사업, 지역사회 자매결연, 건강한여성재단 및 한국희귀난치성질환연합회 지원사업 등

기업지배구조

유니베라 지배구조의 특징

기업지배구조는 기업 경영에 직접·간접적으로 참여하는 주주·경영진·임직원 등의 이해관계를 조정하고 규율하는 제도적 장치와 운영기구를 말합니다. 즉 기업의 소유구조뿐 아니라 주주의 권리·주주의 동등 대우, 기업지배구조에서 이해관계자의 역할·공시 및 투명성·이사회의 책임 등을 포괄하고 있습니다. 즉 통제에 관한 강력한 영향력을 가지고 있기 때문에 이해관계자에게 기업의 지배구조를 밝히는 것은 중요합니다. 유니베라의 주요 주식은 (주)남양이 100%를 소유하고 있으며, 상장되어 있지 않습니다. 주식총수는 15만 5,000주, 납입자본금은 15억 5천만원입니다.

이사회의 구성

유니베라의 이사회는 회사의 최고 의사결정기구로서 대한민국 상법과 정관에 따라 사장을 포함한 상임이사(사내이사) 3명으로 구성되어 있으며, 감사 1명이 있습니다. 이사회 의장은 박영주 대표 이사가 맡고 있습니다.

대표이사의 추천·선정 및 경영실적 관리

대표이사는 비상임이사와 민간위원으로 구성된 추천위원회의 추천과 주주총회의 의결을 거쳐 선임되며, 추천위원회는 운영규정에 따라 공정한 후보 심사기준을 마련하여 후보자로부터 제출받은 경영계획서, 후보지원서 등에 근거하여 최종 후보자를 심사, 선정하여 주주총회에 추천하고 있습니다. 대표이사는 모회사 에코넷과 매년 경영계약을 체결하여 당해 연도 이행실적에 대해 경영실적을 평가 받고 있습니다. 실적평가는 외부 대학교수 및 관련분야 전문가로 구성된 평가단의 객관적이고 공정한 평가를 받고 있습니다.

이사회의 권한과 책임

대한민국 상법 등 관련법과 유니베라 사규에서 규정한 바에 따라 회사의 경영에 관련된 중요사항은 이사회 심의, 의결을 거쳐 집행되고 있습니다. 이사회는 각종 경영사안을 심의하고 심의 안건에 대하여 부결 또는 수정을 통해 회사 경영전반을 견제 및 통제하고 있으며, 주요 경영현안에 대하여 의견을 제시하거나 권고하고 있습니다. 또한 이사는 법령과 정관 등 규정에 따라 회사의 이익을 위해 직무를 충실히 수행할 책임이 있습니다. 최근 3년간 이사들의 이사회 참석률은 100%로 향후에도 이사회가 보다 활성화 될 수 있도록 제반 여건을 지속적으로 개선해 나갈 계획입니다.

【경영진 현황】

구분	성명	직위	주요경력
상임이사	이병훈	회장	(주)유니베라 회장, 에코넷 총괄사장, 前 한국건강기능식품협회 회장, (주)소프트뱅크 감사, 한국인권재단 이사, 세계경제포럼 차세대리더, 국제알로에기준심의협회(IASC) 회장
	김교만	사장	(주)남양에코넷홀딩스 COO, 前 한국기자협회 감사, 한국기자협회기금 감사, 한국언론노동조합 감사, 문화일보 기자(정치·사회·산업·국제·북한·문화부)
	박영주	사장	(주)유니베라 대표이사, 前 컴투게더 부사장, 더맥키스 컴퍼니 전무이사, (주)유니베라 글로벌사업본부장, 마케팅본부장
감사	심호영	감사	(주)남양에코넷홀딩스 감사

【2018년 ~ 2020년 주요의결 사항】

연 월	보고사항	의결사항
2018	<ul style="list-style-type: none"> ● 2017년 사업현황 ● 2017년 추정손익 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2018년 사업계획 ● 2018년 예산
2019	<ul style="list-style-type: none"> ● 2018년 사업현황 ● 2018년 추정손익 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019년 사업계획 ● 2019년 예산
2020	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019년 사업현황 ● 2019년 추정손익 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2020년 사업계획 ● 2020년 예산

유니베라 지속가능경영 비즈니스 모델

지속가능한 글로벌 통합 네트워크 '에코넷 시스템'

유니베라는 글로벌 웰니스 기업으로 발돋움하기 위해 전 세계에 천연물 농장을 확보하고 미국 등 해외에 직접판매법인을 설립하며 '원료재배-연구개발-생산-마케팅'의 수직 계열화 된 유기적 기업 네트워크인 에코넷(ECONET) 시스템을 만들었습니다. 천연물은 기후 조건에 따라 크게 영향을 받기 때문에 안정적인 원료공급이 어려우나 유니베라는 원료의 재배부터 연구개발, 생산, 판매를 총괄하는 에코넷 시스템을 구축하여 안정적인 공급이 가능하게 됐고, 소비자들에게 합리적인 가격으로 우수한 제품을 전달할 수 있게 되었습니다. 유니베라만의 독특한 경영모델인 에코넷은 선불리 단시일 내 구축할 수 없는 혁신적인 경영 모델로, 유니베라의 지속가능경영을 가능하게 하는 구심점 역할을 하고 있습니다.

● 재배 : 알로콥(Aloecorp)

세계 알로에 원료시장의 독보적인 위치를 차지하고 있는 유니베라는 알로에와 각종 천연물을 해외농장을 통해 직접 재배함으로써, 우수한 품질의 천연물을 안정적으로 공급하고 있습니다.

유니베라는 현재 러시아 크라스키노에 2,150만㎡, 멕시코 탐피코에 679만㎡, 캄페체에 333만㎡, 미국 텍사스 힐탑가든에 291만㎡, 중국 하이난에 280만㎡ 등 대규모 천연물 농장을 확보해 알로에를 비롯한 천연식물을 재배하고 있습니다.

● 생산 : 네이처텍(Naturetech)

네이처텍은 1992년에 한국 건강기능식품업계 최초로 KGMP공장을 세웠으며, 현재 동양 최대 규모의 자동화 생산시설을 갖추고 알로에 및 천연물 제품을 생산하고 있습니다. 2005년에는 식품의약품안전청으로부터 GMP(우수 건강보조식품 제조관리기준) 업소로 지정되면서 우수한 기술력을 인정받고, 이러한 최고의 기술과 시설을 바탕으로 세계적인 천연물 제조 전문회사로 발전하고 있습니다.

● 연구 : 유니젠(Unigen)

유니베라는 꾸준히 알로에 연구개발에 투자하면서 축적한 연구력을 바탕으로, 천연물 연구의 노하우까지 획득하였습니다. 유니젠은 알로에를 비롯한 모든 천연물의 유효성분을 연구·분석하기 위해 유니베라가 한국과 미국에 설립한 연구소로서, 유니젠KOREA와 유니젠USA의 공동기술을 통해 최대 규모의 천연물 데이터베이스 '파이토로직스'를 구축하는 데 성공하였습니다. 유니젠은 천연식물 원료 신소재 개발 바이오 기업으로서 미국과 한국의 연구소 운영을 통해 천연물 소재의 연구개발 및 생산을 담당하고 있습니다. 2012년에는 글로벌 에스테틱 기업인 에스티로더로부터 혁신상을 받아 우수한 천연물 R&D 능력을 대내외에 입증하였습니다.

● 판매 : 유니베라(Univera)

유니베라는 전국 350여 개 대리점, 2만 5천여명의 유포(UP)와 함께하고 있는 우리나라 최대의 건강기능식품·기능성화장품 유통 회사로서, 표준화된 조직관리시스템 UMS와 자체교육시스템 UBA, 전사적 전산시스템인 UCS를 통해 탄탄한 판매망 조직을 갖추고 있습니다.

유니베라 대표 제품

남양알로에 MAX - P

국내 최대 면역다당체 1일 300mg 함유

건강의 기초는 면역력. 생활습관이나 식습관 개선 등과 더불어 면역력을 지키기 위한 가장 효과적인 방법은 바로 알로에의 면역 다당체를 섭취하는 것입니다. 유니베라는 45년간의 알로에 재배 노하우와 제조 기술 경쟁력을 토대로 알로에 면역 다당체 함량이 극대화된 남양알로에 맥스피를 판매하고 있습니다. 맥스피는 많은 고객이 찾는 유니베라 대표 베스트 셀러 제품입니다.

새로운 도전, 유니베라 아임문

유니베라는 채널 다각화와 새로운 시장의 도전을 위해 New 브랜드인 '아임문'을 출시했습니다. '아임문'은 알로에의 핵심 성분인 면역 다당체를 주원료로한 젤리 타입의 건강기능식품으로 면역력을 뜻하는 단어인 'Immune'을 활용하여 'IMMUNE = 나는 면역이다'라는 것을 의미합니다. '아임문'의 알로에 원료는 유니베라가 운영하는 미국 텍사스 힐탑가든 농장에서 재배한 프리미엄 알로에를 사용하며 온 가족이 함께 즐길 수 있는 면역 전문 건강기능식품입니다.

고기능성 화장품 라인

유니베라는 독자적인 천연물 데이터베이스인 파이토로직스에서 찾은 천연성분을 이용해 피부 힐링(Healing Skin Program)을 실현하는 고기능성 화장품을 선보이고 있습니다. 2013년에 출시한 전문 보습 케어 라인 M40X, 2014년에 출시한 A202는 피부를 생기있고 활력있게 가꾸어 주는 주름 개선 기능성 화장품으로 많은 인기를 끌었습니다. 2018년에는 더마 개념을 추가한 전문 미백 케어 라인 W389 더마 브라이팅 라인을 출시했고 2020년에는 안티에이징 라인 알로엔 더 골드르 많은 고객의 사랑을 받았습니다.

보타니티

클린 뷰티를 선도하는 자연주의 스킨케어 브랜드

유니베라는 세계적인 천연물 연구소인 유니젠에서 출발한 보타니티를 선보였습니다. 첫 제품 플라본 세럼 이후 피지 각질 전문 마키올 라인을 새롭게 구축했습니다. 마키올 라인은 지성용라인이지만 꼭 지성피부가 아니더라도 요즘처럼 장시간 마스크 착용으로 인해 피지 분비량이 늘어난 경우에도 도움이 됩니다. 특히 여린 피부, 예민한 피부, 여드름성 피부는 물론 수부지 피부, 유부지 피부, 민감한 지성, 건조한 지성 등 모든 지성피부에 적합하기 때문에 피부트러블을 비롯한 다양한 피부 고민을 안고 있다면 마키올 라인을 경험하시길 추천합니다.

유니베라 R&D 경쟁력

연구개발원칙	기능성, 안전성, 지속가능성의 3대 원칙 준수
지속적인 연구개발	CAP 연구진 운영 현황 및 연구성과(특히 출원 및 제품화)
혁신적인 제조공법개발	큐매트릭스공법 등 알로에 제조공법의 혁신

1. 연구개발 원칙

유니베라는 '자연의 혜택을 인류에게' 전하고자 하는 사명 아래 다음의 3가지 제품개발 기본원칙을 수립하여 준수하고 있습니다.

구분	개발원칙	적용
기능성 (Efficacy)	주요제품은 반드시 과학적으로 기능성이 검증된 제품만을 개발한다.	<ul style="list-style-type: none"> · 제품의 기능성에 대한 인체시험 결과 확보 <ul style="list-style-type: none"> - 건강기능식품: 개별인정 - 화장품: 기능성 인증
	주요한 원료는 반드시 우리가 직접 표준화하고 특화한다.	<ul style="list-style-type: none"> · ECONET pipeline 소재의 우선 사용 · 자사 주도의 virtual lab project (아웃소싱 연구/외부 개발 소재 도입)을 통한 개발 활동 강화
안전성 (Safety)	모든 사용 원료에 관하여 사전에 안전성을 검증한다.	<ul style="list-style-type: none"> · 불가피하게 화학합성원료를 사용해야 하는 경우 반드시 충분한 안전성 자료가 확보되어야 하며 대체 천연 원료에 대한 연구를 강화하여 천연원료로 전환하도록 노력함 · 모든 사용 원료 및 부자재에 관한 사전 품질관리를 강화함 <ul style="list-style-type: none"> - 사전 품질관리 및 배제 시스템을 구축 - 화장품 원료 사용에 대한 세심한 관리
지속가능성 (Sustainability)	원료와 포장재는 환경의 지속가능성을 최대한 고려하여 개발한다.	<ul style="list-style-type: none"> · 원료 및 포장재의 환경 지속가능성을 고려하며 개선계획을 수립, 적용함 <ul style="list-style-type: none"> - 친환경적 생산공정기술 적용 여부 관리 - 친환경적 원료 채취 여부 관리 - 분리수거를 통한 재활용 가능한 포장재 사용 관리

2. 지속적인 연구개발

유니베라는 1993년부터 현재까지 26년간 CAP 프로젝트를 통해 연구에 대한 투자를 지속적으로 하고 있으며, 연구하는 기업이라는 일관된 기업철학을 꾸준히 이어가고 있습니다.

1993년 6월 국내 연구진을 중심으로 출범된 알로에신약개발(CAP: Creation of Aloe Pharmaceutical)프로젝트는 1993년부터 2001년까지 장장 9년간 지속된 제1기 CAP 프로젝트를 통해 알로에의 성분의 효능을 과학적으로 밝혀내 천연 생약으로서 알로에의 기능성을 입증하였습니다. 이어 2002년부터 2005년까지 4년간 제2기 CAP프로젝트에서는 입증된 알로에의 효능을 실용화하는데 중점을 두게 되었습니다. 그 결과, 알로에 상처치유촉진 보유 물질을 찾아냈으며, 알로에 다당체를 분석해 냄으로써 중간 다당체 단백질이 면역증강과 항스트레스 및 항암 효능이 있다는 것을 과학적으로 증명하는 성과를 이뤄냈습니다. 한편, 2006년 2월에는 제1, 2기 CAP프로젝트의 성과를 세계적인 과학서적 전문 출판사인 독일의 '슈프링거(Springer)'의 영문 연구논문집 <New Perspectives on Aloe>으로 발간하게 되었습니다.

앞선 노하우를 바탕으로 2006년 6월, 제3기 CAP프로젝트가 출범하게 되었고, 제3기 CAP프로젝트부터는 그동안의 연구결과를 토대로 알로에 연구가치 극대화 및 알로에 이외의 천연물연구로의 확장을 위한 기반을 마련하게 되었습니다. 알로에 연구가치 극대화 과제 2건, 천연물연구 과제 5건, 특별연구 과제 3건 등 총 10개 과제로 나뉘어 진행된 제3기 CAP 프로젝트는 알로에 연구가치 극대화 과제를 통해 알로에의 인슐린저항성 개선 효능을 밝혀냈으며, 관련 임상시험을 진행하여 그 결과를 논문으로 출간하였습니다.

유니베라는 2010년부터 제4기 CAP프로젝트를 다시 출범하여 유니베라 중장기 제품 전략에 따른 핵심 기능 소재의 발굴하는 과제를 진행하였고, 그 연구결과를 토대로 제품후보 소재를 도출하여 신제품을 개발하고 논문 6편과 특허 2건을 등록하였습니다. 2014년 출범한 제5기 CAP프로젝트를 통해 알로에의 장건강 및 면역력 증진효과에 대한 연구를 중점적으로 진행하였습니다. 그 결과, 면역저하 및 과민 상태에서 알로에의 면역조절효과를 규명하였고, 장의 염증상태 및 누수상태에서 알로에에서의 장벽 보호효과를 증명하였습니다. 또한 알로에의 인플루엔자 항체형성 촉진효과 및 감기예방/증상완화 효과를 인체적용시험을 통해 입증함으로써 알로에의 면역력 증진효과에 대한 과학적 근거를 강화하였습니다. 이와 같은 과학적인 연구성과는 제품홍보에 적용되고 있습니다.

<CAP 프로젝트 연구 성과 현황>

구분	CAP 2기(2002-2005)	CAP 3기(2006-2009)	CAP 4기(2010-2013)	CAP 5기(2014-2021)
과제수	7건	10건	14건	19건
특허수	2건	7건	2건	8건
논문발표	3건	6건	6건-	10건
기타	연구업적집(영문) 발간 국제 심포지엄 2회	국제천연물심포지엄 (ISANP) 개최 2회	CAP20주년 심포지움	유니베라 40주년 CAP 심포지움(2016) 한국식품영양과학회 학술대회(2018) 한국영양학회 · 한국식품 영양과학회 공동 산업 심포지엄(2021)

유니베라 독자적 알로에 제조공법

- 1세대 - 알로에겔 채취, 단순 분쇄 가공 -> 알로에 유효성의 불안정, 변질, 불균일의 문제 발생
- 2세대 - HTST, TTS공법 -> 알로에 유효성분 소실방지, 신선도 유지, 위생적 처리
- 3세대 - PAD공법 -> 다당류의 초점을 맞춘 차별화된 공법으로 알로에 효능 극대화
- 4세대 - 큐매트릭스 공법 -> 중간 다당체 함량을 선택적으로 극대화 시켜 만드는 유니베라만의 첨단 공법
- 5세대 - MAX-P테크놀로지 -> 40년 알로에 농사의 노하우인 MAX-P 농법과 MAP공법이 합쳐진 유니베라만의 독자적인 기술. 5세대 알로에는 생초 대비 30배의 면역력 증진 효능을 지녔다.

유니베라는 천연상태의 알로에가 가진 효능을 그대로 유지, 보존할 수 있도록 알로에의 유효성분에 대한 연구에 전력을 다하였고, 시간과 온도, 위생이 중요한 변수라는 사실을 알아냈습니다. 알로에의 유효성분은 발에서 채취한 후 6시간이 지나면 소실되기 시작하기 때문에 전 공정이 6시간 이내에, 적절한 온도를 유지하며, 세균을 박멸하는 과정으로 이뤄져야 합니다.

유니베라가 개발한 과학적 가공방법은TTS(Time, Temperature, Sanitation)공정이라 불리는 방법으로 알로에 잎을 채취하는 순간부터 총 6시간 이내에 완료시켜 세균을 완벽히 제거하되 유효성분은 손상되지 않게 하는 공법입니다.

유니베라는 TTS공법의 개발에 그치지 않고 알로에의 유효성분인 다당체(polysaccharide)중에서 생리활성도가 높은 중간 크기의 다당체의 함량을 최대화 하는 시스템인 PAD(Polysaccharide Auto Designing)공법을 개발하였습니다. 3세대공법인 PAD공법은 1998년에 미국 특허 출원된 혁신적이고 차별화된 제조방법으로 유니베라 알로에의 가치를 한층 더 높여 주었습니다.

2008년에 개발된 Qmatrix공법은 기존의 혁신적인 공정들의 집합체로 '4세대 알로에 공법'으로 불리고 있습니다. Qmatrix 공법은 한 가지의 집약된 기술과 설비가 아닌, TTS, PAD, RWD(Refractance Window Drying System)건조 공정의 조합된 기술로 생리활성도가 높은 중간 다당체의 함량을 극대화 시킬 수 있는 공법입니다. 이 같은 공법이 적지 않은 비용을 발생시키지만 '자연의 혜택을 인류에게' 기업철학을 실현하기 위해 이 방식을 고수하고 있습니다.

유니베라는 알로에를 재배 경험을 통해 농법에 대한 많은 데이터를 축적할 수 있었고, 이렇게 축적된 농법을 여러 가지로 조합하여 마침내 알로에 중간다당체 함량을 극대화 시킬 수 있는 알로에를 재배할 수 있게 되었습니다. 이것이 바로 40 여년 알로에 농사의 노하우, MAX-P 농법입니다. 농장의 혁신을 통해 MAX-P 농법을 이루었다면, 제조공정의 혁신을 통해서도 알로에 면역다당체 중에서도 면역 회복능력이 가장 뛰어난 중간 다당체의 함량을 극대화시킨 MAP (Medium size Aloe Polysaccharides) 공법을 개발하였습니다. 이렇게 알로에 농사의 노하우 MAX-P 농법과 MAP 공법이 합쳐진 유니베라만의 독자적인 기술'MAX-P Technology'는 2013년부터 시작되어 현재까지도 제품에 적용되고 있습니다. 오늘날 유니베라가 세계 알로에 원료시장을 주도하는 이유는 남들이 시도 하지 않은 일에 뛰어들어 끊임없이 연구하고 혁신해 온 과학적 개척정신의 결과입니다.

지속가능경영 이행

공정거래 및 준법준수

유니베라는 공정거래와 기타 관련법을 준수하기 위해 <독점규제 및 공정거래에 관한 법률>, <방문판매 등에 관한 법률> 등의 준수를 위한 명확한 기준제시 및 사전 예방을 위한 자율준수 풍토를 조성하고자 노력하고 있습니다. 또한 소비자의 건강과 안전을 보장하기 위하여 <건강기능식품에 관한 법률>, <화장품법> 등의 준수를 의무화함으로써 소비자에 대한 신뢰성 확보에 주력하고 있습니다. 법무담당과 고객상담실을 중심으로 전사적인 준법시스템 실행을 위해 임직원들의 교육과 자율준수의식 향상 활동을 실시하고 있습니다.

윤리경영 시행

유니베라는 존중과 신뢰를 바탕으로 직원 간 협력을 극대화하고 고객과 이해관계자의 충성도를 높이는, 투명하고 정직한 윤리경영을 가장 기본적인 경영 전략으로 꾸준히 실천해 왔습니다.

유니베라가 윤리경영에 관심을 갖고 이를 실천하는 것은

첫째, 고객의 신뢰를 얻기 위해서입니다. 윤리경영은 고객의 신뢰를 높이는 데 최선의 방안이며, 고객의 신뢰는 최고의 제품을 지속적으로 제공함으로써 쌓을 수 있습니다. 따라서 정직한 자연에서 최선의 원료를 찾아 과학적인 연구, 제조 과정을 통해 최상의 제품으로 만들어 가정에 전하는 것 자체가 윤리경영입니다.

둘째, 최적의 경영 합리화를 위해서입니다. 불필요한 낭비, 부적절한 지출, 불공정한 과정을 원천적으로 차단하는 윤리경영은 인사, 영업, 연구 등 기업 활동 전반에 영향을 끼침으로써 최적의 경영 합리화를 이끌어낼 수 있습니다.

마지막으로 효율적인 리스크 관리를 위해서입니다. 윤리적 의사결정의 실수는 사업전략이나 재무관리 차원의 위험에 비해 발생빈도는 낮지만 기업의 존망에 큰 영향을 미칠 수 있습니다. 따라서 윤리경영은 거시적 차원에서 기업 전체의 위기를 관리하는 핵심적이고 효율적인 경영전략입니다.

내부회계관리제도

내부회계관리제도는 회사의 재무제표가 일반적으로 인정되는 회계처리기준에 따라 작성, 공시되었는지에 대한 합리적 확신을 제공하기 위해 설계, 운영되는 내부통제제도입니다. 회사의 모든 임직원과 투자자 등 유니베라의 이해관계자들이 회사가 보고한 재무정보에 기초하여 의사결정을 진행할 수 있도록, 신뢰성 높은 정보 제공을 목표로 효과적인 내부회계관리제도를 운영하고 있습니다.

유니베라의 UN글로벌콤팩트 실천

유니베라의 UN글로벌콤팩트 실천사항

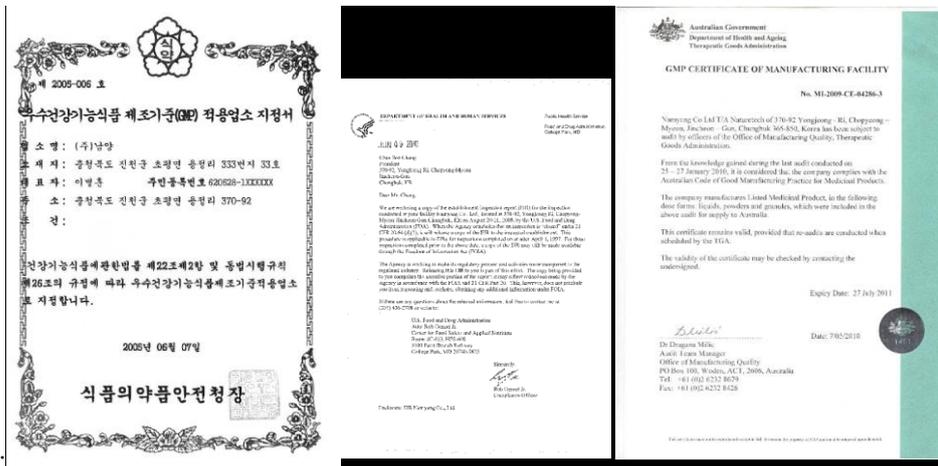
분류	원칙	규정	2009년~2020년 성과
인권	1. 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.	인권보호 노사협의회 규정	인권통합경영 선포 40대 남성인권 지원사업
	2. 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.	인권 침해 협력회사 평가 항목	협력사 대상 정기 평가
노동	3. 우리는 결사의 자유와 단체 교섭 권리를 보장한다.	결사 자유 노사협의회 규정	노사협의회(사우회) 정기 및 수시 모임 개최
	4. 우리는 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	강제노동금지 취업규칙 제2장 채용	임산부 보건상 유해 위험한 사업 배치 금지
	5. 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.	아동노동 금지 취업규칙 제2장 채용	18세 미만 사원 없음
	6. 우리는 고용 및 업무상 차별을 근절한다.	차별 금지 취업규칙 제12장	성희롱예방교육 여성비율(50%)
환경	7. 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	환경 예방 환경경영방침 1항 연구개발원칙[안전성]	친환경 패키지 제품 출시
	8. 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는 데 앞장선다.	환경 책임 환경경영방침 2항 연구개발원칙[지속가능성]	그린 오피스 캠페인 아나바다 장터 그린 IT
	9. 우리는 환경친화적인 기술개발 및 확산을 지원한다.	환경 친화 환경경영방침 4항 연구개발원칙[안전성][지속가능성]	제품개발 원칙준수 천연화장품 자체사용금지 품목 지정(30여개 NO-NO List)
반부패	10. 우리는 부당취득 및 뇌물 등의 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.	반부패 취업규칙 제11장 윤리경영 실천약속	윤리경영 시행 공정거래 및 준법준수

Special Report 에코넷의 글로벌 혁신 성과

큐매트릭스 액티브 알로에의 우수성을 국제인증 GMP, GRAS를 통해 인정 받았습니다. 이는 유니베라, 네이처텍, 알로콧 등 에코넷 전사가 다년간에 걸친 노력의 결실로 얻은 결과입니다. 유니베라는 소비자에게 안전하고 우수한 제품을 전달하기 위해 재배부터 연구, 생산 등 전 부분에 걸쳐 글로벌 혁신을 거듭하고 있습니다.

GMP(Good Manufacturing Practice) 획득

GMP는 소비자에게 신뢰받는 안전하고 우수한 품질의 제품을 제조하기 위하여 작업장의 구조, 설비를 비롯한 원료 구입, 생산, 포장, 출하에 이르는 전 공정의 생산과 품질 관리에 관한 체계적인 기준입니다. GMP 인증은 계획적이고 조직적인 제조 및 품질관리를 통하여 소비자에 대한 안전성과 유효성, 안정성에 대한 신뢰를 주고자 하는 선진국형 품질보증제도입니다. 에코넷의 글로벌 GMP 획득 현황은 아래와 같습니다.



- (주)네이처텍(Naturetech) 한국, 미국, 호주 GMP 획득
 - . FDA(미국) GMP (2005년)
 - . FDA(미국) GMP (2009년 8월)
 - . TGA(호주) (2010년 5월)
- 알로콧 차이나(Aloecorp China, Hainan)
 - . 중국 Hainan Provincial Health Bureau 보건식품 GMP (2009년 5월)
- 알로콧 미국(Aloecorp USA)
 - . FDA(미국) GMP (2010년)



GRAS (Generally Recognized As Safe)

GRAS는 미국 식품의약품법에서 정한 규정에 의거하여 일반적으로 확보 가능하며, 인정되는 과학적 자료, 정보, 방법 또는 원칙에 근거한 의도된 조건에서 해당 물질의 안전성이 일반적으로 안전하다고 전문가의 합의에 의하여 인정된 성분을 뜻합니다. 알로콧 미국과 유니베라 한국의 공동연구로 확보한 큐매트릭스 액티브알로에의 독성 연구 결과 등을 통하여 전문가 패널의 만장일치로 안전성을 확인하여 GRAS 인증을 획득하였습니다.

알로콧의 4세대 알로에 제품인 큐매트릭스 액티브알로에는 전세계 알로에 제품으로는 유일하게 GRAS를 획득하였습니다.

Global GAP(Good Agriculture Practice)인증 획득

2010년 12월, 알로콧 미국은 가장 권위 있는 우수농산물관리시스템의 글로벌 인증제도인 Global GAP(우수농산물 관리)을 획득했습니다. Global GAP은 농산물의 안전성과 우수성을 확보하기 위해 생산단계부터 수확, 포장 단계까지 토양과 수질 등, 농업환경과 농산물에 잔류할 수 있는 농약 및 중금속, 유해 생물 등의 위해 요소와 지속가능성을 안전하게 관리하는 것을 말합니다. Global GAP은 소비자에게 모든 생산단계가 국제적 기준에 부합하며, 식품 생산에 있어 규정에 맞게 관리되었다는 확신과 안전성을 입증합니다. 이번 획득으로 유니베라는 해외 농장의 재배 시스템의 차별적 우수성과 알로에의 신뢰도를 한 단계 향상시켰습니다. Global GAP의 인증은 유니베라의 해외 4대 농장으로 확대시킬 예정이며 오가닉 농장도 함께 확대해 나갈 방침입니다.

에코넷이 이끈 글로벌 인증 획득의 역사

1989년 알로콧, 세계 최초로 IASC 인증 획득

1990년 네이처텍, 국내 최초 KGMP 공장 준공

1992년 네이처텍, KGMP 제2공장 준공

1995년 알로콧 전 제품 IASC 품질인증마크 획득

1998년 유니젠(미국) 미 정부 특허 획득

2003년 유니베라 알로에 산업자원부 세계 일류상품 선정

2005년 네이처텍 KFDA(한국) GMP 인증 획득

2009년 네이처텍 FDA(미국) GMP 인증 획득, 알로콧 중국, IASC 인증획득

2010년 네이처텍 TGA(호주) 인증 획득,

유니베라 한국, 알로콧 미국 공동 '큐매트릭스 액티브알로에' 미국 FDA 승인 GARS

2016년 유니베라 알로에 산업통상자원부 세계일류상품 14년 연속 선정

2017년 유니베라 알로에 산업통상자원부 세계일류상품 15년 연속 선정

2018년 유니베라 알로에 산업통상자원부 세계일류상품 16년 연속 선정

2019년 유니베라 알로에 산업통상자원부 세계일류상품 17년 연속 선정

2020년 유니베라 알로에 산업통상자원부 세계일류상품 18년 연속 선정

MANAGEMENT APPROACH

비전 및 전략방향	<p>유니베라는 2022년까지 매출 1,100억 규모의 천연물 웰니스 기업으로 나아가기 위해 영업, 브랜드, 서비스와 제품 경쟁력 강화를 3대 전략 방향으로 정하였습니다. 이를 통해 재무성과 창출과 창출된 경제가치의 균형적 분배뿐 아니라 경영 전 부문의 혁신을 통해 급변하는 경영 환경에 대응할 수 있는 경쟁력을 갖추므로써 미래성장동력 확보에 힘쓰고 있습니다.</p>
중요 이슈 및 범위 리스크 관리 주요성과	<ul style="list-style-type: none"> • 리스크 관리 및 재무성과 창출 • 균형적인 경제가치 분배 • 미래성장동력 확보를 위한 혁신경영 <p>기업 외부 환경의 변화로 인해 불확실성이 심화되는 경영환경에서 재무적 리스크가 경영성과에 미치는 영향에 대한 중요성을 인식하고, 전략적으로 대응하기 위해 내부적으로 재무 리스크를 관리하고 있습니다. 관리대상 재무 리스크를 현금유동성, 기업신용도, 시장금리, 환위험으로 구분하여 각 리스크에 대한 요인분석 및 대응방안을 매월, 분기별로 경영진에 보고하고 신속한 대응 시나리오를 통해 전략적 의사결정에 대한 정보를 제공하고 있습니다. 이러한 재무 리스크에 적절히 대응하기 위해 시장환경변화에 대한 지속적인 모니터링과 리스크에 대한 정보공유를 통해 효율적이고 안정적인 경영환경을 만들고자 노력하고 있습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 매출액과 순이익 62,528백만원, 4,719백만원을 기록 • 미래성장동력 확보를 위한 제품개발 혁신으로 알로에 부문 18년 연속 세계 일류상품 선정(산업통상자원부 주관) • 코로나로 인한 건기식 시장 성장세를 겨냥하여 새로운 건기식 브랜드 '아임문' 출시 및 유통 채널 다각화
도전과제	<p>글로벌 No.1 건강기능식품 및 화장품 기업 브랜드 이미지 구축</p> <p>유니베라는 1976년 남양알로에로 시작한 알로에 전문 기업입니다. 국내 알로에 시험 재배를 처음 성공했으며 1980년대부터 국내 알로에 업계로는 최초로 해외 알로에 농장을 개척해왔습니다. 이후 매년 알로에 R&D에 투자하여 알로에의 새로운 효능 연구개발 프로젝트를 20여년간 해오고 있습니다. 유니베라는 이를 바탕으로 국내는 물론이고 글로벌 건강기능식품 및 화장품 시장을 선도하는 리더가 되고자 합니다.</p>

ECONOMIC PERFORMANCE

경제성과요약

유니베라는 글로벌 금융위기에 따른 경기침체에도 불구하고 기업이미지 향상과 브랜드 홍보를 위한 라디오 광고를 비롯한 각종 내외부 커뮤니케이션을 진행했고, 끊임없는 R&D 연구활동을 통해 신제품을 출시하고 글로벌경쟁력을 키우는데 노력하고 있습니다.

요약 대차대조표 (단위:백만원)

항목	2018	2019	2020
유동자산	11,546	10,687	13,155
비유동자산	86,393	90,679	90,909
자산총계	97,939	101,366	104,064
유동부채	35,846	36,783	25,763
부채총계	42,327	43,674	43,617
자본금	1,550	1,550	1,550
자본잉여금	3,777	3,777	3,777
기타포괄손익누계액	3,788	5,415	8,949
이익잉여금(결손금)	46,497	46,950	46,170
자본총계	55,612	57,692	60,446
부채와자본총계	97,939	101,366	104,064

요약손익계산서(단위:백만원)

항목	2018	2019	2020
매출액	69,832	70,482	62,528
매출원가	28,246	26,296	22,615
매출총이익	41,586	44,186	24,705
판매비와관리비	36,947	36,762	20,318
영업이익	4,639	7,424	4,387
영업외수익	3,174	2,466	2,372
영업외비용	3,178	2,929	1,218
법인세비용차감전순이익	4,635	6,961	5,541
법인세비용	1,609	608	821
당기순이익	3,026	6,353	4,719

분배된 경제적 가치

(단위:백만원)

분배대상	분류	2018	2019	2020	
				금액	비율
주주	배당금	8,300	5,900	5,500	8.8%
사원	급여와복리후생비등	7,411	6,924	6,296	10.0%
협력회사*	재화와서비스구매비용등	39,914	38,157	36,635	58.6%
지역사회	정부	1,608	607	821	1.3%
	지역사회.고객	510	310	125	0.2%
사내유보	사내유보증감	-5,273	453	-780	-1.2%
총수익		69,832	70,842	62,528	100%

<보고기준>

*협력회사재화와서비스를제공하는파트너에지급한구매비용을기준으로산출하였습니다.

**사회공헌활동:정부와시민단체등의협력을통해지역사회에기여한기금을기준으로산출하였습니다.

SOCIAL PERFORMANCE

꿈을 함께하는 행복한 일터

유니베라는 '자연의 혜택을 인류에게 전하는' 일을 통해 '세상을 건강하고 아름답게' 만들기를 소망하며, '꿈을 함께하는 행복한 일터'를 추구합니다. 이러한 미션과 비전을 달성하기 위해서 열정, 신뢰, 나눔 그리고 건강의 핵심가치를 지키고, 일과 삶이 조화롭고 개인과 회사가 동시에 꿈을 함께하는 행복한 일터를 가꾸기 위해 노력합니다.

미션과 비전을 나의 꿈과 일치시키고 에코넷의 구성원으로서 주어진 소명을 반드시 완성하며 감동과 즐거움이 넘치는 행복한 공간을 조성하여 모두의 역량을 극대화하는 것이 '꿈을 함께하는 행복한 일터'입니다.

임직원 인권존중

유니베라 임직원 인권존중

유니베라는 개개인의 인권을 존중하고, 근로기준법, ILO(국제노동기구: International Labor Organization) 기준 등 노동관련 법규를 준수하여 차별 없는 일터를 만들기 위해 노력하고 있습니다. 모든 직원에 대해 종교, 나이, 성별에 따른 차별을 일체 금지하고 있으며, 이에 따라 채용, 배치, 승진, 교육 기회를 공정하게 배분하고 있습니다.

비정규직 현황

유니베라에는 2020년 말을 기준으로 전체 임직원의 중 약 4%가 비정규직으로 근무하고 있습니다.

구분	정규직	계약직	총계
인원(명)	101명	4명	105명
구성(%)	96%	4%	100%

강제노동과 아동노동 예방

유니베라는 주5일 근무 (1일 8시간, 1주 40시간)를 원칙으로 하고 있습니다. 또한 신입사원 모집 시 18세 미만에 대한 연령제한을 실시하여 아동 노동에 대한 위험을 원천적으로 예방하고 있습니다.

법규 준수

유니베라는 전 임직원 개개인을 존엄한 인격체로 여기고 현행 근로기준법 등 노동관계 법령과 관련 사규 ILO 협약 내용을 엄격히 준수하고 있습니다.

여성 인력 개발과 권리 보호

유니베라는 여성비율이 50%입니다. 근로기준법, 남녀고용평등과 일·가정 양립 지원에 관한 법률 등 관련 법규를 준수하고 있으며, 채용이나 승진에 성별의 차별이 없습니다.

남	여	계
50명	51명	101명 (정규직)
50%	50%	100%

성희롱 예방 교육 및 모성보호

유니베라는 직장 내 성폭력을 예방하고 안전한 근무환경을 조성하기 위해 예방교육을 매년 실시하고 있습니다. 그리고 임신과 출산 등 특정 환경에 놓인 여성인력을 보호하고 수유공간이자 휴식을 취할 수 있는 쉼터를 제공하여 직장생활과 육아의 병행에서 오는 어려움을 해소할 수 있도록 여성휴게실(2013년 보건복지부 및 인구보건복지협회에서 주최하는 '아기와 엄마가 행복한 방 721호'로 선정)를 운영하고 있습니다. 또한 육아기 직원을 대상으로 한 시차 출퇴근제, 출산 축하 선물, 돌잔치 경조금 등 제도적 지원을 아끼지 않고 있습니다.

가족친화우수기업 인증 획득

가족친화인증이란 자녀출산 및 양육지원, 유연근무제도, 가족친화직장문화조성 등 가족친화제도를 모범적으로 운영하는 기업 및 공공기관을 심사하여 인증하는 제도입니다. 유니베라는 가족 친화 문화 조성에 지속적으로 관심과 의지를 갖고 실천하여 근로자의 행복한 가정 생활을 지원하는 다양한 제도와 프로그램을 지속적으로 시행해온 결과 2014년 첫 인증을 받았으며 2017년, 2019년에 재인증을 받아 가족친화우수기업 자격을 유지하고 있습니다.

안전보건

직원 건강증진 프로그램 운영

유니베라는 직원들을 대상으로 한 정기건강검진 지원, 체조 프로그램 운영, 건강 캠페인 등 다양한 건강증진 프로그램을 운영하며 구성원의 건강한 삶을 보장하기 위해 노력하고 있습니다. 전 임직원을 대상으로 매년 정기검진을 지원하고 있습니다. 생애전환기 대상자들과 기타 검진 대상자들은 무료 혹은 약간의 비용으로 추가적인 검진을 관할 보건소에서 받을 수 있도록 되어있습니다. 또한 만 40세 이상의 임직원에게는 병원에서 진행되는 종합검진비용을 매년 지원하고 있습니다.

2015년에는 성동구 보건소와 함께 하는 체험 프로그램을 운영하는 한편 전 직원 대상 걷기 캠페인, 대사증후군 관리 운동 프로그램, 금연 클리닉 등 직원들의 건강 관리를 위한 다양한 활동을 진행했습니다.

유니베라가 내부 직원부터 웰니스를 실천하자는 취지의 활동은 2016년 '유니베라인의 약속'과 '유니베라인의 다섯 가지 웰니스 생활'을 규정하고 실천하는 것으로 나타납니다. 매일 아침 유니베라

의 직원들은 한 곳에 모여 맥스피와 빌리브를 먹고, 아침 체조를 함께 하고, 사랑의 인사를 나눕니다. 엘리베이터 대신 계단을 이용하고, 점심시간이나 출퇴근 시간을 이용해 매일 팔천 보 걷기에 도전하는 것을 캠페인을 통해 독려하고 있습니다.

2019년에는 앉아 있는 시간이 긴 직장인의 건강 관리를 위해 "한 번에 오래 앉아있는 시간 줄이기 및 바른 자세"를 주제로 하여 "유니베라 바른 캠페인"을 진행했습니다. 한 번에 오래 앉아 있는 시간을 줄이는 틈새활동 및 바른 자세 형성을 돕는 콘텐츠를 정기적으로 직원들에게 배포하여 개인이 활용할 수 있도록 했습니다. 또한 월별로 관련 주제를 정하여 아침 체조 시간에 반영하고 회의실에는 짐볼을 배치하여, 올바른 자세로 앉는 습관을 기르고 스트레칭으로 오래 앉아있어 굳은 신체를 풀어줄 수 있도록 하였습니다.

√ 전 직원 중 여성 직원의 비율

: 전 직원의 50%가 여성

√ 워킹맘과 가족들을 위한 유니베라의 지원 계획

: 워킹맘의 가장 큰 고충은 제도적인 보장보다도 워킹맘을 곱게 바라보지 않는 주변의 시선이 더 큰 문제, 가정의 중요성을 강조하는 가족친화적 분위기가 형성되어 있음

√ 유니베라 제도적 혜택

1. 출산/육아 지원: 여성은 출산 휴가 3개월, 남성은 10일 100% 지원. 여성은 육아 휴가 1개월~1년까지 자유롭게 신청이 가능함. 자녀 출산 시 10만원 지급. 유치원(어린이집) 자녀의 교육비 지급 (분기별 30만원/ 입학금 별도 지원). 육아기 임직원을 대상으로 한 시차출퇴근제 운영

2. 근로자 가족 지원: 유치원(어린이집) 입학금 및 등록금 지원, 중·고등학교 입학금 및 등록금 분기별 지원

노동

노동조합 현황 - 소통의 기업문화를 위한 '사우회' 운영

유니베라는 노-사 간의 원활한 의사소통을 위해서 회사 경영진과 사우회의 정기적인 회의체를 운영하고 있습니다. 사우회는 회사에 재직하는 직원을 회원으로 하는 단체로 회원의 자주적인 협동 정신을 배양하고 회원 상호간의 친목과 복리후생을 도모하며, 근로자와 사용자 쌍방이 이해와 협조를 통하여 공동의 이익을 증진함으로써 건전한 기업문화 정립과 회원의 안정된 생활을 도모하는 것을 목적으로 하고 있습니다.

2018년 말 구성원 투표를 통해 선출한 회장과 운영위원들은 분기별 회사 경영진과의 자리를 통해 구성원 의견 및 애로사항을 전달하여 개선하고, 회사 복리후생 관련 구성원 요구를 조사, 제안하는 등 다양한 활동을 하며 원활한 소통의 채널로 파트너십을 향상시켜왔습니다. 이러한 노력을 통해 유니베라는 꿈을 함께하는 행복한 일터를 향해 나아가고 있습니다.

기업문화 워크샵 - 임원, 팀장, 팀원 직급별 진행

수년간의 임직원 만족도 조사, 인터뷰 자료에서는 임직원들 사이의 소통 부재와 비전 부재가 지속적으로 제기되는 문제였습니다. 기업문화 재정립을 위해 2018년에는 임원, 팀장, 팀원 직급별로 기업문화의 이슈를 논의하고 현실적인 실천 과제와 해법을 논의하는 자리를 마련했습니다.

높은 만족도에 의한 높은 근속률 실현

유니베라는 입사부터 퇴직까지 체계적인 상시학습을 통해 개인의 역량개발 및 성장의 기회를 제공하고, 업무성과에 대해 공정한 평가 및 보상을 시행함으로써 직원들의 직장 만족도를 높여온 결과, 비교적 높은 근속률을 보이고 있습니다.

<근속 연수>

*정규직 기준

연도	평균근속	평균나이	성별비율		결혼여부	
2018	8.1 년	37.8 세	남 56%	여 44%	미혼 41%	기혼 59%
2019	7.4 년	38.3 세	남 51%	여 49%	미혼 35%	기혼 65%
2020	7.3 년	38.7 세	남 50%	여 50%	미혼 33%	기혼 67%

다양한 복리후생

생일을 맞은 임직원들에게 생일 선물을 전달하고, 전직원이 이용하는 엘리베이터에 생일자 안내문을 부착합니다. 생일과 입사 기념일에는 축하 메시지가 담은 CEO의 e-card가 발송됩니다. 회사 생활의 활력소가 될 수 있도록 1인 10만원의 활동비용과 함께 사내 다양한 동호회 활동을 지원하고 있으며, 2019년에는 E-SPORT, 문화활동, 체육활동, 육아, 독서, 캘리그래피 등을 주제로 하는 총 9개 동호회가 활동했습니다.

또한 2019년에는 직장 내 자유로운 휴가문화 조성 및 국내여행 활성화를 위하여 정부와 기업이 함께 근로자의 국내여행 경비(휴가비)를 지원하는 근로자 휴가지원 사업에 참여하여 임직원들의 좋은 반응을 얻었습니다.

인재육성

직원 교육 및 역량개발

유니베라는 직원이 회사의 가장 중요한 자원임을 인식하고, 직원 개인의 역량개발과 글로벌역량, 기본소양, 리더십 강화를 위해 임직원 교육 프로그램을 지원하고 있으며, 신체와 마음과 사상까지 건강한 조직이 되기 위한 Wellness HRD를 육성하고자 합니다. 자기주도교육을 강화하여 개인별 자율 학습을 지원하고 있습니다.

또한 임직원 개인의 업무효율 향상과 전문적인 직무능력 개발을 위한 기회를 제공하기 위해 본인 학자금을 별도로 지원하고 있습니다. 만 3년 이상 재직하고 있는 정규 직원을 대상으로 하여 직원들의 전문적인 직무 능력 개발, 회사 업무의 활용 및 사내 지식 전파 등을 고려하여 대학(원) 과정을 지원합니다.

교육정책 주요 내용

1) 자기주도교육 강화

개인의 자기성장 노력에 따른 교육 과정 참여 지원 (직무, 외국어)
민간/국가공인자격증 취득 과정 및 응시료 지원
직무 관련 도서구입 지원

2) 업무 관련 지식과 경험의 공유와 전파 중요성 강조 (사내 인트라넷 EGGS 활용)

업무 관련 지식 및 개인의 노하우를 공유하고 이에 대해 상위자가 내용을 검증하고 평가하도록 함
자율 독서 후 서평을 작성하여 공유하고 관련하여 구성원과 의견 교환

3) 나눔봉사 강조

연 1회 회사 봉사 프로그램 (4시간 이상) 참여 필수, 개인 봉사활동 장려
2019년 상, 하반기로 나누어 회사 봉사활동 진행
- 상반기: 창립기념일 맞이 전체 임직원 봉사활동 (재활용 쓰레기 선별 분류 작업, 홈리스 지원, 희귀난치성 질환자 쉼터 청소, 발달 장애인 직무 보조)
- 하반기: 서울 본사 근무 임직원 대상 성동구 지역 저소득 시니어를 위한 김장 나눔 봉사활동, 지역 영업팀 대상 자율 봉사활동

성과와 공정한 보상

성과평가와 보상시스템 확립

유니베라는 건전한 내부경쟁을 통해 경영목표 달성과 경영효율을 증진하기 위해 평가제도 규정에 따라 매년 직원들의 업무 기여도를 측정하여 성과평가를 실시하고 있습니다. 정량적 기준 일변도의 평가로 인해 내외부적 성과관리 변인 반영이 어려운 점을 개선하여 정성적 요인을 반영하였고, 특히 2017년에는 기존의 5단계 등급 평가에서 3단계 평가로 단순화하였습니다.

또한 협력을 통한 시너지 창출과 개인 동기부여의 적절한 조화를 목적으로 보상 체계를 개선하였습니다. 개인 평가 결과는 개인의 역량을 파악하여 코칭과 교육을 위한 근거로 활용하며 누적적인 개인연봉 및 승진 심사에 반영합니다. 연간 조직 성과에 따른 성과급의 경우, 개인 성과등급에 따라 지급하던 방식에서 집단보상 방식으로 변경하여 조직성과 목표 달성 시 개인 평가결과와 상관없이 정률(동일%)로 집단 보상을 합니다.

연 1회 종합 평가

유니베라에서는 조직의 비전과 목표를 달성하기 위한 전략을 개인의 목표에까지 연계하여 연초 목표전략합의서를 작성하고, 분기별로 계획의 변동사항, 진행상황에 대한 코칭 면담을 실시하고 있습니다. 이러한 1년간의 면담 및 실적자료를 기초로 평가의 공정성과 객관성 확보하여 연 1회 종합 평가(절대평가)를 실시합니다.

고객만족

소비자 불만의 소리를 기업가치 제고를 위한 노력, CCM(소비자중심경영) 12년 연속 인증 획득

CCM(소비자중심경영)은 기업이 수행하는 모든 활동을 소비자 관점에서, 소비자 중심으로 구성하고 관련 경영활동을 지속적으로 개선하는지를 한국소비자원에서 평가하고, 공정거래위원회가 인증해주는 국가인증제도입니다.

유니베라는 2006년 CCM 도입 후 내부체계에 많은 변화를 이뤘으며 2008년 1월 공정거래위원회로부터 CCM 인증을 처음 획득하였습니다.

인증 획득 이후에도 고객불만의 사전예방, 사후처리, 재발방지 체계를 지속적으로 운영하고 소비자 관점에서 기업의 모든 경영활동을 점검하고 개선하여 2010년 2차, 2012년 3차, 2014년 4차, 2016년 5차 그리고 2018년 6차 인증에 이어 2020년 7차 인증까지 12년 연속으로 인증을 획득하였습니다.

이와 함께 2019년 처음으로 도입된 명예의 전당 기업으로 선정되었습니다.

'CCM 우수 인증기업 명예의 전당'은 2007년부터 연속 인증 획득 기업 대상으로 소비자 지향적 경영 문화 확산과 소비자 권익증진 발전에 기여한 기업을 선정하여 수여하는 의미 있는 상입니다. 앞으로 유니베라는 최초로 선정된 '명예의 전당 기업'이라는 타이틀에 걸맞게 고객을 최우선으로 생각하며 고객이 행복할 수 있도록 소비자중심경영을 실천하겠습니다.

CCM은 우리 임직원에게 명확한 행동기준과 절차를 제시하여 고객 관련 업무에 있어 자발적이고 효율적으로 처리하는 조직문화를 정착시킴으로써 고객의 신뢰를 확보하고 회사 경쟁력을 강화하는 계기가 될 것으로 기대합니다.

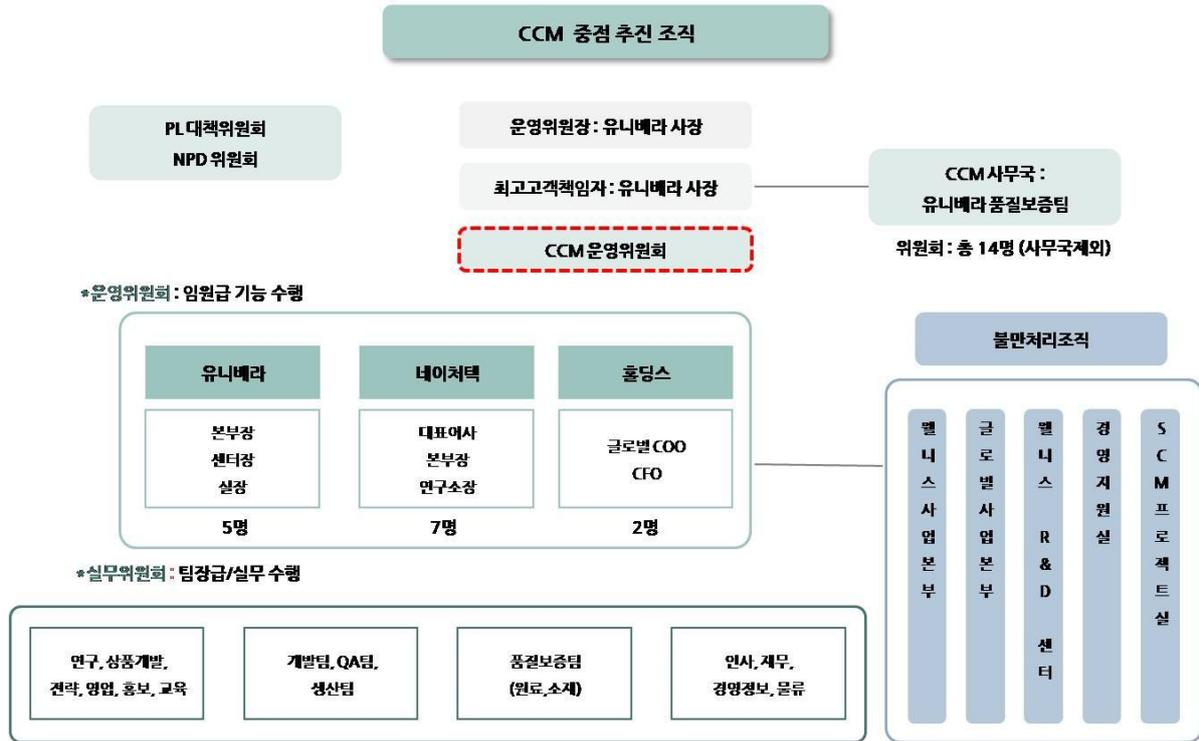
통합불만관리 체계 구축과 실현

CCM의 효율적, 효과적 운영을 위하여 비전, 미션, 원칙을 정하고 유니베라와 그 협력사(에코넷 산하)와 통합으로 프로그램을 운영하는 국내 최초의 사례로 고객불만 통합관리 체계를 구축하고 고객만족을 높이는 활동을 지속하고 있습니다.

미션	현재 고객 웃게 하는, 미래 기업 웃게 하는 소비자중심경영(CCM)
비전	전사적 CCM 실천을 통한 소비자와 기업의 동반성장
원칙	내가 하는 모든 업무를 소비자관점에서 생각하고 실천하여 소비자가치를 향상시킨다.

불만종합관리 위한 조직도

고객의 불만은 지속경영의 중요한 요소이므로 권한과 책임을 가진 최고 경영자인 CEO가 최고고객책임자(CCO)로 임명되며 연구전문회사(유니젠), 제조/품질관리 전문회사(네이처텍), 기업본부(홀딩스)가 모두 운영위원으로 참여하고 제품, 서비스, 기업경영 부문의 고객불만요소를 사전에 예방하기 위한 활동에 더욱 집중하고 있습니다.



고객불만처리 프로세스

불만처리는 고객을 응대하는 부분과 재발을 막기 위한 혁신활동이 함께 병행되어야 하므로, 관련 책임자와 프로세스를 정비하여 운영하고 있습니다.

고객의 소리 접수와 공유 현황

고객이 유니베라와 접하고자 하는 모든 채널(온-오프라인)의 정보가 COS(Customer Oriented Service) 시스템으로 통합 등록되도록 구현하고 모든 고객의 소리를 분석 후 사내는 물론 관련협력사에도 공유하고 있습니다. 이는 정보공유사이트(EGGS)를 통해서 이루어집니다.

1. 고객의 소리 접수 현황

접수경로		2018년	2019년	2020년
고객 터넷	기업홈페이지	88	72	59
	쇼핑몰	192	186	114
	소계	280	258	173
전화		11,133	8,331	7,786
내부고객(임직원)		116	57	55
대리점(UCS)		92	185	104
소계		11,341	8,573	7,945
총계		11,621	8,831	8,118

*중복포함 수치로 연간 수치 전체 변경 (COS 상담통계 기준)

2. 관련자 공유 현황

연도	2018년	2019년	2020년
공유 건수	304	310	335

고객불만 접수, 처리 현황

고객불만처리는 신속, 정확함이 최우선이기 때문에 1일 이내 종결 후 접수된 불만을 유형별로 분석하여 개선과 혁신활동으로 연계하고 있습니다. 혁신활동은 유니베라가 중심이 되어 제조사인 네이처텍에서도 그 책임을 다하고 있습니다. 고객의 소리가 개별처리로 끝나지 않고 제품이나 서비스 개발, 정책입안에 적용될 수 있도록 개선의뢰 및 적용을 위한 모니터링 체계를 갖추고 있습니다.

1. 불만&개선 건수

유형	2018년	2019년	2020년
불만	1,454	1,452	1,047
개선	5	5	17
총계	1,459	1,457	1,064

고객불만 개선 대표 사례

고객이 제기한 불만 중에는 제품 자체의 하자나 결함보다는 사용자 입장에서의 불편함, 휴대성, 소비자가 알아야 할 정보 제공 서비스에 대한 의견이 많은 편입니다. 그 중 대표적인 사례를 소개합니다.

유형	불만현상	개선내용
제품 소비자 의견 반영	채움 프로틴 호지차맛, 현미맛 중 호지차맛의 선호도가 떨어져요	채움 프로틴 현미맛+호지차맛 구성을 현미맛 단독 구성으로 변경했습니다
	보타니티 컨실러가 밝은 피부톤에 적합한 1호 색상밖에 없어서 아쉬워요	1호보다 조금 어두운 색상의 2호 색상을 출시했습니다
	알로에의 항균 효능을 살려 코로나 시대에 필요한 손소독제 제품을 출시해주세요	유해세균을 제거할 수 있는 손소독제 제품을 출시했습니다
서비스 소비자 의견 반영	멤버스몰 온라인 문의에 대한 답변 알림 서비스가 없어 불편합니다	온라인 답변 완료 시 카카오톡 알림톡을 통해 알림 서비스를 제공하고 있습니다

고객만족도 향상을 위한 노력

고객불만 통합관리 교육 실시

제품과 서비스, 기업경영 부문 고객불만의 사전예방과 처리, 재발방지, 혁신활동에 관계되는 모든 유니베라 임직원은 물론 협력사의 임직원까지 고객불만관리교육(CCM교육)을 필수로 이수토록 하고 있습니다. 이 과정과 평가 결과는 승진과 보상에도 연계하여 그 효과를 높이고 있습니다.

교육			2018년	2019년	2020년
본사 (관계사포함)	건수	51	17	18	16
	인원	692	165	286	241
대리점	건수	582	195	203	184
	인원	47,999	16,555	17,205	14,239
총계	건수	633	212	221	200
	인원	48,691	16,720	17,491	14,480

*2020년에는 코로나19로 인해 온라인 교육으로 진행

고객불만처리 사후 관리

고객 불만처리의 키워드는 '신속, 정확, 혁신' 으로 모든 불만은 다른 어떤 업무보다 우선적으로 처리하되 24시간 이내 완료하도록 원칙을 수립/준수하고 있습니다.

중대불만 혹은 검사에 시일이 소요되는 경우는 5일 이내 처리하고 있습니다.

또한, 불만 고객에 대한 사후 관리를 위해 아래와 같은 일들을 진행하고 있습니다.

1. 고객 감동 서비스 시행

매월, 클레임/건의 접수 고객 중 추가 서비스가 필요한 고객을 선정하여 맞춤형 감동 선물 발송을 진행하고 있습니다.

연도	2018년	2019년	2020년
발송건수	66	46	36

2. VOC 처리 결과 피드백

매월, VOC 접수자 대상으로 VOC 처리 내용과 활용 결과에 대해 유선으로 안내하여 고객과의 소통에 힘쓰고 있습니다.

3. 대리점 의견 조사 시행

자사 고객센터에서 클레임 처리 받은 대리점을 대상으로 클레임 처리 과정 및 결과에 대한 의견 및 기타 의견들을 수집하고 이를 분석하여 개선사항을 도출하여 경영전반에 활용하고 있습니다.

소비자관련법규의 준수

유니베라는 소비자의 권리 향상과 보호를 위한 관련법을 준수하고 있으며, 이를 실무에 적용토록 하기 위해 '자사 관련법률의 이해' 책자를 매년 발간하고 그 이해 정도를 평가하여 승진에 반영하고 있습니다.

대리점과 유피(UP)의 역할

유니베라에게 대리점과 유피(UP)의 존재

기업에서 성장은 생존의 필수 불가결한 조건입니다. 유니베라의 성장은 본사와 대리점 그리고 유피가 조화롭게 함께 이루어내는 결과입니다. 유니베라는 자연의 혜택을 담은 천연물들을 연구, 개발하여 뛰어난 품질의 제품을 만들고 이를 유피가 고객에게 전달하여 회사, 대리점, UP 그리고 고객이 함께 성장하고 행복해지는 것을 추구합니다.

유피는 '유니베라 플래너(UNIVERA Planner)'의 약자로, 단순히 제품을 판매하는 것이 아니라 고객의 몸과 마음, 그리고 영혼의 건강함까지 케어하는 전문가를 뜻합니다. 그래서 유피는 '자연의 혜택을 인류에게' 전하는 유니베라의 철학과 가치를 전하는 웰니스 전문가입니다.

또한 대리점은 이러한 유피들을 전문적으로 교육하고 지원을 합니다. 유니베라는 대리점과 유피에게 과학적이고 체계적인 교육, 서비스 시스템을 제공하며 파트너 관계를 형성해왔습니다.

건강한 수익구조 창출

유니베라는 회사의 가장 큰 이해관계자인 대리점과 유피(UP)의 건강한 수익구조 창출 및 복지향상을 위해 꿈을 함께하는 행복한 일터의 비전을 정립하고 이와 관련된 정책 및 프로세스를 갖추고 있습니다

대리점과 복지정책

유피(UP)를 위한 대리점 복지정책

유니베라는 유피(UP)를 위한 별도의 대리점 복지정책을 갖추고 있습니다. 유피(UP)에게는 해외시상의 기회와 연수를 보내주고 있으며, 유피(UP)의 자녀에게 직장의 자긍심을 전달하게 위해 장학금을 지원하고 있습니다.

구분		유피(UP)
자녀혜택		장학금
유피(UP)혜택	시상	국내 및 해외 연수
	교육	UP 입문과정 (UP, 팀마스터, 부마스터, 지부마스터, 수석마스터, 본부마스터) / UP 직무과정 (세일즈, 증원, 간부세미나, 증원)

장학금

유니베라는 유피(UP)들에게 다양한 시상과 교육, 현지법인 연수 기회 등을 제공하고 있습니다. 또한 그들의 자녀에 대한 부분까지 감안하여 복지지원제도를 운영함으로써 기업에 대한 소속감과 만족감을 높여 유니베라 방문판매의 성장과 경쟁력을 더욱 강화하고 있습니다

-장학금제도; 유니베라는 기업이윤을 사회에 환원하기 위해 경기도 덕평에 위치한 청강문화산업대학에 입학한 경우 장학금을 지원하고 있습니다.

대리점장을 위한 교육, CDP (CEO Development Program)

유니베라는 대리점장의 역량 강화 및 유피(UP) 교육과의 연계를 통한 대리점 성장을 목적으로 건강 및 상품 교육과 세일즈, 조직관리 등 대리점 사업 운영에 필요한 대리점장 교육 프로그램을 제공하고 있습니다.

원활한 의사소통

대리점, 유피(UP)와의 소통

유니베라는 대리점과 유피(UP)의 의견을 청취하고, 이를 기업경영에 적용하기 위하여 전국 및 지역별 대리점장 세미나 및 간담회, 컨설팅, 해외연수 그리고 대리점장과 유피(UP)를 위한 다양한 교육 과정과 시스템을 통해 소통의 통로를 마련하고 있습니다.

아침교실

아침교실은 유니베라만의 독특한 교육문화입니다. 대리점에서 펼쳐지는 아침교실을 통해 유피(UP)들은 고객 상담기법과 유니베라의 제품에 대한 정보 그리고 서비스에 대한 체계적인 교육을 받고 있습니다. 대리점에 출근하여 동료들과 함께 전문지식을 학습하며, 웰니스 전문가로서 실력을 다지게 됩니다.

대리점, IPTV 보급

2010년 3월부터 대리점과 본사, 상호간의 쌍방향 교류 및 일반가정에서 시청이 가능하고 화질이 뛰어난 IPTV를 보급하고 있습니다. 대리점에서는 IPTV를 통해 유니베라만의 맞춤 콘텐츠를 시청할 수 있으며, 유피(UP) 가정에서도 설치가 가능합니다. 대리점에서는 IPTV를 통해 보다 효율적으로 아침교실을 실시하고 있으며 대리점 내 다양한 학습에도 활용하고 있습니다.



유니베라만의 차별화된 UP 육성 시스템

UMS제도

UMS제도는 유니베라의 제4세대 유피(UP) 비즈니스 모델로 Univera Master System의 약자입니다. 이는 자연과 인간의 조화로운 삶을 소중히 여기는 유니베라의 철학과 가치를 많은 이들에게 널리 알릴 수 있는 웰니스전문가를 육성하는 선진 제도입니다. 유니베라 교육 프로그램과 컨설팅 지원 시스템과의 시너지를 통해 유피(UP)를 최고의 방문판매 영업 전문가로 키워내며, 동시에 유피(UP) -대리점-본사가 함께 Win-Win할 수 있는 비즈니스 시스템을 갖추고 있습니다.

UBA 교육을 통한 유피(UP)역량강화

유니베라가 지원하고 있는 UBA교육은 개개인의 역량을 강화하여 전문가를 키워내는 프로그램으로 기본교육과 고급교육을 통해 우수한 방문판매원으로서의 성장을 돕고 있습니다.

구분	역할	학습과정
기본교육	세일즈의 기본 스킬과 상품의 효능, 효과에 대해 배웁니다 고객개척과 고객관리에 대하여 배웁니다	상품의 효능, 효과 병태생리 및 인체지식 판매스킬
심화교육	체계적 고객관리 및 개척활동을 통한 판매와 신입 UP가 정착 될 수 있도록 멘토가 됩니다	고객관계관리 멘토링

UBA 교육 시스템(Univera Business Academy)

유니베라는 유피(UP)가 체계적인 전문가로 거듭날 수 있도록 지역별&전국통합 교육을 운영하고 있습니다. 과정별로는 주제에 따라 건강 및 뷰티 정보부터 멘토링과 리더십 등 리더로 거듭날 수 있기 위한 교육까지 다양하게 진행하고 있습니다. 오프라인 교육 프로그램 이외에도 온라인으로 다양한 정보 및 동영상 강의를 제공하여 유피(UP)가 시간과 장소의 제약 없이 언제든지 자유롭게 학습할 수 있도록 환경과 콘텐츠를 제공해주고 있습니다.

유피(UP)앱

유피(UP)들의 영업활동의 편의성을 높이고 확장하기 위해서 개발된 유피(UP)앱은 스마트 기기 대중화 트렌드에 맞추어 유피(UP)가 스마트폰으로 상품설명에 필요한 정보 및 콘텐츠와 주문/결제 관리 기능을 제공해주며, 더 나아가서는 개인과 그룹의 매출관리와 고객관리의 기능을 효율적이고 간편하게 할 수 있어 직관적으로 영업활동을 가능하게 만들어 줍니다.

멤버스몰

온라인 채널을 통한 구입 비중이 크게 증가하는 시장의 변화에 맞추어 유니베라 방문판매 제품 공식 판매채널인 멤버스몰을 오픈하였습니다. 멤버스몰은 영업시스템의 현대화의 일환으로써 온라인으로 유입된 고객과 오프라인의 대리점과 유피(UP)를 연결해주는 통로가 되어주며 고객에게는 정확한 상품 정보와 정품에 대한 신뢰를 제공하고, 유피(UP)에게는 신규고객을 확보하고 다양한 채널로 영업활동을 넓혀 수익을 가져갈 수 있게 도와 줍니다.

지역사회

사회공헌 비전과 방향

유니베라는 궁극적으로 자연과 인간이 조화를 이루면서 더불어 행복하게 사는 세상을 만들기 위해 사회공헌 프로그램을 시작하였습니다. 유니베라는 건강을 단순한 신체적 건강으로 바라보지 않고 WHO가 정의한 신체적, 정신적, 사회적 등 통합적 건강으로 해석하고 있습니다. 더 나은 인류의 미래를 위해 신체와 정신의 어려움을 겪고 있는 많은 이들에게 생명을 전달하고 도움을 주기 위한 활동에 집중하고 있습니다. 힐링요의 기적 캠페인, 나눔캠페인, 지역 봉사활동 등을 통해 자신과 사회, 더 나아가 인류를 사랑하는 기업이 되기 위해 유니베라는 노력하고 있습니다.

기업과 대리점 그리고 고객이 함께하는 사회공헌

유니베라는 사랑을 실천하는 기업입니다. 유니베라 가족들이 끊임없이 실천하고 있는 사회공헌 프로그램은 직원 뿐 아니라 대리점과 UP에게도 면면히 이어지고 있습니다. 또한 유니베라 제품과 서비스를 이용하는 고객들도 함께 동참하여 웰니스 사회를 만들기 위한 활동을 계속해 나갈 것입니다.

< 사회공헌활동 가이드라인 >

건강테마사업	-사회공헌 비전을 실천하기 위해 건간의 주요영역(신체, 정신, 사회)의 어려움을 겪고 있는 사회적 소외계층을 위한 사회공헌 활동에 집중 (아동>여성>노인) -통합적 건강해석:WHO가 정의한 건강의 개념인 신체적, 정신적, 사회적 건강
비영리단체 파트너십	-신뢰 높은 비영리단체와 파트너십을 통해 장기적 관점에서 건강문제를 해결할 수 있는 프로그램을 개발하여, 지속가능한 지원제도를 만드는 데 중점
참여와 선순환	-유피(UP)를 포함 유니베라 구성원의 자원활동 참여를 높여 "자연의 혜택을 인류에게"라는 기업철학을 구성원들이 실천, 개인과 사회 인류의 선순환을 도모

사회공헌활동 사내제도지원

유니베라는 사회공헌활동의 활성화를 위해 매칭그랜트와 자원봉사 유급휴가 제도를 운영하고 있습니다. 나눔캠페인에 임직원과 유피(UP)의 자발적 모금액에 회사의 매칭그랜트 기금이 더해져 희귀난치성질환환우들의 건강사업에 사용되고 있습니다. 이 제도를 통해 2003년부터 유니베라 나눔캠페인이 14차에 걸쳐 운영되었습니다. 또한 유니베라는 근무시간 내 자원봉사를 인정합니다. 임직원이 업무시간 내 자원봉사활동을 업무의 지속으로 인정해주는 제도로 2003년부터 임직원을 대상으로 운영되고 있습니다.

사회공헌 활동

유니베라와 함께 할수록 세상이 건강해집니다. 더 건강한 제품을 만들고 전하러 노력하는 유니베라 임직원들, 더 건강해지고자 유니베라를 찾은 고객들은 자동적으로 세상이 건강해지는데 기여하게 됩니다. 그 가치를 힐링잇으로 컨셉화 하여 소통하고 있습니다.

고객과 함께하는 힐링잇의 기적

유니베라는 제품 판매금의 일정액을 세상을 건강하게 하는데 사용하고 있습니다. 힐링잇이 표기된 유니베라 전제품은 판매될 때마다 일정 후원 금액이 자동으로 적립됩니다. 모아진 적립금은 영양 결핍으로 고통받는 아이들의 생명을 살리고, 여성, 장애인, 노인 건강을 증진 시키는 등 사회적 소외계층의 건강 증진을 위해 사용됩니다.

2020년의 후원처는 <건강한 여성 재단>이었습니다. 후원금으로 진행한 사업은 다음과 같습니다.

1. 장애여성대상 자궁경부암 예방백신 지원사업
2. 장애여성을 위한 건강상담 참고자료 - 수화동영상 제작

구성원과 함께하는 힐링잇의 기적

기부문화의 사회적 확산을 목적으로 하는 직장모금 캠페인을 진행중입니다. 유니베라 임직원들의 기부문화를 적극 지원하기 위해 기업에서는 매칭 그랜트를 지원하고 있습니다. 2003년부터 2020년까지 총 14회 캠페인이 진행되었습니다.

지원처는 의료 사각지대에 놓인 희귀·난치성 환자를 돕는 단체인, 한국 희귀·난치성 질환 연합회입니다. 희귀·난치성 환자 가족들의 자조모임, 신체는 물론 심리, 정서적인 문제 해결을 위해 멘토링 프로그램을 후원하고 있습니다.

지역사회와 함께하는 힐링잇의 기적

유니베라는 본사와 대리점은 전국적인 조직망과 인력 인프라를 활용해 지역 사회에 가장 필요로 하는 활동에 적극 참여, 전 인류에게 건강과 행복을 전하고 사랑과 나눔의 문화를 실천해 나가고 있습니다. 유니베라의 임직원들은 연1회, 성동구 근처 지역사회에서 도움이 필요한 다양한 곳 (재활용 선별장, 홈리스 지원센터, 발달 장애인 작업장 등)과 서울 성동구 금호동의 근린공원에서 생명살림자치 성동주민회와 성동 평화의 집 등 지역단체, 지역 주민들과 함께 모여 인근 어르신들께 무료 음식나눔 봉사에 참여 하고 있습니다. 다만 2020년은 코로나로 인해 진행하지 못했습니다.

ENVIRONMENTAL PERFORMANCE

비전 및 전략 방향	세계 인류에게 자연의 혜택을 주는 회사로서, '자연을 건강하게, 사람을 건강하게' 하는 환경경영을 실천하여 인류의 지속가능한 사회를 만들어 가는 데 노력합니다. 또한 환경경영을 통해 경제적 가치와 환경적 가치를 동시에 향상시키는 것을 목적으로 합니다.
중요성 평가 및 최상위 이슈	<ul style="list-style-type: none"> ● 환경경영 비전 및 전략수립 ● 환경친화적 제품 개발 ● 자원의 절약과 그린커뮤니케이션
주요성과	<ul style="list-style-type: none"> ● 2010년부터 환경원칙을 제정하고, 체계적인 환경경영 전략과 실행 동력을 구비함 ● 제품의 친환경 패키지 적용
도전과제	온실가스 인벤토리 관리 및 구축의 필요성 유니베라는 전략범위 안에서 환경경영을 실천하고 있으나, 정량적인 온실가스 측정체계가 완비되지 못한 상태입니다. 또한 친환경 패키지 적용에서 한 단계 나아가 소비자의 안전과 건강은 물론 원료에서 생산, 판매, 소비의 전 과정에서 친환경적인 제품을 출시하고자 합니다.

환경에 대한 책임

환경경영 비전 및 방침

유니베라는 '자연의 혜택을 인류에게'라는 기업철학과 경영이념 아래, 세계 인류에게 건강과 아름다움을 주는 회사로서, '지구를 건강하게, 사람을 건강하게' 하는 환경경영을 실천하여 인류의 지속가능한 사회를 만들어 가는 데 노력합니다. 또한 환경경영을 통해 경제적 가치와 환경적 가치를 동시에 향상시키는 것을 목적으로 합니다.

환경경영 슬로건

자연을 건강하게, 사람을 건강하게

환경경영방침

유니베라는 환경경영 가치를 실행하기 위해 전 사업영역 내에서 환경보전 원칙을 제정하여 준수하고 있습니다.

1. 환경을 기업경영활동의 핵심가치로 인식하고 환경경영 시스템 구축을 통해 지속적인 환경경영을 실천한다.
2. 환경법규 준수 및 지속적인 환경개선을 통해 환경가치를 창조해 나간다.
3. 에너지 절감을 생활화한다.

4. 인류의 건강과 지속가능한 지구환경을 위한 제품을 고객에게 전달한다.
5. 조직구성원의 환경가치인식 고양을 위해 지속적인 교육을 추진한다.
6. 우리는 환경정책, 성과를 문서화하여 대중에게 공개하며 환경가치 인식 확산에 앞장선다.

환경경영 3대 전략

- Green Product : 친환경 제품 개발
- Green Office: 구성원의 환경교육 및 환경활동
- Green Communication: 유포(UP)/소비자 대상 환경 캠페인 진행

Green Product

유니베라는 기업의 온실가스로 점점 뜨거워지는 지구를 위해, 에너지와 온실가스를 저감할 수 있는 제품을 만들고자 합니다. 이에 친환경적인 제품 생산과 신뢰할 수 있는 안전한 제품 만들기에 앞장서고 있습니다. 지구환경을 생각한 제품이 바로 유니베라의 그린 프로덕트입니다. 제품 개발 전체 과정에서 에너지와 온실가스 저감을 위해 노력하고 있습니다. 또한 재활용이 가능한 종이재질을 사용하고, 친환경적인 자동라인 공정적용으로 온실가스 배출을 저감하고 있습니다. 건강기능식품의 경우 2010년 3월 아레지오부터 적용하고 있으며 화장품은 2011년 출시된 힐탑가든 브랜드 부터 친환경 패키지를 적용하고 있습니다.

친환경 패키지로 탄생한 자연주의 스킨케어 브랜드 힐탑가든

힐탑가든은 제품 개발 컨셉트도 그렇지만 원료 자체부터 제품 제작의 프로세스까지 친환경적으로 만들어졌습니다. 먼저 단상자 및 지선대는 코팅을 하지 않은 무염색 펄프지로 만들었으며, 인쇄도 공에서 추출한 친환경 잉크원료(Soy Ink)로 했습니다. 색상도 1도 단색인쇄를 하였는데 이것도 환경에 유해한 물질의 발생을 최대한 줄이기 위해서였습니다.

힐탑가든의 용기 또한 친환경 컨셉으로 개발됐습니다. 용기의 뚜껑은 친환경 소재로 구분되는 PP(폴리프로필렌)와 PE(폴리에스테르)를 사용하여 환경에 대한 비용을 절감했습니다. 그리고 내용물을 담고 있는 유리병은 재활용이 가능하며 유리병 걸을 비닐 코팅이 아닌 에칭 기법(다른 환경유해 가공을 하지 않고 유리 표면을 뿌옇게 부식시켜 불투명하게 만드는 친환경 제조 기법)을 사용했습니다. 힐탑가든의 파우치도 면 소재로 제작하여 재사용이 가능하게 만들었습니다.

이처럼 유니베라는 건강기능식품 만이 아니라 화장품을 비롯한 전제품에 향후 적용하여 지속적인 환경경영을 추진할 계획입니다.

패키지 변경이 지구온난화에 도움이 될까요?

연간 15톤의 온실가스를 줄이는 효과를 기대할 수 있습니다. 소나무 3000그루를 심는 효과와도 같습니다. 이는 단상자의 재질이 기존 비닐opp 대신 종이로 변경되었기 때문입니다. 비닐은 분해되는 데만 100년 이상이 걸립니다. 현세대가 살아있는 시간보다 더 긴 시간이 필요하지요. 하지만 종이 상자를 적용하게 되면 재활용이 가능합니다. 유니베라는 다음 세대를 위해 재활용이 가능한 재질을 선택하였으며, 보다 단축된 친환경공정 적용으로 온실가스를 더 줄일 수 있게 되었습니다.

제품 안전성 확보

유니베라는 자체 안전성 관리 체계를 구축하였습니다. 제품개발 단계에서 처방에 대한 엄격한 적용 기준을 갖고 있습니다. (합성첨가물, 잔류농약, GMO, 미생물, 유해물질 등)

Green Office

기업에서 발생하는 온실가스는 건물, 생산 및 업무 관련 이동으로 인해 주로 발생합니다. 유니베라는 사옥인 '에코넷센터'내 온실가스를 저감하는 것이 지구온난화 방지를 위한 가장 빠르고 효과적인 방법이라고 판단했습니다. 2010년부터 에너지와 온실가스를 저감하고 친환경 오피스 환경 구축에 노력하고 있습니다. 오피스에서 발생하는 폐기물을 적극적으로 분리수거하고, 최대한 재활용을 하려 노력하며 일회용품 사용자제, 전력, 가스 등의 에너지 사용량 감소시켜 비용과 온실가스 발생을 최소화 하고자 노력하고 있습니다.

그린오피스 캠페인

유니베라는 임직원의 절약 마인드 고취를 통한 자원절약 캠페인 시행하고 있습니다. 그 첫 단계로 '에코넷센터' 내 온실가스를 저감할 수 있는 가장 쉽고, 빠른 방법들을 구체적으로 제시, 임직원들의 생활습관화를 가져오기 위해 대대적인 캠페인을 펼치고 있습니다.

	<p>출퇴근시 대중교통을 이용합니다. 승용차 이용을 1주일에 하루만 줄여도 연간 445kg의 CO2줄일 수 있습니다.</p>		<p>4층 이하는 계단을 이용합니다. 엘리베이터 1회 이용 시 약 30W의 에너지가 소모되며 12.7g의 CO2가 발생합니다.</p>
	<p>컴퓨터를 쓰지 않을 때는 전원을 끕니다. 컴퓨터 한 시간 켜 놓을 경우 100WH의 전기 낭비해요</p>		<p>개인컵을 사용합니다. 하루에 종이컵 5개 사용시, 연간 20kg의 CO2배출됩니다.</p>
	<p>점심시간에는 조명과 냉난방기를 끕니다. 하루1시간 형광등 15개를 끄면 연간 약 74kg의 CO2줄일 수 있습니다.</p>		<p>이면지 다시 사용합니다. 인쇄용지 1박스 사용시 4.4kg의CO2가 발생합니다.간단한 보고는 이면지로!</p>
	<p>여름엔 넥타이를 풀고 겨울엔 내복을 입습니다. 노타이나 긴 소매 스웨터 하나만으로도 1~2도의 체감효과를 볼 수 있습니다.</p>		<p>퇴근시 전기 플러그를 뽑습니다. 대리전력은 에너지 제품이용전력의 약 10%를 차지 합니다.</p>

이면지 사용 및 사무용품 재활용

유니베라에는 사무용품을 모두 재활용하는 것이 원칙입니다. 클립이나 포스트잇 등 한 번 쓰고 버리기엔 너무나 아까운 사무용품들을 재사용하고 있습니다. 그리고 점심시간에 사무실을 비울 때는 전등을 모두 소거하고, 퇴근 시에는 반드시 컴퓨터의 콘센트를 뽑습니다. 사무실에서 가장 많이 사용하는 것이 바로 종이입니다. 회의자료는 되도록 출력 대신 이메일을 사용하고, 이면지함을 만들어 한 번 사용한 종이는 재사용을 권장합니다.

종이사용량(장수)

연도	종이사용량
2018년	336,000
2019년	312,000
2020년	167,000

화장실 핸드 드라이어 사용

유니베라 화장실에 비치했던 수건은 2016년 하반기 핸드 드라이어로 교체하게 되었습니다. 이것은 수건 세탁으로 인한 환경 오염을 방지하기 위해서입니다. 청결한 사용을 위한 세탁기 활용 시 부득이하게 세제를 사용하게 되며, 건조 공간이 부족한 탓에 세탁기 내의 건조 기능을 사용하여 전기 사용이 과다하게 발생했습니다.

그린 IT 도입 (UIPS, 전자팩스)

전세계 전력 및 CO₂ 배출량 중 약 2%가 IT 부문에서 배출된다고 합니다. IT 확산으로 에너지 사용급증, 온실가스의 배출은 점점 늘어나는 가운데, 유니베라는 전력 및 에너지 절감을 통해 환경 경영에 동참하고자 그린IT를 도입하였습니다. 우선 PC 자동 절전모드인 UIPS (Univera IT Power Saving Solution)를 도입 대기전력을 최소화해 전기료를 절감하고 있으며, 팩스수신문서 단일화 기능인 전자팩스 도입, 대량송신 업무 단순처리해 업무 처리 속도를 대폭 개선하였습니다. 또한 불필요하게 중복되는 종이의 낭비도 막고 있습니다.

종이컵 사용 금지

유니베라에는 종이컵이 없습니다. 종이컵 대신 모두 개인 머그컵 및 분해 가능한 친환경 플라스틱컵을 사용합니다.

전기를 절약하는 자동센서를 설치

2010년 3월부터는 주차장과 남녀 화장실 전등을 태양열 에너지 및 자동센서를 설치하여, 매월 전기 사용을 절약하였습니다. 태양열을 이용한 주차장은 288kw를 절약하고 자동센터를 이용한 남녀 화장실은 416kw를 절약하게 되었습니다. 또한 1층 카페테리아 및 2층 전시실은 부득이한 경우를 제외하고 절전차원에서 소등하여 카페테리아 139kw 및 2층 전시실 282kw의 절감효과를 본 바 있습니다. 이처럼 에너지 절약을 위한 노력은 계속되고 있습니다.

아나바다 장터 개최

아껴쓰고, 나눠쓰고, 바꿔 쓰고, 다시 쓰자는 의미의 아나바다 장터가 2009년 2월부터 시작하여 현재도 정기적으로 진행하고 있습니다. 유니베라 사옥 '에코넷센터'에서 열린 장터는 임직원들이 사용하지 않는 제품을 갖고 나와 저렴한 가격에 사고파는 장터입니다. 2018년에는 온라인에서 자율적으로 장터를 운영하여 진행했습니다. 이번 장터는 환경을 생각하는 마음을 되새기는 한편, 임직원과의 교류의 장 역할을 톡톡히 하고 있습니다.

Green Communication

유니베라는 2009년부터 환경경영을 개념적으로 도입한 이후 경영의 틀을 잡아나가려고 노력하고 있습니다. 2013년 이후 부터는 제품과 사무실, 유포(UP), 소비자단의 커뮤니케이션 활동에 이를 반영하여 '자연의 혜택을 인류에게' 전하는 웰니스 기업에 맞는 활동을 펼치고 있습니다. 임직원 개개인에서부터 재배, 연구, 생산 등 기업의 활동 그리고 제품 개발과 판매에 이르기까지 친환경적인 원칙을 강화할 것입니다.

유니베라
1. 환경을 기업경영활동의 핵심가치로 인식하고 환경경영 시스템 구축을 통해 지속적인 환경경영을 실천한다.
2. 환경법규 준수 및 지속적인 환경개선을 통해 환경가치를 창조해 나간다.
3. 에너지 절감을 생활화한다.
4. 인류의 건강과 지속가능한 지구환경을 위한 제품을 고객에게 전달한다.
5. 조직구성원의 환경가치인식 고양을 위해 지속적인 교육을 추진한다.
6. 우리는 환경정책과 성과를 문서화하여 대중에게 공개하며 환경가치 인식 확산에 앞장선다.

