

BRINGING THE BEST OF NATURE TO HUMANKIND

# 유니베라 2016 지속가능경영 보고서

자연의 혜택을 인류에게

**univera**

남양알로에의 새이름 유니베라

## About this report

유니베라가 2016년 지속가능경영 보고서를 발간합니다. 이 보고서는 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업으로서 자연의 혜택을 인류에게 전하는 유니베라 사람들의 건강한 지속가능경영을 위한 의지와 노력, 그 결과물을 담고 있습니다.

**작성 원칙** GRI(Global Reporting Initiative)의 G3 가이드라인

**보고 기간** 2015년 1월 1일~2015년 12월 31일

**보고 범위** 유니베라 한국

**데이터 보고 연단위 회계연도 기준, 과거 실적 추이는** 최근 2개년인 2013년~2014년

**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

팩스\_02-463-9162

담당부서\_서울특별시 성동구 아차산로 78 에코넷센터 (주)유니베라 커뮤니케이션팀



# 목차

- 01 CEO'S Message
- 02 이해관계자 및 중대성 평가
- 03 지속가능경영성과
- 04 경제성과
- 05 사회성과
- 06 환경성과

## CEO's Message

# 만나세요 유니베라 누리세요 웰니스



안녕하세요 유니베라 대표이사 이병훈입니다.

우리나라의 처음 알도어를 산업화한 남양양도에도 사각해 세계적인 선진화 기업으로 거듭나기까지 저희는 자연의 혜택을 인류에게 전하려는 오직 하나의 진실을 위해 걸어왔습니다.

누구도 쉽게 믿지 않는 어려운 길이었지만 절실한 농부의 정성으로 자연을 가꾸고 연구하며 놀라운 기적을 일구어냈습니다. 세계 최대 해의 농장과 필로필 알도어 원도 공급 1위, 세계 최대의 천연물 연구 데이터베이스 등을 갖추고 남들이 흉내 낼 수 없는 제품과 서비스를 제공하며 유니베라의 지면을 보여드렸으며, 그것은 웰니스의 길이었다고 믿습니다. 또 그것이 유니베라가 가장 잘하는 일입니다.

웰니스는 단순히 내 안 삶의 건강을 추구하는 것을 넘어, 나를 포함한 다른 이의 건강과 마음도 살피볼 수 있고, 사회적인 책임까지 다하는 개념 있는 생활을 하는 것을 의미합니다.

유니베라는 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업입니다. 자연의 법칙 안에서 자연을 지키고 가꾸며, 자연 속에 순차적 진실과 기적을 찾아내는 그 정이로운 기업인 웰니스를 고객의 삶 속으로 다양하게 전해왔습니다. 웰니스 시장은 엄청난 성장 잠재력을 지녔습니다. 필로필 천연물 시장에서 지속적으로 성장하고 있는 유니베라는 향후 국내의 웰니스 시장을 선도하는 데 충분한 경쟁력을 갖추고 있으며, 또한 인정받고 있습니다.

이런 모든 것들은 분명히 고객을 행복하고 있으며, 최고 경영자로서 저는, 고객이 제대로 된 제품, 제대로 경영하는 기업으로 인정해주는 것을 가장 중요하게 생각합니다. 그리고 고객이 유감하는 데 필요한 일이라면 경중을 가리지 않고 실행해왔습니다.

앞으로도 이런 저의 의지와 실천은 변하지 않을 것입니다. 그것은 제 자신과의 약속이자 고객, 그리고 함께하는 유니베라 가족들과의 약속이기 때문입니다.

저희 유니베라의 철학과 믿음대로 모든 이의 삶에 축복이 가득하시길 기원합니다.



# 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 새로운 기업경영 패러다임입니다. 다양한 이해관계자 경영을 시스템으로 도입해야 한다는 경영 원칙은 글로벌 기업을 중심으로 이미 세계적 트렌드로 자리 잡고 있습니다. 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 정의, 중대성 평가 도출을 하고, 이를 중심으로 어떠한 노력과 이행을 하고 있는지를 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 보고하고 있습니다. 이 밖에도 정부 및 민간단체, NGO 등 다양한 이해관계자와의 커뮤니케이션을 통해 회사가 창출한 경영성과를 투명하게 공개하고, 이해관계자들과 소통을 꾀하고 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 브랜드 사이트, 사외보 유니베라, 고객만족도 조사                                             |
| 대리점  | COS 시스템, 사장단 협의회, 체험단, UCS (유피학습사이트), IPTV, 라이브방송, 해외농장연수, 전국사장단세미나, 지역별 사장단 간담회, 영업 컨설팅 |
| 임직원  | 노사협의회, 임직원 전직원미팅, 사내보 에코넷 웨이, 임직원 만족도 조사, 인트라넷(EGGS), 업무고충 상담제도 운영, 총괄사장 간담회             |
| 협력사  | 관계사 CCM 개선회의, 신제품개발소위원회, 에코넷임원화상회의, 정기/비정기제품개발품질회의, 에코넷임원워크샵                             |
| 지역사회 | 임직원 자원봉사활동, 정부정책 협력사업, 지역사회 자매결연, 한국희귀난치성질환연합회 지원사업 등                                    |

### 중대성 평가

유니베라는 지속가능경영을 위한 주요 이슈와 우선 순위를 파악하기 위해 내외부 이해관계자를 대상으로 중대성 평가를 실시하였습니다. 본 중대성 평가를 위해 유니베라는 지속가능한 경영을 위해 에코넷 차원에서 장기전략 수립 결과를 통해 최초 이슈를 구성한 후, 각 본부의 리뷰를 거쳐 최종 이슈를 선정하였습니다. 이때 유니베라의 전략적 중요 사안에 대해서는 보고서와는 별도로 스페셜 이슈로 다루어 유니베라 한국 외 전체 에코넷 사업장으로 확대해 공개하고 있습니다. 앞으로도 이해관계자를 대상으로 정기적으로 이슈를 파악하여 이를 지속적으로 관리할 계획이며, 해당 이슈에 대해서는 지속가능경영 보고서를 통해 소통하겠습니다.

### 전체 중대 이슈 - 지속가능경영, 경제, 사회, 환경 분야

|                        |                                                  |                                 |                                                                               |                                                                                       |
|------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 사외<br>중대이슈<br><br>High | <b>2015 년 주요영역</b>                               |                                 | <b>지속경영분야</b><br>지속가능 비전 및 전략<br><b>경제분야</b><br>제품 연구 개발 혁신<br>제품, 브랜드, 연구경쟁력 | <b>환경분야</b><br>환경친화제품 개발 및<br>공정<br>자원절약<br>환경보호운동                                    |
| Midium                 | <b>지속경영분야</b><br>시장 축소<br>위협<br>이해관계자<br>참여      |                                 | <b>경제분야</b><br>재무실적                                                           | <b>사회분야</b><br><b>사원</b><br>인권경영<br>임직원 만족도<br>양성평등<br><br><b>협력회사</b><br>공정한 협력회사 거래 |
| Low                    | <b>지속경영분야</b><br>지배구조,<br>일자리창출현<br>지화,<br>이니셔티브 | <b>경제분야</b><br>브랜드가치력<br>브랜드 관리 | <b>사회분야</b><br>공정거래, 법규준수<br>뇌물 및 부패방지<br>차별대우 금지                             | <b>지역사회</b><br>사회공헌 사업                                                                |
|                        | Low                                              |                                 | Midium                                                                        | High <b>사내중대 이슈</b>                                                                   |

## 지속가능경영DMA(Disclosure on Management Approach)

| <p><b>기업소개</b></p>   | <p>1976년 남양알로에라는 이름으로 시작한 유니베라는 지난 40년 동안 '자연의 혜택을 인류에게'라는 기업철학을 실천하며, 건강기능식품 업계를 선도하는 기업으로 성장해왔습니다. 2006년 창사 30주년을 맞이하여 (주)유니베라로 사명을 변경하였습니다. 알로에 소재의 연구에 대한 노하우를 통해 천연물 소재로까지 연구 영역을 넓혀 세계 천연물 건강기능식품 및 화장품 사업에 본격 진출하고 있습니다. 지난 40년 동안 구축해온 핵심역량들을 재조명하여 온전한 건강과 웰니스를 지향하는 소비자들의 패러다임의 변화에 맞춰 시장을 주도할 수 있는 성장구조를 완성하는 것이 핵심전략입니다. 혁신적인 제품, 차별화된 서비스, 강력한 브랜드 인지도를 통해 2018년까지 매출 1,000억 원 규모의 웰니스 기업으로 도약하고자 합니다.</p> <p style="text-align: right;">(출고가 기준)</p> <table border="1" data-bbox="472 947 1399 1133"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>비전</td> <td colspan="3">자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업</td> </tr> <tr> <td>재무실적<br/>및 목표</td> <td>매출 800억</td> <td>매출 850억</td> <td>매출 1,000억</td> </tr> </tbody> </table> | 구분      | 2016      | 2017 | 2018 | 비전 | 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업 |  |  | 재무실적<br>및 목표 | 매출 800억 | 매출 850억 | 매출 1,000억 |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------|------|------|----|--------------------|--|--|--------------|---------|---------|-----------|
| 구분                   | 2016                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2017    | 2018      |      |      |    |                    |  |  |              |         |         |           |
| 비전                   | 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |         |           |      |      |    |                    |  |  |              |         |         |           |
| 재무실적<br>및 목표         | 매출 800억                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 매출 850억 | 매출 1,000억 |      |      |    |                    |  |  |              |         |         |           |
| <p><b>지속가능경영</b></p> | <p>유니베라는 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업입니다. 이 땅의 모든 이들이 유니베라를 통해 건강하고 아름다운 삶을 누리기를 소망합니다. 유니베라는 '자연의 혜택을 인류에게'라는 경영철학을 기반으로 고객의 몸, 마음, 영혼의 웰니스를 추구하는 회사로서, 환경, 경제, 사회 분야의 지속가능경영을 추구합니다. 유니베라는 단순히 이윤추구라는 기업의 목적을 넘어 사회를 구성하는 공동체로서의 역할을 인식하고 있습니다. 유니베라와 관계를 맺고 있는 모든 이해관계자들과 좀 더 나은 세상을 만들며 지속가능한 인류의 발전을 위해 독자적인 비즈니스 모델인 에코넷 시스템을 갖추고 자연과 인간, 인간과 사회, 사회와 국가간의 선순환을 도모합니다.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |         |           |      |      |    |                    |  |  |              |         |         |           |
| <p><b>성장비전</b></p>   | <p>유니베라의 성장은 결코 수적인 성장만을 의미하지 않습니다. 자연의 혜택을 좀더 많은 인류에게 전하고 인간과 자연이 조화로운 세상을 만드는 데 기여하고자 하는 꿈을 대리점과 유포(UP), 유니베라가 공유하며 함께 지속가능한 성장을 목표로 하고 있습니다.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |           |      |      |    |                    |  |  |              |         |         |           |
| <p><b>도전과제</b></p>   | <p>글로벌 웰니스 기업으로의 성장<br/>지속적으로 성장하고 끊임없이 기여하는 기업만이 새로운 가치를 창출할 수 있습니다. 유니베라는 글로벌 웰니스 기업으로 성장하기 위해 동반자 관계에 있는 대리점, 유포(UP)와 함께 진정한 경쟁력을 창출해야 한다고 판단하였습니다. 대리점, 유포(UP), 유니베라가 글로벌 웰니스 기업에 부합하는 지속가능한 성과를 도출하는 데 주력할 계획입니다.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |           |      |      |    |                    |  |  |              |         |         |           |

# 기업소개

## 유니베라 개요

유니베라(대표 이병훈)는 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업으로 1976년 국내 최초로 알로에 건강보조식품 제조에 성공을 거두고 우리나라 알로에 산업을 개척해왔습니다. 알로에 소재의 연구에 대한 노하우를 통해 천연물 소재로까지 연구 영역을 넓혀 건강기능식품, 화장품 등을 통해 웰니스 시장에 본격 진출하고 있습니다.

유니베라는 국내 알로에 건강기능식품 시장 전체의 45% 이상의 시장점유율을 차지하며 당당히 업계 선두를 지키고 있으며, 전국적으로 400여 개의 대리점과 2만 5천여명의 유포(UP: Univera Planner)들이 활동하고 있습니다. 세계적으로도 알로에 원료 공급 시장의 절반의 점유율을 차지하고 있으며, 또한 산업통산자원부 주관 세계일류상품에 13년 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 자연주의 기초 스킨케어 제품을 선보이고 있습니다. 또한 유니베라의 균형과학으로 설계한 푸드 솔루션, 빌리브 웰니스 푸드, 빌리브 효소가 많은 고객의 사랑을 받고 있습니다.

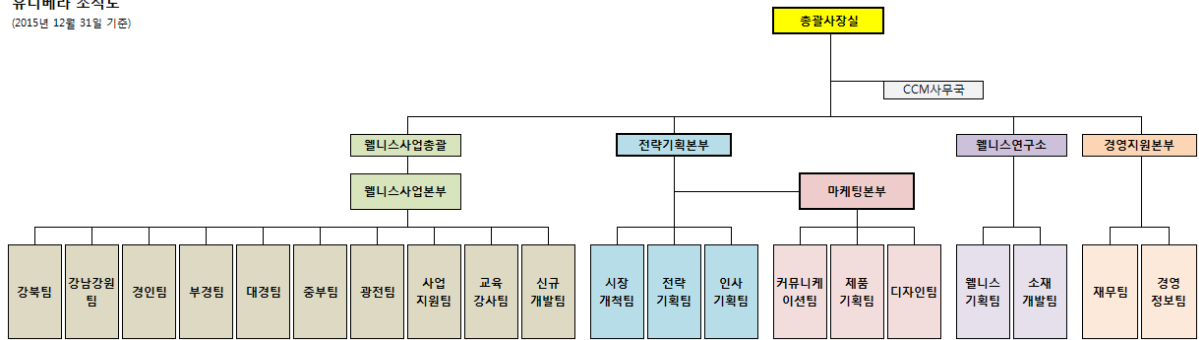
## 조직 개요

1. 회사명: (주) 유니베라
2. 설립일 : 1976년 4월 5일
3. 대표: 이병훈
4. 대표전화 : 02) 463 - 3100
5. 본사위치: 서울특별시 성동구 아차산로 78 에코넷센터 (우) 133-120
6. 주요사업: 건강기능식품, 화장품



# 조직 운영 (2015년 12월말 기준)

유니베라 조직도  
(2015년 12월 31일 기준)



## 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 알려져왔습니다. 하지만 알로에가 어떤 효능을 가졌는지, 그 효능을 발휘하는 성분이 무엇인지는 동서양을 막론하고 밝혀진 바가 없었습니다. 1976 년 (주)남양알로에로 시작, 국내 최초로 알로에 시험 재배에 성공한 이후, 알로에 산업화에 앞장서온 결과 국내 알로에 시장을 선도기업이 되었습니다. 1998 년부터 안정적인 원료 확보를 위해 미국 힐탑가든에 알로에 농장을 개척하였으며, 미국, 멕시코 러시아, 중국 등지에서 알로에와 천연약용식물등을 직접 재배하고 있습니다. 또한 세계 최초로 알로에의 효능을 과학적으로 밝혀내며, 세계 최초의 알로에 전문재단인 ARF 를 설립하고 알로에 과학화에 앞장 서 왔습니다. 이러한 원동력을 바탕으로 세계 최고의 알로에 전문기업이 되었습니다. 하늘에서 알로에 받을 내려다보면 별이 촘촘 심긴 듯한 모양을 하고 있습니다. 인류의 건강과 미래를 위해 유니베라는 땅 위에 알로에 별을 심었습니다. 그리고 건강한 자연의 혜택을 보다 많은 세계 인류에게 전하기 위해 유니베라로 사명을 변경하고 천연물 웰니스 시장에서 세계 최고의 기업이 되고자 도약하고 있습니다. 백 년 이백 년이 가도 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 - 자연의 혜택을 인류에게 전하는 글로벌 웰니스 기업

1. 유니베라는 '과학이라는 문명의 이기로 자연으로부터 최고를 찾아 건강과 아름다움을 주는 회사'라는 업(業)의 정의에 따라 '자연의 혜택'을 가장 직접적으로 전할 수 있는 천연물 웰니스 시장을 사업의 범주로 합니다.
2. 기업철학을 통해 지속적으로 추구하는 '최고'의 가치는 세계적으로 인정받을 수 있는 앞선 기술과 품질이 지속됨을 의미합니다.
3. 천연물에 관한 강력한 연구개발 능력을 바탕으로 재배, 생산, 원료 및 완제품 판매마케팅을 수직계열화하는 효율적 국제 네트워크를 구축함으로써, 천연물 웰니스 시장(Natural Product Industry)에서 영원한 세계 최고 기업의 기반을 구축합니다.

## 미션

### 세계적인 기업

기업의 이윤보다 세계 인류의 이로움을 먼저 생각하며 전 세계 천연물 산업을 이끌어가는 글로벌 기업으로 자리매김합니다.

### 연구하는 기업

세계 최고의 천연물 연구자들이 마음껏 연구할 수 있도록 아낌없이 투자하여 가장 좋은 천연물 제품을 만들어냅니다.

### 사랑하는 기업

사람을 귀하게 여기는 마음으로 사랑이 담긴 제품을 만들어 인류의 건강과 아름다움을 지켜주고 행복한 생활을 할 수 있게 해줍니다.

## 지속가능경영 체계

### 유니베라 지속가능경영

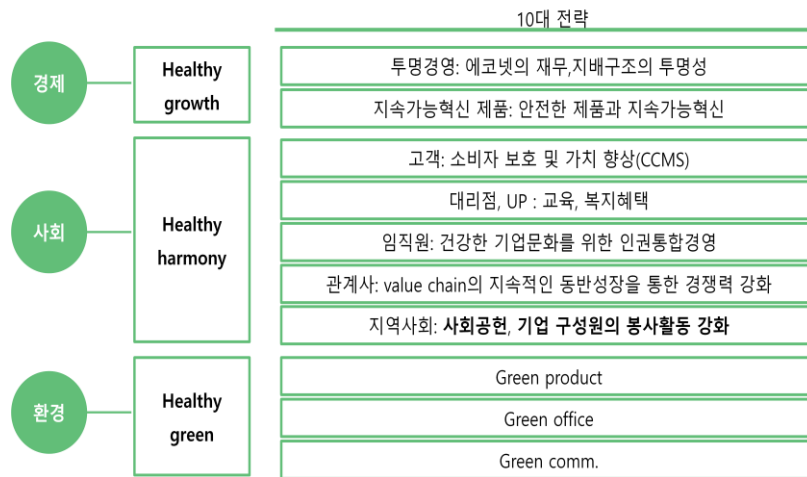
유니베라는 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업입니다. 이 땅의 모든 이들이 건강하고 아름다운 삶을 누리기를 소망합니다. 고객에게 건강과 아름다움을 주는 회사로서, 환경, 경제, 사회 분야의 지속가능경영을 통해 자연과 인류의 선순환을 추구합니다. 유니베라는 단순히 이윤추구라는 기업의 목적에서 벗어나 사회를 구성원으로서의 역할을 인식하고 있습니다. 유니베라와 관계를 맺고 있는 모든 이해관계자들과 좀 더 나은 세상을 만들며 지속가능한 인류의 발전을 위해 노력하고 있습니다.

1. 건강한 사회 없이 기업의 지속가능경영은 불가능합니다. 유니베라는 기업의 이해관계자를 비롯한 전 인류에게 건강과 아름다움을 전달하고자 경제, 사회, 환경의 지속가능발전을 추구하며, 건강한 지속가능경영을 펼칩니다.
2. 유니베라는 건강한 지속가능경영의 인식을 바탕으로, 제품 개발과 글로벌 시장확대 등 미래 성장동력을 꾸준히 발굴하여 지속가능한 성장기반을 갖추며, 기업의 사회적 책임을 다 하는 건강한 글로벌 천연물 웰니스 기업으로 나아갈 것 입니다.

# 지속가능경영 전략

## 지속가능경영 10대 전략

유니베라는 경제, 사회, 환경 분야의 주요 10대 전략을 수립하여 경영 전 부문에 지속가능경영을 통해 건강한 기업을 만들고자 노력하고 있습니다.



관계사 : 가치 사슬(Value chine)의 지속적인 동반성장을 통한 경쟁력 강화  
Green communication

# 유니베라 지속가능경영 비즈니스 모델

## 지속가능한 글로벌 통합 네트워크 '에코넷 시스템'

유니베라는 글로벌 천연물 기업으로 발돋움하기 위해 전세계에 천연물 농장을 확보하고 미국 등 선진국에 직접판매법인을 설립하는 등 '원료재배-연구개발-생산-마케팅'의 수직 계열화 된 유기적 기업 네트워크인 에코넷(ECONET) 시스템을 갖췄습니다. 천연물은 기후 조건에 따라 크게 영향을 받기 때문에 안정적인 원료공급이 어려우나 유니베라는 원료의 재배부터 연구개발, 생산, 판매를 총괄하는 에코넷 시스템 구축에 따라 안정적인 공급이 가능하게 됐으며, 소비자들에게 합리적인 가격으로 우수한 품질의 제품을 전달할 수 있게 됐습니다. 유니베라만의 독특한 경영모델인 에코넷은 세계 어느 기업도 선불리 단시일 내 구축할 수 없는 혁신적인 경영 모델로, 유니베라의 지속가능경영을 가능하게 하는 구심점 역할을 하고 있습니다.

### ● 재배 : 알로콰(Aloecorp)과 유니젠(Unigen)

세계 알로에 원료시장의 독보적인 위치를 차지하고 있는 유니베라는 알로에와 각종 천연물을 세계 4대 해외농장을 통해 직접 재배함으로써, 우수한 품질의 천연물을 안정적으로 공급하고 있습니다.

유니베라는 현재 러시아 크라스키노에 2,150만㎡, 멕시코 탐피코에 679만㎡, 미국 힐탑가든에 291만㎡, 중국 하이난에 189만㎡ 등 대규모 천연물 농장을 확보해 알로에, 황금, 에키네시아, 콩 등의 천연식물들을 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 매출액의 10% 이상을 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 러시아 연해주와 중국 하이난의 천연물 생산단지를 책임 운영하며 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 400여 개 대리점, 2만 5천여명의 유포(UP)와 함께하고 있는 우리나라 최대의 건강기능식품·기능성화장품 방문판매회사로서, 표준화된 조직관리시스템 UMS와 자체교육시스템 UBA, 전사적 전산시스템인 UCS를 통해 탄탄한 조직을 갖추고 있습니다. 이를 바탕으로 세계적인 판매망을 구축해 온 결과 미국, 말레이시아에 직접판매법인을 운영하고 있으며, 글로벌 시장으로 판매망을 확대해 나가고 있습니다.

## 글로벌 에코넷

1. USA : 미국 현지 판매법인인 유니베라 USA와 유니젠 연구소 그리고 알로에를 제조 하는 힐 탐가든 농장이 에코넷 시스템을 통해 유기적으로 연결되어 있습니다. 이를 통해 알로에, 유니화이트 등의 각종 천연물 소재와 다양한 제품들을 해외 시장에 선보이고 있습니다.
2. MEXICO : 알로에 단일 농장으로는 세계 최대 규모를 자랑하는 탐피코 농장이 위치해 있으며 농장에서 운영하는 공장을 통해 고품질의 알로에 원료를 생산하고 있습니다. 이 원료들은 주로 북미와 유럽 그리고 멕시코를 중심으로 한 남미지역에 수출되고 있습니다.
3. RUSSIA : 2001년 현지법인 유니젠 러시아를 설립하고 연해주 인근지역인 크라스키노 2,150 만㎡의 넓은 부지를 확보했습니다. 현재 천연 약용식물인 황금을 비롯하여 신개념 건강식품 빌리브 웰니스푸드에 들어가는 복두 등 한대 지역의 천연물을 재배하고 있습니다. 또한 2011년에는 안중근 단지동맹비 공원을 농장내에 건립하여 민족의 애국심을 기리는 국제적인 사회공헌활동을 펼쳤습니다.
4. CHINA : 2000년 하이난에 현지법인 알로콥 차이나를 설립하고 2008년 농장 및 원료 생산공장을 완성했습니다. 알로콥 차이나는 중국, 인도네시아, 태국 등 동남아시아와 호주를 비롯한 오세아니아 시장을 공략하기 위한 거점으로, 앞으로 혁신적인 공법으로 생산한 제4세대 알로에를 통해 세계 알로에 시장을 선도할 것입니다.
5. KOREA : 국내 최초로 알로에 건강보조식품 제조에 성공을 거둔 유니베라는 40% 이상의 국내 알로에 건강기능식품 시장점유율을 차지하며 당당히 업계 선두를 지키고 있습니다. 전국적으로 400여 개의 대리점이 있으며, 2만 5천여명의 유포 (UP: Univera Planner)들이 활동하고 있습니다.
6. Malaysis : 동남아 건강기능식품 시장 진출을 위해 말레이시아에 직접판매 법인을 설립했습니다. 쿠알라룸푸르 근처 푸총(Puchong)시에 위치한 이 법인은 유니베라 말레이시아(Univera Malaysia Sdn. Bhd)이고 동남아시아 건강기능식품 및 화장품 시장에 진출, 글로벌 직접 판매 기업으로서 위상을 다져나갈 계획입니다.

## 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)네이처텍 49.96%, (주)남양이 45.05%를 소유하고 있으며, 상장되어 있지 않습니다. 주식총수는 15 만 5,000 주, 납입자본금은 15 억원입니다.

### 이사회의 구성

유니베라의 이사회는 회사의 최고 의사결정기구로서 대한민국 상법과 정관에 따라 사장을 포함한 상임이사(사내이사) 3 명과 비상임이사(사외이사) 1 명을 포함하여 총 4 명으로 구성되어 있으며, 감사 1 명이 있습니다. 이사회 의장은 에코넷 총괄사장이 맡고 있습니다.

### 사장의 추천·선정 및 경영실적 관리

대표이사인 사장은 비상임이사와 민간위원으로 구성된 사장추천위원회의 추천과 주주총회의 의결을 거쳐 선임되며, 사장추천위원회는 운영규정에 따라 공정한 후보 심사기준을 마련하여 후보자로부터 제출받은 경영계획서, 후보지원서 등에 근거하여 최종 후보자를 심사, 선정하여 주주총회에 추천하고 있습니다. 사장은 모회사 에코넷과 매년 경영계약을 체결하여 당해연도 이행실적에 대해 경영실적을 평가받고 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 집행하고 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 | 총괄사장      | (주)유니베라 대표이사 총괄사장, 에코넷 총괄사장, 한국건강기능식품협회 회장, (주)소프트뱅크 감사, 한국인권재단 이사, 세계경제포럼 차세대리더, 국제알로에기준심의협회(IASC) 회장                                    |
|       | 황규철 | 상무        | (주)남양 CSO, BFG투자자문(주) (상무) : 경영관리 및 마케팅, 한국투자신탁운용(주) AI운용본부, 한국투자신탁(주) 주식운용부 파생상품팀, 한국투자신탁(주) 운용지원부 선물옵션팀, 한국투자신탁(주) 조사부, 국민은행 국제영업부, 조사부 |
|       | 김교만 | 상무        | (주)유니베라 전략커뮤니케이션선본부장, 한국기자협회 감사, 한국기자협회기금 감사, 한국언론노동조합 감사, 문화일보 기자(정치·사회·산업·국제·북한·문화부)                                                    |
| 비상임이사 | 김석한 | 새턴투자자문대표  | HSBC증권 법인영업부 이사, 한국경제신문 먼데이머니 자문위원, 사립학교교원연금관리공단 자금운용소위원회 자문위원, 근로복지공단 기금운용위원회 자문위원, 영화진흥위원회 기금운용 소위 위원                                   |
| 감사    | 심호영 | (주)남양 부사장 | (주)남양 상무이사                                                                                                                                |

**【2012년 ~ 2015년 주요의결 사항】**

| 연 월  | 보고사항                                                                                 | 의결사항                                                                                                   |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2012 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2011년 사업현황</li> <li>● 2011년 추정손익</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2012년 사업계획 (조직, 제품·브랜드 경쟁력 강화)</li> <li>● 2012년 예산</li> </ul> |
| 2013 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2012년 사업현황</li> <li>● 2012년 추정손익</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2013년 사업계획 및 예산</li> <li>● 2013년 전략추진방향</li> </ul>            |
| 2014 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2013년 사업현황</li> <li>● 2013년 추정손익</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2014년 사업계획</li> <li>● 2014년 예산</li> </ul>                     |
| 2015 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2014년 사업현황</li> <li>● 2014년 추정손익</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2015년 사업계획</li> <li>● 2015년 예산</li> </ul>                     |

## 성장비전과 전략

### 유니베라 성장비전

유니베라는 지난 40년 동안 구축해온 핵심역량들을 재조명하여 온전한 건강과 웰니스를 지향하는 소비자들의 패러다임의 변화에 맞춰 시장을 주도할 수 있는 구조를 완성하는 데 전략의 핵심을 잡고 있습니다. 이는 효과적인 내부혁신전략을 통해 변화하는 소비자들의 필요와 욕구에 혁신적인 제품과 서비스를 지속적으로 제공할 수 있는 이해관계자 차원의 성장구조를 완성하자는 것입니다. 유니베라의 성장은 결코 수적인 성장이 아닙니다. 자연의 혜택을 좀 더 많은 인류에게 전하여 인간과 자연이 조화로운 세상을 만드는 데 기여하고자 하는 꿈을 공유하는 대리점, 유피(UP), 유니베라가 모두 지속가능한 성장을 목표로 하고 있습니다.

### 중장기 비전과 목표

|             |                                                                         |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 성공한 대리점     | 꿈을 실현 시켜줄 수 있는 행복한 비즈니스가 이루어지는 공간, 고객에게 웰니스 혜택을 더 많이 제공할 수 있는 유피(UP) 양성 |
| 역량있는 유피(UP) | 웰니스한 삶을 통해 고객의 건강과 아름다움을 설계해주며 행복한 삶을 함께하는 유피(UP)                       |
| 유니베라        | 웰니스 제품과 서비스로 국민의 삶의 질을 향상시키며 건강한 사회를 책임 지는 기업                           |

### 정량적 실적

(출고가 기준)

| 구분   | 2012     | 2013     | 2014     | 2015     |
|------|----------|----------|----------|----------|
| 재무실적 | 매출 827 억 | 매출 775 억 | 매출 776 억 | 매출 758 억 |

## 지속가능경영 이행

### 리스크 관리- 재무위험관리

기업 외부 환경의 변화로 인해 불확실성이 심화되는 경영환경에서 재무적 리스크가 경영성과에 미치는 영향에 대한 중요성을 인식하고, 전략적으로 대응하기 위해 내부적으로 재무 리스크를 분류하여 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 재무리스크에 적절히 대응하기 위해 시장환경변화에 대한 지속적인 모니터링과 리스크에 대한 정보공유를 통해 효율적이고 안정적인 경영환경을 만들고자 항상 노력하고 있습니다.

### 유니베라의 윤리경영

유니베라, 나아가 에코넷에서 윤리경영에 관심을 갖고 이를 실천하는 것은 첫째, 고객의 신뢰를 얻기 위해서입니다. 고객의 신뢰를 얻는 최선의 방법은 좋은 제품을 제공하는 것입니다. '자연의 혜택을 인류에게' 전하는 우리의 기술과 정성이 꼭 그렇습니다. 농장에서 가정까지, 우리 에코넷은 정직한 자연에서 최선의 원료를 채취하여 정당하고 적절한 생산 과정과 제조 과정을 거쳐 인류의 건강에 가장 적합한 제품을 전합니다. 말하자면 우리의 미션과 비전, 핵심가치의 정신이 곧 윤리 경영의 취지와 일치합니다.

둘째, 윤리 경영을 실천하는 이유는 윤리 경영이 곧 경영 전략이기 때문입니다. 윤리 경영을 통해 우리는 불필요한 낭비, 부적절한 지출, 불공정한 과정을 막을 수 있습니다. 그리하여 원가를 절감하고 최적의 경영합리화를 이룰 수 있습니다. 이는 단지 제품 생산에만 머물지 않고 인사, 영업, 연구 등 에코넷 기업 활동 전반과 관련되어 있습니다.

이에 2015 년 4 월에는 창립 39 주년을 맞이하여 가족사가 함께 에코넷 차원의 윤리경영을 선언했으며, 구성원들의 참여로 만든 윤리경영 실천약속을 지킬 것을 다짐했습니다.

### 윤리경영 서약서

상기 본인은 (주)유니베라에 근무하면서 자연의 혜택을 인류에게 전하여 건강하고 아름다운 세상을 만들고, 꿈을 함께하는 행복한 일터를 만들기 위해, 정직하고 투명하게 책임감 있는 자세로 윤리경영을 실천할 것을 서약합니다.

1. 자신의 직무를 성실히 수행하고 그에 반하는 행동을 하지 않겠습니다.
2. 구성원 간에 서로 존중하고, 혈연·학연·지연·성별 등의 이유로 차별하지 않겠습니다.
3. 부당한 업무지시나 청탁을 하지 않겠습니다.
4. 구성원 간에 금전거래 및 미풍양속을 저해하는 행위를 하거나 강요하지 않겠습니다.
5. 회사 공용물을 정당한 사유 없이 사적으로 이용하지 않겠습니다.
6. 회사 비용을 목적 이외의 용도로 부당하게 사용하지 않겠습니다.
7. 허위 문서나 정보를 생산·유포하지 않고, 업무상 취득한 정보를 무단으로 유출하지 않겠습니다.
8. 이해관계자로부터 금품·향응·접대를 주지도 받지도 않겠습니다.

9. 특정한 업체와 부당하게 거래하지 않겠습니다.
10. 윤리경영을 위반하는 내용을 알게 된 경우, 에코넷 윤리경영위원회에 신고하겠습니다.

#### **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. 재무팀(법무파트)과 커뮤니케이션팀(CS파트)을 중심으로 전사적인 준법시스템 실행을 위해 임직원들의 교육과 자율준수의식 향상을 위한 예방활동을 실시하고 있습니다.

#### **명절선물 안 주고 안 받기 운동**

2003년부터 유니베라는 윤리경영의 일환으로 '선물 안주고 안받기 운동' 등 설, 추석 등의 명절에 협력사 선물 수취를 근본적으로 금지하고 있습니다. 부득이하게 접수된 선물은 아동보육시설인 성애원에 기증하고 있습니다.

#### **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 경제적 의사결정을 진행할 수 있도록, 신뢰성 높은 정보 제공을 목표로 효과적인 내부회계관리제도를 운영하고 있습니다.

## UN글로벌콤팩트 가입

유니베라는 2008년 12월, UN글로벌콤팩트(UN Global Compact, UNGC)에 가입하였습니다. UNGC는 기업의 사회적 책임 실천을 활성화하기 위해 2000년 코피 아난 전 UN총장이 제안한 국제협약으로 인권·노동·환경·반부패의 4개 분야 10대 원칙으로 구성되어 있으며, 전 세계적으로 6,200여 개의 기업과 단체가 참여하고 있습니다. 유니베라는 UNGC 가입을 통해 글로벌 기업으로서 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다. . 지금 보고 계신 이 보고서는 UN글로벌콤팩트 10대 원칙을 준수하기 위한 지난 2년 동안의 실적과 앞으로의 계획을 보고하는 COP(Communication On Progress) 역할도 수행합니다. 유니베라는 2008년 12월 UN글로벌콤팩트에 가입했으며 앞으로도 매년 COP를 공개할 예정입니다.



# 유니베라의 UN글로벌콤팩트 실천

## 유니베라의 UN글로벌콤팩트 실천사항

| 분류  | 원칙                                            | 규정                                                    | 2009년~2013년 성과                                                   |
|-----|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 인권  | 1. 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.             | 인권보호<br><a href="#">노사협의회 규정</a>                      | 인권통합경영 선포<br>40대 남성인권 지원사업                                       |
|     | 2. 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.                | 인권 침해<br><a href="#">협력회사 평가 항목</a>                   | 협력사 대상 정기 평가                                                     |
| 노동  | 3. 우리는 결사의 자유와 단체 교섭 권리를 보장한다.                | 결사 자유<br><a href="#">노사협의회 규정</a>                     | 노사협의회(영보드) 정기 및 수시 모임 개최                                         |
|     | 4. 우리는 모든 형태의 강제노동을 배제한다.                     | 강제노동금지<br><a href="#">취업규칙 제2장 채용</a>                 | 임산부 보건상 유해 위험한 사업 배치 금지                                          |
|     | 5. 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.                      | 아동노동 금지<br><a href="#">취업규칙 제2장 채용</a>                | 18세 미만 사원 없음                                                     |
|     | 6. 우리는 고용 및 업무상 차별을 근절한다.                     | 차별 금지<br><a href="#">취업규칙 제12장</a>                    | 성희롱예방교육<br>여성비율(41%)                                             |
| 환경  | 7. 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.                 | 환경 예방<br><a href="#">환경경영방침 1항 연구개발원칙[안전성]</a>        | 친환경 패키지 제품 출시<br>베라스파 100% 천연펄프 패키지 사용                           |
|     | 8. 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는 데 앞장선다.               | 환경 책임<br><a href="#">환경경영방침 2항 연구개발원칙[지속가능성]</a>      | 그린 오피스 캠페인<br>아나바다 장터<br>그린 IT                                   |
|     | 9. 우리는 환경친화적인 기술개발 및 확산을 지원한다.                | 환경 친화<br><a href="#">환경경영방침 4항 연구개발원칙[안전성][지속가능성]</a> | 빌리브 웰니스푸드 런칭<br>제품개발 원칙준수<br>천연화장품 자체사용금지 품목 지정(30여개 NO-NO List) |
| 반부패 | 10. 우리는 부당취득 및 뇌물 등의 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다. | 반부패<br><a href="#">취업규칙 제11장 윤리경영 실천약속</a>            | 명절선물 안 주고 안 받기 운동<br>공정거래 및 준법준수                                 |

## 경제 DMA (Disclosure on Management Approach)

| <b>비전 및 전략방향</b>                        | <p>유니베라는 2018년까지 매출 1,000억 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>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |        |        |          |      |          |      |     |        |        |        |     |        |        |        |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |      |       |       |       |       |              |      |      |      |               |      |      |      |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|----------|------|----------|------|-----|--------|--------|--------|-----|--------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|--------------|------|------|------|---------------|------|------|------|
| <b>중대성 평가 최상위 이슈</b><br><br><b>주요성과</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 재무성과 창출</li> <li>• 균형적인 경제가치 분배</li> <li>• 미래성장동력 확보를 위한 혁신경영</li> <li>• 미래성장동력 확보를 위한 제품개발 혁신으로 큐매트릭스 액티브알로에 13년 연속 세계 일류상품 선정</li> <li>• 매출액과 순이익 75,820백만원, 5,416백만원을 기록(2015년 추정치)</li> <li>• 주요재무성과 (단위:백만원)</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">구분</th> <th style="width: 40%;">항목</th> <th style="width: 15%;">2013</th> <th style="width: 15%;">2014</th> <th style="width: 20%;">2015(추정)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">재무성과</td> <td>총자산</td> <td style="text-align: right;">72,426</td> <td style="text-align: right;">78,584</td> <td style="text-align: right;">87,949</td> </tr> <tr> <td>매출액</td> <td style="text-align: right;">77,556</td> <td style="text-align: right;">77,674</td> <td style="text-align: right;">75,820</td> </tr> <tr> <td>당기순이익</td> <td style="text-align: right;">5,353</td> <td style="text-align: right;">1,833</td> <td style="text-align: right;">5,416</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">주요지표</td> <td>부채비율</td> <td style="text-align: right;">43.8</td> <td style="text-align: right;">43.2</td> <td style="text-align: right;">46.8</td> </tr> <tr> <td>유동비율</td> <td style="text-align: right;">129.1</td> <td style="text-align: right;">97.5</td> <td style="text-align: right;">42.9</td> </tr> <tr> <td>당기순이익</td> <td style="text-align: right;">5,353</td> <td style="text-align: right;">1,833</td> <td style="text-align: right;">5,416</td> </tr> <tr> <td>총자산순이익률(ROA)</td> <td style="text-align: right;">7.39</td> <td style="text-align: right;">2.33</td> <td style="text-align: right;">6.16</td> </tr> <tr> <td>자기자본순이익률(ROE)</td> <td style="text-align: right;">10.6</td> <td style="text-align: right;">3.34</td> <td style="text-align: right;">9.04</td> </tr> </tbody> </table> | 구분     | 항목     | 2013     | 2014 | 2015(추정) | 재무성과 | 총자산 | 72,426 | 78,584 | 87,949 | 매출액 | 77,556 | 77,674 | 75,820 | 당기순이익 | 5,353 | 1,833 | 5,416 | 주요지표 | 부채비율 | 43.8 | 43.2 | 46.8 | 유동비율 | 129.1 | 97.5 | 42.9 | 당기순이익 | 5,353 | 1,833 | 5,416 | 총자산순이익률(ROA) | 7.39 | 2.33 | 6.16 | 자기자본순이익률(ROE) | 10.6 | 3.34 | 9.04 |
| 구분                                      | 항목                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2013   | 2014   | 2015(추정) |      |          |      |     |        |        |        |     |        |        |        |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |      |       |       |       |       |              |      |      |      |               |      |      |      |
| 재무성과                                    | 총자산                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 72,426 | 78,584 | 87,949   |      |          |      |     |        |        |        |     |        |        |        |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |      |       |       |       |       |              |      |      |      |               |      |      |      |
|                                         | 매출액                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 77,556 | 77,674 | 75,820   |      |          |      |     |        |        |        |     |        |        |        |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |      |       |       |       |       |              |      |      |      |               |      |      |      |
|                                         | 당기순이익                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 5,353  | 1,833  | 5,416    |      |          |      |     |        |        |        |     |        |        |        |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |      |       |       |       |       |              |      |      |      |               |      |      |      |
| 주요지표                                    | 부채비율                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 43.8   | 43.2   | 46.8     |      |          |      |     |        |        |        |     |        |        |        |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |      |       |       |       |       |              |      |      |      |               |      |      |      |
|                                         | 유동비율                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 129.1  | 97.5   | 42.9     |      |          |      |     |        |        |        |     |        |        |        |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |      |       |       |       |       |              |      |      |      |               |      |      |      |
|                                         | 당기순이익                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 5,353  | 1,833  | 5,416    |      |          |      |     |        |        |        |     |        |        |        |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |      |       |       |       |       |              |      |      |      |               |      |      |      |
|                                         | 총자산순이익률(ROA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 7.39   | 2.33   | 6.16     |      |          |      |     |        |        |        |     |        |        |        |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |      |       |       |       |       |              |      |      |      |               |      |      |      |
|                                         | 자기자본순이익률(ROE)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 10.6   | 3.34   | 9.04     |      |          |      |     |        |        |        |     |        |        |        |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |      |       |       |       |       |              |      |      |      |               |      |      |      |
| <b>도전과제</b>                             | <p><b>천연물 웰니스 기업을 향한 기업브랜드 이미지 구축</b></p> <p>유니베라는 천연물 웰니스 기업으로 나아가고자 2006년 사명을 변경하였습니다. 알로에 시장 리딩 기업으로서의 확고한 발판을 바탕으로 천연물 웰니스 시장의 최고 기업이 되고자 새로운 선택을 하게 되었습니다. 유니베라만의 차별화 된 에코넷 시스템과 브랜드 경쟁력 강화 전략을 통해 천연물 웰니스 기업으로 발돋움 하겠습니다.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |        |        |          |      |          |      |     |        |        |        |     |        |        |        |       |       |       |       |      |      |      |      |      |      |       |      |      |       |       |       |       |              |      |      |      |               |      |      |      |

## 경제적 가치 창출과 분배

### 경제성과요약

유니베라는 글로벌 금융위기에 따른 경기침체에도 불구하고 기업이미지 향상과 브랜드 홍보를 위한 TV광고를 비롯한 각종 내외부 커뮤니케이션을 진행했고, 끊임없는 R&D 연구활동을 통해 신제품을 출시하고 글로벌경쟁력을 키우는데 노력하고 있습니다. 2015년에는 매출액 75,820백만원, 순이익은 5,416백만원을 달성하였습니다. 2014년부터는 신제도 UMS 정착, UP 육성 프로그램 강화, 웰니스 브랜드 활동 강화를 통해 외형적인 성장과 웰니스 기업으로의 위상을 다지고 있습니다.

### 요약 대차대조표 (단위:백만원)

| 항목         | 2013   | 2014   | 2015(추정) |
|------------|--------|--------|----------|
| 유동자산       | 20,070 | 16,507 | 9,028    |
| 비유동자산      | 52,356 | 62,077 | 78,922   |
| 자산총계       | 72,426 | 78,584 | 87,949   |
| 유동부채       | 15,544 | 16,928 | 21,022   |
| 부채총계       | 22,070 | 23,719 | 28,053   |
| 자본금        | 1,550  | 1,550  | 1,550    |
| 자본잉여금      | 3,777  | 3,777  | 3,777    |
| 기타포괄손익누계액  | 4,388  | 7,063  | 6,677    |
| 이익잉여금(결손금) | 40,641 | 42,475 | 47,891   |
| 자본총계       | 50,356 | 54,865 | 59,896   |
| 부채와자본총계    | 72,426 | 78,584 | 87,949   |

### 요약손익계산서(단위:백만원)

| 항목          | 2013   | 2014   | 2015(추정) |
|-------------|--------|--------|----------|
| 매출액         | 77,556 | 77,674 | 75,820   |
| 매출원가        | 34,040 | 31,939 | 31,624   |
| 매출총이익       | 23,455 | 25,365 | 24,093   |
| 판매비와관리비     | 18,409 | 19,764 | 19,110   |
| 영업이익        | 5,047  | 5,601  | 4,983    |
| 영업외수익       | 3,024  | 2,341  | 2,567    |
| 영업외비용       | 1,930  | 3,051  | 1,062    |
| 법인세비용차감전순이익 | 6,141  | 4,892  | 6,488    |
| 법인세비용       | 757    | 3058   | 1,072    |
| 당기순이익       | 5,383  | 1,834  | 5,416    |



## 분배된경제적가치

(단위:백만원)

| 분배대상  | 분류          | 2013   | 2014   | 2015(추정) |       |
|-------|-------------|--------|--------|----------|-------|
|       |             |        |        | 금액       | 비율    |
| 주주    | 배당금         | 0      | 0      | 0        |       |
| 사원    | 급여와복리후생비등   | 6,644  | 7,031  | 6,864    | 9.05% |
| 협력회사* | 재화와서비스구매비용등 | 40,645 | 43,316 | 43,870   | 57.9% |
| 지역사회  | 정부          | 757    | 3,058  | 1,072    | 1.41% |
|       | 지역사회.고객     | 237    | 920    | 408      | 0.54% |
| 사내유보  | 사내유보증감      | 5,383  | 1,834  | 5,416    | 7.14% |
| 총수익   |             | 77,556 | 77,674 | 75,820   | 100%  |

<보고기준>

\*협력회사재화와서비스를제공하는파트너에지급한구매비용을기준으로산출하였습니다.

\*\*사회공헌활동:정부와시민단체등의협력을통해지역사회에기여한기금을기준으로산출하였습니다.

# 혁신경영

## 작성본문

### 혁신경영

|             |                                   |
|-------------|-----------------------------------|
| 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<br>(Efficacy)         | 주요제품은 반드시 과학적으로 기능이 검증된 제품만을 개발한다.              | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 제품의 기능성에 대한 인체시험 결과를 확보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강기능식품: 개별인증</li> <li>- 화장품: 기능성 인증</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                                                                             |
|                           | 우리는 천연물 과학전문회사로, 주요한 원료는 반드시 우리가 직접 표준화하고 특화한다. | <ul style="list-style-type: none"> <li>· ECONET pipeline 소재의 우선 사용</li> <li>· 자사 주도의 virtual lab project (아웃소싱 연구/외부 개발 소재 도입)을 통한 개발 활동 강화</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 안전성<br>(Safety)           | 모든 사용 원료에 관하여 사전에 안전성을 검증한다.                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 불가피하게 화학합성원료를 사용해야 하는 경우 반드시 충분한 안전성 자료가 확보되어야 하며 대체 천연 원료에 대한 연구를 강화하여 천연원료로 전환하도록 노력함</li> <li>· 모든 사용 원료 및 부자재에 관한 사전 품질관리를 강화함                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ECONET pipeline 소재의 3G(GMP, GAP, GRAS) 확보를 추구</li> <li>- 사전 품질관리 및 배제 시스템을 구축</li> <li>- 화장품 원료 사용에 대한 Don't use list를 작성하여 단계별 적용계획</li> </ul> </li> </ul> |
| 지속가능성<br>(Sustainability) | 원료와 포장재는 환경의 지속가능성을 최대한 고려하여 개발한다.              | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 원료 및 포장재의 환경 지속가능성을 평가지수로 관리하며 단계별 개선계획을 수립                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 친환경적 생산공정기술 적용 원료여부 관리</li> <li>- 친환경적 원료 채취 여부 관리</li> <li>- 분리수거를 통한 재활용 가능한 포장재 사용 관리</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                    |

## 2. 지속적인 연구개발

유니베라는 1993년부터 현재까지 24년간 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 당대사 조절기능이 밝혀냈으며, 관련 임상시험이 진행 중에 있습니다.

또한 알로에 이외의 천연물연구 과제를 통해 대장 염증 개선에 효과적인 FCH추출물의 효능을 입증하여 장건강제품에 적용하였으며, 인지능 개선에 효과가 탁월한 FBH추출물을 발견하였습니다.

유니베라는 2010년부터 제4기 CAP프로젝트를 다시 출범하여 그간의 연구결과를 토대로 제품후보 소재를 도출하여 제품화하는 작업을 꾸준히 이어 나가고 있습니다. 특히 새로 도입된 PMS 체계를 통해 연구개발 과제를 NPR과제로서 체계적으로 관리함으로써 연구개발을 보다 효과적으로 추진할 수 있는 체계를 시작하였습니다. 이를 통해 2010년 이후 총 22건의 NPR 과제가 개시되었고, 이 중 11건이 이미 완료되어 신제품 개발 또는 제품 혁신에 적용되었습니다. NPR 과제 운영의 주요 성과로는 신제품 빌리브, W-389 등의 신제품 개발과 FGR 등 인체적용시험 연구, 레벨지 프로그램 개발 등이 있습니다. 2014년부터 제5기가 시작되어 면역질환에 대한 알로에 효능연구 및 관절건강, 혈행개선 물질의 인체적용시험이 진행되고 있습니다.

### <CAP 프로젝트 연구 성과 현황>

| 구분   | CAP 2기(2002-2005)          | CAP 3기(2006-2009)          | CAP 4기(2010-2013) | CAP 5기(2014-2015)             |
|------|----------------------------|----------------------------|-------------------|-------------------------------|
| 과제수  | 7건                         | 10건                        | 14건               | 7건                            |
| 특허수  | 2건                         | 7건                         | 2건                | (진행중)                         |
| 논문발표 | 3건                         | 6건                         | 6건-               | 1건 (진행중)                      |
| 기타   | 연구업적집(영문) 발간<br>국제 심포지엄 2회 | 국제천연물심포지엄<br>(ISANP) 개최 2회 | CAP20주년 심포지움      | 유니베라 40주년<br>CAP 심포지움(2016예정) |

## 혁신적인 제조공법 개발

유니베라는 천연상태의 알로에가 가진 효능을 그대로 유지, 보존하여 고객에게 전달하도록 알로에의 유효성분에 대한 연구에 전력을 다하였고, 숯한 시행착오 끝에 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 이뤄져야합니다.

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

유니베라는 2세대 공법이라 불리는 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 유니베라만의 혁신적이고 차별화된 제조방법으로 유니베라 알로에의 가치를 한층 더 높여 주게 되었습니다.

2008년에 개발된 Qmatrix공법은 기존의 혁신적인 공정 들의 집합체인 4세대 알로에 공법이라 불리고 있습니다.

Qmatrix 공법은 한 가지의 집약된 기술과 설비가 아닌, TTS, PAD, RWD(Refractance Window Drying System) 건조 공정의 조합된 기술로 알로에 유효성분을 선택적으로 극대화 하게 되며 그 결과 생리활성도가 높은 중간 다당체의 함량을 극대화 시킬 수 있는 공법입니다. 이 같은 공법이 적지 않은 비용을 발생시키지만 '자연의 혜택을 인류에게' 기업철학을 실현하기 위해 고난이도의 공법을 고수하고 있습니다.

오늘날 유니베라가 세계 알로에 원료시장을 주도하는 이유는 남들이 시도 하지 않은 일에 뛰어들어 끊임없이 연구하고 혁신해 온 과학적 개척정신의 결과입니다.

### 알로에 제조 공법의 변화

- 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 - MAP테크놀로지 -> 39년 알로에 농사의 노하우인 MAX-P 농법과 MAP공법이 합쳐진 유니베라만의 독자적인 기술. 5세대 알로에는 생초 대비 30배의 면역력 증진 효능을 지녔다.

# 자연에서 건강을 찾는 웰니스 시장으로의 진출과 확장

## 알로엑스골드 MAX - P

### 국내 최대 면역다당체 1일 300mg 함유

건강의 기초는 면역력. 생활습관이나 식습관 개선 등과 더불어 면역력을 지키기 위한 가장 효과적인 방법은 바로 알로에의 면역다당체를 섭취하는 것이다. 유니베라는 38년간 의 알로에 재배 노하우와 알로에 가공 테크놀로지를 토대로 알로에 면역다당체 함량이 극대화된 알로엑스골드 맥스피(MAX-P)를 개발했다. 이로써 면역다당체 1일 섭취 기준 국내 최고인 300mg을 섭취할 수 있어 면역력을 보다 완벽하게 지킬 수 있게 되었다.

## 웰니스 코치 및 관리 시스템 구축

### 전문 인력 육성 및 웰니스 서비스 실시

유니베라는 단순히 제품을 고객에 판매하는 것이 아니라 고객들이 웰니스 라이프를 실천할 수 있도록 캠페인을 주도하고 있습니다. 바쁘고 각박한 현대의 생활 속에서 건강을 지속하는데 관심을 가진 고객들에게 그들의 라이프 스타일에 맞게 맞춤형 프로그램을 제공하는 웰니스 캠페인을 진행하고 있으며 이를 위해 새롭게 웰니스 코치 교육 코스를 마련하고 전문 인력을 양성하고 있습니다. 특히 현대인들의 잘못된 식습관 상태를 진단하고 솔루션을 제공할 수 있도록 웰니스 코치 전문 강의 시스템으로 교육시키고 있습니다.

## 리니시에

### 천연 약용 식물의 스킨 힐링 브랜드

리니시에는 유니베라의 독자적인 천연물 데이터베이스인 파이토로직스에서 찾은 천연성분을 이용해 피부 힐링(Healing Skin Program)을 실현하는 고기능성 화장품 브랜드입니다. 2011년에 출시한 전문 미백 케어 라인 W389와 2013년에 출시한 전문 보습 케어 라인 리니시에 M40X가 고객들의 좋은 반응을 얻고 있습니다. 특히 2014년 9월에 출시한 안티에이징 라인 A202가 주목을 받고 있습니다. A202는 생기 넘치는 피부와 활력에 근원이 되는 202가지 바이탈 코드를 케어하여 피부를 생기있고 활력있게 가꾸어 주는 주름개선 기능성 화장품입니다.

## 힐탑가든

### 자연이 간직한 근원적 힘과 지혜를 담은 자연주의 스킨케어 브랜드

힐탑가든은 1939년 최초로 알로에를 상업적으로 재배한 농장으로, 알로에 재배의 발원지이자 여기서 생산된 알로에 베라 겔이 화장품 원료로 처음 사용된 의미가 깊은 곳입니다. 그래서 브랜드 네임도 '정성을 다해 직접 재배한 베이비 알로에로 고객의 피부를 건강하게 책임지겠다'는 제품의 컨셉을 가장 잘 표현하는 '힐탑가든'으로 정했습니다. 유니베라는 베이비 알로에의 효능을 연구, 개발하여 국내 특허 및 국제PCT(Patent Cooperation Treaty 특허협력조약)를 출원한 상태입니다.

## 베라스파

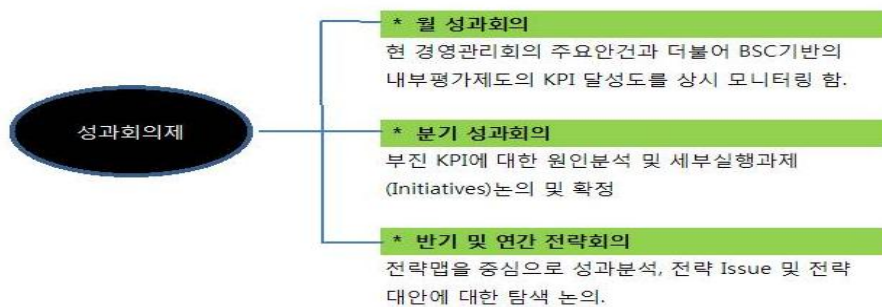
### **친환경 퍼스널케어 시장에 진출**

2009년 4월 출시된 제품으로, 신체 부위별 특징에 맞춘 퍼스널케어 제품라인입니다. 피부 보습과 세포 재생에 뛰어난 유니베라의 알로에를 베이스로 동물성 원료와 광물성 오일은 일체 배제하고 천연에서 찾은 원료로만 만들어서 온 가족이 안심하고 사용할 수 있는 제품입니다. 또한 100% 천연펄프 재생지를 사용하고 포장지를 최소화하여 출시된 유니베라의 첫 친환경 제품입니다.

## 관리 혁신

### 경영혁신 BSC(Balanced score card)

유니베라는 2003년 경영혁신을 목적으로 BSC를 도입하였습니다. 당시 정부나 공공기관에서 도입했던 BSC를 도입을 통해 전략운영체계 및 위험관리 능력을 향상시키고 대리점 운영시스템인 UCS를 도입, 전략 경영, 공유, 인사평가, 보상 등의 유기적 연결을 통해 선진적 경영 시스템을 구축했습니다. 이러한 기업 전반을 아우르는 경영 시스템 구축과 운영은 기업 경영간 유기적 연결을 보다 강화하는 토대 역할을 하고 있습니다. BSC 운영 활성화를 위해 사내 회의체를 성과점검 위주의 경영전략회의로 운영함으로써 전략적 성과의 주기적 모니터링을 통해 경영 효율성 및 전략실행력을 지속적으로 강화시켜 나가고 있습니다. 성과회의를 토해 전략성과(KPI)별 목표수준, 실적, 차이원인 분석 및 개선대책 등을 성과회의 전에 작성해 사전 검토케 함으로써 회의석상에서 부진원인 분석과 전략대안에 집중할 수 있게 되었습니다. 매월, 분기별로 실시되는 성과회의를 통해 예외 사항 중심보고, KPI에 대한 원인분석 및 성과변동에 대한 주요 이슈 논의, 대안 도출 및 부문별 협조사항 공유, 기존의 전략적 가정(인과관계, 목표수준)에 대한 재검토가 이루어지고 있습니다.



[표2] 성과회의 운영기준

### PMS(Project Management System) 구축

2010년 6월부터 유니베라와 네이처텍은 주요전략과제에 해당하는 프로젝트의 진행과 결과 관리를 위해 PMS 시스템을 구축하기 시작했습니다. 2010년 8월, 시스템 구축을 완료하고 개별 프로젝트마다 등록하고 관리하게 되었습니다. PMS는 프로젝트 관리의 문제점을 혁신하기 위한 수단으로써, 특히 유니베라와 네이처텍이 협업하는 제품개발 프로세스로 표준 업무 프로세스와 의사결정 체계, 프로젝트 론칭 전 제품사양확정, 결과물 관리 등을 정의하고 관리해 나가고 있습니다. 이 시스템을 구축함으로써 프로젝트는 시작 전에 반드시 과제선정과정을 거쳐야 하고 시장성, 기술적인 역량, 기존제품과의 관계, 자사 포트폴리오의 타당성 등을 검토해야 합니다. 그리고 프로젝트 과정 중에 일어나는 이슈를 신속하고 정확하게 파악하여 대처할 수 있게 되었습니다. 프로젝트 결과물은 DB로 관리함으로써 향후 비슷한 유형의 프로젝트를 수행할 때 활용하여 위험을 줄일 수 있습니다.

### 지식경영 시스템 체계 구축

유니베라는 영업업무자동화, 지식경영, 경영정보시스템을 동시에 구현할 수 있는 통합시스템인 지

식경영시스템을 구축했습니다. 정보, 지식관리, 일정관리 등이 하나의 시스템으로 통합 관리되면서, 업무 효율 증대와 비용절감 및 지식경영의 새로운 전기를 맞이할 것으로 예상하고 있습니다.

## **물류혁신**

### **유니베라 물류센터**

2007년 11월 충북 진천에 문을 연 유니베라 물류센터는 동북아 지역의 수출입 물류 유치 및 물류 가공으로 고부가가치 물류 사업을 수행하기 위해 건립되었습니다. '원료재배-연구개발-생산-마케팅'의 수직 계열화 된 기업 네트워크인 에코넷(ECONET) 경영 시스템을 유기적으로 잇는 물류 허브로서의 기능을 담당하고 있습니다. 특히 본격적인 생산라인이 가동중인 하이난 공장과 동남아 중심의 아시아권 시장을 위한 집하 기지의 역할을 수행하고 있습니다. 건강기능식품업계 최초로 CCM을 (Consumer Centered Management) 도입한 유니베라는 한층 강화된 물류 역량을 토대로 공급과 반품 처리를 보다 신속하게 처리할 수 있게 되어 고객 만족도 향상에도 긍정적인 영향을 끼치고 있습니다.

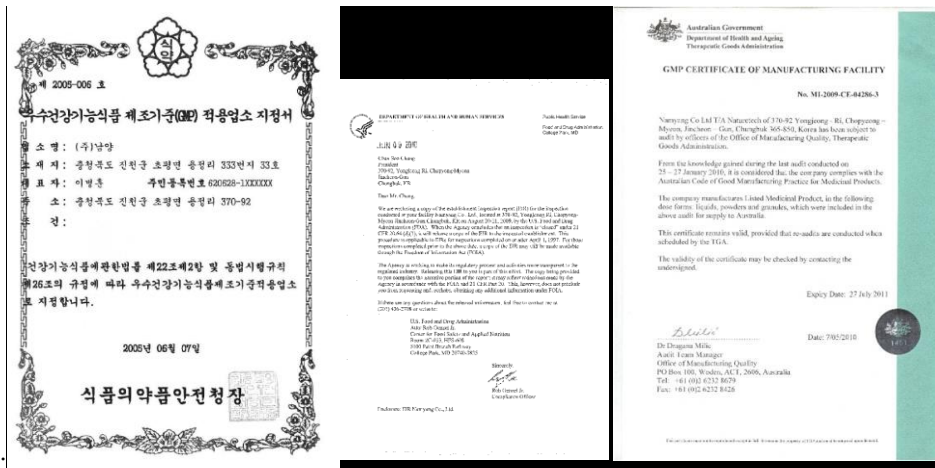


# Special Report 에코넷의 글로벌 혁신 성과

큐매트릭스 액티브 알로에의 우수성을 국제인증 GMP, GRAS를 통하여 인정을 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

**GMP**는 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
  - KFDA(한국) 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 공동연

구로 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 인증 획득

2010년 네이처텍 TGA(호주) 인증 획득,

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

2015년 유니베라 알로에 산업통상자원부 세계일류상품 13년 연속 선정

## 사회 DMA

| 이해관계자 분류 | 비전               | 중요성 평가<br>최상위 이슈                                                                                              | 주요성과                                                                                                                         | 도전과제                                                                                              |
|----------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 임직원      | 꿈을 함께하는 행복한 일터   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 인권통합경영</li> <li>● 복지정책</li> <li>● 공정한 보상</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 종교,나이,성별, 학벌에 따른 차별 금지</li> <li>● 100% 정규직 근무</li> <li>● 여성비율 41%,</li> </ul>       | 인권경영원칙 제정 및 공표 임직원 교육                                                                             |
| 대리점      | 꿈을 함께하는 행복한 일터   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 건강한 수익구조 창출</li> <li>● 복지향상</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>● UPS 제도 활성으로 인한 조직확대</li> <li>● 웰니스 코치 양성</li> </ul>                                 | 우수 UP 확대                                                                                          |
| 고객       | 고객의 소리에 귀기울이는 기업 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 고객의소리 체계적 관리</li> <li>● 모든 단위 업무의 고객지향성 확보</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>● CCM 인증 유지</li> <li>● 고객불만처리내용 만족도 4,2(5 점척도)</li> </ul>                             | 고객지향적 제품개발 및 불만 처리                                                                                |
| 협력사      | 동반성장 및 상생모델 구축   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 쌍방향 커뮤니케이션 채널 구축</li> <li>● 공정한 선정 및 평가</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 품질 지속 향상</li> </ul>                                                                 | 벤더 평가 시스템 재구축                                                                                     |
| 지역사회     | 사랑하는 기업          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 사회공헌을 통한 기업철학 실천</li> <li>● 건강테마사업의 실시</li> <li>● 참여와 선순환</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 9차 유니베라나눔캠페인 운영</li> <li>● 힐링요의 기적 캠페인, 전세계 약 300 만명 이상의 아이에게 생명의 비타민 전달</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 사회 소외계층을 위한 효율적 사회공헌 사업</li> <li>● 비영리단체 파트너십</li> </ul> |

## 임직원

### 기업문화 - 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.

### 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 2015년 말을 기준으로 전체 임직원의 중 약 5%가 비정규직으로 근무하고 있습니다.

| 구분    | 정규직  | 계약직 | 총계   |
|-------|------|-----|------|
| 인원(명) | 115명 | 7명  | 122명 |
| 구성(%) | 94%  | 6%  | 100% |

#### 강제노동과 아동노동 예방

유니베라의 월평균 근무시간은 160시간입니다. 주5일 근무를 원칙으로 하고 있으며 연장근무나 휴일근무를 위해서는 항상 근무자와 소속부서장이 사전 합의를 받도록 합니다. 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. 법규 위반으로 부과된 벌금액과 비금전 제재 건수가 창업이래 단 한차례도 없었습니다.

### 여성 인력 개발과 권리 보호

유니베라는 여성비율이 41%입니다.(2015년 기준) 남녀고용 평등법과 남녀 차별 금지 및 규제에 관한 법률 등 관련 법규를 준수하고 있으며, 채용이나 승진에 성별의 차별이 없고, 향후 평가에 의해 차등적으로 인상됩니다.

| 본부        | 남          | 여          | 계           |
|-----------|------------|------------|-------------|
| 웰니스사업총괄   | 40명        | 17명        | 57명         |
| 웰니스연구소    | 2명         | 5명         | 7명          |
| 경영지원본부    | 13명        | 4명         | 17명         |
| 전략기획본부    | 9명         | 8명         | 17명         |
| 마케팅본부     | 7명         | 16명        | 23명         |
| <b>총계</b> | <b>71명</b> | <b>50명</b> | <b>121명</b> |
| <b>구성</b> | <b>59%</b> | <b>41%</b> | <b>100%</b> |

### 성희롱 예방 교육 및 모성보호

유니베라는 직장 내 성폭력을 예방하고 안전한 근무환경을 예방교육을 매년 1회 이상 실시하고 있습니다. 그리고 직장생활에 있어 여성들을 배려하기 위해 여성휴게실 운영(모유수유 관련 물품 지원), 모성보호 출산장려금, 돌잔치 경조금 등 여성들이 안정된 직장생활을 할 수 있는 제도적 지원을 아끼지 않고 있습니다.

### 가족친화우수기업 인증 획득

가족친화우수기업 인증은 일과 가정을 조화롭게 양립할 수 있는 가족친화 직장문화 조성을 통해 근로자와 가족의 삶의 질을 높이고, 관련제도를 모범적으로 운영하고 있는 기업에 대해 여성가족부가 인증을 부여하는 제도입니다.

유니베라는 직원을 존중하며 복지를 증진하기 위해 다양한 제도와 프로그램을 지속적으로 시행해 온 결과 2014년 가족친화우수기업 인증을 획득하였습니다.

## 안전보건

### 직원 건강증진 프로그램 운영

유니베라는 다양한 건강증진 프로그램을 운영하여 직원 및 가족에 대한 정기검진을 지원함으로써, 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 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.



**√ 전 직원 중 여성 직원의 비율**

: 전 직원의 41%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 3일 100% 지원. 여성은 육아 휴가 1개월~1년까지 자유롭게 신청이 가능함. 자녀 출산 시 10만원 지급, 돌 시 10만원 지급. 유치원생 자녀의 교육비 지급.(분기별 30만 원/ 입학금 별도 지원)

**2. 근로자 가족 지원:** 본사 임직원과 대리점 직원 자녀 대상 꿈나무 캠프 연 2회 개최, 중고등학교 등록금 분기별 50만 원 지원, 대학교 학기별 3백만 원 지원(입학금 별도 지원)

## 노동

### 노동조합 현황

유니베라는 노-사 간의 원활한 의사소통을 위해서 영보드를 운영하고 있습니다. 영보드는 회사 안에 좋은 활력소를 불어넣어 유니베라다운 즐거운 일터문화를 만들어가며 우리의 핵심가치를 몸소 실천하는 조직입니다. 구성원들의 아이디어, 건의사항을 제안하고 실현시키며 보다 원활한 소통이 이루어지도록 돕습니다.

노사간 가치공유를 위한 다양한 프로그램을 통해 파트너십을 향상시키며, 이러한 노력을 통해 직원들의 창의적인 잠재력을 이끌어내고 다양한 의견을 수용하여 개방적이고 혁신적이며 변화를 지향하는 기업풍토를 조성할 수 있습니다. 자연스럽게 투명경영과 윤리경영을 이끌어 궁극적으로는 직원 모두가 마음껏 일할 수 있는, 꿈을 함께하는 행복한 일터를 조성하고 있습니다.

### 소통의 기업문화- 영보드 운영



#### <운영원칙>

- 구성원 요건 및 임기: 대리급 이하 사원, 임기는 1년(연임가능)
- 구성원 선발: 소속팀장/본부장 추천 또는 자기추천에 의한 선발
- 영보드는 노사협의회 기능 및 정책결정에 있어 중요한 변수나 아이디어, 건의사항을 발굴, 제안
- 월별/분기별 정기모임

## 임직원 만족도 조사

임직원 회사 만족도 조사는 2010년부터 지주회사인 에코넷이 주관이 되어 각 계열사를 대상으로 연 1회 실시하고 있습니다. 2015년도에도 조사를 했으며, 설문은 서번트리더십, 신뢰, 일, 구성원, 공식/비공식 조직, 리더십, 회복탄력성, 조직몰입, 재직의도 등에 관한 57개 문항으로 이루어져 있습니다. 유니베라 임직원의 만족도는 평균 3.88점 (조직몰입도)으로 조사되었으며, 유니베라는 이를 활용하여, 조직문화개선을 위한 계획 수립에 반영하고 있습니다.

| 만족도        | 2013년 | 2014년 | 2015년       |
|------------|-------|-------|-------------|
| 일(전반) 만족   | 3.34  | 3.40  | <b>3.13</b> |
| 구성원(동료) 만족 | 3.83  | 3.88  | <b>3.85</b> |
| 리더십 만족     | 3.48  | 3.50  | <b>3.66</b> |

## 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   |        |
|------|-------|--------|-------|-------|--------|--------|
| 2013 | 6.6 년 | 35.9 세 | 남 66% | 여 34% | 미혼 37% | 기혼 63% |
| 2014 | 6.2 년 | 36.3 세 | 남 70% | 여 30% | 미혼 42% | 기혼 58% |
| 2015 | 6.8 년 | 37.1 세 | 남 59% | 여 41% | 미혼 36% | 기혼 64% |

## 다양한 복리후생

생일을 맞은 임직원들에게 생일 선물과 축하 메시지를 담은 풍선을 전달해 주며, 매월 1회 진행하는 전직원 미팅에서 생일자를 소개하고, 전직원이 이용하는 엘리베이터에 생일자 안내문을 부착합니다.

1인 20만원의 활동비용과 함께 사내 다양한 동호회 활동을 지원하고 있으며, 2015년에는 탁구, 농구, 생활체육, 볼링, 공연 관람, 캘리그라피 등 총 7개 동호회가 활동했습니다.



# 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 있으며, 전직원 대상으로 필독서 학습 및 외부인사 초청 특강을 지속적으로 시행하고 있습니다.

2015년에는 구성원의 창의성과 자율성, 잠재능력이 최대한 발휘될 수 있도록 리더의 코칭 역량을 강화하기 위해 '코치형 리더' 육성을 주요 과제로 하여, 현재 리더 외에 선임팀원들을 대상으로 코칭 프로그램을 운영하여 예비리더로서의 역할을 준비할 수 있도록 하였습니다.

## 교육정책 주요 내용

### 1) 자기주도교육 강화

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

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

업무 관련 지식을 공유하고 이에 대해 상위자가 내용을 검증하고 평가하도록 함  
자율 독서 후 서평을 작성하여 공유하고 관련하여 구성원과 의견 교환

### 3) 코치형 리더십 강화

임원, 팀장 대상 코칭 프로그램 (워크샵, 그룹코칭, 전문코치인증과정 지원)  
선임 대상 코칭 프로그램 (워크샵)  
연 1회 360도 다면진단 실시 및 피드백 (개인 역량 목표 반영)

### 4) 나눔봉사 강조 (핵심가치 '나눔'에 해당하는 역량평가 반영)

헌혈봉사 (연 최대 6회 인정, 취합하여 회사명의 기부)  
연 1회 회사 봉사 프로그램 (4시간 이상) 참여 필수, 개인 봉사활동 장려  
(지방의 경우, 대리점 연계 봉사활동 등에 참여)

# 성과와 공정한 보상

## 성과평가와 보상시스템 확립

유니베라는 건전한 내부경쟁을 통해 경영목표 달성과 경영효율 증진하기 위해 평가제도 규정에 따라 매년 직원들의 업무 기여정도를 측정하여 성과평가를 실시하고 이에 따른 성과급을 지급하고 있습니다.

## 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. 성과 평가와 역량 평가로 나누어 평가하며, 직급과 직책에 따라 가중치를 적용합니다.

### 1) 성과 평가

- : 조직 성과 (조직목표 달성 수준)
- : 개인 성과 (개인목표 달성수준)

### 2) 역량 평가

- : 공통역량 (전 구성원이 공유, 실천해야 할 행동특성)
- : 역할역량 (조직 내 계층역량에 따른 필요역량)
- : 직무역량 (성과목표를 달성하기 위해 필요한 직무역량 개발과 강조)

## 단기 성과급(STIP) 및 연봉

매년 사업계획목표 대비 실적에 따라 개인에게 성과급(STIP)을 지급하는데 성과 평가 결과는 성과급 지급률에 반영하게 됩니다. 또한 직급과 직책에 따라 가중치를 적용한 종합 평가 결과는 개인의 연봉을 조정하는데 반영하게 됩니다.

## Special Report 아동친화경영 우수사례

유니베라가 아동의 권리를 존중하고 지원하는 기업 경영의 모범사례인 아동친화경영 우수사례로 선정되었습니다. 국제아동권리기관인 세이브 더 칠드런과 유니세프 한국위원회는 국내 기업을 상대로 일터와 시장, 환경 및 지역사회 등 3개 부문에서 아동친화경영여부를 조사하여 9개 기업의 우수사례를 선정합니다. 이중 일터 부문 우수사례로 선정된 유니베라는 해외 사업장인 멕시코 농장에 최저 임금 보장, 자녀 대학 학비 지원 등 풍부한 복지 제도를 마련해 아동노동의 근본적인 원인을 없애고 양질의 노동 환경을 제공한 점이 높은 평가를 받았습니다. 유니베라가 아동친화경영 우수 사례로 선정된 것은 그동안 실천해온 인권통합경영이 대외적으로 인정받은 결과입니다. 특히 국내에는 그 인식이 확산되지 않은 아동친화경영, 즉 아동의 권리를 존중하는 경영을 선도하는 기업으로 꼽혔다는 점에서 의미가 큼니다.



사례발표를 하는 유니베라 커뮤니케이션본부 김교만 본부장

<아동친화경영 국내기업 우수사례 일터부문 : 유니베라>

아동친화경영 우수사례 : 유니베라 멕시코 탐피코 농장의 인권통합경영

아동권리와 경영원칙 2-3 : 모든 기업은 기업 활동과 사업관계에서 아동노동 철폐에 기여해야 한다. 모든 기업은 연소 근로자와 부모, 양육자에게 적당한 일자리를 제공해야 한다.

# 고객

## 고객만족

### 소비자 불만의 소리를 기업가치 제고를 위한 노력, 4회 연속 인증 획득

유니베라는 2006년 6월, 공정거래위원회와 한국소비자원이 주축이 되어 국내 기업에 적용되기 시작한 소비자 중심 경영(CCM, Consumer Centered Management)의 도입을 선포하고 제품, 서비스, 기업경영의 3가지 영역 내 고객 불만의 예방과 신속하고 정확한 처리, 동일 불만의 재발을 막고 새로운 제품개발에도 고객 불만요소를 반영하는 고객중심경영을 지속적으로 강화하고 있습니다. CCM제도는 2011년 9월, 공정거래위원회 지침에 의해 국문명이 변경 (소비자만족자율관리프로그램 → 소비자중심경영)되면서 고객의 만족을 높이기 위한 활동으로 발전하였습니다. 2008년 CCM 우수운영 기업으로 공정거래위원회 인증을 획득한 후 2년마다 실사를 통과해 인증을 유지하고 있습니다.

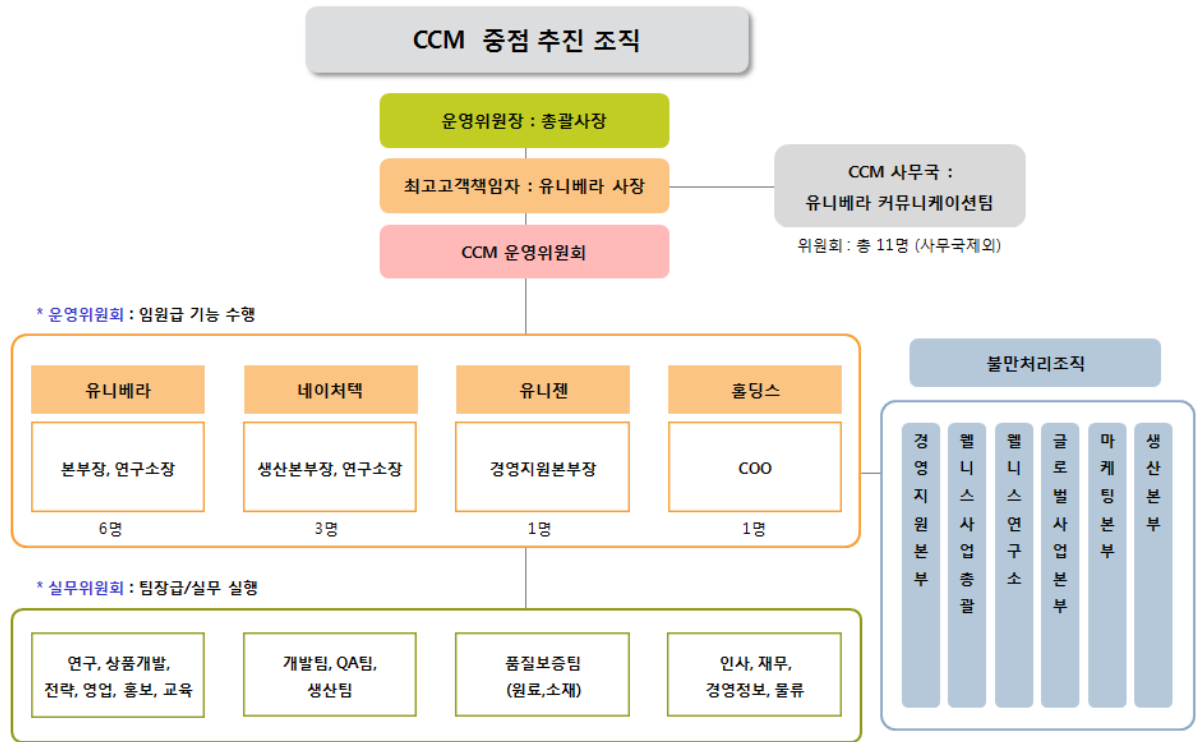
### 통합불만관리 체계 구축과 실현

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 요소이기 때문에 에코넷 총괄사장을 운영위원장으로 하고 고객을 최종으로 접하는 유니베라의 사장이 실무적인 책임자(최고고객책임자)를 맡아 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      | 2011년         | 2012년         | 2013년         | 2014년        | 2015년        |
|----|-----|-----------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| 고객 | 인터넷 | 기업홈페이지    | 288           | 199           | 132           | 95           | 56           |
|    |     | 리니시에홈페이지  | 0             | 페이지           | 페이지           | 페이지          | 페이지          |
|    |     | 쇼핑몰       | 329           | 298           | 243           | 203          | 195          |
|    |     | 소계        | <b>617</b>    | <b>497</b>    | <b>375</b>    | <b>298</b>   | <b>251</b>   |
|    | 전화  | 20,951    | 13,773        | 12,883        | 8,844         | 9,239        |              |
|    |     | 내부고객(임직원) | 575           | 554           | 613           | 124          | 115          |
|    |     | 대리점(UCS)  | 285           | 257           | 192           | 153          | 120          |
|    |     | <b>총계</b> | <b>20,493</b> | <b>15,081</b> | <b>14,063</b> | <b>9,121</b> | <b>9,474</b> |

\*중복포함 수치로 연간 수치 전체 변경 (COS 상담통계 기준)

2. 관련자 공유 현황

| 연도    | 2011년 | 2012년 | 2013년 | 2014년 | 2015년 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 공유 건수 | 114   | 275   | 336   | 169   | 183   |

**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        | 2011년        | 2012년        | 2013년        | 2014년        | 2015년        |
|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 불만        | 2,389        | 1,606        | 1,438        | 1,140        | 1,415        |
| 개선        | 46           | 45           | 35           | 33           | 26           |
| <b>총계</b> | <b>2,435</b> | <b>1,651</b> | <b>1,473</b> | <b>1,173</b> | <b>1,441</b> |

**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                                                    |
|----------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 견본 단상자 사용자 편의 개선     | 상자가 약해 쉽게 찌그러지고 파손되어 사용할 수 없어요              | 견본 상자 재질 및 규격 변경                                        |
| 화장품 사용자 편의 개선        | 사용 중 공타 발생으로 내용물이 간혹 만나올때가 있어요              | 에어리스 펌프 용기 타입으로 변경하여 공타 발생 없도록 함                        |
| 택배 배송 시 포장에 대한 편의 개선 | 제품이 택배로 배송 될 때 완충제가 충분히 들어있지 않아 간혹 제품이 파손돼요 | 기존 대비 품질 좋은 에어캡으로 교체했으며, 블록형 에어팩 & PE 패드와 같은 완충제도 함께 사용 |

## 제품 만족

### 제품관련 이슈 제기 사례



### No-Nos List

화장품에 사용되는 원료는 식약청에서 정하는 화장품 원료기준집, 식품 공전, 식품첨가물공전 및 국제화장품 원료기준집 등에 등재되어 있는 원료가 사용되어 생산됩니다. 하지만, 유니베라는 조금이라도 인체에 유해할 가능 성이 있는 성분을 “No Nos list”에 포함시키고 제품의 처방에 포함되지 않도록 엄격히 관리하고 있습니다. NO NOS List에는 합성방부제, 동물유래물질, 광물성오일, 호르몬유사물질, 알코올류, 자극유발가능 물질, 합성산화방지제, 합성착향료, 합성착색제, 계면활성제 등이 포함됩니다. No Nos list는 재정비하게 된 좋은 사례로 사내에 공유하고 차기 제품개발에 적용하고 있습니다.

#### <No Nos-List 적용제품 사진>

Before

화장품에 합성성분이나 동물유래물질이 함유되어있지 않은 제품이 나왔으면 좋겠어요

After

유니베라 자체적인 유해가능성 성분을 리스트에 포함시키고 제품 리뉴시 순차 적용

## 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            |    | 2011년         | 2012년         | 2013년         | 2014년         | 2015년         |
|---------------|----|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 본사<br>(관계사포함) | 횟수 | 15            | 14            | 16            | 15            | 16            |
|               | 인원 | 280           | 243           | 208           | 233           | 258           |
| 대리점           | 횟수 | 180           | 187           | 193           | 185           | 197           |
|               | 인원 | 14,456        | 14,965        | 21,324        | 15,414        | 18,110        |
| 총계            | 횟수 | <b>195</b>    | <b>201</b>    | <b>209</b>    | <b>200</b>    | <b>213</b>    |
|               | 인원 | <b>14,736</b> | <b>15,208</b> | <b>21,532</b> | <b>15,647</b> | <b>18,368</b> |

### 고객불만처리 만족도 설문 조사

고객 불만처리의 키워드는 '신속, 정확, 혁신' 으로 모든 불만은 다른 어떤 업무보다 우선적으로 처리하되 24시간 이내 완료토록 원칙을 수립, 준수하고 있습니다. 중대불만 혹은 검사에 시일이 소요되는 경우는 5일 이내 처리하고 있습니다. 불만의뢰 고객에게 불만처리 후 처리내용과 과정에 대한 만족도를 실시하고 있습니다.

<고객불만처리 만족도 >

(5점 척도)

| 문의유형          | 2011 년 | 2012 년 | 2013 년 | 2014 년 | 2015 년 |
|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 고객응대 친절함      | 4.9    | 4.9    | 4.6    | 4.4    | 4.3    |
| 고객응대 및 처리 신속함 | 4.8    | 4.9    | 4.5    | 4.4    | 4.4    |
| 처리내용 만족함      | 4.7    | 4.8    | 4.5    | 4.4    | 4.4    |

**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. 현재까지 소비자관련법규 위반의 사례는 없었습니다.



# 대리점

## 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 전문가입니다. 때문에 유피는 '자연의 혜택을 인류에게' 전하려는 유니베라의 기업 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. 이는 유니베라 성장을 위본사와 대리점의 파트너 관계에 기반, 대리점과 유피(UP)가 지속적으로 성장하고 있습니다.

### 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

### 주요성과와 계획 요약

|              | 2013년                                                      | 2014년                                                      | 2015년                                                      |
|--------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <b>조직 확대</b> | 유피수 : 12,257명<br>대리점수 : 375개                               | 유피수 : 11,945명<br>대리점수 : 362개                               | 유피수 : 11,945명<br>대리점수 : 362개                               |
| <b>복지 혜택</b> | 우수대리점&유피(UP)현지법인 연수<br>우수 유피(UP) 자녀 장학금지급<br>유피(UP)자녀 하계캠프 | 우수대리점&유피(UP)현지법인 연수<br>우수 유피(UP) 자녀 장학금지급<br>유피(UP)자녀 하계캠프 | 우수대리점&유피(UP)현지법인 연수<br>우수 유피(UP) 자녀 장학금지급<br>유피(UP)자녀 하계캠프 |
| <b>제도</b>    | UPS 제도 확대                                                  | UMS 제도 확대                                                  | UMS 제도 확대                                                  |

### 조직확대

1. 대리점- 점차적으로 증가를 목표로 하고 2016년 400개를 목표로 진행입니다.
2. UP- 전체 유피(UP)가 소폭 증가하였고 유피(UP)로 시작하여 팀 마스터 이상의

간부 유피(UP)로 성장해나가고 있습니다. 이는 방문판매 회사로서의 조직의 경쟁력을 갖추어 나가고 있음을 나타내는 것입니다. 또한 유피(UP) 개인적으로는 전업주부에서 프로 세일즈 우먼으로 성장하고 있음을 보여줍니다. 특히, 2016년에는 웰니스 전문가를 전문적으로 약15,000여명 까지(활동 UP기준) 양성하여 차별화된 Do Wellness를 실행하려고 하고 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 장학금, 입시설명회, 꿈나무 캠프를 실시하고 있습니다.

| 구분        |    | 유피(UP)                                                                       |         |         |            |
|-----------|----|------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|------------|
| 자녀혜택      |    | 장학금 / 꿈나무 캠프                                                                 |         |         |            |
| 유피(UP) 혜택 | 시상 | 우수 유피(UP)시상품                                                                 | 중국현지 연수 | 러시아현지연수 | 년간 최우수 자동차 |
|           | 교육 | UP 입문과정 (UP, 팀마스터, 부마스터, 지부마스터, 수석마스터, 본부마스터) / UP 직무과정 (세일즈, 증원, 간부세미나, 증원) |         |         |            |

### 장학금&꿈나무캠프

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

-장학금제도; 유니베라는 사랑하는 기업으로서 기업이윤을 사회에 환원하고자 유니베라가 설립한, 경기도 덕평에 위치한 청강문화산업대학에 입학한 경우 장학금을 지원받게 됩니다.

### \* 유피(UP)자녀 청강대장학금 지원현황

| 2014년 지급 |         |            | 2015년 지급 |         |           |
|----------|---------|------------|----------|---------|-----------|
| 1학기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액       | 1학기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액      |
|          | 6       | 8,112,000  |          | 3       | 3,240,500 |
| 2학기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액       | 2학기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액      |
|          | 3       | 3,373,250  |          | 2       | 2,171,500 |
| 2014년 합  | 혜택받은자녀수 | 장학금액       | 2015년 합  | 혜택받은자녀수 | 장학금액      |
|          | 9       | 11,485,250 |          | 5       | 5,412,000 |

\* 유피(UP)자녀 장학금 지원현황

| 2014년 지급 |         |             | 2015년 지급 |         |             |
|----------|---------|-------------|----------|---------|-------------|
| 1분기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액        | 1분기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액        |
|          | 107     | 49,443,370  |          | 80      | 37,027,370  |
| 2분기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액        | 2분기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액        |
|          | 70      | 31,587,640  |          | 69      | 30,524,720  |
| 3분기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액        | 3분기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액        |
|          | 47      | 21,872,370  |          | 73      | 33,867,720  |
| 4분기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액        | 4분기      | 혜택받은자녀수 | 장학금액        |
|          | 34      | 16,322,350  |          | 43      | 18,627,840  |
| 2014년 합  | 혜택받은자녀수 | 장학금액        | 2015년 합  | 혜택받은자녀수 | 장학금액        |
|          | 258     | 119,226,730 |          | 265     | 120,047,650 |

**꿈나무캠프**

유니베라의 철학적 이념을 바탕으로 회사창립 후 계속 실시해 오고 있는 꿈나무캠프에 매년 500 명이 넘는 유피(UP)와 임직원 자녀들과 성애원 어린이들이 캠프에 참가하여 체험학습과 부모님께서 하시는 일과 회사에 대한 자부심을 가질 수 있도록 해드립니다. '꿈나무 스키캠프'는 2008년 초에 처음 개최되었는데 아이들이 스키를 통해 겨울을 이겨내는 힘과 도전정신을 기르고 부모의 직장에서 마련한 행사를 통해 부모의 일을 좀더 자세히 알고 가족에 대한 사랑과 조별생활을 통한 협동심 등을 배우는 것이 목적입니다. 꿈나무캠프는 집 안에서 TV, 비디오게임, 컴퓨터 등에 빠져들기 쉬운 아이들에게 유익한 야외활동의 기회를 제공했으며, UP의 자녀 교육에 많은 도움을 주고 있습니다.

**원활한 의사소통**

**대리점과의 소통**

유니베라는 대리점의 의견을 청취하고, 이를 기업경영에 적용하기 위한 소통의 통로를 마련하고 있습니다.

| 대상     | 커뮤니케이션 통로                                         |
|--------|---------------------------------------------------|
| 대리점장   | 지역별 사장단 간담회, IPTV, UCS, 전국대리점장세미나, 영업국장세미나, 담당건설팅 |
| 유피(UP) | 전문가과정교육, 직급별 임명식, 아침교실, IPTV, UCS, 지역별 UP교육       |

## 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. 아침 9시 20분에 출근하면 1시간 정도 동료들과 함께 전문지식을 학습하며, 건강설계 전문가로서 실력을 다지게 됩니다.

## 사내보 '유니베라'

유니베라의 다양한 제품들과 서비스에 대한 최신의 정보가 담긴 사내보를 제작하여, 유피(UP) 세 일즈력 향상은 물론 유니베라 본사와 유피(UP) 간의 원활한 교류와 공감대 형성을 하고 있습니다. 유니베라지는 격월 발간이 되며 시즌에 주목해야 제품의 정보와 다양한 웰니스 정보 그리고 고객이 유니베라 제품과 서비스 체험담까지 담겨있습니다.

## 대리점, IPTV 보급

유피(UP)들의 역량강화 교육을 위해 셋톱박스를 제공해 왔습니다. 본사에서 콘텐츠를 제공하는 일 방향 방식인 데다 화질이 떨어지는 문제점이 있어 이를 개선하기 위해 2010년 3월부터 대리점과 본사, 상호간의 쌍방향 교유가 가능하고 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

### 유피(UP)의 성공을 위해 유니베라가 개발한 UMS제도

UMS제도는 유니베라의 제4세대 유피(UP) 비즈니스 모델로 Univera Master System의 약자입니다. 자연과 인간의 조화로운 삶을 소중히 여기는 유니베라의 철학과 가치를 공유하고 많은 이들에게 널리 알릴 수 있는 웰니스전문가를 육성하는 선진 제도입니다.

UMS제도는 차별화된 인재양성교육프로그램(UBA)과 체계적인 컨설팅 지원 시스템을 통해 육체적, 정신적, 경제적으로 지원하여 최고의 방문판매 영업 전문가로 키워내며, 동시에 유피(UP) -대리점-본사가 함께 Win-Win할 수 있는 선진적인 비즈니스 시스템을 갖추고 있습니다.

### UBA 교육을 통한 유피(UP)역량강화

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

| 구분   | 역할                                                      | 학습과정                              |
|------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 기본교육 | 세일즈의 기본 스킬과 상품의 효능, 효과에 대해 배웁니다<br>고객개척과 고객관리에 대하여 배웁니다 | 상품의 효능, 효과<br>병태생리 및 인체지식<br>판매스킬 |
| 심화교육 | 체계적 고객관리와 개척활동을 통한 판매와<br>신입 UP가 정착 될 수 있도록 멘토가 됨       | 고객관계관리<br>멘토링                     |

### UBA 교육 시스템(Univera Business Academy)

학습을 통해 체계적인 전문가로 거듭날 수 있도록 마련한 UBA 교육제도는 개개인의 역량을 강화하여 프로세일즈 우먼을 키워내는 프로그램이며, 전 유피(UP)들에게 폭넓게 제공하기 위해 기초부터 심화교육을 아우르는 지역별&전국통합으로 운영하고 있습니다. 전국통합교육은 연간 과정별로 운영되고 있는 기초교육과정으로, 멘토링과 리더십, 세일즈 팁, 고객관리 등을 진행하고 있습니다.

### 유피(UP), 스스로 학습이 가능한 UCS(Univera Communication System) 활용

지역별, 전국통합 별 등 진행되는 교육 외에도 각 개인별로 궁금한 정보라든가, 놓친 교육프로그램이 있을 때 활용 가능한 UCS사이트를 운영하고 있습니다. 홈페이지 <http://ucs.univera.com>에 접속하면 다양한 교육자료를 만나볼 수가 있으며, 영상자료실에는 동영상 강의를 준비하여 쉽고 재미있게 교육 자료를 습득할 수 있습니다. 현 이슈와 연계된 건강, 미용 정보들을 실질적인 사례와 엮어 제공되고 있습니다. 또한 평소 궁금했던 고객관리, 세일즈 팁, 제품정보, 고객 유형별 대응요령 등의 문제의 답을 찾아볼 수 있도록 운영하고 있습니다

### 유니베라의 가장 큰 힘은 유피(UP)

유니베라는 '자연의 혜택을 인류에게'라는 기업철학 아래 자연에서 건강을 전하는 웰니스 기업으로 성장하고 있습니다. 유니베라가 지금의 위치를 다질 수 있었던 것은 알로에를 비롯한 천연물에 대한 정직한 믿음과 열정, 사람을 이롭게 하고자 하는 바른 마음, 그리고 무엇보다 유피(UP)들의 끊임 없는 노력 덕분이었습니다. 유피(UP)는 단순히 물건을 파는 판매원이 아닌, 고객의 건강과 행복한 삶을 설계하고 유니베라의 철학과 가치를 전하는 웰니스 전문가 입니다. 이러한 유피(UP)를 더욱 성장시키기 위해 유니베라는 많은 노력을 하고 있습니다.

## UP Interview >

제품을 제 때 못 챙겨 먹겠다는 고객을 위해 하루에 세 번, 문자를 보내주는 유피라면, 정말 믿을 만하지 않나요? - 남천 대리점 김영숙 부장 인터뷰

### 자기 소개

안녕하세요. 유니베라 부산 남천 대리점의 김영숙 부장(49)입니다. 유니베라 첫 출근 일은 2011년 11월 15일이었어요. 입사한지 2년 조금 넘었지요. 유니베라에 나오게 된 것은, 결혼과 동시에 20년 동안 모시던 시부모님께서 경기도로 이사를 하시고, 1년 동안 자유를 만끽하고나니 혼자 있는 시간이 많아지면서 제 자신을 돌아보게 되더라고요. 어른들 모시고 살 때는 가족들 챙기고 집안 일 하다 보니 혼자만의 시간이 없었거든요. 살림하고 남편과 아이들을 뒷바라지 하는 것 외에, 내가 할 수 있는 일이 없을까? 생각하며 일을 해보고 싶다는 생각을 간절하게 하고 있을 때, 우연의 일치인지, 남천대리점 실장님께 전화가 왔어요. 성당에서 레지오 활동을 함께 하던 분이었던데요. 전에 대리점을 한다는 말을 들었을 때는 관심에 없어서 그냥 넘겼었는데, 실장님의 전화가 참으로 반가웠고, 행사가 있는데 어느 날 몇 시까지 나와줄 수 있겠느냐는 말씀에 “네, 한번 가보겠습니다.” 했어요. 반가운 마음에 가겠다고는 했지만, 그래도 남편에게 유니베라에서 프로포즈를 받았는데, 당신 생각은 어떤지요? 하고 자문을 구했어요. 남편은 ‘유니베라’라는 회사를 인터넷에서 검색해보니, 정말 괜찮다며 매년 매출액의 10%를 연구비에 투자하는 회사는 없는 걸로 알고 있는데, 유니베라는 믿음이 간다고, 나가고 싶으면 기분 좋게 가보라고, 적극적으로 밀어주더라고요. 게다가 남편과 출근 방향이 같아 아침에 함께 출근하는 작은 즐거움도 있지요. 그런 인연으로 유니베라와 함께 하게 되었고, 이게 내 평생 직장이다 생각하고 다니고 있어요.

### 유피의 직업적인 장점이 될까요?

장점은 정말 많아요. 시간에 구매 받지 않기 때문에, 일 하면서 집안일도 소홀히 하지 않을 수 있다는 게 가장 큰 장점이죠. 또 매일 걸어 다니잖아요. 물론 제품을 먹으면서도 건강해지지만, 많이 걸으니깐 유니베라 다니면서 정말 많이 건강해지고 튼튼해졌어요. 교육을 통해서 병태 생리학, 일반 상식이 많이 쌓이니까 삶의 지혜가 더 생기는 것 같고요. 부부들이 같이 놀러 갔을 때, 어떤 분이 급체해도 당황하지 않고 대처할 수 있었어요. 사람과 만날 기회가 많아지니 내가 이야기를 할 때, 들어야 할 때를 분별할 수 있는 지혜도 생기고요. 고객을 챙기는 습관이 생기다 보니, 시댁 형제들과 식구들 챙기는 것도 더 신경 써서 하게 되었어요. 전에는 가끔 잊어버리고 그랬는데, 제가 그렇게 잘 하니까 시댁 식구들도 다 응원해주세요.

그리고 유피일은 늘 다른 사람에게 나를 보이는 일이잖아요. 걸으며 보이는 모습뿐 아니라 내면까지도 사람들은 알기 마련이고요. 그래서 저를 안팎으로 가꾸게 되더라고요. 그러다 보니 점점 당당한 여성으로 변해가고 있는 것 같아요. 유니베라 유피가 가지고 있는 장점이 참 많은 것 같아요. 유피 분들 스스로가 미처 생각하지 못한 장점이 더 많은 것 같고요. 제가 이렇게 인터뷰를 준비하면서 주부일 때와 유피가 된 후를 비교하니 달라진 게 너무 많더라고요.

### 올해 목표가 있다면요?

유니베라에 온 이상 승진에 대한 꿈이 생기잖아요. 그 꿈을 이루기 위해서 고3 수험생처럼 열심히 노력해서 내가 바라는 목표를 이루고 싶어요. 작은 아이가 올해 재수하기로 했는데, 엄마도 목표를 향해서 최선을 다할 테니 너도 그렇게 해보자고 약속했어요. 그래서 남편이나 아이들한테 인정받고 싶죠. 다른 사람들에게 인정받는 것보다 가족에게 인정 받는 게 제일 좋더라고요. 특히 배우자가 인정해줄 때가 제일 기분이 좋은 것 같아요.

## 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. 특히 2011년부터 글로벌 사회 공헌 활동인 힐링잇의 기적 캠페인에 주력하고 있습니다. 또한 국내서도 유니베라 나눔캠페인, 지역 봉사활동 등을 활발히 벌이고 있습니다. 자신과 사회 더 나아가 인류를 사랑하고 또한 모든이들에게 사랑을 받는 기업이 되기 위해 오늘도 유니베라는 노력하고 있습니다.

### 기업과 대리점 그리고 고객이 함께하는 사회공헌

유니베라는 사랑을 실천하는 기업입니다. 유니베라 가족들이 끊임없이 실천하고 있는 사회공헌 프로그램은 임직원을 뛰어 넘어 400여개 대리점, 약 2만5천여 명의 UP에게도 면면히 이어지고 있습니다. 또한 유니베라 제품과 서비스를 이용하는 고객들도 함께 동참하여 웰니스 사회를 만들기 위한 활동을 계속해 나갈 것입니다.

#### < 사회공헌활동 가이드라인 >

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

### 사회공헌활동 사내제도지원

유니베라는 사회공헌활동의 활성화를 위해 매칭그랜트와 자원봉사 유급휴가 등의 제도적 지원으로 하고 있습니다. 나눔캠페인에 임직원과 유피(UP)의 자발적 모금액에 회사의 매칭그랜트 기금이 더해져 희귀난치성질환환우들의 건강사업에 사용되고 있습니다. 이 제도를 통해 2003년부터 유니베라 나눔캠페인이 9차에 걸쳐 운영되었습니다. 또한 유니베라는 근무시간 내 자원봉사를 인정합니다. 임직원이 업무시간 내 자원봉사활동을 업무의 지속으로 인정해주는 제도로 2003년부터 임직원을 대상으로 운영되고 있습니다.

## 사회공헌 활동

### 생명의 비타민을 전달하는 힐링잎의 기적 캠페인

힐링잎의 기적 캠페인은 유니베라 한국과 미국이 전세계 영양 결핍으로 고통 받는 아이들에게 생명의 비타민을 전하는 글로벌 사회공헌활동입니다.

유니베라 제품에는 힐링잎으로 환산된 숫자가 표시되어있습니다. 고객이 제품을 구매할 때마다 표시된 수의 힐링잎이 자동으로 적립됩니다. 힐링잎이 모이면 영양 결핍으로 고통 받는 아이에게 생명의 비타민을 전달할 수 있습니다. 유니베라(한국)은 2015년 12월까지 약 3,264,210명의 아이들에게 비타민을 전달했습니다.

비타민이 전달된 아이들의 숫자는 홈페이지와 쇼핑물, 유니베라 본사 1층의 키오스크 기계를 통해서 실시간으로 공개되고 있습니다.

### 힐링잎의 기적 현황

비타민이 전달된 아동수

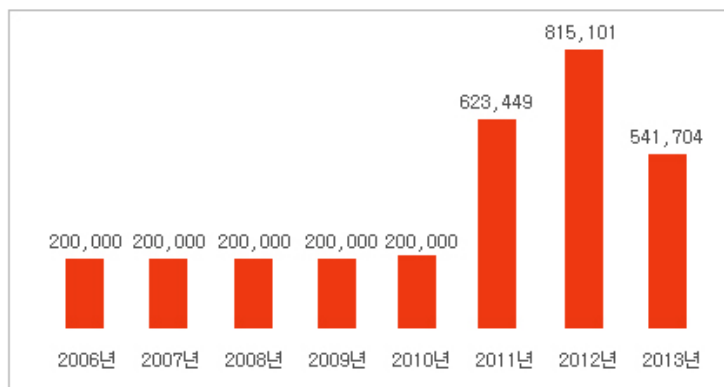
**54,088** 명

2016년 3월 10일 현재

총 누적 수

**3,666,348** 명

(유니베라 한국, 미국 통합 현황)



### 유니베라 나눔캠페인

'유니베라 나눔캠페인'은 기부문화의 사회적 확산을 목적으로 아름다운재단과 공동으로 진행하고 있는 직장모금 캠페인입니다. 직원들의 기부문화를 적극 지원하기 위해 기업에서는 매칭그랜트를 지원하고 있습니다. 2015년 11월 총 9회차까지 캠페인이 진행됐으며 3억4천 8백만원의 기부금을 후원했습니다. 모금액은 희귀 난치병 환아들을 위한 지원사업 기금으로, 전액 아름다운재단에 기탁하였습니다. 이를 통해 희귀, 난치성 환아들을 대상으로 신체는 물론 심리, 정서적인 문제 해결을 위해 한국희귀난치성질환연합회의 멘토링 프로그램이 운영되고 있습니다.



### 유니베라 나눔 캠페인 모금액 및 사업개요

| 구분  | 지원처      | 지원내용                                     | 최종모금액        | 매칭그랜트        |
|-----|----------|------------------------------------------|--------------|--------------|
| 1 차 | 세브란스 병원  | 마라톤개최비<br>환아치료비                          | 63,840,000 원 | 20,000,000 원 |
| 2 차 | 한국희귀난치성질 | 자조모임 지원                                  | 18,770,000 원 | 없음           |
| 3 차 | 환연합회     | 재활치료 '쉼터' 운영 및<br>영양세미나, 학회지원,<br>문화지원   | 54,550,000 원 | 20,000,000 원 |
| 4 차 |          | 재활치료 '쉼터' 운영 및<br>영양세미나, 학회지원,<br>홍보물 제작 | 47,999,650 원 | 20,000,000 원 |
| 5 차 |          | '쉼터' 운영 및 미술, 음악,                        | 18,435,000 원 | 18,435,000 원 |
| 6 차 |          | 무용 치료 프로그램 운영                            | 10,550,928 원 | 11,000,000 원 |
| 7 차 |          | '쉼터' 운영 및 멘토링제와                          | 7,420,800 원  | 10,000,000 원 |
| 8 차 |          | 치료기금 지원                                  | 9,269,000 원  | 10,000,000 원 |
| 9 차 |          |                                          | 9,269,000 원  | 10,000,000 원 |

## 자원봉사

### 자원봉사 프로그램

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, 서울 성동구 금호동의 근린공원에서 생명살림자치성동주민회와 두레생협, 성동 평화의 집 등의 지역단체, 지역 주민들과 함께 모여 인근 어르신들께 무료 국수, 비빔밥 나눔 봉사를 하고 있습니다. 임직원 자원봉사 프로그램을 통해 사랑하는 기업으로서의 미션 그리고 핵심가치인 '나눔' 실천과 기업의 사회적 실천을 실현하고 있습니다.

## 환경 DMA(Disclosure on Management Approach)

|                            |                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>비전 및 전략<br/>방향</b>      | 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.                                                                                              |
| <b>중요성 평가 및 최상위<br/>이슈</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 환경경영 비전 및 전략수립</li> <li>● 환경친화적 제품 개발</li> <li>● 자원의 절약과 그린커뮤니케이션</li> </ul>                                                                                                                     |
| <b>주요성과</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2010년부터 환경원칙을 제정하고, 체계적인 환경경영 전략과 실행 동력을 구비함</li> <li>● 제품의 친환경 패키지 적용</li> </ul>                                                                                                                |
| <b>도전과제</b>                | <b>온실가스 인벤토리 관리 및 구축의 필요성</b><br>유니베라는 2009년부터 환경경영을 도입하고, 전략범위 안에서 환경경영을 실천하고 있으나, 정량적인 온실가스 측정체계가 완비되지 못한 상태입니다. 따라서 이에 대한 체계를 마련하는 것이 시급한 상황입니다. 또한 친환경 패키지 적용에서 한 단계 나아가 소비자의 안전과 건강은 물론 원료에서 생산, 판매, 소비의 전 과정에서 친환경적인 제품을 출시할 예정입니다. |

## 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 환경정책과 성과를 문서화하여 대중에게 공개하며 환경가치 인식 확산에 앞장선다.

### 환경경영 3대 전략

- Green Product : 친환경제품, 안전한 제품 개발
- Green Office: 구성원의 환경교육 및 환경활동
- Green Communication: 유피(UP)/소비자 대상 환경 캠페인 진행

### 실행방안

|               | 주요과제      | 실행방안                                                         |
|---------------|-----------|--------------------------------------------------------------|
| Green Product | 친환경제품개발   | -에너지, 온실가스 절감형 친환경 제품 개발<br>-에코디자인, 패키지-친환경적인 자동포장형태의 패키지 제작 |
|               | 안정성 확보    | -제품개발 단계서 안정성 확보                                             |
| Green Office  | 구성원 인식 개선 | -EMS 비전 수립 및 공유<br>-EMS 선포식                                  |
|               | 환경활동      | -구성원 환경교육(SVC)<br>-Green Office 캠페인                          |
| Green Comm.   | 유피 인식개선   | -유피 라이프 스타일 개선 환경캠페인                                         |
|               | 소비자 인식개선  | -웰니스 기업 알리기 캠페인                                              |

## 환경에 대한 책임

### 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 각 단계별로 에너지와 온실가스 저감을 최소화하고 있습니다. 또한 재활용이 가능한 종이재질을 사용하고, 친환경적인 자동라인 공정적용으로 온실가스 배출을 저감하고 있습니다. 건강기능식품의 경우 2010년 3월 아레지오부터 적용하고 있으며 화장품은 2011년 출시된 힐탑가든 친환경 패키지로 시작하고 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 개발되었습니다. 용기의 뚜껑은 친환경 소재로 구분되는 PP(폴리프로필렌)와 PE(폴리에스테르)를 사용하여 환경에 대한 비용을 절감했습니다. 그리고 내용물을 담고 있는 유리병은 재활용이 가능하며 유리병 겉을 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)

## 그린오피스

### 유니베라 그린오피스를 위한 노력

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

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

## 건강한 지구를 위한 에코넷 센터의 노력

### 에코넷센터의 건강한 변화

유니베라는 건강한 지구를 위해 우선 온실가스 발생량을 줄여야 한다고 생각했습니다. 근무 환경 내에서 CO<sub>2</sub> 발생량 저감을 위해 쉽고 곧장 실천에 옮길 수 있는 일들을 찾아 개선해 나갔습니다. 유니베라의 사옥 '에코넷센터'가 건강한 지구를 위해 노력한 변화를 소개합니다.

### 이면지는 필수! 사무용품은 재활용이 원칙

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 재사용합니다.

### 종이사용량(장수)

| 연도    | 종이사용량   |
|-------|---------|
| 2010년 | 565,041 |
| 2011년 | 277,500 |
| 2012년 | 305,126 |
| 2013년 | 300,401 |
| 2014년 | 325,000 |
| 2015년 | 360,000 |

### 화장실 수건 사용

유니베라 화장실에는 핸드드라이어나 톡톡 뿜아 쓰는 페이퍼 타올도 없습니다. 대신 깨끗하게 빨아 말린 손수건이 커커이 쌓여 있습니다.

### 그린 IT 도입 (UIPS, 전자팩스)

전세계 전력 및 CO<sub>2</sub> 배출량 중 약 2%가 IT 부문에서 배출된다고 합니다. IT 확산으로 에너지 사용 급증, 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 대신 머그컵을 사용

유니베라에는 종이컵이 없습니다. 종이컵 대신 모두 개인 머그컵을 사용합니다. 손님이 방문했을 때도 머그컵으로 대접합니다.



### 유기농 식사

유니베라에는 직원을 위한 웰니스 레스토랑 '이음'이 있습니다. 낮에는 구내식당, 저녁에는 이탈리아 레스토랑이 됩니다. 점심에는 친환경 식자재를 이용한 유기농 식단이 제공됩니다. 화학조미료는 쓰지 않고, 맵고 짜고 자극적인 맛도 추구하지 않습니다. 이는 웰니스를 선도하는 기업으로서, 임직원들이 먼저 건강해야 한다는 믿음 때문이었습니다. 가끔 샐러드에서 무당벌레가 춤을 추지만 유니베라 임직원들을 유기농 식사를 통해, 자연에 가장 가까운 것이 몸이 건강해진다는 사실을 몸소 느끼고 있습니다.

### 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.



## 환경경영 활동

### 임직원 환경교육

유니베라는 2010년부터 임직원 대상 환경교육을 실시하였습니다. 올해 초 유니베라에서 실행할 수 있는 전략과제과 실행사항들을 공유하는 자리를 가졌습니다.

### 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. 환경경영의 일환으로 마련된 이번 장터는 환경을 생각하는 마음을 되새기는 한편, 임직원과의 교류의 장 역할을 톡톡히 하고 있습니다.

### 유피(UP)도 함께, 에코머그컵과 에코장바구니로 지구환경을 살려요.

유니베라는 환경경영의 일환으로 지구 환경 살리기 실천을 위해 에코머그컵과 에코장바구니를 마련했습니다. 2010년 4월 27일 유피(UP)들을 위한 가장 큰 시상식인 '2010년 유니베라리더전진대회'에서 처음 선보인 에코머그컵과 에코장바구니는 건강한 지구를 위해 생활습관을 바꾸는 방법을 제시하였습니다. 에코머그컵을 사용하면 1년에 소나무 4그루를 심는 효과를 내고, 에코장바구니는 비닐봉지 대신 사용하면 땅을 건강하게 합니다. 1회용 비닐봉지가 분해되는 데 자그마치 100년이 걸린다는 점을 생각하면 비닐봉지를 쓰지 않고 에코장바구니를 사용하는 습관 하나가 미치는 영향은 매우 크다고 할 수 있습니다. 이런 차원에서 이 날 모인 4000명의 유피(UP)에게 배포하였습니다. '지구를 건강하게, 사람을 건강하게!' 유니베라 환경경영 슬로건에서 알 수 있듯이 사람과 지구, 모두를 위한 행복한 실천운동이 될 것입니다.

### 매거진 <땅 위에 심은 별> 웹진화, 웰니스 이야기를 통해 친환경 살림법 제안

유니베라의 웰니스 매거진 '땅 위에 심은 별'을 웹진 형태로 블로그에 게재하고 있습니다. 종이인쇄 방법에서 탈피하여 Co<sup>2</sup>가 배출되지 않을 뿐 아니라, 더 많은 사람들이 매거진 콘텐츠를 접할 수 있게 되었습니다.

블로거 들 중 웰니스 삶을 지향하고 먼저 실천하는 리더들을 선발하고 있습니다. 리더들이 제안하는 웰니스 실천법 중, 친환경 살림법은 정기 기획입니다. 친환경 살림법 기획을 통해 청소, 세탁 시 베이킹파우더를 사용하는 방법 및 물건을 재활용하는 업사이클링 DIY 방법을 소개하고 있습니다.

### **유니베라의 환경경영 계획**

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

## 유 니 베 라

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.

### 유니베라

- **그린프로덕트**  
친환경 패키지  
베라스파 천연펄프 재생지 적용 패키지
- **그린오피스**  
사무실 CO<sub>2</sub> 제로 캠페인  
환경교육  
그린 IT  
아나바다 장터  
머그컵 사용  
이면지 사용  
화장실, 태양열 에너지 및 자동센서 설치  
수건 사용  
유기농 식단 - 이음

### 유니베라 대리점

- 그린커뮤니케이션

자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업 유니베라는 이 땅의 모든 이들이 건강하고 아름다운 삶을 누리기를 소망합니다. 자연의 혜택을 인류에게라는 경영철학에 기반하여 고객에게 건강과 아름다움을 주는 회사로서, 경제, 사회, 환경 분야의 지속가능경영을 통해 자연과 인류의 건강한 선순환을 추구합니다. 유니베라는 모든 이해관계자들과 함께 좀더 나은 세상을 만들기 위해 노력하고 있습니다.



서울시 성동구 아차산로 78 에코넷센터