

LIFE'S GOOD

WITH

LG

Life's Good with LG는
LG전자의 CSR 슬로건으로서,
LG전자의 다양한 CSR 활동에 대해
이해관계자와 폭넓게 소통한다는
의미를 담고 있습니다.

2015-2016 LG전자 지속가능경영보고서

OUR PATH TO SUSTAINABILITY

Dear stakeholders

LG전자가 올해로 10번째 지속가능경영보고서를 발간합니다. 그동안 LG전자는 '고객을 위한 가치창조, 인간존중의 경영'이라는 경영이념을 기반으로 지속가능경영을 실천하기 위해 노력해 왔습니다. 그리고 이해관계자 여러분의 관심과 성원에 힘입어 많은 성과도 거둘 수 있었습니다. 앞으로도 LG전자는 이해관계자 여러분과 끊임없이 소통하며 지속가능한 기업으로 성장 발전할 수 있도록 임직원 모두가 최선의 노력을 다하겠습니다.

OUR PATH TO SUSTAINABILITY: PAST 10 YEARS

LG전자의 지속가능경영 발자취

'05

PROMISE³

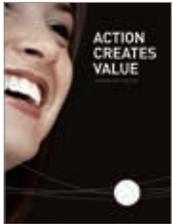


2005
2006년 10월 발간

- Triple Bottom Line에 근거하여
사회 환경 경제부문으로 나누어 보고
- GRI(Global Reporting Initiative)
가이드라인 적용
- 지속가능경영 담당조직인
CSM 태스크포스 발족
- RoHS 선언

'06-'07

ACTION CREATES VALUE



2006-2007
2008년 10월 발간

- GRI G3 가이드라인 도입
- 중대성 평가를 통한 중대 이슈 도출
- Eco-Index™(제품의 Eco-design
수준 정량화 지수) 자체 개발

'08

INSIGHT FOR YOU



2008
2009년 07월 발간

- 이해관계자 커뮤니케이션 상세화
- DJSI Korea 최초 편입
- '지속가능경영 원칙' 제정
- 제1회 글로벌 EESH 컨퍼런스 개최
- 한국 가전업계 최초 한국 사업장
(생산공장 포함 12개) 온실가스
인벤토리 구축 완료

'09

SUSTAINABILITY = Σ INNOVATION

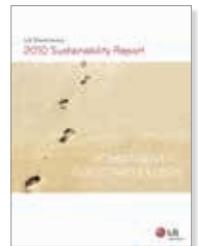


2009
2010년 06월 발간

- 중대성(Materiality) 보고와
경영(Management) 보고로 나누어 구성
- 접근방식, 주요성과,
향후 추진방향으로 구분하여 보고
- LG전자가 운영하고 있는 모든 국내외
사업장으로 보고 범위 확대
- 이해관계자 자문회의 첫 개최
- 유관부서 담당자들로 구성된
CSR Council 운영
- DJSI Asia-Pacific 지수 최초 편입
- UN Global Compact 가입
- 국내외 사업장의 온실가스
인벤토리 구축 완료
- CEO를 위원장으로 하고
각 사업본부장 및 지역대표,
본사 C-Level 임원이 참여하는
CSR 위원회(CSR Committee) 발족

'10

COMMITMENT TO OUR STAKEHOLDERS

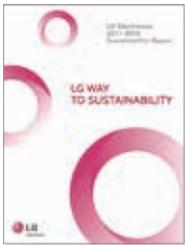


2010
2011년 05월 발간

- 핵심성과표 도입
- LG전자노동조합의 USR 선포를 주제로 한
스페셜 이슈페이지 구성
- 전자산업시민연대(EICC) 가입
- 이해관계자 자문회의 정례화(반기 1회)
- 글로벌 노동방침(Global Labor Policy) 공표
- 노동조합의 사회적 책임
(USR: Union Social Responsibility) 선언

'11

LG WAY TO SUSTAINABILITY



2011-2012
2012년 05월 발간

- GRI G3.1 가이드라인 도입
- 한국 최초 녹색경영시스템 인증 취득
- 전 생산사업장 및 주요 협력회사 대상 EICC 자가진단 실시
- 분쟁광물에 대한 성명서 공표

'12-'13

LIFE'S GOOD &



2012-2013
2013년 06월 발간

- 이사회 정관 개정을 통해 이사회 공식업무에 기업의 사회적 책임 활동에 대한 사항을 포함시키고 보고
- 글로벌 노동방침 개정 및 배포
- 미국 환경보호청(EPA)과 양해각서 체결 (미국법인)

'13-'14

LIFE'S GOOD WITH LG

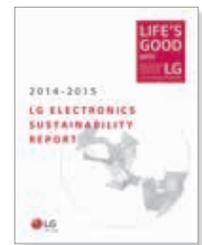


2013-2014
2014년 06월 발간

- LG전자의 CSR 보고서 슬로건 제정: Life's Good with LG
- GRI G4 가이드라인 도입
- 가치사슬(Value Chain) 단계별 가치창출 흐름 표현
- 중국 LG사회책임위원회 조직
- 협력회사 선정평가에 CSR 항목 반영

'14-'15

LIFE'S GOOD WITH LG

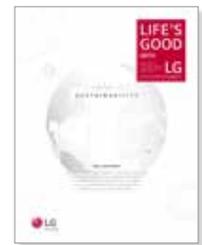


2014-2015
2015년 06월 발간

- 중국어 지속가능경영보고서 발간
- Who We Are, What We Do, Where We Operate의 구성으로 체계화된 회사소개
- DJSI에서 최초로 가전·여가용품 업종 글로벌 1위 기업(Industry Leader)으로 선정 (내부소비재 및 의류 업종 1위 기업 선정)

'15-'16

LIFE'S GOOD WITH LG



2015-2016
2016년 06월 발간

- 10번째 보고서 발간
- 2005-2015 LG전자 지속가능경영의 성장과 변화 정리
- DJSI World 4년 연속 편입 및 2년 연속 업종 1위 선정 (Asia-Pacific 6년 연속, Korea 7년 연속)
- 전 생산 사업장, EICC 자가진단 결과 100% 안정등급 달성



QR코드를 스캔하면
연도별 LG전자의
지속가능경영보고서를
PDF로 다운로드할 수 있는
페이지로 연결됩니다.

보고서 개요

LG전자는 2015-2016년 지속가능경영보고서 작성에 있어서 GRI(Global Reporting Initiative) G4 가이드라인을 채택하였습니다. G4 가이드라인에 충실한 보고서 제작을 위하여 전년도 보고서와 국내외 우수 기업 사례들을 분석하여 자사의 부족한 부분을 보충하는 작업을 진행하였으며, 자사의 강점과 약점을 정리하여 유관부서에 설명하여 보다 우수한 보고서를 제작하려고 노력하였습니다. 또한, 내외부의 여러 이해관계자들과 적극적인 커뮤니케이션을 통하여 다양한 의견을 수렴하고 그 내용을 보고서에 충실히 담으려고 노력하였습니다.

LG전자는 중대성 분석(Materiality Analysis)을 통하여 자사와 이해관계자 모두에게 우선적으로 중요하다고 판단되는 정보를 G4 가이드라인 기준의 중요한 측면(Material Aspects)에 따라 수록될 수 있도록 노력하였습니다. 중대성 분석 결과는 외부적으로는 검증기관을 통하여 동종업계에서 중요하다고 생각하는 측면들 중 빠지거나 추가된 부분에 대한 검토를 실시하였으며, 내부적으로는 현업 유관부서와의 리뷰를 통하여 자사와 이해관계자들에게 실질적으로 중요하고 필요하다고 생각되는 정보 위주로 보고서에 담으려고 노력하였습니다. 선정된 중요 측면들에 대한 현업부서에서 작성된 원고들은 경영진 및 외부 검증기관의 검토를 거쳐 최종 확정되었습니다.

보고서 작성원칙

GRI G4 가이드라인,
UNGC(UN Global Compact) Index,
AA1000APS(Accountability Principles Standard)
AA1000SES(Stakeholder Engagement Standard)

보고범위

LG전자가 운영하고 있는 모든 국내외 사업장 및 주요 협력회사의
경제, 환경, 사회적 활동과 성과

보고경계

중대성 분석 항목에 개별적 DMA(Disclosure on Management Approach)를
통하여 공개함

보고기간

회계년도(2015년 1월 1일 ~ 2015년 12월 31일)의 데이터
(일부 성과는 2016년 상반기의 활동도 포함)

보고서 검증

제3자 독립검증 보고서(한국생산성본부) (pp.91-92)

LG전자 지속가능경영 활동을 만날 수 있는 곳



LG전자 웹사이트
www.lge.co.kr/sustainability

영업보고서

서울시 영등포구 여의대로 128 LG트윈타워 LG전자(주) CSR팀
Email: sustainability@lge.com Tel: 02-3777-3263

Contents

OVERVIEW

- 2 보고서 개요 · 목차
- 4 2005-2015 LG전자 지속가능경영의 성장과 변화
- 8 대표이사 메시지
- 10 경영진 메시지
 - 공정운영
- 11 경영철학
- 12 기업지배구조
- 13 컴플라이언스 리스크 관리
- 14 정도경영
- 15 공정거래
 - 회사소개
- 16 Who We Are · What We Do
- 18 Where We Operate
- 20 What We Achieved
- 22 CSR 추진체계

STAKEHOLDER COMMUNICATION

- 24 이해관계자 자문회의
- 26 가치사슬 단계 별 커뮤니케이션
- 30 중대성 분석

KEY PROGRESS & PERFORMANCE

- 32 핵심성과표

MATERIALITY REPORT

- 34 With Our Customers
- 42 With the Environment
- 60 With Our Suppliers
- 70 With the Community
- 78 With Our Employees

APPENDIX

- 88 경제 Data
- 89 EESH 인증현황
- 90 소속단체/수상경력
- 91 독립검증 보고서
- 93 GRI/UNGC Index
- 97 TF팀 소개

MATERIALITY REPORT



With Our Customers

p. **34**

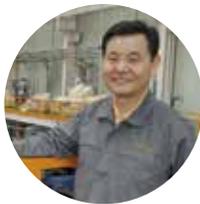
- 35 고객과의 커뮤니케이션
- 36 신규 프리미엄 마스터 브랜드 LG SIGNATURE 출시
- 37 고객서비스를 통한 커뮤니케이션
- 38 고령자·장애인 고객을 위한 접근성 개선
- 39 품질·제품 안전성 확보
- 40 정보보안·개인정보보호



With the Environment

p. **42**

- 43 그린 제품 개발
- 45 제품 전과정 책임(Product Stewardship)
- 49 그린 파트너십
- 50 Environmental Awards
- 52 전사 EESH 경영 체계
- 53 환경안전 관리 강화 및 확대
- 55 에너지, 온실가스, 용수 관리
- 58 환경 데이터



With Our Suppliers

p. **60**

- 61 구매실적 및 공급망
- 61 동반성장 3대 사상 및 5대 원칙
- 62 5대 추진과제의 강한 실행
- 66 협력회사 CSR 리스크 관리
- 68 분쟁광물 관리



With the Community

p. **70**

- 71 사회공헌 원칙과 실적
- 72 LG와 함께라면 언제나 Life's Good
- 73 사회공헌 활동
- 76 Around the World



With Our Employees

p. **78**

- 79 글로벌 HR 관리
- 80 인재육성 전략
- 83 조직문화, 일과 삶의 균형
- 85 노동인권 보호

LG전자가 지난 2006년 처음으로 지속가능경영보고서를 발간한 이후 10년이 지났습니다. 그동안 LG전자는 지속가능한 성장을 실현하기 위해 많은 노력을 해왔고, 그 성과를 매년 보고서를 통해 이해관계자와 공유해 왔습니다. 첫 보고서 발간 이후 10년 동안 LG전자가 얼마나 성장하고 변화했는지를 요약해 보았습니다.



RESPONSIBILITY FOR THE FUTURE HAS ITS ROOTS IN THE PAST

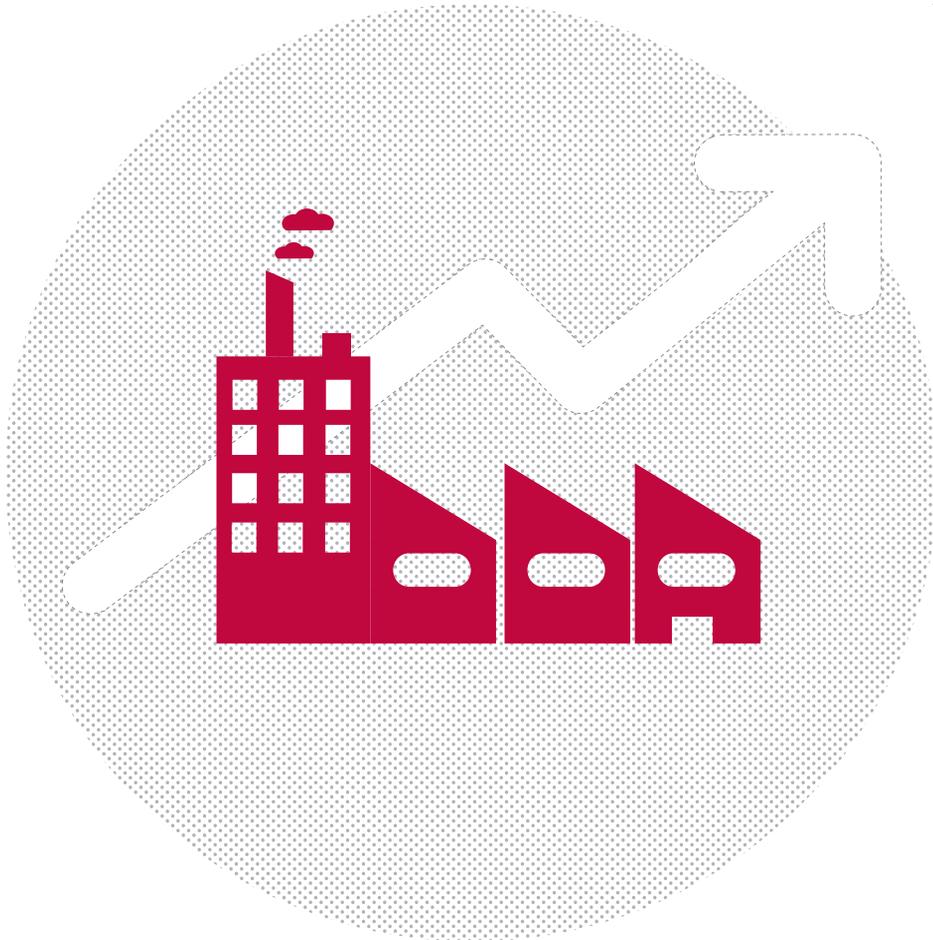
2005-2015 LG전자 지속가능경영의 성장과 변화

Increasing Sales

LG전자의 매출액은 2005년 44조 4,451억 원에서 2015년에는 12조 639억 원(27%) 증가한 2015년 56조 5,090억 원으로 성장했습니다. 2015년 미국 경제전문지 '포춘'에 따르면, '세계 500대 기업' 가운데 175위에 해당하는 규모입니다. LG전자는 규모에 걸맞은 책임감을 가지고 글로벌 고객의 만족을 위해 더욱 노력하겠습니다.

2005-2015 매출액

+120,639 억 원



Expanding Business

2005년 77개였던 국내의 사업장 수는 2015년 12월 말 현재 96개로 19개 증가하였습니다. 주로 중동·아프리카와 중남미 등 신흥시장에서 글로벌 사업을 확장한 데 힘입어 사업장 수가 크게 늘었습니다. LG전자는 혁신적인 기술과 제품으로 각 지역별 고객의 다양한 니즈를 만족시켜 나가겠습니다.

2005-2015 글로벌 사업장

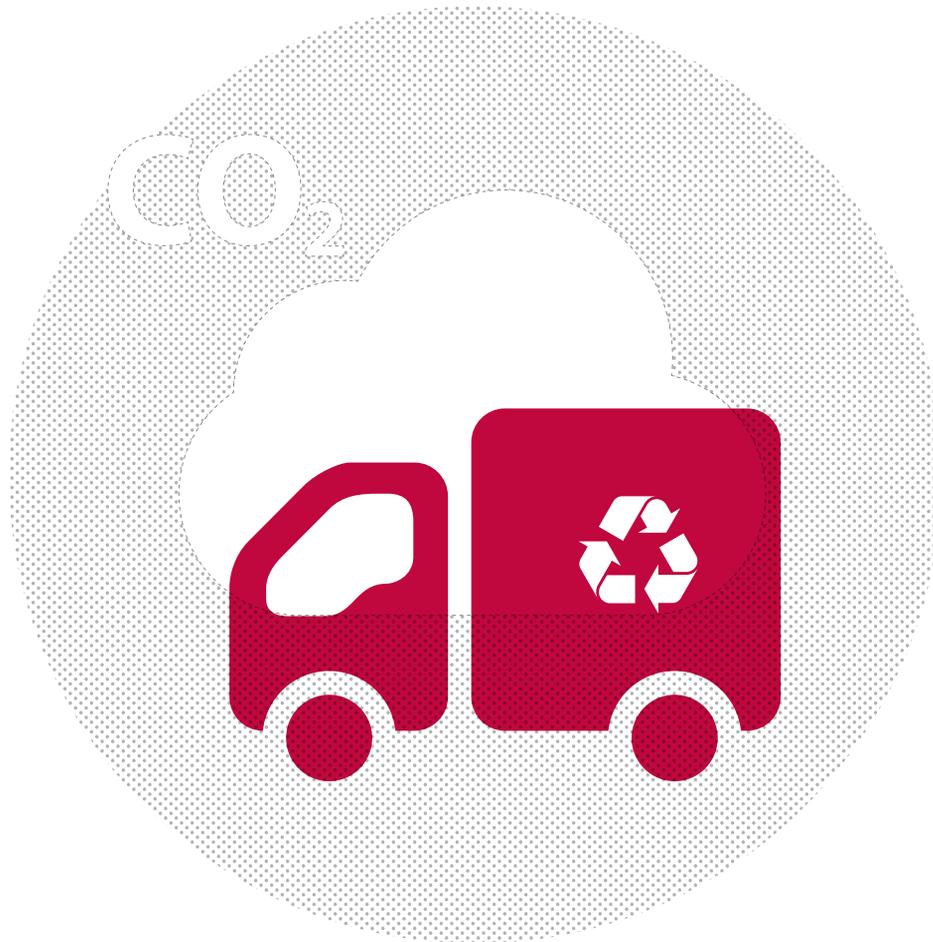
+19 개

Less GHG Emissions

2015년 LG전자는 기준년도인 2008년 대비 35.3만톤 CO₂e 감축한 111만톤 CO₂e의 온실가스를 배출함으로써, 2009년에 설정한 2020년 감축목표를 이미 초과 달성하였습니다. 앞으로도 LG전자는 사업장에서의 생산관리뿐 아니라 사무용 건물의 온실가스 관리 강화, 신재생 에너지 사용 확대 등을 통해 온실가스배출을 지속적으로 감축해 나가겠습니다.

2008-2015 온실가스 감축량

-35.3만톤 CO₂e



More Take-backs

LG전자는 자원순환사회 건설을 위해 글로벌 전역에서 폐전자제품 회수·처리 서비스를 제공하고 있습니다. 2015년에는 212,496톤의 폐전자제품을 회수하여 처리하였는데, 이는 2005년 회수량 29,239톤에 비해 약 7배 가량 증가한 것입니다. 앞으로도 LG전자는 자원순환사회 실현을 위해 선도적인 역할을 지속해 나가겠습니다.

2005-2015 폐가전 회수량

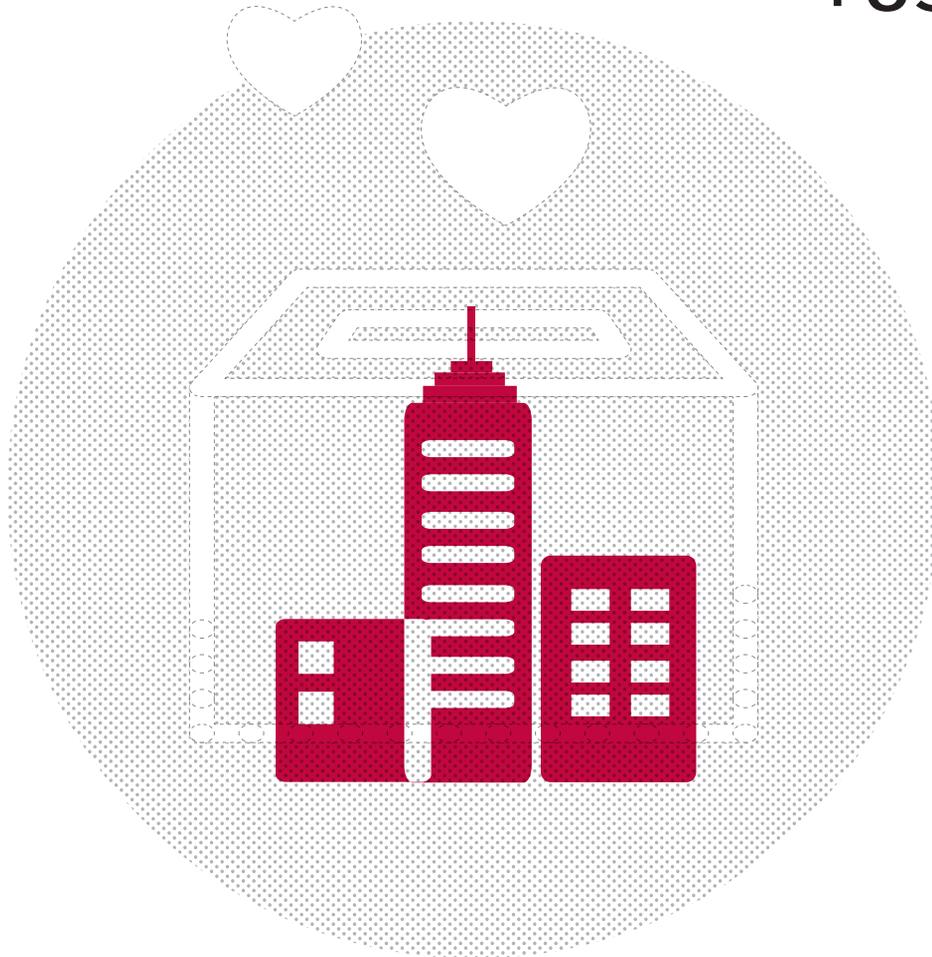
+183,257톤

Friendship with Society

2015년 사회공헌 활동에 참여한 임직원 수는 총 93,659명으로, 2005년 27,888명 대비 약 3.4배 가량 증가하였습니다. 이는 LG전자의 사회공헌 활동이 다양해지고 임직원의 참여도 그만큼 활발해졌음을 의미합니다. LG전자는 'Life's Good with LG'이라는 CSR 슬로건 아래 세계 각지에서 지역사회 발전과 인류사회의 복지증진을 위해 노력하겠습니다.

2005-2015 사회공헌 참여 임직원

+65,771 명



Partnership with Suppliers

2015년 한 해 동안 LG전자가 협력회사로부터 구매한 금액은 30.6조 원으로 2005년 대비 약 6.8조 원 증가하였습니다. LG전자는 협력회사의 경쟁력이 LG전자의 경쟁력이라는 점을 깊이 인식하고, 협력회사와 적극적으로 소통하면서 공정한 거래관계 유지 및 협력회사의 경쟁력 강화를 위해 함께 노력하겠습니다.

2005-2015 협력회사 구매금액

+6.8 조 원

> 대표이사 메시지

PRESIDENT MESSAGE

사람들의 삶의 모습이
점점 더 빠르게
변화하고 있는 상황에서,
LG전자가 세상의 흐름을
먼저 읽고 앞서 준비하고 있는
모습들을 보여드리는 것이
LG전자의 사회적 책임 가운데
하나라고 믿고 있습니다.



사장 조성진
LG전자 대표이사



사장 조준호
LG전자 대표이사



사장 정도현
LG전자 대표이사

LETTER TO THE STAKEHOLDERS

LG전자 이해관계자 여러분, 안녕하십니까?

LG전자가 2006년에 첫 지속가능경영보고서를 발간한 이후 올해로 열 번째 보고서를 발간하게 되었습니다. LG전자가 지속가능경영보고서를 발간키로 한 것은 LG전자의 지속가능경영 활동을 이해관계자 여러분과 소통하기 위한 것으로, 당시 첫 보고서를 내면서 LG전자는 <LG의 경영이념>이 '고객을 위한 가치창조, 인간존중의 경영'이라는 점을 역점적으로 설명드렸습니다. 이는 LG가 추구하는 지속가능경영이, LG의 경영활동은 고객으로부터 출발하여 활동주체인 내부 구성원들을 존중함으로써 실현된다는 흔들림 없는 원칙에 바탕을 두고 있음을 말씀드리기 위해서였습니다.

그이후 지금까지 10년 동안 LG전자는 '고객을 위한 가치창조'와 '인간존중의 경영'을 근간으로 한 지속가능경영의 철학과 성과를 담아내기 위해 힘써왔습니다. 그리고 실제로 많은 성과를 창출하여 지속가능경영보고서를 통해 이해관계자 여러분과 소통해 왔습니다. 이제 LG전자는 다가올 미래에 대해 이야기하고자 합니다. 사람들의 삶의 모습이 점점 더 빠르게 변화하고 있는 상황에서, LG전자가 세상의 흐름을 먼저 읽고 앞서 준비하고 있는 모습들을 보여드리는데 LG전자의 사회적 책임 가운데 하나라고 믿기 때문입니다.

LG전자는 이미 최근 5년 동안 기업체질 개선을 위한 부단한 노력을 해왔습니다. 그 결과, 제품 및 기술의 포트폴리오에 상당한 긍정적 변화가 있었고 사업을 운영하는 근원적 체질도 계속해서 건강한 방향으로 단련되고 있습니다. 이렇듯 계획한 대로 미래준비를 해나가는 가운데에도 LG전자는 진정으로 의미있는 고객가치를 창출하고 있는지 스스로 돌아보면서, 올해는 '주도적 변화 창출'과 '책임경영'을 경영 키워드로 삼아 집중적으로 실행해 나가고자 합니다.

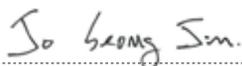
첫째, '주도적 변화 창출' 측면에서는, '한 발 앞선 경쟁 준비'와 '선택과 집중'에 기반한 실행력을 체질화하여 시장 주도적 위상을 강화해 가겠습니다. 시장과 고객의 변화를 섬세한 부분까지 점검하고 선도적으로 준비하면서, 빠르고 철저하게 실행하여 경쟁을 주도할 수 있는 기회를 확보하겠습니다. 둘째, '책임경영' 측면에서는 진정한 의미의 책임경영이 실현되도록 하겠습니다. 이를 위해 사업본부 중심의 책임경영체제를 정착하여 의사결정을 더욱 빠르게 하고, 실행의 속도 역시 더욱 빠르게 이루어질 수 있도록 하겠습니다. 책임경영의 또 다른 의미는 경영활동을 통해 환경적 책임과 인류사회에 대한 책임까지도 성실히 이행하는 것이라고 생각합니다. 그런 의미에서 LG전자는 경영활동 전반에서 사회적 책임을 성실히 실천하겠습니다.

이해관계자 여러분, LG전자는 지금 새롭게 도약하기 위한 중요한 전환기에 와 있습니다. 경영활동을 통해 좀 더 희망찬 인류의 미래를 만들어가려는 LG전자의 시도들이 풍성한 결실을 맺을 수 있도록 앞으로도 따뜻한 격려와 관심 부탁드립니다. LG전자 임직원 모두는 변화를 주도하는 주인공이 되어, 여러분의 기대에 어긋나지 않는 사랑받는 기업이 될 수 있도록 최선의 노력을 다하겠습니다.

감사합니다.

2016년 5월

LG전자 대표이사



사장 조성진



사장 조준호



사장 정도현

> 경영진 메시지

MANAGEMENT MESSAGES



CTO
사장 안승권

산업간 경계가 무너지고 기술변화의 속도가 가속화되면서, 기술개발 자체에 초점을 맞추기보다 사업전략에 따른 선택과 집중을 통해 기술 리더십을 발휘해야 할 때입니다. LG전자는 우리의 기술적 강점과 역량을 극대화하고, 타 사업 영역의 기업 및 전문가와의 협업을 통한 파트너십을 확대해 나가고 있으며, 기술을 통해 인류의 삶을 보다 즐겁고 풍요롭게 만들기 위한 연구를 거듭하고 있습니다. 나아가 사회문제 해결이라는 차별화된 가치를 고객에게 제공할 수 있는 혁신적인 제품과 기술을 개발하는 노력도 지속적으로 펼쳐갈 것입니다. LG전자는 이러한 기술전략을 바탕으로 고객만족은 물론 새로운 고객가치 창출을 위해 최선을 다하겠습니다.



글로벌마케팅부부장
부사장 나영배

글로벌 시장에서 CSR은 반드시 추진해야 하는 활동입니다. 노동, 인권, 환경 등 다양한 글로벌 이슈의 해결을 위해 자사의 임직원, 제품 등을 활용하고, 고객과 협력회사를 포함한 이해관계자의 가치 창출을 위해 노력해야 합니다. 이것이 존경받는 기업, 지속가능한 기업의 조건이며, LG전자가 추구하는 Innovation for a better life입니다. LG전자는 CSR의 구현을 위해 노력하는 동시에, 진정성 있는 커뮤니케이션으로 이해관계자에게 LG전자가 추구하는 가치를 전달하는 노력을 병행해 나갈 것입니다.



CHO
부사장 황호건

지속가능한 성장을 위한 최우선 조건 중 하나가 신뢰입니다. LG전자는 변화된 경영 환경에 대응하여 신뢰에 기반을 둔 새로운 조직문화의 포맷과 방식을 찾기 위해 노력하고 있습니다. 특히 '우리 팀시다'와 같은 내부 소통 커뮤니케이션 프로그램을 통해 다양한 의견과 고충을 수렴하고 이에 대해 지속적으로 피드백함으로써 조직과 개인 간의 신뢰를 쌓아가고 있습니다. 또 1:1 케어링 시스템과 개별적 인사제도 등을 통해 획일화된 인재가 아닌 다양한 인재가 각자의 강점을 극대화할 수 있는 환경을 조성해가고 있습니다.



지원부부장
부사장 이충학

LG전자는 사회적 책임 이행을 위해 고객에게 차별화된 제품을 제공하는 것뿐만 아니라 사회적 약자, 사회적기업 및 조직이 저마다의 경쟁력을 갖출 수 있도록 지원하는 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다. LG전자의 프로그램은 단순한 금전적 기부가 아니라 수요자와의 긴밀한 커뮤니케이션을 기반으로 실질적인 지원이 될 수 있는 방식으로 시행되고 있습니다. 더불어 LG전자의 기술리더십을 활용한 나눔활동을 병행함으로써 LG전자만의 성장이 아니라 사회와 함께 성장하기 위한 투자를 지속하고 있습니다.

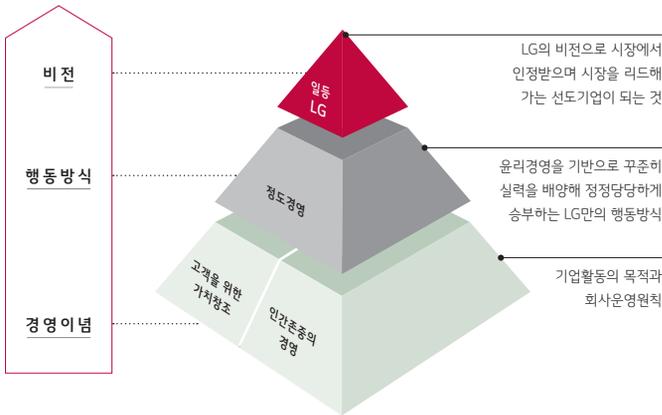
> 경영철학

MANAGEMENT PHILOSOPHY

LG Way

LG 고유의 기업문화인 LG Way는 경영이념인 ‘고객을 위한 가치창조’와 ‘인간존중의 경영’을 행동방식인 ‘정도경영’으로 실천하여 궁극적 지향점인 ‘일등 LG’를 달성하자는 것을 의미합니다.

LG Way



정도경영

정도경영은 윤리경영을 기반으로 꾸준히 실력을 배양하여 정정당당하게 승부하고, 이를 통해 실질적인 성과를 창출하는 것을 의미합니다. LG전자의 경영이념은 정도경영을 실천함으로써 실현됩니다.

정도경영



경영이념

LG전자 경영활동의 근간이 되어 온 경영이념은 LG전자가 추구하는 지속가능경영의 기본정신이기도 합니다. 경영이념은 ‘고객을 위한 가치창조’와 ‘인간존중의 경영’ 두 가지인데, 이는 고객에 대한 책임과 의무를 다하는 동시에 구성원을 존중하고 능력과 업적에 따라 공정하게 대우하는 것을 의미합니다.

경영이념

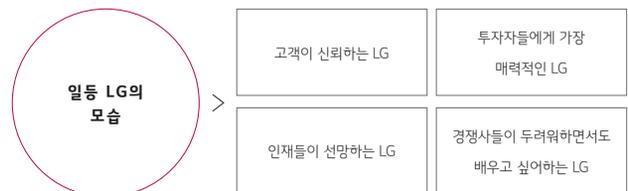


일등 LG

경영이념에 바탕을 둔 정도경영을 통해 LG전자가 궁극적으로 달성하고자 하는 지향점은 ‘일등 LG’입니다. ‘일등 LG’는 시장에서 인정받으며 시장을 선도하는 기업이 되겠다는 것을 의미합니다.

일등 LG의 궁극적 지향점

- 1 - 한국 시장을 넘어 글로벌 차원에서 초일류기업과 경쟁하며 승리
- 2 - 경쟁기업에 비해 가격, 브랜드 등에서 독보적인 프리미엄을 향유할 수 있을 정도로 월등한 경쟁우위를 확보
- 3 - 일등 제품, 일등 서비스를 지속적으로 창조하고 확대해 시장을 선도해 나가는 확고한 마켓 리더



> 기업 지배 구조

CORPORATE GOVERNANCE

주주

LG전자는 매년 주주총회를 통해 의장이 주주에게 경영현황을 보고하고 있으며, 의사결정을 요하는 사안에 대해서는 주주의 의견을 직접 청취하고 있습니다. 또한 홈페이지에 '투자문의란'을 두어 투자자와 고객이 언제든지 회사의 경영사항에 대해 의견을 제시하고 그에 관한 답변을 들을 수 있도록 하고 있습니다. 회사 경영과 관련하여 주주가 제시한 의견이나 제안은 경영진 및 이사회에서 심도 있게 검토한 후 회사의 정책 수립 및 운영에 반영하고 있습니다.

http://www.lge.co.kr/lgekr/company/ir/management/lge_mis1.jsp

이사회 독립성 강화

LG전자의 이사회는 사외이사 5인을 포함하여 총 9인으로 구성되어 있습니다. 이사의 재임기간은 3년이며, 임기 만료 시 재임기간 중 활동에 대한 평가를 거쳐 재임 여부를 결정하게 됩니다. 이사들은 재임기간 동안 대주주 및 경영진으로부터 독립성을 유지합니다. 동시에, 이사가 그 지위를 이용하여 회사와 거래함으로써 자기 또는 제3자의 이익을 도모하거나 주주에게 불측의 손해를 입히는 것을 방지하고 거래의 공정성을 확보하기 위해, 회사와 이해관계 충돌이 가능한 거래에 대해서는 통제 담당부서 및 담당자를 지정하여 거래 개시 전에 이사회 승인의 여부를 점검토록 하고 있습니다.

이사회 활동

이사들은 회사의 중요한 경영사항이나 경영진의 업무집행 등에 대해 활발하게 의견을 개진하는 것은 물론 냉정한 평가와 감독을 하고 있습니다. 특히 사외이사는 회사 경영에 대한 실질적인 모니터링 및 견제 기능을 수행하는 한편 충실한 조언도 제공하는 객관적인 조력자의 역할을 수행하고 있습니다. 이사들은 이사회를 통해 중요한 안건을 심의하는데, 2015년에는 총 7번의 이사회를 개최하여 '이사 등의 자기거래 승인의 건' 등 총 46건의 안건(승인사항: 38건, 보고사항: 8건)을 심의하였습니다. 2015년에는 사외이사 중 2인의 임기가 만료되어 신규 선임되었고, 신규 이사 선임 이후 이사회의 평균 참석률은 100%였습니다. LG전자는 자문회의 등과 같은 이해관계자 커뮤니케이션을 통해 파악한

경제적, 환경적, 사회적 영향과 위험, 지속가능경영보고서 발간을 포함한 CSR 활동 등을 이사들에게 보고토록 함으로써 이사진의 적극적인 참여를 꾀하고 있습니다. 또한, 사외이사들이 현장경영 차원에서 국내외 사업장을 직접 둘러보고 한국이사협회가 주관하는 사외이사교육에도 참가하도록 하는 등 다양한 프로그램을 운영하여 사외이사들이 적극적으로 경영에 참여할 수 있도록 기회를 제공하고 있습니다.

이사회 내 위원회

이사회 내에는 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 경영위원회 등 3개 위원회가 운영되고 있습니다. 감사위원회는 회사의 대주주 및 경영진으로부터 독립성을 확보할 수 있도록 3인의 위원 전원을 사외이사로 구성함으로써, 감사위원회의 주 기능인 회사 회계의 적법성 및 투명성 제고와 경영의 공정성 확보에 기여하는 감시·감독기관으로서의 역할을 충실히 이행하고 있습니다. 2015년에는 5번의 감사위원회를 개최하여 총 14건(보고: 10건, 결의: 4건)을 처리하였습니다. 경영위원회는 이사회에서 위임한 사항 및 기타 일상적인 경영사항에 관한 심의와 의결 기능을 수행하고 있는데, 2015년에는 총 49건을 심의하였습니다. 사외이사후보추천위원회는 신규 사외이사 후보를 추천하는 기구로, 사외이사 선임 과정의 공정성과 독립성을 확보하기 위하여 사외이사 선임을 위한 주주총회 개최 전에 사내이사 1인과 사외이사 2인으로 구성되어 운영됩니다. 사외이사후보추천위원회가 엄격한 심사를 거쳐 추천한 사외이사 후보는 최종적으로 주주총회에서 사외이사로 선임하게 됩니다.

이사와 경영진의 평가 및 보상

이사의 보수는 주주총회에서 승인 결정한 이사보수 한도 내에서 보수 관련 제반 규정을 준수하여 지급하고 있습니다. 또한 경영진 및 임원에 대해서도 평가를 실시하여 적절한 보상수준을 결정합니다. 경영진 및 임원에 대한 평가는 경제, 사회, 환경 등의 측면에서 각자가 도전적인 목표를 세우고 이를 달성하였는지 여부와, 계량적·비계량적 요소로 구성된 업무목표의 달성 여부, 업무역량 등을 종합적으로 판단하여 연중평가로 이루어집니다.

이사회 구성현황(2016년 6월 말 현재)

구분	성명	주요 경력	최근 선임	비고
사내이사	구본준	부회장	2014.3	이사회 의장 사외이사후보추천위원회 위원장
	정도현	대표이사, 사장	2014.3	경영위원회 위원장
	조준호	대표이사, 사장	2016.3	경영위원
	조성진	대표이사, 사장	2016.3	경영위원
사외이사	주종남	서울대학교 기계항공공학부 교수	2016.3	감사위원
	이창우	서울대학교 경영대학 교수	2016.3	감사위원회 위원장
	최준근	前 휴렛팩커드 대표이사	2015.3	감사위원
	홍만표*	법무법인 조흥 대표변호사	2015.3	사외이사후보추천위원
	김대형	The Sevenedu Indonesia, PT, Finance Director	2016.3	

* 2016년 5월 31일 사임

이사회 내 위원회



> 컴플라이언스 리스크 관리

COMPLIANCE RISK MANAGEMENT

연도 별 중점 추진 과제

LG전자는 2008년부터 법과 원칙을 준수하고 기본에 충실한 경영문화를 조성하기 위해 컴플라이언스 리스크 관리활동을 지속적으로 전개하고 있습니다. 초기에는 리스크 관리체계를 정립하고 그 관리수준을 높이는 데 중점을 두었다면, 최근에는 컴플라이언스에 대한 회사의 확고한 의지를 임직원과 공유하고 준법 실천을 강조하는 등 준법 책임경영 문화의 확산 및 정착을 위한 노력을 최우선 과제로 삼고 있습니다.

컴플라이언스 서베이 실시

조직책임자가 솔선수범하여 컴플라이언스를 중요시하고 임직원이 스스로없이 관련 이슈에 대해 말할 수 있는 문화를 조성하기 위해 LG전자는 2010년부터 매년 국내외의 전 사무직 임직원을 대상으로 컴플라이언스 서베이를 실시하고 있습니다. 이 서베이는 컴플라이언스와 관련한 개인의식을 비롯하여 리더십 및 현실에 대한 인식 수준을 측정할 수 있는 총 5개 문항으로 실시하고 있으며, 그 결과를 분석하여 임직원의 법규 준수를 저해하는 요소를 파악하는 동시에 필요한 개선활동을 수행하고 있습니다.

수시 점검 실시

LG전자는 2015년부터 특정 리스크 분야를 선정하여 수시로 점검을 실시함으로써 고질적인 리스크에 대한 실질적인 개선을 유도하고 부적절한 업무 프로세스 및 관행을 개선하는 등 정정당당하게 승부하여 이해관계자를 보호할 수 있는 업무환경을 조성하고자 노력하고 있습니다.

준법 포털을 통한 모니터링 및 검증

LG전자의 약 110여 개 국내 사업부 및 해외 법인은 매년 컴플라이언스 프로그램에 따라 다양한 리스크 관리활동을 정기적으로 실시하고 있습니다. 또한 본사 준법감시팀과 리스크 관리조직은 각 조직의 리스크 관리활동의 실시 여부를 모니터링하고 그 적절성을 검증하고 있습니다. 2015년에도 이러한 프로세스를 '준법 포털'로 시스템화하고 각 조직의 활동계획부터 실시증빙에 이르기까지의 전과정에 대해 본사의 검토의견을 실시간으로 교환함으로써 해당 조직이 보다 빠르고 책임감 있게 리스크를 관리할 수 있도록 지원하고 있습니다.

컴플라이언스 교육 및 준법서약서 수취

LG전자는 임직원의 법규준수의식 제고를 통한 준법 책임경영문화 확산을 위해 매년 국내외 임직원을 대상으로 다양한 준법교육을 실시하고 있습니다. 2015년의 경우 임직원이 컴플라이언스의 중요성은 물론 자신의 업무와 관련된 행동강령을 숙지할 수 있도록 LG전자 행동강령과 연관된 다양한 사례 위주로 온라인 교육을 실시하여, 교육대상자인 국내외 전 사무직 임직원의 97%(51,060명 중 49,498명)가 교육을 이수하였습니다. 특정 직급 및 특정 사업장에 대한 집합교육과 조직책임자 워크숍을 지속적으로 실시하고, 전체 임직원이 스스로 책임 있게 행동할 것을 다짐하는 준법서약서를 작성토록 하는 등 임직원의 준법의식 향상을 위한 다각적인 노력을 기울이고 있습니다.

연도별 중점 추진 과제



2015년도 컴플라이언스 서베이 대상자 및 응답률(7월)

구분	대상자	응답자	응답률
사무직	국내	29,452	25,625 87%
	해외	20,566	16,515 80%
Total	50,018	42,140	84%

연도별 온라인 교육 이수 결과(단위: %)



* 2014년도의 경우 컴플라이언스 데이 실시로 대체

> 정도경영

JEONG-DO MANAGEMENT

정도경영에 대한 확고한 의지

정도경영이란 윤리경영을 기반으로 꾸준히 실력을 배양하여 정정당당하게 승부하자는 LG만의 행동방식을 의미합니다. '정도경영과 준법정신을 실천하는 것은 우리 자신과의 약속일뿐만 아니라 고객에 대한 가장 기본적인 약속이며, 위법한 행위는 어떠한 경우에도 회사를 위한 일이 될 수 없다'는 강력한 의지를 바탕으로, 임직원은 물론 LG전자와 거래하는 모든 협력회사도 정도경영을 철저하게 준수하고 지켜나갈 것을 요청하고 있습니다.

윤리규범

LG전자의 윤리규범은 정도경영의 중요한 한 축인 윤리경영의 기본방향을 제시하는 것으로, 선언적 윤리강령인 윤리규범, 실천적 지침인 윤리규범 실천지침, 구체적 행동원칙을 설명하는 윤리규범 실천지침 해설서로 구성되어 있습니다. LG전자는 전 임직원이 윤리규범을 숙지하고 정도경영을 실천할 수 있도록 독려하기 위해 윤리규범을 14개 언어로 번역하여 배포하였고, 영어, 한국어, 중국어, 스페인어, 폴란드어, 아랍어로 제작한 핸드북을 별도로 인쇄하여 해당 언어를 사용하는 전 임직원에게 배포한 바 있습니다. 이 핸드북은 LG가 추구하는 LG Way와 정도경영의 개념, 윤리규범 전문, 그리고 업무 중 윤리규범 위반 시 행동방법 등을 알려주는 Q&A로 구성되어 있습니다.

자진 신고 제도 운영

LG 윤리규범에서는 이해관계자로부터 일체의 금품을 수수하는 행위를 금지하고, 불가피하게 수수한 경우에는 이를 신고 및 반송토록 하고 있습니다. 반송이 불가능한 경우는 사회복지시설 등에 물품을 기증한 후, 재발 방지를 담당하는 임원 명의의 서신과 기증을 증명하는 서류를 해당 이해관계자 및 소속회사 대표자에게 송부하고 있습니다. 기증이 어려운 물품에 대해서는 사내 경매를 진행하고, 이를 통해 얻은 수익 전부를 사회공헌 활동에 활용하고 있습니다.

정도경영 교육 및 홍보 활동

LG전자는 임직원에게 '정도경영은 선택이 아닌 기업 생존을 위한 필수요건'임을 강조하고 정도경영에 대한 공통된 인식을 내재화하기 위해 정기적으로 정도경영 교육을 실시하고 있습니다. 2015년에는 국내·외에서 총 15,670명의 임직원과 564개 협력회사를 대상으로 정도경영 집합교육을 실시하였습니다. 이 교육은 기본적인 이론과 사내·외 사례, 실천방법 위주로 내용을 구성함으로써, 스스로의 인식 변화를 통해 부정과 비리 행위를 사전에 예방할 수 있도록

유도하는 효과를 가져오고 있습니다. 2016년에는 임직원 교육을 더욱 강화하여 정도경영이 체계적으로 뿌리내릴 수 있도록 추진할 계획입니다. 한편 정기적으로 실시하는 정도경영 교육 외에도 기본을 준수하는 문화를 정착하고자 정도경영 홍보활동도 적극적으로 전개하고 있습니다. 특히 동일한 사례의 반복 발생을 방지하고자 실제 윤리규범 위반 사례를 사내 게시판을 통해 전 직원과 공유하고, 임원들의 솔선수범을 촉진하기 위한 목적으로 '임원 정도경영 뉴스레터'를 배포하는 등의 활동을 활발히 전개하고 있습니다.

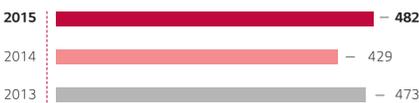
제보시스템

LG전자는 임직원이 업무수행 중에 저지른 일체의 정도경영 및 윤리규범 위반 행위 즉, 이해관계자로부터 사례를 받는 행위, 협력회사 선정의 투명성 결여, 거래업체에 대한 부당한 지분 참여, 회사자산의 불법·부당 사용, 문서·계수의 조작 및 허위보고 등의 행위를 신고할 후 있도록 사이버 신문고(<http://ethics.lg.co.kr>)를 운영하고 있습니다. 사이버 신문고에서는 내부직원뿐만 아니라 고객, 협력회사 등 외부의 이해관계자 누구나 신고할 수 있으며, 제보자의 익명성은 철저히 보장됩니다. 또한 '협력회사 상생마당'이라는 채널을 통해서도 외부의 이해관계자가 접한 불공정하고 부당한 고충사항을 익명으로 접수받고 있습니다. 이를 통해 최근 3년 간 총 1,384건의 신고가 접수되어 처리되었으며, 회사의 리스크 사전 예방에 큰 역할을 하였습니다.

상담실 운영

LG전자는 임직원이 정도경영 실천과 관련하여 궁금한 사항을 언제든지 자유롭게 문의할 수 있도록 1:1 상담실을 운영하고 있습니다. 상담은 임직원이 보다 편리하고 부담 없이 접근할 수 있도록 사내 인트라넷을 활용한 온라인 시스템, 유선 및 e-mail 등 다양한 채널을 통해 진행하고 있으며, 2015년 한 해 동안 총 110건의 상담이 이루어졌습니다. 주요 상담내용은 윤리규범 해석에 대한 문의(16건), 경조금 지급·수수 등에 대한 문의(18건), 선물을 수취한 경우의 처리절차나 출강·겸임 등 이해상충에 관한 문의(26건), 기타 경비처리에 관한 사항 등(32건)이었습니다. 상담내용은 상담자 자신의 판단에 따라 공개할 수 있지만 원하지 않을 경우에는 비공개도 가능하도록 함으로써 상담자 및 상담내용의 비밀을 보장하고 있습니다. 또한 자주 질문하는 사항들은 FAQ로 정리하여 국내·외에서의 각종 교육 시에 공유하고 있으며, 2016년에는 이를 교육 외의 채널에서도 폭넓게 활용하여 전 임직원에게 정기적으로 공유할 예정입니다.

3개년 제보접수 현황(단위: 건)

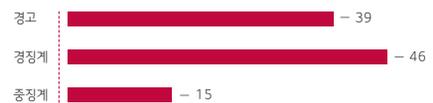


유형별 제보 현황(단위: %)



*기타: HR, 협력회사 고충 등

부정제보 조치 현황(단위: %)



> 공정거래

FAIR TRADE

공정거래 자율준수

LG전자는 임직원의 사고와 행동의 기반인 'LG Way'를 실천하기 위해 공정한 경쟁과 거래를 지향하고 있으며, 그 일환으로 임직원의 의식 제고 및 내부통제 활동 등으로 구성된 '공정거래 자율준수 프로그램'을 운영하고 있습니다. 이와 함께 공정거래 자율준수 문화의 정착을 위해 LG전자는 매년 경영층의 반복적인 실천의지 전달, 행동 가이드라인 준수 강조, 임직원에 대한 정기적인 교육, 자율준수 상시 모니터링 등의 활동을 전개하고 있습니다.

공정거래 분야별 추진 현황

카르텔

LG전자는 2015년에 전 임직원에게 카르텔 금지에 관한 경영층의 메시지를 전파하고 온라인 교육을 실시하였으며, 카르텔 발생 가능성이 큰 영업직군 임직원에게는 별도의 집합교육을 실시하였습니다. 또한 국내외 주요 부서를 대상으로 불시점검을 실시하여 카르텔로 의심받을 수 있는 경쟁사 접촉행위를 사전에 차단하고 있으며, 경쟁정보 관리에 관한 업무기준을 마련하여 임직원이 공정거래법 위반 리스크 없이 정당하게 정보를 입수하고 활용할 수 있도록 가이드를 제공하고 있습니다. 2016년에는 쌍방향 방식의 교육 콘텐츠를 새롭게 제작하여 전 임직원을 대상으로 온라인 교육을 실시함으로써 임직원의 인식을 한층 더 강화시킬 계획입니다.

불공정 거래행위 및 부당한 표시·광고행위

2015년에 LG전자는 표시·광고업무 담당자들에게 자체 점검 리스트를 업데이트하여 제공하고 이에 대한 교육을 추가로 실시함으로써 담당자들이 법 위반 리스크를 정확히 인지하고 스스로 예방할 수 있도록 하였습니다. 2016년에는, 12월부터 시행하는 '대리점 거래의 공정화에 관한 법률'에 맞게 LG전자가 체결하는 모든 대리점 계약을 일제히 점검하여 단 한 건의 법 위반 사항도 없도록 조치할 예정입니다.

협력회사와의 하도급 거래

2015년에도 LG전자는 관련업무를 수행하는 임직원을 대상으로 하도급 법 준수 교육을 실시하는 동시에, 하도급 거래 과정에서 발생할 수 있는 불공정 행위를 방지하고자 업무 프로세스 전반에 대한 점검 및 개선활동을 진행하였습니다. 특히 협력회사의 기술자료 요청 및 유용 행위를 방지하기 위한 내부 프로세스를 새롭게 정립하고, 이 프로세스를 준수하도록 독려하기 위한 교육과 점검을 실시하였습니다. 이와 같은 노력으로 2015년 LG전자는 공정거래위원회가 실시한 동반성장협약 이행평가에서 '최우수' 등급을 받기도 하였습니다. 2016년에는 새로 수립된 업무기준이 제대로 정착될 수 있도록 정례적으로 현장점검을 실시하여, 보다 공정한 하도급 거래문화를 정착시켜나갈 예정입니다.

카르텔 뉴스레터

카르텔 관련 잘못된 3대 상식

2015년 10월

1. 카르텔은 회사에 이익이 된다.

No 오히려 막대한 과징금 벌금, 손해배상, 거래자격 박탈 등으로 손실 유발
2. 담합은 쉽게 발각되지 않는다.

No 오히려 자진신고 제도와 조사기법의 발전으로 무조건 발각
3. 나는 회사를 위해 담합했으나, 회사로부터 징계를 받지 않을 것이다.

No 오히려 카르텔은 명백한 위법행위로 징계의 대상

카르텔, 회사 뿐 아니라 임직원도 형사 처벌 대상입니다.

2015년 8월

주요 국가별 형사 처벌 규정

 한국	징역 3년 벌금 2억 원	 미국	징역 10년 벌금 100만 달러
 일본	징역 3년 벌금 500만 엔	 프랑스	징역 4년 벌금 7만 5천 유로
 캐나다	징역 5년 벌금 100만 캐나다달러	 호주	징역 10년 벌금 22만 호주달러

카르텔 예방 온라인 교육



WHO WE ARE

LG전자는 전자제품, 모바일 통신기기 및 가전제품 분야의 기술혁신을 선도하는 글로벌 리더로서 HE(Home Entertainment), MC(Mobile Communications), H&A(Home Appliance & Air Solution), VC(Vehicle Components)의 4개 사업본부로 구성되어 있습니다. LG전자는 그간 사업구조 고도화, 기술혁신, 오피레이션 역량을 획기적으로 향상시켜 B2B 사업의 성장, 자동차부품 사업의 성공적 진입 등 의미 있는 발전을 이루어왔으며, 2015년 12월 조직개편을 통하여 각각의 사업환경 및 상황에 적합한 책임경영을 하여 새로운 성장에 속도를 낼 수 있도록 사업본부 책임경영체제로 전환하였습니다.

회사 소개(2015년 12월 31일 / 연결 기준)

1	회사명	LG전자 주식회사
2	본사 소재지	서울 영등포구 여의대로 128 LG트윈타워
3	업종	제조
4	주요 생산품목	TV, 홈시어터 시스템, 이동통신 단말기, 노트북, 냉장고, 세탁기, 빌트인 시스템 주방 기기, 청소기, 헬스케어 가전, 에어컨, 모니터, 차량용 네비게이션, 오디오, 비디오, 보안시스템, 커머셜 디스플레이 등
5	대표이사	조성진, 조준호, 정도현
6	설립일	1958년 10월 1일
7	임직원	77,176명(한국 37,904명, 해외 39,272명)
8	자산	363,139억 원
9	부채	233,304억 원
10	주주 수	193,866명
11	매출	565,090억 원
12	영업이익	11,923억 원
13	신용등급	한국: AA(Stable), S&P: BBB(Negative), Moody's: Baa3(Stable)

Corporate History

1958-1969

An Innovative Start

1958	금성사 설립, 한국 전자산업의 서막
1959	감동의 시작, 국산 라디오 개발
1965	국내 최초 냉장고생산
1966	국내 최초 흑백TV 생산

1970-1999

Growth, Globalization and Face for the Future

1978	수출 1억 달러 돌파
1982	국내 기업 최초의 해외 생산기지, 현초빌 법인
1995	새로운 미래의 얼굴 LG (사명 통합 및 CI개정)
1999	LG-Philips LCD공식 출범

2000-2009

Global Brand LG

2005	미국 내 드럼세탁기 판매 부문 1위
2008	세계 최초 LTE 무선칩 개발
2009	전세계 LCD TV 공급률 2위

2010-Present

Faster and Smarter

2011	3D 기술과 스마트 TV 기능을 결합한 시네마 3D 스마트 TV 출시
2012	세계 최대 84형 UHD 시네마3D 스마트TV 출시
2013	다양한 스마트 기기와 쉽고 편리하게 활용 할 수 있는 스마트 가전 출시 비허클 컴포넌츠 사업본부 출범
2014	세계 최초 4K OLED TV-웹OS 탑재 LG 스마트 TV 출시 쿼드 HD 디스플레이 장착 G3 스마트폰 출시

WHAT WE DO

_ OUR BUSINESS

- HE Home Entertainment
- MC Mobile Communications
- H&A Home Appliance & Air Solution
- VC Vehicle Components

LG전자는 전자제품, 모
 및 가전제품 분야의 기술
 선도하는 글로벌 리더로
 HE(Home Entertain
 MC(Mobile Commun
 H&A(Home Applianc
 Air Solution), VC(Vel
 Components)의 4개
 구성되어 있습니다. LG
 그간 사업구조 고도화,
 오퍼레이션 역량을 획기
 향상시켜 B2B 사업의
 자동차부품 사업의 성공
 의미 있는 발전을 이루
 2015년 12월 조직개편
 각각의 사업환경 및 상황
 책임경영을 하여 새로운
 속도를 낼 수 있도록 사
 책임경영체제로 전환하



매출액(연결 기준)

(단위: 억 원)



영업이익(연결 기준)

(단위: 억 원)



Home Entertainment

HE

홈엔터테인먼트

● LG전자는 고객의 다양한 요구를 충족시킬 수 있는 Total Solution Provider로서의 위상을 공고히 하고 있습니다. 특히 주력사업인 TV에서는 세계 최초로 OLED TV를 출시 및 판매하여 하이엔드 브랜드로서의 이미지를 구축하고, 고화질 Ultra HD TV의 보급형 모델을 출시하여 UHD TV 대중화를 이끌어가고 있는 등 차별화된 상품을 지속적으로 기획·개발하여 시장을 선도하고 있습니다.

본부장 메시지

LG전자는 단기적인 성과보다는 장기적이고 지속적인 성장을 지향합니다. 이를 위해 강점을 더욱 강화하면서, OLED TV와 같이 고객가치를 높은 제품으로 성장동력을 확보하는 전략을 추진하고 있습니다. 또한 조직과 구성원의 눈높이(지향점)를 공유함으로써, 할 수 있다는 자신감으로 성과를 창출하고 달성된 성과를 통해 구성원의 자신감을 상승시키는 선순환의 고리를 만들어가고자 합니다.

HE 사업본부장, 부사장 권봉석



(duct)

LG전자는 전자제품, 모
 및 가전제품 분야의 기술
 선도하는 글로벌 리더로
 HE(Home Entertain
 MC(Mobile Commun
 H&A(Home Applianc
 Air Solution), VC(Vel
 Components)의 4개
 구성되어 있습니다. LG
 그간 사업구조 고도화,
 오퍼레이션 역량을 획기
 향상시켜 B2B 사업의
 자동차부품 사업의 성공
 의미 있는 발전을 이루
 2015년 12월 조직개편
 각각의 사업환경 및 상
 책임경영을 하여 새로
 속도를 낼 수 있도록 사
 책임경영체제로 전환하

Mobile Communications

MC

모바일 커뮤니케이션즈

- 모바일 사업에서는 LG전자의 경쟁우위 요소인 우수한 하드웨어 역량을 기반으로 고객이 공감할 수 있는 매력적인 디자인을 적용하여 제품차별화에 주력하고 있습니다. 2015년에는 고객이 일상생활에서 자주 사용하는 기능을 중심으로 자사만의 독창적인 아이디어와 매력적인 디자인을 적용한 제품들을 출시하였습니다. 또한 다양한 미래 모바일 분야에서 구글의 핵심 파트너로 긴밀하게 협력하면서, 전통적인 시계디자인과 차별화된 고객경험을 구현한 스마트 워치 제품도 지속적으로 출시하고 있습니다.

본부장 메시지

LG전자는 고객이 LG전자 제품을 꼭 써보고 싶은 기기로 인식할 수 있도록 의미 있는 가치를 제공해 나가고자 합니다. 특히, 카메라 등 멀티미디어를 중심으로 고객에게 재미를 줄 수 있는 요소를 고민하고 있습니다. 이를 위해 LG전자는 G5 라는 플랫폼을 제공하는 동시에 소프트웨어 및 하드웨어에 대한 정보를 시장에 개방함으로써 오픈 생태계를 구축하고 고객과 상생하는 기업으로 진화하고자 합니다. 이를 통해 제품의 기능과 영역을 확장하고 실질적인 재미를 배가함으로써 고객의 삶을 더욱 풍요롭게 하는 차별화된 고객가치를 제공하게 될 것입니다.

MC 사업본부장, 사장 조준호





매출액(연결 기준)

(단위: 억 원)

143,996 (USD 12.7 십억)

영업이익(연결 기준)

(단위: 억 원)

-483 (USD -0.04 십억)

duct)

LG전자는 전자제품, 모
 및 가전제품 분야의 기술
 선도하는 글로벌 리더로
 HE(Home Entertainr
 MC(Mobile Commun
 H&A(Home Applianc
 Air Solution), VC(Vel
 Components)의 4개
 구성되어 있습니다. LG
 그간 사업구조 고도화,
 오피레이션 역량을 획기
 향상시켜 B2B 사업의
 자동차부품 사업의 성공
 의미 있는 발전을 이루
 2015년 12월 조직개편
 각각의 사업환경 및 상황
 책임경영을 하여 새로운
 속도를 낼 수 있도록 사
 책임경영체제로 전환하

매출액(연결 기준)
 (단위: 억 원)



영업이익(연결 기준)
 (단위: 억 원)



Home Appliance & Air Solution

H&A

홈 어플라이언스 & 에어 솔루션

● 홈 어플라이언스는 경쟁우위 요소인 핵심부품 기술에 기반을 두고 대용량 · 고효율의 차별화된 제품과 지역적합형 제품을 지속 출시하고 있습니다. 에어 솔루션은 글로벌 생산 네트워크의 높은 생산성, 제품 경쟁력을 갖춘 신제품의 지속적인 출시, 그리고 뛰어난 에너지 효율 제고 역량을 바탕으로 고객에게 종합적이고 차별화된 솔루션을 제공하고 있습니다.

본부장 메시지

LG전자는 어려운 경영환경에서도 지속가능한 성장을 위해 수익 중심의 내실 있는 경영을 추구하고 있습니다. 또한 차별화된 기술력, 독창적인 아이디어, 프리미엄 전략을 바탕으로 경쟁사들이 제공하지 못하는 새로운 가치를 고객에게 제공해 가고 있습니다. 단순히 더 나은 '기능'을 제공하는 것이 아니라 고객의 삶을 보다 편리하고 윤택하게 한다는 본질적 가치에 집중하여 혁신적인 제품과 서비스를 제공하고 있는 것입니다. 향후에도 LG전자는 인류의 더 나은 삶을 실현하기 위해 글로벌 사회 · 환경적 이슈의 해결과 글로벌 사회의 발전에 기여할 수 있는 방법을 지속적으로 고민하고 실천해 나갈 것입니다.

H&A 사업본부장, **사장 조성진**

duct)

LG전자는 전자제품, 모
및 가전제품 분야의 기술
선도하는 글로벌 리더로
HE(Home Entertain
MC(Mobile Commun
H&A(Home Applianc
Air Solution), VC(Vel
Components)의 4개
구성되어 있습니다. LG
그간 사업구조 고도화,
오퍼레이션 역량을 획기
향상시켜 B2B 사업의
자동차부품 사업의 성공
의미 있는 발전을 이루
2015년 12월 조직개편
각각의 사업환경 및 상황
책임경영을 하여 새로운
속도를 낼 수 있도록 사
책임경영체제로 전환하

Vehicle Components & etc.

VC & ETC.

비히클 컴포넌츠 및 기타

- 미래 자동차시장에서는 컨버전스 대응 역량이 가장 중요한 경쟁력이 될 것으로 예상되고 있습니다. LG전자는 전기·전자·통신부문에서 확보하고 있는 글로벌 경쟁력을 기반으로, Car Infotainment, 전장부품 및 전기자동차 용 부품사업을 중점 육성하여 미래사업역량을 강화해가고 있습니다. 2015년 10월에는 GM의 전기자동차 '쉐보레 BOLT EV'의 개발에 참여하는 전략적 파트너로 선정되었으며, 이를 계기로 VC사업 분야의 거래선을 확대해가고 있습니다.

본부장 메시지

2016년은 세계경기의 불황, 경쟁구조의 심화 등의 위협요인도 있지만, 전기차와 커넥티드카의 보급 확산 등 기회요인도 적지 않습니다. LG전자는 환경친화적이면서도 뛰어난 성능을 가진 전기차를 고객에게 소개하는 역할을 수행하고 있으며, 자율주행기술을 뒷받침할 수 있는 엔지니어링 기술과 모바일 분야에서 축적한 경험을 바탕으로 사용자 친화적인 경쟁력을 키워나가고 있습니다. 앞으로도 LG전자는 변화하는 사업환경에 맞추어 새로운 개념의 제품 및 사업모델을 개발하고 완성차 업체와의 파트너십을 강화하며 시장을 선도해나갈 것입니다.

VC 사업본부장, 사장 이우종



→ Who We Are / What We Do



매출액(연결 기준)
(단위: 억 원)

81,806 (USD 7.2 십억)

영업이익(연결 기준)
(단위: 억 원)

2,016 (USD 0.18 십억)



(Unit)

Life's Good with LG

LG전자는 전자제품, 모
및 가전제품 분야의 기
선도하는 글로벌 리더로
HE(Home Entertain
MC(Mobile Commun
H&A(Home Applianc
Air Solution), VC(Vel
Components)의 4개
구성되어 있습니다. LG
그간 사업구조 고도화,
오퍼레이션 역량을 획기
향상시켜 B2B 사업의
자동차부품 사업의 성공
의미 있는 발전을 이루
2015년 12월 조직개편
각각의 사업환경 및 상
책임경영을 하여 새로운
속도를 낼 수 있도록 사
책임경영체제로 전환하

LG전자는 축적된 첨단기술력과 변화를 선도하는 창조정신, 그리고 인류사회의 발전에 공헌하는 사회적 책임의식을 바탕으로, 세계 200여 국가에서 투명하고 건강하게 비즈니스를 전개하는 글로벌기업입니다. 지금도 HE, MC, H&A, VC 등 4개 사업본부에서 지속적인 기술혁신과 차별화된 제품으로 세계고객의 인정을 받으며 글로벌 경쟁력을 높여가고 있습니다. 앞으로도 LG전자는 세계고객과 함께 변화와 혁신을 선도하며 모든 고객이 편리하고 풍요로운 디지털 세상을 누릴 수 있도록 'Life's Good'을 실현하는 데 앞장서겠습니다.

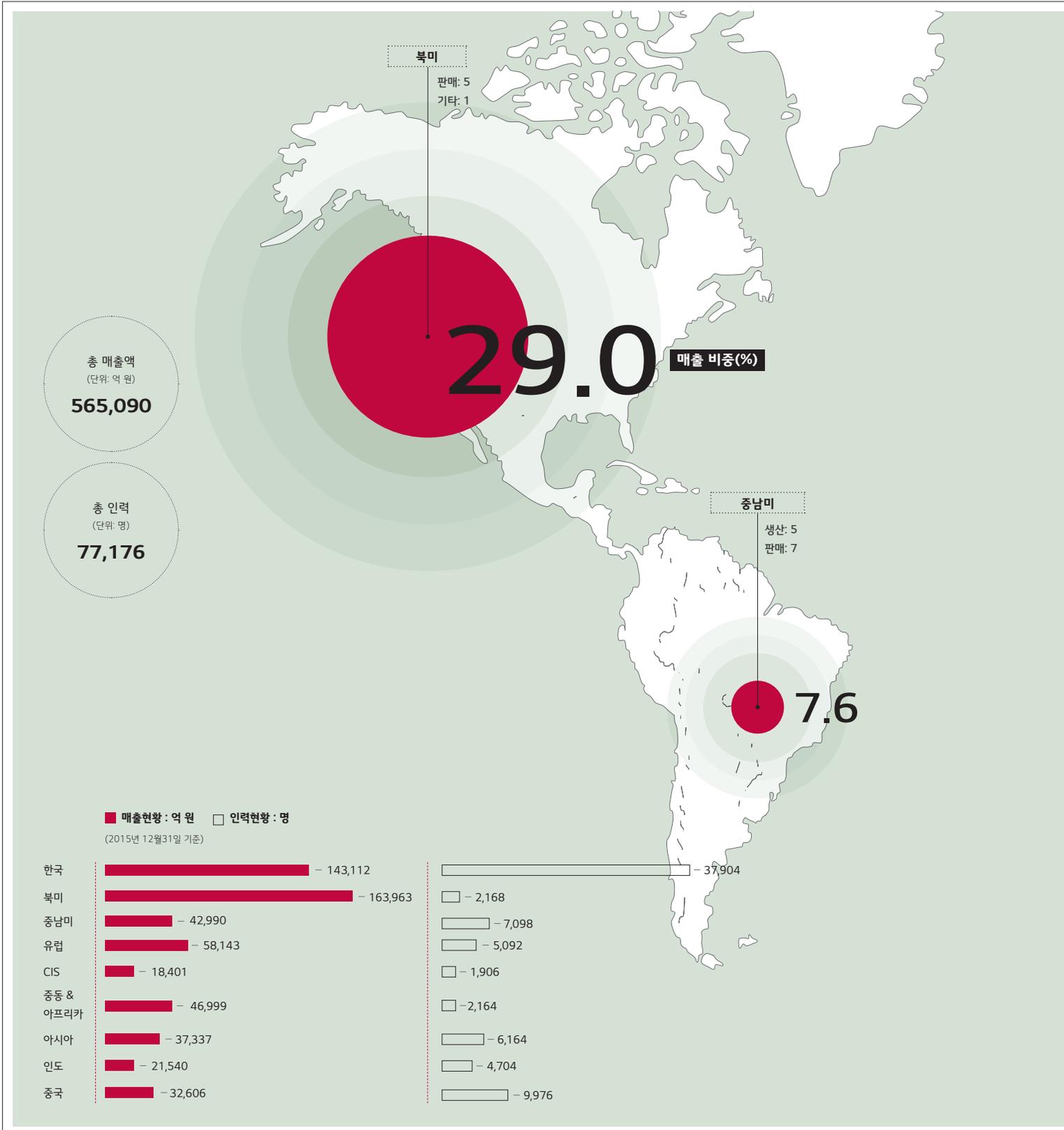
→ Who We Are / What We Do



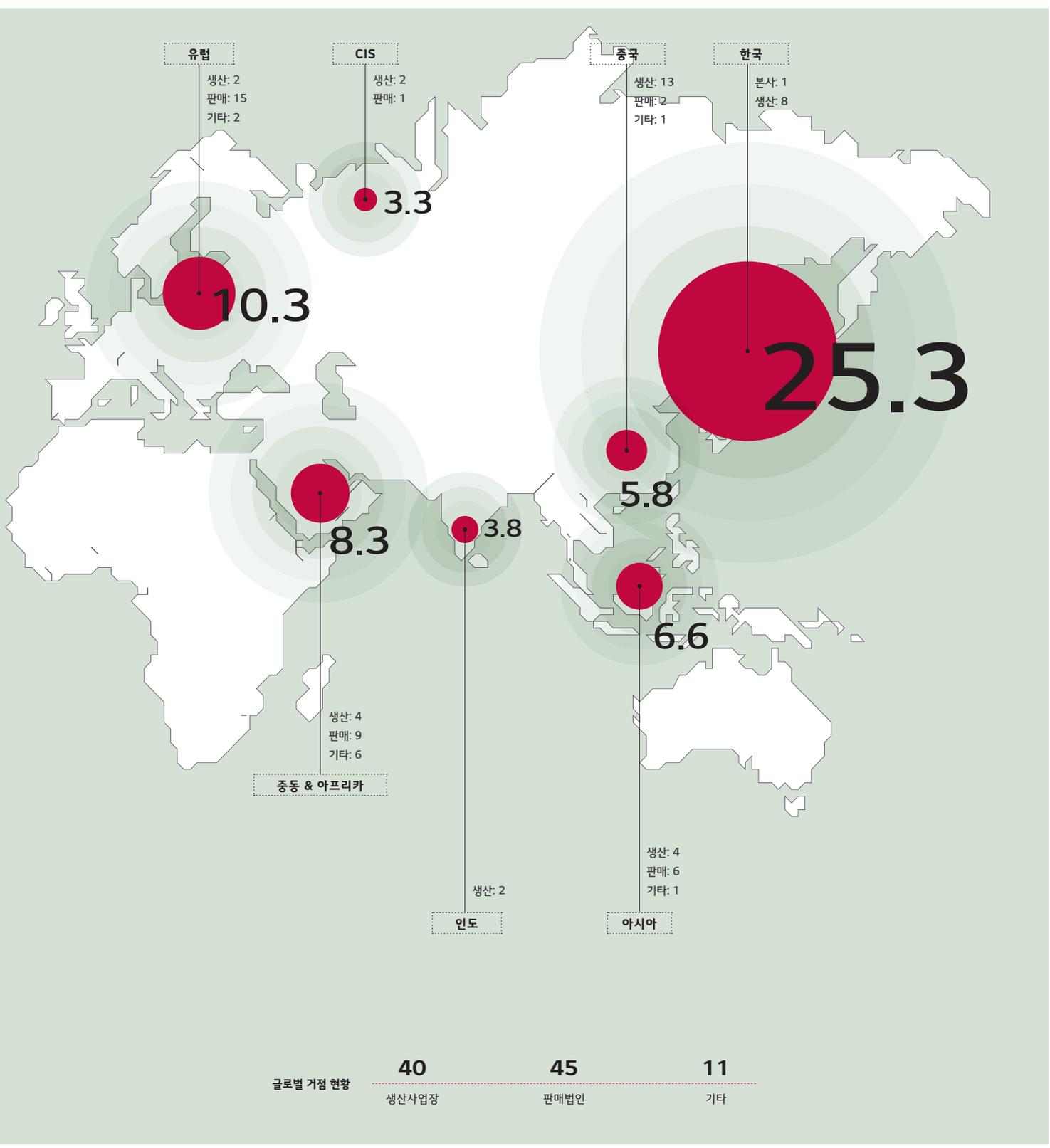
AWARDED PRODUCTS

- 01 Reddot Design Award**
 올레드 TV 65EG9600
 울트라와이드 모니터 34UC97
 일체형 PC
 싸이킹 K94BGN
 싸이킹 C74BGQ.3
 LG G 플렉스2
- 02 iF Design Award**
 올레드 TV 65EG9600
 LG G3
 LG G워치 R
- 03 VDE 컬러정확성 인증**
 VDE 컬러정확성 인증
- 04 CES 2015 Innovation Awards**
 올레드 TV 55EG9600
 LG G 플렉스 2(10관왕)
- 05 Pin Up Design Award**
 LG 트롬 스타일러 S3BER
 LG 트롬 트윈워시 F17WBC
 스팀가습기 HH300BEE
- 06 황금컴파스상**
 상냉장/하냉동 F877DN55
- 07 영국 알레르기 협회 공인인증**
 LG 트롬 FH21VB1C
 공기청정기 AS110WAW
- 08 IDEA(International Design Excellence Awards)**
 스팀가습기 HH300BEE
 LG워치 어베인 LTE(본상)
- 09 EISA Award**
 LG G4(스마트폰 카메라 부문 - Best Product)
 LG워치 어베인(웨어러블 디바이스 부문 - Best Product)

WHERE WE OPERATE



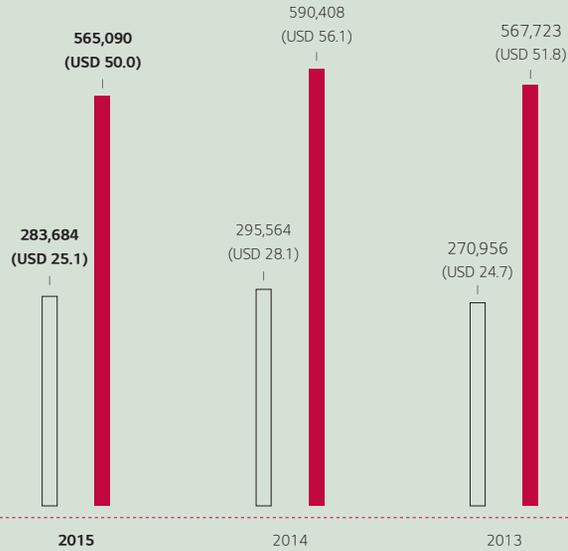
-> Where We Operate



WHAT WE ACHIEVED

재무적 성과

매출(단위: 억 원(USD 십억))



□ 본사 ■ 연결

1USD = 1,095원(2013년), 1,053원(2014년), 1,131원(2015년)

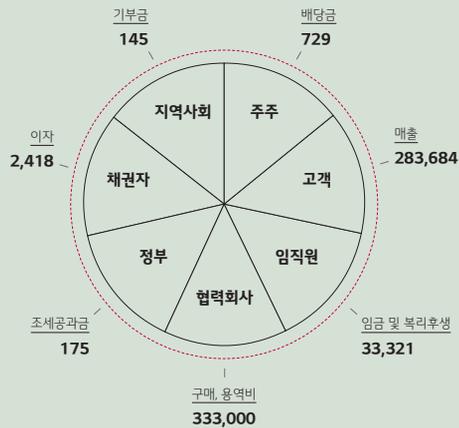
영업이익(단위: 억 원(USD 십억))



□ 본사 ■ 연결

1USD = 1,095원(2013년), 1,053원(2014년), 1,131원(2015년)

LG전자의 경제적 가치 흐름(단위: 억 원/본사 기준)



경제적 가치의 창출, 분배, 잉여(단위: 억 원/본사 기준)

구분	2015	2014	2013
매출	283,684	295,564	270,956
기타 영업수익 및 금융수익	-2,483	-2,815	34
창출한 가치	281,201	292,749	270,990
영업비용	283,860	292,550	273,443
임금 및 복지	33,321	32,215	30,925
자본비용	3,147	2,981	2,321
조세공과금	315	329	289
기부금	145	104	241
분배된 경제적 가치	320,788	328,179	307,219
잉여 경제적 가치	-39,587	-35,430	-36,229

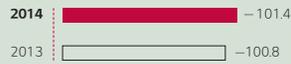
*당사는 2014년 PDP모듈과 PDP TV영업을 중단하여 PDP사업의 모든 손익 항목을 '중단영업당기손실'의 단일 계정으로 재분류하여 표시하고, 비교표시되는 과거 손익계산서를 재작성하였습니다. 자세한 내용은 영업보고서를 참고하십시오.

-> What We Achieved

비재무적 성과

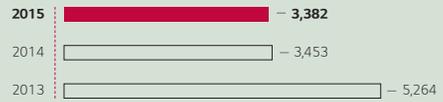
고객

글로벌 CSI(Customer Satisfaction Index)(단위: 점)



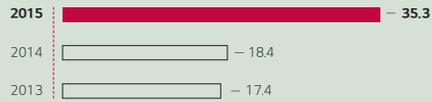
매 2년마다 조사

품질 집합 교육(단위: 명)

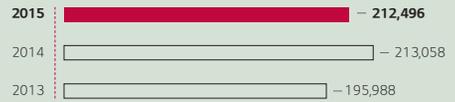


환경

생산단계 온실가스 감축량(단위: 만 톤 CO₂e)

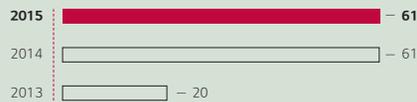


폐가전제품 회수(단위: 톤)

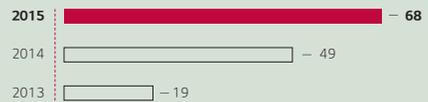


협력회사

CSR 리스크 안정등급 협력회사 비율(단위: %)

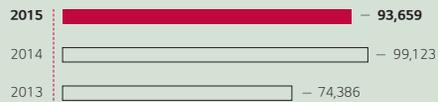


CFS 인증 제련소 사용 비율(단위: %)



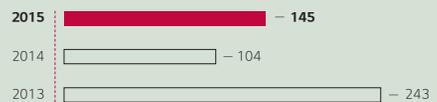
지역사회

사회공헌 활동 참여 임직원 수(단위: 명)



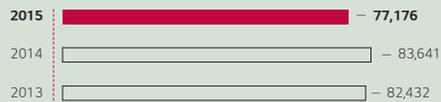
집계기준 변경에 따라 2013, 2014 수치 수정함

기부금(단위: 억 원 / 한국)

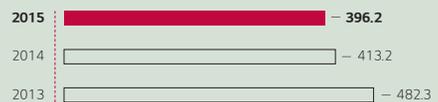


임직원

임직원 수(단위: 명)



교육비 지출액(단위: 억 원 / 한국)



CSR MANAGEMENT

> CSR 추진 체계

CSR 방침

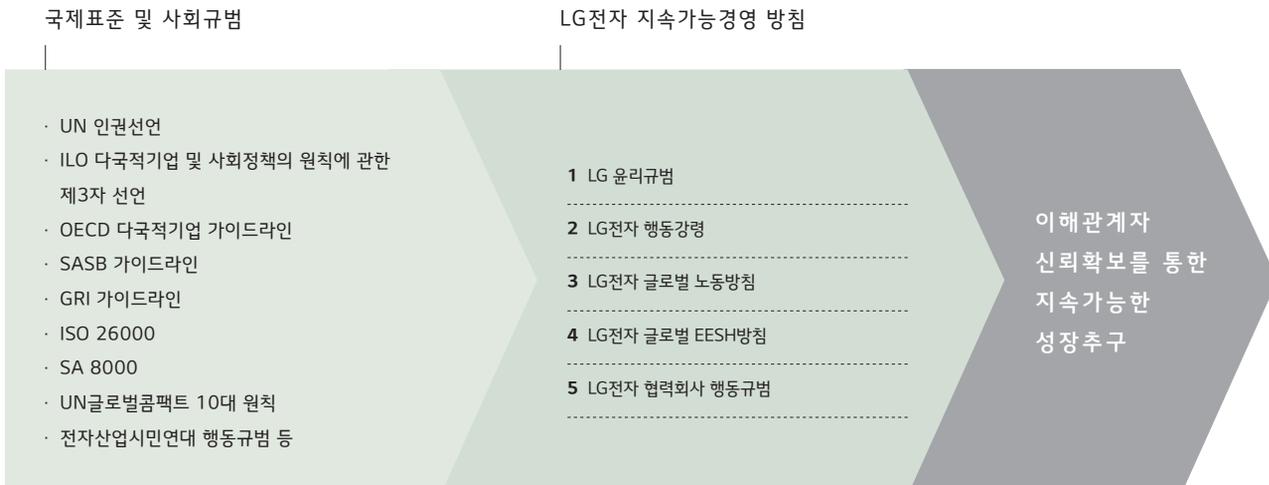
LG전자는 '인간존중의 경영', '고객을 위한 가치창조'라는 경영이념을 바탕으로 경제·환경·사회적 측면을 통합적이고 균형적으로 고려하는 지속가능경영을 추구합니다. 또한 UN의 인권선언, ILO의 다국적기업 및 사회정책의 원칙에 관한 제3자 선언, OECD의 다국적기업 가이드라인, 그리고 지속가능성 회계기준위원회(SASB)의 가이드라인과 ISO 26000 등 지속가능경영 관련 국제기준 및 법규를 존중하며, UN글로벌컴팩트(UNGC)와 전자산업시민연대(EICC)의 회원사 행동규범도 준수하고 있습니다. 이러한 국제기준과 고객의 요구사항에 부합하도록 자사의 내부기준과 제도 또한 지속적으로 제·개정하고 있습니다. LG전자는 이해관계자의 기대에 부응하기 위하여, LG전자 스스로 시장생태계의 건강한 생명체가 되는 것은 물론 제품과 서비스 등 경영활동 전반에 걸쳐 시장생태계의 건강에 기여할 수 있도록 노력하고 있습니다. 특히 우리가 속한 사회를 돌아보고 취약계층이 자립할 수 있도록 지원하고 있으며, 이 모든 활동과정에서 다양한 이해관계자들과 끊임없이 소통하고자 노력하고 있습니다. LG전자 지속가능경영의 궁극적인 목표는 이해관계자들로부터 다양한 의견을 수렴하고 이를 경영활동 전반에 반영하여 이해관계자들에게 차별화된 가치를 제공함으로써 지속가능한 성장의 토대를 마련하는 것이기 때문입니다.

CSR 추진체계

LG전자는 CSR 관련사항을 이사회의 공식업무 중 하나로 상정하고 이사회에 보고하고 있습니다. 또 대표이사 등 최고경영진이 참석하는 전사 경영회의에도 CSR 안건을 보고하고 의사결정을 받는 지속가능경영위원회(CSR Committee)를 운영하고 있으며, 사업본부장과 임원들이 참석하는 사업본부 경영회의에도 최근 CSR 이슈, 고객사 요구사항, 사업장 리스크 현황, 사회공헌 프로그램 현황 등을 보고하고 있습니다. 이를 통해 경영진의 인식을 제고하는 한편 세부 실행과제의 해결방안에 대한 의사결정도 도출하고 있습니다.

CSR 활동의 구체적인 실행을 위해서는 인사노경팀, 환경정책팀, 윤리사무국, 동반성장추진사무국 등 관련부서의 임원 및 실무진이 참여하는 지속가능경영 협의체(임원협의체, 실무협의체)를 운영하며 분기별로 추진경과를 관리하고 있습니다. 2015년에는 임원협의체 1회, 실무협의체 2회를 개최하여, 실무협의체에서는 총 10개의 개선과제와 추진방안을 공유하였고 임원협의체에서는 1년간의 실행결과를 공유하면서 2016년 추진계획을 논의하였습니다. 이 협의체 외에도 LG전자는 이해관계자들의 요구에 대응하기 위한 자문회의를 연 2회 실시하고 있으며, 국내외 사업장 CSR 담당자들의 역량향상 및 현안 이슈 토의를 위하여 리스크 담당자 워크숍과 사회공헌 담당자 워크숍 등을 정기적으로 운영하고 있습니다.

CSR 원칙



CSR 인식제고

01, 02 책 읽어주는 휴대폰 동영상 화면 https://youtu.be/ZyS0v_M5Btk

03 SNS 카드뉴스



CSR 인식제고

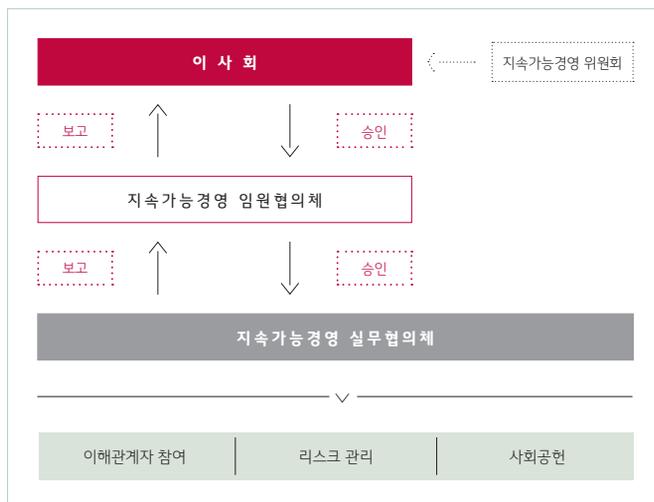
LG전자는 임직원 개개인의 업무에 지속가능경영을 내재화하기 위해 임직원의 인식을 제고하는 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다. 교육프로그램으로는 대졸 및 경력 신입사원, 해외주재원, 법인장 등을 대상으로 한 직급별 교육과 마케팅, 구매 등 직군별 교육을 실시하고 있는데, 최신사례 중심으로 구성된 교재와 토론식 강의 등을 통해 교육효과를 극대화할 수 있도록 교육과정을 운영하고 있습니다. 동시에, 국내외 임직원이라면 누구나 수강할 수 있는 국·영문 온라인 과정도 개설하여 운영하고 있습니다. 이 밖에도 LG전자는 격주로 발행하는 CSR 뉴스레터와 온·오프라인 게시판을 활용해 CSR 관련 최신동향 정보를 폭넓게 공유하여 임직원의 인식제고를 유도하고 있습니다.

CSR에 대한 임직원의 인식도는 매년 실시하는 LG Way 서베이에 자사의 지속가능경영 활동에 대한 문항을 삽입하여 조사·분석하고 있습니다. 서베이 결과 인식도가 낮게 나타난 직군 및 직급 등에 대해서는 개선방안을 마련하여 인식제고를 꾀하고 있습니다. 2016년에는 찾아가는 CSR 교육, 실무자 대상 메일링 서비스 등 보다 적극적인 인식제고 활동을 진행하고자 합니다.

이해관계자 커뮤니케이션

LG전자는 다양한 이해관계자에 대해 대상별 특성에 맞춰 맞춤형으로 커뮤니케이션하고 있습니다. 이해관계자는 크게 주주·투자자·평가기관, 소비자·미디어, 고객사, 협력회사, 임직원, 산업계, 학계·오피니언 리더, 정부·지방자치단체, NGO·국제기구로 구분하여 다양한 커뮤니케이션 활동을 진행하고 있습니다. 특히, 외부 이해관계자와의 소통을 위해 LG전자는 SNS를 적극 활용하고 있습니다. 기본적으로, 자사의 대표 SNS 웹사이트('Social LG전자')와 SNS의 대표계정을 통해 다양한 소식을 외부에 알리고 피드백을 받는 쌍방향 커뮤니케이션을 실시하고 있습니다. 뿐만 아니라 2015년의 경우 시각장애인을 위해 '책 읽어주는 휴대폰'을 주제로 동영상 제작하여 SNS를 통해 배포하였고, 카드뉴스를 제작하여 보다 효과적인 의사소통을 꾀하기도 하였습니다. 2016년에도 LG전자는 다양한 매체를 통해 LG전자의 지속가능경영 활동을 외부 이해관계자에게 널리 알리고자 합니다.

LG전자 지속가능경영·CSR 운영조직도



CSR 교육 실적(단위: 명)

구분		2015	2014	2013
오프라인	직급 별	2,052	989	3,268
	직군 별	334	336	484
온라인	-	557	463	1,533
총계		2,943	1,788	5,285

이해관계자 커뮤니케이션

이해관계자 유형	커뮤니케이션 방향
주주·투자자·평가기관	CSR 활동 공시 및 현황평가를 통한 개선방향 의견 청취
소비자·미디어	제품 수명주기 전과정에 걸친 의견 청취, 지속가능한 소비문화 인식 확산
고객사	협력회사로서 CSR 의무 준수, 사회이슈 해결형 제품개발 협력
협력회사	CSR 리스크 관리수준 평가, 자발적 CSR 수준 제고를 위한 교육, 컨설팅 등 지원
임직원	교육과 홍보를 통한 CSR의 올바른 이해 도모 및 자발적 참여 유도
산업계	전자산업계 공동이슈 해결을 위한 벤치마킹, 공유, 협력 네트워크 구축(EICC)
학계·오피니언리더	CSR 활동 개선의견 청취 및 공동연구
정부·지방자치단체	관련 법규 준수 및 정책 협력
NGO·국제기구	'따뜻한 기술' 기반의 파트너십을 통해 지역사회 이슈 해결 기여

> 이해관계자
자문회의

STAKEHOLDER CONSULTATION ON CSR

2010 - 2015 Stakeholder Consultation on CSR



LG전자 이해관계자 자문회의의 주요 진행성과



-> 이해관계자 자문회의

자문회의 추진배경

LG전자는 기업의 사회적 책임(CSR) 활동을 객관적으로 돌아보고, 이해관계자들의 다양한 의견을 수렴하여 지속가능경영 활동에 반영하고자 2010년에 이해관계자 자문회의를 신설하였습니다. 반기에 한 번씩 개최하는 자문회의에서는 환경, 제품안전, 장애인 접근성 등 비즈니스와 관련된 사회적 책임 분야의 주요한 이슈를 주제로 논의가 이루어집니다. 현재까지 총 11회 열렸으며, 회의의 주제에 맞춰 정부, 학계, NGO, 국제기구 등 각 분야의 전문가 80여 명을 초청하여 다양한 의견을 청취하였습니다.

자문회의 주요성공

LG전자는 자문회의를 통해 제안된 의견 중 주요한 사항은 경영활동에 반영하고, 그 진행경과 및 후속조치 등을 지속가능경영보고서와 웹사이트에 게시하고 있습니다. 나아가 2014년 미국을 시작으로 2015년에는 중국에서 자문회의를 실시하는 등 이해관계자와의 소통을 글로벌로 확대함으로써 자문회의가 LG전자를 대표하는 커뮤니케이션 프로그램으로 정착 중입니다. 또한 더 많은 이해관계자가 자문회의에 참여할 수 있도록 의견청취 대상을 확대하고 있습니다. 제8회 자문회의는 일반소비자들이 LG전자의 사회기여형 제품 및 활동에 대한 아이디어와 의견을 제시할 수 있도록 대토론회 형식의 주제토론을 실시하였고, 제11회 자문회의에서는 사회적경제와 연관된 기업과 대학생 등 20여 명의 청중단을 초청하기도 하였습니다. 이처럼 회의체 운영방식을 지속적으로 개선한 결과 자문회의는 이해관계자들로부터 LG전자만의 투명한 커뮤니케이션 프로그램이라는 긍정적인 평가를 받고 있습니다.

자문회의 운영방향

LG전자는 이해관계자 자문회의를 통한 커뮤니케이션을 해외로도 지속 확대해 나갈 예정입니다. 또한 UN이 새롭게 출범시킨 지속가능발전목표(SDGs) 달성을 위한 자사의 역할에 대해 자문하면서 국제사회의 지속가능한 발전에 기여할 수 있는 방안을 검토하고자 합니다. 이해관계자들의 참여를 지속적으로 확대할 수 있도록 특정 그룹 및 일반소비자를 대상으로 하는 주제토론과 간담회 등 다양한 형태의 커뮤니케이션도 확대 실시해나갈 계획입니다.

이해관계자 자문회의의 주요의견

제 10 회
(2015년 7월 9일, 중국)

- **주제:** 중국지역 기업의 사회적 책임과 역할
- **진행:** 선혜덕 부장
- **참석자:** 종홍우(중국사회과학원 CSR연구센터 주임), 왕핑(중국적십자총회 국제부 부장), 푸이란(중국차세대교육기금회 주석), 왕이(중국청소년발전기금회 교사교육센터 사무총장), 왕중핑(Horizon Corporate Volunteer Consultancy 주임), 왕더즈(Migrant Workers' Home 사무총장)

미국에 이어 두 번째로 중국에서 해외지역 자문회의를 개최하였습니다. 중국사회과학원, 중국적십자총회 등 주요 이해관계자들로부터 중국지역 기업의 사회적 책임과 역할이란 주제로 LG전자 중국법인이 펼치는 사회적 책임 활동의 방향성과 개선사항 등에 대한 의견을 들었습니다. 참석자들은 중국 현지에서 각 분야에 걸쳐 다양한 사회적 책임 활동을 주도적으로 실행하고 있는 LG전자의 노력을 긍정적으로 평가하는 동시에, 중국 내 취약계층이 더 나은 삶을 살 수 있도록 지속적인 지원해 줄 것을 당부하였습니다.

제 11 회
(2015년 12월 9일, 서울)

- **주제:** 사회적경제 활성화를 위한 청년 및 LG전자의 역할
- **진행:** 조영복 교수(부산대 경영대학 학장)
- **참석자:** 김종걸(한양대 국제학대학원 교수), 이대중(대통령직속 청년위원회 과장), 박상금(사회연대은행 상임이사), 서민정(서울 청년허브 센터장), 조현경(한겨레경제사회연구원 사회적경제센터장), LG소셜캠퍼스 입주기업 및 사회적기업 동아리 소속 대학생 등 청중단 20여 명

‘사회적경제 활성화를 위한 청년 및 LG전자의 역할’을 주제로 고려대학교 산학관 내의 LG소셜캠퍼스에서 자문회의를 개최하였습니다. LG소셜캠퍼스는 LG전자와 LG화학이 사회적경제의 안정적 성장을 위해 무상 임대하고 있는 사무공간입니다. 참석자들은 LG전자가 재정적인 지원뿐만 아니라 사무공간 임대 등으로 지원방식을 다양화한 점을 긍정적으로 평가하면서도, 사회적경제 고용 창출, 인재 육성 및 네트워킹 기회 제공 등에도 지속적인 관심을 기울여야 한다고 조언하였습니다.

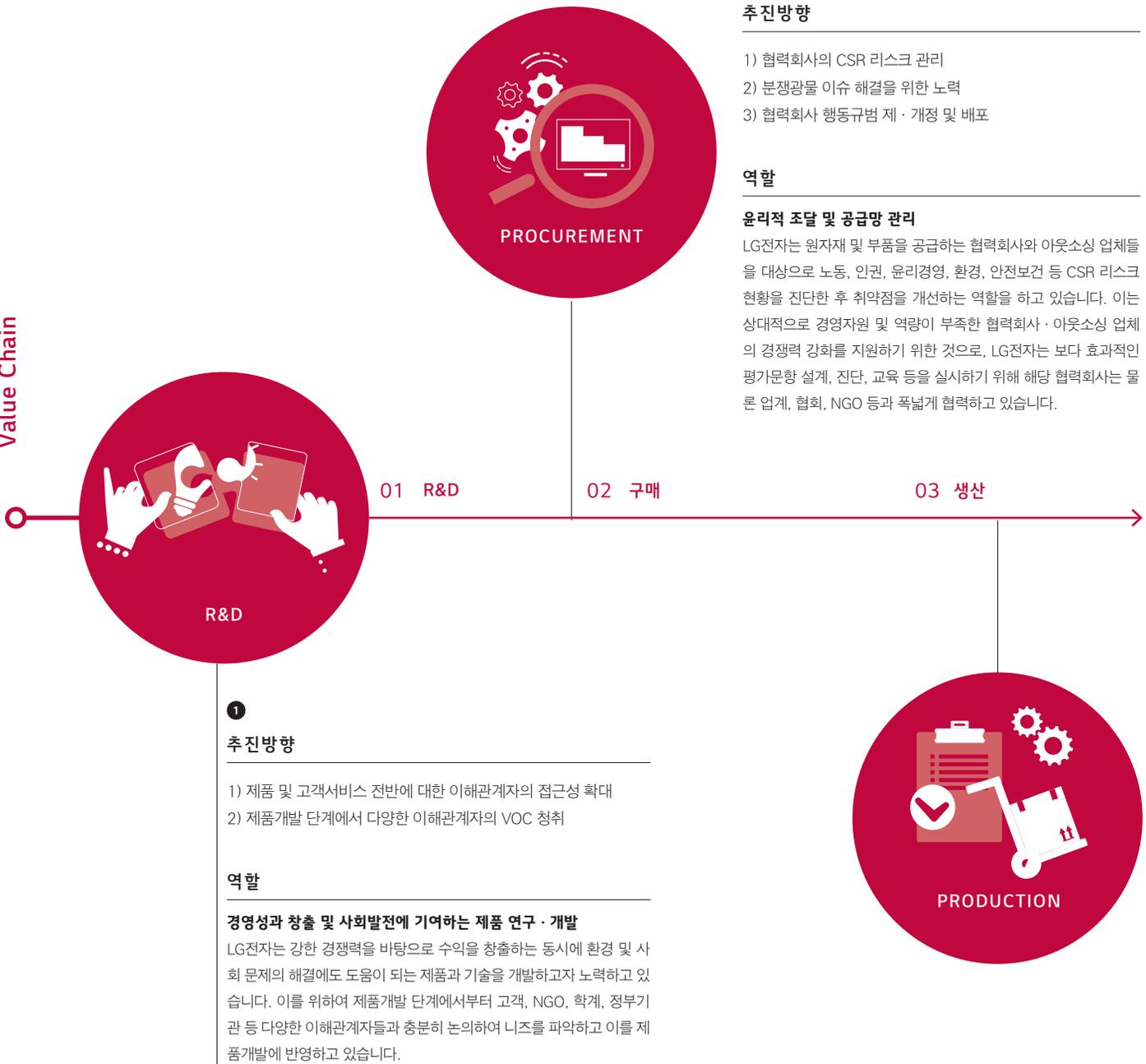
2015년 이해관계자 자문회의의 주요 의견 및 반영 계획

구분	주요 의견	진행현황 및 향후 추진계획	진행 결과	
제 10회	CSR 제도/정책	중국사회책임위원회 운영	재중 LG 계열사 사회적책임위원회 운영	적용 중(2014년-)
		임직원 자원봉사 활성화 제도운영	평일봉사휴가제도 등 검토	적용 중(2016년-)
	LG다운 사회공헌	LG전자 대표 프로그램 개발	15시간 주말 자원봉사 = 1일 휴가	적용 중(2015년-)
제 11회	공간지원	청년 네트워킹 및 격려의 장 마련	고려대학교 LG 소셜캠퍼스 추가 활용	적용 중(2016년-)
	인재육성	사회적경제 성장을 위한 인재육성 지원	청년 사회적경제 LG장학생 육성	검토 중
	LG와 연계성 확보	사회적경제 분야 청년 고용 창출	LG SF. 운영시 검토	검토 중

> 가치사슬 단계별
커뮤니케이션

STAKEHOLDER ENGAGEMENT ACROSS VALUE CHAIN

Value Chain



1

추진방향

- 1) 제품 및 고객서비스 전반에 대한 이해관계자의 접근성 확대
- 2) 제품개발 단계에서 다양한 이해관계자의 VOC 청취

역할

경영상과 창출 및 사회발전에 기여하는 제품 연구·개발

LG전자는 강한 경쟁력을 바탕으로 수익을 창출하는 동시에 환경 및 사회 문제의 해결에도 도움이 되는 제품과 기술을 개발하고자 노력하고 있습니다. 이를 위하여 제품개발 단계에서부터 고객, NGO, 학계, 정부기관 등 다양한 이해관계자들과 충분히 논의하여 니즈를 파악하고 이를 제품개발에 반영하고 있습니다.

2

추진방향

- 1) 협력회사의 CSR 리스크 관리
- 2) 분쟁광물 이슈 해결을 위한 노력
- 3) 협력회사 행동규범 제·개정 및 배포

역할

윤리적 조달 및 공급망 관리

LG전자는 원자재 및 부품을 공급하는 협력회사와 아웃소싱 업체들을 대상으로 노동, 인권, 윤리경영, 환경, 안전보건 등 CSR 리스크 현황을 진단한 후 취약점을 개선하는 역할을 하고 있습니다. 이는 상대적으로 경영자원 및 역량이 부족한 협력회사·아웃소싱 업체의 경쟁력 강화를 지원하기 위한 것으로, LG전자는 보다 효과적인 평가방향 설계, 진단, 교육 등을 실시하기 위해 해당 협력회사는 물론 업계, 협회, NGO 등과 폭넓게 협력하고 있습니다.

PRODUCTION

가치사슬(Value Chain)전반에 걸친 다양한 이해관계자들과의 커뮤니케이션은 지속가능한 경영성과 창출에 직접적인 영향을 미칠 뿐 아니라, 협력회사와의 동반성장을 실천하고 최고의 제품과 서비스로 고객가치를 극대화하는 출발점이라는 것이 LG전자의 신념입니다. LG전자는 가치사슬 각 단계별로 이해관계자와 원활하게 소통하여 신뢰관계를 굳건히 하고, 이를 기반으로 시장생태계의 건강한 발전을 촉진하는 책임있는 글로벌 기업으로서의 역할을 다하고자 합니다.



04 마케팅, 판매

4

추진방향

- 1) LG전자의 제품, 기술, 인프라를 활용한 CSR 마케팅 확대
- 2) 소비자와 임직원이 쉽게 참여할 수 있는 공익캠페인 전개

역할

고객권리 보호 및 공익 연계 마케팅

마케팅 및 제품판매 과정에서 LG전자는 고객권리 보호를 최우선으로 하는 책임있는 마케팅을 진행하고 있습니다. 또한 제품판매와 기부를 연계한 마케팅 활동을 펼침으로써 고객이 쉽게 지역사회문제 해결에 참여할 수 있는 기회를 제공하기도 합니다. CSR에 대한 임직원의 인식 제고를 위해 CSR 프레임워크를 개발하고 커뮤니케이션하는 것도 LG전자가 수행하는 중요한 역할 가운데 하나입니다.



05 +α

3

추진방향

- 1) LG전자 생산사업장의 CSR 리스크 관리
- 2) 글로벌 노동방침과 EESH 방침 등의 제·개정 및 배포
- 3) 임직원 인식 제고를 위한 CSR 교육 확대

역할

근로자의 노동·인권 및 환경보호

LG전자는 임직원의 권리 보호 및 근로환경 개선을 위해 근로환경을 상시 모니터링하고 개선과제를 도출하여 체계적으로 개선활동을 진행합니다. 또 사업장의 환경부하를 최소화하고 사업장 주변의 환경보호를 위한 노력도 병행합니다. 이를 위해 대내적으로는 노동조합, 주니어보드 등 임직원 대표기구를 통해 적극적으로 의견을 수렴하고, 대외적으로는 정부 및 기관단체, 산업계, 그리고 관련 NGO 등과 폭넓게 협력 중입니다.

5

추진방향

- 1) 저개발국 지역주민들의 자립 지원
- 2) 미래비즈니스를 위한 잠재적 구매시장에서의 브랜드 이미지 제고
- 3) 현지 정부, 국제기구 및 이해자들과의 소통과 협력 지속

역할

지역사회 문제 해결에 기여

LG전자는 지속가능발전목표(SDGs) 달성에 기여하기 위해 따뜻한 기술을 활용하여 저개발국 지역주민들의 자립을 지원하고 있습니다. 이를 위해 정부기관, 지역주민, 학계, 오피니언 리더의 의견을 수렴하고 국제기구·NGO 등과도 파트너십 프로그램을 운영하고 있으며, 고객과 임직원이 동참할 수 있는 기회도 제공하고 있습니다.

01 R&D

02 구매

Value Chain

활동사례

1

2

LG전자는 뛰어난 기술력을 바탕으로 사회에 도움이 되는 다양한 제품을 개발해 오고 있습니다. 특히, 접근성을 높이기 위한 제품 개발에 많은 노력을 기울이고 있습니다.

LG전자는 2006년부터 LG상남도서관의 '책 읽어주는 도서관' 서비스 등이 포함된 시각장애이용 휴대폰을 개발하여 무료로 배포하고 있으며, 2014년에는 화면을 소리로 읽어주고 소리는 자막으로 보여주는 시·청각 장애인용 TV를 개발하였습니다. 이외에도 배터리 TV, 에버콜 냉장고와 같이 전기 공급이 원활하지 않은 일부 지역을 대상으로 지역특성에 맞춘 이슈 해결형 제품을 개발하여 보급하였습니다.

2014년에는 태양광 발전으로 전기를 공급하는 태양광 냉장고를 개발하였습니다. LG전자는 이 태양광 냉장고 20대를 케냐와 페루 등의 지역에 기부하여 어린이와 노약자를 위한 의약품과 식량 보관을 위해 사용할 수 있도록 지원하였습니다.

이에 앞서 2012년에는 '말라리아 모기'를 퇴치하는 에어컨(Mosquito Away 에어컨)도 개발하였습니다. 에어컨에 초음파 기능을 탑재하여 말라리아의 전염매개체인 모기의 접근을 차단한 것입니다. LG전자는 이 제품 7만여 대를 나이지리아에서 판매하였으며, 동남아 지역으로도 판매지역을 확대하여, 뎅기열, 말라리아 등 각종 전염병으로 고통 받는 지역사회의 어려움을 해결하는 데 기여하였습니다.

LG전자는 협력회사와 함께 동반성장하기 위해 다양한 측면의 지원활동을 전개하고 있습니다. 2010년 LG전자의 협력회사라면 반드시 지켜야 할 사항을 정리한 협력회사 행동규범을 제정하였습니다. 2015년에는 협력회사의 이해를 돕기 위해 구체적이고 쉽게 활용이 가능한 단어로 문구를 수정하였으며, 채용 시 수수료 수취를 금지하는 등의 국제 표준 개정이 이루어짐에 따라 자사의 협력회사 행동규범에도 본 내용을 포함하여 개정을 실시하였습니다. 본 내용은 국·영·중문으로 번역되어 홈페이지에 게시되었으며 구매 표준 계약서에도 본 내용을 업데이트 하였습니다.

또한, 그린파트너십(Green Program Plus) 프로그램을 통해 협력회사와 친환경 공급망을 구축하여 관리하고 있으며, 이 프로그램의 평가대상을 기존 1차 협력회사에서 2, 3차 협력회사로 확대하고 있습니다. 동시에 이 프로그램의 효과적인 운영을 위해 친환경 전문가·심사원 양성교육도 실시하고 있습니다.

이와 함께 LG전자는 협력회사에게 공정거래(카르텔 금지 등)를 준수할 것을 끊임없이 요구하고 있으며, 이와 관련하여 2015년에는 1, 2차 협력회사와 공정거래 및 동반성장 협약을 체결하였습니다. 또한, LG전자 구매부서 담당자와 협력회사 관리자를 대상으로 하는 CSR 교육도 지속적으로 실시하고 있습니다.



책 읽어주는 휴대폰



협력회사 공정거래/
동반성장 협약식



태양광 냉장고

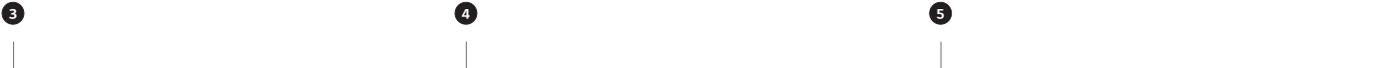


협력회사 현장점검

03 생산

04 마케팅, 판매

05 +α



LG전자는 국내의 생산사업장에서 다양한 CSR 리스크 관리 프로그램을 운영하는 한편, 근로자의 인권을 존중하고 안전한 작업환경을 보장하는 토대가 될 수 있도록 EICC 등의 국제기준과 고객사 요구사항에 맞춰 프로그램을 지속적으로 고도화하고 있습니다.

LG전자는 전 생산사업장을 대상으로 매년 자가진단을 실시하여 발생 가능한 리스크를 사전에 파악하고 개선을 요구합니다. 또한, 일부 사업장에 대해서는 내부 또는 외부심사를 통한 현장평가도 실시하고 있으며, 이 과정에서 전사적 이슈가 파악되면 유관부서와 협의하여 제도를 개선하고 이를 전 사업장에 확산시키기 위해 노력하고 있습니다. 2016년에는 심층 자가진단체계를 도입하여 보다 정확히 실태를 파악하여 개선해나갈 예정입니다.

또한, LG전자는 유럽과 미국에서 발표된 강제노동 규제에 대응하기 위해 자사 생산사업장 중 이주근로자 및 수수료 징수 현황을 파악하였으며, 이주근로자의 권리 침해가 발생하지 않도록 제도를 개선해갈 예정입니다. LG전자는 중국의 경우 인력 파견회사를 통한 인력운용 시 발생할 수 있는 리스크를 현장진단을 통해 파악하였습니다. 파악된 이슈인 파견근로자와의 계약체결 및 교부 등은 인력 파견회사에 개선을 요청하였고, CSR 요건을 포함한 표준계약서를 제정하여 배포, 활용하게 함으로써 인력 파견회사의 CSR 준수를 요구하고 있습니다.

LG전자는 제품의 마케팅 및 판매 과정에서도 공익적 측면을 고려하여 국제기구, NGO 등과 긴밀하게 협력하고 있습니다.

2015년 한국에서는 미국, 러시아, 일본, 프랑스, 독일, 캐나다 등 6개국의 주요 박물관에 흩어져 있는 우리 문화유산들을 초고화질 영상으로 촬영하여 OLED TV로 보여주는 '다시 만난 우리 문화유산전'을 개최하였습니다. 또한, 프랑스 파리에서 진행된 '제21차 UN기후변화협약 당사국총회'에서는 유네스코 지정 세계문화유산 가운데 호주 맥쿼리섬, 에콰도르 갈라파고스, 인도네시아 발리 문화경관, 캄보디아 앙코르와트 등 기후변화로 인해 위기에 처한 주요 문화유산 100여 점을 OLED TV로 전시하기도 하였습니다.

이 밖에도 LG전자는 매년 미얀마, 캄보디아, 방글라데시의 지방도시를 순회하며 무료로 건강검진 및 보건교육을 실시하는 이동진료서비스도 진행하고 있습니다. 이동진료서비스는 LG전자가 의료검진용 버스와 의료기기 등을 지원하고 현지 의료단체가 무료검진 및 교육을 진행하는 방식으로 진행하였습니다. 2015년에는 39,918명이 이 서비스의 혜택을 받았으며, 특히 캄보디아에서는 봉제공장 여성근로자를 대상으로 특화된 이동진료 서비스를 실시하였습니다.

LG전자는 에티오피아에서 전자제품수리 분야의 인재양성을 위해 2014년부터 직업훈련학교를 운영하고 있습니다. 또한 농업생산성 향상을 통한 자립기반 조성을 위해 LG희망마을을 운영하고 있습니다.

한국에서는 2011년부터 LG 소셜펀드를 조성하여 친환경 사회적경제를 지원하고 있습니다. 사회적경제 조직의 창업기에는 무상 재정지원을, 성장·성숙기에는 무이자 대출사업을 시행하는 등 다양한 금융지원 활동을 펼치고 있습니다. 또한, 자사 노동조합의 생산 전문가들이 직접 자사가 지원하고 있는 사회적경제 조직의 현장을 방문하여 생산성 향상 컨설팅을 지속적으로 제공하고 있습니다.

LG전자는 재난이 발생한 지역의 긴급구호에도 적극 동참하고 있습니다. 2013년에는 필리핀 태풍피해 복구를 위해 태양광 발전설비를 지원하였고, 2014년에는 서아프리카에 창궐한 에볼라 퇴치를 위해 스마트폰 2,000대를 UN에 기부하였으며, 2015년에도 지진이 발생한 네팔에 스마트폰을 기부하여 복구작업의 원활한 진행에 기여하였습니다.



생산법인 점검



OLED TV를 활용한 세계유산 전시회



에티오피아 직업훈련학교



생산법인 교육



동남아 이동진료



필리핀 수해지역 태양광발전 지원

> 중대성 분석

MATERIALITY ANALYSIS

중대성 분석 절차

LG전자는 이해관계자가 중요하게 생각하는 CSR 이슈를 체계적으로 관리하기 위하여, 매년 국제표준인 'AA 1000SES'의 'Five-Part Materiality Test' 모델을 기반으로 한 중대성 분석을 실시하고 있습니다. (분석기준 및 세부절차는 이전 보고서 및 웹사이트에서 확인하실 수 있습니다.)

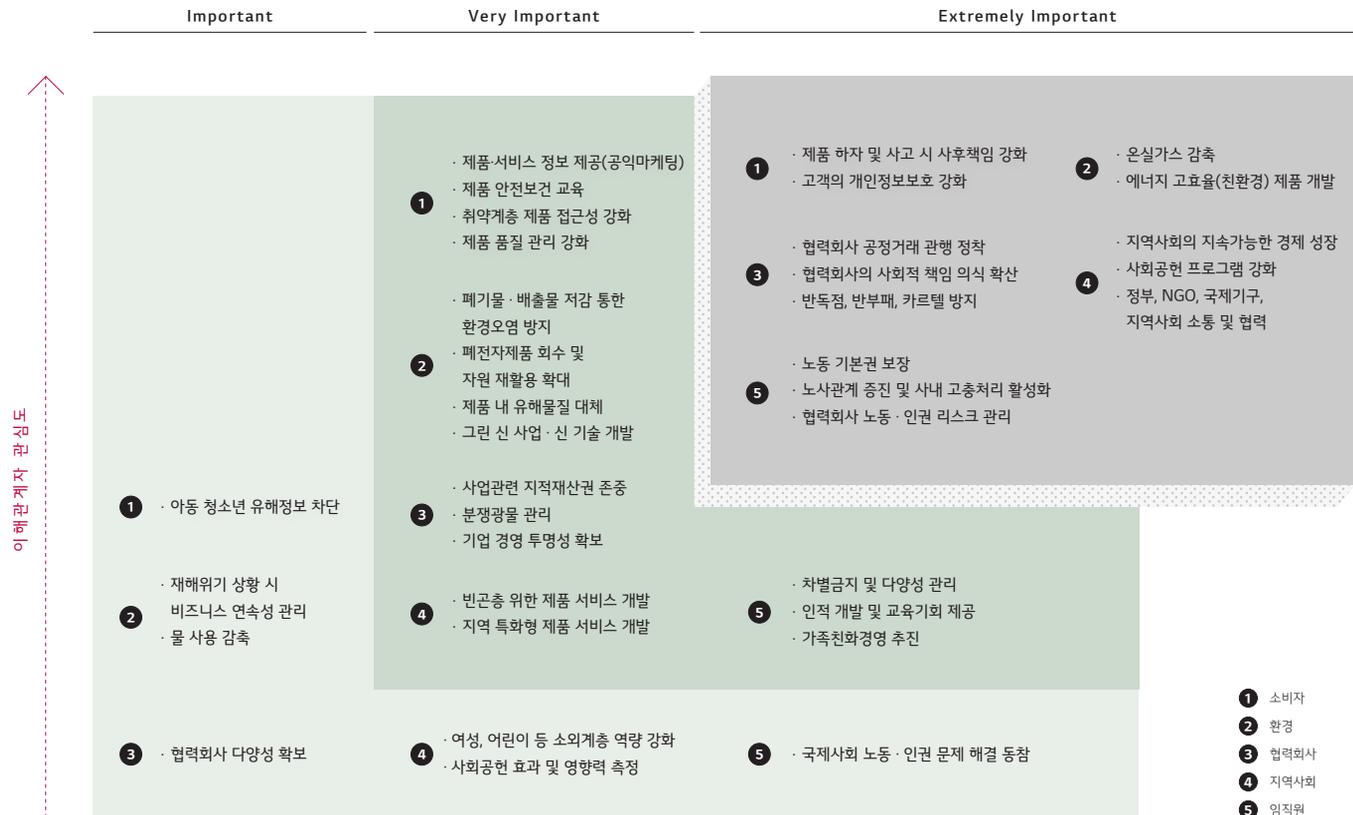
<http://www.lge.co.kr/lgekr/company/about/sustainability/sustainability-management/vision-propel.jsp>

2015 중대성 분석 결과 및 의의

2015년 한 해 동안 LG전자에 접수된 외부 이해관계자의 지속가능경영 및 CSR 관련 질의와 요구는 총 263건으로, 전년 대비 88건(약 50%) 증가하였으며, 이

중 고객사가 75%로 가장 많은 비중을 차지하였습니다. 이는 이동통신, 유통사, IT, 자동차 등 관련 산업계 전반의 공급망 관리 강화 정책에 따라 제품환경과 협력회사 관리에 대한 질의와 요구가 증가했기 때문입니다. 전년도(2014~2015) 중대성 분석에서 중요 이슈로 보고된 사항 중 일부는 2015년 전사 지속가능경영 개선과제에 반영되었습니다. 이에 따라 협력회사의 자발적인 개선을 유도하기 위해 법인 협력회사에 대한 현장점검 및 사후관리를 시작하였으며 전사 산업안전기준을 제·개정하였습니다. 또한, 글로벌 노동방침을 개정하였으며, 장기적인 관점의 사회공헌 전략을 수립하여 국내외에 배포하였습니다. 더불어 지역사회에 기여하는 소비자 대상 캠페인도 지속적으로 개발하고 있습니다.

2015-2016 중대성 분석



-> 중대성 분석

2008년-2016년 중대성 분석 결과

중대성 분석을 통한 우선순위 이슈의 추이

LG전자는 지난 10년 간 중대성 분석을 실시하고 지속가능경영보고서를 통해 그 결과를 보고해 왔습니다. 고객 분야에서는 2008년부터 '제품하자 및 사고 시 사후책임 강화'와 '제품 안전성 보장'이 지속적으로 우선순위를 차지한 이슈였으며, 최근에는 제품안전에 대한 소비자교육과 고객 개인정보보호 강화 이슈로 그 범위가 확대되고 있습니다. 환경 분야에서는 제조업의 특성상 '온실가스 감축'과 '친환경 제품' 이슈가 중요한 이슈로 자리매김해오고 있습니다. 전자업계 공급망 관리의 중요성이 지속적으로 제기됨에 따라, 공정운영 분야에서는 '공정거래'와 '공급망 CSR 증진'의 비중이 여전히 높은 가운데, '반부패' 및 '분쟁광물 관리'가 새로운 화두의 중심으로 떠오르고 있습니다. 지속가능발전목표(SDGs)가 대두된 지역사회 분야에서는 '사회공헌 효과 및 영향력 측정'이 신규 이슈로 편입되었으며, 사업 특성이 반영된 '지역특화형 제품 개발'이나 '빈

곤층을 위한 제품·서비스 개발' 이슈도 급부상 중입니다. 또한 노동·인권 분야는 '노사관계 증진 및 사내 고충처리 활성화'와 '인권보호' 부분이 지속적으로 큰 비중을 차지하고 있으며, 최근 '아동·강제노동 금지'와 '공급망의 노동·인권 리스크 관리'의 중요성이 부각되고 있습니다. 분석 결과, 전반적으로 최근에는 국제사회의 규제 강화 및 이해관계자들의 요구가 반영된 이슈들이 중요한 이슈로 부각되는 특징이 있었습니다.

향후 계획

LG전자는 향후에도 CSR 이슈를 체계적으로 관리하기 위하여 동종업계의 주요 현황과 이해관계자들의 관심분야 및 관심도를 면밀히 파악하고 이를 반영한 중대성 분석을 실시할 계획입니다. 그 결과를 바탕으로 본사, 본부 및 법인 담당부서 간의 협업을 통해 전사 차원의 개선과제를 수립하여 관리하는 동시에 지속가능경영보고서와 홈페이지를 통한 개선결과를 이해관계자들에게 적극적으로 공개할 예정입니다.

2008-2016 지속가능경영보고서 중대성 트렌드 분석

구분	이슈	2008-2010	2011-2012	2013-2014	2015-2016
고객	· 제품 하자 및 사고 시 사후책임 강화	1		1	1
	· 제품 안전성 보장	1	1	3	
	· 고객 개인정보보호 강화	2	1	2	1
	· 제품 및 서비스에 대한 정보 제공/공익마케팅	2	2	1	
환경	· 온실가스 감축/기후변화 대응	1	1	1	1
	· 에너지 효율(친환경) 제품개발	1	1	1	1
	· 생산 과정의 환경 영향 저감/사업장 배출 및 폐기물 관리	1	1	2	2
	· 제품 내 유해물질 대체	1	1	2	2
협력회사	· 협력회사 공정거래 관행 정착	2	1	1	1
	· 분쟁광물 관리		3	2	2
	· 협력회사 사회적 책임 의식 확산			2	1
지역사회	· 사회공헌 프로그램 강화	1	2	2	1
	· 지역사회의 지속가능한 경제 성장	3	3	3	1
	· 지역사회 소통 및 참여	3	3	1	
임직원	· 인권보호, 차별금지, 다양성 존중	3	2	1	1
	· 노사관계 증진 및 사내 고충처리 활성화	2	1	1	1
	· 노동/기본권 보장(아동/강제노동 금지 등)			2	1
	· 협력회사 노동 인권 리스크 관리			2	1

1순위 2순위 3순위

> 핵심성과표

KEY PROGRESS AND PERFORMANCE

영역	주요 CSR 이슈	배경 및 중요성	증장기 목표
고객	제품 안전성 · 개인정보보호	1) 신기술 적용에 의한 제품 안전성 리스크 증가 2) 기업의 자율적 제품안전 관리 요구 증가 3) 제품안전 · 개인정보보호에 대한 고객의 권리 및 법적 규제 강화 4) 제품안전 · 개인정보보호에 대한 최고경영층의 확고한 의지	1) 제품-기술 개발단계부터 품질평가 및 관리체계 정착 2) 개인-기술정보 유출사고 예방대응체계 구축 3) 제품 안전성과 정보보호 규제 선 대응을 통한 리스크 감소 4) 전 임직원의 인식 제고 및 책임경영 강화
환경	친환경제품 개발	1) 친환경제품에 대한 고객의 관심 및 수요 증가 2) 제품환경에 대한 법 규제 및 국제기준 강화 3) 전기료 절감, 생활환경 개선 등 실질적인 고객 삶의 혁신 가능성	1) 그린 제품 자체 관리기준 강화 2) 제품 에너지효율 향상을 통한 소비단계의 온실가스 배출 저감 3) 탄소발자국 정보공개 강화 및 제품 전과정 탄소 감축 4) 자원사용 저감 및 폐전자제품의 회수처리시스템 강화 5) 유해물질의 자발적 대체
	기후변화 대응/ 사업장 EESH 관리	1) 저탄소 및 공정상 친환경 활동에 대한 사회적 요구와 규제 증가 2) 환경안전보건에 대한 NGO 감시 및 소비자 인식 증대 3) 공급망 내 환경안전보건 측면의 부정적 영향을 최소화하는 최종 브랜드업체의 사회적 책임 의식 보편화	1) 그린 사업장 조성 - 온실가스에너지 관리 및 감축 확대 - 물 사용량 원단위 감축 2) 글로벌 환경안전 통합관리시스템 내실화 3) 공급망 내 환경안전보건에 대한 책임 의무화
협력회사	동반성장/ 협력회사의 사회적 책임/ 분쟁광물 관리	1) 대 · 중소기업 간 상생협력을 기대하는 사회적 분위기 2) 파트너십을 통한 신기술 아이디어를 실행하는 창조경제 달성 3) 협력회사의 CSR 리스크 발생 시 부정적 여론 형성 4) 원재료 불법 채굴, 강제노동, 아동노동 등의 사회적 이슈 증가	1) 동반성장 5대 추진과제 실행 2) 구매부서법인의 역량 강화를 통한 협력회사 CSR 리스크 점검 프로세스 정착 3) 제품에 사용되는 분쟁광물 원산지 함유현황 추적체계 구축 4) 공급망 내 CSR 리스크 관련 조기경보체계 구축 - 규제 및 NGO 모니터링 현황 등
지역사회	사회공헌 활동 강화/ 지역사회의 지속가능한 성장/ 지역사회와의 소통과 협력	1) 기업의 지역사회 이슈 해결에 대한 이해관계자 요구 증대 2) 핵심역량 및 업의 특성을 활용한 지역사회 자립 지원 필요 3) 자선의 대상이 아닌 새로운 잠재시장으로서의 사업기회 포착 4) 임직원 참여형 봉사활동 강화로 자긍심 고취	1) 지속가능발전목표(SDGs) 중 업의 특성과 연관성이 높은 우선순위목표 달성에 기여(1순위: 목표 3, 7, 8, 11, 12) 2) 지역사회문제 해결형 기술제품 개발 3) 이해관계자 협력 및 상호 신뢰를 바탕으로 한 파트너십 4) 임직원의 자발적인 나눔활동 참여 제도 및 기회 확대
임직원	조직문화 활성화/ 노동인권 보호	1) 일과 삶의 균형을 통한 임직원 만족도 및 생산성 제고 2) 법규 위반 시 재무적 손실과 브랜드 이미지, 소비자 신뢰도 하락 3) 적극적인 노동인권 보호를 통한 품질생산성 향상	1) 일과 삶의 균형을 이루는 효율적인 조직문화 구축 2) 근로자 인권을 보호를 위한 제도 개선 - 다양성 관리, 고충처리체계, 인권영향평가, 출산육아정책 등 3) 제3자 심사를 통한 객관성 확보, 현장진단 강화를 통한 개선 유도 4) 유관부서별 평가항목과 EICC 기준 간 통합조화를 통한 진단효율성 제고

-> 핵심성과표

2015년 주요 성과

향후 발전 방향

<ul style="list-style-type: none"> 1) 품질 집합교육 이수(120차수, 3,382명) 2) 협력회사의 부품품질 개선을 위한 조직 신설운영 3) 한국 서비스센터 고객만족경영시스템(ISO 10002) 인증 취득 4) OECD 개인정보보호 8원칙 기준, 정보보호 리스크 진단(해외법인 100여 곳) 5) 임직원 개인정보보호 교육 실시(한국 98.5%, 해외 94% 이수) 	<ul style="list-style-type: none"> 1) 품질-제품안전 전문가 육성 2) 품질 책임경영체제 지속 강화 3) 사업장 및 협력회사별 정보보호에 대한 리스크 도출 및 개선을 통한 자생적 관리능력 확보
<ul style="list-style-type: none"> 1) 에코인덱스 전면 개정을 통한 기준 강화 2) 2015년 에너지스타 어워드 최고상, '지속가능 최우수상' 2년 연속 수상 3) 제품 사용단계 온실가스 감축 및 탄소라벨 취득 <ul style="list-style-type: none"> - 사용단계 온실가스 4,100만톤 감축 기여(2007년 대비) - 2015년 유효 인증 모델: 탄소성적표지(109개), 저탄소(32개), 중립인증(1개) 4) 재생 플라스틱 사용량 6,730톤 5) 총 212,496톤 폐전자제품 회수처리 <ul style="list-style-type: none"> - 한국, 일본, 유럽, 미국, 호주, 인도, 남미 등 총 47개국 80개 지역 6) 한국·유럽향 제품 대상 브롬계 난연제 HBCD 전폐 	<ul style="list-style-type: none"> 1) 에코인덱스를 활용한 친환경성 평가 및 성과 관리 <ul style="list-style-type: none"> - 2020년까지 Green 3 Star 80% 2) 제품사용 단계에서의 온실가스 배출량 감축 <ul style="list-style-type: none"> - 2007년 대비 2020년까지 6,000만 톤 감축 - 2008-2020년까지 누적 4억 톤 감축 3) 재활용 소재 사용 확대, <ul style="list-style-type: none"> 사업부 별 그린포장 개발체계 구축운영 4) 폐전자제품 회수처리 서비스 대상 국가 확대 5) 브롬계 난연제 HBCD 전폐 글로벌 확대
<ul style="list-style-type: none"> 1) 생산단계 온실가스 배출량 35.3만 톤 감축(2008년 대비) 2) 에너지 저감시설 및 신재생 에너지 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 태양광 설비 도입을 통한 태양광 에너지 생산량(구미, 창원): 6,900MWh - 미국, 유럽 사무용 건물의 신재생 에너지 구매 --> 2,770톤 온실가스 배출 감축 3) 전자 환경안전 점검지수 3년 연속 향상 <ul style="list-style-type: none"> - 해외 88.0점, 한국 97.8점 4) 사업장별 물 사용량방류량 관리를 위한 물 인벤토리 구축 5) 신규 EESH 경영시스템 구축 및 중국 11개 사업장 대상 환경안전 규제 리스크 점검 6) 사업연속성 관리 인증(ISO 22301) 획득(평택, 연태, 베트남) 	<ul style="list-style-type: none"> 1) 생산단계에서의 온실가스 배출량 감축 <ul style="list-style-type: none"> - 2008년 대비 2020년까지 15만 톤 감축 2) 생산단계에서의 물 사용량 원단위 감축 <ul style="list-style-type: none"> - 2007년 대비 2020년까지 매출 원단위 20% 감축 3) 글로벌 EESH 통합경영시스템 구축 확대 4) 해외사업장 EESH 역량 상향 평준화 5) 협력회사 대상 환경안전보건 리스크 관리
<ul style="list-style-type: none"> 1) 한국 동반성장지수 평가 최우수 등급 획득 2) 협력회사 대상 CSR 리스크 진단 실시 <ul style="list-style-type: none"> - EICC 자가진단(264개사), 현장진단(고위험군 27개사 중 12개) - 중국 법인별 협력회사 점검: 669개사 퀵서베이, 19개사 현장진단 실시 3) 계약서 상 행동규범 준수동시 작성 의무화, 협력회사 정기평가 시 CSR 항목 반영 4) CFS 인증제련소 사용 비율 68% 5) 분쟁광물 관리시스템의 제련소원산지 정보의 품질 제고 <ul style="list-style-type: none"> - 브라질, 멕시코, 중국 협력회사 539곳, 658명 대상 교육 	<ul style="list-style-type: none"> 1) 2, 3차 협력회사로 지원대상 확대 2) EICC 기준에 의한 공급망 CSR 리스크 관리 <ul style="list-style-type: none"> - 협력회사 대상 정기 리스크 진단개신 - 고위험군 협력회사 중 현장진단(25% 이상) 3) 분쟁광물 규제 대응체계 고도화 <ul style="list-style-type: none"> - 분쟁광물 관리시스템의 정보신뢰도 제고 - 분쟁광물 규제 확대에 따른 대응체계 확대
<ul style="list-style-type: none"> 1) 자사 사회공헌 신규 프레임워크 및 가이드라인 제정 <ul style="list-style-type: none"> - 전문가 대상 인터뷰, 설문조사를 통한 사회공헌 활동 영향력 평가 반영 - 기업이 지속가능발전에 미치는 영향도 측정 지표 개발 프로젝트에 참여 2) 자사 제품-기술을 활용한 사회공헌 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 장애인용 웹업 개발 교육, 태양광 도서관, OLED Perfect Black Gallery 3) 정부, 국제기구, 거래선, 지자체, 학계와 함께하는 사회공헌 활동 <ul style="list-style-type: none"> - 네팔 긴급구호(UN, 거래선), LG 소셜펀드(고용노동부, 환경부, 대학교 등) 4) 48개국 89개 사업장에서 봉사활동(연인원 약 9만여 명의 임직원 참여) 	<ul style="list-style-type: none"> 1) 지속가능발전목표(SDGs) 달성에 기여 2) 지역사회문제 해결형 기술제품 개발 및 보급 3) 이해관계자 소통-협력 기반의 사회공헌 파트너십 프로그램 기획 및 운영 4) 임직원 봉사기부 프로그램 활성화
<ul style="list-style-type: none"> 1) 일하는 방식 개선, 고충처리제도, 여사원의 날 등 케어링 프로그램 활성화 2) 글로벌 노동방침 및 실천가이드라인 개정배포 <ul style="list-style-type: none"> - EICC 행동규범 개정 및 국제사회 강제노동 규제 강화 방침 반영 3) EICC 기준 자가진단: 전 생산사업장(39곳) Low 리스크 달성 4) EICC 제3차 심사: 3건(멕시코, 푸네, 남평세탁기 법인) 5) 중국 지역 6개 생산법인 대상 CSR 리스크 현장진단 실시 6) 국내외 생산사업장 CSR 담당자 워크숍 실시 	<ul style="list-style-type: none"> 1) 일과 삶의 균형 및 소통을 추구하는 조직문화 정착 2) 전 생산사업장 대상 CSR 리스크 관리 고도화 <ul style="list-style-type: none"> - 자가진단과 현장진단(제3차 심사 포함) 간 부적합 Gap 축소 - CSR 담당자의 역량 강화를 통한 국내의 사업장의 자발적 CSR 리스크 관리 정착 3) 노동인권 측면 규제 및 NGO 모니터링대응 강화

> 고객

With Our Customers

WHAT IS IMPORTANT?

2015년 LG전자 중대성 분석 결과

- 1) 제품 하자 및 사고 시 사후책임 강화
- 2) 고객 개인정보보호 강화가 1순위로 나타났으며, 제품 및 서비스에 대한 정보 제공, 공정 마케팅 등도 주요 이슈로 나타났습니다.

HOW WE MANAGE IT?

Our Approach

LG전자는 품질책임경영 체계를 강화하여 보다 안전성 높은 제품을 소비자에게 제공하고 있으며, 개인정보를 포함한 회사의 정보자산을 효과적으로 보호 및 관리하기 위하여 노력하고 있습니다.

Our Evaluation

LG전자는 다양한 고객만족도 조사와 지역밀착형 커뮤니케이션을 바탕으로 고객의 요구사항을 제품품질 개선과 서비스 정책 및 제도 개선에 반영하고 있습니다. 또한, 고객의 소중한 개인정보를 안전하게 관리하기 위해 최선의 노력을 다하는 등 지속적으로 고객만족도를 높이기 위해 노력하고 있습니다.

Future Direction

- 1) 전 임직원의 제품안전의식 및 책임 확립
- 2) 제품 안전성을 최우선으로 하는 조직문화 정착
- 3) 협력회사 정보보안 관리체계 수립 지원

Stakeholder Statement

“

LG전자는 지난 10년간 시어즈 홀딩스의 유통분야 파트너로서 혁신적인 고효율·고품질의 제품을 공급해 왔습니다. 또한, 지난 5년 동안에는 시어즈 그린 리더십 서밋의 공동 후원사로 활약했으며, 캔모어 브랜드와의 협업을 통해 에너지 고효율 제품과 에너지 효율화 프로그램 및 전략을 효과적으로 홍보하기도 했습니다. 뿐만 아니라 LG전자는 시어즈가 미국 환경보호청의 에너지스타 지속가능 최우수상(유통분야)을 4년 연속 수상하는 데 기여했으며, 미국 환경보호청이 주도하는 '책임 있는 가전제품 폐기처리 프로그램'과 관련된 시어즈의 활동도 지원하고 있습니다. 시어즈는 LG전자를 기업 지속가능성 분야의 리더로 인식하고, 3년 전부터 CSR 프로그램 및 조직구조 등에 관해 LG전자의 활동과 성과를 벤치마킹하고 있습니다. 그 중에서도 특히 차별화된 프로세스와 제품을 통해 환경적 책임을 다하려는 LG전자의 신념과 노력은 시어즈에게 큰 귀감이 되고 있습니다. 시어즈는 LG전자와의 파트너십을 소중하게 생각하고, 지속적으로 협력관계를 유지·강화해 나갈 계획입니다.

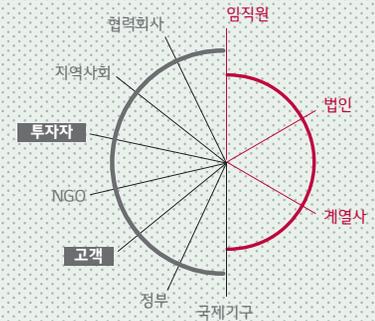


Paul Campbell
시어즈 홀딩스

Director-Sustainability/
Green Leadership

BOUNDARY

- / 내부 이해관계자
- / 외부 이해관계자



Our Performance



772 점

휴대폰 AS 만족도 조사(한국)
(컨슈머인사이트)



120 차수

총 **3,382** 명

품질교육 실시



한국

98.5 %

해외

94 %

임직원 정보보안
교육 실시

고객과의 커뮤니케이션

글로벌 전시회 참가

LG전자는 '더 나은 삶을 위한 혁신(Innovation for a Better Life)'을 슬로건으로 내걸고 대규모 글로벌 전자전시회에 참가해, 시장을 선도하는 최첨단 신제품과 신기술을 공개하는 등 글로벌 전자업계를 선도하고 있습니다. 특히 2016년 1월에는 세계 최대의 가전 박람회인 'CES 2016'에 참가하여 초(超)프리미엄 통합 브랜드 'LG SIGNATURE', 차원이 다른 OLED TV, 프리미엄 주방 패키지, 그리고 혁신적인 IT기기 등 다양한 시장선도 제품을 대거 전시하였습니다. 그 결과 세계 각국의 유력한 미디어와 업계 전문가들로부터 큰 호평을 받았고, CES의 공식매체인 엔가젯으로부터 TV부문 최고제품상을 비롯한 50여 개 이상의 상을 수상했습니다. 이에 앞서 2015년 9월 열린 유럽 최대의 가전 전시회인 IFA(International Funkausstellung: International Radio Show)에서는, 전시장 규모를 지난해보다 43% 늘린 역대 최대 규모로 참가하여 차별화된 시장선도 제품들을 선보이면서 글로벌 프리미엄제품 시장을 적극 공략하겠다는 의지를 나타낸 바 있습니다. 특히, 전시관 입구에 새로운 개념의 OLED TV 64대를 이용해 초대형 미디어 월(wall)을 구성하여 큰 호평을 받았습니다. 이 미디어 월은 전시장 공중에 OLED TV를 띄워 밤하늘에 떠 있는 별을 형상화한 것이 특징으로, OLED TV가 구현하는 완벽한 블랙의 화면에 자연의 풍경과 세계적인 예술작품 등을 상영해 전시장을 찾은 관람객들이 압도적인 화질에 감동을 느낄 수 있게 했습니다. IFA 주최측에서도 LG전자의 우수한 디스플레이 기술력을 인정하여 LG전자 관계사인 LG디스플레이의 CEO를 기조연설자로 초청했고, 그는 'OLED가 우리의 삶을 바꾼다(OLED will bring revolution to people's lives)'는 주제로 연설하여 큰 호응을 받기도 했습니다.

이 밖에도 LG전자는 신개념의 혁신적인 제품으로 주목 받은 트윈워시 세탁기를 비롯하여 유럽 맞춤형의 고효율 프리미엄 가전을 대거 공개해 눈길을 끌었습니다. 앞으로도 LG전자는 업계의 리더로서 이처럼 세계적으로 파급력이 큰 대규모 글로벌 전시회에 꾸준히 참가하여 고객의 삶을 풍요롭게 하는 혁신적인 시장선도 제품을 선보일 예정입니다.



01.



02.



03.



04.



05.

- CUSTOMER COMMUNICATION

- 01: CES 2016 LG전자 전시관
- 02: CES 2016 LG 프레스 키퍼런스
- 03: LG 이노페스트 2015 중아·유럽
- 04: LG 이노페스트 2015 아시아
- 05: LG컵 국제여자야구대회

지역밀착형 전략발표회 이노페스트 개최

LG전자는 자사 고유의 지역밀착형 전략제품 발표회 플랫폼인 'LG 이노페스트(InnoFest)'를 통해 해외 현지의 주요 관계사와 파트너십을 강화하고 있습니다. 2013년 처음 개최한 'LG 이노페스트'는 글로벌시장 공략을 위한 LG전자만의 플랫폼으로, 이노페스트는 '이노베이션(Innovation: 혁신)'과 '페스티벌(Festival: 축제)'을 합성하여 만든 이름입니다. 이 행사에서는 '더 나은 고객의 삶을 위한 혁신(Innovation for a Better Life)'을 주제로 LG전자의 차별화된 제품과 기술, 사업전략 등을 소개합니다.

2015년 1월에는 포르투갈 리스본에서 '중아·유럽 LG 이노페스트'를 개최했습니다. 이 행사에는 중아 지역대표 등 LG전자 임직원과 현지의 주요 거래선 관계자 200여 명이 대거 참석해 성황을 이루었습니다. 특히 이날 행사에는 유럽 최고 권위를 자랑하는 유럽영상음향협회(EISA: European Imaging and Sound Association) 회장이 참석해 LG전자의 영상 및 음향 기술을 극찬하기도 했습니다.

이어서 2월에는 아시아지역 15개국의 주요 거래선과 취재진 등 400여 명을 초청한 가운데 말레이시아 코타키나발루에서 'LG 이노페스트 2015'를 개최하고, 아시아시장을 타깃으로 한 신제품과 사업전략을 공개했습니다. 이 자리에서는 OLED TV를 비롯한 지역 특화형 고효율 가전제품을 전시해 참가자들에게 신제품을 직접 체험할 수 있는 기회를 제공한 것은 물론, 각 국가별 주요 거래선의 마케팅 우수사례를 공유하고 성공적인 사업파트너로서 상호 윈-윈 할 수 있는 토론의 장도 마련해 참석한 거래선들로부터 큰 호응을 얻었습니다.

향후에도 LG전자는 LG 이노페스트를 중심으로 고객 지향의 현지밀착형 마케팅 활동을 지속적으로 강화해 나갈 계획입니다.

진정성 있는 스포츠 후원

LG전자는 비인기 종목 가운데 하나인 여자야구의 저변 확대에 기여하고자 한국여자야구연맹, 세계야구소프트볼연맹 등과 협의해 2014년 한국 최초의 국제 여자 야구대회인 'LG컵 국제여자야구대회(LG Cup International Women's Baseball Tournament)'를 신설하여 여자야구 활성화에 적극 나서고 있습니다. 여자야구는 선수들의 의욕이 넘치는 데 반해 비인기 종목이라는 점 때문에 경기할 기회가 턱없이 부족

한 실정입니다. 이 때까지만 해도 여자 야구인들이 참가할 수 있는 국제대회는 3개뿐이었습니다. 이 중 여자 야구 클럽팀(동호인이 모여 조직하고 운영하는 팀)이 참가 가능한 국제대회는 2008년부터 매년 열리는 '홍콩 피닉스컵 대회', 2015년 열린 '괌 국제여자야구대회'가 있고, 국가대표팀 경기인 '세계여자야구월드컵'을 포함해도 3개 대회가 전부였습니다. LG컵 국제여자야구대회는 한국여자야구 사상 한국에서 열린 첫 국제대회로 큰 화제를 모았으며, 관계자들로부터 스포츠 활성화를 기원하는 LG전자의 진정성이 돋보인 후원이라는 평가를 받기도 했습니다. 이로써 한국 선수들이 참가 가능한 국제여자야구대회는 4개로 늘게 되었습니다.

2015년 8월에도 LG전자는 한국여자야구연맹과 공동으로 경기도 이천 'LG챔피언스파크'에서 '2015 LG컵 국제여자야구대회'를 개최하였습니다. 이번 대회에는 한국(2개 팀)을 비롯하여 일본, 미국, 대만, 홍콩, 호주, 인도 등 7개국 8개 팀에서 170여 명의 선수들이 참가해 열띤 승부를 펼쳤습니다.

신규 프리미엄 마스터 브랜드 LG SIGNATURE 출시

LG SIGNATURE는 최고의 혁신기술과 정제된 디자인의 결합

LG전자는 2016년 1월 개막한 CES를 통해 초(超)프리미엄 통합브랜드 'LG SIGNATURE'를 처음으로 공개했습니다. LG SIGNATURE는 '더 나은 삶을 위한 혁신'이라는 LG전자 슬로건에 부합하는 LG전자 최초의 프리미엄 통합브랜드로, '우리 한 장의 디자인(Picture on Glass)'으로 탁월한 몰입감을 제공하는 OLED TV, 트윈워시를 기반으로 디자인 혁신성을 가미한 고효율·저소음 세탁기, 매직스페이스 노크온 기능과 오토도어 오픈 기능으로 식품을 신선하게 보관해주는 냉장고, 건식과 습식을 결합한 가습공청기 등을 눈으로 확인할 수 있도록 해주는 공기청정기 등의 제품군을 포함합니다. LG전자는 LG만의 방식으로 '프리미엄'을 새롭게 정의한 제품을 출시하기로 하고, 지난 2014년부터 CEO를 비롯한 각 사업본부장, 주요 임원진이 참여하는 디자인위원회에서 프로젝트를 추진하였습니다. 그리고 'LG만의 프리미엄'을 재정의하기 위해 프리미엄 고객에 대한 관찰 및 인터뷰, 다양한 프리미엄 가전 브랜드에 대한 경험 등을 면밀히 분석하였습니다. 그 결과 'LG만의 프리미엄'이란, "자기과시를 위한 호화로움(luxury)이나 최고 사양만을 추구하는 단순한 하이엔드(high-end)가 아니

라, 제품의 본질에 충실한 수준 높은 품질을 기반으로 고객에게 총체적인 경험을 제공하는 것"으로 정의할 수 있었습니다. 이에 따라 LG전자는 프리미엄 가전 시장에서 고객들이 중요하게 생각하는 가치인 '본질에 집중된 최고 성능, 정제된 아름다움, 혁신적인 사용성'이 극대화된 제품을 개발한다는 방침을 세우고, 개발 프로세스를 기존과 다른 방식으로 설계하였습니다. 개발 및 양산 과정에서의 어려움이나 수익성 때문에 기획 초기의 제품 원형과 다른 제품이 개발되었던 과거 프로세스를 개선하여 기획 초기의 제품 원형이 최종 제품으로 구현되도록 한 것입니다. 이러한 방침에 대해 최고경영진에서도 전폭적으로 지원해 주었습니다. 그 결과 외형적인 아름다움은 물론 혁신적인 편의성까지 갖춘, 기획 초기의 제품 원형에 가까운 수준의 제품 라인업이 개발되었고, CES를 비롯한 주요 국제 전시회에 소개되어 수많은 미디어와 거러선의 호평을 받기에 이르렀습니다. LG전자는 LG SIGNATURE가 'The Art of Essence'의 가치로 최고의 제품을 지향하도록 운영하는 동시에, 감각적인 안목을 가진 프리미엄 고객을 대상으로 LG SIGNATURE의 브랜드 철학과 각 제품군에 관한 다양한 정보 및 콘텐츠를 지속적으로 소개해나갈 예정입니다(홈페이지: www.LGSIGNATURE.com). 또한 한국, 미국, 유럽 등 전 세계에 LG SIGNATURE 제품을 출시하는 데 박차를 가하는 한편, 지역별 특성을 고려하여 선별적으로 제품군을 확대해 나갈 계획입니다.

LG SIGNATURE

LG SIGNATURE "THE ART OF ESSENCE"
(www.LGSIGNATURE.com)



The Art of Essence



고객서비스를 통한 커뮤니케이션

서비스 품질 향상을 통한 고객 만족 향상

LG전자는 '고객을 위한 더 나은 서비스' 제공을 위해 해외 직영 네트워크를 지속적으로 확대해 왔습니다. 그 결과 가전 직영처리율은 2012년 27.4%에서 2015년에는 40.0%로 늘어났습니다. 이렇게 확보된 인프라를 기반으로 고객에게 고품질의 서비스를 제공하는 데 주력하여, 해외의 경우 평균 수리소요일수를 2012년 3.7일에서 2015년 3.1일로 단축하고, 한국에서는 고객 불편을 당일에 처리하는 당일 서비스 처리율을 2012년 52%에서 2015년 66%로 개선하였습니다. 또한, 수리기사에 기술역량 강화 및 다빈도 사례 감소 활동을 통해 고객이 가장 불편을 느끼는 재서비스의 비율(재서비스율)을 2012년 8.0%에서 2015년 5.3%로 감소시키는 등 서비스품질 기반을 공고히 하였습니다.

휴머니즘 서비스

LG전자 한국서비스는 고객과의 공감과 배려를 중시하는 '휴머니즘 서비스'를 모토로 고객 감동을 실현하고 있습니다. 휴머니즘 서비스란 "두 손엔 좋은 기술, 가슴엔 휴머니즘"이라는 표어를 내걸고, 고객에 대한 '배려'와 '정감'이 있는 서비스를 통해 따뜻함과 진심이 묻어나는 인간미 넘치는 서비스를 만들어가는 활동을 말합니다. 이러한 활동을 펼친 결과 LG전자 한



01-

02-

01: 인도 첸나이 홍수지역 무료 서비스 캠페인
02: 고객감동브랜드 지수 1위 수상

국서비스는 '2015 컨슈머인사이트'의 휴대폰 AS 만족도 조사에서 772점(1,000점 만점)으로 경쟁우위를 차지하였고, 가전 AS부문 고객감동 브랜드 지수(K-C-SBI)에서는 1위에 선정되었습니다.

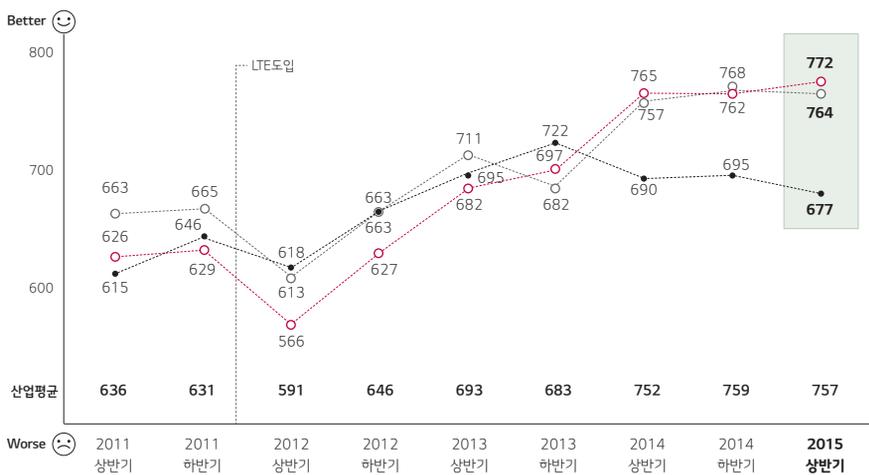
또한, 서비스 부문의 기존 활동이 순회서비스, 무상수리 지원 등 제한된 활동에 그쳤던 데 반해, 2015년에는 환경정화 활동, 기부활동, 제품교육 지원 등으로 범위를 확대하였습니다. 서귀포센터가 제주 올레길 환경정화 캠페인을 실시한 것을 비롯하여 각 센터별로 지역별 특성과 여건에 맞는 테마를 설정하고 이를 정례적으로 실시하기 시작하였습니다.

지역사회에 봉사하고자 하는 휴머니즘 서비스는 해외로도 확산되었습니다. 인도에서는 홍수가 난 첸나이 지역에서 고객불편을 최소화하기 위한 무료서비스 캠프와 빨래방을 운영하였고, 베트남 호치민에서는 양로원을 방문하여 자원활동을 펼쳤습니다. 중국에서는 수리기사가 고객 가정의 공기오염도를 측정해 주거나 사회적 이슈가 되었던 세탁세제의 산성도를 측정해주는 서비스까지도 제공하였습니다. 또한, 한국 세탁기 동파 관련하여 고객에게 자가 동결조치 안내 메시지를 발송하는 등 고객의 걱정과 불편을 먼저 다가가서 케어해주는 활동을 하고 있습니다.

고객의 소리로부터 고객만족 개선활동 전개

LG전자는 정기적으로 서비스 활동에 대한 NPS(Net Promoter Score: 추천고객지수) 조사 및 분석을 실시하는 등 고객의 소리(VOC: Voice Of Customer)를 직접 듣고 경영에 반영하여 서비스 프로세스를 점검 및 개선하는 활동을 하고 있습니다. 2015년 한국에서는 매일 인터넷 모니터링 회의를 열어 VOC를 리뷰하고 문제점을 파악하여 프로세스 및 제도 개선(168건) 활동에 반영함으로써, 불만 VOC를 전년 대비 4.5% 감소시켰습니다. 동시에 고객 인사이트를 발굴하여 업무개선을 유도하고 고객 중심의 기업문화 구축과 전사적 고객만족경영 활동을 확대하는 노력을 지속하고 있습니다. 위와 같은 노력으로 LG전자는 국제표준인 고객만족경영시스템(ISO 10002¹⁾) 인증을 가전업계 최초로 획득한 데 이어 업계 최초로 5회 연속 소비자중심경영(CCM²⁾) 인증을 획득했습니다. 대만과 필리핀에서는 VOC를 토대로 불만고객의 가정을 방문하여 고객이 보유한 제품을 무상으로 점검해주는 Happy Visit 프로그램을 실시하고 있으며, 그 외에도 많은 법인에서 서비스 리더가 정기적으로 방문수리에 동행하여 고객의 소리를 직접 듣고 현장에서 개선점을 찾는 활동을 실시하고 있습니다.

컨슈머인사이트 휴대폰 AS 만족도 조사결과(단위: 1,000점 만점 기준)



○ - LG전자 ○ - A+ ● - B+

Q. 서비스 센터 접근성, 내부환경, 수리 절차/결과, 직원 친절성/전문성의 모든 것을 종합할 때 가장 최근에 받은 A/S에 대해 전반적으로 얼마나 만족 혹은 불만족 하십니까?
* 2014 상반기 부터 측정항식 변경(AS센터에 대한 4개 차원별 만족도 평가 후 전반 만족도 평가)

1) ISO 10002

고객만족 및 불만처리에 관한 국제표준

2) 고객중심경영(CCM) 인증

기업의 모든 경영활동을 소비자 중심으로 구성하고 지속 개선하는지를 평가하는 국가공인 제도로, 한국소비자원이 평가해 공정거래위원회가 인증

고령자 · 장애인 고객을 위한 접근성 개선

LG전자 접근성 정책

LG전자는 글로벌 전자업체로서 사회적 약자를 포함한 모든 고객이 보다 자유롭고 편리하게 자사 제품을 사용하면서 그 혜택을 누릴 수 있도록 노력하고 있습니다. 그러한 노력의 일환으로 2012년 전자 차원의 태스크포스팀(TFT)을 구성하여, 휴대폰을 시작으로 스마트 TV, 모니터, PC, 가전 등 다양한 제품의 접근성(Accessibility)¹⁾ 기능을 개발하고 적용범위를 확대하는 프로젝트를 진행하고 있습니다. 특히, 매년 한국, 미국, 유럽 지역의 접근성 관련 이해관계자들과의 협업을 강화하는 동시에 장애인 단체나 고객을 대상으로 사용자 테스트를 실시하는 등 다양한 방식으로 접근성이 필요한 고객들의 VOC를 수렴하여 제품 개발에 반영하고 있습니다. 또한, 웹사이트(글로벌 및 미국)를 웹접근성 국제표준인 WCAG 2.0²⁾의 AA수준에 맞춰 적용하는 한편, LG전자가 추구하는 접근성 정책과 각 제품의 주요 접근성 기능을 고객이 쉽게 접할 수 있도록 웹사이트 내에 'Accessibility(접근성)' 콘텐츠를 구축하여 제공하고 있습니다. 2015년에는 접근성 기술을 지속적으로 개발 · 개선하기 위하여, 장애인 접근성 관련 국제 컨퍼런스(CSUN conference, HAAA Convention, M-Enabling Summit 등)에 참가하여 전문가들과 교류를 확대하고, 접근성 관련 최신기술의 동향도 조사 · 분석하는 활동을 활발하게 전개하였습니다. 또한 V10 스마트폰에 대하여 북미지역 비영리 시각장애인단체인 'Horizons for the Blind'와 함께 포커스 그룹을 운영하여 자사 제품의 접근성 기능에 대한 VOC를 수렴, 차기 제품에 반영할 수 있도록 노력하였으며, 고객들에게 LG 스마트폰의 접근성 기능을 보다 효과적으로 설명하기 위하여 장애유형에 맞춘 20개의 동영상 매뉴얼을 제작하여 공개하기도 하였습니다(<http://www.lg.com/us/accessibility/mobile/how>).

1) 접근성(Accessibility)

장애인, 고령자 등의 취약계층을 포함한 어떤 사용자가 전문적인 능력 없이도 최신기술이 적용된 제품의 사용 혜택을 누릴 수 있도록 제품에 관련 기능을 탑재함으로써 비장애인과 동등하게 모든 정보에 접근하여 이용할 수 있도록 보장하는 것

2) WCAG 2.0

장애인이나 고령자 등 취약계층이 비장애인과 동등하게 웹 사이트에 접근하는 것을 보장하기 위해 국제 웹 표준기구인 W3C(World Wide Web Consortium)가 만든 웹 콘텐츠 접근성 지침



01 -



02 -

01: Sesame 앱을 통한 장애아동의 넥서스5 구동 모습
02: LG.com 내 장애인 접근성 페이지

접근성 개선을 위한 주요 활동

주요 활동

- 2012**
 - 시각장애인 전용 폰 기증 사업('06 - 현재): 14,000대/한국
 - LG전자 글로벌 웹사이트 접근성 기능 강화('12 - 현재)
 - 접근성 기능 개발 체계 구축('12-'13): 휴대폰, 스마트 TV, 미디어 제품군
 - LG전자 접근성 Task 발족: 휴대폰, 스마트 TV, 미디어 제품군 접근성 기능 개발
- 2013**
 - 북미 장애인 이해관계자 회의('13 - 현재, 매년)
 - 한국가전접근성 기술 표준화위원회 참여('13 - 현재)
 - 장애인 고객 사용자 Test/의견 수렴('13 - 현재): 휴대폰, 스마트 TV(한국, 미국)
 - 서울대 QoLT 센터³⁾와 MOU 체결('13.8)
 - 한국시각장애인연합회와 MOU 체결('13.7)
 - LG시청각장애인용 소형TV 출시('13.7): 모델명: M2352-PN
 - M-Enabling Summit⁴⁾에서 Sprint사 CEO추천 자사 제품('13.6)
- 2014**
 - 가전제품 접근성 Task 착수('14.9 - 현재): 가전제품 장애인 사용자/단체 VOC 수렴(한국, 북미)
 - 한국 전자매뉴얼 제공 체계 구축/운영('14 - 현재)
 - US 콜센터 장애인 고객 서비스('14 - 현재): 전자 매뉴얼, 고객센터 서비스
 - 서울 노원 복지관 일상 생활훈련실 지원('14.9)
 - HCI학회⁵⁾ 접근성 QoLT공모전 후원('14.1)
 - 한미 QoLT 접근성 기술 교류회('14.1): HERL⁶⁾, 피츠버그/카네기 멜론 대학⁷⁾
- 2015**
 - 스마트 TV의 접근성 기능 테스트 의뢰(미국 NCAM)('15 ~ '16)
 - 시청각장애인용 TV, 1만 2,000대 기증 사업
 - 올인원 PC의 접근성 기능 테스트 의뢰(미국 NCAM)

접근성 제품 개발을 위한 LG전자의 노력

	시각	청각
G5 	<ul style="list-style-type: none"> · 음성으로 휴대폰 상태나 동작을 알려줌 · 화면 밝기 최소화 및 완전 차폐 · 화면 색상 조절(색반전) · 글꼴 크기 조절(더 큰 글자추가) · 화면 색상 반전/조절 · 색상 맞춤 보정 · 전원 버튼으로 통화 종료 · 흑백 화면 	<ul style="list-style-type: none"> · 자막(Caption) · LED 알림 · 플래시 알림 · 음량 밸런스(모든 소리 끄기) · 오디오 종류(Stereo/Mono) · 소리 조절(좌/우)
LG Watch Urbane LTE 	<ul style="list-style-type: none"> · 음성으로 읽어주기 (화면상태 및 텍스트읽기) · 비밀번호 읽어주기 · 핸드즈프리 모드(수신전화 및 메시지 음성 알림) · 화면 밝기 조절 	<ul style="list-style-type: none"> · 통화음질 최적화 · 진동 알림
울트라 HDTV 	<ul style="list-style-type: none"> · Magic Zoom: 원클릭으로 진입하는, 저시력자를 위한 화질 열화 없는 사진/동영상 확대 · Pitch, Volume, Speed 조절이 가능해 이해가 쉽고 편한 음성 안내 	<ul style="list-style-type: none"> · 배경소음을 최소화하는 Clear Voice · 자막 서비스
G PAD 10.1 	<ul style="list-style-type: none"> · 음성으로 휴대폰 상태나 동작을 알려줌 · 화면 밝기 최소화 · 화면 색상 조절(색반전) · 글꼴 크기 조절 · 화면 색상 반전 · 화면 색상 조절 · 색상 맞춤 보정 · 전원 버튼으로 통화 종료 	<ul style="list-style-type: none"> · 자막(Caption) · LED 알림 · 플래시 알림 · 음량 밸런스(모든 소리 끄기) · 오디오 종류(Stereo/Mono) · 소리 조절(좌/우)

품질 · 제품 안전성 확보

품질 Vision

LG전자는 대표이사의 강력한 의지에 따라 '고객에게 진정한 세계 최고의 품질로 인식되는 LG'라는 품질 비전을 수립하고, 그 어떤 영업목표, 제품 디자인, 시장성, 비용 문제도 제품 안전성에 우선할 수 없도록 제품 안전성을 철저히 관리하고 있습니다. 이에 따라 LG전자의 임직원은 설계, 구매, 제조, 마케팅, 제품 사용 및 고객센터 등 모든 제품 프로세스에서 원칙과 기준을 확실하게 이행하는 동시에, 제품의 안전성 확보가 제품의 가장 기본적인 가치를 인식하고 고객이 안심하고 제품을 사용할 수 있도록 안전한 제품을 고객에게 제공하는 데 최고의 가치를 부여하고 있습니다.

품질 책임경영제 체계 강화

LG전자는 품질센터 내에 제품시험연구소를 두어 품질책임경영 체계를 강화하고 있습니다. 제품시험연구실에서는 다음과 같은 활동을 전개하고 있습니다.

1. 제품에 대한 안전성 강화 활동

신제품 · 신모델의 개발단계에서부터 평가를 강화하여 제품안전에 대한 선행품질을 확보하는 한편, 안전 설계 기준과 안전성 시험법을 꾸준히 개발하여 제품에 적용 · 시험함으로써 제품 안전성을 한 번 더 확인하고 있습니다.

2. 부품에 대한 안전성 확보 활동

핵심 안전부품에 대해 인증제 · 승인제를 실시하는 등 품질점검 체계를 부품단계로까지 확대 · 강화하였습니다. 또한 핵심 안전부품 협력회사의 안전성 실행력을 점검하여 개선과제를 도출하고 개선을 지원하는 등 협력회사에 대해서도 안전성을 확보하고 있습니다.

3. Field 사고 예방 강화 활동

PL(Product Liability)사고에 대한 모니터링과 현황 관리를 강화하여 PL사고 조기경보 체계를 구축하고 위기대응능력을 높이는 데 만전을 기하고 있습니다. 이를 통해 만약의 경우 PL사고가 발생하더라도 신속하게 대응하여 사태가 확산되거나 반복되지 않도록 예방하고 있습니다.

4. 조직과 평가체제 강화

개발단계에서의 선행품질 제고를 위해 개발품질 심사조직을 전진 배치하여 각 사업본부별로 개발품질을 치밀하게 점검하고 있으며, 협력회사의 품질 개선과 부품품질의 선행 확보를 담당하는 조직도 신설하여 품질평가체제를 더욱 견고하게 구축하였습니다.

품질 · 제품 안전 전문가 지속 육성

LG전자는 2012년 '품질 College'를 신설하여 한국 및 해외의 임직원과 협력회사의 핵심인재를 대상으로 품질 · 제품 안전성에 대한 교육을 실시하고 있습니다. 특히, 모든 임직원을 대상으로 각자의 직급 및 업무에 따라 16개의 품질기본과정을 품질필수과정으로 운영하고, PL 심화 과정, 친환경 심사원 과정, Six Sigma 과정을 비롯한 20개의 분야별 전문과정을 품질선택과정으로 운영하여 임직원 개개인의 품질역량을 향상시키고 있습니다. 또한 사업가 후보, 신입사원, 경력사원, 신입감독자 등을 대상으로 하는 7개의 품질과정도 운영하고 있습니다. 이에 따라 2015년에는 총 45개의 집합교육과정을 개설하여 120차수에 걸쳐 총 3,382명을 대상으로 교육을 실시하는 등 지난 3년간 404차수에 걸쳐 12,000여 명을 대상으로 교육을 실시하였습니다.

품질 College에서는 제품신뢰성학과와 제품품질학과를 운영하고 있습니다. 이를 통해 CRE¹⁾(국제공인 신뢰성기사)와 CQE²⁾(국제공인품질기사)를 지속적으로 확보하고 있으며, CFEI³⁾(미국 화재폭발조사관 자격)도 추가로 확보하는 등 전문적인 분야에서도 임직원의 품질역량을 강화하고 있습니다.

1) CRE: Certified Reliability Engineer

2) CQE: Certified Quality Engineer

3) CFEI: Certified Fire & Explosion Investigator

2016

- CES 2016 Award 수상(접근성 기술 부문): 65-inch 4K LED TV (65UH7700)
- G4 시각장애인 매뉴얼 보급 사업(16.2)

3) QoLT(Quality of Life Technology) 센터:

정부 Fund로 운영되는 장애인 접근성 연구 센터

4) M-Enabling Summit:

FCC(미국방송통신위원회)와 유엔ITU(국제전기통신연합)가 공동으로 주최하는 국제 컨퍼런스, 장애인과 노약자들의 모바일 접근성을 개선하고자 시작된 행사임. 전세계 모바일 전문가, 정책관련 의사결정자, 석학들이 참가함

5) HCI학회(Human-Computer Interaction):

한국 인간-컴퓨터 상호작용을 연구하는 학회로 모바일 접근성 어플리케이션(App.) 공모전 실시함

6) HERL(Human Engineering Research Laboratories):

피츠버그 대학교 재활 공학 연구소

7) 카네기 멜론대학:

자동차 분야 HCI(인간-컴퓨터 상호작용) 연구/Robotics 연구소

지체

인식 / 기타

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> · 터치 인식시간 조절 · Touch Assistant: · 주요 기능 직 사용 가능 · 화면 자동 꺼짐 · Knock-on: · 화면 터치로 폰 On/Off · Knock-code: · 화면 터치로 잠금/해제 | <ul style="list-style-type: none"> · 사용 가능 제한(게스트모드) · 터치 영역 제어 · 길게 눌러 전화 받기 |
|--|--|

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> · 화면 자동 꺼짐 · Knock-code: · 화면 터치로 잠금/해제 | <ul style="list-style-type: none"> · 3개의 물리키 (상단키: 렉셋팅 / 중간키: 앱리스트 / 하단키: back) |
|---|---|

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> · 웹과 포인팅을 통한 직관적인 조작 · 직관적인 아이콘 디자인과 편집이 자유로운 사용자 최적화 UI | <ul style="list-style-type: none"> · 메뉴 투명도 조절 · 리모컨 커서 크기 및 포인팅 속도 조절 |
|---|--|

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> · 터치 인식시간 조절 · Touch Assistant: · 주요 기능 직 사용 가능 · 화면 자동 꺼짐 · Knock-on: 화면 터치로 · PAD LCD On/Off · Knock-code: 화면 터치로 잠금/해제 | <ul style="list-style-type: none"> · 사용 가능 제한(게스트모드) · 터치 영역 제어 |
|---|---|

정보보안·개인정보보호

글로벌 정보보안 컨퍼런스

LG전자는 한국 사업장과 해외법인에 근무하고 있는 정보보안 관리자의 보안역량을 강화하기 위하여 매년 ‘글로벌 정보보안 컨퍼런스’를 개최하고 있습니다. 이 컨퍼런스는 각 사업장의 정보보안 우수사례를 공유함으로써 국내외 전 사업장의 보안수준을 실질적으로 향상시키는 데 목적이 있습니다. 2015년에도 한국 및 해외법인의 정보보안 관리자 120여 명이 참석하여 실제사례를 바탕으로 한 현장경험과 노하우를 상호 공유하였습니다.

임직원 정보보안 교육 실시

LG전자는 매년 국내외 모든 임직원을 대상으로 정보보안 및 개인정보보호 교육을 실시하고 있습니다. 2015년에는 한국 98.5%, 해외 94%의 임직원이 교육을 이수하였습니다. 또한 개인정보 취급자, 신규 입사자, 조직책임자, 보안담당자 등 특정 대상자별로 관련 교육을 실시하여, 업무 수행 시 개인정보 침해 예방 및 영업비밀 보호에 관한 사항을 충분히 숙지하여 철저하게 실천할 수 있도록 하고 있습니다.

협력회사와의 정보보안 동반성장 체계 구축

LG전자는 협력회사와의 정보보안 동반성장 체계를 공고히 구축한다는 취지에서 매년 협력회사의 대표 및 보안관리자를 대상으로 보안교육을 실시하고 있습니다. 2015년에는 주요 협력회사 가운데 14개 업체를 선정하여 보안 취약성 진단, 실무역량 교육 등 보안컨설팅을 지원하는 동시에, 보안역량 동반성장 협약식을 갖고 지속적인 동반성장 체계 유지를 약속 하였습니다.

국가 산업기술 보호 기여

2015년 10월 열린 제5회 산업기술 보호의 날 기념식에서 LG전자 본사 업무지원실장이 산업통상자원부가 수여하는 산업보안 유공자로 선정되었습니다. 산업기술 보호를 위해 LG전자가 전개한 노력을 인정받은 것입니다. LG전자는 한국 산업보안의 전반적인 수준 향상을 위해 한국산업기술보호협회의 활동을 적극 후원하는 것은 물론, 한국 대기업 및 중소기업의 보안 관리자를 대상으로 기업보안 세미나와 교육 등 공익적 차원에서 다양한 프로그램을 운영하여 LG전자가 가진 보안관리 노하우를 전파·공유하고 있습니다.



01.



02.



03.



04.



05.

- 01: 글로벌 정보보안 컨퍼런스
- 02: 산업기술보호 유공자 수상
- 03: 협력회사 정보보안 동반성장 협약식
- 04: GSI 시스템
- 05: BS10012 인증 획득

산업보안

GSI 체계의 구축 및 운영

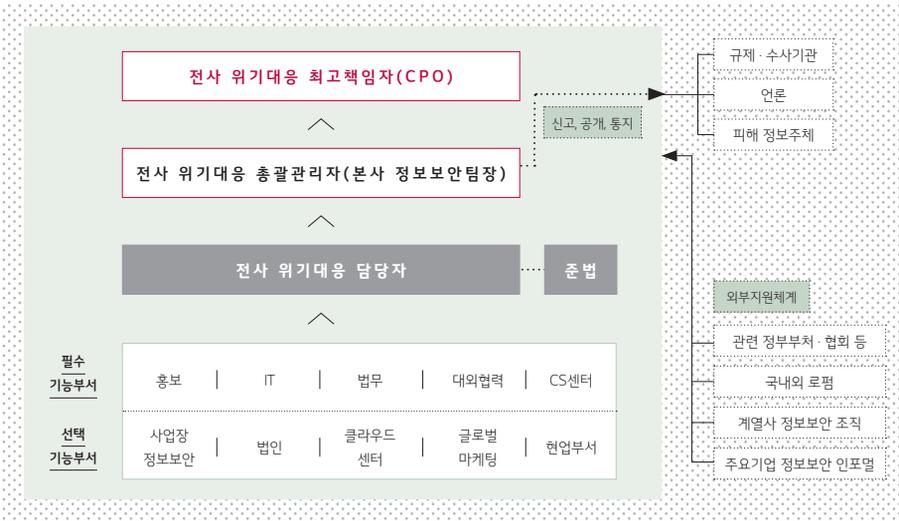
LG전자는 개인정보를 포함한 회사의 정보자산을 효과적으로 보호 및 관리하기 위해 전사 차원의 보안관리 체계인 ‘Global Security Index(GSI)’를 마련하여 보안수준을 상향 평준화하는 노력을 전개하고 있습니다. GSI체계는 임직원 개개인이 정보관리의 중요성과 보안의 필요성을 인식하고 보안활동에 자발적으로 참여하여 보다 높은 수준의 보안환경을 만들어가기 위한 제도로, 개인·팀 보안활동(Team Security Score), 한국 사업장 보안활동(정보보안지수제) 그리고 해외법인 보안활동(Security Index)으로 구성되어 있습니다. 정보보안 주관부서에서는 GSI를 효과적으로 운영하여 모든 임직원이 보안을 생활화할 수 있도록 많은 노력을 기울이고 있습니다. 특히 GSI 체계를 효과적으로 운영하기 위한 GSI 시스템을 구축하여 보안활동 수준을 관리하고 우수사례를 발굴하여 공유하는데 활용하고 있습니다. 더불어 연간 보안활동계획을 수립하고 보안활동 가이드를 제작하는 등 모든 조직이 보안활동을 효율적으로 수행할 수 있는 보안환경을 조성하고 있습니다.

개인정보보호

국내외 개인정보보호 인증 취득

LG전자는 고객의 소중한 개인정보를 안전하게 관리하기 위해 최선의 노력을 다하고 있으며, 이러한 노력은 국내외에서의 인증 취득을 통해 객관적으로 인정을 받고 있습니다. 2012년에 방송통신위원회가 주관하고 한국인터넷진흥원이 심사하는 개인정보보호 관리체계(PIMS: Personal Information Management System) 인증을 취득한 LG전자는 이후 매년 인증심사를 통해 안전성 확보 여부를 검증받고 있으며, 2015년에는 국제 인증인 BS10012(British Standard) 인증을 취득하였습니다. 이로써 LG전자는 국내외에서 개인정보보호에 관한 신뢰성을 확고하게 공인받게 되었습니다. 앞으로도 LG전자는 개인정보와 관련된 국내외 인증을 유지 및 추가 취득하기 위해 노력하여 세계 모든 고객이 믿고 신뢰할 수 있는 개인정보체계를 지켜나갈 계획입니다.

글로벌 위기대응체계



라 LG전자는 만일의 경우 개인정보 관련 사고가 발생하더라도 가장 빠르고 정확하게 사고상황에 대응하여 최최의 조치를 취함으로써, 모든 고객 및 이해관계자를 보호하고 신뢰를 지켜갈 수 있을 것으로 확신합니다.

IoT · 취약성 대응 강화
시스템 및 네트워크 보안 강화

LG전자는 글로벌 수준으로 개인정보 및 기술정보를 보호하기 위한 방안의 하나로, 업무시스템의 취약점을 주기적으로 점검하는 전담조직인 '상시 보안취약점 분석 센터(LGE ISAC: LG Electronics Information Security Analysis Center)'를 운영하고 있습니다. 상시 보안취약점 분석 센터에서는 국제웹보안표준기구(OWASP)가 제시한 OWASP Top 10 등의 글로벌 표준을 반영하여 자체 체크리스트를 마련하는 한편, 이를 기반으로 시스템과 어플리케이션, 제품에 대한 모의 해킹을 실시하여 취약점을 확인하고 개선하는 역할을 수행합니다. 또한, 외부의 불법적인 해킹에 취약할 수 있는 무선랜의 보안을 강화하기 위하여 한국 전 사업장에 대한 무선랜 보안시스템(WIPS: Wireless Intrusion Prevention System)을 구축하여 운영하고 있습니다.

글로벌 컴플라이언스 리스크 관리

최근 EU의 Privacy법 개정, 러시아의 개인정보 관련 법을 강화에 이어 중국도 소비자보호법에 개인정보에 관한 조항을 반영하는 등 세계적으로 개인정보 관련 규제가 강화되는 추세입니다. 이에 글로벌 비즈니스를 수행하고 있는 LG전자는 각 국가별로 현지 법·제도에 부합하는 컴플라이언스 리스크 관리를 위해 실시간 능동적으로 대응하고 있습니다.

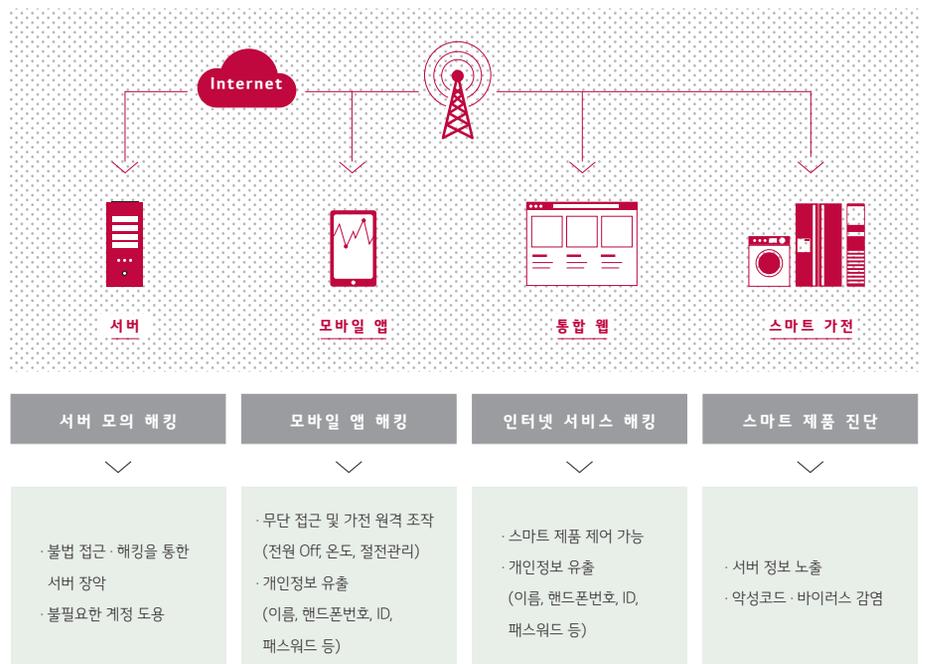
특히 100여 개의 전체 해외법인이 경제협력개발기구(OECD)가 제시한 '개인정보보호 8원칙'에 부합하도록 자체 제정한 관리체계, 생명주기, 시스템 보호조치 영역 등의 관리요구사항을 준수하는지 여부를 측정하고, 각 영역별 관리수준을 평가하여 신호등 방식(우수한 수준의 법인은 Green, 보통 법인은 Yellow, 저조한 수준의 법인은 Red로 표기)으로 관리하고 있습니다. 이를 통해, 원격관리라는 한계 때문에 자칫 소홀할 수 있는 해외법인의 개인정보보호 상황을 철저히 관리하여, 발생가능한 컴플라이언스 리스크를 사전에 방지하고 있습니다.

해외법인의 개인정보보호 관리수준에 대한 궁극적인 목표는, 법인 스스로 리스크를 사전 도출하고 개선해 나가는 자생적 관리능력을 확보하는 데 있습니다. 이를 위해 2016년부터는 법인 자체적으로 관리현황을 점검하고 개선하는 프로젝트를 추진할 예정입니다.

개인정보사고 대응체계 구축

최근 발생한 기업의 개인정보 관련 사고들을 분석해 보면, 사고 발생 시 체계적인 대응이 이루어지지 않아 고객과 사업자 모두의 피해가 급증하는 사례가 많았음을 확인할 수 있습니다. 그래서 LG전자는 주요 개인정보사고 사례를 면밀히 분석하고, 이를 바탕으로 수차례에 걸쳐 사고유형별로 모의 시뮬레이션을 실시하면서 사고대응체계를 보완하였습니다. 이에 따

상시 보안취약점 분석 센터(LGE ISAC)



> 환경

With the Environment

WHAT IS IMPORTANT?

2015년 LG전자 중대성 분석 결과

- 1) 온실가스 감축 및 기후변화 대응
- 2) 에너지 고효율(친환경) 제품 개발이 1순위로 나타났으며, 제품 내 유해물질 대체, 폐전자제품 회수 및 자원 재활용 확대 등도 주요 이슈로 나타났습니다.

HOW WE MANAGE IT?

Our Approach

LG전자는 제품의 전과정에서 발생하는 환경적 영향을 줄이고 제품의 친환경성을 강화하고자 노력하고 있으며, 그린 사업장 조성을 위하여 전사 통합경영시스템을 운영하고 있습니다.

Our Evaluation

LG전자는 그린 제품 개발을 위하여 제품 환경성 평가(에코 인덱스)를 도입하여 관리하고 있으며, 사업장의 EESH 관리를 위하여 그룹 차원의 그린경영 추진전략인 '그린 2020'을 발표하고 이를 구현하기 위한 활동의 진척상황을 점검하고 있습니다.

Future Direction

- 1) 그린 제품 기준의 지속적 강화
- 2) 사업 전과정 온실가스-에너지 관리 및 감축 활동 강화
- 3) 글로벌 환경안전 통합관리 시스템 내실화

Stakeholder Statement



오늘날 이해관계자들은 기업에게 주주 가치 극대화뿐 아니라 사회와 환경에 긍정적인 기여를 하길 요구하고 있습니다. 이러한 요구에 부응하기 위해 LG전자는 환경영향을 경제적 가치로 정량화하는 즉, 비재무 성과와 그 영향을 화폐가치로 도출해내었습니다. 비재무 성과와 영향의 화폐가치 측정은 글로벌 선진기업 중 지속가능경영역량이 우수한 소수의 기업만이 추진하고 있는 쉽지 않은 활동입니다. 2015-2016년에는 KPMG True Value를 통해 국내 사업장의 대기, 수질, 폐기, 토양 환경영향을 더욱 명확하게 이해하고 자세히 설명할 수 있게 되었습니다. KPMG는 LG전자가 이처럼 유의미한 작업을 수행하기 위해 KPMG 멤버쉽과 함께 KPMG True Value 방법론을 적용하고 있음을 자랑스럽게 생각합니다. 향후에는 정량지표 고도화, 지표수 증대, 글로벌 사업장으로서의 대상범위 확대 등으로 발전해 나가야 할 것입니다. 궁극적으로 LG전자에서 True Value를 기반으로 미래 긍정적 영향을 증대하고 부정적 영향을 저감할 수 있는 경영 의사결정을 내릴 수 있기를 기대합니다.



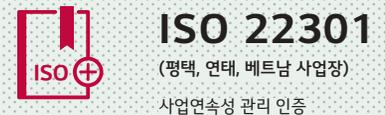
Adrian King
KPMG 글로벌
지속가능경영 대표

BOUNDARY

- / 내부 이해관계자
- / 외부 이해관계자



Our Performance



그린 제품 개발

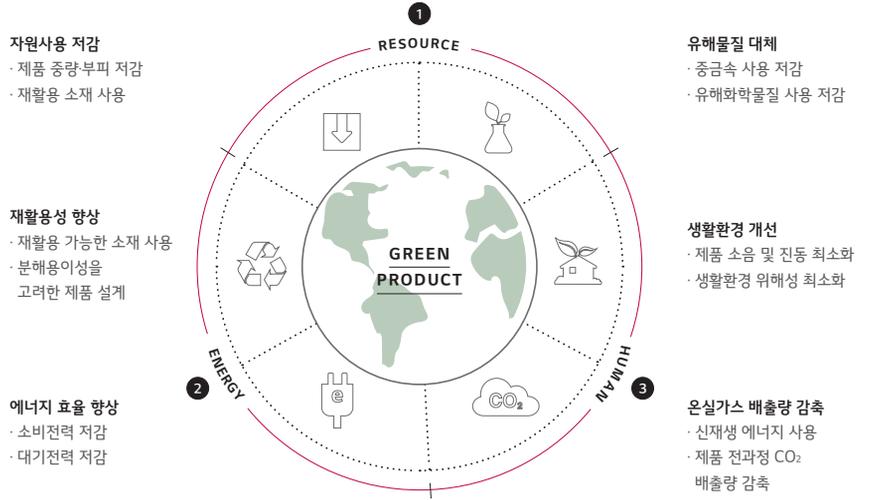
그린 제품 전략방향

LG전자는 원재료 공급에서부터 제조, 유통, 사용, 폐기·재활용 등 제품주기 전과정에서 발생하는 환경적 영향을 줄이고 제품의 친환경성을 강화하여 고객가치를 제고하고자 노력하고 있습니다. 이를 위하여 제품주기 전과정의 각 단계별 환경영향을 정량화하여 분석하고 있으며, 자원(Resource), 에너지(Energy), 인간(Human)의 3대 친환경 요소를 통합적으로 고려한 '그린 제품 전략'을 수립하고 각 요소분야별로 핵심과제를 선정하여 추진하고 있습니다. 이와 함께, LG전자의 주력제품군인 TV, 휴대폰, 냉장고, 세탁기, 에어컨, 모니터 분야에서 그린 제품 개발을 체계적으로 수행하기 위해 LG전자 자체적으로 목표설정 및 성과측정이 가능한 에코인덱스(Eco-Index)를 개발하여 운영하고 있습니다. LG전자는 이 지표를 바탕으로 각 제품별 목표 및 성과를 관리함으로써 그린제품 개발의 성과가 확산되도록 노력하고 있습니다.

그린 제품 개발 목표/성과 관리(Eco-Index)

LG전자는 2011년 LG 계열사 가운데 최초로 제품의 환경성을 평가하는 기준인 에코인덱스(Eco-Index)를 도입하였습니다. 에코인덱스는 LG전자의 주력제품 전 모델을 평가하고 각 모델별로 친환경성 수준에 따라 Green 1 Star, 2 Star, 3 Star 등 3등급으로 구분하여 성과를 관리하는 도구로써, 보다 높은 수준의 친환경제품인 Green 3 Star 비율을 확대하도록 추진하는 데 목적이 있습니다. LG전자는 에코인덱스를 도입한 이후 2015년까지 매년 그린 제품 전략에 따른 목표를 달성함으로써 그린 제품 개발 확산에 기여하고 있습니다. 한편 LG전자는 제품개발환경의 변화 추이를 반영하여 에코인덱스 기준을 현실에 맞게 지속적으로 관리·개정하고 있습니다. 특히 2015년에는 제품의 친환경성에 대한 고객의 다양한 기대사항과 국제사회의 높아진 요구수준을 반영하기 위해 에코인덱스를 전면 개정하여 그 기준을 강화하였습니다. 앞으로도 LG전자는 에코인덱스를 활용한 친환경성 평가 및 성과관리를 지속적으로 실시하여 보다 고객지향적인 그린 제품을 확대하도록 지속적으로 노력해나갈 계획입니다.

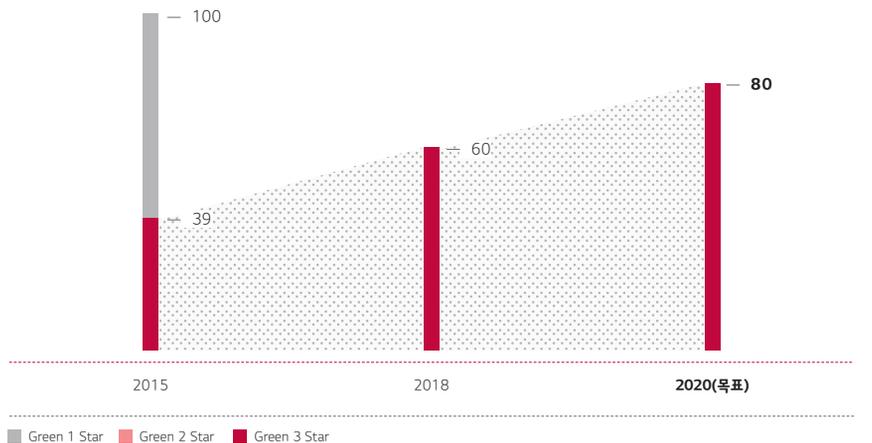
LG전자 그린 제품 전략



에코인덱스 평가기준

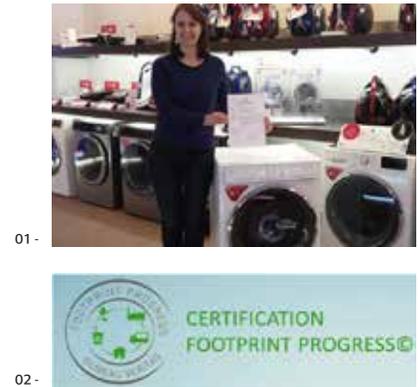
분야	주요 평가 항목		
	Green 1 Star ->	Green 2 Star ->	Green 3 Star
Energy	에너지 규격 만족	시장 평균 효율 만족	경쟁 우위 (고효율) 확보
Human	유해물질 규제 만족	자발적 유해물질 선행대체	
Resource	재활용 규제 만족	자원 효율성 향상 설계	
Innovation	-	친환경제품 선행 활동 (인증, 선행기술 등)	

2015년 그린 제품 개발 성과 및 중장기 목표(단위: %)



제품 전과정 환경영향평가(LCA for Product)

LCA(Life Cycle Assessment)는 제조, 유통, 사용, 폐기 등 제품주기 전 과정에 걸쳐 각 단계별 환경영향을 정량화하여 개선요소를 도출하고 개선성과를 검증하는 국제규격(ISO 14040 시리즈)화된 환경성 평가 기법으로, 주로 친환경제품을 개발하는 데 활용됩니다. LG전자는 2002년부터 LCA기법을 도입하여 주요 제품군에 대해 제품주기 전과정의 단계별 환경영향을 규명하고, 이를 개선한 친환경제품을 개발하는 데 적용해오고 있습니다. 2011년에는 LCA평가를 활용한 제품평가 프로세스 기반을 공고히 하기 위해 TV, 모니터, 세탁기, 냉장고, 시스템·가정용 에어컨, 휴대폰, 태양광 모듈 등 주요 제품군의 전과정 목록분석(Life Cycle Inventory, LCI) 데이터베이스를 구축하였으며, 이를 활용하여 매년 TV, 모니터, 세탁기, 냉장고, 시스템·가정용 에어컨, 휴대폰 등 7개 제품군에 대해 LCA평가를 수행하였습니다. 그리고 소비자들에게 자사 제품의 지구온난화 영향, 탄소배출량 정보를 홈페이지



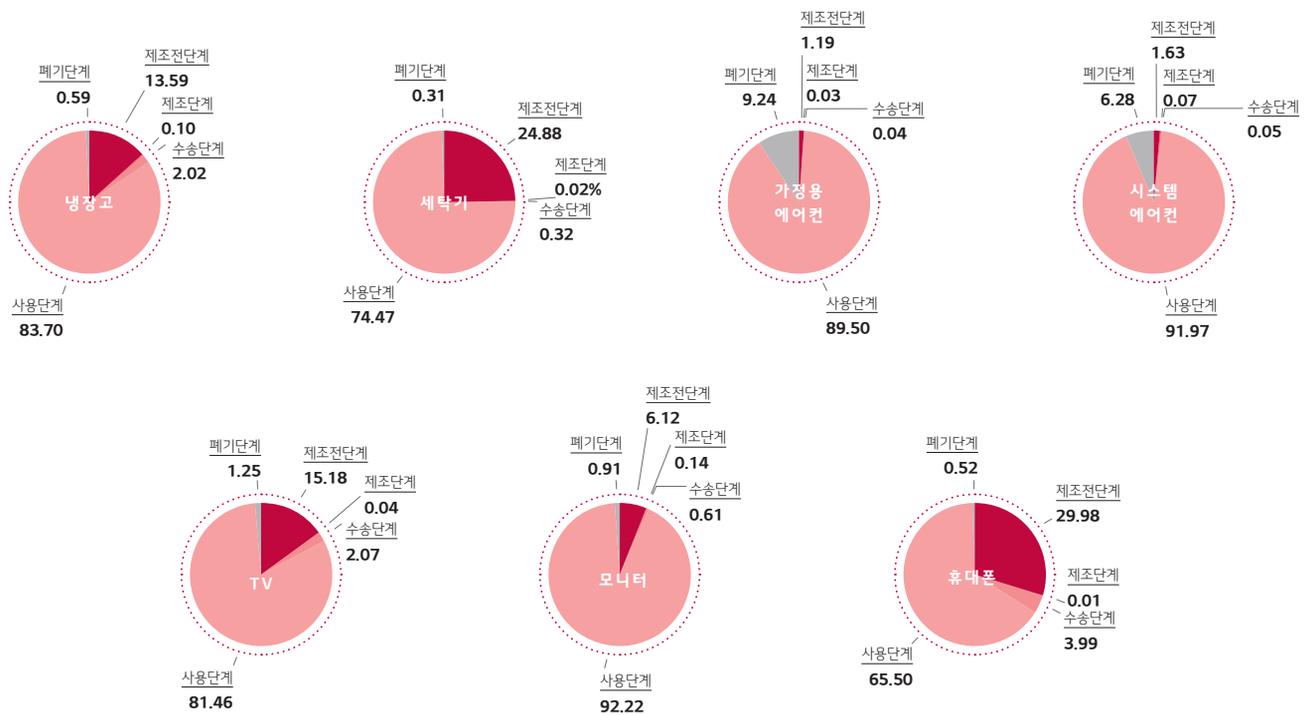
01, 02: 세탁기 부문 최초 LCIE 인증 획득

- 1) CLIMATOP: 스위스 친환경 전문 인증기관 '클리마톱'에서 기후변화 대응 우수제품에 부여하는 인증
- 2) LCIE(Laboratoire Centrales Industries Electriques, 프랑스 전기공업중앙시험소): LCIE 에코디자인 인증은 LCA를 기반으로 제품의 소비전력량, 원자재 사용량, 유해물질 등의 환경영향을 비교평가하여, 새 제품의 환경영향이 기존모델 대비 획기적으로 저감하였음을 인정받아 취득하는 인증입니다.

와 지속가능경영보고서에 공개하고, 이에 대하여 탄소성적표지, 저탄소 인증, 탄소중립인증(한국), 카본펀드 인증(Carbon neutral, 북미), CLIMATOP¹⁾(유럽) 등과 같은 제3자 인증을 받아 그 신뢰성을 확보하고 있습니다. 2015년에는 기존 냉매(R-410a)보다 온실가스 저감효과가 약 60% 향상된 냉매(R-32)를 사용한 가정용 에어컨 제품을 개발하고, 이에 대한 탄소성적표지 인증을 획득하였습니다. 또한 신규 드럼세탁기(모델명: F84912WH) 제품에 대한 비교 LCA평가를 실시하여 기존 모델보다 향상된 환경효과를 프랑스 최대의 비영리 민간 연구기관인 LCIE²⁾로부터 인정받아 세탁기 부문 세계 최초로 에코디자인 인증을 취득하였습니다.

LG전자는 제품 개발 시 사전에 잠재적인 환경영향을 평가할 수 있도록 간이환경성 평가(Simplified LCA) Tool을 개발하고, 이를 핸드폰, TV, 가전제품 개발 시 활용하여 친환경제품 개발을 위해 노력하고 있습니다.

제품 전과정 탄소배출량 산정 (단위: %, 2015년 12월 31일 기준)



■ 제조전단계 ■ 제조단계 ■ 수송단계 ■ 사용단계 ■ 폐기단계

제품 전과정 책임 (Product Stewardship)

유해물질 자발적 대체

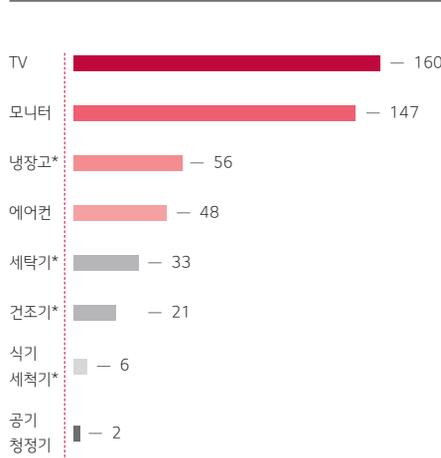
LG전자는 글로벌기업으로서 인간의 건강과 환경 보호에 대한 각별한 책임감을 가지고, 제품 개발시 RoHS, REACH 등 국제환경규제에서 금지하고 있는 유해물질(납, 수은, 카드뮴, 6가 크롬, PBB, PBDE 물질 등)의 사용을 줄여나가고 있습니다. 뿐만 아니라 현재 규제대상은 아니지만 PVC(Polyvinyl Chloride), BFRs(Brominated Flame Retardants) 등과 같이 인체 및 생태계에 부정적인 영향을 유발한다고 알려진 물질들의 사용을 줄이기 위해 지속적으로 대체 기술·부품을 개발하여 제품에 적용하고 있습니다.

그 결과 휴대폰 제품군에서는 2010년부터 전 제품에서 PVC, BFRs의 사용을 전폐하였고, 2011년에는 프탈레이트, 베릴륨, 2012년에는 삼산화 안티모니(Antimony trioxide)로 유해물질의 자발적 대체를 시행하였습니다. 또한, UHD·OLED TV도 전 모델에서 내부 케이블 내 PVC를 대체하였으며, IT제품군에서는 PVC, BFRs를 사용하지 않는 노트북과 일체형 PC를 출시하고 있습니다. 2013년 이후에는 냉장 고제품 전체 모델에 대해서도 PVC 미사용 소음 저감 부품(Skirt Lower)을 개발하여 적용하고, 2014년에는 PVC 미사용 호스 부품을 개발·적용한 진공청소기 모델을 출시하는 등 LG전자는 제품품질을 유지하면서도 유해물질을 대체하는 기술과 부품을 지속적으로 개발하여 다수의 제품에 확대 적용하는 노력을 계속하고 있습니다. 한편 2015년에는 EU 잔류성유기오염물질(POPs) 규제 사전 대응을 위해 브롬계 난연제의 일종인 HBCD(Hexabromocyclododecane)를 모두 대체한 데 이어 글로벌 제품군으로 대상을 점차 확대하고 있습니다.

에너지효율 향상

LG전자는 제품군별로 '기술로드맵(TRM: Technology Road Map)'과 이에 따른 각 단계별 세부목표를 수립하여 추진하는 등 각 제품의 에너지효율을 향상시키는 데 지속적인 노력을 기울이고 있습니다. 이미 LG전자의 제품은 ErP(Energy related Product) 등의 글로벌 에너지규제를 만족하고 있으나, LG전자는 이에 만족하지 않고 자체적으로 수립한 에너지 관련 목표 및 세부전략을 바탕으로 에너지 소비량 및 대기 전력을 더 낮추기 위해 노력하고 있습니다.

미국 내 판매 제품 중 에너지스타 인증 현황(단위: 개)



*Basic 모델 단위로, 파생모델 포함한 실제 인증 모델 수는 증가됨

에너지스타(ENERGY STAR)

에너지효율이 높은 제품을 선정하여 인증하는 에너지스타는 미국 환경보호청(EPA: Environmental Protection Agency)과 에너지국(DOE: Department of Energy)이 공동주관하는 프로그램입니다. 2015년 LG전자는 이 프로그램이 시행하는 '2015년 에너지스타 어워드(2015 ENERGY STAR Award)'에서 전년도에 이어 최고상인 '지속가능 최우수상(Sustained Excellence)'을 수상함으로써 2년 연속 최고상 수상의 영예를 안았습니다. 또한 에너지스타 인증 제품 확대, 소비자 대상 에너지절약 캠페인 전개, 임직원 대상 에너지교육 실시 등 미국지역에서 전개한 다양한 환경보호·에너지절감 활동의 성과를 인정받아 2012년부터 2015년까지 4회 연속으로 '올해의 파트너상'을 수상하였습니다.

FOCUS

유해물질 대체 현황



>1

스마트폰, 스마트워치, G패드

- 2010년 PVC/BFRs 전모델 전폐
- 2011년 베릴륨, 프탈레이트 전모델 전폐
- 2012년 삼산화 안티몬 전모델 전폐



>2

OLED/울트라 HDTV

- PVC free 내부 케이블 적용
- Housing/Stand BFRs free 적용
- Mercury free Display panel 적용



>3

노트북 / 일체형PC

- 2013년 PVC/BFRs 미사용 노트북/일체형PC 출시
단, FPCB, Base PCB, 배터리, 어댑터, 키보드, 케이블, 터치패드, 열모듈(Thermal module), 파워코드는 제외



>4

모니터

- 2011년 PVC 미사용 LCD 모듈 전모델 적용
- 2013년 PVC/BFRs 미사용 LCD 모듈 전모델 적용

온실가스 배출량 감축

LG전자는 주요 제품을 중심으로 제품 전과정에서 발생하는 온실가스 배출량과 해당 제품에서 발생하는 탄소배출량을 산정한 후, 소비자들이 제품의 환경영향을 알 수 있도록 그 결과를 공개하고 있습니다. 더불어, 제품의 경량화, 자원 저감, 에너지효율 증대 등의 환경성 개선활동을 통해 전과정 단계별로 발생하는 온실가스 배출량을 감축하기 위해 노력하고 있습니다. 이 중에서도 사용단계 온실가스 감축에 대하여 LG전자는 에너지 고효율 제품 개발 및 판매를 통해 제품 사용 시 배출되는 온실가스의 감축에 기여하고자 합니다. 2020년까지 2007년 기준 BAU¹⁾ 대비 6,000만 톤 감축을 목표로 하고 있으며, 이 목표를 달성하면 2008년부터 2020년까지 사용단계 누적 기준으로 약 4억 톤의 온실가스 감축기여가 예상됩니다. 이를 위해 2015년에는 고효율 에너지 기술 적용 제품을 확대 출시하여 사용단계 약 4,100만 톤(2007년 소비전력 수준 대비)을 감축하였습니다. 향후에도 LG전자는 2020년 목표를 달성하기 위해 에너지 개선활동을 활발하게 추진할 계획입니다.

1) BAU(Business as Usual): 온실가스 감축 기술과 정책이 현 수준으로 유지된다고 가정할 때의 온실가스 배출량 전망치

저탄소제품 인증 현황(한국)

인증연도	제품	인증모델	유효기간	인증연도	제품	인증모델	유효기간
2015	공기청정기	LA-V069DLR	2017-08-27	2013	냉장고	R-D413PFSM	2016-09-29
2015	공기청정기	LA-V069DWR	2017-08-27	2013	냉장고	R-D413PFS5	2016-09-29
2014	에어컨	FNQ187VEPW/ FUQ187VEU	2017-07-29	2013	냉장고	R-D413PFSK	2016-09-29
2014	에어컨	FNQ187VFPW/ FUQ187VEU	2017-07-29	2013	냉장고	R-D413PFSW	2016-09-29
2014	공기청정기	LA-V069DW	2017-08-27	2013	냉장고	R-D413PFSK	2016-09-29
2014	공기청정기	LA-V069DL	2017-08-27	2013	냉장고	R-D413PFSW	2016-09-29
2014	냉장고	R-F955EDSB	2017-08-27	2013	냉장고	R-D413PFSW	2016-09-29

녹색기술인증 취득 현황

기술명칭	인증일자	유효기간
백라이트 밝기 조절을 통한 모니터 소비전력 저감 기술(Monitor Smart Energy Saving)	2016-03-10	2018-03-09
노트북용 대기전력 저감 기술	2016-02-18	2018-02-17
세라믹 가열 방식의 CO 저감 가스레인지 생산 기술	2015-10-14	2017-10-13
모바일 기기용 저전력 멀티코어 어플리케이션 프로세서 설계 기술	2015-01-29	2017-01-28
엔진최적화 기술을 적용한 고효율 가스히트펌프 기술	2014-11-20	2016-11-19
에너지 및 물 사용량 저감을 위한 터보샷 행금기술 II (드럼용)	2014-08-26	2016-08-25
냉장고용 병렬 냉각 시스템 기술(Parallel two Evaporator Cycle)	2014-08-26	2016-08-25
손빨래 6모션 세탁기술	2014-08-26	2016-08-25
히트펌프를 적용한 의류건조기 및 관리기기	2014-08-26	2016-08-25
냉장고용 인버터 리니어 압축 기술(Inverter Linear Compressor)	2014-08-26	2016-08-25
OPC와 Intelligent Sensor를 적용한 저소비전력 스마트TV설계 기술	2014-07-17	2016-07-16
에너지 및 물 사용량 저감을 위한 터보샷 행금기술	2013-11-21	2017-11-20
고연색성 PLS 조명 설계기술	2013-11-21	2017-11-20
정수기용 친환경 Compressor 기술	2012-08-30	2016-08-29

자원 사용 저감

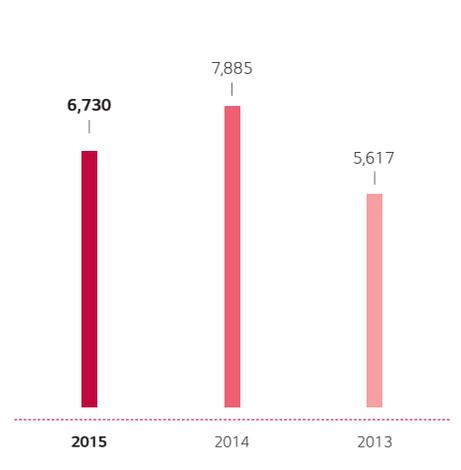
재질 · 구조 개선

LG전자는 제품개발 단계에서부터 재질 · 구조 개선 활동을 강화하는 동시에 재활용 업체와의 협업을 통해 제품의 재활용 및 분해 용이성을 제고하고자 노력하고 있으며, 제품의 부피와 무게를 줄이면서 성능은 향상시키기 위한 활동을 전개하고 있습니다. 15인치 노트북의 경우, 2015년 모델(모델명: 15Z950)은 재질의 변경을 통해 동일 크기의 기존 모델(모델명: U560)에 비해 약 30%(0.56kg)의 중량을 감소시켰으며, 구조 개선을 통해 부품수와 체결수 역시 각각 27%, 16% 감소시켜 제품의 재활용 및 분해 용이성이 향상되었습니다.

재활용 소재 사용

LG전자는 자원순환 및 자원 사용의 효율성 제고를 위해 제품의 안정성과 품질신뢰성 테스트를 거쳐 LG전자 제품 내 재활용 소재의 사용을 확대하고 있습니다. 이에 따라 현재 LG전자 제품 중 세탁기, 냉장고, 에어컨, 스마트폰, TV, 모니터 등의 제품군에 재활용 소재가 사용되고 있습니다. LG전자의 재생 플라스틱 사용량은 2012년 4,980톤, 2013년 5,617톤, 2014년 7,885톤으로 지속적으로 증가하였으나, 2015년에는 원유가 하락에 따른 재활용 소재의 경쟁력 저하로 인해 사용량이 6,730톤으로 다소 감소하였습니다. 그러나 LG전자는 장기적인 관점에서 재생 플라스틱의 적용 확대를 위해 제품별로 대체부품 검토 및 기

2013-2015 재활용 플라스틱 연간 사용량(단위: 톤)



술개발을 꾸준히 추진하는 동시에, 제품군별로 재생 플라스틱의 적용 분야를 확대하고 그 실적을 체계적으로 관리하고자 노력하고 있습니다.

폐전자제품 관리

폐전자제품 관리 활동(해외)

LG전자는 폐기전에 대한 WEEE(Waste Electrical and Electronic Equipment) 규제와 각 국가에서 제시한 요구사항에 맞춰 폐전자제품에 대한 회수·처리 서비스를 제공하고 있습니다. 회수·처리 서비스는 2015년 말 현재 47개국 80개 지역의 소비자들에게 제공되고 있는데, 2016년 이후에 규제가 시작되는 러시아, 베트남, 필리핀, 칠레 등의 지역에서도 해당 국가의 규제내용을 분석하고 해당 국가 정부 및 산업 단체들과 의견을 교환하며 대응체계를 마련하고 있어 서비스 대상 국가는 더욱 확대될 것입니다. 이를 통해



01-



02-

- 폐전자제품 관리

01: 폐전자제품 무상 회수서비스

02: 폐휴대폰 수거함

LG전자는 폐전자제품의 친환경 처리에 더욱 매진해 나갈 계획입니다. 한편 LG전자는 웹사이트(<http://www.lg.com/global/recycling>)에도 LG전자의 폐전자제품 관리와 관련된 정보를 게재하여 이해관계자와 공유하고 있습니다.

폐전자제품 관리 활동(한국)

대형 폐가전 무상회수 서비스 실시

LG전자는 2014년부터 제품 구매 여부와 상관없이 전국 어디에서든지 누구나 신청 가능한 '대형 폐가전 무상회수 서비스'를 실시해오고 있습니다. 무상 회수 서비스는 기존에 운영하던 '설치시 수거'의 프로세스를 개선한 것으로, 대형 폐가전 수거가 필요한 고객이 전국의 LG전자 베스트샵 매장에 서비스를 신청하면 전문가가 직접 방문하여 수거하는 새로운 회수체계입니다. 무상 회수서비스는 차별화된 친환경 서비스로서 고객의 폐가전 배출 편의성 향상에 기여하고 있으며, 고객의 참여가 늘면서 회수량 또한 지속적으로 증가하고 있습니다. 2016년에는 B2B영역으로도 무상 회수서비스를 확대 실시하여 자원순환사회를 실현하는 데 선도적인 역할을 계속해나갈 계획입니다.

폐휴대폰 상시 수거함 운영

휴대폰은 제품 특성상 다량의 개인정보를 포함하고 있기 때문에 폐휴대폰을 재활용하기 위해서는 사용자의 개인정보를 안전하게 삭제한 후 폐기 또는 재활용해야 합니다. LG전자는 이러한 고객의 니즈를 반영하여 폐휴대폰을 안전하고 친환경적으로 재활용할 수 있도록 관리하고 있습니다. 또한 LG전자는 매년 임직원을 대상으로 폐휴대폰 수거 캠페인을 지속적으로 실시하고 있습니다. 2015년에는 캠페인 대상을 일반시민으로 확대하고, 캠페인 기간으로 한정된 수거기간도 연중 상시 수거체계로 전환하였습니다. 이에 따라 전국 베스트샵 매장과 서비스센터에 폐휴대폰 수거를 위한 수거함을 상시 비치하고, 수거한 폐휴대폰은 적법한 재활용업체로 인계하여 파쇄한 후 친환경적으로 처리하도록 관리하고 있습니다. 앞으로도 LG전자는 고객의 다양한 니즈를 충족시키는 친환경 서비스를 제공할 수 있도록 지속적으로 노력할 계획입니다.

FOCUS

2015년 재질·구조 개선 사례



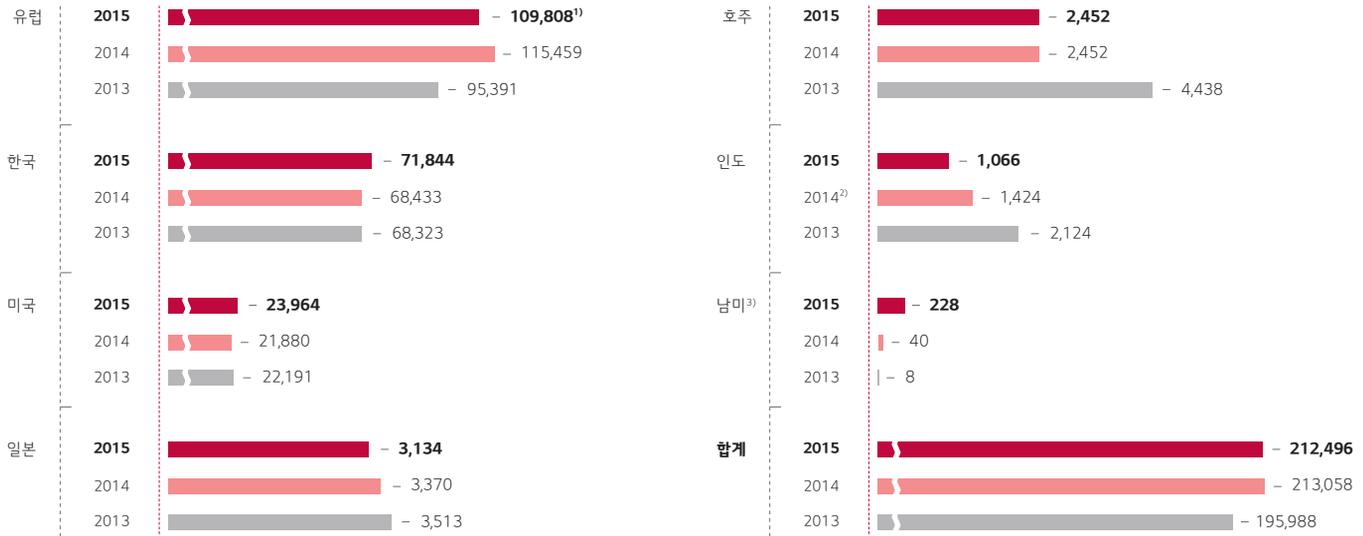
>2014



>2015

모델명	U560	15Z950
화면 크기	15.6 inch	15.6 inch
제품 중량	약 1.95 kg	약 1.39 kg
제품 부피	1.889 m ³	1.410 m ³
사용한 플라스틱 재질 수	3	1
부품 수	1,747	1,105
체결구 수	63	53
체결 스크류 종류	1	1

국가별 폐가전 회수·처리 현황(단위: 톤)



일부 지역은 국가별 회수실적을 보고하는 시기가 다르기 때문에, 보고서 발간 시 자료를 취득할 수 없는 경우 전년도 회수실적 또는 주변 국가의 회수율을 사용한 예측값을 보고함. 따라서 다음연도 보고서 발간 시 소폭 조정될 가능성이 있음.

1) 유럽 일부 국가의 폐가전 회수/처리량은 추정치임 | 2) 2014년 인도 수치 update함 | 3) 남미: 브라질, 콜롬비아, 페루

그린 포장 개선 사례

LG전자는 2012년에 포장재 감량 및 부피 저감, 재사용 및 재활용 확대 등의 지침을 담은 '친환경 포장 설계 지침서'를 개발하여 휴대폰, TV 등 일부 제품군에 적용한 데 이어, 2013년에는 이를 전 제품으로 확대 적용하였습니다. 또한 종이류 포장재의 재활용(펄프) 함유비를 데이터베이스와 유해물질 데이터를 추가로 확보하여 종이류 포장재의 재활용을 향상에 기여하고 있습니다. 2014년부터는 포장재 사용량 감량률, 포장부피 저감률, 포장공간 저감률 등에 대한 사업부별 추진목표를 설정하고, 연 2회씩 정기적으로 목표달성 여부를 확인하고 있습니다. 2015년에는 신규개발하는 모델에 대해 설계개선안을 적용하여 환경성 평가를 실시하였습니다. 그 결과 상당수 신규모델에서 제품의 부피가 전년도보다 증가하였음에도 불구하고 포장재 사용량과 포장 빈 공간 비율을 저감함으로써 포장재 사용량 및 포장 빈 공간 비율을 각각 0.2%, 4.7% 저감하는 성과를 거두었습니다. 2016년에도 LG전자는 친환경 포장의 성과를 극대화하기 위해 친환경 포장 개선사례 발굴 및 포장기술연구회 활동을 강화하여 성공사례를 공유하고 사업부별로 친환경 포장 개발체계를 자체 운영토록 발전시켜나갈 계획입니다.

FOCUS

그린 포장 개선 사례



7인치 Tablet_LK430 박스 개선

중량 ↓	물류 운송비 ↓
148g → 133.5g	740원 → 667.5원
종이 접이식 패드를 펄프 몰드 패드로 개선함 → 중량 및 물류 운송비 저감	



8인치 Tablet_VK815 박스 개선

중량 ↓	물류 운송비 ↓
246g → 160g	1,230원 → 800원
작업시간 ↓	
중량 저감뿐 아니라 작업자가 바로 구성품을 채우고 바코드 스캐닝이 가능한 형태로 개선하여 작업시간 단축	

그린 파트너십

친환경 공급망 관리(Green Program Plus)

LG전자는 고유의 친환경 공급망 관리 프로그램인 'Green Program Plus(GP plus)'를 운영하고 있습니다. GP plus는 협력회사에 LG전자의 친환경 기술 및 노하우를 전수하여 협력회사의 친환경 경쟁력 향상 및 동반성장의 토대를 마련하는 데 목적이 있습니다. LG전자는 2005년부터 제품 내 유해물질 관리 규제에 대응하기 위해 Green Program을 운영하였는데, 이를 바탕으로 협력회사 온실가스 관리를 포함한 친환경 영역으로 관리범주를 확대하여 보다 업그레이드된 GP Plus로 운영하고 있습니다. 이를 통해 LG전자는 공급망에 대한 친환경 관리를 강화함으로써, 글로벌 환경규제를 사전에 예방하고 협력회사의 친환경 경쟁력을 제고하는 그린 파트너십을 확보하고 있습니다.



01-

02-

01, 02: 협력회사 친환경 교육

협력회사 교육 및 기술 지원

LG전자는 협력회사와의 그린 파트너십을 강화하기 위해 매년 협력회사의 환경담당 실무자와 LG전자 그린 파트너십 담당 임직원을 대상으로, 유해물질 규제 대응, 친환경 전문 스킬, 그리고 온실가스 관리실무 등에 대한 체계적인 교육프로그램을 운영하고 있습니다. 특히 2013년부터는 '유해물질 측정 전문가'를 양성하는 교육과정을 신설하여 협력회사의 유해물질 검사장비 측정 담당자를 대상으로 교육을 진행하고 있습니다. 유해물질 측정 전문가 과정은 해당 분야의 전문가를 양성하여 유해물질 관리 및 측정 기술을 고도화하고 그 데이터의 신뢰도를 높인다는 데 교육목표를 두고 있습니다. 2015년에는 95개 협력회사의 직원 163명을 대상으로 이 교육을 실시하였으며, 향후에는 한국은 물론 해외의 관련 협력회사로도 대상을 더욱 확대할 예정입니다.

Green Program Plus

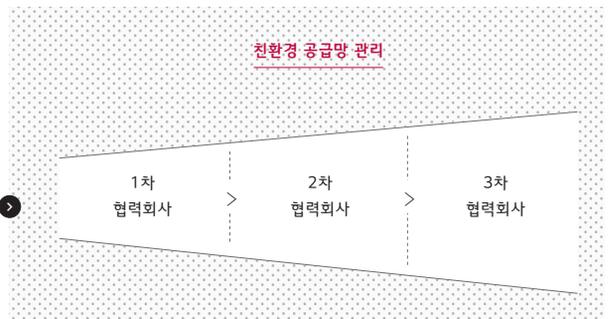
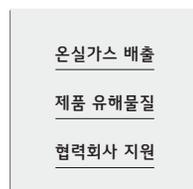


글로벌 보급형 휴대폰 박스 개선

크기 ↓

146 X 95 X 56(mm) → 142 X 71 X 53(mm)

Compact 설계 적용을 통한 체적 저감 설계



2015년 협력회사 친환경 교육 지원 현황

교육명	차수	교육대상	인원	교육내용
친환경 실무자 역량향상 과정	4차수	협력회사 친환경 실무자 및 책임자	92명	· 환경규제개론 · 유해물질관리 및 분석기술 · 환경규제대응 시스템(HSMS) · 온실가스 관리
유해물질 측정 실무 과정	4차수	협력회사 친환경 검사원	71명	· LG전자 유해물질 관리기준 · XRF 측정 이론 · XRF 측정 실습

Environmental Award

01 북미본사, 친환경 건물상 수상

04 LG전자 미국법인장 '올해의 책임감 있는 CEO상' 수상



01 북미본사, 친환경 건물상 수상

LG전자 북미본사는 2015년 10월 30일全美(全美)그린빌딩협의회(USGBC) 뉴저지지부가 수여하는 '최고 친환경 건물상'을 수상하였습니다. USGBC 뉴저지지부는 몽클레어주립대에서 열린 연례만찬에서, LG전자 북미본사가 잉글우드클리프의 신사옥을 건축하면서 환경단체들과 합의하여 높이를 낮춤으로써 팰시세이즈 절벽의 경관을 보존하기로 결정한 점을 높이 평가해 이 상을 수여하였습니다.

02 에너지스타 어워드서 '최고상' 2년 연속 수상

LG전자는 미국 환경보호청(EPA: Environmental Protection Agency)이 주관하는 '2015년 에너지스타 어워드(2015 ENERGY STAR Award)'에서 전년도에 이어 2년 연속으로 최고상인 '지속가능 최우수상(Sustained Excellence)'을 수상했습니다. 뿐만 아니라 4년 연속 '올해의 파트너상(ENERGY STAR Partner of the Year)' 수상과 2년 연속 '기후변화 커뮤니케이션상(Climate Communication Award)' 수상의 쾌거도 이루어졌습니다. '에너지스타 어워드'는 미국 환경보호청이 1993년부터 매년 개최하는 환경 에너지분야 최고 권위의 시상식입니다. 특히 '지속가능 최우수상'은 '올해의 파트너상(ENERGY STAR Partner of the Year)'을 2회 이상 수상한 기업 중 환경보호 및 에너지절감 활동에서 탁월한 성과를 낸 기업 및 단체에게 주는 상이어서 매우 영예로운 상으로 평가되고 있습니다.

LG전자는 '에너지스타' 인증제품 확대, 사회공헌형 에너지절약 캠페인 전개, 임직원 대상 에너지교육 등 미국에서 펼친 다양한 환경보호 및 에너지절감 활동의 성과를 인정받아 이와 같은 수상의 영예를 안았습니다. 특히 미국 환경보호청

과 함께 전개한 사회공헌형 에너지절약 캠페인 '세상을 바꾸는 에너지스타 투어(ENERGY STAR Change the World Tour)'는 지역주민들로부터 큰 호응을 받은 성공적인 캠페인으로 평가되었습니다. 한편 LG전자는 에너지스타 최고 에너지효율(ENERGY STAR Most Efficient) 등급을 받은 TV, 세탁기 등 주요 가전제품을 덴버(Denver), 보스턴(Boston) 등의 복지센터에 기증하여 친환경제품의 확산과 지역사회의 복지증진에도 기여하였습니다.

03 美 EPA 재활용 SMM 프로그램에서 "GOLD LEVEL" AWARD 수상

LG전자는 미국 연방환경보호청(EPA: Environmental Protection Agency)이 주관하는 SMM(Sustainable Materials Management) 프로그램에서 'Gold Level' Award를 수상하였습니다. SMM은 제3자 인증을 받은 재활용업체를 통해 폐전자제품을 수집하도록 장려함으로써 제품의 재활용 및 재사용성을 높이고 세부정보를 공개적으로 공유하는 데 목표를 두고 EPA가 주관하여 운영하는 프로그램으로, EPA는 LG전자가 소비자로부터 하요금 제3자 인증 재활용업체의 중요성을 알 수 있도록 자발적인 활동을 펼쳤다는 점을 높이 평가하였다고 밝혔습니다.

또한 EPA는, LG전자가 미국지역에서 약 25,000톤의 폐가전제품을 수집하여 매립폐기물을 줄이는 성과를 거둬서 EPA의 목표를 달성하는 데 크게 기여했다고 평가하였습니다. 이러한 성과는 단순폐기하였을 경우 배출될 수 있는 64,000톤 이상의 이산화탄소를 저감한 것입니다. EPA는 LG전자가 펼친 재활용 활동은 8,000 가정의 에너지 연간 소비량 또는 자가용 12,300대의 연간 배기가스 배출량에 달하는 절감효과를 달성했다고 밝혔습니다. LG전자는 2012



05 '에너지위너상' 업계 최다 수상

06 '올해의 녹색상품' 총 3개..업계 최다 수상



년 12월 동종업계 최초로 EPA와 MOU를 체결한 이후 사무실, 창고 등 다양한 업무공간에서 에너지절감과 재생에너지 사용을 실천하는 동시에 그 성과를 매년 6월 EPA에 보고하고 있으며, EPA는 이를 공식보고서로 발표하고 있습니다.

04 LG전자 미국법인장 '올해의 책임감 있는 CEO상' 수상

2015년에 조주완 LG전자 미국법인장은 기업의 사회적 책임 활동을 전문적으로 보도하는 미국의 'CR(Corporate Responsibility) 매거진'으로부터 '2015년 올해의 책임감 있는 최고경영자(CEO)상'을 수상했습니다. 2만여 명의 유료 구독자를 보유하고 있는 CR 매거진은 미국을 비롯한 영국, 벨기에, 싱가포르 등 세계 4개국에 사무실을 두고 CR과 관련하여 국제사회에 매우 큰 영향력을 행사하는 매체입니다. CR 매거진은 "환경을 먼저 생각하는 혁신적인 제품을 소개하기 위한 LG전자의 노력에 찬사를 보낸다"며, "LG전자 미국법인장은 지속가능 경영 활동을 기업운영의 핵심원칙으로 삼아 기업문화로 정착하는 데 앞장서 왔다"고 선정이유를 밝혔습니다.

05 '에너지위너상' 업계 최다 수상

LG전자는 2015년 7월 '제19회 올해의 에너지위너상' 시상식에서 업계 최다인 13개 제품, 62개 모델에서 에너지위너상을 수상했습니다. '에너지위너상'은 사단법인 소비자시민모임과 산업통상자원부가 공동주최하고 환경부와 한국에너지공단 등이 후원하는 시상제도로, 소비자 시민단체가 직접 심사하여 고효율 제품과 에너지 절약에 힘쓴 기업을 선정한다는 점에서 의미가 큼니다. 이날 LG전자는, 6형대(15.67cm) N타입 웨이퍼 기준으로 세계최고의 모듈 효율(19.5%)을 달성한 태양광 모듈 '네온2'로 에너지대상을 받은 것을 비롯하여, 방열설계

기술을 적용한 LED 고천장등이 에너지기술상을, 고효율 인버터 리니어 컴프레서 기술을 적용하여 한국 최저 소비전력을 실현한 상냉장 하냉동 타입 냉장고 'V9500'이 에너지효율상을 수상하였으며, 울트라HD TV, 드럼세탁기 트윈워시, 전자동 세탁기 블랙라벨, 듀얼 에어컨 등 다양한 분야의 제품이 각 부문별 에너지위너상을 수상했습니다.

06 '올해의 녹색상품' 총 3개..업계 최다 수상

LG전자의 휘센 듀얼 에어컨(F-Q160PT1W), 상냉동 타입의 상싱냉장고(R-B261GBW), 인버터 냉온정수기(WD501GW) 등 3개 제품이, 한국녹색구매네트워크가 주관하고 환경부가 후원한 '2015 올해의 녹색상품 시상식'에서 올해의 녹색상품으로 선정되었습니다. 3개 제품이 수상한 것은 선정기업 중 가장 많은 수상실적입니다. 이로써 LG전자는 2010년 이후 6년 연속으로 올해의 녹색상품을 수상하는 동시에 4년 연속 업계 최다 수상의 영예를 이어가게 되었습니다. '올해의 녹색상품'은 녹색구매네트워크가 친환경상품의 소비를 확산하기 위해, 전력소비가 적고 환경개선효과가 탁월해 소비자들로부터 호응을 얻는 제품을 선정하여 시상하는 제도입니다.

전사 EESH 경영 체계

EESH Policy

LG전자의 EESH 관리체계는 크게 3가지 축으로 구성됩니다. LG 차원의 그린경영 추진전략인 'Green 2020'에 명시한 Green 사업장, Green 신제품, Green 신사업 등이 그것입니다. LG전자는 이에 대한 전략과 비전을 공유하면서, 매년 성과보고회 및 전략보고회를 통해 Green 2020의 진척상황을 점검하고 있습니다. 또한, 온실가스·에너지 감축, 물 사용량 절감, 재해를 최소화 등 세부적인 목표를 수립하여 이에 대한 달성도 및 진척상황을 점검하고 있습니다. 또한 2015년 7월에는 환경안전목표인 'LG 환경안전 방침'과 '환경안전 7대 기본원칙'을 제정하고, 다양한 채널을 통해 환경안전에 대한 중요성을 강조하면서 임직원의 행동변화를 유도하고 있습니다.

LG전자는 이러한 LG의 그린경영전략과 환경안전목표를 근간으로 자사만의 고유한 'EESH Policy'를 정립하여 전사에 공유하고 있으며, 이를 통해 지구환경보전, 지속가능한 사회발전, 차별화된 고객가치 제공, 선진 환경안전문화 조성, 그리고 환경안전 분야의 세계 일등기업 실현이라는 목표를 달성하고자 노력하고 있습니다. LG전자는 2009년에 규정, 규칙, 기준으로 구성된 전사 EESH 표준체계를 구축하였으며, 빠르게 변화하는 리스크에 효과적으로 대응할 수 있도록 매년 표준체계를 보완해가고 있습니다. 또한, 2010년

LG 환경안전 방침



LG는 '인간중심의 경영' 이념 아래, 고객에게 차별화된 제품과 서비스 제공을 위해 안전보건환경을 회사의 지속가능한 경영요소로 인식하고 다음 항목을 실천한다.

- ① 관련 법규를 준수하고, 글로벌 수준의 안전보건환경을 추구한다.
- ② 안전보건환경 경영체계를 운영하고, 지속적으로 개선한다.
- ③ 기본원칙을 준수하는 문화를 정착하고, 안전하고 쾌적한 근무환경을 조성한다.
- ④ 친환경적인 제품과 서비스를 제공하기 위해 제품 전과정에서 지속적으로 혁신한다.
- ⑤ 협력회사와 지역사회의 안전보건환경 개선을 위해 적극 지원한다.
- ⑥ 투명하게 정보를 공개하고, 이해관계자와 성실히 소통한다.

본 방침을 준수하기 위해, 모든 사업활동에 안전보건환경을 최우선으로 고려한다.

부터는 에너지, 환경, 안전, 보건에 대한 전사 통합경영시스템을 운영하고 있으며, 전사적인 ISO 14001과 ISO 50001, OHSAS 18001 인증취득을 목표로 많은 노력을 기울이고 있습니다.

환경안전 심사 체계(EESH Audit)

LG전자는 EESH Policy 준수를 통한 세계 일등기업으로의 도약과 사업장 환경안전 위험요소의 사전 발굴, 중대사고 예방 등을 위해 GEARS(Global EESH Audit Rating System)라는 LG전자만의 심사체계를 구축하고, 매년 국내외 생산사업장과 연구소를 대상으로 환경안전심사를 진행하고 있습니다. 이를 통해 도출된 결과를 바탕으로 각 사업장의 환경안전관리 등급을 우수, 안정, 보통, 미흡으로 구분하고 있으며, 전 사업장의 관리등급을 안정 이상으로 상향하는 것을 목표로 개선활동도 전개하고 있습니다. 2015년 환경안전심사 결과 한국 사업장은 97.8점으로 전년 대비 약 2점 상승하였으며, 해외 사업장은 88점으로 전년 대비 4점 향상되었습니다. 심사를 통해 도출된 개선과제들은 각 사업장 및 법인의 최고책임자에게 보고하고, 주기적으로 개선 및 관리현황을 모니터링함으로써 개선을 위한 실행력을 높여가고 있습니다. 2016년부터는 기존의 GEARS 체계를 더욱 고도화한 GEARS 3.0 체계를 도입할 예정이며, 한층 강화되고 있는 EESH 리스크 및 규제에 더욱 선제적으로 대처하고자 합니다.

Green 2020

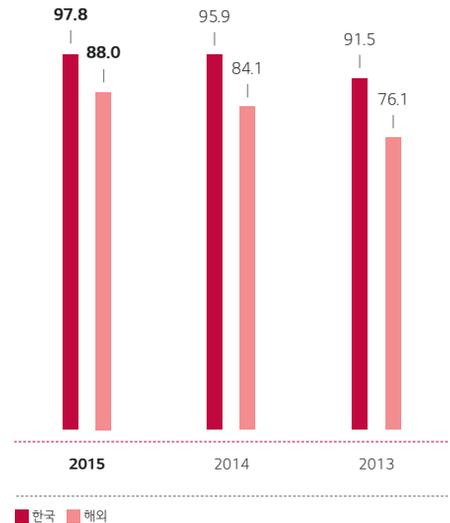
LG 그린 경영 3대 경영목표

<div style="border: 1px solid red; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> GREEN 사업장 조성 </div>	>	· 온실가스 배출량 원단위 40% 감축 · 물(원수) 사용량 원단위 30% 절감 · 사업장 환경안전 관리체계 강화
<div style="border: 1px solid red; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> GREEN 신제품 확대 </div>	>	· 에너지 효율 극대화 통해 소비자 사용 단계의 온실가스 연간 6천만 톤 감축 (누적 4억 톤 이상)
<div style="border: 1px solid red; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> GREEN 신사업 강화 </div>	>	· 그린 신사업이 2020년 그룹 매출의 15% 이상 차지

LG전자 그린 사업장 중장기 목표

생산단계 온실가스 배출 15만 톤 감축 (기준연도 2008년)
물 사용량 원단위 20% 감축 (기준연도 2007년)
글로벌 EESH 통합경영시스템 구축 확대
해외사업장 EESH 역량 상향 평준화

3개년 전사 Audit지수(단위:점, 100점 만점 기준)



환경안전규제 리스크 관리 체계

LG전자는 세계 15개국에 있는 생산사업장과 연구소 등에 대한 국제사회의 EESH 규제에 효과적으로 대응하기 위해 2014년 말부터 컴플라이언스 리스크 관리 시스템을 도입하였습니다. 이를 통해 환경안전에 관한 각 국가별 규제 및 법규 정보를 모니터링하고 있으며, 사업장별 관리현황에 대해서도 조사하고 있습니다. 이러한 시스템을 통한 모니터링 외에도 컴플라이언스 리스크에 대한 실효성 있는 사전 대응을 위해, 일반환경, 대기, 물, 폐기물, 화학물질, 위험물, 일반안전, 설비, 방재 및 보건 등 10개 분야로 나눠 본사 주관으로 각 해외법인에 대해 리스크 준수 현황과 이슈사항에 대한 별도의 점검을 시행하고 있습니다. 2015년에는 중국 내 11개 법인을 점검하였고 2016년에는 브라질, 멕시코, 인도, 베트남, 인도네시아 등지의 해외법인을 점검하는 등 2018년까지 해외 생산법인을 모두 점검하여 이슈에 대응할 계획입니다. 한편, 2015년에 실시한 중국 내 현지법인에 대한 점검 결과 총 300여개의 크고 작은 이슈 사항들이 파악되었습니다. LG전자는 2016년 내에 이 모든 이슈 사항들에 대한 대응을 완료하고자 합니다.

사업연속성관리 체계 확대

LG전자는 생산중단 또는 납기차질 등의 일반적인 리스크를 비롯하여 대형사고 또는 자연재해 등으로 인해 사업의 근간이 흔들리거나 도산하는 최악의 리스크 상황까지도 가정하고, 이같은 상황에서도 사업의 연속성을 확보할 수 있도록 리스크 대응체계를 갖추기 위해 2008년 휴대폰 생산라인에 사업연속성관리(BCM: Business Continuity Management, ISO 22301) 체계를 도입하였습니다. 이를 계기로 2014년 11월 평택사업장 휴대폰 제조라인이 국내 최초로 BCM 인증체계를 취득하였고, 2015년에는 중국 연태법인과 IV사업부 평택사업장, 2016년에는 IV사업부 베트남법인 등 B2B 사업 부문을 중심으로 한 다수의 사업장에 BCM 체계를 확대 구축하고 있습니다.

해외 사업장 환경안전 규제 리스크 점검

<p>중국 11개 법인 심양, 해주, 천진, 청도(QA, QD), 연태, 진황도, 남경(NT, PN), 태주, 항주</p>	<p>9개 법인 브라질(마나우스, 따우바테), 멕시코(멕시코칼리, 몬테레이, 레이노사), 인도(노이다, 푸네), 베트남, 인도네시아(땅그랑)</p>	<p>유럽, 아시아, 중동 & 아프리카</p>
<p>2015</p>	<p>2016(진행 중)</p>	<p>2017(계획)</p>



01.



02.

- 협력회사 친환경 교육
 01: 2015 전 임직원 대상 환경안전 이력 교육 화면
 02: 환경부 주관 안전관리 공동체 우수사례 경진대회 최우수 표창

또한, 2016년 7월에는 연구소 중 최초로 가산R&D 캠퍼스에 BCM 체계를 구축 완료할 예정이며, 2016년 7월 이후에는 전자사업을 담당하는 VC(Vehicle Components)사업본부에도 BCM 체계를 구축할 예정입니다.

향후에도 LG전자는 B2B 사업을 중심으로 BCM 체계 구축 및 인증 취득을 확대해나갈 것이며, 더불어 BCM 체계를 내재화하기 위한 교육과 BCM Council을 운영하는 등 사업연속성 확보를 위한 인프라를 지속적으로 구축할 예정입니다.

임직원 환경안전교육

LG전자는 전 임직원이 함께하는 환경안전문화를 정착하고 강화해가기 위해 2013년부터 매년 전 임직원을 대상으로 환경안전교육을 실시하고 있습니다. 2015년에는 환경안전의 중요성을 인식하고 실천할 수 있도록 LG 계열사 공동교육과정으로 환경안전교

육을 실시하였습니다. LG전자는 이러한 자발적인 임직원 교육과 산업안전보건법 상의 필수 법정교육은 물론 직급별, 직군별 심화교육도 실시하고 있습니다. 2015년부터는 대리, 과장, 부장 등의 진급교육과정에 환경안전 모듈을 필수과정으로 운영하고 있으며, 해외파견 주재원, 해외법인장, 그리고 국내 환경안전 직군에도 별도의 전문적인 교육과정을 운영하고 있습니다. 2016년부터는 중국지역의 환경안전 직군을 대상으로도 전문교육 프로그램을 운영할 계획입니다. LG전자는 계층·직군·지역별로 특화된 환경안전교육을 통해 전 임직원이 환경안전의 중요성을 인식하고 업무의 기본가치로 삼을 수 있도록 매년 교육프로그램을 개선해 나가고 있습니다.

환경안전 관리 강화 및 확대

화학물질 관리 강화

LG전자는 자사는 물론 협력회사에서 입고되거나 사용되고 있는 화학물질을 효과적으로 관리하기 위해 2013년 'LG화학물질관리시스템(LG Chemical Management System)'을 구축하였습니다. 이 시스템을 활용하여 모든 화학물질에 대해 사전 안전 및 환경 검토를 실시하고 있으며, 이를 통해 화학물질의 관리 및 사용 과정에서 일어날 수 있는 컴플라이언스 리스크를 최소화하고 화학물질 관련 사고를 사전에 예방할 수 있는 인프라를 준비하였습니다. 또한, 화학물질 안전교육과 취급시설에 관한 기준 등을 재정립하여 관련 법규를 만족하고 있으며, 임직원의 인식 제고를 위한 활동도 활발하게 전개하고 있습니다.

이러한 노력을 인정받아 2015년 10월 LG전자는 환경부가 주최한 대·중소기업 화학 안전관리 공동체 우수사례 경진대회에서 최우수 표창을 수상하였으며, 대통령 업무혁신 보고 토론회에도 참석하여 자사의 사례를 발표하였습니다.

안전관리 체계 강화

LG전자는 중대 산업사고인 화재·폭발 등에 대한 위험관리의 필요성 인식과 재보험사의 지속적인 화재 위험관리 개선요구가 증대됨에 따라 화재위험지수(FRI: Fire Risk Index) 진단을 실시하고 있습니다. FRI는 전 사업장의 화재위험성을 평가하여 도식화·지수화하는 것으로, 그 결과를 위험관리 척도로 활용하여 지속적인 개선관리를 실시함으로써 화재위험을 경감하는 활동의 토대로 삼고 있습니다.

2015년에는 구미 솔라공장, 창원 1·2공장, 청주공장, 인천캠퍼스, 평택 디지털 파크의 6개 국내 사업장과 브라질 따우바테, 마나우스, 멕시코 몬테레이, 레이노사, 멕시코칼리 등 5개 해외법인에 대해 FRI 진단을 실시하였습니다. 진단 결과는 High, Medium, Low 리스크의 3단계로 구분하여 관리하고 있으며, 향후 지속적인 위험관리 활동을 통해 전 사업장이 Low 리스크 영역으로 평가받을 수 있도록 관리하고자 합니다. 이와 함께 LG전자는 인화성 물질 취급사업장의 확대 및 생산설비의 노후화에 따른 화재 또는 폭발 가능성을 최소화하고자 폭발위험구역 안전관리 컨설팅을 실시하고 있습니다. 2015년에는 가산캠퍼스와 창원 2공장, 평택 디지털 파크 등 3개 생산사업장에 대해 컨설팅을 실시하였으며, 사업장 내 인화성 물질이 누출될 가능성이 있는 장소를 면밀히 조사하였습니다. 이를 토대로 비상시에도 누출가능성과 빈도, 누출량 및 속도를 최소화하여 화재·폭발 위험을 경감할 수 있도록 개선활동을 실시하고 있습니다.

안전관리 범위 확대

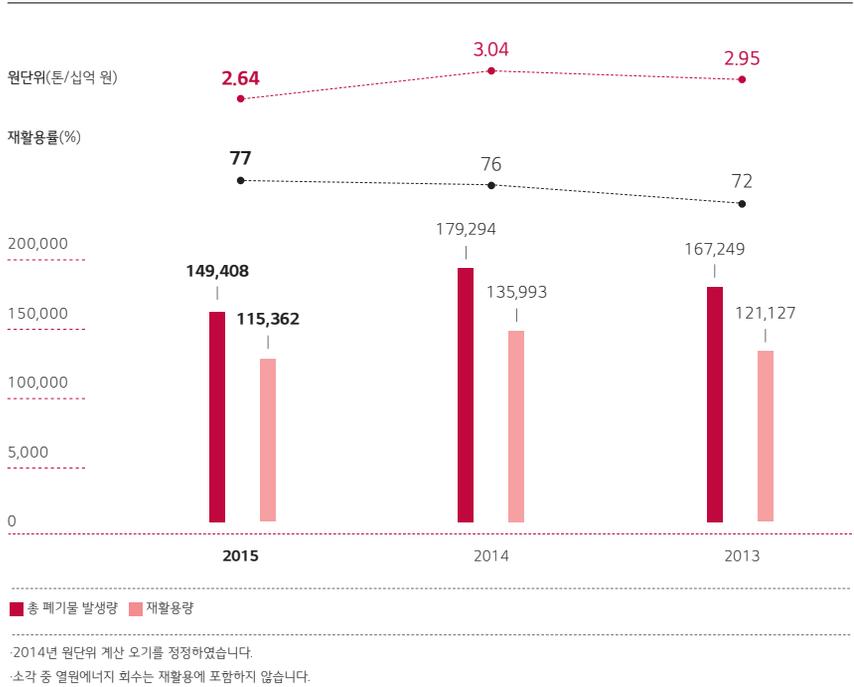
LG전자는 생산, 사무, R&D 중심으로 실시하던 EESH 관리의 범위를 물류창고 및 협력회사 등으로 확대해가고 있습니다. 이를 위해 2015년에는 물류창고 방재안전관리체계를 구축하였으며, 미국 뉴저지 2개, 달라스 1개, 중국 남경 1개, 인도 뉴델리 3개, 인도네시아 3개 등 글로벌 10개 창고에 대해 진단을 실시하였습니다.

2016년부터는 물류창고 등을 포함한 가치사슬 전반에 대한 품질평가와 연계하여 방재안전관리체계를 강화할 예정입니다. 방재안전관리체계는 물류창고에 대해 건설, 사용, 방호, 위험노출, 관리 등 5개 항목을 자체평가하고 해당 결과를 등급화하는 평가와 하위 등급에 대한 지원으로 구성되어 있습니다. 평가결과는 A부터 D등급까지 총 4개 등급으로 분류하고, 하위 2개 등급에 대해서는 환경안전실을 포함한 관련부서들이 협업하여 등급향상을 위한 컨설팅 등을 지원할 예정입니다. 방재안전관리 프로세스는 2016년부터 시행할 예정이며, 2016년 중으로 전사 물류창고에 대해 2회의 평가를 실시할 계획입니다.

임직원 보건관리 강화

LG전자는 2015년에도 임직원의 건강관리를 위해 다양한 건강증진 프로그램을 운영하였습니다. 서초·우면 연구소에서는 2014년부터 Health Rainbow라는 프로젝트명으로 다이어트킹, 체력킹, 풋풋킹 등 7가지 건강증진 프로그램을 운영하고 있으며, 다이어

글로벌 폐기물 발생량 및 재활용량(단위: 톤)



FRI(Fire Risk Index) 실행 결과 및 계획

구분	2015	2014	2013
한국	창원 2, 구미 솔라, 평택	창원1, 청주, 인천	창원1, 2, 평택
해외	멕시코(멕시코칼리, 몬테레이, 레이노사)	브라질(따우바테, 마나우스)	-

트킹 프로그램 중 하나로 서울시 직장인 “건강나눔 도심걷기 프로젝트”에 참가하여 참가자들의 체지방을 평균 11.37% 감량(체중은 평균 10.12kg 감량) 함으로써 참가한 11개 기업 24개 팀 중 1등과 2등을 수상하기도 하였습니다. 또한 트윈빌딩과 창원, 구미 등 각 사업장에서는 고혈압, 당뇨, 고지혈증, 간장질환 등 4대 질환의 고위험군 인원을 선별하여 개인면담 및 병원진료를 받을 수 있도록 지원하였고, 미술치료, 음악치료 등을 통해 직무스트레스에 대한 집중관리를 하였습니다.

LG전자는 건강증진활동 외에 임직원의 작업환경 개선을 위해서도 노력하고 있습니다. 특히 창원사업장에서는 각 공정의 소음 발생 여부를 측정하여 소음이 발생하는 공정에 대해 오토 세이퍼 교체, 방음커버 설치, 방음룸 설치 등의 조치를 취함으로써 작업자들이 소음에 노출되지 않도록 작업환경을 개선하였습니다. LG전자는 향후에도 이처럼 다양한 건강증진 및 작업환경개선 활동을 지속적으로 추진해나갈 계획입니다.

폐기물 재활용률 관리

LG전자는 환경시설에 대한 지속적인 투자 및 프로세스 개선을 통해 폐기물을 감량하거나 분리 배출을 통한 재활용성 증대에 많은 노력을 기울이고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로 LG전자는 2014년 브라질 마나우스공장의 폐기물 재활용체계를 개선한 데 이어, 2015년에는 베트남 하이퐁 공장에 포장재 압축기를 설치하여 배출되는 폐기물의 부피를 최소화함으로써 폐기물 분리선별의 효율성을 높였습니다. 또한 기존에는 일반사업장 폐기물로 분류하여 소각하던 비닐 포장재를 2015년 6월부터는 친환경적으로 처리하여 재활용할 수 있도록 개선함으로써 폐기물 재활용률을 증대시키고 있습니다. LG전자는 폐기물 발생량을 최소화하고 재활용 품목을 확대하여 궁극적으로는 모든 폐기물을 다시 자원화할 수 있도록 지속적으로 노력할 계획입니다.

EESH 시스템 관리 강화

LG전자는 환경안전 리스크 관리 및 EESH 경영시스템의 운영효율을 제고하고자 2000년부터 전사 EESH 포털을 구축하여 시스템을 통한 관리를 해오고 있습니다. EESH 포털은 환경안전에 관련된 업무를 시스템화하여 임직원이 관련업무를 효율적으로 수행할 수 있도록 구성되어 있습니다. 2015년에는 이해관계자 및 법규상의 요구사항을 반영하는 동시에, 시스템에서의 업무 프로세스를 한층 간소화하고 사용자 편의성을 증대하며, 해외 생산법인에서의 사용 확대 추이에 부응한다는 취지에서 기존의 EESH 포털을 대폭 개선하였습니다. 에너지, 환경, 안전, EESH 인증 등의 메뉴로 구성된 새 포털 시스템은 2016년 2월 오픈하여 국내 전 사업장에서 사용되고 있으며, 2017년에는 해외법인에서도 사용할 수 있도록 확대하여 업무효율성을 높여나갈 계획입니다.

에너지, 온실가스, 용수 관리

생산단계 온실가스 감축

LG전자는 2009년부터 중장기 온실가스 감축목표를 수립하여 지금까지 지속적으로 온실가스 감축활동을 전개해오고 있습니다. 이와 함께 온실가스 감축목표 달성을 위해 에너지 고효율 설비투자 확대, 설비운영 효율 향상, 신재생 에너지 도입 확대, 임직원 에너지 절약활동 등 '기후변화 대응을 위한 4대 전략'을 수립하여 추진하고 있습니다.

LG전자가 추진하는 제품 생산단계의 온실가스 감축 목표는 '2008년 배출량 대비 2020년 배출량 15만 톤 감축(기준년도 대비 10%)'입니다. 이는 2009년부터 온실가스 누적 감축량 약 100만 톤에 해당합니다. 이를 위해, LG전자는 매년 온실가스 감축목표를 별도로 설정하여 관리하고 있습니다. 2015년에는 연간 목표 대비 26.5만 톤을 초과 감축하여 기준년도인 2008년 대비 35.3만 톤을 감축하였습니다.

에너지 저감 시설 및 신재생 에너지 확대

LG전자는 생산·공통 설비의 운영효율 향상과 고효율 설비의 지속적인 투자 등을 통해 에너지 사용량을 절감하고 있습니다. 2015년에는 FEMS(Factory Energy Management System)를 적용한 자동제어 시스템을 확대 도입하여 에너지를 절감하고 전력피크를 효과적으로 제어함으로써 온실가스 감축에 기여하였습니다. 특히 창원공장은 한국에너지공단으로부터 국내 최초로 FEMS 기술 도입 인증을 취득하였고, 구



01: Health Rainbow 관련 기사
02: Health Rainbow 활동
03: EESH 포털

미 솔라 공장은 패널 생산시 사용되는 SF₆ 가스 처리 시설을 도입하여 12월 한달간 약 4,600톤의 온실가스 감축효과를 거두었습니다.

LG전자는 국내외의 각 사업장에 태양광 설비를 도입하거나 신재생 에너지 구매를 확대하는 등 신재생에너지의 생산 및 사용량을 늘려가고 있습니다. 한국의 구미, 창원 사업장에서는 5.4MW급 태양광 설비를 도입하여 2015년 한 해 6,900MWh의 태양광 에너지를 생산하였는데, 이는 온실가스를 9,650톤 감축한 것과 같은 효과입니다. 또한, 미국 및 유럽의 사업장에서는 사무용 신재생 에너지 구매를 지속적으로 확대하고 있습니다. 2015년에 미국 및 유럽의 사무용 건물에서 구매한 신재생 에너지를 통해 각각 연간 약 1,490톤 및 1,280톤의 온실가스 배출량을 감축하였습니다.

LG전자의 한국 내 전 사업장과 연구소는 2014년부터 전력수요관리 사업에 참여하고 있습니다. 전력수요관리 사업은 정부에서 육성하고 있는 에너지 신사업 중 하나로, 공장이나 빌딩에서 사용하는 전기를 절약하여 수익을 창출하는 사업입니다. LG전자는 각 사

업장별로 예비전력이 부족한 경우 의무감축 이행을 통해 전력피크수요를 절감하고 있으며, 이를 통해 각 사업장에 대한 에너지의 안정적인 공급뿐만 아니라 국가 전체의 전력안정화에 기여하고 있습니다. 앞으로도 LG전자는 정부에서 추진하고 있는 에너지 효율화 시범사업 등과 같은 신사업에 적극 참여하여 에너지의 절감 및 효율적인 사용을 도모하고자 합니다.

생산설비 에너지맵 구축

LG전자는 기존 공급자 중심의 에너지 관리 방식에서 벗어나 사용자 중심의 전사적 에너지 관리체제로 전환함으로써 생산사업장의 온실가스 감축 효과를 증대하고 있습니다. 2015년에는 생산설비의 설비효율과 에너지의 흐름 등을 분석하고 평가·개선하기 위해 평택사업장을 대상으로 설비별 에너지맵을 구축하였습니다. 이를 기반으로 LG전자는 에너지맵 구축 및 적용 사업을 전사로 확대할 계획입니다. 또한, 에너지맵과 연계하여 사용자 중심의 성과관리체제로 전환될 수 있도록 모니터링 시스템 및 성과평가체제를 개선하여 사업장의 에너지이용 효율을 높이고 온실가스도 감축할 계획입니다.

이와 함께 LG전자는 에너지 전문가들로 컨설팅팀을 구성하여 각 사업장의 에너지이용 효율화를 위한 자문 및 솔루션을 제공하고 있습니다. 2015년까지 10여개 법인을 대상으로 에너지이용 효율화를 위한 컨설팅과 효과적인 에너지 감축 및 온실가스 저감을 위한 활동을 진행하였습니다. 컨설팅 결과 도출된 문제점에 대해서는 즉시 개선활동을 시행하고 있는데, 중국 천진법인의 경우 보일러 교체 및 연료전환을 통해 연간 12억 원의 운영비용을 절감하기도 하였습니다.

온실가스 관리 확대

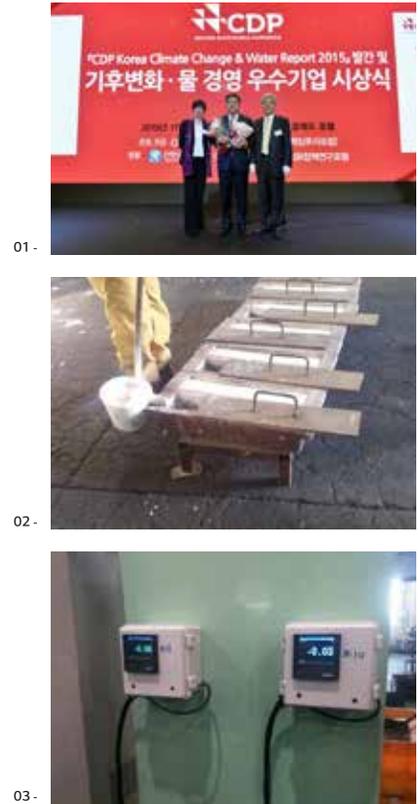
LG전자는 2008년 6월부터 생산사업장뿐 아니라 사무용 건물에 대해서도 온실가스 관리를 지속적으로 강화하고 있습니다. 100인 이상이 근무하는 한국 내 임차건물의 2015년 온실가스 배출량은 9,267톤이었습니다. 해외법인에서도 사무용 건물의 온실가스 감축을 위해 중장기 온실가스 감축목표를 설정하여 관리하고 있습니다. 미국 사무용 건물의 경우 2010년에 '2020년까지 온실가스 절대배출량 대비 50% 감축'이라는 목표를 세웠으며, 이를 위해 온실가스 배출량 저감 및 신재생 에너지 사용을 확대하고 있습니다. 또한, 미국환경보호청(EPA)과 'Green Power Partnership'을 맺고, EPA의 'SmartWay'에 가입하여 온실가스 저감에 힘쓰는 물류회사를 이용하고 있습니다. 유럽지역 사무용 건물 역시 2020년까지 온

실가스 15% 감축을 목표로 설정하고 신재생 에너지 사용량을 확대하는 등의 활동을 전개하고 있습니다. LG전자는 물류 및 임직원 출장에 따른 온실가스 배출량도 관리하고 있습니다. 2015년 물류부문의 온실가스 배출량은 전년 대비 1,760톤 감축한 39,198톤이었으며, 임직원 출장에 따른 온실가스 배출량은 54,463톤이었습니다. LG전자는 향후에도 운송체계 개선, 에너지 이용 효율화, IT시스템 활용 등을 확대·강화하여 Scope3 전반의 온실가스 감축에 지속적으로 기여하고자 합니다.

물 관리체계 수립

LG전자는 2020년까지 2007년 대비 매출액 원단위 물 사용량을 20% 감축한다는 목표를 수립하고, 전자 생산사업장과 R&D센터, 해외 생산사업장의 용수 사용량 및 재사용량, 오폐수 방류량을 관리하고 있습니다. 2015년 전자 생산사업장(일부 한국 소재 연구소 포함)의 총 용수 사용량은 약 866만 톤이며, 재활용량은 약 75만 톤입니다.

이와 함께 LG전자는 사업장별 물 사용량 및 방류량을 체계적으로 관리하고자 2015년부터 전사 차원의 물 인벤토리를 구축하고 있으며, 2016년까지 전자 생산 사업장의 인벤토리 구축을 완료할 계획입니다. 이를 통해 수원관리, 원단위 분석, 수질 개선, 지역별 용수 단가, 단수 대응 등 다양한 방면에서 용수에 대한 관리체계와 한층 업그레이드된 대응방안을 수립하고자



01: CDP 수상 - 2년 연속 탄소정보공개프로젝트(CDP) 한국위원회로부터 기후변화대응 최우수기업인 '아너스클럽(Honors Club)' 선정
 02: KM-3G 주물공정
 03: 상쇄배출권 모니터링 시스템

합니다. 지하수를 사용하는 일부 사업장에서는 수질 문제로 인해 생산차질이 자주 발생하는 문제가 있습니다. 일례로 러시아 사업장의 경우, 지역특성상 지하수의 석회질 함량이 높아 생산공정의 용수노즐이 막히는 사고가 종종 발생하고 있습니다. LG전자는 지하수 품질문제에 따른 이와 같은 문제를 해결하기 위해 전사 차원의 TF팀을 구성하여 대응하고 있습니다. 또한 중국 천진 사업장의 경우 지하수 수자원 보호를 위해 2015년 하반기부터 지하수 사용을 전면 중단하고 전 생산라인의 공업용수와 생활용수로 상수도를 이용하도록 조치하였습니다. 물 관리 개선을 위한 TF팀 활동결과와 이에 따른 개선조치 및 우수사례는 타 사업장으로 전파하고, 향후 전사 물 관리체계를 지속적으로 업그레이드하여 효과적으로 선제적인 대응을 해나갈 것입니다.

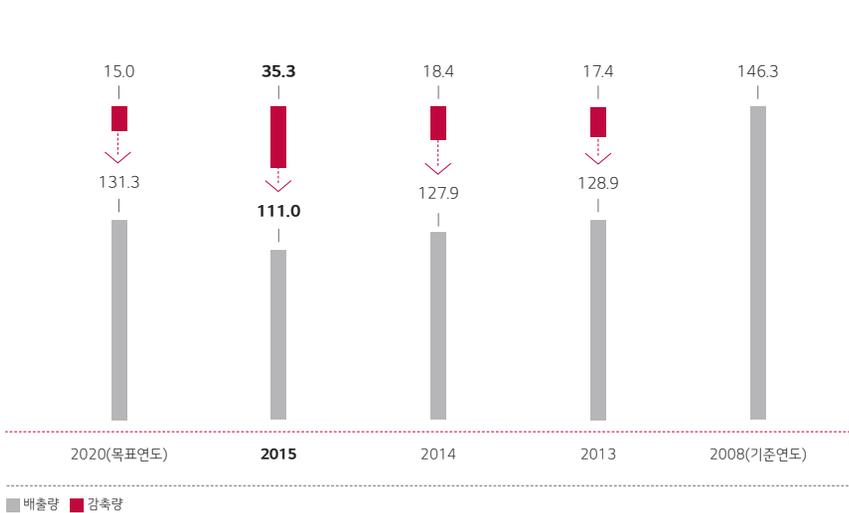
탄소배출권 사업

2014년 배출권거래제 대상기업으로 지정된 바 있는 LG전자는, 정부의 온실가스 할당량에 따른 국내 감축 목표를 달성하기 위해 상쇄배출권 사업을 진행하고 있습니다. 상쇄배출권이란 협력회사의 온실가스 감축을 지원하고 이를 통한 온실가스 감축량을 자사의 실적으로 인정받는 제도입니다.

LG전자는 협력회사와 협력하여 친환경 부품·제품 개발을 통한 상쇄배출권 사업을 수행하기로 하고, 먼저 핸드폰 내장재로 사용되는 마그네슘을 친환경소재로 교체하는 사업을 추진하고 있습니다. 기존의 마그네슘 소재를 친환경 소재인 KM-3G로 교체하면 생산에 사용되는 온실가스인 SF₆ 사용량을 절반가량 줄일 수 있을 것으로 기대하고 있습니다. 이렇게 사용을 줄인 SF₆ 가스는 신규 방법론 개발과 모니터링 등을 거쳐서 배출권거래제 상쇄배출권으로 획득할 수 있습니다. 해당 사업을 통해 예상되는 온실가스 저감량은 연간 약 1만 톤이며, 배출권을 통한 수익은 협력업체와 공유할 예정입니다. 한편, 협력회사와 동반성장한다는 취지에서 LG전자는 이 사업에 필요한 모니터링 장비를 협력업체에 지원할 예정입니다.

이 외에도 LG전자는 인도에서 고효율 냉장고를 판매해 저감한 전력사용량을 탄소배출권으로 되돌려 받는 청정개발체제(CDM: Clean Development Mechanism) 사업을 추진하고 있습니다. 이를 위해 2013년 UNFCCC(United Nations Framework Convention on Climate Change, UN 기후변화협약 청정개발체제 집행위원회)로부터 에너지 고효율 냉장고 제

생산단계 온실가스 감축 목표 및 실적(단위: 만 톤 CO₂e)



조 및 판매에 대한 CDM사업의 최종 승인을 받았으며, 2015년 2월에는 이 사업을 통해 UNFCCC로부터 탄소배출권 6,954톤을 확보하였습니다. 이 사업은 가전제품 생산 및 판매를 통한 CDM 사업 중에서는 세계 최초의 사례로, 향후 10년간 총 580만 톤의 이산화탄소 감축이 예상됩니다. LG전자는 사회적 책임 활동의 일환으로 탄소배출권 판매수익의 일부를 인도의 빈곤 여성과 어린이들을 위한 장학금으로 기부할 계획입니다.

에너지 지킴이 활동

LG전자는 국내 생산사업장과 R&D센터 건물을 포함한 12개 사업장에서 에너지 설비를 가동 또는 유지·관리하는 인원을 중심으로 50여 명 규모의 '에너지 지킴이'를 구성하여 운영하고 있습니다. 에너지 관리 전문가로 구성된 에너지 지킴이는 설비의 에너지 누설, 불필요한 에너지 사용 등을 방지하는 낭비제거 활



01.



02.

01: 전사 에너지 지킴이 활동
02: 에너지 진단 활동

동과 에너지 설비의 주기적인 점검 및 개선, 동·하절기 절전과 에너지 목표관리 등의 정부 및 LG전자 자체 규제에 대한 대응, 에너지 절약 캠페인 등의 활동을 펼치는 역할을 맡고 있습니다.

2015년에 에너지 지킴이는 에너지를 공급하는 설비 뿐만 아니라 에너지를 사용하는 생산 및 시험설비에 서로 에너지 절감 개선 아이템을 집중 발굴하여 약 1,000억 원에 이르는 국내 에너지 비용 중 20억 원을 절감하였습니다. LG전자는 에너지 절감 우수활동 사례를 각 사업장 간 상호 공유하는 것은 물론 해외사업장으로도 전파하여 에너지 절감 활동을 지속적으로 강화해 나갈 계획입니다.

2015년 글로벌 용수 사용량(단위: 천 톤)

용수 유입량

3,563

상수

3,509

공업용수

1,612

지하수

배출량

2,610

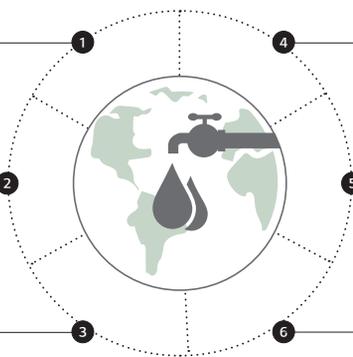
사내처리시설

5,325

사외처리시설 & 기타

749

재활용량



용수 유입량 중 Scope2(간접 물 사용량)은 본 도표에서 제외합니다.

한국 폐수 방류 현황

사업장	우면R&D	청주	구미	창원	전주
2차 처리장	탄천	청주	구미	덕동	삼례
최종 방류 수역	물재생센터	하수 종말처리장	하수 종말처리장	하수 종말처리장	하수 종말처리장
	탄천	석남천	광암천	진해만	만경강

사내 폐수처리장을 운영하고 있는 한국 사업장 기준입니다.

CASE STUDY

LG전자 위험관리 백서



LG전자는 환경안전과 관련한 경영이념 및 국내외 대응사례와 사업장, 연구소 및 법인들의 관리현황 등 자사의 환경안전과 관련한 정보와 사례를 총망라한 'LG전자 위험관리 백서'를 2016년 4월 발간하였습니다. 위험관리 백서는 2015년부터 1년여 간, 창업 이후부터 현재까지 이르는 환경안전 사고 사례와 위험관리 현황을 검토/분석하였으며, 이러한 분석을 통한 시사점을 정리하였습니다. 또한 향후 LG전자의 지속가능한 발전을 위한 환경안전분야의 리스크 관리 및 통합위험관리에 대한 계획을 담고 있어, 자사의 환경안전 관리시스템 발전 및 사고대응 등을 위한 가이드라인으로 활용될 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

Environmental Data

환경 데이터

INPUT DATA

에너지(단위: TJ)

구분	2015	2014	2013
전력	4,454	5,976	5,732
스팀	427	626	616
LNG	979	1,086	1,091
석탄	227	862	1,067
기타	682	624	555
총계	6,769	9,174	9,061

- 대상 사업장: 한국 16곳(생산, 사무, R&D 사업장), 해외 51곳(생산, 사무)
- 대상 에너지: 사업장 내의 연소 설비 사용 및 외부 공급 전력, 열 사용(차량 에너지 사용은 제외)
- 에너지 사용량 계산: 순발열량 기준이며 스팀은 한국 폐열회수 스팀사용량 포함
- 검증 현황: 한국, 해외 생산사업장 제3자 검증 완료(2008-2015)(냉매 탈루 배출량 제외)

용수(단위: 천 톤)

구분	2015	2014	2013
한국	4,843	6,346	6,921
해외	4,649	4,946	4,562
총량	9,492	11,292	11,483
원단위(천 톤/백 억)	1.68	1.91	2.02

- 대상 사업장: 한국 13곳(생산, R&D 사업장), 해외 31곳(생산)
- 검증 현황: 한국, 제3자 검증 완료(2012-2015)
- 한국은 Scope 2(간접물사용량) 포함

오존층 파괴물질(단위: 톤)

구분	2015	2014	2013
HCFC 한국	336	514	514
(R22) 해외	1,876	2,842	3,419
총계	2,212	3,356	3,933

- 대상 사업장: 한국 16곳(생산, 사무, R&D 사업장), 해외 51곳(생산, 사무)
- 검증 현황: 한국, 해외 모두 제3자 검증 완료(2012-2015)

OUTPUT DATA

온실가스(단위: 천 톤 CO₂e)

구분	2015	2014	2013
한국	250	173	144
Scope 2	314	458	499
해외	162	222	237
Scope 2	384	426	409
총량	1,110	1,279	1,289
원단위(천 톤 CO ₂ e/천억 원)	1.96	2.17	2.27

- 대상 사업장: 한국 16곳(생산, 사무, R&D 사업장), 해외 51곳(생산, 사무)
- 산정기준: 2006 IPCC(기후변화에 관한 정부간 패널) 가이드라인, WRI GHG Protocol 등
- 원단위는 PDP 모듈 및 PDP TV 영업 중단에 따른 손익계산서가 재산정되어 매출액이 변동 공시되었으므로 재작성함
- 검증 현황: 한국, 해외 생산사업장 제3자 검증 완료(2008-2015)

온실가스(단위: 천 톤 CO₂e)

구분	2015	2014	2013
Scope 3			
임차건물	9,267	9,134	10,196
한국물류	39,198	40,960	41,807
출장	54,463	57,348	50,481
임직원통근	5,188	5,179	3,679

- 검증 현황: 임차건물, 임직원 출장 배출량 제3자 검증완료(2011-2015)

대기 배출물질(단위: 톤)

구분	지역	2015	2014	2013
NOx	한국	9.0	5.0	3.2
	해외	46.5	76.3	75.3
	총계	55.5	81.3	78.5
SOx	한국	2.9	1.5	0.4
	해외	43.5	53.8	46.4
	총계	46.4	55.3	46.8
분진	한국	7.0	12.7	9.9
	해외	35.1	45.2	39.5
	총계	42.1	57.9	49.4
VOCs	한국(THC)	18.1	27.9	16.7
	해외	3.7	3.8	3.3

폐수 배출량(단위: 톤)

구분	2015	2014	2013
한국	2,326,903	3,000,014	3,789,726
해외	283,189	727,516	1,234,801
총계	2,610,092	3,727,530	5,024,527

· 2014년 폐수배출량 감소 원인은 PDP사업 중단 및 총 매출액 감소에 의한 것임(영업보고서 등 참고)

폐기물(단위: 톤)

구분	지역	2015	2014	2013
재활용	한국	32,201	34,101	29,003
	해외	83,160	101,892	92,124
	총계	115,361	135,993	121,127
소각	한국	5,530	6,425	7,280
	해외	3,141	4,883	5,000
	총계	8,671	11,308	12,280
매립	한국	4,023	4,956	5,261
	해외	21,353	27,037	28,581
	총계	25,376	31,993	33,842
총계	한국(일반)	40,507	43,691	39,309
	한국(지정)	1,247	1,791	2,235
	한국 합계	41,754	45,482	41,544
	해외 합계	107,654	133,812	125,705
	총계	149,408	179,294	167,249

· 지정폐기물에 대한 구분이 국가별로 상이하여 한국 지정폐기물만 관련 데이터를 제시하였습니다.

· 열원에너지 회수는 소각으로 구분하였습니다.

HEALTH & SAFETY DATA

재해관련 Data

구분	지역	2015	2014	2013
LTIFR ¹⁾	한국	0.14	0.07	0.07
	해외	1.31	2.78	2.41
	평균	0.91	1.85	1.78
OIFR ²⁾	한국	0	0	0
	해외	0	0	0
	합계	0	0	0
사망자수 (명)	한국	1	0	2
	해외	0	0	0
	합계	1	0	2
재해건수 (건)	한국	11	5	3
	해외	189	358	302
	합계	200	363	305
총업무시간 (시간)	한국	76,691,953	66,960,575	45,885,203
	해외	143,751,926	128,960,370	125,296,405
	합계	220,443,879	195,920,945	171,181,608

1) LTIFR: Lost-Time Injuries Frequency Rate (Number of lost-time injuries x 1,000,000)/
(Total hours worked in accounting period)

2) OIFR: Occupational Injuries Frequency Rate (Number of occupational illness cases x1,000,000)/
(Total hours worked in accounting period)

LG전자는 특수 환경 및 물질취급 근로자에 대하여 특수건강검진을 매년 실시하고 있으며,
2013-2015 기간 동안 특수건강검진 결과 직업병 발병 근로자는 없는 것으로 확인되었습니다.

> 동반성장

With Our Suppliers

WHAT IS IMPORTANT?

2015년 LG전자 중대성 분석 결과

- 1) 협력회사 공정거래 관행 정착
- 2) 협력회사의 사회적 책임 의식 확산이 1순위로 나타났으며, 분쟁광물 관리, 사업 관련 지적재산권 존중 등도 주요 이슈로 나타났습니다.

HOW WE MANAGE IT?

Our Approach

LG전자는 공정거래 원칙에 따라 협력회사들에게 평등한 참여 기회를 제공하고 있으며, 투명하고 공정한 거래를 유지하며 상호 신뢰와 협력 관계를 구축하고 있습니다. 특히, 협력회사가 사회적 책임을 준수할 수 있도록 지속적으로 지원하고 있습니다.

Our Evaluation

LG전자는 공정거래 자율준수 프로그램을 운영하며 협력회사가 세계 최고 수준의 품질·생산·기술 역량을 확보하여 근본적 경쟁력을 제고할 수 있도록 다양한 방식으로 지원을 확대하고 있으며, 협력회사의 CSR 리스크 관리 프로그램을 운영하고 있습니다.

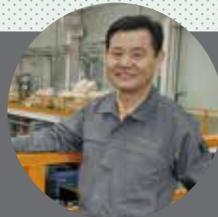
Future Direction

- 1) CSR 리스크 현장점검 강화
- 2) 협력회사의 CSR 리스크 자율관리 역량 강화
- 3) 제품 내 4대 광물의 원산지 추적 체계 구축
- 4) 제품 내 분쟁광물 함유 현황 추적 100%

Stakeholder Statement

“

이코리아산업은 LG전자로부터 새로운 제품의 공동개발, 생산공법 및 설비투자 지원 등을 통하여 매년 성장을 거듭해 왔으며, 해외 동반진출 등을 통해 최근의 경영위기 상황을 정면으로 극복하고 있습니다. LG전자의 동반성장활동 중 협력회사 역량 향상 활동과 FI-11 활동을 통해 전 임직원의 품질 의식 향상과 현장 관리 개선 능력이 크게 향상되었습니다. 이코리아산업은 LG전자의 지원으로 대형 IML(In Mold Labeling)과 IMD(In Mold Decoration) 사출 신공법을 개발하여 트윈워시 등 신제품에 적용할 수 있는 부품을 생산함으로써 LG전자의 제품 경쟁력 강화에 기여하고 있습니다. 앞으로도 혁신적인 제품 생산에 초석이 되는 기능성 사출 성형품 전문 회사로 거듭나 글로벌 No. 1 부품 회사로 도약 할 수 있도록 최선을 다할 것입니다.



정태영
이코리아산업 대표이사

BOUNDARY

- / 내부 이해관계자
- / 외부 이해관계자



Our Performance



17.9 조 원(59%)
현지 구매 현황



6 개사
86 건
특허공유



EICC 자가진단
264 개사
현장 컨설팅

12 개 사업장
협력회사 CSR 리스크 점검



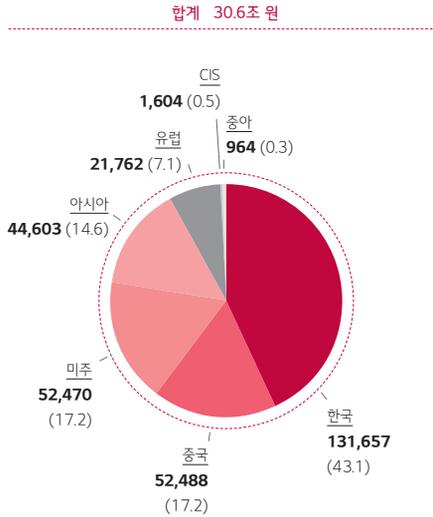
68%
CFS 인증 제련소
사용 비율

구매실적 및 공급망

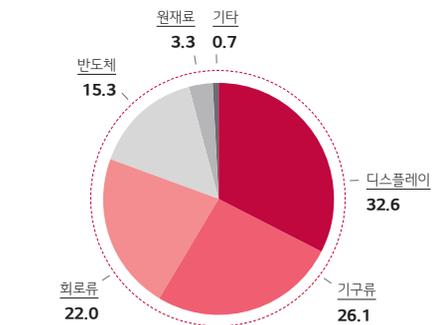
구매실적 및 공급망 현황

LG전자는 협력회사를 직접구매 협력회사와 간접구매 협력회사로 구분하여 관리하고 있습니다. 직접구매 협력회사는 LG전자가 생산하는 부품 및 제품에 들어가는 원재료와 부품을 공급하는 협력회사이고, 간접구매 협력회사는 직접구매품목 이외의 광고대행, IT구매 및 용역 등을 제공하는 협력회사를 말합니다. 2015년 LG전자가 직접구매 협력회사에서 구매한 금액은 약 30.6조 원이었으며, 이 중 약 75%인 22.9조 원 규모의 구매가 한국, 중국을 포함한 아시아 지역에서 이루어졌습니다. 현재 LG전자는 한국 약 1,000여 개, 해외 약 1,600여 개의 협력회사와 거래하고 있습니다. 이 중 연 1억 원 이상을 거래하고 있는 협력회사는 약 2,100여 개로, 전체의 79%에 달합니다. LG전자는 거래가 없거나 품질문제 등의 이슈가 발생한 협력회사와는 거래를 종료하는 동시에 업체별 거래규모를 확대하기 위해 협력회사 정예화 작업을 지속적으로 추진하고 있습니다. 한편, LG전자는 현재 거래중인 협력업체를 포함하여 약 5,000개 업체를 거래가능 협력회사로 등록하여 관리하고 있습니다. 2015년 LG전자와 거래를 시작한 신규 협력회사는 중국 8개사, 인도 5개사를 포함하여 총 56개사입니다. 간접구매 협력회사는 간접구매 부서인 GP(General Procurement)에서 별도로 관리하고 있으며, 2015년에 이들 협력회사로부터 구매한 금액은 한국 1.8조 원을 포함하여 총 2.7조 원 규모입니다. 한국에서는 약 700여 개의 간접구매 협력회사와 거래를 하고 있으며, 이 중 연 1억 원 이상을 거래하고 있는 협력회사는 전체 간접구매 협력회사의 약 58%에 달합니다.

2015년 지역별 직접구매 금액(단위: 억 원, %)



2015년 직접구매 비중(단위: %)



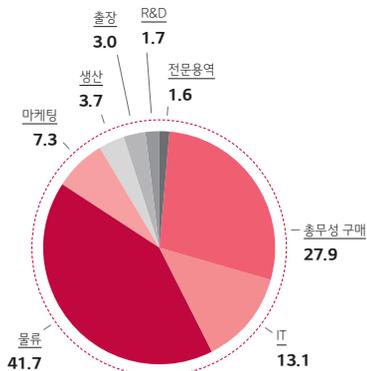
동반성장 3대 사상 및 5대 원칙

LG전자는 공정거래 원칙에 따라 협력회사들에게 평등한 참여 기회를 제공하고 있으며, 관련 법률을 준수하는 가운데 투명하고 공정한 거래를 유지하며 상호 신뢰와 협력 관계를 구축하고 있습니다. 이러한 관계를 지속 발전시키기 위하여 LG전자는 '동반성장 3대 사상 및 5대 원칙'을 수립하고, 이를 구매 및 유관 부서 전 구성원이 숙지하여 실행하도록 독려하고 있습니다. 또 동반성장 홈페이지(<https://winwin.lge.com>)에도 명시적으로 게재하여 협력회사를 포함한 모든 이해관계자와 공유하고 있습니다. LG전자는 이와 같은 동반성장의 기업철학을 바탕으로 '5대 추진과제'를 설정하여 강력하게 실행하고 있습니다. 그 결과 2015년 LG전자는 정부 동반성장위원회와 공정거래위원회가 주관하는 동반성장 지수평가에서 최우수 등급을 달성하였습니다.



동반성장 홈페이지

2015년 간접구매 비중(단위: %)



2015년 제품별 대표 법인의 구매 금액(단위: 억 원)

구분	총 구매 금액	현지구매금액	현지구매비율(%)	
한국	155,409	109,200	70	
중국 남경	세탁기	7,925	4,509	57
중국 연태	휴대폰	9,575	8,419	88
중국 청도	휴대폰	6,631	2,607	39
중국 남경	모니터	11,953	7,146	60
중국 태주	냉장고	4,900	3,843	78
태국 라용	에어컨	4,871	4,128	85
멕시코 몬테레이	TV	20,830	2,515	12
기타	83,453	36,388	44	
합계	305,547	178,755	59	

동반성장 3대 사상 및 5대 원칙

사상



일등정신 + 공동체 운명



1. LG전자의 동반성장은 신뢰와 협력을 통한 공동 노력으로 글로벌 No.1 경쟁력을 가진 강한 협력회사 육성을 지향한다.
2. 협력회사는 LG전자 경쟁력 확보에 중요한 원천이고, LG전자와 함께 경쟁력을 도모하는 공동의 주체이다.
3. 단지 있는 것을 나누는 것이 아니라, 부단한 개선 활동을 통해 창출한 경쟁력으로 동반 성장해야 한다.

원칙



자기개선 + 정도경영



1. LG전자 스스로 글로벌 수준의 프로세스와 롤 준수를 선행해야 한다.
2. 경쟁력 있는 협력회사로 육성을 위해 단순 지원이 아닌 근본적인 체질 개선에 초점을 둔다.
3. No.1 수준을 명확히 하여 목표를 설정하고 추진한다.
4. 투명하고 공정한 기준을 엄정하게 준수하고 상호협력해야 한다.
5. 소통과 신뢰를 기반으로, 장기적이고 지속적인 활동을 해야 한다.

5대 추진과제의 강한 실행

LG전자는 2011년 5월 협력회사와 함께 하는 'LG전자 동반성장 캠프 결의식'을 갖고 '5대 추진과제'의 강력한 실행을 다짐하였습니다. 이어 2013년에는 추진과제에 따른 세부 실행과제를 새롭게 정비하였고, 2015년에는 동반성장의 성과를 극대화하고 보다 강력한 실행력을 확보하는 취지에서 일등 협력회사 육성에 더욱 적극적으로 나서는 동시에 2·3차 협력회사로 지원대상을 확대하는 등 협력회사의 글로벌 경쟁력 확보를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

글로벌 No.1 경쟁력 확보 지원

LG전자는 협력회사가 세계 최고 수준의 품질·생산·기술 역량을 확보하여 근본적 경쟁력을 제고할 수 있도록 다양한 방식으로 지원을 확대하고 있습니다. 협력회사에서 납품되는 부품을 조립하여 최종 완제품을 만드는 조립산업의 특성상 협력회사의 역량이 곧바로 LG전자의 경쟁력으로 직결되기 때문입니다. 특히 요즘처럼 고객의 요구수준이 날로 다양화·고급화되고, 제품개발 리드타임 역시 급속히 짧아지고 있는 긴박한 시장환경에서는 협력회사의 경쟁력은 더욱 중요한 의미를 갖고 있습니다.

이에 LG전자는 차별화된 기술과 제조 역량을 확보하고 글로벌 오퍼레이션도 가능한 협력회사를 육성하기 위해 주요 협력회사를 대상으로 '역량 강화 지원활동'을 펼치고 있습니다.

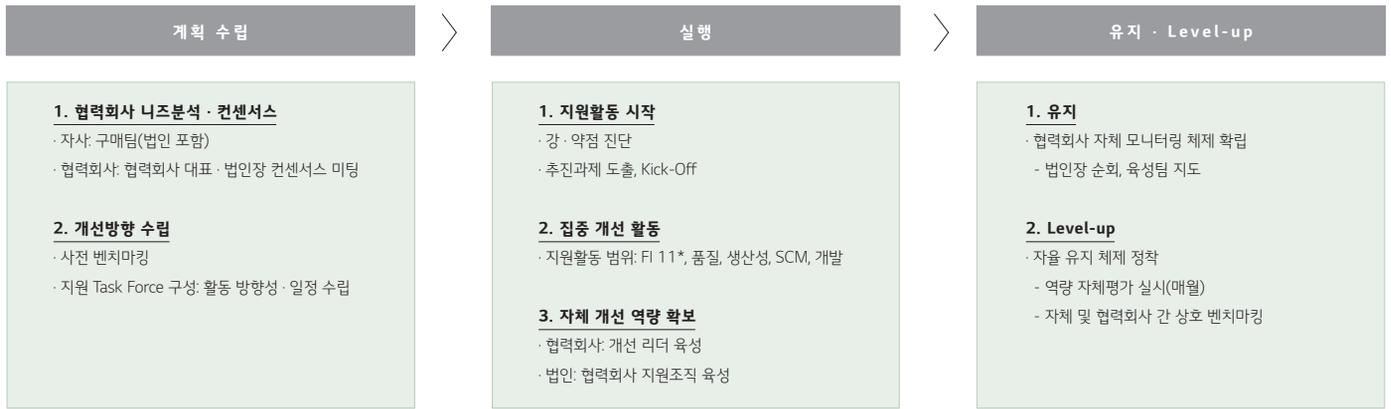
본격적인 지원활동을 실시하기에 앞서 LG전자는 협력회사 대표와의 사전 컨센서스를 통해 협력회사의 현황과 니즈를 명확히 파악하고 있습니다. 그리고 그 결과를 실제 지원 프로그램에 반영함으로써 협력회사의 자발적 참여를 유도하는 동시에 지원인력과 협력회사가 원 팀이 되어 협력회사의 취약 분야를 중심으로 집중적인 개선활동이 이루어지도록 지원하고 있습니다.

특히 LG전자는 지원활동 이후에도 협력회사가 자체적으로 개선활동을 수행하며 상시 관리할 수 있는 수준까지 도달하는 것을 목표로 프로그램을 운영함으로써, 지원활동이 일회성에 머물지 않고 실질적인 효과로 이어지도록 지원하고 있습니다. 또 지원활동을 통해 우수한 성과를 창출한 사례는 상호 벤치마킹할 수 있도록 교류의 장을 마련하여 동종의 협력회사에도 전파하고 있으며, 한편으로는 협력회사 지원활동을 수행할 내부 전문가를 육성하면서 협력회사 임직원 교육도 병행하여 협력회사도 자체적으로 전문인력을 확보할 수 있도록 각별한 노력을 기울이고 있습니다. 이러한 활동을 통해 2014년에는 품질 및 생산 체제 확립, SCM 최적화 등을 집중적으로 지원하여 고질적인 불량문제의 개선 및 생산성 향상을 이루었으며, 2015년부터는 협력회사의 해외법인과 자회사로도 지원범위를 확대해가고 있습니다.

동반성장 5대 추진과제

	추진 내용	지원 프로그램
1	글로벌 No.1 생산/품질 경쟁력 확보지원	역량개선 지원, 성과공유, 컨설팅, 해외 동반진출
2	차세대 기술역량 강화지원	국산화, 공동개발, 기술자료 임차제도, 특허 공유
3	금융지원	무이자, 저금리 대출 및 보증지원
4	교육지원	무료 교육과정 운영(러닝센터, 창원대학교 등)
5	내부 프로세스 개선 - 추진력, 소통 강화	VOS, 동반성장 홈페이지, 상생교 등

협력회사 역량 강화 지원활동 프로세스



* FI 11(Factory Improvement): 협력회사의 강한 현장관리 역량 확보를 위해 품질, 생산공정, 설비 등 생산현장에서 반드시 준수해야 할 11가지 항목

차세대 기술역량 강화 지원

LG전자는 협력회사가 근본적 경쟁력을 확보하여 지속가능한 성장을 이룰 수 있도록 지원한다는 취지에서, 차세대 기술역량 강화를 위한 지원활동을 지속적으로 전개하고 있습니다.

핵심 기술역량 지원 및 보호

LG전자는 협력회사의 주요 부품 국산화 노력에 대한 지원을 강화하고 있습니다. 또 협력회사와의 신기술 개발 시 협력회사의 소중한 기술을 보호하기 위하여 기술자료 임치제도를 도입하여 운영하고 있습니다. 기술자료 임치제도는 협력회사의 기술보호를 목적으로 정부기관에 협력회사의 기술을 임치하는 제도로, 임치비용은 전액 LG전자가 부담하고 있습니다. 이 제도에 따른 기술임치 건수는 2011년 3건에서 2012년 51건, 2013년 81건, 2014년 104건으로 매년 증가하여 2015년에는 106건에 이르고 있습니다.

정부사업 참여 확대, 충북창조경제혁신센터 개소

LG전자는 정부에서 시행하고 있는 구매조건부 신제품 개발사업, 원가절감형 공동사업 등 각종 중소기업 기술개발 지원사업에 적극적으로 참여하고 있습니다. 특히 2015년 2월에는 충북 지식산업진흥원에 충북창조경제혁신센터를 개소하여 기술지원을 더욱 확대하고 있습니다. 충북창조경제혁신센터를 통해 LG전자는 충북지역 내 전자정보 및 바이오 분야 창업·벤처기업의 아이디어와 기술을 구체화하고 판로 확보를 지원하는 등 중소·중견기업의 성장과 해외 진출을 적극적으로 지원하고 있습니다.

그린 파트너십

그린 파트너십은 중소기업의 차세대 기술역량 강화에 목적을 두고 공동 연구개발과 용역개발을 지원하는 프로그램입니다. 이 프로그램을 통해 LG전자는 선행기술 및 R&D 역량을 보유한 우수 협력회사를 발굴하고 육성하기 위하여 2011년부터 2015년까지 약 550억 원을 지원하였고, 향후에도 지원을 강화해 나갈 것입니다.

특허 공유 및 플랫폼 구축사업 지원

LG전자는 중소기업 및 벤처기업의 지속가능한 성장을 지원한다는 취지에서 경쟁력의 원천인 특허를 중소기업과 공유하고 있습니다. 정부의 창조경제 활성화 정책에 부응하여, 충북창조경제혁신센터를 통해 각 계열사의 특허를 유·무상으로 개방하여 중소기업의 매출 증대 및 경쟁력 강화에 기여한 것입니다. 2015년에는 6개사에 86건의 특허를 공유하여 매출 증대 및 경쟁력 강화에 기여하였습니다. 이와 함께 특허 등록, 분쟁 대응, 고유기술의 권리화를 위해 플랫폼 구축사업을 지원하고 있습니다.

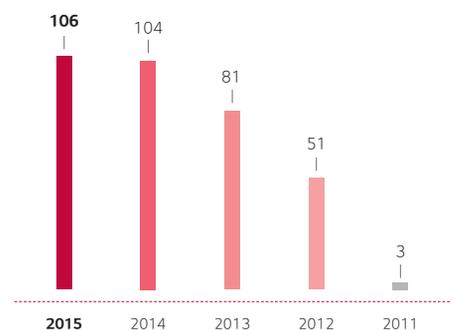
금융 지원

LG전자는 운영자금이 부족한 협력회사의 재무안정성을 높이기 위하여 직·간접적인 자금 지원과 납품대금 지급 횟수 및 기일 개선 등 다각적인 방식으로 금융지원을 실시하고 있습니다.

협력회사 자금지원

LG전자는 협력회사의 생산성 및 품질 향상, 시설 확장, 해외 동반진출, 첨단기술 개발 등에 필요한 자금을 무이자로 직접 지원하고 있습니다. 2004년부터 2015년까지 지원한 자금규모는 총 2,304억 원에 이릅니다. 또한, 금융기관과의 협약을 통한 저금리 대출도 확대 시행하고 있습니다. 대표적인 예로 기업은행·산업은행과 공동으로 조성한 2,000억 원 규모의 상생협력펀드를 운영하고 있습니다. 2015년에 상생협력펀드는 2차 협력회사 114개사에 478억 원을 저금리로 대출하여 협력회사의 재무안정성 확보와 지속적 동반성장의 기반 구축에 기여하였습니다. 상생협력펀드 외에도 LG전자는 금융기관과의 협약을 통해 네트워크론, 해외 동반진출 파트너십, 상생 보증지원 프로그램 등을 운영하고 있으며, 한국은 물론 해외의 협력회사로도 이들 프로그램을 통한 수혜의 폭을 넓혀가고 있습니다.

기술자료 임치제도(단위: 건)



대금 지급조건 개선, 명절 납품대금 조기 지급

LG전자는 하도급 협력회사의 납품대금을 월 2회 청구마감하고, 마감 후 10일 이내에 전액 현금으로 지급하고 있습니다. 이와 같이 대금 지급 횟수를 확대하고 지급기일을 단축함으로써 협력회사의 자금 부담을 해소하고 있으며, 특히 명절(설날, 추석) 전에는 납품대금을 조기 집행하여 협력회사의 경영안정과 해당 임직원의 복지향상에도 기여하고 있습니다.

상생결제시스템 도입 운영

LG전자는 상생결제시스템을 도입하여 2차 이하 협력회사의 경영안정에 기여하고 있습니다. 상생결제 시스템이란 대기업이 1차 협력회사에 지급한 대금결제조건(현금, 어음)이 2차 이하의 협력회사에서도 동일하게 적용되어 안전하게 결제되도록 지원하는 시스템입니다. LG전자는 7대 주요 은행과 협약을 체결하고 2015년 7월부터 12월까지 약 2.3조 원의 대금을 상생결제시스템을 통해 협력회사에 지불하였습니다.

교육 · 인력 지원

LG전자는 1·2차 협력회사에 대한 교육 및 인적자원 지원을 통해 협력회사의 인력육성 및 역량 강화를 통하여 근본적 경쟁력을 높이기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

동반성장 아카데미

LG전자는 자사의 교육시설 내에 협력회사 임직원을 교육하기 위한 전용 공간으로 '동반성장 아카데미'를 개설하여 협력회사의 인재육성을 통한 인적역량 강화에 기여하고 있습니다. 또한 지역 대학(창원대학교), 대·중소기업 협력재단 등과 연계한 컨소시엄을 운영하여 지역 소재 협력회사의 임직원이 자유롭게 교육에 참여할 수 있도록 접근 편의성을 높였습니다. 이곳에서는 금형·사출 제품의 품질 향상을 위한 뿌리산업 기술교육, 융접교육 등 다양한 교육과정을 운영하고 있습니다. 이 교육과정을 통해 2015년에는 총 282개사 1,992명의 협력회사 임직원이 교육을 수강하였습니다.

인력 확보 및 컨설팅인력 지원

LG전자는 정부기관, 주요 언론사 등이 주관하는 채용 박람회에서 협력회사가 우수한 중견 전문인력을 발굴하고 확보할 수 있도록 지원하고 있습니다. 한편으로는 협력회사의 역량 강화를 직접 지원한다는 취지에서 품질, 생산성, 기본역량 등 각 분야별 사내·외의



01. 구매상담회
02. 상생결제시스템 도입 설명회
03. LG전자 협력회 정기총회: 동반성장 결의식
04. 협력회사 임직원 복지물

커뮤니케이션 활성화 및 애로사항 개선

LG전자는 협력회사와의 커뮤니케이션 활성화 및 고충 처리를 위하여 동반성장 홈페이지를 개설하고 자사의 주요 정책을 공유하거나 e-VOS(Voice Of Suppliers)를 운영하고 있습니다. 또 협력회사의 애로사항 및 현실적인 니즈를 파악하기 위해 공인된 인증기관을 통해 정기적으로 거래만족도 조사를 실시하고 있으며, 조사과정에서 드러난 취약항목을 개선하고자 노력하고 있습니다. 구매부서의 담당자들은 협력회사의 애로사항은 반드시 해소한다는 '1社 1決'의 원칙을 세우고 정기적인 방문 활동으로 소통을 강화하고 있습니다.

거래희망 프로세스와 구매상담회 운영

LG전자는 신기술·신소재 발굴 프로세스를 강화하기 위해 협력회사 포털 사이트에 '거래희망 프로세스' 메뉴를 신설하여 LG전자와 거래가 없는 업체도 아이디어를 제안할 수 있도록 문호를 개방하고 있습니다. 동시에, 지방자치단체와 대·중소기업 협력재단이 주관하는 중소기업과의 구매상담회에 적극 참여하여 신규업체들에게 거래기회를 제공하고 있습니다. 2015년에는 13개사와 구매상담회를 실시하여 중소기업의 판로 확대에 기여하였습니다.

임직원 복지물 협력회사에 개방

LG전자는 자사 임직원 대상의 복리후생 서비스를 협력회사에도 확대하고 있습니다. 특히 자사 임직원 대상으로 운영하는 복지물을 협력회사 임직원도 동일 조건으로 특가상품을 구매할 수 있도록 개방하고 있습니다. 임직원 복지물(http://with.lglifecare.com)은 LG전자 임직원에게 최적화된 서비스를 제공하기 위해 운영하는 복리후생 서비스로, 임직원 케어서비스(자기개발, 여가활동 등), 특가상품 구매, 임직원 선물신청 등의 서비스로 구성되어 있습니다.

전문인력 200여 명을 컨설팅 요원으로 지원함으로써 협력회사가 지속적인 경쟁력 향상을 이룰 수 있는 기반을 제공하고 있습니다.

프로세스 혁신

LG전자는 내부 프로세스 혁신을 통해 동반성장 추진력을 강화하는 동시에, 협력회사와의 소통을 활성화하며 다양한 동반성장 프로그램을 운영하고 있습니다.



임직원 복지물
http://with.lglifecare.com

CASE STUDY

우수 사례
동양산업(주) 해외 동반진출 지원



LG전자는 세계 각지에 생산·판매·서비스 법인과 연구소 등의 글로벌 네트워크를 구축하고 200여개 이상의 지역에서 사업을 영위하고 있습니다. 이를 통해 유럽, 미주 등 선진시장은 물론 아시아, 중앙, 남미 등 성장시장에서도 혁신적인 기술과 제품으로 꾸준한 성장세를 유지하고 있습니다.

LG전자는 전자 차원의 글로벌 전략과 시장특성을 반영한 현지화 전략을 확대하고, 해외시장에서 제품경쟁력을 더욱 강화하기 위해 우수한 역량을 확보하고 있는 협력회사와 동반하여 적극적으로 해외에 진출하고 있습니다. 그 결과 LG전자는 2015년 기준으로 14개국 82개 지역에 50개 협력회사와 동반진출하는 데 성공했습니다. 협력회사의 경쟁력이 LG전자의 경쟁력이라는 인식을 실천으로 옮긴 것입니다.

그 중 동양산업과의 동반진출 사례는 타사에도 모범이 되고 있습니다. LG전자에 TV 부품을 공급하는 동양산업은 1989년부터 거래를 이어오고 있는 오랜 협력회사입니다. 지난 2000년부터는 중국 남경 지역을 시작으로 폴란드, 인도네시아, 멕시코, 러시아 등 해외 5개국에 LG전자와 동반 진출하며 연간 1억 7천만 달러 이상의 매출실적을 거두고 있기도 합니다. 특히 동양산업의 베트남법인은 2014년 1월, LG전자 베트남법인(LGEVH)과 동반 진출한 현지법인으로, 약 400명의 직원이 근무하면서 LG전자 베트남법인에 TV 및 세탁기용 부품을 공급하고 있습니다.

베트남시장에 신규 진출할 당시 동양산업은 TV·세탁기 사출부품의 양산 안정화를 위한 지원이 절실하게 필요한 상황이었습니다. 이에 LG전자는 동양산업의 요청으로 동반성장조직 내 생산현장 혁신전문가 3명을 약 3개월 간 파견하여 생산라인과 설비 구축 등의 활동을 지원하였습니다. 이를 통해 동양산업은 안정적인 생산기반을 조기에 구축하게 되었습니다.

뿐만 아니라 LG전자는 해외진출 자금, 공장부지 임대, 현지 관공서 업무 처리 등 각종 행정업무도 지원하여 동양산업이 안정적으로 현지에 정착할 수 있도록 하였습니다. 현지에 신규 시설·설비를 구축할 수 있도록 투자비용 20억 원을 무이자로 직접 지원하고, 공장단지 내 협력사동을 임대하여 부지문제 해결에 도움을 주었으며, 인허가와 같이 법인 설립에 필요한 관공서 업무를 지원하였습니다. 이는 동양산업이 성공적으로 현지에 안착하여 안정적으로 제품을 생산할 수 있게 하는 원동력이 되었습니다.

본격적인 양산이 시작된 이후에는 품질 및 생산성 저하로 인해 손실비용이 발생함에 따라 양산 안정화 및 현장 핵심역량 확보를 위한 2차 지원활동을 시작하였습니다. 2015년 1월부터 3개월간 LG전자의 전문인력을 파견하여 체계적인 지원활동을 펼친 결과, 현장 생산성(UPPH) 35% 개선, 설비운영효율 20% 향상 등 괄목할만한 성과를 달성하였습니다. 또한 공정 프로세스 개선 및 생산성 향상에 대한 노하우를 전수하여 향후 동양산업이 스스로 주도적인 혁신활동을 전개할 수 있는 토대를 제공하였습니다.

LG전자는 좋은 품질의 부품을 공급받아 고객에게 뛰어난 제품을 제공할 수 있게 되었고, 동양산업은 큰 리스크 없이 안정적으로 해외시장에 진출하여 시장을 확대하는 효과를 거두게 되었습니다. 동양산업의 베트남시장 진출 사례는 대기업과 협력회사의 상생을 바탕으로 한 성공적인 동반성장 모범사례로 평가받고 있습니다. 지금도 동양산업은 세계 최고의 경쟁력을 갖춘 사출성형 업체로 성장한다는 목표로 LG전자와 함께 또 다른 해외시장 진출을 모색하고 있습니다.

협력회사 CSR 리스크 관리

협력회사 CSR 리스크 관리

LG전자는 최근 중요성이 부각되고 있는 공급망 관리에 집중하기 위하여 구매센터 주관으로 협력회사 CSR 리스크 관리 프로그램을 운영하고 있습니다. 먼저, 거래금액 상위 80%의 주요 협력회사를 대상으로 EICC(전자산업시민연대) 자가진단 도구를 활용하여 CSR 이행수준을 평가하고 있습니다. 그리고 그 결과를 분석하여 강제노동, 아동노동 등의 CSR 리스크에 대한 개선이 필요한 협력회사를 선정하고, 해당 협력회사에 LG전자의 전문인력을 파견하여 개선활동을 지원하였습니다. LG전자 전문인력들은 해당 협력회사의 대표이사 및 운영총괄 임원을 직접 대면하여 CSR 리스크 관리의 중요성과 필요성을 강조하는 한편, CSR 리스크 관리를 위한 전반적인 교육 및 미비점에 대한 개선활동을 지원하였습니다.

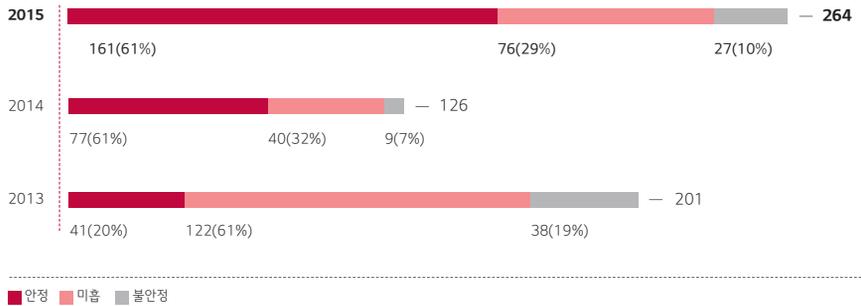
협력회사 기본준수 확립

LG전자는 자사에 신규 등록하는 협력회사를 평가할 때 품질, 기술력 등의 사업적 측면과 더불어 노동, 인권, 윤리 등 기업의 사회적 책임에 관한 항목을 함께 평가하고 있으며, 협력회사에 대한 정기평가 시에도 CSR 항목을 반영하도록 평가체계를 개편하였습니다. 또한 모든 협력회사를 대상으로 거래기본계약서 상에 정경영 실천서약서와 행동규범 준수 동의서를 작성하도록 하는 것은 물론, 협력회사 임직원의 작업안전성을 확보하고 직원들의 존엄성을 보장하며 환경에 대한 책임을 다하는 업무 프로세스를 구축하도록 요구하고 있습니다.

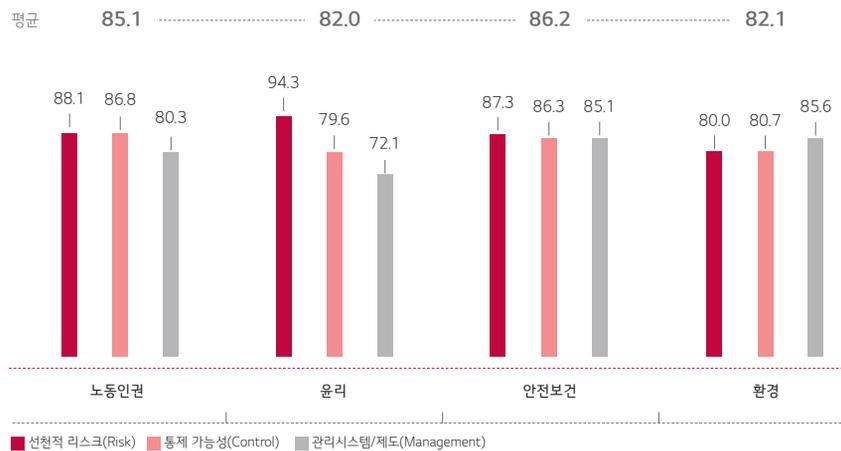
EICC 온라인 자가진단 실시

LG전자는 2015년에도 EICC 자가진단 도구인 EICC-ON을 활용하여 거래금액 상위 80% 이상을 차지하는 주요 협력회사들을 대상으로 CSR 이행 수준을 평가하였습니다. 이번 평가에는 2014년의 2배 가까이 증가한 264개 협력회사 사업장이 참여하였습니다. 평가 결과 27개 사업장이 불안정군(High 리스크)으로 파악되었는데, LG전자는 이 중 44%에 해당하는 12개 사업장을 대상으로 현장 컨설팅 프로그램을 진행하였습니다. 최근 CSR 리스크 관리에 대한 사회적 관심이 커지는 가운데 이에 대한 LG전자 구매센터의 독려와 교육활동이 활발해지면서 자가진단에 참여하는 협력회사가 증가하였습니다. 2016년에는 참여대상 협력회사의 범위를 확대하여 CSR 자가진단 평가를 지속적으로 수행할 예정입니다.

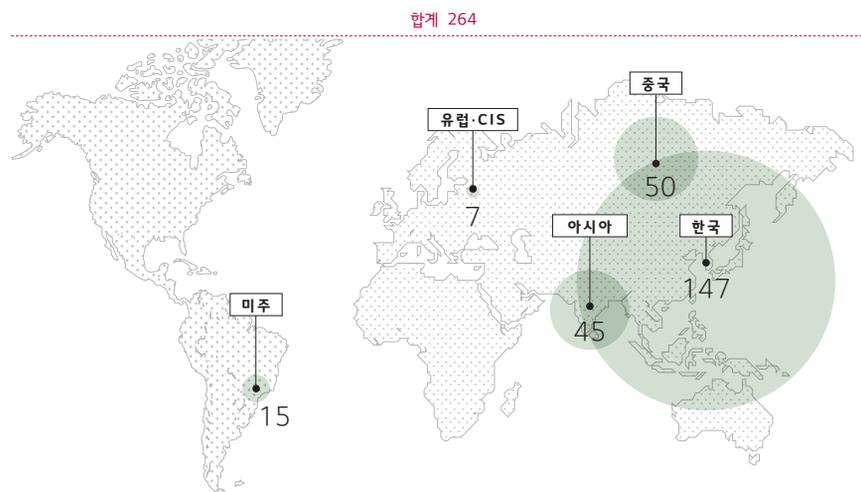
협력회사 CSR 리스크 평가결과 요약(단위: 개)



협력회사 CSR 리스크 유형별, 분야별 위험도(단위: %)



EICC 온라인 자가진단 협력회사 사업장(단위: 개)

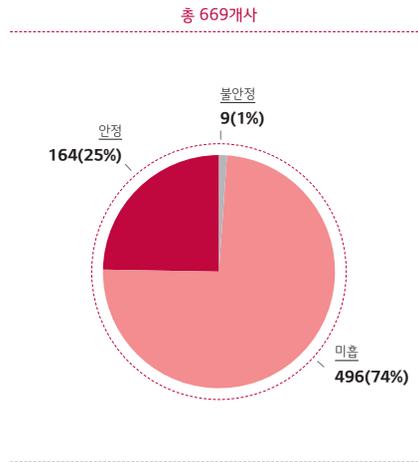


중국지역 협력회사 CSR 관리

중국 협력회사 현장점검 결과

2015년에는 중국 각 법인별로 협력회사 CSR 관리 전담자를 지정하여 CSR 공급망 관리 체계를 보완하였습니다. LG전자는 중국 11개 법인과 거래가 있는 중국 소재 전 협력회사 669개사를 대상으로 CSR 관리 현황을 점검하는 킷 서비스를 실시하였습니다. 킷 서비스는 인사·노무 12개 항목과 환경 및 안전보건 9개 항목 등 총 21개 항목으로 구성되어 있습니다. 본 서비스를 통하여 협력회사의 아동노동 사용 유무, 미성년자(학생 근로자) 야간근무와 초과근무 유무 및 최저임금 이상 지급 등을 집중적으로 점검하였으며, 작업자들의 개인보호장비 지급 및 착용 유도, 화학물질 관리 강화 등을 협력회사에 요청하였습니다. 조사결과 불안정군 9개사, 미흡군 496개사, 안정군은 164개사로 확인되었습니다. 불안정군 협력회사를 포함한 주요 협력회사 등 총 19개사를 대상으로 현장점검을 실시하였고 174개의 개선과제(협력회사당 평균 9개)를 도출하였습니다. 도출된 개선과제는 100% 개선을 완료하였으며, CSR 요건을 반영한 표준구매계약서(MPA: Master Purchase Agreement) 체결을 향상을 유도하고 있습니다.

중국 협력회사 킷 서비스 결과



부적합 유형과 해당 협력회사의 수

인사/노무	1. 연령검증	317
	2. 감봉/벌금	231
	3. 신분증 보관	141
	4. 주일 휴무	54
	5. 60시간 초과근무	52
	6. 고충처리채널	43
	7. 학생근로자 관리	39
	8. 근로계약서 체결	8
	9. 의료비지원(보험)	5
	10. 최저임금	4
	11. 아동고용	3
	12. 성희롱 및 차별	1
환경 및 안전보건	13. 화학물 관리	59
	14. 환경법규(수질, 대기, 폐기물)	56
	15. 작업환경 위해요소	25
	16. 비상대피훈련	25
	17. 사업장 안전보건	13
	18. 개인 안전보호구 착용	13
	19. 청소년 유해/야간 근로	2
	20. 위험성 평가	2
	21. 소방설비 작동기능점검	0

FOCUS

협력회사의 주요 개선사례

연령검증 프로세스 개선

중국에 위치한 A사는 최저연령 미만의 근로자가 고용되는 일이 발생하지 않도록 아동노동 금지 방침을 사규에 반영하는 동시에 신분증 위변조 감별기를 도입하는 등 채용시 근로자의 연령검증 절차를 개선하였습니다. 한국의 B사는 파견(도급)인력에 대한 도급계약서에 신분확인과 관련된 규정을 반영하여 파견회사 인력에 대해서도 신분확인이 철저히 이뤄질 수 있도록 관리하고 있으며, 또한 직원들에게 아동노동금지 방침과 절차를 교육하는 등 아동노동 고용예방을 위해 노력하고 있습니다.

>1



감금규정 개선

한국에 있는 C사는 일한 시간만큼 급여를 지급한다는 원칙에 따라, 감금규정을 삭제하고 징계방식을 인사고과에 반영하는 것으로 징계 관련 규정을 변경하여 근로자의 최저임금과 혜택을 보장하고 있습니다.

>2



근로계약 프로세스 개선

중국에 소재한 D사는 근로자에 대한 행정관리의 편의를 위해 근로계약서 2부를 모두 보관하고 있었고, 한국의 E사는 2012년 이후 신규 채용인원의 근로계약서를 관리하고 있지 않는 등 기본적인 근로계약의 관리실태가 미흡했습니다. 그러나 현장점검 및 컨설팅 이후 강제노동의 리스크를 예방하고자 근로계약서를 최신 근로기준법에 맞춰 개정하고, 근로계약서를 서면으로 반드시 제공한다는 내용을 사규에 반영하여 준수하고 있습니다.

외국인 근로자를 위한 안전보건 시스템 확보

한국의 F사는 작업 도중 상해가 일어날 가능성이 높은 설비·공정에 근무하는 외국인 근로자를 위하여, 해당 외국인의 모국어로 설비 안전장치 및 비상스위치 사용법을 교육하고 근로자들의 모국어로 작성된 매뉴얼을 비치하였습니다. 또한, 설비·안전장치에 대한 시험 및 예방정비 기록을 철저히 관리하고 있습니다.

1. 협력회사 CSR 리스크 관리 교육
2. 외국인을 위한 위험설비 경고표지 부착

분쟁광물 관리

LG전자 분쟁광물 정책

LG전자는 자사 제품에 사용되는 3TG(주석, 탄탈륨, 텅스텐, 금) 등의 분쟁광물과 관련된 인권침해 사례와 조달 관행에 대한 우려를 해소하기 위해 2011년부터 해당 광물에 대한 원산지 추적제도를 시행하고 있습니다. 광물 추출·채굴 행위가 자사의 사업분야와 직접적으로 연관되어 있지는 않지만, LG전자는 책임 있는 기업시민으로서 가치사슬 전반에 걸쳐 인권이 보호될 수 있도록 최선을 다하고자 이 제도를 시행하고 있습니다.

2012년에 분쟁광물 관리정책을 도입한 이후에는 '책임 있는 원자재 구매'를 구현하기 위해, 분쟁광물 정책을 꾸준히 업데이트하여 글로벌 홈페이지에 공표하고 분쟁지역 광물의 구매와 관련된 국제표준 및 산업계 모범사례에 부합하도록 경영방침을 수정하는 등 관련 프로그램을 정기적으로 점검 및 보완하고 있습니다. 또 협력회사 행동규범 및 계약서에도 관련 조항을 강화하여 반영하거나 이해관계자 의견을 수렴하는 등 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

2015년에도 LG전자는 콩고민주공화국(DRC)과 인접한 9개국 등 총 10개국에서 분쟁에서 자유로운 광물 구매가 가능하도록 아래와 같은 다양한 프로그램을 통해 분쟁광물 관리체계를 개선했습니다.

분쟁광물 관리체계 개선 및 교육

LG전자는 분쟁광물 규제 대응을 위해 전사 TF팀을 운영하여 2013년 9월 전사 분쟁광물관리시스템(CMMS: Conflict Minerals Management System)을 구축하였습니다. 이 시스템을 통해 협력회사로부터 3TG 사용 현황 및 제련소·원산지 정보를 수집하여 검증·관리하고 있습니다. 이를 계기로 분쟁광물 정보의 입수율이 높아짐에 따라 2015년에는 해당 정보의 품질을 높이기 위해 공급망 내 위험 식별 및 평가를 진행하였습니다. 그 결과 정보의 품질이 부족한 것으로 나타난 협력회사에 대해서는 해당 내용에 대해 교육하고 정보개선을 요구하여, 제련소·원산지에 대한 정보의 품질을 높이기 위하여 노력하고 있습니다. 앞으로도 LG전자는 사업환경 변화에 따라서 정보 변경 관리 및 협력회사 지원 활동을 지속적으로 전개할 계획입니다.



- 01: LG전자 웹사이트 내 분쟁광물 정책
- 02: 분쟁광물관리시스템(CMMS)
- 03: 분쟁광물 규제 협력회사 지원 활동
- 04: CFSI 멤버십 로고

한편, LG전자는 2013년부터 분쟁광물에 대한 협력회사의 인식 제고와 관련 정보 수집 및 개선을 위한 교육지원 프로그램을 개발하여 협력회사에 교육을 실시하고 있습니다. 이 프로그램에 따라 2013년에는 333개사 653명, 2014년에는 338개사 611명을 교육하였으며, 2015년에는 브라질, 멕시코, 중국 지역을 중점대상으로 삼아 539개사 658명을 교육하였습니다. 이같은 집합교육 외에도 LG전자는 협력회사가 분쟁광물 규제에 보다 효과적으로 대응할 수 있도록 IT시스템 내 Q&A 항목을 통해 온라인으로 지원하고 있으며, 분쟁광물 보고서 양식(CMRT) 개정에 따른 변경사항 및 규제 동향에 대해서도 정기·수시교육을 진행하고 있습니다. 이와 함께 LG전자는 분쟁광물 관리에 관한 고객사의 요청사항에 발 빠르게 대응하기 위

하여 분쟁광물 관련 고객 대응 및 보고기준에 대한 교육을 미국 영업부서 등으로 확대하였습니다. 이 밖에도 LG전자는 한국전자정보통신산업진흥회(KEA)와 CFSI(Conflict Free Sourcing Initiative, EICC 주관 분쟁광물 협의체)에서 주최하는 세미나, 워크숍 등의 학술행사를 통해서도 중소기업을 위한 분쟁광물 규제 대응 사업을 지원하고 있습니다. 또 고객, NGO 등 이해관계자의 정보 공개 요구에 적극적으로 대응하는 것은 물론, 분쟁광물 규제의 글로벌 확대 동향에 대한 모니터링 및 지속적인 분쟁광물 관리 기준·체계 개선을 위해 외부 전문가와의 컨설팅 또는 협업도 다양하게 진행하고 있습니다.

CFS 인증 제련소 확대를 위한 노력

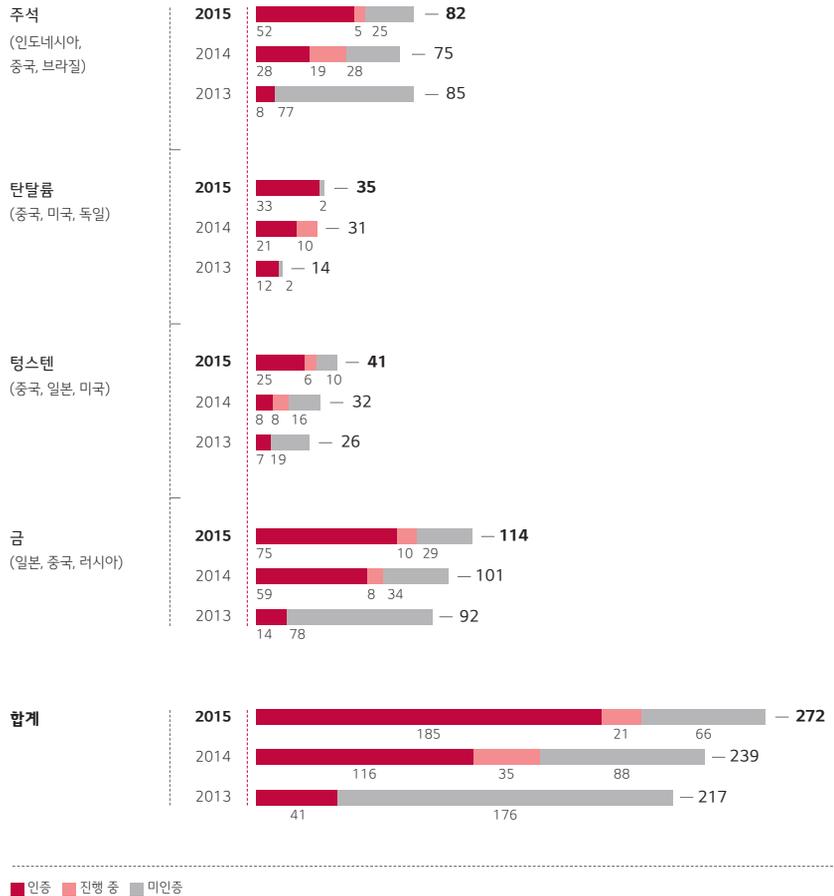
LG전자는 분쟁지역 반군 소유의 광산에서 채취되는 3TG(주석, 탄탈륨, 텅스텐, 금)가 산업계에서 사용되지 않도록 하기 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 더불어 분쟁광물 이슈에 효과적으로 대응하기 위해서는 산업계와의 협력이 필수적이라고 생각하고, 실사(Due Diligence), 보고, 제련소 대상 협의 등과 같은 CFSI 활동에 적극적으로 참여하고 있습니다. 또한, 분쟁에서 자유로운 광물 구매와 관련하여 이해관계자들이 요구하는 신뢰성과 투명성을 확보하기 위해 자사 공급망 내에 CFS 인증 제련소를 확대하는 노력을 지속적으로 전개하고 있습니다. 특히 2014년 9월에는 LG디스플레이, LG이노텍, LG화학과 함께 LG 4사 분쟁광물 공동 대응 협의체를 구성하고, 협력회사 및 제련소에 대한 CFS(Conflict Free Smelter, 분쟁으로부터 자유로운 제련소) 사용 권고 활동을 공동으로 펼치고 있습니다. 2015년에도 LG전자는 협력회사에게 CFS 인증 제련소 활용을 권고하는 공문을 발송하였고, 제련소의 CFSP(Conflict Free Smelter Program) 참여 활동을 지원하였습니다. 특히 한국 내 제련소가 CFS 인증 획득을 원할 때에는 기술지원 및 공동실사 활동을 통해 해당 제련소가 CFS 인증을 취득할 수 있도록 지원하였습니다. 또 LG전자 자체적으로 입수한 신규 제련소 정보 등을 CFSI와 공유하여 글로벌 제련소에 대한 정보 정확도를 높이는 데 도움을 주고 있습니다. 이같은 노력을 통해 LG전자는 CFS 인증 제련소 사용 비율을 총 76%(인증 진행 중인 제련소 8% 포함)로 향상시키는 등 지속적으로 개선성과를 이루어내고 있습니다. (2014년: 49%, 2013년: 19%)

1) 분쟁지역: 콩고민주공화국, 앙골라, 부룬디, 중앙아프리카공화국, 콩고공화국, 르완다, 남수단, 탄자니아, 우간다, 잠비아

인도네시아 방카섬 주석협의회 활동

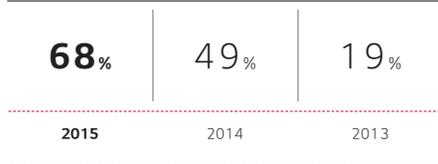
LG전자는 복수의 이해관계자가 참여하는 실무협의체인 TWG(IDH Indonesian Tin Working Group)의 일원으로서, 세계 최대의 주석 산지로 알려진 인도네시아 방카섬 지역의 채굴환경 개선활동에 적극 동참하고 있습니다. 이를 통해 LG전자는 자사 제품에 사용되는 주석의 채굴환경에 대한 우려에 적극적으로 대응하고, 책임 있는 구매를 장려하며, 이에 따른 지역경제 및 현지 주민의 생계에 대한 영향을 최소화할 수 있는 방안을 모색하고 있습니다. 민간부문과 시민단체, 산업계 단체가 함께하는 TWG는 2015년으로 3년차 활동을 마무리하면서 몇 가지 의미 있는 성과를 거두었습니다. 지역 협의체의 도움을 받아 인도네시아 중앙·지방정부 관료와 만나 다국적기업에 미치는 해당 이슈의 중요성을 전달했으며, 지역 산업계와 함께 지속가능한 구매관행 정착을 위한 활동계획으로 4개년 로드맵을 작성하기도 했습니다. LG전자는 TWG회원사로서 2015년 12월 자카르타에서 개최된 2016-2020 로드맵 양해각서 체결식에 참석하여 현지 제련소 관계자들과 로드맵 실행에 합의하고 책임 있는 주석 채굴에 대한 의지를 확인했습니다. 또한 로드맵 실행과 책임 있는 구매 관행 정착 노력에 주석 사용 기업의 동참을 유도하기 위해 인센티브 지침을 마련했습니다. LG전자는 본 지침을 공개적으로 지지하고 향후 TWG 회원사로서 프로젝트의 지원을 약속하였습니다.

LG전자 3TG 광물 제련소 CFS 인증 현황



· 괄호 안의 국가는 주요 제련소 위치입니다.

CFS 인증 제련소 사용 비율(단위: %)



FOCUS

이해관계자 커뮤니케이션(르완다 정부 대표 미팅)

2015년 7월 LG전자는 분쟁광물 이슈에 대한 다각적 이해를 위해 르완다 정부 대표와 만나, 분쟁에서 자유로운 광물 구매 프로그램의 성과와 르완다 정부가 시행하는 분쟁광물 관련 규제의 효과를 직접적으로 확인하는 기회를 가졌습니다. 미국 정부와 광물 및 기타 투자, 그리고 무역 촉진 방안에 대해 논의하기 위해 미국 워싱턴을 방문한 르완다 정부 대표단은, 자국의 분쟁광물 이슈를 해결하고자 하는 자국 정부의 결의를 표명하고 해당 분야의 성과를 공유하기 위해 산업계와의 미팅을 요청해 왔습니다. 이에 LG전자는 EICC(전자산업시민연대) 및 다른 산업계 대표들과 함께 이 미팅에 참여하여, 지난 5년간 르완다 정부가 분쟁광물 분야에서 이룩한 성과를 점검하고 미국의 분쟁광물 규제가 지역경제에 미친 영향을 파악하는 기회를 가졌습니다.



> 사회공헌

With the Community

WHAT IS IMPORTANT?

2015년 LG전자 중대성 분석 결과

- 1) 사회공헌 프로그램 강화
- 2) 지역사회의 지속가능한 경제성장 지원
- 3) 정부, NGO, 국제기구, 지역사회 소통 및 협력이 1순위로 나타났으며, 빈곤층을 위한 제품·서비스 개발 등도 주요 이슈로 나타났습니다.

HOW WE MANAGE IT?

Our Approach

LG전자는 주요한 사회적 이슈에 대해 보다 더 많은 가치를 창출하여 장기적인 관점에서 지역사회 발전에 실질적으로 기여할 수 있도록 '따뜻한 기술, 신뢰의 파트너십, 함께하는 나눔'을 기치로 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

Our Evaluation

LG전자는 LG다운 사회공헌 프로그램이 자리잡을 수 있도록 자사의 사회공헌 프로그램을 비즈니스와 사회에 미치는 영향으로 구분하여 매년 평가하고 있습니다. 또한 이를 통해 LG의 가치와 사회적 가치가 통합적으로 증진될 수 있도록 개선하고 있습니다.

Future Direction

- 1) 지역사회 이슈해결형 기술·제품 개발
- 2) 신흥시장, 저개발국 소외계층 인재 양성
- 3) 임직원의 자발적인 나눔활동 참여 확대

Stakeholder Statement

“

KOICA는 한국의 무상원조 대표기관으로서, SDGs 달성을 위하여 민간의 전문성과 노하우를 최대한 활용하여 추진하고자 노력하고 있습니다. 그 중, KOICA와 LG 전자가 협력하여 진행 중인 '에티오피아 직업학교 건립·운영사업'은 정부 개발협력 4대구상* 중 '아프리카 직업기술 교육'과 연계된 대표적인 사업입니다. 이 사업은 KOICA의 개발협력 전문성과 LG전자의 핵심 비즈니스 영역을 결합해 전자수리 분야에 특화된 직업훈련학교를 운영함으로써 공유가치 창출을 통한 포용적 비즈니스 개념을 구현한 기업협력 우수사례입니다. 앞으로도 KOICA와 LG전자가 보다 더 적극적인 협력을 통하여 시너지를 창출하고, SDGs 달성을 위해 함께 노력해 나갈 수 있기를 기대합니다.

* 소녀들의 보다 나은 삶, 모두를 위한 안전한 삶, 보다 나은 삶을 위한 과학기술 혁신, 아프리카 직업기술교육 및 ICT 활용 교육혁신



김인식
한국국제협력단 이사장

BOUNDARY

- / 내부 이해관계자
- / 외부 이해관계자



Our Performance



48개국

89개 사업장

9만여 명 참여

사회공헌 활동 참여 현황



85개 팀

Life's Good
봉사단



3개국

26회

아시아 건강증진 캠페인

사회공헌 원칙과 실적

배경

2015년 9월 UN은 세계 193개국의 정상에 참여한 가운데 인류사회의 지속가능한 발전을 위해 2030년까지 향후 15년간 전 세계가 함께 추진할 지속가능발전목표(SDGs: Sustainable Development Goals)를 선포하였습니다. SDGs에는 인류사회의 보편적인 경제, 사회, 환경 문제를 해결하기 위한 17개 영역의 169개 세부목표가 제시되어 있으며, 특히 민간기업을 포함한 시민사회의 참여와 파트너십 확대의 필요성이 강조되어 있습니다.

LG전자 사회공헌 원칙

지속가능발전목표(SDGs) 선포를 계기로 LG전자는 주요 이해관계자들과 경영진의 의견을 반영하여 사회공헌활동의 방향을 새롭게 정립하였습니다. 자사의 사회공헌 활동이 주요한 사회적 이슈에 대해 보다 더 많은 가치를 창출하여 장기적인 관점에서 지역사회 발전에 실질적으로 기여할 수 있도록 하기 위해서입니다. 앞으로도 LG전자는 인류의 더 나은 삶을 함께 만들기 위하여 '따뜻한 기술, 신뢰의 파트너십, 함께하는 나눔'을 적극 실천하겠습니다.

2015년 사회공헌 실적 및 평가

2015년 한 해 동안 LG전자는 비즈니스를 영위하고 있는 많은 국가에서 지역사회에 기여하기 위한 활동을 실시하였습니다. 그 결과 연간 9만여 명의 임직원이 참여한 가운데 48개국 89개의 사업장에서 사회공헌 활동을 전개하였습니다. 또한 국내외를 합해 약 401억 원의 사회공헌 예산(본사 기부금과 해외법인 사회공헌 예산을 합한 액수)을 집행하였으며, 이 중 145억 원은 본사에서 기부금으로 사용하였습니다.

2015년 사회공헌 예산 상세 내역

연결 기준으로 지역사회발전 기여 활동에 91%, 자선 활동에 8.8%, 비즈니스와 연계한 CSR 마케팅에 0.2% 가량의 기부금을 사용하였습니다. 지역사회발전 기여활동에 사용된 비용은 집계 기준이 본사에서 연결로 변경되면서 예산 집행규모가 큰 문화·예술·체육 활동이 추가되어 전년 대비 약 18% 증가하였습니다. 분야별로는 문화·예술·체육 분야가 전체의 46%를 차지했으며, 이 밖에도 상생협력 31%, 환경보존 10%, 사회복지와 교육에 각각 6%와 4%를 집행하였습니다.

FOCUS

LG전자와 지속가능발전목표(SDGs)

LG전자는 자사 사업 특성, 미래 비즈니스 기회 및 위협 요인 등의 제반 경영여건과 CSR 방향을 반영하여 SDGs 세부 목표와의 상관 관계에 대하여 자체 평가를 실시하였습니다. 그 결과 관련성이 높은 9개 항목을 선정하고, 우선순위를 정하였습니다. 이를 토대로, 앞으로 LG전자는 업(業)의 특성과 연관성이 높은 목표를 위주로 신규 활동을 발굴하여 적극 추진할 예정입니다.

1순위



목표 3

건강한 삶 보장
모든 세대의 복지 증진



목표 7

모두를 위한 적절한 가격의 신뢰성 있고 지속가능한 현대적 에너지에 대한 접근성 강화



목표 8

포괄적이며 지속가능한 경제성장과 완전하고 생산적인 고용, 그리고 모두를 위한 양질의 일자리



목표 11

회복력 있고 지속가능한 도시와 거주지 조성



목표 12

지속가능한 소비와 생산 양식의 보장

2순위



목표 4

모두를 위한 포용적이고 공평한 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 증진



목표 6

모든 사람들의 식수와 위생시설에 대한 접근성과 관리능력 확보



목표 9

회복가능한 인프라 건설, 포용적이고 지속가능한 산업화 및 혁신 촉진



목표 13

기후 변화 대응

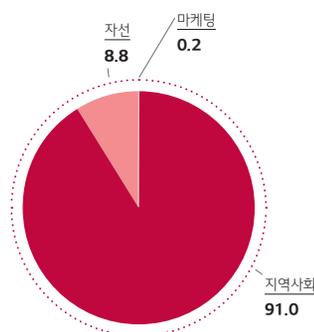


목표 16

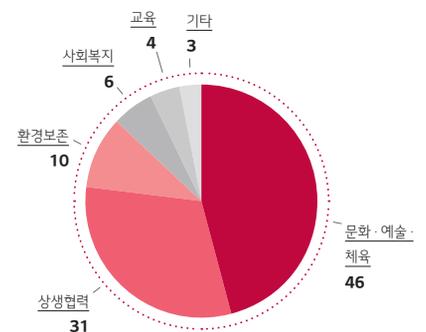
평화롭고 포용적인 사회 추구, 정의에 대한 접근

2015년 사회공헌 예산 상세 구분(단위: %, 연결 기준)

집행 구분



분야



LG와 함께라면 언제나 Life's Good

추진 경과

LG전자는 자체적으로 만든 사회공헌 체크리스트를 활용하여 자사의 사회공헌 활동이 비즈니스와 사회에 미치는 영향에 대해 매년 평가를 실시하고 그 결과를 익년도 사회공헌 활동에 반영하고 있습니다. 2015년에는 자체적인 평가·분석에 더하여 전문가그룹 집중 인터뷰, 설문조사 등을 추가로 실시하여 이해관계자의 의견을 청취하고, 이를 바탕으로 사회공헌 원칙을 수립하였습니다.

더 나은 삶을 함께 만드는 기업, LG전자

LG전자는 생각과 시선에 사랑을 담아 인류사회의 더 나은 삶을 실현하는 데 기여하고자 '더 나은 삶을 함께 만드는 기업'이 되는 것을 사회공헌 비전으로 삼고 있습니다. 또한, 책임감 있는 기업시민으로서 UN지속가능발전목표 달성을 통한 인류 공동체의 발전을 지지합니다. LG전자는 세 가지 전략을 통해 이러한 목표를 구현할 예정입니다. 첫째, LG전자의 제품과 기술을 필요로 하는 이들에게 차별화된 가치를 제공하고자 합니다. 이를 위해 사회·환경 이슈 등 지역사회 문제를 해결하기 위한 제품과 기술을 개발하여 보급하는 활동을 중점적으로 실행하고 있습니다. 둘째, LG전자는 이해관계자들의 의견 하나하나를 소중하게 생각합니다. 따라서 이해관계자와의 다양한 대화 채널을 통해 그들의 기대사항을 청취하고 협력하며, 이를 경영활동 전반에 반영하고자 노력할 것입니

다. 셋째, LG전자의 구성원 모두가 주변의 이웃들을 돌아보고 함께 발전하기 위한 길을 모색할 것입니다. 그리하여 구성원이 자발적으로 참여하는 노력봉사 및 재능기부를 통해 더불어 함께 사는 지역사회를 만들어나갈 것입니다.

향후 계획

LG전자는 향후 3년에 걸쳐 현재 시행 중인 사회공헌 프로그램을 면밀하게 모니터링 및 평가하여 LG전자와 사회적 가치가 통합적으로 증진될 수 있도록 개선하고, 그 진행사항을 지속가능경영보고서에 게재하여 공표할 예정입니다. 이러한 과정을 통해 고객을 포함한 이해관계자의 의견과 LG전자가 추구하는 가치가 결합된 LG다운 사회공헌 프로그램이 자리 잡을 수 있도록 지속적으로 노력하겠습니다.

FOCUS

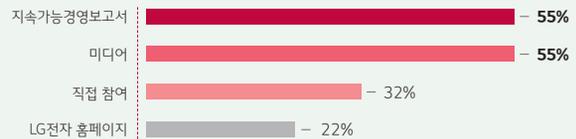
LG전자의 사회공헌 활동에 대하여 물어보았습니다.

설문 기간 2015년 10월 10일 - 20일
설문 대상 사내외 이해관계자 120명(회신자 수 기준)
설문 결과 모든 질문에 3개 이내 중복 응답

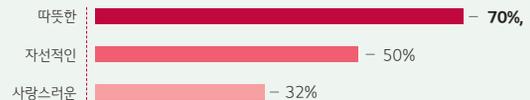
사회공헌 프레임워크



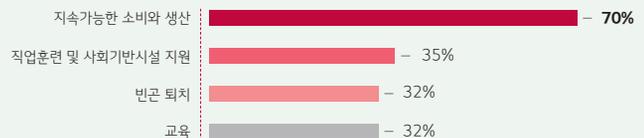
LG전자 사회공헌 활동을 인지하는 채널은 무엇입니까?



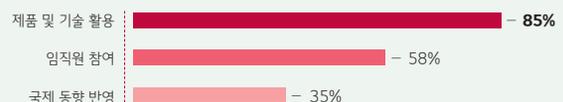
LG전자 사회공헌 활동 이미지는 어떤 것입니까?



LG전자에 적합한 사회공헌 활동 분야는 무엇입니까?



LG전자에 적합한 사회공헌 활동의 방법은 무엇입니까?



사회공헌 활동

따뜻한 기술

LG전자는 자사의 제품과 기술을 필요로 하는 이들에게 차별화된 가치를 제공하고자 노력하고 있습니다. 비즈니스를 하고 있는 세계 곳곳에서 사회·환경 이슈 등 지역사회 문제를 해결하기 위한 제품과 기술을 개발하여 보급하고 이를 교육사업과도 연계하는 등 지역사회 밀착형 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다. 아프리카, 아시아 등 성장잠재력이 큰 신흥시장에서 해당지역의 이슈를 반영하여 직업훈련학교 운영, 장애인용 웹앱 개발 교육, 태양광 도서관 설립 등의 사업을 펼친 것이 대표적인 사례입니다. 앞으로도 LG전자는 상품기획, 마케팅, 서비스 등 유관부서와 적극적으로 협력하여, '따뜻한 기술'을 기반으로 더 많은 이웃들에게 더 나은 삶을 제공할 수 있도록 노력할 것입니다.

에티오피아 LG Hope Community

LG전자는 2012년부터 (주)LG, 월드투게더와 함께 에티오피아 저소득층의 자립기반 조성을 위한 LG Hope Community를 운영하고 있습니다.

그 첫 번째 사업인 LG희망마을을 통하여 농촌주민들의 자립기반 조성을 위해 농업기술 교육과 주민 소득 창출 활동을 전개하고 있습니다. 2015년의 경우 한 해 동안 32명의 농축산 지도자를 양성하였으며, 마늘, 비트루트 등 현지에 적합한 고소득 상품 작물 개발을 지원하였습니다. 또 23가구에 양계 소액대출을 실시하여 이들 가구가 월평균 수입의 5배에 달하는 소득을 창출하는 토대를 제공하였습니다.

둘째, 2014년 개교한 LG-KOICA희망직업훈련학교를 통해 청소년들에게 기술교육을 실시하고 있습니다. 이 학교에서는 2016년 3월 기준으로 현재 130여 명의 학생이 가전제품 수리, ICT 수리 등의 기술을 학습하고 있습니다. 또한, 차별화된 교육을 제공한다는 취지에서 서비스 명장 방문교육 2회, LG전자 두바이 서비스센터 견학교육 1회 등의 특별교육도 실시하였습니다. 2015년 기준으로 이 학교 졸업생들의 초급 국가기능자격시험 합격률은 98%에 달하고 있고, 중급 합격률도 98%에 이르고 있습니다.

그 외에도 LG전자는 국제백신연구소와 함께 에티오피아주민 4만여 명을 대상으로 콜레라 백신 접종을 실시하였으며, 6만여 명의 학생에게 위생교육을 실시하였습니다. 또한, (주)LG, LG화학, LG디스플레이,



01-



02-



03-



04-



05-



06-

- 사회공헌 활동: 따뜻한 기술

- 01: 에티오피아 LG희망마을
- 02: 에티오피아 위생 교육
- 03: 미얀마 건강증진 캠페인
- 04: 캄보디아 건강증진 캠페인
- 05: UAE 장애인용 웹앱 개발 교육
- 06: OLED Perfect Black Gallery

LG유플러스 임직원들과 함께 146명(누적 기준)의 참전용사 후손 학생들에게 장학금을 제공하고 있습니다.

아시아 건강증진 캠페인

2013년 미얀마에서 '아시아 건강증진 캠페인'을 시작한 LG전자는, 2014년 이후 캄보디아와 방글라데시로 이 캠페인을 확대하여 운영하고 있습니다. 이 캠페인을 통해 LG전자는 위생이 취약한 지역을 선정하여 무료검진을 실시하는 것은 물론 고혈압, 당뇨, 영양학, 위생 등 다양한 주제로 보건의료교육을 제공하고 있습니다. 또한, 진료 대기실에서 포켓포토를 활용한 즉석사진 촬영, 3D 영화상영 등 다양한 행사를 열어 주민 대다수가 참여하는 지역축제를 만들고 있습니다. 2015년에는 3개 국가에서 총 26회의 캠페인을 실시하여 약 4만 명에게 무상진료와 의약품을 제공하였고, 약 51,000여 명의 현지 주민이 보건위생교육 및 문화행사에 참여하였습니다.

제품을 활용한 사회공헌

2015년에는 따뜻한 기술을 활용하여 사회에 기여하는 다양한 프로그램을 시도하였습니다. 전력사정이 좋지 않아 정전이 잦은 파키스탄에서는 월드비전과 함께 공립학교 교육 환경 개선을 위해 LG태양광을 활용하여 '반짝반짝 도서관'을 설치하였습니다. 아랍에미리트에서는 서울대 QoLT센터와 함께 장애인 접근성에 대한 인식을 제고하고 장애인들에게 보다 나은 세상을 만들 수 있도록 대학생 대상으로 '장애인용 웹앱 개발 교육(AT EDUCOM)'을 실시하였으며, 웹앱 경진대회에서 최우수상을 수상한 자예대학팀과 샤프라대학팀은 한국을 찾아 학회와 자사 사업장을 방문하였습니다. 또 프랑스에서는 제 21회 기후변화협약 당사국총회 기간에 OLED TV를 활용하여 세계문화유산의 아름다움과 소중함을 일깨우는 전시회 'OLED Perfect Black Gallery'를 운영하였습니다.

신뢰의 파트너십

LG전자는 지역사회의 일원으로서 현재의 니즈에 대하여 이해관계자의 의견을 적극적으로 청취하고 있으며, 이를 사회공헌 활동에 반영하고 있습니다. 특히 지역사회에 대한 이해가 높은 정부와 지자체, 그리고 전문성이 높은 국제기구, NGO 등 다양한 기관단체들과 적극적으로 협력하고 있습니다. 앞으로도 LG전자는 이해관계자들과의 협력 및 상호신뢰를 바탕으로 'LG와 함께라면 언제나 Life's Good'이라는 슬로건에 투영된 CSR 철학이 지역사회 곳곳에서 실현될 수 있도록 더욱 노력하겠습니다.

친환경 사회적경제지원: LG 소셜펀드

2011년부터 LG전자는 국내경제를 활성화하고 친환경 분야 사회적경제를 지원한다는 목적으로 'LG 소셜펀드'를 운영하고 있습니다. LG화학, 고용노동부, 환경부, NGO 등 기업과 단체, 기관들과 협력하여 운영하는 이 펀드는 다자간 협력모델로, 친환경성 및 혁신성이 높은 사회적경제를 발굴해 자금, 경영역량, 홍보, 업무공간 등 다각도로 지원하고 있습니다. 2011년부터 지금까지 총 91개의 기관이 수혜를 받았습니 다. 2014년부터는 '사회적경제 활성화를 위한 대학생 아이디어 공모전'을 개최해 우수한 아이디어를 발굴하여 시상하였고, 2015년에는 고려대 산학협력관에 LG 소셜캠퍼스를 열어 사회적경제 조직에게 사무 공간 및 협업공간을 무상으로 제공하고 있습니다.

긴급구호

LG전자는 지역사회 이해관계자 및 관련 기관단체와의 협력을 바탕으로, 자연재해로 인해 피해를 입은 국가와 지역에 대한 긴급구호 활동을 지원하고 있습니다. 2015년 4월 네팔에서 규모 7.8의 대형 지진이 발생했을 때는 현지 거재선인 차드하리그룹(Chaudhary Group)과 협력하여 100채의 조립식 주택을 지어 기증하였습니다. 또 이재민 구호 활동을 돕기 위해 유엔인도주의조정국(UN OCHA)을 통해 휴대폰 500대를 네팔 스카우트에 전달하였고, 전문인력을 투입하여 제품 무상수리 서비스도 펼쳤습니다. 8월에는 홍수피해를 입은 미얀마의 수재민을 돕기 위해 820여 가구에 의약품을 전달하는 한편 미얀마 상공회의소(UMFCCI)를 통해 피해복구를 지원했습니다.



01 -



02 -



03 -



04 -



05 -



06 -

- 사회공헌 활동: 신뢰의 파트너십

- 01,02: LG 소셜펀드
- 03,04: 네팔 긴급구호
- 05: 러브지니
- 06: LG희망스크린

대학생 CSR 아카데미 '러브지니'

LG전자는 2014년부터 미래사회의 주역인 대학생을 대상으로 CSR분야의 전문가를 양성하고 사회적 책임 인식을 증진한다는 취지에서 매년 대학생 CSR 아카데미 '러브지니'를 운영하고 있습니다. 2015년에는 30명 규모의 대학생들을 선발하여 노동, 인권, 윤리, 환경, 안전보건, 사회공헌 등의 CSR분야에 관한 체계적인 교육과 멘토링을 실시하였습니다. 또 대학생들이 직접 폐기물 처리 문제, 빈곤 문제 등을 해결할 수 있는 프로그램을 기획하여 실행할 수 있도록 지원하였습니다. 뿐만 아니라 교육 수료 후에는 기업의 CSR 팀이나 사회공헌팀, NGO 및 유관단체 등으로 진로를 선택하여 활동할 수 있도록 지원하고 있습니다. '러브지니'에 대한 자세한 활동정보는 러브지니 공식 블로그(www.lovegenie.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

LG희망스크린

LG전자는 CSR에 대한 일반대중의 인식을 제고하고 저마다 사회적 책임을 다하는 분위기를 조성하기 위해 2011년부터 자사의 마케팅 자산을 각종 국제기구, NGO 등에 무료로 대여해주는 캠페인을 전개하고 있습니다. 2015년에는 광고자산인 미국 뉴욕 타임스퀘어의 LG전광판을 유엔(UN)과 유엔환경계획(UNEP)에 무상 대여하여 세계환경의 날, 청소년의 날에 대해 인식을 제고하는 기회를 제공하였습니다.

유엔글로벌콤팩트 협력

LG전자는 2014년 유엔글로벌콤팩트와 협약을 맺고 '민간분야의 지속가능한 재원 마련(Private Sustainability Finance)' 연구 프로젝트에 참여하였습니다. 또한, 옥스팜, 유니레버 등과 함께 기업이 지속가능발전에 미치는 영향도를 평가하고 측정하는 지표 개발을 위한 빈곤지수 프로젝트(Poverty Footprint Initiative)에도 참여하였습니다.

함께하는 나눔

LG전자는 도움이 필요한 지역사회 곳곳에서 임직원이 직접 참여하는 임직원 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다. 임직원 사회공헌 활동은 2005년에 선포한 '사회공헌헌장'과 2012년에 제정한 (주)LG의 '사회공헌 실행원칙'에 기반을 두고, 자발적이고 진정성 있는 나눔 문화를 실천하는 데 초점을 맞추고 있습니다. 특히, 2013년 세계 최초로 선포한 노동조합의 사회적 책임(USR)을 통해, 전 사업장에서 구성원 모두가 소외된 이웃을 돌아보고 함께 봉사하고 기부에 동참할 수 있도록 제도 및 프로그램을 마련하고 있습니다.

봉사

개인적인 취미와 특기를 활용하여 봉사하는 재능나눔, 전문적인 기술을 활용하여 비영리단체의 업무를 지원하는 프로보노 등 임직원의 관심과 재능을 사회공헌활동으로 이어가는 나눔을 실천하고 있습니다. 특히 2005년에 결성한 '임직원 봉사단'은 임직원이 자발적으로 결성한 봉사단체로, 최초 결성 이후 현재까지 지역사회 곳곳에서 나눔을 실천하는 주도적인 역할을 하고 있습니다. 2010년부터는 임직원의 취미와 특기 등 재능을 활용하여 봉사하는 'Life's Good 봉사단'도 운영 중입니다. Life's Good 봉사단은 2015년 한 해 동안 총 85개 팀, 760여 명의 임직원이 참여하여 어른시 장수사진 촬영, 아이들을 위한 과학교실 운영, 사회복지기관의 제품 점검 및 수리 등을 실시하였습니다. 또한 전문적인 기술을 활용하여 봉사하는 'Life's Good 봉사단 Pro'를 구성하여 프로보노 활동을 시작하였습니다. 프로보노란 전문기술이 부족함에도 불구하고 경제적, 환경적 어려움으로 인해 이를 활용하지 못하는 비영리단체의 업무를 지원하는 활동으로, 디자이너, 연구원 등으로 구성된 봉사단이 비영리 단체 CI 제작, 전문도서 번역, 스마트폰 앱 개발 등 직무와 연계된 전문기술을 제공하는 나눔을 실천하였습니다.

기부

한국 임직원의 95%는 매월 급여 중 1,000원 미만의 우수리를 사회공헌기금으로 조성하여 저소득층을 지원하는 활동에 참여하고 있습니다. 한국 소재 임원의 82%도 2004년 이후 자발적으로 별도의 임원사회공헌기금을 조성하여 자사의 기술과 역량을 활용한 다양한 사회공헌 활동에 사용하고 있습니다.



01.



02.



03.



04.



05.



06.

- 사회공헌 활동: 함께하는 나눔

- 01: Life's Good 봉사단
- 02: 평일봉사휴가제도
- 03: 러브지니와 함께하는 봉사(한국)
- 04: 세계환경의 날(중국)
- 05: 세계환경의 날(그리스)
- 06: 글로벌 헌혈주간(러시아)

2015년에 임직원 기부금은 동남아 이동진료활동, 아랍에미리트 장애인 웹앱 개발 교육 지원, 네팔 지진 긴급구호 후원, 파키스탄 반짝반짝 도서관 설립 등 세계 곳곳에서 지역사회 발전을 위해 사용되었습니다. 뿐만 아니라 2011년부터 LG전자 임직원은 격월로 기부 메뉴 프로그램인 'Life's Good Day'에 참여하고 있습니다. 대규모 인원이 이용하는 사내식당에서 반찬 1가지를 줄인 기부메뉴를 정하고, 기부메뉴를 선택한 임직원 수만큼 모금된 반찬 값을 도움이 필요한 지역사회의 이웃에게 기부하는 방식입니다. 2015년 기부금으로 쪽방지역 주민들을 위해 밑반찬과 선물주머니를 만들어 배달하고, 무료 급식소 조리 지원, 배식, 설날 떡국 나눔 등 기부와 봉사를 연계한 활동을 실시하였습니다. 본 프로그램에는 지난 5년간 308,787명의 임직원(누적인원)이 참여하여 약 1억 3천여만 원을 모금하였습니다.

글로벌 임직원 나눔

LG전자는 국내외 임직원의 사회공헌 활동 참여를 촉진하기 위해 매년 2회씩 정기적으로 글로벌 차원의 봉사활동을 실시하고 있습니다. 2010년부터 매년 6월 5일 세계환경의 날에 LG전자노동조합의 USR활동과 연계하여 국내외 전 사업장에서 동시에 실시하는 '글로벌 자원봉사자의 날'이 대표적입니다. 2015년에는 '자원 효율과 지속가능한 소비 및 생산'을 주제로 한국을 비롯한 미국, 중국, 멕시코 등 28개 사업장에서 봉사활동을 실시하였습니다. 9월에는 글로벌 헌혈주간을 지정하여 임직원 헌혈활동을 독려하고 있습니다. 2015년에는 35개 사업장에서 약 3,500명이 헌혈에 참여하였습니다. 러시아 법인에서는 버스, 기차, 비행기 등 다양한 교통수단을 활용해 가장 긴 거리를 이동하면서 헌혈캠페인을 실시하여 러시아 기네스북에 등재되기도 하였습니다. 한국에서는 SNS를 통한 응원 댓글 1개당 1,000원의 성금을 조성하여 소아암 아동의 치료비와 키즈패드 83대를 기부하였습니다.

Around the World



브라질 (Paraisópolis CSR Project)

브라질 진출 20주년을 맞이하여 상파울루시의 대표적인 빈민가인 파라이조폴리스 지역에서 사회공헌활동을 실시하였습니다. 300여 명으로 구성된 어린이 축구단에 유니폼을 제공하고, 지역주민과 어린이들로 구성된 오케스트라 연주팀과 발레 공연팀에 운영비를 지원하였습니다.



베네룩스 (Capture Optimism)

10명의 아마추어 사진작가를 선정하여 사진을 통해 희망을 찾는 프로젝트를 진행하였습니다. 사진작가들이 세계 각지의 낙후지역을 여행하면서 어려운 환경 속에서도 긍정적인 해답을 찾아가는 주민들의 이야기를 발굴하여 LG의 G4 카메라로 촬영하는 방식입니다. 이 중 우수한 사진을 홈페이지에 업로드하여 경매를 진행하고, 수익금을 기부하였습니다.



카자흐스탄 (LG Care)

배려와 이해가 총만한 사회분위기를 조성한다는 취지에서, 고객이 겪은 가슴 따뜻한 사연을 등록하여 공유할 수 있는 홈페이지를 구축하였습니다. 또한, 등록된 글을 다양한 SNS 계정을 통해 전파하고, 그 중 대중으로부터 가장 많은 '좋아요'를 획득한 사연의 주인공을 우승자를 선정하여 LG 상품권을 전달하였습니다.



시리아 (LG Quiz Show)

시리아에서는 '우리 마음속의 시리아' 실천의 일환으로, 내전으로 고통 받고 있는 시리아인들에게 위로와 희망을 준다는 취지에서 장학퀴즈 대회를 실시하였습니다. 최종 우승자에게 상금으로 대학등록금을 수여하였습니다.



LG전자는 'LG와 함께라면 언제나 Life's Good'이라는 슬로건 아래, 사업을 영위하고 있는 세계 각지에서 지역사회의 발전에 기여하는 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다. 2015년에는 한 해 동안 약 9만 명(연인원 기준)의 임직원이 참여한 가운데 48개국 89개 사업장에서 사회공헌 활동을 펼쳤습니다. 각 지역별로 특화된 사회공헌 프로그램은 다음과 같습니다.



대만(Life's Good with Hope, Dare to Dream)

대만에 있는 아동기금 단체와 협업하여 어린이들의 꿈을 이뤄주는 프로그램을 실시하였습니다. 대학생 자원봉사자들과 10개의 지방학교를 순회하며 어린이들의 꿈을 실현시켜 주고 이를 동영상으로 촬영하여 인터넷에 업로드한 다음, 온라인 투표를 진행하면서 일반 대중에게 어린이들의 소망을 전달하고, 그들의 꿈을 이루어주는 일에 동참하도록 장려하였습니다.



중국(LG와 함께하는 행복한 방학)

중국 차세대교육기금회와 함께 '행복한 방학' 프로그램을 실시하였습니다. 방학기간을 이용하여 농촌지역 출신의 대학생 자원봉사자 1천 명이 자신의 고향을 방문하여 이 지역에 거주하는 3천 명의 이주노동자 자녀에게 후원물품을 전달하고 지역사회 문제 해결에도 직접 참여하는 프로그램입니다.



한국(LG정보나래)

IT제품 및 정보서비스에 대한 장애인 접근성을 강화하기 위해 MC사업본부 임직원으로 구성된 자원봉사자들이 13년째 진행하고 있는 활동입니다. 중증장애인 및 다문화 장애가정을 방문하여 1:1로 컴퓨터와 휴대폰의 사용법 등을 가르치고 있습니다. 장애인들의 컴퓨터 활용능력을 겨뤄보는 '장애인 IT 경진대회'를 후원하였습니다.



한국(꿈을 그린 티셔츠)

CTO부문 디자인센터 소속 디자이너들은 2013년부터 자신의 감성과 재능을 활용하여 한 부모 가정에 추억이 담긴 가족앨범을 제작해주고 어린이들이 원하는 그림을 티셔츠에 직접 그려 선물하는 재능기부 활동을 펼치고 있습니다.



> 임직원

With Our Employees

WHAT IS IMPORTANT?

2015년 LG전자 중대성 분석 결과

- 1) 노동기본권 보장
- 2) 노사관계 증진 및 고충처리 활성화
- 3) 협력회사 노동·인권 리스크 관리가 1순위로 나타났으며, 차별금지 및 다양성 관리, 가족친화경영 등도 주요 이슈로 나타났습니다.

HOW WE MANAGE IT?

Our Approach

LG전자는 국가별 특수성을 고려한 차별없는 인사제도를 운영하며 구성원의 지속적인 역량 향상을 지원하고 있습니다. 또한 지속가능한 성장을 이룰 수 있도록 조직과 구성원의 변화를 유도하고 이를 유지·강화하는 조직문화를 만들기 위하여 노력하고 있습니다.

Our Evaluation

LG전자는 우수인재의 확보·육성을 위하여 'HR 펀더멘털 강화'를 핵심과제로 선정하여 추진하고 있으며, 임직원 개개인의 성장 로드맵 작성을 위하여 1:1 케어링 인사관리체계를 수립하여 운영하고 있습니다.

Future Direction

- 1) 일과 삶의 균형을 추구하는 조직문화 구축
- 2) 현장 점검 강화를 통한 실제 개선 유도
- 3) 근로자 인권 보호 위한 제도 개선

Stakeholder Statement

“ LG전자의 신설 법인 중 하나인 베트남 하이퐁(LGEVH) 법인은 자체적으로 실행하는 다양한 팀워크 프로그램을 통해 다져진 신뢰관계를 기반으로 성과를 견인하고 있습니다. 또한 임직원 개개인이 업무에 필요한 지식을 습득하고 효과적으로 업무에 적용할 수 있도록 임직원 교육에도 힘쓰고 있습니다. 본사에서도 열정적인 전문인력을 파견해 지사에서 기획 및 실행하는 프로그램과 활동이 성공적으로 진행될 수 있도록 지원하고 있습니다. LGEVH의 전 임직원은 LG전자 최고의 해외 법인이 되겠다는 공동의 목표 아래 업무에 매진하고 있습니다.



Do Thi Ngoc
 LG전자 베트남법인 (LGEVH) HR팀

BOUNDARY

- / 내부 이해관계자
- / 외부 이해관계자



Our Performance



100%
 생산사업장 안전등급 달성



27년 연속
 임금 및 단체교섭 무분규 합의



26,000건
 제품 아이디어 공모전



직무 College
14개
 직무교육과정
830여 개
 임직원 교육체계

글로벌 HR 관리

LG전자는 세계 각지에 생산, 판매, 서비스, 연구소 등의 글로벌 네트워크를 구축하고 200여 개국 이상의 지역에서 전 세계 고객을 대상으로 비즈니스를 수행하는 글로벌기업입니다. 2015년 말 기준으로 LG전자는 한국 37,904명, 해외 39,272명 등 총 77,176 명이 글로벌 사업장에서 업무를 수행하고 있습니다.

글로벌 HR 제도 운영

LG전자는 LG Way를 사고 및 행동의 기준으로 삼고 있습니다. 이에 따라 HR 측면에서도 'LG Way에 대한 신념과 실행력을 겸비한 LG인'을 인재상으로 삼고 있으며, LG Way에 바탕을 둔 인사철학에 맞춰 HR제도를 설계하고 조직을 운영하고 있습니다. 특히 인재육성을 위해서는, LG Way의 정신에 따라 국내외의 모든 임직원이 동등한 기회 아래 성장할 수 있도록 동일한 인재육성시스템을 적용하고 있습니다.

HR 핵심과제 선정

최근의 글로벌 경영환경은 과거 60여년 간의 고도성장기를 지나 사업구조, 경영방식, 조직문화의 본질적인 변화가 요구되는 저성장기로 접어들었습니다. 이처럼 새로운 경영환경에서도 지속가능한 성장을 이룰 수 있도록 조직과 구성원의 변화를 유도하고 이를 유지·강화하는 조직문화를 만들어가고자 합니다. 이 같은 관점에서 HR부문에서는 우수인재를 지속적으로 확보·육성하는 동시에, 이들이 새로운 미래를 준비하고 이끌어갈 수 있도록 'HR 퍼던멘탈 강화'를 핵심과제로 선정하여 추진하고 있습니다. 그 일환으로 LG전자는 1:1 케어링 인사관리체계를 확대하는 동시에 이를 보다 효과적으로 관리하기 위해 빅데이터 분석시스템을 도입하는 등 전산시스템도 지속적으로 고도화하고 있습니다. 또 구성원 개인 측면에서는 '기본에 충실한 HR'을 구현하여 개인역량의 지속적 발전을 촉진하고, 조직 측면에서는 LG전자에 최적화된 매트릭스 조직을 정착시킬 수 있도록 각종 HR 인프라를 정비·확충하는 등 기본에 충실한 HR 퍼던멘탈을 강화해가고 있습니다.

새로운 사업구조를 위한 조직체계 혁신

LG전자는 새로운 사업구조가 가능한 유연한 조직을 운영한다는 취지에서, 신세대의 출현, 저성장기의 경영환경 변화, 급변하는 사회구조, 그리고 미래의 사업전략에 부합하는 최적의 조직체계와 제도를 설계하여 적용해가고 있습니다. 특히 구성원 개개인의 역



01-



02-

- 글로벌 우수인재 지속 확보
01: LG 테크노 컨퍼런스
02: LG 코드 챌린저 경연대회

량을 극대화할 수 있는 조직, 직무와 성과 중심의 제도, 미래형 직급 구조 등을 새롭게 설계하는 등 미래 사업에 발 빠르게 대처할 수 있는 유연한 조직구조를 만들어가고 있습니다. 한편으로 LG전자는 '직원몰입(Global Employee Engagement)의 활성화'를 목표로 삼아 인재육성과 동기부여를 위한 다양한 제도를 운영하고 있습니다. 이는 확립된 제도가 아니라 개인을 맞춤형으로 육성할 수 있는 프로그램을 운영하는 데 초점을 맞추고 있습니다. 그 중에서도 1:1 케어링 면담은 LG전자가 역점을 두고 운영하는 프로그램 가운데 하나입니다. 이는 모든 직원이 조직책임자와 정기적으로 실시하는 인재육성 면담제도로, 단순히 통과리례적으로 실시하는 형식적 면담이 아니라 직원 개개인의 성장에 실질적인 가치를 제공하는 면담으로 시행되고 있습니다. 이 면담제도는 한국뿐 아니라 해외의 인력에게도 동일하게 적용되고 있고 개인에게 최적화된 방식으로 실시하기 때문에, 국내외의 모든 임직원이 자신의 성장 로드맵을 구축하는데 도움이 되고 있습니다.

퇴직연금 제도 운영

LG전자는 정부 운영지침에 따라 1년 이상의 근속자를 대상으로 퇴직금을 지급하고 있습니다. 해외 법인의 경우에는 각 국가별 상황에 맞추어 해당 국가의 정부지침 사항에 따라 운영하고 있습니다. 2015년 퇴직률은 한국 4.5%, 해외 27.0%로 한국에 비해 해외가 지속적으로 높게 나타나고 있습니다. 해외의 높은 퇴직률은 글로벌 경기하락에 따른 생산물량 감소로 인한 법인 통폐합 및 신흥국가에 주로 위치하고 있는 법인의 불안정한 경제/사회적 상황이 퇴직의 주요 요인으로 파악되고 있습니다. 한편, 우수 인재의 지속적

인 케어링 강화를 위해 퇴직 및 고용종료 인원 중 경력이 풍부하고 역량이 뛰어난 일부 인력은 전문고문 및 자문으로 활용하고 있습니다.

다양성 관리 강화

LG전자는 한국뿐 아니라 해외의 사업장에서도 여성, 외국인, 장애인 등 각자의 특성을 가진 다양한 인력들이 존중받으며 자신의 능력을 충분히 발휘할 수 있도록 지원하고 있습니다. 따라서 LG전자의 전 세계 사업장에서는 성별, 인종, 학력, 종교 등의 이유로 인한 차별이나 불이익이 전혀 없습니다. 전체 구성원 가운데 여성인력이 차지하는 비율은 22%(해외 29%, 한국 16%)입니다. 한국사업장은 해외사업장에 비해 상대적으로 여성인력이 적은 편이나, 지속적으로 여성인재를 선발·육성하여 그 비율을 높여가고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로 LG전자는 여성인재들이 안정적으로 일할 수 있도록 '일과 가정의 균형'을 장려하고 있습니다. 특히 육아의 어려움으로 인해 경력의 단절이 발생하지 않도록 육아휴직의 사용을 적극 권장하고 있습니다. 이에 따라 육아휴직 인원이 꾸준히 증가하여 2015년에는 전년 대비 20% 증가한 720명이 육아휴직제도를 활용하였습니다. 이와 함께 LG전자는 경제적 불안정을 최소화한다는 취지에서 비정규직 고용을 줄이기 위해 노력하고 있으며, 사회적 배려 대상인 장애인 고용을 확대하기 위해 장애인 활용이 가능한 부서를 대상으로 채용을 권장하고 있습니다.

글로벌 우수인재 지속 확보

글로벌시장의 경기침체와 저성장 추이의 장기화로 인해 어려운 사업환경이 계속되고 있지만, 한국을 비롯하여 미국, 독일, 영국, 중국 등 세계 각국의 주요 대학에서 정기적으로 채용설명회를 실시하는 등 미래 성장의 주역이 될 우수인재를 확보하기 위해 지속적인 노력을 기울이고 있습니다. 특히 지주회사 주관으로 미국과 한국에서 테크노 컨퍼런스를 실시하고 있으며, 해외 유수대학의 석·박사급 인재 300여 명을 초청하여 기술세미나 및 기술면접을 실시하고 있습니다. 한국에서 주요 대학의 우수인재를 대상으로 채용설명회 및 직무상담을 실시하는 'LG Day'도 젊은 인재들의 큰 관심을 모으고 있습니다. 또한, 장기적인 관점에서 선 확보가 필요한 인재들에게 산학장학금을 제공하고 졸업 후 입사와 연계하는 '산학 장학생 선발 프로그램', R&D 분야의 전문가가 장기간에 걸쳐 전문성, 창의성, 사회성 등을 검증하여 우수인력을 조기 발굴·확보하는 '드림멘토링' 등의 프로그램을

운영하고 있으며, 전문인재 확보를 위한 방안의 하나로 '코드챌린저' 등의 경연대회 프로그램도 실시하고 있습니다. 뿐만 아니라 산학협력의 일환으로 주요 대학과 함께 R&D 프로젝트를 수행하면서 우수인재를 확보하는 활동을 병행하고 있으며, 필요 분야에 따라 맞춤형으로 선수과목을 이수토록 한 후 입사로 이어가는 'LG Track'도 운영하고 있습니다. 이 밖에도 LG전자는 북미와 일본의 R&D분야 우수대학에 유학 중인 인재들을 대상으로 연 2~3회에 걸쳐 현지에서 입사 설명회를 개최하고 있으며, 현지 유학생회와 네트워크를 강화하면서 선 확보가 필요한 우수인력에 대해 1:1 밀착형으로 인재확보 활동을 펼치고 있습니다.

우수인재를 위한 인재양성 강화

LG전자는 우수인재를 지속적으로 육성하기 위해 대상인력들을 사업가, Function 리더, 전문가 등의 Track으로 나누어 맞춤형 인재로 양성하는 인재양성 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한 글로벌기업에 걸맞은 전문가 양성을 위해 지역전문가 제도를 운영하고 있습니다. 지역전문가 제도는 대리~과장급의 젊은 인재들을 좋아, 중남미, 인도, 동남아, 중국 등 세계 각지에 매년 일정 규모로 파견하여 해당 지역에 특화된 전문가를 육성하는 제도입니다. 이와 함께, 우수인재들이 더욱 발전할 수 있는 기회를 제공하기 위해 다양한 학위파견제도도 운영하고 있습니다. 한국 및 해외 우수 대학의 MBA과정 파견, R&D 전공자들의 석·박사 학위과정 파견, 특화된 직무(생산·HR·재무·특허·법무 등) 수행자의 학위과정 파견 등이 있습니다. 해외법인에서는 핵심인재 육성 프로그램의 하나로 한국본사 순환근무제도를 운영하고 있습니다. 이 제도는 장·단기로 나누어 매년 30여 명의 규모로 운영하고 있는데, 2010년부터 2015년까지 180명의 해외 우수인력이 한국 순환근무에 참여하였습니다.

공정한 평가와 보상을 통한 동기부여

LG전자는 국내외의 전 임직원을 대상으로 동일한 성과평가 제도를 운영하고 있습니다. 본 제도는 성과주의 원칙에 입각하여 차별적 보상을 시행할 수 있도록 상대평가 방식으로 시행 중입니다. LG전자는 남녀 간 기본급의 차이 없이, 당해년도의 조직 및 개인별 성과 달성률에 따른 성과평가 결과를 기준으로 차별적인 보상을 지급하고 있습니다. 2015년 기준으로 한국 대학 졸업 신입사원의 초임은 법정 최저임금 대비 226% 수준이며, 능력 위주로 공정하게 보상하고 있습니다.



01.



02.



03.



04.



05.

- 구성원 커뮤니케이션

01: LG 패밀리 오픈 데이(인도연구소)

- 교육방식 다변화

02: 글로벌 다자간 실시간 원격교육(한국-브라질)

03: 스마트폰을 이용한 실시간 원격 교육

04: 실시간 원격 교육 중 채팅창을 통한 현업 피드백

05: LG Live 스튜디오

인재육성 전략

LG전자는 LG전자만의 새로운 사업구조, 경영방식, 조직문화에 부합하는 인재를 육성하기 위해, 인재육성 전략의 기초를 '저성장기 시장 선도를 위한 인재육성'으로 설정하고 있습니다. 그리고 신성장사업의 역량을 강화하고 미래시장을 선도할 사업가·핵심인재를 육성하여 경영성과 창출에 직접적으로 기여하고자 노력하고 있습니다. 이를 위해 '고객가치 창출을 통한 시장선도 맞춤형 교육', '신사업·전략사업 육성', '생애주기별 교육', 그리고 '교육의 효과·효율성 제고를 위한 교육고도화'를 핵심과제로 선정하여 적극 추진하고 있습니다.

시장선도를 위한 교육 강화

사업가·핵심인재의 실전역량 배양

LG전자는 시장 선도 및 고객가치 창출을 선도하는 사업가·핵심인재를 육성하기 위해, 실전역량과 미래 필요 역량을 제고할 수 있는 정교화된 교육과정을 설계하여 제공하고 있습니다. 특히 핵심인재에 대하여 자체 개발한 종합실습 시스템(Assessment Center)의 평가결과를 활용하여 심층진단하고, 교육을 통해 배운 지식과 경험을 사업여건에 맞게 통합 적용하여 자신의 약점을 확인·보완할 수 있도록 종합 과제 시뮬레이션 프로그램을 시행하고 있습니다. 더불어, 역할 수행에 필요한 역량을 사전에 확보할 수 있도록 육성 대상별로 차별화된 맞춤형 교육을 운영하고 있습니다.

직무 College를 통한 구성원 직무역량 강화

LG전자는 '강한 조직, 행복한 구성원'을 모토로 하여 자기성장과 조직성장이 조화를 이룰 수 있도록 노력하고 있습니다. 이를 위해 1:1 케어링 시스템과 연계하여 개인별로 경력개발계획을 수립하고 필요한 교육을 이수토록 하는 '직무학점제'를 운영 중입니다. 동시에 개인별 보유 역량과 개발 필요 역량을 도출하고 각각의 역량수준을 확인한 후 회사가 추천하는 교육에 참가할 수 있도록 14개의 직무 College를 구축하여 운영하고 있습니다. 직무 College에서는 분야별로 사내의 전문가를 활용한 830여 개의 직무교육과정을 개발하여 가동하고 있습니다. 이에 따라 전 구성원은 진급 등 인사제도와 연계된 직무학점을 취득할 수 있으며, 이를 통해 체계적이고 계획적으로 개인별 필요 역량을 향상시킬 수 있습니다.

신사업 · 전략사업 강화 지원

LG전자는 급변하는 산업 및 기술의 변화에 대응하여 신사업 · 전략사업의 펀더멘털을 조기에 확보할 수 있는 교육체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 특히 현업에 즉시 적용할 수 있는 실행력 중심의 교육과정들을 집중적으로 개발하고 사례 중심의 학습 방식을 확대하여, 신성장사업 전개 및 경영성과 창출에 실질적으로 기여하는 인재육성 활동을 강화하고 있습니다.

생애주기별 교육

LG전자는 구성원의 직급 · 직책 · 직무별 교육 외에도, 입사에서부터 은퇴 준비, 나이가 은퇴 후 관리를 지원하는 생애주기별 교육 프로그램(은퇴자 컨설팅, 사내 전문강사 육성 등)을 제공하고 있습니다. 생애주기별 교육 프로그램은 구성원 개인의 미래 설계 및 비전 달성을 지원할 수 있도록 입사에서부터 퇴직 이후 재취업에 이르기까지의 전과정을 지원하는 평생 교육 프로그램입니다. 이를 통해 LG전자는 모든 구성원이 성장 · 성찰 · 변화의 과정을 통해 자신의 특장점을 발견하고 퇴직 이후의 생애설계를 준비함으로써 의미 있는 삶을 계획할 수 있도록 지원하고 있습니다. 2015년 한국 사무직 인력을 기준으로 1인 평균 79시간을 교육하였습니다. 교육 비용은 총 396억 원이 투입되었으며, 한국 사무직 재직자 연간 평균 인원 기준(29,650명)으로 환산한 인당 교육비용은 134만 원이었습니다.

교육의 효과 및 효율성 제고(교육 고도화)

과제 해결능력 강화

LG전자는 '일과 교육의 경계가 없는 과제 해결' 방식의 컨설팅 교육을 강화하고 있습니다. 이는 업무 수행과정에서 수시로 참여하는 컨설팅이나 세미나와 같은 비정규 교육 프로그램으로서, 구성원의 문제해결 능력을 향상시키고 사업성과를 높이는 데 큰 도움이 되고 있습니다. 일례로 R&D 전략 기술 분야의 경우 국내외 기술전문가와 사내 프로젝트팀을 연계한 컨설팅 학습을 운영하여 사업성과 창출에 기여하는 실사구시의 교육을 실시함으로써, 제품의 품질 · 기능 향상에 기여하고 궁극적으로는 '고객을 위한 가치'를 창조하는 밑거름이 되고 있습니다.

교육과정 설계 정교화

LG전자는 14개 직무 College의 75개 분과위, 1,500여 명의 전문가를 통해 정교하게 설계된 맞춤형 직무 교육을 실시하고 있습니다. 최근에는 사전학습을 통해 기본지식을 습득하고 본 학습에서는 현장에서 발생했던 사례들을 주제로 상호 토론실습을 실시하여 현업에 적용할 수 있는 솔루션을 발굴함으로써, 궁극적으로 개개인의 직무수행역량이 향상될 수 있도록 하는 '거꾸로 학습(Flipped Learning)' 방식을 추진 중입니다.

교육방식 다변화

LG전자는 시간과 장소에 상관없이 누구나 적절한 교육에 참가할 수 있도록 다양한 실시간 원격교육 프로그램을 제공하여 보다 많은 임직원들이 교육에 참여할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 특히, 해외법인 구성원들은 연간 실시간 방송표를 통해 원하는 시간대별로 원격 교육에 참여하고 있으며, 강사와 학습자간 쌍방향 토론이 가능한 것이 특징입니다. 집합교육 참가자 외 현업 구성원들도 실시간 원격 교육에 참여하여 더욱 다양한 피드백 및 평가 활동에 참여할 수 있으며, 학습 커뮤니티를 통해 학습자끼리 자발적으로 지식을 생성하고 공유할 수 있도록 지원하고 있습니다. 특히, 가상현실(VR), 증강현실(AR) 등 학습의 효과/효율성을 높일 수 있는 다양한 교육기자재를 활용하는 등 새로운 교육방식을 지속적으로 발굴하여 교육현장에 적용 중입니다.

LG전자 국가인적자원개발 컨소시엄

LG전자는 고용노동부로부터 5년 연속 최우수 교육기관으로 선정되었습니다. 2006년에 개원하여 교육사업을 수행하고 있는 국가인적자원개발 컨소시엄은 협력회사에서 필요로 하는 현장인력을 맞춤 형태로 양성하여 공급하는 등의 특화된 교육을 실시하고 있으며, 재직중인 근로자에게는 직급/직책별 교육 프로그램을 설계하여 직무능력 향상에 도움을 주고 있습니다.

임직원 교육체계



임직원 현황(단위: 명)

지역별			직무별				나이별					
지역	인원	비율	구분	직무별	전체(정규+임시)	여성	비율	나이별	인원	비율	한국	해외
한국	37,904	49.1%	한국	사무직	29,650	4,409	14.9%	20대 이하	22,554	29.2%	8,392	14,162
중국	9,976	12.9%		기능직	8,004	1,544	19.3%	30대	34,702	45.0%	17,720	16,982
CIS	1,906	2.5%		임원	250	1	0.4%	40대	14,655	19.0%	8,500	6,155
유럽	5,092	6.6%		합계	37,904	5,954	15.7%	50대 이상	5,265	6.8%	3,292	1,973
인도	4,704	6.1%	해외	사무직	22,588	6,208	27.5%	합계	77,176	100.0%	37,904	39,272
일본	215	0.3%		기능직	16,621	5,111	30.8%					
중동 & 아프리카	2,164	2.8%		임원	63	1	1.6%					
북미	2,168	2.8%		합계	39,272	11,320	28.8%					
중남미	7,098	9.2%	전사	사무직	52,238	10,617	20.3%					
아시아	5,949	7.7%		기능직	24,625	6,655	27.0%					
합계	77,176	100.0%		임원	313	2	0.6%					
				합계	77,176	17,274	22.4%					

임직원 다양성 관리 현황

여성인력 현황(단위: 명)



구분	2015	2014	2013
한국	5,954	6,049	6,244
해외	11,320	13,820	14,456
합계	17,274	19,869	20,700
비율	22.4%	23.8%	24.1%

퇴직율(정규직 기준/단위: %)



구분	2015		2014		2013	
	전체	여성	전체	여성	전체	여성
한국	4.5	5.8	6.0	7.8	4.3	6.3
해외	27.0	30.1	23.1	24.5	27.4	32.3
합계	16.3	22.4	15.3	19.5	17.0	24.7

육아 출산 관리(한국 기준)



구분	성별	2015	2014	2013
육아출산 휴가(명)	남자	59	59	26
	여자	661	542	466
업무 복귀율	남자	93%	97%	92%
	여자	98%	99%	99%
업무 복귀 후 12개월 이상 근무율(=보유율)	남자	72%	100%	82%
	여자	87%	98%	97%

비정규직율(한국 기준)



구분	비율
2015	1.1%
2014	1.1%
2013	1.7%

장애인고용(한국 기준)



구분	비율
2015	1.72%
2014	1.71%
2013	1.36%

주요 교육지표(한국/사무직 기준)

구분	2015	2014	2013
교육비 지출액(억 원)	396.2	413.2	482.3
집합 교육 이수인원(명)	97,425	90,412	93,215
인당 집합 교육(평균횟수)	3.2	3.1	3.1

평균근속 년수(단위: 년)

구분	2015	2014	2013
한국	10.8	10.1	9.6
해외	6.8	6.0	5.7
합계	8.8	7.9	7.5

복리후생 실적 및 현황(한국)

복리후생 실적(단위: 억 원)

구분	2015	2014	2013
법정	2,226	2,193	2,029
법정 외	1,196	1,276	1,310
합계	3,422	3,469	3,339

*법정: 국민연금, 건강보험, 고용보험, 산재보험 지원 *법정 외: 법정 복리후생제도를 제외한 지원

복리후생제도 운영 현황(한국 기준)

1	여가생활 지원	5	교육 지원
2	출산·모성 보호 지원	6	법정 복리후생
3	의료·건강 지원	7	선택적 복리후생
4	주거·생활안정 지원		

조직문화, 일과 삶의 균형

LG전자만의 일하는 방식

LG전자는 창의와 자율의 조직문화를 구축하고 이를 기반으로 일등LG의 비전을 실현하기 위해 'LG전자만의 일하는 문화 조성'을 목표로 하는 다양한 조직문화 활동을 전개하고 있습니다. 특히 상하 간의 막힘없는 소통 문화를 구축하여 모든 구성원이 한 방향으로 빠르게 실행하는 문화를 조성하는 데 많은 노력을 기울이고 있습니다. 동시에 모든 구성원이 참여하는 조직 변화 활동을 전개하고 있으며, 조직 간 시너지를 제고할 수 있는 협업체계 구축 프로그램도 운영하고 있습니다. 한편으로는 구성원이 저마다의 일을 통해 조직과 함께 성장하고 행복한 삶을 영위할 수 있도록 다양한 구성원 케어링 프로그램을 운영하고 있습니다.

한 방향으로의 빠른 실행 문화 구축

LG전자는 모든 구성원이 참석하는 분기조회 행사를 통해 현재의 시장상황과 이에 대한 대응전략, 그리고 사업 성공을 위한 경영방향 등을 공유하고 있습니다. 그리고 분기조회 내용의 하부 전개를 위해 각 조직별 리더십 미팅과 팀 단위 워크숍을 실시하고 있습니다. 조직별 리더십 미팅은 전사 차원의 변화 방향에 맞춰 조직실행력을 가속화할 수 있는 방안을 논의하는 자리인 동시에 리더들이 성과를 창출하면서도 존경 받는 강한 리더십을 발휘할 수 있도록 리더로서의 역할과 책임에 대해 마인드를 새롭게 재정립하는 자리이기도 합니다. 또 팀 단위 워크숍은 팀의 조직역량을 강화하고 장래의 성과 창출을 위해 현재의 모습을 리뷰하고 필요한 실천과제를 선정한 뒤 변화활동을 전개하는 모임입니다. 또한 변화활동의 성과가 두드러진 우수 실천사례를 공유하여 서로 배우는 기회를 제공하기도 합니다. 이 워크숍은 매년 상·하반기로 나눠 연 2회씩 진행됩니다.

구성원 참여 중심의 변화활동 전개

LG전자는 구성원 누구나 직·간접적으로 경영활동에 참여하여 스스로 변화를 주도하는 강력한 실행력과 팀워크를 갖춘 조직으로 진화하기 위해 끊임없이 구성원 참여 중심의 소통활동을 전개하고 있습니다. 이같은 노력으로, 2005년부터 운영하고 있는 제품 아이디어 공모전의 경우 2016년 2월 현재까지 26,000여 건의 아이디어가 접수되는 성과를 거두었습니다. 또 2014년 7월 개설한 '일하는 방식 개선 제안 게시판'에는 2016년 2월 현재까지 회의·보고 방

법 개선 방안, 조직 시너지 극대화 방안, 리더 대상의 조직운영 아이디어 제안, 업무 노하우 등 332건의 제안이 접수되었으며, 그 중 구성원 참여가 가장 높았던 게시물에는 48,000여회의 조회수와 1,500여 건의 댓글이 등록되기도 하였습니다.

조직 시너지 확대 및 협업체계 구축

LG전자는 조직 간, 계층 간 시너지 제고 및 협업체계 구축을 위해 LG전자 고유의 다양한 커뮤니케이션 프로그램을 운영하고 있습니다. 대표적인 프로그램으로는 '조직 간 오픈 커뮤니케이션'과 '하모니 1+1', '신규 리더 소프트랜딩 프로그램' 등이 있습니다. 이들 프로그램은 조직 간에 발생할 수 있는 갈등이슈를 해결하거나 잠재적 문제의 발생 가능성을 낮추는 활동으로써, 주로 실무적인 문제들을 해결하는 데 중점을 두고 운영하고 있습니다.

오픈 커뮤니케이션

오픈 커뮤니케이션은 수평적인 소통문화의 강점을 극대화하여 조직시너지를 제고하기 위해 특정 임원이 타 조직의 구성원들과 실시하는 간담회로써, 조직 상호 간의 이해와 상하 간의 일체감을 높이는 데 유용한 프로그램으로 자리 잡고 있습니다.

하모니 1+1

하모니 1+1은 업무관계에 있는 두 팀 또는 다수의 팀이 만나 업무현장에 잠재해 있는 갈등 이슈에 대해 공유하고 그 해결 및 협력 방안을 논의함으로써 협업을 통한 조직 시너지 창출에 기여하는 활동입니다. 이 프로그램은 논의과정에서 각 팀별 실천과제를 도출하여 서로 합의하고, 이를 반드시 실행하도록 점검하는 프로세스를 운영함으로써 효과를 극대화하고 있습니다.

신규 리더 소프트랜딩 프로그램

새로운 조직책임자가 부임한 경우, 조직책임자와 해당 조직의 멤버들이 서로 소통하는 기회를 제공함으로써 신입 조직책임자의 조기 전략화 및 팀워크 향상을 촉진하는 프로그램입니다. 이 프로그램은 오픈 커뮤니케이션과는 달리 새로운 조직책임자가 부임하면 3개월 내에 반드시 실시하도록 의무화하고 있다는 것이 특징이며, 조직책임자와 멤버들이 상호 기대사항을 확인하고 유대감을 형성하는 계기로도 작용하고 있습니다.

CASE STUDY

창원사업장 여사원의 날 행사 개최



2016년 3월 LG전자 H&A본부는 세계 여성의 날을 기념하여 '2016 창원사업장 여사원의 날 행사'를 개최하였습니다. 이 행사는 여사원들의 사기를 진작하는 구성원 케어링 차원에서 개최한 것으로, 400여 명의 여사원이 참석하여 성황을 이루었습니다. 행사 중에는 '여성, 미래의 리더'를 주제로 한 본부장 오픈닝 스피치, '예능에서 배우는 여성 리더십'을 주제로 한 명사 초청강연 등이 있었습니다. 오픈닝 스피치에서 H&A본부장은 "개인의 비전과 조직의 비전을 조화롭게 매치하면서, 한계를 극복하는 도전의식과 책임감, 꿈과 열정, 그리고 자부심을 바탕으로 미래의 리더로 성장하는 여성인재가 되기를 기대한다"고 당부했습니다. 또한, 행사에 참석한 많은 여사원들은 "매우 인상적이고 유익한 시간이었으며, 회사생활에 활력을 느낄 수 있는 계기가 되었다"는 소감을 밝혔습니다. 앞으로도 LG전자는 여사원들의 사기를 높이기 위해 지속적으로 정기적으로 다양한 케어링 프로그램을 운영할 계획입니다.

일과 삶의 균형

LG전자는 회사의 중장기적인 성장과 도약을 위해서는 구성원의 행복이 우선되어야 한다고 생각합니다. 구성원의 행복이 강한 조직을 만들고, 강한 조직이 구성원의 행복으로 이어지기 때문입니다. 이러한 신념에 따라 LG전자는 구성원의 행복을 담보할 수 있도록 '일과 삶의 균형'을 추구하는 조직문화를 구축하고 있습니다.

한국

LG전자는 모든 구성원이 일을 통해 조직과 함께 성장하면서 한편으로는 개인의 풍요로운 삶을 추구하는 '일과 삶의 균형(Work & Life Balance)' 환경을 조성하기 위해 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다. 이러한 균형 있는 삶을 실현하기 위한 전제는, 일할 때는 업무시간 내에 몰입하여 일함으로써 불필요한 추가근무를 하지 않는다는 것입니다. 이에 따라 LG전자는 전사적으로 '스마트 워킹 데이'를 운영하여 정시 퇴근을 제도화함으로써, 모든 구성원이 근무시간 중에는 본연의 업무에 집중하여 일하고 퇴근 후에는 구성원 개인 혹은 가족과의 여가시간을 보낼 수 있도록 지원하고 있습니다.

사업장별로 심리상담실과 휴게실을 상시 운영함으로써 업무로 인한 스트레스와 피로를 적절하게 관리할 수 있도록 지원하고 있습니다. 특히 심리상담실에서는 전문가를 통해 구성원의 심리상태를 점검하고 그에 맞는 해결방법을 제시함으로써 스트레스 관리 및 리프레시에 도움을 주고 있습니다. 또한, 팀 단위 심리 프로그램을 통해 조직구성원 간의 이해와 신뢰를 제고하여 업무를 더욱 효율적으로 수행할 수 있도록 지원하기도 합니다.

구성원 가족에 대해서도 가족 케어링 프로그램을 통해 각별한 관심을 표명하고 있습니다. 매년 초등학교에 입학하는 자녀를 둔 임직원에게는 경영진의 축하 메시지와 함께 입학선물을 증정하고, 수험생 자녀를 둔 임직원에게는 선물과 응원 메시지를 전달하여 힘을 북돋아줍니다. 2015년에는 총 2,951명의 임직원이 자녀 대상의 케어링 프로그램에 참여하였습니다. 또한 가족행사가 있는 특별한 날에는 임원차량 이벤트 차량으로 지원함으로써 가족과 연인, 부모님들과 특별한 날을 기념할 수 있게 하는 'Special Car Event'도 수시로 운영하고 있습니다.



01.



02.



03.



04.



05.



06.

- 01: 심리상담실
- 02: 인도 노이다 생산법인
- 03: 태국 생산법인
- 04: 미국법인
- 05, 06: 베트남법인

해외

LG전자 해외법인은 법인이 소재한 현지의 문화에 대한 이해를 바탕으로 본사의 조직문화 비전에 부합하는 다양한 조직문화 프로그램을 개발·실행하여 직원들이 일과 삶의 균형을 이룰 수 있도록 노력하고 있습니다. 해외법인이 실행하는 각각의 조직문화 프로그램은 직원들에게 삶의 활력과 휴식의 기회를 제공하여 생활의 즐거움과 여유를 누리도록 하는 데 크게 기여하고 있습니다.

인도의 노이다 생산법인은 전 직원과 직원가족들을 사업장으로 초대한 가운데 매년 조직의 성과를 자축하는 행사를 개최하고 있습니다. 이 행사는 전통 점등식을 시작으로 댄스와 노래 공연은 물론 어린이들을 위한 게임 등 다양한 프로그램으로 구성되어, 직원들의 노고에 감사를 표하고 가족의 소중함을 되새기는 자리로 운영되고 있습니다.

태국의 라용 생산법인은 직원들이 신체적·정신적으로 최상의 상태를 유지하는 것이 중요하다고 보고, 2015년 LG피트니스 센터를 개장하였습니다. 이를 통해 직원들이 여가시간을 건설적으로 활용하면서 개인적·업무적인 스트레스를 해소하여 최적의 건강 상태를 유지하도록 지원하고 있습니다.

미국법인도 직원들이 일과 삶의 균형을 이룰 수 있도록 연중 다양한 정기·비정기 행사를 진행하고 있습니다. 이 중 직원들이 가장 열의를 보이는 행사는 배구대회로, 우승 트로피를 차지하기 위해 총 10개 팀이 뜨거운 경합을 벌입니다. 이 대회는 매년 미국 전 지역의 LG전자 사업장에서 개최하는 썸머 피크닉 행사의 일환으로 진행됩니다.

베트남법인은 매년 LG페스티벌을 개최하고 있습니다. 이 행사는 직원 간 유대감을 강화하고 건설적인 경쟁의식과 협동정신을 제고하고자 개최하는 것으로, 스포츠, 음악, 연극 등 다양한 분야의 경연을 실시하여 각 분야의 우수팀을 시상하는 방식으로 진행됩니다. 이 행사는 직원들에게 유쾌한 즐거움을 제공하는 것은 물론 동기부여와 자기계발 욕구를 증진하는 계기가 되고 있어 베트남법인 직원들이 일년 중 가장 고대하는 행사로 자리를 잡았습니다.

노동인권 보호

글로벌 노동방침

LG전자는 UN인권선언, ILO(International Labor Organization)의 다국적기업 및 사회정책의 원칙에 관한 3차 선언, OECD 다국적기업 가이드라인 등 노동·인권 관련 국제 기구 및 단체의 기준과 법규를 존중하며, UN글로벌콤팩트(UNGC)와 전자산업시민연대(EICC)의 회원사 행동규범도 준수하고 있습니다.

이를 바탕으로 2010년 8월에는 'LG전자의 모든 임직원은 인간으로서의 존엄과 가치를 가지며, 근로 제공과 관련한 행복을 추구하고 권리를 가지고 있다'는 내용의 '글로벌 노동방침(Global Labor Policy)'을 자체적으로 제정하였습니다. 그리고 이를 20개 언어로 번역하여 국내외 사업장에 배포하는 동시에 웹사이트를 통해서도 공시하고 있습니다. 2015년에는 EICC 행동규범 개정 및 국제사회의 강제노동 규제 강화 방침을 반영하여 글로벌 노동방침과 각 조항별 실천 가이드라인을 개정했습니다. 이번 개정에서는 '임직원 부담 채용수수료 금지', '청소년근로자 연장 및 야간 근무 금지', '단체협약과 평화적 집회 보장' 조항이 추가되었고, 이에 따른 점검항목도 보강했습니다.

노경관계(한국)

'노경(勞經)관계'라는 용어는 상호 대립적이고 수직적인 의미를 갖고 있는 노사관계라는 말을 대신해, 상호 존중과 신뢰를 바탕으로 근로자와 경영자가 제 역할을 다함으로써 공동으로 가치를 창출한다는 뜻을 담은 LG 고유의 개념입니다.

노경관계의 한 축을 담당하는 LG전자노동조합은 단체협약 및 노조 규약에 따라 각 사업장에 종사하는 임직원을 가입 대상으로 하고 있으며, 2015년 말 기준으로 한국 내 전체 임직원의 약 21%인 8,004명이 조합원으로 가입하였습니다. LG전자는 LG전자노동조합과 함께 분기별로 개최하는 노경협의회, 연 1회 개최하는 임금 및 단체교섭 등 공식적인 회의체를 운영하고 있습니다. 뿐만 아니라 평상시 다양한 채널을 통하여 근로조건을 포함한 노경 상호 간의 현안이슈들을 논의하고 있으며, 중대한 사업변동이 발생할 경우에는 즉시 노동조합과 긴밀하게 논의 및 협의하고 있습니다. 단체협약의 결과는 비조합원을 포함해 한국 내 전 임직원에게 적용됩니다. 2016년 3월 개최한 임금 및 단체협상에서는 임금인상 및 정기상여 지

급일 변경 등 인사규정 개정 사항이 합의되었습니다. 한편, 지난 27년 동안 임금 및 단체교섭 무분규 합의의 전통을 이어가고 있는 LG전자는 노동조합에 가입하지 않은 비조합원의 의견도 폭넓게 수렴하기 위해 사무직 사원의 대의기구인 '주니어보드(Junior Board)' 제도와 부서별·계층별 간담회 등 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영하고 있습니다.

고충처리

LG전자의 전 생산법인은 다양한 형태의 고충처리 프로그램을 운영하고 있습니다. 이들 프로그램은 고충을 가진 구성원이 EA(Employee Assistant)팀 담당자에게 직접 연락하거나 이메일 또는 핫라인을 통해 고충을 접수·신고하고, 담당자는 적절한 절차에 따라 검토·조사한 후 처리하는 방식으로 운영되고 있습니다. LG전자는 고충신고 시 신고자의 익명성이 보장되는 방법을 갖추도록 각 법인에 가이드하고 있습니다. 이같은 관점에서 터키와 멕시코 법인에서 운영하고 있는 키오스크를 통한 고충 접수·처리 시스템은 고충처리 우수사례로 널리 전파되고 있습니다.

글로벌 노동방침 개정 내용



- 2조 강제노동 금지**
채용 관련 수수료 금지 추가
- 3조 아동고용 금지**
18세 이하 청소년 근로자의 초과근무와 야간근무 금지 추가
- 4조 차별 금지**
차별금지 항목에 피부색, 나이, 임신여부 등 추가
- 5조 근로시간**
EICC기준 (주 60시간) 명확화
- 6조 임금과 복리후생**
징계 수단으로 급여공제 금지 추가
- 7조 결사의 자유**
단체 협약과 평화적 집회 추가

CSR 리스크 관리 프로그램

자가진단

LG전자는 전 생산사업장을 대상으로 CSR 이행수준을 평가하기 위해 매년 2회씩 EICC 자가진단 평가를 실시하고 있습니다. 2015년에는 국내외의 39개 전 생산사업장(해외 31개, 한국 8개)에 대해 평가를 실시하였습니다. 그 결과 CSR 이행수준은 평균 92.76점으로 2014년(89.18점) 대비 3.58점 상승하였고, 전 생산사업장이 안정등급(Low 리스크)을 달성했습니다(2014년 안정등급 사업장 33개). LG전자는 자가진단에서 전 생산사업장의 상향평준화라는 목표를 달성함에 따라 2016년에는 보다 심화된 내용의 평가항목으로 '심층 자가진단'을 실시하여 평가할 계획입니다.

자가진단 상 지역별 위험도는, 2014년에는 중동·아프리카지역 생산법인의 리스크 수준이 높은 것으로 나타난 바 있습니다. 그러나 2015년 들어 이들 지역의 리스크 개선에 주안점을 두고 개선을 유도한 결과 2015년 하반기 평가에서는 상대적으로 리스크가 높은 지역이 없는 것으로 나타났습니다.

한편, 자가진단을 통해 도출된 사업장별 개선과제는 총 78건이었으며, 2015년 말 기준으로 그 중 60건(77%)을 개선완료 하였습니다. 미개선된 과제는 채용수수료 등 2016년도 신규 리스크와 병행하여 개선될 수 있도록 관리할 계획입니다.

제3자 현장심사

LG전자는 EICC 자가진단뿐만 아니라 제3자 심사를 통해 생산사업장의 근로환경을 개선하고 있습니다. 2015년에는 총 3개 사업장(멕시코 멕시코칼리, 인도 푸네, 중국 남경세탁기)을 대상으로 EICC VAP(Validated Audit Program: 제3자 심사)를 실시하여 총 53개의 부적합 사항을 발견하였고 지속적으로 사업장과 개선을 추진하고 있습니다. 부적합 사항 중 안전보건 및 노동인권 분야가 약 74%로 다수를 차지하였습니다.

2016년에는 더욱 강화된 현장심사 기준을 반영하여 자가진단 문항을 전면 개편하고 이를 통해 발견되는 리스크를 조기에 개선함으로써, 보다 나은 근로환경을 위해 노력하겠습니다.

중국지역 현장점검

LG전자는 CSR 이슈가 빈번하게 발생하는 중국지역의 생산사업장에 대해 매년 현장점검을 실시하고 있습니다. 2014년에는 아동 및 강제노동에 초점을 두어 현장점검을 실시하였으며, 이어 2015년에는 인력 파견업체와 학생근로자에 대한 관리 실태에 주안점을 두고 6개 생산사업장을 대상으로 사전 설문 및 현장조사를 실시했습니다. 그 결과 아동 고용 관련 이슈는 발견되지 않았으나 학생근로자 고용에 따른 지속적인 모니터링이 필요한 것으로 파악되었습니다. 또한, 일부 인력파견업체가 현지 노동법을 준수하지 않은 사례(사회보장보험 누락 및 지연신고, 계약서 관리 미흡 등)도 발견되어 즉시 시정토록 조치하였습니다. 한편, 채용수수료 건과 관련해서는, 일부 사업장에서 신규인력 채용 시 건강검진 비용을 본인이 부담토록 하는 등 최근 국제 CSR 기준을 위반하는 사례가 발견되어 즉시 개선토록 조치하였습니다.

자가진단상 평가분야별 지역별 위험도

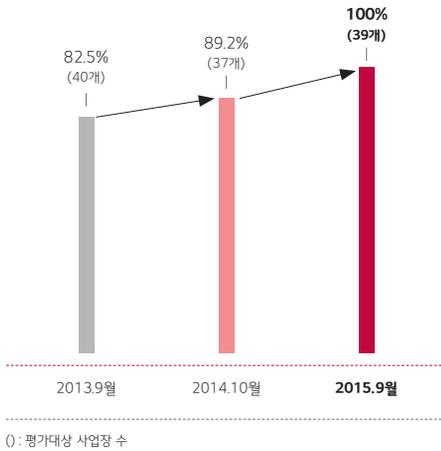
지역	총점/평균	노동인권	기업윤리	환경	안전보건	관리체계
한국	○	○	○	○	○	○
중국	○	○	○	○	○	○
아시아	○	○	○	○	○	○
유럽/CIS	○	○	○	○	○	○
미주	○	○	○	○	○	○
중아	○	○	○	○	○	○

자가진단상 리스크 유형별 지역 위험도

지역	선천적 리스크(Risk)	통제가능성(Control)	관리시스템/제도(Management)
한국	○	○	○
중국	○	○	○
아시아	○	○	○
유럽/CIS	○	○	○
미주	●	○	○
중아	○	○	○

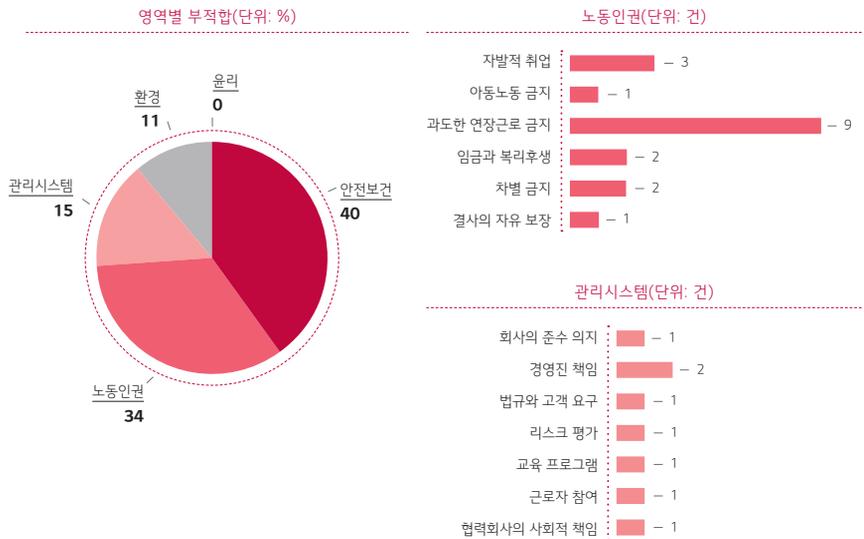
○: 저위험군(Low 리스크) ●: 불안정군(Medium 리스크) ●: 고위험군(High 리스크)

EICC 자가진단 결과 안정등급 비율

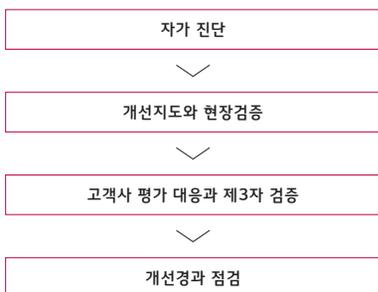


○: 평가대상 사업장 수

제3자 심사 결과



LG전자 CSR 리스크 관리 프로그램 절차



안전보건(단위: 건)



환경(단위: 건)



APPENDIX

- 88 경제 Data
- 89 EESH 인증현황
- 90 소속단체/수상경력
- 91 독립검증 보고서
- 93 GRI/UNGC Index
- 97 TF팀 소개

경제 DATA

요약 연결손익계산서(단위: 백만 원)

구분	2015	2014	2013
1. 매출액	56,509,008	59,040,767	56,772,302
2. 매출원가	43,635,063	45,299,122	43,596,152
3. 매출총이익	12,873,945	13,741,645	13,176,150
4. 판매비와 관리비	11,681,654	11,913,088	11,927,139
5. 영업이익	1,192,291	1,828,557	1,249,011
6. 금융수익	542,586	416,660	408,341
7. 금융비용	903,084	752,456	776,954
8. 자본법이익(손실)	359,510	304,419	126,000
9. 기타영업외수익(비용)	(598,178)	(578,910)	(416,854)
10. 법인세비용차감전 순이익(손실)	593,125	1,218,270	589,544
11. 법인세비용	340,154	539,761	358,472
12. 계속영업이익	252,971	678,509	231,072
13. 중단영업이익	(3,828)	(177,152)	(8,368)
14. 당기순이익(손실)	249,143	501,357	222,704

· 당사는 2014년 PDP모듈과 PDP TV영업을 중단하여 PDP사업의 모든 손익 항목을 '중단영업당기순손실'의 단일 계정으로 재분류하여 표시하고, 비교표시되는 과거 손익계산서를 재작성함

요약 연결재무상태표(단위: 백만 원)

구분	2015	2014	2013
I. 유동자산	16,397,613	17,482,698	16,325,058
매출채권	7,093,352	7,683,915	7,117,402
재고자산	4,872,676	5,711,273	4,838,830
기타유동자산	4,431,585	4,087,510	4,368,826
II. 비유동자산	19,916,283	19,585,722	19,203,006
관계기업 및 공동기업투자	4,841,861	4,594,461	4,329,583
유형자산	10,460,298	10,596,853	10,341,993
무형자산	1,473,280	1,394,336	1,363,690
기타비유동자산	3,140,844	3,000,072	3,167,740
자산총계	36,313,896	37,068,420	35,528,064
I. 유동부채	14,779,691	15,680,577	14,947,542
II. 비유동부채	8,550,718	8,396,746	7,891,153
부채총계	23,330,409	24,077,323	22,838,695
I. 납입자본	3,992,348	3,992,348	3,992,348
자본금	904,169	904,169	904,169
주식발행초과금	3,088,179	3,088,179	3,088,179
II. 이익잉여금	9,016,546	9,081,044	8,885,523
III. 기타포괄손익누계액	(1,171,979)	(1,143,557)	(907,440)
IV. 기타자본구성요소	(210,343)	(210,412)	(231,229)
V. 비지배 지분	1,356,915	1,271,674	950,167
자본총계	12,983,487	12,991,097	12,689,369
부채와 자본총계	36,313,896	37,068,420	35,528,064

· 보다 상세한 내용은 영업보고서 참조

http://www.lge.co.kr/lgekr/company/ir/archive/FrontBoardListAllCmd.laf?actcode=LGE_IRMR&mncode=IRMR&lang=K

E E S H 인증 현황

전 생산사업장 기준(2016.3.31 기준)

지역	법인명	국가	도시	환경경영	안전보건	에너지	사업연속성	품질
미주	LGEMX	Mexico	Mexicali	ISO 14001	-	-		ISO9001
	LGERS	Mexico	Reynosa	ISO 14001	-	-		ISO9001
	LGEMM	Mexico	Monterey	ISO 14001	-	-		ISO9001 & ISO17025
	LGEBR	Brazil	Taubate	ISO 14001	-	-		ISO9001
			Manaus	ISO 14001	-	-		ISO9001
유럽	LGEMA	Poland	Mlawa	ISO 14001	-	ISO 50001		ISO9001
	LGEMW	Poland	Wroclaw	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001		ISO9001
	LGEMK	Kazakhstan	Almaty	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
	LGERA	Russia	Ruja	ISO 14001	OHSAS 18001	-		-
중아	LGEEG	Egypt	10th of Ramadan	ISO 14001	-	-		ISO9001
	LGEMT	Turkey	Kocaeli	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
	LGESR	Saudi Arabia	Riyadh	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
	LGESA	South Africa	Yohanesberg	-	-	-		-
아시아	LGEIL	India	Pune	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
			Noida	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001		ISO9001
	LGETH	Thailand	Rayong	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001		ISO9001
	LGEVH	Vietnam	HaiPhong	ISO 14001	OHSAS 18001	-	ISO22301 (IVI)	ISO9001
	LGEIN	Indonesia	Cibitung	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
			Tangerang	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
중국	LGEND	China	Nanjing	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
	LGESY	China	Shenyang	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
	LGEHN	China	Hangzhou	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
	LGEHZ	China	Huizhou	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
	LGEKS	China	Kunshan	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO/TS16949
	LGEQD	China	Qingdao	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001		ISO9001
	LG EYT	China	Yantai	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001	ISO22301 (휴대폰)	ISO9001
	LGETR	China	Taizhou	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
	LGETA	China	Tainjin	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
	LGEQH	China	Qinhuangdao	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
	LGEQA	China	Qingdao	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001
	LGEPN	China	Nanjing	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001		ISO9001
한국	LGEKR	Korea	LG Digital Park	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001	ISO22301 (IVI, 휴대폰)	ISO9001, ISO/TS16949
			Gumi_TV	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001		ISO9001
			Gumi_Solar	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001		ISO9001
			Changwon1	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001		ISO9001
			Changwon2	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001		ISO9001
			Cheongju	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001		ISO9001
			Incheon	ISO 14001	OHSAS 18001	ISO 50001		ISO9001, ISO/TS16949
			Jeonju	ISO 14001	OHSAS 18001	-		ISO9001

MEMBERSHIPS/ AWARDS & RECOGNITION

소속단체

협회명		
경제단체협의회	지속가능발전기업협의회(KBCSD)	한국상장회사협의회
국제백신연구소	한국ABC협회	한국소음진동공학회(KSNVE)
기업소비자전문가협회	한국IR협의회	한국스마트그리드협회
기업체산업보건협의회	한국경영자총협회	한국스마트홈산업협회
대한기계학회(KSME)	한국경제연구원	한국전자산업진흥회
대한상공회의소	한국공정경영연합회	한국정보산업연합회
대한전자공학회	한국공학교육인중원	한국제품안전협회
무역보험학회	한국광고주협회	한국지식재산보호협회(KIPRA)
사단법인 매경안전환경연구원	한국능력협회	한국지식재산협회(KINPA)
사단법인 한국화학물질관리협회	한국디스플레이산업협회	한국캐드캠학회(CAD/CAM학회)
세계산업디자인단체협의회(CSID)	한국마이크로조이닝연구조합(KMJA)	SDGs지원 한국협회
재)한국유통물류진흥원	한국무역협회	TIPA(무역관련지식재산권보호협회)
전국경제인연합회	한국발명진흥회	지그비 얼라이언스(ZigBee Alliance)
전자산업진흥회(민간전자통상협력위)	한국산업기술보호협회	EICC(Electronic Industry Citizenship Coalition)
전파진흥협회	한국산업기술진흥협회	유엔글로벌콤팩트(UNGC)
정보통신산업협회	한국산업디자인협회(KAID)	

수상경력

수상연도	수상내역	시상주최
2015년 1월	'CES 2015' 최고 제품상 등 41개 어워드 수상	미국가전협회(CEA)
2015년 3월	'MWC 2015' 최고의 스마트폰상 수상	세계이동통신사업자협회(GSMA)
2015년 4월	'2015 에너지스타 어워드' 지속가능 최우수상 수상	미국 환경보호청(EPA: Environmental Protection Agency)
2015년 6월	'인터솔라 2015' 태양광부문 분상 수상	인터솔라 EU
2015년 6월	'우수 디자인 2015' 금상 2개, 은상 2개 수상	어플라이언스 디자인
2015년 7월	'제19회 올해의 에너지위너상' 대상 수상	소비자시민모임
2105년 8월	'EISA 어워드' 수상	유럽영상음향협회(EISA)
2015년 9월	'굿 디자인상 2015' 분상 18개 수상	일본디자인진흥회
2015년 9월	다우존스 지속가능경영지수(DJSI) World 지수 편입(4년 연속)	S&P 다우존스 인덱스(S&P Dow Jones Indices), 스위스 로베코샘(RobecoSAM)
2015년 9월	'올해의 녹색상품' 선정	녹색구매네트워크
2015년 11월	'CES 2016' 혁신상(Innovations Award) 21개 수상	미국가전협회(CEA), 미국산업디자인협회(IDSA)
2015년 11월	'레드닷 디자인 어워드 2015' 올해의 브랜드상, 분상 13개 수상	레드닷 어워드(Reddot Award)
2015년 12월	'황금콤팩스상(Compasso d'Oro Award)' 수상	이탈리아 산업디자인협회
2016년 3월	'iF 디자인 어워드 2016' 금상 3개, 분상 25개 수상	iF Design Awards
2016년 3월	'올해의 오버드라이브상(Overdrive Award)' 수상	GM

INDEPENDENT ASSURANCE STATEMENT

LG전자 이해관계자 귀중

한국생산성본부(이하 '검증인')는 LG전자로부터 '2015-2016 LG전자 지속가능 경영보고서(이하 '보고서')'에 대한 제3자 검증을 요청 받아 다음과 같이 검증의 견을 제출합니다.

책임과 독립성

본 보고서에 기술된 정보와 의견에 대한 책임은 전적으로 LG전자에 있습니다. 본 검증인은 보고서에 대한 검증의견에 대해 책임지며, 독립된 검증기관으로서 본 보고서의 작성에 일절 참여하지 않았으며 독립성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

검증 기준

본 검증은 AA1000AS(2008) 검증표준을 기준으로 Type1 검증유형과 검증의 중간수준(Moderate Level)에 맞추어 수행하였으며, 용수 사용량, 폐기물 관리, 산업 재해율과 같은 정보 수집과정의 신뢰성 확인이 필요한 특정지표에 대해서는 Type 2 검증유형을 함께 적용하였습니다. AA1000APS(2008) 검증원칙에 따라 포괄성, 중요성, 대응성의 원칙에 대한 적합성 여부를 확인하였습니다. 또한 보고 내용이 GRI G4 가이드라인 기준을 준수하였는지 확인하였습니다.

제한 사항

본 검증은 상기의 검증기준에 따라 2015년도 성과에 대하여 검증을 실시하였으며, 보고서에 기재된 성과에 대한 신뢰성을 다음과 같이 확인하였습니다. 재무 데이터는 회계감사 기관의 감사를 받은 재무제표 및 공시자료를 통해 확인하였으며, 온실가스 데이터, 웹사이트 연동 등 일부 데이터는 기존의 검증결과를 참고하였습니다. 또한 현장검증은 서울 본사와 평택 사업장에 대해 제한적으로 실시하였으며, 향후 추가적인 검증절차가 수행될 경우 그 결과가 달라질 수 있음을 밝힙니다.

검증 방법

본 검증은 다음과 같은 방법을 통해 보고서에 대한 검증을 진행하였습니다.

- 1- GRI G4 가이드라인의 Core 기준에 대한 요구사항을 충족하였는지를 확인하였습니다.
- 2- GRI G4 가이드라인을 기준으로 보고 내용 및 품질에 대한 원칙의 준수 여부를 확인하였습니다.
- 3- 미디어 리서치 및 벤치마킹 분석을 통해 본 보고서에서 다루어진 주요 이슈의 선정 및 기술 내용의 적절성을 점검하였습니다.
- 4- 보고서 내에 기술된 내용의 적합성과 표현상의 오류를 다른 출처와의 비교 분석 등을 통해 점검하였습니다.
- 5- 주요 경영진에 대한 인터뷰를 통해 LG전자의 지속가능경영 전략과 보고서 내 경영진 메시지에 대한 타당성을 확인하였습니다.
- 6- 서울 본사와 평택 사업장에 대한 현장검증을 통해 주요 데이터 및 정보에 대한 근거를 확인하고 내부 프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.
- 7- 본 검증 업무의 범위와 경계는 보고서의 시간적, 지역적, 가치사슬상 경계를 따르고 있습니다. 이에 따라 검증 업무의 범위는 개별 매출 기준 100%를 만족하며, 특별한 언급이 없는 경우 공급망에 대한 데이터는 검증 범위에 포함하지 않았습니다.

검증 결과

검증인은 본 보고서가 LG전자의 지속가능경영 활동 및 성과를 성실하고 공정하게 반영하고 있음을 확인하였습니다. 또한 본 검증을 통해 LG전자의 보고서가 GRI G4 가이드라인의 Core Option에 대한 요구사항을 충족하고 있음을 확인하였습니다. 일반 표준공개(General Standard Disclosures)의 경우 Core Option에 대한 요구사항을 준수하여 작성하고 있음을 확인하였으며, 특정표준공개(Specific Standard Disclosures)의 경우 아래와 같이 보고항목 결정 프로세스를 통해 도출된 중대성 이슈(Material Issues)에 대한 DMA(Disclosure on

Sub Category	Material Issues	DMA & Indicators
고객	<ul style="list-style-type: none"> 제품 하자 및 사고 시 사후책임 강화 고객 개인정보보호 강화 	DMA- With Our Customers PR1, PR2, PR3, PR4, PR5, PR6, PR8, PR9
환경	<ul style="list-style-type: none"> 온실가스 감축 에너지 효율(친환경) 제품 개발 	DMA- With the Environment EN2, EN3, EN5, EN6, EN7, EN8, EN15, EN16, EN17, EN18, EN19, EN20, EN21, EN22, EN23, EN26, EN27, EN28, EN30
협력회사	<ul style="list-style-type: none"> 협력회사 공정거래 관행 정착 협력회사의 사회적 책임 의식 확산 반독점, 반부패, 카르텔 방지 	DMA- With Our Suppliers G4-12, G4-13, G4-14, G4-57, EC9, EN32, EN33, LA14, LA15, HR1, HR4, HR5, HR6, HR10, HR11, SO3, SO4, SO5, SO7, SO8, SO9, SO10
지역사회	<ul style="list-style-type: none"> 지역사회의 지속가능한 경제 성장 지역사회 기부 및 공헌 강화 정부, NGO, 국제기구, 지역사회 소통 및 협력 	DMA- With the Community EC7, EC8, SO1
임직원	<ul style="list-style-type: none"> 노동 기본권 보장 노사관계 증진 및 사내 고충처리 활성화 협력회사 노동·인권 리스크 관리 	DMA- With Our Employees G4-10, G4-11, LA1, LA2, LA3, LA4, LA5, LA9, LA10, LA11, LA12, LA13, LA14, LA15, LA16, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9, HR10, HR11, HR12

INDEPENDENT ASSURANCE STATEMENT

Management Approach) & 지표(Indicators)를 검토하였습니다. 특정표준공개(Specific Standard Disclosures) 중 비중요 측면(Non-Material Aspects)에 대한 지표(Indicators)를 검토하였으며, 이에 대한 사항은 GRI/UNGC Index에 별도 표기하였습니다.

1. 포괄성(Inclusivity): 이해관계자의 참여

포괄성 원칙이란, 조직이 지속가능성에 대해 책임있고 전략적인 대응 방식을 개발하고 달성하는 과정에서 이해관계자를 참여시켜야 한다는 원칙입니다. 본 검증을 통해 LG전자는 포괄성 원칙을 준수하고 개선시키기 위해 다양한 노력을 2015년에 진행했음을 확인할 수 있었습니다. LG전자는 주주, 소비자, 임직원, 협력회사 등 9개 그룹으로 주요 이해관계자를 정의하고, 적극적인 소통을 통해 이해관계자들의 의견을 수렴하고 있음을 확인하였습니다. 특히, 반기 1회 실시해온 이해관계자 자문회의를 2014년 미국을 시작으로 2015년에는 중국까지 확대함으로써 사회적 책임 활동의 확대에 걸맞은 의사소통 체계를 구축해 나가고 있는 것은 매우 우수한 활동으로 판단됩니다.

2. 중요성(Materiality): 주요 이슈의 선정 및 보고

중대성 원칙이란, 조직과 조직을 둘러싼 주요 이해관계자에게 관련성이 있고 중요한 이슈를 결정해야 한다는 원칙입니다. 본 검증인은 LG전자가 합리적인 중대성 분석 프로세스를 통해 조직과 조직의 주요 이해관계자들에게 유의하며 중대한 이슈를 선정했음을 확인하였습니다. LG전자는 이해관계자 참여 국제 표준인 AA1000SES(2008)의 'Five-part Materiality' 모델을 바탕으로 매년 중대성 분석을 실시하고 있으며, 2016년 평가 결과 13개의 핵심이슈를 도출하였습니다. 도출된 핵심이슈에 대한 활동과 주요 성과는 보고서 각 페이지에 균형적으로 반영되어 있음을 확인하였습니다.

3. 대응성(Responsiveness): 이슈에 대한 조직의 대응

대응성 원칙이란, 조직은 이해관계자의 성과에 영향을 미칠 수 있는 이슈에 대응해야 한다는 원칙입니다. 본 검증인은 LG전자가 이해관계자의 성과에 영향을 미치는 주요 기대사항을 파악하고, 그에 대응하기 위한 활동을 실시했으며, 그 내용들이 보고서에 적절하게 기술되었음을 확인하였습니다. LG전자는 고객, 환경, 협력회사, 지역사회, 임직원 등 5대 영역에서 핵심이슈의 변화를 모니터링하고 세부 전략을 수립하여 대응해 나가고 있습니다. 특히 이슈별 대내외 환경을 분석하고 중장기 목표와 함께 성과를 관리해 나가고 있는 점은 높게 판단할 수 있습니다.

권고 사항

본 검증인은 LG전자의 지속가능성 제고를 위한 다양한 노력과 성과를 높이 평가하며, 향후 보고서 발간 및 지속가능경영 수준 향상을 위해 다음의 내용을 제안하는 바입니다.

- 1- 지속가능경영 영역별 활동 범위가 글로벌 사업장으로 확대, 심화되고 있습니다. 이에 따라 다양한 영역에서 글로벌 사업장을 포함하여 지속가능경영 성과를 모니터링하고 관리할 수 있는 전자차원의 통합관리체계를 제안 드립니다.
- 2- 환경, 사회공헌 등 일부 영역에서 지속가능경영 활동의 재무적 영향을 산출하고 있습니다. 향후 지속가능경영의 효율성과 효과성을 제고하기 위해 지속가능경영 전략과 연계하여 다양한 활동으로 인한 재무적 영향을 관리해 나갈 것을 권고 드립니다.
- 3- 지속가능발전목표(SDGs: Sustainable Development Goals)와 연계하여 사회공헌 활동 방향을 수립한 것은 글로벌 이슈 해결에 적극적으로 동참할 수 있는 접근방식입니다. 향후 지속적인 활동과 그에 대한 성과관리를 통해 글로벌 기업으로서 우수한 사례를 만들어 나갈 것을 기대합니다.



2016년 6월

Hong Sun Jick

한국생산성본부 회장 홍순직

D.S. Kim

센터장 김동수

Lee Yang Ho

팀장 이양호

Kim Tae Min

연구원 김태민

한국생산성본부 지속가능경영센터는 이해관계자 참여 및 검증 글로벌 국제 표준 AA1000 제정 기관인 Accountability사로부터 공식 인증을 받은 검증기관으로서 단독 검증을 수행할 수 있는 자격을 지니고 있습니다. 또한, 검증위원단의 경우, 지속가능경영 자문 및 검증에서 경험을 쌓고 전문교육을 이수한 전문가들로 구성되어 있습니다.

- AA1000AS(2008): AA1000 Assurance Standard(2008), Accountability사가 제정한 글로벌 검증 표준으로 경영 성과에 대한 조직 운영, 원칙에 대한 준수여부, 성과 정보의 신뢰성을 평가하여 지속가능경영 이슈를 보고하는 방법을 제공하고 있음
- AA1000APS(2008): AA1000 AccountAbility Principles Standard(2008)로 Accountability사가 제정한 글로벌 검증 원칙으로 AA1000 표준의 근간이 되는 원칙을 제공하고 있음

GRI/UNGC INDEX

GRI Index

● 전체보고 ○ 부분보고 ○ 미보고

일반표준공시	G4.0	지표명	관련 내용	보고율	페이지
전략과 분석	G4-1	지속가능성과 관련된 조직, 전략에 관한 최고이사결정자의 선언	대표이사 메시지	●	8-9
	G4-2	핵심 영향, 위험과 기회에 대한 설명	경영진 메시지, 핵심성과표	●	8-10, 32-33
조직 프로필	G4-3	조직 명칭	회사개요	●	16-17
	G4-4	대표 브랜드, 제품 및 서비스	회사개요 및 경제성과	●	16-17, 간지
	G4-5	본사/본부 소재지	회사개요 및 경제성과	●	16-19
	G4-6	조직이 사업을 운영하는 국가의 수와 조직이 주요 사업을 운영하는 국가의 지속가능경영과 특별히 관련된 국가명	회사개요 및 경제성과	●	18-19
	G4-7	조직 소유 유형과 법적형태	기업지배구조	●	12
	G4-8	서비스를 제공하고 있는 시장(지리적 분포, 산업 분야, 고객 및 수혜자 형태 등 포함)	회사개요 및 경제성과	●	18-21
	G4-9	조직 규모(종업원, 순매출, 총자산, 제품과 서비스 등)	회사개요 및 경제성과	●	18-21
	G4-10	형태별 근로자 수(계약형태 및 성별, 고용형태 및 성별, 근로자 및 피감독근로자, 지역 및 성별, 법률상 자영업자 등), 고용 근로자 수의 중대한 변화	글로벌 네트워크, 임직원 현황	●	18, 82
	G4-11	단체협상결과의 적용을 받는 근로자의 비율	노동권 보호	●	85
	G4-12	조직의 공급망에 대한 설명	동반성장	●	61
G4-13	보고기간 동안 발생한 조직의 규모, 구조, 소유, 공급망과 관련된 중대 변화	회사개요 및 경제성과, 구매 공급망	●	16-21, 61	
G4-14	조직의 사전 예방방치이나 원칙이 존재여부 및 집행방법	CSR 추진체계, 협력회사 CSR 리스크 관리	●	22-23, 66-67	
G4-15	조직이 가입하였거나 지지하는 조직 외부에서 개발된 경제, 환경, 사회에 관한 헌장, 원칙, 기타 이니셔티브	소속단체/수상경력	●	22, 90, 93-96	
G4-16	주요 협회 가입현황	소속단체/수상경력	●	90	
중대이슈 및 보고 경제 노출	G4-17	조직의 통합 재무제표 또는 그와 동등한 문서에 수록된 모든 독립체의 목록 또는 조직의 통합 재무제표 또는 그와 동등한 문서에 수록되었으나 보고서에서는 다루고 있지 않는 독립체	회사개요 및 경제성과, 2015 LG전자 영업보고서, 제14기 사업보고서	●	16-21
	G4-18	보고서 내용과 측면경계(Aspect Boundaries) 결정 과정 및 보고서 내용 결정 과정에 보고원칙 적용 방법	CSR 추진체계, 이해관계자 커뮤니케이션, 중대성 분석	●	22-31
	G4-19	보고서 내용 결정 과정에서 파악한 모든 중요측면의 목록	중대성 분석	●	30-31
	G4-20	각 중요측면별 조직 내 측면경계에 대한 설명	5대 영역의 DMA	●	34, 42, 60, 70, 78
	G4-21	각 중요측면별 조직 외 측면경계에 대한 설명	5대 영역의 DMA	●	34, 42, 60, 70, 78
	G4-22	이전 보고서에 제공한 정보를 수정보고한 효과와 수정보고한 이유	일부 Data 재기술	●	33, 48, 54, 58
	G4-23	이전 보고기간 이후 범위 및 측면경계에 발생한 중대한 변화	보고서 개요	●	2
	G4-24	참여 이해관계자 리스트	CSR 추진체계	●	22-23
	G4-25	주요 이해관계자 파악과 선정에 대한 근거	CSR 추진체계, 이해관계자 커뮤니케이션	●	22-31
	G4-26	조직의 이해관계자 참여 방식(유형별, 이해관계자 집단 별 참여 빈도)	CSR 추진체계, 이해관계자 커뮤니케이션	●	22-31
G4-27	보고서 발간을 포함하여 이해관계자 참여를 통해 제기되어 온 중대 이슈 대응 방법 및 결과(이해관계자별 주요 이슈)	CSR 추진체계, 이해관계자 커뮤니케이션	●	22-31	
G4-28	보고기간	보고서 개요	●	2	
G4-29	최근 보고서 발간일자	2016년 6월	●	GRI Index	
G4-30	보고주기	보고서 개요	●	2	
G4-31	보고서 또는 보고서 내용에 관한 문의처	보고서 개요	●	2	
G4-32	GRI 인덱스(선택 옵션, GRI Content Index, 제3차 검증보고서)	독립 검증보고서, GRI Index	●	91-96	
G4-33	외부검증 관련 정책 및 활동, 검증 범위 및 기준, 보고 조직과 검증 기관과의 관계, 보고서 신뢰성 확보를 위한 최고 의사결정기구 및 경영진의 역할	보고서 개요, 독립 검증보고서	●	2, 91-92	
지배구조	G4-34	위원회를 포함한 최고 의사결정 기구 조직도, 경제사회환경 주제에 담당하는 위원회 리스트 (위원회별 대표 주제 명시)	기업지배구조, CSR 추진체계	●	12, 22-23
	G4-35	최고 거버넌스 기구가 고위 임원 및 기타 근로자에게 경제적, 환경적, 사회적 토픽에 대한 권한을 위임하는 절차	기업지배구조, CSR 추진체계	●	12, 22-23
	G4-36	조직 내에 임원급 인사나 경제적, 환경적, 사회적 토픽을 책임지는 인사가 임명되어 있는지 여부 및 최고 거버넌스 기구 보고 체계	기업지배구조, CSR 추진체계	●	12, 22-23
	G4-37	경제적, 환경적, 사회적 토픽에 관해 이해관계자들과 최고 거버넌스 기구가 협의하는 과정	기업지배구조	●	12
	G4-38	최고 거버넌스 기구와 그 위원회의 구성	기업지배구조	●	12
	G4-39	최고 거버넌스 기구의 의장이 임원의 직위 겸임 여부	기업지배구조	●	12
	G4-40	최고 의사결정기구 구성원 추천 과정 및 선정 기준(하부 위원회 포함)	기업지배구조	●	12
	G4-41	최고 의사결정기구 구성원간 이해충돌을 피하는 프로세스	기업지배구조	●	12
	G4-42	경제사회환경 분야별 목적, 가치, 미션, 전략, 정책, 목표 등을 구축하는데 있어 최고 의사결정기구의 역할	기업지배구조	●	12
	G4-43	경제사회환경 주제에 대한 최고 의사결정기구의 전문성 제고 방안	기업지배구조	●	12
	G4-44	최고 거버넌스 기구의 성과 평가 절차 및 결과에 따른 조치	기업지배구조	●	12
	G4-45	경제사회환경 영향 및 리스크, 기회 관리에 대한 최고 의사결정기구의 역할 및 이해관계자 의견 반영	기업지배구조, CSR 추진체계	●	12, 22-23
	G4-46	조직의 경제사회환경 리스크 관리에 대한 최고 의사결정기구의 역할 및 영향력	기업지배구조	●	12
G4-47	최고 거버넌스 기구의 경제적, 환경적, 사회적 영향과 위험 및 기회에 대한 검토 빈도	기업지배구조, CSR 추진체계	●	12, 22-23	
G4-48	조직의 지속가능성보고서를 공식 검토 및 승인하는 최고 위원회	기업지배구조	●	12	
G4-49	중요 사항을 최고 거버넌스 기구에 보고하는 절차	기업지배구조, CSR 추진체계	●	12, 22-23	

GRI/UNGC INDEX

GRI Index

● 전체보고 ◐ 부분보고 ○ 미보고

일반표준공시	G4.0	지표명	관련 내용	보고율	페이지
지배구조	G4-50	최고 의사결정기구에 보고되는 불만의 성격, 횡수, 빈도 및 해결을 위한 고충처리 매커니즘	기업지배구조, CSR 추진체계	●	12, 22-23
	G4-51	최고 거버넌스 기구와 고위 임원에 대한 보수 정책 및 평가 기준	기업지배구조, 제14기 사업보고서	●	12, GRI Index
	G4-52	보수 결정 절차	제14기 사업보고서	◐	GRI Index
	G4-53	보수와 관련하여 이해관계자의 견해 수렴 방법	제14기 사업보고서(주총 승인)	●	GRI Index
	G4-54	주요사업장이 있는 국가별 전체 근로자의 연간 총 보상의 중앙값과 대비한 조직의 최고 연봉자의 연간 총 보상 비율		○	
	G4-55	주요사업장이 있는 국가별로, 전체 근로자의 연간 총 보상 증가율의 중앙값과 대비한 조직의 최고 연봉자의 연간 총 보상 증가율의 비율		○	
윤리 및 청렴성	G4-56	기업의 행동강령 또는 윤리강령	정도경영	●	14
	G4-57	윤리 및 법규준수 행위와 조직의 청렴성 문제에 대한 내외부의 자문 매커니즘	정도경영, 컴플라이언스 리스크 관리, 공정거래	●	13-15
	G4-58	비윤리적이거나 불법적인 행위, 그리고 조직의 청렴성 문제 등을 신고할 수 있는 조직의 내외부 제도	정도경영	●	14

GRI Index

● 전체보고 ◐ 부분보고 ○ 미보고

특정표준공시	G4.0	지표명	관련 내용	보고율	페이지
성과관리체계 (DMA)	G4-	해당 측면이 중요한 이유, 중요성 결정 영향 및 영향 관리 방법		●	34, 42, 60, 70, 78
	DMA	경영방침 효과 평가 시스템, 평가 결과 및 관련 조정 보고			
경제					
경제적 성과	EC1	경제가치 창출과 분배	경제적 가치의 창출과 배분	●	20
	EC2	기후변화로 인한 조직의 재무적 영향 및 기회 또는 위험	(2014 지속가능경영보고서 p.49) - 기후변화에 따른 위기 및 기회 대응	●	GRI Index
	EC3	조직의 확장가능성 현금제도 채무 총량	복리후생 실적	●	82
	EC4	정부의 재정 지원	경제적 가치의 창출과 배분	●	20
시장 점유율	EC5	주요 사업지역에 대해서 현지의 최저임금과 비교한 신입사원의 임금	공정한 평가와 보상	●	80
	EC6	주요 사업장의 지역사회에서 고용된 고위 경영진의 비율		○	
간접 경제효과	EC7	사회기반시설 투자와 지원 서비스 개발 및 영향	경제적 가치의 창출과 배분, 사회공헌	●	20, 71
	EC8	영향 규모 등 중대한 간접 경제효과	What We Achieved	●	20-21
조달관행	EC9	주요 사업장에서 현지 공급업체에 지급하는 지출 비율	구매실적 및 공급망	●	61
환경					
원료	EN1	사용자원의 총 무게나 부피	환경 Data	●	58-59
	EN2	재활용 자원 이용 비율	자원 사용 저감	●	46
에너지	EN3	조직 내 직접 에너지 소비	환경 Data	●	58
	EN4	조직 외 에너지 소비		○	
	EN5	에너지 원단위	환경 Data	●	58
	EN6	에너지 사용 절감량	온실가스 감축, 사업장 환경영향 최소화	●	46, 55-57
	EN7	제품 및 서비스의 에너지 감축량	그린 제품, 생산단계 온실가스 감축	●	43-44, 55-57
수자원	EN8	공급원별 총 취수량	물 사용량 관리, 환경 Data	●	56-59
	EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원	물 사용량 관리	●	56-57
	EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	물 사용량 관리, 환경 Data	●	56-57, 59
생물다양성	EN11	생물 다양성이 있는 서식지 및 보호지역 내 관리하는 소유, 임대, 관리하는 토지	생물 다양성 보존	●	GRI Index
	EN12	생물 다양성이 있는 서식지 및 보호지역 내에서의 사업활동, 제품, 서비스로 인한 중요한 영향	(전 생산사업장은 산업단지 내에 위치		
	EN13	보호 또는 복원된 서식지	하여 해당사항 중요하지 않음)		
	EN14	조직의 활동에 영향을 받는 국제자연보존연맹(IUCN) 지정 멸종위기종(Red List)과 국가지정 멸종위기 종의 수 (지역별, 멸종위기 레벨별)			
배출	EN15	직접 온실가스 배출량	환경 Data(온실가스)	●	58
	EN16	간접 온실가스 배출량	환경 Data(온실가스)	●	58
	EN17	기타 간접 온실가스 배출량	환경 Data(온실가스)	●	58
	EN18	온실가스 배출 원단위	환경 Data(온실가스)	●	58
	EN19	온실가스 감축	온실가스 감축	●	42, 46, 55-56, 58
	EN20	오존층 파괴 물질 배출	환경 Data(오존층 파괴물질)	●	58
	EN21	NOx, SOx 및 기타 주요 대기오염물질 배출	환경 Data(대기배출 물질)	●	58

GRI/UNGC INDEX

GRI Index

● 전체보고 ◐ 부분보고 ○ 미보고

특정표준공시	G4.0	지표명	관련 내용	보고율	페이지
폐수 및 폐기물	EN22	최종 배출지별 폐수 배출량 및 수질	환경 Data(폐수 배출량)	●	56-57, 59
	EN23	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	폐기물 배출 최소화, 환경Data	●	54, 59
	EN24	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량 없음	●	GRI Index
	EN25	비절 협약 부속서에 규정된 폐기물의 운송, 처리량 및 해외 반출된 폐기물 비율		○	
	EN26	폐수배출로 인해 영향을 받는 수역 및 관련 서식지 명칭, 규모, 보호대상 및 생물다양성 가치	폐수 방류 현황	●	56-57
제품 및 서비스	EN27	제품 및 서비스의 환경영향 저감 활동과 성과	그린 제품, 그린 사업장	●	42-59
	EN28	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	제품 전자정 책임	●	48-49
규정준수	EN29	환경 법규 위반으로 부과된 금액 및 제재 건수	위반으로 인한 제재 건수 없음	●	GRI Index
물류	EN30	제품 및 원자재 운송과 자원 이동의 중대한 환경 영향	온실가스 감축	●	56, 58
전반	EN31	형태별 환경보호 지출 및 투자 총액	2015년 사회공헌 예산 상세 구분	◐	71
공급망 환경평가	EN32	환경성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	협력회사 CSR 관리	●	66-67
	EN33	현재 또는 잠재적으로 부정적인 환경 영향을 가진 것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법	협력회사 CSR 관리	●	66-67
환경관련 고충처리	EN34	환경영향에 따른 불만 수 및 공식적인 불만처리 매커니즘을 통해 해결된 수		○	
매커니즘					
사회					
노동관행 및 노동권					
고용	LA1	연령별, 성별, 지역별 신규 채용 수 및 비율과 이직 수 및 비율	글로벌 오피레이션 인력현황	●	82
	LA2	상근자에게만 제공되는 혜택	복지후생	●	82
	LA3	성별에 따른 육아휴직 후 복귀 및 근속 비율	글로벌 오피레이션 인력현황	●	82
노사관계	LA4	경영상 변동에 관한 최소 통지기간	노동권보호(노경관계)	●	85
작업장 보건안전	LA5	산업안전보건위원회(산업안전보건 프로그램에 관해 모니터 및 자문을 하는 위원회)를 대표하는 근로자 비율	노동권보호(노경관계)	●	85
	LA6	지역별, 성별에 따른 부상 유형, 부상 발생률, 업무상 질병 발생률, 휴직일수 비율, 결론률, 업무 관련 사망자수	사업장 안전보건, 재해관련 Data	●	53-55, 59
	LA7	업무상 질병 발생률 또는 발생 위험이 높은 근로자	사업장 안전보건	◐	53-55
	LA8	노동조합과의 정식 협약 대상인 안전보건 사항	사업장 안전보건	◐	53-55
훈련 및 교육	LA9	성별, 근로자 범주별로, 근로자 1인당 한 해에 받는 평균 훈련시간	인직원 교육현황	●	82
	LA10	근로자의 취업능력을 유지하고 은퇴 관리를 도와주는 업무능력관리(skills management) 및 평생교육 프로그램	인재확보 및 육성	●	81
	LA11	성별, 근로자 범주별, 업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를 받은 근로자 비율	인력현황, 인재확보 및 육성	●	80-81
다양성 및 차별금지	LA12	성별, 연령별, 소수집단별, 기타 다양성 지표에 따른 지배기관의 구성 및 각 근로자 범주의 분류	인력현황	●	82
평등한 보상	LA13	근로자 범주별, 주요 사업장별, 남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율	공정한 평가와 보상	●	80
공급망 노동관행 평가	LA14	노동환경 기준에 의해 심사를 거친 신규 공급업체 비율	협력회사 CSR 관리	●	66-67
	LA15	공급망 내 노동환경에 미치는 실제적이거나 잠재적인 중대한 부정적 영향과 이에 대한 조치	협력회사 CSR 관리	●	66-67
노동관행 고충처리	LA16	공식 고충처리제도에 의해 접수, 발견, 해결된 노동환경에 관한 고충 수	정도경영, 노동권 보호(고충처리 체계)	●	14, 85
매커니즘					
인권					
투자	HR1	인권조항을 포함하거나 인권심사를 거친 중대한 투자 약정 및 계약의 수 및 비율	협력회사 CSR 관리	●	66-67
	HR2	사업과 관련된 인권에 관한 정책 및 절차에 관한 근로자 훈련 시간, 그리고 훈련을 받은 근로자 수	컴플라이언스, 정도경영	●	13, 14
차별금지	HR3	차별사례의 수와 이에 대한 정책조치의 수	정도경영	●	14
잔재교섭의 자유 및 단결권	HR4	결사의 자유 및 단체협상의 자유 침해 가능성이 높은 사업분야 또는 공급업체 및 예방 조치	협력회사 CSR관리, 노동권 보호	●	66-67, 85
아동노동	HR5	아동노동 발생위험이 높은 사업분야 또는 공급업체 및 아동노동 근절을 위한 조치	협력회사 CSR관리, 노동권 보호	●	66-67, 85-86
강제노동	HR6	강제노동 발생위험이 높은 사업분야 또는 공급업체 및 강제노동 근절을 위한 조치	협력회사 CSR관리, 노동권 보호	●	66-67, 85-86
보안관행	HR7	사업과 관련된 인권 정책 및 절차에 관한 훈련을 받은 보안요원의 비율	전 보안담당자 인권 교육 실시	●	GRI Index
선주민 권리	HR8	선주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	전 생산사업장은 산업단지 내에 위치하여 해당사항 중요하지 않음	●	GRI Index
평가	HR9	인권관련 점검 및 평가를 받는 사업장 수 및 비율	노동권 보호	●	85-86
공급망 인권평가	HR10	인권에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	협력회사 CSR 관리	●	66
	HR11	현재 또는 잠재적으로 부정적인 인권 영향을 가진 것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법	협력회사 CSR 관리	●	66-67
인권 고충처리	HR12	인권영향에 따른 불만 수 및 공식적인 불만처리 매커니즘을 통해 해결된 수	정도경영, 노동권 보호(고충처리 체계)	●	14, 85
매커니즘					
사회					
지역사회	SO1	지역사회에 대한 참여, 영향평가 및 개발프로그램을 실시한 사업의 비율	사회공헌	●	70-77
	SO2	지역사회에 상당한 잠재력을 가졌거나 또는 실질적으로 부정적 영향을 미치는 사업장	EESH경영, 환경Data	●	52-54, 58
반부패	SO3	부패 및 중대한 리스크로 평가된 사업장 수 및 비율	컴플라이언스, 정도경영	●	13, 14
	SO4	반부패 정책 및 절차에 대한 커뮤니케이션 및 교육	컴플라이언스, 정도경영	●	13, 14
	SO5	부패사건에 대한 조치	정도경영	●	14
공공정책	SO6	국가별, 수령인/수혜자별 기부한 정치자금의 총 규모	정치자금법상 기업이 관여 안함	●	GRI Index

GRI/UNGC INDEX

GRI Index

● 전체보고 ● 부분보고 ○ 미보고

특정표준공시	G4.0	지표명	관련 내용	보고율	페이지
독점행위	SO7	부당 경쟁행위 및 독점행위에 대한 법적 조치건수 및 그 결과	공정거래	●	15
제재	SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수	공정거래	●	15
공급망 사회성과 평가	SO9	사회성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	협력회사 기본준수	●	66
	SO10	현재 또는 잠재적으로 부정적인 사회 영향을 가진것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법	협력회사 CSR관리	●	66
사회 고충처리	SO11	사회영향에 따른 불만 수 및 공식적인 불만처리 매커니즘을 통해 해결된 수	고충처리 체계	●	85
제품책임					
고객 보건안전	PR1	개선을 위해 보건안전영향 평가를 고려하는 특정 제품 및 서비스군의 비율	그린 제품	●	43-44
	PR2	제품 및 서비스의 고객 건강과 안전 관련 법규 및 자발적 규칙 위반한 사례의 횟수와 형태	공정거래, 책임있는 커뮤니케이션	●	15, 96
제품 및 서비스 라벨링	PR3	제품 및 서비스의 정보 및 라벨링 절차에 따라 요구되는 제품 및 서비스의 정보 유형과 이러한 정보유근에 해당하는 주요 제품 및 서비스군의 비율	그린 제품	●	43-49
	PR4	제품 및 서비스 정보 및 라벨링과 관련된 법규 및 자발적 규칙 위반 사례의 횟수와 형태	컴플라이언스, 책임있는 커뮤니케이션	●	13, 96
	PR5	고객만족도 설문 조사 결과	고객만족활동	●	37
마케팅	PR6	판매가 금지되거나 분쟁이 일어난 제품	정도경영	●	68
	PR7	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법규 및 자발적 규칙 위반 사례의 횟수와 형태		○	
고객 정보보호 규제	PR8	고객 개인정보보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만 건수	개인정보보호	●	40-41
	PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금액	컴플라이언스, 책임있는 커뮤니케이션	●	13, 96

● 책임있는 커뮤니케이션: LG전자는 광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련해 지역별 법 규정 준수는 물론 해당규칙 위반시 자발적 개선활동을 진행하고 있습니다.(2011-2012 지속가능경영보고서 pp.28-29)

UNGC Index

10대 원칙	관련 LG전자 주요 활동	보고서 관련 내용	페이지	
인권 (Human Rights)	원칙 1: 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다.	‘인간존중’의 경영이념을 바탕으로 LG전자는 유엔인권선언 등 노동인권 관련 국제기구 및 단체의 기준과 법규를 존중하며, UNGC 및 EICC의 회원사 강령도 준수하고 있습니다. 자사는 물론 협력회사 임직원들의 기본적인 인권 및 노동권 보장을 위해 ‘글로벌 노동방침’과 ‘협력회사 행동강령’을 공표하여 실행하고 있습니다.	경영철학 CSR 추진체계 동반성장 협력회사 CSR 리스크 관리	11 22-23 60-65 66-67
	원칙 2: 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	‘협력회사 행동강령’을 공표하여 실행하고 있습니다.	노동인권 보호	85-86
	원칙 3: 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고, 모든 형태의 강제 노동을 배제하며, 아동 노동을 효율적으로 철폐하고, 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.	구성원의 다양성을 존중하고 창의와 자율이 발현되는 조직문화 구축을 위해 LG전자는 지속적으로 노력하고 있습니다. 그 결과 27년 연속 무분규 임금 및 단체 협상 타결(2016년 3월 기준), 노조의 사회적 책임(USR) 선언 등 모범적인 노사관계를 유지하고 있습니다. 글로벌 수준에 부합하는 공급망 전반의 노동권 보호를 위한 전사 방침(글로벌 노동방침, 협력회사 행동강령)을 운영하고 있으며, 이를 구매표준계약서에도 반영하였습니다.	노동인권 보호 동반성장 협력회사 CSR 리스크 관리 CSR 추진체계	85-86 60-65 66-67 22-23
환경 (Environment)	원칙 7: 기업은 환경 문제에 대한 예방적 접근을 지지하고, 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며, 환경 친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.	LG전자는 경영 활동에 수반되는 환경적 영향을 최소화하여 우리 사회의 지속가능한 발전에 기여하고자 노력하고 있습니다. 그린 제품 개발 분야에서는 제품의 에너지 소비 효율 향상 및 제품 탄소발자국 정보 공개와 관련하여 우수한 성과를 거두었으며, 저탄소 그린경영 분야에서는 생산 및 제품 사용 단계에서 각각 감축 목표를 초과 달성하였으며 특히, 그린 신사업 육성 등에 앞장서 한국 탄소정보공개 프로젝트(CDP Korea)로 부터 우수한 평가를 받았습니다.	그린 제품, 그린 사업장	42-59
	원칙 8: 기업은 부당 취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	LG전자는 정도경영을 LG인의 행동방식으로 삼고, 이를 실천하기 위한 윤리규범과 실천지침을 제정, 시행하고 있습니다. 또한 임직원뿐만 아니라 LG전자와 거래하는 모든 협력회사가 이를 준수하도록 제도화했습니다. 2012년 윤리규범을 14개 언어로 번역하여 배포하였고, 정도경영 서약서 수취 등의 활동을 펼쳤습니다. 또한 CSR 리스크 관리 프로그램에 윤리 분야를 포함시켜 사업장 및 협력회사의 관리 체계를 점검하고 있습니다.	정도경영 노동인권 보호 동반성장 협력회사 CSR 리스크 관리	14 85-86 60-65 66-67

본 보고서는 친환경 용지를 사용하고 있으며, 공기름 잉크로 인쇄되었습니다. 표지 및 내지는 친환경 용지로 FSC™(Forest Stewardship Council®) 마크를 받았습니다. FSC™ 마크는 친환경적으로 개발되고 관리된 삼림 내에서 길러진 나무를 사용한 제품에만 부착됩니다. 또한, 공기름 잉크는 석유계 잉크에 비해 친환경적이며 휘발하지 않기 때문에 대기오염을 줄일 수 있습니다.



MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM



지속가능경영보고서 제작에 참여하신 분들

경영지원법무팀
안인희

준법감시팀
이인경

윤리사무국
서현아

공정문화팀
류윤교

브랜드전략Task
박준형

정보보안팀
이혜진

PL/안전팀
송은용

CS기획팀
한마음

제품시험연구소
안상혁, 송여진, 박동하, 오진형,
이지용, 심영수

북미 규제환경팀
크리스틴 애커슨(Christine Ackerson)

환경안전실
신민철, 이영우, 강길재

구매센터
우종태, 홍혜현, 안희승, 유준혁

CHO부문
신승환, 홍정환, 김용은, 김규남, 김진훈

CSR팀
김민석, 주호성, 송정민, 민세원, 김지영,
전현진, 황성미, 유창우, 김용희, 박정현

기획 · 디자인

IM creative
Tel : 02-303-4266

Life's
Good with **LG**

