




LG생활건강(주)

김갑환 대표이사 회담기



고객의 꿈, 깨끗하고 아름답게!

기업 활동의 목적은 이익이 아니라 사회적 책임을 결하고, 행복과 유익

편안하고 안정적인 삶과 가족의 소중함을 생각하고 건강한 삶을 중시하며, 자연과 환경에 대한 관심이 높은 최근의 트렌드에 부합하는 기업의 비전을 강조하고자 자연스럽고 부담 없는 디자인으로 고객에게 보다 가깝고 친근한 이미지를 주는 모티브를 이용한 디자인입니다.

다양한 브랜드 개발 전략

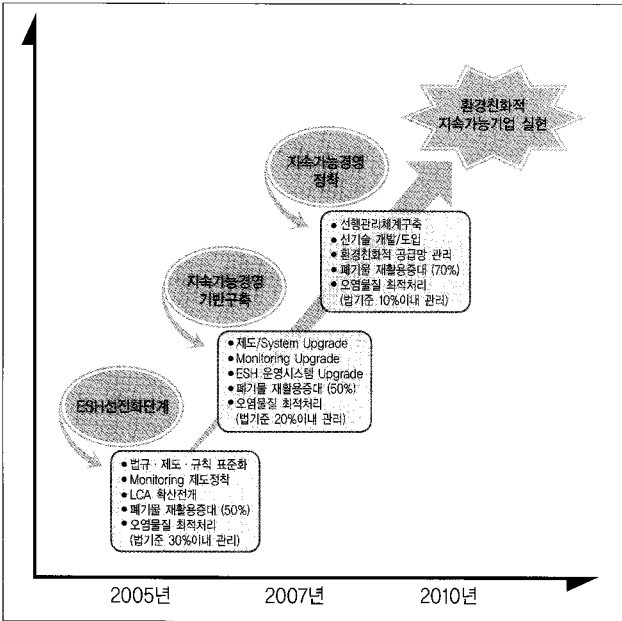
1. 하트의 의미
고객에 대한 사랑, 고객 Pride, 고객 행복을 추구하는 생활 문화 기업의 이미지
2. 새싹의 의미
미래에 대한 기대, 꿈과 희망을 상징하는 모티프로 깨끗한 환경을 생각하는 기업 이미지를 유도
3. 나비의 의미
아름다움과 건강함, 젊음, 멋스러움 등의 궁극적으로 지향하는 삶, 더 나은 삶을 꿈꾸는 힘찬 날개짓

LG 생활건강주식회사(대표 차석용)는 1947년 국내 최초로 화장품 생산을 시작한 이래, 지난 50여 년간 고객의 사랑 속에 성장을 거듭해온 명실상부한 국내 최고 생활용품, 화장품 전문회사로 자리매김하였다. 기업의 존재가치를 “고객만족”에서 나아가 “고객감동”에 있다고 믿는 LG생활건강은 철저한 고객중시의 사고와 행동으로 고객에게 최고의 가치를 제공함으로써 고객으로부터 변함없는 사랑을 받는 회사가 되기 위해 최선의 노력을 다하고 있다.

생활용품 사업부문은 1954년 국내 최초의 치약(럭키치약) 개발, 1966년 국내 최초의 합성세제(하이타이) 개발, 1967년 주방세제(에이풍) 개발, 1968년 국내 최초의 샴푸(크림샴푸) 개발 등 국민의 삶을 보다 편리하고 청결하며, 건강하게 하고자 선도적으로 노력하여 왔다. 반세기동안 국민들의 사랑을 받아온 LG생활건강의 생활용품은 아트만 칫솔, 페리오 치약, 죽염치약 등의 구강용품을 비롯하여 세이비뉴, 엘라스틴 샴푸/린스 등의 인체용품과 테크, 자연풍, 마망, 사프란 등의 가정용품을 생산, 판매하면서, 철저한 고객 중심적 활동을 바탕으로 Hit Product의 창출, Brand 구조 조정, 선택과 집중, 채널 경쟁력 확보 활동을 지속 추진하여 강력한 Market Leadership 확보를 통해 초우량 생활건강 회사를 목표로 끊임없이 노력하고 있다.

한편, 건강한 아름다움의 꿈을 실현해 나가기 위해 우수한 품질을 갖춘 세계 최고의 브랜드를 육성하는 것을 목표로 하고 있는 화장품 사업부문은 1984년 드봉 브랜드로 출발하여 다양한 고객의 요구를 만족시키고 고객들이 언제 어디서나 LG 화장품을 구입할 수 있도록 다양한 브랜드 개발과 신규 유통에 참여하면서 빠르게 성장해 왔으며, 뷰티센터, 고객상담실 등을 개설하여 운영하는 등 고객만족 경영의 시대를 이끌고 있다. 특히 1993년 국내 최초의 CGMP(우수 화장품 제조 및 품질 규정) 적격업체 승인, 2002년 국내 최초 국제공인시험기관 인정 및 국내 최초의 기능성 화장품 1호(링클 디클라인) 개발 등 국내 기능성 화장품 시장을 주도하고 있다. 나아가 고객만족의 극대화를 통한 지속적인 성장을 위해 핵심역량 확보에 주력하고자 3대 브랜드(오후 / 후 / 이자노스)에 마케팅 지원을 집중함으로써 새로운 고객의 가치를 창출하기 위해 끊임없이 노력함을 물론 기존과 차별화된 뷰티플렉스를 개설하는 등 시장변화에 주도적으로 대응하고 있다. 현재 LG 화장품은 중국, 베트남에 설립된 현지 법인과 미국, 동남아시아의 직수출 등 적극적인 해외 마케팅을 실시하여 세계 각국의 현지인들에게 한국의 미를 전달하는 역할을 하고 있다.





LG생활건강은 제품의 개발단계에서 폐기에 이르기까지 모든 사업활동 과정에서 환경영향을 최소화하고 나아가 깨끗한 자연환경과 우리모두의 건강을 지키기 위해 활동함으로써 지속가능한 사회발전 기여에도 최대한 노력하고 있다. 이에 ESH 방침에서 정하는 기준에 따라 환경안전 중장기 전략 방향과 단계별 Master Plan을 수립하여 환경친화적 지속가능기업 실현을 추구하고 있다. 또한 사업장에서는 환경영향평가를 실시하여 매년 환경안전경영활동 추진계획을 수립하고 각 부서에서는 세부 계획을 작성, 경영자에게 승인을 받아 실행하고 있으며, 매 분기별로 내·외부 환경감사를 실시하여 추진계획에

다른 이행실적을 평가하고 있으며 목표 미달성 부분에 대해서는 원인규명과 대책수립을 실시하여 지속적인 개선을 유도하고 실적이 우수한 부서에는 환경개선 인센티브를 부여하고 있다.

나아가 환경, 안전 경영시스템의 적합성, 효율성을 파악하고 지속적인 개선의 토대를 마련하기 위해 국제 표준화 기구에서 제정한 ISO 14001(환경경영체계), OHSAS/KOSHA 18001(안전경영체계) 인증을 각각 획득하였으며 환경부로부터는 환경친화기업으로 지정 받았다. 또한 내부적으로 전문가를 양성하여 연 2회 자체 환경안전 감사를 실시하고 있으며, 환경안전경영성과에 대한 대내외적인 신뢰성 확보를 위해 전문기관에 의한 ISO/OHSAS 통합심사를 매년 실시함으로써 환경안전경영시스템의 지속적 수준 향상(개선)을 추진하고 있다.

LG생활건강에서는 또한 지구환경보전에 대한 사회적 책임을 깊이 인식하면서 지역 사회 환경 보전을 위한 활동에도 적극적으로 참여하고 추진하여 왔다. 그 일환으로서 최근 청주지역의 부모산, 성남천과 울산지역의 대운산, 회야강 등을 정하여 1社 1山 1河川 정화 활동을 정기적으로 실시하여 왔다.

이 밖에도 야외 행사시 주변의 쓰레기 수거 운동, 관련 기관 및 각종 환경단체에서 실시하는 환경활동의 적극적 지원과 참여 등 다양한 프로그램으로 지역사회 환경사랑 실천에 앞장서왔다.

또한 사내 자연보호 활동으로서 각 사업장에 PERIOE PARK, NTD 공원 등 녹지공간을 조성하여 항상 자연을 느낄 수 있는 휴식공간을 만들어 가꾸고 있으며, 매주 금요일에는 공장 내 담당구역별로 환경정화활동을 실시하여 깨끗하고 아름다운 공장을 유지하는데 다 함께 노력하고 있다.

이러한 환경사랑 실천 활동과 더불어 LG생활건강은 지역사회 봉사활동을 각 사업장 및 부문 단위로 실천해 오고 있는데, 임직원의 자발적인 참여로 결성된 사회봉사단이 정기적으로 유아시설, 노인시설 및 지체장애자시설 등 인근 사회복지시설을 방문하여 세탁, 목욕, 청소, 집수리 등의 봉사활동과 생활용품, 생필품 지원을 통해 소외된 이웃과 따뜻한 정을 나누고 있다. 또한 “불우이웃 돕기 자선의 밤”, “라끄베르, 숲으로의 여행이벤트”, “어린이 치아건강, 아이사랑 이사랑 캠페인” “환경마라톤 생명의 길” 등 각종 행사 개최와 후원을 통해 건강하고 깨끗한 생활환경 추구 이념을 다방면으로 실천, 노력하고 있다.



2005 LG 야외행사