

01

CREATE CUSTOMER VALUE

진정한 고객 가치 창출

Background

오늘날 제품이 다양하고 복잡해짐에 따라 소비자의 권리 주장 패턴이 변화하고 있습니다. 단순히 제품의 원래 기능이 확보되지 않았을 때 소비자 권리 침해가 발생하던 것이 지금까지였다면, 최근에는 제품 결함 혹은 제품 내 유해물질 등으로 인해 소비자의 생명과 신체에 위해가 가해지자 안전이라는 권리가 중요한 가치로 부각되고 있습니다. 이에 기업은 진정한 소비자 보호가 곧 고객 가치 창출이라는 인식 하에 소비자의 건강과 안전을 고려한 제품 원료 조달 및 생산 공정을 확립하고자 합니다.

Principle & Strategy

LG생활건강은 인체에 직간접적으로 영향을 미치는 일상생활의 다양한 제품을 제공하는 기업입니다. 이에 고객의 건강과 안전을 중심에 두고 기술과 제품을 개발하는 LG생활건강만의 진정한 고객 가치를 실현하고자 노력합니다. 고객이 안심하고 사용할 수 있는 제품 생산을 위해 엄격한 기준을 갖춘 전사 차원의 시스템과 경영 체계를 바탕으로, 지속적으로 고객의 건강한 삶을 추구해 나가겠습니다.

구분	주요 활동 내용			2019 계획
	지표항목	2017	2018	
안심품질 확보	안심품질인증평가 제도적용	제도개발	13개 사업장 평가	· 4M 측면의 검사 표준 및 기록, 작업 표준 및 기록에 대한 정량화 정립, 현장 실행력 검증 강화 · 감성 품질의 정량화 및 설계 단계 검증반영 : 시각, 촉각, 청각, 미각, 후각
	신규원료·부자재·처방 Q-gate검증		100%	
	신제품고객불만 제로화	1.14ppm	0.64ppm	
낭비·손실 개선 및 업무 고도화	SKU ¹⁾ 합리화	11,156개	7,760개	· S&OP ²⁾ 의 체계적 실행과 불변기간 운영 : 당주, 차주 생산계획 불변 기간 · S, A, B, C등급별 제품 단위 기준의 재고 회전일수 실시간 관리 · 전 사업부 재고 회전일수 감소 활동 : 2019년 35일, 2020년 21일 목표 · 조직별 RPA ³⁾ Paxata ⁴⁾ 핵심 사용자 육성(34명)
	낭비·손실 개선과제 실행		21개 과제 실행	
	업무고도화 개선과제 실행		54개 과제 실행	
위험요인의 사전예방 관리 체계 운영	유해물질안전성 사전 분석		25,419종	· 안전성 관련 정보의 실시간 자동모니터링 체계 구축 (RPA 활용) · 사업장별 품질·환경·안전 관련 표준서를 정립하여 설비투자검토 설계단계에 반영하고 발주 사양에 필수 자료로 운영
	설비동작부위 안전커버모니터링		9,182개소 점검관리	
	위해 요소 발굴·개선		9,519건 발굴·개선	

1) SKU(Stock Keeping Unit): 상품별 재고관리단위

2) S&OP(Sales and Operation Planning): 판매생산계획

3) RPA(Robotic Process Automation): 사전에 설정된 규칙에 의해 단순 반복적인 업무 프로세스를 소프트웨어 로봇이 자동 수행하는 시스템

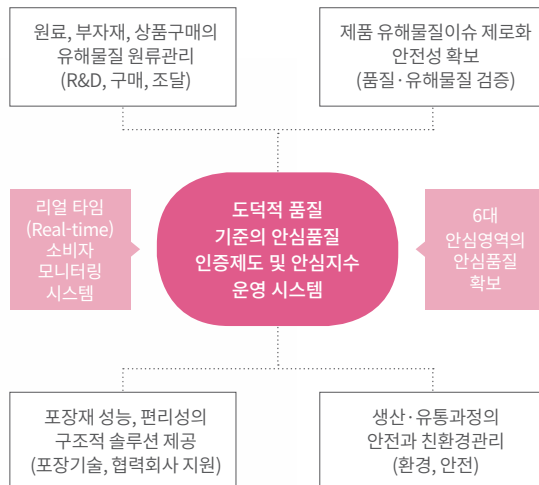
4) Paxata: 대용량의 데이터를 빠르고 쉽게 전처리하는 데이터 처리 플랫폼

소비자 신뢰를 위한 경영체계

소비자안심센터

LG생활건강은 2017년에 제품 개발부터 소비자 사용 단계까지의 전 과정 안심품질을 전문적으로 관리하는 소비자안심센터를 출범한 이후, 소비자가 안심하고 사용할 수 있는 제품의 품질 관리를 추진하고 있습니다. 소비자안심센터는 6대 안심품질 영역*의 안심품질 확보, 낭비·손실 개선 및 업무 고도화, 위험요인의 사전예방관리 체계 운영 활동들을 실천합니다. 2019년에는 ‘생산 공정요인으로 발생하는 이물 혼입 제로’를 목표로 개선 활동을 적극적으로 추진할 계획이며, 이를 바탕으로 소비자의 안전한 삶을 추구하는 소비자 지향의 회사로 성장해 나가겠습니다.

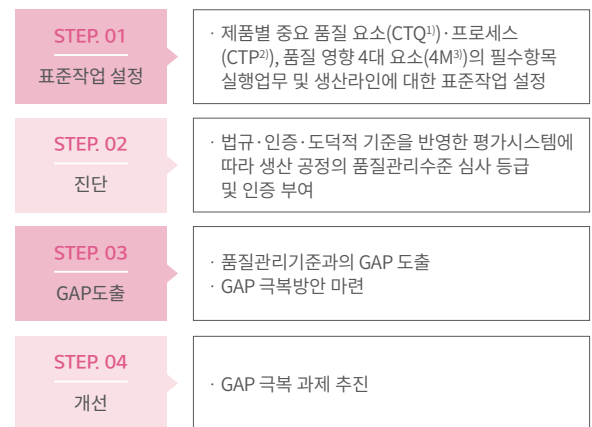
*법규 준수 / 유해물질 안전성 / 효능 및 기능 / 내용물 안정성 / 부가재 품질 / 사용 편리성



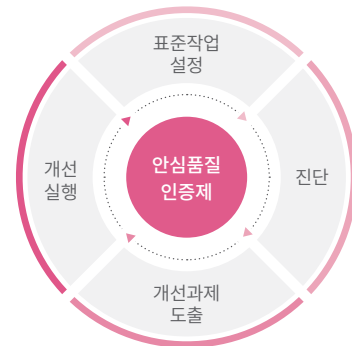
안심품질인증제도 운영

LG생활건강은 안심품질 확보를 최우선 목표로 설정하고, 이를 위한 독창적이고 고유한 품질 시스템을 개발·운영하고 있습니다. 제품 생산부터 사용까지의 전 과정을 법규보다 한발 앞선 품질기준으로 평가하는 ‘안심품질인증제도’를 구축하여 체계적으로 엄격한 4M관리를 하고 있습니다.

안심품질인증제도 운영 체계



- 1) CTQ(Critical To Quality): 품질에 결정적 영향을 미치는 요소
- 2) CTP(Critical To Process): 품질 항목을 결정짓는 프로세스의 관리 항목
- 3) 4M(Man, Material, Machine, Method): 품질에 직접적인 영향을 주는 요소



안심품질인증평가 등급

안심품질인증은 등급 점수에 따라 안심실천, 안심만족, 안심감동 등 5단계(1 Crown~5 Crown)로 구분되며 최소 650점 이상의 생산 라인에 수여됩니다.



01

CREATE CUSTOMER VALUE

진정한 고객 가치 창출

안심품질진단 시행

2018년에는 13개 사업장을 대상으로 각 진단팀을 구성하여 상반기(3~5월), 하반기(9월~10월) 2회의 안심품질진단을 시행하였습니다. 진단 시 도출된 개선과제는 2주 단위로 개선 진척 상황을 모니터링해 각각 상반기 778건, 하반기 623건의 개선과제를 도출하였습니다.

안심품질인증 로드맵



협력회사 안심품질인증 진행

품질관리 시 사각지대가 없는 체계적인 검증을 위해 협력회사를 대상으로 안심품질인증제도를 적용하고 있습니다. 2018년에는 진단팀을 구성하여 95개 협력회사를 대상으로 진단을 실시하였습니다. 진단 시 6대 안심 영역을 설정하여 라인별 CTP, 4M 관리항목을 선정하고 공정별 작업(검사)표 준 및 기록서 운영 현황을 평가하였습니다. 진단 결과 941건의 개선과제를 도출하였으며, 개선과제에 대한 이행 모니터링으로 미흡사항을 보완하였습니다. 협력회사 안심품질인증제 운영을 통해 협력회사의 자생적 개선 역량을 배양시켰으며, 협력회사에서 발생할 수 있는 품질 리스크를 예방하는 기술 지원 활동도 병행하여 운영하고 있습니다.

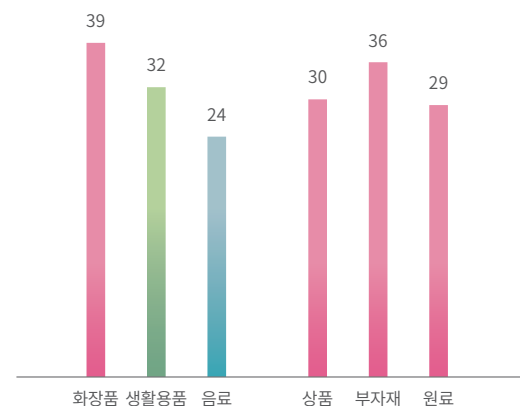
협력회사 관점

- 품질 취약요소 자각 및 개선요소 발굴
- 협력회사 자가진단 활동능력 향상
- 협력회사 자생적 개선능력 향상
- 품질 리스크, 품질 사각지대 개선

LG생활건강 관점

- 품질 위해 항목 사전 제거
- 컴플라이언스 이슈 사전 대응
- 벤치마킹 사례 등 기술 전수
- 기업의 사회적 책임 역할 실행

협력회사 안심품질인증평가 대상 (단위: 개사)



*구매금액 상위 80%를 차지하는 협력회사 대상



유해물질분석Lab. 운영 고도화

LG생활건강은 2017년 1월, 안전성평가부문 산하에 유해물질 분석Lab.을 신설한 이후, 모든 프로세스에 걸쳐 신속하고 정확한 유해물질 검증 데이터를 제공하고 있습니다. 2018년에는 원료, 신제품, 양산품 검증을 비롯하여 색조 포인트 전수 검증 등 약 25,000개의 시료 검증을 완료하였고, 고위험 제품 및 원료의 경우 연 2회 이상 혹은 매 롯트 분석을 진행하여 리스크를 사전에 차단하고 있습니다. 또한, 분석 기기에 대한 과감한 투자 및 지속적인 ‘유해물질 운영 가이드’의 업데이트를 통해 제품 내 유해물질 사용을 차단하고 있으며, 전사적 유해물질 리스크 제로화를 목표로 소비자 안심 품질을 실현하고자 노력하고 있습니다.

유해물질분석 인원 (단위: 명)



유해물질 검증 시료 수 (제품, Lab.제품, 원료, 부자재) (단위: 개)

구분	2017	2018
화장품	12,411	15,509
생활용품	4,278	7,282
식음료	1,044	2,628
합계	17,733	25,419

*매년 첫 생산분(A-롯트) 전수 검증, 유해물질 우려 시료 매 롯트 검증

유해물질 분석기기 활용 용도

유기 유해물질	무기 유해물질
방부제, 포름알데하이드, 1,4-다이옥산(Dioxane), 프탈레이트(Phthalates), 휘발성유기화합물 등	비소, 납, 수은, 카드뮴, 안티몬, 우라늄 등

분석기기 관련 투자 현황 (단위: 억원)

분석기기	2017	2018
HPLC, LC/MS GC, GC/MS, ICP/MS 방사능 측정기 등	22.5	2.3

*2017년 유해물질분석Lab. 신설

CASE: 숙련된 퇴직자 재고용으로 협력회사 안심품질 확보 지원

LG생활건강은 퇴직자가 현직에서 근무한 기간동안 축적한 기술적 노하우와 경험을 협력회사로 전수할 수 있도록 지원하고 있습니다. 특히 업무 절차서 및 업무 표준화 기술 전수, 제조·위생·품질관리 안정화, 협력회사 관리수준 진단 및 개선 방향 제시, 만성적 불합리 항목 발굴 및 개선 활동 지원, 문제해결 기법 교육 및 성공체험 발굴 등 협력회사 역량 강화를 위한 전반의 활동을 진행하고 있습니다. 이를 통해 기존 사업대비 저렴한 인건비와 축적된 노하우의 활용으로 업무효율 향상을 기대하고 있습니다. 아울러 협력회사의 품질 수준 향상을 통해서 회사 간 Win-win을 추구하며 고객에게 최상의 가치를 제공하고자 합니다.

제품 Life-Cycle 안심품질 프로세스

BEAUTIFUL
& HEALTHY

R&D

원료 및 원료 구성물 검토

- 1) 화학물질 관리시스템
- 통합 온라인 시스템 구축: 유해물질 정보관리, 제품별 안전 규제 정보, 세계 각국 유해물질 규제 정보, 제품 사용량 등 이력추적 포함
- 2) 국내외 이슈 원료 추가 검토

원료 안전성 평가

- 1) 원료 유해물질 분석: 중금속, 환경 호르몬, 스테로이드류 등 분석
- 2) 인체 안전성 평가
- 동물대체시험 수행: 원료 세포 독성 평가(MTT Assay), 피부 알러지 평가(h-CLAT), 광독성 평가(3T3 NRU), 각막자극 안전성 평가(HET-CAM)
- 유해성 평가(Risk Assessment): 사용에 따른 인체 노출 원료량과 원료 안전성 자료를 비교하여 인체 위해성 예측

REFRESHING

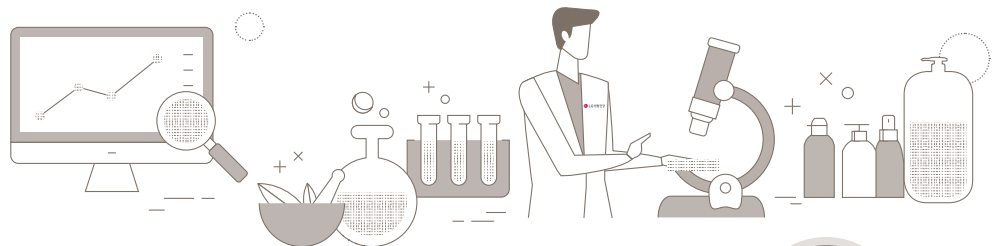


원료 및 원료 구성물 검토

- 신규 원료 법적 사용 및 규제 검토 (국내외 관계법령 기준)

원료 안전성 평가

- 원료 유해물질 분석: 중금속, 잔류농약, 유해 미생물, 곰팡이, 알러지, 멜라민, 보존료, 방사능 등
- 법적 사용기준 및 적합성 검토



폐기단계

사용단계

- 재활용이 용이한 재질 적용
- 재활용 관련 기관을 통한 사용 용기 회수
- 바이오매스 용기 적용

고객불만 접수

일간·주간·월간
고객 불만 리포트 공유

현상 파악

고객의 소리(VOC) 품질경영 활동

신속한 피드백 및 재발
방지 대책 마련

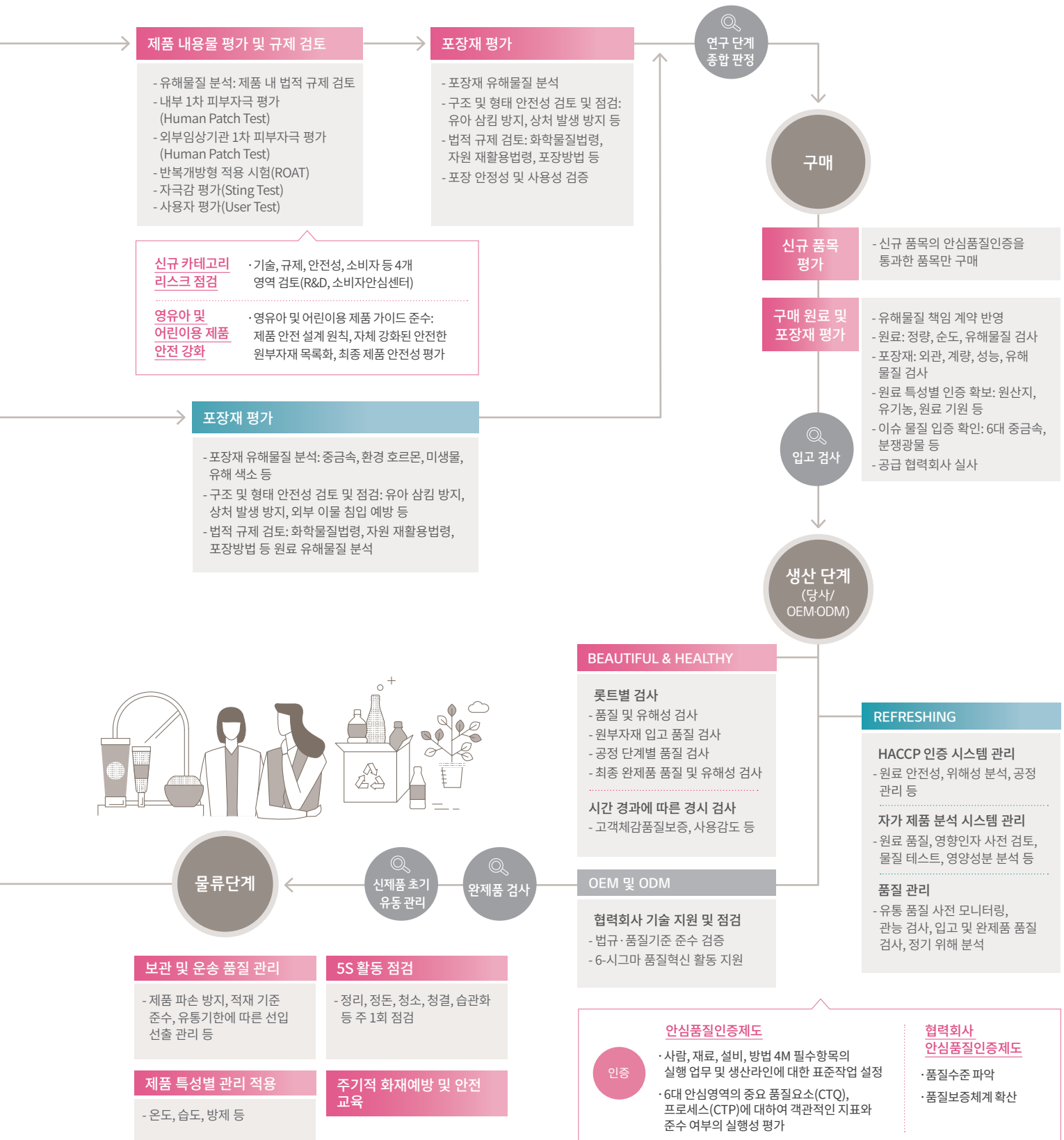
표준화

개선

원인 분석

표시광고 윤리선언에
따른 윤리적인 표시 광고

- 표시광고 윤리선언문 제정
- 윤리적 표시광고 점검



01

CREATE
CUSTOMER
VALUE

진정한 고객 가치 창출

소비자 안심 중심의 제품 개발

미세플라스틱 제로화

최근 미세플라스틱이 사회 문제로 대두되는 가운데 전 세계적으로 미세플라스틱 감축에 대한 논의가 활발하게 진행되고 있습니다. LG생활건강은 다양한 생활용품들을 보유한 만큼 책임감을 가지고 이러한 흐름에 선도적으로 대응하기 위해 노력하고 있습니다. 2018년 9월 개최된 ‘미세플라스틱 관리 및 제도 개선방안 마련’ 토론회에서 LG생활건강은 생산되는 제품 내 미세플라스틱 제로화를 선언하였습니다. 이에 자발적으로 고농축 섬유유연제 내 미세플라스틱 문제를 발견하고, 미세플라스틱 없는 고농축 섬유유연제를 개발·출시하는 등 미세플라스틱 성분이 없는 제품을 생산·판매함으로써 산업계의 미세플라스틱 사용자제 노력에 선도적 역할을 수행하고 있습니다.

생활 화학제품 전 성분 공개

LG생활건강은 2017년 2월 환경부, 식품의약품안전처 등 정부 부처와의 ‘생활 화학제품 안전관리 자발적 협약’ 체결에 참여하였습니다. 이는 제품안전관리를 최우선 원칙으로 화학물질의 인체 노출 우려가 있는 세정제, 세탁세제, 방향제 등 생활 화학제품의 전 성분 공개와 소비자 피해 모니터링 체계를 구축하여 소비자 안전성을 높이는 데 목적을 두고 있습니다. LG생활건강은 2018년까지 241개 제품(2017년 28개)의 사용 성분과 제품 내 기능, 유해성 정보를 자사 홈페이지와 환경부 사이트에 공개하였습니다. 향후 전 성분 공개를 통해 소비자와의 신뢰 관계를 강화하고, 투명하고 책임있는 기업이 되도록 노력하겠습니다.



생활환경안전정보시스템
초록누리





LG생활건강은 다양한 생활용품을
보유한 만큼 책임감을 가지고
미세플라스틱 감축 흐름에 선도적으로
대응하기 위해 노력하고 있습니다.



CASE: 미세먼지 제거 기능성 제품

매년 심각해지는 미세먼지에 대한 소비자 우려를 반영하여 미세먼지 제거 기능성 세제, 유연제, 청소포를 출시하였습니다. 'FiJi 파워 젤'은 더욱 미세해진 기포로 섬유 사이 오염을 제거하고 섬유 속에 박혀있는 미세먼지까지 효과적으로 제거해주는 액체 세제로 2018년 리뉴얼하였습니다. 새롭게 출시한 '꽃담초' 섬유유연제는 행금 단계에서 의류 표면에 미세먼지 차단막을 형성해주는 유연제입니다. 또한, 청소 시 농치기 쉬운 미세먼지 입자를 한 번에 닦을 수 있도록 부직포 패턴을 조절하여, 빅 폴 패턴의 물걸레 청소포와 다이아몬드 패턴의 정전기 청소포도 출시하였습니다.



CASE: 미세플라스틱 FREE 섬유유연제

섬유유연제의 향을 오랫동안 보존하기 위해 개발된 향기 캡슐은 미세플라스틱을 원료로 하는 성분으로 만들어진 것입니다. 다만, 향기 캡슐로 알려진 모든 제품이 이러한 성분을 사용하고 있는지는 확인되지 않았습니다. 세탁 시 사용한 미세플라스틱 함유 제품의 수생태계 오염은 식수, 어·패류, 천일염, 해조류를 오염시키고 최종적으로는 이를 섭취하는 인체에도 직접적인 영향을 줄 수 있습니다. 이에 LG생활건강은 소비자 건강을 고려하여 미세플라스틱을 사용하지 않고도 순한 향이 오래 가는 고농축 섬유유연제 '아우라'를 선보였습니다. '아우라'는 석유계 계면 활성제와 방부제 11종, 알러젠 성분 10종을 첨가하지 않은 제품으로 안심하고 사용할 수 있습니다.



01

CREATE
CUSTOMER
VALUE

진정한 고객 가치 창출



01



02



03



04

혁신 제품을 통한 고객 가치 창출

저자극 각질 턴오버(turnover) 기술

피부 각질 케어를 위해 대표적으로 사용되는 AHA (Alpha-Hydroxy Acid) 성분은 피부 톤, 피부 결 체감 효과가 우수하나, 피부 자극을 유발할 가능성이 있습니다. LG생활건강은 실제 피부 pH에서 AHA와 동일한 효능을 발휘하여 자극이 적은 아미노산 계열 성분과 레시틴 기반의 제형 기술을 개발하였습니다. 아미노산 성분은 각질 결합에 필요한 칼슘을 제거하여 각질 결합력을 약화하며, 레시틴 기반 제형은 아미노산 성분의 각질층 침투 효율을 높입니다. 이를 통해 각질 생성과 박리의 순환 주기를 촉진하여 피부 톤과 피부 결을 개선하고, 이러한 기술은 에센스, 마스크, 바디워시 등 다양한 제품에 적용되어 피부 개선 효능을 나타냈습니다. 대표 제품으로는 오hui 프라임 어드밴서 앰플 세럼, 빌리프 에이지넥다운밤, 오hui 더퍼스트 제너추어 앰플 마스크, 온더바디 벨먼 내추럴스파 바디워시가 있습니다.

01 오hui 프라임 어드밴서 앰플 세럼 **02** 빌리프 에이지넥다운밤 **03** 오hui 더퍼스트 제너추어 앰플 마스크 **04** 온더바디 벨먼 내추럴스파 바디워시



CASE: 오hui 프라임 어드밴서

다양한 환경 변화에도 흔들리지 않는 피부 컨디션 유지에 도움을 주는 '프라임 어드밴서'를 개발하였습니다. 프라임 어드밴서는 피부 코어를 탄탄하게 다져주어 외부 환경으로부터 피부를 건강하게 지켜줍니다. 다양한 환경 변화에 쉽게 노출되는 승무원들을 대상으로 만족도를 조사한 결과, 종합만족도 98%, 주변 추천 의향이 95%로 나타나 동료 승무원에게 추천하고 싶은 라인으로 평가받고 있습니다.

CASE: 벨리프 유쓰크리에이터-에이지넉다운밤

LG생활건강은 피부 속 탄력 저하가 피부 나이를 높이는 주요 원인 중 하나라는 점에 주목하여, 지치고 활력 잃은 피부에 건강한 탄력감을 부여할 ‘유쓰크리에이터-에이지넉다운 밤’을 출시하였습니다. 본 제품은 저자극 아미노산계 세린 성분이 피부 결을 개선해 더욱 매끄러운 피부로 가꿔주며 항산화 기능으로 도시형 노화까지 철통방어해주는 토탈 안티에이징 탄력 세럼입니다. 합리적인 가격대로, 백화점 럭셔리 탑 브랜드와의 경쟁에서 가격 경쟁력뿐만 아니라 효능도 결코 뒤지지 않는 가심(心)비 높은 체감 효과를 제공합니다.

**CASE:** 더 히스토리 오브 후 비첩 3-STEP 마스크

더 히스토리 오브 후의 베스트셀러로 많은 사랑을 받는 비첩 순환에센스와 함께 사용 시 수분 안티에이징 효과를 극대화할 수 있는 ‘비첩 3-STEP 마스크’를 출시하였습니다. 비첩 순환 에센스의 유효성분을 담은 집중 순환 케어 마스크로 공진 비단 배양액과 순환, 보습에 탁월한 해물환 성분을 함유하여 피부 순환을 도와 부기, 화기는 내리고 생기는 울러 아름다움을 깨어나게 하는 세안 후 첫 마스크 제품입니다. 더 히스토리 오브 후의 대표 제품인 에센스, 크림, 마스크를 함께 사용할 수 있는 합리적인 구성을 자랑하며, 수분 안티에이징 시너지 효과로 높은 만족도를 제공합니다.

**CASE:** 숨 로시크숨마

피부를 위협하는 자극이 점점 늘어나면서, 어떤 환경에서도 탄력 있고 아름다운 피부를 가꾸기 위해 동서양의 발효 비방이 조화롭게 어우러져 피부 활력을 높이는 ‘로시크숨마’ 라인을 개발하였습니다. 로시크숨마는 피부 내면의 힘을 끌어올려 피부에 놀라운 빛과 생동감을 부여해 아름다운 피부로 가꿔줍니다. 성공적인 국내 출시 이후 최근 중국 런칭 행사에 중국 주요 언론 매체뿐 아니라 영향력 있는 관계자들이 참석하여 로시크숨마에 대한 관심이 집중되었습니다. 출시 이후 빠른 흡수력과 영양성분을 느낄 수 있다는 호평이 이어져 중국에서도 럭셔리 브랜드로서 더욱 기대를 모으고 있습니다.

LG생활건강은 실제 피부 pH에서 AHA와 동일한 효능을 발휘하여 자극이 적은 아미노산 계열 성분과 레시틴 기반 제형 기술을 개발하였습니다.

CASE: 오워 더 퍼스트 제너추어

지난 10년간 피부 줄기세포 연구를 통해 피부 노화의 근본 원인을 찾아내 다양한 노화 고민의 해결책을 제시하는 ‘더 퍼스트 제너추어’를 개발하였습니다. 더 퍼스트 제너추어는 피부 속 어린 잠재력을 깨워 생생한 피부 감도를 되찾게하여 생기 있고 탄력 넘치는 피부로 가꿔줍니다. 더 퍼스트만의 진보된 피부 활력 성분인 시그니취 29셀과 피부 노화의 전반적인 고민 개선에 도움을 주는 더 퍼스트 제너추어의 대표 제품인 앰플 어드밴스드는 피부 균일도, 밝기, 탄력, 피부 결, 빛 반사 등과 같은 다양한 개선 효과를 통해 안티에이징 시장에서 입지를 확고히 하고 있습니다.



01

CREATE
CUSTOMER
VALUE

진정한 고객 가치 창출

CASE: 홈스타 맥스 렌지후드 클리너

렌지후드 필터 청소의 불편함을 해결하기 위해 찌든 오염을 간편하게 청소할 수 있는 ‘홈스타 맥스 렌지후드 클리너’를 개발하였습니다. 침투, 불림, 제거 효능을 가진 3가지 세정 성분으로 찌든 오염을 강력하게 분해하여 우수한 세정력을 확보했을 뿐 아니라, 풍부하고 오래 유지되는 거품이 필터 구석구석 침투하여 문지를 필요 없이 행구기만 하면 되는 혁신적인 사용법으로 개발되었습니다. 편리함과 뛰어난 세정력으로 소비자 편의를 극대화하여, 출시 6개월 만에 15만개 이상 판매되는 등 렌지후드 필터 세정의 대표 제품으로 자리 잡고 있습니다.

**CASE:** 발을 씻자 온더바디 코튼 풋 샴푸

최근 발 관리에 신경 쓰는 소비자는 늘고 있지만 정작 발 관리의 기본인 ‘발 씻기’는 꺼리는 경향이 있습니다. ‘온더바디 코튼 풋 샴푸’는 귀찮고 불편한 발 씻기 과정을 획기적으로 개선한 제품으로, 손으로 직접 거품을 내서 발을 문지를 필요가 없습니다. 스프레이형 제품에서 마이크로 거품을 분사하여 양발로 비비고 물로 헹궈주면 세균을 효과적으로 씻어내고 체취 마스크 특허를 낸 향료가 냄새까지 잡아줍니다. 이는 간편한 세정 과정은 물론 기능과 성분까지 생각한 혁신적인 제품으로 특히, 두꺼운 양말과 신발로 인해 땀이 많이 차는 겨울철 필수 아이템으로 주목받고 있습니다.





CASE: 메이크업실드 황사마스크 (KF80)

황사 및 미세먼지 증가로 마스크 사용량이 증가하고 있으나, 마스크를 쓰면 자연스럽게 묻어나는 화장으로 인해 불편함을 호소하거나 마스크 착용을 꺼리는 소비자들이 많습니다. 이에 LG생활건강은 화장의 묻어남을 개선한 식약처 허가의 의약품 '메이크업실드 황사마스크'를 개발하였습니다. 메이크업실드 황사마스크는 피부 테스트를 완료한 낮은 섬유 밀도의 엠보 안감을 적용하여 마스크 안감에 화장이 묻어나는 것을 개선하였으며, 정전 처리된 미세 먼지 차단 필터와 다양한 형태의 얼굴에도 밀착될 수 있도록 끈 길이 조절이 가능한 기능적 디자인을 적용하였습니다.



CASE: 버블 바디워시·폼 샴푸

일반적으로 샤워 시에는 타올을 이용하여 거품을 내고 샤워 후 타올을 행구어야 하는 불편함과 습한 욕실 환경에서 타올 보관은 위생상 문제가 있습니다. '벨먼 내추럴 스파 버블 바디워시'는 3회 펌핑 시 약 1억개의 탄력 거품이 나와 샤워 타올 없이도 풍부한 거품 샤워가 가능하여 간편하게 사용할 수 있습니다. 또한 샤워 타올에 의한 피부 자극 염려가 없어 샤워할수록 피부가 좋아지는 경험을 고객에게 제공하는 혁신 제품입니다.

'엘라스틴 셸립 보타닉 에너지 폼 샴푸'는 사용 시 물을 묻히고 거품을 내기 위해 비비는 순간 모발 손상을 줄일 수 있도록 바로 거품이 토출되어 보다 건강한 모발 관리에 도움을 줍니다. 기존 제품 대비 2배 더 치밀한 마이크로 밀착 거품이 모발 사이사이로 두피까지 영양성분을 공급하여 모공 주변 노폐물 세정, 각질, 유분, 보습 등의 두피 환경 개선 효과가 입증되었습니다.



01

CREATE
CUSTOMER
VALUE

진정한 고객 가치 창출

오픈 이노베이션

LG생활건강은 연구개발 및 상품화 과정에서 필요한 기술과 아이디어를 내부의 폐쇄 시스템에서 벗어나 외부로부터 적극적으로 조달하고 내부 자원을 외부와 공유하는 오픈 이노베이션 활동을 장려하고 있습니다. 국내·외 연구기관, 대학교, 벤처기업, 협력회사 등과의 지속적인 교류와 협력을 통해 외부 역량을 활용하여 다양한 제품 개발을 진행하고 있습니다.

2003
기앤진 크림2005
환유진액/환유고2008
자생 에센스2010
화현 크림2017
화을 로션2018
후 비침 순환 마스크

CASE: 한방 피부과학 기술 역량 강화

오픈 이노베이션을 통한 한방기술은 대표 궁중 한방 화장품 브랜드인 '더 히스토리 오브 후' 제품에 적용되어 피부 노화를 고민하는 중년 여성들에 큰 호응을 얻고 있으며, 2018년에는 단일 브랜드로만 2조원의 매출을 달성하였습니다.

2003~2005

LG생활건강은 지속적인 오픈 이노베이션 활동을 통해 단순히 한방 콘셉트만을 적용한 제품을 생산하지 않고 고도의 한방기술을 내재화하고 있습니다.

2006~2016

2006년부터 지속 확장 운영 중인 한방연구회를 통해 국내 한의학 대학과 전문기관 및 중국의 상해 중의약대학과 협업하여 현대 피부과학과 융합된 한방 피부 이론을 개발하였습니다. 그 결과 피부과학적 효능을 개선하였으며, 차별화된 한방특화 제형을 개발할 수 있었습니다.

2017

2017년에는 한방연구회와 함께 설문 및 한의사 문진을 진행하여 피부 특성을 구분할 수 있는 분류기준을 수립하였습니다. 또한, 한방추출원료 전문업체인 OBM Lab과 함께 한방성분 확인 및 추출효율 증진을 위한 생산공정, 지표 성분을 포함한 한방원료 관리체계를 구축하였습니다.

2018

2018년에는 국립수목원 유용식물증식센터와 협업하여 수입하고 있는 한방 원료를 국내에서 자체 증식하기 위해 대량 증식 기술을 개발하였습니다. 이러한 기술개발을 통해 수입하고 있는 원료들의 국내 생산이 가능해짐으로써 제품의 신뢰도가 더욱 높아질 것으로 기대됩니다. 또한 보다 심도 있는 기술개발 협력을 위해 국립수목원에 2억원 상당의 연구시설을 제작·기부하였습니다.

소비자 건강 증진 제품

영유아 및 어린이용 제품의 안전성 가이드라인 개발

성인에 비해 작은 자극에도 민감하게 반응할 가능성이 높은 영유아 및 어린이용 제품을 개발할 때에는 더욱 철저한 안전성 평가 과정이 필요합니다. 이에 LG생활건강은 원료 관리뿐만 아니라 영유아와 어린이를 대상으로 한 제품 개발의 전 과정을 아우르는 내부 안전성 가이드라인을 제정했습니다. 평가 항목에는 유럽 기관과 미국 FDA의 안전성평가보고서에 대한 검토, 사용자의 사용 행태를 고려한 노출 시나리오 평가, 체내 세포와 인체에 대한 피부 자극 및 알레르기 평가 등 다양한 기준이 포괄적으로 포함되어 있습니다. 이같이 엄격한 안전성 가이드라인을 바탕으로 엄마들이 안심하고 구매할 수 있는 안전한 제품 개발의 철학을 실천하고 있습니다.

LG생활건강은 엄격한 안전성 가이드라인을 바탕으로 안전한 제품 개발의 철학을 실천하고 있습니다.



CASE: 베비언스 킨더밀쉬

보건복지부 주관의 ‘국민건강영양조사’ 결과에 따르면 1~2세 유아의 경우 단백질 섭취량은 권장량의 2배가 넘지만, 칼슘 및 칼륨은 부족한 실정입니다. 이에 LG생활건강은 유아의 영양 불균형을 해소하기 위해 간편하게 먹을 수 있는 영양간식 ‘킨더밀쉬’를 개발하였습니다. ‘킨더밀쉬’는 단백질 함유량은 줄이고 1일 권장 섭취량에 대비하여 부족한 칼슘과 칼륨을 한 병에 담았습니다. 또한, 본 제품에는 유아의 면역 증진에 도움이 되는 아연 및 비타민D와 장 건강에 도움이 되는 식이섬유가 함유되어 있습니다. ‘킨더밀쉬’는 상온 무균 충전공법을 적용한 멸균 제품으로 언제 어디서나 안심하고 먹을 수 있으며, LG생활건강은 대장균군, 일반 세균, 식중독균 등 미생물 검사와 환경호르몬, 중금속, 멜라민 등 유해물질에 대한 품질 관리를 철저히 하고 있습니다.



베비언스
킨더밀쉬