



The Life Care Company 'COWAY'

Contact Us

Report Download

About This Online Report

이해관계자 소통채널

Sustainable News



코웨이의 가치창출 프로세스



지속가능경영 주요 데이터



2015 Material Issues



IoCare Site 링크

코웨이 물심표시간 2차...




코웨이 소셜허브



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
 대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
 고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
 COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Intro

CEO Messages &gt;

지속가능경영 개요 &gt;

가치창출 프로세스 &gt;

## CEO Messages



## 마음을 다해 고객과 세상을 더 케어(Care)하겠습니다!

코웨이 사업의 시작은 사람들의 걱정에 공감하고 이를 해결하려는 노력에서 비롯되며, 이런 코웨이의 노력을 한 단어로 표현한 것이 '케어(Care)'입니다. 코웨이는 IoT(사물인터넷) 등 신기술을 접목한 프리미엄 제품과 코디 기반의 감동 서비스를 통해 단순히 제품을 렌탈하는 회사가 아닌 '고객을 케어하는 회사'로 진화해 나가겠습니다.



### 코웨이 이해관계자 여러분, 안녕하십니까?

2015년 코웨이는 성장을 거듭하며 스스로의 한계를 뛰어넘었습니다. 어려운 경제 여건 속에서도 사상 최대 경영실적을 달성했고, 프리미엄 제품들을 성공적으로 출시해 시장을 선도했습니다. 사물인터넷 기술에 코웨이만의 케어 서비스를 결합한 'IoCare(Internet of Care)'라는 새로운 가치를 선보였습니다. 이러한 코웨이의 존재 이유에 대해 여러분은 변함 없이 공감해주셨습니다. 17년째 한국 산업 브랜드파워 1위를 지킴은 물론, 국가고객만족도(NCSI), 한국서비스품질지수(KS-SQI), 한국산업고객만족도(KCSI) 등 3대 고객만족도 1위를 석권해 차별화된 기업 가치를 인정받았습니다. 가전업계로는 유일하게 5년 연속 '대한민국 일하기 좋은 100대 기업'에 선정됐으며, 다우존스 지속가능경영 아시아퍼시픽(DJSI Asia Pacific)에 3년 연속 편입돼 지속가능경영에 있어 아시아 최고 수준임을 입증했습니다. 한결 성숙한 코웨이에 사랑과 지지를 보내주신 여러분께 감사 드립니다.

#### 고객을 더 케어하겠습니다!

2016년 코웨이의 경영 비전은 'The(더) Care 2016'입니다. 여기서 'The(더)'란 세상에 유일한 코웨이만의 존재 가치를 뜻하는 동시에 '가치를 더하고, 영역을 확대하고, 시각을 더 넓힌다'는 의미를 갖습니다. 케어(Care)는 코웨이 업의 핵심 가치입니다. 고객을 더욱 케어하기 위해서는 먼저 고객을 더 이해해야 합니다. 이해의 시작은 걱정을 알고 공감하는 것입니다. 고객의 걱정을 공감하는 '진심'을 가지고, 고객에게 무엇이 필요한지 말하기 전에 코웨이가 먼저 알아서 해결해주는 제품과 서비스를 만들겠습니다.

#### 새로운 도전으로 더 큰 세상을 케어하겠습니다!

2016년 신사업과 해외사업을 통해 코웨이 제품과 서비스의 가치를 누리는 사람들을 더욱 늘려갈 것입니다. 그 동안 코웨이는 사람의 환경과 생활습관을 세밀하게 분석해왔습니다. 실내공기질 데이터와 물 응용 데이터를 수집하고 있으며, 비데를 통한 건강 데이터, 매트리스를 통한 수면질 데이터 등 생활환경과 가족건강에 대한 무한한 데이터를 수집 분석해나갈 계획입니다. 이 빅데이터는 코웨이만의 자산이자, 사물인터넷의 새 시대를 여는 최고 경쟁력이 될 것입니다. 코웨이 제품들이 하나의 시스템으로 연동되고, 모든 데이터를 통합한 '맞춤형 케어 솔루션'을 통해 고객 개인의 올바른 물 응용 습관, 수면 습관, 배변 습관, 공기질 관리 습관을 종합 케어해줄 것입니다. 사물인터넷과 서비스의 결합으로 새로운 고객 케어 시대를 코웨이가 열겠습니다.



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-1  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

## The Life Care Company, 코웨이의 또 다른 이름입니다!

코웨이는 올해 처음 참가한 세계 최대 가전전시회 CES(Consumer Electronics Show)에서 혁신상을 수상했습니다. 이는 코웨이의 혁신성을 세계가 인정했을 뿐만 아니라, 지금 코웨이가 일하는 일상이 혁신이라는 것을 의미합니다. 일상이 혁신인 회사, 바로 코웨이입니다. 코웨이는 렌탈 회사, 서비스 회사라는 타이틀을 벗어나 건강한 삶을 이끄는 '라이프 케어 회사'로 달라져 있을 것입니다. 오는 2018년까지 출시 제품의 대부분을 사물인터넷에 기반한 스마트 제품으로 선보일 것이며, 1조 건의 생활환경과 건강에 대한 데이터를 수집해 국내 최대 규모의 빅데이터 플랫폼 기업으로 도약할 것입니다. 이것이 코웨이가 진화해갈 모습이고, 코웨이를 통해 만들어갈 더 나은 세상입니다. 코웨이는 이러한 변화를 전사가 한마음으로 일구기 위해 기업 비전을 'The Life Care Company'로 바꾸고 새롭게 달려나가고 있습니다.

코웨이는 업계 리더로서 지난 성공을 과신하지 않고, 스스로의 한계를 넘으며 더 나은 세상을 만들어 가겠습니다. 불가능할 것처럼 보이는 새로운 영역에 계속 도전하고, 고객 여러분의 소중한 일상에 더 가까이 다가서며, 사회와 환경에 책임을 다하는 착한 믿음을 실천하는 기업이 되겠습니다.

2016년 6월  
대표이사 김동현

김동현

COWAY

본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00

COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Intro

CEO Messages >

지속가능경영 개요 >

가치창출 프로세스 >

## 지속가능경영 개요



### ● 비전 및 전략

코웨이는 '지속가능경영을 위한 착한 믿음의 실천'이라는 지속가능경영 비전을 수립하였으며, 이를 비즈니스 전 과정에 적용하여 고객, 임직원, 협력사 등 코웨이와 함께 영향을 주고받는 모든 이해관계자가 '행복'해질 수 있도록 노력하고 있습니다.

### ● 지속가능경영 6대 분야 관리

코웨이는 윤리·준법경영, 사회공헌, 고객만족경영, 친환경경영, 임직원 만족경영, 그리고 파트너 상생경영의 6개 분야에 대한 관리 및 개선을 꾸준히 진행하고 있으며, 주요 체계 및 활동, 그리고 핵심 성과를 공개하고 있습니다.



Report Download



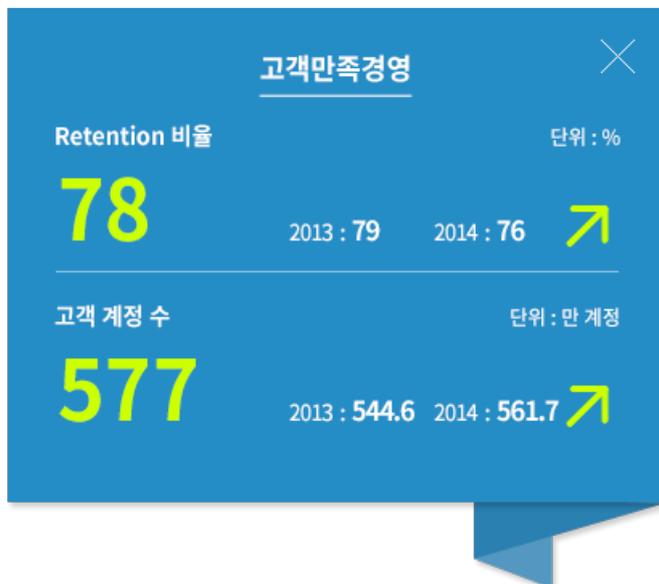
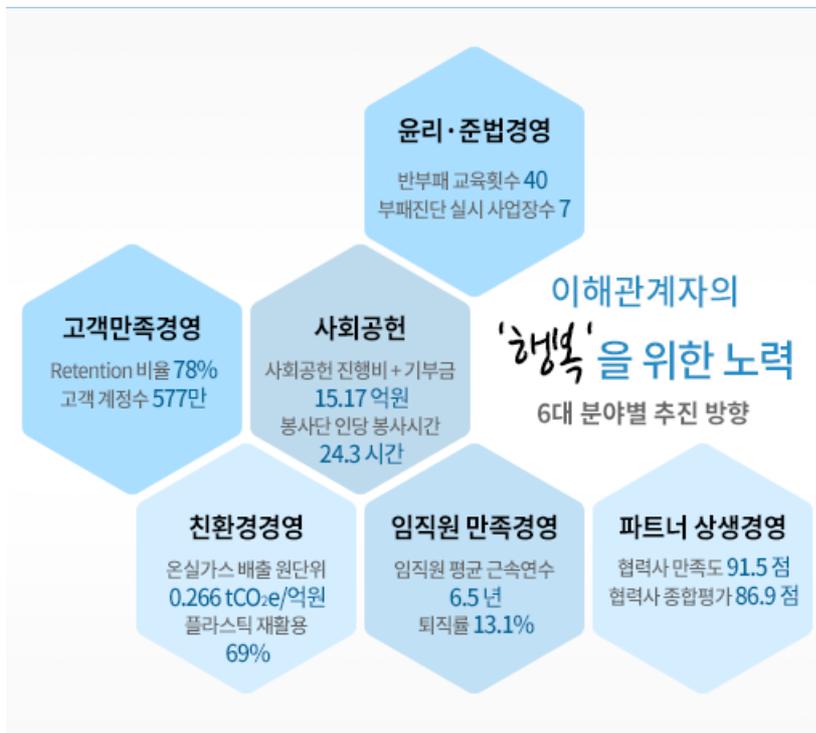
지속가능경영 주요 데이터

### Related Links

- 기업정신, 미션, 비전

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 G4-2 관련 활동을 보고하고 있습니다.



### 사회공헌

사회공헌 진행비 + 기부금 단위 : 억원

**15.17**    2013 : 5.6    2014 : 13.4 ↗

---

봉사단 인당 봉사시간 단위 : 시간

**24.3**    2013 : 24.4    2014 : 20 ↗

### 친환경경영

온실가스 배출 원단위 단위 : tCO<sub>2</sub>e/억원

**0.266**    2013 : 0.292    2014 : 0.277 ↘

---

플라스틱 재활용 단위 : %

**69**    2013 : 75.4    2014 : 71.1 ↘

### 임직원 만족경영

임직원 평균 근속연수 단위 : 년

**6.5**    2013 : 5.6    2014 : 6.0 ↗

---

퇴직률 단위 : %

**13.1**    2013 : 14.2    2014 : 13.6 ↘



### ● 추진체계

코웨이는 효과적인 지속가능경영 추진을 위해 윤리경영실, CSR팀, 인재개발팀, 환경경영팀, 상생협력팀 등 각 부서의 실무책임자가 중심이 되어 분야별 지속가능경영 이슈 모니터링, 내부 진단, 개선방안 수립 및 결과 보고를 추진하고 있습니다. 중대한 영향이 있을 것으로 파악된 이슈는 분야별 위원회 또는 경영위원회를 통해 전사에 공유하고 개선을 위해 노력하고 있습니다.

Intro

CEO Messages >

지속가능경영 개요 >

가치창출 프로세스 >

가치창출 프로세스



코웨이의 모든 제품 및 브랜드는 궁극적으로 ‘환경을 건강하게, 사람을 행복하게’ 만들기 위한 가치를 창출하는 데 목표를 두고 있습니다. 특히 자재 및 부품 공급부터 제품판매에 이르기까지 전 공급망 지속가능경영 관점에서 가치를 투입해 행복한 고객, 건강한 환경을 구현을 위해 노력하고 있습니다.

● Value Creation Process

고객과 환경을 건강하게 하는 환경가전 제품을 개발 및 생산하고, 고객이 초기 구입부담 없이 사용하고 정기적인 서비스를 제공하는 비즈니스 모델을 운영하고 있습니다. 고객과 비슷한 연령대의 판매인(코디, HP, BP)을 통해 차별화된 서비스를 고객에게 제공함으로써 지속적으로 시장점유율, 고객만족도, 브랜드 인지도 등에서 국내 최고의 위치를 점하고 있습니다. 2015년말 기준 약 577만의 렌탈 및 멤버십 계정을 확보하고 있으며, 이는 코웨이의 가장 큰 자산이자 지속성장을 위한 동력입니다.

■ 사업활동 (Business Model)



항목	가치투입 (Input)
<p>Financial Capital</p>	<p>제품 생산을 위해 사용 가능한 현금 (자본, 부채) 등</p> <p>                     ■ 총 자본 : 1,209,911백 만원    ■ 자산 : 1,775,397백 만원                 </p> <p style="text-align: center;">가치창출 (Output)</p> <p>차별화된 제품군과 렌탈 비즈니스 모델을 바탕으로 2조 3,152억원의 매출액을 기록하였습니다. 영업이익은 전년대비 27.1% 증가한 4,633억원으로 사상최대 실적을 달성하였습니다. 2015년 배당금 지급액은 148,347백만 원이며, 1주당 배당액은 2,000원입니다.</p>
<p>Manufactured Capital</p>	<p>빌딩, 장비 등 제품 생산에 필요한 유형 자산</p> <p>                     ■ 생산설비 투자액 : 699,511백 만원                      ■ 환경가전사업 원재료 구입비용: 3,089억 원                 </p> <p style="text-align: center;">가치창출 (Output)</p> <p>제품 생산 기계 등을 총괄한 코웨이의 총 생산능력은 매년 증가하고 있으며, 2015년에는 총 20,294천대 (제품 2,170천대, 필터 18,124천개)의</p>

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

Related Links

■ 주요 성과 데이터

GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 EC1 관련 활동을 보고하고 있습니다.

	<p>제품을 생산하여 83.2%의 가동률을 보였습니다.</p>
 <b>Human Capital</b>	<p style="text-align: center;"><b>인재의 능력, 경험, 몰입도 등</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1인당 교육시간 : <b>76.3시간</b></li> <li>▪ 1인당평균교육비용 : <b>1,090,387원</b></li> <li>▪ 임직원수 : <b>4,780명</b></li> <li>▪ 판매 및 서비스 인력 : <b>18,600명</b></li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>가치창출 (Output)</b></p> <p>코웨이는 GWP(Great Work Place)코리아 주최 '2015년 대한민국 일하기 좋은 100대 기업'에서 5년 연속 대상을 수상하였습니다.</p>
 <b>Intellectual Capital</b>	<p style="text-align: center;"><b>브랜드, 특허, 노하우 등 무형의 자산</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 연구개발비 : <b>340억 원</b> (매출액 대비 1.47%)</li> <li>▪ 연구개발 인력 : <b>368명</b></li> <li>▪ <b>브랜드 전략 재정립</b></li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>가치창출 (Output)</b></p> <p>제품 및 기술개발, 인증 획득 등을 통해 사업 관련 총 3,530건의 지적재산권(특허 613, 실용 181, 상표 1,998, 디자인 738)을 보유하고 있습니다. 전략적인 브랜드 관리를 통해 인터브랜드 선정 Best Korea Brand 2016에서 32위를 차지하였습니다.</p>
 <b>Social Capital</b>	<p style="text-align: center;"><b>지역사회, 협력사 등 이해관계자들과의 관계</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 봉사단 임직원 수 : <b>1,449명</b></li> <li>▪ 사회공헌비 및 기부금 : <b>15억 원</b></li> <li>▪ 지역사회 협력사 구매액 : <b>5,064억원</b></li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>가치창출 (Output)</b></p> <p>2015년 코웨이 임직원은 인당 24.3시간 사회공헌활동에 참여하였으며, 협력사를 대상으로 20건의 기술 지원·보호활동을 전개하였습니다.</p>
 <b>Natural Capital</b>	<p style="text-align: center;"><b>자원환경, 자원, 생태계 등</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 환경 투자비용 : <b>7.1억 원*</b></li> <li>▪ 원료 사용량 : <b>15,783 톤</b></li> <li>▪ 에너지 사용량 : 원단위 <b>5.08 GJ/억원</b></li> <li>▪ 제품 및 품질향상을 위한 투자비는 제외됨</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>가치창출 (Output)</b></p> <p>코웨이는 자원순환구조 확립을 추진하고 있습니다. 2015년 6,353톤의 플라스틱 폐기물을 회수하여 재활용하였습니다. 또한 협력사와의 탄소파트너십을 구축하고 있으며 2015년까지 2개의 협력사에 태양광발전 설치를 지원하였습니다. 2015년 55,961KW의 전력을 생산하여 협력사가 소비하였습니다. 이는 26톤의 온실가스를 저감하는 효과와 동일합니다.</p>

※ 국제 통합보고위원회(International Integrated Reporting Council)의 (IR) Framework를 적용하였습니다.

# Material Reporting

Home > Material Reporting > 2015 Material Issues

## 2015 Material Issues



- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

코웨이의 Material Issues는 비즈니스에 미치는 영향의 강도와 이해관계자의 관심도가 높은 기준으로 선정됩니다. 각 Material Issues에 대한 보고는 이슈와 관련된 트렌드, 비즈니스 연관성과 접근 방식, 주요 활동 및 성과로 체계적으로 보고됩니다.

2015년에는 차별화된 성장전략 이행, 브랜드 가치 제고, 제품안전 및 신뢰성 강화 등 총 여섯 가지의 Material Issues가 도출되었으며, 2014년도의 이슈와 비교했을때 경영·경제 등 비즈니스 측면의 이슈가 강화되었습니다.

### 이슈 선정 프로세스



보고 이슈 풀 구성



설문조사 및 이슈별 중요성 평가



보고 이슈 검토 및 최종 확정

[보고 이슈 선정 프로세스 자세히 보기](#)



Report Download

지속가능경영 주요 데이터

**Related Links**

- 보고서 구성 프로세스 소개
- 이해관계자 정의 및 소통 채널
- GRI G4 Index

**GRI Indicators**

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 G4-20, G4-21 관련 활동을 보고하고 있습니다.

**차별화된 성장전략 이행** ✕

이슈와 관련된 주요 트렌드      비즈니스 연관성 & 코웨이의 접근

(Mega Trends)	(Business Relevance & Approach)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 국내 가전시장 포화</li> <li>▪ 사물인터넷(IOT) 등장</li> <li>▪ 제조-서비스 융복합화</li> </ul>	<p>기업이 차별화된 제품과 서비스를 통해 고객에게 더 나은 가치를 제공하는 것은 기업의 지속적인 성장에 필수적입니다. 특히 환경가전 사업은 환경오염이 악화되면서 시장 기회가 확대되는 동시에 경쟁이 점차 심화되어 차별화된 성장 전략 확보가 더욱 중요해졌습니다. 코웨이는 본연의 경쟁력 강화와 미래 기술 확보를 통해 고객에게 더 나은 가치를 제공하는 방향으로 차별화된 성장 전략을 수립하여 지속 성장의 해답을 찾아가려 합니다.</p>
GRI Aspect	시장지위, 경제 성과

[해당 활동 자세히 보기](#) →

## 브랜드 가치 제고 ✕

이슈와 관련된 주요 트렌드 (Mega Trends)	비즈니스 연관성 & 코웨이의 접근 (Business Relevance & Approach)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ SNS를 통한 브랜드 커뮤니케이션 활발</li> <li>▪ 브랜드를 통한 개인의 아이덴티티 표현</li> </ul>	<p>효과적 브랜드 전략 수립과 명확한 브랜드 가치 설정은 고객 충성도를 높이고, 궁극적으로 기업의 지속가능성을 높이는 데 기여하기 때문에 점차 중요한 요소로 부각되고 있습니다. 렌탈 비즈니스 특성상 코웨이는 정기적 서비스를 위해 고객과 직접 대면하며 신뢰감을 형성하고 장기적인 우호관계를 지속하므로, 코웨이에 있어 브랜드는 제품과 서비스 측면을 넘어 사람이 중심이 되는, 신뢰를 기반으로 하는, 살아있는 자산입니다.</p>
GRI Aspect	마케팅 커뮤니케이션

[해당 활동 자세히 보기](#) →

## 고객 관계관리 강화 ✕

이슈와 관련된 주요 트렌드 (Mega Trends)	비즈니스 연관성 & 코웨이의 접근 (Business Relevance & Approach)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 고객요구의 다양화</li> <li>▪ 개인정보 보호에 대한 요구 확대</li> <li>▪ 1인 가구의 증가</li> <li>▪ 빅데이터 활용</li> </ul>	<p>코웨이의 렌탈 비즈니스의 사업 특성상 제품 판매 이후 관리부터 회수의 단계까지 고객과 장기적인 관계를 형성하는 만큼 고객만족은 코웨이의 지속가능경영 측면에서 매우 중요한 요소입니다. 아울러 급격한 시장 변화, 고객 니즈의 다양화 등으로 인해 제품 개발 및 서비스 제공시 고객 세분화, 고객군별 대응 전략 수립뿐만 아니라 실제로 제품을 사용하는 고객 환경과 상황에 대한 이해가 중요해졌습니다.</p>
GRI Aspect	고객만족

[해당 활동 자세히 보기](#) →

## 제품안전 및 신뢰성 강화 ✕

이슈와 관련된 주요 트렌드 (Mega Trends)	비즈니스 연관성 & 코웨이의 접근 (Business Relevance & Approach)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 제품 안전에 대한 관심 증가</li> <li>▪ 제품 책임과 관련된 인증 요구 확대</li> </ul>	<p>최근 제품 성능 조작, 제품의 유해성 등이 사회적 이슈가 되고 있습니다. 안전성과 신뢰성이 결여된 제품은 기업의 명성과 매출에 큰 타격을 입히는 반면 안전하고 우수한 성능의 제품은 고객과 신뢰를 쌓을 수 있는 가장 확실한 방법입니다. 코웨이가 정의하는 '제품의 신뢰성'은 고객이 제품을 사용하는 동안 안전하고 변함없이 성능이 지속되게 하는, 제품에 대한 책임을 적극적으로 이행하는 일련의 과정입니다. 특히 코웨이의 제품들은 물과 공기를 다루고 오랜 기간 일상적으로 사용된다는 점에서 제품의 안전성과 성능의 향상성이 매우 중요합니다.</p>
GRI Aspect	고객 안전보건, 제품 서비스 및 라벨링

[해당 활동 자세히 보기](#) →

## 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 ✕

이슈와 관련된 주요 트렌드 (Mega Trends)	비즈니스 연관성 & 코웨이의 접근 (Business Relevance & Approach)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 친환경 제품 요구 증대</li> <li>▪ 기후변화 영향 증대</li> </ul>	<p>최근 환경에 대한 관심이 증가됨에 따라 환경 친화적인 제품을 구매하는 '그린슈머'가 증가하고 있으며, 기후변화 등에 의한 피해가 확산됨에 따라 지구적 차원에서 지속가능한 제품을 개발하는 것이 더욱 중요해지고 있습니다. 아울러 가전 시장이 포화되고 기술 격차가 빠르게 좁혀지면서 혁신적인 개발 기술과 제품을 갖추는 것은 코웨이가 시장 선두기업의 지위를 유지하는 동시에, 고객에게 더 높은 가치를 제공할 수 있는 중요 요소입니다.</p>
GRI Aspect	제품 및 서비스 라벨링, 배출(Emissions)

[해당 활동 자세히 보기](#) →

## 사람중심의 기업문화 구현 ✕

이슈와 관련된 주요 트렌드 (Mega Trends)	비즈니스 연관성 & 코웨이의 접근 (Business Relevance & Approach)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 일과 삶의 균형에 대한 사회적 요구 증대</li> <li>▪ 우수 인재 획득 경쟁 심화</li> </ul>	<p>최근 사회적으로 일과 삶의 균형에 대한 요구가 증가하고 있으며, 일하기 좋은 일터는 직원들의 창의적이고 역동적인 사고 형성에 도움이 되고 기업의 성과와도 직결됩니다 이에 사람 중심의 기업문화를 정착하고 인재경영을 실현하는 것은 기업이 시장에서 경쟁력을 확보하는데 있어 필수적인 요소가 되었습니다.</p>
GRI Aspect	고용, 교육 및 훈련, 노사관계

[해당 활동 자세히 보기](#) →



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

Home &gt; Material Reporting &gt; 차별화된 성장전략 이행

## 차별화된 성장전략 이행



- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

개요    프리미엄 제품을 통한 성장동력 확보    해외사업 가속화    영업기반 강화



## Business Relevance &amp; Approach

기업이 차별화된 제품과 서비스를 통해 고객에게 더 나은 가치를 제공하는 것은 기업의 지속적인 성장에 필수적입니다. 특히 환경가전 사업은 환경오염이 악화되면서 시장 기회가 확대되는 동시에 경쟁이 점차 심화되어 차별화된 성장 전략 확보가 더욱 중요해졌습니다. 코웨이는 본연의 경쟁력을 강화와 미래 기술 확보를 통해 고객에게 더 나은 가치를 제공하는 방향으로 차별화된 성장 전략을 수립하여 지속 성장의 해답을 찾아가려 합니다.

전국적 영업망과 서비스 네트워크, 환경가전 연구개발 전문성은 코웨이가 시장에서 우위를 확보하고 있는 요소입니다. 여기에 사물인터넷, 빅데이터 등 IT 신기술 접목을 통해 코웨이만의 경쟁력을 강화하고 있습니다. 특히 단계별 'IoCare' 제품 및 서비스 라인업을 통해 기존 사업과의 시너지를 창출해 나가고 있습니다. 해외사업 또한 각 현지의 특성을 고려한 사업 전략으로 성장을 가속화하고 있으며, 주력 영업 채널인 방문 판매 및 코디 조직을 강화하고 판매채널 다양화하여 사업기반을 강화하고 있습니다.

## Activities



프리미엄 제품을 통한  
성장동력 확보



해외사업 가속화



영업기반 강화

## Business Cases

- 사물인터넷(IoT)기반 통합케어 솔루션 제공
- 정수기 업계 최초 말레이시아 할랄 인증 획득

## 2015 Performance



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

Related Links

GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-1  
관련 활동을 보고하고 있습니다.



관리계정 수  
(렌탈 및 멤버십)



해외사업 매출액



전년 대비 영업이익 증가율



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home &gt; Material Reporting &gt; 차별화된 성장전략 이행

## 차별화된 성장전략 이행



개요    프리미엄 제품을 통한 성장동력 확보    해외사업 가속화    영업기반 강화

## 'The Life Care Company'로의 도약

코웨이는 렌탈과 서비스를 결합한 비즈니스 모델로 지속 성장해왔으나, 시장의 경쟁심화로 새로운 차별화 전략이 요구되고 있습니다. 2015년 코웨이는 프리미엄 제품 및 서비스 가치를 강화하고 사물인터넷 기술을 접목한 서비스 개발로 경쟁력을 강화하고 있습니다. 새로운 도약을 위해 환경가전서비스 기업을 넘어 '더 라이프 케어 컴퍼니(The Life Care Company)'로 기업 비전을 수립하여, 깨끗한 환경과 건강한 생활습관을 만드는 '라이프 케어'를 통해 고객 삶의 질을 높이고 행복을 추구하기 위해 노력해 나갈 것입니다.



## 프리미엄 제품을 통한 성장동력 확보

프리미엄 시장은 진입장벽이 높지만 한번 진입하면 강력한 경쟁력을 확보할 수 있는 시장입니다. 코웨이는 지속적으로 성장하기 위한 새로운 전략으로 프리미엄을 전략을 추구하고 있습니다.

## ● IoT 기술을 결합한 고객 맞춤형 솔루션 제시

프리미엄 전략의 방향은 제품과 결합된 서비스로, 스마트 기술과 IoT를 적용하여 소비자가 충분히 지불할 만한 가치를 느끼게 하는 것입니다. 이에 코웨이의 사물인터넷 기반 라이프 케어 솔루션인 'loCare (Internet of Care)'를 통해 다양한 환경가전을 사물인터넷으로 연결하고, 생활환경 전반에 걸친 스마트 홈 케어 서비스로 확대하고 있습니다. 2015년에는 loCare 비즈니스 추진 전략 수립, 산업통상자원부 등과의 업무협약 체결, loCare 기반 제품 출시 등의 활동을 전개하였습니다.

## ● 프리미엄 제품을 통한 소비 트렌드 선도

2015년에는 프리미엄 제품 및 솔루션 개발에 집중해 고객의 삶을 더욱 편리하고 건강하게 바꿀 수 있도록 연구개발에 매진하였습니다. 향후에도 코웨이는 프리미엄 가치를 강화하기 위해 제품과 결합된 프리미엄 서비스를 개발할 계획입니다.



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- 코웨이 & IoT 리플렛
- loCare 서비스

## GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-4  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

▪ 2015년 대표 제품

	<p><b>공기청정기 loCare (AP-1515A)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ loCare 공기청정기를 처음으로 탑재한 공기청정기</li> <li>▪ 실내외미세먼지와 유해가스 농도를 시각적으로 실시간 보여주고, 오염 정도에 따라 자동으로 가동</li> </ul>
	<p><b>스스로 살균정수기 loCare (CHP-470L)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 물이 지나는 유로, 저장 수조, 추출구까지 전기분해살균수로 스스로 살균</li> <li>▪ 사용 패턴을 자동 분석해 사용 이 적은 시간대에 스스로 절전 하는 '그린 플러그' 기능 적용</li> </ul>
	<p><b>스스로살균 가습 공기청정기 (APMS-0815C)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 풍부한 가습량으로 빠르게 쾌적한 수면 환경을 조성하며, 유해 물질보다 작은 0.0001 마이크로미터 초미세 물 입자 가습 시스템 적용</li> </ul>

프리미엄 제품 더보기 →

**BUSINESS CASE**

**사물인터넷(IOT)기반 통합케어 솔루션 제공**

---

“
 코웨이는 IoT와 서비스 결합을 통해 고객의 요구에 앞서 혁신적인 서비스를 제공하고 있습니다.
 ”

전자제품 업계의 최근 화두인 사물인터넷(IoT)은 가전제품을 비롯한 각종 사물에 센서와 통신기능을 내장하여 인터넷에 연결하는 기술입니다. 가전제품에 사물인터넷(IoT)이 적용될 경우, 기업은 제품을 통해 고객의 제품 사용 관련 데이터를 쉽게 취합하고 분석하여 개인별 솔루션을 개발할 수 있습니다.

코웨이는 렌탈 상품에 사물인터넷(IoT)과 빅데이터를 접목하여 제품을 렌탈하고, 관리하는 수준을 넘어 '고객별 맞춤형 케어'가 가능하도록 발전시키고 있습니다. 2015년 4월에는 사물인터넷(IoT)을 기반으로 고객의 집 안 공기 상태를 실시간으로 보여주고, 오염 상태에 따른 맞춤형 솔루션을 제공하는 스마트 케어 서비스를 제공하였습니다.

---



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23

대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)

고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00

COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home &gt; Material Reporting &gt; 차별화된 성장전략 이행

## 차별화된 성장전략 이행



개요    프리미엄 제품을 통한 성장동력 확보    해외사업 가속화    영업기반 강화

## 해외사업 가속화

## ● 해외사업 추진 방향

2015년 말 기준, 중국, 태국, 말레이시아, 미국에 현지법인을 운영 중이며, 해외 통합브랜드 'Coway'와 ODM브랜드, 글로벌 생활가전 제조업체와의 OEM 공급계약을 통해 해외시장을 공략하고 있습니다. 2015년 해외매출은 1,493억원으로 지난해 전체 매출의 7%에 해당합니다. 향후에는 마케팅과 사업 역량을 강화하여 자체 브랜드 중심으로 해외 사업을 성장시켜 나가고자 합니다.

## ■ 해외사업 매출액 (단위: 십억원)

## ● 지역별 차별화 전략 이행

코웨이는 해외시장 중심의 차별화된 접근을 바탕으로 해외사업을 전개하고 있습니다. 2015년에는 지역별 전략적 제품 라인업을 갖추고, 특화된 서비스 모델을 개발하였습니다. 특히 말레이시아·미국을 중심으로 방문판매 인력을 확대하는 등 외형 성장 뿐만 아니라 TV 광고 등을 실시해 브랜드 인지도를 향상하고 있습니다.



## 중국



최근 중국은 미세먼지로 인한 대기오염 등 환경 문제가 심각해 환경가전 제품에 대해 큰 관심을 보이고 있으며, 한국 제품에 대한 고객의 선호도가 높습니다. 코웨이는 중국 시장 공략을 위해 고객 조사, 디자인 연구를 진행하고 있으며, 차별화된 기술력을 바탕으로 고객의 니즈를 충족하는 특화 제품을 개발하고 있습니다.



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- 글로벌 네트워크

## GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-6, G4-8  
관련 활동을 보고하고 있습니다.



〈 2016 아쿠아텍 차이나 참가 〉

**주요전략**

- 공기정정기 사업 지속 확대
- 정수기 브랜드 사업 확장



**말레이시아**



말레이시아는 젊은 인구구조나 경제성장 전망으로 볼 때 성장 가능성이 매우 높은 시장입니다. 2015년에는 렌탈사업이 성공적으로 안착함에 따라 관리계정이 27만 계정으로 전년 대비 47.2% 성장하였으며, 방문판매 인력도 1,500여 명으로 증가하였습니다. 아울러 TV 광고를 진행해 코웨이 브랜드를 알리고 긍정적인 기업 이미지를 형성할 수 있도록 노력하였습니다.



〈 코웨이 말레이시아 TV 광고 〉

**주요전략**

- 영업·서비스 지역 확대
- 제품 포트폴리오 강화

BUSINESS CASE

### 정수기 업계 최초 말레이시아 할랄 인증 획득

“ 정수기 업계 최초로 말레이시아에서 할랄 인증을 받아 현지시장을 공략하고 있습니다. 할랄이란 ‘허락된 것’을 뜻하는 아랍어로 이슬람 율법에 따라 처리·가공된 식품에만 부여되는 인증입니다. ”



코웨이는 2010년 ‘마시는 물도 식품이다’라는 발상의 전환을 통해 정수기 업계 최초로 말레이시아에서 할랄 인증을 받았습니다. 금번 인증을 바탕으로 코웨이는 말레이시아에서의 경쟁력을 더욱 강화할 예정입니다. 특히 이슬람 문화와 관습에 맞게 제품과 서비스를 현지화하여, 말레이시아에 코디와 렌탈 시스템을 전파하고 브랜드 경쟁력을 강화하겠습니다.



### 미국



최근 미국 내에서 사물인터넷 제품 시장이 성장함에 따라 사물인터넷 기능을 탑재한 공기청정기 시장의 잠재성이 커지고 있습니다. 이에 프리미엄 제품을 중심으로 미국 시장의 지배력을 확대하고 있으며, ‘2016 국제 시카고 가정용품 박람회(IHHS)’에 참가해 앞선 기술력을 선보였습니다. 이러한 노력의 결과 2015년 미국법인의 관리계정은 작년 대비 14% 성장해 572억원의 매출액 달성하였습니다.



〈 '2016 국제 시카고 가정용품 박람회(IHHS)' 〉

#### 주요전략

- 판매채널 확대 및 다변화
- 조직운영 및 관리 강화



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

2015 Material Issues &gt;

차별화된 성장전략 이행 &gt;

고객 관계관리 강화 &gt;

브랜드 가치 제고 &gt;

제품안전 및 신뢰성 강화 &gt;

혁신적이고 환경친화적인  
제품 개발 >

사람중심의 기업문화 구현 &gt;

Home &gt; Material Reporting &gt; 차별화된 성장전략 이행

## 차별화된 성장전략 이행



개요

프리미엄 제품을 통한  
성장동력 확보

해외사업 가속화

영업기반 강화

## ● 영업기반 강화

코웨이는 환경가전사업에서의 시장점유율을 지켜나감과 동시에 새로운 수익 창출로 지속적인 성장을 도모하고자 영업기반을 더욱 강화했습니다. 지역별 차별화된 영업 전략을 추진할 수 있도록 지역 중심의 현장경영을 강화하였고, 영업생산성과 고객서비스 수준 향상을 위한 프로젝트를 진행했습니다. 그 결과 2015년 환경가전 렌탈사업 판매량과 관리 계정 수가 모두 증가하였으며, 1% 미만의 안정적인 해약율을 유지하고 있습니다.

## ● 제도와 서비스 혁신

최근 소비 트렌드가 '소유'에서 합리적 소비를 지향하는 '가치 소비'로 변화함에 따라 기존의 소유권 이전 제도를 없애고 매트리스 케어 서비스를 업그레이드 한 매트리스 신렌탈 제도를 도입했습니다. 이는 제품 판매에서 서비스와 사람 중심으로 렌탈의 관점을 바꾸고 지속적인 '케어'의 가치를 제공하여 고객 만족도를 제고하였습니다.

## ● 판매채널 다각화

코웨이는 제품 및 서비스에 대한 접근성을 높임으로써 새로운 고객층을 확보하고 영업 경쟁력을 강화하고 있습니다. 최근 홈쇼핑, 인터넷 등 비대면 판매 채널을 통한 소비자들의 구매 비중이 증가하는 등 판매 트렌드가 변화함에 따라 기존 주력 영업방식인 방문판매와 온라인 판매방식을 접목한 '하이브리드 몰(hybrid mall)'을 운영하고 있습니다. 아울러 마트 등 오프라인 판매 채널 확대를 통해 새로운 고객층의 접근성을 높여 경쟁력을 더욱 강화해 나가고 있습니다.



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- 코웨이 물

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 고객 관계관리 강화

## 고객 관계관리 강화



- 개요
- 고객 맞춤형 대응 전략 수립
- 고객 중심의 서비스 제공
- 지속적인 품질개선



### Business Relevance & Approach

코웨이의 렌탈 비즈니스의 사업 특성상 제품 판매 이후 관리부터 회수의 단계까지 고객과 장기적인 관계를 형성하는 만큼 고객만족은 코웨이의 지속가능경영 측면에서 매우 중요한 요소입니다. 아울러 급격한 시장 변화, 고객 니즈의 다양화 등으로 인해 제품 개발 및 서비스 제공시 고객 세분화, 고객군별 대응 전략 수립뿐만 아니라 실제로 제품을 사용하는 고객 환경과 상황에 대한 이해가 중요해졌습니다.

코웨이는 CMI(Customer & Market Insights)를 기반으로 고객 데이터, 니즈, 라이프 단계, 구매 행동 등을 분석하여 고객을 세분화하고, 고객군별 대응전략을 수립하고 실천하고 있습니다. 뿐만 아니라 고객중심의 업무 프로세스를 기반으로 고객 및 시장에 대한 지속적인 모니터링과 함께 고객감성, 소비패턴 등에 대한 연구를 통해 고품질의 제품을 제공하고 고객맞춤형 서비스의 질을 높여가고 있습니다.

### Activities



고객 맞춤형 대응 전략 수립



고객 중심의 서비스 제공



지속적인 품질개선

### Business Cases

- 고객감성 연구
- 협력사 품질 혁신 프로젝트 시행

### 2015 Performance



Report Download

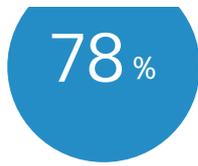


지속가능경영 주요 데이터

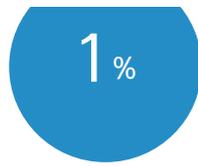
### Related Links

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-1  
관련 활동을 보고하고 있습니다.



Retention 비율



해약율



중복 사용률



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 고객 관계관리 강화

## 고객 관계관리 강화



- 개요
- 고객 맞춤형 대응 전략 수립
- 고객 중심의 서비스 제공
- 지속적인 품질개선



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### 고객 맞춤형 대응 전략 수립

#### ● 고객 중심의 경영체제 확립

코웨이는 고객만족 경영전략인 'Beyond Expectation(고객의 기대를 넘어서는 감동)'을 바탕으로 고객이 보다 건강하고 행복한 삶을 영위하도록 케어하고 있으며, 고객 케어는 고객에 대한 정확한 이해를 바탕으로 시작합니다.



#### ● CMI, 빅데이터 기반의 고객 및 시장 분석

코웨이의 고객중심경영은 고객 및 시장에 대한 데이터 분석에서부터 시작합니다. 급격한 시장변화와 다양한 고객 니즈 변화에 탄력적으로 대응하기 위해 CMI(Customer & Market Insights)를 기반으로 고객 데이터, 니즈, 라이프 단계, 구매행동 등을 분석하여 고객을 세분화하고, 고객군별 대응전략을 수립하고 있습니다. 신혼, 영유아 가족, 1인 가구 등 다양한 고객의 삶의 패턴이나 단계에 따라 변화하는 니즈에 맞춘 제품 및 서비스 개발, 긍정적 경험 제공을 위한 마케팅 활동 등을 강화해 기대를 넘어서는 가치 제공을 위해 노력하고 있습니다.

## 고객 감성 연구

“ 고객중심의 제품을 개발하기 위해서는 고객이 실제로 제품을 사용하는 환경과 상황에 대한 이해가 필수적입니다. ”



코웨이는 R&D센터 내 ‘고객 감성 연구실’을 운영해 실제 가정과 유사한 환경 하에 고객이 직접 제품을 사용하도록 한 후 그에 따른 의견을 신제품 개발에 반영하고 있습니다. 또한 디자인실을 통해 제품 UI를 비롯한 다양한 고객 편의성 관련 연구를 지속하여 고객이 코웨이 제품을 더 편리하게 사용하고 보다 큰 만족을 느낄 수 있도록 노력하고 있습니다.



## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home &gt; Material Reporting &gt; 고객 관계관리 강화

## 고객 관계관리 강화



개요    고객 맞춤형 대응 전략 수립    고객 중심의 서비스 제공    지속적인 품질개선

## 고객중심의 서비스 제공

## ● VOC 경영

코웨이는 VOC(Voice of Customer)경영 체제 하에 고객들의 작은 소리에 귀 기울이고 이를 경영 활동에 적극 반영하고 있습니다. 특히 고객 VOC(Voice of Customer)기반 '소리슌' 프로그램 및 전사 회의체 운영을 강화하여 고객의 불편함을 최소화하고 있습니다. 다양한 채널을 통해 접수된 고객의 소리를 신속하게 분석 및 솔루션을 찾아 향후 문제가 재발되지 않도록 체계적으로 관리하고 있으며, 중점 사안은 전사 회의체에서 공유하고 효과적인 VOC 솔루션 방안을 모색하여 고객에게 제공되는 서비스 질을 향상시키고 있습니다.

## ■ 고객중심의 서비스 제공

코웨이는 고객과 현장의 VOC를 해결하기 위해 유관부서와 함께 아이디어를 고민하고 문제를 개선해나가는 전사 소통 협의체인 하트사랑방을 운영하고 있습니다.

## &gt; 하트 사랑방 특징



## ● 고객 중심의 서비스

## ■ 서비스 강화

장기간 렌탈 서비스 고객을 대상으로 무상으로 실시하던 부품교체 서비스를 업그레이드한 '정수기 스페셜 서비스'를 실시해 위생에 대한 고객의 불안감을 해소시키고 위생성을 강화했습니다. 아울러 탱크 살균을 위해 살균수기를 도입했습니다. 새롭게 도입된 살균수는 화학첨가물을 추가로 사용하는 것이 아닌 전기화학 반응을 통해 생성되기 때문에 인체에 무해하며, 한국화학융합시험연구원 으로부터 'S마크'를 획득하여 안전성 또한 인정 받았습니다. 이외에도 이사고객의 니즈를 고려해 기존의 서비스를 다양화한 '이사고객용 서비스패키지'를 개발하였습니다. 또한 생애주기별, 계절별, 지역별 고객의 니즈를 고려하여 다양한 서비스를 제공해 고객만족도를 제고하고 있습니다.

## ■ 서비스 고객 커뮤니케이션

정수기 제품사용설명서에 향후 고객이 제공받을 서비스를 편리하게 확인할 수 있도록 서비스 내용을 시각화한 '서비스 안내도'를 추가하고 있습니다. 또한 점검 시기 및 내용을 실시간 확인할 수 있는 모



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- 코웨이 렌탈 및 멤버십

바일 점검카드를 신규로 도입하여 고객의 편의성을 높이고 있습니다.

[코웨이의 다양한 고객만족 서비스 보기](#) →

[고객만족경영에 대해 자세히 보기](#) →



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23

대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)

고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00

COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home &gt; Material Reporting &gt; 고객 관계관리 강화

## 고객 관계관리 강화



개요    고객 맞춤형 대응 전략 수립    고객 중심의 서비스 제공    **지속적인 품질개선**

## 지속적인 품질개선

## ● 품질개선 인프라 강화

## ■ Q- Big Data 분석시스템

코웨이는 VOC 시스템을 통해 접수된 고객 요청 및 불만 사항 등을 Q- Big Data 분석시스템을 통해 분석해 품질을 강화하고 차별화된 서비스를 제공하고 있습니다.



## ■ Q- DR 품질 전문가 위원회

품질과 관련된 이슈를 전사차원에서 공유하고 해결하기 위해 DR-Gate 별 품질문제를 공유하고 있습니다. 위원회를 통해 품질 관련 이슈를 공유하고 이를 해결하기 위한 아이디어를 도출 및 실행하고 있습니다.

## ● 품질경영 프로그램

## ■ 개선책임제 및 사전 예방 책임제

불량사고의 개선과제를 도출·개선하는 개선책임제를 실시하고 있으며, 발생 가능한 주요 불량과제에 대한 사전예방 책임제로 불량요인을 개선하고 있습니다.

## ■ 품질개선 진도관리

전산 시스템을 통해 개선현황을 실시간 관리해 일정을 단축하고, 실패사례는 DB화해 품질을 지속적으로 개선하고 있습니다.

## ■ 품질예보제

주간 생산계획에 따라 제조품질에 영향을 줄 수 있는 리스크를 사전에 예방하고 있습니다.

## ■ 일일품질그물망

A/S·반환 등 운영현장 관련 데이터를 일단위로 분석하고 실시간 모니터링하는 분석센터를 운영해 품질 개선활동을 신속하고 정확하게 이행하고 있습니다.

## ■ QS7(Quality Solution 7 Days)

품질이슈 발생 시 '긴급 상주 TFT'를 발령해 7일 이내에 문제를 개선하고 해결함으로써 고객만족도를 향상하고 있습니다.

코웨이의 품질경영 활동 자세히 보기 →



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- 고객만족을 위한 품질경영 활동

## ‘협력사 품질 혁신 프로젝트’ 시행

“ 코웨이는 협력사들의 제품 품질 향상에도 앞장서고 있습니다. 2015년에는 협력사의 공정 및 신제품 품질 안정화를 위하여 ‘품질 혁신 프로젝트’를 시행하였습니다. 이를 통해 협력사의 품질 경쟁력을 확보할 뿐만 아니라 고품질의 제품을 제공해 고객만족도까지 함께 제고하고 있습니다. ”

### ■ 협력사 4대 품질혁신

핵심 협력사 품질시스템 지도 및 육성	신규부품 협력사 가공공정 평가 및 승인
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 품질시스템 실태평가, 지도 및 육성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질조직 및 시스템, 프로세스, 평가, 현장관리 등 선진 품질보증 체계 구축 지원</li> </ul> </li> <li>· Q-CAMPUS(협력사 품질 실무교육) 연계 품질교육 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 4M 및 가공 공정 평가 및 승인                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 4M 등을 평가하고 기술지도를 실시해 양질의 부품 입고</li> </ul> </li> <li>· 프로세스 표준화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>※ 4M(작업자, 설비, 작업방법, 자재 및 품질관리)</li> </ul> </li> </ul>
OEM/ODM 품질보증	SUB 협력사 자주 품질보증 체계 구축
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 코웨이 개발 및 생산 제품에 준한 통합 품질보증 MAP운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자주 품질보증 체계구축                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 작업표준 점검·지도, 특수공정 자격검증</li> <li>- 품질정보 및 개선실행 실시간 교류</li> </ul> </li> </ul>

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 브랜드 가치 제고

## 브랜드 가치 제고



- 개요
- 전략적 브랜드경영 체제 도입
- 브랜드 커뮤니케이션 활성화
- 브랜드 경험 제공



### Business Relevance & Approach

효과적 브랜드 전략 수립과 명확한 브랜드 가치 설정은 고객 충성도를 높이고, 궁극적으로 기업의 지속가능성을 높이는데 기여하기 때문에 점차 중요한 요소로 부각되고 있습니다. 렌탈 비즈니스 특성상 코웨이는 정기적 서비스를 위해 고객과 직접 대면하며 신뢰감을 형성하고 장기적인 우호관계를 지속하므로, 코웨이에 있어 브랜드는 제품과 서비스 측면을 넘어 사람이 중심이 되는, 신뢰를 기반으로 하는, 살아있는 자산입니다.

2015년 코웨이는 새로운 브랜드 비전, ‘더 라이프 케어 컴퍼니(The Life Care Company)’를 수립해 고객 삶(Life) 전반을 케어하는 브랜드로서 그 지향점을 확고히 했습니다, 특히 전략적 브랜드경영 체제를 도입해 브랜드의 약속과 지향점을 알리고 온·오프라인 채널을 통해 고객접점에서 다양한 브랜드 경험을 제공하였습니다. 아울러 물, 공기 등 삶에 있어 가장 기본이자 중요한 영역에서 대표성을 확보하고 있는 브랜드로서 물의 중요성을 사회와 공감할 수 있는 캠페인을 지속적으로 기획, 전개하고 있습니다.

### Activities



전략적 브랜드경영 체제 도입



브랜드 커뮤니케이션 활성화



브랜드 경험 제공

### Business Cases

- ‘물심표시간 캠페인 시즌 2’전개
- 대내외 브랜드 가치 인정

### 2015 Performance



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### Related Links

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-1  
관련 활동을 보고하고 있습니다.



Best Korea Brand 2016



브랜드 가치  
(출처:인터브랜드 코리아)



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00

COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 브랜드 가치 제고

## 브랜드 가치 제고



- 개요
- 전략적 브랜드경영 체제 도입
- 브랜드 커뮤니케이션 활성화
- 브랜드 경험 제공

### 전략적 브랜드경영 체제 도입

#### ● 브랜드 아이덴티티 시스템 수립

코웨이는 2015년 브랜드 비전, 브랜드 에센스, 핵심 아이덴티티 등으로 구성된 브랜드 아이덴티티 시스템 (Brand Identity System)을 수립하였습니다. BIS는 제품, 마케팅, 서비스 등 고객 접점에서 코웨이 브랜드를 표현하는데 중심이 되는 가치체계로서 이를 기반으로 고객의 삶을 케어하고 고객의 삶 속에서 코웨이라는 이름의 가치를 더욱 높이기 위한 코웨이 브랜드의 지향점입니다.

## BRAND VISION

### The Life Care Company

깨끗한 환경과 건강한 생활습관을 만드는 라이프 케어를 통해 삶의 질을 높이고 고객의 행복을 추구합니다.

#### BRAND ESSENCE *Caring Happiness*

코웨이는 깨끗한 물과 공기, 환경을 모든 사람이 제대로 누리고 그 속에서 더 건강하고 활기찬 생활을 누릴 수 있도록 삶의 질을 케어해 주고 행복을 케어하고 있습니다. 삶의 질을 높이는 케어를 통해 보다 행복한 삶을 제공하는 The Life Care Company가 될 것입니다.

### Brand Core Identity



#### ● 중장기 브랜드 전략 및 포지셔닝 재정립

'Care'의 가치를 명확히 반영하고 코웨이의 다양한 제품과 서비스에 대한 쉽고 빠른이해를 돕기위해 대표 브랜드인 Coway를 중심으로 5개의 'Care' 카테고리 아래 제품군을 조직화하여, 보다 전문적

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

Related Links

GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 G4-1 관련 활동을 보고하고 있습니다.

이고 체계적인 제품과 케어서비스를 경험하도록 하였습니다. 아울러 수립한 브랜드 전략을 대내외 선포함으로써 Life Care Company로서 브랜드의 달라진 시각과 관점을 이해관계자와 공유하고 있습니다.



※ 화장품은 코웨이 브랜드 적용제품이 아니므로 포함하지 않음

### ● 브랜드에 대한 공감대 형성

브랜드경영 체제 확립을 위해서는 전사 차원의 역량과 관심이 집중되어야 합니다. 이에 코웨이는 브랜드운영위원회와 브랜드 실무협의체를 운영하고 있습니다. 위원회는 대표이사 주관하에 브랜드 관련 주요 사항에 대한 의사결정을 진행하고, 실무협의체는 브랜드 운영 및 관리에 대한 이슈사항 발의, 조율/협의 등의 활동을 수행합니다.

아울러 브랜드가 추구하는 방향을 전사적으로 공유하기 위해 전 임직원을 대상으로 브랜드 내재화 교육을 실시하고 있습니다. 2015년에는 브랜드의 중요성 이해·공감, 브랜드 아이덴티티 시스템 공유 등을 테마로 마케팅 부분, 소비자 접점 부서 등을 대상으로 교육을 실시하였습니다. 2016년에는 현장과 해외법인을 대상으로 교육을 확대 하고 브랜드의 실제 업무 적용 및 실천을 위한 사례를 중심으로 심화교육을 진행할 예정입니다. 이밖에도 브랜드 스토리북 및 동영상 제작, 캠페인 실시 등을 통해 재정립한 브랜드 전략을 이해하기 쉽도록 전달하고 있습니다.

Coway Brand Journey Book 보기





본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 브랜드 가치 제고

## 브랜드 가치 제고



- 개요
- 전략적 브랜드경영 체제 도입
- 브랜드 커뮤니케이션 활성화
- 브랜드 경험 제공

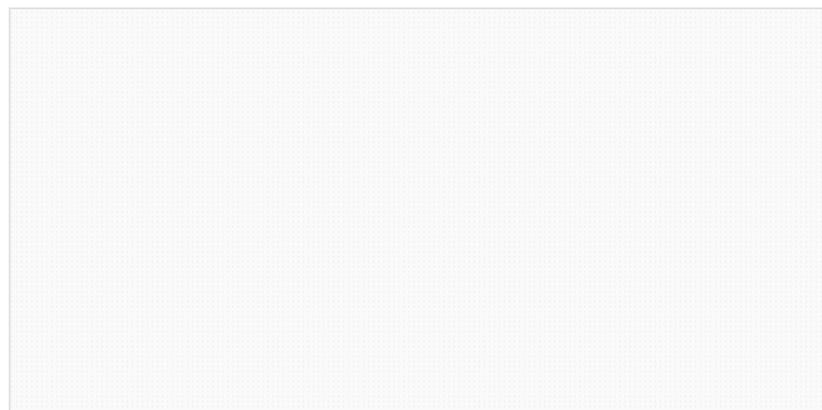
### 브랜드 커뮤니케이션 활성화

#### ● 소비자 관점의 브랜드 가치 및 사회적 가치 전달

코웨이는 Life Care Company로서의 미래비전을 고객 등 이해관계자와 공유하고, 향후 출시될 제품 및 서비스에 대한 기대감을 조성하기 위해 2016년 상반기부터 브랜드 캠페인을 전개하였습니다. 이를 통해 코웨이라는 브랜드가 ‘고객 삶(Life) 전반을 케어하는 브랜드’로서, 소비자와 어떤 가치를 교감하고 싶고, 제품과 서비스의 결합인 IoCare를 통해 고객의 행복까지 케어하겠다는 비전과 약속의 실체를 커뮤니케이션하고 있습니다.



아울러 물, 공기 등 삶에 있어 매우 중요한 영역에서 대표성을 확보하고 있는 브랜드로서의 사명감을 바탕으로 ‘물성장 프로젝트’, ‘물침표시간 캠페인’ 등 CSR 캠페인을 전개하고 있습니다.



Report Download

지속가능경영 주요 데이터

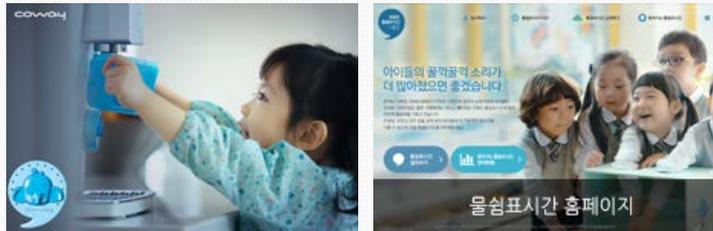
#### Related Links

- 물침표 시간 공식 사이트

## ‘물심표시간 캠페인 시즌 2’ 전개

코웨이에는 영유아, 청소년은 물론 전 국민을 대상으로 물 섭취 부족에 대한 이슈제기와 함께 물 마시기의 중요성을 알리고, 건강하고 올바른 물음용 습관 형성을 위해 2013년부터 물성장 및 물심표시간 프로젝트 캠페인을 진행하고 있습니다.

특히 물심표시간 캠페인은 “세살 물습관 평생가도록”을 모토로 영유아 시기부터 건강한 물음용 습관을 형성해 일상화 하는 것이 건강을 위한 근본적인 습관임에 착안, 전국의 유치원 및 어린이집 영유아를 대상으로 ‘찾아가는 물심표시간’ 교육을 진행했으며 가정에서도 물습관을 실천할 수 있는 물심표시간 KIT를 제작/배포해 큰 호응을 받았습니다.



## Material Reporting

Home &gt; Material Reporting &gt; 브랜드 가치 제고

## 브랜드 가치 제고



2015 Material Issues &gt;

차별화된 성장전략 이행 &gt;

고객 관계관리 강화 &gt;

브랜드 가치 제고 &gt;

제품안전 및 신뢰성 강화 &gt;

혁신적이고 환경친화적인  
제품 개발 >

사람중심의 기업문화 구현 &gt;

개요 전략적 브랜드경영 체제 도입 브랜드 커뮤니케이션 활성화 브랜드 경험 제공

## 브랜드 경험 제공

## ● 다양한 소비자 접점 소통을 통한 브랜드경험 제공

## ■ 온라인 활동

코웨이는 온라인 상에서 코웨이 브랜드를 알리기 위해 공식 홈페이지 운영과 더불어 이미지, 동영상 등의 콘텐츠를 제작하여 블로그, 페이스북 등 SNS를 통해 공유하고 있습니다. 아울러 '톡톡 튀는 아이디어를 세상에 이야기하다'라는 의미를 가진 '코웨이 톡톡기자단'을 운영하고 있습니다. 기자단은 코웨이 대표 제품을 직접 사용해본 후 제품 개발 및 마케팅 활동에 대한 의견을 전달할 뿐만 아니라 개인 SNS에 제품에 대한 리뷰 등을 작성함으로써 잠재고객에게 생생하고 진정성있는 정보를 전달하고 있습니다.

총 방문자  
976,494명총 누적 팬 수  
118,282명총 누적 구독자 수  
21,469명연간 총 포스팅  
1,378건

\* 2016년 5월 기준

## ■ 오프라인 활동

코웨이는 브랜드에 대한 경험을 제공하기 위해 고객과 직접 만나 소통하고 있습니다. 2015년에는 세계 최대 가전전시회인 CES(Consumer Electronic Show)에 참가해 국내를 넘어 글로벌 고객과의 새로운 접점을 만들고 적극적으로 소통하는 기회를 가졌습니다. 이밖에도 이동·정보통신 산업 전시회인 MWC(Mobile World Congress), 베이비 페어, 2015 올리브푸드 페스티벌 등에 참가해 다양한 고객에게 코웨이 브랜드를 알렸습니다.



Report Download

지속가능경영 주요 데이터

Related Links

GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-1  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

## BUSINESS CASE

## 대내외 브랜드 가치 인정

코웨이는 2015년 세계 최대 브랜드 컨설팅사인 인터브랜드 선정 '베스트 코리아 브랜드 2015'에 38위 첫 진입을 시작으로, 2016년에는 32위에 오르며 'Top Riser\*' 브랜드로 선정되었습니다. 이 조사는 포춘(Fortune)이 2015년에 선정한 국내 500대 기업을 대상으로 진행되었으며, '재무 분석 예측' '브랜드 역할 지수 계산' '브랜드 강도 평가' 등 3가지 핵심 요소를 중심으로 한 인터브랜드 자체 브랜드 가치 평가 모델을 기준으로 선정됩니다. 코웨이는 2015년 대비 브랜드가치 상승률이 44% 증가하며 50대 브랜드 중 브랜드가치 상승률이 가장 높은 브랜드(Top Riser)로 선정되었습니다.

코웨이는 앞으로도 객관적이고 공신력있는 브랜드 가치진단을 통해 중장기 관점에서 브랜드 가치를 제고하기 위한 활동을 전개할 계획입니다.

\* Top Riser 브랜드 : 브랜드 성장률이 가장 높은 브랜드



브랜드 관련 수상 더 보기 →

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 제품안전 및 신뢰성 강화

## 제품안전 및 신뢰성 강화



- 개요
- 신뢰성 검증 역량 강화
- 제품 안전인증 취득
- 제품 신뢰성 강화



### Business Relevance & Approach

최근 제품 성능 조작, 제품의 유해성 등이 사회적 이슈가 되고 있습니다. 안전성과 신뢰성이 결여된 제품은 기업의 명성과 매출에 큰 타격을 입히는 반면 안전하고 우수한 성능의 제품은 고객과 신뢰를 쌓을 수 있는 가장 확실한 방법입니다. 코웨이가 정의하는 '제품의 신뢰성'은 고객이 제품을 사용하는 동안 안전하고 변함없이 성능이 지속되게 하는, 제품에 대한 책임을 적극적으로 이행하는 일련의 과정입니다. 특히 코웨이의 제품들은 물과 공기를 다루고 오랜 기간 일상적으로 사용된다는 점에서 제품의 안전성과 성능의 항상성이 매우 중요합니다.

2015년에는 제품 설계 완성도를 높이고 제품 품질을 강화하기 위해 신뢰성 검증 프로세스를 강화하였습니다. 부품 신뢰성 시험실, 고장분석실, 안전인증시험실, 전자파시험실 등 총 15개의 국제공인 시험소에서 자체적으로 제품 및 부품 내구성, 환경, 포장운송, 성능 및 고장분석 등 엄격한 테스트를 진행합니다. 이를 통해 인증 취득에 소요되는 시간을 단축하여 효율성을 향상시킴과 더불어 제품 안전에 대한 국제적 위상을 강화함으로써 제품 경쟁력을 한층 더 높이고 있습니다.

### Activities



신뢰성 검증 역량 강화



제품 안전인증 취득



제품 신뢰성 강화

### Business Cases

- IoT 제품 검증 인프라 구축
- 환경가전업계 최초 중국 공인시험소(CVC) 취득

### 2015 Performance



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### Related Links

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-1  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

137  
건

소비자 전기안전  
인증 건 수

15  
개

국제안전인증센터  
공인시험소

coway

본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 제품안전 및 신뢰성 강화

## 제품안전 및 신뢰성 강화



- 개요
- 신뢰성 검증 역량 강화
- 제품 안전인증 취득
- 제품 신뢰성 강화

### 신뢰성 검증 역량 강화

#### ● 제품 고장 예측 및 분석 역량 강화

코웨이는 제품의 기능별 고장 예측 및 원인 분석 프로세스를 시행해 제품 설계의 완성도를 높이고 불량 및 고장을 예방하여 제품의 신뢰도를 제고하고 있습니다.

##### ■ DFMEA 프로세스



- DFMEA : Design Failure Modes and Effect Analysis, 제품 고장 모드 및 영향도 분석

##### ■ SSM system



- SSM: Stress-Strength Model, 스트레스-강도 모델

##### ■ FRACAS 프로세스



- FRACAS: Failure Reporting, Analysis, and Corrective Action System, 고장 보고, 분석 및 시정조치 시스템

#### ● 가속수명 시험법 유효성 재검증

가속수명 시험법이란 고객의 실제 사용 또는 제품에 대한 기준 조건보다 가혹한 부하(Stress)를 부여하여 제품에 대한 부하와 제품 수명의 상관관계를 분석해 제품 수명을 정확하게 추정하는 시험법입니다. 코웨이는 2009년부터 지속적으로 가속수명 시험법을 도입하여 시행하고 있으며, 2014년에는 가속수명 시험법 유효성 재검증을 실시하여 제품 내구성을 강화할 수 있는 기준을 확보했습니다.



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## IoT 제품 검증 인프라 구축

“ IoT 기반의 제품 개발이 확대됨에 따라, IoT 관련 기술의 신뢰성 검증을 위한 시험 시설 및 장비 등 인프라를 확충하고 검증 프로세스를 운영하고 있습니다. ”



무선 네트워크 검증을 위한 WiFi, NFC 무선 기술 측정 장비를 확충하였으며, CO2센서, 먼지센서 등 IAQ(Indoor Air Quality) 감지 기술 측정을 위한 설비를 구축하였습니다. 또한 고객이 제품을 제어하고 정보를 수집하기 위한 모바일 앱 검증 시스템을 마련하여 사용자가 보다 편리하게 제품을 사용할 수 있도록 하였습니다.

2016년에는 다양한 무선통신 기술 대응을 위해 blue-tooth, zigbee 등 검증 방식을 신규 개발하고 지속적으로 측정 시설 및 장비 업그레이드를 진행할 예정입니다. 또한 신규 센서에 대한 검증력을 확보해 향후 IoT 기술을 활용한 다양한 제품 개발에 대응할 수 있는 역량을 강화할 계획입니다.



WiFi 통신 측정 장비



IAQ 측정 장비

### ● 해외 필드 테스트 강화

코웨이는 시험실이라는 제한적인 환경에서 이뤄지는 시험 및 평가의 한계를 극복하고 실제 사용환경과 고객의 관점에서 제품의 적합성과 강건설계 여부를 평가하기 위해 국내·해외 필드테스트를 진행하고 있습니다. 제품의 디자인, UI, 성능 및 감성적 부분까지 포함하여 고객 입장에서 평가가 진행되며, 그 시험 결과를 즉시 제품설계에 반영하여 최종 제품이 완성될 수 있도록 하고 있습니다.

2015년에는 해외 필드테스트 절차를 개선하여 필드테스트 사전 점검, 대상자 선정, 제품발송 및 현지 대응에 이르기까지 필드테스트 업무가 유기적이고 원활히 이루어질 수 있도록 하였습니다. 특히 미국, 중국, 일본, 말레이시아, 호주 등 국가에서 필드테스트를 진행하여 현지 고객의 의견을 제품 설계에 반영하였으며, 수질, 수압 등 사용자 환경조건을 조사하고 지식화하여 향후 해외향 제품 개발 시 지속적으로 활용될 수 있도록 하였습니다.

### ● 신뢰성 시험법 제·개정

코웨이는 글로벌 스탠다드를 충족하는 제품 신뢰성 시험 역량을 보유 하기 위해 국내외 선진 6개사와 국제 표준(IEC, ISO), 국가 표준(KS, MIL, JIS, BS), 관련 단체의 규격(JEDEC, EIAJ), 그리고 코웨이의 자체 규격을 검토하여 ‘신뢰성 시험법’을 제·개정 하였습니다. 매년 실패사례와 고객관점 시험법을 반영하여 2015년 현재 총 251건의 신뢰성 시험법을 지적 자산으로 보유하고 있습니다.

#### ■ 신뢰성 시험법 제·개정 추이

년도	제정	개정
2009	115	0
2010	27	28

2011	17	17
2012	22	14
2013	22	29
2014	26	24
2015	26	15

## ● 시험원 역량 강화

코웨이는 자체학습과 외부기관과의 협력을 통해 시험원 역량을 향상하고 있습니다. 신뢰성 전문 교육 프로그램인 R-campus을 자체 개발하여 각 검증 분야별, 직급별 필수 교육항목을 선정하였으며, 이를 바탕으로 개인별 교육목표 설계 및 교육이력 점검을 통해 체계적으로 신뢰성 전문가가 육성될 수 있도록 하였습니다. 대외적으로는 고용노동부와 국가 인적자원개발 컨소시엄 협약을 맺고 단계별 교육을 통해 시험원들에게 보다 전문적인 교육의 기회를 제공하고 있습니다. 아울러 CRE(국제신뢰성기사), CPLP(ISTA 국제포장운송시험원), iNARTE(국제EMC엔지니어자격증) 등 국제 자격시험에 대한 교육 및 취득을 지원하고 있습니다. 또한, 정기적으로 신뢰성 기술세미나를 개최해 최신 이슈와 트렌드, 우수사례 등을 공유하고 있습니다.

**coway**

본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23

대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)

고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00

COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 제품안전 및 신뢰성 강화

## 제품안전 및 신뢰성 강화



- 개요
- 신뢰성 검증 역량 강화
- 제품 안전인증 취득
- 제품 신뢰성 강화

### 제품 안전인증 취득

코웨이는 고객이 신뢰할 수 있는 제품을 만들기 위한 노력과 그에 따른 자사 제품의 높은 신뢰성을 객관적으로 인정받고 고객에게 알리고자 각 제품마다 공인된 기관으로부터 인증을 획득하고 그 내용을 제품에 소개하고 있습니다. 앞으로도 공인 기준보다 더 엄격한 품질관리와 선진 기술, 새로운 시험법을 적용함으로써 믿을 수 있는 제품을 고객에게 제공하겠습니다.

#### 공인 시험소 취득

코웨이는 15개의 국제 공인시험소 자격을 취득하고 200여종의 전문 시험장비를 보유해 자체적인 제품 검증이 가능합니다. 제품 검증에 소요되는 시간을 단축해 신속하게 제품을 출시함으로써 빠른 시장변화에 대응하고 있음은 물론 국가별로 다양한 규격 기준에 적합한 제품을 개발하고 인증을 취득하고 있습니다.

#### 공인 시험소 취득 현황



#### 2015년 신규 취득

CVC WMT	중국
에너지 효율	국내

#### SAFETY / EMC / ENERGY / 수배관 관련규격 종합 시험소 구축

코웨이는 제품 자체 검증 역량을 강화하기 위해 지난 10년 동안 제품 안전, 전자파, 에너지 효율, 수배관 안전과 관련된 규격 검증설비들을 순차적으로 도입·구축해왔습니다. 2015년에는 에너지 효율 시험 장비를 완전히 구축하고 에너지 소비효율 시험소를 취득함으로써 자체 인증이 가능해졌습니다. 더불어 KOLAS(국제공인시험인증)의 인정 범위를 확대함으로써 자체적인 검증 역량을 강화하고 있습니다.

#### 제품군별 주요 인증

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 코웨이 환경정보 공개 사이트

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
PR1, PR3  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

▪ 정수기



정수기공업협동조합의 기준 및 규격에 합격한 정수기에만 부여하는 인증으로, 모든 정수기 제품이 해당 인증을 획득하였습니다.

▪ 공기청정기



한국공기청정협회 기준에 따른 품질 인증으로 CA 마크는 공기청정기 전 제품, HH마크와 HD 마크는 각각 가습기능과 제습기능을 탑재한 전 제품이 획득하였습니다.

▪ 클린워셔



녹물과 물 속 잔류염소는 물론 유해물질까지 제거하는 코웨이 클린워셔(BD01)는 국제수질 협회의 'WQA 인증'을 획득하여 제품 안전성을 인정받았습니다. 또한 대한아토피협회로부터 '아토피 안심 마크'를 획득하여 아토피 환우도 안심하고 사용할 수 있습니다.

BUSINESS CASE

환경가전업계 최초 중국 공인시험소(CVC) 취득

“ 코웨이는 환경가전업계 최초로 중국 'CVC 공인시험소' 자격을 취득했습니다. 이를 통해 전기·안전 분야 인증을 자체 시험 결과로 승인할 수 있게 되 인증 승인에 소요되는 시간을 단축함과 더불어 제품 안전에 대한 국제적 위상 강화를 통해 제품 경쟁력을 한층 높일 수 있게 되었습니다. ”



2015년 코웨이는 중국 CVC 시험인증기관에서 제품 안전 인증을 위한 'CVC (China Vkan Certification) 공인시험소' 자격을 취득했습니다. 이번 CVC 공인시험소 취득으로 코웨이는 정수기, 공기청정기, 비데, 주서기 등 전기·안전 분야 강제 인증 제도인 'CCC(China Compulsory Certification)인증'과 자율 인증 제도인 'CQC(China Quality Certification)인증'을 자사 환경기술연구소 국제안전인증센터에서 자체 시험 결과로 승인할 수 있게 되었습니다. 'CCC인증'은 국내 기업이 전기 전자제품을 중국에 수출하기 위해서는 필수적으로 받아야만 합니다.





본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

Home &gt; Material Reporting &gt; 제품안전 및 신뢰성 강화

## 제품안전 및 신뢰성 강화



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

개요    신뢰성 검증 역량 강화    제품 안전인증 취득    **제품 신뢰성 강화**

## 제품 신뢰성 강화

## ● 프리미엄 제품으로서의 안전설계 강화

코웨이는 안전성이 높은 제품을 고객에게 제공할 수 있도록 더욱 엄격한 기준하에 시험을 진행해 프리미엄 제품으로서의 입지를 강화해 나가고 있습니다.

## ■ EMF 안전성 가시화

EMF(Electro Magnetic Field : 전자기장)가 인체에 미치는 유해성을 사전에 검토하고 타사 및 타 제품군과의 EMF 발생량을 비교하여 자사 제품의 안전성을 확인하고 있습니다. 또한 해당 결과를 가시화하여 소비자들에게 보여줄 수 있는 제도 마련을 추진하여 자사 제품의 우수성을 알리고 대외 이미지를 제고하고 있습니다. 향후에는 외부 시험소 시험 결과에 대한 공인 성적서를 통해 객관성을 확보하고 EMF 발생 부품에 대한 측정 및 관리를 통해 제품 안전설계를 더욱 강화할 계획입니다.

## ■ 제품 방수에 대한 시험법 강화

코웨이는 비데 등 물의 사용과 접촉이 많은 제품에 대해 일반 규격보다 더 높은 수준의 방수 시험 기준인 IPX5를 적용하여 시험하고 있습니다. 2015년에는 신제품 스스로 살균 비데 시크릿 케어가 IPX5 등급을 획득하였습니다. 이에 더해 공기청정기 등 물과 접촉이 적은 제품에도 IPX1 수준의 방수 시험을 추가하여 타사보다 더 엄격한 수준의 제품 안전성을 확보하기 위해 노력하고 있습니다.

## ● 고장 및 불량 방지

제품 사용시 발생할 수 있는 고장 및 불량의 원인을 분석하기 위한 첨단 장비 및 프로세스를 구축하여 정확하고 효과적으로 검증을 실시하고 있습니다. 2016년에는 전체 필드 고장품에 대해 고장분석을 실시할 예정이며, 사용환경 정보를 활용하여 다양한 조건에서의 고장을 정확하게 재현하고 검증하여 근본적인 원인을 해결하겠습니다.

뿐만 아니라 사용자 환경에서 사용되는 다양한 용재(세제, 크리너 등 화학 약품이 플라스틱 내부로 침투하여 균열을 일으키는 고장)현상을 방지하기 위하여 관련 사례를 조사하고 시험방법 및 지그를 개발하여 시험 인프라를 구축하고 있습니다. 2016년에는 시장에 유통되는 다양한 세제 및 세척제에 대한 주요 성분 조사, 원재료 고장 예측 프로세스 구축 등의 활동을 전개해 내성을 갖춘 제품 설계가 이루어 질 수 있도록 하겠습니다.

## Material Reporting

2015 Material Issues &gt;

차별화된 성장전략 이행 &gt;

고객 관계관리 강화 &gt;

브랜드 가치 제고 &gt;

제품안전 및 신뢰성 강화 &gt;

혁신적이고 환경친화적인  
제품 개발 >

사람중심의 기업문화 구현 &gt;

Home &gt; Material Reporting &gt; 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발

## 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발



개요

연구개발 인프라 강화

고객편의성을 고려한 제품

제품의 친환경성 제고



## Business Relevance &amp; Approach

최근 환경에 대한 관심이 증가됨에 따라 환경 친화적인 제품을 구매하는 ‘그린슈머\*’가 증가하고 있으며, 기후변화 등에 의한 피해가 확산됨에 따라 지구적 차원에서 지속가능한 제품을 개발하는 것이 더욱 중요해지고 있습니다. 아울러 가전시장이 포화되고 기술 격차가 빠르게 좁혀지면서 혁신적인 개발 기술과 제품을 갖추는 것은 코웨이가 시장 선두기업의 지위를 유지하는 동시에, 고객에게 더 높은 가치를 제공할 수 있는 중요 요소입니다.

코웨이는 환경기술연구소를 중심으로 4개의 연구소가 고객의 생활을 보다 편리하고 건강하게 만들고 동시에 환경영향을 최소화한 제품을 만들기 위한 혁신활동을 전개하고 있습니다. 고객의 습관과 행동, 제품 사용 공간을 연구하며, 건강한 생활을 유지할 수 있도록 전문역량을 통해 물과 공기를 연구하여 고객의 삶을 케어하는 혁신적인 제품 및 서비스를 개발하고 있습니다. 뿐만 아니라 고객의 제품 사용에 따른 환경 영향을 최소화할 수 있도록 노력하고 있습니다.

※ 그린슈머는 녹색을 의미하는 그린(Green)과 소비자란 뜻의 컨슈머(Consumer)의 합성어로 환경, 건강을 중시하고 이를 자신의 소비패턴에 적용하는 소비자를 말함

## Activities



혁신제품을 위한 연구개발 강화



고객편의성을 고려한 제품



제품의 친환경성 제고

## Business Cases

- 상수도 내 신규 오염물질 및 Water / Air 빅데이터 연구
- 혁신적인 제품개발
- 코웨이 정수기, 제습청정기 에너지 워너상 수상



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

Related Links

GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-1  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

2015 Performance



연구개발비 비중  
(매출액 대비)



친환경제품 매출액 비중



CES 2016 혁신상 수상



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발

## 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발



- 개요
- 연구개발 인프라 강화
- 고객편의성을 고려한 제품
- 제품의 친환경성 제고

### 연구개발 인프라 강화

시장의 기술 발전과 가격 경쟁 심화 등으로 인하여 신기술 도입과 신제품 개발 등을 위한 지속적인 투자의 필요성이 점차 증가하고 있습니다. 이에 코웨이는 연구개발 조직을 강화하고 투자를 확대해 신기술을 확보하고 혁신적인 제품을 개발하고 있습니다.

### ● 연구개발 조직

코웨이는 점차 치열해지고 있는 경쟁을 극복하고 미래 성장 모멘텀을 확보하기 위하여 기능별 연구개발 조직을 운영하고 있습니다. 환경기술연구소의 연구부문과 개발부문, 기술부문을 중심으로 고객과 환경을 건강하게 만들기 위한 제품 혁신활동을 수행하고 있을 뿐만 아니라 수질과 기체 분석에 대한 국내외 공인 인정 시험기관 자격을 보유하고 있습니다.



연구개발 인력 (2015년 말 기준) **368명**

### ● 연구개발 투자

코웨이는 혁신적인 제품을 만들기 위해 연구개발 전문인력을 확보하고, 지속적으로 투자해 나가고 있습니다. 2015년에는 시장 확대를 위한 프리미엄 제품, 해외시장 성장을 위한 지역 맞춤형 제품을 개발에 주력하였고, 소재 및 핵심부품 개발, 미래 기술 선행 개발 등을 통해 미래 성장 동력을 확보했습니다.

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 코웨이 R&D센터 소개

#### SDG Goals

이페이지의 콘텐츠는 SDG

Goal 6

관련 활동을 보고하고 있습니다.

## 수질 및 공기질 연구

코웨이는 ‘물,’ ‘공기’ 전문 기업으로서 고객의 건강과 안전을 지킬 수 있도록 오염물질 제거 성능을 강화하고 있습니다. 또한 최근 삶의 질 향상으로 인해 ‘맛있는 물’을 소비하고자 하는 고객이 증가함에 따라 ‘물 맛 관능 평가실’을 설치하고 평가 시스템을 구축하여 검사 평가의 전문성 및 신뢰성을 확보하고 있습니다.

아울러 최근 초미세먼지와 같은 오염 물질의 발생이 빈번해지고 이에 따른 호흡기, 피부질환 등 피해가 심해짐에 따라 고객의 불안감을 해소할 수 있는 초미세먼지 제거 성능지표와 솔루션을 개발하기 위해 노력하고 있습니다. 이와 함께 대기 중에 포함되어 폐양의 원인이 될 수 있는 천연 방사성 물질인 라돈과 그 자핵종을 제거할 수 있는 공기청정기술 연구개발 역시 진행하고 있습니다.

### BUSINESS CASE

## 상수도 내 신규 오염물질 및 WATER / AIR 빅데이터 연구

코웨이는 상수도 내 신규 오염물질에 대한 연구를 진행하고 신규 인증 및 규제 항목들을 충족하는 제품을 만들기 위해 노력하고 있습니다. 더불어 국내 수도수 환경 모니터링을 실시해 소비자들이 안심하고 마실 수 있는 물을 만들기 위해 노력하고 있습니다.



최근 해외에서는 간암을 유발하는 니트로사민(Nitrosamine), 녹조 독성 물질 마이크로시스틴(Cyanotoxic) 등 상수도 내 신규 유해물질이 환경적 이슈로 제기되고 있습니다. 이에 대해 미국 위생협회(NSF)는 신규 인증 항목 및 규제 항목을 신설하였으며, 2015년 9월 EU 또한 BPR (Biocidal Product Regulation)을 발효하는 등 상수도 오염물질에 대한 규제가 강화되고 있습니다.

코웨이는 이러한 신규 오염물질들을 연구하고 국제 인증을 획득하였습니다. 의약품 및 환경호르몬 안전 인증 NSF/ANSI 401과 녹조 독성물질 제거 인증인 NSF P477을 최초로 획득함으로써 국제적으로 신규 오염물질 대응의 성과를 인정 받았습니다. 더불어 국내 공공기관과 수도수 환경 모니터링 과제를 실시함으로써 수도수 내 오염물질에 대해 소비자들이 안심하고 물을 마실 수 있도록 노력하고 있습니다.

### BUSINESS CASE

## 코웨이 World Water Map 구축

“ 지리적 상황이나 환경, 상황에 따라 변하는 모든 수질 상황에 대응하기 위한 목적으로 40개국 2천 개 세계 물 데이터를 분석해 ‘코웨이 World Water Map’을 구축하였습니다. ”



코웨이는 전 세계 각지의 물을 채취하고, 데이터를 분석해 자체적인 ‘코웨이 World Water Map’을 구축하고 있습니다. 코웨이 World Water Map’은 지리적 상황이나 환

경, 상황에 따라 변하는 모든 수질 상황에 대응하기 위한 목적으로 2006년부터 진행되었습니다.

아시아, 아메리카, 유럽, 오세아니아, 아프리카의 40 여 개 국가의 총 2 만 100 여건의 수질 데이터를 분석하였으며 분석항목은 수소이온농도, 탁도, 총용존고형물(TDS), 금속류, 이온류 등 다양합니다.



coway

본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
 대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
 고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
 COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발

## 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발



- 개요
- 연구개발 인프라 강화
- 고객편의성을 고려한 제품
- 제품의 친환경성 제고

### 고객편의성을 고려한 제품

#### IoT를 활용한 제품 및 서비스 가치 증대

최근 전자제품 업계의 큰 화두인 사물인터넷(IoT)은 가전제품을 비롯한 각종 사물에 센서와 통신기능을 내장하여 인터넷에 연결하는 기술입니다. 가전제품에 사물인터넷(IoT)이 적용될 경우, 기업은 제품을 통해 고객의 제품 사용 관련 데이터를 취합하고 분석하여 고객의 개개인의 특성에 맞는 솔루션을 개발하고 이를 통해 다양해진 고객의 니즈에 대응할 수 있습니다.

2015년 코웨이는 정수기 및 공기청정기 개별 제품군에 IoT를 접목한 신제품 loCare를 출시하였으며 IoT 맞춤형 케어 서비스와 분석 결과를 기반으로 한 케어 솔루션을 구축하였습니다.



#### IoT를 활용한 제품 및 서비스 가치 증대

1,300가구

공기질 데이터 1억건

>

16종 공기질 인덱스 개발

**Smart Care Solution**

[코웨이 & IoT 리플렛 다운로드](#)

[loCare에 대해 더 자세히 보기](#) →

#### IoT를 활용한 제품 및 서비스 가치 증대

코웨이는 통합 Life Care 서비스의 상용화를 위한 기반 구축을 위해 외부와 활발한 협력 활동을 벌이

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 코웨이 제품소개

고 있습니다. KT와 ‘스마트 홈 케어 공동 사업을 위한 양해각서 (MOU)’를 체결해 스마트 에어 케어 서비스 사업의 연내 상용화를 위한 IoT 서비스 플랫폼 개발에 착수하였습니다.

또한 산업통상자원부와 ‘사물인터넷 상생협력 업무협약’을 체결해 사물인터넷 산업 생태계를 구축하기 위한 기술 및 자원, 정보 공유 등의 공동업무를 수행하게 되었습니다.



BUSINESS CASE

코웨이의 차별화된 제품과 서비스가 지닌 혁신성은  
국내외에서 인정 받고 있습니다.

대한민국 혁신대상, 13년 연속 신기술 혁신상

코웨이는 한국표준협회에서 주관하는 2015 대한민국 혁신대상에서 13년 연속 신기술 혁신상을 수상했습니다. 신기술·제품·서비스에서 혁신을 통해 성과를 이룬 기업을 시상하는 본 행사에서 ‘스파클링 아이스 정수기’와 ‘공기청정기 아이오케어(loCare)’ 2종이 신기술 혁신상을 수상하였습니다.



CES 2016 혁신상 8개 수상

코웨이는 처음으로 참가한 세계 최대 가전전시회 CES (Consumer Electronic Show) 2016에 앞서 총 6개 제품이 8개 부문에서 CES 혁신상을 수상하며 기술력의 혁신성 및 우수성을 인정 받았습니다. CES 혁신상은 CES 출품제품들을 대상으로 전미가전협회(CEA, Consumer Electronics Association)와 미국산업디자인협회(IDSA)가 기술과 디자인, 혁신성 등을 기준으로 평가해 시상하는 것으로 최초 참가 임에도 불구하고 정수기, 공기청정기, 비데 제품이 다양한 카테고리에서 각각 혁신상을 수상했다는 점에서 큰 의미가 있다고 할 수 있습니다.

코웨이 ‘CES 2016 혁신상’ 수상 제품

- 듀얼파워 공기청정기 loCare (AP-1515D)
- 클리닉 비데 (BASH21-A)
- 스프로살균 정수기 loCare (CHP-470L)
- 차량용 공기청정기 (디자인 콘셉트 제품)
- 바리스타 아이스 정수기 (CHPCI-430N)
- 포터블 공기청정기 (디자인 콘셉트 제품)





본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23

대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)

고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00

COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

2015 Material Issues &gt;

차별화된 성장전략 이행 &gt;

고객 관계관리 강화 &gt;

브랜드 가치 제고 &gt;

제품안전 및 신뢰성 강화 &gt;

혁신적이고 환경친화적인  
제품 개발 >

사람중심의 기업문화 구현 &gt;

Home &gt; Material Reporting &gt; 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발

## 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발



개요 연구개발 인프라 강화 고객편의성을 고려한 제품 제품의 친환경성 제고

## 제품의 친환경성 제고

## ● 친환경 제품 개발

코웨이 제품이 환경에 미치는 영향은 고객의 제품 사용 단계에서 발생하는 에너지 소비 및 물 사용입니다. 이에 코웨이는 제품의 환경 영향을 최소화하기 위해 고객의 에너지 소비효율을 향상시키고 물 사용을 저감하는 제품을 개발하고 있습니다.

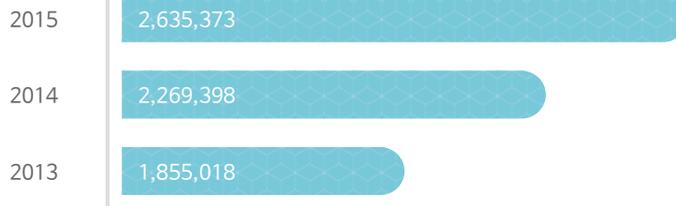
## ■ 에너지 효율 향상 제품 개발

코웨이는 냉온정수기의 에너지 효율 향상을 위해 진공 단열소재 적용기술을 개발하여 제품에 적용하고 있습니다. 또한 순간 가열 및 반도체 냉각 방식 기술이 적용된 제품을 출시하여 에너지 효율을 혁신적으로 향상시키고 있습니다.

## ■ 소비자 물 사용 저감을 위한 제품 개발

코웨이는 나노기술을 적용하여 높은 유해물질 여과율을 유지하면서도 정수효율을 높인 나노트랩 필터를 개발하여 제품에 적용함으로써 고객의 정수기 사용에 따른 물 소비량 저감하고 있습니다.

## 나노트랩 필터 적용을 통한 용수 사용량 저감 성과



※ 나노트랩필터 적용제품의 당해년도 설치 수량을 기준으로 산출되었으며, 2012년부터의 누적 성과입니다.



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

Related Links

GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-1  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

## 코웨이 정수기, 제습청정기 에너지 워너상 수상

코웨이는 에너지 효율이 높은 기술과 에너지 절약 효과가 우수한 제품을 출시해 에너지 및 온실가스 저감에 기여할 뿐만 아니라 친환경성을 대내외적으로 인정받고 있습니다.



**바리스타 아이스 정수기  
CHPIC-430N**

순간 온수 가열시스템  
냉수 순환냉각시스템

기존 커피머신 대비 최대 **80%** 에너지 절감



**인버터 제습청정기  
APD-1015B**

인버터 방식 적용 제습효율 강화  
기존 자사 제품 대비

최대 **70%** 에너지 절감 에너지 효율 **1등급**

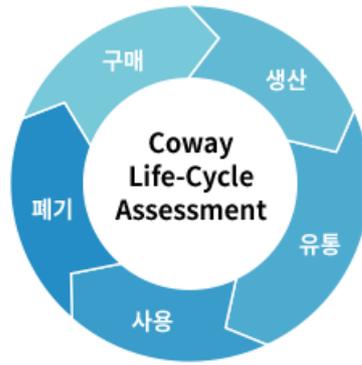


코웨이는 제 19회 에너지워너상 시상식에서 ‘인버터 제습청정기’와 ‘바리스타 아이스정수기’로 녹색기기부문 에너지 워너상을 수상했습니다. 인버터 방식을 적용해 제습 효율을 강화한 인버터 제습 청정기는 자사 제품대비 16%에서 최대 70%까지 에너지 절감이 가능해 에너지 효율 1등급을 획득했습니다. 또한 국내 최초로 에너지 절약 정도를 보여주는 디스플레이를 탑재해 실시간으로 에너지 절감률을 확인할 수 있습니다. 코웨이 바리스타 아이스 정수기 또한 혁신 기술인 ‘순간온수가열시스템’과 ‘냉수 순환냉각시스템’을 탑재해 냉수생성속도를 현저히 단축시켜 에너지 효율을 높임으로써 기존 커피머신 대비 커피 추출 시 월간 에너지 소비전력량이 최대 80% 절감되는 효과를 인정받았습니다.

### ● 제품 전과정 평가

코웨이는 제품 전과정 평가인 LCA(Life-Cycle Assessment)를 통해 구매, 생산,유통, 사용, 폐기 등 각 단계에서 배출되는 온실가스 정보를 파악하고 Carbon Report를 별도로 발간하여 이를 공개하고 있습니다.

[2014 Carbon Report 보기](#)



#### ■ 구매

코웨이는 2010년 녹색구매 자발적 협약 이행 이후 저탄소 녹색성장을 위한 구매활동을 지속하고 있습니다.

#### ■ 생산

코웨이는 사업장에 태양광 발전 설비 등 신재생 에너지를 도입하고 협력사의 에너지 효율성을 높이기 위한 지원활동을 통해 제품 생산과정에서 발생하는 온실가스 배출을 저감하고 있습니다.

#### ■ 유통

코웨이는 2013년부터 기후변화 대응을 위해 위탁 운영·관리되고 있는 전체 물류 거점으로부터 제품의 수송으로 인해 발생하는 온실가스를 관리 및 산정하고 있습니다.

#### ■ 사용

코웨이는 제품 사용에 따라 발생하는 온실가스 및 물 사용량을 저감하기 위한 기술 개발에 앞장서고 있으며 이를 통한 저감 효과를 산정하고 있습니다. 진공 단열 소재, 순간 가열 및 반도체 냉각 기술을 통해 온실가스 배출을 줄임은 물론 나노트랩 필터 기술을 통해 정수효율을 높임으로써 물 소비량을 줄이고 있습니다.

#### ■ 폐기

코웨이는 폐제품의 자원재활용을 통해 온실가스를 저감하고 있습니다. 특히 냉매의 회수·재활용 및 리퍼브 제품 생산, 폐제품 재활용 등의 활동 전개와 함께 온실가스 저감량을 산정 및 관리하고 있습니다.

### ● 친환경 인증 확대

코웨이는 고객이 제품을 사용할 때 발생하는 환경 영향을 최소화하기 위하여 지속적으로 기술을 개발하고 있으며, 공인 기관을 비롯한 다양한 이해관계자에게 코웨이 제품의 에너지 절감 및 탄소배출 저감 효과를 인증받고 있습니다. 특히 2015년에는 정수기 업계 중 세계 최초로 '물 발자국' 검증과 '탄소중립제품' 인증을 포함해 총 18개의 제품 친환경 인증을 획득했습니다.

#### ■ 제품 친환경 인증 취득 현황

코웨이는 나노기술을 적용하여 높은 유해물질 여과율을 유지하면서도 정수효율을 높인 나노트랩 필터를 개발하여 제품에 적용함으로써 고객의 정수기 사용에 따른 물 소비량 저감하고 있습니다.

(단위: 건)

	2013	2014	2015
에너지 소비효율 1등급 제품	2	5	5
저탄소 제품 인증	1	1	-
탄소 배출량 인증	-	3	4
환경마크 인증	5	1	7
★ 물 발자국 (Water Footprint)	-	-	1
★ 탄소중립제품 인증	-	-	1

★ 신규인증

- 에너지소비효율 1등급 기준: 2015년 누적(한국에너지공단 기준)
- 그 외 인증: 당해년도 취득 기준
- 물 발자국: 제품 및 서비스의 원재료 취득, 생산, 유통, 사용, 폐기 등 모든 과정에서 직·간접적으로 사용되는 물의 총량을 합산해 환경영향을 수치화한 것, 국제표준기구의 검증 기준인 ISO 14046의 요구조건에 의해 검증됨
- 탄소중립제품 인증: 제품의 생산·유통·사용·폐기까지 이르는 전 과정에서 발생하는 온실가스 배출량에 상응하는 탄소배출권을 구매하거나 온실가스 감축활동을 통해 탄소배출량을 제로(0)로 만든 제품에게 주어지는 인증

BUSINESS CASE

### 국내 정수기 최초 탄소중립제품 인증 획득

“ 코웨이의 스스로 살균 정수기는 2015년 탄소중립제품 인증을 획득하였습니다. ”



스스로 살균 정수기(CHP-270L)는 2015년 탄소중립제품 인증을 획득했습니다. 탄소 중립제품 인증은 제품의 생산-유통-사용-폐기까지 이르는 전 과정에서 발생하는 온실 가스 배출량에 상응하는 탄소배출권을 구매하거나 온실가스 감축활동을 통해 탄소배출량을 제로(0)로 만든 제품에만 주어지는 것으로 탄소성적표지 제도의 1단계인 탄소배출량 인증과 2단계인 저탄소제품 인증을 모두 획득한 제품에 한해서만 부여합니다.



## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 사람중심의 기업문화 구현

## 사람중심의 기업문화 구현



- 개요
- 기업문화 변화 실천
- 일하는 방식 고도화
- 인적자원 역량개발 강화



### Business Relevance & Approach

최근 사회적으로 일과 삶의 균형에 대한 요구가 증가하고 있으며, 일하기 좋은 일터는 직원들의 창의적이고 역동적인 사고 형성에 도움이 되고 기업의 성과와도 직결됩니다 이에 사람 중심의 기업문화를 정착하고 인재경영을 실현하는 것은 기업이 시장에서 변함없는 경쟁력을 확보하는데 있어 더욱 중요해졌습니다.

코웨이의 기업문화를 조직의 정체성이자 가장 본원적인 경쟁력으로 인식하고 있습니다. 코웨이는 고유의 기업문화와 철학에 대해 정의하고 인사제도를 재정립함으로써 기업 경쟁력 및 미래 성장동력을 강화해 나가고 있습니다. 2015년에는 경영철학인 '착한 믿음'이 개인의 업무 영역과 고객을 만나는 현장에서 구현되고, 가치를 실천할 수 있는 다양한 활동을 전개하였습니다. 특히 핵심가치 내재화 수준 진단 뿐만 아니라 업의 가치를 높이는 프로젝트, Work Smart 구현을 통해 조직 몰입도와 직원 만족도를 제고하고 코웨이만의 일하는 방식을 정립하였습니다. 아울러 합리적인 인사 및 평가제도를 구축하고 직원 생애주기에 맞춘 교육 프로그램을 운영해 직원 개개인의 역량을 강화하고 있습니다.

### Activities



기업문화 변화 실천



일하는 방식 고도화



인적자원 역량개발 강화

### Business Cases

- 업의 가치를 높이는 '가치UP 프로젝트'
- 영업·서비스 파트너 역량 강화

### 2015 Performance



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### Related Links

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-1  
관련 활동을 보고하고 있습니다.



임직원 인당 교육 시간



GWP 일하기 좋은 기업 선정



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Material Reporting

Home &gt; Material Reporting &gt; 사람중심의 기업문화 구현

## 사람중심의 기업문화 구현



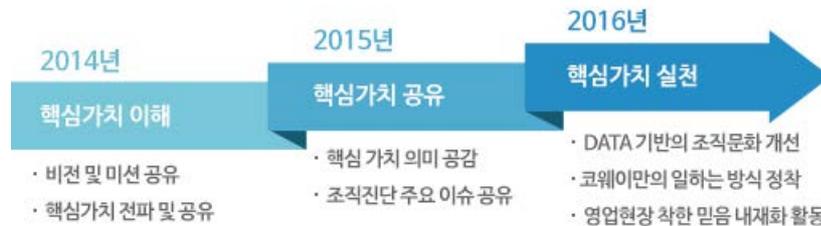
- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

개요    기업문화 변화 실천    일하는 방식 고도화    인적자원 역량개발 강화

## 기업문화 변화 실천

코웨이의 지속가능 성장에는 경영철학인 ‘착한믿음’이 존재합니다. ‘우리가 하는 일이 더 나은 세상을 만드는 데 기여한다’는 착한믿음 하에 전 임직원이 이에 대한 공감대를 형성할 수 있도록 노력하고 있습니다. 향후 공감을 넘어 본사와 현장에서 핵심가치가 실천될 수 있도록 노력할 것입니다.

## 추진 방향



## ● 착한 회의 및 워크샵

각 부분별 특성에 따른 문화의 차이를 깨닫고, 서로를 이해하며 회사 차원에서 같은 방향성을 가질 수 있도록 착한 회의를 운영하고 있습니다. 특히 업무 공간, 회의 문화, 소통 활성화 등의 주제에 대해 논의하며 일하는 방식을 바꿔가고 있습니다. 2015년에는 야근시간 총량제 실시 및 연차사용율 측정 등의 활동을 전개하였습니다. 이와 함께 착한 워크샵을 실시해 직원들에게 창조적 마인드와 긍정의 힘을 전파하고 있습니다. 2016년에는 전사 차원에서 일관된 방향성을 확보하기 위해 본부 단위로 진행되었던 활동을 팀 단위로 확대 할 계획입니다.

## ● 비욘드 코웨이

비욘드 코웨이는 코웨이 경영정신과 비전 체계를 전 임직원에게 내재화하기 위한 비전 교육프로그램입니다. 2015년에는 총 1,200명의 임직원이 참여하여 일하는 과정에서 겪은 착한 믿음과 6대 핵심가치에 대한 실천 사례를 공유함으로써 코웨이의 경영 철학에 대한 공감대를 형성하였습니다.

## ● 소통 프로그램

코웨이는 임직원들의 의견을 수렴하고 경영활동에 반영될 수 있도록 소통 프로그램을 운영하고 있습니다. 특히 소통 활성화를 위한 리더의 역할의 중요성을 인식하고 경영진과 함께하는 프로그램을 시행하고 있습니다.

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- 임직원 경영 프로그램



### CEO와 함께하는 독서클럽

- 신입사원, 팀장, 승진자 등의 그룹으로 나누어 자유로운 분위기 속에서 CEO와 함께 가치 공유와 발전 방향 논의



### 고충처리 채널

- 근로자 대표와 정기적인 노사협의회 개최, 노사협의회 워크숍을 실시하는 등 노사 간 소통 활성화
- 사내 온라인 상담 채널인 '소나무 베이커리'를 운영해 고충상담 및 해소



### 하이팅

- 본부단위의 소통을 위한 프로그램으로 본부장과 본부원들이 본부의 이슈를 공유하고 아이디어를 제안함



### 코웨이 데이(Coway Day)

- 직원 가족 초청 프로그램으로 매월 1회 테마와 주제를 선정하여 가족의 화합을 도모할 수 있는 특별 프로그램



## 업의 가치를 높이는 '가치UP 프로젝트'

코웨이는 업(業)의 가치 제고와 기업문화의 건강한 변화를 위해 '가치UP 프로젝트'를 실시하였습니다. '건강수명 1년 늘리기'라는 본부 미션 아래, 이를 달성하기 위한 두 가지 핵심사업으로 '건강UP, 안심UP' 세부 프로젝트를 운영하였습니다.

하루 8잔의 물 섭취가 건강에 미치는 영향에 대해 직접 체험

- 수분체크 포스터 및 자가 체크 리스트, 2L 제작 물통 지원
- 임직원들의 건강 제고



물 가치(같이) 프로젝트

고객접점에서 발생할 수 있는 위기상황 대응능력 제고

- 심폐소생물과 체세동기 사용법 교육 및 실시
- 임직원들의 업의 가치 및 자부심 제고



심폐소생술 교육

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 사람중심의 기업문화 구현

## 사람중심의 기업문화 구현



- 개요
- 기업문화 변화 실천
- 일하는 방식 고도화
- 인적자원 역량개발 강화

### 일하는 방식 고도화

#### ● Work Smart 추진

코웨이는 일하는 방식의 변화를 통해 Work Smart를 구현하고, 조직몰입도와 직원 만족도를 향상하고 있습니다. 2015년에는 효율적이고 합리적인 근무문화 조성을 위해 비생산적인 회의 및 보고문화 개선을 목적으로 캠페인을 진행하였습니다. 향후 효율적이고 스마트하게 일하는 조직문화를 위해 WORK SMART 5대 영역 선정 및 추진 활동을 지속할 계획입니다.

#### ■ WORK SMART 5대 영역

5대 영역	정의
Space (공간)	효율적 공간 활용, smart working
Method (방식)	일의 본질, 업무 조정, 의사결정 프로세스 개인과 조직의 업무 방식의 혁신
Acquaintance (지식)	외부 교류 활성화, 내/외부 정보 공유
Result (성과)	성과 기반의 평가, 성과에 따른 보상
Time (시간)	업무 우선 순위, 주어진 시간 내 성과 창출

#### ■ WORK SMART 추진 활동

<p><b>'몰입 준비와 배려를 위한'</b> 효율적 공간 활용</p>	<p><b>'책임있는 매너를 위한'</b> 시간 효율적 운영</p>
<p><b>'일하는 방식 효율을 위한'</b> 프로세스 검토</p>	<p><b>'지속적인 문화정착을 위한'</b> 기업문화 평가 모델 구축</p>

**Report Download**

**지속가능경영 주요 데이터**

## Material Reporting

- 2015 Material Issues >
- 차별화된 성장전략 이행 >
- 고객 관계관리 강화 >
- 브랜드 가치 제고 >
- 제품안전 및 신뢰성 강화 >
- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 >
- 사람중심의 기업문화 구현 >

Home > Material Reporting > 사람중심의 기업문화 구현

## 사람중심의 기업문화 구현



- 개요
- 기업문화 변화 실천
- 일하는 방식 고도화
- 인적자원 역량개발 강화

### 인적자원 역량개발 강화

코웨이 인재육성 정책은 인재상 ‘착한 믿음을 실천하는 사람’으로, 임직원의 ‘착한 성장’을 목표로 하고 있습니다. 코웨이는 기업문화 교육, 직무 및 리더십 교육 등 인재 육성을 위한 다양한 프로그램을 운영해 임직원은 개인의 전문성을 강화하고 있습니다.

#### ● 차세대 리더 양성

코웨이 사업에 핵심적으로 필요한 차세대 ‘리더’와 ‘전문가’로 성장할 수 있는 인재를 체계적으로 관리하고 있습니다. 2015년에는 리더십 교육의 연속성을 확보하고 다양한 과정을 개설해 사업분야에 대한 전문성 강화를 지원하였습니다.

**THE 착한통찰**  
(임원과정)

임원을 위한 교육과정으로 ‘Big Question’을 갖고 THE 큰 생각으로 연결시키는 교육입니다.

**THE 착한동행**  
(팀장과정)

조직 몰입을 위해서는 작은 조직의 리더인 팀장의 역할이 중요함에 따라 팀장 교육과정을 운영해 팀장의 역할과 역량 향상을 지원하고 있습니다.

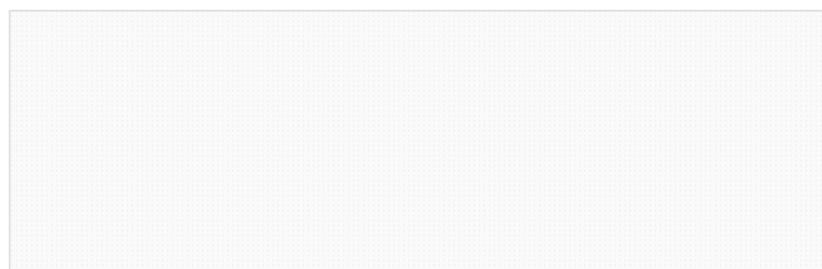
**승진대상자**  
(팀원과정)

승진자 및 입사 3년차 교육과정으로, 역할책임 관리 및 상호 커뮤니케이션 강화를 위한 교육을 제공합니다.

#### ● 임직원의 Life-Cycle과 연계한 교육 프로그램

코웨이는 입사 초반인 20대부터 정년인 60세까지의 성장 단계별로 가장 적합한 지원이 이뤄질 수 있도록 교육 프로그램을 재구성하였습니다. 2015년에는 착한교육 일반 과정을 추가하고, 연령대 별 맞춤형 특강을 도입하여 운영하였습니다.

임직원 교육 프로그램 더보기



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
**LA10**  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

## 영업·서비스 파트너 역량 강화

코웨이는 현장경영 강화의 일환으로 영업·서비스 파트너의 역량을 강화하기 위해 교육체계를 혁신하였습니다. 특히 업계 최고 수준을 자랑하는 서비스 경쟁력인 코디 역량 관리를 위해 획일적인 통 관리에서 벗어나 계층별, 역량별 맞춤형 교육을 제공하고 있습니다. 아울러 제품 뿐만 아니라 인성, 서비스 마인드 강화 교육 등을 제공하는 한편 본사와 현장의 소통 활성화를 위해 다양한 활동을 전개하였습니다.

[영업·서비스 파트너 지원 활동 더보기](#)

### ■ 역량강화 주요 활동

서비스 경쟁력 강화	현장 커뮤니케이션 활성화
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 코디 육성 체계 혁신을 통한 전문가 육성</li> <li>· 코디의 서비스 가치 내재화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 소통채널 (네이버밴드) 운영</li> <li>· 현장 우수 조직 시상</li> <li>· 사기진작 프로그램 시행</li> </ul>

## Sustainability Management

Home &gt; Sustainability Management &gt; 지배구조

## 지배구조



- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

이사회 구성 및 활동    이사회 내 위원회    이사회 독립성

## 이사회 구성 및 활동

## ● 이사회 구성현황

2016년 3월 기준, 코웨이의 이사회는 1인의 사내이사, 4인의 기타비상무이사, 2인의 사외이사 등 7인의 이사로 구성되어있습니다. 또한 이사회 내에는 경영위원회라는 1개의 소위원회가 있습니다. 각 분야에 대한 전문성을 지닌 이사진들은 관련 규정에 의거하여 주주총회를 통해 선임됩니다.

구분	성명	주요 경력
사내이사	김동현	코웨이(주) 대표이사(現)
기타비상무이사	윤중하	MBK파트너스 부회장(現)
기타비상무이사	부재훈	MBK파트너스 대표이사(現)
기타비상무이사	박태현	MBK파트너스 대표(現)
기타비상무이사	최연석	MBK파트너스 이사(現)
사외이사	이중식	서울대학교 융합과학기술대학원 디지털 정보융합과 부교수(現)
사외이사	이준호	L.E.K. 컨설팅 대표(現)

\* 김병주 기타비상무이사가 2015 사업연도에 관한 정기주주총회를 끝으로 사임함에 따라 2016년 3월 29일 정기주주총회를 통해 최연석 기타비상무이사가 신규선임 되었습니다.  
2016년 3월 29일 정기주주총회를 통해 사외이사 2명이 재선임 되었습니다.

## ● 2015년 이사회 활동

이사회는 법령 또는 정관에 정해진 사항, 주주총회로부터 위임받은 사항, 회사 경영의 기본 방침 및 업무집행에 관한 중요사항을 의결하며 이사의 직무집행을 감독합니다. 분기별 정기이사회 개최를 원칙으로 하며 필요한 경우 임시이사회를 개최하고 있습니다. 이사회의 의결은 이사 과반수의 출석과 출석이사의 과반수로 하며, 안건에 대하여 특별한 이해관계가 있는 이사의 의결권은 제한하고 있습니다. 2015년에는 총 9회의 이사회가 개최되었으며, 경영위원회 규정 개정, 지점 설치, 사외이사 신규 선임 등의 주요 안건에 대한 의사결정이 이뤄졌습니다.

## ● 성과평가와 보수

매년 이사들을 대상으로 사업 및 기술에 대한 전문성, 적극적인 이사회 활동여부 등을 평가하여 이 결과를 이사회에서 논의합니다. 이사회 활동에 대한 보상은 매년 KPI를 반영한 단기 성과급 운영기준을 통해 산정되며, CEO의 조정과 주주총회의 결의를 거쳐 사업보고서에 공개됩니다.

이사회 보수총액 (단위: 백만원)

1인 평균 보수액 (단위: 백만원)



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

Related Links

GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-1  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

등기이사 : 4,000  
감 사 : 400

등기이사 : 4,000  
사외이사 : 28

- 
- 1) 2015년 12월 말 기준 (출처: 사업보고서)
  - 2) 상기 등기이사 5명중 1명에게만 급여를 지급함
  - 3) 2015년 3월 31일 정기주주총회를 통해 김경환 감사가 임기만료로 사임하고 정철웅 감사가 신규선임 되었습니다. 따라서 퇴임 감사의 보수도 포함하였습니다.



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Sustainability Management

Home > Sustainability Management > 지배구조

### 지배구조



- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

- 이사회 구성 및 활동
- 이사회 내 위원회
- 이사회 독립성

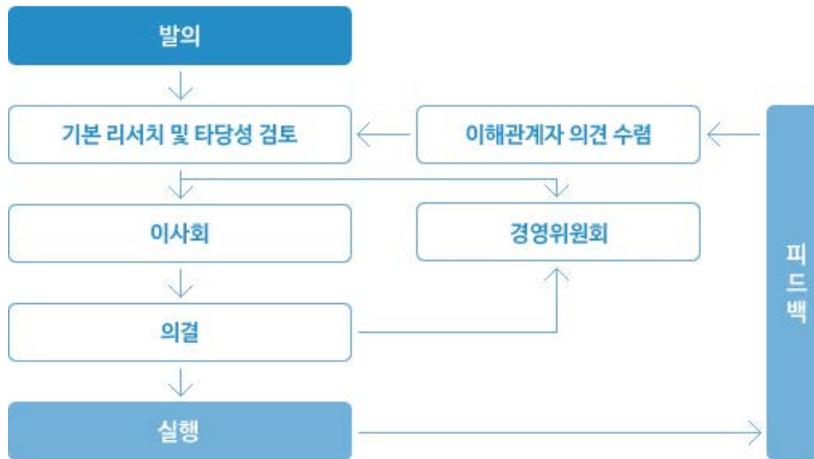
### 이사회 내 위원회

코웨이는 경영활동의 효율성을 제고하기 위해 이사회 내에 1개의 위원회를 설치하여 운영하고 있습니다.

#### ● 경영위원회

대표이사가 주관하는 경영위원회는 효율적인 운영 및 신속한 의사결정을 위해 소규모 투자 등의 사안에 대해 의사결정을 하는 기구로서 대표이사를 포함하여 이사회가 지정하는 총 3인으로 구성되어 있습니다. 2015년에는 물환경사업 수주 계약 체결 승인의 건, IoT 본 사업 추진을 위한 실행 예산 증액 승인의 건, 임원 처우 관련 근로조건의 중대한 변경 승인의 건, 연구직군 연구위원회 신설 승인의 건 등 약 40건의 경영, 보상, 재무 및 투자에 관한 사항을 가결하였습니다.

#### ■ 주요 의사결정 프로세스



Report Download

지속가능경영 주요 데이터

Related Links

- 코웨이 사업보고서
- 코웨이 IR 사이트 (이사회 활동)

GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
[G4-34](#), [G4-35](#), [G4-37](#), [G4-44](#),  
[G4-45](#), [G4-49](#), [G4-51](#)  
 관련 활동을 보고하고 있습니다.

Sustainability  
Mangement

Home &gt; Sustainability Mangement &gt; 지배구조

## 지배구조



- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

이사회 구성 및 활동    이사회 내 위원회    이사회 독립성

## 이사회 독립성

## ● 이사 선출의 투명성

코웨이는 별도의 사외이사후보추천위원회는 운영하지 않으나, 공정성과 독립성 확보를 위해 이사회 의 추천과 주주총회의 결의를 통해 이사를 선임하고 있습니다. 주주총회 소집 통지 이전에 이사후보자가 확정된 경우에는 이사후보자의 성명, 약력 등을 통지·공고하고 있습니다.

## ● 사외이사의 전문성

코웨이는 경영, 경제, 법률 또는 관련 기술 등에 관한 전문지식이나 경험이 풍부한 외부전문가를 사외이사로 선출하고 있습니다. 회사내 자원조직은 사외이사가 이사회에서 전문적인 직무수행이 가능하도록 보조하고 있습니다. 이사회 개최 전에 해당 안건 내용을 충분히 검토할 수 있도록 사전에 자료를 제공하고 필요시 별도의 설명회를 개최하고 있으며, 기타 사내 주요현안에 대해서도 수시로 정보를 제공하고 있습니다.

## ● 감사위원회의 독립성 확보

코웨이는 이사회가 독립적이고 투명하게 운영될 수 있도록 감사 1인을 선임하였습니다. 감사는 이사회 참석이 가능하며, 독립적으로 이사의 업무 수행을 감독할 수 있습니다. 그리고 필요한 경우 관련 장부 및 서류 제출을 해당부서에 요구할 수 있으며, 회사로부터 영업에 관한 사항을 보고 받을 수 있습니다.



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- 코웨이 사업보고서
- 기업 지배구조 (정관)

## GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-39, G4-40, G4-41  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 리스크 관리

## 리스크 관리



- 관리 체계
- 주요 리스크 및 대응

### ● 리스크 관리 조직 운영

코웨이는 회사의 경영활동 중에 발생할 수 있는 리스크를 분석하여 관리하고 있습니다. 리스크를 효과적으로 관리하기 위해 위기관리위원회를 운영하는 한편, 2015년에는 전사에서 발생 가능한 또는 지속적으로 발생하고 있는 위기사항에 대한 해결 방향과 방법을 도출하는 이슈회의체를 수립하여 운영하고 있습니다.

### ● 리스크 대응 프로세스 강화

위기관리위원회에서 승인한 리스크 관리 정책에 따라 각 현업부서를 통해 구체적인 대응활동이 이루어집니다. 각 현업부서는 상호 긴밀한 협력 하에 리스크를 식별, 평가 및 예방하고 있으며, 리스크가 발견될 경우 관련 정보와 위기수준을 분석하여 파악된 영향도와 성격에 따라 위기지원팀, 언론대응팀 등 적합한 대응조직이 구성되며 위기상황 해소 후에도 지속적인 모니터링을 통해 관리합니다.

#### ■ 리스크 관리 프로세스



Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 코웨이 사업보고서

## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 리스크 관리

## 리스크 관리



관리 체계    주요 리스크 및 대응

### ● 리스크 관리 및 대응

코웨이의 각 사업본부는 경영활동과 관련된 주요 리스크를 선제적으로 관리하고 있습니다. 시장, 신용, 유동성 리스크 등의 재무 리스크 뿐만 아니라 컴플라이언스, 정책 등 비재무 리스크 관리 또한 적극적으로 관리하고 있습니다.



- 컴플라이언스 준수에 대한 요구 강화** ✕

  - 현장 영업인력 대상 윤리 프로그램 시행
  - 조세정보의 투명한 공개
- 품질 및 서비스 관련 고객 컴플레인 발생** ✕

  - 제품 결함, 소음 등 품질 문제 최소화
  - 고객 불만 및 컴플레인 관리 강화
- 유해화학물질, 안전사고, 지역 환경부하 가능성 관리** ✕

  - 유해물질관리 시스템 운영 및 예방 중심의 관리활동 전개
  - 안전사고 예방 교육 및 모의 훈련 실시
- 정책 및 제도 변화** ✕

  - 방문판매법, 표시광고법, 자원순환에 관련 법률 등 법규, 정책, 제도 모니터링

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 코웨이 사업보고서

## 2015년에 부각되는 주요 리스크와 대응 활동

“ 코웨이는 리스크 관리 프로세스를 통해 파악되는 실질적인 리스크를 적극적으로 관리하고 있습니다. 2015년 부각된 주요 리스크로는 사업 공급망, 개인정보 리스크 등이 있었습니다. 코웨이는 리스크 대응을 위한 각 리스크가 미치는 영향을 파악하고 이를 선제적으로 관리하기 위해 다양한 노력을 전개하고 있습니다. ”

부각되는 리스크	리스크의 영향
<b>비즈니스 리스크</b>	환경가전 사업은 환경오염이 악화되면서 시장 기회가 확대되는 동시에 경쟁이 점차 심화되어 차별화된 성장 전략 확보가 더욱 중요해졌습니다. <p style="text-align: center;">리스크 대응 활동</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>프리미엄 제품 및 서비스 가치를 강화하고 사물인터넷 기술을 접목한 서비스 개발로 신성장 동력 확보</li> <li>판매채널 다각화와 제도와 서비스 혁신을 통한 영업기반 강화</li> <li>지역별 차별화 전략을 통한 해외사업 확대</li> </ul>
<b>공급망 리스크</b>	최근 기업의 경쟁 구도가 기업 공급망간의 경쟁으로 심화되고 있습니다. 특히 코웨이는 제조 기반의 사업을 영위, 생산 필요한 자재 및 부품을 납품하는 다양한 협력사와의 거래를 유지하고 있기 때문에 공급망 리스크 관리는 경영활동에 있어 필수적인 요소입니다. <p style="text-align: center;">리스크 대응 활동</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>협력사 평가 항목에 산업 안전, 환경, 노동계약 등 항목을 추가하여 지속가능형 관리체계구축</li> <li>탄소파트너십 협력사들을 지속적으로 지원하여 에너지 경쟁력을 강화하고 기후변화로 인한 코웨이 협력사 리스크 예방</li> </ul>
<b>개인정보 리스크</b>	온라인/모바일이 활성화됨에 따라 개인정보의 취득 및 유통은 용이해졌으나, 이에 대한 보안 제도, 시스템, 의식 수준이 아직 미치지 못해 사회적 불안감과 우려가 커지고 있습니다. <p style="text-align: center;">리스크 대응 활동</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>통합보안관제 체계를 구축해 정보보호 인프라를 강화</li> <li>영업활동에 따른 개인정보보호 활용 관리</li> </ul>

## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 윤리경영

## 윤리경영



전략 및 실천조직    윤리경영 프로그램

### 전략 및 실천조직

#### ● 윤리경영 전략

코웨이는 윤리경영 방식인 3C(Code of Conduct, Compliance Check Organization, Consensus by Ethic Education)를 바탕으로 투명한 기업문화인 ‘클린 코웨이’ 를 만들어가고 있습니다.

## VISION

윤리경영 문화 *Clean Coway*



#### ● 실천조직도



Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 코웨이 윤리경영

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 [G4-56](#), [G4-57](#), [G4-58](#) 관련 활동을 보고하고 있습니다.



고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 윤리경영

## 윤리경영



- 전략 및 실천조직
- 윤리경영 프로그램

### 윤리경영 프로그램

#### ● 기업윤리강령 제정

'클린 코웨이' 문화를 조직 전반에 확산시키고자 윤리헌장, 윤리규정, 윤리 실천지침 등 구체적이고 명문화된 행동지침을 제정하였습니다.

- 윤리경영 PDF 다운로드
- 윤리헌장 PDF 다운로드
- 윤리규정 PDF 다운로드

#### ● 윤리 제보센터 운영

윤리경영에 위배되는 사안의 접수, 조사, 심의, 통보와 관련된 업무절차와 세부 단계별 활동을 규정화하여 비윤리행위를 사전에 근절하고 있습니다.

[제보센터](#) →

#### ■ 윤리 제보센터 프로세스

코웨이는 우편, 팩스 및 온라인으로 고객 제보를 접수하고 있습니다. 제보가 접수되면 윤리경영실의 조사를 거친 후 윤리위원회에서 심의·의결하고, 조사 결과를 제보자에게 전달합니다. 또한 부정행위의 반복을 예방하고 모범사례를 전파하기 위해 관련 사례를 공유합니다.

#### ● 윤리경영 내재화

코웨이는 '클린 코웨이' 문화를 내재화 및 확산시키고자 전 임직원과 협력사 대상의 윤리경영 홍보, 직원 행동 모니터링을 통해 윤리 의식을 강화하고 있습니다. 또한 정기적인 윤리 교육을 실시하여 윤리경영에 대한 인식과 실천 의지를 제고합니다.

#### ■ 윤리 의식 강화 프로그램

홍보활동		진단 및 모니터링	
 <b>CEO 메시지</b>	 <b>포스터</b>	 <b>정기진단</b>	 <b>상시 모니터링</b>
협력사 대상 '선물 안 주고 안 받기 캠페인'을 시행합니다.	홍보 포스터를 게시하고 온라인 팝업메시지를 공지합니다.	전 사업장을 대상으로 한 윤리경영 진단을 연 2회 실시합니다.	미스터리 쇼퍼를 운영하여 불법판매행위를 상시 모니터링 합니다.

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 코웨이 윤리경영

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 G4-56, G4-57, G4-58 관련 활동을 보고하고 있습니다.



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Management > 고객

### 고객

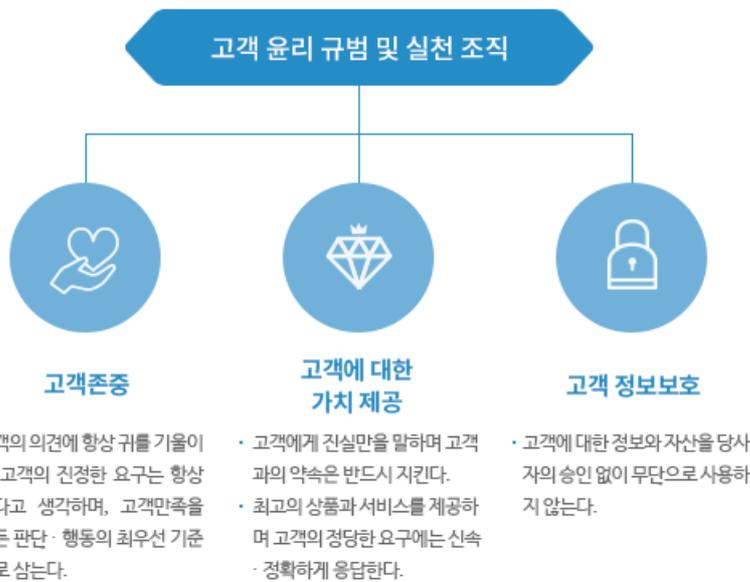


- 전략 및 실천조직
- 고객만족을 위한 품질경영
- 고객 만족 활동
- 정보보호관리 최적화 유지

### 전략 및 실천조직

코웨이는 자체적으로 제정한 고객 윤리 규범을 바탕으로, 고객의 기대를 넘어서는 만족을 제공하고, 이를 통해 고객이 보다 건강하고 행복한 삶을 영위하도록 노력하고 있습니다.

#### ● 고객 윤리 규범 및 실천 조직



#### 고객만족 실천 조직

환경기전사업본부	생산운영본부	전략혁신본부
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 고객서비스팀</li> <li>· CCM팀</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 품질경영팀</li> <li>· 품질관리팀</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· CS전략팀</li> </ul>

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 코웨이 고객센터(소통창구)
- 고객 관계관리 강화 활동

## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home &gt; Sustainability Management &gt; 고객

## 고객



전략 및 실천조직

고객만족을 위한 품질경영

고객 만족 활동

정보보호관리  
최적화 유지

## 고객만족을 위한 품질경영

## ● 품질혁신 6대 핵심가치

코웨이는 품질 혁신을 위한 6대 핵심가치를 기반으로 품질기획 및 관리, 품질보증과 개선 활동 전반에 걸쳐 단계별로 역량을 집중하고 있으며, 제품개발 시 규정에 의거하여 각 단계마다 신뢰성 및 안전성 검증을 실시합니다.



## ● 지속적인 품질개선

선코웨이는 제품의 안전성을 확보하기 위해 개발 단계부터 판매, 폐기까지의 전 과정에 걸쳐 품질경영활동을 내재화하고 있습니다.

[코웨이의 품질개선 활동 자세히 보기 →](#)


Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- 지속적인 품질 개선 활동

## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Management > 고객

### 고객



- 전략 및 실천조직
- 고객만족을 위한 품질경영
- 고객 만족 활동
- 정보보호관리 최적화 유지

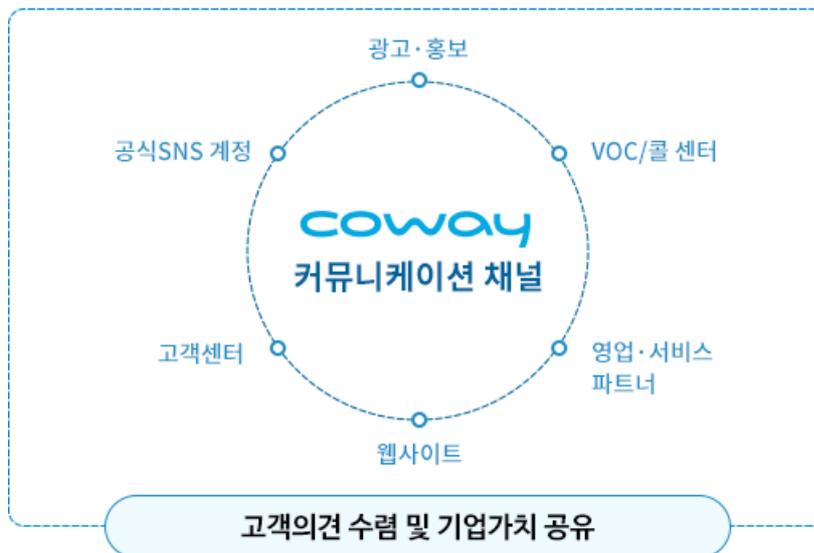
### 고객 만족 활동

#### ● 제품 및 마케팅 책임 강화

코웨이는 카다로그, 제품설명 팸플릿, 제품 사용설명서, 계약서, 광고, 홈페이지 등을 통하여 고객에게 정확한 정보를 전달하고 있습니다. 제품 설명의 경우 고객이 알아 보기 쉽도록 일상적인 용어 및 그림, 기호 등 시각적인 요소를 활용하고 있으며, 약관상 중요한 내용 또는 고객이 반드시 알아야 할 사항이나 경고표시 등은 글자 색, 글 박스, 기호 등을 통해 강조하고 있습니다. 아울러 고객이 제품 사용 과정에서 오사용이나 부주의로 인해 발생할 수 있는 문제, 안전 주의사항, 제품의 특징 및 구조, 가격, 사용/설치 방법 등을 공지하고 있습니다.

계약 체결을 위한 약관작성시 고객이 계약내용을 쉽게 이해하도록 설명하고, 약관상 중요한 내용 또는 반드시 알아야 할 사항은 별도 표시하고 있습니다. 제도/약관 변경 시에는 시행 전 충분한 기간을 두고 사전고지하고 있습니다. 또한 고객 개인정보를 적절하게 수집 및 관리하고 명확한 목적 내에서만 사용될 수 있도록 하고 있습니다.

#### ● 고객 커뮤니케이션 강화



#### ■ 광고·홍보

코웨이는 고객에게 차별화된 가치를 전달하고자 제품의 성능·디자인뿐만 아니라, 더 좋은 물과 공기를 제공할 수 있도록 고객의 생활환경을 지속적으로 연구하고 있습니다. 아울러 이러한 의지와 노력을 담은 광고를 실시해 코웨이의 가치와 정체성을 고객과 공유하고 있습니다.



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 코웨이 고객센터(소통창구)
- 기업광고/홍보 영상
- 코웨이 소셜허브 바로가기

## 공식 SNS 계정

SNS에 익숙한 젊은 고객층을 대상으로 제품과 서비스를 홍보하는 동시에, 문제점 및 개선 의견을 수집합니다. SNS의 특성상 제품 및 서비스에 대한 진솔한 의견을 수집할 수 있다는 것이 장점입니다.

### ▪ VOC/콜센터

코웨이는 VOC 수집-분석-개선과제 접수-제품 개선-제품 효과 분석으로 이어지는 5단계의 통합 VOC 관리시스템 '소리숲'을 구축하고 있습니다.

365일 24시간 전문 상담사들이 고객의 요구사항에 맞춰 고객만족을 위해 노력하는 콜센터를 통해 제품 및 서비스에 대한 A/S신청, 이전설치 접수, 멤버쉽 가입·탈퇴, 기타 제품 및 서비스 관련 문의를 응대하고 있습니다. 아울러 지속적으로 응답률 향상을 위해 노력하고 있습니다.

### ▪ 웹사이트([www.coway.co.kr](http://www.coway.co.kr))

홈페이지에 고객센터를 운영하며, 이를 통해 제품 및 서비스 관련 상담·설명을 수행합니다.

### ▪ 영업·서비스 파트너

현장에서 고객과 직접 대면해 고객불만, 피해, 제안 등을 수집합니다.

코웨이의 다양한 고객만족 활동 보기 →

coway

본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23

대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)

고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00

COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Management > 고객

### 고객



- 전략 및 실천조직
- 고객만족을 위한 품질경영
- 고객 만족 활동
- 정보보호관리 최적화 유지

### 정보보호관리 최적화 유지

코웨이는 렌탈 비즈니스 특성상 많은 고객 개인정보를 수집합니다. 또한 온라인 판매 채널이 점차 확대됨에 따라 다양해진 고객정보의 유입·처리 경로에 대해 적합한 정보보호 체계를 구축해야 할 필요성이 높아졌습니다. 이에 개인정보보호 책임자(CPO)를 중심으로 개인정보보호 조직과 체계를 운영하고 있습니다. 특히 2015년에는 데이터센터에 대한 통합 보안관제체계 구축 및 중요정보 처리자에 대한 환경 통제를 강화했습니다.

#### 정보보호 추진 조직



#### 정보보호 체계



##### 고객정보 수집

- 주민등록번호 수집금지에 따른 대체 키 전환(생년월일, 성별 등)



##### 정보보관 및 활용

- DB내 개인정보 암호화 보관
- 임직원 PC내 개인정보파일 원문 보관 불가



##### 고객정보 파기

- 전 직원 정보보호 온라인 교육 실시
- 외부 전문업체를 통한 문서 파기 프로세스 실행



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 G4-1 관련 활동을 보고하고 있습니다.

## ● 정보관리 인프라 강화

### ■ 통합보안관제 체계 구축

코웨이는 분산된 고객 개인정보를 보다 안전하게 처리할 수 있도록 IDC\*로 전체 시스템의 로그를 집산해 관리하는 통합보안관제 체계를 구축하였습니다. 이를 통해 효율적인 관제 대응과 감시가 가능해졌습니다. 더불어 IDC 서버 시스템 취약점 점검 및 개선 체계를 구축하여 매일 자동적으로 취약점을 진단하고 보완하고 있습니다. 그 결과 2015년 보안 수준은 전년 대비 3%로 증가한 98%로 개선되었음은 물론 잔여 취약점들의 보완을 완료함으로써 고객 개인정보 보호 시스템을 강화하였습니다. 향후에는 IDC를 전체 시스템에 적용하고 보안 취약점에 대한 실시간 모니터링 체계를 구축할 것입니다.

\*IDC(Internet Data Center)

### ■ 개인정보처리 프로세스 재정비 및 통제 강화

최근 국내에서 발생한 고객 개인정보 유출 사건들의 대부분은 개인정보처리자 및 IT 협력사에 의해 발생한 경우가 많았습니다. 코웨이는 이러한 유출 사고를 예방하기 위해 고객 개인정보 처리자 및 협력사에 VDI\*를 구축하고 모든 작업이 VDI를 통해 진행되도록 함으로써 중요 정보의 외부 유출을 차단하고 있습니다. 또한 모의해킹을 실시해 보안 취약점을 진단하고 보완함을 물론 침해사고에 대한 대응 역량을 향상시켰습니다.

\*VDI(Virtual Desktop Infrastructure)

중앙에서 가상으로 작동하는 서버의 자원을 활용해 사용자 별로 가상의 데스크톱과 데이터 저장공간을 제공하는 솔루션. 특히 해킹의 위험으로부터 안전하며 데이터 유출을 원천 봉쇄가 가능.

## ● 임직원 보안의식 고취

### ■ 정보보호 교육

코웨이는 기술적인 면에서 정보보호 역량을 강화할 뿐만 아니라 임직원의 정보보호 의식 제고를 통해 정보보안을 강화하고 있습니다. 2015년에는 회사의 정보보호 정책, 정보보호 관련 법 개정 및 오남용 사례 등에 대해 교육하였으며, 직무별 온라인 교육을 세분화하여 효과성을 제고하였습니다. 향후 교육 내용을 이해하기 쉽게 고도화하고 보안사항 위반 시 내부 제재조치를 강화할 계획입니다.

### 정보보호 교육 주요 성과

- 직무별 온라인 교육 세분화
- 스팸메일 발송 후 결과 교육 반영 실시
- 교육 후 보안 인식 향상



정보보안 진단회수

45회



정보보안 교육실적

2781명



외부 공격 탐지  
및 모니터링

24시간

### ■ 정보보호 진단

단정보보호 진단을 상시, 정기, 시스템 진단으로 세분화하여 실시하고 있으며, PC 내 개인정보 보유 현황과 개인정보처리 시스템 접속기록을 정기적으로 모니터링하고 있습니다. 2015년 총 45회의 진단을 실시하였으며, 적발된 보안 절차 위반 사항은 100% 시정 및 보완하였습니다. 또한 주요 사업장을 직접 방문해 실태 점검과 IDC의 모의해킹을 통한 시스템 진단을 진행함으로써 각 사업장의 임직원이 자율적으로 보안활동을 진행할 수 있도록 유도하고 있습니다.



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Management > 환경

## 환경



- 전략 및 실천조직
- 기후변화대응
- 자원순환 활성화
- 유해물질 관리

### 전략 및 실천조직

#### ● 환경경영 전략

코웨이는 기업 경영의 환경영향을 최소화하고자 2006년부터 환경경영을 선포하면서 미션과 비전, 환경방침, 환경목표를 설정하고, 환경경영위원회와 전담부서를 설치하여 그린마케팅, 기후변화, 자원순환, 유해물질, 커뮤니케이션 5개 분야를 관리하고 있습니다.

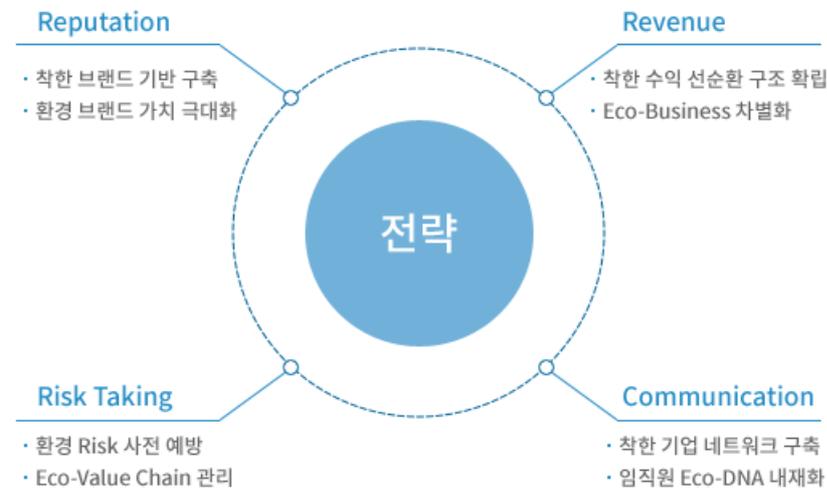
더불어, 투자자 및 소비자에게 코웨이의 기업 활동으로 인해 발생하는 온실가스의 배출과 저감 활동에 대해 투명하게 정보를 제공하기 위해 Carbon Report를 작성해 외부에 공개하고 있습니다.

[2014 Carbon Report 보기](#)

## VISION

건강한 내일을 디자인하는 *1st Green Global Leader*

- 2020년까지 2010년 대비 온실가스 원단위 50% 저감
- 친환경 제품 및 서비스 공급을 통한 환경부하 15% 저감



#### ● 실천 조직도

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 활동

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
[EN-DMA, G4-14](#)  
관련 활동을 보고하고 있습니다.



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 환경

## 환경



- 전략 및 실천조직
- 기후변화대응
- 자원순환 활성화
- 유해물질 관리

### 기후변화 대응

#### ● 신재생 에너지 도입 확대

코웨이는 2013년 8월, 포천공장(45KWh 규모), 2014년 9월, 유구공장(49.5KWh 규모), 2015년 7월, 인천공장(39KWh 규모)에 태양광 발전이 설치되어 운영되고 있으며, 3개의 공장에서 2015년 133,496KW의 전력을 생산, 자체 소비하여 온실가스 62톤을 저감하는 효과가 있었습니다.

더불어, 투자자 및 소비자에게 코웨이의 기업 활동으로 인해 발생하는 온실가스의 배출과 저감 활동에 대해 투명하게 정보를 제공하기 위해 Carbon Report를 작성해 외부에 공개하고 있습니다.

#### ● 탄소 파트너십 운영

코웨이는 2014년부터 협력사들이 한국에너지공단에서 시행하는 건물지원사업에 참여하는 협력사들의 자체 부담금에 해당하는 금액을 무이자로 2년간 지원하고 있습니다. 2015년까지 2개 협력사를 지원하여 2015년에 총 55,961KWh의 전력을 태양광 발전으로 생산하였습니다. 이를 온실가스로 환산하면 26톤의 온실가스를 저감한 것과 같습니다.

#### ■ 코웨이 통합에너지경영시스템



##### 협력사 에너지 경영 체계 구축

- 협력사 에너지 온실가스 관리 현황에 따른 에너지경영시스템 구축
- 에너지 온실가스 실시간 모니터링 가능



##### 코웨이-협력사 에너지 네트워크 구축

- 코웨이-협력사 온라인 통합시스템을 통한 협력사 에너지 온실가스 실시간 정보 공유 및 온/오프라인 네트워크 구축
- 코웨이-협력사간 중장기 전략 수립을 통해 동반성장, 상생협력 목표 달성
- 협력사 에너지경영시스템 보급/ 확산 및 지원 방안 수립

#### ■ 태양광 발전량



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 G4-1 관련 활동을 보고하고 있습니다.

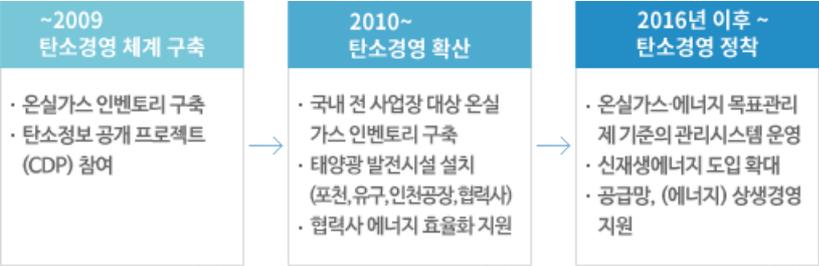


온실가스 저감량

88 ton

검증 : 한국능률협회인증원

● 기후변화 대응 로드맵



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
 대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
 고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
 COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Management > 환경

### 환경



- 전략 및 실천조직
- 기후변화대응
- 자원순환 활성화
- 유해물질 관리

### 자원순환 대응

#### ● 리퍼브 제품 생산

코웨이의 대표적인 재활용 제도인 리퍼브는 합리적이고 알뜰한 소비를 원하는 고객을 만족시킬 뿐만 아니라 자원 재사용을 통해 환경문제를 최소화하는 일석이조의 효과를 거두고 있습니다. 코웨이는 2015년 21,535대의 리퍼브 제품을 생산하였습니다.

	2013	2014	2015
리퍼브 판매량	28,123	18,583	21,535

#### ● 플라스틱 폐기물 재활용

코웨이가 생산하는 제품은 생산자 책임 재활용 제도(EPR, Extended Producer Responsibility)에 포함되지는 않지만 환경을 생각하는 기업으로서 리퍼브 제품 생산뿐만 아니라 당사가 생산한 폐가전 제품을 전량 회수하여 자발적으로 재활용하고 있습니다. 이를 통해 2015년에는 포천공장에서 7,485 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 간접 저감하였습니다.

	2013	2014	2015
폐플라스틱 재활용량(Ton)	5,638	6,198	6,353
온실가스 저감량(tCO <sub>2</sub> e)	6,643	7,303	7,485

\*산출 기준 : 환경부 탄소성적표지 작성지침, 폐기물 처리 방법에 따른 배출 계수 활용

#### ● 냉매 회수·재활용

코웨이의 정수기에는 냉각 성능 구현을 위한 냉매가스(R-134a)가 사용되고 있으며, R-134a 냉매 가스는 지구온난화지수(GWP)가 1,300으로 폐제품의 냉매로 인해 온실가스가 발생됩니다. 이에 코웨이 포천공장에서는 냉매 회수 설비를 운영하고 있으며, 이를 통해 2015년 19,359 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하였습니다.

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 혁신적이고 환경친화적인 제품 개발 활동

#### GRI Indicators

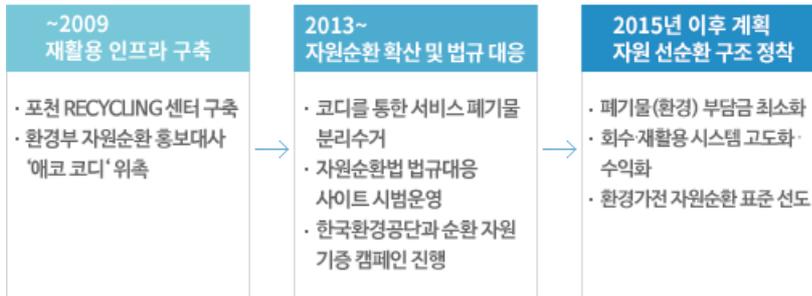
이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
[EN19, 28](#)  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

#### SDG Goals

이 페이지의 콘텐츠는 SDG  
[Goal12](#)  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

	종류	2013	2014	2015
냉매 회수· 재활용량 (Kg)	R-12	1,200	1,000	1,910
	R134a	3,430	3,120	2,600
온실가스 저감량(tCO2e)	R-12	10,464	8,720	16,655
	R134a	3,567	3,245	2,704

● 주요 연혁 및 향후 방향



## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Management > 환경

## 환경



- 전략 및 실천조직
- 기후변화대응
- 자원순환 활성화
- 유해물질 관리

### 유해물질 관리 강화

코웨이는 환경영향을 최소화하기 위해 유해물질 관리 시스템을 구축하여 제조·판매되는 모든 제품이 유럽 및 국내 유해물질 제한기준을 만족하도록 관리하고 있습니다. 2010년부터 자발적으로 사용되는 모든 부품에 대해 EU/K-RoHS 기준을 적용하여 적합성을 검증하고 있으며, 특히 2015년에는 K-RoHS 대응을 확대하여 서비스 부품코드를 100% 등록 완료하며 전 제품의 적합성을 검증 받았습니다.

아울러 2015년 개정된 China-RoHS에 대해서도 30개 모델의 대응을 완료함으로써 해외 환경가전 제품 시장을 더욱 적극적으로 공략하고 제품의 신뢰도를 제고하여 글로벌 환경 규제 및 글로벌 고객의 유해물질 사용 관련 요구사항에 대응할 수 있게 되었습니다.

### 주요 연혁 및 향후 방향



Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 친환경경영

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
[EN24](#)  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

## Sustainability Mangement

지배구조 >

리스크관리 >

윤리경영 >

고객 >

환경 >

임직원 >

협력사 >

영업·서비스 파트너 >

지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 임직원

## 임직원



전략 및 실천조직

임직원 경영 프로그램

### 전략 및 실천조직

코웨이는 임직원의 생애주기와 코웨이의 인재 육성 방향을 연계하여, 임직원의 경력에 따라 단계별 기업문화 조성, 역량 교육, 복리후생 지원 프로그램을 운영하고 있습니다.

### ● 임직원 생애주기별 지원 전략

	문화	교육	복리후생
<b>사원/대리</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>회사이해</li> <li>핵심가치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>매너/재테크</li> <li>업무기본</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>학자금대출 상환</li> </ul>
<b>과장</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>커뮤니케이션</li> <li>핵심가치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>문제해결</li> <li>전문직무</li> <li>리더십 기본</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주택자금</li> <li>결혼 지원</li> <li>출산 지원</li> </ul>
<b>차장</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>경력개발</li> <li>핵심가치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>성과관리</li> <li>리더십 개발</li> <li>핵심인재</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>조직관리</li> <li>리더십 개발</li> <li>의사결정</li> </ul>
<b>부장</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>세대별 커뮤니티</li> <li>갈등관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>조직관리</li> <li>리더십 개발</li> <li>의사결정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전직지원</li> </ul>
<p>※ 상위 직급으로 진행에 따라 추가 적용</p>			<p>※ 공통사항 상조 서비스, 경조, 상담 등</p>



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### Related Links

- 코웨이 인재채용
- 기업문화 변화 실천

## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home &gt; Sustainability Management &gt; 임직원

## 임직원



전략 및 실천조직

임직원 경영 프로그램

## 임직원 경영 프로그램

코웨이는 임직원과 함께 성장하고, 더 나은 업무환경을 조성할 수 있도록 노력하고 있습니다. 일과 삶의 균형을 유지해 업무만족도를 높이는 한편 만족도 제고를 위해 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다.

## ● 일과 삶의 균형 지원

코웨이는 스트레스와 피로를 해소하고 창의력을 발휘할 수 있도록 사내에 Refresh Zone을 설치하는 것은 물론 전문 안마서비스와 안마의자를 제공하는 신기충전방을 운영하고 있습니다. 또한 매월 1·3째주 수요일은 정시 퇴근하여 가족과 시간을 보낼 수 있도록 '가족 사랑한데이'를 실시하고 있습니다. 이외에도 신입사원 가족을 초청해 회사와 기업문화를 체험하는 '코웨이 데이', 수원과 파주에 농장을 조성하여 가족과 함께 작물을 경작하는 '코웨이 행복농장' 등 임직원들이 일과 삶의 균형을 찾을 수 있는 프로그램들을 시행하고 있습니다.

## ● 성과에 따른 보상

코웨이는 임직원 개인의 성과와 역량을 평가해 보상과 연말 인센티브에 차등을 두며, 평가등급에 따라 140%까지 능력수당 인상을 적용합니다. 미래 성장의 기반인 R&D 역량 향상을 위한 보상체계도 운영하고 있습니다. 임직원이 특허를 출원할 경우, 건수·난이도에 따라 보상하고, 핵심인력 유지를 위해 매년 3~5명의 연구원에게 월 급여 300~400%의 리텐션 인센티브를 지급하고 있습니다.

## ● 임직원 역량개발 강화

코웨이 인재육성 정책은 인재상 '착한 믿음을 실천하는 사람'을 바탕으로, 임직원의 '착한 성장'을 목표로 하고 있습니다. 경영 철학과 핵심가치 내재화 교육, 본부 및 개인별 맞춤 교육, 직책보임 별 리더십 교육을 실시합니다.

## ■ 주요 교육 프로그램



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- 사람중심의 기업문화 구현

## GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-53, LA2, LA11  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

 <b>필수교육 과정</b>	<b>경영 철학 및 핵심가치 내재화</b> - 임원을 위한 교육과정으로 'Big Question'을 갖고 THE 큰 생각으로 연결시키는 교육입니다. <b>기타 필수 교육</b> - 코웨이 직원으로서 필수적으로 숙지해야 하는 기본 원칙에 대한 교육을 실시합니다.
 <b>자기주도 학습</b>	<b>선택 과정</b> - 구성원 개인의 자기계발을 위한 과정으로, 직급별 3년차 선택 과정 외부위탁과정 및 2천 개의 온라인 과정을 실시합니다. <b>선발 과정</b> - 사내 핵심인재 및 주재원 양성을 위한 과정을 실시합니다.
 <b>직책별 리더십 교육</b>	팀장공통과정, 임원공통과정 등 직책보임에 따른 다양한 교육을 실시하며, 이를 통해 개인과 조직의 목표와 비전을 한 방향으로 정렬시키고 있습니다.

2015년 중점 역량개발 활동 보기 →

## ● 기업문화 변화 실천

각 본부별 특성에 따른 문화의 차이를 깨닫고, 회사 차원에서 같은 방향성을 가질 수 있도록 착한 회의 및 워크숍을 실시하고, 코웨이 경영정신과 비전 체계의 전 임직원 내재화를 위해 비전 교육 프로그램인 '비온드 코웨이'를 운영하고 있습니다.

기업문화 변화 활동 자세히 보기 →

## ● 일하는 방식 개선

일하는 방식 개선 활동 보기 →

## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 파트너 > 협력사

## 협력사



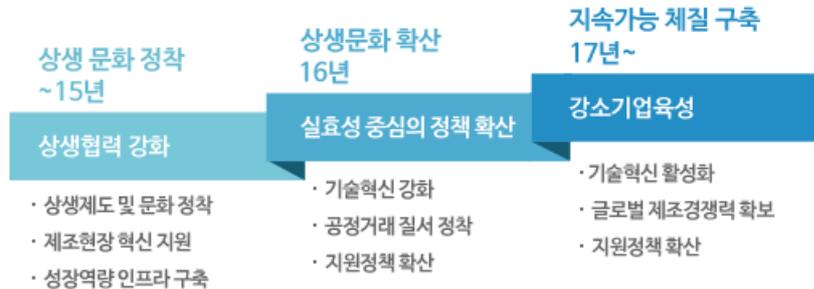
- 전략 및 실천조직
- 협력사 관리체계
- 협력사 지원 프로그램
- 소통의 상생문화 확산

### 전략 및 실천조직

최근 기업 경쟁 구도는 협력사를 포함한 기업 공급망 간의 경쟁으로 확대되고 있으며, 공급망 관점에서 사회적 책임 이행의 중요성이 증대되고 있습니다. 특히 협력사는 코웨이의 밸류체인에서 제품 및 서비스를 생산하고 공급하는 역할을 담당하는 동반자로서, 협력사의 경쟁력은 곧 코웨이의 경쟁력과 직결됩니다.

#### ● 동반성장 정책

코웨이는 실효성 중심의 동반성장 정책을 통해 협력사가 경쟁력을 갖춘 강소기업으로 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다.



#### ● 공정거래 4대 가이드라인 표준화

코웨이는 협력사와 거래 시 협력사의 권익과 이익을 정당하게 반영하고, 원청회사의 우월한 교섭력 남용을 방지하고자 상생협력 가이드라인을 운용하고 있습니다. 특히 2015년에는 공정거래위원회 예규를 기준으로 4대 가이드라인에 대한 사내 표준화를 실시하였으며, SCM 및 협력사 상생포털\*을 통해 변경사항에 대해 전 협력사와 공유하였습니다.

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 협력사 상생포털



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
 대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
 고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
 COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 파트너 > 협력사

## 협력사

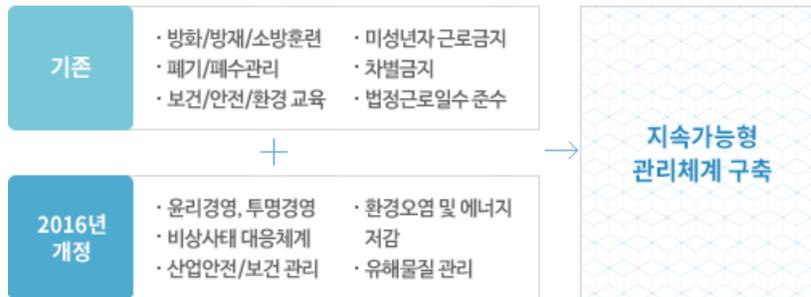


- 전략 및 실천조직
- 협력사 관리체계
- 협력사 지원 프로그램
- 소통의 상생문화 확산

### 공급망 지속가능경영 관리체계 구축

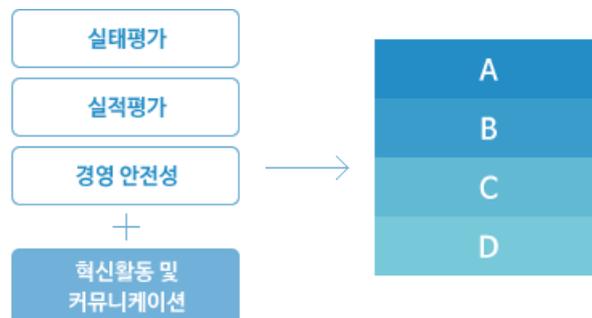
코웨이는 '협력사 경쟁력 강화를 통한 강소기업 육성'이라는 동반성장 신념 아래 협력사 종합평가를 연 1회 실시하고 있습니다. 2015년에는 기존의 협력사 평가 항목에 산업 안전, 환경, 노동계약 등 법적, 사회적 측면을 추가하여 지속가능형 관리체계를 구축하였으며, 2016년부터 본격적으로 실시할 예정입니다.

#### CSR 관리 항목 변경 사항



#### 협력사 평가 프로세스

코웨이의 협력사 평가는 실태평가, 실적평가, 경영 안전성을 기본적으로 평가하며 추가적으로 혁신 활동 및 커뮤니케이션이 우수한 협력사에게 가점을 부여하는 형식으로 운영됩니다. 평가 결과에 따라 A에서 D등급으로 나누고 우수 협력사(A,B)에는 발주 물량 확대, 협의회 임원단 자격을 부여하는 반면 취약 협력사(C,D)에는 개발 제한, 물량 축소 등의 페널티를 부여하고 2년 연속 D 등급을 받을 경우, 거래를 중단하고 있습니다.



#### 협력사 평가 및 만족도 결과

코웨이는 2015년 73개의 협력사를 대상으로 협력사 종합 평가를 실시 하였습니다. 평가 결과, 협력사의 종합점수는 86.9 점으로 전년대비 3.5점 상승하였으며 A, B 등급 협력사 비율 또한 86%로 전년 대비 21% 증가하였습니다. 특히, 2014년 28개사가 취약 협력사로 분류되었던 것이 2015년에는 10개사로 개선되는 성과를 거두었습니다.

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 협력사 상생포털

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
LA14, SO9, SO10  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

■ 종합평가 (평균)

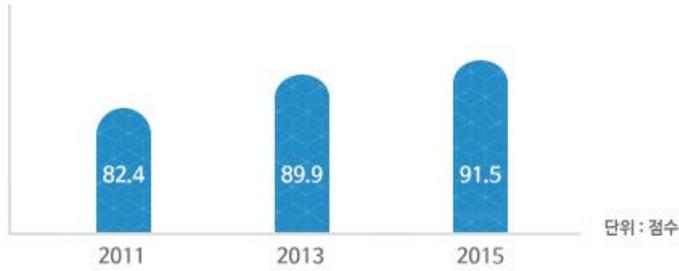


■ 종합평가 (등급비율)



한편, 격년마다 코웨이와 거래하는 모든 협력사를 대상으로 만족도 조사를 실시하고 있습니다. 2011년 이후 협력사 만족도는 지속적으로 증가해 2015년에는 91.5점으로 평가되었습니다. 2016년에는 CSR 관리 항목을 기반으로 한 평가를 도입해 공급망 CSR을 강화하고, 우수 협력사 시상제도를 도입해 경영 개선과 혁신 추구에 대한 인센티브를 부여하여 코웨이와의 상생협력 구조를 공고화 하겠습니다.

■ 협력사 만족도 결과



## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 파트너 > 협력사

## 협력사



- 전략 및 실천조직
- 협력사 관리체계
- 협력사 지원 프로그램
- 소통의 상생문화 확산

### 협력사 지원 프로그램

#### ● 경영안정 기반강화

협력사의 경영안정 제고를 위하여 금융 지원 뿐만 아니라 해외 전시 참가 등을 지원하고 있습니다.

자금지원	200억 원 규모의 상생펀드와 30억 원 상한의무이자 자금 지원제도 운영
대금지급	납품거래 시 10일 이내 100% 현금으로 결제
납품단가 가격조정	원자재 가격 인상을 반영하여 협력사가 요청할 경우 30일 이내에납품단가조정
결제수단	현금(성) 결제비율 100%
매출확대	공동 마케팅, 해외 전시 참가 등 지원



#### 2015년 성과

- 지원자금 : 228.5억 원
- 결제수단 : 100% (현금)
- 대금지급 조건 개선 : 9.86일
- 해외전시회 : 3회 참여
- 구매상담회 : 2회 참여

#### ● 성장인프라 지원

협력사의 지속적인 성장을 위하여 교육, 기술지원 뿐만 아니라 우수한 인재의 채용을 지원하는 등 경영 인프라 강화를 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

교육지원	협력사 계층·역량별 인재육성을 위한 교육과정 운영
기술 지원·보호	협력사의 기술 경쟁력 확보를 위한 기술 지원 및 보호 프로그램 운영
채용 박람회	신입 인력 채용 박람회, 인력 양성 과정 등 지원
탄소 파트너십	그린 파트너십을 구축해 탄소 배출저감을 위해 지원
신뢰성 기술지원	부품 시험, 고장분석 등 신뢰성 관련 기술지원



#### 2015년 성과



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 협력사 상생포털

- 교육지원 : 총교육인원 960명
- 교육지원 : 총지원금액 4.38억원
- 기술 지원·보호 : 공동개발 12건
- 기술보호 : 8건
- 채용 박람회 : 채용 6개사
- 채용 박람회 : 인력지원 20개사
- 태양광발전 설치 지원 : 2개사
- 생산성 향상율 : 33%

## VOICE OF STAKEHOLDERS

“ 코웨이의 제조혁신 활동 프로그램을 통해 저희 삼운전자는 지속적인 성장의 기반인 ‘현장력’, ‘품질력’, ‘생산력’ 을 강화하고 고유한 제조시스템을 구축할 수 있었습니다. ”



지난 2015년, 코웨이의 상생특공대는 저희 삼운전자에 2개월 동안 파견나와 지속가능한 제조 시스템 구축을 지원하였습니다. 특히 원자재 보관, 제조 환경 등 품질개선과 납기 준수를 위한 프로세스 개선, 원가 절감을 위한 생산·자재지표 관리에 도움을 주었습니다. 이러한 기회를 통해 저희 삼운전자의 제조 경쟁력 뿐만 아니라 코웨이의 경쟁력까지 강화되는 Win-Win 효과를 창출할 수 있었습니다. 앞으로도 코웨이가 이러한 활동을 확대해 동반성장을 실천하는데 있어 범사회적 리더십을 발휘하길 기대합니다.

삼운전자 대표이사  
이춘만

### 주요 활동 내용



#### 현장혁신

준비되고 관리되는  
현장 실현



#### 품질혁신

공정 및 고객 품질향상



#### 생산혁신

생산운영의 최적화

### 설비종합효율



### 공정불량률



삼운전자 기준

## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 파트너 > 협력사

## 협력사



- 전략 및 실천조직
- 협력사 관리체계
- 협력사 지원 프로그램
- 소통의 상생문화 확산

### 소통의 상생문화 확산

#### ● 자율적 소통체계 운영

코웨이는 2013년부터 협력업체들간의 자율적인 소통을 활성화하고 상호 비교분석을 통한 협력사의 경쟁력 향상을 위해 ‘착한 믿음협의회’를 운영하고 있습니다. 협의회를 통해 코웨이와 협력사 간의 동반성장뿐만 아니라 협력사 간의 새로운 동반성장 문화를 구축하고 있습니다.



#### ● 1~2차 협력사간 상생문화 조성

코웨이는 협력사와의 소통을 통한 진정한 동반성장을 추진하기 위해 CEO 및 구매담당 총괄임원이 2차 협력사를 방문해 협력사의 의견을 수렴하고 있습니다. 2015년에는 총 11개의 협력사를 방문하였으며, 신규 및 품질개선 아이템 검토, 1차 우수 협력사에 대한 벤치마킹 등을 실시하였습니다.

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 협력사 상생포털

## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home &gt; Sustainability Management &gt; 영업·서비스 파트너

## 영업·서비스 파트너



- 전략 및 실천조직
- 현장소통 활성화
- 현장지원 강화

## 전략 및 실천조직

코웨이는 모두와 '함께 성장'하고자 하는 코웨이의 기본 방향성에 맞춰 영업·서비스 조직의 지속가능한 성장을 지원하고 있습니다.

## ● 실천조직

코웨이 영업의 원동력이자 고객과의 접점에서 소통하는 '코디(CODY)'는 환경가전 제품과 각 제품을 사용하는 고객을 관리함으로써, 고객과 가장 가까운 곳에서 브랜드와 기업에 대한 만족도를 제고합니다. 이에 영업·서비스 파트너가 현장에서 더욱 쉽게 고객에게 서비스와 판매 활동을 진행할 수 있도록 지원을 아끼지 않고 있습니다.

사전 서비스	<p><b>코디</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고객의 가정에 방문하여 정수기, 공기청정기 등 환경가전 제품에 대한 점검 및 위생관리 서비스 제공</li> </ul> <p><b>홈케어닥터</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 케어 서비스 가입 대상 정기적인 매트리스 위생 관리 서비스 제공</li> </ul>
사후 서비스	<p><b>CS닥터</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 설치, 이전, 해체 서비스, A/S를 제공하여 고객만족 극대화</li> </ul>
판매	<p><b>HP, BP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사를 대신하여 고객에게 제품 정보를 전달하고 판매활동 수행</li> <li>- 현장에서 직접 정보와 아이디어를 수집</li> </ul>

## ■ 컴플레인 매니저 운영

불만 고객 대응, 클레임의 미처리 또는 오처리를 예방하기 위해 컴플레인 매니저(CS Dr.)를 운영하고 있습니다. 이를 통해 현장의 업무를 효율적으로 지원함과 동시에 컴플레인으로 인한 리스크를 사전에 예방하고 있습니다.

## VOICE OF STAKEHOLDERS

“ 코디를 하면서 달라진 점이 있다면 바로 가치관의 변화입니다. 예전에는 소극적인 성격이었다면 이제는 '하면 된다'라는 생각이 먼저 듭니다. 이렇듯 코웨이 코디를 통해 더욱 성장하고 발전하는 저 자신의 모습을 발견하곤 합니다. ”



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- 코웨이 서비스 전문가 소개

결혼과 함께 4년 정도 다닌 은행을 퇴사하고 8년 동안 가정 주부로 살면서 육아에 몰두하였습니다. 다시 취직하려고 했으나 육아와 병행 가능한 일이 없어서 포기를 하던 그때, 지인을 통해 코디 라는 직업을 알게 되었고 아이를 키우면서도 무리 없이 일을 하는 모습을 보고 도전하게 되었습니다. 사실 그 당시에는 8년 동안의 경력단절시기가 있었기 때문에 설레임보다는 부담감이 더 컸었습니다.

그러나 체계적인 멘토링 제도와 단계별 교육 덕분에 쉽게 적응할 수 있었고, 개인 성향에 따른 맞춤형 코칭 등의 다양한 지원 덕분에 경력단절 시기를 극복하고 성공적으로 사회에 재 진출할 수 있었습니다. 이렇듯 저는 코디를 통해 가정에 금전적인 도움을 줄 뿐만 아니라 저 스스로도 성장하고 발전해나간다는 생각에 성취감을 느끼고 있습니다.

코웨이 코디  
- 조선영 -



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 영업·서비스 파트너

## 영업·서비스 파트너



- 전략 및 실천조직
- 현장소통 활성화
- 현장지원 강화

### 현장소통 활성화

#### 소통활동 전개

코웨이는 전사차원의 소통 활성화를 위해 소셜미디어를 통해 커뮤니케이션을 확대하고 있습니다. 본사/총국/지국/팀/스텝 등 현장 조직 단위로 운영되는 밴드는 실시간 소통을 가능하게 할 뿐만 아니라 다양한 이벤트 등도 함께 진행해 본사-부문-지역간 커뮤니케이션 활성화에 기여하고 있습니다. 특히 PL(Product Liability: 제품 배상책임) 예방 밴드를 통해 법인지국에 실시간 현장 제보가 활발히 이루어져 2015년 한 해 PL 사고 256건을 예방했으며 이를 통해 약 5억 원 비용을 절감하였습니다.

#### 현장 우수 조직 시상 및 사기 진작 프로그램 시행

코웨이는 현장을 격려하기 위해 '우수 조직' 및 '고객 칭찬' 시상제도를 운영하고 있습니다. 2015년에는 종합 평가를 통해 훌륭한 성과를 거둔 60개의 지국과 고객센터와 홈페이지를 통해 고객의 추천을 받은 우수 코디를 선정해 격려하였습니다. 아울러 본부와 부문, 현장 식구가 공동으로 참여하는 '패밀리가 떴다', '하이패스' 등을 기획해 현장 인력의 사기를 진작시키고 현장 커뮤니케이션을 강화하였습니다.

#### 성과나눔 프로그램 시행

현장의 사기 진작을 위한 활동의 일환으로 2015년 최초로 성과보상 제도인 '성과나눔 프로그램'을 시행하였습니다. 코디 및 CS 닥터는 현장 서비스 품질 개선을 위한 과제를 선정하고, 성과를 창출 하였을 경우 공헌에 대한 인센티브를 받게 됩니다. 2015년에는 총 3개의 과제를 실시하였으며, 총 1.75억원을 지급하였습니다.

#### 성과나눔 프로세스

S-Cost 중 현장 Service 품질 연관 과제 선정

성과 창출 공헌 조직/개인에 대한 인센티브 지급



Report Download

지속가능경영 주요 데이터

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 PR3  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 영업·서비스 파트너

## 영업·서비스 파트너



- 전략 및 실천조직
- 현장소통 활성화
- 현장지원 강화

### 현장지원 강화

#### ● 교육 프로그램 운영

현장 인력 육성을 위해 팀장 동행 정착, 멘토링 제도 업그레이드, 우수 닥터 해외연수 확대(코디 연계), 우수 닥터 자녀 장학금 지원 등 코디와 닥터를 위한 지원을 강화하였습니다.



이화 아카데미

#### ● 변칙영업 근절 프로그램 시행

코웨이는 윤리적인 영업 활동이 철저히 실천될 수 있도록 변칙영업 근절하기 위한 프로그램을 전개하고 있습니다. 우선 2012년 윤리경영 제도를 개선하여 변칙영업에 대한 문책 양정기준과 변칙영업 조사 프로세스를 정립하여 책임기준을 강화하였으며, 매년 관련 제도를 업데이트하고 있습니다. 또한 '미스터리 쇼퍼' 활동을 통해 상시 모니터링을 실시하고 윤리적 영업활동에 대한 온·오프라인 교육 등을 실시해 변칙영업을 사전에 예방하고 있습니다.

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 코디 교육 및 복지 프로그램

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 PR6  
[PR6](#)  
 관련 활동을 보고하고 있습니다.

## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 지역사회

## 지역사회

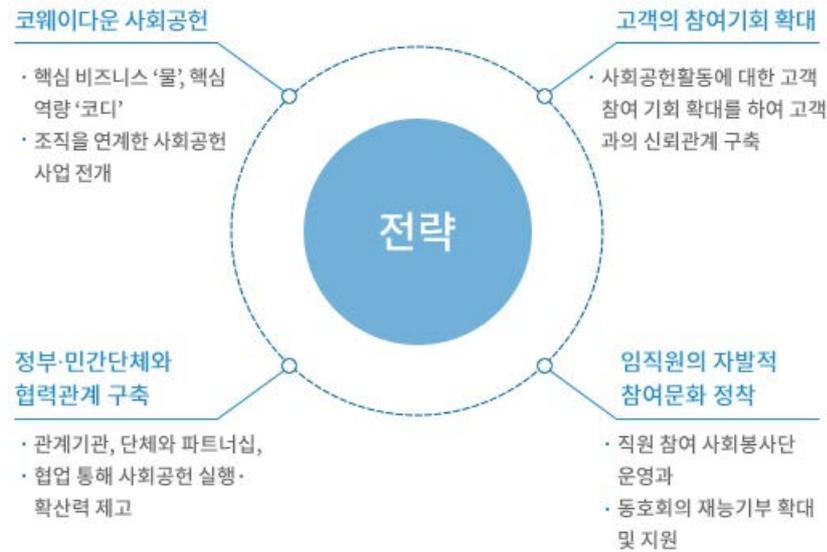


- 전략 및 실천조직
- 코웨이다운 사회공헌
- 나눔문화 확산
- 나눔 파트너십 구축

### ● 전략 및 실천조직

코웨이는 좀 더 나은 세상을 만드는 데 기여하기 위한 ‘착한 믿음’의 의지를 바탕으로 환경과 사람을 위한 사회공헌을 실시합니다. 핵심 비즈니스와 연계하여 코웨이가 가장 잘할 수 있는 활동을, 가장 필요로 하는 곳에 기여하는 ‘코웨이다운 사회공헌’ 사업을 중점적으로 추진하고 있습니다.

환경을 건강하게, 사람을 행복하게



### ■ 코웨이 봉사단



Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 코웨이 사회공헌

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 EC7, SO1 관련 활동을 보고하고 있습니다.



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 지역사회

## 지역사회



- 전략 및 실천조직
- 코웨이다운 사회공헌
- 나눔문화 확산
- 나눔 파트너십 구축

### 코웨이다운 사회공헌

코웨이는 핵심 비즈니스와 연계해 식수원 오염, 물 부족, 여성 경력단절 등 ‘코웨이다운’ 프로젝트를 중점적으로 추진하고 있습니다.

#### ● 캄보디아 우물파기 사업

코웨이는 캄보디아 현지 주민들의 식수난과 수질 문제를 해결하기 위해 ‘10년 동안 1,000개의 우물’이라는 슬로건을 내걸고 2006년부터 매년 ‘캄보디아 우물파기’ 를 진행하고 있습니다. 캄보디아 에는 코웨이의 공장이나 해외법인 등 이해관계가 얽힌 부분이 없지만 한국을 대표하는 물기업으로서 물에 대한 책임을 실천하기 위해서 이와 같은 활동을 펼치고 있습니다.



Report Download

지속가능경영 주요 데이터

Related Links

GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 G4-1 관련 활동을 보고하고 있습니다.



“ 코웨이는 캄보디아 우물파기 활동을 10년 동안 꾸준히 진행해  
우물 1,000공 완공의 약속을 지킴으로써 '보여주기식 사회공헌'이  
아닌 기업의 '진실된 사회공헌'의 방향성을 보여주었습니다 ”

코웨이는 2006년부터 캄보디아 우물 파기 활동을 진행하였습니다. 이 활동을 통해 코웨이는 14개 주에 우물을 제공하였으며, 약 50,000여명의 주민이 깨끗한 물을 마실 수 있게 되었습니다. 저의 뒤에 있는 이 1,000번째 우물은 코웨이라는 먼 나라에서 온 기업이 우리에게 10년 동안 보여준 약속의 결실입니다. '보여주기 위한 사회공헌'이 아닌 '진실된 사회공헌'으로 약속을 지켜준 코웨이에 감사드립니다.

**캄보디아 캄팟 주지사**  
- 코우 쿤 후어 -

● **경력단절 여성을 위한 Re:NK 'Re:Starter Beauty College'**



출산과 육아로 인해 경력이 단절된 여성의 사회진출과 경제적 자립을 돕기 위해 'Re:starter Beauty College'를 운영하고 있습니다. 2015년에는 제 2기를 모집해 4개월간 뷰티 전문교육을 제공하였으며 참여자들은 피부관리사 국가공인 자격증 등을 취득해 인생 제 2막을 시작했습니다.

## Sustainability Mangement

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home > Sustainability Mangement > 지역사회

## 지역사회



- 전략 및 실천조직
- 코웨이다운 사회공헌
- 나눔문화 확산**
- 나눔 파트너십 구축

### 나눔문화 확산

#### ● 임직원의 자발적 참여문화 정착

코웨이는 지역사회 발전에 공헌하는 문화가 조직 전체에 정착되고 사회로 확산 될 수 있도록 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다.



#### ■ 착한 믿음 연탄 나눔 봉사활동

코웨이는 2009년부터 생활이 어려운 이웃들이 동절기를 대비할 수 있도록 연탄을 지원하고 있습니다. 2015년 12월 7일 대표이사를 비롯해 부산, 경남 지역의 코웨이 임직원 약 120여 명이 참여해 26,500장의 연탄을 어려운 이웃에게 전달했습니다. 특히 봉사활동에 사용된 연탄은 코디 및 임직원들이 1년 간 돼지 저금통에 모은 동전으로 구입한 것으로 나눔의 의미를 살렸습니다.



#### ■ 소액 정기기부 프로그램 '한뼘 나눔'

코웨이는 임직원들은 사내 나눔활동의 일환으로 소액 정기기부를 실시하고 있습니다. 한뼘 나눔은 '내가 가진 것의 한뼘을 덜어 우리의 이웃을 돕고 큰 사랑을 실천하는 코웨이만의 착한 나눔문화'를 의미합니다. 임직원들은 유기 아동 지원, 물 부족 국가 식수지원, 아프리카 학교 건립 중 본인이 후원하고자 하는 사업을 선택하여 매월 1,000원의 금액을 정기적으로 기부하고 코웨이는 직원들이 기부하는 금액만큼 1대 1로 매칭해 회사 차원에서 추가적으로 금액을 지원하고 있습니다.



Report Download

지속가능경영 주요 데이터

Related Links

GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 G4-1 관련 활동을 보고하고 있습니다.



coway

본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Sustainability Management

- 지배구조 >
- 리스크관리 >
- 윤리경영 >
- 고객 >
- 환경 >
- 임직원 >
- 협력사 >
- 영업·서비스 파트너 >
- 지역사회 >

Home &gt; Sustainability Management &gt; 지역사회

## 지역사회



전략 및 실천조직    코웨이다운 사회공헌    나눔문화 확산    나눔 파트너십 구축

## 정부 및 민간단체와의 협력관계 구축

## ● 어려운 이웃에 깨끗한 물을 ‘착한 정수기 캠페인’



코웨이는 공익사업재단인 네이버 해피빈과 ‘착한 정수기 캠페인’을 전개하였습니다. 이 캠페인은 경제적인 어려움과 열악한 환경으로 인해 생명의 기본이 되는 물조차도 안전하게 마시기 힘든 이웃들에게 깨끗한 물을 제공하기 위해 실시되었습니다. 네이버 해피빈 내에 캠페인 페이지를 개설하고, 한 달 동안 사회복지단체로부터 사연과 함께 정수기 기부 요청을 받았으며 활동의 실효성을 높이기 위해 사회단체 중 정부지원이 크게 미치지 못하는 곳을 중심으로 대상 기관을 선정하였습니다. 기부를 신청한 총 285개 단체 중 157개의 사회단체를 선정하여 리퍼브 정수기 (CHP-590N-RA)를 기증하였으며, 일회성 지원에 그치지 않고 지속적인 제품 관리까지 이행하고 있습니다.

\*참여기간: 2015년 8월 12일 ~ 9월 13일

## ● 지역 음용수 수질 개선 활동

## ■ 환경부&amp;충청남도와의 협약, 정수기 1,100가구 무상지원

농촌지역은 농업활동에 의한 축산분뇨, 퇴비 및 생활하수로 인한 지하수 및 식수원 오염문제가 제기되고 있습니다. 이에 코웨이는 지역사회와의 협력을 통해 지역 음용수 수질 개선 활동을 펼치고 있습니다. 2015년에는 환경부와 2020년까지 5년 동안 농촌 지하수 오염지역에 정수기를 지원하는 ‘안심지하수 지원사업’ 협약을 체결하고 역삼투압필터가 장착된 코웨이 정수기를 약 500가구에 무상으로 지원함은 물론 지하수 개선을 위한 기술 지원 및 지하수의 효율적 관리 방안 연구를 추진하기로 하였습니다.

또한 충청남도와의 2020년까지 도내 상수도 미보급 지역 취약계층의 물 복지 향상을 위해 정수기를 지원하는 ‘안전한 먹는 물 이용을 위한 역삼투압 정수기 지원 사업’ 협약을 체결했습니다. 코웨이는 수질기준이 초과된 음용 지하수를 이용하는 도내 취약계층의 건강을 지키기 위해 역삼투압 필터가 장착된 정수기 약 600대를 보급하고 5년간 무상 정기관리 서비스를 제공하기로 했습니다. 더불어 2020년까지 물환경 개선을 위한 기술을 지원하여 충남도의 지하수 수질 개선 대책 마련에 동참하게 되었습니다.



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- ‘착한 정수기 캠페인’

## SDG Goals

이페이지의 콘텐츠는 SDG  
[Goal 6, 14, 15](#)  
 관련 활동을 보고하고 있습니다.



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Resources

주요 성과 데이터 >

검증인증서 >

GRI G4 Index >

About This Online Report >

Download & Sharing Center >

## 주요 성과 데이터



경제 데이터   사회 데이터   환경 데이터

### 조직의 규모

#### 재무현황

요약 연결 재무제표		단위 : 억원		
구분	2013	2014	2015	
유동자산	6,914	5,968	6,534	
비유동자산	9,764	10,248	11,221	
<b>자산총계</b>	<b>16,679</b>	<b>16,216</b>	<b>17,754</b>	
유동부채	6,767	5,260	4,729	
비유동부채	502	562	643	
<b>부채총계</b>	<b>7,270</b>	<b>5,822</b>	<b>5,372</b>	
<b>자본총계</b>	<b>9,409</b>	<b>10,394</b>	<b>12,382</b>	
매출액	21,183	21,603	23,152	
영업이익	3,390	3,644	4,633	
법인세비용 차감전순이익	3,271	3,324	4,545	
당기순이익	2,451	2,497	3,431	

요약 별도 재무제표		단위 : 억원		
구분	2013	2014	2015	
유동자산	6,425	5,731	6,581	
비유동자산	9,986	10,029	10,843	
<b>자산총계</b>	<b>16,411</b>	<b>15,760</b>	<b>17,424</b>	
유동부채	6,368	4,680	4,216	
비유동부채	369	490	513	
<b>부채총계</b>	<b>6,737</b>	<b>5,170</b>	<b>4,729</b>	
<b>자본총계</b>	<b>9,673</b>	<b>10,590</b>	<b>12,694</b>	
매출액	19,337	20,136	21,613	
영업이익	3,332	3,775	4,630	
법인세비용	3,505	3,297	4,608	



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### Related Links

- 코웨이 사업보고서
- 주요 재무지표

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-9, G4-12, EC5, EC9  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

차감전순이익

당기순이익	2,532	2,429	3,494
-------	-------	-------	-------

■ 고객현황

구분	단위	2013	2014	2015
고객 계정 수	만계정	544	561	577

※ 2013년 이후 수치는 채권, 소유권 미확정 및 멤버십 무상 계정 제외

■ 코웨이의 공급망

코웨이는 제품 생산에 필요한 자재와 부품을 조달하기 위해 총 288개 협력사와 거래관계를 맺고 있습니다. 2015년 생산을 위해 약 5,064억 원 규모의 부품과 자재를 구매하였습니다.

구분		2013	2014	2015
협력사 수(개)	전체	225	224	288
	1차 협력사	155	151	193
	2차 협력사	70	73	95

■ 자원조달상의 특성

90년대 중반까지만 해도 제품에 투입되는 핵심 부품은 미국, 일본 등지에서 전량 수입하였으나, 당사의 환경기술연구소와 품질경영연구소, 협력업체 등의 끊임없는 기술개발노력으로 인하여 현재는 부품의 국산화에 성공하여 대부분 국내에서 조달하고 있으며, 필터 자동생산라인도 갖추고 있습니다. 또한, 정수기는 첨단과학의 산물인 초정밀 필터가 그 핵심이므로 경쟁업체들도 기술수준 향상을 통해 국산화율을 높이기 위해 노력하고 있습니다.

■ 법정 최저임금 대비 신입사원 임금 비율

구분		2013	2014	2015
최저임금 대비 신입사원 임금	법정 최저 임금 (만원)	101.5	108.8	116.6
	신입사원 월급 (만원)	298.5	307.5	316.7
	비율 (%)	296	282	272



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
 대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
 고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
 COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Resources

주요 성과 데이터 >

검증인증서 >

GRI G4 Index >

About This Online Report >

Download & Sharing Center >

## 주요 성과 데이터



경제 데이터    사회 데이터    환경 데이터

### 고용 지표

#### 임직원 현황

구분	2013	2014	2015	
국내				
총 인원(명)	4,776	4,768	4,780	
업무영역별	생산직	257	249	250
	영업직	3,232	3,344	3,331
	연구직	364	354	368
	사무직	895	796	805
	기타	28	25	26
고용형태별	정규직	3,738	3,898	3,936
	비정규직	1,038	870	844
해외				
총 인원(명)	770	991	1,292	
유형별	해외파견	38	17	15
	현지채용	732	974	1,277

#### 신규 채용, 퇴직 및 평균 근속연수

코웨이는 기업 경쟁력을 강화하고 시장에서의 선도적 지위를 유지하고자 우수한 인력을 채용할 뿐만 아니라 장애인 등 취약계층에 대한 고용창출을 통해 사회적 책임을 다하고 있습니다. 2015년에는 월 평균 46명의 장애인 근로자가 재직하였습니다.

구분	2013	2014	2015
신규 채용(명)	628	645	643
신규 채용률(%)	13.5	16.5	13.4
퇴사 인원(명)	687	655	628
퇴직률(%)	14.2	13.6	13.1
평균 근속연수(년)	5.6	6.0	6.5



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-10, G4-11, LA1, LA9, LA12,  
LA13, HR12, SO3, SO4  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

## ● 다양성 지표

### ■ 성별, 연령별 임직원 구성

코웨이는 임직원의 성별, 연령 등 그 어떠한 특성에 대해서도 차등을 두지 않고 동등한 기회를 부여하고 있습니다. 2015년 아동 및 강제 노동과 관련된 위반사례는 없었으며, 2016년에는 인권, 노동, 환경, 안전 전반 원칙을 담은 글로벌 CSR 가이드를 수립할 계획입니다.

직원 구성현황  
(단위: 명)

구분 (단위:명)	성별	2013	2014	2015
30~50세 임원	남	11	14	12
	여	2	2	2
50세 이상 임원	남	12	11	11
	여	-	-	1
30세 미만 직원	남	43	74	69
	여	248	295	252
30~50세 직원	남	1,398	1,421	1,465
	여	2,394	2,374	2,448
50세 이상 직원	남	34	42	38
	여	629	562	508

### ■ 남성 대비 여성의 기본급료 및 보수 비율

코웨이는 보수 책정에 대해서 남녀 직원 간의 차등을 두지 않으며, 채용 시부터 남녀 직원에게 동일한 보수를 지급하고 있습니다.

구분(단위: 원)	2013	2014	2015
남자 신입 직원 기본급	35,764,144	36,908,592	38,000,000
여자 신입 직원 기본급	35,764,144	36,908,592	38,000,000

## ● 안전보건 관련 지표

### ■ 안전보건 관련 인증 취득 현황

코웨이는 사무직과 영업직 임직원 비중이 높아 산업재해의 발생 위험도가 타 제조산업 대비 낮은 편입니다. 그러나 유구공장과 인천공장, R&D센터와 같이 안전 사고가 발생할 수 있는 사업장의 경우 사업장별 산업안전보건위원회를 운영하여 잠재적인 위험에 대응하고 있으며, 안전보건경영시스템 인증을 취득하여 안전하게 관리하고 있습니다. 2015년 발생한 산업재해는 총 0건입니다.

구분	비고
안전보건 인증현황	유구공장 ▪ OSHAS 18001: 2007(2011.07.14~2014.07.13) ▪ KOSHAS 18001
	인천공장 ▪ KOSHAS 18001

## ● 임직원 고충 처리 관련 지표

### ■ 노사협의회 운영 현황

코웨이는 전 임직원을 대표하는 근로자 대표와의 정기적인 노사협의회를 통해 기업 경영과 관련된 중요한 의사결정 및 변동사항에 대하여 소통하고 있습니다. 회사에 중요한 사업변동이 발생한 경우 이를 사전에 투명하게 공유하고 있으며, 2015년에는 총 7회의 노사협의회를 통해 평가 커미티 운영 및 승진, 연봉 책정, 연말 인센티브 지급, 기업문화 및 교육 등 제도개선 등 등 10개 안건에 대해 협의 하였습니다.

구분	2013	2014	2015
노사협의회 횟수(회)	4	5	7
협의 안건 수(건)	11	9	10
처리 안건 수(건)	11	9	10

■ **고충처리 상담 운영 현황**

구분	2013	2014	2015
접수 건수(건)	35	61	51
처리 건수(건)	35	61	51
처리율(%)	100	100	100
주요 고충 유형	인사, 영업, 업무 및 개인 신상 등		

● **반부패 관련 지표**

■ **반부패 교육 실적**

구분	2013	2014	2015
반부패 교육 횟수 (윤리경영, 정도경영 횟수)	57	65	40

\* 2014년은 온라인 교육 위주로 진행한 반면, 2015년은 임직원의 적극적인 참여를 제고하기 위해 UCC 이벤트, 캠페인 등의 오프라인 교육을 진행해 횟수는 전년대비 줄었습니다.

■ **부패 관련 모니터링 및 대응**

구분	2013	2014	2015
부패위험의 분석 부패진단이 실시된 사업장 수(개)	7	7	7
부패사건에 대한 조치 유급 정직 등(명)	58	50	54

● **사회공헌 관련 지표**

■ **사회공헌 및 봉사활동 추진 성과**

코웨이는 사업 특성을 활용한 전사 차원의 사회공헌 프로그램 외에도 전 임직원에게 매년 16시간 이상 의무적으로 봉사활동에 참여하도록 독려하는 등 사회적 가치 창출을 위해 노력하고 있습니다.

구분	2013	2014	2015
봉사단 임직원 수(명)	1,396	1,495	1,449
임직원 인당 봉사시간 (시간)	24.4	20.0	24.3
사회공헌 진행비 + 기부금 (억원)	5.6	13.4	15.17



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Resources

주요 성과 데이터 >

검증인증서 >

GRI G4 Index >

About This Online Report >

Download & Sharing Center >

## 주요 성과 데이터



경제 데이터   사회 데이터   환경 데이터

### ● 사업활동에 투입되는 자연자원

#### ■ 자재 사용량

	2012	2013	2014	2015
비재생 원료 [플라스틱 : 필터, 5대 제품군(1)] (단위:톤)	8,988	7,482	8,724	9,185
비재생 원료 [메탈 : 이론치 중량 적용]	4,867	3,664	4,056	4,332
비재생 원료 [포장재(2)]	2,000	1,922	1,983	2,266
재생 원료	-	-	-	-
합계 (단위: 톤)	15,855	13,068	14,763	15,783

(1) 공기청정기, 비데, 연수기, 음식물처리기

(2) 포장재: 종이박스, 포장비닐·보호필름, EPS 2015년 사용량

#### ■ 용수 사용량

코웨이는 조립위주의 공정을 운영하는 생산 시설의 특성상 용수 사용이나 폐수 배출 등을 통해 수자원에 미치는 영향이 많지 않으나, 물 대신 질소, 진공을 이용한 '워터리스' 정수기 테스트 시스템을 개발하는 등 용수 사용 저감을 위해 노력하고 있습니다. 또한 국내기업 최초로 유엔글로벌콤팩트(UNGC)의 최고경영자 수자원관리책임(CEO Water Mandate)에 가입하고 제품생산 전 과정에 걸쳐 수자원을 보호하고자 합니다.

구분	2013	2014	2015
유구공장	20,832	31,221	30,916
인천공장	13,443	12,151	16,603
포천공장	392	340	235
환경기술연구소(R&D센터)	27,770	19,995	15,104
물류센터(유구)	1,644	2,340	3,386
합계 (단위: 톤)	64,101	66,047	66,244

#### ■ 에너지 사용량

Report Download

지속가능경영 주요 데이터

#### Related Links

- 환경경영 전략 및 실천조직

#### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 G4-14, EN1, EN2, EN3, EN5, EN6, EN8, EN15, EN16, EN17, EN18, EN22, EN23, EN31 관련 활동을 보고하고 있습니다.

#### SDG Goals

이 페이지의 콘텐츠는 SDG Goal12 관련 활동을 보고하고 있습니다.

코웨이는 에너지 사용의 효율성을 높이고자 생산시설에 태양광 발전시설을 설치하고 신재생에너지 적용 확대를 위해 노력하고 있습니다. 아울러 '대중소 상생 에너지 동행사업'에 참여, 에너지 정량화 계측설비를 지원하여 협력사의 에너지 경쟁력을 강화하고 있습니다.

구분	에너지원	2013	2014	2015
직접	부탄(GJ)	20	7	2
	LPG(GJ)	40	44	-
	경유(GJ)	270	250	268
	LNG(GJ)	2,164	1,567	1,601
	등유(GJ)	611	209	267
	프로판(GJ)	1,078	1,135	4,126
직접총합(GJ)		4,183	3,212	6,264
간접	전력(GJ)	104,022	103,944	103,640
간접총합(GJ)		104,022	103,944	103,640
합계(GJ)		108,205	107,155	109,903
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 중앙일보빌딩(서울사무소), 서울대환경기술연구소, 화장품연구소, 수처리사업부, 유구물류센터, 생산 공장(유구, 인천, 포천)</li> <li>▪ 온실가스 목표관리제 기준의 검증에 따라 LPG가 프로판으로 분류됨</li> </ul>				
에너지 사용 원단위(GJ/억 원)		5.60	5.32	5.08
에너지 사용량 합계/총 매출액				
신재생 에너지 도입	태양광 시설 설치비(억 원)	1.1	2.0	1.7
	전력사용 감축량(KW)	18,998	71,528	189,457
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2013년-포천공장</li> <li>▪ 2014년-유구공장, 협력사 1개사</li> <li>▪ 2015년-인천공장, 협력사 1개사</li> </ul>				

## ● 사업활동에 따른 환경영향

### ▪ 온실가스 배출량

코웨이는 2015년 12월 세계 195개국이 프랑스 파리에서 타결한 유엔기후변화협약 당사국총회(COP21)의 '글로벌 기후변화협약'에 지지선언을 하고 자발적 탄소 감축계획을 수립하고 있습니다. 아울러 2009년 수립된 중장기 온실가스 감축목표 달성을 위해 2020년까지 온실가스 배출 원단위를 2010년의 50% 수준으로 절감하고자 합니다. 이에 모든 생산과 판매 현장에서 온실가스 배출을 최소화할 수 있도록 임직원과 협력사가 함께 동참하여 에너지절약 활동을 전개하고 있습니다.

구분 (단위 : tCO2e)	2013	2014	2015
직접배출(Scope1)	256	196	391
간접배출(Scope2)	5,389	5,385	5,369
순배출량(Scope1+2)	5,645	5,581	5,760
유구공장	1,695	1,919	2,015
인천공장	695	634	658
포천공장	394	361	349

환경기술연구소(R&D센터)	1,628	1,537	1,565
화장품연구소	180	163	174
서울사무소(중앙일보빌딩)	384	399	390
물류센터(유구)	499	413	464
물환경사업부	169	154	145
순배출량원단위	0.292	0.277	0.266
국내물류·운송(Scope3)	3,156	4,025	4,514
통근차량(Scope3)	49	49	49

- 국내 물류 운송은 물류 대형 계약에 의해 배출량 산정에서 제외하였습니다.
- 직접배출 391 tCO<sub>2</sub>e는 프로판의 부피→중량 환산 과정의 오류가 수정된 값으로 수정 전 값은 191tCO<sub>2</sub>e입니다. 따라서 5,560tCO<sub>2</sub>e로 2014년도와 비교 시, 21tCO<sub>2</sub>e 감소하였습니다.

▪ 냉매 사용에 따른 온실가스 배출량

구분	R-134a [R-12]		
	2013	2014	2015
제품 제조 시 냉매 사용량(kg)	14,823 [122]	43,867 [-]	50,238 [-]
제품 폐기 시 냉매 발생량(kg)	12,725 [4,580]	13,558 [3,061]	15,562 [2,066]
폐제품 냉매에 의한 온실가스 발생량(tCO <sub>2</sub> e)	13,234 [39,937]	14,073 [26,640]	16,185 [18,016]

▪ 중장기 온실가스 감축목표 달성 현황

▪ 폐기물 발생량

구분	2013	2014	2015	
폐기물 발생량	제품	11,765	12,808	13,263
	사업장: 일반	1,003	1,028	1,023
	사업장: 지정	25	26	27
	서비스	6,772	7,024	8,501
총계 (단위: 톤)	19,565	20,886	22,814	
폐기물 재활용량 (단위: 톤)	11,817	12,228	12,837	
폐기물 재활용률(%)	60	59	56	

▪ 플라스틱 재활용

코웨이는 서비스 후 발생하는 폐필터를 코디가 회수하여 분리수거할 수 있도록 함으로써, 제품뿐만 아니라 서비스 폐기물로까지 관리범위를 확대하였습니다.

구분	2013	2014	2015
출고량(톤)	7,482	8,724	9,185

출고제품에 투입된 플라스틱량(필터, 5대 제품)			
재활용량(톤)	5,638	6,198	6,353
회수된 제품을 리사이클링 작업하여 판매한 양			
재활용률(%)	75.4	71.1	69
(플라스틱 재활용량/플라스틱 출고량)*100			

- 대상제품: 필터, 정수기, 청정기, 비데, 연수기, 음식물처리기
- 재활용률: (폐제품/폐필터) 플라스틱 재활용량/(제품/필터) 플라스틱 출고량
- 폐제품/필터 회수 및 재활용량은 지속 증가하나 제품의 출고량 증가 폭이 높아 재활용률이 감소함

▪ 기타 오염물질의 배출

코웨이에는 전체 사용량의 95% 이상을 전기에너지로 소비하는 조립 위주의 생산공정을 운영하여 대기오염물질과 폐수가 발생하지 않으며, 사무실 난방 및 이동에 사용하는 화석에너지와 생산시설에서 발생하는 생활 오수는 별도로 오염물질을 측정 관리하지 않습니다.

▪ 리퍼브 제품 판매량

코웨이에는 제품을 새로 구입하고 기존 제품을 폐기하고자 하는 고객을 대상으로 신제품 배달 시 기존 사용 제품을 무료로 수거하는 서비스를 제공합니다. 회수된 제품은 리사이클링 센터를 통해 플라스틱을 재활용하거나 리퍼브 제품으로 재생산되어 판매되며 2013년부터는 환경부 및 한국환경공단과 MOU를 체결하고 리퍼브 제품 판매 활성화를 위해 노력하고 있습니다.

구분(단위:대)	2013	2014	2015
정수기	15,571	12,061	13,492
공기청정기	4,959	2,672	4,508
연수기	597	366	49
비데	6,850	3,454	3,486
음식물처리기	146	30	-
합계	28,123	18,583	21,535

● 환경영향 저감을 위한 활동

▪ 친환경 투자

구분(단위:백만원)	2013	2014	2015
시설 운영	1,125.8	186.5	71.3
시스템 운영	75.3	66.5	119.85
커뮤니케이션	915.8	616.0	373.7
환경 신사업	-	59.0	149.2
총계	2,116.9	928.0	714

- 제품 및 품질 향상을 위한 투자비는 포함되지 않았습니다.

▪ 친환경 제품

구분(단위:억원)	2013	2014	2015
매출 총계	5,000	6,034	5,972

▪ 유해물질 관리 시스템

코웨이는 유해물질 관리 시스템을 운영하여 제품에 함유된 유해물질을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다. 2006년부터 유럽 수출 제품에 대해 EU RoHS, WEEE 등 제품 환경규제에 대응하였으며, 2014년 당사 제품이 대한민국의 '전기, 전자제품 및 자동차의 자원순환에 관한 법률'에 의한 관리대상에 편입됨에 따라 해당 법규에 대응하고 있습니다.

구분(단위:%)	2013	2014	2015
유해물질 함유 기준, 부품 대응률	95.5	100	100

## ● 협력사의 환경영향 저감을 위한 활동

### ■ 그린 파트너십

코웨이는 녹색 제품을 생산하기 위한 '그린파트너십(GP) 인증제도'를 운영하여 자체적인 환경 및 품질경영기준을 만족하는 협력사에게 그린파트너 인증을 부여하고 있습니다.

구분	2013	2014	2015
그린 파트너십 인증 협력사 현황 (개사)	55	55	55

### ■ 협력사 온실가스 배출 현황

코웨이는 탄소파트너십 협력사들을 지속적으로 지원하여 협력사들의 매출 증가 대비 에너지 사용량을 줄여 경쟁력을 강화하고 있으며, 이를 통해 기후변화로 인한 협력사 리스크를 경감하기 위해 노력하고 있습니다.

구분	2013	2014	2015
배출량(tCO <sub>2</sub> e)	47,806	44,445	36,181
원단위(tCO <sub>2</sub> e/억원)	12.48	10.56	8.46

※ 주요 탄소파트너 협력사 26개사 기준

### ■ 탄소 파트너십 지원 현황

코웨이는 주요 원자재를 납품하고 거래규모와 에너지 사용량이 많은 26개 협력사와 탄소파트너십을 유지하고 있으며, 매년 이들 주요 협력사의 온실가스 배출량과 원단위를 측정, 관리하여 협력사들의 기후변화 대응 역량을 강화하고 있습니다.

구분	기간	주요내용
기업협력군 에너지동행사업	2015년 7월~2015년 10월	사업장 에너지 진단 지원 (투자 유도)
협력사 신재생에너지 도입지원사업	2015년 5월~2015년 7월	태양광건물지원사업 협력사 참여 시, 자체 부담금 무이자 지원(2년)

## Resources

주요 성과 데이터 >

검증인증서 >

GRI G4 Index >

About This Online Report >

Download & Sharing Center >

## 검증인증서



### ● 보고서 검증

본 보고서에 담긴 재무정보는 독립 감사법인의 회계감사를 통해 작성되었으며, 비재무 정보는 독립적 전문기관인 삼일회계법인로부터 검증을 받았습니다.

[검증 인증서 다운로드](#)

Home > Resource > 검증인증서



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
**G4-33**  
 관련 활동을 보고하고 있습니다.

## Resources

[주요 성과 데이터 >](#)
[검증인증서 >](#)
[GRI G4 Index >](#)
[About This Online Report >](#)
[Download & Sharing Center >](#)

## GRI G4 Index

[Home](#) > [Resources](#) > [GRI G4 Index](#)

[일반 표준공개](#)
[특정 표준공개](#)

## 일반 표준공개 (General Standard Disclosure)

2015 코웨이 지속가능경영 보고서는 지속가능경영 보고에 대한 글로벌 이니셔티브인 GRI(Global Reporting Initiative)가 발표한 'GRI G4 가이드라인'의 핵심적 부합 방법(Core Option)에 따라 작성되었습니다. 기업의 핵심 가치와 거버넌스, 현황, 전략, 지속가능경영 보고서의 준비과정 등에 대한 핵심적인 지표를 수록하고 있으며, 기타 코웨이와 본 보고서를 소개하기 위해 필요한 지표 또한 수록하고 있습니다.

[일반 표준공개 다운로드](#)

[Report Download](#)

[지속가능경영 주요 데이터](#)

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
[G4-32](#)  
 관련 활동을 보고하고 있습니다.

## Resources

주요 성과 데이터 &gt;

검증인증서 &gt;

GRI G4 Index &gt;

About This Online Report &gt;

Download &amp; Sharing Center &gt;

## GRI G4 Index



일반 표준공개

특정 표준공개

## 특정 표준공개(Specific Standard Disclosure)

본 보고서에는 GRI G4 가이드라인의 특정 표준공개에 포함된 총 46개의 측면(Aspect) 중, 2015년 중요 이슈와 관련된 '경제성과', '제품 및 서비스', '고용', '훈련 및 교육', '고객 안전보건', '제품 및 서비스 라벨링', '마케팅 커뮤니케이션', 7개 측면, 그리고 지난 2009년부터 지속해온 코웨이의 환경경영 및 온실가스 배출 절감 노력과 관련된 '배출' 측면을 중요 측면(Material Aspect)으로 분류하여 각 측면에 대한 DMA와 지표를 수록하였습니다.

[특정 표준공개 다운로드](#)

Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
[G4-32](#)  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

## Resources

주요 성과 데이터 &gt;

검증인증서 &gt;

GRI G4 Index &gt;

About This Online Report &gt;

Download &amp; Sharing Center &gt;

## About This Online Report



보고서 개요

보고서 구성 프로세스

## ● 보고서 특징

올해로 열 한번째 발간되는 '2015 코웨이 지속가능보고서'는 최초의 온라인 형태의 보고서입니다. 기존 보고서의 프레임도 유지하면서도 환경가전산업의 메가 트렌드와 이해관계자의 의견을 반영해 도출한 중요 이슈를 비즈니스 케이스 등을 통해 심도있게 보고하였습니다.

아울러 관련 사이트 연계, 최신 지속가능경영 관련 뉴스 게시 등 온라인 보고의 특징을 활용해 이해관계자들의 정보 접근성과 편의성을 제고하였습니다.

- 사이트는 국문과 영문으로 이용하실 수 있으며, 상단의 메인 메뉴 버튼을 통해 모든 콘텐츠를 확인할 수 있습니다.
- 사이트는 데스크탑 PC와 모바일 기기에 최적화되어 있으며, 반응형 웹(Responsive web)\*으로 구현됩니다.
- 사이트는 6월 20일 게시되었으며, 「지속가능경영 소식 게시판」의 뉴스 업데이트 외 변경되지 않습니다.

\*반응형 웹(Responsive web)이란 디스플레이의 종류에 따라 화면의 크기를 자동으로 최적화하도록 조절되는 웹 사이트를 의미함

## ● 보고 범위

서울 사무소, 연구소, 생산본부를 중심으로 작성하였으며, 일부 성과에 한해 해외 사업 현황을 포함하고 있습니다.

## ● 보고 기간

2015년 1월 1일~2015년 12월 31일 동안의 지속가능경영 성과를 보고하고 있으며, 정량적 성과는 독자가 변화의 추이를 확인할 수 있도록 최근 3개년의 실적(일부 수치의 경우 5개년)을 함께 공개하였습니다. 일부 주요 현안 또는 유의미한 활동과 성과에 대해서는 2016년 내용도 함께 보고하고 있습니다.

## ● 보고서 작성 기준

- GRI G4 가이드라인의 핵심적 부합방법(Core Option)에 따라 작성되었습니다.
- IIRC(International Integrated Reporting Council)의 국제통합보고 프레임워크를 일부 적용하였습니다.

## ● 보고서 검증 기준

본 보고서에 담긴 재무정보는 독립 감사법인의 회계감사를 통해 작성되었으며, 비재무 정보는 독립적 전문기관인 삼일회계법인로부터 검증을 받았습니다.



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
G4-28, G4-29, G4-30, G4-32  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

검증인증서 보기 →

coway

본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Resources

주요 성과 데이터 >

검증인증서 >

GRI G4 Index >

About This Online Report >

Download & Sharing Center >

## About This Online Report



보고서 개요

보고서 구성 프로세스

### 보고서 구성 프로세스

#### Step1. 보고 이슈 풀 구성

보고기간 동안 지속가능경영과 관련하여 가장 많은 논의가 이뤄졌던 이슈를 파악하기 위해 리서치를 진행하였습니다.

##### ■ 미디어 리서치

언론을 통해 보고기간 동안 코웨이에 대해 보도된 이슈들을 조사하여 주목도가 가장 높은 이슈를 도출하였습니다.

##### ■ 지속가능경영 트렌드 조사

UNGC, GRI, SDG 등 지속가능경영 관련 국제기구·글로벌 이니셔티브에서 보고기간 동안 발간한 소식지와 기사에 다뤄진 지속가능경영 이슈를 조사하였습니다. 뿐만 아니라, 코웨이와 동종 산업군에 속한 글로벌 가전, 화장품 선진 기업의 지속가능경영 보고 동향을 조사하여 산업 내의 지속가능경영 보고 트렌드를 파악하였습니다.

##### ■ 이해관계자별 이슈 조사

고객, 임직원, 협력사 등 주요 이해관계자의 코웨이 지속가능경영과 관련된 관심 이슈를 파악하기 위해 각 이해관계자 접점별로 접수된 보고기간 동안의 피드백을 조사하였습니다.



#### ■ 3개 분야 35개 이슈 풀

분야	이슈
경제	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 브랜드 신뢰도 강화</li> <li>■ 책임 있는 광고·마케팅</li> <li>■ 제품혁신 역량 강화</li> <li>■ 건전한 영업문화 조성</li> <li>■ 신사업-신시장 기회 포착</li> <li>■ 윤리경영 고도화</li> <li>■ 산업 트렌드와 사회이슈를 반영한 사업전략 수립</li> <li>■ 제품 안전 및 신뢰성 강화</li> <li>■ 시장 지배력 강화</li> <li>■ 고객만족 제고</li> <li>■ 경제적 가치 창출과 배분</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 유연하고 가족친화적인 기업문화</li> <li>■ 인적자원 개발 및 인재 유지</li> <li>■ 전략적 사회공헌활동</li> <li>■ 협력사 지속가능성 리스크 관리</li> <li>■ 공정거래 질서 확립</li> <li>■ 개인정보 보호 및 정보 보안 강화</li> </ul>



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
[G4-18, G4-19, G4-20, G4-21](#)  
 관련 활동을 보고하고 있습니다.

사회	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 영업·서비스 파트너의 역량 강화</li> <li>■ 협력사 비즈니스 역량 강화 지원 활동</li> <li>■ 임직원 다양성 존중과 차별 금지</li> <li>■ 사회적 약자를 위한 제품 접근성 향상</li> <li>■ 임직원 보건안전 관리</li> <li>■ 인권과 노동 관련 원칙 준수</li> </ul>
환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 전과정 관점에서 제품의 환경영향 최소화</li> <li>■ 유해화학물질 관리</li> <li>■ 친환경 제품 및 서비스 개발</li> <li>■ 제품 재활용성 향상</li> <li>■ 기후변화 대응</li> <li>■ 에너지 관리</li> <li>■ 수자원 관리</li> </ul>

Step2. 설문조사 및 이슈별 중요성 평가



도출된 35개의 지속가능경영 이슈에 대해 주요 이해관계자를 대상으로 설문조사(2016년 3월 7일 ~ 3월 18일) 를 진행하였으며, 이 결과를 포함하여 중요성 평가를 실시하였습니다.

■ 중요성 평가 결과 요약

이해관계자의 관심도가 높은 이슈

분야	이슈
경제	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 제품 안전 및 신뢰성 강화</li> <li>■ 산업 트렌드와 사회이슈를 반영한 사업전략 수립</li> <li>■ 브랜드 신뢰도 제고</li> <li>■ 경제적 가치 창출과 배분</li> <li>■ 고객만족 제고</li> <li>■ 신사업-신시장 기회 포착</li> <li>■ 제품혁신 역량 강화</li> </ul>
사회	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 유연하고 가족친화적인 기업문화</li> <li>■ 인적자원 개발 및 인재 유지</li> </ul>
환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 친환경 제품 및 서비스의 개발</li> </ul>

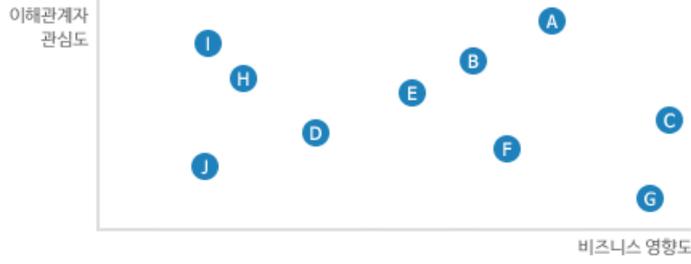
비즈니스에 미치는 영향의 강도가 높은 이슈

분야	이슈
경제	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 산업 트렌드와 사회이슈를 반영한 사업전략 수립</li> <li>■ 고객만족 제고</li> <li>■ 경제적 가치 창출과 배분</li> <li>■ 신사업-신시장 기회 포착</li> <li>■ 제품혁신 역량 강화</li> <li>■ 브랜드 신뢰도 제고</li> </ul>
사회	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 인적자원 개발 및 인재 유지</li> <li>■ 영업·서비스 파트너의 역량 강화</li> <li>■ 유연하고 가족친화적인 기업문화</li> </ul>
환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 친환경 제품 및 서비스의 개발</li> </ul>

Step3. 보고 이슈 검토 및 최종 확정



이해관계자의 관심도와 영향 강도 평가 결과를 바탕으로 도출된 우선순위가 높은 이슈를 중심으로 각 이슈 담당 부서와 인터뷰를 실시하고, 지속가능경영 발간 담당 부서의 최종 검토를 거쳐 상위 10개 항목(상위 30%)의 핵심 이슈를 선정하였습니다.



중요 이슈명	
A	브랜드 신뢰도 강화
B	친환경 제품 및 서비스 개발
C	인적자원 개발 및 인재 유지
D	고객만족 제고
E	유연하고 가족친화적인 기업문화
F	산업 트렌드와 사회이슈를 반영한 사업전략 수립
G	신사업-신시장 기회 포착
H	제품 혁신 역량 강화
I	제품 안전 및 신뢰성 강화
J	경제적 가치 창출과 배분



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
 대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
 고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
 COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Resources

주요 성과 데이터 >

검증인증서 >

GRI G4 Index >

About This Online Report >

Download & Sharing Center >

## Download & Sharing Center



[이해관계자 참여](#)

[지속가능경영 소식](#)

[지속가능경영 정보공개](#)

[Contact Us](#)

### 주요 이해관계자 정의 및 소통 채널

코웨이는 기업 활동에 대해 영향을 주고 받는 조직 내외부의 주체를 이해관계자로 정의하고 이를 7개 그룹으로 분류하였습니다. 또한 각 이해관계자와의 커뮤니케이션을 지속가능경영의 성공적 추진을 위한 필수적인 요소로서 인식하고, 다양한 소통채널을 운영하고 있습니다.

구분	정의	주요 관심사
	소통채널	소통활동
고객	제품·서비스의 구매자뿐 아니라, 코웨이와 가치를 공유하는 모든 주체를 의미합니다.	고객 만족도 향상 노력, 차별화된 고객 서비스, 체계적인 고객 피드백 관리, 고객 불만 처리, 철저한 고객정보보호
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 웹사이트</li> <li>▪ VOC/콜센터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 뉴 하트서비스</li> <li>▪ 고객중심경영</li> </ul>
주주·투자자	자본 투자자는 물론, 간접적·비재무적 투자자까지 모두 포괄하는 의미입니다.	수익성 개선, 배당정책, 건전한 기업지배구조, 사업 기회 및 위험 관리
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 수시 IR미팅</li> <li>▪ 주주총회</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 기업설명회</li> <li>▪ 경영정보공시</li> </ul>
정부	영업하는 국가를 대변하여 통치권을 행사하는 모든 기관·단체를 의미합니다.	법규 및 규제 준수, 민관 협력 파트너십
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 정부산하기관 협의회</li> <li>▪ 기업공시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 민관 협력 파트너십 구축</li> <li>▪ 세미나 개최</li> </ul>
학계·언론	코웨이와 다른 이해관계자들이 소통할 수 있도록 정보를 생산·전달하는 주체입니다.	기업 정보의 투명한 공개
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 기업공시</li> <li>▪ 보도자료</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 경영정보 공시</li> <li>▪ 보도자료 배포</li> </ul>
파트너	고객에게 제품·서비스를 제공할 수 있도록 자재와 서비스를 공급하는 모든 주체입니다.	협력사 재무/기술/교육 지원, 협력사 환경/윤리경영 지원, 협력사 근무환경 개선
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 협력사협의회</li> <li>▪ 상생포털</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 기술 및 자금 지원</li> <li>▪ 성과 공유제</li> </ul>
임직원	코웨이와 함께 성장하는 핵심 자원으로, 지속적 능력 계발을 통해 회사와 개인의 비전을 달성하는 사람들입니다.	공정한 평가보상, 교육 및 역량 개발, 가족친화경영, 고용현황 공개, 비정규직 근무조건 및 복리후생
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 노사협의회</li> <li>▪ 고충처리제도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Beyond Coway</li> <li>▪</li> </ul>



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4 G4-24, G4-25, G4-26, G4-27 관련 활동을 보고하고 있습니다.

	▪ 인사위원회	코웨이데이
지역사회	일차적으로 사업 수행에 영향을 미치는 지리·행정 구역을 의미하며, 나아가 코웨이와 이해관계자가 살아가는 사회를 모두 포괄합니다.	지역사회와의 소통, 윤리경영 성과 공개, 다양한 사회공헌 및 자원봉사 활동
	▪ 지역협의회 ▪ NGO미팅	▪ 행복한 우물파기 ▪ 한뼘사랑



본사: 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층 사업장주소: 충남 공주시 유구읍 유구마곡사로 136-23  
 대표이사: 김동현 · 사업자등록번호 307-81-06054 통신판매번호: 제 2005-21호 [사업자 정보확인](#)  
 고객센터: 1588-5200 상담시간: 평일 오전 9:00 ~ 오후 6:00, 토요일 오전 9:00 ~ 오후 2:00, 국공휴일 오전 9:00 ~ 오후 4:00  
 COPYRIGHT COWAY CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## Resources

주요 성과 데이터 >

검증인증서 >

GRI G4 Index >

About This Online Report >

Download & Sharing Center >

## Download & Sharing Center



이해관계자 참여

지속가능경영 소식

지속가능경영 정보공개

Contact Us

### 지속가능경영 소식

Search

번호

제목

등록된 게시물이 없습니다.



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### Related Links

- 코웨이 환경정보 공개
- 코웨이 뉴스

## Resources

주요 성과 데이터 &gt;

검증인증서 &gt;

GRI G4 Index &gt;

About This Online Report &gt;

Download &amp; Sharing Center &gt;

## Download &amp; Sharing Center



이해관계자 참여

지속가능경영 소식

지속가능경영 정보공개

Contact Us

## 지속가능보고서 다운로드

2014 지속가능보고서



2013 지속가능보고서



2012 통합보고서



2012 지속가능보고서



2011 지속가능보고서



2010 지속가능보고서



2009 지속가능보고서



2008 지속가능보고서



2007 지속가능보고서



2006 지속가능보고서



## 기타 정보 공개

- UNGC(United Nations Global Compact) 가입



코웨이는 2006년 6월 UNGC(United Nations Global Compact : 유엔글로벌 컴팩트)에 가입하여 인권, 노동, 환경, 그리고 반부패에 관한 10가지 원칙을 준수하고 이를 실천함으로써 성장의 추구하고 함께 사회적인 책임을 다하는 시민으로서의 역할을 다하고 있습니다. 본 지속가능경영보고서는 코웨이의 현재와 미래에 대한 스스로의 평가이자 다짐입니다.

- 지속가능발전목표(SDGs) 지지



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

## Related Links

- 코웨이 수상 및 인증
- 코웨이 환경정보 공개
- 지속가능발전목표(SDGs)
- 유엔글로벌 컴팩트
- 유엔기후변화협약 당사국총회(COP21)

## GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
[G4-15, G4-16](#)  
관련 활동을 보고하고 있습니다.



코웨이는 UN이 밀레니엄개발목표(MDGs)에 이어 국제사회가 달성해야 할 지속가능한발전목표(SDGs, Sustainable Development Goals)를 발표함에 따라 SDGs달성을 위한 솔루션을 개발하고, 이행함으로써 새로운 성장기회를 발견하고 지속가능한 성장을 하고자 합니다. SDGs는 UN이 올해부터 2030년까지 적용할 지구촌 개발 의제로, 빈곤 퇴치·기후변화 대응 등을 비롯해 경제성장·일자리 증진·지속가능한 산업화 등 17개 목표와 169개의 세부 과제로 구성되어 있습니다. 코웨이는 SDGs 대응 우선순위를 물과 위생의 제공과 관리 강화 △기후변화 대응 △성평등 및 여성 역량 강화 등으로 설정, 향후 이를 기업 전략 수립 시 고려하고 관련 활동을 전개할 계획입니다.

■ 유엔기후변화협약 당사국총회(COP21) - 글로벌 기후변화협약 지지



코웨이는 2015년 12월 세계 195개국이 프랑스 파리에서 타결한 유엔기후변화협약 당사국총회(COP21)의 ‘글로벌 기후변화협약’에 지지선언을 하고 자발적 탄소 감축계획을 수립하고 있습니다.

■ 분쟁광물 사용 문제에 대한 대응

분쟁광물이란 중앙 아프리카의 콩고 민주공화국과 인접국가에서 반정부군이 무력으로 장악한 광산으로부터 채굴되는 탄탈륨, 텅스텐, 주석 및 금을 의미합니다. 분쟁광물의 채취 과정에서 무차별적인 인권유린이 자행되고 있으며 이로 인해 미국, EU 등 선진국을 중심으로 인권을 보호하고자 분쟁광물의 사용을 규제하고 있습니다. 코웨이는 2012년 부터 규제와 상관 없이 자발적으로 분쟁광물 사용을 제한하고 있으며 전자시민연대 (EICC) 양식을 사용하여 신뢰도와 일관성을 유지하고 있습니다. 전술된 4가지 금속의 제련소 파악 및 협력사와 지속적인 의사소통을 통하여 자발적인 분쟁광물 사용 억제 실현하겠습니다.

## Resources

주요 성과 데이터 >

검증인증서 >

GRI G4 Index >

About This Online Report >

Download & Sharing Center >

## Download & Sharing Center



[이해관계자 참여](#)

[지속가능경영 소식](#)

[지속가능경영 정보공개](#)

[Contact Us](#)

### ● 보고서에 대한 문의

주소	서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층
담당	CSR팀
전화	02. 2172. 1285
팩스	02. 773. 2911
이메일	<a href="mailto:shh@coway.co.kr">shh@coway.co.kr</a>

### ● 홈페이지 운영에 대한 문의

담당	월드버텍
전화	02. 576. 3776
이메일	<a href="mailto:help@vtex.co.kr">help@vtex.co.kr</a>



Report Download



지속가능경영 주요 데이터

### GRI Indicators

이 페이지의 콘텐츠는 GRI G4  
**G4-31**  
관련 활동을 보고하고 있습니다.

## 독립된 검증인의 검증보고서

코웨이 주식회사 경영자 귀중

본 검증인은 코웨이 주식회사 (이하 "회사")의 2015 지속가능경영웹보고서(이하 "보고서")에서 다음에 해당하는 내용에 대한 확신을 제공하기 위해 독립적 검증절차를 수행하였습니다.

### 검증범위 및 검증대상

2015년 12월 31일로 종료되는 기간의 정보에 대해 제한적 확신을 제공하는 대상은 다음과 같습니다.

- AA1000 AccountAbility Principles Standard 2008(이하 "AA1000APS")의 3가지 원칙, 즉 포괄성·중요성·대응성 적용 여부
- 웹보고서 GRI(Global Reporting Initiative, 이하 "GRI") G4 Index 부분에 외부검증 대상으로 표시된 검증 대상 비재무정보(이하 "지속가능경영 데이터")가 GRI G4 핵심적 부합방법을 적용한 회사의 보고서 작성 원칙에 의거하여 작성되었는지 여부

본 검증인은 보고서에 포함된 다른 정보들이, 검증대상정보와 일관성을 유지하는지 검토하였으며, 보고서에서 명백한 오류나 중요한 불일치 사항이 발견된 경우에는 동 사항이 검증보고서에 미치는 영향을 고려하였습니다. 그러나 우리의 책임은 검증 대상 이외의 다른 정보로 확대되지 않습니다.

### 수행한 검증 업무

본 검증인은 ISAE 3000<sup>(1)</sup>과 AA1000AS<sup>(2)</sup>에 근거하여 검증을 수행하였습니다.

ISAE 3000의 제한적 검증은 AA1000AS(2008)에서 정의된 검증의 중간수준(Moderate level)과 일치합니다. 본 검증인의 검증업무는 AA1000AS(2008)에서 Type2로 정의된 검증업무입니다.

(1) International Standard on Assurance Engagements 3000 – 'Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information' issued by International Auditing and Assurance Standards Board

(2) AA1000 Assurance Standard(2008), issued by AccountAbility

본 검증인의 업무는 다음의 내용을 포함하고 있습니다.

1. AA1000APS의 3가지 원칙, 즉 포괄성, 중요성, 대응성에 대한 접근방법을 파악하기 위해 회사의 지속가능 경영 데이터 내부보고 및 데이터 집계에 책임을 지고 있는 담당자 인터뷰
2. 유구 본사 및 서울사무소를 직접 방문하여 지속가능경영데이터를 관리하고 보고하는 시스템과 프로세스의 이해
3. 위험평가 프로세스의 결과, 지속가능경영 관련 정책 및 기준, 지속가능경영 중요성 평가 매트릭스, 이해관계자 참여활동 등과 관련된 문서 검토
4. 보고기간의 지속가능경영 데이터 관리 및 보고를 위한 주요 프로세스와 통제활동의 설계 및 운영의 적합성 평가
5. 질문과 분석적 검토를 기본으로 검증대상 데이터에 대한 제한된 검증 수행
6. 보고기간 중 회사의 지속가능경영 이슈가 언급된 미디어 자료 조사

### 경영진과 검증인의 책임

지속가능경영 데이터 산출 및 AA1000APS 3가지 원칙의 준수를 위한 작성 기준의 설정, 동 작성 기준에 따른 성과측정 및 이를 보고서에 보고하는 책임은 경영진에게 있습니다.

본 검증인의 책임은 수행한 검증절차에 따라 경영진에게 결론을 제공하는 것입니다.

이 검증보고서는 회사의 지속가능경영성과 및 활동에 대한 경영진의 보고를 위해 작성되었습니다. 법에서 정하는 최대한의 한도 안에서, 본 검증인은 수행한 업무 또는 검증보고서에 대해 경영진 이외에 대해서는 사전에 서면으로 협의되지 않는 한 어떠한 책임도 지지 않습니다.

### 검증의 고유한계

비재무적 성과 정보는 재무적 정보 보다 검증 대상의 성격과 정보의 결정에 대한 산출 방법에서 기인하는 더 많은 고유 한계가 있습니다. 데이터에 대한 관련성, 중요성 그리고 정확성에 대한 질적인 해석은 경영진이 적용한 추정과 판단에 따라 달라질 수 있습니다. ISAE 3000에 따르면 제한적 확신의 업무는 합리적 확신을 제공하는 검증업무와 비교하여 검증범위가 제한되어 있습니다. 따라서, 적절한 증거를 수집하기 위한 검증절차의 성격, 시기 및 범위가 합리적 확신의 검증업무보다 낮은 확신을 제공하도록 계획되었습니다.

- 본 검증인은 이해관계자 참여활동에 참여하지 않았습니다. 그러므로 우리의 결론은 회사의 담당자와 인터뷰한 내용 및 회사가 제공한 관련문서의 검토를 통해 이루어졌습니다.

- 검증업무의 범위는 2015년 성과에 한정되어 있습니다. 그 이전 데이터는 본 검증인의 검증대상에서 제외됩니다.

## 검증인의 의견

이 검증보고서에 기술된 본 검증인의 수행업무와 제시된 작성 기준에 따라, 본 검증인의 검증의견은 다음과 같습니다.

- AA1000APS 원칙 적용에 대한 검증의견은 아래와 같습니다.
  - 포괄성
    - 회사는 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 통해 고객 및 파트너, 주주, 지역사회와 임직원의 주요 관심 사항과 의견을 수렴하였습니다.
    - 본 검증인은 회사의 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 통한 이슈를 수렴하는 절차에서 누락된 중요한 이해관계자 그룹을 발견하지 못하였습니다.
  - 중요성
    - 회사는 이슈 도출 프로세스를 통해 지속가능경영 주요 이슈를 확정하였습니다.
    - 본 검증인은 회사의 이슈 도출 프로세스상 누락된 중요한 이슈를 발견하지 못하였습니다.
  - 대응성
    - 회사는 이슈 도출 프로세스를 통해 파악된 지속가능경영 주요 이슈에 대한 대응활동 및 지속가능경영 성과를 보고서에 포함시켰습니다.
    - 본 검증인은 중요성의 관점에서 보고서상 지속가능경영 주요 이슈에 대한 대응활동 및 지속가능경영 성과가 대응성의 원칙을 위배하였다는 점을 발견하지 못하였습니다.
- 본 검증인은 2015년 검증대상 데이터가 중요성의 관점에서 GRI G4 핵심적 부합방법을 적용한 회사의 보고서 작성 기준을 위배하였다는 점을 발견하지 못하였습니다.



## 검증인의 권고사항

검증의견에는 영향을 미치지 않으나 동 검증보고서에서 명시하고 있는 검증절차를 수행한 결과, 본 검증인은 하기 사항을 권고하였습니다.

- 회사가 지속가능경영 전략을 효과적으로 추진하고 지속가능경영 이슈의 실질적인 개선을 전사적으로 유도하기 위해 회사 각 부문의 성과평가와 연계된 지속가능경영 성과 관리항목의 확대를 권고합니다
- 회사가 지속가능경영 이슈에 대해 전사적으로 관리하고, 대내외적으로 커뮤니케이션을 효율적으로 진행하여 경영의사결정 시 신속히 검토·반영될 수 있도록 지속가능경영 거버넌스의 강화를 권고합니다.

2016 년 6 월 13 일  
서울특별시 용산구 한강대로 92  
삼일회계법인  
대표이사 안경태

# GRI G4 Index

## 일반 표준공개(General Standard Disclosure)

●전체 보고 ●부분 보고 ○미보고

범주	핵심지표	지표	지표명	보고율	보고 페이지	검증	
전략 및 분석	●	G4-1	조직의 최고 의사결정자가 지속가능경영과 조직과의 관계 및 조직의 지속가능경영을 위한 전략에 대해 밝힌 성명서	●		●	
		G4-2	핵심 영향, 위험, 기회	●		●	
	●	G4-3	기업명	●	홈페이지 하단	●	
조직 프로필	●	G4-4	주력 브랜드, 제품, 서비스	●		●	
	●	G4-5	본사 위치	●	홈페이지 하단	●	
	●	G4-6	조직이 주요 사업장을 운영하거나 지속가능성 토픽과 특별히 관련된 국가의 수 및 이름	●		●	
	●	G4-7	조직 소유 유형과 법적형태	●		●	
	●	G4-8	시장 영역	●		●	
	●	G4-9	조직의 규모	●		●	
	●	G4-10	근로자 수	●		●	
	●	G4-11	단체협약이 적용되는 근로자 비율	●		●	
	●	G4-12	조직의 공급망	●		●	
	●	G4-13	보고기간 동안 발생한 조직의 중대 변화	●	발생하지 않음	●	
	●	G4-14	사전예방방침이나 원칙의 존재여부 및 적용방법	●		●	
	●	G4-15	가입하였거나 지지하는 조직 외부의 경제, 환경, 사회에 관한 헌장, 원칙, 기타 이니셔티브 목록	●		●	
	●	G4-16	가입한 협회(산업 협회 등)나 국내 또는 국제 후원기관 목록	●		●	
	●	G4-17	조직의 연결재무제표 또는 그와 동등한 문서에 수록된 모든 주체의 목록 및 보고서에 다루고 있지 않은 주체	●		●	
	파악된 중대 측면과 경계	●	G4-18	보고내용 결정과정	●		●
		●	G4-19	보고서 내용 결정과정에서 파악한 모든 중요측면의 목록	●		●
		●	G4-20	중요 측면별(Material Aspects) 조직 내 측면경계	●		●
●		G4-21	중요 측면별 조직 외부의 측면경계	●		●	
●		G4-22	이전 보고서에 제공한 정보의 수정을 통해 발생하는 영향 및 수정 이유	●	발생시 각주로 표기	●	
●		G4-23	이전 보고기간 이후 범위 및 측면경계 관점에서 발생한 중대한 변화	●	발생하지 않음	●	
●		G4-24	조직의 이해관계자 목록	●		●	
이해관계자 참여	●	G4-25	조직의 이해관계자 파악 및 선정 기준	●		●	
	●	G4-26	이해관계자 참여 방식(이해관계자 유형별, 집단별)	●		●	
	●	G4-27	이해관계자가 제기한 토픽 및 관심사와 그에 대한 조직의 대응	●		●	
보고서 프로필	●	G4-28	보고기간(회계연도 또는 역년 등)	●		●	
	●	G4-29	최근 보고 일자	●		●	
	●	G4-30	보고주기	●		●	
	●	G4-31	보고서 문의 연락처	●		●	
	●	G4-32	조직이 선택한 '부합(In accordance)' 방법별 GRI인덱스	●		●	
	●	G4-33	보고서 검증	●		●	

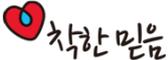
# GRI G4 Index

## 일반 표준공개(General Standard Disclosure)

●전체 보고 ●부분 보고 ○미보고

범주	핵심지표	지표	지표명	보고율	보고 페이지	검증
거버넌스	●	G4-34	조직의 거버넌스 구조	●		●
		G4-35	최고위급 거버넌스 조직이 중역 및 기타 근로자에게 경제적, 환경적, 사회적 주제에 대한 권한을 위임하는 절차	●	↻ ↻ ↻	●
		G4-37	경제적, 환경적, 사회적 주제에 관해 이해관계자와 최고위급 거버넌스 조직이 협의하는 과정 및 피드백 절차	●		●
		G4-38	최고위급 거버넌스 조직과 그 위원회의 구성	●	↻ ↻	●
		G4-39	최고위급 거버넌스 조직 의장의 경영자 직위 겸임 여부	●	대표이사가 주관	●
		G4-40	최고위급 거버넌스 조직 구성원의 임명 및 선정 기준	●	↻	●
		G4-41	최고위급 거버넌스 조직이 이해관계의 충돌을 방지하고 관리하는 프로세스	●	정관 제36조의 3~제35조 ↻	●
		G4-42	경제/환경/사회 분야별 목적, 가치, 미션 등을 구축하는데 있어 최고의사결정기구의 역할	●		●
		G4-44	최고위급 거버넌스 조직의 경제적, 환경적, 사회적 주제 관리에 대한 평가 및 대응 조치	●		●
		G4-45	경제적, 환경적, 사회적 영향과 위험 및 기회를 파악하고 관리하는데 최고위급 거버넌스 조직의 역할	●	↻ ↻	●
		G4-49	중요 사항을 최고위급 거버넌스 조직에 보고하는 절차	●		●
		G4-51	최고위급 거버넌스 조직과 고위 임원에 대한 보수정책	●		●
		G4-53	보수와 관련한 이해관계자들의 의견 수렴 방식	●	↻	●
윤리 및 청렴성	●	G4-56	조직의 가치, 원칙, 행동기준 및 규범	●		●
		G4-57	조직 내외부의 윤리 및 준법, 조직의 청렴도와 관련된 자문 매커니즘	●	↻	●
		G4-58	비윤리적, 비합법적 행위 그리고 조직의 청렴성 문제 등에 대한 조직 내외부의 고발제도	●		●

CARBON REPORT  
2014  
Summary



# 2014 Coway Carbon Report

## 보고서 프로필

2014년 Carbon Report는 코웨이가 발행하는 여섯 번째 보고서로 지속가능보고서에서 상세히 다루지 않은 탄소정보를 공개하기 위해 작성되었습니다.

## 보고 목적

본 보고서는 투자자 및 소비자에게 코웨이의 기업 활동으로 인해 발생하는 온실가스의 배출과 저감 활동에 대해 투명하게 정보를 제공하는데 있습니다.

## 보고 기간

2014년 1월 1일부터 12월 31일까지입니다. 그러나 이해를 돕기 위해 일부 항목은 이전 연도의 실적을 함께 수록하였습니다.

## 보고 범위

코웨이 생산공장(유구/인천/포천), 물류센터, 서울대 환경기술연구소, 화장품연구소, (중앙)일보빌딩(서울사무소) 및 물&환경사업부의 성과를 중심으로 기술하였으며, 국내 현장 영업점과 협력회사에 대한 정보도 일부 포함하였습니다.

## 보고 기준

보고서 작성 기준은 <대한민국 온실가스·에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침>, <탄소정보공개프로젝트(Carbon Disclosure Project, CDP) 2014>와 GRI(Global Reporting Initiative) G4 가이드라인>의 경제, 환경지표를 기준으로 작성되었습니다.

## 보고서 검증서

2014년 코웨이 Carbon Report는 별도의 검증을 받지 않았으며, 온실가스 배출량 제3자 검증 결과를 기준으로 탄소 관련 정보를 세부적으로 공개하는 데 목적이 있습니다.

## 보고서 피드백 및 추가정보

본 보고서는 코웨이 홈페이지를 통하여 다운로드 받으실 수 있습니다. 본 보고서에 대한 이해관계자의 의견은 우편, E-mail, 전화 등 다양한 경로를 통하여 받고 있습니다. 보다 자세한 정보는 코웨이 홈페이지(<http://www.coway.co.kr>)에서 찾으실 수 있습니다.

## Executive Summary

코웨이는 대한민국 온실가스·에너지 목표관리 대상 기업은 아니지만 해당기준에 의거하여 자발적으로 온실가스 저감 목표를 수립하여 관리하고 있습니다.

### ① 2013년 대비 2014년 온실가스 저감 활동의 성과를 수록하였습니다.

코웨이는 성장으로 인한 조직경계 추가로 2012년까지 총배출량이 증가하였으나 2013년부터 지속적인 신·재생에너지의 도입과 비즈니스 운영 효율화를 통해 2013년 대비 2014년 64 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하였습니다.

### ② 코웨이는 위탁운영 되고 있는 물류이동에 의한 온실가스 정보를 공개하고 있습니다.

코웨이는 2013년부터 기후변화 대응을 위해 위탁 운영 관리되고 있는 전체 물류 거점으로 부터 제품의 수송으로 인해 발생하는 온실가스를 산정하고 있습니다. 2014년 제품 수송에 의해 4,025 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 발생시켰습니다.

### ③ 탄소파트너십을 통한 협력사들의 탄소저감활동을 수록하였습니다.

인버터 설치 지원으로 연간 110 MW의 전력 사용량을 저감하여 연간 236 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스와 2014년 4개 협력사에 사출기 히터 단열 커버 설치를 통해, 사출기 한 대당 16~20 MW/년의 전력 사용을 저감하여 7.8~9.9 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하고 있습니다.

### ④ 코웨이는 제품에서 발생하는 온실가스 저감에 앞장서고 있습니다.

진공 단열 소재, 순간 가열 및 반도체 냉각 기술의 제품 적용을 통해 2014년 총 27,097 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하는 성과가 있었습니다.

### ⑤ 폐제품의 자원재활용을 통해 온실가스를 저감하고 있습니다.

코웨이 냉매 회수·재활용을 통해 11,965 tCO<sub>2</sub>e, 리퍼브 제품 생산으로 1,416 tCO<sub>2</sub>e, 폐제품의 플라스틱 재활용을 통하여 7,303 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 간접 저감하여 총 20,684 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하였습니다.

### ⑥ 수자원 사용 현황을 공개하고 있습니다.

코웨이는 기후변화로 인한 물 부족에 따른 위험을 관리하기 위해 수자원 사용량을 파악하여 그 정보를 공개하고 있습니다. 2014년 코웨이는 66,047 톤의 용수를 사용하였습니다.

### ⑦ 신·재생에너지의 도입과 보급을 확대하고 있습니다.

코웨이는 2013년부터 포천공장에 신·재생에너지인 태양광 발전을 도입하여, 2014년에는 유구공장 및 협력사까지 태양광 발전 보급을 확산하였습니다. 그 결과 2014년 코웨이 및 코웨이 협력사의 태양광 발전(총 91,741 KW/년)을 통해 42.77 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하는 효과를 볼 수 있었습니다.

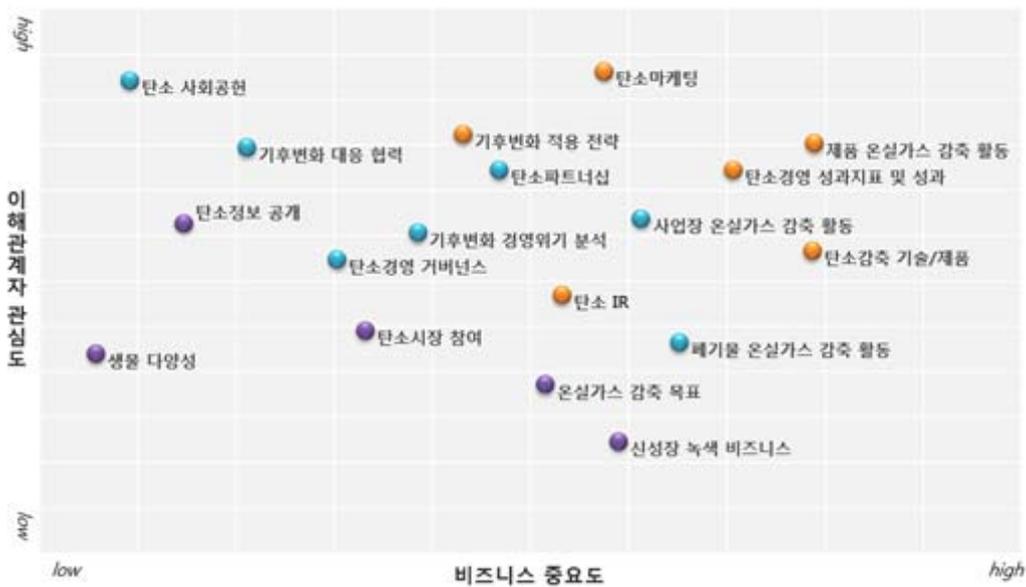
## 기후변화 기회 및 리스크 분석

코웨이는 이해관계자의 기대와 요구에 적극 대응하고 핵심 비즈니스와의 연관성과 활용도를 높이기 위해 노력하고 있습니다.

### 기후변화 위기 및 기회

기후변화 중요성 평가 결과 제품의 온실가스 감축과 탄소 감축 기술 개발은 전년과 동일하며, 사업장 온실가스 감축 활동과 탄소 사회공헌이 전년과 비교하여 중요성 측면에서 변동이 있었습니다.

#### ■ 기후변화 중요성 평가



### 기후변화 위기 및 기회 분석

코웨이는 기후변화 위기와 기회 분석을 통해 위기관리에 대한 역할과 책임을 명확히 하여, 위기 대응력을 높여가고 있습니다.

#### ■ 기후변화 위기

분류	항목	위기
규제적	국제협약	냉매 사용 규제 강화로 개발 비용 증가
	배출량 의무 보고(목표관리제)	규제 대상 확대로 목표관리제 편입
	제품 에너지효율(효율 등급)	에너지 소비효율 등급 규제 강화로 개발 비용 증가
물리적	평균기온 변화	에너지 소비 억제 정책 강화로 대응 비용 발생
	강수패턴 변화	수자원 관리 정책 강화로 개발 비용 증가
기타	소비패턴 변화	소비자 요구 증가 및 변화로 개발 비용 증가
	시장의 불확실성	기후변화로 인한 시장의 변화에 따른 신제품 발굴

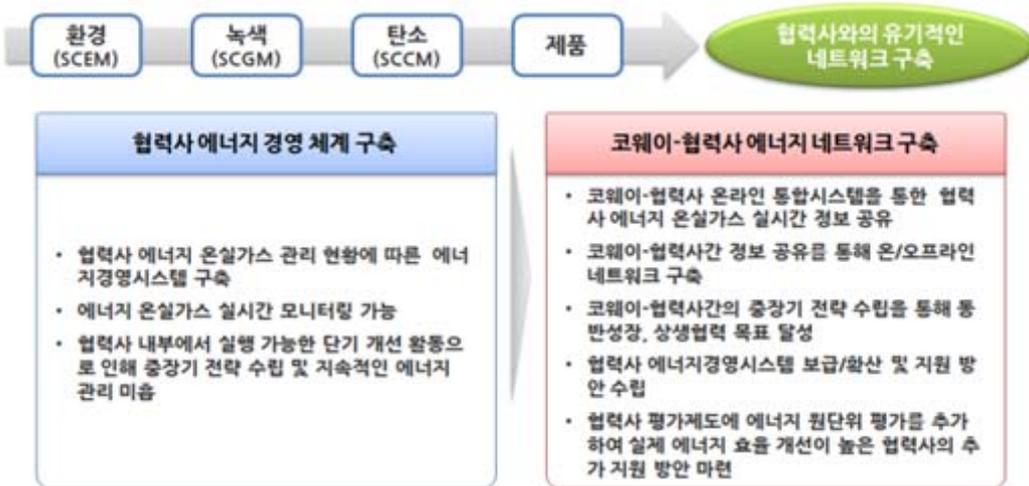
■ 기후변화 기회

분류	항목	기회
규제적	국제협약	친환경 냉매(R-600a), 무냉매(반도체)냉각 기술 개발
	배출권 거래제	폐제품 회수·재활용 시스템 구축, 폐냉매소각 기술 검토
	제품 에너지효율(효율 등급)	신기술 개발(순간가열/반도체냉각) 투자 확대
물리적	평균기온 변화	에너지 소비효율 1등급 제품 확대
	강수패턴 변화	나노트랩필터 개발(생활용수 저감)
기타	소비패턴 변화	융·복합제품 및 신기술 개발
	평판	소비자의 친환경제품 요구 증가 및 친환경 매출 증가

탄소파트너십

코웨이는 지속가능한 기업경영을 위해 협력사들과 탄소파트너십을 유지, 운영하고 있습니다. 기후변화로 인한 기업의 위기와 기회요인이 구체화되면서 공급망에 대한 지속적인 관리가 필요하기 때문입니다. 코웨이는 협력사들의 사업장 온실가스 저감 활동 외에 협력사들이 공급하는 제품에 대해서도 온실가스를 저감하기 위해 녹색 소재·부품 개발 파트너십으로 확장하여 녹색제품 개발을 위해 노력하고 있습니다. 또한 협력사들의 에너지 계측 정량화를 위한 계측기 지원을 에너지 사용량을 정량화하고 IT 시스템을 통해 상호 공유하며, 모니터링을 통해 감축항목을 지속적으로 도출하고자 통합에너지경영시스템 구축 사업을 추진하고 하였습니다.

■ 코웨이의 파트너십



수자원 관리

코웨이는 기후변화로 인한 물 부족에 따른 위험을 평가하기 위해 수자원 사용량을 파악하여 그 정보를 공개하고 있습니다. 코웨이는 카본필터 제조공정의 개선과 워터리스 테스트 시스템 도입 등을 통해 사업장에서 사용되는 용수 사용량을 지속적으로 저감하고 있습니다.

다. 또 신기술이 적용된 나노트랩필터를 개발하고 이를 제품에 확대 적용하여 소비자 사용 단계에서 발생하는 생활용수를 저감하고 있습니다. 또한 캄보디아 우물 지원 사업을 통해 글로벌 미래시장 확보를 위한 사회공헌 활동도 추진하고 있으며, 물성장 프로젝트를 통해 청소년 및 영유아들의 물 음용 습관을 개선하고자 노력하고 있습니다.

■ 나노트랩 필터 적용을 통한 용수 사용량 저감 성과      단위 : 톤



• 나노트랩필터 제품(12년부터 년도별 누적)\*365일\*10L(4인 기준)

■ 물섬표 시간(물성장 프로젝트 II)



전국 어린이집, 유치원에서 코웨이 물섬표 시간을 함께 하고 있습니다

■ 캄보디아 우물지원 사업



■ 코웨이 수자원 사용 현황

	2010	2011	2012	2013	2014
용수 사용량(톤)	87,133	72,356	91,555	64,101	66,047
매출액(억원)	15,018	17,098	18,068	19,337	20,136
원단위(톤/억원)	5.80	4.23	5.06	3.31	3.28

## 저탄소 녹색경영 전략 및 목표 및 실적

코웨이는 ‘THE Lifestyle Design Company’라는 기업 비전을 바탕으로 인류의 생활가치를 높여줄 친환경 제품 및 서비스를 제공하는데 역점을 두므로써 당사의 환경경영 비전인 ‘The 1st Green Global Leader’를 향해 도약하고자 합니다.

### 온실가스 중장기 저감 목표

코웨이는 2010년 기준, 2020년까지 온실가스 원단위를 50%까지 저감하는 목표를 수립하였습니다. 코웨이는 성장에 따른 배출량 증가는 피할 수 없으나, 2010년 당시의 조직경계를 기준으로 최대한 에너지 사용량을 억제하여 온실가스 배출량을 저감하고자 목표를 수립, 저감 활동을 추진하고 있습니다.

■ 코웨이, 중장기 온실가스 저감 목표 및 현황



코웨이는 제조현장, 사무실, 협력사 등 제품의 설계단계에서부터 폐기단계에 이르는 전과정 (LCA)에서 온실가스 배출을 최소화할 수 있도록 전임직원이 동참하고 있습니다. 또한 신재·생에너지의 도입 및 비즈니스 운영 효율화를 통해 온실가스 총배출량을 지속적으로 저감하고 있습니다.

■ 연료 사용 현황(Scope1 + Scope2)

종류	단위	2011		2012		2013		2014	
		사용량	GJ	사용량	GJ	사용량	GJ	사용량	GJ
부탄	kg	372	17	472	22	440	20	160	7
LPG	m3	761	44	749	43	695	40	762	44
경유	l	51,180	1,812	43,896	1,554	7,648	270	7,069	250
LNG	m3	57,683	2,307	56,675	2,267	54,932	2,164	39,770	1,567
등유	l	10,941	383	9,678	339	17,469	611	5,978	209
프로판	kg	25,162	1,165	24,085	1,115	23,275	1,078	24,508	1,135
전력	MWh	10,911	98,199	11,750	105,750	11,558	104,022	11,549	103,944
계	-	-	103,927	-	111,090	-	108,205	-	107,155

■ 연도별 온실가스 배출량

단위 : tCO<sub>2</sub>e

	Scope1 [직접배출]	Scope2 [간접배출]	Scope3	Opt. Info	순배출 [S1+S2]	총배출
2010	575	4,789	93	72,687	5,365	78,145
2011	368	5,087	49	63,570	5,455	69,076
2012	338	5,479	49	60,179	5,817	66,044
2013	256	5,389	49	39,346	5,645	45,040
2014	196	5,385	49	29,319	5,581	34,949

- Scope3는 협력사, 영업점, 물류 제외
- Opt. Info는 탈루배출(R-134a), 비6대 온실가스(R-12) 포함

2010년 대비 2011년 순배출량이 증가하였습니다. 이는 2011년 유구기숙사와 물류센터의 신축에 따라 조직경계에 추가되고 2012년에는 물환경사업부가 조직경계에 추가되었기 때문입니다. 코웨이는 에너지의 대부분을 전력에 의존하고 있으며, 전력사용 저감을 위해 노력하고 있습니다. 이에 따라 코웨이는 2013년 신·재생에너지의 도입 및 비즈니스 운영 효율화를 통해 전력사용량을 저감, 온실가스를 감축하고 있으며 2014년에는 협력사에게로 신·재생에너지의 보급 범위를 확산하고 있습니다.

■ 사업장별 배출 현황

단위 : tCO<sub>2</sub>e

	2010	2011	2012	2013	2014
유구공장	1,732	1,589	1,604	1,571	1,805
유구기숙사*	-	57	125	125	115
인천공장	845	808	710	695	634
포천공장	496	493	499	394	361
서울대연구소	1,823	1,688	1,709	1,628	1,537
화장품연구소	89	155	151	180	163
일보빌딩	380	436	354	384	398
물류센터*	-	229	515	499	413
물&환경사업부*	-	-	150	169	155

- \*는 2010년 이후, 추가된 조직 경계

■ 제품 폐기에 의한 냉매 발생량      단위 : kg

	R-12	R-134a	계
2010	10,386	4,758	15,144
2011	9,737	7,891	17,628
2012	7,568	11,552	19,120
2013	4,580	12,725	17,305
2014	3,061	13,558	16,619

■ 폐제품에 의한 플라스틱 발생 현황

	발생량(톤)	환산량(tCO <sub>2</sub> e)
2010	10,139	11,946
2011	10,794	12,718
2012	8,988	10,590
2013	7,482	8,815
2014	8,724	10,279

- 폐제품은 당해연도 제품 출고량 기준(환경부)

코웨이는 렌탈 비즈니스의 장점을 이용하여 폐제품을 회수·재활용하고 있습니다. 2014년

회수된 제품의 폐기과정에서 발생하는 냉매 R-12에 의해 26,640 tCO<sub>2</sub>e, R-134a에 의해 14,073 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 배출하고 있습니다. 또한 폐제품 처리로 인해 플라스틱 폐기물을 발생시키고 있으며, 환경부 탄소성적표지 작성지침의 폐기물 처리방법에 의해 온실가스 배출량은 산정하면 연간 10,279 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 간접배출하고 있는 것입니다.

### 협력사 중장기 온실가스 저감 목표

코웨이는 협력사들의 탄소경쟁력 강화를 위해 모기업인 코웨이의 매출성장을 고려하여 목표를 코웨이와 동일하게 2010년 기준 2020년까지 온실가스 원단위를 50%까지 저감하는 것으로 설정하고 지속적으로 탄소파트너십을 유지, 운영하고 있습니다.

#### ■ 협력사 온실가스 배출 현황

단위 : tCO<sub>2</sub>e

	2010	2011	2012	2013	2014
26개 협력사	39,982	40,136	40,079	47,806	44,485
원단위(매출액/억원)	13.51	12.43	11.95	12.48	10.57

- 코웨이 탄소파트너십 협력사 중, 정보를 제공한 협력사를 기준으로 함  
(2014년 정보를 제공한 26개 협력사의 온실가스 배출량과 매출액 기준)
- 2013년 1개 협력사의 신규 사업 진출에 의한 영향으로 배출량이 급증함

### 온실가스 배출량 비교

코웨이는 기후변화 대응을 위해 지속적으로 온실가스 배출량 파악을 위해 노력하고 있습니다. 2011년 영업점, 2013년에는 전체 물류 거점을 중심으로 위탁 운영되고 있는 제품 수송 등으로 확대하고 있습니다.



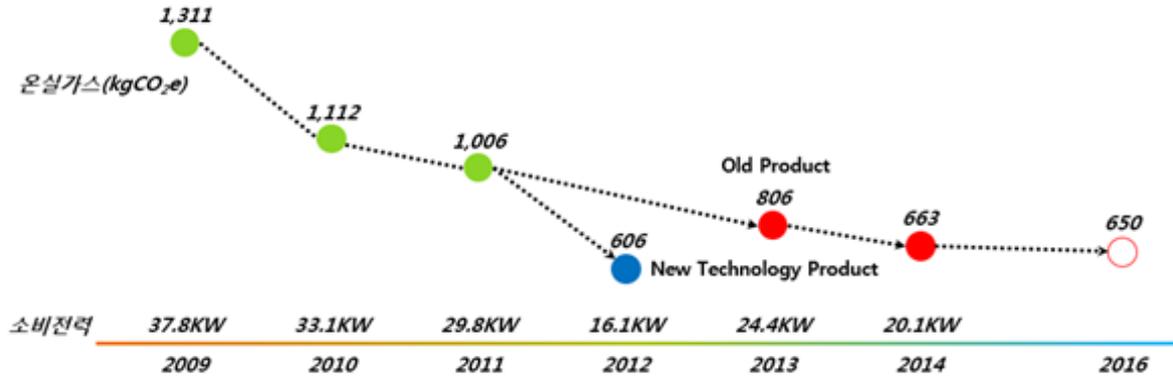
- 개별 전력 개량기가 설치된 영업점을 기준으로 임차 면적 등을 고려한 추정치  
(현실적으로 수집이 불가능한 Scope 1은 제외)
- 전과정 온실가스 평가를 위해 위탁 물류 회사에 온실가스 산정 기초 데이터 요청  
(물류 회사에서 제공한 자료 기준, 운행거리, 주유량 등을 종합 고려하여 배출량 산정)
- 26개 협력사 및 코웨이 사업장 3자 검증 기준이며, 영업점 및 물류는 내부 추정치임

### 제품 온실가스 저감 목표

코웨이는 단계별 배출량 평가를 통해 최종 제품의 소비자 사용에 의해 발생하는 온실가스

를 저감하는 것이 중요하다는 것을 인식하고 제품의 온실가스를 저감하는 목표를 수립하였습니다. 또한 코웨이는 제품 온실가스 저감 목표를 달성하기 위해 기술 개발에 전념하고 있습니다.

■ 제품 온실가스(에너지 사용) 저감 목표 및 현황



- 신제품은 국가 기준 부재로 추정치임.
- 제품 평균이 아닌 해당 년도 신제품 또는 대표 모델 기준임

## 온실가스 감축 성과

코웨이는 온실가스 인벤토리 구축을 시작으로 에너지 진단, 생산공정 효율화, 폐제품의 자원 재활용, 신·재생에너지 도입 및 제품 등의 온실가스·에너지 저감을 위해 전임직원이 노력하고 있습니다.

## 사업장 온실가스 저감

2014년 코웨이는 매출이 증가하였음에도 유구공장에 신·재생에너지인 태양광 발전의 도입 [49.5 KWh 규모, 연간 예상 발전량 66.849 MW]과 비즈니스 전반에 걸친 운영 효율화를 통해 2013년 대비 총량(절대량)기준 온실가스를 64 tCO<sub>2</sub>e을 저감 하였습니다. 또한 2014년에 협력사[(주)제성, 29.7 KWh]까지 신·재생에너지의 도입을 확대하였으며, 2015년에도 코웨이 인천공장(39 KWh) 및 협력사[(주)아이디시스템, 29.4 KWh]에 태양광 발전을 설치 중에 있으며, 코웨이는 협력사에 태양광 발전에 필요한 자금을 무이자로 지원하고 있습니다.

### ■ 코웨이 태양광 발전 설치 현황(협력사 포함)

	포천공장	협력사 (주)제성	유구공장	인천공장	협력사 (주)아이디시스템
설치 년도	2013	2014	2014	2015	2015
발전 용량(KW)	45	29.7	49.5	39	29.4
총 투자비(천원)	114,250	73,313	122,850	96,790	72,960
보조금(천원)	64,260	38,313	63,850	49,140	37,040
자부담금(천원)	49,990	35,000	59,000	47,650	35,920
예상발전량(KW/년)	59,178	40,109	66,849	52,669	39,704
가동일	08. 16	06.12	09.01	7월 中	8월 中
감축량(톤CO <sub>2</sub> e)	27.5	18.6	31.1	24.4	18.4



### 냉매 회수·재활용을 통한 온실가스 저감

코웨이의 정수기에는 냉각 성능 구현을 위해 냉매가스(R-134a)가 사용되고 있습니다. R-134a 냉매가스는 지구온난화지수(GWP)가 1,300으로 폐제품의 냉매로 인해 발생하는 온실가스의 관리가 중요합니다. 코웨이 포천공장에서는 냉매 회수 설비를 통해 2013년 11,965 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하였습니다.

#### ■ 냉매 회수·재활용 및 온실가스 저감 실적

	종류	단위	2010	2011	2012	2013	2014
냉매 회수·재활용량	R-12	kg	2,590	3,230	1,725	1,200	1,000
	R134a		1,090	1,680	3,010	3,430	3,120
온실가스 저감량	R-12	tCO <sub>2</sub> e	22,585	28,166	15,042	10,464	8,720
	R134a		1,134	1,747	3,130	3,567	3,245

• GWP R-12 : 10,900 / R-134a : 1,300 적용

### 자원 재활용에 의한 온실가스 저감

코웨이는 제품의 판매뿐만 아니라 폐제품을 회수하여 재사용 또는 재활용 하는 등 환경유해성을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다. 코웨이는 리퍼브 제품 생산과 폐제품의 자원 재활용을 통해 환경부하를 최소화하고 있습니다.

#### 1) 리퍼브 제품 생산을 통한 간접 온실가스 저감

코웨이의 대표적인 재활용 제도인 리퍼브는 합리적이고 알뜰한 소비를 원하는 구매고객을 만족시킬 뿐만 아니라 자원 재사용을 통해 환경문제를 최소화하는 일석이조의 효과를 거두고 있습니다. 코웨이는 2014년 약 1만 8천대의 리퍼브 제품 생산을 통해 환경부 탄소성적표지 기준 1,416 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 간접 저감하였습니다.

#### ■ 리퍼브 실적 및 온실가스 저감량

	단위	2010	2011	2012	2013	2014
리퍼브 매출액	억원	122	124	166	145	216
리퍼브 판매량	대	35,538	40,444	29,477	28,132	18,583
온실가스 저감량	tCO <sub>2</sub> e	1,735	2,615	1,789	1,773	1,416

- 정수기의 리퍼브 수량이 많을수록 온실가스 저감량이 증가함.
- 산출 기준(kgCO<sub>2</sub>e/제품 1대) : 정수기 100, 청정기 40, 비데 30
- 환경부 탄소성적표지 에너지 사용제품 작성지침 중, 사용단계 제외한 제품 1대당 배출량 (연수기 등은 기준이 없어 산정에서 제외)

#### 2) 플라스틱 폐기물 재활용을 통한 온실가스 저감

코웨이는 리퍼브제품 생산뿐만 아니라 당사가 생산한 폐가전 제품을 전량 회수하여 자발적

으로 재활용하고 있습니다. 코웨이가 생산하는 제품은 생산자책임재활용제도(EPR, Extended Producer Responsibility)에 포함되지 않지만 환경을 생각하는 기업으로서 생산자책임 원칙에 의해 포천공장에서 재활용하여 2014년 7,303 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 간접 저감하였습니다.

■ 플라스틱 폐기물 재활용 실적 및 온실가스 저감량

	단위	2010	2011	2012	2013	2014
페플라스틱 재활용량	ton	5,040	6,094	6,081	5,638	6,198
온실가스 저감량	tCO <sub>2</sub> e	5,938	7,180	7,165	6,643	7,303

• 환경부 탄소성적표지 작성지침 배출계수 적용(폐기물 처리방법에 따른 배출계수)

**제품의 에너지 효율 향상을 통한 온실가스 감축 성과**

코웨이는 사업장 내에서 발생하는 온실가스 감축 활동뿐만 아니라 당사가 제공하는 제품을 소비자가 사용하는 과정에서 발생시키는 온실가스 저감을 위해 노력하고 있습니다.

코웨이는 냉온정수기의 에너지 효율 향상을 위해 진공 단열 소재 적용기술을 개발하여 제품에 적용하였습니다. 소비자가 이 제품(CHP-270L)을 1년 동안 사용하게 되면 제품 1대당 기준 모델(CHP-210L)과 비교하여 51.8 kgCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하는 효과가 있습니다. 이 제품은 2012년 이후 누적 판매 기준 10,344대가 판매되어 2014년 536 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하는 효과를 볼 수 있었습니다. 이를 전력으로 환산하면 1년간 1,152 MWh의 전력 사용량을 저감하는 것입니다. 또한 코웨이는 순간 가열 및 반도체 냉각 방식 기술이 적용된 제품을 출시하여 에너지 효율을 혁신적으로 향상 시켰습니다. 소비자가 이 제품(CHP-241N)을 1년 동안 사용하게 되면 제품 1대당 기준 모델(CHP-210L)과 비교하여 101.2 kgCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하는 효과가 있습니다. 이 제품은 2012년 이후 누적 판매 기준 285,524대가 판매되어 2014년 26,561 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하는 효과를 볼 수 있었습니다. 이를 전력으로 환산하면 1년간 57,121 MWh의 전력 사용량을 저감하는 것입니다.

**협력사에 의한 감축 활동**

코웨이는 협력사들의 탄소경쟁력 강화를 위해 탄소파트너십을 유지, 운영하고 있습니다. 코웨이의 매출성장에 따라 협력사들의 매출도 증가하고 있으며, 이에 따라 에너지 사용량도 증가하고 있습니다. 코웨이는 협력사들의 에너지 저감을 유도하기 위해 인버터 설치 지원, 사출 협력사를 대상으로 사출기 히터 고효율 재질의 단열 커버 설치를 시범적으로 진행하였습니다. 인버터 설치 지원으로 연간 110 MW의 전력 사용량을 저감하여 연간 236 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스와 단열 커버 설치를 통해 사출기 한 대당 16~20 MW/년의 전력 사용을 저감하여 7.8~9.9 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스를 저감하는 효과를 볼 수 있었습니다. 코웨이는 탄소

파트너십을 통해 발굴한 잠재감축 항목들에 대한 지속적인 모니터링과 시범 투자 및 자체 투자 유도를 통해 코웨이 협력사들의 탄소경쟁력을 강화할 예정입니다. 2014년에는 협력사 사업장 에너지 효율화 사업과 신·재생에너지 도입 지원(코웨이 태양광 발전 설치 현황 참조)을 통해 지속적으로 온실가스를 저감하였습니다.

■ 협력사 잠재 감축량 도출(에너지 진단 지원)

	<b>&lt;순환펌프&gt;</b>	<b>&lt;건조기&gt;</b>	<b>&lt;사출기&gt;</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Peak 관리</li> <li>▪ Leak 관리</li> <li>▪ 운전표준화</li> <li>▪ 설비 관리</li> <li>▪ 노후설비 교체</li> <li>▪ 에너지 효율화</li> <li>▪ 기타</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 작업자</li> <li>▪ 운전 조건</li> <li>▪ 운전 환경</li> <li>▪ 노후화 정도</li> <li>▪ 기타 잠재요인</li> </ul>
	<b>&lt;창호 단열 필름&gt;</b>	<b>&lt;인버터&gt;</b>	<b>&lt;태양광 발전&gt;</b>	
				
<p>▪ LED 조명, 역률 개선, 운전율 개선, 단열 페인트, 노후 설비 개선, 효율화 장비 도입 등</p>				

■ 협력사 저감 활동 지원

		
<b>&lt;사출기 단열커버&gt;</b>	<b>&lt;건조로&gt;</b>	<b>&lt;보일러&gt;</b>

## 저탄소 파트너십 & 커뮤니케이션

코웨이는 지구환경을 보존하여 인류의 삶을 건강하고 행복하게 디자인하고자 신뢰와 존중을 기반으로 상호 협력하고 있습니다.

### 탄소정보공개 프로젝트

탄소정보공개 프로젝트(CDP, Carbon Disclosure Project)는 금융투자기관을 대신해 글로벌 주요 상장기업의 탄소배출 관련 정보를 수집하여 분석하는 글로벌 프로젝트로서, 투자자와 기업간의 자발적 참여를 바탕으로 진행됩니다. 코웨이는 2009년 처음 참여하여 6년 연속 산업별 리더 기업으로 인정받았으며, 2011년과 2012년 국내 최고 5개 기업에 부여되는 '탄소경영 글로벌 리더스 클럽'에 선정되기도 하였습니다.

#### ■ CDP 우수기업 시상식



<2014년 Climate Disclosure Leadership Index(CDLI)>

기업명	섹터	공개점수	성과밴드
LG전자	선택소비재	100	A
삼성물산	산업재	100	A
현대건설	산업재	100	A
SK하이닉스	IT	100	A
LG화학	원자재	99	A
KT	통신	99	A
삼성전기	IT	99	A
신한금융그룹	금융	98	A
한국전력공사	유틸리티	97	B
<b>코웨이</b>	<b>선택소비재</b>	<b>97</b>	<b>A-</b>
삼성엔지니어링	산업재	97	A-
삼성SDI	IT	97	A

## 녹색제품 파트너십

#### ■ 녹색제품(상), 에너지동행(하) 및 카본 풋프린트 갤러리 출품작(우)



2014년 전시 제품: 슬림형 냉온정수기(CHP-260L)

- 친환경 에너지 절감 기술로 에너지소비효율 1등급 달성
- 고객의 하루 평균 물 사용량을 반영하여 탱크 용량 최적화
- 제품 소형화를 통한 공간 효율 향상

코웨이는 환경문제 및 기후변화에 대해 협력사들과 공동 대응이 가능하도록 그린파트너십, 탄소파트너십에 이어, 녹색제품 파트너십을 운영하고 있습니다. 산업통상자원부의 지원을 받아 모기업인 코웨이의 최종 제품의 온실가스를 저감하기 위해 참여기업들과 함께 부품 단계에서 온실가스를 저감하기 위해 노력하고 있습니다.

### 대·중소 상생 에너지 동행

코웨이는 협력사들이 지속적으로 사업장 온실가스를 저감할 수 있도록 그린비즈니스 협회의 지원을 받아 2012~2014년 대·중소 상생 에너지 동행 사업을 수행하였습니다. 협력사들의 에너지 진단을 통해 잠재 감축항목을 지속적으로 도출하고 감축할 수 있도록 시범 지원 및 자체 투자를 유도하고 있습니다.

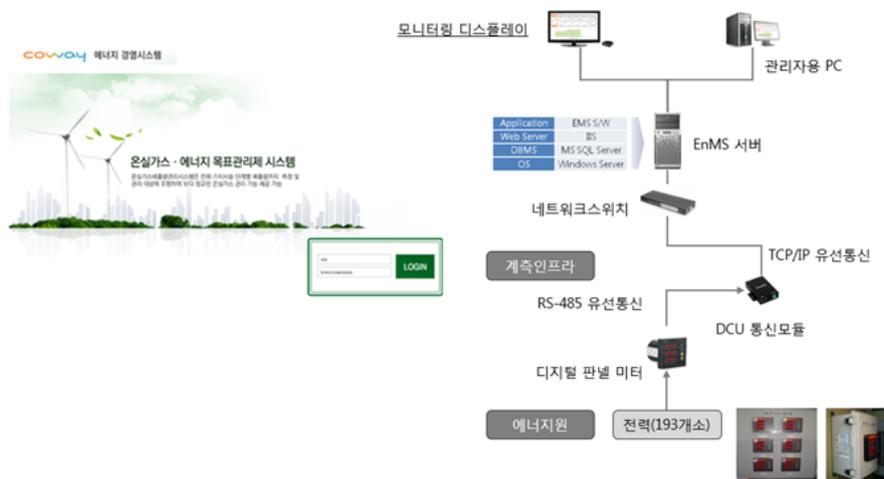
#### ■ 에너지 동행 참여 협력사

구분	참여 협력사
2012년	(주)제성, 케이제이전자(주), (주)한독크린텍, (주)성진, (주)정양SG
2013년	(주)광산, (주)동일엔프라스 알비코리아(주), 영진테크, (주)제임스텍
2014년	(주)은성산업, (주)큐비에스, (주)신우엠테크, (주)해인전자, (주)아이디시스템

### 통합에너지경영시스템 구축

코웨이는 협력사들의 에너지 정량화 계측기 지원을 통해 설비별 잠재 감축항목을 지속적으로 도출하여 에너지 경쟁력을 강화하고자 그린비즈니스 협회의 지원을 받아 통합에너지경영시스템 구축 사업을 수행하고 있습니다. 2013년 10개 협력사에 193개의 계측기를 지원하였으며, 2014년 통합모니터링 시스템 구축을 완료하였습니다.

#### ■ 코웨이-협력사 통합에너지경영시스템



### 환경부, 탄소성적표지 제도 참여

코웨이는 2009년 국내 최초 탄소성적표지 인증 시범 사업의 참여를 시작으로 국내최초 저탄소제품 인증을 거쳐 2014년말, 환경부 탄소성적표지 3단계 사업(탄소중립제품인증)에 참여하기로 결정하여 2015년 1월 국내최초 정수기 탄소중립제품 인증을 받았습니다.

#### ■ 코웨이, 환경부 탄소성적표지제도 참여 현황



• 세부 사항 홈페이지 참조

### 기타 사항

코웨이는 친환경 제품 확대를 통해 환경부하 및 온실가스 저감을 위해 노력하고 있습니다.

#### ■ 코웨이 친환경 제품 인증 현황

	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
RoHS 3자 인증		 CHP-240/241N /270L APD-1212BH			 CP-260L CPI-280L
탄소성적 표지	 BAS14-A			 CHP-590L CHP-671L	
저탄소 인증	 CHP-06DL	 CHP-210L	 CHP-270L	 CHP-260L	
탄소 중립					 CHP-270L
환경 표지			 BA10-A/B BA14-C	 BAS14-A/B	 BA10-A/B, BA14-C BAS16-A, BAS20-A

## 독립된 검증인의 에너지 사용량과 온실가스 배출량 검증보고서

코웨이(주) 경영자 귀중

본 검증인은 코웨이(주)(이하 "회사")의 다음에 해당하는 내용에 대한 제한적 확신을 제공하기 위해 다음의 검증절차를 수행하였습니다.

### 검증범위 및 검증대상

2014년 12월 31일로 종료되는 기간의 정보에 대해 제한적 확신을 제공하는 대상은 다음과 같습니다.

- 2014년 1월 1일에서 12월 31일까지의 회사의 8개 국내 사업장의 직접 (Scope 1), 간접 (Scope 2), 기타 온실가스 배출량과 에너지 사용량
- 2014년 1월 1일에서 12월 31일까지의 회사의 26개 협력사의 직접 (Scope 1), 간접 (Scope 2) 온실가스 배출량

### 수행한 검증 업무

본 검증인은 International Auditing and Assurance Standards Board 에서 승인한 International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) – 'Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information' (이하 "ISAE 3000")와 ISO14064-3(온실가스 선언에 대한 타당성 평가 및 검증을 위한 사용규칙 및 지침)에 근거하여 검증을 수행하였습니다.

본 검증인의 업무는 다음의 내용을 포함하고 있습니다.

1. 회사의 온실가스 배출량과 에너지 사용량 데이터 집계에 책임을 지고 있는 담당자 인터뷰
2. 에너지 사용량과 온실가스 배출량 산정에 사용된 방법, 가정 및 절차 검토
3. 에너지 사용량과 온실가스 배출량 정보의 생성과 수집 및 보고체계 검토
4. 총남 본사(유구공장)를 직접 방문하여 에너지 사용량과 온실가스 배출량 원천정보에 대한 검토

## 5. 질문과 분석적 검토를 기본으로 에너지 사용량과 온실가스 배출량에 대한 제한된 검증 수행

### 경영진 및 검증인의 책임

WRI/WBCSD 「GHG Protocol(2004)」와 ISO14064-1 「온실가스 배출 및 제거의 정량 및 보고를 위한 조직차원의 사용규칙 및 지침」에 명시된 원칙을 반영한 회사의 온실가스 인벤토리 가이드라인(이하 "온실가스 인벤토리 가이드라인")에 따라 검증대상 에너지 사용량과 온실가스 배출량 데이터를 산정할 책임은 회사의 경영진에게 있습니다.

본 검증인의 책임은 수행한 검증절차에 따라 경영진에게 결론을 제공하는 것입니다.

이 검증보고서는 회사의 에너지 사용량과 온실가스 배출 성과에 대한 경영진의 보고를 위해 작성되었습니다. 본 검증인은 수행한 업무 또는 검증보고서에 대해 경영진 이외에 대해서는 사전에 서면으로 협의되지 않는 한 어떠한 책임도 지지 않습니다.

### 검증의 고유 한계

비재무적 성과 정보는 재무적 정보보다 검증 대상의 성격과 정보의 산출 방법에서 기인하는 더 많은 고유 한계가 있습니다. 인용할 수 있는 확립된 기준의 부재로 인하여 적용 가능한 다른 측정 방법의 선택이 가능하며 이로 인하여 측정결과에 중요한 차이가 발생할 수 있고 비교가능성에 영향을 줄 수 있습니다. 서로 다른 측정 방법의 정확도는 다양할 수 있습니다. 또한, 측정 기준 및 그 정확도뿐 만 아니라 검증대상의 성격과 그 측정 방법은 시간에 따라 변동될 수 있습니다. 그러므로 검증 대상 정보는 회사의 온실가스 인벤토리 가이드라인과 함께 이해되어야 합니다.

제한적 확신의 업무는 합리적 확신을 제공하는 검증업무와 비교하여 검증범위가 제한되어 있습니다. 따라서, 적절한 증거를 수집하기 위한 검증절차의 성격, 시기 및 범위가 합리적 확신의 검증업무보다 낮은 확신을 제공하도록 계획되어 있습니다.

- 검증업무의 범위는 2014 년 성과에 한정되어 있습니다. 그 이전 데이터는 본 검증인의 검증대상에서 제외됩니다.



## 검증인의 의견

본 검증인이 수행한 검증 결과에 따라 본 검증인의 의견으로는 하기 표시된 회사의 2014 년 8 개 사업장의 직접 (Scope 1), 간접 (Scope 2), 기타 온실가스 배출량과 에너지 사용량 및 26 개 협력사의 직접 (Scope 1), 간접 (Scope 2) 온실가스 배출량은 중요성의 관점에서 회사의 온실가스 인벤토리 가이드라인에 위배되어 작성되었다는 점이 발견되지 아니하였습니다.

- 코웨이(주)의 8개사업장(유구공장, 인천공장, 포천공장, 환경기술연구소, 화장품연구소, 서울사무소, 물류센터(유구), 물환경사업부) 온실가스 배출량

(단위: tCO<sub>2</sub>eq)

구분		환경기술연구소	물환경사업부	유구공장	인천공장
직접배출	고정연소	1.3	63.3	82.2	23.4
	이동연소	-	-	-	-
	소계	1.3	63.3	82.2	23.4
간접배출	구매전력	1,535.9	91.4	1,837.8	610.4
	구매스팀	-	-	-	-
	소계	1,535.9	91.4	1,837.8	610.4
기타배출	탈루배출	-	-	341.6	228.8
	이동연소	-	-	-	31.9
	소계	-	-	341.6	260.7
합계		1,537.2	154.7	2,261.6	894.5

구분		포천공장	물류센터(유구)	서울사무소	화장품연구소
직접배출	고정연소	7.5	-	-	-
	이동연소	18.8	-	-	-
	소계	26.3	-	-	-
간접배출	구매전력	335.1	412.8	398.3	163.1
	구매스팀	-	-	-	-
	소계	335.1	412.8	398.3	163.1
기타배출	탈루배출	10,828.5	-	-	-
	이동연소	17.4	-	-	-
	소계	10,845.9	-	-	-
합계		11,207.3	412.8	398.3	163.1

구분	2014년
직접 (Scope 1)	196.5
간접 (Scope 2)	5,384.8
기타배출	11,448.2
<b>합계</b>	<b>17,029.5</b>

<sup>(1)</sup> 목표관리제 지침에 따라 6대 온실가스에 해당하는 냉매 R-134a의 2014년 탈루배출은 11,399tCO<sub>2</sub>eq 임

● 코웨이(주)의 에너지 사용량

종류	단위	사용량	환산량(GJ)	환산량(MWh)
부탄	Kg	160	7	1
LPG	m <sup>3</sup>	762	44	5
경유	L	7,069	250	28
LNG	m <sup>3</sup>	39,770	1,567	174
등유	L	5,978	209	23
프로판	m <sup>3</sup>	24,508	1,135	126
전력	MWh	11,549	103,944	11,549
<b>합계</b>			<b>107,155</b>	<b>11,906</b>

- 26 개 협력사(EPS Korea(주), (주)정양 SG, (주)제성, (주)동일엔프라스, (주)한독크린텍, 케이제이전자(주), (주)세명하이트, (주)신원튜브, 알비코리아(주), (주)위피온, (주)은성산업, 은성화학(주), (주)이랜시스, (주)첨단기술산업, (주)큐비에스, (주)광산, (주)아이디시스템, (주)해인전자, (주)삼강테크, 신원전자, 대림금속공업사, (주)스톰테크, (주)신우엠테크, 유남전기(주), 울진프라임(주), (주)씨에스이)의 온실가스 배출량

(단위: tCO<sub>2</sub>eq)

협력사	2012	2013	2014
(주)세명하이트	390	424	449
(주)신원튜브	401	568	609
알비코리아(주)	585	624	699
(주)위피온	150	255	658
(주)은성산업	321	268	106
은성화학(주)	124	117	109
(주)이랜시스	901	609	519
(주)첨단기술산업	155	124	114
케이제이전자(주)	1,412	1,522	1,606
(주)큐비에스	115	176	207
EPS Korea(주)	24,146	30,750	26,246
(주)광산	2,029	1,999	2,089
(주)동일엔프라스	1,872	1,722	1,906
(주)제성	2,288	2,967	3,113
(주)정양 SG	2,060	2,196	2,608

협력사	2012	2013	2014
(주)한독크린텍	1,363	1,594	1,436
(주)아이디시스템	141	114	228
(주)해인전자	41	318	315
(주)삼강테크	73	70	81
신원전자	26	25	28
대림금속공업사	75	75	78
(주)스툼테크	237	273	326
(주)신우엠테크	228	244	251
유남전기(주)	358	363	359
울진프라임(주)	148	124	108
(주)씨에스이	439	289	236
<b>합계(26 개사)</b>	<b>40,079</b>	<b>47,806</b>	<b>44,485</b>

2015 년 3 월 31 일

삼 일 회 계 법 인

대 표 이 사 안 경 태



# GRI G4 Index

## 특정 표준공개(Specific Standard Disclosure)

●전체 보고 ○부분 보고 ○미보고

범주	핵심지표	지표	지표명	보고율	보고 페이지	검증
<b>경제</b>						
경제성과	●	DMA	일반적 경영접근방식 공개	●	↻	●
		G4-EC1	직접적인 경제가치 발생과 분배	●	↻	●
		G4-EC2	기후변화가 조직활동에 미치는 재정적 영향 및 기타 위험과 기회	●	↻	●
시장지위		G4-EC5	주요 사업장이 위치한 지역의 최저 임금과 비교한 성별 기본 초임급료 비율	●	↻	●
간접경제효과		G4-EC7	사회기반시설 투자와 지원 서비스 개발 및 영향	●	↻	●
조달 관행		G4-EC9	주요 사업장에서 현지 공급업체에 지급하는 지출 비율	●	↻	●
<b>환경</b>						
원자재		G4-EN1	사용 원재료의 중량이나 부피	●		●
		G4-EN2	재생원료 사용 비율	●		●
에너지		G4-EN3	조직 내 에너지 소비	●	↻	●
		G4-EN5	에너지 원단위	●		●
		G4-EN6	에너지 소비감축	●		●
		G4-EN7	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	●	↻	●
용수		G4-EN8	공급원별 총 취수량	●	↻	●
배출	●	DMA	일반적 경영접근방식 공개	●	↻	
		G4-EN15	직접 온실가스(GHG) 총 배출량 - Scope 1	●		●
		G4-EN16	간접 온실가스(GHG) 총 배출량 - Scope 2	●	↻	●
		G4-EN17	기타 간접 온실가스(GHG) 배출량 - Scope 3	●		●
		G4-EN18	온실가스(GHG) 배출원 단위	●		●
		G4-EN19	온실가스(GHG) 배출 감축	●	↻ ↻	●
폐수 및 폐기물		G4-EN22	수질 및 도착지별 총 폐수배출량	●	↻	●
		G4-EN23	형태 및 처리 방법별 폐기물 배출량	●		●
제품 및 서비스	●	DMA	일반적 경영접근방식 공개	●	↻	
		G4-EN27	제품 및 서비스가 환경에 미치는 영향 완화 정도	●	↻	●
		G4-EN28	범주별, 판매된 제품 및 그 포장재 중 재생된 것의 비율	●	↻	●
컴플라이언스 공급망 평가		G4-EN29	환경법 및 규정 위반으로 부과된 상당한 액수의 벌금, 그리고 비금전적 제재조치의 수	●	↻	해당사항 없음 ●
		G4-EN33	공급망 내 실제적 또는 잠재적인 중대한 부정적 환경영향 및 이에 대한 조치	●	↻	●
<b>노동관행 및 양질의 일자리</b>						
고용	●	DMA	일반적 경영접근방식 공개	●	↻	●
		G4-LA1	연령별, 성별, 지역별 신규 채용 수 및 비율과 이직 수 및 비율	●	↻	●
		G4-LA2t	주요 사업장별 임시직 또는 파트타임 근로자에게는 제공되지 않고 풀타임 근로자에게 제공하는 복리후생	●	↻	●

# GRI G4 Index

## 특정 표준공개(Specific Standard Disclosure)

●전체 보고 ○부분 보고 ◯미보고

범주	핵심지표	지표	지표명	보고율	보고 페이지	검증
훈련 및 교육	●	DMA	일반적 경영접근방식 공개	●	↻	
		G4-LA9	성별, 근로자 범주별로 근로자 1인당 한 해에 받는 평균 훈련시간	●	↻ ↻	●
		G4-LA10	근로자의 취업능력을 유지하고 은퇴 관리를 도와주는 업무능력관리 및 평생교육 프로그램	●	↻	●
		G4-LA11	성별, 근로자 범주별, 업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를 받은 근로자 비율	●	↻	●
다양성과 기회균등		G4-LA12	성별, 연령별, 소수집단별, 기타 다양성 지표에 따른 거버넌스 조직의 구성 및 각 근로자 범주의 분류	●	↻	●
남녀동등보수		G4-LA13	근로자 범주별, 주요 사업장별, 남성 대비 여성의 기본급료 및 보수 비율	●		●
공급업체 노동관행 평가		G4-LA14	노동관행에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	●	↻	●
고충처리제도		G4-LA16	공식 고충처리제도에 의해 접수, 발견, 해결된 노동관행에 관한 고충 수	●	↻	●
<b>인권</b>						
보안관행		G4-HR7	인권 관련 정책 및 절차에 대해 훈련받은 보안 인력의 비율	●	↻	●
인권고충 처리제도		G4-HR12	인권영향에 따른 불만 수 및 공식적인 불만처리 매커니즘을 통해 해결된 수	●	↻	●
<b>사회</b>						
지역사회		G4-SO1	지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발 프로그램을 수행하는 사업장의 비율	●	↻	
반부패		G4-SO3	부패 및 중대한 리스크로 평가된 사업장 수 및 비율	●	↻	●
		G4-SO4	반부패 정책 및 절차에 대한 커뮤니케이션 및 교육	●		●
공급망이 사회에 미치는 영향 평가		G4-SO9	사회성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	●	↻	●
		G4 SO10	현재 또는 잠재적으로 부정적인 사회 영향을 가진것으로 확인되는 공급업체 비율 및 대응방법	●		●
<b>제품책임</b>						
고객 안전 보건	●	DMA	일반적 경영접근방식 공개	●	↻	●
		G4-PR1	개선을 위해 안전보건 영향을 평가한 주요 제품/서비스군의 비율	●	↻	●
제품 및 서비스 라벨링	●	DMA	일반적 경영접근방식 공개	●	↻	●
		G4-PR3	정보 및 라벨을 위해 필요한 제품/서비스 정보 유형, 그리고 정보 조건을 갖춰야 하는 주요 제품/서비스군의 비율	●	↻	●
		G4-PR5	고객 만족도 조사결과	●	↻	●
마케팅 커뮤니케이션	●	DMAt	일반적 경영접근방식 공개	●	↻	●
		G4-PR6	금지되거나 논란이 있었던 제품의 판매	●		해당사례 없음 ●
고객개인정보 보호	●	DMA	일반적 경영접근방식 공개	●	↻	●
		G4-PR8	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 인정된 불만사례의 수	●	↻	불만건수 없음 ●

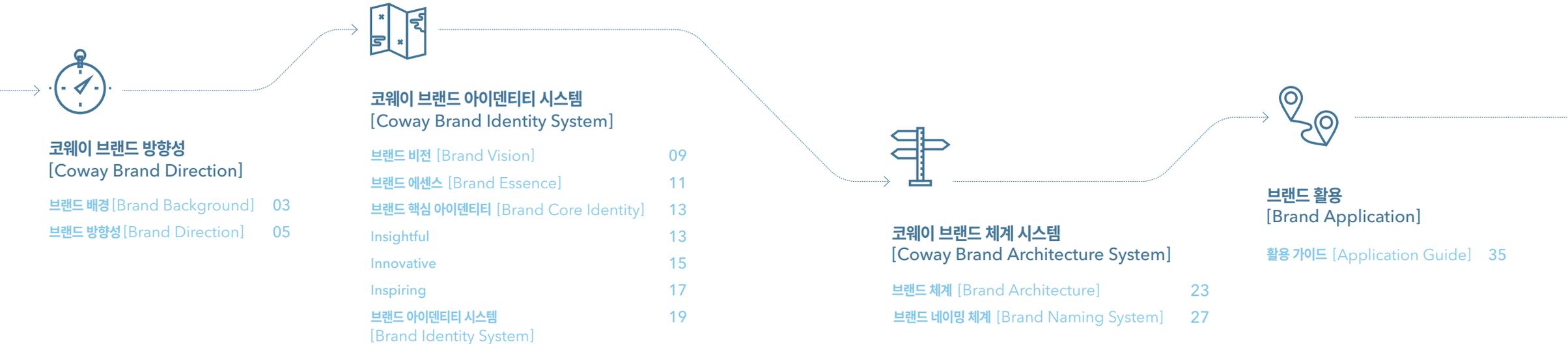
coway

C O W A Y  
B R A N D  
J O U R N E Y  
B O O K

Road to Caring Happiness

# Coway Brand Journey Book

Road to Caring Happiness





코웨이 브랜드 방향성  
**Coway Brand Direction**

이제, 코웨이가  
더 사랑받는 브랜드가 되기 위한  
새로운 여정을 시작합니다



## 새로운 브랜드 여정의 시작 왜, 지금이어야 할까요?

### 기업에 기대하는 소비자들의 기대/가치가 달라졌기 때문입니다

많은 기업들은 단발적인 세일즈와 일회성 마케팅에 몰두하곤 합니다. 하지만 IT기술의 진보와 다양해진 소통의 창구로 인해 더 이상 고객이 일방적 이거나 단편적인 정보만으로 기업을 판단하도록 하지 않습니다.

소비자들도 단순히 좋은 제품에 만족하기보다는 제품/브랜드를 통해 감성적 가치, 경험적 가치 등의 총체적인 기대감을 원하게 되었습니다.

세계적인 기업 구글은 더 이상 단순한 검색엔진이 아닌 창의적인 문화를 창조하고 세계를 연결하는 기업으로 성장했고 자동차 회사 볼보는 튼튼한 차를 만드는 회사를 넘어 고객의 생명을 소중히 하는 브랜드 가치를 고객에게 전하고 있습니다.

또, 알파벳 카드를 시작으로 카드 업계에 새로운 패러다임을 선사한 현대카드는 금융 서비스뿐만 아니라 새로운 문화를 창조해내는 문화 선진 기업으로 자리매김했고 우리가 너무나 잘 아는 나이키는 단순한 스포츠 용품의 판매를 넘어 나이키를 세상의 모든 선수들에게 영감을 주는 꼭 필요한 브랜드로 자리매김했습니다.



코웨이 또한 환경가전 서비스 기업을 넘어 고객의 삶을 케어하는 기업으로, 고객의 삶 속에서 코웨이를 꼭 필요로 하고 더 사랑받을 수 있도록 하는 우리만의 약속이 필요한 시점입니다.

## 하나의 지향점을 향해 같은 길을 걸어갑니다

### 우리는 더 높은 곳을 향한 새로운 출발을 시작했기 때문입니다

코웨이라는 이름의 가치를 더 높이기 위해 우리는 새로운 출발점에 섰습니다. 코웨이, 케어스, 룰루, 클리베로 각자의 소리를 내던 각각의 브랜드가 아닌 코웨이라는 하나의 이름으로 단일화된 메시지와 이미지를 고객에게 전하고자 합니다. 그렇게 하기 위해선 내부 임직원이 먼저 코웨이의 새로운 목표에 대해 이해하고 일관된 모습으로 임해야 합니다.

우리가 먼저 하나의 지향점을 향해 갈 때 고객은 자연스럽게 우리의 이야기를 듣고 우리를 바라보게 될 것입니다.

본 매뉴얼북을 통해 우리는 이제 같은 곳을 바라보고 같은 길을 걸어가고자 합니다. 이 Coway Brand Journey Book은 우리 모두가 함께 공유하고 공감하고 내재화할 수 있도록 도움을 주는 함께 하는 여정을 담고 있습니다.



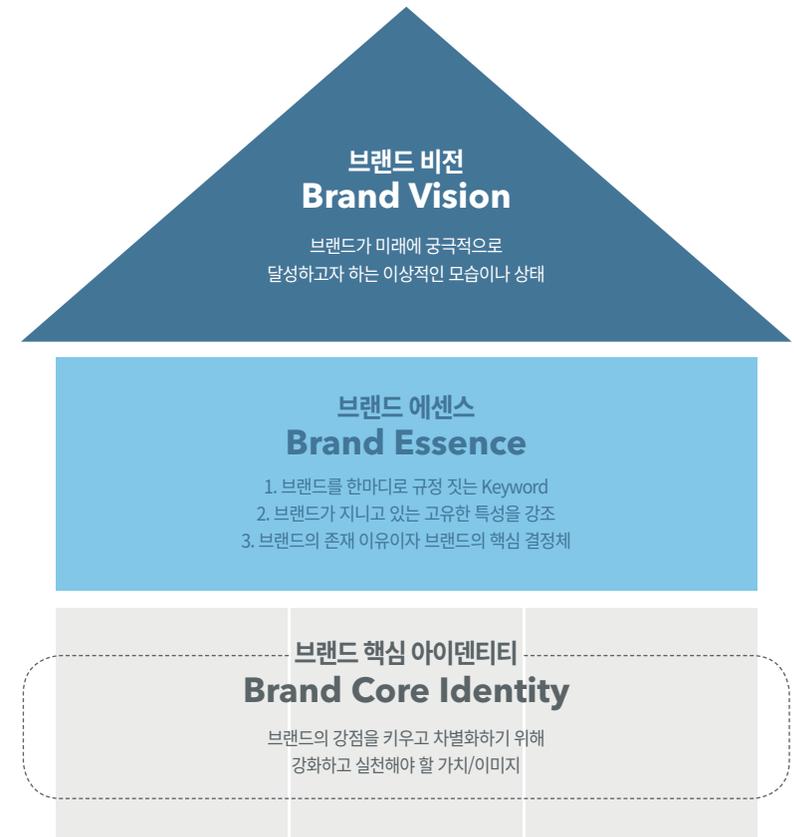
## 새로운 브랜드 여정은 어떤 길을 따라가야 할까요?

**브랜드 아이덴티티 시스템[Brand Identity System]은  
코웨이가 지향하고자 하는 브랜드의 방향성을  
총체적으로 담고 있는 브랜드 여정의 지도입니다**

브랜드 아이덴티티 시스템[Brand Identity System]은  
브랜드가 궁극적으로 달성하고자 하는 미래의 모습과 방향을  
잘 정리한 지도라 할 수 있습니다.

브랜드 스스로 자신의 강점을 차별화할 수 있는  
핵심 아이덴티티[Core Identity]들을 하나하나 실천하고 따라갈 때  
브랜드는 비로소 생명력을 얻게 되고 고객에게 긍정적인 하나의 이미지,  
브랜드 에센스[Brand Essence]로 떠올려지게 됩니다.

이러한 브랜드의 존재 이유이자 우리만의 고유한 특성이 잘 정착될 때  
결국 우리가 달성하고자 하는 이상적인 최종 목적지인  
브랜드 비전[Brand Vision]에 맞닿을 수 있게 될 것입니다.





코웨이 브랜드 아이덴티티 시스템  
**Coway Brand Identity System**

더 사랑받는 브랜드가 되기 위해서  
코웨이는 무엇을 추구해야 할까요?



브랜드 비전 [Brand Vision]

# The Life Care Company

코웨이는 깨끗한 환경과 건강한 생활습관을 만드는 라이프 케어를 통해 삶의 질을 높이고 고객 행복을 추구합니다

어디서든 코웨이의 건강한 물과 공기를 만날 수 있도록 하는 일.  
깨끗한 물과 공기, 환경을 모든 사람이 제대로 누리고  
그 속에서 더 건강하고 활기찬 생활을 누릴 수 있도록  
삶의 질과 행복을 케어해주는 라이프 케어는  
코웨이가 사람들의 삶 속에서 언제나 함께 하겠다는 약속입니다.



브랜드 에센스 [Brand Essence]

# Caring Happiness

**누구에게나 기본이 되는 환경과 건강, 삶의 질을 케어함으로써  
고객에게 신뢰감[Reliability]과 행복감[Happiness]을 경험하도록 합니다**

사람은 행복할 때 자신도 모르게 입꼬리를 올리며 미소 짓게 됩니다.

크게 박장대소하지 않아도 깔깔대며 벽을 치지 않아도 정말 행복한

사람들의 입가엔 잔잔한 미소가 떠나지 않습니다.

우리는 고객의 삶 속에서 행복을 만드는 행복 케어 전문가가 되어야 합니다.

단지 마시고 숨 쉬는 기본적인 개념을 넘어 모든 사람이 우리로 인해

진정한 미소를 지을 수 있도록 깨끗한 환경과 건강한 삶의 질을 보장합니다.

또한, 행복을 경험할 수 있도록 삶을 케어하는 것이 우리가 전달해야 하는 브랜드의 핵심입니다.



브랜드 핵심 아이덴티티 [Brand Core Identity]

# Insightful

**끊임없이 사람들의 고민을 이해하고  
깊이 있게 공감합니다**

우리는 사람들이 느끼는 불편함과 고객의 걱정을 먼저 헤아리고,  
그들이 무엇을 원하는지 이해하고 공감합니다.

정수기, 공기청정기, 비데 등의 제품을 편리하고 쉽게  
사용할 수 있도록 디자인하고 개발하는 것은 물론,  
매트리스의 위생을 고려하는 고객을 위해  
탐퍼교체 매트리스를 개발하는 것은 모두 고객의 고민을  
이해하고 공감하는데서 출발합니다.

사람을 이해한 제품과 서비스, 솔루션은 가장 먼저  
시장에서 경쟁력을 얻게 되고 시장 내 선두주자로서  
그 가치를 인정받게 될 것입니다.





브랜드 핵심 아이덴티티 [Brand Core Identity]

# Innovative

건강한 환경, 생명에 대한 책임감과 진정성을 가지고  
항상 새로운 솔루션을 위해 도전하고 혁신합니다

18cm의 기적이라 불리는 한뼘 정수기의 신화,  
공기를 보여주고, 알려주고, 바꿔주는 loCare 공기청정기,  
우리는 모두 그 혁신의 과정을 기억하고 있습니다.  
그것은 고객의 니즈를 진정성 있는 마음으로 이해하고  
그에 맞게 기술과 서비스를 혁신한 결과입니다.  
불가능보다는 가능을 보고 어렵다는 생각보다 기회를 찾는  
우리의 자세가 진정성 있는 혁신을 이루게 합니다.





## 브랜드 핵심 아이덴티티 [Brand Core Identity]

# Inspiring

### 고객 개개인 모두가 최적화된 삶을 누릴 수 있도록 삶에 가치를 더합니다

모든 사람들에게 동일한 혜택과 일방적인 서비스를 제공하는 시대를 지나  
이제 고객은 개개인에게 최적화된 자신만의 삶을 영위하고 싶어 합니다.

정수기, 공기청정기, 비데가 서로 연결되어 고객을 중심으로 개인의 삶 전체를 케어할 때  
고객은 비로소 안심을 느끼고, 행복한 삶을 살아갈 수 있게 될 것입니다.

삶의 질을 높이는 가치를 더하여 고객의 미래에 한 발 앞서가는 것,  
그것이 우리의 미래입니다.





## 코웨이의 새로운 브랜드 여정, 함께 떠나보는 것은 어떨까요?

### 기업이 새로운 목표와 가치를 만들어 나아가는 일 코웨이 식구 모두가 함께 할 때만 가능합니다.

우리는 사람들의 삶의 질을 높이는 케어를 통해 고객 행복을 제공하는  
The Life Care Company 라는 비전을 가지고 있습니다.  
이를 달성하기 위해서는 무엇보다 새로운 브랜드 여정의 목표와 가치를  
코웨이 식구 모두가 함께 공감하고 동참하는 것이 중요합니다.

모든 식구 여러분들이 우리의 새로운 브랜드 방향성을 이해하고, 이를 지속적으로 구현해 나갈 때,  
비로소 소비자는 우리가 전달하고자 하는 차별화된 가치와 편익을 느낄 수 있을 것입니다.  
그리고 이를 달성했을 때, 코웨이는 '더 사랑받는 브랜드'로 다시 태어날 수 있을 것입니다.





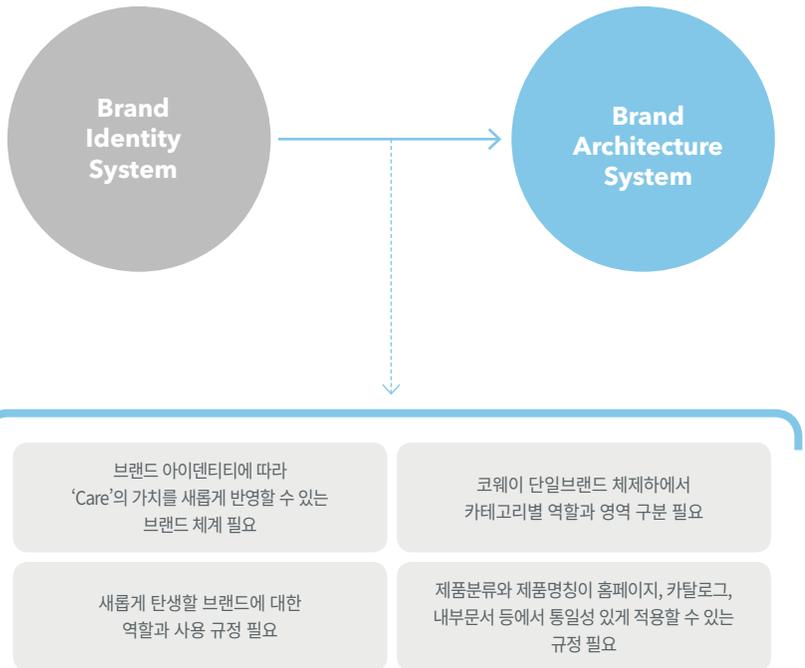
코웨이 브랜드 체계 시스템

**Coway Brand Architecture System**

코웨이 브랜드를  
더 잘 관리하기 위해서  
무엇이 필요할까요?

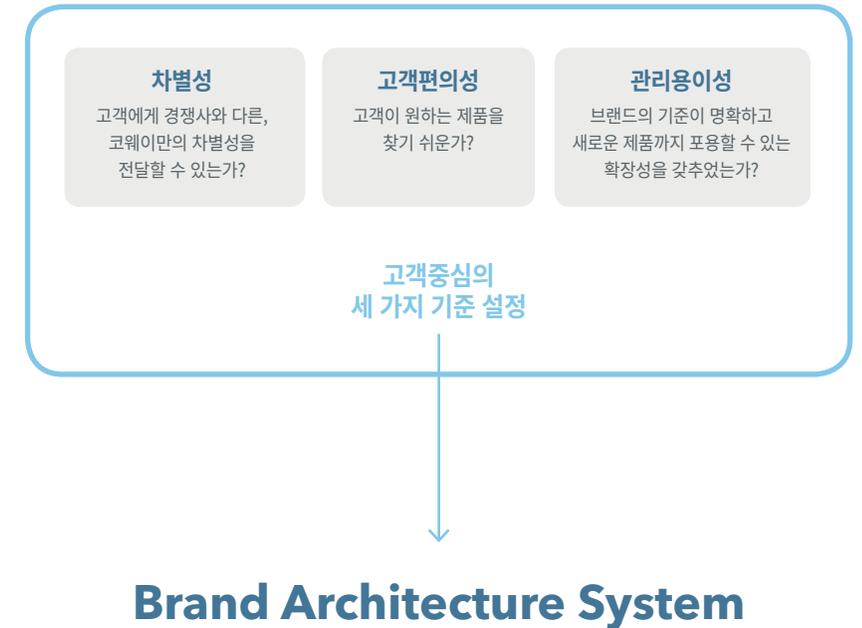
## 브랜드 체계 [Brand Architecture System]를 새롭게 정립해야 하는 이유

현재 우리가 가지고 있는 브랜드들 간의 관계와 역할을 명확히 하고 구조를 체계화함으로써, 우리가 추구하고자 하는 코웨이 브랜드의 방향성과 가치를 고객들도 쉽고 명료하게 이해하도록 하기 위함입니다.



## 브랜드 체계 [Brand Architecture System] 정립 방향성

고객이 코웨이의 다양한 제품이나 서비스 속에서 원하는 정보를 더 쉽고 빠르게 알 수 있도록 하고, 코웨이만의 경쟁력을 더 강화할 수 있도록 하여 고객과 코웨이 간의 소통이 잘 되도록 합니다.





코웨이 브랜드 방향성



코웨이 브랜드 아이덴티티 시스템



코웨이 브랜드 체계 시스템



브랜드 활용

## 코웨이 브랜드 체계 [Brand Architecture System]

기업 브랜드이자 대표 브랜드인 Coway를 중심으로 4개의 '케어[Care]' 카테고리 아래에는 코웨이의 제품군들을 조직화하여, 고객들이 보다 전문적이고 체계적인 제품과 케어 서비스를 경험할 수 있도록 합니다. 이를 통해 고객은 코웨이 브랜드를 'The Life Care Company'의 모습으로 인지하고 더 큰 기대감을 갖게 될 것입니다.

기업 브랜드 / 대표 브랜드

COWAY

카테고리

Water Care	Air Care	Body Care	Home Care
깨끗하고 건강한 물을 통해 삶의 질을 높이는 제품 & 케어 서비스	깨끗하고 건강한 공기를 통해 삶의 질을 높이는 제품 & 케어 서비스	건강한 수면과 위생 관리를 통해 삶의 질을 높이는 제품 & 케어 서비스	건강하고 위생적인 식생활과 주거생활을 통해 삶의 질을 높이는 제품 & 케어 서비스

제품군

정수기 연수기/클린워셔	공기청정기 에어컨 클리닝 케어	비데 매트리스 매트리스 케어 건강기구	주서기 전기렌지 음식물 처리기 청소기
-----------------	---------------------	-------------------------------	-------------------------------

서비스

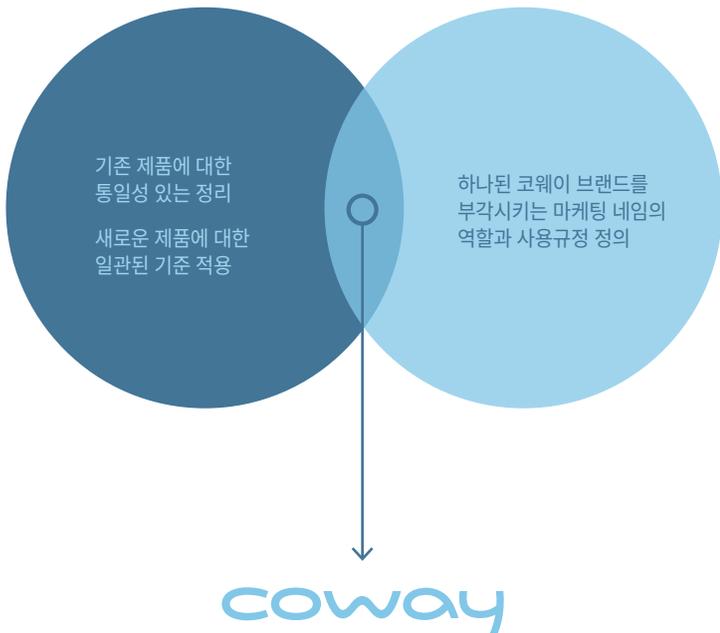
하트 서비스 & 멤버십 서비스
Premium 서비스

- \* 4가지 카테고리는 홈페이지, 카달로그 등 모든 매체에서 동일하게 적용해야 합니다.
- \* 자세한 사항은 브랜드전략팀에 문의해 주시기 바랍니다.



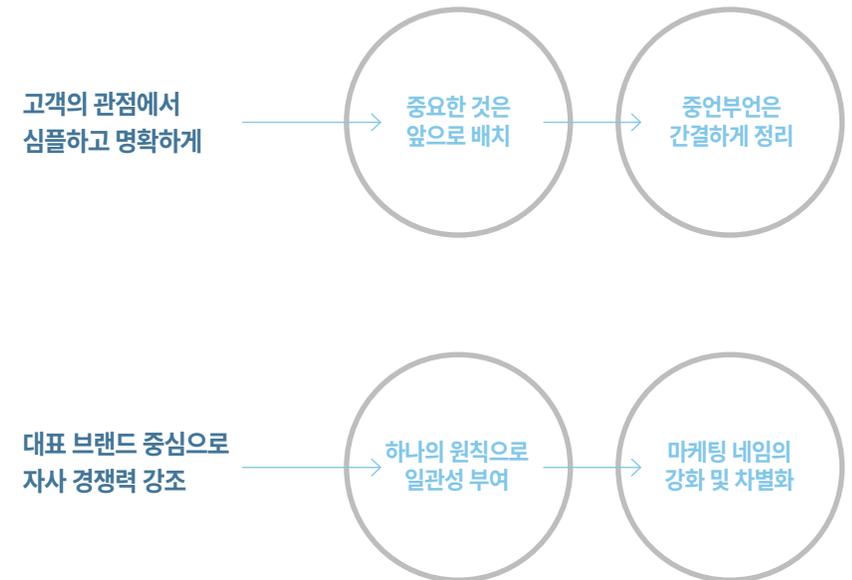
## 브랜드 네이밍 체계[Brand Naming System]가 필요한 이유

코웨이 대표 브랜드를 중심으로  
 렌탈/판매하고 있는 다양한 제품들의 네이밍 기준과 원칙을 마련함으로써,  
 보다 체계적인 원칙과 통일성을 가지고 소비자들과의 소통을 원활하게 하기 위함입니다.  
 소비자들이 코웨이 브랜드에 대해 일관된 인식을 형성할 때,  
 코웨이의 브랜드 가치가 혼동되거나 분산되지 않고 증대되게 됩니다.



## 브랜드 네이밍 체계[Brand Naming System] 정립 방향성

고객의 관점에서, 그리고 코웨이 브랜드 가치를 높이기 위한 관점에서  
 브랜드 네이밍 체계 [Brand Naming System]를 정하고자 합니다.





## 브랜드 네이밍 체계[Brand Naming System] 기본 원칙

### 제품명칭의 구성요소 및 순서

대표 브랜드	+	마케팅 네임	+	제품명	+	제품특징 수식어
모든 제품과 서비스에 적용되는 대표 브랜드 '코웨이'를 적용합니다.		코웨이만의 차별성을 지닌 제품의 외관, 기술, 성분, 소재, 서비스 등을 마케팅 목적으로 전달하는 네이밍입니다.		제품 카테고리를 규정하는 명칭입니다.		제품의 차별적 특징은 아니지만 제품의 사양(크기, 기본적 기능, 설치방식 등)을 보편적인 언어로 전달하는 명칭입니다.
정의						
코웨이		한뼘		정수기		바리스타
						예시

\* 마케팅 네임은 마케팅을 촉진하기 위한 만든 브랜드이기에, 내외부 마케팅 환경에 따라 생성, 확장, 퇴출될 수 있습니다. 이는 브랜드전략팀에서 기획하고 관리하며, 마케팅 네임의 생성, 확장, 퇴출은 브랜드 운영위원회에서 결정합니다.

### ① 네 가지 명칭요소를 순서대로 적용합니다.

각 제품별로 사용할 수 있는 마케팅 네임, 제품명, 제품특징 수식어의 기준과 원칙이 있습니다. 그 중에서 선별하여 사용합니다.

### ② 각 명칭요소 자리에는 1개 명칭만 올 수 있습니다.

여러 개의 마케팅 네임을 적용할 수 있는 제품이라면, 중요도를 기준으로 1개만 선택하여 적용합니다.

여러 개의 수식어를 붙일 수 있는 제품이라면, 중요도를 기준으로 1개만 선택하여 적용합니다.

### ③ 마케팅 네임과 제품특징 수식어는 제품에 따라 생략될 수 있습니다.

\* 자세한 내용은 브랜드전략팀에 협의해 주시기 바랍니다.



## 네이밍 체계의 적용

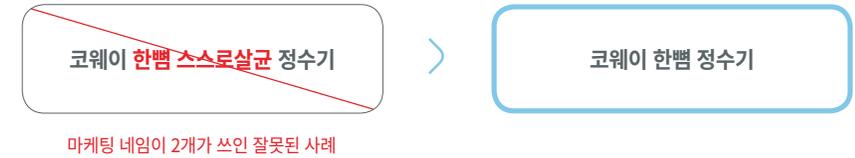


## 네이밍 체계 적용 시 주의사항

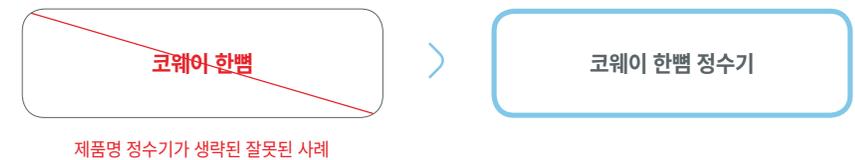
### 1. 순서가 바뀌지 않도록 주의하세요.



### 2. 한 자리에는 하나의 명칭만 적용합니다.



### 3. 마스터 브랜드와 제품명은 생략할 수 없는 최소단위입니다.





활용 가이드  
**Application Guide**

코웨이 브랜드 가치를 잘 전달하기 위해  
우리는 어떻게 생각하고 행동해야 할까요?



코웨이 브랜드 방향성



코웨이 브랜드 아이덴티티 시스템



코웨이 브랜드 체계 시스템



브랜드 활용

상품전략,  
연구/개발,  
디자인

상상하던 것을 현실로 만드는 제품

코웨이는 늘 기존에 없던 것을 만들어 세상을 바꾼 것처럼 새로운 접근, 새로운 시각으로 차별화된 제품을 만듭니다.  
고객의 입장에서 늘 생각하며, 고객에게 새롭고 남다른 가치를 경험하게 하고 고객이 구매하고 싶은 제품을 만듭니다.



고객을 위한 맞춤형 케어 서비스를 제공하는 IoCare 상품시리즈 출시

마케팅/홍보

고객의 마음과 눈길을 사로잡는 Creative 한 메시지

열린 사고를 통해 고객 스스로 새로운 가치를 제공받을 수 있도록 합니다.  
코웨이라는 브랜드를 쉽게 연상하고, 연상 효과가 지속될 수 있도록 일관성 있는 메시지를 전달합니다. 고객이 우리의 메시지를 이해하고 공감할 수 있도록 컨셉과 테마를 가지고 끊임없이 노력합니다.



고객 인사이트에 기반한 다양한 스토리텔링을 통해 브랜드를 경험하고 그 가치를 느낄 수 있도록 한 캠페인

영업/서비스

고객 한 분 한 분에 맞춘 최상의 경험을 드리기 위한 노력

고객의 제품 구매부터 관리/케어 서비스까지 어떠한 과정에서도 고객이 만족할 수 있도록 고객의 목소리에 귀를 기울이도록 합니다.  
코웨이이라는 브랜드를 대표하여 고객과 실질적으로 접하는 만큼, 고객이 코웨이가 지향하는 브랜드의 개성을 느낄 수 있도록 늘 따뜻한 진심으로 대합니다.



고객만족과 가치창출을 위한 서비스 전문가의 케어서비스 제공

해외

글로벌 모든 사람들의 삶의 질을 높이는 코웨이

코웨이는 국내뿐만 아니라 해외 여러 나라에서도 위상을 드높이고 있습니다.  
해외에서도 코웨이 브랜드의 위상을 확고히 할 수 있도록 브랜드 경쟁력을 키워나가야 합니다. 일관된 정책 하에 각 나라에 맞는 현지화 정책을 적절하게 조화하여 모든 노력을 기울입니다.



# Brand FAQ

브랜드 전략은 왜 필요한가요?

Q1.

브랜드는 소비자를 움직이는 힘입니다.

브랜드 이미지는 그에 대한 소비자의 다양한 인식과 경험에 의해 형성되며, 이러한 경험은 기업이 하는 대부분의 일들과 연관되어 있기 때문에 우리는 브랜드 전략에 의해 고객 경험을 관리해야 합니다.

코웨이라는 브랜드를 소비자에게 제공해 줄 수 있는 경험가치를 높이기 위하여 브랜드의 약속/지향점을 공유할 수 있도록 전사적인 브랜드 전략 수립이 꼭 필요합니다.



IY PHOTOS / Shutterstock.com



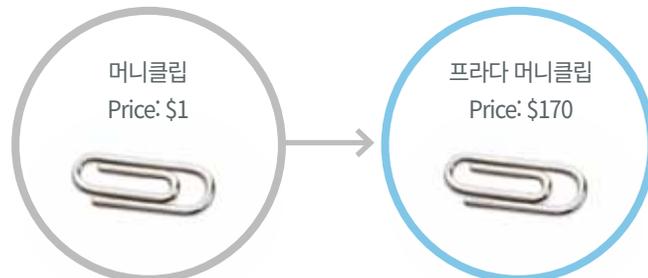
Anton\_Ivanov / Shutterstock.com

브랜드 가치가 높아지면 무엇이 좋아질까요?

Q2.

똑같은 상품/서비스라도 브랜드를 붙이면 소비자가 부여하는 특별한 의미가 결합되고 이를 통해 부가가치가 형성됩니다.

이렇게 브랜드 가치가 형성되고 높아지면 무형자산으로서의 가치를 인정받아 차별적인 경쟁력은 물론, 프리미엄 가격이 책정되고, 브랜드에 대한 충성도도 강화됩니다.

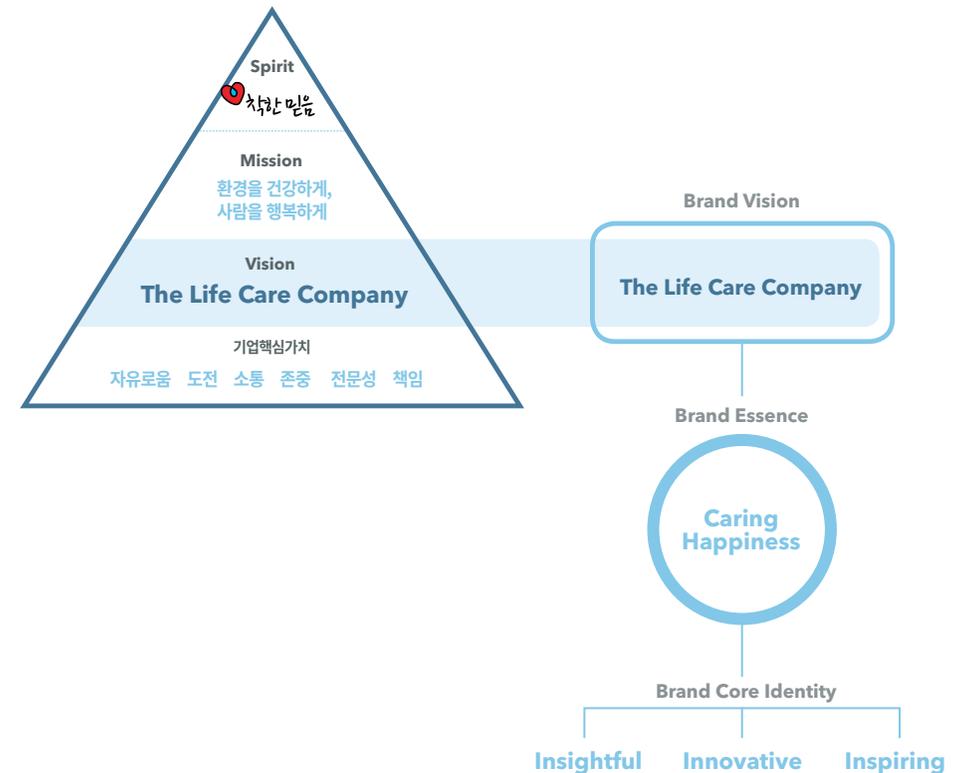


기업가치체계와 브랜드 아이덴티티 시스템은 어떻게 다른가요?

Q3.

기업가치체계는 코웨이라는 기업 및 비즈니스 활동의 가장 기본이 되고 중심이 되는 핵심 가치체계입니다.

이러한 기업 방향성 하에 브랜드 아이덴티티 시스템을 정립했으며, 특히 소비자들에게 브랜드를 표현하는 방향성을 담은 것입니다.





coway

서울시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩  
JOONGANG ILBO BLDG., 88, SEOSOMUN-RO, JUNG-GU, SEOUL, KOREA 100-759



# COWAY & IoT

사람과 기기가 연결되고 상상과 현실이 만나는  
코웨이 IoT 라이프케어 솔루션  
이제 코웨이가 세상의 미래가 됩니다

coway

생활을 더욱 스마트하고 건강하게 하는  
라이프케어 서비스

## 코웨이가 IoT를 만나 가장 먼저 시작합니다

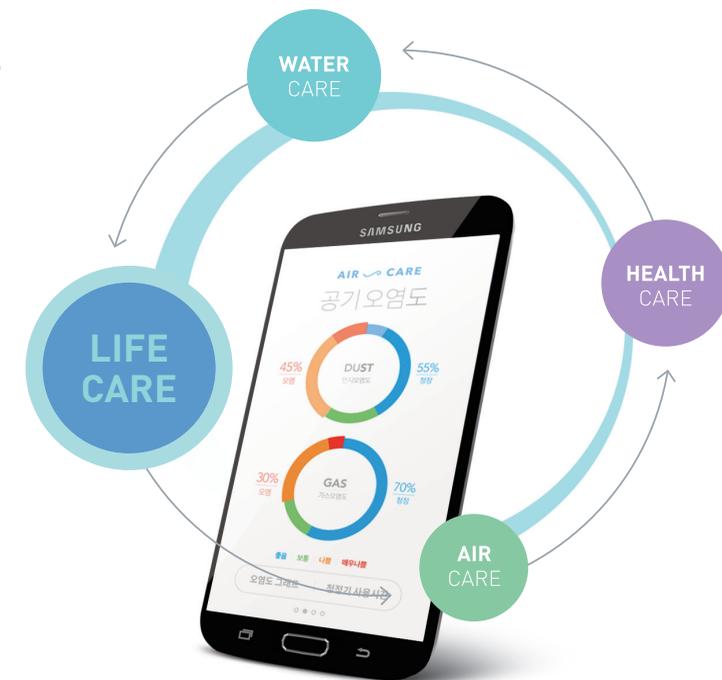
간간한 대한민국 소비자에게  
No.1 케어서비스 브랜드로 자리잡으며 생활의 기준을  
만들어 온 코웨이가 이제 한 단계 더 진화합니다

정수기가 물섭취현황을 분석해 건강관리를 돕는 워터케어 전문가로  
공기청정기가 공기질을 진단하고 분석하는 에어케어 전문가로  
매트리스와 비데가 건강상태를 체크하는 헬스케어 전문가로

지금까지 당신이 알고 있던 세상을 뛰어 넘어  
한 사람, 한 사람에게 최적화되고 지속적인 서비스를 제공하는  
라이프케어 솔루션으로 고객만족을 높ی겠습니다.

사물과 사람을 유기적으로 연결하고, 생활의 전반에서  
변화와 혁신을 촉진하는 코웨이 IoT 라이프케어 서비스 -

이제 세상은 더욱 편리하고 더욱 행복하고 더욱 건강해집니다.



# SMART WATER CARE

## ‘물’과 ‘마신다’는 행동 사이에 건강을 만드는 기술이 담겨 있습니다

개인의 권장 물섭취량은 하루 8잔이지만 대부분의 사람들은 물섭취 부족상태, 이제 정수기를 통해 하루 물섭취량을 체크하고 다음 물마실 시간까지 체크하는 스마트 워터케어 서비스를 선보입니다. 이에 그치지 않고 축적된 물섭취 현황은 개인의 건강관리를 위한 데이터로 활용됩니다.



물섭취 현황 데이터 분석



분석 데이터를 통한 건강상태 진단



물섭취량/살균시간 등 활용 가이드 제공



맞춤형 기능 자동 세팅 서비스



09:25 AM

3시간 후 유로 및 탱크가 스스로살균됩니다.

현재까지 마신 1일 물섭취량 3잔 총 600ml



1000ml 남은 1일 필수 물섭취량 5잔 총 1000ml



다음 물마실 시간은 오후 3시 30분입니다.

# SMART AIR CARE

## 보이지 않는 공기, 이제 당신의 눈앞에 실체가 됩니다

보이지 않는 공기, 당신이 모르는 사이 외부의 공기 유해요소는 집안으로 침투합니다. 코웨이 IoT 공기청정기는 이러한 공기의 상태를 실시간으로 분석하고 모니터링하여 스스로 최적의 공기질을 찾아갑니다. 또한 이렇게 모니터링된 공기질을 축적 및 데이터화하여 개인에게 딱 맞는 맞춤형 스마트 에어케어 서비스를 선보입니다.



IAQ 수집 데이터 분석



IAQ 모니터링  
진단 서비스



청정/환기/습도  
조절 관리 가이드



IAQ 맞춤형 필터  
교체 서비스

04:00 PM

외출을 삼가하세요.  
공기청정기가 작동합니다.  
7일 후 코디가 방문하여  
항사 맞춤형필터로  
교체 예정입니다.

실내 황사 농도

325  
μg/m<sup>3</sup>

중요

실내 미세먼지 농도

25  
μg/m<sup>3</sup>

실외 황사 농도

350  
μg/m<sup>3</sup>

나쁨

147  
μg/m<sup>3</sup>

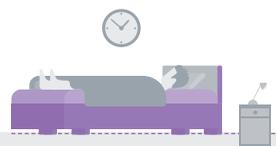
실외 미세먼지 농도



# SMART HEALTH CARE

## 습관까지 분석하는 스마트 세상, 당신의 미래가 됩니다

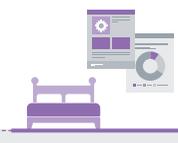
잠자는 동안 나의 수면 습관을 체크하는 매트리스와 사용습관에 따라 나의 건강 상태를 분석하는 비데, 이제 코웨이를 통해 현실이 됩니다. 분석된 신체현황을 알아서 데이터로 전송하는 기능, 건강상태를 점검하고 관리하는 스마트 헬스케어 서비스, 코웨이가 실현합니다.



배변/수면 습관 데이터 분석



배변/수면 습관을 통한 건강상태 진단



매트리스/좌욕/클리닉 기능 활용 가이드



맞춤형 기능 자동 세팅 서비스

10:30 PM

수면의 질이 낮으니  
정기적인 운동을 통해  
건강관리에 신경쓰세요.

뒤척임지수

나쁨

30점

호흡지수

정상

30점

수면환경소음지수

나쁨

82점



# COWAY & IoT PROCESS



## 단순한 기술을 넘어 사람을 위한 서비스로 한 차원 올라섭니다

단순히 주변의 상황을 분석하고 진단하는 수준에 머물러 있었던 지금까지의 IoT, 코웨이는 한 차원 높은 라이프케어 서비스를 선보입니다.

업계 최고 수준의 서비스 전문인력인 '코디'와의 연계를 통해 각 가정에서 수집 및 분석한 데이터를 진단하는 것은 물론 개인에게 적합한 행동가이드를 제시하고 필터 교체, 제품 추천 등 맞춤형 솔루션을 제시합니다.



### 스마트 에어케어러를 통한 서비스 예시

#### 1 분석

실제 집안 환경 분석, 사용자의 가구 속성, House Hold Map 분석, 빅데이터 구축을 통한 객관적 현상 분석

#### 2 진단/처방

분석된 결과에 따라 개인 맞춤형 실시간 진단 및 처방

#### 4 솔루션

제품 자체의 실시간 솔루션 제공은 물론 필터 교체, 생활가이드 제시 등 코디를 통한 솔루션 제공

#### 컨설팅 3

진단 및 처방 결과와 함께 즉각적인 행동가이드 컨설팅



# Why COWAY?

## No.1



시장점유율 1위<sup>①</sup> (정수기, 공기청정기, 롤루비데, 연수기)

브랜드 인지도 1위<sup>②</sup> (코웨이 71.3%, 롤루비데 66%)

업계 최고 수준의 R&D역량  
우수한 재무실적과 현금창출력

대한민국 환경가전분야 환경가전서비스  
최초 기업상기도, 브랜드선호도 1위<sup>③</sup>

17년 연속 브랜드파워 정수기 부문 1위 **1**

① 2013년 한국웰빙가전 보유현황 및 1년 내 시장 조사(갤럽) 기준  
②, ③ 2014년 코웨이 BP조사(입소스) 기준

## 5,700,000 ACCOUNTS

### 350만 고객 & 570만 계정

1989년 설립 이래 업계 최초로 렌탈비즈니스의 개념을 도입하고 시장을 구축해온 코웨이는 현재 350만 고객에 570만 계정이라는 놀라운 기록으로 렌탈비즈니스 시장을 선도하고 있습니다.



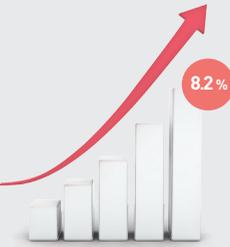
## 18,000 CODY + STAFF

### 18,000여 명

업계 최초로 제품판매와 관리서비스를 제공하는 코디(Coway Lady) 시스템을 도입하여 현재 18,000여 명의 대한민국 최대 관리 및 판매 인력이 고객의 깨끗하고 건강한 생활을 위해 노력하고 있습니다. 이에 그치지 않고 앞으로의 코디는 고객 개개인의 맞춤형 솔루션을 제공하는 IoT서비스의 주축인력으로 활동할 예정입니다.



## 8.2%



### 연평균 성장률 8.2%

코웨이는 설립 이후 지난 16년간 매해 연평균 8.2% 이상의 꾸준한 성장률을 기록하고 있으며, 현재에 안주하지 않고 앞으로의 성장을 위해 노력하고 있습니다.