

Co :

함께하는 마음,
인류의 삶의 질 향상을 위한 웅진코웨이의 마음입니다.

2006 SUSTAINABILITY REPORT



woonjin coway 2006



Contents

Co:WAY

1. CEO 메시지_12
2. 회사 개요_14
3. 지속가능경영 체제_18
4. 윤리경영_20
5. 창조경영_22
6. 기업재구조조_24
7. 우진그룹 계열사_29
8. 이해관계자 커뮤니케이션_30
9. 2006년 지속가능경영 하이라이트_32

Co:BUSINESS

1. 경영성과 및 배분_36
2. 2007년 경영 계획_38
3. 경영 혁신_41

Co:SOCIETY

1. 고객 커뮤니케이션_48
2. 고객책임활동_49
3. 내부 이해관계자_53
4. 기업문화_62
5. 비즈니스 파트너_64
6. 사회공헌_65

Co:ENVIRONMENT

1. 환경 리더십_72
2. 환경 성과_78

APPENDIX

1. 주요 재무 및 영업 관련 지표_82
2. 에너지 사용량 및 폐기물 발생량 현황_83
3. 우진코웨이 윤리규범_84
4. 우진코웨이 윤리실천지침_86
5. 연혁_88
6. 2006년 월별 주요 이슈_90
7. 수상 및 인증_92
8. 검증의견서_94
9. G3 GRI Index_96
10. GRI Application Level_99



【 보고서 개요 】

보고서 발간 목적

우진코웨이의 2006 지속가능성보고서는 회사의 다양한 경영활동을 경제, 사회, 환경 측면에서 정리하여 평가하고 있습니다. 우진코웨이는 보고서 발간을 통하여 회사의 지속가능경영 활동을 이해관계자에게 투명하게 공개함은 물론 다양한 이해관계자의 의견을 수렴함으로써 보다 높은 수준의 지속가능경영을 펼쳐 나가고자 합니다.

보고 기간 및 범위

보고 기간은 2006년 1월 1일부터 12월 31일까지입니다. 그러나 비교를 위해 과거의 추세를 나타내는 것이 필요할 경우 2004년과 2005년의 데이터를 사용하였고, 의미있는 사항에 대해서는 2007년의 활동도 포함하였습니다.

본 보고서는 우진코웨이 서울사무소, 환경기술연구소, 품질경영연구소 및 유구공장의 성과를 기술하고 있으며, 향후 중장기적으로 해외법인과 자회사(우진에너지)까지 그 보고 범위를 확대하려고 합니다.

보고서 발간 과정

우진코웨이는 지속가능성보고서 발간을 위해 5개 본부(전략기획본부, 경영지원본부, 영업본부, CS본부, 해외사업본부)과 2개 부문(환경기술연구소 연구부문 및 개발부문), 그리고 1개 공장(유구공장)의 대표로 구성된 '지속가능성보고서 발간 TFI'를 조직했습니다. '지속가능성보고서 발간 TFI'는 먼저 2005년 지속가능성보고서 분석을 통해 개선점을 발굴 하고, 이를 기반으로 보고서의 개요와 개별 프로세스, 각 부서에서 수행해야 할 역할과 책임을 확정하였습니다. 이후 과정은 TFI에서 합의된 큰 틀에 따라 각 팀의 협조 하에 진행되었습니다.

최근 보고 연도 및 작성 지침

이번에 발간되는 보고서는 지속가능경영 성과에 대해 우진코웨이가 발행하는 두 번째 보고서입니다. 우진코웨이는 지난 해 최초로 지속가능성보고서를 발간하여 이해관계자의 의견을 수렴하였으며 이번 보고서에 제시된 의견을 반영하고자 하였습니다. 본 보고서는 TBL(Triple Bottom Line) 프레임워크를 기본으로 하고 GRI(Global Reporting Initiative)의 G3 가이드라인을 참고하여 작성되었습니다. 정보 공개 범위 정보의 측정과 평가 등 보고서 작성과 관련 이전 보고서와 비교하여 의미 있는 변화는 없었습니다. 우진코웨이는 앞으로도 매년 지속가능경영의 성과를 종합한 지속가능성보고서를 발간 할 계획입니다.

검증

본 보고서는 KFQ(한국품질재단)의 검증을 통해 보고서의 정확성, 완전성, 신뢰성을 제고하였습니다. 검증 결과는 94~95페이지를 참조하시기 바랍니다.

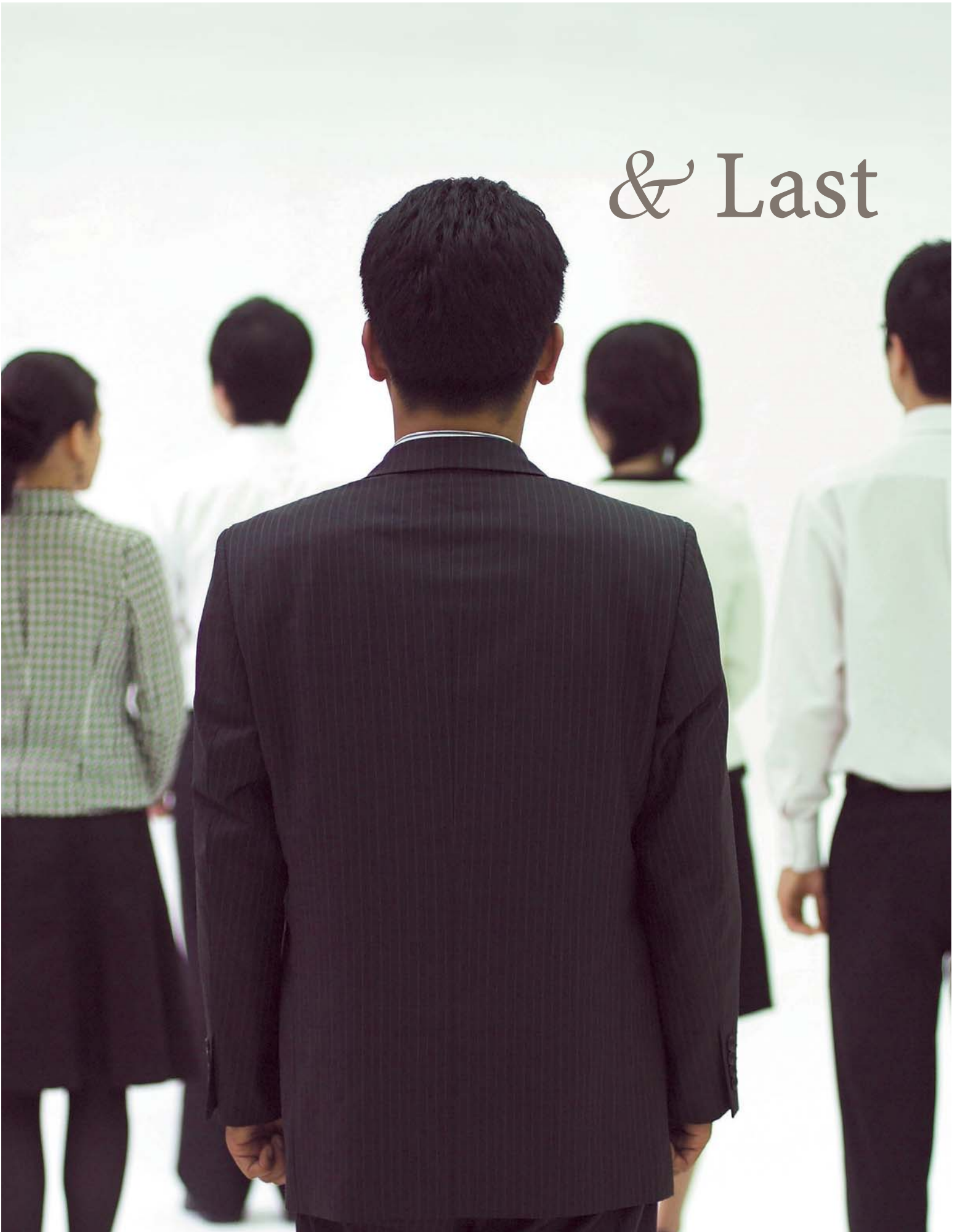
추가정보

추가정보는 우진코웨이에서 발행하는 Financial Report, 사보, 홈페이지(www.coway.co.kr)에서 얻을 수 있습니다.

First

웅진코웨이는 시장점유율, 고객 만족도, 브랜드 인지도 측면에서 업계 1위의 위치를 점하고 있습니다. 또한 업계 최초로 렌탈 마케팅을 도입하는 등 시장의 확대에도 커다란 역할을 담당하여 왔습니다. 우리의 이러한 성공은 모두 고객, 직원, 주주, 협력회사 등 다양한 이해관계자들이 함께하여 이루어 낸 성과입니다. 웅진코웨이는 최고의 위치에 있지만 언제나 오늘의 우리를 만들어 준 이해관계자를 먼저 생각합니다. 그리고 미래세대를 위한 지구환경을 먼저 생각합니다. 이해관계자의 가치와 환경을 먼저 생각하는 기업 웅진코웨이는 항상 든든한 버팀목으로서 그들을 지원합니다.

& Last





Profitability

수익을 극대화하기 위한 활동과 사회적, 환경적 책임을 위한 활동은 과연 공존할 수 있을까? 흔히 사회공헌과 환경보존을 위한 활동은 비용으로 인식되어 기업의 수익성에 부정적인 영향을 미친다고 말합니다. 그러나 웅진코웨이의 생각은 다릅니다. 기업이 단순히 수익을 창출하기 위해서만 존재하던 시대는 이미 지났습니다. 기업의 책임, 즉 다음 세대를 위한 환경에 대한 책임, 이웃을 위한 사회적 책임을 다할 때만 기업이 기업답다는 것, 이것이 우리의 생각입니다. 웅진코웨이에 있어 경제적 수익성과 환경적 건전성, 사회적 책임성은 함께 추구해야 할 가치입니다.



& Responsibility

A full-body portrait of a man with short dark hair, smiling broadly. He is wearing a white long-sleeved dress shirt, a pink and white striped tie, and dark trousers with a black belt. His arms are crossed over his chest. The background is a plain, light-colored wall.

Domestic



& Global

웅진코웨이는 제품, 서비스, 경영에 이르는 전 영역에서 명실상부한 국내 최고의 위치에 올랐습니다. 그렇지만 우리는 국내 최고라는 위치에 만족하지 않습니다. 이제 우리는 세계를 무대 삼아 준비하려고 합니다. 국내를 넘어 세계인의 생활 문화를 리드하는 글로벌 생활환경기업이 되었습니다. 이제 웅진코웨이는 세계와 함께합니다.



Now

A woman with dark hair pulled back, wearing a light-colored sweater with a decorative black and white border around the neckline and pockets, and black tassel earrings. She is smiling and holding a large potted plant with many pink and white flowers. The background is a plain, light green wall.

& Future

불과 몇 년 전만 해도 매출액 1조원, 당기순이익 1천억원의 웅진코웨이를 상상하기란 쉽지 않았을 것입니다. 도달하기엔 너무나 높은 산처럼 보였을 것입니다. 그러나 지금 우리는 정상에 도달하였습니다. 꿈이 그저 꿈으로 끝나지 않았습니다. 이제 또 다른 정상을 향하여 출발합니다. 오늘을 만들어 낸 그 발걸음을 더 힘차게 내디딜 것입니다. 오늘 웅진코웨이는 새로운 사업과 해외 진출을 통하여 만들어 낼 미래와 함께 살고 있습니다.



WAY...

웅진코웨이가 걸어온 길을 뒤돌아 봅니다.
많은 어려움이 있었지만 그것을 넘어선 성취가 있었기에
오늘의 우리가 존재합니다. 웅진코웨이가 걸어온 길에는
늘 누군가가 함께 하였습니다. 고객이 함께 걸었고,
비즈니스 파트너, 주주와 투자자들, 그리고 임직원 등
수 많은 이해관계자들이 함께 하였습니다.
우리는 오늘의 성취에 지만하지 않습니다.
우리는 자신만을 생각하지 않습니다.
모두 함께 걸었고 함께 이루었기 때문입니다.
함께 걸어온 길, 그리고 앞으로도 함께 걸어갈 길,
그 길을 오늘, 우리의 이해관계자들과 함께 걷습니다.

CONTENTS

- CEO 메세지 12
- 회사 개요 14
- 지속가능경영 체제 18
- 윤리경영 20
- 창조경영 22
- 기업지배구조 24
- 웅진그룹 계열사 29
- 이해관계자 커뮤니케이션 30
- 2006년 지속가능경영
하이라이트 32



숨을 고르고, 저 멀리 미래를, 세계를 조망하는 마음으로...

웅진코웨이 CEO 홍준기

웅진코웨이를 아껴주시는 전 세계 고객 및 주주 그리고 이해관계자 여러분, 안녕하십니까?

'2006 지속가능성보고서'를 통해 인사 드리게 됨을 매우 기쁘게 생각합니다.

이제 지속가능경영은 '선진기업'을 가늠하는 '글로벌 스탠다드'를 넘어, 기업 경영의 근간으로 자리잡고 있습니다. 지속가능경영은 모든 경영과정에서 사회적 규범과 기준을 준수하고, 윤리경영, 환경경영의 도덕적인 가치를 경쟁력으로 승화시켜 기업의 미래가치를 지속적으로 높일 수 있는 전략이며, 사회적 존재인 기업의 본질적인 책무이기 때문입니다. 웅진코웨이는 1989년 창립 이래 '건강하고 즐거운 삶, 최적의 가치를 제공하는 최고의 생활환경기업'이라는 신념으로 고객 여러분과 늘 가까운 곳에 있어 왔습니다. 또한 '웰빙 가전'이라는 새로운 영역을 개척해 고객의 편익을 증대시키는 다양한 제품과 혁신적인 서비스를 개발해 왔습니다. 고객의 욕구를 먼저 예측하고, 최적의 삶의 패턴을 제시해 풍요로운 생활을 누릴 수 있는 토대가 되는 기술의 확보와 서비스 창출은 웅진코웨이의 존재 이유이기도 합니다. 그 결과 웅진코웨이는 정수기, 비데, 공기청정기, 연수기 등 주력제품 모두에서 50%에 가까운 시장점유율을 확보하는 기적을 만들어 가고 있으며, 최근에는 "국내 매출기준 200대 기업 중 1970년대 이후 창업된 기업으로 매출 1조를 넘은 유일한 대기업"이라는 언론 발표도 있었습니다.

그러나 웅진코웨이가 이러한 발전의 정점에 있는 바로 지금이 경영학자 대니 밀러가 말한 '이카루스 파리독스'의 위치쯤이라고 생각합니다. 웅진코웨이가 국내 최고의 생활환경기업을 넘어 초우량 글로벌 웰빙기업이 되기 위해서는 기존의 틀을 완전히 깨는 끊임없는 혁신과 지속가능성에 대한 고민이 필요합니다. 이에 웅진코웨이는 첫째, 'New Green 경영'이라는 환경경영 아젠다를 설정하고, 제품의 생산, 유통, 폐기, 재생산에 이르는 모든 경영 프로세스를 지구환경 보전에 실질적으로 기여할 수 있도록 순환적 관점에서 접근하고 있습니다. 둘째, 환경변화에 대한 정확한 예측, 최고의 서비스 구축과 프로세스 개선에 대한 적극적인 투자, 친환경 제품의 개발과 유통채널의 확충을 통해 지속 가능한 기업이 되기 위한 부단한 노력을 하고 있으며, 모든 고객들이 활용할 수 있는 제품과 서비스를 통해 풍요로운 사회건설에 기여할 것입니다. 셋째, 웰빙이 전 세계적인 메가 트렌드(Mega-Trend)임을 감안하여 '렌탈 비즈니스', '코디 시스템'과 같은 획기적이고 혁신적인 발상의 토대가 될 R&D 혁신, 디자인 혁신, 해외 비즈니스 혁신으로 국내뿐만 아니라 세계에서 인정받는 글로벌 웰빙기업이 되기 위한 준비를 하고 있습니다. 머지 않아 세계 어디에서든 웅진코웨이 제품을 만나실 수 있음을 확신합니다.

웅진코웨이는 이러한 다짐과 차별화 된 경쟁력을 바탕으로, 더 큰 도약을 할 벅찬 앞날에 고객 여러분의 보다 나은 미래를 이끌어갈 믿음직한 동반자가 되기 위해 최선을 다하겠습니다.

여러분을 대신해 미래를 보는 눈, 미래로 나아가는 손과 발이 되겠습니다. 감사합니다.

2007. 3. 23

대표이사 **홍준기**

Company Profile 회사 개요



코웨이(coway)는 '모두, 함께'라는 뜻을 가진 접두어 'co'와 '길'이라는 뜻인 영문 'way'의 합성어로 '함께 가는 길'을 의미하며, 이는 웅진코웨이가 고객, 주주, 직원 나아가 사회, 세계와 함께 성장·발전 하겠다는 기업 의지를 담고 있습니다.



【 회사개요 】

웅진코웨이는 수질 및 대기 관련 제품인 정수기와 공기청정기, 비데 등을 생산하는 생활 환경기업으로 생활환경제품시장의 대중화, 전문화, 고급화 트렌드를 주도하여 왔습니다. 1989년 5월 2일 설립 이후 18년간 웅진코웨이는 생활환경기전업계 최고의 위치를 고수하고 있습니다.

웅진코웨이는 1993년 1월 환경기술연구소를 설립한 이래, 세계수질협회(WQA)로부터 전 품목 Gold Seal 마크를 획득하였으며 그 밖에도 미국위생협회로부터 NSF품질인증 획득, EC지역 내 수출이 가능한 CE마크, ISO9001 품질시스템 ISO14001 환경시스템 등의 인증을 획득하는 성과를 이루었습니다.

또한 자동순환기능의 3-Way 밸브방식과 멤브레인 자동세척기능의 가정용 냉온정수기를 개발하여 장영실상과 함께 스위스 제네바, 미국 LA, 독일 뉘른베르크의 세계 3대 국제 발명전에서 금상을 수상하는 등 국내외적으로 개발능력을 인정받고 있습니다.

1998년 4월 업계 최초로 정수기 판매에 렌탈 마케팅 개념을 도입, 마케팅 방식의 블루 오션을 창출했다는 평가를 받고 있는 웅진코웨이는 렌탈 마케팅을 다른 제품으로 확대하는 한편, 사업 영역의 확대를 통해 2006년 말 현재 매출액 1조 1,178억원, 당기순이익 749억원의 생활환경전문기업으로 성장하였습니다.

앞으로 웅진코웨이는 국내 최고의 위치에 안주하지 않고 주력 사업인 정수기, 비데, 공기청정기 등의 렌탈사업을 해외로 확대해 나감으로써 새로운 성장 기반을 확보해 나갈 것입니다. 또한 토털리빙사업인 뷔셀의 시장력을 확대하고 소비자의 관심이 커지고 있는 음식물처리기 분야에서의 매출 확대를 이루기 위한 활동을 전개해 나갈 것입니다.

● 일반 현황

회 사 명 : 웅진코웨이주식회사
 본사 주소 : 충청남도 공주시 유구읍 유구리 688
 설 립 일 : 1989년 5월 2일
 업 종 : 제조 및 판매업
 직 원 수 : 1284명

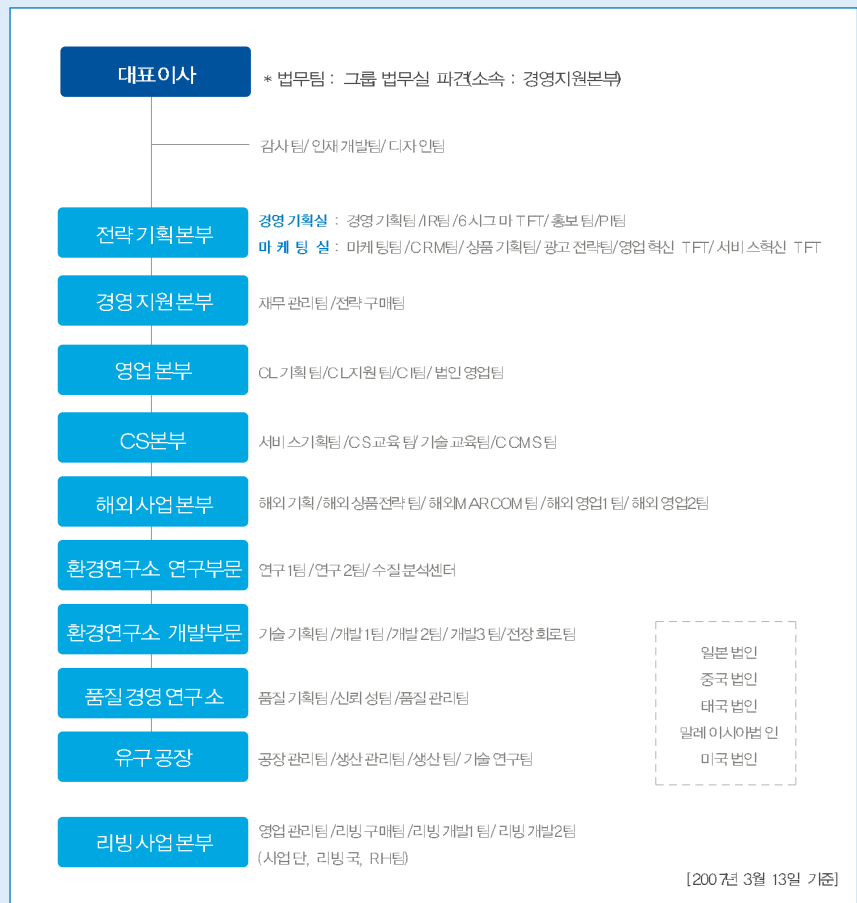
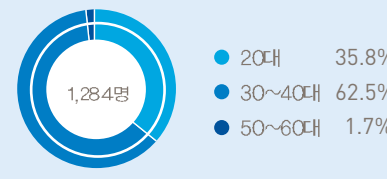
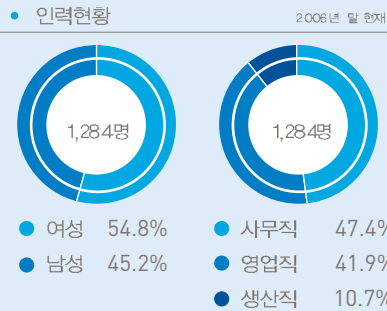
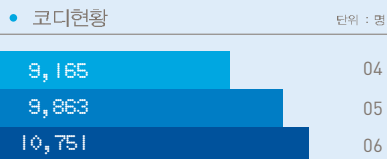
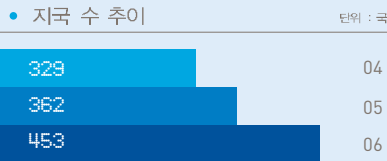
● 재무 현황

단위 : 십억원

매출액	1,117.8
자산총계	885.1
부채총계	446.3
자본총계	438.8
영업이익	112.3
자본금	39.3
당기순이익	74.9

【 조직 및 인력 현황 】

조직 현황 2007년 3월 웅진코웨이는 박용선, 홍준기 공동대표 체제에서 홍준기 단독대표 체제로 전환하면서 조직개편을 단행하였습니다. 이에 따라 웅진코웨이는 5개 본부, 2개 연구소, 1개 공장, 2개 실, 5개 해외법인, 44개팀 체제를 갖추게 되었습니다. 본부는 전략기획본부, 경영지원본부, 영업본부, CS본부 그리고 해외사업본부 5개입니다. 한편 일선 영업조직인 지국 수는 2006년 말 현재 453국으로 2005년의 362국에 비해 25.1% 증가하였습니다.



인력 현황 2006년 말 현재 웅진코웨이의 직원 수는 2005년 말의 1,252명에서 32명 증가한 1,284명입니다. 이 가운데 사무직은 609명, 영업직은 538명, 생산직은 137명입니다. 성별로 보면 남성 직원이 580명, 여성 직원이 704명으로 여성 직원의 비율이 더 높습니다. 한편 비정규직 및 코디를 포함한 회사의 인력은 14,100명이며 이 가운데 코디는 10,751명입니다.

Company Profile 회사 개요



웅진코웨이는 “건강하고 즐거운 삶, 최적의 가치를 제공하는 생활환경기업”이라는 신념으로 4개의 주력 제품군인 정수기, 비데, 공기청정기, 연수기를 중심으로 성장하여 왔습니다. 각 제품군은 브랜드 인지도는 물론 매출 면에서도 국내 최고의 위치에 있습니다. 최근에는 새로운 성장 모멘텀을 확보하기 위해 해외 사업을 강화해 나가고 있습니다. 시장 점유율 1위 기업을 넘어 삶의 질을 윤택하게 하는 기업으로 거듭나기 위해 웅진코웨이는 더욱 힘찬 발걸음을 내딛을 것입니다.

【 제품 및 브랜드 포트폴리오 】



- 코웨이
- 룰루
- 케어스
- 뷔셀

정수기-코웨이 정수기는 회사의 매출 가운데 46%의 비중을 점하고 있는 주력 제품으로 ‘코웨이’ 브랜드는 정수기시장에서 최고의 인지도를 자랑하고 있습니다. 시장을 선도하는 우수한 제품력을 기반으로 렌탈 마케팅이라는 새로운 기법의 판매 방식이 성공을 거둬오면서 오늘의 웅진코웨이가 있게 한 제품입니다. 현재 정수기시장에서 차지하는 웅진코웨이의 시장점유율은 50%로 부동의 1위를 유지하고 있습니다. 웅진코웨이는 그동안 쌓아왔던 브랜드 신뢰성과 친밀감을 통해 백색가전기업과는 차별화된 생활환경기업으로 자리매김 할 수 있도록 코웨이 브랜드와 정수기 제품에 대한 관리를 철저히 해 나갈 계획입니다.

비데 및 연수기-룰루 1998년부터 비데사업을 시작한 웅진코웨이는 비데 수요의 확대와 함께 2002년 룰루(LooLoo)라는 브랜드를 출시함으로써 시장 인지도를 급격히 제고하였습니다. 현재 욕실문화의 대표 브랜드로 자리매김한 룰루는 비데 및 연수기 제품을 중심으로 40%가 넘는 압도적인 시장점유율을 나타내고 있습니다. 웅진코웨이는 향후 룰루를 욕실 전문 브랜드로 육성하기 위하여 신제품 개발에 역량을 집중하고 있습니다. 현재 회사 매출에서 차지하는 비데와 연수기의 비중은 각각 24%와 10% 수준입니다.

공기청정기-케어스 1995년 공기청정기 브랜드로 탄생한 케어스는 효과적인 공기청정 기능과 클러스터 음이온, 플라즈마, 맞춤형 필터 등을 갖춘 차별화된 제품력에 힘입어 그 입지를 확고히 하였습니다. 2006년 말 현재 공기청정기가 회사 전체 매출에서 차지하는 비중은 약 19%입니다. 대기오염이 날로 심각해짐에 따라 생활 필수품으로 자리잡고 있는 공기청정기는 확고한 고기능·고품격의 이미지를 바탕으로 향후 회사의 매출확대에 크게 기여할 것입니다.

시스템 키친-뷔셀 2004년 10월 리빙사업(시스템 키친, 붙박이장 등)을 새롭게 시작하면서 뷔셀 브랜드를 런칭하였습니다. 브랜드 런칭과 함께 고객이 직접 제품을 체험하는 공간인 뷔셀 갤러리를 오픈하여 2006년 말 현재 수도권 9개를 비롯 전국적으로 모두 14개를 운영하고 있습니다. 리빙사업은 리빙부문의 전문가인 LD(Living Designer) 250명을 활용하고 국내 최우수 디자이너와의 협력 프로젝트, 디자인 우수 인력 채용, 차별화된 아이템 개발을 통해 국내 최고의 품질 경쟁력을 갖추어 나갈 계획입니다.

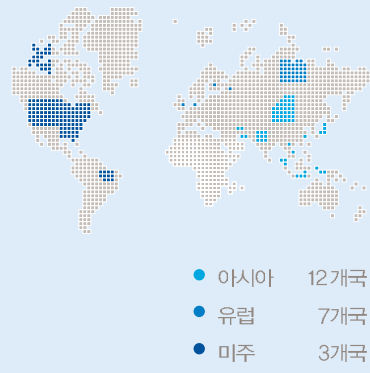
【 주요 시장 】

국내 1998년 업계 최초로 정수기 렌탈서비스를 도입한 이래 축적된 노하우를 기반으로 렌탈서비스 분야의 독보적인 전문기업으로 자리매김해 온 웅진코웨이는 렌탈 판매방식을 공기청정기, 비데 등 타 제품군에도 확대 적용하며, 생활환경기업으로 거듭나고 있습니다. 2006년 현재 웅진코웨이의 국내 렌탈 및 멤버십 회원은 각각 329만명, 65만명으로 모두 394만명입니다. 이는 2005년 말 회원수인 361만명(렌탈 307만명, 멤버십 54만명)에 비해 9.3% 증가한 것입니다. 한편 2006년 말 기준으로 멤버십 매출을 포함한 렌탈매출 비중이 전체 매출액의 약 90%에 이르고 있어 렌탈사업은 명실공히 회사 성장의 가장 큰 원동력이 되고 있습니다. 이와 함께 웅진코웨이는 기존 방문판매의 단점을 보완하고 렌탈 판매를 활성화하기 위해 2005년 렌탈하우스(Rental House)를 선보였습니다. 렌탈하우스는 고객이 직접 제품을 체험하면서 구매의사를 결정할 수 있도록 한 신개념 ‘토털 웰빙 체험 공간’입니다. 웅진코웨이는 2006년 말 현재 84개점인 렌탈하우스를 2007년 전국적인 지역 거점체제를 확대·구축할 계획입니다. 렌탈 회원수의 증가는 회사의 성장성과 현금 흐름을 파악할 수 있는 중요한 척도로서, 향후에도 웅진코웨이는 기존 회원 유지관리와 함께 소비자의 기호에 맞는 렌탈용 신제품 개발에 박차를 가하는 등 회사의 핵심역량을 렌탈 판매에 집중시킬 계획입니다.

● 시장점유율



● 수출지역 현황



해외 웅진코웨이는 국내 최고의 위치에 만족하지 않고 글로벌 기업으로서의 위상을 강화하기 위해 꾸준히 노력하고 있습니다. 지난 해 말레이시아에 법인을 설립함으로써 중국, 일본, 태국법인과 함께 세계 진출의 기반을 구축한 웅진코웨이는 동남아를 중심으로 전세계 22개국에 제품을 판매하고 있습니다. 특히 일본과 태국에서는 현지인 코디시스템을 기반으로 한 렌탈사업 모델을 도입하여 운영하고 있으며, 최근 렌탈 고객수가 지속적으로 증가하고 있습니다. 이 밖에도 웅진코웨이는 잠재력 있는 해외시장 개척을 위하여 동남아, 미주, 유럽지역에 대한 사전 시장조사를 진행하고 향후 철저한 수익성 검토를 통하여 진출 국가를 선정할 것이며, 그 일환으로 2007년 5월 미국 LA에 새로운 법인을 오픈할 계획입니다.



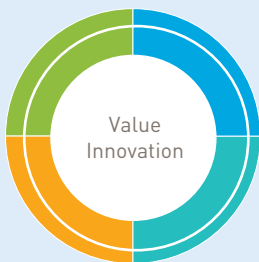
웅진코웨이는 차별화된 기술과 생각에 기반을 둔 가치창조 경영을 통해 다양한 이해관계자의 가치를 향상시키는 한편 세계 초우량 기업으로의 성장을 추구하고 있습니다. 경영정신인 '또또사랑' 에서 잘 나타나 있듯이 웅진코웨이는 회사와 인류의 지속가능한 발전을 위한 활동을 활발히 펼쳐나가고 있습니다.

• 웅진그룹의 경영정신

또또사랑

'또또사랑' 함께해요

회사와 임직원, 지역사회 그리고 더 나아가 고객과 함께 경영정신인 '또또사랑'을 실천해나가고자 합니다.



• Value to Customer

- 브랜드가치 극대화
- 고객중심의 제품개발
- 고객가치 최우선을 위한 서비스 개발

• Value to Employee

- 창의적인 기업문화 창조
- 성과에 따른 합리적인 보상과 보임
- 최고 인재 육성을 위한 자기능력 개발 유도

• Value to Society

- 윤리경영실천
- 사회공헌을 통한 이익환원
- 환경사랑 실천을 통한 삶의 질 향상

• Value to Shareholder

- 시장가치 극대화
- 투자자 수익제고
- 책임경영을 통한 투명경영 선진화

【 경영정신-또또사랑 】

맑은 물, 맑은 세상, 맑은 사람 을 꿈꾸는 웅진코웨이는 작게는 조직 구성원 개개인에 대한 사랑, 크게는 고객을 비롯한 이해관계자와 지구를 사랑하는 정신으로 기업을 이끌어 가고 있습니다. 이러한 정신이 바로 '또또사랑'입니다.

또또사랑 '하나' - 도전에 대한 사랑

도전에 대한 사랑은 현재보다 더 나은 미래를 향한 도전을 말합니다. 도전하고 싶지 않은 사람은 현재는 살아있지만, 더 이상 살아갈 의미를 갖지 못한 사람입니다. 지금보다 더 나은 미래를 위해 끊임없이 새로운 것을 향해 도전해야 합니다.

또또사랑 '둘' - 일에 대한 사랑

아는 것은 좋아하는 것만 못하고, 좋아하는 것은 즐기는 것만 못하다고 합니다. 일을 잘하는 사람은 일을 즐겁게 하는 사람입니다. 어떤 일을 즐겁게 하는 것은 그 일을 나의 것으로 받아들이는 것이고, 그 일을 하고 있는 내가 행복하다는 뜻입니다. 일을 사랑하는 것은 좋은 결과를 내는 가장 좋은 방법일 뿐만 아니라 나를 행복하게 만드는 일이기도 합니다.

또또사랑 '셋' - 변화에 대한 사랑

변화하지 않고서는 어떠한 경쟁력도 가질 수 없습니다. 변화에는 의지가 필요합니다. 의지를 가지고 치열하게 노력하는 사람만이 변화할 수 있습니다. 웅진코웨이의 모든 활동들은 변화를 사랑하고 실천하는 것에서 비롯됩니다.

또또사랑 '넷' - 고객에 대한 사랑

우리는 매일 고객 한 사람이 얼마나 소중한 지 체휼합니다. 회사가 유지될 수 있는 것, 일을 할 수 있는 것은 모두 고객이 존재하기 때문입니다. 웅진코웨이는 고객의 마음을 생각하는 기업입니다.

또또사랑 '다섯' - 조직에 대한 사랑

조직에 대한 사랑은 내 옆의 사람을 사랑하는 일입니다. 조직에 대한 사랑을 실천하는 방법은 함께 일하는 사람들을 좋아하는 것입니다. 좋은 생각을 많이 하고 칭찬을 많이 하고, 내가 먼저 마음의 문을 열어 놓는 것, 그것이야말로 조직을 사랑하는 방법입니다.

또또사랑 '여섯' - 사회에 대한 사랑

사회에 대한 사랑은 나보다 '우리'를 생각하는 데에서 출발합니다. 내가 가진 것을 나보다 조금 덜 가진 사람들과 나누는 것이야말로 스스로 행복해 질 수 있는 방법이기 때문입니다.



【 웅진코웨이의 약속 】

오늘날 급변하는 경영환경은 끊임없는 혁신과 창조를 요구하고 있습니다. 웅진코웨이의 지속가능경영은 혁신과 창조를 소중히 하고 도전을 두려워하지 않는 마음에서 출발합니다. 이는 혁신과 창조야말로 이해관계자들의 지속가능한 발전에 도움이 되기 때문입니다. 웅진코웨이의 약속은 지속가능성을 담보하기 위한 우리의 약속이며, 매년 경영목표와 전략추진에 있어 중요한 공유가치로 자리잡고 있습니다. 2006년 한 해 동안은 혁신을 추구하고 창의를 소중히 여기며 도전에 당당히 맞서는 회사의 기상을 펼치기 위해 'Dynamic Coway 2006'을 캐치프레이즈로 활동을 전개하였으며, 2007년에도 '혁신, 그 신나는 축제'를 바탕으로 지속가능경영을 실천할 것입니다. 앞으로 웅진코웨이는 혁신적 사고를 바탕으로 경영 전문아에 걸쳐 경쟁력을 확보하여 우리의 지속가능성 뿐만 아니라 웅진코웨이의 모든 이해관계자들의 지속가능한 성장을 이끌어 낼 수 있도록 노력할 것입니다.

【 지속가능경영 추진 】

웅진코웨이는 2005년 이후 지속가능경영에 대한 대표이사의 강한 의지를 바탕으로 각 부문的高유영역에서 지속가능성 이슈를 찾아내어 실질적인 지속가능경영 활동이 추진될 수 있도록 전사적 노력을 경주하고 있습니다. 그러한 활동의 결과를 지속가능성보고서를 통해 다양한 이해관계자에게 알리는 한편, 의견 수렴을 통해 더 나은 지속가능경영 활동을 위한 기반을 구축해 나가고 있습니다. 중기적으로는 최고경영층의 의사결정이 신속히 전사적으로 반영될 수 있도록 지속가능경영 추진 TFT를 구성하여 보다 효율적으로 지속가능경영 성과를 높여 도록 할 예정입니다.

• 웅진코웨이의 약속



2003_Re-New



2004_New Start



2005_Jump Up



2006_Dynamic Coway



웅진그룹은 윤리경영의 중요성을 일찍이 절감, 2003년 웅진윤리규정을 제정하고 다양한 윤리경영 활동을 전개해 나가고 있습니다. 웅진그룹은 회계의 투명성은 물론 인사, 구매 등 경영 전반에 걸친 투명성을 확보하고 이를 지속적으로 실천해 나가기 위해 2003년 그룹 윤리사무국을 신설, 운영하고 있으며 그룹의 전 계열사도 윤리 사무국을 두어 계열사별로 윤리경영을 적극 실천하고 있습니다.

【 웅진그룹의 윤리경영시스템 】

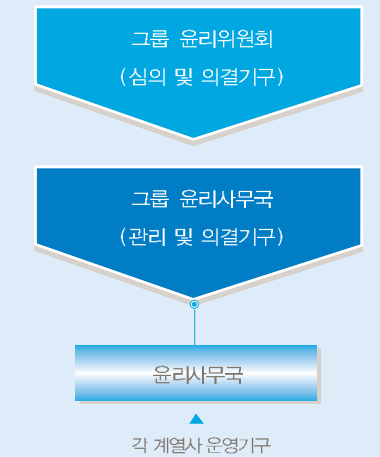
웅진그룹은 윤리경영의 성공적인 전개 및 기업문화로의 완벽한 정착을 위하여 다음과 같은 윤리경영시스템 및 프로그램을 운영하고 있습니다

웅진윤리규정 제정	2003년 10월 임직원 윤리실천 강령, 윤리규범, 윤리실천지침 제정
윤리경영실천조직 운영	2003년 10월 그룹 윤리사무국 및 계열사 윤리사무국 운영
웅진윤리제보센터 운영	2003년 12월 웅진그룹 온라인 제보 장치 운영
지속적인 윤리경영 교육	그룹차원의 임직원 대상 윤리경영 교육 의무화 (그룹인재개발원 주관)
협력회사 동참 요청	명절선물 안주고 안받기 등 정기적인 협조 서한 발송
윤리경영 모니터링 및 평가	2005년 1월 계열사별 윤리경영지수 기준 발표 및 평가, 그룹사 CEO 성과 평가에 반영

【 윤리경영 실천조직 】

웅진그룹은 그룹 윤리위원회를 중심으로 각 계열사에 윤리사무국을 두어 윤리경영을 실천해 나가고 있습니다.

• 윤리경영 실천조직



그룹윤리위원회	<ul style="list-style-type: none"> 그룹윤리위원회의 회장은 그룹회장이 된다. 그룹윤리위원회의 위원은 각 계열사 대표이사 및 그룹윤리사무국장으로 구성된다. 그룹윤리위원회에서는 그룹윤리사무국에서 발의된 사안에 대하여 심의 의결한다.
그룹윤리사무국	<ul style="list-style-type: none"> 그룹윤리사무국은 그룹 기획조정실 감사팀이 그 역할을 수행하며 사무국장은 그룹기획조정실장이 된다. 그룹윤리사무국은 그룹윤리경영에 대한 각종 제도 및 규정에 관한 개폐와 운영을 관장하며 그룹윤리위원회의 의결사항을 집행한다. 그룹윤리사무국은 그룹 및 각 계열사의 윤리경영 실천에 대한 감사의 역할을 수행하며 필요시 그룹윤리위원회의 소집을 발휘한다
윤리사무국	<ul style="list-style-type: none"> 윤리사무국은 각 계열사 자체로 담당 조직을 정하되 감사 혹은 인사기능을 담당하는 부서에서 그 역할을 수행하며 사무국장은 담당 부서의 조직장이 된다. 각사 윤리사무국은 소속사의 윤리경영실천에 대한 교육 홍보 및 감사의 역할을 수행하며 정기적으로 그룹윤리사무국에 운영현황을 보고한다. 각사 윤리사무국은 윤리경영 위반사안이 발생했을 때 자체 인사위원회를 통해 처리할 수 있으나, 사인의 정도에 따라 그룹윤리사무국에 처리를 의뢰할 수 있다.

【 윤리경영 추진활동 】



윤리제보센터

윤리경영 자기점검 제도 실시 임직원의 윤리의식 및 윤리경영 실천에 대한 자기점검과 정기적인 윤리경영 진단을 통한 윤리경영 실천력 제고를 위하여 2005년 10월부터 2006년 3월까지 6개월간 윤리경영 자기점검 제도를 실시하였습니다.

윤리실천지침 제정 및 개정 조직개편, 업무변경 등 경영환경 변화에 따라 녹색 구매를 통한 친환경 사업을 추진하는 구매관련 부서, 고객정보의 보호와 관리를 담당하는 영업관련 부서에 대한 윤리실천지침 제·개정을 2006년 6월 완료하였습니다. 구매관련 부서는 '구매윤리 실천지침'을 제·개정하였고, 영업조직은 조직별로 실정에 맞게 윤리실천지침을 제·개정하였습니다.

협력회사 윤리경영 전파 협력회사에 웅진코웨이의 윤리경영에 대한 안내를 2006년 6월부터 실시하고 있습니다. 물류 SCM(구매시스템)을 통하여 윤리경영의 취지를 밝히고 비윤리 행위 제보창구를 개설하는 한편, 윤리경영 활동에 대한 협조를 당부하는 안내문을 게시하였습니다. 이를 통해 협력회사에 당사 윤리경영에로의 동참을 유도하고, 투명한 구매업무의 의지를 알리고 있습니다.

윤리경영 가이드 발송 임직원의 업무진행에 있어 윤리적 판단과 실천에 도움을 주고자 윤리경영 관련 제규범과 윤리경영 운영과 관련한 내용 발송을 2006년 12월부터 시작하였습니다. 윤리경영 관련 테마로 구성된 내용을 주기적으로 발송하고 있으며, 1차분으로 연말연시를 맞이하여 윤리경영실천지침 중 금품(선물)/향응/접대 수수 관련 내용을 웅진넷에 게시하였습니다. 또한 감사정보시스템(AIS) 구축을 통한 사전예방에도 주력하고 있습니다.

문책양정기준 수립 웅진그룹은 2007년 3월 1일 수립된 문책양정기준에 의해 부정 및 비리행위에 대한 새로운 징계 규정을 마련, 시행에 들어갔습니다. 이전의 계열 사별로 실시되던 기준을 통합·강화한 이 기준은 부정·비리 사전 예방, 부정·비리행위자의 문책수위 공정성 제고, 윤리경영 정착, 그리고 회사 자산 및 인적 자원 보호를 목적으로 하고 있습니다. 2006년 웅진코웨이에서는 이와 관련하여 기준을 위반한 사례가 없었습니다. 한편 웅진코웨이는 반부패 정책 및 절차에 관한 교육을 실시하고 있으며, 2006년에는 성희롱예방과정 565명, 정보보안실천과정 97명, 윤리경영 실천과정 89명(신입사원 및 신규입사자 대상)이 교육을 이수하였습니다.

Our Creativity 창조경영 +

기업이 창조적 비전을 설정하고 이에 맞는 환경을 창출하여 새로운 형태의 세계를 만들어 내는 것을 창조경영이라고 합니다. 웅진코웨이가 창의적인 생각으로 고객이 원하는 차별화된 제품과 서비스를 창조한 것이나, 업계 최초의 마케팅 기법을 도입하여 성장할 수 있었던 것도 바로 창조경영의 결과입니다.

【 창조경영 전략체계 】

웅진코웨이는 참여와 실행의 기업문화, 제안제도인 반디제도, 지식관리제도를 기반으로 창조경영의 성과를 도출해내고 있습니다.



지속가능경영대상 우수상 수상 (창조경영부문)



웅진코웨이는 한국평가연구원(KRMA)이 주관하고 동아일보가 후원하는 제1회 '지속가능경영대상' 우수상(창조경영부문)을 수상했다. 한국평가연구원은 2006년 4월 28일 서울고학종 합대학원에서 시상식을 개최하고 5개 기업을 시상했다.

이 상은 경영혁신과 윤리경영 등을 통해 기업 가치를 꾸준히 높여 온 기업에 주어진다. 우리 회사는 새로운 사업 영역을 개척하고 전 구성원의 창조 역량을 높인 점을 인정받아 창조경영 부문 우수상을 받았다.

WOONGJIN COWAY NEWS



• 창조경영 전략체계

- 성과 창출 -

CoP(Communication of Practice)를 통한 성과창출

- Top-down에서 Bottom-up으로
- 무형자산의 유형성과 창출

- 시스템 기반 -

- 제안 / 지식관리 통합시스템 구축
- 인사 / 교육 Process 연계 구축
 - SAP 및 기존 프로그램 연동체계 구축

- 실행조직 기반 -

- 부문별 CoP 활동
- 제안의 실행성 강화
 - 부문별 CoP 활성화
 - 생동감 있는 기업문화 형성

- 제도기반 -

- | | |
|----------------------|-------------------|
| 제안 제도→반디 문화 | 지식 관리→ 지식 적용 |
| • 기존 현황 파악 및 개선방향 정립 | • 업무지식의 공유 |
| • 성과창출 위주의 제안제도 구축 | • 개인지식의 공유 |
| • 사용자 중심의 제안제도 구축 | • 조직 / 개인의 노하우 공유 |
| • 참여, 심사의 단순화 | • Mentoring 연동 |
| • 인사 / 교육평가 연동 | • BP발굴 및 매뉴얼화 |

- 기업문화 기반 -

- 전 직원의 Idea
- 참여와 실행의 기업문화 조성

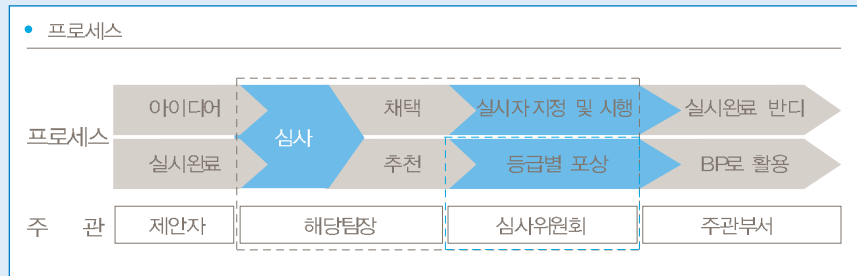


반디제도

【 창조 제도화 】

창조경영의 성과를 창출해 내기 위해 웅진코웨이는 반디제도를 도입하였으며 이 제도의 개선과 활성화를 통해 효과적인 성과 창출 기반을 구축하고자 합니다.

반디제도 웅진코웨이는 기존의 반디제도를 개선한 신반디제도를 도입하여 보다 효과적인 프로세스를 구축하였습니다. 업무반디 공식화, 채택반디 시행 프로세스 구축, 참여와 성과의 분리, 심사체계의 간소화, 심사등급의 변화, 보상체계의 변화가 새로운 제도의 주요 내용입니다.



● 보상체계

	구분	심사등급	포상금
기본사상	제안에 따른 기본기상	건의 / 참가 / 채택 단순 / 보통 / 우수 / 추천	등급에 따른 차등지급
추가사상	우수반디(월)	최우수상 우수상 장려상	100만원 50만원 20만원
	개인랭킹(월)	개인랭킹 1위	30만원
		개인랭킹 2~5위	20만원
		개인랭킹 6~10위	10만원
해외연수	분기별 우수제안자 대상 해외연수 기회	연수기간 : 4박 5일 연수주기 : 반기 1회	
기타	우수팀(총3팀) 우수제안리더(총10명)	50만원 소정의 시상금	
총계		2억 200만원	



웅진코웨이는 기업의 투명성 확보와 주주를 비롯한 이해관계자의 이익을 위해 건전한 기업지배구조를 확립해 나가고 있습니다. 또한 기업의 소유구조뿐만 아니라 주주의 권리, 주주의 동등 대우 등 기업지배구조에서 이해관계자의 역할, 공시 및 투명성, 이사회에의 책임 등을 포괄한 관련 사항에 대해서 성실히 그 규정을 준수하고 있습니다.

【 이사회 】



2007년 이사회 회의

웅진코웨이의 이사회는 법령 또는 정관에 정하여진 사항, 주주총회로부터 위임 받은 사항 회사 경영의 기본방침 및 업무집행에 관한 중요사항을 의결하며, 감사업무를 하고 있습니다. 지속가능경영 이슈 역시 이사회의 중요한 안건으로 처리되고 있으며 이사 전원이 공동으로 웅진코웨이의 지속가능한 성장에 경영책임을 지고 의사결정을 하고 있습니다. 대표 이사가 의장을 맡고 있으며 과반수의 출석과 출석이사 과반수의 찬성으로 의결하고 있습니다. 2006년(2006. 1. 1 ~ 2006. 12. 31)에는 총 18회의 정기 및 임시 이사회를 개최하였으며, 사외 이사의 평균 참석률은 74% 였습니다. 한편 웅진코웨이는 이사회 내에 경영위원회를 구성하여 이사회에의 자율성과 전문성을 강화하기 위한 노력을 지속해 오고 있습니다. 또한 소액주주 및 임직원을 보호하기 위해 이사회 개최 전 IR사이트를 통한 이메일과 IR미팅 신청 등의 방법으로 의견을 제시할 수 있도록 운영하고 있습니다.

이사회 구성 웅진코웨이 이사회는 총 7명으로 구성되어 있으며, 대표이사가 의장을 맡고 있습니다. 이 가운데 사외이사는 3명으로 사외이사 비율은 43%(증권거래법상 25% 이상 규정 준수입니다. 사외이사는 경제, 환경, 사회 등 각 분야에서 두드러진 경력을 가진 전문가로서 주주총회를 통해 선임되고 있습니다. 이사에 대한 보수 한도는 매년 정기 주주총회에서 주주의 승인을 통하여 결정되고 있습니다. 최종 보수 한도 금액의 책정은 여러 성과 위주의 평가항목을 종합하여 이루어지고 있습니다.

이사회 내 위원회 웅진코웨이는 이사회 규정 11조에 의하여 이사회 내에 경영위원회를 두어 운영하고 있습니다. 2006년 말 현재 경영위원회는 모두 3인의 이사로 구성되어 있으며 경영일반 및 재무에 관한 중요한 안건을 심사하고 있습니다. 매월 첫 주 월요일 정기위원회가 개최되며 중요한 안건이 있을 경우 임시위원회를 소집하여 현업부서에서 신속하게 처리하여야 할 사항을 적시에 처리함으로써 업무의 효율화 및 신속화를 도모하고 있습니다.

이해상충을 피하기 위한 이사회 운영 노력 이사회는 매 부의안건 결의 시 각각의 안건별로 별도의 배포 자료를 통해 사전에 충분한 심의가 이루어지도록 하고 있습니다. 부의안건은 최종 표결로 가결하고 있으며, 이 과정에서 부의안건에 대한 이해상충은 발견되지 않았습니다.



1. 홍준기 대표이사

- 성균관대학교 전자공학과
- 한국과학기술원(KAIST) 경영대학원 석사(MBA)
- 삼성전자(주) Mexico 생산법인 담당부장
- 삼성전자(주) Spain 생산법인 공장장
- 삼성전자(주) Hungary 생산/판매 법인장
- 웅진코웨이(주) 대표이사



2. 윤석금 이사

- 건국대학교 경제학과
- 서울대 경영대학원 최고경영자 과정
- 고려대학교 경영학과 겸임교수
- 대한출판문화협회 이사
- 웅진그룹 회장



3. 박용선 이사

- 홍익대학교 경영학과
- 한양대학교 대학원 경영학 석사
- (주)웅진출판 실장
- 웅진미디어(주) 이사
- 웅진코웨이(주) 대표이사(前)
- 웅진그룹 부회장



4. 김종배 이사

- 캐나다 토론토대학교 기계공학과
- 웅진코웨이(개발주) 국내영업본부 부장
- 웅진코웨이(주) 해외사업본부 상무
- 웅진코웨이(주) 국내영업본부 상무



5. 이진 감사

- 서울대학교 외교학과
- 공주대학교 경영학 명예박사
- 환경부 차관
- 공주영상정보대학 학장
- 웅진그룹 부회장



6. 김현석 사외이사

- 서울대학교 법학과
- 서울대학교 대학원 법학 석사
- 김현석 법률사무소 대표
- 다이너스카드 고문변호사
- 법무법인 신문고 대표변호사



7. 신현웅 사외이사

- 서울대학교 문리대
- 서울대학교 대학원 행정학 석사
- 대통령비서실 문화체육비서관
- 문화관광부 차관
- 대통령지문 새천년준비위원회 상임위원장



8. 김이환 사외이사

- 중앙대학교 신문방송학과
- 서울대학교 대학원 신문방송학 석사
- 아남반도체(주) 사장
- 한국광고주협회 부회장(現)
- 중앙대학교 광고홍보학과 겸임교수
- 언론학 박사

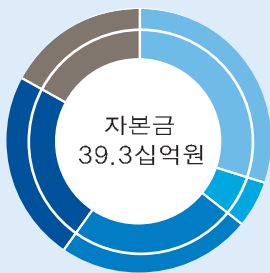


9. 김동현 감사

- 서울대학교 경영학과
- Cosmo Equity Partners 이사
- ADL 이사
- 웅진코웨이(주) 전략기획본부 상무보

• 주식 소유구조

2006년 말 현재



● 최대주주	27.2%
● 웅진싱크빅 외	5.8%
● 계열사	5.8%
● 외국인	24.3%
● 국내기관	23.2%
● 개인	19.5%

【 감사 】

웅진코웨이는 상근감사 1인을 두고 있으며 감사위원회의 감사업무에 필요한 경영정보 접근을 위해 회사의 업무 및 회계를 감사하며 이사회에 출석하여 의견을 진술하고 있습니다. 또한 감사의 회의 목적사항과 소집의 이유를 기재한 내용을 서면으로 이사회에 제출하여 임시 총회의 소집을 청구하며, 직무를 수행하기 위하여 필요한 때에는 자회사에 대하여 영업의 보고를 청구하고 있습니다.

【 주식 소유구조 】

웅진코웨이의 2006년 말 현재 주요 주주의 보유 지분은 최대주주 27.2%, 외국인 24.3%, 국내 기관투자가 23.2%입니다. 웅진코웨이는 기업의 글로벌 경쟁력을 강화하고 기업가치의 극대화를 추구할 수 있도록 지속적인 소유구조의 선진화를 추구해 나갈 것입니다.

Affiliate 웅진그룹 계열사



웅진그룹의 계열사는 2006년 말 현재 모두 6개 사업군의 10개사입니다. <교육출판> 영역의 '웅진씽크빅', <환경생활> 영역의 '웅진코웨이'와 '웅진쿠첸', <식품료품> 영역의 '웅진식품', <레저/개발> 영역의 '렉스필드 CC', '웅진건설', <유통/서비스> 영역의 '웅진해피올', '북센', '플레티늄미디어'이며, 최근 설립된 '웅진캐피탈'은 <금융/투자 자문>에 관한 사업을 담당하고 있습니다.

- 

- 웅진씽크빅의 주요 사업분야는 학습지, 전집, 단행본, 잡지 출판 및 교육 서비스로서 국내 최고의 종합출판사로 거듭나고 있습니다.
- 

- 웅진식품은 한국적인 소재의 음료를 개발해 빅히트 시키면서, 외국 브랜드가 대부분인 국내 음료 시장에서 우리 음료의 자존심을 지켜나가는 발군의 기업으로 평가받고 있습니다.
- 

- 그룹 및 타사 현장 서비스 업무 대행, 그룹 및 타사 콜센터 업무 대행, CS, 시장조사 등 각종 리서치 전개, 각종 서비스 관련 신규 사업 발굴을 주요 사업으로 하며, 환경 및 건강관련 생활가전을 중심으로 고객 감동실현에 전력을 다하고 있습니다.
- 

- 비데와 정수기를 생산한 역량을 바탕으로 전기압력밥솥, 무선 진공청소기, 핸드믹서 등 소형가전 제품을 출시하고 있습니다. 참신한 기술력에 편의성, 실용성, 세련된 디자인을 더해 웅진쿠첸만의 독특한 아이덴티티를 구축하고 있습니다.
- 

- 출판물류, 출판물 도매유통, 출판정보 서비스 및 물류컨설팅을 주요 사업으로 하며, '21세기 대한민국 출판물류의 선진화 구현'이라는 기치 아래 출판 유통업계의 선도회사로 자리매김하고 있습니다.
- 

- 골프장 사업을 주요사업으로 하며, 렉스필드의 대표적인 코스는 원앙홀, 스완홀, 블랙홀, 분화구홀, 계속홀, 스카이홀, 사슴홀, 락홀 등이며, 천혜의 자연 조건과 최상의 시설, 세심한 서비스를 통해 국내 최고의 정통 프라이빗 비즈니스 골프장으로 평가받고 있습니다.
- 

- 계열사별 IT최적화와 IT인프라 정비 작업을 하며, 계열사들의 고객 및 협력사 정보, 재무, 회계 등의 다양한 정보를 통합 관리할 수 있는 통합경영정보시스템을 개발하고 있고, 인터넷 도서관 및 인터넷 음반물 사업을 하고 있습니다.
- 

- 파주출판단지 내에 추진하고 있는 웅진씽크빅 파주사옥과 서울대 내에 세워질 웅진코웨이 연구개발센터 건립을 진행하고 있는 웅진건설은 웅진 특유의 역발상 마케팅과 환경친화적인 사업시스템을 바탕으로 사용자 중심의 공간 창출을 지향하는 건설사업을 수행하고 있습니다.
- 

- 자본금 200억원으로 설립된 웅진캐피탈은 PEF(Private Equity Fund, 사모펀드) 전문 운용사로 3,000억원 규모의 르네상스 제호를 운용하고 있습니다. 업계 최고의 전문가로 구성되어 있으며, 철저한 투자분석 및 리스크 관리, 투명한 의사결정 시스템 및 전략적 사후관리를 견지하고 있습니다.

Stakeholder Communication 이해관계자 커뮤니케이션



웅진코웨이는 다양한 이해관계자와 관계를 맺으며 경영활동을 하고 있으며 각 이해관계자 별로 중요한 커뮤니케이션 채널을 확보하여 정확하게 인식된 그들의 요구와 의견을 경영의사결정에 반영하고자 노력하고 있습니다. 앞으로 웅진코웨이는 이해관계자 커뮤니케이션을 더욱 적극적으로 수행하고 효율적으로 수행할 수 있도록 통합운영체제로 나아갈 것입니다.

• 웅진코웨이의 이해관계자 커뮤니케이션



● 고객

- 고객의 건강과 삶의 질을 높일 수 있는 제품만을 생산, 판매합니다.
- 제조물 책임법(PL법)에 의거고객에 대한 책임을 다합니다.

● 주주 및 투자자

- 투명경영을 통해 주주들의 배당을 극대화하기 위해 노력합니다
- 적극적인 국내외 IR활동과 공시규정 준수를 통해 경영정보를 투명하게 공개합니다.

● 임직원

- 근무만족도를 높이기 위한 조직문화를 위해 노력합니다.
- 끊임없는 개발을 통해 경쟁력을 키웁니다.
- 질높은 복리후생과 최고의 작업환경 유지를 통해 직원들의 사기를 진작시킵니다.

● 협력업체

- COP(Coway Open Plaza)제도를 통해 협력업체와 함께 더 나은 성과를 위해 노력합니다
- 매년 Partner's Day를 개최해 협력업체와 상생해 나갑니다
- 협력업체와 지속적인 대화채널을 유지하고 있습니다.

● 정부 및 지방자치단체

- 다양한 사회공헌활동으로 사회와 환경을 지켜냅니다.
- 납세의 의무를 성실히 이행하고 있으며 다양한 기부활동을 전개하고 있습니다.

● NGO 및 시민단체

- 지속가능한 성장과 발전을 위해 NGO와 동반자적 관계를 지향하고 있습니다.

【 고객 】

웅진코웨이에게 고객은 다른 어떤 이해관계자보다 소중합니다. 렌탈 마케팅으로 대변되는 웅진코웨이의 대 고객 관계는 고객의 입장을 이해하고 고객의 요구에 신속하게 대응할 때만 유지될 수 있습니다. 따라서 웅진코웨이는 제품의 개발부터 판매, A/S 등 전 과정에 걸쳐 고객 중심으로 생각하고 있으며 고객 접점 서비스 강화를 위해 코디에 대한 교육에 만전을 기하고 있습니다. 웅진코웨이는 고객의 편의와 가치 향상을 위해 지속적으로 노력할 것입니다.

【 주주 및 투자자 】

웅진코웨이는 매 회계연도 종료 후 주총에서 주주에게 회사의 경영현황을 보고하는 한편 의사결정을 요하는 사항에 대한 정보를 제공하며, 주주로부터 의견을 직접 청취하고 있습니다. 주주와 투자자의 이익과 관련된 주요 경영사항은 증권거래법의 규정을 준수하여 수시로 증권선물거래소와 회사의 IR홈페이지를 통해 적시에 공시하고 있으며 사업보고서와 감사보고서도 정기적으로 적법하게 공시하고 있습니다. 2006년 웅진코웨이는 투명경영 및 주주중심 경영의 실천을 위해 다양한 활동을 전개하였습니다. 먼저 애널리스트 및 국내 기관투자자를 대상으로 분기별 경영실적발표회를 개최하였으며, 국내외증권사에서 주관하는 컨퍼런스에도 참가(3회)하였고 해외투자자를 위한 해외 기업설명회(5회)도 정기적으로 실시하였습니다. 이 밖에도 회사 탐방 투자자를 대상으로 한 개별 및 소그룹미팅의 지속적인 실시 IR Website를 통한 지속적인 정보 제공 등 활발한 IR활동을 전개하였습니다. 이런 활동들을 인정받아 웅진코웨이는 2007년 1월 한국증권선물거래소로부터 공시업무 유공자상을 받았습니다.

【 임직원 】

기업의 경쟁력은 우수한 인재의 선별뿐 아니라 인재를 키워나가는 과정을 통해 강화됩니다. 웅진코웨이는 이러한 믿음을 바탕으로 인재를 키워나가기 위한 노력을 게을리 하지 않습니다. 또한 직원의 직장 내 만족도 제고와 업무 효율성 향상을 위해 자기경력관리, 고충사항 해소, 회사 정보에 대한 공유 등에 노력을 경주하고 있으며 이러한 직원과의 커뮤니케이션 활성화는 직원 개인은 물론 회사의 발전에도 도움이 되고 있습니다.



【 협력업체 】

혼자만의 노력으로 지속가능한 성장을 이루어 낼 수 없다는 인식 하에 웅진코웨이는 COP활성화를 통해 협력회사와의 상생을 위한 활동을 전개하고 있습니다. 웅진코웨이는 중소기업체들의 성장과 경영기법의 향상을 위한 지원활동을 활발히 전개하고 있으며, 보다 친환경적이고 고객의 요구에 부응하는 제품의 생산을 위해 구매과정의 투명성과 환경성을 높이는 데 최선을 다하고 있습니다.

【 정부 및 지방자치단체 】

회사는 영업활동을 통한 가치창출로 정부 및 해당 지방자치단체에 대한 사회적 책무를 다하고 있습니다. 더 나아가 보다 책임있는 경영활동을 다하기 위하여 다양한 방식으로 협조체제를 구축하고자 노력하고 있습니다. 현재 웅진코웨이는 한국정수기협동조합, 한국공기청정기협회, 산업기술진흥협회(환경기술연구소) 등에 가입되어 있습니다.

【 NGO 및 시민단체 】

전국적인 영향력을 지닌 비정부기구뿐만 아니라 지역사회에서 활동하는 다양한 시민단체와 적극적으로 의사소통을 하는 것이 회사의 지속가능경영 수준을 제고하고 함께하는 사회의 지속가능한 발전에 이바지한다는 믿음으로 웅진코웨이는 관련 이해관계자와의 커뮤니케이션 채널을 확대하는 방안을 마련할 계획입니다.

【 리스크 관리 시스템 】

웅진코웨이는 경영 전반에서 발생할 수 있는 리스크를 종합적이고 지속적으로 관리하여 재무적 안정성 제고는 물론 비재무적 리스크 방지에 최선을 다하고 있습니다. 또한 각 사업부서별, 직무별로 리스크 관리의 역할과 책임을 명확히 하고, 현재와 미래의 잠재적 위험을 측정하여 이를 통제하고 있습니다. 전담조직인 위기관리위원회는 리스크의 종합적인 분석과 대응 전략을 수립하고 전사적인 리스크를 측정하여, 리스크 관리규정과 시스템 개선 등의 업무를 수행하고 있으며, 업무부서는 리스크 관리의 실질적인 담당부서로서 규정과 절차에 따라 업무를 수행하고 있습니다. 오늘날 전통적인 재무적 리스크 관리뿐만 아니라 기업이 환경적, 사회적 책임과 관련된 비재무적 리스크 관리의 중요성이 날로 커지고 있기 때문에 앞으로도 종합적인 리스크 관리를 통하여 신뢰성을 높이는데 주력할 것입니다.

• 환경경영 선포식

2006년 4월 'NEW-GREEN' 경영을 통한 Global Leading 기업으로서의 '환경경영 선포식'이 있었습니다. 이 날의 선포식에서 환경이 21세기를 대비하는 가장 큰 가치임을 인식하고 경영의 전반에 친환경 프로세스를 접목하겠다는 포부를 대내외적으로 밝혔습니다.

• 웅진에너지 설립

웅진코웨이는 2006년 9월 29일 세계 최고의 태양전지 제조기술을 보유한 미국 선파워와 합작회사인 웅진에너지를 설립하기로 계약을 체결하였습니다. 웅진코웨이와 선파워가 각각 64억원과 16억원을 투자한 동사는 화석에너지 고갈 위기와 기후변화협약 등 최근 부각되고 있는 환경 문제에 대한 기업의 책임을 다하기 위해 12월 20일 웅진코웨이의 자회사로 출범하였습니다. 이에 따라 웅진에너지는 대전시 및 대덕연구개발특구 지원본부와

공장설립에 관한 투자협약을 체결하고 2007년 하반기까지 대덕 테크노밸리 내 1만 4,000여 평에 1차 생산라인을 구축해 선파워로부터 '잉곳' 제조 기술과 모듈 조립기술을 이전 받을 예정입니다. 또한 2012년까지 총 2,193억원을 투자해 생산라인을 확충할 계획입니다. 웅진에너지는 2011년까지 총에너지량의 5%를 신재생 에너지로 공급하겠다는 전국가적 목표에 발맞춰 신재생 에너지 개발 및 보급에 앞장설 것입니다.



• 사회책임대상 선정

웅진코웨이는 2006년 10월에 뉴스시사 경제주간지 이코노믹리뷰가 주최하고 공정거래위원회, 산업자원부, 환경부 등이 후원하는 환경보전 부문에서 '2006 사회책임대상'을 수상했습니다. 기업의 사회적 책임경영을 강조하고 글로벌 경쟁력을 갖춰 나가자는 취지에서 마련된 이 상은 2010년 ISO의 사회적 책임에 대한 국제 표준안(ISO 26000) 제정, 시행에 대응하며 사회적 책임경영을 실천하는 모범적인 기업에게 주어집니다.

• 녹색경영대상 수상 및 대외 수상

웅진코웨이는 2006년 9월 20일 한국능률협회 경영인증원에서 주관한 '2006 대한민국 녹색경영대상 녹색제품(서비스부문)'을 수상했습니다. 글로벌 수준의 녹색경영을 추진하는 환경친화기업으로 친환경 제품을 보유한 점이 높게 인정받은 결과입니다. 또한 2006년 9월 26일 한국표준협회컨설팅이 주관한 '소비자 웰빙지수 1위 에코웨이 룰루, 케어스가 3년 연속 수상하는 영광을 누렸으며, 9월 28일에는 여성신문이 주관한 여성소비자가 뽑은 좋은 기업대상에 룰루비데(4년 연속),

케어스 공기청장기(4년 연속), 뷔셀이 수상했습니다.

• 말레이시아 법인 Grand Launch

중국, 일본, 태국법인에 이어 말레이시아에 웅진코웨이의 네 번째 해외법인이 설립되었습니다. 2006년 12월 1일, 쿠알라룸푸르에서의 법인 오픈식에서 말레이시아 상공부장관을 비롯해 20개가 넘는 현지 언론이 참여해 열띤 취재 경쟁을 펼치는 등 높은 관심을 보였습니다. 이는 말레이시아는 물론, 태국 등 동남아시아, 세계시장에서 생활환경기업으로 성장해 나가는 웅진코웨이의 모습의 한 단면입니다.

• 글로벌 사회공헌

2006년 웅진코웨이는 책임 있는 기업시민으로서 글로벌 사회공헌활동을 진행하였습니다. 2006년 3월 남아프리카공화국 극빈층 어린이와 청소년 축구단에 유니폼과 축구공을 지원하였고, 임직원들이 아동 학비를 후원하고 있습니다. 9월에는 웅진그룹 환경경영사무국이 주관이 되어 진행된 '캄보디아 우물파기지원 캠페인'에 동참하였습니다. 앞으로 웅진코웨이는 회사와 사회가 함께 지속가능한 발전을 이루어 나가기 위해 보다 적극적이고 책임 있는 활동을 전개해 나갈 예정입니다.



• 지속가능경영대상 수상

2006년 2월 첫 번째 지속가능성보고서를 발간하였습니다. 생존을 위한 기업간 경쟁이 더욱 치열해지는 상황에서 인류의 지속가능한 발전을 위한 웅진코웨이의 역할에 대해 정립해 보는 한편 이해관계자와의 적극적인 의사소통 도구로서 지속가능성 보고서를 발간하였습니다. 기업의 환경적 책임과 사회적 책임활동에 대한 사회적 관심에 부응하고 진정한 지속가능한 기업으로 성장해 가기 위한 첫걸음으로 발간된 지속가능성보고서가 앞으로 이해관계자에게

지속가능경영 활동에 대한 정보를 보다 구체적이고 종합적으로 제공하는 보고서가 될 수 있도록 더욱 노력할 것입니다. 한편 웅진코웨이는 4월 28일 동아일보, 산업정책연구원, 환경재단이 후원하는 지속가능경영대상을 수상하였습니다. 이를 계기로 웅진코웨이는 실질적인 지속가능경영을 실천하여 회사의 경쟁력을 강화하는 동시에 사회의 지속가능한 발전에 기여하는 일류기업으로 성장할 것을 약속합니다.

BUSINESS...

기업 경영에서 가장 우선적으로 고려해야 하는 것 가운데 하나는 기업의 가치를 높이는 일이며, 이를 위해 이윤을 창출하는 것은 무엇보다 중요합니다. 이는 다양한 이해관계자의 경제적 가치 향상에 기여하게 됩니다. 웅진코웨이는 창업 이래 기업의 가치 향상을 위해 부단히 노력해 왔습니다. 창조 경영과 혁신 경영을 통하여 계속기업(going concern)으로서의 기반을 구축한 웅진코웨이는 배당, 세금 등을 통하여 주주, 지역사회 및 국가 등의 이해관계자와 함께 성장하고 있습니다. 웅진코웨이는 이해관계자와 함께 가치를 증진시키고 그것을 함께 나누는 기업입니다.

CONTENTS

- 경영성과 및 배분_36
- 2007년 경영 계획_38
- 경영 혁신_41



Business Performance in 2006 경영성과 및 배분



재무적 성과는 기업이 지속가능경영을 활발하게 전개해 나가는데 있어 매우 중요한 요소입니다. 웅진코웨이는 독창적인 렌탈 마케팅의 성공과 소비자의 요구에 부응하는 제품을 통해 우수한 재무적 성과를 창출하였습니다. 이를 통해 회사의 지속가능한 발전의 기반을 확고히 하는 한편 이해관계자의 가치 향상에 기여하고 있습니다.

【 경영성과 】



웅진코웨이의 2006년 경영의 캐치프레이즈는 'Dynamic Coway 2006'이었습니다. 혁신적이고 역동적인 기업 경영으로 지금까지 지속적인 성장세를 이어 더 큰 발전을 하겠다는 의지를 담아 추진한 전략이었습니다. 2006년 웅진코웨이가 중점적으로 추진했던 사항은 렌탈 시스템의 경쟁력 강화 및 확대였습니다. 이를 위해 웅진코웨이는 코디의 수를 2006년 말 현재 1만 여명으로 늘리는 한편 조직 효율성을 강화하였습니다. 특히 이들의 생산성 향상을 위해 PDA시스템을 본격적으로 도입하고 서비스 및 기술교육에 집중하였습니다.

해외사업 활성화 역시 웅진코웨이가 적극적으로 추진한 부분입니다. 기존의 일본, 중국, 태국의 3개 법인에 이어 말레이시아와 미국에도 법인을 설립하였습니다. 화장품 사업을 하고 있는 중국법인은 영업품목을 다변화하여 정수기, 공기청정기 등 생활환경기전으로 범위를 넓혔으며, 이를 위해 2006년 3월 중국 심양시에 500만달러를 투자하기도 하는 등 활발한 사업을 펼쳤습니다. 아울러, 수출 범위를 확대하기 위해 미국을 비롯한 10여 개 국가를 대상으로 시장조사를 진행하기도 하였습니다.

리빙사업 부문은 전국 14개의 뷔셀 갤러리를 운영하며 사업기반을 구축하고 250여 명의 리빙 디자이너(LD)를 중심으로 활발하게 사업을 전개하였습니다. 유럽을 중심으로 진행되고 있는 국제디자인 공모전 등을 통해 국내외 우수 디자이너와 공동으로 프로젝트를 진행하고 차별화 아이템을 통해 가구업계에 새로운 화두를 던졌습니다.

웅진코웨이는 연초의 사업계획에 기초하여 2006년 매출 1조 1,178억원, 영업이익 1,123억원, 경상이익과 당기순이익 1,024억원과 749억원을 달성하였습니다. 매출액은 2005년의 1조 80억원에 비해 10.9% 성장하였으며, 영업이익 및 경상이익은 각각 15.9%, 19.1% 증가하였습니다. 웅진코웨이개발과의 합병이 성공적으로 마무리됨에 따라 매출원가의 감소와 시너지 창출을 통해 매 분기마다 지속적으로 영업이익률이 향상되는 것이 실적 호전의 주된 요인입니다.

● 매출액추이	단위 : 십억원	● 당기순이익	단위 : 십억원
827.8	04	71.0	04
1,008.1	05	80.9	05
1,117.8	06	74.9	06

【 성과의 배분 】

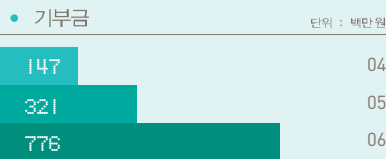
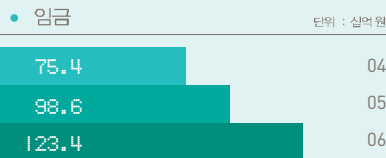
배당 웅진코웨이의 2006년 현금배당금은 당기순이익의 39.7%인 297.5억원입니다. 웅진코웨이는 주주가치 제고를 위하여 앞으로도 배당성향을 최소 30%이상 유지하는 일관된 배당정책 제시로 시장 신뢰를 도모해 나갈 계획입니다.

구분	2004	2005	2006
배당률(%)	30	68	80
배당성향(%)	10.3	40.1	39.7
주당배당금(원)	150	340	400
배당금총액(십억원)	7.3	24.4	29.8
연말주가(원)	9,700	23,950	25,800

이자비용 2006년 부채에 대한 이자비용은 88.2억원으로 2005년의 67.7억원에 비해 증가하였습니다. 이자수익을 고려한 순이자비용은 69.7억원으로 전년의 58.4억원에 비해 11.3억원 증가하였습니다.

구분	2004	2005	2006
이자비용(백만원)	10,136	6,772	8,822
이자수익(백만원)	361	932	1,856
순이자비용(백만원)	9,775	5,840	6,966

임금 직원에 대한 보상은 크게 급여와 복리후생비로 구분됩니다. 2006년 웅진코웨이는 급여로 1,072억원 복리후생비로 162억원 등 모두 1,234억원을 지출하였으며, 이는 2005년의 총 지출 986억원에 비해 248억원 증가한 것입니다. 한편 2004년 직원에 대한 보상은 모두 754억원이었습니다. 참고로 2006년 웅진코웨이 신입직원의 임금은 법정 최저임금 대비 3.06배 높은 수준입니다.



기부금 웅진코웨이의 2006년 기부금은 776백만원으로 2005년의 321백만원, 2004년의 147백만원에 비해 크게 증가하였습니다.

세금 웅진코웨이는 세금 납부를 통해 국가와 지역사회에 기여하고 있습니다. 2006년 웅진코웨이의 납부세액은 법인세 254억원을 포함해 국세 996억원 지방세 37억원 등 모두 1,033억원을 국가 및 지방자치정부에 납부하였습니다. 한편 2006년 국민연금 납부액은 80억원입니다.

정부보조금 웅진코웨이는 2006년 정부로부터 받은 보조금이 없습니다.



2007년에도 웅진코웨이의 성장은 지속됩니다. 재무적인 성과 측면에서 매출의 안정적 증가와 함께 수익성의 개선이 이어지면서 당기순이익 기준으로 1,000억원을 돌파하는 원년이 될 것으로 기대합니다. 웅진코웨이는 2007년의 성장을 담보하기 위해 혁신을 키워드로 하여 경영 전반에 혁신활동을 강화할 계획입니다.

【 혁신, 그 신나는 축제 】

• 2007년 경영목표 요약

매출 1조 3,430억원
영업이익 1,750억원
판매대수 125만대 목표

1. 고객만족 증대를 위한 대내외 프로그램 진행
2. 올해 5월 미국 법인 오픈으로 총 5개 법인 시스템 정립
3. 해외사업 4,100만달러 달성 목표
4. 3대 축제를 통한 신기문화 확산

웅진코웨이는 2002년 말 상장기업 기준으로 종업원 1,000명 이하에서 1,000명 이상으로 성장한 기업 중 매출 1조원을 돌파한 유일한 회사입니다. 환경기업의 이미지를 갖추면서 중소기업이 대기업 반열에 오르기 힘든 국내 여건을 극복하고 매출 1조원을 돌파한 데 그치지 않고 2007년에도 공격적인 목표를 정해 도약하고자 합니다. 웅진코웨이는 2006년까지의 성과를 바탕으로 2007년 매출 1조 3,430억원, 영업이익 1,750억원, 판매대수 125만대의 경영목표를 설정했습니다. 경영 캐치프레이즈 또한 '혁신, 그 신나는 축제'로 정하고 모든 임직원들이 축제를 즐기듯 즐거운 마음으로 혁신하자는 뜻을 담았습니다.

'변하지 않으면 도태된다'라는 신념 아래 '혁신'을 올해의 키워드로 삼은 회사가 가장 먼저 하고자 하는 것은 '고객혁신'입니다. 우선, 2006년 12월 말 기준 394만 회원을 확보한 데 이어 회원수를 480만으로 확대할 목표를 세우고 있습니다. 이와 함께 웅진코웨이는 2007년을 명실상부하게 고객과 함께 도약하는 원년으로 삼기 위해 다양한 대내외 프로그램을 계획하고 있습니다. 대외적으로는 장기사용고객 및 중복구매고객을 위한 고객 benefit 프로그램 운영을 통해 고객만족도를 높이는 한편, 한층 업그레이드된 서비스를 제공하는 차별화를 시도할 계획입니다. 반면 내부적으로는 고객 서비스를 책임지고 있는 코디의 근무 만족도 증진을 위하여 자기 계발 및 가족과 함께 할 수 있는 이벤트를 제공할 예정입니다.

혁신 의 두 번째 추진전략은 1등 기술에 기반한 1등 상품을 본격 출시하는 것입니다. 공기 청정기와 비데의 경우, 웅진코웨이가 보유한 핵심 기술과 앞으로 개발될 다양한 기능을 제품에 접목시켜 리딩기업으로서의 저력을 보여줄 것입니다. 이는 생활환경가전 분야에서 독보적인 아이덴티티를 강화하는 데 크게 기여할 것입니다. 국내뿐만 아니라 해외에서도 혁신은 글로벌화된 웅진코웨이로 변모하기 위해 무엇보다 중요합니다. 올해 해외사업에서 4,100만달러의 매출을 계획하고 있는 웅진코웨이는 해외시장을 겨냥한 제품 라인업과 다양한 유통망 확장을 혁신과제로 하고, 2007년 5월 오픈 예정인 미국 법인까지 모두 5개 해외법인 체제를 구축할 계획입니다.



렌탈하우스는 소비자들의 거점 확보를 위해 웅진코웨이가 2005년에 오픈한 직영대리점입니다. 84호점까지 문을 열었으며, 2007년에도 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다. 혁신적인 사고를 바탕으로 하고 있는 디자인 역시 2007년 혁신 대상에서 빼놓을 수 없는 분야입니다. 2006년 12월 ‘디노베이션 2006’ 디자인 제언전을 시작으로 올해도 생활환경기업 이미지에 맞게 자연 친화적이고 한국적인 디자인으로 소비자의 편리성을 고려한 제품 개발에 주력할 계획입니다. 디노베이션(Dennoation)이란 ‘디자인(Design)’과 혁신을 의미하는 ‘이노베이션(Innovation)’의 합성어로서 제품 디자인에 대한 패러다임을 바꾸겠다는 의지를 반영하고 있습니다.

3대 축제를 통한 신기문화의 확산을 통하여 임직원들의 근무의욕 및 직무만족도를 높이는 것도 올해 웅진코웨이의 중요한 목표입니다. 이 밖에 국내외 우수 인재 확충을 통한 기술 역량을 강화시킬 계획입니다. 2006년 현재 해외 우수인력 20명을 확보한 데 이어 올해도 30명을 충원함으로써 연구개발부문의 경쟁력을 한층 더 확고히 할 것입니다.

【 매출 및 이익 계획 】

웅진코웨이는 2007년 1월 10일 ‘2007 사업연도 회사의 매출액 및 손익에 대한 전망’을 공시한 바 있습니다. 우선 매출은 정수기 대체수요와 비데 수요의 건조한 증가세에 힘입어 2006년보다 20.2% 증가한 1조 3,430억원에 이를 것으로 전망됩니다.

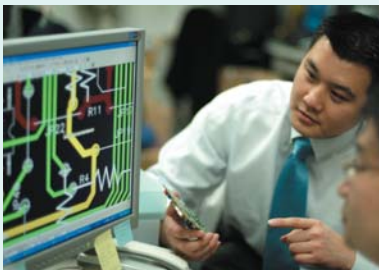
한편 수익성 측면에서도 큰 폭의 개선이 기대됩니다. 웅진코웨이개발과의 합병으로 렌탈 자산의 취득원가가 하락해 수익성의 구조적인 개선이 예상되기 때문입니다. 이에 따라 영업이익률은 2006년의 10.0%에서 2007년 13.0%로 개선되며, 영업이익은 2006년 대비 55.8% 증가한 1,750억원에 이를 것으로 전망됩니다. 한편 경상이익과 당기순이익은 각각 전년 대비 61.5%, 58.7% 증가한 1,654억원, 1,189억원을 기록할 것으로 보이며, 이에 따라 2007년은 당기순이익 기준으로 1,000억원의 선을 넘는 원년이 될 것입니다.

• 2007년 매출 및 손익 전망 단위 : 억원

과목명	금액	매출액 비중(%)
매출액	13,430	100.0
영업이익	1,750	13.0
경상이익	1,654	12.3
당기순이익	1,189	8.9

【 전략 및 중점추진과제 】

2007년 웅진코웨이의 전략은 크게 성장, 이익, 혁신의 3개 범주로 나누어집니다. 먼저 성장 측면에서는 고객관계 강화와 글로벌 코웨이 기반 구축을 전략과제로 설정하고 이를 위한 중점추진과제를 선정하였습니다. 이익 측면에서는 영업조직 구조 혁신과 원가경쟁력 강화를, 혁신 측면에서는 비용/인력구조 혁신, 혁신문화 조성, 품질혁신, 차별화 상품 개발을 주요 과제로 선정하고 이것을 달성하기 위한 세부 방침을 추진해 나갈 계획입니다.



전략방향	전략과제	중점추진과제	세부실행과제
성장	고객관계 강화	고객로열티 강화	장기시용고객 확대를 통한 렌탈 반환율 감소
		신규판매채널 확대	대형할인점 판매채널 확보
글로벌 코웨이 기반 구축	글로벌 코웨이 기반 구축	해외수출 4,100만달러 달성	해외법인 건설화 해외 Full Line-Up 유통 Channel 다각화 영업 Infra 구축
		영업조직 효율화	지국 효율화 코디아직을 개선
이익	영업조직 구조 혁신	리빙사업조직 BEP달성	렌탈하우스/리빙국 통합 구매/품질 안정화 물류/시공 안정화
	원가경쟁력 강화	원가절감 누적효과 565억원 달성	구매원가 절감(GOP활동) VE를 통한 원가절감 추진 VE 및 기술개발을 통한 원가절감
혁신	비용/인력구조 혁신	비용 및 인력구조 혁신과제 실행	비용운영제도 및 시스템개선 직무중심 인사관리제도 도입
	혁신문화 조성	혁신/아이디어 축제를 통한 혁신활동 촉진	혁신 축제 실시 아이디어 축제 실시 성과 축제 실시
	품질혁신	품질혁신을 통한 SVC율 2.91% 개선	필드불량 Worst 10 부품 70% Down 출시 신제품 SVC율 0.7% 달성 원류 품질관리 강화 6 Sigma 도입 및 확산
	차별화 상품개발	신규 상품군(New Item) 1개 이상 출시	ASL(에이슬) therapy 검토/출시 New STP 초음파 세척기 검토/출시 기능 개선용 음식물 처리기

Our Innovation 경영 혁신 +

웅진코웨이는 모든 경영부문에서 진정한 '혁신' 을 이루기 위한 작업을 진행 중입니다. "기업이 잘 나갈 때야말로 가장 위기의식을 가져야 할 때"라는 경영의 기본 정신에 따른 것입니다. 특히 역점을 두고 진행하고자 하는 일은 'R&D' 혁신, '디자인 및 생산' 혁신, '해외 비즈니스' 혁신, '마케팅' 혁신 입니다.

【 R&D 혁신 】

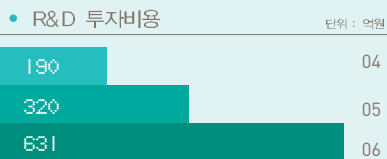


웅진코웨이의 R&D 혁신은 회사의 이익보다는 소비자 중심의 편리성을 제고하는 데 초점을 맞추고 있습니다. 다시 말해 연구개발이 소비자의 필요를 철저히 파악하고 그것에 따라 제품을 개발하는 소비자 중심 시스템에 기반하고 있는 것입니다. 단순히 히트 상품에 대해 약간의 기능 첨가나 변형을 통해 신상품으로 홍보하며 판매를 유지하는 것에서 벗어나 웅진코웨이는 호황을 누리는 제품에 대해서도 끊임없이 개선점을 연구하는 형태의 개발에 주력하고 있습니다. 웅진코웨이는 기술 개발에 대한 확고한 투자 마인드를 가지고 있습니다. 이는 최근 몇 년간 연구개발 투자금액이 큰 폭으로 증가함에 따라 연구개발에 대한 확고한 시스템을 구축하고 있다는 점에서 잘 알 수 있습니다. 웅진코웨이는 환경기술연구소, 품질경영연구소, 수질분석센터 운영을 통해 친환경제품의 개발에 최선을 다하고 있습니다.

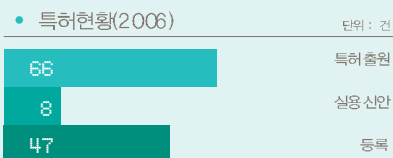
R&D 혁신을 위해 우선적으로 필요한 것은 우수 인력 확보와 비용 절감입니다. 최근 진행 중인 우수 인력 영입 활동은 국내외의 핵심 우수 인재에 대한 전략적 확충을 통하여 R&D 기술 역량을 강화하기 위한 것으로, 모든 부문장들이 직접 채용 설명회를 개최하고 있습니다. 총원되는 우수 석·박사 인력들은 '세계 1등 기술' 확보를 위해 현재까지 난제로 여겨졌던 한계를 극복하고 원천 기술을 개발하여, 경쟁업체 및 후발업체가 절대 따라오지 못하는 핵심 역량을 구축하는 업무를 맡게 될 것입니다.

채용 설명회 외에도 우수 공과대를 대상으로 하는 '웅진 프로젝트 콘테스트(공모전)', 산학/선진 외부기관 프로젝트 참여 등으로 내외부적으로 R&D 역량을 강화하기 위한 다양한 활동을 기획하고 있습니다. 2007년 12월에 서울대 연구단지 내에 최첨단 연구설비를 갖춘 웅진 R&D 센터가 완공되면 생활환경기업으로서 웅진코웨이의 위상이 더욱 강화될 수 있을 것입니다.

뿐만 아니라, 원가 경쟁력을 확보하기 위해 국내 공급사를 통한 한정된 구매 방식에서 벗어나 해외 공급사 개척을 통한 적극적인 글로벌 소싱을 추진하고, 국내 협력업체와의 상생을 위해 제인제도와 교육 프로그램을 더욱 강화하여 운영할 계획입니다. 해외 수출용 제품의 경우, 원가 경쟁력을 갖추기 위해 중국 현지 공장과 파트너십을 맺어 OEM 생산을 맡기는 방안도 구상 중에 있습니다.



※ 06년 63억 중 53억원은 서울대 웅진 R&D 센터 설립 비용임





유아용 공기청정기, 신기술 으뜸상 수상



2006년 4월, 유아용 공기청정기(AP-0805EH)가 한국표준협회에서 주관하는 '신기술 으뜸상'을 수상했다. 이 상은 세계적인 최첨단 기술로 개발된 신제품을 발굴 포상함으로써 우리 기업의 신기술 개발 촉진과 국내외 소비자에게 우리 제품의 우수성을 알리는 역할을 하고 있다. 유아용 공기청정기는 제품 디자인과 기능면에서 아이들의 안전을 최우선으로 고려한 점이 높이 평가받았다.

WOONGJIN COWAY NEWS



웅진 R&D 센터' 신축 기공식

2006년 5월 3일 회사는 서울대학교와 '웅진 R&D 센터' 신축을 위한 기공식을 가졌다. '웅진 R&D 센터'는 서울대 연구원 내 1,260평 부지에 연면적 3,645평 규모의 지상 6층, 지하 2층 건물로 세워진다. 올해 12월 완공되면 내외빌딩, 상봉동, 유구 등으로 분산되어 있던 연구소를 통합해 물, 공기, 건강과 관련된 환경기술분야, 새로운 가전 아템에 대한 공동 연구개발을 진행할 예정이다.



WOONGJIN COWAY NEWS



【 디자인 및 생산 혁신 】

디자인 혁신 웅진코웨이는 기능 및 디자인 부문에서도 소비자들의 편의를 위해 많은 변화를 줄 계획입니다. 공기청정기의 경우 기능성 필터 및 맞춤형 필터를 개발하여 타사 및 기존 제품과 차별화 할 것이며, 제품을 일정 기간 이상 보유한 고객을 대상으로 기존 필터를 기능성/맞춤형 필터로 교환해 주는 방안도 검토 중에 있습니다.

디자인은 회사의 경영진이 특히 강조하는 부분 중 하나입니다. 디자인이야말로 기술력의 집약적인 발현이라고 보기 때문입니다. 웅진코웨이의 디자인 혁신은 '최적의 가치를 추구하고, 건강한 삶을 위한 소비를 지향하는 아우라(Aura) 디자인'을 확립하고, 제품 사이즈를 절반으로 줄이는 것을 목표로 하고 있습니다. '슬림(Slim) & 프리미엄

(Premium) 디자인 을 실현하기 위해 디자인 전시회나 제안전 등을 열고, 디자인 전문가 평가단을 운영하며, 선행 디자인 연구와 글로벌 네트워크를 구축하는 등 다양한 방안을 구상 중입니다.

HR 프로젝트 웅진코웨이는 생산 효율성을 향상시키기 위해 선진 생산시스템 구축을 위한 활동을 전개하고 있습니다. 2005년부터 시작된 생산 혁신 프로젝트인 HR Project(High Renovation High Running Project)의 추진으로 생산성 향상은 물론 제조 공정 품질의 신뢰성 확보 측면에서 가시적인 성과를 도출해 냈습니다. 2005년의 경우 생산성이 30% 향상되었으며 라인파 자재 공간은 31% 감소하였습니다. 또한 공기청정기에 Cell 생산방식을 적용함에 따라 생산능력이 기존 방식에 비해 91% 향상되는 효과를 얻었습니다. 2006년에는 두 차례에 걸쳐 HR 혁신 프로젝트를 실시하였습니다. 이로 인해 인당 74%의 생산성 향상이 이루어졌고 이를 금액으로 환산하면 10.4억원입니다.

【 마케팅 혁신 】

렌탈 마케팅 1998년 외환 위기에 따른 경제적 위기 상황으로 많은 기업이 몰락하는 등 사회 전반의 급격한 변화 속에서 웅진코웨이는 렌탈 마케팅이라는 혁신적 마케팅 기법을 도입함으로써 고성장의 발판을 마련하였습니다. 즉, 기존의 전통적 마케팅 방식인 제품 생산 → 제품 판매 → 단순 A/S 형태에서 벗어나 기업 윤리의 상품화 → 환경·웰빙 제품의 다품종 개발 → 직원 교육 강화를 통한 고객 사전 관리(B/S : Before Service) → 제품 렌탈 및 판매 → 렌탈에 따른 필연적 사후 관리의 메커니즘을 도입하였습니다. 렌탈 마케팅은 꾸준한 제품관리가 필수적이기 때문에 소비자들은 안심하고 제품을 사용할 수 있으며, 저렴한 렌탈료로 인해 경제적 부담도 덜 수 있습니다.



코디 제도

코디제도는 렌탈 제품의 주 사용자가 주부라는 점에 착안하여 도입된 시스템으로 코디는 방문 판매와 더불어 고객에게 사후 관리 서비스를 제공하는 일을 하고 있습니다. 코디는 1999년 노동부에서 인정하는 신지식인으로 선정되면서 새로운 직업군으로 부상하였습니다. 웅진코웨이의 코디는 2006년 말 현재 10,751명으로 회사는 고객만족도 향상을 위해 코디에 대한 서비스 및 기술 교육을 강화하고 있으며 코디 조직의 생산성 향상을 위해 PDA운영시스템을 전 코디를 대상으로 확대하였습니다. 웅진코웨이는 앞으로 그 규모를 1만 5천명까지 확대해 나가는 한편 과학적인 서비스지역 관리시스템(GIS)을 도입하여 서비스의 질을 한층 높여 나갈 계획입니다.

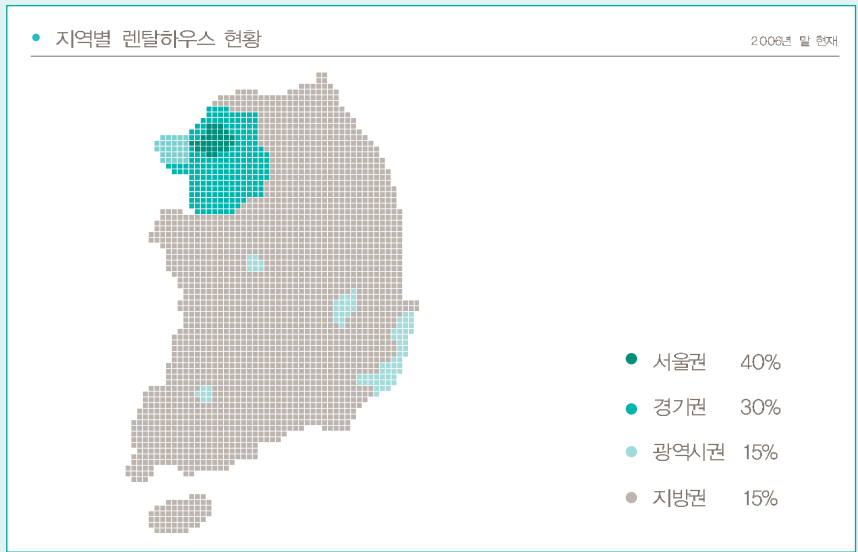
렌탈하우스

2005년 웅진코웨이는 기존의 방문 판매의 단점을 보완하고 렌탈 판매를 활성화하기 위해 '렌탈하우스'를 출범하였습니다.

새로운 개념의 '토털 웰빙 체험공간'인 렌탈하우스에는 정수기를 비롯 공기청정기, 비데, 연수기, 음식물처리기 등의 렌탈 제품과 기타 다양한 제품이 전시되어 있으며 고객은 제품의 각종 기능에 대해 직접 체험·확인하고 구매를 결정할 수 있습니다. 2005년 10월 1호점을 오픈한 이후 그 해 연말까지 30개로 증가하였으며, 2006년에도 지속적으로 그 수가 늘어 2006년 말 현재 모두 84개점이 운영되고 있습니다.

• 코디란?

코디(Cody)는 '코웨이 레이디(Coway Lady)'의 줄임말로 서비스 전문가를 말한다. 코디의 주 업무는 렌탈 제품의 정기점검과 일반제품의 멤버십회원관리, 필터관리, 렌탈 회원모집 등에 이르기까지 웅진코웨이 제품에 대한 모든 B/Service(Before Service)를 책임지는 것이다. 일반적으로 대부분의 서비스 회사들이 회사중심의 A/S를 실시하는데 비해 코디들은 고객중심의 B/S를 선보이고 있다 또한 코디를 통해 여성인력의 활용이 낮은 불황기에 여성인력의 경제활동 참여의 기회를 마련하고, 전문 기술 습득을 통한 고부가 인력의 양성에도 기여하고 있다.





【 해외 비즈니스 혁신 】

마지막으로 혁신적 사고를 바탕으로 가장 야심 차게 준비하고 있는 분야는 해외 비즈니스 부문입니다. 국내 타 글로벌 전자회사의 해외 매출이 전체의 80% 이상에 달하는 것에 비해 웅진코웨이의 해외 매출은 이제 막 시작하는 단계입니다. 그만큼 성장의 여지가 무궁무진하다고 볼 수 있습니다. 이를 위해 웅진코웨이는 유통 채널과 판매 제품을 다각화하는 작업을 진행 중이며, 해외사업 지원을 강화하기 위해 해외수출을 위한 맞춤형 모델 개발에도 박차를 가하고 있습니다. 2007년 5월에는 미국에 현지법인을 오픈해 해당 국가 및 주요 주변국가 진출로의 전초기지로 활용할 계획입니다.

2006년 9월 네덜란드에서 유럽 최대의 방문판매회사인 켈터(Zepter)사와 '정수기 및 공기청정기 공급에 관한 MOU'를 맺고, 6만대 규모의 공기청정기 및 정수기 공급 계약을 체결하였습니다. 유럽 수출이 전무하다시피 하던 웅진코웨이로서는 본격적인 해외사업 진출로의 성공적인 첫 발걸음을 뗀 것으로 평가될 것입니다. 그 밖에도 세계 유수의 가전기업과 제품공급 및 OEM 방식의 전략적 제휴를 위한 협력이 진행 중입니다.



SOCIETY...

웅진코웨이가 바라는 것은 우리의 제품을 사용하는
고객의 삶에 가치를 부여하는 것입니다.

직원들이 보람있게 일하고 자신의 성장을 이룰 수 있는

즐거운 업무 환경을 조성하는 것 또한 우리의 바람입니다.

또한 즐거운 직장 문화 조성을 통하여 직원이 보람있게

일하고 자신의 성장을 이룰 수 있도록 하는 것입니다.

나아가 웅진코웨이는 '즐거운 사회봉사' (Voluntainment)를

통하여 사회 구성원 모두가 행복한 세상을 열어가고자 합니다.

웅진코웨이는 책임 있는 기업시민으로서의 역할을

충실히 하겠습니다.

CONTENTS

- 고객 커뮤니케이션_48
- 고객책임활동_49
- 내부 이해관계자_53
- 기업문화_62
- 비즈니스 파트너_64
- 사회공헌_65



웅진코웨이는 고객불만 예방 경영시스템(CCMS : Consumer Complaint Management System) 운영을 통해 고객의 불만 사항에 신속히 대응하고 나아가 개선 활동을 활발히 전개하고 있으며, 다양한 서비스로 대고객 커뮤니케이션을 활성화하고 있습니다.

【 CCMS(고객불만 예방 경영시스템) 운영 】

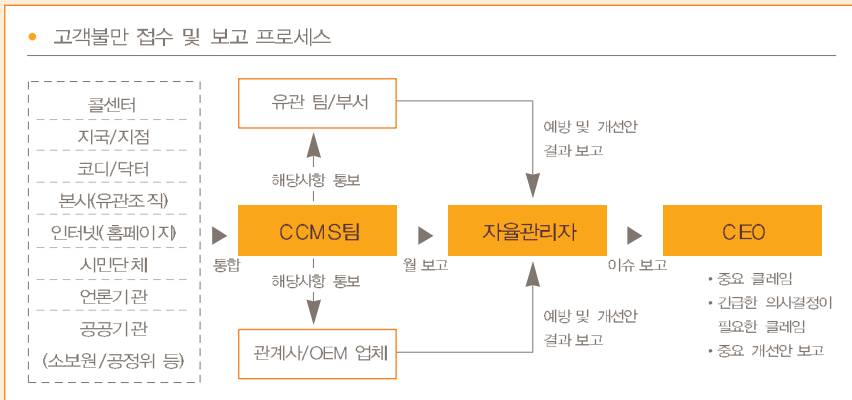
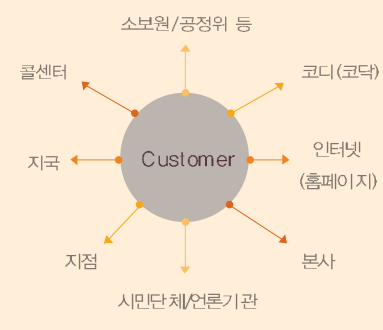
고객불만 데이터 전산화면

웅진코웨이는 고객피해 예방과 개선활동을 지속적으로 수행하고, 고객이 제기한 불만에 대한 자발적인 관심과 책무를 명확히하기 위해 CCMS를 구축, 운영하고 있습니다. 고객불만 예방활동은 크게 7가지 범주를 기준으로 이루어지고 있습니다. 첫째, **‘제품에 대한 품질관리’**입니다. 제품의 품질과 안전성을 중 시하는 품질경영 방침을 전사적으로 확산시키고, 품질 검사 및 안전검사, 설비점검 시 확인 사항 등에 대한 매뉴얼 정비 그리고 검사기록의 보존 등을 통해 고객불만 예방활동을 전개하고 있습니다. 둘째, **‘제품안전을 위한 활동’**입니다. 고객이 안심하고 제품과 서비스를 이용할 수 있도록 제품안전 관련 표지를 철저히 함은 물론 어린이나 노약자, 장애인 등을 배려하는 활동을 펼쳐나가고 있습니다. 셋째, **‘고객에 대한 정보 제공’**입니다. 고객에게 제품 및 서비스에 대한 정확한 정보를 제공하는 것과 그 정보에 대해 고객이 이해하기 쉽게 하는 것은 무엇보다 중요합니다. 웅진코웨이는 이를 위해 고객을 위한 정보를 작성할 때 고객관점에서 사전적으로 검토하고 있습니다. 이 밖에도 고객이 제품이나 서비스를 올바르게 사용하고 이용할 수 있도록 **‘고객을 대상으로 하는 교육, 제조와 소비 그리고 제품 폐기까지의 전과정에 걸친 환경 관점 고려, ‘개인정보 보호, ‘긴급상황 발생시의 대응’** 등의 범주에서 고객불만을 예방하기 위한 활동을 전개해 나가고 있습니다.

【 고객불만 접수 및 처리 】

웅진코웨이는 콜센터, 지국 및 지점, 홈페이지 등의 다양한 경로로 접수되는 고객의 불만사항을 처리하기 위해 CCMS팀과 자율관리자를 통한 고객불만 접수 및 처리 프로세스를 운영하고 있습니다. 접수된 불만사항은 제품 및 부품 관련 항목 27개를 포함하여 모두 125개 항목으로 나누어 분석되며 중요한 사안의 경우 최고경영자에게까지 보고되어 처리되고 있습니다.

고객불만 데이터 수집경로



Responsibility for Customer 고객책임활동



고객을 위한 책임 있는 활동을 전개하기 위해 고객 안전 및 보호를 위한 제반 장치를 마련하여 운영하고 있습니다. CSO아카데미를 중심으로 서비스 교육을 강화하는 한편 수질 검사 서비스를 통해 고객들이 안심하고 마실 수 있는 물을 제공하고 있습니다. 이 밖에 정기적인 고객만족도 조사를 통하여 부족한 부분에 대하여 파악하고 개선 방안을 강구해 나가고 있습니다.

【 제품 책임 】



제품의 결함으로 인한 고객의 생명, 신체, 재산상의 손해를 예방하기 위해 웅진코웨이는 제품설계 단계부터 제품 안전에 관한 제반 사항을 검토하고, 발생할 수 있는 문제점을 보완하여 제품을 생산하고 있습니다. 제품 책임과 관련해 지난해 웅진코웨이에서 제조물 책임법(PL법)을 위반한 사례는 없었습니다. 또한 자체적으로도 신제품 출시 전, 법무팀에서 사용설명서 또는 카탈로그에 기재된 제품의 특징 및 관리방법 등에 대하여 다각적인 검토를 시행하고 있습니다.

【 제품 정보 및 라벨링 】



웅진코웨이는 방문판매 방식을 주 유통채널로 갖고 있기 때문에 다른 어떤 기업보다 고객에게 충실한 제품 정보 제공을 하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 방문판매 등에 관한 법률에 따라 계약 체결 전 공급되는 “제품 및 판매자에 대한 정보 제공의 의무”를 부여하기 위해 계약에 앞서 청약서를 통해 서면으로 고객들에게 한 번 더 제품 정보를 제공하고 있습니다. 한편 라벨링과 관련해 표시광고법을 위반한 사례는 없으며, 내부 제품 출시 이전 라벨링에 대해 내부적으로 법무팀에서 관련법규 전반에 대해 검토하고 있습니다.

【 고객정보보호 】

고객의 정보를 보호하는 것은 기업의 책임이며, 고객의 신뢰를 확보하기 위한 가장 중요한 활동입니다. 웅진코웨이의 고객관리 전산시스템 및 공식 홈페이지, 당사에서 운영하는 여성 전문 포털 사이트 쉬즈웰(www.sheswell.co.kr)에서는 고객들의 주민등록번호 뒷자리를 암호화 처리해 고객정보 보호를 강화하고 있습니다. 고객정보의 생성과 사용, 폐기에 이르는 일련의 과정에서 일어날 수 있는 고객정보 유출을 방지하기 위해 고객정보의 취급은 담당자에게 한정하고, 담당자에게 수시교육을 실시하고 있습니다. 또한 웅진코웨이에서는 ‘고객정보 보호는 전임직원의 몫’이라는 신념 하에 정기적인 정보보안교육을 통해 고객정보보호를 강화하고 있습니다. 한편 2006년 고객정보보호에 대한 고객불만 비율은 전체 클레임 건수의 1.6%였습니다.



【 제품서비스 】

간간서비스-CS아카데미

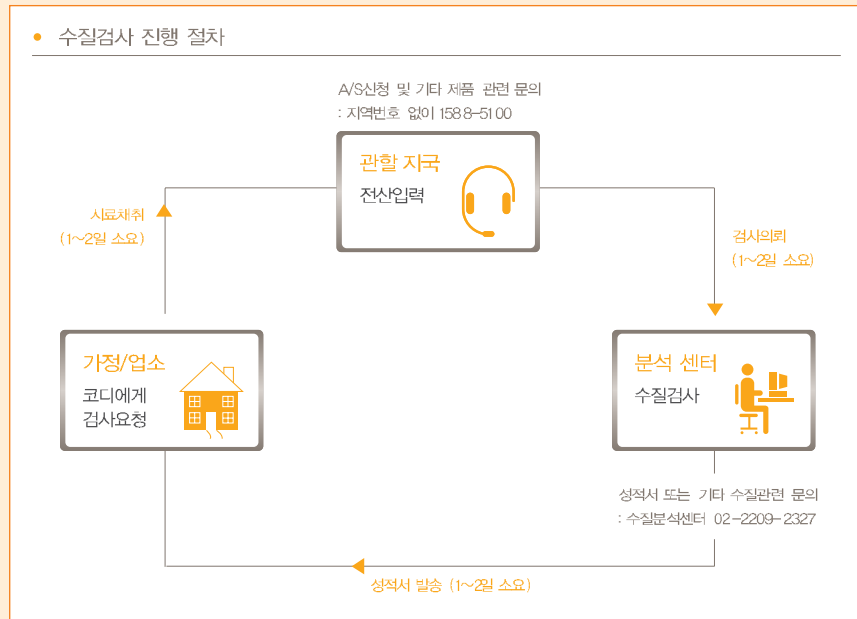
CS아카데미는 제품의 전문서비스를 주업무로 활동하고 있는 코디(Cody), A/S와 설치를 담당하고 있는 CS닥터(CS Dr.)의 서비스 체계를 완성하는 교육체계입니다. 현재는 1명의 책임강사와 13명의 선임강사, 5명의 강사가 코디(Cody), 닥터(CS Dr.) 및 그룹 전 직원들을 대상으로 교육을 실시하고 있습니다. 각 지역별로 13개의 CS아카데미 강의장이 마련되어 있어 이들이 지역별로 교육에 참석할 수 있음은 물론, 연수원에서의 집합교육에는 외부 강사를 초청하여 여러 분야의 전문지식도 갖출 수 있도록 하고 있습니다. 각 교육장에는 CS교육에 필요한 모든 기자재를 갖추고 있으며, 현장 서비스의 시청각 교육 및 역할연기 등 현장감 있는 철저한 체험학습 위주로 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 특히, 서비스 사이클의 고객접점(MOT)별 시뮬레이션이 가능하도록 한 현장 예절실 구성은 CS아카데미의 특징 가운데 하나입니다.

CS아카데미에서의 단계별 교육을 살펴보면 초일류 서비스맨으로서의 다짐을 위하여 기본 행동예절과 CS마인드 교육은 물론, 바람직한 인간관계를 위한 다양한 교육의 기회도 제공됩니다. 입사와 동시에 이루어지는 신입입문과정을 포함하여 총 6차례 단계적인 교육을 받는데 신입입문 과정에는 코디로서의 기본 소양 교육을 받고 그 이후 또또서비스 체험 또또서비스 Follow-up, 유형별 고객응대 스킬 셀링파워 커뮤니케이션을 통해 고객에게 한 단계 더 업그레이드된 웅진코웨이만의 특별한 서비스를 제공합니다.

이러한 체계적인 교육을 위해 강사들의 자기계발과 새로운 교육의 기회는 무엇보다 중요합니다. 강사에 대한 해외연수는 변화하는 시대흐름을 읽고 새로운 교육을 위한 준비를 하는데 필수적입니다. 웅진코웨이는 일본의 JAL아카데미와 싱가포르 서비스퀄리티센터(SQC) 연수 등 해외연수와 월 1회 이상의 외부 교육을 통해 강사의 역량을 업그레이드 하고 있습니다. 이러한 다양한 교육 프로그램 개발에서부터 현장 모니터링 및 서비스 트래킹을 통해 현장 교육의 효과를 높이고 있습니다.



수질분석 웅진코웨이는 정수기를 사용하는 고객에게 수질검사 서비스를 제공하고 있습니다. 웅진코웨이 수질분석센터에서는 고객의 정수기 성능 및 수질을 점검하기 위해 10개 항목(탁도, 납, 카드뮴, 알루미늄, 철, 아연, 비소, 셀레늄, 구리, 망간)에 대하여 고객 요청시 연 1회 수질검사를 무료로 실시합니다.



【 고객 만족도 】

웅진코웨이는 2006년 11월 24일부터 12월 28일까지 전국적으로 자사 고객 9,300명, 타사 고객 1,022명 등 모두 10,322명을 대상으로 고객만족도 조사를 실시하였습니다. 종합 만족도 측면에서 2005년 하반기 대비 상승하였으며 경쟁사와의 비교에서도 웅진코웨이의 서비스 만족도가 높게 나타났습니다.



• 종합 만족도 86.8 - 2005년 대비 상승(한국리서치 조사결과) ■ 2005 ■ 2006

- 또또서비스 종합 만족도는 86.8점으로 2005년과 비교하여 상승함.
- 타사 종합 만족도 79.0점보다 높은 수준임.



• 체감 만족도 및 차원 만족도 비슷한 수준 유지 또는 소폭 상승 ■ 웅진 ■ 타사

- 체감 만족도는 78.9로 지난 차수 대비 비슷한 수준.
- 각 차원의 만족도 0.5~1.7점 가량 상승.
- 타사 대비 체감 만족도, 차원 만족도 모두 우세함.



【 고객만족도 조사의 실제 활용 】

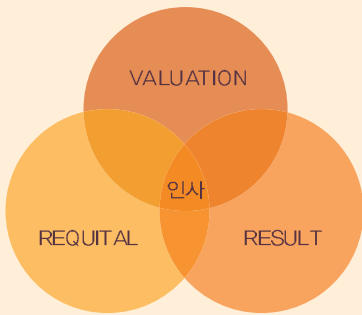
웅진코웨이는 분기별로 고객만족도 조사를 실시합니다. 조사 결과는 팀장 이상의 직급을 대상으로 하는 보고회를 통해 상세히 전달되며 유관부서의 요청 시 그 결과를 공유합니다. 특히 각 분기마다 중요하게 이슈화된 부분은 코디교육과 서비스 향상을 위해 활용하고 있습니다.

Employees 내부 이해관계자 +

웅진코웨이는 기업의 지속가능한 성장을 위해 직원의 역량 향상과 업무 만족이 무엇보다 중요하다는 인식 하에 다양한 교육 프로그램을 제공하여 직원의 역량을 강화하고 객관적인 평가를 통해 합리적으로 보상하는 인사시스템을 구축하고 있습니다. 또한 직장 내 만족도 제고를 위해 고충처리 운영위원회, 인사위원회, 코웨이 올림터 등을 통해 사내 커뮤니케이션을 활성화하고 있습니다.

【 인사 원칙 】

• 인사관리 시스템



인사는 조직의 성패와 직결되는 매우 중요한 부분입니다. 웅진코웨이는 이렇게 중요한 인사문제에 어떠한 부정과 편법을 인정하지 않습니다. 평가주의, 성과주의, 보상주의라는 인사원칙을 가지고 전 임직원이 직무만족을 느끼며 즐거운 조직생활을 할 수 있도록 공정한 인사의 규칙을 지켜나가고 있습니다. 또한 웅진코웨이는 아동노동, 강제노동을 금하고 있으며 성에 의한 차별, 인종적, 종교적 신념에 의한 차별을 금하고 있습니다.

VALUATION 평가주의

기업과 개인의 성과를 높이는 총체적인 관리 시스템을 적용하여 목표, 성과관리제도를 도입하여 시행하고 있습니다. 공정하고 합리적인 평가가 될 수 있도록 업적평가, 역량평가, 상황평가 등 다양한 평가제도를 운영하고 있습니다. 객관적인 평가를 통해 능력 있는 직원이 계속적으로 창의적인 성과를 달성하고 스스로 역량을 개발할 수 있는 평가시스템을 운영하고 있습니다.

RESULT 성과주의

웅진코웨이는 개인 및 조직의 업무성과를 극대화 하기 위해 모든 지원을 아끼지 않고 있습니다. 전사의 전략적 목표를 중심으로 각 조직 별 업무 특성을 고려한 목표를 제시하고 업적 지표를 수시로 관리하고 있습니다. 기반역량, 리더십역량, 직무역량 중심의 역량평가제도를 도입해 개인의 내적자질을 측정하고 개발해 탁월한 업무성과를 발휘할 수 있도록 했습니다.

REQUITAL 보상주의

뛰어난 업적과 역량을 발휘한 식구에게는 파격적인 성과연봉 및 특별 승진의 기회를 제공하고 있습니다. 직급별 승진 POINT 제도를 도입함으로써 개인별 성과와 연계된 승진 제도를 지향하고 있습니다. 매년 경영성과에 따라 경영이익금의 일부를 개인과 단위조직이 공유하는 Profit-Sharing 원칙을 시행하고 있습니다.



● 학습하는 전문인

프로정신과 담당업무에 대한 최고의 전문 지식을 겸비한 역량 있는 사람

●● 혁신하는 창의인

항상 새로운 것을 찾으며 혁신과 독창성의 경쟁 우위를 유지하는 사람

●●● 협력하는 조직인

인간관계와 팀워크를 중시하고, 유연한 사고로 더불어 일할 줄 아는 사람

●●●● 성취하는 열정인

끈기, 추진력, 의지, 일에 대한 애정을 지니고 자기 일에 책임을 다하는 사람

【 인재관 및 인재상 】

인재관 기업의 성패를 좌우하는 가장 핵심적인 요소로 자본을 말하던 시대는 이미 지났습니다. ‘지식 경영의 시대’라고 일컫는 2세기의 기업경영에서 무엇보다 중요한 것은 바로 ‘사람’입니다. 지식사회를 이끌기 위한 글로벌 웅진인 양성이 곧 기업경쟁력이라는 신념 하에 웅진코웨이는 핵심인재 확보에 주력하고 있습니다. 또한 이들을 체계적으로 육성하기 위한 프로그램 개발에 역량을 집중하고 있습니다. 이러한 핵심인재들은 웅진코웨이의 지속가능한 성장을 가능하게 하는 원동력이 될 것입니다.

인재상 웅진코웨이는 도도사랑을 실천하는 웅진인을 인재상의 기본으로 삼고 있으며 이를 이루기 위해 학습하는 전문인, 혁신하는 창의인, 협력하는 조직인, 성취하는 열정인이라는 4가지 인재상의 모습을 공유하고 있습니다. 웅진코웨이의 모든 인사정책 및 임직원에 대한 지원/관리는 4가지 인재상을 바탕으로 수행됩니다.

【 인재 확보 및 양성 】



인재 확보 웅진코웨이는 모든 제품에 적용되는 환경친화적 기술을 개발하기 위한 노력을 지속하고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로 회사는 최근 몇 년간 획기적으로 대규모 R&D 인력을 신규 채용하는 한편 국내외 관련 최고 수준의 박사급 인재의 채용을 위해 대표이사가 직접 미주지역 주요 대학을 방문하여 채용설명회를 개최 하는 등 인재확보에 전력을 기울이고 있습니다. 한편 국내 대학 및 전문 연구기관과 연구협력 네트워크를 구축하여 지속적으로 공동 연구를 추진하고 장학금 지급 및 기자재 제공 등의 실질적인 지원을 통해 인재 확보 및 양성에 만전을 기하고 있습니다.

• 채용 프로세스 개선

웅진코웨이는 전문인력 채용 담당을 두고 채용 프로세스를 개선하고자 노력하고 있습니다. 그 동안 인턴십 제도를 활용하여 우수자는 해외연수를 보내주는 등 다양한 노력을 전개하였지만 향후 보다 효과적인 채용 활동을 위해 전사적인 참여에 기반한 체계적인 인재채용 시스템을 구축할 계획입니다. 한편 웅진코웨이는 유공공장과 코디 채용시 해당지역 인력을 우선적으로 채용하고 있습니다. 이를 통해 지역사회의 균형발전과 여성일자리 창출에 기여하고 있습니다.

• Service Expert 과정

웅진코웨이는 성신여자대학교, 숙명여자대학교, 건국대학교 등에 '웅진코웨이 Service Expert 과정'을 개설하였습니다. 이 과정은 방학기간 중 해당 대학교 학생을 대상으로 'CS(Customer Satisfaction, 고객만족) 강사 양성 과정'과 '고객접점CS 기본 과정'을 총 2회에 걸쳐 30명에게 교육하는 시스템입니다. 이 과정을 통해 수강 학생들은 서비스, 매너 교육, 강사 업무 체험 프로그램 등을 배우게 되며 수료 학생을 대상으로 웅진코웨이 서비스 강사 지원 시 우선 선발의 기회를 부여하고 있습니다. 이러한 산학협동 과정을 통해 수강 학생들은 전문적으로 현업을 체험할 수 있고 기업은 우수한 인재를 확보할 수 있게 됩니다. 웅진코웨이는 향후 산학협동 대상을 확대하는 한편 프로그램도 한층 더 전문화해 나갈 계획입니다.



인재 양성

채용과정을 거쳐 우수한 인재를 확보하는 것만큼 중요한 것이 인재를 양성하는 것입니다. 이러한 관점에서 웅진코웨이는 교육에 적극적으로 투자하고 있습니다. 이는 2006년 정직원에 대한 교육훈련비가 14억원으로 2004년의 7.4억원에 비해 크게 증가한 것에서 잘 알 수 있습니다. 웅진코웨이는 지속가능한 발전을 위해 가장 근본적이며 중요한 요소의 하나인 인재 양성을 위해 교육훈련비를 향후 더 늘려나갈 계획입니다.

웅진코웨이의 주요 교육 프로그램은 직원간 공존지수를 높일 수 있는 프로그램(멘토링 제도), 실제적인 지식 업그레이드를 위한 프로그램(e-Learning, WAA 등), 연구소 연구원의 능력 향상을 위한 프로그램(멘사 프로그램, 사이노슈어 최고 기술경진대회) 등으로 이루어져 있습니다. 이 외에 코디를 대상으로 한 교육 프로그램도 실시되고 있습니다. 이에 대해서 구체적으로 살펴 보면 다음과 같습니다.

- 멘토링 제도

멘토링(Mentoring) 제도는 입사 후 신입 직원의 적응력을 높이기 위해 마련된 제도로 신입 직원에게 1:1 코치를 붙여주는 교육시스템입니다. 멘토(Mentor)로 지정된 선배는 후배인 멘티(Mentee)에게 업무적인 코치뿐만 아니라 개인적이고 인간적인 관계 증진에도 도움이 되는 다양한 프로그램을 함께 하고 있습니다. 이를 통해 멘티가 첫 사회 생활에서 겪을 수 있는 어려움을 멘토의 지식과 경험으로 해결할 수 있도록 합니다. 이러한 제도를 통해 회사 생활에 적응한 멘티는 훗날 또 다른 후배 직원의 멘토가 되어 그들이 회사 생활에 적응할 수 있도록 돕게 됩니다. 이처럼 멘토링 제도는 직원간 고급 지식 네트워크가 구축되고 파트너십이 형성되면서 사내 공존지수를 높여가는 시스템이라 할 수 있습니다.

- 교육학점 이수제도

직원들의 역량 개발을 목적으로 매년 각 직급별 권장 학점수를 두어 자기 주도하에 학습 계획을 수립하고 지속적인 자기개발을 유도하는 인재육성제도입니다. 제도의 활성화를 위해 선택 학점의 2배수 이상 취득 시 승진 포인트에 가점을 부여하고 있습니다.

- 교육실적

연도	인당 교육비(원)	인당 시간
2005년	401,806	86
2006년	735,141	143



• 직급별/직무별 교육 제도

직급별 공동업무역량 함양을 위해 각 직급별 연 1회 교육을 실시하는 직급별 교육 제도와 연 1회, 최소 8시간 이상 의무적으로 직무에 관련된 교육을 받도록 하는 직무별 교육 제도를 운영하고 있습니다.

• WAA(Woongjin Advanced Abroad)

실제적인 지식의 업그레이드를 위한 교육 프로그램 가운데 대표적인 WAA는 해외 선진기업 벤치마킹 프로그램입니다. 이 프로그램은 2004년까지는 전년도 인사사고 및 자체 평가에 의해 선발된 직원들이 연 2회 일본의 우수 기업을 벤치마킹할 기회를 얻는 평가 보상의 성격이 강했지만 2005년부터 전 직원으로 확대하여 실시하고 있습니다. 이는 3~4명의 직원이 한 팀이 되어 치밀한 사전 조사를 통해 방문하고자 하는 국가, 일정 등에 대한 프로젝트 안을 제출하고 회사는 이를 철저히 심사하여 일체의 비용을 지원해 주는 방식입니다. 확대 실시된 첫해인 2005년에는 모두 5개 팀이 유럽과 호주 등을 다녀왔으며 2006년에는 모두 4개 팀이 유럽 6개국, 미국 등을 방문하고 돌아왔습니다. 연수 후에는 벤치마킹의 결과물에 대해 전 직원 앞에서 발표함으로써 경험과 정보를 공유하고 있습니다.

WAA는 직원들의 자발적이고 적극적인 참여 문화를 형성하고 경영진과 직원간 비즈니스 아이디어가 공유될 수 있는 여건을 마련해 주고 있습니다. 또한 창의적이고 새로운 형태의 비즈니스 모델을 제안하고, 이것의 사업화 가능성에 대해 전사 차원의 검토가 이루어지는 계기를 마련해 줌으로써 지속가능한 성장을 위한 프로그램으로 자리잡아 가고 있습니다.

	선발팀	연수지	연수주제
2005년 상반기	2팀 선발	터키	홈 케어서비스 사업진출 모색
		호주	호주비데 수출 타당성 조사
2005년 하반기	3팀 선발	유럽 8개국	R&D 시스템 개선 뷔셀 명품 마케팅 대체에너지(태양광) 프로젝트
2006년 상반기	2팀 선발	유럽 6개국	선진규격 및 테스트 수행 아동방 Total Setting System
2006년 하반기	2팀 선발	미국	해외전문렌탈기업 벤치마킹 전략적 LOHAS 시장개발



- e-Learning

웅진코웨이는 카페테리아식 교육 프로그램인 e-Learning 프로그램을 통해서 OA, 재무회계, 인사/교육, 마케팅, CS, 어학에 이르기까지 100여 개 과목에서 직원 개개인이 스스로 부족한 부분을 선택, 교육받을 수 있는 기회를 마련하고 있습니다. e-Learning 프로그램은 직원 개개인이 편리한 시간에 필요한 과정에 참여할 수 있다는 장점이 있습니다. 2006년에는 3,630(누적명의 정직원)이 연 72,280시간의 교육을 온라인 프로그램을 통해 이수하였습니다. (인당 연평균 56.5시간)

- 하자(HAJA) 프로그램

반기별 40~50 명의 직원을 대상으로 재즈댄스, 사진촬영, 경락마사지, 요리, 티디베어 만들기, 어학 등 다양한 테마로 진행되는 프로그램입니다. 2006년의 경우 하자 프로그램 참여자중 96.2%가 만족하였습니다. 부문별로 유명 강사를 초빙하거나 직접 해당 학원에 등록하여 새로운 지식을 습득하거나 관심 분야에 대해 체험할 수 있게 하는 프로그램입니다.

- 연구원 역량 강화 프로그램

웅진코웨이는 연구소에서도 기술세미나, 사이노슈어(Cynosure) 최고기술경진대회 등의 자체 프로그램을 통하여 연구원의 역량 강화와 신기술 확보를 위한 프로그램을 진행하고 이를 적극적으로 지원하고 있습니다. 사이노슈어 최고 기술경진대회는 한 해 최고의 연구 성과를 이룬 연구원을 격려하고 시상하는 제도로, 이를 통해 연구원들의 자긍심을 고취시키는 효과를 얻고 있습니다.

- 에코교육(분기별)

연도	교육 내용	교육 시간
2006년	기술	3
	서비스	3
	영업	3
2007년	기술	3
	서비스/영업	3

- 에코교육

에코교육은 채용 후 6개월이 지난 코디를 대상으로 전국 37개 총국장에서 기술, 영업, 서비스에 대해 실시하는 교육입니다. 분기별로 정기적으로 실시되는 교육을 통해 코디들의 업무 역량을 강화시키고 있습니다. 2006년에는 분기별 총 9시간의 교육을 실시하였으며 2007년부터는 서비스와 영업을 통합하면서 총 6시간을 실시할 예정입니다. 채용 후 6개월이 지나지 않은 코디를 대상으로는 본사에서 직접 교육을 실시하고 있습니다.

【 내부 이해관계자 커뮤니케이션 】

회사와 직원 간의 커뮤니케이션은 정기적인 의견 수렴 방식과 비정기적 의견 수렴 방식으로 구분됩니다. 회사는 최고 경영층과 직원 간의 격의없는 대화의 장인 하이팅(Highting)과 매월 1회 개최되는 근사위원회를 통해 투명 경영의 실행과 함께 직원의 고충과 애로 사항에 대해 의견을 전달하고 개선을 건의하는 활동을 추진하고 있습니다. 한편 비정기적으로 사내 우체통 제도인 롤루랄라 우체통, 각종 동호회 활동 등에서 제기되는 건의 사항을 회사에 전달하고 있습니다.

• 회사만족도 단위 : %



• 근무여건만족도 단위 : %



• 업무만족도 단위 : %



• 종합만족도 단위 : %



• 퇴직률 단위 : %



• 코웨이 올림터

코웨이 올림터는 인사 및 교육과 관련한 직원들의 의견을 수렴하기 위해 사이버 상에 개설된 쌍방향 커뮤니케이션 공간입니다. 신바람 나는 기업문화를 창조하는 열린 창구의 역할을 하는 코웨이 올림터는 보다 자유로운 의견 교환을 위해 익명으로 의견을 제출하는 시스템으로 운영되고 있습니다

• 임직원 만족도

2005년까지 웅진코웨이의 정직원 만족도 지수(ESI : Employ Satisfaction Index)는 지속적으로 상승하였습니다. 이는 회사와 직원 간의 커뮤니케이션 활성화와 함께 전반적인 보상 및 복리 후생의 수준이 높아진 데 따른 것입니다. 그러나 2006년 12월 1일부터 11일까지 SIS Research & Consulting이 본사 팀장 및 팀원 289명을 대상으로 회사만족도, 근무여건만족도, 업무만족도 등 3가지 영역에서 조사한 2006년 ESI는 63.6점으로 2005년의 65.4에 비해 다소 낮아졌습니다. 지난 3년 동안 SIS Research & Consulting에서 수행한 국내 30여 개의 대기업 및 중소기업의 평균 만족도에 비해서는 높은 편이지만, 웅진 코웨이는 향후 직원의 만족도 향상을 위해 더욱 최선을 다할 것입니다. 한편 정직원 퇴직률은 2006년 2.6%로 2005년 3.9%에 비해 1.3%p 하락하였습니다. 2006년의 이직률은 1.01%로 비교적 낮으며 이는 임직원의 만족도가 높은 데 기인한 것으로 보입니다.

• 고충처리 운영위원회

직원의 고충처리는 고충처리운영위원회를 통하여 이루어지고 있습니다. 접수창구는 인재개발팀장과 노무담당자이며 성희롱 및 기타 직무부적합 등의 사유로 접수되면 인사위원회가 이를 정식으로 다룹니다.

• 산업재해

웅진코웨이는 인적 구성상 사무직이 많은 관계로 산업재해의 위험이 상대적으로 낮습니다. 2005년에는 출장 중 교통사고로 2명이 사망하는 산재가 발생하였으나 2006년에는 1건도 발생하지 않았습니다.



【 보상 및 복리후생 】

직원에게 대한 동기 부여는 회사의 지속가능한 성장의 가장 기본적이며 중요한 요소 가운데 하나일 것입니다. 웅진코웨이의 동기부여 프로그램은 모두 4가지로 이루어져 있습니다. 그 첫 번째가 복리후생의 개선이고, 두 번째가 포상제도의 활성화이며, 세 번째는 연한제 폐지에 따른 파격적인 인사 시스템, 그리고 마지막이 업적에 상응하는 합리적인 급여 인상입니다.

평가 및 보상체계 웅진코웨이는 역량평가와 업적평가를 통해 우수한 업적을 낸 직원에게 보상을 함으로써 업무수행 동기를 부여하고, 직책에 따라 그에 합당한 항목을 설정하여 개인의 역량을 평가합니다. 업적평가는 개인별로 목표를 달성하여 달성여부와 진행 상황을 정기적으로 점검하여 우수한 업적을 낸 직원에게 보상을 하는 제도입니다. 한편 웅진코웨이의 승진체계는 매년 1회의 정기승진과 발탁승진으로 운영되고 있으며, 다양하고 객관적인 평가항목으로 공정하게 운영하고 있습니다.

정기 승진	정기승진은 매년 2월에 이루어지며, 평가항목으로는 역량평가 항목을 기본으로 하여 여학생적, 사내 아이디어 공모제도인 반디제도, 각종 대내외 수상경력, 교육이수여부 등 다양한 항목에 의한 평가로 이루어집니다.
발탁 승진	연 1회 실시되는 발탁승진은 당해년도 정기승진 이후 탁월한 업적을 달성한 사원에게 그에 적합한 보상을 적시에 함으로써 해당 사원의 업무 수행능력을 제고하고 전사에는 도전적/혁신적 분위기를 조성하기 위해 2003년부터 실시된 제도입니다. 개인업적 외에 프리젠테이션 스킬능력, OA사용능력, 다면평가, 임원면접 등 다양하고 엄격한 심사를 통해 최종 선발됩니다.

웅진코웨이는 2002년 4월부터 연봉제를 실시하고 있습니다. 당사는 개인의 역량과 업적에 따라 임금을 지급함으로써 인사평가, 경영성과와 임금이 상호연계된 유연한 임금 시스템을 구축하고 있습니다. 이러한 개인의 역량과 업적에 따른 임금 지급은 사원의 업무수행 동기를 강화하여 회사의 장기적인 생산성 향상에 기여하고 있습니다. 기본연봉에는 역량평가와 업적평가 결과의 일부가 반영되어 있습니다. 당사의 이러한 임금체계는 회사와 사원이 함께 성장할 수 있는 Win-Win전략의 도구로서 끊임없는 변화를 통해 개선해 나갈 것입니다.

• 평가 및 보상체계



• 동호회 지원(23개 동호회 / 463명 활동)

초롱희 여직원 모임	클라라 클라리넷	Membrain 악기 / 밴드
사진부락 사진	WALA 뮤지컬	비노플러스 와인
e-樂 e스포츠	Saxophonia 색소폰	당神 당구
나이스샷 골프	브레드가든 쿠키제작	골멧 식도락

<지원내역>

- 최초 인원 5인 이상 구성
- 신설 확정시 20만원 지원
- 월 최대 100만원 지원
- 우수 동호회 차년도 100만원 지급

• 금연 캠페인



복리후생

복리후생제도 역시 전 임직원이 최고의 성과를 발휘할 수 있도록 하는 것을 목표로 하고 있습니다. 2006년 회사는 학자금, 또또사랑 휴가비, 주택자금, 경조사비 지급 등의 명목으로 모두 17,153,000,000원 (인당 5,200,000원)의 복리후생비를 지출하였습니다.

• 복리후생제도

구분	내용
경조급 지급	본인/가족의 결혼 등 경조사시 경조금(2006년 4.7억원) 및 경조 휴가
자녀 학자금 지원	유치원, 대학등록금, 자녀수 제한없음
주택 구입/임차	무주택자 대상 대출이자 50% 지원
도움말 찾기	외부상담지원(상담비 2회 지원)
Blueprint 프로그램	직무관련 자격증/교육에 대해 교육비 지원
그룹 제품 할인구매	직원스마트제를 통한 그룹제품 구매 지원
교통비 지원	차장급 이상 교통비 지급
포상 및 해외연수 지원	장기근속 및 우수 근무자에 대한 포상 및 해외연수 지원
기념품 지급	설날, 추석, 회사창립기념일, 근로자의 날 등 기념품 지급
종합건강진단	1회/2년 사무직 직원, 1회/1년 생산직 직원 대상으로 종합건강진단 실시
휴가제도	하계휴가, 연차휴가, 보건휴가, 출산휴가, 안식휴가
동호회 활동 지원	축구회, 산악회, 볼링회 등 사원들의 여가활동 지원
상품권 지급	본인 생일시 생일 상품권 지급
출산축하금 지급	배우자본인 출산시 출산축하금 지급
주 5일제 실시	주 5일제 도입을 통한 직원들의 자기계발과 여가활동 지원

건강한 직원/건강한 회사

웅진코웨이는 2006년 1월부터 직원 개개인의 건강한 삶을 위하여 금연 캠페인을 실시하고 있습니다. 그 결과 흡연율은 점차 하락해 2006년 말 현재 비흡연자의 비율은 62%입니다. 생산 현장에서 발생할 수 있는 각종 질병 예방을 위해 생산직 직원의 경우 한층 강화된 종합건강진단 프로그램을 실시하고 있습니다.

Corporate Culture 기업문화



기업문화란 기업에 스며들어 있는 철학과 분위기, 그리고 기업의 구성원들이 공유하고 있는 가치와 목표를 의미합니다. 기업문화는 곧 기업의 이미지와 연결되며, 나아가 기업의 브랜드, 제품에 대한 이미지에 영향을 미칩니다. 웅진코웨이는 직원 개개인의 자발적인 참여에 회사 차원의 적극적인 지원이 더해지면서 웅진코웨이 고유의 기업문화를 만들어가고 있습니다.

• 웅진코웨이 기업문화



참여 개선의 문화

종업원 스스로가 참여하고 회사가 함께 발전하는 문화



인재육성의 문화

우수 인재의 확보와 지속적 투자로 조직과 개인발전에 이바지



가족 문화

근무만족도 향상 가족의 따뜻한 정과 신뢰 형성



고객지향의 문화

내외부 고객감동을 실천하는 문화

【 신기문화 】

웅진코웨이의 독특한 기업문화는 신나게 일하는 사람만이 창의력과 도전으로 탁월한 성과를 창출할 수 있다는 '신기(神氣)문화'입니다. 웅진코웨이의 성장은 독창적인 아이디어와 전략 그리고 전사 차원에서 그것을 한미음으로 추진할 수 있는 신기문화에 기반을 두고 있습니다. 신기문화는 서로 상의하는 문화, 반대의견을 말할 수 있는 문화, 긍정적인 생각을 많이 하는 문화, 함께 즐기는 문화 이 네 가지의 문화가 결합된 결과입니다.

즐겁고 신나는 직장 직원과 최고 경영층 간의 원활한 커뮤니케이션이 이루어지는 직장을 만들어가기 위해 웅진코웨이는 호프데이, 하이팅, My HAJA, 코웨이 리그, 유머게시판 등 다양한 프로그램을 개발·시행하고 있습니다.

【 연구소 문화 】

자율적인 연구소 문화

웅진코웨이는 자율적인 연구소 문화 조성을 위해 자율

출퇴근 시간제, 근무 복장 자율화, 개인 업무 공간 재설계, 장기 휴가 등 연구활동에 대한 다양한 재량권을 부여하고 있습니다.

창의적인 연구소 문화

정기적인 신기술 발표회, 최고기술경진대회, 지식공유회,

Self-up 등 창의력 향상 프로그램을 운영하고 있습니다.

즐기는 연구소 문화

Hi coway, e-SPORTS 등 다양한 활동을 통하여 연구원들

이 즐기고 함께 참여하는 가운데 창의성을 발휘할 수 있도록 하고 있습니다.

• 신기(神氣)문화 프로그램

Hi coway

- 신바람 나는 global culture 조성
- 점심시간 1시간을 이용한 영어학습
- 영화감상 팝송배우기, 골든벨게임 등

굿모닝 웅진 (월 1회 전직원이 한 자리에 모여

회사 소식 공유 및 문화 강화)

- 대표이사 인사말
- 명강사 초청 특강
- 부서별 벤치마킹 전시
- 또또 사랑 모금
- 행운권 추첨

호프데이(경영자와의 격의 없는 대화의 장

- 대표이사에서부터 신입사원까지 전사원이 함께 하는 커뮤니케이션의 장

HADA (자기계발을 위한 즐거운 문화강좌 선택

적 수강 가능)

- 경락 마사지 / 스포츠 마사지
- 크리스탈 비즈공예
- 미술 외인 강좌
- 기타 자기 계발 과정

【 노사문화 】



웅진코웨이는 노동조합이 구성되어 있지 않습니다. 대신 정기 및 임시 노사협의회를 통하여 직원과 경영진 간의 원활한 커뮤니케이션이 이루어지고 있습니다. 웅진코웨이의 직원 교육, 편경영 실천은 새로운 기업문화를 창조해 왔고, 다양한 프로그램과 유기적으로 결합해 성공적인 내부 이해관계자 관리시스템을 구축하고 있습니다. 이러한 노력을 인정받아 웅진코웨이는 2002년 노동부에서 선정한 ‘신노사문화 우수기업’으로 선정되었습니다.

2006에는 18건의 안건이 노사협의 대상으로 올라왔으며, 18건 모두 처리되어 100%의 처리율을 보였습니다. 2002년 이후 5년간 누적 실적을 보면 43회의 협의회를 통하여 모두 138건의 안건을 협의·처리하였습니다. 2006년 주요 노사협의 및 처리사항은 성과급 지급, 복리후생제도 개선, 임금 인상, 추석 연휴와 근무 형태 등이었습니다.

년도	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	계
노사협의 횟수	14	13	5	4	7	43
협의안건/처리안건	35/35	41/41	26/26	18/18	18/18	138/138
처리율(%)	100	100	100	100	100	100

이밖에 역량 제고, 안전보건, 노사화합을 위한 워크숍 및 위원회 활동이 다음과 같이 진행되었습니다.

- 또또사랑 위원회 워크숍(상반기/하반기 각 1회 시행)
- 현장관리감독자 워크숍 시행
- 또또사랑협의회 정기/임시 운영(연간 10회)
- 산업안전보건위원회 운영

동호회 (직원들의 다양한 취미생활을 위한 지원)

- 축구회, 초롱회 (여직원 모임)
- 산악회, 야구회 등
- 볼링 / 포켓볼 / 중국어 / 인라인 동호회 등

아침방송 (아침을 알리는 신나는 소리/식구들의 소식을 전하는 역할)

- 부서 소개
- 신청곡 방송
- 생일 축하 및 각종 식구들의 사연 소개

하이팅 (High-Ting)

- 공동의 체현을 통한 CEO와 조직 구성원들간의 공감대 형성
- 주회 15명 내외의 사원이 프로그램 구성
- 마술배우기, 승마, 디카 배우기 등

유머게시판

- 그룹웨어에 유머글 올리기로 활력소 제공
- 매주 추천수 1위 ~ 3위 시상
- 매월 추천수 1위 시상

Business Partners 비즈니스 파트너



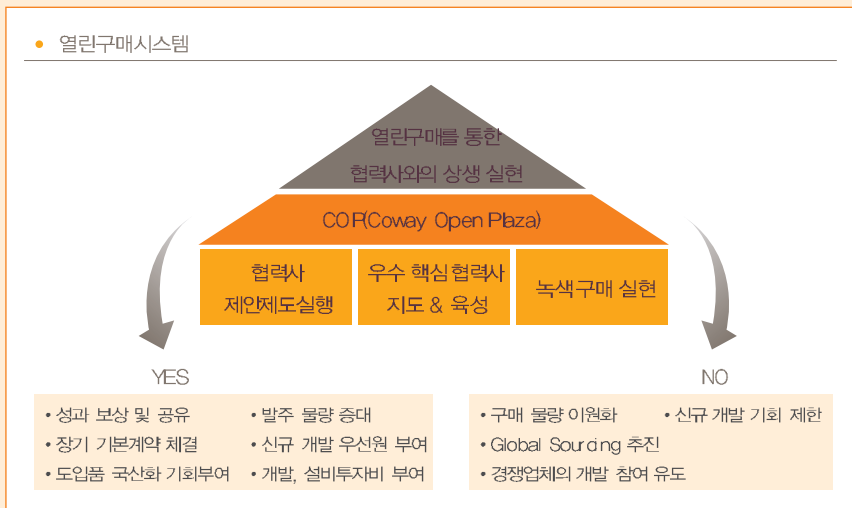
웅진코웨이는 기업 혼자만 잘해서는 치열한 생존 경쟁에서 살아남을 수 없다는 확고한 신념을 갖고 비즈니스 파트너와의 상생을 추구하기 위해 다양한 활동을 펼치고 있습니다. 환경 분야에서의 협력은 물론 COP(Coway Open Plaza) 등을 통해 Win-Win 파트너십을 구축해 나가고 있습니다.

【 COP 활성화 】



산업계 녹색구매 자발적 협약서

웅진코웨이는 협력사와의 상생을 실현하기 위하여 COP(Coway Open Plaza)를 활성화하고 있습니다. COP의 주된 활동은 협력사 제안제도 실행, 우수 핵심 협력사 지도 및 육성, 녹색구매 실현 등입니다.



• 협력업체 비율



- 국내 91%
- 해외 9%

【 Coway Partner's Day 】

웅진코웨이는 협력사와의 상생경영을 위해 2005년 시작한 'Coway Partner's Day'를 2006년 12월 12일 두 번째로 개최했습니다. 본격적인 상생경영을 실행하기 위해 마련된 이 행사에는 대우일렉트로닉스, 새한 등 140여 개의 협력사가 참여해 향후 협력방안을 모색하였습니다. 또한 협력사와 웅진코웨이가 공동으로 작업한 신제품들을 전시한 행사에서 우수 협력사에 대한 사상을 통해 좋은 성과를 낸 협력사를 격려하는 시간을 가졌습니다. 첫 해와 마찬가지로 2006년에도 우수 협력사 7개사에 대해서는 유럽 해외 연수를 통해 선진 공장을 시찰할 수 있는 기회를 제공하고 이에 필요한 비용을 전액 지원하였습니다. 이 외에 각 제품별로 혁신을 통해 우수한 성과를 낸 기업 6개사 대표에게 100만원 상당의 부부동반 제주도 여행 상품권을 지급하는 등 협력사와의 관계를 비즈니스 파트너 관계를 넘어선 가족과 같은 관계로 발전시키고 있습니다.

2007년에는 협력사 15개를 선정하여 경영, 생산혁신, 품질 등에 대한 컨설팅을 진행하고 그에 대한 비용을 전액 지원할 계획입니다. 또한 중소기업의 설비 지원을 위해 설비자금 30억원을 마련하고, 이를 무이자로 빌려줄 계획입니다.

Social Contribution 사회공헌



이윤 창출만을 목표로 기업경영을 하던 시대는 지났습니다. 웅진코웨이는 일찍이 사회에 대한 책임의 중요성을 인식하고 여러 분야에서 사회공헌활동을 펼쳐왔습니다. '맑은 물 사랑 캠페인', 문화 이벤트 지원, 소외 이웃 돕기 등의 국내에서의 활동은 물론 남아프리카공화국 등 해외에서의 사회공헌 활동을 전개함으로써 건전한 기업시민으로서의 역할을 다하고 있습니다.

【 시민의식과 사회적 책임 】

- 웅진코웨이의 심벌마크



피랑 바람은 맑은 물 사랑캠페인을 실천하는 대상인 하천을 나타낸 것이며 그 안에 경영정신인 '또또 사랑(사랑하고 또 사랑하라)'을 강조하는 의미에서 물고기 형상을 하트모양으로 형상화하여 웅진코웨이가 사회공헌을 통해 이루고자 하는 미래의 모습입니다

기업의 사회에 대한 책임이 강조되고 있는 오늘날 많은 기업들은 사회봉사, 메세나(문예 지원), 환경보호 등의 다양한 사회공헌활동을 펼쳐나가고 있습니다. 기업시민으로서 웅진코웨이는 우리 사회에 기업의 사회적 책임을 강조하는 목소리가 드러나기 이전부터 다양한 활동을 통해 사회공헌활동을 전개해 왔습니다. 이는 사회공헌을 단순히 재무적 측면에서의 비용이 아닌 기업시민으로서 마땅히 해야 할 책임으로 인식한 데에 따른 것입니다. 한편 수익 측면에서도 사회공헌활동은 기업 이미지 향상과 직원의 사기 진작, 그리고 소비자와의 다양한 접점에서의 커뮤니케이션 통로로 활용될 수 있다는 점에서 긍정적으로 작용할 것이라는 인식을 갖고 있습니다. 웅진코웨이는 기업의 사회적 책임의 일환으로 공장이 가동되고 있는 유구지역과 관련된 사회공헌활동을 활발히 전개해 나가고 있습니다. 유구지역에서 수질검사, 유구천 지킴이 봉사 활동, 유기농법 지원, 공주대학교 학생 장학금 지급 등의 활동을 펼치고 있습니다. 또한 환경부와 협약을 통해 정부의 지원을 받아 유구 지역 발전에 기여하고 있습니다.

한편 지역적인 공헌 활동과 별도로 웅진코웨이는 사회의 보편적 관심사에 대한 사회공헌에도 큰 관심을 가지고 있습니다. 임직원들에게 회사에서 정한 사회봉사활동 의무 시간을 준수하도록 하고 있으며, 임직원 개개인은 소외된 계층이나, 장애인, 독거 노인, 소년소녀가장 등을 위한 다양한 자원봉사활동을 하고 있습니다. 홀트아동복지관과 양평천사원 봉사활동, 아름다운 가게, 맹아원, 유니세프 등과 함께하는 봉사를 통해 사회의 소외계층에 대한 관심을 기울이고 있습니다.

【 또또사랑 봉사단 】



2005년 6월 30일 결성된 웅진코웨이 사회봉사단인 ‘또또사랑 봉사단’은 지금까지 맑은 물 사랑 캠페인 참여를 통하여 환경정화활동 및 문화활동 자원봉사, 생태체험 이웃과 관련된 사회봉사활동을 다양하게 수행해 왔으며 2006년에도 우렁이 방사 및 감자캐기 등의 활동을 수행하였습니다. 또또사랑 봉사단은 2006년 전 임직원들에게 1인당 9시간 이상의 의무봉사시간을 부여하여 적극적인 사회공헌활동을 펼쳐도록 하였습니다. 이러한 활동 내용은 서울시 사회복지협의회의 인증시스템인 ‘자원봉사인증시스템’을 통하여 객관적이고 투명하게 관리되고 있습니다.

연도	봉사일	봉사자	수요처	봉사시간	봉사활동
2005-09-13	박주현	04174303	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	김현웅	04990314	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	장진석	06299322	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	김기필	06299296	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	이재현	06299294	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	박신우	06299293	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	김우균	05172810	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	이은희	05169311	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	신용성	05169276	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	주철	04196117	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	양한진	04690932	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	구경호	06299241	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
2005-09-13	김홍환	06299240	유구읍	04000002	환경보호(통지)별초, 근래기물관리구
총 계				1120 건	7084시간 40분

웅진코웨이는 2005년 사회공헌활동으로 498,300,000원을 사용하였으며 2006년에는 그 금액이 1,210,000,000원으로 증가하였습니다.

【 사회공헌활동 】

웅진코웨이의 사회공헌활동은 인간과 자연이 함께 더불어 잘 사는 세상을 추구합니다. 환경을 되살리는 '맑은 물 사랑 캠페인', 이웃과 함께 즐거움을 나누는 '임직원 봉사활동', 정기적인 나눔 이벤트 'Oh! Beautiful Month 캠페인'을 통해 고객과 사회에 대한 또또사랑을 실천하고자 합니다.

맑은 물 사랑 캠페인	실개천에서 물놀이하는 그 날을 위해 안양천 및 금어천의 갈대습지 조성과 유구천의 자연형 하천 조성
임직원 봉사활동	따뜻함이 살아나는 그 날을 위해 이웃과 따뜻함을 나누는 임직원의 자원봉사활동
Oh! Beautiful Month 캠페인	나눔이 생활화되는 그 날을 위해 내 자리, 내 주변의 비움을 통해 이웃과의 나눔 실천



• 공주시와 친환경 농산물 유통 협약

웅진코웨이는 2006년 3월 16일 충남 공주시와 친환경 농산물 유통에 관한 협약을 체결했습니다. 이번 협약은 2006년 2월부터 추진하는 'New Green 환경경영'의 일환으로 기술투자 공주 유구읍 오리농법 경작지에서 생산된 농산물을 수매하게 됩니다. 수매 농산물은 계열사와 임직원들에게 판매하는 한편, 공장 급식, 사회공헌활동 등에도 활용할 예정입니다.



• 남아프리카공화국 어린이 후원

2006년 3월 7일 남아프리카공화국 케이프타운에서 열린 '세계지방자치단체환경협의회(ICLEI) 세계총회에 한국대표로 참가한 이진 부회장을 통해 사내 동호회 회원들은 남아프리카공화국 극빈층 어린이들을 후원했습니다. 축구동호회와 사내여직원 모임에서는 후원금을 거둬 축구공과 유니폼을 샀고 생필품과 재활용품도 모았습니다. 이렇게 모인 현물과 성금 500만원과 회사의 별도 지원금 1,000만원이 자치단체 국제환경협의회(International Council for Local Environmental Initiatives)를 통해 전달되었습니다.



- 충남 유구읍과 1사(社) 1촌(村) 협약

2006년 5월 17일 웅진코웨이는 유구읍 만천리·문금리와 1사 1촌 협약을 맺었습니다. 이날 협약을 계기로 웅진코웨이는 친환경 농산물 직구매, 농번기 일손돕기 등을 지속적으로 추진할 예정입니다.

- 유기농 쌀을 천사원 식구들과 나눔

웅진코웨이 직원들은 2006년 12월 18일 장애인 생활 시설인 '양평천사원(경기도 양평 소재)'을 찾아 사랑의 쌀과 크리스마스 케익을 전달하는 행사를 가졌습니다. 웅진코웨이 임직원이 지난 1년 동안 사내보 '물루랄라 - 아름다운 경매 코너'를 통해 모은 수익금으로 구입한 쌀을 기증했으며, 천사원 식구들과 즐거운 시간을 가졌습니다. 한편 이번에 기증한 쌀은 웅진코웨이와 일사일촌 협약을 맺고 있는 충남 유구지역에서 친환경 농법(우렁이 농법)으로 수확한 쌀이어서 더욱 의미가 있었습니다.

- 자연형 하천복원 시범사업 협약식

2006년 9월 29일 유구읍에서 자연형 하천정화사업 '유구천 가꾸기 시범사업 협약식'을 가졌습니다. 이날 행사에는 윤석금 회장을 비롯해 그룹 임직원 100여 명과 이치범 환경부 장관, 윤준하 환경재단 이사, 유구읍 지역 주민 600여 명이 참석했습니다. 웅진그룹은 2008년까지 3년간 15억원을 투자하여 하천 자정식물 식재, 유기농 수매, 하천변 정화 활동 등의 활동을 펼치기로 했습니다.

- 유구천 우렁이 방사 농촌 체험 및 감자캐기 봉사 등 다양한 활동 전개

우렁이를 이용한 친환경농법에 대한 이해를 돕고 이를 통해 환경적 가치를 심어주는 계기를 마련하기 위해 2006년 6월 26일 웅진코웨이 임직원과 그 가족들이 참석하여 뜻깊은 시간을 가졌습니다.

- 소외계층을 위한 자원봉사활동

2006년 9월 29일 홀트이동복지관 봉사활동을 실시하여 장애인들과 함께 사회적응훈련을 받고 빨래, 청소 등의 실질적인 도움을 주는 행사를 가졌습니다. 12월 14일에는 연말을 맞이하여 용산 노인종합복지관에 방문, 독거노인들에게 음식을 제공하는 식당을 청소하였습니다. 이 봉사활동이 계기가 되어 '행복한 금요일'이라는 봉사활동을 기획하여 용산노인종합복지관과 함께 2007년 2월부터 효창공원에서 독거노인들에게 무료로 중식을 제공하는 봉사활동을 실시하기로 하였습니다.

- 캄보디아 우물파기

웅진그룹은 수질여건이 매우 열악한 캄보디아 지역 주민들의 식수환경 개선을 위해 2006년 프놈펜 인근 지역 26개 마을에 총 75개의 우물(펌프식 우물)을 파주었습니다. 앞으로 웅진그룹은 우물사업을 확대하여 모두 1,000개의 우물파기를 목표로 연간 100개 이상의 우물을 파출 계획입니다.



• 문화 이벤트를 통한 사회공헌

웅진코웨이는 2006년 한 해 동안 다양한 문화 이벤트를 통해 총 18회에 걸쳐 546쌍에게 뮤지컬 연극, 인형극, 미술 관람 등의 문화체험 기회를 제공하였습니다. 2007년에도 웅진코웨이는 소외된 이웃들의 삶을 풍요롭게 하는 다양한 문화 활동을 전개해 나갈 계획입니다.

월	초대인원(쌍)	이벤트 명
1월	40	가족인형극 졸라맨
	45	재크와 요술저금통
2월	10	앵글 재크와 요술 저금통
	45	고골 3부작연극
3월	30	노노이야기
	26	앵글 오피리아의 그림자 극장
4월	20	뮤지컬 어린왕자
	30	뮤지컬 핑키핑키
5월	60	앵글 노노이야기
	20	뿌로로 숲속 마을 축제
8월	40	동래야외극
	20	앵글 재크와 요술저금통
	30	상상기발 피카소 미술 체험전
10월	30	풀벌레 체험전
	30	피아노와 이빨
	20	호두까기 인형
12월	30	앵글 풀벌레 체험전
	20	메리포핀스 뮤지컬



ENVIRONMENT...

생활환경기업을 표방하고 있는 웅진코웨이에 있어
환경은 무엇보다도 중요한 가치입니다.

1989년 설립과 동시에 미국수질협회(WQA)에 등록된
웅진코웨이는 늘 환경을 우선적으로 고려하여 왔습니다.
다양한 환경 보전 활동과 환경 관련 각종 인증 취득은 물론,
환경기술연구소와 수질분석센터를 운영을 통하여
친환경 경영을 실천하고 있습니다.

2006년 4월에는 '환경경영 선포식'을 통하여 경영 전반에
친환경 프로세스를 접목하겠다는 의지를 대내외에 밝혔습니다.
지구 환경에 대한 희생의 대가로 얻어진 성공은 무의미합니다.
웅진코웨이는 하나뿐인 지구를 보전하고 가꾸기 위해
최선을 다할 것입니다. 이를 통하여 동시대는 물론
다음 세대와 함께하는 기업이 되고자 합니다.

CONTENTS

- 환경 리더십_72
- 환경 성과_78



Leadership for Environmental Management 환경 리더십



생활환경기업으로서 웅진코웨이는 환경의 중요성을 어느 기업보다 잘 인식하고 있습니다. 완벽한 품질 추구하고 함께 환경을 보전하는 것이 고객 사랑의 기본이자 사회적 책임을 실천하는 방법입니다. 웅진코웨이는 친환경경영시스템의 구축과 다양한 환경 보전 활동을 통해 지구 사랑을 실천하고 있습니다.



【 환경경영 선포식 】

2006년 4월 25일, 웅진그룹은 환경경영 선포식을 갖고 글로벌 환경친화기업으로의 변신을 선언했습니다. 윤석금 회장은 이날 열린 환경경영 선포식에서 "환경은 21세기를 대비하는 가장 큰 가치"라며 "뉴-그린(NEW-GREEN)경영을 통해 새로운 조류에 맞는 글로벌 리더기업으로 도약해 나가자"고 강조했습니다.



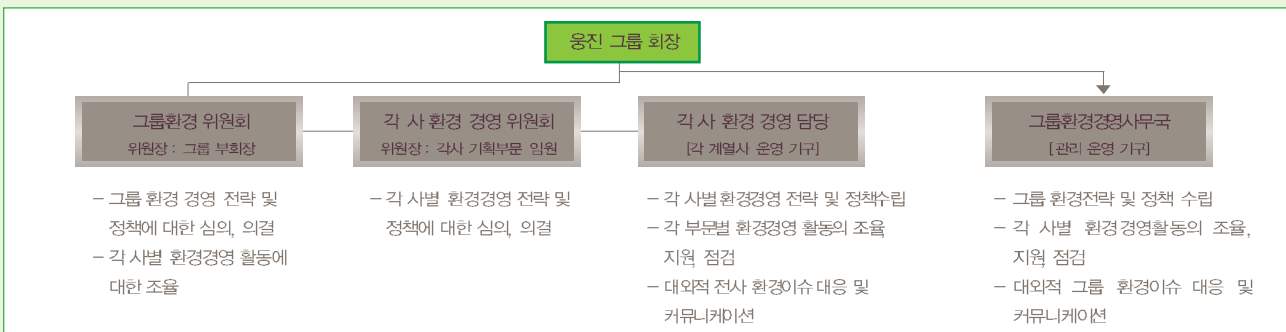
【 친환경경영시스템 운영 】

1996년 ISO14001 인증을 취득하였고 그에 따른 친환경경영시스템을 수립하여 체계적인 환경경영을 실천해 오고 있습니다. 그 결과 제품의 친환경성 확보는 물론 이를 바탕으로 제품의 경쟁력을 높일 수 있게 되었고 최근에는 협력업체와의 친환경경영시스템 공동추진의 일환으로 녹색구매 가이드라인을 제정하여 운영 중에 있습니다. 웅진코웨이의 친환경경영시스템은 지속가능경영의 중요한 축으로 환경문제를 접근하는 실질적인 활동을 추진하고 있습니다. 이러한 모습을 통해 웅진코웨이는 이해관계자에게 진정한 의미의 환경친화기업으로 인식될 것이라 확신합니다.

• EMS

웅진코웨이는 환경품질시스템의 보다 효율적인 구축을 위하여 2006년 9월 품질 및 환경에 관련된 전반적인 업무를 수행하는 품질기획팀을 신설하였습니다. 특히 보다 효율적인 환경관리를 위하여 에너지 사용량 및 유해물질을 실시간으로 관리할 수 있는 EDM (Environmental Data Management) 시스템을 SAP와 연동하여 보다 효율적인 생산체계의 친환경화를 도모하고 있습니다 (2007년 5월 오픈 예정)

웅진코웨이는 친환경경영시스템을 웅진그룹의 장기 로드맵에 맞춰 갖춰나가는 중입니다. 그 일환으로 웅진그룹 환경경영사무국에서는 2007년 5월까지 RoHS(Restriction on Hazardous Substances) 관리 체계 및 환경경영시스템(EMS : Environmental Management System)을 구축할 계획입니다. 웅진그룹의 환경경영에 대한 관심은 그룹차원의 환경경영선포식을 바탕으로 기존의 개별적인 환경 경영 활동프로그램이 아닌 그룹차원의 통합적인 접근 노력으로 전환하였습니다. 이러한 친환경경영시스템의 조직은 웅진코웨이를 포함한 각 계열사의 역할과 업무성격에 맞게 구성되어 최고경영층의 의사 결정을 통하여 신속하고 효과적으로 프로그램을 수행할 수 있는 방식으로 구성되었습니다.



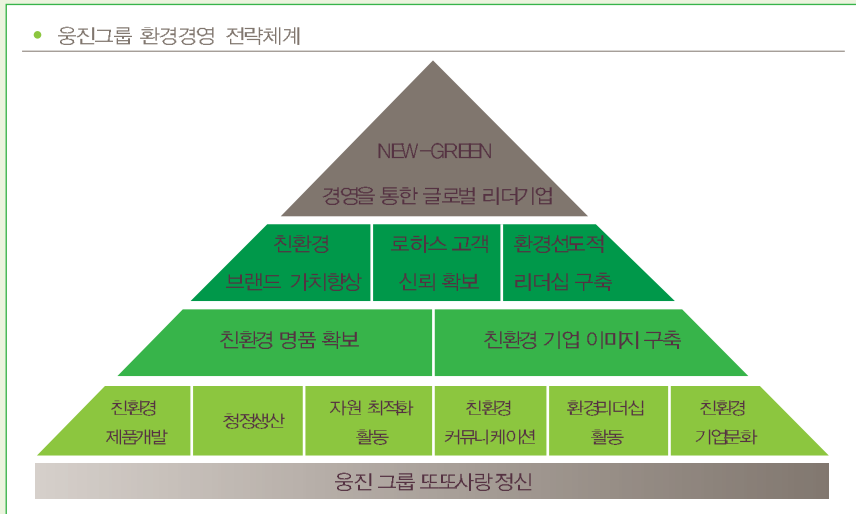
• 웅진그룹 환경로고



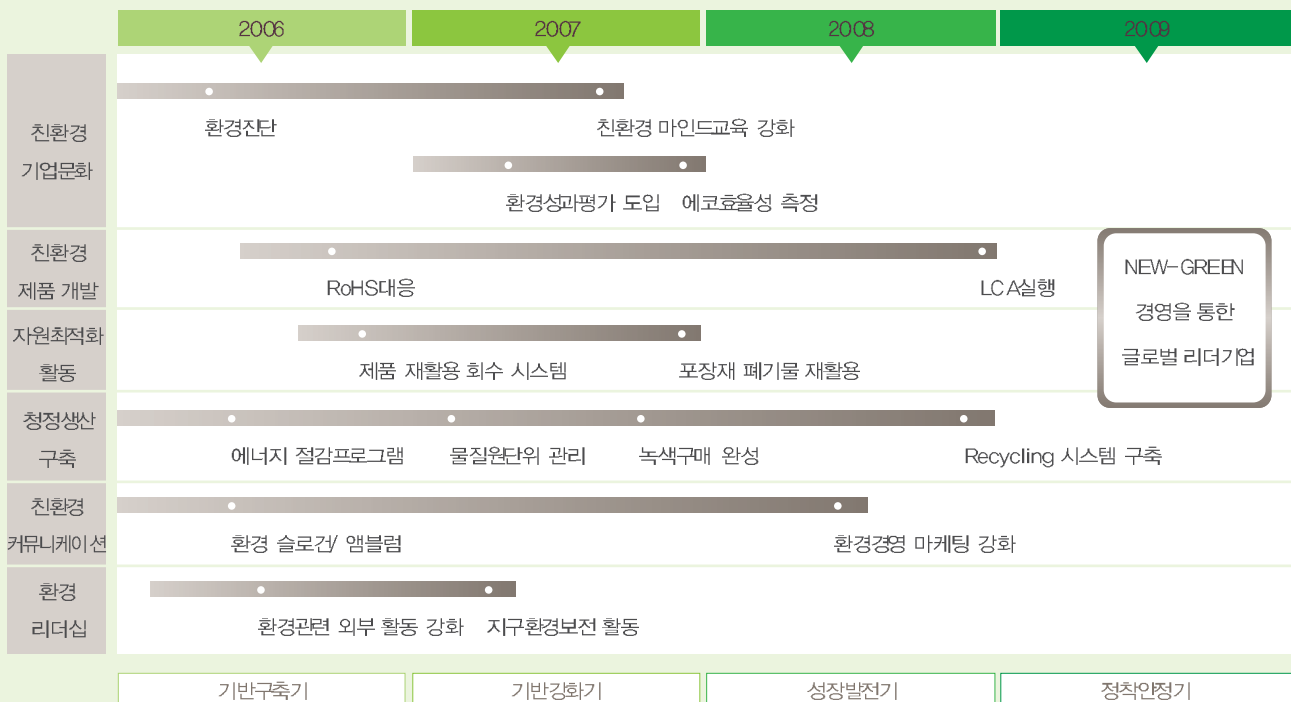
환경은 21세기를 대비하는 가장 큰 가치라고 판단하여 웅진그룹은 2006년 4월 환경경영을 선포하고 “뉴-그린 경영을 통해 글로벌 리더기업으로 도약해 나갈 것”을 다짐했습니다. 그 의지를 전 임직원이 공유하고자 “늘 푸른사랑, 또또사랑”으로 환경슬로건을 선정하고 로고를 제작했습니다.

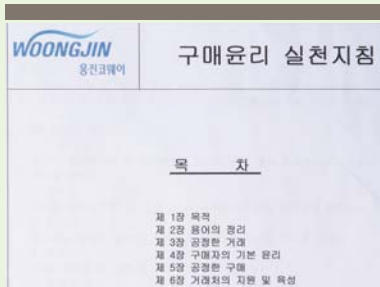
이상과 같은 조직체계를 갖추고 웅진그룹은 환경경영의 전략체계와 실질적인 추진 로드맵을 구성하여 장기적인 안목을 갖고 환경경영 프로그램을 추진하고 있습니다. 앞으로도 웅진코웨이는 그룹을 선도하는 핵심기업으로서 사업의 확대뿐 아니라 환경경영 측면에서도 실질적인 성과를 바탕으로 웅진그룹을 이끌어 나가기 위한 역할을 다할 것입니다.

• 웅진그룹 환경경영 전략체계



• 환경경영 추진 로드맵





【 녹색구매 】

웅진코웨이는 대체될 수 없는 지구환경의 중요성을 인식하고 녹색구매 방침에 의거하여 웅진코웨이의 모든 제품에 대해 적절한 기술적, 경제적 방법을 통해 친환경제품 생산을 추진하고 있습니다.

녹색구매 방침

1. 웅진코웨이는 친환경부품의 구매를 구매전략의 최우선 과제 중의 하나로 인식한다.
2. 웅진코웨이는 환경성이 우수한 협력사를 발굴, 지원, 육성하고 협력사 평가 시, 환경성을 적극 고려하여 친환경 제품 구매에 힘쓴다.
3. 웅진코웨이는 협력사에게 협력사의 경영활동, 제품생산 및 서비스 제공에 있어서 환경영향을 최소화할 것을 명확히 한다.
4. 웅진코웨이는 적극적인 환경보호 활동을 통해 협력사와 공동으로 환경의 지속적인 개선에 노력한다.
5. 웅진코웨이는 협력회사의 환경활동 촉진을 위해 가이드와 지원을 제공한다.
6. 웅진코웨이는 환경성이 우수한 협력사를 구매 시, 적극 지원하며 협력사와의 공동 번영을 위해 힘쓴다.

• 그린 파트너십

웅진코웨이는 환경규제와 기업의 사회적 책임이 날로 강화되는 오늘날 협력업체와의 지속적인 동반성장의 추구가 지속가능한 기업이 되는 전략으로 인식하고 있습니다. 단순히 시대적 흐름에 편승하는 것을 넘어 적극적으로 환경 문제를 해결해 나가기 위해 비즈니스 파트너와의 협력을 강화하고 있습니다.

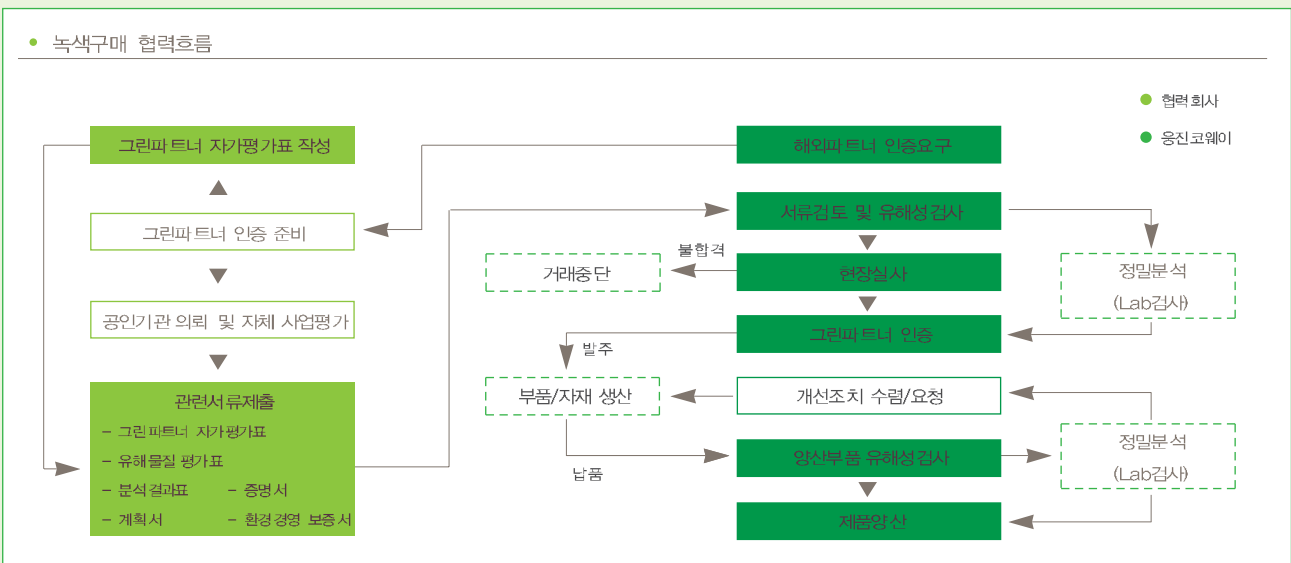
이와 같은 방침으로 녹색구매 가이드라인은 2006년 12월에 제정되어 구매활동에서 적극 활용되고 있으며 당시의 제품에 함유되는 원료, 부품, 제품, 포장재 등을 공급하는 1차 협력회사와 반제품 및 제품을 제조하여 공급하는 OEM 협력회사를 그 적용 대상으로 하고 있습니다. 단, 유해물질 관리규정은 1차 협력회사의 부품이 조립품인 경우, 그 협력회사가 부품 및 원자재의 유해물질을 사용하지 않았음을 입증하기 위해 2, 3, 4차 협력회사에 대한 조사를 실시하는 것으로 하였습니다.

이러한 모든 협력사에 대한 녹색구매 가이드 라인의 적용방침은 내부 심의 절차를 거쳐서 웅진코웨이의 그린파트너 기준에 부합하는 협력회사에게 그린파트너 인증서를 부여하고 그린파트너 미인증 회사와의 거래가 불가능함을 원칙으로 삼고 있습니다.

● 녹색구매 운영절차 요약표

단계	구분	주요내용	주관
I	녹색구매 관련자료 제출	환경경영 자기 평가표 작성 및 제출 유해물질 관련자료 제출 - 유해물질 평가표 - 분석결과서 - 비사용 증명서 - 개선계획서 (규제기준 초과 시) - 환경경영 보증서	협력회사
II	서류심사	그린파트너 자기평가표 심사 유해물질 관련 제출자료 심사 유해물질 관련 제출자료 평가 및 보완 요청	웅진코웨이 및 협력회사
III	현장심사 및 개선이행	현장심사(협력사 방문/ 평가표 검증) 불합격 시, 개선계획서 제출 유해물질 관련 추가 NG부품 등 개선 요청	웅진코웨이 및 협력회사
IV	최종인증평가	최종인증평가 실시 - 그린파트너 자기평가표 - 유해물질 포함 여부	웅진코웨이
V	거래승인	그린파트너 인증서 부여 거래승인	웅진코웨이

● 녹색구매 협력흐름





【 환경기술 기반 】

환경기술연구소 웅진코웨이는 환경을 되살리는 목적으로 환경기술연구소를 1993년에 설립하여 환경관련 제품 품질 개선 및 기술 개발을 전담하고 있습니다. 환경기술연구소의 주요 업무와 개발실적은 다음 표와 같습니다.

● 환경기술연구소 조직도



- 주요업무
 - 정수기/공기청정기/이온수기 등 신제품 개발
 - Filtration System 및 소재 개발
 - 공기정화 System 개발
 - 정수 Process 개발
 - 기술 Survey 및 Outsourcing
- 주요실적
 - 순간냉각, 순간온수 시스템 개발
 - 설계 최적화 시스템 구축(CAE)
 - 기술 트렌드 분석과 예측을 통한 중장기 기술 전략 수립
 - 국내외 기술 협력 네트워크 구축
 - 특허 전략 수립 및 관리
 - 제품개발 프로세스 구축 및 운영
 - 실내공기환경(IAQ) 문제 해결을 위한 공기청정기 개발
 - SBS, SHS, MCS, VOCs, Virus, Influenza, Pollen 등 특수 기능성 맞춤형 필터 기술 개발
 - 공기청정 유동 시스템 Fan 설계, 소음설계, 유동해석 등 연구 개발
 - 국내외 정수기 필요 기술에 대한 모듈 설계 및 개발
 - 외국향 요구 OBM 모델 개발
 - 정수기 소형화 기술 개발
 - 초소형 전자 냉각 시스템 개발
 - 대체 냉매 사이클 개발
 - 부품 소재 내구성 테스트 DB 구축
 - 산학연 공동연구 활동 추진(일본 Ferrotec)
 - 고내구성 전해조·전극, 이온수기 개발
 - 국책고체 수행-대기전력 SUB WATT화 기술 개발, 에너지 저장 기술 개발
 - 가정용 분쇄건조식 음식물처리기 개발
 - 실내공기환경(IAQ) 문제 해결을 위한 공기청정기 개발

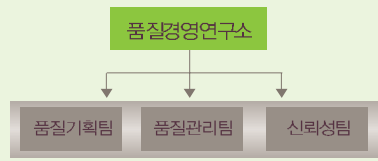
앞으로도 환경기술연구소는 먹는 물 수질검사기관으로서의 기능을 강화하여 국내외 먹는 물 품질인증기관의 대행 인증 업무 자격을 확보하는 한편, 대외 분석 업무를 활성화 하므로 독립기관으로서의 토대를 구축해 나갈 것입니다.

수질분석센터

수질분석센터는 2002년에 산자부 기술표준원에서 한국 교정시험 인정기구(KOLAS) 공인시험기관(물/화학분야 75개 항목 인정)으로 인정받았으며, 신뢰성 있는 분석결과를 제공하고자 노력하고 있습니다.

- 주요업무
 - 먹는 물 검사기관 : 먹는 물, 용도별 지하수 검사
 - 연구소 내 제품개발 및 연구과제 관련 분석지원
 - 고객의 정수 수 분석서비스
 - 제품성능시험 및 적합성 검토
 - 필드 모니터링을 통한 현상파악
 - 정수 수 안전성 시험
- 주요실적
 - 제품에 대한 국제인증 (NSF, WQA) 추진
 - 제 16호 먹는 물 검사기관 (환경부, 1996)
 - 제 181호 국제시험기관 인정 (KOLAS, 2001)
 - RoHS 국제시험기관 추진(TUV)
 - KOLAS 추가인정 2004

● 품질경영연구소 조직도



품질경영연구소

초일류기업의 품질 수준을 달성하기 위하여 제품 개발에서부터 생산, 판매에 이르기까지 품질 확보를 최우선 과제로 하고 있습니다. 세계 일등 상품 개발과 고객만족을 위한 고품질의 부품과 제품개발이 가능하도록 제품과 부품의 품질을 평가하고 개선하는 것을 주요 업무로 하고 있습니다.

- 주요업무
 - 원자재 유해물질관리
 - 품질/환경경영시스템 관리
 - 국내/해외 인증 시험
 - 필드 고장 원인 분석 및 품질개선 활동
 - 각종 인증 사후관리(공장 심사)
 - 시장 품질 데이터 분석
 - 신제품/부품 신뢰성, 안전성 시험 및 평가
 - 협력사 지도, 진단, 평가
 - 가속수명시험법 개발
 - 제품/부품 품질검사
- 주요실적
 - Gbbal-IMC 2006 신뢰성기술경영 대상 수상(2006)
 - 유해물질관리 DB 구축(2006)
 - UL WTDP(2006)
 - ISO13485 의료기기 품질경영시스템, MDD유럽 의료기기 자칭 인증(2007)

Environmental Performance 환경 성과



친환경 제품을 소비자에게 공급하는 것은 생활환경기업으로서 웅진코웨이가 가져야 할 당연한 책무이기도 합니다. 웅진코웨이는 친환경 제품의 생산을 위해 최선의 노력을 경주하고 있으며 이에 따라 다수의 환경관련 인증을 취득하였습니다. 특히 2006년에는 환경유해물질 관리규정을 마련하여 세계적인 환경 규제에 대응하고 있습니다.

【 환경유해물질 관리(RoHS 대응) 】

웅진코웨이는 환경유해물질에 대한 관리 프로세스 규정을 2006년 6월 1일 제정하였으며 11월 1일 동 규정의 개정작업을 완료하여 운영하고 있습니다. 활동 규정은 웅진코웨이에서 제품 내 부품·자재 및 포장재에 함유되어 있는 환경유해물질을 파악하고 해당 물질의 관리규정에 따라 부품·자재를 개선하여 인체 및 환경에 부정적 영향을 미치지 않는 제품을 개발하고 양산하는 것을 그 목적으로 삼고 있습니다. 또한 회사의 녹색구매 가이드라인과 연계하여 협력회사의 환경경영을 유도하는 도구로서도 활용하고 있습니다.

이 규정에 대한 책임과 운영에 대한 관련 활동내용은 다음과 같습니다.

1. 웅진코웨이의 전략적 환경경영체제에 대한 지속적 개선 및 관리
2. 웅진코웨이의 국내외 제품 환경규제 대응 주관
3. 국내외 환경규제 동향 분석, 대응전략 수립, 당사 녹색구매 가이드라인 제정 및 개정
4. 녹색구매 운영상황 및 제품 내 유해물질 관리내용에 대한 주기적 확인 및 검증
5. 협력회사에 대한 환경 감사 실시
6. 웅진코웨이 유구공장 및 사업장 내에서 발생하는 환경오염원 총괄
7. 웅진코웨이 환경성과 평가 및 관리
8. 제품 및 부품 내 유해물질 관리 업무 프로세스 개발 및 관리
9. 지역사회 및 공공단체의 환경 관련 대응
10. 웅진코웨이 제품 및 환경과 관련한 비상사태 발생 시 대응

• 유해물질 부품 및 모델별 대응 성과 단위: 개

연도	총 대응부품수	총 대응모델수
2006년	1,120	30
2007년	747	18

회사의 환경유해물질은 Class I, II, III로 구분하여 관리하며 물질별 기준으로 관리하고 있습니다. 단 대내외 상황변화에 따라 그 규제 및 관리방법이 강화될 것이며 본 사항에 대한 변경이 있을 시 해당사항은 관련 팀에 공지 후 실시토록 하고 있습니다.

• 환경유해물질 구분

Class I (금지물질) : 유럽연합의 RoHS유해물질 사용제한 지침에서 정한 6대 물질(Cd, Hg, Cr+6, Pb, PBBs, PBDEs)

Class II (제한물질) : 유럽연합의 RoHS 외에 세계 각국에서 환경 및 인체 유해성을 이유로 그 사용을 법적으로 규제하고 있는 물질

Class III (관찰물질) : 환경 및 인체 유해성을 이유로 그 사용이 향후 단계적으로 금지될 것으로 예상되는 물질

【 친환경 제품 】



에너지 위너상 수상 2006년 7월 14일 케어스 유아용 공기청정기' 와 '롤루 비데' 가 소비자시민모임과 한국일보에서 주최한 제 10회 에너지 위너상을 수상했습니다. 케어스 유아용 공기청정기는 에너지 효율 부문에서, 롤루비데는 대기전력 부문에서 각각 수상했습니다. 에너지 위너상은 에너지 효율을 극대화하고 소비전력을 낮추기 위해 노력하고 연구하는 기업들에게 주어지는 상으로, 롤루 비데는 30분 동안 인체가 감지 되지 않을 경우 변좌가 저단으로 자동 변환돼 기존모델 대비 55.7%의 에너지 절감 효과를 보여 수상했습니다.



웰빙 우수상품 인증 'Wellbix' 2006년 1월 23일 한국표준협회컨설팅과 연세대학교 주관으로 인증되는 웰빙 우수상품 인증에서 웅진코웨이의 7가지 제품이 인증을 받았습니다. 웰빙 우수상품 인증(Certification of Well-Being Excellent Products)은 소비자들이 믿고 구매할 수 있도록 친환경적이고, 안전하며, 건강 증진에 도움이 되는 웰빙 상품을 발굴하여 그 우수함을 객관적으로 인증하는 제도입니다. 회사의 제품은 정수기군 2개 모델, 청정기군 2개 모델, 비데, 음식물 처리기, 초음파 세척기 등 총 7개 제품이 인증을 받아 친환경기업으로서의 이미지를 더욱 확고히 했습니다.

공기청정기 비너스와 음식물처리기 환경마크 인증 획득 2006년 12월 6일 회사의 공기청정기 비너스(AP-2506BH/BH), 음식물처리기(WM02-A/B)가 친환경상품진흥원에서 주관하는 환경마크 인증을 취득하였습니다. 환경마크는 친환경적이고 품질이 우수한 제품에 대해 국가가 친환경상품임을 공인하는 마크입니다. 공기청정기 비너스는 환경친화적 재질로 생산되었으며, 저소음 및 오존 배출량이 적은 점을 높이 평가 받아 국내 대형 평형(20평 이상) 제품 최초로 환경마크 인증을 획득하였습니다.

제품 슬림화 제품을 컴팩트화하고 품질을 향상시키기 위해 디자인 전담팀을 개설하고 제품의 슬림화를 추진하고 있습니다. 제품의 슬림화는 제품설계 및 조립에 있어서 재질을 단일화하고 부품을 간소화하여 제품 중량 및 부피를 최대 30%까지 감량하는 성과로 이어졌습니다.

포장박스 인쇄 도수 개선 제품 포장박스에 화려한 색상과 디자인을 배제하고 인쇄 도수를 2도로 줄여 재활용성을 고려하였으며, 생산라인의 종이박스도 반영구적인 플라스틱 박스로 대체하여 재이용률을 높이고 있습니다.

【 친환경 활동 】



선진기업 벤치마킹 실시 웅진코웨이는 국내 및 해외의 선진기업 사례 조사를 통하여 에너지 절감, 폐기물 처리 등 다양한 분야에서 환경 개선을 이루었습니다. 2006년 5월 일본을 방문하여 토토, 토요타자동차, 미쓰비시자동차의 사례를 조사하는 한편 도쿄에서 개최된 환경박람회를 참관하였습니다. 또한 6월에는 삼성전자 수원공장 과 농심 안성공장을 방문하였습니다. 벤치마킹의 결과를 적용함으로써 에너지 절감, 배출수 관리, 원수 재활용 등은 물론 친환경 제품 개발 전략, 환경규제대응 제품 개발, 협력 업체 관리 등의 분야에서도 효과를 보고 있습니다.

음식물 쓰레기 제로화 추진 음식물의 상당량은 재가공되지 못하고 그대로 폐기됩니다. 이에따라 웅진코웨이는 적절한 양의 음식물을 조리하고 버려지는 잔반을 최소화하는 캠페인을 벌이고 있습니다. 그 일환으로 생산라인의 구내 식당을 중심으로 음식물 쓰레기 제로화 운동을 펼쳐나가고 있으며, 이로 인해 2006년 웅진코웨이 직원 1인당 음식물 쓰레기량은 연초 대비 37.1g 감소하였습니다.

제2차 산업계 녹색구매 자발적 협약 웅진코웨이는 환경친화적 생산·소비 문화를 확산시키기 위해 '2차 녹색구매 자발적 협약'을 2006년 체결하였습니다. 그에 따라 웅진코웨이는 친환경상품의 우선 구매 사용을 위한 규정 정비, 직원교육, 환경성이 우수한 원료·부품 사용, 친환경상품 개발 등을 이행하여 우리 사회의 녹색 생산·소비문화가 확산되도록 노력하고 있습니다.

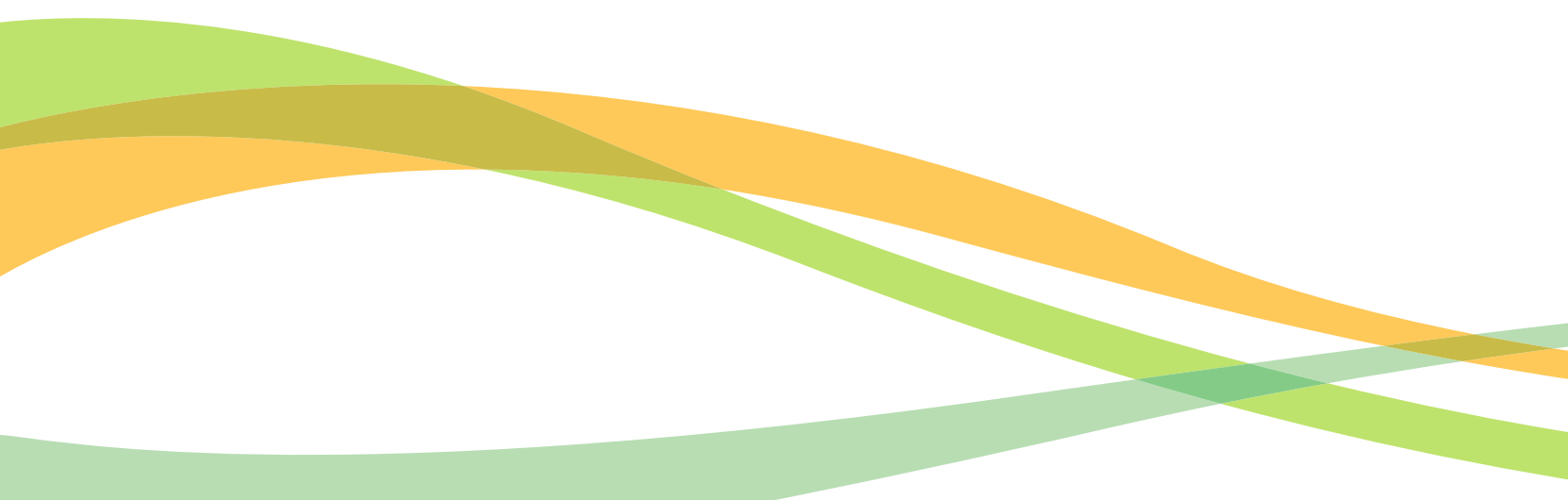
친환경 명함 사용 웅진그룹 전 직원의 명함은 78% 재생우의 친환경 재생지를 사용한 명함입니다. 명함에는 good recycled 환경마크와 웅진그룹의 환경 엠블럼을 인쇄하여 친환경 느낌을 살렸습니다. 2006년 말 현재 웅진그룹의 직원 95%가 친환경 명함을 사용하고 있습니다.

친환경 상품 전시회 2006년 11월 삼성동 코엑스 대서양홀에서 열린 2006 친환경 상품전시회(Eco Products Korea 2006, 친환경상품진흥원 환경재단 후원)에 참여하였습니다. 웅진코웨이는 부스 소재의 90% 이상을 접착제를 사용하지 않은 친환경 재활용 우드 소재로 하여 전시회의 취지에 부합하였고 관람객의 편의를 위한 장소 제공과 함께 환경관련 동영상교육을 실시하여 관람객들에게 환경에 대한 인식을 제고시켰습니다.

APPENDIX...

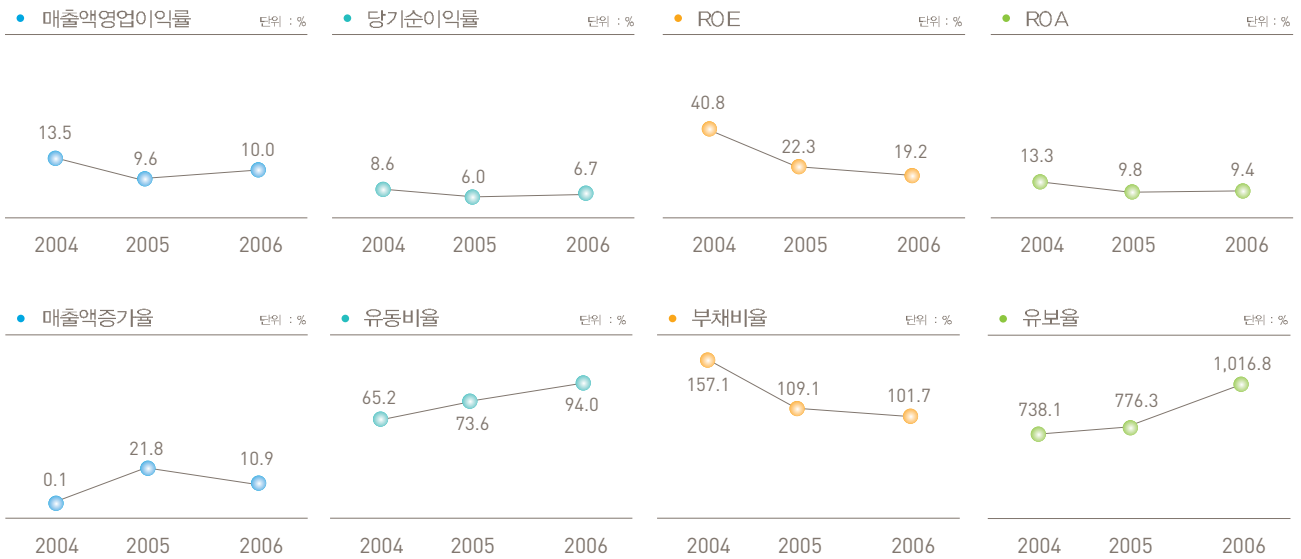
CONTENTS

- 주요 재무 및 영업 관련 지표_82
- 에너지 사용량 및 폐기물 발생량 현황_83
- 웅진코웨이 윤리규범_84
- 웅진코웨이 윤리실천지침_86
- 연혁_88
- 2006년 월별 주요 이슈_90
- 수상 및 인증_92
- 검증의견서_94
- G3 GRI Index_96
- GRI Application Level_99

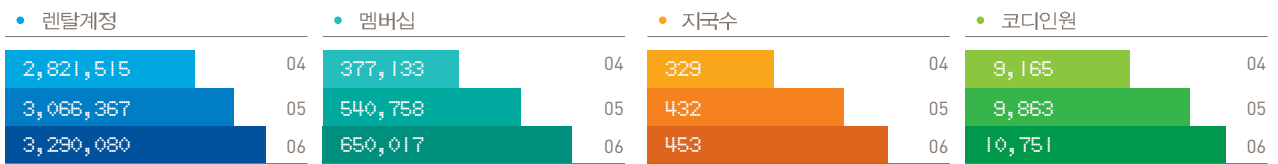


Key Financial Ratio and Operating Indicator 주요 재무 및 영업 관련 지표

【 주요 재무 비율 】

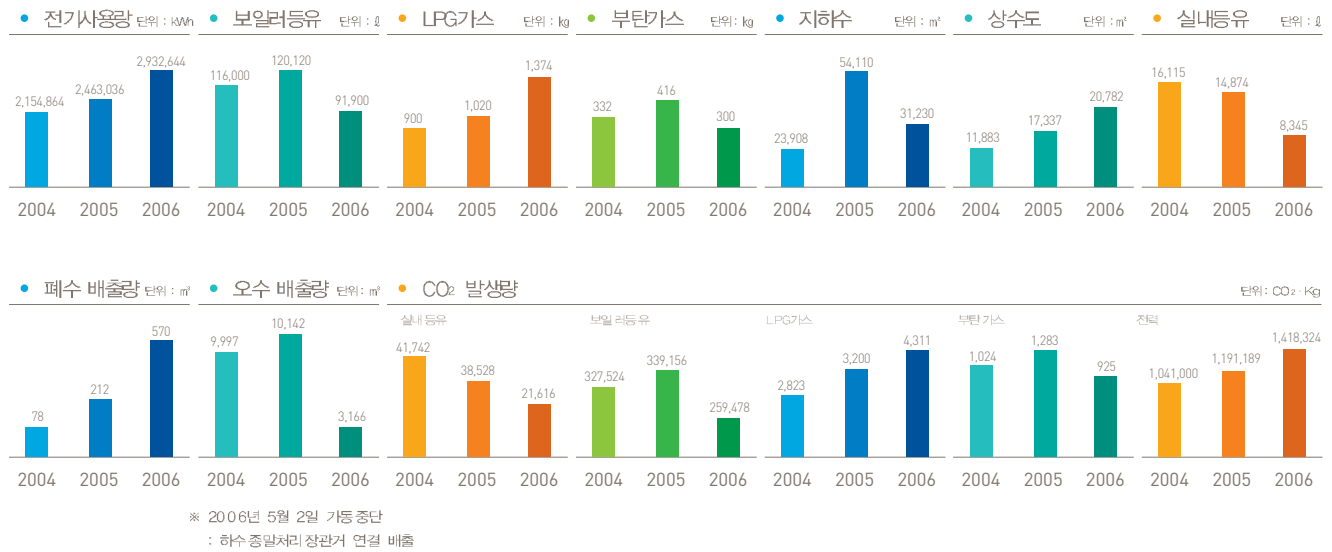


【 렌탈, 멤버십, 지국수 및 코디수 현황 】



Energy Use and Waste Treatment 에너지 사용량 및 폐기물 발생량 현황

【 자원 사용량 】 : 유구공장

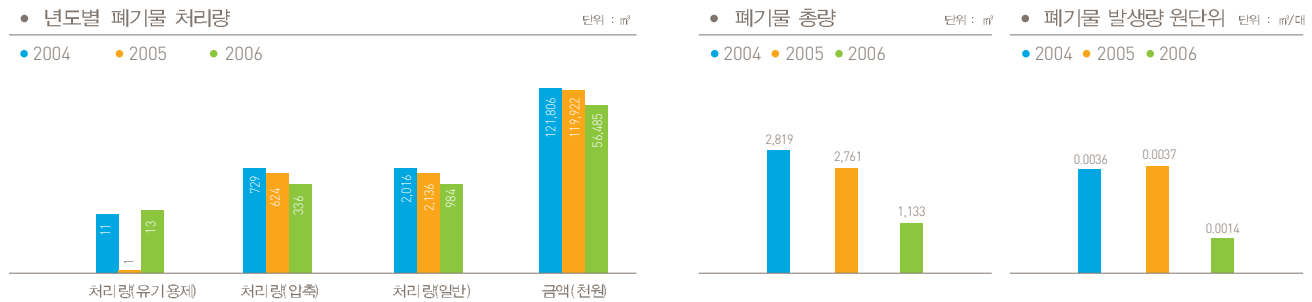


■ 유해화학물질관리

아세톤 소량(4리터/일) 및 핵산 극소량을 자주보전활동시 세척용으로 사용되고 있으며 유출발생사고 가능성은 없음

■ 최근 3년동안 환경법규를 위반한 사항은 없으며, 지역주민과의 협력관계를 유지하고 있음

【 사업장 년도별 폐기물 발생량 】 : 유구공장



■ 2004년 대비 2005년 소량감소는 7월부터 압축폐기물 재활용 비닐류 분리강화

■ 2005년 대비 2006년 폐기물 감소량은 분리수거 강화 및 6월부터 제품해체 폐기물 웅진쿠첸에서 위탁처리함

■ 폐기물(압축/일반/유기용제) 발생량은 한국환경개발에서 위탁 소각 처리함

■ 원단위발생량 = 폐기물총량(m³) ÷ 제품생산량(대)

Code of Ethics 웅진코웨이 윤리규범



웅진은 '도전, 일, 변화, 고객, 조직, 사회'에 대한 끊임없는 사랑을 담고 있는 [또또사랑]을 기업의 경영정신으로 공유하고, 자유시장 경제의 질서를 존중하면서도 상호신뢰와 협력을 토대로 모든 이해 관계자와 공동의 이익을 추구하기 위하여 모든 임직원이 지켜야 할 올바른 행동과 가치판단의 기준으로써 윤리규범을 제정하고 실천을 다짐한다.

【 제 1장 고객에 대한 책임과 의무 】

웅진의 진정한 사업기반은 고객임을 직시하고 모든 고객의 의견을 항상 존중하고 고객의 입장에서 서비스 및 편익을 제공함으로써 고객에게 도움이 되는 가치를 끊임없이 창출하여 고객으로부터 확고한 신뢰를 받는다.

1. 고객존중 고객의 의견에 항상 귀를 기울이고, 고객의 진정한 요구는 항상 옳다고 생각하며, 고객만족을 모든 판단 및 행동의 최우선 기준으로 삼는다.
2. 고객에 대한 가치의 제공
 - ① 고객에게 진실만을 말하며 고객과의 약속은 반드시 지킨다.
 - ② 최고품질의 상품과 서비스를 제공하며 고객의 정당한 요구에는 신속 정확하게 응답한다.

【 제 2장 공정한 경쟁 】

웅진은 사업활동을 영위하는 모든 해당지역의 관련법규를 준수하고 상거래상의 관습을 존중하며, 정당한 방법과 절차를 통하여 경쟁의 우위를 확보한다.

【 제 3장 공정한 거래 】

웅진은 자율경쟁의 원칙에 따라 모든 거래는 평등한 참여기회를 보장하며, 투명하고 공정한 거래를 통해 상호신뢰와 협력관계를 구축함으로써 장기적 관점에서 공동의 발전을 추구한다.

1. 평등한 기회
 - ① 웅진은 자격을 구비한 모든 업체에게 거래선 등록 및 선정의 참여 기회를 평등하게 부여한다.
 - ② 거래선 등록 및 선정은 객관적이고 공정한 심사기준에 따라 합리적으로 수행한다.
2. 공정한 거래절차
 - ① 모든 거래는 상호 대등한 위치에서 공정하게 이루어지며 조건 및 절차에 대해 사전에 충분한 협의를 거친다.
 - ② 우월적 지위를 이용한 어떠한 형태의 부당행위도 하지 않는다.
3. 상호발전의 추구
 - ① 장기적으로 거래선이 경쟁력을 갖추고 성장할 수 있도록 적극 지원하고, 혁신을 통하여 창출된 수익을 상호 공유한다.

【 제 4장 임직원의 기본윤리 】

임직원은 「또또사랑」의 신념으로 웅진인으로서의 올바른 가치관을 확립하고, 끊임없는 자기계발(自己啓發)과 공정한 직무수행을 통해 주어진 사명을 완수한다.

1. 기본윤리 웅진식구는 웅진인으로서 금지와 자부심을 가지며, 항상 정직하고 충실한 태도를 견지한다.
2. 사명의 완수
 - ① 웅진식구는 회사 경영정신을 공감하고, 회사가 추구하는 목표 및 가치를 공유하고, 회사의 방침에 따라 각자의 사명을 성실히 수행한다.
 - ② 주어진 직무는 최선을 다해 정당한 방법으로 수행하며, 제반 관련법규는 물론 회사의 규정, 제도를 숙지하고 준수하여야 한다.

3. 자기계발 열린마음으로 도전하는 개방적인 사고를 바탕으로 끊임없는 자기계발을 통해 창의적인 인재상으로 스스로를 정립한다.
4. 공정한 직무수행 모든 직무를 정직하고 공정하게 수행하며, 어떠한 형태의 금전적 이익도 이해관계자로부터 수취하지 않는다
5. 직원상호간 선물제금금지 개인 및 부서의 이익을 위한 직원상호간 선물 제공 행위는 일체 금하며, 조직활성화 및 경조사와 같은 예외사항에 대하여는 윤리실천지침에 의한다.
6. 직장 내 성희롱은 피해자에게 노동의욕의 상실 업무생산성의 저하를 가져오며 회사이미지의 손상, 법적소송등의 부담을 가져올 수 있으므로 철저한 예방관리를 하도록 한다.

【 제 5장 웅진식구에 대한 책임 】

웅진은 모든 식구들을 「또또사랑」의 마음을 가지고 한 인간으로서 존중하고 능력과 업적에 따라 공정하게 대우하며, 식구들의 창의성이 충분히 발휘되도록 노력한다.

1. 식구들을 인격체로 존중
 - ① 웅진은 「또또사랑」의 마음으로 식구들 개개인을 독립된 인격으로 대하며 사랑한다.
 - ② 식구들이 주인의식을 가지고 일을 통해 긍지와 보람을 성취할 수 있도록 최선을 다한다.
2. 인재의 육성
 - ① 식구들을 창의적인 인재로 육성할 수 있도록 필요한 제도를 갖추고 적극 지원한다.
 - ② 상사는 훌륭한 후계자 양성을 위해 적성과 소질을 고려하여 필요한 지도와 충고를 다하여야 한다.
3. 공정한 대우
 - ① 식구들의 능력과 자질에 따라 평등한 기회를 부여한다.
 - ② 식구들의 능력과 업적에 따라 공정한 기준을 적용, 평가하고 정당하게 보상한다.
4. 창의성의 촉진 적절한 보상을 바탕으로 한 제안제도를 이용하여 창의적 사고와 자율적 참여의식을 보장함으로써 창의적인 조직문화를 이룩한다.

【 제 6장 국가와 사회에 대한 책임 】

웅진은 합리적인 사업전개를 통해 건실한 기업으로 성장함으로써 주주의 이익을 보호하고, 국민의 풍요로운 삶과 사회발전에 공헌한다.

【 부 칙 】

제 1 조 【시행시기】

1. 본 윤리규범은 2001년 3월 1일부터 시행한다.
2. 본 윤리규범은 2003년 9월 1일부터 개정시행한다.

제 2 조 【윤리실천지침】

임직원들이 윤리규범을 보다 철저히 실천할 수 있도록 임직원들이 준수해야 할 윤리실천지침을 별도로 제정하여 운영한다.

제 3 조 【해석기준】

당사의 윤리경영 활동과 관련하여 윤리규범과 윤리실천지침에 규정하고 있지 않거나 해석에 분쟁이 있는 경우에는 취업규칙, 인사규정을 토대로 한 윤리 사무국의 해석과 결정에 따른다.

제 4 조 【사내 다른 규정과의 관계】

윤리경영 실천의 근간이 되는 윤리규범은 회사 내 다른 규정보다 우선한다.

Implementation Guideline 웅진코웨이 윤리실천지침



웅진의 진정한 사업기반은 고객임을 직시하고 모든 고

객의 의견을 항상 존중하고 웅진 윤리실천지침을 말합니다.

【 제 1장 목 적 】

웅진 윤리 실천지침은 웅진 윤리규범의 시행과 관련하여 금품 (금전 및 선물) 향응·접대, 편의 제공 및 직무/직위를 통한 부당 행위 등의 수수 신고절차에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

【 제 2장 용어의 정의 】

- 1) 금품(금전 및 선물): 현금, 유가증권, 물품 및 기타 경제적 이익을 말한다.
- 2) 향응·접대: 식사, 음주, 스포츠(골프 등), 오락, 향락 등의 수혜를 말한다.
- 3) 편의 제공: 교통, 숙박, 관광안내 및 행사 지원 등 금품 또는 향응·접대 이외의 지원을 말한다.
- 4) 신고자: '신고자'라 함은 금전 등의 수수 및 사실의 인지와 관련하여 신고 의무가 있는 모든 임직원을 말한다.
- 5) 이해관계자: '이해관계자'라 함은 업무와 관련된 임직원의 행위나 의사 결정으로 인하여 그 권익에 영향을 받는 사내외의 모든 자연인, 법인, 기타 단체를 말한다.

【 제 3장 금품관련 기준(금전 및 선물) 】

웅진은 자율경쟁의 원칙에 따라 모든 거래는 평등한 참여기회를 보장하며, 투명하고 공정한 거래를 통해 상호신뢰와 협력관계를 구축함으로써 장기적 관점에서 공동의 발전을 추구한다.

1) 기본 원칙

- ① 업무와 관련하여 협력업체 및 이해관계자가 제공하는 금전이나 선물은 어떠한 경우에도 수수하여서는 아니 된다.
 - ② 가족, 친인척 및 지인을 통한 수수행위도 신고자 본인의 행위로 본다.
 - ③ 개인 및 부서의 이익을 위한 임직원 상호간 금전이나 선물의 전달은 일체 금하며, 그 외의 상황은 아래의 원칙에 따른다.
 - 구성원 개인이 상급자 혹은 단위조직의 장에게 선물을 할 때는 총액기준(만원 내외)의 책이나 음반으로 한정한다.
 - 조직활성화를 위하여 상급자 혹은 단위조직의 장이 소속원들에게 선물을 하는 때는 금액이나 품목에 제한을 두지 않는다.
 - 공동의 부담으로 부서원 상호간의 부담없는 경조사 선물(생일, 결혼, 부조 등)은 예외로 간주한다.
 - 명절 등 상사 대를 방문할 시에는 방문할 상사에게 사전 통보하여야 하며 3명 이상 집단으로 방문한다. 또한 윤리사무국 담당자에게도 사전 혹은 사후 통보하여야 한다.
 - ④ 협력업체에 업무상 불가피하게 선물을 해야 할 경우에는 회사상품그림계열사 및 관계사의 모든 상품(품)을 활용하는 것을 기본 원칙으로 한다. 그러지 아니한 경우, 윤리사무국 담당자에게 선물 후 3일 이내에 신고한다.
- 2) 신고대상 업무와 관련하여 불가피하게 협력업체 및 이해관계자로부터 받은 현금·상품권·승차권·관람권 등의유가 증권 및 선물을 반드시 신고하여야 한다.
- 3) 신고절차 업무와 관련하여 불가피하게 협력업체 및 이해관계자로부터 수수한 금전이나 선물을 신고하여야 할 경우에는 반환여부에 관계없이 접수한 날로부터 근무일 기준 3일 이내에 반드시 상급자 또는 차상급자에게 보고한 후 '금품(선물) 접수신고서'를 작성하여 서면으로 윤리사무국 담당자에게 제출하여야 한다.
- 4) 선물 수수시 처리방법 협력업체 및 이해관계자로부터 선물이 전달된 사실을 인지하지 못한 경우나 거절함이 무례하다고 판단 되는 등 불가피한 상황에서 수수한 경우에는 상급자 또는 차상급자에게 반드시 보고한 후, '금품(선물) 접수신고서'를 작성하여 전달받은 금품과 함께 윤리사무국 담당자에게 제출하여야 하며, 윤리사무국 담당자는 금품을 취합하여 선물제공자에게 정중하게 사과한 후 즉시 되돌려 주어야 한다. (최대 10일 이내)

【 제 4장 향응 / 접대 관련 기준 】

1) 기본 원칙

- ① 업무와 관련하여 협력업체 및 이해관계자가 제공하는 일체의 향응·접대를 수수하여서는 아니되며 정중하게 거절하여야 한다. 단, 원활한 업무 협조 및 협의를 위하여 불가피하게 외부 식당 등을 이용하는 경우로서 인당 1만원 미만, 총액 10만원 미만의 식사를 제공하는 경우에는 예외로 한다.
- ② 거래선과 외부에서의 만남과 식사는 배제하고, 만남시 사내에서 면담함을 기준으로 한다. 단 업무상 행사불가피하게 외부에서 만남과 식사를 가질 경우 필히 위의 ①의 원칙을 따른다.
- ③ 신고 대상이 아닌 예외적인 경우에도 그 성격이 규정된 업무와 관련하여 향응·접대로 변질될 염려가 있다고 판단되면 즉시 이를 제지하거나 피하여야 한다.
- ④ 가족, 친인척 또는 지인 등을 통한 수수 행위도 신고자 본인의 행위로 보며, 금액은 위의 ①의 기준을 따른다.

2) 신고대상

- ① 업무와 관련하여 불가피하게 협력업체 및 이해관계자로부터 식사 음주, 스포츠(골프 등), 오락, 향락 등의 혜택을 수수한 경우에는 반드시 신고 하여야 한다.
- ② 료살롱, 단란주점, 골프장, 카지노, 증기탕, 인마미술소 등 호화사치성 업소에서의 향응 수수는 반드시 신고하여야 한다.
- 3) 신고절차 업무와 관련하여 불가피하게 협력업체 및 이해관계자가 제공하는 향응·전대를 수수하였을 경우에는 수수한 날로부터 근무일 기준 3일 이내에 반드시 상급자 또는 차상급자에게 보고한 후 '향응·접대수수신고서'를 작성하여 서면으로 윤리사무국 담당자에게 제출하여야 한다.

【 제 5장 편의제공 및 직무, 직위를 통한 부정행위 기준 】

1) 편의 제공 수수

- ① 업무와 관련하여 이해관계자로부터 어떠한 경우에도 편의제공을 수수하여서는 아니 되며, 정중하게 거절하여야 한다. 단, 공식적인 교육, 행사 등의 프로그램에 참여하여 피교육생에게 동일한 시설, 식사 및 교통편의가 제공되는 경우에는 예외로 한다.
- ② 업무 수행상 불가피하게 편의를 수수하였을 경우 신고자는 정당한 대가를 지불하고, 이를 신고하여야 한다.
- ③ 가족, 친인척 또는 지인 등을 통한 수수 행위도 신고자 본인의 행위로 본다.

2) 부채 상환 및 보증의 수수

- ① 업무와 관련하여 이해관계자가 행한 카드대금, 외상대금 또는 대출금의 대리 결제나 상환 등은 금전 수수로 본다.
- ② 업무와 관련하여 이해관계자가 제공한 재산에 대한 지분이나 대출 보증의 수수 및 이해관계자외의 동산, 부동산, 유가증권, 영업권, 회원권 등이 이에 해당된다.
- ③ 가족, 친인척 또는 지인 등을 통한 수수 행위도 신고자 본인의 행위로 본다.

3) 동산·부동산에 대한 차용

- ① 업무와 관련한 이해관계자로부터의 금전 차용은 금전 수수로 본다. 단, 국가가 법으로 인정한 금융기관으로부터 정당한 방법과 절차에 따라 금전을 대출 받는 경우는 그러하지 아니 한다.
- ② 업무와 관련하여 이해관계자로부터 개인의 편의나 영리를 목적으로 자산을 임차하거나 담보를 제공 받는 행위를 하여서는 안된다.
- ③ 업무와 관련하여 이해관계자로부터 동산·부동산을 정상 가격보다 낮은 가격으로 매입하여 실질적인 이익을 취한 경우에는 그 차액을 수수한 것으로 본다.
- ④ 가족, 친인척 또는 지인을 통한 차용은 신고자 본인의 행위로 본다.

4) 미래에 대한 보장

- ① 업무와 관련하여 이해관계자가 제공한 교육, 취업알선 및 거래 계약 체결 등에 대한 보장을 수수하여서는 아니된다.
- ② 가족, 친인척 또는 지인 등을 통한 수수행위는 신고자 본인의 행위로 본다.

【 제 6장 벌 칙 】

모든 임원 및 관리자는 소속 직원이 동 원칙을 준수하도록 관리할 책임이 있으며, 위반하는 임직원에 대해서는 각사 윤리사무국의 심사에 따라 인사위원회 회부 등 사안에 따라 처벌 조치한다.

【 부 칙 】

제 1 조 【시행시기】

1. 본 윤리실전지침은 2001년 3월 1일부터 시행한다.
2. 본 윤리실전지침은 2003년 9월 1일부터 시행한다.

제 2 조 【해석기준】

본 윤리실전지침에 규정하고 있지 않거나 해석에 분쟁이 있는 경우에는 취업규칙 인사규정을 토대로 한 윤리사무국의 해석과 결정에 따른다.

제 3 조 【사내 다른 규정과의 관계】

본 윤리실전지침은 윤리규범 이외의 회사내 다른 규정보다 우선한다.

History 연혁

• 1989

- 5월 한국코웨이주식회사 설립 (자본금 3억원)
- 11월 WQA(미국수질협회) 정식회원 등록

• 1990

- 4월 LIFE SPRING 정수기 판매개시

• 1991

- 5월 코웨이 정수기 자체 생산 및 판매개시
- 11월 코웨이 정수기 일본 수출

• 1992

- 4월 웅진코웨이주식회사로 상호변경
- 10월 코웨이 캠퍽 정수기 탄생

• 1993

- 1월 환경기술연구소 설립
- 5월 유구공장 착공 (충남 공주군 유구 농공단지내)
- 11월 냉온정수기(WJCHP-8050) 'Q MARK' 획득

• 1994

- 1월 업계 최초로 'CLEAN 마크' 획득
- 4월 유구공장 준공
- 7월 냉온정수기 'GD 마크' 획득
- 8월 미국수질협회(WAQ) '골드실(Gold Seal)' 획득
업계 최초 과학기술처 인정
기업부설 연구소 지정

• 1995

- 2월 품질보증 인증기관인 독일의 TUV BAYERN GROUP 으로부터 ISO 9001 인증 획득
- 3월 전 품목 WQA(세계수질협회) '골드실(Gold Seal)' 마크 획득
- 4월 환경기술연구소 업계 최초 기업부설 연구소 지정(과학기술처 인정)
- 6월 중소기업 및 업계 최초 A/S 인증마크 획득
- 11월 업계 최초로 정수기 전품목 '볼마크' 획득 (한국정수기 공업협동조합)
- 12월 '95 히트상품으로 선정

• 1996

- 1월 유구공장 제2공장 생산라인 가동
- 3월 아시아 최초 NSF 품질인증 획득 (미국위생협회)
- 5월 '96 전국 발명 진흥대회 '대통령 표창 수상
- 6월 업계최초 환경경영 시스템 ISO-14001 DIS 인증 획득 (TUV BAYERN GROUP)
- 9월 '96 고객만족 경영혁신 전사 및 표어부문 우수상 수상
주식 장외 거래(KOSDAQ) 등록 개시
- 11월 가정용 냉온정수기 '96 스포츠조선 고객만족 1위 상품 선정
'96 소비자 만족대상 수상
소비자 축제 참가

• 1997

- 2월 웅진코웨이 비전 2001 선포식
- 4월 가정용 냉온정수기 '장영실상' 수상
- 6월 '97 한국능률협회 히트상품 본상 수상 (WJCHP-7000H)
신상품 업소용 냉온정수기 (WJCHP-9900)
음식물처리기 (WJFW-1500C) 출시

- 7월 WAP-12000, WJCHP-9900, WJP-2000U 'GD마크' 및 한국산업디자인상 수상

- 11월 신상품 직수식 포트형 정수기 (WJP-4000H)
MCS303 연료 촉매기 출시

• 1998

- 2월 박용선 웅진코웨이 개발 대표이사 취임식
- 3월 모범 납세자 재정경제부 장관 표창 수상 (재정경제부)
- 4월 렌탈사업 개시(구 코웨이개발)
- 5월 필터 자동 생산공장 준공
- 6월 벤처 기업등록 (중소기업청)
CP-100U/P-5000/AP-2000 /CHP-8100 'GD마크' 획득
- 7월 '98 품질경쟁력 우수 50대 중소기업 선정 (국립품질원)
- 8월 무재해 3배 기록인증서 획득 (한국산업안전공단)
- 10월 '98 우수품질인증 제품상 수상 (중소기업청장 표창)

• 1999

- 1월
공기정정기 (MAP-300) 출시
- 3월
한국 산업의 브랜드 파워 1위 기업 선정
- 6월
기술경쟁력 우수기업 지정(중소기업청)
- 7월
하이팩3 정수기 '99 우수산업 디자인 'GD마크' 획득
KBF(FIND KOREA) 사업 참여
- 10월
PERFECT 2003 운동 발대식
- 11월
경영혁신대상 최우수상 수상
(한국능률협회)

• 2000

- 2월
해외렌탈사업 진출 - 태국
- 3월
우수기업 연구소 - 국무총리표창 수상
- 4월
2년 연속 브랜드파워 1위 기업 선정
- 6월
해외 현지법인 설립(COWAY ASIA) - 태국
- 7월
GD마크 수상 (P-5200, GHP-7500) - 한국산업디자인진흥원
- 10월
제 9차 한국산업고객만족도(KCS) 1위 기업 선정

• 2001

- 6월
한국능률협회 선정
2001 대한민국 마케팅 대상 수상
- 7월
한국능률협회 '신기업 문화 대상' 수상
한국능률협회컨설팅 업계 최초 서비스 품질등급 인증 획득
- 8월
증권 거래소 상장
- 10월
2001년 기업혁신대상 수상 - 국무총리상 수상 (대한상공회의소)
CE 인증마크 획득 (ITS Intertek testing services)
CUL 인증마크 획득 (UNDERWRITERS LABORATORY)
- 12월
2001 대한민국 우수공장 인증 획득 (한국능률협회컨설팅)

• 2002

- 3월
렌탈 정수기 100만 회원 돌파
- 4월
노동부 선정 '신노시문화 우수기업' 선정
신기술 으뜸상 대상 및 최우수상 수상 '항균인증(SF-Sanitary Finished) 마크' 획득(한국소비과학연구원)
- 5월
화장실·욕실 전문 브랜드
웅진 룰루(LooLoo) 런칭
- 6월
제 25회 가치경영대상 최우수상 선정 (한국능률협회매니지먼트-KMAM)
- 7월
2002 대한민국 우수공장 인증 획득 (한국능률협회컨설팅)

- 11월
제 9회 기업혁신 대상 대통령상 수상 (대한상공회의소)
수질분석센터 한국 교정, 시험 인정기구 (KOLAS) 제18호 시험기관 인정

• 2003

- 3월
서울사무소 이전
한국능률협회 선정 5년 연속 '한국 산업의 브랜드파워 1위 수상
CA 품질인증마크 취득 (한국공기정정기협회)
- 4월
웅진코웨이개발로부터 방문판매사업조직, 영업권, 고정자산 양수 계약 체결
- 7월
대한민국 마케팅 대상 전사부문 최우수상 3년 연속 수상
웅진 룰루 비데 베스트 명품상 수상
- 9월
두원테크 합병 원료 및 생활가전사업본부 출범식
- 11월
한국 물류대상 대통령 표창 수상
KOREA BRAND CONFERENCE 2003 정수기 부문 1위 수상
- 12월
한국산업의 품질경쟁력지수(KPQI) 1위 인증 (정수기 업계 최초)

• 2004

- 3월
한국능률협회 선정 6년 연속 한국 산업의 브랜드파워 1위 수상 (코웨이)
한국 산업의 브랜드파워 1위 선정 (룰루/케이스 2년 연속 1위)
한국경제신문 파워 브랜드 대상 수상

- 5월
대한민국 마케팅 대상 신상품 부문 베스트 명품상 수상(웅진케이스)
- 7월
친환경 경영대상 기업부문 대상 수상
- 10월
주방기구 전문 브랜드 뷔셀(Bussel) 런칭
두원테크 합병 원료 및 생활가전사업본부 출범식
- 11월
한국 물류대상 대통령 표창 수상
KOREA BRAND CONFERENCE 2003 정수기 부문 1위 수상
- 12월
한국산업의 품질경쟁력지수(KPQI) 1위 인증 (정수기 업계 최초)

• 2005

- 3월
'KT마크' 획득 (룰루비데 BA06-A), 과학기술부 주관
- 4월
신기술 으뜸상 수상 (이온수기 OPE-04BL, 룰루비데 BA-06A)
한국표준협회 주관
- 5월
통합법인 출범 (웅진코웨이와 웅진코웨이개발 합병)
- 6월
서울대의 '웅진 R&D센터(가칭)' 설립 약정 체결 조인식
동아일보-한국 IBM 주관 2년 연속 '존경받는 30대 한국기업' 선정
- 9월
생활가전사업부문 양도
- 10월
렌탈하우스 1호점(대치점) 오픈

Major Issues in 2006 2006년 월별 주요 이슈

1월

1. 품질관리체계혁신 컨설팅
2. 간접판매 슬로건 제정: 바르게 걸어가시는 당신의 뒷 모습 누구보다 당당합니다.
3. 이슈컨설팅(~7월) : 위기관리시스템 구축, 직원 위기관리 대응력 강화를 위한 매뉴얼북 제작

2월

1. 웅진코웨이 초청 한국 VS 코스타리카 축구대표팀 친선경기
2. 웅진코웨이-홍익대학교 디자인 산학협력 MOU체결
3. 한국화학연구원 및 한국전자부품연구원 MOU체결
4. 상품기획 혁신 컨설팅(서울원컨설팅/이언그룹)
5. 환경경영진단 컨설팅(2/13~4/12)
6. 웅진코웨이 지속가능성보고서 발간
7. 베이비 페어
8. 경향 하우스링 페어
9. 코디활성화를 위한 제도 개선 : 코디등급제 시행, 점검계정수 상한제

3월

1. 아프리카 어린이를 위한 사랑의 기증행사(세계 지자 체환경협의회 ICLN 2006년 세계총회 참가-한국유일 참가기업)
2. 서울 리빙디자인 페어
3. 리빙전략구매혁신 컨설팅(아서 디 리틀)
4. MY HAJA 시행(비즈공예)
5. 2006 신입사원 간담회
6. 공주시와 친환경 농산물 유통 협약식
7. 유구읍 폐자원 수거행사

4월

1. 뷔셀 국제 디자인 공모전
2. 유구공장 직원 TPS 연수 시행(~7월 14일)
3. 직원 복리후생 제도 대폭 강화
4. 동호회 활성화: 지원 대폭 강화
5. 기업혁신 성공전략 포럼 사례 발표 : 셀방식을 통한 생산성 향상일본 캐논/소니사 혁신사례발표
6. 1사 1촌 자매결연 : 충남 공주시 유구읍 문금리 만천리
7. 웅진코웨이 생활용품 유훂공사 출범
8. 도움말 찾가또또사랑센터 신설 : 직원개인의 문제 해결을 위한 회사차원의 전문 카운셀링제도
9. 공주대학교 장학생 서울 투어
10. 해비타트 장애인의 날 비데 지원

5월

1. 서울대 R&D센터 기공식
2. 해외연수 WAA 시행
3. 법인영업팀 신설
4. 친환경기업 벤치마킹
5. 태국법인 우수판매사원 한국방문
6. 말레이시아 법인 설립(6월 29일)
7. 친환경쌀 수매를 위한 협약체결(문금리, 만천리)
8. 유구천 환경 정화식물 식재 사업(3개년) 실시

6월

1. 독일 월드컵 스폰서십
2. 미니MBA 시행
3. 미디어 트레이닝
4. 홍준기 대표이사 취임
5. 농촌체험 및 봉사활동 : 유구천 유억 유구읍내 친환경 쌀 수매에 따른 농사체험
6. 코웨이 올림퍼 : 인사 및 교육과 관련된 의견을 커뮤니케이션 할 수 있는 공간
7. 중국법인 마스터점 오픈
8. 공주시 유구읍 우렁이방사 체험 & 감사 캐기



7월

1. 협력사 간담회: 글로벌 환경과 원가 경쟁력 구축
2. 원가혁신 프로젝트 추진
3. GOP 발대식 : 글로벌 원가 경쟁력 확보를 통한 지속적이고 체계적인 원가 혁신
4. 일본법인 렌탈샵 오픈(동경시 인근 사이마타현)
5. 상반기 반도우수자 해외연수(중국법인)
6. 산학협력: 웅진CS캠프
7. 건전판매 캠페인 시행
8. 아름다운 가게 기증

8월

1. 멤버십 제도개선(소유권 이전 제도 폐지 및 신상품 재렌탈 시행)
2. 렌탈료 인상
3. 이점설치 유효화
4. 간소한 혼수 장만 페스티벌
5. 코웨이 정수기 신규 CM
6. 2006 가을 베이비 페어
7. 2006 웨덱스 한국결혼상품전 참가
8. 직무공모제도 개선: I-GROW
9. ERP오픈
10. 한강보트축제 자원봉사

9월

1. 리빙 Restructuring plan
2. CI 컨설팅 킷 오픈(9월 4일~12월 3일)
3. 환기연 e-sports 대회
4. 유구공장 친선 배구경기
5. 캄보디아 우물 1000개 파주기 행사
6. 하이 코웨이-글로벌 시대에 맞춰 식구들의 영어 능력 향상(영화/팝송/CNN뉴스)
7. 아쿠아텍 암스테르담 2006 참가
8. 폴란드 Zepter사와의 MOU 체결
9. WAA 시행
- 10.페이퍼테이너 참가
11. 자연형 하천복원 시범사업 협약식
12. 신나는 일터조성을 위한 사무환경 개선(팀명 변경/층별 부서안내판 변경/영어이름 작명/임원실 소개/금연 안내판 변경/화장실 개선/무료 자판기 운영/회의실 개선/셀빙존)
13. 전직원 봉사활동 계획 수립
14. 환경부, 웅진그룹, 공주시, 환경재단이 함께하는 '유구천 가꾸기' 시범사업 협약식
15. 홀트 아동복지원 봉사, 천사원, 생명의 전화 등 기타기관

10월

1. 웅진에너지 법인설립
2. COMS구축
3. 유구공장 Coway Joa 화합행사
4. 일본 미쓰비시 페이퍼와 기술협력 MOU 체결
5. 2006 서울국제 임신출산 육아용품 박람회 참가
6. 새집중후군 해결을 위한 2006 쾌적한 실내공간 전시회 참가

11월

1. MDAS 구축
2. 필터공장 신축(~07/9)
3. 유구읍 친환경쌀 수매 예정(2,000가마)

12월

1. 직원총합시험
2. 2007년 사업계획발표



Awards and Recognitions 수상 및 인증

【 2006년 수상 및 인증 】

시기	수상명	주관사	해당브랜드
1월	웰빙 우수상품 인증(WELLBIX)	한국표준협회건설팀	정수기, 청정기비데, 음식물처리기, 초음파세정기 등 7개품목
3월	제 8차 한국 산업의 브랜드 파워(K-BPI)	한국능률협회건설팀	코웨이(8년연속), 롤루(4년연속), 케어스(4년연속)
	제 4회 한국 서비스경영대상 제 4회 한국 서비스경영대상	한국서비스경영진흥원 한국서비스경영진흥원	일반서비스부문 일반서비스부문
4월	2006 대한민국 브랜드스타	브랜드스톡	코웨이(2년연속), 케어스(2년연속)
	글로벌 브랜드 역량 지수(GBCI)	일본능률협회건설팀	코웨이(3년연속), 롤루(3년연속), 케어스(3년연속)
	제 1회 지속가능경영대상 Good Design(GD)	한국평가연구원 한국디자인진흥원	우수상 창조경영부문 코웨이 CPE
5월	2006 신기술오피상	한국표준협회	케어스(AP-0805D)
	2006 대한민국마케팅대상(KMBA)	한국능률협회건설팀	신상품 명품부분 명품상-부셀
	2006 대한민국 명품 브랜드 대상	한국경제신문사	코웨이(2년연속), 롤루(2년연속), 케어스(2년연속)
	2006 한국소비자의 신뢰기업대상	한국소비자포럼	웅진코웨이(주) (3년연속)
	여성소비자가 뽑은 베스트 브랜드대상 여성소비자가 뽑은 최고 명품브랜드대상	여성신문사 우먼타임스	롤루(4년연속), 케어스(4년연속), 부셀 코웨이(2년연속), 롤루(2년연속), 케어스(2년연속), 부셀
6월	Global-IMC 2006	한국표준협회	한국신뢰성기술경영대상
	대한민국 명품 브랜드 대상	한국경제신문사	코웨이(2년연속), 롤루(2년연속), 케어스(2년연속)
	한국소비자의 신뢰기업대상	한국소비자포럼	웅진코웨이(주) (2년연속)
	여성소비자가 뽑은 베스트 브랜드대상 여성소비자가 뽑은 최고 명품브랜드대상	여성신문사 우먼타임스	롤루(4년연속), 케어스(4년연속), 부셀 코웨이(2년연속), 롤루(2년연속)
7월	제 10회 에너지 워너상	소비자시민모임	케어스(에너지효율 부문), 롤루(대기전력 부문)
9월	2006 한국소비자웰빙자수 1위(KWCI)	한국표준협회건설팀	코웨이(3년연속), 롤루(3년연속), 케어스(3년연속)
	2006 녹색경영대상	한국능률협회경영인증원	녹색제품(서비스부문)-코웨이, 롤루
	2006 여성소비자가 뽑은 좋은 기업대상	여성신문사	롤루(4년연속), 케어스(3년연속)
	2006 한국산업의 고객만족도(KCS) 여성사랑 베스트 기업대상	한국능률협회건설팀 우먼타임스	코웨이(6년), 케어스(2년) 롤루(3년연속), 케어스(3년연속), 부셀
10월	사회책임(SR) 대상	이코노미리뷰, 뉴시스	환경보전부문
	제 6회 여성사랑 베스트 기업대상	우먼타임스	롤루(3년연속), 케어스(3년연속), 부셀
11월	Korea Industry Design Awards(KIDA)	한국산업디자인협회	코웨이 CHP-O6DL(우수상 외 5종)
12월	2006 한국경영대상	한국능률협회건설팀	경영리더십부문 최우수상

【 2006년 외부 세미나 및 포럼 참여 현황 】

No	행사명	기간	주관	참여부서
1	대한민국 혁신포럼	2/6~2/7	한국경제신문	경영기획팀
2	Customer Value Innovation Seminar	3/20	한국능률협회건설팀	경영기획팀
3	세계지식포럼	10/18~10/19	매일경제신문	경영기획팀 외



Statement of Assurance 검증의견서

【 서문 】

KFQ는 『웅진코웨이 2006 지속가능성보고서 (이하 '보고서'라 함)』에 대한 검증을 요청 받았습니다. 본 보고서를 작성할 책임은 웅진코웨이의 경영자에게 있으며, KFQ는 보고서에 대한 검증 의견을 제공하는 데 있습니다.

【 검증의 독립성 】

KFQ는 제3자 검증 서비스를 제공하는 업무 이외에는 웅진코웨이의 사업 활동 전반에 걸쳐 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않으며, 또한 회사의 어떤 이해관계자에 대해서도 편향된 의견을 갖고 있지 않습니다.

【 검증 기준 및 범위 】

KFQ는 보고서 작성에 있어 이미 국제적으로 폭넓게 받아들여지고 있는 GRI의「Sustainability Reporting Guidelines(G3)」과 2003년 AccountAbility사에서 발표한 AA 1000에 따라 개발된 KFQ의 검증 시스템에 따라 검증을 계획하고 수행하였습니다.

검증 범위는 웅진코웨이 본사 및 유구 공장, 환경기술연구소, 품질경영연구소에서의 지속가능경영 노력과 성과를 대상으로 하였으며, 중요성 완전성, 대응성에 대한 검증 원칙에 입각하여 검증을 수행하였습니다.

【 검증 절차 】

본 검증은 정보를 수록하고 있는 보고서에 중대한 오류나 부적절한 정보가 없는지에 대해 합리적인 확신을 얻을 수 있도록 계획되었으며, 아래 단계에 걸쳐 보고내용의 신뢰성과 보고된 데이터 및 보고서 작성을 위한 내부 프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.

【 문서 검토 】

제공된 보고서에 대하여 GRI 가이드라인 대비 GAP 분석을 실시하고, 보고서에서 다루고 있는 중요한 이슈와 성과 영역에 대한 벤치마킹을 수행하였습니다. 그리고 보고된 지속가능경영 활동과 성과 데이터의 정확성 확인을 위해 현장 검증을 계획하였습니다.

【 현장 검증 】

본 보고서에 수록된 정보의 정확성과 관련 정보관리시스템 및/또는 보고서 작성 프로세스의 유효성을 평가하기 위해 현장검증을 실시하였으며 정보의 중요성을 고려한 샘플링 원칙에 근거하여 본사 및 유구 공장, 환경기술 연구소를 대상으로 하였습니다.

내부 문서, 정보 담당자 인터뷰 등을 통해 보고서에 공개된 지속가능경영 활동 및 성과에 대한 증거를 수집하고, 이러한 정보를 관리하기 위한 시스템 및 보고서 작성 프로세스를 조사·분석하였습니다.

【 확인 심사 】

상기 단계들에서 발견한 일부 오류와 부적절한 정보는 적절하게 시정되어 최종보고서에 반영되었음을 확인하였습니다. 그리고 최종본에 대하여 GRI 가이드라인 대비 GAP 분석을 재실시 하였습니다.

【고려 및 제약사항】

본 보고서에서 보여주고 있는 재무적 정보에 대한 검증은 해당 감사를 득한 '2006 사업보고서 상의 정보와 일치하는지를 비교하는 방식으로 수행하였습니다. 웅진코웨이의 재무 상태에 대한 완전한 이해를 위해서는 기 감사받은 2006년 12월 31일자 기준의 웅진코웨이 사업보고서를 참조하시기 바랍니다.

【검증 결론】

상기 검증활동을 통해 우리는 본 보고서에 대해 아래와 같은 결론을 제시할 수 있는 합리적인 근거를 확보하였다고 믿습니다.

1. 웅진코웨이는 보고 대상 기간동안의 지속가능경영 활동과 성과를 신뢰할 수 있도록 공개하였습니다.
2. 웅진코웨이는 자사의 활동, 제품 및 서비스 등과 관련된 지속가능성 성과를 파악하고 이해하기 위한 프로세스를 적절히 실행하고 있습니다.
3. 웅진코웨이는 지속가능성 성과를 관리하기 위한 시스템을 유효하게 실행하고 있으며 이해관계자의 기대에 대응하기 위한 보고서 작성 프로세스를 적절하게 사용하였습니다.
4. 웅진코웨이는 본 보고서 작성에 활용된 GR Sustainability Reporting Guidelines(G3)의 적용 수준을 자체 평가하고 그 수준을 GR의 적용 수준 평가기준에 따라 적합하게 선언하였습니다.

【우수사항】

보고서 작성에 있어 회사 전 부문의 참여 의지가 돋보였으며, 보고 정보 결정과정에서 균형된 입장을 견지하고 정보 공개에 있어 과장을 배제하려는 노력을 확인할 수 있었습니다.

한편, 전년도 보고서에 비해 비교가능성 관점에서 정보 공개 방식이 개선되었으며, 보고서의 질적 제고를 위해 여러 관련 영역에서의 성과지표 개발과 내부적인 데이터 관리 체계 수립 노력이 추진되고 있었습니다.

【개선을 위한 제안】

웅진코웨이의 사회 책임에 대한 보다 포괄적 이해와 사회, 환경 이슈가 구체적으로 반영된 지속가능경영 전략이 개발되어 나간다면, 여러 부문에서 다양하게 수행되고 있는 노력들이 더욱 큰 효과를 거둘 수 있을 것으로 기대됩니다.

이해관계자 채널을 통해 접수된 의견들을 분석하여 웅진코웨이의 지속가능경영에 중요한 기초 정보로 활용해 나갈 수 있는 시스템을 보다 구체화시켜 나아가시기를 제안합니다.



2007년 3월 16일
대표 김재룡

G3 GRI Index

G3 GRI Index

● : 보고서에 공개됨 ○ : 보고서에 일부 공개됨 ◯ : 보고서에 공개안됨 N/A : 해당사항 없음

GRI 항목	내용	페이지	보고수준
1	프로파일		
1.1	최고의사결정권자가 보고 조직 및 전략과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	13, 19, 40, 73	●
1.2	주요 영향, 리스크, 기회에 대한 설명	13, 19	●
2	조직 프로파일		
2.1	조직명	14	●
2.2	대표 브랜드, 제품 및/또는 서비스	16	●
2.3	조직의 운영구조	1, 15	●
2.4	본사/본부 위치	14	●
2.5	해외사업장의 위치 및 국가수, 주요 사업장이 있거나 보고서에서 다루는 지속가능성 이슈사항과 구체적 연관성을 가진 국가명	1, 17	●
2.6	소유구조 특성 및 법적 형태	28	●
2.7	활동 시장형태	17	●
2.8	보고조직의 규모	14, 15	
2.9	보고기간동안의 규모, 구조, 소유구조상의 중대한 변화	32	○
2.10	보고기간동안의 수상내역	32	●
3	보고 파라미터		
3.1	보고기간	1	●
3.2	최근 보고서의 발간일자	1	●
3.3	보고주기	1	●
3.4	보고서 및 보고서 내용에 대한 문의처	100	●
3.5	보고 내용 정의/결정을 위한 프로세스	1	○
3.6	보고범위	1	●
3.7	보고 범위 및 경계에 대한 구체적 제한사항	1	○
3.8	합작회사, 자회사, 외주운영사 등 기간별 및/또는 조직간의 비교가능성에 영향을 줄 수 있는 보고 기준	1	○
3.9	성과 지표 등 기타 정보 수집 과정에서 적용된 예측을 뒷받침하는 가정과 기법을 포함한 데이터 측정 기법 및 계산 기준	83	○
3.10	이전 보고서에서 제시한 정보의 재기술 결과 및 사유	1	○
3.11	이전 보고기간대비 범위, 경계 측정방법의 변경사항	1	●
3.12	보고서내의 표준공시 사항의 위치를 나타내는 표	96-99	●
3.13	보고서의 외부 검증에 대한 정책 및 현재 관행	1	●
4	지배구조, 위원회 참여		
4.1	조직의 지배구조	24	●
4.2	이사회 의장의 임원 겸직 여부	24	●
4.3	이사회 의장의 임원 겸직 여부를 기술하고 임원인 경우 경영진 내에서의 역할 및 의장 임명 이유 기술	24	●
4.4	주주와 직원들이 이사회에 조언을 하거나 방향을 제시하는 메커니즘	24	●
4.5	이사회 구성원, 고위관리자, 임원들에 대한 보상과 조직의 성과간의 관계	24	○
4.6	이사회내 이해관계상의 충돌방지를 위한 프로세스	24	○
4.7	경제, 환경, 사회에 대한 조직의 전략을 보조하기 위한 이사회 구성원의 자격 및 전문성을 결정하는 프로세스	24	○
4.8	경제, 환경, 사회성과 및 활동과 관련하여 내부에서 개발된 미션 또는 핵심가치에 대한 진술문, 행동강령 및 원칙	21, 32, 84	●
4.9	경제, 환경, 사회성과 파악 및 관리를 위한 절차	24	○
4.10	이사회 자체 성과평가 프로세스	24	○
4.11	사전예방 접근방법 또는 원칙의 채택여부 및 채택방식	31	○

● : 보고서에 공개됨 ○ : 보고서에 일부 공개됨 ◯ : 보고서에 공개안됨 N/A : 해당사항 없음

GRI 항목	내용	페이지	보고수준
4.12	조직이 가입하거나 지지하고 있는 외부에서 개발된 경제, 환경, 사회 헌장, 원칙 또는 기타 이니셔티브	90-91	●
4.13	협회, 국내/국제 단체에서의 주 회원자격	31	●
4.14	참여한 이해관계자 목록	30-31	●
4.15	참여한 이해관계자 파악 및 선별기준	30-31	●
4.16	형태, 이해관계자 그룹별 참여빈도를 포함한 이해관계자 참여방식	30-31	●
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 주요 주제와 관심사 및 이에 대한 대처방안	30	●
경제	경영접근방식에 대한 공시	36, 38-45	●
EC1	직접적인 경제적 가치 창출 및 배분	36-37	●
EC2	기후변화에 대한 재무적인 영향과 사업 활동에 대한 기회 및 리스크	32	●
EC3	연금회택 계획에 의한 조직의 보상범위	-	○
EC4	정부보조금 수혜 실적	37	●
EC5	주요 사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금비율	37	●
EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책, 관행 및 비율	64	●
EC7	주요 사업장의 현지인 고용 절차 및 고위관리자 비율	55	●
EC8	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과	68	●
EC9	간접경제효과에 대한 이해 및 설명	18, 37	●
환경	경영접근방식에 대한 공시	72, 73	●
EN1	무게 또는 부피 기준 원료 사용량	83	●
EN2	사용되는 원료 중 재활용되는 비율	-	○
EN3	1차 에너지원별 직접에너지 소비량	83	●
EN4	1차 에너지원별 간접에너지 소비량	83	●
EN5	절약 및 효율향상으로 절감된 총 에너지량	83	●
EN6	에너지 효율적인 또는 재생가능한 에너지를 사용하는 제품 및 서비스를 제공하기 위한 이니셔티브 및 이러한 이니셔티브 결과로써 나타나는 에너지 감축량	79	●
EN7	간접에너지 소비를 줄이기 위한 이니셔티브 및 성과	-	○
EN8	공급원별 총 취수량	83	●
EN9	취수로인해 큰 영향을 받는 용수 공급원	-	○
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	-	○
EN11	생태계 보호지역 또는 인근지역에 있는 소유, 임대, 관리 토지 위치 및 크기	68	●
EN12	생태계 보호지역 또는 인근지역에서의 기업활동, 제품 또는 서비스로 야기되는 중요한 영향	-	○
EN13	보호 또는 복원된 서식지	68	●
EN14	생물다양성에 대한 영향을 관리하기 위한 전략, 현행관행 및 향후 계획	-	○
EN15	사업영향지역내에 서식하고 있는 동식물 중 멸종위기동식물 명단에 올라가 있는 종의 수	-	N/A
EN16	직간접 온실가스 총 배출량	83	●
EN17	기타 간접 온실가스 배출량	83	●
EN18	온실가스 배출량 감축을 위한 이니셔티브 및 성과	-	○
EN19	오존층파괴물질 배출량	83	●
EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기오염 물질 배출량	-	○
EN21	최종 배출자별 총 폐수 배출량 및 수질	83	●
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	83	●
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	83	●
EN24	바젤 협약 부속서 I, II, III, VIII에 규정된 유독성 폐기물의 운송, 반입, 반출, 처리량 및 해외로 반출된 폐기물의 비율	-	N/A
EN25	보고 조직의 폐수 방출로 인해 영향을 받는 수역 및 관련 서식지의 명칭, 규모, 보호 상태 및 생물다양성 가치	-	N/A

G3 GRI Index

G3 GRI Index

● : 보고서에 공개됨 ● : 보고서에 일부 공개됨 ○ : 보고서에 공개안됨 N/A : 해당사항 없음

GRI 항목	내용	페이지	보고수준
EN26	제품 및 서비스의 환경 영향을 저감하기 위한 이니셔티브와 영향 감소의 정도	74-79	●
EN27	제품 카테고리별 판매된 제품 및 관련 포장재의 재생비율	-	○
EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수	83	●
EN29	제품 및 원자재 운송과 임직원 이동으로 인한 중대한 환경 영향	-	○
EN30	유형별 총 환경보호 지출 및 투자 금액	-	○
노동 및 관행	경영접근방식에 대한 공시	53, 62	●
LA1	고용 유형, 고용 계약 및 지역별 인력 현황	15	●
LA2	연령별 성별, 지역별 이직 건수 및 비율	59	●
LA3	임시직 또는 시간제 직원에게는 제공하지 않고 상근직 직원에게만 제공되는 혜택(주사업장별)	60-61	●
LA4	단체 교섭 적용 대상 직원 비율	63	●
LA5	조직운영의 중요한 변동사항에 대한 최소 통지기간, 단체 협약에 이의 명시 여부	-	○
LA6	보건과 안전 프로그램의 모니터링과 자문에 도움을 주는 공식적인 노사 보건 안전 위원회가 대표하는 종업원 비율	63	●
LA7	지역별 부상, 직업병 손실 일수, 결근 및 업무 관련 재해 건수	59	●
LA8	심각한 질병에 관하여 직원 및 가족, 그리고 지역 주민을 지원하기 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험 관리 프로그램	61	●
LA9	노동 조화와 정식 협약 대상인 보건 및 안전 사항	63	●
LA10	종업원 직급별 일인당 연평균 교육시간	56, 58	●
LA11	기술관리와 직원들의 지속적인 고용가능성을 지원하고 퇴직관리를 돕는 평생 교육 프로그램	-	○
LA12	정기적으로 성과 및 경력 개발 평가를 받는 직원 비율	53	●
LA13	성별, 연령별, 소수그룹멤버십, 기타 다양성관련 지표별 거버넌스 기구의 구성 및 종업원 수	15, 24	●
LA14	종업원 카테고리별 남녀 직원 간의 기본 임금 비율	37	●
인권	경영접근방식에 대한 공시	53	●
HR1	인권 보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자 협약 건수 및 비율	-	○
HR2	주요 공급업체 및 계약 업체에 대한 인권 심사 비율	-	○
HR3	교육 이수 직원 비율을 포함하여 업무와 관련된 인권 정책 및 절차에 대한 직원 교육 시간	21	●
HR4	총 차별 사고 건수 및 관련 조치	-	○
HR5	결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 사업장(업무분야) 및 해당 권리를 지지하기 위한 조치	-	○
HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업장(업무분야) 및 아동 노동 근절을 위한 조치	53	●
HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업장(업무 분야) 및 강제 노동 근절을 위한 조치	53	●
HR8	업무와 관련한 인권 정책 및 절차 교육을 이수한 보안 담당자 비율	-	○
HR9	원주민/토착민 권리 침해 건수 및 관련 조치	-	○
사회	경영접근방식에 대한 공시	20	●
S01	업무 활동의 시작 운영, 종료 단계에서 지역사회에 미친 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	-	○
S02	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율	21	●
S03	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	21	●
S04	부패 사건에 취해진 조치	21, 87	●
S05	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비 활동 참여	-	○
S06	정당, 정치인 및 관련 기관에 대한 국가별 현금/현물 기부 총액	-	○
S07	부당 경쟁 행위 및 독점 행위에 대한 법적 조치 건수 및 결과	-	○
S08	법을 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재	21	●

● : 보고서에 공개됨 ○ : 보고서에 일부 공개됨 ◯ : 보고서에 공개안됨 N/A : 해당사항 없음

GRI 항목	내용	페이지	보고수준
제품책임	경영접근방식에 대한 공시	41, 49	●
PR1	개선을 목적으로 한 제품 및 서비스 사용기간 동안 고객의 건강 및 안전 영향 평가 절차, 해당 평가가 실시된 주요 제품 및 서비스의 비율	49	○
PR2	결과 유형별로 제품 및 서비스의 라이프 사이클 상에서 고객의 건강과 안전 영향 관련 규제 및 자발적 규칙 위반 건수	49	●
PR3	절차상 요구되는 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보 요건이 적용되는 주요 제품/서비스의 비율	49	○
PR4	제품/서비스 정보 및 라벨링과 관련된 규제 및 자발적 규칙 위반 건수 및 형태	49	●
PR5	고객 만족도 조사 결과를 포함함 고객 만족 관련 활동	52	●
PR6	광고, 판촉, 스폰서십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 준수 프로그램	22, 49-50	○
PR7	광고, 판촉, 스폰서십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 위반 건수	49	●
PR8	고객 개인 정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만 건수	49	●
PR9	제품 및 서비스 공급 및 사용에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수	49	●

GRI G3 적용수준 자체선언



웅진코웨이는 '2006 지속가능성보고서' 작성시 GR의 G3 가이드라인을 적용하고 아래 적용 수준 평가 기준에 따라 본 보고서가 B 수준에 해당하는 요건을 충족 시키고 있음을 자체 선언하였습니다.

KFQ는 검증을 통해, 동 보고서가 GRI G3 적용 수준인 A, B, C중 B에 적합함을 확인하였습니다.

*참고: 상기 로고에서 +는 자체선언한 적용수준에 대해 제3자 검증이 수행되었음을 의미합니다

GRI G3 적용수준기준표 (GRI Application Levels Table)

보고서 적용 수준	C	C+	B	B+	A	A+
G3 프로파일 공시	공시항목 : 1.1, 2.1-2.10, 3.1-3.8, 3.10-3.12, 4.1-4.4, 4.14-4.15		공시항목 : 수준 'C'의 모든 항목과 1.2, 3.9, 3.13, 4.5-4.13, 4.16-4.17		공시항목 : 수준 'B'의 요구사항과 동일	
G3 경영방식 공시	필요 없음	KPI 판여 조건	각 지표별주의 경영방식 공시	KPI 판여 조건	각 지표별주의 경영방식 공시	KPI 판여 조건
G3 성과지표 및 산업별 부가지표	최소한 10개 이상의 성과지표를 보고해야 함 (경제, 환경, 사회 지표가 각각 1개 이상 포함되어야 함)		최소한 20개 이상의 성과지표를 보고해야 함 (경제, 환경, 인권, 노동, 사회, 제품책임 지표가 각각 1개 이상 포함되어야 함)		중요성 원칙에 따라 모든 G3 핵심성과지표 및 산업가이드 지표에 대해 a) 보고하거나 b) 보고하지 않을 경우 그 이유를 설명함	

보고서 담당 연락 웅진코웨이는 이해관계자에게 회사의 지속가능경영 활동에 대한 정확하고 신뢰성 있는 정보를 제공하고자 최선을 다하였습니다. 앞으로도 웅진코웨이는 지속가능성보고서를 통해 더욱 신뢰성 있는 정보를 제공하고자 노력할 것입니다. 이해관계자 여러분의 의견을 기대합니다.

본 보고서에 대한 의견은 아래로 연락 주시기 바랍니다.

서울특별시 중구 을지로2가 6번지 내외빌딩 10층 홍보팀

Tel:02-2172-1052 Fax:02-779-6238

e-mail: kevineom@coway.co.kr Homepage: www.coway.co.kr

발간일 : 2007년 3월 23일



서울특별시 중구 을지로2가 6번지 내외빌딩 TEL 1588-5100
www.coway.co.kr



본 보고서는 친환경 용지에 콩기름 잉크로 인쇄되었습니다.