

Over the Rainbow

웅진코웨이
2009 지속가능성보고서



본 보고서는 한국경영지표개발원(KSRS)의 인증을 받았습니다.

Contents

보고서 개요	003
중요성 이슈	004
CEO 메시지	006
— LOVE	
지속적인 성장과 발전의 핵심 원동력은 '사랑'입니다	010
웅진코웨이는 20년 동안 지속적으로 성장한 기업입니다	012
— COMMUNICATION	
다양한 이해관계자와 소통하며 함께 성장합니다	018
잠재고객의 체험과 참여 확대를 위한 소통이 이루어집니다	022
웅진코웨이는 인재 양성과 임직원 발전을 위해 노력합니다	024
— TRUST	
지속가능경영을 위해 윤리경영을 더욱 강화하였습니다	034
하트서비스로 고객사랑과 고객가치경영을 실현합니다	038
소비자불만 자율관리 프로그램(CCMS)을 더욱 강화하였습니다	040
경영의 투명성과 선진형 기업지배구조를 확보합니다	047
상생과 협력의 비즈니스 파트너 시스템을 구축합니다	050
— CONTRIBUTION	
웅진코웨이는 사회책임 경영을 실천하고 있습니다	056
— ENVIRONMENT	
철학과 비전이 있는 환경경영을 실천합니다	062
환경변화와 환경규제에 대한 역량을 키우며 적극 대응합니다	064
웅진코웨이는 체계적인 저탄소 녹색경영을 실현합니다	066
제품 연구개발에서 회수·재활용까지 환경을 먼저 생각합니다	071
— INNOVATION	
창조와 변화를 통해 혁신을 이끌어내고 있습니다	078
생산부문의 창조적인 변화와 혁신이 이루어집니다	081
— CHALLENGE	
R&D 부문의 끊임없는 도전으로 고객가치경영을 실현합니다	086
2010년 웅진코웨이의 새로운 도전이 시작됩니다	088
—	
요약 재무제표	091
주요 수상 및 인증	092
검증보고서	094
검토의견서	096
GRI 인덱스	097
사업장 현황	102



2009

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS

CCMS

대한민국 소비문화대상 수상 및 CCMS 인증 우수기업 재선정

웅진코웨이는 2009년 11월 14일 대한민국 소비문화대상 소비자권익보호부문을 수상하였습니다. 또한 2007년 7월 공정거래위원회로부터 '제1회 CCMS 인증 우수기업'으로 선정되었으며 2009년 7월 CCMS 인증 만료에 따른 재평가에서도 우수기업으로 재인증되었습니다.



99.99%

공기청정기 항바이러스 필터개발

웅진코웨이는 2009년 313건의 특허와 13건의 실용신안을 출원하였습니다. 특히 웅진코웨이 환경기술연구소는 신종플루 제거용 기능성 필터개발에 성공하였습니다. 신종플루 99.99% 사멸 항바이러스 필터 개발은 공기청정기의 차별적 성능 및 기술우위를 부각하는 계기가 되었습니다. 항바이러스 필터 개발에 성공하면서 전년 대비 공기청정기 판매대수(렌탈+일시불)가 71% 증가하였습니다.

HEART SERVICE

하트서비스(HEART Service) 선포와 고객가치경영 실천

웅진코웨이는 '고객가치경영'을 실현하기 위하여 차별성, 전문성, 위생성을 강화한 하트서비스를 탄생시켰습니다. 2009년 7월부터 시행된 하트서비스는 3개 영역의 7대 혁신프로그램으로 구체화되었습니다. 고객만족과 고객신뢰를 확보하기 위하여 현장 시스템을 강화하였으며 전문 서비스를 위한 전담 조직을 신설하여 차별화된 서비스를 제공하고 있습니다.

IFA + IHHS

해외사업 강화

웅진코웨이는 글로벌 경제침체에도 불구하고 OEM 매출 증가로 인해 전년대비 매출이 25% 성장하였습니다. 국제전시회 IFA, IHHS에 참가하는 등 유럽 진출의 교두보를 확보하였습니다. 2009년 4월에는 국내 최초로 One-stop 글로벌 인증센터를 구축하였습니다. 한편, 정속기 업계 최초로 지식경제부로부터 '세일류상품 생산기업'으로 선정되었습니다.

W_class

W_class 서비스

웅진코웨이는 2009년 9월 우수고객 전용서비스 'W_class'를 론칭하였습니다. W_class 서비스는 우수고객에게 더 많은 혜택을 돌려드리기 위하여 체계적인 고객데이터 분석을 통해 개발한 프로그램입니다. 향후 고객접점 네트워크와 제휴 인프라를 적극 활용하여 고객의 입장에서 실용적인 혜택의 폭을 더욱 확대할 방침입니다.

체계적인 환경경영 실천

웅진코웨이는 2009년 2월 저탄소 녹색경영 ECO-WAY 한마음 발대식을 가졌습니다. 또한 탄소성적표지 인증 과정을 통해 전과정 평가체계를 구축하고, HSPM 인증을 획득하였습니다. 2009년 6월에는 생활환경 가전업체 최초로 GHG 인벤토리를 구축하였습니다. 2009년 2월부터는 리퍼브 제품을 판매함으로써 환경경영을 적극 실천하고 있습니다.

ECO-WAY

글로벌 사회공헌 강화

웅진코웨이 사회공헌 활동은 환경, 소외계층 식문제해결, 아동보호, 빈민국가 지원 활동 등 다양한 형태로 이루어지고 있습니다. 2009년에는 글로벌 사회공헌 활동을 강화하였습니다. 특히 소비자가 봉사활동에 참여할 수 있는 통로를 개설하여 봉사 활동을 진행했습니다. 2006년부터 시작한 캄보디아 우물파주기를 통해 2009년 현재 460개의 우물을 완공하였습니다.



보고서 담당 연락 웅진코웨이는 이해관계자에게 회사의 지속가능경영 활동에 대한 정확하고 신뢰성 있는 정보를 제공하고자 최선을 다하고 있습니다. 본 보고서는 홍보팀이 중심이 되어 생산본부, 환경기술연구소, 마케팅본부, CS본부 등 관련 부서의 협조를 통해 발간되었습니다. 앞으로도 웅진코웨이는 지속가능성보고서를 통해 지속가능경영 활동을 보다 정확하게 알리도록 노력하겠습니다. 이해관계자 여러분의 의견을 기대합니다.

서울특별시 중구 순화동 7번지 중앙일보빌딩 17층 웅진코웨이 홍보팀

Tel : 02-2172-1288 / Fax : 02-773-2911

E-mail : i4375@coway.co.kr / Homepage : www.coway.co.kr

Over the Rainbow

웅진코웨이

2009 지속가능성보고서

About this report

Sustainability Report 2009

보고서 프로필

웅진코웨이는 2005년 첫 보고서를 발간한 이래 매년 회사의 지속가능경영 활동을 투명하게 공개하여 왔습니다. 회사는 다섯번째 보고서인 본보고서를 통해 회사의 지속가능경영활동을 투명하게 공개하고자 하며, 나아가 이해관계자의 의견을 경영에 적극 반영하는 채널로 활용하고자 합니다.

기간 및 범위

보고 기간은 2009년 1월 1일부터 12월 31일까지입니다. 그러나 추세 비교를 위해 2007년과 2008년의 데이터를 사용하였고 필요한 경우 2010년의 활동과 성과에 대한 정보도 포함하였습니다. 본 보고서는 웅진코웨이 서울사무소, 환경기술연구소, 환경품질연구소 및 생산본부의 성과를 기술하고 있습니다. 해외법인 및 자회사의 경우 일반적인 정보만을 포함하고 있습니다.

최근 보고 연도 및 작성 지침

본 보고서는 국제적인 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative)의 G3가이드라인을 참조하여 작성되었습니다. 특히 본보고서를 작성함에 있어 중요성 이슈를 도출하여 이에 대한 정보를 구체적으로 담고자 노력하였습니다. 웅진코웨이는 앞으로도 매년 지속가능성보고서를 발간할 계획입니다.

검증

본 보고서는 제3자 검증기관으로부터 검증을 받았습니다. 관련 정보는 94~95페이지를 참조하기 바랍니다.

추가정보

추가 정보는 웅진코웨이에서 발행하는 Financial Report, 홈페이지(www.coway.co.kr), 그리고 웅진 환경사회보고서에서 얻을 수 있습니다.



웅진코웨이 UN 글로벌 콤팩트 산하 책임투자원칙(UN PRI)의 지속가능성보고서 우수기업에 선정

웅진코웨이가 만든 지속가능성보고서(2008년)가 이해관계자에게 꼭 필요한 정확한 정보를 공유한 지속가능성보고서로 평가 받았습니다. 유엔 책임투자원칙(UN PRI)은 2009년 3월 15일 "13개국 32개 기관투자자 연합(운용자산 합계 2400조 원)이 투자결정에 참조하기 좋은 정보를 제공한 전 세계 44개 기업을 지속가능성보고서 우수기업(Companies with Notable COPs)으로 선정했다"고 발표했습니다.

국내에서는 웅진코웨이를 비롯한 3개 기업이 뽑혔습니다. 특히 웅진코웨이는 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact, UNGC)가 제시한 인권·노동·환경·반부패 관련 10가지 원칙에 따라 지속가능성보고서를 작성했고, 그 보고서의 우수성을 인정받은 것입니다. 2005년부터 지속가능성보고서를 발간해온 웅진코웨이는 투자자들의 투자결정에 필요한 정확한 정보를 제공하고 있으며, 다양한 이해관계자와의 커뮤니케이션을 위해 노력하고 있습니다.

중요성 이슈

웅진코웨이가 존경받는 기업으로서
지속적으로 성장하기 위해 현재 가장 중요하게 생각하고
관리해야하는 사항은 무엇일까요?

설문조사 기간 : 2010년 2월 25일 ~ 3월 2일

조사대상 : 웅진코웨이 직원(918명)

▶ 경제부분 3가지 선택, 사회부분 4가지 선택, 환경부분 3가지 선택

웅진코웨이는 다양한 방법과 채널을 활용하여 이해관계자들과 커뮤니케이션하고 있습니다. 그 일환으로 지속가능성보고서의 독자 의견 설문서를 통해 수렴한 의견과 미디어 리서치 결과 분석 자료, 글로벌 주요 기업의 지속가능성보고서 벤치마킹 등을 종합하여 이해관계자들이 제기하고 있는 다양한 지속가능경영 관련 이슈들을 파악하였습니다. 본 보고서는 지난해 보고서에 비해 웅진코웨이의 다양한 지속가능경영 이슈들 중 특히 중요하다고 판단되는 이슈에 대한 보고를 확충함으로써 보다 많은 정보를 제공하고자 하였습니다.

경제부분

19.4%

01. 경영환경에 발빠르게 대응하는 전략과 시스템

535명

- 02. 글로벌 홍보 및 판매 강화
[414명 · 15%]
- 03. 신사업 확대
[397명 · 14.4%]
- 04. 적극적인 R&D 투자
[375명 · 13.6%]
- 05. 다양한 유통, 판매채널 확대
[266명 · 9.7%]
- 06. 투명한 지배구조 및 경영활동
[250명 · 9.1%]
- 07. 위기를 예측하고 적극 대응할 수 있는 시나리오플래닝
[245명 · 8.9%]
- 08. 디자인 혁신
[163명 · 5.9%]
- 09. 다각적인 생산혁신을 통한 원가절감
[109명 · 4%]

사회부분

11.10%

01. <고객> 하트서비스를 통한 업그레이드 된 서비스 제공

493명

- 02. <고객> 소비자 불만처리
[493명 · 10.70%]
- 03. <직원> 조직 커뮤니케이션 활성화
[488명 · 10.60%]
- 04. <고객> 신속한 사후 서비스
[467명 · 10.20%]
- 05. <고객> 고객참여 커뮤니케이션 강화
[448명 · 9.80%]
- 06. <직원> 역량강화 교육 프로그램 강화
[370명 · 8.10%]
- 07. <직원> 사내 핵심인재 양성
[341명 · 7.40%]
- 08. <사회공헌> 글로벌 사회공헌 활성화
[287명 · 6.30%]
- 09. <협력사> 협력사와의 상생경영
[270명 · 5.90%]
- 10. <고객> 영역별 전문 상담 제공을 통한 고객상담 품질제고
[261명 · 5.70%]
- 11. <협력사> 공정거래 조직 및 시스템구축
[200명 · 4.40%]
- 12. <고객> W_class 등 VIP고객에 대한 서비스 업그레이드
[198명 · 4.30%]
- 13. <사회공헌> 유구천가꾸기 등 지역사회 사회 공헌 활동
[136명 · 3.00%]
- 14. <직원> 상상오션 등의 혁신프로그램 활성화
[121명 · 2.60%]

환경부분

21.0%

01. 체계적인 환경경영체계 구축

578명

- 02. 저전력 고효율 제품개발
[492명 · 17.90%]
- 03. 친환경 생산공정
[370명 · 13.40%]
- 04. 리퍼브제품 생산 및 판매
[330명 · 12.0%]
- 05. 온실가스 인벤토리 구축
[228명 · 8.30%]
- 06. 협력사 대상 그린파트너십 운영
[220명 · 8.00%]
- 07. 녹색구매
[202명 · 7.30%]
- 08. 임직원 및 협력사에 대한 체계적인 탄소관리
[192명 · 7.00%]
- 09. 사내 에코오피스 캠페인 전개
[142명 · 5.20%]

소통과
화합으로
함께
성장합니다

사회적 책임을 다하는 The 1st Green Global Leader

사랑과
긍정의 힘으로
더 큰 꿈을
이루겠습니다

웅진코웨이는 고객, 주주, 임직원, 사회와 소통하며 성장하는 기업입니다. 웅진코웨이는 조직간의 소통, 개인의 소통, 개인과 회사의 소통이 이루어질 때 진정한 화합과 도전이 가능하다고 생각합니다.

웅진코웨이는 2009년에 새롭게 선보인 하트서비스를 적극 실천함으로써 연초보다 순고객추천지수(NPS)가 40점 이상 증가하는 성과를 거두었습니다. 또한 웅진코웨이를 믿고 함께해준 우수고객을 위한 W-class를 론칭하여 더 나은 혜택을 돌려드리기 위해 노력하였습니다.

웅진코웨이는 2009년 한 해 동안 온실가스 인벤토리 구축, 리퍼브 제품 생산 등 전 사업부문에 걸쳐 저탄소 녹색경영을 적극적으로 실천하였습니다. 앞으로도 환경경영의 선두기업으로써 그 책임과 역할을 다하겠습니다.

국제 경제의 불안으로 척박한 시장에서도 해외사업을 한층 강화하였습니다. 해외사업은 중국화장품 사업의 성장을 비롯하여 3년간 평균 162%가 증가하는 성과를 거두었으며, 웅진코웨이는 위기에 강한 기업, 지속적으로 발전하는 기업이라는 인식을 널리 확산시켰습니다.

이 보고서에는 이러한 웅진코웨이의 경영성과와 지속적인 성장을 위한 노력과 열정, 주요 이슈들이 담겨 있습니다. 웅진코웨이는 고객, 주주, 이해관계자 여러분들에게 지속가능경영의 과정과 성과를 투명하게 공개하고 다양한 의견 수렴을 통하여 보다 나은 경영활동을 펼칠 수 있도록 하겠습니다.

2010년은 웅진그룹 창립 30주년이 되는 해입니다. 웅진코웨이는 웅진그룹의 경영정신 '사랑'을 기반으로 도전하며 성장하는 한 해가 되도록 노력하겠습니다.

웅진코웨이는 저탄소 녹색경영을 적극 실천하고, 해외사업 및 신규사업의 역량을 강화하는 한편, 사회공헌 활동을 더욱 확대하여 기업의 사회적 역할에도 책임을 다하고자 합니다.

웅진코웨이에 큰 사랑과 신뢰를 보내주신 고객과 이해관계자분 모두와 함께 성장하기 위하여 사랑과 긍정의 힘으로 더 큰 꿈을 향해 도전하고, 서로 소통하며 성장하는 기업으로 변화와 혁신을 이끌어 가겠습니다.

웅진코웨이 대표이사 사장 **홍준기**



1989년 설립 이후 지속적인 발전을 거듭해온 웅진코웨이는 2009년 창립 20주년을 맞아 '건강한 내일을 디자인하는 The 1st Green Global Leader'라는 새로운 비전을 선포하고, 핵심가치 '고객신뢰, 존중, 정직, 열정, 실행, 협력'을 선정하였습니다. 2009년은 세계적인 경제 불황으로 기업경영 환경이 매우 어려운 한 해였지만, 웅진코웨이는 '고객가치 경영'의 원년을 선언하고, 진정한 고객사랑과 고객만족을 실현하기 위하여 지속적인 노력을 기울였습니다.





응진코웨이는
지속적으로
성장하고
있습니까?

THE 1ST
GREEN GLOBAL
LEADER

지속적인 성장과 발전의 핵심 원동력은 사랑입니다

응진코웨이는 2009년 5월 창립 20주년을 맞이하여 '건강한 내일을 디자인하는 The 1st Green Global Leader'라는 비전을 선포하였으며 아울러 '고객신뢰, 존중, 정직, 열정, 실행, 협력'을 핵심가치로 선정하였습니다.

1조 4,119억 원

응진코웨이는 20년 동안 지속적으로 성장한 기업입니다

2009년 매출액은 1조 4,119억 원으로 지속적으로 성장하고 있으며 특히 해외 시장을 적극적으로 개척하여 2009년 정수기, 공기청정기 등 완제품과 부품, 필터 등을 69개국에 수출, 4,353만 달러의 해외 매출을 기록하였습니다.

지속적인 성장과 발전의 핵심 원동력은 '사랑' 입니다

경영정신

웅진코웨이의 핵심 경영정신은 '또또사랑'입니다. 웅진코웨이는 조직 구성원 개인에 대한 사랑, 고객을 비롯한 이해관계자와 사회와 지구를 사랑하는 정신으로 기업을 이끌어 오고 있습니다. 이러한 측면에서 웅진코웨이의 경영정신인 또또사랑은 인류의 지속가능한 발전과 이해관계자의 가치를 향상시키는 지속가능경영과 그 맥을 같이 한다고 할 수 있습니다.

웅진코웨이는 차별화된 기술과 생각에 기반을 둔 가치창조 경영과 환경을 통해 이해관계자의 가치를 향상시키는 한편 글로벌 기업으로의 성장을 추구하고 있습니다.

지속가능경영 추진

웅진코웨이는 2005년 이후 각 부문의 고유 영역에서 지속가능성 이슈를 찾아내어 실질적인 지속가능경영 활동이 추진될 수 있도록 전사적 노력을 기울이고 있습니다. 이미 네 번의 지속가능성 보고서를 발간하여 지속가능경영 활동 및 성과를 다양한 이해관계자에게 알리는 한편 의견 수렴을 통해 더 나은 지속가능경영 활동을 위한 기반을 구축하였습니다. 웅진코웨이는 앞으로도 지속가능경영 성과를 높일 수 있도록 관련 조직과 시스템을 체계화해 나갈 계획입니다.

경영정신: 또또사랑



고객에 대한 사랑

인간애를 통해 고객중심의 긍정적, 적극적 서비스를 표현



변화에 대한 사랑

새싹의 성장은 변화로부터 비롯된다는 의미로 변화를 통해 성장을 모색하는 경영정신을 표현



사회에 대한 사랑

손을 감싼다, 포용한다는 의미로 사회에 대한 포용력 있는 사랑을 표현



일에 대한 사랑

높은 목표와 의지를 갖고 업의 핵심을 보며 적극적인 자세로 신바람나게 일하는 사람을 표현



도전에 대한 사랑

과거에 만족하지 않고 항상 도전을 통해 높은 이상(별)을 추구한다는 의미



조직에 대한 사랑

하나의 단결된 조직으로서 협동과 공정을 중시하는 기업문화를 표현

비전과 핵심가치

웅진코웨이는 2009년 5월 창립 20주년을 맞이하여 '건강한 내일을 디자인하는 The 1st Green Global Leader'라는 비전을 선포하였습니다. 또한 '서비스 혁신 선포식'과 함께 2009년을 고객가치경영의 원년으로 정하였습니다. 웅진코웨이는 생활가전 전문기업으로써 향후 나아갈 방향을 '서비스 전문기업'으로 정하고 그에 따른 실천 과제들과 핵심가치를 정립하였습니다. 특히 핵심가치의 선정은 웅진코웨이 정규직 전체 인원의 2/3 이상이 참여하고, 50% 이상이 지정한 결과를 토대로 이루어졌습니다. 이러한 과정을 통해서 선정된 6가지 핵심가치는 고객신뢰, 존중, 정직, 열정, 실행, 협력 등입니다.

저탄소 녹색경영

환경경영은 인류의 지속가능한 발전의 한 축으로 최근 지구온난화에 공동으로 대응하기 위한 세계 각국의 노력에서 알 수 있듯이 향후 그 중요성이 더욱 부각될 전망입니다. 웅진그룹은 '사랑은 뜨겁게 지구는 차갑게'라는 슬로건을 통하여 저탄소 녹색경영을 적극 실천하고 있습니다.

웅진코웨이 또한 2008년 탄소 라벨링 시범 인증, 협력사 그린 파트너 인증 등을 통해 환경 경영의 기반을 강화하였으며, 2009년에는 온실가스 인벤토리 구축과 친환경 제품 생산, Eco-Marketing을 골자로 하는 저탄소 녹색경영을 본격화하였습니다. 2010년에도 웅진코웨이는 사회와 공존하며 존경받는 친환경 기업으로 성장해 나가고자 합니다.

Vision

환경을 건강하게,
사람을 행복하게
Eco-Way를
열어갑니다.

**The 1st
Green Global
Leader**



건강한 내일을
디자인하는

**The 1st
Green Global Leader**

웅진코웨이는 20년 동안 지속적으로 성장한 기업입니다



2009년 창립 20주년을 맞이한 웅진코웨이는 서비스, 녹색경영에 중점을 둔 경영활동을 전개해 나감으로써 지속가능기업의 위상을 강화하고 있습니다.

생활환경기업 웅진코웨이 20년

웅진코웨이는 국내 최고의 생활환경기업입니다. 1989년 창립이후 우리나라를 대표하는 생활환경전문기업으로 성장하면서 생활환경 가전 시장의 대중화, 전문화, 고급화 트렌드를 주도적으로 이끌었습니다.

국내외에서 품질과 서비스를 인정받으며 기업의 위상을 높여온 웅진코웨이는 1990년대 중반 이후로 정수기 단일 품목 이외에도 다양한 생활환경 제품을 개발, 생산함으로써 진정한 생활환경기업으로 성장을 거듭하였습니다.

웅진코웨이는 정수기, 공기청정기를 비롯해 비데, 연수기, 음식물처리기까지 생활을 보다 윤택하게 만들고 환경을 보호할 수 있는 생활환경 가전제품을 생산하는 데 노력을 기울였습니다.

특히 웅진코웨이는 투명경영과 윤리경영의 원칙을 지키면서, 20년 지속성장의 성과를 거두었습니다. 1998년 혁신적인 마케팅 기법인 렌탈 비즈니스 개념을 업계 최초로 도입하고 서비스 전문가인 '코디'를 통해 사전 서비스라는 차별화된 서비스를 고객에게 제공함으로써 Gallup 조사 결과 지속적으로 시장 점유율, 고객만족도, 브랜드 인지도 등에서 국내 최고의 위치를 점하고 있습니다.

2000년대 중반에 접어들면서 국내 시장에서 입지를 더욱 강화하는 한편, 세계 일류의 웰빙기업으로 도약하고자 해외 진출을 가속화하였습니다. 그 결과 현재 5개 해외 현지 법인과 1개 지사, 네덜란드의 물류기지를 통해 수출을 확대하는 등 지속적으로 성장할 수 있는 기반을 구축하고 있습니다. 2009년 창립 20주년을 맞이한 웅진코웨이는 서비스, 녹색경영에 중점을 둔 경영활동을 전개해 나감으로써 지속가능기업의 위상을 강화하고 있습니다. 웅진코웨이는 진정한 고객가치경영을 실현하고, 인류의 지속가능한 발전에 기여하는 세계적인 생활환경기업, 서비스 기업으로 성장하기 위해 노력하고 있습니다.

일반 현황	
회사명	웅진코웨이주식회사
본사 주소	충청남도 공주시 유구읍 유구리 658
설립일	1989년 5월 2일
대표이사	홍준기
업종	제조 및 판매업
직원 수	1,926명
해외 현지법인	미국, 일본, 태국, 말레이시아, 중국

재무 현황	(단위: 억 원)
자산총계	12,707
부채총계	5,900
자본총계	6,807
자본금	407
매출액	14,119
영업이익	2,043
당기순이익	1,533

연혁	
1989~2000	웅진코웨이 출범과 도약
1989	회사 설립
1990	정수기 시장 진입
1993	웅진코웨이 환경기술연구소 설립
1998	정수기 렌탈 판매 실시
2000	비데 렌탈 판매 실시
2001~2004	생활환경산업의 리더로 부상
2001	주식 상장 공기청정기 렌탈 판매 실시
2003	ISO 9001, 14001 인증 획득 일본법인 설립
2004	시스템키친사업 개시
2005~2008	글로벌 생활환경기업으로의 성장
2005	태국법인 설립 렌탈하우스 오픈 음식물처리기 출시
2006	웅진에너지 설립 말레이시아법인 설립 중국법인 설립
2007	유럽 RoHS 공인시험기관 지정 미국법인 설립
2008	디자인 그랜드 슬램 달성(레드닷, IF, IDEA, 굿디자인) 수처리사업 진출 웅진그룹 새로운 CI 선포 서울대학교 연구공원 내 웅진코웨이 R&D센터 준공 웅진케미칼(주)와 필터 및 수처리사업 양수도 계약 체결 환경기술연구소 국제수질협회(WQA Water Quality Association) 공식 시험기관으로 인정 payFree 멤버스 서비스 실시

2009~	창립 20주년 서비스 기업, 녹색 경영 기업으로의 기반 구축
2009	환경부, 한국전자재활용협회와 공동으로 '환경사랑 폐건전지 수거 캠페인' 진행 저탄소 녹색경영실천을 위한 ECO-WAY한마음 발대식 웅진코웨이, 웅진쿠펴(주) 비데사업부 합병 창립 20주년 맞아 '서비스 혁신' 및 '하트서비스' 선포식 개최 환경가전업계 최초 '웅진코웨이-협력사 온실가스 인벤토리 구축 발대식 및 온실가스 배출량 자발적 감축 협약식' 우수고객 전용서비스 'W_class' 론칭 공정거래위원회 주관, 2009년 'CCMS(Consumer Complaints Management System) 인증 우수기업' 연속 2회 획득 국제 품질평가기관 IECO로부터 '유해물질 프로세스 경영시스템' 공인인증 획득 환경부 및 녹색성장위원회 주최 '2009 친환경산업 육성 및 저탄소 녹색성장 유공' 국무총리표창 수상 신종플루 대비공기청정기 '항바이러스 필터' 출시 정수기업계 최초 '세계일류상품' 선정

조직현황

2009년 웅진코웨이는 조직의 역할과 책임을 명확하게 정립하고, 효율성을 높이기 위해 조직 슬림화를 이루었습니다. 2010년 2월 22일 현재 웅진코웨이의 조직은 10본부, 3연구소, 3공장, 2실, 63팀으로 구성되어 있으며, 해외 비즈니스 강화를 위해 해외에 5개 법인을 두고 있습니다. 또한 제품 개발 및 브랜드 마케팅 기능을 강화하기 위하여 상품기획팀을 브랜드1팀(정수기), 브랜드2팀(공기청정기, 음식물처리기), 브랜드3팀(비데, 연수기)으로 분할하고 전문인력을 배치하였습니다. 한편, 일선 영업조직인 총국과 지국 수는 2010년 2월 현재 각각 25총국, 465지국입니다.

woongjin coway

sustainability report 2009



Section 01

love

중국법인

ChaoWai Soho, NO.6B, B-0921,
ChaoWai St. ChaoYang District,
Beijing 100020, China
Tel. 86-400-818-8100
www.xiongjin.cn

일본법인

8F, Sibanikeyuraku Bldg 1-10-13,
Siba Minato-ku,
Tokyo, Japan (105-0014)
Tel.81-3-6436-5810
www.coway.co.jp

태국법인

170/84 29th Fl., Ocean Tower 1
Building, Soi Sukhumvit 16,
Ratchadapisek Rd.,
Klongtoey, BKK 10110 Thailand
Tel. 66-2-661-8640
www.coway.co.th

말레이시아 법인

Suite 6-1 & 6-2 level 6, Wisma
UOA II NO.21 Jalan Pinang
50450 Kuala Lumpur
Tel. 60-3-2059-0000
www.coway.com.my

미국법인

695 S Vermont Ave. #110,
Los Angeles, CA, 90005
Tel. 1-213-480-1600
www.coway-usa.com

홍콩지사

Unit 302, 3/F., 37-41
Ma Tau Wai Road, Hung Hom
Commercial Bldg, Hung Hom,
Kowloon, Hong Kong.
Tel. 852-2334-5660

물류기지(네덜란드)

Tupolevlaan 48,
1119 NZ Schiphol-Rijk,
The Netherlands
Tel. 31-20-659-0105

본사

17F, Jungang Daily News Bldg,
7Soonhwa-dong Jung-gu
Seoul 100-759 Korea
www.coway.co.kr

글로벌 네트워크

웅진코웨이는 미국법인 등 모두 5개의 해외 현지법인과 1개 지사, 1개의 물류 기지(네덜란드)를 운영하고 있습니다. 2010년 해외법인은 현지형 제품 개발 가속화 및 가격경쟁력 확보와 브랜드 마케팅을 통해 글로벌 코웨이의 위상을 강화할 계획입니다. 2010년 해외법인의 수출목표는 2009년 100억 원보다 160% 성장한 260억 원입니다. 웅진코웨이는 해외 시장을 적극적으로 개척하여 2009년 정수기, 공기청정기 등 완제품과 부품, 필터 등을 69개국에 수출하였으며, 모두 4,353만 달러의 해외 매출을 기록하였습니다.



Malaysia →

말레이시아법인은 향후 지속가능한 법인의 기반을 마련하기 위해 판매채널을 다각화 하고, 일관된 소비자 커뮤니케이션을 통해 강력한 마켓 포지셔닝을 구축하고 있습니다.



COMMUNICATION

Section. 02



Section. 02

communication

기업 커뮤니케이션의 범위와 역할은 무엇일까요?

50%

다양한 이해관계자와 소통하며 함께 성장합니다.

웅진코웨이는 주주 가치 제고를 위하여 앞으로도
배당성향을 최소 50% 이상 유지하는 일관된
배당 정책 제시로 시장 신뢰를 도모해 나갈 계획입니다.

190,384^{hr}

웅진코웨이는 인재 양성과 임직원 발전을 위해 노력합니다.

2009년 웅진코웨이 교육 시간은 총 19만 384시간이며
1인당 교육시간은 연간 222시간이었습니다.
웅진코웨이는 교육에 적극적으로 투자하고 있으며,
정직원에게 대한 교육훈련비는 2008년 22억 6,000만 원에서
2009년 23억 9,000만 원으로 증가하였습니다.

GREEN MAKER MADAMSUMER W_class

잠재고객의 체험과 참여 확대로 즐거운 소통이 이루어집니다.

웅진코웨이는 국내 최초로 환경, 기업 실무, 마케팅 교육을
체험할 수 있는 '그린메이커', 주부 고객으로부터 다양한 의견과 아이디어를
수렴하기 위한 고객 참여형 프로그램인 '코웨이 마담슈머',
우수고객 전용서비스 'W_class' 등 이해관계자들과
다양한 커뮤니케이션 프로그램을 진행하고 있습니다.

다양한 이해관계자와 소통하며 함께 성장합니다

웅진코웨이의 이해관계자

Value to Shareholder

시장가치 극대화
투자자 수익제고
책임경영을 통한 투명경영 선진화

Value to Customer

브랜드 가치 극대화
고객중심의 제품개발
고객가치를 최우선으로 한 서비스 개발

Value to Society

윤리경영 실천
사회공헌을 통한 이익환원
환경사랑 실천을 통한 삶의 질 향상

Value to Employee

창의적인 기업문화 창조
성과에 따른 합리적인 보상
최고인재 육성을 위한 자기능력 개발 유도

Value to Business Partner

성장과 경영 기법 향상 지원
구매과정의 투명성과
친환경성 제고

이해관계자 커뮤니케이션

01. 고객

웅진코웨이는 제품의 개발부터 판매, A/S 등 전 과정에 걸쳐 고객 중심으로 생각하고 있으며 고객 접점 서비스를 강화하기 위해 노력하고 있습니다. 고객의 건강과 삶의 질을 높일 수 있는 제품만을 생산, 판매합니다. 또한 PL(Product Liability)법에 의거하여 고객에 대한 책임을 다합니다.

02. 주주/투자자

회계연도 종료 후 주주총회를 통해 주주에게 회사의 경영현황을 보고하는 한편, 의사결정을 요하는 사항에 대해서는 정보를 제공하고 주주로부터 의견을 수렴하고 있습니다. 주주와 투자자를 위해 전담조직인 IR/자금팀을 두고 수시로 대 투자자 활동을 수행하고 있으며, 주주와 투자자의 이익과 관련된 주요 경영사항을 관계 법규에 의거하여 금융위원회 및 한국거래소의 전자공시 시스템과 회사의 IR홈페이지(www.cowayir.co.kr)를 통해 적시에 공시하고 있습니다. 나아가 투자자의 이익극대화를 위해 항상 노력하고 있으며, 적극적인 국내외 IR활동과 공시규정 준수를 통해 경영정보를 투명하게 공개합니다.

03. 임직원

웅진코웨이는 인재의 중요성을 인식하고 경력관리, 고충사항 해소, 회사 정보 공유 등 다양한 활동을 전개하고 있으며 이를 통해 직원 개인은 물론 회사의 발전을 도모하고 있습니다. 아울러 근무만족도를 높이기 위한 조직문화를 위해 노력합니다.

04. 협력업체

웅진코웨이는 협력업체의 성장과 경영기법의 향상을 위해 지원활동을 활발히 전개하고 있으며, 보다 친환경적이고 고객의 요구에 부응하는 제품생산을 위해 구매과정의 투명성과 환경성을 높이는 데 최선을 다하고 있습니다. 또한 COP(Coway Open Plaza)제도를 통해 협력업체와 함께 더 나은 성과를 위해 노력합니다. 매년 Partner's Day를 개최해 협력업체와 상생해 나갑니다.

05. 정부 및 지방자치단체

웅진코웨이는 영업활동을 통한 가치창출과 납세 의무의 성실한 수행으로 정부 및 해당 지방자치단체에 대한 사회적 책무를 다하고 있습니다. 나아가 보다 책임있는 사회공헌활동의 수행을 위해 다양한 방식의 협조체제를 구축하고자 노력하고 있으며 사회공헌활동으로 사회와 환경을 지켜냅니다. 또한 납세의 의무를 성실히 이행하고 있으며 다양한 기부활동을 전개하고 있습니다.

06. NGO 및 시민단체

웅진코웨이는 지역사회의 지속가능한 발전에 기여하기 위해 전국적인 영향력을 지닌 비정부기구뿐만 아니라 지역사회에서 활동하는 다양한 시민단체와 적극적으로 의사소통하고 있으며, 향후 이해관계자와의 커뮤니케이션 채널을 확대해 나갈 계획입니다. 웅진코웨이는 지속가능한 성장과 발전을 위해 NGO와 동반자적 관계를 지향하고 있습니다.

온라인

커뮤니케이션 채널

www.coway.co.kr	웅진코웨이 대표 사이트(국내)
www.coway.com	웅진코웨이 대표 사이트(해외)
www.cowayir.co.kr	IR전용 사이트(국내)
www.cowayir.com	IR전용 사이트(해외)
water1.coway.co.kr	수처리사업 소개 사이트
blog.coway.co.kr	웅진코웨이 블로그
recruit.cody.co.kr	코디 모집 사이트
www.payfree.co.kr	웅진코웨이 통합고객 사이트 (페이프리, 커뮤니티, 고객센터, W_class 라운지, 쇼핑몰)
www.enviana.com	웅진코웨이 환경분석센터 사이트

성과의 배분

웅진코웨이는 성과의 배당, 세금 등을 통하여 주주, 국가 및 지역사회 등 이해관계자와 함께 성장하고, 가치를 증진시키고 있습니다.

01. 배당

2009년 현금배당금은 당기순이익의 50%인 768억 원입니다. 웅진코웨이는 주주가치 제고를 위하여 앞으로도 배당성향을 최소 50% 이상 유지하는 일관된 배당 정책 제시로 시장 신뢰를 도모해 나갈 계획입니다.

구분	2007	2008	2009
배당성향(%)	50	50	50
주당배당금(원)	780	870	1,010
배당금총액(억 원)	581	648	768
시가배당률(%)	2.6	3.4	2.7

02. 이자비용

2009년 부채에 대한 이자비용은 125억 원으로 2008년의 113억 원에 비해 증가하였습니다. 이는 2009년 계열회사 사업부 양수, 자사주 매입 시행 등으로 인해 차입금이 일시적으로 증가했기 때문입니다. 이자수익을 고려한 순이자비용도 94억 1,000만 원으로 전년의 80억 5,000만 원에 비해 13억 6,000만 원 증가하였습니다.

구분	2007	2008	2009
이자비용	80.1	113.5	125.3
이자수익	16.1	33.0	31.2
순이자비용	64.0	80.5	94.1



03. 임금

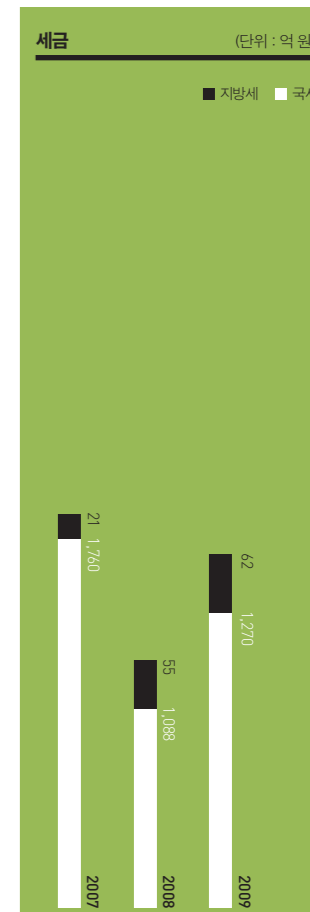
직원에 대한 보상은 크게 급여와 복리후생비로 구분됩니다. 2009년 웅진코웨이는 급여로 1,507억 원, 복리후생비로 263억 원 등 모두 1,770억 원을 지출하였으며, 이는 2008년의 총 지출 1,437억 원에 비해 333억 원 증가한 것입니다.

04. 기부금

2009년 기부금은 약 5억 6,000만 원으로 2008년 31억 6,000만 원에 비해 26억 원이 감소하였습니다. 2008년에는 웅진재단에 25억 원을 투자하여 예년에 비하여 기부금이 많았습니다.

05. 세금

웅진코웨이는 세금 납부를 통해 국가와 지역사회에 기여하고 있습니다. 2009년 웅진코웨이의 납부세액은 국세 1,270억 원으로 법인세 402억 원, 부가세 693억 원, 원천세 175억 원이 포함되었으며 지방세는 62억 원으로 모두 1,332억 원을 국가 및 지방자치정부에 납부하였습니다.



잠재고객의 체험과 참여 확대로 즐거운 소통이 이루어집니다.



코웨이 그린메이커는 '환경문제, 기업실무, 인재교육'을 전면에 내세워 국내 최초로 환경, 기업 실무, 마케팅 교육을 체험할 수 있는 대학생 대상 프로그램입니다.

코웨이 그린메이커

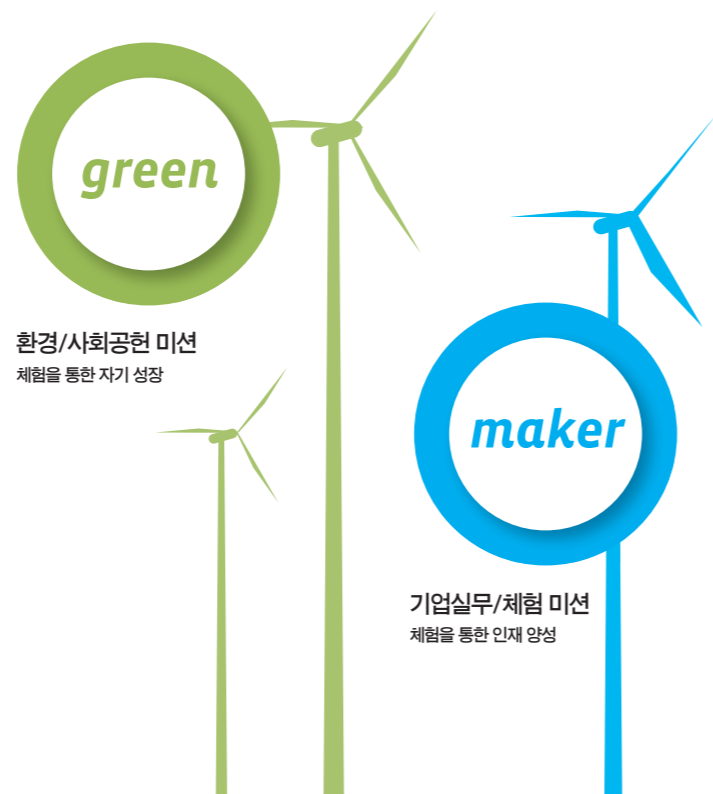
코웨이 그린메이커는 '환경문제, 기업실무, 인재교육'을 전면에 내세워 국내 최초로 환경, 기업 실무, 마케팅 교육을 체험할 수 있는 대학생 대상 프로그램입니다.

웅진코웨이는 2008년 코웨이 그린메이커 1기를 론칭하여 큰 호응을 얻었으며, 2009년에는 프로그램에 대한 관심이 높아져 48:1이라는 경쟁률을 기록하면서 대학생 60명이 2기로 최종 선발되었습니다. 코웨이 그린메이커 2기는 '대한민국 No.1 체험형 인재양성 프로그램'이라는 슬로건에 맞는 다양한 활동을 진행하였습니다. 3차에 걸친 사회공헌활동과 환경의 날 캠페인 진행, 정기미션인 payFree 및 HEART 서비스 UCC 제작, 온·오프라인 캠페인 기획 및 실행 등을 통해 기업 실무 능력도 체험하게 되었습니다. 특히 기업 실무 능력 체험 활동은 GREEN 분야와 MAKER 분야로 나누어 심도있게 운영되었습니다.

GREEN 분야는 환경·사회공헌 관련 미션 위주로 수행하며 체험을 통한 자기 성장을 목표로 월별 환경봉사 활동을 진행함으로써 웅진코웨이의 경영정신인 '또또사랑'을 통해 나누며 더불어 사는 인재 양성의 토대로 자리매김할 수 있었습니다. MAKER 분야는 기업실무·체험 미션으로 체험을 통한 인재양성을 목적으로 진행되었습니다. 실무진을 통한 교육 프로그램 강화와 기업 실무와 밀접한 정기미션을 통해 실전 경험을 높였습니다. 다양한 미션 주제를 가지고 직접 기획하고 기업 실무 경험 및 환경경영 메시지를 전달하는 미션저의 역할을 하였습니다.

코웨이 그린메이커는 학교별로 구성된 팀 활동과 개인 활동을 월 1회 이상 수행하면서, 매월 활동비와 성과에 따른 보상을 지원받고 있습니다. 또한 다양한 캠프 및 정기모임 등의 프로그램 참여, 그린메이커 홈페이지(www.greenmaker.co.kr) 온라인 커뮤니티 상에서의 활발하고 지속적인 커뮤니케이션을 통해 그린메이커십을 공유하고 있습니다.

코웨이 그린메이커의 콘셉트



코웨이 마담슈머

주부 고객으로부터 다양한 의견과 아이디어를 수렴하기 위해 2008년 고객 참여형 프로그램인 '코웨이 마담슈머'를 론칭하였습니다. 마담슈머란 여성을 뜻하는 '마담(Madam)'과 소비자를 의미하는 '컨슈머(Consumer)'의 합성어입니다. 마담슈머의 역할을 강화하기 위해 의견 수렴 채널로 그 역할을 활성화시켰습니다. 특히 내부 의견 검증 및 마케팅 평가, 리서치 등의 기능을 수행하는 평가 채널로써의 역할을 하고 있습니다.

또한 마담슈머 블로그 및 카페를 통해 제품·서비스 등 웅진코웨이의 전반에 걸친 온라인 홍보 활동을 진행하였습니다. 차별화 전략으로 환경봉사활동, 영화관람 등 오프라인 활동을 추가하여 '마담슈머'가 웅진코웨이에 대해 갖는 로열티를 높이고, 또한 고객이 '마담슈머'를 통해 웅진코웨이에 대한 긍정적인 이미지를 높일 수 있도록 하였습니다.

2009년 마담슈머 2기는 온라인 커뮤니티, 지식인, 주부모니터 사이트, 베이비페어 행사장 등의 홍보와 모집을 통해 총 1,912명이 지원 32대 1의 높은 경쟁률을 기록했으며 최종 60명을 선발하였습니다.

2009년 일 년 동안 웅진코웨이는 마담슈머 2기에게 월별 정기미션을 부여하였으며, 이는 고객의 입장에서 웅진코웨이 제품, 서비스 등 마케팅 전반에 걸쳐 의견을 듣기 위한 것이었습니다. 마담슈머 커뮤니티(http://cafe.naver.com/madamsumer)는 웅진코웨이와 마담슈머의 커뮤니케이션 공간으로 활발한 커뮤니케이션이 형성될 수 있는 공간 역할을 하고 있습니다. 마담슈머 2기 활동에 대한 전체적인 만족도는 89%로 타사 활동에 비해 높았습니다.



주부 고객으로부터 다양한 의견과 아이디어를 수렴하기 위해 2008년 고객 참여형 프로그램인 '코웨이 마담슈머'를 론칭하였습니다.



웅진코웨이는 2009년 9월 우수고객 전용서비스 'W_class'를 론칭하였습니다. W_class 서비스는 우량 고객들에게 더 많은 혜택을 돌려드리기 위하여 체계적인 고객데이터 분석을 통해 개발한 프로그램입니다.

W_class 서비스 론칭

웅진코웨이는 2009년 9월 우수고객 전용서비스 'W_class'를 론칭하였습니다. W_class는 연간 100만 원 이상의 금액을 이용하며 최소 4개 제품을 6년 이상 사용하고 있는 VVIP와 VIP 고객으로 전체 고객의 상위 5%에 해당하는 12만 명 규모입니다.

웅진코웨이는 W_class 고객에게 차별화된 전용서비스와 다양하고 특별한 혜택을 제공하고 있습니다. 해당고객들은 전용 콜센터와 일대 일 온라인 상담을 통해 더욱 빠른 One-Stop 서비스 이용이 가능하고, 고객이 이사할 경우 제품 이전 설치 서비스를 무상으로 제공받을 수 있습니다.

또한 고객에게 유용한 생활밀착형 할인·무료 혜택도 강화해 실용성을 높였습니다. 다양한 제휴사 서비스를 할인받을 수 있는 프리미엄 쿠폰이 지급되며, 매달 50건의 SMS서비스도 무료로 이용할 수 있습니다. 고객체험마케팅의 일환으로 사회공헌활동과 연계한 고객참여형 프로그램도 실시하고 있으며, 다양한 테마의 문화강좌도 진행됩니다. 웅진코웨이는 보유하고 있는 고객 접점 네트워크와 제휴 인프라를 적극 활용하여 고객에게 더욱 실용적인 혜택을 제공할 방침입니다.

W_class 고객 혜택

전용 서비스

- W_class 전용콜센터 운영
- 1:1 온라인 채팅상담
- 비데 분해세척서비스 1회 무상제공
- 전 제품 이전설치비 면제
- 멤버십 가입 제품 무상 A/S 제공

특별한 혜택

- 프리미엄 쿠폰 제공
- 온라인 W_class 라운지 서비스

고객 참여형 프로그램

- 자연과 함께하는 환경캠프
- 국내외 해외봉사
- 프리미엄 라이프 스타일 강좌

인재상과 임직원에 대한 회사의 책임

01. 인사 방침 및 인재상

웅진코웨이는 윤리규범에서 임직원의 회사에 대한 책임(제3장 임직원의 기본 윤리)과 회사의 임직원에 대한 책임(제4장 웅진식구에 대한 책임)을 규정하고 있습니다. 임직원의 회사에 대한 책임은 회사가 규정한 인재상과 그 맥을 같이 한다고 할 수 있습니다.

윤리규범에 명시된 인재상은 "임직원은 '또또사랑'의 신념으로 웅진인으로서의 올바른 가치관을 확립하고, 끊임없는 자기계발과 공정한 직무수행을 통해 주어진 사명을 완수한다."입니다. 회사가 필요로 하는 사람은 전문지식의 보유, 창의적인 사고, 끈기, 추진력, 의지, 일에 대한 애정 및 인간관계가 좋은 사람으로, 웅진코웨이는 또또사랑을 실천하고 능력이 있는 사람이라면 공정하게 그 능력을 발휘할 수 있는 기회를 제공하고 도전할 수 있는 터전을 마련해 주고 있습니다.

02. 임직원에 대한 회사의 책임

웅진코웨이는 임직원을 존중하고 능력과 업적에 따라 공정하게 대우하며, 그들의 창의성이 충분히 발휘되도록 노력하고 있습니다.

임직원에 대한 책임은 크게 네 가지로 요약할 수 있습니다. 첫째, 임직원에 대한 회사의 인식에 해당하는 부분으로 임직원을 인격체로 존중함으로써 주인 의식을 가지고 일을 통해 보람을 느낄 수 있도록 하는 것입니다. 둘째, 인재 육성 부분으로 임직원이 창의적인 인재로 성장할 수 있도록 필요한 제도를 갖추고 지원하는 것입니다. 셋째, 평가 및 보상에 관한 부분으로 임직원을 능력과 업적에 따라 공정한 기준을 적용, 평가하고 정당하게 보상하는 것입니다. 마지막으로 제안제도 등을 이용하여 창의적 사고와 자율적 참여를 유도함으로써 창의적인 조직문화를 활성화하는 것입니다.

한편 웅진코웨이는 아동노동, 강제노동을 금지하고 있으며, 성에 의한 차별, 인종 차별, 종교적 신념에 의한 차별 또한 엄격히 금지하고 있습니다.

웅진코웨이는 인재 양성과 임직원 발전을 위해 노력합니다

01.

협력하는 조직인
인간관계와 팀워크 중시하고
유연한 사고로 더불어
일할 줄 아는 사람

03.

혁신하는 창의인
항상 새로운 것을 찾으며
혁신과 독창성의 경쟁 우위를
유지하는 사람

02.

학습하는 전문인
프로정신과 담당업무에 대한
최고의 전문지식을 겸비한
역량있는 사람

04.

성취하는 열정인
끈기, 추진력, 의지, 일에 대한
열정을 지니고 자기일에 책임을
다하는 사람

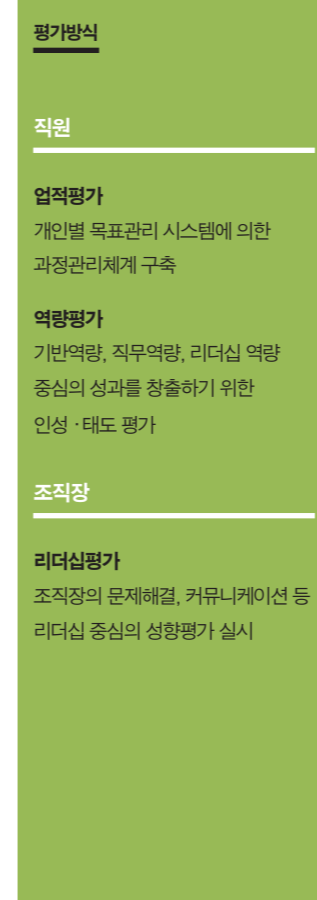
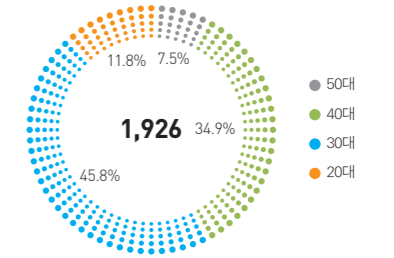
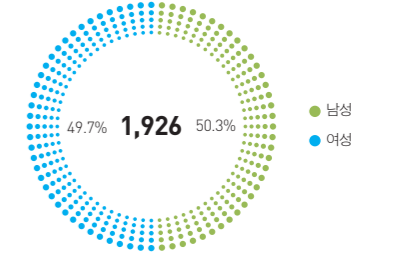
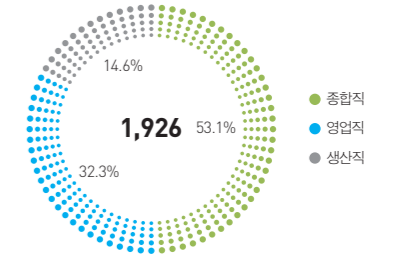
인력 현황과 평가

01. 인력 현황

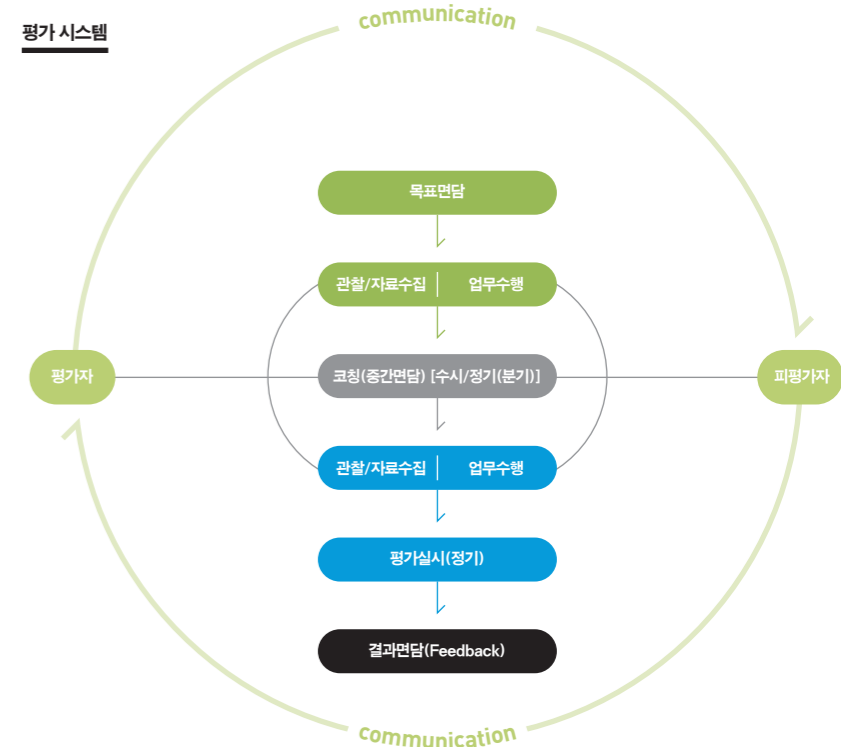
2009년 말 현재 웅진코웨이의 직원 수는 2008년 말의 1,533명에서 393명이 증가한 1,926명입니다. 이 가운데 종합직(사무·연구·강사직)은 1,024명(53.1%), 영업직은 622명(32.3%), 생산직 280명(14.6%)입니다. 남녀 성별 비율은 여성(49.7%), 남성(50.3%)으로 비슷한 수준을 유지하고 있으며, 비정규직을 포함한 전체 인력은 모두 3,986명(코디는 자유직업 소득자로 분류됨)입니다. 한편, 2009년 전체 이직율은 1.22%였습니다.

02. 평가 시스템

웅진코웨이는 개인의 성과를 높이는 총체적인 관리시스템을 도입하여 개인별 과정관리 제도를 운영하고 있습니다. 공정하고 합리적인 평가가 이루어질 수 있도록 상시 코칭 시스템 운영을 통한 육성형 평가시스템을 지향합니다. 객관적인 평가를 통해 능력있는 직원이 지속적으로 성과를 달성하고 스스로 역량을 개발할 수 있는 선진 평가시스템을 실시하고 있습니다. 조직의 핵심성과지표(KPI: Key Performance Indicator)와 연계한 개인별 목표관리시스템도 운영하고 있습니다. 업적평가는 개인별 목표계획에 맞는 과정관리체계를 운영하고 있으며, 역량평가는 또또사랑 실천역량, 일사랑 역량, 전문성 역량, 웅진리더 역량을 중심으로 직위·직책별로 차별화하고 있습니다. 한편 조직장의 역량에 대한 평가는 리더십평가를 통해 이루어지고 있습니다.



평가 시스템



보상 및 복리후생

01. 보상

웅진코웨이는 다양한 인센티브 제도를 도입하여 성과 창출에 기여한 직원들의 사기진작에 힘쓰고 있습니다. 연말 성과 인센티브 제도는 사업계획 대비 매출액, 영업이익률을 반영하여 조직의 성과와 개인별 업적 및 역량평가 결과에 따라 연간 성과에 대해 차등적으로 성과급을 지급하는 제도입니다. 또한, 프로젝트 인센티브 제도는 급변하는 글로벌 기업환경에 대응하기 위한 다양한 프로젝트성 직무들을 수행한 직원들 중 성과가 뛰어난 직원들에게 지급되는 제도이며, 리텐션 인센티브 제도는 R&D분야의 핵심 연구원들 중 회사 기여도와 성과 등을 중심으로 판단하여 지속적인 근로의식과 핵심역량 개발의 욕을 고취하기 위하여 지급하는 인센티브 제도입니다.

02. 복리후생

웅진코웨이는 직원의 삶의 질을 향상하여 회사에서 최고의 업무성과를 낼 수 있도록 다양한 복리후생 프로그램을 운영하고 있습니다. 복리후생은 크게 모든 임직원에게 해당되는 공통 복리후생과 복지카드를 통한 선택적 복리후생 제도로 나뉩니다.

공통 복리후생	
구분	내용
경조금 지급	본인·가족 결혼, 회갑 등 각종 경조사 시 경조금 및 휴가 부여
직원 산매	직원산매제를 통한 그룹 계열사 제품 구매 지원
학자금 지원	자녀 학자금 정액 지원
주택자금 이자 지원	주택 구입·임차 자금 이자 지원
또또사랑 휴가	장기 근속자에 대한 동기 부여 - 7년차 및 12년차 리프레시 휴가비 및 휴가 지원
블루 프린트	직무 관련 자격증 취득 지원(학원비 등)
출산 축하금	배우자(본인) 출산 시 출산 축하금 지원
러브 플라워	직원 결혼기념일에 꽃다발, 꽃바구니, 화분, 난 등 본인 선택 후 지급
생일자 선물	직원의 생일에 문화상품권 지급
기념일 선물	명절(설, 추석)과 창립기념일에 개인별 선물 지급
차량유지비	차장급 이상 차량유지비 지급
기타	해외 연수, 포상, 종합건강검진, CEO추천도서 지급, 동호회 활동 지원 등
선택적 복리후생	
구분	내용
복지카드 지급	근속 년수에 따라 차별적 포인트 지급
우리사주제도	근속 기간 및 직급에 따른 차등적인 우리 사주 지급

동호회

웅진코웨이는 직원들이 직장에서 즐겁게 생활할 수 있도록 동호회 활동을 적극 지원하고 있습니다. 2009년 12월 기준 37개의 동호회가 활동 중이며 동호회 회원은 약 900명입니다.



동호회 '블루씨'



동호회 '나인스타즈'와 '익스트림'

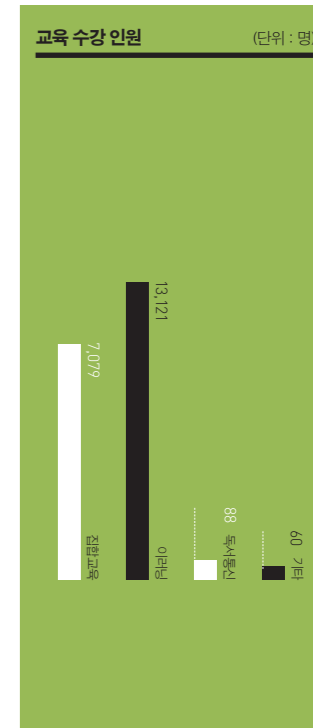
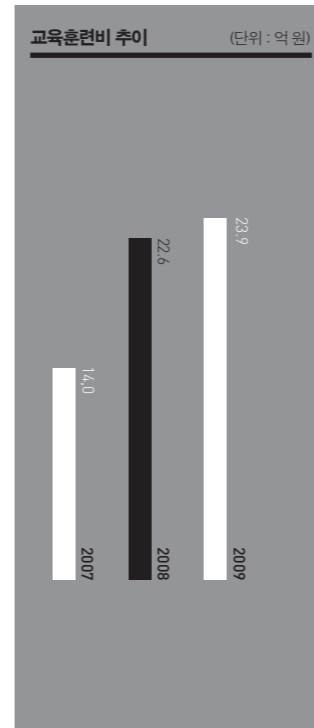
인재 양성 프로그램

01. 인재 양성 개요

웅진코웨이는 교육을 통해 임직원 개개인의 역량을 키우고, 더 나아가 경영의 성과를 창출할 수 있도록 직무 중심, 현업 중심, Action Learning을 통한 과제해결 중심의 교육을 실시하고 있습니다. 회사의 공통 핵심역량을 향상시키기 위해 그룹인재개발원과 연계하여 직무 및 계층별로 특화된 과정을 개발하여 학습자 중심의 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

2009년 웅진코웨이 교육 시간은 총 19만 384시간으로 e-Learning과 집합 교육이 각각 12만 9,434시간, 6만 636시간이었습니다. 한편, 1인당 교육시간은 연간 222시간이었습니다. 웅진코웨이는 교육에 적극적으로 투자하고 있으며, 정직원에 대한 교육훈련비는 2008년 22억 6,000만 원에서 2009년 23억 9,000만 원으로 증가하였습니다.

주요 교육 프로그램은 직원간 공존지수를 높일 수 있는 프로그램 (멘토링 제도), 실제적인 지식의 업그레이드를 위한 프로그램 (e-Learning, WAA 등), 연구소 연구원의 능력 향상을 위한 프로그램 (멘사 프로그램, 사이노슈어 최고 기술경진대회) 등으로 이루어져 있습니다. 또한 본사 직원에 대한 프로그램 외에 코디 대상의 교육 프로그램이 실시되고 있습니다.



02. 미니 MBA

미니 MBA는 웅진코웨이의 비전에 맞는 핵심인재 후보자군을 선발하고, 육성하는 과정입니다. 2009년 교육은 4~10월까지 이루어졌으며, 교육시간은 주 6시간으로, 교육대상은 핵심인재후보군(HEI) 중 최종 선정자 17명이었습니다. 2006년 15명, 2007년 10명, 2008년 11명이 MBA를 수료하였으며, 2009년에는 제 4기 12명이 미니 MBA 과정을 수료하였습니다.

03. WAA(Woongjin Advanced Abroad)

도전정신 함양을 통한 학습과 성장 기회를 제공하기 위해 마련된 WAA는 웅진코웨이 고유의 인재 양성 프로그램입니다. 모든 임직원에게 응모 자격을 부여하며, 인당 650만 원의 연수비를 지원하고 있습니다. 2009년에는 4개팀이 유럽, 미국 등지에서 남성 화장품, 토양복원사업 벤치마킹 등을 연구 주제로 연수를 다녀왔습니다. WAA는 임직원의 자발적인 참여를 바탕으로 제안된 창의적인 아이디어를 비즈니스에 적용함으로써 회사의 발전을 도모함은 물론, 임직원에게 관련 주제를 연구하고 시야를 넓힐 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

2009년 WAA 진행 현황

팀명	연수 지역	연수 주제
공감	스위스, 스웨덴, 영국	재활용 플랫폼 도입 및 바이오 플라스틱 활용방안 모색
떼루아	영국, 독일, 크로아티아, 프랑스	토양복원사업 벤치마킹 및 사업적용 가능성 검토
화장하는 남자	미국, 브라질, 아르헨티나	신수익 모델 남성화장품 사업 벤치마킹
파워레인저	네덜란드, 독일, 스위스, 일본	새로운 대체에너지, Human Power

04. 리더스 클럽 활성화

2008년 7월 상반기 영업 실적 우수지국장 50명을 대상으로 출범한 제1기 리더스 클럽 행사는 상위 10% 실적 우수 지국장들에게 다양한 혜택을 제공함으로써 하반기 영업에 동기를 부여하기 위해 실시되었습니다. 2009년 영업 조직의 신기문화를 확산하기 위해 그 대상을 우수 지국장에서 우수지국 팀장으로 연수 프로그램을 확대하였습니다. 전체 인원의 상위 10%에 해당하는 인원으로 연수는 선진기업 방문 및 현지 문화 체험으로 이루어졌습니다.

리더스클럽 배출 인원

	2008 연수지	2009 연수지
지국장	50명 동경 도요타 연수	25명 호주
지국팀장	100명 오사카 MK택시	50명 발리

05. 혁신 인력 양성

2008년부터 6시그마 혁신활동을 사무 및 영업 부문까지 전사로 확대시행하고 있습니다. 2009년에는 BB(Black Belt) 5명과 GB(Green Belt) 85명을 양성했으며, 그룹에서 인증하는 혁신리더 2기 9명을 양성하였습니다. 2010년에는 BB 8명, GB 115명 외에 혁신성과를 평가할 수 있는 재무성과전문가(FEA)를 추가로 3명 양성하여 성과에 대해 검증하는 한편, 시그마연구회 등 학습 조직을 운영해 나갈 계획입니다.



내부 이해관계자 커뮤니케이션

01. 고충처리

직원 고충접수창구의 다양화를 위해 접수채널을 온라인 및 오프라인으로 운영하고 있습니다. 온라인 고충접수는 그룹웨어 상에 고충상담방(ER Culture-lab) 운영과 익명성 보장을 위해 고충상담 직원의 개인메일을 통해 이루어지고, 오프라인 고충접수는 고충상담직원의 유선, 대면상담 등을 통하여 진행되고 있습니다.

의 범위는 개인신상, 성장비전, 채무문제 등 개인적인 문제부터 인사제도, 업무관련, 영업관련 등과 같이 조직운영의 전반적인 부분까지 포괄하고 있습니다. 단순고충사항에 대해서는 현업부서간의 업무조정 및 제도개선 등으로 신속하게 처리하며, 중요고충사항에 대하여는 고충처리위원회의 정식 안건으로 채택하여 보다 심도 있게 논의 후, 처리하고 있습니다.

02. 노사협의회

직원들의 복지 및 근로조건 향상을 위하여, '근로자참여 및 협력증진에 관한 법률'에 의거 노사협의회를 구성하여 분기별 정기 회의를 실시하고 있으며, 필요시 임시 노사협의회를 실시하여 직원의 고충 및 복리후생 등의 사항을 직원과 경영진 간의 원활한 협의를 통하여 해결하고 있습니다. 2009년에는 모두 4회의 정기 회의와 3회의 임시 회의를 개최하여 8건의 안건을 처리하였습니다. 모든 노사협의회에는 임직원대표(5~6명), 근로자대표(6명)가 참여하였습니다.

연도	2007	2008	2009
노사협의 횟수	7	5	7
협의안건	11	5	8
처리안건	11	5	8
처리율(%)	100	100	100



ER Culture-Lab

구성목적

사내 그룹웨어상에 임직원들의 다양한 고충접수 및 처리를 위한 공식적인 커뮤니케이션 채널구축 및 확대를 통하여 바람직하고 진취적인 조직문화 형성 및 직원들의 만족과 보람 추구

주요 구성

고충사항 접수 및 처리

익명성 보장으로 자유롭게 임직원들의 고충(개인 신상, 상사갈등, 인사관련, 제도관련, 환경관련, 조직문제 등) 및 제안사항을 처리함. 등록 후 2일 이내 본인에게 유선, 메일, 게시판 등으로 처리결과 및 처리방안 회신 및 사후 비밀유지 보장

법무상담 접수 및 처리

공·사적으로 법률적인 문제(압류, 계약, 보증, 채무 등)가 발생하여, 고충접수시, 2일 이내에 처리하여 본인에게 유선, 메일, 게시판으로 통하여 처리방안을 회신함. 필요시 변호사 내방을 통한 법무상담을 진행함





직원가족 초청 회사 견학 프로그램 코웨이데이



CEO 하이팅

기업문화	
참여 개선 문화	→
직원 스스로 참여하고 회사가 함께 발전하는 문화	
인재육성의 문화	→
우수 인재의 확보와 지속적 투자로 조직과 개인 발전에 이바지	
가족 문화	→
근무 만족도를 향상시키고 가족의 따뜻한 정과 신뢰 형성	
고객지향의 문화	→
내외부 고객 감동을 실천하는 문화	

기업문화

웅진코웨이의 기업문화는 크게 네 가지로 요약할 수 있습니다. 직원 스스로 참여하는 문화, 회사와 개인 모두가 발전할 수 있는 인재육성의 문화, 서로 신뢰할 수 있는 가족 같은 분위기의 문화, 그리고 고객지향의 문화입니다.

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 한마음으로 추진할 수 있었던 신기문화에 기반을 두고 있습니다. 신기문화가 기업문화로 자리잡을 수 있었던 것은 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 경영층간의 원활한 커뮤니케이션이 이루어지는 직장을 만들어가기 위해 웅진코웨이는 CEO·본부장 하이팅, 코웨이리그, 코웨이데이 등 다양한 프로그램을 시행하고 있습니다.

CEO·본부장 하이팅	최고경영자(또는 본부장)와 직원의 공감대를 형성하기 위해 CEO와 대리급 이하 사원 15명 정도가 월 1회 만나, 오전 자원봉사 활동, 오후 커뮤니케이션 활동을 하는 프로그램
코웨이리그	팀간 커뮤니케이션 활성화를 위한 프로그램으로 모든 팀이 1~4차전까지 토너먼트제 경기를 거쳐 연말 결승전 치르게 되는 프로그램. 1등팀에게 300만원 지원함
코웨이데이	직원 가족들을 초청해 본사와 공장 방문을 통해 웅진코웨이를 이해할 수 있도록 하는 한편 가족 물놀이 등 다양한 추억만들기 프로그램을 제공. 2009년에는 총 3회 33가족 126명을 대상으로 1박 2일 동안 진행됨
사내커뮤니티 사이트 '룰루랄라'	웅진코웨이는 서울 사업장, R&D센터, 생산공장, 각 영업조직 등 전국에 흩어져 근무하고 있는 직원들이 한곳에서 만날 수 있는 온라인상의 커뮤니케이션 공간.

안전과 보건 프로그램

01. 안전 프로그램

웅진코웨이는 사무직 근로자가 대부분으로 산업재해 발생 위험성이 낮으나, 유구공장 및 R&D센터와 같이 안전사고가 발생할 수 있는 사업장에 대해서는 개별 산업안전보건위원회를 운영하여 잠재적으로 발생할 수 있는 위험에 대비하고 있습니다.

유구공장은 안전·보건 인프라인 직장보건안전경영시스템(OHSAS18001 : Occupational Health & Safety Assessment Series) 운영을 통하여 보다 체계적인 안전보건관리를 시행하고 있습니다. 또한 직원들의 작업환경 및 안전·보건 관련 개선 필요사항에 대해서는 사용자와 근로자의 수시 협의를 통해 개선 및 보완을 하고 있으며, 전임직원의 안전 및 보건 의식 향상을 위해서도 지속적인 안전보건교육 및 홍보활동을 실시하고 있습니다.

아울러 산업안전보건 관련 활동 또는 운영이 적절하게 이루어지고 있는지 점검하기 위해 회사 자체 진단 외에 그룹차원의 반기별 산업안전보건 외부 진단을 받는 등 2중의 모니터링을 진행하고 있습니다.

02. 산업재해 발생 현황

웅진코웨이는 3년간 전체 산업 및 제조업 평균 산업재해발생율보다 상당히 낮은 수준으로 유지되고 있으며, 2006년 이후 2009년 말까지 단 한 건의 중대산업재해도 발생하지 않았고, 발생한 재해도 사내 단합행사 등으로 인하여 발생한 단순재해입니다.

구분	2007	2008	2009
웅진코웨이 재해율	0.03%	0.11%	0.02%
전산업 평균 재해율	0.72%	0.71%	0.51%
제조업 평균 재해율	1.10%	1.15%	0.77%

+ 재해율 : 재해자 수 / 근로자 수 X 100 + 출처 : 노동부 산업재해통계(연도별)

03. 건강 프로그램

웅진코웨이는 정기 건강검진을 실시하여 임직원이 건강을 유지할 수 있도록 지원하고 있습니다. 생산직 직원의 경우 매년 1회 지정병원에서 건강검진을 받도록 하고 있으며, 생산직 외 직원은 2년에 1회 건강검진을 실시하고 있습니다. 2009년에는 바른 생활! 굿바디 캠페인을 통해 건전한 회식문화, 금연, 몸짱 프로그램을 운영하였습니다. 그 중 금연의 경우, 임원 이상은 금연서약을 의무화하여 흡연 0%에 도전했으며, 웅진그룹 윤석금 회장의 금연편지를 발송하였습니다. 또한 정직원 가운데 871명을 대상으로 설문 조사를 시행하여 흡연 현황을 파악하였으며, 2009년 12월에는 흡연자를 대상으로 금연 테스트(소변검사)를 실시하였습니다.

이밖에 금연 홍보물 부착, 웅진넷 공지 등 금연 홍보를 강화하는 한편, 금연 결심자에게는 30만원 상당의 자전거를 지급해주는 등 많은 임직원이 금연에 참여할 수 있도록 노력하고 있습니다.



고객가치경영은 어떻게 실천하고 있습니까?

92.1 POINT

웅진코웨이는 윤리경영을 실천하고 있습니다

웅진코웨이는 2009년 10월 126개 협력업체를 대상으로 만족도 조사를 실시하였습니다. 조사 항목 중 40%의 가중치를 차지하고 있는 윤리 수준에 대한 설문이 있으며, 웅진코웨이의 윤리 수준에 대한 협력업체 만족도는 2008년 91.9점, 2009년 92.1점으로 높은 만족도를 보였습니다.

CCMS

상생과 협력의 비즈니스 파트너 시스템을 구축합니다

웅진코웨이는 고객 만족을 모든 판단과 행동의 최우선 기준으로 삼고, 소비자불만 자율관리 프로그램 (CCMS: Consumer Complaints Management System) 도입과 운영, 고객 정보 보호 등 책임 활동 수행, 혁신적 마케팅과 디자인 등의 고객지향 경영을 통해 고객 가치를 지속적으로 제고해 나갈 것입니다.

TRUST 3.0.3

하트서비스로 고객사랑과 고객가치경영을 실현합니다.

2009년 7월부터 시행된 하트 서비스는 고객만족과 고객신뢰 확보를 위한 TRUST 3.0.3 프로그램으로 구체화 되었습니다. TRUST 3.0.3의 3은 약속시간 3분전 도착, 0은 고객불만 0% 고객만족 100%, 3은 당일 접수 A/S 3시간 이내 방문을 의미합니다.

윤리경영의 발자취

윤리경영은 웅진그룹의 제반 활동에서 가장 중시되는 경영 요소입니다. 웅진 그룹은 윤리경영의 중요성을 인식하고, 2003년 10월 윤리경영을 선포하였습니다. 웅진윤리규정 등 관련 제도를 마련하고 지속적으로 개정하여 적극적인 윤리경영을 실천할 수 있는 시스템을 확보하였습니다. 웅진코웨이는 공정하고 투명한 경영을 기업의 제1원칙으로 삼아 윤리 규정을 준수하고, 모범적으로 실천함으로써 더욱 투명하고 깨끗한 기업을 만들어 나갈 것입니다.

지속가능경영을 위해 윤리경영을 더욱 강화 하였습니다

윤리경영 실천 조직

웅진그룹은 윤리경영을 체계적으로 추진하기 위해 그룹 윤리사무국과 계열 사별 윤리사무국을 두어 회계, 인사, 구매 등 경영 전반에 걸친 투명성을 확보하고 있습니다. 심의 및 의결기구로 그룹 윤리위원회, 관리 및 의결기구로 그룹 윤리사무국을 두고 있으며, 각 계열사별로 윤리사무국을 운영하고 있습니다. 윤리규정은 크게 임직원 윤리실천강령, 윤리규범, 윤리실천지침 세 가지로 구성되었습니다.

윤리경영의 발자취	
2003.	웅진윤리규정 제정 윤리경영실천조직 신설 윤리제보센터 운영 온라인 교육 시스템 구축
2005.	윤리 경영 자기점검 제도 실시
2006.	윤리실천지침 제정 및 개정 협력사 윤리경영 전파 윤리경영 가이드 발송 문책양정기준 수립
2007.	
2008.	윤리경영의 실천 강화를 위해 그룹에 윤리경영실을 신설 공정거래 위원회 주관 제13회 소비자의 날 대통령 표창 수상
2009.	윤리의식 고취 및 윤리경영 문화 확산을 위한 포스터 제작 전사 배포 직무청렴준수 서약제도 전개 윤리규범 개정 직무·직급별 윤리경영 온·오프라인 교육 진행

윤리규범 개정

웅진코웨이는 2009년 7월 1일 윤리규범 및 윤리 실천 지침, 제보자 보호 및 포상지침을 개정함으로써 보다 적극적인 윤리경영을 실천할 수 있는 시스템을 구축하였습니다.

01. 제1장, 제3장, 제4장, 제6장의 내용은 다음과 같이 기존 항목의 구체화 및 목적성 강화 조항(정보보호, 특수관계자 거래, 금연, 정보보안, 환경보호 등)을 신설하여 윤리규범 실행력을 강화하였습니다.

	주요내용	→ 추가 및 신설
제1장 고객에 대한 책임과 의무	고객가치제공 및 개인정보보호	고객의 정보 조항 추가 고객에 대한 정보와 자산에 대해 고객 당사자의 사전 승인 없이 무단으로 사용되지 않도록 한다.
제3장 공정한 거래	업체에 동등한 기회를 부여 검증없이 특수관계자 선정방지	공정한 거래 절차 조항 항목 추가 거래선 선정시 특수관계자 즉, 임직원의 가족, 친인척, 친구, 학연 및 지연에 의한 관계자, 웅진 근무경력자 등을 객관적인 검증절차 (입찰, 비교견적 등)없이 거래처로 선정하지 않는다.
제4장 임직원 기본윤리	웅진인으로서 가치관을 확립 끊임없는 자기개발 공정한 직무수행	3개 조항 추가 금연규정의 준수 / 정보 및 보안관리 / 안전 및 위험예방 관리
제6장 국가와 사회에 대한 책임	합리적인 사업전개를 통하여 사회에 공헌하고 환경을 보호	환경 보호 조항 추가 웅진은 환경에 대한 중요성을 인식하여 깨끗한 환경을 보존하는데 최선을 다해야 하며, 환경 친화적인 상품 및 제품에 대한 사용 확대를 통해 환경을 보호한다.

02. 제3장, 제5장, 제6장, 제7장의 내용을 변경하여 금품 및 편의제공 수수항 목 구체화 및 직장 내 성희롱 방지기준, 규정의 준수항목 실천지침의 목적성 을 강화하였습니다.

	주요내용	→ 추가 및 신설
제3장 금품 관련 기준	협력업체 및 이해관계자가 제공하는 금전이나 선물 수수 금지	항목추가 임직원 상호간 축하 선물 증정 금지 / 협력업체에 경조를 알리는 행위금지 / 경조비 10만원 초과 경우 부서장에게 보고 후 반환
제5장 편의제공 및 부당행위 기준	협력업체 및 이해관계자로 부터 편의, 보충, 금전차용 등을 제공받는 행위금지	항목 추가 내부행사 시 찬조금품 수수 금지 행사에 필요한 차량, 장소 등의 편의 또한 찬조금품으로 간주, 불가피하게 행사찬조를 받은 경우 부서장에게 보고
제6장 직장 내 성희롱 방지 기준	성희롱 사고를 예방하고 피해자에게 2차 피해가 발생하지 않도록 규정에 따라 조치	직장내 성희롱 방지 기준 신설 신체접촉, 언어에 의한 성희롱 행위 금지 음란물 게시, 성적 수치심을 유발하는 모든 행위 금지 / 익명의 제보도 철저한 진상규명
제7장 규정의 준수	윤리실천지침 준수 및 관리의 책임 윤리실천지침 위반자 징계	규정의 준수 신설 윤리실천지침의 준수 및 책임 위반사항에 대한 신고 및 제보자 보호

03. 제보자 보호 및 포상지침 _ 윤리경영을 해치는 경우가 발생한 경우 임직 원, 협력사, 고객 등이 이를 제보할 수 있도록 윤리제보센터를 운영하고 있 으며, 제보자 보호 지침을 보완하고, 포상 지침을 신설하여 제보 문화를 형성하 였습니다.

	주요내용	→ 변경내용
제2장 적용범위	지침 적용범위에 대한 정의 사생활관련 제보 악의적 조작 및 익명의 제보는 예외	예외사항 추가 개인의 이익을 위해 외부에 제보내용을 유포하는 행위 / 제보자 스스로 신문을 노출한 경우
제3장 제보자 보호 원칙	제보자와 협조자의 보호 및 책임의 감면 허위신고자 징계	6개 항목으로 구분 신문보장 / 신변의 보호 / 보복행위 금지 / 협조자 보호 / 책임의 감면 / 허위 신고
제4장 포상기준(요건) 지급(집행)결정	포상대상 범위 및 포상 기준 정의 지급절차	포상기준(요건) 및 지급(집행)결정 조항 신설 포상 요건 제보에 의하여 재산상 이익을 가져오거나 손실을 방지한 경우 / 전사적으로 윤리문화정착에 기여한 경우

제보 포상 기준

징계 내용	경(輕)	중(中)	중(重)
포상액	50만원 이하	100만원 이하	200만원 이하
비고	제보에 대한 신빙성이 입증되어 피 제보자가 징계되었을 경우 심의 진행 이익 증대 및 비용 절감액의 산정이 불가 시 정성적인 성과로 심의 진행		

윤리경영 추진 활동

01. 협력업체 만족도 조사

웅진코웨이는 2009년 10월에 126개 협력업체를 대상으로 만족도 조사를 실시하였습니다. 조사 항목 중 40%의 가중치를 차지하고 있는 윤리 수준에 대한 설문이 있으며, 웅진코웨이의 윤리 수준에 대한 협력업체 만족도는 2008년 91.9점, 2009년 92.1점으로 높은 만족도를 보였습니다. 반면, 타인 거래 추천의향 지수는 80.8점으로 다소 낮은 만족도를 나타냈습니다.

02. 나의 윤리점검 화면 구축

2007년 3월 회사의 내부 메일(웅진넷)에 '나의 윤리점검'이라는 문구의 배너를 제작하여 임직원이 윤리의식을 스스로 점검할 수 있도록 하고 있습니다.

03. 협력사 윤리경영 전파

2009년 설과 추석을 앞두고 협력사에 '명절 선물 안 주고 안 받기' 협조 안내문과 공문을 발송하여 부정부패의 소지를 미연에 차단하는 한편 협력업체에도 윤리경영에 동참할 수 있도록 하였습니다.

04. 문책양정기준 수립

웅진그룹은 2007년 3월 1일에 문책양정기준을 수립, 계열사별로 실시되던 기준을 통합·강화하였습니다. 이 기준은 부정 및 비리 사전 예방, 부정·비리 행위자의 문책수위 공정성 제고, 윤리경영 정착, 그리고 회사 자산 및 인적 자원 보호를 목적으로 하고 있습니다.

05. 성희롱 예방

웅진그룹은 2007년 5월 성희롱 예방 관련 법규 및 판단기준 등을 정하여 성희롱 예방에 대한 인식을 정립하는 계기를 마련하였습니다. 또한 직장 내 성희롱 예방과 근절 문화 조성을 위해 정직원을 대상으로 한 e-Learning(카페테리아식 온라인 교육프로그램) 성희롱 예방 강화를 필수 과정으로 채택하고 이수하도록 하고 있습니다. 2009년에는 1월부터 12월까지 모두 991명의 직원을 대상으로 교육을 실시하였습니다.

06. 사원중에 윤리경영 문구 삽입

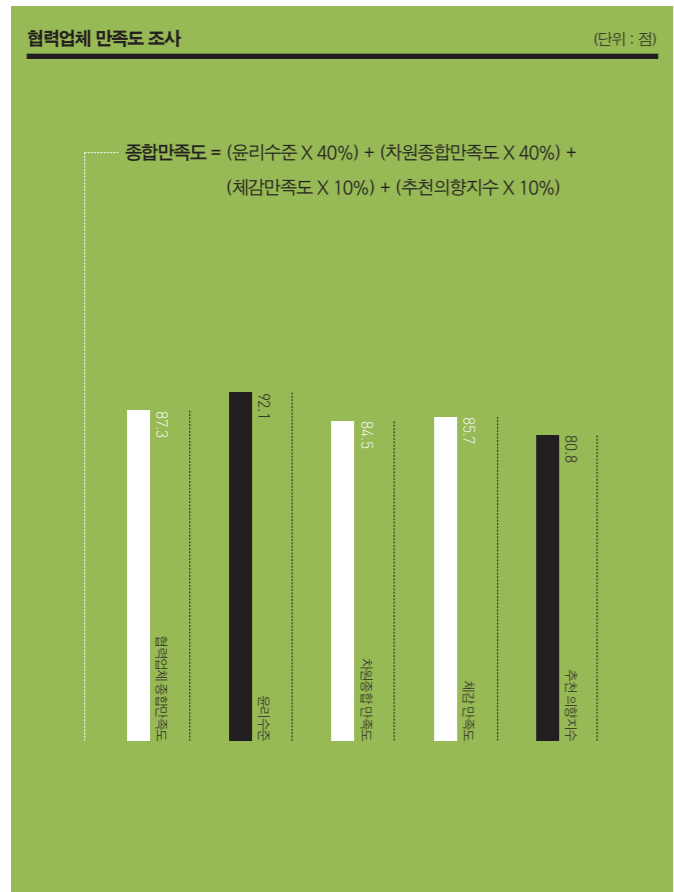
2007년 5월부터 사원중에 "웅진코웨이(주) 임직원 일동은 부정 및 부패 행위를 근절하여 투명 경영에 동참합니다."라는 문구를 삽입하여 지속적으로 윤리경영 정신을 고취하였습니다.

07. 윤리경영 교육

웅진코웨이는 클린코웨이 문화를 전사적으로 확산하기 위해 정직원과 영업직군을 중심으로 윤리경영 교육을 실시하고 있으며 이를 통해 자율준수 문화를 확산하고 변칙 영업에 대한 경각심을 일깨우고 있습니다.

08. 전자서명제 도입

웅진코웨이는 전자서명제를 도입, 운용하고 있으며 업무 등록 판매인 서명율 100%를 달성하였습니다. 또한 고객정보 정합성 제고와 관리를 강화하기 위하여 휴대폰 본인인증 시스템을 도입하였으며, 고객정보 취급 관리를 강화하고 있습니다.



정보보안 규정

웅진코웨이는 2009년 7월 1일부터 정보보안 규정을 시행하였습니다. 정보보안위원회를 조직하고, 업무용 전산 통신장비 보안 서약, 퇴직자 보안서약, 비밀유지 서약 등의 보안서약서를 작성하였습니다. 정보보안 지침은 회사의 정보자산 보호에 관한 기본적인 사항으로써 회사의 정보자산 유출을 미연에 방지하여 회사의 경쟁력을 유지하는 것을 목적으로 합니다. 이 지침은 임직원, 웅진코웨이의 정보자산 보호에 협조하여야 할 협력회사 및 내방객에게도 적용됩니다.

정보보안 위원회는 위원장인 대표이사, 정보보안 관련 본부장, 정보보안 관련 팀장을 위원으로 구성하여 정보보안 관련 최고 의사 결정기구 역할을 합니다.

정보보안 조직도



하트서비스로 고객사랑과 고객가치경영을 실현합니다.



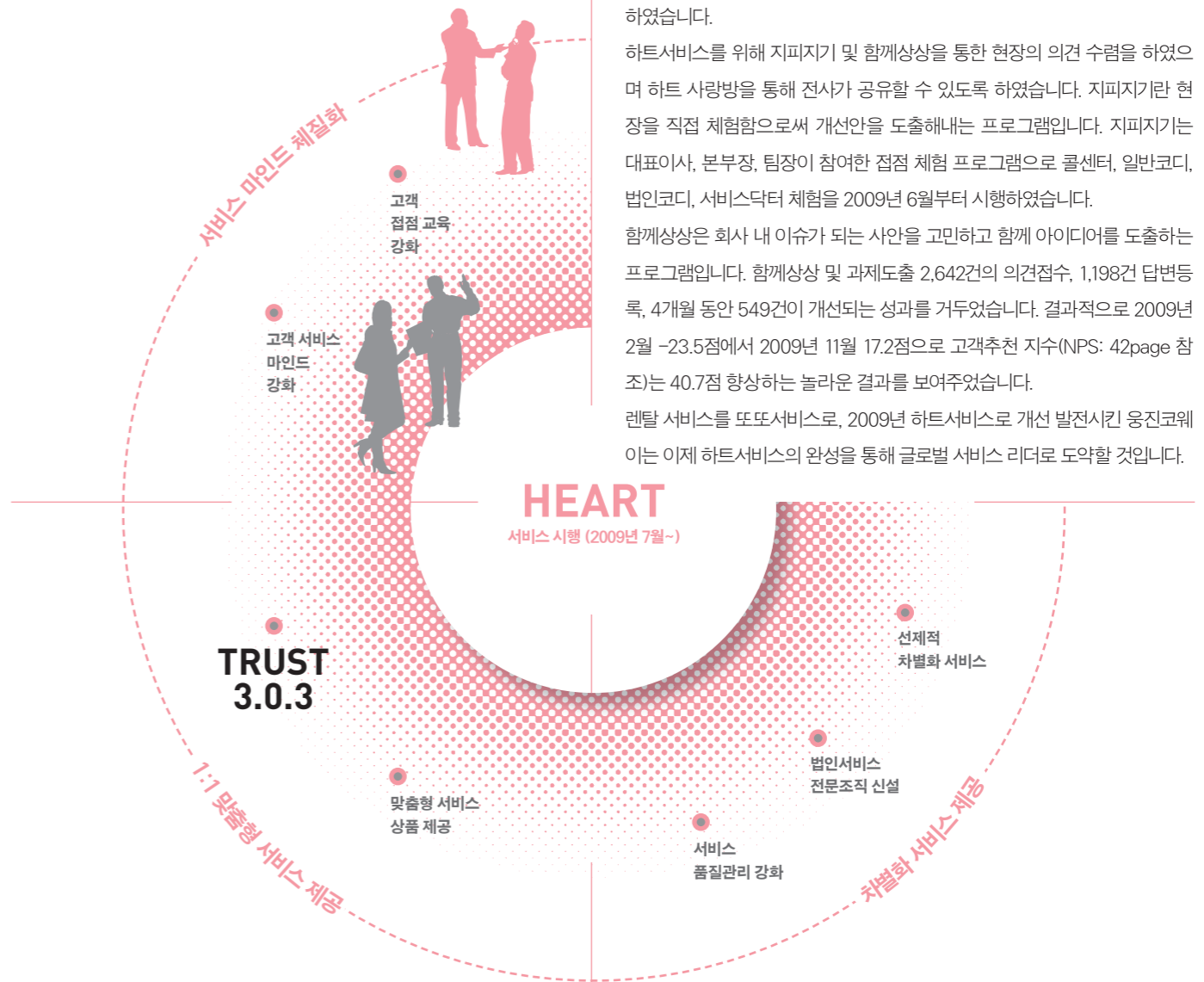
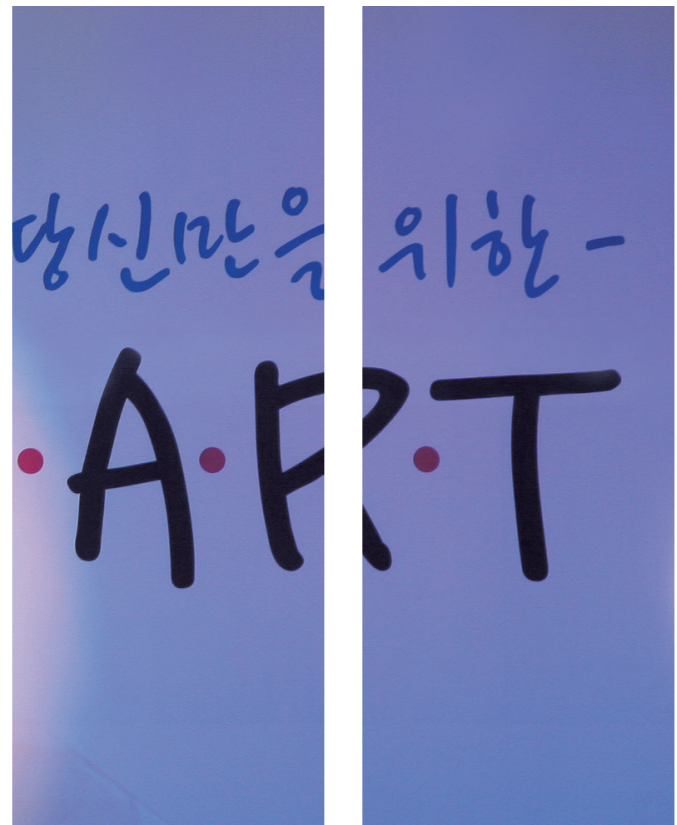
하트서비스(HEART Service)

웅진코웨이는 2009년 5월 창립 20주년을 맞아 '건강한 내일을 디자인하는 The 1st Green Global Leader'라는 새로운 슬로건을 내놓았습니다. 또한 '서비스 혁신 선포식'을 통해 2009년을 고객가치경영의 원년으로 선포했습니다. 웅진코웨이는 생활가전 전문기업으로써 향후 나아갈 방향을 '서비스 전문기업'으로 정하고 그에 따른 실천 과제들을 정립하였습니다. 웅진코웨이가 생각하는 서비스 기업이란 진정한 사랑을 실천하는 기업입니다. 그 실천을 위한 첫 출발은 하트 서비스입니다.

HEART 서비스의 의미	
Heart	고객의 마음으로 생각합니다.
Early	불편을 느끼시기 전에 먼저 준비합니다.
Answer	고객의 목소리에 적극적으로 답합니다.
Respect	고객을 존중합니다.
Trust	신뢰를 최우선으로 합니다.

2009년 2월 실시한 컨설팅 결과, 고객의 불만 요인 가운데 약속시간 불이행과 뒷마무리 허술에 대한 불만이 높은 것으로 나타났습니다. 웅진코웨이는 기분에 대한 성찰과 서비스 혁신이 절실하게 요구되는 시점에서 또또서비스를 근간으로 하는 차별성, 전문성, 위생성을 강화한 하트서비스를 탄생시키게 되었습니다. 이런 과정을 통해 2009년 7월부터 시행된 하트 서비스는 3개 영역의 7대 혁신프로그램으로 구체화되었습니다.

또한 고객만족과 고객신뢰 확보를 위한 TRUST 3.0.3 프로그램을 실천하였습니다. TRUST 3.0.3 의 3은 약속시간 3분전 도착, 0은 고객불만 0% 고객만족 100%, 3은 당일 접수 A/S 3시간 이내 방문을 의미합니다.



TRUST3.0.3의 정착을 위해 현장 시스템을 개선하고 지원을 강화하였으며 법인 전문 서비스를 위한 법인전담 조직을 신설했습니다. TRUST3.0.3은 고객만족에 영향을 주는 약속시간, 서비스 제공시간, 신속한 A/S를 정량화하여 평가 지표화하고, 고객신뢰 확보를 위한 Golden Rule로 정착되었습니다. 3분전 도착 약속 시간 준수율은 2009년 6월 24%에서 2009년 11월 99% 달성으로 75% 증가하는 놀라운 성과를 거두었으며, A/S 3시간 이내 처리율이 65%에서 86%로 상승하였습니다.

또한 법인전담 조직은 차별화된 서비스 제공과 특화된 서비스 기술을 적용하였습니다. 법인행정서비스 강화, 위생서비스 강화, 대형법인 특별 관리를 위해 6개 센터 25개, 지국 500명의 코디를 1,000명으로 증원하였습니다. 그 결과 법인 만족도는 2008년 10월 3.4점에서 2009년 10월 4.2점으로 24% 상승하였습니다.

하트서비스를 위해 지피지기 및 함께상상을 통한 현장의 의견 수렴을 하였으며 하트 사랑방을 통해 전사가 공유할 수 있도록 하였습니다. 지피지기란 현장을 직접 체험함으로써 개선안을 도출해내는 프로그램입니다. 지피지기는 대표이사, 본부장, 팀장이 참여한 점점 체험 프로그램으로 콜센터, 일반코디, 법인코디, 서비스닥터 체험을 2009년 6월부터 시행하였습니다.

함께상상은 회사 내 이슈가 되는 사안을 고민하고 함께 아이디어를 도출하는 프로그램입니다. 함께상상 및 과제도출 2,642건의 의견접수, 1,198건 답변등록, 4개월 동안 549건이 개선되는 성과를 거두었습니다. 결과적으로 2009년 2월 -23.5점에서 2009년 11월 17.2점으로 고객추천 지수(NPS: 42page 참조)는 40.7점 향상하는 놀라운 결과를 보여주었습니다.

렌탈 서비스를 또또서비스로, 2009년 하트서비스로 개선 발전시킨 웅진코웨이는 이제 하트서비스의 완성을 통해 글로벌 서비스 리더로 도약할 것입니다.

7대 혁신프로그램 방향
HEART 서비스는 3개영역 '7대 혁신 프로그램'으로 구체화

소비자불만 자율관리 프로그램 CCMS 을 더욱 강화 하였습니다

고객에 대한 책임과 의무

웅진코웨이 윤리규범 제1장은 고객에 대한 책임과 의무를 규정하고 있습니다. 이는 고객의 의견을 항상 존중하고 고객의 입장에서 서비스 및 편익을 제공하는 것이 고객 가치를 제고하는 바른 방법이고 궁극적으로 고객의 신뢰를 확보하는 길임을 나타내고 있습니다.

웅진코웨이는 고객 만족을 모든 판단과 행동의 최우선 기준으로 삼고, 소비자불만 자율관리 프로그램(CCMS: Consumer Complaints Management System) 도입과 운영, 고객 정보 보호 등 책임 활동 수행, 혁신적 마케팅과 디자인 등의 고객지향 경영을 통해 고객 가치를 지속적으로 제고해 나갈 것입니다. 소비자불만 자율관리 프로그램은 고객 피해 예방과 개선 활동을 지속적으로 수행하기 위하여 제품 및 서비스와 관련된 고객의 불만에 대해 자발적인 관심과 책무를 명확하게 만든 시스템입니다. 품질 관리, 제품 안전, 정보 보호, 제품 전과정 환경 고려 등 7가지 범주를 기준으로 이루어지고 있는 고객 불만 예방 활동은 대외적으로 좋은 평가를 받고 있으며, 이 활동의 전개로 회사의 이미지가 제고되는 효과도 얻고 있습니다.

고객불만 예방 활동 7가지 범주

1. 품질관리
2. 제품안전
3. 고객에 대한 정보 제공
4. 고객 대상 교육
5. 제품 전과정 환경 고려
6. 개인 정보 보호
7. 긴급상황 발생 시 대응

CCMS 인증은 공정거래위원회가 CCMS를 도입한 기업 중 평가를 신청한 기업을 대상으로 총 104개 항목에 대한 평가를 실시, 심사기준을 모두 충족한 기업에 대해 2년간 CCMS 인증 우수기업으로의 지위를 주는 제도입니다. 웅진코웨이는 2007년 7월 공정거래위원회로부터 '제1회 CCMS 인증 우수기업'을 획득하였습니다. 공정거래위원회가 최초로 민간기업의 소비자 불만관리 프로세스에 대한 평가를 실시해 발표한 CCMS 인증 우수기업에 선정됨으로써 업계를 대표하는 서비스 우수기업, 최고의 고객만족경영 기업임을 대외적으로 인정받았습니다. 이어 2009년 7월 CCMS인증 만료에 따른 재평가에서도(인증유효기간 2년) 우수기업으로 재인증되어 명실상부한 대한민국의 친 소비자 기업으로써 우뚝서게 되었으며 대외적인 신뢰도 또한 더욱 향상되었습니다.



CCMS의 확산과 홍보

웅진코웨이는 2009 OCAP(기업소비자전문가협회) 상반기 공산품분과 워크숍을 주관하였습니다. 2009년 6월 19일 서울대 R&D센터에서 열린 워크숍의 주제는 '언론분쟁에 합리적인 대응방안 마련을 위한 정보교류'이며, OCAP임원 및 삼성을 포함한 12개 회사사 20여 명이 참석하였습니다.

선진사례 공유를 통하여 효율적 운영방안을 마련하기 위한 2009 OCAP 클레임 연구회·CS위원회 활동에도 참여하였습니다. 클레임연구회 12개사, CS위원회 10개사가 매월 정기적 모임을 갖고 각 사의 우수사례 및 의견을 공유하였습니다.

2009년 5월에는 OCAP 회원사를 대상으로 웅진코웨이 CCMS 구축 및 운영 사례를 발표하였습니다. 특히 2009년 11월에 개최된 OCAP 컨퍼런스에서는 웅진코웨이 홍준기 대표이사께서 '경기불황을 이겨내는 웅진코웨이의 고객중심 경영전략' 강의를 진행하였습니다.

2009년 CCMS 활동

구분	활동 내용	대상	시기
대학생 기업체 현장 실습	공장, R&D센터 견학, 콜센터 실습	10개 소비자학과 10명	2009.02.17~20
		5개 소비자학과 14명	2009.08.11~08.14
제3회 대학생 CCMS 체험 스쿨	공장, R&D센터 견학, 콜센터 실습, CCMS 익히기, 과제 토의 및 발표	8개 소비자학과 40명	2009.01.29~30
소비자단체 및 소비자 관련 학회 소속 대학 웅진코웨이 견학	웅진코웨이 견학	11개 단체 및 대학교	2009.04~11
전국 대학 및 지역시민단체 CCMS 사례전파 교육	CCMS 교육	7개 대학 및 단체	2009.05~11
행사 후원	OCAP 컨퍼런스 행사 후원 등	소비자단체 및 학회 대상 8회	2009.03~12

2009 대한민국 소비문화대상 수상

웅진코웨이는 2009년 11월 14일 대한민국 소비문화대상 소비자권익보호 부문을 수상하였습니다. 대한민국 소비문화대상은 매년 국내기관 및 기업을 대상으로 바람직한 소비문화정책에 기여한 곳을 선정합니다. 학회교수 및 회원들의 추천으로 1차 대상을 선발하며 공적서 등을 제출받아 수상심사위원회의 공정한 심사를 거쳐 최종 수상대상 선정하고 있습니다. 웅진코웨이는 건전한 경영철학 및 학회, 소비자단체를 대상으로 견학프로그램을 운영하여 소비자와 상시적 교류를 하는 등 CCMS 인증기업으로서 소비자권익보호를 위해 다양한 활동을 전개하는 점을 높이 평가한 학회 회장 및 임원교수들의 추천을 통해 대상기업으로 선발되었습니다.

2009 제14회 소비자의 날 기업부문 개인표창 수상

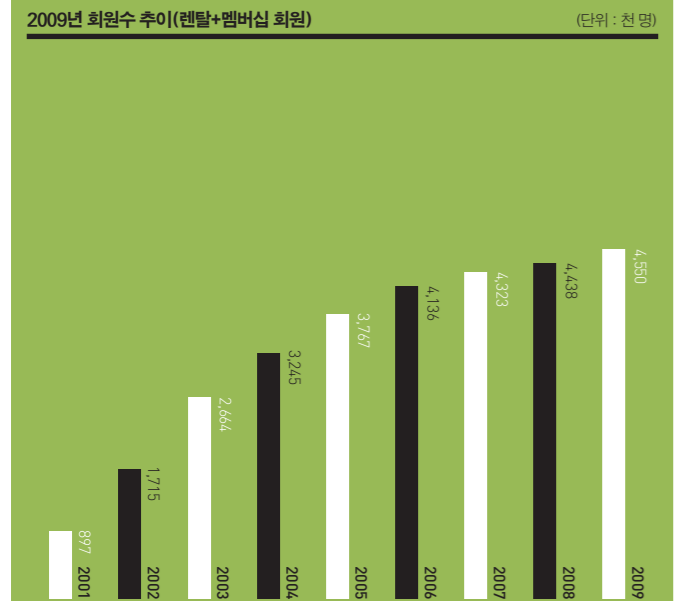
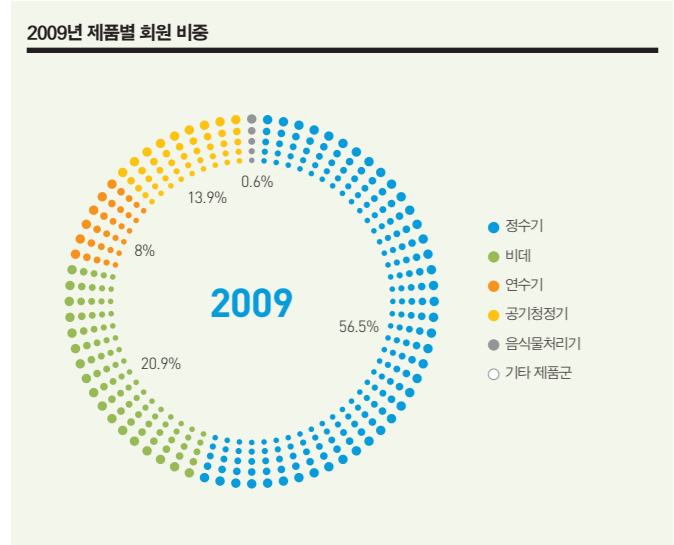
웅진코웨이 CCMS(소비자불만 자율관리 프로그램)팀의 김영석 과장은 2007년에 이어 제 14회 소비자의 날 시상식에서도 소비자 권익보호에 기여한 공로를 인정받아, 개인부문 정부표창을 받게 되어 기업체 임직원으로는 최초로 소비자의 날 정부표창 2회 수상의 영광을 안았습니다. 소비자의 날 정부표창은 공정거래 위원회가 주최하며 한국소비자원, 한국 소비자단체협의회가 주관하고, 소비자권익 향상에 노력하는 개인 및 우수단체에 주는 상입니다. 김영석 과장은 수상소감을 통해 "고객만족을 위해서는 소비자 시각에서 공감하고 소비자들의 불만요소를 사전에 감지해 이를 신속하게 해결하는 것이 중요하다"며 "앞으로도 고객중심의 회사로 나아갈 수 있도록 소비자 권익 개선을 위해 노력할 것"이라고 말했습니다.

전사적인 제품 책임 활동

2009년 말 현재 웅진코웨이의 총관리계정수는 451만 87계정입니다. 전체 계정 중 정수기 비중이 56.5%로 가장 많고 그 다음은 비데, 공기청정기 순입니다.

제품군	계정수	비중
정수기	2,549,428	56.5%
비데	945,574	20.9%
연수기	361,397	8.0%
공기청정기	627,437	13.9%
음식물처리기	26,009	0.6%
기타 제품군	242	0.1%
총관리계정수	4,510,087	100.0%

* 계정 : 웅진코웨이 제품수



01. 제품 책임

제품의 결함으로 인한 고객의 신체, 재산상의 손해를 예방하고자 제품 설계 단계부터 제품 안전에 관한 제반 사항을 검토하고, 발생할 수 있는 문제점을 보완하여 제품을 생산하고 있습니다. 신제품을 출시할 경우 사용설명서 또는 카탈로그에 대해 법무팀이 사용설명서 상의 제품 외관, 성능, 사용시 문제점, 설명서의 적절성 등에 대하여 다각적으로 검토하고 있습니다. 제품 설치 시 별도의 제품 및 그 사용과 관련한 세부 내용이 명시된 약관이 첨부된 계약서를 교부함으로써 잘못된 사용에 따른 제반 안전상의 문제점을 예방하고 있습니다. 한편, 라벨링과 관련해 표시광고법을 위반한 사례는 없으며, 제품 출시 이전 라벨링에 관해 법무팀에서 관련 법규를 검토하고 있습니다.

02. PL 실시간 조회시스템 구축

웅진코웨이는 전사적인 제품 책임(PL: Product Liability) 사고 분석체계와 PL사고 관련 부서 공유 부재로 인한 문제점을 개선하기 위해 PL 실시간 조회 시스템을 구축하였습니다. 이를 통하여 PL사고현황을 실시간 조회, 분석이 가능하게 되었으며, PL업무 지원을 통해 PL사고를 예방할 수 있습니다. 2009년에는 PL사고 건에 대한 신속한 응대 및 처리를 통한 고객불만을 최소화 하기 위하여 권역별 PL전문요원 7명을 선발하고, 이들을 대상으로 PL시스템 소개, PL사례교육, 클레임 응대 및 처리방법, 대관업무에 대한 교육을 실시 하였습니다.

수질 검사 서비스 제공

웅진코웨이는 정수기를 사용하는 고객에게 수질검사 서비스를 제공하고 있습니다. 웅진코웨이 환경분석센터에서는 고객의 정수기 성능 및 수질을 점검하기 위해 10개 항목(탁도, 납, 카드뮴, 알루미늄, 철, 아연, 비소, 셀레늄, 구리, 망간)에 대하여 고객요청시 연 1회 수질검사를 무료로 실시하고 있습니다. 환경분석센터는 분석 전문기관으로서 분석결과에 대한 신뢰성을 확보하고 시험검사기관 품질시스템의 체계적 준비를 통한 효율적이고 합리적인 기관운영을 위하여 한국 인정기구(KOLAS)로부터 2002년 제181호 시험기관 인정을 받았으며 이후 2004년 물 분야 75개 항목에 대하여 추가 인정을 받아 분석을 수행하고 있습니다. 환경부로부터 1996년 먹는 물 검사기관으로 지정(한강지방유역청 제8호) 받아 매년 측정능력 평가(국립환경과학원주관)를 받고 있으며 현재까지 먹는물(수도물, 먹는물 공동시설)을 비롯하여 지하수(공업용수, 농업용수), 먹는샘물에 대한 검사업무를 대행하고 있습니다. 웅진코웨이 환경분석센터는 2007년 6월 유럽연합(EU) 공식 인증기관인 독일 TÜV SÜD로부터 '특정 유해물질 사용제한 지침(RoHS, Restriction of Hazardous Substances)'에 해당하는 6대 유해물질을 자체 분석, 테스트 할 수 있는 국제공인시험기관으로 공식 지정되었습니다. 이 시험기관 인정은 제품에 함유된 유해물질을 자체적으로 분석할 수 있는 능력에 대한 인정뿐만 아니라 자체 분석결과에 대해 국제공인시험 성적서를 발행할 수 있는 권한까지 포함하고 있습니다. 이에 따라 RoHS 대응력에 대한 신뢰도를 높임으로써 유럽을 포함한 환경 규제가 강화되는 세계 시장에서의 제품 환경 경쟁력을 강화할 수 있게 되었습니다.

수질 검사 10개 항목

탁도	Turbidity
납	Pb
카드뮴	Cd
알루미늄	Al
철	Fe
아연	Zn
비소	As
셀레늄	Se
구리	Cu
망간	Mn



WQA(Water Quality Association)는 주거, 상업, 산업, 및 소규모 지역 사회 물 처리 산업에 대한 국제협회로서 각종 수처리 설비의 성능 및 안전성에 대한 규격과 인증을 담당하고 있는 기관입니다. 웅진코웨이 환경분석센터는 2008년 5월, WQA(Water Quality Association, 국제수질협회)로부터 공식시험기관(Recognized Testing Laboratory)으로 선정되어 국내 유일 수처리 시스템 자체검증 기관으로 인정받아 국제시험기관으로 활동영역을 넓혀가고 있습니다. 이는 국내에서 유일하게 인정된 WQA 공식시험기관으로서 연간 2억 8,000만 원 이상의 비용절감 성과를 나타내는 동시에 자체적인 시험평가 역량 및 인프라 확보 차원에서 연구소의 역량을 향상시키는 역할을 하고 있습니다. 환경분석센터는 자사 정수기고객에 대하여 년 1회에 무료 시험서비스를 지원하고 있습니다. 2009년 정수기 렌탈고객에 대한 무료 수질 검사는 총 1만 7,640 고객에 대해 10가지 항목의 분석서비스가 제공되었으며 이 중 105건의 부적합 사항에 대해 관할 지점 및 지국을 통해 적절한 조치를 취하도록 하였습니다. 연구소 내부적인 제품 및 기술개발 과제와 관련된 분석지원으로 총 5,837건의 시료분석이 이루어졌으며 현장에서 발생한 문제를 해결하기 위한 분석지원 715건과 외부 민원시료 분석지원을 포함하여 총 16억 원 이상의 분석 지원을 수행하였습니다. 또한 정수기 제품의 인증과 관련하여 성능 및 안전성 평가 시험 총 40건에 대하여 2억 8,000만 원 이상의 실적을 달성하여 2009년 총 19억 원 이상의 분석지원을 수행하였습니다.

2009년 NPS(순고객추천지수 Net Promoter Score)

NPS는 기업이 충성도 높은 고객을 얼마나 보유하고 있는지를 측정하여 나타내는 고객 로열티지표로 기업 경쟁력을 나타내는 척도로 활용됩니다.

2009년 11~12월 내 웅진코웨이 사용 고객 중 약 1,582명을 대상으로 NPS(순고객추천지수)조사가 진행되었습니다. 그 결과, 이전 조사 대비 추천자(Promoter)그룹 증대, 비추천자(Detractor)그룹이 감소하여 지수가 상승하는 긍정적 결과가 나타났으며, 추천 사유로는 '코디 서비스'와 '제품'이 많았습니다.

좀 더 구체적으로 살펴 보면 코디 서비스는 "믿을 수 있고 편리함, 친절함, 전문적인 관리, 철저한 시간 약속" 등이며, 제품은 "디자인이 좋아서, 편리해서, 기능이 마음에 들어서, 내구성이 좋아서" 등이 주요 사유로 꼽혔습니다. 이 밖에도 신속한 A/S, 웅진코웨이에 대한 신뢰도, 위생, 제품 효과를 직접 체험할 수 있어서 등 다양한 추천 사유가 언급되었습니다.

앞으로도 웅진코웨이는 지속적인 NPS 조사를 통하여 고객가치경영을 보다 적극적으로 실천하기 위한 자료 확보와 분석에 힘 쓸 예정입니다.

고객정보 보호

웅진코웨이는 개인정보가 분실, 도난, 누출, 변조, 훼손되지 않도록 최선을 다하고 있습니다. 온라인 상 고객 개인정보는 비밀번호에 의해 철저히 보호되고 있습니다. 해킹이나 컴퓨터 바이러스 등에 의해 개인정보가 유출되거나 훼손되는 것을 막기 위해 시스템을 철저히 관리하고 있습니다. 최신 백신프로그램을 이용하여 이용자들의 개인정보나 자료가 누출되거나 손상되지 않도록 방지하고 있으며, 암호 알고리즘 등을 통하여 네트워크상에서 개인정보를 안전하게 전송하고 있습니다. 이 밖에 침입차단시스템을 이용하여 외부로부터의 무단 접근을 통제하고 있습니다. 고객 개인정보 취급을 담당자에 한정시키고 개인정보보호의 중요성에 대한 인식 제고를 위해 수시로 공지사항을 통해 인지시키고 있습니다.

2009년부터 고객정보 보호(외부유출 방지) 및 보안관리를 준수하고, 고객정보의 활용에 대한 이력관리로 사고 발생시 책임을 명확화하기 위하여 온라인 프로그램 헬프시스템을 운영하고 있습니다. 헬프시스템을 통해 정해진 프로세스대로 정보를 전달받고, 활용한 후 반드시 폐기하고 있습니다.

고객 편의 제고 및 콜센터 상담 확대

01. 고객 상담의 편의성 제고

웅진코웨이는 회사 홈페이지 초기 화면에 제공되고 있는 온라인 고객센터인 '고객센터 바로가기' 창을 통해 고객의 목소리를 상시 청취하고 있습니다. 온라인 고객센터는 고객의 불편 사항, 제안, 칭찬 등 고객의 목소리(VOC: Voice of Customers)를 수렴하여 보다 나은 서비스를 제공하고자 만들어진 커뮤니케이션 채널입니다. 웅진코웨이는 고객의 문의 사항에 대해 24시간(업무시간 기준) 내 답변하기 위해 노력하고 있습니다. 고객 상담의 편의성을 제고하기 위해 기존의 전화 상담 외에 우수고객에 한해 일대일 채팅 상담을 2009년 9월부터 운영하고 있으며, 온라인상에서 A/S 신청이 가능하도록 하고 있습니다.

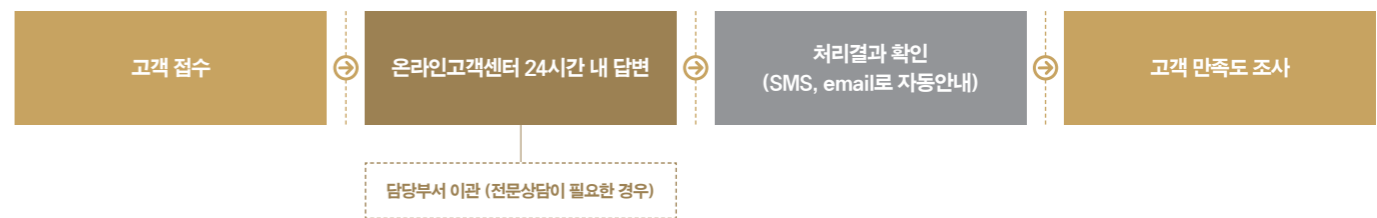
02. 콜센터 상담

웅진코웨이는 고객 불만 사항을 제품·부품 관련 클레임, 서비스팀 관련 고객 클레임 등 유형별로 분류하여 CS기획팀에서 처리 확인 사항을 점검하고, 콜센터 전담 민원파트에서 고객 클레임을 확인하고, CCMS팀에서 프로세스를 총괄 관리하도록 하여 고객의 입장에서 보다 꼼꼼한 상담을 받을 수 있도록 하였습니다. 또한 외부고객과 내부고객의 상담 채널을 구분하여 외부고객의 경우 2스텝 ARS 구조, 내부 고객 전담 상담은 1스텝 ARS구조로 영역별 전문 상담을 제공하고 있습니다.

웅진코웨이 콜센터는 외국인 상담(1588-9882)파트에서 외국어 상담서비스를 제공하여 외국인에게 상담 편의를 제공하고 있으며 전문 상담사와 기술강사, 일반상담사로 구성된 10명의 전문인력으로 구성되어 있습니다.

상담시간은 평일 오전 9시부터 오후 6시까지이며, 주요 상담내용은 현장문의 제도·제품, 전문 기술상담, 외국인 상담 연결입니다. 한편 2008년 8월부터 야간에도 긴급 상담 서비스를 통해 고객의 불편함을 해소하기 위해 노력하고 있습니다.

고객 문의 처리 프로세스



클레임 처리 프로세스



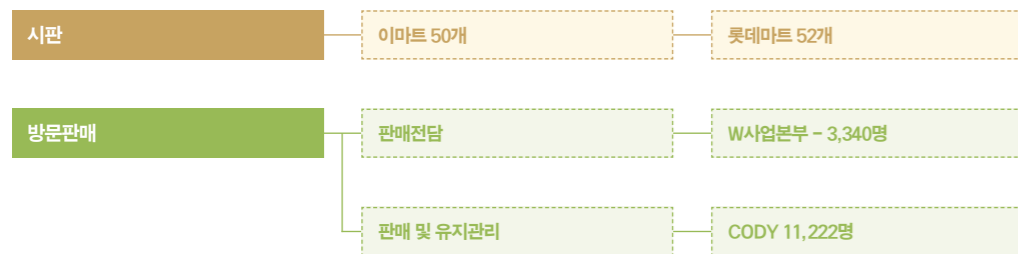
고객 편의성 제고를 위한 판매 채널 확대

웅진코웨이는 고객이 보다 편리하게 제품과 서비스를 경험할 수 있도록 2005년 10월 렌탈하우스 1호점(대치점)을 오픈하였습니다. 렌탈하우스란 전시, 홍보, 체험을 통하여 고객이 직접 제품을 경험하고 구매할 수 있는 웅진코웨이 렌탈 전문 매장입니다. 웅진코웨이 렌탈하우스는 2009년 12월 기준 94개로 고객의 접근 용이성과 편의성을 제고하였습니다.

렌탈하우스를 통해 고객은 기존에 코디를 통한 전단지나 광고를 통해 간접적으로 알았던 웅진코웨이의 모든 제품을 직접 보고 경험함으로써 보다 상세하게 정보를 얻을 수 있습니다. 렌탈하우스의 위치는 고객이 보다 쉽게 찾아올 수 있도록 교통의 편리성을 고려하였고 1층에 전시 공간을 마련하여 편의성을 높였습니다.

한편 고객이 렌탈하우스 외 가까운 곳에서 웅진코웨이 제품을 구매할 수 있도록 2007년 4월 이마트에 입점하기 시작하여 2009년 말 현재 모두 50개점에 입점을 완료하였으며, 정수기 3종과 청정기 1종, 비데 1종을 전용제품으로 출시하였습니다. 또한, 2009년에는 롯데마트 52개점에 입점하는 등 판매망을 확충하였습니다.

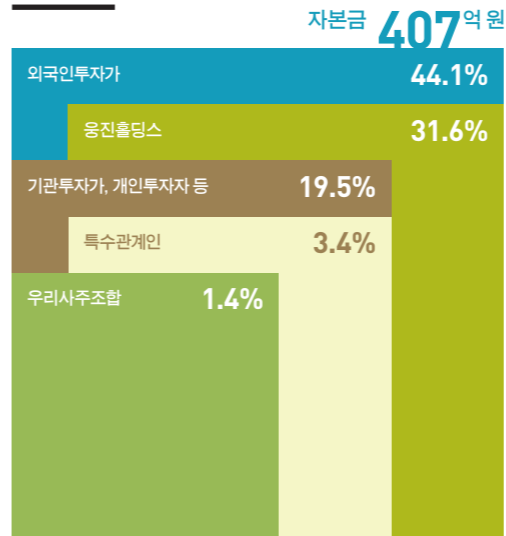
판매 조직



* 2009년 12월 31일 기준
* W사업본부 : 렌탈 및 일시불 전담 판매조직(렌탈하우스 94개점 포함)

경영의 투명성과 선진형 기업지배구조를 확보합니다

주식 소유구조



* 2009년 12월 31일 현재

기업지배구조

01. 주주 구성

웅진코웨이의 총 발행 주식수는 7,712만 4,796주입니다. 2009년 말 현재 주요 주주의 보유 지분은 웅진홀딩스 31.6%, 외국인 투자자 44.1%, 국내 기관 투자자 및 기타 주주(개인 투자자, 자사주 등) 24.3% 입니다. 특히 글로벌 금융 위기에서 비롯된 국내 주식시장에서의 외국인 투자자의 대규모 매도에도 불구하고 웅진코웨이의 외국인 투자자의 보유 지분은 2008년 말 대비 2.2% 포인트 증가하였습니다. 이는 웅진코웨이가 경제 위기 속에서 안정적인 성장을 지속하고 있는 데 대한 결과로 평가됩니다. 향후에도 웅진코웨이는 기업 가치의 극대화를 실현할 수 있도록 투명한 지배 구조를 정립하기 위해 지속적으로 노력할 것입니다.

02. 이사회

이사회는 법령 또는 정관에 정하여진 사항, 주주총회로부터 위임 받은 사항, 회사 경영의 기본방침 및 업무집행에 관한 중요사항을 의결하며, 감사업무를 수행하고 있습니다. 대표이사가 의장을 맡고 있으며 과반수의 출석과 출석이사 과반수의 찬성으로 안건을 의결하고 있습니다. 2009년에는 총 12회의 정기 및 임시 이사회를 개최하였으며, 사외이사의 평균 참석률은 97%였습니다. 한편, 웅진코웨이는 이사회 내에 경영위원회를 구성하여 이사회와의 자율성과 전문성을 강화하기 위한 노력을 지속해 오고 있습니다.

03. 이사회 구성 및 보수

웅진코웨이 이사회는 총 8명의 이사로 구성되어 있으며, 대표이사가 의장을 맡고 있습니다. 이 중 사외이사는 3명으로 사외이사 비율은 38%(상법상 25% 이상 규정 준수)입니다. 사외이사는 전문지식과 경험을 갖춘 각 분야의 전문가로서 주주총회를 통해 선임되고 있습니다. 이사에 대한 보수는 매년 정기주주총회에서 승인한 이사보수한도 내에서 지급되며, 최종 보수한도 금액의 책정은 성과 위주의 평가 항목을 종합화하여 이루어지고 있습니다.

이사 및 감사 현황

상임/비상임	성명	직위	비고
상임	홍준기	대표이사	웅진코웨이(주) 대표이사
상임	윤석금	이사	웅진그룹 회장
상임	이인찬	이사	웅진코웨이(주) 해외영업본부 본부장
상임	김종배	이사	웅진코웨이(주) W영업본부 본부장
상임	김동현	이사	(주)웅진홀딩스 기획조정실장
상임	이진	감사	웅진그룹 부회장
비상임	김이환	사외이사	한국광고주협회 부회장
비상임	주선희	사외이사	주선희 법률사무소 대표변호사
비상임	탁태문	사외이사	서울대학교 바이오소재공학 교수

* 2009년 기준

04. 이사회 산하 위원회

웅진코웨이는 이사회규정 11조에 의하여 이사회 산하에 경영위원회를 두어 운영하고 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.

05. 이해상충을 피하기 위한 이사회 운영 노력

웅진코웨이는 이사회가 회사의 실질적인 최고 의사결정기구로서의 역할을 다할 수 있도록, 매 부의안건 결의시 각각의 안건 별로 별도의 배포 자료를 통해 사전에 충분한 심의가 이루어지도록 하고 있습니다. 부의안건은 최종 표결로 가결하고 있으며, 이 과정에서 부의안건에 대한 이해 상충은 발견되지 않았습니다.

06. 감사

웅진코웨이는 상근감사 1인을 두고 회사의 업무 및 회계를 감사하고 있으며, 감사는 이사회에 출석하여 주요 경영 사항에 대하여 협의를 하는 등의 업무를 수행하고 있습니다. 또한, 감사의 회의 목적사항과 소집의 이유를 기재한 내용을 서면으로 이사회에 제출하여 임시총회의 소집을 청구하며, 직무를 수행하기 위하여 필요한 때에 자회사에 대하여 영입의 보고를 청구하고 있습니다.

주주가치 제고

01. 경영투명성 제고 및 IR 활동 강화

웅진코웨이는 적극적인 국내외 IR활동을 통해 투자자에게 신속, 정확한 정보를 제공함으로써 회사의 현재와 미래 가치가 주가에 적정하게 반영될 수 있도록 노력하고 있습니다. 국내외 증권사 애널리스트와 기관투자자를 대상으로 연 4회 분기별 경영실적발표회를 개최하고 있으며, 정기적인 국내 및 해외 NDR(Non Deal Roadshow) 컨퍼런스 참가 등을 통해 투자자와의 만남의 장을 만들어 나가고 있습니다. IR 활동의 공간적 제약 극복 차원에서 IR웹사이트 운영을 통해 경영 현황 및 재무 정보를 실시간으로 제공하고 있습니다.

02. 배당 및 자사주 매입

웅진코웨이는 최근 3년간 50%의 배당 성향을 유지하고 있으며, 순이익 증가에 따라 주당 배당금도 지속적으로 증가하고 있습니다. 주주친화적 배당정책, 자사주 매입 및 소각, 적극적 IR 활동, 수익성 위주 경영, 경영 투명성 제고 등 주주 중심의 경영원칙을 지켜나갈 것입니다.

2009 경영성과 및 사업 실적

웅진코웨이의 2009년 매출액과 영업이익은 각각 1조 4119억 원, 2043억 원으로 전년 대비 각각 7.4%, 7.4%의 증가율을 기록하였습니다. 또한 당기순이익도 지난 해와 비교 18.8% 증가한 1,533억 원을 기록하였습니다. 이러한 실적의 주요 원인은 아래와 같습니다.

01. 경영관리 부문

웅진코웨이는 웅진쿠킹과 합병을 통해 비데 사업부문 단일화를 이루었으며, 이에 따라 경영효율성을 높였습니다. 향후 5년간 약 813억 원의 영업현금흐름이 개선될 것으로 예상됩니다. 또한 지역제 정착으로 코드 1,165명 순증을 달성하였습니다.

02. 영업·마케팅 부문

하트 서비스 론칭으로 NPS(순고객추천지수)가 10개월만에 40포인트 상승하였으며, 약속시간 준수율은 95%이상 달성하였습니다. 렌탈 의무사용기간을 2년으로 연장하여 이익 구조개선 및 고객 유지율을 제고할 수 있었습니다. 또한 하나더갓기 페스티벌의 성공적인 시행으로 연 렌탈 14만 건 판매 및 평균 사용 개월 수 42개월 연장 효과를 달성하였습니다. 페이프리 사업의 경우 제휴사 확대 및 다양화로 페이프리 회원 수 약 110만 명을 달성하였습니다. 2009년 12월말 외환카드 발급수는 10만 499건, 현대카드 발급수 1만 9,647건입니다. 외환카드와 현대카드 페이프리 멤버십 숫자는 110만 7,671명이며, 총 누적 환급액은 73억 9,200만원입니다.

03. R&D 부문

웅진코웨이는 신종플루 바이러스 99.99% 사멸 효과가 있는 항바이러스 필터 개발에 성공하여 전년 대비 공기청정기 판매대수(렌탈+일시불)가 71% 증가하였습니다. 또한 수처리막 여과 기술 MOU를 웅진그룹(코웨이, 케미칼, 극동건설)·수자원공사·명지대·한국화학연구원이 추진하여 체결하였습니다. 국내·외 현지형 제품을 개발하여 국내 얼음정수기·업소용대용량을 출시했으며, 해외향으로는 탄산수정수기, UTS(under the sink) 정수기, 지역맞춤형 필터를 출시하였습니다.

04. 해외 사업 강화

해외사업은 글로벌 경기침체에도 불구하고 OEM매출 증가로 인해 전년 대비 25% 매출 성장하였습니다. 중국법인 화장품 사업은 프리미엄 화장품의 성공적인 정착과 대리상 판매채널 확대로 전년 대비 매출 2배 성장을 달성하였습니다. 국제 전시회 IFA·IHHS에 참가하여 200여 개 유통업체 상담을 실시하였으며, 유럽유통 채널진출의 교두보를 확보하였습니다.

상생과 협력의 비즈니스 파트너 시스템을 구축합니다

공정거래 조직 및 시스템

01. 공정거래 자율준수 선포

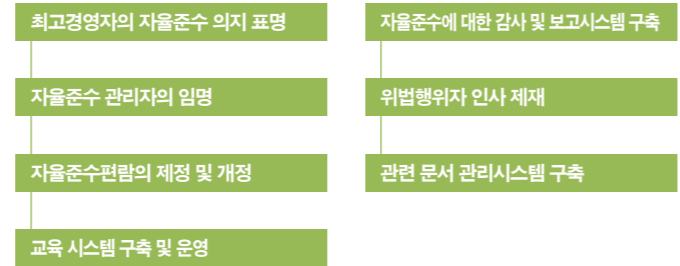
웅진코웨이는 윤리규범에 '웅진은 자율경쟁의 원칙에 따라 모든 거래는 평등한 참여 기회를 보장하며, 투명하고 공정한 거래를 통해 상호 신뢰와 협력 관계를 구축함으로써 장기적 관점에서 공동의 발전을 추구한다'고 명시하여 공정 거래와 협력업체와의 상생을 밝히고 있습니다.

이와 같은 원칙을 구체적으로 실천하기 위해 웅진코웨이는 2007년 8월 공정거래 자율준수 선포식을 갖고 공정거래 법규 자율준수를 통해 조직 내 모든 의사 결정의 투명성 확보, 공정성 강화를 통한 윤리경영과 내부통제, 선진국 수준의 리스크 관리 능력 확보 등을 다짐한 바 있으며, 같은 해 11월에는 공정하고 자유로운 경쟁을 통한 공정거래 질서 확립을 위하여 노력할 것을 선언하는 자율준수 선언문을 발표하였습니다.

02. 핵심 7대 요소 이행

웅진코웨이는 ① 최고경영자의 자율준수 의지 표명 ② 자율준수 관리자의 임명 ③ 자율준수편람의 제정 및 개정 ④ 교육 시스템 구축 및 운영 ⑤ 자율준수에 대한 감사 및 보고시스템 구축 ⑥ 위법행위자 인사 제재 ⑦ 관련 문서 관리 시스템 구축 등 공정거래위원회에서 요구하는 공정거래 자율준수 프로그램(CP: Compliance Program)의 7가지 핵심요소를 모두 이행하고 있으며, 공정거래 자율준수 프로그램의 영역을 소비자 보호의 영역으로 확대하여 소비자불만 자율관리 프로그램(CCMS: Consumer Complaints Management System)을 운영하고 있습니다.

핵심 7대 요소 이행



공정거래 자율준수 조직



03. 공정거래 자율준수 조직

웅진코웨이는 공정거래 자율준수 프로그램의 효과적 추진을 위해 CS본부장을 자율준수 관리자로 선임하고 그 아래 자율준수 사무국을 둔 공정거래 자율준수 조직을 운영하고 있습니다.

04. 클린코웨이 교육

웅진코웨이는 자율준수에 대한 임직원의 인식을 제고하고 변칙 영업에 대한 경각심을 불러일으키기 위해 정규교육, 사전교육, 사후교육, 수시교육 등 다양한 형태의 클린코웨이 교육을 실시하였습니다.

클린코웨이 교육

구분	정규 교육	사전 교육	사후 교육	수시 교육
대상	신입지국장 신입팀장	CL사업본부 W영업본부	CL사업본부 W영업본부	정직원 콜센터
시간	19.5시간	17.5시간	12.5시간	39시간
내용	• 클린코웨이 관리자 역할 • 허위 점검 규정	• 명의의 중요성 • 허위 점검 기준 • 양도양수 개선 • 반환제도 개선	• 사례 중심 예방 방법 관리 규정	• CP의 이해 • 반환 상담 기술 • 제도 교육 • 제휴 카드

협력사 상생 활동

01. 상생 방침

웅진코웨이는 공정한 거래를 통한 협력사와의 상생을 추구하고 있습니다. 자율경쟁의 원칙에 따른 평등한 참여 기회 보장, 공정한 거래를 통한 상호 신뢰와 협력 관계 구축을 통하여 장기적 관점에서 공동의 발전을 추구하고 있습니다.

02. COP(Coway Open Plaza) Academy 운영

2009.02

협력업체 인재육성 평가체계 개선(학점 이수제=>학점이수제+현장 과제수행)

2009.04

컨설팅형 교육과정 3개 오픈

협력사 원가경쟁력 향상을 위한 '원가혁신기반 구축 컨설팅' 과정 25개사 지정

협력사 공정품질경쟁력 강화를 위한 '6시그마 문제해결 컨설팅' 과정 25개사 지정

협력사 현장중심 경영체계 구축 지원을 위한 'ISO9000/14000 구축 컨설팅' 과정 25개사 지정

2009.08

전 협력업체 ISO14000 및 W-GP Operation 교육 실시

2009.08

W-GP Operation 영상교육 자료 제작

2009.08

컨설팅형 교육과정 1차 종료

협력사 원가경쟁력 향상을 위한 '원가혁신기반 구축 컨설팅' 과정 13개사 수료

협력사 공정품질경쟁력 강화를 위한 '6시그마 문제해결 컨설팅' 과정 15개사 수료

협력사 현장중심 경영체계 구축 지원을 위한 'ISO9000/14000 구축 컨설팅' 과정 18개사 수료

2009.08

전 협력업체 대상 '품질 특별교육' 6개 과정 신규개설

1. 3정5S와 W-GP 인프라 구축과정

2. 현장 기준정보관리 체계 구축 과정

3. MSDS 관리체계 구축 과정

4. FMEA & 8D Report 구축 과정

5. 통계적 품질관리 체계 구축 과정

6. QFD(Quality Function Deployment, 품질기능전개) 활동 체계 구축과정

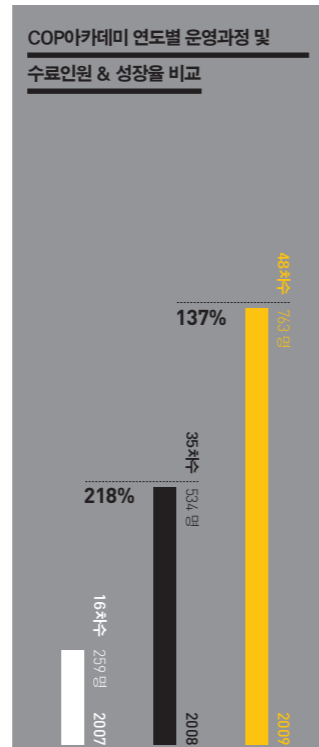
2009.08

60개 협력사 대상 '3정5S W-GP 인프라 구축'과정 운영

03. 2009년 주요 실적

웅진코웨이는 2009년 한 해 동안 협력업체 육성방향 및 교육체계를 수립하였습니다. 특히 협력업체 평가체계를 수립하여 전 협력업체 원가·품질·환경 과제 활동을 도입하였습니다. 또한 W-GP(Woongjin-Green Partner) 사전 심사(Quality Management System, Environment Management System)를 실시하여 중점관리 66개 업체를 대상으로 현장 문제점 도출, 업체 특성별 분류 작업을 마쳤습니다. W-GP 본심사를 실시하여, 49개 업체 W-GP 인증을 완료하였습니다. ISO14000 미인증 20개 업체 그룹에 대한 컨설팅을 통해 시스템구축 컨설팅 비용 절감에 기여하였습니다.

웅진코웨이는 전 협력업체 ISO14000 및 GP 요구사항 및 GP Operation 교육을 실시하였으며, GP 활성화를 위한 'SMART GP' 동영상 교육자료를 제작하였습니다. TPS(Total Productivity System, 생산·품질 시스템 구축) 그룹 컨설팅 교육과정 개발 및 운영을 통해 GP 개선활동 및 협력업체 레벨별 육성을 도모하였습니다. 또한 품질 특별 교육을 실시하였으며, 협력업체 중장기 육성 전략안을 수립하여 W-GP 심사결과에 근거하여 협력업체 정예화와 전략화를 구체화하였습니다.



코웨이 파트너스데이와 그린파트너십

01. 코웨이 파트너스데이

웅진코웨이는 2009년 12월 10일 101개 협력업체와 상생경영의 협력을 확인하는 '제5회 코웨이 파트너스데이' 행사를 가졌습니다. 코웨이 파트너스데이는 웅진코웨이가 협력업체와 상생경영을 실천하기 위해 2005년부터 매년 주최하는 행사로, 웅진코웨이 홍준기 사장을 비롯한 임직원이 참석해 1년의 수고에 대한 고마움을 표시하고, 우수 협력업체에 대한 감사패를 증정하는 행사입니다.

02. 그린파트너십

그린파트너 인증은 기존의 전통적 구매 요소인 원가, 품질, 납기에 환경성을 통합하여 협력을 선정하는 기준에 따라 이루어지며, 제품 경쟁력 제고 및 환경규제 대응, 사업장 환경 및 제품환경 위험관리 등의 효과를 가져다 줍니다. 그린파트너 인증업체에게는 인센티브를 제공하는 한편, 미 인증업체에는 여러 형태의 페널티를 부과하고 있습니다. 그린파트너 인증업체는 2008년 31개사, 2009년 18개사로 총 49개사입니다.

녹색구매 방침

01 웅진코웨이는 친환경부품의 구매를 구매전략의 최우선 과제 중의 하나로 인식한다.

02 웅진코웨이는 환경성이 우수한 협력을 발굴, 지원, 육성하고 협력사 평가시, 환경성을 적극 고려하여 친환경 제품 구매에 힘쓴다.

03 웅진코웨이는 협력사에게 협력사의 경영활동, 제품생산 및 서비스 제공에 있어서 환경영향을 최소화할 것을 명확히 한다.

04 웅진코웨이는 적극적인 환경보호 활동을 통해 협력사와 공동으로 환경의 지속적인 개선에 노력한다.

05 웅진코웨이는 협력사의 환경활동 촉진을 위해 가이드와 지원을 제공한다.

06 웅진코웨이는 환경성이 우수한 협력을, 구매시 적극 지원하며 협력사와의 공동 번영을 위해 힘쓴다.

2010년 협력업체 역량 강화 계획

01. 기본전략

현재 협력업체의 약 70%가 생산, 품질, 환경, 원가관리를 위한 현장 기본활동이 상당히 저조하게 나타나고 있습니다. 이는 글로벌 경쟁력의 기초가 되는 품질·원가경쟁력 및 핵심가치인 환경경영에 상당한 영향을 초래할 수 있습니다. 협력업체의 지속적인 성장을 지원하기 위하여 업체별 육성전략을 구체화하고 명확한 평가 및 유지관리 모델을 개발하여 단계적으로 정예화할 계획입니다.

02. 협력사 역량강화방안

협력업체의 경영관리, 품질경영, 환경경영시스템 수준을 평가하고 있는 W-GP 진단 모델을 2010년 협력업체의 규모 아이템별 세분화, 표준화하겠습니다. 각각의 협력업체의 본질적인 문제를 개선할 수 있는 맞춤형 개선과제와 현장 혁신 목표를 설정하여 활동할 수 있도록 다양한 방법을 제공하겠습니다. 협력업체의 각 레벨에 부합하는 특성화된 프로그램을 실행하여 글로벌 파트너를 육성하고자 합니다.

03. 추진전략

협력업체의 핵심역량인 부품생산능력, 경영관리능력, 원가관리능력을 향상할 수 있는 체계적인 육성·지원 계획을 바탕으로 국내 중소기업의 본질적인 문제개선과 체질개선을 맞춤형 W-GP 현장 분석 평가모델을 통하여 현장 유지관리를 지속적으로 실행하겠습니다.

04. 추진과제

협력사 GP 평가 모델 개선 및 업체 특성별 표준화 모델을 개발하여 보급하고자 합니다. 또한 협력사 경쟁력 기반 형성을 위한 'CEO Forum'을 운영하고, GP 평가 하위그룹 생산시스템 인프라를 구축하고자 합니다. 협력사 원가·품질 개선과제를 수행하고, 생산경영체계 컨설팅(PMS: Productivity Management System)을 지원할 계획입니다.

CONTRIBUTION

Section. 04



Section. 04

contribution

기업의 사회공헌과 나눔활동이 강조되어야 하는 이유는 무엇일까요?

20,600^{hr}

웅진코웨이는 사회책임경영을 실천하고 있습니다

웅진코웨이 사회공헌 활동은 환경, 소외계층 식문제해결, 아동보호, 빈민국가 지원 활동으로 구분되어 다양한 형태로 이루어지고 있습니다. 2009년 봉사활동 시간은 2만 600시간으로 인당 22.4시간 참여하였습니다. 웅진코웨이는 2007년부터 현재까지 매년 10억 원 이상을 사회공헌비로 사용하고 있습니다.

CONTRIBUTION

다양하고 지속적인 사회공헌 활동을 지원하고 있습니다.

웅진코웨이는 캄보디아 지역 주민들의 식수 환경 개선을 위한 우물파기 사업, 남아프리카공화국 축구부 및 장학금 지원, 공주대학교 장학금 지원, 리퍼브제품 봉사단체에 기증, 소외된 이주민 가족과 함께하는 손끝사랑 손뜨개 봉사활동 등 다양한 사회공헌 활동을 지속적으로 지원하고 있습니다.

웅진코웨이는 사회책임 경영을 실천하고 있습니다



웅진코웨이 사회공헌 심벌마크와 슬로건
파란 바탕은 맑은물 사랑 캠페인을 실천하는 대상
인 하천을 나타낸 것이며, 그 안에 경영 정신인 '또
또사랑(사랑하고 또 사랑하라)'을 강조하려는 의미
에서 물고기를 하트모양으로 형상화하여 웅진코웨이
가 사회공헌을 통해 이루고자 하는 미래의 모습을
표현하였습니다. 회사와 임직원, 더 나아가 고객
과 함께 경영정신인 '또또사랑'을 실천해 나가고자
합니다.

사회공헌 개요

01. 사회공헌 비전과 전략

웅진코웨이의 사회공헌 비전은 '우리 자녀들의 건강한 미래를 위한 삶의 질 개선'입니다. 웅진코웨이는 환경보전, 소외계층 식문제해결, 아동의 미래를 위한 활동, 빈민국가 지원 등 4개 분야를 사회공헌의 주요 범주로 선정하여 효과적인 사회공헌활동이 이루어지도록 노력하고 있습니다.

02. 사회공헌 추진조직

2005년 6월 웅진코웨이는 동호회의 일부 직원들을 중심으로 진행되던 봉사 활동을 전사적으로 확대하여 체계적이고 효과적인 사회공헌활동을 실현하기 위해 전 임직원과 고객을 대상으로 '또또사랑 봉사단'을 창단하였습니다. 임직원 모두가 또또사랑 봉사단원으로 활동하고 있으며, 사회공헌 담당자를 두어 체계적인 사회공헌 활동을 실행하고 있습니다.

사회공헌 활동

01. 사회공헌활동

웅진코웨이 사회공헌 활동은 환경, 소외계층 식문제해결, 아동보호, 빈민국가 지원 활동으로 구분되어 다양한 형태로 이루어지고 있습니다. 특히 획일화된 재정적 지원에서 벗어난 다양한 방식의 봉사활동을 정규직 직원(해외근무자 제외)에게 권장하고 있으며, 2009년 봉사활동 시간은 2만 600시간으로 인당 22.4시간 참여하였습니다. 웅진코웨이는 2007년부터 2009년 말까지 매년 10억 원 이상을 사회공헌비로 사용하고 있습니다.

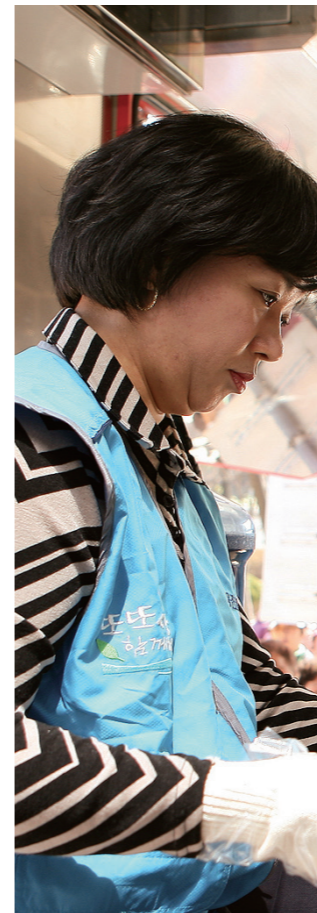
구분	내용
환경	유구천가꾸기 : 1사1천 환경정화
	환경이슈와 관련된 사회공헌 프로그램 참여
소외계층 식문제 해결	행복한 금요일 : 매주 금요일 점심 무료급식, 배식 및 설거지 행복밥차 : 냉동탑차 5대 기증, 하루 12,500인분의 식사 제공
아동의 미래	코웨이그룹홈 : 전국 그룹홈 후원, 제품기증, 서비스, 노력봉사 우진학교 장애우학생 지원 및 보조 행복나눔 희망트리 : 소외계층 어린이에게 희망선물 전달
빈민국가 지원	캄보디아 우물파기 - 2010년까지 매년 100개우물 기증 - 고객과 함께하는 우물파기 봉사활동 남아프리카 공화국 후원 - 축구꿈나무 육성(4개 축구팀 후원), 1:1후원
기타	공주대학교 장학금 사랑나눔중무식 손끝사랑 목도리 뜨개질 소외계층 제품 기증

02. 유구천 가꾸기

2006년 9월 충남 공주시 유구읍에서 환경부·공주시·환경재단과 함께 자연형 하천정화사업 '유구천가꾸기 시범사업 협약식'을 가진 이래 유구천을 가꾸기 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 임직원 정화활동과 자정식물 식재 뿐만 아니라 하천변 쓰레기의 원천적인 발생량 감소를 위하여 유구주민의 재활용품, 페닐, 농약류 등 폐자원수거양에 따라 일정비율 수거금 및 시상금을 지원하고 있습니다. 나이가 환경리더를 키우기 위하여 매년 유구학생들을 대상으로 환경교육을 실시하고 있으며 친환경 농법을 제시하고 수확되는 쌀 전량을 구매하여 농촌이 지속적으로 성장할 수 있도록 돕고 친환경지역으로 거듭날 수 있도록 하고 있습니다. 또한 2008년부터는 고객과 함께하는 유구천정화활동을 진행하여, 기업의 사회공헌활동을 통해 일반인이 참여할 수 있는 발판을 마련하였습니다. 환경부 및 공주시와 함께 추진하는 유구천가꾸기 활동을 위해 웅진코웨이는 2009년까지 15억 원을 투입하였습니다.

03. 행복한 금요일

2007년 2월부터 매주 금요일 울산노인종합복지관과 함께 효창운동장 입구에서 독거 노인들에게 무료로 점심식사와 간식을 제공하고 있습니다. 날씨에 상관없이 진행되는 이 봉사에서 웅진코웨이 임직원들은 식사배식, 설거지 등의 봉사활동을 아울러 전개하고 있습니다.



04. 또또사랑 행복밥차

웅진코웨이는 2007년 5대의 '또또사랑 행복밥차' 기증식 이후 기증기관인 먹거리나눔기운동협의회를 중심으로 지속적인 봉사활동을 하고 있습니다. 기업이나 개인들로부터 기탁 받은 먹거리를 소외계층에게 신선한 상태로 전달하는 냉동탑차는 대당 하루평균 2,500인 분의 식사를 운반할 수 있습니다. 냉동탑차의 기증과 함께 웅진코웨이 임직원들은 매주 50명씩 급식지원 활동에도 적극적으로 참여하고 있습니다.

05. 코웨이 그룹홈

전국에 있는 코디 조직을 활용하여, 총국장, 지국장 등과 함께 전국에 있는 그룹홈 어린이를 지원하는 활동을 전개하고 있습니다. 몇몇의 어린이들과 사회복지사가 한 가정을 이루어 가족처럼 생활하는 곳인 그룹홈을 코디와 총국장, 지국장이 정기적으로 방문하여 빨래, 밥짓기, 아이 돌보기 등의 봉사활동을 하고 있습니다. 또한 웅진코웨이의 정수기, 공기청정기 등을 기증하여 보다 좋은 환경에서 생활할 수 있도록 지원하고 있습니다.

06. 한국우진학교 봉사

마포구 성산동에 있는 중증 장애인 학교인 한국우진학교 장애인 학생들이 체험학습을 실시할 때 웅진코웨이 임직원들이 보조 진행자로 봉사하고 있습니다. 보통 장애인들과 달리 그 정도가 심각하여 걸지 못하는 아이들이 대부분인 우진학교 장애학생들의 체험학습과 보치아대회 등에 함께 참여, 불편하지 않도록 돕고 있습니다.



07. 행복나눔 희망트리

크리스마스 주간 소외계층 어린이에게 희망의 선물을 전달할 수 있는 소액기부제를 진행하고 있습니다. 임직원 기부금의 2배를 회사에서 후원하는 매칭그랜트 형식의 기부로, 1:1로 후원되어 300명 이상의 어린이에게 희망선물이 전달되었습니다. 2008년부터 진행한 이 기부활동은 매년 참여자가 증가하여 지속적으로 진행할 계획입니다.

08. 캄보디아 우물파기

수질여건이 매우 열악한 캄보디아 지역 주민들의 식수 환경 개선을 위해 2006년 프놈펜 인근지역 26개 마을에 총 75개의 우물(펌프식우물)을 파 주었습니다. 2007년에도 사장단과 임직원 20여명이 봉사활동에 참여, 캄보디아 전역에 138개의 우물을, 2008년도에는 주부체험단인 마담슈머와 그린메이커가 함께 봉사활동을 진행하였으며, 132개 우물을 완공하였습니다. 2009년부터는 소비자가 봉사활동에 참여할 수 있는 통로를 개설하여 봉사활동을 진행했으며, 115개의 우물공사를 해 총 460개의 우물이 완공되었습니다.

이러한 웅진코웨이의 나눔활동이 확산되어 개인 참여도 활발해졌으며, 개인 후원자에 의해 파여진 우물 262개가 완공되었습니다. 웅진코웨이는 우물사업을 지속적으로 확대하여 2010년까지 1,000개의 우물을 목표로 연간 100개 이상의 우물을 완공할 계획입니다.



09. 남아프리카공화국 축구부 및 장학금 지원

2006년 사내 동호회 '코웨이축구팀'이 남아프리카공화국 최고 극빈층 촌락인 필리피 지역의 그린스타 축구팀에 유니폼과 축구공을 지원하면서 시작된 남아공 봉사활동은 2007년 축구팀 지원을 1개팀(필리피지역)에서 4개팀(필리피, 아산다, 사이트 시, 쿠자 지역)으로 확대하고, 100명의 임직원이 1대1 매칭으로 청소년과 어린이에게 장학금을 지원하는 등 그 범위가 확대되었습니다. 웅진코웨이는 봉사활동을 활성화 하기 위해 우수 봉사자에게 남아공 방문의 기회를 주었으며, '5년의 약속'이라는 슬로건을 내걸고 2011년까지 축구팀 지원과 장학금 지원을 더욱 확대해 나갈 예정입니다.

10. 공주대학교 장학금 지원

우수한 인재 발굴과 양성, 경제적 형편이 어려운 학생들의 학업지원을 위해 유구공장이 위치한 공주대학교 학생들에게 2003년부터 장학금을 지급하고 있습니다. 국내장학생 뿐만 아닌 글로벌인재 육성을 위한 국제장학생(공주대학교에서 공부하고 있는 외국 유학생에게 지급)도 함께 후원하고 있으며, 2009년까지 총 9억 3,000만 원의 장학금을 지원하였습니다.

구분	국내장학금	국제장학금
지급시작년도	2003년 하반기	2006년 2월
수혜학생	성적 우수 학생 연간 15명 내외	연간 10명
수혜금액	연 1억/인당 624만 원	연간 7,000만 원
누적합계	174명/6억 5,000만 원	41명/2억 8,000만 원



11. 사랑나눔 종무식

2008년부터 어려워진 경기여건을 감안해 종무식을 사회봉사활동으로 대체하였습니다. 홍준기 사장을 비롯한 400여명의 임직원이 서울 시내 28개 복지관을 방문해 환경미화, 시설보수 등의 봉사활동에 참여하였습니다. 2009년에는 온라인 사내제안제도인 상상오션을 분양받은 업체로부터 분양금을 받아 연말사회공헌 기금으로 조성하여 저소득층 가정 학생들의 교복지원금으로 기부하였으며, 종무식 행사를 간소화 한 기금 1,000만 원을 사회복지단체인 '그룹홍협의회'에 전달하였습니다. 또한 일사일촌 지역의 친환경쌀을 구매하여 1,400여만 원에 상당하는 쌀을 사회복지기관에 기탁하였습니다.

12. 리퍼브 제품을 통한 사회공헌

리퍼브 제품(15일 이내에 반환된 제품으로 새제품처럼 사용 가능한 정수기, 청정기, 비데)을 봉사단체에 기증하기로 하고, 1차로 2008년 5월 187대를 먹거리나누기운동협의회 소속 봉사단체에 기증하여 설치를 완료하였습니다. 2009년 2월부터 리퍼브 제품을 판매함으로써 고객이 저렴한 가격에 좋은 품질의 제품을 구매할 수 있는 기회를 제공하는 한편, 이를 통해 폐기물을 줄임으로써 환경 문제를 해결하는 데 기여하고 있습니다.

13. 손끝사랑 손뜨개 봉사활동

추운 연말을 맞이해 임직원 150명이 이색 나눔활동인 뜨개질 봉사활동에 참여했습니다. 이는 외국인 근로자와 다문화가족 어린이, 지역심터 거주자 등 소외된 이주민 가정에 온정을 나누고자 시작된 활동으로, 임직원이 직접 뜨개질로 목도리를 만들어 지구촌사랑나눔회에 전달하였습니다.



ENVIRONMENT

Section. 05



Section. 05

environment

CARBON BALANCE WOONGJIN 2020

철학과 비전이 있는 환경경영을 실천합니다

웅진그룹의 'Carbon Balance Woongjin 2020'은 생산활동에서 발생하는 온실가스 배출량과 탄소저감 제품 생산에서 발생하는 온실가스 저감량의 균형을 통해 온실가스 배출을 제로화하는 것을 의미합니다. 웅진그룹은 2005년 대비 2020년까지 CO₂ 원단위 50% 감축할 계획입니다.

웅진코웨이의
환경경영은
어떻게
이루어지고
있습니까?

RECYCLING CENTER

제품 연구개발에서 회수·재활용까지 환경을 먼저 생각합니다

포천에 위치하고 있는 웅진코웨이 리사이클링 센터는 2006년 제품 단순 해체라인으로 시작해서, 2008년에는 리사이클링 라인을 구축하였습니다. 수출용 리퍼브 제품을 소량 생산하는 것을 시작으로 2009년 본격적으로 국내용 리퍼브 제품을 생산하여 전문 리사이클링 센터로 도약하고 있습니다.

EDM SYSTEM

환경변화와 환경규제에 대한 역량을 키우며 적극 대응합니다

웅진코웨이는 친환경 제품 생산을 위한 다각적인 대응책을 수립하기 위해 2006년 9월 환경 관련 전담팀을 신설, 에너지 사용량 및 유해물질을 실시간으로 관리할 수 있는 통합 환경경영데이터관리 (EDM: Environmental Data Management) 시스템을 구축하였습니다.

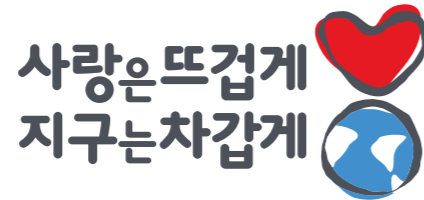
철학과 비전이 있는 환경경영을 실천 합니다

‘사랑은 뜨겁게 지구는 차갑게’

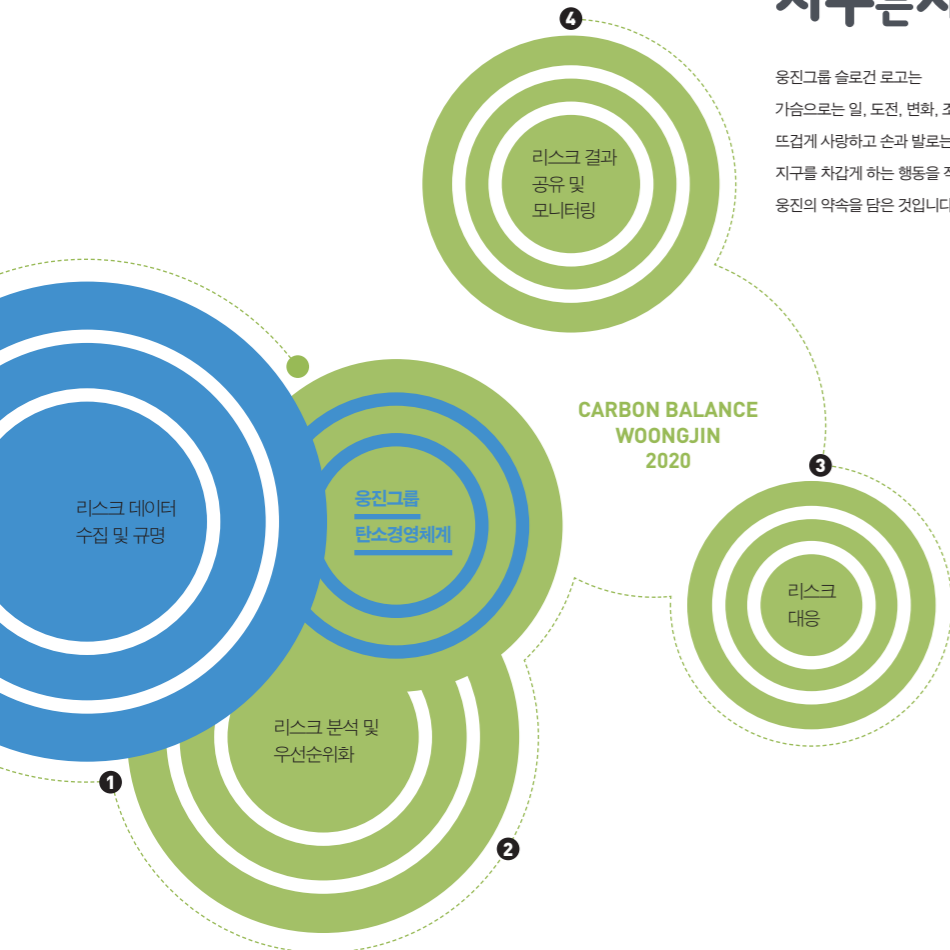
2010년 창립 30주년을 맞은 웅진그룹은 ‘Cool Green 경영을 실천하는 글로벌 리더, 웅진’이라는 비전을 바탕으로 사회와 고객, 친환경 생산에 대한 마인드를 공유하고 기후변화에 대응하기 위한 다양한 노력을 전개하고 있습니다. 특히 웅진그룹은 2010년 1월 탄소경영 선포식을 계기로 탄소경영 비전과 전략 및 중장기 로드맵을 대내외에 발표하고 전사 차원의 탄소경영을 시행할 계획입니다. 웅진그룹의 ‘Carbon Balance Woongjin 2020’은 생산활동에서 발생하는 온실가스 배출량과 탄소저감 제품 생산에서 발생하는 온실가스 저감량과의 균형을 통해 온실가스 배출을 제로화하는 것을 의미합니다. 웅진그룹은 2005년 대비 2020년까지 CO₂ 원단위 50% 감축할 계획이며, 웅진코웨이도 2020년까지 CO₂ 원단위 50%(2009년 대비)를 감축할 계획입니다.

웅진그룹의 환경 슬로건은 ‘사랑은 뜨겁게 지구는 차갑게’입니다. 이 슬로건은 친환경기업 웅진그룹의 경영정신 ‘또또사랑’과 환경경영·탄소경영의 의지를 함께 반영한 것입니다.

원단위 : 생산물 1개 또는 일정량의 생산물을 만들기 위하여 필요로 하는 원재료나 소요시간. 원단위가 낮을수록 생산이 합리적으로 이루어진 것임.



웅진그룹 슬로건 로고는 가슴으로는 열, 도전, 변화, 조직, 고객, 사회를 뜨겁게 사랑하고 손과 발로는 온실 가스를 줄여 지구를 차갑게 하는 행동을 적극적으로 실천하겠다는 웅진의 약속을 담은 것입니다.



저탄소 녹색성장 기반 구축

웅진코웨이는 2009년을 새로운 환경경영의 원년으로 정하고, 점차 중요해지는 환경 이슈에 대해 적극 대응하였습니다. 선도적인 활동을 전개하여 새로운 성장 기반을 구축하는 출발점을 마련하는 데 주력하였습니다.

웅진코웨이의 2009년 환경경영의 3대 전략과제는 환경규제 대응, 기후 변화 대응, 녹색성장 기반구축이었습니다. 특히 규제 대응을 위해서 RoHS 대응을 강화하기 위해 유해물질 관리 프로세스 경영시스템 인증을 획득하였으며, EuP/WEEE 대응 준비를 완료하였습니다.

RoHS

전기전자제품 내, 특정 유해물질의 사용을 제한하는 지침

HSPM

유해물질 관리 프로세스 경영시스템(HSPM: Hazardous Substance Process Management), 국제규격 인증제도 중 하나로 제품의 생산부터 보관, 폐기에 이르기까지 전 공정과정에서 발생하는 유해물질의 양을 정해진 기준에 따라 제한·관리하는 기업에 3년간 부여되는 인증

Eup

유럽연합(EU)에서 발효시킨 에너지 사용제품에 친환경설계를 요구하는 강제 법규로 지정된 특정 제품군에 대해 에너지사용 또는 소음 등을 강제 규제하는 법규

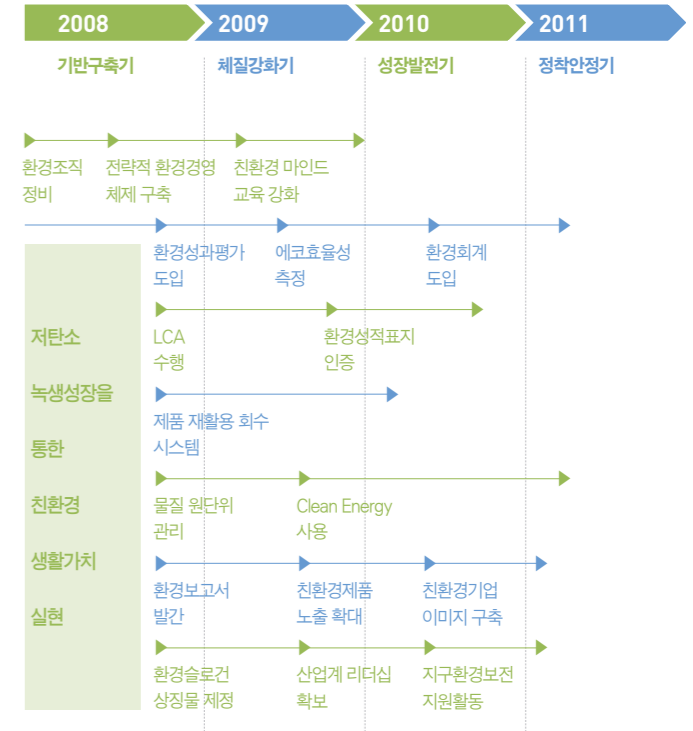
WEEE

유럽연합(EU)의 폐전기전자제품에 관한 지침(WEEE, Waste Electrical and Electronic Equipment)으로 재활용율 달성 및 수거·폐기에 대한 비용을 생산적으로 부과한 법규

웅진코웨이 유해물질 관리 항목

2008	RoHS 6종 Pb, Hg, Cr6+, Cd, PBBs, PBDEs
2009	RoHS 15종 2008년 RoHS 6종 + Antimony, Beryllium, Selenium, Barium, Nickel, Arsenic Compound, Dimethyl fumarat(DMF), Perfluorooctyl sulfonate(PFOS), Perfluorooctyle acid(PFOA)
2010	RoHS 45종 2009년 RoHS 15종 + Brominated flame retardants, Chlorinated flame retardants, Polyvinylchloride, all phthalate, Triethyl arsenate외 25종 +a (해외바이어요구사항)
2011	RoHS 45종 +a / Chlorobezene, Flame reter dant 기타요구사항

중장기 환경경영 로드맵



환경변화와 환경규제에 대한 역량을 키우며 적극 대응합니다

저탄소 녹색경영 전략

국제적 환경 규제가 점점 강화되고 있습니다. 웅진그룹과 웅진코웨이는 글로벌 환경 규제에 적극적으로 대응했으며, 친환경 기업의 역할을 다하기 위해 자발적인 저탄소 녹색경영에 앞장섰습니다.

기후변화 및 환경규제 대응 TFT 구성

웅진코웨이는 환경품질연구소 산하에 기후변화 대응 TFT를 별도로 구성하여 RoHS, REACH 등과 같은 기존 제품 환경규제 정보뿐만 아니라 국내외 웅진코웨이의 기업활동과 관련된 기후변화 관련 리스크를 종합적으로 수집하고 있습니다.

특히 이미 진출하였거나 향후 수출이 예상되는 주요 선진국들의 기후변화 관련 리스크에 대해서는 해외현지 법인을 적극 활용해 관련 데이터를 실시간으로 수집하고 리스크를 규명하는 작업을 진행하고 있습니다. 또한 특정유해물질 사용제한 지침(RoHS: Restriction of Hazardous Substances) 등의 국제적 규제에 대한 데이터를 수집, 분석함으로써 대응책을 마련하고 있습니다. 웅진코웨이의 기후변화협약 대응 TFT의 최종 의사결정권자이자 책임자는 환경안전보건정책 책임자(Chief Green Officer, C-SHE-O)입니다.

시나리오 플래닝을 통한 선대응 역량 강화

웅진코웨이는 발생가능한 기후변화 관련 리스크에 대한 종합적인 분석을 바탕으로 한 대응전략 수립을 위해 현재 시나리오 플래닝이라는 시스템을 도입하여 활용하고 있습니다. 시나리오 플래닝이란 미래의 불확실한 상황에서 일어날 수 있는 다양한 이슈들을 종합적으로 분석하고, 그에 대한 최적의 대응 전략을 수립 및 실천하는 과정을 의미합니다.

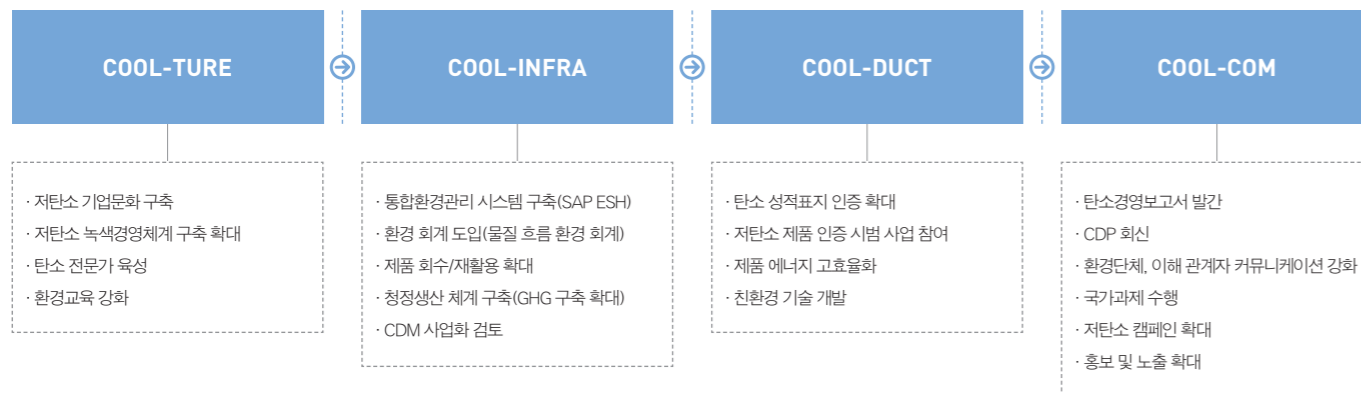
이러한 시나리오 플래닝을 통해 직·간접적인 영향력 및 대응비용 등을 고려해 기후변화 관련 리스크를 우선순위화하고 분석해 나갑니다. 현재 도입 및 발전 단계로 아직 시스템화되지는 않았지만, 향후 웅진코웨이에 발생할 수 있는 기후변화 관련 리스크에 대한 체계적인 대응책 마련의 기반이 되고 있습니다.

세계적인 환경정보 실시간 모니터링 및 대응방안 마련

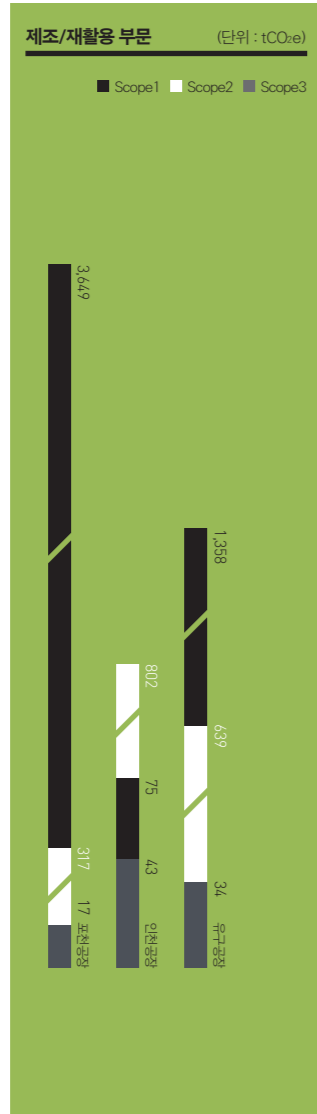
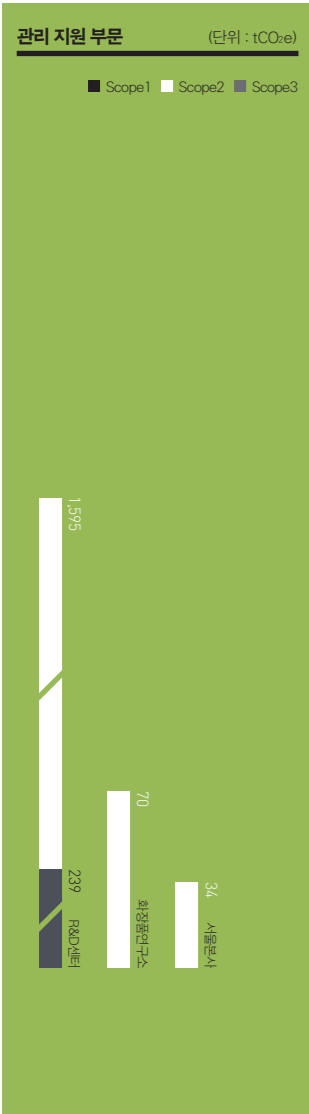
웅진코웨이는 기후변화 및 친환경 제품에 대한 소비자의 인식 증대를 리스크의 일환으로 보고 친환경 제품 생산을 위한 다각적인 대응책을 수립하고 있습니다. 이를 위해 2006년 9월 신설한 환경 관련 전담팀을 통해 에너지 사용량 및 유해물질을 실시간으로 관리할 수 있는 통합 환경경영데이터관리(EDM: Environmental Data Management) 시스템을 구축하였습니다. 이를 통해 제품 내 부품, 자재 및 포장재에 함유되어 있는 유해물질을 파악하고 해당 물질의 관리 규정에 따라 부품 및 자재를 개선하여 인체 및 환경에 부정적인 영향을 미치지 않는 제품을 개발하고 양산하는 것을 목적으로 하고 있습니다.

특히 2010년부터 발효되는 에너지 사용제품에 대한 에코디자인 적용 지침인 EuP(Eco-design Requirements for Energy-using Product) 규제와 관련해, 공기청정기 전 제품의 대응체계를 구축하고 있으며, 기타 제품군이 이에 적용되는지를 실시간으로 확인하는 등 적극적으로 환경규제 대응을 하고 있습니다.

웅진그룹 저탄소경영 전략과제



웅진코웨이는 세계적인 저탄소 녹색경영을 실현합니다



웅진코웨이 온실가스 총 배출량 추이 (Scope1, Scope2, Scope3)

웅진코웨이의 2009년 온실가스 총 배출량은 내부 검증 결과 13만 6,278톤으로 전년도 4,227톤에 비해 13만 2,051톤이 증가하였습니다. 이는 2009년 웅진코웨이와 웅진쿠첸의 합병에 의한 인천공장 및 포천공장의 사업장 추가와 포천공장에서 정수기 제품 폐기시, 발생하는 온실가스(R-12 냉매, Optional information)가 포함되었기 때문입니다.

2009년 웅진코웨이의 순배출량(Scope1과 Scope2)은 8,539톤으로 2008년 3,591톤 대비 약 138% 증가 하였습니다. 온실가스 순배출량을 매출액으로 나눈 탄소집약도(carbon intensity)는 2009년 0.6톤/억 원으로 2005년 0.15톤/억 원, 2008년 0.27톤/억 원에 비해 증가하였으나, 이는 웅진코웨이가 기술개발 역량 강화를 위한 2008년 R&D센터 건립으로 전력 사용량 증가 및 2009년 인천공장, 포천공장 사업장 추가에 따른 온실가스 발생량 증가에 의한 것으로 사업장 추가를 고려하면 탄소집약도가 증가하였다고 보기는 어렵습니다. 이러한 탄소집약도는 경제적 부가가치와 온실가스 배출량의 관계를 이해하기 쉽도록 나타낸 척도로서, 온실가스 배출 저감 결과를 정량적으로 관리할 수 있도록 할뿐만 아니라 기업간 해당 항목에 대해 비교하는 데에 활용될 수 있다는 점에서 중요한 지표가 됩니다.

웅진코웨이 운영경계

범위	내용
Scope1	고정연소 보일러 등 화석연료를 사용하는 웅진코웨이 관리범위내 설비 사업장에서 설비수준의 데이터 관리를 하고 있지 않음
	이동연소 지게차, 통근버스 등 웅진코웨이 보유차량 중 화석연료를 사용하는 수송수단
	공정배출 해당사항 없음
	탈루배출 에어컨 충전, 소화약제, 제품조립시 주입되는 냉매 등 6대 온실가스 탈루 배출 구매량 측정이 가능한 항목은 기존 설비의 신규 냉매 구매량을 탈루량으로 간주하고, 구매량 파악이 어려운 배출원에 대해서는 Default factor를 적용하여 배출량 산정함
Scope2	구매 전력사용으로 인한 온실가스 간접 배출
Scope3	임대차량(지게차, 통근버스)에 의해 원재료 생산, 제품사용, 직원 이동에서 배출
Optional Info	6대 온실가스 이외의 온실가스 물질(CFCs, HCFCs, 등) Optional Info : HCFCs, CFCs 냉매와, 할로겐 계열의 소화약제 탈루량을 산정

웅진코웨이 온실가스 배출량 (2005~2009) (단위 : tCO₂e)

구분	Scope1	Scope2	Scope3	Optional	합계
2005	384	1,092	-	2,681	4,157
2006	359	1,416	-	2,708	4,483
2007	508	1,770	-	2,475	4,753
2008	611	2,980	454	182	4,227
2009	4,363	4,176	333	127,406	136,278

자원 사용

회사는 지구 온난화에 큰 영향을 미치는 CO₂ 발생량을 줄이기 위해 개인 업무용 컴퓨터 모니터의 전원을 점심 시간과 퇴근 시간 시 의무적으로 차단 및 생산라인 전등소등 활동, LED조명 교체등 다양한 에너지 절감 활동을 전개하여, 동일기준 2008년 대비 전반적인 자원 사용량이 감소 하였습니다.

자원 사용량

구분	단위	2006	2007	2008	2009
전기	kWh	2,932,644	3,709,920	4,575,190	2,866,440
보일러등유	l	91,900	-	-	-
LPG가스	kg	1,374	25,588	32,448	15,963
부탄가스	kg	300	172	156	84
지하수	m ³	31,230	51,713	49,931	35,293
상수도	m ³	20,782	19,770	18,653	11,566
실내등유	l	8,345	9,266	8,788	7,720

폐기물 처리

2009년 웅진코웨이의 폐기물 위탁처리는 금액기준으로 1,920만 원으로 2008년의 2,640만 원에 비해 27.27% 감소하였으며, 물량기준으로 576m³으로 2008년 792m³보다 27.27% 줄었습니다. 폐기물 처리 금액과 양이 크게 감소한 것은 정수기 생산공정, 청정기 생산공정에서 발생하는 간지, 포장물 및 이와 관련된 부산물 중 재활용을 위한 분리수거 활동이 활발히 이루어졌기 때문입니다.



- ECO-WAY 한마음 발대식
- 온실가스 인벤토리 구축 발대식



온실가스 인벤토리 검증 사업 협약식



통합 환경관리 시스템 구축 프로젝트



온실가스 인벤토리 구축

웅진코웨이는 2009년 8월 저탄소 녹색상생경영을 위한 '웅진코웨이-협력사 온실가스 인벤토리 구축 발대식 및 온실가스 배출량 자발적 감축 협약식'을 가졌습니다. 이에 따라 웅진코웨이는 전문가 그룹과 함께 향후 2년간 50개 협력사에 공정 및 설비 진단, 개선점 도출에서 전 공정의 제품 탄소 배출량 산정, 전문가 양성교육 프로그램까지 협력사별 맞춤형 프로그램을 지원하게 되며, 2012년까지 전 협력사에 확대 실시할 예정입니다.

또한, 웅진코웨이는 협력사에서 공급되는 원자재에서 부품 제조, 제품 제조 및 각 물류 단계, 사용단계 및 사용제품의 회수 및 폐기에 이르는 전 과정에 대한 공급망 관리(SCEM: Supply Chain Environmental Management) 구축 및 운영을 통해 각 협력사에 그린파트너 인증을 수여하고 매년 이를 평가해 문제점에 대한 지속적인 개선 유도하는 것을 목표로 하고 있습니다.

온실가스 인벤토리 : 기업 온실가스 인벤토리 구축은 기업활동으로 인해 배출되는 모든 온실가스를 기업이 정한 조직경계 안에서 직간접적인 온실가스 배출원을 규명하고 배출원으로 인한 각각의 온실가스 배출량을 산출하고 목록화하여 온실가스 배출현황을 파악하는 총괄적 온실가스 관리시스템을 의미한다. 온실가스 배출에 관한 모든 정보가 인벤토리에 포함되어 있으므로 기업들이 온실가스를 효과적으로 감축하기 위해서는 인벤토리를 구축하는 일이 선행되어야 한다.



탄소정보 공개 프로젝트

웅진코웨이는 2009년 '탄소정보공개프로젝트(CDP: Carbon Disclosure Project)'에 처음 참여하였습니다. 탄소정보공개프로젝트는 금융투자 기관들을 대신 해 글로벌 주요 상장기업들에 대한 탄소배출 관련 정보를 수집하여 분석하는 글로벌 프로젝트로서, 투자자와 기업간의 자발적 참여를 바탕으로 진행됩니다. 탄소정보공개프로젝트의 질문서는 주로 기후변화와 관련해 현재 혹은 미래 기업의 리스크 및 기회, 기후변화 대응 중장기 전략, 온실가스 배출감축계획 및 구체적인 활동 등에 대한 항목으로 구성되어 있습니다.

웅진코웨이는 CDP 2009 Korea 100에 참여해, 탄소정보공개 리더십 지수(CDLI: Carbon Disclosure Leadership Index)를 평가한 결과, 우수 기업으로 선정되었습니다.

웅진코웨이는 타 산업에 비해 상대적으로 탄소집약도가 낮은 업종으로 분류되더라도 불구하고, 적극적으로 온실가스 배출량 및 에너지 절감 활동을 추진해왔습니다. 특히 온실가스 배출 정보를 관리하고 감축활동 계획을 수립하여 기후변화에 적극적으로 대응한 점과 협력사에 대한 체계적인 탄소관리를 통한 제품단위당 원자재 및 에너지 사용량 저감 등의 노력을 인정받아 필수소비재 부문에서 우수기업으로 인정받았습니다.

CDP(Carbon Disclosure Project) : 탄소정보공개프로젝트로 기후변화 이슈를 중심으로 전세계 유수의 금융기관들이 공동 협력하여 추진하고 있는 금융 이니셔티브로 [기후변화로 인한 현재 또는 미래의 기업경영상 위험과 기회요소], [온실가스 배출량 정보], [온실가스 배출 감축 목표와 기후변화 위험 최소화 및 기회 창출 전략], [기후변화 이슈를 책임지는 기업내 거버넌스 구조] 등의 정보에 대해 공개한다.

임직원 모두가 참여하는 다양한 환경활동

01. 빈 그릇 서약운동

환경경영의 일환으로 '음식물 쓰레기 제로화'를 위한 빈그릇 운동 캠페인을 전개하고 있습니다. 웅진코웨이는 그룹 내 전 임직원을 대상으로 시행되는 이 캠페인에 2008년에 이어 2009년에도 동참하였습니다. 음식물 쓰레기가 환경에 미치는 영향에 대한 경각심을 높임으로써 캠페인 참여율을 높이고 임직원 관련 활동을 적극적으로 전개하도록 하기 위해 웅진그룹 이진 부회장의 특강과 서약서 작성 시간이 마련되기도 하였습니다. 특히, '목요일은 잔반 없는 날' 운동을 전개하였으며, 그 결과 2009년 인당 음식 잔반량은 9.37g으로 2008년의 18.0g에 비해 크게 감소하였습니다. 웅진코웨이는 2010년 잔반량 목표를 8.0g로 정하고 지속적으로 음식물 쓰레기 양을 줄여 나갈 계획입니다.

02. 환경 교육

웅진코웨이는 기후변화 및 온실가스, 에너지 저감을 위해 사내 탄소 전문가를 육성하는 동시에 임직원의 탄소교육을 강화할 예정입니다. 날로 중요해지는 환경에 대한 경각심을 일깨우고 환경 활동을 보다 효과적으로 추진하기 위해 환경경영 관련 e-Learning 컨텐츠를 개발하고, 2009년 모두 1,276명의 임직원을 대상으로 1,552시간 교육을 실시하였습니다. 또한, 2009년 협력사 담당자를 대상으로 2,353시간의 교육을 실시함으로써 친환경 경영과 유해물질 관리의 중요성에 대한 인식을 제고하였습니다. 향후 기후변화 관련한 강의 개설을 통해 임직원의 인식도 향상 등을 모색할 계획입니다.

03. 에코 코드

2008년 11월 '환경 사랑 폐건전지 수거 캠페인 발대식'에서 웅진코웨이 코드 1만 1,000명이 환경부 자원 순환홍보대사인 '에코 코드(Eco-Cody)'로 위촉된 바 있습니다. 2009년에도 에코 코드는 웅진코웨이 고객 전체를 대상으로 폐건전지 재활용에 대한 필요성을 홍보하고, 각 가정에 수거함을 배포함과 동시에 폐건전지를 수거하는 역할을 다하였습니다. 수거함은 웅진코웨이 고객이라면 누구나 받을 수 있고, 코드를 통해 받은 수거함에 폐건전지를 모아놓으면 제품 관리를 위해 방문하는 코디가 이를 수거해 재활용하게 됩니다.

04. 물 사랑, '녹색 바가지' 쓰기 캠페인

웅진코웨이는 소비자들에게 물 아껴쓰기의 중요성을 알리고, 실천에 동참하라는 취지의 '물사랑, 녹색 바가지 쓰기' 캠페인을 2009년 3월부터 진행했습니다. 특히 이 바가지는 정수기, 공기청정기 등 웅진코웨이 제품 외장재를 재활용한 재생품으로, 물을 받아쓰고, 다시 쓰자는 자원 재활용과 절약의 의미를 담고 있습니다.

05. 에코 드라이브

2008년 7월부터 시작된 에코 드라이브 운동을 통해 환경 개선에 기여함은 물론 개인의 비용 절감, 주차 공간 문제 해결 등의 효과를 얻고 있습니다. 에코 드라이브 운동은 차량 5부제, 자전거 타기, 카풀 참여 등을 통해 활발하게 전개되고 있습니다. 친환경 하이브리드 차량을 단계적으로 도입해 임직원의 업무 출장 시 활용할 수 있도록 할 계획입니다.



제품 연구개발에서 회수·재활용까지 환경을 먼저 생각합니다



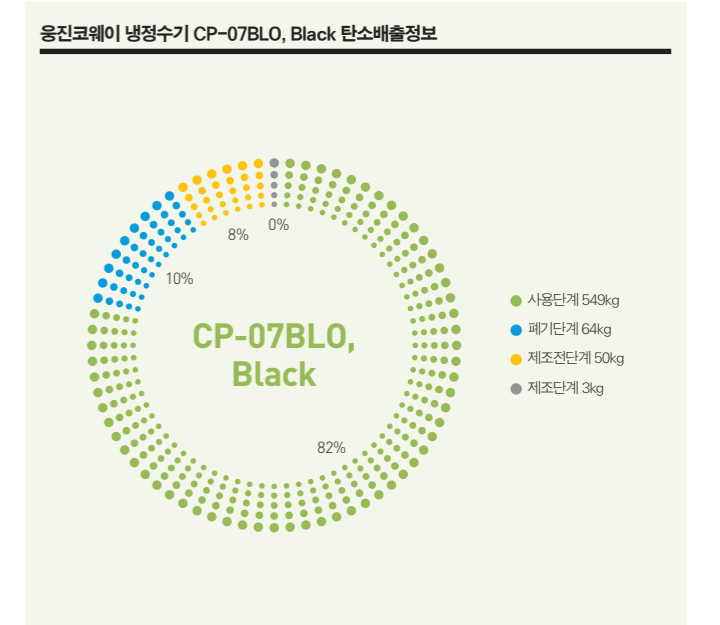
에너지 효율성 향상

정수기, 공기청정기, 비데 등 생활환경가전 제품을 생산하고 있는 웅진코웨이는 최근 소비전력 및 대기전력기준 등의 규제 강화 움직임이 본격화되면, 동종업계 경쟁기업과의 차별화를 통해 시장에서 우위를 점할 수 있을 것으로 예상하고 있습니다.

대기전력이란 실제로 기기를 사용하지 않는 대기상태에서 소비되는 전력을 의미하는데, 이러한 대기전력 저감을 통해 해당 기기의 사용에 따른 전력량뿐만 아니라 온실가스 배출량 역시 절감할 수 있다는 점이 최근 들어 주목받고 있습니다. 국내에서도 대기전력 1W 정책 로드맵인 'Standby Korea 2010'이 2005년 수립된 바 있으며, 미국을 비롯한 주요 선진국에서도 에너지 효율성과 대기전력 저감 기준 강화 움직임이 확대되고 있습니다. 더구나 친환경 제품을 중심으로 기후변화에 대한 소비자의 인식이 증대하면서, 실제로 가격이나 품질 등이 동일한 여건 하에서 제품을 구매할 경우 환경적 요소를 고려해 구입하는 소비자들이 점점 증가하고 있는 상황입니다. 웅진코웨이는 제품군별 중장기 신기술 개발 로드맵을 수립해 소비전력량을 개선하고, 이를 통해 경쟁기업 제품 및 에너지 효율 등급을 능가하는 제품을 개발하는 데에 노력하고 있습니다.

01. 정수기

웅진코웨이 냉정수기는 생활환경가전업계 최초로 탄소라벨링 시범인증대상 제품에 선정되었습니다. 웅진코웨이는 생활환경 가전업계 최초로 냉정수기 2개 제품(CP-07BLO(B)/(W)), 냉온정수기 2개 제품(CHP-06DL/U)에 대해 탄소성적표지 인증을 받았습니다. 탄소성적표지를 받기 위해서는 먼저 원부 자재에 대한 연간 투입량 및 재질, 제품생산에 사용된 전기 등의 에너지량, 주요 원자재에 대한 협력업체의 생산데이터, 수송 및 유통 데이터 등을 수집해야 합니다. 이렇게 수집된 데이터를 바탕으로 제조 전단계, 제조단계, 사용단계, 폐기단계 각각에서 발생하는 온실가스 배출량을 산정합니다.





BA11

02. 비데

누전감지 보호회로가 적용된 비데 제품의 경우 일반적으로 1W 이상의 대기 전력을 나타내지만 저손실 SMPS 및 누전감지 보호회로 제어알고리즘 개발을 통해 1W 미만의 업체 최저 대기전력을 구현 하였습니다.(적용모델: BA11) 이는 사용시간에 비해 대기시간이 많은 비데 전 제품의 대기전력을 저손실 SMPS 및 절전알고리즘 개발을 통해 1W 미만으로 구현하여 국내 시장뿐 아니라 해외 진출 시장에서 경쟁력을 확보할 수 있는 좋은 기회가 될 것으로 예상되고 있습니다.

03. 공기청정기

웅진케이스 공기청정기에 SMPS전원기술, 센서기술, 절전제어 알고리즘을 개발해 적용했습니다. 이를 통해 신제품 대기전력을 1W 이하로 낮추어 공기청정기 대기전력 우수 업체로 선정되었으며 에너지 효율 1등급을 획득했습니다. 2008년 올해의 에너지위너상을 수상한 웅진케이스 AP-1207은 대기전력에서 기존 제품(AP-1004A)대비 2.7W/h의 전기사용량을 줄여 연간 1만 5,768W/h의 전기 절감을 가능하게 합니다. 이는 연간 7,884kg의 이산화탄소 배출량을 저감하는 것과 같습니다.



AP-1207

온실가스 저감기술 개발

웅진코웨이는 점차 강화되는 제품 관련 환경규제에 대응하고 더 나아가 시장 경쟁력을 확보하기 위해 새로운 기술 개발에 노력하고 있습니다.

강력한 오존층 파괴물질이자 온실효과를 야기하는 냉매에 대한 국제적인 규제가 현재 진행 중에 있습니다. 일례로 국내에서는 별다른 제약 없이 정수기 제조에 사용되는 R-134a 냉매는 유럽의 환경법이 강화됨에 따라 2014년부터는 사용할 수 없게 됩니다.

이에 따라 해당 냉매를 계속해서 사용하게 될 경우 유럽 지역으로 수출이 불가능해지게 되는 것입니다. 이에 따라 웅진코웨이는 기존 R-134a 냉매를 대체할 자연냉매 및 친환경 냉각방식 기술들을 개발 중에 있습니다.

이외에도 황사 및 대기오염과 관련해 공기청정기에 대한 수요증가 역시 웅진코웨이에 기회로서 작용할 것으로 예상됩니다. 현재 황사제거 전용 필터와 최근 확산되고 있는 신종플루와 관련하여, 공기 중의 바이러스를 99.9% 줄일 수 있는 필터를 개발하였으며, 향후 중국 및 일본 시장을 중심으로 한 글로벌 시장으로 진출할 예정입니다.

냉매 종류별 오존층 파괴지수와 지구온난화 지수

냉매종류	오존층 파괴지수(ODP)	지구온난화지수(GWP)
R-12	1	8,100
R-13-a	0	1,300
R-600a	0	3

지구온난화지수(GWP, Global Warming Potentials): 이산화탄소를 1로 기준할 때 지구 온난화에 기여하는 정도를 나타낸 지수

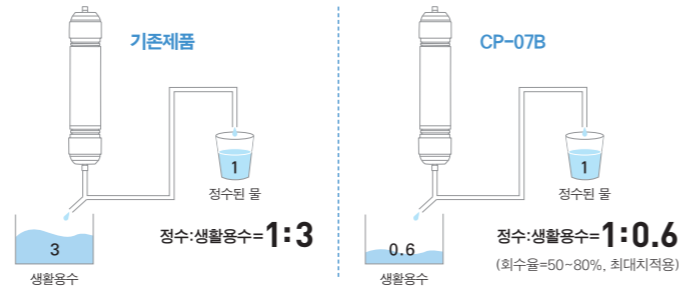
오존층 파괴지수(ODP, Ozone Depletion Potential) : 한 화합물질의 오존파괴 정도를 숫자로 표시한 것 일반적으로 삼염화불화탄소 CFCL3의 오존 파괴 능력을 1로 보았을 때 상대적인 파괴능력을 나타냄

2009년 웅진코웨이의 저탄소 녹색경영 활동

2008년	
10월	저탄소 녹색경영 전략 수립 발대식
11월	온실가스 인벤토리 구축 발대식
2009년	
01월	탄소성적표시 시범인증
02월	저탄소 녹색경영 ECO-WAY 한마음 발대식
03월	2005~2008년 온실가스 배출량 제3자 검증 MOU 체결(에너지 관리공단)
04월	탄소성적표지 정식 인증(CP-07BLO, Black)
05월	환경안전보건대상 수상(정수기 제품부분)
06월	온실가스 배출량 제3자 검증 완료
07월	제품군별 대표제품 재활용용 산정 가이드 라인 표준 제정 코웨이-협력사 온실 가스 인벤토리 구축 국가과제 선정
08월	코웨이-협력사 온실가스 배출량 자발적 감축 협약식
09월	HSPM 인증 획득, 탄소성적표지 인증(CP-07BLO, WHITE), (CHP-06DL/U) 코웨이 저탄소 녹색경영 전략수립 온실 가스 배출량 감축 목표 및 실천 방안 수립 친환경 설계 중장기 전략 로드맵 수립
10월	지경부&환경부, 저탄소 녹색 성장 유공 포상, 국무총리 표창 CDP KOREA, CDP 2009 우수 리더기업 수상(필수 소비재 부문) SAP ESH 통합 IT 솔루션(통합 환경관리 시스템) 도입
12월	환경부, 플라스틱 폐기물 회수, 재활용 자발적 협약체결

자원의 고효율성

자원의 효율적 운영은 친환경적인 효과뿐만 아니라 비용절감의 효과까지 창출합니다. 웅진코웨이 정수기 CP-07B는 밸브 유로 개선 및 Auto Flushing 기능을 추가하여 R/O 방식 정수기의 생활용수 배출량을 기존 대비 50%이상 절감했습니다. 이는 CP-07B모델 기준 제품 1대당 1년에 5.5톤의 물을 절수할 수 있을 것으로 추정됩니다.



친환경 포장재 개발

제품 공정의 마지막 단계인 포장재 개발에도 친환경 마인드를 반영하고 있습니다. 폐기물 저감을 위해 설계기법 및 제작방법을 개선하였으며 100% 재활용이 가능함은 물론 소각 또는 매립 시에도 환경유해 물질을 배출하지 않는 친환경 소재의 포장재를 개발해 보다 근본적인 친환경성을 실현하고 있습니다. 포장 설계 기법 개선을 통해 스티로폼 사용을 최소화하였습니다.

낙하 충격 해석을 통한 EPS 중량 감소

웅진코웨이는 해외 수출형 8개 모델 공기청정기에 낙하충격 해석을 통한 EPS설계 기법으로, 동일한 충격량에 대하여 가장 적은 포장재의 양이 쓰이도록 적용하였습니다. 그 결과 포장재(EPS) 사용 중량이 약 30% 감소하고, 약 9억 2,000만 원의 비용을 절감했습니다. 또한 인체 및 환경에 무해하고, 100% 재활용이 가능함은 물론 소각 또는 매립시에도 환경 유해 물질을 배출하지 않는 친환경 포장재인 펄프몰드를 개발하였습니다. 펄프몰드 포장재는 완충성, 흡습성, 통기성 등이 우수하고 경량화 설계가 가능하여, 물류 비용 절감의 효과도 있습니다. (기술적용 모델: 비데 BA13, 공기청정기 AP-1008)

리사이클링 센터 운영

포천에 위치하고 있는 웅진코웨이 리사이클링 센터는 2006년 제품 단순 해체라인으로 시작해서, 2008년에는 리사이클링 라인을 구축하였습니다. 수출용 리퍼브 제품을 소량 생산하는 것을 시작으로 2009년 본격적으로 국내용 리퍼브 제품을 생산하여 전문 리사이클링 센터로 도약하고 있습니다.



리사이클링 프로세스

반환제품이 입고 되면 분해 공정을 통해 각 제품을 재질별로 분해합니다. 이후 이물질 제거하고 재생공정을 통해 플라스틱 파쇄, ABS 등은 스크랩 생산, 고철 및 일반 폐기물을 배출한 후 재활용 협력업체에 판매합니다.

재활용 분해공정

1. 반환제품 입고
2. 정수기 냉매, 오일 회수
3. 제품 조립역순 분배
4. 이물질 제거
5. 플라스틱 스크랩 생산(PP, ABS 등) 판매
6. 고철, 일반 폐기물로 구분하여 협력업체 수집 운반

리퍼브 프로세스

리퍼브제품(Refurbished Goods)은 소비자의 변심이나 흠집 등으로 반품되었거나 매장에 진열됐던 제품을 재가공하여 저렴한 가격으로 소비자에게 되파는 제품을 말합니다.

재포장 제품이라는 의미의 리퍼브제품은 기능과 외관은 새제품과 동일하지만, 가격은 훨씬 저렴하게 구입할 수 있어 '알뜰 소비'와 '환경 보호'라는 일석이조의 효과를 볼 수 있습니다. 2006년 수출용 리퍼브 제품을 시작으로 2009년에는 총 7모델 국내용 리퍼브 제품을 생산·판매하였습니다. 향후 리퍼브 제품 확대에 환경경영을 확대할 계획입니다.





응진코웨이의 혁신과 변화가 가져온 성과는 무엇입니까?

상상오션

창조와 변화를 통해 혁신을 이끌어내고 있습니다

응진코웨이는 2008년 4월 재미있고 쉬운 방법으로 제안활동에 참여해 업무 개선 및 혁신을 이끌어내기 위한 제안제도인 상상오션을 오픈하였습니다. 상상오션의 도입으로 2007년 41%에 불과하던 임직원의 혁신활동 참여율이 2008년 92%로 높아졌으며, 인당 제안 건수도 2007년 1.5건에서 2008년 7.3건, 2009년 9.6건으로 크게 증가하였습니다.

EMOTION & TOMORROW

생산부문의 창조적인 변화와 혁신이 이루어집니다

응진코웨이는 'Emotion & Tomorrow - 내일의 감성을 만드는 디자인'이란 디자인 철학을 바탕으로 미래지향적이면서 고객의 감성 만족을 통해 보다 나은 미래 가치를 심어줌으로써 응진코웨이가 제공하는 제품과 서비스뿐만이 새로운 라이프 스타일을 경험하고 이를 통해 새로운 문화를 체험할 수 있게 하고자 노력하고 있습니다.

창조와 변화를 통해 혁신을 이끌어내고 있습니다

“

행가래를 통해 웅진의 모든 식구가 자기 일을 신나고 즐겁게 자랑하고, 미래를 꿈꾸는 장이 되길 바랍니다. 그러기 위해서는 보드구성, 일일 미팅 등 타부서, 타사를 벤치마킹하여 소속팀의 업무특징과 환경에 맞게 행가래를 창조하고 진화시켜 나가야 하며, CEO들의 지속적인 관심이 필요합니다. 모든 직원이 자기일을 자랑할 수 있을 때 또또사랑이 완성됩니다.

”

웅진그룹 윤석금 회장



행가래

2009년 웅진그룹은 '일하는 방식의 혁신'인 행가래를 도입하였습니다. 행가래는 업무가시화로 가치 있는 업무를 찾고 칭찬과 격려를 통해 신나고 즐겁게 실행하면 행복(幸)이 웅진식구(家) 모두에게 찾아오게(來) 된다는 뜻을 지니고 있습니다. 또한 경기에서 승리의 기쁨을 함께 나누는 '행가래' 모습을 연상시키는 용어입니다.

행가래의 목적은 일하는 방식을 혁신하는 것입니다. 일하는 방식의 혁신을 위한 행가래는 업무를 보이게 드러내고, 계획하는 VP(Visual Planning)에서 시작하였으며, 여기에 자신의 일을 자랑하고 칭찬하면서 성과를 창출하자는 것입니다. 행가래는 잘못된 업무관행, 비효율적 업무처리 방식, 지시, 보고, 회의 등 낭비를 줄이고, 가치있는 업무로 우선 채우는 것입니다. 웅진그룹은 행가래를 통한 업무가시화는 가치상승으로 이어지며 '활기찬' 조직문화 구축에 기여할 것으로 기대하고 있습니다. 2010년 행가래 운영 방향은 조직단위 운영 과제 목표를 통한 개인별 업무 목표 전개와 지표와 과정관리를 통한 계획업무의 실천과 실적 가시화로 정하였습니다.

혁신 프로그램 '상상오션'

웅진코웨이는 2008년 4월 재미있고 쉬운 방법으로 제안활동에 참여해 업무 개선 및 혁신을 이끌어내기 위한 제안제도인 상상오션을 오픈하였습니다. 상상오션은 가상으로 만들어진 웹상의 제안의 바다로 직원들이 제안을 제출할 때마다 포인트로 새우(마리당 100원)를 지급하며, 이 새우가 1만 마리가 모이면 돌고래(마리당 100만 원)를 지급합니다.

돌고래를 잡은 임직원에게는 100만 원 상당의 여행상품권이 제공되며, 새우 수에 따라 선원-갑판장-선장 등의 차별화 된 등급이 매겨지는 등 재미 요소도 가미하고 있습니다. 상상오션의 도입으로 2007년 41%에 불과하던 임직원의 혁신활동 참여율이 2008년 92%로 높아졌으며, 인당 제안 건수도 2007년 1.5건에서 2008년 7.3건, 2009년 9.6건으로 크게 증가하였습니다. 2009년에는 상상대륙을 새롭게 도입하여 상상오션에서 부문간 배틀을 통해 월별로 승패를 가리고 승패에 따라 대륙을 넓혀가는 게임의 요소를 반영하였습니다. 2009년 총 제안은 11만 건입니다. 회사는 좋은 제안제도로 평가받고 있는 상상오션의 공유를 통한 제안문화 확산 및 이를 통한 사회공헌의 일환으로 대외분양을 실시하고 있습니다. 2009년에도 금융기관, 공기업, 국내의 대기업을 비롯하여 총 77개사가 벤치마킹을 다녀갔으며, 이 중에서 11개 회사가 상상오션을 분양받아 사용하고 있습니다. 또한 분양을 통해 조성한 1,000만 원은 복지단체를 통해 어려운 환경에서 중,고등학교로 진학하는 학생들의 교복 제작에 지원하였습니다. 2010년에도 지속적으로 분양을 진행하고 이를 통해 조성된 금액은 사회환원을 지속적으로 실시할 계획입니다.

시나리오 플래닝

2008년 도입한 '시나리오 플래닝'은 많은 전략수립 방법론 가운데 유일하게 '시간'이라는 요소를 고려한 방법론으로써 미래 발생 가능한 상황에 대한 시나리오 구성을 통해 위기감지와 기회포착의 가능성을 극대화 시킨 전략적 의사결정 방법론입니다. 2009년 웅진코웨이는 이러한 시나리오적 사고의 중요성을 인식하여 온라인 커뮤니티를 통해 시나리오 플래닝의 기본개념을 알리고 국내외 우수 사례를 연재하여 그 필요성을 강조하는 등 시나리오 플래닝 활성화에 큰 노력을 기울였습니다.

2009년 2월부터 진행된 경쟁사 대응 시나리오 플래닝은 본부장 워크숍 및 전사 대응회의를 거쳐 전사적 차원에서 보안강화, 인력관리 강화, 고객 리텐션 강화, 기술력 검토 등의 성과로 이어졌습니다. 2010년 시나리오 플래닝은 보다 체계적인 홍보와 교육기회 제공, 프로젝트 수행 등을 통해 인적 인프라 구축과 전략적 의사결정 지원을 수행할 것입니다.

리스크 매니지먼트

운영리스크 관리는 글로벌 환경의 변화 및 경쟁자들의 전략 변화 등에 의해 발생할 수 있는 운영상의 리스크에 대비하는 것입니다. 웅진코웨이는 리스크 관리 체계 구축을 위한 첫 단계로 2009년 시나리오 에세이 연재를 통해 리스크 관리에 대한 인식수준을 높여 직원들의 리스크 위험 수준을 낮추는 성과를 이루었습니다. 향후 리스크 관리 전문조직을 구성하여 실제적인 리스크 관리 매니지먼트를 수행하고 더 나아가 세계적으로 신뢰받는 영국표준협회의 BCP인증(BS25999)까지 획득할 수 있도록 노력할 것입니다.

지우잡

웅진코웨이는 2008년 자신의 업무 중 불필요한 관행적인 업무를 없애는 지우잡 운동을 전개하였습니다. 2008년 모두 401명이 참여하여 인당 17.1시간의 시간을 절감하는 효과를 거둔 지우잡 운동은 2009년에 더욱 적극적으로 전개되었습니다. 전사 문제 해결형 타운 미팅 방식을 도입하여 효율적인 문제 해결의 모델을 정립하고, 경영진의 신속한 의사 결정과 실행 여부에 대한 모니터링을 강화하여 즉각적인 개선안을 마련하는데 중점을 두었습니다.

특히 2009년에는 본부 지우잡을 종료하고, CEO 지우잡, '지우잡 DAY'를 시행하였습니다. 효율적인 문제해결과 즉각적인 개선안 시행을 위한 조치로, 전사적 팀 단위 문제해결 활동부서·부문간 장벽 없는 토론진행, CEO 의사결정 및 지속적인 모니터링이 가능해졌습니다.

이 실행안은 이슈 토의, 문제점 분석, 개선안 제시, CEO 결정의 단계로 진행되고 있습니다.

환경친화적인 제품을 위한 디자인 혁신

웅진코웨이는 'Emotion & Tomorrow - 내일의 감성을 만드는 디자인'이란 디자인 철학을 바탕으로 미래지향적이면서 고객의 감성 만족을 통해 보다 나은 미래가치를 심어줌으로써 웅진코웨이가 제공하는 제품과 서비스뿐만 아니라 새로운 Life Style을 경험하고 이를 통해 새로운 문화를 체험할 수 있게 하고자 노력하고 있습니다.

선형 디자인 연구의 중요성을 인지하고 매년 디자인 제안전(De+Novation)을 열어 미래 비전을 제시하는 한편, 다양한 외부 디자인 전문가들로 구성된 디자인 자문단(Design Forum)을 운영하여 다양한 시각의 디자인 자문을 구하고 있습니다. 또한 국제 경쟁력 향상 및 정보인프라 구축을 위해 글로벌 네트워크를 구축하는 등 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

그 결과 디자인 경영을 시작한지 불과 1년만에 2007년 제9회 대한민국 디자인대상에서 디자인경영부문 대통령상을 수상함으로써 대한민국에서 가장 혁신적인 디자인 경영을 한 기업으로 인정받았으며, 2008년에는 세계 3대 Design Award인 독일 IF Award와 Red Dot Award, 미국의 IDEA Award를 석권하며, 국내 환경가전업체 최초로 'Grand Slam'을 달성하는 성과를 거두었습니다.

2009년에는 국가브랜드 재고를 위해 새로 신설된 대통령 직속의 "국가브랜드 위원회"가 국가브랜드 가치를 높여주는 소비자 브랜드로서 웅진코웨이를 선정함으로써 명실상부한 대한민국을 대표하는 국가 브랜드로 자리매김하였습니다. 2010년도 Global Design Award에서도 독일의 Red Dot Award의 경우 해외 디자인 인증을 처음 시작한 2007년 부터 '4년 연속 인증 획득'이라는 성과와 함께, 11개 제품을 출품하여 8개 제품이 디자인 인증을 받음(인증율 72.7%)으로써 전세계 Top Class의 수준의 디자인 경쟁력을 갖추었습니다.



reddot design award



**생산부문의
창조적인
변화와 혁신이
이루어집니다**

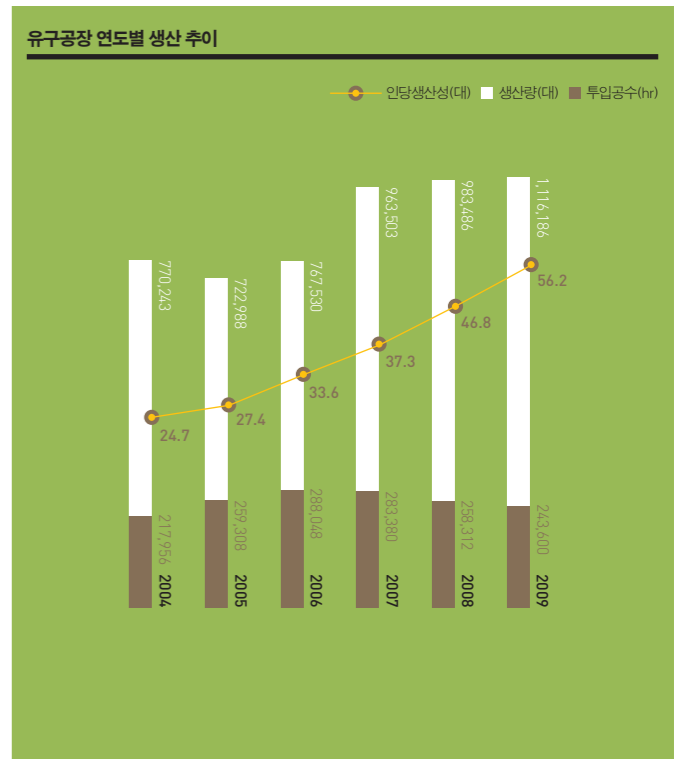
생산혁신의 산실, 유구공장

세계 최대의 환경가전 생산기지인 웅진코웨이 유구공장은 '변화하는 종(種)이 살아 남는다'는 혁신 사상을 가지고 <생산혁신 활동>에 역량을 집중하고 있습니다.

유구공장은 1994년 4월에 준공하였으며, 이듬해인 1995년 증축 공사가 완공되었습니다. 세계 최대의 웰빙 가전 생산기지로 거듭나기 위하여 1997년 10월 유구공장 내에 필터공장을 착공하였습니다. 필터 생산설비는 PLC 컨트롤 방식의 자동화 설비로서 연간 144만 개의 생산능력을 갖추었습니다. 생산설비로는 국내는 물론 세계 최대입니다. 2009년 기준 유구공장의 제조시설은 정수기 9개 라인, 청정기 4개 라인, 필터류 9개 라인, 카본블럭 라인입니다. 또한 규모도 대지 4만 184.80㎡, 건축 1만 2,859.98㎡, 연면적 2만 450.79㎡에 이릅니다. 유구공장은 효율적이고 강력한 제조현장 구축을 위해 2개 부문 7개팀(유구공장 5개팀, 환경품질연구소 2개팀)으로 구성되어 있습니다.

유구공장의 연간 생산 CAPA는 정수기 144만 대, 청정기 78만 대, 필터류 1,620만 개입니다. 유구공장은 효율적 인력배치를 통해 다기능화와 집중화를 실현하였습니다. 유구공장은 낭비 0, 불량 0, 고장 0의 공장 만들기를 실천하여 생산성향상, 품질향상, 원가절감을 통해 경쟁력 높은 제조현장을 구현하고 있습니다.

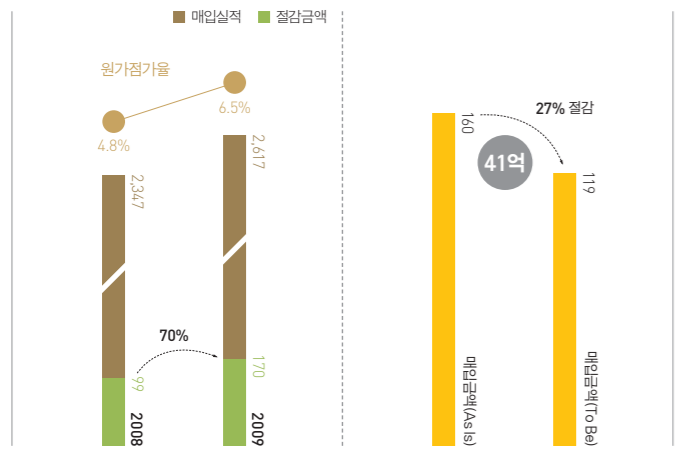
유구공장의 혁신활동은 코웨이 고유 셀라인 구축을 통한 생산 혁신, 아메바 학습조직을 통한 멀티플레이어 육성, 생산 전반의 프로세스 혁신, 재료비 절감을 위한 VE 활동이 전개되고 있습니다. 또한 2010년 부터 전원 참여 혁신문화의 하나로 전사 직원이 참여하는 일일 즉실천 아카데미 운영을 통해 혁신의 공감대 형성과 혁신 체험, 낭비 발굴과 개선을 진행하고 있습니다. 이러한 혁신활동을 통해 유구공장은 세계 어디에서도 볼 수 없는 신개념의 셀라인 등 혁신적인 생산라인 구축을 통해 연간 높은 수준의 생산성 향상 실적을 나타내고 있습니다. 유구공장의 향후 목표는 글로벌 NO.1 제조현장의 실현이며, 전원 참여의 혁신문화 조성과 혁신활동을 통해 목표를 달성해 나가고 있습니다.



전략구매 원가혁신 활동

웅진코웨이는 2009년 서비스 Kit 개발완료에 따른 물량급증(160억/년, 17.3 백만개/년)으로 통합적인 원가 혁신이 필요하게 되었습니다. 이에 협력업체 경쟁 유도, 부품VE, 공정개선을 통해 하트서비스 부품 단가를 인하하였습니다. 특히 수동포장을 포장자동화로 공정개선에 성공하였으며, 기존 협력업체와 신규 협력업체의 Tablet 부품공용화를 실시하였습니다.

2009년 원가혁신 지표 (단위 : 억)



VE & 3S TECH (Value Engineering & Standardization/Simplification/Specialization)

웅진코웨이 유구공장은 양산부품 및 제품의 재설계를 통한 재료비(Material Cost) 절감을 이루었습니다. E.C.R.S를 이용한 최적화 설계, 표준화·단순화·공용화로 비용절감 및 업무효율을 향상시켰습니다. 특히 서비스 부품 표준화로 정수기·공기청정기 포장사양 공용화율은 80%에 이르는 성과를 거두었습니다. 고객에게는 표준화되고 전문화된 서비스 제공이 가능하게 되었습니다. 2009년 순수재료비 VE 금액은 연간 61억 원 절감, 3S TECH 추진을 통한 서비스효율성, 편리성, 전문성, 기업이미지 제고를 달성하였습니다.

생산 Input 프로세스 혁신

다품종소량 생산환경, 수출물량 급증에 따라 적기 공급대응 능력을 확보하고, 프로세스와 시스템 구축이 요구되었습니다. 웅진코웨이는 생산계획 안정화, 구매SCM으로 공급실행력을 제고시키기 위해 각 부문간(판매계획~생산 계획~발주~입출고~생산)동기화를 통한 최적화된 Supply Chain을 구축하고 8대 중점추진 과제, 180개 소과제를 도출하여 실행을 완료하였습니다.

부문별 추진 활동을 살펴보면 판매부문은 판매계획 12주 시스템을 반영하여 운영하였습니다. 이로써 12주 판매계획을 연계한 공급자원(생산 Capa·자재 가용성·협력사 공급계획)의 사전 점검이 가능해졌습니다.

생산부문은 시스템에 의한 생산계획을 수립하였으며, 자재부문은 눈에 보이는 관리, Pick-list에 의한 자재출고, One Item-One Location을 구축하였습니다. 또한 구매부문은 수작업이 아닌 시스템에 의한 발주 진행, 발주응답 운영을 통한 자재 가시성 확보에 노력하였습니다.

이러한 활동은 공급 실행력의 향상(2일 확정 생산체제), 시스템에 의한 운영으로 MRP 활용 및 납품지시적용, 판매-제조-구매-협력사간 상호 신뢰에 기반한 SCM실행의 통합자원 운영시스템구축, 자재공급 가시성, 유연성 확보, 눈으로 보는 관리정착(One Item-One Location), 부문별 KPI 개발, 측정을 통한 업무수준 계량화의 성과를 거두었습니다. 특히 정량 생산지수 향상 및 총 유실율 감소로 연간 10억 원을 절감하게 되었습니다.

저탄소 녹색경영 실천, 포천공장의 변화와 혁신

포천공장은 2007년 환경에 대한 사회적 책임과 3R(Refurb·Recycling·Reuse) 실천을 위해 전문 리사이클링센터로 변화하였습니다. 신개념의 리사이클링라인은 조립역순에 의한 해체방식을 채택하여 고순도(99.9%)의 재활용 유가물 및 고철, 비철을 친환경적으로 회수할 수 있는 시스템을 구축하였습니다. 고순도의 유가물 회수 및 표준화된 부산물 처리를 통해 수익을 창출할 수 있게 되었습니다. 또한, 투명한 처리과정을 대내외에 공개함으로써 기업 이미지를 제고시켰습니다.

지구온난화의 가장 큰 원인중 하나인 CFC냉매가스를 정수기 냉동컴프레서에서 회수하여 재활용할 수 있는 냉매회수기를 공장 자체기술로 설계·제작하여 국내에서는 유일하게 냉매 및 오일을 회수할 수 있는 메카니즘을 구현하였으며, 회수율 또한 매우 높아 현재 특허출원이 진행 중입니다.

고객들의 단순변심으로 인해 반환된 제품을 상품화하여 판매되는 리퍼브제품은 2008년 4,400대에서 2009년에는 2만 3,743대로 확대되었고, 2010년에는 7만 2,000대로 확대될 예정이며, 이를 통해 렌탈 폐기손실비용절감 및 환경보호라는 일석이조의 효과를 볼 수 있게 되었습니다.

이러한 혁신의 결과 리퍼브제품 확대생산으로 렌탈폐기손실 비용절감 75억/년, 재활용 유가물판매수익 30억/년 등 연간 105억 원의 효과를 창출하게 되었으며 제품설계 → 생산 → 판매 → 관리 → 회수사이클의 완성 및 ECO-WAY의 실천을 통한 대내외 이미지 제고도 가능해졌습니다.

포천공장은 저탄소 녹색경영 실천의 중심으로써 공장에서 발생하는 폐기물까지도 에너지화하여 재활용할 수 있는 시스템을 구축하여 에너지 자족공장을 실현할 예정입니다. 또한 GHG인벤토리 구축, 탄소배출량 저감활동, 폐기물 재활용 전산시스템 구축을 통해 온실가스감축이라는 세계적인 흐름에 선도적인 역할을 할 수 있도록 지속적인 노력을 하고 있습니다.

One-stop 글로벌 인증센터 구축

웅진코웨이는 2009년 4월 국내 최초로 One-stop 글로벌 인증센터를 구축하였습니다. 해외매출 증대를 위한 개발기간 및 인증 취득기간 단축, 해외 OEM 업체의 글로벌 기준에 대응, 신규 인증 건수 및 인증비용 증가에 따른 전사 통합 인증 관리의 필요에 따라 추진하게 되었습니다. 공인인증시험소 운영 및 통합시스템 구축을 통하여 약 6억 5,000만 원 절감과 인증기간을 30일 단축하게 되었습니다. 특히 국제공인인증시험소 취득으로 국제기준에 부합하는 시험기관으로 인정받았습니다. 글로벌 OEM 업체로부터 웅진코웨이 시험 및 기술능력에 대한 인정과 선진기업 이미지 제고, 신제품 언론노출은 3억 원 이상의 광고 효과에 이르는 것으로 나타났습니다. 통합 인증시스템 구축으로 인증비용을 약 1억 5,000만 원을 절감하게 되었으며, 통합 인증정보 활용으로 해외매출 증대에도 기여하게 되었습니다.

CHALLENGE

Section. 07



Section. 07

challenge

응진코웨이는 새로운 가능성에 도전하고 있습니까?

2010 도전 30

2010년, 응진코웨이의 새로운 도전이 시작됩니다
 응진그룹이 창립 30주년을 맞이하는 2010년
 응진코웨이는 2010년 각 분야에서
 30%의 성과혁신에 도전한다는 의미로
 '2010 도전30'을 경영슬로건으로 정하였습니다.

99.99%

R&D 부문의 끊임없는 도전이 고객가치경쟁을 실현합니다
 전세계적으로 발생한 신종플루바이러스의 전파 경로가 공기 중 감염이라는
 사실이 확인됨에 따라 응진코웨이 환경기술연구소는 신종플루 제거용
 기능성 필터 개발에 도전하여 성공하는 쾌거를 거두었습니다.
 신종플루 99.99% 사멸 청정기 항바이러스 필터 개발은
 공기청정기의 차별적 성능 및 기술우위를 부각하는 계기가 되었습니다.



R&D 부문의 끊임없는 도전으로 고객가치경영을 실현합니다

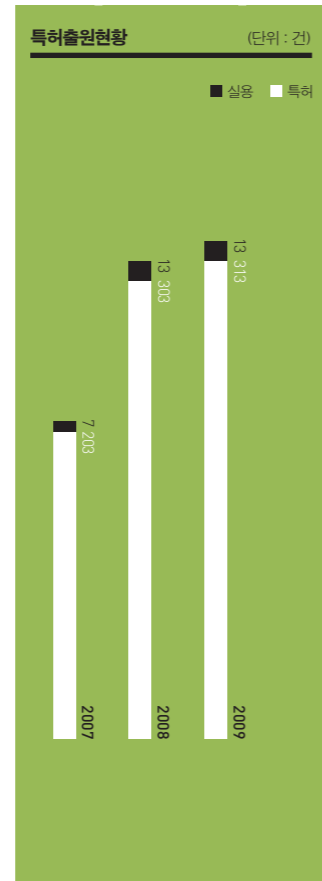
R&D 개요

웅진코웨이의 R&D 부문은 회사 이익보다는 고객 중심의 편리성을 제고하는데 초점을 맞추고 있습니다. 고객의 요구를 철저히 파악하고 그에 따라 제품을 개발하는 고객 중심 시스템에 기반하고 있습니다. 2009년 말 현재 웅진코웨이의 연구인력은 모두 195명이며, 이 가운데 박사과 석사는 각각 10명, 90명입니다. 2009년 웅진코웨이는 313건의 특허출원, 13건의 실용신안 출원을 하였습니다.

R&D 투자실적

(단위: 천 원)

비용구분	구분	2007	2008	2009
비용	디자인실	2,193,420	2,319,745	1,923,294
	환경기술연구소	17,045,886	22,352,969	23,419,357
	프로젝트	4,687,702	4,283,762	7,263,267
	환경품질연구소	4,123,566	5,750,610	6,046,068
	생산본부	1,992,592	2,345,775	2,803,258
	화장품연구소		666,189	3,690,429
비용 합계		30,043,166	37,719,051	45,145,429
자산	환경기술연구소	19,213,960	15,940,126	1,557,124
	프로젝트	10,003,052	258,200	9,108,725
	환경품질연구소	1,244,160	1,464,372	493,437
	생산본부	879,488	500,808	247,136
	화장품연구소		1,188,986	195,289
자산 합계		31,340,659	18,836,091	11,601,710
총합계		61,383,825	56,555,142	56,747,383

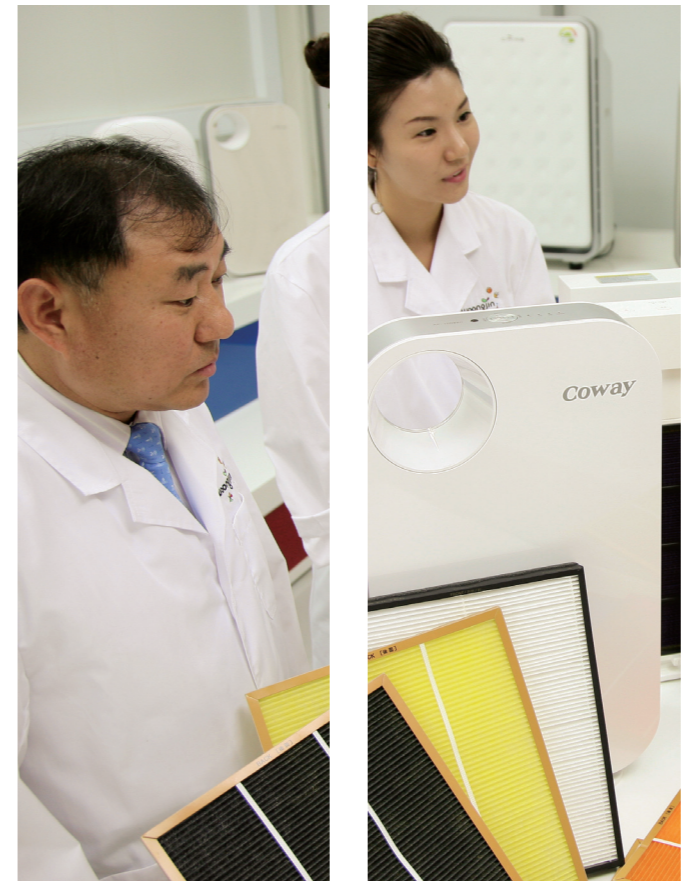


신종플루 99.99 % 사멸 청정기 항바이러스 필터 개발

전세계적으로 발생한 신종플루바이러스의 전파 경로가 공기 중 감염이라는 사실이 확인됨에 따라 웅진코웨이 환경기술연구소는 신종플루 제거용 고성능 필터 개발에 도전하여 성공하는 쾌거를 거두었습니다. 신종플루 99.99% 사멸 청정기 항바이러스 필터 개발은 공기청정기의 차별적 성능 및 기술우위를 부각하는 계기가 되었습니다.

제거원리는 은행잎 및 붉나무 추출물 성분들이 바이러스 표면 단백질을 흡착 파괴하는 것입니다. 2009년 9월 30일 충남대학교 서상희 교수 연구팀(www.cnufllab.com, 독감바이러스 연구소)은 '웅진코웨이 항바이러스 필터의 신종플루(H1N1)사멸 시험' 결과 웅진케어스 필터액에서는 100%의 제거율을 보였으며, 필터액이 코팅된 필터에서는 99.99%의 바이러스가 사멸되었음을 검증했습니다.

웅진케어스 공기청정기 필터들은 2008년 해외 여러 대학과의 테스트를 통해 조류 독감 제거 성능(돗토리 대학·중국 수의과학연구소)과, 독감 제거 성능(츠쿠바 대학), 레지오넬라 제거 성능(교토 대학)을 검증 받았습니다. 2009년 7월에는 '실내공기질 제어'와 '공중보건' 분야에 있어 세계 최고의 석학으로 알려진 하버드대 공중보건학과 페트로스 쿠티라키스(Petros Koutrakis) 교수와의 연구를 통해 웅진코웨이의 청정기가 99%의 실내 환경 유해물질(꽃가루, 연소분진, 미세먼지, 스모크 등) 제거율을 나타낸다는 연구결과를 도출하기도 하였습니다.



인플루엔자 필터 개발 이력

- 2004년 한집필터 개발**
 기능 : 인플루엔자(H3N2) 사멸
 시험기관 : 오사카 공중위생 연구소
 기능 \downarrow 향상
- 2007년 유아전용필터 개발**
 조류독감(H5N1) 사멸(중국수의과학연구소)
 독감바이러스(H1N1) 사멸(츠쿠바대학)
 기능 \downarrow 향상
- 2009년 항바이러스필터 개발**
 기능 : 신종 플루(H5N1) 99.99% 사멸
 시험기관 : 충남대 독감바이러스연구소



2010년 웅진코웨이의 새로운 도전이 시작됩니다

2010년 경영슬로건 '2010 도전 30'

웅진코웨이는 경영목표와 이를 달성하기 위한 제반 경영 활동을 효과적으로 추진하기 위해 경영 슬로건을 2000년대 초 이후 매년 공표하여 왔습니다. 이 슬로건은 궁극적으로 지속가능성을 담보하기 위한 연간 활동의 방향성을 제시하는 것으로 2009년 친환경(Green) 경영과 성장(Up)이라는 두 가지 목표를 동시에 이루고자 하는 'GreenUp 2009'를 경영 슬로건에 이어 2010년에는 '2010 도전30'으로 정하였습니다. 2010년은 웅진그룹이 창립 30주년을 맞이하는 해입니다. 웅진코웨이는 2010년 각 분야에서 30%의 성과혁신에 도전한다는 의미에서 이 슬로건을 정하였습니다.



Green, Yellow, Orange는
각각 환경, 사회, 조직에 대한 사랑의
이미지색을 나타내며
이들이 함께 어우러짐을 표현

2010년 사업목표 및 전략

웅진코웨이의 2010년 사업목표는 매출액 1조 5,300억 원, 영업이익 2,280억 원입니다. 또한 계정수 500만을 확보함으로써 안정적 매출에 기여할 것으로 기대하고 있습니다.

2010년 웅진코웨이의 사업 전략방향은 기존사업의 경우 신규고객 유입강화, 일시불 판매 강화, 신규 아이템 확보, 코디 모집 및 정착 강화 등을 꼽을 수 있습니다. 해외사업 부문은 해외향 제품 강화와 자가브랜드·OEM 매출 확대, 해외법인 가격 경쟁력 강화, 해외법인 성공 사례 발굴 등을 중점적으로 추진할 계획입니다. 화장품 R&D 부문은 제품 경쟁력의 강화와 ECO 기술 개발, 원가절감 50% 혁신에 도전하고자 합니다. 수처리 사업은 국내 수처리사업 확대, 중장기 성장동력의 기반확보 및 대내외 연계과제를 통한 기술역량 확보를 목표로 합니다.

2010년 전략방향 및 전사관리

웅진코웨이는 2010년 손익 및 물류 관리 고도화를 통한 영업이익률, 경상이익률 안정화를 추구하고 있습니다. 책임경영체계를 구축하여 효율적인 원가 관리, 손익관리 등을 계획하고 있습니다. 특히 신시장 개척과 새로운 제품 개발을 위하여 전략적 투자, 물적·인적 인프라 투자 등의 시스템을 도입하고 2010년 이후 국내의 수처리 사업과 기타 신규사업을 추진하고자 합니다. 수처리 사업은 신규 성장 동력을 확보하고, 기존 수처리 사업을 강화할 계획입니다. 신규 수처리 사업의 역량을 강화하기 위하여 국내외 M&A의 추진도 진행하고 있습니다. 또한 차세대 성장동력인 기타 신규사업을 검토하고 있습니다.

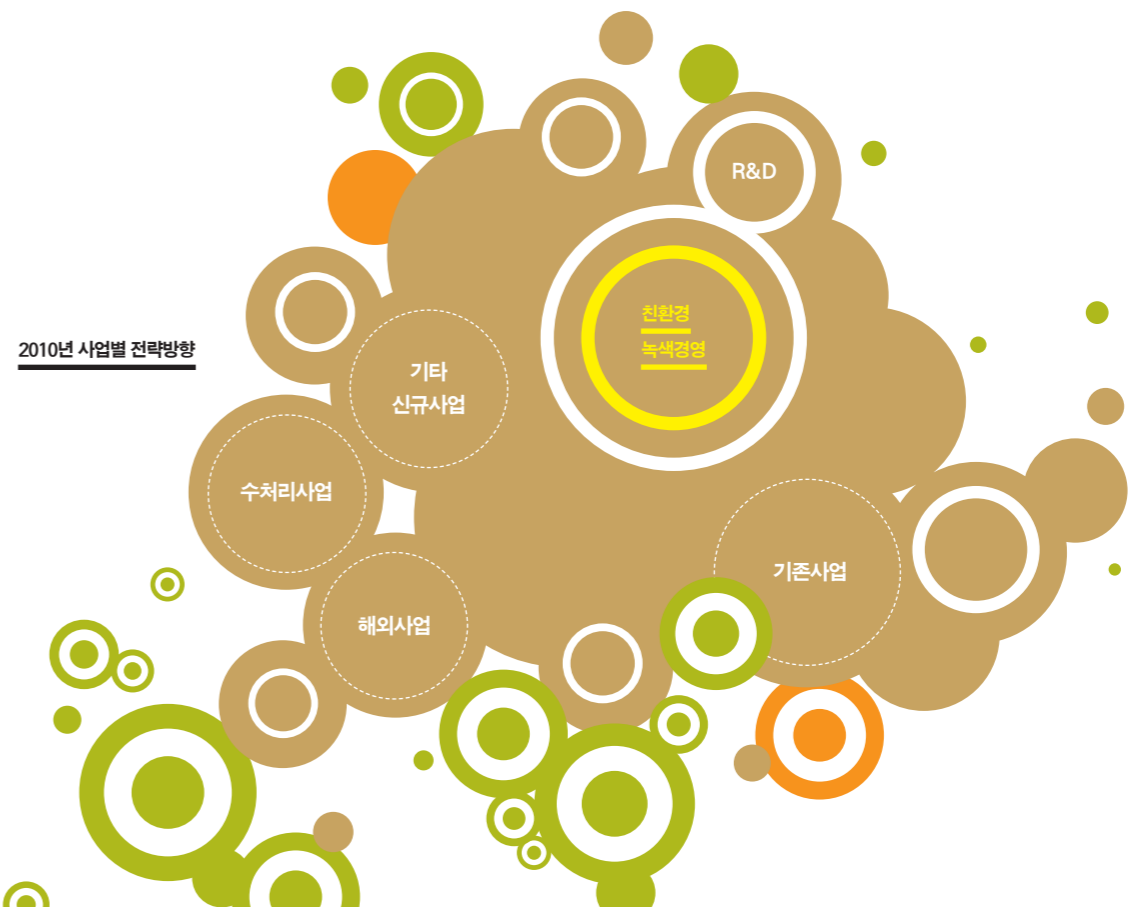
혁신활동 활성화 및 내재화

웅진코웨이는 혁신과 제안제도의 산실인 상상오션을 수시로 업그레이드하고 있습니다. 2010년에는 상상오션 제도의 향상을 통해 '함께상상'을 더욱 활성화할 예정입니다. 특히 신사업과 신성장동력 발굴, 월 테마별 함께상상 진행 '신대륙을 찾아라' 등의 프로그램으로 임직원의 참여를 도모하고자 합니다. 상상오션 지식서핑 17만 누적 상상검색 '숨은 진주를 찾아라'와 불필요한 업무를 삭제하는 제도인 지우잡을 연계하여 우수 아이디어는 지우잡 테마로 진행하려고 합니다. 팀 및 개인별 업무와 공유사항을 작성한 게시판인 행가래를 통해 전사 커뮤니케이션 활성화를 강화하고자 합니다. 시나리오 플래닝은 지속적인 사업 리스크 관리를 위한 핵심 프로그램으로 2009년에는 경쟁사 시장진입 대응, 신종플루 대응 시나리오 등을 추진하였습니다. 2010년에도 지속적인 시나리오 플래닝을 진행할 예정입니다.

직원만족도 향상 및 위기관리

웅진코웨이는 대내외 소통 개선으로 직원만족도 향상 및 위기관리를 강화하고자 합니다. 직원만족도 향상을 위한 방안으로는 CEO town hall 미팅 시행(지역, 총국 단위 월 1~2회 방문), 고성고자와 평가 우수자에 대한 보상 강화, 개별 직무 진단 및 맞춤형 직무 육성 프로그램 운영, 그밖에도 워킹 컨설팅 할인 혜택, 생산직 영업직군 동호회 확대 운영 등의 복지활동 강화 등을 꼽을 수 있습니다. 또한 위기관리 역량을 강화하기 위해서 진단 및 매뉴얼 제작, 미디 어 트레이닝을 실시할 계획입니다.

2010년 사업별 전략방향



APPENDIX 2009

요약 재무제표	091
주요 수상 및 인증	092
검증보고서	094
검토의견서	096
GRI 인덱스	097
사업장 현황	102

Summary Financial Statements

요약 재무제표

요약 대차대조표

(단위: 원)

과목	2008	2009
유동자산	475,603,124,072	509,455,179,008
당좌자산	417,610,283,322	454,865,184,173
재고자산	57,992,840,750	54,589,994,835
비유동자산	595,804,679,962	761,224,486,961
투자자산	114,061,160,789	130,735,316,259
유형자산	356,410,921,002	418,204,135,717
무형자산	64,857,191,003	141,086,744,717
기타비유동자산	60,475,407,168	71,198,290,268
자산총계	1,071,407,804,034	1,270,679,665,969
유동부채	398,741,701,354	541,770,439,248
비유동부채	76,034,631,500	48,230,468,529
부채총계	474,776,332,854	590,000,907,777
자본금	39,315,996,500	40,662,398,000
자본잉여금	108,723,904,519	141,927,705,227
자본조정	6,180,975,172	31,514,185,586
기타포괄손익누계액	1,346,595,326	15,161,101
이익잉여금	441,063,999,663	529,587,679,450
법정적립금	16,825,427,025	23,325,427,025
임의적립금	295,076,034,595	352,976,034,595
미처분이익잉여금	129,162,538,043	153,286,217,830
자본총계	596,631,471,180	680,678,758,192
부채 및 자본총계	1,071,407,804,034	1,270,679,665,969

요약 손익계산서

(단위: 원)

과목	2008	2009
매출액	1,314,402,926,953	1,411,922,316,352
매출원가	407,158,576,376	406,172,220,895
매출총이익	907,244,350,577	951,750,095,457
판매비와 관리비	717,095,398,764	747,492,690,615
영업이익	190,148,951,813	204,257,404,842
영업외수익	21,459,966,303	27,224,570,202
영업외비용	26,823,671,463	28,757,587,130
법인세비용차감전순이익	184,785,246,653	202,724,387,914
법인세비용	55,720,577,212	49,444,874,217
당기순이익	129,064,669,441	153,279,513,697

Awards and Recognition

주요 수상 및 인증

디자인 어워드 수상내역

종류	인증시기	수상내역	비고
IF Design award	2008	8개 제품 인증 수상	
	2009	1개 제품 인증 수상	
Red-Dot Design award	2007	1개 제품 인증 수상	
	2008	3개 제품 인증 수상	
	2009	3개 제품 인증 수상	
IDEA Design award	2008	7개 제품 인증 수상	Dann: Winners Silver 수상
Japan Good Design	2007	2개 제품 인증 수상	
	2008	1개 제품 인증 수상	
	2009	2개 수상	
Good Design	2009	4개 수상	
PIN UP	2009	3개 수상	



BB08



reddot award
product design



BA14



AP-1009

대외수상

	한국의 경영대상 마케팅대상 종합 대상 한국능률협회 컨설팅		탄소 정보공개 우수기업 필수소비재 부문리더 탄소정보공개 프로젝트 한국 위원회
	한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 클리베 음식물처리기 한국능률협회 컨설팅		저탄소 녹색성장 국무총리상 환경부, 지식경제부
	한국산업의 고객만족도(KCSI) 코웨이 정수기, 케이스 공기청정기 한국능률협회 컨설팅		에너지위너상 녹색기기부문(AP-3008, BA11) 소비자 시민모임
	세계 일류상품 코웨이 정수기 지식경제부		신기술 으뜸상 CHP-08A 한국 표준협회
	2009 대한민국 소비문화대상 사단법인 한국 소비문화 학회		
	CCMS 우수기업재인증 공정거래위원회		대기전력 자체 시험소 인증 지식경제부, 에너지 관리공단
	국제안전운송협회(ISTA)인증 ISTA		KOLAS 공인시험기관 인증 지식경제부 기술표준원
	NET(신기술)인증 일반기계부문 지식경제부		TÜV-SUD RoHS 시험소 인증 유럽연합 TÜV
	HSPM인증 정수기, 청정기, 설계 및 제조 KTL		WQA-RTL 공식시험기관 인정 WQA

인증

Assurance Report

검증보고서

(주)웅진코웨이
지속가능경영 보고서
독자 귀중

서문

한국능률협회인증원(KMAR)은 2009 (주)웅진코웨이 지속가능경영보고서(이하"보고서")의 검증을 요청 받았습니다. 본 보고서의 작성 책임은 (주)웅진코웨이 경영자에게 있으며, 본 한국능률협회인증원의 책임은 아래에 명시된 범위의 특정 정보에 대한 검증보고서를 발급하는 데 있습니다.

검증의 독립성

한국능률협회인증원은 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 (주)웅진코웨이의 사업활동에 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않고 있으며 독립성을 유지하고 있습니다.

검증 범위

(주)웅진코웨이는 보고서에서 지속가능경영 활동에 대한 전략, 노력 및 성과에 대하여 기술하고 있습니다. 검증은 독자들에게 다음과 같은 사항을 제공하기 위해 설계되었습니다.

경제분야

수행업무 및 결론부문에서 정의된 바와 같이 재무 실적 데이터가 (주)웅진코웨이의 2009년 개별 재무제표에 대한 감사보고서 및 영업보고서 상에서 적절히 추출되었는지 여부

환경/사회분야

보고서의 다음 부문에 담겨있는 정보가 적절하게 기술되었는지 여부

- 윤리경영
- 지속가능경영시스템
- 이해관계자(고객, 임직원, 주주, 비즈니스파트너)
- 사회공헌
- 환경

'적절하게 기술되었다'는 것은 보고서의 내용이 실제 데이터 및 원천 정보를 적절하게 반영하여 일관성과 신뢰성을 갖고 작성되었다는 의미이며, 경제분야에 대한 합리적 검증은 수행 업무의 성격과 깊이 측면에서 제한적 검증보다 상위 수준의 검증입니다.

검증기준

한국능률협회인증원의 검증기준은 AccountAbility의 "AA1000 Assurance Standard"에 근거하여 개발된 한국능률협회인증원의 검증기준에 따라 검증작업을 수행하였으며 International Auditing and Assurance Standards Board 가 발행한 "International Standard on Assurance Engagements (ISAE 3000): Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information"를 보조기준으로 사용하였습니다.

검증절차 및 결론

한국능률협회인증원은 합의된 검증 범위의 보고서 내용 사실여부와 보고된 데이터 및 보고서 작성을 위한 내부 프로세스를 아래와 같이 검증하였습니다.

- 보고기간 중 (주)웅진코웨이의 환경경영 관련 미디어 조사
- 데이터를 산출하는데 사용된 시스템과 프로세스 검토
- 내부 문서 및 자료 등에 대한 검토
- 공식된 활동 및 실적 관련 담당자 인터뷰

본 검증인은 문서검토 및 부서방문, 인터뷰 등의 결과를 토대로 (주)웅진코웨이와 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반영을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다.

경제적 성과

(주)웅진코웨이의 2009년 재무제표를 기준으로 비교하였으며, 보고서에 기재된 재무실적 관련 데이터는 (주)웅진코웨이의 2009년 개별 재무제표로부터 적절히 도출되었습니다.

환경 및 사회적 성과

(주)웅진코웨이의 환경 및 사회적 성과와 관련하여 수록된 정보는 적절하게 기술되었으며, 중대한 오류는 발견되지 않았습니다.

개선을 위한 제언

본 검증인은 (주)웅진코웨이가 발간한 2009년 보고서가 이해관계자 커뮤니케이션의 수단으로 적극 활용되기를 기대하면서 지속적인 개선을 위해 다음과 같이 권고합니다.

- 기업경영전략과 지속가능경영 전략방향과의 연계성 확보
- 이해관계자 의견수렴을 통한 중대성이슈 도출 및 그 결과의 체계적인 분석

대표이사 박 기 호
K. H. Park

KMAR
Korea Management Association
Registrations & Assessments Inc.

Comment from External Expert

검토의견서



이명현
중앙대학교 광고홍보학과 교수
(사)국제청소년지원단 이사장
유엔환경계획 한국위원회(UNEP) 이사

2009년은 금융위기가 전세계적으로 확산되면서 기업경영 환경이 어려웠습니다. 많은 기업이 시장의 빠른 변화 속에서 위기를 겪었습니다. 기업이 지속적으로 성장하기 위해서는 예측 불가능한 환경에 능동적으로 대처할 수 있는 힘이 있어야 합니다. 그런 면에서 웅진코웨이는 강한 기업이라고 할 수 있습니다. 2009년 창립 20주년을 맞이한 웅진코웨이는 '고객가치경영' 원년을 선언했습니다. 경영환경이 어려워지면 기업의 입장에서 살 길을 모색하는 것과 달리, 웅진코웨이는 소비자를 기업경영의 중심으로 삼았습니다. 그리고 웅진코웨이는 '고객가치경영'을 적극적으로 실천했습니다. 그 중에서도 소비자들이 체감할 수 있는 변화는 하트서비스(HEART Service)였습니다. 웅진코웨이는 고객만족과 고객신뢰를 확보하기 위하여 현장 시스템을 개선하고 지원을 강화하였으며 전문 서비스를 위한 전담 조직을 신설하여 차별화된 서비스를 제공하였습니다.

웅진코웨이의 2009년 지속가능성보고서는 소비자를 비롯한 다양한 이해관계자와 적극적으로 소통하는 웅진코웨이의 발전된 모습을 보여주고 있습니다. 또한 2009년 회계연도의 경영성과와 2010년 경영의 방향을 구체적으로 제시하고 있습니다. 2009년 지속가능성보고서에서 가장 주목할 부분은 환경경영 부분입니다. 웅진코웨이는 2009년 한 해 동안 체계적이고 구체적인 환경경영을 실천했습니다. 웅진코웨이는 저탄소 녹색경영 ECO-WAY 한마음 발대식을 가졌습니다. 또한 환경물질 통합관리 시스템을 운영하여 사업장 환경물질 DB 통합관리가 가능하도록 했습니다. 특히 생활환경 가전업체 최초로 GHG 인벤토리를 구축하여 지식경제부에서 국가 자금을 지원받게 되었으며, 연간 100억 원의 환경비용을 절감하는 성과도 거두었습니다. 웅진코웨이는 탄소성적표지 인증 과정을 통해 전 과정 평가체계를 구축하고, HSPM 인증을 획득하였습니다.

웅진코웨이의 환경경영은 제품 개발 및 생산 시스템과 연계하여 발전적인 성과를 거두었습니다. 에너지 절약효과 우수 제품 개발을 통해 에너지 워너상을 받았으며, 리퍼브제품을 판매하여 고객이 저렴한 가격에 좋은 품질의 제품을 구매할 수 있는 기회를 제공하고, 이를 통해 폐기물을 줄임으로써 환경문제를 해결하는 데 기여한다는 점도 눈여겨 볼 성과입니다. 이처럼 웅진코웨이가 환경경영을 지향하면서 환경을 비즈니스 모델로 확고히 다져가고 있다는 점에서 경영의 방향이 미래지향적으로 정리되었다는 점을 지속가능성보고서를 통해 확인할 수 있습니다.

대한민국 소비문화대상 수상과 CCMS 인증 우수기업에 재선정 등의 활동도 고객가치를 높이기 위해 웅진코웨이가 노력한 결과입니다. 2009년 지속가능성보고서에서 알 수 있듯이 웅진코웨이는 지속경영을 위해 제품의 연구개발 및 생산, 고객 서비스, 다양한 채널과의 소통, 글로벌 시장 진출 등 모든 부분에서 혁신에 도전했으며, 다양한 성과를 거두었습니다.

기업의 지속가능경영이 가능하기 위해서는 언제나 소비자를 향해 깨어 있고 열려 있어야 합니다. 더 나아가 소비자들의 끝없는 요구를 충족시키기 위해 소비자 보다 앞서 가야 합니다. 만에 하나 발생할지도 모를 소비자의 오해와 불만, 그리고 예상 밖의 위기 상황에 대처하기 위한 시스템을 갖추는 일도 중요한 일이라 판단됩니다. 웅진코웨이의 2009년 지속가능성보고서에 2010년 각 분야에서 30%의 성과혁신에 도전한다는 의미의 '2010 도전30' 슬로건과 그 내용이 담겨 있습니다. 특히 환경, 사회, 조직에 대한 사랑을 적극 실천하겠다는 웅진코웨이의 약속이 어떻게 실현될 것인지 기대가 됩니다. 웅진코웨이의 주주, 소비자를 비롯한 이해관계자들이 2009년 지속가능성보고서를 통해 웅진코웨이의 발전과 성장을 지켜보면서 격려할 것입니다.

GRI Index

GRI 인덱스

GRI 항목	내용	페이지	비고
1	전략 및 분석		
1.1	최고 의사결정권자가 보고 조직 및 전략과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	6, 7	
1.2	조직과 지속가능성: 주요 영향, 위험 요인 및 기회	10, 11	
2	조직 프로필		
2.1	조직 명칭	14	
2.2	대표 브랜드, 제품 및 서비스	12, 13	
2.3	주요 사업부서, 운영회사, 자회사, 합작회사 등 조직구조	14	
2.4	본사/본부 소재지	15, 102	
2.5	해외 사업장 위치 국가 수, 주요 사업장이 있거나 보고서에서 다루는 지속가능성 문제와 구체적 연관성을 갖는 국가명	15	
2.6	소유 구조 특성 및 법적 형태	47	
2.7	대상 시장 (지역별 구분, 사업분야, 고객/수익자 유형)	15	
2.8	조직의 규모 (직원수, 순매출/순수익, 자기자본율, 제품 또는 서비스 수량 등)	12, 14, 91	
2.9	규모, 구조 또는 소유구조상의 중대한 변화	47	
2.10	보고 기간 중 수상 내역	80, 94, 95	
3	보고매개변수		
3.1	보고대상 기간 (예: 회계/캘린더 연도)	3	
3.2	최근의 보고서 발간 일자	3	
3.3	보고 주기 (매년, 격년)	3	
3.4	보고서 및 관련 내용에 대한 문의처	105	
3.5	보고 내용 정의의 프로세스 (중요성/우선순위 결정, 예상 이해관계자 파악)	3	
3.6	보고 경계 (국가, 사업부, 자회사, 임대시설, 합작회사, 공급업체)	3	
3.7	보고 범위 또는 보고 경계상의 제한사항	3	
3.8	조직간 비교가능성에 영향을 줄 수 있는 객체에 대한 보고 기준 (합작회사, 자회사, 임대 시설, 외주업무 등)	3	
3.9	정보수집 과정의 가정과 데이터 측정기법 및 계산 기준 필요한 경우 본문에 설명		필요한 경우 본문에 설명되어 있음
3.10	이전 보고서에 제시된 정보의 재기술 효과 및 재기술 사유	3	
3.11	이전 보고기간 대비 범위, 경계 또는 측정방식 상의 큰 변화	3	
3.12	GRI 대조표	97~100	
3.13	외부검증 관련 정책 및 활동, 검증 범위 및 기준, 보고 조직과 검증기관의 관계	3	
4	지배구조, 책임, 참여		
4.1	조직 지배구조 (전략수립, 감독 등을 책임지는 이사회 산하 위원회 포함)	47, 48	
4.2	이사회 의장의 임원 겸직 여부	47	
4.3	일원화된 이사회의 경우, 사외이사 혹은 독립이사의 수	47	
4.4	이사회에서 대한 주주와 직원의 의견 반영 메커니즘	48	
4.5	이사회 구성원, 고위 관리자, 임원 등에 대한 보수와 조직 성과간의 관계	48	

GRI Index

GRI 인덱스

GRI 항목	내용	페이지	비고
4.6	이사회 내의 이해관계 상의 충돌 방지를 위한 프로세스	47	
4.7	경제/사회/환경 전략을 보조하기 위한 이사 자격 및 전문성 기준, 결정 프로세스	47	
4.8	경제/환경/사회 성과 및 활동과 관련한 미션/핵심가치 진술문, 행동 강령 및 원칙	6, 7 88, 89	
4.9	이사회가 경제/환경/사회 성과 파악 및 관리를 관장하는 절차	47, 48	
4.10	이사회 자체의 성과 평가 프로세스 (특히, 경제/사회/환경관련)	48	
4.11	사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부 및 채택 방식	79	
4.12	경제/환경/사회 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브	92, 93	
4.13	산업협회 등 국가별/국제적 정책기구 멤버십 획득	92, 93	
4.14	참여한 이해관계자 그룹 목록	18, 19	
4.15	참여할 이해관계자 식별 및 선정 기준	18, 19	
4.16	참여 유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식 현황	18, 19	
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사, 이에 대한 대처방안	18, 19	
EC 경제 성과			
EC1	직접적 경제적 가치 창출과 배분 (수익, 영업비용, 임금 및 복지, 자본비용, 세금, 지역사회투자 등)	20, 21	
EC2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회		주요 사업이 계절적 요인에 의해 영향을 받으나 기후변화에 의한 영향을 정확히 파악하기 어려움
EC3	연금 지원 범위		사업보고서 참조
EC4	정부의 재정 보조 수혜 실적		보조금 수혜 실적 없음
EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책, 관행 및 비율	52	
EC7	주요 사업장의 현지인 우선채용 절차 및 현지출신 고위관리자 비율	24, 25	
EC8	공익을 우선한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과	56-59	
EN 원료			
EN1	중량 또는 부피 기준 원료 사용량	67	
EN2	재생원료 사용 비율		협력업체의 부품을 구매하는 특성상 관리하지 않음
EN 에너지			
EN3	1차 에너지원별 직접에너지 소비량	67	
EN4	1차 에너지원별 간접에너지 소비량	67	
EN 용수			
EN8	공급원별 총취수량		2008년 하반기 멤브레인 필터 생산 공장을 웅진케미칼에 양도함으로써 오염물질 배출이 발생하지 않음

GRI Index

GRI 인덱스

GRI 항목	내용	페이지	비고
EN 생물 다양성			
EN11	생태계 보호지역/주변지역에 소유, 임대, 관리 토지 위치와 크기		해당사항 없음
EN12	생태계 보호지역/주변지역에서의 사업활동으로 인한 영향		해당사항 없음
EN 대기 배출물, 폐수, 폐기물			
EN16	직, 간접 온실가스 총 배출량	66	
EN17	기타 간접 온실가스 배출량	66	
EN19	오존층파괴물질 배출량	66	
EN20	NOx, SOx 등 기타 주요 대기 배출물	66	
EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질		2008년 3월 폐수처리장 가동정리로 폐수 배출량 없음
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	67	
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	67	
EN 제품 및 서비스			
EN26	제품 및 서비스의 환경영향저감활동과 성과	71~73	
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	74	
EN 법규준수			
EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비규전적 제재 건수		없음
LA 고용			
LA1	고용유형 고용계약 및 지역별 인력 현황	25	
LA2	직원 이직 건수 및 비율 (연령, 성, 지역별)	25	
LA 노사관계			
LA4	단체교섭 적용 대상 직원 비율	29	
LA5	중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보기간 (단체협약에 명시 여부 포함)		무노조 사업장임. 주요 경영 현안에 대해서는 회사와 직원간 수시로 커뮤니케이션이 이루어짐.
LA7	부상, 직업병, 손실일수, 결근 및 업무 관련 재해건수(지역별)	31	
LA8	심각한 질병에 관해 직원과 그 가족, 지역사회 구성원 지원을 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험 관리 프로그램	31	
LA 교육 및 훈련			
LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	27	
LA 다양성 및 평등한 기회			
LA13	이사회 및 직원의 구성 현황 (성, 연령, 소수계층 등)	25, 47	
LA14	직원 범주별 남녀 직원간 기본급 비율		대졸 신입, 동일 직급의 경우 남녀간 임금 차이는 없음
HR 투자 및 조달 관행			
HR1	인권보호조항이 포함되거나 인권심사를 통과한 주요투자협약 건수 및 비율		해당사항 없음
HR2	주요 공급업체 및 계약업체의 인권심사 비율		적용되지 않음

GRI Index

GRI 인덱스

GRI 항목	내용	페이지	비고
HR	차별금지		
HR4	총 차별 건수 및 관련 조치		차별 건수 없음
HR	결사 및 단체교섭의 자유		
HR5	결사 및 단체교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무 분야 및 해당 권리를 보장하기 위한 조치		해당사항 없음
HR	아동노동		
HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 아동노동 근절을 위한 조치	24	
HR	강제노동		
HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 강제노동 근절을 위한 조치	24	
SO	지역사회		
SO1	업무활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	56~59	
SO	부패		
SO2	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율		없음
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율		윤리교육 등 관련 교육 수시 실시에 따라 임직원 100% 교육 받음
SO4	부패 사건에 대한 조치	34~37	
SO	공공정책		
SO5	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비활동 참여		해당사항 없음
SO	법규준수		
SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수		벌금 및 비금전적 제재는 없었음
PR	건강 및 안전		
PR1	제품 및 서비스의 건강 및 안전 영향을 평가한 라이프사이클 상의 단계, 주요 제품 및 서비스의 해당평가 실시 비율	38~41	
PR	제품 및 서비스 라벨링		
PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보요건에 해당되는 주요 제품 및 서비스의 비율	42	
PR	마케팅 커뮤니케이션		
PR6	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법, 표준, 및 자발적 규칙 준수 프로그램	44~46	
PR	법규준수		
PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수		벌금 부과된 사실 없음

GRI Index

GRI G3 적용수준 자체선언



웅진코웨이는 '2009 지속가능성보고서' 작성시 GRI의 G3 가이드라인을 적용하고 아래 적용 수준 평가 기준에 따라 본 보고서가 A+수준에 해당하는 요건을 충족 시키고있음을 자체 선언하였습니다.

KMAR은 검증을 통해, 동보고서가 GRI G3 적용 수준인 A, B, C 중 A+에 적합함을 확인하였습니다.

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

GRI G3 적용수준기준표

보고서 적용 수준	C	C+	B	B+	A	A+
이윤관계 G3 프로파일 공시 G3 경영방식 공시 G3 성과지표 및 산업별 부가지표	필요 없음 공시항목 : 1.1, 2.1 2.10, 3.1 3.8, 3.10 3.12, 4.1 4.4, 4.14 4.15	필요 없음 공시항목 : 수준'C'의 모든 항목과 1.2, 3.9, 3.13, 4.5 4.13, 4.16 4.17	필요 없음 각 지표범주의 경영방식 공시	필요 없음 각 지표범주의 경영방식 공시	필요 없음 공시항목 : 수준'B'의 요구사항과 동일	필요 없음 중요성 원칙에 따라 모든 G3 핵심성과지표 및 산업가이드 지표에 대해 a)보고하거나 b)보고하지 않을 경우 그 이유를 설명함



웅진코웨이는 2006년 6월 UN 글로벌 콤팩트에 가입하여 인권, 노동, 환경, 그리고 반부패에 관한 10가지 원칙을 준수하고 이를 실천함으로써 성장의 추구하고 함께 사회적 인 책임을 다하는 기업 시민으로서의 역할을 다하고 있습니다. 본 지속가능성보고서는 웅진코웨이의 현재와 미래에 대한 스스로의 평가이자 다짐입니다.

유엔 글로벌콤팩트의 10대 원칙

인권	01. 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다. 02. 인권침해에 가담하지 않는다.
노동	03. 결사의 자유 및 단체교섭권을 인정한다. 04. 모든 형태의 강제 노동을 철폐한다. 05. 아동노동을 효과적으로 철폐한다. 06. 고용과 업무상 차별을 철폐한다.
환경	07. 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다. 08. 보다 큰 환경적 책임을 지는데 앞장선다. 09. 환경친화적인 기술개발과 보급을 지원한다.
반부패	10. 부당이득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.

Domestic Locations

사업장 현황



본사

서울시 중구 순화동 7번지 중앙일보빌딩 11층~17층 웅진코웨이

Tel: 02-2172-1007

R&D센터

서울시 관악구 낙성대동 산 4-1번지 서울대 연구공원내 웅진코웨이 R&D센터

Tel: 02-870-5000

화장품 연구소

서울시 금천구 가산동 459-11 제이플라츠 1103호~1104호

Tel: 02-6711-3222

포천공장

경기도 포천시 신북면 기지리 965-1

Tel: 02-2172-1007

유구공장

충청남도 공주시 유구읍 유구리 658

Tel: 041-850-7805

인천공장

인천광역시 남동구 고잔동 676-16 남동공단 85B-14L

Tel: 032-820-7019

웅진코웨이 공식 홈페이지

www.coway.co.kr

고객센터 연락처: 1588-5100

웅진그룹 계열사

웅진홀딩스

웅진코웨이

웅진씽크빅

웅진케미칼

극동건설

웅진에너지

웅진식품주식회사

복센

웅진패스원

렉스필드컨트리클럽

웅진에스티

웅진캐피탈

웅진루카스투자자문

웅진폴리실리콘

웅진플레이도시

독자의견 수렴을 위한 설문서



웅진코웨이는 이해관계자에게 회사의 지속가능경영 활동에대한
정확한 정보를 제공하고자 최선을 다하였습니다.

앞으로도 웅진코웨이는 지속가능성보고서를 통해
더욱 신뢰성 있는 정보를 제공하고자 노력할 것입니다.

이해관계자 여러분의 의견을 기대합니다.



웅진코웨이의 2009 지속가능성보고서는 웅진코웨이의 환경·사회·경제 분야에서의 주요 성과와 활동을 투명하게 전달하고자 발간되었습니다.
더욱 발전된 보고서를 위하여 여러분의 소중한 의견을 듣고자 합니다.

1. 귀하는 다음 중 어떤 그룹에 속하십니까?

- 임직원 주주 금융기관 고객
- 협력사 NGO 지역 주민 학계
- 정부 언론 기타 ()

2. 본 보고서가 웅진코웨이의 지속가능경영 이해에 도움을 주었습니까?

- 매우 도움됨 조금 도움됨 보통 도움 안됨 전혀도움 안됨

3. 귀하의 주요 관심분야는 무엇입니까? (중복 응답 가능)

- CEO메세지 중요성이슈 조사 결과 회사개요 윤리경영
- 이해관계자와의 커뮤니케이션 환경경영 사회공헌 기업문화
- 인재양성/ 복리후생 고객만족 경영 2009년 성과 협력회사 상생경영
- R&D 혁신활동 2010년 계획

4. 다음 각 항목에 대한 귀하의 만족도를 표시해 주시기 바랍니다.

가. 사용한 용어가 명확하고 이해하기 쉽다

- ◀ 불만족 ① ② ③ ④ ⑤ 만족 ▶

나. 중요 이슈에 대해 충분하고 유익한 정보를 제공한다

- ◀ 불만족 ① ② ③ ④ ⑤ 만족 ▶

다. 서술한 내용에 신뢰가 간다

- ◀ 불만족 ① ② ③ ④ ⑤ 만족 ▶

라. 디자인이 보기 좋고 내용 이해에 도움이 된다

- ◀ 불만족 ① ② ③ ④ ⑤ 만족 ▶

5. 본보고서와 관련해서 보완해야할사항이나 제안하고자 하는 내용이 있으시면 자유롭게 작성해 주십시오.

설문에 응해 주셔서 감사합니다.

우편이나 팩스를 통해 아래 연락처로 보내주시기 바랍니다.

주소: 서울 중구 순화동 7번지 중앙일보빌딩 17층 웅진코웨이 홍보팀 (우편번호: 100-759) | 팩스: 02-773-2911 | 이메일: i4375@coway.co.kr