

# Four Seasons of Sustainability

웅진코웨이 2007 지속가능성보고서



New CI



웅진이라는 로고타입과 일, 사회, 변화, 조직, 도전, 고객에 대한 또또사랑을 의미하는 6개 상징의 어울림

● 로고타입 ●

연결(connection), 무궁한 발전(infinity), 사업의 확장(expansion)을 의미합니다. 옆으로, 위 아래로 이어져 있는 동그라미는 고객, 사회와 영원히 함께하고 싶은 마음을 표현한 것입니다. 이것은 사람과 사람의 어우러짐을 통해 확장되어 가는 웅진의 사업 시스템을 나타낸 것이며, 4개의 동그라미가 바뀌어 되어 힘차게 굴러가는 모습을 의미하기도 합니다.

● 6가지 상징 ●

독특하고 파격적인 시각 구조는 웅진의 창의적인 역발상을 반영하며, 여러 요소가 조화롭게 공존하는 웅진의 기업문화를 나타냅니다. 또한 자유롭고 생생한 느낌의 터치는 인간 중심적이고 감성적인 기업의 특성을 표현합니다.



**고객에 대한 사랑**

인간애를 통해 고객중심의 긍정적, 적극적 서비스를 표현함



**변화에 대한 사랑**

새싹의 성장은 변화로부터 비롯된다는 의미로 변화를 통해 성장을 모색하는 경영정신을 표현함



**사회에 대한 사랑**

손으로 감싼다, 포용한다 는 의미로 사회에 대한 포용력 있는 사랑을 표현함



**일에 대한 사랑**

높은 목표와 의지를 갖고 업(業)의 핵심을 보며 적극적인 자세로 신바람나게 일하는 사람을 표현함



**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 표현함





## Contents

보고서 개요	01
<b>Woongjin Coway &amp; Sustainability</b>	
CEO 메시지	12
회사 개요	14
윤리경영	18
지속가능경영 체계	22
지속가능경영 하이라이트	24
<b>Woongjin Coway &amp; Stakeholders</b>	
이해관계자 커뮤니케이션	28
고객	31
임직원	36
주주	45
비즈니스 파트너	50
사회공헌	54
<b>Woongjin Coway &amp; The Planet</b>	
환경 리더십	62
환경 활동 및 성과	66
요약 재무제표	70
수상 및 인증	71
검증 보고서	72
검토 의견서	74
GRI 인덱스	75



## 보고서 개요

### 목적

웅진코웨이는 2007 지속가능성보고서 발간을 통하여 회사의 지속가능경영 활동을 이해관계자에게 투명하게 공개하고자 합니다. 나아가 이해관계자의 다양한 의견을 수렴하여 향후 경영에 반영함으로써 인류의 지속가능한 발전에 기여하는 기업이 되고자 합니다.

### 기간 및 범위

보고 기간은 2007년 1월 1일부터 12월 31일까지입니다. 그러나 추세 비교를 위해 2005년과 2006년의 데이터를 사용하였고 필요한 경우 2008년의 활동과 성과에 대한 정보도 포함하였습니다.

본 보고서는 웅진코웨이 서울사무소, 환경기술연구소, 품질경영연구소 및 유구공장의 성과를 기술하고 있습니다. 해외법인 및 자회사의 경우 기본적인 정보를 제공하고 있으며, 구체적인 활동은 향후 보고서를 통해 점진적으로 공개할 계획입니다.

### 최근 보고 연도 및 작성 지침

이번 보고서는 2005년과 2006년에 이어 웅진코웨이가 발행하는 세 번째 지속가능성보고서로 지속가능성보고서 작성의 국제적인 가이드라인인 GRI (Global Reporting Initiative)의 G3 가이드라인에 맞추어 작성되었습니다. 지난 두 번의 보고서 발간 과정에서 수렴한 이해관계자의 의견을 참고하였으며 보고서 체계 수립, 정보의 수집, 보고서 정보의 확인 등을 위해 관련 부서의 협조를 받았습니다.

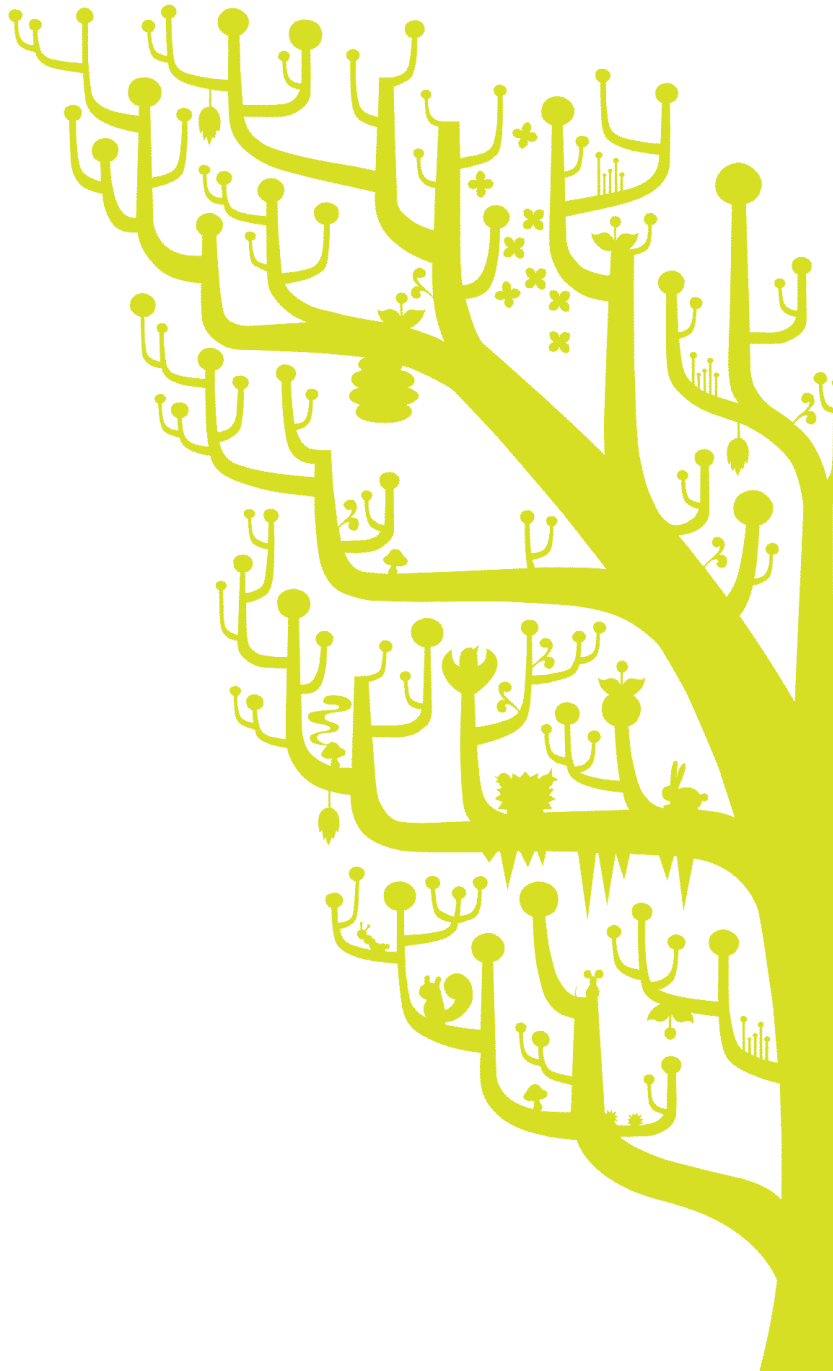
이번 보고서는 지난 해 보고서의 TBL(Triple Bottom Line) 프레임워크를 이해관계자 중심의 체계로 전환하여 구성하였습니다. 그러나 정보의 측정과 평가 등 보고서 작성과 관련, 이전 보고서와 비교하여 의미 있는 변화는 없었습니다. 웅진코웨이는 앞으로도 매년 지속가능성보고서를 발간할 계획입니다.

### 검증

본 보고서는 독립적인 외부 기관으로부터 검증을 받았습니다. 검증보고서는 72~73페이지를 참조하기 바랍니다.

### 추가정보

추가정보는 웅진코웨이에서 발행하는 Financial Report, 사보, 홈페이지([www.coway.co.kr](http://www.coway.co.kr))에서 얻을 수 있습니다.







## 희망으로 씨 뿌리는 봄

크고 울창한 숲도 그 시작은 작은 씨앗 하나입니다.  
'환경은 21세기를 대비하는 가장 큰 가치' 라는 생각으로  
웅진코웨이는 푸른 별의 미래를 위한 씨를 뿌립니다.

# 春



## 땀 흘려 가꾸는 여름

# 夏

좋은 열매를 생각하면 땀방울이 끊어집니다.

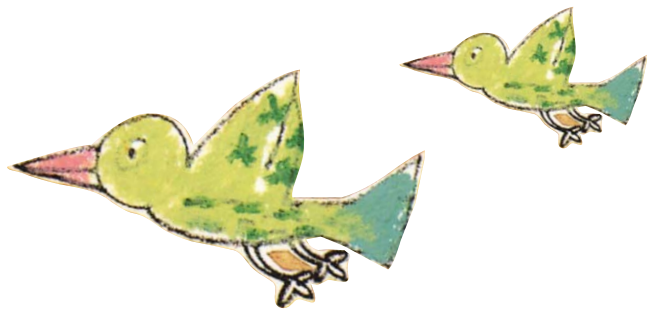
혁신과 투명경영을 통해 높은 성장을 지속해 온 웅진코웨이는  
더 큰 가치를 창출하기 위해 땀 흘립니다.











함께 수확하는  
가을

지난 시간을 함께한 사람들이 떠오릅니다.

이해관계자와 함께하는 성취의 풍성함을 잘 아는 웅진코웨이는

모두의 행복을 위해 수확합니다.

秋



## 나눔으로 따뜻한 겨울



나눔은 사랑을 표현하는 가장 좋은 방법입니다.  
나보다 우리를 먼저 생각하는 기업시민 웅진코웨이는  
따뜻함이 필요한 곳에 먼저 다가갑니다.







무한도전 28살,  
가슴이뻑니다  
기술기획팀 이승현 1급 연구원

## WOONGJIN COWAY & SUSTAINABILITY



웅진코웨이는 경제, 사회 그리고 환경적 책임을 다하기 위해 다양한 활동을 전개해 왔습니다. 윤리경영, 커뮤니케이션의 활성화, 사회공헌활동을 통해 회사는 물론 이해관계자의 가치를 향상시켰으며, 지구환경의 보전을 위한 활동도 활발히 전개하고 있습니다.

## CEO MESSAGE

CEO 메시지



저를 비롯한 웅진코웨이의 모든 임직원에게 2007년은 환경경영과 함께 혁신과 창조경영의 중요성이 더욱 부각된 한 해였습니다. 숨가쁘게 변화하는 경영 환경은 지속가능한 발전을 위한 기업의 혁신을 요구하였으며, 지구 온난화, 태안 기름 유출 사고 등 다양한 환경 이슈들은 환경 보전의 중요성과 함께 환경가전의 발전 가능성 또한 확인시켜 주었습니다.

### “웅진코웨이의 일년간의 또또사랑 일기장을 공개합니다.”

지속가능성보고서의 발간은 일 년 간의 일기장을 내보이는 듯한 두근거림입니다. 2007년 웅진코웨이는 꾸준한 신제품 개발로 ‘레드닷 어워드(reddot design award)’와 ‘2007 대한민국 디자인 대상’ 대통령상을 수상하는 성과를 거두었습니다. 더불어 ‘일하기 좋은 기업 대상’ 수상, ‘CCMS 인증 우수기업’ 선정 등 내부고객과 외부고객의 만족도 증가에도 큰 진전을 보였습니다.

해외사업부문에서도 확실한 성장의 기틀을 마련하였습니다. 세계 우수 기업들과의 계약을 성사하였으며, 끊임없는 바이어들의 관심 속에 향후 글로벌 기업으로의 성장 가능성을 가늠해 볼 수 있었습니다.

### “소중한 과거로 뉴밀레니엄 기업의 미래를 창조해 나가겠습니다.”

영웅은 시대를 만들어가고 창조적인 기업은 환경을 만들어 나갑니다. 웅진코웨이는 지나온 기간 동안 고객의 니즈에 귀 기울여 새로운 시장을 개척하고 서비스 혁신을 거듭하여 오늘날 생활환경기업의 선두주자로 자리매김하였습니다. 오늘의 성취에 만족하지 않고 지속적인 발전을 위한 노력을 게을리 하지 않을 것입니다. 사회적 책임을 다하는 착한 기업, 과거를 발판 삼아 천년기업의 미래를 설계하는 창조적 기업으로 거듭나기 위해 2008년을 힘차게 걸어갈 것입니다.

### “We Bring Wellness!”

웅진코웨이는 행복경영을 통해 임직원과 주주, 고객, 협력사, 지역사회 등 이해관계자의 행복을 증진시키는 데 모든 노력을 기울일 것입니다. 함께 성장하고 그것을 나눔으로써 모두가 행복한 세상을 만들기 위해 땀 흘리는 기업이 될 것을 약속 드립니다.

대표이사 **홍준기**



## COMPANY PROFILE

### 회사 개요



● ○ ○

웅진코웨이는 정수기와 공기청정기, 비데 등을 생산하는 생활환경기업으로 생활환경가전 시장의 대중화, 전문화, 고급화 트렌드를 주도하고 있으며, 혁신적인 마케팅 방식의 도입과 차별화된 서비스를 통해 국내 최고의 위치를 점하고 있습니다.

### 【 회사 개황 】

1989년 5월 2일 설립된 웅진코웨이는 1998년 업계 최초로 렌탈 비즈니스 개념을 도입하고 서비스 전문가 '코디(CODY)'의 양성을 통해 사전서비스(Before Service)라는 차별화된 서비스를 고객에게 제공함으로써 시장점유율, 고객만족도, 브랜드 인지도 등에서 최고의 위치를 점하고 있습니다.

최근 국내 시장에서의 성공을 바탕으로 해외 진출을 가속화하여 미국, 일본, 중국 등 5개국에 소재한 현지 법인과 네덜란드의 물류기지를 통해 글로벌 유통기업으로 전진하고 있습니다.

### ▼ 일반 현황 ▼

회사명	웅진코웨이주식회사
본사주소	충청남도 공주시 유구읍 유구리 658
설립일	1989년 5월 2일
대표이사	홍준기
업종	제조 및 판매업
직원수	1,450명
해외 현지법인	미국, 일본, 중국, 태국, 말레이시아

### ▼ 재무 현황 ▼

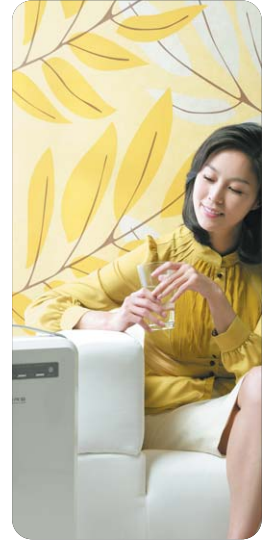
	(단위 : 억원)
자산총계	9,361
부채총계	4,076
자본총계	5,285
자본금	393
매출액	12,131
영업이익	1,613
당기순이익	1,163

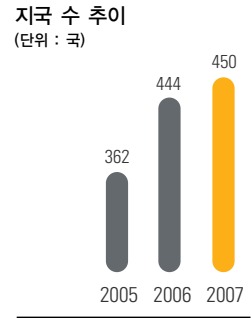




▼ 회사 연혁 ▼

1989	• 회사설립
1990	• 정수기 시장 진입
1994	• 공기청정기 생산 및 판매
1998	• 정수기 렌탈 판매 실시
2000	• 비데 렌탈 판매 실시
2001	• KOSPI 상장, 공기청정기 렌탈 판매 실시
2004	• 시스템키친 사업 개시
2005	• 웅진코웨이 개발과 합병 • 음식물처리기 출시
2006	• 웅진코웨이 R&D 센터 착공 • 홍준기 대표이사(공동) 선임 • 웅진에너지 설립
2007	• 홍준기 대표이사(단독) 선임 • 레드닷 디자인 어워드 수상(CHP06-DL) • 미국법인 오픈 • CCMS 인증 우수기업 선정 • 일하기 좋은 기업 대상 수상 • 유럽 RoHS 공인시험기관 지정 • 유구 필터단지 준공 • 대한민국 디자인 대상 대통령상 수상

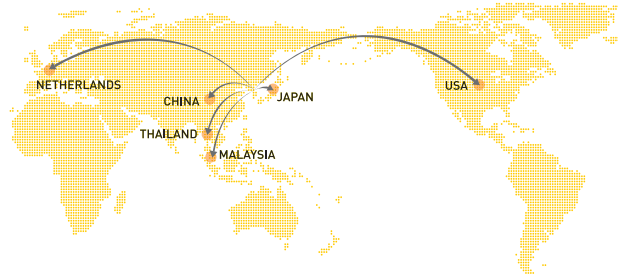




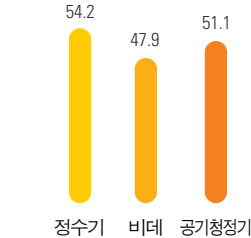
【 조직 현황 】

2008년 4월 30일 현재 웅진코웨이의 조직은 9본부, 2연구소, 1공장, 2실, 5개 해외법인, 56팀으로 구성되어 있습니다. 본부는 전략기획본부, 경영지원본부, 마케팅본부, 해외사업본부 등이며 해외사업본부는 미국, 일본, 중국 등 5개법인을 총괄하여 관리하고 있습니다. 한편 일선 영업조직인 총국과 지국 수는 2007년 말 현재 각각 25국, 450국입니다.





시장점유율  
(단위 : %)



※2007년 하반기 갤럽 조사 자료에 의함

【 글로벌 네트워크 】

웅진코웨이는 2007년 5월 설립한 미국법인 등 모두 5개의 해외 현지 법인과 1개의 물류기지(네덜란드)를 운영하고 있습니다. 2007년에는 정수기, 청정기, 비데 등을 100여개 거래선을 통해 44개국에 수출하여 2006년 대비 300%의 성장을 시현하였습니다. 2008년에는 2007년 대비 수출 260% 증가를 목표로 거래선 확대에 더욱 박차를 가하고 있는 당사는 향후 아시아와 유럽에 추가로 현지법인을 설립하고 수출을 확대해 나갈 것으로서 명실상부한 글로벌 기업으로 성장해 나갈 계획입니다.

● 미국법인

695 S. Vermont Ave. #110  
Los Angeles, CA 90005  
Tel. 1-213-480-1600(Ext. 139)  
Homepage: www.coway-usa.com

● 태국법인

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

● 중국법인

ChaoWai Soho, NO.6B, B-0921,  
ChaoWai St. ChaoYang District,  
Beijing 100020, China  
Tel. 86-136-0102-9441  
Homepage: www.xiongjin.cn

● 말레이시아 법인

Wisma UOA NO. 19  
Jalan Pinang, 50450 Kuala Lumpur  
Tel. 60-3-2059-0123  
Homepage: www.coway.com.my

● 일본법인

13F, Shinjuku NS Bldg 2-4-1,  
Nishi-Shinjuku, Shinjuku-ku,  
Tokyo, Japan(163-0813)  
Tel. 81-3-3342-3771  
Homepage: www.coway.co.jp

● 물류기지(네덜란드)

Tupolevlaan 48,  
1119 NZ Schiphol-Rijk,  
The Netherlands  
Tel. 82-2-2172-3958

● 홍콩지사

Unit A1A, 7F, Kaiser Estate Phase 1,  
No.41 Man Yue Street, Hung Hom,  
Kowloon, HongKong  
Tel. 852-2334-5660  
Fax. 852-2334-5669

● 본사

Naewei Bldg., 6 Euljiro 2ga,  
Jung Gu, 100-844, Korea  
Tel. 82-2-2172-3969  
Homepage: www.coway.com

【 주요 제품 】

웅진코웨이의 제품은 시장점유율, 고객만족도, 브랜드 인지도 등 여러 측면에서 국내 최고의 위치를 점하고 있습니다. 4개의 주력 제품군인 정수기, 비데, 공기청정기, 연수기를 중심으로 성장해 온 웅진코웨이는 2004년 시스템키친 사업에 진출한 데 이어 2007년 음식물 처리기 사업에 본격 진출함으로써 안정 성장을 위한 제품 포트폴리오를 구축하였습니다.



● 코웨이(Coway) 정수기



● 룰루(LooLoo) 비데 / 연수기



● 케어스(Cairs) 공기 청정기



● 뷔셀(Büssel)



● 클리베(Clive) 음식물처리기

## ETHICS MANAGEMENT

### 윤리경영



● ○ ○

윤리경영은 웅진그룹의 경영 전반에서 가장 중요하게 생각하는 요소입니다. 웅진그룹이 사회적 비리에 한번도 연루되지 않았던 것도 공정하고 투명한 경영을 기업의 제 1원칙으로 지켜왔기 때문입니다. 웅진코웨이는 그룹의 이러한 방침을 모범적으로 실천함으로써 더욱 투명하고 깨끗한 기업을 만들어 나갈 것입니다

### 【 윤리경영의 발자취 】

윤리경영이란 기업이 단기적인 이익보다는 이해관계자들이 기업에 요구하는 윤리와 정도를 바탕으로 장기적인 이익을 추구하는 경영활동을 의미합니다. 웅진그룹은 윤리경영의 중요성을 일찍이 인식하고, 2003년 '웅진윤리규정'을 제정하는 등 다양한 윤리경영 활동을 전개해 나가고 있습니다.

### ▼ 윤리경영 연혁 ▼

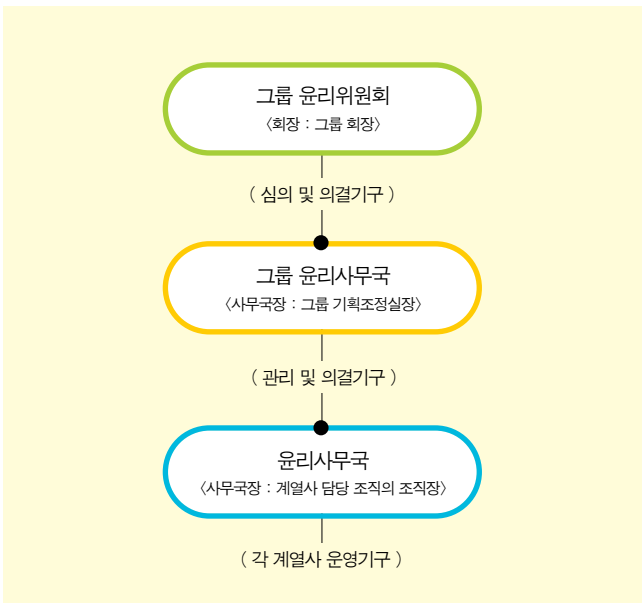
2003.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 웅진윤리규정 제정 임직원 윤리실천강령, 윤리규범, 윤리실천지침 제정</li> <li>● 윤리경영실천조직 신설 그룹 윤리사무국 및 계열사 윤리사무국 설치 및 운영</li> </ul>
2003.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 윤리정보센터 운영 웅진그룹 온라인 제보 시스템 (audit.woongjin.com) 구축 및 운영</li> <li>● 온라인 교육 시스템 구축 윤리경영 사이버 교육 콘텐츠 개발 2004년 이후 전 임직원 대상 사이버 교육 실시</li> </ul>
2005.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 윤리경영 자기점검 제도 실시 윤리경영 실천력 제고를 위해 6개월간 실시</li> </ul>
2006.06	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 윤리실천지침 제정 및 개정 조직개편, 업무변경 등 경영환경 변화에 따라 제·개정</li> <li>● 협력사 윤리경영 전파 웅진코웨이 협력사 대상 윤리경영 동참 유도</li> </ul>
2006.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 윤리경영 가이드 발송 임직원 대상 윤리경영 관련 제규범과 윤리경영 운영에 관련된 내용 발송</li> </ul>
2007.03	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 문책양정기준 수립 계열사별 기준을 통합, 강화</li> </ul>



【 윤리경영 실천 조직 】

웅진그룹은 윤리경영을 체계적으로 추진하기 위해 그룹 윤리사무국과 계열사별 윤리사무국을 두어 회계의 투명성은 물론 인사, 구매 등 경영 전반에 걸친 투명성을 확보해 나가고 있습니다.

심의·의결기구로 그룹 윤리위원회, 관리·의결기구로 그룹 윤리사무국을 두고 있으며, 각 계열사별로 윤리사무국을 운영하여 그룹 및 전 계열사 차원의 윤리경영활동을 수행하고 있습니다.



【 윤리규정 】

웅진그룹의 윤리규정은 크게 임직원 윤리실천강령, 윤리규범, 윤리실천지침 3가지로 구성되어 있습니다. 임직원 윤리실천강령은 웅진그룹이 윤리규범을 준수함으로써 국민의 신뢰를 받을 수 있도록 전 임직원이 적극 동참한다는 약속이며, 윤리규범은 이해관계자와 공동의 이익을 추구하기 위하여 모든 임직원이 지켜야 할 올바른 행동과 가치 판단의 기준이고, 윤리실천지침은 윤리규범의 구체적인 실천지침입니다.

● 임직원 윤리실천강령

윤리경영 실천 약속 및 다짐  
5개항목으로 구성

● 윤리규범

행동과 가치 판단 기준  
6장 및 부칙으로 구성  
제 1장 : 고객에 대한 책임과 의무  
제 2장 : 공정한 경쟁  
제 3장 : 공정한 거래  
제 4장 : 임직원의 기본윤리  
제 5장 : 웅진 식구에 대한 책임  
제 6장 : 국가와 사회에 대한 책임

● 윤리실천지침

윤리규범의 실천지침  
6장 및 부칙으로 구성  
제 1장 : 목적  
제 2장 : 용어의 정의  
제 3장 : 금품 관련 기준(금전 및 선물)  
제 4장 : 향응·접대 관련 기준  
제 5장 : 편의제공 및 직무·직위를 통한 부정행위 기준  
제 6장 : 벌칙




● 윤리제보센터

【 윤리제보 】

투명경영을 해치는 경우가 발생했을 때 임직원, 협력사, 고객 등이 이를 제보할 수 있도록 윤리제보센터를 운영하고 있으며, 웅진코웨이는 제보자와 제보내용에 대한 비밀을 보장하고 있습니다.

▼ 제보 유형 ▼

- 


**변칙 영업 행위**  
 • 회사의 제 규정에 의거한 정상적인 영업행위에 어긋난 행위 등

---

- 


**제도 개선 제안**  
 • 회사의 불합리한 규정 및 제도의 개선

---

- 

**부정 행위**  
 • 임직원의 유용 및 횡령  
 • 부당한 업무처리  
 • 이해관계자에게 금품 및 향응·접대의 수취 및 요구나 제공  
 • 기타 윤리규범 및 실천 규칙에 어긋나는 사항

---

- 

**모범 및 미담 사례**  
 • 임직원의 모범행위 및 미담

【 윤리경영 추진 활동 】

협력업체 만족도 조사

협력업체 대상으로 업체 선정 과정에서 계약 및 지출과 관련한 만족 수준을 파악하기 위해 2007년 3월 19일부터 3월 23일까지 만족도 조사를 실시하였습니다. 웅진코웨이는 매년 만족도 조사를 통해 협력업체의 불만족 요인을 파악하고 이를 보완하는 등 협력업체와의 상생을 위한 노력을 지속하고 있습니다.

나의 윤리점검 화면 구축

2007년 3월 회사의 내부메일(웅진넷)에 '나의 윤리점검'이라는 문구의 배너를 제작하여 임직원 스스로 윤리의식을 점검할 수 있도록 하였습니다.

협력사 윤리경영 전파

2007년 설과 추석을 앞두고 협력사에 '명절 선물 안 주고 안 받기' 협조 안내문과 공문을 발송하여 부정부패의 소지를 미연에 차단하는 한편, 협력업체도 윤리경영에 동참할 수 있도록 하였습니다.





### 문책양정기준 수립

웅진그룹은 2007년 3월 1일에 수립된 문책양정기준에 의해 부정 및 비리행위에 대한 새로운 징계 규정을 마련, 시행에 들어갔습니다. 이전에 계열사별로 실시되던 기준을 통합·강화한 이 기준은 부정 및 비리 사전 예방, 부정·비리행위자의 문책수위 공정성 제고, 윤리경영 정착, 그리고 회사 자산 및 인적 자원 보호를 목적으로 하고 있습니다.

### 성희롱 예방 가이드 공지

임직원의 업무 수행에 있어 윤리적 판단과 실천에 도움을 주고자 2007년 5월 성희롱 예방 관련 법규 및 판단기준 등을 웅진넷에 게재하여 성희롱 예방에 대한 인식을 재정립하는 계기를 마련하였습니다.

### 사원증에 윤리경영 문구 삽입

2007년 5월 사원증에 “웅진코웨이(주) 임직원 일동은 부정 및 부패 행위를 근절하여 투명 경영에 동참합니다.”라는 문구를 삽입하여 윤리 경영 정신을 고취하였습니다.



## SUSTAINABILITY MANAGEMENT SYSTEM

지속가능경영 체계



웅진코웨이는 차별화된 기술과 생각에 기반을 둔 가치창조 경영을 통해 이해관계자의 가치를 향상시키는 한편, 글로벌 기업으로의 성장을 추구하고 있습니다. 또한 경영정신인 '또또사랑'에서 잘 나타나 있듯이 회사와 인류의 지속가능한 발전을 위한 활동도 활발히 펼쳐 나가고 있습니다.

### 【 경영정신 - 또또사랑 】

웅진코웨이의 핵심 경영정신은 '사랑'입니다. 맑은 물, 맑은 세상, 맑은 사람'을 꿈꾸는 웅진코웨이는 작게는 조직 구성원 개개인에 대한 사랑, 크게는 고객을 비롯한 이해관계자와 지구를 사랑하는 정신으로 기업을 이끌어 가고 있습니다. 이러한 정신이 바로 '또또사랑'입니다. 웅진코웨이의 경영정신인 또또사랑은 인류의 지속가능한 발전과 이해관계자의 가치를 향상시키는 지속가능경영과 그 맥을 같이 하고 있습니다.



#### 고객에 대한 사랑

인간애를 통해 고객중심의 긍정적, 적극적 서비스를 표현함



#### 변화에 대한 사랑

새싹의 성장은 변화로부터 비롯된다는 의미로 변화를 통해 성장을 모색하는 경영정신을 표현함



#### 사회에 대한 사랑

손으로 감싼다, 포용한다'는 의미로 사회에 대한 포용력 있는 사랑을 표현함



#### 일에 대한 사랑

높은 목표와 의지를 갖고 업(業)의 핵심을 보며 적극적인 자세로 신바람나게 일하는 사람을 표현함



#### 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 표현함



【 지속가능경영 추진 】

웅진코웨이는 2005년 이후 각 부문의 고유 영역에서 지속가능성 이슈를 찾아내어 실질적인 지속가능경영 활동이 추진될 수 있도록 전사적 노력을 경주하고 있습니다. 이미 두 번의 지속가능성보고서를 발간하여 지속가능경영 활동 및 성과를 다양한 이해관계자에게 알리는 한편, 의견 수렴을 통해 더 나은 지속가능경영 활동을 위한 기반을 구축해 온 웅진코웨이는 지속가능경영 성과를 높일 수 있도록 관련 조직과 시스템을 체계화해 나갈 예정입니다.

【 리스크 매니지먼트 】

웅진코웨이는 경영 전반에서 발생할 수 있는 리스크를 종합적이고 체계적으로 관리하여 재무적 안정성 제고는 물론, 환경 리스크 등 비재무적 리스크 방지도 최선을 다하고 있습니다. 전담조직인 위기관리 위원회는 리스크의 종합적인 분석과 대응전략을 수립하고 전사적인 리스크를 측정하며, 리스크 관련규정과 시스템 개선 등의 업무를 수행하고 있습니다. 업무부서는 리스크 관리의 실질적인 담당부서로서 규정과 절차에 따라 업무를 수행하고 있습니다.

【 웅진코웨이의 약속 】



‘웅진코웨이의 약속’은 지속가능성을 담보하기 위한 것으로 매년 경영목표와 전략을 추진하는 데 중요한 공유가치로 자리잡고 있습니다. 2007년 ‘혁신, 그 신나는 축제’를 바탕으로 지속가능경영을 실천해 온 웅진코웨이는 2008년 혁신을 기반으로 한 성장과

수익 창출을 의미하는 ‘Happy Growth 2008 Coway’를 캐치프레이즈로 회사는 물론 이해관계자의 가치 향상과 인류의 지속가능한 발전을 위해 최선의 노력을 경주할 것입니다.



2003 Re-New



2004 New Start



2005 Jump Up



2006 Dynamic Coway



2007 혁신, 그 신나는 축제

## 2007 SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS

지속가능경영 하이라이트



### 【 환경보전 】

#### 유럽 RoHS 국제공인 시험기관 지정

웅진코웨이는 생활환경가전 업계 최초로 유럽연합(EU) 공식 인증 기관인 독일 '티유브이 슈드(TUV SUD)'로부터 유해물질 사용제한 지침(RoHS)에 대한 국제공인 시험기관으로 지정되었습니다. 이 인증으로 웅진코웨이는 제품 유해물질 분석 능력을 세계적으로 인정받았을 뿐만 아니라, 환경규제가 강화되는 세계 시장에서의 친환경 경쟁력 강화로 글로벌 경쟁력도 확보했습니다.

### 【 경영활동 】

#### 2007 고객감동 경영대상

웅진코웨이는 2008년 1월 10일 한국경제신문사가 주최하고 호워스 총정권설팅이 주관한 '2007 고객감동 경영대상'에서 정수기와 비데 부문 대상을 각각 수상하였습니다. 이 상은 고객감동 경영을 성공적으로

실천함으로써 국가 및 기업 경쟁력 제고에 일익을 담당하는 데 기여한 기업에 수여되는 상입니다.

#### 2007 대한민국 기술혁신 경영대상

웅진코웨이는 한국경제신문사와 열린경영연구원 등에서 주관하는 '2007 대한민국 기술혁신경영대상' 생활가전 부문에서 대상을 수상하였습니다. 본 상은 기업 비전과 기술·경영 성과 등을 종합적으로 평가하여 수여되며, 웅진코웨이는 사무실이나 대형 평형의 가정에서 사용할 수 있는 대용량 맞춤형 공기청정기를 개발한 점에서 높은 평가를 받았습니다.

#### 대한민국 디자인대상 대통령상 수상

웅진코웨이는 '2007 대한민국 디자인대상' 시상식에서 대상인 대통령상을 수상하였습니다. 산업자원부가 주최하고 한국디자인진흥원이 주관하는 국내 최고 권위의 디자인 상을 수상함으로써 웅진코웨이는 세계 3대 디자인 상인 독일 iF와 레드닷 디자인 어워드 수상에 이어 디자인 부문의 역량을 다시 한번 인정 받게 되었습니다.



- 2007 고객감동 경영대상 수상
- 2007 대한민국 기술혁신 경영대상 수상
- 미국법인 출범
- 대한민국 디자인대상 대통령상 수상
- 2007 한국사회공헌대상 수상
- 지속가능경영 대상 수상

**미국법인 출범**

웅진코웨이는 2007년 5월 4일 미국 로스앤젤레스 월셔 그랜드호텔에서 미국법인 오픈 기념식을 가졌습니다. 기념식에는 윤석금 웅진그룹 회장, 홍준기 웅진코웨이 대표 등 내부관계자를 비롯하여 캘리포니아 주 하원 의원, 언론관계자 등 총 300여 명이 참석한 가운데 성황리에 치뤄졌습니다.

이와 함께 웅진코웨이는 5월 8일부터 미국 라스베이거스 컨벤션센터에서 열린 K/BIS(Kitchen and Bath Industry Show)에 참가, 1차 미주 시장 출시제품 및 출시예정 제품을 전시하여 관계자들의 큰 관심을 모았습니다. 웅진코웨이는 앞으로 현지 맞춤형 제품과 판매방식 개발, 차별화된 서비스 도입으로 미국 시장점유율 확대에 주력할 것이며, 이를 통해 글로벌 생활환경기업으로 도약할 계획입니다.

**【 사회공헌 】**

**2007 한국사회공헌대상**

웅진코웨이는 7월 20일 한국언론인포럼이 주최하고 보건복지부, 산업자원부, 노동부가 후원하는 2007 한국사회공헌대상에서 국민복지지원 부문 대상을 수상하였습니다. 이번 수상은 전 임직원의 유구천 가꾸기 활동과 CEO의 사회공헌활동 숭선수범이 좋은 평가를 받은 데 따른 것입니다.

**지속가능경영 대상**

웅진코웨이는 한국경제신문사가 주최하고 재정경제부, 보건복지부, 환경부가 후원하는 '2007 대한민국 지속가능경영 대상' 시상식에서 보건복지부장관상을 수상하였습니다. 12월 5일 열린 이번 시상식에서 웅진코웨이는 사회공헌 제조부문의 대표기업으로 본 상을 받았습니다.



하늘을 나는 28살,  
가슴이 뛰니다  
홍보팀 강윤구 사원

여정의 28살,  
가슴이 뛰니다  
경영기획팀 민영주 사원

## WOONGJIN COWAY & STAKEHOLDERS



웅진코웨이의 오늘을 만들어 준 고객, 주주, 협력사, 지역사회 그리고 임직원, 이 모든 이해관계자들의 가치를 제고하고 함께 발전해 나가기 위해 웅진코웨이는 이해관계자의 의견을 수렴하고 이를 경영에 적극적으로 반영하고 있습니다.

## STAKEHOLDER COMMUNICATION

이해관계자 커뮤니케이션



● ○ ○

웅진코웨이는 다양한 이해관계자와의 관계 속에 경영활동을 전개해 나가고 있습니다. 이해관계자별로 중요한 커뮤니케이션 채널을 확보하여 그들의 요구와 의견을 제반 경영활동에 반영하고자 노력하고 있습니다. 앞으로 웅진코웨이는 이해관계자 커뮤니케이션을 더욱 효율적으로 수행하기 위한 운영체계를 마련해 나갈 것입니다.

### 【 커뮤니케이션 현황 】

#### ▼ 온라인 커뮤니케이션 채널 ▼

분야	주소	성격
전체	coway.co.kr	당사 대표 사이트(한글)
	coway.com	당사 대표 사이트(해외)
	sheswell.com	당사 고객 사이트
	bussel.co.kr	뷔셀 사이트
	cowayhouse.com	렌탈하우스 관련 사이트
	cowayir.co.kr	IR전용 사이트(국내)
	cowayir.com	IR전용 사이트(해외)
CEO	blog.joins.com/joonkeehong	중앙일보 CEO 블로그
	ceo.coway.co.kr	대표이사 전용 사이트
법인	법인별 사이트	법인 전용 사이트

※이 밖에도 코드 전용 사이트 등 임직원 전용 사이트를 운영하고 있음

#### 고객

렌탈 마케팅으로 대변되는 웅진코웨이의 대 고객 관계는 고객의 입장을 이해하고 고객의 요구에 신속하게 대응할 때만 유지될 수 있습니다. 따라서 웅진코웨이는 제품의 개발부터 판매, A/S 등 전 과정에 걸쳐 고객 중심으로 생각하고 있으며 고객 접점 서비스 강화를 위해 코드에 대한 교육에 만전을 기하고 있습니다.

- 고객의 건강과 삶의 질을 높일 수 있는 제품만을 생산, 판매합니다.
- PL(Product Liability)법에 의거, 고객에 대한 책임을 다합니다.

#### 주주/투자자

주주가치제고를 위해 웅진코웨이는 분기별 경영실적 발표 및 회계연도 종료 후 주주총회를 통해 주주에게 회사의 경영현황을 보고하는 한편, 의사결정을 요하는 사항에 대한 정보를 제공하고 주주로부터 의견을 직접 청취하고 있습니다. 주주와 투자자를 위해 전담조직인 IR팀을

두고 수시로 대 투자자 활동을 수행하고 있으며, 주주와 투자자의 이익과 관련한 주요 경영사항을 증권거래법 규정에 따라 증권선물 거래소와 회사의 IR홈페이지(www.cowayir.co.kr)를 통해 적시에 공시하고 있습니다.

- 투자자의 이익극대화를 위해 항상 노력합니다.
- 적극적인 국내외 IR활동과 공시규정 준수를 통해 경영정보를 투명하게 공개합니다.

**임직원**

기업 경쟁력의 핵심인 임직원과의 커뮤니케이션은 회사 구성원의 직장 내 만족도 향상과 업무 효율성을 높이는 데 매우 중요한 요소입니다. 웅진코웨이는 인재의 중요성을 인식하고 경력관리, 고충사항 해소, 회사 정보 공유 등 다양한 활동을 전개하고 있으며, 이를 통해 직원 개인은 물론 회사의 발전을 함께 도모하고 있습니다.

- 근무만족도를 높일 수 있는 조직문화를 형성하기 위해 노력합니다.
- 끊임없는 자기계발을 통해 경쟁력을 키웁니다.

**협력업체**

웅진코웨이는 협력업체들의 성장과 경영기법의 향상을 위해 지원활동을 활발히 전개하고 있으며, 보다 친환경적이고 고객의 요구에 부응하는 제품의 생산을 위해 구매과정의 투명성과 친환경성을 높이는 데 최선을 다하고 있습니다.



● 또또서비스



● 협력업체 교육

- COP(Coway Open Plaza)제도를 통해 협력업체와 함께 더 나은 성과 창출을 위해 노력합니다.
- 매년 Partner's Day를 개최해 협력업체와 상생해 나갑니다.

**정부 및 지방자치단체**

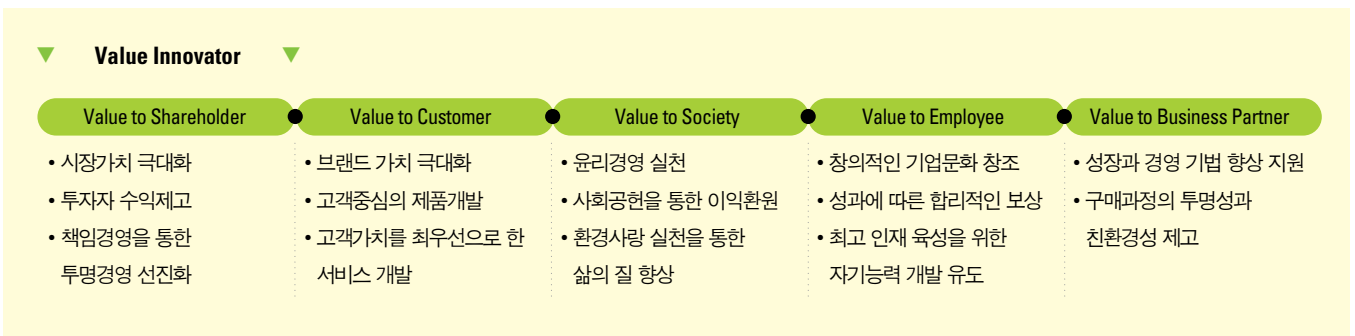
회사는 영업활동을 통한 가치창출과 납세 의무의 성실한 수행으로 정부 및 해당 지방자치단체에 대한 사회적 책무를 다하고 있습니다. 나아가 보다 책임있는 사회공헌활동의 수행을 위해 다양한 방식의 협조체제를 구축하고자 노력하고 있습니다.

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

**NGO 및 시민단체**

회사의 지속가능경영 수준을 제고하고 지역사회의 지속가능한 발전에 기여하기 위해 전국적인 영향력을 지닌 비정부기구뿐만 아니라 지역 사회에서 활동하는 다양한 시민단체와 적극적으로 의사소통 하고 있으며, 향후 이해관계자와의 커뮤니케이션 채널을 확대해 나갈 계획입니다.

- 지속가능한 성장과 발전을 위해 NGO와 동반자적 관계를 지향하고 있습니다.



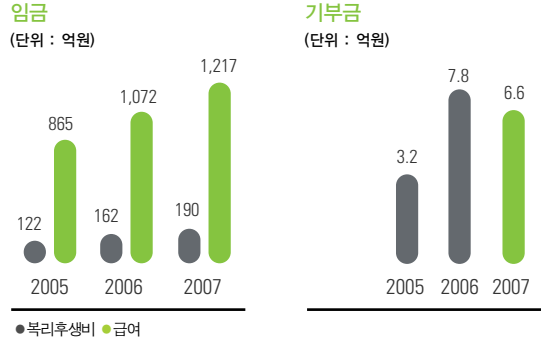
【 성과의 배분 】

웅진코웨이는 창업 이래 기업의 가치 향상을 위해 부단히 노력해 왔습니다. 창조 경영과 혁신 경영을 통하여 계속기업(going concern)으로서의 기반을 구축한 웅진코웨이는 배당, 세금 등을 통하여 주주, 국가 및 지역사회 등 이해관계자와 함께 성장하고 있습니다. 웅진코웨이는 이해관계자와 함께 가치를 증진하고, 함께 나누는 기업입니다.

배당

웅진코웨이의 2007년 현금배당금은 당기순이익의 49.9%인 580.6억 원입니다. 웅진코웨이는 주주 가치 제고를 위하여 앞으로도 배당성향을 최소 30% 이상 유지하는 일관된 배당 정책 제시로 시장 신뢰를 도모해 나갈 계획입니다.

구분	2005	2006	2007
배당률(%)	68	80	156
배당성향(%)	40.1	39.7	49.9
주당배당금(원)	340	400	780
배당금총액(억원)	244	298	581
시가배당률(%)	1.4	1.6	2.6



이자비용

2007년 부채에 대한 이자비용은 80.1억 원으로 2006년의 88.2억 원에 비해 8.1억 원 감소하였습니다. 이자수익을 고려한 순이자비용도 64.0억 원으로 전년의 69.7억 원에 비해 5.7억 원 감소하였습니다.

구분	2005	2006	2007
이자비용	67.7	88.2	80.1
이자수익	9.3	18.5	16.1
순이자비용	58.4	69.7	64.0

임금

직원에게 대한 보상은 크게 급여와 복리후생비로 구분됩니다. 2007년 웅진코웨이는 급여로 1,217억 원, 복리후생비로 190억 원 등 모두 1,407억 원을 지출하였으며, 이는 2005년 987억 원과 2006년 1,235억 원에 비해 증가한 것입니다.

기부금

웅진코웨이의 2007년 기부금은 6.6억 원으로 2005년의 3.2억 원에 비해 크게 증가하였으나 2006년의 7.8억 원에 비해서는 감소하였습니다.

세금

웅진코웨이는 세금 납부를 통해 국가와 지역사회에 기여하고 있습니다. 2007년 웅진코웨이의 납부세액은 법인세 392억 원을 포함해 국세 1,368억 원, 지방세 21억 원 등 모두 1,760억 원으로 국가 및 지방자치 정부에 납부하였습니다.



## CUSTOMERS

### 고객

#### 【 고객에 대한 책임과 의무 】

웅진코웨이는 윤리규범에 고객에 대한 책임과 의무를 규정, 고객을 진정한 사업기반으로 인식하고 고객 가치를 향상시키는 활동을 통해 고객의 신뢰를 확보하고자 최선을 다하고 있습니다.

#### 【 고객불만 예방 경영시스템(CCMS) 】

웅진코웨이는 고객피해 예방과 개선활동을 지속적으로 수행하기 위하여 제품 및 서비스 제공과 관련하여 고객이 제기한 불만에 대한 자발적인 관심과 책무를 명확히 한 고객불만 예방 경영시스템(CCMS: Customer Complaints Management System)을 구축, 운영하고 있습니다. 고객불만 예방활동은 크게 7가지 범주를 기준으로 이루어지고 있습니다.

##### 고객불만 예방활동 7가지 범주

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



CCMS 인증 마크

웅진코웨이의 고객불만 예방활동은 2007년 7월 공정거래위원회로부터 '제1회 CCMS인증 우수기업'으로 선정되는 등 외부에서도 인정을 받고 있습니다. 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 우수기업'으로의 지위를 주는 제도입니다.



경영정신인 '또또사랑'에서 밝히고 있듯이 웅진코웨이는 고객중심의 제품개발과 고객가치를 최우선으로 하는 서비스 개발을 위해 최선을 다하고 있습니다. 또한 고객 안전 및 정보보호를 위한 제반 장치를 마련, 운영함으로써 고객을 위한 책임활동을 활발하게 전개하고 있습니다.

### 제 1장 고객에 대한 책임과 의무

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

#### 1. 고객존중

고객의 의견에 항상 귀를 기울이고, 고객의 진정한 요구는 항상 옳다고 생각하며, 고객만족을 모든 판단 및 행동의 최우선 기준으로 삼는다.

#### 2. 고객에 대한 가치의 제공

- ① 고객에게 진실만을 말하며 고객과의 약속은 반드시 지킨다.
- ② 최고품질의 상품과 서비스를 제공하며 고객의 정당한 요구에는 신속 정확하게 응답한다.





● CCMS 인증 수여식

이번 인증은 공정거래위원회가 최초로 민간기업의 소비자 불만관리 프로세스에 대한 평가를 실시해 우수기업을 선정, 발표한 것으로 웅진코웨이가 업계를 대표하는 서비스 우수기업, 최고의 고객만족경영 기업임을 인정받은 것입니다.

웅진코웨이는 CCMS 도입 및 우수기업 인증을 계기로 고객만족과 소비자 불만제료를 위한 대대적인 시스템 혁신을 시작하였습니다.

우선 불만고객 응대 프로세스를 획기적으로 단축하기 위해 고객센터 ARS 상에 클레임 전담번호를 신설하고, 클레임 처리단계를 기존의 3~4단계에서 1단계로 단축했습니다. 또 불만접수에서부터 해결에 이르는 전 과정을 담당자 1명이 전담, 고객의 불만을 빠르게 처리하여 고객불만이 가중되는 상황을 차단하였습니다. 한편 고객센터 외에 영업현장의 클레임 처리권한을 대폭 확대해 고객센터까지 불만이 접수되기 전, 현장에서 빠르게 해결될 수 있도록 하였습니다.

이 밖에도 또또서비스(제품서비스 관리자인 코디를 통한 렌탈/일시불 제품의 정기점검 및 필터교환)를 100% 전산화해 서비스의 수준과 질을 역추적하고 모니터링 할 수 있게 하였고, 최근 2-3년 간 고객불만 사항으로 지적되어 온 문제점을 전사적으로 취합해 이에 대한 근원적인 예방 시스템을 구축하였습니다.

한편 2008년 1월 웅진코웨이와 기업소비자전문가협회(OCAP)는 웅진코웨이 본사에서 '제1회 CCMS 체험스쿨'을 열었습니다. 8개 대학교 소비자학과 대학생 40명이 참가한 CCMS 체험스쿨은 CCMS의 개념 및 주요 취지에 대한 이해를 증진시키는데 목적을 두고 진행되었습니다.



● 제1회 CCMS 체험스쿨

INTERVIEW

CCMS 체험스쿨 체험기  
인제대학교 가족소비자학과 | 정지훈

이번 교육은 단순히 CCMS에 대한 지식을 제공하는 것이 아니라 게임과 과제 토의/발표를 통해 학생들을 참여하게 함으로써 CCMS를 직접 느낄 수 있게 하였다. 처음에는 서먹했지만 교육과정에서 서로의 의견을 발표하고 공감하면서 참여자 모두가 적극적이고 열정적으로 바뀌었다. 특히 마지막 과제였던 콜센터 및 불만해결시스템 해결방안에 대해 발표할 때 참여자의 기발한 아이디어와 화려한 언변은 나를 놀라게 했다. 비록 주어진 시간은 짧았지만 시간 안에 시스템의 문제점을 분석하고 대안들을 제시하고 발표하면서 소비자의 입장에서 소비자가 무엇에 불만을 가지고 있는지 다시 한번 생각해 보는 시간이 되었다. 그리고 한편으로는 웅진코웨이의 CCMS 진행상황과 그에 대해 어떤 입장을 가지고 있는지 교육을 받으면서 기업의 시각에서 CCMS를 이해 할 수 있었다. CCMS에서 가장 중요한 것은 신속성과 정확성 그리고 소비자와의 원활한 피드백 활동이다. 이를 위해서 기업은 소비자와 의사소통 할 수 있는 다양한 채널을 구축할 수 있는 방법을 강구하고 소비자 문제를 신속하고 정확하게 처리하여 소비자의 사소한 불만이 기업의 이미지까지 손상시키는 일이 발생하는 것을 최소화하는 것이 필요하다. 그리고 'CCMS 인증 획득'이라는 문패만 달지 말고 실질적으로 소비자의 권리에 힘을 실어줘야 할 것이다.



## 【 고객책임 활동 】

### 제품 책임

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

### 고객정보보호

웅진코웨이는 개인정보가 분실, 도난, 누출, 변조, 훼손되지 않도록 하기 위하여 최선을 다하고 있습니다. 온라인 상 고객 개인정보는 비밀번호에 의해 철저히 보호되고 있습니다. 또한 해킹이나 컴퓨터 바이러스 등에 의해 개인정보가 유출되거나 훼손되는 것을 막기 위해 시스템을 철저히 관리하고 있습니다. 개인정보의 훼손에 대비해서 자료를 수시로 백업하고, 최신 백신프로그램을 이용하여 사용자들의 개인정보나 자료가 누출되거나 손상되지 않도록 방지하고 있으며, 암호 알고리즘 등을 통하여 네트워크상에서 개인정보를 안전하게 전송할 수 있도록 하고 있습니다. 이 밖에 침입차단시스템을 이용하여 외부로부터의 무단 접근을 통제하고 있습니다. 한편 웅진코웨이는 고객 개인정보 취급을 담당자에게 한정시키고 개인정보보호의 중요성에 대한 인식 제고를 위해 담당자에 대한 수시 교육을 실시하고 있습니다.





● 2007 디자인 수상 내역



● 디자인팀

【 고객지향 활동 】

마케팅

웅진코웨이는 고객이 보다 편리하게 제품과 서비스를 경험할 수 있도록 2005년 10월 렌탈하우스 1호점을 오픈하였습니다. 렌탈하우스란 고객이 직접 제품을 경험하고 구매할 수 있는 웅진코웨이 렌탈 전문 매장입니다. 당사는 2005년 30개, 2006년 84개이던 렌탈하우스를 2007년 118개로 늘려 고객의 접근 용이성과 편의성을 제고하였습니다.

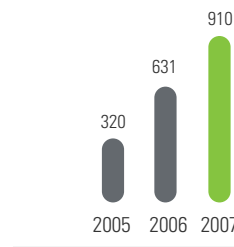
렌탈하우스에서 고객은 기존에 코디로부터 받은 전단지나 광고를 통해 간접적으로만 알았던 웅진코웨이의 모든 제품을 직접 보고 경험함으로써 보다 상세한 정보를 얻을 수 있습니다. 렌탈하우스는 고객의 접근성을 용이하게 하기 위하여 교통, 주거지역 등을 고려하여 위치하고 있습니다.

한편 렌탈하우스 외에도 가까운 곳에서 웅진코웨이 제품을 구매할 수 있도록 판매채널을 확대하였습니다. 2007년 4월 이마트에 입점하기 시작하여 2007년 말까지 51개점 입점을 완료하였으며, 이어 하이마트 250개점에서 웅진코웨이 제품을 만날 수 있게 되었습니다. 이와 함께 웅진코웨이는 새로운 판매채널 활성화를 위해 이마트 전용제품(정수기 3종, 청정기 1종), 하이마트 전용제품(청정기 1종, 비데 1종)을 출시하였습니다.

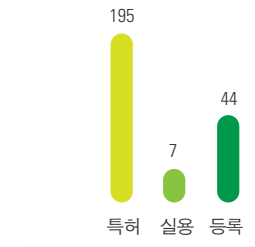
디자인

디자인은 웅진코웨이가 특별히 강조하는 부분 중 하나입니다. 웅진코웨이는 '디자인이야말로 기술력의 집약적인 발현' 이라고 보고, 기능 및 디자인 부문에서 소비자 편익 향상을 위해 노력하고 있습니다. '슬림(Slim) & 프리미엄(Premium) 디자인' 을 실현하기 위해 디자인 전시회나 제안전 등을 열고, 디자인 전문가 평가단을 운영하며, 선행 디자인을 연구하고 정보를 공유하기 위해 글로벌 네트워크를 구축하는 등 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

R&D 투자 추이  
(단위 : 억원)



2007년 특허현황  
(단위 : 건)



그 결과 세계 3대 Design Award인 독일 iF와 레드닷 디자인상 (reddot design award)을 국내 환경가전업체 최초로 수상하였으며, 2007 디자인대상 대통령상을 수상하는 등 디자인 역량을 국내외에서 인정 받았습니다.

R&D

웅진코웨이의 R&D 혁신은 회사의 이익보다는 고객 중심의 편리성을 제고하는 데 초점을 맞추고 있습니다. 다시 말해 연구개발이 생산비용 절감이라는 측면보다는 소비자의 필요를 철저히 파악하고 그것에 따라 제품을 개발하는 소비자 중심 시스템에 기반하고 있습니다. 2007년 말 현재 웅진코웨이의 연구소에는 모두 250여명의 연구인력이 연구개발에 전념하고 있으며, 이 가운데 박사과 석사는 각각 18명, 84명입니다. 지난 해 웅진코웨이는 모두 195건의 특허를 출원하였고, 44건을 등록하였습니다.

2008년 2월 웅진코웨이는 서울대학교 연구단지 내에 최첨단 연구설비를 갖춘 '웅진코웨이 R&D센터'를 완공함으로써 국내 최대규모의 생활환경가전 종합 연구소를 확보하였습니다. 서울대학교 연구단지 내 연구시설로는 최대 규모인 580억원이 투자된 R&D센터의 완공으로 우수 인재의 조기 선점이 가능해졌고, 또한 서울과 인천, 충남 공주 등에 분산되어 있던 R&D 공간과 연구인력을 하나로 통합함으로써 효율적이고 집중적인 연구가 가능하게 되었습니다. 20년 후 소유권이 서울대학교로 이전되는 R&D센터는 산학협동의 대표적 사례로 평가되고 있습니다. 또한 15년간 매년 5억원씩 총 75억원의 장학금을 지원하기로 하였습니다.

고객서비스

웅진코웨이는 정수기를 사용하는 고객에게 수질검사 서비스를 제공하고 있습니다. 웅진코웨이 수질분석센터에서는 고객이 요청할 경우 10개 항목(탁도, 납, 카드뮴, 알루미늄, 철, 아연, 비소, 셀레늄, 구리, 망간)에 대하여 연 1회 수질검사를 무료로 실시하고 있습니다.



● 웁진코웨이 R&D센터 전경

**웁진코웨이 R&D센터 개요**

- 위치 : 서울시 관악구 봉천 7동 산 4-1 서울대연구공원 내
- 대지 면적 : 4,164.6㎡ (약 1,259.8평)
- 규모 : 지하 2층, 지상 6층
- 연면적 : 12,208㎡ (3,693평)

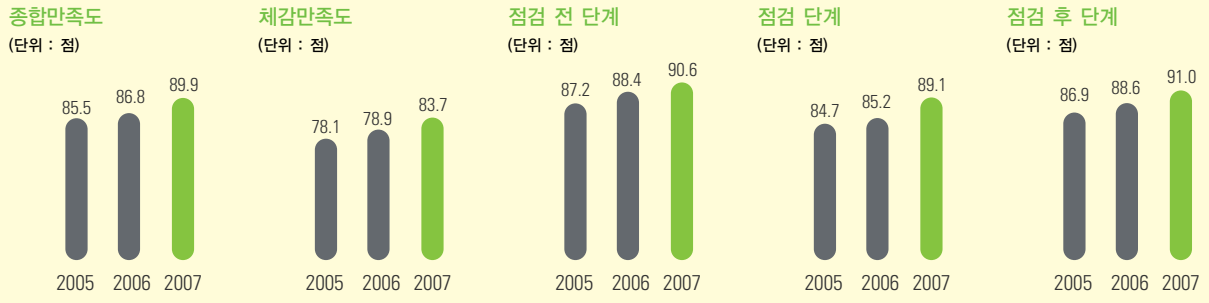
**고객 만족도**

웁진코웨이는 분기별로 고객만족도 조사를 실시하고 있습니다. 조사 결과는 팀장 이상의 직급을 대상으로 하는 보고회를 통해 상세히 전달되며 유관부서의 요청 시 그 결과를 공유합니다. 회사는 세부적인 분석 결과에 따라 개선이 필요한 사항을 파악하고, 특히 고객 접점의 코디의 역량을 향상시키기 위한 기초 자료로 만족도 조사를 활용하고 있습니다.

웁진코웨이는 한국리서처에 의뢰, 2007년 8월 1일부터 30일까지 전국적으로 자사 고객 9,630명, 타사 고객 1,030명 등 모두 10,660명을 대상으로 고객만족도 조사를 실시하였습니다. 종합 만족도는 2005년 이후 꾸준히 상승하고 있으며, 경쟁사와의 만족도 차이도 지속적으로 벌어지고 있습니다.

● **종합만족도 89.9 - 2005년 이후 상승 지속**

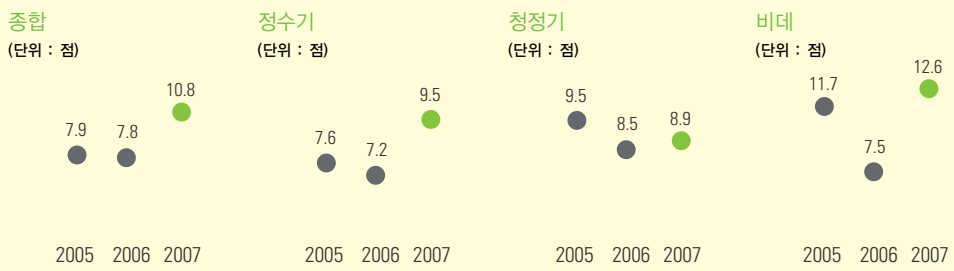
- 종합 만족도는 89.9점으로 점검단계의 만족도가 크게 개선된 것이 가장 큰 요인
- 체감 만족도 또한 83.7점으로 2006년의 78.9점 대비 크게 향상됨



**만족도 격차 추이**

● **종합 만족도는 2006년 7.8점 차이보다 확대된 10.8점**

- 고객의 제품에 대한 점검을 실시하는 단계를 점검 단계로 하여 그 이전은 점검 전 단계, 이후는 점검 후 단계임
- 비데의 격차가 가장 두드러짐



## EMPLOYEES

### 임직원



### ● ○ ○

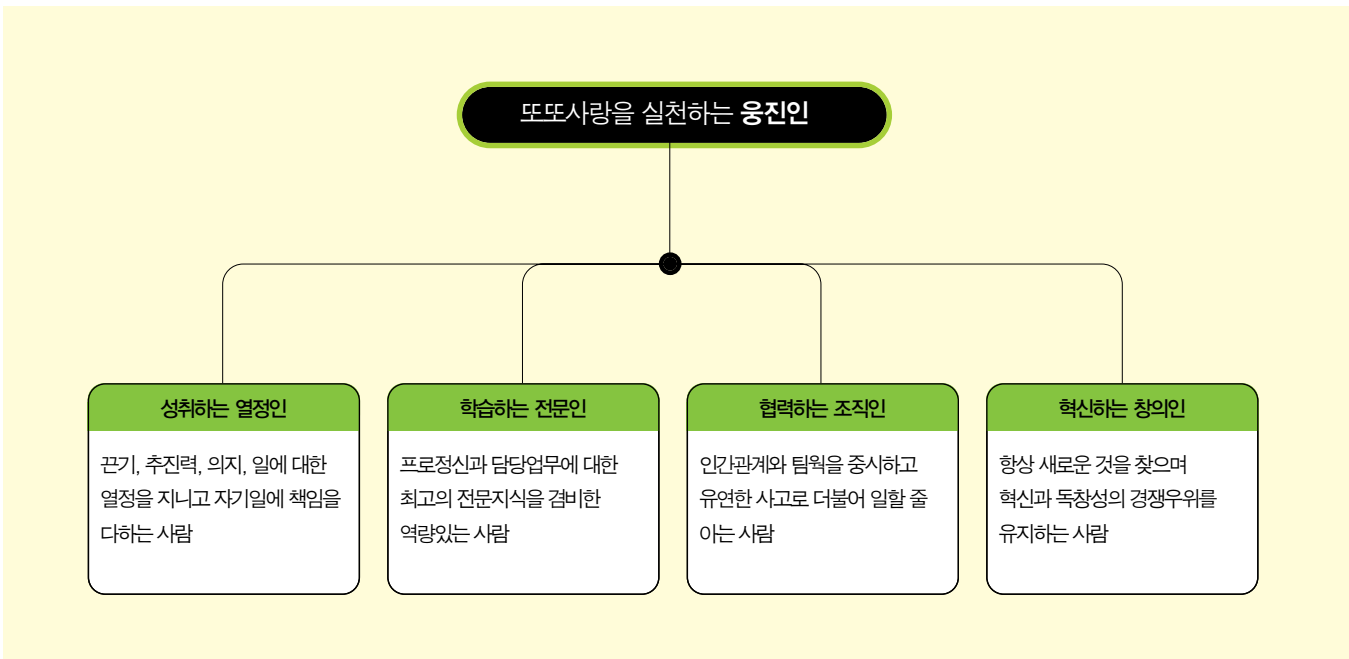
웅진코웨이는 인재의 중요성을 인식, 평가·보상·양성 등 모든 측면에서 체계적인 시스템을 갖추고 다양한 프로그램을 시행하고 있습니다. 또한 임직원의 삶의 질 향상을 위한 복리후생 프로그램 운영과 신나게 일할 수 있는 기업문화 조성을 통해 임직원의 만족도를 높여가고 있습니다.

### 【 인사 방침 】

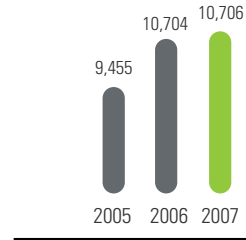
웅진코웨이는 윤리규범에서 임직원의 회사에 대한 책임(제4장 임직원의 기본윤리)과 회사의 임직원에 대한 책임(제5장 웅진식구에 대한 책임)을 규정하고 있습니다. 임직원의 회사에 대한 책임은 회사가 규정한 인재상과 그 맥을 같이 한다고 할 수 있습니다.

### 인재상

웅진코웨이가 필요로 하는 사람은 전문지식을 보유하고 창의적인 사고, 끈기, 추진력, 의지, 일에 대한 열정을 가지고 있으며, 인간관계가 좋은 사람입니다. 웅진코웨이는 또또사랑을 실천하고 능력이 있는 사람이 라면 누구에게나 공정하게 그 능력을 발휘할 수 있는 기회를 제공하고 도전할 수 있는 터전을 마련해 주고 있습니다.



코디 현황  
(단위 : 명)



**임직원에 대한 회사의 책임**

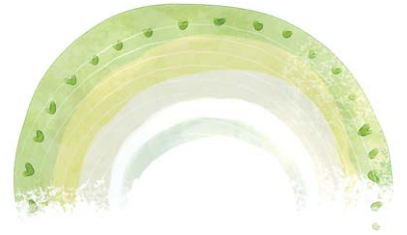
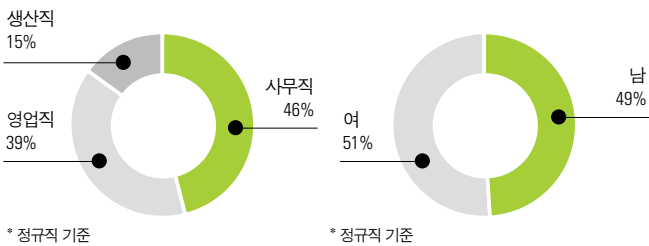
회사는 임직원을 존중하고 능력과 업적에 따라 공정하게 대우하며, 그들의 창의성이 충분히 발휘될 수 있도록 노력하고 있습니다. 회사의 임직원에 대한 책임은 크게 다음의 4가지로 요약할 수 있습니다.

- 임직원에 대한 책임**
- 1. 인격체로 존중 2. 인재의 육성 3. 공정한 대우 4. 창의성 촉진

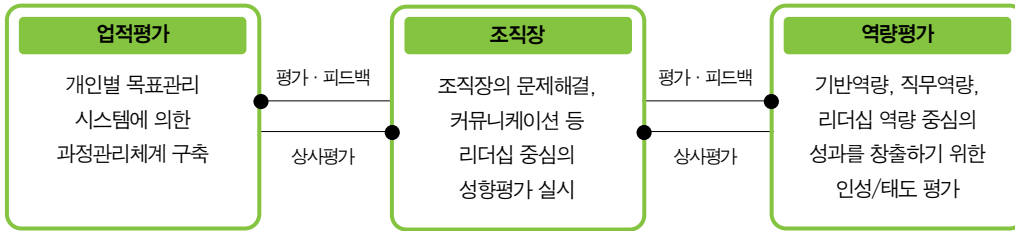
한편 웅진코웨이는 아동노동, 강제노동을 금지하고 있으며, 성에 의한 차별, 인종 차별, 종교적 신념에 의한 차별 또한 엄격히 금지하고 있습니다.

**【 인력 현황 】**

2007년 말 현재 웅진코웨이의 직원 수는 2006년 말의 1,284명에서 166명 증가한 1,450명입니다. 이 가운데 사무직은 665명, 영업직은 568명, 생산직은 217명입니다. 성별로 보면 남성 직원이 704명, 여성 직원이 746명으로 여성 직원의 비율이 더 높습니다. 한편 코디는 10,706명입니다.



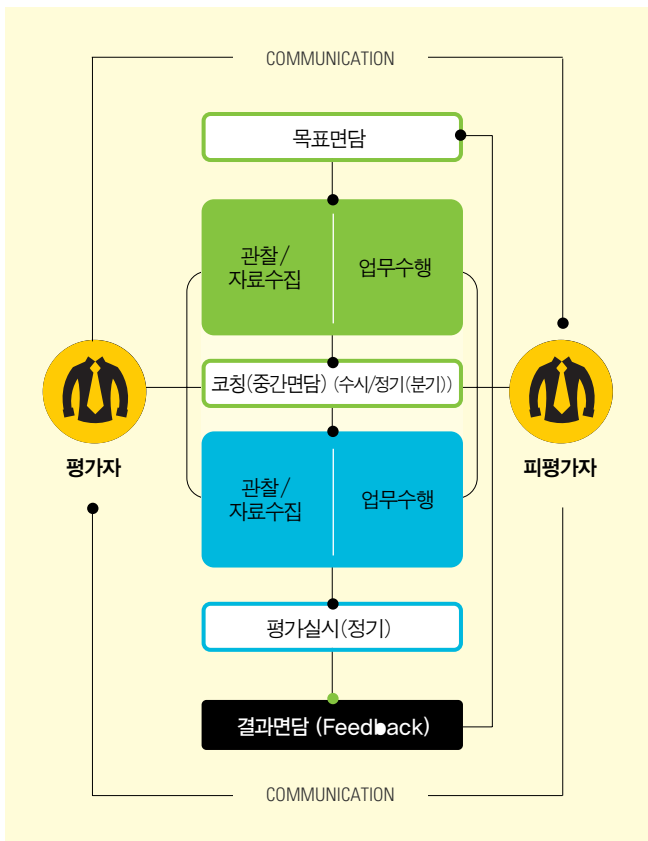
평가 방식



【 평가 】

회사는 물론 개인의 성과를 높이는 총체적인 관리시스템을 도입하여 개인별 과정관리 제도를 운영하고 있습니다. 공정하고 합리적인 평가가 이루어질 수 있도록 상시 코칭 시스템 운영을 통한 육성형 평가시스템을 지향하고 있으며, 객관적인 평가를 통해 능력 있는 직원이 지속적으로 혁신적인 성과를 달성하고 스스로 역량을 개발할 수 있는 선진 평가 시스템을 운영하고 있습니다.

▼ 평가 프로세스 ▼



웅진코웨이는 조직의 핵심성과지표(KPI)와 연계한 개인별 목표관리 시스템을 운영하고 있습니다. 업적평가는 개인별 목표계획에 맞는 과정 관리체계를 운영하고 있으며, 역량평가는 기반역량, 직무역량, 리더십 역량을 중심으로 직위/직책별로 차별화하여 운영하고 있습니다. 한편 상사평가를 통해 조직장의 역량에 대한 평가를 실시하고 있습니다.

【 보상 】

웅진코웨이는 다양한 인센티브 제도를 도입하여 성과 창출에 기여한 직원들의 사기진작에 힘쓰고 있습니다. 프로젝트 인센티브 제도는 급변하는 글로벌 기업환경에 대응하기 위한 다양한 프로젝트성 직무들을 수행한 직원들 중 성과가 뛰어난 직원들에게 지급되는 인센티브 제도이며, 리텐션 인센티브 제도는 R&D분야의 핵심 연구원들 중 회사 기여도와 성과 등을 중심으로 판단하여 지속적인 근로의식과 핵심역량 개발 의욕을 고취하기 위하여 지급하는 인센티브 제도입니다.

승진 포인트제란?

성과(역량 및 업적)평가 포인트, 교육 이수 포인트 등 승진에 필요한 제반 자격을 점수화하여 일정 포인트 이상이 되면 직급별 승진년한에 관계 없이 승진심사의 대상의 자격을 주는 제도임. 이는 연공서열에 의한 승진을 지양하고 승진 평가의 중심을 개인의 능력/업적과 자기개발 노력에 두는 것임.



【 복리후생 】

웅진코웨이는 직원의 삶의 질 향상을 통해 회사에서 최고의 성과를 낼 수 있도록 다양한 복리후생 프로그램을 운영하고 있습니다. 복리후생은 크게 모든 임직원에게 해당되는 공통 복리후생과 복지카드를 통한 선택적 복리후생제도로 나뉩니다.

▼ 공통 복리후생 ▼

구분	내용
경조금 지급	본인 / 가족 결혼, 회갑 등 각종 경조사 시 경조금 및 휴가 부여(국내 최고 수준)
직원 산매	직원산매제를 통한 그룹 계열사 제품 구매 지원
학자금 지원	자녀 학자금 정액 지원
주택자금 이자지원	주택 구입 / 임차 자금 이자 지원
리프레쉬 휴가	장기 근속자에 대한 동기 부여 - 7년차 / 12년차 리프레쉬 휴가비 및 휴가 지원
블루 프린트	직무관련 자격증 취득 지원(학원비 등)
도움말 찾기	개인 전문 상담 지원 제도(건강, 스트레스, 금전 등)
출산 축하금	배우자(본인) 출산시 출산 축하금 지원
차량유지비	차장급 이상 차량유지비 지급
기타	해외연수, 포상, 기념품 지급, 종합건강검진, 생일자 상품권, 주 5일제 실시, 동호회 활동 지원 등

▼ 선택적 복리후생 ▼

구분	내용
복지카드 지급	근속년수에 따라 차별적 포인트 지급
우리사주제도	근속기간 및 직급에 따른 차등적인 우리사주 지급
자기계발	학원수강, 도서구입
문화혜택	휴양(콘도 및 레저) 및 문화공연
건강관리	의료시설 및 병원 이용, Fitness 센터 이용
기타	차량관리(주유 포함), 가족 외식 등



● 뮤지컬 동호회



● 테니스 동호회

한편 웅진코웨이는 직원들이 직장에서 즐겁게 생활할 수 있도록 동호회 활동을 적극 지원하고 있습니다. 2007년 말 현재 22개의 동호회까지 활동 중이며 동호회 회원은 모두 488명입니다.

▼ 동호회 지원 ▼

지원내역
최초 인원 10인 이상 구성
신설 확정시 20만원 지원
월 최대 100만원 지원
우수 동호회 차년도 100만원 지급





● 2008년 공채 신입사원 연수

**【 인재 양성 】**

웅진코웨이는 교육을 단순한 지식 습득 차원을 넘어 비즈니스 수행에 반드시 요구되는 스킬(Skill)로 인식하고 있습니다. 이러한 인식 하에 교육의 성과가 경영의 성과를 창출로 이어질 수 있도록 직무 중심, 현업 중심의 Action Learning을 통한 과제해결 중심의 교육을 실시하고 있습니다. 또한 회사의 공통 핵심역량을 향상시키기 위해 그룹인재개발원과 연계하여 직무 및 계층별로 특화된 과정을 개발하여 학습자 중심의 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 웅진코웨이의 인재 양성 노력은 대외적으로 인정받아 2007년 12월 교육부, 행정자치부 등 6개 부처로부터 'Best HRD(인적자원개발 우수기관)인종' 우수상을 수상했습니다.

웅진코웨이는 교육에 적극적으로 투자하고 있습니다. 정직원에 대한 교육훈련비는 2004년 7.4억원에서 2005년, 2006년 각각 14억원으로 증가하였고, 2007년에는 그 금액이 8.3억원으로 감소하였습니다.

웅진코웨이의 주요 교육 프로그램은 직원 간 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. 본사 직원에 대한 위와 같은 프로그램 외에도 코디를 대상으로 한 교육 프로그램이 실시되고 있습니다.

**WAA(Woongjin Advanced Abroad)**

웅진코웨이는 도전정신 함양을 통한 학습과 성장기회를 제공하기 위해 근속 연수에 상관없이 모든 임직원에게 응모 자격을 부여하여 매년 4회에 걸쳐 WAA 프로그램을 시행하고 있습니다. 직원들이 직접 신규 사업 타당성 검토, 선진기업 벤치마킹 및 타문화 체험 등의 다양한 자유 주제를 선정하여 프로젝트를 진행할 수 있습니다. 2007년에는 모두 4개팀(팀당 3~4명)이 인도, 미국 등지에 CDM 거래 시장 현황과 사업 타당성 검토 등을 목적으로 연수를 다녀왔습니다.

**▼ WAA 진행 현황 ▼**

구분	연수지역	연수주제
2005년 상반기(2팀)	터키 호주	● 홈 케어서비스 사업진출 모색 ● 호주 비데 수출 타당성 조사
2005년 하반기(3팀)	스웨덴, 핀란드 이탈리아, 프랑스, 스위스 덴마크, 독일, 스위스	● R&D 시스템 개선 ● 뷔셀 명품 마케팅 ● 대체에너지(태양광) 프로젝트
2006년 상반기(2팀)	덴마크, 핀란드 노르웨이, 독일, 스웨덴, 스위스	● 아동방 Total Setting System ● 선진규격 및 테스트 수행
2006년 하반기(2팀)	미국 미국	● 전략적 LOHAS 시장개발 프로젝트 ● 해외전문 렌탈기업 사업모델 벤치마킹
2007년 상반기(2팀)	인도 미국	● 인도의 환경산업 진출가능성 조사 ● 고객 충성도 벤치마킹
2007년 하반기(2팀)	미국, 브라질 일본, 미국	● CDM 거래 시장 전망과 사업 타당성 검토 ● 친환경 시장 동향 파악 및 친환경 마케팅 전략 수립



● WAA

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

**상상오선**

상상오선은 기존의 반디제도를 확대 개편한 프로그램으로 임직원의 혁신적인 아이디어 제안에 대해 혁신성, 실행가능성, 수익성 기여도를 평가하여 시상하며, 수상자에게 승진, 해외 연수 등의 혜택을 부여하는 제도입니다. 일, 사회, 변화, 조직, 도전, 고객 등 6가지 범주로 대별하여 해당 분야에 창의적인 아이디어를 내고, 이것이 회사의 성과에 기여할 수 있도록 하는 데 목적을 두고 있으며, 마일리지 포인트, 승진 포인트 등으로 점수화하여 임직원의 참여를 유도하고 있습니다. 이 프로그램은 2007년 준비를 거쳐 2008년부터 본격 시행되고 있습니다.

▼ **상상오선 개요** ▼





● e-Learning 프로그램

**e-Learning**

웅진코웨이는 카페테리아식 교육 프로그램인 e-Learning을 통해 OA, 재무회계, 인사/교육, 마케팅, CS, 어학에 이르기까지 100여 개 과목을 개설, 직원 개개인이 스스로 부족한 부분을 선택하고 교육받을 수 있도록 하고 있습니다. e-Learning 프로그램은 직원 개개인이 편리한 시간에 필요한 과정에 참여할 수 있다는 장점이 있습니다. 2007년에는 모두 716명의 직원이 연 154,497시간(인당 연평균 216시간)의 교육을 온라인 프로그램을 통해 이수하였습니다.

**【 내부 이해관계자 커뮤니케이션 】**

웅진코웨이는 직원 고충 처리, 직장 내 만족도 제고, 임직원 커뮤니케이션 활성화를 위해 고충처리운영위원회와 인사위원회 운영, 코웨이 올림터 운영, 사보 발간, 노사협의회 개최 등 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

**고충처리**

직원의 고충처리는 고충처리운영위원회를 통하여 이루어지고 있습니다. 접수창구는 인재개발팀장과 노무담당자이며 성희롱 및 기타 직무부적합 등의 사유로 접수되면 인사위원회가 이를 정식으로 다룹니다. 또한 그룹웨어 상에 고충처리방 게시판(ER Culture-lab)을 운영하여 직원들의 의견을 수렴, 고충을 해결해 나가고 있습니다.

**코웨이 올림터**

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



● 노사협의회

**노사협의회**

웅진코웨이는 노동조합이 구성되어 있지 않습니다. 대신 노사협의회를 통하여 직원과 경영진 간 원활한 커뮤니케이션이 이루어지고 있습니다. 2007년에는 모두 7회의 노사협의회가 개최되어 11건의 안건을 협의하였으며, 협의 안건 모두 처리되었습니다.

연도	2005	2006	2007
노사협의 횟수	4	7	7
협의안건	18	18	11
처리안건	18	18	11
처리율(%)	100	100	100

**ER Culture-lab**

**구성 목적** 웅진코웨이 임직원들의 원활한 고충상담을 위한 공식적인 커뮤니케이션 채널 구축 및 확대

**주요 구성**

- 고충사항 접수 및 처리 : 임직원들의 자유로운 고충사항 접수 및 상담 기능이 있으며, 고충상담 신청/게시의 경우 공개/비공개 설정이 가능해 익명성이 보장됨. 등록 후 7일 이내 본인에게 유선 또는 메일, 게시판 답글로 회신
- 법무상담 내용 접수 : 사적인 문제 발생 시 신청(익명성 보장)을 통하여 변호사 내방 상담이 가능하며, 매월 상담요청 건을 취합하여 월 1~2회 정기 법무상담 진행
- 노사협의회 회의록 : 노사협의회 개최 시 회의 안건 및 협의된 결과를 회의록 게시를 통해 안내
- 기타 사항 : 공유하고 싶은 아름다운 글(칭찬, 나눔 등) 게시 자유로운 토론의 장

**임직원 만족도**

2007년 웅진코웨이는 '신기(神氣)문화'를 바탕으로 직원들이 즐겁게 일할 수 있는 환경을 조성해 온 것을 인정 받아 '일하기 좋은 기업 대상'을 수상하였습니다. 그룹 계열사인 웅진쿠헤나 국민은행, 대한항공 등 모두 13개 기업이 수상한 일하기 좋은 기업 대상은 구성원들의 기업에 대한 자부심 향상과 기업문화의 정착을 도모하고자 제정된 상으로 전국 8개 대학의 취업관련 조사자료(200점), 개별 기업의 신뢰, 윤리, 인재, 글로벌 경영 등 다양한 경영활동 성과(400점), 복리후생, 사회공헌, 재무적 성과(400점) 등을 종합 평가하여 수상 기업을 선정합니다. 참고로 2007년 웅진코웨이 임직원의 이직률은 전년 대비 2/3 수준으로 개선된 2.0%입니다.

**【 기업문화 】**

웅진코웨이의 기업문화는 크게 4가지로 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.

**▼ 웅진코웨이 기업문화 ▼**



**참여 개선의 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



● CEO 하이팅



● 코웨이 리그

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 웅진코웨이의 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 경영층 간의 원활한 커뮤니케이션이 이루어지는 직장을 만들어가기 위해 웅진코웨이는 하이팅(High-ting), 하자(HAJA), 코웨이 리그, 코웨이 데이 등 다양한 프로그램을 시행하고 있습니다.

**기업문화 프로그램**

**하이팅** 최고경영자와 직원의 공감대를 형성하기 위해 CEO와 대리급 이하 사원 15명 정도가 매월 1회 만나, 오전 자원봉사활동, 오후 커뮤니케이션 활동을 하는 프로그램

**하자** 홈베이킹, 당구, 네일아트, 파티 플래너 등의 다양한 과정이 3~4개월 코스로 운영되는 직원 자기계발 프로그램

**코웨이 리그** 팀 간 커뮤니케이션과 팀워크 향상을 위해 스포츠, 게임 등의 분야에서 토너먼트제로 운영되며, 우승팀에 상금을 수여하는 프로그램

**코웨이 데이** 직원 가족들을 초청해 본사와 공장, R&D센터 방문을 통해 회사에 대한 이해도를 높이고 직원들의 사기 진작과 애사심 증대를 유도하는 프로그램

**코웨이 스타** 직원들 간의 상호 이해 및 자부심 증대를 위해 매월 3~5개의 테마(특징, 능력 등)에 해당하는 직원을 추천받아 그 중 1위에게 코웨이스타의 명예와 함께 시상금을 주는 기업문화 프로그램



● 금연캠페인

【 안전과 보건 】

안전 프로그램

웅진코웨이는 사무직이 많기 때문에 산업재해의 위험이 상대적으로 적지만 직원을 잠재된 위험으로부터 보호하기 위해 안전 의식을 높이는 교육 및 홍보를 강화하고 있습니다. 그 결과 2006년 이후 2007년 말 까지 단 한 건의 산업재해도 발생하지 않았습니다.

건강 프로그램

웅진코웨이는 전 임직원을 대상으로 하는 종합건강검진 프로그램을 시행하고 있으며, 특히 생산 현장에서 발생할 수 있는 각종 질병을 예방하기 위해 생산직 직원에 대한 건강검진 프로그램을 더욱 강화하여 실시하고 있습니다. 또한 2006년 1월부터 직원 개개인의 건강한 삶을 지원하기 위하여 금연캠페인을 실시하고 있으며, 2007년에는 캠페인을 강화하였습니다.



## SHAREHOLDERS

### 주주



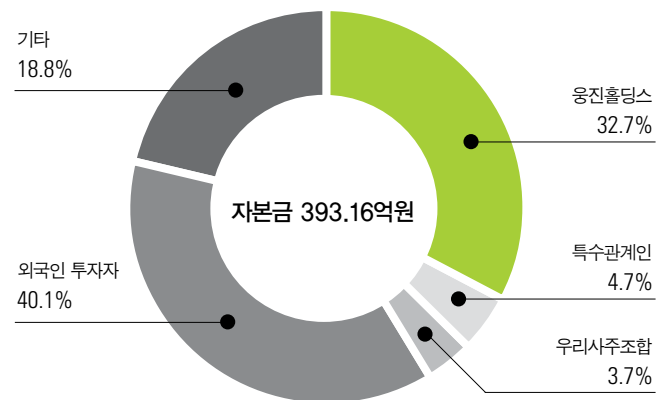
웅진코웨이는 기업의 투명성 확보와 이해관계자의 권익을 보호하기 위해 선진형 기업지배구조를 확립해 나가고 있습니다. 2007년 지주회사체제 출범으로 경영의 투명성을 높일 수 있는 기반을 마련하였고, 더불어 이해관계자의 역할, 적시 공시시스템 구축, 이사회의 책임 등을 포함한 사항에 대해서 성실히 규정을 준수함으로써 주주 가치 및 기업 가치를 제고해 나가고 있습니다.

### 【 기업지배구조 】

#### 주주 구성

웅진코웨이의 총 발행주식은 74,431,993주입니다. 주요 주주는 웅진홀딩스, 외국인 투자자 등이며, 2008년 4월 30일 현재 각각 32.7%, 40.1%를 보유하고 있습니다. 웅진코웨이는 기업 가치의 극대화를 실현할 수 있도록 지속적으로 투명한 기업지배구조를 정립하기 위해 노력할 것입니다.

#### ▼ 주식 소유구조 ▼



※2008년 4월 30일 현재



● 제18기 정기주주총회

**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. 2007년에는 총 14회의 정기 및 임시 이사회를 개최하였으며 사외이사의 평균 참석률은 81%였습니다. 한편 웅진코웨이는 이사회 내에 경영위원회를 구성하여 이사회 의사결정의 자율성과 전문성을 강화하기 위한 노력을 지속해 오고 있습니다.

● **이사회 구성 및 보수**

웅진코웨이 이사회는 총 8인으로 구성되어 있으며, 대표이사가 의장을 맡고 있습니다. 이 가운데 사외이사는 3명으로 사외이사 비율은 38%(증권거래법상 25% 이상 규정 준수)입니다. 사외이사는 탁월한 전문지식과 경험을 갖춘 각 분야의 전문가로서 주주총회를 통해 선임되고 있습니다. 이사에 대한 보수 한도는 매년 정기 주주총회에서 승인한 이사보수한도 내에서 지급되며, 최종 보수한도 금액의 책정은 성과 위주의 평가 항목을 종합화하여 이루어지고 있습니다.

상임/비상임	성명	직위	담당업무 또는 직무
상임	윤석금	이사	
상임	홍준기	대표이사	
상임	이인찬	이사	
상임	김종배	이사	
상임	김동현	이사	
상임	이진	감사	
비상임	김이환	사외이사	한국광고주협회 부회장
비상임	주선희	사외이사	주선희 법률사무소 대표변호사
비상임	탁태문	사외이사	서울대학교 바이오소재공학 교수

**이사 및 감사 현황**

● **이사회 산하 위원회**  
웅진코웨이는 이사회규정 11조에 의하여 이사회 산하에 경영위원회를 두어 운영하고 있습니다. 첫 주 월요일 정기위원회가 개최되며 중요한 안건이 있을 경우 임시위원회를 소집하여 현업부서에서 신속하게 처리하여야 할 사항을 적시에 처리함으로써 업무의 효율화 및 신속화를 도모하고 있습니다.

● **이해상충을 피하기 위한 이사회 운영 노력**

웅진코웨이는 이사회가 회사의 실질적인 최고 의사결정기구로서의 역할을 다할 수 있도록 매 부의안건 결의 시 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.

**감사**

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





**【 주주가치 제고 】**

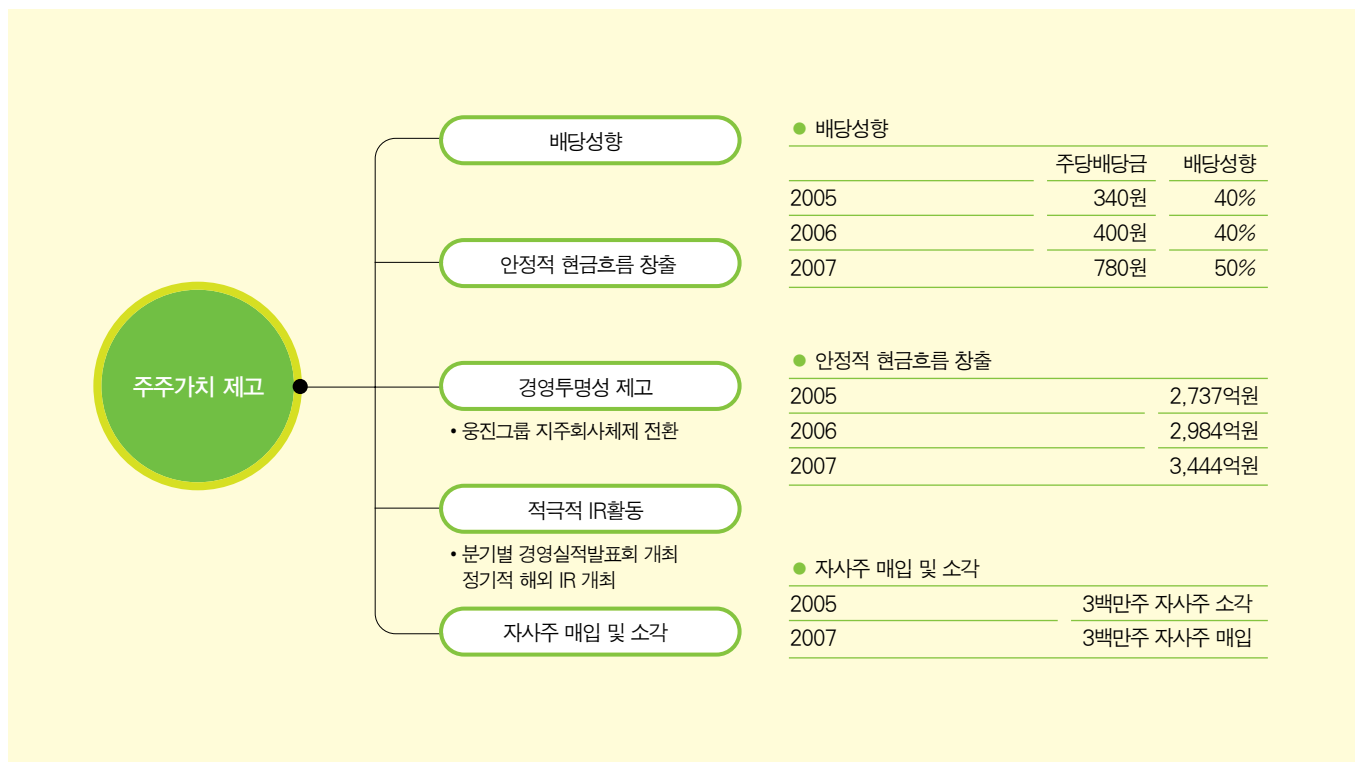
**경영투명성 제고 및 IR 활동 강화**

2007년 웅진그룹은 경영 투명성을 제고하기 위해 지주회사체제로 전환하였습니다. 또한 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 경영실적 발표회를 개최하고 있으며, 정기적인 국내 및 해외 NDR, Conference 참가 등을 통해 투자자와의 만남의 장을 만들어 나가고 있습니다. 또한 IR 활동의 공간적 제약 극복 차원에서 IR웹사이트 운영을 통해 경영

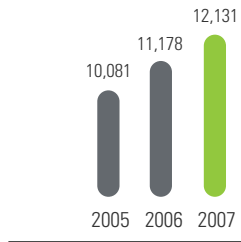
현황 및 재무 정보를 실시간으로 제공하고 있습니다. 향후에도 웅진코웨이는 보다 적극적이고 다양한 IR 활동을 전개함으로써 주주 가치를 높이기 위해 노력해 나갈 것입니다.

**배당 및 자사주 매입**

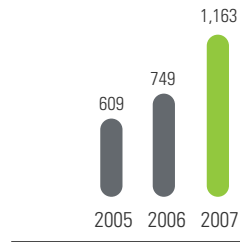
웅진코웨이는 2005년, 2006년 연속 40%의 배당성향을 유지하고 있으며, 이익 증가에 따라 주당 배당금도 지속적으로 증가하고 있습니다. 2007년에는 주주가치 제고의 일환으로 배당성향을 50%로 상향 조정 하였으며, 주당 배당금 역시 전년 대비 2배 가까이 증가하였습니다. 당사는 향후에도 주주 중심 경영원칙에 따라 주주 친화적 배당 정책을 유지해 나갈 계획입니다.



**매출액**  
(단위 : 억원)

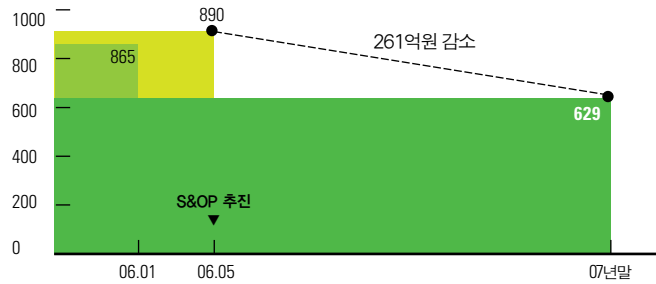


**당기순이익**  
(단위 : 억원)



**S&OP 추진으로 인한 재고 감소**

(단위 : 억원)



**【 2007년 경영성과 】**

웅진코웨이의 2007년 매출액과 영업이익은 각각 1조 2,131억원, 영업이익 1,613억원으로 전년 대비 각각 8.5%, 43.7%의 증가율을 기록하였습니다. 또한 당기순이익도 지난 해와 비교 55.2% 증가한 1,163 억원을 기록하였습니다. 이러한 사상 최대 실적의 주 요인은 판매증가에 따른 렌탈 및 멤버십 회원 수 증가, 해외수출 증가, 원가 혁신 등입니다.

**판매채널 다변화**

기존 100만대 수준의 연평균 판매고(렌탈+일시불)가 2007년 렌탈만 111만대를 판매하는 등 크게 증가하였습니다. 이는 판매채널 다변화의 일환으로 제휴한 이마트 판매가 크게 증가한 데 따른 것입니다. 또한 2007년 6월부터 시행한 패키지 상품의 폭발적 성장도 또 다른 요인입니다. 패키지 상품은 신규회원을 대상으로 동종 또는 이종제품을 2~3개 묶어서 판매하는 것으로서 제품의 중복사용률(cross-selling ratio) 증대에 크게 기여하고 있습니다.

**글로벌 판매 본격화**

2007년 웅진코웨이의 수출은 2006년보다 3배 이상 증가하였습니다. 2007년 5월 미국 법인 오픈으로 5개의 해외법인을 운영하고 있는 웅진코웨이는 같은 해 9월 월풀과 계약을 체결함으로써 세계 유수의 가전기업이 관심을 갖는 글로벌 기업으로의 부상 가능성을 확인하였습니다. 2008년 웅진코웨이는 수출을 가속화하여 2007년 대비 260%의 증가를 목표로 다양한 마케팅 활동을 전개하고 있습니다. 특히 미국 수출에 박차를 가하기 위해 미국법인 출범 1주년을 앞둔 2008년 4월 에도 K/BIS(Kitchen/Bath Industry Show)에 참가, 정수기, 비데, 공기청정기, 음식물처리기 등 총 61개의 제품을 전시했습니다. K/BIS는 세계 최대의 주방 및 욕실용품 전시회로 약 20개국, 1,000여개 업체가 참가하며, 관람객만 5만 여명에 달하는 대규모 박람회입니다. 이에 앞서 웅진코웨이는 2008년 3월 두바이에서 개최된 WETEX(Water,

Energy, Technology & Environment Exhibition)에 참가, 수처리 시장에서의 본격적인 진출을 선포하였습니다.

**원가 절감**

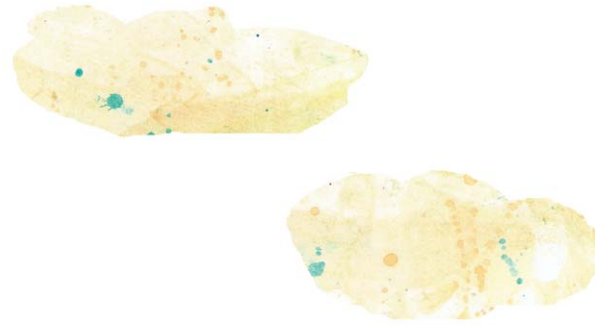
원가 절감 및 합병효과에 따른 매출원가 하락은 수익성 개선의 주된 요인입니다. 또한 최상의 서비스 제공과 품질 개선을 통해 렌탈 해약률을 2006년 1.02%에서 2007년 0.98%로 낮춘 것도 수익성 개선의 요인입니다.

**물류 혁신**

2007년 5월 물류 혁신을 통한 재고 감소를 위해 S&OP(Sales and Operations Planning)를 추진하였습니다. 재고자산 관리 기준을 정립하고 재고 프로세스를 개선하여 2007년 12월 말에는 재고가 5월 대비 261억원 감소하였습니다. 2008년에는 S&OP를 더욱 강력하게 추진하여 2008년 말 재고 수준을 350억원으로 낮출 계획입니다.

**6시그마 추진**

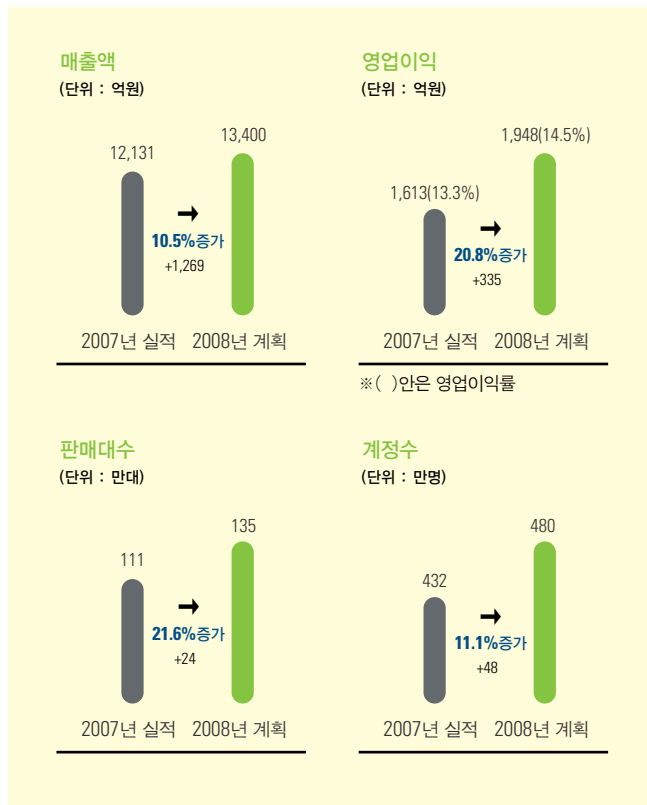
2007년 웅진코웨이는 공장과 품질경영연구소를 포함한 4개 부문을 대상으로 교육과 체험을 통한 6시그마를 추진하였습니다. GB(Green Belt) 8차수, BB(Black Belt) 1차수 교육과 챔피언 워크숍 등 총 6회의 워크숍을 실시하였고, 87명의 GB 인증 인력을 양성하였습니다. 2008년에는 제조, 품질, R&D 중심의 6시그마 추진 경험을 바탕으로 6시그마를 사무 지원, 영업 부문 등 전사로 확대 추진하여, 2008년 말 누적 기준으로 242명의 GB, 8명의 BB, 4명의 FEA(Finance Effect Analyst) 인증 인력을 양성할 계획입니다. 또한 전사 계층별 6시그마 교육을 통한 혁신·마인드 제고 및 경영혁신 역량을 강화할 계획입니다. 그 외에도 우수 혁신 프로젝트 발표회, 과제관리시스템(PMS)구축, 혁신백서 발간, 해외 컨퍼런스 벤치마킹 등을 통해서 웅진코웨이 6시그마 모델을 정립시켜 경영혁신 성과를 극대화할 것입니다.



【 2008년 경영계획 】

매출 및 이익

2008년 매출 계획은 2007년 대비 10.5% 증가한 1조 3,400억원이며, 영업이익은 20.8% 증가한 1,948억원을 목표로 하고 있습니다. 영업이익률은 2007년 13.3%에서 2008년에는 14.5%로 향상될 것으로 전망됩니다.



성장 추구 전략

지난 해 최고의 실적을 올린 당사는 2008년에도 10%대의 매출 성장과 20%대의 영업이익 증가라는 목표를 달성하기 위해 회원수 확대, 신규 성장동력 발굴, 해외사업 강화, 품질/원가 혁신 등 4가지를 주요 전략으로 설정하였습니다.

▼ 2008년 성장 전략 ▼



회원수 확대

- 재구매율 향상 ● 신규고객 유입강화 ● 반환고객 최소화



품질/원가 혁신

- 실패비용(F-cost) 100억원 절감 ● 원가절감 342억원 달성



신규 성장 동력 발굴

- 5대 상품 마케팅 강화 ● 6,7대 상품군 확장
- 사업확장을 통한 미래사업 발굴

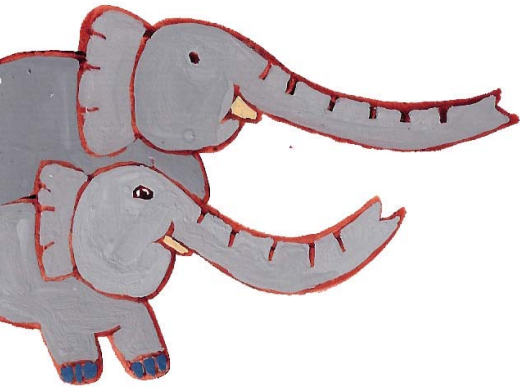


해외사업 강화

- 해외사업 확장: 수출 목표 260% 신장
- 해외사업 수익성 개선

## BUSINESS PARTNERS

비즈니스 파트너



● ○ ○

웅진코웨이는 윤리경영을 앞장서 실천하는 기업으로서 건전한 거래질서를 확립하기 위한 공정거래를 자율적으로 실천하고 있습니다. 또한 회사 경쟁력의 가장 중요한 요소인 비즈니스 파트너의 경쟁력을 제고하고 함께 성장해 나가기 위해 Win-Win 파트너십을 강화하고 있습니다.

### 【 공정거래 】

#### 공정거래 자율준수 선포

웅진코웨이는 2007년 8월 3일 공정거래 자율준수 선포식을 갖고 공정 거래 의지를 천명하였습니다. 선포식에서 웅진코웨이 전 임직원은 공정 거래 법규 자율준수를 통해 조직 내 모든 의사결정의 투명성 확보, 공정성 강화를 통한 윤리경영과 내부통제, 선진국 수준의 리스크 관리 능력 확보 등을 다짐했습니다. 이와 함께 CS본부장(김종배 상무)을 공정거래 자율준수관리자로 선임하고, 공정거래 자율준수사무국을 설치해 임직원들을 대상으로 한 체계적인 교육프로그램 운영과 위법 행위 발견 및 위반자 제재 조치 등의 실무를 수행하기로 했습니다. 또한 11월에는 자율준수 선언문 발표를 통해 공정하고 자유로운 경쟁을 통한 공정거래질서 확립을 위하여 노력할 것을 선언하였습니다.



● 선포식

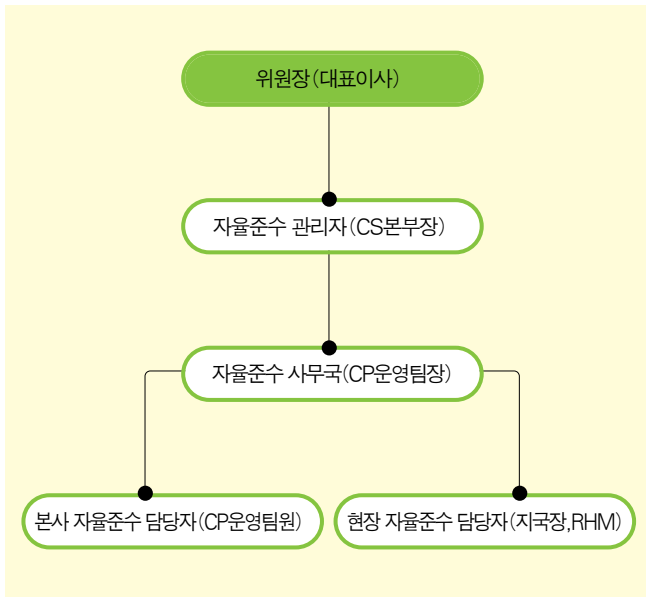


● 자율준수 선언문

공정거래 자율준수 조직

웅진코웨이는 공정거래 자율준수 프로그램(CP: Compliance Program)의 효과적 추진을 위해 CS본부장을 자율준수 관리자로 선임하고 그 아래 자율준수 사무국을 둔 공정거래 자율준수 조직을 운영하고 있습니다.

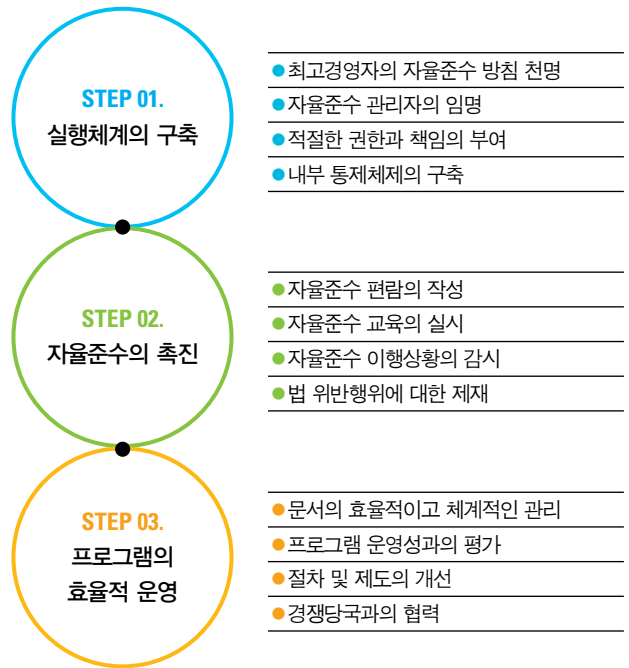
▼ 웅진코웨이 자율준수 위원회 조직도 ▼



공정거래 자율준수 프로그램의 추진 단계

공정거래 자율준수를 천명한 첫 해인 2007년에는 프로그램을 추진해 나가기 위한 실행체계의 구축에 중점을 두었습니다. 2008년 이후에는 이를 촉진하기 위한 자율준수 편람 작성 및 배포, 교육 등을 실시해 나가며, 그 다음 단계에서는 프로그램을 효율적으로 운영해 나갈 수 있도록 체계적인 관리와 평가에 중점을 둘 계획입니다.

▼ CP의 실행단계 ▼



【 협력사 상생활동 】

**상생 방침**

웅진코웨이는 윤리규범 제3장의 규정처럼 공정한 거래를 통한 협력사와의 상생을 추구하고 있습니다. 즉 자율경쟁의 원칙에 따른 평등한 참여 기회 보장, 공정한 거래를 통한 상호신뢰와 협력관계 구축을 통하여 장기적 관점에서 공동의 발전을 추구하고 있습니다.

협력사를 선정함에 있어 모든 업체에게 평등한 기회를 제공하고 있으며, 협력사 등록 또한 객관적이고 공정한 기준에 따르고 있습니다. 또한 상호발전의 추구는 웅진코웨이의 협력업체에 대한 기본적인 인식이며, 원칙이라 할 수 있습니다.

**상생 활동**



**유럽 선진업체 벤치마킹 지원**

웅진코웨이는 우수 협력사를 격려하고 외국 문화 체험을 통한 질적인 성장을 유도하기 위해 2007년 1월 독일 정수기 회사인 Brita 외 2개사에 대한 협력사의 벤치마킹 방문을 지원했습니다. 모두 9일간 진행된 이번 프로그램은 2006년 종합평가 우수협력사의 대표자 7명을 대상으로 실시한 것입니다.



**제조혁신 컨설팅 지원**

2007년 상반기 전략적 육성업체 9개사의 경쟁력 강화를 목적으로 총 2억 7천만원을 들여 제조혁신 컨설팅을 지원하였습니다. 컨설팅을 받은 업체는 생산성, 품질, QMS 등 여러 분야에서 큰 폭의 개선 효과를 나타낸 바 있습니다.



● 제조혁신 컨설팅 지원



**동남아 선진업체 벤치마킹 지원**

2007년 9월 전략적 육성업체 8개사의 영업책임자를 대상으로 글로벌 마인드 함양을 위한 해외 벤치마킹 투어를 지원하였습니다. 7일 간의 일정으로 진행된 본 프로그램을 통해 참석자들은 당사의 동남아 법인의 현황과 중장기 비전, 그리고 수출 경쟁력 강화를 위한 원가혁신의 필요성을 공유하는 한편, 선진 중소기업을 방문, 제조혁신 사례를 분석하고 중장기 해외 진출 가능성을 모색해 보는 기회를 가졌습니다.



**협력사 자금 지원**

전략적 육성업체 10개사를 대상으로 총 15억 7천만원의 자금을 무이자로 지원하였습니다. 지원된 자금은 협력업체의 생산합리화를 위한 설비 투자, 해외진출, 품질개선, 사무개선 등의 용도로 사용되고 있습니다.



**COP 아카데미 교육센터 설립**

체계적인 교육, 컨설팅을 통한 협력사의 질적인 성장을 유도하고, 새로운 상생경영 체제를 구축하기 위해 COP(Coway Open Plaza) 아카데미 교육센터를 설립하였습니다. 웅진코웨이 협력회사 직원을 대상으로 무료로 운영되는 본 센터는 제품 기술 교육 등을 실시하고 있으며, 참가 협력사에 대한 인센티브 제공을 통해 협력사의 참여도를 높이고 있습니다.



**Coway Partner's Day**

협력사와의 상생경영을 위해 2005년 시작한 'Coway Partner's Day' 를 2007년 12월 17일 세 번째로 개최했습니다. 그랜드 힐튼 호텔에서 협력사 임직원 92명을 포함, 모두 120명이 참가한 가운데 개최된 본 행사는 2007년 실적 및 2008년 사업계획 공유, 2007년 우수 협력사



● COP 개원식



● 코웨이 파트너스 데이

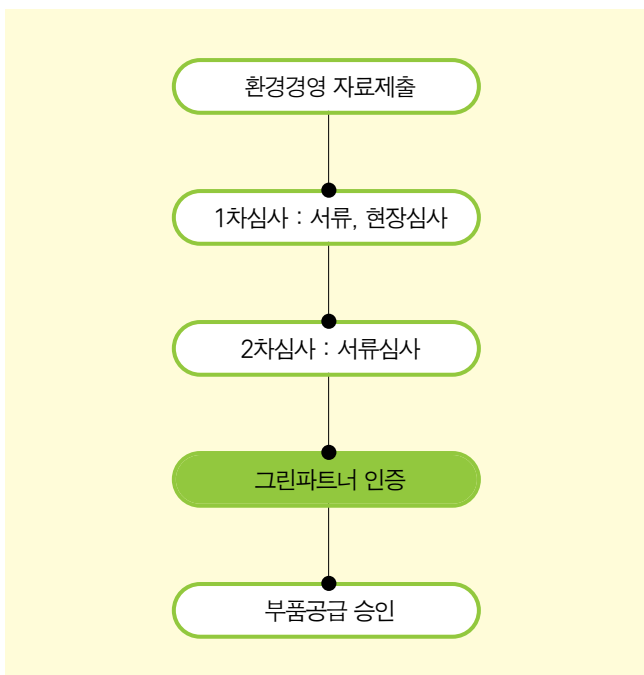
포상(6개사, 미국 연수권 수여), 그린파트너 인증서 수여(20개사) 등을 통해 협력사와 웅진코웨이 간 신뢰를 더욱 공고히하고 화합할 수 있는 축제의 장이었습니다.



### 그린파트너 인증

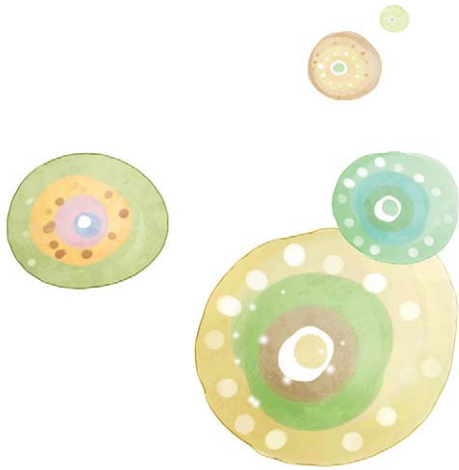
협력사 선정 및 평가 시 전통적 구매요소 이외에 친환경 요소까지 종합적으로 고려하여 협력사를 인증하는 제도인 그린파트너 인증제도는 제품 경쟁력 제고 및 환경규제 대응, 사업장 환경 및 제품환경 위험관리 등의 효과를 가져다 줍니다. 2007년 웅진코웨이는 엄격한 심사를 거쳐 20개사를 그린파트너로 인증하였습니다.

#### ▼ 그린파트너 인증 절차 ▼



## SOCIAL CONTRIBUTION

### 사회공헌



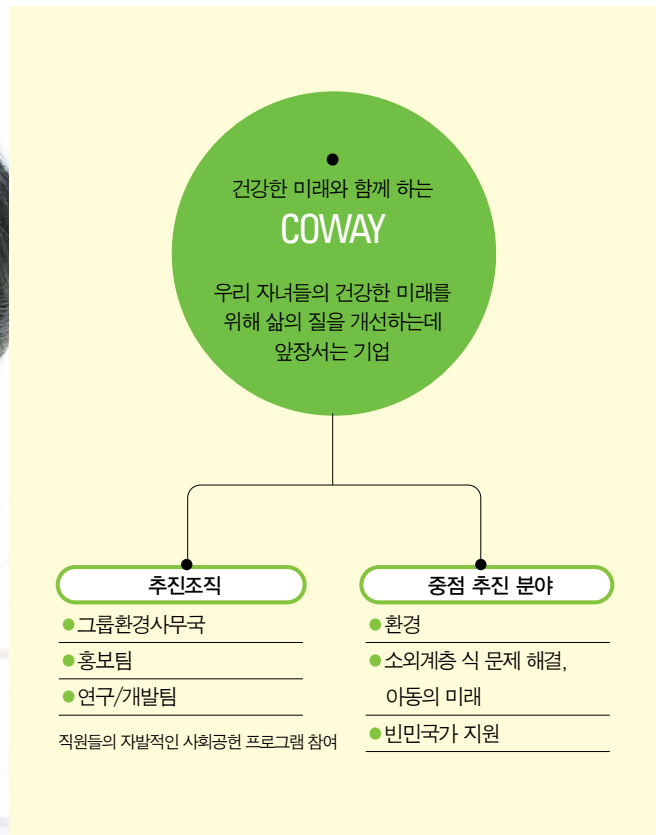
● ○ ○

기업이 이윤 창출만을 목표로 기업경영을 하던 시대는 지났습니다. 웅진코웨이는 사회 구성원으로서 일찍이 사회에 대한 책임의 중요성을 인식하고 환경보전 활동, 소외계층 지원, 다음 세대에 대한 관심, 빈민국가 지원 등 다양한 사회공헌활동을 펼치고 있습니다.

### 【 사회공헌 비전과 전략 】

웅진코웨이의 사회공헌의 비전은 '우리 자녀들의 건강한 미래를 위한 삶의 질 개선'입니다. 이러한 비전 아래 웅진코웨이는 다양한 영역 가운데 환경보전, 소외계층 식 문제 해결, 아동의 미래를 위한 활동, 빈민 국가 지원 등 4개 분야를 사회공헌의 주요 범주로 선정하여 효과적인 사회공헌활동이 이루어지도록 노력하고 있습니다.

### ▼ 사회공헌 비전과 체계 ▼





【 사회공헌 추진 조직 】

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

【 사회공헌활동 】

웅진코웨이의 사회공헌활동은 환경, 소외계층, 아동보호, 글로벌 활동으로 구분되어 다양한 형태로 이루어지고 있습니다. CEO가 솔선수범하여 매월 1회씩 봉사활동에 참여하고 있으며 임직원도 적극적으로 여러 봉사활동에 참여하고 있습니다. 2007년에는 모두 1,506명의 인원이 사회공헌활동에 참여하였으며, 총 봉사시간은 27,724시간으로 인당 평균 17.4시간 봉사활동에 참여하였습니다.



웅진코웨이 사회공헌 심벌마크와 슬로건



파랑 바탕은 맑은 물 사랑 캠페인을 실천하는 대상인 하천을 나타낸 것이며, 그 안에 경영 정신인 '또또사랑(사랑하고 또 사랑하라)'을 강조하는 의미에서 물고기를 하트모양으로 형상화하여 웅진코웨이가 사회공헌을 통해 이루고자 하는 미래의 모습을 표현하였습니다.

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



사회공헌활동비 추이

(단위 : 억원)



웅진코웨이는 2006년 사회공헌활동으로 7.9억원을 사용하였으며 2007년에는 그 금액이 16.7억원으로 증가하였습니다.  
(기부금 지출: 6.6억원, 사회공헌활동비 지출: 10.1억원)

▼ 범주별 사회공헌활동 ▼

구분	내용
환경	<b>유구천 가꾸기</b> ▶ 1사 1천 유구천 환경정화 <b>태안반도 피해지역 사회공헌 활동</b> ▶ 환경이슈와 관련된 사회공헌 프로그램 참여
소외계층	<b>행복한 금요일</b> ▶ 매주 금요일 점심 무료급식, 배식 및 설거지 <b>행복밥차</b> ▶ 냉동탑차 5대 기증, 하루 12,500인분의 식사 제공
아동의 미래	<b>코웨이 그룹홈</b> ▶ 전국 그룹홈 후원, 제품기증, 서비스, 노력봉사 <b>우진학교 장애우학생 지원 및 보조</b>
빈민국가 지원	<b>캄보디아 우물 파기</b> ▶ 2010년까지 매년 100개 우물 기증 <b>남아프리카 후원</b> ▶ 매년 1000만원 지원(축구공, 유니폼 등), 1:1후원
기타	<b>공주대학교 장학금 지급</b> ▶ 2003년 이후 현재까지 5억 9천만원 지급



● 유구천 가꾸기



● 태안반도 기름 제거

환경보전



유구천 가꾸기

2006년 9월 충남 공주시 유구읍에서 자연형 하천정화사업 ‘유구천 가꾸기 시범사업 협약식’을 가진 이래 웅진코웨이는 유구천을 가꾸기 위한 하천 자정식물 식재, 하천변 정화 활동 등을 전개하고 있습니다. 환경부, 공주시와 함께 추진하는 유구천 가꾸기 활동을 위해 웅진코웨이는 2008년까지 15억원을 투입할 계획입니다.



태안반도 기름 제거

웅진코웨이 직원 1,300여 명은 2007년 12월 15일 구례포 해수욕장에서 서해안 기름 제거를 위한 봉사활동에 참여했습니다. 이번 봉사활동은 짧은 공지기간에도 불구하고 전국각지에서 대부분의 직원이 참여하여 기름 제거에 동참하였습니다. 아침 일찍 도착한 임직원들은 썰물 때에 맞춰 6시간 동안 흡착포를 이용해 검은 기름을 닦아내는 등 실의에 빠진 지역주민을 위한 의미 있는 활동을 펼쳤습니다.

소외계층 지원



행복한 금요일

2007년 2월부터 매주 금요일 용산노인종합 복지관과 함께 효창운동장 입구에서 독거 노인들에게 무료로 점심식사와 빵, 우유를 제공하고 있습니다. 날씨에 상관없이 진행되는 이 봉사에서 웅진코웨이 임직원들은 식사 배식, 설거지 등의 봉사활동을 아울러 전개하고 있습니다.



● 또또사랑 행복밥차 기증식



● 한국우진학교 봉사



● 캄보디아 우물파기 봉사



● 남아공 봉사

●

**또또사랑 행복밥차**

웅진코웨이는 2007년 9월 먹거리나눔기운동협의회, 사랑의 열매와 함께 5대의 '또또사랑 행복밥차' 기증식을 가졌습니다. 기업이나 개인 들로부터 기탁 받은 먹거리를 소외계층에게 신선한 상태로 전달하는 냉동탑차는 대당 2,500인분의 식사를 운반할 수 있습니다. 냉동탑차의 기증과 함께 웅진코웨이 임직원들은 매주 50명씩 냉동탑차 급식지원 활동에도 적극적으로 참여하고 있습니다.

**아동 지원**

●

**코웨이 그룹홈**

전국에 있는 코디조직을 활용하여, 총국장, 지국장 등과 함께 전국에 있는 그룹홈 어린이를 지원하는 활동을 전개하고 있습니다. 코디와 총 국장, 지국장 등은 몇몇의 어린이들과 사회복지사가 한 가정을 이루어 가족처럼 생활하는 곳인 그룹홈을 정기적으로 방문하여 빨래, 밥짓기, 아이 돌보기 등의 봉사활동을 하고 있습니다. 또한 당사의 정수기, 공기 청정기 등을 기증하여 보다 좋은 환경에서 생활할 수 있도록 지원해 주고 있습니다.

●

**한국우진학교 봉사**

마포구 성산동에 있는 중증 장애인 학교인 한국우진학교의 장애인 학생들이 매달 체험학습을 실시할 때 웅진코웨이 임직원들이 보조 진행자로 봉사하고 있습니다. 보통 장애인들과 달리 그 정도가 심각하여 걷지 못하는 아이들이 거의 대부분인 이 학교 장애 학생들의 체험학습과 보치아 대회 등에 함께 참여, 그들이 불편하지 않도록 돕고 있습니다.

**글로벌 사회공헌**

●

**캄보디아 우물 파기**

웅진코웨이는 수질여건이 매우 열악한 캄보디아 지역 주민들의 식수 환경 개선을 위해 2006년 프놈펜 인근 지역 26개 마을에 총 75개의 우물(펌프식 우물)을 파주었습니다. 2007년에도 사장단과 임직원 20여 명이 봉사활동에 참여, 캄보디아 전역에 100개의 우물을 파주었습니다. 앞으로 우물사업을 확대하여 2010년까지 1,000개의 우물파기를 목표로 연간 100개 이상의 우물을 파줄 계획입니다.

●

**남아프리카공화국 축구부 및 장학금 지원**

2006년부터 사내 동호회 '코웨이 축구팀'이 남아공화국 최고 극빈층 촌락인 필리피 지역의 그린스타 축구팀에 유니폼과 축구공을 지원하면서 시작된 남아공 봉사활동은 2007년 축구팀 지원을 1개팀(필리피 지역)에서 4개팀(필리피, 아산다, 사이트 시, 쿠자 지역)으로 확대하고, 60여 명의 임직원이 1대1 매칭으로 청소년과 어린이에게 장학금을 지원하는 등 그 범위가 확대되었습니다. 웅진코웨이는 봉사활동을 활성화 하기 위해 우수 봉사자에게 남아공 방문의 기회를 주어 임직원 200여 명이 기증한 옷과 동호회 및 임직원 개개인들이 후원한 장학금을 전달 하는 전달식과 협약식을 진행하였습니다. 웅진코웨이는 '5년의 약속'이라는 슬로건을 내걸고 남아공 월드컵이 열리는 2010년까지 축구팀 지원과 장학금 지원을 더욱 확대해 나갈 예정입니다.



● 공주대학교 장학금 지원

### 기타 사회공헌활동



#### 공주대학교 장학금 지원

웅진코웨이는 우수한 인재 발굴과 양성, 경제적 형편이 어려운 학생들의 학업지원을 위해 유구공장이 위치한 공주대학교 학생들에게 2003년부터 장학금을 지급하고 있습니다. 국내장학금과 국제장학금(공주대학교에서 공부하고 있는 외국 유학생에게 지급)으로 나누어 2007년 말 현재 모두 5억 9천만원의 장학금을 지원하였습니다.



#### ▼ 장학금 지급 현황 ▼

구분	국내장학금	국제장학금
지급시작년도	2003년 하반기	2006년 2월
수혜학생	성적 우수 학생 연간 15명 내외	연간 10명
수혜금액	연 1억 / 인당 624만원	연 7,000만원
총합계	144명 / 4억5천만원	21명 / 1억 4천만원

### 사회공헌대상 수상

당사는 한국언론인포럼이 주최하고 보건복지부, 산업자원부, 노동부가 후원하는 2007 한국사회공헌대상에서 국민복지지원부문 대상을 수상하였습니다. 총 8개 영역에서 10개 기업이 선정된 대상 수여식에서 웅진코웨이는 유구천 가꾸기 활동, CEO의 사회공헌활동 숭선수범 등의 공로로 본 상을 받았습니다.



먹거리나누기운동협의회 사무국장 | 이윤형

## INTERVIEW 01

## 웅진코웨이와 함께한 '행복밥차' 나눔 활동은 ?

먹거리나누기운동협의회는 1998년 6월 30일 조계종사회복지재단, 부스러기사랑나눔회, 성공회 푸드뱅크, 한국 기독교장로회총회본부, 서울 YMCA, 대한 YWCA연합회가 외환 위기의 고통 속에서 힘겨워 하는 소외된 이웃에게 사랑의 먹거리를 나누기 위해 결성된 협의체입니다. 2004년 이후 4개 중앙회원과 전국 146개 기관의 푸드뱅크 네트워크를 구성하여 민간 푸드뱅크 조직을 강화하였고, 지역회원은 15개 기관으로 구성되어 있습니다.

## 주요 사업

- 전국 지역별 물품 및 후원금 기부처와 수혜처 발굴 및 지원 법적 제도적 개선 활동
- 먹거리 나눔 운동의 인식 개선을 위한 연구 및 조사, 교육 활동
- 성금, 성품 모집 캠페인 및 시민 자원봉사 실천운동전개
- 회원 단체간 정보교류 및 연대와 협력

## INTERVIEW 02

## 먹거리나누기운동협의회는?

웅진코웨이와의 결연은 2007년 9월 '행복밥차' 나눔사업으로 시작되었습니다. 먹거리배분 및 급식지원활동에 냉동탑차가 필수적임을 인식한 웅진코웨이가 냉동탑차 5대를 지원한 것이 계기가 되었습니다. 더욱이 냉동탑차 기증에 그치지 아니하고 '행복밥차' 지원 시설에 '또또사랑 자원봉사단'이 주 1회 자원봉사를 정기화하며, 급식 활동에 지속적으로 참여하고 있다는 점은 사회공헌활동의 모범적인 사례가 아닌가 생각합니다. 5개 시설별로 진행되고 있는 자원봉사활동은 각 시설별로 부족한 자원봉사의 필요를 채워주고 있으며, 열악한 시설 및 장비에 대한 '또또사랑 자원봉사단'의 관심과 지원도 늘어나고 있습니다.

또한 '행복밥차'는 지원 시설을 중심으로 하는 급식 및 식재료 운반에 그치지 않고, 서울, 경기 외곽 창고 등에서 하는 먹거리 배분 때 수도권 지원 및 배분을 담당함으로써 수도권 지역의 먹거리 배분망을 안정화하는데 기여하고 있습니다. 민간 푸드뱅크의 질실한 요구와 기업의 참여 그리고 냉동탑차의 디자인과 실용성 등 여러 요소가 잘 맞아 빈곤 소외이웃에 건강하고 안전한 먹거리를 나눌 수 있게 된 '행복밥차' 나눔 활동이 앞으로 더 확산되고 지속되기를 기대합니다.

## INTERVIEW 03

## 기업의 바람직한 사회공헌활동 모습은?

기업의 사회공헌활동은 비정기적인 모금을 통한 기부, 자발적인 봉사활동, 또는 봉사활동에 점수를 부과하는 의무화된 봉사활동, 그리고 결연을 통한 정기 후원사업 및 후원 NGO와의 연계를 통한 체계화된 자원봉사활동 등 다양한 모습을 띠고 있습니다. 그러나 지속성 측면에서 볼 때 아쉬운 점이 있습니다. 물론 일부 기업의 경우 NGO와 결연하여 10년 이상 지속적인 사회공헌활동을 하는 경우도 있지만, 많은 기업의 경우 2-3년 정도에 그치는 경우가 많습니다. 좀 더 오랫동안 지속적으로 사회공헌활동이 전개되었으면 합니다.

또한 연말연시 모금이나 물품후원 또는 연말 김장행사 등 이벤트성 행사를 통한 지원사업이 많고, 기업별로 지원함에 있어 지원 시설이 중복되거나 유명 시설에 지원이 집중되는 문제가 있습니다. 이러한 문제도 기업이 사전적으로 인지하여 지원의 범위가 고르게 확산되었으면 합니다.

그러나 전반적으로 기업의 사회공헌활동은 이제 시작단계라 할 수 있고, 따라서 기업의 사회공헌활동은 중복성이나 일시성 등의 문제가 있더라도 모든 기업이 참여할 수 있는 활동으로 격려되어야 합니다. 모든 사업이 그러하듯이 진행을 하다 보면 단점은 극복하고 장점을 살려나가면서 일시적인 자원봉사에서 지속적이고 체계적인 자원봉사로, 각 기업의 특성 및 NGO의 요구가 잘 결합된 지속적이고 효과적인 사회공헌활동으로 발전해 나갈 것이기 때문입니다.



꿈을 키우는 28살,  
가슴이 뚝니다  
해외영업 1팀 심재철 부장



사랑하는 28살,  
가슴이 뚝니다  
법인영업팀 차미현 사원



## WOONGJIN COWAY & **THE PLANET**



생활환경기업인 웅진코웨이는 환경을 최고의 가치로 생각하고 있습니다. 모든 것을 얻는다 해도 우리 삶의 터전인 지구가 건강을 잃는다면 의미가 없을 것입니다. 웅진코웨이는 하나뿐인 지구를 보전하고 가꾸어 감으로써 다음 세대와 함께 하는 ‘착한 기업’이 되고자 노력하고 있습니다

## ENVIRONMENTAL LEADERSHIP

환경 리더십



● ○ ○

웅진코웨이는 환경에 대한 특별한 관심을 가지고 지구환경의 개선을 위해 노력하고 있습니다. 환경 보전이야말로 인류를 위하는 최우선의 가치이기 때문입니다. 웅진코웨이는 친환경 시스템을 구축하고 다양한 활동을 통해 지구 사랑을 실천하고 있습니다.

### 【 환경경영 방침 】

웅진코웨이의 환경경영은 웅진그룹 환경경영의 큰 틀 안에서 이루어지고 있습니다. 웅진그룹은 환경의 중요성을 인식, 환경경영을 보다 체계적으로 추진하기 위해 2006년 4월 환경경영 선포식을 갖고 글로벌 환경친화기업으로의 변신을 선언한 바 있습니다. 이를 계기로 웅진코웨이는 경영활동 전반에 친환경적인 요소를 적극 도입해 나가고 있으며, 각종 환경관련 교육 등을 통해 전 직원들이 환경경영에 적극 참여 하도록 하고 있습니다.

### ▼ 환경경영 방침 ▼

- **글로벌 환경기업으로의 도약**  
변화를 받아들이고 경쟁력으로 승화시키는 우리의 능력을 바탕으로 신뢰받는 최고의 글로벌 환경기업이 되겠습니다.
- **청정생산을 통한 친환경 시스템화**  
모든 제품의 개발에서 폐기까지 미래의 성장을 위한 친환경 시스템을 확립하겠습니다.
- **환경 흐름에 능동적인 대응**  
국내외 환경변화 흐름을 예측하고 이를 선도하여 언제나 환경경영의 선두에 서는 환경 리더가 되겠습니다.
- **지속적인 환경 개선 투자**  
자연을 보호하고 폐기물을 최소화하기 위하여 3R (절약(Reduce), 재이용(Reuse), 재활용(Recycle))을 생활화하고 환경 개선에 투자를 아끼지 않는 환경혁신기업이 되겠습니다.
- **전 식구의 또또사랑 · 환경사랑 마인드 강화**  
친환경 교육을 통해 환경사랑 마인드를 강화하고 이를 실천하여 일등 환경지킴이가 되겠습니다.





▼ 환경경영 실천강령 ▼

웅진의 식구들은 또또사랑의 경영정신을 가슴 깊이 새기고, 세계적인 환경 리더 기업이 되기 위해 환경경영에 동참할 것을 다음과 같이 선서합니다.

● 또또사랑 하나

우리 웅진 식구는 글로벌 리더(Global Leader)로서 환경경영 실천에 동참한다.

● 또또사랑 둘

우리는 모든 업무를 수행함에 있어 환경경영을 고려하고 이를 통해 고객감동을 실현한다.

● 또또사랑 셋

우리는 국내외 지역사회의 환경 개선에 공헌함으로써 지구환경 보존에 기여한다.

● 또또사랑 넷

우리는 환경·안전·보건 관련 법규를 철저히 준수하고 그 기준을 지속적으로 향상시킬 것을 다짐한다.

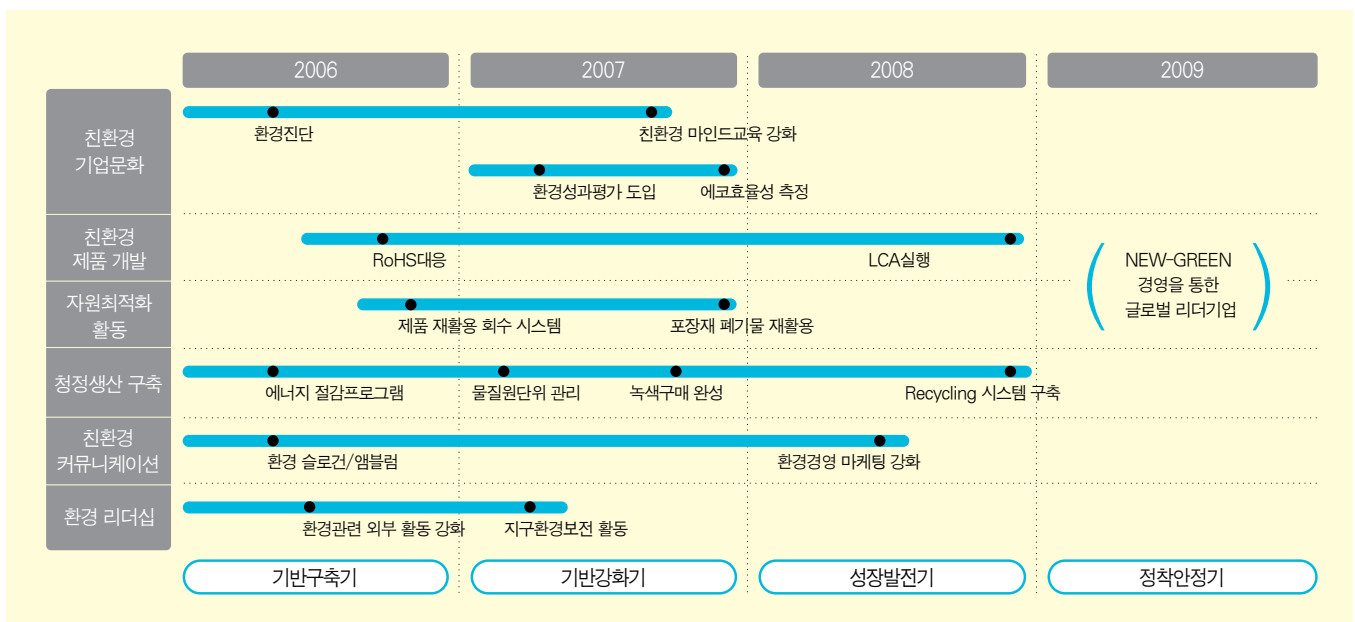
● 또또사랑 다섯

우리는 청정생산과 친환경경영 성과를 측정하고 감사하여 부단한 개선을 추구한다.

● 또또사랑 여섯

우리는 모든 환경활동에 솔선수범하고 그 내용을 진실하게 공개한다.

▼ 환경경영 추진 로드맵 ▼

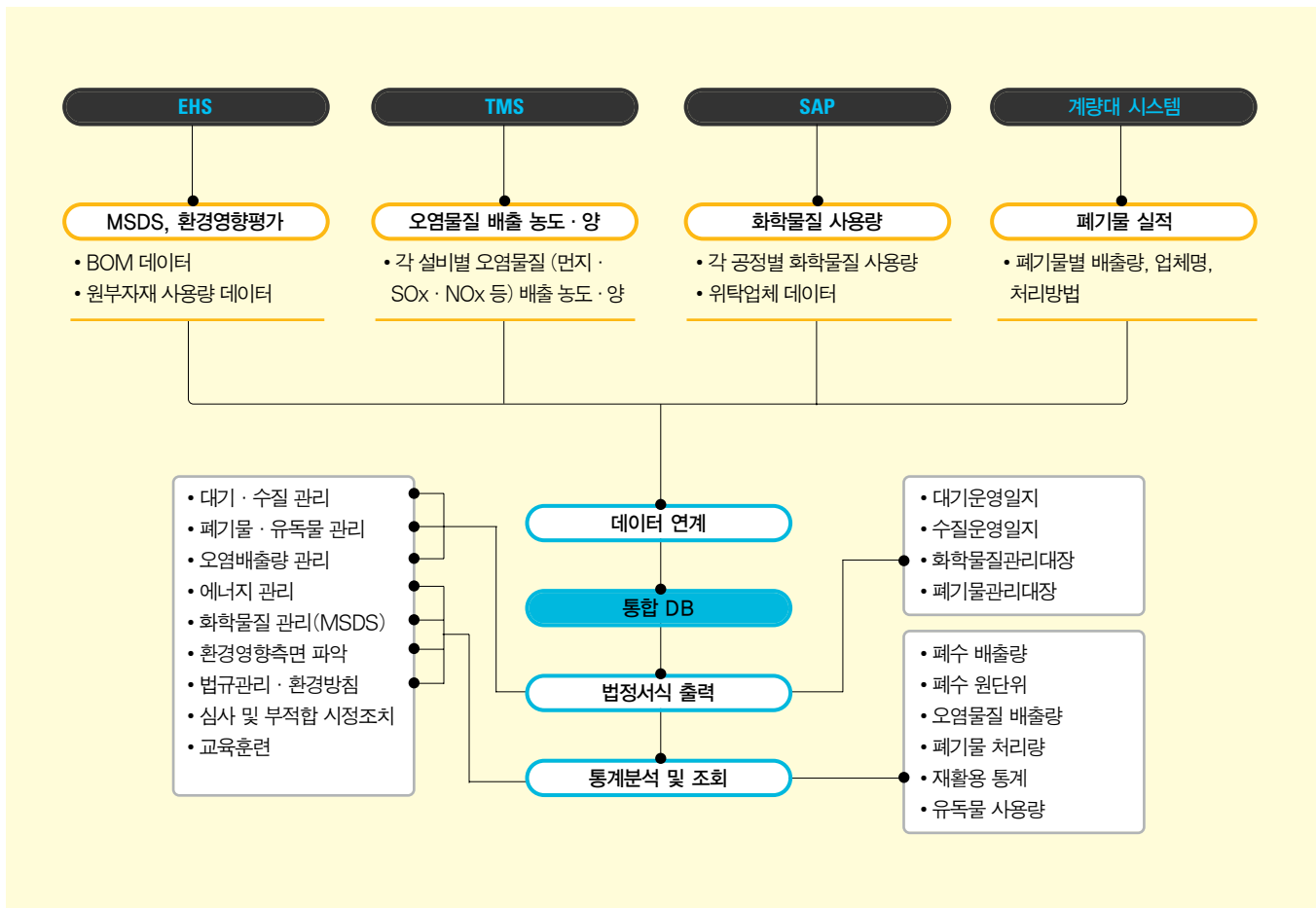




【 환경경영시스템 운영 】

그룹사 가운데 최초로 1995년 ISO9001, 1996년 ISO14001 인증을 취득한 웅진코웨이는 체계적인 환경경영 시스템을 구축하기 위하여 2006년 9월 품질 및 환경 관련 전담 부서인 품질기획팀을 신설하였습니다. 품질기획팀은 에너지 사용량 및 유해물질을 실시간으로 관리할 수 있는 환경경영 데이터관리(EDM: Environmental Data Management) 시스템을 구축하고, 이를 SAP와 연동하여 생산체계의 친환경성을 향상시켜 나가고 있습니다.

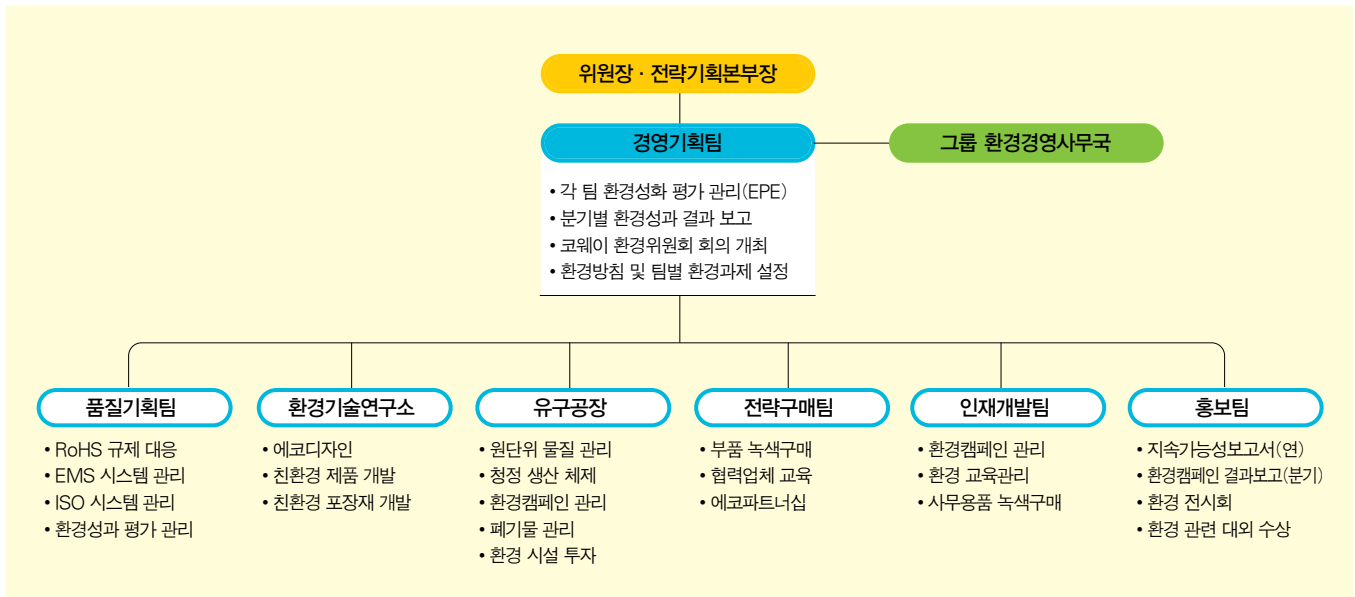
▼ 환경경영 데이터관리(EDM)시스템 ▼





● 그린파트너 인증식

▼ 환경경영 조직 ▼



【 그린파트너십 】

웅진코웨이는 날로 강화되는 환경 규제에 적극 대응하기 위해 협력사의 협조가 중요하다는 인식 아래 그린파트너십을 추구하고 있습니다. 2006년 12월 녹색구매 방침을 제정함과 동시에 자발적 녹색구매협약에 가입하여 친환경 정책을 협력사로 확산시키는 데 주력하고 있는 웅진코웨이는 2007년 12월 엄격한 심사를 거쳐 20개 협력사를 그린파트너로 인증하였습니다.

▼ 녹색구매 방침 ▼

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

## ENVIRONMENTAL ACTIVITIES AND PERFORMANCE

### 환경 활동 및 성과



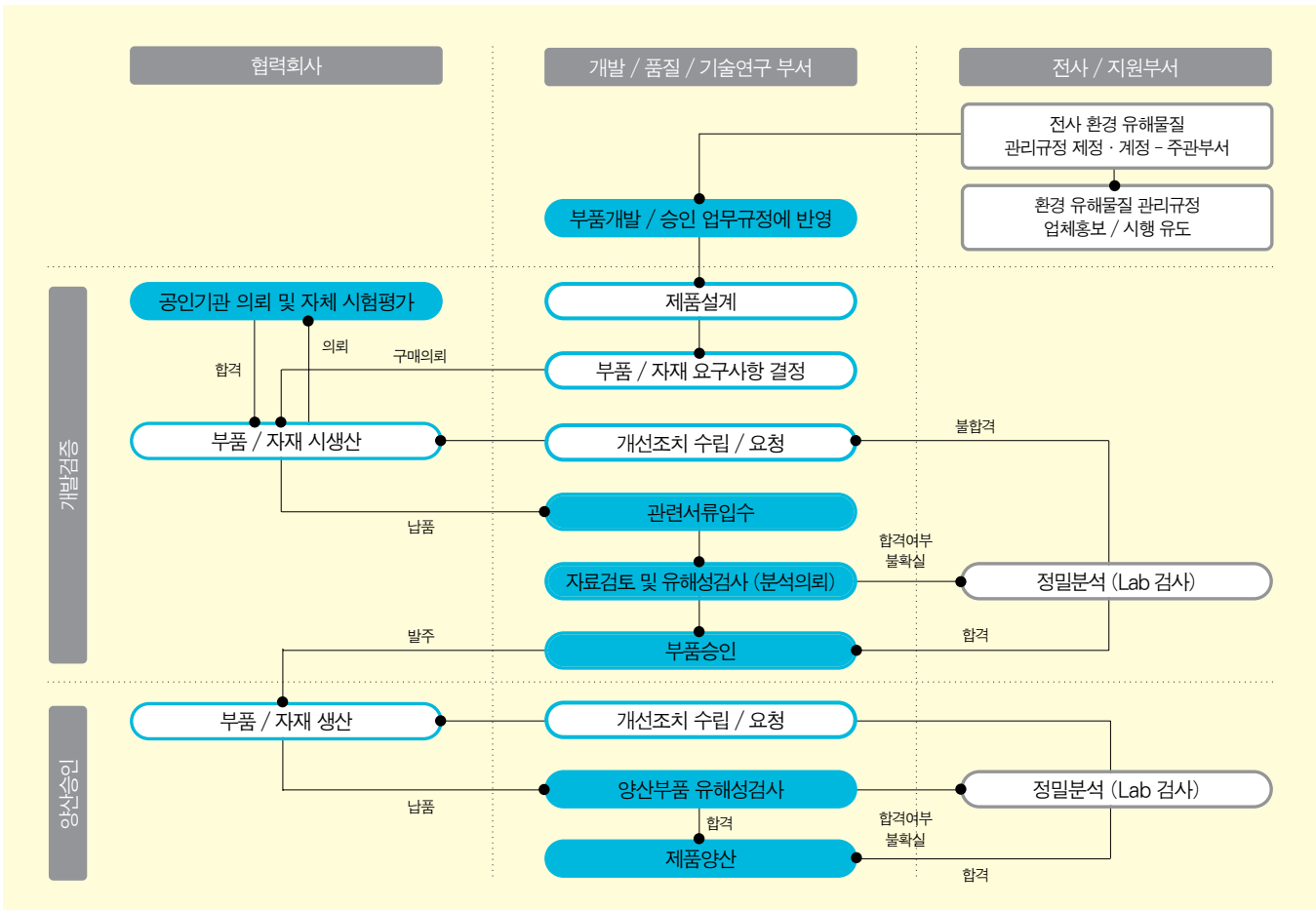
웅진코웨이의 환경 활동은 친환경 제품 개발, 에너지 및 오염물질 저감 활동, 환경캠페인 및 교육 등 다양하게 전개되고 있습니다. 또한 환경 성과를 제고하기 위해 기반 시설에 대한 투자 및 연구개발 투자에도 노력을 아끼지 않고 있습니다.

### 【 환경 성과 】

#### 유해물질 관리

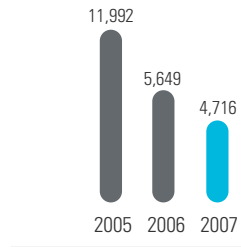
웅진코웨이는 유해물질 관리 규정을 마련하여 세계적인 환경 규제에 대응하고 있습니다. 동 규정은 웅진코웨이에서 제품 내 부품/자재 및 포장재에 함유되어 있는 유해물질을 파악하고 해당 물질의 관리규정에 따라 부품/자재를 개선하여 인체 및 환경에 부정적 영향을 미치지 않는 제품을 개발하고 양산하는 것을 그 목적으로 삼고 있습니다.

#### ▶ 제품 및 부품 내 유해물질 관리 업무 프로세스 ▶



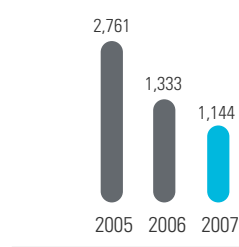
**폐기물 처리 금액**

(단위 : 만원)

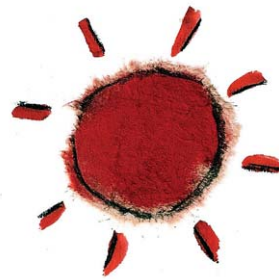


**폐기물 총량**

(단위 : m³)



당사는 생활환경가전 업계 최초로 유럽연합(EU) 공식 인증기관인 독일 '티유브이 슈드(TÜV SÜD)'로부터 유럽 유해물질 사용제한지침 (RoHS: Restriction of Hazardous Substances)에 대한 국제공인 시험기관으로 지정됐으며, 이에 따라 당사에서 실시한 모든 제품의 유해 물질 분석 시험성적서는 전문 분석 인증기관과 동일한 효력을 지니게 되었습니다. 이번 인증으로 당사는 제품 유해물질 분석 능력을 세계적으로 인정 받아 환경 분야의 글로벌 경쟁력을 갖추게 되었습니다.



▼ **환경유해물질 구분** ▼

- **Class I (금지물질)**  
유럽연합의 RoHS(유해물질사용제한지침)에서 정한 6대 물질 (Cd, Hg, Cr+6, Pb, PBBs, PBDEs)
- **Class II (제한물질)**  
유럽연합의 RoHS 외에 세계 각국에서 환경 및 인체유해성을 이유로 그 사용을 법적으로 규제하고 있는 물질
- **Class III (관찰물질)**  
환경 및 인체유해성을 이유로 그 사용이 향후 단계적으로 금지될 것으로 예상되는 물질

**폐기물 처리**

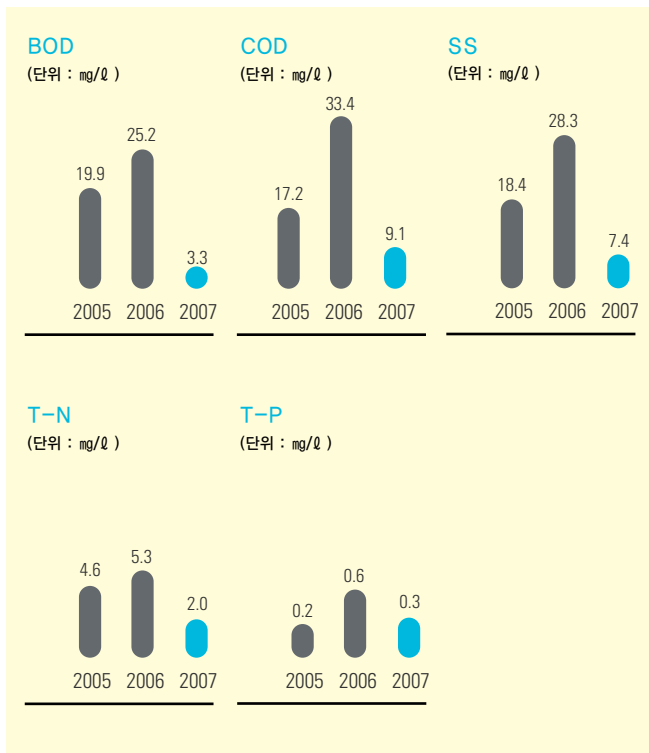
2007년 웅진코웨이의 폐기물 위탁처리는 금액 기준으로 4,716만원으로 2006년의 5,649만원에 비해 감소하였으며, 물량 기준으로도 1,144m³으로 2006년의 1,333m³보다 줄었습니다. 폐기물 처리 금액과 양이 감소한 것은 정수기 생산 공정의 모듈화로 공정 부산물 가운데 간지, 포장물 및 이와 관련된 쓰레기 등이 감소한 데 따른 것입니다.



**오염물질 배출**

2007년 웅진코웨이의 오염물질 배출 농도는 BOD, COD, SS 등 모든 범주에서 크게 개선되었습니다. 이는 멤브레인 필터 생산시설을 1공장 에서 2공장으로 이전하면서 폐수처리 규모를 일 30톤에서 400톤으로 크게 증가시킴에 따라 폐수처리의 효율성이 향상되었기 때문입니다. 이는 처리 과정의 모니터링, 분석, 측정이 효과적으로 이루어지면서 처리수에 대한 관리가 보다 철저해진 결과입니다.

▼ 오염물질 배출 농도 ▼



**자원 사용**

매출 증가 등 회사의 규모가 커지면서 전기 등 에너지 사용량이 증가하였습니다. 그 가운데 특히 지구 온난화에 영향이 큰 CO<sub>2</sub> 발생량을 감소 하기 위해 보일러 등유를 청정 에너지인 LPG로 전환하면서 LPG의 사용량이 크게 증가하였습니다.

전기사용량이 3.7백만KWh로 2006년에 비해 26.5% 증가하는 등 전반적으로 자원 사용이 늘어난 것은 2007년 정수기 라인의 증설(7개 라인에서 9개 라인), 멤브레인 필터 라인 증설(4개 라인에서 6개 라인), Carbon Block 3개 라인 신설, 원단 1개 라인 신설 등 대규모 신증 설로 생산시설이 대폭 확충되었기 때문입니다. 한편 지하수 사용이 늘어나면서 상수도 사용이 감소하였습니다.

▼ 자원 사용량 ▼

구분	단위	2005	2006	2007
전기	kWh	2,463,036	2,932,644	3,709,920
보일러등유	l	120,120	91,900	-
LPG가스	kg	1,020	1,374	119,740
부탄가스	kg	416	300	559
지하수	m <sup>3</sup>	54,110	31,230	51,713
상수도	m <sup>3</sup>	17,337	20,782	19,770
실내등유	l	14,874	8,345	9,266

### CO<sub>2</sub> 발생

2007년 CO<sub>2</sub> 발생량은 생산시설 확충으로 인한 자원 사용량이 크게 증가함에 따라 2006년에 비해 전반적인 증가세를 나타냈습니다. 보일러 등유의 경우 LPG로 완전 대체되면서 CO<sub>2</sub>가 전혀 발생하지 않은 반면, LPG의 CO<sub>2</sub> 발생량은 크게 증가하였습니다.

#### ▼ CO<sub>2</sub> 배출량 ▼

구분	단위	2005	2006	2007
CO <sub>2</sub> 발생량-실내등유	CO <sub>2</sub> -kg	39	22	24
CO <sub>2</sub> 발생량-보일러등유	CO <sub>2</sub> -kg	311	238	-
CO <sub>2</sub> 발생량-LPG가스	CO <sub>2</sub> -kg	9	12	168
CO <sub>2</sub> 발생량-부탄가스	CO <sub>2</sub> -kg	4	3	5
CO <sub>2</sub> 발생량-전력	CO <sub>2</sub> -kg	1,191	1,418	1,794

### 폐수 발생

2007년 폐수의 발생량은 1,092m<sup>3</sup>로 2006년 대비 두 배 가까이 증가하였습니다. 폐수 발생량이 크게 늘어난 것은 용수를 많이 사용하는 원단 라인 증설과 멤브레인 필터 라인 증설 때문입니다.

#### ▼ 폐수 배출량 ▼

구분	단위	2005	2006	2007
폐수 배출량	m <sup>3</sup>	212	570	1,092



● 빈 그릇 서약운동



● 여름환경캠프

### 【 환경 활동 】

#### 빈 그릇 서약운동

환경경영의 일환으로 '음식물 쓰레기 ZERO화'를 위한 빈 그릇 운동 캠페인을 시작하였습니다. 그룹 내 전 임직원을 대상으로 시행되는 이번 캠페인에 적극 동참하기 위해 당사는 2007년 4월 웅진그룹 이진 부회장의 특강 및 서약서 작성을 시작으로 본격적인 캠페인을 전개하였습니다. 당사는 연간 15조원에 이르는 음식물 쓰레기의 양을 줄이는데 적극 앞장서는 한편, 이를 범국민적 운동으로 확산시켜 나갈 계획입니다.

#### 여름환경캠프

웅진코웨이는 2007년 8월 남이섬에서 초등학교 학생 40명을 대상으로 2박3일 일정의 환경캠프를 모두 4차례(저소득층 학생 2차례, 웅진 고객 자녀 2차례) 열었습니다. 특히 환경교육의 기회가 상대적으로 적은 저소득층 지역의 지역아동센터(공부방), 보육원 어린이를 초청하여 자연 속에서 환경의 중요함을 체득하는 기회를 제공하였습니다.

### 대한민국 ESH 가치경영대상 수상

웅진코웨이는 한국일보와 환경실천연합회가 주최하고 한국경영혁신원과 한국품질인증원이 주관하는 제3회 대한민국 ESH 가치경영대상 시상식에서 환경경영 분야의 우수성을 인정받아 산업자원부 장관상을 수상하였습니다.

## SUMMARY FINANCIAL STATEMENTS

### 요약 재무제표

#### 【 요약 대차대조표 】

(단위 : 천원)

과목	2005	2006	2007
유동자산	260,669,176	405,929,535	395,573,254
· 당좌자산	218,514,213	325,510,341	337,784,650
· 재고자산	42,154,964	80,419,194	57,788,604
비유동자산	454,483,600	479,202,861	540,503,632
· 투자자산*	60,962,834	76,873,337	77,731,039
· 유형자산	369,847,596	374,165,148	388,708,793
· 무형자산	23,673,170	28,164,376	74,063,799
<b>자산총계</b>	<b>715,152,776</b>	<b>885,132,396</b>	<b>936,076,886</b>
유동부채	354,152,743	431,751,056	393,048,412
비유동부채	19,028,202	14,597,801	14,546,109
<b>부채총계</b>	<b>373,180,945</b>	<b>446,348,858</b>	<b>407,594,521</b>
자본금	39,025,806	39,287,797	39,315,997
자본잉여금	76,308,402	113,831,969	113,674,391
이익잉여금	233,699,017	283,531,077	370,056,285
· 법정적립금	5,325,427	7,825,427	10,825,427
· 임의적립금	161,476,034	201,476,034	242,876,035
· 미처분이익잉여금	66,897,556	74,229,616	116,354,823
<b>자본총계</b>	<b>341,971,831</b>	<b>438,783,539</b>	<b>528,482,365</b>
<b>부채 및 자본총계</b>	<b>715,152,776</b>	<b>885,132,396</b>	<b>936,076,886</b>

\*기타 비유동자산이 포함된 금액임

#### 【 요약 손익계산서 】

(단위 : 천원)

과목	2005	2006	2007
매출액	1,008,079,888	1,117,766,992	1,213,090,172
매출원가	363,699,498	380,380,741	384,670,142
매출총이익	644,380,390	737,386,251	828,420,030
판매비와 관리비	547,536,391	625,108,853	667,123,918
영업이익	96,843,999	112,277,398	161,296,112
영업외수익	5,449,144	7,420,515	9,741,253
영업외비용	16,323,859	17,298,803	15,345,577
법인세비용차감전순이익	85,969,284	102,399,110	155,691,788
법인세비용	25,080,684	27,472,847	39,416,344
당기순이익	60,888,600	74,926,263	116,275,445



## AWARDS AND RECOGNITION

### 수상 및 인증

#### 【 2007년 수상 및 인증 】

 <p><b>2007 고객감동 경영대상</b> 주관 : 한국경제신문사 정수기, 비데</p>	 <p><b>한국소비자생활지수(KWCI)</b> 주관 : 한국표준협회 코웨이(4년), 롤루(3년), 케어스(4년)</p>	 <p><b>에너지 워나상</b> 주관 : 소비자 시민모임 대기업의 우수업체 : 비데군 녹색기기부문 (대기업) : AP-1007AH</p>	 <p><b>대한민국 디자인 대상</b> 주관 : 한국디자인진흥원 대통령상</p>
 <p><b>제9차 한국산업의 브랜드파워(KBPI)</b> 주관 : 한국능률협회 코웨이(9년연속), 롤루(5년연속), 케어스(5년 연속)</p>	 <p><b>대한민국 녹색경영대상</b> 주관 : 한국능률협회 케어스</p>	 <p><b>BAF</b> 주관 : 영국인러지협회 인증</p>	 <p><b>제5회 대한민국 서비스 만족 대상</b> 주관 : 한국일보 일본서비스 - 렌탈서비스부문(2년연속)</p>
 <p><b>제14회 소비자 뽑은 좋은 광고상</b> 주관 : 한국광고주협회, 한국소비자단체협의회 신문부문 좋은 광고상 : 케어스 바론공기청정기 캠페인</p>	 <p><b>2007 한국 산업의 고객만족도(KCSI)</b> 주관 : 한국능률협회 코웨이(7년)</p>	 <p><b>대한민국 디자인 전람회</b> 주관 : 한국디자인진흥원 국무총리상 : Mo(정수기 / 청정기) 무역진흥공사 사장상 : 2nk(청정기+청수기)</p>	 <p><b>제9회 환경마케팅대상</b> 주관 : 한국경제신문사 사회공헌부문</p>
 <p><b>제7회 여성소비자가 뽑은 최고 명품 브랜드 대상</b> 주관 : 유엔타임스 롤루(3년연속), 케어스(3년연속), 음식물처리기</p>	 <p><b>Research &amp; Development</b> 대한민국 기술경영 혁신대상 주관 : 한국경제신문사 대상 : AP-2506BH</p>	 <p><b>한국산업디자인상(KIDA)</b> 주관 : 한국산업디자인협회 대상 : AP-1506DH 수상 : P-07F, WM03, BA10, GENIE, BA09-B, BA12, AP-1207BH, AP-1007EH</p>	 <p><b>제1회 CCMS인증 우수기업</b> 주관 : 공정거래위원회 인증</p>
 <p><b>여성소비자가 뽑은 품질 / 서비스 1위</b> 주관 : 여성신문사 롤루(5년연속), 케어스(5년연속)</p>	 <p><b>ENERGY STAR</b> 주관 : EPA(미 환경보호국) 인증 : AP-1004AH, AP-1005AH</p>	 <p><b>reddot award</b> 주관 : Design Zentrum 수상 : CHP-05DL</p>	 <p><b>2007 한국 최고의 일하기 좋은 기업대상</b> 주관 : 한겨레이코노미</p>
 <p><b>2007년 상반기 국가 브랜드 경쟁지수(NBCI)</b> 주관 : 중앙일보, 한국생산성본부 롤루(4년)</p>	 <p><b>신기술 으뜸상</b> 주관 : 한국표준협회 대상 : AP-1007AH</p>	 <p><b>일본 GD</b> 수상 : CHP-05DL, CHP-05E</p>	 <p><b>2007 한국사회공헌대상</b> 주관 : 한국신문방송연구소 대상 : 국민복지부문</p>
 <p><b>대한민국 브랜드스타</b> 주관 : 브랜드스타 코웨이(2년 연속), 롤루(3년 연속), 케어스(3년 연속)</p>	 <p><b>GS 경영대상</b> 주관 : 한국능률협회 신상품혁신상 : BA08</p>	 <p><b>iF Design</b> 주관 : 국제포럼디자인 수상 : P-07F, AP-1007AH, AP-1207BH</p>	 <p><b>제3회 대한민국 ESH 가치경영대상</b> 주관 : 한국경영학신문, 한국품질인증원 산업지원부 장관상 : 환경경영부문</p>
 <p><b>2007 대한민국 명품브랜드 대상</b> 주관 : 한국경제신문사 롤루(3년 연속)</p>	 <p><b>유럽 RoHS 국제공인시험기관</b> 지정 : 수질분석센터</p>	 <p><b>GOOD DESIGN(GD)</b> 주관 : 한국디자인진흥원 산업지원부장관상 : CHP-05DL 수상 : CHP-06DL, CP-07B, CP-06E, AP-1007AH, AP-1005FH, BB05, P-07F, AP-2007EH, AP-1107FH, BA12, BA08 BR, BB06</p>	 <p><b>Best HRD</b> 인적자원개발 우수기관 인증 주관 : 노동부, 교육과학기술부, 산업자원부 중소기업청 우수상</p>

#### 【 환경/사회 외부협회 참여 현황 】

협회명	주관	기간
서울시 사회복지협의회	서울시	2006년~현재
한국공기청정협회	환경부	2007년 10월

#### 【 2007년 외부 세미나 및 포럼 참여 현황 】

행사명	기간	주관	참여 부서
세계지식포럼	10/18~10/19	매일경제신문	경영기획팀 외

## ASSURANCE REPORT

### 검증 보고서

#### ● 서문

한국능률협회인증원(KMAR)은 웅진코웨이 2007 지속가능성보고서(이하 “보고서”)의 검증을 요청 받았습니다. 본 보고서의 작성 책임은 웅진코웨이 경영자에게 있으며, 본 한국능률협회인증원의 책임은 아래에 명시된 범위의 특정 정보에 대한 검증보고서를 발급하는 데 있습니다.

#### ● 검증의 독립성

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

#### ● 검증 범위

웅진코웨이는 보고서에서 지속가능경영 활동에 대한 노력과 성과를 기술하고 있습니다. 검증은 독자들에게 다음과 같은 사항을 제공하기 위해 설계되었습니다.

**경제분야 검증:** 수행 업무 및 결론 부문에서 정의된 바와 같이 재무 실적 데이터가 웅진코웨이의 2007 개별재무제표에 대한 감사보고서 및 영업보고서 상에서 적절히 추출 되었는지 여부

**환경/사회분야 검증:** 보고서의 다음 부문에 담겨있는 정보가 적정하게 기술되었는지 여부

- 고객
- 임직원
- 비즈니스 파트너
- 사회공헌
- 환경

‘적정하게 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 Board가 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 웅진코웨이의 지속가능성 관련 미디어 조사
- 데이터를 산출하는데 사용된 시스템과 프로세스 검토
- 내부 문서 및 자료 등에 대한 검토
- 공시된 활동 및 실적 관련 담당자 인터뷰

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

### ● 경제적 성과

본 검증인은 웅진코웨이의 2007년 개별재무제표를 기준으로 비교했으며, 보고서에 기재된 재무실적 관련 데이터는 웅진코웨이의 2007년 개별재무제표로부터 적절히 도출되었습니다.

### ● 환경 및 사회적 성과

상기 검증범위 “환경부문”, “사회부문”에 수록된 정보는 부적절하게 기술되었다고 보이지 않으며 중대한 오류는 발견되지 않았습니다.

### ● 개선을 위한 제언

본 검증인은 웅진코웨이가 발간한 보고서가 이해관계자 커뮤니케이션의 수단으로 적극 활용되기를 기대하면서 지속적인 개선을 위해 다음과 같이 권고합니다.

- 보고서 기획 및 작성과정에서 내외부 이해관계자의 적극적인 참여(engagement) 확대
- 지속가능경영 성과의 통합적 성과관리 체계 구축
- 보고서 작성 프로세스의 체계적인 정립

2008년 5월 6일

대표 박 기 호

*K. H. Park*

# KMAR

Korea Management Association  
Registrations & Assessments Inc.

## COMMENT FROM EXTERNAL EXPERT

### 검토 의견서

원만(圓滿)하다는 말이 있다.

원만이란 원을 채워나간다는 의미로, 즉 부족한 부분을 채워나가려는 주체의 의지, 완성을 향한 다각적인 노력을 의미한다. 우리는 이런 노력을 하는 건실한 대상에게 마음이 끌린다. 웅진코웨이의 지속가능보고서를 검토하고, 떠올린 단어다.

올해 웅진코웨이의 성장과 변신을 담은 지속가능보고서는 참으로 매력적이다.

웅진코웨이가 이룬 성과와 꿈에 대한 의지가 바로 28살 젊은이로 느껴진다. 역동감과 생명력이 넘쳐난다.

최근 국내·외 기업사회에서 최고의 화두로 대두되고 있는 지속경영이란

기업이 '지속가능한 기업(Sustainable Corporation)'으로 성장하는 것을 목표로 삼는 경영전략이다.

따라서 지속가능경영을 실천하고자 하는 기업이라면 장기적으로 계속기업(Going Concern)이 되기 위한 노력들이 담겨 있어야 한다.

사회 및 환경적 책임, 윤리적 노력, 기업의 미래성과 같은 내용적 활동과, 나아가 감성의 시대에 효과적으로 어필하기 위한

그 기업만의 커뮤니케이션 기술, 양쪽의 원만함이 함께 추구되어야 한다.

생동감이 넘치는 색상의 지면에 담아낸 웅진코웨이 2007 지속가능성보고서는 글자뿐만 아니라 채워진 여는 보고서보다 설득력 있다.

보는 이의 마음에 다가가기 위한 노력의 결과다.

이번 발간으로 웅진코웨이는 세 번째 지속가능성보고서를 내게 된다. 웅진코웨이의 지속가능성보고서에는 단순히 규정으로만 존재하는

윤리 경영이 아니라 보편화되고, 내부직원, 협력사에 이르기까지 사통 팔달로 운하를 이루고 있는 모습,

'또또사랑'이라는 경영정신으로 인간애를 체험하게 하는 고객 중심의 서비스들을 발견할 수 있다.

또한 산업혁명 이후 간과되어온 환경에 대한 기업의 태도를 각성하고, 위기를 기회로 변모시키고 있는 웅진코웨이의 노력들이 드러난다.

서울대학교 내의 R&D센터 건립과 물에 대한 연구 지원 등 적극적 사회공헌 활동, 다각적 커뮤니케이션 채널을 통해

이해관계자들에게 투명하게 정보를 공개하려는 배려 등 단순히 문패만 달아두는 형식이 아니라

내·외부 고객, 소비자 권리를 존중하는 실질적 노력에 점수를 드리고 싶다. 또한 협력사 그린 파트너 선정이라든지

행복밥차, 캄보디아 우물파기, 남아공의 축구 장학금 등 아이디어의 참신함에 감명을 받는다.

창조가 살아 숨쉬는 토양, 웅진코웨이의 기업 문화를 읽어낼 수 있는 까닭이다.

"한 기업의 성과는 그 기업의 커뮤니케이션의 질과 양에 의존한다."는 말이 있다.

말이 통하지 않고 자신의 의견이나 인격이 존중받는다느니 느낌을 가지지 못하는 직장의 경영성과가 결코 좋을 수 없다는 이야기다.

공정한 평가, 코칭과 같은 인간애가 느껴지는 일터에서의 경제적 경영 성과는 오히려 당연한 것이라 보여진다.

21세기는 '아시아의 시대'라 불린다. 아시아 시대를 한국의 시대로 만들어 가기 위해서

보다 많은 한국의 기업들이 세계적인 글로벌 기업으로 성장하여야 한다.

웅진은 이제 세계무대에 떠오르는 글로벌 기업이다. 사랑받는 기업으로 더욱더 고객과 사회에 다가서려는

웅진코웨이의 노력이 2007 지속가능성보고서에 빠짐없이 담겨 있으며, 해를 거듭할수록 더욱더 원만해지리라 확신한다.

서울과학종합대학원 서일윤

## GRI INDEX

## GRI 인덱스

GRI 항목	내용	페이지	비고
<b>전략 및 분석</b>			
1.1	최고 의사결정권자가 보고 조직 및 전략과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	13, 19	
1.2	조직과 지속가능성: 주요 영향, 위험 요인 및 기회	13	
<b>조직 프로파일</b>			
2.1	조직 명칭	14	
2.2	대표 브랜드, 제품 및 서비스	17	
2.3	주요 사업부서, 운영회사, 자회사, 합작회사 등 조직구조	16	
2.4	본사/본부 소재지	14	
2.5	해외 사업장 위치 국가 수, 주요 사업장이 있거나 보고서에서 다루는 지속가능성 문제와 구체적 연관성을 갖는 국가명	14	
2.6	소유 구조 특성 및 법적 형태	45	
2.7	대상 시장 (지역별 구분, 사업분야, 고객/수익자 유형)	14	
2.8	조직의 규모 (직원수, 순매출/순수익, 자기자본율, 제품 또는 서비스 수량 등)	14	
2.9	규모, 구조 또는 소유구조상의 중대한 변화	24, 45	
2.10	보고 기간 중 수상 내역	24, 45, 71	
<b>보고 매개변수</b>			
3.1	보고대상 기간 (예: 회계/캘린더 연도)	1	
3.2	최근의 보고서 발간 일자	1	
3.3	보고 주기 (매년, 격년)	1	
3.4	보고서 및 관련 내용에 대한 문의처	80	
3.5	보고 내용 정의 프로세스 (중요성/우선순위 결정, 예상 이해관계자 파악)	1	
3.6	보고 경계 (국가, 사업부, 자회사, 임대시설, 합작회사, 공급업체)	1	
3.7	보고 범위 또는 보고 경계상의 제한사항	1	
3.8	조직간 비교가능성에 영향을 줄 수 있는 객체에 대한 보고 기준 (합작회사, 자회사, 임대 시설, 외주업무 등)	1	
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	1	
3.11	이전 보고기간 대비 범위, 경계 또는 측정방식 상의 큰 변화	1	
3.12	GRI 대조표	75~78	
3.13	외부검증 관련 정책 및 활동, 검증 범위 및 기준, 보고 조직과 검증기관의 관계	1	
<b>지배구조, 책임, 참여</b>			
4.1	조직 지배구조 (전략수립, 감독 등을 책임지는 이사회 산하 위원회 포함)	46	
4.2	이사회 의장의 임원 겸직 여부	46	
4.3	일원화된 이사회의 경우, 사외이사 혹은 독립이사의 수	46	
4.4	이사회에서 대한 주주와 직원의 의견 반영 메커니즘	46	
4.5	이사회 구성원, 고위 관리자, 임원 등에 대한 보상과 조직 성과간의 관계	46	
4.6	이사회 내의 이해관계 상의 충돌 방지를 위한 프로세스	46	

## GRI INDEX

### GRI 인덱스

GRI 항목	내 용	페이지	비고
4.7	경제/사회/환경 전략을 보조하기 위한 이사 자격 및 전문성 기준, 결정 프로세스	46	
4.8	경제/환경/사회 성과 및 활동과 관련한 미션/핵심가치 진술문, 행동 강령 및 원칙	19, 52, 62, 63	
4.9	이사회가 경제/환경/사회 성과 파악 및 관리를 관장하는 절차	46	
4.10	이사회 자체의 성과 평가 프로세스 (특히, 경제/사회/환경관련)	46	
4.11	사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부 및 채택 방식	23	
4.12	경제/환경/사회 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브	71	
4.13	산업협회 등 국가별/국제적 정책기구 멤버십 획득	71	
4.14	참여한 이해관계자 그룹 목록	28, 29	
4.15	참여할 이해관계자 식별 및 선정 기준	28, 29	
4.16	참여 유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식 현황	28, 29	
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사, 이에 대한 대처방안	28, 29	
<b>경제 성과</b>			
EC1	직접적 경제적 가치 창출과 배분 (수익, 영업비용, 임금 및 복지, 자본비용, 세금, 지역사회투자 등)	30, 39, 56-58, 70	
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	62, 63, 65	
EC7	주요 사업장의 현지인 우선채용 절차 및 현지출신 고위관리자 비율	37	
EC8	공익을 우선한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과	54~58	
<b>환경 성과</b>			
EN1	중량 또는 부피 기준 원료 사용량	68	
EN2	재생원료 사용 비율		협력업체의 부품을 구매하는 특성상 관리하지 않음
EN3	1차 에너지원별 직접에너지 소비량	68	
EN4	1차 에너지원별 간접에너지 소비량	68	
EN8	공급원별 총취수량	68	
EN11	생태계 보호지역/주변지역에 소유, 임대, 관리 토지 위치와 크기		해당사항 없음
EN12	생태계 보호지역/주변지역에서의 사업활동으로 인한 영향		해당사항 없음
EN16	직, 간접 온실가스 총 배출량	69	
EN17	기타 간접 온실가스 배출량	69	
EN19	오존층파괴물질 배출량	69	
EN20	NOx, SOx 등 기타 주요 대기 배출물	64	
EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질	69	

GRI 항목	내용	페이지	비고
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	69	
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	69	
EN26	제품 및 서비스의 환경영향저감활동과 성과	66, 67	
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율		관리하지 않고 있음
EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수		해당사항 없음
<b>노동 성과</b>			
LA1	고용유형 고용계약 및 지역별 인력 현황	37	
LA2	직원 이직 건수 및 비율 (연령, 성, 지역별)	43	
LA4	단체교섭 적용 대상 직원 비율	42	
LA5	중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보기간 (단체협약에 명시여부 포함)		무노조 사업장임으로 단체협약이 존재하지 않음. 중요한 경영 현안에 대해서는 경영자가 직원과 수시로 커뮤니케이션 하고 있음
LA7	부상, 직업병, 손실일수, 결근 및 업무 관련 재해건수(지역별)	44	
LA8	심각한 질병에 관해 직원과 그 가족, 지역사회 구성원 지원을 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험 관리 프로그램	39, 40, 42, 44	
LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	40, 42	
LA13	이사회 및 직원의 구성 현황 (성, 연령, 소수계층 등)	37, 46	
LA14	직원 범주별 남녀 직원간 기본급 비율	30	대졸 신입, 동일 직급의 경우 남녀간 임금 차이는 없음
<b>인권 성과</b>			
HR1	인권보호조항이 포함되거나 인권심사를 통과한 주요투자협약 건수 및 비율		해당사항 없음
HR2	주요 공급업체 및 계약업체의 인권심사 비율		적용되지 않음
HR4	총 차별 건수 및 관련 조치		차별 건수 없음
HR5	결사 및 단체교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무 분야 및 해당 권리를 보장하기 위한 조치		해당사항 없음
HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 아동노동 근절을 위한 조치	37	
HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 강제노동 근절을 위한 조치	37	
<b>사회 성과</b>			
S01	업무활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	54-57	
S02	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율		없음
S03	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율		윤리교육 등 관련 교육 실시 시에 따라 임직원 100% 교육 받음

## GRI INDEX

### GRI 인덱스

GRI 항목	내용	페이지	비고
S04	부패 사건에 대한 조치	18~21	
S05	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비활동 참여		해당사항 없음
S08	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수		벌금 및 비금전적 제재는 없었음
<b>제품책임 성과</b>			
PR1	제품 및 서비스의 건강 및 안전 영향을 평가한 라이프사이클 상의 단계, 주요 제품 및 서비스의 해당평가 실시 비율	31~33	
PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보요건에 해당되는 주요 제품 및 서비스의 비율	31~33	
PR6	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법, 표준, 및 자발적 규칙 준수 프로그램	34	
PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수		벌금 부과된 사실 없음

### 【 GRI G3 적용수준 자체선언 】



웅진코웨이는 '2007 지속가능성보고서' 작성시 GRI의 G3 가이드라인을 적용하고 아래 적용 수준 평가 기준에 따라 본 보고서가 A+수준에 해당하는 요건을 충족 시키고 있음을 자체 선언하였습니다.

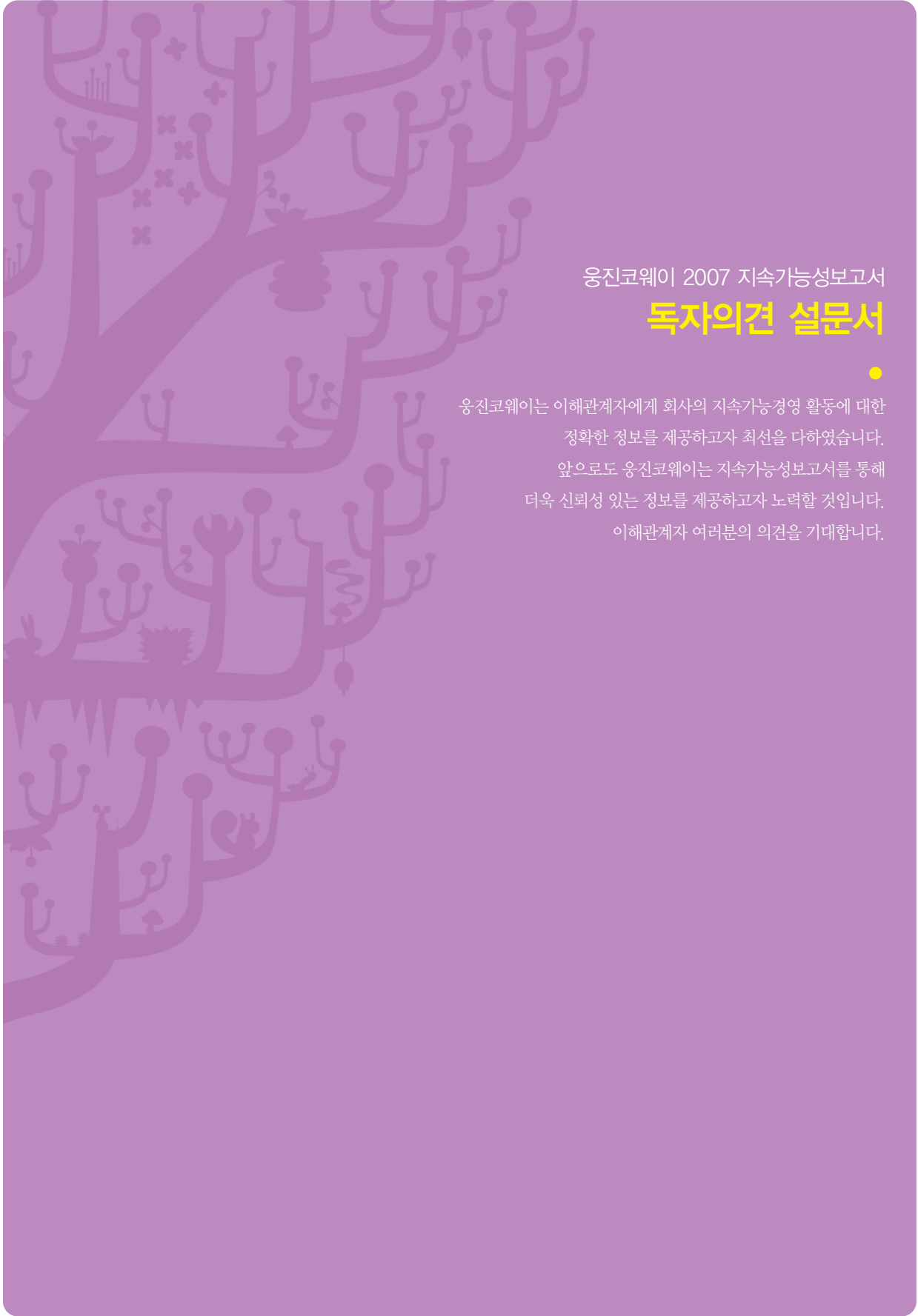
KMAR은 검증을 통해, 동 보고서가 GRI G3 적용 수준인 A, B, C중 A+에 적합함을 확인하였습니다.

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

● GRI G3 적용수준기준표  
GRI Application Levels Table

보고서 적용 수준	C	C+	B	B+	A	A+
<b>G3 프로파일 공시</b> 본문 제11장	공시항목 : 1.1, 2.1-2.10, 3.1-3.8, 3.10-3.12, 4.1-4.4, 4.14-4.15		공시항목 : 수준 'C' 의 모든 항목과 1.2, 3.9, 3.13, 4.5-4.13, 4.16-4.17		공시항목 : 수준 'B' 의 요구사항과 동일	
<b>G3 경영방식 공시</b> 본문 제11장	필요 없음	본문 제11장	각 지표범주의 경영방식 공시	본문 제11장	각 지표범주의 경영방식 공시	본문 제11장
<b>G3 성과지표 및 산업별 부가지표</b> 본문 제11장	최소한 10개 이상의 성과지표를 보고해야 함 (경제, 환경, 사회 지표가 각각 1개 이상 포함되어야 함)		최소한 20개 이상의 성과지표를 보고해야 함 (경제, 환경, 인권, 노동, 사회, 제품책임 지표가 각각 1개 이상 포함되어야 함)		중요성 원칙에 따라 모든 G3 핵심성과지표 및 산업가이드 지표에 대해 a)보고하거나 b) 보고하지 않을 경우 그 이유를 설명함	





웅진코웨이 2007 지속가능성보고서  
**독자의견 설문서**

●  
웅진코웨이는 이해관계자에게 회사의 지속가능경영 활동에 대한  
정확한 정보를 제공하고자 최선을 다하였습니다.  
앞으로도 웅진코웨이는 지속가능성보고서를 통해  
더욱 신뢰성 있는 정보를 제공하고자 노력할 것입니다.  
이해관계자 여러분의 의견을 기대합니다.

## 독자의견 설문서

웅진코웨이의 2007 지속가능성보고서는 웅진코웨이의 환경·사회·경제 분야에서의 주요 성과와 활동을 투명하게 전달하고자 발간되었습니다. 더욱 발전된 보고서를 위하여 여러분의 소중한 의견을 듣고자 합니다.

01

귀하는 다음 중 어떤 그룹에 속하십니까?

- |                              |                              |  |                             |
|------------------------------|------------------------------|--|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 임직원 | <input type="checkbox"/> 주주  | <input type="checkbox"/> 금융기관                        | <input type="checkbox"/> 고객 |
| <input type="checkbox"/> 협력사 | <input type="checkbox"/> NGO | <input type="checkbox"/> 지역 주민                       | <input type="checkbox"/> 학계 |
| <input type="checkbox"/> 정부  | <input type="checkbox"/> 언론  | <input type="checkbox"/> 기타 (                      ) |                             |

02

귀하는 본 보고서를 어떠한 목적으로 활용하십니까?

03

귀하의 주요 관심 분야는 무엇입니까? (복수 응답 가능)

- |                                       |                                       |                                     |
|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Woongjin Coway & Sustainability       | Woongjin Coway & Stakeholders         | Woongjin Coway & The Planet         |
| <input type="checkbox"/> CEO 메시지      | <input type="checkbox"/> 이해관계자 커뮤니케이션 | <input type="checkbox"/> 환경 리더십     |
| <input type="checkbox"/> 회사 개요        | <input type="checkbox"/> 고객           | <input type="checkbox"/> 환경 활동 및 성과 |
| <input type="checkbox"/> 윤리경영         | <input type="checkbox"/> 임직원          |                                     |
| <input type="checkbox"/> 지속가능경영 체계    | <input type="checkbox"/> 주주           |                                     |
| <input type="checkbox"/> 지속가능경영 하이라이트 | <input type="checkbox"/> 비즈니스 파트너     |                                     |
|                                       | <input type="checkbox"/> 사회공헌         |                                     |

04

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 ▶ |

05

본 보고서와 관련해서 보완해야 할 사항이나 제안하고자 하는 내용이 있으시면 자유롭게 작성해 주십시오.

설문에 응해 주셔서 감사합니다.

서울특별시 중구 을지로2가 6번지 내외빌딩 10층 홍보팀

TEL	02-2172-1052	FAX	02-2172-1077
E-mail	kevineom@coway.co.kr	Homepage	www.coway.co.kr





본 보고서는 친환경 용지에 콩기름 잉크로 인쇄되었습니다.



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