



본 보고서는 친환경 경영에 공헌을 할 목적으로 인쇄되었습니다.

웅진코웨이 지속가능성보고서 2008

웅진코웨이
지속가능성보고서
2008



Contents

- 01 보고서 개요
- 08 CEO 메시지

Woongjin Coway & Sustainability

- 11 회사개요
- 15 윤리경영
- 19 지속가능경영 체계

Woongjin Coway & Stakeholders

- 23 이해관계자 커뮤니케이션
- 27 고객
- 36 임직원
- 45 주주
- 51 비즈니스 파트너
- 55 사회공헌

Woongjin Coway & The Planet

- 61 환경 리더십
- 64 환경 활동 및 성과
- 69 2009년 친환경 경영 전략

- 72 요약 재무제표
- 73 수상 및 인증
- 76 검증 보고서
- 78 검토 의견서
- 79 GRI 인덱스



2008 Sustainability Highlights



세계 4대 디자인 어워드 그랜드 슬램 달성

지난 7월 미국에서 열린 2008 IDEA(International Design Excellence Awards)에서 공기청정기 '단(Daan)'이 Winners Silver를 수상한 것을 비롯해 7개 작품이 수상작으로 선정됐습니다. 이번 수상으로 2007년 독일의 레드닷어워드(red-dot Award), 일본의 GD(Good Design), 독일의 IF(International Forum Design) 수상과 함께 4대 디자인 어워드 그랜드 슬램을 달성하는 쾌거를 이루어 냈습니다. 웅진코웨이는 세계 최고 권위의 디자인상을 모두 석권함으로써 디자인 면에서도 최고의 기업임을 입증 받았습니다.

수처리사업 본격화

2008년 1월 웅진그룹이 인수한 새한(현 웅진케미칼)의 수처리사업부문을 2008년 7월에 웅진코웨이에서 인수함에 따라 수처리사업을 본격화할 수 있는 기반을 마련하였습니다.



서비스 조직(CS닥터: 설치 및 AS전담 조직) 인수

웅진해피콜의 CS닥터 조직을 인수하여 2009년 1월 1일부터 제품의 영업, 판매, 서비스를 통합 운영하게 되었습니다. 이로 인해 조직 내부의 업무 효율을 높일 수 있게 되었고, 향후 대 고객 서비스의 일원화를 통한 고객만족도가 제고될 것으로 기대하고 있습니다. 특히, 웅진해피콜에 지불하던 소싱(sourcing) 비용을 내부화할 수 있게 되면서 연간 110억 원 이상의 비용을 절감할 수 있게 되어 연간 영업이익률이 0.8%가량 증가할 것으로 기대됩니다.



고객 감동 경영 활동에 따른 수상

고객 감동 경영 활동을 통해 고객의 가치를 꾸준히 제고해 온 결과 웅진코웨이는 2007년 7월 공정거래위원회로부터 '제 1회 CCMS 인증 우수기업'으로 선정된 데 이어, 2008년 9월 제 6회 포브스 경영품질 대상 '고객감동 부문' 대상, 2008년 12월 기업 최초로 '제 13회 소비자의 날 정부 표창 대통령상' 수상, 같은 달 '올해의 KCO(소비자 업무 전문가)기관상' 등을 수상하였습니다.



해외 전시회 참가로 브랜드 위상 강화

3월 WETEX, 4월 K/BIS, 5월 CHITEC, 10월 AQUATECH 등의 해외 전시회에 참여하여, 제품의 우수성을 홍보하고, 거래업체와 상담을 진행하였습니다. 웅진코웨이는 적극적으로 전시회에 참가함으로써 향후 새로운 시장인 해외 진출을 가속화하고 수출 규모도 크게 확대해 나갈 계획입니다.



음식물처리기 사업 본격 진출

5월 음식물처리기 브랜드 '클리베(CLIVE)'를 론칭하면서 음식물처리기 시장에 본격적으로 뛰어 들었습니다. 클리베는 처리 과정에서 냄새나 부패 없이 음식물쓰레기의 부피를 1/10로 줄이는 제품으로 음식물 쓰레기를 잘게 분쇄한 후 건조하여 열 효율을 높이는 새로운 방식인 '분쇄건조식' 방식을 채택하고 있습니다. 처리 시간 측면에서도 약 1일 정도 소요되는 타 방식에 비해 약 2시간으로 매우 짧습니다. 이러한 장점을 바탕으로 웅진코웨이(모델명 CLIVE WM03)는 한국표준협회 주관으로 열린 신기술 으뜸상 시상식에서 음식물처리기 분야 최초로 대기업 부문 대상을 수상하였습니다.

'3000만 불 수출의 탑' 수상

제 45회 무역의 날을 맞이하여 '3000만 불 수출의 탑'을 수상하였습니다. 한국무역협회가 주최하고 지식경제부가 주관하는 이 날 행사에서 웅진코웨이는 2007년 7월부터 2008년 6월까지의 수출 실적에 따라 이 상을 수상하였습니다. 전년도 무역의 날 '1000만 불 수출의 탑' 수상에 이어 연속적으로 수상을 한 웅진코웨이는 시장 다변화와 제품력을 바탕으로 향후 수출 활성화에 더욱 박차를 가할 계획입니다.



코디 10주년 코디 사랑 페스티벌

코디 10주년을 맞이하여 10월 15일 경기도 광명시에 위치한 '스피돔 벨로드롬 경기장'에서 '코디 10주년 코디 사랑 페스티벌'이 열렸습니다. 이 날 행사에는 전국 10,500여 명의 코디를 비롯해 총국장, 지국장들이 모두 참석했으며, 일본, 미국, 태국 등 해외에서 활동하고 있는 코디들도 참석하였습니다. 코디 전원이 참석한 첫 번째 행사로 기록된 이 페스티벌은 코디 10년사를 돌아보고, 코디가 당사 성장의 원동력을 확인하는 자리였습니다.

보고서 담당 연락

- 웅진코웨이는 이해관계자에게 회사의 지속가능경영 활동에 대한 정확하고 신뢰성 있는 정보를 제공하고자 최선을 다하고 있습니다. 본 보고서는 홍보팀이 중심이 되어 전략기획부, 경영지원부, 영업본부, CS부 등 관련 부서의 협조를 통해 발간되었습니다. 앞으로도 웅진코웨이는 지속가능성보고서를 통해 지속가능경영 활동을 보다 정확하게 알리도록 노력하겠습니다. 이해관계자 여러분의 의견을 기대합니다.

본 보고서에 대한 의견은 아래로 연락 주시기 바랍니다.

- 서울특별시 중구 을지로2가 6번지 내외빌딩 10층 홍보팀
- TEL 02-2172-1091
- FAX 02-2172-1077
- E-mail jyun@coway.co.kr
- Homepage www.coway.co.kr

About this report

보고서 프로필

- 웅진코웨이는 2006년 첫 보고서를 발간한 이래 매년 회사의 지속가능경영 활동을 투명하게 공개하여 왔습니다. 회사는 네 번째 보고서인 본 보고서를 통해 회사의 지속가능경영 활동을 투명하게 공개하고자 하며, 나아가 이해관계자의 의견을 경영에 적극 반영하는 채널로 활용하고자 합니다.

기간 및 범위

- 보고 기간은 2008년 1월 1일부터 12월 31일까지입니다. 그러나 추세 비교를 위해 2006년과 2007년의 데이터를 사용하였고 필요한 경우 2009년의 활동과 성과에 대한 정보도 포함하였습니다. 본 보고서는 웅진코웨이 서울사무소, 환경기술연구소, 품질경영연구소 및 유구공장의 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 본 보고서를 작성함에 있어 중요성 이슈를 도출하여 이에 대한 정보를 구체적으로 담고자 노력하였습니다. 정보의 측정과 평가 등의 측면에서는 이전 보고서와 비교하여 의미 있는 변화는 없습니다. 웅진코웨이는 앞으로도 매년 지속가능성보고서를 발간할 계획입니다.

검증

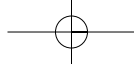
- 본 보고서는 제3자 검증기관으로부터 검증을 받았습니다. 관련 정보는 76~77페이지를 참조하기 바랍니다.

추가정보

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

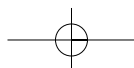




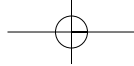


Wisdom to Cultivate
HAPPINESS

끊임없는 변화와 혁신으로 행복의 가치를 전달합니다 - 남보다 앞선 해안과 열정을 바탕으로 고객, 임직원, 비즈니스 파트너, 주주, 지역사회 등 다양한 이해관계자의 행복을 가꾸어 갑니다. 기업가치를 제고함으로써 당신의 행복을 가꾸는 것, 그것이 또한 우리의 행복입니다.



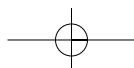




Wisdom to Cultivate

THE MIND

스스로를 위해 정직을 약속합니다 - 바른
방법으로 나아가는 길, 어쩌면 늦을 수도
있는 그 길을 걸어갑니다. 투명경영과 윤리
경영은 우리 자신이 결코 포기하지 않을
원칙이며, 궁극적으로 오랜 후에도 지속
가능한 기업이 되는 유일한 길입니다.

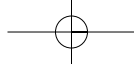




WongjincoWay
Our Environment

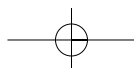
Green up 2009!

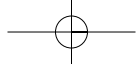
Leadership for
Environment Managements



Wisdom to Cultivate
NATURE

세상을 품는 자연의 소중함을 깨닫고 지구
사랑에 앞장섭니다 - 오늘만을 생각하는
짧은 생각을 넘어, 미래 세대의 삶을 생각
합니다. 어제의 자연이 준 혜택으로 오늘
의 삶이 풍성해졌듯이 오늘의 지구를 사랑
함으로 더 풍요로운 내일을 준비합니다.





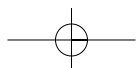
WOONGJIN COWAY &
CEO MESSAGE

웅진코웨이와 함께 미래를 준비하는 주주, 고객, 지역사회, 협력업체, 임직원 여러분에게 감사의 마음을 전하며 2009년 한 해도 모두의 소망이 성취되는 행복한 변화의 시간이 되기를 기대합니다.



CEO Message

CEO 메시지



WOONGJIN COWAY &
CEO MESSAGE

코웨이 혁신의 출발점을 지나서...

혁신과 창조 그리고 열정이 지난 한 해 웅진코웨이를 성장시킨 원동력이었다고 생각합니다. 지난 해는 웅진코웨이가 출발점을 지나서 혁신의 첫 결과를 경험한 한 해였습니다.

2008년, 글로벌 불황이라는 커다란 장벽 앞에서 웅진코웨이는 창조적 변화를 통해 세계로 스며드는 노력으로 변함 없는 성장을 이어 나갈 수 있었습니다. R&D센터의 건립으로 본격화된 우수인재 확보와 선진기술 개발로 세계시장 도전의 발판을 확보하였으며, 디자인 혁신으로 세계 4대 디자인상을 모두 수상하는 그랜드 슬램을 달성하였습니다. 또한 고객에 대한 사랑을 기반으로 IMF 시절의 렌탈 시스템에 이어 공짜 경제 기반의 마케팅 방식인 페이프리 프로그램을 선보였습니다.

환경과 함께 성장하는 기업이 되겠습니다.

지난해 사회가 집중한 여러 가지 다양한 이슈들은 환경과 사회 그리고 산업 간의 끊을 수 없는 관계를 시사합니다. 2008년 이후 지구는 환경 중심의 베이징 올림픽, 새로운 대통령의 취임과 저탄소 녹색성장, 람사르 총회 등 환경 중심의 발전을 끝없이 시도하고 있습니다. 이런 사회적 변화는 웅진코웨이의 미래와도 부합하는 긍정적인 시그널이라고 생각합니다. 2006년 웅진그룹의 환경경영 선포 이후 웅진코웨이는 꾸준히 지속가능성보고서를 발간하고 저탄소 녹색경영을 위한 노력을 기울여 왔습니다. 특히 2008년은 탄소라벨링 시범인증기업 선정, 폐건전지 수거 캠페인, 그린파트너 인증제도의 강화 등으로 친환경기업으로서의 시스템이 정착된 한 해였습니다.

모두가 함께하는 행복을 상상합니다.

웅진코웨이는 사회적 책임을 다하고자 노력하고 있습니다. 특히 2006년 6월 UN 글로벌 콤팩트에 가입하여 인권, 노동, 환경, 그리고 반부패에 관한 10가지 원칙을 준수하고 이를 실천함으로써 성장의 추구하고 함께 사회적인 책임을 다하는 기업 시민으로서의 역할을 다하고 있습니다. 본 지속가능성보고서는 웅진코웨이의 현재와 미래에 대한 스스로의 평가이자 다짐입니다. 더불어 고객과 사회, 변화를 향한 사랑입니다. 현상에 만족하는 기업은 발전하지 않습니다. 2009년에도 웅진코웨이는 지난 역사를 배경으로 또 다시 환경과 함께 미래를 만들어갈 준비를 게을리하지 않겠습니다.

웅진코웨이와 함께 미래를 준비하는 주주, 고객, 지역사회, 협력업체, 임직원 여러분에게 감사의 마음을 전하며 2009년 한 해도 모두의 소망이 성취되는 행복한 변화의 시간이 되기를 기대합니다.

대표이사 홍준기



Woongjin Coway & *Sustainability*

웅진코웨이는 인류의 지속가능한 발전을 위해
경제 · 사회 · 환경적 책임을 다하고 있습니다.
투명하게 이윤을 창출하고 이해관계자의 가치를 제고하고 있으며,
생활환경기업에 맞는 친환경 활동을 통해 미래세대와 지구를
생각하는 경영 활동을 전개하고 있습니다.



SUSTAINABILITY

- 11 회사개요
- 15 윤리경영
- 19 지속가능경영 체계

WOONGJIN COWAY &
SUSTAINABILITY

국내 최고의 생활환경기업으로 자리매김하고 있는 웅진코웨이는 혁신적인 마케팅과 차별화된 서비스로 시장 지위를 강화하고 있으며, 세계 일류의 생활환경기업으로의 성장을 위해 최근 해외 시장 진출을 본격화하고 있습니다.



Company Profile

회사개요



회사 개황

2009년은 웅진코웨이가 설립 20주년을 맞는

해입니다. 1998년 혁신적인 마케팅 기법인 렌탈 비즈니스 개념을 업계 최초로 도입하고 서비스 전문가인 '코디'를 통해 사전 서비스 (Before Service)라는 차별화된 서비스를 고객에게 제공함으로써 지속적으로 시장점유율, 고객만족도, 브랜드 인지도 등에서 국내 최고의 위치를 점하고 있습니다.

2000년대 중반에 접어들면서 웅진코웨이는 국내 시장에서 입지를 더욱 강화하는 한편, 세계 일류의 웰빙기업으로 도약하고자 해외 진출을 가속화하고 있습니다. 현재 6개 해외 현지 법인과 네덜란드의 물류기지를 통해 수출을 확대하는 등 지속적으로 성장할 수 있는 기반을 구축하고 있습니다. 특히, 2009년부터 웅진코웨이는 저탄소 녹색경영에 중점을 둔 경영활동을 전개해 나감으로써 지속가능기업의 위상을 강화함은 물론, 인류의 지속가능한 발전에도 기여해 나갈 것입니다.

일반 현황

회사명	웅진코웨이주식회사
본사 주소	충청남도 공주시 유구읍 유구리 658
설립일	1989년 5월 2일
대표이사	홍준기
업종	제조 및 판매업
직원 수	1,533명
해외 현지법인	미국, 일본, 태국, 말레이시아, 중국, 홍콩

재무 현황 (단위 : 억 원)

자산총계	10,714
부채총계	4,748
자본총계	5,966
자본금	393
매출액	13,144
영업이익	1,901
당기순이익	1,291

SUSTAINABILITY

회사개요

윤리경영

지속가능경영 체계

지속가능경영 하이라이트



- New CI 선포식
- payFree 서비스 실시

회사 연혁

1989~2000	
1989	● 회사 설립
1990	● 정수기 시장 진입
1993	● 웅진코웨이 환경기술연구소 설립
1994	● 공기청정기 생산 및 판매
1998	● 정수기 렌탈 판매 실시
2000	● 비데 렌탈 판매 실시
2001~2004	
2001	● 주식 상장 ● 공기청정기 렌탈 판매 실시
2003	● ISO 9001, 14001 인증 획득 ● 일본법인 설립
2004	● 시스템キッチン업 개시 ● 웅진코웨이개발과 합병
2005~2008	
2005	● 태국법인 설립 ● 렌탈하우스 오픈 ● 음식물처리기 출시
2006	● 웅진에너지 설립 ● 말레이시아법인 설립 ● 중국법인 설립
2007	● 유럽 RoHS 공인시험기관 지정 ● 미국법인 설립 ● 유구 필터단지 준공 ● CCMS 우수인증기업 선정
2008	● 디자인 그랜드슬램 달성(레드닷, IF, IDEA, 굿디자인) ● 수처리사업 진출 ● 새로운 CI 선포 ● 서울대학교 연구공원내 웅진코웨이 R&D센터 준공 ● 웅진케미칼(주)와 필터 및 수처리사업 양수도 계약 체결 ● 환경분석센터 국제수질협회(WQA: Water Quality Association) 공식 시험기관으로 인정 ● payFree 멤버스 서비스 실시 ● 세계 최대 물산업 전시회 'Aquatech Amsterdam 2008' 전시회 참가 ● 코디 10주년 코디사랑 페스티벌 개최 ● 홍콩법인 설립



WOONGJIN COWAY &
SUSTAINABILITY

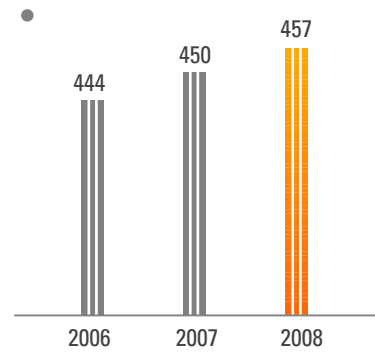
조직 현황

2009년 2월 현재 웅진코웨이의 조직은 10본부, 3연구소, 1공장, 4실, 63팀으로 구성되어 있으며, 해외 비즈니스 강화를 위해 해외에 6개 법인을 두고 있습니다. 지난해와 비교하여 본부와 연구소가 각각 1개가 늘어났으며 7개 팀이 추가로 만들어졌습니다. 신설된 본부는 수처리사업본부로 국내 최고의 정수기 및 필터 기술력을 기반으로 산업용 수처리 시장에 본격 진출하는 역할을 담당하게 됩니다. 한편, 일선 영업조직인 총국과 지국 수는 2009년 2월 현재 각각 25국, 457국입니다.



2009년 2월 16일 현재

지국 수 추이 (단위 : 국)



SUSTAINABILITY

회사 개요
윤리경영
지속가능경영 체계
지속가능경영 하이라이트



글로벌 네트워크

미국법인 등 모두 6개의 해외 현지법인과 1개의 물류기지(네덜란드)를 운영하고 있습니다. 해외 시장 진출에 적극적으로 나서고 있는 당사는 2008년 정수기, 청정기 등 완제품과 부품, 필터 등을 총 47개국에 수출하였습니다. 2007년에 비해 수출국은 3개국이 늘어났으며, 수출 금액도 92.5% 증가하였습니다. 2009년에는 2008년 대비 91% 성장을 목표로 하고 있으며, 거래선과의 Win-Win 관계 구축과 브랜드 마케팅을 통해 글로벌 코웨이의 위상을 강화할 계획입니다.

미국법인 등 모두 6개의 해외 현지법인과 1개의 물류기지(네덜란드)를 운영하고 있습니다.



● 코웨이 정수기 ● 케어스 공기청정기



● 롤루 비데 ● 롤루 연수기



● 클리베 음식물처리기 ● 뷔셀

중국법인

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

일본법인

8F, Sibaniketaraku Bldg 1-10-13,
Siba minato-ku,
Tokyo, Japan(105-0014)
Tel. 81-3-6436-5810
Homepage: 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
Homepage: www.coway.co.th

말레이시아 법인

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

미국법인

3200 Wilshire Blvd., South Tower
#110, Los Angeles, CA, 90010
Tel. 1-213-480-1600
Homepage: www.coway-usa.com

홍콩법인

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

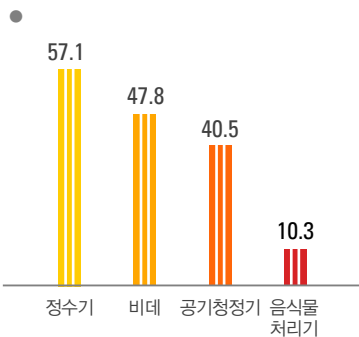
물류기지(네덜란드)

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

본사

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

시장점유율 (단위 : %)



※2008년 하반기 갤럽 조사 자료에 의함

주요 제품

웅진코웨이는 정수기, 비데, 공기청정기 등 주력 상품을 기반으로 성장해왔습니다. 주요 제품의 경우 시장점유율, 고객 만족도, 브랜드 인지도 등 여러 측면에서 국내 최고의 위치를 점하고 있으며, 2000년대 중반 이후 시스템 키친 사업, 음식물처리기 사업에 진출하여 제품 다변화를 이루어가고 있습니다. 웅진코웨이는 향후 국내·외 산업용 필터 시장, 해수 담수화, 상하수 폐수 처리 등의 통합 수처리 서비스 사업으로 사업 다각화를 지속함으로써 글로벌 일류 기업으로 성장해 나갈 것입니다.

웅진코웨이는 정수기, 비데, 공기청정기 등 주력 상품을 기반으로 성장해왔습니다.

윤리경영은 웅진코웨이는 물론 웅진그룹의 제반 활동에서 가장 중시되는 경영 요소입니다. 웅진코웨이는 공정하고 투명한 경영을 기업의 제1원칙으로 삼아 윤리규정을 준수하고 관련 활동을 모범적으로 실천함으로써 더욱 투명하고 깨끗한 기업을 만들어 나갈 것입니다.



Ethics Management

윤리경영

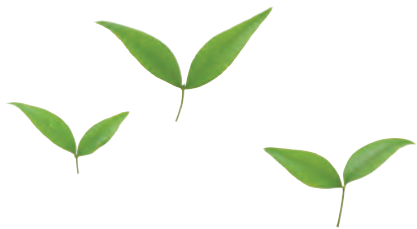
윤리경영의 발자취

윤리경영이란 기업이 단기적인 이익보다는 이

● 해관계자들이 기업에 요구하는 윤리와 정도를 바탕으로 장기적인 이익을 추구하는 경영 활동을 의미합니다. 웅진그룹은 윤리경영의 중요성을 일찍이 인식하고, 2003년 10월 윤리경영을 선포하는 한편, 윤리 활동이 기업 내에 실질적으로 이루어질 수 있도록 웅진윤리규정 등 관련 제도를 마련하고 지속적으로 개정해 왔습니다.

일반 현황

2003.10	<ul style="list-style-type: none"> ●웅진윤리규정 제정 임직원 윤리실천강령, 윤리규범, 윤리실천지침 제정 ●윤리경영실천조직 신설 그룹 윤리사무국 및 계열사 윤리사무국 설치 및 운영
2003.12	<ul style="list-style-type: none"> ●윤리제보센터 운영 웅진그룹 온라인 제보 시스템(audit.woongjin.com)구축 및 운영 ●온라인 교육 시스템 구축 윤리경영 사이버 교육 콘텐츠 개발, 2004년 이후 전 임직원 대상 사이버 교육 실시
2005.10	<ul style="list-style-type: none"> ●윤리경영 자기점검 제도 실시 윤리경영 실천력 제고를 위해 6개월간 실시
2006.06	<ul style="list-style-type: none"> ●윤리실천지침 제정 및 개정 조직개편, 업무변경 등 경영환경 변화에 따라 제·개정 ●협력사 윤리경영 전파 웅진코웨이 협력사 대상 윤리경영 동참 유도
2006.12	<ul style="list-style-type: none"> ●윤리경영 가이드 발송 임직원 대상 윤리경영 관련 제규범과 윤리경영 운영에 관련된 내용 발송
2007.03	<ul style="list-style-type: none"> ●문책양정기준 수립 계열사별 기준을 통합, 강화
2008.12	<ul style="list-style-type: none"> ●윤리경영의 실천 강화를 위해 그룹에 윤리경영실을 신설 ●공정거래위원회 주관 제13회 소비자의 날 대통령 표창 수상



SUSTAINABILITY

회사 개요
 윤리경영
 지속가능경영 체계
 지속가능경영 하이라이트



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 및 의결기구로 그룹 윤리위원회, 관리 및 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 실천 지침입니다.

우리 웅진 임직원은 윤리를 바탕으로 한 [또또사랑]의 경영정신을 깊이 인식하고, 국민으로부터 신뢰받는 기업이 될 수 있도록 윤리규범의 실천에 적극 동참할 것을 약속하여 이에 다음과 같이 다짐한다.

하나, 우리는 웅진식구라는 자부심을 갖고 항상 품위있게 행동하며 직무수행 및 일상생활 시 일체의 비윤리적 행위를 배격한다.

하나, 우리는 고객을 가장 먼저 생각하는 고객만족 지향의 정신을 바탕으로 창의적으로 일하고 사고한다.

하나, 우리는 업무 상 알게 된 기업비밀을 보호하고, 거래선과의 공정한 관계를 유지하며 회사 재산권 보호에 반하는 행위를 일절 배격한다.

하나, 우리는 고객을 가장 먼저 생각하는 고객만족 지향의 정신을 바탕으로 창의적으로 일하고 사고한다.

하나, 우리는 자기개발 및 적극적 학습을 바탕으로 정보력을 갖춘 전문지식을 통해 원칙과 기본에 충실한 합리적인 조직관리에 앞장선다.

하나, 우리는 책임감을 갖고 직무수행을 함으로써 인류와 사회에 봉사하며 궁극적으로 인간사회의 행복을 실현하는 데 기여할 수 있도록 노력한다.

2003년 10월 23일 웅진그룹 회장 윤석금

● **임직원 윤리실천강령**

윤리경영 실천 약속 및 다짐
 5개항목으로 구성

● **윤리규범**

행동과 가치 판단 기준
 6장 및 부칙으로 구성
 제1장 : 고객에 대한 책임과 의무
 제2장 : 공정한 경쟁
 제3장 : 공정한 거래
 제4장 : 임직원의 기본윤리
 제5장 : 웅진 식구에 대한 책임
 제6장 : 국가와 사회에 대한 책임

● **윤리실천지침**

윤리규범의 실천지침
 6장 및 부칙으로 구성
 제1장 : 목적
 제2장 : 용어의 정의
 제3장 : 금품 관련 기준(금전 및 선물)
 제4장 : 향응 · 접대 관련 기준
 제5장 : 편의제공 및 직무 · 직위를 통한 부정행위 기준
 제6장 : 벌칙

WOONGJIN COWAY &
SUSTAINABILITY





● 윤리제보센터


윤리제보


윤리경영을 해치는 경우가 발생한 경우 임직원, 협력사, 고객 등이 이를 제보할 수 있도록 윤리제보센터를 운영하고 있으며, 웅진코웨이는 제보자와 제보내용에 대한 비밀을 보장하고 있습니다.

윤리경영을 해치는 경우가 발생한 경우 임직원, 협력사, 고객 등이 이를 제보할 수 있도록

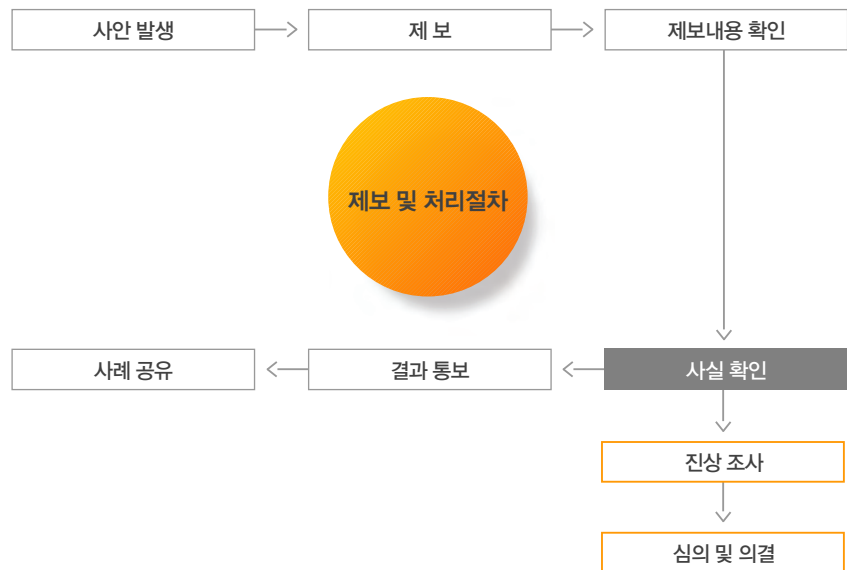
- 

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 수뢰 및 요구나 제공
• 기타 윤리규범 및 실천 규칙에 어긋나는 사항
- 

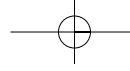
모범 및 미담 사례
• 임직원의 모범행위 및 미담



윤리경영 추진 활동

● **협력업체 만족도 조사**

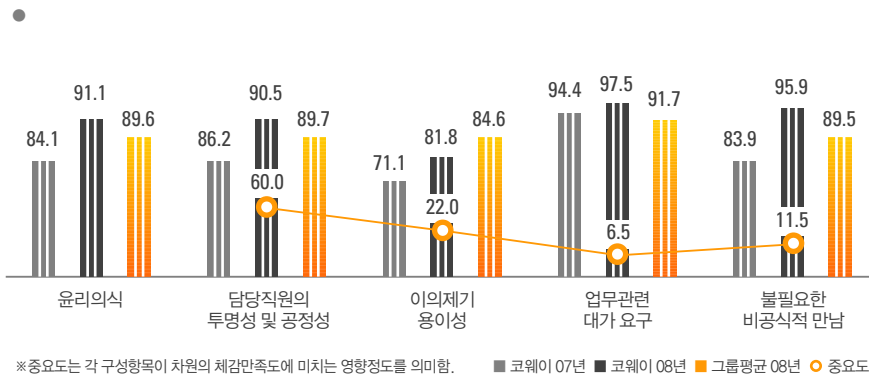
웅진코웨이는 2008년 10월 말부터 11월에 걸쳐 129개 협력업체를 대상으로 만족도 조사를 실시하였습니다. 조사 항목 중 40%의 가중치를 차지하고 있는 윤리 수준에 대한 질문이 있으며, 웅진코웨이의 윤리 수준에 대한 협력업체의 만족도는 2007년의 84.1점에서 2008년 91.9점으로 높아졌습니다. 구성 항목별로는 업무 관련 대가 요구 항목에서 97.5점으로 가장 높은 만족도를 보인 반면, 이의제기 용이성은 81.8점으로 상대적으로 낮은 만족도를 나타냈습니다. 본 조사에 대한 자세한 내용은 본 보고서 협력업체 부분 54~55페이지를 참고하시기 바랍니다.



SUSTAINABILITY

회사 개요
 윤리경영
 지속가능경영 체계
 지속가능경영 하이라이트

윤리 수준에 대한 협력업체 만족도 (Base = 129, 단위 : 점)



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.



협력사 윤리경영 전파

2008년 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.

문책양정기준 수립

웅진그룹은 2007년 3월 1일에 수립된 문책양정기준에 의해 부정 및 비리행위에 대한 새로운 징계 규정을 마련, 시행에 들어갔습니다. 이전의 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

임직원의 업무 수행에 있어 윤리적 판단과 실천에 도움을 주고자 2007년 5월 성희롱 예방 관련 법규 및 판단기준 등을 웅진넷에 게재하여 성희롱 예방에 대한 인식을 재 정립하는 계기를 마련 하였습니다. 한편, 직장 내 성희롱 예방과 근절 문화 조성을 위해 정직원을 대상으로 한 e-Learning(카페테리아식 온라인 교육프로그램) 성희롱 예방 강좌를 필수 과정으로 채택하고 이수하도록 하고 있습니다. 2008년에는 11월부터 연말까지 두 달에 걸쳐 모두 573명의 직원을 대상으로 교육을 실시하였습니다.

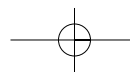
사원중에 윤리경영 문구 삽입

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

윤리경영 교육

웅진코웨이는 클린코웨이 문화를 전사적으로 확산하기 위해 정직원과 영업직군을 중심으로 윤리경영 교육을 실시하고 있습니다. 이를 통해 자율준수 문화를 확산하고 변칙 영업에 대한 경각심을 일깨우고 있습니다.(관련 정보는 비즈니스 파트너 부분 참조)

- 윤리경영 교육
- 윤리경영 포스터



WOONGJIN COWAY &
SUSTAINABILITY

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



Sustainability Management System

지속가능경영 체계

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 사회에 참여하고 있습니다. 이러한 정신이 바로 '또또사랑' 입니다. 웅진코웨이의 경영정신인 또또사랑은 인류의 지속가능한 발전과 이해관계자의 가치를 향상시키는 지속가능경영과 그 맥을 같이 합니다.



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

SUSTAINABILITY

회사 개요
윤리경영
지속가능경영 체계
지속가능경영 하이라이트



● 경영 슬로건: 그린업 2009

경영 슬로건

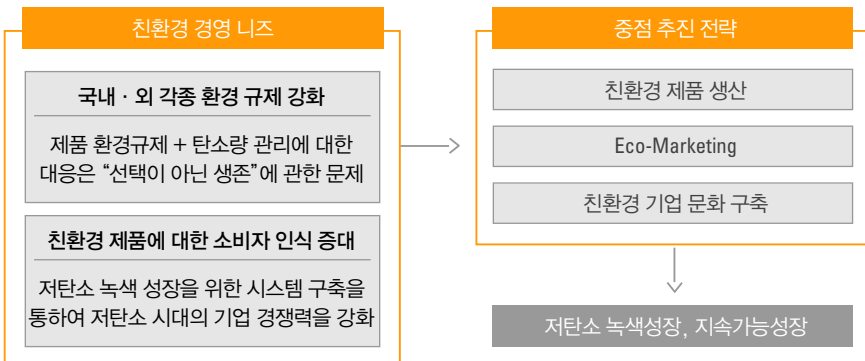
● 경영 슬로건은 궁극적으로 지속가능성을 담보하기 위한 연간 활동의 방향성을 제시하는 것으로 2009년 친환경(Green) 경영과 성장(Up)이라는 두 가지 목표를 동시에 이루고자 하는 '그린업 2009'를 경영 슬로건으로 정하였습니다. 웅진코웨이는 어려운 경제 환경을 극복하고 외형적 성장을 이루어나가는 한편, 생활환경기업으로서 친환경 활동을 활발히 전개함으로써 회사와 인류의 지속가능한 발전에 기여하고자 합니다.

지속가능경영 추진

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

저탄소 녹색경영

● 웅진코웨이는 2008년 탄소성적표시제도(탄소라벨링)시범 인증, 협력사 그린 파트너 인증 등을 통해 환경 경영의 기반을 강화하였습니다. 환경경영은 인류의 지속가능한 발전의 한 축으로 최근 지구온난화에 공동으로 대응하기 위한 세계 각국의 노력에서 알 수 있듯이 그 중요성이 더욱 부각되고 있습니다. 이에 웅진코웨이는 2009년 친환경 제품 생산과 Eco-Marketing을 골자로 하는 저탄소 녹색경영 전략을 수립하는 등 녹색경영을 본격화하여 사회와 공존하며 존경 받는 친환경 기업으로 성장해 나가고자 합니다.



리스크 매니지먼트

경영리스크 관리는 글로벌 경제의 변화 및 경

●
쟁자들의 전략 변화 등에 의해 발생할 수 있는
경영상의 리스크에 대비하는 것입니다. 당사에서는 시나리오 플래닝과 이슈관리위원회 등을
통해 경영 전반에서 발생할 수 있는 리스크를 종합적이고 체계적으로 관리하고 있습니다. 이를
통해 재무적 안정성 제고는 물론, 환경리스크, 소비자 클레임 등으로 인해 초래되는 모든
리스크 방지에 최선을 다하고 있습니다.

특히 2008년부터 도입한 '시나리오 플래닝'은 경영 전반에 대한 시나리오를 작성하고 이를
모니터링 하여 당사의 예측경영을 시험한 것으로, 발생 가능한 리스크의 종합적인 분석과 대응
전략의 수립이 가능한 당사만의 리스크 관리 프로그램입니다.

이슈관리위원회와 위기관리위원회는 천재지변이나 자연재해 등으로 발생하는 이슈를 포함한
전사의 모든 잠재 리스크를 발굴하여 이를 심층적으로 분석하고 이에 대한 대응전략을 수립
하기 위해 운영 중인 리스크 전담 조직입니다. 이러한 전담 조직은 각각의 리스크에 맞는 매뉴
얼을 구비하고 있으며, 위기 발생시 정해진 규정과 절차에 따라 이슈를 관리하고 있습니다.



Woongjin Coway & *Stakeholders*

웅진코웨이는 이해관계자의 의견을 수렴하고
이를 경영활동에 적극적으로 반영하는 한편,
고객, 주주, 협력사, 지역사회 그리고 임직원의 가치를
제고하는 데 최선을 다하고 있습니다.



STAKEHOLDERS

- 23 이해관계자 커뮤니케이션
- 27 고객
- 36 임직원
- 45 주주
- 51 비즈니스 파트너
- 55 사회공헌

WOONGJIN COWAY &
STAKEHOLDERS

주소	성격
coway.co.kr	당사 대표 사이트(한글)
coway.com	당사 대표 사이트(해외)
sheswell.coway.co.kr	당사 고객 사이트
payfree.co.kr/com	페이프리 사이트
water1.coway.co.kr	수처리사업 소개 사이트
blog.coway.co.kr	당사 블로그
help.coway.co.kr	온라인 고객센터
recruit.cody.co.kr	코디 모집 사이트
blog.joins.com	중앙일보 CEO 블로그
/joonkeehong	
법인별 사이트	법인 전용 사이트

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

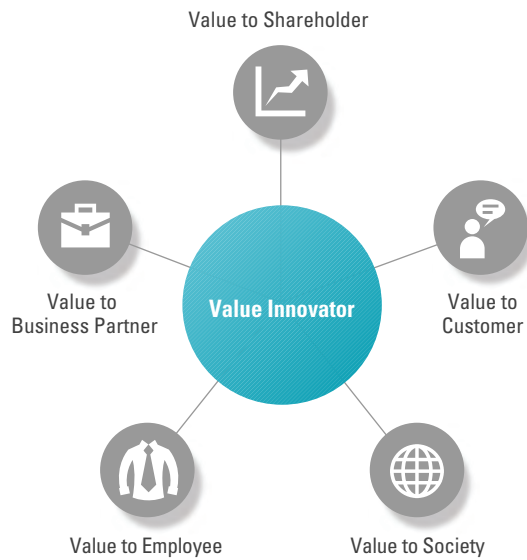
웅진코웨이는 다양한 이해관계자와의 관계 속에 경영활동을 전개해나가고 있습니다. 이해관계자별로 중요한 커뮤니케이션 채널을 확보하여 그들의 요구와 의견을 제반 경영활동에 반영하고자 노력하고 있습니다. 앞으로 웅진코웨이는 이해관계자 커뮤니케이션을 더욱 효율적으로 수행하기 위한 운영체계를 마련해 나갈 것입니다.



Stakeholder Communication

이해관계자 커뮤니케이션

커뮤니케이션 현황



Value to Shareholder	<ul style="list-style-type: none"> ● 시장가치 극대화 ● 투자자 수익 제고 ● 책임경영을 통한 투명경영 선진화
Value to Customer	<ul style="list-style-type: none"> ● 브랜드 가치 극대화 ● 고객중심의 제품 개발 ● 고객가치를 최우선으로 한 서비스 개발
Value to Society	<ul style="list-style-type: none"> ● 윤리경영 실천 ● 사회공헌을 통한 이익 환원 ● 환경사랑 실천을 통한 삶의 질 향상
Value to Employee	<ul style="list-style-type: none"> ● 창의적인 기업문화 창조 ● 성과에 따른 합리적인 보상 ● 최고 인재 육성을 위한 자기개발 유도
Value to Business Partner	<ul style="list-style-type: none"> ● 성장과 경영 기법 향상 및 지원 ● 구매과정의 투명성과 친환경성 제고

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션

- 고객
- 임직원
- 주주
- 비즈니스 파트너
- 사회공헌



- 또또서비스
- 협력업체 교육

고객

렌탈서비스 기반의 지속적인 고객관계로 대변되는 웅진코웨이의 고객서비스는 고객의 입장을 이해하고 고객의 요구에 신속하게 대응할 때에 유지될 수 있습니다. 따라서 웅진코웨이는 제품의 개발부터 판매, A/S 등 전 과정에 걸쳐 고객 중심으로 생각하고 있으며 고객 접점 서비스 강화를 위해 코디에 대한 교육에 만전을 기하고 있습니다.

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

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 IR팀을 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.com)를 통해 적시에 공시하고 있습니다.

- 투자자의 이익극대화를 위해 항상 노력합니다.
- 적극적인 국내·외 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 경력 관리, 고충사항 해소, 회사 정보 공유 등 다양한 활동을 전개하고 있으며 이를 통해 직원 개인은 물론 회사의 발전을 도모하고 있습니다.

- 근무만족도를 높이기 위한 조직문화를 위해 노력합니다.
- 임직원의 지속적인 능력개발을 지원하여 경쟁력을 키웁니다.

협력업체

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

- COP(Coway Open Plaza)제도를 통해 협력업체와 함께 더 나은 성과를 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 지키려 노력합니다.
- 납세의 의무를 성실히 이행하고 있으며 다양한 기부활동을 전개하고 있습니다.

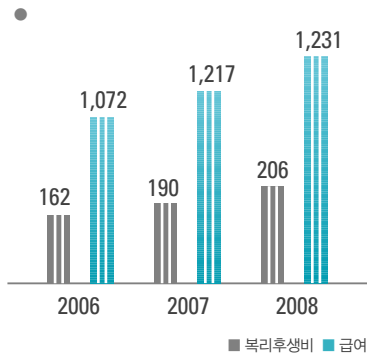
NGO 및 시민단체

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

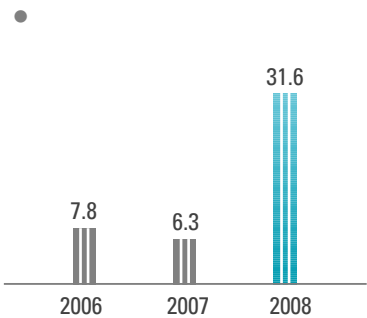
- 지속가능한 성장과 발전을 위해 NGO와 동반자적 관계를 지향하고 있습니다.

WOONGJIN COWAY & STAKEHOLDERS

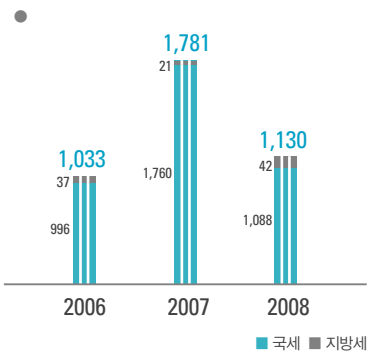
임금 (단위 : 억 원)



기부금 (단위 : 억 원)



세금 (단위 : 억 원)



성과의 배분

웅진코웨이는 창업 이래 기업의 가치 향상을 위해 부단히 노력해 왔습니다. 창조경영과 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 증진시키고 그 것을 함께 나누는 기업입니다.

배당

웅진코웨이의 2008년 현금배당금은 당기순이익의 50%인 648억 원입니다. 웅진코웨이는 주주 가치 제고를 위하여 앞으로도 배당성향을 최소 50% 이상 유지하는 일관된 배당 정책 제시로 시장 신뢰를 도모해 나갈 계획입니다.

구분	2006	2007	2008
배당성향(%)	40	50	50
주당배당금(원)	400	780	870
배당금총액(억 원)	298	581	648
시가배당률(%)	1.6	2.6	3.4

이자비용

2008년 부채에 대한 이자비용은 113.5억 원으로 2007년의 80.1억 원에 비해 증가하였습니다. 이자수익을 고려한 순이자비용도 80.5억 원으로 전년의 64.0억 원에 비해 16.5억 원 증가하였습니다.

구분	2006	2007	2008
이자비용	88.2	80.1	113.5
이자수익	18.6	16.1	33.0
순이자비용	69.6	64.0	80.5

(단위 : 억 원)

임금

직원에 대한 보상은 크게 급여와 복리후생비로 구분됩니다. 2008년 웅진코웨이는 급여로 1,231억 원, 복리후생비로 206억 원 등 모두 1,437억 원을 지출하였으며, 이는 2007년의 총 지출 1,407억 원에 비해 30억 원 증가한 것입니다. 한편 2006년 직원에 대한 보상은 모두 1,235억 원이었습니다.

기부금

웅진코웨이의 2008년 기부금은 31.6억 원으로 2007년의 6.3억 원에 비해 25.3억 원 증가하였습니다.

세금

웅진코웨이는 세금 납부를 통해 국가와 지역사회에 기여하고 있습니다. 2008년 웅진코웨이의 납부세액은 법인세 300억 원을 포함한 국세 1,088억 원, 지방세 42억 원 등 모두 1,130억 원으로 국가 및 지방자치정부에 납부하였습니다.

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션

- 고객
- 임직원
- 주주
- 비즈니스 파트너
- 사회공헌



● 중국법인 정수기 기증식

중요성 이슈의 공유

● 웅진코웨이는 다양한 방법과 채널을 활용하여 이해관계자들과 커뮤니케이션하고 있습니다. 그 일환으로 지속가능성보고서의 독자의견 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.

이슈 그룹	주요 보고 내용
신성장 동력 확보	<ul style="list-style-type: none"> ● 사업 영역 확대 : 수처리사업 본격화, 음식물처리기 사업 본격 진출, 서비스 조직(CS닥터)인수 ● 글로벌 판매 본격화 ● 해외 전시회 참여로 인한 글로벌 인지도 제고 ● 신성장 동력 payFree
경영관리 강화	<ul style="list-style-type: none"> ● 디자인 혁신 ● 혁신 인력 양성-어학집중과정 개설 ● R&D 강화 ● 원가 절감
고객 가치 제고	<ul style="list-style-type: none"> ● 소비자불만 자율관리 프로그램(CCMS) ● 고객 커뮤니케이션 강화
임직원 역량 향상 및 조직 활성화	<ul style="list-style-type: none"> ● WAA ● 상상오션 ● 안전과 보건
상생 경영	<ul style="list-style-type: none"> ● 공정거래 자율준수 프로그램 ● 협력업체 지원 활동
고유의 사회공헌 활동 추진	<ul style="list-style-type: none"> ● 코웨이 그린메이커 ● 에코 코디 : 환경사랑 폐건전지 수거 캠페인 ● 캄보디아 우물파기 ● 행복밥차 ● 남아공 어린이 후원 ● 태안 살리기 ● 유구천 살리기 ● 중국 사천성 지진피해지역 정수기 기증
환경 경영	<ul style="list-style-type: none"> ● 글로벌 환경 규제 대응 ● 친환경 제품 ● 탄소 성적 표시 시범제품 선정(탄소라벨링) ● 협력사 그린파트너 인증



WOONGJIN COWAY & STAKEHOLDERS

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



● 제13회 소비자의 날 대통령상 수상

웅진코웨이는 고객 중심의 제품 개발과 고객 가치를 최우선으로 하는 서비스 제공을 통해 고객 만족 활동을 지속해 나가고 있습니다. 또한 고객 안전 및 정보 보호를 위한 제반 장치를 마련, 운영함으로써 진정한 사업 기반인 고객을 위한 책임 활동을 활발하게 전개하고 있습니다.



Customers

고객

고객에 대한 책임과 의무

당사의 윤리규범 제1장은 고객에 대한 책임과 의무를 규정하고 있습니다. 이는 고객의 의견을 항상 존중하고 고객의 입장에서 서비스 및 편익을 제공하는 것이 고객 가치를 제고하는 바른 방법이며 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 활동을 통해 고객 가치를 지속적으로 제고해 나갈 것입니다.

소비자불만 자율관리 프로그램(CCMS) 운영

웅진코웨이는 고객 피해 예방과 개선활동을 지속적으로 수행하기 위하여 제품 및

서비스와 관련된 고객의 불만에 대해 자발적인 관심과 책무를 명확히 한 CCMS를 구축, 운영하고 있습니다. 품질 관리, 제품 안전, 정보 보호, 제품 전과정 환경 고려 등 7가지 범주를 기준으로 이루어지고 있는 고객불만 예방 활동에 따라 당사는 2007년 7월 공정거래위원회로부터 '제1회 CCMS 인증 우수기업'으로 선정된 데 이어, 2008년 12월 '제13회 소비자의 날 정부 표창 대통령상' 수상, 같은 달 '올해의 KCOP(소비자 업무 전문가)기관상' 수상 등을 통해 대외적으로 좋은 평가를 받고 있습니다.



● CCMS 인증 마크

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. 공정거래위원회가 최초로 민간기업의 소비자 불만관리 프로세스에 대한 평가를 실시해 발표한 CCMS 인증 우수기업에 선정됨으로써 업계를 대표하는 서비스 우수기업, 최고의 고객만족경영기업으로 인정받았습니다.

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

포브스 경영품질 대상 고객감동 부문 대상 수상



웅진코웨이의 홍준기 대표이사는 2008년 9월 3일 열린 제6회 포브스 경영품질 대상 시상식에서 '고객감동 부문' 대상을 수상했습니다. 한국품질경영학회와 중앙일보 포브스 (Forbes Korea)가 주최하는 포브스 경영품질대상은 고객감동 부문, 리더십 부문, 윤리경영 부문 등 모두 6개 부문에서 대한민국 기업의 탁월한 경영사례(Best Practice)를 발굴하여 포상하기 위해 2003년 제정된 상입니다. 홍준기 사장은 고객의 불만을 지속적으로 접수해 이를 개선하는 '고객불만 예방 경영시스템(CCMS)'을 성공적으로 도입하고, 홈페이지, 블로그 등 온라인 사이트를 통한 고객불만 관리활동을 활발하게 펼쳐 고객감동 부문 대상을 수상했습니다.

CCMS의 확산과 홍보

웅진코웨이는 2008년 3분기 CCMS 인증기업 커뮤니티를 주관하였습니다. 2008년 9월 30일 당사 10층 회의실에서 개최된 이번 커뮤니티에는 OCAP(기업소비자전문가협회) CCMS 운영팀장 및 삼성생명, 삼성화재 등 총 9개사의 담당자가 참여, 인증기업간 사례 공유 및 네트워크 구축을 협의하였으며, 웅진코웨이는 대외 소비자 교육과 고객의 소리(VOC: Voice of Customer) 운영 사례를 발표하였습니다.

2008년 12월 3일 소비자의 날을 맞이해 당사 포함 20개 인증기업이 연합으로 5대 일간지에 CCMS 전면 광고를 게재하였습니다. CCMS를 홍보하는 최초의 광고인 이번 연합 광고는 소비자들의 CCMS에 대한 인식을 제고하고 나아가 인증기업의 우수성을 널리 알리는 계기가 되었습니다.



- 제3회 대학생 CCMS 체험스쿨
- 전국 대학 CCMS 순회 교육

구분	활동 내용	대상	시기
대학생 기업체 현장 실습	공장, R&D센터 견학,	공정위 실습 대학생 5명	2008.1.23
	콜센터 실습	10개 소비자학과 11명	2008.6.30~7.4
대학생 CCMS 체험 스쿨	회사 시설물 견학, 콜센터 실습,	8개 소비자학과 40명	2008.1.25
	이론교육, CCMS 익히기,	9개 소비자학과 40명	2008.7.24~25
	과제 토의 및 발표	12개 소비자학과 40명	2009.1.29~30
소비자단체 및 소비자 관련 학회 소속 대학 당사 견학	당사 견학	10개 단체 및 대학교	2008.4월~11월
전국 대학 및 지역시민단체 CCMS 사례전파 교육	CCMS 교육	7개 대학 및 단체	2008.5월~11월
소비자날 포상자 당사 견학	당사 공장 견학	소비자날 정부 포상자	2008.12.4
행사 후원	OCAP 컨퍼런스 행사 후원 등	소비자단체 및 학회 (8회)	2008.3월~12월

interview

성균관대학교 소비자가족학과 엄지연

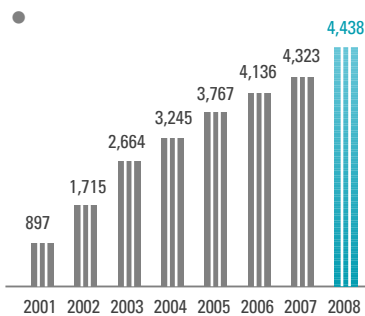
제3회 대학생 CCMS 체험스쿨 체험기

이들간의 일정으로 실제 기업에서 소비자의 불만처리가 어떻게 이루어지고, CCMS라는 제도가 어떻게 활용되는지를 자세히 알 수 있었다. 그리고 CCMS의 도입이 기업과 소비자 양측에게 만족을 주는 Win-Win 전략이 될 수 있다는 것과 앞으로 경쟁력 있는 기업이 되려면 이 제도의 도입이 꼭 필요하겠다는 것을 느꼈다. 그 이유는 다양한데 우선 CCMS 도입으로 소비자 의견에 더욱 귀 기울이게 되면 상품의 결점 파악과 함께 소비자들의 진정한 니즈를 알게 되며, 나아가 소비자 피해를 예방할 수 있어 사후처리 비용이 감소하게 된다. 그리고 무엇보다도 CCMS 도입은 그 자체만으로도 '소비자를 생각하는 기업'이라는 느낌이 있어 다른 어떤 홍보보다도 이미지 상승에 있어 큰 효과를 누릴 수 있다.

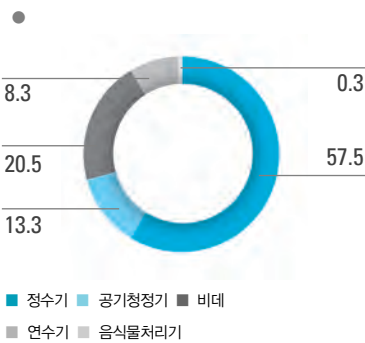
하지만 CCMS제도가 이러한 다양한 장점에도 불구하고 아직은 그 효과를 확실히 누리고 있지 못하다고 느꼈는데, 그 이유는 바로 'CCMS에 대한 인식의 부족'이라고 생각한다. 이러한 문제점을 극복하기 위해서는 우선 기업들이 먼저 이 CCMS제도의 필요성을 느껴 빨리 도입하고 홍보하여 다른 기업들과 소비자들에게 알려야 한다고 생각한다. 그렇게 되면 이 CCMS는 소비자들은 기업에 신뢰하여 안심하고 구매할 수 있게 해주고, 기업들은 효율적인 경영과 함께 이미지를 향상시켜주는 서로에게 좋은 제도로 거듭날 것이다.



계정 수 추이 (단위 : 천 개)



제품별 회원 비중 (단위 : %)



고객책임 활동

●

2008년 말 현재 웅진코웨이의 회원 수는 444만 명으로 2007년 대비 모든 제품의 회원 수는 증가하였습니다. 전체 회원 중 정수기 회원이 57.5%로 가장 많고 그 다음은 비데, 공기청정기 순입니다.

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, 사용 시 문제점, 설명서의 적절성 등에 대하여 다각적으로 검토하고 있습니다. 한편 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.

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

고객 문의 처리 프로세스



고객 접수



담당부서 이관
 (전문상담이 필요한 경우)

온라인고객센터 24시간 내 답변



처리결과 확인 (SMS, email로 자동안내)

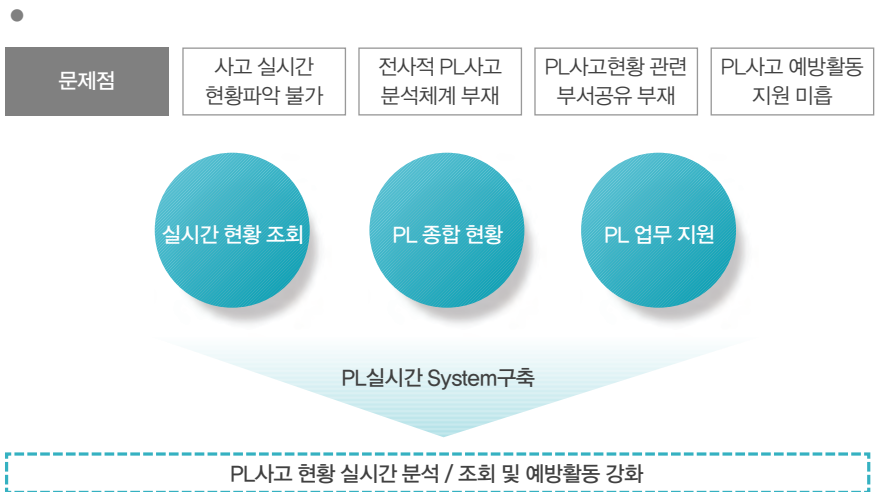


고객 만족도 조사

PL 실시간 조회시스템 구축

전사적인 제품 책임(PL: Product Liability) 사고 분석체계와 PL 사고 관련 부서 공유 부재로 인한 문제점을 개선하기 위해 PL 실시간 시스템 구축을 통하여 PL 사고 현황을 실시간 분석과 조회가 가능하도록 하였으며, PL 업무 지원을 통해 PL 사고를 예방하고 있습니다.

PL 개선 프로세스



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 DB화하고 있고, 최신 백신프로그램을 이용하여 이용자들의 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 담당자에 한정시키고 개인정보 보호의 중요성에 대한 인식 제고를 위해 담당자에 대한 수시 교육을 실시하고 있습니다.

고객지향 활동

고객 커뮤니케이션

웅진코웨이는 회사 홈페이지 초기 화면에 제공되고 있는 온라인 고객센터인 '고객센터 바로 가기' 창을 통해 고객의 목소리를 상시 청취하고 있습니다. 온라인 고객센터는 고객의 불편 사항, 제안, 칭찬 등 고객의 목소리(VOC: Voice of Customers)를 적극적으로 수렴하여 보다 나은 서비스를 제공하고자 만들어진 커뮤니케이션 채널입니다. 웅진코웨이는 고객의 입장에서 생각하여 고객의 문의 사항에 대해 24시간(업무시간 기준) 내 답변하기 위해 최선을 다하고 있습니다. 회사는 고객 상담의 편의성을 제고하기 위해 기존의 전화 상담 외에 1:1 채팅 상담을 2008년 11월 도입하여 운영하고 있으며, 온라인상에서 A/S 신청이 가능하도록 하고 있습니다.

WOONGJIN COWAY & STAKEHOLDERS

코웨이 그린메이커 3대 영역



- 코웨이 그린메이커
- 마담 슈머

콜센터 상담 확대

웅진코웨이는 야간 긴급 상담 서비스와 고객의 라이프 사이클에 따른 저녁 시간대의 상담 서비스의 필요성이 제기됨에 따라 2008년 4월 14일부터 콜센터 상담 마감 시간을 기존 오후 7시에서 10시로 조정하였습니다. 또한, 이에 맞추어 적합한 상담 프로세스를 구축함으로써 보다 효율적인 상담이 이루어질 수 있도록 하였습니다.

야간 상담 프로세스 구축



고객 체험형 프로그램

코웨이 그린메이커 - 웅진코웨이는 대학생 체험형 인재양성 프로그램인 코웨이 그린메이커 (COWAY GREEN MAKER)를 론칭하였습니다. 다른 기업의 대학생 프로그램과 달리 '환경문제, 기업 실무, 인재 교육'을 전면에 내세워 국내 최초로 환경, 실무 프로젝트, 마케팅 교육을 체험할 수 있는 복합형 프로그램입니다. 본 프로그램에 참여한 대학생들은 전공에 관계 없이 관심 있는 분야의 실무체험 프로젝트를 수행하면서 기업에서 필요로 하는 지식을 배우게 됩니다. 코웨이 그린메이커로 활동하는 100여 명의 대학생은 학교별로 구성된 팀 활동과 개인 활동을 월 1회 이상 수행하면서, 매월 활동비를 지원 받고 있습니다. 특히, 환경 캠페인 기획과 실행, 전문가들의 현장감 있는 교육 수강, 다양한 해외 캠프 경험 및 성과에 따른 보상 등을 통해 소중한 경험을 하고 있습니다.

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. '코웨이 마담슈머'는 6개월간 제품 구매에서부터 설치, '또또 서비스'에 이르기까지 제품과 서비스에 대한 전반적인 체험을 한 뒤 심층적인 의견을 제안하게 됩니다. 회사는 23~35세 전업 주부인 마담슈머에게 활동 성과에 따라 포상하고 있습니다.

STAKEHOLDERS

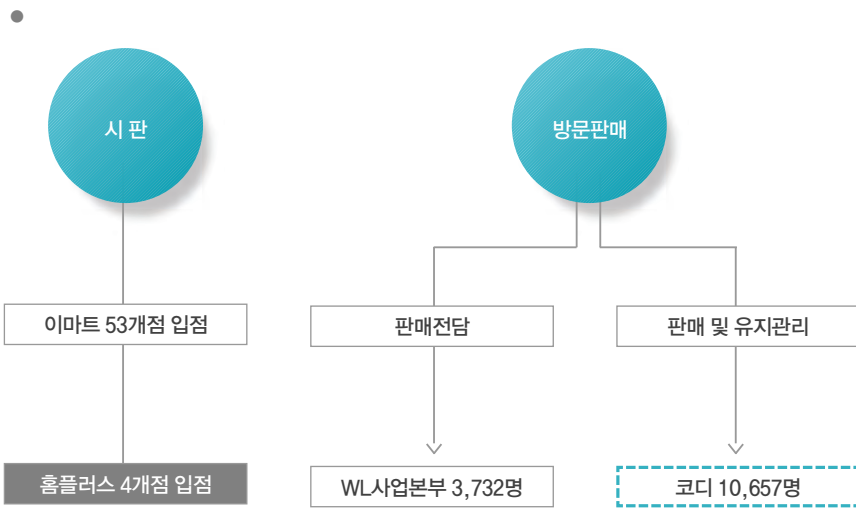
이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

판매 채널

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. 당사는 2007년 말 118개이던 렌탈하우스를 2008년 말 현재 153개로 늘려 고객의 접근 용이성과 편의성을 제고하였습니다.

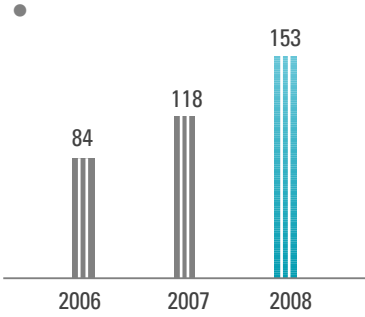
렌탈하우스를 통해 고객은 기존에 코디를 통한 전단지나 광고를 통해 간접적으로 알았던 웅진코웨이의 모든 제품을 직접 보고 경험함으로써 보다 상세하게 정보를 얻을 수 있습니다. 렌탈하우스의 위치는 고객이 보다 쉽게 찾아올 수 있도록 교통의 편리성을 고려하였고 1층에 전시 공간을 마련하여 편의성을 높였습니다.

판매 조직



2008년 12월 31일 기준
 ※WL사업본부 : 렌탈 및 일시불 전담 판매조직(Rental House 155개점 포함)

렌탈하우스 증가 추이 (단위: 점)



한편 고객이 렌탈하우스 외 가까운 곳에서 웅진코웨이 제품을 구매할 수 있도록 2007년 4월 이마트에 입점하기 시작하여 2008년 말 현재 모두 53개점에 입점을 완료하였으며, 정수기 3종과 청정기 1종을 전용제품으로 출시하였습니다. 또한, 2008년에는 홈플러스 4개점에 입점하는 등 판매채널을 확충하였습니다.



WOONGJIN COWAY &
STAKEHOLDERS

디자인 혁신

디자인은 웅진코웨이에서 특별한 관심을 두고 역량을 집중하고 있는 부분 중 하나입니다. 웅진코웨이는 '디자인이아말로 기술력의 집약적인 발현' 이라고 보고, 디자인 부문에서 소비자 편의 향상을 위해 노력하고 있습니다.

'Emotion & Tomorrow - 내일의 감성을 만드는 디자인' 이란 디자인 철학을 바탕으로 미래 지향적이면서 소비자의 감성 만족을 통해 보다 나은 미래가치를 심어줍니다. 웅진코웨이의 디자인철학을 통해 고객이 새로운 Life Style을 경험하고 이를 통해 새로운 문화를 체험할 수 있도록 노력하고 있습니다.

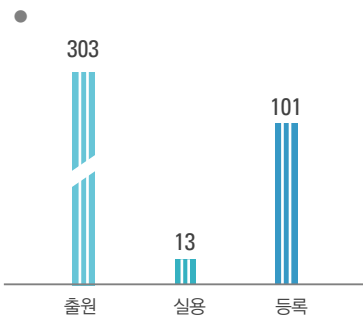
이를 위해 다양한 선행 디자인 연구를 진행하고 있습니다. 매년 디자인 제안전(De+Novation)을 열어 미래 비전을 제시하는 한편, 다양한 외부 디자인 전문가들로 구성된 디자인 자문단(Design Forum)을 운영하여 다양한 시각의 디자인을 시도하고 있습니다. 또한, 디자인의 국제 경쟁력 향상을 위한 인프라를 구축하였으며, 디자인 정보를 공유하기 위해 글로벌 네트워크를 구축하는 등 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

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

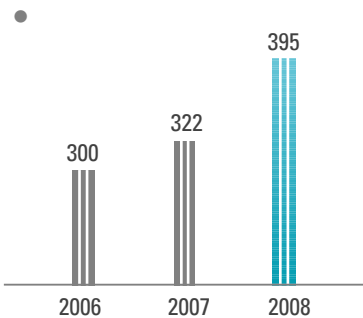


● 디자인 제안전

특허 현황 (단위: 건)



R&D 투자 추이 (단위: 억 원)



※상기 투자금액은 순수 R&D 투자금액이며, 2006년과 2007년의 경우 위 투자금액 외에 서울대 기부금(185억 원)과 R&D 센터 설립비(330억 원)가 각각 지출되었음

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. 2008년 말 현재 웅진코웨이의 연구소에는 모두 253명의 연구인력이 연구개발에 전념하고 있으며, 이 가운데 박사과 석사는 각각 18명, 84명입니다. 지난해 웅진코웨이는 모두 303건의 특허를 출원하였고 101건을 등록하였습니다.

2008년 2월 21일 웅진코웨이 R&D센터가 문을 열었습니다. 친 환경소재 및 나무숲과 물의 형상을 조화시킨 에코포커스 공법과 자연채광과 공간을 활용한 Open-Forest 컨셉으로 건축된 R&D센터는 서울대 연구단지 내에 위치하고 있으며, 지상 6층, 지하 2층으로 연면적은 12,208m²에 이릅니다. 총 580억 원이 투자된 R&D센터는 한강유역환경청 지정 '먹는 물 수질 검사기관', 'KOLAS 수질분야 국제 시험기관' 으로 인정받은 환경분석센터를 포함한 첨단 연구 시설, 45개의 실험실과 CADR(Clean Air Delivery Rate) 측정 챔버, 소음 측정용 무향실, 풍동 측정 장비 등 182개의 첨단 장비들을 갖추고 있습니다.

환경분석센터는 1993년 설립되어 수질 및 환경오염에 대한 연구 및 분석을 통해 고객의 요구와 환경개선에 기여하고 있습니다. 본 센터는 티유비 슈드(TÜV SÜD)로부터 전기, 전자제품의 특정 유해물질 사용제한 지침(RoHS: Restriction of Hazardous Substances)에 해당하는 유해물질을 자체 분석, 테스트 할 수 있는 시험소로 인정받아 연구 역량을 더욱 확대하였으며, 미국 국제수질협회(WQA: Water Quality Association)로부터 인정시험기관(Recognized Testing Laboratory)으로 인정받아 물 관련 장치에 대한 성능 및 안전성에 대한 시험을 진행하고 있습니다. 이와 함께 먹는 물 검사기관(정부 인증), 식품위생 검사기관(정부 인증) 인증을 보유하고 있습니다. (환경분석센터 웹사이트 www.enviana.org 참조)

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌



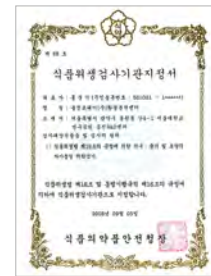
2008년 웅진코웨이 R&D센터는 '球 형상 분쇄건조로 및 자동배출 시스템'을 통한 '음식물 처리기술'을 개발하였습니다. 가정용 음식물 처리기에 '球 형상 분쇄건조 기술'을 적용하여 기존 대비 분쇄 부하는 줄이면서 분쇄 효율 향상과 분쇄 소음 저감 효과를 가져오는 '동 기술'로 '신기술인증 (NET: New Excellent Technology)'을 획득하였습니다. 이 밖에도 국제 안전운송협회(ISTA: International Safe Transit Association) 인증을 획득하여 포장설계 분야에서 국제 수준의 역량을 확보하였습니다. 동 인증을 통해 국제안전운송기준에 따른 신뢰성 시험을 R&D센터 내에서 수행가능하게 되었으며, 해외 수출 제품에 ISTA 인증 마크를 부착하여 당사의 포장제품 국제 운송 규격에 적합하게 설계되었음을 나타낼 수 있게 되었습니다.

주요 인증

-



WQA 인정시험기관



식품위생 검사기관(정부인증)



- 球 형상 분쇄건조로가 적용된 음식물처리기
- 웅진코웨이 R&D센터

KOLAS 인정기관

-



환경부 지정 먹는물수질검사기관

TÜV-SÜD RoHS 시험소

-



고객 만족도

-

고객서비스

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 고객요청 시 연 1회 수질검사를 무료로 실시하고 있습니다.

웅진코웨이는 연 1회 고객만족도 조사를 실시하고 있습니다. 2008년에는 9월 중순부터 10월 말까지 전국 5개 도시의 가정, 법인, 홈페이지 이용 고객 등 모두 1,500명을 대상으로 IPSOS Korea에 의뢰하여 일대일 개별 면접 조사 및 전화 조사를 실시했습니다.(이번 조사는 과거 조사에 비해 조사 내용이 더 광범위해졌으며, 따라서 본 조사의 결과를 이전의 결과와 비교하기는 어렵습니다.)

수질검사 10개항목

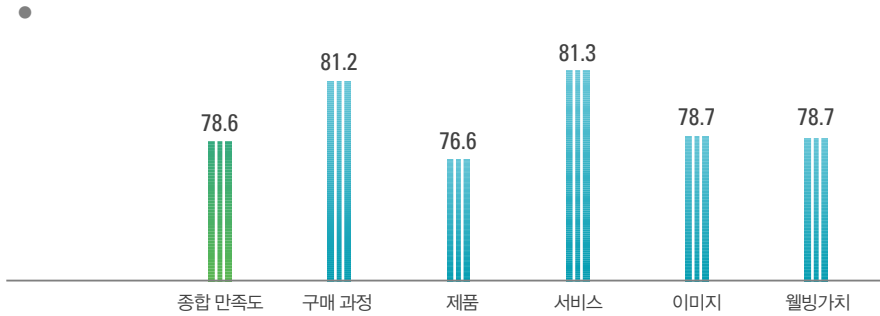
-

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

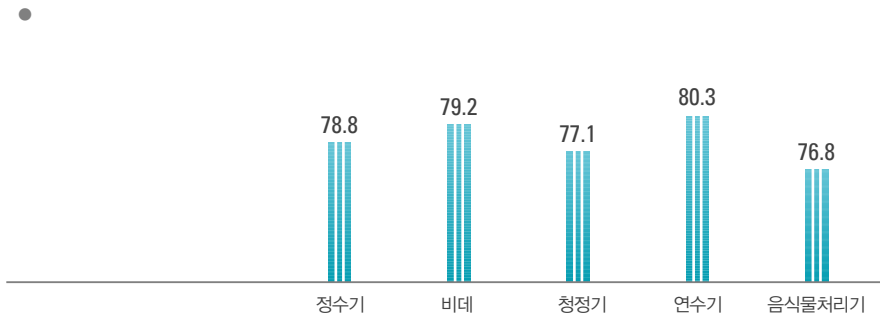
WOONGJIN COWAY &
STAKEHOLDERS

종합만족도는 78.6점으로 나타났으며, 구매 과정과 서비스에 대한 만족도가 가장 높게 나타났습니다. 제품별로는 연수기에 대한 만족도가 가장 높은 반면, 출시 초기인 음식물처리기에 대한 만족도는 상대적으로 낮게 나타났습니다. 조사 결과는 CEO 및 이사진에 보고되었으며, 임직원에게도 공유되었습니다. 회사는 고객 만족도 조사를 통해 고객의 소리에 귀 기울이고, 고객이 경험하는 모든 과정을 세부적으로 분석해 개선이 필요한 사항들을 파악하며 향상시키기 위한 기초 자료로 활용하고 있습니다.

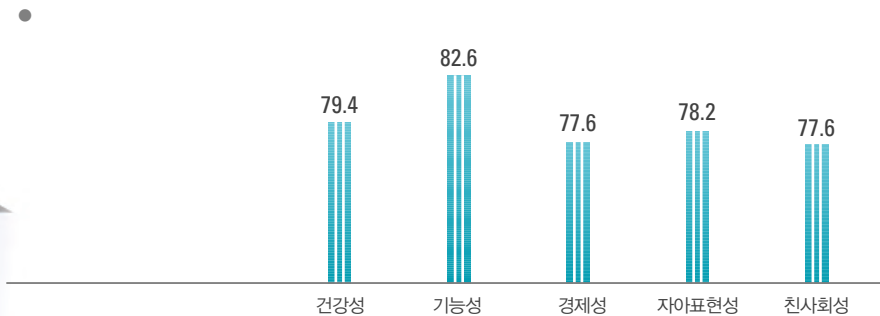
종합만족도 (단위 : 점) (표본오차한계: ±3.27%)

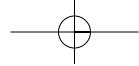


제품별 만족도 (단위 : 점)



웰빙가치 만족도 (단위 : 점)





STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
고객
임직원
주주
비즈니스 파트너
사회공헌

회사가 창출하는 가치의 출발점은 임직원입니다. 웅진코웨이는 평가·보상·양성 등 모든 측면에서 체계적인 시스템을 운영하는 한편, 삶의 질 향상을 위한 복리후생 프로그램 운영과 기업문화 창달을 통해 임직원의 만족도를 높여 가는 데 최선을 다하고 있습니다.



Employees

임직원



● 디자인실

인사 방침

웅진코웨이는 윤리규범에서 임직원의 회사에 대한 책임(제3장 임직원의 기본윤리)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.

인재상

웅진코웨이는 윤리규범에서 “임직원은 ‘또또사랑’의 신념으로 웅진인으로서의 올바른 가치관을 확립하고, 끊임없는 자기개발과 공정한 직무수행을 통해 주어진 사명을 완수한다.”고 명시하고 있습니다. 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.

협력하는 조직인

인간관계와 팀워크를 중시하고 유연한 사고로 더불어 일할 줄 아는 사람

성취하는 열정인

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

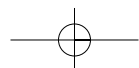
또또사랑을 실천하는
웅진인

혁신하는 창의인

항상 새로운 것을 찾으며 혁신과 독창성의 경쟁우위를 유지하는 사람

학습하는 전문인

프로정신과 담당업무에 대한 최고의 전문지식을 겸비한 역량있는 사람



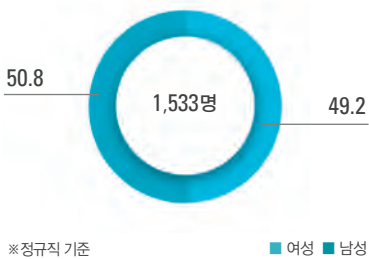
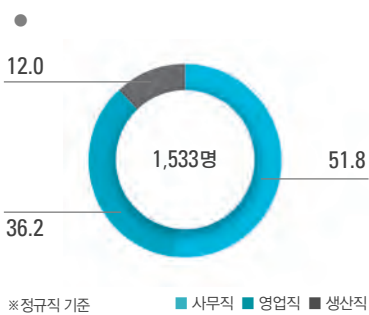
WOONGJIN COWAY & STAKEHOLDERS

임직원에 대한 회사의 책임

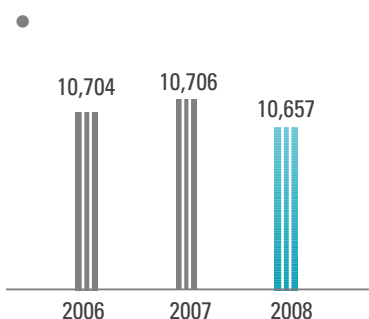
회사는 임직원을 존중하고 능력과 업적에 따라 공정하게 대우하며, 임직원이 창의성을 충분히 발휘할 수 있도록 하고 있습니다. 회사의 임직원에 대한 책임은 크게 다음의 4가지로 요약할 수 있습니다. 첫째, 임직원에 대한 회사의 인식에 해당하는 부분으로 임직원을 인격체로 존중함으로써 주인 의식을 가지고 일을 통해 보람을 느낄 수 있도록 하는 것입니다. 둘째, 인재 육성 부분으로 임직원이 창의적인 인재로 성장할 수 있도록 필요한 제도를 갖추고 지원하는 것입니다. 셋째, 평가 및 보상에 관한 부분으로 임직원을 능력과 업적에 따라 공정한 기준을 적용, 평가하고 정당하게 보상하는 것입니다. 마지막으로 조직문화에 관련된 것으로 제안제도(상상오션) 등을 이용하여 창의적 사고와 자율적 참여를 유도함으로써 창의적인 조직문화를 이룩하는 것입니다.

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

인력 현황 (단위 : %)



코디 현황 (단위 : 명)



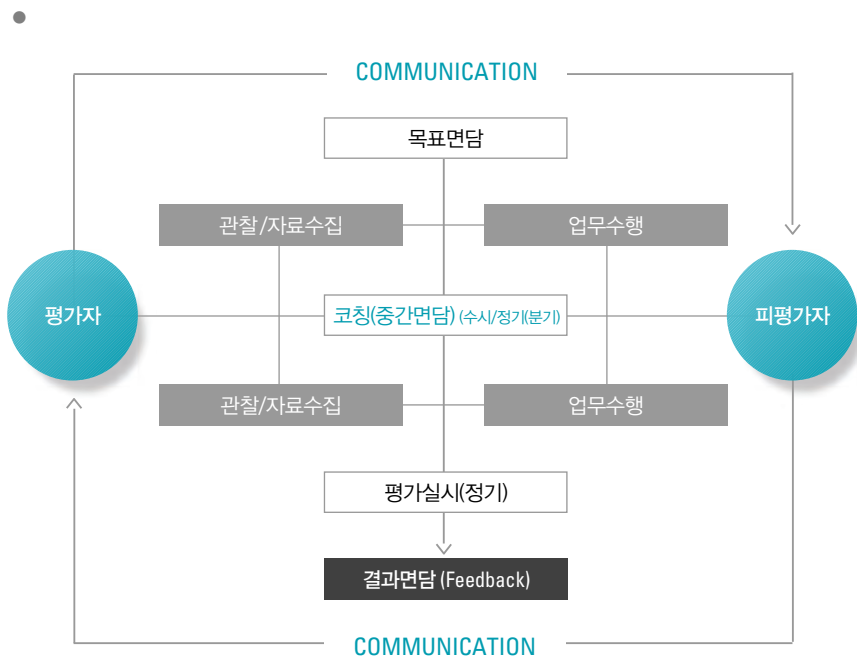
인력 현황

2008년 말 현재 웅진코웨이의 직원 수는 2007년 말의 1,450명에서 83명 증가한 1,533명입니다. 이 가운데 사무직은 794명, 영업직은 555명, 생산직은 184명입니다. 성별로 보면 남성 직원이 778명, 여성 직원이 755명으로 남녀간 큰 차이가 없습니다. 또한 비정규직과 코디를 모두 포함한 전체 인력은 모두 17,806명입니다. 웅진코웨이가 고용하고 있는 장애인은 11명으로 장애인 고용비율은 0.7%입니다. 한편, 2008년 전체 이직율은 1.89%였습니다.

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 평가시스템을 운영하고 있습니다.

평가 프로세스



STAKEHOLDERS

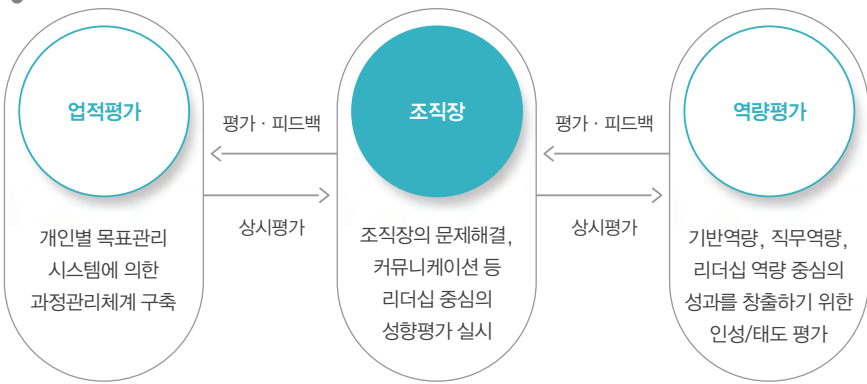
이해관계자 커뮤니케이션
 고객
임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

승진 포인트제란?

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

웅진코웨이는 조직의 핵심성과지표(KPI: Key Performance Indicator)와 연계한 개인별 목표관리시스템(멘토시스템)을 운영하고 있습니다. 업적평가는 개인별 목표계획에 맞는 과정관리체계를 운영하고 있으며, 역량평가는 기반역량, 직무역량, 리더십역량을 중심으로 직위/직책별로 차별화하여 운영하고 있습니다. 한편 상사평가를 통해 조직장의 역량에 대한 평가를 실시하고 있습니다.

평가방식



보상

웅진코웨이는 다양한 인센티브 제도를 도입하여 성과 창출에 기여한 직원들의 사기진작에 힘쓰고 있습니다. 연말 성과 인센티브 제도는 사업계획 대비 매출액, 영업이익률을 반영하여 개인별 업적평가결과에 따라 연간 성과에 대해 차등적으로 지급하는 인센티브 제도입니다. 또한, 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.

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
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)
도움말 찾기	개인 전문 상담 지원 제도(건강, 스트레스, 금전 등)
출산 축하금	배우자(본인) 출산 시 출산 축하금 지원
러브 플라워	직원의 결혼기념일에 꽃다발, 꽃바구니, 화분, 난 등 본인 선택 후 지급
생일자 상품권	직원의 생일에 외식상품권 지급
기념일 선물	명절(설, 추석)과 창립기념일에 개인별 선물 지급
차량유지비	차장급 이상 차량유지비 지급
기타	해외 연수, 포상, 종합건강검진, CEO추천도서 지급, 주 5일제 실시, 동호회 활동 지원 등

WOONGJIN COWAY & STAKEHOLDERS

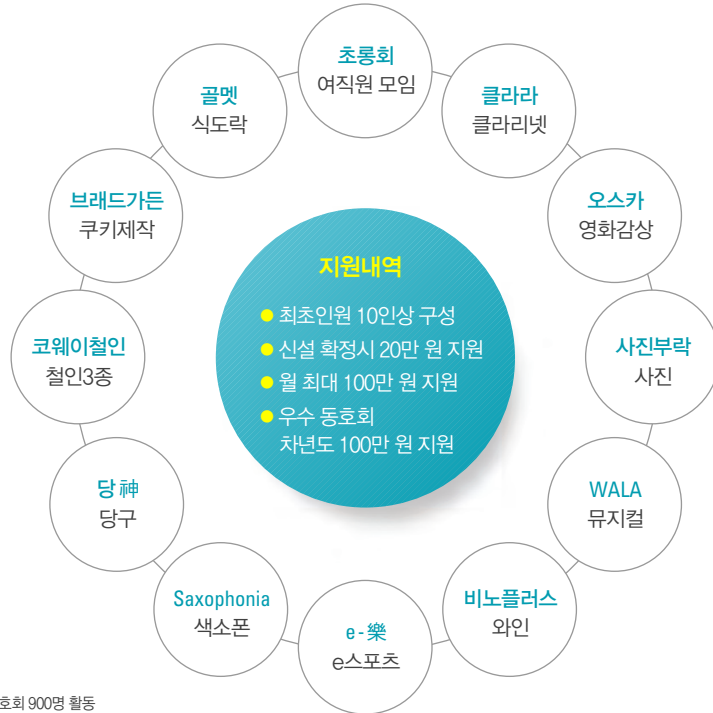
선택적 복리후생

구분	내용
복지카드 지급	근속년수에 따라 차별적 포인트 지급
우리사주제도	근속기간 및 직급에 따른 차등적인 우리사주 지급

한편 웅진코웨이는 직원들이 직장에서 즐겁게 생활할 수 있도록 동호회 활동을 적극 지원하고 있습니다. 2008년 말 현재 25개의 동호회가 활동 중이며 동호회 회원은 약 900명입니다.



- 뮤지컬 동호회
- 테니스 동호회



※25개 동호회 900명 활동

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 창출할 수 있도록 직무 중심, 현업 중심, 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.

2008년 웅진코웨이가 개설한 교육 프로그램은 모두 545개로 모두 7,746명이 교육을 수강하였습니다. 교육 시간은 총 161,860시간으로 e-Learning과 집합교육이 각각 89,516시간, 72,344시간이었습니다. 한편, 1인당 교육시간은 연간 20.1시간이었습니다.

웅진코웨이는 교육에 적극적으로 투자하고 있습니다. 정직원에 대한 교육훈련비는 2007년 8.3억 원에서 2008년 12.5억 원으로 증가하였습니다. 웅진코웨이의 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 위와 같은 프로그램 외에 코디를 대상으로 한 교육 프로그램이 실시되고 있습니다.

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

웅진코웨이는 인권 보호 및 부패 방지를 위한 교육을 실시하고 있습니다. 2008년에는 온라인상으로 정직원 716명을 대상으로 성희롱 예방 교육을 실시하였으며, 영업직군 전원을 대상으로 집합교육을 실시하였습니다. 또한, 윤리경영을 확산하기 위해 관련 도서를 배포하고 이에 대한 수기를 공모하는 등의 활동을 전개하였습니다.

WAA(Woongjin Advanced Abroad)

도전정신 함양을 통한 학습과 성장 기회를 제공하기 위해 마련된 WAA는 웅진코웨이 고유의 인재 양성 프로그램으로 확고하게 자리매김하고 있습니다. 근속 연수가 1년 이상인 모든 임직원에게 응모 자격을 부여하고 있으며, 인당 400만 원의 연수비를 지원하고 있습니다. 2008년에는 3차에 걸쳐 6개팀이 유럽, 미국 등지에서 렌탈하우스 Re-positioning 등을 연구 주제로 연수를 다녀왔습니다.

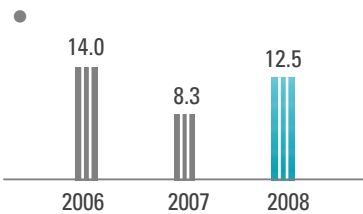
2008년 WAA 진행 현황



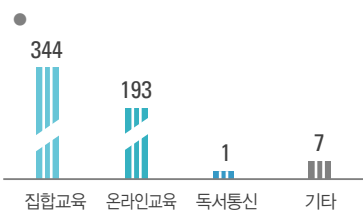
● WAA

구분	팀명	연수 지역	연수 주제
1차	헬스케어 리더	독일, 네덜란드, 영국	렌탈하우스 Re-positioning
	옴니보레	미국, 영국	Organic 사업 진출 방안 모색
2차	SS430	덴마크, 스웨덴, 노르웨이	북유럽 생활문화기업의 마케팅 전략
	바람의 재발견	덴마크, 독일, 스페인	벤치마킹 통한 Brand Identity 전략 구축
3차	MUST BE	영국, 네덜란드, 일본	풍력 에너지 사업의 타당성 검토
	Coway 2.0	영국, 스코틀랜드, 네덜란드, 독일	탄소 배출권 관련 사업 시장 조사
			Micro-generation 사업 진출 가능성 모색

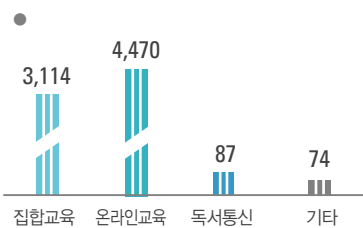
교육훈련비 추이 (단위: 억 원)



교육 과정 수



교육 수강 인원 (단위: 명)



WAA는 임직원의 자발적이고 적극적인 참여를 바탕으로 제안된 창의적인 아이디어를 비즈니스에 적용함으로써 회사의 발전을 도모함은 물론, 임직원에게 관련 주제를 연구하고 시야를 넓힐 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

혁신 인력 양성

2008년 제조와 R&D를 중심으로 6시그마를 추진하여 총 85명의 GB(Green Belt)와 7명의 BB(Black Belt) 인증 인력을 양성했으며, 이와 별도로 혁신리더 24명을 양성했습니다. 2009년에는 6시그마를 사무 및 영업 부문 등 전사로 확대하고 BB 5명과 GB 50명을 양성할 계획입니다. 또한, 재무성과전문가(FEA)를 양성하고 성과에 대해 검증하는 한편, 시그마연구회 등 학습조직을 운영해 나갈 계획입니다.

혁신리더 양성

혁신리더	인원 수	기간	활동	비고
1기	7명	2008.4~7	● 시나리오 플래닝 프로젝트 워크숍 참여를 통해 전사 시나리오 및 대응 전략 수립	● 혁신 기본교육 수료
2기	17명	2008.8 ~ 2009.8	● 매월 혁신간담회를 통해 혁신 관련 이슈의 공유 및 보고	● 국내 벤치마킹 (LG디스플레이, 포스코 외) ● 해외 벤치마킹 (일본 Toyota, Toto 외)

WOONGJIN COWAY &
STAKEHOLDERS

내부 이해관계자 커뮤니케이션

● 웅진코웨이는 직원 고충 처리, 직장 내 만족도 제고, 임직원 커뮤니케이션 활성화를 위해 인사위원회 운영, 고충상담방(ER Culture-Lab) 운영, 사보 발간, 노사협의회 개최 등 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

웅진코웨이는 직원 고충 처리, 직장 내 만족도

제고, 임직원 커뮤니케이션 활성화를 위해 인사

위원회 운영, 고충상담방(ER Culture-Lab) 운영, 사보 발간, 노사협의회 개최 등 다양한 활동을

전개하고 있습니다.

고충처리

웅진코웨이는 직원들이 고충 상담을 자유롭게 받을 수 있도록 온라인 및 오프라인 등 다양한 채널을 통해 고충 접수를 받고 있습니다. 온라인상 접수는 그룹웨어의 고충상담방(ER Culture-lab)과 고충 상담 직원의 익명성을 보장하는 당사자 개인 메일을 통해 이루어지고 있으며, 오프라인상 접수는 고충 상담 직원과의 유선 또는 대면 상담 등을 통하여 진행되고 있습니다.

직원의 고충 상담은 일반 고충 상담과 법무 상담으로 구분하여 운영되며, 고충 상담의 범위는 개인 신상, 성장 비전, 채무 문제 등 개인적인 문제부터 인사 제도, 업무 및 영업 관련 고충 등과 같이 조직 운영의 전반적인 부분까지 포괄하고 있습니다. 접수된 고충 중 단순 고충 사항에 대해서는 현업부서간의 업무 조정 및 제도 개선 등으로 신속하게 처리하고 있으며, 중요 고충 사항에 대하여는 고충처리위원회의 정식 안건으로 채택하여 보다 심도 있게 논의 후, 처리하고 있습니다.

ER Culture-lab

구성 목적: 사내 그룹웨어상에 임직원들의 다양한 고충 접수 및 처리를 위한 공식적인 커뮤니케이션 채널 구축 및 확대를 통하여 바람직하고 진취적인 조직 문화 형성 및 직원들의 만족과 보람 추구

주요 구성

- 고충사항 접수 및 처리: 익명성을 보장함으로써 임직원들이 자유롭게 고충 사항을 개진할 수 있도록 함. 접수된 고충(개인 신상, 상사 갈등, 인사 관련 갈등, 제도 관련 갈등, 환경 관련 문제, 조직 문제 등) 및 제안 사항을 처리하고 있으며, 등록 후 2일 이내에 본인에게 유선, 메일, 게시판 등으로 처리 결과 및 처리 방안을 회신하고, 사후 비밀 유지를 보장함
- 법무 상담 접수 및 처리: 공적 또는 사적인 법률 문제(압류, 계약, 보증, 채무 등)에 대한 고충 접수 후 2일 이내에 본인에게 유선, 메일, 게시판을 통하여 처리 방안을 회신하고 있으며, 필요 시 변호사 내방을 통한 법무 상담을 진행함



STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

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



● CEO 하이팅

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
 내·외부 고객 감동을
 실천하는 문화

코웨이 올림터

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

노사협의회

웅진코웨이는 노동조합이 구성되어 있지 않습니다. 대신 '근로자참여및협력증진에관한법률'에 의거 노사협의회를 구성하여 분기별 정기 회의를 실시하고 있으며, 필요 시 임시 노사협의회를 실시하여 직원의 고충 및 복리후생 등의 사항을 직원과 경영진 간의 원활한 협의를 통하여 해결하고 있습니다. 2008년에는 모두 4회의 정기 회의와 1회의 임시 회의를 개최하여 노사협의를 통하여 5건의 안건을 처리하였습니다.

기업문화 (Corporate Culture)

웅진코웨이의 기업문화는 크게 4가지로 요약

- 할 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 전자 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 경영층간의 원활한 커뮤니케이션이 이루어지는 직장을 만들어 가기 위해 웅진코웨이는 CEO/본부장 하이팅, 코웨이 리그, 코웨이 옥션, 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
- 코웨이 리그 : 팀간 커뮤니케이션 활성화를 위한 프로그램으로 회사 관련 퀴즈를 풀어 보는 코웨이 골든벨 우승팀들이 2차전~4차전까지 토너먼트제 경기를 거쳐 연말 결승전 치르게 되는 프로그램. 1등팀에게 300만 원 지원함
- 코웨이 옥션 : 임직원들이 직접 자신의 물품을 기증하여 진행하는 사내 경매 프로그램. 모든 물품은 시작가 1,000원으로 진행되며, 옥션으로 모아진 기금은 그룹홈 어린이들의 생활비로 전액 기증됨
- 코웨이 데이 : 직원 가족들을 초청해 본사와 공장 방문을 통해 웅진코웨이를 이해할 수 있도록 하는 환편 램플 스테이 등 다양한 추억 만들기 프로그램을 제공. 2008년에는 12가족 47명(어린이 22명 포함)을 대상으로 1박 2일 동안 진행됨

WOONGJIN COWAY &
STAKEHOLDERS

상상오션

재미있고 쉬운 방법으로 제안활동에 참여해 업무 개선 및 혁신을 이끌어내기 위한 제안 제도인 상상오션이 4월 오픈하였습니다. 상상오션은 가상으로 만들어진 웹상의 제안의 바다로 직원들이 제안을 제출할 때마다 포인트로 새우(1마리당 100원)를 지급하며, 이 새우가 1만 마리가 모이면 돌고래(1마리당 100만 원)를 지급합니다. 돌고래를 잡은 임직원에게는 해외 연수의 기회가 주어지며, 새우 수에 따라 선원-갑판장-선장 등의 차별화된 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 7.3건으로 크게 증가하였습니다. 회사는 좋은 제안 제도로 평가 받고 있는 상상오션의 공유를 통한 제안 문화의 확산 및 이를 통한 사회공헌의 일환으로 9월 22일 분양을 시작하여 12월 현재 농심, 국립공원관리공단 등에 5건의 분양을 완료하였으며, 28개 업체를 대상으로 분양을 진행하고 있습니다. 2009년에는 상상대륙을 신설하여 재미와 경쟁을 유발하고, 코디와 CS 닥터도 참여할 수 있도록 할 계획입니다.

칭찬릴레이

동료, 선후배, 상사, 부하를 칭찬하면서 팀워크를 다질 수 있는 기회를 마련하기 위해 각 분부별로 시행되고 있는 프로그램입니다. 매주 목요일 오전 8시 50분부터 9시까지 시행되며 선정된 2명이 다시 2명을 지목해서 릴레이로 칭찬하는 방식입니다. 칭찬인으로 선정되면 일주일 동안 칭찬돌고래를 파티션 위에 올려놓을 수 있으며, 한 달 동안 칭찬 받은 사람 중 2명을 선정하여 'Best Worker' 로 시상하고 새우 300마리를 지급합니다.

리더스 클럽 출범

2008년 7월 25일~26일 상반기 영업 실적 우수리더 50명을 대상으로 제 1기 리더스 클럽 행사가 개최되었습니다. 이 행사는 상반기 상위 10%의 실적이 우수한 지국장들에게 다양한 혜택을 제공함으로써 하반기 영업에 동기를 부여하기 위해 실시되었습니다. 또한, 1기 리더스 클럽 임명패 수여식과 지국 우수사례 발표 및 공유 등을 통해 영업 조직의 신기문화를 확산하는 계기가 되기도 했습니다.



●상상오션



STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

연도	2006	2007	2008 11월 말 기준
웅진코웨이 재해율	0.00	0.03	0.09
전산업 평균 재해율	0.76	0.72	0.71
제조업 평균 재해율	1.18	1.10	1.15

(단위 : %)

※ 재해율 = 재해자 수 / 근로자 수 × 100

※ 출처: 한국산업안전보건공단 산업재해통계(연도별)



● 코웨이 금연 올림픽

안전과 보건

안전 프로그램



● OHSAS 18001인증
(2008. 7. 24)

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 있으며, 유구공장은 안전/보건 인프라 구축을 위해 직장보건안전경영시스템(OHSAS 18001: Occupational Health & Safety Assessment Series) 인증을 2008년 7월 24일에 취득하였습니다. 또한, 임직원들의 작업 환경 및 안전보건 관련 개선 필요 사항에 대해서는 사용자와 근로자의 수시 협의를 통해 개선 및 보완을 하고 있습니다.

당사는 산업안전보건 관련 활동 또는 운영이 적절하게 이루어지고 있는지 확인하기 위해 회사 자체 진단 외에 그룹 차원의 산업안전보건TFT 외부 진단을 받는 등 2종의 모니터링을 진행하고 있습니다. 또한, 전 임직원의 안전 및 보건 의식 향상을 위해 지속적인 안전보건 교육을 실시하는 한편, 홍보 활동을 강화하고 있습니다.

산업재해 발생 현황

웅진코웨이의 재해율은 전산업 및 제조업 평균에 비해 현저히 낮은 수준으로 유지되고 있습니다. 2008년은 전년도에 비해 재해율이 소폭 상승하였으나, 이는 주로 사내 단합행사 등으로 인하여 발생한 단순 재해이며, 중대 재해는 단 한 건도 발생하지 않았습니다.

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 직원에게는 2년에 1회 건강검진을 실시하고 있습니다.

또한, 임직원의 건강 증진과 쾌적한 업무 환경 조성을 위해 금연캠페인을 적극적으로 전개하고 있습니다. 먼저 정직원 가운데 685명을 대상으로 설문 조사를 시행하여 흡연현황을 파악하였으며, '코웨이 금연 올림픽'을 캐치프레이즈로 하여 238개의 금연 서약서 발송, 69명 대상의 금연 교육 등의 활동을 전개하고 있습니다. 특히 교육 대상자 가운데 24명을 대상으로 관악구 보건소와 연계하여 매주 금연 클리닉을 진행하고 있습니다. 이 밖에도 금연 홍보물 부착, 웅진넷 공지 등 금연 홍보를 강화하는 한편, 금연 성공자에 대한 보상 방안 마련 등을 통해 더 많은 임직원이 금연에 참여할 수 있도록 노력하고 있습니다.



WOONGJIN COWAY &
STAKEHOLDERS

웅진코웨이는 사업 다각화와 성공적 해외 진출을 통해 기업 가치를 향상해 나감은 물론, 경영의 투명성을 확보하는 제반 규정을 준수하고 선진형 기업지배구조를 확립함으로써 주주 가치를 지속적으로 제고해 나가고 있습니다.



Shareholders

주주

기업지배구조



주주 구성

웅진코웨이의 총 발행 주식수는 74,431,993주입니다. 2008년 말 현재 주요 주주의 보유 지분은 웅진홀딩스 32.7%, 외국인 41.9%, 국내 개인 및 기관투자자 19.1%입니다. 특히, 글로벌 금융 위기에서 비롯된 국내 주식시장에서의 외국인 투자자의 대규모 매도에도 불구하고 웅진코웨이의 외국인 투자자의 보유 지분은 2007년 말 대비 4.5%포인트 증가하였습니다. 이는 웅진코웨이가 경제 위기에도 불구하고 안정적인 성장을 지속하고 있는 데 대한 결과로 평가됩니다. 향후에도 웅진코웨이는 기업 가치의 극대화를 실현할 수 있도록 투명한 지배 구조를 정립하기 위해 지속적으로 노력할 것입니다.

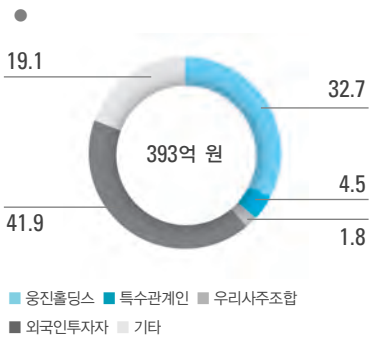
이사회

이사회는 법령 또는 정관에 정하여진 사항, 주주총회로부터 위임 받은 사항, 회사 경영의 기본 방침 및 업무집행에 관한 중요사항을 의결하며, 감사업무를 수행하고 있습니다. 대표이사가 의장을 맡고 있으며 과반수의 출석과 출석이사 과반수의 찬성으로 안건을 의결하고 있습니다. 2008년에는 총 15회의 정기 및 임시 이사회를 개최하였으며, 사외이사의 평균 참석률은 93%였습니다. 한편, 웅진코웨이는 이사회 내에 경영위원회를 구성하여 이사회의 자율성과 전문성을 강화하기 위한 노력을 지속해 오고 있습니다.

이사회 구성 및 보수

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

주식 소유구조 (단위 : %)



※ 2008. 12. 31일 현재

이사 및 감사 현황

상임/비상임	성명	직위	비고
상임	홍준기	대표이사	
상임	윤석금	이사	
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

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌



● 2008년 정기주주총회

이사회 산하 위원회

웅진코웨이는 이사회규정 11조에 의하여 이사회 산하에 경영위원회를 두어 운영하고 있습니다. 매월 첫 주 월요일에 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 안건별로 별도의 배포 자료를 통해 사전에 충분한 심의가 이루어지도록 하고 있습니다. 부의안건은 최종 표결로 가결하고 있으며, 이 과정에서 부의안건에 대한 이해상충은 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 목적사항과 소집의 이유를 기재한 내용을 서면으로 이사회에 제출하여 임시총회의 소집을 청구하며, 직무를 수행하기 위하여 필요한 때에 자회사에 대하여 영업의 보고를 청구하고 있습니다.

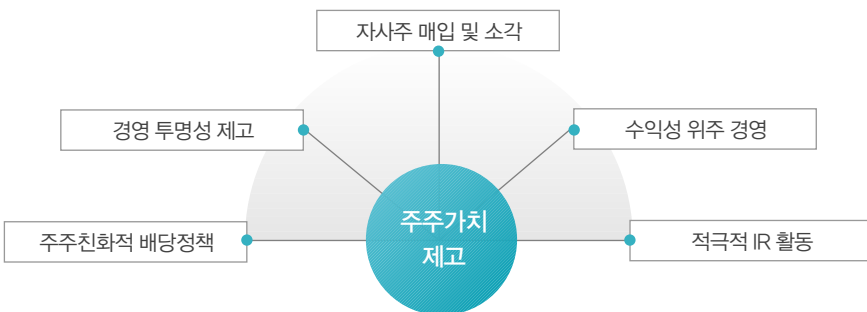
주주가치 제고

● **경영투명성 제고 및 IR 활동 강화**

웅진코웨이는 적극적인 국내·외 IR활동을 통해 투자자에게 신속, 정확한 정보를 제공함으로써 회사의 현재와 미래 가치가 주가에 적정하게 반영될 수 있도록 노력하고 있습니다. 국내·외 증권사 애널리스트와 기관투자자를 대상으로 연 4회 분기별 경영실적발표회를 개최하고 있으며, 정기적인 국내 및 해외 NDR(Non Deal Roadshow), 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 최근 2년간 50%의 배당성향을 유지하고 있으며, 순이익 증가에 따라 주당 배당금도 지속적으로 증가하고 있습니다. 당사는 향후에도 주주 중심 경영원칙에 따라 주주 친화적 배당정책을 유지해 나갈 계획입니다.



WOONGJIN COWAY & STAKEHOLDERS

2008년 경영 성과

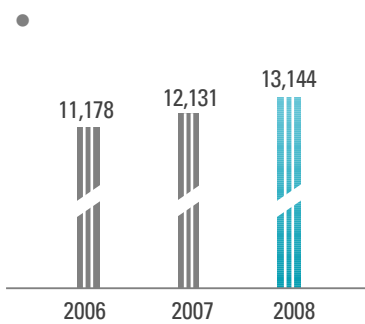
사상 최대 실적 시현

2008년 매출액과 영업이익은 각각 1조 3,144억 원, 1,901억 원으로 전년 대비 각각 8.4%, 17.9%의 증가율을 기록하였습니다. 또한 당기순이익도 지난 해와 비교 11.0% 증가한 1,291억 원을 기록하였습니다. 이러한 사상 최대 실적의 주 요인은 관리계정의 증가(444만 계정으로 15만 계정 증가), 해외 수출 증가, 원가 혁신 및 합병효과에 따른 매출원가 하락 등입니다.

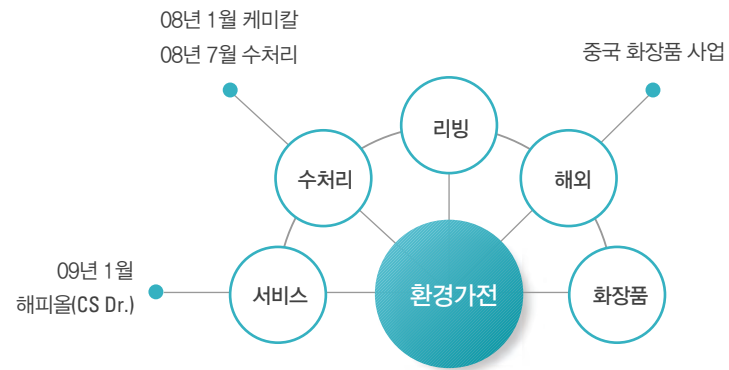
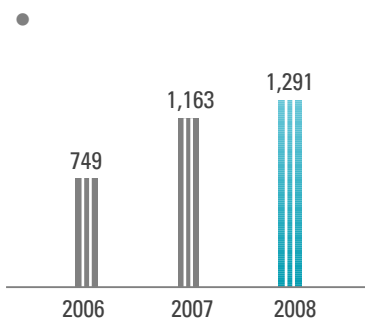
사업 영역 확대

2008년은 중장기 성장 동력 확보 차원의 사업 영역 확대가 꾸준히 이루어진 한 해였습니다. 새한(현 웅진케미칼)을 인수하여 수처리 사업에 본격 진출하였고, 웅진해피올의 CS Dr.(닥터) 조직을 인수해 서비스, 판매, 영업을 통합할 수 있게 되었습니다.

매출액 (단위 : 억 원)



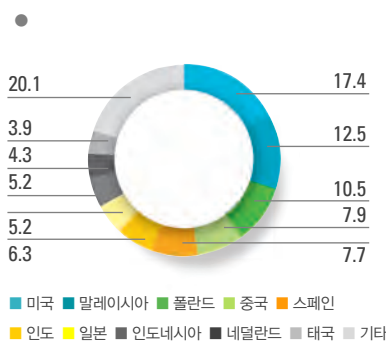
당기순이익 (단위 : 억 원)



글로벌 판매 본격화

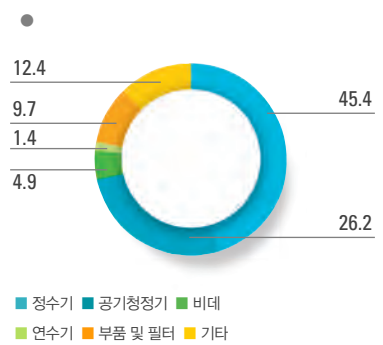
2007년 웅진코웨이의 수출은 2006년 대비 300%의 성장을 시현하였고 2008년에도 수출 확대에 주력해 2007년 대비 92.5% 증가하였습니다. 시장별로는 미국, 말레이시아 등 현지법인인 위치한 국가로의 수출이 활기를 띠었습니다. 제품별로는 정수기와 공기청정기 두 제품의 비중이 전체의 71.6%를 차지하였습니다.

지역별 수출 비중 (단위 : %)



※2008. 12. 31일 현재

제품별 수출 비중 (단위 : %)



※2008. 12. 31일 현재

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

payFree 제휴사 현황

-
-  **신용카드**
외환은행
-  **자동차 보험**
교보AXA
LIG
-  **유선통신**
SK브로드밴드
-  **무선통신**
SK텔레콤
-  **교육**
웅진씽크빅
ANYSTUDY
-  **여행**
모두투어
테마캠프
-  **식음료**
웅진식품
-  **주유**
SK에너지

세계적 전시회 참여로 글로벌 인지도 제고

- **WETEX 2008** : 3월 11일부터 13일까지 3일간 두바이에서 개최된 중동 최대의 물·에너지·환경 기술전시회 WETEX 2008에 참가하였다. 당사는 가정용 정수기, 언더싱크형 정수기, 산업용 플랜트 등의 각종 제품을 전시하였으며, 제품군별 시연 및 체험 공간을 통해 관람객들의 호평을 받았다. 또한, 우수한 필터 기술력을 통해 새로운 물 시장으로 각광받고 있는 중동 시장 진출의 기반을 마련하였다.
- **K/BIS** : 4월 11일부터 14일까지 미국 시카고에서 열린 K/BIS(Kitchen & Bath Industry Show)에 참가하였다. 당사는 5만개의 업체가 참가하는 세계 최대의 가정용품 전시회에 카운터 탑(물 저장탱크를 갖춘 분리형)정수기와 가펫 문화에 익숙한 현지인을 위한 고급 호텔용 공기청정기 등 61개 제품을 선보임으로써 본격적인 미국 시장 확대의 시동을 걸었다.
- **CHITEC** : 5월 21일부터 25일까지 중국 북경 국제전람센터에서 열린 중국 최대 가전 전시 행사인 CHITEC(China Beijing International Hi-Tech Expo)에 참가하였다. 68개국에서 409개 기업체가 참가하고 총 16만 명이 관람한 이번 전시에서 바랍과 숲을 컨셉으로 환경가전기업으로서의 친근하고 부드러운 이미지를 강조하는 등 차별화된 부스를 구성하여 인기 전시 부스상을 수상하였다.
- **AQUATECH 2008** : 9월 30일부터 10월 3일까지 세계 최대 물 사업 전시회인 '아쿠아텍 2008'에 참가하였다. 총 42개국, 630개 바이어가 방문한 이번 전시회에서 45평 규모의 Bar type의 하이라이트 존을 방문한 230여 개 거래선과 상담을 진행하였다. 이번 전시회를 통해 유럽 시장 내 Coway브랜드의 위상을 강화하였음은 물론, 동유럽, 중남미, 아프리카 지역 신규 거래선 및 비데 관심 업체를 발굴하는 기회를 가졌다.



● WETEX 2008 ● KBIS ● CHITEC ● AQUATECH 2008

신성장동력 payFree

웅진코웨이는 2008년 10월 회사 고객만을 위한 특화된 멤버스 서비스인 payfree를 론칭하였습니다. 혁신적인 마케팅 기법의 도입으로 초기 회원 수가 급격히 증가하고 있으며, 이에 따라 2009년 3월까지 총 50만여 명이 회원으로 가입했으며, 신용카드와 연계된 외환 payfree 발급 수도 7만 5천여 개에 이르고 있습니다. 이에 따라 2009년 3월 말 현재까지 고객에게 환급된 금액은 13억 5천여 만 원입니다.

WOONGJIN COWAY & STAKEHOLDERS

R&D 강화

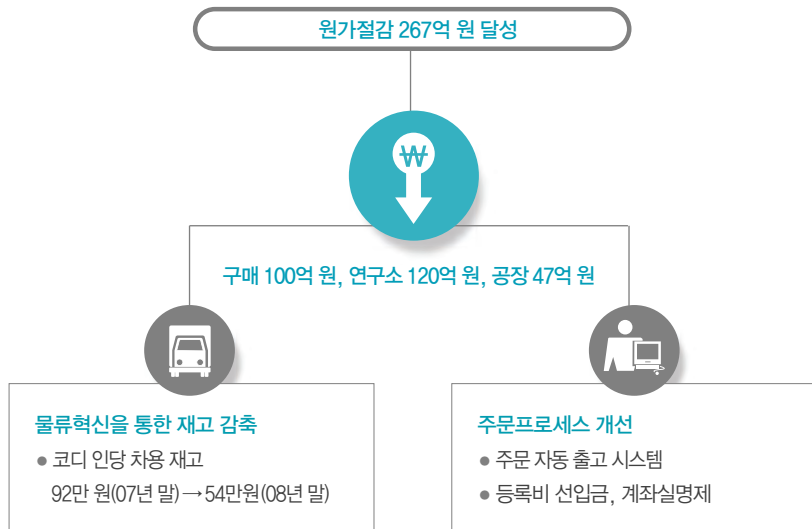
연구개발 역량이 중장기 성장을 위한 가장 중요한 요소라는 인식을 바탕으로 웅진코웨이는 R&D를 강화하였습니다. 그 결과 29개의 신제품 모델을 개발하였으며(내수 19모델, 해외 10 모델), 서비스율이 2007년의 3.42%에서 1.90%로 하락하였습니다. 또한, 품질실패비용(F-cost)이 100억 원 가량 줄었습니다.

원가 절감

2008년 웅진코웨이는 267억 원의 원가를 절감하였습니다. 또한, 물류 혁신, 생산성 혁신, 주문 프로세스 개선을 이룸으로써 매출의 변동에도 영향을 받지 않고 14% 이상의 영업이익률을 시현할 수 있는 수익 기반을 확보하였습니다.

경영관리 강화에 의한 원가 절감

-



지우잡 운동의 효과

-

구분	내용
누적 절감시간	6,999 시간
참여인원	401 명
인당 절감시간	17.1 시간



● 지우잡 우수팀

지우잡

자신의 업무 중 불필요한 관행적인 업무를 없애는 지우잡 운동을 전개하였습니다. 2008년 모두 401명이 참여하여 인당 17.1시간의 시간을 절감하는 효과를 거둔 지우잡 운동을 2009년에도 지속할 예정이며, 전사 문제 해결형 타운 미팅 방식을 도입하여 효율적인 문제 해결의 모델을 정립하고 나아가 경영진의 신속한 의사 결정과 실행 여부에 대한 모니터링을 강화하여 즉각적인 개선안을 마련하는 데 중점을 둘 방침입니다.

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

2009년 경영 계획

웅진코웨이는 2009년 매출 1조 4,558억 원, 영업이익 2,123억 원, 영업이익률 14.6%의 경영 계획을 수립하였습니다. 이는 지난해 보다 매출은 10.8%, 영업이익은 11.7% 증가한 것이며, 영업이익률도 0.1%포인트 상향된 것입니다.

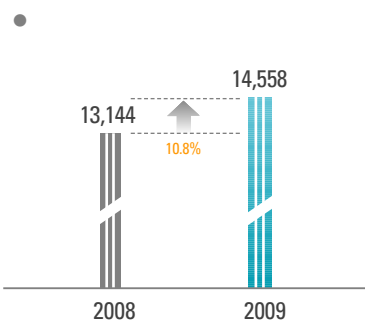
2009년 경영 슬로건으로 '그린업 2009'를 내세우는 한편 경영 목표 달성을 위해 payFree를 통한 고객 지향적 마케팅 확대, 주력 상품군 확대, 해외사업 매출 확대, 수처리사업 채널 다양화 등을 중점적으로 추진할 계획입니다.

웅진코웨이는 우선 글로벌 경기 위축 속에 신규 고객 창출이 더욱 중요하다고 판단, 환경가전제품 회원 수를 늘리는 한편, 정수기, 공기청정기, 비데, 연수기, 음식물처리기 등 기존 5대 제품군의 라인업 확대와 함께 로봇청소기 등 제6·7대 상품군 개발에 주력할 계획입니다.

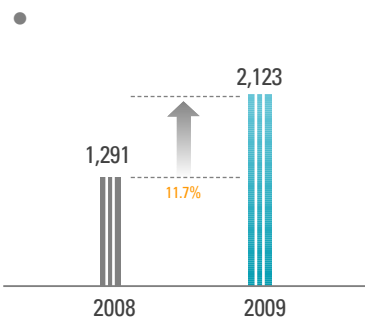
2009년 전략 방향



매출액 (단위: 억 원)



영업이익 (단위: 억 원)



WOONGJIN COWAY &
STAKEHOLDERS

웅진코웨이는 공정거래 자율준수 프로그램을 통해 건전한 거래 질서를 확립하기 위해 노력하는 한편, 비즈니스 파트너의 경쟁력을 제고하고 함께 성장해 나가기 위해 교육 및 컨설팅 지원 등 다양한 상생 프로그램을 운영하고 있습니다.



Business Partners

비즈니스 파트너

공정거래

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 공정거래와 협력업체와의 상생을 밝히고 있습니다. 이와 같은 원칙을 보다 더 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.



- 공정거래 자율준수 선포식
- 공정거래 자율준수 선언문

핵심 7대 요소 이행

회사는 ①최고경영자의 자율준수 의지 표명, ②자율준수 관리자의 임명, ③자율준수편람의 제정 및 개정, ④교육 시스템 구축 및 운영, ⑤자율준수에 대한 감사 및 보고시스템 구축, ⑥위법 책임자 인사 제재, ⑦관련 문서 관리시스템 구축 등 공정거래위원회에서 요구하는 공정거래 자율준수 프로그램(CP: Compliance Program)의 7가지 핵심요소를 모두 이행하고 있으며, 공정거래 자율준수 프로그램의 영역을 소비자 보호의 영역으로 확대하여 고객불만 예방 경영 시스템(CCMS: Consumer Complaints Management System)을 운영하고 있습니다. 이와 같은 노력을 인정 받아 2007년 공정거래위원회로부터 ‘제1회 CCMS인증 우수기업’으로 선정되었으며, 공정거래 자율준수 프로그램 등급 BBB 평가를 받았습니다. 세부적으로는 실질적인 CP 도입, CEO의 실천 의지 등의 측면에서는 높은 평가를 받았으나 문서의 체계적 관리, 준법 시스템 구축 등의 측면에서는 낮은 평가를 받았습니다. 향후 회사는 낮은 평가를 받은 부분에 대해 보완해 나감으로써 실질적인 공정거래 자율준수가 이루어질 수 있도록 할 계획입니다.



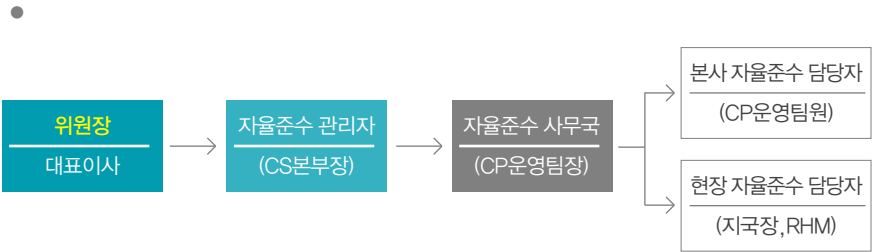
STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

공정거래 자율준수 조직

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

공정거래 자율준수 조직



클린코웨이 교육

웅진코웨이는 자율준수에 대한 임직원의 인식을 제고하고 변칙 영업에 대한 경각심을 불러일으키기 위해 정규 교육, 사전 교육, 사후 교육, 수시 교육 등 다양한 형태의 클린코웨이 교육을 실시하였습니다. 2008년 총 88.5시간에 걸쳐 본사 임직원, 영업조직, 신규 코디 등을 대상으로 실시한 교육으로 전사적 클린코웨이 문화가 정착되고 있습니다.



● 제조 혁신 컨설팅 지원

구분	정규교육	사전교육	사후교육	수시교육
대상	신임 지국장	CL사업본부	CL사업본부	정직원
	신임 팀장	W사업본부	W사업본부	콜센터
	신규 코디	본사 및 전 영업조직	본사 및 전 영업조직	
시간	19.5시간	17.5시간	12.5시간	39시간
내용	클린코웨이	명의를 중요성	사례 중심 예방 방법	CP의 이해
	관리자 역할	허위 점검 기준	관리 규정	반환 상담 기술
	허위 점검	양도양수 개선		제도 교육
	규정	반환제도 개선		제휴 카드

협력사 상생활동

상생 방침

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

상생 활동

협력업체 만족도 조사

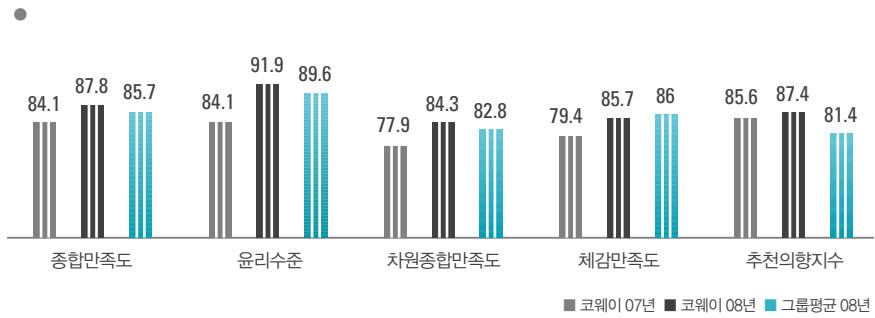
웅진그룹은 계열사가 제공하는 서비스에 대한 협력업체의 만족도 수준을 점검하고, 협력업체 관련 윤리경영의 현 수준을 파악하여 향후 웅진그룹의 고객만족경영(CSM) 마인드 확산을 통한 고객 중심의 서비스 구현과 서비스 품질 향상을 위한 기초자료를 수집하기 위해 2008년 10월 말부터 11월 초까지 협력업체 만족도 조사를 실시하였습니다.

만족도는 윤리수준(40%), 차원종합만족도(40%), 체감만족도(10%), 추천의향지수(10%)에 대한 만족도를 집계하여 산출됩니다. 웅진코웨이는 129개 협력업체를 대상으로 본 조사를 실시하였으며, 그 결과 종합만족도는 87.8점으로 2007년의 81.3점에 비해 크게 높아졌습니다.

WOONGJIN COWAY & STAKEHOLDERS

구성 요소별로는 윤리수준이 91.9점으로 상대적으로 가장 높게 나타난 반면, 차원종합만족도는 84.3점으로 상대적으로 낮은 만족 수준을 나타냈습니다. 웅진코웨이는 만족도 조사 결과를 바탕으로 부족한 부분에 대한 대응 방안을 마련하고 개선함으로써 협력업체의 만족도를 제고해 나갈 계획입니다.

협력업체 만족도 조사 결과 (Base = 129, 단위 : 점)



※ 종합만족도=(윤리수준X40%)+(차원종합만족도X40%)+(체감만족도X10%)+(추천의향지수X10%)
 ※ 체감만족도: 거래 후의 전반적인 만족에 대한 척도임



● COP 개원식

COP(Coway Open Plaza) Academy 운영

협력업체 생산 및 품질 경쟁력 기반 형성, 협력업체 중간관리자 역량 개발, 협력업체 원가 혁신 마인드 형성을 목적으로 COP Academy에서 생산/품질, 원가관리, 조직문화, 리더십 개발, 정보화, ISO 인증 관련, 연구개발, 계층별 역량 개발분야의 집합교육 50개 과정을 개설, 그 중 20개 과정을 운영하여 총 40회차, 500여 명의 인재를 육성하였습니다.

이와 더불어 협력업체의 가장 취약한 부분인 현장 생산직 근로자의 학습 문화 형성에 기여하고 활력 있고 열정이 넘치는 조직문화 개선을 위해 2008년 2월 개설한 '우편통신교육' 7개 과정에 총 2,333명이 참여하였으며, 협력업체의 다양한 학습기회 제공과 학습 채널을 다각화하기 위하여 2008년 9월 오픈한 온라인 사이트를 통해 협력업체 원가절감 GCI(Group Cost Innovation) 프로젝트를 운영하고, ISO 9000/14000 내부 심사원 및 국제심사원 15명을 양성하였습니다.

협력업체 교육 지원 (단위 : 천 원)

COP집합교육	우편통신교육	e-Learning	계
47,500	119,984	5,600	130,334

2009년 COP Academy 운영 방향

운영 방향	내용
환경시스템 구축 지원	ISO9001/14001 인증 관련 비용 50~60% 절감 협력업체 QMS 활동의 표준화 및 국제 표준과의 통합 관리 지원
품질 개선/원가 절감	협력업체 낭비 제거 및 원가 절감 활동의 표준화 지원
표준관리시스템 구축	과제 해결 중심의 교육 및 컨설팅 현장 개선 활동을 온라인으로 관리할 수 있는 시스템 구축 및 전문가 지원 체계 구축

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

Coway Partner's Day

12월 18일 155개 협력업체와 상생경영의 협력을 확인하는 '제4회 코웨이 파트너스데이' 행사를 가졌습니다. 홍준기 사장을 비롯한 임직원이 참석해 한 해 동안의 수고에 대한 고마움을 표시하였으며, 우수 협력업체로 선정된 13개사 대표들은 2009년 1월 웅진코웨이 직원들과 함께 '캄보디아 우물파기' 봉사활동에 참여했습니다.

GCI 프로젝트

웅진코웨이는 2008년 초부터 '협력업체 GCI(Group Cost Innovation) 프로젝트' 를 시행하고 있습니다. GCI프로젝트는 협력업체와 '가치기술아카데미' 를 함께 구성해 최적의 원가 절감안을 도출하는 원가 혁신 프로그램입니다.

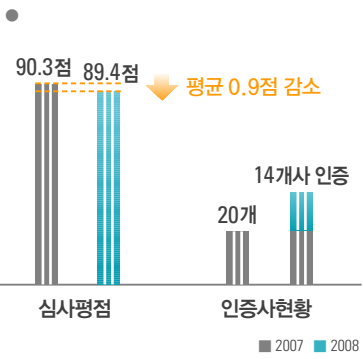
그린파트너십

그린파트너 인증은 기존의 전통적 구매 요소인 원가, 품질, 납기에 환경성을 통합하여 협력사를 선정하는 기준에 따라 이루어지며, 제품 경쟁력 제고 및 환경규제 대응, 사업장 환경 및 제품 환경 위험관리 등의 효과를 가져다 줍니다. 2007년 웅진코웨이는 엄격한 심사를 거쳐 20개사를 그린파트너로 인증한 바 있으며, 2008년 4~5월에 이들 인증업체를 대상으로 사후 심사를 실시하여 19개 업체를 재인증하였습니다. 또한, 같은 해 5~7월에는 43개사를 대상으로 신규 심사를 실시하여 모두 15개 업체를 인증하였습니다.



● 코웨이 파트너스 데이

2008년 그린파트너 인증 심사 결과



2008년은 2007년과 비교하여 문서보다 활동 위주로 심사를 진행하였으며, 심사 초점을 표준류 보유 여부에서 해당 표준 준수 여부로 변경함으로써 심사를 강화하였습니다. 또한, 현장 심사 시 유해물질 측정기를 사용하는 실물 측정법을 도입하였습니다. 심사 결과 2007년 인증업체 수 20사 보다 줄어든 15사가 인증을 획득하였으며, 심사 평점도 90.3점에서 89.4점으로 낮아졌습니다.

회사는 그린파트너 인증업체에게 인센티브를 제공하는 한편, 미 인증업체에는 여러 형태의 페널티를 부과하고 있으며, 향후 심사를 환경 위주에서 품질, 환경, 유해물질(RoHS), 폐전기 전자지침(WEEE), 친환경설계지침(EuP) 등을 고려한 통합 심사로 전환할 계획입니다. 한편, 2008년 녹색구매 실적은 1,169억 원으로 전체 구매의 82%에 해당합니다. 2009년 녹색구매 목표는 1,300억 원(구매 비중 90%)으로 향후 회사는 녹색구매의 비중을 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.

녹색구매 방침

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

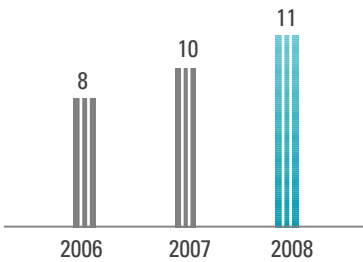
WOONGJIN COWAY & STAKEHOLDERS

웅진코웨이 사회공헌 심벌마크와 슬로건



파란 바탕은 맑은물 사랑 캠페인을 실천하는 대상인 하천을 나타낸 것이며, 그 안에 경영 정신인 '또또사랑(사랑하고 또 사랑하라)'을 강조하라는 의미에서 물고기를 하트모양으로 형상화하여 웅진코웨이가 사회공헌을 통해 이루고자 하는 미래의 모습을 표현하였습니다. 회사와 임직원, 더 나아가 고객과 함께 경영정신인 '또또사랑'을 실천해 나가자 합니다.

사회공헌활동비 추이 (단위: 억 원)



경제적인 이익을 창출하면서도 윤리, 노동, 환경 등 다양한 부분에서 사회적 책임을 다하려는 사회책임경영의 중요성은 기업의 지속가능한 성장조건으로 날로 부각되고 있습니다. 웅진코웨이는 사회 구성원으로서 사회에 대한 책임의 중요성을 인식하고 환경보전 활동, 소외계층 지원, 다음 세대에 대한 관심, 빈민국가 지원 등 다양한 사회공헌활동을 펼치고 있습니다.



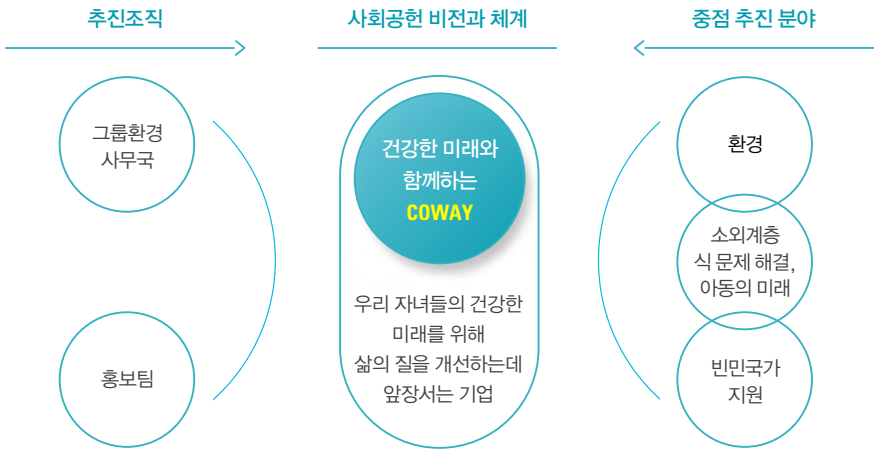
Social Contribution

사회공헌

사회공헌 비전과 전략

웅진코웨이의 사회공헌 비전은 '우리 자녀들의 건강한 미래를 위한 삶의 질 개선'입니다.

이러한 비전 아래 당사는 다양한 영역 가운데 환경보전, 소외계층 식문제 해결, 아동의 미래를 위한 활동, 빈민국가 지원 등 4개 분야를 사회공헌의 주요 범주로 선정하여 효과적인 사회공헌활동이 이루어지도록 노력하고 있습니다.



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.

사회공헌 활동

웅진코웨이 사회공헌 활동은 환경, 소외계층 식문제 해결, 아동보호, 빈민국가 지원 활동으로 구분되어 다양한 형태로 이루어지고 있습니다. 특히 획일화된 재정적 지원에서 벗어난 다양한 방식의 봉사활동을 임직원에게 권장하고 있으며, 근무시간 내 봉사활동을 허용하여 자발적 봉사활동을 돕고 있습니다. 2008년 봉사활동 시간은 모두 16,133.5시간으로 인당 21.3시간 봉사활동에 참여하였습니다. 웅진코웨이는 2006년 사회공헌 활동으로 7.9억 원을 사용하였으며, 2007년에는 10억 원, 2008년 11.2 억 원으로 증가하는 추세입니다. (기부금 지출:3.4억 원, 사회공헌비지출:7.6억 원)

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌



- 유구천가꾸기
- 행복한 금요일

범주별 사회공헌 활동

구분	내용
환경	<ul style="list-style-type: none"> ● 유구천가꾸기 : 1사1천 유구천 환경 정화 ● 태안반도 피해지역 사회공헌 활동 ● 환경이슈 관련 사회공헌 프로그램 참여
소외계층 식문제 해결	<ul style="list-style-type: none"> ● 행복한 금요일 : 매주 금요일 점심 무료급식, 배식 및 설거지 ● 행복밥차 : 냉동탑차 5대 기증, 하루 12,500인분의 식사 제공
아동의 미래	<ul style="list-style-type: none"> ● 코웨이그룹홀 : 전국 그룹홀 후원, 제품 기증, 서비스, 노력봉사 ● 우진학교 장애우학생 지원 및 보조
빈민국가 지원	<ul style="list-style-type: none"> ● 캄보디아 우물파기 : 2010년까지 매년 100개 우물 기증 ● 남아프리카 후원 : 매년 1000만 원 지원 1:1 매칭그랜트(축구공, 유니폼 등 물품 지원)
기타	<ul style="list-style-type: none"> ● 공주대학교 장학금 : 2003년 이후 현재까지 5억 9천만 원 지급 ● 사랑나눔중무식 ● 소외계층 제품 기증

환경 보전

유구천가꾸기

2006년 9월 충남 공주시 유구읍에서 자연형 하천정화사업 '유구천가꾸기 시범사업 협약식'을 가진 이래 웅진코웨이는 유구천을 가꾸기 위한 하천 자정식물 식재, 하천변 정화활동 등을 전개하고 있습니다. 특히, 2008년에는 고객과 함께하는 유구천정화활동을 진행하여, 기업의 사회공헌 활동을 통해 일반인이 봉사활동에 참여할 수 있는 발판을 마련하였습니다. 이 같은 고객 참여형 활동을 지속적으로 실시할 계획이며, 환경부, 공주시와 함께 추진하는 유구천가꾸기 활동을 위해 웅진코웨이는 2009년까지 15억 원을 투입할 계획입니다.

태안반도 어린이 환경캠프

태안반도 기름 유출 사고와 관련, 웅진코웨이는 2007년 12월 직원 1,300명이 기름제거 봉사활동에 참여하였으며, 이후 일시적 지원에 멈추지 않고 무거운 지역사회 분위기 속에 방치된 어린이들을 대상으로 환경캠프를 개최해 심리치료 및 환경회복 희망의 메시지를 전했습니다. 환경캠프는 분기별로 남이섬과 태안소재 분교에서 진행하였으며, 100여명의 피해지역 어린이들에게 환경 회복 의지와 자신감을 가질 수 있는 기회를 제공하였습니다.

소외계층 지원

행복한 금요일

2007년 2월부터 매주 금요일 용산노인종합복지관과 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.

WOONGJIN COWAY &
STAKEHOLDERS



- 캄보디아 우물파기
- 남아공 봉사

또또사랑행복밥차

웅진코웨이는 2007년 5대의 '또또사랑 행복밥차' 기증식을 가진 후 기증기관인 먹거리나누기 운동협의회를 중심으로 지속적인 봉사활동을 하고 있습니다. 기업이나 개인들로부터 기탁 받은 먹거리를 소외계층에게 신선한 상태로 전달하는 냉동탑차는 대당 2,500인분의 식사를 운반할 수 있습니다. 냉동탑차의 기증과 함께 웅진코웨이 임직원들은 매주 50명씩 급식지원 활동에도 적극적으로 참여하고 있습니다.

아동 지원



코웨이 그룹홈

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

한국우진학교 봉사

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

글로벌 사회공헌



캄보디아 우물파기

웅진코웨이는 수질 여건이 매우 열악한 캄보디아 지역 주민들의 식수 환경 개선을 위해 2006년 프놈펜 인근지역 26개 마을에 총 75개의 우물(펌프식우물)을 파 주었습니다. 2007년에 사장단과 임직원 20여명이 봉사활동에 참여, 캄보디아 전역에 100개의 우물을, 2008년에도 104개의 우물을 파 주었으며, 주부체험단인 마담슈머와 대학생 환경체험단인 그린메이커가 함께 봉사활동을 진행하였습니다. 또한 웅진코웨이의 활동으로 개인 참여도 활발해져 개인이 후원한 우물 112개도 완공되었습니다. 웅진코웨이는 앞으로도 우물사업을 확대하여 2010년까지 1,000개의 우물을 목표로 연간 100개 이상의 우물을 파 줄 계획입니다.

남아프리카공화국 축구부 및 장학금 지원

2006년 사내 동호회 '코웨이축구팀'이 남아공화국 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 50명의 임직원이 1대1 매칭으로 청소년과 어린이에게 장학금을 지원하는 등 그 범위가 확대되었습니다. 웅진코웨이는 봉사활동을 활성화하기 위해 우수 봉사자에게 남아공 방문의 기회를 주었으며, '5년의약속'이라는 슬로건을 내걸고 남아공 월드컵이 열리는 2010년까지 축구팀 지원과 장학금 지원을 더욱 확대해 나갈 예정입니다.

STAKEHOLDERS

이해관계자 커뮤니케이션
 고객
 임직원
 주주
 비즈니스 파트너
 사회공헌

기타 사회공헌활동

● **공주대학교 장학금 지원**

웅진코웨이는 우수한 인재 발굴과 양성, 경제적 형편이 어려운 학생들의 학업지원을 위해 유구 공장이 위치한 공주대학교 학생들에게 2003년부터 장학금을 지급하고 있습니다. 국내장학금 과 국제장학금(공주대학교에서 공부하고 있는 외국 유학생에게 지급)으로 나누어 2008년까지 7억 6천만 원의 장학금을 지원하였습니다.

구분	국내 장학금	국제 장학금
지급 시작 년도	2003년 하반기	2006년 2월
수혜 학생	성적 우수 학생 연간 15명 내외	연간 10명
수혜 금액	연 1억 원 / 인당 624만 원	연간 7,000만 원
총합계	159명 / 5억 5천만 원	31명 / 2억 1천만 원



● 공주대학교

사랑나눔 증무식

● 2008년 어려워진 경기 여건을 감안해 증무식을 사회봉사활동으로 대체하였습니다. 흥준기 사장을 비롯한 400여 명의 임직원이 서울 시내 28개 복지관을 방문해 환경미화, 시설보수 등의 봉사활동에 참여하였습니다. 또한, 1년간 급여의 일부를 모으는 끝전모으기 캠페인을 통해 모금된 금액으로 그룹홈 협의회에 1,000만 원을 기부하였으며, 일사일촌 지역의 친환경쌀을 구매하여 1,400만원에 상당하는 쌀을 사회복지기관에 기탁하였습니다.

소외계층 제품 기증

● 웅진코웨이는 먹거리협의회 산하기관에 2억 원 상당의 정수기 187대를 기증해 소외계층의 먹는 물 환경을 도왔습니다. 또한 2008년 지진피해를 겪은 중국 쓰촨성 내 6개 지역의 임시 구호처에 정수시설 800갤런(3028리터) 용량에 달하는 시가 약 5억 원 상당의 단체급수시설을 기증하였습니다. 이와 함께 중국 현지 법인 직원과 설치 기사들 20여 명이 6개 지역의 지진피해 현장으로 파견돼 설비를 하는 등 봉사활동도 함께 진행하였습니다.

interview

캄보디아 (Cambodia Neighbor) 김형기 목사

캄보디아의 수질환경은?

캄보디아의 먹을 물 문제는 매우 심각한 실정이다. 상수도 혜택을 받는 것은 프놈펜 등 대도시 뿐이고 국민의 90% 이상이 상수도 혜택을 받지 못하고 있다. 깨끗한 우물이라도 식수로 쓰고 있는 곳은 소수이고, 대부분이 빗물을 받아먹거나, 웅덩이에 고인 식수로는 매우 부적합한 물을 먹고 있다. 그나마 건기에는 없는 실정이며, 더러운 물로 인해 많은 질병들이 발생하고 있다. 현재 캄보디아에서 가장 큰 문제가 되고 있는 땡기열도 모기들이 이 물을 받아두는 통에서 서식을 하며, 땡기열을 옮긴다. 이러한 문제를 해결할 수 있는 방법이 우물을 만드는 것이다. 우물 하나면 50명 정도가 깨끗한 물을 먹을 수 있다.

캄보디아 우물파기 사업의 효과는 어느 정도인가?

위와 같은 물의 필요성으로 인해 INGO인 Cambodia Neighbor와 웅진코웨이와 2006년 8월부터 시작한 캄보디아 우물파주기 사업으로 2009년 2월 현재 총 366개의 우물이 완공되었고, 이를 본 개인이나 단체, 웅진그룹 직원들이 자발적으로 참여해 개인 우물 128개가 완공되어 현재 총 494개의 우물이 완공되었다.

2008년까지는 캄보디아 전역에 걸쳐 우물공사를 진행했으며, 2009년부터는 한 개 지역을 선정해 집중적으로 시공하고 그 주위로 확산하는 계획을 세워 캄퐁참 주 바티 군 매프링 면의 탕로앙 마을을 중심으로 탕로앙 마을에 42개, 탕 트르응 마을 47개, 매프링 마을 20개, 탕스레이 마을 30개, 프레이 카오 마을에 14개가 완공되었고, 더 많은 우물을 시공할 예정이다.

우물공사로 인해 눈에 띄는 것은 우선 아이들의 피부가 달라졌다는 것이다. 각종 피부병으로 덮여있던 피부가 눈에 띄게 깨끗해졌다. 또한 아이들의 질병 발병률이 줄어들고, 아이들이 물을 길어오는 노동에서 해방되어 얼굴이 밝아지고 있다. 어른들의 옷도 한층 깨끗해지고, 마을의 환경 또한 깨끗해지고 있다.

기업의 바람직한 사회공헌 모습은?

기업이란 이윤 추구를 목적으로 하는 생산경제의 단위체이다. 그러므로 자본주의 사회에서는 기업이 이윤 추구를 위해서 하는 활동은 당연한 것이다. 하지만 그 이윤이 어디에서부터 왔느냐를 기업은 생각해야 할 의무가 있다. 이윤은 분명히 사회로부터 왔으므로 그 일부는 사회공헌을 통해서 사회로 환원해야 할 의무를 함께 지닌다. 기업이 사회공헌을 하는 과정을 사회에 홍보함으로써 더 많은 이윤을 추구하는 것은 정당한 활동인 것이다. 그러나 사회공헌이나 기부활동을 기업의 치부를 덮거나 지은 죄를 덮으려는 목적으로 해서는 안될 것이다. 더더욱 어떠한 기업적 이윤을 위한 반대급부로 이용해서도 절대 안될 것이다. 특히 저개발국가에서의 기업의 사회공헌 활동은 그러한 유혹을 많이 받는다. 그러나 그것은 사회공헌이 아니라 뇌물의 일종이라 생각된다. 아무 대가도 바라지 않는 기업의 사회공헌은 대다수의 사회구성원이 알아줄 것이고 건전한 기업의 이윤 추구에 더 많은 도움이 될 것이다.



● 캄보디아



Woongjin Coway & *the Planet*

생활환경기업으로서 환경의 중요성에 대한 특별한 인식을 바탕으로
웅진코웨이는 환경을 보전하고 지구를 가꾸는 일에 앞장서고 있습니다.
경제적 성과 창출과 사회공헌 활동을 통해
이해관계자의 가치를 제고하는 것에 최선을 다하는 한편,
친환경 경영을 통해 미래세대를 생각하는 활동을 적극적으로 전개하고 있습니다.



THE PLANET

- 61 환경 리더십
- 64 환경 활동 및 성과
- 69 2009년 친환경 경영전략

WOONGJIN COWAY &
THE PLANET

웅진코웨이는 환경 보전이야말로 인류의 미래를 담보하는 최선의 길이라는 인식 하에 친환경 경영시스템을 구축하고 환경오염을 줄이기 위한 다양한 활동을 통해 지구 사랑을 실천하고 있습니다.

”

Environmental Leadership

환경 리더십

환경경영 연혁

1996년	● ISO 14001 취득
2006년	● 환경경영 선포 ● New-Green 경영 ● 녹색구매 가이드라인 제정
2007년	● RoHS/EMS System 구축 ● Green Partner 인증(20社) ● RoHS 국제시험기관 자격 취득
2008년	● 웅진통합경영시스템 운영 (QMS+EMS+MQMS+RoHS) WIMS Audit 시행(연 2회) ● Green Partner 인증 ● ISO 9001/14001 재인증 ● 지속가능경영대상 환경부장관상 수상 ● OHSAS 18001 획득
2009년	● 웅진통합경영시스템 운영 WIMS Audit(연 2회) 시행 예정 ● GHG 인벤토리 구축 ● HSPM 시스템 구축 및 인증 ● 탄소성적표지 인증 ● EuP/WEEE 시스템 구축 ● 저탄소 녹색성장 한마음 발대식

환경경영 방침

● 웅진그룹이 환경경영을 보다 체계적으로 추진하기 위해 2006년 4월 환경경영 선포식을 갖고 글로벌 환경친화기업으로의 변신을 선언한 것을 계기로 웅진코웨이는 경영 활동 전반에 친 환경적인 요소를 적극 도입해 나가고 있으며, 각종 환경교육 등을 통해 전 직원들이 환경경영에 적극 참여할 수 있도록 하고 있습니다.

웅진그룹이 환경경영을 보다 체계적으로 추진

하기 위해 2006년 4월 환경경영 선포식을 갖

환경방침

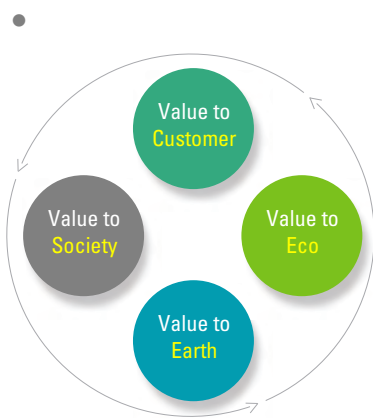
- 글로벌 환경기업으로의 도약 : 변화를 받아들이고 경쟁력으로 승화시키는 우리의 능력을 바탕으로 신뢰받는 최고의 글로벌 환경기업이 되겠습니다.
- 청정생산을 통한 친환경 시스템화 : 모든 제품의 개발에서 폐기까지 미래의 성장을 위한 친환경 시스템을 확립하겠습니다.
- 환경 흐름에 능동적인 대응 : 국내·외 환경변화 흐름을 예측하고 이를 선도하여 언제나 환경경영의 선두에 서는 환경 리더가 되겠습니다.
- 지속적인 환경 개선 투자 : 자연을 보호하고 폐기물을 최소화하기 위하여 3R[저감(Reduce), 재이용(Reuse), 재활용(Recycle)]을 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.



THE PLANET

환경 리더십
환경 활동 및 성과
2009년 친환경 경영 전략

환경 공유 가치



Value to Customer

- 환경경영을 통한 고객 만족
- 환경사랑 마인드 고취

Value to Eco

- 3R의 실천(Reduce, Reuse, Recycle)
- 녹색 구매

Value to Earth

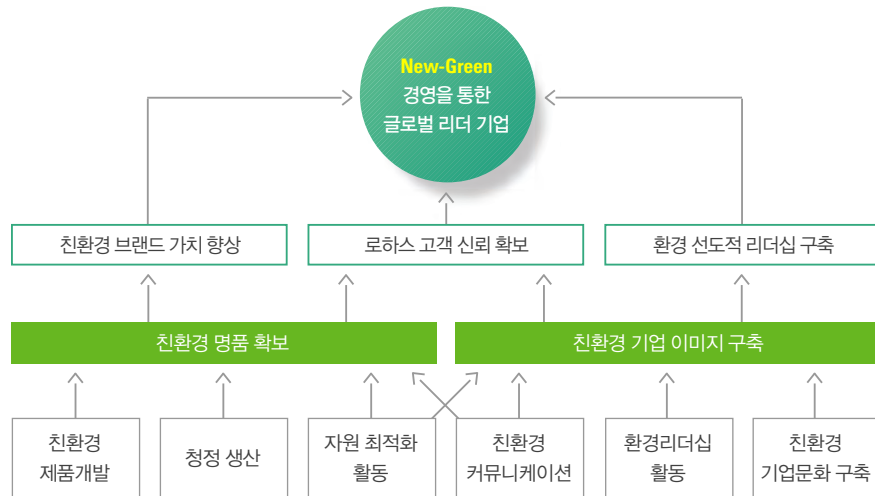
- 국제 환경 협약 자발적 준수
- 국제 사회 환경 개선에 기여

Value to Society

- 친환경 제품의 개발
- 환경사랑 실천

환경경영 비전과 공유 가치

● 웅진코웨이는 그룹이 추구하는 환경 비전 달성을 위해 다양한 환경 활동을 전개하고 있습니다. 회사는 또또 사랑을 기반으로 친환경 제품 개발, 청정 생산 등을 통해 궁극적으로 친환경 브랜드 가치 향상과 로하스 고객 신뢰 확보, 환경 선도적 리더십 구축을 이루는 등 'New-Green 경영을 통한 글로벌 리더 기업'을 지향하고 있습니다.



환경경영시스템 운영

● 웅진코웨이는 체계적인 환경경영 시스템을 구축하기 위하여 2006년 9월, 품질 및 환경 관련 전담 부서인 품질기획팀을 신설하였습니다. 품질기획팀은 각 팀의 환경 성과 평가 관리, 분기별 환경 성과 결과 보고, RoHS(Restriction of Hazardous Substances) 규제 대응 등 회사의 환경경영 전반을 총괄하는 역할을 담당하고 있습니다.

2008년 6월 24일에는 ISO 9001/14001 환경/품질경영시스템 인증을 취득하였습니다. 인증 범위는 품질/환경경영 관리 전 부문(설계, 구매, 제조, 품질, 영업, CS, 마케팅, 설치서비스, 폐기)이었습니다. 인증심사 기관 TÜV에 의해 실시된 국제 표준 인증을 통해 고객 신뢰성을 제고하고 대외 공신력을 확보할 수 있게 되었음은 물론, 국제 표준으로 업무 절차 및 수준을 평가하여 부적합 및 개선 권고 사항 개선으로 최적의 관리시스템을 갖추게 되었습니다.

웅진코웨이는 에너지 사용량 및 유해물질을 실시간으로 관리할 수 있는 환경경영 데이터관리(EDM: Environmental Data Management) 시스템을 구축하고, 이를 SAP와 연동하여 생산 체계의 친환경성을 향상시켜 나가고 있습니다. EDM시스템은 크게 환경물질 데이터를 시스템으로 관리하는 통합환경운영시스템인 EMS시스템과 다양한 부품 관련 규제 정보를 통합하여 관리함으로써 강화되고 있는 각종 환경 규제와 이해관계자의 요구에 신속하게 대응할 수 있도록 하는 시스템인 Smart GP 시스템 등으로 운영되고 있습니다.



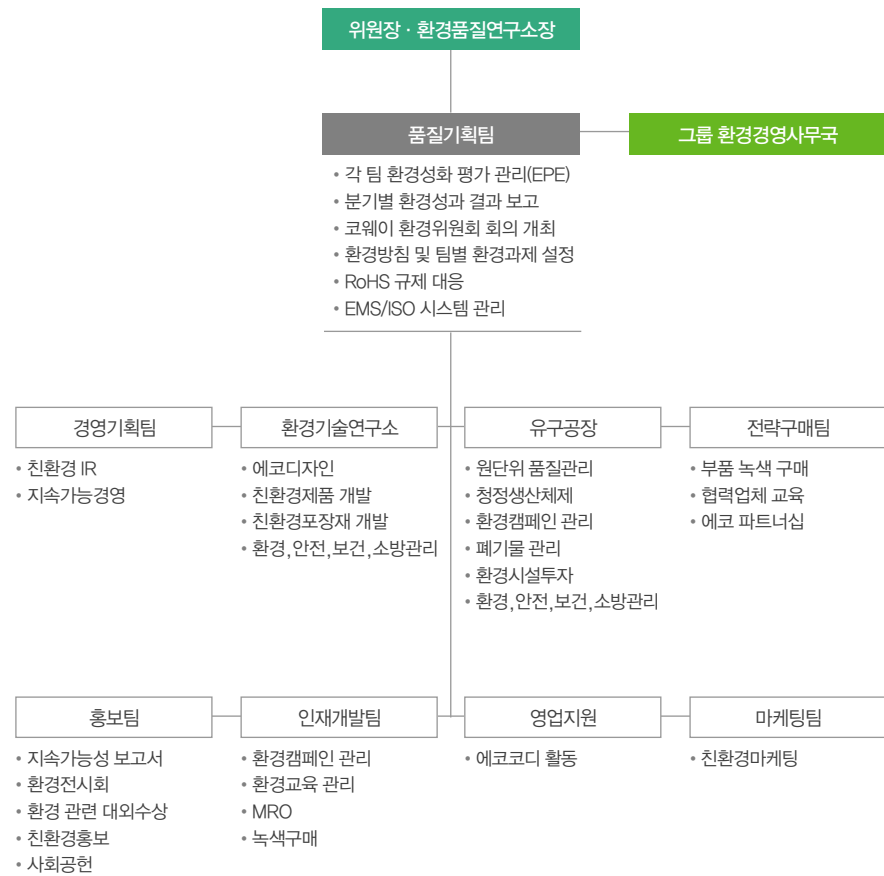
● ISO 9001/14001 갱신 인증(2008. 6.24)

WOONGJIN COWAY &
THE PLANET

Smart GP 시스템의 주요 기능

기능	내용
공급사 정보 관리	공급사 목록 조회, 공급사 정보 조회 및 환경경영보증서 승인·반려, 자가평가 조회, 업체평가 관리 등
공급품 정보 관리	공급품 목록, Series 공급품, 비사용 보증, 구성품 및 소재 정보, 유해물질 함유 정보 승인·반려 등
제품환경성 분석	제품 법규/규제 분석, 제품 사용물질 분석 등
기준 정보 제공	물질 정보, 물질 그룹 정보, 법규·규제 정보, 명칭 추가 요청 목록, 유해물질 규제 예외 관리 등

환경경영 조직



THE PLANET

환경 리더십
환경 활동 및 성과
2009년 친환경 경영 전략

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



Environmental Activities and Performance

환경 활동 및 성과

환경 성과

친환경 인증 및 수상

2008년 당사의 음식물 처리기(WM02, WM03)는 제품 생산 및 소비 과정에서 오염을 적게 발생시키는 제품에 환경마크를 부착하여 정확한 환경 정보를 소비자에게 제공하고 기업이 소비자의 요구에 부응하여 환경 제품을 개발, 생산토록 유도하기 위해 시행되고 있는 환경 마크 제도에 따라 친환경 마크 인증을 획득하였습니다. 또한, 소비자시민모임으로부터 녹색기 부문 에너지 워너상(공기청정기 AP-1207BH, 비데 BA09)을 수상하였습니다.

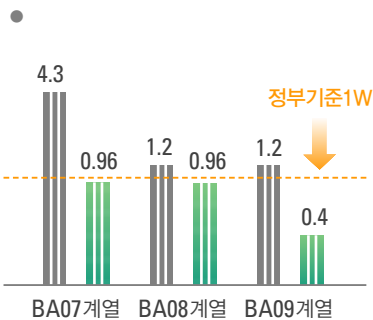


● 친환경 마크 / 에너지 워너상

친환경 제품

웅진코웨이는 에너지 효율을 개선하고, 제품 크기를 줄이는 한편, 환경 유해물질을 저감하는 친환경 제품을 지속적으로 개발하고 있습니다.

비데 제품군 대기전력 개선 성과 (단위 : W)



에너지 효율 향상

공기청정기 신제품(적용 모델 AP-1008DH, AP-1207BH)의 에너지 효율 1등급과 대기전력 1W를 달성하였습니다. 이를 위해 SMPS 전원의 손실 에너지 절감 기술, 센서 제어 및 절전 운전 알고리즘을 개발하여 적용하였습니다. 이에 따라 AP-1207BH 기준 전기 사용량이 2.7KW/h 절감되었습니다. 또한, 비데 전 모델에 대해 순간 가열 히터 및 누설 감지 보호 회로 개발을 통해 대기전력 1W를 달성하여 업계 최저 수준의 대기전력을 구현하였습니다.

제품 사이즈 감소



● CHP-06DL / P-07CL

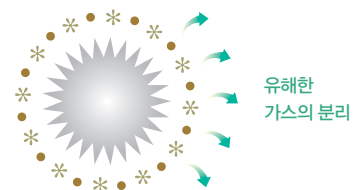
Slim형 온수탱크 개발, 소형 8인치 필터 적용, 냉온정 코크 일체화를 통해 정수기의 사이즈를 크게 줄였습니다. 냉온 정수기(CHP-06DL)의 경우 기존 제품 대비 크기가 27% 감소되었으며, 일반 정수기(P-07CL)의 크기도 47% 감소하였습니다. 또한, 공기청정기도 필터 및 Air Flow 최적화와 필터 공용화 및 부품 일체화를 통해 모델에 따라 10%~30%의 크기를 줄이는 성과를 거두었으며, 비데도 고성능 소형 건조 팬을 적용하여 제품 사이즈를 20% 줄였습니다.

WOONGJIN COWAY &
THE PLANET

집진 및 가스제거율



황사 표면에 부착된 NOx(질소산화물)과 SOx(황산화물)



※실험기관 : 부산테크노파크 기계부품소재 기술지원센터
(집진 및 가스제거율 시험)

시험항목	성능	비고
공기 청정기	99.7	황사 유사 분진= JIS 15중 분진 (KSC 9314 시험법)
황사필터	85.7	
가스제거율	90.9	황사 유해 가스=SO ₂ (50분 운전시)

(단위 : %)

환경 유해성 저감

멀티케어 필터를 개발, 공기청정기에 적용하여 황사 제거, 바이러스 제거, 살균 등의 기능을 구현했습니다. 특히, 황사로 인한 분진은 물론 SOx, NOx 등 유해물질까지 제거하여 각종 안과 질환 및 호흡기 질환을 최소화하는 한편, 호흡기를 통해 침투하여 심각한 병을 야기하는 각종 세균을 99.9% 제거하는 효과를 거두었습니다.

유해물질 관리

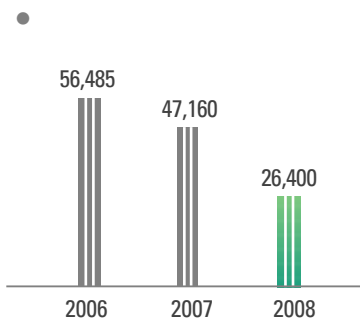
웅진코웨이는 유해물질 관리 규정을 마련하여 세계적인 환경 규제에 대응하고 있습니다. 동 규정은 웅진코웨이에서 제품 내 부품/자재 및 포장재에 함유되어 있는 유해물질을 파악하고 해당 물질의 관리규정에 따라 부품/자재를 개선하여 인체 및 환경에 부정적 영향을 미치지 않는 제품을 개발하고 양산하는 것을 그 목적으로 삼고 있습니다. 2009년에는 제품의 유해물질 관리를 시스템적으로 운영할 수 있도록 전기전자분야 국제 표준화기구인 IEC에서 제정한 국제 표준인 IECQ HSPM QC080000 인증을 획득할 예정입니다.

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

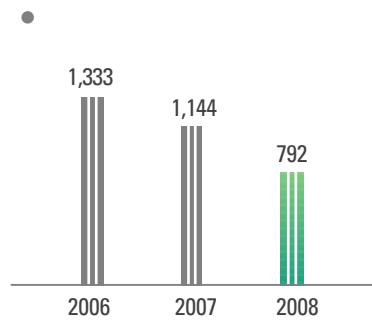
폐기물 처리

2008년 웅진코웨이의 폐기물 위탁처리는 금액 기준으로 2,640만 원으로 2007년의 4,716만 원에 비해 55.9% 감소하였으며, 물량 기준으로도 792m³으로 2007년의 1,144m³보다 144% 줄었습니다. 폐기물 처리 금액과 양이 크게 감소한 것은 정수기 생산 공정. 청정기 생산 공정에서 발생하는 간지, 포장물 및 이와 관련된 부산물 중 재활용을 위한 분리수거 활동이 활발히 이루어졌기 때문입니다.

폐기물 처리 금액 (단위: 천 원)



폐기물 총량 (단위: m³)



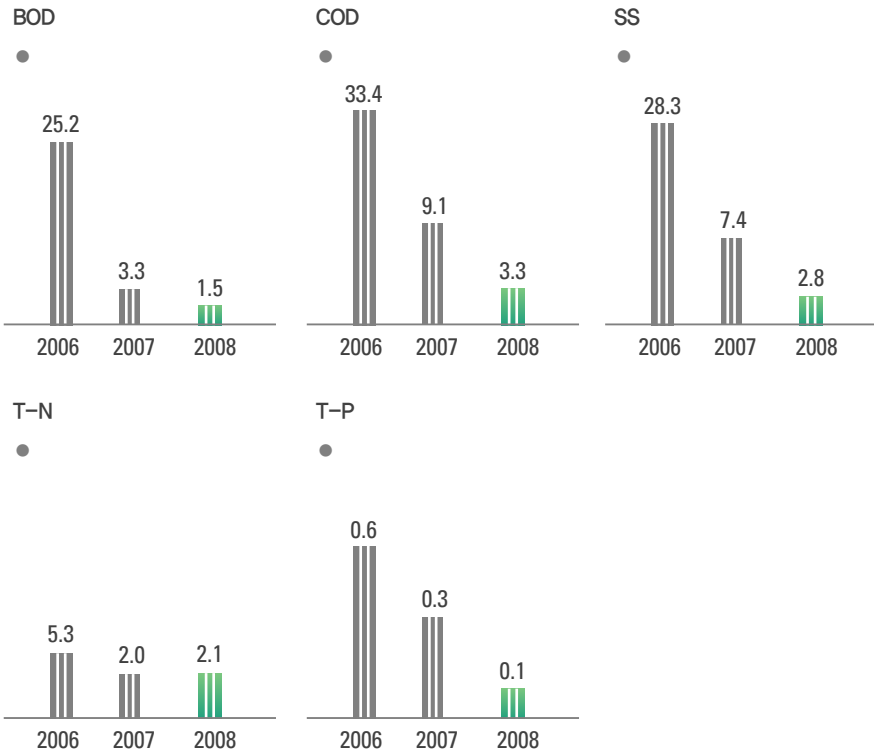
THE PLANET

환경 리더십
환경 활동 및 성과
2009년 친환경 경영 전략

수질 오염물질 배출

2008년 BOD, COD, SS 등 오염물질 배출 농도는 지속적인 개선 활동으로 모든 범주에서 크게 개선 되었습니다. (2008년 하반기 웅진케미칼에 양도함으로써 관리하지 않는 필터 생산 공정의 오염물질 배출 농도는 산출에서 제외함)

오염물질 배출 농도 (단위 : mg/l)



자원 사용

회사는 지구 온난화에 큰 영향을 미치는 CO₂ 발생량을 줄이기 위해 개인 업무용 컴퓨터 모니터의 전원을 점심 시간과 퇴근 시간 시 의무적으로 차단하는 등 다양한 에너지 절감 활동을 전개하였습니다. 그러나 회사의 규모 및 생산량이 증대되면서 2008년 에너지 사용량이 증가하였습니다. 특히, LPG 사용량이 크게 증가하고, 전기 사용량도 4,575,190kWh로 2007년에 비해 19% 증가한 것은 정수기 생산량 증가, 카본블록 2라인 증설, 필터 2라인 증설에 따른 것입니다. 한편, 멤브레인 모듈과 원단제조라인을 2008년 하반기 웅진케미칼에 양도함으로써 지하수 사용량은 감소하였습니다.

자원 사용량

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

WOONGJIN COWAY &
THE PLANET



● 탄소성적표지제도 시범 인증 참여



CO₂ 발생

2008년 CO₂ 발생량은 정수기와 청정기 생산량 증가로 자원 사용량이 크게 증가함에 따라 2007년에 비해 전반적인 증가세를 나타냈습니다.

CO₂ 발생량

구분	단위	2006	2007	2008
CO ₂ 발생량-실내등유	CO ₂ · ton	22	24	23
CO ₂ 발생량-보일러등유	CO ₂ · ton	238	-	-
CO ₂ 발생량-LPG가스	CO ₂ · ton	12	168	235
CO ₂ 발생량-부탄가스	CO ₂ · ton	3	0.53	0.48
CO ₂ 발생량-전력	CO ₂ · ton	1,418	1,794	2,213

폐수 발생량

2008년 폐수의 발생량은 1,807m³로 2007년 크게 감소하였으며, 용수를 많이 사용하는 멤브레인 모듈 및 원단 라인을 웅진케미칼에 양도함으로써 7월 이후 웅진코웨이에서 자체적으로 배출하는 폐수는 없습니다.

폐수 배출량

구분	단위	2006	2007	2008
폐수 배출량	m ³	212	2,604	1,807

탄소성적표지제도

탄소성적표지제도(탄소라벨링)는 제품의 전과정(Life Cycle)에서 발생하는 온실가스 배출량을 소비자에게 공개함으로써 저탄소 제품 구매 활성화를 유도하고, 온실가스 배출량을 저감하고자 환경부에서 추진하는 제도입니다. 환경부는 2009년 본 제도를 본격 시행하기에 앞서 2008년 7월부터 12월까지 탄소성적표지제도 시범 인증을 실시하고 있습니다. 이에 따라 당사는 환경부의 온실가스 배출량 저감을 위한 활동에 적극 동참하여 제품 전과정에서의 온실가스 배출량을 소비자와 공유하고 지속적으로 관리, 저감하기 위해 탄소성적표지제도 시범 인증에 참여하고 있습니다. 웅진코웨이는 냉온정수기(CP-07BLO, Black)를 환경가전업계 최초로 탄소성적표지제도 시범 인증 대상 제품으로 선정하였으며, 2009년 신 모델 5개 제품에 적용할 예정입니다.

환경 활동

빈그릇 서약운동

환경경영의 일환으로 '음식물 쓰레기 ZERO화'를 위한 빈그릇 운동 캠페인을 전개하고 있습니다. 특히, '목요일은 잔반 없는 날' 운동을 전개하였으며, 그 결과 2008년 인당 음식 잔반량은 18.0g으로 2007년의 23.5g에 비해 크게 감소하였습니다. 회사는 2009년 잔반량 목표를 9.0g으로 정하는 등 지속적으로 음식물 쓰레기 양을 줄여 나갈 계획입니다.

THE PLANET

환경 리더십
환경 활동 및 성과
2009년 친환경 경영 전략



- 에코 코디
- 에코 드라이브 캠페인 포스터

환경 교육

회사는 날로 중요해지는 환경에 대한 경각심을 일깨우고 환경 활동을 보다 효과적으로 추진하기 위해 2007년 공채 신입사원 42명을 대상으로 지속가능경영 등을 주제로 2시간 교육을 실시하였으며, 2008년에는 환경 관련 e-Learning 콘텐츠를 개발하고, 모두 688명의 임직원을 대상으로 15.9시간 교육을 실시하였습니다. 또한, 2008년 협력사 담당자를 대상으로 2007년보다 2배 이상 증가한 22.4시간의 교육을 실시함으로써 친환경 경영과 유해물질 관리의 중요성에 대한 인식을 제고하였습니다.

에코 코디

웅진코웨이는 인체나 환경에 심각한 영향을 미치는 폐건전지의 올바른 배출과 재활용의 필요성을 알리기 위해 환경부 자원순환 홍보대사로 나섰습니다. 2008년 11월 '환경 사랑 폐건전지 수거 캠페인 발대식'에서 웅진코웨이 코디 1만 1천명이 환경부 자원 순환홍보대사인 '에코 코디 (Eco-Cody)'로 위촉되었습니다. 에코 코디는 웅진코웨이 300만 가구 고객 전체를 대상으로 폐건전지 재활용에 대한 필요성을 홍보하고, 각 가정에 수거함을 배포하여 현재까지 5톤의 폐건전지를 수거하였습니다.

환경 코디의 폐건전지 수거 과정



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.

리퍼비시 제품판매

당사는 2009년 2월부터 리퍼비시 제품을 판매함으로써 고객이 저렴한 가격에 좋은 품질의 제품을 구매할 수 있는 기회를 제공하는 한편, 이를 통해 폐기물을 줄임으로써 환경 문제를 해결하는 데 기여하고 있습니다.

당사는 2009년 2월부터 리퍼비시 제품을 판매함으로써 고객이 저렴한 가격에 좋은 품질의 제품을 구매할 수 있는 기회를 제공하는 한편, 이를 통해 폐기물을 줄임으로써 환경 문제를 해결하는 데 기여하고 있습니다.

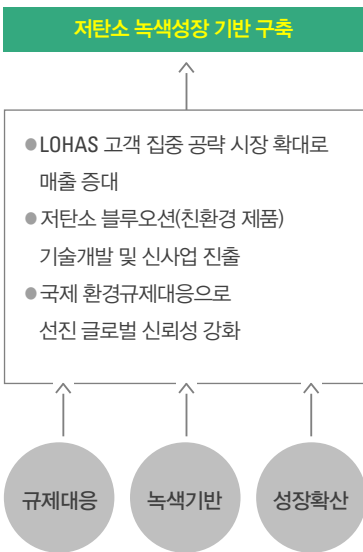
리퍼비시(Refurbished)제품이란?



리퍼비시 제품이란 소비자의 단순 변심에 의한 반품으로 재 입고된 제품을 새 부품으로 교환하는 등의 과정을 거쳐 재생산된 제품을 말합니다. 제품에 따라서는 외관상 일부 스크래치는 있을 수 있으나, 엄격한 품질 테스트를 통과하여 기능이나 성능은 새 제품과 거의 동일하며, 소비자의 입장에서도 리퍼비시 제품을 구매함으로써 질 좋은 제품을 값 싸게 구매할 수 있는 기회를 얻게 됩니다.

WOONGJIN COWAY &
THE PLANET

3대 전략 과제 수행을 통한
저탄소 녹색성장 기반 구축



웅진코웨이는 환경의 중요성이 어느 때보다 커지고 있는 현 시점에서 보다 효과적으로 지구 환경 보전에 기여하고자 2009년을 환경경영의 원년으로 삼고 구체적인 전략 과제를 실천해 나감으로써 저탄소 녹색성장의 기반을 구축해 나갈 것입니다.

Environmentally Friendly Management 2009

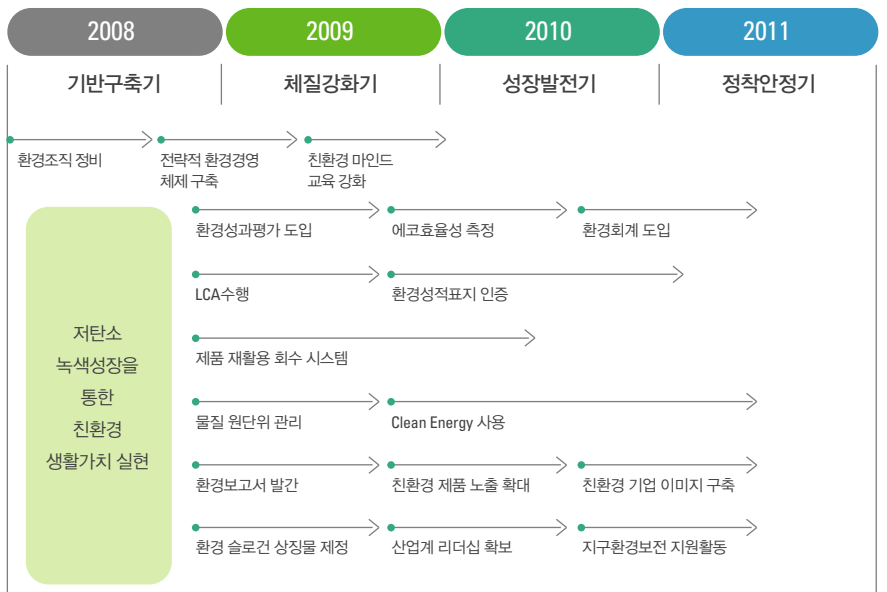
2009년 친환경 경영 전략

저탄소 녹색성장 기반 구축

2009년은 웅진코웨이에 있어 새로운 환경경영의 원년입니다. 더욱 중요해지는 환경 이슈에 대해 적극 대응하는 한편, 선도적인 활동을 전개하여 새로운 성장 기반을 구축하는 출발점이 될 것입니다. 이를 위해 환경경영 추진 조직을 확대 개편하고 환경경영 중장기 로드맵을 마련하는 한편, 2009년 환경경영 전략과제를 선정하여 중점적으로 추진해 나갈 계획입니다.

2009년 환경경영의 3대 전략과제는 규제 대응, 녹색 기반 구축, 성장 확산입니다. 규제 대응을 위해서 당사는 RoHS 대응 확산, HSPM 인증 수행, EuP/WEEE 프로젝트 수행을 중점 과제로 선정하여 추진해 나갈 계획이며, 녹색 기반 구축을 위해서는 GHG 인벤토리 구축, 탄소 라벨링 인증 등을 연말까지 완료할 계획입니다.

중장기 환경경영 로드맵



THE PLANET


환경 리더십
환경 활동 및 성과
2009년 친환경 경영 전략

글로벌 환경 규제 대응


● 웅진코웨이는 2008년 정수기, 청정기 등 완제품과 부품, 필터 등을 47개국에 수출하는 등 2000년대 중반 이후 해외 진출을 본격화하고 있습니다. 회사는 향후 수출에 더욱 박차를 가하는 한편, 국제적 환경 규제에 적극적으로 대응해 나갈 계획입니다. 그 일환으로 품질과 환경경영 통합 시스템을 구축하고, 친환경 제품 개발에 전력을 다할 것입니다.

세계 환경 규제 현황


●



Korea
K-RoHS/WEEE(2008.01)
Japan
J-MOSS
E&E기기의 특정화학물질
함유표기 시행명령
China
전자정보제품 오염방지법
C-RoHS/WEEE(2007.03)



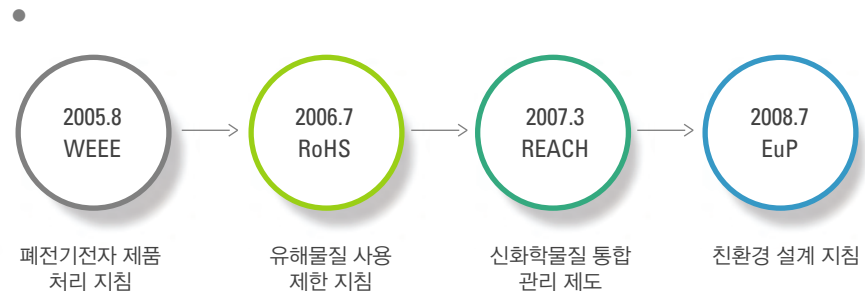
USA
CA주 SB50
전자 폐기물 재활용법

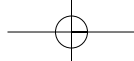


EU
RoHS/WEEE(2006.07)
EuP/REACH(2008.07)

우선 유해물질관리 범위를 2008년 RoHS 6종(Pb, Cd, Hg, Cr6+, PBBs, PBDEs)에서 2009년 12종으로, 2010년에는 25종으로 확대해 나갈 계획이며, 이후 추가사항을 반영하여 지속적으로 관리 물질을 확대해 나갈 예정입니다. 또한, EuP(Energy using Products) 규제에 대응하기 위한 친환경 설계 프로세스를 구축할 계획입니다. EuP는 원재료에 대한 규제(RoHS), 폐전기전자제품에 대한 규제(WEEE)만으로는 부족한 점을 보완하기 위해 제품 전과정(설계/제조/사용)에 대해 규제함으로써 제품에 대한 환경 규제를 완성하는 지침입니다. 향후 웅진코웨이는 EuP지침을 만족하기 위해 현재 제품 및 부품의 성능 항목 위주의 설계를 성능을 포함한 환경, 법규, 고객 요구 사항을 포괄하는 설계로 확대함으로써 친환경 제품 개발의 기반을 강화해 나갈 것입니다. 이 밖에도 WEEE 대응을 위해 재활용을 고려한 설계, WEEE 마크 부착, 폐전기전자제품 회수 처리, 모델별 재활용률 산정, 재활용 매뉴얼 작성 및 배포 등의 활동을 전개해 나갈 계획입니다.

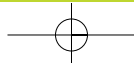
규제 추이





APPENDIX

- * 요약 재무제표
- * 수상 및 인증
- * 검증 보고서
- * 검토 의견서
- * GRI 인덱스



Summary Financial Statements

요약 재무제표

요약 대차대조표 (단위: 천 원)



과목	2007	2008
유동자산	395,573,254	475,603,124
● 당좌자산	337,784,650	417,610,283
● 재고자산	57,788,604	57,992,841
비유동자산	540,503,632	595,804,680
● 투자자산	16,704,496	114,061,161
● 유형자산	388,708,793	356,410,921
● 무형자산	74,063,799	64,857,191
● 기타비유동자산	61,026,543	60,475,407
자산총계	936,076,886	1,071,407,804
유동부채	393,048,412	398,741,701
비유동부채	14,546,109	76,034,632
부채총계	407,594,521	474,776,333
자본금	39,315,997	39,315,997
자본잉여금	113,674,391	108,723,905
자본조정	4,916,689	6,180,975
기타포괄손익누계액	546,149	1,346,595
이익잉여금	370,056,285	441,064,000
● 법정적립금	10,825,427	16,825,427
● 임의적립금	242,876,035	295,076,035
● 미처분이익잉여금	116,354,823	129,162,538
자본총계	528,482,365	596,631,471
부채 및 자본총계	936,076,886	1,071,407,804

요약 손익계산서 (단위: 천 원)



과목	2007	2008
매출액	1,213,090,172	1,314,402,927
매출원가	384,670,142	407,158,576
매출총이익	828,420,030	907,244,351
판매비와 관리비	667,123,918	717,095,399
영업이익	161,296,112	190,148,952
영업외수익	9,741,253	21,459,966
영업외비용	15,345,577	26,823,671
법인세비용차감전순이익	155,691,788	184,785,247
법인세비용	39,416,344	55,720,577
당기순이익	116,275,445	129,064,669

Awards and Recognition

수상 및 인증

수상 및 인증



협회명	주관	기간
대한민국기술경영혁신 대상 (BA09)	한국경제신문사	1월
대한민국기술경영혁신 대상 (BA05)	한국경제신문사	1월
한국산업의 브랜드파워 (K-BPI)	한국능률협회컨설팅 (KMAC)	2월
일하기좋은기업 대상	한겨레신문사	3월
대한민국신기술 으뜸상 대상	한국표준협회	4월
여성소비자 품질서비스 1위	여성신문사	5월
코웨이, 롤루, 케어스 브랜드스타 선정	브랜드스톡	5월
제 10회 한경마케팅 대상	한국경제신문사	5월
대한민국 명품브랜드 대상	브랜드스톡	7월
사용자품질지수 1위	한국표준협회	7월
에너지 위너상 (AP-1207BH)	소비자시민모임	7월
에너지 위너상 (BA09)	소비자시민모임	7월
대기전력우수업체 (공기청정기군)	소비자시민모임	7월
대기전력우수업체 (비데군)	소비자시민모임	7월
2008한경글로벌리더대상 수상	한국경제신문	9월
한국산업의 고객만족도 (KCSI)	한국능률협회컨설팅 (KMAC)	9월
포브스 경영품질 대상 고객감동 부문 대상 수상	한국품질경영학회, 중앙일보포브스 (Forbes Korea)	9월
하이스트브랜드 수상	브랜드스톡	10월
2008 지속가능경영 대상	한국경제신문	10월
한국의 경영대상 (마케팅대상 종합대상)	한국능률협회컨설팅 (KMAC)	10월
여성신문여성소비자 대상	여성신문사	11월
국가브랜드경쟁력지수 (NBCI) 1위	한국생산성본부	11월
글로벌경영 대상	일본능률협회컨설팅	11월
한국의경영 대상, 마케팅종합 대상	KMAC (광고전략팀 진행)	11월
NET(신기술인증) 획득	지식경제부	12월
올해의 KCOP(소비자 업무 전문가)기관상	한국소비자업무협회	12월
제 13회 소비자의 날 대통령 표창수상	공정거래위원회	12월
'3000만불 수출의 탑' 수상	한국 무역협회	12월

AWARDS AND RECOGNITION

Awards and Recognition

수상 및 인증

수상 및 인증



수상 명	주관	수상 내역	프로젝트/제품	모델	
GOOD DESIGN	한국디자인진흥원	지식경제부장관상	공기청정기	AP-1008	
		한국디자인진흥원 원장상	비데	BA11	
		인증	로봇 청소기	WRC-01	
		인증	정수기	P-07CL, P-07QR	
		인증	비데	BA09	
		인증	음식물 처리기	WM03	
KIDA (한국산업디자인상)	한국산업 디자인협회	Bronze	Dolomities	AP-1008	
	인증	Villa-M	CHP-08A		
	인증	디지털비데	BA11		
	인증	Sarah	WMD-01		
reddot design award	Design	인증	Dolomities	AP-1008BH/CH	
	Zentum	인증	Neptunus	P-07F	
reddot award : design concept 2008		인증	공기청정기	Compact	
GOOD DESIGN AWARD	일본GD	인증	가습공기청정기	Tefnut (AP-0807DH)	
iF Design	국제포럼디자인	인증	Cool Water Purifier(쁘띠) 가정용 냉온정수기	CHP-06DL	
			수출향 스탠드타입 냉온 정수기 SALLY2	CP-07H	
			언더싱크형	P-07F	
			Genie	P-07IU/M	
			EOS-PLUS	AP-1007EH	
			Tefnut	AP-0807DH	
			Notos	AP-1207B	
			고급형 비데	BA-11	
			Finalist	Dolomities	AP-1008BH/CH
			Finalist	Notos	AP-1207B
	Finalist	고급형 비데	BA-11		
	Silver	DAAN			
	Finalist	Natural Cycle			
	Finalist	Breather			
	Finalist	Rising the Moon			

AWARDS AND RECOGNITION

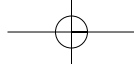
	대한민국 기술경영 혁신대상 주관 : 한국경제신문사 대상 : AP-2506BH, BA09, BB05		2008년 상반기 국가 브랜드 경쟁자수(NBCI) 주관 : 중앙일보, 한국생산성본부 플루(5년 연속)		제 10차 한국산업의 브랜드파워(KBPI) 주관 : 한국능률협회 코웨이(9년 연속), 롤루(5년 연속), 케이스(5년 연속)		대한민국 녹색경영대상 주관 : 한국능률협회 케이스
	2008 한국 최고의 일하기 좋은 기업대상 주관 : 한겨레이코노미		제 2회 CCMS인증 우수기업 인증 주관 : 공정거래위원회		신기술 으뜸상 주관 : 한국표준협회 대상 : WM03, AP-1007AH, AP-0805EH, 웰빙수기, 롤루비데, 케이스 산소발생 공기청정기		2008 한경글로벌리더상 수상 주관 : 한국경제신문
	대한민국 브랜드스타 주관 : 브랜드스타 코웨이(3년 연속), 롤루(4년 연속), 케이스(4년 연속)		포브스 경영품질 대상 고객감동 부문 대상 수상 주관 : 한국품질경영학회, 중앙일보 포브스		여성소비자가 뽑은 품질 / 서비스 1위 주관 : 여성신문사 롤루(6년 연속), 케이스(6년 연속)		하이스트브랜딩 수상 주관 : 브랜드스톡
	제 10회 한경마케팅대상 주관 : 한국경제신문사 사회공헌부문		한국의 경영대상(마케팅대상 종합대상) 주관 : 한국능률협회컨설팅(KMAC)		2008 대한민국 명품브랜드 대상 주관 : 한국경제신문사 롤루(4년 연속)		글로벌경영 대상 주관 : 일본능률협회컨설팅
	에너지 위너상 주관 : 소비자 시민모임 대기전력 우수업체 : 비데군, 청정기군 녹색기기부문(대기전력) : BA09, 1207BH, AP-1007AH		NET(신기술인증) 획득 주관 : 지식경제부		2008 한국 산업의 고객만족도(KCSI) 주관 : 한국능률협회 코웨이(8년 연속)		올해의 KCOP(소비자 업무 전문가) 기관상 주관 : 한국소비자업무협회
	제 13회 소비자의 날 대통령표창 수상 주관 : 공정거래위원회		KOLAS 국제공인시험기관 인증 주관 : KOLAS (지식경제부 기술표준원 한국인증기구)		국제안전운송협회(ISTA) 인증 주관 : 국제안전운송협회 (ISTA: International Safe Transit Association)		TUV-SUD RoHS 시험소 인증 주관 : 유럽연합 TUV
	GOOD DESIGN 주관 : 한국디자인진흥원 AP-1008, BA11, WRC-01, P-07CL, P-07QR, BA09, WM03, BA09, WM03		KAID(한국산업디자인상) 주관 : 한국산업디자인협회 AP-1008, CHP-08A, BA11, WMD-01		reddot design award 주관 : Design Zentum CHP-08A, BA11, WMD-01, AP-1008BH/CH, P-07F, design concept - Compact		GOOD DESIGN AWARD 주관 : 일본 GD Tefnut (AP-0807DH)
	iF Design 주관 : 국제포럼디자인 CHP-06DL, CP-07H, P-07F, P-07U/M, AP-1007EH, AP-0807DH, AP-1207B, BA-10, BA-11		IDEA 주관 : 미국 산업디자인협회 AP-1008BH/CH, AP-1207B, BA-11		2008 지속가능경영 대상 '3000만불 수출의 탑' 수상 WQA 인정시험기관(Recognized Testing Laboratory)		주관 : 한국경제신문 주관 : 한국무역협회 주관 : 국제수질협회(WQA: Water Quality Association)

환경/사회 외부협회 가입 현황

협회명	주관	기간	부서명
한국실내환경학회	(사)한국실내환경학회		청정기1팀(8명)
한국입자어로졸학회	(사)한국입자어로졸학회		청정기1팀(2명)
한국분석과학회	교육과학기술부		환경분석센터
먹는물검사기관협의회	환경부	07년~계속	환경분석센터
한국산업기술진흥협회	(사)한국산업기술진흥협회	94.08월~계속	기술기획팀
한국공기청정 협회	환경부	07.10월~계속	청정기2팀
한국디자인진흥원	지식경제부	2006~현재	디자인실
한국산업디자인협회	지식경제부	2006~현재	디자인실

외부 세미나 및 포럼 참여 현황

행사명	주관	기간	참여 부서
코리아디자인포럼 2008	한국디자인진흥원	2008.5.23	디자인실
디자인으로 미래를 경영하라!			
세계지식포럼	매일경제신문	10/15~16	경영전략팀
제41회 추계학술학회	한국분석과학회	11/20~21	환경분석센터



Assurance Report

검증 보고서

서문



한국능률협회인증원(KMAR)은 (주)웅진코웨이 2008 지속가능성 보고서(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 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 적절하게 기술되었는지 여부

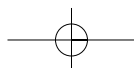
- 윤리경영
- 지속가능경영체계
- 이해관계자(고객, 임직원, 주주, 비즈니스파트너)
- 사회공헌
- 환경

‘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 Board가 발행한 “International Standard on Assurance Engagements (ISAE 3000): Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information”를 보조기준으로 사용하였습니다.



ASSURANCE REPORT

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 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 (주)웅진코웨이와 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반영을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다.

경제적 성과



본 검증인은 (주)웅진코웨이의 2008 재무제표를 기준으로 비교했으며, 보고서에 기재된 재무실적 관련 데이터는 (주)웅진코웨이의 2008 개별재무제표로부터 적절히 도출되었습니다.

환경 및 사회적 성과



상기 검증범위의 환경 및 사회적 분야에 수록된 정보는 부적절하게 기술되었다고 보이지 않으며 중대한 오류는 발견되지 않았습니다.

개선을 위한 제언



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

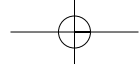
- 이해관계자 의견수렴절차의 체계화 및 중대성평가 모델 확립
- 사회책임경영활동의 보고비중 확대

대표 박 기 호

K. H. Park

KMAR

Korea Management Association
Registrations & Assessments Inc.



Comment from External Expert

검토 의견서



이명천

●
중앙대학교 광고홍보학과 교수
(사)국제청소년지원단 이사장
(사)한국PR학회 회장

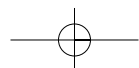
기업경영의 출발은 소비자로부터 비롯됩니다. 웅진코웨이는 그렇게 출발했습니다. 소비자의 욕구와 필요가 있는 곳에 웅진코웨이가 있었고, 소비자의 만족을 통해 웅진코웨이는 성장해 왔습니다. 사실 우리나라 시장은 후발기업이 쉽게 뿌리를 내릴 수 있을 만큼 넉넉한 규모는 아닙니다. 웅진코웨이가 뒤늦게 시장에 뛰어들어 20년이라는 기간 동안 소비자의 사랑을 받는 기업으로 성장하기까지는 소비자의 입장에 서지 않고서는 불가능한 일입니다. 웅진코웨이의 2008년 지속경영보고서는 소비자와 함께 성장한 웅진코웨이의 성숙한 모습을 보여 주고 있습니다. 특히 2008년 회계 연도의 경영성과와 2009년 경영의 방향을 구체적으로 제시하고 있습니다.

1차 외환금융위기로 나라 경제가 어려움을 겪던 시절, 렌탈 정수기의 도입을 포함한 렌탈 비즈니스의 구체화는 불요한 구매를 줄이고 자원 활용을 극대화 시켰다는 점에서, 또한 새로운 소비문화를 기업이 주도했다는 점에서 의미를 부여할 수 있습니다. 아울러 공기청정기, 비데, 연수기, 음식물처리기 등 이른바 생활환경가전의 새로운 시대를 열어가고 있습니다. 이 같은 환경 친화적 생활가전의 사업화는 선발 대기업들의 가전 사업영역과는 확실히 차별화된 시장으로써 기술적 우수성을 확보하고 있다는 점에서 미래성장의 가능성이 높은 것으로 평가됩니다.

웅진코웨이가 환경경영을 지향하면서 환경을 비즈니스모델로 확고히 다져가고 있다는 점에서 경영의 방향이 미래지향적으로 정리되었다는 점을 지속가능보고서를 통해 확인 할 수 있습니다. 이러한 경영철학은 저탄소 녹색성장을 기반으로 하는 환경경영 방침과 환경관련 사회공헌활동 보고, 그리고 친환경 마크 인증의 획득 및 소비자시민모임으로부터 녹색기기 부문 에너지 워너상(공기청정기AP-1207BH, 비데BA09) 수상 등 환경관련 상을 비롯한 많은 수상실적을 통해서도 확인됩니다.

‘세계 4대 디자인 어워드’ 그랜드 슬램 달성과 ‘고객 감동 경영 활동’에 따른 수상 등도 소비자를 향한 웅진코웨이의 지향성을 엿보게 하는 내용입니다. 2008년 지속가능보고서에서 알 수 있듯이 웅진코웨이가 지속경영을 위해 어느 기업보다도 최선을 다하지만 자만할 수 없습니다. 완벽하다고 생각하는 순간이 곧 무너지는 순간입니다. 소비자는 자만하는 기업을 용인하지 않습니다. 미래의 소비자는 과거나 지금의 소비자와는 다릅니다. 기업에 대해 훨씬 더 많은 것을 요구합니다. 소비자의 단기적 욕구와 필요에 부응하면서 장기적 사회복지와 안녕, 그리고 자원과 환경보전에 충실할 수 있는, 그런 기업하기를 원합니다. 어려운 요구일수 밖에 없습니다.

그렇기 때문에 기업의 지속경영이 가능하기 위해서는 늘 소비자를 향해 깨어있고 열려 있어야 합니다. 더 나아가 소비자들의 끝없는 요구를 충족시키기 위해 소비자 보다 앞서 가야 합니다. 만에 하나 발생할지도 모를 소비자의 오해와 불만, 그리고 예상을 초월한 위기 상황에 대처하기 위한 만반의 시스템을 갖추는 일도 중요한 일이라 판단됩니다. 웅진코웨이의 2008년 지속가능보고서에 2009년 환경경영의 3대전략과제를 비롯한 2009년 친환경 경영 전략이 담겨 있다는 점을 눈여겨보는 이유입니다. 많은 주주들과 소비자들이 2008년 지속가능보고서의 내용과 함께 웅진코웨이의 혁신과 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	10, 11	
1.2	조직과 지속가능성: 주요 영향, 위험 요인 및 기회	21-23	
2	조직 프로파일		
2.1	조직 명칭	13	
2.2	대표 브랜드, 제품 및 서비스	16	
2.3	주요 사업부서, 운영회사, 자회사, 합작회사 등 조직구조	15	
2.4	본사/본부 소재지	13, 16	
2.5	해외 사업장 위치 국가 수, 주요 사업장이 있거나 보고서에서 다루는 지속가능성 문제와 구체적 연관성을 갖는 국가명	16	
2.6	소유 구조 특성 및 법적 형태	47	
2.7	대상 시장 (지역별 구분, 사업분야, 고객/수익자 유형)	16, 49	
2.8	조직의 규모 (직원수, 판매출/순수익, 자기자본율, 제품 또는 서비스 수량 등)	13, 39, 49	
2.9	규모, 구조 또는 소유구조상의 중대한 변화	14-16, 47	
2.10	보고 기간 중 수상 내역	75-77	
3	보고매개변수		
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	84	
3.5	보고 내용 정의 프로세스 (중요성/우선순위 결정, 예상 이해관계자 파악)	1, 28	
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	80-83	
3.13	외부검증 관련 정책 및 활동, 검증 범위 및 기준, 보고 조직과 검증기관의 관계	1	
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 보상과 조직 성과간의 관계	47	

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	13, 18, 54 56, 63	
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)	47	
4.11	사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부 및 채택 방식	23	
4.12	경제/환경/사회 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브	77	
4.13	산업협회 등 국가별/국제적 정책기구 멤버십 획득	77	
4.14	참여한 이해관계자 그룹 목록	25, 26	
4.15	참여할 이해관계자 식별 및 선정 기준	25, 26	
4.16	참여 유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식 현황	25, 26	
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사, 이에 대한 대처방안	25, 26	
EC	경제 성과		
EC1	직접적 경제적 가치 창출과 배분 (수익, 영업비용, 임금 및 복지, 자본비용, 세금, 지역사회투자 등)	27	
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	56	
EC7	주요 사업장의 현지인 우선채용 절차 및 현지출신 고위관리자 비율	39	
EC8	공익을 우선한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과	57~60	
EN	원료		
EN1	중량 또는 부피 기준 원료 사용량	68	
EN2	재생원료 사용 비율		협력업체의 부품을 구매하는 특성상 관리하지 않음
EN	에너지		
EN3	1차 에너지원별 직접에너지 소비량	68	
EN4	1차 에너지원별 간접에너지 소비량	68	
EN	용수		
EN8	공급원별 총취수량	68	
EN	생물 다양성		
EN11	생태계 보호지역/주변지역에 소유, 임대, 관리 토지 위치와 크기		해당사항 없음
EN12	생태계 보호지역/주변지역에서의 사업활동으로 인한 영향		해당사항 없음

GRI Index

GRI 인덱스

GRI 항목	내 용	페이지	비고
EN	대기 배출물, 폐수, 폐기물		
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	67	
EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질	69	
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	67	
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	67, 72	
EN	제품 및 서비스		
EN26	제품 및 서비스의 환경영향저감활동과 성과	66, 67	
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	67	
EN	법규준수		
EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수		없음
LA	고용		
LA1	고용유형 고용계약 및 지역별 인력 현황	39	
LA2	직원 이직 건수 및 비율 (연령, 성, 지역별)	39	
LA	노사관계		
LA4	단체교섭 적용 대상 직원 비율	44	
LA5	중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보기간 (단체협약에 명시 여부 포함)		무노조 사업장임. 주요 경영 현안에 대해서는 회사와 직원 간 수시로 커뮤니 케이션이 이루어짐.
LA7	부상, 직업병, 손실일수, 결근 및 업무 관련 재해건수(지역별)	46	
LA8	심각한 질병에 관해 직원과 그 가족, 지역사회 구성원 지원을 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험 관리 프로그램	46	
LA	교육 및 훈련		
LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	41	
LA	다양성 및 평등한 기회		
LA13	이사회 및 직원의 구성 현황 (성, 연령, 소수계층 등)	39, 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
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		

GRI Index

GRI 인덱스

GRI 항목	내용	페이지	비고
HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 아동노동 근절을 위한 조치	39	
HR	강제노동		
HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 강제노동 근절을 위한 조치	39	
S0	지역사회		
S01	업무활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	57-60	
S0	부패		
S02	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율		없음
S03	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율		윤리교육 등 관련 교육 수시 실시에 따라 임직원 100% 교육 받음
S04	부패 사건에 대한 조치	17-20	
S0	공공정책		
S05	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비활동 참여		해당사항 없음
S0	법규준수		
S08	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	31, 32	
PR	제품 및 서비스 라벨링		
PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보요건에 해당되는 주요 제품 및 서비스의 비율	31	
PR	마케팅 커뮤니케이션		
PR6	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법, 표준, 및 자발적 규칙 준수 프로그램	31	
PR	법규준수		
PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수		벌금 부과 사실 없음

GRI Index

GRI 인덱스

GRI INDEX

GRI G3 적용수준 자체선언



웅진코웨이는 '2008 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+
G3 프로파일 공시 결과물	공시항목 : 1.1, 2.1 2.10, 3.1 3.8, 3.10 3.12, 4.1 4.4, 4.14 4.15		공시항목 : 수준 'C' 의 모든 항목과 1.2, 3.9, 3.13, 4.5 4.13, 4.16 4.17		공시항목 : 수준 'B' 의 요구사항과 동일	
G3 경영방식 공시 결과물	필요 없음	요구사항 보고서에서	각 지표범주의 경영방식 공시	요구사항 보고서에서	각 지표범주의 경영방식 공시	요구사항 보고서에서
G3 성과지표 및 산업별 부가지표 결과물	최소한 10개 이상의 성과 지표를 보고해야 함 (경제, 환경, 사회 지표가 각각 1개 이상 포함 되어야 함)		최소한 20개 이상의 성과 지표를 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	

유엔 글로벌콤팩트의 10대 원칙



인권 - Human Rights

원칙 1: 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중하며,

원칙 2: 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.

노동규칙 - Labour Standards

원칙 3: 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 안정을 지지하고,

원칙 4: 모든 형태의 강제노동을 배제하며,

원칙 5: 아동노동을 효율적으로 철폐하고,

원칙 6: 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.

환경 - Environment

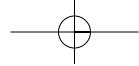
원칙 7: 기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,

원칙 8: 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,

원칙 9: 환경친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.

반부패 - Anti-Corruption

원칙 10: 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.



WOONGJIN CI

WOONGJIN CI

웅진 CI

로고타입



웅진이라는 로고타입과 일, 사회, 변 화, 조직, 도전, 고객에 대한 또또사랑을 의미하는 6개의 상징의 어울림

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 어우러짐

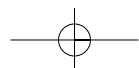
을 통해 확장되어 가는 웅진의 사업 시스템을 나타낸 것이며, 개의 동그라미가 바퀴가 되어 힘차게 굴러가는 모습을 의미하기도 합니다.

6가지 상징



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

	<p>고객에 대한 사랑 인간애를 통해 고객중심의 긍정적, 적극적 서비스를 표현함</p>
	<p>변화에 대한 사랑 새싹의 성장은 변화로부터 비롯된다는 의미로 변화를 통해 성장을 모색하는 경영정신을 표현함</p>
	<p>사회에 대한 사랑 손으로 '감싼다, 포용한다' 는 의미로 사회에 대한 포용력 있는 사랑을 표현함</p>
	<p>일에 대한 사랑 높은 목표와 의지를 갖고 업(業)의 핵심을 보며 적극적인 자세로 신바람나게 일하는 사람을 표현함</p>
	<p>도전에 대한 사랑 과거에 만족하지 않고 항상 도전을 통해 높은 이상(별)을 추구한다는 의미</p>
	<p>조직에 대한 사랑 하나의 단결된 조직으로서 협동과 공정을 중시하는 기업문화를 표현함</p>



웅진코웨이 2008 지속가능성 보고서

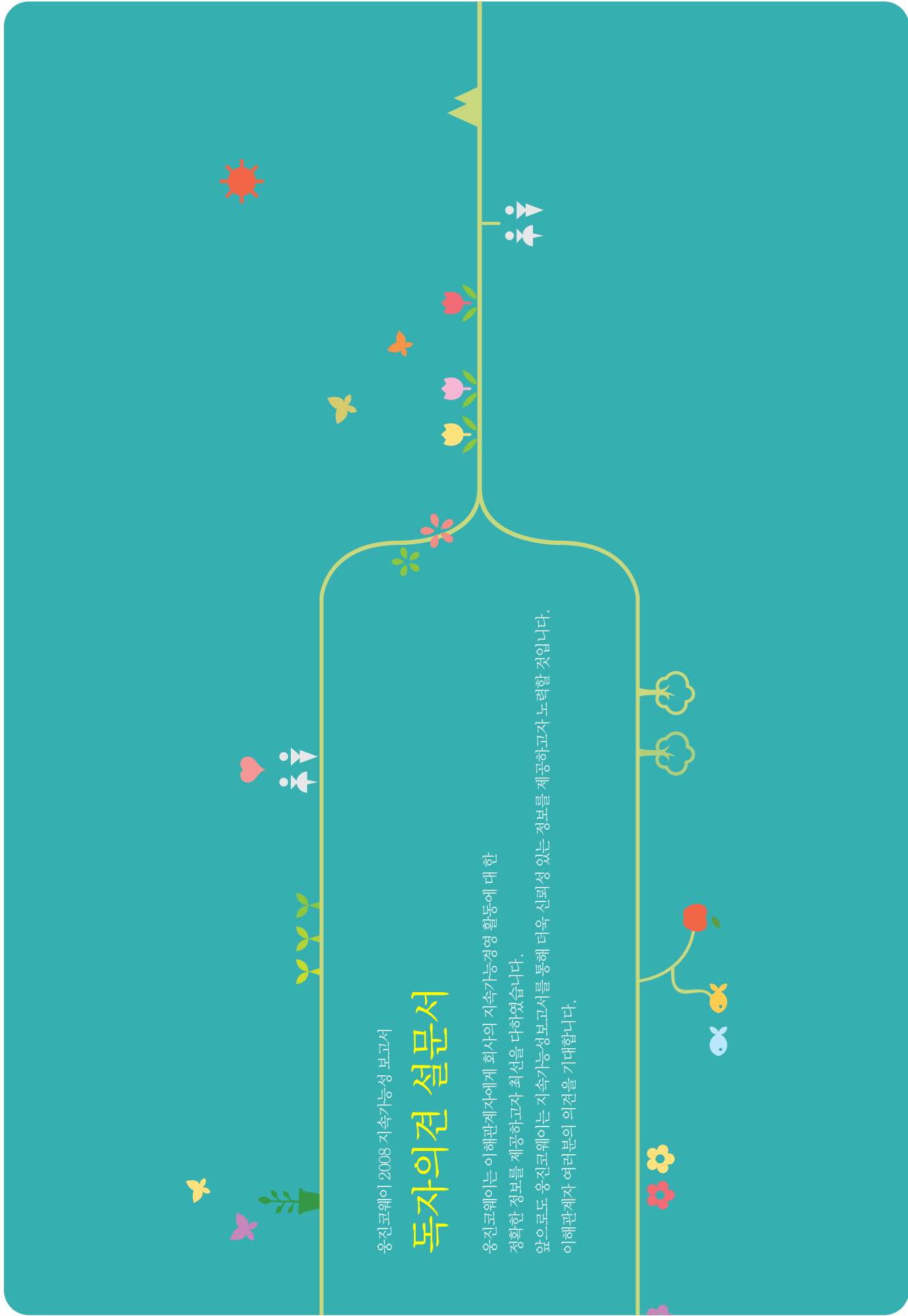
독자의견 설문서

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 2008 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?

- | | | | |
|------------------------------|------------------------------|--|-----------------------------|
| <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 () | |

2. 귀하는 본 보고서를 어떠한 목적으로 활용하십니까?

3. 귀하의 주요 관심 분야는 무엇입니까? (복수 응답 가능)

Woongjin Coway & Sustainability

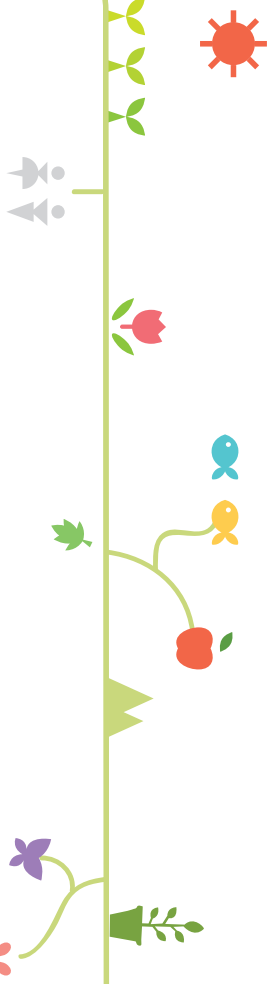
- | | |
|---------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> CEO 메시지 | <input type="checkbox"/> 회사 개요 |
| <input type="checkbox"/> 윤리경영 | <input type="checkbox"/> 지속가능경영 체계 |
| <input type="checkbox"/> 지속가능경영 하이라이트 | |

Woongjin Coway & Stakeholders

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 이해관계자 커뮤니케이션 | <input type="checkbox"/> 고객 |
| <input type="checkbox"/> 임직원 | <input type="checkbox"/> 주주 |
| <input type="checkbox"/> 비즈니스 파트너 | <input type="checkbox"/> 사회공헌 |

Woongjin Coway & The Planet

- | | | |
|--------------------------------|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 환경리더십 | <input type="checkbox"/> 환경 활동 및 성과 | <input type="checkbox"/> 2009년 친환경 경영 전략 |
|--------------------------------|-------------------------------------|--|



4. 다음 각 항목에 대한 귀하의 만족도를 표시해 주시기 바랍니다.

가. 사용한 용어가 명확하고 이해하기 쉽다

나. 중요 이슈에 대해 충분하고 유익한 정보를 제공한다

다. 서술한 내용에 신뢰가 간다

라. 디자인이 보기 좋고 내용에 도움이 된다

- | |
|----------------------|
| ▶ 불만족 ① ② ③ ④ ⑤ 만족 ▶ |
| ▶ 불만족 ① ② ③ ④ ⑤ 만족 ▶ |
| ▶ 불만족 ① ② ③ ④ ⑤ 만족 ▶ |
| ▶ 불만족 ① ② ③ ④ ⑤ 만족 ▶ |

5. 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 02-2172-1091

FAX

02-2172-1077

E-mail jyun@coway.co.kr

Homepage

www.coway.co.kr