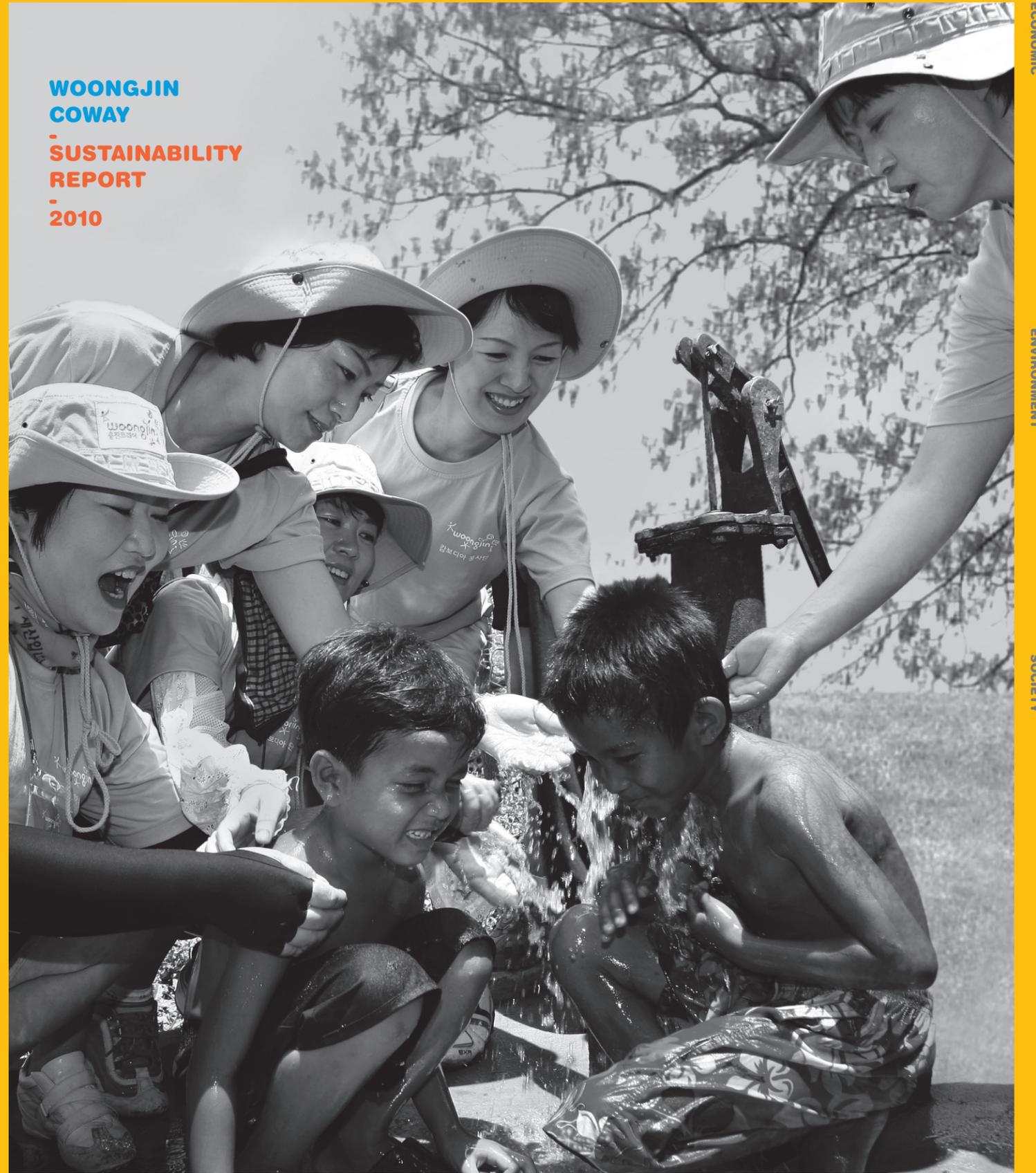


WOONGJIN
COWAY
- SUSTAINABILITY
REPORT
- 2010



본 보서는 녹색환경운동본부에 용기공급을 통해 환경친화적인 인쇄를 실시하였습니다.

웅진코웨이는 차별화된 기술과 생각에 기반을 둔 가치창조 경영을 실천하는 기업입니다. 웅진코웨이의 지속 성장은 직원, 협력사, 주주와 투자자, 고객 등의 다양한 이해관계자들과의 소통과 사랑을 바탕으로 이루어낸 결실입니다. 더 많은 사람들이 함께 사랑을 실천할 때, 우리 사회가 지속발전 할 수 있다는 믿음을 바탕으로 '지속가능경영'을 실천하겠습니다.



CONTENTS

About this Report	01
이해관계자 및 중요성 분석	02
웅진코웨이 이해관계자 대화	04
CEO Message	06

경제

경영정신과 비전 및 핵심가치	10
경영현황	11
윤리경영	16
기업 지배구조	19
주주가치 제고 및 활동	20
경제적 가치창출과 성과의 배분	21
혁신 프로그램	22
연구개발	24
2010년 하이라이트	27
2011년 경영슬로건과 사업플랜	29

환경

환경경영 슬로건과 전략	32
환경경영시스템	34
친환경 제품개발	35
녹색구매	39
제품 리사이클링	40
기후변화 대응	41
오염물질 관리	45
이해관계자와의 환경 커뮤니케이션	46
생태계 다양성	48
환경부문 대외수상 수상	49

사회

고객가치경영	53
협력사 상생경영	60
임직원 가치경영	64
사회공헌	75
유구천 가꾸기	78

부록

요약 재무제표	83
주요 수상 및 인증	84
검증의견서	86
GRI Index	88
사업장 현황	92

ABOUT THIS REPORT

WOONGJIN COWAY - SUSTAINABILITY REPORT - 2010

보고서 프로필 ————— 웅진코웨이는 2005년 첫 지속가능경영보고서를 발간한 이래 매년 회사의 지속가능경영활동을 공개해 왔습니다. 회사는 여섯 번째 보고서인 본 보고서를 통해 회사의 지속가능경영활동을 투명하게 공개하고자 하며, 나아가 이해관계자의 의견을 경영에 적극 반영하는 채널로 활용하고자 합니다.

기간 및 범위 ————— 보고 기간은 2010년 1월 1일부터 12월 31일까지입니다. 그러나 추세 비교를 위해 2008년과 2009년의 데이터를 사용하였고, 필요한 경우 2011년의 활동과 성과에 대한 정보도 포함하였습니다. 본 보고서는 웅진코웨이 서울사무소, 환경기술연구소, 환경품질연구소 및 생산본부, 해외사업의 성과를 기술하고 있습니다. 다만, 환경 부문의 내용은 주요 사업장인 생산본부에 집중하여 기술하였습니다. 향후 해외사업 부문의 사회, 환경 부문에 대한 데이터는 범위를 확대할 계획입니다.

최근 보고 연도 및 작성 지침 ————— 본 보고서는 국제적인 가이드라인 GRI(Global Reporting Initiative)의 G3 가이드라인을 참조하여 작성되었습니다. 특히 본보고서를 작성함에 있어 중요성 이슈를 도출하여 이에 대한 정보를 구체적으로 담고자 노력하였습니다. 웅진코웨이는 앞으로도 매년 지속가능경영보고서를 발간할 계획입니다.

검증 ————— 본 보고서는 제3자 검증기관으로부터 검증을 받았습니다. 관련 정보는 86~87페이지를 참조하기 바랍니다.

추가정보 ————— 추가 정보는 웅진코웨이에서 발행하는 영업보고서, 홈페이지(www.coway.co.kr)에서 얻을 수 있습니다.

웅진코웨이는 2006년 6월 UN 글로벌 콤팩트(UNGC)에 가입하여 인권, 노동, 환경, 그리고 반부패에 관한 10가지 원칙을 준수하고 이를 실천함으로써 성장의 추구와 함께 사회적인 책임을 다하는 기업 시민으로서의 역할을 다하고 있습니다. 본 지속가능경영보고서는 웅진코웨이의 현재와 미래에 대한 스스로의 평가이자 다짐입니다.

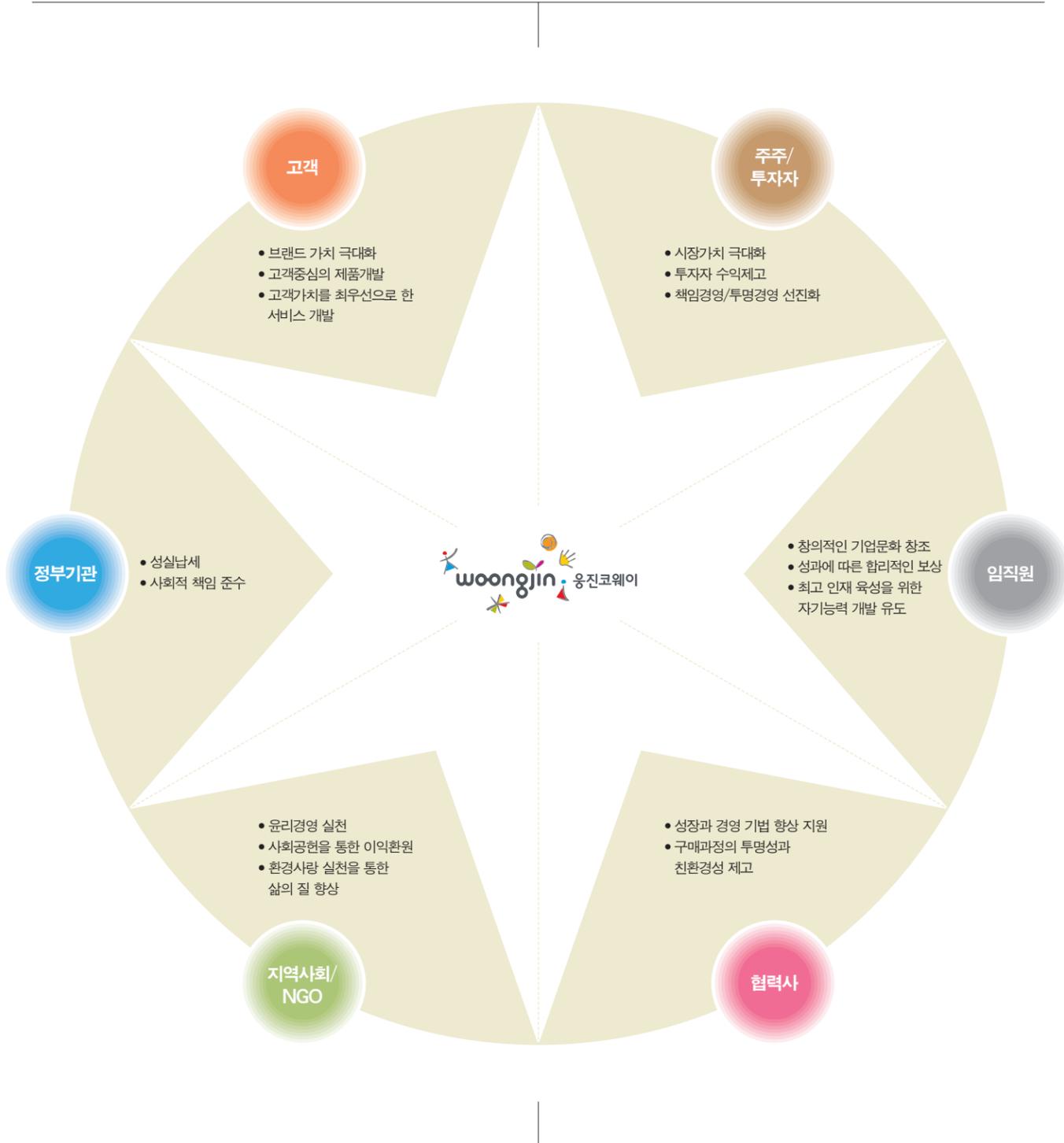
구분	원칙
인권	01. 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.
	02. 인권침해에 가담하지 않는다.
노동	03. 결사의 자유 및 단체교섭권을 인정한다.
	04. 모든 형태의 강제 노동을 철폐한다.
	05. 아동노동을 효과적으로 철폐한다.
	06. 고용과 업무상 차별을 철폐한다.
환경	07. 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.
	08. 보다 큰 환경적 책임을 지는데 앞장선다.
	09. 환경친화적인 기술개발과 보급을 지원한다.
반부패	10. 부당이익 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.

UN GLOBAL COMPACT



이해관계자 및 중요성 분석

웅진코웨이는 다양한 이해관계자의 의견에 귀 기울입니다. 이를 위해 이해관계자별 커뮤니케이션 채널을 마련하여 주요 관심 사항과 의견을 수렴하고 이를 경영 활동에 반영하기 위해 적극 노력하고 있습니다.



웅진코웨이 지속가능경영 중요성 분석

웅진그룹은 2010년 주요 계열사별 이해관계자 확인 및 중요성 이슈 도출을 위해 미디어 분석, 동종업계 CSR 이슈분석, CSR 표준분석, 이해관계자 설문, 단기적 재무영향 평가, 경영정책을 진행하였습니다. 웅진코웨이는 이를 토대로 지속가능경영 관련 주요이슈를 분석하였습니다.

미디어 분석	2010년 한 해 동안 국내 언론사에 보도된 708건의 웅진코웨이 관련 기사를 분석 조사대상: 2010년 1월~12월 종합일간지, 경제일간신문 분류: 경제/환경/사회 분야
동종업계 CSR 이슈분석	동종업계 지속가능경영 우수기업의 CSR 이슈 분석
CSR 표준 분석	글로벌 CSR 표준(GRI 가이드라인, ISO 26000 등)을 분석하여 공통적으로 다루는 이슈를 우선순위로 평가
이해관계자 설문	이해관계자 및 지속가능경영 분야 전문가 대상 설문조사를 통한 이해관계자 주요 관심사 파악 조사기간: 2010년 8월 5일~22일 조사방법: 온라인 설문조사, 전화조사
단기적 재무 영향	웅진코웨이의 단기적 재무적 성과(향후 1년)에 미치는 영향 정도를 평가 대상: 웅진코웨이 내 지속가능경영 관련 분야 임직원 조사방법: 온라인 설문조사
경영정책	웅진코웨이의 경영정책(기업전략, KPI 등)에 미치는 영향 정도를 평가 대상: 웅진코웨이 내 지속가능경영 관련 분야 임직원 조사방법: 온라인 설문조사



중요성 분석 결과

Issues Matrix

이해관계자 관심도	High	<ul style="list-style-type: none"> ■ 이해관계자 참여 ■ 사회공헌 ■ 지속가능한 공급망 관리 ■ 다양성과 평등한 기회 ■ 공정경쟁 ■ 인권존중 ■ 책임있는 정치참여 ■ 지배구조 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 제품개발 ■ 기후변화 적응 및 완화 ■ 기술개발 ■ 훈련 및 교육 ■ 경영성과 ■ 환경경영
	Low	<ul style="list-style-type: none"> ■ 임직원 보건과 안전 ■ 제품책임 ■ 근로조건 ■ 위험관리 ■ 오염방지 ■ 윤리경영 ■ 생태계보호 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 경영일반/경영환경 ■ 명성마케팅 ■ 노사관계 ■ 소비자 교육/커뮤니케이션 ■ 소비자 보건 및 안전 ■ 지속가능한 자원사용 ■ 인권위반행위 근절 ■ 고객 정보보호
		Low	High

중요성 이슈 — 웅진코웨이는 중요성 분석 결과 생활환경 가전기업에 맞게 제품개발, 기후변화 적응 및 완화, 기술개발, 환경경영 등이 중요성 이슈로 선정되었습니다. 향후 환경오염, 기후변화 등의 이슈로 인해 소비자들의 생활환경가전에 대한 관심 및 수요가 증가할 것으로 예상되는 바, 환경위험요인에 대한 지속적인 모니터링 및 관련 기술개발 노력이 필요한 것으로 나타났습니다.

이해관계자 관심도가 높은 이슈 — 이해관계자 관심도가 높은 이슈는 이해관계자 참여와 사회공헌 등으로 이해관계자들은 웅진코웨이와 소통하고 협력하기를 원하는 것으로 파악되었습니다. 웅진코웨이는 이해관계자와의 소통 및 참여 현황을 파악하고 웅진코웨이의 경쟁력을 강화할 수 있는 이해관계자 참여방안을 모색할 것입니다.

기업영향력 측면에서 중요한 이슈 — 기업영향력 측면에서 중요한 이슈로는 경제적 성과 외의 노사관계, 인권위반행위 등 사회적 지속가능성 측면의 이슈가 주로 도출되었습니다. 이를 위해 웅진코웨이는 상생협력 및 사회적 책임을 다하기 위해 노력할 것입니다. 또한 소비자 교육과 소비자 보건 및 안전관련 이슈도 기업영향력 측면에서 중요성 이슈로 선정되었습니다. 웅진코웨이는 소비자 교육 측면을 강화하고 소비자와의 활발한 커뮤니케이션을 위해 노력할 것입니다.

웅진코웨이 이해관계자 대화



목적

웅진코웨이 및 웅진그룹 지속가능경영 전략수립 시 주요 이해관계자 의견을 수렴하기 위한 참여 채널 및 커뮤니케이션 기회를 마련하여 이를 토대로 프로세스 표준을 구축하기 위함

개요

일시	2010년 11월 22일(월) 14:00~17:00
장소	대한상공회의소 사회의실
참석자	이해관계자 김익 박사(KEITI), 김성덕 실장(KNCP), 이종오 팀장(KoSIF), 김기정 사무국장(한국전자산업진흥회), 김선영 센터장(에코아이), 김선아 디렉터(대구경북디자인센터), 이은영 실장(소비자시민모임), 이윤희 연구위원(POSRI) 좌장 아주대학교 이건모 교수

대화요지

전략적 관점의 환경경영 추진

- 환경경영활동의 기반이 되는 비전과 전략 체계를 갖추어야 함
- 지속가능성 핵심가치를 '그린'보다는 '웰빙'으로 추진해야 함
- 체계적이고 통일된 대/내외 커뮤니케이션이 중요함
- 디자인 경영을 전략적으로 통합해야 함

제품·서비스통합 관점에서의 혁신 추구

- 제품·서비스통합시스템(PSS)에 기반한 새로운 비즈니스 모델을 개발해야 함
- 부품이나 제품 재활용을 최대화할 수 있도록 표준화 및 이력관리가 필요함
- 웅진코웨이만의 강점을 갖추고 전략적 관점의 환경경영을 추진해야 함
- 제품의 폐기, 재활용을 위한 다양한 방법을 개발하여 실행해야 함

소비자 입장에서의 제품 및 서비스 만족을 위한 노력의 중요성 언급

- 소비자의 니즈를 정확하게 파악하여 설계 및 디자인, 서비스에 반영해야 함
- 친환경적인 소비를 위한 코디의 전문성과 소비자 서비스가 강화되어야 함
- 소비자의 신뢰를 얻기 위해 코디와 소비자의 인간적인 관계 형성이 중요함

이해관계자 대화 세부 사항

S 이해관계자 대화요지 **C** 웅진코웨이 관점에서의 향후 전략

S 비즈니스 전략적 관점의 지속가능 녹색경영 전략 수립 및 실행 추진 필요

C 웅진코웨이 현/향후 비즈니스 발전방향에 맞는 지속가능 녹색경영 중장기 미션 및 전략 수립

S 지속가능성의 핵심가치는 '그린'을 넘어 '웰빙'으로 확대 추진 필요

C 친환경 ▶ 녹색 ▶ 웰빙으로의 코웨이의 지속가능성 진화에 대해 소비자가 명확히 인식하고 믿을 수 있도록 활동 강화가 필요하며 웅진코웨이만의 지속가능경영에 대한 차별화 필요

S 체계적이고 통일된 대/내외 커뮤니케이션 중요

C 소비자뿐 아니라 여러 이해관계자에게 체계적이고 통일된 최신 정보 제공 및 대화채널 확보 필요

S 에코디자인 경영을 전략적으로 통합 실행

C 단순 제품 디자인을 넘어 서비스까지 고려된 전과정의 에코디자인을 전략적으로 수행하고 차별화 하는 것이 필요

S 제품서비스 통합관점에서의 혁신 추구 및 비즈니스 신모델 개발 필요

C 제품과 서비스가 연결된 통합관점에서 렌탈서비스에서 부가가치 창출

S 부품/제품 재활용 최대화를 위한 표준화 및 이력관리 강화 필요

C 단순 법규 및 규제 대응을 위한 활동이 아니라 차별화 및 수익화할 수 있는 내부 표준화 분석 강화

S 웅진코웨이 강점을 최대한 차별화하는 녹색경영 추진 필요

C 웅진코웨이의 강점을 다시 한번 되돌아 보고 이를 극대화할 수 있는 방안 모색. 수질 및 공기질, 소비자 사용 환경(맞춤형 제품, 장기사용), 서비스 강점(고객 신뢰, 코디 숙련도, 소양 및 인간관계)을 강화하여 렌탈 서비스의 약점을 커버하고 차별화하는 방향 모색

S 제품 폐기 및 재활용에 대한 다양한 방법 및 개발 필요

C 설계단계부터 폐기 및 재활용을 고려한 설계 실시를 통한 로스 제로화 및 기술개발을 통한 환경관련 신비즈니스 창출

S 소비자 니즈를 반영한 제품/서비스 개발이 중요

C 용어 및 제품을 설계자 중심이 아닌 소비자 관점에서 개발 및 서비스 대응

S 친환경 소비를 위한 코디 전문성 및 소비자 서비스 강화

C 차별화된 친환경 서비스 개발 및 코디 교육, 역량 강화

S 소비자 신뢰 강화를 위한 코디 인간관계 형성 중요

C 코디와 고객간 신뢰관계 형성 및 커뮤니케이션 강화 모델 필요

이해관계자 대화로 도출된 웅진코웨이 대응 항목

- 지속가능 녹색경영 중장기 전략 및 비전, 미션 수립, 실행
- 에코디자인 적용을 통한 제품/서비스 개선항목 및 차별화 전략 도출
- 제품서비스통합시스템 도입을 통한 신비즈니스 모델 개발
- 전과정 평가 도입을 통한 제품/서비스 장단점 분석 및 장점 극대화
- 제품 폐기 및 재활용 확대를 통한 신비즈니스 사업 개발

이해관계자 대화 내용 일부 발췌



김익 박사 _____ 웅진코웨이의 CDP보고서 등을 보면 환경문제에 대한 대응활동을 잘 기술하고 있습니다. 그러나 이러한 활동을 통해 무엇을 얻고자 하며, 어떠한 성과를 얻었는지에 대한 기술은 없습니다. 개인적으로 좋은 사례를 전파하고자 노력하고 있는데, 좋은 사례로 알려지기 위해서는 CO₂를 줄이거나 다른 환경활동을 통해 얻게 되는 경제적 성과 등에 대한 내용을 제시해 주시는 것이 중요하리라 봅니다.



이은영 실장 _____ 웅진코웨이 제품들은 소모품이 많은데, 사용단계에서 볼 때 제품 수명 또는 사용 기간을 늘이고자 하는 노력을 얼마나 하고 있는지요? 그리고 소비자 판매 또는 판매 권유활동을 함에 있어 어떤 제품들을 소비자들에게 알리고 판촉하고 있습니까?



김상현 상무(웅진코웨이) _____ 제품의 수명을 늘리는 것과 친환경성은 비례하지 않는다고 봅니다. 친환경 제품 관련해서는 소비자가 반환하는 렌탈 제품을 수거하여 모두 폐기했었습니다. 그러나 현재는 리사이클 센터를 통해 수준별로 구분하여 리퍼브 제품 판매를 하고 있습니다.



이윤희 연구위원 _____ 웅진코웨이 보고서를 보면서 매우 높은 수준의 환경경영활동을 실행하고 있다고 생각했습니다. 그런데 이러한 활동의 기틀이 되는 전략이 어떻게 마련되어 있는지 궁금합니다. 웅진코웨이가 지속가능성의 핵심가치를 환경보다는 웰빙으로 가져가는 것이 마케팅전략 측면에서 중요하다고 생각합니다.



김기정 사무국장 _____ 결국 핵심적인 요소의 차별화가 가장 기본이 되어야 합니다. 정수기는 친환경도 중요하지만 수질이 가장 중요한 차별화전략이며, 공기청정기는 공기질이 가장 중요하다고 생각합니다.

- 소비자 니즈를 기반으로 한 제품 및 서비스 설계와 디자인 개발 강화
- 친환경 소비 확대를 위한 친환경 시장 확대 전략 강화 필요
- 소비자 신뢰 강화를 위한 코디 전문 역량 및 커뮤니케이션 강화
- 타사와의 비교 우위 녹색기술 개발 및 제품 출시 필요



김선아 디렉터 _____ 어떤 제품이 몇 번 재활용되었는지 표시하면 소비자가 그 가치를 느끼고 만족할 수 있으리라 봅니다. 이를 위해서는 앞에서 말씀하셨듯이 제품에 대한 이력관리가 정확하게 되어야 합니다. 정확한 이력관리가 되어야 디자인, 생산, 재활용, 폐기 등 모든 과정에서 친환경적인 자원 사용이 가능하며 소비자의 신뢰와 만족도도 높아질 것이라 생각합니다.

이은영 실장 _____ 세계적으로 상호호환성이 중요한 문제가 되고 있습니다. 부품 상호호환 측면에서 필터의 표준화 작업을 진행하고 있는지, 향후 준비 계획이 있으신지요?

김상현 상무(웅진코웨이) _____ 소비자 입장에서는 표준화가 되어야 편리하고 긍정적인 효과가 많으나, 웅진코웨이 입장에서는 정품필터를 통해 품질을 보증할 수 있어야 한다는 문제도 있습니다. 시장에서 정수기업체는 200개가 넘습니다. 그렇기 때문에 표준화를 하면 공인되지 않는 다른 필터로 인해 문제 발생의 소지가 있습니다.



김선영 센터장 _____ 필터의 폐기처리는 어떻게 되고 있습니까?

김상현 상무(웅진코웨이) _____ 정수기 필터 안쪽 카본과 겉에 있는 pp재질은 녹여서 재활용하고 있습니다. 하지만 멤브레인 재질은 재활용이 어려우므로 소각합니다. 정수기 필터는 기술적으로는 재활용이 가능하지만 고객의 심리적인 거부감과 안전문제 보장 측면에서 준비가 더 필요합니다.



좌장 이건모 교수 _____ 웰빙기업으로서 비즈니스 모델은 서비스 디자인으로 나가되, 사례별로 접근하도록 하는 것으로 결론을 내릴 수 있습니다. 오늘 논의가 웅진코웨이에 건설적으로 수용되어 웅진코웨이가 글로벌 기업으로서 경쟁력을 제고하고 기업의 가치를 높이는데 기여할 수 있기를 바랍니다.

CEO MESSAGE

웅진코웨이는 2010년 더욱 강화된 환경경영을 비롯해 혁신과제와 글로벌 시장 확대, 신사업 발굴과 론칭 등의 다각적인 경영활동을 추가함으로써 지속가능경영기업의 위상을 강화하였습니다. 특히 2010년에는 지속 성장을 위해 혁신과제를 도출하고 수행하였으며, 그 결과 디자인 혁신에서 그랜드슬램 달성, 연구개발 부문의 에너지 저감형 제품 및 각 해외항 제품의 개발에 성공하였습니다. 또한, 생산본부는 혁신활동을 통해 혁신선도 우수사업장 AAA+ 인증 등의 의미 있는 성과를 거두었습니다.

환경경영은 웅진코웨이가 지속적 성장을 하기 위해 임직원, 협력업체, 고객과 함께 지켜가야 할 약속이며 미래에 대한 가치 있는 투자입니다. 2010년 웅진코웨이는 친환경 기업의 역할을 수행하기 위해 자발적인 저탄소 녹색경영에 앞장섰습니다. 그 결과 웅진코웨이는 '탄소정보공개프로젝트 2010' 2년 연속 선택소비재 부문 리더기업에 선정되었으며, 업계 최초로 '탄소경영보고서 2010'을 발간하고 국내 기업 최초 UNGC 수자원관리책임에 가입하는 등의 구체적인 성과를 도출하였습니다. 또한 웅진코웨이는 기후변화 관련 이해관계자로부터 기후 변화 정보를 수집하는 등 환경경영 이슈를 지속적으로 도출하고 있습니다.

웅진코웨이는 2009년 경기불황에도 불구하고 매출액 1조 4,119억 원, 영업이익 2,043억 원을 기록하면서 11년 연속 최대매출액과 영업이익을 달성했습니다. 그리고 2010년에도 매출 1조 5,191억 원의 높은 성과를 올렸습니다. 웅진코웨이는 1만 3,000여 명의 코디 조직을 기반으로 체계적인 서비스를 제공하였으며, 전사 차원의 하트서비스를 통해 보다 차별화된 고객서비스를 실현하였습니다. 또한 이해관계자와의 대화를 실시하여 앞으로 웅진코웨이가 지속적 성장을 위해 노력해야 할 과제를 다시 한 번 점검하는 기회로 삼았습니다.

소통하며, 성장하는 글로벌 No.1 생활환경 가전기업이 되겠습니다.

웅진코웨이의 2011년 새로운 경영 약속은 기존의 역량과 성과를 뛰어넘어 세계적인 생활환경 가전기업으로 도약하겠다는 의미가 담긴 'Beyond Coway 2011'입니다.

2011년 웅진코웨이가 도전해야 할 구체적인 과제는 세계 일등제품 개발, 수처리 수주 확대, 해외 비즈니스 확대, 화장품 사업의 안정화 등입니다. 웅진코웨이는 이러한 목표를 달성하는 과정에서 고객, 주주 및 투자자, 협력사, 임직원 등의 이해관계자와 사회가 함께 성장할 수 있도록 노력하겠습니다.

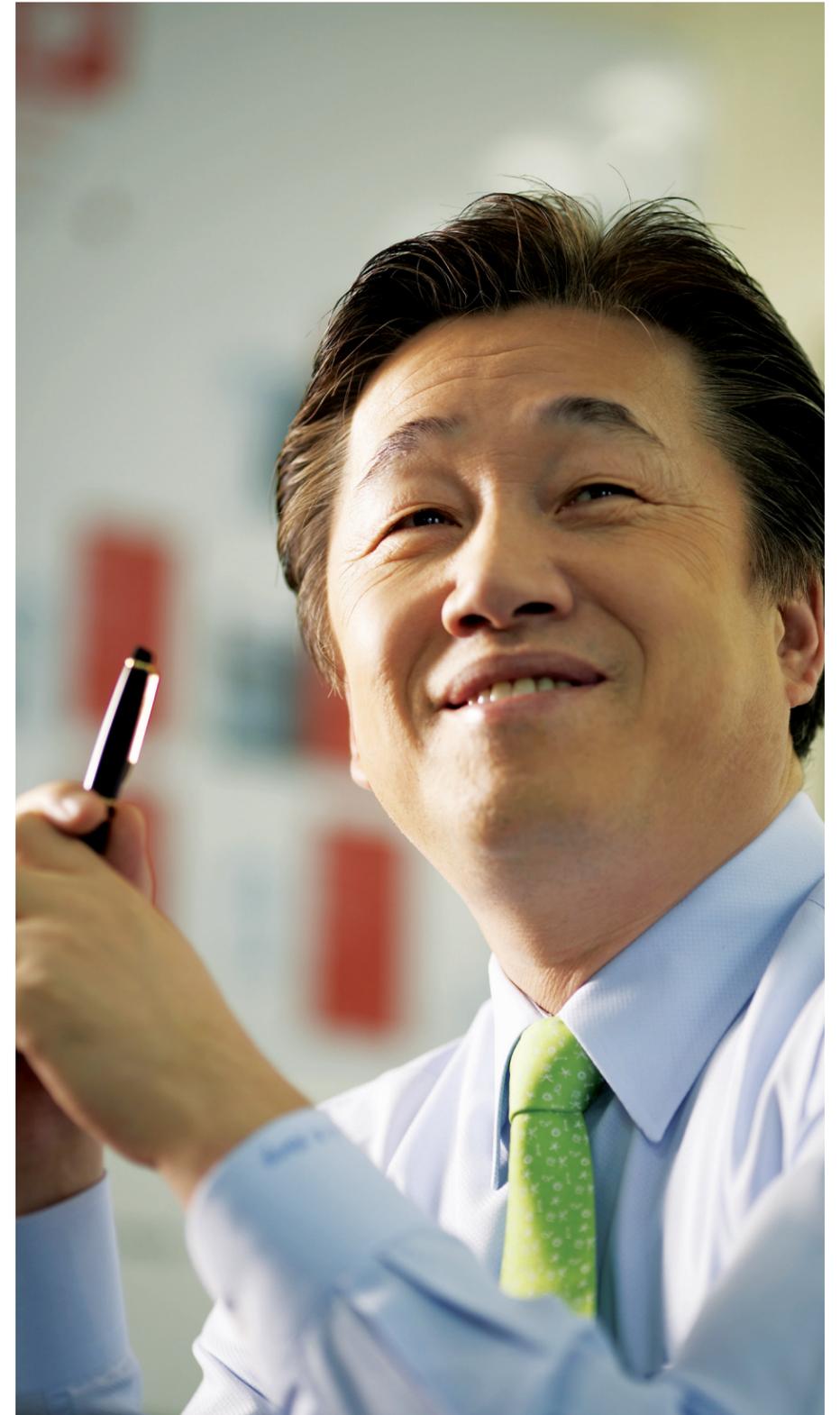
웅진코웨이의 성장과 도전에는 언제나 여러 이해관계자 여러분의 관심과 사랑이 가장 큰 힘이 되었습니다. 웅진코웨이는 언제나 '감사'의 마음으로 사회와 세계의 발전에 기여할 수 있는 기업으로 지속 성장할 것을 약속드립니다. 또한 생활환경 가전업계 1위 기업으로서의 책임감을 갖고, 내부 직원, 고객, 주주, 사회 등의 모든 이해관계자의 사랑에 보답하겠습니다. 감사합니다.

웅진코웨이 대표이사 사장 홍 준 기



웅진코웨이와
함께
소통하며,

늘 아낌없는
관심과 격려를
주시는
이해관계자
여러분들께
진심으로
감사드립니다.





경제



지속적인 성장을 위해 함께 도전하는 웅진코웨이

경영성과

웅진코웨이는 2010년 매출 1조 5,191억 원, 영업이익 2,288억 원의 경영 성과를 올렸습니다.

새로운 도전

2009년 웅진코웨이는 신성장 동력으로 수처리 사업에 진출하여 2010년 수처리 전문기업 그린엔텍을 인수하였으며, 화장품 사업을 본격화하면서 새로운 브랜드 Re:NK(리:엔케이)를 론칭했습니다.

지속 성장

지속적 성장을 위해 웅진코웨이는 혁신과제를 도출하고 수행하기 위해 노력하였으며, 그 결과 디자인 혁신에서 그랜드슬램 달성, 연구개발 부문의 에너지 저감형 제품 및 각 해외항 제품 개발에 성공하였습니다. 또한 생산 본부는 혁신활동을 통해 혁신선도 우수사업장 AAA+ 인증을 받았습니다.

경영정신과 비전 및 핵심가치¹⁰ 경영현황¹¹ 윤리경영¹⁶

기업 지배구조¹⁹ 주주가치 제고 및 활동²⁰

경제적 가치창출과 성과의 배분²¹ 혁신 프로그램²²

연구개발²⁴ 2010년 하이라이트²⁷ 2011년 경영슬로건과 사업플랜²⁹

주요 성과

- DJSI(다우존스 지속가능경영지수) Asia Pacific 선정
- 환경품질연구소 국제전기기술위원회로부터 제품 안정인증 공인시험소로 인증
- 한국 IR 대상 우수상(역대 수상법인 중 시가총액 최소 규모)
- 환경가전 KSI 수상, 이해관계자와 전문가 평가 KSI 지수 120 기업 중 3위

경영정신과 비전 및 핵심가치

◎ 경영정신

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

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

◎ 비전과 핵심가치

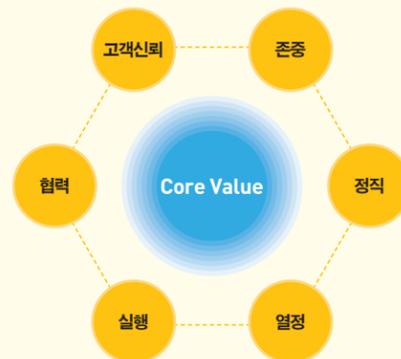
웅진코웨이의 비전은 '건강한 내일을 디자인하는 The 1st Green Global Leader'입니다. 웅진코웨이는 생활환경 가전기업으로서 향후 나아갈 방향을 '서비스 전문기업'으로 정하고 그에 따른 핵심가치를 고객 신뢰, 존중, 정직, 열정, 실행, 협력 등 6가지로 정하였습니다. 이러한 비전과 핵심가치는 웅진코웨이의 국내외 모든 사업장에서 공유하고 있으며 적극 실천하고 있습니다.

✦ 비전

환경을 건강하게, 사람을 행복하게
Eco-Way를 열어갑니다.



✦ 핵심가치



◎ 지속가능경영 추진

웅진코웨이는 2005년 이후 각 부문의 고유 영역에서 지속가능성 이슈를 찾아내어 실질적인 지속가능 경영활동이 추진될 수 있도록 전사적인 노력을 기울이고 있습니다. 이미 다섯 번의 지속가능경영보고서를 발간하여 지속가능경영활동 및 성과를 다양한 이해관계자에게 알리는 한편 다양한 의견을 수렴하여 더 나은 지속가능경영활동 기반을 구축하였습니다.

웰빙에 대한 트렌드가 전세계적으로 지속, 확산되는 시장 환경의 요구에 따라 웅진코웨이는 2006년부터 해외시장 개발 및 영업을 활성화하는 데 주력하고 있습니다. 또한 웅진코웨이는 국내시장에서 생활환경가전에 진출하는 기업이 늘어남에 따라 차별화된 기술과 서비스 개발을 위해 노력하고 있으며, 앞으로도 지속 성장을 위해 관련 조직과 시스템을 시장 환경 변화와 고객의 요구에 부응할 수 있도록 구축할 계획입니다.

✦ 또또사랑

고객에 대한 사랑
인간애를 통한 고객중심의 긍정적, 적극적 서비스를 표현

변화에 대한 사랑
새벽의 성장은 변화로부터 비롯된다는 의미로 변화를 통해 성장을 모색하는 경영정신을 표현

사회에 대한 사랑
손을 감싼다, 포용한다는 의미로 사회에 대한 포용력 있는 사랑을 표현

일에 대한 사랑
높은 목표와 의지를 갖고 업무의 핵심을 보며 적극적인 자세로 신바람나게 일하는 사람을 표현

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

조직에 대한 사랑
하나의 단결된 조직으로서 협동과 공정을 중시하는 기업문화를 표현

✦ 일반현황

회사명	웅진코웨이주식회사 Woongjin Coway Co.,Ltd
본사 주소	충청남도 공주시 유구읍 유구리 658
설립일	1989년 5월 2일
대표이사	홍준기
업종	제조 및 판매업
직원 수	4,188명(비정규직 포함) 2010년 12월 31일 기준
해외 현지법인	미국, 일본, 태국, 말레이시아, 중국, 이탈리아

✦ 2010년 재무 현황 (단위: 억 원)

자산총계	14,395
부채총계	6,747
자본총계	7,648
자본금	407
매출액	15,191
영업이익	2,288
당기순이익	1,770

경영현황

◎ 회사 일반현황/재무현황

웅진코웨이는 국내 최고의 생활환경 가전기업입니다. 1998년 혁신적인 마케팅 기법인 렌탈 비즈니스 개념을 업계 최초로 도입하고 서비스 전문가인 '코디'를 통해 사전 서비스라는 차별화된 서비스를 고객에게 제공함으로써 지속적으로 시장점유율, 고객만족도, 브랜드 인지도 등에서 국내 최고의 위치를 점하고 있습니다.

2000년대 중반에 접어들면서 국내 시장에서 입지를 더욱 강화하는 한편, 세계 일류의 웰빙기업으로 도약하고자 해외 진출을 가속화하였습니다. 그 결과 2010년 12월 현재 6개 해외 현지법인과 네덜란드의 물류기지를 통해 수출을 확대하는 등 지속적으로 성장할 수 있는 기반을 구축하고 있습니다. 2009년 창립 20주년을 맞이한 웅진코웨이는 서비스 기업을 선포하고, 서비스 혁신활동에 중점을 둔 경영활동을 전개했고, 2010년에는 더욱 강화된 환경경영을 비롯해 글로벌 시장 확대, 신사업 발굴과 론칭 등의 다각적인 경영활동을 추가함으로써 지속가능 경영기업의 위상을 강화하고 있습니다. 웅진코웨이는 진정한 고객가치경영을 실현하고, 인류의 지속가능한 발전에 기여하는 세계적인 생활환경 가전기업, 서비스 기업으로 성장하기 위해 노력하고 있습니다.

✦ 연혁

1989~2000	웅진코웨이 출범과 도약
1989	회사 설립
1990	정수기 시장 진입
1993	웅진코웨이 환경기술연구소 설립
1998	정수기 렌탈 판매 실시
2000	비데 렌탈 판매 실시
2001~2004	생활환경 가전기업의 리더로 부상
2001	주식 상장 공기청정기 렌탈 판매 실시
2003	ISO 9001, 14001 인증 획득 일본법인 설립
2004	시스템친사업 개시
2005~2008	글로벌 생활환경 가전기업으로 성장
2005	태국법인 설립 렌탈하우스 오픈 음식물처리기 출시
2006	웅진에너지 설립 말레이시아법인 설립 중국법인 설립
2007	유럽 RoHS 공인시험기관 지정 미국법인 설립
2008	디자인 그랜드 슬램 달성 수처리사업 진출

연혁

2008	웅진그룹 새로운 CI 선포 서울대학교 연구공원 내 웅진코웨이 R&D센터 준공 웅진케미칼(주)과 필터 및 수처리사업 양수양도 계약 체결 환경기술연구소 국제수질협회(WQA: Water Quality Association) 공식 시험기관으로 인정 payFree 멤버스 서비스 실시
2009~ 2010	녹색 경영 기업으로의 기반 구축과 신사업 진출
2009	저탄소 녹색경영을 실천하기 위한 '웅진 ECO WAY 한마음 발대식' 개최 웅진코웨이, 웅진쿠첸(주) 비데사업부 합병 창립 20주년 맞아 서비스 혁신 선포식, 하트서비스 선포식 개최
2010	웅진그룹 창립 30주년 수처리 엔지니어링 전문업체 '그린엔텍' 인수 화장품 브랜드 Re:NK(리:엔케이) 런칭 DJSI(다우존스 지속가능경영지수) Asia Pacific 편입

조직 현황

2010년 웅진코웨이는 조직의 역할과 책임을 명확히 하고, 효율성을 높이기 위해 조직을 확대 개편했습니다. 2011년 2월 현재 웅진코웨이의 조직은 11본부, 3연구소, 3공장, 3실, 78팀으로 구성되어 있으며, 해외 비즈니스 강화를 위해 해외에 6개 법인을 두고 있습니다. 일선 영업조직인 총국과 지국 수는 2010년 12월 현재 각각 40개 총국, 514개 지국입니다.



지국 수 추이



글로벌 네트워크

웅진코웨이는 미국법인 등 모두 6개의 해외 현지법인과 1개의 물류기지(네덜란드)를 운영하고 있습니다. 해외법인본부는 2010년 전년대비 23% 성장, 매출 931억 원, 9만 7,000계정(제품 수)을 달성했습니다. 2011년 해외법인은 현지형 제품 개발 가속화 및 가격경쟁력 확보와 브랜드 마케팅을 통해 글로벌 웅진코웨이의 위상을 강화할 계획입니다.



1~2. 한국본사를 방문한 말레이시아 법인 직원들

중국법인 (Woongjin Coway Living Goods Co.,Ltd.)

—
화장품사업부
 Room 1301, HongYuan Building, No 4 Jiuxianqiaolu, Chaoyang District, Beijing P.R.China 100015
 Tel : 86-10-5752-7300 / FAX : 86-10-5752-7377
 Homepage: www.xiongjin.net/

환경가전사업부

GuangHua SOHO, Room 1005, GuangHua Road, Chaoyang District, Beijing, 100020, China
 Tel : 86-10-5900-6760 / FAX : 86-10-5900-6755

일본법인 (Coway Co., Ltd.)

8F, Sibanikeyuraku Bldg 1-10-13, Siba Minato-ku, Tokyo, Japan (105-0014)
 Tel : 81-3-6436-5810 / FAX:81-3-6436-5811
 Homepage: www.coway.co.jp

태국법인 (Woongjin Coway(Thailand) Company Limited)

571 R.S.U. Tower, 4th-5th Floor, Sukhumvit 31, Klongton Nua, Wattana, Bangkok 10110
 Tel : 66-2-261-2610-5 / FAX : 66-2-261-2619
 Homepage: www.coway.co.th

말레이시아 법인 (Woongjin Coway (M) SDN BHD)

Suite 6-1 & 6-2 level 6, Wisma UGA II NO. 21 Jalan Pinang 50450 Kuala Lumpur
 Tel : 60-3-2059-0000 / FAX : 60-3-2166-1677
 Homepage: www.coway.com.my

미국법인 (WOONGJIN COWAY USA,INC)

695 S Vermont Ave. #110, Los Angeles, CA, 90005
 Tel : 1-213-480-1600 / FAX : 1-213-386-3990
 Homepage: www.coway-usa.com

이탈리아 법인 (COWAY Italia S.r.l)

Milano[Mil] Via Battisti Cesare 2 CAP 20122
 Tel : 39-3349-44-2881

물류기지 (네덜란드)

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

◎ 브랜드 소개

웅진코웨이의 생활환경가전 부문에서 코웨이(정수기), 케어스(공기청정기), 룰루(비데/연수기), 클리베(음식물처리기) 4개 브랜드, 5개 주요 제품을 연구개발 및 생산하고 있습니다. 그 외에 기타 제품군으로 커피메이커, 주서기 등의 소형가전제품을 개발·생산하고 있습니다.

생활환경가전 제품들의 경우 리퍼브제품(Refurbished Goods)도 함께 판매하고 있습니다. 기능과 외관은 새제품과 동일하지만 가격은 훨씬 저렴하게 구입할 수 있기 때문에 알뜰소비와 환경보호의 효과가 있습니다. 웅진코웨이는 그 밖에도 화장품 브랜드 Re:NK(리:엔케이)를 2010년 론칭했으며, 수처리 사업 부문에도 진출하였습니다.



수처리사업 - 그린엔텍 인수

◎ 수처리사업 - 그린엔텍 인수

2008년 7월 웅진케미칼의 수처리사업부문을 양수하여 수처리사업본부를 확대개편한 웅진코웨이는 세계 4위 수준의 역삼투 분리막 기술을 보유하고 있는 웅진케미칼과 국내외 플랜트사업 노하우를 갖춘 극동건설 등 계열사간 시너지를 통해 지자체 및 주요기업을 대상으로 수처리 설비관련 사업수주를 활발히 진행 중입니다. 2010년 2월에는 수처리 엔지니어링 전문업체 '그린엔텍'을 인수해 기존의 분리막 관련 엔지니어링 역량에 생물화학적 엔지니어링 역량까지 확보함으로써 종합 수처리 시스템 공급 사로의 도약이 가능하게 되었습니다.

다양한 산업용 시공을 통해 축적된 기술력으로 웅진코웨이는 공공부문에도 진출하여 2009년 2만 톤/일 규모의 용인 하수처리시설 사업 MBR 공사 수주를 비롯하여, 2010년 2월 분리막을 적용한 하수처리 프로젝트로 국내 최대인 10만 톤/일 규모 부산 수영공공하수처리시설 개선사업 MBR 공사 설비를 납품하는 등 활발한 수주 실적을 보이고 있습니다. 현재까지 웅진코웨이 수처리 관련 실적은 정수 분야 약 33만 m³/일, 하/폐수 처리 약 6만 m³/일, 재이용 1만 5,000m³/일에 달하며, 앞으로 더욱 확대될 것으로 예상됩니다.

▶ 2010년 주요 수주내용 (단위: m³/일)

No.	공사명	용량
1	부산수영 공공하수처리시설 개선	100,000
2	탕정 T.C 5-2단계 폐수처리시설공사	13,500
3	웅진에너지 정수처리 시스템	3,400
4	인천대공원 호소수 재이용처리 시설공사	3,000
5	웅진에너지 폐수처리 시스템	1,000

◎ 화장품 브랜드 - Re:NK(리:엔케이) 론칭

웅진코웨이는 5년 이내 국내 3대 화장품 기업으로 성장하기 위해 중국 프리미엄 브랜드 Cellart 출시 성공사례를 바탕으로 판매제품을 고기능성 화장품군으로 정하고, 판매방식은 방문판매 유통채널과 렌탈사업으로 축적된 방문판매 역량을 활용하기로 했습니다.

화장품 디자인 경쟁력 강화를 위해 2010년 5월 17일 국내 최초 화장품디자인 공모전을 실시했습니다. 2010년 9월 새롭게 론칭한 화장품 브랜드 Re:NK(리:엔케이)는 웅진코웨이가 화장품 시장에서 새로운 신화를 창조하고자 탄생한 세포 재생 에너지 화장품입니다. 웅진코웨이는 2004년 설립한 화장품 연구소를 기반으로 수년간의 연구, 개발 끝에 세포 재생 에너지 화장품 Re:NK(리:엔케이)를 출시하게 된 것이며, 향후 웅진코웨이의 기술력, 방문판매 노하우를 더해 국내 1등 화장품으로 성장시킬 계획입니다.

◎ 리스크 매니지먼트

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

윤리경영

☉ 윤리경영 실천 조직

웅진그룹은 윤리경영을 체계적으로 추진하기 위해 그룹 윤리사무국과 계열사별 윤리사무국을 두어 회계, 인사, 구매 등 경영 전반에 걸친 투명성을 확보하고 있습니다. 심의 및 의결기구로 그룹 윤리위원회, 관리 및 의결기구로 그룹 윤리사무국을 두고 있으며, 각 계열사별로 윤리사무국을 운영하고 있습니다.

☉ 윤리규범

웅진코웨이는 2001년 1월 31일 윤리규범 및 윤리 실천 지침을 마련하고 2003년 9월 1일 제보자 보호 및 포상지침을 마련함으로써 보다 적극적인 윤리경영을 실천할 수 있는 윤리경영 시스템을 구축하였습니다.

웅진 윤리규범: 웅진 윤리규범은 경영정신인 ‘또또사랑’을 공유하고, 이해관계자와 공동의 이익을 추구하기 위하여 제정되었습니다. 윤리규범 내용에는 고객에 대한 책임과 의무, 공정한 경쟁, 공정한 거래, 임직원의 기본윤리, 웅진식구에 대한 책임, 국가와 사회에 대한 책임 등이 담겨 있습니다.

웅진 윤리실천지침: 웅진 윤리실천지침은 웅진 윤리규범의 시행과 관련하여 금품(금전 및 선물), 향응, 접대, 편의 제공 및 직무/직위를 통한 부당 행위, 직장내 성희롱 방지 등에 대해 엄격하게 하기 위해서 규정하였습니다. 위 규정은 임직원의 지위 고하를 막론하고 모두 성실히 준수해야 하며 이를 위반한 임직원은 그에 상응하는 징계를 받게 됩니다.

제보자보호, 포상지침: 제보자보호, 포상지침은 그룹 내부에서 이루어지는 비윤리행위, 부조리, 비리사실 및 부당행위를 조직 내부자가 제보할 경우 생길 수 있는 피해를, 사전/사후에 방지하는 것을 목적으로 하고 있으며 건전한 윤리문화에 기여하는 경우 그룹 윤리위원회의 승인을 거쳐 포상받을 수 있도록 포상지침을 마련하였습니다.

☉ 2010년 윤리경영 일반현황 및 활동

윤리경영은 웅진그룹의 제반 활동에서 가장 중시되는 경영 요소입니다. 웅진그룹은 윤리경영의 중요성을 일찍이 인식하고, 2003년 10월 윤리경영을 선포하였습니다. 웅진윤리규정 등 관련 제도를 마련하고 지속적으로 개정하여 적극적인 윤리경영을 실천할 수 있는 시스템을 확보하였습니다. 특히 그룹 홈페이지(www.woongjin.com) 내에 쉽게 접근 가능한 윤리경영 사이트를 구축했습니다. 그룹 계열사의 윤리경영 연혁 및 활동, 이해관계자와의 커뮤니케이션을 위한 윤리제보 사이트 연결, 협력회사 SCM 사이트에서 윤리경영 사이트 연결 등이 가능해졌습니다. 웅진코웨이는 공정하고 투명한 경영을 기업의 제1원칙으로 삼아 윤리 규정을 준수하고, 모범적으로 실천함으로써 더욱 투명하고 깨끗한 기업을 만들어 나갈 것입니다. 한편, 웅진코웨이 흥준기 사장은 2010년 3월 29일 ‘Clean Coway, 미래를 위한 우리의 약속입니다’라는 제목의 이메일을 전직원들에게 발송하여 윤리성과 투명성을 기반으로 지속 발전할 수 있는 웅진코웨이 만들기에 직원 모두가 동참해 줄 것을 요청하였습니다.

윤리경영 실천 수준 조사: 2010년 9월 27일부터 10월 6일까지 전직원 윤리경영 실천 수준조사를 실시하여 웅진코웨이 임직원의 윤리경영 실천 수준을 점검하였습니다. 윤리수준 종합질문(5항목), 윤리경영

✦ 윤리경영 연혁

2003	웅진윤리규정 제정 윤리경영실천조직 신설
2003	윤리제보센터 운영 온라인 교육 시스템 구축
2005	윤리경영 자기점검 제도 실시
2006	윤리실천지침 제정 및 개정 협력사 윤리경영 전파
2006	윤리경영 가이드 발송
2007	문책양정기준 수립
2008	윤리경영의 실천 강화를 위해 그룹에 윤리경영실을 신설
2009	윤리의식 고취 및 윤리경영 문화 확산을 위한 포스터 제작 전사 배포 직무청렴준수 서약제도 전개 윤리규범 개정 신임 내근스텝 윤리경영 교육 진행 (매월 실시)
2010	윤리실천 준수 서약 실시 윤리경영 사이트 구축 윤리경영 소식지 Easy Go! 배포 윤리경영 실천을 위한 제언제도 실시 임직원 대상 윤리경영 이라님 교육 실시 (그린비즈니스 투명한 기업 만들기)



Prologue. 윤리와의 만남 / 첫 번째 러브레터. 반갑다. 윤리아 / 두 번째 러브레터. 고객을 사랑합니다. / 세 번째 러브레터. 지킬 것은 지킨다. 공정거래! / 네 번째 러브레터. 기본을 지키는 우리들! / 다섯 번째 러브레터. 당신이 행복할 때까지 / 여섯 번째 러브레터. 국가와 사회에 대한 책임 / 일곱 번째 러브레터. 호투라기 부는 사람 / Epilogue. 나웅진의 귀환

제보 및 시스템(7항목), 윤리규범 실천(18항목), 자기점검(2항목), 회사 내 부정행위 발생항목 및 윤리경영 활성화를 위한 실천과제(2항목) 등 총 34항목에 대한 조사가 이루어졌습니다.

윤리경영 가이드북 배포: 웅진코웨이는 윤리경영 정착을 위해 2010년 9월 20일부터 10월 5일까지 직원 제안제도를 진행하였습니다. 윤리경영 가이드북 <웅진의 윤리경영 러브레터> 책자를 임직원에게 배포하여 윤리성과 투명성을 기반으로 지속발전할 수 있는 웅진코웨이 만들기를 위해 노력을 기울였습니다.

윤리경영 소식지 EASY GO: 웅진코웨이는 윤리경영 소식지 EASY(Ethical Acts Safe You) GO!를 제작하여 사내 메일로 공유했습니다. EASY GO!는 임직원과의 양방향 커뮤니케이션 및 지속성을 가지고 윤리경영 정보를 공유하기 위한 목적으로 만들어졌습니다. 내용은 윤리경영 이슈, 윤리경영 100문 100답, 윤리경영 실천테마, 윤리경영 퀴즈 등으로 구성되었습니다. 또한 공정거래, 부정행위 근절, 클린 영업을 통한 윤리경영 문화 정착을 위해 외부와의 접견 장소에 스티커를 부착하여 수시로 각인할 수 있게 했습니다.

성희롱 예방: 웅진그룹은 2007년 5월 성희롱 예방 관련 법규 및 판단기준 등을 정하여 성희롱 예방에 대한 인식을 정립하는 계기를 마련하였습니다. 또한 직장 내 성희롱 예방과 근절 문화 조성을 위해 정직원을 대상으로 한 e-Learning(카페테리아식 온라인 교육프로그램) 성희롱 예방 강좌를 필수 과정으로 채택하고 이수하도록 하고 있습니다. 2010년에는 모두 866명의 직원이 교육을 이수하였습니다.

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. 2010년부터는 전체 서비스다터를 교육 대상에 포함해 오프라인 교육을 3월에서 6월까지 진행하였으며, 교육 내용은 준법 감시자로서의 서비스다터 역할의 중요성 등이었습니다.

협력사 윤리경영 전파: 매년 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.

사원증에 윤리경영 문구 삽입: 2007년 5월부터 사원증에 “웅진코웨이(주) 임직원 일동은 부정 및 부패 행위를 근절하여 투명 경영에 동참합니다”라는 문구를 삽입하여 지속적으로 윤리경영 정신을 고취하였습니다.

판매인 전자서명제 도입: 웅진코웨이는 전자서명제를 도입, 운용하고 있으며 업무 등록 판매인 서명률 100%를 달성하였습니다. 고객정보 정확성 제고와 관리를 강화하기 위하여 휴대폰 본인인증 시스템을 도입하였으며, 고객정보 취급 관리를 강화하고 있습니다.

○ 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 공정 거래와 협력업체와의 상생을 밝히고 있습니다. 이와 같은 원칙을 구체적으로 실천하기 위해 웅진코웨이는 2007년 8월 공정거래 자율준수 선포식을 갖고 공정거래 법규 자율준수를 통해 조직 내 모든 의사 결정의 투명성 확보, 공정성 강화를 통한 윤리 경영과 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.

핵심 7대 요소 이행: 웅진코웨이는 ① 최고경영자의 자율준수 의지 표명, ② 자율준수 관리자의 임명, ③ 자율준수편람의 제정 및 개정, ④ 교육 시스템 구축 및 운영, ⑤ 자율준수에 대한 감사 및 보고시스템 구축, ⑥ 위법책임자 인사 제재, ⑦ 관련 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 소비자 만족 자율관리 프로그램(CCMS: Consumer Complaints Management System)을 운영하고 있습니다.

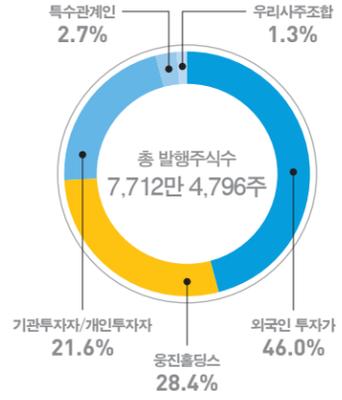
공정거래 자율준수 조직: 웅진코웨이는 공정거래 자율준수 프로그램의 효과적 추진을 위해 CS본부장을 자율준수 관리자로 선임하고 그 아래 자율준수 사무국을 둔 공정거래 자율준수 조직을 운영하고 있습니다.

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.

✦ 공정거래 자율준수 프로그램 7대 요소

- 1 → 최고경영자의 자율준수 의지 표명
- 2 → 자율준수 관리자의 임명
- 3 → 자율준수 편람의 제정 및 개정
- 4 → 교육 시스템 구축 및 운영
- 5 → 자율준수에 대한 감사 및 보고시스템 구축
- 6 → 위법책임자 인사 제재
- 7 → 관련 문서 관리시스템 구축

✦ 주식 소유구조 2010년 12월 31일 현재



✦ 2010년 이사회 및 감사 현황

상임	이주석, 의장 웅진그룹 부회장 윤석규, 이사 웅진그룹 회장 홍준기, 대표이사 웅진코웨이 대표이사 신광수, 이사 웅진홀딩스 지주부문 대표이사 김종배, 이사 웅진코웨이 W영업본부 본부장 이진, 감사 웅진그룹 부회장
비상임	김이환, 사외이사 중앙대학교 광고홍보학과 겸임교수 주선희, 사외이사 주선희 법률사무소 대표변호사 탁태문, 사외이사 서울대학교 바이오소재공학 교수

04.

기업 지배구조

○ 주주 구성

웅진코웨이의 총 발행 주식수는 7,712만 4,796주입니다. 2010년 말 현재 주요 주주의 보유 지분은 웅진홀딩스 28.4%, 외국인 46.0%, 국내 기관투자자 및 기타 주주(개인투자자, 자사주 등) 25.6%입니다. 향후 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 기본방침 및 업무집행에 관한 중요사항을 의결하며, 감사업무를 수행하고 있습니다. 웅진그룹 부회장이 의장을 맡고 있으며 과반수의 출석과 출석 이사 과반수의 찬성으로 안건을 의결하고 있습니다. 2010년에는 총 14회의 정기 및 임시 이사회를 개최하였으며, 사외이사의 평균 참석률은 93%였습니다. 한편, 웅진코웨이는 이사회 내에 경영위원회를 구성하여 이사회의 자율성과 전문성을 강화하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

○ 이사회 구성 및 보수

웅진코웨이 이사회는 총 8명의 이사와 감사 1명으로 구성되어 있으며, 웅진그룹 부회장이 의장을 맡고 있습니다. 이 중 사외이사는 3명으로 사외이사 비율은 37.5%(상법상 25% 이상 규정 준수)입니다. 사외이사는 전문지식과 경험을 갖춘 각 분야의 전문가로서 주주총회를 통해 선임되고 있습니다. 이사회 구성원은 성별, 연령 등에 제한을 두지 않고 있습니다. 이사에 대한 보수는 매년 정기 주주총회에서 승인한 이사보수한도 내에서 지급되며, 최종 보수한도 금액의 책정은 성과 위주의 평가 항목을 종합화하여 이루어지고 있습니다.

○ 이사회 산하 위원회

웅진코웨이는 이사회규정 11조에 의거하여 이사회 산하에 경영위원회를 두어 운영하고 있습니다. 정기위원회는 매월 첫째 주 월요일에 개최되고 있으며, 중요한 안건이 있을 경우 임시위원회를 소집하여 현업부서에서 신속하게 처리하여야 할 사항을 적시에 처리함으로써 업무의 효율화 및 신속화를 도모하고 있습니다. 또한 웅진코웨이는 회사에서 근무하고 있는 상임위원을 주축으로 윤리경영, 환경경영, 사회공헌활동 등의 지속가능경영 활동을 보다 구체적으로 실천하기 위해 노력하고 정기적으로 모니터링하고 있습니다.

○ 이해상충을 피하기 위한 이사회 운영 노력

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

○ 감사

웅진코웨이는 상근감사 1인을 두고 회사의 업무 및 회계를 감사하고 있으며, 감사는 이사회에 출석하여 주요 경영 사항에 대한 협의 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 영업 보고를 청구하고 있습니다.

주주가치 제고 및 활동

◎ 주주가치 제고

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

◎ 배당 및 자사주 매입

웅진코웨이는 최근 3년간 45% 이상의 배당 성향을 유지하고 있으며, 순이익 증가에 따라 주당 배당금도 지속적으로 증가하고 있습니다. 주주친화적 배당정책, 자사주 매입 및 소각, 적극적 IR 활동, 수익성 위주 경영, 경영 투명성 제고 등 주주 중심의 경영원칙을 지켜나갈 것입니다.

◎ 주주/투자자

회계연도 종료 후 주주총회를 통해 주주에게 회사의 경영현황을 보고하는 한편, 의사결정을 요하는 사항에 대해서는 정보를 제공하고 주주로부터 의견을 수렴하고 있습니다. 주주와 투자자를 위해 전담조직인 IR/자금팀을 두고 수시로 투자자를 대상으로 한 활동을 수행하고 있으며, 주주와 투자자의 이익과 관련된 주요 경영사항을 관련법규에 의거하여 금융위원회 및 한국거래소의 전자공시시스템과 회사의 IR 홈페이지(www.cowayir.co.kr)를 통해 적시에 공시하고 있습니다. 나아가 투자자의 이익 극대화를 위해 항상 노력하고 있으며, 적극적인 국내외 IR 활동과 공시 규정 준수를 통해 경영 정보를 투명하게 공개합니다.

◎ 배당, 이자비용

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

배당: 2010년 현금배당금은 당기순이익의 45%인 799억 원입니다. 웅진코웨이는 주주가치 제고를 위하여 주당 배당금 확대를 통한 일관된 배당정책 제시로 시장 신뢰를 도모해 나갈 계획입니다.

이자비용: 2010년 부채에 대한 이자비용은 176억 원으로 2009년의 125억 원에 비해 51억 원 증가하였습니다. 이는 2010년 수처리회사 그린엔텍 M&A, 웅진케미칼 지분매입 등으로 인해 차입금이 일시적으로 증가했기 때문입니다. 이자수익을 고려한 순이자비용도 140억 9,000만 원으로 전년의 94억 1,000만 원에 비해 46억 8,000만 원 증가하였습니다.

+ 배당				
구분	2008	2009	2010	
배당성향(%)	50	50	45	
주당배당금(원)	870	1,010	1,050	
배당금총액(억 원)	648	768	799	
시가배당률(%)	3.4	2.7	2.5	

+ 이자비용				
구분	2008	2009	2010	
이자비용(억 원)	113.5	125.3	176.3	
이자수익(억 원)	33.0	31.2	35.4	
순이자비용(억 원)	80.5	94.1	140.9	

경제적 가치창출과 성과의 배분

◎ 성과의 배분

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

◎ 기부금

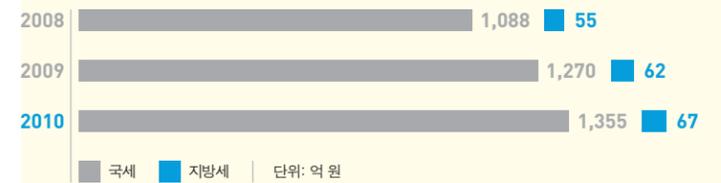
2010년 기부금은 11억 3,236만 원으로 2009년 5억 6,000만 원에 비해 5억 7,236만 원 증가하였습니다.



※ 2008년에는 웅진재단에 25억 원을 투자하여 예년에 비하여 기부금이 많았습니다.

◎ 세금

웅진코웨이는 세금 납부를 통해 국가와 지역사회에 기여하고 있습니다. 2010년 웅진코웨이의 납부세액은 국세 1,355억 원으로 법인세 402억 원, 부가세 770억 원, 원천세 183억 원 등이 포함되어 있습니다. 지방세는 67억 원으로 모두 1,422억 원을 국가 및 지방자치정부에 납부하였습니다.



◎ 정부보조금

웅진코웨이는 2010년 정부 보조금으로 4억 7,280만 원을 수혜 받았습니다.

◎ 간접적 경제가치 창출

웅진코웨이는 렌탈서비스의 도입과 함께 '코디'라는 새로운 직업군을 탄생시켰습니다. 여성인력이 경제활동을 하기 어려웠던 시기에 탄생한 코디는 구성원의 90% 이상을 여성인력으로 조직하여 여성인력의 고용기회 확대와 여성인재 개발의 기회를 창출하는 데 기여하였습니다. 코디 조직은 지속적인 지원과 교육을 통해 성장하였으며, 2010년 12월 말 현재 약 1만 3,000여 명의 여성인력이 코디로 활동하고 있습니다.

한편, 웅진코웨이는 지역사회 고용창출을 위하여 지역사회에서 인력을 선발하기 위해 노력하고 있습니다. 지역사회의 인력 채용을 비롯해 웅진코웨이 생산본부 유구공장 인근에 위치한 유구천 정화활동, 자정식물 식재, 지역에서 생산된 쌀 구매 등 다양한 활동을 통해 지역사회의 간접적 경제가치 창출에 기여하고 있습니다. 또한 웅진코웨이는 저소득층을 위하여 제품 기증, 기부활동도 지속적으로 운영하고 있습니다.

혁신 프로그램

◎ 행가래

2009년 8월 웅진코웨이는 포스코의 VP(Visual Planning)를 벤치마킹하여 '일하는 방식의 혁신'인 행가래(幸家來, 업무가시화로 가치 있는 업무를 찾고 칭찬과 격려를 통해 신나고 즐겁게 일하면 행복이 웅진식구 모두에게 찾아오게 된다는 뜻)를 도입하였습니다. 또한 2010년 한해 조직단위의 사업계획과 연계하여 개인별 업무 목표 전개와 지표 및 과정관리를 통한 계획업무의 실천과 성과창출의 업무 방식을 정착시켰습니다.

행가래는 매일 아침 즐거운 '행가래송'과 함께 팀원들이 모여 스탠딩 미팅으로 서로에 대한 안부와 함께 그날의 이슈사항을 공유하는 커뮤니케이션 창구로써도 확실한 자리매김을 하였습니다. 2011년 행가래 운영은 보다 높은 성과 창출을 위해 세계일등과제를 도출하였고, 행가래 목표를 세계일등 기업이 되기 위한 '세계일등 프로젝트 과정관리'로 정하였습니다. 행가래를 통해 과제 목표의 구체화와 실적 진척관리를 이루어 낼 것입니다.

◎ 혁신과제 수행(6시그마, W-TPS)

2007년부터 도입된 6시그마와 2008년 웅진그룹 윤석금 회장의 '나고야 선언'으로 시작된 W-TPS(Woongjin-Total Profit System)를 통해 웅진코웨이는 매년 혁신과제를 수행하고 있습니다. 2010년에는 6시그마를 통해 GB 104건, BB 12건의 과제를 수행하고 GB 107명, BB 5명의 혁신인력을 양성하였으며, W-TPS 435건의 과제를 수행하였습니다. 이를 통해 혁신과제 총 551건이 수행되었으며, 약 420억 원이라는 혁신성과금액을 달성할 수 있었습니다. 이러한 성과는 상하반기 '혁신성과 전시회'를 통해 우수과제를 선정하고 그룹 식구들과 공유회를 통해 혁신성과를 자랑하고 칭찬하는 자리를 마련하기도 하였습니다. 상반기 혁신 우수과제는 스마트 주문시스템 개발, 멤버십 프레임 변경을 통한 제도 혁신, 일시불/멤버십 활성화, 365서비스 시행, 카본블록 생산기술 혁신 등이 있으며, 하반기 혁신 우수과제는 콜센터 혁신, W콘서트, 반환방지 프로세스 혁신, GHG 인벤토리 구축 등이었습니다. 웅진코웨이는 세계일등을 목표로 지속적인 혁신활동을 실시할 것입니다.

◎ 지우잡

2010년 지우잡은 직원들의 업무 중 불필요한 낭비요소를 찾아 효율적으로 개선하고, 불필요한 업무시간을 절감하는 활동을 중심으로 전개되었습니다. 1월 WE-CAN 프로젝트의 주제로 실행되었는데, 예전에는 불가능해서 개선하지 못했던 일들을 2010년에 다시 한 번 개선해 보자는 주제로 직원들의 의견을 제안제도를 통해 1,009건을 수집하여 이중 180건의 개선과제를 선정하여 업무를 효율적으로 개선하는 활동을 실행하였습니다.

그리고 전체 의견 중에서 개선 요청이 가장 많은 의견을 핵심과제로 선정하여 경영혁신팀에서 주관하여 개선활동을 하였습니다. 상반기 SMART 주문화면 개발프로젝트를 수행하였습니다. 영업현장에서 가장 많은 비중을 차지하는 주문업무를 수행하는데 소요되는 시간을 절감하기 위해 기존의 불필요한 주문화면을 새롭게 개발하여 기존업무 시간 대비 업무시간을 57% 절감하여 월 2,444시간 업무절감 효과를 창출하였습니다. 하반기 직원들의 커뮤니케이션을 활성화하여 업무속도를 스피드하게 개선하기 위한 UC(Unified Communication)를 도입하여 화상회의, 멀티미디어 문서제작 시스템 등을 구축하고, PC와 IP전화 연동을 통해 업무를 효율적으로 개선하였습니다. 지우잡 활동은 경영혁신팀 주도의 프로젝트로 현재 업무를 분석하여 불필요한 요소를 제거하고 회사의 체질을 바꿔나가는 일, 업무의 새로운 패러다임을 제시하는 형태로 진행되고 있습니다.



1. 각 팀별 아침 행가래 모습
2. 혁신성과 전시회



1. 상상오션 메인화면
2. 상상오션 분양대금은 사회공헌활동에 기증, 기부
3. 일일즉실천 아카데미 현장개선 활동

◎ 상상오션

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

돌고래로 전환한 임직원에게는 현금 100만 원 외에 여행상품권 50만 원권이 지급되고, 새우 수에 따라 선원-갑판장-선장 등의 차별화된 등급이 매겨지는 등 재미 요소도 가미하고 있습니다. 2010년 임직원의 혁신활동 참여율은 85%였으며, 인당 제안 건수는 11건으로, 2009년 9.6건보다 증가하였습니다. 웅진코웨이는 2010년 6월 상상오션 시즌2를 오픈하였습니다. 상상오션 시즌2는 모바일 상상오션(스마트폰으로 접속하여 제안제도 참여가능)을 통해 보다 쉽고 편리한 상상오션 활동을 가능하게 했으며, 상상기부 활성화를 위해 상상게임을 시행하여 '상상하고, 게임하고, 기부하는' 문화를 활성화했습니다. 개인기부의 경우 기부시 30%를페이백하며, 2010년 개인기부금액 750만 원은 사내 기부해 사회공헌에 사용하도록 했습니다.

웅진코웨이는 좋은 제안제도로 평가받고 있는 상상오션의 공유를 통한 제안문화 확산 및 이를 통한 사회공헌의 일환으로 2009년부터 대외분양을 실시했으며, 그 결과 2009년 11개 사, 2010년 13개 사가 상상오션을 분양받았습니다. 2010년 모아진 분양대금 1,300만 원은 미혼모자 돕기(배냇저고리를 만들어 기증하고 와 현물·현금 기부)에 사용했으며, 2011년에도 지속적으로 분양을 진행하고 이를 통해 조성된 금액의 사회환원을 지속적으로 실시할 계획입니다. 2010년 상상오션을 벤치마킹한 기업은 70개 사였습니다. 상상오션은 2010년 제 10회 대한민국 디지털경영혁신 대상 디지털 경영대상(지식경제부 장관상)을 수상했습니다.

◎ 지식오션, 통합검색시스템 오픈

웅진코웨이는 2010년 지식오션, 통합검색시스템을 오픈했습니다. 이 시스템은 사내정보와 지식 검색을 효과적으로 활용하기 위해 개발되었습니다. 지식오션은 정보획득을 통한 신속한 현장 업무처리, 정확한 정보제공을 통한 고객만족 향상에 기여하고 있습니다. 사용대상은 콜센터, 지점, 지국 등의 고객 접점부서이며, 검색가능 정보는 제도/규정 및 제품 상세 정보 관련 지식입니다. 통합검색시스템은 통합적 정보획득을 통해 임직원의 효율적 업무처리를 도모하기 위한 것으로, 사용대상은 웅진넷을 사용하는 전직원이며 검색가능 정보는 전자 정보, 웅진넷, 상상오션, 헬프시스템, 지식오션 등에 올라온 모든 정보입니다.

◎ 일일즉실천 아카데미

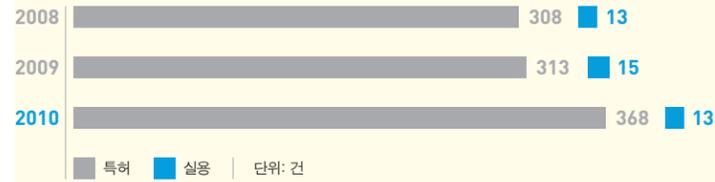
2010년 웅진코웨이는 전직원의 참여형 혁신문화를 조성하기 위하여 생산본부에서 일일즉실천 아카데미를 진행하였습니다. 일일즉실천 아카데미는 전직원이 조를 구성해 생산본부(유구공장, 인천공장, 포천공장) 중 한곳에서 하룻 동안 직접 낭비요소를 찾고, 개선 아이디어를 도출한 후 직접 개선활동을 진행하는 연간 프로그램입니다. 총 178차수, 702명의 직원이 참여하여, 1,149건의 낭비가 도출 및 개선되었습니다. 이를 통하여 전직원에게 낭비제거 활동의 생활화 및 초관리경영 현장의 체험을 통한 혁신마인드가 고취되는 효과가 있었습니다.

연구개발

◎ R&D 개요

웅진코웨이의 R&D 부문은 회사 이익보다는 고객 중심의 편리성을 제고하는 데 초점을 맞추고 있습니다. 고객의 요구를 철저히 파악하고 그에 따라 제품을 개발하는 고객 중심 시스템에 기반하고 있습니다. 2010년 말 현재 웅진코웨이의 연구인력은 모두 312명이며, 이 가운데 박사과 석사는 각각 17명, 115명입니다. 2010년 웅진코웨이는 모두 368건의 특허를 출원하였습니다.

R&D 특허출원현황



◎ O.T.I.(Open Technology Initiative) 진행

O.T.I.는 선행기술개발 선정 프로세스입니다. 웅진코웨이 R&D 부문은 2010년 이 프로세스를 기반으로 '고객 니즈를 반영한 기술개발을 통한 제품 적용성 확대' 및 '끊임없는 양적·질적 기술발굴을 통한 미래비전 제시'를 실현하고자 노력하였습니다. 발굴·개발된 선행기술에 대한 유관부서 기술소개 및 제품 적용성 검토 프로세스를 구축하는 것이 O.T.I.의 목적이며, 이는 기술검토(선행기술), 기술최적화(제품적용)를 분리·운영하여 양적 기술검토 확대 및 그에 따른 제품적용의 선순환을 통한 시너지를 창출합니다. R&D 부문은 2010년 O.T.I.를 통해 기술 검토 과정을 거친 살균 정수기의 제품화가 확정되었으며, 2011년 라인업이 될 계획입니다.

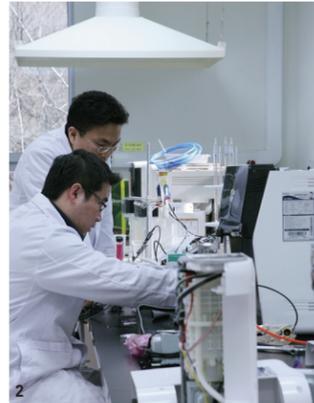
◎ 제품 인증

웅진코웨이는 PL(Product Liability) 실시간 시스템을 구축하고 있으며, 각 제품마다 공인된 기관으로부터 인증마크를 받고 신뢰성 제고를 위해 그 내용을 각 제품의 팜플렛에 자세히 소개하고 있습니다.

정수기: 웅진코웨이의 모든 정수기 제품에는 물마크가 부착되어 있습니다. 물마크란 정수기공업협동조합에서 발급하는 인증서로 정수기의 기준 및 규격에 합격한 정수기에만 부여하는 인증마크입니다.

공기청정기: 웅진코웨이의 모든 공기청정기 제품에는 한국공기청정협회에서 발급하는 CA마크가 부착되어 있습니다. 한국공기청정협회는 실내공기청정기 단체표준규격을 제정하여, 단체표준규격에 따라 제품에게 단체품질인증(CA)을 하고 있습니다.

비데: 웅진코웨이는 비데 일부 제품(모델명: BA14)에 대해서 한국화학시험연구원에서 발급하는 도기 살균 기술관련 TR마크와 노즐 살균 기술관련 S마크 인증을 획득하여 부착하고 있습니다. TR마크는 제품의 다양화에 따른 제품의 품질 향상과 소비생활의 위해로부터 소비자를 보호하기 위하여 시행하는 인증제도로써 KAS(한국제품인정기구)로부터 인정받은 인증마크입니다. 연구원, 학계, 유관기관 등 전문가로 구성된 심의회를 통하여 TR인증검사기준 및 평가기준에 적합한 제품에만 부착할 수 있습니다.



1. R&D센터 전경
2~3. 제품개발하는 연구원

연수기: 웅진코웨이의 연수기 일부 제품(모델명: BB10)은 영국 알레르기 인증기관인 BAF로부터 항바이러스 성능에 대한 소비자 만족상을 수상하였습니다.

음식물처리기: 웅진코웨이 음식물처리기 제품 가운데 WM05-A(2009년)와 WMS-01(2010년) 제품이 절전, 저소음, 폐기물 저감 등의 환경성적을 인정받아 환경성적표지 인증을 받았습니다. 이외에도 웅진코웨이의 음식물처리기 제품 WM05는 지식경제부 주관으로 국내 기업 및 연구기관, 대학 등에서 개발한 신기술을 조기발굴하여 그 우수성을 인증하는 제도인 NET 신기술인증을 받았습니다. 또한 음식물처리기 제품 WM06은 한국표준협회에서 기업의 경쟁력 강화와 제품의 글로벌화를 촉진시키고, 독창적인 아이디어로 개발된 신기술제품(기존제품 및 신제품)을 발굴·포상하여 소비자에게 널리 알리기 위한 목적으로 주관하고 있는 신기술 으뜸상을 수상하였습니다.

+ 2010년 출시제품

2010년 웅진코웨이의 연구, 개발을 통해 출시된 제품은 아래와 같습니다.

정수기

번호	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
① 대용량 냉온정수기 CHP-700R/L							
② 셀프 냉온정수기 CHPS-510							
③ 가정용 얼음 정수기 CPI-520							
④ 얼음 정수기 CHPI-610R/L							
⑤ 스마트 냉정수기 CP-210L (RED)							
⑥ 언더싱크형 정수기 P-150R/L, C-100							
⑦ 업소전용 냉온정수기 CHP-06ER/L-M							

비데

번호	1.	2.	3.
① 신개념 위생강화 비데 BA14-B			
② 일시불전용 고급형 비데 BA13-A/B			
③ 일시불전용 보급형 비데 BA15-A			

공기청정기

번호	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
① 작은평수 전용 공기청정기 AP-0509DH							
② 이중탈취 공기청정기 AP-1009JH							
③ 스마트 공기청정기 AP-1510BH							
④ 인테리어 공기청정기 AP-0510CH							
⑤ 명품 공기청정기 AP-1008CH-R							
⑥ 스탠다드 가습청정기 APM-1510FH							
⑦ 초미세 항균 가습기 APM-1010DH							

연수기

번호	1.	2.
① 컴팩트 연수기 BB09-A		
② 한방 PLUS필터 연수기 BB10		

음식물처리기

번호	1.	2.
① 대용량 음식물처리기 WM05-B		
② 싱크대 부착형 음식물처리기 WMS-01		

2010년 기술 및 제품개발 대표 성과



APM-1510FH

웅진코웨이는 2010년 10월 6일 공기청정
과 가습, 항균기능을 하나로 결합한 가습 디
스크식의 항균가습청정기(APM-1510FH)
와 가습 필터식의 항균가습청정기(APM-
1010DH) 2종을 출시했습니다. 이 제품들
은 1차로 케어스만의 강력한 필터 시스템으
로 공기를 정확하고, 2차로 초미세 물 입자
로 세균 확산을 방지하는 항균 가습기능을
통합한 것이 특징입니다. 기존에 물로 실내
공기를 세척하는 에어 워셔(air washer) 방
식에 비해 공기청정기 필터를 통해 공기 중
세균과 바이러스, 악취 등 오염물질을 완벽
히 걸러준 다음 항균가습이 이루어진다는
점이 특징입니다.

두 제품은 은행잎, 뽕나무 추출물 등 식물
성 천연살균물질로 이루어진 항바이러스 헤
파필터가 장착되어 있어 공기 중 유해 바이
러스를 99.9% 제거합니다. 여기에 맞춤형
필터 3종을 적용해 계절과 주거 특성에 따
라 최적의 청정기능을 구현할 수 있습니다.
서비스 가입 고객은 황사 전용(2~5월), 현
집 전용(6~9월, 곰팡이, 레지오넬라균 제
거), 새집 전용(10~1월, 포름알데히드 등
실내유해가스 제거) 필터를 시기별로 추가
비용 없이 교체받을 수 있습니다.

가습 디스크식의 항균가습청정기

가습디스크식 항균가습청정기(APM-
1510FH)는 세균 번식이 쉬운 초음파 가
습식 대신 항균 코팅된 디스크를 통해 세균
보다 작은 크기의 물 입자를 분사해 실내
공기에 습기를 더하는 방식을 채용했습니
다. 5단계의 필터를 거쳐 오염물질이 걸러
진 청정한 공기는 물에 젖은 116장의 항균
디스크를 통과하면서 미세한 물 입자와 결
합해 다시 외부로 분사됩니다. 이때 물 입
자는 일반 초음파 가습기의 최대 5만분의
1에 해당하는 0.1 나노미터(㎍) 크기로 매
우 작고 가벼워 먼 거리까지 균일하게 퍼

지므로 건조한 환절기와 겨울철 실내공기
질 관리에 유용합니다. 디자인은 깊은 바다
의 청정함을 구현한 고급스러운 아쿠아블
루 색상과 공기청정상태를 알려주는 무드
램프를 적용한 감성공학적 디자인으로 세
계 최고 권위의 디자인 인증인 '독일 레드
닷(Red-dot)'을 수상했습니다.

가습 필터식의 항균가습청정기

가습 필터식의 항균가습청정기(APM-
1010DH)는 필터(5단계)를 통과한 공기가
가습필터를 통과하면서 습기를 머금고, 이
공기가 다시 자연기화식으로 외부에 분사
됩니다. 자연기화식 가습은 물에 젖은 가습
필터에 바람을 일으켜 물기를 증발시키는
방식으로, 입자 크기가 작아서 습기가 멀리
퍼지는 장점이 있습니다. 항균가습청정기
(APM-1010DH)는 실용적이고 사용이 간
편합니다.



APM-1010DH

09.

2010년 하이라이트

◎ 2010년 경영성과 및 실적

웅진코웨이의 2010년 매출액과 영업이익은 각각 1조 5,191억 원, 2,288억 원으로 전년 대비 각각 8%, 12%의 증가율을 기록하였습니다. 또한 당기순이익도 전년 대비 16% 증가한 1,770억 원을 기록하였습니다.

◎ 2010년 디자인 그랜드 슬램 달성

웅진코웨이는 2010년 국제 4대 디자인 어워드(독일 iF, Red-dot, 미국 IDEA, 일본 GD 등) 에서 역대 최대 수상 성과를 거두었으며, 2008년에 이어 두번째로 국내 가전 기업 중 유일하게 디자인 그랜드 슬램을 달성하는 위업을 세웠습니다. 이와 동시에 독일 신생 어워드인 'Plus X' 어워드까지 총 33개의 제품 디자인 인증을 수상하며 47%의 인증률을 기록하여 세계 수준의 디자인 경쟁력을 과시 하였습니다. 특히 디자인의 아카데미상이라고 불리는 미국 IDEA 2010(International Design Excellence Awards 2010)에서 국내 생활환경 가전기업 최초로 금상(Winners GOLD)을 수상하였습니다. 수상 제품인 가습 공기청정기 '화로(Hwaro)'는 본연의 기능인 가습 공기청정 기능 뿐만 아니라 화로처럼 주변에 사람들이 모여 커뮤니케이션의 매개체로도 사용된다는 점과 동양 전통을 현대적으로 재해석 하였다는 점 등이 국제 심사위원단으로부터 신선하다는 평가를 받았습니다.

웅진코웨이 2010 글로벌 디자인 어워드 대표 수상작

1. 가습청정기 화로(Hwaro): IDEA Gold
2. 블루 연수기(BBO8): Red-dot, IDEA, Plus-X
3. 리:엔케이(Re:NK): iF
4. 클라베 음식물처리기(WM06): iF, Red-dot, Plus-x
5. 코웨이 정수기 (CHP-210L): Red-dot, IDEA
6. 케어스 공기청정기(AP-1009): iF, Red-dot, JGD, Plus-x

◎ 유구공장 '대한민국 혁신선도 우수사업장 AAA+ 최고등급' 인증

웅진코웨이 유구공장은 2010년 '대한민국 혁신선도 우수사업장 AAA+ 최고등급' 인증을 받았습니다. 혁신선도 우수사업장 인증제도는 한국능률협회컨설팅(KMAC)에서 주관하여 기업의 경쟁력 향상을 지속적으로 실천하고 있는 사업장 및 기관을 대상으로 '혁신성, 선도성, 지속성'에 대해 평가하는 대한민국 최고의 진단형 인증제도입니다. 인증을 받기 위한 심사항목으로는 경영혁신 리더쉽(100점), 혁신전략(150점), 지속적 혁신(300점), 시스템 및 표준화(250점), 혁신성과(200점) 등이 있으며, 심사결과에 따라 해당등급에 대한 인증을 부여합니다. AAA+ 인증 취득은 그 동안 끊임없이 추진해온 유구공장 혁신활동의 결정판이라 할 수 있으며, 세계 최고 수준의 생산기술력 및 혁신역량의 공신력을 확보하는 계기가 되었습니다.

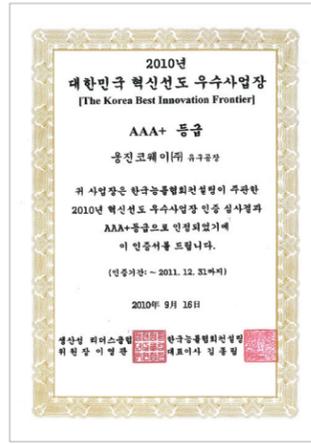
◎ 국제 안전인증시험기관 승인

웅진코웨이는 2009년 4월 국내 최초로 One-stop 글로벌 인증센터를 구축한 데 이어 2010년에는 국제 안전인증시험기관으로 승인받는 성과를 거두었습니다. 국제전기기술위원회(IEC)^①의 심사를 거쳐 안전인증 시험기관으로 공인받게 된 웅진코웨이는 자체 시험결과로 CB^②인증 취득이 가능해 제품에 대한 국제 신뢰도 향상을 기대할 수 있게 되었습니다. 웅진코웨이는 이번 공인시험기관 승인을 통해 2011년 7월부터 본격적으로 시행될 예정인 EU 환경규제에 적극적으로 대응하고, 시험분석 및 인증절차에 소요되는 시간과 비용을 대폭 줄일 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

◎ 해외법인 꾸준한 성장

중국법인 화장품 사업은 지속성장을 유지하여 2009년 대비 매출 25% 성장, 이익률 33%를 달성했으며, 시판채널에 진입하여 매출 209백 만 RMB를 달성했습니다.

말레이시아법인은 방판조직의 성장이라는 성과를 거두었습니다. 판매 3배, 조직 2배의 성장을 거둔 말레이시아 법인은 판매 1.4만 대에서 4만 대로 성장했으며 2010년 12월 월 5,000대를 돌파했습니다. 태국법인과 중국법인은 성장기반을 구축하였는데, 태국은 렌탈 본격화로 월 판매 2,000대를 돌파했고, 중국은 2009년 57개에서 2010년에는 147개로 점포가 2.5배 확대되었습니다.



대한민국 혁신선도 우수사업장 AAA+ 최고등급 인증

① IEC _____ 모든 전기전자제품 또는 기술 관련 국제 표준규격을 발행, 인준하는 기관으로 모든 제품 표준화 문제에 대한 국제적 협력을 증진하기 위해 1906년 설립됐다. ② CB(Certification Body Scheme)인증 _____ 전기전자제품의 안전과 전자파에 대한 국제인증제도. 전세계 43개국 회원국 간 중복시험 없이 인증을 획득할 수 있는 국제상호인증제도로, 각 국가 기관의 데이터를 상호인정하자는 원칙을 근간으로 한다.

10.

2011년 경영슬로건과 사업플랜

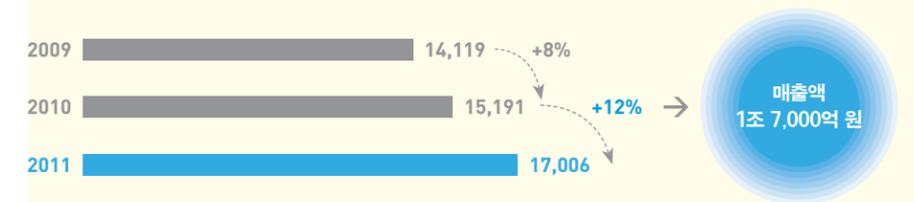
◎ 2011년 경영슬로건

생활환경 가전, 신사업, 해외 전 부문에서 기존 코웨이의 한계를 뛰어넘어 제2의 성장을 이룩하겠습니다.

생활환경 가전사업을 넘어 신사업으로 ——
국내사업을 넘어 해외사업으로 ——
안정적 성장 넘어 도전적 성장으로 ——



◎ 웅진코웨이 2011년 매출목표 (단위 : 억 원)

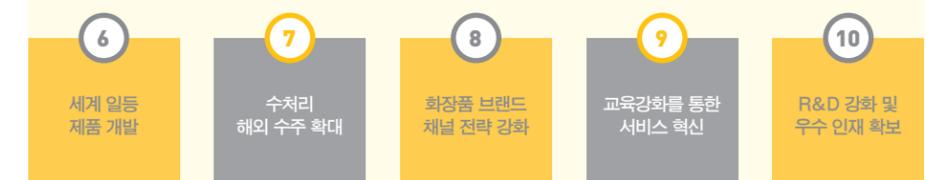


◎ 2011년 중점 전략과제

웅진코웨이는 해외사업의 활성화를 위해 해외 대형 파트너십과 OEM을 맺을 예정이며, 말레이시아법 것처럼 해외법인의 성공모델을 확대할 계획입니다. 웅진코웨이는 글로벌화를 가속화하기 위해 세계 일 등 제품을 지속적으로 연구 개발할 것이며, 이를 위한 R&D 강화 및 R&D 우수 인재를 확보하고자 합니다. 2010년 수처리사업 분야의 그린엔텍 인수를 기반으로 2011년에는 수처리 수주확대 및 글로벌 제휴를 활발히 추진할 계획입니다. 생활환경 가전 분야에서는 정수기사업의 1등 기업으로서 시장을 선도해나갈 마케팅 혁신을 추진할 계획이며, 이를 위해 생활환경 가전의 일일불 판매 성장을 가속화하고, 렌탈 재구매를 확대할 예정입니다. 2010년 론칭한 화장품 브랜드 Re:NK(리:엔케이)의 판매 활성화를 위해서는 다양한 판매채널 전략을 추진하고 있습니다. 웅진코웨이는 지속성장의 핵심이자 원천인 직원들의 인성양성을 위해 2011년 보다 체계적이고 심화된 교육 프로그램을 준비하고 있습니다.



2011 중점 전략과제





환경



환경과 지구를 위해 함께 지키는 약속

환경경영은 웅진코웨이가 지속적 성장을 하기 위해 반드시 지켜야 할 약속이며 미래에 대한 가치 있는 투자입니다. 이에 따라 웅진코웨이는 저탄소 녹색경영을 신성장 동력으로 삼고, 녹색기술과 제품 개발을 통하여 수익과 환경보호에 최우선 한다는 경영방침을 적극 실천하고 있습니다. 웅진코웨이는 앞으로도 협력사 및 고객, 기타 이해관계자와의 적극적인 협력을 통해 저탄소 녹색성장에 기여하는 세계적인 환경기업으로 성장해 나갈 것입니다.

웅진코웨이 친환경 경영활동 사례

웅진코웨이 친환경 경영활동은 크게 내부활동, 협력업체와의 활동, 사회공헌, 친환경 캠페인으로 구분됩니다. 내부활동은 온실가스 인벤토리 구축, 생산공정 전반에 환경관리시스템 도입, 전직원 환경교육 강화, 탄소경영보고서 발간, 제품개발에서 폐기까지 친환경성 고려, 친환경기술/제품개발, 청정생산, 산업계 녹색구매 자발적 협약 동참 등을 꼽을 수 있습니다. 협력업체와 함께하는 환경경영은 온실가스 인벤토리 구축, 내부전문가 양성, 탄소정보시스템 구축 등이 있습니다. 사회공헌 활동 가운데 유구천 정화활동과 캄보디아 우물파기 등이 대표적인 환경 사회공헌활동입니다. 또한 웅진코웨이는 물 아껴쓰기 재활용 녹색바가지 배포, 대학생 선발 그린메이커 활동 등의 캠페인을 진행하고 있습니다.

주요 성과

2010년 환경 기업 웅진코웨이의 대외수상과 활동

- COP보고서 'Notable COP' 선정
- 국내 기업 최초 UNGC 수자원관리책임 가입
- 업계 최초 탄소경영보고서 2010' 발간
- 산업계 녹색구매 자발적협약 우수기업 선정
- 대한민국 녹색경영대상 지경부 장관 표창
- 탄소정보공개프로젝트 2010' 2년 연속 선택소비재 부문 리더기업

환경경영 슬로건과 전략³² 환경경영시스템³⁴ 친환경 제품개발³⁵

녹색구매³⁹ 제품 리사이클링⁴⁰ 기후변화 대응⁴¹

오염물질 관리⁴⁵ 이해관계자와의 환경 커뮤니케이션⁴⁶

생태계 다양성⁴⁸ 환경부문 대외수상 수상⁴⁹

환경경영 슬로건과 전략

☉ 웅진그룹 환경경영 중장기 목표

슬로건: 사랑은 뜨겁게, 지구는 차갑게

중장기 목표
2020년까지 2009년 대비 원단위 기준 온실가스 배출량 50% 감축
(2010년 목표) 2009년 배출량 대비 온실가스 배출량 5% 감축(절대량)

COOL-TRUE	COOL-INFRA	COOL-DUCT	COOL-COM
<ul style="list-style-type: none"> 저탄소 기업문화 구축 저탄소 녹색경영 체계 구축확대 탄소/환경 전문가 육성 환경교육 강화 그린오피스 활동 	<ul style="list-style-type: none"> 통합환경관리 시스템 구축 (SAP EHS) 환경 회계 도입(물질 흐름 환경 회계) 제품 회수/재활용 확대 청정생산 체계 구축(GHG 구축 확대) CDM 사업화 검토 	<ul style="list-style-type: none"> 탄소성적표지 인증 확대 저탄소 제품 인증 시범 사업 참여 제품 에너지 고효율화 친환경 기술개발 	<ul style="list-style-type: none"> 탄소경영보고서 발간 국가과제 수행 CDP 혁신 저탄소 캠페인 확대 환경단체, 이해관계자 커뮤니케이션 강화 홍보 및 노출 확대

환경 규제 대응 기반 ErP/WEEE/REACH/RoHS/폐기물 부담금/ISO 18000(협력사)

☉ 환경경영에 대한 의지

웅진그룹은 2006년 4월 25일 전 임직원이 참여한 가운데 '환경경영 선포식'을 개최하며 환경경영에 대한 남다른 관심을 재확인했습니다. 이후 다양한 환경경영 프로그램을 도입하며 좀 더 선진적이고 체계적인 환경경영 시스템을 구축해 나가고 있습니다. 2009년부터는 '사랑은 뜨겁게, 지구는 차갑게'라는 슬로건을 새로이 내걸고 지구온난화에 대응하기 위한 저탄소 경영체제 구축에도 힘쓰고 있습니다. 2010년 1월 탄소경영선포식을 계기로 웅진그룹은 그룹 전반의 저탄소 경영체제 구축을 위해 탄소경영 컨설팅을 받고, 이를 통해 그룹의 탄소경영의 비전과 전략을 세운 중장기 로드맵을 구축한 후 본격적으로 탄소경영을 시행하고 있습니다. 또한 그룹 전체의 탄소배출량을 소비자에게 알려 좀 더 투명한 탄소경영체제를 갖추고자 2010년 국내 최초로 탄소경영보고서를 발행하였습니다. 웅진코웨이는 2009년을 새로운 환경경영의 원년으로 정하고 점차 중요해지는 환경이슈에도 적극 대응하고 있습니다. 친환경제품 개발과 생산, 온실가스 인벤토리 구축, 리퍼브 제품 생산 등 기후변화 및 제품 환경규제 대응에 맞춰 사업영역을 다변화했습니다. 또 친환경 기업의 역할을 수행하기 위해 자발적인 저탄소 녹색경영에 앞장서고 있습니다. 웅진코웨이 대표이사는 저탄소 녹색경영을 웅진코웨이의 신성장 동력으로 삼고, 녹색기술과 제품개발을 통하여 수익과 환경보호에 최우선 한다는 경영방침을 임직원 및 이해관계자에게 선포하고 실천을 적극 지원하고 있습니다. 웅진코웨이는 앞으로도 협력사 및 고객, 다양한 이해관계자와의 적극적인 협력을 통해 저탄소 녹색성장에 기여하는 세계적인 환경기업으로 성장해 나갈 것입니다.

☉ 환경경영 전략

웅진코웨이는 기후변화 관련 이해관계자로부터 기후변화 정보를 수집하고 이슈를 도출하고 있습니다. 웅진코웨이 환경품질연구소 산하에 기후변화 대응 TFT를 구성하여 RoHS, REACH 등과 같은 기존 제품 환경규제 정보뿐만 아니라 국내외 웅진코웨이의 기업활동과 관련된 기후변화 관련 리스크를 종합적으로 수집하고 있습니다. 또한, 웅진코웨이 기후변화 대응 TFT에서는 사내 온실가스 인벤토리 구축과 제품의 탄소성적표지 인증 등을 중심으로 온실가스 저감활동을 수행하고 있습니다. 이러한 활동

☉ 웅진그룹 환경슬로건



웅진그룹 슬로건 로고는 친환경적으로 지구를 사랑하는 웅진의 환경 경영 시스템의 가장 대표적인 시각 상징요소이다.

☉ 저탄소경영 4대 전략 과제

웅진은 온실가스 감축 설비의 적극적 도입으로 탄소배출을 줄입니다. **웅진은 친환경 공정혁신으로 탄소배출을 줄입니다.**



☉ 저탄소경영 6대 실천 캠페인

- 1 웅진은 그린오피스 활동으로 탄소배출을 줄입니다.
- 2 웅진은 그린교통 생활로 탄소배출을 줄입니다.
- 3 웅진은 자원재활용으로 탄소배출을 줄입니다.
- 4 웅진은 잔반제로화로 탄소배출을 줄입니다.
- 5 웅진은 전염직원 금연으로 탄소배출을 줄입니다.
- 6 웅진은 그린고객과 함께 탄소배출을 줄입니다.

☉ 기후변화 대응 TFT 업무 Flow

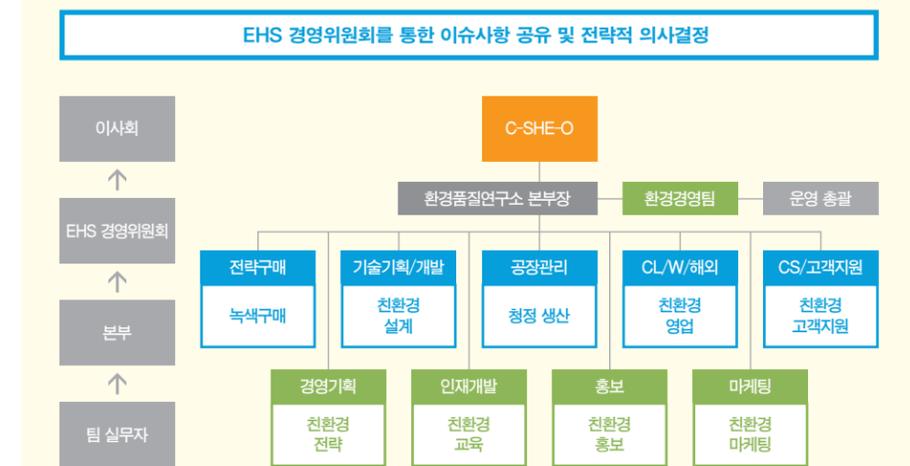


은 매분기 환경경영위원회에서 공유하고 이슈사항을 도출하여 경영진 및 대표이사까지 보고되는 체계를 갖추고 있습니다.

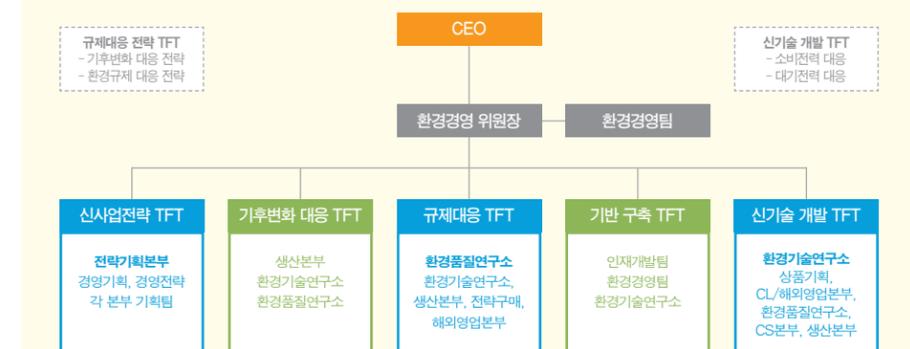
☉ 웅진코웨이 환경경영위원회 조직도

웅진그룹은 전 그룹 차원의 통합적인 환경경영 추진을 위해 '환경경영위원회'와 '환경경영사무국'을 구성/운영하고 있습니다. 환경경영위원회는 각 계열사의 본부장 1명씩을 위원으로 임명, 각 계열사의 환경경영 현황과 결과를 보고하고, 그룹 전반의 환경경영 방향과 정책을 결정합니다. 이러한 결정사항에 대해 환경경영사무국이 각 계열사별 환경경영 담당자와 협력해 환경관련 실무를 진행하는 것으로 서로의 역할을 분담하고 있습니다. 또한 환경시스템을 강화하기 위해 '환경내부심사제도'를 도입, 별도의 교육을 통해 양성된 그룹 내부심사위원들이 계열사를 순회하며 매년 1회 환경심사를 하고 있습니다. 웅진코웨이는 EHS 경영위원회를 통해 이슈 사항을 공유하고, 전략적 의사결정을 추진하고 있습니다. EHS는 Environment(환경) Health(보건) Safety(안전)의 줄임말로 지속적인 발전과 사회적 책임을 다하고자 하는 웅진코웨이 기업경영의 고유가치입니다.

☉ 기반 공통 _ 운영 조직도



☉ 웅진코웨이 기후변화 및 규제대응 TFT



환경경영시스템



웅진코웨이는 저탄소 녹색경영 및 기후변화, 해외규제 대응을 위한 통합 IT 솔루션을 도입하여, 환경 KPI의 정량적 관리를 하고 있으며, 사용자 편의를 위한 지속적인 시스템 개선을 진행하고 있습니다.

◎ SAP EHS(통합환경정보) 매니지먼트 도입

웅진코웨이는 SAP EHS 매니지먼트(SAP Environment Health Safety Management) 솔루션과 제품 내 유해물질 규제(REACH), 온실가스 및 유해물 배출(EC) 솔루션을 활용해 공장 설비 진단과 사업장 온실가스 인벤토리를 구축하고 탄소 발자국(Carbon Footprint)을 산정, 사업장뿐 아니라 제품 자체의 온실가스 배출량을 지속적으로 줄일 수 있게 됐습니다. SAP EHS 매니지먼트는 기업이 비즈니스에 영향을 미치는 환경·보건·안전을 효율적으로 관리해 지속가능경영을 구현하도록 지원하는 솔루션으로, 모든 종류의 규제에 대한 대응이 가능합니다.

◎ 온실가스 배출 실적 EIS

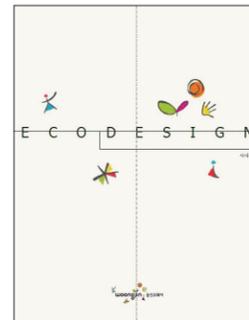
웅진코웨이는 온실가스 배출량의 환경정보 제공을 통해 의사결정을 지원하고 있으며, IT 전산을 통해 체계적인 운영과 관리를 실천하고 있습니다. EIS(Executive Information System)는 정보자산을 활용하여, 분석된 통계 및 고급정보를 기반으로 경영진과 관리자의 의사결정에 중요한 정보로 활용되는 시스템입니다.

◎ 협력사 환경경영시스템

웅진코웨이는 환경경영 활동의 성과지표를 정량적으로 인지하기 쉽도록 사용자 편의 기반의 IT 시스템인 협력사 그린파트너십, 협력사 환경 교육/자격 관리, 협력사 환경경영시스템, 협력사 구매시스템을 비롯하여 통합정보 시스템을 구축하여 운영하고 있습니다.



1. 통합환경관리시스템 오픈
2. SAP EHS 매니지먼트
3. 온실가스 배출 실적 EIS
4. 협력사 환경경영시스템



친환경설계 매뉴얼 (ECO DESIGN)

친환경 제품개발

◎ 친환경 설계

웅진코웨이는 친환경 설계전략을 구축하고, 평가 항목을 선정하여 실천하고 있습니다. 친환경설계를 꾸준히 실천하기 위해 전략을 수립하고 이를 통해 세부 항목을 실천하게 되었습니다. 따라서 제품 개발 및 평가의 일관성이 생기게 되었으며, 환경경영 성과를 더욱 높일 수 있는 계기를 만들었습니다.

▶ 친환경설계전략

친환경 설계 전략	친환경 설계 필수관리 항목	법적, 이해관계자 니즈
에너지 사용 절감	사용모드 소비전력(에너지 효율) 대기모드 소비전력	EU ErP, 에너지이용합리화법, MEPS EU ErP, 대기전력저감프로그램
사용단계 환경영향 저감	재활용 가능성	EU WEEE, 자원순환법
효율적 자원사용	플라스틱 부품 재질표기	자원순환법, ISO 11469, 1043 #1~4
재활용 효율향상	6대 유해물질(RoHS)	EU RoHS, 자원순환법, C-RoHS 등
유해물질 사용저감	포장재 유해물질 포장재 재질표시	EU 포장재 지침, 자원절약과 재활용촉진에 관한 법률
포장재 환경성 개선	재활용 마킹	EU WEEE
친환경 정보 제공	폐기 및 회수방법 제공	EU WEEE, 자원순환법
	재활용 정보 제공	EU WEEE, 자원순환법
	친환경 사용방법 제공	EU ErP

※ 웅진코웨이 친환경 설계 항목 : 필수항목 11개, 선택항목 9개

친환경설계 매뉴얼 배포: 웅진코웨이는 개발자들이 친환경설계를 보다 쉽게 도입할 수 있도록 친환경설계 매뉴얼 사례집을 발간하여 배포하였습니다. 설계 단계에서 이미 이루어지고 있는 친환경설계를 보다 쉽고 구체적으로 이행할 수 있도록 매뉴얼을 개정하고 배포하여 전사적으로 공유 및 의견 교환이 이루어지고 있으며, 이는 친환경제품이 꾸준히 출시되고 마케팅되는 기반을 이루었습니다. 앞으로 매뉴얼이 실무에서 활용되어 친환경설계가 완전히 정착될 수 있도록 최선의 노력을 다하겠습니다.

◎ 친환경 기술개발

친환경 기술개발 전략: 웅진코웨이는 제품 전과정의 환경부하를 최소화하여 후손에게 깨끗한 환경을 제공하기 위해 친환경 제품개발, 기술개발 전략을 추진하고 있습니다. 웅진코웨이는 다음과 같은 친환경 제품 기술 개발 전략을 통해 Green Product Service System을 갖출 것입니다.



제품 환경효율지표: 웅진코웨이는 인하대학교 지속가능경영연구소와 제품환경경제효율(Eco-Efficiency) 평가방법 표준화를 연구하였고 이를 통해서 제품의 전과정 환경부하를 비교할 수 있는 근거를 마련하였습니다.

전과정의 모든 영향을 파악하고 비교하는 데는 한계점을 갖지만, 제품의 환경효율을 평가할 수 있는 기준을 수립할 수 있었고 이를 통해서 향후 개발되는 제품에 적용할 수 있게 되었습니다. 이를 통해 웅진코웨이가 신규로 개발한 제품이 기존 모델에 비해서 20% 향상된 환경성과를 얻었습니다. 이로써 웅진코웨이의 환경성과 향상뿐만 아니라 이를 평가할 수 있는 기준을 갖게 되었습니다.

◎ **친환경 제품**

웅진코웨이는 저탄소 녹색성장의 기반이 되는 기술과 제품·서비스 개발을 위해 노력하고 있습니다. 현재 웅진코웨이의 친환경 제품 기준 평가는 온실 가스 배출량 기준으로 이루어지며, 기존 모델 대비 5% 이상 감축되어야 합니다. 또한, 친환경 제품 개발을 위해 협력사의 적극적인 참여를 유도하고 있습니다.

에너지 효율성	온실가스 배출량 저감 대기전력/소비전력 저감	순간 냉각/가열기술개발
자원 효율성	자원 사용량 저감 재활용성 강화 친환경소재 적용	보냉/보온 신소재 개발 적용 에너지 효율 개선 모듈 개발 에코 소재 포장재 적용
인체 안정성	유해물질 대체 생활환경/안전 개선	

◎ **에너지 저감**

공기청정기 대기전력 0.1W 이하 설계: 웅진코웨이는 국내 최초로 백색가전 대기전력 0.1W 기술 구현하고 기술력을 확보하게 되었습니다. 이를 통해 대기전력 저감 기술의 제품화 구현, 에너지 절감을 통한 전기로 감소, 탄소 배출량 감소를 이룰 수 있었습니다.

◎ **친환경 소재 사용**

공기청정기 필터 친환경 소재 사용: 웅진코웨이는 공기청정기 필터에 친환경소재를 적용한 항바이러스 일체형 필터를 개발하였습니다. 항바이러스 일체형 필터는 천연 항균제인 은행잎 추출물과 붉나무 추출물을 사용하여 항균, 항바이러스 성능을 갖고 있습니다. 이 일체형 필터는 항균/탈취/집진필터를 하나의 필터로 일체화 시켜 소모성 부품인 필터 프레임 및 A/S박스를 절감하는 효과도 있습니다. 항바이러스 일체형 필터는 현재 공기청정기 AP-0510CH, AP-0509DH, AP-1009JH에서 사용하고 있습니다.

친환경 포장재 사용: 웅진코웨이는 포장재를 EPS에서 친환경 포장재인 골판지, 재생지 펄프 몰드로 변경하여 사용하고 있습니다. 포장재 종이를 사용함으로써 웅진코웨이는 부품 생산 시 유해물질 배출 최소화과 사용 후 회수율(재사용률) 증대의 효과를 거두고 있습니다.

비데 사용자 설명서 재생지로 제작: 웅진코웨이는 비데 국내향 전모델의 사용자 설명서를 재생지로 제작하고 있습니다. 앞으로도 전제품 사용자 설명서에 재생지 사용을 확대할 예정입니다.

✦ **공기청정기 대기전력 현황**



✦ **친환경 포장재 사용(종이 PAD)**



◎ **2010년 친환경 제품 출시**

BB09 무전원 소형 연수기: 연수기 BB09는 제품 크기를 기존 제품(BB08)대비 50% 축소하였으며 PBA, 배터리를 대체하는 무전원 재생 알림게이지, 무전원 자동재생 밸브를 개발하였습니다.

비데 필터 사이즈 축소 공용화: 비데에서 사용하는 물의 정확을 위하여 필터가 사용됩니다. 웅진코웨이는 필터 성능은 그대로 유지하되 기존 필터사이즈를 75mm에서 50mm로 축소하였습니다. 축소된 필터 사이즈로 필터를 단일화 하여 비데 전제품에 적용하였습니다.

BA17 무전원 자가 발전 비데: 비데 BA17은 내부에 발전기가 들어있어 물레방아와 같은 원리로 물의 흐름을 이용해 강한 수압을 일으켜 전력을 자동 생성시키는 원리로, 0kW/년 소비 제품입니다. 전기가 필요 없어 탁월한 에너지 절감 성능을 자랑하며, 세균에 대한 노출이 가장 심한 노즐 부위는 자동 세척 기능으로 항상 깨끗한 상태를 유지할 수 있고, 항균 재질의 팁과 오염물이 쉽게 떨어지는 스테인리스(STS) 커버로 처리해 위생을 강화하였습니다.

✦ **2010년 친환경 제품**



◎ **탄소성적표지 제품**

웅진코웨이는 환경경영과 관련하여 다양하게 정부와 함께 참여하고 있습니다. 2009년 탄소정보공개 프로젝트와 협력사들의 온실가스 인벤토리 구축을 위한 지식경제부 국가과제에 선정되어 수행하였습니다. 특히 웅진코웨이는 일부 제품에 대해 '탄소성적표지' 인증을 받은 바 있습니다.

2008년 처음으로 시행된 탄소성적표지는 제품의 제조 전, 제조, 사용, 폐기단계 등의 전과정에서 발생하는 환경 정보를 CO₂ 발생량으로 환산해 라벨링하는 제도입니다. 현재까지는 기업의 자발적 참여에 의해 이루어지지만, 앞으로는 해당 제품군이 확대되고 소비자의 기후변화에 대한 인식 향상에 따라 시장에서 경쟁력을 확보하는 데에 있어 중요한 요인이 될 것으로 예상하고 있습니다.

이러한 제품 전과정의 온실가스 배출량을 공개하는 탄소라벨링 제도가 의무 규제로 정착된다면, 탄소 배출량이 경쟁업체 제품보다 적다는 것을 인정 받아 매출이 확대되고 기업 이미지가 개선되어 시장에서 웅진코웨이가 경쟁력을 확보할 수 있는 기회가 될 수 있다고 보고, 앞으로 적용 제품을 단계적으로 확대해 나갈 예정입니다.

웅진코웨이는 2010년까지 정수기 6개 제품, 청정기 1개 제품, 총 7개 제품을 인증 받았습니다(인증기관: 한국환경산업기술원). 향후 지속적으로 제품 환경경제성을 평가하여 환경 부하를 최소화 할 수 있는 친환경 제품을 개발할 계획입니다.

✦ **정수기 온실가스배출량 추이**



※ CHP-03AL, CHP-210L 탄소성적표지 국가기준 그대로 적용하여 웅진코웨이 내부적으로 평가
 ※ CHP-06DL, CHP-08AL 탄소성적표지 제3차 인증

	<p>냉정수기(CP-07BLO,black) 인증번호: E-2009-003 유효기간: 2009.3.17 ~ 2012.3.16</p>	<p>기후변화대응 CO2 666kg</p> <table border="1"> <tr><th>단위</th><th>총량</th><th>제조 전단계</th><th>제조단계</th><th>사용단계</th><th>폐기단계</th></tr> <tr><td>KgCO₂/대</td><td>666</td><td>50</td><td>3</td><td>549</td><td>64</td></tr> </table> <p>전과정 단계별 온실가스 발생률(%)</p>	단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계	KgCO ₂ /대	666	50	3	549	64
단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계									
KgCO ₂ /대	666	50	3	549	64									
	<p>냉정수기(CP-07BLO,white) 인증번호: E-2009-005 유효기간: 2009.8.27 ~ 2012.8.26</p>	<p>기후변화대응 CO2 663kg</p> <table border="1"> <tr><th>단위</th><th>총량</th><th>제조 전단계</th><th>제조단계</th><th>사용단계</th><th>폐기단계</th></tr> <tr><td>KgCO₂/대</td><td>663</td><td>48</td><td>3</td><td>549</td><td>63</td></tr> </table> <p>전과정 단계별 온실가스 발생률(%)</p>	단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계	KgCO ₂ /대	663	48	3	549	63
단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계									
KgCO ₂ /대	663	48	3	549	63									
	<p>냉온정수기(CHP-06DL) 인증번호: E-2009-006 유효기간: 2009.9.29 ~ 2012.9.28</p>	<p>기후변화대응 CO2 1354kg</p> <table border="1"> <tr><th>단위</th><th>총량</th><th>제조 전단계</th><th>제조단계</th><th>사용단계</th><th>폐기단계</th></tr> <tr><td>KgCO₂/대</td><td>1,354</td><td>54</td><td>2</td><td>1,240</td><td>58</td></tr> </table> <p>전과정 단계별 온실가스 발생률(%)</p>	단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계	KgCO ₂ /대	1,354	54	2	1,240	58
단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계									
KgCO ₂ /대	1,354	54	2	1,240	58									
	<p>냉온정수기(CHP-06DU) 인증번호: E-2009-007 유효기간: 2009.9.29 ~ 2012.9.28</p>	<p>기후변화대응 CO2 1354kg</p> <table border="1"> <tr><th>단위</th><th>총량</th><th>제조 전단계</th><th>제조단계</th><th>사용단계</th><th>폐기단계</th></tr> <tr><td>KgCO₂/대</td><td>1,354</td><td>55</td><td>2</td><td>1,239</td><td>58</td></tr> </table> <p>전과정 단계별 온실가스 발생률(%)</p>	단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계	KgCO ₂ /대	1,354	55	2	1,239	58
단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계									
KgCO ₂ /대	1,354	55	2	1,239	58									
	<p>냉온정수기(CHP-08AL) (silver) 인증번호: E-2010-004 유효기간: 2010.2.26 ~ 2013.2.25</p>	<p>기후변화대응 CO2 1311kg</p> <table border="1"> <tr><th>단위</th><th>총량</th><th>제조 전단계</th><th>제조단계</th><th>사용단계</th><th>폐기단계</th></tr> <tr><td>KgCO₂/대</td><td>1,311</td><td>69.6</td><td>0.9</td><td>1,185.8</td><td>54.9</td></tr> </table> <p>전과정 단계별 온실가스 발생률(%)</p>	단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계	KgCO ₂ /대	1,311	69.6	0.9	1,185.8	54.9
단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계									
KgCO ₂ /대	1,311	69.6	0.9	1,185.8	54.9									
	<p>냉온정수기 (CHP-08AL) (gold) 인증번호: E-2010-004 유효기간: 2010.4.27 ~ 2013.2.25</p>	<p>기후변화대응 CO2 1311kg</p> <table border="1"> <tr><th>단위</th><th>총량</th><th>제조 전단계</th><th>제조단계</th><th>사용단계</th><th>폐기단계</th></tr> <tr><td>KgCO₂/대</td><td>1,354</td><td>69.6</td><td>0.9</td><td>1,185.8</td><td>54.9</td></tr> </table> <p>전과정 단계별 온실가스 발생률(%)</p>	단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계	KgCO ₂ /대	1,354	69.6	0.9	1,185.8	54.9
단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계									
KgCO ₂ /대	1,354	69.6	0.9	1,185.8	54.9									
	<p>공기청정기(AP-1008CH) 인증번호: E-2010-019 유효기간: 2010.8.24 ~ 2013.8.23</p>	<p>기후변화대응 CO2 126kg</p> <table border="1"> <tr><th>단위</th><th>총량</th><th>제조 전단계</th><th>제조단계</th><th>사용단계</th><th>폐기단계</th></tr> <tr><td>KgCO₂/대</td><td>126</td><td>33.6</td><td>1.0</td><td>84.9</td><td>6.9</td></tr> </table> <p>전과정 단계별 온실가스 발생률(%)</p>	단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계	KgCO ₂ /대	126	33.6	1.0	84.9	6.9
단위	총량	제조 전단계	제조단계	사용단계	폐기단계									
KgCO ₂ /대	126	33.6	1.0	84.9	6.9									

04.

녹색구매



산업계 녹색구매 자발적 협약식

웅진코웨이는 산업계 녹색구매 자발적 협약에 적극적으로 참여하고 있습니다. 이는 공공기관의 친환경 상품 의무구매를 일반 기업에 확산시키기 위한 활동의 하나로, 녹색구매 기준을 만족시키는 제품 구입에 자발적으로 참여하는 제도 가운데 하나입니다.

웅진코웨이는 녹색구매 활성화를 위해 녹색구매 가이드라인을 개발하는 등 녹색구매 관련 기준 및 지침을 마련해 친환경 상품 구매 계획을 수립·실행하고 있습니다. 녹색구매의 기준에는 유해물질(RoHS) 승인부품과 각종 환경마크 및 재활용마크 자체 인증상품 등이 포함되어 있습니다.

+ 녹색구매비용 (단위: 백만 원)



+ 녹색구매율 (단위: %)



제품 리사이클링

◎ 폐가전제품 처리 서비스

환경보호를 위해 웅진코웨이는 적극적으로 폐가전제품을 처리하고 있으며, 고객이 함께 참여할 수 있도록 유도하고 있습니다. 웅진코웨이 제품을 새로 구입하고 사용하던 기존의 제품을 버리고자 하는 경우, 신제품 배달 시 무료로 수거하고 있습니다. 신제품 구입없이 기존에 사용하던 제품을 버리고자 하는 경우, 관할 동사무소에 연락하여 처리할 수 있고, 웅진코웨이에서는 고객의 편의를 위해 유상으로 해체 서비스를 제공하고 있습니다. (서비스센터: 1558-5100)

◎ 리사이클링 센터(포천공장) 운영

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

▶ 리사이클 프로세스



리퍼브 제품 판매 수량: 리퍼브 제품을 생산함으로써 환경보호와 고객의 비용절감 등이 효과가 있습니다. 2010년 1월~12월까지 총 판매된 제품에서 차지하는 리퍼브제품의 비율은 약 3.5%에 이릅니다.

◎ 제품 재활용성 향상

제품의 재활용 가능성을 높이기 위해 기존 모델을 선정하여 제품을 평가하였고 평가 항목으로 재활용 시간 및 처리 비용을 포함시켜서 지속성에 초점을 두었으며 제품 평가 횟수를 KPI에 반영하여 제품 재활용 가능성이 설계단계에서 고려될 수 있도록 하였습니다. 2010년에는 회수 제품 및 필터에 투입된 플라스틱 재활용량은 약 5,191톤입니다. 2011년에는 제품에 투입되는 메탈 및 포장재 회수/재활용 박스 및 재활용 EPS 완충재에 대한 기준정보 관리 시스템을 추가하여 재활용 관리를 강화할 예정입니다.

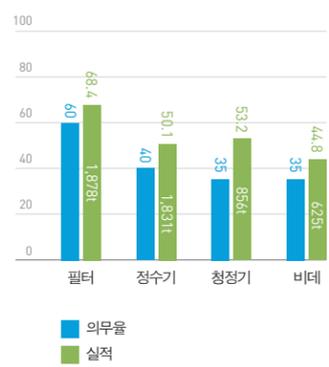
◎ 폐기를 재활용

웅진코웨이는 전 사업장의 폐기물 발생을 억제하고 자원의 재활용/사용 등 다양한 개선활동을 전개하고 있습니다. 웅진코웨이는 생산자 부담원칙에 따라 제품 제조 및 판매에 사용한 플라스틱 총량에 대하여 2009년부터 폐기물 부담금을 납부하고 있습니다. 폐기물 부담금 유예를 통한 비용절감, 폐자원 수익화 및 친환경 경영실현을 위하여 회수-재활용 자발적 협약을 환경부와 2009년 12월 31일 체결하였습니다. 2010년 제품 출하 기준으로 정수기, 공기청정기, 비데, 필터가 약 9,300톤 출하되었으며, 제품 회수율은 약 55%를 달성하였습니다. 2010년 회수된 제품을 분해하여 플라스틱 약 5,300톤, 메탈 4,200톤, 오일 29톤, 냉매 4톤 총 9,533톤으로 약 40.5억 원(메탈 제외)의 유가물 수익이 발생하였습니다.

▶ 리퍼브 제품 판매 수량 (단위: EA)

구분	2008	2009	2010
정수기	11	1,876	7,359
공기청정기	3	1,920	18,103
비데	-	2,680	7,495
총수량	14	6,476	32,957

▶ 플라스틱 폐기물 회수/재활용률 (단위: %)



기후변화 대응

웅진코웨이는 2020년까지 2009년 대비 원단위 기준 온실가스 배출량 50% 감축을 중장기 목표로 세우고 다양한 환경경영 활동을 진행하고 있습니다. 웅진코웨이는 클린 에너지(Clean Energy) 사용, 노후 설비 교체, 온실가스 인벤토리 구축 등의 환경경영을 실천하고 있으며, 향후 재생 에너지 사용에 대해서도 적극 검토하고 있습니다.

◎ 에너지 사용량

▶ 에너지 사용량

종류	연도	유구공장	인천공장	포천공장
전기 (단위: kWh)	2008	3,061,156	2,332,284	630,250
	2009	2,866,440	1,710,064	676,578
	2010	3,389,040	1,463,364	770,852
보일러등유 (단위: l)	2008			32,000
	2009	2007년 LPG로 전환	가스보일러 사용	30,000
	2010			43,000
실내등유 (단위: l)	2008	8,788	9,763	1,090
	2009	7,720	6,831	1,640
	2010	8,548	5,306	885
경유(지게차 사용) (단위: l)	2008		자료없음	3,048
	2009	사용실적 없음	5,008	6,430
	2010		전동지게차 사용	6,598
LPG (단위: kg)	2008	54,444		716
	2009	33,973	사용실적 없음	670
	2010	43,299		723
부탄가스 (단위: kg)	2008	140		
	2009	84	사용실적 없음	사용실적 없음
	2010	120		
LNG (단위: kg)	2008		31,335	
	2009	사용실적 없음	22,768	사용실적 없음
	2010		18,786	

▶ 에너지 사용 목표량 대비 사용량

종류	연도	2008	2009	2010
전기 (단위: kWh)	목표	2,869,979	2,908,098	2,909,098
	실적	3,061,156	2,866,440	3,389,040
실내등유 (단위: l)	목표	8,339	8,349	8,349
	실적	8,788	7,720	8,548
LPG (단위: kg)	목표	42,456	51,398	51,151
	실적	54,444	33,973	43,299
지하수 (단위: m³)	목표	39,584	26,791	26,791
	실적	28,201	35,293	26,842
상수도 (단위: m³)	목표	15,980	13,151	13,151
	실적	13,844	11,566	14,507

※ 유구공장에 한함

◎ 용수 사용량

▶ 용수 사용량

종류	연도	유구공장	인천공장	포천공장
지하수 (단위: m³)	2008	28,201		
	2009	35,293	사용실적 없음	사용실적 없음
	2010	26,842		
상수도 (단위: m³)	2008	13,844	10,584	414
	2009	11,566	8,928	1,739
	2010	14,507	11,931	459

※ 현재 각공장에서는 재활용수 및 재사용 용수를 사용하고 있지 않음

◎ 원부자재 사용량

웅진코웨이 제조공정 특성상 최종 조립 공정 및 원천기술 보유 부품을 제외한 대부분의 부품이 외부에서 제조 공급되는 관계로 제품 및 필터 출하의 사용량 기준으로 실적을 산출하였습니다.

◎ 온실가스 인벤토리

2008년 웅진코웨이는 2005년부터 2008년까지의 데이터에 대한 온실가스 인벤토리 구축을 시작으로 2009년 웅진쿠첸과 기업합병으로 편입한 인천공장, 포천공장 및 사업 영역 확대에 따른 확장품연구, 2009년 12월 이전한 서울사무소에 대해 온실가스 인벤토리를 구축하였습니다. 웅진코웨이의 온실가스 배출량은 국제적 기준인 WRI/WBCSD 가이드라인에 의거하여 Scope 1/2/3으로 구분하였으며, 기타 포함되지 않은 사항에 대해서는 Optional Info.에 포함하였습니다.

온실가스 배출현황

✦ 온실가스 순배출량 원단위

연도	2008	2009	2010
순배출량(tCO ₂ eq)	3,591	5,232	5,713
총매출액(억 원)	13,144	14,119	15,191
원단위(tCO ₂ eq/억 원)	0.273	0.370	0.376

※ 순배출량=Scope1+Scope2

※ 2008년 기준으로 내부 검증 데이터임, 2011년 제3차 검증 진행예정

※ 2009년 대비 2010년 증가 원인

서울대 연구소 인력 총원에 따른 증가, 서울사무소 이전(내외빌딩 → 중앙일보사옥) 및 사업 확장에 따른 배출량 증가, 생산량 증가에 따른 에너지 사용량 증가

온실가스 관리범위

✦ 온실가스 배출량 산정 범위와 배출원별 데이터 특성 및 불확실성도 평가

구분	상세설명	데이터 특성	불확실성 평가	
Scope1	고정연소	연료	측정치	낮음
	이동연소	웅진코웨이 차량	가정치	높음
	공정배출	해당사항 없음	-	-
	탈루배출	에어컨 냉매	설계치	보통
Scope2		소화약제	설계치	보통
		냉온수기, 정수기 냉매	설계치	보통
Scope3		구매전력	측정치	낮음
		임대차량	가정치	높음
Optional Info.		냉온수기, 정수기 냉매	설계치	보통
		에어컨 냉매	설계치	보통
		소화약제	설계치	보통
		냉온수기, 정수기 냉매	설계치	보통

✦ 2010년 원부자재 사용량 (단위: 톤)

플라스틱	메탈	EPS	종이박스
9,703	10,453	385	1,540

※ 플라스틱 원자재 산출기준:

출하된 제품 × 플라스틱 재질 중량

※ 메탈 및 EPS, 포장박스 원자재 산출 기준:

출하된 제품 × 재질 평균 중량

※ 종이박스 및 EPS 출하수량 110만 대 기준

데이터 특성

측정치 -

TMS, CEM와 같이 직접 배기량이 측정된 데이터

계산치 -

산정식에 의해서 산정된 배출량 데이터

설계치 -

가정론에 근거하여 산정된 배출량 데이터

가정치 -

기존 활동데이터 기반으로 추정된 배출량 데이터

불확실도 평가

높음 활동 데이터 및 배출계수가 설계치 또는 추정치인 경우

보통 계측정비가 교정되지 않거나, 불확실도가 5% 이상인 경우

낮음 불확실도가 5% 미만인 계측기를 사용하여 계측한 경우

✦ 연도별 온실가스 총배출량 (단위: tCO ₂ eq)					
연도	Scope1	Scope2	Scope3	Optional Info.	합계
2008	611	2,980	454	293	4,227
2009	1,056	4,176	3,640	127,492	136,364
2010	908	4,805	5,516	90,597	101,826

※ 2009년 기업 인수 합병에 의한 인천/포천 공장 추가 등에 따른 총배출량 증가
 ※ 탄소경영보고서 2010과 지속가능경영보고서 2009년 데이터와의 차이
 포천공장 냉매 처리에 따른 Scope의 정의가 불분명하여 Scope1에 포함 시켰던 제품 해체시의 냉매(R-134a)를 Scope3로 간주하여 재계산

✦ 2010년 사업장별 온실가스 배출량 (단위: tCO₂eq)

	관리지원			생산		
	서울 본사	화장품연구소	R&D센터	유구공장	인천공장	포천공장
Scope1	0	0	242	470	60	136
Scope2	382	90	1,592	1,590	789	362
Scope3	0	0	0	23	32	5,461

◎ 오존층 파괴물질 관리

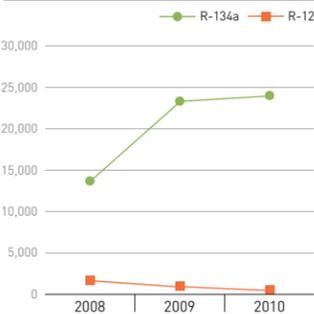
2009년 대비 2010년에는 생산량 대비 냉매 사용량이 줄어들고 있습니다. 이는 제품당 투입되는 냉매량을 점진적으로 감축하고 있기 때문입니다. 또한, R-134a 냉매를 대체할 R-600a, 열전소자 적용 및 자연냉매 친환경기술 개발에도 박차를 가하고 있습니다. R-134a, R-12 냉매는 약 30% 정도 회수하여 재사용하고 있습니다. 2011년에도 냉매회수율 강화를 위해 지속적인 활동을 전개할 예정입니다.

(단위: kg)

년도	R-134a	R-12	총량
2008	14,136	1,658	15,794
2009	23,500	841	24,341
2010	24,517	368	24,885
지구온난화지수(GWP)	1,430	10,900	

※ 지구온난화지수(GWP, Global Warming Potentials) 이산화탄소를 1로 기준할 때 지구온난화에 기여하는 정도를 나타내는 지수

✦ 연도별 냉매 사용량 추이



◎ 온실가스 감축

간접에너지 절약을 위한 노력: 웅진코웨이는 해외법인 및 바이어와 컨퍼런스콜을 진행함으로써 출장으로 발생시킬 수 있는 간접에너지를 줄이고 있습니다. 2010년 미국법인 3회, 일본법인 4회, 말레이시아 법인, 태국법인, 중국법인 각 1회씩 총 10회의 컨퍼런스콜을 진행하였습니다. 진행시 약 6~10명의 직원이 참석하였습니다. 2011년 모든 직원이 화상회의가 가능하도록 화상회의 시스템을 갖추고 운영할 예정입니다. 이를 통해 불필요하게 발생할 수 있는 탄소배출량 및 에너지 소비를 감소할 수 있을 것으로 예상됩니다.

◎ 자원절감

적재 최적화: 웅진코웨이는 컨테이너 적재효율을 향상하여 2010년 CO₂ 배출량을 2,728tCO₂eq 감축 및 적재 컨테이너 충수를 184EA 절감하였습니다.

내륙운송	CO ₂ 감축: 28,741 KgCO ₂ eq 이동거리: 유구 → 부산항 (320Km) 차량이동(1대) CO ₂ 발생량: 156.2 KgCO ₂ eq	선박운송	CO ₂ 감축: 2,700 tCO ₂ eq 이동거리: 부산항 → 로테담 항(20,520Km) 선박 1대 1일 운항시 CO ₂ 발생량: 90 tCO ₂ eq 이동 기간 30일
-------------	---	-------------	---

제품 박스 표준화: 웅진코웨이는 박스 표준화를 추진하였으며, 색도 감소를 통해 자원사용의 감소 효과를 거두고 있습니다.



▶ 2010년 유구공장 자원절감 노력

(단위: 원)

투자 내용	비용
폐수처리장 운용을 위한 장비구입	15,300,000
문봉관 회의실 LED 조명교체로 전력절감	6,000,000
생산라인 선풍기 설치로 냉방전력절감	7,000,000
고효율 변압기 교체로 전력절감	14,000,000
외곽등 전등시양변경으로 전력절감	5,000,000
총 비용	47,300,000



1~2. 컨퍼런스콜 진행모습

▶ 제품 박스의 색상 표준화

정수기	R PANTONE 512U	L PANTONE 2925U	U PANTONE 3995U	M PANTONE 1525U
청정기	PANTONE 350U			
비데	PANTONE 272U			
음치기	PANTONE 185U			
연수기	PANTONE 327U			

07.

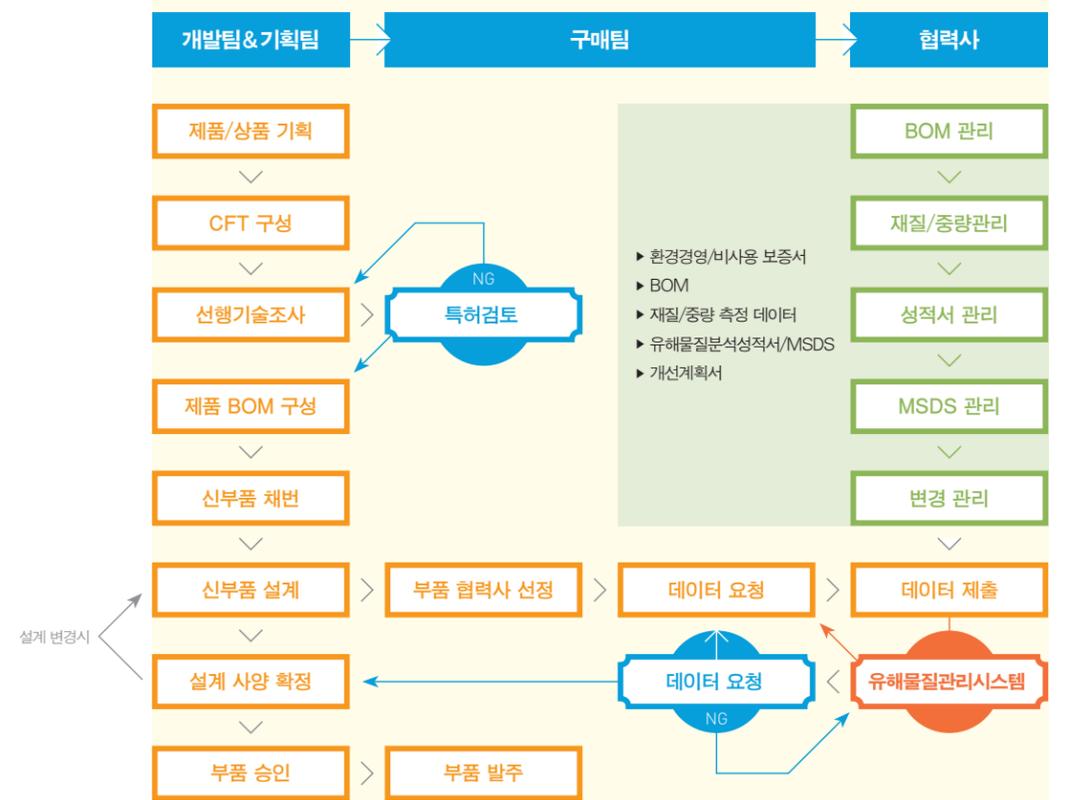
오염물질 관리

◎ 유해물질 관리

웅진코웨이는 글로벌화된 RoHS 및 유사 RoHS 지침의 준수를 넘어서 자발적으로 Coway RSL(Restricted Substance List)를 제정하여 해마다 증가되어 온 준수 유해물질을 효율적으로 저감할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. 또한 인천 및 유구공장에서는 유해물질 간이 검사 장비인 ED-XRF 장비를 보유할 여력이 없는 협력사들에게 개방하는 프로그램을 마련하여 제품에 유해물질이 함유되는 것을 철저히 검증하고 있습니다.

2009년 제품의 유해물질 관리를 시스템적으로 운영할 수 있도록 전기전자분야 국제 표준화기구인 IEC에서 제정한 국제 표준인 IECQ HSPM 인증을 획득하였습니다. 또한 국내 생활환경가전 업계 최초로 독일 TÜV로부터 유해물질 사용제한지침(RoHS: Restriction of Hazardous Substances)에 대한 국제 공인 시험기관으로 지정되었습니다. 이에 따라 당사에서 실시한 모든 제품의 유해물질 분석 성적서는 전문 분석 인증기관과 동일한 효력을 지니게 되었습니다.

▶ 유해물질관리 프로세스



이해관계자와의 환경 커뮤니케이션

웅진코웨이는 이해관계자 커뮤니케이션 강화를 통해 리스크를 사전에 예방하고 있습니다. 저탄소 녹색성장을 비롯하여 상생경영 지원을 위한 협력사 커뮤니케이션 활동을 강화하였습니다. 친환경잡지 <ecoway> 발행, 그린메이커 운영을 통하여 차세대 기업 실무 체험, 환경사회활동을 지원하고 있습니다. 한편, 웅진코웨이는 해외 NGO와의 커뮤니케이션 활동에도 적극 참여하였습니다. 2010년 4월 23일 유엔 글로벌 콤팩트 한국 협회가 주최한 C4C(Caring for Climate), CEO Water Mandate에 참여하였습니다. 웅진코웨이는 앞으로도 친환경 지속가능 목표 달성을 위한 정보제공 및 네트워크 형성을 위해 노력하겠습니다.

◎ 협력사 탄소 파트너십

웅진코웨이는 2009년 5월 협력사들의 온실가스 인벤토리 구축을 위한 지식경제부 국가과제에 선정되었으며, 2009년 8월 저탄소 녹색상생경영을 위한 '웅진코웨이-협력사 온실가스 인벤토리 구축 발대식 및 온실가스 배출량 자발적 감축 협약식'을 가졌습니다. 2009년도 23개 회사, 2010년 17개 회사, 총 40개 협력사의 공정 및 설비 진단, 개선점 도출에서 전 공정의 제품탄소 배출량 산정, 전문가 양성 교육 프로그램까지 협력사별 맞춤형 프로그램을 지원하였습니다. 2012년까지 전 협력사에 확대 실시할 예정입니다. 또한, 웅진코웨이는 협력사에서 공급되는 원자재에서 부품 제조, 제품 제조 및 각 물류 단계, 사용단계 및 사용 제품의 회수 및 폐기에 이르는 전 과정에 대한 공급망 관리(SCEM: Supply Chain Environmental Management) 구축 및 운영을 통해 각 협력사에 그린파트너 인증을 수여하고 매년 이를 평가해 문제점에 대한 지속적인 개선 유도하는 것을 목표로 하고 있습니다.

◎ 에코코디

2008년 11월 '환경 사랑 폐건전지 수거 캠페인 발대식'에서 웅진코웨이 코디가 환경부 자원 순환홍보대사인 '에코코디(Eco-Cody)'로 위촉되었습니다. 2010년에도 에코코디 1만 3,000명은 웅진코웨이 고객 전체를 대상으로 폐건전지 및 폐휴대폰 재활용에 대한 필요성을 홍보하고, 각 가정에 수거함을 배포함과 동시에 폐건전지와 폐휴대폰을 수거하는 역할을 다하였습니다.

◎ 친환경생활잡지 <ecoway> 발행

사외보 <ecoway>는 회사 우수 고객 및 서점판매용으로 격월 발행되고 있습니다. '에코웨이(ecoway)'는 환경을 뜻하는 에코(eco)와 코웨이(coway)의 합성어로 친환경 생활 관련 콘텐츠로 구성, 웅진코웨이의 환경 친화적 이미지를 담고 있으며, 의·식·주 카테고리별 일상생활에서 쉽게 적용할 수 있는 알차고 유익한 친환경 생활정보 및 노하우를 제공합니다.

◎ 재활용 녹색바가지 배포

웅진코웨이는 2010년 3월 19일 친환경 인재양성 프로그램 '그린메이커' 대학생 및 2010년 신입사원들과 함께 시민들에게 2,000여 개의 녹색바가지를 나누어주었습니다.

이날 배포된 웅진코웨이 녹색바가지는 정수기, 청정기 등 제품의 외장재로 사용된 원료를 재활용(Recycle)하여 제작한 것으로 물을 받아쓰고(Reduce), 다시 쓰자(Reuse)는 자원 절약의 의미를 담고 있습니다. 웅진코웨이는 지난 2009년 3월부터 물 아껴 쓰기 운동의 일환으로 재활용 원료로 만든 '녹색바가지 쓰기 캠페인'을 지속적으로 전개하고 있습니다.



1. 협력사 탄소파트너십
2. 폐휴대폰 수거 캠페인
3. 친환경 생활잡지 (ecoway)



사내그린오피스 캠페인

◎ 사내 그린오피스 캠페인

웅진코웨이는 회사 내부에서 그린 오피스 활동을 적극적으로 실천하고 있습니다. 사무실 내 손님용 컵비치, 조명 점검을 위한 담당자 지정, 공동사무용품 구분, 개인용 손수건 사용, 프린트 흑백용지 절약 설정, 절전형 멀티탭 사용, 공동사용 공간 조명 소등, 이면지 수거함 설치 및 재활용 분리 수거 등의 실천가능한 그린 오피스 활동을 통해 임직원 모두가 함께 참여하는 환경경영을 실현하고 있습니다.

◎ 금연캠페인

웅진코웨이는 2010년 흡연률 0%에 도전했습니다. '흡연제로화로 탄소배출을 줄인다'는 저탄소경영 6대 실천캠페인 가운데 하나입니다. 웅진코웨이는 2010년 3월 금연제도(흡연자 다음 직급 승진대상 제외, 2011년 승진에 반영)를 확정하고, 4월 금연서약진행, 4월부터 9월까지 금연지원 프로그램 모니터링을 진행하였습니다.

◎ 임직원 환경교육

웅진코웨이는 2010년 정직원 1,203명을 대상으로 친환경설계 및 제품 평가, 기후변화 대응 마케팅, 기후변화 및 저탄소녹색성장, 그린비즈니스 온라인 교육 등을 인당 5시간 이상 실시하였습니다. 환경교육 실시로 임직원 저탄소 마인드 함양에 기여하였으며, 그 결과 환경경영 인식이 교육 전보다 약 50% 이상 향상 되었습니다.



온라인 환경교육

생태계 다양성



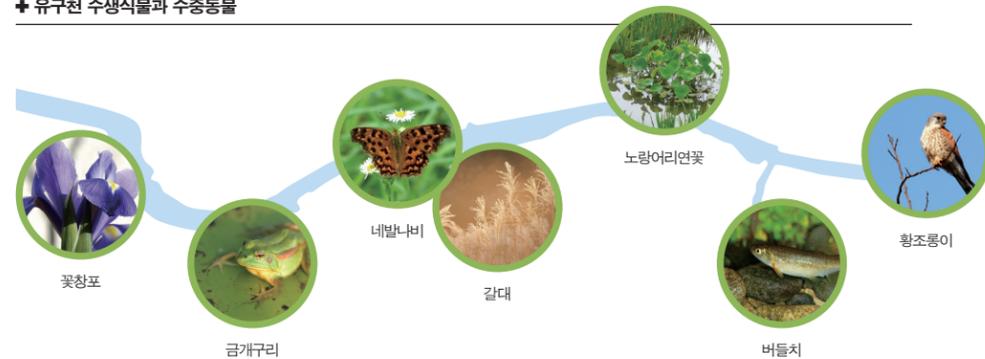
웅진코웨이 생산공장(유구공장)은 유구지역의 유구천에 직·간접적인 영향을 미치지 않습니다. 하지만 2003년부터 생활하수와 축산폐수 등의 각종 오폐수로 오염된 지역하천인 유구천을 살려내기 위하여 다양한 활동을 진행하고 있습니다.

2006년 환경부, 공주시, 환경재단과 함께 '유구천가꾸기 시범사업 협약'을 맺은 이후 지정식물 식재, 하천 정화활동 등을 하여 2006년 3급수의 물이 현재 BOD기준 1급수까지 수질이 개선되었습니다. 2010년에 투자한 금액은 총 5억 5,900만 원입니다.

지속적인 유구천가꾸기 활동 결과로 조류는 법적 보호종인 원앙, 새매, 붉은배새매, 황조롱이 등 7종이 출연하였고, 식물은 희귀식물인 꽃창포, 땅나리가 출연하였습니다.

유구공장을 비롯해 인천공장, 포천공장 등 웅진코웨이의 국내외 사업장 가운데 생물다양성과 관련된 환경적 영향이 발생한 지역은 없습니다. 웅진코웨이는 생산공장 주변의 환경정화활동에 지속적으로 참여함으로써 지역사회 환경보호 활동에 더욱 관심을 가질 것입니다.

✦ 유구천 수생식물과 수중동물



1. 유구천 신영리 식재지
2~3. 유구천 환경정화 활동



1. 산업계 녹색구매 자발적 협약 우수기업
2. 2010 대한민국 녹색경영대상 정부포상
3. 탄소정보공개 프로젝트 우수기업
4. 유엔글로벌콤팩트 COP 보고서 Notable COP 선정

환경부문 대외수상 수상



✦ 환경부문 대외수상 현황

수상명	주최	내용
COP 보고서 Notable COP 선정	유엔글로벌콤팩트 (UNGC)	UNGC 가입 회사 중, 수시로 모범적인 내용의 COP(Communication on Progress) 보고서를 선발하여 우수하다고 판단된 기업에게 부여하는 상
산업계 녹색구매 자발적 협약 우수기업	환경부	녹색산업을 육성하고, 친환경 제품의 생산, 유통, 구매를 촉진하기 위해 환경부에서 제정한 협약. 저탄소·친환경 기술 및 제품개발을 모범적으로 실천해 온 우수기업에게 수상
2010 대한민국 녹색경영대상 정부포상	지식경제부	기업단체부문 대/중/소 그린파트너십 지식경제부 장관 표창을 받았으며, 유공자 부문에서는 환경품질연구소 김상현 상무가 국무총리표창 수여
친환경산업 육성 및 저탄소 녹색성장 유공 특별상	환경부	2009년 국무총리 표창에 이어 2년 연속 수상
탄소정보공개 프로젝트 우수기업	CDP한국위원회	탄소정보공개리더십 지수(CDLI: Carbon Disclosure Leadership Index) 평가결과, 2009년에 이어 2년 연속 우수기업으로 선정
에너지 워너상 수상	소비자 시민모임	비데(BA 14-A) 에너지 워너상 녹색기기부문 수상



사회



웅진코웨이,
21년
연속 성장의
힘은
사랑입니다

1989년 설립된 웅진코웨이는 지난 21년 동안 지속 성장을 해온 기업입니다. 웅진코웨이의 지속 성장은 직원, 협력사, 주주와 투자자, 고객 등 다양한 이해관계자들과의 소통과 사랑을 바탕으로 이루어낸 결실입니다. 웅진코웨이의 핵심 경영정신인 '또또사랑'은 조직 구성원의 개개인에 대한 사랑, 고객을 비롯한 이해관계자와 사회와 지구를 사랑하는 정신을 의미합니다. 웅진코웨이는 차별화된 기술과 생각에 기반을 둔 가치창조 경영과 환경을 통해 이해관계자의 가치를 향상시키는 한편 글로벌 기업으로의 성장을 추구하고 있습니다.

더 많은
사람들과
함께
더 큰 사랑을
만들어
갑니다

더 많은 사람들이 함께 사랑을 실천할 때, 더 큰 사랑으로 우리 사회가 지속 발전할 수 있을 것이라는 믿음을 바탕으로 웅진코웨이는 회사와 임직원, 더 나아가 고객과 함께 경영정신인 '또또사랑'을 실천하고 있습니다. 특히 환경보전, 소외계층 식문제해결, 아동의 미래를 위한 활동, 빈민국가 지원 등 4개 분야를 사회공헌의 주요 범주로 선정하여 효과적인 사회공헌활동이 이루어지도록 노력하고 있습니다. 2010년에 웅진코웨이 직원들은 총 4,526회의 봉사활동에 1,783명이 참여해, 3만 800시간의 봉사활동을 이수하였습니다. 또한 2010년 한 해 동안 8억 581만 원의 사회공헌비와 11억 3,236만 원의 기부금을 사용하였습니다.

주요 성과

- 13만페이프리 신용카드 가입고객에게 100억 원 환급
- 하트서비스를 통한 차별화된 고객서비스 제공
- 캄보디아 500공 우물 완성
- 협력사와 코웨이 파트너스데이 진행
- 사내 소통프로그램을 통한 CEO와 직원간의 커뮤니케이션 증대

고객가치경영⁵³ 협력사 상생경영⁶⁰

임직원 가치경영⁶⁴ 사회공헌⁷⁵ 유구천 가꾸기⁷⁸

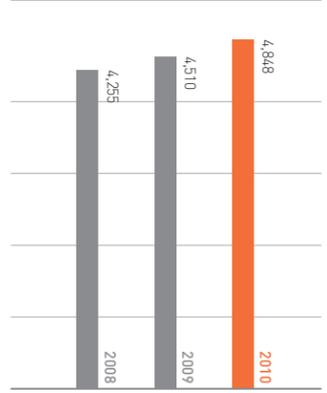


Heart Service

웅진코웨이가 생각하는 서비스 기업이란
진정한 사랑을 실천하는 기업입니다.
그 실천을 위한 첫 출발은 하트서비스입니다.



웅진코웨이 고객 변화 추이 (단위: 천 명)



HEART 서비스의 의미

- Heart**
고객의 마음을 진심으로 대변하겠습니다.
- Early**
불편을 느끼시기 전에 먼저 준비하겠습니다.
- Answer**
고객 상황에 맞춘 전문적 해결책을 드리겠습니다.
- Respect**
고객을 존중하겠습니다.
- Trust**
신뢰를 기반으로 고객을 만나겠습니다.

01. 고객가치경영

웅진코웨이 고객

웅진코웨이는 윤리규범 제1장에 고객에 대한 책임과 의무를 규정하고 있습니다. 이는 고객의 의견을 항상 존중하고 고객의 시각에서 서비스 및 편익을 제공하는 것이 고객가치제고의 올바른 방법이고 궁극적으로 고객의 신뢰를 확보하는 길임을 나타내고 있습니다. 2010년 12월 현재 웅진코웨이 고객은 렌탈고객, 일시불고객 포함 484만 8,000명입니다.

하트서비스 2010년 주요 추진 활동

웅진코웨이는 2009년 생활가전 전문기업으로서 향후 나아갈 방향을 '서비스 전문기업'으로 정하고 그에 따른 실천 과제들을 정립하였습니다. 웅진코웨이가 생각하는 서비스 기업이란 진정한 사랑을 실천하는 기업입니다. 그 실천을 위한 첫 출발은 하트서비스입니다.

하트서비스 개발 및 개선: 웅진코웨이는 2010년 각 제품별로 차별화된 하트서비스 개발과 개선을 진행하였습니다.

제품군	하트서비스 내용	만족도
연수기	연수기 강력 재생제 적용을 통한 재생효율 9% 상승	재생효과 만족 사용 용이성 높아짐
음식물처리기	토파블 세정제에서 피톤치드 세정제로 변경	음식물 냄새 제거 처리시간 단축
비데	비데 스팀 서비스 도입을 통한 서비스 전문성 개선	고객 감성불만 요인 최소화
정수기	순환세정 키트 품질 안정성 향상 냄새저감 신형 하트플러스 세정제 적용	냄새 저감 세정 시간 단축

코디 및 콜센터 문자상담: 웅진코웨이는 서비스 제공자(코디, 콜센터 직원)들의 신속한 서비스 제공을 위하여 문자상담 제도를 운영하고 있습니다. 장소, 시간에 관계없이 언제든지 질의가 가능하며 2010년 한해 동안 제품에 대한 경미한 증상 조치방법과 제도/규정에 대한 문의가 가장 많았습니다. 이용자 만족도는 4.7점(5점 만점)으로 매우 높습니다. 향후 음성 통화가 불편한 고객을 대상으로 서비스를 확대할 예정입니다.

제품 반환 요인 감소활동: 웅진코웨이는 제품 반환을 감소하기 위해 반환 결심에 영향을 미치는 요인 6개를 선정하고 그에 따른 감소활동을 진행하였습니다. 고객 불만관리 프로세스를 수립하고 고객불만을 접수 받으면 1시간 내에 연락을 하여 문제를 해결할 수 있도록 하고 있습니다. 앞으로도 고객불만 제로(Zero)화를 위하여 노력할 것입니다.

제품 안정성

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. 제품 설치 시 별도의 제품

및 그 사용과 관련한 세부내용이 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. 또한 정확한 브랜드 및 정보제공을 위하여 웅진코웨이는 표시광고의 공정화에 관한 법률 및 시행령에 고시된 내용을 따르고 있습니다. TV광고의 경우 광고심의위원회의 사전 심의를 거치기 때문에 별도의 법무검토를 진행하지 않고 그 외 인쇄매체를 통한 홍보물 및 판촉물은 사전 법무검토를 진행하고 있습니다.

PL 실시간 조회시스템 구축: 전사적인 제품 책임(PL: Product Liability) 사고 분석체계와 PL 사고 관련 부서 공유 부재로 인한 문제점을 개선하기 위해 PL 실시간 시스템을 구축하였습니다. 이를 통하여 PL 사고 현황에 대한 실시간 분석과 조화가 가능하도록 하였으며, PL 업무 지원을 통해 PL 사고를 예방하고 있습니다. 웅진코웨이의 전제품에 대해서 PL법을 준수해서 관리하고 있으며 보고기간 동안 위반건수는 0건이었습니다.

수질검사 서비스 제공: 웅진코웨이는 정수기를 사용하는 고객에게 수질검사 서비스를 제공하고 있습니다. 웅진코웨이 환경분석센터에서는 고객의 정수기 성능 및 수질을 점검하기 위해 10개 항목(크롬, 납, 카드뮴, 알루미늄, 철, 아연, 비소, 셀레늄, 구리, 망간)에 대하여 고객요청 시 연 1회 수질검사를 무료로 실시하고 있습니다. 2010년 정수기 렌탈고객에 대한 무료 수질검사는 총 1만 1,623건에 대해 10가지 항목의 분석서비스가 제공되었으며, 이 중 45건의 부적합 사항에 대해 관할 지점 및 지국을 통해 적절한 조치를 취하도록 하였습니다. 부적합이 발생되면 해당 지국에 사실을 통보하고 원인 파악을 위하여 설치 해당고객의 원수와 정수수를 재채수하여 재검사를 하거나 또는 제품 점검 및 필터 교체, 하트서비스 등의 조치 후 수질검사를 다시 시행하도록 요청하고 있습니다.

◎ **고객의견 수렴**

온라인 고객센터 운영: 웅진코웨이는 온라인 커뮤니케이션 채널인페이프리 사이트(http://www.payfree.co.kr)에 온라인 고객센터를 운영하여 고객의 목소리를 상시 청취하고 있습니다. 온라인 고객센터는 고객의 불편 사항, 제안, 칭찬, A/S예약 등 고객의 목소리(VOC: Voice of Customers)를 수렴하여 보다 나은 서비스를 제공하고자 만들어진 커뮤니케이션 채널입니다. 웅진코웨이는 고객의 문의 사항에 대해 24시간(업무시간 기준) 내 답변하기 위해 노력하고 있습니다. 고객 상담의 편의성을 제고하기 위해 기존의 전화 상담 외에 우수고객에 한해 1:1 채팅 상담을 2009년 9월부터 운영하고 있으며, 온라인상에서 A/S 신청이 가능하도록 하고 있습니다.

고객 VOC(Voice of Customer) 관리: 웅진코웨이는 온라인 고객센터 뿐만 아니라 직원들의 제안사항, 직접 하트서비스를 제공하는 코디들이 현장에서 수렴한 VOC 등 다양한 채널을 통해 VOC를 수집하고 있습니다. 수렴된 VOC 중 빈도수, 시급성 등을 판단하여 총 3단계로 해결과제를 나누어 해결 방안을 도출, 현장과 공유하고 있습니다.

콜센터 상담: 웅진코웨이는 고객 불만 사항을 3단계 유형 분류를 통해 유형에 맞게 전문 매니저와 제조물 책임 처리 담당자가 신속히 문제 해결을 진행하고 있습니다. 제품관련 고객 불만사항 발생시 서



1. 하트서비스: 비데 스팀서비스
2. PL 전문요원 연수
3. 환경분석센터 사이트: www.enviana.com

✦ **고객 문의 처리 프로세스**



비스팀에서 처리 확인 사항을 점검합니다. 콜센터 전담 민원파트에서 고객 클레임을 확인하고, CCMS 팀에서 프로세스를 총괄 관리하도록 하여 고객의 입장에서 보다 꼼꼼한 상담을 받을 수 있도록 하였습니다. 또한 외부고객과 내부고객의 상담 채널을 구분하여 외부고객의 경우 2스텝 ARS 구조, 내부고객 전담 상담은 1스텝 ARS 구조로 영역별 전문 상담을 제공하고 있습니다.

외국어 상담 서비스: 웅진코웨이 콜센터는 국내 거주 외국인 고객에게 보다 정확한 정보 제공 및 편의 서비스 제공을 위해 외국어 상담 서비스를 실시하고 있습니다. 본 서비스는 서비스 제공자(코디/닥터)가 현장 근무 시 외국인 고객에게 보다 정확한 상담 서비스 제공이 필요할 경우 콜센터로 도움요청을 하면 제공됩니다. 현재 영어, 일어, 중국어 3개 국어 서비스가 제공되고 있으며 주요 상담 내용은 제도 및 제품 안내, 방문 전 주요 사항 확인입니다. 향후 업그레이드 된 양질의 서비스가 제공될 수 있도록 프로세스를 개선 할 예정입니다.

◎ **고객만족도 향상**

CCMS: 웅진코웨이는 고객만족을 모든 판단기준과 행동의 최우선으로 삼고 소비자 만족 자율관리 프로그램(CCMS: Consumer Complaints Management System) 도입과 운영, 고객정보 보호활동 수행, 혁신적인 마케팅과 디자인 등의 고객지향경영을 통해 고객가치를 지속적으로 제고해 나갈 것입니다. 소비자 만족 자율관리 프로그램은 고객의 피해예방과 개선활동을 지속적으로 수행하기 위해 제품 및 서비스와 관련된 고객불만에 대해 자발적인 관심과 책무를 명확하게 만든 시스템입니다. 품질관리, 제품안전, 개인정보 보호, 대내외 소비자교육, 제품생산 전과정의 친환경 측면 고려 등 7가지의 범주를 기준으로 이루어지고 있는 고객만족을 위한 예방활동은 대외적으로 좋은 평가를 받고 있으며, 이 활동의 전개로 회사의 이미지가 제고되는 효과도 얻고 있습니다.



CCMS의 확산과 홍보: 웅진코웨이는 대외 소비자를 위한 다양한 교육 프로그램을 운영 하였습니다. 이를 통해 웅진코웨이의 CCMS 우수성을 알리고 기업의 소비자보호활동에 대한 전반적인 사례를 공유함으로써 소비자들에게 웅진코웨이의 친소비자적인 이미지를 극대화시켰습니다. 웅진코웨이는 2010년부터 11년까지 2년간 기업소비자전문가협회(OCAP: 공정위 산하기관) 공산품분과 대표사의 지위를 부여 받아 다양한 활동들을 진행하고 있습니다. 2010년 웅진코웨이는 총 5회의 정기세미나와 워크샵 운영을 통해 회원사간의 선진사례 공유 및 효율적인 CCMS 운영방안을 마련하기도 하였습니다.

2010년 9월에는 국립 안동대학교 교직원 및 학생 600여 명을 대상으로 하는 강연프로그램에 웅진코웨이 흥준기 대표이사가 명사로 초빙되어 웅진코웨이의 고객만족 성공전략과 비전에 대해 특강을 진행하였습니다. 2010년 제15회 소비자의 날을 맞이하여 웅진코웨이는 공정거래위원회와 경북도청이 주관하는 행사에 참여하여 지역소비자를 위한 순회서비스와 지역공무원과 시민단체를 대상으로 하는 소비자교육을 진행하기도 하였습니다.

+ 2010년 CCMS 활동	
프로그램명	참가자
CCMS 체험스쿨	전국 소비자전공 대학생 대상 서울대 포함 18개 대학 50여 명 참가
기업체 CS 현장실습	가톨릭대 포함 12개 대학 30여 명 참가
대학생 대상 견학프로그램	인하대 포함 6개 대학 240여 명 참가
시민단체 대상 견학프로그램	녹색소비자연대 포함 3개 단체 120여 명 참가
전국대학 CCMS 순회교육	성신여대 포함 10개 대학 600여명 참가

2010 한국소비자업무협회 주관 KCOP EXPERT 기관상 수상

웅진코웨이는 2010년 11월 19일 2010 KCOP EXPERT 기관상을 수상하였습니다. 한국소비자 업무협회에서 주관하는 이 상은 매년 국내기관 및 기업을 대상으로 소비자보호업무에 적극적인 역할 담당과 산학활동을 통한 CS우수인재 배출에 기여한 곳을 선정합니다. 학회의 임원교수들과 회원교수들의 추천을 통해 공적서를 제출받아 공정한 심사를 거쳐 최종 수상대상을 선정하고 있습니다. 웅진코웨이는 CCMS 우수인증기업으로서 소비자보호를 위한 여러활동과 학생 및 소비자단체를 위한 교육프로그램 운영 등 다양한 활동을 전개하는 점을 높이 평가한 학회 회장 및 임원교수들의 추천을 통해 대상 기업으로 최종 선발되었습니다.

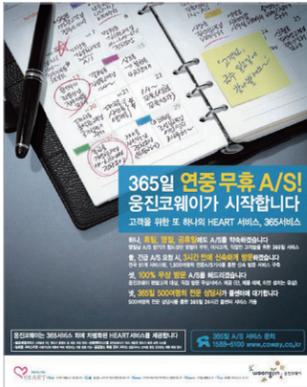
고객정보 보호: 웅진코웨이는 개인정보가 분실, 도난, 누출, 변조, 훼손되지 않도록 하기 위하여 노력하고 있습니다. 웅진코웨이의 온라인 상 고객 개인정보는 비밀번호에 의해 철저히 보호되고 있습니다. 해킹이나 컴퓨터 바이러스 등에 의해 개인정보가 유출되거나 훼손되는 것을 막기 위해 시스템을 철저히 관리하고 있습니다. 특히 2010년 11월 17일에는 데스크톱 가상화 기술을 기반으로 한 클라우드 콜센터를 국내 최초로 구축했습니다. 550석 규모의 클라우드 콜센터는 IT 관련 정보를 거대한 구름(서버) 속에 넣어두고, 가상 PC를 통해 업무를 처리하는 콜센터를 말합니다. 서버에 접속해서 자신에게 부여된 가상 PC를 통해 업무를 보게 됨으로써 각종 데이터가 서버에 중앙 집중되어 보관되고, 고객정보 데이터는 PC에 저장되지 않아 보다 철저한 고객정보 보호가 가능합니다.

클라우드 콜센터는 기본적인 메모리만 갖춘 PC를 사용함에 따라 사용 전력량을 70% 이상 절감할 수 있습니다. 민감한 고객 정보를 안전하게 관리할 수 있고, 다양한 사용자 조건에서도 동일한 업무 환경을 제공해 상담원의 생산성 향상에도 기여할 것으로 기대됩니다. 보고 기간 중 고객 정보 유출에 대한 위반건수는 0건이었습니다.

365 서비스 시행: 웅진코웨이는 휴일 서비스 수요증가와 고객 만족도 향상, 차별적 서비스를 제공하기 위해 365 서비스를 실시하고 있습니다. 365 서비스는 전체 A/S건, 긴급 설치건 등을 모든 휴일(명절 포함)에 실시하는 것으로, 현재는 1단계(현재)로 특별·광역시 등의 시단계에서 진행하며, 향후 2단계 시/군 단위, 3단계 전지역으로 확대할 계획입니다.



1. CCMS 체험스쿨
2. 대학생 대상 견학프로그램
3. 시민단체 대상 견학프로그램
4. 전국대학 CCMS 순회교육



365 서비스 광고



1. W_class 고객과 함께한 '한여름에 즐긴 스키캠프'
2. 클리베 주부체험단

NPS(순고객추천지수, Net Promoter Score) 조사: 웅진코웨이는 고객의 니즈를 지속적으로 탐색하고, 충족시키기 위해 고객이 경험하는 모든 순간에 대해 NPS를 측정하고 개선활동에 활용해 긍정적 경험으로 디자인하고 있습니다. 2010년 분기마다 1회씩 웅진코웨이 사용 고객을 대상으로 조사가 진행되고 있으며, 특히 비데 스티프서비스 등 제품의 위생관리 수준 향상, 고객 편의를 증대시키기 위해 적용한 신규 서비스들은 고객으로부터 긍정적 반응을 얻었습니다. 향후에도 고객의 불편사항 해결, 니즈 충족을 위해 전사적 개선활동을 시행할 것입니다.

◎ 고객참여 활동

온라인 커뮤니케이션 채널: 웅진코웨이는 다양한 사이트를 통해 고객과 커뮤니케이션 하고 있습니다.

www.coway.co.kr	웅진코웨이 대표사이트(국내)
www.coway.com	웅진코웨이 대표사이트(해외)
www.payfree.co.kr	웅진코웨이 고객센터
www.cowayir.co.kr	IR전용사이트(국내)
www.cowayir.com	IR전용사이트(해외)
blog.coway.co.kr	웅진코웨이 공식 블로그
recruit.cody.co.kr	웅진코웨이 코디 모집 사이트
www.enviana.com	웅진코웨이 환경분석센터 사이트

W_class 고객 로열티 프로그램 확대: 웅진코웨이는 2009년 9월 우수고객 전용서비스 'W_class'를 론칭한 이후 우수고객에 대한 차별적인 로열티 프로그램을 펼쳐왔습니다. W_class는 연간 100만 원 이상의 금액을 이용하며 최소 4개 제품을 6년 이상 사용하고 있는 VVIP와 VIP 고객으로 전체 고객의 상위 5%에 해당하는 12만 명 규모입니다.

웅진코웨이는 W_class 고객에게 차별화된 전용서비스와 다양하고 특별한 혜택을 제공하고 있습니다. 해당 고객들은 전용 콜센터와 일대 일 온라인 상담을 통해 더욱 빠른 One-Stop 서비스 이용이 가능하고, 고객이 이사할 경우 제품 이전 설치 서비스를 무상으로 제공받을 수 있습니다. 또한 고객에게 유용한 생활밀착형 할인·무료 혜택도 강화해 실용성을 높였습니다. 다양한 제휴사 서비스를 할인받을 수 있는 프리미엄 쿠폰이 지급되며, 매달 50건의 SMS서비스도 무료로 이용할 수 있습니다. 고객체험 마케팅의 일환으로 사회공헌활동과 연계한 고객참여형 프로그램도 실시하고 있으며, 다양한 테마의 문화 강좌도 진행됩니다. 웅진코웨이는 보유하고 있는 고객접점 네트워크와 제휴 인프라를 적극 활용하여 고객에게 더욱 실용적인 혜택을 제공할 방침입니다.

클리베 주부체험단 운영: 웅진코웨이는 음식물처리기에 대해 궁금해 하는 주부들을 위해 직접 체험할 수 있는 <클리베 주부체험단>을 2010년 8월 12일부터 4주 동안 운영했습니다.

4주 동안 직접 음식물처리를 사용한 주부체험단은 온라인 블로그를 통해 심도있는 체험 소감을 소개하였습니다. 이를 통해 웅진코웨이는 제품 개발 시 참고할 수 있는 제안사항을 수렴할 수 있었고, 주부체험단은 음식물처리기에 대한 부정적 생각들을 버릴 수 있는 인식 전환의 기회가 되었습니다. 웅진코웨이는 클리베 체험단 100인을 환경 지킴이 전도사로 운영하며, 음식물쓰레기 감소를 위한 대안 제시와 지구 행복 프로젝트를 위해 자원화 산학 협동 프로젝트를 진행할 계획입니다.



코웨이 그린메이커: 웅진코웨이는 2010년 전국 대학생を対象으로 NO1. 체험형 Eco-Way 프로그램인 '코웨이 그린메이커(GreenMaker) 3기'를 운영했습니다. 그린메이커는 '녹색과 자연'을 상징하는 'Green'과 '세상을 만들어가는 주체'를 뜻하는 'Maker'의 합성어로 친환경 활동과 실무 프로젝트를 통해 환경경영의 중요성을 배우고 글로벌 리더십을 배양하는 웅진코웨이의 '친환경 인재양성 프로그램'입니다. 2008년 이후 3년째를 맞이하는 코웨이 그린메이커는 단순한 광고, 디자인 공모에서 벗어나 다양한 실무체험 기회와 혜택을 제공하며 LG글로벌챌린저에 이어 선호도 2위, 인지도 55%가 넘는 대학생 프로그램으로 성장했습니다. (조사: 대티즌닷컴)

코웨이 캠퍼스 리포터: 웅진코웨이는 대학신문, 블로그 등 영타킷 커뮤니케이션 강화를 위하여 대학생을 대상으로 '웅진코웨이 캠퍼스 리포터'를 운영하였습니다. 2010년 4월 28일~12월 1일까지 총 14명의 캠퍼스 리포터가 팀/개별 미션, 정기모임, 특강 및 캄보디아 우물파기 봉사단으로 활동하였습니다.

CS 취업캠프: 2010년 8월 10일부터 13일까지 40여 명의 취업 준비 대학생들은 'CS 취업캠프'를 통해 이미지 메이킹, 면접 스킬, 커뮤니케이션 방법 등의 교육을 받았습니다. 웅진코웨이 CS 취업캠프는 방학 기간을 이용해 매년 두 차례씩 진행되는 기업-대학 산학협력 프로그램으로, 서비스 마인드에 대한 기본적인 이해를 비롯해 이력서 작성 요령, 면접 스킬, 이미지 메이킹, 커뮤니케이션 전략 등을 중점적으로 교육하고 있습니다. 지난 2004년부터 7년째 시행하고 있는 이 프로그램은 올해 '실전 면접 연습 및 피드백' 부분을 강화해 부족한 점을 스스로 분석할 수 있도록 일대일 면접, 일대다 면접, 토론 면접 등 다양한 방식으로 모의면접을 진행하고 있습니다.

대학생 CCMS 체험스쿨: 웅진코웨이 CCMS 대학생 체험스쿨은 연 2회 1월과 7월 방학 중에 진행됩니다. 전국 40여 개 대학 소비자학 전공 학부생을 대상으로 참가자를 선발하여 CCMS에 대한 전반적인 이론교육과 기업운영사례, 외부전문가 특강을 진행하고 이를 통해 습득한 지식을 바탕으로 CCMS 예방과제를 수행하는 과정까지 진행합니다. 상기 프로그램은 CCMS 인증기업 최초로 진행되는 산학 프로그램으로 해가 갈수록 학생들의 관심이 높아져 지원자가 지속적으로 증가하고 있으며 2010년 8월 개최된 공정위 주관 CCMS 인증기업 보수 교육식 대외교육 우수사례로 발표되기도 하였습니다.



1. 그린메이커
2. 코웨이 캠퍼스 리포터
3. 취업응원 이벤트 CS 취업캠프
4. 대학생 CCMS 체험스쿨

협력사



PMS Productivity Management System

협력사와의 동반성장을 통한 상생협력을 위하여 총 7개사에 PMS 경영컨설팅을 통한 생산성 향상 및 품질개선활동을 추진하였으며, 2011년 협력사를 전문적으로 지원하는 기술지원팀의 신설을 추진하고 있습니다.

협력사 상생경영

◎ 협력사 상생활동

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

◎ 2010년 협력사 상생활동 주요 성과

2010년 주요 추진과제:

2010년 웅진코웨이의 협력사 상생활동의 주요 추진과제는 환경·품질·공정·녹색경영 전문인력 양성 배치하여 산업인력관리공단 주관 컨소시엄사업을 통한 협력사의 품질·환경·생산 전문인력을 약 2~3개월 집중 양성하여 현업에 배치하는 것이었습니다. 이러한 인력양성을 통해 웅진코웨이에 대한 대응력을 향상시키고 협력사 내부의 생산성 및 품질/환경관리수준을 높일 수 있었습니다. 또한 웅진코웨이는 협력사 생산성 향상 및 녹색경영 대응을 위한 37개 과정을 추진과제로 삼고 운영하였습니다.

웅진코웨이는 2010년 한 해 동안 전 협력사를 대상으로 W-GP(Woongjin-Green Partner) 진단 및 심사를 진행하였습니다. 또한 인벤토리 대상업체에 대해서는 웅진코웨이 거래 주요 부품 중심으로 MFQC(Material Flow Quality Control) 흐름관리체계를 구축하였습니다. 또한 인벤토리 대상업체 10개에 대한 'Time Prism'을 활용한 동영상 동작을 분석하였습니다.

금형업체 정일금형, 동국정밀의 Process Network System을 구축함으로써 금형수주 ▶ 제작 ▶ 공정관리 ▶ DPP ▶ LPP ▶ 양산 ▶ 수정 및 유지관리에 대한 시스템 구축이 완성되었으며, 현장 3정5S 및 현장 표준관리 체계 구축도 함께 이루어졌습니다. 주요 협력사에 대한 PMS 지도 및 관리 시스템을 구축하였습니다.

COP(Coway Open Plaza) 아카데미 운영결과: 협력사 생산 및 품질 경쟁력 기반 형성, 협력업체 중간관리자 역량개발, 협력업체 원가혁신마인드 형성을 목적으로 COP(Coway Open Plaza) 아카데미를 2007년부터 운영하고 있습니다. 2010년의 경우 검사 전문가 과정, 공정품질 GP 기반구축 과정 등 24차 과정을 운영하였습니다.

코웨이 파트너스데이: 웅진코웨이는 2010년 12월 23일 101개 협력사와 상생경영의 협력을 확인하는 '제6회 코웨이 파트너스데이' 행사를 가졌습니다. 코웨이 파트너스데이는 웅진코웨이가 협력사와 상생경영을 실천하기 위해 2005년부터 매년 주최하는 행사로, 웅진코웨이 흥준기 사장을 비롯한 임직원이 참석해 1년의 수고에 대한 고마움을 표시하고, 우수 협력사에 대한 감사패를 증정하는 행사입니다.

그린파트너(W-GP): 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 제품환경 위험관리 등의 효과를 가져다 줍니다.

그린파트너 인증업체에게는 인센티브를 제공하는 한편, 미인증 업체에는 여러 형태의 패널티를 부과하고 있습니다. 그린파트너 인증업체는 2008년 31개 사, 2009년 49개 사(신규 31개, 유지 18개), 2010년 50개 사(신규 1개, 유지 49개)입니다.

✦ COP Academy

구분	과정 운영 수	참석인원
2010	24차	359명 전체인원 3,643명 중 9.88% 참여
2009	48차	763명
2008	35차	534명
2007	16차	259명

※ 2010년 : (주)제성 외 86개 업체

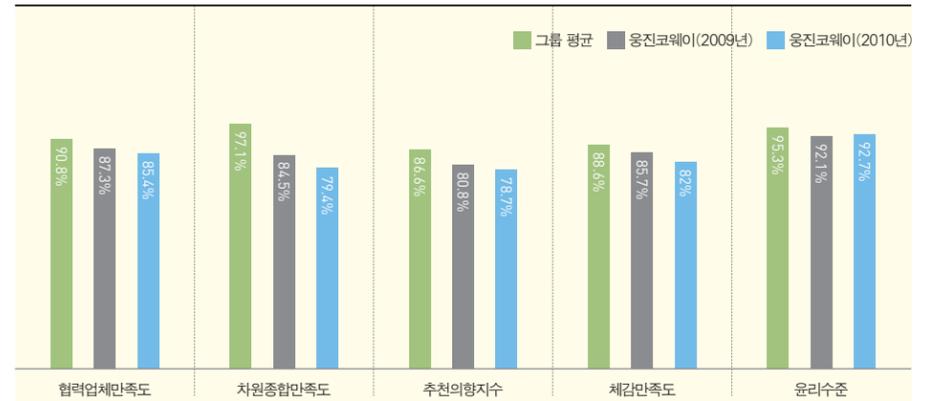


코웨이 파트너스데이

2010년 협력사 만족도 조사: 2010년 웅진그룹은 협력사 대상으로 9월 15일~9월 29일까지 협력사 만족도 조사를 진행하였습니다. 웅진코웨이의 경우 75개 업체의 대표가 응답을 해주었으며, 만족도는 85.4점(100점 만점)으로 나타났습니다. 응답자 특성별로는 일회성 거래업체, 거래기간이 2~4년 미만인 업체, 연매출액이 적은 고객일수록 높은 만족도로 나타났습니다. 협력사 만족도 구성 요소 중 윤리수준이 92.7점으로 가장 높게 나타났습니다. 협력사 만족도 조사결과 전체적인 평균 점수가 하락하였으며, 차원종합만족도(계약내용, 업무협조 및 처리과정, 대금지급)와 거래 추천의향지수의 하락으로 전체 만족도 점수가 하락하였습니다.

그룹 평균에 비해 점수가 낮은 부분에 대해서는 협력업체 담당 부서의 구매 전반적인 업무프로세스 점검을 통해 협력업체와 개선방향을 찾고, 지속적인 업무 모니터링 및 직무별 특성을 고려한 특화 교육을 통해 개선하도록 하겠습니다.

✦ 협력업체 만족도 구성



◎ 2011년 협력사 상생협력 방안

협력사 선정기준: 2011년 웅진코웨이 핵심부품군의 협력업체 선정은 협력업체 종합평가(실적+실태), 협력업체의 재무 리스크, 경영 안정성, 대표자 역량과 사업전략 연계성, 비즈니스 중요도, 비즈니스 기여도 등을 평가하여 핵심, 협업, 일반 거래처로 세분화하여 운영합니다. 기본적인 물량배분은 해당 등급 내에서 이루어짐을 원칙으로 합니다. 일반적인 부품은 등급에 따른 물량배분과 입찰을 병행할 계획입니다. 그리고 아동 및 외국인 불법체류 노동자들을 고용하지 않도록 유도할 것입니다. 또한 협력사의 차별화 등급인 핵심, 협업, 일반그룹은 매년 공정한 평가를 통하여 선정하고 협력업체에 공개할 계획입니다.

상생협력 과제: 상생협력 과제는 협력사 VOC를 수렴하여 선정하였으며, 내부 협의를 통해 이슈별 대안을 마련하는 과정으로 진행하였습니다. 2010년 6월 총 50개 사의 VOC를 접수한 웅진코웨이는 7월까지 VOC 분석 및 이슈 선정 작업을 진행했으며, 11월에는 이슈별 대안 수립 및 내부 협의를 거친 5가지 카테고리의 상생협력 방안을 도출했습니다.

+ 2011년 상생협력 과제	
과제	내용
소 Lot 물량개선	웅진코웨이는 협력사의 소 Lot 생산으로 인한 비효율 발생을 줄이기 위해 생산 및 A/S의 소 Lot를 개선할 것입니다.
표준화 공용화 추진	웅진코웨이는 협력사 관리 개선 및 재고감축을 위해 2010년 하반기부터 공용화를 추진하고 있으며, 2011년 제안제도(함께하는 상상오션)를 통해 지속적으로 추진할 것입니다.
모듈화 관련 개선	웅진코웨이는 협력사의 모듈화 난이도 품목 해체 활동 및 향후 모듈화 결정 프로세스를 개선하고 있습니다
시사출/금형수, 개조비 프로세스 및 금형폐기	2010년 10월부터 시사출비를 지급하였으며, 2011년부터는 매년 금형실사 및 단종 금형, A/S 없는 품목을 폐기할 것입니다.
상주인력 운영 개선	웅진코웨이는 대차 이동거리를 축소하고, 상주 대행업체를 통한 통합운영으로 인원축소, 비용절감, 운영관리 간소화 등 프로세스를 개선할 것입니다.

◎ 상생협력을 위한 노력

열린상담실/제안제도 추진: 웅진코웨이는 비효율적 애로사항, 비윤리적 행위를 제보할 수 있는 채널을 개설하고, 다양한 아이디어 제안을 성과로 돌려주는 '함께하는 상상오션'을 개설하기로 했습니다. 열린 구매상담실/Hot Line을 통해 협력사는 비효율적인 업무 처리나 애로사항, 비윤리적인 제보를 할 수 있습니다. 특히 Hot Line은 유리경영팀과 환경기술연구소 소장 직통 라인연결을 통하여 비윤리 제보, 실시간 SMS 기능을 통한 대응이 가능한 시스템입니다.

제안제도(함께하는 상상오션) 홈페이지 개설을 통해서 다양한 개선 아이디어나 VE, 원가절감, 성능 개선 아이디어를 제안하고 성과를 보상받을 수 있습니다.

상생협력펀드 및 무이자 지원: 협력사 자금 유동성 확보를 위해 웅진코웨이는 상생협력펀드를 운영하고, 생산성 향상 및 개선을 위해 무이자 자금을 지원하기로 했습니다. 상생협력펀드 운영은 협력업체의 유동성 및 자금지원을 위해 기업은행 연계를 통한 저금리의 웅진코웨이 상생협력 특별펀드로 규모는 100억 원입니다. 무이자 지원은 협력사의 공정개선, 설비투자, 인프라 개선을 위해 무이자 자금 지원을 확대하는 것이며, 그 규모는 20억 원입니다.

온라인 교육 및 맞춤형 교육 지원: 웅진코웨이는 웅진패스원과 연계하여 온라인 교육과정을 개설하여 협력업체의 교육을 지원하고, COP 아카데미 교육과정을 현장 중심의 직능 맞춤형 교육으로 개편합니다. COP 아카데미, 현장 중심의 교육과정 개설을 통해 생산혁신 전문가를 양성하고자 합니다. 특히, 우수 협력업체 벤치마킹 실시, 원가/품질 인텐시브 코스를 개설하여 원가 절감과 품질 개선 역량 강화를 도모하고자 합니다.



상생협력펀드 조인식

인재



신기神氣 문화

즐겁고 신나는 직장, 직원과 최고 경영층간의 원활한 커뮤니케이션이 이루어지는 직장을 만들기 위해 웅진코웨이는 다양한 사내소통 프로그램을 운영하고 있습니다.

임직원 가치경영

⊙ 인재상과 임직원에 대한 회사의 책임

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

임직원에 대한 회사의 책임: 웅진코웨이는 임직원을 존중하고 능력과 업적에 따라 공정하게 대우하며, 그들의 창의성이 충분히 발휘되도록 노력하고 있습니다. 임직원에 대한 책임은 크게 4가지로 요약할 수 있습니다. 첫째, 임직원에 대한 회사의 인식에 해당하는 부분으로 임직원을 인격체로 존중함으로써 주인의식을 가지고 일을 통해 보람을 느낄 수 있도록 하는 것입니다. 둘째, 인재 육성 부분으로 임직원이 창의적인 인재로 성장할 수 있도록 필요한 제도를 갖추고 지원하는 것입니다. 셋째, 평가 및 보상에 관한 부분으로 임직원을 능력과 업적에 따라 공정한 기준을 적용, 평가하고 정당하게 보상하는 것입니다. 마지막으로 제안제도 등을 이용하여 창의적 사고와 자율적 참여를 유도함으로써 창의적인 조직문화를 활성화하는 것입니다. 한편 웅진코웨이는 아동노동·강제노동을 금지하고 있으며, 성에 의한 차별·인종 차별·종교적 신념에 의한 차별 또한 엄격히 금지하고 있습니다. 보고기간 동안 차별금지 정책을 위반한 사례는 발생하지 않았습니다.

⊙ 인력 현황

✦ **인력 현황** (2010년 12월 31일 기준)

구분	세부구분	인원수
전체 총직원수	비정규직 포함 전체인원	4,188명
정규직 분류	정규직 인원 1,884명	임원: 27명(1.4%) 일반사무: 509명(27%) 강사: 97명(5.2%) 연구원: 313명(16.6%) 영업직: 622명(33%) 생산직: 269명(14.3%) 해외파견: 47명(2.5%)
세부직원	비정규직 인원수 전체 퇴직 인원수 고용된 장애인 직원수	2,304명 493명 45명
남녀 성비	정직원 남자직원수 정직원 여자직원수	51%(960명, 임원 27명 포함) 49%(924명)

※ 웅진코웨이는 국내의 주요 사업장의 지역사회고용 창출을 위해 현지인 중 웅진코웨이의 인재상과 부합한 인재가 있다면 채용할 의사를 가지고 있습니다.
※ 코디는 자유직업 소득자로 분류됩니다.

✦ 인재상



✦ 2010년 복리후생비 및 급여 (단위:억 원)



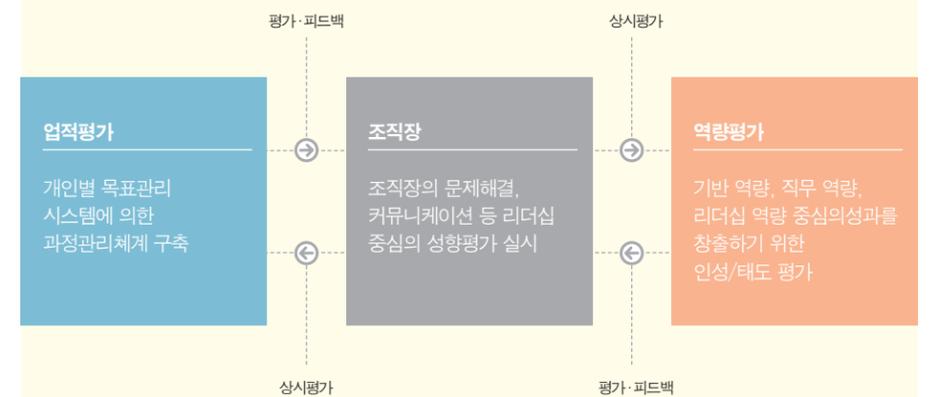
⊙ 임직원의 성과와 평가

임금: 직원에 대한 보상은 크게 급여와 복리후생비로 구분됩니다. 2010년 웅진코웨이는 급여로 1,516억 9,700만 원, 복리후생비 299억 8,600만 원 등 모두 1,816억 8,300만 원을 지출하였으며, 이는 2009년의 총 지출 1,770억 원에 비해 46억 8,300만 원 증가한 것입니다. 직원의 연봉은 법정근로시간 및 능력급, 1년 간의 업무시간 외 근로시간(휴일, 연장, 야간근로)을 감안하여 산정하며, 12등분하여 매월 25일에 지급합니다. 웅진코웨이의 신입사원 급여는 법정최저임금 대비 313%이며, 모든 직원은 남녀간 기본급의 차이 없이 능력 위주로 공정하게 보상합니다.

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

평가 시스템: 웅진코웨이는 조직의 핵심성과지표(KPI: Key Performance Indicator)와 연계한 개인별 목표관리시스템을 운영하고 있습니다. 업적평가는 개인별 목표계획에 맞는 과정관리체계를 운영하고 있습니다. 역량평가는 또또사랑 실천 역량, 일상역량, 전문성 역량, 웅진리더 역량을 중심으로 모든 직원에게 동일한 평가 프로세스를 공정하게 적용하여 평가하고 있습니다. 또한 공정하고 합리적인 평가가 이루어질 수 있도록 상시 코칭 시스템 운영을 통한 육성형 평가시스템을 지향합니다. 한편 조직장의 역량에 대한 평가는 상사평가를 참고로 리더십 평가를 진행하고 있습니다.

✦ 평가방식



✦ 정직원 필수 이러닝 교육

행복한 직장의 필수조건, 성희롱 예방교육

수강인원	866명
총 교육시간	4,330시간 (인당 교육시간 5시간)

그린 비즈니스, 투명한 기업만들기

수강인원	844명
총 교육시간	1만 6,880시간 (인당 교육시간 20시간)

안전한 직장의 필수조건 정보를 지켜라

수강인원	824명
교육시간	4,944시간 (인당 교육시간 6시간)

✦ 웅진코웨이 교육비, 교육인원, 교육시간

교육비	18억 220만 6,948원
교육인원	이러닝 4,531명 오프라인 18명
인당교육비	이러닝기준 397,750원
교육시간	이러닝 7만 3,939시간 오프라인 1만 9,252시간



미니 MBA

✦ 해외연수 WAA

신사업 WAA

해외 선진기업 벤치마킹 및 해외시장조사를 통해 코웨이 신사업 발굴 및 조직원의 글로벌 역량개발

팀장과 함께가는 WAA
해외우수기업 벤치마킹을 통한
팀역량강화 및 조직활성화

본부 WAA

본부별 주요이슈해결 및 조직활성화

⊙ 복리후생

복리후생: 직원의 삶의 질을 향상하여 회사에서 최고의 업무성과를 낼 수 있도록 다양한 복리후생 프로그램을 운영하고 있습니다.

✦ 임직원 복리후생

구분	내용		
전직원 대상	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	그룹입사일 기준 만 3년 근속자 대상으로 취학전/고등학생 연간 60만 원, 대학생 연간 270만 원 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	
	출산 축하금	배우자(본인) 출산 시 출산 축하금 지원	
	생일자 선물	직원의 생일에 문화상품권 지급	
	기념일 선물	명절(설, 추석)과 창립기념일에 개인별 선물 지급	
	도전! High-School!	사이버 대학 지원	
	상조물품 지원 제도	직원 및 가족 애사시 상조물품 지원	
정직원 대상	건강검진	2년에 1회 건강검진비 지원	
	복지카드 지급	근속년수에 따라 차별적 포인트 지급하여 여가활동 지원	
	기타	CEO 추천도서 지급, 주 5일제 실시, 동호회 활동 지원 등	
	러브 플라워	직원 결혼기념일에 꽃다발, 꽃바구니, 화분, 난 등 본인 선택 후 지급	
	차량유지비	차장급 이상 차량유지비 지급	

동호회 : 웅진코웨이는 직원들이 직장에서 즐겁게 생활할 수 있도록 동호회 활동을 적극 지원하고 있습니다. 2010년 12월 기준 114개의 동호회가 활동 중이며 동호회 참여인원은 1,750명입니다.

⊙ 퇴직율

(단위 : %)	사원	대리	과장	차장	부장	임원
남자	1.84	4.3	3.89	0.82	0.41	0.2
여자	1.43	1.64	0.82	-	-	-

※ 퇴직율=(매월 퇴직인원 합 / 매월 전체인원 합) x 100

※ 2010년 12월 31일 현재

⊙ 퇴직연금제도 운영

웅진코웨이는 2010년 5월부터 퇴직연금 제도를 도입하였습니다. 구성원과 회사의 장·단기 상황을 다각도로 고려하여 가장 적합한 제도로써 DB(확정급여형)제도를 선정하고 전 구성원에게 동일하게 적용하도록 하였습니다. 2~3년 간 퇴직연금이 안정적으로 정착되고 난 후부터 희망자에 한해 DC(확정기여형)제도를 도입할 예정입니다. 또한 퇴직 직원을 위한 퇴직 프로그램 도입을 긍정적으로 검토하고 있습니다.

⊙ 인재양성 프로그램

인재 양성 개요: 웅진코웨이는 교육을 통해 임직원 개개인의 역량을 키우고, 더 나아가 경영의 성과를 창출할 수 있도록 직무 중심, 현업 중심, 과제해결 중심의 교육을 실시하고 있습니다. 회사의 공통 핵심역량을 향상시키기 위해 그룹 인재개발원과 연계하여 직무 및 계층별로 특화된 과정을 개발하여 학습자 중심의 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

임직원 필수교육: 임원 필수 교육은 경영환경 변화 대응 및 미래성장을 위한 다양한 주제와 문제에 대한 경영진의 심화토의모임인 '미래 혁신포럼'을 월 1회 진행하고 있습니다. 주제별 외부 전문가를 초청하여 강의 및 주제와 관련된 토의를 진행합니다. 사원에서 부장까지는 윤리경영과 관련한 부분에 대해서 필수 이러닝 교육을 받고 있습니다.

미니 MBA: 미니 MBA는 웅진코웨이의 비전에 맞는 핵심인재 후보자군을 선발하고 육성하는 과정입니다. 2010년 교육은 3월~7월까지 이루어졌으며, 교육시간은 주 2회 4시간씩, 교육대상은 핵심인재후보군(HEI) 중 최종 선정자 20명이었습니다. 2007년 9명, 2008년 12명, 2009년 12명이 MBA를 수료하였으며, 2010년에는 제 5기 20명 전원이 수료하였습니다.

아카데미 포인트: 아카데미 포인트는 선택적 교육 지원 시스템으로 본인의 역량개발에 대한 부담을 회사와 개인이 동등하게 부담하는 제도로 '외부위탁 직무교육'을 직원들에게 선택적이고 역량개발 가능한 '학습의 기회'로 활용할 수 있도록 하기 위해 운영되고 있습니다.

대학/대학원, 어학관련 학습 및 시험, 업무와 관련된 강의 및 자격증에 대하여 학습하고자 하는 경우 회사가 50%의 학비를 지원합니다.

해외연수 WAA(Woongjin Advanced Abroad): WAA 지원접수 사이트를 통해 온라인 지원을 하며, 참여 팀의 주제에 대한 전직원 온라인 투표 점수와 최종 PT심사를 통해 선발팀을 선정하고 있습니다. 2010년에는 신사업 WAA 3개 팀, 본부 WAA 4개 팀, WAA 3개 팀 총 10개 팀이 해외연수를 다녀왔습니다.

6시그마 BB/GB 양성: 2010년에는 6시그마를 통해 과제를 수행하고 혁신인력을 양성하였습니다. BB인증을 받은 직원에게는 인사가점 1점이 플러스 되며, GB인증의 경우 과장 승진시 필수적으로 인증 받아야 합니다. 2010년의 경우 BB인증을 5명(제조 5명)이 인증받았으며 GB는 107명(사무 57명, 제조 50명)이 인증을 받았습니다.

어학 교육 프로그램: 웅진코웨이는 임직원의 어학역량 향상을 위해 온/오프라인으로 다양한 어학교육 프로그램을 진행하고 있습니다. 이 중 12주 어학과정은 글로벌인재 육성을 위한 집중 어학학습 프로그램으로 개인 지원 50%, 본부장 추천 50%로 선정된 직원이 12주간 근무지에서 벗어나 학습을 하며 집중적으로 언어교육을 받는 프로그램입니다. 현재 영어, 중국어 과정을 연 1회씩 진행하고 있습니다. 또한 직원들은 선택적으로 아침 어학교육, 전화 어학교육, 이러닝교육 등을 받을 수 있습니다.



1. 행복포차
2. 코웨이데이

◎ 직원 커뮤니케이션

직원 고충처리: 직원 고충접수창구의 다양화를 위해 접수채널을 온라인 및 오프라인으로 운영하고 있습니다. 온라인 고충접수는 그룹웨어상에 고충상담방(Employee Relation Culture-Lab)운영과 익명성 보장을 위해 고충상담 직원의 개인메일을 통해 이루어지고 있으며, 오프라인 고충접수는 고충상담 직원의 유선, 대면상담 등을 통하여 진행되고 있습니다.

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

ER(Employee Relation) Culture-Lab: ER Culture-Lab은 사내 그룹웨어상에 임직원들의 다양한 고충접수 및 처리를 위한 공식적인 커뮤니케이션 채널로 바람직하고 진취적인 조직문화를 형성하고 직원들의 만족과 보람을 추구하기 위해 운영하고 있습니다. 고충사항 접수 및 처리는 자유롭게 임직원들의 고충(개인 신상, 상사갈등, 인사관련, 제도관련, 환경관련, 조직문제 등) 및 제안사항을 처리하고 익명성 및 비밀을 철저히 보장합니다. 또한 공·사적으로 법률적인 문제(압류, 계약, 보증, 채무 등)가 발생하여 고충접수시 2일 내에 처리를 해주며, 필요시 변호사가 직접 법무상담을 해줍니다.

노사협의회: 웅진코웨이는 직원들의 복지 및 근로조건 향상을 위하여 '근로자참여 및 협력증진에 관한 법률'에 의거하여 노사협의회를 구성하여 분기별 정기 회의를 실시하고 있으며, 또한 중요한 사업변동이 있을시 사전 통보하며 필요한 경우 임시 노사협의회를 실시하여 경영진 간의 원활한 협의를 통하여 해결하고 있습니다. 2010년에는 모두 5회의 정기 회의와 2회의 임시 회의를 개최하여 7건의 안건을 처리하였습니다. 모든 노사협의회에는 임직원대표(6명), 근로자대표(6명)가 참여하였습니다. 주요 안건으로는 성과급 지급기준 공유, 복지제도(복지포인트) 변경, 명절 연휴기간의 휴가 사용에 관한 것이었습니다.

기업문화: 웅진코웨이의 기업문화는 크게 4가지로 요약할 수 있습니다. 직원 스스로 참여하는 문화, 회사와 개인 모두가 발전할 수 있는 인재육성의 문화, 서로 신뢰할 수 있는 가족 같은 분위기의 문화, 그리고 고객지향의 문화입니다. 웅진코웨이의 독특한 기업문화는 신나게 일하는 사람만이 창의력과 도전으로 탁월한 성과를 창출할 수 있다는 '신기(神氣)문화'입니다.

웅진코웨이의 성장은 독창적인 아이디어와 전략, 그리고 전사 차원에서 그것을 한마음으로 추진할 수 있었던 신기문화에 기반을 두고 있습니다. 신기문화가 기업문화로 자리잡을 수 있었던 것은 서로 상의하는 문화, 반대의견을 말할 수 있는 문화, 긍정적인 생각을 많이 하는 문화, 함께 즐기는 문화, 이 네 가지의 문화가 결합된 결과입니다. 즐겁고 신나는 직장, 직원과 최고 경영층간의 원활한 커뮤니케이션이 이루어지는 직장을 만들어가기 위해 웅진코웨이는 본부장 하이팅, 행복포차, 코웨이데이 등 다양한 프로그램을 시행하고 있습니다.

2010년에 웅진코웨이는 '일과 삶의 조화'를 통한 만족도 향상을 목표로 휴가사용 활성화 방안을 실행했습니다. 2010년 웅진코웨이 신기문화는 실시간 문자보고, 칭찬문화로 확대되었습니다. 직장인이 하루 평균 5.3시간 보고서를 작성하고 62.3%가 보고서 작성으로 스트레스가 심하다는(출처, 2009년 5

✦ 노사협의회

연도	2008	2009	2010
노사협의 횟수	5	7	7
협의안건	5	8	7
처리안건	5	8	7
처리율(%)	100%	100%	100%

✦ 웅진코웨이 기업문화

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

월 인크루트 설문조사) 결과에 따라 웅진코웨이는 SMS 문자, 실시간 보고 1페이지 보고서, 작성시간을 단축한 SMART 보고를 활성화 했습니다. 또한 CEO, 본부장, 팀장이 SMS 전송으로 전직원에게 칭찬과 격려 대상자를 수시로 선정하고 즉시 발송하는 HEART콘(커피교환권, 영화교환권, 가족식사권 등) 칭찬을 실시하고 있습니다.

- **코웨이데이:** 2007년부터 시작된 이 프로그램은 임직원들의 신청을 받아 가족과 함께 1박 2일을 보내는 일정으로 진행. 웅진코웨이에 대해 이해를 도울 수 있는 견학과 함께 가족의 화합을 도모할 수 있는 특별 프로그램으로 구성. 코웨이데이 2010년 총 4회 진행, 192명 참여

- **물루랄라:** 전 직원들의 활발한 소통 및 회사소식을 공유하기 위한 온라인 커뮤니티. 회사 이곳저곳에서 진행되는 행사 및 직원들이 알아야 할 소식을 공유하고, 다양한 온라인 이벤트를 통해 직원간 소통을 유도함

- **신기나라운동본부:** 1~2년차 신입사원 7명으로 구성된 신기나라운동본부는 대표이사 직속으로 대표이사 아이디어 회의 운영. 신기나라운동본부는 '패밀리데이', '연차 달력', '점심시간 탄력운영제' 등 다양한 아이디어를 제안하여 실제 현업에 도입하는 성과를 거두었음

- **패밀리데이:** 웅진코웨이는 2010년 4월부터 직원들이 가족과 함께하는 시간을 가지도록 매달 둘째, 넷째주 화요일을 '패밀리데이'로 지정해 정식퇴근을 권장하고 있음

- **본부장 하이팅:** 본부장과 본부직원들간의 수평적 의사소통을 강화하기 위해 2007년부터 본부장 하이팅을 진행함. 하이팅은 20여 명의 직원들과 부문장이 함께 한가지 테마를 정해 허심탄회하게 하루를 보내는 것이며, 공연관람, 암벽등반, 바다낚시 등을 진행



웅진코웨이 뮤직 페스티벌

- **수박이벤트**: 2008년부터 매년 말복에 진행되는 말복맞이 이벤트로 생산공장이 있는 공주 유구지역에서 생산된 수박을 구입하여 웅진코웨이 전 조직에 발송함. 2010년의 경우 1,820통 구입
- **Coway Happy Farm**: 2008년부터 파주 주말농장 외 수원 주말농장을 분양 받아 직원 150명에게 주말농장을 대여함. 분양을 받은 직원들은 일년동안 자신만의 농장을 가꾸고 있음
- **웅진코웨이 뮤직 페스티벌**: 웅진코웨이 임직원 중 희망자 4명 이상 팀을 조직해 대회에 출전할 수 있음. 12월 예선전과 결승전을 치름. 시상은 대상 1팀 전 인원 해외 여행, 금상 1팀 200만 원, 은상 1팀 100만 원, 동상 1팀 50만 원
- **행복포차**: 2010년 3월부터 매일 한번 웅진코웨이 본사 앞 주차장에 포장마차 운영. 매일 CEO와의 쌍방향 커뮤니케이션을 위하여 각 본부별, 혹은 조직별 직원들과 함께하는 행복포차 진행함

◎ **안전보건 프로그램**

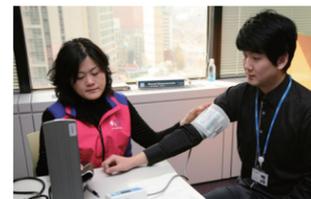
웅진코웨이는 사무직 근로자가 대부분으로 산업재해 발생 위험성이 낮으나 유구공장 및 R&D센터와 같이 안전사고가 발생할 수 있는 사업장에 대해서는 개별 산업안전보건위원회를 운영하여 잠재적으로 발생할 수 있는 위험에 대비하고 있습니다.

웅진코웨이는 국내 전사업장 모두 환경경영시스템(ISO 14001)을 취득하고, 인천공장은 안전보건경영시스템 인증인 KOSHA 18001을, 유구공장은 안전보건경영시스템(OHSAS 18001)을 취득하였습니다.

유구공장은 또한 직원들의 작업환경 및 안전·보건 관련 개선 필요사항에 대해서는 사용자와 근로자의 수시 협의를 통해 개선 및 보완을 하고 있으며, 전 임직원의 안전 및 보건 의식 향상을 위해서도 지



1. 안전보건경영시스템 인증 OHSAS 18001
2. 안전보건경영시스템 인증 KOSHA 18001



굿바디 캠페인

속적인 안전보건교육 및 홍보활동을 실시하고 있습니다. 아울러 산업안전보건 관련 활동의 운영이 적절하게 이루어지고 있는지 점검하기 위해 회사 자체 진단 외에 그룹 차원의 반기별 산업안전보건 외부 진단을 받는 등 2종의 모니터링을 진행하고 있습니다.

산업재해 발생 현황 : 웅진코웨이는 3년간 전체 산업 및 제조업 평균 산업재해발생율보다 상당히 낮은 수준으로 유지되고 있으며, 2006년 이후 2010년 말까지 단 1건의 중대산업재해도 발생하지 않았고, 발생한 재해도 사내 단합행사 등으로 인하여 발생한 단순재해입니다. 2010년 한 해 동안 구성원의 산업재해 건수는 총 비업무 관련 4건, 업무관련 0건이며, 업무손실일수는 총 381일입니다.

연도	2008년	2009년	2010년
웅진코웨이 재해율	0.11%	0.05%	0.096%
전산업 평균 재해율	0.71%	0.70%	0.82%
제조업 평균 재해율	1.15%	1.04%	2.88%

※ 웅진코웨이 재해율: 재해자수 / 근로자수 X 100 (4명/ 4,188명)
 ※ 전산업/제조업 평균 재해율 출처: 노동부 산업재해통계(2010년 4분기 기준)

2010년 건강프로그램 : 웅진코웨이는 정기 건강검진을 실시하여 임직원이 건강을 유지할 수 있도록 지원하고 있습니다. 생산직 직원의 경우 매년 1회 지정병원에서 건강검진을 받도록 하고 있으며, 생산직 외 직원은 2년에 1회 건강검진을 실시하고 있습니다.

2010년에는 바른 생활! 굿바디 캠페인을 4월 5회, 7월 1회, 8월 1회, 11월 1회 총 8회 진행하였습니다. 이 캠페인은 1년간 건강관리를 책임진다는 원칙 아래, 대사증후군(복부둘레, 중성지방, HDL, 혈당 등) 관리, 건강클리닉(의사, 영양사, 운동처방 개별 상담) 운영, 영양·운동·음주·비만 관리, 근로자 스트레스 관리 등의 내용으로 운영되었습니다.

또한 웅진코웨이는 2010년 흡연을 0%에 도전했습니다. '흡연제로화로 탄소배출을 줄인다'는 저탄소 경영 6대 실천캠페인 가운데 하나입니다. 웅진코웨이는 전사적으로 2010년 3월 금연제도(흡연자 다음 직급 승진 대상 제외, 2011년 승진에 반영)를 확정하고, 4월 금연서약진행, 4월부터 9월까지 금연지원 프로그램 모니터링을 진행하였습니다. 웅진코웨이는 비흡연자를 우대하는 긍정적인 방식의 금연정책을 유지하기로 하며, 다만 흡연자에 대해 승진시 불이익을 받을 수 있음을 상기시켜 금연을 유도하기로 했습니다.

웅진코웨이 성장의 주역, 코디

코디(Cody)는 코웨이 레이디(Coway Lady)의 줄임말로 웅진코웨이의 정수기와 공기청정기 등 생활환경 가전제품의 렌탈 영업과 사후 관리를 책임지는 고객관리 전문가를 뜻합니다.

코디는 웅진코웨이가 국내 최초로 도입한 '렌탈 마케팅'이란 신 비즈니스 모델에서 시작했습니다. 경제불황으로 어려웠던 외환위기 시절 고가의 정수기를 렌탈료를 받고 빌려주는 시스템을 도입하게 된 것입니다. 이러한 렌탈시스템을 도입하고 난 뒤 정기적인 사후관리가 생명인 정수기를 관리할 특별한 조직이 필요했고, 이때 등장한 것이 바로 코디입니다.

80명으로 시작한 코디는 '사전 서비스(B/S: Before Service)'를 철칙으로 2개월에 한번 고객의 집을 직접 방문해 렌탈 제품의 정기 점검과 멤버십 회원관리, 필터 교체, 부품 교환 등을 무상으로 실시하며 고객의 니즈를 완벽하게 만족시켰습니다.

주부사원이 주축이 된 코디의 맹활약으로 웅진코웨이의 매출은 10년 간 12배나 뛰었으며, 이러한 신화창조로 웅진코웨이 '코디'는 학계 및 기업의 벤치마킹 사례로도 종종 거론되었습니다.

코디는 현재 전국적으로 1만 3,000여 명이 활동하고 있으며 개인적인 성취와 회사의 이익뿐만 아니라, 사회적으로도 여성인력의 활용이 낮았던 불황기에 이들의 경제 활동 참여 기회를 마련하고, 전문기술 습득을 통한 고부가 인력의 양성에도 기여했다는 평을 받고 있습니다. 이런 공로를 인정받아 1999년에는 노동부로부터 신지식인으로 선정되기도 했으며, 탄생 10주년이 지난 지금도 주부들의 선망 직종으로 빛을 발하고 있습니다.

또 가사와 육아에 큰 지장 없이도 사회에서 능력을 펼칠 수 있다는 점에서도 '코디'는 주부 구직자와 기업의 인력수요를 절묘하게 조화한 성공사례로 평가 받고 있습니다. '코디'의 주축인 기혼 여성 사원들의 만족도는 매우 높습니다. 일과 가정 생활을 병행할 수 있을 뿐 아니라 제품과 마케팅에 대한 전문가로도 인정받고 있기 때문입니다. 정수기 필터교환 뿐만 아니라 물과 대기, 환경에 대한 해박한 기술을 가져야만 고객들에게 신뢰를 받을 수 있는 것이 코디입니다. 이런 자부심은 직업에 대한 만족감과 성취동기로도 작용하고 있습니다. 또 독립적으로 활동하기 때문에 회사 생활이 주는 스트레스에서 비교적 자유롭다는 것도 코디만의 장점입니다.

코디 활약상 1. 폐휴대폰 10만대 수거

2010년 4월 14일, 웅진코웨이는 환경부, 휴대폰 제조사, 통신업체와 함께 '폐휴대폰 100만대 공동수거 캠페인'을 실시하기 시작했습니다. 웅진코웨이는 1만 3,000여 명에 이르는 코디를 통해 전국 300만 고객가정을 방문하여 2010년 10만 대의 폐휴대폰을 수거했습니다. 수거된 폐휴대폰은 한국전자산업환경협회에 보내져 자원으로 재활용되며 발생된 수익금은 어려운 이웃을 돕는 데 사용되었습니다.

환경부는 지난 2008년 웅진코웨이 코디를 환경부 자원순환 홍보대사 '에코-코디'로 위촉하고 폐건전지 수거 캠페인을 진행, 100일 만에 건전지 3톤을 모으는 등 큰 성과를 올리기도 했습니다. 폐건전지 수거에 이어 폐휴대폰 수거에도 웅진코웨이 코디가 앞장서면서, 웅진코웨이 코디는 제품, 서비스 관리 전문가를 넘어 사회봉사와 환경사랑을 실천하는 환경보호 전도사로 활동하게 되었습니다.

코디 활약상 2. 최전방을 사수하라

웅진코웨이 '최전방지기'로 활약하고 있는 권오경(50), 김선형(47) 부부는 군부대 밀집지역으로 유명한 철원과 연천, 포천 일대의 정수기, 비데를 관리하는 웅진코웨이의 대표적인 코디부부입니다. 2008년부터 연천과 포천일대 군부대 점검을 담당하던 김선형 코디는 가끔씩 자신의 일을 도와주던 남편이 웅진코웨이 코닥(Coway Doctor)을 지원하게 되면서 부부가 함께 최전방 제품들을 관리하는 이색적인 코디로 활동하게 되었습니다.

지금은 최전방 부대 곳곳을 누비며 800계정(관리 제품수)이 넘는 제품을 관리하고 있지만 열악한 환경의 군부대를 돌며 코디 업무에 적응하는 데는 많은 노력과 어려움이 있었습니다. 대부분의 부대가 오지에 위치해 있기 때문에 3일 이상 군 부대에 머물며 점검을 해야 하는 경우도 있었습니다. 또한 주위에 식당이나 상가까지 나가려면 차로 두 시간 이상이 걸리다 보니, 빵이나 라면으로 끼니를 때울 때가 많고, 심지어 길을 잃는 경우도 많았습니다.

처음에 어색하기만 했던 군대 분위기와 말투는 어느새 일상이 되었고, 간부식당 숙소는 편안한 쉼터로 변했습니다. 오랜 시간 동안 같은 부대를 방문하다 보니 장병들과 허물없이 지낼 정도로 정이 많이 들었습니다. 아들 같은 취사병들이 자신이 직접 만든 밥과 국을 건넬 때에는 가슴 한 칸이 뭉클해질 만큼 보람을 느끼기도 합니다.

부대 내에서 웃음천사로 유명한 김선형 코디는 "오지에 있는 군부대를 점검하다 보면 힘들 때도 있지만 나 때문에 행복해하고 고마워하는 군 장병들이 있기 때문에 오늘도 감사하는 마음으로 코디의 일을 하고 있다고 말합니다.

코디를 위한 행복경영

코디 '행복나눔' 기부금 운영 _ 웅진코웨이는 기부와 나눔을 통한 따뜻한 식구 문화를 형성하고, 기부금 모금으로 생활이 어려운 코디를 지원하고 있습니다.

2010년부터 시작한 '행복나눔'은 기부문화 형성을 통한 식구에 증진, 코디 업무만족도 증진을 통한 코디 정착을 향상을 위한 기부 운동입니다. 기부금 모금방식은 코디 기부와 회사 지원 1:2 매칭그랜트로 이루어집니다. 기부에 동의한 코디에 한해서 수수료 백원 단위 금액의 기부를 받고, 회사는 코디 기부금액의 2배를 지원하는 것입니다.

코디 사랑 적금 _ 코디 사랑 적금은 자유 적립식 적금(1년단위 자동 재예치)으로, 코디 수수료의 10%(평균 17만 원)를 적금하는 제도입니다. 이에 대해 웅진코웨이는 코디 사랑지원금으로 회사 차원에서 7, 13, 25 회차에 10만원 추가불입해주고, 37회차 이후에는 12회차 단위로 20만 원을 추가불입하고 있습니다. 또한 코디우대금리를 적용하고 불입회차별 코디사랑지원금을 지원하는 코디, 코닥 만의 특별한 혜택입니다.

코디 사랑 보험 _ 코디 사랑 보험은 교통사고와 상해는 물론 질병까지 보장하는 보험으로 웅진코웨이가 바쁜 코디들의 안전과 건강을 위해 가입은 물론 납입까지 해드리는 보험입니다. 또한 고객서비스를 위해 직접 차량 운전을 하는 코디에게 실질적인 도움을 주기 위해 교통사고 처리지원금과 의료실비보험 보장을 해주는 코디를 위한 맞춤형 보험입니다.

코디 인성교육 강화 _ 현장 만족도와 정착을 제고하기 위해 웅진코웨이는 코디 인성교육을 강화하고 있습니다. 중국 사상식을 활용하여 현장교육 프로그램을 운영하고 있으며, 연간 총국당 5회 운영, 300시간의 교육을 실시합니다. 강의 분야는 고객가치, 도전·혁신, 인간관계, 동기부여·비전, FUN·행복, 인문교육 등이며, 40개 총국 격월 실시 연간 200회 만남이 이루어지고 있습니다.

코디/코닥 모집 흡소핑 방송 _ 활발한 코디 모집을 위하여 2010년 3월 15일 코디와 코닥 모집 흡소핑 방송을 진행했습니다. 방송내용은 코웨이 및 코디/코닥 이미지 소개, 코디/코닥 세부 업무 소개, 코디 하루 일과 방영, 직급별 성공사례 등이었습니다. 방송 후 3월 31일 기준 총 1,355명이 지원했습니다.



사회공헌



430명

제안제도 상상오션에 대하여 관심있는 회사에 프로그램을 공유하고 받는 분양금이 2010년 총 1,300만 원 모아졌습니다. 웅진코웨이 430명의 직원은 미혼모를 위한 배냇저고리를 만들고, 모아진 분양금을 동방사회복지회에 기증하였습니다.

웅진코웨이 사회공헌 심벌마크와 슬로건



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

04.

사회공헌

◎ 사회공헌 비전

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

◎ 사회공헌 추진조직

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

◎ 사회공헌 활동

사회공헌활동 개요: 웅진코웨이는 획일화된 재정적 지원에서 벗어난 다양한 방식의 봉사활동을 임직원에게 권장하고 있으며, 웅진코웨이 정직원이라면 누구나 16시간의 봉사활동을 이수해야 합니다. 2010년 12월 31일 현재 총 4,526회 봉사활동에 1,783명이 참여해, 3만 800시간의 봉사활동을 이수하였습니다. 웅진코웨이는 2010년 한 해 동안 8억 581만 원의 사회공헌비와 11억 3,236만 원의 기부금을 사용하였습니다.

지역사회와의 커뮤니케이션: 생산본부가 있는 공주 유구공장, 포천공장은 각각 지역주민들과 커뮤니케이션 할 수 있는 지역협의회를 마련하고, 담당자를 두어 지역주민들의 의견을 수렴하고자 노력합니다. 인천공장의 경우 특성상 산업단지 내에 위치하고 있어 지역주민보다는 한국산업단지공단 내 상주하고 있는 업체와 '인천경영자협의회', '남동총무회' 등 협의회를 구성하여 함께 문제사항 공유 및 정보공유를 하고 있습니다. 2010년 사업장 주변 거주 지역주민으로부터 제기된 민원건수는 없습니다.

◎ 국내 사회공헌 활동

미혼모를 위한 배냇저고리 만들기: 웅진코웨이 제안제도인 '상상오션'에 대하여 관심있는 회사에 프로그램을 공유하고 분양대금으로 100만 원을 받고 있습니다. 분양대금은 사회공헌에 사용되며, 2009년에는 분양대금 1,000만 원을 모아 소외계층의 중고생들에게 교복을 지원하였습니다. 2010년에는 모금된 1,300만 원으로 웅진코웨이 총 430여 명의 직원이 배냇저고리 만들기에 동참을 하였고, 12월 27일 동방사회복지회에 상상오션 분양금과 함께 기증하였습니다.

박병선 박사 기금 출연: 웅진코웨이는 직지사경이 세계최초의 금속활자본임을 증명한 사학자 박병선 박사의 어려운 소식을 듣고 2010년 2월 문화재청, 문화유산 국민신탁과 함께 '박병선 박사 기금'을 조성했습니다. 웅진코웨이는 박병선 박사 기금의 산파역을 자청하고 2010년 한 해 동안 1억 원을 출연하였습니다. 박병선 박사는 2010년 병을 회복하고 현재 프랑스로 돌아가 프랑스에 있는 우리나라 역사를 찾기 위해 연구 중입니다.



서울대 글로벌 다문화장학금 지원: 웅진코웨이는 서울대학교 총장실에서 열린 '서울대-웅진 글로벌 다문화장학금' 협약식에서 2010년부터 2014년까지 5년간 50명의 외국학생에게 5억 원의 장학금을 지원하기로 협약했습니다. 웅진코웨이에서 출연하고 웅진재단에서 기부하는 이 장학금을 통해 매년 10명의 교환학생이 각각 1,000만 원의 장학금 혜택을 받게 되었습니다.

웅진코웨이는 장학금을 받은 학생들에게 인턴십 기회를 제공하고 입사지원 시 특전을 부여해 해외 우수인재로 적극 활용할 계획입니다. 경제적으로 한국유학이 어려운 우수한 인재들에게 정당한 교육기회를 제공하기 위해 장학금 지원을 결정한 것이며, 웅진코웨이의 해외사업이 본격화된 만큼 해외 우수인력 확보에도 좋은 기회가 될 것으로 기대하고 있습니다.

또또사랑 연탄나눔행사: 또또사랑 연탄나눔행사는 2009년부터 부산, 경남 지역의 코디, 팀장, 지국장 이 연초부터 돼지저금통에 동전을 모아 연말에 연탄이 필요한 이웃에게 나누어주는 활동입니다. 2009년에는 부산 범일 5, 6동 지역에 1만 2,000여 장의 연탄을 나누었으며, 2010년에는 부산 범일동에서 문현동 일대로 확대하여 1만 1,000여 장의 연탄을 나누었습니다.

궁중우물 복원 사업: 웅진코웨이는 우리나라의 역사와 문화유산을 복원하고, 소중한 문화 가치를 널리 알리기 위해 2010년 3월 문화재청, 문화유산국민신탁과 궁중우물 보전 및 공공활용을 위한 협약을 체결하였습니다. 2010년에는 3회에 걸쳐 웅진코웨이 직원들과 함께 우물안 청소를 진행하였으며, 환경기술연구소에서는 궁중우물의 수질조사를 진행하는 등 총 1억 5,000만 원을 투자하였습니다. 2011년에는 궁중우물의 역사를 복원하는 고증 작업을 추진할 계획입니다.

주기적 봉사활동: 행복밥차 기증 기관인 성공회 푸드뱅크, 부스러기 사랑나눔회에 직원들이 매주 지속적으로 무료급식 봉사활동에 참여하고 있으며, 행복밥차(생동탑차 5대 기증)의 시발점이 되었던 웅산노인종합복지관 무료 급식 봉사(행복한 금요일) 또한 2007년부터 지속적으로 참여하고 있습니다.



1. 궁중우물 복원사업
2. 박병선 박사 기금 출연
3. 캄보디아 우물파기 봉사활동
4. 남아프리카 공화국 봉사활동



◎ 해외 사회공헌 활동

캄보디아 우물파기: 수질여건이 매우 열악한 캄보디아 지역 주민들의 식수 환경 개선을 위해 2006년 프놈펜 인근지역 26개 마을에 총 75개의 우물(펌프식 우물)을 파 주었습니다. 2007년에도 사당단과 임직원 20여 명이 봉사활동에 참여, 캄보디아 전역에 138개의 우물, 2008년도에는 주부체담단인 마담슈머와 그린메이커가 함께 봉사활동을 진행하였으며, 132개 우물을 완공하였습니다. 2009년에는 고객이 봉사활동에 참여할 수 있는 통로를 마련하여 총 2회의 봉사활동을 진행했습니다. 2010년에는 2회의 봉사활동을 진행해 115개의 우물을 완공하여 2010년 12월 현재 총 575개의 우물이 완공되었습니다. 이러한 웅진코웨이의 나눔활동이 확산되어 개인 참여도 활발해져 개인후원자에 의해 우물 387개가 완공되었습니다.

남아공 봉사활동: 2006년 사내 동호회 '코웨이 축구팀'이 남아프리카공화국 최고 극빈층 촌락인 필리피 지역의 그린스타 축구팀에 유니폼과 축구공을 지원하면서 시작된 남아공 봉사활동은 2007년 축구팀 지원을 1개팀(필리피 지역)에서 4개 팀(필리피, 아산다, 사이트시, 쿠자 지역)으로 확대하고, 100명의 임직원이 1대1 매칭으로 청소년과 어린이에게 장학금을 지원하는 등 그 범위가 확대되었습니다. 웅진코웨이는 봉사활동을 활성화하기 위해 우수 봉사자에게 남아공 방문의 기회를 주었습니다. 2010년 남아공월드컵을 맞아 웅진코웨이는 부산 소년의집 축구부 13명, 대학생 4명, 홍보전문가 서경덕 교수 등 총 33명과 함께 남아공에 방문해 봉사활동, 친선경기 등에 참여하고, 월드컵 본선 대한민국 첫 경기인 그리스전을 응원하고 돌아왔습니다.



유구천 가꾸기

웅진코웨이는 2010년 6월 24일, 유구공장이 위치한 충남 공주시 유구읍의

유구초등학교에서 3급수에서 1급수로 다시 태어난 유구천을 축하하고 환경보호의 의지를 다지는 '유구천 가꾸기 한마음 축제'를 개최했습니다. 이 날 행사에는 윤석금 웅진그룹 회장, 이만의 환경부 장관, 안희정 충남도지사, 이준원 공주시장, 최 열 환경재단 대표를 비롯해 흥준기 웅진코웨이 사장 및 웅진그룹 각 계열사 사장단과 정부기관 및 단체장, 유구지역주민 등 총 1,200여 명이 참석했습니다. 한편, 웅진코웨이는 2010년 환경부에서 주관하는 '제1회 1사 1하천 운동 성공사례 콘테스트'에서 최우수상을 수상하였습니다.

유구천 가꾸기

웅진코웨이 생산공장이 있는 충남 공주 유구에는 금강의 제1지류인 유구천이 흐르고 있습니다. 유구천은 2003년까지만 해도 축산 폐수, 공장 폐수, 농업용수, 주민 무관심 등으로 오염이 심각했습니다. 이에 웅진코웨이는 2006년 9월 충남 공주시 유구읍에서 환경부/공주시/환경재단과 함께 자연형 하천정화사업 '유구천가꾸기 시범사업 협약식'을 가진 이래 유구천을 가꾸기 위한 다양한 활동을 전개하기 시작했습니다.

환경부는 유구천 자연형 하천 조성사업에 대해 재정적 지원을, 공주시는 유구천 가꾸기 활동에 행정적 편의를 제공하고, 분기별 수질검사를 실시해 결과를 공유했습니다. 환경재단도 웅진그룹과 협조해 자정식물을 심고, 지역 주민을 대상으로 정기적으로 지역환경교육을 실시했습니다.



2003~2010년 유구천 주요활동

주최	주요활동
웅진코웨이	생태조사, 분기별 수질분석, 임직원 및 고객 환경정화 봉사활동, 자정식물 식재, 친환경쌀 수매, 폐자원 수거지원, 고객대상 환경체험 프로그램
환경부/공주시	각 30억, 23억 원 투입, 자연형 하천공원 조성
환경재단/환경운동연합	초·중등 학생 대상 환경교육 및 환경탐사단 운영
유구지역주민	환경정화활동, 친환경 농법(우렁이 농법) 도입

웅진그룹은 단순한 정화활동이 아니라 농약을 쓰지 않고 친환경 농법으로 기른 쌀을 전량 수매함으로써 친환경 농법을 활용한 농가의 소득 증대에 기여했습니다. 2010년 투자금액은 5억 5,900만 원이었으며, 2006년부터 2010년까지의 총 투자금액은 33억 3,700만 원입니다. 그 결과 2005년 3급수였던 유구천 수질은 2009년 BOD 기준 1급수로 개선됐습니다. 1994년 1,155종이었던 어류, 조류, 양서류 등 생물도 3,797종으로 3배 이상 늘었습니다. 이 중에는 천연기념물인 원앙, 새매, 붉은배새매와 희귀·멸종위기 식물인 꽃창포, 토종 물고기인 돌마자 등도 발견됐습니다. 죽어가던 유구천이 생태하천으로 탈바꿈하였습니다.

유구천 가꾸기 대표 활동

자정식물식재: 웅진코웨이는 스스로 물을 깨끗하게 만드는 자정식물을 유구천과 그 지류에 심어 생활하수 오염을 줄이도록 하였습니다. 자정식물류는 소권역, 중권역, 대권역으로 지역을 나누어 각 권역마다 유수지를 조성하였으며, 유구천 본류지역은 물놀이터, 환경학습장을 조성하여 물의 정화뿐 아니라, 지역 주민들의 환경에 대한 의식도 긍정적으로 변화시켜 나가고 있습니다.

환경교육: 유구천을 지키는 주인은 유구주민이어야 한다는 생각으로 환경의 소중함과 유구의 아름다움을 유구주민들에게 알리고 있습니다. 이를 위해 웅진코웨이는 유구지역 초중등 학생들과 고객을 대상으로 환경의 중요성을 알리는 환경교육을 실시하고 있습니다.

2009년 이후에는 광덕산 환경교육센터를 통해 유구지역 학생 전문 환경교육을 실시하고 있습니다. 광덕산 환경교육센터에서는 월별 환경체험 교육 프로그램과 수질 및 생태조사 등의 야외활동과 환경게임, 생태지도 제작 등의 실내활동, 학생환경 경진대회를 실시하고 있습니다. 또한 환경 교육 홈페이지 '유구나라'라는 홈페이지를 구축하여 아이들이 직접 생태조사를 하고, 그 결과를 바탕으로 사이버 생태지도를 만들 수 있게 하였습니다.

2010년 웅진코웨이는 광덕산환경교육센터에서 유구초등학교, 덕암초등학교, 유구중학교, 공주공업고등학교 학생들을 대상으로 총 13차례 환경교육을 진행하였습니다.

폐자원수거: 웅진코웨이는 2006년부터 유구 32개 리(里)를 대상으로 읍에서 실시하는 폐자원수거 보상에 1:1 매칭으로 지원하고 있습니다. 재활용품과 폐비닐은 2배, 농약병류는 하천의 영향을 고려하여 3배 금액을 매칭하여 지역주민의 쓰레기 줍기 활성화에 노력하고 있습니다.

친환경 쌀(유구미)수매: 2006년부터 유구천의 오염원인인 비료, 농약의 감소를 위해 우렁이 농법을 권장하고 이를 통해 재배한 친환경 쌀을 전량 수매하고 있습니다. 웅진코웨이는 이를 위해 공주시와 친환경 농산물 유통에 관한 협약을 맺었으며, 유구농협과 연계하여 온라인 구매사이트를 구축하였습니다. 이로써 유구농민들은 농가소득 감소에 대한 걱정이 우렁이 농법으로 농사를 짓게 되었고, 친환경 농법에 대한 믿음을 갖게 되었습니다.

▶ 폐자원 총 수거량 (단위: kg)



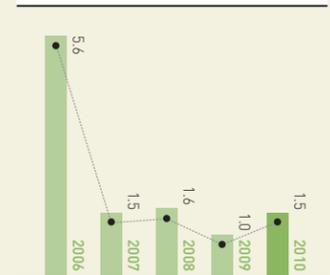
▶ 폐자원수거 보상 매칭금액 (단위: 천 원)



▶ 친환경쌀 거래량 (단위: 포, 1포 = 10kg)



▶ BOD 생물학적 산소 요구량 (단위: mg/l)



임직원 봉사활동: 유구천을 깨끗한 하천으로 가꾸기 위한 첫걸음은 쓰레기를 줍는 일이었습니다. 2003년 10월부터 임직원들이 참여해 월 2회씩 유구천 쓰레기 줍기 봉사활동을 실시하고 있습니다. 이러한 활동은 유구천 지천까지 모두 진행되었으며, 2007년부터는 지역주민의 참여가 확대되어 유구읍의 지역단체, 주민, 학생 등이 담당구역을 맡아 분기별 1회 대대적인 정화활동을 실시하고 있습니다.

연도별 유구천 수질현황: 2004년 웅진코웨이 환경분석센터에서 처음 유구천 수질조사를 시작해 매년 분기별 1회씩 수질조사를 지속적으로 실시하고 있습니다. 현재는 하천의 지속적인 관리를 위해 공주시에서 조사하고 있습니다. 2005년 3급수였던 유구천은 현재 BOD기준 1급수까지 수질 개선이 되었습니다.

APPENDIX

요약 재무제표	83
주요 수상 및 인증	84
검증의견서	86
GRI Index	88
사업장 현황	92

01.

요약 재무제표

요약 대차대조표

(단위: 원)

과목	2009	2010
유동자산	509,455,179,008	578,805,433,401
당좌자산	454,865,184,173	505,606,239,530
재고자산	54,589,994,835	73,199,193,871
비유동자산	761,224,486,961	860,726,894,814
투자자산	130,685,316,259	204,266,198,180
유형자산	418,204,135,717	454,155,394,562
무형자산	141,086,744,717	133,624,437,777
기타비유동자산	71,248,290,268	68,680,864,295
자산총계	1,270,679,665,969	1,439,532,328,215
유동부채	541,770,439,248	440,969,501,650
비유동부채	48,230,468,529	233,762,663,667
부채총계	590,000,907,777	674,732,165,317
자본금	40,662,398,000	40,662,398,000
자본잉여금	141,927,705,227	140,030,863,933
자본조정	31,514,185,586	42,990,867,150
기타포괄손익누계액	15,161,101	2,707,537,088
이익잉여금	529,587,679,450	629,805,305,203
법정적립금	23,325,427,025	31,025,427,025
임의적립금	352,976,034,595	421,736,034,595
미처분이익잉여금	153,286,217,830	117,043,843,583
자본총계	680,678,758,192	764,800,162,898
부채 및 자본총계	1,270,679,665,969	1,439,532,328,215

요약 손익계산서

(단위: 원)

과목	2009	2010
매출액	1,411,922,316,352	1,519,140,211,296
매출원가	406,172,220,895	494,072,067,797
매출총이익	951,750,095,457	1,025,068,143,499
판매비와 관리비	747,492,690,615	796,264,364,383
영업이익	204,257,404,842	228,803,779,116
영업외수익	27,224,570,202	43,036,094,341
영업외비용	28,757,587,130	35,312,768,018
법인세비용차감전순이익	202,724,387,914	236,527,105,439
법인세비용	49,444,874,217	59,484,035,726
당기순이익	153,279,513,697	177,043,069,713

주요 수상 및 인증

디자인 어워드 수상내역

종류	인증시기	수상내역	비고
IF Design award	2008	8개 제품 인증 수상	
	2009	1개 제품 인증 수상	
	2010	5개 제품 인증 수상	
Red-Dot Design award	2007	1개 제품 인증 수상	
	2008	3개 제품 인증 수상	
	2009	3개 제품 인증 수상	
	2010	12개 제품 인증 수상	
IDEA Design award	2008	7개 제품 인증 수상	Dann: Winners Silver 수상
	2010	3개 제품 인증 수상	Winners Gold 수상(Hwaro)
Japan Good Design	2007	2개 제품 인증 수상	
	2008	1개 제품 인증 수상	
	2009	2개 수상	
	2010	6개 제품 인증 수상	
Good Design	2009	4개 수상	
	2010	4개 수상	
PIN UP	2009	3개 수상	
Plus X award	2010	8개 제품 인증 수상	



대외수상

수상명	수상부문	주관사
DJSI(다우존스 지속가능경영지수) Asia Pacific 편입	-	다우존스, SAM
2010 KCOP(한국소비자업무협회) 상	올해의 KCOP상(EXPERT 부문)	한국소비자업무협회
제10회 대한민국 디지털경영혁신 대상	디지털경영 대상(지식경제부 장관상)	국회 디지털포럼
한국산업의 브랜드파워(K-BPI)	코웨이 정수기	한국능률협회 컨설팅
국가브랜드경쟁력지수(NBCI)	롤루비데(4년 연속), 코웨이 정수기(2년 연속)	한국생산성본부
제품안전의 날	지식경제부 장관 표창	지식경제부
제10회 한국 IR 대상	유가증권시장 우수상	한국 IR서비스
탄소정보공개프로젝트 우수기업	-	CDP한국위원회
COP 보고서 Notable COP 선정	-	유엔글로벌콤팩(UNGC)
2010 대한민국 녹색경영대상 정부포상	-	지식경제부
친환경산업 육성 및 저탄소 녹색성장 유공 특별상	-	환경부
KSI 지속가능 경영지수 우수기업	환경기전부문	한국표준협회
녹색구매 자발적 협약 이행 우수기업	-	환경부
신기술 으뜸상	클리베 음식물처리기(모델명: WM06)	한국표준협회
에너지 워너상	비데(모델명: BA14)	소비자 시민모임
제1회 1사 1하천 운동 성공사례 콘테스트	최우수상	환경부

인증

인증명	인증부문	주관사
대한민국 혁신선도 우수사업장 인증(AAA+)	-	한국능률협회컨설팅
한국서비스품질 우수기업	가전제품 수리(인증기간: 2008.10.1 ~ 2011.9.30)	지식경제부
CCMS 우수기업 재인증	제1회 인증기업 대상 재평가부문(인증기간: 2009.7.1 ~ 2011.6.30)	공정거래위원회
ISTA Certified Laboratory	유통 환경 시험실 인증(인증기간: ~2011.10)	ISTA
안전보건경영시스템(KOSHA 18001)	인천공장(인증기간: 2010.5.25 ~ 2013.5.24)	한국산업안전보건공단
안전보건경영시스템(OHSAS 18001)	유구공장, 인천공장(인증기간: 2008.7.24 ~ 2011.7.23)	TÜV SUD
환경경영시스템(ISO 14001)	본사, 유구공장, 인천공장, 포천공장(인증기간: 2008.6.24 ~ 2011.6.23)	TÜV SUD
신기술인증(NET)	초소형 정수기용 관외 이중탱크를 이용한 직수식 냉수 생성기술 (인증기간: 2010.12.28 ~ 2012.12.27)	지식경제부

* ISTA : International Safe Transit Association

협회

협회명	주관	기간
UNGC회원	UNGC	2009.6 ~ 계속
(사)한국직접판매협회	공정거래위원회	1993 ~ 계속
한국서비스 진흥협회	지식경제부	2008 ~ 2011
KSA(한국표준협회)	한국표준협회	2010.1.18 ~ 2013.1.17
한국공정경쟁연합회	한국공정경쟁연합회	2007 ~ 계속
(사단법인)기업소비자전문가협회	공정거래위원회	1997 ~ 계속
(사단법인)한국소비자정책교육학회	공정거래위원회	2009 ~ 계속
(사단법인)한국소비문화학회	공정거래위원회	2009 ~ 계속
(사단법인)한국소비자업무협회	공정거래위원회	2006 ~ 계속
ISTA(International Safe Transit Association)	ISTA	2008 ~ 계속
한국사회책임투자포럼	KOSIF	2009.6 ~ 계속
친환경상품 CEO 포럼	한국환경산업기술원	2010.1 ~ 2011.1
한국무역협회	지식경제부	2005 ~ 계속
KOTRA	지식경제부	2007 ~ 계속
한국 전기제품 안전협회	지식경제부 기술표준원	2009 ~ 계속
한국산업디자인진흥원	지식경제부	2007 ~ 계속
KAID	한국산업디자인협회	2007 ~ 계속
한국전기제품 안전협회	지식경제부 기술표준원	2009 ~ 계속

검증의견서 ‘웅진코웨이 지속가능경영보고서 2010’에 대한 제3자 검증의견서

웅진코웨이 이해관계자 귀중

한국생산성본부(이하 ‘검증인’)는 웅진코웨이 주식회사로부터 ‘웅진코웨이 지속가능경영보고서 2010(이하 ‘보고서’)에 대한 제3자 검증을 요청 받아 다음과 같이 검증의견을 제출합니다.

책임과 독립성

본 보고서에 기술된 정보와 의견에 대한 책임은 전적으로 웅진코웨이에 있습니다. 본 검증인은 보고서에 대한 검증의견에 대해 책임지며, 독립된 검증기관으로서 본 보고서의 작성에 일절 참여하지 않았으며 독립성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다. 검증인은 검증의견서 외에 별도의 경영보고서(Management Report)를 통해 보다 상세한 점검내용과 제언사항을 제공하였습니다.

검증 기준

본 검증은 AA1000AS(2008) 검증표준을 기준으로 Type 1 검증유형과 Moderate 검증수준에 맞추어 수행하였으며, AA1000APS(2008) 검증원칙에 따라 포괄성, 중요성, 대응성의 원칙에 대한 적합성 여부를 확인하였습니다. 또한 보고 내용이 GRI G3 Guideline 기준을 준수하였는지 확인하였습니다.

제한 사항

본 검증은 상기의 검증기준에 따라 보고서에서 제공된 데이터의 신뢰성에 대한 확인은 검증에 포함하지 않습니다. 또한 현장검증은 서울 사무소, 유구 공장에 대해 제한적으로 실시하였으며 R&D 센터, 해외 사업장 등은 포함하지 않았습니다. 따라서 추가적인 검증절차가 수행될 경우 그 결과가 달라질 수 있음을 밝힙니다.

검증 방법

본 검증은 다음과 같은 방법을 통해 보고서에 대한 검증을 진행하였습니다.

1. 미디어리서치 및 벤치마킹분석을 통해 본 보고서에서 다루어진 주요 이슈의 선정 및 기술 내용의 적절성을 점검하였습니다.
2. GRI G3 Guideline의 각 지표(Indicator)에 대한 보고율과 기술방식을 점검함으로써 GRI application level A 요구사항에 대한 충족 여부를 확인하였습니다.
3. GRI G3 Guideline을 기준으로 보고 내용 및 품질에 대한 원칙의 준수 여부를 확인하였습니다.
4. 보고서 내에 기술된 내용의 적합성과 표현상의 오류를 다른 출처와의 비교 분석 등을 통해 점검하였습니다.
5. 서울사무소 및 유구공장에 대한 현장검증을 통해 주요 데이터 및 정보에 대한 근거를 확인하고 내부 프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.

검증 결과

검증인은 본 보고서가 웅진코웨이의 지속가능경영 활동 및 성과를 성실하고 공정하게 반영하고 있음을 확인하였습니다. 또한 본 검증을 통해 웅진코웨이에서 자체적으로 선언한 GRI application level A 수준에 대한 요건을 충족하는 것으로 확인하였습니다.

1. 포괄성(Inclusivity): 이해관계자의 참여

본 검증을 통해 웅진코웨이에서는 이해관계자를 구분하고 있으며 주요 관심 사항에 대한 의견을 수렴하기 위해 다양한 커뮤니케이션 채널과 방법들을 활용하고 있는 것을 확인할 수 있었습니다. 임직원과의 지속적인 의사소통을 위하여 온오프라인 고충접수 창구를 운영하고 있으며, 열린 상담실 등을 통해 협력회사 의견 또한 적극적으로 수용하며 상생협력을 위한 지원을 강화하고 있음을 확인하였습니다. 또한 온라인 고객센터를 통한 소비자 의견수렴은 물론, 클리베 주부체험단, 코웨이 그린메이커, 대학생 CCMS 체험스쿨 등의 프로그램을 통해 이해관계자의 직접적인 참여를 유도하기 위해 노력하고 있는 점은 높이 평가합니다. 향후에는 보다 체계적인 이해관계자 참여 채널을 구축하여 이해관계자의 참여 과정과 성과에 대해 지속적으로 관리하여 보고할 것을 권고 드립니다.

2. 중요성(Materiality) : 주요 이슈의 선정 및 보고

웅진코웨이에서는 생활환경 기전기업의 주요 이해관계자를 파악하고, 관련된 지속가능경영 주요 이슈를 도출하였습니다. 이러한 과정에서 이해관계자 및 전문가 대상의 설문조사, 미디어 분석, 동종업계 지속가능경영 이슈, 글로벌 지속가능성 표준 등을 통하여 다양한 이슈 풀을 구성하였으며, 주요 이슈를 선정하기 위하여 중요성 평가를 실시하였습니다. 특히, 생활환경 기전기업의 핵심이슈인 친환경 제품개발, 기술개발 등이 주요 이슈로 도출되었으며, 이를 중심으로 보고서에 기술되어 있음을 확인하였습니다. 향후에는 전사적 차원에서의 이슈 도출뿐만 아니라, 각 계열사 별로 사업분야와 특성을 고려하여 보다 세분화되고 다양한 이슈를 도출하여 보고서에 충분히 반영할 수 있도록 이해관계자 관리 체계를 구축하여 지속적으로 관리할 것을 권고 드립니다.

3. 대응성(Responsiveness) : 이슈에 대한 조직의 대응

웅진코웨이는 지속가능경영과 관련한 이슈에 대해 적절히 대처하기 위해 다양한 활동을 실시하고 있음을 확인할 수 있었습니다. 또한 고객 니즈를 반영한 기술개발 및 지속적인 기술발굴을 위한 프로세스를 구축한 점과 환경경영을 실현하기 위해 환경경영위원회를 조직하고 전사적 통합환경정보 시스템을 구축한 성과에 대해서도 보고하고 있습니다. 특히 웅진코웨이는 국내 생활환경 기전기업 최초 탄소성적표지 인증 획득, 온실가스 통합관리시스템 구축, 협력사 그린파트너 인증제도 실시 등 사업 전반에 걸쳐 기후변화에 대응하고 있는 점은 높이 평가합니다. 향후에는 다양한 이슈에 대한 대응 성과뿐만 아니라 중장기적인 대응 전략과 계획에 대해서도 보고서를 통해 공개할 것을 권고 드립니다.

권고 사항

본 검증인은 웅진코웨이의 지속가능성 제고를 위한 다양한 노력과 성과를 높이 평가하며, 향후 보고서 발간 및 지속가능경영 수준 향상을 위해 다음의 내용을 제언하는 바입니다.

1. 해외사업장을 포함한 전사적 지속가능경영 체계를 구축하고 이를 지속적으로 발전시켜 나가며, 그 활동과 성과를 보고서에 기술할 것을 권장합니다.
2. 웅진코웨이의 장기적인 지속가능경영 추진 계획 및 목표를 수립하고 이를 보고서에 기술할 것을 권장합니다.
3. 보다 체계적인 이해관계자 참여 채널을 구축하고 이를 웅진코웨이의 지속가능경영과 연계하여 발전시켜 나갈 것을 권장합니다.
4. 웅진코웨이의 지속가능경영 성과를 측정하기 위한 다양한 지표를 개발하고 이를 재무적 성과와 연계하여 관리함으로써 지속가능경영 수준을 향상시킬 수 있습니다.
5. 전사 통합시스템을 통해 환경 지표뿐만 아니라 보다 다양한 지속가능경영 관련 성과지표를 관리하고 이를 보고서 작성시 활용할 것을 권장합니다.



2011년 03월

한국생산성본부 회장 최동규

Dong-kyu Choi

| 김동수 센터장

| 박재원 선임전문위원

| 박주미 연구원

| 김태민 연구원

| 김영환 연구원

김동수

박재원

박주미

김태민

김영환

한국생산성본부는 1957년 창립 이래 산업인력 양성에 선도적인 역할을 해 온 전문적인 훈련기관이자 축적된 노하우를 가진 전문 컨설팅기관입니다. 특히 한국생산성본부는 지속가능경영센터를 설립하여 기업들의 지속가능경영 추진을 지원하고, 나아가 국내 산업 전반의 지속가능성 향상을 도모해 왔습니다. 2009년부터는 미국의 Dow Jones Indexes, 스위스의 SAM과 공동으로 다우존스 지속가능경영지수(DJSI Korea)를 발표하고 있으며, 이를 통해 국내 기업들이 해외 선진 기업들과 객관적인 시각에서 지속가능성 수준을 비교하고 개선해 나갈 수 있도록 지원하고 있습니다. 한국생산성본부 지속가능경영센터는 이해관계자 참여 및 검증 글로벌 국제 표준 AA1000 제정 기관인 Accountability사로부터 공식 인증을 받은 검증기관으로서 단독 검증을 수행할 수 있는 자격을 지니고 있습니다. 또한, 검증위원단의 경우, 지속가능경영 자문 및 검증에서 경험을 쌓고 전문교육을 이수한 전문가들로 구성되어 있습니다.

GRI Index

지표번호	지표명	관련내용	페이지
프로필 공시			
전략 및 분석	1.1	최고 의사결정권자가 보고 조직 및 전략과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	CEO Message 6
	1.2	조직과 지속가능성: 주요영향, 위험요인 및 기회	CEO Message 6
조직 프로필	2.1	조직 명칭	회사 일반현황 11
	2.2	대표 브랜드, 제품 및 서비스	브랜드소개, 2010년 출시제품, 하트서비스 14, 25, 53
	2.3	주요 사업부서, 운영회사, 자회사, 합작회사 등 조직구조	조직현황 12
	2.4	본사/본부 소재지	회사 일반현황, 사업장현황 11, 92
	2.5	해외 사업장 위치 국가 수, 주요 사업장이 있거나 보고서에서 다루는 지속가능성 문제와 구체적 연관성을 갖는 국명	글로벌 네트워크 13
	2.6	소유 구조 특성 및 법적 형태	주주구성 19
	2.7	대상 시장 (지역별 구분, 사업분야, 고객/수익자 유형)	조직현황, 브랜드소개, 옹진코웨이 고객 12, 14, 53
	2.8	조직의 규모 (직원 수, 순매출/순이익, 자기자본율, 제품 또는 서비스 수량 등)	회사 일반현황, 재무현황 11
	2.9	규모, 구조 또는 소유구조상의 중대한 변화	수처리 사업, 화장품브랜드 15
	2.10	보고 기간 중 수상내역	대외수상 및 인증 84~85
보고 매개 변수	3.1	보고대상 기간 (예: 회계/캘린더 연도)	about this report 1
	3.2	최근의 보고서 발간 일자	about this report 1
	3.3	보고 주기 (매년, 격년)	about this report 1
	3.4	보고서 및 관련 내용에 대한 문의처	보고서 담당 연락 93
	3.5	보고 내용 정의의 프로세스 (중요성/ 우선순위 결정, 예상 이해관계자 파악)	이해관계자 및 중요성 분석 2~3
	3.6	보고 경계 (국가, 사업부, 자회사, 임대시설, 합작회사, 공급업체)	about this report 1
	3.7	보고 범위 또는 보고 경계상의 제한사항	about this report 1
	3.8	조직간 비교가능성에 영향을 줄 수 있는 객체에 대한 보고 기준 (합작회사, 자회사, 임대시설, 외주업무 등)	해당사항 없음 N/A
	3.9	정보수집 과정의 가정과 데이터 측정기법 및 계산 기준	about this report 1
	3.10	이전 보고서에 제시된 정보의 재기술 효과 및 재기술 사유	일부 변화(환경 데이터) 43
	3.11	이전 보고기간 대비 범위, 경계 또는 측정방식 상의 큰 변화	일부 변화(환경 데이터) 43
	3.12	GRI 대조표	GRI Index 88~91
	3.13	외부검증 관련 정책 및 활동, 검증 범위 및 기준, 보고 조직과 검증기관의 관계	about this report, 독립 검증보고서 1, 86~87
지배 구조, 책임, 참여	4.1	조직 지배구조 (전략수립, 감독 등을 책임지는 이사회 산하 위원회 포함)	기업지배구조 19
	4.2	이사회 의장의 임원 겸직 여부	기업지배구조 19
	4.3	일원화된 이사회의 경우, 사외이사 혹은 독립이사의 수	기업지배구조 19
	4.4	이사회에 대한 주주와 직원의 의견 반영 메커니즘	기업지배구조 19
	4.5	이사회 구성원, 고위 관리자, 임원 등에 대한 보상과 조직 성과 간의 관계	기업지배구조 19
	4.6	이사회 내의 이해관계 상의 충돌방지를 위한 프로세스	기업지배구조 19
	4.7	경제/사회/환경 전략을 보조하기 위한 이사 자격 및 전문성 기준, 결정프로세스	기업지배구조 19
	4.8	경제/환경/사회 성과 및 활동과 관련한 미션/핵심가치 진술문, 행동강령 및 원칙	UN글로벌컴팩트, 경영정신과 비전 및 핵심가치 1, 10
	4.9	이사회가 경제/환경/사회 성과 파악 및 관리를 관장하는 절차	기업지배구조 19
	4.10	이사회 자체의 성과 평가 프로세스 (특히, 경제/사회/환경 관련)	기업지배구조 19
	4.11	사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부 및 채택 방식	리스크매니지먼트, 기후변화대응TFT 15, 33
	4.12	경제/환경/사회 현장, 원칙 등 기입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브	UN 글로벌컴팩트 1
	4.13	산업협회 등 국가별/국제적 정책기구 멤버십 획득	협회가입현황 85
	4.14	참여한 이해관계자 그룹 목록	이해관계자 및 중요성 분석 2~3
	4.15	참여할 이해관계자 식별 및 선정기준	이해관계자 및 중요성 분석 2~3
	4.16	참여유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여방식 현황	이해관계자 및 중요성 분석 2~3
	4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사, 이에 대한 대처방안	이해관계자 및 중요성 분석, 이해관계자 대화 2~3, 4~5

● 보고서에 공개됨 ○ 보고서에 일부 공개됨 ○ 보고서에 공개 안됨 N/A 해당사항 없음

지표번호	지표명	적용수준	관련내용	페이지	
경제					
경제성과	EC1	●	직접적 경제적 가치창출과 배분 (수익, 영업비용, 임금 및 복지, 자본비용, 세금, 지역사회투자 등)	경제적 가치창출과 성과의 배분, 요약재무제표 21, 83	
	EC2	○	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	리스크매니지먼트, 기후변화대응TFT 15, 33	
	EC3	○	연급 지원 범위	퇴직연금제도 운영 66	
	EC4	●	정부의 재정 보조 수혜실적	정부보조금 21	
	EC5	●	주요 사업장의 현지 법정 최저임금 대비 신입사원 임금비율	임직원의 성과와 평가 65	
	시장 지위	EC6	○	주요 사업장의 현지 구매정책, 관행 및 비율	친환경 쌀 구매 81
		EC7	○	주요 사업장의 현지인 우선채용 절차 및 현지출신 고위관리자 비율	인력현황 64
		EC8	○	공익을 우선한 인프라 투자 및 서비스 지원활동과 효과	사회공헌 74~81
		EC9	○	간접적인 경제적 파급효과에 대한 이해 및 설명	간접적 경제가치 창출 21
환경					
원료	EN1	○	중량 또는 부피 기준 원료 사용량	원부자재 사용량 42	
	EN2	N/A	재생 원료 사용 비율	제품 특성상 재생원료 사용에 대한 소비자의 거부감으로 사용 안함	
에너지	EN3	●	1차 에너지원별 직접 에너지 소비량	에너지 사용량 41	
	EN4	●	1차 에너지원별 간접 에너지 소비량	에너지 사용량 41	
	EN5	○	절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량	친환경제품, 에너지 사용 목표량 대비 사용량 37, 41	
	EN6	○	에너지 효율적이거나 재생가능에너지 기반 제품/서비스 공급 노력 및 해당 사업을 통한 에너지 감축량	에너지 저감, 2010년 친환경제품, 탄소성적표지 제품 36~38	
	EN7	○	간접 에너지 절약 사업 및 성과	간접에너지 절약을 위한 노력, 자원절감 44	
	용수	EN8	○	공급원별 총 취수량	용수사용량 41
EN9		N/A	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원	해당사항 없음	
EN10		N/A	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	해당사항 없음(사업장 재활용수 및 재사용수 없음)	
생물 다양성		EN11	N/A	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변지역에 소유, 임대, 관리하고 있는 토지 위치 및 크기	해당사항 없음
	EN12	N/A	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역에서의 활동, 제품, 서비스로 인하여 생물 다양성에 미치는 영향	해당사항 없음	
	EN13	N/A	보호 또는 복원된 서식지	해당사항 없음	
	EN14	○	생물다양성 관리 전략, 현행 조치 및 향후 계획		
	EN15	○	사업 영향 지역 내에 서식하고 있는 국제자연보호연맹 (IUCN) 지정 멸종 위기종 (Red List)과 국가지정 멸종위기 종의 수 및 멸종 위험도	생태계 다양성 48	
	대기 배출물, 폐수, 폐기물	EN16	○	직·간접 온실가스 총 배출량	온실가스 인벤토리 42~43
EN17		○	기타 간접 온실가스 배출량	온실가스 인벤토리 42~43	
대기 배출물, 폐수, 폐기물	EN18	○	온실가스 감축사업 및 성과	온실가스 감축 44	
	EN19	○	오존층 파괴물질 배출량	오존층 파괴물질 관리 43	
	EN20	N/A	NOx, SOx 및 기타 주요 대기 오염물질 배출량	조립위주로 생산하는 사업특성상 해당사항 없음	
	EN21	N/A	최종 배출지 별 총 폐수 배출량 및 수질	폐수는 발생공정시 운전케미컬에서 매각, 오수는 하수종말 처리장에 연결하여 처리	
	EN22	●	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	폐기물재활용 40	
	EN23	N/A	중대한 유해물질 유출 간수 및 유출량	중대한 유출사고 없음 41	
	EN24	N/A	바젤 협약 부속서 I, II, III, VIII에 규정된 폐기물의 운송/반입/반출/처리량 및 해외로 반출된 폐기물의 비율	해당사항 없음	
	EN25	N/A	보고 조직의 폐수 배출로 인해 영향을 받는 구역 및 관련 서식지의 명칭, 규모, 보호 상태 및 생물다양성 가치	해당사항 없음	
	제품 및 서비스	EN26	○	제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동과 성과	탄소성적표지 인증제품 38
		EN27	○	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	친환경포장재 사용, 폐기물 재활용 36, 40
	법규준수	EN28	N/A	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비규전적 제재건수	해당사항 없음
운송	EN29	○	제품 및 원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경 영향	온실가스 감축, 자원절감 44	
전체	EN30	○	환경보호 지출 및 투자 총액	유구공장 자원절감 노력 44	

● 보고서에 공개됨 ① 보고서에 일부 공개됨 ○ 보고서에 공개 안됨 N/A 해당사항 없음

지표번호	지표명	적용수준	관련내용	페이지
노동				
고용	LA1	고용유형 고용계약 및 지역별 인력 현황	● 임직원 가치경영	64
	LA2	직원 이직 건수 및 비율 (연령, 성, 지역별)	① 퇴직율	66, 64
	LA3	상근직에게만 제공되는 복지 혜택 (주 사업장별)	① 복리후생	66
노사 관계	LA4	단체교섭 적용 대상 직원 비율	① 노사협의회	68
	LA5	중요한 사업 변동사항에 대한 최소 통보기간 (단체협약에 명시여부 포함)	① 노사협의회	68
직장 보건 및 안전	LA6	노사 공동 보건 안전위원회가 대표하는 직원비율	● 안전보건 프로그램	70~71
안전	LA7	부상, 직업병, 손실일수, 결근 및 업무 관련 재해건수 (지역별)	● 안전보건 프로그램	71
	LA8	심각한 질병에 관해 직원과 그 가족, 지역사회 구성원 지원을 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험관리 프로그램	● 안전보건 프로그램	70~71
교육 및 훈련	LA9	노동조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전사항	● 안전보건 프로그램	70~71
	LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	● 인재양성 프로그램	66
	LA11	지속적인 고용과 퇴직직원 지원을 위한 직무교육 및 평생 학습 프로그램	● 인재양성 프로그램	66
다양성 및 평등한 기회	LA12	정기 성과평가 및 경력개발 심사 대상 직원의 비율	● 임직원의 성과와 평가	65
	LA13	이사회 및 직원의 구성현황 (성, 연령, 소수계층 등)	● 이사회구성 및 보수, 인력현황	19, 64
LA14	직원 별주별 남녀 직원간 기본급 비율	● 임직원의 성과와 평가	65	
인권				
투자 및 조달 관행	HR1	인권보호조항 포함되거나 인권심사를 통과한 주요투자협약 건수 및 비율	① 2011년 협력사 상생협력 방안	61
차별금지	HR2	주요 공급업체 및 계약업체의 인권심사 비율	① 2011년 협력사 상생협력 방안	61
	HR3	업무와 관련한 인권정책 및 절차에 대한 직원교육사수	● 인재양성 프로그램(정직원 필수 이러닝 교육)	67
결사 및 단체교섭자유	HR4	총 차별건수 및 관련조치	● 인제상과 임직원에 대한 회사의 책임	64
아동노동	HR5	결사 및 단체교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무분야 및 해당권리를 보장하기 위한 조치	● 직원 커뮤니케이션	68~70
	HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업분야 아동노동 근절을 위한 조치	● UN 글로벌콤팩트, 인제상과 임직원에 대한 회사의 책임	1, 64
강제노동	HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 강제노동 근절을 위한 조치	● UN 글로벌콤팩트, 인제상과 임직원에 대한 회사의 책임	1, 64
보안관행	HR8	인권관련정책 및 절차에 대해 훈련 받은 보안인력의 비율	N/A	해당사항 없음
원주민 권리	HR9	원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	● 사회공헌 활동	75
사회				
지역사회	SO1	업무활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	① 생태계 다양성, 사회공헌활동, 유구천가꾸기	48, 75, 78~81
부패	SO2	부패 위험이 분석된 사업단위의 수 및 비율	● 윤리규범, 2010년 윤리경영 일반현황 및 활동	16
	SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	● 윤리경영교육, 정직원 필수 이러닝 교육	17, 67
	SO4	부패 사건에 대한 조치	① 윤리규범	16
공공정책	SO5	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비활동 참여	● 탄소성적표지 인증제품	37
	SO6	정당, 정치인 및 관련기관에 대한 국가별 현금/현물 기부총액	N/A	해당사항 없음
경쟁저해행위	SO7	부 경쟁행위 및 독점행위에 대한 법적 조치건수 및 그 결과	① 협력사 상생활동	60
법규준수	SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재건수	N/A	해당사항 없음

● 보고서에 공개됨 ① 보고서에 일부 공개됨 ○ 보고서에 공개 안됨 N/A 해당사항 없음

지표번호	지표명	적용수준	관련내용	페이지
제품책임				
고객 건강 및 안전	PR1	제품 및 서비스의 건강 및 안전영향을 평가한 라이프사이클 상의 단계, 주요제품 및 서비스의 해당평가 실시 비율	● 하트서비스, 제품안정성, 고객만족도 향상	52~57
	PR2	제품 및 서비스의 라이프사이클 상에서 고객 건강과 안전 관련 규제 및 자발적 규칙 위반 건수	N/A	위반 건수 없음
제품 및 서비스 라벨링	PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스의 정보유형, 그러한 정보요건에 해당되는 주요제품 및 서비스의 비율	● 제품 인증	24~25
	PR4	제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 규제 및 자발적 규칙 위반 건수	● 제품 안정성	54
	PR5	고객만족도 평가 설문결과 등 고객만족 관련 활동	● 고객건의수렴, 고객만족도 향상	54~57
마케팅 커뮤니케이션	PR6	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법, 표준 및 자발적 규칙 준수 프로그램	● 제품 안정성	54
	PR7	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법, 표준 및 자발적 규칙 위반건수	N/A	위반 건수 없음
고객개인 정보보호	PR8	고객 개인정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련해 제기된 불만건수	● 고객 정보보호	56
법규준수	PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수	N/A	위반 건수 없음

GRI Index GRI G3 적용수준 자체선언

웅진코웨이는 '2010 지속가능성보고서' 작성시 GRI의 G3 가이드라인을 적용하고 아래 적용 수준 평가 기준에 따라 본 보고서가 A수준에 해당하는 요건을 충족 시키고있음을 자체 선언하였습니다.

한국생산성본부의 검증을 통해, 본 보고서가 GRI G3 적용 수준인 A, B, C 중 A에 적합함을 확인하였습니다.

GRI G3 적용수준기준표

보고서 적용 수준	C	C+	B	B+	A	A+	
표준점수	G3 프로파일 공시	공시항목 : 1.1, 2.1 2.10, 3.1 3.8, 3.10 3.12, 4.1 4.4, 4.14 4.15	영문 공시 기준표	공시항목 : 수준 C'의 모든 항목과 1.2, 3.9, 3.13, 4.5 4.13, 4.16 4.17	영문 공시 기준표	공시항목 : 수준 B'의 요구사항과 동일	영문 공시 기준표
	G3 경영방식 공시	필요 없음		각 지표범주의 경영방식 공시		각 지표범주의 경영방식 공시	
	G3 성과지표 및 산업별 부가지표	최소한 10개 이상의 성과 지표를 보고해야 함 (경제, 환경, 사회 지표가 각각 1개 이상 포함 되어야 함)		최소한20개이상의성과 지표를보고해야함(경제, 환경, 인권, 노동, 사회, 제품책임지표가각각1개 이상포함되어야함)		중요성 원칙에 따라 모든 G3 핵심성과지표 및 산업가이드 지표에 대해 a)보고하거나 b)보고하지 않을 경우 그 이유를 설명함	

사업장 현황



서울사무소
서울시 중구 순화동 7번지 중앙일보빌딩 11층~17층 웅진코웨이
Tel: 02-2172-1007

R&D센터
서울시 관악구 낙성대동 산 4-1번지 서울대 연구공원내 웅진코웨이 R&D센터
Tel: 02-870-5000

화장품 연구소
서울시 금천구 가산동 459-11 제이플라츠 1103호~1104호
Tel: 02-6711-3222

포천공장
경기도 포천시 신북면 기지리 965-1
Tel: 02-2172-1007

유구공장(본사)
충청남도 공주시 유구읍 유구리 658
Tel: 041-850-7805

인천공장
인천광역시 남동구 고잔동 676-16 남동공단 85B-14L
Tel: 032-820-7019

웅진코웨이 공식 홈페이지
www.coway.co.kr
고객센터 연락처: 1588-5100

웅진그룹 계열사
웅진홀딩스
웅진코웨이

웅진씽크빅
웅진케미칼
극동건설
웅진에너지

웅진식품주식회사
복센
웅진패스원
렉스필드컨트리클럽

웅진에스티
웅진캐피탈
웅진루카스투자자문
웅진폴리실리콘

웅진플레이도시

보고서 담당 연락

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

—

서울특별시 중구 순화동 7번지 중앙일보빌딩 17층 웅진코웨이 홍보팀

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

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

—

발행일 2011.03.26 | **발행인** 홍준기 | **발행처** 웅진코웨이 | **담당** 홍보팀 _유지연 | **사진** 홍보팀 _성효은

기획·디자인 (주)디'어거스트 02-737-8834 | **인쇄** 대광프로세스