



2016 코웨이 지속가능경영보고서

About This Report

보고서 개요

본 보고서는 올해로 열 두번째 발간되는 '2016 코웨이 지속가능경영 보고서'의 요약본으로써, 전체 보고서는 온라인으로 발간되었습니다.

- 사이트 주소는 <http://sustainability.coway.co.kr> 이며, 국문과 영문 사이트로 발간되었습니다.
- 사이트는 데스크탑 PC와 모바일 기기에 최적화되어 있으며, 반응형 웹(Responsive web)으로 구현됩니다.

보고 범위

서울 사무소, 연구소, 생산본부를 중심으로 작성하였으며, 일부 성과에 한해 해외 사업 현황을 포함하고 있습니다.

보고서 작성 기준

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative)의 지속가능성 보고 가이드라인 G4의 작성원칙을 따르고 있습니다. 또한 GRI 가이드라인 G4의 핵심적(Core) 부합(In accordance with) 요건을 충족하고 있습니다.

보고서 검증

본 보고서에 담긴 재무정보는 독립적 감사법인인 한영회계법인의 회계감사를 통해 작성되었으며, 비재무 정보는 독립적 인증 전문기관인 한국경영인증원으로부터 검증을 받았습니다.

Cover Story



Coway TRUST

코웨이는 2017년 경영지침을 '코웨이 트러스트(Coway TRUST)'로 정했습니다. 깨끗한 물과 공기, 건강한 수면과 아름다움으로 생활 전반을 책임지는 기업으로서 코웨이를 향한 고객의 신뢰를 회복하겠다는 의지입니다.

Contents

OVERVIEW 06

- CEO 메시지
- 사업소개
- 지속가능경영 개요

TRUST Report 12

- 코웨이 트러스트 구축
- 제품 안전 및 신뢰성 강화
 - 1) 이슈에 대한 접근
 - 2) 제품 내 화학물질 관리체계 강화
 - 3) 안전성 강화 기술 및 제품 구조 적용
 - 4) 고객관점의 서비스 품질 강화
- 혁신적인 제품과 서비스를 통한 고객신뢰 제고
 - 1) 이슈에 대한 접근
 - 2) 혁신 제품 및 기술 경쟁력 확보
 - 3) 고객맞춤 솔루션 제공
- 신뢰기반의 현장문화 조성
 - 1) 이슈에 대한 접근
 - 2) 영업현장 비전 및 전문성 강화
 - 3) 청취를 통한 현장문화 이해
- 사회와 함께하는 가치창출
 - 1) 이슈에 대한 접근
 - 2) 물과 공기를 통한 가치전달
 - 3) 사람을 향한 가치 나눔

APEENDIX 30

- 주요 성과 데이터
- 지속가능경영 관련 이니셔티브

OVERVIEW

CEO 메시지	06
사업소개	07
지속가능경영 개요	08

CEO 메시지

**‘Trust’의 가치로
더 나은 세상을 만들어가겠습니다**

2017년 6월
대표이사
코웨이 대표코디

이 해 선



언제부터가 대한민국에서 정수기와 공기청정기가 놓여있는 거실은 익숙한 풍경이 되었습니다. 건강을 행복의 본질로 여기는 고객의 사랑에 힘입어 코웨이는 1989년 창립 이래 도전정신으로 성장을 거듭해왔습니다.

정수기부터 공기청정기, 비데 등 생활가전과 매트리스, 화장품, 다양한 편리가전에 이르기까지 지속적인 혁신제품 개발로 업계를 선도하며 건강한 삶의 가치를 실현해왔습니다.

많은 사람들이 깨끗한 물을 마실 수 있도록 고가의 정수기를 적은 금액에 빌려주자는 생각에서 태동한 렌탈 제도는 대표적인 마케팅 혁신사례가 되었습니다. 업계 최초로 양성한 서비스 전문가 코디(Cody)는 제품뿐 아니라 건강을 염려하는 고객의 마음까지 케어하며 많은 신뢰와 사랑을 받았습니다.

코웨이의 여정은 늘 새롭고 도전적이었습니다. 시장선도적 위치와 익숙한 분야에 안주하지 않고 매트리스 등 신사업과 새로운 가치를 지닌 혁신제품으로 고객의 삶 전반을 케어했고, 사물인터넷과 빅데이터를 활용해 24시간 건강을 관리하는 수준으로 진화했습니다. 이렇듯 제품 너머 사람을 향한 통찰과 늘 새로운 생각은 코웨이를 지속적인 시장점유율 1위, 브랜드 파워 1위, 판매율 1위에 올려놓았습니다. 건강하고 편리한 생활을 책임지는 기업으로서 가장 좋은 제품과 서비스를 매일 고민하고 꾸준히 만들어온 정성이 지금의 코웨이를 일구었다고 생각합니다.

코웨이는 사람이 직접 마시고, 씻고, 숨쉬는 물과 공기를 근간으로 성장해왔습니다. 깨끗한 물과 공기를 지키는 일은 코웨이가 가장 잘할 수 있는 일이자, 코웨이가 세상에 존재하는 이유입니다.

그 소중한 가치를 고객이 믿고 누릴 수 있도록 제품 개발, 디자인, 품질, 서비스 등 모든 경영활동의 최우선 가치를 ‘코웨이 신뢰(Coway Trust)’에 두고, 문제를 선제적으로 해결해 고객 신뢰를 굳건히 세우겠습니다. 건강한 삶이 지켜지기를 바라는 많은 사람들의 열망을 이룬다는 사명감으로 제품을 만들고, 진심이 담긴 서비스로 매일 고객의 소중한 일상을 만나겠습니다.

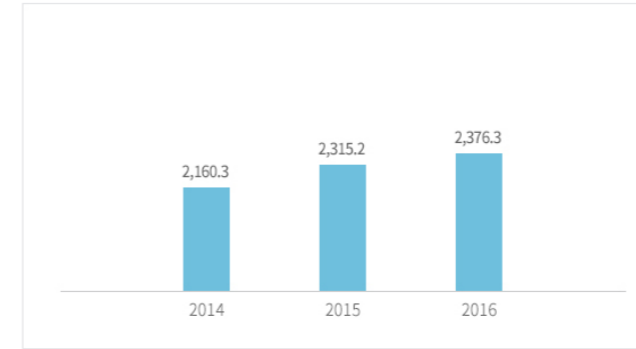
세상에 가치 있게 기여하기 위한 코웨이의 노력은 사회적 책임으로 계속 이어질 것입니다. 정수기 나눔, 해외 식수 지원처럼 코웨이 핵심경쟁력인 깨끗한 물의 가치를 사회에 지속적으로 나누는 것은 물론, 대한민국 대표 1인 사업자인 코디를 양성한 기업으로서 1인 창업사관학교 위스쿨(Coway Wi School) 프로젝트 등으로 사회와 함께 새로운 가치 창출에 힘쓰겠습니다.

더 나은 세상을 만들어가는 코웨이의 뜻 깊은 여정에 함께해주시기를 부탁드립니다.

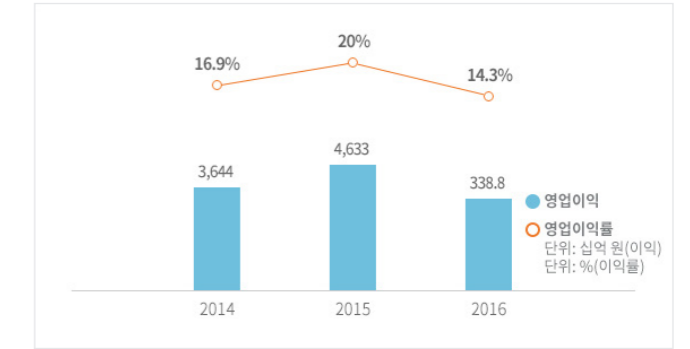
사업소개

코웨이는 환경가전사업에서의 시장점유율을 지켜나감과 동시에 새로운 수익 창출로 지속적인 성장을 도모하고 있습니다. 기존 정수기, 공기청정기, 비데, 매트리스 등으로 제품 라인업을 지속적으로 확대해 나가고 있으며, 고객맞춤형 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 2016년 말 기준, 코웨이 매출액은 2조 3,763억 원이며, 영업이익은 3,388억 원입니다. 아울러 18,000여명의 견고한 판매·서비스 조직과 약 570만명의 렌탈 및 멤버십 회원을 보유하고 있습니다.

매출액 (K-IFRS 연결기준, 단위: 십억 원)



영업이익 및 이익률 (K-IFRS 연결기준)



환경가전사업

코웨이 환경가전사업은 ‘많은 사람들이 매일 깨끗한 물을 마실 수 있게 고가의 정수기를 적은 금액에 빌려주자’는 착한 생각으로 성장했습니다. 세계 최초 정수기 렌탈을 시작으로 공기청정기, 비데, 연수기, 매트리스로 확장된 렌탈 비즈니스와 코디 서비스로 혁신을 거듭하며 시장을 이끌고 있습니다.

해외사업

코웨이는 세계 최고 수준의 물과 공기 연구개발 인프라를 기반으로 해외시장을 공략하고 있습니다. 주력 제품은 공기청정기, 정수기, 비데, 주서기 등 생활환경가전이며, 해외 통합 브랜드 ‘Coway’와 글로벌 생활가전 제조업체와의 활발한 판매 협력을 통해 해외사업을 가속화하고 있습니다.



화장품사업

2003년 화장품연구소를 설립하고 2010년 본격적으로 화장품 시장에 진출한 코웨이는 고기능성 프리미엄 제품 개발에 주력해 고객에게 건강한 아름다움을 제공하고 있습니다. 환경가전사업을 통해 확보한 고객 기반의 방문판매 방식을 시작으로, 유통채널을 홈쇼핑, 백화점, 면세점, 온라인몰 등으로 확장시킴에 지속적인 성장을 거듭하고 있습니다.

지속가능경영 개요

지속가능경영 비전

‘더 나은 세상을 향한 착한 믿음의 실천’을 지속가능경영 비전으로 삼고 있습니다.
 코웨이는 물과 공기, 건강한 수면과 아름다움을 비즈니스로 하는 만큼 우리가 하는 일의 무게를 깊이 인지하고 있습니다.
 우리 생활 전반을 책임지는 기업으로서, 비즈니스 전 과정에서 영향을 주고 받는 모든 이해관계자와 함께 새로운 가치를 더하고
 삶을 풍요롭게 만들고자 합니다.



정신

“코웨이인은 내가 하는 일과 우리가 하는 일들이 모여
 더 나은 세상을 만들어간다는 믿음을 가지고
 한번도 가보지 않은 새로운 길을 함께, 그리고 즐겁게 달려갑니다”

미션

환경을 건강하게 사람을 행복하게

비전

Cordial Life Care Science & Solution Company

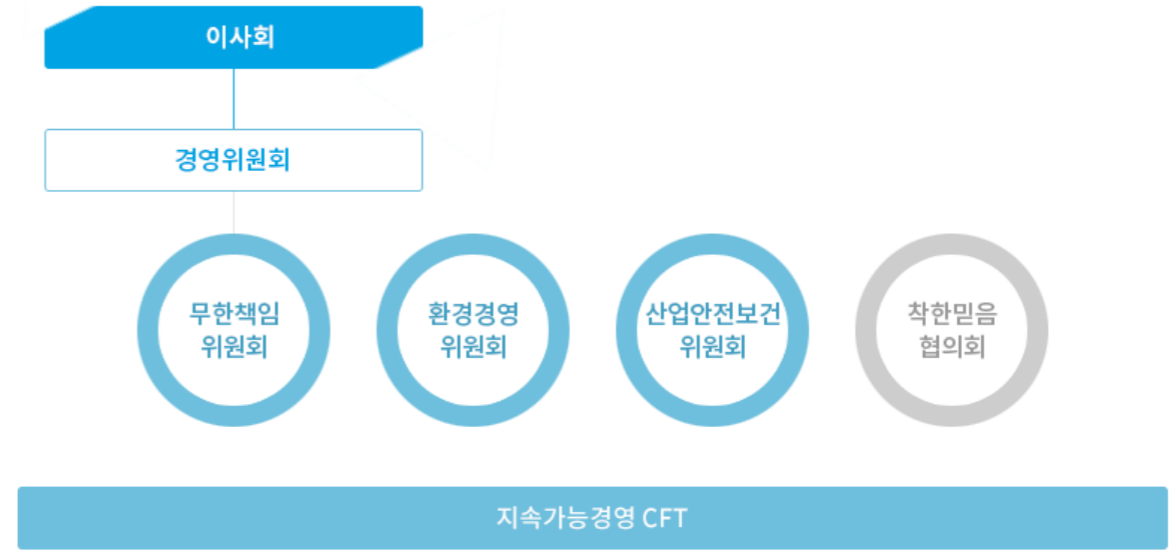
Core Values



지속가능경영 체계

코웨이는 지속가능경영 비전을 실현하고, 이해관계자를 향한 책임경영을 강화하기 위해 대표이사를 위원장으로 ‘무한책임위원회’를 구성했습니다. 무한책임위원회는 특히 고객신뢰 강화를 위해 주 1회 개최하고 있습니다. 지속가능경영 CFT는 CSV팀, 윤리경영실, 인재개발팀, 환경경영팀, 상생협력팀 등 실무팀장과 담당자로 구성되며 다양한 지속가능경영 이슈 모니터링, 내부 진단 실시, 개선방안 등을 수립하고 있습니다.

모니터링 결과에 따라 중대한 영향을 미칠 것으로 파악된 이슈는 무한책임위원회와 이사회 산하 경영위원회에 보고하여 개선 활동을 추진하고 있습니다. 또한 분야별로 환경경영위원회, 산업안전보건위원회, 착한믿음협의회(협력사 협의체)를 분기별로 운영하고 있습니다.



지속가능경영 리더십 확보



코웨이는 2013년부터 ‘DJSI 아시아퍼시픽(Asia-Pacific)’에 꾸준히 이름을 올렸으며, 2016년에는 최고등급인 「DJSI World」지수에 신규 편입되었습니다. DJSI(Dow Jones Sustainability Indices, 다우존스지속가능경영지수)는 1999년부터 미국 S&P 다우존스와 RobecoSAM이 전 세계 시가총액 상위 2,500개 글로벌 기업을 대상으로 매년 재무적 성과와 사회공헌, 지배구조, 인권, 환경 등을 평가해서 발표하는 세계 최고 권위의 지속가능성 지수입니다.

TRUST Report

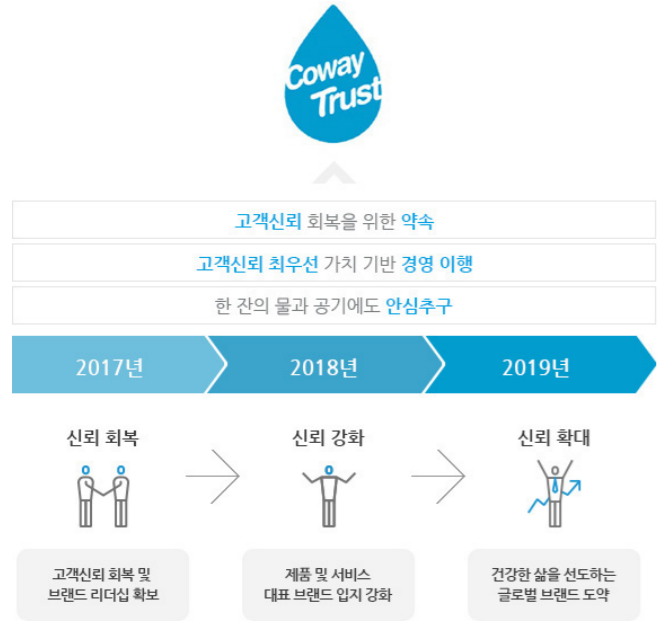
코웨이 트러스트 구축	12
제품 안전 및 신뢰성 강화	14
혁신적인 제품과 서비스를 통한 고객신뢰 제고	18
신뢰기반의 현장문화 조성	22
사회와 함께하는 가치창출	25

코웨이 트러스트 구축

고객신뢰경영 이행

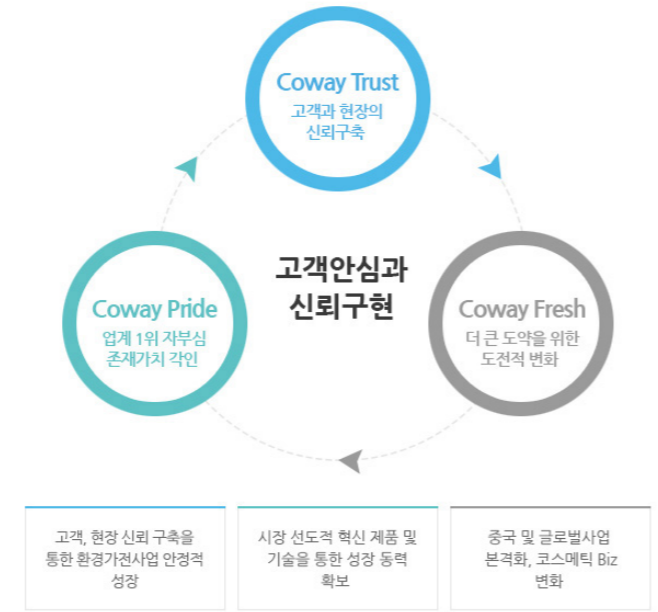
코웨이는 2017년을 고객신뢰 회복과 새로운 도약의 해로 삼기 위해 경영지침을 '코웨이 트러스트 (Coway TRUST)'로 정하였습니다. 코웨이 트러스트는 국민 생활 전반을 책임지는 기업으로서 고객신뢰 회복을 위해 모든 경영활동을 수행하겠다는 코웨이의 의지이자 지향점을 의미합니다. 깨끗한 물과 공기, 건강한 수면과 아름다움으로 국민 생활 전반을 책임지는 기업으로서 이 존재가치가 계속 지켜지려면 코웨이를 향한 세상의 믿음이 바로서야 하기 때문입니다.

코웨이는 앞으로 고객신뢰를 경영활동의 최우선 가치에 두고 깨끗한 물과 공기, 건강한 수면과 아름다움으로 국민 생활 전반을 책임지는 기업이 되기 위해 노력할 계획입니다.



경영방향 재수립

코웨이의 2017년 경영방향은 크게 신뢰구현을 위한 혁신, 최고의 제품과 서비스를 통한 현장 가치 제고, 사회와 함께하는 성숙한 성장입니다.



무한책임위원회 신설

코웨이는 고객안심 구현을 위한 제품 안전성과 고객신뢰 이슈 등을 포괄적으로 검토하고, 사전에 점검 및 개선해나가는 '무한책임위원회'를 운영하고 있습니다. 고객신뢰 회복은 코웨이가 영속하기 위해 반드시 추구해야 할 최우선의 가치입니다.

품질 무한책임경영 이행

무한책임위원회는 CEO 직속의 협의체로, 제품 안전성, 고객신뢰 등을 중점적으로 논의하고 있으며, 신속한 의사결정을 내리기 위해 매주 1회 전사의 임원과 책임위원들이 모여 안건을 공유하고 있습니다. 본부 간 협업에 기반한 다양한 관점을 바탕으로 열정적 토론과 실행의견을 나누고 있으며, 논의된 사항을 곧바로 전사 프로세스에 접목해 문제를 신속히 해결하고 궁극적으로는 고객신뢰를 강화하고 있습니다.

2016년 주요 논의 안건

- 10월**
 - 얼음경수기 환불, 교체, 회수 정책 논의
- 11월**
 - 고객클레임에 대한 적극적 해결 방안
 - 제품 신뢰성 강화를 위한 TQA 센터 조직
 - (제품 품질 강화) 재발 방지를 위한 방안
 - 코웨이 유해물질 관리체계 강화
 - 제품 신뢰성 검증 및 내구성 강화 방안 수립
- 12월**
 - 리콜제품 사용 고객에 대한 전문 건강상담 자원 및 피부염 진료비 지원 방안
 - (서비스 품질 향상) 재발 방지를 위한 방안
 - 서비스 품질 기준 및 모니터링 강화 방안 수립
 - 서비스 관련 평가지표 개선
 - (프로세스 개선) 재발 방지를 위한 방안
 - VOC 관리체계 강화
 - 이슈 재발 방지 프로세스 강화

무한책임 커뮤니케이션 실시

코웨이는 고객신뢰 회복을 위한 다양한 활동을 이해관계자들과 공유하기 위해 '코웨이 무한책임위원회' 사이트를 구축하여 실시간으로 커뮤니케이션 하고 있습니다. 특히 제품의 안전 및 신뢰성을 확보하기 위해 코웨이가 어떠한 혁신활동과 변화를 추진하고 있는지 사진, 동영상 등을 통해 공유하고 있습니다.

홈페이지 주요 콘텐츠

ABOUT 무한책임위원회 무한책임위원회 소개	무한책임 NEWS 무한책임위원회의 다양한 소식을 제공
무한탐구 LAB 무한책임위원회의 활동 내용을 재미있게 웹툰으로 확인할 수 있는 공간	무한상상 FACTORY 고객이 직접 제안하는 아이디어로 고객과 소통하는 공간

BUSINESS STORY

품질혁신 실행강화를 위한 TQA센터 신설

코웨이는 고객신뢰 회복과 고객안심 구현을 위한 전방위적인 품질, 서비스 혁신 구심체로 TQA센터(Trust & Quality Assurance Center, 품질경영센터)를 신설하여 운영하고 있습니다. TQA센터는 환경기술연구소와 생산 운영본부로 나뉘어 있던 품질검증 부서를 통합한 독립적인 조직으로 잠재된 품질 이슈를 사전에 발굴하고 사소한 문제라도 선제적으로 대응해 고객의 불편 사항을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다.

TQA센터 신설 방향

- 품질기능 통합: 품질관련 전략 및 기능 통합
- 품질관련 역량 강화: 제품 성능/기능/종합안전성 관련 역량 및 지원 강화
- 실행력 강화: 본부급 지위로 품질 우선/중요도상향,
- 리스크 관리: 잠재 리스크 사전 발굴 및 내부 이슈화로 선제적 대응

TQA센터 조직도



제품 안전 및 신뢰성 강화

1 이슈에 대한 접근



Business Relevance & Our Approach

최근 각종 생활용품과 가전제품에 대한 유해성 논란의 영향으로 제품 안전성의 중요성이 더욱 부각되고 있습니다. 이와 함께 웰빙을 넘어 웰니스(wellness)* 케어에 대한 관심이 높아짐에 따라 소비자들은 인체에 무해한지, 건강관리에 도움을 주는지, 친환경적인지 등을 제품 선택의 우선순위로 두고 있으며, 이러한 구매 경향은 식품, 화장품을 비롯 가전·전자 업계에도 변화의 바람을 일으키고 있습니다.

코웨이의 제품은 물과 공기를 다루고 오랜 기간 일상적으로 사용된다는 점에서 제품의 안전성, 성능의 항상성이 매우 중요합니다. 코웨이가 추구하는 '품질경영'은 고객이 제품을 사용하는 동안 안전하고 무해하며 변함없이 성능이 지속되도록 하는 등 제품책임을 적극적으로 이행하는 일련의 과정입니다.

코웨이는 품질기획 및 관리, 품질보증과 개선 활동 전반에 걸쳐 단계별로 역량을 집중하고 있으며, 제품개발 시 규정에 의거하여 각 단계마다 신뢰성 및 안전성 검증을 실시하고 있습니다. 특히 2016년에는 '고객 관점' 그리고 '광의의 관점'에서 품질경영을 이행하기 위해 모든 업무 프로세스와 활동을 재정립 하였습니다.

Business Case

- 화학물질에 대한 선제적인 연구 실시
- 스페셜 케어 서비스 제공

Activities



Performance

114건

소비자 전기안전 인증 보유 현황

15개

국제안전인증센터 공인시험소 보유 현황

2 제품 내 화학물질 관리체계 강화

코웨이는 화학물질 안전성에 대한 관리기준 및 절차를 강화하고 관리주체를 명확히 하는 한편 내부 전문성 강화, 외부 자문 등을 통해 화학물질 관리 역량을 강화하고 있습니다.



화학물질 관리체계 구축

화학물질 관리 체계 재정립

코웨이는 유해물질관리경영시스템(HSPM, Hazardous Substances Processing Management)인증을 취득하여 해당 시스템의 계획, 실행, 검토, 지속적 개선의 사이클을 바탕으로 화학물질 관리를 강화하고 있습니다. 2010년부터 사용되는 모든 부품에 대해 EU/K-RoHS 기준을 적용하여 적합성을 검증하고 있으며, 2015년에는 K-RoHS 대응을 확대하여 서비스 부품 코드를 100% 등록해 전 제품의 적합성을 내부적으로 검증하고 있습니다.

특히 2016년에는 사업장 내 화학물질 사용현황을 파악 및 점검하기 위해 관련 데이터 베이스(DB) 구축 작업을 진행하는 동시에 국내외 규제 및 법규와 관련된DB를 확충하였습니다. 2017년에는 화학물질관리를 사업장이 아닌 제품단위로 확대하는 한편 글로벌 환경 규제 및 고객사의 화학물질 사용 관련 요구에도 적극 대응할 예정입니다.

BUSINESS STORY

신규 화학물질에 대한 선제적인 연구 실시

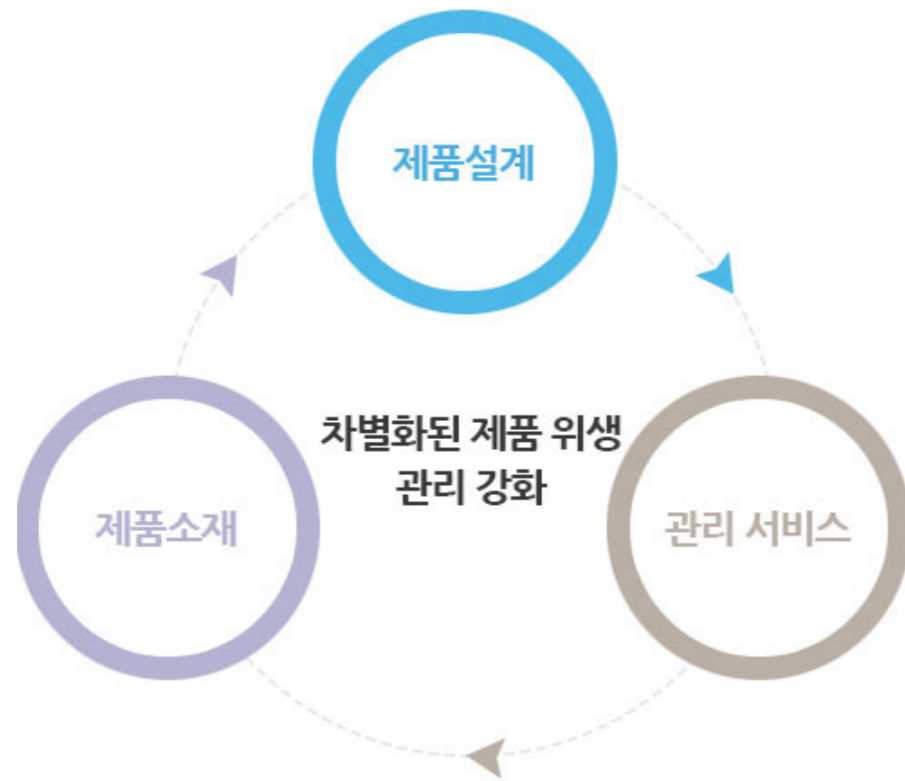
최근 미국환경보호청 (이하 EPA, Environmental Protection Agency)에서 5개의 니트로사민 (Nitrosamine) 오염 물질을 규제 물질 리스트에 포함한다는 안건을 발표하였습니다. 코웨이는 자사 제품에서 해당 물질의 유해성이 없음을 확인하였습니다.




더 나아가 코웨이는 물질의 검출 유무를 확인하는 수준을 넘어 해당 물질을 제거할 수 있는 기술연구를 진행하고 있습니다. 이와 함께 지표 물질 니트로소디메틸아민 (NDMA, Nitrosodimethylamin)을 미국국립과학재단 (이하 NSF, National Sanitation Foundation) 규격 내 제거 성능 클레임 추가 건 논의와 관련하여 NSF 심의 규격 위원으로서 미국 EPA (Environmental Protection Agency) 기준 외 카본 필터의 제거 성능 사전 연구와 테스트 진행을 요청하였습니다.

3 안전성 강화 기술 및 제품 구조 적용

기술혁신을 통한 위생/안심 가치 강화

코웨이는 제품설계 단계부터 위생과 안정성을 확보하기 위해 노력하고 있습니다. 위생관리를 위한 청소와 교체가 용이한 분리형 코크팁을 전 모델에 확대 적용하는 한편 정기적으로 관리서비스를 받지 않는 고객의 경우라도 정해진 점검주기가 되면 제품에 대한 안전성 경고 메시지가 표시되도록 하는 기술을 개발하고 있습니다.



 <p>안전성 강화 신소재 개발</p> <ul style="list-style-type: none"> 유해한 물질 자체가 사용되지 않도록 제품의 소재 개발 및 적용 대표 성과: 헤파 및 가습필터 소재 개발 	 <p>부품 교체 용이 표준 모듈 설계</p> <ul style="list-style-type: none"> 정수기 모든 제품에 위생관리를 위한 청소와 교체가 용이한 분리형 코크팁 적용 내부 부품까지 주기적으로 청소, 교체하기 쉽도록 표준 설계해 위생적인 케어 가능 	 <p>스마트 시그널 서비스 기술 개발</p> <ul style="list-style-type: none"> 서비스 단계별 알람 시행 위생 모니터링 및 경고 시스템 적용: 정해진 점검주기가 되면 제품에 대한 안전성 경고 메시지 표시 기술 적용 IoT 기술을 적용하여 제품 상태 및 필터 수질에 대한 정보, 고객의 정수기 사용패턴, 실내 공기질 등의 정보 제공
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4 고객관점의 서비스 품질 강화



선제적 위생케어 강화

코웨이는 제품개발시 안전성을 강화한 서비스가 가능하도록 서비스 점검기준을 재수립하고, 제품 진단 및 위생 리스크에 대한 사전 점검을 통해 고객에게 안심가치를 제공하고 있습니다. 특히 세척 및 부품 교체 범위를 확대하여 제품 위생성을 더욱 강화하고 있습니다.

스페셜 케어 서비스 실시

코웨이는 29개월간 정수기를 렌탈해 사용한 고객을 대상으로 정수기 주요 위생 부품을 무상으로 전면 교체해주는 '스페셜 케어 서비스'를 시행하고 있습니다. 스페셜 케어 서비스는 기존에 정수기 관리 전문가인 코디들이 2~4개월마다 정기적으로 관리하는 서비스와 더불어 정수기 내/외부 살균 서비스와 위생 관리 주요 부품(수위제어장치, 코크) 및 유로교체(실리콘, 연결선 등) 등의 서비스를 제공하고 있습니다.

- ✓ 제품 진단 및 위생 리스크 사전 점검을 통한 가치 제공
- ✓ 세척 및 부품교체 범위 확대를 통한 제품 위생성 강화

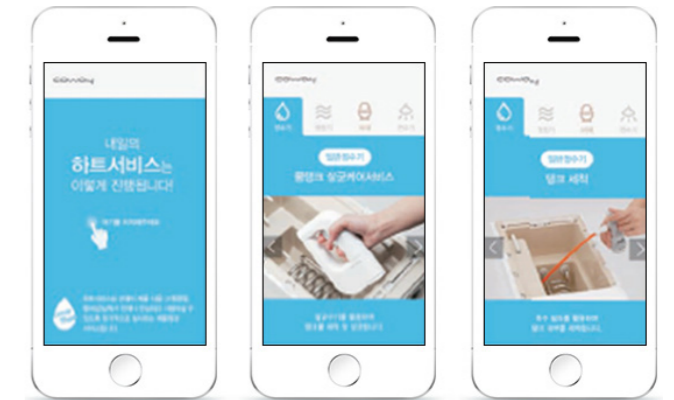


수질검사 서비스

코웨이는 고객들이 안심하고 정수기를 사용할 수 있도록 '수질검사 서비스'를 적극적으로 시행하고 있습니다. 고객의 정수기에서 채취한 물은 국가 공인 물 연구 기관인 코웨이 환경기술연구소로 보내져 전문 연구원의 분석을 거치며, 수질 검사 결과지는 코드를 통해 고객에게 전달됩니다.

서비스 시각화

코웨이는 서비스 단계별 이미지 제공을 통해 서비스를 시각화해 고객 신뢰도를 향상하고 있습니다. 이미지는 제품군별로 구성되며(얼음, 커피, 제가습 등 총 13종) 주요 점검 이미지를 통해 고객이 안심하고 제품을 사용할 수 있도록 하고 있습니다.



혁신적인 제품과 서비스를 통한 고객신뢰 제고

1 이슈에 대한 접근



Business Relevance & Our Approach

4차 산업혁명 시대를 맞이해 가상현실(VR), 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT) 등 새로운 기술이 산업계 혁신의 트렌드를 바꿔놓고 우리 일상에 빠르게 자리잡고 있습니다. 이러한 변화와 혁신의 큰 흐름에서 코웨이는 신속하게 전략을 수정하여 미래 성장을 도모하고 있습니다.

사물인터넷 플랫폼에 기반해 코웨이의 핵심역량을 접목하여 만든 새로운 서비스가 '아이오케어(ioCare)'입니다. 이를 통해 코웨이의 물과 공기에 대한 전문성, 케어서비스에 새로운 가치를 더하고 있습니다.

2016년에는 고객신뢰 회복을 최우선으로 두고 혁신적인 제품 개발에 주력하였습니다. 아마존의 음성인식 인공지능 플랫폼 '알렉사'를 공기청정기에 연계한 에어메가, 오염된 실내공간을 스스로 찾아가 알아서 쾌적하게 바꿔주는 로봇 공기청정기, 에어 매트리스 등이 대표적인 예입니다. 이와 함께, 코웨이만의 차별화된 서비스를 고객들이 직접 체감할 수 있도록 서비스 혁신에 주력하였습니다.

Business Case

- 일상에 '안심'과 '혁신'을 더하다, 2017 CES 참여
- 디지털라이징을 통한 코웨이의 고객 맞춤 서비스

Activities



혁신 제품 및 기술 경쟁력 확보



고객맞춤 솔루션 제공

Performance



2017 CES 혁신상 (2년 연속) 미국소비자기술회(CTA) 주관



2016 대한민국 혁신대상 13회 신기술혁신상 수상 한국표준협회 주관

2 혁신 제품 및 기술 경쟁력 확보

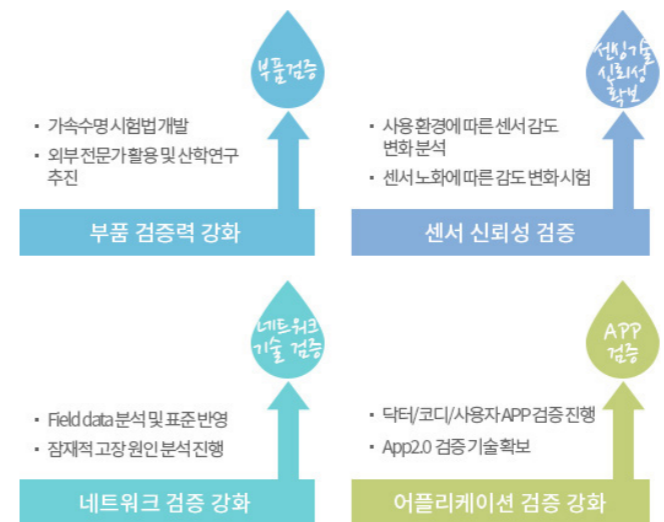
IoCare 가속화를 위한 조직신설

코웨이는 고객기반의 IoT 서비스 가치를 창출하고, 케어 솔루션을 제공하기 위해 2016년 11월 '정보통신기술(ICT) 전략실'을 신설하고, 전문 인력을 영입하였습니다. 이를 통해 쉽고 편리한 IT기술이 접목된 코웨이만의 차별화된 고객 케어 솔루션을 제공할 뿐만 아니라 실내·외 공기질 변화, 날씨, 물 음용량 등의 정보를 환경가전을 통해 공유하고, 화장품 사업까지 IoCare 솔루션을 적용하고 있습니다.

IoCare 제품 신뢰성 강화

IoT 기반의 제품 개발이 증가함에 따라, IoT 관련 기술의 신뢰성 검증을 위한 시험 시설 및 장비 등 인프라를 확충하고 검증 활동을 실시하고 있습니다. 향후에도 IoT 기술을 활용한 다양한 제품 개발에 대응할 있도록 역량을 지속적으로 향상시키고 IoCare 제품에 대한 신뢰성을 강화해 나가겠습니다.

중점활동 및 성과



IoCare 제품 출시

코웨이는 사물인터넷을 기반으로 사용자 편의성과 위생성, 에너지 효율을 강화한 제품을 출시하고 있습니다. 대표적으로 '마이한뎀 정수기 IoCare'는 고객들이 언제나 깨끗한 물을 마실 수 있도록 정수 성능과 물 사용량을 24시간 실시간 모니터링 하고, 정수기 내부를 제품이 스스로 살균해 안심케어를 강화하였습니다. 2017년에는 실시간 제품 연동을 위한 Wi-fi 기능을 접목을 강화할 뿐만 아니라 코웨이의 화장품 브랜드 리엔케이에도 IoT 기능을 접목해 '디지털미러*'를 선보일 계획입니다.

* 고객이 거울을 보면 그날의 수분 지수, 자외선 지수와 함께 어떻게 화장하면 좋을지 가이드 해주는 거울

IoCare 주요 제품



BUSINESS STORY

“일상에 ‘안심’과 ‘혁신’을 더하다, 2017 CES 참여”

코웨이는 소비자 안심과 신뢰에 중점을 둔 혁신 제품과 케어서비스를 세계시장에 선보이며 기존에 없던 고객경험과 가치를 제공하고 있습니다. 2016년에는 세계 최대 가전전시회 ‘CES 2017’에서 다양한 혁신 제품을 선보이며 글로벌 히트 챔피언으로서 코웨이의 가능성을 확인하였습니다. 코웨이가 CES에서 내세운 모토는 ‘코웨이 커넥티브 콜라보레이션’으로 아마존, 구글 등 각 분야 1등 기업들과 적극적인 협업을 통해 경쟁력과 사업 플랫폼을 확대한다는 의미를 가집니다.



더 새롭고 강력해진 케어의 진화

코웨이 전시관은 워터맵, 에어맵, 슬립맵을 통해 빅데이터 분석과 맞춤 솔루션을 체험할 수 있는 ‘빅데이터 존’ 코웨이와 연계된 전문 라이프케어 기관들의 컨설팅을 체험할 수 있는 ‘케어컨설팅 존’ 코웨이의 핵심 비즈니스인 에어케어/워터케어/슬립케어/스킨케어/바디케어 다섯 가지 ‘제품군별 케어존’, 마지막으로 ‘해외영업존’을 운영해 코웨이의 케어 가치를 공유하였습니다.

로봇·AI와 손잡고 라이프케어세상 열다



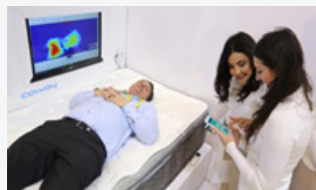
오염된 공간을 스스로 찾아가는 ‘로봇 공기청정기’

- 집안 내 오염된 공간을 스스로 찾아가 알아서 쾌적하게 케어해주는 제품
- 방·거실·부엌 등 공간별 실내 공기질 오염도를 실시간으로 모니터링하고 자동으로 해당 장소로 이동해 청정한 공기 제공



음성인식 공기청정기 ‘에어메가’

- 세계 최초로 공기청정기에 인공지능(AI) 음성인식 플랫폼 연계
- 음성 명령을 통해 제품을 조작하고 필요한 정보를 즉시 제공함



체형 맞춤 · 코골이 집중 케어 ‘코웨이 에어 매트리스’

- 사용자의 체형 · 체압과 수면 패턴 분석 결과에 맞춰 쾌적한 잠자리와 맞춤케어 제공
- 고객의 잘못된 잠자리 습관을 올바르게 교정해주는 습관케어, 코골이 등을 집중 케어해 삶의 질 향상

3 고객맞춤 솔루션 제공

고객친화적 IT서비스 강화

코웨이의 IoCare 제품은 언제 어디서나 고객과 연결되는 실시간 케어를 추구합니다. 특히 단순한 기기 간 연결 또는 원격제어 나 행동지침을 제공하는 수준에서 나아가 기존의 정보를 수집, 저장, 관리 후 빅데이터를 분석해 맞춤형 솔루션을 제공하고 있습니다. 2017년에는 독립적인 상품을 상호 연결할 수 있는 서비스 플랫폼 구축, 음성인식/AI 서비스 활용 등을 통해 Intelligence Wellbeing Care 서비스를 제공하기 위해 노력할 계획입니다.



스마트 컨트롤 기능 강화

코웨이는 스마트폰으로 언제 어디서나 제품을 컨트롤 할 수 있는 스마트 컨트롤 기능 및 공기질 현황에 따른 황사/환기 알람, 전기 사용량 리포트 등을 제공합니다. 이외에도 실내외 공기질 모니터링 분석 기능, 맞춤형 서비스 제공 및 서비스 내역 확인 기능, 수조부 살균 정보 제공 및 스스로 가습 클린 등의 서비스를 제공합니다.

IoCare 공기질 진단 서비스

IoCare 공기질 진단 서비스는 IoT 기술을 접목하여 고객의 실내외 공기질을 진단하고 분석해 케어 솔루션을 제공하는 코웨이만의 서비스입니다. 한 주간 공기질 모니터링 및 실시간 확인 후 집마다, 상황마다 달라지는 공기질을 진단해 컨설팅 결과를 고객에게 제공하고 있습니다.

빅 데이터 기반 맞춤 솔루션 제공

코웨이는 IoCare Platform을 활용, 빅데이터를 기반으로 맞춤형 솔루션을 제공하고 있습니다. 정수기를 통한 물 음용량 데이터, 공기청정기를 통한 실내외 공기질 정보 데이터, 매트리스를 통한 수면 패턴 데이터 등을 데이터를 기반으로 고객이 건강한 습관을 형성할 수 있는 케어 솔루션을 제공하고 있습니다.

신뢰기반의 현장문화 조성

1 이슈에 대한 접근



Business Relevance & Our Approach

고객을 위한 서비스가 세분화되고 고객과 마주하는 영업 채널이 다양해짐에 따라 영업현장과 긴밀한 소통은 현장과 고객을 이해할 수 있는 요소로서 그 중요성이 날로 부각되고 있습니다. 또한 영업현장은 고객과 가장 가까운 곳에서 고객의 신뢰를 제고하고 고객에게 최적의 서비스를 제공하는 코웨이의 뿌리이자 핵심적인 기반입니다. 이에 영업현장의 전문성을 강화하고 합리적인 보상 체계를 마련하여 영업현장의 소득을 증대시키는 것을 코웨이의 지속적인 성장을 위한 필수요소로 간주하고 있습니다.

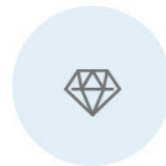
이와 더불어 현장 VOC 청취에 적극적으로 나서 고객과 현장을 이해하기 위해 노력하는 한편, 파트너에 대한 체계적인 교육과 정착지원을 통해 전문적이고 안정적인 서비스와 판매 활동을 진행할 수 있도록 지원하고 있습니다.

특히 2016년에는 영업현장과 고객 이해를 위해 '3C 간담회'와 '하트 트러스트 동행' 프로그램을 운영하여 현장과의 소통을 강화하였으며, 개선사항 도출 및 개선활동을 통해 영업현장에서 고객에게 더 나은 서비스를 제공할 수 있도록 힘쓰고 있습니다. 이와 더불어 임직원과 현장 파트너들이 함께 참여한 '동치미 축제'를 진행하여 활기찬 현장 문화 조성을 위해 노력하였습니다.

Business Case

- 영업현장 사기진작 프로그램 운영
- 현장과 고객에 대한 이해 제고를 위한 '하트 트러스트 동행'

Activities



영업현장 비전 및 전문성 강화



청취를 통한 현장 문화 이해

2 영업현장 비전 및 전문성 강화

파트너 장기 영업 활동 환경 조성

코웨이는 장기적이고 안정적인 영업환경 조성과 파트너 사기진작을 위해 노력하고 있습니다. 또한 체계적인 교육 지원으로 파트너들의 서비스 전문성을 향상시키는 등 영업현장의 비전을 강화하여 특히 파트너와 두터운 신뢰를 유지하고 있습니다. 이에 코디 등 파트너가 안정적으로 장기적인 서비스 및 영업 활동을 수행할 수 있는 환경을 조성하기 위해 노력하고 있습니다. 파트너의 생산성 향상과 장기 비전 제시, 소득 증진을 위한 합리적 보상체계를 마련하여 파트너들을 독려하는 한편, 신규 코디의 안정적인 정착을 위해 체계적인 교육과 멘토링 프로그램을 지원하여 신규로 활동하는 코디라도 안정적으로 영업할 수 있도록 돕고 있습니다.

빅데이터를 활용한 스마트 영업시스템

코웨이는 30년간 축적한 내부 정보와 지역별 외부 정보를 활용하여 지역 단위의 빅데이터 분석이 가능한 '스마트 영업시스템'을 개발하였습니다. 내부 정보는 코웨이의 고객 현황, 제품군별 사용현황, 가구 침투율 등의 고객 관리에 대한 정보이며, 외부 정보는 지역별 인구 밀도·주택·가구현황·기후·주변시설 등의 지역 환경에 대한 정보입니다. 스마트 영업 시스템은 코웨이 방문 판매 조직이 사용하며 신규 고객 발굴과 기존 고객 관리 등 다양하게 활용될 예정입니다.



영업현장 사기진작 프로그램 운영

코웨이는 본부와 부문, 현장의 파트너들이 공동으로 참여하는 나눔행사를 통해 현장의 사기를 진작시키고 이웃사랑의 가치를 더하고 있습니다. 2016년 처음 시작한 코웨이 '동치미 축제'는 코웨이의 대용량 정수기로 정수한 물로 임직원과 코디를 비롯한 현장 파트너들이 직접 동치미를 담그는 행사입니다. 2016년 코웨이 동치미 축제에는 약 250여 명의 임직원 및 현장 파트너들이 참여하여 약 1만 4,000L 규모의 동치미를 담갔습니다. 임직원들이 담근 동치미는 사회복지단체에 기부되었으며, 일년 동안의 노고에 감사하는 의미로 현장 파트너들에게 전달되었습니다. 향후에도 전사가 함께하는 격려 및 사기진작 프로그램을 활성화하여 활기찬 현장문화를 조성할 계획입니다.



3 청취를 통한 현장문화 이해



3C 간담회 시행

코웨이는 생생한 현장 VOC를 청취하고 이를 전사적으로 공유하고 있습니다. 특히 코디 등 고객과 직접 마주하는 현장 접점 간 상충하는 문제를 해결하고 영업, 서비스 등 본연의 업무에 집중할 수 있는 환경조성을 위해 노력하고 있습니다.

2016년에는 코디, CS Dr. 콜센터의 실무자 대표로 구성된 정기회의체인 3C 간담회를 운영하여 현장 접점간 서로의 역할과 업무 환경을 이해할 수 있도록 커뮤니케이션을 강화하였습니다. 2016년 3C 간담회를 통해 제품, A/S, 교육 등 9개 유형별 과제를 도출하여 유관부서와 함께 개선활동을 추진하였습니다.

3C 간담회를 통한 개선 활동 프로세스



BUSINESS STORY

현장과 고객에 대한 이해 제고를 위한 '하트 트러스트 동행'

코웨이는 전 직원이 현장과 고객을 제대로 이해하고, 고객 중심의 서비스 및 제품을 개발해 고객 신뢰를 높이기 위해 '하트 트러스트 동행' 프로그램을 운영하고 있습니다. 이 프로그램은 임직원과 코디가 2인 1조로 짝을 이뤄 고객의 집에 방문해 제품별 하트 서비스(제품 정기점검 등)를 제공하고 고객 의견 청취를 통해 개선사항을 도출하는 절차로 구성되어 있습니다. 프로그램 참여 후에는 해당 코디와의 인터뷰를 통해 현장에서 느끼는 제품 및 서비스 개선 사항과 코디 업무 개선 사항 등을 도출하는 과정으로 진행했습니다.

사회와 함께하는 가치창출

1 이슈에 대한 접근



Business Relevance & Our Approach

최근 기업은 기업이 보유한 핵심역량을 통해 사회 발전을 선도하는 적극적인 사회책임 이행과 책임있는 지역사회의 일원으로서의 활동을 요구 받고 있습니다.

코웨이는 생명의 기본 요소인 물과 공기를 다루는 업에 대해 책임감을 가지고 누구나 안심하고 물과 공기를 누릴 수 있도록 노력하고 있습니다. 또한 사회 구성원과 함께 성장하는 기업으로서 사회 구성원의 삶과 환경을 케어해 더욱 건강한 세상을 만들기 위해 노력하고 있습니다.

이를 위해 코웨이는 모든 임직원이 스스로 참여하여 지역사회 발전에 공헌하는 문화가 조직 전체에 정착할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 코웨이가 가장 잘할 수 있는 일을 통해, 가장 필요로 하는 곳에 코웨이의 비즈니스 역량을 연계하여 코웨이의 가치와 사회적 책임을 동시에 추구하는 CSV 활동을 추진하고 있습니다.

Business Case

- 캄보디아 정수시설 사업 운영 지원

Activities






2 물과 공기를 통한 가치전달

물과 공기에 대한 연구

코웨이는 생명의 기본요소를 다룬다는 책임감과 자부심을 가지고 ‘물’과 ‘공기’에 대해 연구를 진행하고 있습니다. 코웨이는 환경 분석센터를 중심으로 전 세계 40여개 국가의 물을 채취, 분석하여 자체적인 ‘코웨이 World Water Map’을 구축하고 지리적 상황이나 환경에 따라 변하는 모든 수질상황에 대응하고 있습니다. 이와 함께 최근 증가하고 있는 미세먼지에 대한 우려와 공간마다 다른 공기질에 대해 코웨이는 어디서든 깨끗한 실내공기를 누릴 수 있도록 고객이 실제 생활하는 다양한 장소를 찾아가 공기질을 분석하는 ‘IAQ(Indoor Air Quality)’ 필드테스트를 진행하고 있습니다. IAQ 필드테스트는 건강한 공기를 위해서 통제된 실험실이 아닌 우리가 생활하는 환경에서 실내공기질을 연구하는 활동입니다. 약 1,300가구로부터 1억 건 이상의 공기질 데이터를 수집해 자체 개발한 16종의 공기질 지표는 오염물질이 건강에 미치는 영향 정도를 수치화하여 고객에게 최적화된 맞춤형 상품을 제공할 수 있도록 안내하고 있습니다.

지역 음용수 수질 개선 활동

지역사회 물 복지 향상을 위한 지원

 <p>나눔정수기 시범연구사업</p> <p>코웨이는 2013년부터 환경부와 함께 상수도 미보급 지역 중 우라늄, 라돈 등 자연방사성 물질이 높게 검출된 지역에 정수기를 보급해 주민들에게 안전한 식수를 제공하고 있습니다. 본 사업을 통해 지하수 내 우라늄과 질산성질소, 대장균 등 오염물질 제거가 가능한 소형 정수기 약 200대를 보급하고, 환경부와 공동으로 정기적인 수질 검사와 정수기 성능 평가를 실시하였습니다.</p>	 <p>안심지하수사업</p> <p>코웨이는 정부단체와 지역사회 물 복지 향상을 위한 협력을 지속하고 있습니다. 2015년, 환경부와 농촌 지하수 오염지역에 정수기를 지원하는 ‘안심 지하수 지원사업’ 협약을 맺은 뒤 정수기를 약 500가구에 지원함은 물론 지하수 개선을 위한 기술 지원과 연구를 추진하고 있습니다. 2016년에는 지하수 음용 취약가구를 선정하고 150대를 추가 보급하여 지역사회의 먹는물 문제해결에 지속적으로 앞장서고 있습니다.</p>	 <p>물복지사업</p> <p>코웨이는 충청남도 내 상수도 미보급 지역의 물 복지 향상을 위해 노력하고 있습니다. 2016년부터 2020년까지 수질기준이 초과된 음용 지하수를 이용하는 취약계층에게 역삼투압 필터 정수기 약 600대를 보급하고 5년간 무상 정기관리 서비스를 제공하고 있습니다.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

깨끗한 물을 통한 글로벌 물 가치 확산

말레이시아 빗물공급장치 지원

코웨이는 물 접근성이 떨어지는 말레이시아 지역에 지속가능한 물 공급을 위한 빗물공급장치를 지원하고 있습니다. 2016년 말레이시아 현지 법인과 함께 진행된 본 프로그램은 17개 가구 73가족이 거주하고 있는 1개 마을을 시범적으로 선정하여 진행하였습니다. 선정된 마을에 빗물을 모아 정수하여 제공할 수 있는 장치를 제공함으로써 327명이 먹을 수 있는 물을 공급할 수 있게 되었습니다. 2017년에는 중장기 실행계획을 수립해 수혜지역을 확대하고 모니터링을 지속적으로 이행할 계획입니다.

캄보디아 우물파기

코웨이는 2006년부터 지난 10년간 캄보디아 우물파기 사업을 통해 1,000개의 우물을 완공하여 캄보디아 14개 주의 주민 5만여 명이 깨끗하고 안전한 물을 누릴 수 있도록 지원하였습니다. 이와 함께 수질환경을 근본적으로 개선하여 부족한 물을 넘어 안전한 식수 관리를 위해 WWF(세계자연기금)와 함께 우물의 유지보수작업을 진행하고 있습니다. 앞으로도 신뢰와 진정성을 기반한 글로벌 물 가치 확산 활동을 통해 깨끗한 물의 소중함을 널리 알리도록 하겠습니다.

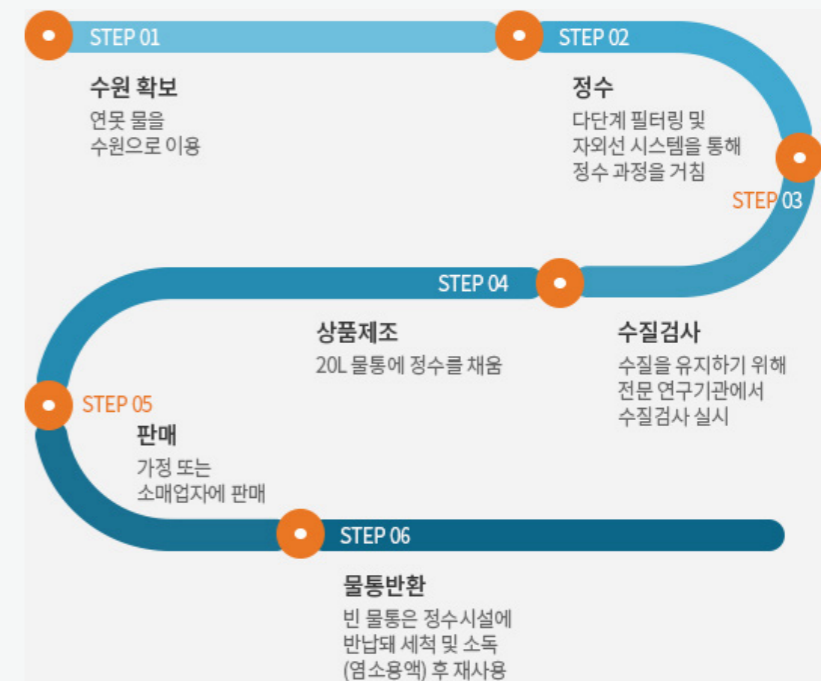
BUSINESS STORY

캄보디아 정수시설 사업 운영 지원

코웨이는 지난 10년간 열악한 수질환경과 심각한 식수난을 겪고 있는 캄보디아 지역에 우물파기 사업을 진행하여 1,000개의 우물을 완성하였습니다. 이에 그치지 않고 보다 근본적이고 지속적인 물 사용을 위해 코웨이의 한뼘나눔 사업의 일환으로 캄보디아에 ‘정수시설 설치 및 운영’ 사업을 시작하였습니다. 글로벌 NGO인 월드비전과 함께 현지조사를 통해 상수도 혜택을 받지 못하고 있는 캄보디아 상캄트머이 지역에 정수시설을 설치하고 운영을 지원하였습니다. 완성된 정수시설을 통해 운영되는 식수사업은 현지 공동체가 직접 운영하는 사회적 사업으로서 지속적인 수익을 발생시켜 주민들의 자립을 돕고 있습니다. 또한 정수시설을 통해 정수된 물을 정수시설 인근 4개 초등학교에 무료로 제공하여 Dengue, 장티푸스, 이질과 같은 수인성 전염병에 취약한 아이들의 건강을 지키고 있습니다.

정수시설에서 생산된 물은 ISO 인증을 획득한 캄보디아 산업연구센터에서 주기적으로 수질검사를 받는 한편, 월드비전캄보디아 식수전문가들이 지역주민들에게 깨끗하고 안전한 식수관리 인식제고 교육을 실시하여 물 관리와 주민 의식 개선 등 근본적인 변화를 위해 노력하고 있습니다. 코웨이의 캄보디아 정수시설 사업 지원을 통해 상캄트머이 지역 1,234가구, 5,496명의 주민과 아이들이 깨끗한 물을 이용할 수 있게 되었습니다.

캄보디아 정수사업 운영 프로세스



3 사람을 향한 가치 나눔



🔹 창업사관학교 Coway Wi(What is Start Up) School

코웨이는 혁신적 기업으로 성장해 온 비즈니스 역량을 통해 사회 구성원의 성장을 지원해 사회와 함께하는 성숙한 성장을 추구하고 있습니다. 대표적으로 Wi School 프로그램을 통해 1인 창업을 고민하고 준비하는 청년들에게 비즈니스 역량인 1인 기업 성공 노하우부터 창업·마케팅·투자 등 다양한 분야의 전문가 강연과 멘토링을 진행하고 있습니다. 2016년 제 1기 Wi School에 선발된 예비 청년 창업가 100여명은 기업이 정신과 자신감을 기르며 성공적인 창업을 향한 기본기를 다졌습니다. 향후에도 지속적인 프로그램 운영과 개선을 통해 1인 창업을 준비하고 있는 청년들에게 코웨이가 쌓아온 비즈니스 역량을 전수하겠습니다.

🎤 INTERVIEW

“코웨이 Wi School을 통해 막연한 열정에서 나아가
사업을 구체화 시킬 수 있게 되었습니다.”

많은 청년 창업자들이 창업의 과정에서 부족한 경험과 실력으로 인해 다양한 난관에 부딪히게 됩니다. 저 또한 벽에 부딪혀 어려움을 겪던 중 평소 강연을 듣고 싶던 전문가들이 강연자로 포함된 코웨이 Wi School의 커리큘럼을 보고 신청하게 되었습니다. 50대에 창업에 실패하면 회복이 어렵지만 사회 초년생일 때 창업에 도전하면 이를 유지하거나 혹은 이를 토대로 다시 시작할 때 미래의 큰 위험을 회피할 수 있다는 한 강연자의 이야기에 공감했습니다.

또한 “창업을 선택한 길이 잘못되지 않았구나” 라는 위로를 얻고 더욱 열심히 해야겠다는 다짐을 하는 계기가 되었습니다. 향후에도 저와 같은 예비 창업자가 사회와 함께 성장하는 기업이 될 수 있도록 Wi School 프로그램을 지속적으로 운영해주시기 바랍니다.

청년 예비 창업자 정운

APEENDIX

주요 성과 데이터	30
지속가능경영 관련 이니셔티브	37

주요 성과 데이터

1 경제 데이터

조직의 규모

재무현황

연결 재무상태표 (단위 : 원)

구분	2014	2015	2016
유동자산	596,810,515,755	653,318,017,710	733,134,075,994
비유동자산	1,024,838,930,313	1,122,079,124,795	1,234,573,817,352
자산총계	1,621,649,446,068	1,775,397,142,505	1,967,707,893,346
자본총계	1,039,435,029,255	1,238,227,830,795	1,183,343,758,557
유동부채	526,041,231,841	472,882,081,155	735,390,765,837
비유동부채	56,173,184,972	64,287,230,555	48,973,368,952
부채총계	582,214,416,813	537,169,311,710	784,364,134,789
자본과부채총계	1,621,649,446,068	1,775,397,142,505	1,967,707,893,346

코웨이의 공급망

코웨이는 제품 생산에 필요한 자재와 부품을 조달하기 위해 총 273개 협력사와 거래관계를 맺고 있습니다. 2016년 생산을 위해 약 5,903억 원(외자/내자 포함) 규모의 부품과 자재를 구매하였습니다.

구분	2014	2015	2016	
협력사 수(개)	전체	224	288	273
	1차 협력사	151	193	178
	2차 협력사	73	95	95

지적 재산권 보유 현황 (2016)

합계 (건)	특허	실용	상표 (해외포함)	디자인 (해외포함)
3,940	718	182	2,244	796

경제가치 배분 (2016)

합계 (천만원)	정부	주주	임직원	지역사회	협력사
98,952	법인세 비용	배당금	임금 및 상여금, 복리후생, 퇴직금, 교통비, 통신비	사회공헌 비용	원재료 구매비용
	8,044	20,803	33,168	63	36,874

연결 포괄손익계산서 (단위: 원)

구분	2014	2015	2016
매출액	2,160,315,530,683	2,315,242,282,662	2,376,328,167,259
매출원가	726,567,159,312	728,843,092,565	812,176,526,166
매출총이익	1,433,748,371,371	1,586,399,190,097	1,564,151,641,093
판매비와관리비	1,069,319,801,501	1,123,060,003,421	1,225,354,188,064
영업이익	364,428,569,870	463,339,186,676	338,797,453,029
기타수익	17,610,070,502	24,447,251,232	28,737,581,966
기타비용	40,697,496,626	30,407,140,043	38,890,265,528
금융수익	2,703,459,518	1,423,176,277	1,212,324,916
금융비용	11,598,016,713	4,339,055,128	6,103,169,863
법인세비용차감전순이익	332,446,586,551	454,463,419,014	323,753,924,520
법인세비용	82,778,174,443	111,343,034,229	80,442,692,413
당기순이익	249,668,412,108	343,120,384,785	243,311,232,107
당기총포괄이익	241,100,926,466	334,287,792,359	242,507,162

법정 최저임금 대비 신입사원 임금 비율

구분	2014	2015	2016	
최저임금 대비 신입사원 임금	법정 최저 임금 (만원)	108.8	116.6	126.0
	신입사원 월급 (만원)	307.5	316.7	316.7
	비율 (%)	282	272	251

연구 개발 현황

구분	단위	2014	2015	2016
연구개발 비용	백만원	31,775	34,029	36,520
매출액 대비 비율		1.47%	1.47%	1.54%

2 사회 데이터

고용지표

임직원 현황

구분	2014	2015	2016	
국내				
총 인원(명)	4,768	4,780	4,771	
업무영역별	생산직	249	250	249
	영업직	3,344	3,331	3,358
	연구직	354	368	358
	사무직	796	805	779
고용형태별	기타	25	26	27
	정규직	3,898	3,936	3,920
	비정규직	870	844	851
성별	남성 (32.2%)	1,535 (32.9%)	1,572 (33.3%)	
	여성 (67.8%)	3,233 (67.1%)	3,183 (66.7%)	
그외 소수 그룹*	외국인	-	-	6
	장애인	-	-	44
해외				
총 인원(명)	991	1,292	1,631	
유형별	해외파견	17	15	13
	현지채용	974	1,277	1,618

* 2016년부터 데이터를 체계적으로 관리 및 보고함

신규 채용, 퇴직 및 평균 근속연수

코웨이는 기업 경쟁력을 강화하고 시장에서의 선도적 지위를 유지하고자 우수한 인력을 채용할 뿐만 아니라 장애인 등 취약계층에 대한 고용창출을 통해 사회적 책임을 다하고 있습니다.

구분	2014	2015	2016
신규 채용(명)	645	643	668
신규 채용률(%)	16.5	13.4	14.0
퇴사 인원(명)	655	628	677
퇴직률(%)	13.6	13.1	14.1
평균 근속연수(년)	6.0	6.5	6.8

다양성 지표

성별, 연령별 임직원 구성

코웨이는 임직원의 성별, 연령 등 그 어떠한 특성에 대해서도 차등을 두지 않고 동등한 기회를 부여하고 있습니다. 2016년 아동 및 강제 노동과 관련된 위반사례는 없었으며, 2016년에는 인권, 노동, 환경, 안전 전반 원칙을 담은 글로벌 CSR 가이드를 수립하여 준수하고 있습니다.

구분 (단위:명)	성별	2014	2015	2016
50세 이상 임원	남	11	11	11
	여	-	1	1
50세 이상 직원	남	42	38	37
	여	562	508	581
30~50세 임원	남	14	12	14
	여	2	2	1
30~50세 직원	남	1,421	1,465	1,462
	여	2,374	2,448	2,352
30세 미만 직원	남	74	69	64
	여	295	252	248

남성 대비 여성의 기본급료 및 보수 비율

코웨이는 보수 책정에 대해서 남녀 직원 간의 차등을 두지 않으며, 채용 시부터 동일한 보수를 지급하고 있습니다.

구분 (단위:명)	2014	2015	2016
남자 신입 직원 기본급	36,908,592	38,000,000	38,000,000
여자 신입 직원 기본급	36,908,592	38,000,000	38,000,000

☀️ 안전보건 관련 지표

○ 안전보건 관련 인증 취득 현황

코웨이는 사무직과 영업직 임직원 비중이 높아 산업재해의 발생 위험도가 타 제조산업 대비 낮은 편입니다. 그러나 유구공장 및 인천공장, R&D센터와 같이 안전 사고가 발생할 수 있는 사업장의 경우 사업장별 산업안전보건위원회를 운영하여 잠재적인 위험에 대응하고, 안전보건경영시스템 인증을 취득하여 안전하게 관리하고 있습니다. 2016년 발생한 산업재해는 총 0건입니다.

구분		비고
안전보건 인증 현황	유구공장	• OSHAS 18001:2007(2011.07.14~2014.07.13) • KOSHA 18001
	인천공장	• KOSHA 18001

☀️ 임직원 고충 처리 관련 지표

○ 노사협의회 운영 현황

코웨이는 전 임직원을 대표하는 근로자 대표와의 정기적인 노사협의회를 통해 기업 경영과 관련된 중요한 의사결정 및 변동사항에 대하여 소통하고 있습니다. 회사에 중요한 사업변동이 발생한 경우 이를 사전에 투명하게 공유하고 있습니다.

구분	2014	2015	2016
노사협의회 횟수(회)	5	7	5
협의 안건 수(건)	9	10	8
처리 안건 수(건)	9	10	8

○ 고충처리 상담 운영 현황

구분	2014	2015	2016
접수 건수(건)	61	51	28
처리 건수(건)	61	51	28
처리율(%)	100	100	100
주요 고충 유형	인사, 영업, 업무 및 개인 신상 등		

☀️ 사회공헌 관련 지표

○ 사회공헌 및 봉사활동 추진 성과

코웨이는 사업 특성을 활용한 전사 차원의 사회공헌 프로그램 외에도 전 임직원에게 매년 16시간 이상 의무적으로 봉사활동에 참여하도록 독려하는 등 사회적 가치 창출을 위해 노력하고 있습니다.

구분	2014	2015	2016
봉사단 임직원 수(명)	1,495	1,189	1,412
임직원 인당 봉사시간(시간)	20.0	19.7	20.0
사회공헌 진행비 + 기부금(억원)	13.4	15.2	6.3

☀️ 반부패 관련 지표

○ 반부패 교육 실적

구분	2014	2015	2016
반부패 교육 횟수(건)	65	40	55

○ 부패 관련 모니터링 및 대응

구분		2014	2015	2016
부패위험의 분석	부패진단이 실시된 사업장 수(개)	7	7	7
	부패사건에 대한 조치	유급 정직 등(명)	50	54

3 환경 데이터

☀️ 사업활동에 투입되는 자연자원

○ 자재사용량 (단위: 톤)

구분		2014	2015	2016
비재생원료	플라스틱 (5대 제품군 및 필터) ¹⁾	8,724	9,185	10,017
	메탈 ²⁾	4,056	4,332	5,096
	포장재 ³⁾	354	368	358
	재생 원료	-	-	-
합계	14,763	15,783	17,448	

- 1) 5대 제품군: 정수기, 공기청정기, 비데, 연수기, 음식물처리기/필터 : 정수기 및 비데 필터
- 2) 이론치 중량 적용
- 3) 종이박스, 포장비닐 보호필름, EPS(완충재)

○ 수자원 사용량

제품 최종 조립 및 검사 위주의 공정을 운영하는 생산 시설의 특성상 용수 사용이나 폐수 배출 등을 통해 수자원에 미치는 영향은 크지 않습니다. 그럼에도 불구하고, 물 대신 질소, 진공을 이용한 '워터리스' 정수기 테스트 시스템을 개발하는 등 용수 사용 저감을 위해 노력하고 있습니다. 또한 국내기업 최초로 유엔글로벌콤팩트(UNGC)의 최고경영자 수자원관리책임(CEO Water Mandate)에 가입해 제품생산 전 과정에 걸쳐 수자원을 보호하고자 합니다.

구분	2014	2015	2016
유구공장	31,221	30,916	40,083
인천공장	12,151	16,603	16,711
포천공장	340	235	146
환경기술연구소(R&D센터)	19,995	15,104	19,358
물류센터(유구)	2,340	3,386	4,071
합계 (단위: 톤)	66,047	66,244	80,369 ¹⁾

- 1) 2016년 유구공장 생산량 증가 및 정수기 이슈로 인한 테스트를 강화하여 물 사용량이 증가하였습니다.

○ 에너지 사용량

코웨이는 에너지 사용의 효율성을 높이고자 생산시설에 태양광 발전 시설을 설치하고 신재생에너지 적용 확대를 위해 노력하고 있습니다.

구분	에너지원	2014	2015	2016
직접	부탄(GJ)	7	2	0.4
	LPG(GJ)	44	-	-
	경유(GJ)	250	268	265
	LNG(GJ)	1,567	1,601	402
	등유(GJ)	209	267	250
	프로판(GJ) ²⁾	1,135	4,126	5,394
직접총합(GJ)		3,212	6,264	6,311
간접	전력(GJ)	103,944	103,640	101,543
간접총합(GJ)		103,944	103,640	101,543
합계(GJ) ³⁾		107,155	109,903	107,854 ³⁾

- 1) 데이터 제공 기준: 중앙일보빌딩(서울사무소), 서울대환경기술연구소, 화장품연구소, 유구물류센터, 생산공장 단, 기업 물적 분할에 따라 2016년도 데이터에서 물환경사업부(코웨이엔텍)의 데이터는 제외됨
- 2) 2015년 온실가스 목표관리제 기준의 3차 검증에 따라 LPG가 프로판으로 분류됨
- 3) 2016년 [Scope1+2] 검증 기준 에너지 사용량은 108,312GJ. 외부 검증 시, 발열량 적용 차이에 의한 것으로 전년도와 비교 일관성을 위해 전년도 기준으로 표시함

구분	에너지원	2014	2015	2016
에너지 사용 원단위(GJ/억 원)		5.32	5.08	4.54
에너지 사용량 합계/총 매출액				
신재생 에너지 도입	시설 설치비(억 원)	2.0	1.7	11.9
	전력사용 감축량(KWh/년) ¹⁾	71,528	189,457	900,435

- 2013년-포천공장 ☀️ 태양광 발전 설치
- 2014년-유구공장, 협력사 1개사 ☀️ 태양광 발전 설치
- 2015년-인천공장, 협력사 1개사 ☀️ 태양광 발전 설치
- 2016년-유구공장 ☀️ ESS 설치, 유구공장, 물류센터 ☀️ LED 설치
 - 물류센터 LED 도입 1년 전후 비교[2016.03~2017.02 기준]
 - 효과 = 562,190KWh/년
 - 유구공장 LED 예측 효과 (32-17W)*3,200EA*8h*220일 = 84,480KWh/년
 - ESS[정부지원금 포함], LED[투자 기업의 총 투자 비용]는 총 투입 비용
- 2) 신재생 누적 설비들의 당해 년도 감축량
 - 2016년 태양광 발전량 : 174,709(코웨이)+79,056(협력사)= 253,765KWh/년

☀ 사업활동에 따른 환경영향

○ 온실가스 배출량

코웨이는 2015년 12월 세계 195개국인 프랑스 파리에서 타결한 유엔기후변화협약 당사국총회(COP21)의 '글로벌 기후변화협약'에 지지선언을 하고 자발적 탄소 감축계획을 수립하고 있습니다. 아울러 2009년 수립된 중장기 온실가스 감축목표 달성을 위해 2020년까지 온실가스 배출 원단위를 2010년의 50% 수준으로 절감하고자 합니다. 이에 모든 생산과 판매 현장에서 온실가스 배출을 최소화할 수 있도록 임직원과 협력사가 함께 동참하여 에너지절약 활동을 전개하고 있습니다.

구분 (단위: tCO2e)	2014	2015	2016
직접배출(Scope1)	196	391	401
간접배출(Scope2)	5,385	5,369	5,261
순배출량(Scope1+2)	5,581	5,760	5,662
유구공장	1,919	2,015	2,165
인천공장	634	658	677
포천공장	361	349	387
환경기술연구소(R&D센터)	1,537	1,565	1,588
화장품연구소	163	174	183
서울사무소(중앙일보빌딩)	399	390	382
물류센터(유구)	413	464	328
순배출량원단위	0.277	0.266	0.238
국내물류·운송(Scope3)	4,025	4,514	4,795
통근차량(Scope3)	49	49	49

- 국내 물류 운송은 물류 대행 계약에 의해 운영되고 있어, 배출량 산정 및 외부 검증 대상에서 제외함
- 사업보고서 상에 공개된 온실가스 배출량 원단위 0.257로 정정함

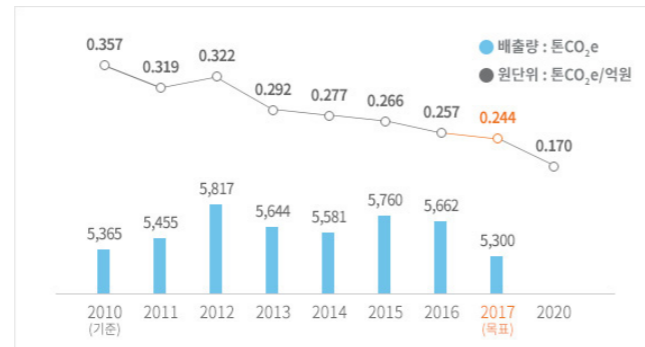
○ 냉매 사용에 따른 온실가스 배출량

코웨이는 제품에 사용된 냉매로 인한 환경오염을 최소화하고자 친환경 냉매로 전환하고 있습니다. 이와 함께 기존 제품에 사용된 냉매(R-134a)를 제품 폐기 시 회수하여 환경부가 지정한 업체를 통해 처리하고 있습니다.

구분	R-134a ¹⁾		
	2014	2015	2016
제품 제조 시 냉매 사용량(kg)	43,867	50,238	52,340
제품 폐기 시 냉매 발생량(kg)	13,558	15,562	20,188
폐제품 냉매에 의한 온실가스 발생량(tCO2e)	14,073	16,185	20,996
제품 제조 시 친환경 냉매 사용량(kg)	R-600a, R-436B		
	2,440	651	950

1) R-134a는 R-12보다 지구온난화지수(GWP)가 낮아 대체되는 물질임

중장기 온실가스 감축목표 달성 현황



○ 폐기물 발생량

구분	2014	2015	2016	
폐기물 발생량	제품	12,808	13,263	14,024
	사업장: 일반	1,028	1,023	1,619
	사업장: 지정	26	27	38
	서비스	7,024	8,501	9,095
총계 (단위: 톤)	20,886	22,814	24,776	
폐기물 재활용량 (단위: 톤)	12,228	12,837	13,559	
폐기물 재활용률(%)	59	56	55	

• 공정에서 발생하는 폐기물 증가 및 반환제품 폐기물 증가에 따른 전년 대비 재활용률 감소

○ 플라스틱 재활용

코웨이는 서비스 후 발생하는 폐필터를 코디가 회수하여 분리수거할 수 있도록 함으로써, 제품뿐만 아니라 서비스 폐기물까지 관리 범위를 확대하였습니다.

구분	2014	2015	2016
출고량(톤)	8,724	9,185	10,017
출고제품에 투입된 플라스틱량(필터, 5대 제품)			
재활용량(톤)	6,198	6,353	6,902
회수된 제품을 리사이클링 작업하여 판매한 양			
재활용률(%)	71.1	69	69
(플라스틱 재활용량/플라스틱 출고량)*100			

- 대상제품: 필터, 정수기, 청정기, 비데, 연수기, 음식물처리기
- 재활용률: (폐제품/폐필터) 플라스틱 재활용량/(제품/필터) 플라스틱 출고량
- 제품 및 유지관리 서비스 계정의 지속적인 증가로 인한 출고량 증가 폭이 커서 재활용률이 정체됨

☀ 환경영향 저감을 위한 활동

○ 친환경 투자

코웨이는 사업과정에서의 환경영향을 저감을 위해 시설 및 시스템 등의 친환경 투자를 강화하고 환경법규 준수를 위해 노력하고 있습니다. 이러한 노력의 결과, 2016년 환경법규를 위반한 사례는 한 건도 발생하지 않았습니다.

구분(단위:백만 원)	2014	2015	2016
시설 운영	186.5	71.3	322.1
시스템 운영	66.5	119.9	95.9
커뮤니케이션	616.0	373.7	181.5
환경 신사업	59.0	149.2	-
총계	928.0	714	599.4

- * 제품 및 품질 향상을 위한 투자비는 포함되지 않았습니다.
- * 3개 공장 및 TQA센터 기준으로 산정되었습니다.

○ 리퍼브 제품 판매량

코웨이는 제품을 새로 구입하고 기존 제품을 폐기하고자 하는 고객을 대상으로 신제품 설치 시 기존 사용 제품을 무료로 수거하는 서비스를 제공합니다. 회수된 제품은 리사이클링 센터를 통해 플라스틱을 재활용하거나 리퍼브 제품으로 재생산되어 판매되며 2013년부터는 환경부 및 한국환경공단과 MOU를 체결하고 제품 판매 활성화를 위해 노력하고 있습니다.

구분 (단위:명)	2014	2015	2016
정수기	12,061	13,492	9,165
공기청정기	2,672	4,500	6,584
연수기	366	49	1
비데	3,454	3,486	5,362
음식물처리기	30	-	-
합계	18,583	21,527	21,112

○ 친환경 제품 매출 성과

구분(단위:억 원)	2014	2015	2016
매출 총계	6,034	5,972	6,292

○ 유해물질 관리 시스템

코웨이는 유해물질 관리 시스템을 운영하여 제품에 함유된 유해물질을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다. 2006년부터 유럽 수출 제품에 대해 EU RoHS, WEEE 등 제품 환경규제에 대응하였으며, 2014년 당사 제품이 대한민국의 '전기, 전자제품 및 자동차의 자원순환에 관한 법률'에 의한 관리대상에 편입됨에 따라 해당 법규에 대응하고 있습니다.

구분(단위:백만 원)	2014	2015	2016
유해물질 함유 기준 부품 대응률	100	100	100

☔ 협력사의 환경영향 저감을 위한 활동

○ 그린 파트너십

친환경 제품 및 공정의 확산을 위해 ‘그린파트너십(GP) 인증제도’를 운영하여 자체적인 환경 및 품질경영기준을 만족하는 협력사에게 그린파트너 인증을 부여하고 있습니다.

구분(단위:백만 원)	2014	2015	2016
그린 파트너십 인증 협력사 현황 (개사)	55	55	100

○ 협력사 온실가스 배출 현황

코웨이는 주요 원자재를 납품하고 거래규모와 에너지 사용량이 많은 26개 협력사와 탄소파트너십을 유지하고 있으며, 매년 이들 주요 협력사의 온실가스 배출량과 원단위를 측정, 관리하여 협력사들의 기후변화 대응 역량을 강화하고 있습니다.

구분(단위:백만 원)	2014	2015	2016
배출량(tCO ₂ e)	44,445	36,181	40,994
원단위(tCO ₂ e/억원)	10.56	8.46	8.02

○ 탄소 파트너십 지원 현황

코웨이는 탄소파트너십 협력사들을 지속적으로 지원하여 협력사들의 매출 증가 대비 에너지 사용량을 줄여 경쟁력을 강화하고 있으며, 이를 통해 기후변화로 인한 협력사 리스크를 경감하기 위해 노력하고 있습니다.

구분 (단위:명)	2014	2015
기업협력군 에너지동행사업	2016년 5월~2016년 9월	사업장 에너지 진단 지원 (투자 유도)

지속가능경영 관련 이니셔티브



UNGC(United Nations Global Compact) 가입

코웨이는 2006년 6월 UNGC(United Nations Global Compact : 유엔글로벌 컴팩트)에 가입하여 인권, 노동, 환경, 그리고 반부패에 관한 10가지 원칙을 준수하고 이를 실천함으로써 성장의 추구하고 함께 사회적인 책임을 다하는 시민으로서의 역할을 다하고 있습니다. 본 지속가능경영보고서는 코웨이의 현재와 미래에 대한 스스로의 평가이자 다짐입니다.



유엔기후변화협약 당사국총회(COP21)-글로벌 기후변화협약 지지

코웨이는 2015년 12월 세계 195개국이 프랑스 파리에서 타결한 유엔기후변화협약 당사국총회(COP21)의 ‘글로벌 기후변화협약’에 지지선언을 하고 자발적 탄소 감축계획을 수립하고 있습니다.



CDP(Carbon Disclosure Project) 최우수 기업 선정

코웨이는 비영리단체인 ‘카본 디스클로저 프로젝트(CDP)’ 한국위원회로부터 기후변화 대응의 우수함을 인정받아 선택소비재 부문 ‘탄소경영 섹터 아너스(Honors)’에 8년 연속 우수기업으로 선정되었습니다.



DJSI(Dow Jones Sustainability Index) World 지수 신규 편입

코웨이는 2013년부터 ‘DJSI 아시아퍼시픽(Asia-Pacific)’에 꾸준히 이름을 올렸으며, 2016년에는 최고 등급인 「DJSI World」지수에 신규 편입되었습니다. 특히 환경정책 및 시스템, 산업안전보건 활동, 지역사회 기여 등의 책임있는 활동에 높은 평가를 받았습니다.



SDGs(Sustainable Development Goals) 지지

코웨이는 UN이 밀레니엄개발목표(MDGs)에 이어 국제사회가 달성해야 할 지속가능발전목표(SDGs, Sustainable Development Goals)를 발표함에 따라 SDGs*달성을 위한 솔루션을 개발하고, 이행함으로써 새로운 성장기회를 발견하고 지속가능한 성장을 하고자 합니다.

* SDGs는 UN이 올해부터 2030년까지 적용할 글로벌 의제로 기후변화 대응 등을 비롯해 경제성장·일자리 증진·성평등 및 여성 역량 강화 등 17개 목표와 169개의 세부 과제로 구성되어 있습니다.

coway