

보고서 개요

보고서 특징

본 보고서는 올해로 열 세번째 발간되는 '2017 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, 생산분부를 중심으로 작성하였으며, 일부 성과에 한해 글로벌 사업 현황을 포함하고 있습니다. 재무 데이터의 경우 연결실적으로 보고하였습니다.

보고 기간

2017년 1월 1일 ~ 2017년 12월 31일 동안의 지속가능경영 성과를 보고하고 있으며, 정량적 성과는 독자가 변화의 추이를 확인할 수 있도록 최근 3개년의 실적을 함께 공개하였습니다. 일부 주요 현안 또는 유의미한 활동과 성과에 대해서는 2018년 활동도 함께 보고하였습니다.

보고서 작성 기준

- GRI(Global Reporting Initiative)의 지속가능경영 보고 가이드라인 Standards (Core Option)를 따르고 있습니다.
- IIRC(International Integrated Reporting Council)의 국제통합보고 프레임워크를 일부 적용하였습니다.

보고서 검증 기준


본 보고서에 담긴 재무정보는 독립 감사법인의 회계감사를 통해 작성되었으며, 비재무 정보는 보고 내용의 정확성과 신뢰성을 높이기 위하여 독립적 전문기관인 한국경영인증원으로부터 검증을 받았습니다.

보고서에 대한 문의


주소 서울특별시 중구 서소문로 88 중앙일보빌딩 11층~17층
담당 CSV팀
이메일 sustainability@coway.co.kr

Contents


Overview

	CEO 메시지	06
	기업소개	07
	지속가능경영 개요	09


Re:BLUETION Story

	Re:BLUETION 의미	12
	- 기술 및 제품에서의 Re:BLUETION	13
	- 고객 및 현장에서의 Re:BLUETION	14
	- 조직문화에서의 Re:BLUETION	15

코웨이 트러스트 리포트

	Issue 1 시장 리더십 확보	18
	Issue 2 제품 안전성 및 신뢰성 강화	23
	Issue 3 환경영향 최소화	26

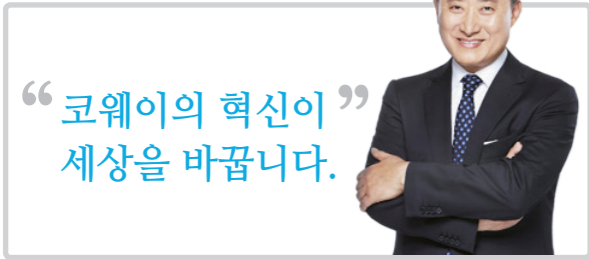
Appendix

	경제데이터	30
	사회데이터	32
	환경데이터	35
	지속가능경영 관련 이니셔티브	38

OVERVIEW

Overview	04
CEO 메시지	06
기업소개	07
지속가능경영 개요	09

CEO 메시지



코웨이를 사랑해주는 고객 여러분 모두에게 건강과 행복이 가득하기를 바랍니다. '많은 사람들이 깨끗한 물을 마실 수 있도록 고가의 정수기를 적은 금액에 빌려주자'는 착한 생각에서 옴튼 혁신의 씨앗이, 대한민국과 세계 곳곳에서 결실을 맺고 있습니다.

코웨이는 1989년 창립 이래 사람이 직접 마시고, 씻고, 숨쉬는 물과 공기를 근간으로 성장해왔습니다. 기존 산업의 틀 안에서 경쟁하며 성장한 것이 아니라, 생활가전이라는 새로운 시장을 만들고 키우며 성장했습니다. 업계 선두주자로 시장과 기술의 변화를 이끌어왔고, 서비스 전문가 '코디' 채용을 통해 업계 새로운 기준이 되었습니다. 깨끗한 물과 공기의 가치를 지키는 일은 코웨이가 가장 잘할 수 있는 일이자 세상에 존재하는 이유입니다. 이 가치를 고객이 믿고 누릴 수 있도록 제품 개발, 디자인, 품질, 서비스 등 모든 경영활동의 최우선 가치를 '신뢰(Coway Trust)'에 두고 있습니다.

신뢰를 기반으로 더 나은 세상을 만들기 위한 2018년 코웨이의 약속은 'Coway Trust Re:BLUETION'입니다. 신뢰는 깨끗함의 무한 책임을 다하기 위해 코웨이가 지속적으로 추구하는 가치며, 'Re'는 새로운 성장을 위한 도전을, 코웨이를 상징하는 색 'Blue'가 담긴 'BLUETION'은 물, 공기와 함께함을 뜻합니다. 2018년은 코웨이가 가장 잘하는 일인 렌탈과 코디 서비스가 20주년을 맞이한 뜻 깊은 해입니다. 이처럼 코웨이의 본질에 새로운 도전을 더해 세상을 바꾸는 혁신을 이루겠습니다.

눈에 보이는 혁신을 이루겠습니다.

코웨이는 핵심역량을 강화한 최고의 제품으로 고객 신뢰를 굳건히 다지겠습니다. 초미세물질까지 거르는 독자 필터 시스템 시루(CIROO), 깨끗한 공기 흐름을 만드는 에어 다이내믹스(Air Dynamics) 기술과 같은 물과 공기 분야 1등 기술을 진화시킨 제품으로 라이프 케어 기업 코웨이의 가치를 높일 것입니다. 코웨이는 깨끗한 물과 공기로 건강한 생활을 만드는 회사입니다. 이러한 신념으로 코웨이를 만나는 모든 고객의 삶이 향상될 수 있는 혁신을 이루겠습니다. 코웨이 혁신의 또 다른 화두는 ABC(AI, Big Data, Cloud)로 대표되는 4차 산업혁명을 어떻게 활용할 것인가입니다. 코웨이가 가장 잘하는 일에 신기술을 접목해 고객 케어 수준을 높이

고자 합니다. 시가 공기 상태를 알려주는 단계에서 나아가 머신러닝으로 실내 공기질 데이터를 학습해 사람에게 환기 방법을 알려주는 식입니다. 새로운 기술은 현장의 코디와 동업하는 구조를 가질 것입니다. 기술이 진화할수록 코웨이 고객의 삶도, 고객을 케어하는 코디의 업도 가치 있게 변화할 것입니다.

개방된 혁신으로 한계를 넘어서겠습니다.

세상의 패러다임이 근본적으로 바뀔 때는 일하는 방법도 바뀌어야 합니다. 4차 산업혁명의 특징은 개방성과 연결성입니다. 아마존과의 협업처럼 개방된 연결 플랫폼을 강화하고자 합니다. 코웨이 사업은 물과 공기, 수면처럼 삶의 근원을 다루기에 미래 비전이 확고한 영역입니다. 그만큼 글로벌 혁신 기업들이 코웨이의 가치를 인지하고 협력자로 손잡는 오픈 이노베이션 사례가 늘고 있습니다. 이러한 연결은 한국을 넘어 세계인의 삶을 가치 있게 변화시켜줄 것입니다. 코웨이는 다양한 필요를 충족하는 제품으로 건강한 삶의 가치를 나누겠습니다. 새로운 사용 경험을 제공하는 정수기와 공기청정기, 비데, 매트리스, 화장품은 물론 혁신적인 라이프 스타일을 열어줄 의류청정기를 비롯해 다양한 생활편리제품으로 고객을 만나고자 합니다. 한계를 규정 짓지 않고 시장과 고객을 바라보겠습니다.

건강한 삶의 가치를 더 널리 나누겠습니다.

세상에 가치 있게 기여하기 위한 코웨이의 노력은 사회적 책임으로도 계속 이어질 것입니다. 고객과 함께 가치를 나눈다는 신념으로 코웨이의 핵심경쟁력인 깨끗한 물과 공기를 이웃에 지속적으로 나누겠습니다. 2016년 탄생한 '위스쿨(Wi School)'은 코웨이의 또 다른 핵심역량을 가지고 일군 청년 창업학교입니다. 1인 기업을 희망하는 청년들에게 실질적인 힘을 주고자 마련했습니다. 코웨이는 1인 기업인 코디로 성장한 회사입니다. 따라서 1인 기업을 꿈꾸는 많은 이들에게 희망이 되어야 할 책임이 있다고 생각합니다. 핵심역량을 통한 새로운 공유가치창출에 힘쓰겠습니다. 더 나은 세상을 만들어가는 코웨이의 뜻 깊은 여정을 지켜봐 주시기 바랍니다.

코웨이의 역사를 살펴보면, 사업이 성장하면서 삶의 질도 함께 향상했음을 알 수 있습니다. 깨끗한 물을 원할 때마다 받아 마시고, 24시간 청정한 실내 공기를 누릴 수 있게 되었습니다. 비데 이용과 매트리스 케어로 한층 청결한 생활이 가능해졌습니다. 이 모든 변화는 렌탈을 통해 가치가 확장되면서 많은 사람들이 누리는 일상이 되었습니다. 코웨이로 인해 세상이 가치 있게 변하고 있다는 사실은 우리 가슴을 뛰게 합니다. 이 사명감으로 매일 고객 여러분을 만나겠습니다. 코웨이로 인해 삶에 행복한 경험이 가득해지기를 소망합니다.

2018년 6월
코웨이 대표이사 이 해 선

기업소개

사업영역

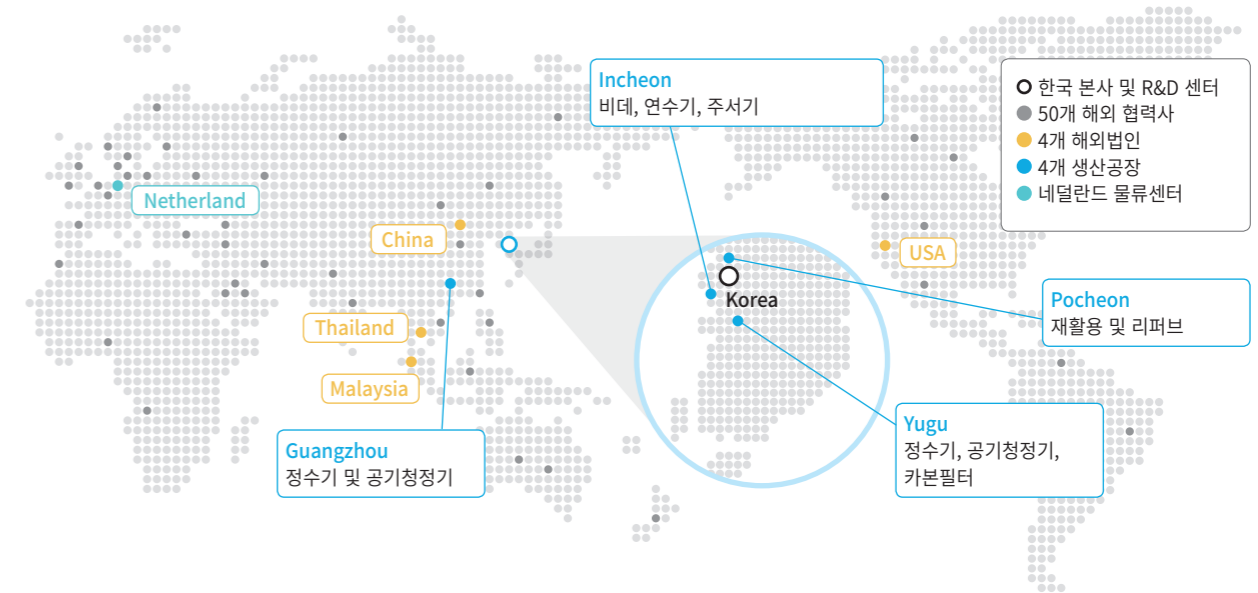
환경가전사업

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.

글로벌사업

코웨이는 세계 최고 수준의 물과 공기 연구개발 인프라를 기반으로 해외시장을 공략하고 있습니다. 주력 제품은 공기청정기, 정수기, 비데 등 생활환경가전이며, 해외시장에서의 자체 브랜드 경쟁력 강화와 함께 해외 생활가전 업체와의 활발한 판매 협력을 통해 글로벌사업을 가속화하고 있습니다.

글로벌 네트워크 현황



2018년 사업 전략

[현지법인] 현지화를 통한 성장 확대	[전략시장 개척] 시판중심의 신규 전략 시장 개척	[거래선 육성] Brand 거래선 육성 및 신규 거래선 개척
· 말레이시아 법인 : 신규 제품 출시를 통한 누적고객 100만 명 확보 · 미국/태국 법인 : 전략적 판매 거점 확대 및 서비스 현지화	· Amazon Partnership 강화 통한 미국 시판사업 확대 · 중국 브랜드 사업 확장 · 온라인 등 신규 채널 진출	· 대만, 사우디 등 핵심 거래선 육성 · 신규 브랜드 거래선 위주 사업 확대 · 기존 ODM 거래선 효율화 통한 선택과 집중

화장품 사업

2003년 화장품연구소 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, 홈쇼핑, 백화점, 면세점, 온라인몰 등으로 유통채널을 확장시키며 코웨이는 안티에이징 전문 브랜드 '리엔케이(Re:INK)', 생(生) 발효 한방 브랜드 '올빳', 기능성 건강식품 브랜드 '헬시그루(Healthygru:)'를 통해 고객에게 끊임없이 진화하는 건강한 아름다움을 선사합니다.

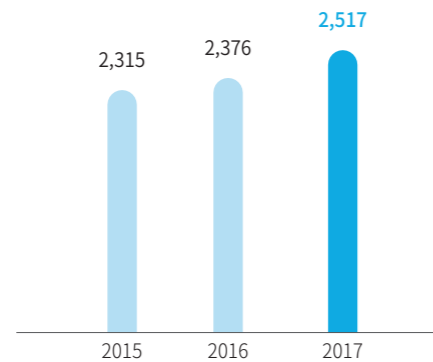
기업소개

사업성과

코웨이는 환경가전사업에서의 시장점유율을 지켜나감과 동시에 새로운 수익 창출로 지속적인 성장을 도모하고 있습니다. 기존 정수기 렌탈 사업을 시작으로 공기청정기, 비데, 매트리스 등으로 제품 라인업을 지속적으로 확대해 나가고 있으며, 고객맞춤형 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 2017년 연결기준 매출액은 전년대비 5.9% 증가한 2조 5,168억원을 기록하며 안정적인 매출 성장세를 유지하였으며, 영업이익은 전년대비 39.5% 증가한 4,727억원, 영업이익률은 18.8%를 기록하며 역대 최대 실적을 달성하였습니다. 2018년에는 핵심역량을 강화한 최고의 제품으로 고객 신뢰를 굳건히 다지고, 초미세 물질까지 거르는 독자 필터 시스템 시루(CIROO), 깨끗한 공기흐름을 만드는 에어 다이내믹스(Air Dynamics) 기술과 같은 물과 공기 분야 1등 기술을 진화시킨 제품으로 경영목표를 달성하겠습니다.

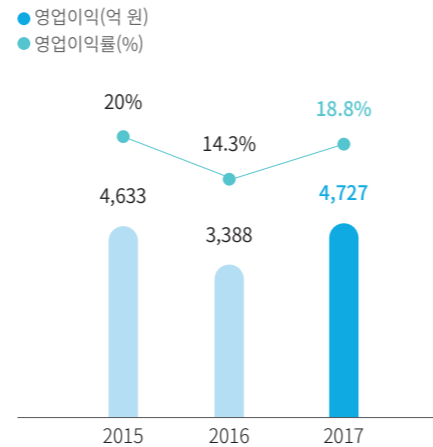
매출액

(K-IFRS 연결기준, 단위 : 십억 원)



영업이익 및 이익률

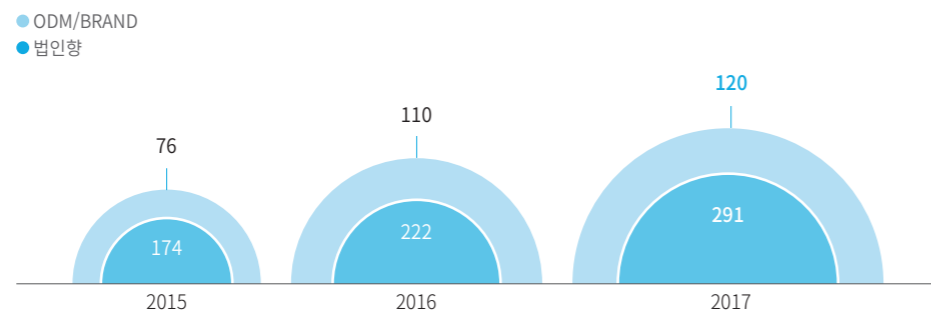
(K-IFRS 연결기준, 단위 : 억 원, %)



한편, 글로벌사업의 경우 미국, 말레이시아, 중국, 태국 법인을 중심으로 현지에 적합한 제품 및 서비스 개발과 마케팅 전략을 구사하며 지속적인 성장을 이루고 있습니다. 2017년에는 미국 아마존과의 협업을 통하여 성장기 성장 기반을 마련하는 한편, 법인별 맞춤형 전략을 통해 매출액 4,108억원을 달성하였습니다.

글로벌사업 실적

(K-IFRS 연결기준, 단위 : 십억 원)



지속가능경영 개요

지속가능경영 전략

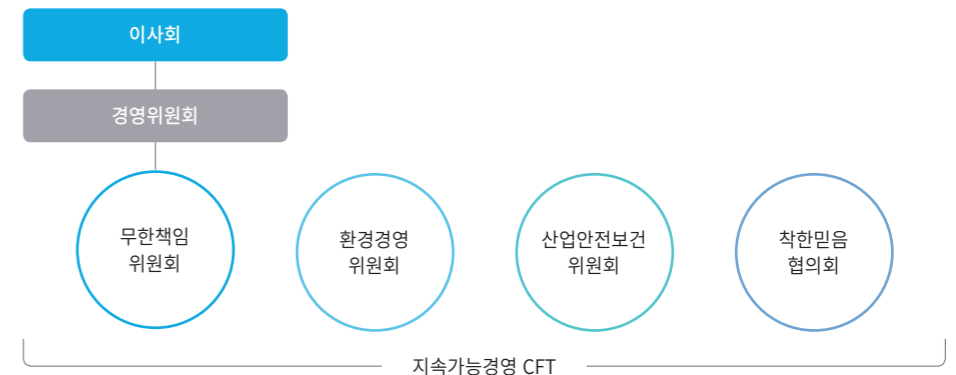
코웨이는 ‘더 나은 세상을 향한 착한 믿음의 실천’을 지속가능경영 비전으로 삼고 있습니다. 이에 물과 공기, 건강한 수면과 아름다움을 비즈니스로 하는 만큼 코웨이가 하는 일의 무게를 깊이 인지하고 있습니다. 우리 생활 전반을 책임지는 기업으로서, 비즈니스 전 과정에서 영향을 주고 받는 모든 이해관계자와 함께 새로운 가치를 더하고 삶을 풍요롭게 만들고자 합니다.



지속가능경영 체계

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 개선활동을 추진하고 있습니다. 또한 분야별로 환경경영위원회, 산업안전보건위원회, 착한 믿음협의회(협력사 협의체)를 분기별로 운영하고 있습니다.

한편, 2017년에는 지속가능경영 비전을 실현하고 이해관계자를 향한 책임경영을 강화하기 위해 대표 이사를 위원장으로 하는 ‘무한책임위원회’를 신설하였으며, 고객 신뢰 강화를 위해 주 1회 개최되고 있습니다.



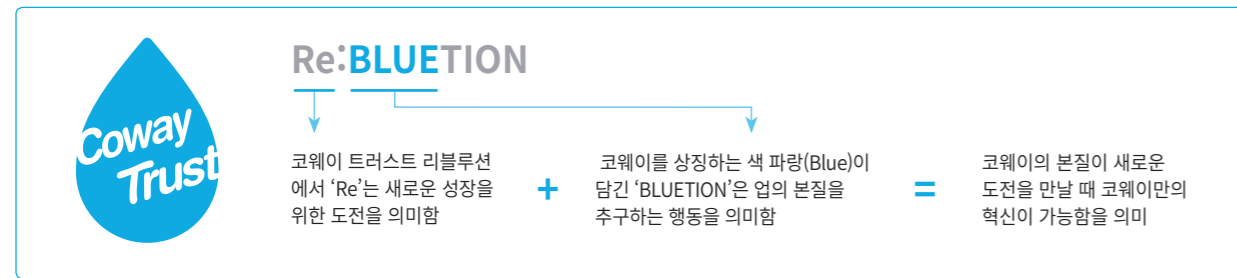
Re:BLUETION Story

Re:BLUETION Story	10
Re:BLUETION 의미	12
- 기술 및 제품에서의 Re:BLUETION	13
- 고객 및 현장에서의 Re:BLUETION	14
- 조직문화에서의 Re:BLUETION	15

Coway Trust Re:BLUETION

Re:BLUETION 의미

코웨이의 2017년 방향성이 코웨이에 대한 세상의 신뢰를 바로 세우는 일이었다면, 2018년에는 물과 공기, 나아가 사람들의 건강을 책임지는 대표 기업으로서 신뢰강화에 주력하고자 합니다. 이에 코웨이는 2018년 경영혁신 방향으로 ‘코웨이 트러스트 리블루션(Coway Trust Re:BLUETION)’을 수립하였습니다. 모든 기업이 혁신을 말하지만, 코웨이가 추구하는 혁신은 우리가 잘할 수 있는 일, 해야 하는 일에 집중해서 코웨이만의 강점을 진화시키는 것 입니다. 이를 통해 일하는 방법의 혁신(New way of doing business)을 이루고자 합니다.



Slogan	Concept	Key Initiatives
Coway Trust Re:BLUETION 더 깨끗한 환경과 건강한 삶을 위한 코웨이만의 혁신	<p>Coway Trust 깨끗함의 무한책임 지속</p> <p>Revolution 변화와 혁신, 그리고 도전</p> <p>Blue 깨끗하고 청정한 아이덴티티</p>	<ul style="list-style-type: none"> 서비스, R&D, 품질 개선을 통한 깨끗함의 무한책임 지속 추구 전략제품 출시, 온라인 마케팅 강화 등 Core Business 혁신을 통한 시장 경쟁 적극 대응 글로벌 및 코스메틱 사업의 새로운 성장 도전 코디, 홈케어닥터, 방판 인력 본연의 역할 집중을 통한 방판 조직의 안정적 성장

Re:BLUETION 방향

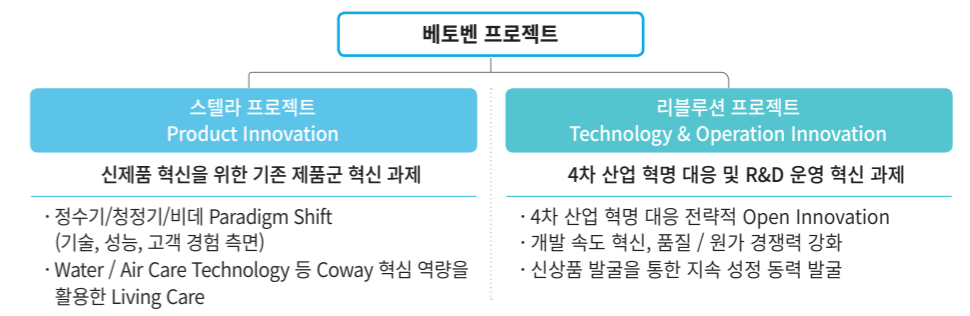
코웨이의 혁신은 기술 및 제품, 고객 및 현장, 조직문화 전반에서 이루어지고 있습니다. 각 분야별 혁신 활동을 통해 코웨이는 더 나은 세상 구현에 기여하고자 합니다.



기술 및 제품에서의 Re:BLUETION

기술혁신을 위한 베토벤(Beethoven) 프로젝트 이행

환경기술연구소에는 실험실 40여개와 회의실 17개가 있으며, 연구원 250여명이 각종 첨단 장비 410여개를 이용해 공기청정기와 정수기, 비데, 매트리스 등 신기술 연구개발에 주력하고 있습니다. 특히 2017년부터 미래의 성장동력 확보를 위한 핵심 프로젝트를 선정하여 CTO가 직접 프로젝트매니저(PM)가 되어 혁신활동을 수행하는 베토벤(Beethoven) 프로젝트를 운영하고 있습니다. 프로젝트는 크게 제품 관련 프로젝트인 Stellar와 운영 혁신을 위한 Re:Bluetion 프로젝트로 운영되며, CTO는 매주 진행사항을 확인하고 의사결정 및 방향성을 결정하고 있습니다.

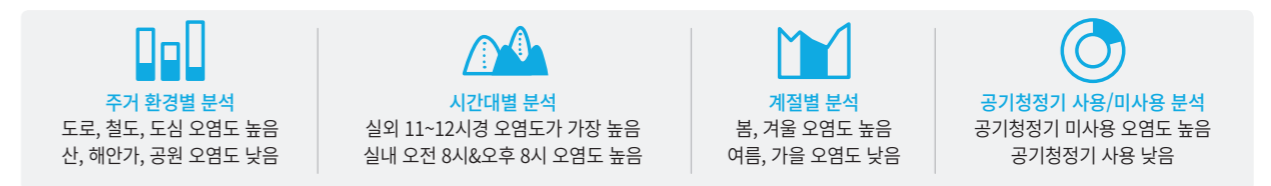


공기연구소(Air Lab)를 통한 혁신동력 확보

코웨이는 ‘공기에 대한 모든 것’이라는 콘셉트의 공기연구소 사이트를 운영하고 있습니다. 이를 통해 공기 질 케어에 대한 코웨이의 전문성과 리더십을 알리고 있습니다. 사이트는 Air Lab Report, 공기질 자가 진단 등 체험형 콘텐츠와 유용한 정보를 제공해 고객에게 공기 질 케어의 중요성을 전달하고 있습니다.

빅데이터 활용

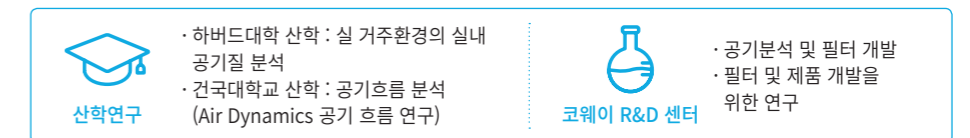
코웨이는 2014년부터 고객의 집에 설치된 공기청정기를 대상으로 1,200억건의 빅데이터를 축적하였으며, 이를 활용하여 실내 공기 질 유형을 24가지로 분류하고 유형별 맞춤형 필터 서비스를 고객에게 제공하고 있습니다. 이러한 빅데이터 정보를 통해 고객이 집의 실내외 공기 질 현황과 시간대별 변화 추이를 확인하고 애플리케이션을 통한 건강 케어까지 할 수 있도록 지원하고 있습니다.



* IoCare 공기질 디바이스, 공기청정기 IoCare 등을 통해 수집된 2015~2016년 대한민국 공기질 수집 데이터

국내외 전문기관과의 산학연구 진행

코웨이 Air Lab은 다양한 공간과 상황속에서 빈틈없이 깨끗한 공기가 흘러갈 수 있도록 다양한 대학과 연구기관, 정부와 함께 공기질과 공기의 흐름을 연구하고 있습니다.



Coway Trust Re:BLUETION

고객 및 현장에서의 Re:BLUETION

Service Lab을 통한 고객경험 혁신

코웨이는 고객의 마음을 사로잡는 경험, 기본 좋은 경험을 설계하는 코웨이 Service Lab을 신설하였습니다. 코웨이 Service Lab은 “고객의 시선으로 진실되게 바라보며, 새로운 아이디어로 고객경험(Customer Experience)을 혁신한다”라는 취지 하에 운영됩니다. 특히 고객의 관점으로 바라보면서 부정적 경험을 긍정적 경험으로 개선하고 기분좋은 경험을 궁극적으로 코웨이의 멋진 경험을 상품/브랜드화 시켜 경쟁우위를 갖는 것을 목표로 삼고 있습니다.

Service Lab이 하는 일

- 조사(CX* Report), 연구(CX Research), 프로젝트(CX Project), 소통(CX Platform)의 네 가지 분야로 구성
- 신상품/서비스에 대한 고객 경험 체크, 실시간으로 각 서비스 현황을 알 수 있는 CS바로미터, 서비스 연구 활동, 서비스 혁신 프로젝트, 고객경험혁신토론회 등을 주요 업무로 정의하여 추진

* CX : Customer Experience (고객경험)



Service Lab 공간 Concept

Welcome Zone

코웨이&Service Lab의 아이덴티티 컨셉을 보여주는 공간

Open Heart Zone

고객 및 현장과 함께 대화하며 고민하며 토론하는 공간

Service Exhibition Zone

코웨이의 서비스를 상징적으로 드러내는 공간

Creating Idea Zone

새롭고 창의적인 아이디어를 발산하는 공간(프로젝트별 공간)

Real-time Coway Zone

코웨이 서비스 현황을 빠르고 정확하게 공유하는 공간 (Digital Wall)

Building Trust Zone

아이디어를 고객의 시선으로 검증하는 공간 (아이디어를 간단한 프로토타이핑하여 검증)

레드캡(REDcap)을 통한 고객대응 혁신

코웨이는 고객대응을 혁신하고 소비자중심경영 실천을 위하여 2017년 7월, ‘레드캡’(REDcap)을 발족하였습니다. 레드캡은 고객을 위해 사전에 준비된 비상 배치 조직이란 뜻으로, 현장의 긴급 이슈 발생 시 신속하게 고객을 응대하고 고객 불편사항을 조기에 해결하는 역할을 담당하고 있습니다.

레드캡의 효율적 운영을 위해 고객 건강 및 안전 관련 사고를 포함한 긴급 이슈는 레드캡 조직을 중심으로 24시간 내 처리할 수 있도록 시스템을 변경하였습니다. 또한 현장에서 서비스 및 AS를 진행 시 발견하는 고객 불편사항 중 긴급조치가 필요한 건에 대해서 레드캡 조직으로 즉시 전달하는 ‘블루휘슬’(Blue Whistle) 시스템도 신규 구축하여 운영하고 있습니다.



REDcap

‘Ready’(준비된), ‘Emergency’(비상), ‘Deployment’(배치)의 앞 글자를 조합함

조직문화에서의 Re:BLUETION

혁신을 위한 사내제안 제도 I.Q.BLUE 운영

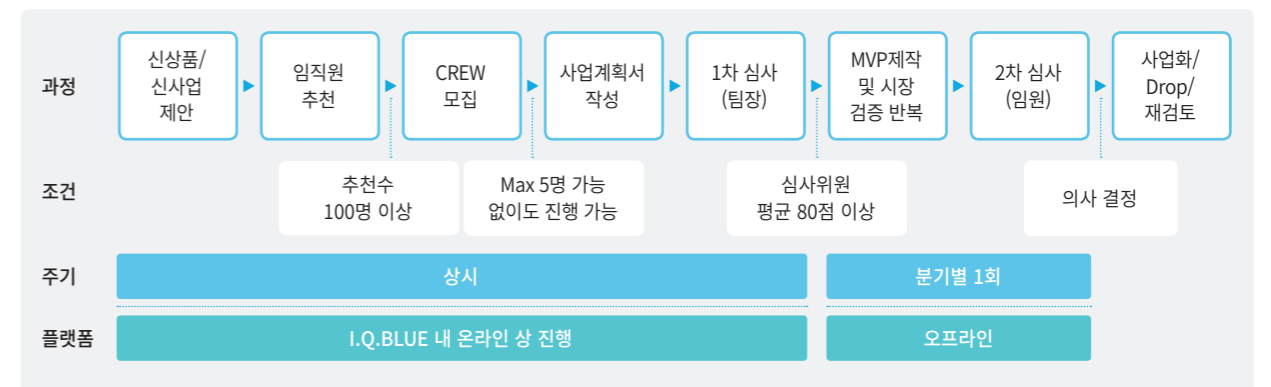
코웨이는 신상품 및 신사업 아이디어를 제안하고 끊임없는 탐구를 통해 지속가능한, 더 나아가 무한 성장이 가능한 비즈니스를 발굴하고 사업화하기 위해 혁신 제안제도인 I.Q.BLUE(Infinita Quest Blue)를 운영하고 있습니다. 아울러 신상품 및 신사업 아이디어를 온라인에서 자유롭게 등록하는 플랫폼을 구축해 임직원들이 한 줄의 아이디어라도 부담없이 개진 할 수 있도록 운영하고 있습니다.

Infinita + **Quest** = **i.Q. Blue**
(라틴어 : 무한한) (영어 : 탐구)



- 도전의식 고취
- 새로운 아이디어 제안 분위기 조성
- 신사업/신상품 아이디어 발굴

제안 프로세스



운영 현황



120건

아이디어 등재현황
(진행 중 99개, 현업적용 11개, Quest Box 10개)



3건

시제품 제작 아이디어
사업화 검토 의뢰건

000님 호칭제도 도입을 통한 호칭혁신

코웨이는 창의와 자율을 바탕으로 시장의 변화를 신속, 유연하게 대응하기 위해 호칭제도를 도입하여 운영하고 있습니다. 직위/직책과 호칭을 분리하여 공식 표준호칭을 ‘000님’으로 단일화하여 운영함으로써 임직원 간 상호 존중 문화를 확산하고 회사 내 자유로운 소통으로 혁신적인 아이디어를 발굴하고 있습니다. ‘000님’ 호칭제도는 전사 범위로 동일하게 적용하되, 영업직/생산직 등은 업무 및 조직의 특수성 고려하여 기존 직책명 기준 호칭을 유지하고 있습니다.

“ 000님 호칭제도를 통해 창의적이고 수평적인 기업문화 확산으로 업무 효율성과 구성원들의 근무 만족도가 크게 향상될 것으로 생각합니다.”

코웨이 인사지원실장

TRUST Report

코웨이 트러스트 리포트	16
Issue 1 시장 리더십 확보	18
Issue 2 제품 안전성 및 신뢰성 강화	23
Issue 3 환경영향 최소화	26

Issue 1 시장 리더십 확보

이슈에 대한 접근



Business Relevance & Approach

고객 요구의 다양화와 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT) 등 디지털 기술이 접목된 제품의 등장, 미세먼지 등 대기환경 악화에 따른 환경가전에 대한 수요 증가 등 대내외 환경이 급격하게 변화하고 있습니다. 이러한 상황에서 국내외 기업들은 연구개발에 지속적으로 비용을 투자함과 동시에 지적재산권 등 무형자산을 확대하고 고객별 서비스를 제공해 향후 수익 창출 기반을 공고히 하고 있습니다.

코웨이 역시 이러한 흐름에 발맞춰 물과 공기, 환경을 넘어 생활의 전반에서 변화와 혁신을 선도하기 위해 지속적인 연구개발을 이행하고, 코웨이가 가진 핵심역량과 IoT기술, 빅데이터 등을 활용해 제품과 서비스에 새로운 가치를 더하고 있습니다. 특히 2017년에는 IoT 적용을 고도화해 정수기, 공기청정기, 비데와 같은 주력 제품에 기능과 서비스를 결합하였으며, 아마존, 애플 등 현지 파트너십을 통해 제품에 새로운 가치를 더하고 있습니다. 아울러 코웨이만의 차별화된 서비스를 고객들이 직접 체감할 수 있도록 서비스 혁신에 주력하였습니다.

Activities

- R&D의 지속적 혁신
- 기술 및 제품 경쟁력 강화
- 고객 맞춤 솔루션 제공

Business Case

- 코웨이 물 연구원 '워터 소믈리에'로 집중 양성
- 책임지는 안심, 서비스 책임제 실시

Performance



R&D의 지속적 혁신

연구개발 조직 운영

코웨이는 최고의 연구인력과 첨단 연구시설을 기반으로 깨끗하고 건강한 물과 공기의 가치를 지키고자 지속적인 혁신기술 개발에 매진하고 있습니다. 환경기술연구소인 R&D센터와 환경품질연구소, 디자인 연구소, 화장품연구소에는 생명을 책임지는 기술을 연구하는 361명의 연구원들이 있습니다.



연구개발 투자 및 성과

코웨이는 지속적인 연구개발 투자를 통해 기업경쟁력을 강화하고 있습니다. 2017년 연구개발 투자비용은 362억원이며, 매출액 대비 1.44%입니다. 코웨이 R&D센터에 근무하는 연구진 중 미국수질협회(WQA, Water Quality Association)에서 인정한 물 전문가(CWS, Certified Water Specialist)는 18명에 달합니다. 이는 아시아 회원국 중 1위, 세계를 통틀어서도 3위에 해당하는 수준으로, 코웨이 CWS들은 매년 시험을 통해 자격을 갱신하며 물에 관한 깊이 있는 연구를 진행하고 있습니다. 이러한 노력의 결과, 315건의 특허출원과 150건의 특허등록의 성과를 거두었습니다.

물과 공기에 대한 전문적 연구

코웨이는 생명의 기본요소를 다룬다는 책임감과 자부심을 가지고 '물'과 '공기'에 대해 연구를 진행하고 있습니다. 환경분석센터를 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 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 공기질 데이터를 수집해 자체 개발한 24종의 공기질 지표는 오염물질이 건강에 미치는 영향 정도를 수치화하여 고객에게 최적화된 맞춤형 필터를 제공할 수 있도록 안내하고 있습니다. 이러한 물과 공기에 대한 코웨이의 연구 열정은 혁신제품 출시와 기술 특허로도 이어졌습니다.

BUSINESS CASE

코웨이 물 연구원 '워터 소믈리에'로 집중 양성

코웨이는 고객에게 맛있고, 깨끗한 물을 제공하기 위해 물 연구원의 워터 소믈리에 자격 취득을 장려하고 있습니다. 워터 소믈리에 자격을 취득한 물 연구원들은 정수기 제품 개발 시 물 맛에 대한 평가 등 핵심 역할을 수행합니다. 2017년에는 26명이 워터 소믈리에 양성 교육 과정을 통해 워터 소믈리에 자격을 획득하였습니다. 이들 중 20명은 워터 소믈리에 기본 수준의 인터미디에이트(3급)를 취득했으며, 6명은 물 맛에 관련한 교육을 진행할 수 있는 수준의 어드밴스드(2급) 자격을 취득하였습니다. 국내 기업 중에서 어드밴스드 워터 소믈리에 인원을 보유하고 있는 기업은 코웨이가 유일합니다. 코웨이는 향후에도 환경기술연구소 내 물 연구원을 대상으로 워터 소믈리에 양성 교육 과정을 지속적으로 확대해 물 전문 기업으로서의 경쟁력을 강화해나갈 예정입니다.



* 워터 소믈리에 양성 교육 과정은 한국국제소믈리에협회 주관 하에 운영되며, 이 교육은 대한민국 대표 물 기업으로서 코웨이의 브랜드 위상을 강화하고, 물을 연구하는 연구원들의 전문성 향상을 목적으로 만들어짐

기술 및 제품 경쟁력 강화

차별화된 필터 기술 개발

코웨이는 깨끗함을 통한 안심의 기본은 깨끗한 물, 그리고 그것을 가능하게 하는 핵심이 필터 기술력이라고 생각합니다. 이에 고객이 정수기를 사용하는 본질적인 소비자들의 니즈를 충족시키고자 지난 30년간 필터를 연구하고 혁신적인 성능을 구현할 수 있도록 노력하였습니다. 이러한 노력의 결과물로서 차원이 다른 필터 기술력을 가진 '시루(CIROO-Coway Intensive Reverse Osmosis-코웨이 철저 역삼투기술)'가 탄생했습니다. 시루를 통해 차별적인 인텐시브 멤브레인소재와 가공기술, 카본필터 시스템으로 구현한 한국형 숨쉬는 역삼투(RO) 필터기술로 고객들에게 더 깨끗하고 맛있는 물을 제공할 수 있게 되었습니다. 2018년에는 CIROO2.0 Filter를 통해 직수형 RO 정수기를 선보일 예정입니다. 자가 세척 기능을 통해 초기 필터 성능 및 좋은 물맛을 유지 시켜 줍니다.

디지털 기술을 활용한 혁신 제품 출시

코웨이는 IoT(사물인터넷)와 AI(인공지능), 빅데이터 등 첨단기술이 접목된 인간중심의 첨단가전을 개발하고 있습니다. 특히 핵심역량인 고객 CARE에 IoT 기술을 결합한 고객 맞춤형 솔루션인 IoCare (Internet of Care)를 미래 성장동력으로 삼아 고객 가치의 새로운 패러다임을 제시하고 있습니다.

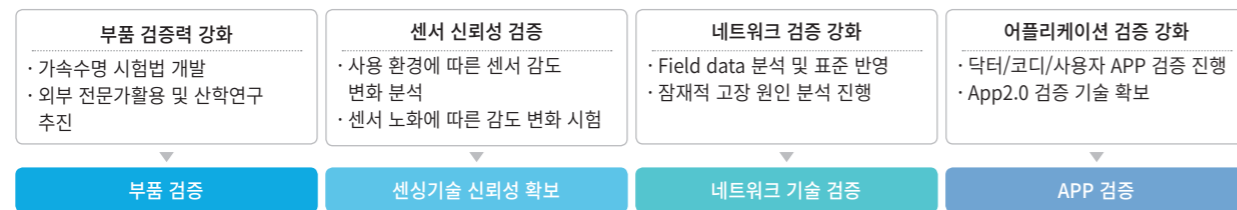
IoCare 제품 개발

대표적인 IoCare 제품인 '마이한뽀 정수기 IoCare'는 고객들이 언제나 깨끗한 물을 마실 수 있도록 정수 성능과 물 사용량을 24시간 실시간 모니터링하고 정수기 내부를 제품이 스스로 살균합니다. 또한 사물인터넷(IoT)을 연계해 정수 성능을 실시간으로 모니터링해 이상 감지 시에는 고객에게 알람으로 알려주고, 콜센터에 자동으로 연결되는 스마트 시스템을 갖추고 있습니다. 이외에도 48시간 이상 정수기 사용이 없으면 등 록된 사용자에게 알림 메시지를 전송해주는 등 실버 세대를 위한 맞춤 케어 기능도 탑재하고 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 수 있도록 지속적으로 IoCARE 제품의 신뢰성을 강화해 나갈 계획입니다.

신뢰성 강화를 위한 중점활동



글로벌 기업과의 전략적 협업

코웨이는 글로벌 IT 기업과의 협업을 강화해 고객 케어 수준을 높여 세계 시장을 선점해나가고 있습니다. 코웨이는 향후에도 글로벌 우수기업과의 협업을 통해 고객 케어 역량 강화하고, 웰빙 가전의 미래와 트렌드를 선도해 나갈 예정입니다.



· 2017년 아마존 인공지능 음성인식 플랫폼인 알렉사(Alexa)를 연계해 북미향 공기청정기 '에어메가' 출시
 · 2018년 아마존의 사물인터넷 기반 주문 서비스인 DRS(Dash Replenishment Service)를 접목한 공기청정기를 출시할 계획으로, 제품에 탑재된 센서가 공기청정기 필터 수명을 실시간 확인하고 교체 시기가 되면 필터가 소진되기 전에 미리 아마존을 통해 자동으로 주문·배송 해주기 때문에 언제나 최상의 상태의 필터로 사용 가능함



· 세계 최초 애플 스마트 플랫폼인 홈킷(Home Kit)을 연동한 공기청정기인 '코웨이 Tower' 출시 예정
 · 아이폰이나 아이패드 사용자가 오퍼나 아이폰 시리(Siri)를 통해 조작할 수 있음



· 네이버 인공지능(AI) 플랫폼인 '클로바(Clova)'와 연동 가능한 스마트 공기청정기 출시
 · 사용자가 클로바 스피커나 스마트폰 어플리케이션을 통한 간단한 음성 명령만으로 쉽게 제어할 수 있음

BUSINESS CASE

청정 웰빙 가전제품 통해 '라이프 케어 미래상' 제시, 2018 CES 참가

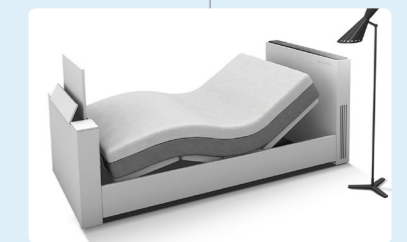
코웨이는 고객들이 일상에서 가장 가깝게 접하는 제품에 기술력과 혁신을 담아 삶의 가치를 업그레이드하는 토털 라이프 케어 솔루션을 선보이고 있습니다. 2017년에는 세계 최대 가전전시회 '2018 CES(Consumer Electronics Show)'에 3년 연속 참가해 소비자들의 일상을 혁신적으로 케어 할 빅 데이터 플랫폼을 접목한 제품과 서비스 솔루션을 전 세계에 선보였습니다.



새로운 기술이 가져온 일상의 변화

코웨이 전시 콘셉트는 '새로운 기술이 가져온 일상의 변화'로, 의류청정기 FWSS를 포함한 총 25종의 혁신 제품과 맞춤형 케어 서비스를 공개하였습니다.

세밀한 의류 관리와 함께 의류를 보관하는 공간까지 청정하는 'FWSS(Fresh Wear Styling System)'	인공지능 디퍼닝과 공기청정기의 만남, '액티브 액션 공기청정기'	매트리스와 IoT 결합으로 최적의 수면 환경 제공 '코웨이 스마트 베드 시스템'
· 양복·코트·니트 등 매번 세탁하기 어려운 의류를 집중 케어하고 의류공간까지 최적의 컨디션을 유지할 수 있도록 의류 관리 토털 솔루션을 제공하는 제품 · 특히, 제품 하단에 공기청정기를 탑재해 드레스 룸과 같은 의류를 보관하는 주변 공간까지 공기청정 및 제습 기능을 제공해 모든 옷을 365일 언제나 쾌적하게 관리함	· 오염된 공간은 물론 청정한 공기가 닿지 못하는 숨어 있는 공간까지 알아서 청정하는 맞춤 공간 케어가 가능하며 실내오염도 패턴 분석을 통한 인공지능 케어가 가능한 혁신적 제품 · 코웨이 최초로 그동안 축적한 실내공기질 빅 데이터를 활용해 디퍼닝 기반의 인공지능 모드를 탑재함	· 불규칙한 수면 패턴으로 고통 받고있는 현대인들을 위해 매트리스와 사물인터넷을 결합시켜 올바른 수면 습관 형성을 도와주는 제품 · 사용자의 수면 패턴, 주변 환경을 실시간 모니터링하고 분석해 수면을 방해하는 요소를 컨트롤해주며, 숙면을 취할 수 있는 환경 조성



2018 CES Award 수상 목록

모델명	수상 카테고리	컨셉	
Giga(P-5600N)	Home Appliances	· 풍부한 나노 직수 유량 · 무전원, 슬림한 디자인으로 설치 용이	· 두 가지 종류의 파우셋(물병, 컵) 제공 · 분리형 파우셋으로 세척 용이
Active Action (AP-0818A)	Smart Home	· 상하 좌우 회전 순환 케어 · 양면 흡입 시스템 · 모션센서를 통한 맞춤형 공간 케어	· 빅데이터 분석을 통한 인공지능 공간 케어 · 스마트 IoCare
스마트 베드 시스템	Tech For A Better World	· 개인의 체형에 맞는 매트리스 경도 조절 · 코골이 도움 기능	· 수면 분석 및 리클라이닝 기능 · 수면 환경 조성 기능(공기 청정, 발열실) 및 교체형 탑퍼
뷰티 플랫폼 (CBD-01)	Smart Home	· 최상의 화장품 사용 조건 제공 · 외부 환경 알림(다기능 미라·온도,습도,자외선)	· 화장 조명 기능 / 충전 스테이션 기능
Le Grandbleu 의류청정기	Home Appliances	· 의류 집중 케어 · 공간 케어(공기 청정 및 습기 제거)	· 사용자 스타일링 기능 제공

고객맞춤 솔루션 제공

코웨이는 고객들이 직접 체감할 수 있는 코웨이만의 차별화된 서비스를 제공하기 위해 서비스 혁신에 주력하고 있습니다. 아울러 기존의 하트서비스에 다양한 서비스를 추가하여 고객의 안심까지 케어하고 있습니다.

하트서비스 개요

코웨이는 기존 코디 관리 서비스는 기본이고, 고객이 직접 체감하고 만족할 수 있는 Cody-On 서비스, 스페셜 케어 서비스, loCare 제품 혁신 및 사후 관리서비스로 더 새로워진 하트서비스를 제공하고 있습니다.

하트서비스 내용

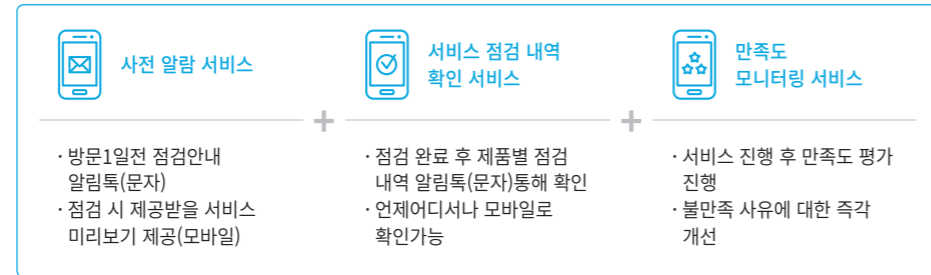
보이는 안심, Cody-On Service

코웨이 '코디 온 서비스'는 모바일을 통해 제품 점검 내역이 한 눈에 보이도록 시각화하여 제공합니다. 기존에 제품관리 전문가인 코디가 하트서비스 시행 후 고객에게 점검 내역을 자세히 설명하기에는 어려움이 있었지만, '코디 온 서비스'가 제공되면 고객은 점검 내역을 이미지를 통해 한 눈에 확인할 수 있게 되었습니다. 아울러 방문 전 사전 알람을 통해 고객이 점검 받을 내역을 이미지로 보여주어 미리보기 서비스도 제공하고 있습니다.

코웨이 코디온 Cody-on 서비스



코디가 고객에게 '코디 온 서비스'를 통해 점검 내역을 이미지로 보여주며 설명함



코웨이 설치 및 A/S 전문 기사인 스페셜 닥터가 정수기 렌탈 사용 고객을 방문해 주요 위생부품을 교체해주는 스페셜 서비스를 제공함

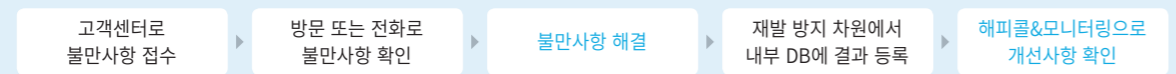
바꿔주는 안심, Special Care Service

정수기 렌탈 사용 고객이 제품을 안심하고 사용할 수 있도록 주요 위생부품을 교체해주는 '스페셜 케어 서비스'를 제공하고 있습니다. 그 동안 코웨이는 29개월차 렌탈 사용 고객들을 대상으로 해당 서비스를 일부 제품에 한해 제공했으나, 2017년 5월부터 서비스 범위를 정수기 전체 모델로 적용하는 한편, 교체 부품 범위도 냉·온·정수 유로, 피팅, 튜빙, 파우셋까지 전면 확대하여 운영하고 있습니다. 스페셜 케어 서비스는 코디의 정기 관리 서비스와는 별도로 설치 및 A/S전문 기사인 스페셜 닥터가 방문해 제품 상태 확인, 살균 및 청소, 부품 교체 서비스를 제공합니다.

BUSINESS CASE

책임지는 안심, 서비스 책임제 실시

코웨이는 '사후 관리 서비스'를 강화하여 하트서비스 시행 후 만족도 평가를 실시해 고객의 의견을 즉시 모니터링하고 있습니다. 특히 서비스 불만족 개선을 위해 고객 불편사항 접수부터 해결, 개선사항 확인까지 원스톱으로 책임지는 서비스 책임제도를 도입하여 운영하고 있습니다. 아울러 서비스 품질 개선사항은 매월 제품 개발 및 생산, 고객 서비스, 품질 관리 등 유관 부서 담당자들로 구성된 품질위원회를 통해 신속히 개선하는 한편, loCare를 통해 제품을 실시간 관리하여 서비스 경쟁력을 높이고 있습니다.



Issue 2 제품 안전성 및 신뢰성 강화

이슈에 대한 접근



Business Relevance & Approach

코웨이의 제품은 물과 공기를 다루고 오랜 기간 일상적으로 사용된다는 점에서 제품의 안전성, 성능의 항상성 등이 매우 중요합니다. 이에 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. 2017년에는 '고객 관점' 그리고 '광의의 관점'에서 품질경영을 이행하기 위해 모든 업무 프로세스와 활동을 재정립하고 관련 활동을 이행하였습니다. 특히 무한책임위원회 운영 활성화, 통합인증시스템(CICS) 리뉴얼, 화학물질 관리 체계 강화, 고객관점의 서비스 품질 개선 등을 중심으로 제품 안전 및 품질 강화를 위해 노력하였습니다.

Activities

- 제품 안전성 강화
- 고객관점의 품질경영 이행

Business Case

- 제품 인증관리 고도화
- 안전규격 예방관리 시스템 구축

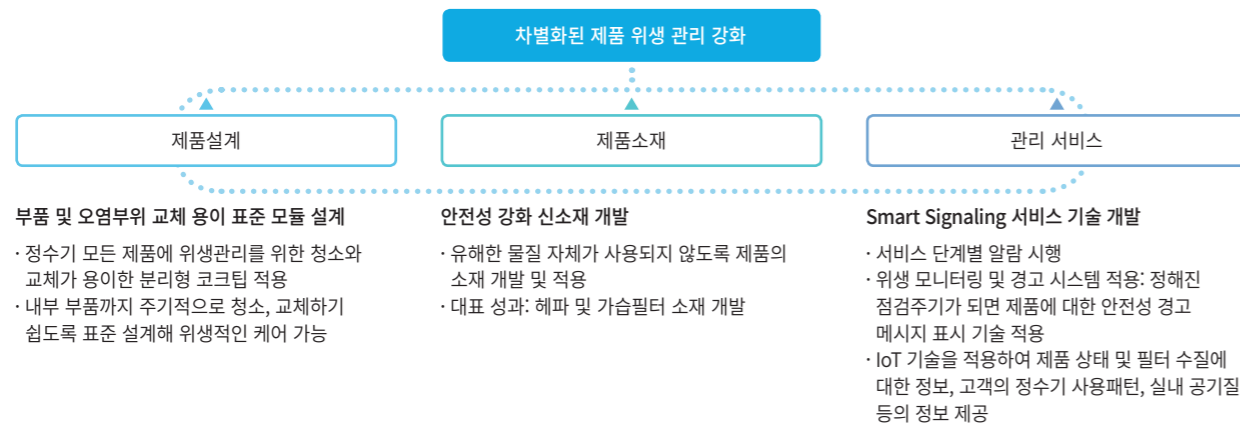
Performance



제품 안전성 강화

기술혁신을 통한 위생/안심 가치 강화

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



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. 2016년에는 사업장 내 화학물질 사용현황을 파악 및 점검하기 위해 관련 데이터 베이스(DB) 구축 작업을 진행하는 동시에 국내외 규제 및 법규와 관련된 DB를 구축하였습니다. 2017년에는 화학물질관리를 사업장이 아닌 제품단위로 확대하는 한편 글로벌 환경 규제 및 고객의 화학물질 사용 관련 요구에도 적극 대응하였습니다.

안전인증 강화

코웨이는 제품 출시 이후에도 초기에 의도했던 특성이 유지될 수 있도록 제품 안전인증에 뿌리를 두면서 전사의 관리가 필요한 모든 인증으로 범위를 확장하여 인증관리에 집중하고 있습니다. 2017년에는 전기안전, 전자파 적합성에 대해서 인증 사후관리를 진행하였으며, 정수기 에너지 효율에 대해서도 재검사를 인증서와 실제 성능 간의 불일치 문제를 예방하였습니다. 아울러 국가별로 상이한 규격에 대응하여 제품을 개발하고 있습니다. 2018년에는 CA(Clean Air), HH(Healthy Humidifier) 등 성능 인증 사후관리의 범위를 확대해 인증 취득 뿐만 아니라 제품인증의 지속성을 강화할 예정입니다.

약 **250여종** — 전문 시험장비 보유 현황 (전기안전, 전자파, 대기전력 등 분야)

8건 — 안전성 강화 신규 시험법 제정

BUSINESS CASE

안전규격 예방관리 시스템 구축

코웨이는 제품 인증관리를 고도화하고 있습니다. 2017년에는 전사의 '관리가 필요한 인증' 파악과 내부 인증관리 웹사이트 통합인증시스템(CICS) 리뉴얼을 위해 사전 작업을 진행하였습니다. 이를 토대로 2018년에는 전사 안전인증, 성능 인증의 인증서 통합관리는 물론, 해당 인증들의 초기값 유지를 위한 시스템 및 프로세스를 구축하여 운영할 계획입니다.

고객관점의 품질경영 이행

품질경영 프로그램

코웨이는 제품의 안전성을 확보하기 위해 개발 단계부터 판매, 폐기까지의 전 과정에 걸쳐 품질경영활동을 내재화하고 있습니다.

일일품질그물망 A/S-반환 등 주요 품질관련 데이터를 일단위로 분석하고 실시간 모니터링하는 분석센터를 운영해 품질 개선활동을 신속하고 정확하게 이행하고 있습니다.	QS7(Quality Solution 7 Days) 품질이슈 발생 시 '긴급 상주 TFT'를 발령해 7일 이내에 문제를 개선하고 해결함으로써 고객만족도를 향상하고 있습니다.	품질 VOC 협의체 현장에서 발생하는 주요 품질 VOC 접수 채널을 일원화하여 관련부서와 정기적인 협의체를 통해 신속/정확히 개선, 적용 될수 있도록 하고 있습니다.
Worst 개선책임제 제품군별로 주요불량 Worst를 선정하고 과제마다 개선 TFT를 구성하여 개선활동을 시행하고 있습니다.	품질개선 진도관리 전산시스템을 통해 개선현황을 실시간으로 관리해 일정을 단축하고 실패사례는 DB화해 품질을 지속적으로 개선하고 있습니다.	품질예보제 주간 생산계획에 따라 제조품질에 영향을 줄 수 있는 리스크를 사전에 예방하고 있습니다.

*4M(작업자, 설비, 작업방법, 자재 및 품질관리)

품질 무한책임경영 이행

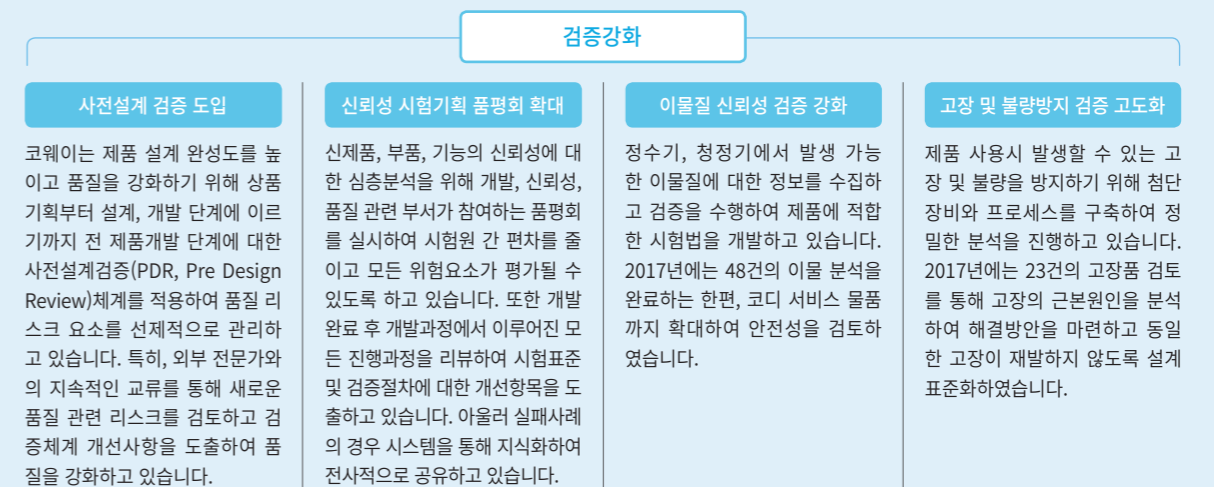
코웨이는 고객안심 구현을 위한 제품 안전성과 고객신뢰 이슈 등을 포괄적으로 검토하고, 관련 사항을 선제적으로 점검 및 개선해나가는 '무한책임위원회'를 2016년 10월부터 운영하고 있습니다. 무한책임위원회는 CEO 직속의 협의체로 신속한 의사결정을 내리기 위해 매주 1회 본부장급 임원으로 구성된 무한책임위원회 위원들이 모여 제품 안전과 관련된 안건을 논의하고 있습니다. 본부 간 협업에 기반한 다양한 관점을 바탕으로 열정적 토론과 실행의견을 나누고 있으며, 논의된 사항을 곧바로 전사 프로세스에 적용해 실행하여 2017년 말까지 총 47회차 130여건의 안건에 대해 논의하였습니다. 이와 함께 코웨이는 고객신뢰 회복을 위한 다양한 활동을 이해관계자들과 공유하기 위해 '코웨이 무한책임위원회 사이트'를 운영하여 이해관계자와 실시간으로 소통하고 있습니다.

무한책임위원회 바로가기 ▶ <http://trust.coway.co.kr/about.html>

BUSINESS CASE

제품 전 과정에서의 검증 강화

코웨이는 제품 전 과정 관점에서 제품에 대한 검증을 실시하고 있습니다. 안전성 및 위생성, 위생성 뿐만 아니라 고객의 사용환경까지 감안하여 검증을 실시하고 있습니다.



Issue 3 환경영향 최소화

이슈에 대한 접근



Business Relevance & Approach

전 세계는 소비 증가로 인한 천연자원 고갈, 플라스틱 등 폐기물 증가, 기후변화 등의 환경문제에 직면하고 있습니다. 이에 자원을 일회성으로 소비하는 단선형 경제(Linear Economy)가 아닌 자원 절약과 재활용 및 재사용을 통해 버려지는 자원을 최소화해 환경오염을 줄이는 순환경제(Circular economy)가 활성화되고 있습니다.

이러한 상황에서 코웨이는 대표적인 재활용 제도인 리퍼브를 이행하고 있습니다. 이 제도는 합리적이고 알뜰한 소비를 원하는 구매고객을 만족시킬 뿐만 아니라 자원 재사용을 통해 환경문제를 최소화하는 일석이조의 효과를 거두고 있습니다. 아울러 친환경 제품 확대를 통해 환경부하 및 온실가스 저감을 위해 노력하고 있습니다. 특히 고객이 제품을 사용할 때 발생하는 환경 영향을 최소화하기 위하여 지속적으로 기술을 개발하고 있으며, 공인기관을 통해 제품의 에너지 절감 및 탄소배출 저감 효과를 인증받고 있습니다.

Activities

- 순환경제 이행
- 환경친화적 제품 개발

Business Case

- 제품 전과정평가(LCA) 이행
- 올해의 에너지 위너상 'CO₂저감상' 수상

Performance



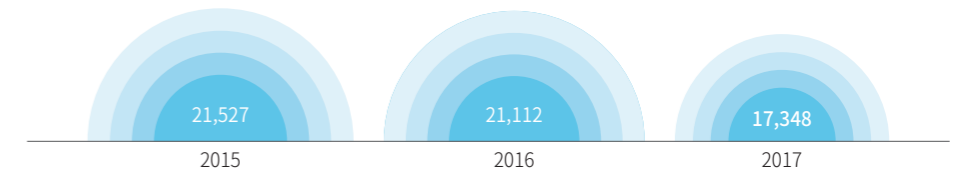
순환경제 이행

리퍼브 제도 운영

코웨이는 리퍼브 제품을 생산 및 판매하고, 폐제품의 플라스틱을 재활용해 버려지는 자원을 최소화해 환경오염을 줄이고 있습니다. 제품을 새로 구입하고 기존 제품을 폐기하고자 하는 고객을 대상으로 제품을 무료로 수거하는 서비스를 제공하고 있으며, 회수된 제품은 리사이클링 센터를 통해 플라스틱을 재활용하거나 리퍼브 제품으로 재생산하여 판매합니다.

리퍼브 제품 판매량

(단위 : 대)



플라스틱 재활용

2014년부터 코웨이 제품이 대한민국 “전기전자제품 및 자동차의 자원순환에 관한 법률”에 편입됨에 따라 폐자원 회수·재활용 시스템을 구축, 운영하여 관련 법규(플라스틱 폐기물 회수·재활용 자발적 협약 포함)를 준수하고 있습니다. 특히 서비스 후 발생하는 폐필터를 코디가 회수하여 분리수거할 수 있도록 함으로써 제품 뿐만 아니라 서비스 폐기물까지 관리하고 있습니다. 또한 코웨이가 생산한 폐가전 제품은 전량 회수하여 자발적으로 재활용하고 있습니다.

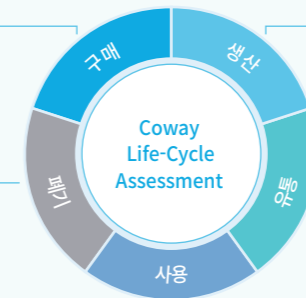
구분	2015	2016	2017
플라스틱 재활용량(톤)	6,353	6,902	6,515
플라스틱 재활용률(%)	69	69	71

BUSINESS CASE

제품 전과정평가(LCA) 이행

코웨이는 제품 전과정 평가인 LCA(Life-Cycle Assessment)를 통해 구매, 생산, 유통, 사용, 폐기 등 각 단계에서 배출되는 온실가스 정보를 파악하고 제품 설계에 반영하고 있습니다.

녹색구매 자발적 협약을 체결함에 따라 저탄소 친환경 성장을 위한 구매활동을 지속하고 있습니다.



사업장 내 태양광 발전설비 등 신재생에너지를 도입하고 협력사의 에너지 효율성을 높이기 위한 활동을 통해 제품 생산과정에서 발생하는 온실가스 배출을 저감하고 있습니다.

폐기물 최소화를 위해 사업장/제품/서비스 폐기물을 관리하고 있으며, 리퍼브 제도를 운영하여 플라스틱 재활용 등을 실시하고 있습니다.

2013년부터 기후변화 대응을 위해 위탁/운영관리되고 있는 전체 물류 거점으로부터 제품의 수송에 따른 온실가스를 산정 및 관리하고 있습니다.

제품사용에 따라 발생하는 에너지, 온실가스 및 물 사용량을 저감하기 위한 기술을 지속적으로 개발하고 저감효과를 산정하고 있습니다. 특히 평상시 온수를 만들지 않고 추출할 때만 순간적으로 만들어내는 순간 온수 시스템과 고효율 인버터 냉수 시스템을 적용한 ‘한뼉 loCare 정수기’는 전기량을 최소화해 에너지 효율을 높이고 있습니다.

환경친화적 제품 개발

친환경 제품 개발

코웨이가 환경에 미치는 가장 큰 영향은 고객의 제품 사용 단계에서 발생하는 에너지 소비와 물 사용입니다. 이에 제품 사용 시 발생하는 환경영향을 최소화하기 위해 진공 단열소재 및 나노트랩 필터 등을 적용해 에너지 소비효율을 향상시키고 물 사용을 저감하는 제품을 개발하고 있습니다. 특히 순간 가열 및 반도체 냉각 방식 기술이 적용된 제품을 출시하여 에너지 효율을 혁신적으로 향상시키고 있습니다.

에너지 효율 향상 제품

정수기 (모델명 : CHP-7200N)

- ① 에너지 소비효율등급 : 1등급
- ② 개선사항
 - 인버터 컴프레서 적용 → 기존 왕복동 컴프레서 대비 에너지 소비전력량 약 65% 절감
 - 3단계 순간온수 제어기술 적용(85°C, 70 °C, 45 °C)



포장재 중량 저감 및 친환경 포장 적용 제품

포장재 중량 저감

AP-2012EH/AP3008 저감내역 :
포장 비닐 두께 축소 변경
(0.06T → 0.03T)

친환경 포장 적용

2017년 비데 포장 GP인증마크 획득 추가
모델 : BASH30-A
개선사항 : 비데 포장재 컴팩트 설계 적용



청정기AP-1817F

- ① 에너지 소비효율등급 : 1등급
- ② 기존대비 향상된 사항
 - 양흡입 유로설계 기술 적용 : 기존 단흡입 유로구조 대비 약50% 절감

친환경 제품 인증 획득

코웨이는 탄소성적표지/환경마크 인증 제도 등을 통하여 소비자에게 제품의 환경성 개선 정보를 지속적으로 제공하고 있습니다.

친환경 제품 인증 현황 (단위 : 건)

구분	2015	2016	2017
탄소 배출량 인증	4	-	-
환경마크 인증	7	4	7
물발자국 ¹⁾	1	-	1
탄소중립제품 인증 ²⁾	1	2	-
Carbon Ballon ³⁾	-	2	-

- 1) 물 발자국 : 제품 및 서비스의 원재료 취득, 생산, 유통, 사용, 폐기 등 모든 과정에서 직·간접적으로 사용되는 물의 총량을 합산해 환경영향을 수치화한 것, 국제표준기구의 검증 기준인 ISO 14046의 요구조건에 의해 검증됨
- 2) 탄소중립제품 인증 : 제품의 생산·유통·사용·폐기까지 이르는 전 과정에서 발생하는 온실가스 배출량에 상응하는 탄소배출권을 구매하거나 온실가스 감축활동을 통해 탄소배출량을 제로(0)로 만든 제품에게 주어지는 인증
- 3) Carbon ballon : 탄소성적표지는 대한민국 인증기준에 의하여 제품의 전과정 환경영향을 탄소로 계산하지만 Carbon Ballon은 보다 엄격한 ISO14044 & PAS 2050의 기준에 의하여 전과정탄소 배출량을 계산하여 인증 받는 국제 탄소성적표지 인증

친환경 제품 매출 현황 (단위 : 억 원)

구분	2015	2016	2017
친환경 제품 매출	5,972	6,292	5,983

* 환경가전제품 총 매출액 대비 친환경 제품 점유율 비율 50% 달성을 목표로 관리하고 있음

BUSINESS CASE

마이한뺨 정수기
IoCare(CHP-482L)



전기 소비량 83% 절약
(일반 냉온 정수시스템 대비)

코웨이, 올해의 에너지 위너상 'CO₂저감상' 수상

코웨이의 '마이한뺨 정수기 IoCare'는 '제 20회 올해의 에너지 위너상 시상식'에서 'CO₂(이산화탄소) 저감상'을 수상하였습니다. 소비자시민모임이 주관하고 산업통상자원부가 공동 주최하는 '올해의 에너지 위너상'은 에너지 효율이 뛰어난 기술과 제품을 선정해 시상합니다.

급변 수상한 마이한뺨 정수기 IoCare는 평상시 온수를 만들지 않고 추출할 때만 순간적으로 만들어내는 '순간 온수 시스템'과 '고효율 인버터 냉수 시스템'을 적용해 전기 사용량을 최소화하였습니다. 또한 고객 이 상황과 용도에 따라 편리하게 온수를 선택할 수 있다는 게 특징입니다.

Appendix

Appendix

경제데이터	30
사회데이터	32
환경데이터	35
지속가능경영 관련 이니셔티브	38

경제 데이터

조직의 규모

재무현황

연결 재무상태표 (단위 : 원)

구분	2015	2016	2017
유동자산	653,318,017,710	733,134,075,994	791,471,166,861
비유동자산	1,122,079,124,795	1,234,573,817,352	1,367,401,907,951
자산총계	1,775,397,142,505	1,967,707,893,346	2,158,873,074,812
자본총계	1,238,227,830,795	1,183,343,758,557	982,256,529,541
유동부채	472,882,081,155	735,390,765,837	1,124,750,166,848
비유동부채	64,287,230,555	48,973,368,952	51,866,378,423
부채총계	537,169,311,710	784,364,134,789	1,176,616,545,271
자본과 부채총계	1,775,397,142,505	1,967,707,893,346	2,158,873,074,812

연결 포괄손익계산서 (단위 : 원)

구분	2015	2016	2017
매출액	2,315,242,282,662	2,376,328,167,259	2,516,772,498,930
매출원가	728,843,092,565	812,176,526,166	798,486,300,322
매출총이익	1,586,399,190,097	1,564,151,641,093	1,718,286,198,608
판매비와 관리비	1,245,537,247,916	1,225,354,188,064	1,123,060,003,421
영업이익	463,339,186,676	338,797,453,029	472,748,950,692
기타이익	24,447,251,232	28,737,581,966	27,760,922,985
기타손실	30,407,140,043	38,890,265,528	49,282,233,491
금융수익	1,423,176,277	1,212,324,916	984,897,197
금융비용	4,339,055,128	6,103,169,863	12,336,806,182
법인세비용차감전순이익	454,463,419,014	323,753,924,520	439,875,731,201
법인세비용	111,343,034,229	80,442,692,413	114,268,322,165
당기순이익	325,607,409,036	243,311,232,107	343,120,384,785
총포괄손익	332,506,201,778	242,507,162,506	334,287,792,359

자원조달상의 특성

90년대 중반까지만 해도 제품에 투입되는 핵심 부품은 미국, 일본 등지에서 전량 수입하였으나, 당사의 환경기술연구소와 품질경영연구소, 협력업체 등의 끊임없는 기술개발노력으로 인하여 현재는 부품의 국산화에 성공하여 대부분 국내에서 조달하고 있으며, 필터 자동생산라인도 갖추고 있습니다. 또한, 정수기는 첨단과학의 산물인 초정밀 필터가 그 핵심이므로 경쟁업체들도 기술수준 향상을 통해 국산화를 높이기 위해 노력하고 있습니다.

코웨이의 공급망

코웨이는 제품 생산에 필요한 자재와 부품을 조달하기 위해 총 268개 협력사와 거래관계를 맺고 있습니다.

구분		2015	2016	2017
협력사 수(개)	전체	288	273	268
	1차 협력사	193	178	173
	2차 협력사	95	95	95

연구 개발 및 경제적 가치

연구개발 현황 (단위 : 백만원, %)

구분	2015	2016	2017
연구개발 비용	34,029	34,821	36,174
매출액 대비 비율	1.47	1.47	1.44

지적재산권 보유 현황 (단위 : 건)

합계	특허	실용	상표	디자인
4,267	799	182	2,645	641

경제적 가치 배분

코웨이는 성실한 납세, 주주배당, 사회공헌, 협력사 구매 등의 다양한 방법을 통해 주주, 고객, 임직원, 협력업체 등 다양한 이해관계자에게 경제적 성과를 분배하고 있습니다. 2017년 한 해 동안 이해관계자들에게 분배한 금액은 124,473천만 원입니다.

사회 데이터

사회 보고 KPI



임직원 현황

국내외 임직원 현황 (단위: 명)

구분		2015	2016	2017
국내				
총 인원(명)		4,780	4,771	4,879
업무영역별	생산직	250	249	264
	영업직	3,331	3,358	3,397
	연구직	368	358	361
	사무직	805	779	830
	기타	26	27	27
고용형태별	정규직	3,936	3,920	4,007
	비정규직	844	851	872
성별	남성	1,572(32.9%)	1,588(33.3%)	1,685(34.5%)
	여성	3,208(67.1%)	3,183(66.7%)	3,194(65.5%)
그외 소수 그룹*	외국인	-	6	5
	장애인	-	44	51
해외				
총 인원(명)		1,292	1,631	1,885
유형별	해외파견	15	13	15
	현지채용	1,277	1,618	1,870

* 2016년부터 데이터를 체계적으로 관리 및 보고함

연령별 현황 (단위: 명)

코웨이는 임직원의 성별, 연령 등 그 어떠한 특성에 대해서도 차등을 두지 않고 동등한 기회를 부여하고 있습니다. 2017년 인권, 노동, 환경, 안전 전반 원칙을 담은 글로벌 CSR 가이드를 수립하여 준수하고 있습니다. 2017년 아동 및 강제 노동과 관련된 위반사례는 없었습니다.

구분	성별	2015	2016	2017
50세 이상 임원	남	11	11	15
	여	1	1	0
50세 이상 직원	남	38	37	78
	여	508	849	849
30~50세 임원	남	12	14	11
	여	2	1	1
30~50세 직원	남	1,465	1,462	1,489
	여	2,448	2,352	2,107
30세 미만 직원	남	69	64	92
	여	252	248	237

신규 채용, 퇴직

신규 채용, 퇴직 및 근속연수 현황

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

구분	2015	2016	2017
신규 채용(명)	643	668	683
신규 채용률(%)	13.4	14	14.1
퇴사 인원(명)	628	677	574
퇴직률(%)	13.1	14.1	11.8
평균 근속연수(년)	6.5	6.8	7.2

보수 및 임금

남성 및 여성 임직원 보수 (단위: 원)

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

구분	2015	2016	2017
남자 신입 직원 기본급	38,000,000	38,000,000	38,000,000
여자 신입 직원 기본급	38,000,000	38,000,000	38,000,000

법정 최저임금 대비 신입사원 임금 비율

구분	2015	2016	2017
법정 최저 임금(만 원)	108.8	116.6	126.0
신입 사원 월급(만 원)	307.5	316.7	316.0
비율(%)	282	272	251

육아출산휴가 사용 현황

모성보호 현황 (단위: 명)

구분	2015	2016	2017
육아휴직 사용자 수	117	129	115
육아출산휴가 사용 후 업무 복귀율	78	95	97

노사협의회 및 고충처리 현황

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 있으며, 2017년에는 총 5회의 노사협의회를 통해 평가 커미티 운영 및 승진, 연봉 책정, 연말 인센티브 지급, 기업문화 및 교육 등 제도개선 등 9개 안건에 대해 협의하였습니다.

구분	2015	2016	2017
노사협의회 횟수(회)*	7	5	5
협의 안건 수(건)	10	8	9
처리 안건 수(건)	10	8	9

* 노사협의회에서 논의 및 의결된 사안은 전 임직원에게 적용됩니다.

사회 데이터

임직원 고충처리 현황

구분	2015	2016	2017
접수 건수(건)	51	28	52
처리 건수(건)	51	28	52
처리율(%)	100	100	100
주요 고충 유형	인사, 영업, 업무 및 개인 신상 등		

안전보건 및 산업재해

안전보건 인증 취득 현황

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

구분	비고
유구/인천공장	OSHAS 18001, KOSHAS 18001

산업재해 관련 현황

구분	단위	2015	2016	2017
산업재해 발생건수	건	0	0	0
LTIFR	n/million hours worked	0	0	0
(근로손실재해율)	percentage of : employees	100	100	100

윤리/준법 경영

반부패 관련 현황

구분	2015	2016	2017	
반부패 교육 횟수(윤리경영, 정도경영 횟수)	40	55	49	
부패위험의 분석	부패진단이 실시된 사업장 수(개)	7	7	7
부패사건에대한 조치	유급 징직 등(명)	54	40	46

사회공헌

사회공헌비용 지출 현황

구분	2015	2016	2017
봉사단 임직원 수(명)	1,449	1,412	1,482
임직원 인당 봉사시간(시간)	24	20	24
사회공헌 진행비 + 기부금(억 원)	15.2	6.3	10.5

환경 데이터

환경보고 KPI

구분	목표	목표 년도
KPI 1. 단위 면적당 온실가스 배출량 감축	2020년까지 2010년 기준 온실가스 원단위(tCO ₂ e/억 원)를 50% 감축시킨다.	2020
KPI 2. 친환경 제품의 점유율 향상	총 매출액 대비 친환경 제품 점유율 비율 50% 달성을 목표로 관리한다.	2020
KPI 3. 협력사(온실 가스 파트너십) 온실 가스 배출량 감축	2020년까지 2010년 기준 온실가스 원단위(tCO ₂ e/억 원)를 50% 감축시킨다.	2020

사업활동에 투입되는 자연자원

자재 사용량 (단위 : 톤)

구분	2015	2016	2017	
비재생 원료	플라스틱(필터, 5대 제품군 ¹⁾)	9,185	10,017	9,123
	메탈 ²⁾	4,332	5,096	4,398
	포장재 ³⁾	2,266	2,335	2,160
합계	15,783	17,448	15,681	

1) 5대 제품군 : 정수기, 공기청정기, 비데, 연수기, 음식물처리기/필터 : 정수기 및 비데 필터

2) 이론치 중량 적용

3) 종이박스, 포장비닐·보호필름, EPS(완충재)

에너지 사용량 (단위 : GJ)

구분	에너지원 ¹⁾	2015	2016	2017
직접	부탄	2	0.4	-
	LPG	-	-	-
	경유	268	265	276
	LNG	1,601	402	323
	등유	267	250	432
	프로판 ²⁾	4,126	5,394	5,407
직접총합(GJ)		6,264	6,311	6,438
간접	전력(GJ)	103,640	101,543	103,205
간접총합(GJ)		103,640	101,543	103,205
합계(GJ)		109,904	107,854 ³⁾	109,643 ⁴⁾
에너지 사용 원단위(GJ/억원)				4.72

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

4) 2017년 검증 기준 에너지 사용량은 108,312GJ과 동일한 기준 적용

수자원 사용량 (단위 : 톤)

구분	2015	2016	2017
유구공장	30,916	40,083	37,879
인천공장	16,603	16,711	6,482
포천공장	235	146	134
환경기술연구소(R&D센터)	15,104	19,358	22,597
물류센터(유구)	3,386	4,071	4,893
합계(단위 : 톤)	66,244	80,369 ¹⁾	71,985

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

환경 데이터

사업활동에 따른 환경영향

온실가스 배출량 (단위 : tCO₂e)

구분	2015	2016	2017
직접배출(Scope1)	391	401	380
간접배출(Scope2)	5,369	5,261	5,012
순배출량(Scope1+2)	5,760	5,662	5,392
유구공장	2,015	2,165	1,950
인천공장	658	677	598
포천공장	349	387	359
환경기술연구소(R&D센터)	1,565	1,588	1,708
화장품연구소	174	183	203
서울사무소(중앙일보빌딩)	390	382	287
물류센터(유구)	464	328	287
순배출량원단위	0.266	0.238	0.232
국내물류·운송(Scope3)	4,514	4,795	5,047
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

구분	2015	2016	2017	
R-134a	제품 제조 시냉매 사용량(kg)	50,238	52,340	46,580
	제품 폐기 시냉매 발생량(kg)	15,562	20,188	13,452
	폐제품 냉매에 의한온실가스 발생량(tCO ₂ e)	16,185	20,996	13,990
R-600a, R-436B	제품 제조시 친환경 냉매 사용량(kg)	651	950	800

폐기물 발생량

구분	2015	2016	2017	
폐기물발생량 (단위 : 톤)	제품	13,263	14,024	13,770
	사업장 : 일반	1,023	1,619	1,431
	사업장 : 지정	27	38	28
	서비스	8,501	9,095	9,307
	총계	22,814	24,776	24,536
폐기물 재활용량(단위 : 톤)	12,837	13,559	13,294	
폐기물 재활용률(%)	56	55	54	

유해물질 대응현황 (단위 : %)

구분	2015	2016	2017
유해물질 함유 기준, 부품 대응률	100	100	100

플라스틱 재활용

구분	2015	2016	2017
출고량(톤) ¹⁾	9,185	10,017	9,123
재활용량(톤) ²⁾	6,353	6,902	6,515
재활용률(%) ³⁾	69	69	71

- 1) 출고량 : 출고제품에 투입된 플라스틱량(필터, 정수기, 청정기, 비데, 연수기, 음식물처리기)
- 2) 재활용량은 지속 증가하나 제품의 출고량 증가 폭이 높아 재활용률이 감소함
- 3) 재활용률 : (폐제품/폐필터) 플라스틱 재활용량/(제품/필터) 플라스틱 출고량

리퍼브 제품 판매량 (단위 : 대)

구분	2015	2016	2017
정수기	13,492	9,165	4,267
공기청정기	4,500	6,584	8,533
연수기	49	1	-
비데	3,486	5,362	4,548
음식물처리기	-	-	-
합계	21,527	21,112	17,348

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 9년 연속 우수기업으로 선정되었습니다.



DJSI(Dow Jones Sustainability Index) World 2년 연속 지수 편입

코웨이는 2013년부터 'DJSI 아시아퍼시픽(Asia-Pacific)'에 꾸준히 이름을 올렸으며, 2017년에는 최고등급인 「DJSI World」 지수에 2년 연속 편입되었습니다. 특히 환경정책 및 시스템, 산업안전 보건 활동, 지역사회 기여 등의 책임있는 활동에 높은 평가를 받았습니다.



SDGs(Sustainable Development Goals) 지지

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

coway