

2020 HANSSEM SUSTAINABILITY REPORT



2020 한샘 지속가능경영보고서



(주)한샘

주소 서울특별시 마포구 성암로 179
담당부서 대외협력실
전화 02-6470-4675
이메일 sustainability@hanssem.com
홈페이지 <http://company.hanssem.com>

Contents

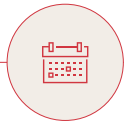
한샘의 50년 발자취	04
CEO Message	06
Corporate Overview	08
Vision House	09
Global Network	10
Business Portfolio	12
CSR VALUE for OUR STAKEHOLDERS	22
Topic 1. 건전성 중심의 주주가치 창출	24
Topic 2. 고객 감동 가치 창출	30
Topic 3. 혁신하는 인간 경영	36
Topic 4. 상생을 위한 동반성장 가치 창출	46
Topic 5. 지역사회와 인류 공헌 가치 창출	52
Topic 6. 지속가능한 친환경 가치 창출	58
Appendix	65
중대성평가	66
재무성과	68
ESG 데이터	70
GRI Contents Index	76
Global Initiative	77
제3자 검증 의견서	78
가입협회 및 멤버십	80
한샘 주요 연혁	81
한샘 주요 수상내역	82

About this Report



보고서 개요

한샘은 지난 50년간 '주거환경개선을 통한 인류 발전에 공헌'이라는 경영철학을 바탕으로 지속가능한 국가 발전에 기여하고자 노력해 왔습니다. 이어 향후 50년, 100년간 한샘이 지향해 나갈 지속가능경영체계를 확립하고 사회적 책임의 성과를 이해관계자와 공유하기 위해 올해 첫 번째 보고서를 발간하게 되었습니다. 본 보고서는 한샘이 사업을 통해 창출하는 경제·환경·사회적 가치에 대해 보고하고 있습니다.



보고기간

본 보고서는 2019년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지의 성과를 담고 있으며, 정량적 성과의 경우 과거 실적과의 비교를 위해 최근 3개년의 성과를 포함하였습니다. 이번 보고서는 한샘의 첫 지속가능경영보고서로 향후 매년 보고서 발간을 통해 이해관계자들과 소통할 계획입니다.



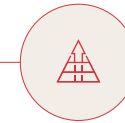
보고범위

본 보고서는 국내 및 일부 해외 생산·판매 사업장의 경제, 환경, 사회 성과를 포함하고 있습니다. 모든 데이터 범위를 연결기준으로 하였으나, 일부 지표의 경우 국내 사업장으로 그 범위를 국한했습니다.



보고서 작성 원칙

본 보고서는 GRI (Global Reporting Initiative) Standards 의 Core Option에 부합하게 작성되었으며, 재무 정보의 보고 기준 및 정의는 한국채택 국제회계기준에 의거합니다.



보고서 검증

본 보고서는 이해관계자에게 지속가능경영 활동을 더욱 투명하게 전달하고자 한국표준협회부터 제 3자 검증을 받았습니다. AA1000AS(2008)를 기반으로 포괄성, 중대성, 대응성, 임팩트 원칙을 보고서 전반에 걸쳐 적용하였고, Type 2 검증유형과 Moderate 검증수준에 맞춰 검증을 실시하였습니다. 이와 관련된 정보는 78~79페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.



추가정보

본 보고서와 관련한 추가적인 정보는 홈페이지, 영업보고서, 감사보고서, 금융감독원 공시 사이트 등을 통해 확인할 수 있습니다. 보고서에 대한 이해관계자들의 의견은 이메일, 전화, 우편 등 다양한 경로로 청취하고 있습니다.

한샘의 50년 발자취

1970년 9월, 단돈 200만원의 자본금으로 인류의 주거환경을 개선하겠다는 원대한 꿈을 품고 탄생한 한샘이 어느덧 50돌을 맞았습니다. 아름다운 집이야말로 가족의 건강과 화목, 그리고 성공을 꽃 피우게 하는 터전이 된다고 믿는 한샘은, 오늘도 개성 있고 아름다운 생활 공간을 제공함으로써 집을 이 세상에서 가장 가고 싶고, 머물고 싶은 곳으로 만들기 위해 노력하고 있습니다. 한 번도 흔들리지 않았던 창업이념을 품고 달려온 한샘의 지난 50년 발자취를 소개합니다.

1970. 09 한샘 설립
 1977. 국내 최초 부엌가구 수출
 1978. 건설부 우수 건축자재상 수상

1984. 동탑산업훈장 수상(수출 1,000만불)
 1986. 부엌가구 국내 1위 달성
 1986. 미국법인 설립
 1989. 업계 최초 CAD개발

1970s



1980s



1970년대 초, 열악했던 한국의 주거환경 중에서도 부엌은 가장 열악한 공간이었습니다. 부엌은 가족들이 먹을 삼시세끼 밥을 짓는 공간이었지만 허리 한 번 펴 수 없는 고된 노동의 현장이었고, 가족과는 분리된 단절의 공간이었습니다.

한샘은 물, 불, 가스, 전기 배선이 어우러져 설계가 가장 어렵고, 가장 열악한 부엌 환경 개선이 주거환경 개선사업의 핵심이라고 생각했습니다. 당시 경쟁사들은 비교적 생산이 용이한 스테인리스 스틸 싱크볼 제작에 주력했지만, 건축설계를 전공했던 한샘의 창업자들은 효율적인 동선과 수납 설계를 통해 실질적으로 주부들의 생활을 편리하게 만들 수 있는 핵심은 목재 캐비닛이라고 보았습니다. 집마다의 구조가 달라 하나하나 설계해야 하는 작업은 까다로웠지만, 실제 고객들의 사용패턴에 맞게 맞춤설계를 해줌으로써 고객들의 큰 사랑을 받았습니다.

1980년대는 한샘이 안팎으로 내실을 다지고 부엌가구 부문 1위 회사로 거듭났던 시기입니다.

70년대, 가구 회사 최초의 수출 경험을 바탕으로 규격의 표준화와 공장 설비의 기계화를 이루고 공격적인 내수 영업 전략과 해외 진출을 도모할 수 있었습니다.

한샘의 제품만을 취급하는 전문 대리점(Exclusive Dealership)을 선보임으로써 고객이 전문가의 상담, 설계부터 시공, AS까지 대리점에서 한 번에 해결할 수 있게 하였고, '유료'로 대표되는 획기적인 제품을 통해 사랑받으며 창립 16년만인 1986년 내수 매출 1위를 달성했습니다.

뿐만 아니라, 사우디 지사와 미국 법인, 일본 사무소 설립 등 꾸준한 해외 시장 확대를 통해 1984년에는 동탑산업훈장을 수상하기도 했습니다.

- 1990. 디자인연구소 설립
- 1991. 일본법인 설립
- 1992. 新CI 도입, 제3공장 완공(한국건축문화대상 수상)
- 1996. 중국법인 설립
- 1997. 인테리어 가구 사업 진출(방배직매장 오픈)

- 2000. 업계최초 3일납기 1일시공 실현
- 2001. 국내 홈인테리어부문 1위 달성
- 2002. 증권거래소 상장
- 2005. 온라인사업 진출(한샘몰)
- 2006. 키친바흐(KITCHENBACH) 런칭
- 2007. ik(interior kitchen) 런칭

- 2013. 매출 1조 달성
- 2017. 매출 2조 달성

1990s

1990년대는 한샘이 새롭게 디를 정비하고, 인테리어 가구 사업에 진출하는 등 새로운 브랜드 가치를 정립하기 위해 노력한 시기였습니다. 창업 당시부터 한샘의 철학인 '주거환경 개선을 통해 인류 발전에 공헌'하기 위해서는 부역뿐만 아니라 집 안 전체의 인테리어를 혁신하고 제안할 수 있어야 했기 때문입니다.

1997년, 한샘은 방배동에 국내 최대 규모의 주택전문 인테리어 전시장을 개설하고, 국내 가구 업계로는 최초로 가구가 아닌 공간에 초점을 맞춘 패키지 전시를 선보였습니다.

이 외에도 국내 가구 업계 최초로 가격 정찰제를 시행하고, 세계 최고 수준의 라미네이트 전문 공장인 제3공장을 건립하여 세계적인 수준의 제조 경쟁력을 갖추는 등 고객에게 새로운 가치와 더 나은 서비스를 제공하기 위해 노력했습니다.



2000s

한샘은 2000년 새롭게 도입한 ERP와 고객들이 실제 부역 설치 후 모습을 상담 시 바로 확인할 수 있는 3분 캐드 시스템을 연계해 국내 가구 업체로는 최초로 3일 납기, 1일 시공을 실현했습니다. 또한, 온라인 사업(한샘몰)과 ik(Interior Kitchen), 월드 베스트 부역브랜드 키친바흐 등 신규 사업을 활발하게 론칭하여 홈 리모델링 사업 진출을 위한 기반을 닦았습니다.



2010s~

창업 때부터 디자인을 중시했던 한샘은, 단순히 서양의 디자인을 따라가는 것이 아니라 동양의 디자인을 연구·발전시키는 일을 계속해 왔습니다. 1990년 DBEW(Design beyond East & West) 디자인 연구소를 설립하고 2001년부터 DBEW 디자인공모전을 개최하여 우수한 국내외 디자이너들을 발굴하기도 했습니다. 또한 세계적인 디자이너와 함께 혁신적인 부역을 디자인하는 등 새로운 시도를 계속해 오고 있습니다. 2018년부터는 매년 트렌드 발표회를 통해 변화하는 현대사회에 맞는 주거공간을 제안하고 있습니다.



CEO Message

항상 저희 한샘에 따뜻한 관심과 조언을 보내주시는 고객, 협력회사, 임직원, 주주 여러분들의 건강, 화목, 성공을 진심으로 기원합니다. 코로나바이러스감염증-19(COVID-19, 코로나19)로 인한 대내외 위기를 맞아 국민과 정부, 기업 모두가 힘을 모아 지혜롭게 헤쳐 나가고 있는 지금, 저희 한샘 역시 위기 극복을 위해 '상생'을 바탕으로 한 선제적인 대응에 최선을 다하고 있습니다.

이런 가운데 코로나19 이후를 준비하는 '포스트 코로나' 대응 논의가 사회적으로 활발해지면서 경제, 사회, 환경분야를 포괄하는 '지속가능성'이 핵심 패러다임으로 떠오르고 있습니다. 올해는 이 같은 새로운 시대적 변화와 함께 한샘이 창립 반세기를 맞아 100년 기업으로의 도약을 시작하는 해인 만큼 첫 지속가능경영보고서 발간의 의미가 더욱 큼니다.

한샘은 이번 지속가능경영보고서 발간을 시작으로 현재를 짚어보며, 지속가능한 경영 방침을 실행에 옮기고자 합니다. 경영, 사회, 환경 등 재무뿐만 아니라 비재무재표에 대한 투명경영을 강화하고 이해관계자들과 소통을 확대하며 경제적 성과뿐만 아니라 기업의 환경, 사회적 가치 창출에 앞장서고자 합니다.

과거 50년간 한샘의 역사는 도전의 역사였습니다. 1970년 창업 당시, 한샘은 단돈 200만 원의 자본금으로 7평의 가게에서 출발해 '세계 속의 한샘'을 내세우며 세계 제일의 부엌 가구 기업을 목표로 두려움 없이 도전했습니다. 그 결과 창립 15년 만에 부엌 가구 업계 선두에 올랐고, 창립 30년에는 인테리어 가구 부문에서 1위에 올랐으며, 이제는 리모델링과 부엌, 가구를 아우르는 종합 홈 인테리어 기업으로 성장했습니다. 이는 성공에 있어서 환경이나 여건보다 '이루고자 하는 꿈과 하고자 하는 열정'이 훨씬 더 중요하다는 교훈을 줍니다.

이제 한샘은 새로운 50년의 도전을 시작하고자 합니다. 디지털 시대 글로벌 홈인테리어 시장에서, 한국을 넘어 세계의 변화를 주도하는 기업으로 성장해 가려고 합니다. 이를 이루기 위해 '디자인, 디지털, 인재의 한샘'을 중심으로 한 차별화 전략으로 경쟁력을 확보하겠습니다.

'디자인 한샘'은 고객들의 라이프스타일과 제품의 등급, 디자인 스타일을 모두 고려해야 가장 완벽한 공간을 구현할 수 있다는 전략입니다. 한샘은 무분별한 서양 디자인을 지향하기보다는 '동·서양을 넘어서는 디자인(Design beyond East & West)'을 통해 미래 동북아 소비자의 라이프스타일을 선도해가고자 합니다. 이를 통해 고객들에게 가장 개성있고 아름다운 주거공간을 제공하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

'디지털 한샘'은 4차 산업혁명 시대를 맞아 한샘의 홈 인테리어 사업역량에 사물인터넷, 가상현실, 빅데이터, 인공지능 등의 IT 기술을 접목해 효율, 고부가가치의 사업구조로 혁신하는 전략입니다. 이를 통해 한샘은 인테리어 산업의 디지털 혁신을 선도하고, 나아가 미래의 스마트 홈과 스마트 시티 개발을 선도하고자 합니다.

'인재의 한샘'은 학력이나 출신과 관계없이 기회를 주며, 능력과 성과에 따라 보상을 받는 문화를 통해 경영자와 관리자를 육성하겠다는 전략입니다. 한샘은 앞으로 이를 더욱 발전시켜 자율과 창의의 기업문화를 만들고 사회가 필요로 하는 인재의 산실이 되고자 합니다.

한샘은 이 같은 3대 전략에 '정도경영'과 '상생경영'을 최우선 가치로 여기며 고객, 협력사, 임직원, 주주, 지역사회와 함께 기업의 사회적 가치를 다하겠습니다. 고객에게는 감동을 주고 협력사와는 동반성장하며 일선 근무자들과 임직원들이 자부심과 긍지를 가질 수 있도록 가능한 지원을 아끼지 않겠습니다. 아울러 흔들리지 않는 사업구조를 위한 혁신으로 주주들의 신뢰에 보답하고, 지역사회 발전에 공헌하며 안팎으로 신뢰받는 기업이 되겠습니다.

지속가능한 환경경영을 위한 준비도 결실을 맺고 있습니다. 한샘은 '오래 사용할수록 친환경'이라는 환경경영철학을 바탕으로 5년전부터 매주 경영진이 직접 참여하는 환경안전회의체를 열고 있습니다.

회의에서는 한샘만의 엄격한 환경친화적 기준을 수립하고 원자재, 마감재, 완제품, 건자재가 포함된 리하우스 패키지 등 제품과 과정, 공간에 대한 친환경성, 안전성, 내구성 강화 방안을 논의해 왔습니다. 이와 함께 제품과 서비스의 환경안전 연구기술에 대한 투자를 확대하며 2019년 생활환경기술연구소를 리뉴얼했고, 연구소는 2020년 7월 국가기술표준원 산하 한국인정기구인 코라스(KOLAS)로부터 국제공인시험기관임을 인정받았습니다.

제조공장 역시 에너지 설비 교체, 폐기물 최소화, 열에너지 재활용 등 친환경 설비 투자를 확대하고 있으며 재활용 포장 혁신에 대한 연구개발을 통해 올해 하반기부터 제품 포장에 적용할 예정입니다. 이처럼 생산단계부터 판매 이후까지 전반에 걸쳐 제품이 환경에 미치는 영향을 최소화하기 위한 투자와 노력을 아끼지 않고 있습니다.

앞으로 한샘은 글로벌 지속가능 기업으로의 도약을 위해 지속가능발전목표(UN SDGs)와 같은 국제적 이니셔티브 동참을 적극 고려하며 글로벌 기업 시민으로서의 역할을 다 하겠습니다. 이를 위해 이번 보고서를 시작으로 매년 지속가능경영 보고서를 발간하며 이해관계자들과 의견 수렴 및 피드백 등을 통해 지속적으로 소통하겠습니다.

내부적으로도 임직원들이 함께 동참하고 관심을 가지는 활동들이 내재화될 수 있도록 지속가능경영을 위한 인식 확산을 위한 노력을 다하고 '주거환경 개선'을 통해 인류 발전에 공헌하는 글로벌 기업이 될 수 있도록 최선을 다하겠습니다. 이해관계자 여러분들의 지속적인 관심과 응원 부탁드립니다.

감사합니다.



대표이사
회 장
강 승 수



HANSSEM Corporate Overview

주요 사업영역

리하우스
온라인
키친바흐
인테리어
특판

디자인파크 (2020년 6월 기준)

15개

해외법인 (중국·미국·일본)

3개

매출액

1조 6983억 원

영업이익 (연결회계 기준)

557억 원

조직

전략기획실

5개 사업본부 2개 연구소

“한샘의 패키지 설계는 가구가 아니라 공간을 제안합니다”

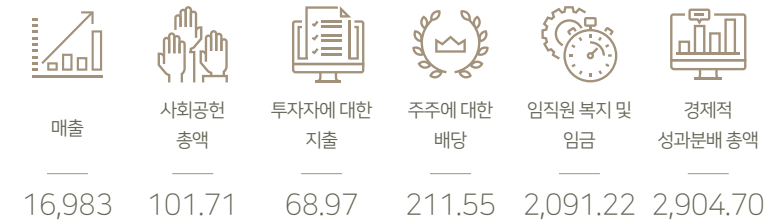
지난 50년간 우리나라 주거환경의 변화를 주도해 온 한샘은 부엌, 침실, 거실, 욕실 등 주택의 모든 공간을 구성하는 가구와 기기, 소품, 조명, 패브릭, 건자재 등을 제공하는 토탈 홈 인테리어 기업입니다.

1970년 부엌가구 전문 회사로 출발한 한샘은 입식 부엌의 개념조차 낳았었던 가정에 새로운 현대식 부엌을 소개하면서 국내 인테리어 시장을 이끄는 선두 기업으로 자리 잡았습니다.

싱크대라 통칭되던 부엌가구 시장에 '시스템 키친', '인텔리전트 키친'이라는 용어를 처음 도입 하며 비효율적인 부엌을 편리하고 아름다운 공간으로, 주부만이 아닌 가족 모두를 위한 제2의 거실로 제안하는 등 부엌 문화의 새로운 장을 열었습니다.

1997년에는 침실, 거실, 서재, 자녀방 등에 인테리어 가구를 공급하기 시작했고 최근 욕실, 창호, 마루 등 건재 아이템까지 영역을 확대해 주택 내 모든 공간으로 사업영역을 넓혀 차별화된 비즈니스 모델을 선보이고 있습니다.

2019년 경제적 성과 배분 (단위: 억 원)



※ 사회공헌 총액 : 사회공헌 비용, 기부금, 상생펀드 포함



DBEW 디자인연구소



생활환경기술연구소



주요 비즈니스 카테고리

- 부엌/건자재
부엌, 욕실, 창호, 마루, 도어, 조명 등
- 인테리어 가구
침대, 매트리스, 불박이장, 이동장, 드레스룸, 화장대, 서랍장, 소파, 거실장, 식탁, 의자, 책상, 책장, 소가구, 생활용품, 패브릭 등



유통 채널

디자인파크, 인테리어 대리점, 부엌 대리점, 리하우스 대리점, 리하우스 제휴점, 건설사 특판



비즈니스 타겟

신혼, 이사, 자녀방, 신축, 리모델링, 교체, 선물



회사명 (주) 한샘
설립일 1970년 9월
대표이사 강승수
임직원 수 2,532명 (2019년 12월 31일 기준)
본사 소재지 경기도 안산시 단원구 번영2로 144

HANSSEM Vision House

한샘은 주거 환경 부문에서 세계적인 경쟁력을 갖추므로써 세계 500대 기업으로 성장하고자 합니다.

이를 이루기 위한 세 가지 중기 경영목표를 향해 매진하고 있습니다.

첫 번째, 국내 시장 매출 10조원을 돌파하여 홈 인테리어 시장 점유율 30%를 달성하는 것입니다. 이를 통해 글로벌 최강 기업을 이루기 위한 안정적이고 확고한 기반을 마련할 수 있습니다. 건자재와 부역, 가구, 생활용품을 토탈 홈 인테리어 패키지로 구성하고, 이를 온라인과 오프라인 매장에서 동시에 전개해 나가겠습니다.

두 번째, 전략기획실 기능 강화를 통해 '10조 경영 시스템'을 구축하는 것입니다. 국내 시장 10조원 매출을 돌파하고, 해외 시장 진출을 확대하기 위해서는 이에 걸맞은 경영시스템이 필요합니다. 전략기획실을 강화해 확대된 규모와 사업영역, 시장을 지원할 수 있는 선진 경영시스템을 구축할 것입니다.

세 번째, 글로벌 한샘에 도전하기 위한 기반 확립입니다. 지금까지 국내 외에서 축적해온 리모델링 패키지 역량과 온라인 역량을 결합하고, 이를 각 해외시장에 맞게 현지화해 세계시장을 석권할 수 있는 해외 성공 비즈니스 모델을 완성하겠습니다.

미션



"주거 환경 개선을 통해 인류 발전에 공헌한다"

비전



주거 환경 부문 세계 최강 기업

동서양을 넘어서는 디자인을 제공하는 기업

인테리어 산업의 디지털 혁신을 선도하는 기업

세계 정상 수준의 경영자를 끊임없이 양성하는 기업

목표



글로벌 500대 기업

장기 혁신과제



세계화 (온라인 중심)

미래 성장동력 준비 (스마트홈 · 스마트시티)

중기 혁신과제



국내시장 10조원 통한 M/S 30% 달성

전략기획실 강화 통한 '10조 경영 시스템' 구축

글로벌 한샘 도전 기반 확립

- 사업본부 중심 경영체계 구축
- 온라인 중심 리하우스 건재패키지 사업모델 완성

- 총원가 혁신
- 제도/매뉴얼/시스템에 의한 경영체계 구축
- 홍보 및 대외협력체계 강화
- 정보시스템 혁신 통한 프로세스 고도화

- 중국시장 성공적 정착 및 전국 확대
- 미국 내수시장 성공모델 완성
- 일본 내수시장 성공모델 완성
- 동남아 시장 성공적 진출



HANSSEM Global Network

중국

CHINA

Beijing Hanssem Interior Co., Ltd.

HANSSEM (Beijing)
1705 Jincheng, Jiukeshu, Tongzhou District, Beijing, China

HANSSEM (Shanghai)
Home Furnishings Co., Ltd.
상해(Shanghai)판매법인
1E, NO.25 Xianfeng Road, Minhang District, Shanghai, China

HANSSEM (Shanghai)
Home Furnishings Co., Ltd.
상해(Shanghai)직매장
1F L102 and 2F, Center 88, 88 Changning Rd, Changning District, Shanghai, China
Tel 86-400-006-3388

HANSSEM (China)
Interior Co., Ltd.
소주(Suzhou)생산법인
Suzhou Industrial Park Dongchang Road No 88 Building 3 Floor B2

HANSSEM (China)
Investment Holding Co., Ltd.
중국 투자법인
Suzhou Industrial Park Dongchang Road No 88 Building 3 Floor B2



북경 취마도 고층 아파트에 설치된 제품
상하이, 베이징

1996

일본

JAPAN

HANSSEM INC.

오사카 OSAKA MAIN OFFICE
541-0043 / OSAKA, CHUO-KU, KORAIBASHI 2-2-7
TOEI BUILDING 1F
Tel 81-6-6223-5051~4
Fax 81-6-6223-5066

도쿄 TOKYO BRANCH OFFICE
160-0022 / TOKYO, SINJUKU-KU 6-28-8
RABERUTI SHINJUKU BUILDING 11F
Tel 81-3-5155-2155
Fax 81-3-5155-2669

오사카 OSAKA DISTRIBUTION CENTER
160-0022 / OSAKA, SUMINOE-KU, NAN-KOUHIGASHI 7-1-106
Tel 81-6-4703-1150
Fax 81-6-4703-1151

도쿄 TOKYO DISTRIBUTION CENTER
350-0011 / SAITAMA-KEN TOKOROZAWA-SI MINAMINAGAI
Tel 81-4-2951-5001
Fax 81-4-2951-5002

1991



2004년 일본 굿디자인에 수상한 제품
오사카

1986

미국

U.S.A
HANSSEM CORPORATION

뉴저지 Headquarter Office

200 Helen Street,
South Plainfield, NJ, 07080

Tel 1-908-754-4949

Fax 1-908-754-6969

뉴저지 제1공장

155 Helen Street,
South Plainfield, NJ, 07080

Tel 1-908-226-3470

Fax 1-908-226-3474

뉴저지 제2공장

157 Helen Street,
South Plainfield, NJ, 07080

Tel 1-908-753-1143

Fax 1-908-753-1179

보스턴 직매장

335 Bear Hill Road,
Waltham MA 02451

Tel 1-781-487-0101

Fax 1-781-487-0110

뉴저지 신규공장

20 Kilmer Road,
Edison NJ 08817미국 보스턴의 고객집에 설치된 제품
뉴욕 & 뉴저지 250개 달러

동북아 시대를 이끌어갈 홈 인테리어 유통 전문기업

한샘은 '세계 최강의 주거환경 전문회사' 라는 비전을 수립하고 기존 부엌, 가구 사업에서 건재 패키지 사업, 맞벌이 한 자녀 가정을 위한 자녀방 개발, 친환경 신소재 개발 등 21세기 정보화 사회의 지속가능한 가족 공동체를 위한 새로운 개념의 주거 환경 제공에 자원을 투입하고 있습니다. 특히 2017년에는 중국 상해에 직매장을 열고 동북아 시장 공략에 나섰다. 이후 미국, 일본 현지 법인을 통해 해외 시장을 본격적으로 확대하고 있습니다.

해외법인현황

한샘은 세계 시장 확대를 위해 중국, 미국, 일본 등 해외 법인을 중심으로 한샘의 독자 브랜드를 앞세워 적극 공략하고 있습니다.

오랜시간 진출을 준비한 **중국** 시장에서는 소주(Suzhou)에 생산 설비를 갖추고 신축 아파트를 중심으로 중국의 주거 문화를 반영한 생애 주기 별 공간솔루션을 제안하고 있습니다.

보스턴에서 직매장을 운영중인 **미국** 법인은 보스턴에서 직매장을 운영중이며 뉴저지에는 캐비닛 생산 공장을 운영하고 있습니다.

일본에서는 도쿄의 초고층 주상 복합 아파트인 시오도메에 제품을 공급하기도 하였습니다.



HANSSEM Business Portfolio

HANSEM

HANSSEM BUSINESS PORTFOLIO

리하우스 부문

온라인 부문

키친바흐 부문

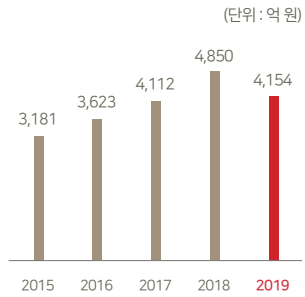
인테리어 부문

특판 부문

리하우스

라이프스타일을 패키지로 공급하는 리하우스 사업은 향후 한샘의 10년을 책임져야 하는 사업입니다. 시장과 고객의 수요 흐름은 단품 구매에서 패키지 구매로 이동하고 있습니다. 이러한 흐름에 맞추어 리하우스 사업본부에서는 리모델링 스타일 패키지 확대에 초점을 맞추었습니다. 이를 위해 우수 인테리어 업체(제휴점)의 대리점 전환, 전국 프리미엄 소품의 지속적인 확대, 그리고 전국 직시공 체계 완성을 이뤄나가고자 합니다. 이처럼 부엌, 건자재의 개별 판매를 벗어나 한샘 제품으로 모든 공간을 구성한 '리하우스 스타일 패키지'의 확대는 홈 리모델링 시장 점유율을 견인하며 한샘의 성장세에 힘을 실어줄 것입니다.

리하우스 사업본부 매출액



사업 전망 및 계획

리하우스 사업본부에서는 고객의 라이프 스타일과 생애 주기를 고려한 토탈 인테리어 솔루션 제공을 위해 인테리어 전문가 RD(리하우스 디자이너)육성을 적극 지원하며 대리점과의 상생을 강화하겠습니다. 이를 통해 집이 '이 세상에서 가장 가고 싶고, 머물고 싶은 곳'이 될 수 있도록 만들어 나가겠습니다.



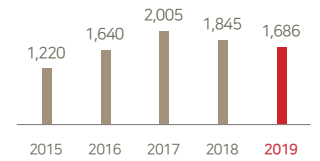
온라인

온라인 사업본부는 2008년 2월 온라인 사업에 진출한 뒤 오프라인 비즈니스 모델을 온라인에 적용시키며 한 단계 성장을 이루었습니다. 2015년부터는 유통 확대, 시장 독점 제품 개발 등으로 성장을 이어왔으며 2017~18년에는 MD육성 및 히트상품 개발 프로세스 강화를 통해 상품의 품질과 서비스를 더 향상시켰습니다. 이와 함께 DIY 상품을 비롯해 소형가구, 생활용품 등 카테고리를 확대하며 한샘몰을 홈 인테리어 전반의 상품 라인업을 갖춘 사이트로 성장시켰습니다. 2019년에는 플랫폼 사업자의 지배력과 모바일 의존도가 높아지는 시장 환경에 대응하기 위해 체질개선을 진행했으며, 모바일에 적합한 UX/UI*개편과 함께 데이터 기반의 물 운영 내부 역량을 다졌습니다. 또한 동영상 위주의 모바일 환경 변화에 따라 동영상 쇼핑 기능을 도입하여 고객의 높은 관심을 끌어내어 고객의 니즈와 기대감을 확인했습니다.

* UX(User Experience, 사용자가 제품이나 서비스를 간접적으로 이용하면서 축적하게 되는 다양한 경험) / UI(User Interface, 사용자 편의를 위한 환경을 제공하는 설계)

온라인 사업본부 매출액

(단위: 억 원)

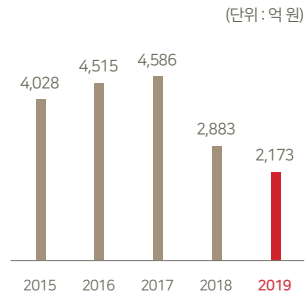


온라인 사업본부는 O4O강화 전략을 통해 온/오프라인 어디에서도 동일한 쇼핑 경험을 고객에게 제공하는데 역량을 집중하겠습니다. 온라인 사업에 최적화된 상품/콘텐츠/서비스와 인테리어 플랫폼 구축을 통해 세계 최고 수준의 고객감동을 제공하고 한샘몰, 한샘닷컴 등의 자사 플랫폼은 물론 유튜브, 인스타그램 등의 채널확대를 통해 국내를 넘어 글로벌 인테리어 시장의 쇼핑 문화를 선도하는 플랫폼으로서의 성공모델을 만들고자 합니다.

키친바흐(키친&바스)

키친바흐 사업본부는 부엌 및 욕실 판매에 전문화된 사업모델로 한샘의 창립과 함께 시작되어 명실상부한 한샘의 대표사업본부로 자리하고 있습니다. 핵심 상권 중심의 대형 표준매장과 홈쇼핑, 온라인 판매채널을 통해 지속적으로 성장해왔습니다. 특히 매출액 1조원이라는 목표 달성을 위해 다음과 같은 온/오프라인 채널 강화를 진행하고 있습니다. 오프라인 부문을 책임지는 표준매장은 차별화된 전시, 판촉, 서비스뿐만 아니라, '마트, 몰'로 대표되는 유통업체와의 연계를 통해 고객 유입을 증대시킬 것입니다. 온라인 부문은 기존 홈쇼핑, 외부 종합몰 외 자사몰의 경쟁력 확보 부문을 보완해 전방위 유통채널을 구축할 것입니다. 더불어 부엌, 바스, 수납 부문에 시장경쟁력을 보완한 제품을 출시하며 시장 점유율을 확대해나가고 있습니다.

키친바흐 사업본부 매출액



사업 전망 및 계획

키친바흐 사업본부는 최근 프리미엄 인테리어에 대한 수요 증가에 발맞춰 매출액 1조 원을 목표로 선택과 집중을 기반으로 한 도약에 나서고 있습니다.

이를 위해 부엌, 바스, 수납 등 분야별 전문 역량을 바탕으로 하는 패키지 상담을 통한 키친&바스 판매를 핵심으로 삼고 있습니다. 여기에 온/오프라인 채널 혁신을 통한 단계 더 성장시켜 나가겠습니다.

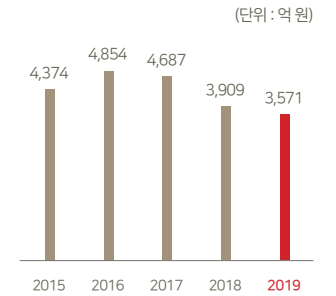


인테리어

인테리어 사업본부는 1997년에 인테리어 사업부로 출범, 2001년 가정용 시장 점유율 1위로 도약하여 현재까지 대한민국 가구시장을 대표하고 있으며, 13년 연속 국가 브랜드 가정용 가구 부문 경쟁력 지수 1위를 이어나가며 뛰어난 브랜드로 평가받고 있습니다. 온/오프라인에서 1만 세트 판매가 가능한 제품을 만들고, 지속적인 전시 개선과 마케팅 활동을 통해 매장 경쟁력을 높여왔습니다. 이와 더불어 전국 약 80여 개의 상권 별 전문 대리점 상생지원으로 2016년부터 디자인파크 규모의 대형 전시장장을 확대해왔습니다. 이를 통해 기존 매장의 전시 공간의 한계를 극복하고 보다 많은 상품과 공간을 고객에게 제공하고자 합니다. 또한 대리점에게 대형쇼룸에서의 영업기회를 부여함으로써 대리점과 본사의 동반 성장을 이루고자 합니다. 홈쇼핑 부문은 TV홈쇼핑, 인터넷, 모바일 플랫폼을 통해 집이라는 공간에 대한 한샘의 철학을 고객과 가장 밀접하게 소통하며 성장하고 있습니다.



인테리어 사업본부 매출액



사업 전망 및 계획

한샘은 인테리어 사업본부 월 매출 1억 원을 목표로 영업사원의 전문성 향상을 통한 성장을 목표로 하고 있습니다.

한샘의 영업사원들은 '고객을 감동시키는 서비스와 패키지 공간 솔루션을 제공하여 고객의 삶을 디자인하는 역할'을 합니다. 여기에 전문성을 강화함으로써 고객감동을 실현하는 최고의 상품, 매장, 서비스 경쟁력을 갖춰 세계적인 경쟁에서 앞서 나가겠습니다.

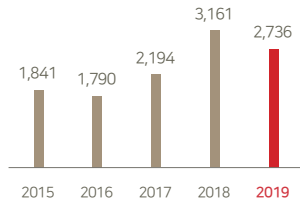
특판

특판 사업본부는 대단위 공동주택의 신축, 재건축, 리모델링 시장에서의 우량 건설 시공사와 시행사를 고객으로 주방, 수납가구를 공급하고 있습니다. 한샘-인사이드 패키지*사업모델을 통해 향후 특판 시장의 신규분양물량 감소에도 안정적인 성장을 지속할 수 있도록 준비하고 있습니다. 2019년에 특판 사업본부는 기존 B2B PJT(프로젝트)영업 시장에서 제품과 시공 품질서비스 차별화를 통해 고객 만족도를 높여왔습니다. 또한 공동주택의 설계부터 건축 및 인테리어 풀패키지 공사까지 적용되는 한샘-Inside Package 사업의 안정성을 확보함으로써 성장할 수 있는 기반을 만든 한 해였습니다. 특히 지난 3년간 이어진 분양 물량 축소와 주택시장 과열방지 정책들로 인해 전반적인 특판 시장 축소가 불가피할 것으로 예상됩니다. 이에 특판 사업본부는 기존 아파트 신축시장 외에 소단납 시장과 호텔, 리조트와 같은 준 주거시장으로 시장을 확대해나가고, 세대당 객단가를 높이기 위해 기존 가구 외에 전자재 아이템을 추가할 것입니다. 또한 한샘-Inside Package 사업을 적극 확대하여 특판 시장에서 시장을 선도하는 조직으로 자리매김할 것입니다.

*인사이드 패키지 (Inside Package) : 인테리어 설계부터 실내에 들어가는 모든 마감재의 시공 · 사후관리까지 인테리어 전 공정을 한샘에서 책임지는 서비스

특판 사업본부 매출액

(단위 : 억 원)



사업 전망 및 계획

특판 사업본부는 한샘-Inside Package를 성장 동력으로 1조원 매출을 달성하고자 합니다. 이를 위해 상품기타·수납가구 등 세트판매 / 전자재 아이템 번벌력, 기업간 거래 그래픽 패키지 시공강화를 통한 객단가 1천만 원 달성 / 시장 점유율 20%를 목표로 하고 있습니다.

앞으로도 특판사업본부는 기존 시장질서에 순응하지 않고 새로운 가치를 통해 시장을 주도해나갈 것입니다.



HANSSEM Business Part

리하우스 사업본부

한샘 리하우스 사업본부는 전국 대리점, 디자인파크, 표준매장, 상생전 시장 등 다양한 유통 채널을 통하여 고객의 라이프 스타일을 패키지로 공급하는 국내 최고, 유일의 사업본부입니다.

공간 패키지 상품 기획부터 상담, 실측, 설계, 견적, 시공, AS까지 원스탑 서비스를 제공하는 비즈니스 모델로서, 인테리어 산업의 패러다임을 변화시키고 있습니다.



키친바흐 사업본부

한샘 키친바흐 사업본부는 최고급 부엌가구 브랜드인 '키친바흐 (KITCHEN BACH)'를 비롯한 키친&바스, 빌트인 제품을 중심으로 대형 표준매장을 확대하고, 차별화된 전시, 판촉, 서비스를 제공함으로써 지속 성장하고 있습니다. 최고의 품격과 가치를 드리는 키친바흐 제품, 평형별 그레이드에 맞는 플랜 제안, 세계최고의 독점 수입 브랜드 기기는 한샘만의 경쟁력입니다.



온라인 사업본부

2008년 출범한 한샘 온라인 사업본부는 국내 최고 홈 인테리어 전문몰인 한샘몰을 중심으로 성장하고 있습니다.

한샘몰은 고객의 니즈를 만족시키는 히트상품을 개발하고 외부의 우수한 브랜드를 적극적으로 입점시킴으로써, 온라인 사업에 최적화된 상품 '컨텐츠 마케팅' 서비스를 제공하고 있습니다.



인테리어 사업본부

한샘 인테리어 사업본부는 가구, 부엌, 생활용품을 원스탑 쇼핑할 수 있는 국내 최대 규모의 토탈홈인테리어 전문 본사 직영매장(디자인파크)과 수도권 및 지방상권의 지역밀착형 매장으로 고객의 니즈에 맞는 공간인테리어 패키지를 제안합니다.

상권 내 타 브랜드보다 월등한 매장 경쟁력과 영업경쟁력, 상품경쟁력으로 고객을 감동시키는 지역 대표 인테리어 전문 매장입니다.



특판사업부

한샘 특판사업본부는 대단위 공동주택, 호텔, 리조트 등 신축과 재건축, 리모델링 시장에서 우량건설업체와 시행사를 대상으로 부엌, 수납가구 관련상품, 기기 등을 공급하고 있으며, 차별화된 제품과 디자인, 물류 시공 부문의 노하우를 기반으로 새로운 B2B 영역으로까지 확대 성장하고 있습니다.



해외법인

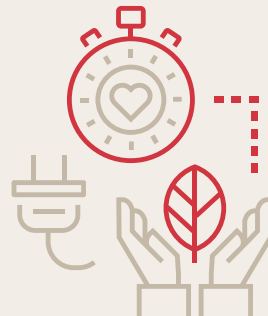
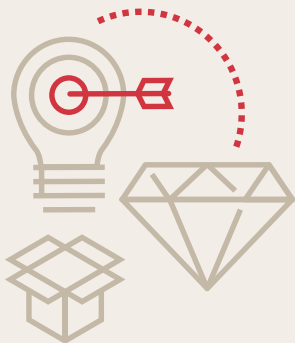
한샘은 주거환경 부문 세계 최강 기업이라는 비전을 달성하기 위해 중국, 일본, 미국 해외법인을 중심으로 적극적인 해외시장 공략을 펼치고 있습니다. 중국 법인에서는 소주 생산 설비를 갖추고 신축 아파트를 중심으로 부엌 가구를 공급하며 중국 주거 문화에 맞춘 생애 주기 별 공간 솔루션을 제안하고 있습니다.

일본 법인은 오사카에 사무실 및 쇼룸, 도쿄에 지부를 두고 부엌가구를 공급하고 있으며, 미국 법인은 미국 뉴저지에 캐비닛 생산 공장을, 보스턴에서는 쇼룸을 운영하고 있습니다.

HIINKI



CSR VALUE for OUR STAKEHOLDERS



TOPIC 1

건전성 중심의 주주가치 창출



Management Approach

Why It Matters?

건전한 지배구조와 윤리경영은 기업경영의 투명성을 제고하기 위한 필수 요건이며, 주주가치 증대를 위한 기본 요건입니다. 또한 급변하는 내외부 환경변화 및 경영환경의 불확실성이 증가함에 따라 리스크관리의 중요성도 점차 강화되고 있어, 선제적 대응을 통해 기업 평판 및 브랜드 가치를 유지해 나가야 합니다.

Our Approach

한샘은 독립성, 투명성, 전문성, 다양성을 고려한 기업지배구조를 통해 투명경영을 실천하고자 노력하고 있습니다. 또한 준법, 반부패, 인권 등 기업활동에 근본이 되는 윤리경영 강화를 위해 교육, 내부고발자 VOC, 고충처리 프로그램 등 다양한 프로그램을 운영 중에 있습니다. 뿐만 아니라 기업을 둘러싼 시장 위험, 유동성 위험, 신용 위험, 평판 위험 등 리스크를 선제적으로 관리하기 위한 활동을 추진하고 있습니다.

Key Performance

2019 ESG 평가



B+ 통합등급

* 한국기업지배구조원(KCGS) 평가 기준

윤리경영 교육



25 시간

주주 및 투자자 배분



211 억원

Contribution to UN SDGs



지배구조

주주의 구성 및 권리

건전한 기업지배구조의 구축은 모든 이해관계자의 신뢰를 확보하고 책임경영을 수행하는 근간이 됩니다. 한샘은 기업지배구조를 지속가능경영의 핵심 요소로 삼아 독립성, 투명성, 전문성, 다양성 등의 주요 가치를 제고하기 위해 노력해왔습니다. 또한 기업의 지속가능한 성장을 위해 이해관계자의 참여가 중요하다는 점을 이해하고 여러 이해관계자와의 소통을 확대해 나아가고 있습니다.

한샘은 매년 1회 주주총회를 개최하고 있으며 정기 주주총회 4주 전까지 주주총회 소집에 관한 이사회 결의를, 2주 전까지 안건에 관한 이사회 결의를 통해 부의안건을 공고하고 있습니다. 주요 경영 사항 및 주주총회에 관한 자세한 정보는 금융감독원 전자공시시스템(DART)과 국내 주주대상 소집통지서 우편발송을 통해 정보를 제공하고 있습니다. 아울러 ESG 평가를 통해 지속가능경영을 강화하고 있습니다. ESG 평가는 한국거래소 산하 한국기업지배구조원(KCGS)이 매년 기업의 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 분야에 대해 진행하는 평가로, 기업이 사회와 환경, 직원과 고객의 이익을 고려한 경영활동을 하고 있는지, 경영 및 재무구조의 투명성 등을 판단합니다.

한국기업지배구조원 기업지배구조평가 (ESG) 등급

구분	2017	2018	2019
통합등급	C	B	B+
환경	B	B	B
사회	C	B	B+
지배구조	C	B	B+

이사회

이사회 운영 | 이사회는 한샘의 최고 의사결정기관으로 관련 법령 및 이사회 운영규정에 따라 회사와 주주의 이익을 위하여 회사의 경영목표를 수립하는 등 회사의 중요사항을 결정하고 있습니다. 한샘은 회사의 정관, 이사회회의 주요의결사항 등의 정보를 회사 홈페이지를 통해 게재하고 있으며, 법령에 따라 공개의무가 있는 이사회 관련 자료는 금융감독원 전자공시시스템(DART)에 정기적으로 공시하고 있습니다.

이사회 구성

한샘의 이사회는 정관 제33조에 따라 3인 이상 9인 이하의 이사로 구성됩니다. 2020년 6월 기준 한샘의 이사회는 사내이사 5인과 사외이사 2인으로 구성되어 있습니다. (세부구성 표 참조)

이사의 선임

한샘 이사회의 이사는 정기 주주총회 결의를 통해 선임되며, 이사회의 독립성을 위해 현재 사외이사 2인을 선임하고 있습니다. 특히, 사외이사 선임 시 상법을 비롯한 관계법상의 자격 기준과 이사직무 수행을 위한 전문성 및 독립성 등을 판단하며, 엄격한 심사를 거쳐 후보를 추천하면 주주총회에서 사외이사를 선임하고 있습니다. 또한 이사회가 다양한 이해관계자를 대변하고 사회적 가치를 고려한 경영활동과 의사결정을 지원할 수 있도록 사외이사 선임 시 다양한 경험과 배경을 고려하고 있습니다.

이사회 활동

한샘은 매년 분기별 재무제표 승인과 정기 주주총회 소집 등을 위해 정기 이사회를 개최하고 있으며, 긴급사안 발생 시 수시로 임시이사회를 개최하고 있습니다. 정관 제43조에 따라 이사회는 각 이사가 소집하며, 이사회를 소집하는 이사는 이사회 회일 3일 전에 각 이사 및 감사에게 통지하여 소집합니다. 한샘은 2019년 한 해 동안 9회의 이사회를 개최하여 총 21건의 안건을 심의 및 의결하였습니다. 정관 제44조에 따라 이사회 결의는 이사 과반수의 출석과 출석이사의 과반수의 동의로 합니다. 상법 제

391조에 따라 이사의 전부 또는 일부가 직접 회의에 출석하지 아니하고 모든 이사가 음성을 동시에 송수신하는 원격통신수단으로 결의할 수도 있으며, 이러한 방법으로 회의에 참석한 이사는 이사회에 직접 출석한 것으로 간주하고 있습니다. 또한 이사회회의 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사는 의결권 행사를 제한하여 이해상충 가능성을 제도적으로 차단하고 있습니다.

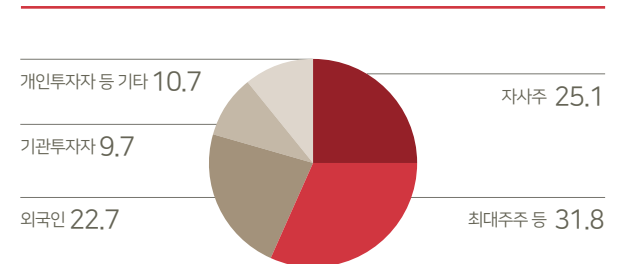
주식 소유현황 (기준일 : 2019년 12월 31일, 단위 : 주)

구분	주주명	소유주식수	지분율
5% 이상 주주	조창걸	3,635,180	15.45%
	한샘브류연구재단	1,300,000	5.52%
	TETON CAPITAL PARTNERS, L.P.	2,117,186	9.00%
	국민연금	1,311,481	5.57%
우리사주조합	7,950	0.03%	

한샘의 발행주식은 2019년 12월 31일 기준 23,533,928 주이며, 최대주주 명예회장 조창걸 외 특수관계인 23명(계열사 등 포함)은 31.34%의 지분을 보유하고 있습니다.

※ 5% 이상 주주 현황은 2019년말 주주명부 기준이며, 이후 변동 현황은 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)을 참조하시기 바랍니다.

배당금 배분 현황 (2019년 배당금 : 211.55억 원)



이사회 성과 및 보상

상법 제388조 및 당사 정관에 의거하여 주주총회에서 승인한 이사 보수 한도 내에서, 기본연봉과 조직의 경영성과에 연동된 성과급을 종합하여 이사회 승인에 따라 지급되고 있습니다. 사내이사의 보수는 전년도 회사의 재무성과 및 회사의 중장기 기대사항 이행, 리더십, 회사의 기여도 등으로 구성된 지표를 평가하여 일정 범위 내에서 결정됩니다. 사외이사의 경우 독립성을 보장하기 위해 성과 평가에 따른 보수는 별도로 지급하지 않습니다.

이사회 보수 한도

(단위: 백만 원, 2019년 말 기준)

구분	인원 수	주주총회 승인금액	비고
이사(사외이사 포함)	7	20,000	-
감사	1	1,000	-

이사회 보수

(단위: 백만 원, 2019년 말 기준)

구분	인원 수	주주총회 승인금액	인당 평균
등기이사	5	4,858	972
사외이사	2	73	37
감사	1	209	209

이사회 운영 현황

(각 연도별 12월 31일 기준)

구분	2017	2018	2019
안건 수(건)	5	5	21
이사회 개최 수(회)	5	3	9
출석률(%)	75	90	88

이사회의 구성

구분	성명	성별	연령	경력사항
사내이사	조창결	남	1939년 (만 81세)	現) 한샘 대표이사 명예회장, 이사회 의장
	강승수	남	1965년 (만 55세)	現) 한샘 대표이사 회장 前) 대한항공 법무실
	이영식	남	1959년 (만 61세)	現) 한샘 부회장 前) 세동회계법인
사외이사	안흥국	남	1964년 (만 56세)	現) 한샘 부사장
	최철진	남	1970년 (만 50세)	現) 한샘 전무 前) 한영회계법인
	정일영	남	1954년 (만 66세)	現) 한국외국어대학교 정보통신학과 명예교수 前) 한국전자통신연구원(ETRI) 책임연구원 및 실장
	신태균	남	1959년 (만 61세)	現) 한국뉴욕주립대학교 석좌교수 및 교육개발원장 前) 삼성인력개발원

투명경영

윤리경영

한샘은 법과 원칙을 지키는 것은 물론 도덕적으로 존경 받을 수 있는 바른 경영을 실천할 때, 고객에게는 감동을 주는 회사, 임직원에게는 자랑스럽게 근무할 수 있는 회사, 파트너에게는 함께 성공할 수 있는 회사, 주주와 투자자에게는 투자하고 싶은 회사가 되고, 궁극적으로 사랑과 믿음을 얻는 세계 최강의 기업이 될 수 있음을 인지하고, 이에 임직원 모두가 속직하고 지켜야 할 '한샘인의 다짐'을 16년도에 발간하였습니다.

'한샘인의 다짐'은 윤리경영을 위한 한샘인의 10가지 다짐을 기본으로 책자를 구성하였고, 10가지 다짐은 개인의 목표 달성, 고객과의 약속 준수, 임직원 상호간의 존중, 협력사와의 동반성장, 투명경영 실천 등의 사항을 담고 있습니다. 또한 관련 내용을 인트라넷 및 한샘닷컴 홈페이지에도 게시함으로써 필요시에는 언제든지, 누구나 관련 내용을 숙지하고 준수할 수 있도록 하고 있습니다.

윤리경영을 위한 한샘인의 다짐

- ① **정도추구** 탁월한 목표에도 도전하고 정도를 추구합니다
- ② **약속준수** 고객과의 약속을 반드시 지킵니다
- ③ **고객안전** 고객의 안전을 가장 먼저 생각합니다
- ④ **현장중심** 일선 근무자의 성취와 보람을 통하여 고객감동을 실천합니다
- ⑤ **인격존중** 임직원의 인격과 가치를 존중합니다
- ⑥ **동반성장** 신뢰를 바탕으로 파트너와의 동반성장을 추구합니다
- ⑦ **투명경영** 투명경영을 실천하여 투자자를 보호합니다
- ⑧ **법규준수** 법률과 규정을 준수하고 현지 문화를 존중합니다
- ⑨ **지속가능** 환경보호와 자원절약을 통하여 지속가능한 성장을 실현합니다
- ⑩ **인류공헌** 주거환경 개선을 통하여 인류 사회에 공헌합니다

윤리경영 내재화 노력

준법/반부패 협의

회사규모가 확대됨에 따라 반부패 관련 기업문화 및 시스템 구축 요구가 강화되고 있습니다. 한샘은 체계적인 내부통제시스템 구축 및 운영을 통

해 반부패 관련 사고를 예방하고 리스크 발생을 최소화하기 위한 노력을 이어가고 있습니다. 특히 향후 매출 10조 기업으로 자리잡기 위한 본부제를 강화하기 위해 본부 자체의 자정기능을 강화하고 있습니다. 이를 위해 경영진과 감사실, 현업부서, 외부 자문위원들이 사업부서별로 협의체를 구성해 주요 이슈에 대해 경영진 차원의 논의를 진행하며 내부리스크의 예방 및 대응에 나서고 있습니다.

윤리의식 개선 프로그램

한샘은 한샘닷컴, 인트라넷, 책자를 통해 임직원들의 윤리경영 의식을 강조하고 있습니다. 한샘닷컴과 인트라넷 윤리경영 항목에 한샘인의 다짐(윤리강령)을 게시하고, 책자로 모든 임직원에게 배포해 소지하도록 하고 있습니다. 또한 성차별, 성희롱, 성폭력 예방과 대응을 위한 매뉴얼을 제작해 내부 및 협력사 교육에 활용하고 있으며 월 1회 사내 메시지를 통해 성인지 감수성 인식 개선 동영상을 공유하며 전사적 리스크에 대응하고 있습니다. 특히 사내 성고충 관련 성차별, 성희롱, 성폭력 등에 대해서는 무관용과 피해자 익명 보장을 원칙으로 하고 있습니다. 접수된 사례에 대해서는 외부 위원들로 구성된 성평등 위원회를 분기별로 열고, 피해 사례에 대한 사건 처리 및 징계 내용을 전 직원에게 공개하고 있습니다.

교육 프로그램 운영

감사교육

한샘 감사실은 신입사원과 영업사업부를 대상으로 준법, 윤리경영의 일환인 내부통제 교육을 통해 반부패 교육을 진행하고 있습니다. 교육은 상생을 바탕으로 직무, 직급별 발생가능한 횡령 등 비정상 영업행위의 유형과 과거 사고 사례, 관련법 위반시 처벌 규정 등 한샘 직원으로서 갖춰야 할 공정하고 투명한 경영활동을 교육하고 있습니다.

이같은 반부패 교육을 통해 조직의 건전성을 유지하고, 협력사와 고객 등으로부터 발생 가능한 외부 리스크를 사전에 예방하고 있습니다. 또 정책을 결정하는 과정에서 발생할 수 있는 잘못된 선택을 줄이고자 부정행위에 대한 엄중한 처벌 정책을 통해 내부적으로 경각심을 주고 있습니다.

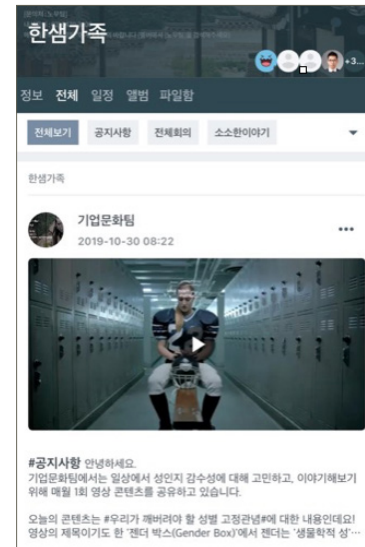
2019년 감사실의 목표

목표	전략
내부통제사고 'ZERO'	사전 예방
사고 후 1개월 내 적발율 100%	조기적발체계 확립
적극적인 감사활동	감사실 조직 보강

2019 내부통제 교육 현황

(단위: 회, 명, 시간, %)

구분	전사	사업부	총계
교육 횟수	3	11	14
교육 이수자(비율)	428 (16.9)	165 (6.5)	593 (11.3)
집합 교육 시간	3	22	25



한샘 사내 메신저 윤리의식 고취 영상 및 콘텐츠 공지 화면

리스크 관리

감사조직 보강

감사팀

감사팀은 현업부서 핵심인재의 순환배치를 통해 역량을 강화하고 있습니다. 이는 감사실이 회사의 사고, 비효율에 대한 정보가 취합되는 부서인만큼 회사 핵심 인력의 육성 차원에서 추진하고 있습니다. 현업부서 인력들은 감사 업무를 지원한 뒤 현업의 핵심인력으로 복귀하게 됩니다. 현재 리하우스, KB, INT 사업부에서 시범 실시 중이며 향후 전 사업부로 확대될 예정입니다.

협력사 반부패활동

한샘은 2020년 하반기부터 반부패 서약서를 협력사, 대리점 이용 홈페이지에 게시하고 표준계약서 양식에 첨부하며 한샘의 반부패 활동을 공유해 나갈 계획입니다.

리스크 관리 체계

COO 주관으로 전략 및 경쟁사, 임직원 및 제품 등 대내외 비재무적 리스크를 비롯해 주식시장, 투자 및 해외사업, 환율이나 자금 등 재무 리스크를 점검, 대응하고 있습니다.

임직원 리스크 관리

한샘은 마음의소리, 핫라인 등 익명을 보장하는 내부고발자 프로그램과 윤리의식 고취 프로그램을 운영하며 전사적 위험 요소를 사전에 감지, 예방하고 있습니다. 부정행위 등 내부통제사고 관련 내용에 대해 사실로 밝혀지면 징계위원회를 열고 처벌 수위를 결정합니다. 대외적으로는 협력업체 및 대리점 간담회, 채권채무조회서 발송 등을 통해 리스크를 관리하고 사내 인트라넷에 내부 직용용 핫라인, 홈페이지에 사이버감사실 등 익명 소통채널을 통한 임직원 고충처리제도를 운영 중입니다. 상담 후에는 전략기획실 기업문화실에 내용이 전달되어 조치 및 피드백이 이뤄지도록 하고 있습니다.

현업부서

현업부서는 감사팀과의 협업을 지원할 인력을 지정하고 교육하며 총칭으로 감사그리드를 구성합니다. 감사팀은 현업부서를 대상으로 주기적 점검을 실시하고 교육을 지원하며 현업부서는 감사팀에 사전 예방을 위한 조기 적발 정보를 제공합니다. 아울러 감사팀과 현업부서는 정기회의를 통해 노하우, 정보 공유, 민원발생시 공동 대응을 실시합니다.

감사TF

감사팀과 현업부서는 감사 기간 동안 필요에 따라 TF를 구성해 사업전략과 핵심역량 진단을 진행하며 효율감사로 확대 진행합니다.

내부회계관리(재무적) 리스크 관리

한샘은 기업회계기준에 따라서 작성, 공시되는 회계정보의 신뢰성을 확보하기 위해 내부회계관리제도를 운영하고 있습니다. 이와 관련해 내부회계관리규정을 제정해 운영하고 있습니다.

내부회계관리제도의 설계 및 운영에 대해서는 내부감사 및 독립된 감사인에 의해 적정성을 검토받고 있습니다. 또한 한샘의 해외법인은 독립된 감사인에 의해 재무제표의 적정성에 대한 감사를 주기적으로 받고 있습니다. CFO 주관 정기 회의체에서는 자산, 채권, 유동성, 채무에 관한 리스크 예방과 대응을 위한 논의와 의사결정이 이뤄지고 있습니다.

리스크 관리 프로그램(비재무적) 리스크관리

한샘은 지속가능한 성장을 위해 사회, 환경 등 비재무적 리스크에 대한 사전 예방 프로그램을 운영하고 있습니다. 특히 COO가 정기 회의체를 주관하며 분야별 리스크를 관리하고 있습니다. 해당 회의체에서는 환경, 안전, 품질 분야에 대한 각종 안전 보고, 의사결정 등 관련 리스크 예방 및 대응 방안을 논의합니다. 품질 리스크 예방은 제품의 모든 제작 과정과 결과물에 대한 철저한 품질 관리에서 시작합니다. 한샘은 제품 제작부터 시공과 AS까지 모든 프로세스에 대해 발생 가능한 품질 리스크를 관리하고

있습니다. 특히 종합품질만족도를 통해 품질 클레임 개선과 리스크 예방을 위한 지속적인 보완 사항을 점검하고 있습니다. 또 한샘은 지난해 5월 생활환경안전기술연구소를 리뉴얼 오픈하고 환경 리스크의 예방을 위해 한샘의 공간을 이루는 기본소재부터 완제품, 공간에 대한 생활환경기술연구소의 연구개발, 시험 기능을 강화하며 안전, 품질과 연계한 자발적 환경감사를 진행합니다. 이밖에 법무팀장 주관 상시 회의체에서는 준법(컴플라이언스) 관련 점검 및 논의가, 동반성장팀장 주관 상시 회의체에서는 상생 관련 점검 및 논의가 이뤄지고 있습니다.

TOPIC 2

고객 감동 가치 창출



Management Approach

Why It Matters?

지난 50년간 부엌가구에서 시작한 한샘이 홈 인테리어 기업으로 성장할수 있었던 것은 한발 앞선 고객의 니즈(Needs)를 파악하고, 충족하는데 주력해 왔기 때문입니다. 고객의 불만의 목소리는 제품의 안전을 더욱 강화시키는 원동력이 되었고, 이를 끊임없이 보완하고 서비스를 강화하며 고객에게 최상의 만족을 전하겠다는 고객감동의 다짐은 한샘을 50년간 성장시켜 온 근간이기도 합니다.

Our Approach

한샘은 고객의 불만을 접수 받아 처리하는 사후서비스(After Service)의 개념을 벗어나 '사전서비스(Before Service)'의 개념을 도입, 강화하고 있습니다. 이는 소비자의 불만 사항에 대한 보상 및 사후 서비스에서 그치지 않고 원인을 밝혀낸 뒤 제품 및 서비스의 품질 개선으로 이어지도록 하는 시스템입니다. 이를 통해 고객의 불만 사항과 안전사고를 예방하고 고객에게 더욱 높은 단계의 감동을 주는 것이 한샘의 고객감동 목표입니다.

Key Performance

고객 불만 사전 예방



'사전서비스 (Before Service)'

개념 도입

2019년 서랍장 전도사고



Zero ^{달성}

국내외 인증



품질경영인증 ISO 9001

정보보호관리체계 ISMS 인증 획득

[인증범위] 온라인 서비스 운영 / [유효기간] 2019-12-26 ~ 2022-12-25

Contribution to UN SDGs



고객만족

고객만족도 관리

종합 점수 평가제

한샘은 고객을 대상으로 스타일패키지 5일, 사업부별로는 일반적으로 7일 이후 모니터링을 통해 공사에 대한 종합적인 만족도, 주변 지인에게 추천 의향이 있는지 등을 조사합니다. 이 과정에서 고객 불만이 접수될 경우, 영업/시공 등 각 부문별 현업 담당자에게 해당 내용을 신속하게 전달해 조치하고, 소비자보호실에서는 조치여부를 점검하고 있습니다. 매주 1회 전략기획실장 주관 불만 VOC(Voice Of Customer)를 진행해 전 주 발생한 VOC 내용들을 점검하고, 재발방지 대책을 점검합니다.

고객 불만 대응 및 모니터링

오전 오후 2차례 미디어 리서치를 통해 제품/서비스에 대한 고객의 목소리를 모니터링합니다. 이를 통해 고객의 불편사항에 대한 원인을 확인하고 조속한 문제 해결에 나섭니다. 계약당사자 간 분쟁이 발생해 소비자 불만이 특정 접수채널을 거쳐 본사로 접수되는 경우, 해당 담당 관리자 또는 소비자보호실 보호팀에서 사실 조사와 계약문서 검토, 직접설계 등을 통해 소비자와 상담하고, 분쟁의 원만한 해결을 중재합니다. 필요한 경우 현장 리커버리를 통해 제품, 시공, 영업 등 프로세스 전반을 재점검하고 개선합니다. 한샘 닷컴 홈페이지에서는 사이버감사실 창구를 운영하며 내/외부 고객과의 상시 소통을 통해 문제를 해결하고 있습니다.

고객만족 프로그램

온라인

한샘은 한샘닷컴을 통해 온라인 상담을 진행하고 실제 꾸며진 집을 가상 체험할 수 있는 VR 서비스를 제공하고 있습니다. 또 AS 홈페이지를 별도로 운영하며 서비스 예약과 안내, 불만사항 접수, 매장 찾기 등 소비자들을 위한 서비스를 제공합니다. 특히 한샘은 After Service의 개념이 아닌 Before Service 개념을 도입하고 고객의 불편, 불만사항의 근본적인 예방에 나서고 있습니다. 이를 위해 2020년 1월 소비자보호실을 신설했으

며 기존 CS부서와 함께 향후 실시간 온라인 대응 등 근본적인 원인 개선을 통한 고객만족 서비스를 진행하고 있습니다.

BS 도입

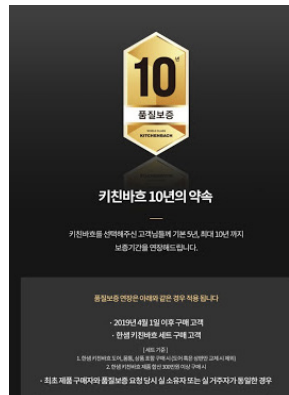
한샘은 After Service의 개념이 아닌 Before Service 개념을 도입하고 고객의 불편, 불만사항의 근본적인 예방에 나서고 있습니다. 이를 위해 2020년 1월 소비자보호실을 신설했으며 기존 CS부서와 함께 향후 실시간 온라인 대응 등 근본적인 원인 개선을 통한 고객만족 서비스를 진행하고 있습니다.

오프라인

CS부서와 소비자보호실은 매달 영업사원을 대상으로 소비자 클레임 사례를 공유하고 클레임 및 불만 VOC 재발방지 교육을 진행하고 고객 클레임의 원인분석을 통한 사전예방 활동을 진행합니다. 직영매장에서는 모든 고객들이 쉽게 방문할 수 있도록 휠체어 고객을 위한 방지턱 설치, 발렛파킹 서비스 제공, 수유실 및 물품보관함을 운영하고 있습니다. 또 리모델링 후 달라진 집의 모습을 미리 확인할 수 있는 홈플래너를 통해 집의 도면을 3D로 보여주는 서비스도 제공합니다.

키친바흐 10년 무상보증

2019년 한샘의 프리미엄 키친 전문 브랜드 '키친바흐'에 대해 10년 무상품질보증 서비스를 시작했습니다. 이는 제품의 환경성/안전성/품질에 대한 엄격한 기준과 검증설비, 전문가들의 완벽한 검증을 거쳐 출시된 키친바흐 제품을 선택한 고객의 믿음에 대한 보상입니다. 한샘은 향후 10년 무상보증을 타 제품으로 확대해 나갈 예정입니다.



키친바흐 10년 무상보증 안내문

소비자 공정거래

정책

한샘은 자사 제품을 사용하는 과정 중 소비자들이 불편을 겪거나 피해를 입을 경우, 공정거래위원회에서 고시한 소비자분쟁해결기준에 의거한 공정하고 객관적 해결 프로세스를 진행합니다.

소비자 불만으로 첨예한 분쟁이 발생하는 경우, 소비자의 2차 불편을 초래할 수 있는 민사소송에 앞서 신속, 원만한 해결을 위한 노력을 우선 진행합니다. 이를 위해 한국소비자원 분쟁조정위원회의 분쟁조정결정사례 등을 참고합니다.

또한 각종 분쟁의 해결, 사내 고객감동 관련 규정 및 프로세스 장치를 위해 소비자 피해구제, 분쟁조정 관련 전문조직인 소비자보호실을 운영하고 있습니다.

가격 정찰제

한샘은 거래지역, 가격 등의 조건 차별로 인한 소비자 피해를 예방하기 위해 가격정찰제 원칙을 적용하고 있습니다.

이를 통해 소비자들은 모든 매장에서 동일한 품목, 수량, 규격으로 설계된 제품을 에누리 없이 정당하고 동일한 가격으로 구매할 수 있습니다.

가격담합 방지

한샘은 불공정한 거래조건이나 판매행위 등으로 인한 소비자의 부당한 피해를 예방하고자 모든 사내 임직원, 대리점, 기타 협력사를 대상으로 소비자 안전에 대한 인식 개선 교육을 진행하고 있습니다. 교육은 공정거래를 위한 4대 실천사항 규정을 바탕으로 소비자에게 좋은 품질과 합리적인 가격이 보장되는 제품 제공을 강조합니다.

협력사에 대해서도 계약이행을 위해 반드시 민법, 공정거래법 등 관련 법령을 준수하도록 하고 있습니다. 또한 가격담합 등의 부당한 공동행위를 금지하는 규정을 공유하고 있습니다.

품질

품질경영

정책

한샘은 CQO(최고품질경영책임자)를 주관으로 사내 품질관리조직인 품질혁신팀에서 분기별 품질과 관련한 핵심성과지표를 합의 및 설정하고 제품의 종합적인 품질을 관리하고 있습니다.

주요 지표로는 1개월 내 AS율, 1년 내 AS율, PL사고(대인, 대물피해), 중대규정위반(인화물질반입, 절도, 욕설, 폭행), 클레임, 불만 VOC(예절불만, 조치지연, 약속 미준수) 등이 있습니다.

매일 이들 지표와 관련한 모니터링, 집계, 분석 후 정해진 규정에 따라 예방활동 및 위반사항 후속조치를 시행하고 있습니다. 이 과정을 통해 2018년도 4.9% 수준이었던 1년 내 AS율이 2019년 2.4% 수준으로 전년 대비 50% 축소되는 성과를 달성했습니다.

ISO 9001

현재 한샘은 '가정용 주방설비의 생산' 관련 ISO 9001(품질경영인증)을 보유하고 있습니다.

제품 안전성

최근 제품의 환경 및 안전과 관련한 정보의 수집, 관리의 중요성이 확대되고 있습니다. 한샘은 생활환경기술연구소에서 제정한 환경안전품질기준서에 의거해 제품의 출시부터 정기보증, 단종까지 모든 생애주기를 정해진 규정과 프로세스에 따라 관리하고 있습니다.

이해관계자 인터뷰 | 고객, 직장인 성진영

“최근 코로나 19로 인해 재택근무 횟수가 증가하고 집에서 여가시간을 보내는 경우가 많아지면서 가구 및 인테리어에 더욱 관심을 가지게 되었습니다.”

한샘 가구는 트렌디한 디자인과 합리적인 가격으로 저와 같은 신혼부부들이 선호하는 브랜드이며, 집 사이즈 및 상황에 따라 상담부터 시공까지 맞춤형으로 진행해 주셔서 입주공사에서 시간을 많이 절약할 수 있었습니다. 향후 디자인 및 가격과 더불어 안전성과 친환경성까지 고려한 제품 포트폴리오 확대를 통해 국민 브랜드 명성을 유지해나가길 바랍니다.



안전기준 강화로 서랍장 전도사고 'ZERO'



해외에서 서랍장 전도사고로 8명의 영유아가 사망했던 사고를 통해 서랍장의 안전성이 주요 이슈로 떠오른 바 있습니다. 이에 따라 2016년 이후 국내에서도 높이 762mm 이상의 서랍장에 대한 안전기준이 제정되어 운영 중입니다.

한샘은 2016년부터 서랍장에 대한 벽 고정 의무화제도를 도입해 시행 중입니다. 벽 고정 시공을 거부하는 소비자께는 환불조치를 하는 등 강력한 안전조치를 정착시켰습니다. 초기 서랍장 매출이 40% 이상 감소했지만, 이에 대한 취지를 소비자들께서 이해해주시고, 안전에 대한 인식 수준이 높아지며 오히려 한샘 제품안전성을 믿고 선택해 주시고 계십니다. 이러한 강력한 정책과 소비자의 안전의식이 높아지면서 2019년 서랍장 전도사고 “ZERO”를 달성할 수 있었습니다.

협력사 품질 관리

한샘은 사내 품질관리조직인 품질혁신팀을 주축으로 매주 협력사 품질실적을 집계하고 협력사 하자율을 관리하고 있습니다. 상호 합의된 품질기준에 미달하거나, 미달 우려가 있는 협력사는 별도의 회의체를 운영해 원인과 개선대책을 함께 논의하고 도출된 해결방법을 실제 적용하며 실효성을 검증하고 있습니다.

또한 협력사와의 근본적인 상생을 위해 협력사에 대한 주기, 불시 방문을 실시하며 제작시상, 출하검사 등 합의된 매뉴얼 준수 여부를 점검중입니다. 이를 통해 협력사 간 우수사례를 공유 및 전파하며 품질관리 의식과 수준을 상향평준화하고 있습니다.

대리점 이슈 관리

한샘은 2015~2017년 사이 상생형 매장 입점 대리점에 대해 판촉비 관련 고지 미흡 등 대리점법 이슈로 과정금 11억 2,000만 원을 부과받았습니다. 한샘은 이와 관련해 당시 다른 방법으로 판촉비에 대해 고지를 했으나 일부 절차상 미흡한 점은 인정하고 2017년 모두 개선을 마쳤습니다. 해당 건에 대해서는 성실히 입장을 전달했으며 현재 행정소송 등 절차를 진행중입니다.



품질 역량 제고 프로그램

신제품 출시검증 프로세스를 통해 기획부터 사후관리까지 철저한 품질 검증을 진행중입니다.

한샘 신제품 출시검증 프로세스



정보 보호

정보보호 방침

한샘은 정보의 생성, 저장, 처리, 송신, 수신 시에 발생할 수 있는 정보의 훼손, 변조, 유출 등을 방지하기 위해 기밀성, 무결성, 가용성을 기본 개념으로 확보하고 있습니다. 또 정보를 보호하기 위해 특정 정책, 지침, 절차, 조직 구조 및 소프트웨어 기능을 포함하는 적절한 범위의 통제를 수행하고 있습니다. 정보보호에 대한 책임은 전 임직원에게 있으며 이를 위해 정보보호 관련 사규를 모든 임직원이 숙지하고 준수하도록 감사 등을 실시하고 있습니다.

정보보호 관리체계

한샘은 "정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제 47조(정보보호 관리체계의 인증)"에 따라 ISMS(정보보호관리체계) 인증을 취득했습니다. 이후 매년 인증 유지를 위한 심사를 받고 있으며 정보보호 관리 체계 수립 및 운영, 관리적 / 물리적 / 기술적 보호대책 등 전 영역에 대한 보안 수준을 강화하고 있습니다.

한샘은 지난 2018년 IDC 이전 후 ISMS 최초심사 진행, 위험관리 및 프로세스 개선을 진행 중입니다. 향후 갱신 심사 일정에 맞춰 증적 관리, 모의심사 등을 진행해 정보보호관리체계 인증을 관리할 예정입니다.

ISMS의 인증 요건은 연간 매출액 또는 세입 등이 1,500억 원 이상이거나 정보통신서비스 부문 전년도 매출액이 100억 원 이상 또는 3개월간의 일일평균 이용자수 100만 명 이상으로서, 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 경우 가능합니다.

인증 범위는 온라인서비스 운영을 위한 업무 수행 장소, 운영인원, 정보자산(유/무형 정보자산)을 포함해, 조직적 범위, 업무적 범위, 정보인프라 범위, 물리적 범위로 구분해 정의하고 있습니다.

조직적 범위에는 정보화추진부, 온라인사업부, 기획실 등이 해당되며 업무적 범위에는 대표 홈페이지, 한샘몰, 한샘닷컴이 해당됩니다.

인프라 범위는 서버, 네트워크, 보안시스템, APP, 개인PC 등 15개 항목이 해당되며 물리적 범위는 상암사옥 서버실, 분당 IDC 등이 있습니다.

정보보호 조직

한샘은 정보화추진실 내 정보보안팀을 운영 중입니다. 정보보안팀은 정보보호 실무를 수행하는 중심 조직으로서 지속적인 대책 수립, 취약성 점검을 통한 사고 예방 및 대응 업무를 수행하고 있습니다.

또 팀별 세부 역할과 책임을 분담하고 긴밀한 협조체제를 유지하며 자산관리와 정보보호 및 보안 문화를 주도하고 있습니다.

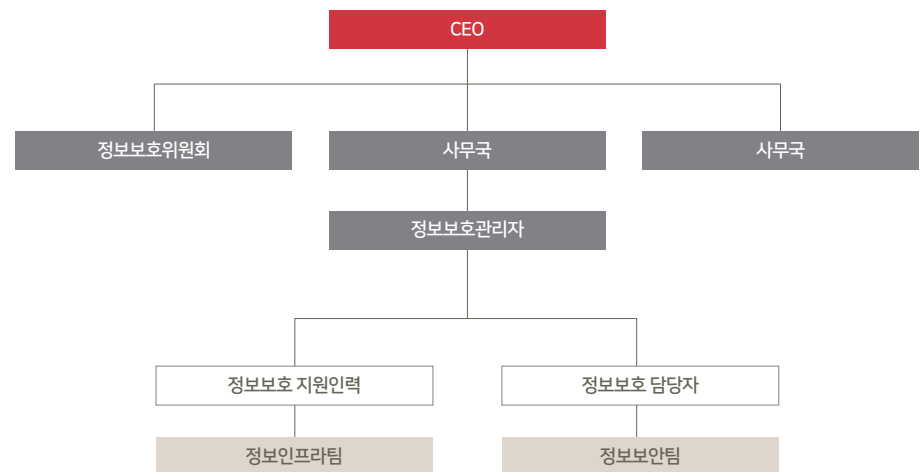
정보보호 교육

임직원 및 협력 직원 대상 정보보호 교육 및 홍보 계획을 매년 수립해 시행 중입니다. 매년 악성 메일 훈련을 실시하며, 임직원 PC 악성 코드 감염률을 줄여가고 있습니다.

2019년 정보보호 교육 현황

구분	단위	2018	2019	
정보보호 교육 (사무직)	교육 참여 임직원수	명	2,282	1,841
정보보호 교육 (사무직)	교육 시간	시간	4,564	1,841
정보보호 교육 (기술직)	교육 참여 임직원수	명	301	250
정보보호 교육 (기술직)	교육 시간	시간	602	250

정보보호 조직도



TOPIC 3

혁신하는 인간 경영



Management Approach

Why It Matters?

임직원은 기업을 유지하고 성장시키는 필수 요소입니다. 직장내 다양성 보장, 인적자원의 관리 및 육성, 공정하고 투명한 성과평가, 행복하고 안전한 근무환경의 조성은 임직원들에게 제공되어야 할 기본 권리입니다.

Our Approach

탁월함에 도전하며 끊임없이 혁신을 추구하여 성과를 만드는 한샘인의 인재상에 발맞춘 인재경영을 위한 인재 등용에 힘쓰며 성과평가에 있어서 차별 없는 평등을 지향하고 임직원 역량 발전을 위한 다양한 임직원 교육프로그램을 운영하고 있습니다

임직원간의 원활한 소통을 위하여, 다양한 소통창구를 마련하여 운영하고 있으며 일과 삶의 균형을 위한 다양한 형태의 유연근무제를 도입하여 적용하고 있습니다.

임직원 다양성 및 고용 안전성 확보를 위해 한샘은 2018년 7월 비정규직 근로자 전원을 정규직으로 전환하였으며, 여성임원으로 2018년에 1명, 2020년에 2명의 신규임원을 선임하여 총 5명의 여성임원이 있고 점차 그 비율을 늘려나갈 계획을 가지고 있습니다.

Key Performance

2019 정규직 비율



97.8%

임직원 1인당 평균 교육시간



14 시간

산업재해율 (전체 임직원 대비)



0.3%

Contribution to UN SDGs



인적자원 관리 및 개발

채용

한샘은 취업 희망자들의 공정한 기회 부여와 투명한 선발 원칙을 수립하고 이를 준수하기 위해 채용 공정성 확보를 위한 노력을 계속하고 있습니다. 2018년에는 외부기관(바른채용인증원) 컨설팅을 통해 서류전형과 면접전형의 공정성을 검토받고 보완을 마쳤습니다. 한샘은 앞으로도 채용에 있어 남녀를 구분해 선발 기준을 적용하거나, 인위적인 성비 조정을 지양하고자 합니다. 이미 최근 정기채용 입사자 중 여성 비율이 평균 55%를 초과할 정도로 여성 채용 비율이 높을 뿐만 아니라, 남녀의 구분 없이 동일한 승진 연차를 적용하고 있습니다.

사회형평적 채용

한샘은 한부모가족 특별 채용과 순직 소방관 가족 특별채용, 장애인 선수단 운영을 통한 사회형평적 채용을 진행하고 있습니다. 한부모가족은 2019년 6월과 12월, 2020년 1월에 사무직과 물류판매직 총 3명을 직접 고용했으며 장애인 선수단은 탁구, 테니스, 볼링 3개 종목에서 선수단을 직접고용 형태로 운영 중입니다.

정규직 채용

2018년 7월 한샘은 비정규직 근로자 전원을 본사가 직접 고용하는 형태로 정규직으로 전환했습니다. 전환된 직원은 별도 직군으로 분리하지 않고 기존 정규직 직군으로 편입했습니다. 현재, 남아있는 비정규직의 경우는 정년퇴임 후 재고용한 특수한 경우(장애인 스포츠 선수단 29명 포함)에 국한돼 있습니다. 전환 이후 진행되는 사무직 채용은 모두 정규직으로 채용 중입니다. 2019년 12월 31일 기준 전체 임직원 수 대비(해외임직원 포함) 비정규직 비율은 1.3%입니다.

리하우스 퇴직자 창업 지원제도

한샘은 2019년 리하우스 사업부 한샘 소속 영업사원(TR) 2년 이상 근무 경력자 중 퇴직자를 대상으로 창업을 지원했습니다. 주요 지원 내용은 매장이 없어도 상생형 표준매장 등을 통해 리하우스 대리점 개점이 가능하다는 점과 전비용 가구 40% 할인, 상생형 표준매장 입점 수수료 1년 면제, 매출에 따른 제품 할인 등 동기부여, RD(인테리어 디자이너) 직원 채용 및 교육 지원 등이 있습니다.

차별없는 채용 및 성과평가

한샘은 신입사원 채용 시 성별에 따른 초임기준을 두지 않고 차별 없는 채용을 진행중입니다. 단, 사무직 공채의 경우에 한해 군필/미필을 구분하고, 다른 채용에 경우에는 초임에 의한 군필/미필 구분도 별도로 하지 않습니다.

성과평가 역시 모든 직군에서 남/여 구분 또는 군필/미필에 대한 구분을 하지 않고 있습니다. 특히 팀장과 팀원 등 직책에 따른 평가대상 분리와, 팀원 직급에 따른 평가대상 분리 제도를 통해 개인의 역량에 따른 합리적인 성과평가를 진행하고 있습니다.

모든 근무자는 자신이 미리 설정한 KPI, 한샘에서는 PP(Position Plan)로 통칭하는 목표 달성률에 따른 평가를 받고 있습니다.

여성관리자

한샘의 현재 임원 중 여성은 5명으로 비율은 아직 16%에 불과하나 2019년 1명, 2020년 1월 신규 2명의 임원을 선임하는 등 여성 임원의 비율을 높여나가고 있습니다. 매년 승진 발표 시에도 이와 같은 회사의

방향을 전 임직원에게 공표하고 있습니다. 매년 진행되는 사무직 신입사원 공채에서는 항상 50% 이상의 우수 여성 인재가 입사하고 있습니다. 한샘은 신입사원을 미래 경영자 후보로 보고, 팀장을 넘어 주요 사업부를 맡을 수 있는 핵심인재로 육성하고 있습니다. 향후 성별과 관계없이 공정한 선발을 통해 여성 인재 채용과 경영자 후보 육성을 더욱 강화해 나갈 계획입니다. 한샘의 현재 여성 직책자(팀장 이상)는 총 42명, 비율은 18%이며 이를 30%로 높이는 것이 목표입니다. 내부 조사 결과 여성 인재들의 대다수가 육아에 대한 문제를 해결하지 못해 퇴직한다는 것을 확인하고, 이를 근본적으로 해결하고자 2012년부터 사내 어린이집을 운영해오고 있습니다. 특히 2020년 4월에는 2호 어린이집을 개원해 여성 인재들이 안정적으로 회사와 가정생활을 이어갈 수 있도록 지원하고 있습니다. 앞서 한샘은 2017년부터 한샘의 기업문화 및 인재육성 철학을 발전시키기 위해 각 분야의 전문가로 구성된 외부 자문단을 운영하고 있습니다.

자문단은 여성 리더 확보를 중요한 과제로 설정하고, 2020년 하반기부터 자문단 주관 여성리더십 교육을 진행할 계획입니다.

인재육성 전략

한샘은 입사한 모든 인재는 경영자로 육성될 자질과 역량이 있다는 인재육성 철학을 바탕으로 핵심가치 중 하나를 인재육성으로 설정하고 직급과 직책에 따른 교육을 실시하고 있습니다.

임직원의 성과관리를 위해 모든 직원에게 PP를 설정하도록 합니다. 한샘의 PP는 재무성과, 고객감동, 인재육성의 3가지 관점에서 지표를 수립하며 S, A, B 3단계의 목표를 설정합니다. PP는 매 분기 초 팀장과 본부장의 합의를 통해 수립되고, 매 분기 말 평가가 실시되며 해당 성과는 인사평가에 반영됩니다. PP 목표를 탁월하게 달성한 사원에게는 분기/월별 인센티브, 우수사원 표창 등의 보상을 실시하고 있습니다.

2019년 직급별 교육 현황

(단위:명, 회, 시간)

구분	교육만족도	대상 (총 인원)	횟수	교육시간
신규입사자	9.55	125	4	116
팀장후보	9.2	전문가/진급자	11	90.8
		핵심팀원	3	32
팀장	9.2	420	7	72
합계	9.32	1,406	25	311

인재육성 체계 _ 교육 프로그램

직급별 교육

한샘은 각 직책 및 직급별로 리더로서 역할을 사전에 부여하고 그에 맞는 역량, 육성 교육을 실시하고 있습니다. 특히 2019년부터 각 직책 후보자에 대한 교육을 중점적으로 확대했고, 팀장 후보 214명을 대상으로 총 3 회차에 걸쳐 교육을 완료했습니다.

또한 모든 직원에게 해당되는 공통 역량 과정과 직무 담당에게 필요한 직무교육과정(기본/심화)을 통해 자신의 영역에서 성과를 내어 스스로 성장할 수 있도록 지원을 아끼지 않고 있습니다. 여기에 트렌드에 빠르게 대응할 수 있도록 기타 외부 주요 교육 및 컨퍼런스 참여도 적극 지원하고 있습니다.

직책별 교육

한샘은 신입사원 입문교육을 통해 회사의 기본 핵심가치를 공유하고, 회사의 과거와 현재, 미래에 대해 충분히 이해하도록 하고 있습니다. 특히 회사의 최고경영진부터 각 사업부서장까지 직접 신입사원 교육을 위한 강의를 참여하고 있습니다.

입문교육 후에는 회사의 고객감동 프로세스를 본격적으로 이해하고, 직접 경험할 수 있는 영업 OJT과정을 거칩니다.

이후 만 4년 정도 근무를 한 신입사원들은 대리로 진급해 중간관리자 겸 직무 최고 전문가로서 자신의 로드맵을 설정하고 진급자 교육을 통해 경영자에 도전하는 동기를 부여받습니다. 이를 통해 각 사업부 간 네트워크 형성과 업무상 시너지를 낼 수 있도록 합니다. 이후 과정으로 진급한 직원들은 본격적인 팀장 역할을 위한 준비 과정으로 과장 진급자 교육을 받게 됩니다. 이는 팀장으로서 리더십을 스스로 확보하는 과정입니다.

글로벌 역량 강화 교육

글로벌 기업의 일원으로 성장하고자 하는 임직원을 위해 외국어 학습을 희망하는 직원들은 누구나 온라인을 통한 외국어 교육을 수강할 수 있도

록 지원하고 있습니다. 또한 외국어를 자주 활용하는 직무를 담당하고 있는 직원들에게는 전화영어 및 오프라인 학원 수강 등을 제공해 업무에 실질적인 도움이 될 수 있도록 지원하고 있습니다.

온라인 교육 인프라

최근 코로나19 감염병으로 인해 국내 대다수 기업의 교육 방식에 변화가 이루어지고 있습니다. 한샘은 시대의 흐름에 발맞춰 온라인 교육 인프라 구축 및 개선 프로젝트를 통해 각각의 사이트로 흩어져 있던 온라인 교육 사이트를 하나로 통합하고 2020년 6월 말 통합 온라인 교육 사이트를 오픈했습니다.

이를 통해 한샘 전체 임직원뿐 아니라 한샘과 함께 하는 모든 협력직원들이 동일한 환경에서 필요한 교육을 받는 플랫폼을 확보하게 되었습니다. 한샘은 이후에도 현재 오프라인으로 진행하는 모든 교육이 필요시 온라인으로 대체될 수 있는 구축 작업을 이어갈 계획입니다. 아울러 교육 컨

텐츠 제작 품질 향상을 통해 직원들에게 더욱 가깝게 다가갈 역량을 발전시키는 교육을 운영할 예정입니다.

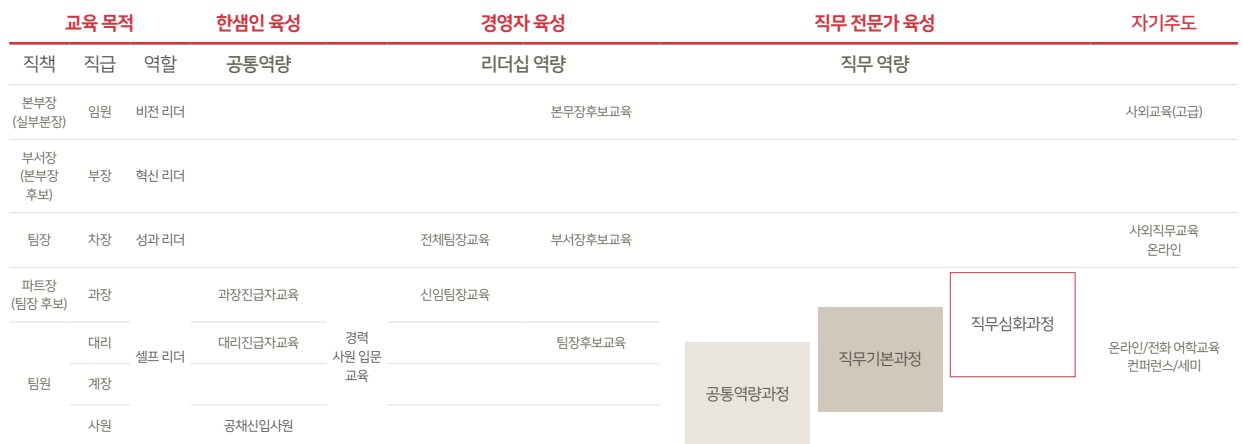
교육역량 성과평가

교육의 결과는 두 가지 방식으로 평가 결과보다 실무에 도움되는 교육이 될 수 있도록 보완, 발전시키는데 활용하고 있습니다.

하나는 교육 만족도를 평가하는 것으로 교육 자체의 강사 품질 및 교육 운영 품질을 개선하기 위한 목적으로 활용하고 있습니다. 한샘에서 운영하는 교육은 10점 만점에 평균 9.3점을 획득하고 있습니다.

또 다른 평가지표는 교육 추천도로, 고객 만족도 조사기법인 NPS에 착안해 진행하고 있습니다. 이는 실제적으로 교육이 업무에 도움이 되는지를 판단하고 동료에게 추천할 의향을 묻는 과정입니다.

인재육성 체계도



안전보건

안전보건경영

산업안전보건위원회 운영

한샘은 산업안전보건법에 의한 산업안전보건위원회를 전사/제조사업부에 설치해 운영 중입니다. 이를 통해 산업안전보건법의 원활한 시행과 산업재해예방 및 쾌적하고 올바른 작업환경의 조성을 위한 노·사의 산업 활동을 보장하고 있습니다. 한샘은 노동자의 삶을 질적으로 향상시키고 안전과 건강을 유지 증진하기 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 한샘은 매분기 정기적으로 전사/제조사업부의 부서장이 안전보건책임자로, 각 사업부서장, 팀장급이 참여하는 위원회를 구성해 안전보건 안전에 대한 심의, 의결과정을 거치는 안전보건 개선활동을 실시하고 있습니다.

도급사업안전보건협의체 운영

한샘은 산업안전보건법에 의한 물류 도급사업을 위해 안전보건에 관한 도급사업안전보건협의체를 물류사업부에 설치해 운영 중입니다. 이는 산업안전보건법의 원활한 시행과 산업재해예방 및 쾌적하고 올바른 작업환경의 조성, 도급인 및 수급인의 산업 활동 보장을 통해 수급 근로자 삶의 질적 향상과 안전 및 건강 유지를 위한 회의체입니다. 매월 정기적으로 물류사업부의 안전보건총괄책임자 주관으로 수급인 및 수급인의 근로자가 참여한 가운데 안전보건 안전에 대한 심의, 의결과정을 거쳐 개선활동을 실시 및 전파하고 있습니다.

2019년 안전보건경영 목표, 성과 및 계획



제조사업부

안전보건수칙 수립 및 운영

제조사업장에서는 자주 발생되었던 안전보건사고와 중대재해의 위험성이 높은 기계설비, 지게차에 대해 6대22행의 안전보건수칙을 수립해 집중 점검을 실시하고 있습니다. 안전하고 쾌적한 작업환경 조성은 근로자의 안전과 보건을 유지 증진하고 회사의 재산 보존 도모 및 생산 능력 향상과도 연계되어 있습니다. 안전사고 사전 예방, 대비 및 신속하고 효율적인 대응, 복구와 피해의 최소화를 위해 사업장별 자율안전점검 체계를 구축하고 안전/보건 전문기관과 연계하여 안전보건점검 및 개선방향 수립, 개선활동을 실시합니다. 더불어 수시, 정기적으로 전문기관을 통해 안전/보건/소방 교육체계 구축 및 훈련을 실행하여 사고 대응력을 향상시키고 내재화/시스템화 과정을 거쳐 안전문화를 구축, 임직원의 안전 의식을 향상시키고자 노력하고 있습니다. 한샘의 산업재해율은 전체 임직원 대비 2019년 0.3% 수준입니다.

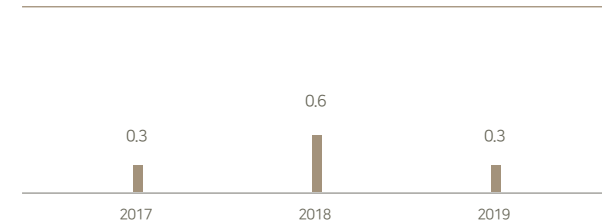
3개년 재해율 현황

(단위: 명)

구분	2017	2018	2019
구성원수	3,049	2,902	2,532
재해자수	12	20	10

3개년 재해율 현황 - 비율

(단위: %)



안전보건 프로그램

사업장 자율안전점검

한샘은 사업장별 안전보건담당자를 선임하고 자율안전점검 77대 항목을 통해 일/주/월/분기별 점검을 실시하고 있습니다. 이를 통해 위험요인을 발견하고 개선, 조치하며 안전한 사업장을 만들고자 노력하고 있습니다. 2019년 3월에는 시스템 개발을 완료하고 자율안전점검등록을 실시 중이며 2020년 4월부터 외부업체에 의뢰해 전체 점검을 실시 중입니다.

안전/보건 전문가관 점검

한샘은 전문 안전보건 기관의 컨설팅을 통해 월 1회 ~ 2회 사업장 안전 점검을 실시합니다. 사업장의 안전보건담당자는 전문가관이 도출한 위험요인을 전문, 기술적인 컨설팅에 따라 개선, 조치합니다.

위험성평가 (정밀안전진단)

한샘은 중요사업장*의 경우 전문 안전보건 기관의 위험성평가를 연 1회 실시하고 있습니다. 위험성평가를 통해 발생가능성과 중대성에 따라 대책 수립 및 개선, 조치를 실행합니다. * 제조,물류CDC, 직매장,사육 등

청력보존 프로그램

소음 발생 위험이 높은 제조사업장에서는 소음에 의한 임직원들의 건강장해를 예방하기 위한 청력보존 프로그램을 운영하고 있습니다. 주기적으로 각 기계설비의 소음을 측정해 소음이 높은 기계설비에 대해 차음 및 흡음장치 설치, 설비개선 등의 조치를 취하고 있습니다.

특히 작업환경의 만족도를 높이기 위해 청력보호구 밀착검사를 진행하며 청력 보호구에 대한 차음 효율성을 높이는 동시에 청력손실을 최소화하고 있습니다.

전체환기시스템

한샘은 여름철 내부에 축적된 고온의 공기를 빠르게 배출할 수 있도록 제조사업장에 Clean Cool Supply System을 적용하고 있습니다. 이를 통해 생산작업시 발생할 수 있는 열성질환을 예방하고 있습니다.

물류장비 안전관리 가이드

한샘은 물류장비 통합임대를 추진하며 물류장비에 대해 법적 안전장치 이상의 강화된 안전장치를 적용한 안전가이드를 운영하고 있습니다.

특히 중대재해의 위험성이 높은 지게차 작업에 대해 특별 관리를 하고 있습니다. 지게차 이상에 대해 모바일 지게차 안전점검 시스템을 개발하여 정비사와 연계하여 데이터를 기반으로 체계적인 정비를 실시하고 있습니다. 또한 법규사항보다 강화된 안전장치(속도제한장치, 시각경보장치 등)를 모든 지게차에 적용 중이며, 지게차 운전원을 대상으로 정기적으로 특별안전보건교육을 실시하고 있습니다.

안전보건 교육

현장 중심의 안전보건교육

한샘은 월 1회 제조 / 물류 / 관계사 근로자 및 수급인과 수급근로자를 대상으로 정기 안전 · 보건 교육 콘텐츠를 제공하고 교육, 훈련을 실시합니다. 특히 현장에서의 안전사고 예방을 위해 현장 10분 안전보건교육, VR 안전보건교육 등 현장중심의 안전보건교육 콘텐츠를 개발해 운영하고 있습니다.

안전보건 캠페인

한샘은 임직원의 안전의식 향상을 위해 주기적으로 안전 / 보건 / 소방 테마별 캠페인을 진행해 왔습니다.

2019년에 이어 2020년 상반기에는 코로나 이슈로 훈련을 하지 못했고 하반기부터 분기 1회 주기로 안전 / 보건 / 소방 교육 및 훈련을 정기적으로 실시하며 임직원의 사고 대응력 향상을 위한 역량을 강화해나갈 계획입니다.

안전보건 전문가관 컨설팅 운영

외부의 안전보건 전문가관과 연계하여 각 사업장의 안전보건점검, 개선방향 제시, 외부 주요 선진사례를 현장에 접목시킴으로서 지속 발전할 수 있는 안전한 사업장을 운영하고 있습니다.

사내 심리상담실

외부에서 운영하는 '마인드 케어(Mind Care)' 프로그램을 도입해 회사 차원에서 임직원들의 심리적 보건을 관리, 지원하고 있습니다.



COO주관 전사 환경안전교육

임직원 일과 삶의 균형

모성보호제도

한샘은 국내 최고 수준의 모성보호제도 구축을 위해 지난 2017년 12월 대대적인 제도 개편을 실시하고 2018년부터 적극적으로 활용을 장려하고 있습니다.

임신기 직원의 경우 임신 전 기간에 대해 별도의 임금 차감 없이 1일 2시간 단축근로(1일 6시간 근무)를 실시하며 임신 축하선물 및 산전, 후 필요용품 구입을 위한 복지포인트를 지원합니다. 임신기간 중 건강 등의 문제로 직무 수행상 어려움이 있는 경우 재택근무나 직무전환을 지원합니다. 2020년 초 확산된 코로나19와 같이 긴급한 재해, 재난 등의 상황 시에는 임부와 태아의 건강 유지를 위해 전원 재택근무 또는 유급휴가 조치를 취하고 있습니다. 출산 시에는 축하금 100만 원과 만 8세까지 매월 10만 원의 자녀보육비가 지급되며, 이 경우 자녀 수에 제한 없이 조건을 충족하는 경우 중복으로 지급합니다.

또 한샘의 모든 직원은 법적으로 보장된 육아휴직 1년 외 필요 시 육아휴직 1년을 추가로 사용할 수 있으며, 원하는 경우 개인사정 휴직을 포함해 최대 3년까지 아이와 시간을 보낼 수 있습니다.

워라벨 (Work and Life Balance)

한샘은 직무별 업무환경에 적합한 근무제도를 도입해 운영하고 있습니다. 내근직의 경우 선택적 근로시간제를 도입해 개인의 업무스타일과 라이프스타일에 맞춰 출/퇴근 시간을 자율적으로 선택하도록 하고 있습니다. 출근 시간은 8시부터 10시까지, 퇴근은 15시부터 17시까지 탄력적으로 활용할 수 있으며 하루 6시간의 의무근무시간만 충족할 경우 잔여 시간은 업무일정에 따라 자유롭게 조절할 수 있습니다.

매장영업직의 경우 탄력근로시간제 및 시차출퇴근제를 적용해 매장의 일별 주요 집객 시간대, 성수기 고객 집중 등 업무상 이슈에 유연하게 대응하면서 총 근로시간을 최소화하며 직원 개개인의 일과 삶이 조화롭게 균형을 이룰 수 있도록 운영하고 있습니다.

외근직 근무자의 경우 간주근로시간제 및 현장 출근, 현장 퇴근제를 적용하고 있습니다. 근무형태의 특성상 근로시간이나 휴무 등 밀접한 관리가 어려운 외근직 업무에 적합한 근로시간제를 현장 출, 퇴근에 적용함으로써 직원들은 불필요한 사무실 복귀를 최소화하고 시간을 효율적으로 활용할 수 있으며 업무 시간 또한 자율적으로 조절할 수 있습니다.

가족친화기업

한샘은 가족친화 기업문화로 여성직원들이 주로 회사를 그만두는 이유인 자녀 양육과 가족의 병간호 등을 위하여 육아기 단축근무제도, 가족돌봄휴직 등의 제도를 운영하고 있으며 아이를 동반하여 출퇴근하는 직원들을 위해 상암, 방배 사옥에 어린이집을 운영하고 있습니다.

노사문화

현재 한샘에는 한국노총 금속노조에 소속된 노동조합이 존재하며, 2년에 1회씩 조합원 복지와 관련된 단체협약을, 1년에 1회씩 임금협약을 체결하고 있습니다. 한샘은 무분규 사업장으로 파업 등의 노동쟁의가 발생한 사례가 없고, 서로 한발씩 양보하는 신사적인 교섭을 통해 원만하게 협약을 체결하고 있습니다. 노조가 없는 직원의 경우, 분기 1회 노사협의회를 통해 중요한 안건을 심의·의결하고 있으며, 노사협의회 근로자위원이 직접·비밀·무기명 투표로 근로자대표로 선출되어 대표성을 갖고 있습니다.

2019년 12월 31일을 기준으로 한샘의 재직 직원은 총 2,532명이며, 전체 단체협약 적용 대상자는 222명으로 약 9%입니다. 단체협약 적용 대상자는 노조가입자 수와 동일합니다.

노조가입 현황

(단위: 명, %)

구분	2017	2018	2019	
노조가입	가입수	233	246	222
	가입비율	8%	9%	9%

※ 단체협약적용대상은 노조가입수와 동일하며, 그 외 사무직은 취업규칙에 따름



임직원 복지 프로그램

선택적 복리후생제도

한샘은 지난 2014년부터 카페테리아식 복리후생제도인 복지포인트 제도를 운영하고 있습니다. 복지포인트 제도는 점차 다양해지는 임직원의 요구사항을 반영해 체력단련비, 학원비, 의료비, 휴양시설 이용 등 다양한 복리후생제도 가운데 근로자들이 필요한 것을 골라 활용할 수 있도록 하는 것으로, 한샘 복리후생제도 중 만족도가 가장 높은 제도입니다.

가족의 날 휴가

한샘은 적극적인 연차휴가 사용을 장려하기 위해 '가족의 날 휴가' 제도를 운영하고 있습니다. 가족의 날 휴가는 2일간의 연속된 연차 사용 시 휴가 비용을 지원하는 제도로, 첫 시행된 2011년 이후 직원들의 만족도가 높아 2016년부터 연 2회로 확대 운영하고 있습니다.

가족의 날 휴가는 근속 만 1년 이상자라면 누구나 사용할 수 있으며, 주관 부서에서 매년 휴가계획을 수립하고 사용여부를 점검하는 등의 휴가 사용촉진활동을 통해 대상이 되는 전 직원이 눈치보지 않고 사용할 수 있도록 운영하고 있습니다.

학자금 및 자녀보육비 지원

자녀가 있는 직원들에게 매 분기 / 매 월 소정의 학자금과 보육비를 지원하고 있습니다.

자녀보육비는 출생부터 입학 전까지, 학자금은 초등학교부터 대입까지 지원되므로 직원 입장에서 생애주기 전 기간 동안 자녀 육아, 학업에 필요한 비용을 지원받을 수 있는 형태로 구성되어 있습니다.

사내동호회

한샘은 2015년부터 모든 직원들의 사내소통 강화 및 취미활동 증진을 위해 동호회 활동을 장려하고 있습니다.

현재 전사에 축구, 농구 등 스포츠종목, 꽃꽂이, 공예, 영화감상, 봉사활동



등 다양한 분야의 약 50개 동호회가 활발하게 활동 중입니다. 동호회 활동 시에는 소정의 활동비가 지급되며 매월 하루 동호회의 날을 운영하며 동호회 활동 문화를 정착시키고 있습니다.

경조 지원제도

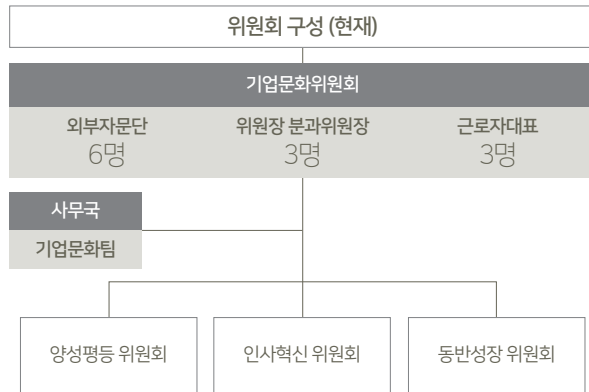
한샘은 임직원의 결혼, 출산, 수연, 조위 등에 대하여 경조금, 경조물품 및 휴가 등을 지원하고 있습니다.

다양성 존중 문화

기업문화를 위한 조직

한샘은 선구적인 기업문화 정착과 임직원이 상호존중하는 일하기 좋은 직장을 만들기 위해 별도 조직을 구성하여 운영하고 있습니다. 2017년 11월 이후 '기업문화위원회'를 구성하였으며, 6명의 외부 자문단, 3명의 근로자대표, 3명의 분과위원장과 위원장이 포함되어 있습니다.

기업문화위원회 구성



조직문화진단

한샘은 2015년부터 반기 1회, 연 2회 인사제도 전반과 성 평등, 소통문화, 회사생활 만족도 부분과 관련된 문항을 조사하고, 부족한 부분은 개선하는 활동을 실시하고 있습니다. 일례로, 사내소통문화 진작을 위해 사내 메신저를 도입했고 이후 소통점수가 상승했습니다.

조직문화 진단 만족도 점수

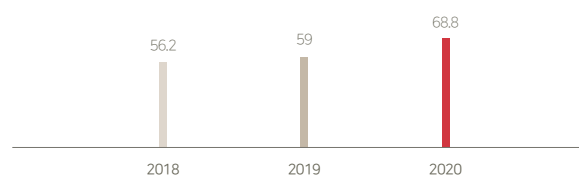
(단위: 점)

	2018	2019	2020
만족점수	3.3	3.4	3.6

※ 5점 만점

조직문화 진단 응답률

(단위: %)



여성친화 기업문화

한샘은 여성인재를 육성하고 여성 관리자 양성을 위한 기업문화를 만들어 나가기 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 여성친화를 위한 3가지 방침을 시행하고 있습니다.

모성보호제도 강화

한샘은 일과 가정의 양립을 지원하고자 모성보호제도를 강화하고 있습니다. 주요 제도는 임신시 30만원 상당의 임신축하선물 증정, 임신기 단축근로시 100% 임금 보장, 태아검진시간 허용제, 산전 후 휴가 사용, 출산축하금, 배우자 출산휴가, 육아휴직 2년 사용, 육아기 단축근무제, 자녀 보육비 지급 등입니다. 또 사내 어린이집도 운영하고 있습니다.

육아휴직 및 출산에 대한 비차별적 제도 정립

한샘은 결혼, 임신, 출산, 육아로 인해 차별 또는 불이익을 받지 않는 문화를 지향합니다. 임신부와 육아휴직 후 복직한 직원의 첫 평가는 절대평가로 진행하며 승진심사 또한 동등하게 평가합니다.

여성관리자 비율 제고 위한 노력

한샘은 여성관리자 육성을 위해 20년 신규임원 7명 중 2명을 여성으로 구성하는 등 비중을 늘려나가고 있습니다. 여기에 과장급 이상의 여성 팀장 및 미래 임원후보 육성을 위한 내부 제도 및 문화 개선에 힘쓰고 있습니다. 2020년에는 여성인재육성 프로그램의 연구개발을 통해 팀장의 50%, 임원의 30%를 여성으로 구성하기 위한 장기목표를 수립하고 있습니다.

임직원 소통

한샘은 소통하는 기업문화를 위해 온/오프라인/익명/실명 등 다양한 소통채널을 구축해 운영하고 있습니다. 모든 소통채널은 기본적으로 비밀보장을 원칙으로 운영하며 임직원 신뢰형성을 위해 노력하고 있습니다. 소통 채널은 핫라인, 마음의 소리, 고충처리위원 운영 등이 있습니다. 핫라인은 온라인 익명소통채널로, 임직원이 온라인상으로 빠른 개별 피드백을 받을 수 있습니다. 건의 및 제안/상생/기타로 나누어 운영하는 게시판과 피해사례제보 채널이 있으며, 피해사례제보 채널의 경우 대표이사와 상생/성평등/인사제도 담당 분과위원에게 직접 전달되어 수시로 빠른 피드백이 이뤄질 수 있도록 합니다. 마음의 소리는 오프라인 익명소통채널로 온라인 '핫라인'에 대한 신상공개 불안감 없이 업서를 통해 수기로 내용 접수를 받으며 월 1회 수거 및 피드백을 진행합니다. 이밖에 오프라인 실명 소통채널로 고충처리위원이 있습니다. 고충처리위원은 각 본부/부서별 1~3명으로 구성되어 총 30명이 활동하고 있으며, 각 본부/부서간 소통이 우수한 계장~부장 직급의 직원들로 구성됩니다. 개인 고민부터 회사생활에 대한 고민까지 다양한 고민을 상담하고 주관부서에 접수하는 역할을 합니다.

임직원 다양성

(단위: %, 명)

구분		2017	2018	2019	
여성 리더십	직급	전체 근로자 중 여성 비율	32	32	33
		전체 관리자* 중 여성 비율	18.2	21.9	22
	고용 형태	계약직 중 여성 비율	58	36.6	33.3
		정규직 중 여성 비율	29.5	31.7	33.2
기타	외국인(비율)	0	0	0	
	보훈직원(비율)	0	0	0	
	장애인(비율)	54 (2)	47 (2)	44 (2)	

* 관리자: 과장급 이상

인권 리스크 예방을 위한 노력

성 리스크 예방 및 강력 대응 매뉴얼

한샘은 외부 전문가들과 자체적으로 수립한 매뉴얼을 바탕으로 사내 성 관련 인권 리스크의 예방과 선처없는 강력한 대응을 실시하고 있습니다. 이에 따라 사건 관련 제보가 접수되거나 발생할 경우 단계별 대응 프로세스에 따라 신속하고 체계적인 조치를 취하게 됩니다. 기본 대응 원칙은 성차별부터 무관용으로 강력하게 조치해 근본적 인식 개선을 통한 리스크의 사전 예방입니다.

CEO와 성 고충 담당부서장에게 직통으로 전달되는 핫라인 채널을 운영중이며, 이 과정에서 노출을 최소화하고 2차 피해를 방지하기 위해 철저하게 익명을 보장하고 있습니다. 또한 피해자의 요청에 따라 회사 명의로 형사고발하거나 행정소송을 진행하는 등의 법적 조력도 지원하고 있습니다. 고객에 의한 성희롱 등 제3자 관련 사건에 대해서도 강력 조치하며 모든 사건처리 과정에서 성인지 감수성 유지의 무화하고 있습니다. 이밖에 성 고충 대응 지침의 취업규칙 편입, 처리 결과의 분기별 공지, 성차별, 성희롱, 성폭력 예방 및 대응 매뉴얼 전 임직원 대상 배포 등을 통해 한샘의 구성원들의 인식개선에 노력을 기울이고 있습니다. 특히 공정성 확보를 위해 외부 위원들로 구성된 성고충심의회를 열고 성고충 및 인권침해 등 이슈 발생 시 무관용 원칙에 따라 징계 수위를 결정하고, 이를 전사 임직원들에게 공개하고 있습니다.



이해관계자 인터뷰 | 한샘 기업문화실 윤선영

“입사한 후 4년여간 겪어온 한샘의 기업문화는 지난 몇 십 년의 변화보다 더 빠른 속도로, 올바른 방향으로 발전, 개선되고 있다고 생각합니다.”

한샘의 구성원들은 도전적인 과제를 설정해 이를 달성하고자 하는 열정이 그 어떤 조직보다 큼니다. 이것이 오늘날 한샘이 빠른 속도로 더 나은 기업문화를 구축할 수 있도록 했던 힘인 동시에 국내 1위 종합 홈 인테리어 사업을 넘어 세계 최강기업으로 달려갈 수 있는 원동력이라고 믿습니다. 이를 위해 한샘의 구성원은 모두가 성별, 연령, 직급과 관계없이 상호 존중하고 존중받는 문화를 만들어나가며 거리낌 없이 소통할 수 있는 분위기를 조성하고자 노력하고 있습니다. 회사와 함께 발전, 성장하고 싶어하는 모든 조직 구성원들이 능력 외 어떠한 차별로 인한 좌절없이 능력을 펼칠 수 있는 기업문화를 만들어 나갈 수 있도록 기업문화실 구성원으로서 제 역할을 다하고자 합니다.



인권교육 프로그램

한샘은 임직원의 인권 의식과 다양성 존중 인식 고취를 통해 임직원과 협력사를 비롯한 모든 형태의 강제노동을 방지하고 평등한 기업문화를 만들기 위한 노력을 이어오고 있습니다. 이를 위해 한샘은 법정무교육 외에 주기적인 성인지 감수성 교육을 진행하고 있습니다. 전사 임직원을 대상으로 최소 연 1회 교육을 실시하고 있으며, 신입교육 및 진급자 교육 등 사내 교육의 필수 커리큘럼에도 반영되어 있습니다. 2019년 기준, 해외근무자 일부를 제외하고 98.8%의 교육 이수율을 달성하였습니다.

또한 사내강사제도를 신설 및 운영하는 등 전 임직원의 성인지감수성 제고를 위한 프로그램을 확대하고 있으며, 법정무교육인 성희롱예방교육과 장애인인식개선 교육도 빠짐없이 진행하고 있습니다.

최근 2년간 인권교육 현황

(단위: 시간, 명)

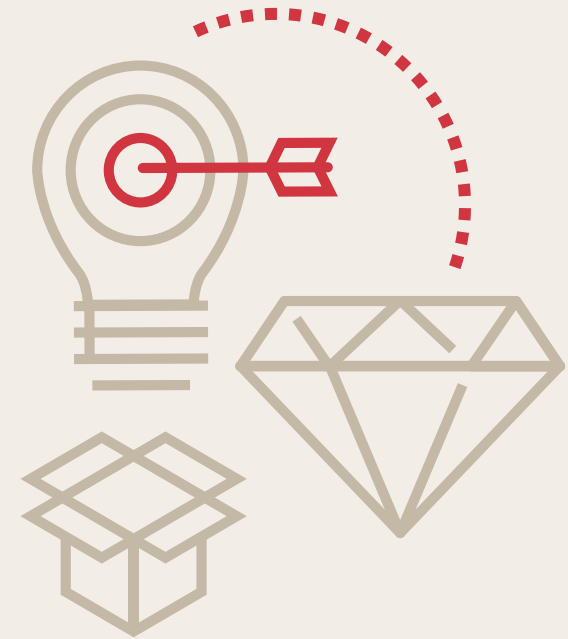
구분		2018	2019
성인지 감수성 교육	총 교육 시간	2,660	2,308
	교육 인원 및 비율	2,359 (81.2)	2,058 (81.2)
성희롱 예방 교육	총 교육 시간	3,185	2,398
	교육 인원 및 비율	2,884 (99.3)	2,398 (94.7)
장애인 인식개선 교육	총 교육 시간	3,185	2,398
	교육 인원 및 비율	2,884 (99.3)	2,398 (94.7)

※ 익년도 퇴사인원 수료자 포함. 생산직 포함

※ 각 교육별 인당 교육시간 1시간 (퇴사자 포함돼 연말 기준 전체 인원 대비 총 교육인원 및 시간 차이 발생)

TOPIC 4

상생을 위한 동반성장 가치 창출



Management Approach

Why It Matters?

제조업의 특성상 수많은 벤더 등 협력사와 협업을 수행해야 합니다. 이러한 기업 생태계 내에서 벤더의 경제적·사회적·환경적 이슈는 제조사의 책임이 있는 중대한 이슈로 떠오르고 있습니다. 또한 세계적인 수준의 경쟁력을 확보하기 위해서는 우리 기업과 연결된 공급망의 기술개발 및 혁신과 발전, 자생력 강화가 필요합니다.

Our Approach

한샘의 지속적인 성장을 위해서는 협력사들과의 신뢰구축과 긴밀한 협력이 필요합니다. 한샘은 '같이의 가치' 라는 슬로건과 함께 동반성장 투자재원 출연, 협력사 기술 컨설팅, 상생펀드 운용 등 협력사와 같이 지속성장을 위한 다양한 지원정책을 추진하고 있습니다.

Key Performance

2019년 상생펀드 규모 (2개 펀드 합계)



180^{억원}

펀드 이용 협력사 수



36^{개사}

펀드 이용 규모



141^{억원}

Contribution to UN SDGs



동반성장과 상생협력

동반성장업무 주관부서

동반성장팀

한샘은 지속가능한 성장을 위해 제조 관련 벤더사, 물류, 시공뿐만 아니라 대리점까지 토탈 홈 인테리어 제조 및 유통 사업을 기반으로 한 다양한 이해관계자들과 협력 관계를 맺고 있습니다. 따라서 국내 가구업계 1위를 넘어 세계적 기업으로 나아가기 위해서는 협력사와의 동반성장이 필수임을 인지하고, 이를 위해 2017년 3월 동반성장팀을 신설했습니다. 동반성장팀은 업무의 독립성을 보장받기 위해 감사실의 하부조직으로 구성되었으며, 매출,

이해관계자 인터뷰 | 대·중소기업·농어업협력재단 오완진

최근 기업의 사회적 책임을 평가하려는 움직임이 더욱 분주해지고 있습니다. 특히 최근 제시되는 다수의 평가지표는 마치 기업들에게 "지구를 지키라"는 듯 광범위한 역할을 요구하기도 합니다. 한샘은 지구를 지키기 필요가 없습니다. 한샘은 표준적인 책무와 함께 업종의 특징점을 반영하는 지표를 수행하는 데 집중할 필요가 있습니다. 특히 건설 및 인테리어 업종은 환경문제와 정면으로 마주하고 있어 '환경' 지표에 대한 사회적 책임의 이행은 강조하지 않을 수 없습니다. 아울러 지역마다 분포된 로드샵과 협력 또는 경쟁을 하는, 즉 밀접한 이해관계자 관계를 형성하고 있어 이들과 동반성장할 수 있는 선순환 투자형 사업을 발굴해 추진할 필요가 있습니다. 지역사회와의 상생을 위해 갈등을 해소하려는 노력도 선순환 투자에 해당합니다. ISO26000은 지역사회 세부지표로 지역사회 사회적 투자, 소득창출, 교육과 문화발전, 보건증진 등을 제시합니다. 기업은 위 지표들을 선별해 집중 투자하는 전략적 선택이 필요합니다. 이에, 한샘의 보고서에 "지구를 잘 지키고 있다"는 내용이 담길 이유는 없으며, 한샘의 특징점이 잘 드러나는 지표를 중심으로 집중 투자했다는 내용이 담기를 기대합니다. 덧붙여, 본 보고서가 처음 나오는 것을 감안하면 제작진의 고뇌를 읽을 수 있습니다. 더욱 정진하기를 바랍니다.



손익의 관점을 떠나 협력사와의 상생을 위한 객관적인 관점에서 당사가 할 수 있는 역할을 수행하고 있습니다.

동반성장 평가등급 목표

2020년 동반성장 목표등급 : 우수
(2019년 동반성장 평가등급 : 보통)



동반성장팀

공정거래위원회 4대 실천사항 준수

동반성장팀은 협력사와의 공정거래 준수를 위해 공정거래위원회 고시를 바탕으로 한 4대 실천사항(가이드라인)을 한샘의 규정으로 제정하고 한샘닷컴 홈페이지 "경영방침-윤리경영-동반성장" 부분에 공개해 모든 협력사와 공유하고 있습니다.

분쟁조정절 절차

한샘은 협력사와의 원만한 분쟁해결을 위해 "하도급 거래 내부 심의위원회"를 운영하고 있으며 협력사가 직접 출석하여 의견을 제시할 수 있는 기회를 부여하고 있습니다.

불공정거래행위 점검

한샘은 협력사와 약속한 일자에 실제로 대금이 지급되었는지 등 하도급법 위반여부와 거래 전 계약서 및 관련 서면을 작성하였는지 등 계약서 준수여부, 기타 불공정거래행위 여부를 매월 점검하고 있습니다.



하도급거래 심의위원회 보고

매월 1회 이상 협력사와의 하도급거래의 전반에 대한 점검 결과에 대해 심의위원회에 보고합니다. 주요 심의 사항은 연간 하도급계약(예상)액 150억 이상의 계약 심의 건, 협력사 신규 선정·거래중단(취소) 기준 및 절차의 적정성 심의 건, 하도급법 위반여부 사후 검증 건, 기타 심의 건(민원 제기 건 / VOC 방문 결과 보고) 등입니다. 상기 건에 대해 임직원의 위반 정도에 상응하는 제재조치도 심의합니다.

동반성장팀 주요업무

- ① 공정거래위원회 4대 실천사항 제정
- ② 협력업체 의견 수렴
- ③ 대금 지급기한 준수, 하도급법 위반여부, 계약서 준수여부 점검
- ④ 주요 점검 사항 하도급거래 심의위원회에 보고
- ⑤ 하도급거래 심의위원회 위원장의 특별 지시사항 점검
- ⑥ 4대 실천사항, 하도급법, 불공정 행위 등 관련 규정 구매 담당자 교육
- ⑦ 기타 협력사(구매벤더 및 대리점)와의 상생을 위한 전반적인 사항 추진



공정거래 4대 가이드라인

대·중소기업간 상생협력을 위한
바람직한 계약 체결 실천사항 규정

협력업체의 공정한
선정(등록)을 위한
실천사항 규정



하도급거래 내부 심의위원회
설치·운용을 위한 실천사항 규정

하도급거래에서의 바람직한 서면
발급 및 보존에 관한 실천사항 규정

동반성장 프로그램

상생펀드 운영

한샘은 구매벤더와 대리점을 대상으로 각각 150억 원, 30억 원 규모의 상생펀드를 운영하고 있습니다. 구매벤더의 경우 24개사가, 대리점의 경우 12개사가 지원을 받고 있습니다.

상생펀드 운영 현황

(19년 12월 31일 기준)

구분	상생펀드1	상생펀드2
대상	구매벤더	대리점
총 운영금액 (출자금액)	150억 (한샘 : 60억 원 /기업은행 : 90억 원)	30억 원 (한샘 : 30억 원)
혜택	대출금리 0.88%p 자동감면	대출금리 2.39%p 자동감면
이용社	24社	12社
이용금액	136억 원	5억 원

상생결제시스템 도입

상생결제제도는 기존과 동일한 결제일자에 대금을 지급하면서 상환청구권이 없기 때문에 상위 차수 기업이 부도가 나더라도 하위 차수 기업은 대금을 지급받을 수 있는 시스템입니다. 또 한샘의 2,3차 협력사도 한샘의 신용도로 낮은 금리로 조기 현금화(할인)가 가능한 제도입니다.

동반성장 투자재원 출연

산업재해보상보험법 시행령이 2018년 7월 개정됨에 따라 대리점은 시공금액의 제한 없이 전체 공사에 대해서 산재보험에 가입해야 할 의무가 발생하게 되었습니다. 이에 한샘은 대리점의 보험가입을 장려하고 경제적인 부담을 완화하고자 노력하고 있습니다.

우선 대리점에서 직접 보험 신고를 하기에는 업무상 어려움이 있습니다. 한샘은 노무법인 2곳을 통해 대리점들이 자문을 받을 수 있도록 제도를 마련하였으며, 2020년 6월 중으로 대리점이 납부한 2019년 확정보험료 전

액에 대해서도 2020년 6월 말 현재 대리점별로 전액 지원을 완료했습니다.(총액 : 약 5억 원).

이를 위해 대중소기업농어업협력재단과 2019년 10월에 동반성장 투자재원 출연협약을 체결하였고, 투자재원으로 3억 원을 출연하였습니다. 또한 2020년 5월에도 대리점에 대한 위탁수수료 및 확정보험료 지원을 위해 추가적으로 8억 원을 출연하였습니다.

2019년도 하도급 심의위원회 활동 내역

- 총 103개 신규 협력사 선정 심의
- 총 2개 거래 중단 협력사 심의
- 총 7개 협력사 민원 접수 및 심의
- 총 40개 협력사 VOC 방문 성과



협력사 소통

협력사 고충처리 프로세스

한샘은 협력사 고충 체크리스트를 토대로 고충사항을 기록하고 부족한 부분에 대해 구매팀과 협력해 문제를 해결하고 있습니다. 또한 매년 전년도 거래에 대한 모의 설문조사를 통해 협력사 만족도 및 개선사항을 파악하고 있습니다.

협력사 소통 프로그램

한샘은 협력사와 소통을 위해 사이버감사실과 협력업체 사장단 회의, 협력사 VOC(Voice Of Customer) 등 다양한 창구를 운영하고 있습니다.

소통 창구는 크게 상시 창구와 정기 창구 두 가지로 분류할 수 있습니다. 상시 창구로는 통합구매사업부 및 감사실 동반성장팀에서 각 협력사의 민원 발생에 대응하기 위해 운영 중인 대표 전화번호가 있습니다. 동반성장팀에서는 협력사 VOC를 통해 직접 협력사를 방문하여 민원이나 건의 사항 등을 듣고 의견을 취합해 전략기획실장에게 보고합니다.

그리고 한샘닷컴 내 사이버감사실 제보를 통해 한샘 임직원의 정당하지

않은 행위, 불공정 업무 처리 및 비리 등을 익명으로 상시 접수하고 있습니다. 정기 창구로는 월 1회 이상 열리는 하도급심의위원회가 있습니다. 하도급 심의위원회는 협력사 선정 및 취소의 적정성, 민원 해결, 협력사 의견 청취, 하도급 위반 내용에 대한 제재 등을 심의하고 있습니다. 또한 통합구매사업부에서는 핵심협력사를 선정, 분기 단위의 간담회를 개최하여 한샘의 사업계획 소개, 협력사 교육 등의 정책을 공유하고 있습니다.

2019년도 협력사 간담회 개최 현황

분기	대상	내용
1분기	44개 협력사 총 58명 참석	중소기업 CEO가 알아야 할 노무 교육
2분기	48개 협력사 총 54명 참석	하도급 계약 및 상생결제제도 교육
3분기	49개 협력사 총 53명 참석	대기업 임직원의 공정한 기술 거래 인식 제고 및 협력사의 기술보호
	바스 협력사 23개	사내 동반성장 지침 공유
4분기	57개 협력사 총 72명 참석	중소기업 CEO가 알아야 할 노무 교육

지속가능한 공급망

협력사 동반성장 기초

같이의 가치

'같이의 가치'. 한샘과 협력사의 관계를 가장 잘 표현하는 슬로건입니다. 한샘은 협력사와 동반자로서의 '가치'를 인식하고 '같이' 지속성장하기 위한 다양한 지원정책을 운영하고 있습니다.

협력사 지원 프로그램

금융 지원

한샘은 협력사의 원활한 경영을 위해 다양한 자금 지원 프로그램을 운영 중입니다. 협력사 자금난 해소를 위해 180억 원 규모의 상생펀드를 운영하고 있으며, 명절 등에 대금 결제일 단축, 유동성 지원을 위한 선급금 지급 등의 금융 지원 정책이 있습니다.

기술 지원

한샘은 한샘의 인력과 노하우를 바탕으로 협력사의 기술 역량 강화를 지원합니다. 한샘의 품질검사팀은 협력사의 제품 품질 컨설팅 프로그램을 지원합니다. 또 한샘 설비의 협력사 이전 지원과 협력사 설비 구조의 효율적 변경을 제안하는 레이아웃(layout) 컨설팅도 지원합니다.

교육 지원

한샘은 협력사를 대상으로 한샘 임직원과 동일한 수준의 노무 관련 교육과 지적재산권 교육, 성폭력 및 직장 내 괴롭힘 교육 등을 지원합니다. 이를 통해 협력사에서 발생가능한 사고 등 리스크를 사전에 방지해 불필요한 경영 손실을 막을 수 있습니다.

경영 지원

한샘은 협력사의 품질/원가 평가에 대한 피드백을 진행하고, 협력사를 대상으로 한 주기적인 간담회와 한샘의 신사업계획 공유 등을 통해 협력사의 경영 활동을 지원합니다.

협력사 기술/품질 컨설팅

한샘은 핵심 협력사에 2019년 9월부터 10월까지 2개월 간 품질검사 직원을 파견하여 품질개선을 위한 컨설팅을 지원하였습니다. 주요 활동으로는 원자재 품질 관리 기법 전수, 생산 공정별 책임제 도입 및 작업 표준안 마련, 품질 분임조 활동 지원 등입니다. 이러한 컨설팅을 통해 품질 지표가 눈에 띄게 개선되는 결과를 이끌어내고 있습니다.

한샘 핵심 협력사 (주식회사 대연산업)의 품질하자건수* 변화

협력사의 품질 하자 건수가 전월 대비 12배 급증(1건 → 12건)한 이후 품질 검사직원을 파견해 컨설팅을 진행하였습니다. 이후 품질하자가 4건으로 감소하여 3분의1(66%)이 개선되는 효과를 가져왔습니다.

* 한샘의 품질자유형은 여러 가지가 있으나 해당 품질하자는 시공현장에서 접수하여 당일 처리가 되는 1회사고만 반영함

협력사 (주)대연산업 품질하자 컨설팅 성과

19년 6월	19년 7월	19년 8월	19년 9월	19년 10월	19년 11월	19년 12월
0	2	1	12	7	4	4

* 품질하자건수 증가 이후 인원 파견

공급망 리스크

한샘은 대리점과 벤더, 시공과 물류 등 다양한 협력사와 함께 성장하고자 합니다. 이와 관련해 납품기 및 업체 선정 과정의 비공정성, 법규 위반, 제품의 질 등 다양한 리스크 발생 우려가 있습니다. 이에 한샘은 협력사와의 계약서 항목에 신의성실에 입각한 계약 이행과 한샘의 윤리실천특별약관 준수 등의 조항을 포함하며 협력사에 윤리 경영을 요구하고 있습니다.

공급망 지속가능 정책

협력사 선정

한샘은 '하도급거래 내부 심의위원회 설치·운영을 위한 실천사항 규정'을 마련하고 협력사 선정 및 운용과정에서 투명성과 공정성을 원칙으로 삼고 있습니다. 이는 공정하고 지속가능한 하도급거래질서 확립을 위한 방침입니다. 만약 거래 관계 중단 사유 발생 시에는 '벤더 거래중단 공정화 지침'에 의거한 공정한 처리 절차를 규정하고 공정거래법상 분쟁을 예방하고 있습니다.

표준 계약서

한샘은 협력사와의 계약서 등에 재산권 보호 내용을 명시함으로써 그 가치를 존중하고 있습니다. '하도급거래 공정화에 관한 법률' 제3조의2에 따라 공정거래위원회가 보급한 '가구제조업종 표준하도급계약서'를 사용중이며 이 중 제39조 (지식재산권 등) 및 제40조 (기술자료제공 요구 금지 등) 조항에서 협력사의 지적재산권 보호 원칙을 마련하고 있습니다. 또한 공동 투자 진행 건은 표준계약서 양식을 통해 협력사의 권리를 적극 인정하고 있습니다.

협력사 평가

한샘은 협력사에 대해 공정한 벤더 평가 체계 구축, 분기별 평가 및 결과 공유, 반기별 평가 및 동기부여의 프로세스에 따라 평가를 진행하고 있습니다. 평가는 각종 안전사고 리스크를 줄이기 위해 품질안전을 위한 노력을 하고 있는지, 제품에 하자가 있는지 여부에 절반 이상의 가장 많은 가중치를 두고 있습니다. 여기에 원가 절감 노력 여부에 따라 가점이 주어 집니다.

평가 대상 협력사는 거래 규모 등 내부 기준에 따라 선정 및 실시합니다. 2019년도에는 전체 920개의 협력사 중 181개(20%)에 대한 평가가 진행되었습니다.

구매경쟁력 공유

한샘은 협력사의 제조경쟁력 및 원활한 자재조달을 위해 주요 원자재 및 부자재를 대량 구매 후 협력사에 최소한의 관리비용만을 반영해 공급하고 있습니다. 한샘의 구매경쟁력을 협력사에 공유함으로써 품질 기준 통일 및 원가 경쟁력 확보, 유통효율성을 높여 한샘과 협력사의 차별없는 구매 공급망 경쟁력을 확보하고 있습니다.

영업장 가격 정찰제

한샘은 디자인파크와 상생형 표준매장 등 일부 영업장에서 위탁매매로 전환, 가격정찰제를 시행하며 과도한 가격 경쟁을 방지하고 있습니다. 이는 향후 확대해 나갈 예정입니다. 아울러 전자계약서 제도를 도입해 투명 경영 방침을 강화하고 있습니다.

공급망 리스크 규정 명확화

대·중소기업간 상생협력을 위한 바람직한 계약체결 실천사항 규정

교섭력이 부족한 중소기업은 한샘과의 계약체결에 있어 자신의 이익을 정당하게 반영할 수 있습니다. 또 한샘이 중소기업과의 거래에서 우월한 교섭력을 남용하여 계약자유 원칙을 저해하는 것을 방지해 합리적이고 공정한 거래관행 구축을 추구합니다.

협력업체의 공정한 선정(등록)을 위한 실천사항 규정

한샘은 협력업체 선정 및 운용과정에 대한 투명성과 공정성을 강화해 공정한 하도급거래질서 확립을 추구합니다.

하도급거래 내부 심의위원회 설치·운용을 위한 실천사항 규정

한샘 내부 심의위원회에서는 하도급거래에 대한 공정성 및 적법성을 사전 심의하며 공정한 하도급거래질서 확립을 추구합니다.

하도급거래에서의 바람직한 서면발급 및 보존에 관한 실천사항 규정

한샘은 하도급 계약 체결 및 거래 과정에서 서면의 발급 및 보존을 명확히 인식해 권리 행사와 의무 이행을 원활히 하고 이를 통해 바람직한 서면 문화의 확산을 추구합니다.

공급망 관리 프로그램

윤리규정 명확화 및 공유

한샘 내부 윤리규정인 '한샘인의 다짐'을 통해 협력사에 대한 금품 수수 및 부당 거래 금지를 규정하고 한샘과 협력사간의 지속가능한 거래관계 구축을 위한 가이드라인을 제공하고 있습니다.

경쟁사 공정거래 원칙

한샘은 부당하게 경쟁사를 배제하거나 고객을 유인하는 등의 행위, 원재료 판매사에게 경쟁사 판매를 제한하는 행위, 경쟁사와 가격을 담합하는 등의 행위 등을 불공정행위로 규정하고 '한샘인의 다짐'을 통해 금지하고 있습니다.



TOPIC 5

지역사회와 인류 공헌 가치 창출



Management Approach

Why It Matters?

한샘은 지역사회와의 상생과 다양한 가족형태에 대한 인식개선을 목표로 한샘의 비즈니스 영역에 특화된 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다.

Our Approach

한샘은 주요 사업장 소재지인 마포, 시흥, 안산에 거주하는 저소득 한부모 가정과 조손 가정의 주거환경개선에 힘써오고 있습니다. 또한 사회복지재단과 연계하여 한부모 가정 자녀로 구성된 청소년 야구단을 창단하여 지원하고 한부모 가정 특별채용을 운영하는 등 한부모 가정의 경제적, 정서적 자립을 위한 지원을 아끼지 않고 있습니다.

또한 여성가족부와 함께 세상 모든 가족에 대한 인식개선 캠페인을 진행하고 다양한 공모전을 통해 한부모가정에 대한 인식개선을 위해 노력하고 있습니다. 한샘은 앞으로도 지속적인 사회공헌 활동을 통해 가까운 이웃으로서 기업의 책임을 다하며 지역사회 구성원들과 함께하는 상생의 가치를 창출하겠습니다.

Key Performance

주거개선사업 (2019년 기준)



144^{가정}

사회공헌 총액



101^억 7^천 1^{백만 원}

※ 사회공헌 총액: 사회공헌 비용, 기부금, 상생펀드 포함

Contribution to UN SDGs





한샘 주요 사회공헌

사회공헌 전략 및 목표

한샘은 2019년 정서적 자립 지원, 경제적 자립 지원, 주거환경 개선 등 3대 기본 전략을 바탕으로 지역사회 소외계층과 여성, 한부모가족 대상 사회공헌 활동에 주력했습니다. 특히 서울 마포구 상암사옥과 경기 안산시 제조사업부 등 주요 사업장 5곳 중 4곳 이상의 사업장 소재지에서 지역사회와 소통하며 소외계층을 위한 주거개선 사업과 물품지원 등 주요 사회공헌 활동을 이어오고 있습니다.

대표 사회공헌

정서적 자립 지원

한샘은 2019년 한부모 여성 가정의 정서적 자립을 위한 다양한 활동을 진행했습니다. 어버이날을 기념하여 임직원 카네이션 만들기 행사를 진행하고 직접 만든 카네이션을 응원의 메시지와 함께 한부모가정에 전달



한부모 가족을 위한 카네이션 만들기 행사

했습니다. 홀트아동복지회에서 운영하는 대전시 '클로버'모자가정 모호 시설에서 1년간 미술심리치료 수업을 후원하여 그 결과물로 동화책 '클로버 이야기 하나, 그리고 넷'을 출간했습니다.

또한, 미혼 한부모 가정에 대한 인식개선을 주제로 동영상 공모전을 진행하고 입상 작품을 공식 SNS 채널에 게시하는 등 적극적인 캠페인 활동을 펼쳤으며, 한부모 워킹맘에 대한 내용의 영상을 만들어 배포하며 응원 캠페인도 진행했습니다.

또 '다원문화복지재단'과 연계해 한부모가정의 자녀들로 구성된 '다원 청소년 야구단'창단을 지원하고, 이들의 체육, 문화활동을 후원하고 있습니다. 중앙일보와 함께한 선상파티에서는 한부모가정의 어머니와 자녀를 초대해 특별한 경험을 선물했으며, 여성가족부의 한부모가정 인식개선 캠페인 '세상 모든 가족 함께' 상, 하반기 참여해 인식개선 활동을 진행하며 물품을 후원했습니다.

경제적 자립 지원

여성 한부모의 우선채용을 통해 한부모 가정의 경제적 자립을 지원하고, 임직원 약정기부로 한부모 가정의 교육비, 생활비를 후원했습니다. 특히 2019년에는 한마음 축구대회를 열고 한 골마다 10만 원의 기부금을 적립하여 한부모 여성 가정의 운전면허 취득을 위한 교육비로 기부했습니다. 3월 8일 여성의 날에는 취약계층 여성 가장 50명에게 화장대를 선물했습니다. 임산부의 날에는 유아동이 있는 미혼 한부모 50개 가정에 유

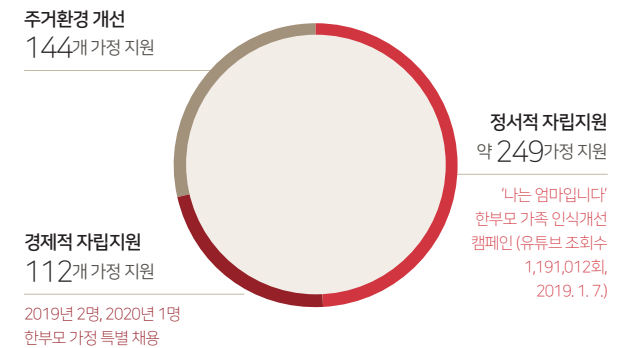
아 테이블과 의자를 선물했고 경기도 수원시에 위치한 미혼모자 생활시설에 방문하여 봉사활동과 함께 생활용품을 후원하는 등 다방면으로 적극적인 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다.

주거환경 개선

한샘은 주거환경개선 사업을 통해 한샘의 주요 사업장 소재지인 서울시 마포구, 경기도 시흥시, 안산시의 저소득 한부모 가정과 조손가정을 지원하고 있습니다. 학령기 아동이 있는 한부모 가정에는 책상, 의자 등의 학습용 가구를 주로 지원하고, 식탁, 옷장 등과 같은 생활가구도 지원하고 있습니다. 한샘의 봉사동아리 '한울타리'의 봉사활동으로 지난 2015년 시작한 한샘의 주거환경 개선사업은 매월 꾸준히 이어져 2019년 말까지 총 360가구를 돌파했으며, 2020년 6월 말 기준 총 395가구를 넘어서며 한샘의 대표 사회공헌사업으로 자리잡았습니다.

※ 주요 사업장 소재지 : 서울 마포구 상암사옥, 서초구 방배사옥, 경기 안산 3공장, 4공장, 시흥 물류센터

2019년 사회공헌 다이어그램



이해관계자 인터뷰 | 홀트아동복지회 나눔협력팀장 박꽃송이

“홀로 아이를 키우는 엄마들을 응원하고 이 세상에서 가장 위대한 존재인 ‘엄마’로 살아갈 수 있도록 응원해주셔서 감사드립니다.”



한샘은 2019년부터 홀트아동복지회와 사회공헌활동을 진행해오고 있습니다. 미혼 한부모가정의 심리정서지원, 물품지원, 인식개선뿐만 아니라 임직원들의 참여로 진행한 나눔 캠페인으로 미혼엄마들의 긴급양육비를 지원하고 봉사활동 등 다양한 영역에서 함께 하였습니다. 앞으로도 사회적 역할과 책임을 다하는데 지속적인 파트너십을 이어갈 수 있기를 기대합니다.

지역사회 가치창출

주거환경 개선사업

2005년 한샘 해비타트 '사랑의 집짓기'사업에 참가하여 전국 8개 지역에서 총 68개 가정의 주방가구를 지원하며 취약계층의 주거환경 개선에 대한 사회공헌 사업방향을 설정해 현재까지 꾸준히 이어오고 있는 한샘의 사회공헌 활동입니다.

2015년부터 한샘의 사내동아리 활동을 시작으로 2019년 144가구를 대상으로 지원하는 등 현재 (2020년 6월 말 기준)까지 총 395가구를 넘어섰습니다. 한샘의 주요 소재지인 서울시 마포구, 경기도 시흥시, 안산시의 저소득 한부모 가정과 조손가정에 필요한 가구와 생활용품 등을 매월 지속적으로 후원하고 있으며 KBS 1TV '동행' 프로그램에 후원 기업으로 참여해 지원의 손길이 닿기 어려운 도서, 벽지 지역의 저소득 가정에 필요한 가구를 지원하고 있습니다.



지역사회 지원

2001년 한샘의 '연말 불우이웃 돕기 일일호프' 행사를 시작으로 전국 취약계층의 자립지원 사업 및 의료, 생계 지원을 위한 활동을 펼치고 있습니다. 2017년 서울시 마포구 상암본사 사옥 이전 후 2018년 연말 마포구 지역 취약가정을 본사 강당에 초대해 '7080 낭만 콘서트'를 개최했습니다.

이를 시작으로 2019년에는 '캐리와 친구들' 콘서트, 연말 KBS교향악단의 '사랑나눔 음악회'를 개최하며 지역 주민, 한부모 가정의 문화활동을 지원하고 있습니다.

지난 2019년 사회복지공동모금회 경기사랑의열매와 취약계층 지원을 위한 업무협약을 맺고 올해 초 10억 원의 성금을 전달했습니다. 또 2019년 경기도 안산시 상록 장애복지회관에서 열린 '행복나눔축제'의 물품을 후원하고 한샘 임직원 봉사활동을 진행했습니다. 연말에는 MBC와 함께 서대문구 무악재 마을에서 이불 600세트를 후원하고 연탄나눔 봉사활동에 동참했습니다.



한부모 가정 지원

한샘은 2019년 한 해 동안 한부모 가정 지원에 집중했습니다. 우선 임산부의 날 가구 지원, 국회에서 열린 3월 8일 여성의 날 기념행사에 물품을 지원했고, 한국여성가족협의회와 국회의원실 주최로 열린 포럼 후원을 통해 한부모 가족과 여성을 위한 경제 정책 논의를 지원했습니다.

또 홀트아동복지회와 함께 한샘 임직원(협력사 포함)이 참여하는 '한샘가족 한마음 축구대회'를 열고 매 골마다 10만 원의 기부금을 적립해 모자가정의 자립지원금으로 기부했습니다.

대전 클로버(한부모 모자 보호시설)의 여성 가장 자조모임 후원을 통해 미술심리치료를 지원했으며, 모임 참가자들이 직접 제작한 미술작품으로 2019년에 '클로버 이야기 하나, 그리고 넷'이라는 동화책을 출간했습니다.

10월에는 중앙일보에서 마련한 한부모 가정 선상 힐링 파티를 후원했으며 임직원 110명이 참여한 약정기부를 통해 저소득 한부모 가정에 생활비를 지원했습니다. 특히, 한부모 가족 특별채용 전형을 마련하고 한샘 본사에 직접 채용하며 경제적 자립을 지원했습니다.



아동, 청소년 지원

한샘은 2001년 서울 방배동에 위치한 아동복지시설 '성심 효주의 집'의 아이들에게 생활비를 지원하고 생일파티를 열어 주는 등의 활동을 시작으로 아동, 청소년을 위한 다양한 지원사업을 벌이고 있습니다.

2019년에는 한부모 가정 자녀들로 구성된 다원문화복지회의 '다원 청소년 야구단' 운영을 지원하며, 야구 훈련과 다양한 활동을 후원하고 있습니다. 2020년에는 코로나19 확산으로 경제 활동에 어려움을 겪는 마포구의 한부모 가정과 다원 청소년 야구단원 가족을 위해 한샘 생활용품과 마스크 등으로 구성된 생활용품 키트를 후원했으며 전국의 한부모 모자 보호 시설에 '한샘 홈케어' 방역소독을 지원했습니다.

또한 2019년에는 홀트아동복지회가 운영하는 경기도 수원시의 미혼모자 보호시설에 한샘 임직원이 방문해 환경미화 봉사활동에 참여했습니다. 아울러 2013년부터 매년 정서적 어려움을 겪는 한부모 가정을 위해 경기도 어린이 박물관에서 실시하는 한부모 가족 상담 프로그램 '행복수업'을 지원해 오고 있습니다.



난치병 아동 지원

한샘은 2007년부터 NGO기업 '세이프 더 칠드런'과 함께 난치병 환아의 치료비 지원을 시작해 지속적으로 기부를 이어가고 있습니다. 2019년 1월에는 한샘 영업직 공채 3기 신입사원 67명이 소아암 어린이를 위한 마스크를 제작해 기부했으며, 2018년 12월 열린 한샘 '동호회 자선행사'의 수익금과 임직원 기부금을 모자 가정 소아암 어린이를 위한 치료비로 한국 백혈병 어린이재단에 전달했습니다.



장애인 지원

한샘은 2001년 '새빛 맹인 선교원'에서의 임직원 봉사활동과 후원을 시작으로 장애인 지원사업을 시작했습니다. 지난 2016년부터는 한국장애인고용공단 경기지사와 함께 경기도 장애인 체육회 소속 아마추어 선수 32명과 정식으로 근로계약을 체결하고 '한샘 장애인 스포츠단'을 운영하고 있습니다. 2019년에는 볼링, 탁구 등 종목별로 한샘 임직원과 장애인 스포츠단 소속 선수 간 친선경기 및 간담회를 열고 주기적인 소통의 장을 마련하고 있습니다. 2020년 1월에는 경기도 안산에 한샘의 생활용품 할인 판매하는 장애인 고용 표준사업장을 열고 10여 명의 장애인 직원을 고용하고 있습니다.



인식개선 캠페인

2019년 여성가족부 주관 '세상모든가족함께' 인식개선 캠페인에 4월과 10월 총 2회 참여해 한부모 가족을 위한 인식개선 캠페인을 진행하며 물품을 지원했습니다. 또한 '워킹맘'과 '싱글맘'의 사회활동을 응원하는 공익 캠페인 영상을 제작해 온라인과 공중파 방송을 통해 송출했습니다. 홀트아동복지회와 함께 미혼 한부모 인식개선을 주제로 개최한 동영상 공모전을 통해 1위 입상자에게 상금과 여성가족부 장관상을 수여하고 입상작을 한샘 공식 유튜브 채널에 게시하는 등 인식개선 활동을 진행했습니다.



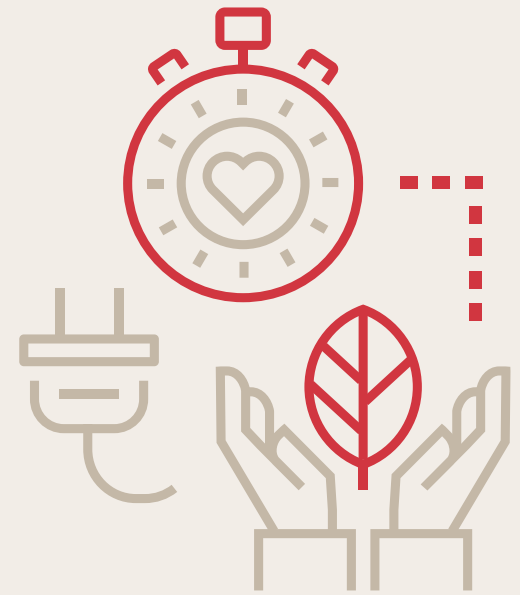
정부 부처와의 협업

한샘은 2019년 소방청 등과 함께 전·현직 소방공무원들의 복지증진을 위한 할인 지원과 경제적 자립지원, 주거환경 개선 등의 내용으로 업무협약을 맺고 다양한 지원을 이어가고 있습니다. 아울러 지난해 소방의 날 물품지원과 함께 2020년 코로나 19 확산방지 현장 일선에서 환자들을 이송하며 격무에 지친 소방공무원에게 이불과 생활용품 등을 지원했습니다. 앞으로도 소방공무원과 직계가족을 위한 할인 지원과 소방청, 소방서 등 주거, 근무 환경 개선활동을 비롯해 순직소방관 가족 대상 우선채용 등 경제적 자립 지원을 지속할 계획입니다. 또 서울서부범죄피해자지원센터 내 상담실 환경 조성을 위해 가구를 후원했으며 센터 운영비도 지속적으로 기부하며 서울서부지방경찰청과의 협업을 이어가고 있습니다.



TOPIC 6

지속가능한 친환경 가치 창출



Management Approach

Why It Matters?

기후변화, 미세먼지, 대기오염물질, 유해물질, 폐기물과 같은 환경문제가 사회적 문제로 대두됨에 따라, 기업 활동을 통해 발생하는 환경영향을 최소화 해야한다는 요구가 증가하고 있습니다. 한샘은 이같은 사회적 요구와 함께 주요 사업의 친환경성을 강화하고 있습니다. 특히 전자재 사업의 경우 국민들의 생활 및 건강과 밀접하게 연결되어 있어 안전한 상품 개발 및 판매가 무엇보다 중요한 요소로 고려되고 있습니다.

Our Approach

한샘은 가구 제조뿐만 아니라 공간을 둘러싼 다양한 전자재와 창호, 벽지, 마루 등을 다루고 있습니다. 이렇게 고객의 생활공간 전반을 다루는 토탈 홈 인테리어 회사로서 한샘은 자재부터 접착제 등 마감재, 완제품에 이르기까지 폼알데하이드와 라돈 등 유해물질 방출량을 한샘이 정한 엄격한 기준에 맞게 관리하기 위한 연구개발을 강화하고 있습니다. 이를 통해 더욱 쾌적하고 건강한 고객의 생활 환경을 선도하고자 합니다. 또한 제품의 디자인부터 포장재, 제조부터 시공까지 전 과정에서 발생하는 자재 등에 대한 재활용률을 높일 뿐만 아니라, 불가피한 폐기물을 활용한 부가가치를 창출하는 등 환경친화적인 경영을 확대하고 있습니다. 사업장에서는 에너지 사용량과 온실가스 배출 관리뿐만 아니라 사업장 내 미세먼지 및 유해물질 발생 등을 더욱 엄격하게 관리하며 임직원들의 건강을 최우선으로 고려하는 경영방침을 강화하고 있습니다.

Key Performance

폐기물 재활용량 (2017년 대비)



64% 상승

3년간 전력사용량 감소(TJ)



2017년 대비 2018년 -5.1%

2018년 대비 2019년 -9.6%

Contribution to UN SDGs





친환경 경영

친환경 추진 체계

한샘의 환경경영

한샘은 환경을 중요한 이해관계자의 하나로 인식하고 지속가능한 제품과 공간, 지구를 위한 친환경 연구개발을 이어오고 있습니다.

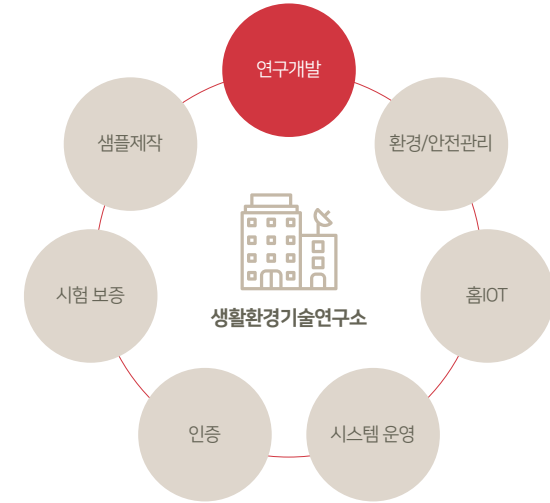
특히 환경분야는 경영진의 최우선 관심사로서 5년여간 연구개발 등 지속적인 투자와 노력을 기울여 왔습니다. 2019년에는 환경경영을 더욱 강화하고자 각종 유해물질 시험기기 등 장비를 대폭 보강하고 환경안전 전담기관인 생활환경기술연구소를 리뉴얼 오픈했습니다.

연구소에서는 제품에 사용되는 유해물질 관리기준 제시 등 실내공기질 관련 연구개발, 자재 및 포장재의 재활용률을 높일 수 있는 소재 개선 연구개발 등을 진행하고 있습니다.

한샘의 환경경영 방침

- 하나. 한샘은 환경을 경영전략의 핵심 요소로 인식한다.
- 하나. ISO 14001을 기반으로 한샘의 환경경영 체계를 구축한다.
- 하나. 환경경영에 대한 전 직원의 역량을 강화한다.
- 하나. 오염물질 배출을 최소화하여 기업의 사회적 책임을 다한다.
- 하나. 자원 에너지의 유한함을 인식하고 다음 세대를 위한 환경을 조성하기 위한 노력을 지속한다.
- 하나. 환경관련 법규를 철저히 준수하고 강화, 신설되는 환경규제에 사전 대응 한다.
- 하나. 지역의 환경개선과 환경보전 활동에 지역주민 등 이해관계자와 함께 적극 참여한다.
- 하나. 생산-유통-사용-폐기에 이르는 전과정에서 환경개선 활동을 지속적으로 추진한다.

한샘 생활환경기술연구소의 역할



최고운영책임자(COO)주관 환경안전점검협의체

한샘은 2015년 8월부터 전사의 환경안전품질 이슈를 논의하며 해결책을 마련하는 COO주관 환경안전점검협의체를 매주 개최하고 있습니다. COO와 생활환경기술연구소장, 각 사업부사장, 팀장급 이상이 참석하며 주요안건은 제품안전사고, 환경안전품질향상 과제, 시공현장 관리, 외부 리스크 등에 대한 원인분석 및 재발방지책 마련, 전사 시스템 구축 및 교육체계 구축 등입니다.

PL 사고 축소

한샘은 매주 경영진과 부서장이 직접 PL(Product Liability, 설계상 결함) 사고 발생 현황 및 예방안을 논의하고 있으며 그 결과 2019년에는 2015년 대비 1/20 수준으로 PL 사고 발생 건수를 축소할 수 있었습니다. 2020년에도 PL사고건의 ZERO화를 목표로 철저한 안전검증체계를 시행해가고 있습니다.



환경인증

ISO 14001 인증 (EMS 인증)

한샘은 '가정용 주방설비의 생산' 관련 2006년 국제환경경영 표준규격인 'ISO 14001' (환경경영체제인증)을 취득했고 2017년에는 새롭게 전환된 'ISO 14001 : 2015' 규격에 대한 인증을 취득하였습니다.

한국환경산업기술원 친환경마크 획득

한샘은 벽지와 창호에 대해 환경부 산하 한국환경산업기술원의 친환경마크를 획득했습니다. 여기에 한샘만의 공간을 더욱 건강하고 환경친화적으로 가꾸기 위해 리모델링에 들어가는 모든 자재에 대해 한샘만의 엄격한 유해물질 기준을 수립하고 있습니다.

환경교육

COO주관 전사 환경안전교육

한샘은 제품의 환경성/안전성/품질 중요성에 대한 인식 개선을 위해 전사의 MD, 구매, 규격(SPEC, 스펙), 영업, 시공, 물류 사업부를 대상으로 연 2회 COO주관 환경안전교육을 정기적으로 시행하고 있습니다.

또 생활환경기술연구소에서는 영업사원, MD 대상으로 월 1회 이상 환경안전 교육을 진행하며 신제품 개발 기준에 환경안전을 우선적으로 고려하고 있습니다.

환경안전교육 실시 현황

(단위: 시간, 명)

구분	2017	2018	2019	
COO 주관 교육	교육 시간	12	12	12
	교육 인원	40	40	50
생활환경기술 연구소	교육 시간	24	30	48
	교육 인원	100	160	200

환경영향 저감을 위한 노력

환경투자

한샘 제조본부는 공정개선 및 온실가스 저감과 에너지 절약, 작업환경 개선, 환경보전 등 환경개선에 지속적으로 투자를 강화, 확대하고 있습니다. 2017년부터 소각보일러 설비 보안을 위해 25억 원을 환경투자비용으로 투자했습니다. 이를 통해 자가 폐기물 소각 및 생산되는 스팀을 재활용해 2017년도에 6.1억 원, 2018년도에 9.1억 원, 2019년도에는 8.5억 원의 부가 수익을 창출했습니다.

탄소

한샘은 체계적인 에너지 사용량 관리를 위해 각 현장과 건물, 에너지원 별 에너지 사용량을 실시간 모니터링하며 관리하고 있습니다. 또한 에너지 사용 효율화와 사용량 저감을 위한 전사적인 인식제고를 위해 임직원을 대상으로 한 에너지 사용 저감 인식개선 프로그램을 진행하고 있습니다. 이같은 지속적인 에너지 절약 캠페인, 설비개선을 통해 온실가스 배출량을 2017년 대비 2019년 12.4% 감축했습니다.

대기오염물질

한샘은 2017년 2월 24일 경기도와 대규모 미세먼지 발생사업장 자발적 감축 협약을 체결했습니다. 이에 따라 굴뚝자동측정기기 실시간 공개, 미세먼지 발생 취약기간 배출량 최소화, 미세먼지 경보 발령 시 자발적 축소운영, 방지시설 개선 등의 개선 활동을 진행하고 있습니다. 이같은 개선 활동 결과 필수 이행항목인 먼지와 황산화물의 전년 대비 배출량은 2018년, 2019년도에 각각 0.44톤, 0.09톤씩 감축했습니다.

신재생·미활용 열에너지

한샘은 총무팀과 제조사업부를 주축으로 각 사업장에서 사용되는 에너지를 관리하고 있습니다. 특히 가장 전력 사용량이 많은 제조사업부의 경우 한국전력공사의 아이스마트(ismart)를 통해 전력 사용량과 효율성을 관리하고 있습니다. 또 지에스이앤알(GS E&R, 정부의 에너지이용합리화 정책에 따른 집단에너지 공급 사업자)를 통해 제조사업부에서 발생한 에너지를 열병합발전소를 거쳐 재활용하며 수익을 창출하고 있습니다. 특히 소각보일러 스팀을 재활용해 GS E&R에 판매하며 85%에 달하는 용수 감면 효과를 창출하고 있습니다. 아울러 전년 대비 에너지 사용량 10% 절



COO주관 전사 환경안전교육



감을 목표로 매년 에너지절감계획을 수립해 실천하고 있습니다.

사업장폐기물

한샘은 정부의 폐기물관리법에 따라 환경부 산하 환경관리공단에서 운영하는 '올바로시스템(Allbaro)'을 통해 폐기물을 관리 중입니다. 올바로 시스템은 폐기물의 배출에서부터 운반·최종처리까지의 전 과정을 인터넷을 통해 실시간으로 투명하게 관리하는 시스템으로 폐기물의 발생억제(폐기물 감량), 재활용(순환골재유통정보), 적정처리(적법처리, RFID시스템)를 통한 폐기물의 전 생애적 관리를 하나로 통합한 IT기반 폐기물 종합관리 시스템입니다. 재활용이 어려운 자투리 목재 등의 경우 소각돼 열병합발전을 통해 열 에너지로 재활용합니다. 이 밖에 철거 과정에서 발생한 폐기물은 분리해 재활용하고 있습니다.

폐수처리

한샘 제조본부에서는 2019년 10.49톤가량의 폐수가 발생했으며 모든 폐수는 환경에 영향을 주지 않도록 폐수전문처리업체를 통해 위탁처리되고 있습니다.



제조공정 유해물질 원인 점검

라돈 등 유해물질 검증서비스

최근 라돈, 새집증후군, 새가구증후군 등 새로운 유형의 이슈들이 나타나면서 고객들의 불안감과 궁금증이 커져가고 있습니다. 이에 따라 한샘 생활환경기술연구소는 2019년 15억 원을 투자해 유해물질, 방사선 등을 측정할 수 있는 정밀 시험장비를 확보하고 전문인력을 보강함으로써 우수한 시험능력을 보유하게 되었습니다. 이를 통해 한샘 생활환경기술연

구소 연구원이 직접 고객의 가정을 방문해 각종 환경 이슈에 대한 전문 기술적 대응 및 측정, 정밀분석 등을 진행하고 있습니다. 이렇게 공간과 제품에 대한 안전성을 확인 및 개선하며 고객이 마음놓고 쾌적한 공간에서 생활할 수 있도록 적극적인 서비스를 시행하고 있습니다.

에너지 사용 현황

구분	단위	2017	2018	2019
전력사용량 합계		90,527,767	85,854,693	77,589,950
제조사업부	3공장	36,533,542	36,277,645	34,555,959
	4공장	24,895,815	26,522,574	19,256,257
사옥	상암	23,617,346	20,630,841	20,946,885
	방배	5,481,064	2,423,633	2,830,849

온실가스 배출 현황

(산정 근거: 한전 아이스마트 자동 산출)

구분	단위	2017	2018	2019	
Scope 1	3공장	해당없음(화석연료 사용 X)			
	4공장	해당없음(화석연료 사용 X)			
Scope 2	3공장	CO ₂ (tCO ₂)	4,301.86	4,271.73	4,069.00
	4공장		2,931.51	3,123.06	2,267.44
	상암		2,780.96	2,429.30	2,466.51
	방배		645.40	285.38	333.33
계		7,954	8,178	6,968	

대기오염물질 배출 현황

구분	단위	2018	2019
NOx		17,727.48	19,272.69
SOx	kg	1,035.62	948.64
먼지		553.4	491.02

폐기물 배출량

구분	단위	2017	2018	2019
재활용		1,436	3,127	2,467
소각/매립	Ton	7,803	7,766	5,199
계		9,239	10,893	7,666

※ 2017년 대비 재활용 처리량 58% 상승

친환경 제품 연구 및 개발

친환경 제품

제품의 환경영향 최소화

한샘은 신제품 출시 전 모든 과정에 대해 환경, 안전, 내구성 등 기술적인 면과 품질, 서비스 등을 포괄하는 출시검증 프로세스를 거치고 있습니다. 이와 함께 리하우스 패키지 등 리모델링 제품과 시공 전 과정에 대해 실험실과 현장에서 환경영향평가를 진행하고 있습니다.

환경안전보증시스템

환경안전보증시스템은 한샘의 건자재와 도배, 마루, 창호, 가구 등 한샘 리하우스 패키지 시공 현장의 환경안전을 보증하기 위한 시스템입니다. 현재 국내법상 기준이 없는 리모델링 현장 실내공기질(유해물질) 관리를 위해 원자재부터 완제품, 실제 시공현장에 대한 한샘만의 엄격한 유해물질 기준을 수립하고 검증하며 쾌적한 실내공간을 제공하고 있습니다.

환경친화적 실내공기질을 위한 제품시험보증



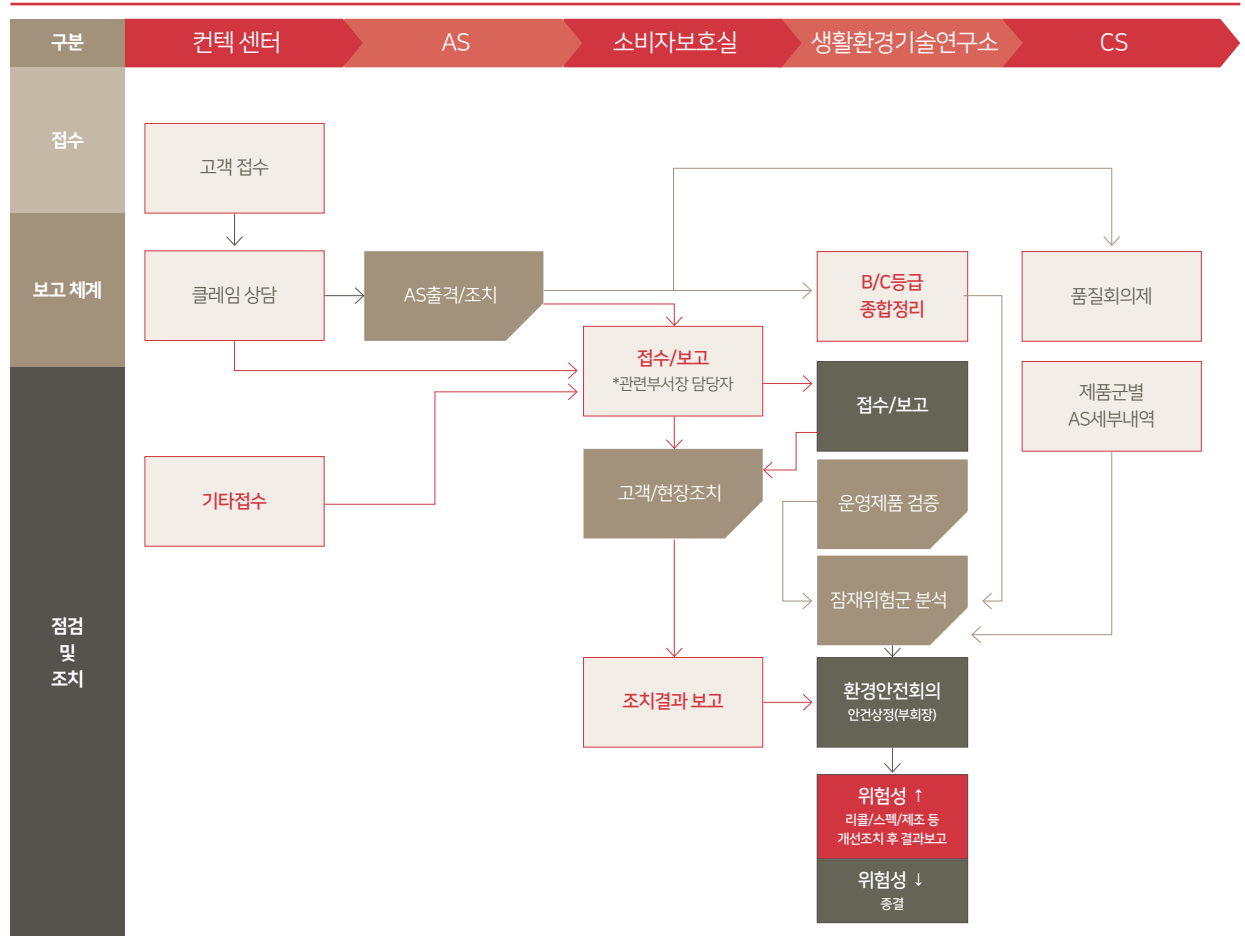
EO 등급이란? 가공목재에서 방출되는 유해물질은 포알데하이드의 방출량에 따라 E2, E1, EO등급 등으로 나뉘며 EO에 가까울수록 포알데하이드 방출량이 적음.

긴급보고(하라인) 및 조치

한샘은 환경 안전 및 품질문제로 인한 고객 불만사항이 발생할 경우 모든 접수채널을 통해 최초 접수 이후 12시간 이내에 COO까지 하라인으로 보

고되는 체계를 갖추고 있습니다. 이는 신속한 의사결정을 통해 소비자들 이 겪을 수 있는 피해를 최소화하기 위함입니다.

긴급보고 및 조치 프로세스



신제품 출시검증 프로세스

한샘은 내외부 전문위원회와 생활환경기술연구소 전문인력을 통해 제품의 유해성과 안전성, 내구성, 실용성 등 기술적 검증과 품질, 설치, 원가 경쟁력, 서비스 등을 고려하는 철저한 검증 과정을 거쳐 인증 번호를 부여하는 출시검증 시스템을 운영하고 있습니다.

신제품 개발 전 사전검증

한샘은 신제품 기획단계에서 제품관련 유해물질, 구조력, 내구성, 표시사항 등에 대해 한샘 자체 환경안전품질기준을 수립하고 적합하지 여부를 의무적으로 검증합니다. 이를 통해 신제품 검증 소요 시간 30% 단축, 샘플제작 후 수정사항과 협력업체와의 마찰을 최소화하고 있습니다.

출시 전 인증

한샘은 제품 검증 최종단계에서 환경안전품질 전문위원(환경안전, CS, 시공, 구매, 물류, SPEC 등)들이 사전 검증에 대한 조치 여부, 시험결과, 품질, 해외/국내사고사례 및 리콜이력을 조회하고 안전성을 검증합니다. 최종합격한 제품에 대해 '환경안전품질인증번호'를 부여하고 출시합니다.

신제품 출시검증 프로세스



출시 후 검증

한샘은 출시된 제품에 대해서도 월별 집중점검품목을 선정하고 환경/안전/품질수준 등을 검증합니다. 만약 문제 발생시 COO주관 환경안전점검 협의체를 통해 원인분석과 긴급조치 사항을 논의, 결정하고 재발방지 대책을 수립해 추진합니다.

친환경 인증

ISO 14001 인증

한샘은 '가정용 주방설비의 생산' 관련 2006년 국제환경경영 표준규격인 'ISO 14001' (환경경영체제인증)을 취득한 이후 지속적으로 갱신해오고 있습니다. 또한, 2017년에는 새롭게 전환된 'ISO 14001 : 2015' 규격에 대한 인증을 취득하고 현장의 환경심사를 실시하여 잠재적인 환경 리스크 및 전사 환경경영시스템(EMS) 운영 현황을 평가하고 있습니다. 이를 통해 환경 성과 개선과 환경사고 예방, 관련법 준수, 문제 발생시 해결 프로세스, 폐기물 및 에너지 소비 최소화 등 환경경영을 실천하고 있습니다.



ISO 14001 인증서

친환경 패키징

한샘은 제품과 서비스가 환경에 미치는 영향을 최소화하고 지속가능성을 최우선으로 고려하고자 제품 패키지 관리 계획을 수립하고 PVC 포장재 사용을 전면 금지했습니다. 이를 통해 신제품 개발시 제품 포장재에 재활용이 불가능한 포장재를 근절하고, 재활용 가능 등급 '우수' 이상의 소재를 포장재로 사용한다는 계획을 수립했습니다. 또한 2020년 7월까지 모든 포장재에 대한 등급평가와 표시의무화를 완료할 예정입니다.

제품 포장재 검증 프로세스

구분	상세 할일	담당자
신제품 개발 적용	1. 제품 출시 기준 개정 2. 신제품 개발 시 적용	환경안전보증팀 SPEC
기존 규격 조사	1. 기존 운영제품 포장재 규격 조사 1) PVC 포장재 사용 금지 2) 기타 포장재 재질 조사 (대상제품: 9종)	구매 / 협력사
기존 운영제품 사후조치	1. 포장재 재질 신고 [ERP 시스템] 2. 기존 운영 포장재 표시	환경안전보증팀 구매 / 협력사

한국환경산업기술원 친환경마크

한샘은 벽지 3종, 창호 8종에 대해 환경부 산하 한국환경산업기술원의 친환경 마크를 획득했습니다. 여기에 한샘만의 공간을 더욱 건강하고 환경친화적으로 가꾸기 위해 리모델링에 들어가는 모든 자재에 대해 한샘만의 엄격한 유해물질 기준을 수립하고 있습니다.



환경부 환경인증마크

Appendix

1	중대성평가
2	재무성과
3	ESG 데이터
4	GRI Contents Index
5	Global Initiative
6	제3자 검증의견서
7	가입협회 및 멤버십
8	한샘 주요 연혁
9	한샘 주요 수상내역



중대성평가

이해관계자 참여

한샘은 이해관계자들과의 소통을 통해 우리 기업이 지속적으로 관리해야 할 이슈들을 수렴하고자 합니다. 한샘은 ISO 26000에서 제시하는 이해관계자 분류에 따라 경영활동에 법적·재무적·운영상 책임 여부 및 영향도에 따라 주주/투자자, 임직원, 협력사, 고객, 지역사회를 주요 이해관계자 그룹으로 선정하였습니다. 각 이해관계자 의견 수렴을 위해 그룹별 소통채널을 운영하고 있으며, 수렴된 의견을 경영활동에 반영하고자 노력하고 있습니다.

주요 이해관계자 소통채널

구분 / 소통채널



한샘은 경영활동에 영향을 주고받는 개인과 조직 중에서, 역할 및 영향력, 책임 등에 따라 주주 및 투자자, 임직원, 고객, 협력사, 지역사회를 주요 이해관계자로 정의하고 있습니다. 2020 한샘 지속가능경영보고서는 중대성평가를 통해 2019년 한 해 동안 주요 이해관계자의 의사결정에 영향을 미친 핵심 이슈를 선별하여 보고 주제를 확정하여 보고하였습니다.

중대성평가 프로세스

한샘은 GRI Standards가 권고하는 3단계 프로세스(식별, 우선순위 선정, 유효성 검증) 및 4대 보고원칙(이해관계자 포괄성, 지속가능성 맥락, 중대성, 완전성)을 고려하여 평가를 실시하였습니다.

지속가능경영 리서치 및 관련이슈

글로벌 표준 및 이니셔티브 검토

GRI Standards, UNGC, SDGs 등 지속가능경영 표준 및 이니셔티브들에서 중요하게 고려되는 이슈를 파악하였습니다.

유사기업 벤치마킹

DJSI, KCGS ESG평가 우수기업, 국내외 선진기업 및 동종기업이 발간한 지속가능경영보고서를 중심으로 벤치마킹을 진행하였습니다.

미디어 리서치

2019년 1월 1일부터 12월 31일까지 보도된 한샘 관련 기사를 바탕으로 미디어 관점의 관련 이슈를 분석하였습니다.

내부 경영자료 분석

사업보고서, 신년사, 이사회안건 등 내부경영자료를 분석하여 기업 내부 이슈를 검토하였습니다.



경제

- 제품 수익성 확대 및 신시장 진출
- 사업 중대리스크 관리
- 윤리경영 및 반부패 강화
- 고객중심의 경영활동 (고객만족 및 고객 커뮤니케이션 채널 확대)
- 건전한 지배구조 구축



환경

- 친환경 제품 패키징(재생원료 이용)
- 제품생산 및 사업장 운영에서의 에너지 효율 증대
- 수자원 이용
- 제품의 환경영향
- 기후변화 대응강화
- 폐기물배출 및 관리
- 친환경 제품 연구 및 개발



사회

- 컴플라이언스 준수
- 공급망 리스크 관리
- 일자리 창출
- 임직원의 일과 삶의 균형
- 임직원 안전보건
- 인권 리스크
- 임직원 다양성 존중 및 비차별 확대
- 임직원 역량강화 및 성과평가
- 지역사회 경제 활성화 및 사회공헌 확대
- 제품 품질 강화(제품 안전성/제품 유해성)
- 고객 개인정보 관리
- 여성친화 기업문화 및 사회적 인식 확대
- 동반성장 및 상생협력 강화

핵심이슈 도출과정

중대성평가를 통해 내·외부 이해관계자의 사업적 관심도와 각 이슈에 대한 비즈니스 영향도를 종합 분석하여 이슈별 중요도를 파악하였습니다. 이와 더불어, 한샘의 경영활동과 이해관계자의 의사결정에 미치는 영향 수준을 고려하여 10개의 핵심이슈를 선정하였습니다.

Step 1 이슈 풀 구성

GRI, ISO 26000, 국내외 유사기업 벤치마킹, 미디어자료 분석 등을 통해 도출된 이슈들을 종합하여 총 25개의 이슈 풀(issue pool)을 도출하였습니다.

Step 2 중대성평가

도출된 25개 이슈를 대상으로 중대성평가를 실시하여 이해관계자 관심도 및 비즈니스 영향도가 높은 우선순위 이슈를 도출하였습니다.

비즈니스 영향도

동종산업 벤치마킹	국내·외 선진기업 및 동종산업의 지속가능경영 트렌드 분석	글로벌 표준 및 이니셔티브 검토	GRI, UNGC, SDGs, KCGS ESG, DJSI 등 글로벌 표준이 한샘에 미치는 중대한 영향 분석
------------------	---------------------------------	--------------------------	---

이해관계자 관심도

내부 경영자료 분석	지속가능경영 관련 내부 경영자료를 분석하여 기업의 지속가능경영 동향 파악	미디어 리서치	2019년 1월 1일부터 12월 31일까지 한샘의 지속가능성 관련 보도자료 분석
-------------------	--	----------------	--

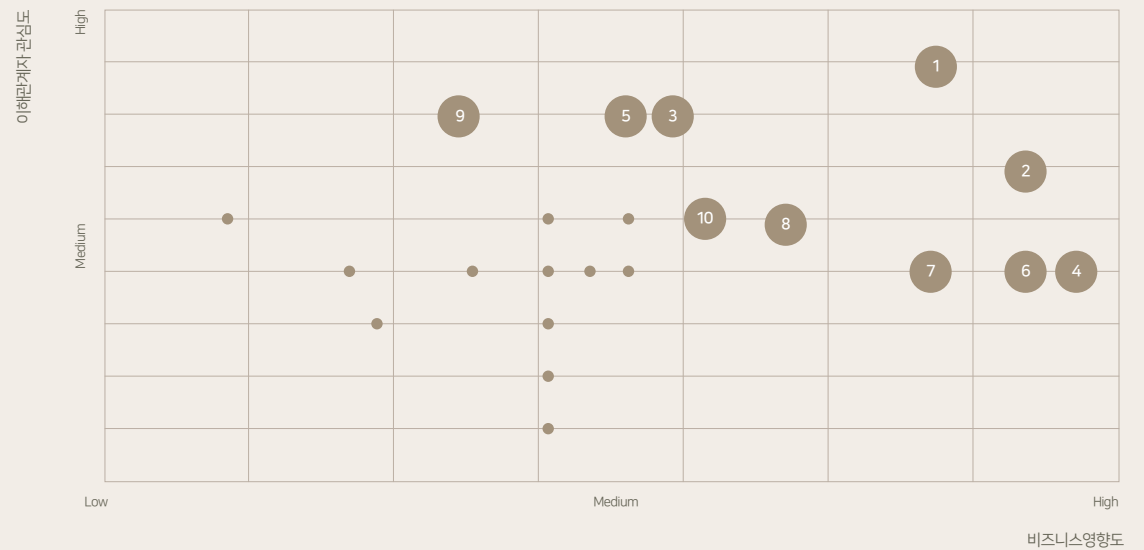
Step 3 핵심이슈 및 보고 주제 확정

이슈별 중요도와 내외부 이해관계자의 사업적인 관심도, 그리고 각 이슈에 대한 비즈니스 영향도 등을 종합적으로 확인하여 10개의 핵심이슈를 선정하였습니다.

중대성평가 결과

한샘의 지속가능경영과 관련된 관련 이슈(relevant issues) 25개를 대상으로 우선순위를 분석한 결과, 경제분야에서 3개, 사회분야에서 6개, 환경분야에서 1개의 중요 이슈(material issue)가 상위 이슈로 선정되었습니다. 선정된 10개 이슈를 중심으로 보고 내용을 구성하여 이해관계자들이 관심을 가지는 지속가능성 이슈에 초점을 맞추도록 보고서를 기획하여 한샘의 지속가능성 이행 노력을 충실히 공개하였습니다.

중대성평가 매트릭스



분야	이슈	GRI Standards Topic	보고 경계	페이지
사회	1. 지역사회 경제 활성화 및 사회공헌 확대	GRI 413 지역사회	외부	55, 56~57
경제	2. 제품 수익성 확대 및 신시장 진출	GRI 201 경제성과	내부/외부	26~27, 68~69
경제	3. 윤리경영 및 반부패 강화	GRI 205 반부패	내부	28~29
사회	4. 임직원 역량강화 및 성과평가	GRI 404 훈련 및 교육	내부	37~39, 74~75
사회	5. 인권 리스크	GRI 412 인권영향평가	내부/외부	44~45
경제	6. 고객중심의 경영활동 (고객만족 및 고객 커뮤니케이션 채널 확대)	-	외부	-
사회	7. 제품 품질 강화 (제품 안전성 / 제품 유해성)	GRI 416 고객 안전보건	외부	32~33
사회	8. 공급망 리스크 관리	GRI 414 공급업체 사회 영향 평가	외부	-
사회	9. 임직원 다양성 존중 및 비차별 확대	GRI 405 다양성과 기회 균등	내부	44~45, 74~75
환경	10. 제품생산 및 사업장 운영에서의 에너지 효율 증대	GRI 302 에너지	내부/외부	62



재무성과

연결재무상태표

(단위 : 원)

	제 47 기	제 46 기	제 45 기
	2019.12.31 현재	2018.12.31 현재	2017.12.31 현재
자산			
매각예정비유동자산			1,604,749,942
유동자산	478,670,833,491	439,783,524,495	412,446,117,791
비유동자산	723,967,143,112	500,366,367,333	561,655,195,213
자산 총계	1,202,637,976,603	940,149,891,828	975,706,062,946
부채			
유동부채	407,327,091,501	299,904,683,175	406,461,474,380
비유동부채	182,011,615,631	65,778,106,079	61,628,225,586
부채 총계	589,338,707,132	365,682,789,254	468,089,699,966
지분			
자본금	23,533,928,000	23,533,928,000	23,533,928,000
자본잉여금	38,228,731,689	38,097,439,100	38,097,439,100
기타자본구성요소	(162,823,827,057)	(155,115,636,295)	(155,775,221,350)
이익잉여금	694,459,028,639	667,865,099,172	601,660,904,373
지배기업 소유주지분	593,397,861,271	574,380,829,977	507,517,050,123
비지배지분	19,901,408,200	86,272,597	99,312,857
자본 총계	613,299,269,471	574,467,102,574	507,616,362,980
자본과 부채 총계	1,202,637,976,603	940,149,891,828	975,706,062,946

*연결재무제표에 포함된 주체 목록 : 사업보고서에 공개

연결 포괄손익계산서

(단위: 원)

	제 47 기	제 46 기	제 45 기
	2019.01.01 부터 2019.12.31 까지	2018.01.01 부터 2018.12.31 까지	2017.01.01 부터 2017.12.31 까지
매출액	1,698,372,284,996	1,928,463,279,284	2,062,514,511,785
매출원가	1,224,850,418,790	1,416,652,352,065	1,464,195,301,907
매출총이익	473,521,866,206	511,810,927,219	598,319,209,878
판매비와관리비	417,451,455,726	453,220,951,729	456,039,432,542
대손상각비	298,600,487	2,556,746,224	1,734,461,508
영업이익	55,771,809,993	56,033,229,266	140,545,315,828
지분법이익	1,936,243,582	2,648,267,220	3,420,158,852
기타수익	27,021,163,662	77,814,432,323	5,830,094,438
기타비용	10,997,994,960	13,435,042,628	12,320,325,139
이자수익	9,187,818,985	4,729,697,352	1,307,764,277
기타의대손상각비	207,106,959	640,838,311	296,456,820
금융수익	99,494,965	275,819,250	4,642,865,973
금융비용	8,352,851,039	2,722,947,292	4,896,878,570
법인세비용차감전순이익	74,458,578,229	124,702,617,180	138,232,538,839
법인세비용	31,743,696,334	34,745,580,006	42,294,995,577
당기순이익	42,714,881,895	89,957,037,174	95,937,543,262
기타포괄이익	5,035,479,570	(1,950,821,980)	(10,331,447,765)
후속적으로 당기손익으로 재분류되지 않는 항목			
순환정금여부채의 재측정요소	2,706,813,173	(2,612,688,382)	(1,037,223,938)
기타포괄손익-공정가치 평가손익	(118,670,955)	126,906,830	(3,632,548,768)
후속적으로 당기손익으로 재분류되는 항목			
해외사업환산손익	2,224,975,700	959,972,426	(6,096,943,926)
관계기업투자평가	222,361,652	(425,012,854)	435,268,867
총포괄손익	47,750,361,465	88,006,215,194	85,606,095,497
지배기업소유주지분	47,758,923,015	88,019,255,454	85,619,931,480
비지배지분	(8,561,550)	(13,040,260)	(13,835,983)
주당이익			
기본주당이익	2,423	5,103	5,413



ESG 데이터

경제 성과

경제적 가치 창출(연결재무제표 기준)

(단위: 억 원)

데이터	사업부문	2017	2018	2019
사업부 별 매출액 (국내 매출액 기준)*	전사 합계	20,625	19,284	16,983
	한샘 합계	19,738	18,478	16,055
	한샘 부엌	8,698	7,734	6,473
	한샘 인테리어	6,692	5,752	5,304
	한샘 기타	4,348	4,992	4,278
	연결 종속회사 합계	1,214	1,033	1,448
	미국	300	265	266
	중국	436	290	232
	기타법인	478	478	950
연결조정		327	228	519

*연결재무제표 기준

경제적 성과 배분

(단위: 억 원)

구분	2017	2018	2019
사회공헌 총액*	47.74	67.98	101.71
투자자에 대한 지출	15.16	23.07	68.97
주주에 대한 배당	211.55	211.55	211.55
세금	458.66	363.43	431.24
임직원 복지 및 임금	2,148.15	2,191.24	2,091.23
경제적 성과배분 총액	2881.26	2857.27	2904.70

*사회공헌 총액 : 사회공헌 비용, 기부금, 상생펀드 포함

연구개발 비용

구분	단위	2017	2018	2019
연구개발비용 총계	백만 원	28,095	28,563	29,079
연구개발비/매출액 비율	%	1.36%	1.48%	1.71%

ESG 데이터

환경 성과

환경 법규 준수

구분	단위	2017	2018	2019
환경 법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수 (비금전적 제재 건은 없음)	건	1	1	2
환경 법규 위반 벌금 총액	원	1,800,000	400,000	3,200,000

온실가스 / 에너지

온실가스 총 배출량	tCO2eq	7,954	8,178	6,968
온실가스 Scope 1	tCO2eq	7,954	8,178	6,968
에너지 총 사용량 (전력)	TJ	153,538	157,865	134,500

용수 사용량

상수도 사용량	TON	63,831	80,195	77,932
---------	-----	--------	--------	--------

대기오염 배출

* 2017년은 3공장만, 2018년도 이후부터 3,4공장 합산한 수치

NOx 배출량	kg	10,014.79	17,727.48	19,272.69
SOx 배출량	kg	229.9	1,035.62	948.64
먼지 배출량	kg	268.42	553.4	491.02
NOx 평균 배출농도	ppm	70.8	71.49	56.18
SOx 평균 배출농도	ppm	1.0	0.74	0.20
먼지 배출농도	mg/m ³	3.7	5.43	4.18

폐기물 배출

총 폐기물 발생량	TON	9,239	10,893	7,666
재활용 (일반+지정 폐기물)	TON	1,436	3,127	2,467
매립 + 소각	TON	7,803	7,766	5,199

환경보호 지출 및 투자 계획 및 총액

환경보호 투자 (제조사업부) <우측 표-1>	백만 원	2,475	-	-
환경보호 비용 (제조사업부 + 연구소) <우측 표-1>	백만 원	557	464	1,139
환경 교육시간 (제조사업부 + 연구소) <우측 표-2>	시간	12	32	58
녹색인증 획득 현황 (인테리어+기타) <우측 표-2>	개	-	-	20

* 각주 : 2017년 대기오염물질 배출 현황은 3공장만 집계

<표-1>

1. 환경성보장제도(생산자)	11,773,204원
2. 환경성보장제도(판매자)	5,797,698원
3. 폐기물 부담금	463,681,860원
4. 폐기물 처분 부담금	86,563,520원
5. 생산자 책임 재활용 제도(포장재)	85,172,005원

<표-2>

- COO주관 전사 환경안전교육 2시간
- 생활환경기술연구소 주관 환경안전교육 매월 2시간
- 인테리어
[환경표지인증] 매트리스 9종 : 유해물질 감소 및 생활환경오염 감소
- 기타
[환경표지인증] 창호 8종 : 에너지 절약 및 유해물질 감소
[환경표지인증] 벽지 3종 : 유해물질 감소 및 생활환경오염 감소



ESG 데이터

사회 성과

임직원 현황

(단위:명, %)

구분		2017	2018	2019
전체 임직원 수 (국내, 해외 임직원 포함)		3,049	2,902	2,532
성별	남성	2,046 (68.2)	1,949 (68.1)	1,672 (66.7)
	여성	956 (31.8)	914 (31.9)	836 (33.3)
고용 형태 (국내)	정규직	2,790 (91.5)	2,822 (97.2)	2,469 (97.5)
	비정규직	212 (6.9)	41 (1.4)	39 (1.5)
직급 (국내)	임원	39 (1.2)	36 (1.2)	36 (1.4)
	과장 이상	352 (11.5)	398 (13.7)	441 (17.4)
	대리 이하	2,611 (85.6)	2,429 (83.7)	2,031 (80.2)
해외 임직원	총합	47 (1.5)	39 (1.3)	24 (0.9)
	미국	9 (0.2)	10 (0.3)	10 (0.3)
	중국	36 (1.1)	27 (0.9)	12 (0.4)
	기타	2 (0.06)	2 (0.06)	2 (0.07)
연령	20대 이하	1,347 (44.9)	1,080 (37.7)	717 (28.6)
	30대	1,146 (38.2)	1,251 (43.7)	1,260 (50.2)
	40대	390 (13.0)	387 (13.5)	389 (15.5)
	50대 이상	119 (4.0)	145 (5.1)	142 (5.7)
신규 채용 (성별 대비)	남	683 (33.3)	342 (17.5)	183 (10.9)
	여	349 (36.5)	115 (12.5)	103 (12.3)
	장애인	54 (1.7)	47 (1.6)	44 (1.7)
퇴사자 (성별 대비)	남	521 (25.4)	455 (23.3)	458 (27.3)
	여	251 (26.2)	163 (17.8)	177 (21.1)
	전체 퇴직률	25.7	21.5	25.3

※ 해외 임직원 현황을 제외한 모든 비율은 국내 임직원 수를 기준으로 산정

2019년도 임직원 교육 현황

구분	단위	2017	2018	2019
총교육비	천 원	3,128,497	3,076,402	5,025,000
1인당 교육비	원/인	1,026,073	1,060,097	1,984,597
1인당 교육시간	시간/인	23	19	14
총 교육 참여 임직원수	명	2,490	2,772	2,660
총 교육시간	시간	57,835	52,838	29,910
교육 대상자 수 (정규직 사무직 인력)	명	2,490	2,772	2,200

※ 교육 대상은 해외 거주 임직원 제외



ESG 데이터

사회 성과

지역사회 투자 및 사회공헌

데이터	구분	단위	2017	2018	2019
사회공헌 투자 비율*		%	0.23	0.35	0.59
	매출 총액	억 원	20,625	19,284	16,984
	사회공헌 총액	억 원	47.74	67.98	101.71
사회공헌 참여시간(전사)		시간	694	1,651	-
사회공헌 참여인원(전사)		명	347	504	-

* 자선적 기부(Charitable Donation), 지역사회 투자(Community Investment), 상업적 이니셔티브(공익마케팅 등)(Commercial Initiatives) 별도 구분 없음

* 2019년 임직원 사회공헌 참여 시간 및 인원 별도 관리 데이터 없음

※ 사회공헌 총액: 사회공헌 비용, 기부금, 상생펀드 포함

출산·육아휴직 현황

구분		단위	2017	2018	2019		
출산휴가 및 육아휴직	출산휴가	출산휴가 사용자	명	24	28	31	
		총	명	34	37	49	
		육아휴직 사용자	남성	명	1	6	15
			여성	명	33	31	34
		총	명	26	34	45	
		육아휴직 사용 후 업무 복귀자	남성	명	1	3	14
			여성	명	25	31	31
		육아휴직	총	%	76.5	91.9	91.8
		육아휴직 사용 후 업무 복귀 비율	남성	%	100.0	50	93.3
			여성	%	75.8	100	91.2
		육아휴가 사용 후 12개월 이상 근무자 현황	12개월 이상 근무자	명	23	32	18
			복귀 후 12개월 이상 근무자 비율	%	88	94	40
			복귀 후 12개월 이상 근무자 비율 -남성	%	100	67	29
			복귀 후 12개월 이상 근무자 비율 -여성	%	88	97	45

사회 성과

단체교섭 및 연금지원 현황

구분			단위	2017	2018	2019
단체교섭 적용대상 직원비율	적용 대상 직원수	노조 가입 적용 대상 인원 수	명	233	246	222
	가입 직원수	노조 총 가입인원 수	명	18	23	5
	단체 가입율	총 가입인원 수 / 가입 적용 대상 수	%	7.7	9.3	2.3
	노조와의 협상	조직변화에 대한 노동조합과의 협의 및 협상건수	건	16	0	0
연금지원	연금지급 범위	가입인원(DB)	명	3,018	2,585	2,501

산업재해 현황

구분			단위	2017	2018	2019
산업 재해	상시 근로자		명	3,049	2,902	2,532
	재해자수		명	12	20	10
	재해 건 수		건	12	20	10
	산업재해보험 가입 근로자 수		명	3,049	2,902	2,532
	임직원 부상 건 수		건	12	20	10
	소정근로일수		일	741,879	712,215	625,898
	총 근로시간		시간	5,935,032	5,697,720	5,007,184
근로 손실 재해율 (LTIFR)	임직원 LTIFR		건	2	3	2
	전체 노동시간 (A)		시간	5,935,032	5,697,720	5,007,184
	근로 손실 발생 건수		건	12	20	10
안전 교육	안전교육 시간		시간	6,222	72,839	46,911



GRI Contents Index

GRI Standards

General Disclosures		page
	102-1 조직명	2
	102-2 활동 및 주력 브랜드, 제품 및 서비스	7~12
	102-3 본사 위치	2
	102-4 조직이 사업을 운영하는 국가의 수와 국가명	5~6
	102-5 조직 소유 및 법적 형태	15
	102-6 제품과 서비스가 제공되는 지리적 위치, 관련 산업, 고객과 수혜자 유형	5~6
조직 프로필	102-7 조직 규모	5~6, 7~12
	102-8 임직원 및 근로자에 대한 정보	5, 37
	102-9 조직 공급망	25~26
	102-10 조직 및 공급망의 중요한 변화	변화없음
	102-11 사전예방 접근법이나 원칙	16
	102-12 외부 이니셔티브	41
	102-13 가입협회	41
전략	102-14 의사결정권자 성명서	4
윤리성과 청렴성	102-16 가치, 원칙, 표준, 행동규범	25
거버넌스	102-18 거버넌스 구조	15
	102-40 조직과 관련 있는 이해관계자 집단들의 목록	34
	102-41 전체 임직원 중 단체협약이 적용되는 임직원의 비율	22
이해관계자 참여	102-42 조직이 관여할 이해관계자 파악 및 선정 기준	34
	102-43 이해관계자 참여 방식	34
	102-44 이해관계자 참여과정에서 제기된 핵심 토픽 및 관심사 및 조직의 대응	34
	102-45 조직의 연결재무제표에 포함된 주제 목록	15, 35
	102-46 보고서 내용과 토픽의 경계 결정 과정	34
	102-47 보고서 내용 결정 과정에서 파악된 모든 중요토픽의 목록	34
	102-48 이전 보고서에서 제공한 정보에 대한 수정이 미치는 영향과 수정보고 이유	해당없음
	102-49 이전 보고기간 이후에 발생한 중요토픽의 목록 및 경계의 의미있는 변화	해당없음
파악된 중대측면과 경계 및 보고서 프로필	102-50 제공한 정보의 보고기간	2
	102-51 가장 최근 보고서 보고일자	2
	102-52 보고 주기(매년, 격년 등)	2
	102-53 보고서 또는 그 내용에 대한 문의 시 연락처	2
	102-54 GRI Standards 부합 방법	2
	102-55 적용한 GRI Standards와 disclosure 목록을 표기한 GRI 인덱스	34
	102-56 보고서의 외부 검증에 대한 조직의 정책과 검증 보고서	38

Topic-specific Standards		page
경제		page
경제성과	201-1 직접적인 경제가치 발생과 분배	26~27, 68~69
	103 Management Approach	25
반부패	205-2 반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 관련 교육 현황	28~29
환경		
에너지	302-1 조직 내 에너지소비	62
	103 Management Approach	59
용수	305-2 에너지 간접 온실가스(GHG) 배출(Scope 2)	62
	305-7 NOx, SOx 및 기타 중요한 대기 배출물	62
	103 Management Approach	59
폐수 및 폐기물	306-1 수질 및 도처지별 총 방류량	62
	306-2 유형 및 처리방법별 총 폐기물 중량	62
사회		
	401-1 신규 채용 임직원과 이직 임직원	38~39
고용	401-2 임시직 또는 시간제 근로자에게는 제공되지 않고 상근직 근로자에게 제공하는 복리후생	40~41
	401-3 육아휴직	74~75
	103 Management Approach	37
훈련 및 교육	404-1 근로자 1인당 한 해에 받는 평균 훈련시간	37, 74~75
	404-2 임직원 직무교육 및 전직 지원 프로그램	38~39, 74~75
	103 Management Approach	37
다양성과 기회 균등	405-1 범주별 거버넌스 기구 및 근로자의 구성 현황	44~45, 74~75
	103 Management Approach	37
인권 관리 평가	412-2 인권 정책 및 절차에 관한 임직원 훈련	44~45
	103 Management Approach	53
지역사회	413-1 지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발 프로그램을 수행하는 사업장의 비율	55, 56~57
공급업체	103 Management Approach	47
사회적 평가	414-1 사회 영향 평가기준을 이용하여 심사를 거친 신규 공급업체	해당없음
	103 Management Approach	31
고객 안전보건	416-2 제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 법률규정 및 자율규정 위반한 사건 수(처분 결과)	32~33

Global Initiative

UN SDGs

한샘의 지속가능경영은 경제, 사회, 환경적 이슈 해결과 지속가능한 발전을 실현하기 위해 유엔의 지속가능발전목표 (UN SDGs, UN Sustainable Development Goals) 이행에 동참하고 있습니다.

지속가능발전이라는 개념은 1987년 'UN 환경과 개발에 관한 세계위원회'에서 발간한 '우리 공통의 미래'라는 보고서를 통해 처음 알려졌습니다. 한정된 자원과 환경파괴를 고려하지 않는다면 인류는 지속가능할 수 없다는 자각은 단순한 환경적 범주를 넘어서 사회적, 경제적 문제들을 포괄하는 지속가능한 목표라는 공통의 과제들을 낳았습니다.

한샘은 이를 기반으로 한 UN SDGs 목표에 부합하는 지속가능한 경영 활동들을 진행하고 있으며 향후 더욱 더 적극적인 국제 이니셔티브 동참을 통해 글로벌 지속가능기업으로 도약하고자 합니다.

이를 통해 고객, 협력회사, 임직원, 주주 등 한샘의 이해관계자들과 함께 전 지구적 환경보존, 사회발전, 경제성장을 기본 축으로 사람, 번영, 지구환경, 평화, 파트너십을 바탕으로 하는 지속가능경영을 이어가겠습니다.

한샘의 지속가능발전목표 동참 분야



Goal 4. 포용적이고 공평한 양질의 교육 보장 및 평생교육 기회 증진

Goal 5. 모든 부문에서 여성의 동등한 참여 보장 등 성평등 달성

Goal 8. 지속적, 포용적, 지속 가능한 일자리와 경제성장

Goal 9. 복원력 높은 사회기반시설 구축과 지속가능한 사업화, 혁신을 위한 연구개발 강화

Goal 10. 국가내, 국가간 불평등 감소

Goal 11. 지속 가능한 도시와 공동체 구축

Goal 12. 지속 가능한 소비 및 생산 양식 보장

Goal 13. 기후변화 대응 목표

Goal 15. 지속가능한 육상 생태계 보호·복원·증진 및 생물다양성 보존

제 3자 검증의견서

한샘 경영진 및 이해관계자 귀중

■ 서문

한국표준협회(이하 '검증인')는 한샘으로부터 '2020 한샘 지속가능경영보고서'(이하 '보고서')에 대한 독립적인 검증을 요청 받았습니다. 검증인은 한샘이 작성한 보고서에 포함된 데이터의 타당성을 검토하여 독립적인 검증 의견을 제시하였으며, 본 보고서에 포함된 모든 주장과 성과에 대한 책임은 한샘에 있습니다.

■ 독립성

검증인은 독립된 검증기관으로서 보고서에 대한 제3자 검증을 제공하는 업무 이외에 한샘 사업 활동 전반에 걸쳐 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않으며 독립성을 저해할 수 있거나 영리를 목적으로 하는 연관관계를 갖고 있지 않습니다.

■ 검증표준 및 수준

검증인은 AA1000 Assurance Standard with 2018 Addendum의 검증 기준에 따라 포괄성, 중요성, 대응성 및 임팩트 원칙의 준수여부 및 보고서에 포함된 정보의 신뢰도를 '일반 수준(moderate)'으로 검증하였으며, GRI Standards에 의거하여 검증을 수행하였습니다.

■ 검증유형 및 범위

검증인은 AA1000 검증표준(AA1000AS)에 따라 유형2(Type 2)에 해당하는 검증을 수행하였으며, 이는 한샘의 주장과 보고서에 담긴 성과정보의 정확성을 평가하였음을 의미합니다. 검증범위는 2019년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지를 기준으로 하였으며, 보고 기간 동안 한샘의 지속가능경영 정책과 목표, 사업, 기준, 성과 등 시스템과 활동을 중점으로 검증을 수행하였습니다. 또한 환경, 사회 데이터와 광의의 경제적 성과에 대한 재무 데이터를 검증하였으며, 이해관계자 참여에 관한 검증은 중요성 평가 프로세스에 대한 검토로 제한되었습니다.

■ 검증방법

검증인은 다음과 같은 방법을 사용하여 검증범위와 관련한 정보, 자료 및 증거를 수집하였습니다.

- 한샘의 지속가능경영과 관련하여 보도된 미디어 조사 및 분석
- 한샘 본사 방문과 지속가능경영 담당자와의 인터뷰
- 지속가능경영 성과 개선과 보고서 작성에 사용된 관리시스템 및 프로세스의 검토
- 재무 실적 데이터와 재무제표에 대한 감사보고서 및 공시자료의 일치 여부 검토
- 내부문서 및 기초자료 검토

■ 검증결과 및 의견 [검증 원칙 / 프로세스 차원]

검증인은 보고서 초안에 수록된 내용을 검토하고 의견을 제시하였으며 이에 따라 보고서의 수정이 이루어졌습니다. 또한 본 보고서에 수록된 내용 중 중대한 오류나 부적절하게 기술된 점을 발견할 수 없었습니다. 검증인은 '2020 한샘 지속가능경영보고서'에 대하여 다음과 같은 의견을 제시합니다.

포괄성

- 한샘은 지속가능성에 대해 전적으로 대응하는 과정에서 이해관계자를 포함시켰는가?

검증인은 한샘이 지속가능경영을 추진함에 있어 이해관계자 참여를 중요하게 인식하고 참여 프로세스를 수립하기 위해 노력하고 있음을 확인하였습니다. 한샘이 고객, 주주 및 투자자, 임직원, 지역사회, 협력사 등을 이해관계자 그룹으로 선정하고 그룹별 커뮤니케이션 채널을 보유하고 있으며, 이를 통해 다양한 의견을 수렴하고 있음을 확인하였습니다.

중요성

- 이해관계자의 현명한 판단을 위한 중요 정보를 보고서에 포함시켰는가?

검증인은 한샘이 이해관계자에게 중요한 정보를 누락하거나 제외하지 않았다고 판단합니다. 한샘이 내·외부 환경분석에서 도출된 주요 이슈로 중요성 평가를 실시하고 그 결과에 따라 보고하였음을 확인하였습니다.

대응성

- 한샘은 이해관계자의 요구와 관심에 적절히 대응하였는가?

검증인은 한샘이 이해관계자들로부터 수렴된 의견을 보고서에 반영하여 이해관계자의 요구 및 관심사 대응을 위해 노력하고 있음을 확인하였습니다. 중요한 이해관계자 이슈에 대한 한샘의 대응활동이 부적절하게 보고되었다는 증거를 발견하지 못했습니다.

임팩트

- 한샘은 이해관계자에게 미치는 영향을 적절히 모니터링 하였는가?

검증인은 한샘이 업데이트된 검증표준 비즈니스 활동으로 인해 이해관계자들에게 미치는 영향을 모니터링하고 파악하고 있음을 확인하였습니다. 또한 이를 보고서에 적절하게 반영하고 있음을 확인하였습니다.

■ GRI Standards 적용수준 검토

검증인은 본 보고서가 GRI Standards의 Core Option에 의거하여(In accordance with) 작성되었음을 확인하였으며, 한샘이 제공한 자료에 기반하여 다음의 공통 표준(Universal Standards) 및 특정주제 표준(Topic-specific Standards) 공개항목에 관련된 내용이 제시된 자료에 기반하여 사실임을 확인하였습니다.

공통 표준(Universal Standards)

검증인은 보고서가 Core Option의 공통표준 요구사항을 준수하고 있음을 확인하였으며, 아래의 공개항목을 검토하였습니다.

102-1 to 102-13(조직 프로파일), 102-14(전략), 102-16 to 102-17(윤리와 청렴성), 102-18(지배구조), 102-40 to 102-44(이해관계자 참여), 102-45 to 102-56(보고관행), 103(경영접근방식)

특정주제 표준(Topic-specific Standards)

검증인은 보고항목 결정 프로세스를 통해 도출된 중요 주제(Material Topic)에 대한 세부공개항목을 확인하였으며, 아래의 공개항목을 검토하였습니다.

201-1, 205-2, 305-2, 306-1, 404-1, 401-2, 401-3, 404-1, 404-2, 405-1, 412-2, 413-1, 414-1, 416-2

■ 분야별 의견 및 개선 권고사항 [실행 성과 / 이슈 차원]

검증인은 한샘이 전체 조직 차원의 지속가능경영 전략 수립 및 지속적인 이슈에 대응할 수 있도록 다음의 사항에 대한 검토를 권고 드립니다.

경제분야

창립 50주년을 맞이하는 한샘은 인테리어 가구 부문에서 1위에 오르는 등 리모델링과 부엌, 가구를 아우르는 홈인테리어 기업으로 성장해 왔으며, 세계 500대 기업으로 성장하는 것을 중장기 목표로 한국을 넘어 세계의 변화를 주도하는 기업으로 성장하기 위해 노력하고 있습니다. 2020년은 코로나 19로 인해 전 국가적 위기 상황에 당면해 있습니다. 향후 포스트 코로나 시대를 대비하기 위한 통합 리스크 관리 시스템 구축을 통해 재무적 및 비재무적 위험을 지속적으로 관리해 나가고, 이를 통해 글로벌 경영환경 변화에 선제적으로 대응해 나갈 것을 권고 드립니다.

환경분야

한샘은 기업 경영활동에 따른 경제, 환경, 사회에 미치는 영향을 인식하고, 글로벌 환경 추세에 따라 지속가능보고서를 발간하여 이해관계자들과 소통하고 있습니다. 사회적 책임의 일환으로 환경 성과를 취합하여 공개하는 것이 긍정적이며, 이러한 노력은 환경오염 저감에도 기여할 것으로 보입니다. 한샘은 자체적으로 에너지, 온실가스, 폐기물 등 주요 환경 지표에 대한 모니터링을 실시하고 있습니다. 향후, 환경 경영과 관련한 방침, 구체적인 목표 설정 및 성과 관리, 정량지표에 대한 표준산정지침 제정 및 데이터 기록, 보관을 포함하여 관리 시스템을 강화해 나가시길 권고 드립니다.

사회분야

한샘은 사회 구성원으로서 기업의 사회적 책임을 다하고 이해관계자들과 소통하기 위해 첫 번째 지속가능경영 보고서를 발간하였습니다. 조직의 다양한 정책과 활동을 경제·환경·사회의 지속가능성 관점에서 제시하고 있으며, 지속가능경영을 위한 중대 이슈를 중심으로 GRI 스탠다드에 충실하게 보고하고자 노력하였음을 확인하였습니다. 향후에는 이해관계자 참여에 기반한 중대성평가를 실시하고, 중대 이슈에 대한 구체적인 향후 계획 및 목표를 함께 보고하는 것이 필요합니다. 아울러 지속가능경영 분야별 전략, 활동 및 성과가 보다 체계적이고 균형 있는 보고로 이어질 수 있도록 보고시스템을 갖추고, 매년 지속가능경영보고서를 통해 분야별 성과를 이해관계자에게 공개하기를 권고 드립니다.

2020년 7월

한국표준협회 회장 이상진

이 상진



한국표준협회는 1962년 한국 산업표준화법에 의해 설립된 특별법인으로서 산업표준화, 품질경영, 지속가능경영, KS-ISO인증 등을 기업에 보급·확산하고 있는 지식서비스 기관입니다. 특히, ISO 26000 국내간사기관, GRI 지정교육기관, AA1000 검증기관, 대한민국지속가능성지수(KSI) 운영기관, UN CDM운영기구, 온실가스에너지 목표관리제 검증기관으로서 우리 사회의 지속가능발전에 이바지하고 있습니다.



가입협회 및 멤버십

한샘 가입 협회 현황

(2019년 12월31일 기준)

한국제품안전협회

한국가구산업협회 (2020년 4월, 한샘 이영식 부회장 협회장 취임)

한국스마트홈산업협회 주관 스마트인테리어 포럼

대한상공회의소 (서울상공회의소)

안산상공회의소

한국중견기업연합회

한샘 주요연혁

2015 - 2019

2020	한샘 디자인파크 기흥점 개장
2019	강승수 대표이사 취임 생활환경기술연구소 리뉴얼 오픈
2018	한샘 디자인파크 용산아이파크몰점 개장 2018 평창동계올림픽·동계패럴림픽 가구부문 공식후원
2017	상암 신사옥 입주 한샘 디자인파크 고양스타필드점 개장 한샘 중국 1호 매장 상해 플래그십 스토어 오픈
2016	한샘 디자인파크 하남 스타필드점 개장 한샘 디자인파크 상봉점 개장 한샘 디자인파크 수원광교점 개장 / 통합 한샘몰 오픈
2015	한샘 디자인파크 대구범어점 개장 신문명디자인공모전 <창신> 개최

2000 - 2014

2014	2014 인천아시아경기대회 공식후원 (2014 인천장애인 아시아 경기대회) 한샘서비스센터 사이트 오픈 / 한샘 디자인파크 목동점 개장 연매출 (2013년) 1조원 달성
2013	2013년 매출 1조원 달성 (K-IFRS 기준) / 한샘멤버십 론칭 / 오이도 물류센터 오픈 한샘 모바일 웹 오픈
2012	한샘 어린이집 개원
2011	한샘 디자인파크 부산센텀점 개장 / 한샘 키친바흐 전시장 첫 개장 (대구 수성/달서)
2009	연 매출 5,000억 원 돌파 / 한샘 디자인파크 잠실점 개장 / 온라인 전용 브랜드 '샘' 출시
2008	인테리어 전문 버티컬 포털 '한샘닷컴' 오픈
2007	한샘ik (interior kitchen) 론칭
2006	명품부엌가구 브랜드 '키친바흐 (KITCHENBACH)' 론칭
2004	원서동 DBEW 디자인센터 개관 / 중국 북경 공장 완공
2003	일본 도쿄, 오사카 쇼룸 개장 / 미국 보스톤 매장 개장
2002	한국증권거래소 상장
2001	한샘 디자인파크 분당점 개장
2000	ERP 도입, 논현 디자인파크 개장

1970 - 1999

1999	한샘 기업사이트 오픈
1997	인테리어 사업 시작 / 한샘 디자인파크 방배점 개장
1996	중국 현지법인 설립
1994	최양하 대표이사 취임
1992	제3공장 완공 / 한샘 新 CI 공고
1991	일본 현지법인 설립 / 방배사옥 입주
1990	한샘 디자인연구소 설립
1986	미국 현지법인 설립
1983	제 21회 수출의 날 1,000만불 돌파 / 매출 100억 원 돌파
1980	부엌가구 '유로(EURO)' 출시
1979	100만불 수출 돌파
1977	국내 최초 부엌가구 수출
1970	한샘 설립



한샘 주요 수상내역

2019 한국소비자 평가 최고의
브랜드 대상

동아일보
2회 연속

2019
K-PB(한국산업의브랜드파워)
주방주거용가구부문 21년연속
/ 주거용가구부문 10년 연속 1위

한국능률협회컨설팅(KMAC)
21년 연속

2019 국가브랜드경쟁력
지수(NBCI) 가정용가구부문
13년연속 1위

한국생산성본부(KPC)
13년 연속

2019 대한민국 브랜드 명예의
전당 (키친바흐 선정)

산업정책연구원
2회 연속

2019 대한민국
명품브랜드대상_키친바흐

한국경제신문

2019 대한민국마케팅대상
최고경영자상 & SNS우수기업
수상

한국 마케팅협회

2019 글로벌 스탠다드 경영대상
사회공헌대상

한국경영인증원
5년 연속

2019 2회
뉴라이프스타일어워즈
고객가치부문

조선일보

2019 대한민국 광고대상
크리에이티브 마케팅상

조선일보

2019 그린하우징 어워즈
환경부장관상 / 리하우스

한국일보
2년 연속

2019 대한민국소비자대상
올해의최고인물 / 최양하 前회장

한한민국소비자대상위원회,
컨슈머포스트



본 보고서와 관련한 더 자세한 내용은 아래로 문의하시기 바랍니다.

13929 서울특별시 마포구 성암로 179 (한샘 상암사옥) **한샘 대외협력팀**
Tel 82-2-6470-4675 E-mail sustainability@hanssem.com

발간일 2020년 7월 | 발간 한샘

한샘은 이해관계자들과 소통하기 위해 블로그와 SNS 등 고객 커뮤니케이션을 위해 노력하고 있습니다.

홈페이지 <http://company.hanssem.com>

한샘닷컴 <http://www.hanssem.com>

블로그 <http://blog.naver.com/hanssem70>

유튜브 <http://www.youtube.com/channel/UCrR7HDuGCoUzz293UI7c8UA>

페이스북 <http://www.facebook.com/hanssemkorea>

인스타그램 http://www.instagram.com/hanssem_official