2021 HANSSEM
SUSTAINABILITY REPORT

2021 HANSSEM
SUSTAINABILITY REPORT

2021 한샘 지속가능경영보고서

TABLE OF CONTENTS

1 INTRODUCTION

- CEO Message
- 2020 Highlights
- HANSSEM at a Glance
- Business Portfolio

2 MATERIAL FOCUS ISSUES

Topic 1. 비즈니스 가치창출
Topic 2. 사회적 가치창출
Topic 3. 환경 가치창출

3 SUSTAINABILITY OVERVIEW

- 지속가능경영 전략
- 리스크 관리
- 전문가 소통
- 이해관계자 참여
- 중요성 평가

4 ESG PERFORMANCE

01 ENVIRONMENTAL

환경경영

- 환경경영 추진체계
- 환경영향 최소화
- 환경친화 연구개발

02 SOCIAL

고객감동 경영

- 고객만족 제고
- 제품품질 강화

인재경영

- 인권 및 다양성
- 인재 개발
- 안전 및 보건
- 일과 삶의 균형

상생경영

- 협력사 동반성장
- 지속가능한 공급망

지역사회 참여

- 전략적 사회공헌
- 지역사회 참여활동

03 GOVERNANCE

지배구조
윤리경영(컴플라이언스)
정보보안

5 APPENDIX

- 재무성과
- ESG DATA
- ISO 26000 진단결과 보고서
- 제3자 검증의견서
- GRI Content & ISO 26000 Index
- 글로벌 이니셔티브
- 단체가입 현황 및 국내외 사업장
- About this Report

1 INTRODUCTION



CEO Message

2020 Highlights

HANSSEM at a Glance

Business Portfolio

CEO MESSAGE

존경하는 주주, 고객, 협력사, 임직원, 지역사회 등 한샘에 따뜻한 조언과 관심을 보내주시는 이해관계자 여러분,

지난해부터 이어진 코로나19(COVID-19) 팬데믹은 경제, 사회, 환경을 비롯해 모든 분야에서 전례 없는 위기와 변화를 가져왔고 빠른 속도로 우리의 일상을 바꿔놓았습니다.

같은 일이 재발하지 않아야 한다는 성찰과 반성은 지속가능하고 더 나은 미래를 만들고자 하는 적극적인 움직임이 되어 국경과 공동체를 넘어 급속히 확산하고 있습니다.

지속가능경영은 기후변화의 속도를 늦추고 코로나19와 같은 위기를 예방할 수 있는 패러다임이라는 공감대가 형성되면서 글로벌 공동체가 택한 공통의 해법입니다. 이미 국내에서도 지속 가능한 성장 노력은 필수가 되었습니다.

한샘은 지속가능경영의 중요성을 인지하고 지난 2019년부터 본격적으로 경영전략에 반영하고 있습니다. 지금까지 앞만 보며 전력 질주를 해 왔다면 이제는 조금 속도를 늦추더라도 주변과 뒤를 돌아보며 이해관계자들과 함께 나아가는 것이 바로 한샘이 추구하는 상생경영의 핵심이기 때문입니다.

저희 한샘은 지난해 창사 50주년을 맞았고 올해부터 더 나은 미래에 기여하는 기업이 되기 위해 지속 가능한 전략과 목표를 수립하며 새로운 도전에 나섰습니다. 그 어느 때보다 뜻깊은 시기인 만큼 지속가능경영의 내재화와 혁신 전략을 본격적으로 추진하고자 합니다.

우선 지속가능경영의 내재화를 통해 한샘만의 독보적인 지속가능경영 체계를 구축하겠습니다.

첫 번째로 한샘은 기존 환경안전 회의체를 ESG회의체로 확대, 강화했습니다. C레벨 경영진을 주축으로 ESG 환경안전보건분야 전략 추진 현황 및 과제를 주 단위로 점검하고 있으며 점차 그 역할을 확대해 나갈 계획입니다.

또한 한샘은 온실가스 배출권 거래제 대상은 아니지만 탄소배출량을 관리, 감축하기 위한 전사 에너지 관리체계를 구축했습니다. 기후변화에 선제적으로 대응하고 2050 탄소중립을 앞당기는데 책임을 다하기 위함입니다.

이를 통해 에너지 현황을 월 단위로 점검하고 주기적으로 공개하며 그 대상과 범위를 협력업체로 확대하겠습니다. 또한 친환경 차량 전환과 재생에너지 사용, 숲 조성 등 한샘이 할 수 있는 기후변화 과제들을 실천해나갈 계획입니다.

두 번째로 이해관계자들의 인권경영 철학을 담아 인권·노동경영선언을 제정했습니다. 한샘은 대리점, 물류, 시공, 벤더 등 협력사들과의 상생, 공급망에 대한 관리, 내·외부를 아우르는 인권 및 윤리경영을 더욱 강화해 나가겠습니다. 또한 지속 가능한 기업의 사회적 가치 실현을 위한 의미 있는 활동들을 진정성 있게 이어가겠습니다.

세 번째로 내부적으로 ESG를 내재화하기 위한 기반을 구축했습니다. 한샘은 2020년부터 사업본부별 본부장 체제를 공고히 하고 개별 혁신 목표를 달성하기 위해 전략기획실에서 ESG차원의 검토와 지원을 강화하고 있습니다. 이를 위한 인사 평가 및 인재 육성 제도의 혁신도 함께 추진하고 있습니다.

네 번째로 사업부 경쟁력 강화와 역량 확보 전략에 집중하고 있습니다. 전체 소비 트렌드의 변화를 주도하며 급성장하고 있는 온라인 시장의 경쟁력을 강화하고 디지털 기술을 접목시킨 차별화된 주택 리모델링 서비스를 기반으로 독보적인 사업본부별 핵심 역량을 확보해 나아가겠습니다.

다섯 번째로 ESG 경영을 위한 거버넌스를 정비했습니다. 한샘은 내부감사기구의 감시, 통제 강화를 통한 경영 투명성과 효율성을 높이기 위해 기존 상근감사 체제에서 감사위원회 체제로 변경하였습니다. 이와 함께 투명경영을 위한 최고의사결정기구의 역할을 확대하기 위해 보상위원회, 사외이사후보추천위원회, 투자심의위원회, ESG위원회 등 이사회 산하 소위원회를 신설했습니다.

ESG위원회를 통해 비재무 리스크의 관리와 지속가능경영 전략 수립, 실천 과제 진행 상황을 주기적으로 점검 및 보완하고 관련 정보 공시를 확대하겠습니다.

마지막으로 재무·비재무 분야를 아우르는 리스크 관리 강화를 위한 혁신 전략을 추진하고 있습니다. 차질 없는 전략 이행으로 기업 신뢰도를 높여 국내를 넘어선 시장 확대 기반을 확립하고 글로벌 기업 시민으로서 선도적 역할에 앞장서겠습니다.

이해관계자 여러분, 지속가능경영의 핵심은 기업이 경제적 성과뿐만 아니라 환경적 가치, 사회적 가치를 함께 창출하는 것이며 이를 위한 거버넌스를 정립해 이해관계자들과 함께 지속 가능한 성장을 구현하는 것입니다.

> “ESG 경영 내재화로 한샘만의 지속가능경영 체계를 구축하겠습니다.”

한샘의 지속가능경영은 사회적 가치와 경영 성과를 별개로 두지 않고 다양한 지속가능한 가치들을 경영 방침에 내재화하는 노력을 병행하며 발전해 나갈 것입니다. 환경과 사회, 지배구조는 더 이상 재무적 가치보다 중요도가 낮은 비재무적인 가치로만 치부할 수 없기 때문입니다.

앞으로 한샘은 지속 가능한 인식의 확산을 위한 활동과 소통을 통해 이해관계자들에게 긍정적인 영향을 주고 나아가 주거환경 개선을 통해 인류 발전에 공헌하는 글로벌 기업이 되겠습니다. 이해관계자 여러분들의 아낌없는 관심과 응원을 부탁드립니다. 감사합니다.

2021년 7월
대표이사 회장 | **강 승 수**



2020 HIGHLIGHTS

환경안전품질보증시스템 강화
3단계 환경안전품질검증시스템 / 실내공기질 연구과제

가족친화기업 인증 2020년 12월

동반성장지수 '우수'

업계유일 (화학분야)
KOLAS 코라스 인정

대기업 협업 확대
삼성전자 업무협약
롯데 유통망 입점 확대
L.POINT 제휴

환경친화경영
전자가격표 확대
종이봉투 확대
재활용 포장재 확대

코로나19·수해
긴급 지원

고용노동부
유연근무 캠페인 전개

상생형 대형매장 비대면 상담 시스템
스마트 키오스크 도입

기후변화
전사 에너지·탄소배출 관리 체계 구축

감사委·ESG委 등 이사회 내 6개 위원회 구성
ESG 지배구조 강화

시공 경쟁력 강화
시공아카데미 설립 (2021년~)

HANSSEM at a Glance

COMPANY PROFILE - **"한샘은 지속 가능한 공간을 제안합니다"** 한샘은 주거 환경 부문에서 세계적인 경쟁력을 갖춤으로써 세계 500대 기업으로 성장하고자 합니다. 이를 위한 3가지 중기 경영목표를 달성해야 합니다.

첫 번째, 국내 시장 매출 10조를 돌파하는 것입니다.
이를 통해 마켓 셰어 30%를 달성하게 되면 글로벌 최강 기업에 도전하기 위한 안정적이고 확고한 기반을 마련할 수 있습니다. 건자재와 부엌, 가구, 생활용품을 토탈 홈 인테리어 패키지로 구성하고 이를 온라인 역량과 오프라인 매장에서 동시에 전개해 나감으로써 국내 시장에서 매출 10조를 돌파할 것입니다.

두 번째, 국내 10조, 글로벌 100조의 경영 시스템을 구축하는 것입니다.
국내 시장 10조 매출을 돌파하고 해외 시장을 확대하여 글로벌 100조의 기업으로 도약하기 위해서는 그에 걸맞은 경영시스템이 필요합니다. 이에 전략기획실을 강화하여 확대된 규모와 사업영역, 시장을 지원할 수 있는 지속 가능한 선진 경영시스템을 구축할 것입니다.

세 번째, 세계화 도전의 성공모델을 완성하는 것입니다.
지금까지 국내외에서 축적해온 리모델링 패키지 역량과 온라인 역량을 결합하고 이를 각 해외시장에 맞게 현지화하여 중국, 미국, 일본, 동남아 등 세계시장을 석권할 수 있는 세계화 도전의 성공 비즈니스 모델을 완성할 것입니다.

[주요 비즈니스 카테고리]

부엌/건자재
부엌, 욕실, 창호, 마루, 도어, 조명 등

인테리어 가구
침대, 매트리스, 붙박이장, 이동장, 드레스룸, 화장대, 서랍장, 소파, 거실장, 식탁, 의자, 책상, 책장, 소가구, 생활용품, 패브릭 등

[유통 채널]
디자인파크, 리하우스 대리점(리모델링), 인테리어 대리점, 키친바흐 대리점(키친&바스), 리하우스 제휴점, 온라인 쇼핑몰, 건설사 특판

[비즈니스 타깃]
신혼, 이사, 자녀방, 신축, 리모델링, 교체, 선물

설립일 *설립등기 1973년 9월
1970년 9월

대표이사
강승수

ESG등급(KCGS)
B+
동반성장지수등급 우수

본사 소재지
경기도 안산시 단원구 번영2로 144

당기순이익
668억 원

매출액
2조 674억 원

영업이익
931억 원

임직원 수
2,495명

사업영역
리하우스/온라인/키친바흐/특판/인테리어

조직구성
7개 실 5개 사업본부

COMPANY OVERVIEW

비전 하우스

VISION

주거 환경 부문 세계 최강 기업

- 동서양을 넘어서는 디자인을 제공하는 기업
- 인테리어 산업의 디지털 혁신을 선도하는 기업
- 세계 정상 수준의 경영자를 끊임없이 양성하는 기업

2021년 경영방침

- 사업본부 핵심역량 확보 통한 국내시장 10조 도전
- 전략기획실 강화 통한 10조 경영 시스템 구축
- 세계화 도전 기반 확립

MID TERM GOAL

- 국내 시장 10조 달성
- 국내 10조, 글로벌 100조 경영시스템 구축
- 세계화 도전 성공모델 완성

LONG TERM GOAL

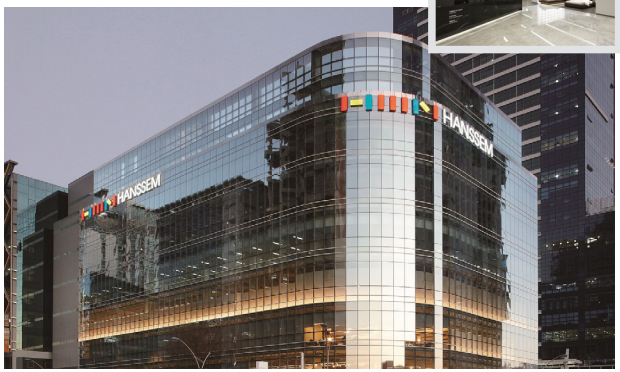
- 세계 500대 기업

한샘 가치체계도



HANSSEM at a Glance

HISTORY







1970-**1999**

1997년 01월 인테리어 사업 시작, 한샘 디자인파크 방배점(1호점) 오픈
1996년 03월 중국 현지법인 설립
1992년 10월 한샘 제3공장(시화) 완공
1991년 04월 일본 현지법인 설립
방배사옥 입주
1989년 11월 부엌 무료 설계 서비스 도입(한캐드 개발)
1986년 11월 미국 현지법인 설립
1970년 09월 한샘 설립

2000-**2014**

2014년 09월 2014 인천아시아경기대회 공식후원(2014 인천장애인 아시아 경기대회)
08월 한샘서비스센터 사이트 오픈
01월 연매출(2013년) 1조원 달성
2013년 12월 2013년 매출 1조원 달성(K-IFRS 기준)
11월 한샘멤버십 론칭
09월 오이도 물류센터 오픈
2008년 02월 인테리어 전문 버티컬 포털 한샘몰 오픈
2007년 10월 한샘ik(interior kitchen) 론칭
2006년 01월 명품부엌가구 브랜드 '키친바흐(KITCHENBACH)' 론칭
2004년 06월 DBEW 디자인센터 개관
2002년 07월 한국증권거래소 상장

2015-**2020**

2020년 11월 한샘디자인파크 안성점 개장
07월 생활환경기술연구소 KOLAS 인정 획득
04월 한샘디자인파크 기흥점 개장
01월 한샘디자인파크 전주점 개장
2019년 11월 강승수 회장취임
05월 생활환경 기술연구소 리뉴얼 오픈
(조직/기능/설비)
2018년 02월 한샘 디자인파크 용산아이파크몰점 오픈
01월 2018 평창동계올림픽 가구부문
공식 후원 협약
2017년 12월 상암신사옥 입주
08월 한샘디자인파크 고양스타필드점 오픈
2016년 09월 한샘디자인파크 하남스타필드점 오픈
통합한샘몰(mall.hanssem.com) 오픈





HANSSEM at a Glance

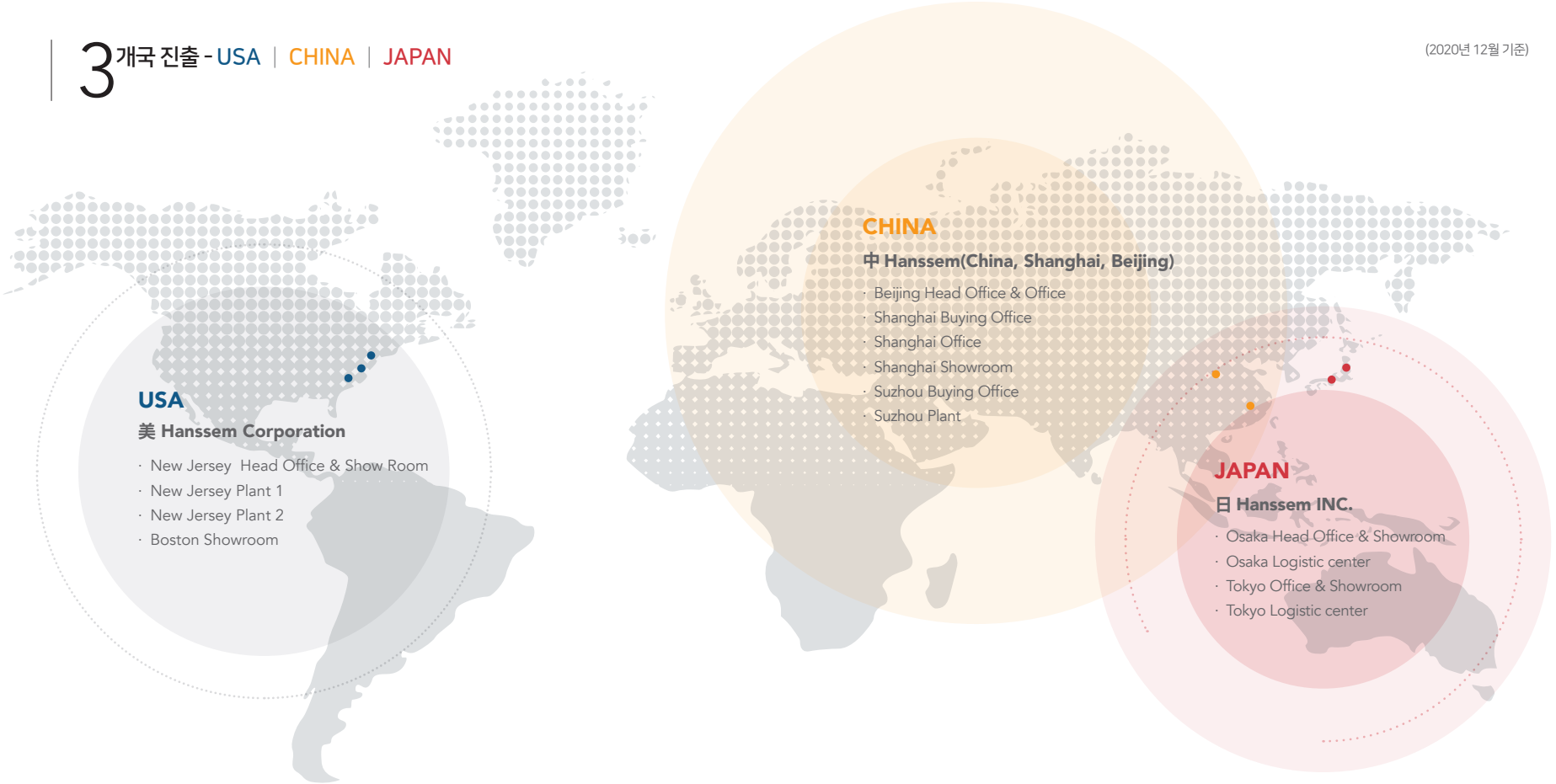
BUSINESS NETWORK

한샘은 중국, 미국, 일본 해외법인을 중심으로 한샘만의 독자적인 브랜드 경쟁력을 앞세워 해외시장을 공략하고 있습니다.

국내 제조/물류	국내 디자인 파크	해외 법인	해외 제조/물류	쇼룸 · 매장/사무실	현지법인	해외법인 임직원
2/20개	15개	7개	5개	13개	3개국 (中·美·日)	251명

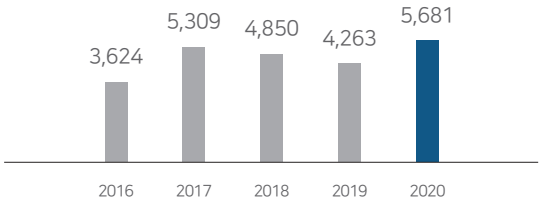
3개국 진출 - USA | CHINA | JAPAN

(2020년 12월 기준)



BUSINESS
Portfolio

리하우스 사업본부 매출액 (단위: 억 원)

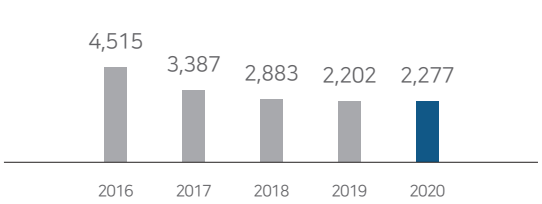


리하우스



고객의 라이프스타일을 패키지로 공급하는 리하우스 사업본부는 공간 패키지 상품 기획부터 상담, 실측, 설계, 견적, 시공, AS까지 원스톱(one-stop) 서비스를 제공하는 비즈니스 모델입니다. 지난 2020년은 코로나19로 인한 환경 변화로 집 꾸미기 수요가 증가하면서 전년대비 25% 성장했습니다. 2021년에는 세계 최고의 인테리어 솔루션을 구축하기 위해 오프라인과 온라인을 결합한 혁신 사업 전략을 추진하고 있습니다. 특히 패키지 토탈 시스템 리하우스 솔루션을 도입해 정확한 상담/실측/견적/감리/해피콜 등으로 고객 신뢰도를 높이고 있습니다. 또한 시공경쟁력 강화, O4O(Online for Offline) 플랫폼 강화, 표준매장 50개 확대 등 대리점 상생 정책 강화 등으로 브랜드 경쟁력을 더욱 높이겠습니다. 아울러 키친바흐 패키지, 대기업과의 협업 등을 통한 업그레이드 패키지 구성으로 제품경쟁력 강화 및 차별화에 나서고 있습니다. 특히 빅데이터 기반의 홈플래너 2.0 VR을 통한 3D 맞춤선택 시스템은 리모델링이 완성된 모습을 미리 확인할 수 있는 서비스입니다.

키친바흐 사업본부 매출액 (단위: 억 원)



키친바흐(키친&바스)



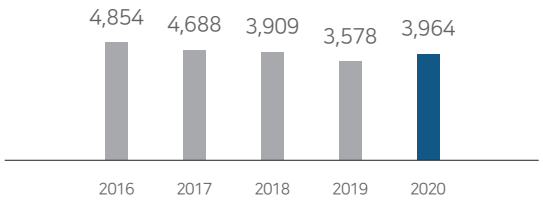
키친바흐사업본부는 부엌 및 욕실 판매에 전문화된 사업모델로 한샘의 창립과 함께 시작되어 명실상부한 한샘의 대표사업본부로 자리하고 있습니다. 핵심 상권 중심의 대형 표준매장과 홈쇼핑, 온라인 판매채널을 통해 지속적으로 성장해왔습니다.

특히 매출액 1조 원이라는 목표 달성을 위해 온/오프라인 채널 강화를 진행하고 있습니다. 오프라인 부문을 책임지는 주요 채널인 표준매장은 O2O(Online to Offline) 연계를 통한 VR(가상 현실) 콘텐츠를 확대하며 공간제안 솔루션을 제공하는 체험형 매장으로 발전시켜 나아가고 있습니다.

온라인 부문은 기존 B2C(Business to Consumer) 이외에 B2B(Business to Business) 채널 활성화를 통해 인테리어 업체 네트워크를 넓혀나가며 고객과의 접점을 확대하겠습니다. 더불어 부엌, 바스, 수납 등 부문별 제품들의 시장경쟁력을 보완, 강화하며 시장 점유율 확대에 속도를 내고 있습니다.

* 2020년부터 각 사업본부의 매출 인식 기준이 IR기준으로 변경되면서 일부 사업부의 매출규모가 지난해 지속가능경영보고서 대비 증가하였습니다.
(한샘 서비스원의 분할로 시공매출이 각 사업부로 배분됨)

인테리어 사업본부 매출액 (단위: 억 원)

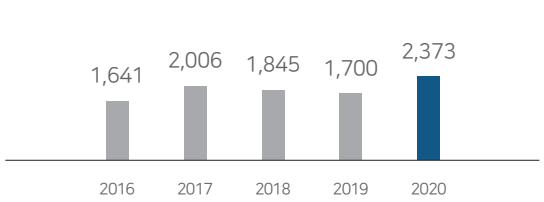


인테리어



인테리어 사업본부는 1997년에 인테리어 사업부로 출범해 2001년 가정용 마켓 셰어 1위로 도약하여 현재까지 대한민국 가구시장을 대표하고 있으며 13년 연속 국가 브랜드 가정용 가구부문 경쟁력 지수 1위를 이어가며 가정용 가구 부문에서 뛰어난 브랜드로 평가 받고 있습니다.
1997년 한샘인테리어 가구 사업의 런칭과 함께 직매장(디자인파크) 사업을 시작했으며 대형 쇼핑몰 입점 등을 통해 확대했습니다. 2020년 기흥점과 안성스타필드점을 신규 오픈하며 2021년 현재 전국에 15곳의 디자인파크를 운영하고 있습니다.
디자인파크는 가구 및 생활용품뿐 아니라 홈 리모델링 관련 인테리어 패키지까지 한 번에 제안하며 시즌 별 전시 차별화와 전문적인 패키지 상담이 가능한 쇼룸을 구축해 홈 인테리어 토탈 솔루션을 제안하는 공간으로 발전하였습니다.

온라인 사업본부 매출액 (단위: 억 원)



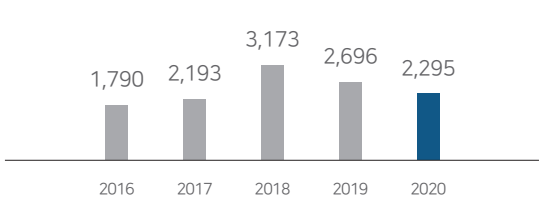
온라인



온라인 사업본부는 2008년 2월에 온라인 사업에 진출해 지속적인 성장을 이어왔습니다. 2014년까지 한샘의 비즈니스 모델을 온라인에 적용시켜 1단계 성장을 이루었고 2015년부터는 유통 확대와 히트상품 출시, 상품 카테고리 확대를 통해 고속성장하였습니다. 2019년에는 모바일 의존도가 높아지는 시장환경에 대응하기 위해 UX/UI*개편 및 데이터 기반의 몰 운영 내부역량을 다졌습니다. 2020년에는 3D 모델링을 활용한 홈 아이디어 콘텐츠 오픈, 오프라인에서만 판매하던 인테리어 프리미엄 가구와 주방/욕실 공사제품의 한샘몰 판매(O2O) 등 온라인 집중 전략을 통해 2019년 대비 괄목할만한 성장을 이루어 내었습니다. 2021년에도 이러한 전략 방향성을 이어가겠습니다. 앞으로 다가올 포스트 코로나 시대를 고려하여 오프라인과 동일한 수준의 공간경험을 가능하게 하는 고품질 VR & AR(가상현실&증강현실) 등 3D 기술을 적극 도입하겠습니다. 또 데이터에 기반한 차별화된 홈 인테리어 추천서비스와 더 빠르고 정확한 배송 서비스를 바탕으로 리빙 전문 커머스 플랫폼으로 도약하는 초석을 다지겠습니다.

*UX(User Experience, 사용자 경험), UI(User Interface, 사용자 인터페이스)

특판 사업본부 매출액 (단위: 억 원)



특판



특판시장은 2015년 이후 신규 주택 공급 물량 축소의 영향을 받아왔지만 서서히 회복하고 있습니다. 특히 3기 신도시 30만호 등 대대적 신규 공동주택 공급 계획으로 기대감이 높아지고 있습니다.
한샘 특판사업본부는 중기 1조 원을 목표로 인테리어 건재패키지 상품 시장을 확대하며 한샘 브랜드파워를 강화시켜 나가고 있습니다. 현재 재개발·재건축조합과 타운하우스 등 소규모 고급 주택 시장에 프리미엄 제품을 제안하고 있습니다. 1인 가구를 위한 가구 이외 가전과 창호, 마루 등의 패키지 제안에 이어 욕실시장 진출 확대 등 중장기 지속 가능한 성장 동력을 강화해 나가고 있습니다. 습식바닥에 건식벽체를 적용하는 새로운 공법으로 욕실의 휴식기능 강화와 기능 차별화에 나서고 있습니다.
아울러 물류시공 품질 서비스 혁신으로 건설사와 입주자 고객의 신뢰도를 높여 나가며 초격차 수준의 품질서비스 경쟁력을 갖추어 나아가겠습니다.

2 MATERIAL FOCUS ISSUES

TOPIC 1.
비즈니스 가치창출

TOPIC 2.
사회적 가치창출

TOPIC 3.
환경 가치창출

TOPIC 3 환경 가치창출

TOPIC 2 사회적 가치창출

TOPIC 1 비즈니스 가치창출

MATERIAL FOCUS ISSUES

2 MATERIAL FOCUS ISSUES

TOPIC 1.
비즈니스 가치창출

비즈니스 혁신

유통 경쟁력 '인재 양성'

직매장 사업은 온·오프라인에서 1만 세트 판매가 가능한 제품을 만들고 지속적인 전시 개선과 마케팅 활동을 통해 매장 경쟁력을 높여왔습니다. 2021년에는 '고객을 감동시키는 서비스와 패키지 공간 솔루션을 제공해 고객의 삶을 디자인'하는 영업사원의 전문성 향상을 통해 그 성장성을 이어나가고자 합니다.

인테리어 사업은 수도권 및 지방 상권별로 전문화된 대리점 형태의 유통점을 약 80여 개 보유하고 있습니다. 2016년부터는 대리점 상생 지원 및 고객 편의를 위해 디자인파크 규모의 대형 전시매장 운영을 확대하고 있습니다. 이를 통해 인테리어 사업의 전시 공간 한계를 극복하고 보다 많은 상품과 공간을 고객이 직접 보고 느낄 수 있습니다. 대리점들은 대형 전시매장에 입점해 대리점과 본사의 동반 성장을 실현하고 있습니다.

2021년에는 매장 내 상품 및 공간별로 전문가를 양성하는 데 주력해 독보적인 상권별 매장 경쟁력과 영업 경쟁력을 갖추고 고객 감동과 신뢰를 높이는 것을 목표로 하고 있습니다.

상품 경쟁력 '온라인 · 오프라인 연계'

급성장하고 있는 온라인 시장을 선도하기 위해 차별화된 디자인과 품질 강화에 주력해 모방할 수 없는 월등한 상품 및 가격 경쟁력을 확보하는 데 주력하고 있습니다. 특히 온라인(한샘몰)과 오프라인 공용 상품을 개발해 시너지 효과를 내고 있습니다.



온라인 · 오프라인 경쟁력 강화 전략

한샘몰 방문 고객	오프라인 매장 방문	· 상품 후기 활성화 · 전자가격표·QR코드 도입으로 종이 사용 절감, O2O(Online To Offline) 전환 강화 · 매장 전시 차별화, 면적 확대로 경쟁력 강화
벤더 육성	상품 개발 및 경쟁력 강화	· 소재별 카테고리 재구성·핵심 벤더 발굴

한샘몰 비즈니스 전략

한샘몰은 현재 연 매출 3,000억 원 수준의 브랜드몰로, 한샘뿐만 아니라 다양한 중소 협력업체들이 입점해 있습니다. 한샘은 월 1,000만 UV(Unique Visitors, 순방문자) 수준의 국내 최고 리빙 전문 플랫폼으로 한샘몰을 육성하는 것을 목표로 하고 있습니다. 이를 위해 플랫폼 역량 강화와 커머스 역량 강화라는 두 가지 전략을 추진하고자 합니다.

플랫폼 역량 강화

'MY HOME IDEA' 서비스 런칭

국내 최고 리빙 플랫폼으로서 한샘몰이 가질 수 있는 경쟁력 세 가지 중 첫 번째는 바로 '마이홈아이디어(MY HOME IDEA)' 서비스입니다. 자신의 집을 라이프스타일과 취향에 맞게 꾸미고 싶지만 경험과 지식이 부족한 경우, 대부분 인터넷 검색을 통해 각종 블로그나 카페의 후기, SNS의 온라인 집들이 등을 참고하게 됩니다. 한샘은 이를 넘어선 새로운 차원의 서비스를 준비하고 있습니다. 첫 번째는 3D 모델링을 활용한 고품질의 VR & AR 서비스를 통해 고객이 원하는 것을 시각화할 수 있는 수단을 제공하는 혁신 기술입니다. 두 번째는 전문가의 설계와 셀프 설계 서비스입니다. 2,000여 명의 공간전문가가 고객의 개별 니즈에 맞는 공간을 제안할 수 있도록 전문가와 고객을 연결해주는 서비스로 한샘만의 50년의 노하우가 반영된 차별화된 서비스 경쟁력입니다. 마이홈아이디어를 통해 한샘몰은 집을 꾸미고자 하는 사람이라면 꼭 방문해야 하는 리빙 전문 플랫폼으로 자리매김할 수 있을 것입니다.

디지털 물류 혁신

한샘은 지난 50년간 구축한 시공 네트워크를 바탕으로 전국에 가구를 빠르고 정확하게 배송하고 시공하는 역량을 갖추고 있습니다. 특히 빠르게 변화하는 디지털 시대를 거치면서 고객의 니즈는 더욱 다양해지고 세분화되었습니다. 이에 발맞춰 한샘몰은 시장 내 차별화된 경쟁력을 유지할 수 있는 디지털 물류 혁신에 나섰습니다. 지난 2019년에는 샘, 샘키즈 등 일부 대표 품목을 대상으로 구매 익일에 배송을 받을 수 있는 내일배송 서비스를 런칭했고 2020년에는 내일배송 가능 품목을 자사 상품의 35%까지 확대하였습니다. 향후 한샘은 디지털을 기반으로 한 물류 혁신을 이어갈 것입니다.

중장기 디지털 물류 혁신 전략

1. 배송시공 프로세스를 한눈에 확인할 수 있는 디지털 물류시스템 구축
2. 구매한 소비자의 고객경험 개선을 위한 챗봇 도입
3. 새벽배송, 휴일배송, 야간배송 등 세계 최고 수준의 배송시공 서비스 제공
4. 한샘몰에서 구매하는 모든 상품을 합배송할 수 있는 시스템 구축
5. 자사상품에 준하는 수준의 물류 서비스 제공

2 MATERIAL FOCUS ISSUES

검색 · 추천 고도화

수많은 상품과 이미지가 모여있는 온라인 공간에서 고객은 개별 니즈에 맞는 제안을 받고자 합니다. 이를 위해서는 상품 - 콘텐츠 - 전문가 - 고객, 이렇게 네 영역에서의 데이터를 한군데로 모아 분석한 후에 활용할 수 있어야 합니다. 한샘몰에서는 가장 정확한 검색 서비스와 고객맞춤 추천 서비스를 제공하기 위한 시스템을 구축하고 있습니다. 나아가서는 고객의 니즈를 한샘의 품질로 설계, 시공할 수 있는 인테리어 전문가와 연결하는 서비스도 계획하고 있습니다.

커머스 역량 강화

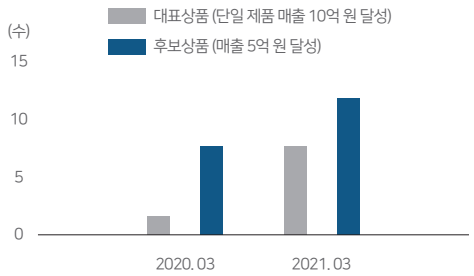
생활용품 대표 상품 육성

한샘몰 1,000만 UV(Unique Visitor, 순방문자)를 달성하기 위한 커머스 관점의 전략은 첫 번째로 생활용품 경쟁력 강화입니다. 생활용품은 가구에 비해 구매주기가 짧고 반복구매가 가능하며 잠재고객의 규모가 훨씬 큽니다. 따라서 한샘몰에서는 매출뿐만 아니라 집객으로 이어지도록 '한샘'하면 떠올려지는 차별화된 핵심상품을 육성하고 있습니다.
21년 3월에는 식기건조대가 생활용품 최초로 매출 10억 원을 달성한 대표 상품이 되면서 실제 한샘몰 매출과 집객을 견인한 것으로 분석됐습니다. 앞으로는 외부유통을 직영체제로 전환하며 대표 상품을 확대하겠습니다.

PB가구 확대 및 차별화 서비스

한샘몰의 가장 큰 경쟁력은 바로 PB(Private Brand, 자체브랜드) 가구입니다. 특히 샘과 샘키즈는 지난 10년간 온라인 가구시장을 선도해 온 핵심 상품입니다. 샘, 샘키즈와 같은 핵심상품이 늘어날수록 가구 구매고객의 방문 빈도도 높아지게 됩니다. 따라서 대표 상품 규모를 2배 이상 확대하는 세부 전략을 추진하고 있습니다. 2020년 3월 기준 매출 10억 원을 달성한 대표 상품은 4개에 불과했지만 2021년 3월에는 7개로 증가했습니다. 대표 상품 후보라고 할 수 있는 5억 원 상품도 7개에서 12개로 증가했습니다. 이를 위해 기존 핵심상품군에 신상품 라인업을 추가하고 브랜딩하는 것, 소파 2주 무료체험과 매트리스 홈케어 패키지(PKG), 내일배송 등 한샘만이 제공할 수 있는 서비스 강화에 집중하겠습니다.

한샘몰 대표 상품 및 후보 상품 규모 추이 (단위: 억 원)



O2O 연계 마케팅 강화

오프라인 중심으로 전개되던 리모델링 분야는 코로나19를 기점으로 온라인 시장으로의 이동이 가속화되고 있습니다. 한샘몰은 이같은 움직임을 선도하기 위해 오프라인 매장과 전문가들을 온라인에서 만나볼 수 있는 커뮤니티를 제공하고자 합니다. 고객은 한샘몰을 통해 전문가의 포트폴리오를 확인하고 원하는 전문가에게 상담과 설계, 시공을 맡길 수 있을 것입니다.

상생의 물류 인프라 확대

물류사업 진출 및 협업 강화

한샘은 물류 기반을 확대 및 강화하기 위한 중장기 전략을 수립함으로써 주요 사업들의 물류 및 수입원가 경쟁력을 확보할 계획입니다. 뿐만 아니라 물류 거점 확대와 자동화 설비 구축 등을 통해 화물운송사업 경쟁력을 강화하고 중소기업의 기술 개발 지원 및 운송 협력사들과의 상생 정책들을 확대해 나가겠습니다.

부산 물류센터

부산 물류센터는 1.2만평 부지에 연면적 1.1만평, 3층 규모로 2021년 7월에 착공해 2022년 하반기에 준공 예정입니다. 본 물류센터는 재고보관센터의 역할도 함께 수행할 계획이며 부산항을 수입거점으로 활용하여 인천항 대비 수입원가에서 경쟁력을 확보할 것으로 기대하고 있습니다. 또한 이를 통해 내일배송 전국 확대 등 화물운송 및 택배 서비스 경쟁력도 확대할 계획입니다.

물류자동화

가구 부품은 부피가 크고 무거워 일반적으로 사용하는 장비로는 취급이 어려운 경향이 있습니다. 이에 중량 및 부피물로 인한 작업자의 피로도와 작업 간 안전 사고 예방을 위해 분류작업 자동화 장비 구축을 추진하고 있습니다. 국내 중소 물류장비 제조회사와 사용조건부 개발 계약을 통해 장비를 도입할 계획이며 나아가 중소기업 기술개발 지원 등 상생 정책을 확대하겠습니다.

물류거점 확대

수도권 4개 센터
- 시흥조남동 1공장 부엌센터
- 시흥정왕동 5공장 가구센터
- 시화공단 온라인센터
- 시화MTV단지 소파센터

9개의 지역거점
양산, 대구, 울산, 창원, 광주, 전주, 대전, 원주, 제주 운영 중

2021년 ~ 2022년 수도권 거점 확장
- **1st** | 양주
- **2nd** | 일산동구
- **3nd** | 용인

2021년 ~ 2022년 지방거점 확장
- 천안/아산, 춘천, 강릉, 포항, 광양으로 확장할 계획

상생지원정책

개인 운송사업자 저리 융자 지원
한샘이 할부대금 보증하는 프로그램을 지원하여 3.5% 이하로 융자하여 차량을 구매할 수 있게 지원하는 제도

물류 인프라 구축 로드맵

구분	2020	2021	2022	2023
전사매출	1.9조	2.3조	2.5조	3.0조
물류센터	25,000평	27,000평	40,000평	42,000평
하역인력	342명	392명	405명	460명
배송차량 (1톤차량)	650대	700대	750대	900대

2 MATERIAL FOCUS ISSUES

TOPIC 2.

사회적 가치창출

전략적 사회공헌을 통한 사회적 가치 창출

한샘은 '주거 환경 개선을 통한 인류 발전에 공헌'을 목표로 지속적이고 전략적인 활동을 하고 있습니다. 또한 기업의 사회적 책임을 다하기 위하여 다방면으로 전략적 활동을 확대하고 있습니다. 물품 지원은 임직원들의 참여로 의미와 가치를 더하고 금액 기부는 상생의 효과를 극대화 할 수 있도록 꼭 필요한 곳에 추진합니다. 특히 한샘은 임직원들의 자발적인 참여를 위하여 봉사활동 참여자의 평가 및 포상 등을 규정하고 있습니다. 또한 이를 효율적으로 실천하기 위하여 부서별 특화된 봉사활동을 전개할 계획입니다.

협력사 지원 확대

한샘은 대리점과 벤더, 시공, 물류 등 다양한 협력사들과 함께 협력하며 발전해 나가는 상생의 사업 구조를 바탕으로 성장해 왔습니다. 이와 같은 협력사들은 한샘의 주요 이해관계자이기도 합니다. 그동안 한샘은 '대리점 및 협력사와 함께 성장하는 기업'을 경영철학으로 상생매장 확대와 물품 대금 현금 지급, 상생펀드 조성, 수수료 지원, 채용 및 교육 지원, 기술 및 설비 지원 등 다양한 동반성장 정책들을 추진해 왔습니다. 그 결과 2020년 동반성장지수 평가에서 '우수' 등급에 오르기도 했습니다. 2021년부터는 다음과 같이 상생 정책을 대폭 확대해 나갈 계획입니다. 대리점의 성장 지원 및 공정거래 문화 정립을 위해 ▲26개 상생형 대형매장 '수수료 정액제' 도입을 통한 수수료 부담 감면 ▲사업 초기 스타트업 대리점 상생형 대형매장 입점 기회 확대 및 수수료 지원 ▲한샘 홈페이지 내 대리점 불만 접수센터 구축 및 상시 운영입니다.

2020년 기준

물품대금 현금 지급	협력사와 대리점 저금리 대출 지원 상생펀드 추가 조성
500억 원	100억 원 (2019년 : 180억 원)

거점 지원

지금까지 한샘의 사회공헌은 주로 소외계층의 개별 가구들을 대상으로 진행해 왔습니다. 하지만 2021년부터는 취약계층을 위한 임시거주시설(마포하우징), 소방119안전센터 등 다수를 위한 거점을 지원하는 방식으로 확대하였습니다. 이는 한 가정의 구성원에 국한하지 않고 더 많은 수혜자들에게 직·간접적인 혜택을 줄 수 있는 한샘의 사회공헌 전략입니다.

임직원 사회적 가치 창출 활동

임직원 봉사활동은 이웃과 주변 환경을 돌아보며 탄소 상쇄, 생태 활동과 재능기부 등 환경과 나눔에 관한 다양한 경험을 제공하고 있습니다. 특히 2021년부터는 주기적으로 부서별 특화된 봉사활동을 기획하고 참여도가 높은 임직원에 한하여 한샘 임직원 사회공헌 우수사원을 선정해 수상할 계획입니다. 상반기에는 활동 참여율로, 하반기에는 정량 및 정성평가로 수상자가 선정됩니다.

날짜	내용	인원	시간	비고
2020년 9월	**코로나19** 마스크 만들기	30명	90시간	마스크, 줄 330개 기부
2021년 2월	**환경** 도토리 싹 틔우기	101명	505시간	도토리나무 303그루
2021년 3월	**지역사회 나눔** 비대면 타일 벽화 그리기	89명	178시간	120개 타일 벽화

주거개선사업

한샘은 사업장 인근 지역사회(마포, 시흥, 안산)의 한부모 가정을 대상으로 가구를 지원하고 있습니다. 또한 KBS 동행 프로그램의 후원기업으로, 전국 저소득 가정의 인테리어와 가구를 지원하고 있습니다.

코로나19 · 수해복구 긴급 지원

한샘은 기업의 사회적 책임을 다하고자 코로나19 사태와 여름철 수해 피해 등 대국민적 재난으로 어려움을 겪고 있는 국민들과 소방대원, 의료진, 일선근무자들을 위한 긴급 지원에 동참했습니다.



마포 한부모가정 주거개선사업 사진



KBS 동행 주거환경개선 사진



코로나19 방역 지원

코로나19 긴급 지원		(2020년 3월)
기부금	10억 원 기부 (사랑의 열매) 아름다운가게, 대구/경북 지역 내 쪽방촌 어르신 800명, 지역아동센터 110개소, 저소득가정 아동 2,000여명, 코로나19 방역 일선근무자 지원	110개소 2,800여명
상생	대구/경북 상생형 표준매장 대리점 임대료 100% 감면, 그 외 지역 50% 감면	-
물류	한샘 인프라를 이용한 대구/ 경북 지역 물류 차량 지원 <한샘 긴급 물류 지원단>	시공 협력 기사 10명
생활용품	코로나 극복 키트 전달 (마포구 한부모 가정, 다원여자청소년 야구단)	140개 키트
정부부처	환자 이송 대기 현장 물품 부족으로 이불, 패드 등 기부	1,230점 전달
	실외 방역용 제독제 약품 지원 (소방청)	500ℓ
방역	한샘 홈케어 방역 지원 (홀트아동복지회, 동방사회복지회 등)	-
가구	의료진을 위한 침대, 소파, 식탁 등 가구 기부 (대구의료원, 동산병원)	가구 182개 이불 100set

수해 지역 긴급 지원		(2020년 8월)
기부금	대 · 중소기업 · 농어업협력재단과 '농어촌상생협력기금' 출연 협약 5억 원 출연	-
리모델링	수해 피해 주민 리모델링 지원 (강원도 홍천, 춘천)	7가구
가구	수해 피해 소상공인 12곳 가구 지원 (강원도 춘천)	62set
생활용품	수해 피해 지역 주민 이불세트, 칫솔 · 식기 살균기 등 위생 생활용품 전달 (강원도 춘천 555가구, 경남 하동 300가구)	2,310개 855가구
방역	한샘 홈케어 방역 지원 (경남 하동 화개장터)	268개 점포
상생 기부	수해를 입은 농가의 농산물을 구입하여 설 맞이 농산물 꾸러미 제작, 지역사회 소외계층 전달 (서울시 마포 600가구, 경기도 시흥 650가구, 경기도 안산 450가구)	1,700가구

2 MATERIAL FOCUS ISSUES

TOPIC 3.

환경 가치창출

전사 에너지 관리체계 수립

코로나19 팬데믹의 주요 원인 중 하나로 기후변화가 지목되면서 전 세계적으로 탄소중립이 최대 이슈가 되고 있습니다. 지구촌 공통의 목표인 2050 탄소제로(Net-Zero) 달성에 동참하기 위해 한샘은 직접적으로 탄소배출을 줄이거나 대기 중의 탄소를 상쇄하는 활동을 본격 추진하고자 합니다.

에너지 감축 노력

한샘은 제조사업부를 중심으로 매년 전년대비 10% 감축이라는 목표를 수립하고 기계 설비의 공회전 시간 단축 등 설비 개선과 에어컨 및 사무기기 등의 비효율 운영 관리 캠페인 등 에너지 사용 절감 노력을 이어왔습니다. 그 결과 2017년부터 2019년까지 2년간 매년 5.1%, 9.6%의 전략사용량을 절감할 수 있었습니다.

상암 사옥에서는 열효율을 높이고 전력 소비는 줄일 수 있는 블라인드 설치, LED 전구 교체, 근무시간 외 자동 소등 등 임직원들이 생활 속에서 실천할 수 있는 에너지 절감 활동들을 통해 임직원들에게 에너지 절약 문화를 전파하고 있습니다.

온실가스 측정 및 에너지 관리체계 구축

기후대응에 선제적으로 대응하기 위해 한샘은 2020년도 말부터 전사 에너지 관리체계 구축에 나섰습니다. 한샘은 온실가스 배출권 거래제 규제 대상은 아니지만 ESG경영 체계 확립과 내재화를 위해 단계적으로 중장기적인 기후변화 대응 전략을 수립 및 실천하고 있습니다.

에너지 관리체계는 기후변화 대응을 위한 가장 기본적 단계인 현황 파악을 위한 것으로, 한샘의 사업장과 업무 차량 등 탄소가 발생할 수 있는 에너지원을 특정한 뒤 해당 에너지원에서 발생한 탄소를 측정하는 시스템입니다.

이를 통해 향후 매월 탄소배출량을 측정 및 기록하며 감축 전략을 수립하고 주요 과제들을 실천해 나가겠습니다.

이와 함께 2021년부터 임직원들이 동참하는 비대면 나무 묘목 키우기, 마포구의 '1사1숲 가구기 운동' 동참 등 탄소배출량을 줄이는 정책 뿐만 아니라 탄소 상쇄를 위한 임직원 참여 활동을 확대하며 기후변화 위기 대응에 동참하는 문화를 만들어가고 있습니다.





기후변화 대응 중장기 전략 수립

한샘은 에너지 관리체계 구축을 통해 각 사업부 별 에너지 사용량 및 탄소 배출 현황을 상시 체크하고 상황에 맞는 감축 목표를 수립 및 실행하는 기후변화 대응 에너지 감축 체계의 내재화를 추진하고 있습니다.

기후변화 전략을 비롯해 ESG 차원의 환경안전 전략을 논의하는 회의체도 확대, 강화했습니다. 한샘은 2015년 8월부터 한샘의 제품과 서비스의 환경안전품질 이슈를 다루는 환경안전점검협의체를 매주 운영해 왔습니다. 환경안전점검협의체는 COO가 주관하며 생활환경기술연구소장, 각 사업부서장과 팀장급이 참여해 각종 환경안전 및 시공현장 이슈의 원인 규명, 재발방지 대책 마련 등을 논의해 왔습니다. 환경안전점검협의체는 2021년 5월부터 한샘의 ESG경영 내재화 전략에 따라 ESG주간회의로 확대되어, 기존 환경안전 리스크 및 품질 강화 안건에서 기후변화 대응 등 환경 관련 ESG 과제와 시행방안을 논의하고 있습니다.

ESG주간회의의 주요안건과 논의, 의사결정 등의 사항은 월 1회 전사임원회의를 거쳐, 연 4회 열리는 ESG위원회를 통해 정기적으로 보고 및 논의합니다. 이처럼 한샘은 최고의사결정기구까지 체계적인 의사결정 과정을 통해 ESG경영 체계를 발전시켜 나갈 계획입니다.

2 MATERIAL FOCUS ISSUES

HANSSEM

3 SUSTAINABILITY OVERVIEW



지속가능경영 전략

리스크 관리

전문가 소통

이해관계자 참여

중요성 평가

지속가능경영 전략

비전 및 전략체계

ESG 경영 전략

한샘은 지속 가능한 가치를 바탕으로 ESG 경영 경쟁력을 강화하고자 합니다. 특히 환경안전, 공정경영, 포용과 상생을 분야별 ESG 목표로 삼아 중장기 세부 전략을 추진하며 지속가능경영을 확대, 발전해 나가는 'H-ESG' 프로세스를 구축하겠습니다.

ESG경영 비전 및 목표

비전 글로벌 지속가능 경영 선도기업

분야별 목표 및 세부 전략

환경·안전

친환경·안전 경영
- 에너지 절감 / 재활용
- 기후변화 대응 / 실내공기질 개선
- 제품 환경안전 혁신
- 친환경 / 재활용 아이디어 발굴 및 지원

공정경영

선도적 공정지배구조 확립
- 이해관계자 신뢰도 상승으로 인한 자본 시장 활성화로 실익제고
- 국내/글로벌 거버넌스 요구 적극 반영

포용·상생

사회적 책임강화·고객 가치 창출
- 지속가능한 환경개선
- 경제적 자립 지원
- 임직원 사회공헌 확대
- 상생 펀드·상생 플랫폼
- 소비자 보호 시스템 강화

① 지속가능한 지배구조 확립
② 지속가능경영 내재화
③ 환경친화적 비용·자재 효율성 재고
④ 준법·윤리 경영 강화
⑤ 지속가능 기업문화 구축
⑥ 협력사 동반성장 정책 확대



KCGS ESG 평가등급

2018	2019	2020
B	B+	B+

지속가능경영 주요 성과

KCGS ESG 평가

한샘은 2020년 KCGS(한국기업지배구조원) ESG 평가에서 통합등급 B+를 취득했습니다. 이는 전체 평가 대상 908개사 중 상위 28% 수준에 해당됩니다. ESG평가는 기업의 경영활동이 사회, 환경, 임직원. 협력사, 주주, 고객 등 다양한 이해관계자들을 고려하고 있는지 여부와 경영 및 재무구조의 투명성, 공정성 등을 판단합니다.

2018~2020 3년간 등급 분석

최근 3년간 한샘의 ESG 평가 등급을 분석한 결과, 2020년에는 2019년 대비 사회 분야 등급이 2계단, 환경분야는 1계단 상승하였으며 지배구조는 1계단 하락하였습니다.

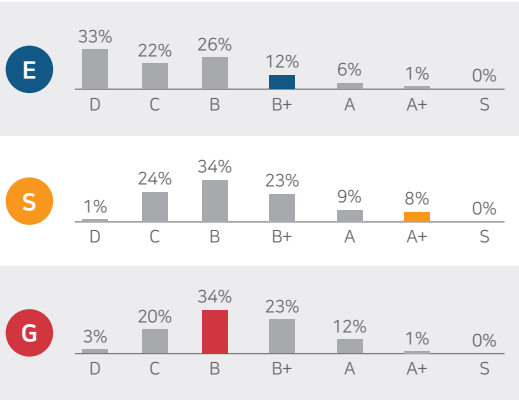
2018~2020 3년간 등급 분석

평가년도	2018	2019	2020	
통합등급	B	B+	B+	
환경	B	B	B+	▲1
사회	B	B+	A+	▲2
지배구조	B	B+	B	▼1

2020 분야별 등급분포 현황

등급분포 그래프는 2020년 한샘의 분야별 ESG 평가 등급이 전체 평가사 대비 어느 정도 수준인지를 나타냅니다. 유색 그래프가 한샘의 등급 현황입니다.

2020 분야별 등급분포 현황

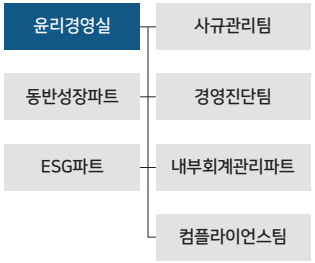


리스크 관리

통합리스크 관리체계

감사위원회 신설

한샘은 21년 3월 제48기 주주총회를 통해 감사위원회를 설립하였습니다. 감사위원회는 재무 회계 전문가로 구성되어 감사 기능의 독립성과 전문성을 확보하였습니다.



21. 06. 30 기준

윤리경영실 신설

기존 감사실은 21년 4월 윤리경영실로 개편되었습니다. 윤리경영실은 컴플라이언스팀, 경영진단팀, 사규관리팀 등 3개 팀과 ESG파트, 동반성장파트, 내부회계관리파트 등 3개 파트로 구성되어 있습니다.

ESG위원회 설립

21년 5월에는 이사회 內 ESG위원회를 조직하여 최고의사결정기구의 역할을 확대하고 ESG경영 관련 전략수립부터 추진, 의사결정 및 리스크 관리 활동 등을 수행하고 있습니다.

COO 정기회의체 운영

매월 재무/비재무 리스크에 대해 분야별로 COO 주관 회의체를 열어 정기적으로 관리합니다. 21년 5월부터는 기존 환경안전회의체를 ESG주간회의로 운영하며 ESG경영 내재화를 실현하고 있습니다.



리스크 관리 거버넌스

선제적 리스크 관리 시스템 활용과 전략적 내부감사를 통해 경영진단팀은 회사의 비효율 축소, 사고 방지를 하고 있습니다. 또한 핵심 인력의 육성을 위해 각 사업부의 우수인재를 경영진단팀에 순환배치하고 있습니다. 사규관리팀은 20년 2월 신설되어 전사의 규정을 정립하고 있습니다. 이를 통해 전사의 Workflow(업무의 흐름)를 명확히 하고 사고 가능성을 대폭 축소하였습니다. 동반성장파트는 하도급 서면 점검, VOC(Voice Of Customer) 활동 등을 통해 불공정 거래 여부를 확인합니다.

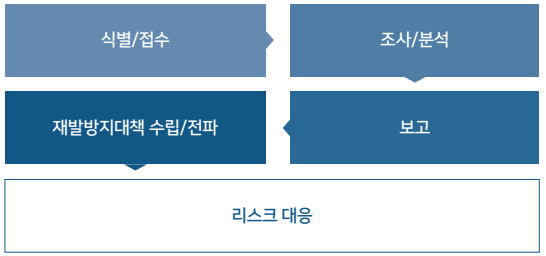
소통 채널 운영

한샘은 리스크를 조기에 식별하고 공정거래 문화의 정착과 소비자 권익 보호 강화를 위해 대내외 소통창구를 적극적으로 활용하고 있습니다. 마음의 소리, 핫라인은 임직원의 의견 청취를 위한 창구이며 전사적 리스크 관리 목적의 제반 장치입니다. 사이버감사실은 대리점, 협력사, 소비자와의 소통을 위한 채널로 운영합니다.

리스크 대응 프로세스

한샘은 창립 50주년을 맞이하여 미래 50년의 중장기 비전과 그 로드맵을 정립하였습니다. 이것을 실천하기 위한 방안 중 하나는 불확실성에 따른 리스크를 축소하는 적극적인 활동입니다. 끊임없이 요동치는 국내외 경제 흐름과 COVID-19와 같은 예측 불가능한 위기 상황에 신속히 대처해야 합니다. 윤리경영실, 소비자보호실, 기업문화위원회, ESG위원회는 이러한 활동에 역량을 집중하여 위기 상황에 선제적으로 대응하고 있습니다. 이는 한샘의 지속가능한 성장을 뒷받침하는 원동력이 됩니다.

리스크 대응 프로세스



리스크 모니터링

내부회계관리제도 정착

내부회계관리제도 변경에 따른 회계 정보의 신뢰성과 투명성 확보는 기업의 중요한 가치로 자리잡았습니다. 한샘은 매년 내부회계관리 TF를 통해 연간 계획에 따른 설계평가와 운영평가를 진행해 왔으며 반복적인 통제활동과 평가를 통해 재무적 리스크가 축소되는 결과를 냈습니다. 21년도 6월에는 전담부서인 내부회계관리파트를 구성했습니다.

리스크 관리

내부통제점검 활동

윤리경영실에서는 매월 내부통제점검 활동을 통해 전사 리스크를 사전에 차단하고 있습니다. 각 현업 담당자들과 점검 활동 매뉴얼을 작성해 내부통제점검 활동의 효과와 효율성을 높이고 있습니다. 활동 결과는 정기 회의체를 통해 정보를 공유하고 현업 담당자는 보완 사안에 대한 대책을 수립해 재발 방지를 위해 노력하고 있습니다.

VOC

윤리경영실은 주기적으로 대리점과 협력사를 방문하여 현장의 의견을 듣습니다. 대리점, 협력사와의 상생, 제품 단가 문제, 클레임 비용 청구 등 리스크 발생 원인을 현장에서 발견하고 적절한 조치를 취합니다.



리스크 유형별 대응 방안

구분	핵심 리스크	대응활동
생산, 시공현장 리스크	· 안전 사고 · 현장 작업 사고	· 생산 및 물류 공장의 안전 긴급상황 대처 매뉴얼 · 6시그마 품질 관리
환경, 보건 리스크	· 환경 규제 이슈	· 친환경 제품(E0) 정책 · 국내 환경 법규 및 규제에 대한 모니터링
홍보 리스크	· 잘못된 보도, 과장 보도 · 브랜드 이미지 · 일선근무자 관리	· 정확한 사실관계 파악 및 언론 대응 · 제품 차별화와 고객 감동을 통한 브랜드 이미지 강화 · 고객과의 접점에서 근무하는 일선근무자 교육
정부정책, 시장 리스크	· 부동산 정책 · 시장경쟁 심화	· 부동산 개발 정책에 따른 시장 수요 예측 · 신시장 개척 및 고객만족 극대화 · 온라인/모바일 플랫폼 비즈니스 강화 · IoT 기술 도입을 통한 스마트홈 사업 추진
IT 리스크	· 정보 보안 · DT(Digital Transformation)	· 임직원 대상 정보 보안 교육 실시, 주기적 보안 점검활동 · AI 활용을 통한 O2O 집객 강화, DB 체계적 축적 및 활용 · 건재패키지 ERP2.0을 통한 공사 프로세스 관리
재무, 회계 , 세무 리스크	· 원자재 가격 변동 · 환율 변동 · 회계 오류, 내부통제사고 · 개정세법	· 원가 혁신을 통한 목표 원가율 확보, 가격경쟁력 확보 · 국내외 금융기관과 환 리스크 모니터링 · 3 lines of block 설정 및 내부통제활동 · 내부회계관리시스템 강화 · 개정세법 점검 후 반영, 담당자 교육
인사, 노무 리스크	· 근로기준법 준수 · 직장 내 괴롭힘	· 주 52시간 근무시간 준수 및 유연근무제 적극적 활용 · 주기적 교육, 신고채널 마련, 성고충심의위원회 활동
법무 리스크	· 지배구조(상법) · 공정거래(공정거래법)	· 계열사와의 투명한 거래구조 및 모니터링 · 협력사와의 거래에서 불공정거래 방지 활동

전문가 소통

전문가 간담회 개최

한샘은 충실한 ESG 경영의 이행 및 국내외 경제·사회·환경적 변화 속에서 지향해야 할 방향을 논의하기 위해 ESG 분야의 전문가 의견을 수렴하는 자리를 마련하였습니다. 분야별 전문가들을 초청해 진행한 간담회에서는 한샘의 ESG 전략 및 활동 전반과 지속가능경영 보고서의 발전 방안에 대한 논의를 진행하였으며 간담회에서 도출된 의견은 내부 검토를 거쳐 한샘의 ESG 전략과 운영에 반영할 계획입니다.

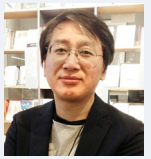
일시	2021년 3월 17일
장소	비대면 Zoom 미팅
참석자	한국기업지배구조원 오덕교 연구위원 UNGC 한국협회 이은경 실장 동반성장위원회 오완진 부장 한국사회책임투자포럼 이종오 사무국장 경쟁·소비자법 연구소 김성천 소장

오덕교 연구위원 | **한국기업지배구조원**



최근 소비재 제품에 대한 친환경 수요가 점점 들어나고 있습니다. 이에 발맞춰 한샘은 자원순환제품이나 재사용 개념의 내재화로 대응할 필요가 있습니다. 또한 장기 목표나 투자계획을 수립해 로드맵을 작성하여 실행계획을 세우는 것도 필요할 것입니다. 한샘은 가구제조업이 아니라 유통업으로 산업 분류가 되어있기는 하지만, 전후방 가치사슬의 환경 영향을 고려한 환경경영 활동 추진 및 오염물질 관리를 충실히 이행하고, 더 엄격한 수준의 친환경 품질 관리 및 안전한 품질 관리를 통해 높은 수준의 ESG 경영을 추진해 나가길 기대합니다.

이종오 사무국장 | **한국사회책임투자포럼(Kosif)**



ESG를 고려한 투자활동이 강화되면서 기후변화 이슈가 기업경영에 가장 중요한 이슈로 주목받고 있습니다. 한샘은 온실가스를 많이 배출하는 기업은 아니지만, 기후 이슈는 개인, 기업, 국가 등 범 지구적인 문제이기 때문에 CDP나 CDP Forest를 통한 자발적 정보 공개를 통해 기후변화 문제에 책임감을 가지고 대응하고 있다는 것을 알릴 필요가 있습니다. 소비자들 역시 친환경 제품이나 기후변화에 대응하는 기업들의 제품을 사겠다는 소비 태도의 변화가 일어나고 있습니다. 이는 기후변화로 발생할 수 있는 전환 리스크*로 볼 수 있으며 이를 전략적으로 대응하여 기회요인으로 만들어 내는 것이 중요합니다.

* 전환 리스크(transition risk):
기후변화에 대한 정책적 대응과정에서 발생하는 위험요인

오완진 부장 | **동반성장위원회**



한샘이 지속가능하기 위해서는 동반성장 역량 강화가 중요할 것 같습니다. 한샘 제품 대부분이 로드샵을 통해 판매가 되기 때문에, 한샘이 성장하려면 로드샵들과의 동반성장이 필수적입니다. 장비나 설치 과정을 표준화하고, 주기적으로 시공 교육을 하는 과정이 병행되어야 본사와 로드샵 간 지속가능성을 함양할 수 있습니다. 또한 기존의 사업들 중 환경친화적이지 못한 부분들을 개선하고 교체해 현장에 적용하고, 초기 비용이 들더라도 선제적으로 투자를 한다면 환경 영역을 더욱 강화할 수 있을 것이라 생각됩니다.

이은경 실장 | **UNGC 한국협회**



소비재 산업의 경우 원자재에서 폐기 단계, 대리점 이슈 등을 아우르는 공급망 전반에서 지속가능성을 확보할 수 있어야 합니다. 소비자들에게 지속가능한 서비스와 제품을 제공하는 것에서 나아가 그들의 라이프스타일에 대한 제언을 할 수 있어야 합니다. 또한 소비자와의 접점이 매우 크기 때문에 인권, 윤리 이슈가 더 크게 다가올 수밖에 없습니다. 국내뿐만 아니라, 한샘이 진출해 있는 국가들에서도 이러한 이슈들에 대해 높은 수준의 대응이 요구되고 있습니다. 따라서 내부 임직원뿐만 아니라 공급망 모두에서의 잠재적 리스크 관리를 정기적으로 파악해야 하고, 예방적 조치를 통해 대응하시길 권고드립니다.

김성천 소장 | **경쟁·소비자법 연구소**



한샘이 ESG 선도기업으로 도약하기 위해서는 소비자 이슈, 공급망 내 공정 거래, 환경 문제에 선제적으로 대응해야 합니다. 소비자 이슈와 관련하여 보편적 디자인(Universal Design)의 적극적 실천을 당부 드립니다. 나아가 소비와 A/S, 폐기까지 고려하는 지속가능한 제품을 개발하고, 소비자들에게 환경을 함께 생각하는 지속가능한 소비, 지속가능한 삶에 대해 제안한다면 매력은 더해질 것입니다. 향후 글로벌 가구 유통회사들이 추진중인 소비자와 종업원, 가정과 지구의 건강까지 고려한 경영활동도 적극적으로 추진하길 바라며 자원 순환, 기후변화, 사회적 기업이나 벤처기업과의 협업 등을 통해 사회 전반의 지속가능성을 확보하길 기대합니다.

이해관계자 참여

이해관계자

이해관계자 선정

한샘은 ISO 26000에서 제시하는 이해관계자 분류 기준인 법적·재무적·운영상 책임 여부 및 영향도에 따라 핵심 이해관계자, 전략적 이해관계자 및 기타 이해관계자의 세 그룹으로 분류하고 있습니다. 고객, 주주 및 투자자, 대리점 등 협력사, 임직원, 지역사회, 정부 및 유관기관 등 주요 이해관계자는 한샘이 성장해 온 원동력이자 앞으로 한샘이 만들어 나갈 지속가능한 가치들의 주체이기도 합니다.

한샘은 이해관계자별 소통 채널을 운영하고 있으며 2021년부터는 매년 이해관계자를 대상으로 한샘의 지속가능경영에 대한 설문조사를 실시하는 등 소통을 강화하고 있습니다. 앞으로도 한샘은 다양하고 폭넓은 이해관계자들의 요구와 기대에 부응하기 위해 끊임없이 소통하며 굳건한 신뢰관계를 구축해 나가겠습니다.

이해관계자 mapping & grouping



구분	정의	이해관계자 그룹
핵심 이해관계자	기업의 생존에 필수적	임직원, 고객, 주주 및 투자자
전략적 이해관계자	특정 이슈 대응에 있어서 기업에 필수적	정부 및 유관기관, 지역사회, 협력회사
기타 이해관계자	핵심, 전략적 이외 이해관계자	미디어, NPOs, 사회적 약자, Peer Group, 연구기관 및 전문가

이해관계자 그룹별 커뮤니케이션 채널 운영 현황

구분	이해관계자	관심 이슈	커뮤니케이션 채널 및 주기		대응 활동
내부	임직원 (노조포함)	· 임직원 복지 · 기업문화 · 소통 · 회사의 비전과 목표	① Top-down, Bottom-up, 수평 소통채널 ② 좋은일터협의회 ③ 기업문화위원회 ④ 이해관계자 설문조사	① 상시 ② 매월 ③ 연 1회	**'핫라인, 마음의소리'** 사내 인트라넷 익명 채널 **'좋은일터협의회'** 매월 정기회의 개최 **'기업문화위원회'** CEO 직속, 노사 · 외부 자문단 참여
외부	고객	· 상품·서비스 상담 · AS · BS	① 컨텍센터 ② 홈페이지 ③ 온라인 포털 ④ 소비자 불만제로 심의위원회 ⑤ 이해관계자 설문조사	① 상시 ② 분기 ③ 연 1회	**'소비자 불만제로 심의위원회'** 소비자보호실과 각 부서 합동 협의체로 소비자 피해구제사건의 심의 및 사전예방을 위한 제도개선, 교육 방안 논의
	주주 및 투자자	· 투명 경영	① 주주총회 ② 이사회 ③ 이해관계자 설문조사	① 상시 ② 분기	**'이사회 및 6개 소위원회'** 감사위원회, ESG위원회, 보상위원회, 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, 투자심의위원회
	정부 및 유관기관	· 동반성장 · 사회적 책임 · 환경안전 · 경영이슈	① 환경안전자문위원회 ② 이해관계자 설문조사	① 상시 ② 연 1회	**'환경안전자문위원회'** 내부 · 외부 전문가 위원들로 구성, 환경안전 주요 정책 논의
	협력회사	· 상생 · 공정거래	① 하도급심의위원회 ② 이해관계자 설문조사	① 매월 ② 연 1회	**'하도급심의위원회'** 협력사 선정 및 취소시 적정성, 민원 해결, 의견 청취, 위반 관련 제재 등을 심의
	지역사회	· 동반성장 · 사회적 책임 · 임직원 봉사	① 이해관계자 설문조사	① 연 1회	지속가능경영에 기반한 기업의 사회적 책임 실행 및 개선방안 의견수렴

중요성 평가

중요성 평가 프로세스

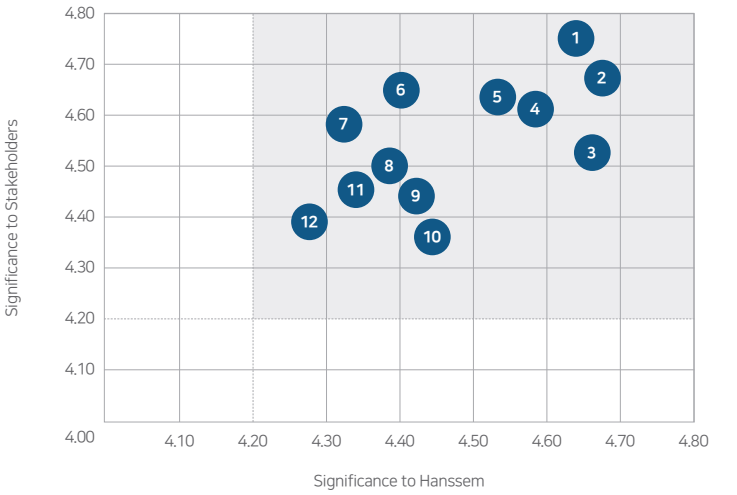
한샘은 내·외부 이해관계자들의 다양한 기대와 관심 사항을 파악하고 경영 활동에 영향을 미치는 지속가능경영 이슈를 도출하기 위해 중요성 평가를 실시하였습니다. GRI Standards가 제시하는 평가 기준과 ISO 26000에서 제시하는 방법을 참고하여 중요 이슈 선별, 관련성 및 중요성 평가, 유효성 검증의 단계를 통해 이슈의 우선순위를 결정하고, 선정된 중요 이슈에 대한 한샘의 활동 및 성과는 보고서를 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

단계	1. 이슈 pool 도출	2. Relevance 평가	3. Significance 평가	4. 유효성 검증
의미	- 기업이 사회에 중요한 영향을 미치는 측면, 토픽 등 파악	- 다양한 이슈가 해당 기업에 관련이 있는지 평가	- 선정된 이슈 중, 어떤 정보를 보고서에 공개해야 하는지 우선순위 파악	- 경영진이 도출된 중요 이슈를 검토하여 승인
방법	- 기업의 모든 활동, 제품, 서비스, 관계를 고려하여 미디어, 자료 조사 등	- ISO 26000에 의거하여 선정한 평가기준 부합여부 평가	- 5점 척도로 설문지를 구성하여 정량적으로 평가 - 내·외부 관점 가중치 적용하여 정규화	- 필요에 따라 중요 이슈 추가, 삭제, 우선순위 변경 발생
수행결과	- SASB 등 국제 표준 분석, MSCI 평가지표, 동종산업 중요이슈 검토, 52개 이슈 pool 도출	- 52개 이슈 중 23개 이슈 선정	- 247명 내·외부 이해관계자 대상 설문 분석 등을 통해 12개 중요 이슈 선정	- 내부 전략방향 등을 고려하여 조정

중요성 평가 결과

이해관계자들은 한샘의 다양한 지속가능성 이슈들에 대해 중요도를 평가하였으며, 우선순위를 분석한 결과, 환경 분야 3개, 경제 분야 3개, 사회 분야 6개 등 총 12개 이슈가 상위 이슈로 선정되었습니다. 2020년 임직원 및 이해관계자들이 한샘의 지속가능경영을 위해 중요하게 선택한 주제는 '제품 품질 강화', '윤리 및 법규 준수', '통합 리스크 관리', '고객만족 제고' 등의 이슈가 상위로 도출되었습니다. 2020년에는 친환경 제품 개발 및 패키징, 제품 환경영향 관리 등 환경관련 이슈와 산업안전보건, 정보 및 데이터 보안, 지배구조 등이 신규 이슈로 선정되었습니다.
전년도 중요성 평가 결과와 비교하여 제품의 품질과 안전성, 고객만족 제고, 리스크 관리에 대한 이슈의 중요도가 상승하였고, 임직원 관련 이슈의 순위가 하락하였습니다. 본 보고서에는 각 중요 이슈에 대한 정보를 상세히 보고하고 있으며, 우선순위가 높은 중요 이슈 외에도 이해관계자에 필요하다고 판단되는 정보를 추가로 보고하고 있습니다.

중요성 평가 결과 매트릭스



분야	이슈	GRI Standards Topic	보고 경계	페이지
사회	제품 품질 강화(제품 안전성 등)	GRI 416 고객 보건 및 안전	내부	48, 49
경제	윤리 및 법규 준수	GRI 205 반부패	내부/외부	82, 83
경제	통합 리스크 관리	-	내부	26, 27
사회	고객만족 제고	GRI 417 마케팅 및 라벨링	내부	46, 47
환경	친환경 제품 연구 및 개발	-	내부	40, 42, 43
환경	제품 환경영향 관리	GRI 305 대기오염 배출 GRI 306 폐수 및 폐기물	내부	36, 37, 38, 39, 40, 41
환경	친환경 제품 패키징	-	내부/외부	40
사회	사업장 안전보건 관리	GRI 403 산업안전보건	내부/외부	56, 57, 58, 59
사회	공급망 지속가능성 관리	-	내부	70, 71
사회	인재 유치, 유지 및 개발	GRI 401 인재 유치 및 유지 GRI 404 임직원 훈련 및 교육	내부	53, 54, 55
사회	개인정보보호 및 사이버 보안	GRI 418 고객개인정보보호	내부	84
경제	지배구조의 투명성 및 독립성 강화	-	내부	80, 81

4 ESG PERFORMANCE

01 ENVIRONMENTAL

환경경영

환경경영 추진체계
환경영향 최소화
환경친화 연구개발

02 SOCIETY

고객감동 경영

고객만족 제고
제품품질 강화

인재경영

인권 및 다양성
인재 개발
안전 및 보건
일과 삶의 균형

상생경영

협력사 동반성장
지속가능한 공급망

지역사회 참여

전략적 사회공헌
지역사회 참여활동

03 GOVERNANCE

지배구조

윤리경영(컴플라이언스)

정보보안

01 ENVIRONMENTAL

환경경영

환경경영 추진체계
환경영향 최소화
환경친화 연구개발



MANAGEMENT APPROACH

CONTEXT

2050 탄소중립 달성 등 기후변화 대응을 비롯해 유해물질, 플라스틱 감축, 자원순환 등 지속가능한 환경을 위한 이슈들은 국경을 초월한 전 지구적 해결과제입니다. 한샘은 이와 같은 기후변화 대응과 유해물질 감축, 자원순환에 대한 글로벌 가이드라인을 적극 지지하며 환경경영 전략에 반영하고 있습니다.
특히 '공간'을 창출하는 기업으로서 환경친화와 안전보건을 최우선으로 삼아 건강하고 깨끗한 자재, 제품, 서비스를 제공하기 위한 지속적인 연구개발을 진행하고 있습니다.

OUR STRATEGY

한샘은 리모델링 공간에 대한 실내공기질을 관리하고 있습니다. 가구 뿐만 아니라 보이지 않는 공간에 사용되는 기본공사자재도 모두 한샘만의 엄격한 친환경 기준에 충족하는 제품을 사용하고 있습니다. 또한 직접 구매/품질보증/물류/시공에 이르는 전 과정을 관리하는 프로세스를 통해 실내공간에 사용되는 모든 제품과 자재에 대한 빈틈없는 환경안전성을 확보하고 있습니다.
주요 환경안전 이슈들은 COO주관 전사 환경안전점검협의체를 매주 개최하며 논의하고 있으며 2021년부터는 ESG주간회의로 확대해 기존 환경안전 이슈의 ESG내재화 방안을 논의하고 있습니다. 아울러 기후변화 대응과 자원순환을 위한 전사 에너지 관리체계를 구축하며 중장기 전략을 추진하고 있습니다. 앞으로도 지속가능한 환경을 위한 글로벌 가이드라인을 적극 지지하며 경영 전략에 반영하고 실천해 나가겠습니다.

2020 KEY PERFORMANCE

한샘 생활환경기술연구소는 2020년 7월, 국가기술표준원 산하 한국인정기구인 코라스(KOLAS) 로부터 국제공인시험기관임을 인정받았습니다.

제조사업부 폐기물 스팀 재활용 부가수익

2018년 9.1억 원 2019년 8.5억 원 2020년 9.31억 원

2020년 친환경 원자재 구매량 및 비용

288,430㎡ | 641억 원

NEXT PLAN

2021년 : 2030 탄소중립 등 기후변화 대응 온실가스 감축 목표 및 연도별 시행계획 수립 / 자원순환 등 폐기물 감축 중장기 과제 및 세부 시행계획 수립 / ESG경영 내재화 체계 확립 / 글로벌 ESG가이드라인 혁신과제 반영

환경경영 추진체계

환경 정책 및 시스템

환경경영 거버넌스 구축 및 운영

한샘은 환경안전 연구개발 싱크탱크인 한샘 생활환경기술연구소를 운영하며 제품과 서비스의 환경안전을 강화하고 있습니다. 한샘의 제품을 생산하는 제조본부에서는 공정개선, 온실가스 저감 및 에너지 절약, 작업환경 개선, 환경보전 등 환경개선에 지속적으로 투자를 강화, 확대하고 있습니다.

환경안전점검협의체

한샘은 2015년 8월부터 매주 COO 주관으로 전사의 환경안전품질 이슈를 논의하는 환경안전점검협의체를 개최하고 있습니다. 환경안전협의체에서는 제품안전사고, 환경안전품질 향상 과제, 시공현장 관리, 외부 리스크 원인분석 및 재발방지 대응책 수립, 전사 환경안전 시스템 구축 및 교육체계 구축 등을 주요 안건으로 다루고 있습니다. 2021년 5월부터는 한샘의 ESG 경영 내재화를 통한 환경안전 품질 강화를 위해 환경안전점검협의체를 ESG주간회의로 확대 운영하며 기존 환경안전 안건들의 대응 및 재발방지 전략을 ESG 차원에서 검토하고 있습니다. 회의 주요내용 및 의사결정, 지원요청 사항은 월 1회 전사임원회의 안건으로 상정하며 반기 1회 CEO주관 ESG이사회를 통하여 정기 보고를 진행합니다.

ISO 140001 환경경영시스템인증

한샘은 '가정용 주방설비의 생산' 에 대해 2006년 국제환경경영 표준규격인 'ISO 14001' 인증을 취득한 이후 지속적으로 갱신해오고 있습니다. 또한, 2017년에는 새롭게 전환된 'ISO 14001 : 2015' 규격에 대한 인증을 취득하였습니다. 이를 바탕으로 현장의 환경심사를 실시하여 잠재적인 환경 리스크 및 전사 환경경영시스템(EMS) 운영 현황을 평가하고 있습니다.



환경친화 자재* 확대 정책

한샘은 실내공기질 개선을 위해 유해물질을 흡착하는 기능성 벽지를 개발하였습니다. 아울러 환경친화적인 기본공사 자재(보이지 않는 내부 자재)의 공급을 확대해 나가고 있습니다. 한샘은 리모델링 공사 마감재(합판, 시멘트, 실리콘, 우레탄 폼, 석고보드 등) 등 건축자재의 유해물질 관리 내부 기준**을 설정하고, 환경친화 자재의 구매/검증/배송/시공을 2021년 7월부터 전국으로 확대 적용하고 있습니다.

* 환경친화 자재 : 폼알데하이드 등 유해물질 방출을 낮춘 자재로 E0, HB우수 이상 수준의 기준으로 외부 또는 내부에서 검증한 자재. 유해물질을 저감시킬 수 있는 기능성 제품 및 자재 ** 내부기준 : 환경표지 인증 또는 HB마크 우수 등급 이상

환경경영 방침

하나. 한샘은 환경을 경영전략의 핵심요소로 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. 지역의 환경개선과 환경보전 활동은 지역주민 등 이해관계자와 함께 적극 참여한다.
하나. 생산 - 유통 - 사용 - 폐기에 이르는 전 과정에서 환경개선 활동을 지속적으로 추진한다.



환경경영 추진체계

Best Practices

환경안전 자문위원회

외부 환경안전 자문위원단 운영

환경안전 자문위원회는 분기단위 위원회를 통하여 환경친화적 제품과 공간에 대한 개선활동을 이어가고 있습니다. 한샘의 제품 환경안전 검증기준 및 프로세스, 제품 환경안전성에 대한 점검과 보완필요사항에 대하여 외부전문가에게 자문을 받고 이슈사항을 적극 수용 및 조치하며 제품안전분야에 있어서 신뢰성을 확보하였습니다.

정부부처 산하기관과 연구원, 대학교 등 분야별 전문가들로 구성된 환경안전 자문위원회는 2020년 2월 20일 발대식을 열었습니다. 같은 해 7월과 8월에 개최된 위원회에서는 한샘 패키지 시공 실내공기질 서비스와 관련해 법규정보다 2배 높은 한샘의 유해물질 관리 기준의 적절성, 시공현장의 환경안전 등에 대해 분야별 자문위원들의 의견을 청취하였습니다. 이후 이를 반영한 개선 대책을 수립해 COO주관 전사 환경안전회의에서 유관부서들과 논의, 발전시켜 제품 및 서비스에 반영하도록 하였습니다.



2020.02.20

> 친환경 제품, 친환경 공간에 대한
> 개선활동을 이어가고 있습니다.

Best Practices

실내공기질 개선 업무 협약

실내환경 관련 연구개발을 위한 전략적 협업 추진

한샘은 KOTITI 시험연구원, 한국실내환경협회와 주거공간의 실내환경 개선을 위한 전략적 업무협약을 진행하였습니다. 이번 협약을 통해 리모델링 실내공기질 관리, 자재 및 제품의 품질 관리 등 실내환경과 관련한 연구과제와 기준 마련을 위한 연구개발에 힘을 모으게 되었습니다.

이를 통해 각 협약 주체들은 각자 보유한 기술력, 인적자원, 시험설비 등을 활용한 협력을 통해 새 가구나 리모델링 공사를 통해 발생할 수 있는 새집증후군 등의 피해를 예방하고 나아가 더욱 건강하고 쾌적한 생활공간을 만들어 나갈 수 있도록 노력할 것입니다.





2021.5.17

> KOTITI, 한국실내환경협회와 주거공간의 실내환경
> 개선을 위한 전략적 업무협약을 진행하였습니다.

환경영향 최소화

온실가스 관리

온실가스 감축 전략 체계

한샘은 2020년도 하반기부터 ESG 전략을 수립, 기획하는 ESG전담부서를 중심으로 유관부서들이 TF를 구성해 단기, 중장기 기후변화 대응 전략을 논의하고 있습니다. 특히 한샘은 온실가스 배출권거래제 대상은 아니지만 2021년 상반기에 전사 에너지 관리체계를 구축해 분야별 온실가스 배출량 및 현황을 파악하고 탄소감축 및 상쇄를 위한 활동들을 이어가고 있습니다.
이와 함께 ESG를 둘러싼 국내외 동향을 파악하며 단기·중장기 목표와 전략, 세부 추진 계획을 수립해 반영하고 있습니다.

온실가스 감축 활동

한샘제조본부는 공정개선, 온실가스 저감, 에너지 절약, 작업환경 개선, 환경보전 등 환경개선을 위한 투자를 지속적으로 강화하고 있습니다.
2017년에는 소각보일러에 25억 원의 환경투자비용을 투입하고 제조 공정에서 발생하는 최종 폐기물을 소각해 이 과정에서 생산되는 스팀을 재활용하는 설비를 구축했습니다. 이를 통해 2017년도에는 6.1억 원, 2018년도에는 9.1억 원, 2019년도에는 8.5억 원, 2020년 9.3억 원의 부가적인 수익을 창출하였습니다.

온실가스 배출 관리

한샘은 2021년 상반기에 전사 에너지 관리체계를 구축해 온실가스 배출 현황을 파악하고 이를 토대로 중장기 기후변화 대응 전략을 구체화하고 있습니다. 특히 제조본부에서는 체계적인 에너지 사용량 관리를 위해 각 현장과 건물, 에너지원 별 에너지 사용량을 실시간 모니터링을 통해 관리하고 있습니다. 또한 에너지 사용 효율화와 에너지 사용량 저감을 위한 전사적인 인식제고를 위해 임직원을 대상으로 에너지 사용 저감 인식개선 프로그램을 진행하고 있습니다.



2020년도 온실가스 배출량

(단위 : tCO2eq)

구분	방배, 상암사옥 (경영지원, 총무)	매장 및 사업부 (RH/INT/특판/홈케어)	물류/AS	연구소	제조공장(3, 4)
직접배출	1,707		397		
간접배출	2,957	5,835	1,089	219	8,584
합계	4,664	5,835	1,486	219	8,584

환경영향 최소화



효율적 자원사용

안정적인 원자재 조달

한샘은 엄격한 환경 규제에 선제적으로 대응하고 소비자의 건강을 지키고자 법적 기준을 충족하는 친환경 자재를 월드 베스트 밴더를 통하여 조달하고 있습니다. 친환경 E0 13형 등급의 PB(Particle Board, 파티클 보드)를 사용하고, 원자재의 안정적인 조달을 위해 해외와 국내 조달을 7:3의 비율로 진행하고 있습니다.

국내 PB시장은 총 사용량 중 국내 생산의 비중이 40%에 불과하고, 나머지 60%의 양을 수입에 의존하고 있는 시장입니다. 한샘은 안정적인 원자재 조달을 위해 공급망 다변화 정책을 구현하고 있습니다. 2015년을 기점으로 해외 구매량을 확대하여 2020년 기준 해외 조달 규모는 전체 원자재 구매 비중의 80%를 점유하고 있습니다.
원자재 특성상 원재료가 풍부한 동남아 시장에 공급처가 집중되어 있으며 특히 태국 및 말레이시아, 인도네시아 시장을 중심으로 핵심, 주력 공급처를 발굴해 파트너 관계를 유지하며 안정적인 물량을 공급받고 있습니다. 국내 업체의 경우에도 분기 단위의 계약을 통하여 나머지 20%의 물량을 공급받고 있습니다.
최근에는 매출 성장에 따라, 원자재 구매 물량 역시 장기적 성장이 예상되어 기존의 구매처뿐만 아니라 유럽 및 남미, 중국 등 신규 원자재 구매처 발굴에 힘쓰고 있으며 단기 중심의 거래관계에서 중·장기 거래를 위한 파트너 관계 형성에 주력하고 있습니다.

환경친화 원자재 조달

한샘은 건강친화형 주택건설기준, 어린이 제품 안전 특별법 등 법규 준수뿐만 아니라 소비자 안전 등 한샘의 환경안전정책에 따라 환경친화적 원자재를 사용해 제품을 생산하고 있습니다. 특히 2016년부터 어린이 제품에 한정되어 사용하던 E0 등급의 자재를 전 제품으로 확대 사용하고 있습니다.
친환경 제품 관련 법 규정을 준수하며 라미네이팅 성형 제품의 본드까지 친환경 원료를 사용하고 있습니다. 2021년에는 전기, 전자 및 어린이 제품 안전 특별법에 따라 프탈레이트 가소제 DBP(DOP) 사용을 중단하고, 친환경 가소제(ATBC계)로 변경했습니다.

엄격한 원자재 조달

한샘은 엄격한 원자재 공급망 관리 기준을 수립해 준수하고 있습니다. 한샘의 공급망은 KS 기준보다 까다로운 한샘 자체 기준에 따라, E0 등급 충족을 위한 폼알데하이드뿐만 아니라 휨 강도, 밀도, 나사못 유지력 등의 조건을 갖춘 친환경 원자재를 생산하고 있습니다.
한샘 생활환경기술연구소에서는 모든 원자재의 LOT단위(기본 계약 단위) 품질 테스트를 지원하고 있습니다. 이를 통해 테스트 리포트 및 특이 사항 등 품질 데이터를 취합하고 레코드를 추적 관리합니다.
창고로 입고된 원자재는 LOT별 품질 테스트를 통해 모든 자재의 성분과 표면, 휨 품질을 확인 합니다. 또한 한샘 내부 테스트뿐만 아니라, 국가인증 기관(KCL_한국건설생활환경시험연구원, 임업진흥원)에서 중복 테스트를 거쳐 완벽한 품질 보증을 하고 있습니다. 한샘의 기준을 충족하는 않는 원자재 공급망의 경우 내수 투입 중단 및 반품 조치를 하고 있으며 해외 업체의 경우 정기적으로 현지 업체 방문 및 화상 회의를 통하여 품질 문제 관련 이슈를 점검하고 있습니다.

책임있는 원자재 조달

한샘은 친환경 원자재 조달 정책에 맞는 원자재 구매처를 선별해 장기계약을 체결하고 있습니다. 이를 통해 안정적인 원자재 수급은 물론 책임 있는 원자재 조달로 지속 가능한 공급망을 구축하고 있습니다. 한샘은 국내 제조사인 동화기업과 성창기업뿐 아니라, 태국내 원자재 PB(Particle Board) CAPA 1위 업체와(METRO. Ply) 장기 계약을 체결해 원자재를 구매하고 있으며 태국 및 말레이시아 공급처 가운데 KS(Korea Standard)를 획득한 업체(Vanachai, Siam Riso, Heveaboard 등)들과 지속적인 계약을 체결하며 책임있는 구매정책을 실현하고 있습니다.

환경영향 최소화

환경 관리

수자원 관리

용수 사용 및 재활용

한샘은 제조사업부 내 재활용이 어려운 최종 폐목재를 소각해 에너지로 사용하는 소각보일러 시설을 갖추고 있습니다. 특히 해당 소각보일러에서 발생해 대기 중으로 방출되는 스팀(수증기)을 재활용해 지에스이앤알(GS E&R) 열병합발전소에 100% 판매하고 있습니다. 이로 인한 용수 감면율은 85%에 이르고 있습니다.

폐수 및 수질오염 관리

일부 제품 제조과정에서는 폐수가 발생합니다. 발생한 폐수는 만의 하나 일어날 수 있는 환경오염 사고를 더욱 철저히 예방 및 관리하기 위해 폐수전문처리업체를 통해 100% 위탁 처리하고 있습니다. 한샘 제조사업부에서 발생하는 폐수의 양은 연간 약 6톤 가량입니다.

대기오염 관리

대기오염물질 관리

한샘 제조사업부와 경기도는 지난 2017년 2월 24일 대규모 미세먼지 발생사업장 자발적 감축 협약을 체결하였습니다. 이에 따라 굴뚝자동측정기기를 통한 대기오염물질 실시간 공개, 미세먼지 발생 취약기간 배출량 최소화, 미세먼지 경보 발령 시 자발적 축소 운영, 방지시설 개선 등을 통해 필수 이행항목인 먼지를 포함한 질소산화물, 황산화물 등 대기오염물질 배출량을 2019년 20.7톤 대비 2020년 15.5톤으로 25% 감축하였습니다.

대기오염물질 저감 노력

한샘은 미세먼지를 포함한 대기오염물질 저감 노력을 확대하며 국민적 건강 보호를 위한 대기질 개선 뿐만 아니라 관련 민원 해결 등 지속가능한 환경을 위한 자발적인 노력을 이어가겠습니다.

폐기물 관리

대기오염물질배출량 (단위: 톤)

구분	2018	2019	2020
질소산화물(Nox)	17.727	19.273	13.912
황산화물(Sox)	1.036	0.949	1.031
먼지(TSP)	0.553	0.491	0.550
계	19.317	20.712	15.493

※ 사업장 범위 : 제조사업부 (제 3, 4공장)

대기오염물질 주요 저감 활동

대기오염물질 방지시설
1.7 억 원 투자 : 20년

소각보일러
실시간 대기오염물질 자료공개

미세먼지 발생
취약기간 배출량 최소화
축소운영

미세먼지 경보 발령 시
자발적 축소운영

방지시설 개선
촉매교체/약품투입량 증가

폐기물 재활용 증가

한샘은 매립 또는 소각을 통해 환경 오염을 유발시킬 수 있는 폐기물 배출을 억제, 최소화 하기 위한 자원순환기본법에 따라 폐기물 배출량을 줄이기 위한 노력을 더욱 강화하고 있습니다. 특히 현장에서 배출하는 폐기물에 대해서는 엄격한 분리배출 기준을 적용해 철저한 분리수거, 처리, 보관 및 재활용을 통해 관리를 강화해 나가고 있습니다. 2018년 1월 자원순환기본법이 공포되고, 대기 및 토양오염을 발생시키는 소각과 매립 절감을 경제적으로 유도하는 '폐기물처분부담금'이 도입되었습니다. 이처럼 자원순환사회로 전환하기 위한 국가적 노력에 동참하며 한샘은 소각 또는 매립하는 폐기물에 대한 부담금을 지불하고 있습니다. 특히 소각 및 매립되는 폐기물의 양을 줄이기 위한 꾸준한 현장 폐기물 관리 활동을 통해 폐기물 재활용율은 2019년 30% 대비 2020년 40%로 상승했습니다.

현장 폐기물 관리 활동

1. 올바로 시스템을 통한 폐기물 배출량 관리
2. 기존 소각 매립 폐기물 재활용
3. 분리 배출 수거 캠페인을 통한 폐기물 발생량 축소

폐기물배출 현황 (단위: 톤)

구분	2018	2019	2020
폐기물 재활용	3,365	2,554	3,648
폐기물 소각/매립	13,270	8,495	8,717
계	16,635	11,049	12,365

※ 사업장 범위 : 제조사업부 (제 3, 4공장)

환경영향 최소화

에너지 관리 시스템

한샘은 상암·방배사옥을 비롯해 제조사업부, 물류센터, 디자인파크 등 대형매장, 연구소 등에서 사용되는 에너지를 관리하고 있습니다.

에너지 사용량이 많은 제조사업부의 경우 매년 전년대비 10%의 에너지 절감을 목표로 하고 있으며 한국전력공사의 관리시스템을 통해 전력 사용량과 효율성, 온실가스 배출량 등을 관리하고 있습니다. 2021년 상반기에는 전사 에너지 관리체계를 구축하고 사업장의 전력, 가스, 화석연료 등 에너지 사용량의 실시간 관리, 온실가스 배출량 산정 등을 통해 에너지 감축 및 중장기 기후변화 전략을 수립할 계획입니다.

에너지 절감 활동

한샘은 체계적인 에너지 사용량 관리를 위해 각 현장과 건물, 에너지원 별 에너지 사용량을 실시간 모니터링을 통해 관리하고 있습니다. 또한 에너지 사용 효율화와 에너지 사용량 저감을 위한 전사적인 인식 제고를 위해 임직원을 대상으로 에너지 사용 효율화 및 저감을 위한 캠페인 등 다양한 프로그램을 진행하고 있습니다.

2020년도 온실가스 배출량 및 에너지 사용량

온실가스 총 배출량
(직접배출+간접배출)
20,790 tCO_2eq

에너지 환산량
(직접사용+간접사용)
416 TJ

직접배출(Scope 1)
2,104 tCO_2eq

전기 등 내부 간접배출(Scope 2)
18,686 tCO_2eq

신재생 · 미활용 열에너지

한샘 제조사업부에서는 재활용이 어려운 자투리 목재 등을 소각보일러를 통해 소각합니다. 이 과정에서 발생하는 스팀 에너지를 내부 난방 등에 재활용하며 이는 난방용 화석연료 사용으로 인한 탄소 발생을 줄이는 데 기여하고 있습니다.

이후에도 남은 스팀은 지에스이앤알(GS E&R, 정부의 에너지이용합리화 시책에 따른 집단에너지 공급 사업자) 열병합발전소를 통해 재활용되어 수익을 창출하고 있습니다. 특히 스팀 재활용은 85%에 달하는 용수 감면 효과도 창출하고 있습니다.

화학물질 관리

한샘은 지난 2016년부터 제품 유해물질 검증을 도입하고 현재 모든 제품군을 대상으로 환경안전품질기준을 운영하고 있습니다. 또한 접착제, 마감제, 완제품까지 제품별, 공간별로 발생할 수 있는 유해물질들의 방출량에 대해 한샘 자체 검증 기준과 전 공정 한샘 통합관리 프로세스를 적용합니다. 이를 관련 법 기준, 임의인증, 국내외 사고/리콜사례, 사회이슈 등을 종합 분석해 지속적으로 업데이트 운영하며 '환경안전사고 0'를 목표로 검증, 관리합니다. 환경안전품질검증시스템은 이 같은 한샘의 자체 검증 기준을 통과하지 못한 제품은 출시하지 못하도록 하는 철저한 제품관리 시스템입니다. 제품 기획단계부터 법 기준, 친환경 인증 기준, 소비자 생활환경 등을 고려해 원자재뿐만 아니라 부자재까지 검증합니다. 검증은 원자재 검증, 완제품 검증, 제품 시공 뒤 공간 내 실내공기질 검사 등 3단계를 거칩니다. 특히 새집증후군을 유발하는 대표 유해물질인 폼알데하이드, 피부자극이나 호흡기 질환을 유발할 수 있는 휘발성유기화합물(VOCs), 발암물질인 라돈, 중금속 등은 법 기준(E1) 또는 권고 기준보다 강도 높은 한샘 자체기준(E0)에 따라 검증을 거쳐 제품 출시 기준에 적용하고 있습니다. 만의 하나 기준을 초과한 제품이 유통되는 것을 막기 위해 제품별 고유의 시리얼넘버(S/N)을 부여하고 철저히 관리합니다.

한샘 자체 인증 기준

한샘의 기준은 법 기준 대비 2 ~ 10배 정도 강화된 기준을 제품군별로 설정하고 있으며 신제품을 출시할 경우 자체 기준을 통과해야만 '환경안전인증번호'를 부여합니다. 이 인증번호를 부여 받은 제품만이 한샘의 상품으로 등록될 수 있습니다.

한샘 통합관리 프로세스

한샘은 영업 및 설계 - 시공 - 입주 후 사후관리까지 전 공정을 관리하는 토탈홈인테리어의 표준을 제시하는 환경친화적 주거공간 검증 프로세스를 구축해 운영하고 있습니다. 공간에 대한 관리를 위해서는 공간에 사용되는 모든자재와 제품, 공법, 전문인력, 매뉴얼이 통합 관리 운영되어야 합니다.

통합관리 프로세스



환경영향 최소화

실내 공기질 연구 및 성과

가구 및 건축자재 유해물질 관리 기준 강화

한샘은 모든 가구와 건축자재의 안전기준을 강화했습니다. 폼알데하이드 방출량 등급인 E0 수준을 넘어서, 총휘발성 유기화합물(TVOC) 방출량을 법 기준 대비 10배 강화한 기준으로 관리함으로써, 소비자의 생활환경 개선에 앞장서고 있습니다.

리모델링 실내공기질 수준 전년 대비 30% 개선

KOLAS 인정 시험기관인 한샘 생활환경기술연구소에서는 리모델링 시공현장에서 직접 실내공기를 포집하여 정밀 분석하고 문제의 원인들을 사전에 차단하는 모니터링 검증을 실시하고 있습니다. 또한 연구소에서는 리모델링 자재, 소재에 대한 검증 및 공정 개선을 통하여 폼알데하이드, 휘발성유기화학물 등 새집증후군 원인물질 방출량을 축소시켰으며 이로 인하여 실내공기질이 30% 개선되었습니다.

실내환경 개선을 위한 업무협약

제품의 유해물질관리 및 실내공기질 관리의 전략적 대응을 위하여 한국실내환경협회, KOTITI시험연구원과 업무협약을 체결하고 R&D, 제도화, 기준마련 등의 다양한 실내환경 개선 활동을 추진하고 있습니다.

친환경경영 활동

신제품 환경안전품질 관리 프로세스 강화

한샘은 2020년부터 신제품 출시 전 모든 제품에 대하여 사용되는 포장재 재질, 사용량 등을 점검하고 있습니다. 사용되는 합성수지 포장재는 재활용 가능한 소재로 변경하는 검토 프로세스를 거치며 매출증가율 대비 합성수지 사용량 증가율이 축소되었습니다.

실내공기질 연구 현황

1 법·규제보다 강화된 자체 환경/안전/품질 기준 운영 (자체 인증제 실시)

1. 법 기준 최소 가이드 라인
2. 관련 행정처별 기준 상이
3. 완제품/공사 마감기준 규제 실시
   (소재 자체 유해물질 규제 및 단속 부재)

2 모든 원·부자재·제품 일체 친환경제품 사용

→ 자재 : HB 우수등급이상 / 제품 : 환경표시 인증 수준

1. 건재/인테리어 공사자재, 가구 코어 마감재
2. 원소재 생 노출 근절(6면 마감)
3. 7대 가소제/8대 중금속 배제

3 인테리어 공사 사용 자재·공법 통제 관리

→ 사용자재 자체 개발·생산 및 직접 공사

1. 검증된 자재 사용
2. 친환경 공법 적용
3. 전담 시공 조직 운영
4. 공사 감리조직 운영

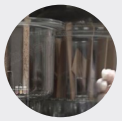
4 공사 현장 실내 공기질 관리

1. 법 기준 대비 강화된 자체 기준 운영
2. 검증된 자재/공법 공사
3. 자재별 투입량 관리
4. 공정/마감 감리자 투입 관리
5. 공정 간/공사마감 후 공기질 점검
6. 케어서비스 추가

3단계 환경안전품질검증시스템

1단계 | 원자재 검증

- 원자재 폼알데하이드 방출량 LOT별 "E0" 이상 관리
- 기준 미달 시 폐기조치



2단계 | 완제품 검증

- 가구, 건재 완제품 상태 시험
- 제작과정 중 발생할 수 있는 유해물질 원천차단 (접착제, 표면재, 부자재 모두 친환경인증 기준)



3단계 | 시공현장 검증

- 공사 중 투입되는 모든 자재/부자재에 대해 E0, HB마크 우수등급 이상 수준의 기준으로 관리
- 공사 후 전문연구원의 실내공기질 측정/검증



재활용 포장재 사용 및 표기

한샘은 기후변화 대응을 위해 제품 및 포장재에 사용되는 플라스틱 사용을 저감시키는 캠페인에 동참을 선언했습니다. 이에 따라 매장 내에서 물건을 담아 제공하는 비닐봉투는 순차적으로 재활용이 가능한 종이봉투로 변경하고 있으며 종이 가격표 대신에 전자 가격표시기(ESL : Electronic Shape Label)를 도입하고 있습니다.

향후 사용중인 친환경 포장재에 대해서는 2021년에 환경표지 인증을 획득하고 2022년에는 전체 포장재의 20% 이상을 친환경 포장재로 확대해 나갈 계획입니다. 매트리스의 경우 포장재는 약 100회 재사용 가능한 소재를 적용해 폐기물 발생량 감소에 기여하고 있으며 종이포장재는 전량 회수하여 재활용하고 있습니다.

또한 디자인파크 스타필드 안성점을 시작으로 전자 가격표시기를 도입해 종이 가격표와 POP 제로화를 확대하고 있습니다. 전자 가격표시기는 종이를 사용하지 않고 QR코드를 통해 제품 상세정보를 확인할 수 있습니다. 특히 와이파이(WiFi) 연동으로 가격 인하 등 이슈 발생시 즉시 수정 및 대응할 수 있어 순차적으로 적용 매장을 확대해 나갈 계획입니다.

환경영향 최소화

환경 교육

한샘은 RoHS(유해물질 제한지침), REACH(유럽 신화학물질 관리 제도) 등 전기전자 제품을 둘러싼 환경규제가 강화됨에 따라 내부 검증 프로세스를 확립하고 전사 교육을 진행하고 있습니다. 이를 위해 외부전문기관과 협업을 통해 한샘 전담 조직에 대한 교육을 추진하였습니다. RoHS 규제에 선제적으로 대응하기 위하여 XRF(성분분석)장비를 도입, 전 제품의 신제품 개발 및 운영제품 정기검증 단계에서 우선적으로 중금속 검증을 진행합니다. 이처럼 소재의 신속한 개선 대응을 통해 제품 개발에 소요되는 시간을 단축하고, 강화된 기준으로 인해 신제품 출시가 지연되는 문제가 발생하지 않도록 관련 전문기관 등과 협업하여 검증 프로세스를 개선해 나갈 계획입니다. 환경안전협의체에 대한 교육은 최소 월 1회 이상 의무적으로 진행하고 있으며 현업 부서 실무자에 대한 환경안전교육은 분기 1회 이상 실시하고 있습니다.

환경 투자

한샘은 실내환경 및 친환경 제품 개발을 위해 화학분야 19개 항목에 대한 KOLAS 인정을 취득하였습니다. 시험설비와 기구에 대한 검·교정과 설비보완을 위해 0.6억 원을 투자였으며 운영 중인 제품에 대한 유해물질의 실내환경 오염성 검증을 위한 시료 비용 0.2억 원을 투자해 검증을 완료하였습니다. 또한 한샘은 플라스틱을 재료로 사용한 제품 및 그 포장재에 관한 자원재활용법, 폐기물부담금 제도 시행에 따라 재활용이 용이한 포장재로 개선하고 환경개선 부담 비용 5.6억 원을 투입하였습니다. 이와 함께 제품의 친환경성, 유해성 저감을 위한 외부 시험과 인증을 위해 8.2억 원을 투자해 제품과 실내공간에 대한 친환경 정책을 이행하고자 노력하였습니다.



Best Practices

업계유일(화학분야)
KOLAS 취득


Korea Laboratory Accreditation Scheme

KOLAS 공인시험기관 인정서

(주)한샘 생활환경기술연구소

한국인정기구

한샘 생활환경기술연구소는 2020년 7월 국가기술표준원 산하 한국인정기구인 코라스(KOLAS)로부터 국제공인시험 기관임을 인정받았습니다. KOLAS인정은 해당 분야에 대한 시험능력을 국제적으로 인정하는 것을 의미합니다. 한샘은 2020년 '실내 및 기타환경' 관련 19개 시험 등 화학분야에 대한 인정을 받았고 2021년 원자재(PB, MDF, PW), 가정용 싱크대, 수납가구 등 역학분야도 인정을 추진하며 가구업계 유일 화학/역학분야 KOLAS 인정시험기관으로 거듭나고자 합니다.

주요 인정 시험

- 가구 및 건축내장재 등의 폼알데하이드 및 휘발성유기화합물 방출량
- 실내공기질 측정
- 실내공기질 공정시험

환경친화 연구개발

환경경영 R&D

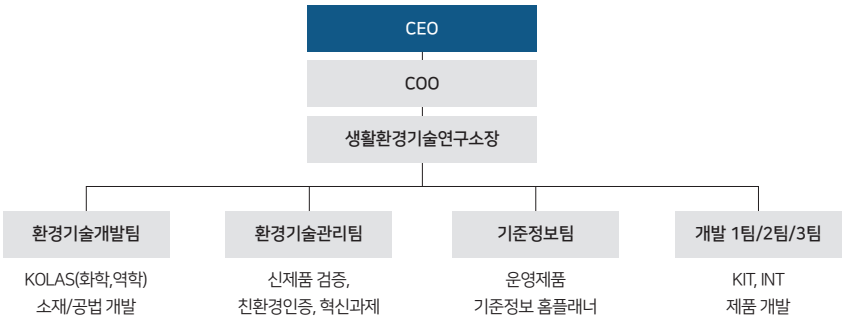
생활환경기술연구소

비전

세계 최고 수준의 주거환경 연구/시험/개발 센터

핵심역량

- 주거 공간 환경/안전 보증
- 신기술, 특허 개발
- 히트상품 개발



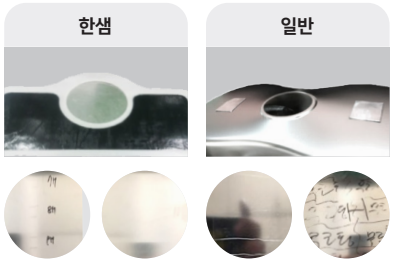
한샘 생활환경기술연구소는 KOLAS(Korea Laboratory Accreditaion Scheme, 한국인정기구) 인정 공인시험기관 입니다.

주요 연구 분야



연구개발 전략 방향

기능성 싱크볼 개발



한샘 특수 엠보 세라믹 코팅 마감의 특장점

- **항균기능** — 세균 감소율 99.8%
- **내오염성 향상** — 표면 세척력이 우수하여 세제 사용량이 줄어듬
- **표면경도 우수** — 연필경도 9H 수준 (타사 비코팅 싱크볼: 2H 수준)
- **소음/물튐** — 일반 제품의 ½ 수준

국내최초 벽장가구 안전사고 사전 감지 가능한 안전감지센서 개발

제품에 IoT(사물인터넷)기술을 접목해 센서에 감지된 데이터 패턴 축적을 통한 사전 징후 감지로 안전사고발생을 줄였습니다. 이를 통해 고객 안전을 보장하고 회사의 잠재적 손실을 감소시킬 수 있었습니다. 또한 B/S(사전조치 서비스)처리로 고객 서비스 품질 향상 및 고객과의 접점을 확대하였습니다. 아울러 유관 시스템과 연계해 시너지 효과를 높여 업무 효율성을 향상시켰습니다. 데이터분석 및 추론을 통해 시공방법을 개선하고 제품개발에 반영해 제품의 차별성과 고객 안전관리에 최적화시킬 수 있었습니다.

1. 상황 이벤트 발생
2. 관제센터 푸시알림
3. 해당 센서취재 확인
4. 모니터링 및 유형진단
5. 고객 정보 확인
6. B/S 상담연계
7. 현장점검, 이상원인 진단
8. 진단 결과 저장

환경친화 연구개발

특허 및 지적재산권

자외선 LED를 이용한 주방용 칼 살균블록



사용한 칼을 물에 세척한 뒤 수분을 제거하지 않고 보관하게 되면 관리 방법에 따라 칼날에 세균이 서식할 수 있는 환경이 조성됩니다. 한샘은 자외선 LED를 이용하여 주방용 칼을 살균하는 블록을 개발해 특허를 취득하였습니다.

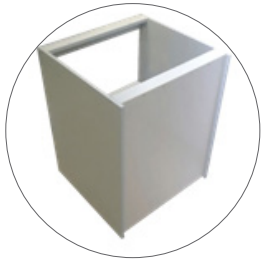
미세발열체 및 온수관을 이용한 모듈형 냉, 온열 매트리스



분리가 가능한 모듈형 매트리스로 교체, 세탁 등 관리가 용이하여 청결하게 유지할 수 있습니다. 여기에 한쪽 면은 미세발열체가 구비된 패드로 온도조절이 가능하고 이면은 냉감소재를 적용해 사계절 쾌적한 취침공간을 제공합니다.

생활환경 개선 기술 개발

4면 마감 및 ABS에지 마감

일반	한샘
	
전면(1면)만 마감 (PVC 에지)	4면 마감 (ABS에지)

일반적으로 단면에서 유해물질이 집중적(70% 이상)으로 방출됩니다. 따라서 전면(1면 에지 또는 겉으로 드러난 곳)만 마감할 경우 속자재에서 발생하는 유해물질이 그대로 방출되고 습기가 침투해 곰팡이, 벌레가 발생할 수 있습니다. 뿐만 아니라 습기로 인해 자재가 부패하면서 구조 및 안전성에 치명적인 결함이 발생할 수 있습니다. 반면 친환경 ABS에지로 4면을 모두 마감할 경우 유해물질은 90% 감소됩니다. 한샘이 사용하는 ABS에지는 친환경 소재로, 일반 PVC(폴리염화비닐)보다 변형량이 3배 이상 강하고 유해물질 차단력도 우수합니다.

Best Practices

'EO'
환경안전 정보 공개

한샘은 운영중인 제품에 대한 유해물질 시험결과를 한샘의 지속가능경영 홈페이지를 통해 고객에게 투명하게 공개하고 있습니다. 고객을 비롯한 이해관계자들은 한샘의 시험성적서를 통해 신제품 출시검증과 운영제품 정기검증의 신뢰성 및 제품의 안전성을 확인할 수 있습니다.



02 SOCIAL

고객감동 경영

- 고객만족
- 제품품질 강화



MANAGEMENT APPROACH

CONTEXT

지속가능경영에서 제품의 품질은 제품 자체에 대한 니즈와 만족도, 편의성뿐만 아니라 제품의 제조 과정 전반에 걸친 환경 안전 등을 포함합니다. 하나의 제품이 완성되기 위해서는 원자재 조달과 디자인, 품질 강화 연구개발, 제조 협력사, 판매 대리점과 임직원을 거쳐 고객의 선택으로 이어져야 하기 때문입니다. 그리고 이는 곧 고객만족으로 직결됩니다. 이 과정에는 고객 뿐만 아니라 임직원, 제품을 제조하는 협력사, 대리점 등 다양한 이해관계자들이 연계되어 있습니다.

OUR STRATEGY

한샘은 제품 품질 강화를 위해 제품의 불량률을 '0'에 가깝게 하는 '식스시그마(Six Sigma)' 품질경영시스템의 혁신과 ISO 9001, 14001 인증의 지속적인 갱신, 신제품 품질 검증 프로세스 등을 통해 엄격한 관리를 하고 있습니다. 제품이 판매된 이후에는 컨텍센터와 홈페이지, 주요 온라인 포털을 통해 고객과 소통하고 문제의 원인을 분석해 이를 제조 및 검증 프로세스에 반영해 개선하는 사후 서비스(BS)를 진행합니다.

2020 KEY PERFORMANCE

- 2020년 '소비자 보호실' 신설 – 고객불편·요구사항의 접수, 처리 → 프로세스 개선 → 재발방지 전담
- 2020년 6월 한국주택가구협동조합 '우수단체표준제품' 인증 취득 (가정용 싱크대 부문)
- 2020년 자발적 대규모 리콜 실시
- 2019년부터 키친바흐 '찾아가는 서비스' 실시 – 키친바흐 구매고객을 대상으로 3년간 3회 사전점검을 진행

2018년 ~ 2020년 3년간 고객만족도

2018년 84% 2019년 88% 2020년 87%

NEXT PLAN

한샘은 2021년 '소비자 불만제로 심의위원회' 를 설치했습니다. 이는 내부 유관부서들이 참여하는 분기별 회의체로, 한국소비자원으로 접수되는 모든 피해 구제 사건을 검토 및 심의한 뒤 원인 분석 및 재발방지 제도 개선, 교육 활동 등을 논의하고 추진합니다. 이처럼 고객의 불만을 유발한 제품 품질 개선 및 프로세스의 근본적인 원인을 개선해 고객을 비롯한 협력사, 대리점 등 이해관계자들의 피해를 사전에 예방하겠습니다.

고객만족

고객만족 정책 및 활동

CS정책 및 담당조직

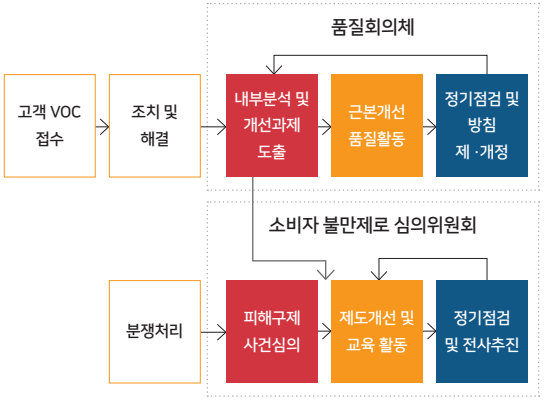
한샘은 전략기획실 중기 혁신과제 중 하나로 '식스시그마 품질 및 연고율 50% 서비스 혁신 추진'을 선정하고, 이를 실현하기 위하여 고객중심의 품질경영시스템을 운영하고 있습니다. 고객만족을 위한 조직으로는 C/S실 내에 품질회의체를 주관하며 사내 품질 관리를 총괄하는 C/S부, 고객분쟁 접수처리 및 고객피해 예방활동과 소비자 권익보호를 위한 소비자 불만제로 심의위원회를 주관하는 소비자보호부가 있습니다.

품질회의체 운영

품질회의체를 주관하는 CS부에서는 매일 접수된 고객 VOC를 분석하고 회사의 품질지표를 집계합니다. 이를 기반으로 고객감동 실현을 위한 품질·서비스 개선과제를 도출하여 전략기획실장 주관 회의체를 통해 분기별 핵심성과지표 합의 및 품질경영방침을 설정합니다. 이를 달성하기 위하여 매주 품질회의체를 통해 품질활동 및 이슈사항을 점검하고, 핵심사항은 즉시 반영하도록 시행합니다.

소비자 불만제로 심의위원회

소비자보호부는 다양한 루트를 통해 접수되는 고객불편, 요구사항 등을 유관부서와 논의해 원인을 분석하고 처리하며 결과 보고 및 재발방지 대책을 수립하고 진행합니다. 특히 소비자들의 피해나 불만사항을 사전 예방하고 권익을 보호하기 위해 한국소비자원으로 접수되는 피해구제 사건을 심의하는 '소비자 불만제로 심의위원회'를 주관합니다. 소비자 불만제로 심의위원회는 고객의 권익 보호 실현 및 기업의 사회적 책임을 수행하기 위하여 신설하였습니다. 위원회는 위원장 1명(소비자보호실장)과 각 소속 본부(부서)장의 결정권을 이양 받은 각 부문 위원 19명(영업·시공·구매·품질 등 각 팀장급) 등으로 구성되어, 분기별 회의체를 통해 한국소비자원으로



접수되는 모든 피해 구제 사건을 심의하고, 고객 피해 사전예방을 위한 제도개선 및 교육 활동 등의 방안을 모색하여 이를 추진합니다. 2021년 4월 14일 제 1차 회의체를 개최했으며 분기별로 운영할 계획입니다.

세부 회의체 운영

전략적으로 집중해야 하는 부분에 대한 논의는 담당조직이 주관하는 세부 회의체를 통해 진행하고 있습니다. 세부 회의체에서는 고객의 불편사례를 중심으로 각 건별 현장 리커버리 시행 및 문제의 근본적 개선을 위한 핵심과제를 선정하고, 경영진이 주관하는 주간 회의체를 통해 달성 여부를 점검합니다.

고객의 소리(VOC) 관리

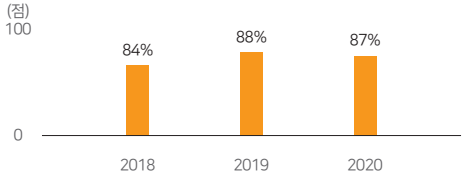
한샘은 컨텍센터, 홈페이지, 주요 온라인 포털서비스 등의 여러 채널을 통해 고객의 소리를 수집하고 있습니다. 이 과정에서 접수된 고객불편사항은 영업·시공·A/S 등 각 부문 현업조직으로 신속히 전달하여 조치합니다.

회의체명	주관 (담당조직)	핵심과제
패키지 VOC 대책회의체	리하우스사업본부장 (리하우스품질팀)	· 고객불편사례 중심 개선과제 토의, 리커버리 결과 점검 · 종합 리모델링 공사 고객감동모델 정형·표준화

고객만족도 관리

한샘은 고객을 대상으로 제품 설치 7일 이후 모니터링을 통해 공사에 대한 종합적인 만족도를 조사하고 있습니다. 조사결과에 따라 만족도가 낮은 항목에 대해서는 리하우스 사업본부장 주관 패키지 VOC 대책회의체에서 각 내용들을 점검하고 재발방지 대책을 점검합니다.

고객만족도 조사 현황 (단위 : 100% 만 점)



리콜

한샘은 고객에게 신체·재산상의 중대한 위해를 가할 우려가 있는 제품을 선제적으로 선별하여 국가기술표준원에 보고 후 공식적으로 리콜을 시행합니다. 2020년 4월 24일 래핑공법(표면재 원판 접착)으로 제조, 판매된 일부 싱크대 도어 제품을 대상으로 자발적 리콜을 공표 및 시행하였습니다.

리콜 현황

번호	제품명	리콜종류	공표일
3	가구 (싱크대)	자발적	2020. 04. 24.
2	모모로 서랍장 (4단)	권고	2017. 05. 11.
1	진공블렌더 오젠	자발적	2016. 10. 31.

* 리콜정보 출처: 제품안전정보센터 (https://www.safetykorea.kr)

고객만족

고객만족 프로그램

온·오프라인 소통채널

한샘은 다양한 온·오프라인의 소통채널을 운영하고 있습니다. SNS를 통해서 월 100건의 콘텐츠를 노출하여 고객들로 하여금 집 꾸밈의 영감을 얻도록 정보를 제공하고 있습니다.

온라인사업본부

한샘몰 외에 여러 소통채널을 통해 고객과 소통하고 있습니다. 전사 공식 채널인 네이버 블로그, 유튜브 채널, 페이스북 외에도 인스타그램, 카카오 플러스친구 채널을 운영하고 있으며 해당 채널을 통해 신제품을 누구보다 빠르게 체험해 볼 수 있는 서포터즈 및 체험단 모집, 고객 Q&A 대응 등을 통해 고객 및 이해관계자들과 소통하고 있습니다.

BS 추진

한샘은 고객의 소리(VOC)를 분석하여 고객에게 불편사항이 발생하기 이전에 선제적으로 조치해야 할 대상항목을 도출하고, 이를 근본적으로 해결하기 위한 찾아가는 서비스(Before Service)를 제공합니다.

BS 현황

번호	서비스 제도	내용	시행일
3	패키지 1개월내 BS	리모델링 종합공사 현장 완공 1개월내 고객 케어 서비스 제공 (사용설명, 품질점검 등)	2021. 01. 11. ~
2	슬리핑코드 온열패드 BS	일부 제품의 온열패드 에러고장으로 부품 무상 교체	2020. 12. 23. ~ 2021. 02. 28.
1	키친바흐 찾아가는 서비스	키친바흐 구매 후 3년 3회 사전점검 서비스 제공 (수도, 하드웨어 등 주요 6대 항목)	2019. 04. 01. ~

O4O(Online for Offline) 플랫폼

통합마케팅

한샘은 고객이 편리하게 트렌드를 파악하고 상담을 할 수 있도록 온라인과 오프라인을 연계한 서비스를 제공하고 있습니다. 매장 방문 및 오프라인 상담을 원하는 고객을 위해 온라인 상담신청을 접수받고 오프라인 매장으로 빠르게 배분하여 해피콜을 통한 고객응대로 이어지는 시스템을 갖추고 있습니다. 이후 매장 방문을 원하는 온라인 접수 고객에게는 가장 적합한 매장을 방문할 수 있도록 안내해 드리고 있습니다.

소비자 공정거래 정책

고객분쟁 관리

한샘은 자사 제품을 사용하는 과정 중 고객이 불편을 겪거나 피해를 입은 경우, 인테리어 리모델링 시장을 규제하는 현행 법령 및 제도에 의거하여 공정하고 객관적인 해결 프로세스를 진행합니다. 또한 각종 분쟁의 해결, 고객 피해 사전예방, 사내 고객감동 관련 제도 정착을 위하여 소비자 피해구제 관련 전문 조직인 소비자보호부를 운영하고 있습니다. 소비자분쟁은 민사를 통한 해결이 원칙이지만, 이는 통상 많은 비용과 시간을 수반하게 됩니다. 소비자보호부에서는 하자여부에 대한 다툼, 계약내용에 대한 의견차이 등 고객의 불만으로 첨예한 분쟁이 발생하는 경우, 고객의 2차 불편을 초래할 수 있는 민사소송에 앞서 고객의 관점에서 신속, 원만한 해결을 위한 노력을 우선 이행합니다. 이를 위해 한국소비자원 분쟁조정위원회의 분쟁조정결정사례 등을 참고합니다.

소비자분쟁 관련 행정규칙

번호	구분	명칭	소관부처	최신개정일
1	법령	건설산업기본법	국토교통부	2021. 01. 21.
2	제도	소비자분쟁해결기준	공정거래위원회	2021. 05. 25.

시장 트렌드 선도

'트렌드발표회' 시장 트렌드 분석

한샘은 1년에 2회에 걸쳐 트렌드발표회를 개최합니다. 매년 봄과 가을을 앞두고, 집꾸밈과 주거문화에 대한 고객들의 요구와 관련 트렌드를 반영해 라이프스타일부터 리모델링까지 공간의 모든 것을 망라하는 트렌드들을 분석합니다. 이같은 트렌드를 한샘의 공간과 제품에 반영하고, 고객을 대상으로 발표회를 개최합니다.

한샘이 발표하는 공간과 인테리어 트렌드들은 이해하기 쉽게 제작한 영상으로 유튜브 등에 공개됩니다. 영상 조회수는 200만에 달하고 이벤트에 참여하는 고객도 1,200여명에 이르는 등 한샘이 제안하는 공간과 인테리어 트렌드에 대한 소비자들의 관심은 갈수록 높아지고 있습니다.

코로나19 등으로 인해 2019년부터 유튜브 생중계 등을 통해 트렌드발표회가 진행되었고, 2021년부터는 온라인 트렌드발표회로 전환해 더욱 많은 고객들이 쉽게 인테리어 트렌드를 접할 수 있도록 하고 있습니다.

시장 트렌드 반영 제품 개발

한샘은 주기적인 홈 인테리어 관련 조사를 실시하며 발 빠르게 트렌드를 캐치합니다. 분기별로는 대규모 리서치 조사를 진행하고 매월 온라인 조사를 실시하여 공간에 대한 고객들의 의견과 생각, 요구를 취합, 분석합니다. 이같은 꾸준한 소통을 통해 취합한 결과는 한샘의 공간을 구성하는 상품과 서비스에 반영됩니다. 이는 곧 한샘이 주도하는 한샘만의 공간 트렌드를 구축하는 믿거름이 됩니다.

최근에는 인터넷 등을 통해 변화의 속도가 빨라지면서 트렌드를 받아들이는 문화도 더욱 가속화되고 있습니다. 한샘은 대규모 조사와 고객 분석을 통해 고객에게 필요한 정보를 더욱 신속하고 빠르게 전달해 나가겠습니다.

제품품질 강화

품질경영체계

품질경영 정책

한샘은 최고의 품질과 최상의 고객만족을 실현하고자 고객감동 경영이념을 바탕으로 철저한 품질 관리와 생산 및 신제품 개발에 최선을 다하고 있습니다. 이를 위해 식스시그마 품질의 친환경 제품 생산을 통한 글로벌 최고 제품 'WORLD BEST ELEMENT' 공급을 위해 노력하고 있습니다. 한샘 제조사업부는 지난 수년간 지속적으로 개선해온 식스시그마 품질경영시스템을 혁신적으로 개선하고자 2006년부터 ISO 9001(품질경영시스템인증)/14001(환경경영시스템인증)을 취득했습니다. 이후 정기적인 사후심사 및 갱신심사를 통해 국제표준에 적합한 품질경영시스템을 운영하며 최고의 제품을 생산하고 있습니다. 또한 2000년부터는 우수단체표준제품 가정용싱크대(SPS-KHFC 001-0438)인증을 취득하여 한국주택가구협동조합으로부터 정기적인 제품심사 공장심사를 통해 철저한 품질보증을 이어가고 있습니다. 또한 제조사업부는 ISO, 단체표준의 요구사항을 기본으로 고객만족을 위한 품질경영시스템을 수립하여 모든 임직원은 품질메뉴얼에 규정된 모든 내용을 이행하고 지속적인 개선활동으로 품질경영시스템이 유지되도록 각자의 책무, 책임 및 권한을 준수하고 있습니다.

품질검증 프로세스

한샘은 엄격한 출하승인 프로세스에 의해 생산되는 신제품을 관리하고 있습니다. 신제품 품질검증 절차는 품질 사고 예방과 생산성 향상의 핵심 기반으로써 한샘 생활환경기술연구소와 함께 소재, 공법, 공정, 시험(환경,역학) 전분야에 걸쳐 100% 사전보증을 하고 있습니다. 고객 요구사항이 반영된 명확한 품질목표를 제품 기획단계에서 수립하고, 품질 수준의 충족여부를 보증시험, 조립품평, 양산검사, 3개월 모니터링을 통해 점검함으로써 고객이 만족할 수 있는 제품을 출시하도록 노력하고 있습니다.

품질역량 강화

한샘 제조사업부는 식스시그마 품질경영시스템을 구축하고, 고객의 요구사항 및 사용환경 변화에 따른 품질강화를 위해 사내 품질 전문가를 육성하고 있습니다. 한국표준협회의 식스시그마 컨설팅을 통해 사무관리직군의 품질경영 활동을 내재화하고 지속가능성을 확보하기 위해 식스시그마 벨트(GB_그린벨트/BB_블랙벨트/MBB_마스터블랙벨트) 인재 양성에 힘쓰고 있으며 부문별 전략적 KPI 및 프로세스 관련 과제를 도출해 품질 식스시그마 과제를 수행하고 있습니다. 특히 분임조 컨설팅을 통해 생산현장에서 '품질 분임조'활동을 진행하고 있으며 전 조직원의 전원참여를 유도하고, QC(품질 관리)기법을 활용하여 지속적으로 품질 개선활동을 실천하고 있습니다. 또한 사내발표회 및 우수개선사례에 대한 동기부여 제도를 실행하여 임직원 모두가 적극적인 자세와 개선 의지를 가지고 품질 경쟁력 향상을 위해 노력하도록 독려하고 있습니다.

제조 품질 검사 프로세스

1 **입고 검사**
입고되는 원/부자재에 대한 품질보증 및 검사

2 **공정 검사**
생산공정간 제품에 대한 품질보증 및 검사, 설비/작업표준 모니터링, 4M 변경 검증

3 **출하전 검사**
물류센터 이동 전, 완제품 샘플링 검사 및 창고 및 야적 보관제품 모니터링

품질경영 · 환경경영 인증

한샘은 제품의 품질과 안전성을 지속적으로 제고하고 있으며 다양한 인증을 통해 이를 입증하고 있습니다.





제품품질 강화





품질개선 활동

품질 및 안전성 개선 프로그램

한샘 제조사업부에서는 품질과 생산성 향상 및 원가 절감 등 전반적인 부분에서 혁신활동이 이루어지고 있습니다. 총 13개조의 분임조를 운영하며 혁신활동의 성과를 극대화하고 우수사례 전파를 목적으로 사내발표대회를 실시합니다. 이어 우수분임조는 전국 분임조 발표대회에 참여하고 있습니다. 2020년에는 코로나19로 중단되었지만 2019년 3월에는 사내분임조 발표대회를 실시했으며 8월에는 전국 분임조 발표대회 상생협력 부분에 참가하여 'BEST 서재' 팀이 '플러쉬패널 성형공정 개선을 통한 부적합품률 축소'를 주제로 동상을 수상했습니다. 2021년 1월에는 코로나로 인해 지연되었던 분임조 활동 및 교육을 재정비하여 21년 품질 식스시그마달성을 목표로 분임조 활성을 위한 발대식을 실시하였고 분임조 활동을 진행하고 있습니다.

해외법인 품질 관리



제조사업부는 해외법인(일본법인)에서도 국내와 같은 수준의 품질보증체계를 구축할 수 있도록 국내 품질규정 및 업무 프로세스 전파 등 표준화 작업을 지속해 왔습니다. 본사의 전문가를 파견하여 현지 특성을 반영한 보증체계를 구축하였으며 정기적으로 운영상태를 모니터링하고 있습니다. 실행력을 높이기 위하여 직접 법인의 품질 KPI 선정 및 목표 설정에 관여하며 매월 달성률을 경영진에게 보고하고 있습니다. 또한 현지 문제 해결 전문가를 육성하고, 품질 개선 역량을 키우기 위하여 국내 우수 개선사례를 전파하고 있습니다. 특히 지속적인 일본법인의 스팩 개선 및 현지 영업직원의 신제품 샘플 평가 의견을 공유하여 신제품을 런칭하고 라인업을 확정합니다. 또한 A/S 제품에 대한 비축을 통해 사후관리에도 적극적으로 관리하고 있습니다.

분임조 운영 현황 13개조

도어팀 3개조
- 부엌도어반
- 수납도어반
- KB반

샘서재팀 2개조
- 서재반
- 성형반

몸통팀 4개조
- 부엌몸통반
- 수납몸통반
- 포장반
- 재단반

지원부서 4개조
- 구매 2팀(협력사)
- 물류반
- 공무반
- 검사반



02 SOCIAL

인재경영

- 인권 및 다양성
- 인재 개발
- 안전 및 보건
- 일과 삶의 균형



MANAGEMENT APPROACH

CONTEXT

인재는 기업이 지속가능경영을 위해 가장 기본이 되는 구성 요소입니다. ICT 기술이 급속히 발전하고 있지만 모든 혁신의 주체는 '사람' 이기 때문입니다. 또한 인재의 적절한 유치와 육성, 관리는 기업의 위기 예방 및 대응, 방지 뿐만 아니라 기업이 변화와 혁신, 발전에 얼마나 신속하고 적절하게 대응할 수 있는지를 결정짓는 요인이 됩니다. 아울러 기업은 지속가능한 인재관리를 위해 사업장의 안전보건 관리에 만전을 기해야 합니다.

OUR STRATEGY

한샘은 '모든 인재들은 경영자로 육성될 자질과 역량이 있다'는 것을 인재 육성의 기본 철학으로 삼아 신입사원부터 팀장 후보, 관리자까지 주기별 교육을 진행합니다. 또한 구성원들의 자기 개발을 위해 외국어를 비롯한 다양한 스킬, 업무 관련 내용들을 온라인 및 오프라인(외부)을 통해 교육을 받을 수 있도록 적극 지원하고 있습니다. 또한 능력 있는 여성 인재들을 유치하기 위해 매년 신입사원의 30% 이상은 여성으로 선발하고 있습니다.

2020 KEY PERFORMANCE

2020년 성인지 감수성 교육

50회 이상 실시(온·오프라인 포함)

성인지 감수성 사내강사 육성

13명 수료

인사평가 제도 혁신

KPI와 OKR 반영

여성 인재 육성

신규 영입 여성 관리자 확대

NEXT PLAN

2021년 인권, 윤리 경영 강화
'한샘 인권·노동경영선언' 제정,
이해관계자 인식개선 활동 강화

인권 및 다양성 존중

인권경영

인권존중 정책

한샘은 모든 인류 구성원의 존엄성을 최우선 가치로 국제연합(UN)과 국제노동기구(ILO) 등 인권과 노동에 관한 국제 원칙을 지지하고 관련 법령을 준수하고 있습니다. 이에 따라 인권·노동 중심 경영철학을 기반으로 한 한샘 인권·노동경영선언을 제정하였습니다. 한샘은 인권 ·노동경영선언을 준수하며 다양한 이해관계자들의 인권을 존중하고 권리가 침해되지 않도록 노력하겠습니다.

인권경영 문화 내재화

한샘은 임직원과 협력사를 대상으로 모든 형태의 강제노동을 방지하고 인권 의식과 다양성 존중 인식을 높이기 위해 다양한 인권교육을 진행하고 있습니다. 특히 성희롱 예방, 장애인 인식개선 등 법정 의무교육 이외에 임직원들의 성인지 감수성을 높이기 위한 성인지 감수성 교육을 진행하고 있습니다. 교육 대상은 한샘 임직원 전체로, 온라인과 오프라인을 통해 교육을 진행하고 있습니다.

한샘 인권 · 노동경영선언

제1조 | 인권 보호

모든 구성원은 개별 인격체로서 존중을 받으며 자유와 권리를 누릴 수 있고 기본권에 대해 충분히 보호받는다.

제2조 | 노동 기본권 보호

모든 구성원은 헌법 및 노동관계법령에서 보장하는 권리를 보호받는다. 또한 국가에서 정한 노동관계법규와 ILO에 따라 동일한 노동에 동일한 보수를 받을 권리를 갖는다.

제3조 | 강제노동 금지

구성원은 강제노동, 인신매매를 포함한 비인도적 처우나 형벌, 차별을 받아서는 안되며 신체의 자유와 안전에 대한 권리를 갖는다.

제4조 | 아동노동 금지, 연소자 근로

회사는 어떠한 형태의 아동노동도 용인하지 않는다. 또한 미성년자의 인턴, 실습, 견습 등의 경우 위험도가 높은 업무와 야간근무에서 제외하고 노동관계법규를 엄격히 적용해 불이익이 없도록 한다.

제5조 | 구성원 복지 강화

회사는 가족친화, 모성보호를 비롯해 구성원의 다양성을 반영한 사내 복지제도를 확대 운영하며 모든 구성원은 이에 대해 차별 없이 보장받을 권리를 가진다.

제6조 | 다양성 존중 및 차별금지

모든 구성원은 출신, 인종, 지역(국적), 성별, 종교, 나이, 장애 등을 이유로 차별 받지 않고 안전하고 건강한 최적의 환경에서 근무할 권리를 보호받는다.

제7조 | 이해관계자 인권 보호

제조사와 협력사, 대리점, 고객, 지역사회 등 직·간접적 협력 및 거래관계에 있는 이해관계자들의 인권·노동 국제 원칙이 지켜질 수 있도록 노력한다.

제8조 | 이해관계자 표현의 자유 보장

이해관계자들의 표현의 자유와 구성원들의 평화적인 집회 및 결사의 자유에 대한 권리를 보장하고 지지한다.

제9조 | 이해관계자의 개인정보 보호

이해관계자의 개인정보를 엄격히 보호하기 위해 최소한의 정보만을 수집하고 외부로 유출되지 않도록 정보 보안체계를 철저히 관리한다.

제10조 | 공급망 관리

협력관계에 있는 비즈니스 파트너들의 공급망 관리를 통해 인권·노동 경영 확대와 환경 친화적 원자재 조달에 기여한다.

※ 한샘은 유엔(UN) 세계인권선언과 국제노동기구(ILO) 협약 등 인권, 노동권 보호를 위한 보편적 국제 규범을 지지하고 존중하며 한샘의 인권·노동경영선언은 이를 기반으로 제정되었습니다.

인권 및 다양성 존중

인재 채용 및 육성

다양성을 존중한 열린채용

한샘은 지역별 고졸 인채 채용을 상시로 진행하고 있습니다. 고등학생의 직장 체험 실습 기업으로 등록하여 현장 학습을 진행하고 상당수의 인원을 졸업 후에 채용하는 제도를 운영하고 있습니다.
또한 탁구, 테니스, 볼링 3개 종목의 장애인 선수단을 직접 고용형태로 운영하며 열린채용 제도를 이어가고 있습니다.

여성인재 확보 및 육성

최근 수 년간 한샘의 신규 채용 인원 중 여성인재의 비율은 30% 이상을 기록하고 있습니다. 2020년에는 신입공채사원의 43%가 여성 인재로 채용되었습니다.
특히 일과 생활을 양립할 수 있는 주거환경을 만들기 위해 한샘의 여성 인재들이 가정에서 이를 실현할 수 있도록 적극 지원하고 있습니다.
임신, 출산시 단축근무 및 휴직 지원은 물론이고 육아 부담을 덜기 위해 상암, 방배 사옥에 사내 어린이집을 운영하고 있습니다. 그 결과 여성 인재들의 육아휴직 복귀율은 95%에 이르고 있습니다.
여성 임원의 비율도 높여나가고 있습니다. 2019년에 1명이었던 여성 임원은 2020년 1월에 2명의 여성 임원을 신규로 선임하면서 2021년 6월 현재 6명의 여성 임원이 근무하고 있습니다. 회사는 이 같은 방침을 매년 승진 발표 시 전 임직원에게 공표하며 여성임원 육성 방향성에 대한 전사적 공감대를 높여나가고 있습니다.

공정한 평가와 보상

공정한 평가

한샘의 평가제도는 성과평가와 역량평가로 구성되어 있습니다. 성과평가의 경우 KPI 개념과 구글의 OKR 개념을 도입한 '한샘PP'제도를 구축하여 수행하고 있습니다.
'한샘PP' 제도는 조직원이 상위 직책자의 과제를 함께 수행하고, 독립적으로도 혁신업무에 도전하게 하는 성과관리 제도 입니다.
또한 직책자에 이어 팀원에게도 역량평가 제도를 도입하여 임직원의 성과와 잠재력을 함께 평가할 수 있는 방향으로 평가제도를 보완하고 있습니다.

합리적 보상

한샘은 학력이나 출신과 관계없이 열린 기회를 주고, 능력과 성과에 따라 보상을 받는 문화를 정립해 경영자와 관리자를 육성하고 있습니다. 보상은 개개인의 성과와 역량을 판단하는 기준이 되는 '한샘PP'를 바탕으로 부여합니다. '한샘PP'는 매 분기 초 각 팀장, 본부장의 의견을 반영해 수립됩니다.
이후 분기말에는 해당 PP달성률을 인사평가에 반영합니다. 이같은 '한샘PP' 목표 달성률을 바탕으로 한 합리적 기준에 따라 월·분기별로 인센티브, 우수사원 표창 등 보상이 주어지며 임직원들에게 동기를 부여하고 있습니다.



인재개발

인재육성체계

인재육성 전략

한샘은 모든 인재들이 경영자로 육성될 자질과 역량이 있다는 인재육성 철학을 핵심 가치로 삼아 각각의 직급과 직책에 맞는 교육을 실시하고 있습니다.

모든 직원들은 성과관리를 위해 PP를 설정해야 합니다. 한샘의 PP는 재무성과, 고객감동, 인재육성의 3가지 관점에서 지표를 수립하고 S, A, B 3단계의 성과 목표를 설정합니다.

PP는 매 분기 초 팀장과 본부장의 합의를 통해 수립하고, 매 분기 말 해당 성과에 대한 평가를 토대로 인사평가에 반영합니다.

탁월한 PP 목표를 달성한 사원에게는 분기별, 월별 인센티브와 우수사원 표창 등의 보상을 통해 동기부여를 하고 있습니다.

교육제도: 교육체계도



인재개발

인재육성 프로그램

직급별 교육

한샘은 직책, 직급별 리더의 역할을 설정하고 역량을 키우기 위한 교육을 실시하고 있습니다. 2019년부터는 각 팀별 리더 후보자들을 대상으로 한 교육을 중점적으로 확대해 팀장 후보 214명을 대상으로 총 3회에 걸친 교육을 진행했습니다.
그리고 급변하는 트렌드에 빠르게 적응할 수 있도록 외부 교육 과정과 컨퍼런스 참여 등을 적극 지원하고 있습니다.

직책별 교육

한샘은 단계별 인재육성 프로그램으로 체계적인 교육을 진행하고 있습니다. 우선 신입사원 입문교육을 통해 한샘의 역사와 현재, 미래 지향점, 핵심가치를 이해시키고 있습니다. 특히 최고경영진부터 각 사업부서장까지 경영진이 직접 강의를 실시하며 신입사원 교육에 참여하고 있습니다. 입문교육을 마친 신입사원들에게는 회사의 고객감동 프로세스를 직접 경험하며 사업에 대한 이해도를 높일 수 있도록 영업 OJT과정 교육을 진행합니다.
4년 후 대리로 진급하면 중간관리자이자 해당 직무의 최고 전문가의 위치가 되어 향후 로드맵 설정과 진급자 교육을 진행해 경영자에 도전할 수 있는 동기를 부여합니다. 이를 통해 각 사업부간 네트워크를 형성하고 소통을 통해 업무상 시너지를 낼 수 있습니다.
대리에서 과장으로 진급하게 되면 본격적인 팀장 준비 과정인 진급자 교육을 받으며 팀장으로서의 리더십을 스스로 확보하는 과정을 거치게 됩니다.

글로벌 역량 강화 교육

한샘은 글로벌 기업으로의 도약에 함께 성장해 나아갈 임직원들을 위해 매월 온라인 외국어 학습 교육을 지원하고 있습니다. 한샘의 임직원이라면 누구나 신청할 수 있으며 교육을 신청한 임직원들의 수강 현황을 관리해 보다 적극적으로 글로벌 역량 강화에 나설 수 있도록 지원하고 있습니다.
특히 외국어를 자주 활용하는 직무를 담당하고 있는 직원들에게는 온라인뿐만 아니라 전화 외국어, 오프라인 수강 등 실효성 있는 업무역량 강화로 이어질 수 있도록 다양한 방식의 교육 프로그램을 지원하고 있습니다.

퇴직예정자 지원 프로그램

한샘은 2019년부터 리하우스 사업부의 한샘 소속 영업사원(TR) 퇴직자를 대상으로 창업을 지원하는 프로그램을 운영하고 있습니다.
대상은 리하우스 TR로서 2년 이상 근무한 경력자로, 개인 매장을 보유하지 않더라도 한샘이 직접 운영중인 상생형 표준매장에서 리하우스 대리점을 개점, 영업활동을 할 수 있으며 입점 수수료도 지원합니다. 또한 대리점을 운영할 경우 전시용 가구 할인과 RD(리하우스 디자이너) 채용 및 교육 지원, 각종 동기부여 제도 등을 통해 자립을 지원하고 있습니다.

온라인 교육 인프라 확대

한샘은 COVID19(코로나19)로 인한 비대면 교육을 위해 온라인 교육 인프라를 개선 및 확대하고 있습니다. 한샘은 그간 각각의 사이트로 흩어져 있던 온라인 교육 사이트를 통합해 2020년 6월 통합 온라인 교육 사이트를 구축해 선보였습니다.
특히 이번 온라인 교육 사이트 통합 구축을 통해 한샘 전체 임직원뿐만 아니라 한샘과 함께 성장해 온 모든 협력 직원들도 동일한 환경에서 교육을 받을 수 있는 플랫폼을 확보했습니다. 한샘은 필요에 따라 향후 오프라인으로 진행하는 교육들을 온라인으로 대체 가능한 인프라 구축을 이어갈 계획입니다. 이와 함께 교육 콘텐츠의 질적인 향상을 통해 임직원과 협력사 모두가 쉽고 친근하게 교육을 접하며 역량을 발전시킬 수 있도록 온라인 교육 인프라를 확대 운영할 계획입니다.

교육역량 성과평가

한샘은 실무에 도움이 되는 실효성 있는 교육 프로그램으로 보완, 발전시켜 나가기 위해 두 가지 방식으로 교육 성과를 평가합니다.
하나는 교육 만족도 평가로, 강사, 교육 내용의 질적 부분, 교육 운영에 관한 부분 등을 평가하고 개선하기 위한 목적으로 활용합니다.
지난 2019년 기준 한샘의 교육 만족도 평가는 10점 만점에 평균 9.3점으로 높은 만족도를 나타내고 있습니다.
두 번째 평가지표는 교육 추천도 평가로, 고객 만족도 조사기법인 NPS에서 착안해 진행하는 조사입니다. 교육 추천도 평가를 통해 임직원들은 교육이 업무에 실질적인 도움이 되었는지를 진단하고 동료들에게 추천할 의향이 있는지 여부 등을 평가합니다.

안전 및 보건

안전보건관리체계

안전보건 리스크 관리

한샘은 사업장 안전보건 리스크의 예방을 최우선으로 사전 관리 및 신속한 보고 및 조치 체계를 구축, 점검, 관리하고 있습니다.
사업장 위험요인 관리 프로세스는 매월 전 사업장(87개)에 대해 안전대행업체(안전, 보건) 및 담당부서가 자체 점검을 실시하고, 점검사항 및 조치결과에 대해 매월 열리는 산업안전보건위원회 정기회의를 통해 논의합니다. 이후 익월 점검시 전월 지적사항에 대한 조치가 이루어졌는지를 확인하고 관리상태를 점검하며 위험요인들은 매년 실시하는 위험성평가에 반영해 관리하고 있습니다.
특히 위험사항이나 잠재적 위험요인이 발견될 경우, 또한 잠재적 상해 혹은 질병을 초래할 위험이 발견된 경우에는 해당작업을 중지하고 사업장에 지정된 관리감독자 및 담당부서에 보고하며(필요시 익명제보) 개선방안을 검토해 개선조치를 취하고 있습니다. 개선이 이루어지기 전까지는 작업 투입을 금지하고 있습니다.

산업안전관련조사과정



관리보고체계



※ 제보창구(공통) : 마음의 소리(익명), 사내 메신저 및 메일 등

안전보건 수칙

한샘은 근로자의 삶의 질을 향상하고 안전과 건강을 유지·증진하기 위한 안전보건 관리 규정을 제정하고 있습니다.

안전보건 관리규정 제정

1. 안전보건의 관리조직과 직무에 관한 사항
2. 안전보건교육에 관한 사항
3. 작업장의 안전관리에 관한 사항
4. 작업장의 보건관리에 관한 사항
5. 사고조사와 대책수립에 관한 사항
6. 기타 안전보건에 관한 사항

산업안전보건위원회 운영

한샘은 산업안전보건법의 원활한 시행과 재해예방을 위해 산업안전보건위원회를 운영하며 안전보건 안건에 대한 심의, 의결을 거치는 안전보건 개선활동을 실시하고 있습니다.

위원회 구성	· **위원장** : 최철진 전무 · **구성위원** : 근로자 대표, 근로자대표가 지명한 9명의 위원, 안전관리자, 보건관리자, 대표자가 지정한 9명의 위원
위원회 개최주기	· 월 1회

주요내용
1. 사업장의 산업재해 예방계획의 수립에 관한 사항
2. 안전보건관리규정의 작성 및 변경에 관한 사항
3. 안전보건교육에 관한 사항
4. 작업환경측정 등 작업환경의 점검 및 개선에 관한 사항
5. 근로자의 건강진단 등 건강관리에 관한 사항
6. 그 밖에 해당 사업장 근로자의 안전 및 보건을 유지·증진시키기 위하여 필요한 사항

도급사업안전보건협의체 운영

한샘은 산업안전보건법에 의한 물류 도급사업의 안전보건 리스크 예방 및 개선을 위해 물류사업부를 중심으로 도급사업안전보건협의체를 설치, 운영하고 있습니다. 특히 2021년도에는 각 사업장별로 안전 및 보건 등 분야별 관리 전문 인력들을 배치해 사업장 특성에 맞는 안전보건 사고 리스크 예방정책을 강화해 나갈 계획입니다.

위원회 구성	· **위원장** : 사업장 안전보건총괄책임자 · **구성원** : 도급인 및 수급인
위원회 개최주기	· 월 1회

주요내용
1. 작업의 시작 시간
2. 작업 또는 작업장 간의 연락방법
3. 재해발생 위험이 있는 경우 대피방법
4. 작업장에서의 법 제36조에 따른 위험성평가의 실시에 관한 사항
5. 사업주와 수급인 또는 수급인 상호 간의 연락 방법 및 작업공정의 조정

안전 및 보건

안전보건 강화

안전보건 문화 활성화

한샘은 산업안전보건법의 원활한 시행과 산업재해예방, 쾌적하고 올바른 작업환경 조성을 위해 회사와 구성원이 함께 노력하고 있습니다. 이를 위해 지난 2019년에는 '안전사고 ZERO'를 목표로 안전보건경영 목표를 수립했고 사업장별 자율안전점검체계를 구축해 안전보건담당자를 필두로 구성원들의 안전의식 수준을 향상시켰습니다.

2020년에는 전문기관의 컨설팅을 통해 사고의 사전 예방 체계를 구축했으며 그럼에도 발생할 수 있는 사고에 신속히 대응해 피해를 최소화하기 위한 비상대응능력을 실시, 사고 대응능력을 향상시키고자 했습니다.

안전보건 문화 활성화 전략 및 시스템

1. 전 사업장 안전점검 관리
2. 점검결과 및 조치보고 사업장 공유
3. 관리감독자 대상 본사 집체교육 및 개도
4. 사업장 안전활동 상벌제도 구축

사업장 자율안전점검

한샘은 2019년 사업장 자율안전점검 체계를 구축하고 사업장 별 안전보건담당자의 안전의식 수준을 높이는데 주력해왔습니다. 2020년에는 전문기관의 컨설팅을 통해 사고 사전예방 체계를 구축했습니다.

2019년 사업장 자율안전점검 시스템 개발이 완료되면서 자율안전점검 등록을 실시하고 있습니다. 사업장 자율안전점검은 사업장별로 선임한 안전보건 담당자가 주축이 되어 자율안전점검 77대 항목을 일/주/월/분기별로 점검하는 시스템입니다. 안전사고 예방 최우선을 목적으로 점검 과정에서 위험요인이 발견되면 즉시 개선, 조치합니다.

2020년 4월부터는 외부업체를 통한 전체 점검을 실시하며 사업장 안전점검을 더욱 강화했습니다.

사업장 자율안전점검

1. 사업장 일일안전 점검표 작성 관리
2. 작업 시작전 안전회의 (TBM활동)



안전보건 전문기관 점검

한샘은 전문 안전보건 기관의 컨설팅을 통해 월 1~2회 사업장 안전 점검을 실시하고, 도출된 위험요인을 전문가의 컨설팅에 따라 개선 조치합니다.

전문기관 점검

1. 안전점검 – 안전보건진흥원

→ 87개 사업장 점검
→ 매월 1회 점검 실시 (81개 사업장)
→ 매월 2회 점검 실시 (6개 사업장)

2. 보건점검 – 정해보건산업

→ 매월 1회 점검 실시 (6개 사업장)

위험성평가(정밀안전진단)

한샘은 특히 중요사업장*에 대해 매년 1회 전문 안전보건 기관의 위험성평가를 실시하고 위험성 평가서를 작성, 관리합니다. 이를 통해 발생가능성과 중대성에 따른 안전사고 예방 대책을 수립하고, 개선, 조치합니다.

또한 제조사업장과 같이 소음 발생 위험이 높은 사업장에 대해 임직원들의 건강장해를 예방하기 위한 청력보존 프로그램을 운영하고 있습니다. 주기적으로 기계설비의 소음을 측정해 흡음장치 설치, 설비 개선 등의 조치를 취하고 있으며 청력보호구 밀착검사를 통해 장비의 효율성을 높여 청력손실을 최소화 하고 작업환경의 만족도를 높이고 있습니다.

안전 및 보건

아울러 열성질환을 예방하고 쾌적한 작업장 공기질을 유지하기 위해 내부에 축적된 고온의 공기를 빠르게 배출할 수 있는 전체환기 시스템(Clean Cool Supply System)을 적용하고 있습니다.

*중요사업장 : 제조, 물류CDC, 직매장, 사옥 등

물류장비 안전관리 가이드

한샘은 물류장비에 대해 법적 안전장치 이상의 강화된 안전장치를 적용한 안전가이드를 운영하고 있습니다. 가이드를 제작 및 배포하고 매월 안전점검을 실시하며 지적 사항 및 조치결과에 대한 추적 관리를 실시합니다.

특히 중대재해 위험성이 높은 지게차 작업 환경 안전은 특별 관리 대상입니다. 이에 한샘은 모바일 지게차 안전점검 시스템을 개발해 정비사와 연계하고 데이터를 기반으로 한 정비를 실시하고 있습니다.

지게차 중대재해 예방 특별 관리

- 모바일 지게차 안전점검 시스템

1. 정비사 연계 데이터 기반 정비
2. 법규사항보다 강화된 안전장치 모든 지게차에 적용
   (속도제한장치, 시각경보장치 등)
3. 지게차 운전원 대상 정기 특별안전보건교육 실시

안전 교육 및 훈련

한샘은 다양한 안전·보건 교육 콘텐츠를 통해 제조, 물류, 관계사 등 협력사 근로자 등을 대상으로 교육 및 훈련을 실시하고 있습니다. 교육은 안전사고 예방을 위한 10분 안전보건교육, VR안전보건교육 등 현장중심의 콘텐츠를 개발해 교육을 진행하고 있습니다.





안전교육 과정

1. 정기안전교육 : 분기 3시간 이상(온라인 실시)
2. 채용 시 교육 : 8시간 교육(채용 시 실시)
3. 작업내용 변경 시 교육 : 2시간 이상(발생 시 실시)
4. 특별안전교육 : 2시간 이상(발생 시 실시)
5. 건설업 기초안전교육 : 4시간 이상(발생 시 실시)
6. 관리감독자 교육 : 년 16시간 실시

안전교육 과정

한샘은 안전보건에 대한 경각심을 주고 대응력 향상, 역량 강화를 통한 임직원의 안전보건 인식을 높이기 위해 정기 건강검진과 심리적 보건 지원, 안전/보건/소방 등 테마별 캠페인, 전문기관 컨설팅을 진행하고 있습니다.

특히 매년 1회 모든 임직원들을 대상으로 건강검진을 지원하고 있으며 심리적 건강을 위한 사내 상담 프로그램을 운영하고 있습니다.

2019년~2020년 상반기에는 코로나19 이슈로 훈련을 진행하지 못했지만 2020년도 하반기부터 분기 1회 안전/보건/소방 교육을 재개하고 주기적으로 실시하고 있습니다.

비상대응체계 운영

한샘은 화재, 각종 재해 등 안전보건 관련 비상 사태 발생에 대비해 유관부서 비상연락망을 구축하고 담당자들과 경영진을 포함한 보고 및 역할 분담, 비상대응체계 운영 프로세스를 구축하고 있습니다.

평상시에는 비상대응훈련을 통해 임직원들의 사고 대응능력을 향상시키고 있습니다. 만의 하나 사고발생시에는 비상대응훈련에 따른 긴급조치와 함께 사전에 구축한 비상연락망에 따른 본사 및 담당임원, 경영진 보고를 진행합니다. 이후 재해조사와 대책수립 및 실시, 재발방지 계획을 추진합니다.

2021년에는 이와 같은 내용의 비상대응체계 운영 매뉴얼을 제작 중이며 이를 활용해 임직원들의 안전보건 비상대응 역량을 강화해 나갈 계획입니다.

임직원 안전 보건 현황

구분	단위	2018	2019	2020
업무상 부상 건수 및 비율	건(%)	20	10	10
업무관련 재해로 인한 사망건수 및 비율	건(%)	0	0	0
업무관련 질병 발병률(OIFR)*	%	0	0	0
업무관련 질병으로 인한 사망자수	명	0	0	0
근로 손실 재해율(LTIFR)*	%	3	2	2
근로 손실 발생 건수	건	20	10	10
총 근로시간	시간	5,697,720	5,007,184	5,009,960
산업재해보험 가입 근로자 수	명	2,902	2,532	2,495

* 산식 : 건/20만 근무시간

코로나19 대응

코로나19 대응 전략

2020년 3월 대구, 경북 지역을 중심으로 코로나19 피해가 급증했습니다. 이에 한샘은 코로나19 관련 긴급 지원을 위해 10억 원을 출연했으며 대구·경북 지역 상생형 표준 매장의 대리점 임대료 100% 감면, 그 외 지역은 50% 감면을 시행했습니다. 또한 긴급 물류 지원단을 편성하여 구호 물품 수송을 지원하였습니다. 이는 지역사회에 구축된 자사의 물류 인프라를 활용한 사회공헌이었습니다.

코로나19 핫라인

전 세계를 강타한 코로나19 팬데믹은 사회, 경제적 활동들에 제약을 야기하고 막대한 피해를 불러일으켰습니다. 한샘은 임직원과 소비자, 지역사회를 보호하기 위하여 회사 차원에서의 각종 지원을 실시하고 있습니다. 한샘은 코로나19 대응회의체 및 코로나19 관련 주무부서 핫라인을 운영하면서 코로나19 확산 방지를 위한 대책을 수립하는 등 최선의 노력을 다하고 있습니다.

코로나19 임직원 보호 조치

한샘은 임직원 건강 보호를 위해 사업장 및 매장 내 코로나19 유입, 전파를 차단하기 위한 조치를 실시 중입니다. 사업장, 본사 직영매장에 대한 주기적 방역은 물론, 사회적 거리두기 단계에 맞춘 대리점 로드매장 방역 지원을 진행하고 임직원과 방문객이 더 안심할 수 있도록 확진자 동선을 상시 확인하며 대회의실 및 교육장 등의 구역에 칸막이를 설치했습니다. 또 사업장 내 출·퇴근 임직원과 방문객 대상 발열체크 및 사옥 내 출입동선 제한 조치, 전사 임직원 대상 근무 중 마스크 착용 의무, 고객응대 근로자 및 외부 이해관계자 대면이 많은 직무 종사자 마스크 지급 등 전파방지를 위한 선제적 조치를 시행하고 있습니다. 아울러 임직원의 해외 출장 제한을 비롯해 주재원과 주재원 가족 귀국 및 자가격리 비용 지원 등도 이루어졌습니다. 또한 임직원 및 임직원 가족의 유증상 또는 확진자와의 접촉 가능성 등이 확인되는 즉시 선제적 검사와 방역조치를 지원하고 있으며 임직원의 코로나19 검사 또는 격리 등의 상황이 발생하는 경우 공가 또는 재택근무 전환을 통하여 본인은 물론 주변 동료들도 안전하게 근무할 수 있는 사업장을 구축하고자 노력하였습니다. 특히 코로나19 대응의 일환으로 재택근무와 원격 화상회의 지원을 위한 근태관리 및 회의 시스템 등의 도입이 이루어지면서 사회적 거리두기 단계에 맞춘 재택근무 실행과 화상회의, 온라인 교육 등의 확대가 두드러졌습니다.

코로나19 대응 활동



한샘의 시공 협력 기사 10명으로 구성된 '한샘 긴급 물류 지원단'은 전국 각지에서 '대구 스타디움'에 모인 구호 물품을 지역 대 병원, 보건소, 생활 의료센터 등으로 긴급 수송하였습니다.



마포구 한부모가정 및 코로나19로 인해 활동이 중지된 다원 여자청소년 야구단에게 코로나19 응원 키트 140개를 전달하였습니다. 키트 물품은 자사 제품인 냄비세트와 텀블러, 용기, 마스크 등 생활용품들로 구성되었습니다.



한샘은 소방공무원의 대기 현장 물품을 지원하기 위해 자사 제품 중 차렵이불세트, 패드, 블랭킷 등 총 1,230점을 기부하였습니다. 또한 수급에 어려움을 겪고 있던 실외 방역용 제독제 약품 500ℓ를 지원하였습니다.



코로나19 장기화로 안전한 생활 공간에 대한 사회적 격차가 더욱 두드러졌습니다. 한샘은 소외계층을 위한 공간인 홀트아동복지회와 동방사회복지회 등 거점을 중심으로 방역을 지원하였습니다.

일과 삶의 균형

신뢰의 노사문화

한샘 노사문화

한샘은 '일하고 싶은 공간'을 만들어 사내 세대간 벽을 허물고 소비자에게 사랑 받는 브랜드가 되고자 합니다. 이를 위해 UN의 국제인권선언문과 ILO(국제노동기구)를 기반으로 하는 '한샘 인권·노동경영선언'을 제정했습니다.

'한샘 인권·노동경영선언'은 구성원들의 노동 기본권을 보호하고, 어떠한 형태의 차별도 금지하며 다양성을 존중하는 내용을 담고 있습니다.

노사협의체 운영

노조가 없는 직원의 경우, 분기 1회 노사협의회를 통해 중요한 안건을 심의·의결하고 있습니다. 노사협의회 근로자위원이 직접·비밀·무기명 투표를 통해 근로자대표로 선출되어 대표성을 확보합니다. 근로자대표는 3명으로 구성되며 매월 다양한 구성원들을 현장에서 직접 만나며 회사 전반적인 고충 및 건의사항을 적극적으로 접수받고 있습니다. 이러한 고충상담을 통해 접수된 고충 내용 및 건의사항은 분기 1회 노사협의회 주요 안건으로 상정되어 회사 제도 도입이나 정책 수립 시 적극 반영되고 있습니다.

노조가입 현황

현재 한샘에는 1980년 창립된 노동조합(대표자 : 이성영)이 존재하며 한국노총 금속노조에 소속되어 있습니다. 2년에 1회씩 조합원 복지 관련된 단체 협약을, 1년에 1회씩 임금협약을 체결하고 있습니다. 한샘은 무분규 사업장으로 파업 등의 노동쟁의가 발생한 사례가 없고 서로 한발씩 양보하는 신사적인 교섭을 통해 원만하게 협약을 체결하고 있습니다. 2020년 12월 31일을 기준으로 한샘 총 재직 인원은 2,479명이며 이 가운데 단체협약 적용 대상자는 생산직인 230명으로 약 9.3%입니다.



일과 삶의 균형

일하는 방식의 변화

워라벨 추구

한샘은 직무별 업무환경에 적합한 근무제도를 도입해 운영하고 있습니다. 내근직의 경우 선택적 근로시간제를 통해 개인의 업무스타일과 라이프스타일에 맞춰 출, 퇴근 시간을 자율적으로 선택하도록 하고 있습니다. 출근 시간은 8시부터 10시까지, 퇴근은 15시 부터 17시까지 탄력적으로 활용할 수 있으며 하루 6시간의 의무근무 시간만 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.

가족친화경영

한샘은 국내 최고 수준의 모성보호제도 구축과 가족친화적 기업문화 육성을 위하여 각종 제도를 추진하며 적극 지원하고 있습니다. 남녀 임직원 모두에게 임신축하선물 복지포인트를 지급하고, 여성 임직원의 경우 임신기 전 기간에 걸쳐 1일 2시간 단축근로(일 6시간 근무)를 별도의 임금차감 없이 실시하고 있습니다.

지난 2020년 초반부터는 코로나19라는 긴급한 상황이 발생함에 따라 임산부와 태아의 건강 보호를 최우선으로 임신기 근무자 전원에게 재택근무 조치를 취하고 있습니다. 또한 한샘의 모든 직원은 법적 육아휴직기간 외에 추가적으로 육아휴직을 1년 더 사용할 수 있으며 육아기 단축근무제도 및 가족돌봄휴가·휴직 등을 지원하고 있습니다. 한샘 상암, 방배 사옥에서는 사내 어린이집을 운영하며 임직원 자녀에게 양질의 보육과 교육을 제공하고 있습니다.

임직원 소통

임직원들과의 원활한 소통을 위하여 다양한 방식의 소통채널을 운영하고 있으며(Top-down, Bottom-up), 수평소통까지 채널을 확대해나갈 예정입니다. Top-down소통은 사내 인트라넷을 활용하여 매월 우수성과 사례, 회사의 주요 이슈, 이벤트 등에 대한 정보를 제공하며 임직원들이 회사의 방침을 이해할 수 있도록 하고 있습니다.

Bottom-up소통은 온·오프라인, 익명·실명 등 성격에 따라 구분해 총 3가지 채널로 운영하고 있습니다. 먼저 임직원들이 인트라넷을 통해 익명으로 의견을 제안하고 빠른 피드백을 받을 수 있는 채널인 '핫라인'과 주요 사옥 및 매장 화장실에 설치하여 신상 공개의 불안감을 제거한 익명 접수 채널인 '마음의소리', 마지막으로 각 부서별 대표자를 선정하여 주변 동료 등 임직원들의 의견을 수렴하고 회사로 전달 할 수 있는 채널인 '좋은일터협의회'가 있습니다. 좋은일터협의회는 지난 2018년부터 각 부서별로 소통능력이 우수한 임직원을 매년 10명~40명 가량 선발하여 운영하고 있으며, 매월 정기회의를 통해 주요 이슈사항을 논의하는 자리도 마련하여 임직원 의견 수렴의 주요 채널로 운영하고 있습니다.



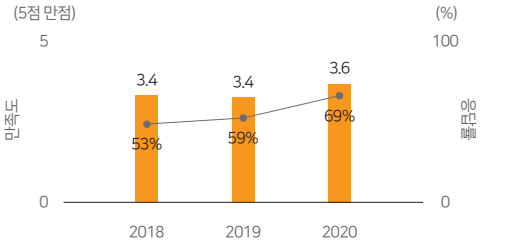
좋은일터 협의회 전체 회의

기업문화 활성화

한샘은 기업문화 개선과 상호 존중하는 기업문화 구축을 위해 인사혁신, 양성평등, 동반성장 분과로 구성된 CEO 직속 기업문화위원회를 설립하여 운영하고 있습니다. 2017년 11월부터 운영하고 있는 기업문화위원회는 6명의 외부 자문단, 3명의 근로자대표, 3명의 분과위원장으로 구성되어 노사의 균형 잡힌 시각은 물론 외부전문가의 시각까지 더해 제도구축과 개선에 힘쓰고 있으며 대표적인 성과로는 성인지감수성 매뉴얼 발간이 있습니다.

또한 한샘은 2015년 이후 매년 1회 이상 조직문화 개선을 위해 인사제도 전반, 양성평등, 소통, 리더십 등을 점검할 수 있는 조직문화 진단을 실시하고 있습니다. 이를 통해 단순히 임직원 의견을 반영한 제도 도입에 그치는 것이 아닌, 제도 도입에 따른 효과와 만족도까지 검증할 수 있습니다. 대표적인 사례로 꾸준히 건의되었던 사내 소통 활성화와 퇴근 후 일과 삶의 분리를 위해 만들어진 사내메신저를 통해 조직문화 만족도 점수를 2019년 3.4점에서 2020년 3.6점으로 향상시킬 수 있었습니다.

조직문화 진단 만족도



일과 삶의 균형

임직원 복지

임직원 건강 관리

한샘에서는 임직원들의 건강 관리를 위하여 전문 검진기관을 통해 매년 종합검진을 받도록 지원하고 있습니다. 연령과 근속년수를 고려하여 건강검진 서비스의 제공 단계를 구분하여(대리 이하, 과장 이상) 임직원들의 건강권 보호를 위해 노력하고 있습니다. 또한 건강검진 등을 통하여 확인된 건강상 특이사항이 있는 임직원에 대해 매월 의료진의 면담을 진행함으로써 건강한 삶을 영위할 수 있도록 돕습니다.

또한 연봉직 임직원의 경우에는 추가적으로 발생할 수 있는 의료비 부담을 줄이고자 사우회를 통하여 임직원은 물론 직계가족까지 수술, 입원, 응급실 방문 등 긴급상황에서 발생하는 의료비를 일부 지원받을 수 있습니다.





복리후생 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.

지급된 복지포인트는 인터넷 상에서 현금처럼 사용할 수 있으며 별도 카드를 발급받을 경우 제한 업종을 제외한 모든 오프라인 매장에서 자유롭게 사용 가능합니다.

3년간 복지포인트 발급 규모 및 사용 현황

구분	2018	2019	2020
배정 건수	32,385	10,498	9,500
배정 포인트(단위: 억 P)	28	26	24
이용 건수	58,270	60,369	59,335
이용 금액(단위: 억 원)	27	26	23

※ 배정: 임직원 1인당 분기 1회 지급되는 복지포인트의 총 합
※ 이용 건수: 당해년도 총 복지포인트 사용량을 금액으로 환산(1포인트 = 1원)

사내 동호회

한샘은 지난 2015년부터 복리후생의 일환으로 동호회 활동을 본격적으로 지원하기 시작하였습니다. 다양한 부서의 임직원간 네트워킹을 통한 사내소통 강화와 임직원의 건강한 여가생활 지원을 목적으로 만들어진 동호회 제도는 2021년 현재 기준 전사에 약 50개의 동호회가 등록되어 있으며 축구/농구/야구/테니스 등 구기 스포츠 종목은 물론 꽃꽂이, 합창, 봉사활동, 수공예 등 임직원들의 다양한 니즈에 맞는 활동들로 운영되고 있습니다.

동호회는 매월 2주차 금요일로 지정된 동호회의 날 외에도 월 중 상시 활동이 가능하며 매월 활동인원에 비례한 예산지원을 통해 동호회 활동문화를 정착시키고 있습니다. 2020년부터 시작된 코로나19의 확산 이후에는 동영상, 화상회의채널 등을 이용한 언택트 동호회 활동을 지원하여 임직원들의 사내소통 활성화와 건강한 여가생활을 지속적으로 지원하고 있습니다.



2019 동호회 체육대회 기념사진

학자금, 자녀보육비 및 경조 지원

자녀가 있는 임직원들에게는 매 분기 소정의 자녀학자금을 지원하고 있습니다. 자녀학자금은 초등학교부터 대입까지 지원되므로 생애주기 전 기간 동안 자녀의 양육과 학업에 필요한 비용의 일부를 지원받을 수 있는 형태로 구성되어 있습니다.

초등학교 입학 전의 영유아 자녀를 보육하고 있는 임직원들에게는 출산부터 초등학교 입학 전년도까지의 기간에 걸쳐 자녀당 월 10만원의 자녀보육비를 지급하고 있습니다. 또한 한샘은 임직원의 결혼, 출산, 수연, 조위 등에 대하여 경조금, 경조물품, 조화, 휴가 등을 지원하고 있습니다. 경조금의 경우 회사에서 지원하는 부분 외에도 사우회 가입 임직원들을 대상으로 상호부조 형태의 사우회 지원 제도를 추가로 운영하며 경조사를 함께하고 있습니다.

02 SOCIAL

상생경영

- 협력사 동반성장
- 지속가능한 공급망



MANAGEMENT APPROACH

CONTEXT

지속가능한 성장은 다양한 협력사들과의 동반성장에 따라 좌우됩니다. 한샘은 벤더사, 물류, 시공뿐만 아니라 대리점까지 토탈 홈 인테리어 제조 및 유통 사업을 기반으로 다양한 이해관계자들과 협력 관계를 맺고 있습니다. 국내 가구업계 1위를 넘어 글로벌 기업으로 발전하기 위해서는 협력사와의 상생경영이 필수임을 인지하고 2017년 3월 동반성장팀을 신설했습니다. 동반성장팀은 업무의 독립성을 보장받기 위해 윤리경영실(舊, 감사실)의 하부조직으로 구성되어 최근 동반성장파트로 조직이 개편되었고 매출 및 손익의 관점을 떠나 협력사와의 상생을 위한 객관적인 관점에서 한샘이 할 수 있는 역할을 수행하고 있습니다.

2020 KEY PERFORMANCE

2020년 공정거래위원회 주관
"우수" 등급 | 공정거래협약이행평가

2020년 동반성장위원회 주관
"우수" 등급 | 동반성장지수종합평가

전년 대비 2등급 상승
+2등급

OUR STRATEGY

한샘은 서면 작성 여부, 부당 감액 여부 등 구매팀의 하도급법 준수 여부를 매월 모니터링 하고 있으며 위반사항 적발 시 관련 사항 보완 및 위반 정도에 따라 사고발생보고서 작성 또는 징계 제안을 합니다. 또한 협력사 신규 선정 및 거래중단 건, 납품단가 조정 건, 서면 점검 결과 등에 대해서 매월 하도급 심의위원회를 개최하여 관련 사항을 보고하고 있습니다.

NEXT PLAN

- 2021년 공정거래위원회 주관 : 공정거래협약이행평가 – "최우수" 등급
- 2021년 동반성장위원회 주관 : 동반성장지수종합평가 – "최우수" 등급

협력사 동반성장

동반성장 추진체계

한샘의 협력회사 현황

한샘의 협력사는 크게 공급망인 구매벤더와 유통망인 대리점이 있습니다. 구매벤더는 크게 부엌(기기), 인테리어(생활용품), 건재(바스, 플로링, 도어, 창호, 조명, 벽지), 특판, 기타(임가공 등)로 구분할 수 있고 해당 주요 벤더수는 약 600개 정도 됩니다.
유통망인 대리점은 크게 리하우스, 부엌, 인테리어로 구분할 수 있고 대리점 수는 약 800여개 정도 됩니다. 이와 같이 한샘은 다양한 분야에서 여러 협력사들과 긴밀한 협업을 이어왔으며 이를 바탕으로 지속적으로 성장하고 있습니다.

동반성장 정책

한샘은 협력사와의 상생경영을 위해 다음과 같은 업무를 하고 있습니다.

① 공정거래위원회 4대 실천사항 제정
② 대금 지급기한 준수, 하도급법 위반여부, 계약서 준수여부 점검
③ 주요 점검 사항 하도급거래 심의위원회 보고
④ 하도급거래 심의위원회 위원장의 특별 지시사항 점검
⑤ 공정거래위원회 4대 실천사항, 하도급법, 불공정 행위 등 관련규정 구매 담당자 교육
⑥ 협력업체 의견 수렴(VOC, 설문조사 등)
⑦ 총 280억 규모의 상생펀드 운영
⑧ 기타 협력사와의 상생을 위한 전반적인 사항 추진

동반성장 주관부서

윤리경영실(舊, 감사실)은 동반성장파트, ESG파트, 내부회계관리파트, 컴플라이언스팀, 경영진단팀으로 구성되어 있으며 동반성장파트는 주로 하도급 협력사에 대한 지원과 그 밖의 상생업무를 담당하고 있습니다.
2017년 3월에 동반성장팀이 신설된 이후 2021년 6월 조직개편에 따라 윤리경영실 내 직속 동반성장파트로 명칭이 변경되었습니다.
동반성장파트는 가장 먼저 협력사를 보호하기 위해 하도급법 등 관련 법률 준수여부를 점검하고 있으며 실제로 협력사를 방문하여 직접 애로사항이나 건의사항을 듣는 등 협력사와 소통을 하기 위한 노력을 다하고 있습니다.

동반성장지수

한샘은 2017년부터 공정거래위원회 주관 공정거래 협약이행 평가와 동반성장위원회 주관 동반성장지수 종합평가를 받아오고 있



협력사 동반성장

습니다. 이를 위해 동반성장팀을 신설하고 윤리경영실장을 책임 임원으로 하여 평가업무를 수행하고 있으며 매년 평가점수가 상향되어 2020년에는 두 기관 평가 모두 우수 등급을 받을 수 있었습니다. 현재 100여개의 1차 협력사와 공정거래 협약을 체결하였고 공정거래 협약에는 4대 실천사항 준수, 공정한 계약 체결 및 이행, 법 위반 예방 및 법 준수 내용을 포함하여 협력사 보호를 위한 노력을 다하고 있습니다.



협력사 경쟁력 강화 및 지원 프로그램

협력회사 금융지원

상생펀드 운영

한샘은 협력사의 원활한 자금유통을 지원하기 위해 협력사에서 기존 대출금리보다 낮은금리로 대출을 받을 수 있는 상생펀드를 운영하고 있습니다. 기존에는 기업은행과 총 180억 원 규모의 상생펀드 1, 2 를 운영하여 왔습니다.

이후 2020년에는 코로나로 인해 경영상 어려움을 겪고 있는 협력사 지원을 확대, 강화하기 위해 하나은행과 협업을 통하여 100억 원 규모의 상생펀드 3 를 신규 운영하게 되었습니다.

상생펀드 운영 현황 (기준: 2020년 12월 31일)

구분	상생펀드 1	상생펀드 2	상생펀드 3
대상	구매	대리점	구매
총 운영금액 (출자금액)	150억	30억	100억
혜택	대출금리 인하	대출금리 인하	대출금리 인하
이용	25개 社	19개 社	20년 신설
이용 금액	120억	7.3억	20년 신설

상생결제시스템 운영

상생결제제도는 기존과 동일한 결제일자에 대금을 지급하면서 결제일 이전에도 대기업의 신용으로 하위 협력사에서 조기 현금화 할 수 있는 제도입니다. 특히 은행이 거래기업에 대한 상환청구권을 행사할 수 없어 상위기업의 부도 및 경영악화와 관계없이 하위 거래 기업은 대금회수의 안정성을 보장 받을 수 있습니다.

한샘은 신한은행과 2020년도에 협약을 체결하여 상생결제제도의 도입을 완료하였고 현재 1차 협력사 뿐만 아니라 2차 협력사에서도 상생결제제도를 이용하고 있습니다.

동반성장 투자재원 출연

산업재해보상보험법 시행령이 2018년 7월 개정됨에 따라 대리점은 시공금액의 제한 없이 전체 공사에 대해서 산재보험에 가입해야 할 의무가 발생했습니다. 이에 한샘은 대리점의 보험가입을 장려하고 경제적인 부담도 완화하고자 대·중소기업·농어업협력재단 출연을 통해 대리점의 보험가입을 지원하고 있습니다.

대리점에서 직접 보험 신고를 하기에는 비용 등 업무상 어려움이 있는 만큼 노무법인 2곳을 통해 대리점들이 자문을 받을 수 있도록 지원 제도를 마련했습니다. 2020년 6월에는 전년도인 2019년도에 대리점에서 납부한 고용산재보험료에 대해 각 대리점 별로 지급을 완료하였습니다.

이를 위해 대·중소기업·농어업협력재단에 2020년 한 해 동안 8억 원을 출연하였고 올해도 약 10억 원을 출연하여 대리점의 보험가입에 대한 지원을 계속해 나갈 예정입니다.

협력회사 복리후생 지원

휘닉스 호텔 & 리조트에서 운영하는 한샘 임직원 프로모션을 협력사에서도 동일 혜택으로 이용할 수 있도록 지원하고 있습니다.

협력사 기술/컨설팅 지원

한샘은 생활환경기술연구소의 KOLAS(코라스) 인정 기술력과 시험설비를 바탕으로 협력사에 품질/소재/공법 등에 대한 기술 컨설팅을 지원하고 있습니다. 2020년에는 총 35건 0.5억 원 규모의 유해물질 분석과 연구소 인력을 협력업체에 지원하여 평균 23%의 개선효과를 거두었습니다.

또한 각종 규제항목에 대한 제·개정 내용을 매월 분석하여 배포 및 교육함으로써 제품의 품질 관리시스템을 유지 가능하도록 하고 있습니다.

협력사 동반성장

협력사 교육 및 경영 지원

한샘은 협력사와의 상생 차원에서 협력사의 원활한 경영을 위한 직·간접 지원을 하고 있습니다.

① 협력사에서 요청을 할 경우 내부 심의를 거쳐 선급금을 지원하고 있습니다. 특히 20년에는 코로나로 인해 협력사에서 금전적으로 어려움을 겪고 있는 경우가 많았고, 이에 7개 협력사에게 총 19억 원에 해당하는 선급금을 지원하였습니다.

② 한샘의 인력과 노하우를 바탕으로 협력사의 기술 역량 강화를 위한 지원을 하고 있습니다. 한샘 생활환경기술연구소에서는 협력사를 방문하여 지속적으로 품질 개선을 위한 컨설팅을 진행하고 있으며 자체 시험실을 통해 제품 출시 전 테스트도 지원하고 있습니다.

* 교육 지원의 경우 2019년까지 노무교육, 하도급 계약 및 상생결제제도, 공정기술 및 보호, 소비자 안전 인식개선 교육, 성인지감수성 등 윤리 · 인권교육을 지원해 왔으며 2020년에는 코로나19 사태로 인해 별도 교육을 진행하지 못함

대리점 상생과 소상공인 상생 소비자 상생 지원

한샘은 대리점의 성장 지원 및 공정거래 문화 정립을 목적으로 하는 대리점 상생 지원 제도를 운영하고 있습니다.

전국 26개 상생형 대형매장의 수수료 정책을 '수수료 정액제'로 개편해 리하우스 대리점 절반 이상이 수수료 부담을 덜게 되었습니다. 또한 스타트업 대리점 지원을 확대하고 대리점 불만 접수센터를 신설하였습니다.

소상공인 상생을 위해서는 자사 온라인몰 한샘몰을 통해 입점을 지원하고 있으며 향후 소상공인의 디지털 전환을 돕는 투자를 확대해 나갈 계획입니다. 아울러 영세 소상공인의 입점 수수료를 면제해주고 디지털 전환을 지원하고 있습니다.

또한 고객 감동을 최우선 가치로 여기는 기업 철학에 따라 신속한 불만사항 처리와 재발 방지에 중점을 두고 있습니다. 이를 위해 2020년 1월 전담조직인 소비자보호실을 신설하였습니다. 2021년부터는 '소비자 불만제로 심의위원회'를 신설해 대응 체계를 강화했습니다.

Best Practices

중소기업
상생협력 강화 제도

- **'스타트업 대리점 지원 제도' 창업 초기 대리점주의 사업화 지원**
  상생형 대형매장 별 입점 정원의 10%는 스타트업 대리점주에게 기회를 제공하고 수수료의 50% 지원
- **대리점 불만 접수센터**
  공정 행위로 인한 대리점 피해의 신속한 구제를 위해 한샘 기업홈페이지 내 상시 접수 창구 구축
- **소비자 불만제로 심의위원회**
  고객만족 전담조직인 소비자보호실이 주축이 되어 구매, 개발, 시공, 제조 등 각 부문별 책임자가 한 자리에 모여 고객 불만 사항의 원인 및 재발방지 대책 등을 논의하는 협의체

Best Practices

대형 유통업체 협업 상생매장 확대
(KB, 리하우스 등)

- **리하우스 상생형 대형매장* 확대**
  - 2020년 기준 전국 상생형 대형매장의 수 : 26개
  - 2020년 기흥 리빙파워센터점, 홈플러스 천안점, 안성 스타필드점 오픈
  - 21년 하반기까지 복합유통몰 입점 형태 전국 표준매장 50개 체제 완성 예정
  - 서울/수도권, 지방 거점지역의 백화점, 마트 등 유통사 협업 매장 확대로 쇼핑과 라이프스타일 체험 가능 홈 인테리어 매장으로 고객과의 접점 확대

- **키친&바스(KB) 전문 상생형 대형매장***
  - 롯데몰, 홈플러스 등 대형 유통업체 협업 확대
  - 2020년 한샘 키친&바스 롯데몰 은평점, 한샘 키친&바스 전문관 롯데마트 광교점, 한샘 키친&바스 홈플러스 센텀시티점 등
  - 2021년 롯데백화점 포항점, 영등포점, 부산 롯데광복점 등 입점 확대

* 상생형 대형매장: 가구 및 인테리어 등을 실제로 볼 수 있도록 본사가 직접 대형 매장을 임대하고 대리점주들이 입점해 영업 활동을 할 수 있도록 지원하는 한샘의 대표 상생제도



협력사 동반성장

협력사 소통

협력회사 고충처리 프로세스

한샘은 협력사와의 소통을 위한 다양한 창구를 운영하고 있습니다.

① 年 1회 전년도 거래 관계 전반에 대한 설문조사를 하고 있습니다. 설문 결과를 매년 누적 관리하여 개선된 항목과 부족한 항목에 대해서 분석하고 향후 동반성장 업무계획에 반영하고 있습니다.

② 매년 30~50여 개 협력사를 대상으로 VOC(Voice Of Customer)를 진행합니다. 유선 또는 서면으로는 알기 어려운 협력사의 애로 사항과 건의사항을 직접 듣고 관련 부서와 협의하여 개선사항을 도출하고 있습니다. 이를 통해 환율 상승 등 비용 부담으로 경영에 어려움을 겪던 협력사에게 한샘이 운영 중인 상생펀드 제도를 제안하는 등 직접소통을 통한 실질적인 지원안을 이끌어내고 있습니다.

③ 협력사에서 익명을 통해 의견을 제출하고자 하는 경우 한샘닷컴 홈페이지 내 사이버감사실을 이용할 수 있습니다. 한샘 임직원의 정당하지 않은 행위, 불공정 업무 처리 및 비리 등을 알고 있는 협력사에서는 사이버감사실로 익명 제보를 할 수 있고 해당 사안에 대해서는 윤리경영실에서 조사를 진행하고 있습니다. 상기 창구들을 통해 접수된 사안들에 대해서는 윤리경영실장 1차 보고 사안에 따라 사실관계 조사 후 하도급심의위원회에 보고를 하며 조사 결과에 따라 징계 제안을 합니다. 특히 하도급법 등 각종 법률 위반 사항이나 임직원의 부적절한 행위에 대해서는 무관용의 원칙에 따라 중징계를 하고 있습니다.

협력사 간담회

20년에는 코로나로 인해 협력사 간담회를 한 번 밖에 개최하지 못하였으나 정기적으로 분기 또는 반기에 한 번씩 개최하는 것을 원칙으로 하고 있습니다. 20년 간담회에서는 상반기 실적 및 하반기 계획을 공유하고 협력사 별 주요 이슈사항 논의 및 질의응답 시간을 가졌습니다.

2020년 협력사 간담회 개최 현황

분기	대상	내용
3분기	건재 협력사 26개	상반기 실적 및 하반기 계획 공유, 주요 이슈사항 논의 및 질의응답



지속가능한 공급망

협력사 공정거래 관리

공급망 지속가능 정책

한샘은 대리점, 제품·원자재 구매벤더 등 다양한 공급망과 긴밀한 협력을 통해 성장해 왔습니다. 이와 관련해 납품가 및 업체 선정 과정의 비공정성, 법규 위반, 제품의 질 등 다양한 리스크 발생 우려를 막기 위해 계약서 항목에 윤리 경영을 요구하고 있습니다.

한샘은 지속가능한 하도급거래질서 확립을 위해 '하도급거래 내부 심의위원회 설치·운용을 위한 실천사항 규정' 을 마련하고 협력사 선정 및 운용과정의 투명성과 공정성을 원칙으로 삼고 있습니다. 거래 중단 사유가 발생할 경우 '벤더 거래중단 공정화 지침' 에 의거한 처리 절차를 통해 공정거래법상 분쟁을 예방하고 있습니다.

계약서는 '하도급거래 공정화에 관한 법률' 제3조의2에 따라 공정거래위원회의 가구제조업종 표준하도급계약서를 사용하고 있습니다. 이 중 지식재산권(제39조)과 기술자료제공 요구 금지(제40조) 조항을 통해 협력사의 지적재산권 보호 원칙을 준수하고 있습니다. 또한 계약서 항목에 신의성실에 입각한 계약 이행, 한샘의 윤리실천특별약관 준수, 한샘의 윤리헌장(한샘인의 다짐) 준수를 권고하며 협력사의 윤리경영을 요구하고 있습니다.

협력회사 선정

한샘은 '협력업체의 공정한 선정(등록)을 위한 실천사항 규정'을 마련하여 협력사 선정 및 운용과정의 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 처리 절차를 준수하여 공정거래법상 분쟁을 예방하고 있습니다.

협력사 평가(실사, 진단 등)

한샘은 협력사에 대한 공정한 벤더 평가 체계를 구축하고 분기별로 평가하여 개선사항을 도출하고 있습니다. 구체적 평가항목으로는 협력사에서 각종 제품하자를 줄이기 위한 노력을 하고 있는지, 협력사의 자체 경쟁력을 높이기 위한 spec 개선 등의 노력을 하고 있는지, 고객에게 피해를 줄 수 있는 PL사고 예방을 위한 노력을 하고 있는지 등이 있으며, 평가결과에 따라 부족한 부분이 있는 협력사에 대해서는 자문 및 컨설팅을 진행하여 지속적으로 보완을 하고 있습니다.

공정거래 문화 조성

한샘은 공정거래위원회 4대 실천사항을 제정하여 한샘닷컴 홈페이지에 게시하고 협력사와의 모든 거래에 있어서 해당 실천사항을 준수하며 공정거래 문화 조성을 위한 노력을 다하고 있습니다.

공정거래 4대 실천사항

① 대중소기업 간 상생협력을 위한 바람직한 계약체결 실천사항 규정

교섭력이 부족한 중소기업이 한샘과의 계약체결에 있어 자신의 이익을 정당하게 반영할 수 있도록 하며 한샘이 중소기업과의 거래에서 우월한 교섭력을 남용하여 계약자유의 원칙을 저해하는 것을 방지해 합리적이고 공정한 거래관행 구축을 추구합니다.

② 협력업체의 공정한 선정(등록)을 위한 실천사항 규정

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

③ 하도급거래 내부 심의위원회 설치·운용을 위한 실천사항 규정

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

④ 하도급거래에서의 바람직한 서면발급 및 보존에 관한 실천사항 규정

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

공정거래 교육 현황

한샘은 신입사원부터 영업사원에 이르기까지 준법, 윤리경영을 통한 공정거래 의식을 높이기 위해 내부통제 교육을 진행하고 있습니다. 이와 같은 반부패 교육은 직무, 직급별로 발생할 수 있는 횡령 등 비정상적이고 반부패적인 행위들의 유형을 공유하고 과거의 사고 사례, 관련 법 위반시 처벌 규정 등을 공유합니다. 이는 상생을 바탕으로 한샘의 임직원이 갖춰야 할 공정하고 투명한 경영활동을 교육하기 위함입니다.

또한 반부패 교육을 통해 조직의 건전성을 유지하고 협력사와 고객 등으로부터 발생 가능한 외부 리스크를 사전에 예방하고 있습니다. 만의 하나 정책을 결정하는 과정에서 발생할 수 있는 잘못된 선택을 줄이기 위해 부정행위에 대한 엄중한 처벌 정책을 통해 내부적으로 경각심을 주고 있습니다.

공급망 리스크 관리

공급망 리스크 관리 정책

한샘은 공급망 리스크 관리를 위해 구매 상품군에 따라 핵심·주력·일반으로 벤더pool을 구분해 핵심 벤더에 문제가 생겨 납품에 차질이 우려되는 상황이 오더라도 주력·일반 벤더pool에서 대체 수급이 가능하도록 운영하고 있습니다.

매월 모든 벤더의 품질(당일사고/무상AS/PL사고), 원가경쟁력, 납기 등을 평가하여 가장 낮은 평가를 받은 '워스트(Worst)' 벤더는 개선 요청, 물량 조절, 업체 변경 등의 조치를 취하고 있습니다. 핵심 아이템은 국내와 해외벤더 운영을 통해 대외 리스크를 관리하고 있습니다.

신규 벤더 소싱 또는 기존 핵심·주력 벤더에 대해서도 나이스평가정보와 한국기업데이터 등 평가기관을 통해 연 1회 기업 재무제표의 건전성을 주기적으로 확인하고 있습니다. 한샘의 품질 및 환경안전기준에 따라 제품의 내구성, 소재에 대한 환경품질까지 주기적

지속가능한 공급망

SPECIAL PAGE

원자재(목재) 공급망

한샘은 목대가구의 주원료가 되는 원자재 PB(파티클보드, Particle Board)를 태국, 말레이시아 등 동남아 주요 국가에서 수입하고 있습니다. 이와 더불어 국내산 PB, MDF(목재 섬유질 가공 합판, Medium Density Fiberboard)도 일정 물량을 지속 구매하고 있습니다. 전체 원자재 구매 물량의 80%를 동남아 국가에서 소싱하고 있으며 이 중 태국산 PB 비중이 가장 높습니다.(90%)

원자재 구매처 선정 시 업체의 생산 능력 및 품질 관리 능력, 지속 공급 가능여부, 가격 경쟁력 등 다각적인 구매 선정 조건을 충족하는지 고려하고 있습니다. 2020년 기준 국내외 원자재 주요 구매처는 태국 4개사를 비롯하여 말레이시아 1개사, 국내 2개사 등 총 7개사 입니다. 이들 업체들은 각 국가에서 시장 생산 능력 상위 탑클래스에 위치하고 있으며 대량 생산을 기반으로 안정적인 물량 공급이 가능하며 한샘이 원하는 제품 품질 기준을 충족시키는 업체들입니다.

또한 분기, 반기 계약 등 롱텀(Long-term) 비즈니스 계약을 통하여 가격 경쟁력을 꾸준히 확보하고 있습니다.

한샘은 이들 제조사의 제품을 구매 후 국내 보세 창고에 1개월 이상의 안정재고를 비축해 운영하고 있습니다.

제품들은 제조사업부 생산주문서에 따라 품목별, 규격별로 일별 출고하고 있습니다. 보세 창고에 보관된 원자재들은 월, 주, 일단위로 계획된 생산 주문서에 따라 한샘 3, 4공장을 비롯한 외주 성형처로 출고됩니다. 출고된 원자재는 표면 마감 등 1차 가공을 거치며 제품별 스펙에 따라 제단, 에지, 보링, 포장 등의 과정을 거쳐 제품으로 만들어집니다.



인 샘플링 테스트를 통해 검증하며 물류창고 입고 제품에 대한 입고·출하 품질 검증도 개포검사를 통해 매일 진행하고 있습니다.

매 분기 협력업체 대표이사 간담회를 통해 노무, 한샘 사업계획 공유 등 교육을 진행하고 협력업체 고충사항을 사전에 접수해 함께 문제 해결방안을 모색하고 있습니다.

공급망 리스크 식별 및 분석

한샘은 공급망 리스크 식별 및 분석을 위해 매 분기 협력업체 대표이사 간담회를 개최하고 있습니다. 동반성장 교육, 노동법 교육, 품질협회 품질교육 등 벤더 운영에 필요한 부분을 교육하고 각 벤더별 애로사항을 한샘 경영진에게 자유롭게 이야기할 수 있으며 도출된 내용은 관련부서에서 검토해 해결방안을 제시하고 있습니다.

벤더 평가를 기준으로 벤더의 역량 평가, 벤더 실사, 대표이사와의 주기적인 면담 등을 통해 벤더의 현황을 파악하고 한샘 내 품질부서 또는 컨설팅 등을 통해 공정개선, 생산성 개선을 통한 제품 경쟁력을 확보해 나갈 수 있도록 지원하고 있습니다.

공급망 점검 및 개선

한샘은 벤더의 품질이 핵심 역량임을 인지하고 다양한 제품 품질 모니터링을 통해 고객 감동 경영을 실천하고 있습니다. 한샘 물류창고 입고 및 출하 시 샘플링 검사를 진행하고 하자 발견 시에는 제품에 대한 전수 검사를 진행해 불량품이 소비자에게 전달되지 않도록 철저히 검수하고 있습니다.

윤리규정 명문화 및 공유

한샘은 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 행위 등을 불공정행위로 규정하고 '한샘인의 다짐'을 통해 금지하고 있습니다.

02 SOCIAL

지역사회 참여

- 전략적 사회공헌
- 지역사회 참여활동



MANAGEMENT APPROACH

CONTEXT

지역사회는 기업이 직접적으로 밀접한 영향을 주고 받는 주체입니다. 한샘은 지역사회와의 상생을 주요 철학으로 삼고 다양한 협업을 발굴해 나가며 지역사회에 긍정적인 영향을 전달하고자 합니다. 아울러 지역사회를 비롯해 소방관, 협력사 등 이해관계자들을 대상으로 긴급 지원을 실시하며 상생 정책을 실천하고 있습니다.

OUR STRATEGY

2020년 한샘은 한샘의 주요 사업장 소재지인 서울 마포와 경기 안산, 시흥에서 한부모 가족 등을 대상으로 주거환경개선사업을 진행했습니다. 특히 지난해에는 코로나19 이슈와 여름철 수해 피해 등 국가적 재난 상황이 이어지면서 피해가 극심한 지역 및 소외계층과 소상공인, 대리점, 의료진과 소방관 등을 대상으로 긴급 지원과 수수료 감면 등을 실시했습니다.

NEXT PLAN

1. 임직원 사회봉사 확대
2. 지속가능한 사회적 책임 실천
   - 일회성 지원이 아닌 거점 지원을 통한 수혜자 확대
     (소방119안전센터 시설 개선 및 지역아동센터, 마포하우징 등 시설 지원)
   - 숲 가꾸기, 나무심기, 줍깅(플로깅) 등 환경 친화적 봉사활동 확대
3. 지역사회공헌 인정 인증 취득

2020 KEY PERFORMANCE

2020년
사회공헌 총액 **26.3** 억 원



지역사회
주거환경개선사업
수혜 가구 수 **41** 곳



코로나19
긴급 지원
(지역사회, 대리점 수수료 감면) **16.5** 억 원



수해 피해 지원 **4.5** 억 원

전략적 사회공헌

사회공헌 추진체계

사회공헌 추진 방향

한샘은 2020년 주거환경 개선, 정서적 자립 지원, 긴급 지원, 임직원 봉사활동 확대 4가지 중점 추진 목표를 바탕으로 기업의 사회적 역할을 다하기 위한 활동을 추진해 왔습니다.

이 가운데 주거환경개선은 '주거환경 개선을 통한 인류발전에 공헌' 이라는 전사적 이념에 따라 마포, 시흥, 안산 및 KBS 동행 프로그램 지원 등 지역사회의 소외계층을 대상으로 추진하고 있습니다.

정서적 자립지원은 취약계층 한부모 가정 등을 대상으로 인식 개선 및 자립 지원을 목표로 하고 있으며 홀트아동복지회와 함께하는 동영상 공모전, 다원 청소년 야구단 문화활동 후원 등을 진행해 왔습니다.

긴급 지원의 경우 코로나19 팬데믹과 수해 등 재난상황으로 피해가 극심한 지역 및 소외계층, 긴급 지원이 필요한 단체 등을 대상으로 진행되었습니다. 2020년에는 대구지역과 소방관, 의료진을 비롯해 수해지역 주민, 시장 소상공인들을 대상으로 지원이 이루어졌습니다.

임직원 봉사활동은 임직원들과 함께 기업의 사회적 책임을 다함으로써 사회공헌의 가치를 더욱 높이기 위해 진행하고 있습니다. 2020년에는 코로나19 등으로 활발한 활동이 어려웠지만 2021년에는 월 1회 진행을 기본으로 다양한 프로그램들을 신설하고 임직원들의 참여도를 높이기 위한 동기부여안을 마련해 더욱 확대해 나갈 계획입니다.

특히 2021년부터는 일회성 기부 및 지원에 국한하지 않고 자발적인 상생과 다양한 사람들이 혜택을 받을 수 있는 거점 지원, 임직원 참여 생태활동 등 지속 가능한 사회적 가치를 추구하는 지원 방식으로 중점 추진 목표에 변화를 주며 가치 있고 효율성 높은 활동들을 확대하고 있습니다.

2021 사회공헌 4대 중점 추진 목표 및 성과

한샘 지속 가능한 사회적 가치 추구

1 **주거환경 개선**
- 마포,시흥,안산
- KBS 동행 (전국)

2 **거점 지원을 통한 사회적 가치 실현**
- 소방 119안전센터 개선
- 마포 하우징

3 **임직원 사회공헌 가치실현 확대**
- 환경보호, 재능기부 등 활동 확대
- 언택트, 현장참여 등 다양성
- 상·하반기 한샘 임직원 사회공헌 우수사원 포상

4 **국가 재난 긴급 지원**
- 코로나19, 수해 복구 등 긴급 지원

사내봉사단

한샘은 2001년부터 현재까지 봉사활동 사내 동호회 한울타리를 운영하고 있습니다. 지역사회와 독립운동후손 주거지, 지역아동센터 등 우리곁의 이웃의 주거환경을 개선하는데 함께 해왔습니다.

2021년부터는 동호회 활동에 국한하지 않고 전 사업부 및 임직원들을 대상으로 개인별 특화된 재능을 활용할 수 있는 임직원 봉사활동으로 확대 진행할 계획입니다. 이와 함께 매월 봉사데이와 코로나19 시대에 적합한 비대면 봉사활동을 통해 꾸준한 나눔을 실천하고 있습니다.



(왼쪽 위부터) 임직원 봉사활동, KBS 동행, 수해 피해 지역 설맞이 농산물 전달식, 주거환경개선-안산, 춘천 수해 피해지역 구호 물품 전달식

지역사회 참여활동

사회공헌 사업

주거환경 개선사업

주거환경 개선사업은 2005년 한샘 해비타트 '사랑의 집짓기'사업에 참가하여 전국 8개 지역에서 총 68개 가정의 주방가구를 지원하며 취약계층의 주거환경 개선에 대한 사회공헌 사업 방향을 설정한 이후, 현재까지 꾸준히 이어오고 있는 한샘의 사회공헌 활동입니다. 2015년부터 한샘의 사내 동아리 활동을 시작으로 지원을 이어오다 2020년 한 해동안 77가구를 지원해 2020년 말 기준 총 누적 수혜 가구 수는 461가구를 넘어섰습니다. 한샘의 주요 소재지인 서울시 마포구, 경기도 시흥시, 안산시의 저소득 한부모 가정과 조손가정에 필요한 가구 및 생활용품 등을 매월 지속적으로 후원하고 있으며 KBS 1TV '동행' 프로그램에 후원 기업으로 참여하여 도서, 벽지 지역의 저소득 가정에 필요한 가구를 지원하고 있습니다.

마포·시흥·안산·동행
68개 가정 지원

1가정 당 1명
68 명의 시공기사 투입

평균 5개
385 개의 가구를 지원

평균 4시간
308 시간을 들여 지원

한부모 가정 지원

한샘은 2019년에 대전 클로버 (한부모 모자 보호시설)의 여성 가장 자조모임 참가자들이 직접 제작한 미술작품으로 '클로버 이야기 하나, 그리고 넷'이라는 동화책을 출간하였습니다. 2019년도에 발행한 1판 1쇄 500권은 모두 판매되었으며 한샘에서는 2020년도에 2쇄 추가 인쇄비용을 지원하였고 수익금은 모두 미혼모 시설 운영 및 생활비 지원으로 사용되었습니다. 더불어 '한샘 x 홀트 꼿꼿(Good Good)한 엄마'라는 주제 아래 2019년 2월부터 12월까지, 10개월 간 사내 임직원 111명이 동참하여 총 7,585,000원을 기부하였습니다. 이 기부금은 저소득 미혼모자가정의 긴급 양육비로 4곳의 가정에 전달되었습니다.

임직원
111명 참여

기부
7,585,000원

긴급 양육비 사용
4곳

아동 청소년 지원



한샘은 한부모 가정 자녀들로 구성된 다원문화복지회의 '다원 청소년 야구단' 운영을 지원하며 야구 훈련과 다양한 활동을 후원하고 있습니다. 2020년에는 코로나19 확산으로 경제활동에 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' 방역 소독을 지원했습니다. 또한 다원문화복지재단의 시설 환경 개선을 하여 아이들이 더 좋은 환경에서 훈련을 받을 수 있도록 지원하였습니다.

임직원 봉사활동

한샘은 지속적인 임직원 봉사활동을 운영, 기획, 운영하며 기업문화로 정착해나갈 계획입니다. 2020년 코로나19로 인한 비대면 마스크 만들기를 진행해 임직원 30명이 참여하였으며 한부모가정에 300개의 면마스크, 마스크 줄 만들기 키트를 전달하였습니다. 또한 2021년 2월에는 도토리 싹 틔우기를 진행하여 101명이 신청하였습니다. 자라난 도토리 싹은 서울 마포구 노을공원에서 임직원들이 직접 묘목 심기에 동참하였습니다. 3월에는 비대면 타일 벽화 그리기를 진행하여 89명의 임직원이 함께 하였습니다. 완성된 타일 벽화는 마포구 지역아동센터에 기부되었습니다.





지역사회 참여활동

장애인 지원



한샘은 2001년 '새빛 맹인 선교원'에서의 임직원 봉사활동과 후원을 시작으로 장애인 지원 사업을 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. 2020년에는 경기도 안산에 한샘의 생활용품을 할인 판매하는 장애인 고용 표준사업장을 열고 10여 명의 장애인을 고용하고 있습니다. 2020년에는 11월에는 목감사회복지관에 생활용품 6종 495개를 기부하여 온라인 바자회를 진행하였습니다.

인식개선 캠페인



한샘은 2019년부터 2020년까지 홀트아동복지회와 함께 미혼한부모 인식개선을 주제로 동영상 공모전을 개최하였습니다. 입상자에게 상금과 여성가족부 장관상을 수여하고 입상작은 한샘 공식 유튜브 채널에 게시하며 인식개선 활동을 진행했습니다.
또한 홀트아동복지회 유튜브에 올라온 동영상 조회수를 바탕으로 조회수 당 1,000원을 기부하는 캠페인을 진행하며 한부모 가정에 대한 긍정적 인식 확산을 위해 노력하였습니다.

지역사회 지원

한샘은 2019년부터 소방청 등과 함께 전·현직 소방공무원들의 복지증진을 위한 할인 지원과 경제적 자립 지원, 주거환경 개선 등의 내용으로 업무협약을 맺고 다양한 지원을 이어가고 있습니다. 2020년에는 코로나19 확산 속 일선 현장에서 환자들을 이송하며 격무에 지친 소방공무원에게 이불과 생활용품 등을 지원했습니다. 더불어 수급에 어려움이 있던 실외 방역용 제독제 500ℓ를 기부하였습니다. 또한 8월 서울 용산 서빙고119안전센터를 시작으로 매월 119안전센터 환경 개선 및 공상 · 순직 유가족의 주거지 환경 개선을 진행하고 있습니다.

2020년 센터
6 곳 완료

2020년 가족주거지
8 곳 완료

직접적 혜택 : 리모델링 센터 이용자 수
총 92명 | 총 가족 인원수 31명

간접적 혜택 : 6개 센터 합산 관할구역 가구 수
총 55,060세대 | 인원 수 총 137,487 명





광주 두암119안전센터 식당 시공 전, 후

수해 긴급 지원

2020년 8월 태풍과 집중호우가 지속되면서 곳곳에서 수해로 인한 피해가 발생했습니다. 한샘은 국가적 재난 극복에 적극 동참하기 위하여 대·중소기업·농어업협력재단과 협약을 체결하고 농어촌상생협력기금을 출현하였습니다.
더불어 수해를 입어 일상생활이 힘든 강원 지역 7개 가정에 리모델링을 지원했습니다. 리모델링을 포함하여 전기, 시멘트, 목자재 등 기초공사로 집의 안전을 강화하였습니다.
또한 춘천시 소상공인 중 수해를 입은 12개 점포 소상공인들을 대상으로 가구 등을 지원하였습니다. 이밖의 수해 지역 주민들을 위해 강원도 춘천 555가구와 경남 하동 300가구 등을 대상으로 침구류 및 생활용품과 수해 및 코로나19 속 보건 위생을 위한 살균 생활용품을 지원하였습니다.
수해 피해가 극심했던 경남 하동 화개장터에 대해서는 총 268개 점포를 대상으로 한샘의 방역 서비스인 홈케어 서비스를 지원하였습니다. 뿐만 아니라 수해를 입은 농가의 농산물을 구입하여 설 맞이 농산물꾸러미 총 1,700상자를 제작하였습니다. 농산물 꾸러미는 한샘과 주거환경개선 사회공헌활동을 진행 중인 지역사회 (서울 마포구 600가구, 경기도 시흥시 650가구, 안산시 450가구)의 취약계층에게 전달되었습니다.



화개장터 홈케어 방역 지원

지역사회 참여활동



경남 화개장터 홈케어
268 점포 방역 지원



수해 농가 농산물 구입 농산물 꾸러미 전달
총 1,700 상자
서울시 마포 600가구 | 경기도 시흥 650가구 | 안산 450가구





수해 주민
리모델링
7 가정

가구 지원 -
소상공인 가구 62set 지원
12 점포





생활용품
강원도 춘천
555 가구

생활용품 경남 하동
(생활용품 2,310개)
300 가구



03 GOVERNANCE

지배구조

윤리경영(컴플라이언스)

정보보안

MANAGEMENT APPROACH

CONTEXT

한샘은 투명하고 독립적인 지배구조와 준법, 윤리, 개인정보보호 등이 재무적 요소와 비재무적 요소를 포함한 한샘의 모든 경영활동의 지속가능성을 위해 필수임을 인지하고 있습니다. 이는 투자자를 비롯해 제품 및 서비스를 구매하는 고객, 협력업체, 소속 임직원, 지역사회 등 다양한 이해관계자들이 회사의 대내외 리스크로 인해 받을 수 있는 피해를 방지하고 근본적으로 문제가 발생하지 않는 체계를 구축하기 위함입니다.

OUR STRATEGY

한샘은 내부감사기구의 감시, 통제 기능을 강화하기 위해 감사위원회를 신설하였습니다. 아울러 재무·비재무를 포함한 경영 전반의 투명성과 효율성을 높이기 위해 이사회 산하 소위원회를 신설하며 최고의사결정 기구의 역할을 확대하고 있습니다. 또한 준법, 반부패, 노동인권 등 윤리, 인권경영을 강화하기 위해 내부고발자 보호, VOC,고충처리프로그램 등 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다.

2020 KEY PERFORMANCE

KCGS ESG 평가
B+ 통합등급

윤리경영 교육 시간
39 시간

배당금
224 억 원

NEXT PLAN

- 2021년 이사회 산하 6대 소위원회(감사위원회, 보상위원회, 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, 투자심의위원회, ESG위원회) 활동 홈페이지 공개
- ESG 및 지배구조 공시 확대 (자산총액 2조원 미만으로 의무 대상 아님)

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.

주식 소유현황 (기준일 : 2020년 12월 31일, 단위 :주)

구분	주주명	소유주식 수	지분율
5% 이상 주주	조창걸	3,635,180	15.45%
	TETON CAPITAL PARTNERS, L.P.	1,985,072	8.43%
	국민연금	1,629,446	6.92%
	한샘드뷰연구재단	1,300,000	5.52%
우리사주조합		7,950	0.03%

이사회

이사회의 운영

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

이사회의 구성

한샘의 이사회는 정관 제33조에 따라 3인 이상 9인 이하의 이사로 구성됩니다. 2021년 3월 기준 한샘 이사회는 사내이사 5인과 사외이사 3인으로 구성되어 있습니다. (세부구성 표 참조)

이사회의 독립성 및 다양성

한샘의 이사는 정기 주주총회 결의를 통해 선임되며 이사회의 독립성 강화를 위해 현재 사외이사 3인을 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 이사 선출 시 후보자들의 경력과 전문성을 우선으로 고려하여 후보를 추천하고 있습니다.

이사회 구성 현황 (2021년 3월 기준)

구분	성명	연령	경력사항
사내이사	조 창 걸	1939년 (만 82세)	現) 한샘 대표이사 명예회장, 이사회 의장
	강 승 수	1965년 (만 56세)	現) 한샘 대표이사 회장 前) 대한항공 법무실
	이 영 식	1959년 (만 62세)	現) 한샘 부회장 前) 세동회계법인
	안 홍 국	1964년 (만 57세)	現) 한샘 사장
	최 철 진	1970년 (만 51세)	現) 한샘 전무 前) 한영회계법인
사외이사	신 태 균	1959년 (만 62세)	現) 한국뉴욕주립대학교 석좌교수 및 교육개발원장 前) 삼성인력개발원
	전 재 훈	1956년 (만 65세)	現) 대주회계법인 공인회계사, 유나이티드문화재단 이사 前) 한영회계법인(EY) 근무(부대표)
	박 종 헌	1968년 (만 53세)	現) 서울대학교 산업공학과 교수 前) Pennsylvania State University, School of Information Sciences and Technology 조교수

지배구조

이사회의 활동

한샘 이사회는 매년 분기별 재무제표 승인과 정기 주주총회 소집 등을 위해 정기 이사회를 개최하고 있으며 긴급사안 발생 시 수시로 임시이사회를 개최하고 있습니다. 정관 제43조의1에 따라 이사회는 각 이사가 소집하며 이사회를 소집하는 이사는 이사회 회일 7일 전에 각 이사에게 통지하여 소집합니다. 한샘은 2020년 한 해 동안 6회의 이사회를 개최하여 총 16건의 안건을 심의 및 의결하였습니다. 정관 제44조에 따라 이사회 결의는 이사 과반수의 출석과 출석이사의 과반수의 동의로 합니다. 상법 제391조에 따라 이사의 전부 또는 일부가 직접 회의에 출석하지 않고 모든 이사가 음성을 동시에 송수신하는 원격통신수단으로 결의할 수도 있으며 이러한 방법으로 회의에 참석한 이사는 이사회에 직접 출석한 것으로 간주하고 있습니다. 또한 이사회의 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사는 의결권 행사를 제한하여 이해상충 가능성을 제도적으로 차단하고 있습니다.

이사회의 성과 평가 및 보상

상법 제388조 및 한샘 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 성과평가에 따른 보수는 별도로 지급하지 않습니다.

이사회 운영 현황 (각 연도별 12월 31일 기준)

구분		2018	2019	2020
안건 수(건)		5	21	16
이사회 개최 수(회)		3	9	6
출석률 (%)	사내이사	95	91	100
	사외이사	88	89	100

이사회 보수 (단위 : 백만 원, 2020년 12월 기준)

구분	인원 수	지급총액	인당 평균
등기이사	5	3,998	800
사외이사	2	83	41
감사위원회 위원(21.3. 신설)	3	-	-
감사(2020년)	1	249	249

이사회내 위원회 구성 및 운영 현황 (2021년 6월 현재 기준)

소위원회	주요 역할	구성
감사위원회	회사 업무 및 회계감사 등에 대한 감독	사내이사 1인 사외이사 2인
ESG위원회	회사 ESG전략, 리스크 관리방침, 규정 등 심의	사내이사 2인 사외이사 2인
보상위원회	등기이사, 감사 보수 및 기타 임직원 보상	사내이사 2인 사외이사 1인
사외이사후보추천위원회	사외이사 후보 추천, 심사	사내이사 1인 사외이사 2인
내부거래위원회	회사와 계열사간 거래정책 및 기준 등 심의	사내이사 2인 사외이사 1인
투자심의위원회	경영상 중요 투자사항 등 심의	사내이사 1인 사외이사 2인



윤리경영

윤리경영 체계

급변하는 사회 환경과 높은 수준의 기업윤리를 요구하는 정책에 발맞추어 한샘은 올바른 윤리경영을 위한 규정을 갖추고 있습니다. 지난 2016년도에 발간한 '한샘인의 다짐'은 윤리경영을 위한 10가지의 다짐으로 개인의 목표 달성, 고객과의 약속 준수, 임직원 상호 간의 존중, 협력사와의 동반성장, 투명경영 실천 등의 내용을 포함하고 있습니다. 이를 통하여 법과 원칙을 지키는 것을 넘어 도덕적으로 존경받을 수 있는 바른 경영을 실천해야 함을 강조하고 있습니다. 관련 내용은 인트라넷, 한샘닷컴 홈페이지에 게시하여 누구나 쉽게 접근하여 내용을 읽고 준수할 수 있도록 하고 있습니다.

윤리헌장

한샘은 임직원의 윤리의식 향상, 윤리경영 강조를 위해 임직원 모두가 숙지하여야 할 10가지 항목을 담은 '한샘인의 다짐'을 수립하고 이를 책자로 발간하였습니다.

윤리경영을 위한 한샘인의 다짐

① **정도추구** 탁월한 목표에 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 진단 및 개선

한샘의 윤리경영을 전담하는 윤리경영실에서는 사건 조사와 함께 재발방지대책을 마련하고 있습니다. 재발방지대책은 동일한 사건뿐만 아니라 다른 종류의 사건에 대해서도 사고 예방 효과가 있는 윤리경영 진단 및 개선책입니다. 지속적인 재발방지대책의 수립과 추후 이행여부를 확인하여 윤리경영의 자가진단 수단을 늘려갈 계획입니다.

그 중 경영진단팀은 회사 내부의 부정 비리 조사, 회사의 프로세스 개선을 담당하고 있습니다. 사전 예방활동으로는 매월 내부통제 활동을 진행하여 전사의 사고 리스크 축소를 합니다. 또한 내부회계관리제도에 참여하여 회계장부의 정확성과 투명성을 높이고 있습니다.

컴플라이언스팀은 법무 리스크를 최소화하고 거버넌스의 투명성을 지키기 위한 안전망 역할을 합니다. 특히 각 사업부의 계약서 검토를 통해 계약 관계상 문제 발생 소지를 사전에 확인·방지하고 발생한 소송 및 분쟁 등을 조기에 효과적으로 해결하여 회사의 법무 리스크를 해소합니다. 사규관리팀은 2020년 2월에 조직되어 전사의 규정을 확립하고 있습니다. 특히 한샘은 사업본부 중심의 책임경영체계를 정착시키기 위한 노력의 일환으로 전사의 제도와 규정을 정비하고 있습니다. 사규관리팀은 그 중심에서 각 사업본부와 의사소통을 하고 있습니다. 동반성장파트는 하도급 협력사에 대한 지원과 그 밖의 상생 업무를 담당합니다. 그래서 주기적인 VOC활동과 협력사 간담회를 주최하여 윤리경영에 앞장서고 있습니다.



윤리경영 문화 내재화

윤리경영 교육

한샘은 윤리경영실 주관으로 윤리경영 강화를 위해 내부통제 교육을 매월 2회 이상 진행합니다. 정기적으로는 전사 팀장 및 신입사원 대상, 비정기적으로는 영업사업부 등을 대상으로 하는 내부통제 교육이 있습니다. 내부통제 교육은 과거 발생한 사고 사례, 비정상 영업행위 등 부정 사건 등 다양한 사례와 함께 재발하지 않기 위한 방안들을 공유함으로써 한샘인으로서 지켜야 할 윤리경영 원칙을 전파합니다.

이와 함께 한샘은 법정 필수 교육인 직장 내 성희롱 예방 교육과 장애인 인식 개선 교육을 통해 업무 중 발생할 수 있는 성별에 따른 차별 등에 대한 인식 개선, 장애에 대한 인식 개선과 배려심 등 임직원들의 윤리·인권 의식을 높이고 있습니다. 특히 이와 별개로 매년 전 임직원을 대상으로 성인지감수성 교육을 필수 이수하도록 하고 성인지감수성 사내강사를 선발, 육성하는 등 임직원들의 성인지감수성 제고를 위한 다양한 프로그램들을 마련해 운영하고 있습니다.

2020년 인권·윤리 교육

교육 과정명	교육대상(명)	수료인원(명)	수료율(%)
2020년 한샘 성인지감수성 교육	2,133	2,133	100
개인정보보호 및 정보보안	2,133	2,133	100
성희롱 예방TOON, 건강한 일터 만들기	2,133	2,133	100
직장 내 장애인인식개선TOON, 열린 일터 만들기	2,133	2,133	100

윤리경영 모니터링

한샘 경영진단팀은 각 사업부에서 사고 발생가능성이 큰 항목을 선정하여 내부통제 활동을 진행하고 있습니다. 내부통제 활동은 각 사업부 담당자가 1차 모니터링, 감사 전담 부서가 2차 모니터링을 하여 사고 리스크를 줄이는 효과가 있습니다. 또한 전사에서 발생하는 사고에 대해 사고발생보고서를 취합합니다. 발생 빈도가 빈번한 경우에는 사고 원인을 파악하여 개선책을 모색해 실행합니다.

윤리신고 채널

한샘 사이버감사실은 임직원, 대리점, 협력사, 소비자 등 한샘의 모든 이해관계자가 적극적으로 의견을 개진할 수 있는 채널입니다. 감사팀 내 사이버감사실 담당자는 매일 접수 내용을 확인하여 빠른 시간 안에 피드백을 하고 있습니다. 사이버감사실은 매년 100건 이상 접수 및 처리가 이루어질 정도로 활성화되어 있습니다.

이밖에 임직원들이 익명으로 제보할 수 있는 오프라인 제보 창구인 마음의 소리와 사내 인트라망을 통한 제보창구인 핫라인 등의 내부고발 프로그램이 있습니다. 해당 내부고발 프로그램들은 전담부서를 통해 검토되어 피드백이 이뤄지며 사규에 따라 익명성을 보장합니다.

윤리경영 제보 및 조치 현황

구분	단위	2018	2019	2020
접수된 제보 건수	건	82(5월~)	184	129 (내·외부 사이버감사실)
비윤리 조치 및 징계 건수		22	22	12

정보보안

개인정보보호 및 사이버 보안 강화

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 체계수립 및 운영, 관리·물리·기술적 보호대책 등 전 영역에 대한 보안 수준을 강화하고 있습니다. 지난 2018년 IDC(인터넷데이터센터) 이전 후 ISMS 최초심사를 진행해 위험관리 및 프로세스 개선을 진행 중입니다. 갱신 심사 일정에 맞춰 증적 관리, 모의심사 등을 진행하며 정보보호관리체계 인증을 관리하고 있습니다.

ISMS 인증 요건

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 필수 인증.

인증 범위

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

조직적 범위	업무적 범위	인프라 범위	물리적 범위
정보화추진부	대표 홈페이지	서버/ 네트워크/	상암사옥 서버실
온라인사업부	한샘몰	보안시스템/ APP/	분당 IDC 등
기획실	한샘닷컴	개인 PC 등 15개 항목	

정보보호 시스템

개인정보는 법적 근거 내에서 최소한으로 수집하고 있습니다. 수집부터 저장, 이용, 파기까지 세부 프로세스를 수립하고 암호화해 안전을 최우선으로 관리하고 있습니다. 수집된 개인정보는 사용 목적 달성 즉시 파기하고 있으며 개인정보 검색 솔루션을 통해 점검을 진행하고 있습니다. 개인정보 유출 및 위·변조 등 보안침해 위협을 방지하기 위해 보안관제 서비스를 받고 있으며 침해 시도를 상시 모니터링 하고 있습니다. 만의 하나 사고가 발생할 경우 고객에게 즉시 통지하고 피해를 최소화 할 수 있는 프로세스도 수립해 시행 중입니다.

정보보호 및 사이버 보안 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, 조직구조 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 교육 및 훈련

임직원 및 협력 직원 대상 정보보호 교육 및 홍보 계획을 매년 수립해 시행 중입니다. 매년 악성 메일 훈련 및 업무 환경 점검을 진행하여 PC 악성 코드 감염 및 자료 유출 사고를 방지하고 있습니다.

점검 항목

시행안	횟수
· 개인 책상 점검(기밀문서, 사내문서, 다이어리 등) · 퇴근 및 자리 이석 시 업무 PC 점검(화면보호기, 화면 잠금, PC Off 등)	연 2회
· 매장 내 상담석 점검 · 고객정보 및 개인정보 등이 표기돼 있는 문서 및 계약서 등	
· 랜섬웨어, 악성코드 감염 예방을 위한 전사 임직원 대상 악성메일 훈련 진행	

정보보호교육 현황

구분		단위	2018	2019	2020
임직원	교육 시간	시간	12	12	12
	교육 인원	명	2,282	2,148	2,133



5 APPENDIX

재무성과

ESG DATA

ISO 26000 진단 결과보고서

제3자 검증의견서

GRI Content & ISO 26000 Index

글로벌 이니셔티브

단체가입 현황 및 국내외 사업장

About this Report

재무성과

요약 연결재무상태표

(단위: 원)

구분	제 46 기 (2018년)	제 47 기(2019년)	제 48 기(2020년)
자산			
유동자산	439,783,524,495	478,670,833, 491	520,897,791,205
현금및현금성자산	81,882,702,362	144,506,704,186	105,730,217,965
매출채권및기타채권	111,717,583,952	95,515,902,528	75,584,043,000
기타유동금융자산	161,024,450,879	137,871,428,057	230,241,518,864
기타유동자산	18,395,163,059	18,899,524,100	24,709,292,476
당기법인세자산	90,807,241	76,787,669	218,062,314
재고자산	66,672,817,002	81,800,486,951	84,414,656,586
매각예정비유동자산			
비유동자산	500,366,367,333	723,967,143,112	708,611,969,983
종속기업및관계기업투자	29,325,929,099	167,859,815	
유형자산	259,887,146,909	491,349,901,932	461,253,331,335
투자부동산	95,142,352,039	97,050,060,663	119,026,813,928
무형자산	21,738,498,877	47,997,513,190	39,359,443,593
기타비유동금융자산	62,239,096,949	76,403,110,160	70,774,248,953
기타비유동자산	21,549,052,421	8,454,793,388	9,040,299,014
이연법인세자산	10,484,291,039	2,543,903,964	9,157,833,160
자산 총계	**940,149,891,828**	**1,202,637,976,603**	**1,229,509,761,188**
부채			
유동부채	299,904,683,175	407,327,091,501	439,531,877,947
비유동부채	65,778,106,079	182,011,615,631	161,076,220,295
부채 총계	**365,682,789,254**	**589,338,707,132**	**600,608,098,242**
자본			
자본금	23,533,928,000	23,533,928,000	23,533,928,000
자본잉여금	38,097,439,100	38,228,731,689	38,228,731,689
기타자본구성요소	155,115,636,295	162,823,827,057	192,158,836,752
이익잉여금	667,865,099,172	694,459,028,639	738,328,630,000
지배기업 소유주지분	574,380,829,977	593,397,861,271	607,932,452,937
비지배지분	86,272,597	19,901,408,200	20,969,210,009
자본 총계	**574,467,102,574**	**613,299,269,471**	**628,901,662,946**
자본과 부채 총계	**940,149,891,828**	**1,202,637,976,603**	**1,229,509,761,188**
연결에 포함된 회사수	7	9	9

※ 상기 요약 연결재무제표는 한국채택국제회계기준(K-IFRS) 작성기준에 따라 작성되었음

요약 연결포괄손익계산서

(단위: 원)

구분	제 46 기	제 47 기	제 48 기
매출액	1,928,463,279,284	1,698,372,284,996	2,067,468,662,697
매출원가	1,416,652,352,065	1,224,850,418,790	1,525,159,297,360
매출총이익	511,810,927,219	473,521,866,206	542,309,365,337
판매비와관리비	453,220,951,729	417,451,455,726	447,962,840,877
영업이익	56,033,229,266	55,771,809,993	93,106,900,590
지분법이익	2,648,267,220	1,936,243,582	(177,069,837)
기타수익	77,814,432,323	27,021,163,662	21,937,243, 470
기타비용	13, 435,042,628	10,997,994,960	19,464,594,416
이자수익	2,276,263,379	9,187,818,985	7,595,976,816
기타의대손상각비	640,838,311	207,106,959	(67,319,787)
금융수익	2,729,253,223	99,494,965	87,328,003
금융비용	2,722,947,292	8,352,851,039	7,662,636,455
법인세비용차감전순이익	124,702,617,180	74,458,578,229	95,490,467,958
법인세비용	34,745,580,006	31,743,696,334	28,649,876,105
당기순이익	89,957,037,174	42,714,881,895	66,840,591,853
지배기업소유주지분	89,970,077,434	42,723, 443, 445	65,073, 401,850
비지배지분	(13,040,260)	(8,561,550)	1,767,190,003
기타포괄손익	(1,950,821,980)	5,035,479,570	546,178,252
총포괄이익	88,006,215,194	47,750,361,465	67,386,770,105
지배기업소유주지분	88,019,255,454	47,758,923,015	65,635,268,296
비지배지분	(13,040,260)	(8,561,550)	1,751,501,809
기본주당이익	5,103	2,423	3,766

ESG DATA

경제 성과

신용등급(회사채)

(단위: 등급)

구분	2018 (기업어음등급)	2019 (ICR등급)	2020 (ICR등급)
한국신용평가	-	-	-
한국기업평가	A1 ('18.06.29~'19,06,30)	AA- ('19.06.05~'20.06.04)	-
나이스신용평가	A1 ('18.06.29~'19,06,30)	AA- ('19.06.17~'20.06.17)	-

국내, 해외 사업장 매출

(단위: 천 원)

구분	2018	2019	2020
국내사업장 매출액	1,895,836,487	1,700,529,600	2,181,099,986
해외사업장 매출액	55,531,602	49,855,503	46,265,636
연결조정	(22,904,810)	(52,012,818)	(159,896,959)
합계	1,928,463,279	1,698,372,285	2,069,468,663

경제적 가치 배분

(단위: 억 원)

구분		2016	2017	2018	2019	2020
주주 및 투자자	배당금 및 이자	199	212	212	212	224
정부	법인세	426	423	347	317	286
임직원	임금 및 복지, 퇴직연금	1,523	1,595	1,641	1,514	1,632
지역사회	지역사회 투자	-	7.7	7.9	101.7	26.3
협력업체	구매, 상생프로그램 지원금	-	-		180	100

ESG DATA

환경 성과

환경영향 관리

구분		단위	2018	2019	2020
대기오염 관리	NOx	Ton	17.73	19.27	13.91
	SOx		1.04	0.95	1.03
	먼지		0.55	0.5	0.55
	NOx 평균 배출농도	ppm	68	64	39
	SOx 평균 배출농도	ppm	2.8	2.3	1.9
	먼지 평균 배출농도	mg/m3	4.3	3.3	3.3
용수 및 폐수 관리	**총 사용량**	Ton	168	140	168
	재활용량		158.27	129.51	161.88
	배출수 방출량		9.73	10.49	6.12
폐기물 및 발전부산물 관리	일반 폐기물	Ton	16,624.93	11,048.96	12,365.21
	지정 폐기물		65.86	61.58	34.39
	총 폐기물량		16,690.79	11,110.54	12,399.6
	폐기물 처분량 (매립+소각)		13,269.96	8,494.95	8,716.65
	재활용량		3,364.97	2,554.01	3,648.56
	재활용률	%	20.1	22.9	29.4

용수 사용량

구분	단위	2018	2019	2020
상수도 사용량	톤	97,219	93,804	98,639

* 보고 범위 : 제조사업부 (제3, 4공장)

2020년도 온실가스 배출량

구분		단위
온실가스 총 배출량 (직접배출+간접배출)	20,790	tCO2eq
에너지 환산량 (직접배출+간접배출)	416	TJ
기본정보		
직접배출 (Scope 1)	2,104	tCO2eq
전기 등 내부 간접배출 (Scope 2)	18,686	tCO2eq

사업부 단위별 온실가스 배출량 (단위 : tCO2eq)

구분	방배, 상암사옥 (경영지원, 총무)	매장 및 사업부 (RH/INT/특판/홈케어)	물류/AS	연구소	제조공장 (3, 4)
직접배출	1,707		397		
간접배출	2,957	5,835	1,089	219	8,584
합계	4,664	5,835	1,486	219	8,584

* 보고 구분 및 범위 : △상암 · 방배사옥 △매장 및 사업부 △물류/AS △연구소 △제조사업부 등 총 140여 개 사업장

환경법규 준수

구분	단위	2018	2019	2020
환경 법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수 (비금전적 제재 건은 없음)	건	1	2	1
환경 법규 위반 벌금 총액	만 원	40	320	160

ESG DATA

환경친화 원자재 조달 현황

구분	단위	2018	2019	2020
친환경 원자재 구매량	입방(㎥)	299,480	249,780	288,430
친환경 원자재 구매 비용	억 원	692	563	641

연구개발 투자

구분	단위	2018	2019	2020
연구개발 비용	백만 원	19,970	19,619	13,789
매출액 대비 연구개발 비율	%	1.55	1.81	1.05

※ 각주 : 사업보고서 내 연구개발 비용으로 수정 반영

지적 재산권 보유 현황

구분	단위	2018	2019	2020
출원	건	5	2	1
등록		-	4	2
합계		5	6	3

녹색인증 획득 현황

구분	단위	2018	2019	2020
녹색인증 개수*	개	-	20	11

* 2021년 6월 기준 유효 환경표지 현황 : 창호 14종 (벽지 3종 2020년 12월 종료)

환경 교육 현황

구분	단위	2018	2019	2,020
교육 인원	명	-	40	40
교육 시간	시간	-	26	32

환경관련 지출 및 투자 규모

구분	단위	2018	2019	2020
환경보호 비용 (제조사업부 + 연구소)*	백만 원	-	638	818

* 산정 내역 : 1. 환경성보장제도(생산자) 2. 환경성보장제도(판매자) 3. 폐기물부담금제도 4. 폐기물처분부담금제도 5. 생산자책임재활용제도

ESG DATA

사회 성과

국내 임직원 현황

(단위: 명, %)

구분		2017	2018	2019	2020
총 임직원 수* (단위 : 명)		3,049	2,902	2,532	2,495
성별	남성(명, 비율)	2,046(68.2)	1,949(68.1)	1,672(66.7)	1,680(67.3)
	여성(명, 비율)	956(31.8)	914(31.9)	836(33.3)	815(33.7)
신규 채용	남(명, 비율)	683(66.2)	342(74.8)	183(64)	293(65)
	여(명, 비율)	349(33.8)	115(25.2)	103(36)	158(35)
	장애인	54(5.2)	47(10.2)	44(15.3)	30(6.6)
	고졸	140(13.5)	34(7.4)	12(4.2)	40(9)
이직 퇴사자	남(명, 비율)	521(67.5)	455(73.6)	458(72.1)	325(65)
	여(명, 비율)	251(32.5)	163(26.4)	177(27.9)	176(35)
	자발적 이직률	669(86.6)	528(85.4)	542(85.3)	341(68)
고용 형태**	정규직	2,790(91.5)	2,822(97.2)	2,493(98.5)	2,446(98)
	비정규직	212(6.9)	41(1.4)	39(1.5)	49(2)
	장애인	54(1.8)	47(1.6)	44(1.7)	30(1.2)
	국적(한국 외)	2(0.1)	3(0.1)	2(0.1)	21(0.8)
	고졸	326(10.9)	312(10.9)	289(11.4)	243(9.7)
직급***	임원	39(1.3)	36(1.2)	36(1.4)	47(1.9)
	과장 이상	352(11.7)	398(14)	441(17.6)	468(18.7)
	대리 이하	2,611(87)	2,429(84.8)	2,031(81)	1,980(79.4)
연령***	20대(명, 비율)	1,347(44.9)	1,080(37.7)	717(28.6)	358(14.3)
	30대(명, 비율)	1,146(38.2)	1,251(43.7)	1,260(50.2)	1,428(57.2)
	40대(명, 비율)	390(13)	387(13.5)	389(15.5)	520(20.9)
	50대 이상(명, 비율)	119(4)	145(5.1)	142(5.7)	189(7.6)
해외 임직원	미국	9(0.3)	10(0.3)	10(0.4)	9(0.4)
	중국	36(1.2)	27(0.9)	12(0.5)	8(0.3)
	일본	2(0.1)	2(0.1)	2(0.1)	2(0.1)
	기타	-	-	-	-

* 총 임직원 수 : 국내·해외 임직원 및 등기임원 포함
** 고용 형태 : 2017~2018 고용형태 항목별 임직원 수 및 비율은 해외 임직원을 제외하고 산정함
*** 직급/연령 : 2017, 2018, 2019年 직급/연령 항목별 임직원 수 및 비율은 해외 임직원을 제외하고 산정함

ESG DATA

임직원 다양성

(단위: 명, %)

구분			2018	2019	2020
여성 리더십	직급	전체 근로자 중 여성 비율	32	33	33.7
		전체 관리자* 중 여성 비율	21.9	22	21.9
	고용 형태	계약직 중 여성 비율	36.6	33.3	36.7
		정규직 중 여성 비율	31.7	33.2	32.5
기타		외국인(명, 비율)	3(0.1)	2(0.1)	21(0.8)
		보훈직원(명, 비율)	13(0.4)	15(0.5)	16(0.6)
		장애인(명, 비율)	47(1.6)	44(1.7)	30(1.2)

* 관리자: 과장급 이상

육아휴직 및 출산휴가이용 현황

(단위: 명, %)

구분		2018	2019	2020
육아휴직 복직대상 인원(A)	남	6	15	4
	여	31	34	43
육아휴직 복직인원(B)	남	3	14	4
	여	31	31	41
업무복귀율 (=B/A*100)	남	50	93.3	100
	여	100	91.2	95
이전 보고기간에 육아휴직 마치고 돌아온 인원(C)	남	1	3	12
	여	25	32	28
해당년도에 육아휴직 복직 후 12개월 유지인원(D)	남	1	2	10
	여	22	27	25
육아휴직 후 근속률 (=D/C*100)	남	100	67	83
	여	88	84	89
출산휴가 사용자		28	31	29

ESG DATA

임직원 안전 보건 현황

구분	단위	2018	2019	2020
업무상 부상 건수 및 비율	건(%)	20	10	10
업무관련 재해로 인한 사망건수 및 비율	건(%)	0	0	0
업무관련 질병 발병률(OIFR)	%	0	0	0
업무관련 질병으로 인한 사망자수	명	0	0	0
근로 손실 재해율(LTIFR)*	%	3	2	2
근로 손실 발생 건수	건	20	10	10
총 근로시간	시간	5,697,720	5,007,184	5,009,960
산업재해보험 가입 근로자 수	명	2,902	2,532	2,495

*Lost-TimeInjuries Frequency Rate - 수/백만 근무시간

단체교섭 적용 대상 현황

구분	단위	2018	2019	2020
단체교섭 적용 대상 임직원 수	명	247	222	230
단체교섭 적용 대상 임직원 비율	%	9	9	9.3
단체 가입 인원	명	226	219	227
단체 가입율	%	91.4	98.6	98.6

연차 및 유연근무제 사용 현황

구분	단위	2018	2019	2020
연차 사용일수	일	26,286.25	29,686.5	23,853.25
유연근무제 사용 비율	%	86	86	85

연금지원 현황

(단위: 명)

구분	2018	2019	2020
가입인원(DB)	2,902	2,532	2,495

ESG DATA

신입사원 초임

구분		단위	2018	2019	2020
신입사원 초임	남	백만 원	4,100	4,100	4,100
	여		3,900	3,900	3,900
최저임금 대비 신입사원 초임 비율	남	%	217	196	190
	여		207	186	181

임직원 교육 현황*

구분		단위	2018	2019	2020
총 교육인원	남	명	1,856	1,654	1,583
	여		925	870	893
1인당 교육시간	남	시간(h)	31	27	33
	여		37	29	32
1인당 교육비용	남	원	232,622	167,361	122,312
	여		230,205	188,360	153,272
직급별 교육인원	임원급	명	44	33	46
	과장 이상		417	452	480
	대리 이하		2,320	2,039	1,950
직급별 교육인원 (비율)	임원급	명(%) **	88	72	94
	과장 이상		93	91	96
	대리 이하		87	87	93
직급별 교육비용	임원급	원	133,988,649	18,735,429	34,448,354
	과장 이상		81,671,295	103,208,969	64,467,499
	대리 이하		429,026,801	318,742,744	231,575,732
직급별 교육시간	임원급	시간	1,546	739	1,684
	과장 이상		13,061	17,543	16,740
	대리 이하		77,138	52,410	62,054

* 재직인원 전체(계약직 포함) **20년 1회 이상 교육받은인원 / 20년 재직이력인원

인권교육 현황 - 성인지감수성 교육*

구분	단위	2018	2019	2020
총 교육 시간	시간	1	회당 1시간	1
교육 인원(비율)	명(%)	2,660(98)	2,307(98.8)	2,133(97.4)

* 법정의무교육 外, 2021년은 온라인 교육만 집계

공정거래교육 현황 - 내부통제 교육

구분	단위	2018	2019	2020
임직원 수	명	-	318	470
시간	시간	-	467	477

사회공헌 투자 현황*

구분		단위	2018	2019	2020
사회복지 투자 비율		%	0.35	0.57	0.15
사회공헌 사업	사회공헌 총액**	억 원	8	101.7	26.3
	코로나19		-	-	16.6
	수해지원		-	-	4.5
	주거환경 개선 / 임직원 참여		-	-	1.2
사회공헌 참여시간(전사)		시간	1,651	795	90
사회공헌 참여인원(전사)		명	504	551	30

* 자선적 기부(Charitable Donation),지역사회 투자(Community Investment),상업적 이니셔티브(공익마케팅 등) (Commercial Initiatives) 별도 구분 없음 ** 사회공헌 총액 : 사회공헌 비용, 기부금 등 (2019년 사회공헌 총액에는 상생펀드 조성기금이 포함됨)

사내봉사단 활동 현황

구분	단위	2018	2019	2020
참여인원	명	504	551	30
참여시간	시간	1,651	795	90
1인당 평균 참여시간	시간	3.2	1.4	3

ISO 26000 진단 결과보고서

진단 표준

한국표준협회는 기술표준원 용역의 일환으로 사회적 책임에 대한 국제표준인 ISO 26000에 의거하여 사회적 책임 이행수준 진단 체크리스트를 개발하였습니다. 이 진단 보고서는 한국표준협회의 진단 체크리스트에 따라 한샘의 지속가능경영 프로세스와 7대 핵심주제별 성과를 진단한 결과입니다.

진단 범위

한국표준협회는 한샘의 사회적 책임을 실현하기 위한 프로세스와 이행성과 등을 진단하였습니다. 이를 위해 한샘의 중장기 전략 및 수행활동, 이해관계자 참여, 사회적 책임 활동 등을 진단하였습니다.

진단 방법

한국표준협회는 ISO 26000 이행수준 진단기준에 의거하여 적합한 관련 근거 수집을 위해 다음과 같은 활동을 수행하였습니다.

- 한샘의 지속가능경영 활동·성과에 관한 내부자료 검토
- 한샘의 지속가능경영 이슈별 담당자의 인터뷰 수행

Ⅰ. ISO 26000 사회적 책임 프로세스별 진단 결과

한샘은 기업의 사회적 책임에 대한 사회의 요구 증대에 대응하고자 사회적 책임의 국제 표준인 ISO 26000에 기반하여 사회책임 경영 프로세스 점검 및 사회적 책임 이행에 대한 실행력을 진단하였습니다. 한샘은 ESG경영을 실천하기 위해 환경안전, 공정경영, 포용과 상생을 분야별 ESG목표로 삼아 중장기 세부 전략을 수립하였습니다. 특히 부서별로 ESG 관련 과제가 세분화되어 있고 분기별로 과제 진행 현황을 파악하고 있으며 ESG 및 사회적 책임에 대한 활동 및 성과를 이사회에 정기적으로 보고하고 있는 점을 우수하게 평가합니다.

Ⅱ. ISO 26000 7대 핵심 주제별 진단 결과

조직 거버넌스

이사회는 ESG 추진전략 및 방향, 성과 등을 보고받고 있습니다. 또한 이사회는 주기적으로 ESG 목표, 추진현황 및 성과를 점검하고 있으나 사회적 책임원칙을 의사결정과 실행에 통합하여 적용하고 있지는 않습니다. 2021년 이사회 산하 ESG위원회를 설립하였으며 ESG위원회를 통해 전사 ESG전략, 리스크 관리방침, 규정 등에 대해 심의하는 등 거버넌스 체계가 확립된 점은 고무적인 활동으로 평가됩니다. 향후 이사회 및 ESG위원회에서 결정된 사항들이 조직 전체의 ESG 활동 및 성과에 영향을 미칠 수 있는 방향으로 운영되기를 바랍니다.

인권

한샘은 2021년 '한샘 인권·노동경영선언'문을 제정하였으며 국제연합(UN)과 국제노동기구(ILO) 등 인권과 노동에 관한 국제 원칙을 지지하고 관련 법령을 준수하고 있음을 확인하였습니다. 특히 기업문화위원회를 설립·운영하고, 성인지감수성 매뉴얼 발간, 정기적인 인권교육 실시 등은 고무적인 활동으로 평가됩니다. 향후 조직뿐만 아니라 협력사와 대리점 등을 대상으로 인권영향평가를 실시하여 미흡한 부분을 개선하고 인권침해 구제시스템의 실효성을 제고하기 위한 노력이 필요합니다.

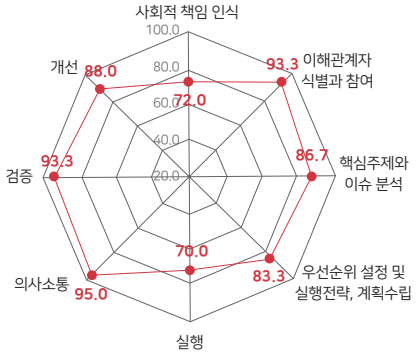
노동관행

한샘의 노동관행은 전 분야에서 우수한 것으로 평가되었습니다. 2020년과 21년은 코로나19로 인해 직원뿐만 아니라 고객 및 협력사, 대리점 등의 안전 및 보건문제가 중요한 이슈로 대두되고 있습니다. 한샘은 안전보건 규칙을 제정하고 다양한 안전·보건 교육 콘텐츠를 통해 제조/물류/관계사 등 협력사 근로자 등을 대상으로 교육, 훈련을 실시하고 있는 점을 높이 평가합니다. 앞으로도 취약그룹 및 협력사 근로자들의 사업재해 및 안전사고를 최소화하기 위한 현실적 실행방안을 마련하고 이들의 복지 및 근무환경 개선을 위해 적극 노력하기를 제언합니다.

환경

ISO 14001 인증 획득 및 사후관리를 통해 환경경영시스템을 지속적으로 관리 개선하고 있으며, 유해화학물질 관리, 온실가스 인벤토리 구축,

사회적 책임 프로세스 진단 결과



사회적 책임인식	경영자의 의지를 바탕으로 조직의 현 상황을 검토
이해관계자 식별과 참여	이해관계자의 관심과 요구사항을 검토, 참여전략을 수립
핵심주제와 이슈 분석	쟁점 검토와 조직 내부역량 분석을 통해 이슈목록 작성
우선순위 설정 및 실행전략, 계획수립	조직역량을 고려해 개선관리 해야 할 이슈의 우선순위, 목표와 실행계획을 수립
실행	전략과 비전, 목표와 실행계획을 이행하고 사회적 책임 성과를 주기적으로 모니터링
의사소통	성과 보고서를 작성하여 이해관계자와 의사소통
검증	성과의 신뢰성을 제고하기 위한 활동과 보고
개선	성과를 주기적으로 검토하여 지속적 개선으로 연결

ISO 26000 진단 결과보고서

전사 에너지관리시스템 운영 등 조직이 환경이 미치는 영향을 최소화하고 기후변화에 대해 적극적으로 대응하고 있습니다. 앞으로는 환경에 관한 법규 위반사항이 발생하지 않도록 주의를 기울이고 사업장 주변의 자연환경보호, 생물다양성 및 자연서식지 복원에 대한 중요성을 인지하고 자연 및 생물과의 공생을 위한 활동을 전사적으로 전개할 것을 권고합니다.

공정운영관행

홈페이지를 통해 모든 이해관계자들에게 한샘의 윤리경영과 반부패에 대한 실행의지를 선언하였으며 반부패 관련 사건을 신고한 자에 대한 표창제도를 운영하고 있음을 확인하였습니다. 100여개의 1차 협력사와 공정거래 협약을 체결하고 공정거래 협약에는 4대 실천사항 준수, 공정한 계약 체결 및 이행, 법 위반 예방 및 법 준수 내용을 포함함으로써 협력사 보호를 위해 노력하고 있는 점을 높이 평가합니다. 협력업체 선정 시 사회적책임 이슈를 고려하는 기준을 마련하여 지속가능경영활동 영역을 확장시켜 나가길 바랍니다.

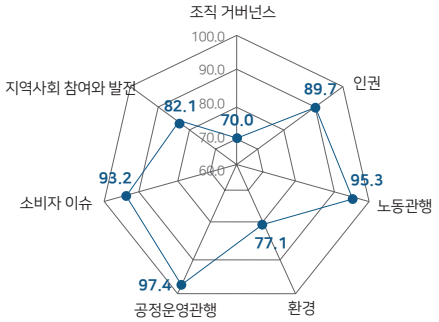
소비자이슈

C/S실 내에 품질회의체, 사내 품질 관리를 총괄하는 C/S부, 고객불만 접수 및 재발방지(BS, Before Service)와 소비자 권익보호를 위한 소비자 불만제로 심의위원회를 주관하는 소비자보호부 운영을 통해 고객만족을 제고하고 있습니다. 또한 소비자들에게 정확하고 사실적인 정보를 제공하고자 포장을 통해 제품과 관련된 정보를 표시하고 있으며 자발적 리콜 제도를 운영하고 리콜현황을 지속가능경영보고서에 투명하게 공개하고 있습니다. 향후 대리점, 영업사원, 일반소비자 및 지역사회를 대상으로 한 지속가능한 소비교육을 정기적으로 실시하고 제품 기대수명 보장범위의 지속적인 확대를 통해 고객신뢰를 확보해 나갈 수 있길 기대합니다.

지역사회 발전

한샘은 지역과의 상생협력 모색을 위해 주거개선 사업 진행시 각 구청 및 시청 등 지자체와 협의하여 진행하고 주요 사업에 대해 논의하고 있는 점을 확인하였습니다. 업의 특성을 반영한 다양한 지역사회 공헌사업을 추진하고 있으며 직원들이 근무시간에 봉사활동을 하면 이를 근무시간으로 인정해 주는 제도를 통해 직원들의 자발적 봉사활동을 촉진하고 있습니다. 코로나19로 인해 지역사회 참여 활동에 제한이 있는 어려움을 극복하고 내외부 이해관계자들과 소통을 통해 지역사회 참여 활동의 양적인 측면과 질적인 측면을 균형 있게 조정해 나가길 권고합니다.

사회적 책임 성과 진단 결과



조직 거버넌스	사회적 책임 원칙을 존중하고 이를 기존의 시스템, 정책과 관행에 통합하는 활동
인권	조직 내와 조직의 영향권 내의 인권을 존중하고 보호·준수하며 실현하는 활동
노동관행	조직 내와 협력업체를 대상으로 근로자의 노동환경에 영향을 미치는 정책과 관행
환경	환경에 미치는 조직의 영향을 줄이기 위해 조직의 결정과 활동의 의미를 고려하여 통합적으로 접근하는 활동
공정운영관행	조직과 파트너, 공급자 등 조직과 타조직간 거래의 윤리적 행동에 관심을 두는 활동
소비자 이슈	소비자교육, 공정하고 투명한 마케팅정보와 계약, 지속가능소비 촉진 등 소비자 권리 보호 활동
지역사회 참여와 발전	지역사회의 권리를 인식하고 존중하며 그 지원과 기회를 극대화하려고 노력하는 활동

Ⅲ. 진단 결론

한샘은 ISO 26000 대응 수준 진단 결과, 프로세스 측면은 360점 만점에 306점을, 성과 측면은 640점 만점에 564점으로 총점 870점을 획득하여 SR 4단계에 해당되는 것으로 평가되었습니다. 한샘은 사회적 책임에 대한 인식도가 높으며 한샘의 지속가능경영 활동 및 성과를 내외부 이해관계자들과 다양한 소통채널을 활용하여 공유하고 있습니다. 앞으로도 한샘이 추구하는 ESG 비전과 전략이 이해관계자의 의견과 통합되어 추진되고 진정성 있는 ESG 경영 실천을 통해 사회에 긍정적인 영향을 주는 기업으로 자리매김 하기를 기대합니다.

한국표준협회는 1962년 한국 산업표준화법에 의거 설립된 특별법인으로서 산업표준화, 품질경영, 지속가능경영, KS·ISO 인증 등을 기업에 보급·확산하고 있는 지식서비스 기관입니다. 특히 ISO 26000 국내 간사기관, GRI 지정 교육기관, AA1000 검증기관, 대한민국지속가능성지수(KSI) 운영기관, UN CDM 운영기구, 온실가스 목표관리제 검증기관으로서 우리 사회의 지속가능발전에 이바지하고 있습니다.

2021년 7월

한국표준협회 한국표준협회 회장 | 강 명 수

제3자 검증의견서

서문

한국표준협회(이하 '검증인')는 ㈜한샘(이하 '한샘')으로부터 '2021 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 AA1000AS v3의 검증표준에 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 AA1000AS v3 검증표준의 유형 2(Type 2)에 해당하는 검증을 수행하였으며 이는 한샘의 주장과 보고서에 담긴 성과정보의 정확성을 평가하였음을 의미합니다. 검증범위는 2020년 1월 1일부터 2020년 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
- 지속가능경영 성과 개선과 보고서 작성에 사용된 관리시스템 및 프로세스의 검토
- 재무 실적 데이터와 재무재표에 대한 감사보고서 및 공시자료의 일치 여부 검토
- 현장검증을 통한 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 '2021 한샘 지속가능경영보고서'에 대하여 다음과 같은 의견을 제시합니다.

포괄성 **한샘은 지속가능성에 대해 전략적으로 대응하는 과정에서 이해관계자를 포함시켰는가?**

한샘이 지속가능경영을 추진함에 있어 이해관계자 참여를 중요하게 인식하고 참여 프로세스를 수립하기 위해 노력하고 있음을 확인하였습니다. 한샘은 ISO 26000의 이해관계자 분류 기준에 따라 임직원, 고객, 주주 및 투자자, 정부 및 유관기관, 협력회사, 지역사회 등을 핵심 및 전략적 이해관계자 그룹으로 선정하고, 그룹별 커뮤니케이션 채널을 통해 다양한 의견을 수렴하고 있습니다.

중요성 **한샘은 이해관계자의 현명한 판단을 위한 중요 정보를 보고서에 포함시켰는가?**

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

대응성 **한샘은 이해관계자의 요구와 관심에 적절히 대응하였는가?**

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

임팩트 **한샘은 이해관계자에게 미치는 영향을 적절히 모니터링 하였는가?**

한샘은 비즈니스 활동으로 인해 이해관계자들에게 미치는 영향을 모니터링하고 파악하고 있음을 확인하였습니다. 또한 이를 보고서에 적절하게 반영하고 있음을 확인하였습니다.

제3자 검증의견서

GRI Standards 공시 검토

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

공통표준(Universal Standards)

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

102-1 ~ 102-13(조직 프로필), 102-14(전략),
102-16 ~ 102-17(윤리와 청렴성), 102-18(지배구조),
102-40 ~ 102-44(이해관계자 참여),
102-45 ~ 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 지표를 검토하였습니다.

201-1, 205-2, 205-3, 302-1, 305-1, 305-2, 305-7, 306-2, 401-2, 401-3, 402-1, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 404-1, 404-2, 413-1, 416-2, 417-2, 417-3, 418-1

한국표준협회는 1962년 한국 산업표준화법에 의거 설립된 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 CDM 운영기구, 온실가스에너지 목표관리제 검증기관으로서 우리 사회의 지속가능발전에 이바지하고 있습니다.

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

한샘은 작년부터 지속가능경영보고서 발간을 통해 경제분야 활동 및 성과를 이해관계자들과 공유하고 있으며 국내 최대 홈 인테리어 인테리어 유통 전문회사로 부엌가구 제조 유통 및 인테리어가구 등 유통업과 토탈 홈 인테리어 패키지를 제공하는 리모델링 사업을 영위하고 있습니다. 또한 COVID-19라는 국가적 위기상황 속에서도, 언택트 시대에 맞춰 한샘몰 개편 및 내맘배송 서비스 도입 등 온라인 유통망 경쟁력을 강화하며 매출액 2조 원 달성 등 성장세를 유지하였습니다. 검증인은 한샘이 '주거 환경 부문 세계 최강 기업' 이라는 기업비전 달성을 위해 지속적인 경영혁신과 회계정보의 신뢰성을 기반으로 한 투명경영을 유지하시는 것을 권고 드립니다.

환경분야

한샘은 기업활동에 따른 환경, 사회, 경제 분야에 미치는 영향을 인식하고, 글로벌 환경 추세에 걸맞게 지속가능경영보고서를 발간하였습니다. 사회적 책임의 일환으로 환경지표를 취합하고 공개하였으며 전보다 개선된 모습을 보여주고 있어 긍정적으로 평가됩니다. 특히 자발적으로 에너지 사용량 및 온실가스 배출량 모니터링을 위한 체계를 구축한 것은 가장 큰 성과로 판단됩니다. 지표 관리는 환경오염 저감으로 이어질 수 있기 때문입니다. 향후에는 제품 내 유해물질 관련하여 사용 원료 및 원자재 조달 관련 지표를 주요 관리 대상으로 확대하고, 이슈 별 목표와 성과 관리 체계를 구축할 것을 권고 드립니다.

사회분야

한샘은 창사 50주년인 2020년부터 기업의 사회적 책임 이행 성과를 이해관계자들과 소통하기 위한 보고서를 발간하고 있습니다. 2021년 두 번째로 발간된 보고서에는 ESG 내재화를 위한 거버넌스 구축과 새로 제정된 한샘 인권·노동경영선언 등의 내용을 담아 한샘의 확고한 지속가능경영 추진 의지를 보여주고 있습니다. 지속가능경영을 통한 ESG 성과관리에 대해 국내외 다양한 이해관계자들의 관심이 높은 만큼, 한샘도 이에 대응하여 기반 구축을 넘어 ESG 성과관리 고도화에 힘쓸 필요가 있습니다. ESG 영역별로 중요 이슈에 대한 전략, 중장기 목표, 핵심성과지표(KPI)를 설정하시고 각 지표의 성과와 목표 달성율을 체계적으로 관리하여 이해관계자에게 보고할 수 있도록 전사 관리 시스템을 구축하시기를 제안 드립니다.

AA1000
Licensed Report
000-70/V3-EMNYF

2021년 7월
한국표준협회 한국표준협회 회장 | 강 명 수

GRI Content & ISO 26000 Index

공통주제 (Universal Standards)

GRI 102: 일반보고 (General Disclosure) 2016				
Disclosures			ISO 26000	페이지
조직 프로필	102-1	조직명	6.3.10 / 6.4.1-6.4.5 / 6.8.5 / 7.8	7
	102-2	활동 및 주력 브랜드, 제품 및 서비스		7, 10-11
	102-3	본사 위치		7
	102-4	사업장 위치		9, 100
	102-5	조직 소유 및 법적 형태		80
	102-6	시장 영역		9
	102-7	조직 규모		7, 9-11
	102-8	임직원 및 근로자에 대한 정보		91-93
	102-9	조직 공급망		66
	102-10	조직 및 공급망의 중요한 변화		해당사항 없음
	102-11	사전예방 접근법이나 원칙		26-27
	102-12	외부 이니셔티브		99
	102-13	가입협회		100
전략	102-14	최고의사결정권자 성명서	4.7 / 6.2 / 7.4.2	4-5
윤리 및 청렴성	102-16	조직의 가치, 원칙, 표준 및 행동규범	4.4 / 6.6.3 / 7.7.5	82, 홈페이지
	102-17	윤리에 대한 자문 및 고충처리 제도		82-83
거버넌스	102-18	거버넌스 구조	6.2 / 7.4.3	80-81
이해관계자 참여	102-40	이해관계자 그룹 목록	5.3 / 6.2 / 6.7	29
	102-41	단체협약		92
	102-42	이해관계자 파악 및 선정		29
	102-43	이해관계자 참여 방식		28-30
	102-44	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 토픽 및 관심사		29-30
보고관행	102-45	조직의 연결재무제표에 포함된 주체 목록	5.2 / 7.3.2 / 7.3.3 / 7.3.4	86
	102-46	보고내용 및 주제경계 정의		30
	102-47	중대 주제 목록 (List of material topics)		30
	102-48	이전 보고서에 기록된 정보 수정		관련 페이지에 기입
	102-49	중대 주제 및 주제 범위에 대한 변화		30
	102-50	보고 기간	7.5.3 / 7.6.2	About This Report
	102-51	가장 최근 보고서 발간일자		About This Report
	102-52	보고 주기		About This Report
	102-53	보고서에 대한 문의처		About This Report
	102-54	GRI Standards에 따른 보고 방식		About This Report
	102-55	GRI Content Index		98
	102-56	외부 검증		96-97

특정주제 (Topic-specific Standards)

GRI 200: 경제 (Economic Topics)				
Topic		Disclosures	ISO 26000	페이지
GRI 103 Management Approach 2016	103-1~3	Management Approach		14-17
GRI 201: 경제성과 2016	201-1	직접적인 경제가치 발생과 분배	6.8.1-6.8. / 6.8.3 / 6.8.7 / 6.8.9	87
GRI 103 Management Approach 2016	103-1~3	Management Approach		79
GRI 205: 반부패 2016	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	6.6.1-6.6.2 / 6.6.3 / 6.6.6	83
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치		83

GRI 300: 환경 (Environment Topics)				
GRI 103 Management Approach 2016	103-1~3	Management Approach		33
GRI 302: 에너지 2016	302-1	조직 내부 에너지 소비	6.5.4	39
	302-4	에너지 소비 절감	6.5.4-5	39
GRI 103 Management Approach 2016	103-1~3	Management Approach		33
GRI 305: 배출 2016	305-1	직접 온실가스 배출(Scope 1)	6.5.5	88
	305-2	간접 온실가스 배출(Scope 2)		88
	305-5	온실가스 배출 감축		36
	305-7	NOx, SOx, 기타 중대한 대기배출가스 배출량	6.5.3	88
GRI 103 Management Approach 2016	103-1~3	Management Approach		33
GRI 306: 폐수 및 폐기물 2016	306-1	최종 배출지별 폐수 배출량 및 수질	6.5.3-4	88
	306-2	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	6.5.3	88
	306-3	중대한 유출	6.5.3	해당사례 없음

GRI 400: 사회 (Social Topics)				
GRI 103 Management Approach 2016	103-1~3	Management Approach		51
GRI 401: 고용 2016	401-2	상근직에게만 제공하는 복리후생	6.4.4 / 6.8.7	63
	401-3	육아휴직	6.4.4	91
GRI 103 Management Approach 2016	103-1~3	Management Approach		51
GRI 403: 산업안전보건 2018	403-1	산업안전보건 경영시스템	6.4.6	56
	403-2	위험 식별, 리스크 평가, 사고 조사	6.4.6 / 6.8.8	56
	403-3	산업안전보건 서비스	6.4.6	57
	403-4	산업안전보건에 대한 구성원 참여, 상담 및 의사소통	6.4.6 / 6.8.8	56
	403-5	산업안전보건 교육 및 훈련	6.4.6	58-59
	403-6	구성원 건강 증진	6.4.6	63
	403-7	사업 관계에 의해 직접 연결된 산업안전보건 영향의 예방 및 완화	6.4.6	56, 57-58
	403-8	산업안전보건 경영시스템의 적용을 받는 근로자	6.4.6	56
GRI 103 Management Approach 2016	103-1~3	Management Approach		51
GRI 404: 훈련 및 교육 2016	404-1	종업원 유형별, 성별 1인당 한해 평균 훈련 시간	6.4.7	93
	404-2	근로자의 역량 강화 및 경력 관리를 위한 프로그램	6.4.7 / 6.8.5	54-55
GRI 103 Management Approach 2016	103-1~3	Management Approach		73
GRI 413: 지역사회 2016	413-1	지역사회 참여, 영향평가 및 개발 프로그램 운영 현황	6.3.9 / 6.5.1-6.5.2 / 6.5.3 / 6.8	74-77
GRI 103 Management Approach 2016	103-1~3	Management Approach		45
GRI 416: 고객 안전보건	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	6.7.4	해당사례 없음
GRI 103 Management Approach 2016	103-1, 2, 3	Management Approach		45
GRI 417: 마케팅 및 라벨링 2016	417-2	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건	4.6 / 6.7.1-6.7.5 / 6.7.9	해당사례 없음
	417-3	광고, 프로모션, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션에 관한 규정을 위반한 사건의 수	4.6 / 6.7.1-6.7.3	해당사례 없음
GRI 103 Management Approach 2016	103-1, 2, 3	Management Approach		84
GRI 418: 고객 개인정보 보호 2016	418-1	고객 개인정보 보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	6.7.1-6.7.2 / 6.7.7	해당사례 없음

글로벌 이니셔티브

Our impact on the SDGs

한샘은 2015년 8월 유엔 총회에서 채택한 지속가능발전목표 (UN SDGs, UN Sustainable Development Goals) 이행에 동참하고 있습니다. 국제사회는 2030년까지 SDGs의 기본 목표를 달성하기 위한 사회적 가치, 환경적 가치 추구와 포용적 경제 성장 달성을 목표로 SDGs의 17대 목표와 세부과제들을 제시했으며 이는 지속가능경영의 기본 지침으로 폭넓게 반영되고 있습니다.
한샘은 글로벌 기업시민으로서 한샘의 경영활동과 직·간접적으로 연관되어 있는 SDGs 목표들을 선정했습니다. 그리고 이를 달성하는 데 기여할 수 있도록 지속가능경영 전략 수립에 반영하고 내재화를 통해 실천해 나아가고 있습니다.



UN SDGS 목표별 추진 방향 및 성과

SDGs	Our Approach
Goal 3. 모든 연령층을 위한 건강한 삶 보장과 웰빙 증진	한샘은 고객의 건강을 지키기 위해 제품과 서비스의 유해화학물질을 엄격히 관리하고 있습니다. 또한 임직원들이 쾌적한 환경에서 건강하게 근무할 수 있도록 신체적, 정신적 지원을 아끼지 않고 있습니다. - 연 1회 임직원 건강검진
Goal 5. 모든 부문에서 여성의 동등한 참여 보장 및 성평등 달성	한샘은 여성 임직원의 동등한 경영활동 참여와 복지, 근무환경 조성을 보장하고 여성 관리자 육성을 적극 지원하고 있습니다. - 2020년 여성인재육성 프로그램 연구개발 진행 - 여성 팀장 및 미래 임원후보 육성
Goal 8. 포용적, 지속 가능한 일자리와 경제성장	한샘은 지속가능한 소비와 생산을 위해 공급망, 원자재를 관리하고 임직원들의 복지 향상, 역량 강화와 협력사 상생 확대를 추구하고 있습니다. - 상생매장 확대, 상생펀드 조성 - 협력사 생산 효율성 제고를 위한 시설 구축 지원
Goal 9. 회복력 있는 사회기반시설 구축과 지속가능한 산업화	한샘은 이해관계자들을 위한 적정한 제품 가격을 유지하기 위해 원자재를 관리하고 기술개발을 통해 협력업체를 비롯한 이해관계자들이 더 나은 기술을 제품에 반영하도록 지원하고 있습니다. - 협력사 제품 환경안전 검증 지원
Goal 10. 국가 내, 국가 간 불평등 감소	한샘의 동등한 기회를 제공합니다. 임직원 뿐만 아니라 신규 채용에 있어도 성별, 인종, 민족, 국적, 종교, 결혼유무, 장애나 사회적 신분 등 어떠한 이유로도 차별을 두지 않고 있습니다. - 임직원 정규직 선발 (2018년 비정규직 정규직 전환)
Goal 11. 지속 가능한 도시와 공동체 구축	한샘은 지역사회 취약계층의 주거환경을 안전하고 쾌적하게 개선하기 위한 지속적인 지원을 이어오고 있습니다. 또 안전을 책임지는 소방관사와 긴급주거지 등 거점 지원을 통해 긍정적인 영향력을 확대하고 있습니다. - 소방청 지원, 마포하우징, 취약계층 주거환경개선사업
Goal 12. 지속 가능한 소비 및 생산 양식 보장	제조 및 소비 과정에서 플라스틱 사용량 절감과 재활용, 자원순환을 적극 추진합니다. - 플라스틱 봉투 사용 점진적 폐기, 전자 가격표 확대 - 폐자원 재활용 확대
Goal 13. 기후변화 대응 목표	에너지 관리체계 구축을 통해 탄소중립 사회로 나아가기 위한 다양한 활동에 동참하고 탄소절감 중장기 전략을 수립해 추진하겠습니다. - 온실가스 인벤토리 구축 - 탄소발자국 확대 - 2030 중장기 기후변화 대응 전략 수립 및 추진

단체가입 현황 및 국내외 사업장

단체 가입 현황

한국제품안전협회
한국가구산업협회
한국스마트홈산업협회 주관 스마트인테리어 포럼
대한상공회의소 (서울상공회의소)
안산상공회의소
전국경제인연합회
한국중견기업연합회

국내외 사업장 네트워크

한샘상암

서울시 마포구 성암로 179 (한샘 상암사옥)
Tel : 02-6470-3114
Fax : 02-6470-6990

DBEW 디자인 센터

서울시 종로구 원서동 9-4
Tel : 02-740-1100
Fax : 02-742-2111

해외 네트워크

CHINA

BEIJING HANSSEM INTERIOR CO., LTD.

북경법인

1703, JinchengZhongXin, Jiukeshu, Tongzhou District, Beijing, China
Hanssem (Shanghai) Home Furnishings Co.,Ltd.

상해 판매법인

22F, KaiKai Building, 888 Wanhangdu Road, Jing`An District, Shanghaiqu, Shanghai, China

상해 직매장

Second floor 2-20, First floor 1-19, Changning Road No.88, Changning District, Shanghai

HANSSEM(CHINA) INTERIOR CO.,LTD

소주 생산법인

Wangjiang Road No.109, Gongyeyuan District, Suzhou, Jiangsu

U.S.A

Hanssem Corporation

뉴저지 사무실 & 쇼룸

20 Kilmer Road, Edison, New Jersey, 08817

뉴저지 1 공장

20 Kilmer Road, Edison, New Jersey, 08817

뉴저지 2 공장

155 Helen Street, South Plainfield, New Jersey, 07080

보스톤 직매장

577 Worcester St, Natick, Massachusetts, 01760

JAPAN

Hanssem Inc.

오사카 쇼룸 & 사무실

1F Toei building, 2-2-7 Koraibashi, Chuo-ku, Osaka

오사카 물류센터

OSAKAFU OSAKASHI SUMINOEKU SINKITAJIMA 5-3-4

도쿄 쇼룸 & 사무실

3F Kobayashi Building, 8-19-1 Nishishinjuku, Shinjuku-ku,Tokyo

도쿄 물류센터

SAITAMAKEN YASHIOSI OOAZAHACHIJO 4058

국내 네트워크

공장

제1공장 (한샘인테리어 물류센터)

경기도 시흥시 조남동 594-1
Tel : 031-412-2401
Fax : 031-482-8189

제2공장

경기도 안산시 단원구 원시동 742-3
Tel : 031-489-0611
Fax : 031-491-0165

제3공장

경기도 안산시 단원구 성곡동 665
Tel : 031-496-1101
Fax : 031-498-8078

제4공장

경기도 안산시 단원구 성곡동 664-4
Tel : 031-499-2566
Fax : 031-499-2563

제5공장(오이도 물류센터)

경기도 시흥시 정왕동 2208
Tel : 031-412-2420

군포물류센터

경기도 군포시 부곡동 451

한국복합물류 E동

Tel : 031-460-2269
Fax : 031-460-2262

지방 사업소

부산 사업소

부산시 연제구 거제1동 17-1 종근당빌딩 602호
Tel : 부엌영업 051-867-7231
인테리어영업 Tel : 051-865-3973
특판영업 Tel : 051-867-3205
Fax : 부엌영업 051-866-1962

인테리어영업 051-865-3983
특판영업 051-865-7219

대구 사업소

대구광역시 중구 국채보상로 673 (동인동 2가)
Tel : 부엌영업 053-741-6943
인테리어영업 053-745-3430
Fax : 부엌/인테리어 영업 053-741-8252

호남 사업소

광주시 서구 마륵동 167-78 지우빌딩 2층
Tel : 부엌영업 062-383-1601
인테리어영업 062-383-1607
특판영업 062-383-1607
Fax : 062-383-1604

충청 사업소

대전시 중구 오류동 188-15 사학연금회관 405
Tel : 부엌영업 042-524-6481
인테리어영업 042-524-6487
Fax : 042-524-9405

강원 사업소

원주시 단구동 1515-12 광덕빌딩 3층
Tel : 부엌영업 033-763-3542
Fax : 033-763-6677

디자인파크

방배점

서울특별시 서초구 사평대로2길 19-5(방배동, 우림빌딩)
Tel : 02-591-2300

논현점

서울시 강남구 학동로 148(논현동, 인성빌딩)
Tel : 02-542-8558

분당점

경기도 성남시 분당구 황새울로 200번길 9-7(수내동, 판테온)
Tel : 031-719-3100

잠실점

서울시 송파구 백제고분로 217(삼전동, 한샘잠실전시장)
Tel : 02-3430-6900

부산센텀점

부산광역시 해운대구 센텀1로 25(우동, 센텀한샘빌딩)
Tel : 051-790-8500

목동점

서울특별시 강서구 등촌로 11(화곡동, 원종빌딩)
Tel : 02-6344-7700

대구범어점

대구광역시 수성구 달구벌대로 2435, 1층(범어동, 두산위브더제니스)
Tel : 053-749-8500

롯데광복점

부산광역시 중구 중앙대로 2, 롯데마트 광복점 3층 한샘디자인파크(중앙동7가 롯데백화점광복점)
Tel : 051-897-1382

수원광교점

경기도 수원시 영통구 중부대로 390
Tel : 031-888-0800

용산 아이파크몰점

서울특별시 용산구 한강대로23길 55(한강로3가) 리빙파크 5층
Tel : 02-6373-3500

상봉점

서울특별시 중랑구 상봉로 131(상봉동, 상봉듀오트리스) 2, 3층
Tel : 02-6244-5000

하남스타필드점

경기도 하남시 미사대로 750(신장동, 스타필드 하남) 지하 1층
Tel : 031-8072-8955

고양스타필드점

경기도 고양시 덕양구 고양대로 1955 지하 1층 (동산동 스타필드 고양)
Tel : 031-5173-0447

안성스타필드점

경기도 안성시 서동대로 3930-39 2층(공도읍 스타필드안성)
Tel : 031-8029-1770

전주점

전라북도 전주시 덕진구 가리내로 46(금암동, 아크로웨딩컨벤션)
Tel : 063-240-9300

기흥점

경기도 용인시 기흥구 신고매로 59, 리빙파워센터 지하 1,2층 한샘(고매동)
Tel : 031-307-0430

About This Report

한샘은 당사가 지향해 나갈 지속가능경영체계를 확립하고 사회적 책임의 성과를
이해관계자와 공유하기 위해 올해 두 번째 보고서를 발간하게 되었습니다.
본 보고서는 한샘이 사업을 통해 창출하는 경제·환경·사회적 가치에 대해 보고하고 있습니다.

보고기준	GRI Standard(Core Option)
보고범위	본사 및 국내 사업장, 해외사업장(일부성과)
보고경계	한샘
보고기간	2020년 1월 1일 ~ 2020년 12월 31일 (일부 성과의 경우 2021년 상반기 포함)
보고주기	매년(지난 보고서: 2020년 7월)
보고검증	한국표준협회
발행처	한샘 전략기획실 ESG파트 13929 서울특별시 마포구 성암로 179 (한샘 상암사옥)
발행일	2021년 7월
문의처	한샘 전략기획실 ESG파트 전화 02-6470-4675 홈페이지 company.hanssem.com 이메일 sustainability@hanssem.com

보고서에 참여해 주신 분들

※ 직함 생략, 가나다순

강예지	김인선	박성용	송영하	이수행	정우정
고양열	김재경	박원	신성철	이윤기	정윤환
고정원	김종훈	박종범	신성하	이정민	조영민
권성욱	김주홍	박혜선	신수경	이주경	최승수
금교혁	김준호	백경훈	신재진	이형완	한승훈
김가영	김철현	백종필	왕상철	임보라	홍상훈
김성준	김철호	서동현	우미희	임지혁	홍일선
김승록	남광무	성은비	유재환	장석원	황대현
김연의	류성호	손인숙	이근주	장유미	
김은경	박상혁	송승환	이동진	정광현	