



주요 산업별
존경받는 기업
1위

산업부문	기업
제지	한솔제지
제약	유한양행
시멘트	한일시멘트
철강	포스코
생활가전	삼성전자 생활가전사업부
환경가전	청호나이스
타이어	한글타이어
가정용 보일러	린나이코리아
냉장·냉동육	하림

산업부문	기업
도시가스	삼천리
건설 및 종합상사	삼성물산
백화점	신세계백화점
할인점	이마트
편의점	GS리테일(GS25)
종합물류서비스	CJ대한통운
해운물류서비스	STX팬오션
통신서비스	SK텔레콤
교육서비스	대교

산업부문	기업
은행	신한은행
생명보험	삼성생명보험
신용카드	신한카드
종합병원	서울아산병원
서비스센터	삼성전자서비스
콘도미니엄	대명레저산업
보증보험	한국주택금융공사
렌터카	AJ렌터카
여행사	하나투어

산업부문	기업
전문대학	영진전문대학
사이버대학	한양사이버대
IT솔루션	인텔코리아
금융지주	신한금융그룹
발전	한국남부발전
건설공기업	한국수자원공사
SOC시설관리	인천국제공항공사
검사검증	한국가스안전공사
문화레저	국민체육진흥공단



바른 성장과 공헌, 기업이 존경받기 시작했다

KMAC 선정 '2013 한국에서 가장 존경받는 기업' 발표

우리 사회에서 기업이 이웃과 공존하는 것은 기본적인 평가요소로 자리 잡아 가고 있다. 단순히 기업홍보를 위한 전술이 아니라 생존을 위한 조건이며 더 크게 더 지속적으로 성장해 가기 위한 요소로 인식되고 있다.

한국능률협회컨설팅(KMAC·대표 김종립)은 이런 사회 분위기를 확산하고 기업들의 노력을 북돋우기 위해 '한국에서 가장 존경받는 기업'을 조사, 발표하고 있다. 2013년 조사에서는 삼성전자, 포스코, 유한킴벌리, 유한양행 등이 '10년 연속 한국에서 가장 존경받는 기업'으로 선정됐다.

All Star 기업, 삼성전자 1위

전체 산업을 망라한 30대 기업을 선정하는 '한국에서 가장 존경받는 All Star 기업'에서는 SK텔레콤, 신세계백화점, 이마트, 인천국제공항공사, 삼성물산 등 12개 기업이 10년 연속으로 선정되었다. 1위로는 10번째 수위를 고수한 삼성전자가 차지했고, 포스코와 현대자동차가 각각 2위와 3위다. 삼성증권과 SK하이닉스, SK에너지는 올해 새롭게 포함된 기업들이다. 총체적 경영혁신 활동을 통해 기업이미지를 꾸준히 높여온 결과라고 평가된다.

사회적 활동이 활발해 그 분야에서 높은 성적을 받은 유한킴벌리, 유한양행, 삼성물산, 홈플러스, 풀무원, 삼성에버랜드 등도 전문가들의 인정을 받아 '존경받는 기업'으로 선정되었으며, 경제적 성과와 사회, 환경적 가치를 균형 있게 추구하고 있는 KT는 전년도에 이어 큰 폭의 순위 상승으로 올해 All Star 기업 15위에 선정되는 영예를 안았다.

산업별 평가, 공공산업이 높은 점수

올해 산업별 1위 조사는 총 66개 산업군을 대상으로 진행되었다. 지난해와 같이 공공산업 부문의 존경받는 기업 기수가 가장 높게 나타났다. 발전 산업 및 SOC시설관리 산업이 평균 7점을 넘어서 전체 지수의 상승을 견인했다.

또 서비스 산업 부문의 평균지수가 2004년 제정 이후 처음으로 제조업 평균을 앞질러 새로운 국면을 보였다. 제조업은 플랜트엔지니어링과 베이커리의 부진이 지수 하락을 불러왔다.

삼성전자 생활가전사업부, GS리테일(GS25), 삼천리, 한솔제지, 한일시멘트 등 10개사는 10년 연속 1위로 선정되었다.

이번 조사에서 주목받은 서비스 부문에서는 삼천리(도시가스), 신세계백화점(백화점), 이마트(할인점), SK텔레콤(통신서비스), 신한은행(은행), 삼성생명보험(생명보험) 등 9개사가 10년 연속 1위 기업으로 선정되는 영예를 안았다.

어떻게 조사했나

KMAC에서 진행하는 '한국에서 가장 존경받는 기업' 조사는 '한국에서 가장 존경받는

All Star 기업'과 '한국에서 가장 존경받는 산업별 1위 기업'으로 나눠 조사가 이뤄진다.

올해는 혁신능력, 주주가치, 직원이자, 고객가치, 사회가치, 이미지가치 등 총 6개 세부 항목에 대한 분석을 통해 'All Star 기업'은 2011년 매출과 순이익, 2012년 조사 결과 내 추천을 기준으로 사전 조사를 거쳐 후보군을 선정했으며 '산업별 1위 기업'은 산업별 매출액, 시장규모(GDP), 경쟁정도 등의 사전조사를 통해 후보산업을 선정했다.

이번 조사는 지난해 10월부터 올해 1월까지 산업계 간부진 5520명과 증권사 애널리스트 230명, 일반소비자 4560명 등 총 1만310명을 대상으로 한 설문조사를 통해 이뤄졌다.

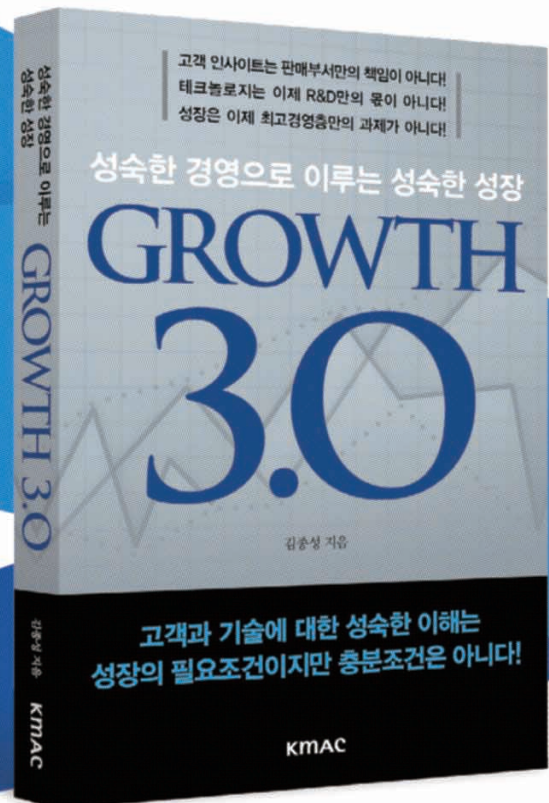
KMAC 이립 경영전략본부장은 "존경받는 기업이 되기 위해서는 연결과 협력으로 건전한 기업생태계를 지향해야 한다"며 "새로운 경쟁요소로 부각되고 있는 사회가치와 주주가치 등의 공유가치 창출(Creating Shared Value)을 이루어내는 것이 중요하다"고 조언했다.

최윤호 기자 uknow@donga.com

고객과 기술에 대한 성숙한 이해는 성장의 필요조건이지만 충분조건은 아니다!

성숙한 성장을 위한 기업의 4대 역량!

- 1 혁신력**: 지속적인 성장을 이루고 있는 기업들은 성장에 대한 비전과 리더십, 성장에 대한 정책, 그리고 이를 지원하는 인프라가 각 기업의 전통과 사업 무대, 전략 등과 연계되어 갖추어져 있다.
- 2 예측력**: 시장에 대한 예측력은 성장 기업이 가지는 공통적인 역량이다. 마켓 인사이트에 기반한 예측력과 추진력은 핵심 사업을 더욱 활성화시키고 미래 시장 경쟁력을 강화하는 효과를 가진다.
- 3 활용력**: 성장에 능한 기업들은 성장의 방향성을 결정하고 이를 추진할 때 자신들이 가진 자산의 활용을 극대화한다. 브랜드, 유통망, 고객 관계, 기술, 네트워크 조절점 등 모든 자산을 성장에 활용한다.
- 4 적응력**: 성장에 능통한 기업들은 서로 다른 사업의 비즈니스 모델들을 결합, 연결, 혹은 분리시킴으로써 성장의 극대화를 실현하는 역량을 갖추고 있다.





‘세계에서 가장 경쟁력 있는 철강사’ 선정



정준양 회장

세계가 주목하는 경제능력을 확보한 한국의 오늘이 있기까지 중추장대 산업은 큰 역할을 해왔다. 그중 대부분 산업을 생산하는 포스코의 역할은 지대했다고 평가된다. 포스코는 세계적인 철강전문분석기관인 WSD(World Steel Dynamics)로부터 4년 연속 ‘세계에서 가장 경쟁력 있는 철강사’로 선정됐다. WSD는 세계 34개 철강사를 대상으로 생산규모 수익성 기술혁신 원

가절감 재무건전성 원료 확보 등 총 23개 항목을 평가한 결과 포스코가 가장 경쟁력 있는 철강사라고 발표한 것이다. 포스코는 제철과정에서 발생하는 부생가스, 에너지의 재활용 등 최고의 환경기술 개발을 위한 노력으로 지속가능기업으로서도 높은 평가를 받고 있다. 이런 성과를 바탕으로 포스코는 샘다운존스 지수(SAM-DJSI)에 8년 연속 우수기업, 6년 연속 철강부문 최우수 기업으로 선정됐으며 포천에서 선정하는 세계에서 가장 존경받는 기업 금속분야 1위와 포브스로부터는 명망 높은 글로벌기업 43위 및 국내 1위의 기업으로 선정된 바 있다. 더불어 포스코는 중소기업과의 상

생활동도 활발히 전개하고 있다. 포스코 동반성장활동의 모범사례로 꼽히는 성과공유제는 2004년 도입 이후 2012년까지 669개사와 1389건의 과제 수행으로 협력기업에 1328억 원의 성과를 보상하는 등 중소기업에 실질적인 도움이 되는 활동으로 자리잡았다. 포스코는 현재의 성과에 만족하지 않고 지속가능한 성장을 위해 앞으로 더욱 노력할 것이다. 온실가스감축 기술을 비롯한 선도적인 기술개발로 미래 경쟁력을 확보하고 포스코 패밀리 차원의 사회 공헌, 동반성장 노력을 바탕으로 경제, 환경, 사회적 책임을 다하는 글로벌 포스코 패밀리로 도약해 나갈 것이다.



2년 만에 16단계 급상승... 존경받는기업 15위



이석재 회장

지속가능경영, 국민으로부터 사랑 받는 기업이 되기 위하여 경제적 성과와 사회, 환경적 가치를 균형 있게 추구하고 있는 KT의 지향점이다. KT는 이러한 노력을 통해 세계적인 권위의 지속가능성 평가인 DJSI(Dow Jones Sustainability Index)에서 유무선 통신 분야 전 세계 1위 기업을 의미하는 글로벌 슈퍼섹터 리더로 2011, 2012년 2년 연속 선정되었다. 지속가능경영의 성과는 곧바로 ‘존

경받는 기업’ 조사 결과로 이어졌다. 2011년 31위에 머물렀던 KT가 2012년에는 20위를 기록하여 무려 11단계가 상승하였고, 2013년에도 이런 기조가 이어져 15위로 뛰어올랐다. KT는 존경받는 기업이 되고자 다양한 사회적 책임 활동을 실시해 오고 있다. 2012년에는 기업 간 네트워크형 사회공헌인 드림투게더를 주도하여 경기 양평군의 폐교를 리모델링한 새싹꿈터를 열었다. 이곳에서는 저소득층 아동들을 위한 2박 3일 주말캠프 프로그램을 운영해 오고 있다. 저소득층 아동 10만 명이 방과 후 시간을 보내는 전국의 지역아동센터를 전라적으로 지원하기 위하여 전 직원 3만1000명이 700개 봉사팀에 소속되어 임직원 봉사 조직인 사랑의 봉사

단(단장 이석재 회장)으로 활동하고 있다. 또한 노사 화합형 사회공헌 활동을 추진하기 위하여 뜻을 같이하는 기업들과 UCC(Union Corporate Committee)를 설립하고 유엔 새천년개발목표 캠페인, 베트남 이주여성 가족 대상 화상 상봉 행사를 개최하였다. 2012년 대한민국에서 가장 존경받는 기업인으로 선정되기도 했던 KT 이석재 회장은 “근본적 CSR은 산업 활성화, 청년 일자리 창출, 중소기업 동반성장, 저소득층 아동 지원 등 이 사회의 생태계에 활력을 불어넣는 것이며 이를 통해 기업과 기업인이 존경받는 사회가 될 수 있도록 노력하는 것이 중요하다”고 강조한다.

대한민국 대표하는 토종 편의점 브랜드



허상조 부회장

고객과 협력사를 위해 우리가 있다. 우량점 중심의 점포 개발이라는 확고한 원칙을 1990년, 사업을 시작한 이후로 꾸준히 지켜온 GS25. 다년간의 상권 개발 노하우를 바탕으로 수차례의 상권조사와 임지회의를 거치는 등 신중하고 객관적인 노력을 해왔다. 이러한 개발전략은 경영주들이 안심하고 편의점 운영에만 집중할 수 있는 여건을 마련해 줬다는 평가를 받고 있다. GS25만의 상품차별화를 통한 끊임없는 혁신활동은 고객에게 다양한 상품과 먹을거리를 제공하고 있다. 배우 김혜자 씨와 함께 ‘김혜자 도시락’ 시리즈를 출시했으며 인기 만화인 ‘식객’을 브랜드화한 ‘식객 시리즈’, 개그맨 김준현을 콘셉트로 한 ‘위대한 만두’ 등도 편의점 업계에서 차별화 상품 출시를 선도하는 데 부족함이 없다. GS25는 동반성장을 통해 기업의 사회적 책임을 실천 중이다. 제조사와 ‘GS25 Only’ 상품을 함께 기획해 협력사에는 사업 확대를, 고객에게는 질 좋은 상품의 저렴한 구매를, 경영주에게는 더 많은 고객을 맞을 수 있



는 기회를 제공하고 있다. 고객 만족을 위한 노력으로 GS25는 서비스가 우수한 가맹점 파트너를 본사에서 직접 포상하는 ‘서비스에이스 제도’를 업계 최초로 운영하고 있고 전 임직원이 참여하는 ‘서비스올림픽’ 등 다양한 프로그램을 실천하고 있다. 또 ‘경영주 해피콜’을 통하여 가맹 경영주들의 소중한 의견을 청취하며 트위터, 페이스북 등 4가지 온라인 채널에서도 고객의 의견을 폭넓게 수렴하고 있다. 한편 ‘나만의 냉장고’ 모바일 앱을 통해 GS25의 이벤트를 모바일에서 즐길 수 있고 교통과 결제기능을 결합한 POP카드도 이벤트 상품을 더 알뜰하게 구매할 수 있어 변화하는 고객의 니즈에 맞춰 진화해 가고 있다.

매출 90%를 해외에서 이루는 글로벌 해운사



강덕수 회장



배선령 사장



미래로 뻗어나가자면 한국이 주목해야 할 곳은 바다. 삼면이 바다이고 좁은 국토의 한계를 지니고 있는 지정학적 여건은 바다를 희망의 땅으로 보여주고 있다. 그런 꿈을 안고, 글로벌 해운선사로 발전해가고 있는 기업이 바로 STX팬오션. 대한민국을 대표하는 것은 물론이고 지구촌의 다양한 거대 기업들과 당당히 경쟁하고 있다. 1966년 설립된 STX팬오션은 전 세계 주요 항구를 거점으로 매년 약 1억 2000만 t에 달하는 화물을 운송하는 한국 대표 해운선사로 벌크화물 부문 국내 1위이며, 매출의 90% 이상을 해외에서 달성하는 등 놀라운 업적을 통해 세계 해운업계의 깊은 관심을 받고 있다.

STX팬오션은 신사업 신시장 진출 및 사업 다각화를 통한 지속성장 포트폴리오 구축에 힘쓰고 있다. STX팬오션은 2009년 해운업계 최초로 미국의 번기, 일본의 이토추 상사와 함께 미국의 곡물 터미널 사업에 진출했다. 2009년 발레사(약 7조 원), 2010년 피브리아사(약 5조 5000억 원)와 장기운송계약을 체결함으로써 안정적인 성장원인을 확보하고 있다. STX팬오션은 해비리프트 선박을 이용한 프로젝트 중량화물 운송사업에도 본격 진출해 2012년 파나마 운하 확장 프로젝트 운송 계약을 체결했고, 이를 통해 고부가가치 분야로의 사업 다각화에 박차를 가하고 있다.

이제는 All IP 시대!

All-IP는 스마트폰, TV, 태블릿, 인터넷, 집전화 모두를 경계없이 하나로 연결해주는 새로운 통신 서비스

All IP 서비스

LTE 망이면 올레 : 동치면 올레TV를 그냥 보는 올아이피 시대. LTE WARP와 인터넷을 결합하면 올레TV가 생긴다!
데이터 셰어링 : 데이터를 자유롭게 나눠쓰는 올아이피 시대. 내 데이터를 단말기 여기저기로 마음껏 나눠준다!
스마트 홈 HD : 집전화도 스마트해지는 올아이피 시대. 영상통화, 음악, 티비를 즐기면서 집까지 지킨다!
기대하세요! All-IP세상의 새로운 서비스는 계속됩니다



세계적 기술, 성실한 사회공헌 통해 세계 속으로



세계 속의 한국 성장신화를 쓰는 데 큰 역할을 해온 삼성물산은 우수한 인재와 세계 50여 개국 134개 거점의 글로벌 네트워크를 바탕으로, 건설과 상사 두 개 사업 분야에서 지속적 혁신을 통해 비즈니스 경쟁력을 강화하고 있다.

건설부문은 다양한 프로젝트를 통

해 검증 받은 탁월한 기술 역량으로 빌딩, 플랜트, 주택 등 주력 업종을 중심으로 사업 영역을 지속적으로 확대해 나가고 있다. 특히 기존 EPC(Engineering Procurement Construction·설계조달시공)의 비즈니스 영역을 넘어 민자발전, 민관합동사업, 프로젝트 관리 등의 수행을 통해 가치사슬 전반에 걸친 종합솔루션을 제공하는 등 고객이 필요로 하는 가치를 선제적으로 제공하기 위해 노력하고 있다.

이러한 역량을 바탕으로 삼성물산은 세계 최대 규모(3927MW)의 가스 복합화력발전소인 사우디아라비아 쿠라아 IPP사업을 진행하는 등 국내에서 글로벌 디벨로퍼로서의 입지를 확고히 하고 있다. 상사부문은 세계 100여 개의 글로벌 네트워크를 바탕으로

으로 전통적인 산업소재 트레이딩 사업과 더불어 발전, 플랜트 분야의 활발한 오거나이징 사업을 전개하고 있다. 삼성물산 오거나이징 사업의 대표적인 예는 작년 9월 착공식을 가진 카자흐스탄 발하슈 복합화력발전소.

삼성물산과 한국전력으로 구성된 한국 컨소시엄이 주도한 발하슈 발전소 프로젝트는 카자흐스탄 가용 발전 용량의 9%를 차지하는 대규모 사업이다.

또 삼성물산은 다양한 사회공헌활동을 전개하고 있다. 건설부문은 시설 보수 및 주거 지역 건설 등 업종의 특성을 살린 사회공헌활동을 수행하고, 상사부문은 국내 유일의 혼혈아동 지원단체인 '팻백 인터내셔널 한국'과 함께 다문화가정 아동 지원 사업을 펼치고 있다.



고객 서비스 개선 통해 업계 1위 기업으로 도약



앞선 기술력과 신속하고 체계적인 서비스로 고객 감동을 위해 노력해 왔으며, 그 결과 매출액, 경상이익, 영업이익 등 외형적인 경영지표에서도 꾸준한 성장세를 나타내고 있다.

연간 매출액의 7%를 연구개발(R&D)에 투자하고 있는 청호나이스는 업

계에서 독보적인 기술력을 확보하고 있다

1994년 첫 수출을 시작으로 현재는 세계 30여 개국에 생활가전 제품들을 수출하고 있는 청호나이스는 업계 최고의 기술력을 바탕으로 남들이 생각하지 못한 혁신적인 제품들을 선보여 왔다.

100여 건에 이르는 수많은 특허·인 증은 물론이고 ‘아이스크림’ ‘이과수 얼음정수기’ ‘이과수 얼음정수기 와인 셀러’ ‘이과수 얼음정수기 미니’ ‘이과수 얼음정수기 빠띠’ ‘S라인 정수기’ ‘이과수 컵포청정기’ 등 독창적인 아이디어와 뛰어난 기술력이 반영된 제품들을 통해 업계 리더로서 확실히 자리매김하였다.

창립 20주년을 맞은 2013년, 청호

나이스는 서비스 업그레이드를 통한 업계 1위 기업으로의 도약을 준비하고 있다.

서비스 분야에서 그동안 부족했던 부분은 과감히 혁신하고, 뼈를 깎는 노력을 통해 서비스 1등 기업으로 거듭난다는 목표를 천명했다. 그 첫걸음은 '서비스 평가팀'의 발족.

고객 서비스를 개선할 목적으로 새롭게 신설한 '서비스 평가팀'은 본 사 행정직인 10여 명과 고객 접점 서비스 요원인 플래너 및 엔지니어, 콜센터 상담원, 전곡 31개 사무소 직원 등 약 300명으로 구성해 청호나이스의 고객 서비스 향상 캠페인을 전개하고 있다. 고객 불만을 즉시 해결하고 감도 높은 서비스 혁신활동을 진행할 계획이다.

녹색물류로 아름다운 세상을 만들어간다



역사업을 통해 수출입 원자재 및 제품에 대한 종합물류서비스를 제공하고 있는 CJ대한통운은 1만여 대에 달하는 트럭과 중장비 등을 직영하면서 일만톤을 2만 9000컨테이너, 컨테이너 1000TEU라는 국내 최대 일시수송능력을 보유하고 있다. 특히 생활물류인 택배부문 1위 기업으로 지난해 연간 2억 8000만 상자 이상을 취급하며 국민 1인당 연간 5회 이상 이용하는 국민 브랜드로 자리잡았다. 최근에는 우편법 개정안에 따라 128만 민에 민간업체 최초로 우편물 시장에 진출해 우편물 전문 택배 서비스 '원메일'을 출시하기도 했다.

CJ대한통운은 'THE GLOBAL SCM INNOVATOR'을 물류비전으로 삼고, 해외 매



출 비중 50% 이상과 해외 네트워크 100개를 갖춘 '글로벌 톱5 물류 기업'으로 성장하겠다는 계획을 추진하고 있으며, 국가와 사회, 국민에 기여함으로써 함께 성장하는 사회적 책임을 다하는 글로벌 물류기업이 되고자 노력하고 있다.

온실가스 절감과 녹색물류를 위해 노력하고 있는 CJ대한통운은 전통자동차와 전통가트로 물건을 배송하며 주부와 실버인력을 배송원으로 고용하는 그린택배 사업을 시행하고 있다. 이 외에도 산업은행과 200억 원 규모의 동반성장 펀드를 조성해 협력사가 저리로 운영자금을 대출받을 수 있도록 하고 있으며, 업계 최초로 협력사인 택배기사 자녀를 대상으로 학자금 지원제도를 시행하고 있다.

세계인에게 존경받는 글로벌 공항전문기업



고 2001년 3월 성공적으로 개항하여 현재 세계 55개국, 176개 도시를 연결하며 국제여객 세계 9위, 국제화물 세계 2위 규모의 동북아 대표 허브공항으로 자리매김하였다. 57여 개 입주기관의 적극적인 협력과 3만5000여 공항 종사자들의 맘과 열정, 그리고 고객과 국민의 신뢰와 성원을 바탕으로 인천공항은 개항 이후 짧은 시간에 글로벌 리드 공항 수준으로 성장할 수 있었다.

인천국제공항공사는 '세계 공항산업의 선도하는 글로벌 공항전문기업'이라는 비전을 내걸고 '허브경쟁력 강화' '미래성장기반 구축' '안전 및 운영효율 제고' '지속가능경영체제 확립'의 4대 전략 방향을 경영전략체제로 삼아 추진



하고 있다. 이와 더불어 성과와 사회책임의 조화를 이끌어내는 지속가능경영전략을 별도로 제시하여 존경받는 기업이 되었다.

인전국제공항의 차별화 포인트는 공생과 고객가치이다. 41개 협력사, 86개 항공사, 23개 상주기관, 63개 입점업체 등 3만5000여 명의 다양한 이해관계자로 구성된 공항종사자와 공항이 공생발전을 통한 고객 가치 창출을 최우선으로 삼아 세계공항서비스평가(ASQ) 7년 연속 1위를 달성하였다

새로운 해를 맞은 인천국제공항은 선도적 글로벌 공항전문기업이 되기 위해 제2여객터미널 건설을 비롯한 3단계 건설사업(2009~2017년)을 추진하고, 컨설팅과 투자 등 다양한 해외사업을 펼칠 계획이다.

CJ CHEILJEDANG

자주 마려운 소변!
시도 때도 없이
괴로운 배뇨스트레스,
하지만 참는 것 밖엔 방법이 없었다구요?

여성 배뇨문제를 위해 **탄생!**
CJ요로소!

소변문제! 배뇨스트레스! 더 이상 참지 마세요
하루 2알, CJ요로소로 달라진 나를 기대하세요

일일 배뇨 횟수·야간 배뇨 횟수·잡박뇨 횟수 감소!
국내 최초! 인체시험을 통해 식약청 인정!

소변문제로 괴로운 중년 여성들을 위한 희소식, CJ요로소

여성의 방광 배뇨기능개선에 도움을 줄 수 있는 핵심원료의 연구 개발을 통해 국내 최초로 탄생한 CJ요로소. CJ제일제당만의 독보적 연구 체계일 뿐 아니라, 소변 문제로 불편을 겪고 있는 여성들을 위한 희소식입니다.

흔히 구할 수 없는 스위스의 특수종자, 폐포계 호박씨 사용

CJ요로소에 쓰인 호박씨는 유럽에서 건강을 위해 귀하게 재배해온 특수종자인 폐포계 호박의 씨로서, 깨끗한 스위스에서 자란 호박만을 엄선해 추출한 흔치 않은 원료입니다.

골다공증 발생 위험 감소에 도움을 주는 비타민D까지

여자의 건강한 삶을 위해 골다공증 발생 위험 감소에 도움을 주는 비타민D, 가기에 비타민D, 마그네슘, 아연까지 함유되어 있습니다.

**대한배뇨장애요실금학회
배뇨장애테스트**

**"내 소변문제는 얼마나 심각한 수준일까?"
남성분들도 체크해보세요!**

- ☒ 하루에 **소변을 8번 이상** 본다
- ☒ **수면 중에 2번 이상** 화장실에 간다
- ☒ 소변이 마려우면 **참지**를 못한다
- ☐ 어느 장소에 가더라도 **화장실의 위치부터** 알아둔다
- ☐ 화장실을 자주 가서 **일상생활에 불편함**을 느낀다

**2개 이상 해당된다면 반드시 관리가 필요합니다
더 방치하지 말고 CJ요로소를 시작하세요**

**더이상 참지 마시고 지금 전화하셔서
CJ헬스매니저에게
무료상담을 받아보세요
시원한 해답을 드립니다**

CJ요로소 주문 및 상담 무료전화 365일 24시간
080-000-7703

일일 2알씩 식용기름(상선), 국산 비씨, 지방, 천연, 신맛, 분쇄제(소) 무알콜 함유 / 국산, 한식, 우리, 농협, 우육국도 가능합니다.
(매출금 10%가 재담양) *배송비 무료

섭취시 주의사항 * 병마리, 어린이, 임신부와 수유부는 섭취에 주의하십시오. * 술자리, 대주에 참여하기를 노력하시는 사원은 섭취에 주의하십시오. * 예스트로겐 호르몬에 민감한 사원은 섭취에 주의하십시오. * 특이체질, 알레르기 체질인 경우는 천식, 천식에 따라 과민반응을 나타낼 수 있으므로 복용량을 확인 후 섭취하십시오.



고객의 편의를 위해 첨단기능-요금인하 노력



1984년 이동통신사업에 진출한 SK텔레콤은 1996년 1월, 세계 최초 CDMA 상용화에 성공하면서 'IT강국 대한민국'의 가능성을 세계에 알리기 시작했다.

2000년 세계 최초 2.5세대 CDMA 2000 1X 상용화, 2002년 세계 최초 3세대 동기식 EV-DO 상용화, 2006년 세계 최초 HSDPA 상용화 등을 이끌어 내는 등 세계 최고 수준의 정보통신기술을 바탕으로 한 최고의 통화품질과 고객중심 서비스 제공을 통해 한국통신산업을 이끌어왔다.

소비자의 편의를 높이기 위해 2010년 3월 '초단위 요금체계'를 국내 통신사 중 처음으로 시행했으며, 같은 해에는 '데이터무제한 요금제'를 발표하는 등 국내 통신업계의 요금혁신에 앞장서 왔다.

그 이전에도 SK텔레콤은 발신번호 표시(CID) 완전 무료화(2006년 1월), 미사용 부가서비스 3개월 이상 미사용시 비과금(2007년 9월), 기본료 인하 및 무료 SNS 제공(2011년 9월) 정책 등을 선도하며 요금 인하조치를 취해왔다.

한편, 스마트폰 환경의 도래를 맞이하여 다양하고 경쟁력 있는 기기출시를 통한 스마트폰 리더십을 확보하고, Biz 파트너들과의 협력 강화를 위해 콘텐츠 사용 및 개발 환경 혁신, 데이터 중심의 망 투자, 망 개방과 공유 등을 통해 무선인터넷시장에서의 리더십을 공고히 해오고 있다.

LTE 국내 최초 상용화를 통해 4G 시대를 선도하여 유무선 통합 1위를 달성한 SK텔레콤은 이해관계자의 행복을 추구하는 SKMS를 실천함으로써 고객, 국민, Biz 파트너로부터 신뢰받고 사랑받는 기업을 추구한다. 이를 통해 '한국에서 가장 존경받는 기업'은 물론 '일하기 좋은기업' 부문도 지속적 1위를 이어 갈 수 있도록 노력할 계획이다.

고객의 미래까지 안락하게 만드는 첨단 기술



윤부근 사장

한국을 대표하는 기업 삼성전자는 소비자의 생활 속에서 편의성과 가치를 창출하는 디지털 혁명을 이끌고 있다. 소비자들의 현재의 요구를 충족시킬 뿐만 아니라 미래 소비자의 삶을 더욱 편리하게 하는 새로운 상품을 개발하고 있는 삼성전자는 명실공히 글로벌 디지털 시장의 리더.

삼성전자에서 1972년부터 에어컨을 생산, 판매해온 생활가전 사업부는 사업의 개념을 인류생활의 기본인 의식주 생활에 전자 전기 및 기반기술을 접목해 새로운 가치를 창출하는 '신 생활문화 창조업'으로 규정하고, 소비자들이 원하는 편안하고 안락한 삶을 제공할 수 있는 제품을 개발하고 판매하는 마케팅 활동을 전 세계적으로 펼치고 있다.

삼성전자는 소비자 만족을 극대화하기 위해 각국의 라

이프스타일에 맞춘 혁신 제품을 지속적으로 출시하고 있다. 이를 위해 삼성전자는 5개의 라이프스타일 리서치 센터를 통해 문화가 다른 각 나라의 소비자의 니즈를 탐색하고 있다.

이러한 연구를 통해 삼성전자 생활가전 사업부는 기존의 가전시장을 바꾸는 혁신제품을 지속적으로 출시해 왔다. 냉장고에서 상냉장·하냉동 T9000은 넓고 시원한 공간을 제공하는 냉장실을 가지고 있는 동시에, 두개의 공간으로 구성된 냉동실로 소비자의 성향과 식습관을 반영한 제품으로 평가받고 있다.

세탁기 부분에서는 버블 세탁기술에 행굴력까지 높은 버블샷2 드림세탁기와 물을 폭포수처럼 위에서 쏟아주는 '아쿠아젯(AquaJet)'이란 신기술을 적용한 초대형 전자동 세탁기(WA50F)를 출시했다. '삼성 스마트에어컨 Q9000'은 업계 최초로 실내기에서 흡입한 공기를 즉시 찬 공기로 바꿔 주는 '하이패스 냉방 방식'에 항공기 제트엔진 설계기술인 에어로다이나믹스를 이용한 회오리바람을 더해 냉방능력을 높였다.



재무성과와 나눔경영 이룬 종이의 명가



한솔제지



이상훈 사장

1965년 설립 이후 반세기 가까이 국내 최고의 제지기업으로 자리매김하고 있는 한솔제지는 탁월한 재무성과를 바탕으로 지속 가능한 성장을 추구하는 것은 물론이고, 기업과 사회가 상생하는 가치사슬을 만들어 나가기 위해 노력하고 있다.

먼저 한솔제지는 2015년 '글로벌 톱20 초우량 종합제지그룹' 도약의 비전 달성을 위해 '소통과 혁신을 통한 실행력 극대화'를 2013년 경영방침으로 정하고 영업 마케팅 생산 HR 등 사업 전 부문에서 변화와 혁신을 가속화하고 있다.

또한 한솔제지는 사회적 책임을 다하기 위한 다양한 사회공헌 활동에도 힘을 쏟고 있다. 매월 급여의 일정액을 적립해 우리 주변의 소외계층을 돕는데 활용하는 '사랑의 1% 나

눔운동'을 실천하고 있으며, 임직원들이 자발적으로 구성된 봉사동호회는 독거노인, 결혼가정 등에 대한 다양한 지원활동을 전개하고 있다.

특히 2012년 7월 신임 이상훈 대표이사 취임 이후 이웃돕기 바자회 실시, 헌옷 수거 노숙인 전담 캠페인 등의 활동에 더해 매칭 그랜트(Matching Grant) 제도를 도입해 '1% 나눔운동'을 활성화함으로써 사회공헌 활동을 전사적 나눔경영으로 확대해 나가고 있다.

한솔제지는 이와 더불어 '일주일에 1번 이상 착한 일하기, 한 달에 1권 이상 좋은 책 읽기, 하루에 5번 이상 감사하기'를 내용으로 하는 '행복나눔 115운동'을 추진할 계획이다. '1% 나눔운동'과 '행복나눔 115운동' 활성화를 통해 임직원들에게 긍정적 열정의 마인드를 갖게 하고, 사회적 책임을 중시하는 건강한 조직문화를 조성해 나간다는 방침이다.

한솔제지는 환경친화 경영에도 심혈을 기울이고 있다. 이를 위해 국내 인쇄용지 업계 최초로 친환경 재생용지를 개발, 시장 확산을 위해 노력하고 있다.



교육의 기회, 건강의 기회를 나눠줍니다



조영완 대표이사

우리 사회를 대표하는 교육기업인 (주)대교는 다양한 계층에 골고루 교육의 기회가 돌아갈 수 있도록 하는 것을 사회공헌의 핵심으로 하고 있다. 특히, 교육의 기회가 적은 소외계층 어린이들을 위해 무료 교육 서비스를 제공하고, 아이들이 올바른 사회 구성원으로 자랄 수 있도록 다양한 기회를 열어주고 있다.

대교의 전국 1만 명 임직원들로 구성된 '눈높이사랑봉사단'은 다문화 가정 아이들의 재능을 개발하고, 어려운 환경에 구애받지 않고 꿈을 펼쳐나갈 수 있도록 돕고 있다. 대표 프로그램으로 스포츠 미술 음악 분야에서 지속적으로 후원하고 멘토링하는 '눈높이 드림프로젝트'를 시행 중이다.

매년 전국의 다문화가정 초등학생 자녀들을 선정해 매월 30만 원 상당을 후원하며, 전문가 그룹의 멘토링을 지속적

으로 받을 수 있도록 했다. 2008년부터는 형편이 어려운 다문화가정 어린이들에게 한글 무료학습을 시작했다. 한국의 모든 것이 생소한 다문화가정의 결혼 이민 여성과 자녀를 위해 1회성 이벤트나 지원이 아닌 꾸준한 교육의 기회가 필요하기 때문이다.

이 외에도 눈높이사랑봉사단은 2000년부터 자폐아동과 조손가정, 보육원 아동들에게 무료학습 지원을 꾸준히 진행해오고 있다.

대교는 국내뿐만 아니라 해외에서도 취약계층 아동들에게 배움의 기회를 만들어 가고 있다. 눈높이사랑봉사단원들이 주축이 되어 아프리카 학교건립을 위한 모금운동, 아프리카 초등학생에게 희망편지 보내기 캠페인 등을 진행했으며, 지난해부터 아프리카 케냐 메구이라 지역에 '대교 아이 레벨 스쿨'을 건립 중이다.

한편 대교는 스포츠 분야에서도 다양한 사회공헌활동을 펼치고 있다. 비인기종목으로 도외시되고 있는 여자축구팀과 여자배드민턴팀을 운영하고 2009년부터는 전국 초중고 축구리그 타이틀 스폰서로 활동하고 있다.



CSR

Corporate Social Responsibility

매니지먼트 시스템을 구축하라!

팩트 기반 CSR 매니지먼트 시스템은 기업의 조직원들과 공유된 비전·전략 아래 고객과 사회의 목소리를 들어 프로세스를 고객과 사회의 목소리에 부응할 수 있도록 지속적으로 개선하는 것에 중점을 두고 있다. 기업은 팩트에 기반한 정보를 중심으로 기업의 자원을 인풋으로 시스템에 투입하고 성과를 낸다. 또한 그 성과·측정에 따라 피드백을 받아 개선을 시도하고 필요한 경우 새로운 인풋을 투입하는 선순환 사이클을 만드는 것이 중요하다.

성장의 정석 CSR

이유택 지음 | 값 15,000원



국민 건강을 책임지는 ‘존경받는 병원’



한국인이 가장 많이 찾는 병원, 서울아산병원이 7년 연속 한국에서 가장 존경받는 기업에 선정됐다.

한결같은 신뢰와 사랑의 바탕엔 소외된 이웃들을 보듬는 끊임없는 사회공헌이 있다. 1989년 아산사회복지재단(이사장 정몽준) 산하 병원으로 개원한 서울아산병원은 ‘우리 사회의 가장 불우한 이웃을 돕는 다’는 고 정주영 설립자의 설립이념을 구현하기 위해 노력해 왔다.

국내 의료 취약지역을 찾아가는 순회 무료진료와 국내 최대 규모의 진료비 지원사업, 어려움에 처한 이웃의 아픔을 함께 나누는 직원 봉사활동, 정확한 의학정보와 최신 치료 방법을 소개한 무료 건강강좌 등을 통해 환자중심병원 실현

에 앞장서고 있다.

서울아산병원의 사회공헌에는 국경이 없다. 글로벌 사회공헌 활동 ‘Asan In Asia’ 프로젝트를 통해 매년 20여 개국 300여 명 이상의 의학자들을 대상으로 의료기술을 전수하고 있으며, 현지 의료수준 향상을 위한 의료장비, 의학적 등 인프라 지원 및 의료기술 운영 노하우 등을 전수하며 아시아 저개발국가의 의료 자립을 돕고 있다.

차원이 다른 의료의 질적 경쟁력도 빼놓을 수 없다. 서울아산병원은 국제적 수준의 환자중심 진료를 제공하기 위해 업무정격, 스탠더드, 직종별 14개 부문 152개의 규정을 갖춘 표준모델을 엄격히 준수하고 체계적으로 보완·개선해나감으로써 환자들에게 최적의 의료를 가장 안전하게 제공하고 있다. 또한 아산생명과학연구원을 출범해 전 세계 바이오산업 시장에서 높은 경쟁력을 확보하는 한편, 미국 하버드대의 다나파버 암 연구소, 영국 임페리얼 칼리지 등 세계적인 의료기관과 공동 연구 및 교육 협력관계를 확대해 미래성장을 위한 첨단 의학연구 인프라도 구축했다.



동반성장펀드 조성해 사회와 함께 크다



허인철 사장

소비자와 함께하고, 협력사와의 공생을 추구하는 이마트는 협력회사에 가장 실질적인 혜택을 줄 수 있는 지원이 자금사정 개선이라고 보고, 2004년부터 자금지원 프로그램을 확대 운영해오고 있다.

지난해 총 1160억 원 규모로 조성된 동반성장펀드는 이마트가 금융권에 예치한 기금의 이자소득으로 협력사의 대출이자율 2% 절감해 주는 제도다. 협력사당 최대 10억 원까지 이용이 가능하며, 이를 통해 지난해에만 총 87사가 543억 원을 이용했다.

더불어 이마트와의 거래명세 증빙만으로 대출이 가능하게 하거나(네트워크론), 이마트의 신용도를 협력회사의 신용도에 연계시켜 대출금리 인하에 도움을 주는(상생플러스론) 등 다양한 프로그램을 통해 협력회사에 업계 최고 규모의 자금 지원혜택을 주고 있다. 네트워크론 332억 원, 상생플러스론 1466억 원 등 지난해 이마트의 자금지원은 총 3200억 원에 이른다.

이 밖에도 자금사정이 어려운 중소기업의 요청이 있을 때는 결제대금을 선지급해 주거나, 매년 설 추석 등 명절에는 결제대금 기일을 명절 앞으로 당겨 협력회사의 자금유동성을 돕고 있는데 올해 설에도 1050억 원을 조기 지원했다.

이마트는 지속적이고 체계적인 사회공헌 활동을 펼쳐오고 있다. 특히 2012년을 기준으로 연간 기부액 100억 원, 기부 수혜자 30만 명을 돌파하면서 사회공헌의 새로운 전기를 맞고 있다. 쪽방촌, 모성보호센터 등 복지 사각지대에 놓인 취약계층을 찾아가 생필품을 지원하는 희망배달마차는 유통업의 특성을 살린 대표적인 사회공헌 프로그램으로 꼽힌다.

이 밖에도 고객이 기부한 영수증금액의 0.5%를 고객이 지정한 단체에 후원하는 지역단체 마일리지 제도를 통해 연간 약 20억 원을 지역주민들에게 기부하고 있다.



고객의 소리에서 답을 찾는 보험사



박근희 부회장

1957년 5월 가족사랑을 실천하고 국가와 사회에 기여하겠다는 이념으로 창립한 삼성생명(1983년 업계 최초로 자산 1조 원을 돌파한 이래, 2012년 6월 기준, 총자산 163조 원을 보유한 국내 최대의 생명보험회사이다.

삼성생명은 한국 인구의 약 26%에 달하는 1162만 명의 국민들에게 보험혜택을 제공하고 있으며, 사업영역을 보험에서 금융으로 다각화하고, 국내에서 해외로 시장을 확대해가는 등 국내 일들을 넘어 글로벌 일류기업으로 도약하고자 노력하고 있다.

고객이의 중심의 글로벌 라이프 파트너라는 비전을 추구하는 삼성생명은 모든 의사결정과 행동의 기준이 되는 업의 개념을 ‘사랑을 더 큰 사랑으로 키워주는 사업’으로 정립하고, 상품개발과 판매, 계약유지, 보험금 지급 등의 전 과정

에서 고객의 이익을 최우선으로 생각하고 경영활동을 하고 있다.

삼성생명은 생명보험의 숭고한 가치를 전하는 일에도 앞장서고 있다. 2012년에는 보험의 가치를 실현하는 보험금 지급단계를 고객관점에서 대폭 개선한 고객사랑지급서비스를 론칭했다. 또한 사회적 신뢰를 쌓을 수 있는 나눔경영을 선택이 아닌 필수사항으로 인식하고 있다. 대표적인 활동으로 저출산 문제 해결과 청소년의 건강한 성장을 지원하는 세살마를 사업, 세로토닌 드림클럽 활동을 꼽을 수 있다. 이와 함께 자살 방지를 위한 생명의 다리, 여성암 퇴치를 위한 사람, 사랑 파플리본 활동 등을 통해 생명사랑의 메시지를 전달하고 있다.

최고경영책임자(CLO·Chief Listening Officer)제도를 업계 최초로 도입한 삼성생명은 고객과의 쌍방향 소통을 강화하고 고객의 소리를 경영활동에 적극 반영하기 위해 노력하고 있다. CLO는 고객관점에서 회사의 제반 업무와 프로세스를 개선하고자 하는 삼성생명만의 차별화된 제도이다.

행복을 전하기 위해 사회공헌을 생활화하다



김봉성 사장

고객의 삶의 질을 향상시키는 생활기반 서비스를 개발해 가고 있는 삼성에버랜드는 2020년의 비전으로 ‘Life Infra Inventor’를 선포했다. 고객에게 최상의 서비스 제공은 물론, 새로운 아이디어 창출과 혁신적인 시도로 고객을 통해 성공의 기반을 닦겠다는 열정과 의지를 담고 있다.

삼성에버랜드는 창립 50주년을 맞이하여 전문적인 역량을 바탕으로 경영면에서 발전을 거듭할 뿐만 아니라 100년 기업을 향한 발걸음을 내디딘다. 기업 시민으로서 사회적 책임에 적극적으로 참여해 각 사업부문의 업(業)의 특성을 살린 사회 공헌 활동을 전개하며 지역사회 이웃들에게 희망을 선사하고 있다.

4개 자원봉사센터, 82개 자원봉사팀을 구성해 각 사업의 업의 개념을 살린 봉사에 열중하고 있는 삼성에버랜드는

2004년부터 희귀·난치성질환 어린이의 복지향상을 위해 다양한 지원사업을 전개하고 있다. 2012년에는 의료비 지원뿐 아니라 희망나눔페스티벌을 에버랜드에서 개최하기도 했다. 현재까지 총 230명의 아동에게 의료비를 전달했으며, 6000여 명의 희귀·난치성질환 아동 가족을 에버랜드로 초청했다.

한편 동물원·조경·조리 등 각 분야의 전문 임직원의 역량을 활용한 재능기부 활동인 ‘리브스쿨’을 시작했다. 각 분야의 전문가들이 재능기부활동을 통해 운영하고 있다.

국내뿐 아니라 해외에서도 사회공헌부문을 강화해 2012년 5월 국제아동돕기연합과 ‘와타투(Watatu) 프로젝트’를 체결했다. 국제아동돕기연합에서 운영하는 모금카페 ‘유익한공간’에 식자재를 무상으로 공급해, 판매식재료 수익을 전액 해외 빈곤국가 아동구호를 위해 사용하고 있다.

특히 2012년에는 자사 페이스북·트위터 등 SNS를 활용해 고객들도 함께할 수 있는 참여·소통형 사회공헌활동으로 확대하고 있다.

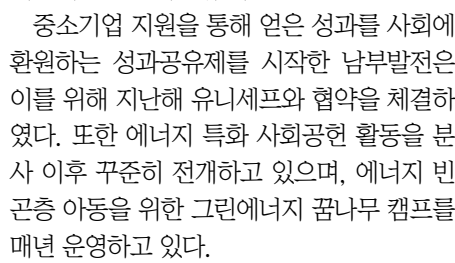


창업자 유한 박사
“좋은 약을 만들어 동포에게 도움을 주자”
유한 박사의 창업정신은
신뢰받는 유한양행을 이룬 밑거름입니다.

유한의 제품은 언제나 믿음을 줍니다.

우수의약품 생산을 위해 오직 한길만 걸어온 유한양행 - 베풀어주신 고객의 사랑에 보답하도록 더욱 정성을 다 하겠습니다.

신용의 상징 - 버들표
유한양행
www.yuhan.co.kr



KMAC는 한국능률협회컨설팅의 글로벌 브랜드입니다

www.kmac.co.kr

Albert Einstein

고전 물리학에 기댈 수도 있었지만
만족하지 않는 데에서 탄생한
아인슈타인의 혁신,
그 지식과 도전이 세상에 새 지평을 열었습니다.

기업의 잠재된 가능성은 더 큰 기회로,
기업의 단점은 변화의 전환점으로
만들어가고 있기에
KMAC는
아인슈타인의 도전과 닮았습니다.

더 나은 내일을 향한 혁신으로
산업을 리드해온 KMAC는
수많은 대한민국 대표 기업들을
오늘의 성공을 넘어 보다 큰
존경받는 기업으로 이끌고 있습니다.

KmAC

Asia's No.1 Knowledge provider

KMAC는 진단평가 기반의 경영컨설팅 전문기관으로 20년 이상의 축적된 경험과 지식을 바탕으로 창조적인 연구개발과 글로벌 인프라 및 네트워크를 통해 글로벌 기준의 토털 솔루션을 제공하고 있습니다.