



02



coway
IR WEBZINE
2014. FEBRUARY

CEO IN MEDIA

HOT ISSUE

MARKET REVIEW

COWAY NEWS

IR ACTIVITIES

본 자료는 매월 주식시장 현황, 코웨이의 주가 및 관련 데이터, 재무현황 및 영업실적, 기타 IR관련 주요 이슈 등을 포함하고 있으며, 주주 및 투자자들에게 참고가 될 수 있는 각종 정보제공을 목적으로 제작되었습니다. 따라서 이 자료는 어떠한 경우에도 주주 및 투자자 여러분들의 투자 결과에 대한 법적 책임소개의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.



IR WEBZINE
2014. February

02

서울경제	미세먼지 날리니 코웨이 뜨네	2014-02-27
디지털데일리	코웨이, 상생경영대상 수상	2014-02-20
CEO스코어데일리	코웨이, 윤석금 회장 품 떠나 홀로서기 성공...사상최대 실적 '기염'	2014-02-19
머니투데이	코웨이, B2B 시장 진출...사업영역 다각화 시동	2014-02-14

코웨이, 안정적 성장과 수익성 개선으로 2013년 매출 1조 9,337억, 영업이익 3,341억 기록

- 2013년 전년대비 매출액 7% 증가, 영업이익 46.7% 증가
- 4분기 매출 4,824억 원, 영업이익 885억 원으로 전년 동기 대비 각각 4.9%↑, 148.3%↑
- 해약율 및 렌탈자산폐기손실 감소 등을 통한 수익성 개선
- 2014년 매출액 2조 800억 원, 영업이익 3,620억 원으로 각각 7.6%, 8.4% 증가 목표

‘생명을 책임지는 기술’

코웨이, 2014년 기업PR 광고 선보여

‘생명을 책임지는 기술’이라는 메시지로 코웨이의 책임감 및 전문성 전달
물과 공기에 대한 No.1 기업으로서 코웨이의 철학 담아



코웨이 Re:NK, '봄 메이크업 컬렉션 2014' 출시

- 가습성능 'HH인증' · 공기청정성능 'CA인증' 모두 획득
- 가습필터 · 맞춤형 필터 교체 서비스 제공 통한 위생성 강화

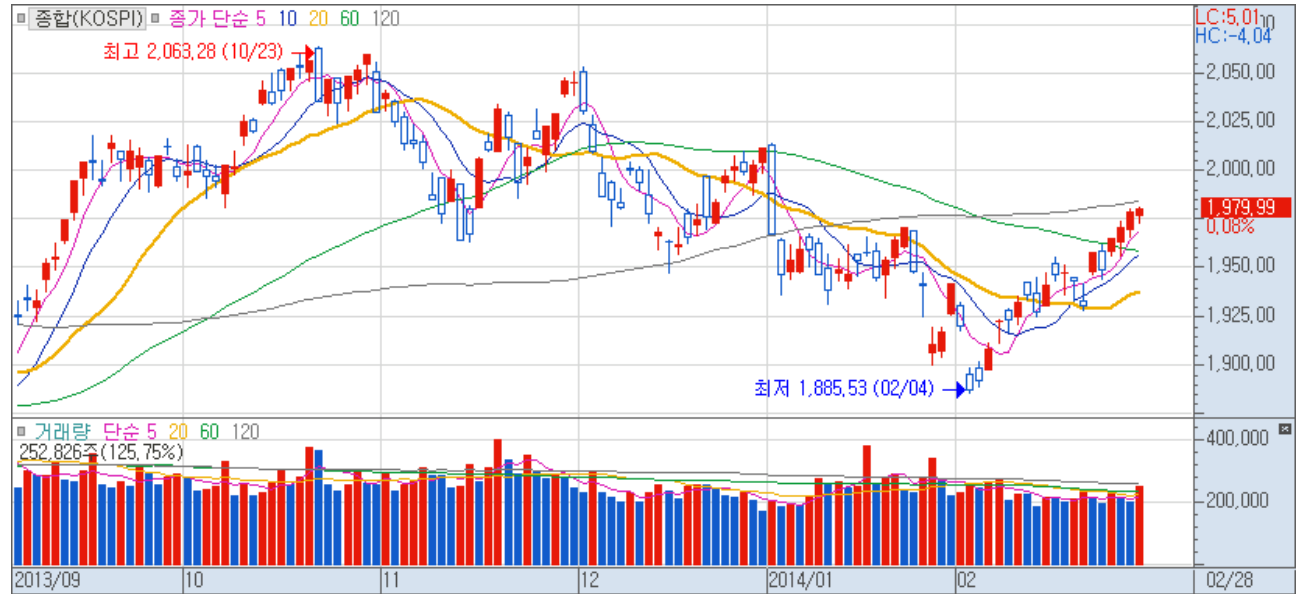


Market Review

Stock Market

IR WEBZINE
2014. February

02



2월 KOSPI는 1,979.99pt에서 마감하며 한 달 간 2.0%의 수익률을 기록. 이머징 마켓에서의 자금유출 우려와 아르헨티나 문제 등이 불거지면서 월 초반 주가가 급락했으나, 월 중반으로 진입하면서 선진국 증시가 다시 신고가를 경신했고, 한국 증시도 바다 대비 5% 가까운 반등에 성공.

증시의 변동성이 커지고 외국인들의 유입 유출이 반복되면서, 상대적으로 그 동안 관심 받지 못했거나 장기간 하락추이를 나타냈던 중소형 코스닥 종목들이 가격 메리트가 부각되며 강세를 보임. 외국인과 기관이 동시에 순매수한 소프트웨어 업종이 강세를 보였으며, 외국인은 주로 IT업종을 순매수한 반면, 기관들은 IT를 매도하고 건설, 조선 등 낙폭이 큰 업종을 매수.

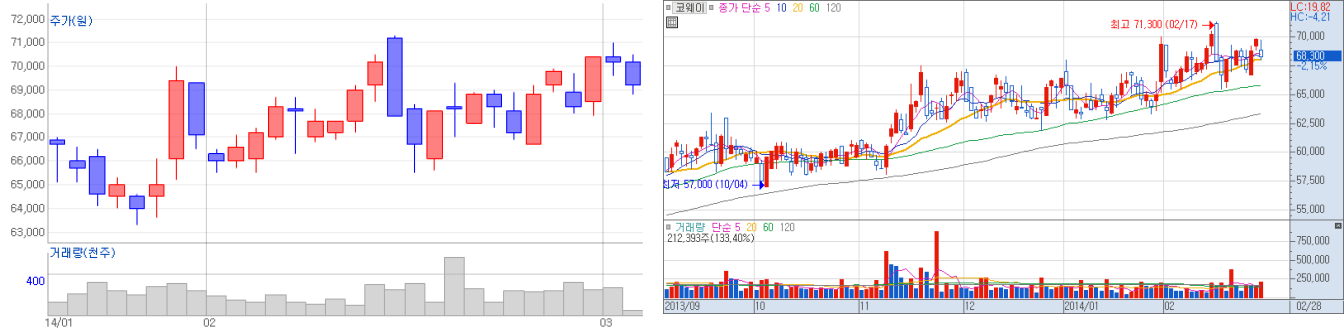
3월 글로벌 증시는 정치적인 혼란에 더해 주요국의 정책적 이슈도 중요한 변수가 될 전망. 중국의 경제정책 방향이 결정될 중요한 회의들이 잇달아 열리고, 소비세 인상을 앞둔 일본 중앙은행의 정책결정이나, 디플레 가능성이 커지고 있는 유럽 중앙은행의 정책 결정, 그리고 Tapering을 진행중인 미국 FOMC의 결정 등 다양한 이슈들이 기다리고 있기 때문. 따라서 당분간 불확실성이 큰 장세가 연출될 가능성이 있음.

Market Review

Stock Price

IR WEBZINE
2014. February

02

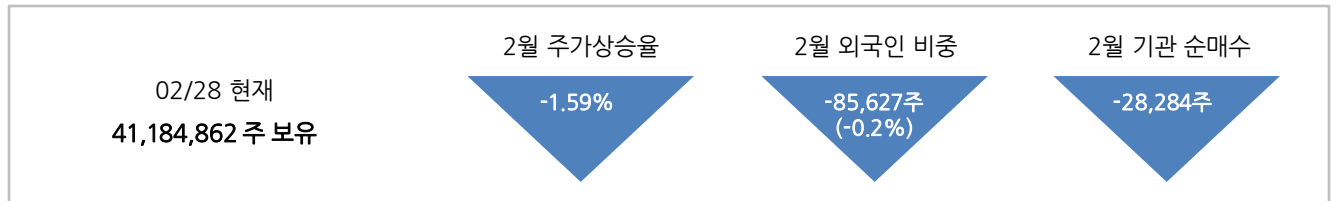


구분	코웨이상승율			종합지수 상승율	KOSPI200 상승율
	주가	종합지수대비	KOSPI200대비		
5일	-0.73	-1.86	-1.98	1.13	1.25
20일	-1.59	-3.59	-3.77	2.00	2.18
60일	3.17	6.35	7.31	-3.17	-4.14

2014년 2월 코웨이의 주가는 68,000원을 기점으로 등락을 거듭하는 박스권 장세를 나타내며 전월 대비 1.59% 하락한 68,300원으로 마감. 하지만 여전히 견조한 상승흐름을 유지하고 있어 추가 상승에 대한 기대감이 높은 상황임.

변동성이 확대된 KOSPI와 달리 큰 흔들림 없이 강세를 유지하는 것은 향후 성장 잠재력에 대한 기대 때문으로 판단됨. 국내에서는 정수기 사업의 매출이 꾸준히 증가하는 가운데 복합 청정기 매출도 빠르게 성장하고 있고, 매트리스/홈케어 사업도 성공적으로 시장에 진입하였음. 수출도 중국 공기청정기 시장 고성장에도 힘입어 20% 이상의 성장이 기대되며, 말레이시아와 미국 법인의 성장을 시현하고 있다는 점도 긍정적임.

2월 한 달간 당사의 외국인 보유 주식수는 전월 대비 85,627 주(0.2%) 감소하며 2월말 현재 53.40%의 지분율을 기록하고 있고, 기관투자자들은 동 기간 동안 28,284주의 순매도를 기록하였음.

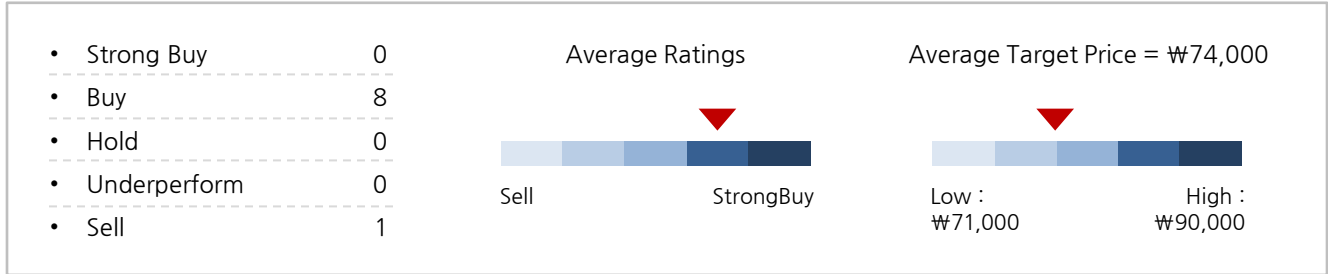


Market Review

Analyst Ratings

IR WEBZINE
2014. February

02



2014-02-18 | 한국투자증권 | 나은채 | 목표주가 : 82,000 | BUY [FULL REPORT VIEW](#)

체력 입증, 성장 포텐셜도 유호 (요약)
4분기 별도 매출액은 전년대비 5% 증가한 4,824억원, 영업이익은 148% 급증한 885억원을 기록했다. 4Q12에 발생한 일회성 비용 274을 감안해도 전년대비 31% 증가했다. 연결 매출액과 영업이익도 전년대비 각각 1%, 163% 증가했다...

2014-02-18 | 하나대투증권 | 박종대 | 목표주가 : 71,000 | SELL [FULL REPORT VIEW](#)

매출 성장 둔화 부담
전년도 4분기 매출과 영업이익은 YoY 각각 4.9%, 148.3% 증가한 4,824억원과 885억원을 기록했다(4Q12 일회성 비용 감 안시 OP YoY +40.4%). 매출은 다소 기대치 하회했지만 영업이익은 여닝서프라이즈를 기록했다 ...

2014-02-17 | IBK투자증권 | 안지영, 박찬은 | 목표주가 : 82,000 | BUY [FULL REPORT VIEW](#)

지속적인 개선과 배당정책 강화로 레벨업 인정
2013년 4분기 개별기준 매출액은 4,824억원(+4.9% yoy), 영업이익 885억원(+40.4% yoy), 순이익 509억원(+20.1% yoy)를 시현했다. 영업이익은 당사 추정치를 22% 상회했는데 일회성 274억원 가운데 성과급 부문 156억원...

2014-02-17 | KDB대우증권 | 함승희 | 목표주가 : 90,000 | BUY [FULL REPORT VIEW](#)

Good to Great
코웨이의 4Q13 별도기준 매출액과 영업이익은 각각 4,824억원(+4.9% YoY), 885억원(+148.1% YoY)으로 당사 추정치 4,807억원, 808억원과 비교해 매출액은 유사했지만 영업이익은 9.5% 높았다. 발표 영업이익은 당사 추정치보다...

2014-02-17 | KDB대우증권 | 함승희 | 목표주가 : 90,000 | BUY [FULL REPORT VIEW](#)

Good to Great (요약)
코웨이의 4Q13 별도기준 매출액과 영업이익은 각각 4,824억원(+4.9% YoY), 885억원(+148.1% YoY)으로 당사 추정치 4,807억원, 808억원과 비교해 매출액은 유사했지만 영업이익은 9.5% 높았다. 발표 영업이익은 당사 추정치보다...

Market Review

Analyst Ratings

IR WEBZINE
2014. February

02

2014-02-17 | 대신증권 | 이선경, 박신애 | 목표주가 : 90,000 | BUY

[FULL REPORT VIEW](#)

2014년도 든든하다.

- 4분기 매출 4,824억원(+4.9% YoY), 영업이익 885억원(+148.3% YoY), 순이익 509억원 (+135.7% YoY)으로 영업이익 당사 및 시장 기대 10% 상회하는 어닝스 서프라이즈 - 원가절감과 판관비 통제 지속되며 영업이익률 18.4% 기록, ...

2014-02-17 | 한국투자증권 | 나은채, 나진아 | 목표주가 : 82,000 | BUY

[FULL REPORT VIEW](#)

체력 입증, 성장 포텐셜도 유효

4분기 별도 매출액은 전년대비 5% 증가한 4,824억원, 영업이익은 148% 급증한 885억원을 기록했다. 4Q12에 발생한 일회성 비용 274억원 (성과급 156억원, 불용재고 폐기손실 118억원)을 감안해도 전년대비 31% 증가했다. ...

2014-02-17 | 신한금융투자 | 공영규 | 목표주가 : 85,000 | BUY

[FULL REPORT VIEW](#)

국내 렌탈 사업 호조 지속, 해외 성장도 기대된다...

K-IFRS 별도 기준 4분기 매출액은 4,824억원(+4.9% YoY), 영업이익은 885억원(+138.0% YoY)을 기록했다. 광고비 등 계절성 비용 증가에도 불구하고 영업이익은 시장 기대치를 크게 상회했다. 1) 성과 중심으로 ...

2014-02-17 | 현대증권 | 이상구 | 목표주가 : 80,000 | BUY

[FULL REPORT VIEW](#)

이익 창출력에 대한 믿음 지속

4분기 개별기준 매출액과 영업이익이 각각 5%yoy, 148%yoy 증가하여 컨센서스를 상회하였다. 이는 1)수익성 중심 영업과 2)낮은 해약률 및 렌탈 폐기손 감소 지속에 기인한다. 4분기 영업이익률도 18.4%를 기록하여 ...

코웨이 Re:NK, '봄 메이크업 컬렉션 2014' 출시



코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)의 프레스티지 코스메틱브랜드 Re:NK(www.Re-NK.co.kr)는 다가오는 봄 시즌을 맞아 'Re:NK 봄 메이크업 컬렉션 2014'을 출시한다.

'Re:NK 봄 메이크업 컬렉션'은 봄의 환희라는 콘셉트로 희망과 자유를 상징하는 풍선을 봄의 다채로운 색으로 입혀 디자인 했다. 이번 메이크업 컬렉션은 '시그니처 멀티 쿠션 아이섀도우'와 '시그니처 립락커'로 구성된다.

'시그니처 멀티 쿠션 아이섀도우'는 매끄럽고 부드러운 크림 제형으로 만들어져 촉촉하고 자연스러운 눈매 연출에 도움을 주며 봄에 어울리는 바닐라핑크, 드림핑크, 크리스털 블루, 펄리우드 등 총 4가지 색으로 구성된다. 이 제품은 아이섀도우 뿐만 아니라 하이라이터(바닐라핑크), 블러셔(드림핑크) 등으로 활용이 가능해 팔레트 하나만으로도 봄 시즌 화사한 메이크업이 가능하다.

'시그니처 립락커'는 어느 피부에나 잘 어울리는 차분한 로즈 컬러인 엘리건트 로즈와 봄의 정취를 느낄 수 있는 발랄한 스위트 코랄 등 2가지 색으로 구성된다. 이 제품은 립스틱의 뛰어난 발색력과 틴트의 가벼움, 립밤의 보습력과 립틴트의 지속력을 결합하여 만든 제품으로 입술 본연의 색에 화색을 부여해 건강하고 자연스러운 입술색을 만들어준다.

이주옥 코웨이 Re:NK 브랜드 담당자는 "이번 메이크업 컬렉션은 봄을 맞아 화사하고 트렌디한 메이크업을 원하는 소비자에게 꼭 필요한 아이템"이라며 "특히 아이섀도우의 경우 멀티 컬러들로 구성되어 사용용도에 따라 다양한 연출이 가능해 소비자들로부터 많은 사랑을 받을 것으로 예상된다"고 말했다.

코웨이 올빛 선크림, 출시 6일 만에 2만 5천 개 판매 돌파

- 자외선 차단과 수분 공급을 동시에, 복합기능 인기 요인



코웨이 (대표 김동현, www.coway.co.kr)의 한방화장품 브랜드 올빛 (www.allvit.co.kr)이 이번 달 초 출시한 ‘물.빛.수분 선크림’이 출시 6일 만에 판매 수량 2만 5천 개를 돌파하여 화제가 되고 있다.

올빛 물.빛.수분 선크림은 지난 2월 초 출시되어 초도생산 물량인 2만개가 5일 만에, 추가 생산한 5천 개의 제품이 1일 만에 모두 판매되는 기록을 세웠으며 물량 확보를 위한 추가 생산에 들어갔다.

이러한 판매 증가 요인으로는 올빛 물.빛.수분 선크림이 최근 고객들이 선호하는 트렌드인 한가지 기능만이 아닌 복합적 기능을 갖춘 선크림이기 때문이라는 분석이다.

올빛 물.빛.수분 선크림은UVA · UVB를 동시에 차단시켜 자외선으로부터 피부를 보호할 뿐만 아니라 한방수분에센스 70% 함유로 피부 내 집중적인 수분공급을 통한 촉촉하고 산뜻한 피부를 만들어준다.

또한 외부환경에 의해 피부온도가 올라가면 피부 노화가 촉진되기 때문에 올빛 ‘물.빛.수분 선크림’은 열로 인한 노화 및 안색을 탁하게 만드는 ‘화기(火氣)’를 다스려주는 올빛만의 독자성분 ‘오리엔탈 수분 복합체’(황귀 · 맥문동 · 당귀 · 지황)를 함유하여 피부 열은 낮추고 피부 노화는 방지해준다.

방해진 코웨이 올빛 브랜드 담당자는 “최근 트렌드 및 소비자의 니즈를 분석해 만든 제품으로 고객들의 입소문 만으로 단기간 완판기록을 세웠다”며 “앞으로도 올빛만의 차별화된 제품 개발을 통해 고객 만족을 실현해 나가겠다”고 말했다.

코웨이, 우수고객 초청 '응답하라 1980' 행사 진행



생활환경기업 코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)는 경기도 고양시 일산에 위치한 라이브카페에서 우수고객을 초청해 고객체험프로그램인 'W_class 언니들의 찬란한 순간, 응답하라 1980'를 진행했다.

코웨이는 지난 2009년 8월부터 우수고객을 위한 혜택을 강화하기 위해 W_class 프로그램을 운영하고 있으며 가족갯벌체험·연극관람·뷰티클래스 등 다양한 주제로 고객체험 프로그램을 진행하고 있다. W_class는 정수기·공기청정기 등 제품을 구입하거나 렌탈·멤버십을 이용하는 개인 고객 중 연간 이용금액·사용제품 수·사용기간 등 종합적인 이용실적에 따라 선정된다.

이번 W_class 우수고객 초청 이벤트는 '친구와 함께하는 추억여행'이라는 콘셉트로 꾸며졌으며 주 고객층인 40~50대 여성들이 가장 찬란했던 시절의 추억을 회상하고 즐거운 시간을 보낼 수 있도록 다채로운 프로그램이 마련됐다. 특히 이번 행사에는 그 시절 함께 보낸 친구를 초대할 수 있는 기회도 제공되어 참여고객들로부터 큰 호응을 얻었다.

이 날 진행된 '언니들의 찬란한 순간, 응답하라 1980' 행사에서는 1980~90년대 가요계를 평정했던 원조 꽃 미남 가수 심신과 그룹 마로니에를 초청해 참여고객들과 함께하는 추억의 콘서트가 진행됐다. 또한 추억의 뮤직박스를 마련하여 신청한 노래를 현장에서 직접 불러주는 디제이 라이브 코너뿐만 아니라 복고풍 코디 의상과 달고나뽑기·물방개게임·제비종이뽑기 등 추억의 놀이존을 운영해 즐거움을 선사했다.

이번 행사에 참여한 이봉림 코웨이 W_class 고객(43, 고양시 일산)은 "생활이 바쁘다 보니 친구와 함께 할 기회가 많지 않아 아쉬웠는데 이번 기회를 통해 평생 기억될 만한 추억을 다시 만들 수 있어 뜻 깊은 시간이었다"고 말했다.

한중호 코웨이 고객전략팀장은 "이번 W_class는 고객들의 소중한 추억을 되살리고 행복한 인생을 함께 코디해나가자는 취지에서 기획했다"며 "금년 상반기에는 차별화된 경험을 선사하기 위해 친구·힐링·딸이라는 콘셉트를 가지고 W_class를 운영할 계획이다"라고 말했다.

코웨이, 상생경영대상 수상

- 협력사 의견 적극 수렴하고, 상생협력에 대한 지원 아끼지 않은 점 높이 평가
- '패밀리 파트너스 데이' 개최 및 '상생펀드' 운영하여 협력사와 상생



생활환경기업 코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)가 19일 서울 소공로 프라자호텔에서 신산업경영원이 주최한 '제 11회 한국윤리경영대상' 시상식에서 상생경영대상을 수상했다고 밝혔다.

한국윤리경영대상은 기업의 윤리의식 제고를 통해 신뢰와 존경 받는 기업·기업인 조성을 위한 목적으로 마련되었다.

코웨이는 협력사의 의견을 적극 수렴하고, 상생협력에 대한 지원을 아끼지 않은 점을 높이 평가 받았다.

2013년 코웨이는 협력 업체 대표들을 초청해 '코웨이 패밀리 파트너스 데이'를 개최하여 상생협력 성과를 공유하고, 지속적인 동반 성장을 도모하였다.

또한 코웨이는 협력 업체를 위한 상생펀드 및 무이자 자금 지원으로 협력 업체의 재무 안정성 향상을 지원하고, 'CEO MBA'를 개최하는 등 지속적인 상생경영을 펼쳐왔다. 코웨이가 지난 2010년부터 운영 중인 상생펀드는 지난해부터 자금 지원 규모를 100억 원에서 200억 원으로 확대하였고, 2차 협력 업체까지 지원 범위를 넓혔다.

최영진 코웨이SCM본부장은 "그 동안 상생경영을 실천하기 위해 전사적 차원에서 임직원 모두가 노력한 점을 인정받아 이 상을 수상하게 되었다"며 "향후 실효성 있는 동반성장 실천을 통해 협력사와 상호신뢰가 바탕이 된 진정한 파트너 관계로 성장해 나갈 계획이다"고 말했다.

한편, 코웨이는 협력 업체와의 상생경영 노력을 인정받아 지난해 8월 고용노동부가 주관하고, 한국산업인력공단이 운영하는 '국가인적자원개발 컨소시엄 사업' 운영기관으로 선정되기도 했다.

코웨이 Re:NK, 경력단절여성 위한 강연회 진행

- 재취업 성공사례 공유 통한 실질적인 정보 전달로 참석자 호응도 높았음
- 배우 고현정 및 스타강사 김미경 강연 통한 경력단절여성 응원



코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)의 프레스티지 코스메틱 브랜드 Re:NK(www.Re-NK.co.kr)는 지난 19일 서울시 광진구 화양동에 위치한 건국대학교 새천년관에서 경력단절 여성들을 초청해 'Re:NK Re:starter Beauty College 강연회'를 개최했다.

이번 강연회는 'Re:NK Re:starter Beauty College'에 참가 신청한 경력단절 여성들을 대상으로 재취업 노하우 공유 및 새로운 시작을 응원하기 위해 기획되었다. 'Re:NK Re:starter Beauty College'는 출산·육아 등의 문제로 직장을 떠난 경력단절 여성들의 전문성 향상을 돕기 위해 자격증 취득 교육 제공 및 재취업을 지원하는 사회공헌 프로그램이다.

이번에 진행된 Re:NK Re:starter Beauty College 강연회의 1부에서는 박나림 前 MBC 아나운서의 진행으로 재취업에 성공한 3명의 커리어우먼과의 공감 토크쇼가 진행되었다. 또한 2부에서는 Re:NK 광고모델로 활동 중인 배우 고현정의 '새로운 출발' 과 스타강사 김미경의 '여성리더십' 강연이 마련됐다. 특히 실제로 경력단절기간을 겪고 재취업에 성공한 선배들과의 시간에는 사전 접수 받은 경력단절여성들의 고민에 대한 진솔한 조언이 이어지면서 참석자들로부터 큰 호응을 얻었다.

이날 참석한 이명주 주부(35세, 서울 구로구)는 “출산 이후 다시 재취업을 위해 노력했지만 정보도 부족하고 관련 지식도 많지 않아 어려움을 겪고 있다”며 “이번 강연회를 통해 새로운 시작에 대한 두려움이 줄었고 여러 사례들을 통해 재취업에 대한 노하우도 많이 얻어 간다”고 말했다.

양정선 코웨이 코스메틱마케팅 상무는 “이번 강연회는 재취업에 실질적으로 도움이 되는 정보들을 전달하는 자리로 꾸며져 참석자들로부터 좋은 반응을 얻었다”며 “앞으로도 Re:NK 브랜드가 지향하는 가치인 여성의 삶의 질 향상을 위해 다방면으로 노력해 나가겠다”라고 말했다.

한편 'Re:NK Re:starter Beauty College' 1기 최종 참가자 발표는 다가오는 25일에 Re:NK 홈페이지(www.Re-NK.co.kr) 및 개별 연락을 통해 안내할 예정이며 교육은 오는 3월부터 약 4개월 동안 진행된다.

코웨이, 2014년 기업PR 광고 선보여

- 생명을 책임지는 기술'이라는 메시지로 코웨이의 책임감 및 전문성 전달
- 물과 공기에 대한 No.1 기업으로서 코웨이의 철학 담아



생활환경기업 코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)가 '생명을 책임지는 기술'이라는 메시지로 기업PR 광고 시리즈를 방영한다고 17일 밝혔다.

이번 광고시리즈는 3월까지 방영 될 계획이다. 1편의 주제는 '기업정체성'으로 물과 공기를 다루는 기업으로서 책임감을 감성적인 이미지로 진정성 있게 전달하고 있다. 후속으로 방영하는 광고는 코웨이의 물과 공기에 대한 전문성의 실체를 실제 연구사례를 통해 보여준다. 2편은 '워터맵 프로젝트' 연구사례를 주제로 하며 3편은 'IAQ(Indoor Air Quality) 필드테스트' 연구사례를 주제로 하고 있다.

현재 코웨이가 진행하고 있는 '워터맵 프로젝트'는 환경과 상황에 따라 변하는 모든 물 상황에 대처하기 위해 전세계 각지의 물을 채취, 분석하여 수질 데이터베이스를 구축하는 작업이다. 'IAQ(Indoor Air Quality) 필드테스트'는 통제된 실험실이 아닌 우리가 생활하는 다양한 환경 및 장소 별로 공기를 직접 분석하고, 테스트하는 작업이다.

김준현 코웨이 마케터장은 "새로 론칭하는 광고를 통해 코웨이의 기업 정체성을 알리고, 코웨이만의 차별적 우월성을 소구하여 고객들의 신뢰를 얻도록 할 것"이라며 "물과 공기를 통해 생명을 책임지는 기업으로서 책임과 소명을 다할 것"이라고 말했다.

2013년 매출 1조 9,337억, 영업이익 3,341억 기록

- 2013년 전년대비 매출액 7% 증가, 영업이익 46.7% 증가
- 4분기 매출 4,824억 원, 영업이익 885억 원으로 전년 동기 대비 각각 4.9%↑, 148.3%↑
- 해약율 및 렌탈자산폐기손실 감소 등을 통한 수익성 개선
- 2014년 매출액 2조 800억 원, 영업이익 3,620억 원으로 각각 7.6%, 8.4% 증가 목표

생활환경기업 코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)가 2013년 한 해 동안 안정적 성장을 바탕으로 견고한 성장세를 이어 갔다고 14일 밝혔다.

2013년 코웨이의 K-IFRS 개별 기준 매출액은 1조 9,337억 원, 영업이익은 3,341억 원을 기록했으며 매출액은 전년 대비 7%, 영업이익은 46.7% 증가했다. 특히 2013년 4분기 매출액은 4,824억 원, 영업이익은 885억 원을 기록했으며 전년 동기 대비 매출과 영업이익이 각각 4.9%, 148.3% 증가하며 성장을 견인했다.

코웨이는 실적 호조의 요인으로 ▲ 해약율 및 렌탈자산폐기손실 감소를 통한 수익성 개선 ▲ 렌탈 계정순증 확대 ▲ 해외사업 매출 안정적 성장 ▲ 매트리스 사업 지속 성장 등을 꼽았다.

▲ 해약율 및 렌탈자산폐기손실 감소를 통한 수익성 개선

코웨이는 제품력 향상과 서비스 강화를 통해 정수기를 포함한 전 제품군의 해약율을 지속적으로 감소시켰다. 그 결과 2013년 제품 해약율은 2012년보다 0.12%p 떨어진 0.88%로 역대 최저치를 기록하며 고객 이탈을 최소화하였다. 이와 함께 렌탈자산폐기손실 비용을 2012년 대비 35.2% 낮춰 수익성을 크게 개선하였다.

▲ 렌탈계정 순증 확대

코웨이는 초소형 정수기 한뼘2, 보급형 냉정수기 등 전략 제품 출시와 계정 마이너스 요인인 해약, 교환 등을 대폭 줄임으로써 2013년 렌탈 계정순증은 당초 계획대비(15만 6천) 23% 초과한 19만 3천을 달성했다. 총 누적계정은 사상 최대인 587만 계정에 이른다.

▲ 해외사업 안정적 성장

해외사업(수출)은 대형거래선 확대와 신규제품 공급을 통해 2012년 대비 31.9% 증가한 1,446억 원의 매출액을 달성하였다. 최근 5년간 CAGR(연평균 성장률)이 26.9%를 기록할 정도로 안정적 성장세를 보이고 있다. 이와 함께 해외법인 현지매출은 말레이시아 및 미국법인의 렌탈사업 호조로 2012년 대비 4.7% 증가한 1,741억 원을 달성하였다.

▲ 매트리스 사업 지속 성장

코웨이 브랜드의 프리미엄 매트리스 출시와 홈케어 조직 안정화 효과로 관리계정이 2012년 대비 25% 증가한 14만 2천여 계정으로 대폭 증가하였다.

■ 코웨이 2014년 사업계획

코웨이는 2014년 경영목표를 환경가전 및 신규 사업에서의 지속적인 성장으로 잡고 세부계획을 발표했다. 실적 목표는 매출액 2조 800억 원, 영업이익 3,620억 원으로 매출 2조원 돌파를 목표로 하고 있다. 이는 지난 해 대비 각 7.6%, 8.4% 증가한 수치이다.

국내 환경가전 사업에서 혁신 신제품 출시와 판매량 확대 및 해약관리 강화, 해외 대형거래선 발굴 및 매출증대로 2014년에도 지속적 성장세를 이어갈 전망이다.

코웨이 CFO 이재호 부사장은 “안정적 계정 증가와 해약을 감소로 인한 렌탈자산폐기손실 비용 감소 등으로 2013년에도 견조한 실적을 보였다”며 “2014년에도 국내 환경가전사업의 지속적 성장을 바탕으로 견조한 이익 성장세를 이어나갈 것”이라고 말했다.

◎ 참고자료1. 2013년 K-IFRS 개별 기준 경영실적 [단위::억원]

구 분	2013년	2012년	증감률
매출액	19,337	18,068	↑7.0%
영업이익	3,341	2,278	↑46.7%
Margin	17.3%	12.6%	-

◎ 참고자료2. 2013년 K-IFRS 연결 기준 경영실적 [단위::억원]

구 분	2013년	2012년	증감률
매출액	21,183	19,928	↑6.3%
영업이익	3,384	2,261	↑49.6%
Margin	16.0%	11.3%	-

코웨이, 환경부와 ‘지하수 자연방사성물질 저감 위한 나눔정수기 시범사업’

- 정수기 약 200가구 무료설치 및 공동 정기수질검사 등으로 지하수 효율적 정수방식 찾을 것
- 민관 대표, 농어촌지역 방문하여 주민들 의견 듣고 현장 점검

“상수도 미보급 농어촌지역 주민들에 안전하고 깨끗한 물을”

김동현 코웨이 대표이사와 정연만 환경부 차관이 지난 12일 충청북도 청원군 현도면 매봉리 마을회관을 방문하여 지하수 중 자연방사성물질 저감 시범사업과 관련된 주민들의 의견을 듣고 현장점검을 하고 있다.

생활환경기업 코웨이는 지하수 중 우라늄·라돈 등 자연방사성물질이 높게 검출된 농어촌지역에 해당물질과 대장균 등의 제거가 가능한 자사 정수기를 무상보급하고 환경부(장관 윤성규)와 함께 저감효과를 연구하는 시범사업을 진행해오고 있다. 민관이 협력하여 지하수 속 자연방사성물질 저감에 적극적으로 나선 최초의 시범사례라는 점에서 의미가 있다.

상수도 미보급 지역의 자연방사성물질을 저감하고 농어촌지역 주민들의 먹는 물 문제를 해결하기 위해 민관이 힘을 모았다.

생활환경기업 코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)와 환경부(장관 윤성규)는 지난해 11월부터 오는 2015년까지 ▲코웨이 소형정수기 약 200가구 무료설치·관리 ▲공동 정기수질검사·정수기 성능평가 ▲지하수 내 오염물질 제거에 적합한 필터 적용 가능성 및 경제성 평가 ▲농어촌지역의 먹는 물 문제 해결 위한 최적관리방안 도출 ▲지하수의 효율적 관리방안 공동연구에 협력하고 있다.

자연방사성물질은 자연계에 존재하는 우라늄·라돈 등 40여 종의 원소로 원자핵이 붕괴하면서 방사선을 방출하는 원소를 의미하며, 장기간 섭취할 경우 장기를 손상시킬 수 있다. 이번 시범사업에 사용되는 RO멤브레인(Reverse Osmosis·역삼투압) 필터는 지난 2010년 물 속 우라늄과 라돈의 99.9%, 세슘과 요오드의 약 95% 이상 제거가 가능하다는 실험결과를 얻었다. [2010년 한국원자력연구원·코웨이 ‘정수 필터의 방사성 물질 제거효율평가’ 공동실험 연구결과]

IR Activities

IR WEBZINE
2014. February

02

EVENT	2013년 실적 발표
DATE	2014-02-14
LOCATION	여의도 CCMM
NOTE	-

EVENT	국내 NDR
DATE	2014-02-17 ~ 02-19
LOCATION	국내 기관 추자가 대상
NOTE	대신증권

EVENT	국내 Conference
DATE	2014-02-19 ~ 02-21
LOCATION	여의도 콘래드
NOTE	JP Morgan