

12

coway

IR Webzine 2017. December

- CEO in Media
- Market Review
- Coway News



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 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

coway

CEO in Media

IR WEBZINE
2017. December

12

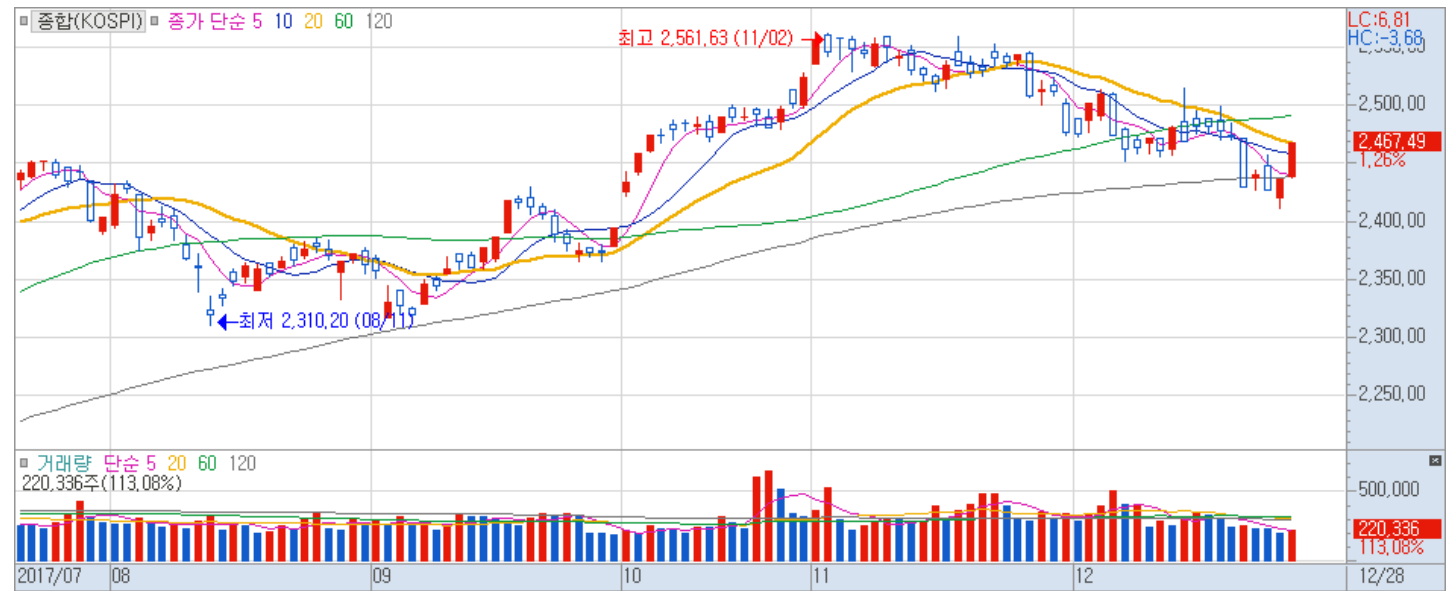
coway

BUSINESS POST	코웨이, 아마존과 제휴로 해외사업 성장의 발판 마련	2017-12-15
The Consumer News	코웨이, 고객추천지수(KNPS) 가정용정수기 부문 1위 선정	2017-12-19
헤럴드경제	코웨이, 해외사업 순항...글로벌 라이프케어기업 '도약'	2017-12-28

Market Review
Stock Market

IR WEBZINE
2017. December

12



2017년 12월 KOSPI는 전월 대비 0.36% 하락한 2,467.49포인트로 마감하며 2개월 연속 조정국면을 보임. 기술적 분석 측면에서 보면 거래량 감소와 함께 KOSPI가 장기 이동평균선을 일시적으로 하회하는 불안정한 장면을 연출.

12월에는 KOSPI와 KOSDAQ 시장의 흐름이 엇갈림. KOSDAQ 시장은 시중자금 유입 및 정부의 시장 활성화 대책에 대한 기대로 3.5% 상승한 반면, KOSPI 시장은 외국인투자자의 차익실현 매출 출회와 원/달러 환율 급락, 그리고 조선업체의 잇따른 유상증자 영향으로 소폭 하락함. 다만, 12월 27일 배당락 이후 개인투자자들이 적극적인 순매수를 기록한데 힘입어 하락폭이 축소됨.

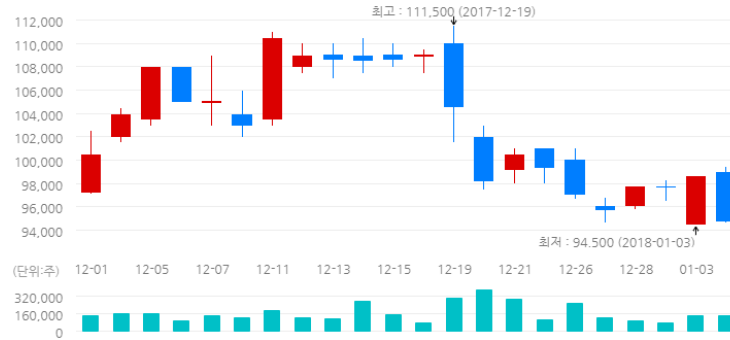
2018년 1월 국내 주식시장은 상승 반전에 대한 기대가 우세. 원/달러 환율 급락에 대한 우려가 있으나 수출은 지속적인 증가세를 나타내고 있기 때문. 또한, 주요 기업들의 4분기 실적발표에 대한 기대와 함께 정부의 경제정책 관련 수혜 업종에 대한 관심도 지속될 것으로 전망.

Market Review

Stock Price

IR WEBZINE
2017. December

12



구분	코웨이상승율			종합지수 상승율	KOSPI200 상승율
	주가	종합지수대비	KOSPI200대비		
5 Days	-0.41	-0.21	-0.09	-0.20	-0.32
20 Days	1.88	2.24	2.03	-0.36	-0.16
60 Days	5.85	7.02	2.37	-1.17	3.48

2017년 12월 코웨이의 주가는 전월 대비 1.88% 상승한 97,700원으로 마감. 기술적 측면에서 보면 월 초에 지난 4개월여의 박스권을 상향 돌파하였으나 중반 이후 재차 반락. 추세적인 변화보다는 시장 루머에 따른 일시적인 급등락으로 큰 의미를 부여할 수는 없는 상태.

최근 애널리스트의 코웨이 목표주가가 조금씩 상향 조정되고 있는 추세. 이는 국내 렌탈 시장에서의 독보적인 경쟁력을 바탕으로 해외사업의 성장성 강화가 기대되고 있기 때문. 또한, 렌탈 품목 확대를 통한 성장전략에 대해 충분한 가능성을 인정받고 있다는 점도 긍정적으로 작용. 그 외에도 코웨이는 매년 높은 배당성향을 유지하며 분기 배당, 자사주 매입 및 소각 등의 적극적인 주주환원 정책도 기여.

2017년 12월 한 달간 당사의 외국인 보유 주식수는 전월 대비 441,674주 (1.0%) 감소하여 12월말 현재 58.71%의 지분율을 기록하고 있고, 기관투자자들 또한 동 기간 동안 399,601주의 순매수를 기록하였음.

2017/12/28 현재 43,927,090 보유 (58.71%)	12월 주가 상승률 +1.88%	12월 외국인 비중 -441,674주 (-1.0%)	12월 기관 순매수 +399,601주
--	-----------------------------	--	--------------------------------

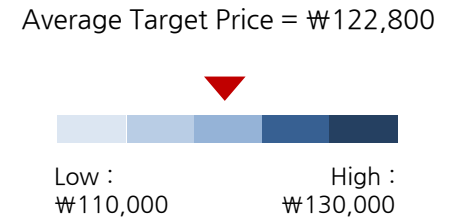
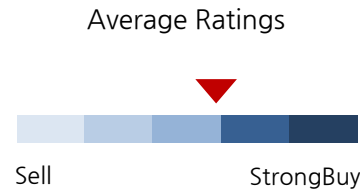
Market Review

Analyst Opinion

IR WEBZINE
2017. December

12

• Strong Buy	0
• Buy	4
• Hold	0
• Neutral	1
• Underperform	0
• Sell	0



2017-12-21 | IBK투자증권 | 목표주가 : 120,000 | Buy

[FULL REPORT VIEW](#)

양사간 상반된 입장에도 코웨이의 펀더멘탈 유지

코웨이는 20일, 최대주주인 코웨이홀딩스와 웅진 사이의 지분매각 협상 보도와 관련하여 최대주주가 이러한 지분 매각을 추진하거나 검토한 바 없음을 공시했다.

2017-12-15 | SK증권 | 목표주가 : 130,000 | Buy

[FULL REPORT VIEW](#)

렌탈 사업의 길을 보여준다

코웨이의 목표주가를 130,000원으로 상향하고 투자의견 매수를 유지. 해외 사업을 통해 성장성 강화가 기대된다는 점을 반영한 것. 동사는 국내 렌탈 시장에서 독보적인 사업자임에는 분명하나 ...

2017-12-05 | 미래에셋대우 | 목표주가 : 130,000 | Buy

[FULL REPORT VIEW](#)

재조명되어야 할 시스템적 안정성

- 내수 소비에 대한 의존도가 높아 고성장을 기대하긴 어렵지만, 이면의 견고한 성장성은 재조명될 필요가 있다고 판단
- 신제품 출시 가속화와 브랜드 이미지 제고 지속으로 점유율 강화 기대...

2017-12-05 | 하나금융투자 | 목표주가 : 124,000 | Buy

[FULL REPORT VIEW](#)

해외사업 확대로 Re-rating 가능성

4분기 별도기준 매출과 영업이익은 전년 동기대비 각각 7.4%, 15.8% 증가한 5,940억원과 1,200억원 수준이 가능할 전망이다. 렌탈판매량 증가(38.5만대 추정, YoY 1.2%)와 ...

2017-12-04 | 하나금융투자 | 목표주가 : 110,000 | Neutral

[FULL REPORT VIEW](#)

해외사업 확대로 외형 성장을 제고 가능성 긍정적 ...

- 렌탈판매 30만 이상, 해약률 1% 이하 안정화
- 말레이시아 매출 YoY 40% 전망 ...

코웨이, 더블체인지 매트리스 3종 ‘환경마크인증’ 획득



라이프케어기업 코웨이(대표 이해선, www.coway.co.kr)는 ‘더블체인지 매트리스 3종(CMK-SL01, CMQ-SL01, CMSS-SL01)’이 환경마크인증을 획득했다고 28일 밝혔다.

환경마크인증 제도는 제품에 ‘환경마크’를 표시해 소비자에게 친환경 제품에 대한 정보를 제공하고, 기업이 친환경 제품을 개발 및 생산하도록 장려하는 제도다. 환경부 산하 한국환경산업기술원이 1992년부터 시행하고 있다. 더블체인지 매트리스 3종은 친환경 자재를 사용한 점과 유해물질 노출을 감소시킨 점을 인정받아 환경마크인증을 획득했다.

코웨이 더블체인지 매트리스 3종은 제품 교환주기를 고려해 고객들의 건강과 위생에 초점을 맞춘 제품이다. 본 매트리스를 사용하는 고객들은 렌탈 기간 동안(6년 렌탈 기준) 상단 톱퍼를 두 번 교체 받을 수 있기에 더욱 위생적이고, 쾌적한 수면 환경을 누릴 수 있다.

향후 코웨이는 렌탈 및 판매 중인 전체 매트리스를 대상으로 환경마크인증을 확대해나갈 계획이다.

백주현 코웨이 기술부문장은 “코웨이는 제품의 전 과정에서 발생하는 환경적 영향을 관리해 친환경 소비문화 확산에 기여하고 있다”라며 “앞으로도 코웨이는 환경마크인증 획득 활동뿐만 아니라 다양한 친환경 기업 활동을 통해 소비자와 기업, 환경 모두를 만족시키는 기업이 될 것이다”라고 말했다.

코웨이, 2018 CES 참가 웰빙 가전 미래 이끌 고객 라이프 케어 방향성 제시

- 코웨이 의류청정기 FWSS 최초 공개, 글로벌 IT 기업 협업 공기청정기 선보
- 빅 데이터 기반 사물인터넷·AI 접목 스마트 제품과 서비스 선보여



라이프케어기업 코웨이(대표 이해선, www.coway.co.kr)는 오는 1월 9일부터 12일까지 미국 라스베이거스에서 개최되는 세계 최대 가전전시회 '2018 CES(Consumer Electronics Show)'에 3년 연속 참가해 혁신적인 스마트 제품과 차별화된 고객 케어 서비스를 선보이며 청정 웰빙 가전의 새로운 트렌드와 미래를 제시한다.

CES는 전미소비자기술협회(CTA, Consumer Technology Association) 주관으로 매년 1월 개최되는 세계 최대 규모의 가전전시회로 MWC(Mobile World Congress), IFA(Internationale Funkausstellung)와 함께 세계 3대 전자 및 IT 전시회로 인정받고 있다.

이번 '2018 CES' 코웨이 전시 부스는 '새로운 기술이 가져온 일상의 변화'라는 콘셉트로 꾸며진다.

이번 전시에서는 '2018 CES 혁신상'을 수상한 코웨이 의류청정기를 포함한 5개 제품과 함께 ▲ 정수기 ▲ 공기청정기 ▲ 비데 ▲ 매트리스 ▲ 코스메틱 제품에 코웨이 핵심 경쟁력인 빅 데이터 기반 사물인터넷·AI를 접목해 고객의 일상을 언제나 최상의 상태로 케어 하는 첨단 기술이 적용된 제품과 서비스를 대거 선보일 계획이다.

특히 이번 전시회에서는 코웨이가 최초 선보이는 의류청정기인 'FWSS(Fresh Wear Styling System)'를 공개한다. 또한 아마존의 사물인터넷 기반 주문 서비스인 DRS(Dash Replenishment Service)를 접목한 공기청정기와 애플의 음성제어 플랫폼인 애플 홈킷(Home Kit)을 기반으로 한 공기청정기도 함께 선보일 계획이다.

이해선 코웨이 대표이사는 "이번 2018 CES는 당사의 혁신 기술 및 빅 데이터 역량에 집중해 개발한 제품과 서비스를 대거 선보이는 자리로 그 의미가 크다"며 "국내를 대표하는 청정 웰빙 가전 기업의 진가를 세계 시장에서도 인정받는 자리가 될 것이다"라고 말했다.

코웨이, 물 연구원들 '워터 소믈리에'로 집중 양성

- 환경기술연구소 소속 연구원 대상 '워터 소믈리에 양성 교육 과정' 진행
- 교육생 26명 전원 '워터 소믈리에' 자격 획득
- 교육생 6명, 물 맛 관련 교육 진행 가능 수준의 어드밴스드 워터 소믈리에 취득



라이프케어기업 코웨이(대표 이해선, www.coway.co.kr)가 대한민국 대표 물 기업의 위상을 견고히 하기 위해 '워터 소믈리에' 집중 양성에 나선다고 26일 밝혔다.

코웨이에서 물을 전문적으로 연구하는 환경기술연구소 소속 연구원 26명이 '워터 소믈리에 양성 교육 과정'을 통해 워터 소믈리에 자격을 획득했다.

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

워터소믈리에 양성 교육 과정은 코웨이 환경기술연구소 소속 물 연구원 26명을 대상으로 지난 10월 3차례에 걸쳐 진행했다. 물 연구원 26명은 교육 과정을 거쳐 지난 11월에 필기와 실기, 구술 등 워터 소믈리에 자격검정 시험을 치렀다.

이번 교육을 통해 워터 소믈리에 자격을 획득한 인원은 총 26명으로 교육에 참여한 인원 모두가 목적을 달성하는 영예를 얻었다. 이들 중 20명은 워터 소믈리에 기본 수준의 인터미디에이트(3급)를 취득했으며 6명은 물 맛에 관련한 교육을 진행할 수 있는 수준의 어드밴스드(2급) 자격을 취득했다. 현재 국내 기업 중에서 어드밴스드 워터 소믈리에 인원을 보유하고 있는 기업은 코웨이가 유일하다.

자격 취득 연구원들은 향후 고객들에게 맛있고, 깨끗한 물을 제공하기 위한 물 관련 연구를 지속해 나갈 계획이다.

코웨이는 환경기술연구소 내 물 연구원을 대상으로 한 워터 소믈리에 양성 교육 과정을 지속적으로 확대해 물 전문 기업으로서의 경쟁력을 강화해나갈 방침이다.

이선용 코웨이 환경기술연구소장은 "이번 교육은 대한민국 대표 물기업으로서 고객에게 좀 더 깨끗하고, 맛있는 물을 제공하기 위한 목적에서 기획했다"라며 "향후 워터 소믈리에 자격을 취득하는 코웨이 물 연구원들은 정수기 제품 개발 시 물 맛에 대한 평가 등의 핵심 역할을 수행해 나갈 것"이라고 말했다.

코웨이, 코오롱베니트와 '홈 IoT 플랫폼 기반 생활서비스 개발' 업무 협약 체결

- 양사 플랫폼 연동 고도화된 고객 케어 서비스 공동 개발 협력



라이프케어기업 코웨이(대표 이해선, www.coway.co.kr)는 지난 20일 경기도 과천시 코오롱베니트 본사에서 코오롱베니트와 '홈 IoT 플랫폼 기반 생활서비스 개발' 협력을 위한 업무 협약을 체결했다고 밝혔다.

이번 업무 협약은 양사의 공동 목표인 고객 삶의 가치를 향상시키기 위한 목적으로 홈 IoT 기반 비즈니스 모델 발굴 및 고객 맞춤 서비스를 개발하고자 마련됐다

이번 업무 협약으로 코웨이 환경가전기기 IoT 플랫폼과 코오롱베니트 홈 IoT 플랫폼을 연동할 계획이다. 코오롱베니트가 보유한 홈 IoT 플랫폼에 코웨이 공기청정기 등의 제품과 고객 케어 서비스를 융합해 새로운 고객 경험과 가치를 제공한다는 계획이다.

또한 각 사가 보유하고 있는 생활 빅데이터와 빅데이터 분석 역량의 결합으로 인공지능(AI) 기반 고객 케어 서비스 개발에도 앞장설 계획이다.

코웨이는 지난 2015년부터 정수기·공기청정기 등 제품에 사물인터넷을 연계해 고객 맞춤형 케어 서비스를 제공해오고 있다. 특히 코웨이는 사물인터넷 플랫폼을 기반으로 대한민국 가정의 실내공기질을 측정하고 있으며 빅데이터 분석을 통해 고객 생활패턴 및 생활환경에 적합한 맞춤형 필터와 솔루션을 제공하는 등 혁신적인 맞춤형 서비스로 환경가전업계의 사물인터넷 트렌드를 선도하고 있다.

안진혁 코웨이 ICT 전략실장은 “양사가 보유한 IoT기술과 서비스 역량 융합의 시너지 효과로 차원이 다른 스마트 홈 고객 케어 서비스를 제공해 나갈 것으로 기대한다”며 “앞으로도 고객에게 맞춤형 서비스 제공을 통한 차별화된 경험과 가치를 전달할 수 있도록 기술 개발에 힘쓰겠다”고 말했다.

코웨이, 트리플 체인지 매트리스 출시

- 제품 렌탈 기간 동안 위생탑퍼 2회, 맞춤탑퍼 1회 새것으로 교체
- 약 800여 개 독립 스프링 탑재로 최적의 숙면 유도



라이프케어기업 코웨이(대표 이해선, www.coway.co.kr)가 제품 렌탈 기간 동안 탑퍼를 총 3회 교체해 처음과 같은 쾌적함을 제공하는 트리플 체인지 매트리스 2종(CMQ-SL02, CMSS-SL02)을 출시했다.

탑퍼는 신체가 직접 닿는 매트리스 상단부분으로 손으로 눌렀을 때 느껴지는 단단하고 폭신한 정도를 결정하며, 몸의 압력을 분산시켜 편안한 수면을 가능하게 한다.

이 제품은 최상단에 위생탑퍼를 탑재했다. 위생탑퍼는 니트 소재로 만들어져 사용자에게 포근한 느낌을 전달하며 탈부착이 간편한 덕분에 사용하는 동안 위생적인 관리가 가능하다. 또한 렌탈 기간 중 18개월, 54개월 차(6년 렌탈 기준)에 새것으로 교체해주어 항상 새 매트리스처럼 사용할 수 있다.

트리플 체인지 매트리스는 위생탑퍼 바로 아래에 사용자의 취향에 따라 경도를 선택할 수 있는 맞춤탑퍼를 탑재했다. 맞춤탑퍼는 단단한 하드 타입과 부드러운 미디엄 타입으로 선택해 사용할 수 있으며 렌탈 기간 중 3년에 한 번 새것으로 교체해주어 처음 샀을 때의 탄탄함을 유지할 수 있다.

특히 이 제품은 약 800여 개의 촘촘한 독립 스프링을 탑재하여 사용자의 신체 굴곡에 맞춰 최적의 숙면을 유도하도록 설계됐다.

코웨이는 트리플 체인지 매트리스를 렌탈하는 모든 고객들에게 4개월에 한 번씩 코웨이 위생관리 전문가 홈케어닥터 방문을 통한 '7단계 매트리스 케어서비스'도 함께 제공한다.

김세용 코웨이 상품전략 부문장은 "이번 신제품은 항상 깨끗한 매트리스를 쓰고 싶어 하는 고객의 니즈를 적극적으로 반영한 혁신적인 제품이다"라며 "앞으로도 매트리스 렌탈 분야의 선두 기업이라는 책임감을 가지고, 고객 중심적인 매트리스 제품을 개발해 나갈 것이다"라고 말했다.

코웨이, 고객추천지수(KNPS) 가정용정수기 부문 1위 선정

- 2001년 첫 1위를 시작으로 올해까지 총 11회 1위 차지
- '코웨이 신뢰'를 바탕으로 한 '서비스 랩', '레드캡 조직' 운영 높이 평가 받아

라이프케어기업 코웨이(대표 이해선, www.coway.co.kr)는 한국능률협회컨설팅(KMAC)이 주관하는 '2017년 고객이 가장 추천하는 기업(KNPS)' 가정용정수기 부문 1위에 선정됐다고 19일 밝혔다. 코웨이는 가정용정수기 부문에서 2001년 첫 1위를 시작으로 올해까지 총 11회 1위를 차지했다.

고객추천지수(KNPS, Korean Net Promoter Score)란 고객이 경험했던 기업의 상품 및 서비스를 다른 사람에게 추천하겠다는 의향을 모델화한 지수이다. 수도권 및 전국 6대 광역시에 거주하는 약 1만여명 소비자를 대상으로 매년 조사를 실시하고 있다.

코웨이는 '코웨이 신뢰(Coway Trust)'를 2017년 경영지침으로 선포하고, 고객 신뢰 구축 및 서비스 차별화를 위한 다양한 활동을 이어온 점을 높이 평가받았다.

특히 코웨이는 올해 7월부터 고객의 서비스 경험을 최적화 하기 위한 목적으로 '서비스 랩(Service Lab)'을 신설해 운영하고 있다. 서비스 랩에서는 제품 구매나 서비스 이용과 같은 경험을 분석하여 고객의 부정경험을 긍정경험으로 개선하고, 차별화된 서비스를 개발하기 위한 활동을 진행 중이다.

또한 코웨이는 고객을 대면하는 현장에서 긴급 이슈 발생 시 신속하게 고객을 응대하고 불편 사항을 해결하기 위해 '레드캡 조직'을 신설했다. 레드캡은 제품 전문가와 소비자 피해 조사 및 보상전문가 등 20명으로 구성하여 전문성을 강화했으며, 고객의 건강 및 안전과 관련된 이슈는 접수즉시 긴급 건으로 분류되어 24시간 내 처리하도록 기준을 강화했다.

윤현정 코웨이 전략혁신 본부장은 "코웨이가 고객 중심의 서비스를 지속적으로 개발해 온 노력을 인정받았다는 점에서 의미가 크다고 생각한다"며 "앞으로도 고객 중심의 다양한 서비스 개발을 바탕으로 고객 만족을 키워가겠다"라고 말했다.

코웨이, 청년 창업가 육성 'Wi School' 2기 수료식 진행

- Wi School 2기 5팀 창업 사업계획서 발표 및 우수 발표 시상



라이프케어기업 코웨이(대표 이해선, www.coway.co.kr)는 지난 16일 서울시 중구 코웨이 본사에서 청년들의 성공적인 창업을 지원하는 공유가치창출(CSV) 프로그램인 '코웨이 Wi School'의 2기 수료식을 진행했다. 이날 수료식에서는 Wi School 과정을 통해 성장한 예비 청년 창업가들의 사업계획서를 발표하고 시상하는 시간을 가졌다.

지난 해 시작해 이번에 2기를 맞는 '코웨이 Wi School(What is Start up)'은 최근 사회적 이슈인 청년실업문제 지원을 목적으로 창업·마케팅·투자 등 체계적인 창업 교육과 1:1 전문가 멘토링을 제공하는 체계적인 창업 교육 프로그램이다. Wi School을 통해 환경·건강·렌탈 등 코웨이 비즈니스와 연계된 창업 아이템을 준비하는 청년 창업가에게는 코웨이와의 협력 기회가 주어진다.

이 날 코웨이 Wi School 2기 수료식에는 이해선 코웨이 대표이사와 함께 약 100여 명의 예비 청년 창업가들이 참석했으며 이해선 대표이사의 축사를 시작으로 2기 교육생들의 창업 사업계획서 발표 및 시상하는 시간으로 꾸며졌다.

그 동안 총 11회의 Wi School 정규 교육과 일대일 전문가 멘토링을 통해 완성된 창업 사업계획서는 이해선 코웨이 대표이사를 포함한 김상준 코웨이 커뮤니케이션실장, 고영하 엔젤투자협회장, 조성주 카이스트 경영대 교수 등으로 구성된 심사위원들로부터 공정한 심사를 받았다.

이 날 △ 감성 IoT Cake Tray 제작 서비스 '팍카페' △ 인쇄 견적 비교 플랫폼 '프린팅사이다' △ 여행 정보 제공하는 챗봇 톡 쓰는 여행 '더블 규' △ 음악 제작 외주 플랫폼 '루나르트' △ 레포츠 친구 매칭 앱 서비스 'READY U' 등 총 5개 팀이 발표했으며 그 중 '루나르트'팀이 최종 우승을 차지했다.

루나르트의 권재의 대표(32)는 "실무 중심의 현장감 있는 교육 덕분에 창업 아이템에 대한 아이디어를 구체화시킬 수 있었고 전문가들의 조언을 통해 시행착오는 줄이고 비즈니스 모델은 견고히 할 수 있었다"고 말했다.

이해선 코웨이 대표이사는 "Wi School을 통해 체계적으로 창업을 준비하고 시작하는 창업가들의 성공스토리가 늘어나고 있어 보람을 느끼고 있다"며 "예비 청년 창업가들이 사업가 마인드와 사업에 대한 철저한 준비와 이해를 갖추고 창업을 시작할 수 있도록 지속적으로 지원해 나가겠다"고 말했다.

코웨이, '2017 가족친화인증기업' 재인증



라이프케어기업 코웨이(대표 이해선, www.coway.co.kr)는 여성가족부가 주관하는 '2017 가족친화인증기업'에 재인증했다고 12일 밝혔다.

가족친화인증은 가족친화적 기업문화 조성 및 자녀 출산·양육 지원 등 가족친화제도를 모범적으로 운영하는 기업 및 기관에 대해 여성가족부가 심사를 거쳐 인증을 부여하는 제도다. 코웨이는 지난 2012년 첫 인증을 받은 이래 다양한 가족친화 프로그램을 지속적으로 개발해 2020년까지 재인증을 획득했다.

코웨이는 일과 가정이 조화롭게 양립할 수 있도록 다양한 복지제도를 운영하고 있다. 자녀입학 휴가 및 난임 휴직, 배우자 출산 휴가 등을 대폭 개선하고 출산과 육아에 대한 부담을 줄이기 위해 힘쓰고 있다. 매월 첫째, 셋째 주 수요일은 정시 퇴근하는 '패밀리데이'로 지정해 가족과 함께 시간을 보낼 것을 권장한다.

또한 코웨이는 임직원 가족이 함께 참여할 수 있는 다양한 기업문화 프로그램을 펼치고 있다. 여름방학을 맞이한 임직원 자녀를 대상으로 '코웨이 과학캠프'를 진행해 부모님이 하고 있는 일의 가치와 자부심을 전하고 있다. 정기적으로 직원 가족을 초청해 회사를 견학하고 화합을 다지는 '코웨이데이'는 지난 2007년부터 시작된 대표 기업문화 활동이다.

서대곤 코웨이 기업문화팀장은 "직원들이 가정에서 행복해야 업무 몰입도와 능률도 향상될 수 있다"며 "앞으로도 다양한 프로그램과 제도적 지원을 통해 직원들이 일과 삶의 균형을 이룰 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

코웨이, '2017 코틀러 어워드' 마케팅 엑셀런스상 수상 영예



라이프케어기업 코웨이(대표 이해선, www.coway.co.kr)는 지난 6일 서울 중구 신라호텔에서 개최된 '2017 제1회 코틀러 어워드' 시상식에서 '마케팅 엑셀런스' 부문을 수상하며 제품과 기능의 정체성을 반영한 마케팅 성과를 입증했다.

코틀러 어워드는 '마케팅의 아버지'라 불리는 필립 코틀러(Philip Kotler) 미국 노스웨스턴대 석좌교수의 정신을 기반으로 한 대회로, 마케팅 활동으로 혁신적인 고객 가치를 창출한 기업을 발굴하기 위해 제정됐다. 코틀러 교수는 이번 대회에서 직접 심사와 시상을 진행했다.

코웨이는 정수기 필터 '시루(CIROO·Coway Intensive Reverse Osmosis)' 브랜딩으로 깨끗한 물의 이미지를 강조하고 브랜드 가치를 효과적으로 전달한 점에서 높은 평가를 받았다.

정수기의 핵심인 필터 시스템을 우리나라 고유 용기인 시루에 빗대, 촘촘한 망을 통해 깨끗한 물을 걸러내는 필터의 특성을 형상화했다. 머리카락 굵기의 수만 분의 1만분의 1만큼 작은 오염물질도 제거하는 RO멤브레인 필터의 우수성을 고객들이 좀 더 쉽게 이해하고 친근하게 느낄 수 있도록 브랜드화했다.

박용주 코웨이 마케팅본부장은 "대한민국 대표 물 기업으로서 깨끗한 물의 가치를 전하기 위한 창조적 발상을 인정받은 결과"라며 "앞으로도 코웨이의 기업철학을 담은 고객 중심의 마케팅 활동을 적극 펼쳐나가겠다"고 말했다.