

본아이에프(주) 2010지속가능경영보고서

# 2010 Sustainability Report



## Contents

<b>개요</b>	<b>04</b>
보고서 개요	06
기업소개	07
CEO메시지	08
<b>지속가능경영</b>	<b>10</b>
시장 환경	12
SWOT 분석	13
조직구조	14
경영 이념	15
Built to Great - 고슴도치 컨셉	16
Built to Great - 플라이 휠	17
지속가능경영전략	18
지속가능경영 Roadmap	19
이해관계자	20
중대성 평가	22
<b>창조경영</b>	<b>24</b>
창조경영	26
2010년 창조경영	32
<b>경제성과</b>	<b>36</b>
2010년 경영전략	38
경제성과	39
2010년 주요 재무지표	40
<b>사회성과</b>	<b>42</b>
고객만족 경영	44
가맹점사장님 만족 경영	48
직원만족 경영	52
협력회사 만족경영	59
사회공헌	61
본사랑 활동	62
<b>환경성과</b>	<b>67</b>
<b>부록</b>	
BEST Guideline	74
실문결과	78
수상내역	80



2002년 대학로 본죽 1호점으로  
시작된 본아이에프(주)는  
7년 만에 한식 프랜차이즈 최초로  
가맹점 1,000호점을 돌파하며 죽시장이라는  
블루오션을 개척했습니다.  
“성공을 돕는 회사, 맛있는 건강 전도사”라는  
경영이념을 바탕으로  
고객의 만족을 높이고 한식의 세계화라는  
지속가능한 가치를 실현하는데 앞장서고 있습니다.



# Intro

- 보고서 개요
- 기업소개
- CEO메시지



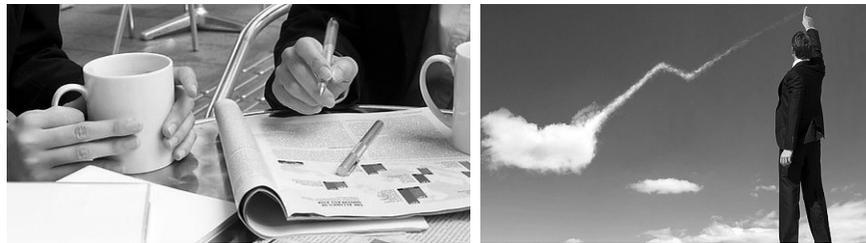
## 개요 • Intro

2002년 대학로 본점 1호점으로 시작된 본아이에프(주)는 7년 만에 한식 프랜차이즈 최초로 가맹점 1,000호점을 돌파하며 죽시장이라는 블루오션을 개척했습니다. “성공을 돕는 회사, 맛있는 건강 전도사”라는 경영이념을 바탕으로 고객의 만족을 높이고 한식의 세계화라는 지속가능한 가치를 실현하는데 앞장서고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로 지속가능경영보고서를 발간하고자 합니다.

## 보고서 개요

2010년 처음으로 지속가능경영보고서를 발간한 본아이에프(주)는 프랜차이즈 기업으로는 최초로 지속가능경영 중소기업 대상을 수상하였습니다.

2011년에도 2010년 성과에 대하여 두 번째 지속가능경영보고서를 발간하여 지속가능한 프랜차이즈 모델의 본이 되고자 합니다.



### ▼ 보고서 작성원칙

지속가능경영보고서 가이드라인 GRI의 G3기준 BEST 가이드라인 기준

### ▼ 보고 기간

보고 기간은 2010년 1월 1일부터 12월 31일까지(일부 정성적인 부분은 2011년의 상반기 포함)

### ▼ 보고서 범위

본아이에프(주) 본사 및 사단법인 본사랑

### ▼ 보고 주기

연 1회 전년도 지속가능 경영활동 실적을 보고할 예정입니다.

 [www.bonif.co.kr](http://www.bonif.co.kr) 지속가능경영보고서 문의처

본 보고서의 내용에 대한 문의사항은 다음의 연락처로 연락 해주시면 고맙겠습니다.

- 담당부서: 기획조정실
- 담당자: 이에빈
- 이메일: yblee@bonif.co.kr
- 전화: 02-2085-6215

## 기업소개

### 본아이에프(주)



회 사 명 : 본아이에프(주)

대표이사 : 김 철 호

설립년도 : 2002년 9월

직 원 수 : 178명(2010년 12월)

회사규모 : 매출 908억, 자산 278억 (2010년 기준)

대표전화 : 1644-6288

사업장위치 • 본사 : 서울시 종로구 관철동 32-7 계원빌딩 8,9층  
• 물류센터 : 경기도 용인시 처인구 포곡읍 유운리 12-1

주요사업: 본죽 / 본비빔밥 / 본국수대청 / 본죽&비빔밥 / 본도시락

홈페이지: <http://www.bonif.co.kr>

### 기업 연혁

- 2002.09 본죽 1호점 창업, 본죽 프랜차이즈 사업개시
- 2003.12 본죽 100호점 오픈
- 2004.12 본죽 300호점 오픈
- 2005.12 본죽 500호점 오픈/동지 팔죽데이로 마케팅
- 2006.01 죽전문점 최초 미국진출(LA 월셔블루버드)
- 2006.06 대한민국대표브랜드 대상 수상
- 2006.07 제2브랜드 본비빔밥 1호점 오픈
- 2007.04 한국프랜차이즈 산자부장관상
- 2007.07 한국소비자웰빙지수 1위기업
- 2008.01 본아이에프(주)로 법인변경
- 2008.06 한국프랜차이즈 대상 외식부문 수상
- 2008.09 제3브랜드 본국수대청 1호점 오픈
- 2009.05 시카고국제외식산업박람회(NRA show) 한식전문기업으로 참가 (국내유일)
- 2009.06 본사랑 재단 설립
- 2009.08 제4브랜드 본도시락 1호점 오픈
- 2010.08 4년연속 한국소비자 웰빙지수 1위 선정
- 2010.10 프랜차이즈대상 대통령 표창 수상
- 2010.10 지속가능경영 중소기업대상 수상
- 2011.01 본죽-연세암센터 암환자 영양식단 개발 MOU 체결

## CEO Message



본아이에프(주)는 성공을 돕는 기업입니다.  
 “프랜차이즈로 성공을 돕고, 한식으로 건강을 지킨다”는  
 경영철학 아래 고객에게 만족을 넘어 감동과 가치를 드리는  
 본아이에프(주)가 되겠습니다.

존경하는 여러분 안녕하십니까?

본죽인 지킴이, 본아이에프(주) 대표이사 김철호입니다.

2010년은 본아이에프(주)에게 의미가 깊은 해였습니다.

프랜차이즈 기업 중 유일하게 프랜차이즈 수준평가에서 1등급을  
 획득, 프랜차이즈 대상 최초로 대통령 표창 수상, 그리고 지식경제부  
 주관 지속가능경영 중소기업부문 대상을 수상하였습니다.

특히 지속가능경영 대상 수상은 본아이에프(주)에게 있어 매우 의미가  
 있는 일이었습니다. 국내 프랜차이즈 업계의 고질적인 문제는 프랜  
 차이즈 가맹본사가 오랫동안 지속하지 못하고 영세한 규모로 운영  
 되는 경우가 많다는 것입니다. 그런데 본아이에프(주)가 지속가능경영  
 대상을 수상하였다는 것은 프랜차이즈 회사도 지속가능한 경영을 할  
 수 있고, 가맹점 사장님들에게 신뢰를 줄 수 있다는 것을 보여주는  
 좋은 계기였습니다.

본아이에프(주)는 지속가능경영전략을 더욱 더 체계화하고 실천하여  
 가맹점 사장님들의 성공을 돕는 기업이 되도록 노력하겠습니다. 나아가  
 고객만족, 감동을 넘어 고객에게 가치를 줄 수 있는 기업으로 성장해  
 나가겠습니다.

감사합니다.

대표이사 김 철 호

# Sustainability Management

- 시장 환경
- SWOT 분석
- 조직구조
- 경영 이념
- Built to Great - 고슴도치 컨셉
- Built to Great - 플라이 휠
- 지속가능경영전략
- 지속가능경영 Roadmap
- 이해관계자
- 중대성평가



## 지속가능경영 • Sustainability Management

본아이에프(주)의 비전은 세계 최고의 한식 프랜차이즈 기업이 되는 것입니다. 한식을 세계에 널리 알리는 데 앞장서 한식세계화의 대한민국 대표 기업이 되고, 나아가 우리나라의 음식뿐만 아니라 문화를 세계에 전파하는 문화대사 기업이 되는 것입니다.

본아이에프(주)의 사람들은 한국의 맥도날드 같은 회사를 꿈꿉니다. '본'으로 성공을 돕는 사람들. 가맹점 하나하나의 성공을 위해 열정을 다하는 성공도우미들. 장차 세계 최고의 한식 프랜차이즈 기업이 되겠다는 꿈을 안고 2010년 한 해도 모두 열심히 뛰었습니다.

## 시장 환경

2009년 9월 정부에서는 일자리 창출을 위한 프랜차이즈 활성화 대책 방안을 발표했습니다.

경기침체가 지속되면서 창업시장이 커지고 있고, 프랜차이즈 창업시장 또한 성장하고 있습니다. 본아이에프(주)는 앞으로도 가맹점이 성공해야 본사가 성공한다는 인식을 가지고 프랜차이즈 사업을 전개해 나가겠습니다.

### 국내 프랜차이즈업계 현황 (2008년 기준)

- 가맹본부 수 : 총 2,426개
- 가맹점 수 : 20만개
- 가맹본부 당 가맹점 수 : 106개
- 가맹본부 수 비중  
외식업 63%, 서비스업 19%, 소매업 18%
- 가맹점 수 비중  
외식업 51%, 서비스업 25%, 소매업 24%

구분	1999	2002	2005	2008
매출액(조원)	45.0	41.6	61.3	77.3
고용(만명)	55.6	58.6	83.2	100.1

2009년 9월 정부에서 발표한 '자영업자 경쟁력강화를 위한 프랜차이즈 활성화 방안'에 따르면 2008년 기준 우리나라 프랜차이즈 산업의 총 매출액은 77조원, 고용 인원은 100만 명으로 집계되었습니다.

또한 가맹본부수는 총 2,426개, 가맹점 수는 20만개이며 이 중 외식업 가맹본부의 비중이 63%를 차지하고 있습니다. 보고서에 따르면 국내 프랜차이즈 업계의 문제점은 영세한 규모의 가맹본부로 인한 수익 기반의 불안정과 가맹점 지원능력의 취약입니다.

국내 가맹본부의 자본금은 평균 18억 원으로, 10억 원 미만 기업이 약 72%입니다. 가맹본부 당 슈퍼바이저 수도 평균 5명에 불과하여 가맹점 지원이 지극히 부족한 것으로 나타났습니다.

이에 비해 본아이에프(주)는 자본금에서 평균 6.4배, 슈퍼바이저 수에서 평균 8배 이상인 프랜차이즈 업계의 중견기업으로서, 한식 프랜차이즈 업계를 선도해 나가고 있습니다.

국내 프랜차이즈 가맹본부 경영현황	
국내평균	본아이에프(주)
자본금 : 평균 18억원 (10억원 미만인 72%)	116억 (업계평균 6.4배)
슈퍼바이저 수 평균 5명	40명 (업계평균 8배)

## SWOT 분석

본아이에프(주)는 외식시장의 웰빙 트렌드와 정부의 한식 세계화 정책이라는 좋은 기회를 맞이하고 있습니다. 그러한 반면 외식업의 낮은 진입장벽은 위협이 되기도 합니다.

본아이에프(주)는 기회를 살리기 위해 웰빙 음식 이미지를 강화하고, 한식을 앞세워 해외 진출에 앞장선다는 전략을 가지고 있습니다. 또 프랜차이즈 시스템을 강화하고 제2브랜드를 성공적으로 안착시켜 시장환경의 위협을 극복해 나가겠습니다.



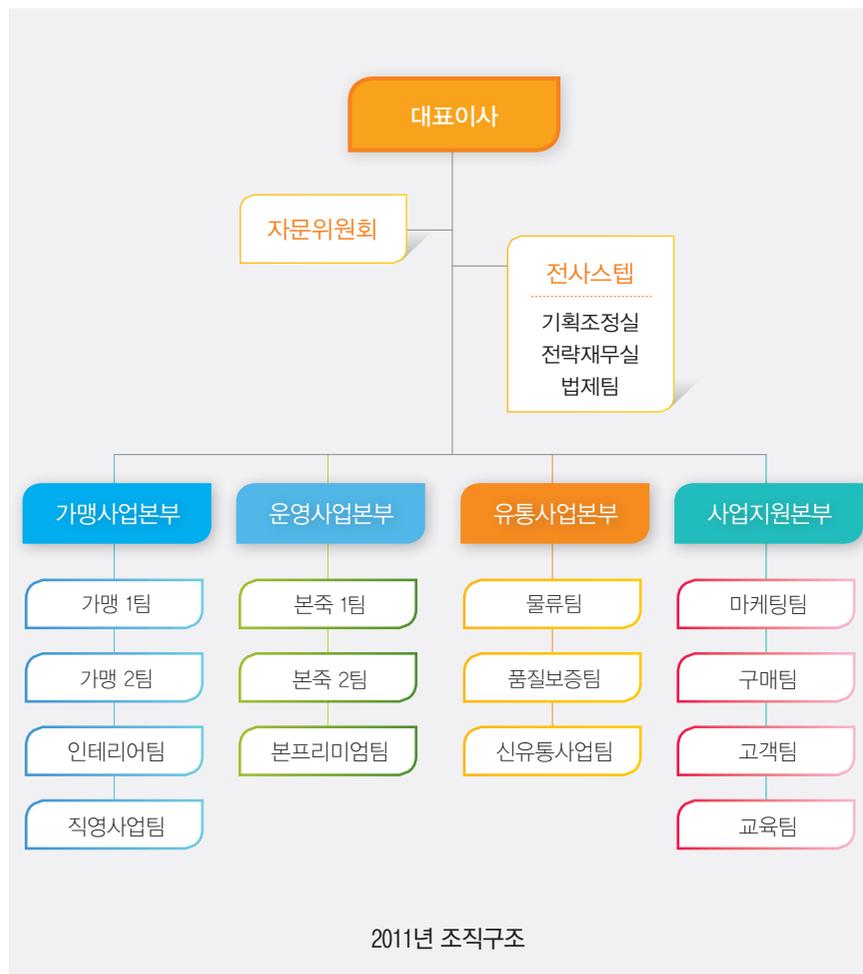
	강점	약점
외적요인	1. 즉시장 1위의 브랜드 파워 2. 웰빙 건강 한식인 죽이라는 아이템 3. 물류/전산시스템 구축	1. 모 브랜드(분죽)에 대한 의존도 - 신규브랜드 저조 2. 본아이에프 보다 분죽 이미지가 강함
기회	우선수행과제	우선보완과제
1. '한식 세계화'를 위한 정부의 관심 2. 웰빙 외식시장 성장 트렌드 3. 가맹사업법 강화로 규제 강화	1. 한식을 앞세운 해외진출 2. 웰빙 이미지 강화 마케팅 3. 축적된 인프라를 이용한 외식 가맹사업확대 (비빔밥, 국수, 도시락)	1. 비빔밥 경쟁력 강화 및 도시락 브랜드 성공적 런칭 2. 본아이에프 기업 브랜딩
위협	Risk 해결문제	장기보완과제
1. 진입장벽이 낮은 외식업 2. 가맹점 증가에 따른 가맹점 관리 어려움 3. 분죽 점포 성숙기 4. 위생관리 스캔들에 치명적	1. 브랜드 이미지 확고화 및 스타메뉴개발 2. 전산시스템 최적화, 물류시스템 최적화를 통한 가맹점 관리 3. 점포 리뉴얼 및 핵심상권으로 점포이전	1. 프랜차이즈 시스템 완성 2. 비빔밥, 국수, 도시락 육성을 통한 사업 다각화 3. 최고의 위생시스템 구축

## 조직구조

본아이에프(주)는 대표이사 직속으로 전사스텝 부서와 4개의 본부로 이루어져 있습니다.

가맹사업본부는 신규 가맹, 개설, 직영점 운영, 운영사업본부는 가맹점 관리, 유통사업본부는 본사 물품의 공급, 품질관리, 사업지원본부는 마케팅, 고객응대, 교육, 구매를 책임지고 있습니다.

본아이에프(주)는 체계적인 조직을 갖추고 가맹점의 개설부터 운영, 마케팅에 이르기까지 가맹점 사장님들의 성공을 위해 노력하고 있습니다.

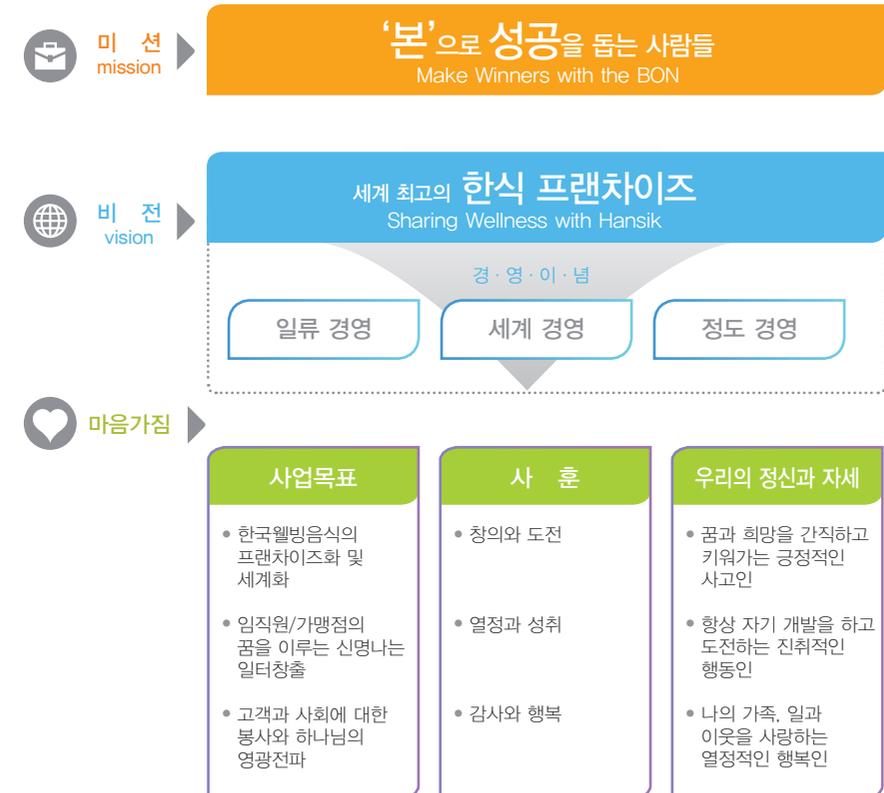


## 경영 이념

본아이에프(주)의 경영이념은 명확합니다. '본으로 성공을 돕는 사람들', 본아이에프(주)의 대표이사부터 인턴사원까지 일관되게 공유된 가치입니다.

우리는 '본'이라는 브랜드로 사업을 하여 많은 가맹점 사장님들이 성공하실 수 있도록 돕는 성공도우미가 되겠습니다. 그리고 고객들에게 맛있는 음식, 건강한 음식을 제공하는 건강지킴이가 되겠습니다.

나아가 한식을 세계에 널리 알리는 데 앞장서서 한식세계화의 대표기업으로 성장하겠습니다. 그래서 세계 최고의 한식 프랜차이즈 기업이 되어 음식뿐 아니라, 한국문화를 세계에 전파하는 문화대사 기업이 되겠습니다.

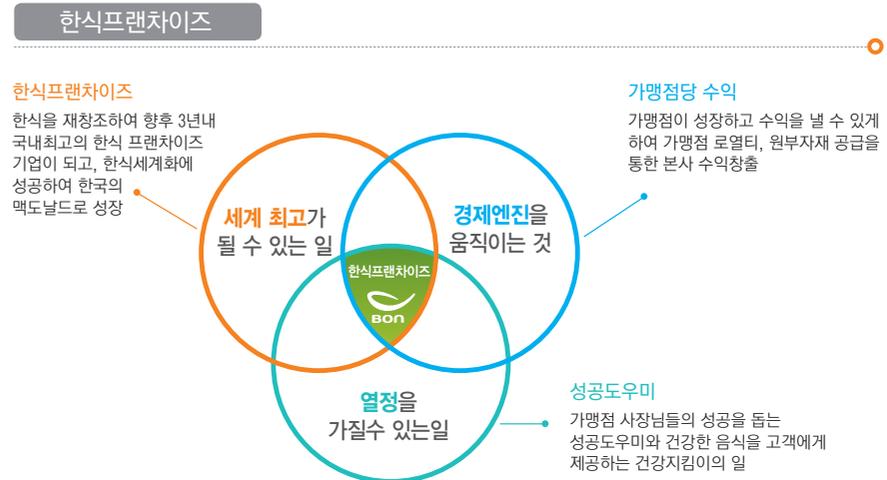


## Built to Great - 고슴도치 컨셉

경영학자 짐콜린스는 그의 저서 'Built to Last', 'Good to Great' 에서 성공하는 기업을 만 들었고, 좋은 기업을 넘어 위대한 기업이 된 기업들의 특징을 언급하고 있습니다. 본아이에 프(주)는 성공하는 기업이 되고 위대한 기업이 되는 것을 목표로 'Built to Last' 와 'Good to Great' 를 통합하여 'Built to Great' 전략을 세웠습니다.

짐콜린스는 좋은 기업을 넘어서 위대한 기업이 된 기업들은 고슴도치 컨셉으로 전략을 세 웠다고 했습니다. 고슴도치 컨셉이란 열정을 가질 수 있는 일, 세계 최고가 될 수 있는 일, 경제엔진을 움직이는 사업을 선택하는, 매우 단순한 전략입니다. 위대한 기업들의 공통적 인 특징은 이 매우 단순한 전략을 일관되게 실천하였다는 것입니다.

본아이에프(주)가 열정을 가질 수 있는 일은 바로 경영이념인 '성공을 돕는 일' 입니다. 또한 본아이에프(주)가 세계 최고가 될 수 있는 일은 한식 프랜차이즈 사업입니다. 한국의 맥도날드가 되는 것, 본아이에프(주)의 미래 비전입니다. 그리고 무엇보다 가맹점당 수익률 을 주요 지표로 삼아 경제엔진을 움직이려 합니다. 이는 가맹점 하나하나의 성공을 도와주 는 본아이에프(주)의 기업이념과도 부합하면서, 우리 모두가 열정을 가질 수 있는 일입니다.

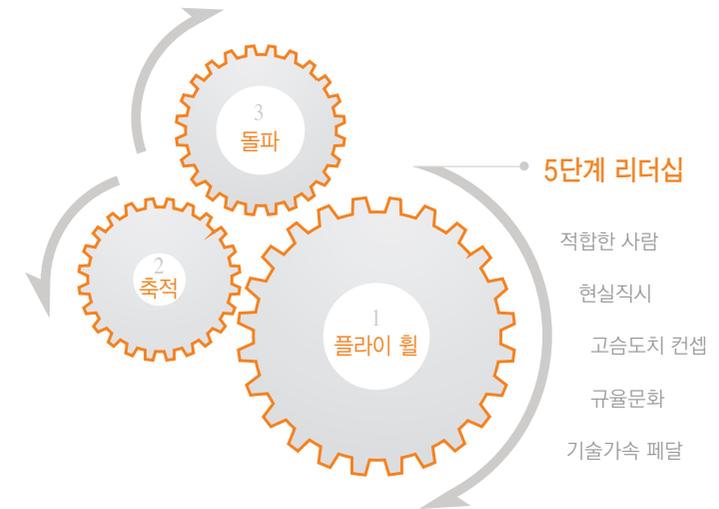


3대 컨셉	본아이에프(주) 고슴도치 컨셉	세부사항
열정을 가질 수 있는 일	한식으로 맛있는 건강 전파	한식을 맛있고 건강하게 재창조하고 전파하는 일
세계 최고가 될 수 있는 일	한식 프랜차이즈	한식을 재창조하여 향후 3년 내 국내 최고의 한식 프랜차이즈 기업이 되고, 한식 세계화에 성공하여 한국의 맥도날드로 성장
경제엔진을 움직이는 것	가맹점당 수익	가맹점이 성장하고 수익을 낼 수 있게 브랜드 관리를 하고 가맹점당 로열티 및 원부자재 공급을 통한 본사 수익 창출

## Built to Great - 플라이 휠

플라이 휠은 본아이에프(주)가 위대한 기업으로 나아가기 위한 일련의 과정들입니다. 직원 들의 역량을 이끌어내는 5단계의 리더십부터, 적재적소에 적합한 인재를 중용하고, 냉혹 한 현실을 인식하고 고슴도치 컨셉을 확정합니다. 나아가 고슴도치 컨셉에 맞는 규율문화 를 만들고 적합한 기술을 습득 적용하여 회사의 성장 엔진을 돌리는 것입니다.

본아이에프(주)는 세계 최고의 한식 프랜차이즈 회사가 되겠다는 고슴도치 컨셉을 정립하 고, 정 문화 및 성과문화를 만들어가고 있습니다. 한식 프랜차이즈 사업의 재창조, 재발견 이라는 가치 아래 본아이에프(주)의 플라이 휠을 힘차게 가동하고 있습니다.



단계	리더십	적합한 사람	현실직시	고슴도치 컨셉	규율문화	기술가속 페달
전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>팔로워십</li> <li>성공을 돕는 리더십</li> <li>기업가치를 일관되게 실천하는 리더십</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>채용 시 기업가치 공개</li> <li>외식에 관심 있고, 성공을 돕는 마인드 를 가진 인재 채용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>본족 가맹점의 성숙기</li> <li>제2브랜드 발굴 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>성공도우미</li> <li>한식 프랜 차이즈 (세계 진출)</li> <li>브랜드 가치 극대화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>높은 기준을 제시(품질, 맛, 서비스, 운영, 청결)</li> <li>성과로 평가 받는 시스템 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강한 한국식 소스류 개발 (각종 장류, 김치)</li> <li>한식을 재해 석, 재창조한 메뉴개발</li> </ul>

## 지속가능경영전략

본아이에프(주)는 지속가능한 성장을 이여가기 위하여 세계 최고의 한식 프랜차이즈라는 비전을 가지고 있습니다.

이러한 비전에 맞추어 지속가능한 성장이 진행되고 있는지 BSC(Balanced Score Card)를 기반으로 한 평가를 진행하고 있으며, ISO 9001/14001을 도입하여 지속적인 개선을 해나가고 있습니다.

### ▶ 비전과 전략

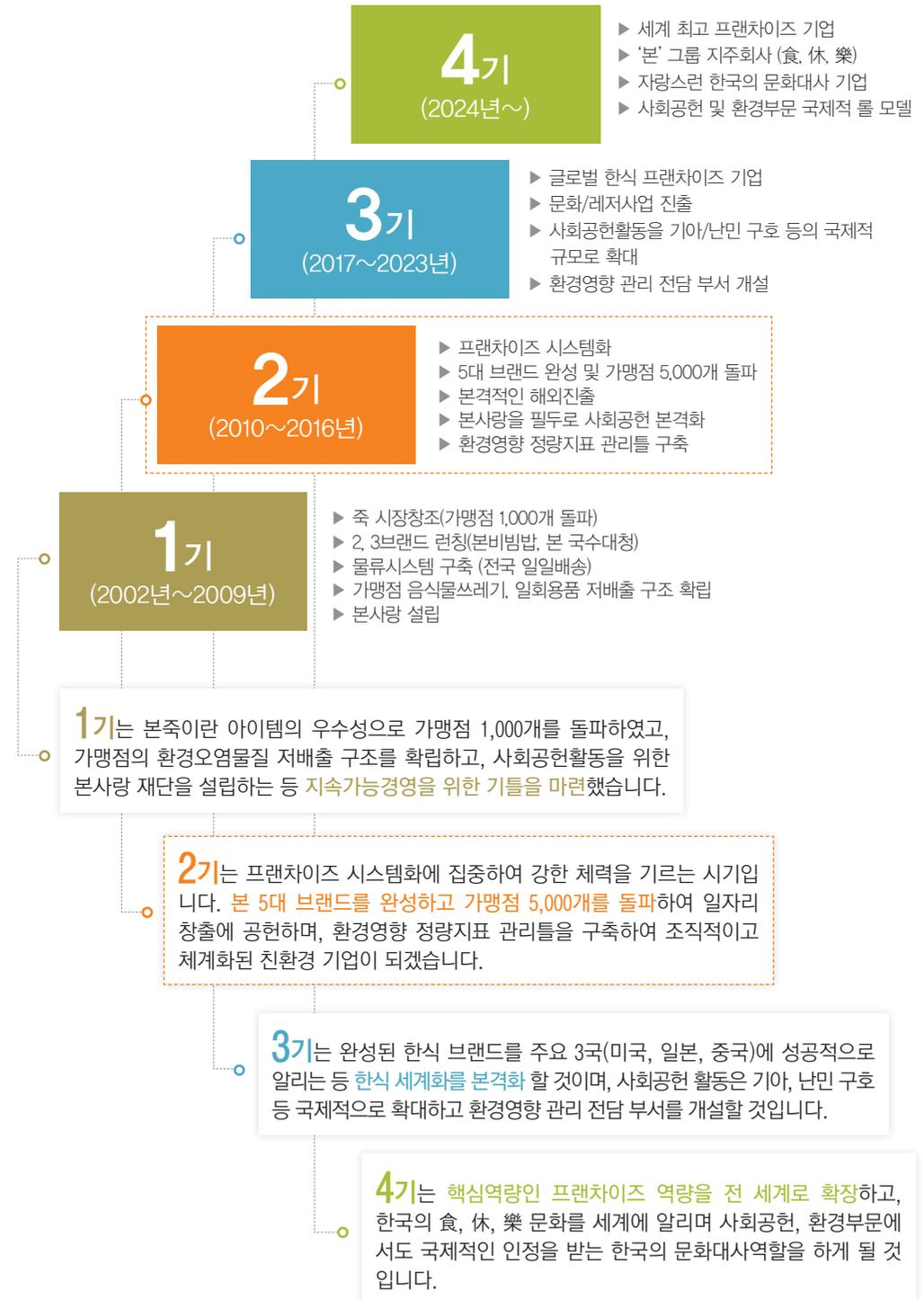
본아이에프(주)는 세계 최고의 한식 프랜차이즈 기업이 되기 위하여 노력하고 있습니다.

본 브랜드의 가치를 극대화하고, 한식의 세계화에 집중할 것이며, 협력회사와 함께 성장하여 가치를 창출하는 관계를 만들어나갈 것입니다. 또한 전 세계에 모범이 되는 프랜차이즈 시스템을 만들고, 최고의 인재들을 양성해내는 프랜차이즈 사관학교로서의 역할을 하는 기업이 될 것입니다.

본아이에프(주)는 '성공을 돕기 위해' 내부직원이 학습하고 성장하여, 모든 업무 프로세스들이 PDCA(Plan Do Check Action)의 사이클로 지속적인 개선이 이루어질 수 있도록 관리하고 있습니다. 그렇게 가맹점 사장님들의 성공을 돕고 고객에게 사랑 받는 기업이 되겠습니다. 그 결과로 본아이에프(주)는 자연스럽게 지속적으로 성장하는 기업이 될 수 있을 것입니다.



## 지속가능경영 Roadmap



## 이해관계자

본아이에프(주)의 주요 이해관계자는 내부직원, 가맹점 사장님, 협력회사, 고객, 지역사회입니다. 본아이에프(주)는 모든 이해관계자와의 지속적인 커뮤니케이션을 통해 함께 성장하도록 노력하고 있습니다.



가맹점 만족도      고객 설문

이해관계자	주요 관심사	대응 전략
직원	<ul style="list-style-type: none"> <li>자아실현</li> <li>인정과 포상</li> <li>보상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>인재교육</li> <li>복지혜택</li> <li>기업문화</li> </ul>
고객	<ul style="list-style-type: none"> <li>맛있고 건강한 음식</li> <li>청결하고 친절한 서비스</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>품질보증 먹거리</li> <li>감동적인 서비스</li> </ul>
가맹점 사장님	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역사회 존경</li> <li>안정된 수입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>브랜드 이미지 제고</li> <li>마케팅활동</li> <li>맞춤형 경영지도</li> </ul>
협력회사	<ul style="list-style-type: none"> <li>동반성장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>정보공유</li> </ul>
지역사회	<ul style="list-style-type: none"> <li>사회공헌</li> <li>커뮤니케이션</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기부 및 도움 활동</li> </ul>

본아이에프(주)는 주요 이해관계자를 고객, 가맹점사장님, 내부직원, 협력회사, 지역사회로 분류하고 이들과 함께 성장하는 지속가능경영을 전개하고 있습니다. 성공을 돕는 기업이 라는 경영이념을 통하여 이해관계자의 주요관심사를 만족시키기 위한 대응전략을 실행하고 있습니다.

본아이에프(주)는 각각의 이해관계자들과 월/분기/반기/연간 계획을 세워 대화 채널을 마련하고 있습니다. 또한 설문 등의 공정한 평가를 통해 이해관계자의 불만을 파악하여 개선점을 찾고 있습니다.



본사랑 바자회



협력회사 온라인 설문조사

### 이해관계자 의사소통

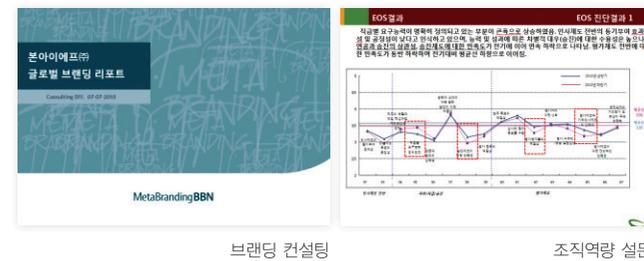
이해 관계자	의사소통채널	소통주기	목적
직원	본아카데미	주 1회	전 직원 교육 경영설명회 전사 전략 공유
	팀장평가회 / 임원회의	월 1회	팀들간 성과중심 및 문제해결 의사소통 임원들간 의사소통
	임직원 설문	반기 1회	전략준비도와 인사제도에 대한 만족도 측정
	워크샵	연 2회	직원/팀간 의사소통, 동기부여
고객	온라인	상시	고객밀착
	본 매니아	분기	로열티 고객을 선발하여 본 브랜드 평가 및 홍보 활동
	사외보	분기1회	본브랜드 소식 제공
	지속가능경영보고서	연 1회	본아이에프(주)의 지속가능경영 전략 및 활동을 공유
가맹점 사장님	지역별 워크샵	월 1회	가맹점사장님 동기부여 및 매출 활성화
	정기교육	월 3회	가맹점사장님 서비스 및 레서피 표준 유지 교육 본사 전략 및 정책 전달
	수퍼바이저 방문	월 1회	가맹점 표준 서비스 점검 및 본사와의 의사소통 역할
	만족도 설문	반기 1회	가맹점사장님들을 대상으로 본사 운영 및 교육에 관한 의견 취합
협력회사	협력회사 설문	반기 1회	협력회사 대상으로 만족도 설문
	업체와의 간담회	분기 1회	협력회사와의 문제 사전 해결
	협력회사 워크샵	연 1회	협력회사와 파트너십 강화
지역사회	본사랑 활동	상시	본아이에프(주)의 사회공헌 활동 장학사업, 구호사업
	섬김의 날 운영	월1회	본사직원이 빈곤층, 취약계층 등 사회적 약자에게 봉사

## 중대성 평가

### 다양한 채널 통한 중대성 평가 시행

본아이에프(주)는 지속가능한 경영을 위하여 경영활동 및 이해관계자가 가장 시급하고 중대하게 생각하는 이슈들을 선정하고 있습니다.

내부직원 설문조사, 가맹점 만족도 조사, 고객설문조사, 협력회사 설문조사, 외부 컨설팅 등의 다양한 채널을 통하여 중대성 이슈를 선정하고, 우선적으로 해결하기 위해 노력하고 있습니다.



브랜드 컨설팅

조직역량 설문

	Very High	High	Medium
경영	<ul style="list-style-type: none"> <li>제 2의 성장동력</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>경영 시스템</li> <li>브랜드가치 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외진출</li> </ul>
고객	<ul style="list-style-type: none"> <li>클레임 예방</li> <li>상대적 서비스 우위</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>안전한 식재료</li> <li>맛있는 음식</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가격</li> </ul>
가맹점 사장님	<ul style="list-style-type: none"> <li>매출향상</li> <li>원재료 가격상승</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>C/D급 가맹점</li> <li>주변 동일 매장 출점</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>브랜드별 계절적 취약</li> </ul>
내부직원	<ul style="list-style-type: none"> <li>공정한 인사제도 평가 및 보상</li> <li>실무학습과 성장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>복리후생, 공정한</li> <li>임직원 커뮤니케이션</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>임직원 고충처리</li> <li>윤리교육</li> </ul>
협력회사	<ul style="list-style-type: none"> <li>원가 관리 정보공유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>동반성장 지원</li> <li>커뮤니케이션</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>협력회사 CSR</li> </ul>
지역사회	<ul style="list-style-type: none"> <li>공헌활동 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역사회 커뮤니케이션</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역투자</li> </ul>

본아이에프(주)는 외식시장의 웰빙 트렌드와 한식 세계화라는 정부정책과 맞물려 좋은 기회를 맞이하고 있습니다. 그러한 반면 외식업의 낮은 진입장벽은 위험이 되기도 합니다. 본아이에프(주)는 이러한 기회를 살리기 위해 웰빙 음식 이미지를 강화하고, 한식을 앞세운 해외 진출에 앞장선다는 전략을 가지고 있습니다. 또 프랜차이즈 시스템을 강화하고 제2 브랜드를 성공적으로 안착시켜 시장환경의 위험을 능동적으로 극복해 나가겠습니다.



# Creative Management

- 창조경영\_ 한식의 재창조  
한식의 표준화  
한식의 프랜차이즈화  
한식의 브랜드화  
한식의 세계화  
한식의 브랜드 결합
- 2010년 창조경영\_ 본도시락  
CI 변경 및 핵심가치 설정



## 창조경영 • Creative Management

2010년은 본아이에프(주)에게 제 2의 성장 동력이 마련된 한 해였습니다. 한식의 새로운 표준을 만들고, 재창조하여, 세계적인 한식 프랜차이즈 기업으로 거듭나기 위한 디딤돌을 마련하였습니다. '본도시락'으로 대한민국 1,600만 가정의 주방을 대체하는 한식 편의점의 기반을 마련하는 원년이었습니다. 나아가 글로벌 프랜차이즈 기업으로 나아가기 위한 첫걸음으로 회사의 얼굴인 CI를 새로 만들었습니다.

## 창조경영

### '한식의 재창조'

본아이에프(주)는 세계 최고의 한식 프랜차이즈가 되는 비전을 가지고 있습니다. 다른 기업들이 외국에서 들어온 음식으로 프랜차이즈 사업을 하고 있을 때 본아이에프(주)는 한식에 주목하였습니다. 본아이에프(주)는 한식으로 전인미답의 길을 걷고 있으며, 맥도날드가 햄버거로 미국 문화를 전파하듯이 한식으로 한국의 문화를 전파하겠습니다.



### ▶ 비전과 전략

본아이에프(주)는 외식시장에서 한식이 외면 받고 있을 때 한식에 주목했습니다. 우리의 한식을 브랜드화 하고 표준화하는 창조경영을 해왔습니다. 그 성과로 한식 프랜차이즈 최초로 1,200개 가맹점을 오픈하며 한식 프랜차이즈 시장을 선도하고 있습니다. 이제 그 동안의 노하우를 바탕으로 한식 세계화에 앞장서는 회사가 되고자 합니다.

### ▶ 창조경영성과



### ▶ 한식의 표준화

#### 레시피 통일, 식자재 중앙공급, 철저한 조리법

프랜차이즈의 핵심은 표준화된 품질의 상품과 서비스를 고객에게 제공하는 것입니다. 한식이 프랜차이즈화 되기 힘든 이유는 익숙함입니다. 한국인 모두가 한식에 익숙하고 조리 경험이 있기에 레시피의 표준화가 어렵습니다.



본아이에프(주)는 그러한 문제를 해결하기 위해 레시피 통일, 동일한 식자재 중앙공급, 창업 전 철저한 조리교육을 실시합니다. 그 때문에 1,200개 어느 가맹점을 가도 동일한 맛과 품질을 느낄 수 있는 본아이에프(주)의 본죽이라는 성과를 거둘 수 있었습니다.

### ▶ 한식의 프랜차이즈화

#### 한식 프랜차이즈 최초 1,000호점 돌파

본아이에프(주)의 대표 브랜드 본죽은 2002년 대학로 본죽 1호점을 시작으로 7년 만인 2009년에 전국 1,000호점을 돌파하였습니다. 단순한 양적 증가만이 아닌 연평균 폐점율 1%대의 안정성도 지니고 있습니다.

본죽의 이러한 성장은 한식으로도 프랜차이즈 사업이 성공할 수 있다는 것을 보여주었습니다.



전국 본죽 운영매장 (2010년 12월기준 1,084개)

## 창조경영



### ▶ 한식의 브랜드화

#### 본죽, 본비빔밥, 본국수대청, 본도시락

본아이에프(주)는 본죽, 본비빔밥, 본국수대청, 본도시락의 4가지 브랜드를 가지고 있습니다.

본아이에프(주)는 4가지 브랜드에 향후 1가지 브랜드를 추가하여 100년 가는 장수 한식 브랜드를 만들고 가맹점 사장님들의 성공 파트너가 되며 한식 세계화에 앞장서는 한식의 문화대사 역할을 할 것입니다.

브랜드	본죽	본비빔밥	본국수대청	본도시락
고객층	전 연령층 (아기부터 노인까지)	20대 이상 (2030 여성 집중)	20대 이상 (2030 여성 집중)	10대 이상 (학생/직장인 집중)
키워드	웰빙 슬로우 푸드	웰빙 다이어트 비빔밥	웰빙 스타일리쉬 누들	웰빙 라이트 푸드
컨셉	Wellbeing Slow Food	Wellbeing Balanced Food	Wellbeing Stylish Food	Wellbeing Light Food
전략	• 즉석조리의 맞춤 즉 • 기능성 강화 영양죽	• 균형잡힌 다이어트식 • 다양한 비빔밥 소스 • 채식주의자의 선택	• 다양한 색깔 요리 • 세련된 인테리어 • 차별화된 부가메뉴 (샐러드, 완자)	• 배달 시행 편의성 강화 • 테이크 아웃 (간식, 도시락) • 브런치, 러너 고객집중
가격	Premium	Premium & Practical	Premium	Reasonable
출점 상권	1,000대 상권	• 100대 상권 • 본죽&비빔밥 매장 300개	100대 상권 & 백화점	1,000대 상권 & 푸드코트

### ▶ 한식의 세계화

#### 한국의 맥도날드를 꿈꾸며

본아이에프(주)의 비전은 세계 최고의 한식 프랜차이즈 기업이 되는 것입니다. 맥도날드가 햄버거 프랜차이즈 사업으로 미국 문화를 전파하듯이, 본아이에프(주)는 한식 프랜차이즈 사업으로 한국문화를 세계에 전파하고자 합니다.

현재 본아이에프(주)는 중국 3개점, 일본 1개점, 미국에 4개점이 진출해 있습니다. 아직 그 숫자는 미미하지만 이제 그 전진기지의 역량이 갖춰지고 있으며, 과거의 시행착오를 거울 삼아 본격적인 해외 진출의 시대를 열게 될 것입니다.

#### 본아이에프(주) 해외진출 현황



## 창조경영

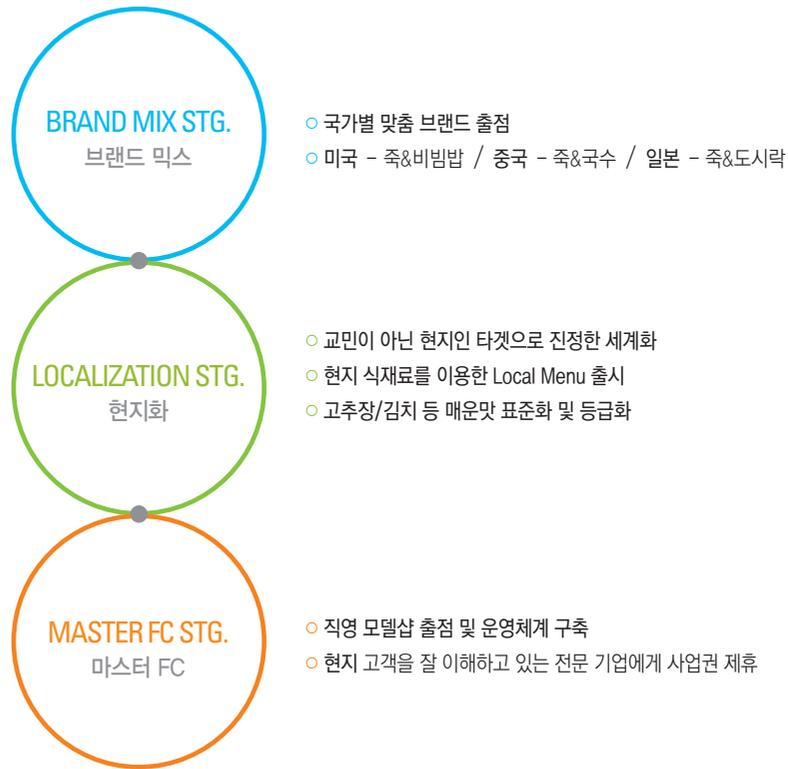
### ▶ 본아이에프(주) 한식 세계화 전략

한식 세계화를 위한 본아이에프(주)의 3대 전략은 다음과 같습니다.

첫째, **브랜드 믹스 전략**입니다. 이제까지 단일 브랜드로만 진출을 했었지만, 앞으로는 성공 가능성을 한층 높이기 위해 국가별 맞춤 브랜드를 결합하여 진출할 것입니다.

둘째, **현지화 전략**입니다. 한식이라고 하여 교민만을 대상으로 하는 것이 아니라, 철저히 현지화를 하여 한식의 진정한 세계화를 이루겠습니다. 현지 식재료를 이용한 로컬메뉴를 출시하고, 고추장/김치 등의 매운맛을 등급화하여 현지인의 입맛을 사로잡을 것입니다.

셋째, **마스터 FC 전략**입니다. 2009년까지 직영점으로 모델샵을 만들어 진출하겠다는 전략을 사용하였지만, 실제로 직영점 운영만으로는 현지화의 어려움을 겪었습니다. 따라서 직영 모델샵 운영과 동시에 고객을 잘 이해하고 있는 현지 외식 전문 기업에게 프랜차이즈 사업권을 제휴하는 전략을 전개하려고 합니다.



### ▶ 브랜드 결합

#### 한국의 맥도날드를 꿈꾸며

본아이에프(주)는 시너지를 창출할 수 있는 브랜드를 묶어서 본죽&비빔밥이라는 프리미엄 브랜드를 가지고 있습니다. 2010년에는 프리미엄 브랜드 출점에 집중을 하였고, 향후에 프리미엄 매장 300개 오픈을 목표로 하고 있습니다. 전략적인 브랜드 결합을 통해 본죽이나 본비빔밥 단일 매장보다 더욱 더 성공할 수 있는 브랜드를 만들겠습니다.

#### 본죽 & 비빔밥 cafe



브랜드	본죽 & 비빔밥
고객층	전 연령층
컨셉	본죽 및 비빔밥의 대표메뉴로 구성된 프리미엄 카페
키워드	Wellbeing Rice & Porridge Cafe
전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 죽(Hot)과 비빔밥(Cold)의 계절적 약점을 보완</li> <li>• 단독 매장으로 입점이 어려운 상권 공략</li> <li>• 젊은층을 위한 카페형 인테리어 및 분위기</li> </ul>
출점 전략	신도시 상권, Mall 상권 (백화점, 마트)
주요메뉴	본죽의 메뉴와 본비빔밥의 대표메뉴로 구성
매장평수 (기본)	20~30평
창업비용	1억~

## 2010년 창조경영 \_ 본도시락

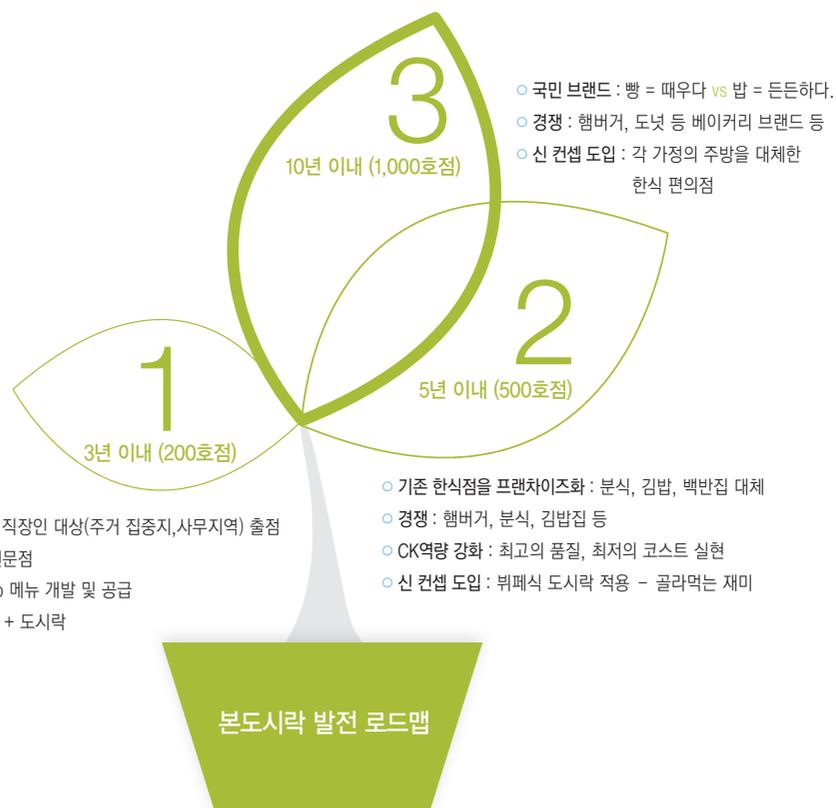
### ‘한식의 재창조’

본아이에프(주)는 세계 최고의 한식프랜차이즈가 되는 비전을 가지고 있습니다. 이미 죽이라는 한식을 재창조하여 ‘본죽’이라는 결실을 얻었습니다.

‘본죽’은 한식 프랜차이즈 최초로 전국 1,000개 가맹점을 오픈하는 성공을 거둘 수 있었습니다. 본아이에프(주)는 본죽을 넘어서는 브랜드를 목표로 2010년 ‘본도시락’을 새롭게 런칭하였습니다.

### ▶ 2010년 성과

본아이에프(주)는 본죽을 잇는 제2의 성장동력을 목표로 본도시락 브랜드를 새롭게 런칭하였습니다. ‘본도시락’은 대한민국 1,600만 가정의 주방을 대체하는 한식 편의점이 되는 것이 목표입니다. 다양한 반찬을 공급하기 위한 CK와 편의성 강화를 위한 배달 시스템을 도입하였습니다.



### ▶ 다양한 도시락

#### CK를 통한 다양한 반찬류 공급

도시락이 매식시장에서 성공하려면 메뉴, 반찬의 다양성이 전제되어야 합니다. 아무리 맛있는 음식이라고 해도 여러 번 먹으면 질리게 되어 있습니다. 여러 번 먹어도 질리지 않으려면 반찬류가 다양하고 새롭게 바뀌어야 하는데 각각의 가맹점에서 운영하기에는 한계가 있습니다. 이를 해결하기 위해서 본아이에프(주)는 중앙집중식 조리 매장(Central Kitchen)을 도입하였습니다.



### ▶ 편리한 도시락

#### 배달 시행으로 매출 향상

일본에서 도시락 산업이 성공한 이유는 Take-out 문화가 발달해 있기 때문입니다. 그러나 한국은 Take-out 대신에 배달 서비스가 발달해 있습니다. 결국 고객이 원하는 것이 무엇인가에 초점을 맞추어 본도시락 경희대 모델점에 다양한 도시락과 배달 시스템을 도입하였습니다. 고객의 니즈에 맞추어 리뉴얼한 결과 3배 이상의 매출 상승이라는 놀라운 결과를 얻을 수 있었습니다.



배달시행

## 2010년 창조경영 \_ CI 변경 및 핵심 가치 설정

### 맛있는 건강

본아이에프(주)는 글로벌 진출을 위한 첫 단추로 중소기업진흥공단이 진행한 글로벌 브랜드 육성 사업에 참여하여 브랜드 아이덴티티 정립 및 CI를 새로 제작하였습니다.



본죽이라는 브랜드로 많은 사랑을 받았고, 그 이미지는 고객들이 마음속에 자리잡고 있지만, 체계적인 브랜드 관리와 글로벌 진출을 위한 초석으로 브랜드 아이덴티티 정리, 브랜드 관리전략 및 새로운 CI 제작이 필요했습니다.

2010년 본아이에프(주)는 중소기업진흥공단의 지원을 받아 브랜드 아이덴티티 정립, CI 및 기타 어플리케이션 제작, 슬로건을 확정지었습니다.

본아이에프(주)의 브랜드 아이덴티티의 핵심 가치로는 '건강에 이로운 - healthy' 로 결정되었고, CI는 건강을 상징하는 초록색으로 스마일과 죽을 푸는 국자를 형상화 한 모양으로 디자인되었습니다.

그리고 외식기업으로 맛 부분을 간과할 수 없기 때문에 슬로건은 '맛있는 건강'으로 결정하였습니다.



신규app - 쇼핑백



신규app - 명함



본아이에프(주)는 시너지를 창출할 수 있는 브랜드를 묶어서 본죽&비빔밥이라는 프리미엄 브랜드를 가지고 있습니다. 2010년에는 프리미엄 브랜드 출점에 집중을 하였고, 향후에 프리미엄 매장 300개 오픈을 목표로 하고 있습니다. 나아가 프리미엄 브랜드가 본죽이나 본비빔밥 단일 매장보다 더욱 더 성공할 수 있는 브랜드를 만들겠습니다.

# Economic Performance

- 2010년 경영전략
- 2010년 경제성과
- 2010년 주요 재무지표



## 경제성과 • Economic Performance

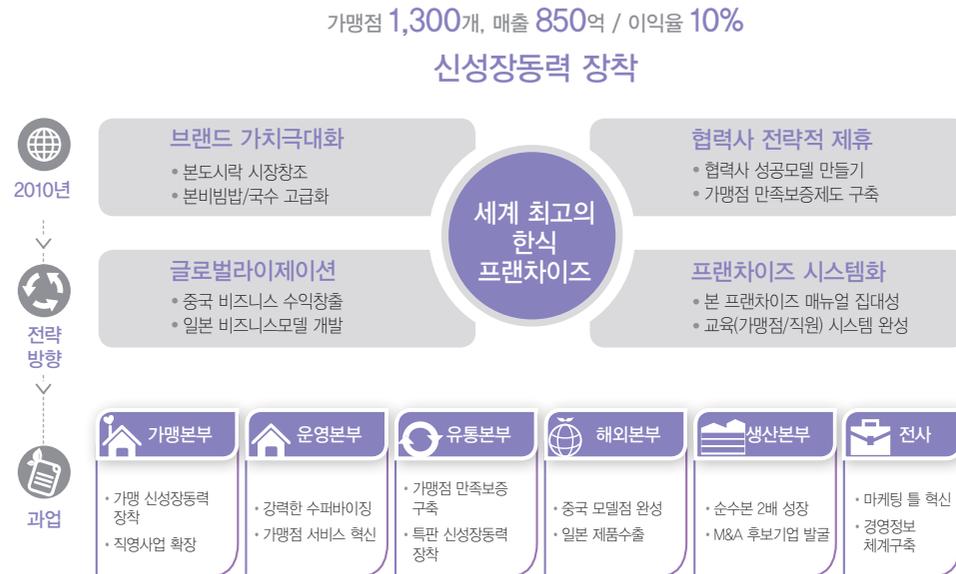
본아이에프(주)의 성장은 2010년에도 지속되었습니다. 전년대비 가맹점 수가 123개 늘어난 1,208개 매장, 그리고 매출 규모는 전년대비 41%가 늘어난 908억원(본사)을 달성하였습니다. 그 결과 2009년에는 한식 프랜차이즈 회사중 매출액 부문에서 3위였으나, 2010년에는 2위로 올라설 수 있었습니다. 이로써 2011년에는 창립 9년 만에 매출액 1,100억 원 돌파를 눈앞에 두고 있습니다. 본아이에프(주)는 세계 최고의 한식 프랜차이즈가 되는 것을 목표로 핵심역량 강화 및 신성장동력 발굴에 주력하고 있습니다.

## 2010년 경영전략

2010년은 본아이에프(주)가 중견기업으로 성장하기 위해 브랜드 가치 극대화, 협력사 전략제휴, 글로벌라이제이션, 프랜차이즈 시스템의 4가지 핵심전략 방향을 가지고 내실을 다지는 해였습니다. 정성적으로 새로운 CI 도입을 통한 브랜드 전략 수립, 협력회사 만족경영 실시, Master FC 발굴로 해외진출 전략 방향 수정, 슈퍼바이저의 질적,양적 성장을 통한 가맹점 관리 수준향상이라는 성과를 얻었습니다. 정량적으로는 매출액 및 영업이익 규모에서 폭발적인 성장을 이루어냈습니다.

### ▶ 2010년 전략맵

2010년에는 가맹점 1,300개, 매출 850억이라는 전사 정량목표를 가지고 있었고, 신성장동력으로 본도시락을 런칭하며 경영 시스템에서 중견기업으로의 기틀을 잡아가는데 주력하였습니다. 세계최고의 한식 프랜차이즈를 목표로 지속가능경영을 위한 회사 기초체력 다지기에 집중하였습니다.



## 경제성과

본아이에프(주)의 성장은 2010년에도 지속되었습니다.

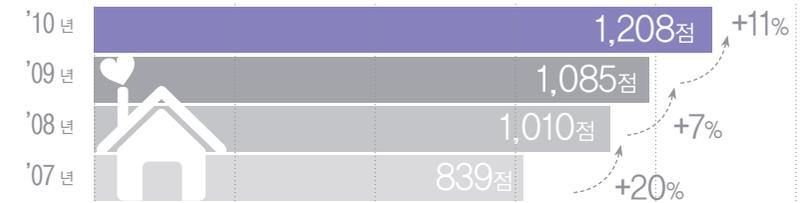
가맹점 수는 전년대비 123개가 증가한 1,208개 매장, 본사매출은 전년대비 263억이 증가한 908억을 달성하였습니다.

매출구성부분에서도 2009년에는 가맹점에 식부자재를 공급하는 운영사업의 비중이 78%였으나 2010년에는 69%로 비중이 낮아지면서 매출의 질적 개선도 이루어지고 있습니다.

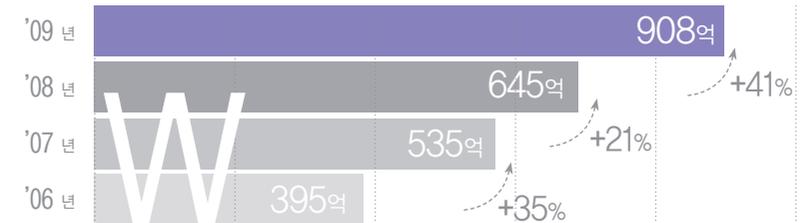
### ▶ 비전과 전략

본아이에프(주)의 성장은 2010년에도 지속되었습니다. 2008년 가맹점 1,000호점을 돌파한 이래 2010년도에 새로운 123개의 가맹점이 본아이에프(주)의 식구가 되었습니다. 가맹점수의 증가와 가맹점 매출 향상에 힘입어 가맹본사의 매출도 전년대비 41%가 상승한 908억을 달성하였고 2011년에는 창립 9년 만에 매출액 1,100억 돌파를 목전에 두고 있습니다.

가맹점포수 증감 (브랜드별 총 운영 점포수)



매출 성장률



## 2010년 주요 재무지표

### ▶ 2010년 주요 성과

2010년에도 본아이에프(주)는 가파른 성장세를 이어갔습니다. 그 결과 2009년에는 매출액 부문에서 한식 프랜차이즈 3위였으나 2010년에는 2위가 되었습니다. 장기적으로 세계 최고의 한식 프랜차이즈가 되는 것을 목표로 하고 있으며, 이를 위해 핵심역량 강화 및 신성장동력 발굴에 주력하고 있습니다.

### ▶ 경영성과

지속적인 창조, 혁신 경영의 결과 안정화 단계인 2009년에는 전년대비 매출이 30% 상승, 2010년에는 35% 상승 하였고, 2011년에는 창사 9년 만에 매출액 1,100억 원을 달성할 것으로 예상하고 있습니다.

### 최근 3개년 요약 및 향후 전망 재무재표

단위 : 백만

		2008년	2009년	2010년	2011년(E)
요약 대차대조표	자산	14,745	20,452	28,762	36,574
	부채	6,765	8,778	11,969	14,000
	자본	7,980	11,674	16,793	22,574
요약 손익계산서	매출액	53,555	64,345	90,853	110,000
	매출원가	37,700	42,375	62,007	77,000
	영업이익	4,103	4,996	7,091	8,800
	당기순이익	2,919	3,694	5,119	6,600
주요 비율	매출원가율	70.39%	65.86%	68.25%	70.00%
	영업이익율	7.66%	7.76%	7.80%	8.00%
	당기순이익율	5.45%	5.74%	5.63%	6.00%
	ROE	36.58%	31.64%	33.53%	33.53%
	부채비율	71.1%	73.9%	62.0%	62.0%
인원	91	136	178	200	

### ▶ 사업별 매출액 구성

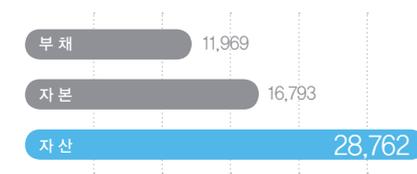
본아이에프(주)의 주요 수익원은 가맹점에 본사 물품을 공급하여 발생하는 수입입니다. 2009년도에는 이 부분이 전체 매출의 약 78%를 차지하고 있었습니다. 2010년 매출이 균형적으로 이루어질 수 있도록 가맹점 개설, B2B 영업 등의 신성장동력을 발굴하는 노력을 하였습니다. 그 결과 운영사업 부분의 매출비중이 78%에서 69%로 감소하여, 매출비중 구조를 개선하는 효과를 거둘 수 있었습니다. 향후에도 다양한 매출원을 발굴하여 균형잡힌 매출 구조로 체질 개선해 나가겠습니다.

(단위 : 백만원)

매출구성	2009년	비중	2010년	비중	내역
가맹사업	10,224	16%	17,890	20%	가맹점 개설
운영사업	50,389	78%	62,470	69%	제품공급
직영사업	3,353	5%	4,953	5%	직영점 운영
기타	379	1%	5,540	6%	B2B영업
합계	64,345	100%	90,853	100%	

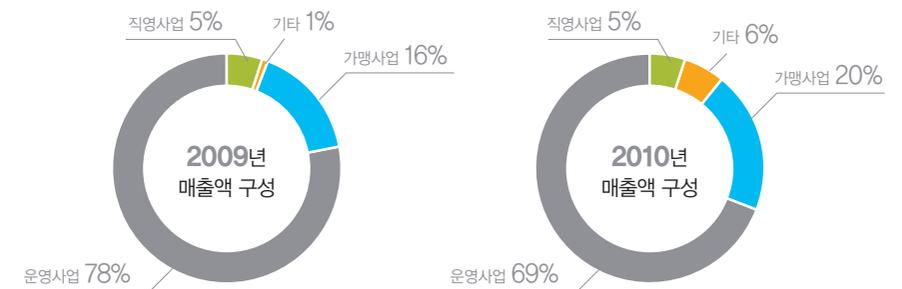
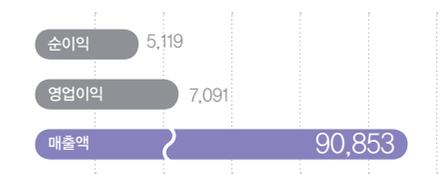
### 자산/부채/자본 비율

2010년 기준 (단위 : 백만원)



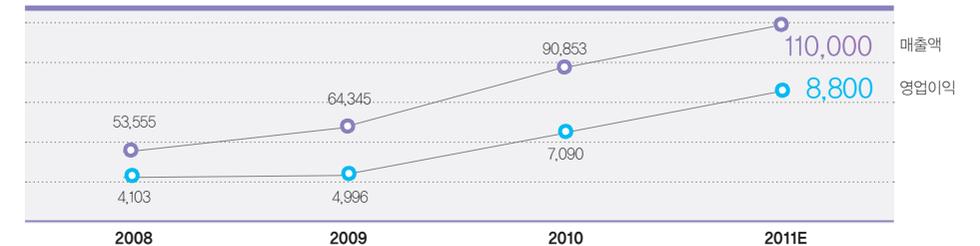
### 수익성

2010년 기준 (단위 : 백만원)



### 매출액 및 영업이익 추이

2010년 기준 (단위 : 백만원)



# Social Performance

- 고객만족 경영
- 가맹점사장님 만족 경영
- 직원만족 경영
- 협력회사 만족경영
- 사회공헌
- 본사랑 활동



## 사회성과 • Social Performance

지속가능한 경영의 핵심 키워드는 바로 고객입니다. 본아이에프(주)는 2010년을 '고객불만 제로의 해'로 정하고, 고객만족 경영을 전개해 왔습니다. 그 결과 이데일리 EPN이 조사한 프랜차이즈 한식전문점 고객만족도 부문에서 1위에 올랐습니다.

또한 본아이에프(주) 가맹점을 찾으시는 고객님들을 위해 지난해 본포인트 카드를 도입하였습니다. 이 카드는 2012년부터 전국 1,200개 본아이에프(주) 모든 가맹점에서 이용하실 수 있게 됩니다.

본아이에프(주)는 2015년 5,000개 가맹점 오픈을 목표로 가맹점사장님 만족 · 고객만족 경영을 실현해 갈 것입니다.

## 고객만족 경영

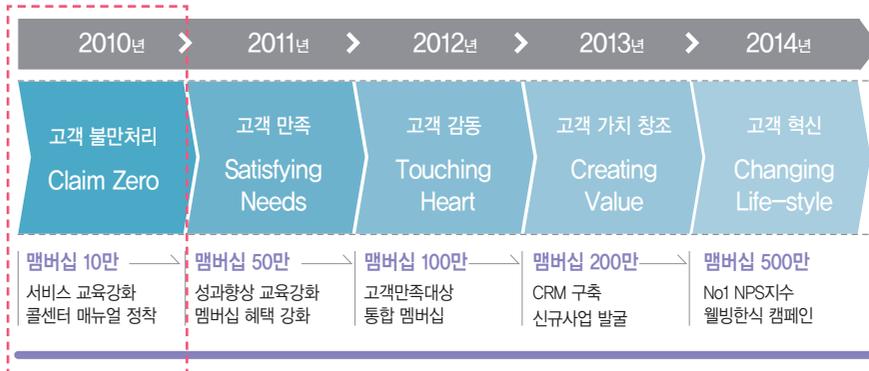
고객에게 외면 받는 기업은 살아남을 수 없습니다. 본아이에프(주)의 가맹점이 1,200여 개로 늘고, 한식 대표 브랜드로 성장하면서 고객이 우리에게 바라는 기대 수준도 높아졌습니다.

따라서 고객만족 경영을 위해서는 기본을 지키며 더욱 전략적인 접근이 필요합니다.

### ▶ 비전과 전략

지속가능한 경영의 핵심 열쇠는 고객에게 있습니다. 고객에게 선택 받는 것이 기업활동의 처음이자 끝입니다. 본아이에프(주)는 지속가능한 고객만족을 위해 2010년부터 2014년까지 5개년 전략을 수립하였습니다. 특히 2010년은 지속가능한 고객만족 전략의 원년이었습니다. 구성원 모두 고객 클레임 제로를 목표로 노력하였고, 로열티 고객관리의 기초가 될 포인트 카드를 본격적으로 도입하였습니다.

#### 지속가능 고객만족 전략



2010년에는 고객의 불만이 없도록 서비스의 기본전략을 마련하였습니다.

2011년에는 고객이 기대하는 서비스를 만족스럽게 제공할 것입니다.

2012년에는 고객이 기대치 못한 정성이 담긴 서비스를 제공할 것입니다.

2013년에는 고객의 평생친구와 같은 브랜드로 자리매김 할 것입니다.

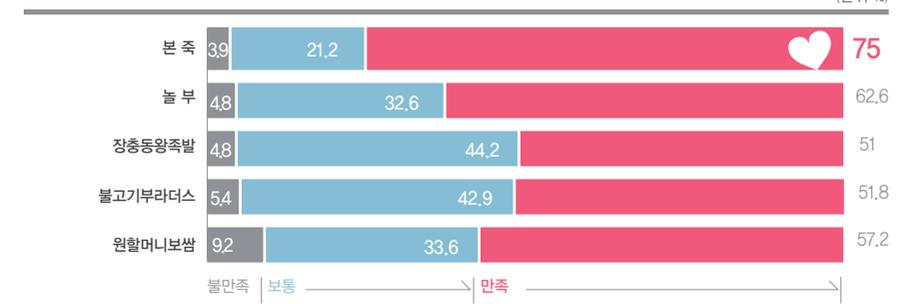
2014년 고객의 생활에 Wellness를 더하는 Life-style을 제안할 것입니다.

### ▶ 고객 만족도 1위, 전년대비 클레임 건수 증가

2010년은 고객만족 경영 원년의 해로 삼고 서비스의 기본을 닦는 데 주력하였습니다. 그 결과로 2011년 이데일리 EPN이 조사한 프랜차이즈 한식전문점 중 만족도 부문에서 한식 브랜드 중 1위를 차지하였습니다.

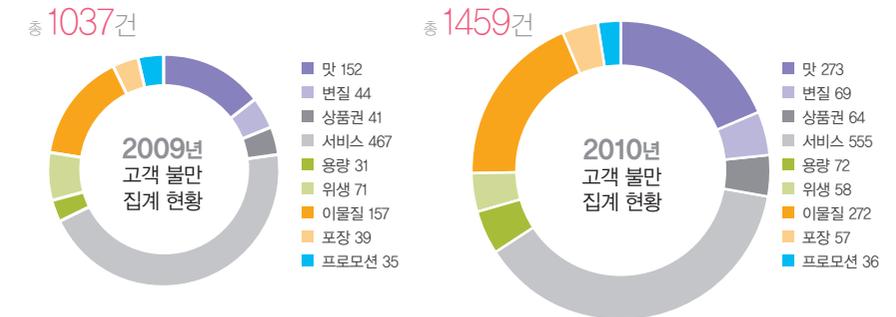
그러나 본사에서 집계하고 있는 고객 클레임 건수는 2009년에 비해 422건이 증가하였습니다. 이는 판매되는 제품의 수가 늘어나고, 온라인 등의 발달로 고객불만이 증가하는 추세에도 일부 원인이 있습니다. 그러나 가장 큰 원인은 고객이 본아이에프(주)에 바라는 기대치가 높아졌기 때문이라고 할 수 있습니다. 본아이에프(주)는 항상 위기 의식을 가지고 고객의 기대에 부응하기 위한 노력을 기울여 나가겠습니다.

한식브랜드 만족도



출처 : 프랜차이즈 랭킹 - 한식 전문점 [http://efn.edaily.co.kr/Brandnews/NewsTotalRead.asp?sub\\_cd=DJ&newsid=02282886596246296](http://efn.edaily.co.kr/Brandnews/NewsTotalRead.asp?sub_cd=DJ&newsid=02282886596246296)

#### 유형별 고객불만 집계현황



- 2010년 고객불만 총 접수건수 : 1,459건
- 2009년 총 1,037건, 전년대비 **422건 ↑**
- 2010년 월 평균 고객불만 접수 건수 : 121.6건 접수 (2009년 월 평균 86.4건, 전년대비 **35.2건 ↑**)

## 고객만족 경영

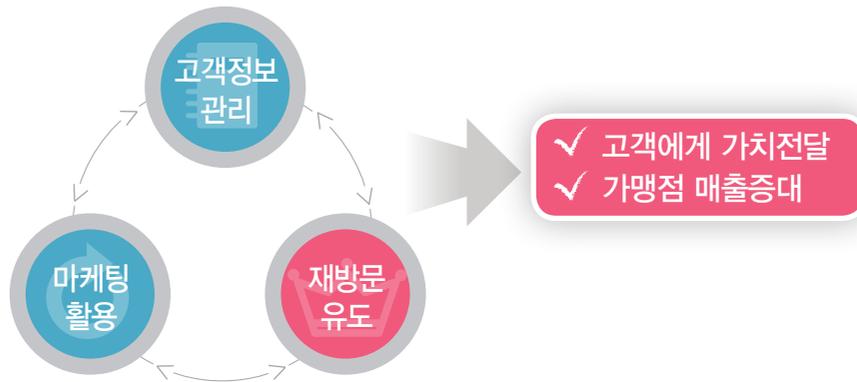
### ▶ 본포인트 카드 도입

본아이에프(주)는 가맹점을 찾아 주시고 이용해 주시는 고객님들께 더욱 더 가까이 다가서기 위해 본포인트 카드를 도입하였습니다.

본포인트 카드를 통하여 본죽을 사랑해주는 고객님들을 좀더 체계적으로 관리하고, 더 많은 가치를 돌려드리려 합니다.

포인트 적립뿐만 아니라 본아이에프(주)에서 시행하고 있는 이벤트, 프로모션의 정보 전달, 기념일 관리 등 본아이에프(주)의 가맹점을 이용하는 자부심을 느낄 수 있도록 해드리겠습니다.

2010년부터 도입한 본포인트 카드는 2011년까지 해당 매장에서 사용하는 것을 시작으로, 2012년부터는 전국 1,200개 본아이에프(주) 모든 가맹점에서도 이용하실 수 있게 됩니다.



### ▶ '본 매니아' 활동

본아이에프(주)는 본 브랜드를 사랑하시는 고객님들을 대상으로 하여 매 분기별로 '본 매니아'를 선발하고 있습니다. 본 매니아는 본 브랜드에 대한 모니터링과 브랜드 홍보대사의 역할을 하고 있습니다.

본 매니아에게는 다녀온 매장을 본인의 블로그에 홍보할 수 있도록 하는 블로그 포스팅 과제 및 신 메뉴 홍보, 신 메뉴 시식 등의 활동과 연극, 영화관람 등의 문화활동, 본사랑과의 CSR 활동체험, 본 브랜드 마케팅 활동 제안 및 PT 경연 등 다양한 활동내역으로 진행하게 됩니다.

2009년 1분기에 시작된 본 매니아 활동은 2011년 7월, 4기까지 임기를 마쳤으며, 현재 5기 본 매니아를 모집하고 있습니다.



본 매니아 수료식



본 매니아 발대식



본 매니아 정기미팅



본 매니아 문화활동

## 가맹점사장님 만족 경영

프랜차이즈 산업의 가장 큰 장점은 동일자본 효과입니다. 이는 가맹점사장님의 자본과 본사의 자본이 결합되어 하나의 자본으로 경영되는 시너지 효과를 말합니다. 본아이에프(주)의 2010년 매출은 908억 원이지만, 가맹점 전체 매출은 2,500억 원에 육박합니다.

이것은 본 브랜드의 가치를 더욱 높여주고 있습니다.

### ▼ 비전과 전략

본아이에프(주)는 1,200여 개 가맹점과 함께하고 있습니다. 가맹점당 평균 4인이 근무하고 1,200개 가맹점에서 약 4,800여 개의 신규 일자리가 창출되었습니다.

가맹점 사장님의 성공을 도와야 한다는 미션을 가지고 2015년 5,000개 가맹점과, 20,000개 이상의 일자리 창출을 목표로 본아이에프(주)는 노력하고 있습니다.

### ▼ 가맹점사장님 만족 경영

구분	내용
고용창출	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1,200여 가맹점</li> <li>• 4,800개 이상의 고용창출</li> <li>- 가맹점당 평균 4인 일자리</li> </ul>
높은 수익성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 본족 평균 창업비용 6천만원(부동산 비용 제외)</li> <li>• 평균 영업이익률 30~25%</li> <li>• 평균 투자자본 수익률 월 3.5~2.0%</li> <li>• 연평균 폐점율 1%대의 안정성</li> </ul>
가맹점 사장님 만족경영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역별 워크샵</li> <li>• 우수가맹점 포상</li> <li>• 가맹점주 경조사 지원</li> <li>• 본족인 패밀리데이</li> </ul>

### ▼ 본족인 패밀리데이

많은 프랜차이즈 기업들이 '가맹점이 성공해야 본사가 성공한다.' '가맹점이 만족해야 본사가 만족한다'는 구호를 외치고 있습니다. 그러나 그 구호를 행동으로 실천하는, 진정성을 가진 가맹본사는 많지 않습니다. 본아이에프(주)는 현재에 만족하지 않고 좋은 기업을 넘어 위대한 기업이 되는 것을 목표로 하고 있습니다. 위대한 기업이 되는 길은 기업의 가치와 행동이 일치하는 진정성에 있습니다. 본아이에프(주)는 말로만 가맹점사장님 만족을 외치는 것이 아니라 실제적인 한가족이라는 자부심을 드리기 위해 2010년 10월 본족인 패밀리데이를 개최하였습니다.

본족인 패밀리데이는 전국 1,200개 모든 가맹점 사장님이 모여서 함께 식사하며, 공연을 즐기고, 한가족, 본족인이라는 자부심을 느낄 수 있는 본아이에프(주)의 축제였습니다.

우수가맹점에 대한 포상도 전년도 300만 원에서 600만원으로 대폭 강화하였습니다. 가맹본사가 열심히 일하시는 가맹점 사장님들의 성공 도우미라는 것을 다시 한번 확인시켜 드린 뜻 깊은 행사였습니다.



본족인 패밀리데이

## 가맹점사장님 만족 경영

### ▼ 5스타 매장 선정

본아이에프(주)에서는 2010년부터 맛, 서비스, 청결, 본사인 증상품, 기부 활동의 5개 영역에서 우수가맹점을 선정하여 포상하는 5스타 매장제도를 도입하였습니다. 분기에 한 번씩 포상하게 되며, 전년도에 연간 12개 매장을 포상한 것에 비해 8개 많아진 20개의 매장에게 혜택을 드리고 있습니다.

또한 5가지 항목으로 우수매장을 선정하게 되어 가맹점 사장님이 매장 운영을 하는 데 있어서도 세분화된 관리가 가능하게 되었습니다.



5스타 매장로고

구분	내용
누리샘 가게	• 본사 조리법을 준수하여 가장 맛이 좋은 매장
기쁨해 가게	• 고객에게 가장 친절한 서비스를 제공하는 매장
맑은누리 가게	• 청결하고 위생적인 매장
바름 가게	• 본사에서 공급하는 품질인증 상품 사용이 많은 매장
마음새 가게	• 어려운 이웃에게 사랑을 나누는 매장

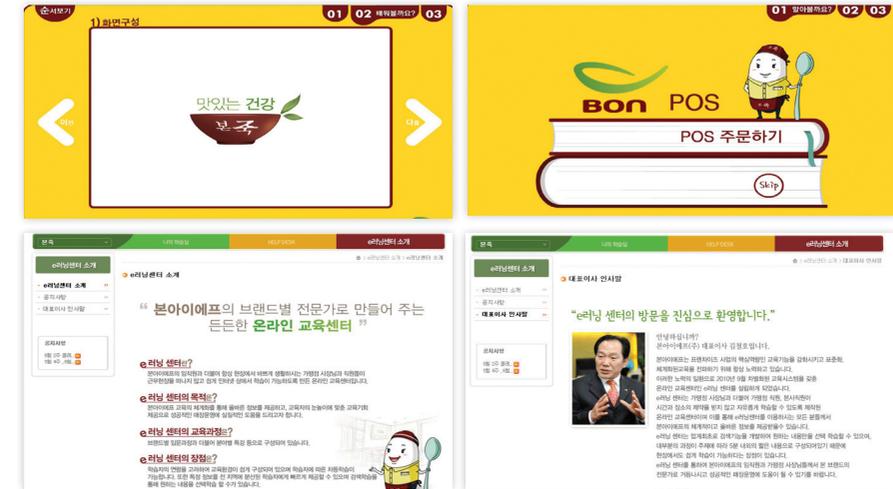
### ▼ E러닝 센터 오픈

2010년은 본아이에프(주)의 교육시스템에도 혁신적인 한 해였습니다.

업계 최초로 온라인 교육시스템인 E러닝 센터를 도입하였습니다. E러닝 시스템은 가맹점 사장님이 원하시는 시간대, 원하시는 내용만을 선택적으로 학습할 수 있게 하여 학습 효과를 높였습니다.

그리고 가맹점에서 일하는 직원에게도 가맹점 사장님이 본사에서 받은 교육내용을 전달하는 것이 아닌 직접교육을 받는 것과 동일한 교육을 할 수 있게 되었습니다. 즉 가맹점의 서비스, 레서피 등의 준수 효과도 높일 수 있게 되었습니다.

향후 콘텐츠의 양적, 질적 보완을 지속적으로 시행해 나가겠습니다. 동시에 가맹점에 학점관리 시스템을 도입하여 최고 수준의 가맹점 사장님들로 학습, 성장하시는 데 도움을 드리도록 하겠습니다.



e-러닝 센터

## 직원만족 경영

본아이에프(주)가 지속가능한 좋은 기업이 되고, 좋은 기업을 넘어 위대한 기업이 되려면 회사와 가치를 함께하는 열정 넘치는 인재들이 필요합니다.

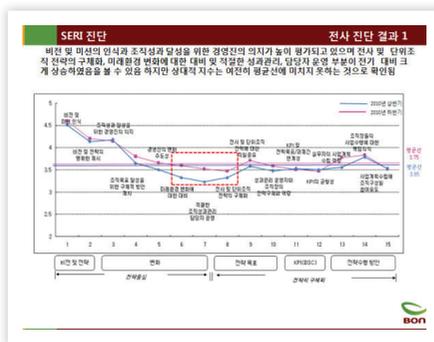
본아이에프(주)는 내부직원들이 학습하고 성장할 수 있는 기회를 제공해 주며, 창의성을 발휘할 수 있는 업무 환경을 제공하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

### ▶ 2010년 주요 성과

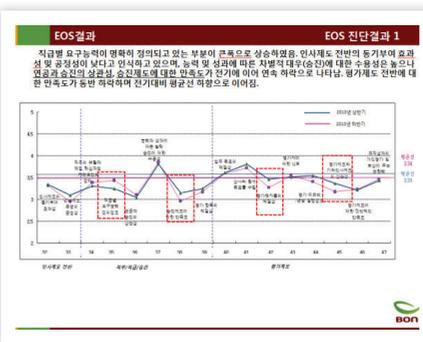
내부직원이 학습하고 성장해야만 기업이 성장할 수 있습니다. 훌륭한 경력을 가진 인재를 외부에서 영입할 수도 있지만, 위대한 기업으로 가기 위해서는 처음부터 기업의 가치관을 배우고 성장한 인재가 반드시 필요합니다. 본아이에프(주)는 학습조직을 만들기 위해 2010년에는 2009년보다 직급별 필수 이수 학점을 늘렸습니다. 학점관리제도의 궁극적인 목표는 전 직원이 매일매일 학습할 수 있도록 하는 것입니다. 그리고 직원들이 재충전과 함께 창의력을 발휘할 수 있도록 하기 위해 리프레시 워크샵, 어플리케이션 센터 등의 스마트 오피스 공간을 새로 만들었습니다.

### ▶ 2010년 주요 복리후생

구분	내용
학점 강화	• 직급별 20~40학점씩 강화
어플리케이션 센터	• 휴식공간, 자유로운 아이디어 공간
리프레시 워크샵	• 1년 이상 직원 리프레시 워크샵
동호회 활동	• 친목, 리프레시, 창의성 강화를 위한 동호회 활동 지원



조직역량 설문



인사제도 설문

### ▶ 학습문화 강화

2010년도에는 직급별 필수 이수 학점을 상향 조정하였습니다. L1 ~ L4까지 120학점에서 160학점으로 강화하였으며, 지속적으로 의무 이수 학점을 상향 조정하여 본아이에프(주)를 학습하는 조직으로 만들어가고 있습니다.

#### 연도별 직급별 필수 이수 학점

직급 / 연도	2009년	2010년	2011년
L4	120	160	190
L3	120	150	170
L2	100	130	150
L1	100	120	130

### ▶ 본 5대 아카데미

#### 1. 본아카데미

본아이에프(주)를 대표하는 아카데미로서 매주 월요일 아침 07:30 ~ 09:00까지 진행됩니다. 내부 교육, 온라인교육은 물론 정운천 전 농림수산부장관, 류태영 전 건국대 부총장, 문국현 전 유한킴벌리 CEO 등 사회 저명인사들을 직접 초빙하여 임직원 교육에 힘쓰고 있습니다.

#### 2. 독서 아카데미

이미 독서하는 기업으로 정평이 난 본아이에프(주)는, 전 직원이 1년 간 100권의 책 읽기 운동을 진행하고 있습니다. 직급별로 월간 필독서를 선정하여 전 직원의 깨달은 점 업무 적용점을 공유합니다. 아울러 독서아카데미를 별도로 운영하여 매월 2회씩 분야별 유력독서를 선정하고, 프레젠테이션 후 업무 적용점을 찾는 활발한 토론을 진행하면서 발표능력, 업무능력을 향상시키고 있습니다.



“독서 아카데미와 외국어 아카데미(중국어)를 수강하고 있습니다. 매일 아침 8시까지 출근해서 1시간씩 자기계발을 하는 셈인데 독서 아카데미 같은 경우 실제 직무에 관련된 내용을 다루고 있어 지식습득도 빠르고 학습의욕도 높습니다. 대학졸업 후에도 이렇게 자기계발을 할 수 있어서 매우 만족스럽습니다.”

마케팅 팀 전병재 사원 인터뷰

## 직원만족 경영

### 3. 외국어 아카데미

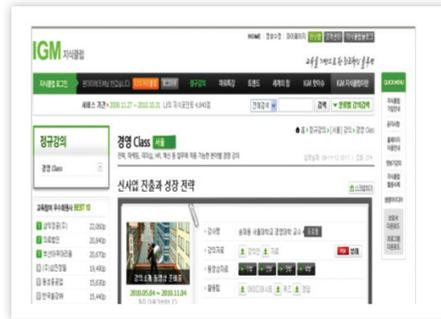
한식의 세계화를 표방하고 있는 본아이에프(주)는, 이에 발맞추어 '외국어 아카데미'를 개설, 전 직원의 1인 2개 국어 배우기 운동을 전개하고 있습니다.

현재 중국시장 진출의 일환으로 '중국어 아카데미'가 외부 전문기관의 유명강사를 초빙하여 진행되고 있으며, 2010년부터는 '영어 아카데미'를 추가하여 전 임직원의 글로벌 역량 강화에 더욱 박차를 가하고 있습니다.

### 4. 지식아카데미

본아이에프(주)는 매달 팀장 평가회의를 갖습니다. 평가회의 때 팀장들을 대상으로 리더십을 배양하고 경영지식을 습득하기 위해 지식 아카데미도 진행하고 있습니다.

IGM세계경영연구원과 제휴하여, 사회의 유명인사, 지식인들의 강의를 온라인으로 학습하여 중간관리자의 경영관리능력 개발에 만전을 기하고 있습니다.



IGM 지식강의

### 5. 본 프랜차이즈 아카데미

본아이에프(주)는 프랜차이즈 가맹사업의 특성상 전문적인 '가맹관리 직무능력'을 갖춘 직원을 육성하고자 '사내강사 인증제'를 도입하였습니다. 각 직무별 업무능력이 탁월한 직원을 사내강사로 임명하여, 해당 직원의 사기를 진작시키는 한편, 해당 분야에서 업무가 탁월한 직원의 직무 노하우를 전 직원이 함께 공유할 수 있도록 프랜차이즈 아카데미를 설립, 운영하고 있습니다.



사내인증 강사  
현성운 과장

### ▶ 성과평가 제도

본아이에프(주)는 성과 평가에 전산시스템을 도입하고 체계적인 피드백을 제공하고 있습니다. 이러한 투명하고 공평한 성과평가제도를 통해 임직원들이 자신의 능력을 인정받고 발전할 수 있는 일터를 만들어 가고 있습니다.

구분	내용
업적평가	• 분기별 진행 • 개개인이 설정한 업무목표에 대하여 팀장 및 본부장으로부터 분기별로 평가
역량평가	• 반기별 진행 • 업무와 조직구성을 고려하여 최소 20명 이상에게 평가를 받게 되는 다면평가
영업직군 인센티브	• 영업직군(가맹, 슈퍼바이저) 월/분기 매출, 이익목표 달성 시 동기부여를 위해 인센티브 지급
성과급	• 성과에 따라 차등 지급하며 평균적으로 업계 최고 수준의 성과급을 지급 (2010년 평균 400%)



인사평가 시스템



체계적인 피드백 제공

## 직원만족 경영

### ▼ 복리후생

규모는 대기업에 못 미치지만 직원들에게 복리후생혜택은 대기업 이상 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 기본적인 4대 법정보험은 물론이고, 학자금 지급, 자기계발을 위한 선택적 복리제도 등 교육지원과 명절선물, 경조금, 강화도 여행지원 등 情 문화강화를 위해 다양한 복지혜택을 직원들에게 제공하고 있습니다.

구분	내용
본족인 5대상을 제정하여 연/반기/분기/월별로 포상	포상에 따라 유급휴가 및 해외여행, 국내여행, 상품권 지급
학자금 지급	본인 및 자녀 대학 입학 시 입학축하금 지급
본족 상품권 제공	매월 전국 1,200개 본 브랜드 가맹점에서 사용할 수 있는 상품권 제공
명절선물 지급	추석, 설, 가정의 달, 창립기념일등
휴가비 지급	직급에 따라 하기 휴가 때 40~60만원 지급
선택적 복리후생제도 시행	직급에 따라 80~170만 포인트 제공 자기계발 및 복지용으로 사용가능
펜션 회원가 제공	제주 해비치 호텔, 대명 콘도 등 펜션회원가 제공
마사지샵 제휴	직원들에게 발 마사지샵 이용권 지급
장기근속자 해외연수제공	7년 이상 근속자에게 해외연수 제공
사내 경조금	사내 규정에 따라 본인 생일, 부모님 생신, 결혼, 부고 등의 경조사에 각종 경조금 지급
리프레시 여행	강화도 본사랑 미술관으로 동반 3인까지 1박 2일 리프레시 여행 경비 전액 지원
사내동호회 지원	사내 동아리 등급에 따라 월별 인당 1~5만원 지원금 지급



본족인 포상



마사지샵 제휴



강화도 리프레시 여행권

### ▼ 동호회 활동 지원

임직원의 상하 수평적 의사소통 강화와 취미활동 지원을 위해 본아이에프(주)는 4개의 공식적인 동호회를 결성하여 지원하고 있습니다. 본아이에프(주)의 동호회는 본부장급이 고문으로, 팀장급이 회장으로 활동하며 동호회 구성원의 다양성, 활동빈도, 업무와의 연계성을 고려하여 동호회원들에게 승진포인트 및 차등적인 지원금을 지급하고 있습니다. 동호회 활동을 통해서 임직원들은 가족 같은 분위기를 조성하고, 취미 활동과 업무와의 연계성도 높여가고 있습니다.



동호회 활동

### ▼ 리프레시 워크샵

2009년도 본아이에프(주)의 인턴 1기가 입사하였고, 2010년도에는 입사 1주년을 맞아 리프레시 워크샵을 개최하였습니다. 입사 후 1년 동안 적응과정을 거친 직원들이 지난 시간을 되돌아보고 앞으로의 각오를 다지기 위한 기회가 되었습니다.

본아이에프(주)는 향후에도 입사 1년차, 3년차, 7년차 등 각각 수준별 리프레시 워크샵을 진행할 예정입니다.



입사 1년차 직원 리프레시 워크샵

## 직원 만족 경영

### ▶ 본 어플리케이션 센터

2010년도 본아이에프(주)는 임직원의 휴식과 창의력을 배양하기 위한 어플리케이션 센터를 만들었습니다. 어플리케이션 센터는 직원들이 간단한 다과를 즐길 수 있는 Bar, 게임기, 도서, 최신형 안마의자 등 휴식과 함께 재충전을 할 수 있는 안락한 공간으로 꾸며졌습니다. 직원들은 업무시간 중이라도 언제든지 어플리케이션 센터를 이용할 수 있으며, 자유로운 분위기 속에서 업무 능력을 향상시켜 나갈 수 있습니다.



본 어플리케이션 센터



## 협력회사 만족경영

본아이에프(주)는 협력회사와의 동반성장을 위해 함께 노력하고 있습니다.

반기 1회 협력회사 만족도 설문을 실시하여 협력회사의 목소리를 듣고 있으며, 연 1회 협력회사와 워크숍을 실시하고 있습니다. 협력회사와의 워크숍을 통하여 협력회사와 일체감을 강화하며, 협력회사에 양질의 교육을 제공하여 동반성장하는 노력을 하고 있습니다.

### ▶ 비전과 전략

본아이에프(주)는 전 국민의 먹을거리, 건강을 책임지는 기업입니다. 이러한 막중한 책임을 본아이에프(주) 혼자 힘만으로 수행하기란 쉽지 않습니다. 협력회사들과 한마음으로 동반성장을 모색해 나갈 때만이 그 책임을 다할 수 있습니다.

본아이에프(주)는 협력회사와 동반성장하기 위해 함께 노력하고 있습니다. 협력회사와의 커뮤니케이션을 확대하고, 두 회사간의 가족적인 분위기를 형성하기 위한 워크숍을 지속적으로 개최하고 있습니다. 본아이에프(주)는 협력회사와 동반성장하기 위한 프로그램을 지속적으로 개발, 업계의 본이 되도록 할 것입니다.

### ▶ 협력회사 설문

본아이에프(주)는 약 70개의 협력회사와 비즈니스 관계를 맺고 있으며 연 2회 공정거래, 구매, 품질, 사회공헌, 파트너십 등의 항목으로 평가 및 만족도 설문을 시행하고 있습니다. 2010년에도 상반기와 하반기 2회에 걸쳐 설문을 실시하였습니다. 그 결과 5점 만점에 각각 4.4점 (100점 환산 88점), 4.3점(100점 환산 86점)으로 조사되면서 상반기에 비해 하반기에는 만족도 면에서 소폭 하락하였습니다.

본아이에프(주)는 앞으로 지속적으로 협력회사 만족도 및 평가를 향상시켜 나가기 위해 노력하겠습니다.



## 협력회사 만족경영

### ▶ 협력회사 워크샵

본아이에프(주)는 연 1회 협력회사 임직원들과 강화도 본사랑 미술관에서 1박 2일간 한마음 워크샵을 갖고 있습니다.

워크샵에서는 지속적인 파트너십을 강화하기 위한 외부강사 초청 강의, 협력회사 발표의 시간, 레크리에이션 등 다양한 프로그램으로 진행됩니다. 본아이에프(주)는 협력회사와 단순한 거래업체가 아닌, 가족이라는 마음으로 동반성장의 관계를 모색해 가고 있습니다.



협력회사 워크샵

## 사회공헌

본아이에프(주)는 다양한 사회공헌 활동을 통해 기업의 사회적 책임을 다하고, 모두 함께 더불어 성공할 수 있는 사회를 만들기 위해 노력하고 있습니다.

2009년에 이어 2010년에도 고용을 늘리고, 인턴사원 100% 정규직 전환등 양적, 질적 모두를 만족하는 일자리 창출에 기여 하였으며, 2009년에 설립한 복지재단 본사랑 활동도 2010년에는 나눔, 섬김, 배움의 3파트로 체계화 하였습니다.

### ▶ 2010년 성과

기업의 사회적 책임이 강조되고 있는 시점에 본아이에프(주)는 이윤극대화만을 추구하지 않고 모두가 잘 사는 웰빙을 전하는 기업이 되고자 노력합니다. 더 많은 일자리를 창출하며, 사회에 더 많은 가치 있는 것들을 돌려드리기 위해 노력할 것입니다.

### ▶ 지속적인 고용증가를 통한 사회적 책임 준수

본아이에프(주)는 성장하면서 고용도 늘려가고 있습니다. 2010년에는 새롭게 42명을 고용 하였으며, 비율로는 30%의 인원증가가 있었습니다.

년도(명)	기준인원	신규채용 인원	증감율
2006년	35		
2007년	68	33	94%
2008년	86	18	26%
2009년	136	50	58%
2010년	178	42	30%

매년 35.8명의 인원증가, 매년 평균 52% 신규 채용  
(2006년~2010년)

### ▶ 18명의 인턴 2기 100% 정규직으로 전환

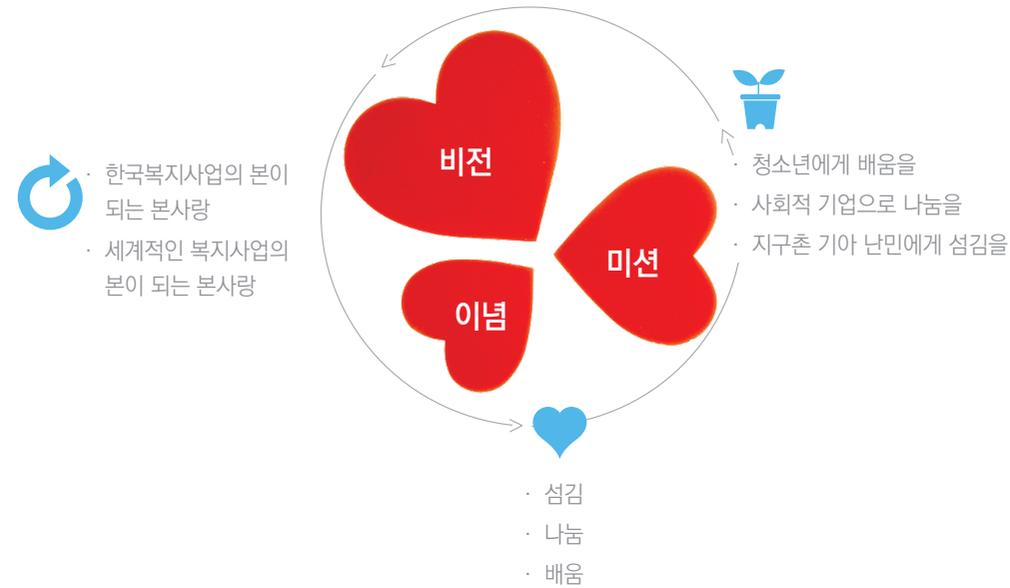
고용증가와 기업의 지속적인 성장은 선순환을 일으킵니다. 본아이에프(주)는 2009년 6명의 인턴을 모집하여 6명 모두 정규직으로 전환하였습니다. 2010년에는 채용인원을 이보다 3배 많은 18명으로 늘렸지만, 지원 경쟁률이 150:1에 이르면서 더욱 우수한 인재를 선발할 수 있었습니다. 100% 정규직 전환이라는 회사 정책이 우수한 인재를 유치하는 데 선순환을 일으킨 좋은 사례였습니다. 2010년 모집한 18명의 인턴사원들 역시 6개월의 인턴과정을 거친 후 모두 정직원으로 전환되었습니다.

## 본사랑 활동

본아이에프(주)는 2009년 본격적으로 사회공헌 활동을 전개해 나가기 위해 복지재단 **본사랑** (<http://www.bonlove.or.kr/>)을 설립하였습니다.

복지재단 본사랑은 섬김, 나눔, 배움의 이념을 바탕으로 취약계층 무료식사제공, 다문화가정 장학금 지원, 재능나눔학교 운영 등 여러 활동을 펼치고 있습니다.

2009년에 이어 2010년에도 본사랑은 사회공헌 활동을 더욱 체계화하면서 활동영역을 더욱 확장하였습니다.



2010년에는 본사랑의 3대 이념인 '섬김, 나눔, 배움'을 기본으로 사회공헌 활동을 체계화시켰습니다. 섬김 파트에서는 죽으로 배고픈 이들을 지원하는 사업을 주로 하며, 나눔 파트에서는 장학사업, 취약계층을 위한 봉사활동인 섬김의 날을 운영합니다.

배움 파트에서는 배움이 필요한 청소년들에게 다양한 배움의 기회를 제공하고 있습니다.



## 본사랑 활동\_ 섬김 파트

본사랑, 2010년에 이런 활동을 했습니다!

2010년 본사랑 재단은 **섬김 파트 활동**으로 결식아동에게 사랑 한 그릇 본죽 보내기 사업, 기아아동들에게 생명의 음식 죽 보내기 사업, 결식아동에게 급식비 보내기 사업 등을 전개하였습니다.



사업명	2009년 현황		2010년 현황							
	4분기		1분기		2분기		3분기		4분기(예정)	
	비용(예산)	수혜인원	비용(예산)	수혜인원	비용(예산)	수혜인원	비용(예산)	수혜인원	비용(예산)	수혜인원
본죽지원사업 창신동 지역집중	360,000원	46명	956,000원	110명						
본사랑 재능장학금	5,408,880원	52명			43,560,000원					
생명의 음식 해외죽지원 사업					43,560,000원					
급식비지원 사업 (일반)					15,450,000원	103명	15,300,000원	102명	15,300,000원	102명
급식비지원 사업 (어린이 재단협력)									7,500,000원	50명

## 본사랑 활동\_ 나눔 파트

본사랑, 2010년에 이런 활동을 했습니다!

**나눔 파트에서는** 장애 또는 취약한 가정환경으로 인해 자신의 재능을 발전시키는 데 어려움이 있는 아동, 청소년들의 학습 및 재능개발을 위해 장학기금을 지원하는 사업을 합니다. 2010년도에는 본사랑 재능장학금, 다문화 가정 지원 장학금, 섬김의 날 운영 등의 활동을 하였습니다.

### 재능장학금 사업내역

구분	초등	중등	고등
총인원	6명	10명	35명

구분	신체장애	정신장애	비장애
총인원	8명	15명	28명
장학생 명단	- 뇌병변 장애 (2명) - 시각장애 (4명) - 청각장애 (2명)	- 자폐증(4명) - 지적장애(11명)	

구분	미술분야	음악분야	체육분야	기타분야
총인원	10명	18명	12명	11명

\*인당 100만원씩, 51명 5,100만원 지원

### 다문화 가정 지원 장학금 사업내역

	2009년(제1회)		2010년(제2회)	
	비용(예산)	장학생 수	비용(예산)	장학생 수
다문화 복돌움 장학금	50,000,000원	87명	127,000,000원	127명
	관련 기관 수	29개	관련 기관 수	72개
	추천 가맹점 (아동)		추천 가맹점 (아동)	77명

## 본사랑 활동\_ 배움 파트

본사랑, 2010년에 이런 활동을 했습니다!

배움 파트에서는 재능을 기부하고 싶어하는 전문가와 꿈을 키우고 싶어하는 청소년이 만나 결실을 맺게 하는 사업을 합니다. 2010년도에는 재능나눔학교, 리더십 캠프 사업을 하였으며 2011년에는 요리를 통해 사회인으로서의 자립을 원하는 청소년에게 자립지원을 하는 본쉐프 사업을 본격화할 예정입니다.



재능나눔학교 입학식



독서지도

	학과명	나눔교사	교급	인원	협력기관	비고
1	성악	정성락	중·고	10명	화곡청소년수련관	
2	독서지도	한우리 독서회	중·고	10명	어린이도서관 날마다 자라는 나무	
3	미술	한국 미술연맹	중·고	10명	철산종합사회복지관	장애&비장애 청소년 통합
4	수화	안산시 농아인협회	초 등	20명	보라매지역아동센터	
5	댄스	최우정	초 등	10명	지구촌지역아동센터	
6	도예	이경은	중·고	50명		경기도 여주 이천지역 장애청소년 대상
계	6			110명		

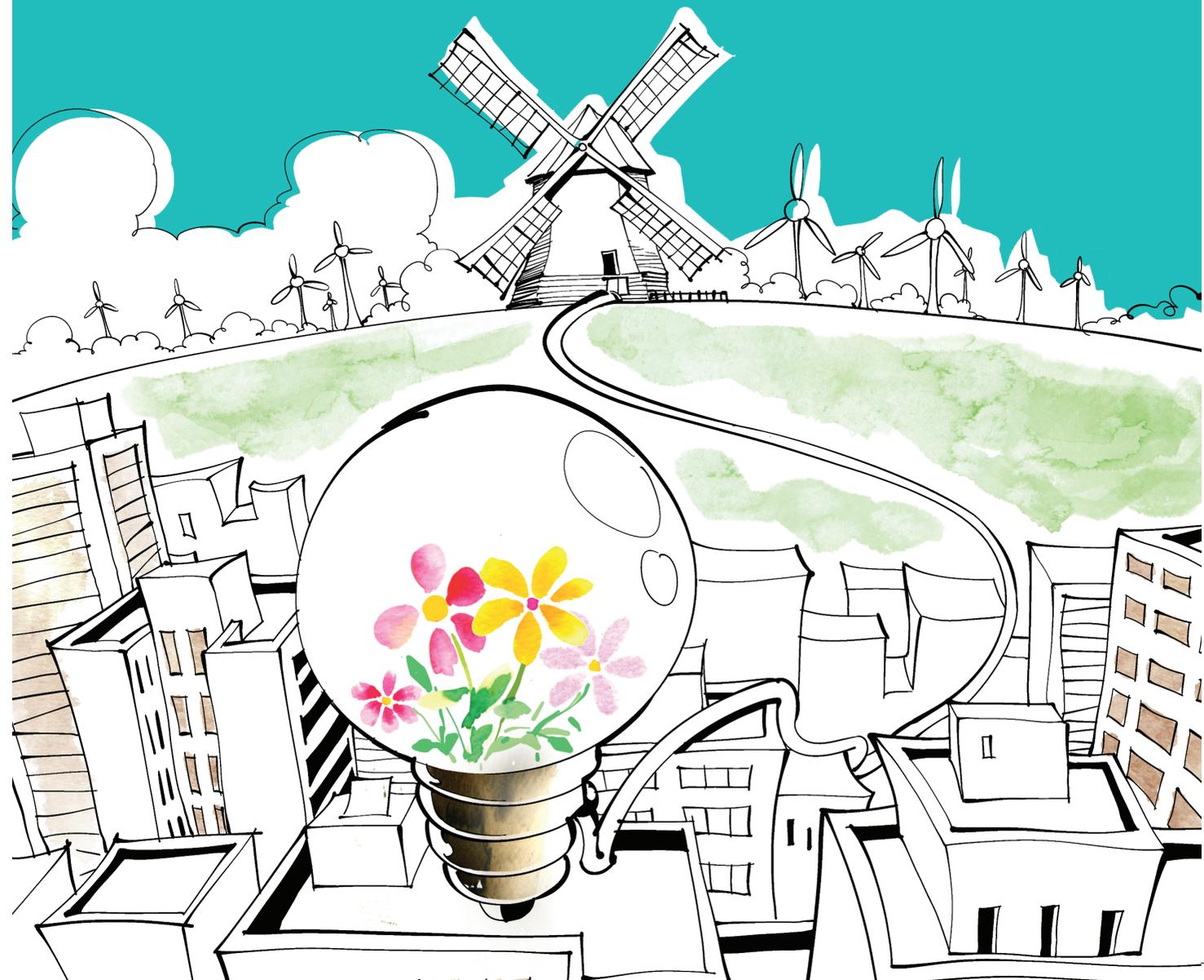
본아이에프(주) 2010 지속가능경영보고서  
2010 Sustainability Report

# Environmental Performance

## 환경성과 • Environmental Performance

본아이에프(주)는 2010년 친환경경영 인프라를 마련한 한 해였습니다. 지속가능한 기업의 경영을 위해서는 친환경 경영시스템이 필요하다는 전제 아래 ISO 14001을 도입하여 2011년 초 인증을 받았습니다.

이 환경경영시스템 인증은 본아이에프(주) 본사는 물론 직영점, 용인물류센터까지 포함하고 있습니다. 사무실의 전기와 사무용품, 물 관리, 직영점의 음식폐기물에 이르기까지 본아이에프(주)는 오염 없이 맑고 깨끗한 우리의 환경을 먼저 생각합니다.



## 환경성과

본아이에프(주)의 웰빙은 환경을 생각합니다. 본죽매장에서는 음식물 쓰레기 감소, 재활용 가능 포장용기를 사용하는 등 환경경영을 실천하고 있습니다. 일반 한식점과 달리 인당 적정량만 제공하여 음식물 쓰레기 배출을 최소화 했고, 재활용 가능한 다양한 포장용기를 도입하여 남기는 음식은 포장도 하고, 포장용기도 가정에서 반찬용기등으로 활용하는 일석이조의 효과를 얻고 있습니다.

### ▶ 비전 및 전략

지구촌 곳곳에서 자연으로부터의 재앙이 증가하고 있습니다. 이러한 재난은 인간의 환경 파괴가 초래한 것이라는 인식 아래 범세계적으로 환경부문에서도 지속가능한 성장이라는 의제가 대두되고 있습니다. 우리나라도 녹색성장을 경제적인 목표로 정하고 있고 이런 추세에 발 맞추어 본아이에프(주)도 '사람의 웰빙' 뿐만 아니라 '환경의 웰빙'도 책임지는 기업이 되기 위해 노력하고 있습니다.

### ▶ 음식물 쓰레기 감소 노력

우리나라의 연간 음식물 쓰레기 배출량은 530만 톤으로 이를 처리하는 비용 및 식자재값, 인건비 등을 합치면 15조에 달한다고 합니다. 음식물쓰레기를 50%만 줄여도 연간 8조원의 경제효과 및 100만 톤가량의 이산화탄소 배출량을 줄일 수 있습니다. 본아이에프(주)는 음식물 쓰레기를 줄이기 위해 이렇게 노력하였습니다.

첫째, 레서피의 표준화하였습니다. 정량의 재료를 사용하도록 레서피를 표준화하고 미리 소분하게 하여 조리 시 음식물 쓰레기 발생을 극소화했습니다.

둘째, 적정량 제공입니다. 일반 한식당들에서 여러 명이 식사할 때 반찬을 한곳에 수북이 내는 것과는 다르게 본죽에서는 철저히 1인식 적정량을 제공합니다. 반찬도 남길만한 분량이 아니라 더 필요한 분들에게만 추가로 제공하는 방식을 취하고 있습니다.

셋째, 포장의 활성화입니다. 본죽은 포장용기를 대/중/소로 분류하여 소비자들이 음식을 얼마만큼 남기더라도 불편함 없이 포장해 갈 수 있게 하였습니다.

이러한 성과로 본죽의 음식물 쓰레기배출량은 타 한식당들에 비해 현저히 낮은 수준을 유지하고 있습니다(기타 한식당 대비 10%이내).



정량 1인식 제공



다양한 크기의 포장용기

### ▶ 음식물 쓰레기 감소 노력

환경오염의 주범 중 하나는 일회용품입니다. 본아이에프(주)는 일회용품을 줄이기 위해 매장 식사 시 일회용품을 쓰지 않으며 포장 시에도 재활용할 수 있는 포장용기와 쇼핑백을 제공하고 있습니다.



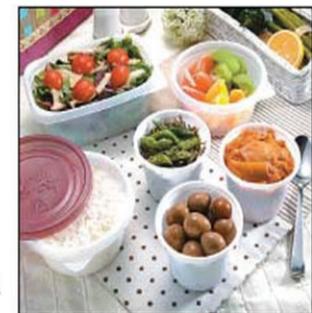
재활용 가능한 본죽 쇼핑백

본죽의 중형 포장용기는 시중에서 판매하는 즉석밥 용기의 크기와 모양입니다. 소형 포장용기는 작은 반찬통 크기로 디자인됐고, 용기의 재질도 열에 강하며 전자레인지에 넣어 데워도 무해한 재료로 만들어져 재활용 할 수 있도록 했습니다. 또한 이러한 정보를 적극 홍보하여 일회용품을 줄이는 노력을 계속해 나가고 있습니다.

제품의 용기는 그 속에 담긴 내용물의 보관과 유통에 적합하게 만드는 것이 최우선이다. 하지만 최근 식품업계와 **화장품업계**를 중심으로 고객조차 생각지 못한 2차적 쓰임새까지 반영한 용기를 만드는 것이 추세로 자리 잡고 있다.

#### ○ 일석이조 '용기' 인기

**죽 전문점 '본죽'의 포장용 플라스틱 용기**는 맛별이 부부와 싱글족의 숨은 니즈(needs)를 파고든 사례다. **회사** 측은 싱글족이나 맛별이 부부는 한 번에 밥을 많이 해서 1인분씩 밀폐용기에 나눠 담아 **냉동**했다가 데워먹곤 한다는 사실에 주목했다. 자사의 죽 포장용기를 밥을 냉동 보관할 때 재사용할 수 있도록 중형 포장용기는 시중에서 판매하는 즉석밥 용기의 크기와 모양으로, 소형 포장용기는 작은 반찬통 크기로 디자인했다. 게다가 용기의 재질은 뜨거운 데도 잘 변형되지 않고 전자레인지에 넣어 데워도 무해한 플라스틱(PP)을 재료로 하고 있어 밥 보관용으로 그만이었다. 그 결과 냉동보관 용기나 도시락 용기로 쓰려고 매장에서 포장 주문을 하는 고객이 늘었다.



본죽의 포장용 용기 즉석밥 그릇으로 재활용

포장용기 활용 기사

## 환경성과

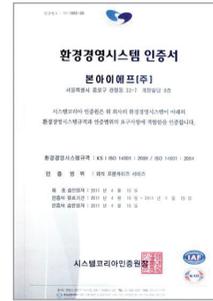
본아이에프(주)는 환경부문에 있어 체계적인 지속가능경영을 실현하기 위해 환경경영시스템인 ISO 14001을 도입하였습니다. ISO 14001은 본아이에프(주) 본사, 직영점, 물류센터에 적용되며 구체적인 환경목표를 제시하는 것 뿐 아니라 환경에 대한 영향도 모니터링 할 수 있게 해줍니다. 물류사업부문도 연비, 적재율을 월별로 분석하여 석탄연료 사용 감소, 오염물질 배출 감소에 힘쓰고 있습니다.

### 2010년 성과

2009년 처음으로 지속가능경영보고서를 발간하면서 환경에 대한 성과를 내기 위해서는 시스템적으로 체계적인 관리가 필요하다는 것을 느꼈습니다. 이에 따라 2010년 ISO 14001을 도입하였고, 본아이에프(주) 본사와 용인 물류센터에 대한 환경영향평가를 실시하였습니다.

### ISO 14001 인증

본아이에프(주)는 2010년 환경경영시스템인 ISO 14001을 도입하여 2011년 초 본사, 직영점, 용인물류센터 모두를 대상으로 인증을 받았습니다.



본사에서는 사무실에서 사용하는 전기, 사무용품, 물에 대한 관리, 직영점에서는 식재료 소분과 고객 식사 시 나오는 음식물 쓰레기, 사용되는 물에 대한 관리를 하고 있습니다. 용인물류센터에서는 차량, 냉동창고 유지를 위한 발전기에서 발생하는 폐기물에 대한 환경영향평가를 실시, 관리하고 있습니다.

월	관리요소	환경목표	세부실천사항
본사	1. 일회용품 관리	1. 에너지 사용량의 지속적 감소: 전력사용량 1% 감소 2. 폐기발생량 감소: 복사용지 사용량 5% 감소 3. 잔반발생량 감소: 전 직영점 발생량 3% 감소	개인컵 사용
	2. 사무용품 관리		이면지 사용, 주기
	3. 에너지 관리		점심시간 소등, 적정 온도유지, 냉난방
직영점	1. 주부식재료의 사용		레시피 준수
	2. 연료(LNG)의 사용		가스 잠그기
	3. 세제의 사용	설거지 모아서 하기	
물류	4. 오수의 발생	정량 제공	주차장 아스팔트파손점검 냉동 냉장창고 관리 출입
	5. 잔반의 발생		
	1. 주차장		
	2. 에너지 관리		



매주 목요일 물류기사 교육

### 물류 사업부문의 노력

본아이에프(주)는 물류 사업부문에서도 적재율을 높이고 지속적인 연비개선 노력을 통해 이산화탄소, 매연배출 감소 및 석탄연료 사용량 감소에 노력하고 있습니다.

본아이에프(주)의 물류센터에서는 매주 목요일 배송기사들에게 공회전, 급발진, 과속 방지 교육과 함께 주간 연비측정을 통한 평가를 시행하고 있으며, 최적화된 배송루트를 분석하여 적재율을 높이고 있습니다.

#### 2010 적재율 및 연비추이

월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
적재율 (%)	81.1	90.5	90.7	92.8	99.6	96.8	72.8	80.2	101.0	100.8	105.8	113.4
연비 (km/l)	6.17	6.29	6.14	6.29	6.22	6.21	6.09	6.03	6.11	6.15	6.19	5.94

적재율 기준 : 차 한대당 130box



본아이에프(주) 2010 지속가능경영보고서  
2010 Sustainability Report

# 부 록



● 보고 ○ 일부보고 ◇ 해당 없음 ○ 미보고

지표 번호	BEST 지표 내용	단계	GRI 관련 지표번호	해당 페이지	충족 정도
<b>A</b>	<b>기업현황 소개</b>				
A_1	지속가능경영에 대한 비전과 이에 대한 CEO 성명서	1	1.1		●
A_2	주요 위험 및 기회요소	1	1.2		●
A_3	기업명	1	2.1		●
A_4	주요 제품과 서비스	1	2.2		●
A_5	주요 부서 조직도 및 자회사, 제휴사 등의 현황	1	2.3		●
A_6	합자회사, 일부 소유 자회사, 임대설비, 외주운영 등의 현황	1	3.8		◇
A_7	해외 사업장 현황	1	2.4/2.5		○
A_8	조직의 법적 소유구조의 성격	1	2.6		◇
A_9	활동 시장의 성격	1	2.7		●
A_10	조직 규모	1	2.8		●
A_11	국내외 산업 및 비즈니스 협회 가입현황	1	4.13		○
<b>B</b>	<b>보고서내용</b>				
B_1	보고범위	1	3.6		●
B_2	보고서 범위 제한 요소	1	3.7		◇
B_3	보고기간	1	3.1		●
B_4	경제적·사회적·환경적 성과의 비용과 효과 산출 기준과 정의	1	3.5		◇
B_5	경제적·사회적·환경적 성과의 측정방법의 변화	1	3.11		◇
B_6	보고주기	1	3.3		●
B_7	보고서 신뢰성 향상을 위한 노력	1	3.13		○
B_8	이전 보고서 이후 변동사항	1	2.9/3.2		●
B_9	보고서 담당자 연락처	1	3.4		●
B_10	BEST 매트릭스	1	3.12		○
<b>C</b>	<b>이해관계자 참여</b>				
C_1	주요 이해관계자의 파악기준 및 선정	1	4.14/4.15		●
C_2	이해관계자 참여 방식	1	4.14/4.16/SO1		●
C_3	이해관계자 참여 결과 및 사용	2	4.17		●
<b>D</b>	<b>지속경영</b>				
D_1	경제적·사회적·환경적 목표	5	-		●
D_2	경제적·사회적·환경적 성과	5	-		●
D_3	향후 지속경영 전략 및 목표	5	-		●

● 보고 ○ 일부보고 ◇ 해당 없음 ○ 미보고

지표 번호	BEST 지표 내용	단계	GRI 관련 지표번호	해당 페이지	충족 정도
<b>EC</b>	<b>경제</b>				
EC1	생성 및 분배된 경제적 가치 창출 및 분배	2	EC1		●
EC2	기후변화에 따른 경제적 영향	3	EC2		◇
EC3	조직의 정액연금제도 약정의 보상범위	4	EC3		○
EC4	주요 사업지역에서 인력 수급 및 조달	4	EC6/EC7		○
EC5	정부 수취 보조금	2	EC4		○
EC6	비핵심사업 인프라 구축	4	EC8		◇
EC7	간접적 경제효과	2	EC9		●
EC8	브랜드 가치	5	-		○
EC9	혁신경영 성과	5	-		●
EC10	창조경영 성과	5	-		●
EC_DMA	경영방식공시_경제		DMA		●
<b>GR</b>	<b>지배구조 및 리스크 관리</b>				
GR1	기업지배구조	2	4.1/4.2		◇
GR2	사외이사 비율	3	4.3		◇
GR3	이사회 구성현황	3	4.2		◇
GR4	이사회 전문성을 나타내는 프로세스	1	4.7		◇
GR5	이사회 경제적, 사회적, 환경적 성과 관리 및 평가 프로세스	1	4.9		◇
GR6	경제·사회·환경 정책을 수립, 실행, 감독하는 조직구조	2	4.10		◇
GR7	임원보상과 조직의 경제적, 사회적, 환경적 성과와의 연계	2	4.5		◇
GR8	이사회 활동내용 및 결정사항	1	-		◇
GR9	기업 지배구조 관련 법규 준수현황	4	-		◇
GR10	기업에서 사용하는 경제·사회·환경 활동에 관련된 현장	1	4.8/4.12		◇
GR11	기업의 사전예방원칙 준수 여부	1	4.11		◇
GR12	주주의 이사회 권고안 및 제안 제출방법	1	4.4		◇
GR13	조직 최상위기구의 이해 충돌 방지 프로세스	1	4.6		◇
GR14	투자 및 협력구축에 있어서 사회적 영향을 고려하는 정책 및 제도	5	신설		◇



● 보고 ○ 일부보고 ◇ 해당 없음 ○ 미보고

지표 번호	BEST 지표 내용	단계	GRI 관련 지표번호	해당 페이지	충족 정도
EM	종업원				
EM1	종업원 현황	3	LA1		●
EM2	종업원과 경영진의 구성현황	3	LA13		●
EM3	남녀 간 종업원 평균 임금	3	LA14		○
EM4	사업지역, 동종산업과 비교한 임금 및 복리수준	3	EC5		○
EM5	고용창출률 및 이직률	4	LA2		○
EM6	평균 근속 연수	4			○
EM7	차별관행 예방정책 및 모니터링 결과	1	HR4		○
EM8	결사자유 정책	1	HR5		◇
EM9	아동노동금지 정책 및 모니터링 결과	1	HR6		◇
EM10	강제노동금지 정책 및 모니터링 결과	1	HR7		◇
EM11	노동조합 관련 조직개요	2			◇
EM12	노동조합 종업원 가입조항 및 가입 종업원 현황	3	LA4		◇
EM13	기업의 운영 변화 시 종업원에 대한 정보 제공, 협의 등에 대한 정책 및 프로세스	1	LA5		○
EM14	안전보건 위원회에 대한 설명	2	LA6		◇
EM15	산업안전보건에 관련된 노사합의 사항	1	LA9		◇
EM16	종업원에 관련된 국제 규범 및 표준 준수현황	4	-		◇
EM17	ILO 협약 중 산업안전보건 관리 항목에 대한 준수현황	4	LA14		◇
EM18	질병예방 및 건강증진 정책과 프로그램	1	LA8		○
EM19	부상 및 질병발생 종업원 수와 결근율	4	LA7		○
EM20	종업원 복리후생 제도	1	LA3		●
EM21	종업원 근로환경 개선을 위한 노력	1	-		●
EM22	종업원 관련 법규 준수 현황	4	-		○
EM23	부당노동행위 제보 프로세스 및 운영현황	4	-		◇
EM24	노동쟁의 현황	4	-		◇
EM25	윤리경영 전담부서, 투자 규모, 보고라인	3	-		◇
EM26	윤리강령에 대한 정기적인 교육 및 지침제공	1	-		○
EM27	종업원 교육훈련 평균시간	4	LA10		●
EM28	종업원 교육훈련 프로그램	1	LA11		●
EM29	성과 및 경력개발 관련 종업원 상담제도 운영	1	LA12		○
EM30	인권관련 교육을 받은 종업원의 비율	1	HR3		◇
EM31	인권관련 교육을 받은 경비, 경호, 보안을 담당하는 종업원의 비율	1	HR8		◇
EM32	임직원의 가족친화경영을 위한 정책과 지원제도	2	-		○
EM33	여성 리더십 개발	4	신설		○
EM34	여성 친화적 업무환경 조성	4	신설		○
EM_DMA1	경영방식공시_인권		DMA		◇
EM_DMA2	경영방식공시_노동		DMA		◇

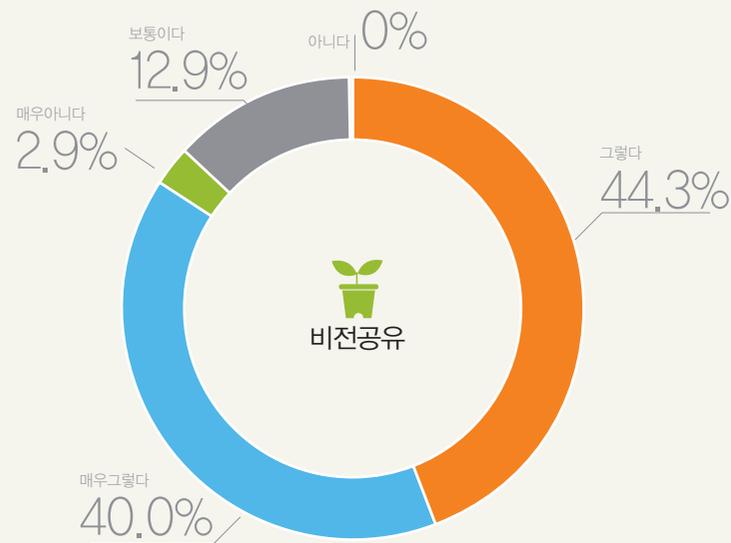
● 보고 ○ 일부보고 ◇ 해당 없음 ○ 미보고

지표 번호	BEST 지표 내용	단계	GRI 관련 지표번호	해당 페이지	충족 정도
EV01	환경정책 및 투자				
EV1	환경관련 투자 및 비용	4	EN3		◇
EV2	환경영향감소를 위한 정책	1	-		●
EV3	정량화된 환경목표 및 성과	1	-		◇
EV4	온실가스 저감 이니셔티브 및 성과	4	EN18		◇
EV5	재생가능한 에너지원 사용현황 및 에너지 효율향상을 위한 이니셔티브	2	EN5/EN6/EN7		●
EV6	천연생태계의 보호 및 복구를 위한 목표, 프로그램	1	EN14		◇
EV02	원재료 및 에너지사용				
EV7	직접 에너지 사용량(운영, 제품생산, 운송 포함)	4	EN3		○
EV8	간접 에너지 사용량	4	EN4		◇
EV9	총 수자원 사용량	4	EN8		○
EV10	물을 제외한 형태별 총 원자재 사용량	1	EN1		◇
EV11	재생원료 사용비율	4	EN2		◇
EV03	환경영향				
EV12	온실가스 배출량	4	EN16		○
EV13	간접 온실가스(CO2, CH4, N2O, HFCs, PFCs, SF6) 배출량	4	EN17		○
EV14	오존파괴물질 배출량	4	EN19		◇
EV15	NOx, SOx 등 주요 대기오염물질 배출량	4	EN20		◇
EV16	형태별, 최종 처리방법별 폐기물의 양	4	EN22		◇
EV17	수계 폐기량	4	EN21		◇
EV18	물의 재활용과 재사용	4	EN1		◇
EV19	조직이 방출한 폐수가 수역 및 생태계에 미치는 영향	4	EN25		◇
EV20	조직의 취수가 수자원 안정성 및 생물다양성에 미치는 영향	3	EN9		◇
EV21	화학물질, 기름, 연료누출로 주변 환경에 미친 영향	4	EN23		◇
EV22	생물다양성 가치가 높은 지역의 사업장 위치, 크기, 생물다양성에 영향을 주는 사례	4	EN11/EN12		◇
EV23	주요 제품과 서비스의 환경적 영향	4	EN26		○
EV24	제품 중 재생가능한 제품 무게와 실제 재생 무게의 비율	4	EN27		○
EV25	간접에너지 감축 성과	4	EN7		◇
EV26	생명다양성 가치가 높은 지역에서의 사업활동 및 운영과 생물다양성에 미치는 영향관리	3	EN12/EN14		◇
EV27	조직의 활동에 의해 야기된 자연서식지의 변화 및 조직이 자연서식지를 보호하거나 복구한 사례	3	EN13		◇
EV28	사업활동지역에서 서식하는 동식물 중 멸종위기 동식물 명단에 등록된 종의 수	3	EN15		◇
EV29	바젤협약 첨부 I, II, III 그리고 VIII 기준 위험 폐기물의 발생, 운송, 수입, 수출, 처리	4	EN24		◇
EV30	물류과정 중 운송의 중대한 환경영향	4	EN29		◇
EV31	환경관련 법규 준수 현황(지역별, 산업별)과 법규 위반 및 벌금 내역	4	EN28		◇
EV_DMA	경영방식공시_환경		DMA		◇



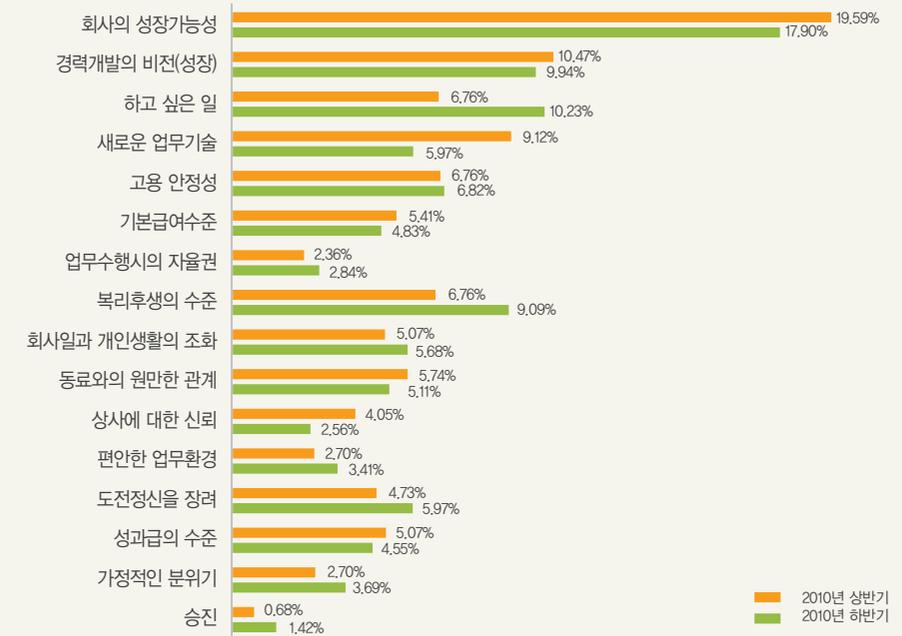
본 설문조사는 2011년 1월 10일~ 15일에 걸쳐 본아이에프(주) 인사시스템을 통하여 설문조사를 시행한 결과입니다.

**설문 1** | 경영진(CEO제외)이 전사 및 담당 사업부의 비전 및 전략을 직원들에게 명확하게 제시하고 있다.



본아이에프(주) 임직원들의 97%(보통이다, 그렇다, 매우 그렇다 응답자)가 전사 비전과 전략을 공유하고 있다고 응답하였습니다. 본아이에프(주)는 공유된 비전으로 움직이는 조직이고, 이러한 역량이 본아이에프(주)의 지속적인 성장에 추동력이 되고 있습니다.

**설문 2** | 본아이에프(주)에서 근무하면서 가장 동기부여를 느끼게 되는 요인은 무엇입니까?



본아이에프(주)는 창사 8년 만인 2010년에 매출액 908억 원, 가맹점 1,200여 개를 달성하였습니다. 그리고 그 꾸준한 상승은 올해에도 계속되어, 2011년에는 1,100억 원 매출을 전망하고 있습니다.

이는 외식 프랜차이즈 기업 중 가장 빠른 성장세이며, 그 성장은 늦춰지지 않고 있습니다. 이에 내부 직원들도 회사의 지속적인 성장과 또한 스스로의 성장에도 가장 큰 동기부여를 느끼고 있다고 할 수 있습니다.

## 수상내역

- 2005년 한국프랜차이즈대상
- 2006년 한국프랜차이즈대상 (해외진출 및 수출부문)  
대한민국대표브랜드 대상
- 2007년 한국프랜차이즈대상  
산자부장관(해외진출)부문 대상
- 2007년 한국소비자웰빙지수 1위
- 2008년 한국프랜차이즈대상 외식부문 중소기업청장상  
김철호 대표이사 서울경제와 대한상공의회소가 주관하는  
(2008 한국창업경영인대상) '대한상의상' 수상
- 2009년 '한국소비자웰빙지수 1위 기업' 선정 (3년 연속 수상)  
김철호 대표이사 한국경제고객만족경영CEO 대상 수상
- 2010년 '한국소비자웰빙지수 1위 기업' 선정 (4년 연속 수상)  
지속가능경영 중소기업 대상(지식경제부 장관상)  
한국프랜차이즈대상 대통령 표창  
중기청 프랜차이즈 수준평가 1등급 획득



2007/2008/2009/2010 4년연속  
한국소비자웰빙지수 1위

한국소비자 웰빙지수는 산업별 상품 및 서비스 공간 등을 대상으로 지속 가능한 삶과 개인적 웰빙을 추구하는 소비자들의 선호 정도를 지수화한 것입니다.



2010 중기청 프랜차이즈  
수준평가 1등급 획득

2010년 중소기업청에서 실시한 프랜차이즈 수준평가에서 본청은 모든 업체 중 유일하게 1등급을 획득하여 가장 높은 수준의 프랜차이즈 기업으로 인정 받았습니다.



2010 한국프랜차이즈대상  
사업최초  
'대통령표창' 수상

한국프랜차이즈대상은 프랜차이즈 가맹본부와 가맹점을 아우르는 국내 최대 최고 권위의 프랜차이즈 관련상으로 지식경제부, 중소기업청 등 정부가 후원하고 있는 권위의 프랜차이즈 상입니다.



한경 2009 대한민국 CEO 대상  
(고객만족경영부문)

창조적이고 탁월한 경영혁신 능력과 차별화된 경영마인드로 선진적인 경영기법을 통해 경제발전을 이끄는 대한민국 대표 경영인에게 부여하는 시상입니다.



국제 프랜차이즈 협회 회원등록

1960년 설립된 프랜차이즈 산업관련 협회로서 프랜차이즈, 프랜차이지, 그리고 공금자 모두를 위한 조직입니다. 프랜차이즈 업계의 기준과 틀을 만들고, 지식과 경험을 공유할 수 있는 장을 만드는 데 의미가 있으며 본청은 한스에서는 최초로 이 협회에 가입하였습니다.



제5회 지속가능경영대상  
중소기업 대상 수상

지식경제부 주관 '지속가능경영대상'은 지속가능경영에 대한 국내 인식을 제고하고, 기업과 기관, 기업인과 개인 그리고 가족의 지속가능경영 우수 사례를 발굴하여 이를 격려하고 포상 및 홍보함으로써 한국 사회의 지속가능한 발전을 도모하고자 하는 상입니다.