

본그룹 지속가능경영보고서

행복한 삶을 창조하는 지식프랜차이즈 그룹

Keep the Principle, Grow the Trust



About This Report

보고서 의의

2010년 프랜차이즈 기업 최초로 지속가능경영 중소기업 대상을 수여하며 지속가능경영보고서를 발간해 온 본아이에프(주)는 처음으로 그룹 차원에서 지속가능경영보고서를 발간하게 되었습니다.

본 보고서는 그룹 차원에서의 경제·사회·환경적 가치창출 성과를 균형있게 담으려 노력하였으며, 본그룹 이해관계자들이 본그룹의 지속경영활동을 잘 이해할 수 있도록 향후 전략방향도 함께 보고하였습니다.

보고서 작성원칙

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) G4 가이드라인의 포괄적 방법(Comprehensive Option)에 부합하도록 작성되었습니다.

보고기간

2014년 1월 1일 부터 2015년 9월 30일까지의 성과를 반영하되, 연도별 추이 분석이 필요한 경우 최근 3개년 성과를 포함하여 반영 하였습니다.

보고서 범위 및 경계

보고경계는 본그룹의 국내 사업장으로 한정하였으며, 특정 계열사에만 해당되는 내용인 경우 해당내용을 본문에 별도 명시하였습니다.

보고 주기

1년에 1회 주기로 지속가능경영활동 계획과 실적을 보고할 예정입니다.

문의처

지속가능경영보고서에 대해서 궁금하신 사항이나 의견이 있으시면 아래 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

홈페이지 : www.bonif.co.kr

담당부서 : 경영기획실

담당자 : 이성진 실장, 김재훈 대리

이메일 : sjlee@bonif.co.kr, jhkim2@bonif.co.kr

전화 : 02-2085-6253, 02-6908-6323

2014 Sustainability Report
Contents



OVERVIEW 04

2014 Highlight	06
CEO Message	10
경영진 Message	12
본그룹 개요	18
연혁	20
경영이념	22
본그룹 조직도	23
브랜드 소개	24
비전과 3대 사업영역	30
성장 로드맵	31
이해관계자	32
중대성 평가	34



고객 만족경영 36

소비자중심경영(CCM) 도입	38
클레임 감소	41
위생점검day 시행	42



가맹점 행복경영 44

가맹점 사장님 행복경영	46
--------------	----



임직원 성장경영 50

본족인 인재상	52
선한 가치관	53
탁월한 역량	55
놀라운 성과_본그룹 평가제도	58
성과 및 보상제도	59
GWP 대상	62
노사문화우수기업 선정	



협력회사 동반경영 63

협력회사 동반성장	63
-----------	----



지역사회공헌 64

본그룹 사회공헌팀 신설	66
본족인 봉사단 활동	67



환경개선경영 70

환경개선경영	72
--------	----



Appendix 73

GRI G4 Index	74
--------------	----

Sustainable Value Creation

Overview





가장 큰 기업이 아닌 가장 좋은 기업,
가장 위대한 기업이 되고자합니다.

2002년 대학로 본죽 1호점으로 시작된 본아이에프(주)는 7년 만에 한식 프랜차이즈 최초로 가맹점 1,000호점을 돌파하며 죽시장이라는 블루오션을 개척했습니다. “본으로 행복을 돕는 사람들”이라는 미션과 “행복한 삶을 창조하는 지식 프랜차이즈 그룹”이라는 비전을 바탕으로 고객의 만족을 높이고 행복한 삶을 창조한다는 지속가능한 가치를 실현하는데 앞장서고 있습니다.

2014 Highlight

1월

본그룹 전문경영인 체제 도입

본그룹은 2014년 1월 전문경영인체제를 도입하였으며, 직원이 대표이사 자리에까지 오름으로써 많은 직원들에게 희망적인 메시지를 주었습니다.



2월

지식페스티벌 개최

'행복한 삶을 창조하는 지식프랜차이즈 그룹'이라는 비전 아래 지식경영을 하고 있는 본그룹은 지식페스티벌을 개최, 분기 최고의 지식을 뽐는 자리를 가졌습니다.



4월

사명워크숍 개최

여덟 차례의 사명워크숍을 진행, 전 직원이 본인의 사명과 일하는 의미를 생각하는 시간을 가졌습니다.



3월

노사문화우수기업 인증

고용노동부가 주최한 '2014년 노사문화 우수기업 평가'에서 우수기업으로 선정되는 영예를 안았습니다.



5월 섬김의 날 개최

뇌성마비 장애인 축구대회에 전직원이 참여, 응원을 통해 뇌성마비 장애인들과 함께하는 의미 있는 시간을 가졌습니다.



7월 본사모 발대식

본죽 가맹점 사장님들의 모임인 본사모의 리더분들을 위촉하는 발대식을 가졌습니다.



6월 행복나눔바자회 개최

종로 2가 젊음의 거리에서 본죽 임직원과 가맹점, 협력사가 함께 소아암 어린이를 돕기 위한 행복나눔 바자회를 개최 따뜻한 시간을 가졌습니다.



8월 본설령탕 런칭

언제 어디서나 쉽게 설령탕을 즐길 수 있도록 본설령탕을 런칭했습니다.



2014 Highlight



9월

본사랑 본죽인 봉사단 출범

도움이 필요한 이웃들을 돕기 위해 본그룹 전직원을 회원으로 하는 본사랑 봉사단 출범식을 가졌습니다.



10월

고메푸드 인수

국내 최초 단체가정식(단체급식) 업체인 고메푸드가 본그룹의 한 식구가 되었습니다.



일본 동경 프랜차이즈 박람회 연수



11월

대한민국 일하기 좋은 기업 대상 수상

GWP코리아가 선정한 '대한민국 일하기 좋은 100대 기업'에 본아이에프(주)가 대상을 수상하며, 4년 연속 수상이라는 쾌거를 이뤄냈습니다.



중국 북경 프랜차이즈 박람회 연수



본족인 인재상 수상자
미국 뉴욕 연수



가나안 농군학교 체험



지리산 MT



사랑의 김장나눔



문화데이

본족인 인재상 수상자
터키 연수



리프레시 MT



본족인 가족사진전



CEO Message

행복을 돕는 기업

“

본그룹은 ‘행복한 삶을 창조하는
지식 프랜차이즈 그룹’이라는 비전을
설정하였습니다.

이러한 비전 아래 고객에게 만족을 넘어
가치를 주는 본그룹이 되겠습니다.

”



사랑하고 축복합니다.

안녕하십니까. 본그룹 회장 김철호입니다.

2002년 대학로 본죽으로 시작해 10년이 조금 넘는 시간동안 전국 1,500개의 가맹점을 운영하는 한식 최고, 최대의 프랜차이즈로 성장한 본그룹은 이제 한식을 넘어 외식, 외식을 넘어 지식프랜차이즈그룹으로 도약하고자 합니다.

2014년 본그룹은 3대 사업영역 체계를 구축, 그룹으로 도약하기 위한 초석을 다질 수 있었습니다.

지속가능경영을 위한 3대 사업영역

행복한 삶을 창조하는 지식프랜차이즈 그룹이 되기 위하여, 2014년 본그룹은 사업영역을 국내사업영역, 해외사업영역, 사회공헌영역으로 재편하였습니다.

국내사업영역은 본그룹이란 나무의 뿌리에 해당하며 본을 튼튼히 지키는 역할을 합니다. 해외사업영역은 본그룹이란 나무의 가지에 해당하며 본의 지경을 넓히는 역할을 합니다. 그리고 사회공헌영역은 본그룹이란 나무의 열매에 해당하며 본의 열매를 나누는 역할을 합니다.

각 부문은 서로의 동역자로서 뿌리를 튼튼히 함으로 가지를 더 뻗어나갈 수 있게 하며, 가지를 더 뻗어나감으로 더 많은 열매를 맺고, 그 열매를 나누는 선한 기업으로 성장해 나갈 것입니다.

나무가 시냇가에 뿌리를 뻗어 양분을 얻고 열매를 맺듯, 본그룹은 그룹의 모든 활동을 고객 중심으로 한

단계 업그레이드하기 위하여 2015년 2월 고객중심경영(CCM)을 도입, 운영 중에 있으며 2015년 9월 현재 최종 인증만을 남겨두고 있는 상황입니다.

고객 중심으로, 고객과 함께 성장하고자 하는 본그룹의 고객을 향한 관심은 2014년 8월, 한국표준협회에서 주관하는 '한국소비자웰빙지수'에서 본죽이 8년 연속 1위를 수상하는 영예를 얻는 기쁨으로 돌아올 수 있었습니다.

뿐만 아니라 본그룹 이해관계자의 한 축인 가맹점 사장님과의 관계에 있어서도 10년 이상 가맹점을 운영한 우수가맹점 사장님들과 일본 오키나와 해외연수를 다녀오는 등 프랜차이즈 회사의 본이 되고자 하는 발걸음을 지속해 나가고 있는 상황입니다.

또한 2014년 7월, 고용노동부 주최 '2014년 노사문화 우수기업 평가'에서 분야아예(ㄸ)가 노사문화 우수기업에 선정됨으로써 고객, 가맹점과의 관계뿐 아니라 내부이해관계자인 직원과의 관계에 있어서도 협력의 관계로 성장하고 있음을 돌아볼 수 있었습니다.

가장 큰 기업이 아닌 가장 좋은 기업, 가장 위대한 기업이 되기 위하여 본그룹은 앞으로도 이해관계자분들과 함께 지속 가능한 미래를 열어가도록 하겠습니다.

감사합니다.

본그룹 회장 김 철 호



경영진 Message

본아이에프(주)



FC사업부문 대표이사 김 인 호

안녕하십니까.

FC사업부문을 맡고 있는 김인호입니다.

FC사업부문은 프랜차이즈사업부문의 약자로 본죽, 본죽&비빔밥café, 본도시락 브랜드를 운영하고 있으며, 본 그룹의 근간이 되는 사업부문입니다.

2014년, 본죽은 가맹점과의 관계에 있어 새로운 전기를 마련하였습니다. 폐점율 2%대로 타 브랜드 대비 안정적으로 성장해 온 본죽은 유사 브랜드에 관련된 문제를 겪게 되었습니다. 이는 시장을 선도하는 브랜드들이 흔히 겪는 문제이지만, 단순히 브랜드를 모방하는 것에 그치지 않고 언론매체를 이용하여 본아이에프(주)의 가치를 훼손하는 일까지 벌어졌다는 점에서 안타까움을 금하지 않을 수 없었습니다.

이에 본아이에프(주)는 법적 조치 및 가맹점 사장님들을 대상으로 한 설명회 개최 등 다양한 방법으로 본죽과 가맹점 사장님들을 지키기 위한 조치를 취하였습니다. 그리고 이러한 과정을 통해 가맹점에 잘 해 드리는 것도 중요하지만 잘 되게 해 드리는 것이 더욱 중요하다는 소중한 교훈을 얻었습니다.

본죽&비빔밥café는 죽과 비빔밥을 한 곳에서 즐길 수 있는 프리미엄 한식 카페입니다. 고객에게는 더 많은 선택과 만족을 드리기 위해서, 가맹점 사장님에게는 더 잘 될 수 있도록 도움을 드리기 위해서 탄생한 브랜드 인만큼 앞으로 더욱 적극적으로 브랜드를 확정해 나갈 계획입니다.

본도시락은 건강한 흑미밥과 한식 반찬을 친환경 용기에 담아 제공하는 프리미엄 도시락 전문점입니다. 2014년은 도시락의 품격을 높이는 원년으로 제철 식재료와 지역 특산물을 활용하여 계절 한정 도시락을 개발하고, 주간 단위로 반찬의 구성을 달리하였습니다. 또한 가맹점 사장님들의 수고를 덜어 드리기 위해 central kitchen을 전면 업그레이드 하였습니다.

앞으로도 더 많은 곳에서 고객에게 다가갈 수 있도록 노력하겠습니다.

FC사업부문은 고객에게 더 건강하고 맛있는 한식을 제공하기 위해, 정당하고 공정한 수익으로 가맹점 사장님들의 행복을 돕기 위해 존재합니다. 앞으로도 기본에 충실한 것이 가장 중요한 것이라는 본의 의미를 되새기며, 본그룹의 뿌리를 더욱 튼튼히 하기 위해 노력하겠습니다.

감사합니다.



본푸드서비스(주)

FS사업부문 대표이사 강 환 영

안녕하십니까?

FS(푸드서비스) 사업부문을 맡고 있는 강환영입니다.

단체급식 분야의 선도자로서 30여년 간 외길을 걸어온 고메푸드의 전통을 이어받고, 여기에 '전혀 다른 식사 대접 서비스문화 창조'라는 사업목적에 더해 성장해 가고 있습니다.

단체가정식, 외식사업, 연회, 케이터링, 컨세션 등 다양한 영역으로 사업을 확장해 가는 과정을 통하여 예상을 뛰어넘는, 그리고 고객으로부터 인정받는 'No.1 종합 푸드서비스 기업'으로 거듭나고자 합니다.

이러한 비전을 달성해 나가는 데 있어 다음의 세 가지 핵심역량에 집중하고자 합니다.

첫 번째 역량은 '전혀 다른 혁신'입니다. 단체급식을 '단체가정식', '위탁 식사대접'이라는 새로운 컨셉으로 진화시켜 고메푸드의 30년 업력이 가진 평판과 노하우를 뛰어넘는 전혀 다른 맛/위생/서비스/시스템을 만들어 나갈 것입니다.

두 번째 역량은 '전혀 다른 지식'입니다. 혁신은 시장을 넓히고 고객을 창출할 뿐 아니라 성공과 성취의 선순환을 만들어 냅니다. 성과가 검증된 지식자산을 축적해 나감으로써 지속적인 혁신과 고객가치를 창출해 나갈 것입니다.

세번째 역량은 '전혀 다른 사람'입니다. 우리의 가장 중요한 자산이 바로 사람입니다. 자신의 사명은 무엇인지, 지금 실행해야 하는 과업은 무엇인지, 창출해 내야 하는 가치는 무엇인지 끊임없이 묻고 답하는 과정을 통하여 스스로 지식자본가로 성장해 나갈 수 있도록 할 것입니다.

세가지 핵심역량이 고객과 시장의 중심에서 시너지를 만들고, 이를 통해 전혀 다른 식사대접 서비스문화가 형성되고, 그 과정과 결과가 지식으로 정착되어 진다면, 놀라운 역사를 만드는 기업으로 자리매김 하는 데 오랜 시간이 걸리지 않을 것이라 생각합니다. 우리의 존재이유를 가슴에 새기고, 정성을 담은 식사대접 서비스로 고객을 섬기도록 늘 노력하겠습니다.

감사합니다.

경영진 Message

본푸드서비스(주)



식품사업부문 대표이사 김 용 태

존경하는 여러분,

안녕하십니까. 식품사업부문 대표 김용태입니다.

저희 식품사업부문에서는 “순수본”이라는 브랜드로 대한민국 간편가정식(HMR) 시장을 선도하기 위해 끊임 없이 노력하고 있습니다. 간편가정식이란, 음식의 재료들을 미리 손질한 후 어느 정도 조리가 된 상태에서 가공/포장 하였기 때문에 데우거나 끓이는 등의 단순한 조리과정만 거쳐 먹을 수 있는 일종의 가공식품을 의미합니다.

HMR시장의 수요 측면에서 볼 때, 오늘날 여성의 경제활동 및 1인 가구의 증가와 캠핑문화의 확산 등의 흐름으로 인해 향후 지속적이고 빠르게 시장이 성장할 것입니다. 또한 재료의 맛과 신선도를 유지할 수 있는 기술수준이 향상되고 이에 힘입어 식품/유통업체들의 HMR시장으로의 진출이 활발해지면서 경쟁 역시 더욱 치열해질 것으로 예상합니다.

저희 순수본은 치열한 경쟁 속에서 우위를 점하기 위해서는 무엇보다 기본에 충실해야한다는 생각을 갖고, ‘맛’과 ‘신선함’이라는 간편가정식의 기본을 더욱 철저히 지키기 위해 노력하고 있습니다. 이러한 노력을 바탕으로 출시된 것이 바로 순수본의 대표식품 중 하나인 ‘아침엔본죽’입니다.

상온으로 유통되는 제품중 시장에서 ‘냉장유통’을 고집하며 ‘재료의 맛’과 ‘신선도’를 최고로 끌어올린 ‘아침엔본죽’은 2015년 상반기 제품중 시장에서 냉장죽 1위, 전체 제품중에서는 2위에 오르는 등 폭발적인 성장을 기록하며 시장의 흐름을 바꾸고 있습니다.

소비자들의 수요가 증가함에 따라 지속적으로 판매채널을 확장하여 대형마트, 유명 SSM, 편의점 등 더욱 다양한 곳에서 고객을 만날 수 있게 되었습니다. 또한 자사 온라인 쇼핑몰인 ‘본몰’ 뿐 아니라, 홈쇼핑 채널에서도 성공적으로 안착함에 따라 ‘순수본’은 온/오프라인의 다양한 채널에서 소비자들이 쉽고 편하게 이용할 수 있는 브랜드가 되었습니다.

저희 식품사업부문은 ‘다른 것의 섞임이 전혀 없다’는 ‘순수’라는 말의 의미를 항상 되새기며 깨끗하고, 건강하며, 맛있고 신선한 간편가정식으로 더욱 많은 곳에서 다양한 제품으로 고객에게 다가갈 수 있도록 최선을 다할 것을 약속 드립니다.

앞으로도 ‘순수본’에 대한 많은 사랑을 부탁드립니다.



본아이에프(주)

설령탕사업부문 대표이사 강 유 태

안녕하십니까?

설령탕사업부문을 맡고 있는 강유태입니다.

설령탕사업부문은 '본설령탕'이라는 브랜드를 통해 기본에 충실한 설령탕, 고객이 편하게 접근하여 믿고 먹을 수 있는 설러탕을 제공하는 사업부문입니다.

저희 본설령탕은 '모두 올바른 프리미엄 설령탕'이라는 철학과 정신을 바탕으로 이를 실천하기 위해 5가지 바른식재를 사용하고 있습니다.

100% 국내산 재료의 자부심으로 만든 명인 김치, 비옥한 토양과 풍부한 일조량의 호남평야에서 생산된 신동진 쌀, 12시간 동안 정성을 담아 끓여낸 100% 한우육수, 황토가마에서 12시간 구워 천일염보다 미네랄이 3배 풍부한 황토소금, 특별 공정으로 탄생한 구운 밀면 사용 등을 통해 품질 최우선 정책을 실천하고 있습니다.

특히, 프림, 땅콩가루, 치즈, 연유 등 인위적인 맛을 위한 첨가물을 넣지 않은 100% 한우육수를 사용하여 '프리미엄'이라는 수식어에 걸맞는 제품력을 갖추고 있습니다.

2014년 8월 브랜드 런칭 후, 이제 1년을 맞이하는 본설령탕은 2015년 9월 현재 직,가맹점 12개를 운영 중에 있으며 투자 자금 규모별로 다양한 출점 전략을 통해 설령탕 시장을 새롭게 개척하기 위한 발판을 마련하고 있는 상황입니다.

가맹점이 웃을 수 있는 프랜차이즈가 최고의 프랜차이즈라는 생각 아래, 경험이 없는 사람도 쉽게 운영 가능한 주방 시스템을 구현함으로써 시급 1만원 시대를 선제적으로 준비하고 있습니다.

지금보다 더 다양한 출점 모델을 통해 신뢰받을 수 있는 맛과 좋은 품질, 그리고 합리적인 가격으로 고객님을 만나는 것이 본설령탕의 목표입니다.

지속적인 한식 프랜차이즈 시스템의 고도화를 통해 고객님들의 기대와 성원에 보답할 수 있도록 정진하는 본설령탕이 되도록 노력하겠습니다.

감사합니다.

경영진 Message

본아이에프(주)



CFO 이원태

모든 것이 협력하여 선을 이룬다.

전략재무부문의 목표가 있다면, 우리 회사의 설립이념이기도 한 바로 이것입니다. 창립 13주년을 맞은 우리 회사는 이제 '본죽'에 이어 새로운 또 하나의 성장과 함께 성숙을 위한 기본적인 틀을 완성해야 하는 과제를 안고 있습니다.

Good to Great

이는 좋은 기업의 기반을 갖추는 과제의 마무리임과 동시에 위대한 기업으로 비상하기 위한 초석을 다지는 일이라고 할 수 있습니다. 즉, 선한 가치관과 탁월한 역량이라는 든든한 뿌리가 우리 기업에 정착되도록 하는 일, 이것이 궁극적으로는 우리를 위대한 기업으로 인도하는 수단임과 동시에 과정이 될 것입니다.

이를 위해 우리는 지속적인 시스템과 프로세스의 변화를 추구하지 않을 수가 없습니다. 기업의 경영 환경은 한 순간도 쉽 없이 변화하고 있기 때문에 모든 기업과 구성원들 또한 환경변화를 주시하여 시시각각 변화하려는 노력을 게을리 하지 않고 있습니다. 이를 위한 노력과 실천은 좋은 기업과 위대한 기업을 낳는 왕도가 아니며 오히려 생존을 위한 최소한의 필요조건이라고 할 수 있습니다. 따라서 환경변화에 대한 적응 정도를 기업의 경쟁력이라고 착각하고 안주하는 한 이제 13살의 본그룹이 수많은 선진 기업들을 뛰어 넘어 위대한 기업으로 발전하는 일은 일어날 수 없습니다.

위대한 본그룹으로의 재탄생은 어느 날 갑자기 주어지는 것이 아니며, 우리 본족인 개개인이 위대한 본족인 으로서 매 순간 성장해 나갈 때 우리도 인식하지 못하는 어느 순간 우리 기업은 이미 위대한 본그룹이 되어 있을 것입니다. 이를 위해 우리의 경영과 관리의 초점은 변화관리에 맞추어져야 할 것이며 궁극적으로는 변화의일상화를 통해 변화관리가 더 이상 우리의 관심사가 아닐 때 우리는 또 다른 차원에서의 위대한 기업으로 자리잡고 있을 것입니다.

2014년까지의 현상(As-is)을 피드백으로 1차적으로는 2017년 예정인 기업상장(PO) 시점까지 상장을 위한 정량적, 정성적 요건 충족은 물론 상장요건을 뛰어넘어 위대한 본그룹에 걸 맞는 기초를 구축할 예정입니다. 이를 위해 효과적, 효율적으로 자리잡지 못한 ERP 및 그룹웨어 등 IT 인프라가 최적의 정보제공과 의사결정을 낳을 수 있도록 재정비되고 있습니다. 이 과정에서 모든 조직의 업무 프로세스 및 시스템 또한 효과성의 관

점에서 재설계될 예정이며, 효율성의 추구는 절대로 우리의 목표가 아닌 선한 가치관과 탁월한 역량을 위한 하위 과제로 재정립될 것입니다.

본족인에게는 눈 앞의 정량적인 성과보다 장기적인 성장의 뿌리가 되는 가치관과 역량이 최우선시된다는 사실이 더 이상 새롭지 않습니다. 그래서 언행일치와 같은 일상적인 태도가 본족인의 행동 규범이 될 수 있도록 리더십의 평가제도가 신뢰의 관점에서 새롭게 도입되었습니다. 이와 같이 본그룹의 6개 가치가 사문화되어 액자 속의 공허한 구호로 남아 있지 않고 본그룹의 구석구석에서 살아 숨쉬어 본족인의 일상 속에서 항상 발견될 수 있도록 관리 시스템의 표준이 새롭게 정비되고 정립될 것입니다.

이와 함께 소통을 통한 화합과 팀웍이 조성될 수 있도록 필요한 제도들이 순차적으로 마련되고 있습니다. 이로써 집중화되었던 의사결정 과정들이 더 많은 본족인들의 참여를 통해 다양한 의견들을 반영할 수 있게 될 것입니다.

완벽한 기업이 존재할 수 없으나, 세계 도처에서 이를 위한 노력과 경쟁이 한시도 쉬지 않고 이루어지고 있습니다. 하지만, 구성원 개인의 역량이 뒷받침되지 않는 조직의 성장과 발전은 공허한 외침일 뿐입니다. 공동체 가운데 익명의 구성원으로서가 아니라 한 사람 한 사람의 본족인이 하나의 인격체로서 위대한 본족인으로 양성될 때, 이들이 함께 하는 위대한 기업, 위대한 본그룹이 세상 가운데 우뚝 세워져 있을 것입니다. 본으로 행복을 돕는 동안 스스로도 행복한 삶을 살아가는 위대한 본족인들의 위대한 본그룹을 위해 모든 본족인들과 늘 함께 달려 가겠습니다.



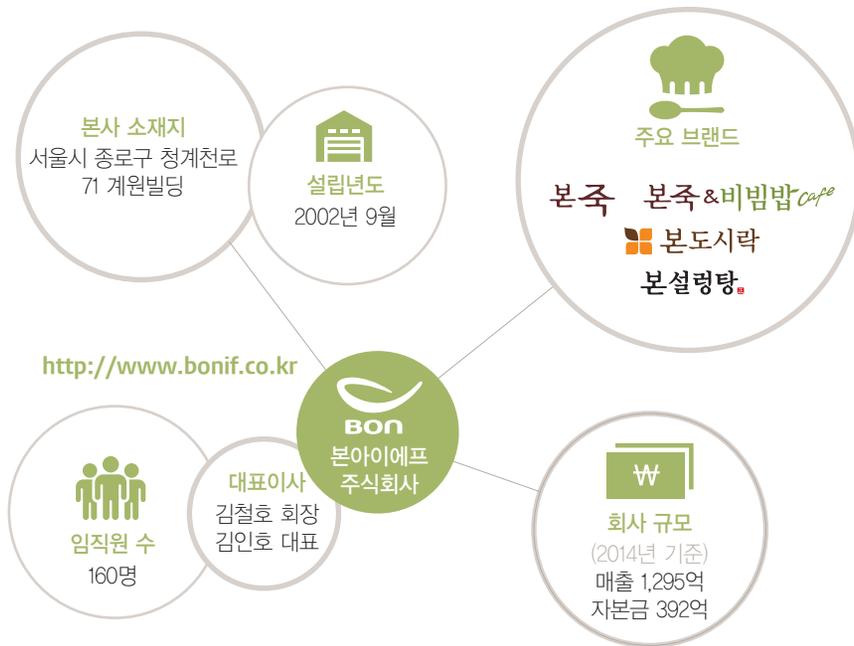
본그룹 개요

본그룹은 국내사업영역, 해외사업영역, 사회공헌영역 등 세 영역으로 구분되며, 국내사업영역은 본아이에프㈜와 본푸드서비스㈜ 두 개 법인으로 구성되어 있습니다.



○○ 본아이에프 주식회사

본아이에프(주)는 그룹의 뿌리로서 FC사업부문에서는 본죽, 본죽&비빔밥 café, 본도시락 브랜드를 운영하고 있고, 설렁탕사업부문에서는 본설렁탕 브랜드를 운영하고 있습니다.



○○ 본푸드서비스 주식회사

본푸드서비스(주)는 1984년 국내 최초의 단체급식업체인 “고메푸드”를 인수하여 단체가정식사업을 운영하고있는 FS사업부문과 아침엔본죽 등 간편가정식을 유통·판매하는 식품사업부문 등 크게 두 개의 사업부문으로 구성되어 있습니다.



2002년 대학로 본죽 1호점으로 시작한 본그룹은 만 13년인 2015년 8월 현재 전국 각지에서 약 1,500 개의 가맹점을 운영, 국내 프랜차이즈 중 한식 부문 최대의 프랜차이즈로 자리매김하였습니다.

○○ 본브랜드별 가맹점 수 현황 (2015년 8월 현재)





연혁



본죽 1호점 창업



2002.09



본죽미국진출(LA월서블루버드)



2006.01



본죽 1,000호점 돌파



2009.05

본도시락 1호점 오픈



2010.06



History

- 2002. 09 본죽 1호점 창업, 본죽프랜차이즈 사업개시
- 2003. 12 본죽 100호점 오픈
- 2004. 12 본죽 300호점 오픈
- 2005. 12 본죽 500호점 오픈/ 동지마케팅(팔죽데이)
- 2006. 01 축전문점 최초 미국진출(LA 월서블루버드)
- 06 대한민국대표브랜드 대상 수상
- 07 제2브랜드 본비빔밥 1호점 개설
- 2008. 01 본아이에프(주)로 법인변경
- 02 한식프랜차이즈 최초 베트남 진출
- 06 2008 한국 프랜차이즈 대상 외식부문 수상
- 2009. 05 한식최초 본죽 1000호점 오픈
- 06 본사랑 재단 설립
- 2010. 06 본도시락 1호점 오픈
- 2011. 01 본죽-연세암센터 암환자 영양식단 개발 MOU 체결
- 05 프리미엄 간편 가정식 출시, 식품 사업 진출
- 08 본죽 미국 뉴저지점 오픈
- 11 대한민국 일하기 좋은 100대 기업 선정
- 2012. 02 '아침엔 본죽' 출시
- 10 본도시락 80호점 돌파
- 12 모바일 교환권 '기프트본' 출시
- 2013. 10 본도시락 150호점 오픈
- 2014. 11 위탁급식 운영기업 고메푸드 인수
GWP 대상 수상(4년 연속)
- 2015. 03 본도시락 200호점 오픈



업계최초
프랜차이즈대상
대통령표창 수상

프리미엄
간편가정식 출시
(식품사업 진출)

위탁급식 운영기업
고메푸드 인수

대한민국 일하기 좋은 기업
(GWP 대상 4년 연속 수상)

본도시락
200호점 돌파

2010.10

2011.05

2014.10

2014.11

2015.03



Award Records

- | | |
|--|--|
| <p>2005년 한국프랜차이즈대상</p> <p>2006년 한국프랜차이즈대상 (해외진출 및 수출부문)
대한민국대표브랜드 대상</p> <p>2007년 한국프랜차이즈대상
산자부장관(해외진출)부문 대상
한국소비자웰빙지수 1위</p> <p>2008년 한국프랜차이즈대상 외식부문 중소기업청장상
김철호 대표이사 서울경제와 대한상공의회소가 주관하는 <2008 한국창업경영인대상>
'대한상의상' 수상</p> <p>2009년 '한국소비자웰빙지수 1위 기업' 선정 (3년 연속)
김철호 대표이사 한국경제고객만족경영CEO 대상 수상</p> | <p>2010년 '한국소비자웰빙지수 1위 기업' 선정 (4년 연속)
지속가능경영 중소기업 대상(지식경제부 장관상)
한국프랜차이즈대상 대통령 표창
중기청 프랜차이즈 수준평가 1등급 획득</p> <p>2011년 '한국소비자웰빙지수 1위 기업' 선정 (5년 연속)</p> <p>2012년 대한민국 일하기 좋은 기업 100대 기업 선정</p> <p>2013년 대한민국 일하기 좋은 기업 100대 기업 선정 (3년 연속)</p> <p>2014년 고용부 주최, 2014 노사문화 우수기업 선정
'한국소비자웰빙지수 1위 기업' 선정 (8년 연속)
외식산업 진출 공로상 농림축산식품부장관 표창
대한민국 일하기 좋은 기업 대상 수상(4년 연속)</p> |
|--|--|



경영이념

모두가 협력하여 선을 이룬다!
All things work together for good



행복한 삶을 창조하는 지식 프랜차이즈 그룹
The Knowledge Franchise Group-Creating a Better life



'본'으로 행복을 돕는 사람들
We Share Happiness with Bon



'본'을 지키고 키워가는 기업
Keep the Principle, Grow the Trust

일류경영	신뢰경영	지속경영
'경쟁' 보다 '협력' '성공' 보다 '사명'	'개인' 보다 '우리' '계약' 보다 '약속'	'이윤' 보다 '가치' '빨리' 보다 '멀리'

본그룹의 정체성을 보여주는 설립이념은 '모두가 협력하여 선을 이룬다'입니다.

이는 성경말씀 중 한 구절로 본그룹이 성경적 세계관을 바탕으로 설립된 기업임을 명확하게 보여줍니다. 본그룹의 본은 원칙과 신뢰를 의미합니다. 이는 본그룹 내 모든 기업이 '원칙을 지킴으로써 신뢰를 키워간다'는 뜻이며, 이러한 뜻을 되새기고 실천하기 위하여 사훈을 '본을 지키고 키워가는 기업'으로 정하였습니다.

본그룹의 본족인들은 왜 일하는가에 대한 답변 본족인의 미션은 '본으로 행복을 돕는 사람들'이 되는 것입니다. 즉, 본이라는 브랜드를 통해서 고객, 가맹점 사장님, 임직원뿐 아니라 함께 협력하여 일하는 협력업체를 행복하게 하기 위해 일을 합니다.

본그룹의 본족인들은 무엇을 위하여 일하는가에 대한 답변인 본족인의 비전은 '행복한 삶을 창조하는 지식 프랜차이즈 그룹'을 만드는 것입니다. 본족인의 핵심 역량인 지식과 프랜차이즈 역량을 활용하여, 우리는 더 많은 사람들에게 행복한 삶을 창조해주는 사업들을 추진할 것입니다. 이러한 가슴 뛰는 비전을 달성하기 위하여 우리는 더욱 원칙과 신뢰라는 '본'을 지키고 키워가며 성장할 것입니다.

'본'을 구체적으로 설명하는 6대 핵심가치는 다음과 같습니다. 일류경영을 위해서는 '경쟁 보다 협력', '성공 보다 사명', 신뢰경영을 위해서는 '개인 보다 우리', '계약 보다 약속', 지속경영을 위해서는 '이윤 보다 가치', '빨리 보다 멀리', 이러한 6대 핵심가치는 모두가 Good to Great한 가치입니다.

'경쟁, 성공, 개인, 계약, 이윤, 빨리'의 가치들은 모두 기업의 생존과 성장을 위해 꼭 필요한 가치입니다. 그러나 '협력, 사명, 우리, 약속, 가치, 멀리'의 가치들은 모두 기업의 번영과 성숙을 위해 꼭 필요한 한 단계 높은 수준의 가치입니다. 본그룹의 권위는 상위 직책자에게 있지 않습니다. 상위 직책자든, 하위 팀원이든 본족인이라면 반드시 지켜야 하는 의사결정의 기준이 바로 6대 핵심가치입니다.

본그룹은 모든 본족인들이 원칙과 신뢰라는 본을 지키고 키워가며 6대 핵심가치를 위해 헌신하고, 헌신한 직원들이 충분히 임파워먼트 되어 일할 수 있는 진정한 GWP가 될 것입니다.

본그룹 조직도

본그룹 국내조직은 프랜차이즈(FC)사업부문, 푸드서비스(FS)사업부문, 식품사업부문, 설령탕사업부문의 4대 사업부문과 경영기획실, 전략재무부문, 경영지원부문의 3개 지원부문으로 이루어져 있습니다.

본죽, 본죽&비빔밥 café, 본도시락 브랜드 운영 및 물류·유통·구매 업무는 FC사업부문에서 담당하고 있으며, 푸드서비스(FC)사업부문에서는 '고메푸드'라는 이름의 단체가정식(급식)사업, 식품사업부문에서는 '순수분'이라는 간편가정식사업, 설령탕사업부문에서는 본설령탕 브랜드를 운영하고 있습니다.

또한 전사 지원 부분인 경영기획실에서는 기획, 인사, 총무 업무를 지원하고 있으며, 전략재무부문에서는 재무, 회계, 경영지원부분에서는 마케팅, 디자인, 교육, 고객상담, IT, 연구개발, 법무감사, 특별점검, 사회공헌 등의 지원 업무로 각 사업부문의 성공을 돕고 있습니다.





브랜드 소개

본죽 1호점을 시작으로 본그룹은 현재 본죽, 본도시락, 본죽&비빔밥 café, 본설령탕, 고메푸드(단체가정식), 순수본(간편가정식) 등 대한민국 대표 한식 브랜드로 자리매김 하였습니다. 본그룹의 모든 브랜드는 고객의 건강을 생각하여 건강한 재료만을 사용하였습니다.

○○ 맛있는 건강

행복한 삶을 창조하는 지식 프랜차이즈 그룹이라는 비전을 달성하기 위해 본그룹은 맛있는 건강, 생활의 편의, 마음의 여유라는 사업영역으로 진출하고자 합니다. 2015년 현재 본그룹은 이 중 “맛있는 건강” 영역에서 한식 중심으로 전국 약 1,500개의 가맹점을 운영하며 프랜차이즈 시장을 선도하고 있습니다.



본죽



본죽&비빔밥 Café



본도시락



본설령탕



본죽

“
본아이에프가 만들면
죽도 마음의 치유식이 됩니다.
”

01. 죽은 환자식이 아니라 치유식

죽은 환자식이 아니라 마음까지 채우는
건강식이라는 발상의 전환으로 2002년 오픈 후,
만 6년 만에 가맹점 1,000호점 돌파

02. No.1 프리미엄 죽 전문점

- ▶ 동지팥죽데이, 수험생을 위한 불낙죽으로
죽 시장 선도
- ▶ 쌀눈쌀, 호주청정우, 가평 잣 등의
식재료 업그레이드와 계절 한정 메뉴 출시로
죽의 프리미엄화 추구

03. 폐점율 2%미만으로 검증된 프랜차이즈

13년 이상의 브랜드 운영 노하우,
연평균 2% 미만의 폐점율이 검증하는
프랜차이즈 운영 시스템





본죽 & 비빔밥 *Cafe*

“
본아이에프가 만들면
한식도 카페에서 즐길 수 있습니다.
”

01. 프리미엄 한식 카페

두가지 웰빙 푸드인 죽과 비빔밥을 한 곳에서
세련되게 즐길 수 있는 프리미엄 한식 카페

02. 모두가 사랑하는 웰빙 메뉴

한그릇 씹 정성으로 준비한 든든한 죽과
신선한 채소와 나물이 있는 영양 가득 비빔밥으로
남녀노소 누구에게나 사랑받는 메뉴

03. 시너지를 극대화한 콜라보 매장

프리미엄 한식에 어울리는 카페 전용 음료와
디저트 메뉴 도입으로 모든시간에
꾸준한 고객의 방문 유도



“
본아이에프가 만들면
도시락도 프리미엄 한식이 됩니다.
”

01. 프리미엄 한식 도시락

맛과 정성 그리고 품격까지 담은
한식 프리미엄 도시락 전문점

02. 도시락만의 메뉴 경쟁력

- ▶ 옥수수전분을 이용한 친환경 용기 사용
- ▶ 흑미와 다시마엑기스를 넣은 영양 가득한 밥과 주간단위로 변경되는 한식반찬
- ▶ 제철 식재료와 지역 특산물을 활용한 특화된 메뉴개발

03. 편의성 극대화를 위한 중앙 처리시스템

- ▶ Central Kitchen 반찬 공급을 위한 통한 가맹점의 운영 편의성 지원
- ▶ 통합 주문 시스템(콜센터) 구축과 배달 서비스를 통해 고객에게 빠르고 편리한 서비스 지원





본설령탕

“
본아이에프가 만들면
설령탕도 바릅니다.
”

01. 모두 올바른, 프리미엄 설령탕

바른식재료와 바른 마음을 담은
모두 올바른 프리미엄 설령탕

02. 재료부터 올바른 설령탕

- ▶ 바른 설령탕을 위한 5가지 진심
쌀눈살, 명인김치, 황토소금, 고소하고 탄력 있는
구운 밀면과 12시간 우려낸 한우사골
- ▶ 바른 설령탕을 위한 4가지 無첨가 원칙
프림, 땅콩가루, 치즈, 연유

03. 안전하고 편리한 조리시스템

- Safe.** 조리불과 칼을 최소화하여,
안전한 주방을 구현
- Simple.** 조리과정의 단순화 및 완벽한 전처리
시스템 지원
- Speed.** 1분 안에 식사 제공 가능한
메뉴 조리 시스템



“
본아이에프가 만들면
생활이 건강해집니다.
”



정성을 담아 손님 대접합니다!

국내 최초 단체급식 브랜드
4대 혁신 시스템을 통해 기존과 전혀 다른 식사 대접 서비스 제공

전혀 다른 식사 대접서비스

- ▶ ABC 메뉴 진단 시스템과 고품격 레시피를 통한 "전혀 다른 맛"
- ▶ 선한 가치관과 체계적인 고객 관리를 통한 "전혀 다른 서비스"
- ▶ 30년 무결점 One-Stop 위생 프로세스를 통한 "전혀 다른 위생"
- ▶ 선진 급식 시스템과 전국 물류 인프라를 통한 "전혀 다른 시스템"



건강한 아침! 행복한 식탁!

본죽이 만든 건강한 식품 브랜드로 고객들이 언제 어디서나 편리하게
즐길 수 있는 HMR(간편가정식) 제공

건강한 아침! 행복한 식탁!

- ▶ **아침엔 본죽** : 프리미엄 가공 죽 시장을 선도하는 순수분의 대표 브랜드
- ▶ **본 맛있는** : 본죽의 맛과 영양을 그대로 담은 HMR 브랜드
- ▶ **바다담은** : 집에서 손질하기 어려운 신선한 수산물을 간편하게
즐길 수 있는 수산 가공 브랜드



본그룹 지속가능경영전략

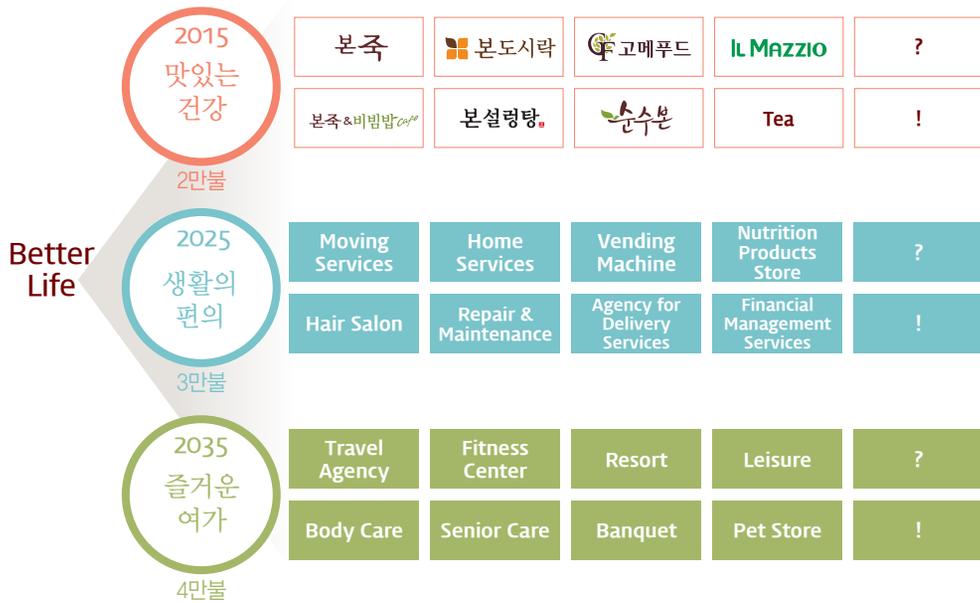
비전과 3대 사업영역

본그룹은 지속가능한 성장을 위하여 “행복한 삶을 창조하는 지식 프랜차이즈 그룹”이란 비전을 갖고 있습니다.

즉, 본그룹은 행복한 삶을 창조하는 사업영역에서, 지식을 가장 큰 전략으로 삼아, 핵심역량인 프랜차이즈 역량을 활용하고, 핵심자산인 진정한 본족인들이 협력하여 비전을 달성할 것입니다.

행복한 삶을 창조하는 사업영역은 맛있는 건강, 생활의 편의, 즐거운 여가가 충족되는 삶을 의미합니다. 이것은 인간의 기본적인 욕구이며, 소득수준이 높아지고 여력이 나아짐에 따라서 행복에 대한 기대수준은 점점 올라가게 될 것입니다.

본그룹은 아직 맛있는 건강의 사업영역에서, 그것도 한식아이템 쪽에서만 비전을 키워나가고 있습니다. 5년 후, 10년 후, 국가경제상황이라는 환경의 영향을 받긴 하겠지만 본그룹의 핵심역량과 핵심자산이 성장하면 환경에 구애 받지 않고 충분히 우리의 비전을 달성할 수 있으리라 기대합니다.



본그룹 지속가능경영전략

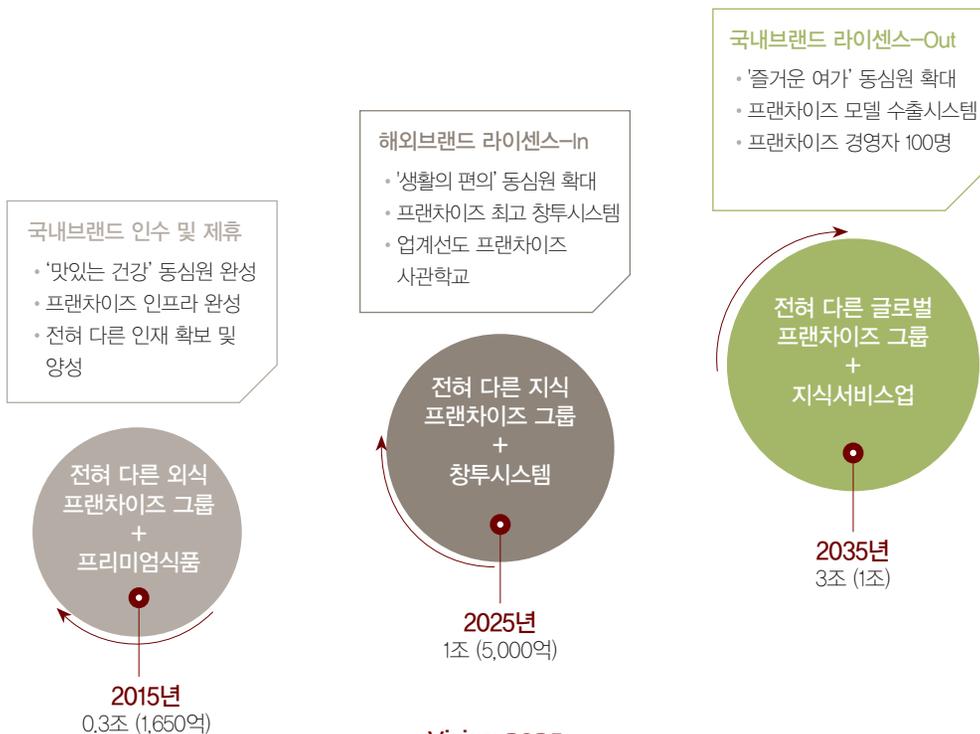
성장 로드맵

본그룹은 비전 2035를 달성하고자 3단계 성장 로드맵을 추진해나갈 예정입니다.

1단계로 2015년에는 전혀 다른 '외식'프랜차이즈 그룹이 되고 간편가정식 사업을 강화하여 맛있는 건강 사업영역의 동심원을 완성해나갈 것입니다. 또한 전혀 다른 인재를 확보하고 양성하며 미래를 선제적으로 준비하는 IT 시스템을 구축함으로써 프랜차이즈 인프라를 완성할 것입니다. 국내 최고의 프랜차이즈 전문기업으로서 맛있는 건강에 맞는 브랜드들을 인수하거나 제휴할 것입니다.

2단계로 2025년까지는 전혀 다른 '지식'프랜차이즈 그룹이 되고, 창업투자시스템을 강화하여 생활의 편의 사업영역의 동심원을 완성해나갈 것입니다. 업계를 선도하는 프랜차이즈 사관학교 기업이 되고, 프랜차이즈 업계 최고의 창업투자시스템을 구축할 것입니다. 또한 해외브랜드를 라이선스 인 함으로써 생활의 편의에 맞는 브랜드들을 국내에 들여와 성공시킬 것입니다.

3단계로 2035년까지는 전혀 다른 '글로벌'프랜차이즈 그룹이 되어, 프랜차이즈 비즈니스모델을 물품유통이나 신규가맹이 아닌 지식 서비스 제공으로 바꾸고 프랜차이즈 경영자 100명을 배출하여 국내 프랜차이즈 업계의 명실상부한 선도기업이 될 것입니다. 그때는 국내브랜드를 라이선스 아웃함으로써 국내 프랜차이즈 모델을 수출하여 국가경제에 기여하고 본을 통하여 행복한 삶을 창조하는 지식프랜차이즈 그룹이란 비전을 달성하게 될 것입니다.

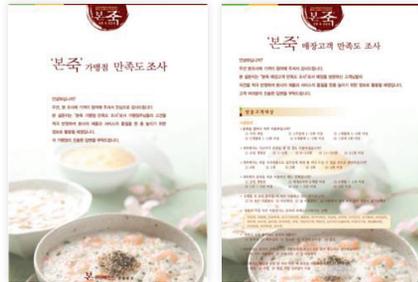


Vision 2035
 ــ 행복한 삶을 창조하는 지식 프랜차이즈 그룹 ــ



이해관계자

본그룹의 주요 이해관계자는 고객, 가맹점 사장님, 내부직원, 협력회사, 지역사회입니다. 본그룹은 이해관계자와의 니즈를 파악하고 이해관계자와의 지속적인 커뮤니케이션을 통해 함께 성장하고 발전하기 위해 노력하고 있습니다.



가맹점 사장님 만족도 설문

고객 설문

이해 관계자	주요 관심사	대응전략
고객	<ul style="list-style-type: none"> • 맛있고 건강한 음식 • 청결하고 친절한 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> • 품질보증 먹거리 • 감동적인 서비스
가맹점 사장님	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회 존경 • 안정된 수입 	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 이미지 제고 • 마케팅활동 • 밀착형 경영지도
직원	<ul style="list-style-type: none"> • 자아실현 • 인정과 포상 • 보상 	<ul style="list-style-type: none"> • 인재교육 • 복지혜택 • 기업문화
협력회사	<ul style="list-style-type: none"> • 동반성장 	<ul style="list-style-type: none"> • 정보공유
지역사회	<ul style="list-style-type: none"> • 사회공헌 • 일자리 창출 • 커뮤니케이션 	<ul style="list-style-type: none"> • 기부 및 도움 활동 • 양질의 프랜차이즈 상품 개발

본그룹은 주요 이해관계자를 고객, 가맹점 사장님, 내부직원, 협력회사, 지역사회로 분류하고 이들과 함께 성장하는 지속가능경영을 추구하고 있습니다. 본그룹은 본으로 행복을 돕는 사람들이라는 미션처럼 이해관계자의 주요 관심사를 만족시키기 위한 대응전략을 실행하고 있습니다.

본그룹은 각각의 이해관계자들과 월/분기/반기/연간 계획을 가지고 의사소통을 하고 있습니다. 그리고 설문을 실시하여 냉정히 평가를 받고 이해관계자의 불만을 파악하여 개선하고 있습니다.

이해관계자 의사소통

이해 관계자	의사소통채널	소통 주기	목적
임직원	본아카데미	주1회	<ul style="list-style-type: none"> 전직원 교육 경영설명회 전사 전략 공유
	부문, 본부별 평가회	월1회	<ul style="list-style-type: none"> 본부 내에서 성과중심 및 문제해결 의사소통
	임원회의	월 1회	<ul style="list-style-type: none"> 임원들간 의사소통 및 중요한 의사결정
	각종 워크숍	수시	<ul style="list-style-type: none"> 직원/팀간 의사소통, 동기부여
고객	본패밀리 사이트 (온라인)	상시	<ul style="list-style-type: none"> 고객의 소리 접수를 통한 고객 밀착 관리
	본매니아	상시	<ul style="list-style-type: none"> 로열티 고객을 선발하여 본브랜드 평가 및 홍보 활동
	지속가능 경영보고서	연 1회	<ul style="list-style-type: none"> 본그룹의 지속가능경영 전략 및 활동을 공유
가맹점 사장님	지역별 워크숍	월1회	<ul style="list-style-type: none"> 가맹점 사장님 동기 부여 및 매출 활성화
	정기교육 및 보수교육	상시	<ul style="list-style-type: none"> 가맹점 사장님 서비스 및 레시피 표준 유지 교육 본사 전략 및 정책 전달
	SM (스토어매니저) 방문	월1회	<ul style="list-style-type: none"> 가맹점 표준 서비스 점검 및 본사와의 의사소통 역할
	본사모 모임	분기1회	<ul style="list-style-type: none"> 가맹점 대표인 본사모 리더의 지역별 모임을 통하여 의사소통
협력 회사	협력업체 설문	반기1회	<ul style="list-style-type: none"> 협력회사 대상으로 만족도 설문
	업체와의 간담회	분기 1회	<ul style="list-style-type: none"> 협력회사와의 문제 사전 해결
	협력회사 컨설팅	상시	<ul style="list-style-type: none"> 협력회사 역량 및 파트너십 강화
지역 사회	본사랑 활동	상시	<ul style="list-style-type: none"> 본아이에프(주)의 사회공헌팀의 지역봉사활동 본사랑의 해외구제사업
	본사랑 본사모봉사단	수시	<ul style="list-style-type: none"> 본사 직원이 빈곤층, 취약계층 등 사회적 약자에게 봉사
임직원, 가맹점, 협력업체	컴플라이언스 제보채널	상시	<ul style="list-style-type: none"> 임직원, 가맹점, 협력회사로부터 불공정한 업무처리, 부당한 요구, 금품 향응의 제공, 수수 및 부정, 비리 행위 등에 대한 제보를 받음



중대성 평가

본그룹은 지속가능경영을 위하여 경영활동 및 이해관계자가 가장 시급하고 중대하게 생각하는 이슈들을 선정하고 있습니다.

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



브랜딩 컨설팅



조직역량 설문

	Very High	High	Medium
경영진	<ul style="list-style-type: none"> • 신성장 동력 확보 	<ul style="list-style-type: none"> • 그룹 규모 확장 	<ul style="list-style-type: none"> • 경영시스템 구축
고객	<ul style="list-style-type: none"> • 안전한 식재료 	<ul style="list-style-type: none"> • 맛있는 음식 • 좋은 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> • 합리적인 가격
가맹점 사장님	<ul style="list-style-type: none"> • 매출 향상 • 가맹점 수익 증대 	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 마케팅강화 	<ul style="list-style-type: none"> • 신메뉴 개발
내부직원	<ul style="list-style-type: none"> • 일과 삶의 균형 • 공정한 평가 및 보상 • 임직원 커뮤니케이션 	<ul style="list-style-type: none"> • 급여 • 복리후생 • 실무학습과 성장 	<ul style="list-style-type: none"> • 임직원 고충처리 • 윤리교육
협력회사	<ul style="list-style-type: none"> • 지속적인 협업 • 동반성장 	<ul style="list-style-type: none"> • 원활한 원재료 수급 • 커뮤니케이션 	<ul style="list-style-type: none"> • 공정거래
지역사회	<ul style="list-style-type: none"> • 일자리 창출 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회봉사 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역투자



Customers

고객만족경영





‘본’은 원칙과 신뢰를 의미합니다.
본브랜드에 본이 붙은 까닭은 음식을 만들때
원칙을 지켰기 때문입니다.

인생의 중요한 순간, 건강이 필요한 순간, 늘 함께 했습니다.
갓 태어나서 처음 맛 본 음식, 그리고 인생의 마지막 순간
함께 하는 음식, 기력을 회복하기위해 먹는 건강한 음식,
가족과 함께 하는 따뜻한 음식, 본그룹은 건강함을 바탕으로
고객 만족을 높이고 나아가 지속가능한 가치를 실현하고자
합니다.



소비자중심경영(CCM) 도입

본그룹은 2013년에는 잃어버린 신뢰회복에 집중했다면, 2014년도에는 고객상담팀을 중심으로 클레임 처리 프로세스 정립 및 모든 업무의 매뉴얼화, 고객불만을 차단할 수 있는 다양한 액션을 통해 고객불만 해결 프로세스를 구축하는데 집중하였습니다.

또한 2015년에는 본격적인 CCM 도입을 선포, 전사가 고객 만족을 위해 노력할 수 있도록 해결과제를 도출하고 클레임과의 전쟁을 선포하였습니다.



CCM 준비 일지

일정	내용
2014.02	본사 전직원이 '고객 상담 일일 체험' 진행 완료
2014.04	고객 클레임 발생 시, 담당 SM의 D+1일 이내 처리완료 및 처리 결과 ASP 내 100% 등록 완료
2014.04	전 임직원의 관심도 제고를 위해 본사 내 클레임 현황판 설치
2014.05	서비스 클레임 발생 시, 가맹점 전달 및 직접 처리
2014.07	'위생 점검 DAY' 캠페인 진행
2014.08	가맹점/본사 소통게시판 신설 및 운영
2014.08	전 가맹점 '맛' 통일성 유지를 위한 현장교육 프로세스 강화
2014.09	고객중심 전략 실행을 위한 이물관리 체계 보완 · 구축
2014.09	유종의 미를 위한 '고객감사 편지' 발송
2014.10	원재료 이물 클레임 처리 프로세스 개선
2014.11	가맹점별 맞춤형 클레임 교육시스템 도입을 통한 클레임 컨트롤 강화

CCM체계 구축 Master Plan

본그룹은 CCM 마스터 플랜을 설정하였습니다. CCM 마스터 플랜은 장기계획으로서 단계별로 시행 월을 설정하고 해당 월에 일자를 조율하여 진행하는 계획일정으로 교육·훈련·성과부분은 전사 차원에서 진행하고 있습니다.

Master Plan			2014년												2015년											
단계	추진내용	주관	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월		
추진진행 ~ 인증심사	CCM선포/TFT구성	고객상담팀																								
	고객상담팀 위치이동	인재개발팀																								
	시스템개선	IT Intra실																								
	의무교육	고객상담팀																								
	홈페이지수정/홍보기사	마케팅팀																								
	CCM슬로건 완성	고객상담팀																								
	공적서/매뉴얼	고객상담팀																								
인증준비	내부심사	경영지원실																								
	인증준비	고객상담팀																								
	내부심사	경영지원실																								
단계	추진내용	주관	2월 <th>3월</th> <th>4월</th> <th>5월</th> <th>6월</th> <th>7월</th> <th>8월</th> <th>9월</th> <th>10월</th> <th>11월</th> <th>12월</th> <th>2월</th> <th>3월</th> <th>4월</th> <th>5월</th> <th>6월</th> <th>7월</th> <th>8월</th> <th>9월</th> <th>10월</th> <th>11월</th> <th>12월</th>	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월		
CCM운영	고객의 소리 체험	고객상담팀																								
	고객상담팀 당직업무개편																									
	클레임 처리 프로세스 정립																									
	본사 클레임 현황판 설치																									
	고객 경험관리 프로세스 정립																									
	위생점검Day 실행																									
	가맹점 본사 소통게시판 신설/운영																									
	가맹점 현장교육 프로세스정산(안)																									
	이물관리체계 구축																									
	고객 만족도 조사 실행																									
	정보제공 관리(2대 포털 관리)																									
	포인트소멸 고객 크레임 사전처단																									
	구매팀과의 coop구성																									
	클레임 방문교육 시스템 구축																									
CCM품질경영체 정착																										
14년도 클레임상위 가맹점 관리																										
주문오류 반품 관리																										
단계	추진내용	주관	2월 <th>3월</th> <th>4월</th> <th>5월</th> <th>6월</th> <th>7월</th> <th>8월</th> <th>9월</th> <th>10월</th> <th>11월</th> <th>12월</th> <th>2월</th> <th>3월</th> <th>4월</th> <th>5월</th> <th>6월</th> <th>7월</th> <th>8월</th> <th>9월</th> <th>10월</th> <th>11월</th> <th>12월</th>	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월		
CCM교육/ 훈련	내부고객 지원, 보상프로그램	인재개발팀																								
	회의제 구축/실행	경영기획실																								
	인적 물적자원 수요파악/예산관련	인재개발/IT																								
	근무환경/설비시스템	인재개발/IT																								
	CCM매뉴얼/관리	고객상담팀																								
	CCM교육(임원)	인재개발/교육																								
CCM성과	CCM교육(임직원)	인재개발/교육																								
	CCM교육 만족도조사	인재개발/교육																								
	CCM지식성과 관리	경영기획실																								
	KPI설정/관리	경영기획실																								
실적관리 DB화	경영기획실																									



CCM 도입선포식



CCM 현황판 운영



CCM 선언문



소비자중심경영(CCM) 도입

본그룹은 소비자중심경영 도입과 관련하여 내·외부적으로 부족한 요소들과 문제점을 파악하고 개선시기와 해결 가능 시점을 파악하였습니다.

내·외부 진단

	내부(직원 및 SYSTEM)	외부(가맹점)
CS분야 개선점	<ul style="list-style-type: none"> • 클레임 처리/관리력 부족 • 클레임관리 시스템 • 직원 클레임(고객지향) 인식 미흡 • 고객의 소리 분석/활용 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> • 프랜차이즈 서비스인식 부족 • 클레임 현장 대응력 미흡 • IT관련 시스템 활용력 부족 • 시대변화, 트렌트 반영력 미흡
CS분야 개선 가능성	<ul style="list-style-type: none"> • 선한 가치관과 긍정적 성향 • 고객관리의 누적화된 경험 • 브랜드성향에 특성화된 고객관리 	<ul style="list-style-type: none"> • 변화요구에 긍정적성향 • 전체가맹점이 아닌 일부가맹점의 문제 (선택과 집중으로 해결가능)

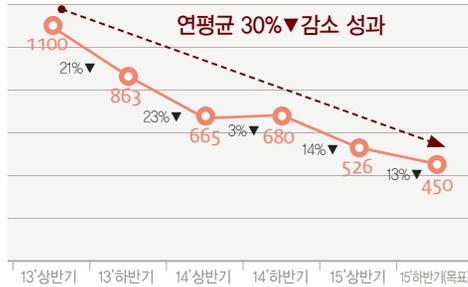
전략방향

2014년	<p>소비자 불만해결을 위한 클레임처리 프로세스 완성 및 클레임 책임경영 인식 강화</p>
2015년	<p>소비자중심경영 CCM_3대 고객만족</p> <ul style="list-style-type: none"> • 가맹점 소비자를 위한 시스템 안정화 • 외부 고객소비자 만족도 향상 • 내부직원을 위한 지원 시스템 개선

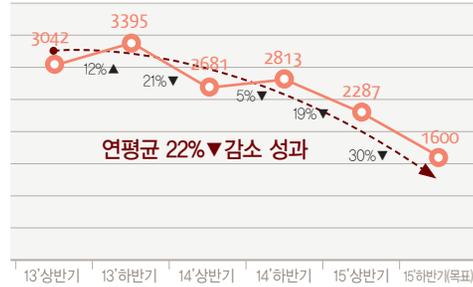
클레임 감소

고객 클레임을 줄이고자 하는 본그룹의 지속적인 노력 결과, 최근 3년간 고객 클레임 건수는 연 평균 30%, 가맹점 클레임 건수는 22% 비율로 꾸준히 감소하였습니다.

고객클레임 건수



가맹점클레임 건수



또한 2014년에는 고객 만족도를 높이기 위하여 고객으로부터 오는 전화에 대한 응답율을 77.6%에서 97.4%로 높였으며, 고객과 가맹점 만족도를 높이기 위하여 그동안 관리되지 않았던 '클레임 처리기간'과 '클레임 처리율'을 관리지표로 설정하여 관리하고 있습니다.

전략과업	관리지표	'13년 실적	'14년 실적
고객 만족도향상	고객 클레임	1,963건	1,345건
	인바운드 응답률	77.6%	97.4%
가맹점 만족도향상	가맹점 클레임(반품)	6,437건	5,494건
고객·가맹점 만족도향상	클레임 처리기한(일)	미관리	0.9일
	클레임 처리율(%)	미관리	96.9%

유형별 클레임 집계 현황

2014년 상반기와 2015년 상반기 비교 결과 클레임 유형별로도 이물질, 맛, POS, 배달, 변질클레임 등 모든 분야에서 클레임이 감소하였습니다.

유형	이물질 클레임			맛 클레임			POS 클레임		
	2014	2015	증감률	2014	2015	증감률	2014	2015	증감률
수치(건)	69	36	48% ▼	78	38	51% ▼	59	35	41% ▼

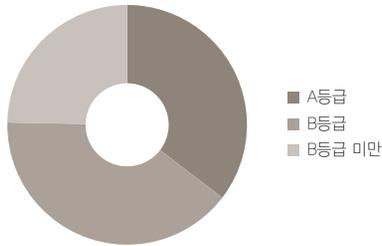
유형	배달서비스 클레임			변질클레임		
	2014	2015	증감률	2014	2015	증감률
수치(건)	25	13	48% ▼	5	3	40% ▼



위생점검day 시행

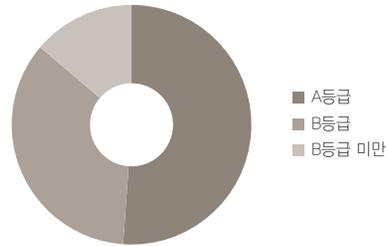
본그룹은 2014년 위생점검팀을 특별점검팀으로 격상시키고 가맹점의 위생점검을 강화하였습니다. 특별점검팀에서는 2014년 4월부터 위생점검day를 시행, 매월 셋째주 금요일에 전 지역 가맹점을 대상으로 위생점검을 시행하고 있습니다. 그리고 이를 통해 수도권 전 가맹점의 위생등급을 B등급 이상 수준으로 개선하는 성과를 거둬으로써 본브랜드 가맹점의 위생수준을 한 단계 업그레이드 할 수 있었습니다.

2014년 상반기 특별점검 현황



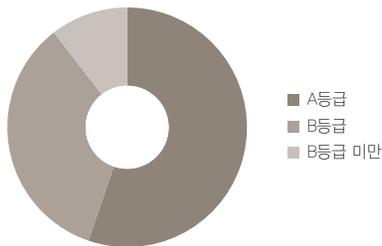
4월 위생점검 현황

등급	A등급	B등급	B등급 미만	합계
가맹점수	86	97	60	243
분포	35.4%	39.9%	24.6%	100.0%



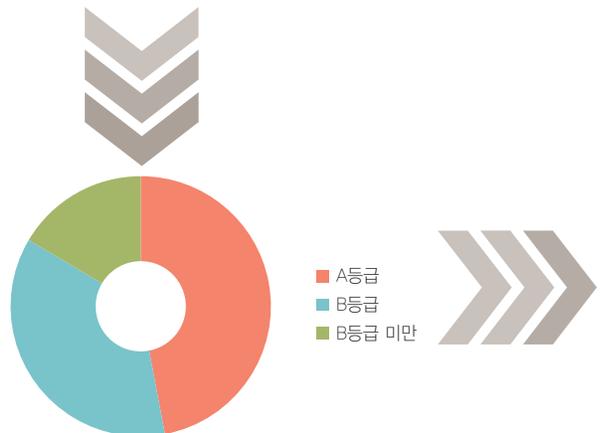
5월 위생점검 현황

등급	A등급	B등급	B등급 미만	합계
가맹점수	137	94	37	268
분포	51.1%	35.1%	13.8%	100.0%



6월 위생점검 현황

등급	A등급	B등급	B등급 미만	합계
가맹점수	116	72	22	210
분포	55.2%	34.3%	10.4%	100.0%



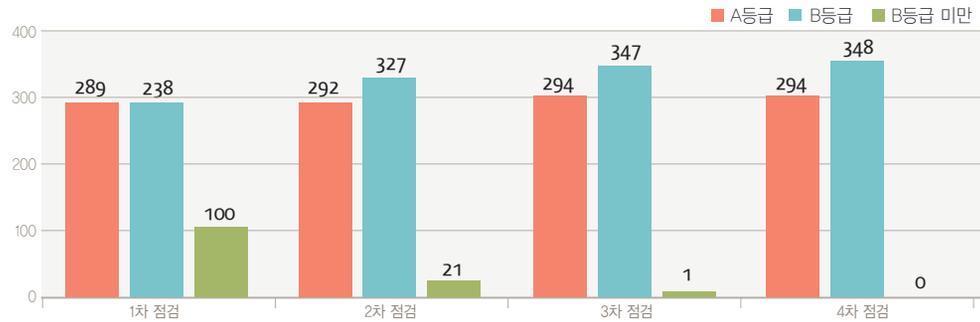
등급	A등급	B등급	B등급 미만	합계
가맹점수	339	263	119	721
분포	47.0%	39.9%	24.6%	100.0%

☉ 위생점검day 업그레이드

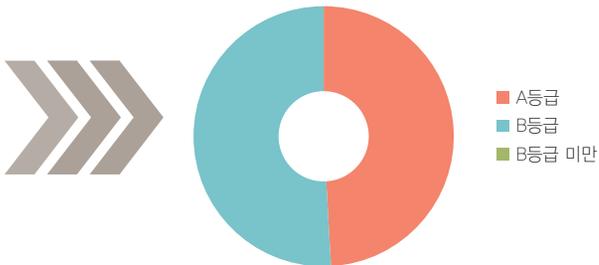
하지만 전직원이 동참하여 위생점검에 집중한 결과, 점검자의 전문성이 다소 떨어지는 문제와 지방권 가맹점 위생점검day로 인한 혜택을 받지 못한다는 문제가 있었습니다.

이에 전직원을 대상으로 했던 점검을 특별점검팀으로 국한하여 진행, 높은 전문성과 효율성으로 지방 가맹점의 위생점검까지 강화할 수 있었습니다. 또한 실제로 개선될 때까지 지속적으로 가맹점을 방문함으로써 획기적으로 위생수준이 향상되는 결과를 얻을 수 있었습니다.

지방권 가맹점 위생 등급

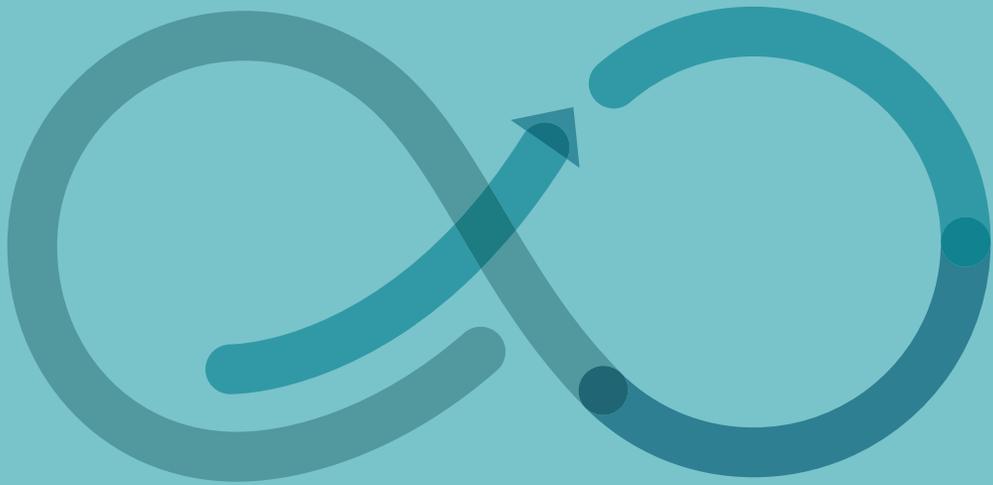


서울, 경기, 인천 최종 위생 등급 현황



- 1 가맹점 점검 후 방치 또는 자체적으로 관리되기를 기다리지 않고 지속적으로 재점검, 현장지도 함으로써 등급 향상
- 2 최종 3차까지 점검하여 안내, 교육, 점검한 결과 위생 등급 향상 완료
- 3 결과적으로 서울, 경기, 인천지역 전 가맹점 721개 모두 위생등급 A, B로 유지

등급	A등급	B등급	B등급 미만	합계
가맹점수	354	367	0	721
분포	49.1%	50.9%	0%	100.0%



BON Franchise

가맹점 행복경영





모든 가맹점이 성공할 수는 없지만
모든 가맹점이 행복할 수는 있습니다.

본그룹은 1,500개의 가맹점과 함께하고 있습니다. 가맹점 당 평균 4인이 근무하기 때문에, 1,500여개 가맹점에서 약 6,000여개의 일자리를 창출하고 있습니다.

본그룹은 단순히 일자리 창출에 그치지 않고, 가맹점 수익향상, 가맹점 행복을 위해 노력하고 있습니다.



가맹점 사장님 행복경영

본그룹은 1,500개의 가맹점과 함께하고 있습니다. 가맹점 당 평균 4인이 근무하기 때문에, 1,500여개 가맹점에서 약 6,000여개의 일자리를 창출하고 있습니다.

본그룹은 단순히 일자리 창출에 그치지 않고, 가맹점 수익향상, 가맹점 행복을 위해 노력하고 있습니다.



○○ 본사모

본그룹은 대내외적으로 몇몇 시행착오를 겪으며 가맹점과 본사가 공동운명체라는 것을 절실하게 깨달았습니다. 가맹점의 행복을 도와야 본사도 행복해진다는 것이 단순한 구호에 그쳐서는 안된다는 생각을 하며 일반 프랜차이즈와는 전혀 다른 가맹점과 본사의 관계를 구축하고 있습니다. 전혀 다른 가맹점과 본사의 관계를 단적으로 보여주는 것이 바로 본사모입니다.

'본사모'는 본을 사랑하는 모든 사람들의 모임으로 가맹점 사장님들 중 지역별로 대표 분들이 '본사모 리더'로 활동하며 가맹점과 본사와의 의사소통 등 다양한 활동을 해주고 계십니다. 2012년 본사모 1기를 시작으로 2014년에는 본사모 3기가 출범 가맹점과 본사를 위한 여러가지 활동을 하고 있습니다.



◎ 우수가맹점 포상

본그룹은 전 가맹점을 대상으로 우수가맹점 포상제도를 시행하고 있습니다.

2014년에는 상반기에 총 20개의 우수가맹점과 2개의 최우수 가맹점을 선발하였습니다.

우수가맹점의 경우 조리, 위생, 서비스 수준 등이 주된 평가기준이며, 최우수매장의 경우 이미 선정된 우수매장을 대상으로 클레임, 칭찬글, 사회공헌 정도까지 평가함으로써 심도있는 평가를 진행합니다.

우수가맹점으로 선발되면 상금 50만원, 상장, 현판, 현수막, 홈페이지 및 사내보, 영수증에 우수가맹점이라는 문구 삽입, 65만원 상당의 건강검진(연세대 세브란스병원)등의 포상이 주어집니다.

최우수 가맹점으로 선발될 경우 해외 연수의 기회가 주어집니다. 2014년에는 본죽 수원탑동점과 본죽 안산신길지구점이 최우수 매장으로 선정되어 대만으로 해외 연수를 다녀오기도 하였습니다.

◎ 10년차 우수가맹점 포상

또한 본그룹은 10년차가 된 본죽 매장 가운데 우수가맹점을 대상으로 3박 4일의 일본 해외연수를 제공 하였습니다. 10년차 오키나와 해외연수는 본사와 가맹점간 상생을 위한 프로그램의 일환으로, 3박 4일의 일정으로 본죽 매장을 10년 이상 운영한 우수 가맹점 사장님 17명과 본사 직원이 함께 참여 하였습니다.

해외연수 기회가 제공된 우수 가맹점은 주기적으로 진행되는 가맹점 기초평가 및 위생서비스, 필수준수사항 등 총 7개 항목에서 상위 점수를 받은 매장을 중심으로 선정하였습니다.

이번 연수를 통해 가맹점과 본사는 본브랜드의 지속적인 성장을 다짐하는 시간과 서로를 이해하는 뜻 깊은 시간을 가졌습니다.





가맹점 사장님 행복경영

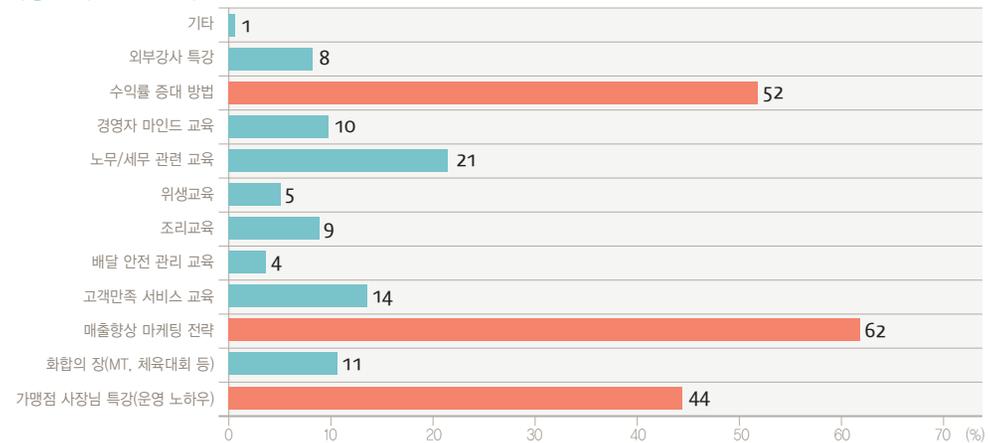
프랜차이즈는 같은 브랜드명을 공동으로 사용하는 업의 특성상 어느 매장에서든 동일한 수준의 품질·위생·서비스 수준을 유지해야 합니다. 이를 위해 가맹점 교육이 필수이며, 본그룹 또한 정기교육이란 이름으로 가맹점 교육을 진행하고 있습니다.

정기교육은 본그룹 전 브랜드의 모든 가맹점이 연 1회 반드시 받아야 하는 필수 교육 과정이며, 일반적으로 가맹점 운영자의 마인드 함양, 품질·서비스·위생 수준 향상을 위한 교육, 매출향상을 위한 각종 노하우 공유 등이 주요 주제로 다뤄집니다.

00 맞춤형 정기교육

2014년 정기교육은 가맹점의 참석율을 높이기 위해 일요일에 정기교육을 진행하였습니다. 또한 본사가 제시하는 일방적인 교육이 아니라, 가맹점에서 실제로 필요로 하는 교육을 제공하기 위하여 사전 설문조사를 진행하였고, 설문조사 결과를 반영하여 교육 커리큘럼을 구성하였습니다.

가맹점 사전 설문조사



교육방식 또한 일방적으로 지식을 전달하는 방식에서 벗어나 에듀콘서트(메시지 전달 + 콘서트)형식으로 교육을 진행하였습니다. 결과적으로 일요일 개최에 따른 참석율 향상과 가맹점 만족도 향상이라는 결과를 얻었습니다. 2014년 정기교육의 혁신으로 인한 성과를 바탕으로 본그룹은 앞으로도 본사 위주가 아닌 가맹점 위주의 교육을 진행해 나갈 예정입니다.



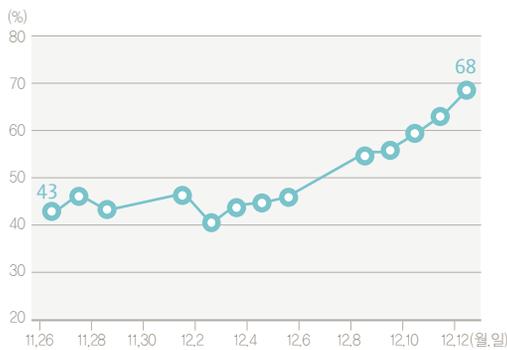
본그룹은 2010년부터 온라인 교육센터인 e러닝센터를 운영해 왔습니다. 가맹점 사장님뿐만 아니라 가맹점 직원은 e러닝센터를 통해 인터넷 상에서 쉽고 편하게 온라인 학습을 할 수 있었습니다. 하지만 매장 내에서 학습을 해야한다는 시간·공간상의 제약이라는 불편함이 있었습니다. 이러한 이유 때문에 더 이상 활성화되지 못하고 신규매장 오픈교육 사전학습과 신메뉴 출시 시 레시피 학습 수단으로만 활용될 정도로 사용에 한계가 있었습니다.

이러한 한계를 벗어나기 위한 대안으로 2014년 본그룹은 스마트러닝센터를 구축·운영하게 되었습니다.

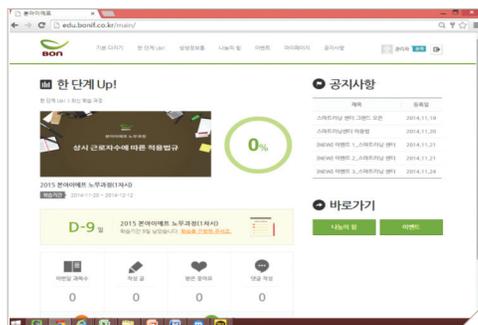
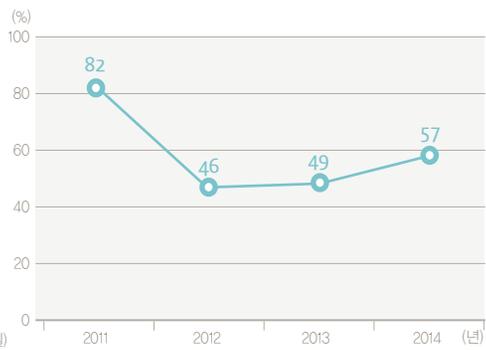
스마트 러닝

본그룹은 2014년 스마트러닝센터를 구축하여, PC뿐만 아니라 스마트폰을 이용해서 언제, 어디서든 자유롭게 학습하고 소통할 수 있는 시스템을 가맹점에 제공하였습니다. 또한 기존 이러닝센터 대비 콘텐츠도 강화하였는데, 이러한 노력의 결과 실제로 스마트러닝 도입 후 가맹점의 학습율이 현격하게 상승하는 효과를 거두게 되었습니다.

스마트러닝 학습률-필수과정



e러닝센터 학습률-필수과정



웹 페이지



앱 (App)



Employees

임직원 성장경영





일하기 편한 회사가 아닌 일하기 좋은 회사를
만들어가고 있습니다.

본그룹은 직원(본직원)들에게 ‘일하기 좋은 일터’를 제공하기
위해 노력하고 있습니다.

본그룹은 투명하고 공정한 성과평가제도를 통해 임직원들이
자신의 능력을 인정받고 동기부여 되어 즐겁게 일할 수 있는
일터를 만들어 가고 있습니다.



본족인 인재상

본그룹은 직원(본족인)들에게 '일하기 좋은 일터'를 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

본그룹이 생각하는 일하기 좋은 일터란 회사의 가치와 직원의 가치가 일치되고, 직원들이 마음껏 역량을 발휘할 수 있으며, 놀라운 성과를 내고, 성과에 합당한 보상을 받는 곳, 나아가 기업과 직원이 함께 성장하는 곳을 의미합니다.

이를 위해 본그룹은 본족인 인재상을 정하고 모든 본족인들이 본족인 인재상에 걸맞게 성장할 수 있도록 돕고 있습니다. 본그룹의 본족인은 "선한 가치관을 바탕으로 탁월한 역량을 발휘하여 놀라운 성과를 내는 본족인"으로 정의합니다.

탁월한 역량

본족인은 공동체의식을 가지고
협력하여 일하며,
내가 성장할 뿐 아니라
타인의 성장을 돕습니다.

선한 가치관

본족인은 6대 핵심가치라는
원칙을 지키고,
예측가능한 행동을 통해
상호신뢰를 키워갑니다.

놀라운 성과

본족인은 계획이 아니라
실행을 통해 성과를 창출하며,
지식을 통해 스스로 성과를
증명합니다.



직원성장경영

선한 가치관

본그룹이 좋은 기업을 넘어 위대한 기업으로 가기 위해서는 기업의 가치관을 배우고 성장한 인재가 필수적입니다. 선한 가치관을 바탕으로 탁월한 역량을 발휘하여 놀라운 성과를 내는 본족인을 양성하기 위해서 본그룹은 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

인재상	2014-5년 핵심 실행 전략
선한 가치관	<ul style="list-style-type: none"> • 사명워크샵 개최 • 핵심가치위원회 운영을 통한 가치관경영 강화 • 감사 캠페인
탁월한 역량	<ul style="list-style-type: none"> • 본족인 학습문화 강화 [학습] • 본족인 직무교육 강화 [교육]
놀라운 성과	<ul style="list-style-type: none"> • 평가제도 업그레이드 [슈퍼리더 평가제도 신설] • 지식성장을 통한 성과평가 및 보상 수준 강화

○○ 사명워크샵

2013년 가치관워크샵에 이어 2014년 3월부터 4개월에 걸쳐 본그룹 전 임직원들을 대상으로 사명워크샵을 진행하였습니다.

과거, 현재의 모습을 돌아보고 미래를 그리며 본인의 사명과 비전을 설정한 후 다른 임직원들과의 나눔 과정을 통해, 스스로의 가치관을 뚜렷이 하고, 자신의 일하는 이유를 되새겨 보는 시간이었습니다.

서로가 살아온 이야기들을 나누며, 함께 울고 웃는 시간을 통해 임직원 서로가 가까워지고 서로를 이해할 수 있는 시간이었습니다. 또한 본그룹 6대 가치 중 '개인 보다 우리'라는 가치의 소중함을 깨닫는 시간이기도 했습니다.



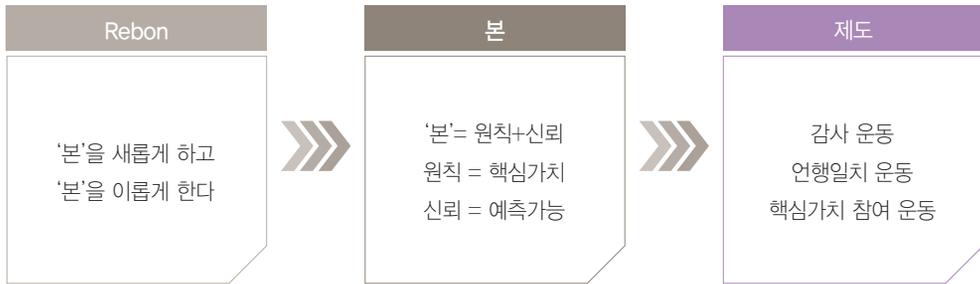


선한 가치관

◎ 핵심가치위원회

핵심가치란 본죽인이 지켜야 할 의사결정과 행동의 기준을 의미합니다. 본그룹은 핵심가치위원회를 구성하고 핵심가치 내제화 프로젝트란 이름으로 감사운동, 언행일치운동, 가치 참여 운동이라는 세 가지 운동을 진행하고 있습니다.

감사운동은 서로 감사하고, 축하하고, 존중하며 '상호관계'를 쌓아가는 운동이고, 언행일치운동은 핵심가치를 통한 의사결정과 행동으로 '업무신뢰'를 쌓아가는 운동이며, 핵심가치 참여 운동은 핵심가치에 대해 함께 고민하여 '조직문화'를 구축하는 운동을 의미합니다.



◎ 감사캠페인

본그룹에서는 2013년부터 감사캠페인을 통해 개개인의 선한 가치관 함양뿐 아니라 서로에게 감사하는 조직문화를 구축하고 있습니다.

2014년에는 감사일기 쓰기, 감사카드 보내기, 감사게시판 글쓰기를 통해서, 2015년에는 기존의 감사카드와 게시판 대신 'Thanks'라는 감사어플을 통해 서로가 감사한 마음을 나눌 수 있도록 독려 하였습니다.

나아가 감사캠페인에 적극적으로 참여한 직원에게 '선한가치관상'을 시상, 해외연수 기회를 제공함으로써 감사문화가 곧 조직문화로 뿌리내릴 수 있도록 제도적인 노력도 같이 하고 있습니다.

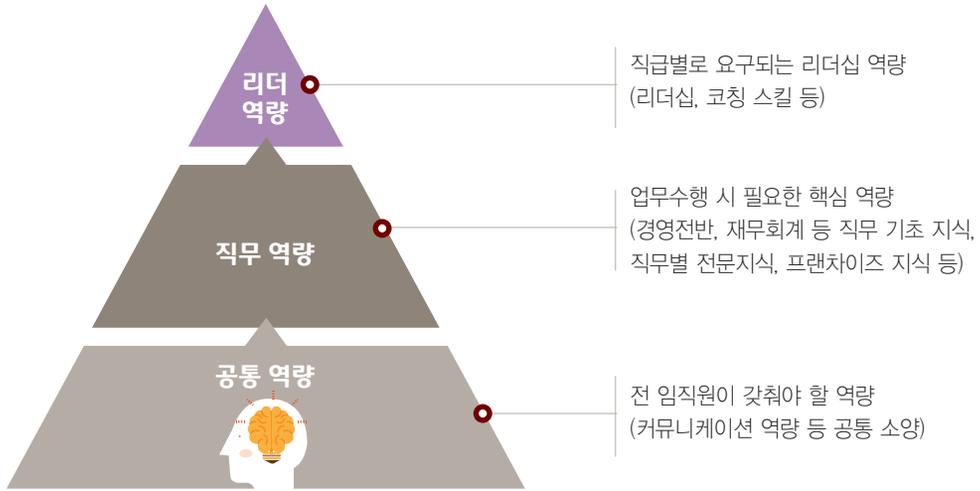
	2014	2015
감사 캠페인	감사일기 쓰기	감사일기 쓰기
	감사카드 보내기	'Thanks' 글쓰기
	감사게시판 글쓰기	'Thanks' 릴레이 참여하기

탁월한 역량

00 역량 모델

본그룹은 본족인 역량모델(Competency Model)을 설정하고, 역량모델에 따라 학습 및 교육 시스템을 체계화함으로써 본족인들이 균형있는 성장을 할 수 있도록 돕고 있습니다.

본그룹 역량 모델



본그룹 교육체계

역량 구분		비직책자/예비직책자	직책자
공통역량	선한 가치관 커뮤니케이션 역량	본아카데미, 독서, 봉사, 바이블 아카데미 원팀 워크샵 / 기안, 회의록 작성	
	프랜차이즈 지식	2016년 진행 예정	
직무역량	직무기초지식	직무 OJT	외부 온·오프라인 교육
	직무 전문지식		
리더역량	리더십, 코칭스킬	비직책자/예비직책자 교육	직책자 면담역량 향상 교육



탁월한 역량

○○ 학습 문화 강화

2014-5년도에는 직책자와 비직책자를 구분하여 직책자에게는 리더역량을 함양할 수 있도록 하였으며, 비직책자들은 직무교육 중심의 학습을 할 수 있도록 이수 학점을 다르게 구성하였습니다.

본그룹 학점제도			
역량구분	과목	비직책자/ 예비 직책자	직책자
공통역량	본아카데미	40	40
	독서 (BB day)	48	48
	봉사	30	30
	바이블아카데미	20	20
리더역량	원팀 워크샵	10	10
	직책자/비직책자/ 예비직책자 교육	15	20
직무역량	직무교육(기초,전문)	30	15
기타	자율학습	17	27
총 학점	210	210	210

1. 본아카데미

본그룹을 대표하는 아카데미로서 매주 월요일 아침 07:30~09:00까지 진행됩니다. 본족인의 교육과 공감, 소통의 장으로서 경영설명회를 통해 바뀌는 정책, 미래전략, 성과달성에 대한 부분들을 직원들과 공유하기도 하며, 외부 저명인사를 초빙하여 주요 대내외 이슈를 다루는 시간을 갖기도 합니다.

2. 독서 (BB day)

독서하는 기업으로 유명한 본그룹은 과거 1년 100권 독서운동의 정신을 살려 2014-5년에는 비비데이(BB day: Book & Breakfast)를 만들어 함께 아침을 먹으면서 서로가 깨달은 점과 적용할 점을 나누는 시간을 갖고 있습니다.

3. 봉사

‘본으로 행복을 돕는 사람들’이라는 본그룹의 미션을 달성하기 위하여 직원들에게 봉사학점을 부여, 의무적으로 전직원이 최소한의 봉사를 할 수 있도록 하였습니다.

4. 바이블아카데미

본그룹이 성경적 가치관으로 설립된만큼 직원들이 회사의 설립이념을 되새기고 일할 수 있도록 바이블아카데미를 운영하고 있습니다. 신앙 여부 및 자신에 맞는 활동을 할 수 있도록 4개 분반을 구성하여 운영하고 있습니다.

구성	내용
믿음반	성경 공부 20시간 [강의 형식]
소망반 A	성경필사 (마가복음, 잠언 택 1)
소망반 B	OYB(One Year Bible) 읽고 나눔
사랑반	기독교 관련 영상 관람

5. 계층별 교육

- ① 직책자 교육 : 리더십, 코칭 역량 함양의 첫번째 단계로 면담 역량 강화에 집중(3월 말)
- ② 예비직책자 교육 : 리더의 역할, 자질 등 리더십 Mind Set 교육
- ③ 비직책자 교육 : 직급 단계별 교육

구성	내용
직책자 교육	리더십, 코칭 역량, 면담 역량 함양 교육
예비직책자 교육	리더의 역할, 자질 등 리더십 Mind Set 교육
비직책자 교육	본인의 부족한 역량에 맞춰 자발적으로 받는 맞춤형 교육





놀라운 성과_본그룹 평가제도

본그룹은 투명하고 공정한 성과평가제도를 통해 임직원들이 자신의 능력을 인정받고 동기부여되어 즐겁게 일할 수 있는 일터를 만들어 가고 있습니다

본그룹 평가 제도

구분	대상		내용
조직평가	임직원		<ul style="list-style-type: none"> 반기별 진행 소속되어 있는 부문/본부의 조직평가 (매출&이익) 반영
업적평가	KPI	영업직군 / 비영업직군	<ul style="list-style-type: none"> 반기별 진행 개개인이 업무목표를 정하고 업무를 평가할 수 있는 핵심성과지표(KPI)를 통해 자가평가 후 팀장/실장/본부장/부문장으로부터 승인을 받음
	지식		<ul style="list-style-type: none"> 반기별 진행 개개인이 업무를 개선한 후, 이를 지식성가로 정리하여 평가를 받음
역량평가	일반	임직원	<ul style="list-style-type: none"> 반기별 진행 본직인 인재상에 맞춘 평가항목을 구성, 해당 항목을 통해 360도 다면평가 진행
	리더십	그룹장, 부문장, 본부장, 실장	<ul style="list-style-type: none"> 리더십 역량 중심으로 별도의 슈퍼리더십 평가 진행

평가지표	평가항목	세부항목	부문장	본부장 / 실장	팀장	팀원	평가지표	평가항목	세부항목	부문장	본부장 / 실장	팀장	팀원		
가치관	원칙	핵심가치	○	○	○	○	역량	직무역량	사고력	기획력	○	○	○	○	
		근무태도			○	○				분석력				○	
	신뢰	안행일치	○	○	○	○			전문성	창의력				○	
책임감		○	○	○	○	문제해결력						○	○		
역량	리더역량	Team 리더십	의사결정력	○	○	○			공통역량	협력	전문성	○	○	○	○
			명확한 지시	○	○	○		○			자기개발	○	○	○	○
		위임	○	○	○	○	팔로워십				○	○			
		피드백	○	○	○	○	고객지향				○	○			
	Self 리더십	조직관리	○	○	○	○	성장	커뮤니케이션	○	○	○	○			
		솔선수범	○	○	○	○		협동	○	○	○	○			
		목표설정	○	○	○	○		도전정신				○			
		일정관리						학습능력			○	○			
	스트레스 관리				○					○					

역량평가 항목

성과 및 보상제도

본그룹은 가장 큰 회사를 목표로 하지 않습니다. 대신 가장 좋은 회사가 되고자 합니다. 가장 좋은 회사는 일하기 좋은 회사, 일한만큼 직원들에게 보상하는 회사라는 생각 아래 회사가 할 수 있는 최선의 복리후생제도를 제공하려고 노력하고 있습니다.

구분	내용
본직인 인제상을 제정하여 연/반기/분기/월별로 포상	포상에 따라 유급휴가 및 해외연수, 국내여행, 상품권 지급
학자금 지급	자녀 유치원~고등학교 장학금 및 대학 입학 시 입학축하금 지급, 본인 대학교 및 대학원 입학 시 축하금 200만원 지급
사내대출제도	직급에 따라 2,000만원~5,000만원의 사내대출 제공
정기휴가비 지급	직급에 따라 하기 휴가때 50~100만원 지급
복지포인트 지급	직급에 따라 80만~170만 복지포인트 제공 자기계발 및 복지용으로 사용가능
펜션회원가 제공	전국 대명 리조트, 제주 해비치 호텔 등 펜션 회원가 제공
장기근속자 안식 휴가	장기 근속자에게 2주의 휴가 및 휴가비 300만원(7년차) 및 해외연수(10년차) 제공
장기근속자 창업 지원	창업비 1,500만원(만 7년차)~2,000만원(만 10년차) 지급
식비 지급	월 10만원 지급
본직 상품권 제공	식비와 별도로 매월 전국 1,500개 본브랜드 가맹점에서 사용할 수 있는 상품권 제공
명절선물 지급	추석, 설 뿐만 아니라 가정의 달, 창립기념일에도 선물 증정
사내 경조금	사내 규정에 따라 본인 생일, 부모님 생일, 결혼, 부고 등의 경조사에 각종 경조금 지급
차량유지비 지급	차량 사용에 따라 차등 지급
리프레시 여행	입사 1, 3, 5년차 리프레시 여행 진행 (패러글라이딩 등)
임직원 쇼핑물	저렴한 가격에 식품 구매가 가능한 임직원 전용 쇼핑물 제공
문화데이 운영	분기별로 부서별 문화활동 지원 (뮤지컬, 연극 관람 등)



성과 및 보상제도

◎ 본족인 인재상

본그룹은 본족인 인재상을 제정 월, 분기, 반기, 연 단위로 가치관이 훌륭하고 탁월한 역량을 발휘하여 놀라운 성과를 낸 본족인들에게 포상을 하고 있습니다.

본족인재상 제도

구분	시행단위	수상인원	수상차추천기준	포상내용
본의본상	년	대상자 있을 시	3관왕 (놀라운성과상, 탁월한역량상, 선한가치관상)	상금 1000만원
본이되는 팀상	년	1팀	가치관+역량+성과	팀MT지원 (1인30만원)
놀라운성과상	반기	4명	지식페스티벌참가	해외연수 (1인200만원)
탁월한 역량상	반기	8명	업적&역량	
선한가치관상	분기	12명	감사캠페인	감사나눔 봉사
본 지식인상	분기	4명	지식페스티벌	1등 50만원

◎ 해외 연수 제공

본그룹은 직원들이 건문을 넓히고 본업과 관련한 역량을 강화하기 위하여 해외 프랜차이즈 박람회, 식품박람회 등의 연수 기회를 제공하고 있습니다. 2014년에는 일본 동경, 중국 북경, 미국 뉴욕에서 열린 프랜차이즈 박람회를 통해 식견을 넓히는 시간을 가질 수 있었습니다.



일본 동경 식품박람회 참여



북경 프랜차이즈 박람회 연수



미국 뉴욕 연수

00 장기근속자 리프레시 휴가

장기근속한 임직원들에게 휴식을 통한 개인건강관리 및 자기계발 등 재충전의 기회를 부여하여 개인 및 회사 발전에 더욱 전념할 수 있도록 7년차, 10년차 임직원을 대상으로 리프레시 2주의 휴가와 7년차에는 휴가비 300만원, 10년차에는 해외연수의 기회를 제공하고 있습니다.

00 리프레시 M.T

입사 1년, 3년, 5년차 직원들을 대상으로 업무를 벗어나 휴식을 취하고 개인의 활력을 회복하여 새로운 도약의 계기를 마련해 주기 위하여 리프레시 M.T제도를 운영하고 있습니다.

대상자들은 양평, 단양, 정선 등 다양한 곳에서 번지점프, 패러글라이딩 등 충전의 시간을 갖고 입사 동차수들과 함께 자유롭게 교류하는 시간을 갖습니다.



00 문화데이

문화데이는 각팀, 실별로 평소에 체험하기 어려운 문화행사를 함께 경험하도록 분기별로 공연/전시/체험 티켓을 지원하는 제도입니다.

2014년에는 연극, 뮤지컬, 음악회 등 다양한 문화행사를 동료들과 함께 즐기며 공감대를 형성하는 뜻깊은 시간을 가졌습니다.





GWP 대상·노사문화우수기업 선정

○○ GWP 대상

GWP코리아가 선정한 '2014년 대한민국 일하기 좋은 100대 기업'에서 본아이에프(주)가 대상을 수상하며, 4년 연속 수상이라는 쾌거를 이뤘습니다.

GWP는 Great Work Place(일하기 훌륭한 일터)를 의미합니다. 2002년부터 시작돼 올해 13주년을 맞은 '대한민국 일하기 좋은 기업'은 신뢰경영을 실천하는 기업을 선정하여 시상하는 제도로, 미국, 유럽, 아시아 등 50여개 국가에서도 인정받고 있는 기업평가제도입니다.



○○ 노사문화우수기업 선정

2014년 7월 본아이에프(주)는 고용노동부가 주최한 '2014년 노사문화 우수기업 평가'에서 노사문화 우수기업으로 선정되었습니다. 노사문화 우수기업 인증은 고용노동부와 노사발전재단에서 주관하는 상생과 협력의 노사문화 확산을 위해 업종과 규모에 관계없이 노사문화가 우수한 사업 또는 사업장을 공개경쟁으로 선정, 지원하는 인증 제도로 노사관계 및 노사문화에 관한 공신력을 가진 평가제도입니다.





협력회사 동반성장

본그룹은 전국민의 먹거리, 건강을 책임지는 기업입니다. 이러한 막중한 책임을 본그룹 혼자서는 감당하기 어렵습니다. 협력회사들과 한마음으로 노력해야만 이러한 책임을 다할 수 있습니다. 본그룹은 협력회사와 동반성장하기 위해 노력하고 있습니다. 협력회사와 커뮤니케이션을 확대하고, 지속적으로 협력회사와 협업함으로써 업계의 본이 되도록 노력하겠습니다.

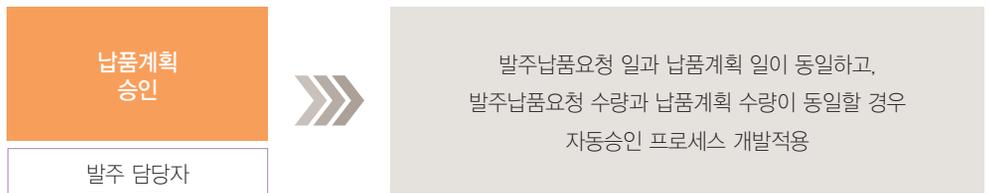
○○ 웹발주 시스템 개선

본그룹은 많은 협력회사와 거래를 하고 있습니다. 협력업체 수가 많다 보니 웹발주 시스템을 운영한다고 하더라도 협력사별로 납품계획을 등록하는 시간이 달랐습니다.

이에 본그룹 물류센터에서는 시간대별로 계속해서 납품계획을 확인해야 하는 번거로움이 있었습니다.

그리고 이러한 번거로움은 본그룹 내에서 끝나지 않고, 때로는 협력업체와 일정을 조율해야 하는 불편함까지 발생하였습니다.

이에 본그룹 물류센터에서는 웹발주시스템 하에서 루틴하게 승인해도 되는 품목들은 자동으로 승인되도록 시스템을 개선함으로써 본그룹 뿐만 아니라 협력업체에도 효율을 가져오는 성과를 거둘 수 있었습니다.



○○ BON PAY

본그룹의 협력업체 중에는 본그룹보다 큰 규모의 업체들도 있지만, 절반 이상은 본그룹보다 규모가 작은 업체들입니다.

이러한 업체들 중 기업 규모는 작으나 본그룹에 대량으로 물량을 공급하기 위해, 대량으로 선구매를 해야 하는 업체들이 있습니다.

본그룹은 이러한 경우, 협력업체의 상황을 고려하여 협력업체가 물량을 용이하게 조달할 수 있도록 신뢰를 구축한 업체에 한하여 선결제 제도를 진행하고 있습니다.



Local Community

지역사회공헌





본으로 맺은 열매를 이웃과 나누고 있습니다.

2014년 본그룹은 사회공헌팀을 신설하여 본족인들의 사회 공헌활동을 확대, 강화하고있습니다. 또한 본아이에프 임직원 모두가 '본족인 봉사단'에 가입, 정기적으로 봉사활동을 진행하고 있습니다.



본그룹 사회공헌팀 신설

2014년 본그룹은 사회공헌팀을 신설하여 본족인들의 사회공헌활동을 확대, 강화하고 있습니다. 또한 본아이에프 임직원 모두가 '본족인 봉사단'에 가입, 정기적으로 봉사활동을 진행하고 있습니다.

연번	2014 봉사활동	횟수	총시간
1	행복나눔 바자회	1	888
2	뇌성마비 축구대회	1	472
3	사랑의 김장나눔	2	300
4	G7축구단 친선경기	6	288
5	성북노인종합 복지관	10	176
6	쪽방촌 섬김의 날	11	128
7	서부장애인 복지관 싱그런 토요일	5	118
8	가맹점 배포 저금통 포장 봉사	7	82.5
9	렘넌트 지역아동센터	3	72
10	재능기부(디자인, 요리등)	14	32
11	찾아가는 본사랑죽	2	10



본족인 봉사단 활동

◎◎ 본족인 봉사단 비전

본족인 봉사단(본아이에프 임직원 전체)	
비전	나눔과 섬김으로 세상의 빛과 소금이 되는 본족인
역할	자발적 봉사활동의 일상화로 가치 있는 삶의 전파

◎◎ 봉사단 활동시간

년도	2013년	2014년
참여자	78	146
누적시간	969	2566.5

◎◎ 봉사단 활동내역

연번	봉사단 정기 봉사활동	시행시기	수시 활동
1	섬김의 날	매월3주 주일	'죽퍼' 배식봉사
2	서부장애인 종합복지관	매월마지막주 토요일	본사 주변 환경 개선활동
3	성북 노인종합 복지관	매월 1회 토요일	본족 상품권 기부
4	렘넌트 지역 아동센터	매월 1회 토요일	티치 포 코리아
5	행복나눔 바자회	연 1회	헌혈의 날 캠페인
6	G7 축구단	격월 1회	재능기부





본족인 봉사단 활동

○○ 행복나눔바자회

본그룹은 소아암 어린이를 돕기 위해 2011년 자선 골프대회, 2012년 자선 걷기대회, 2013년 행복나눔바자회에 이어 2014년에도 종로 젊음의 거리에서 행복나눔바자회를 진행 하였습니다.

2014년 9월 23일, 푸르르고 따뜻한 햇살 아래 종로 젊음의 거리에서 진행된 바자회에는 본족과 본도시락을 비롯하여 다양한 분식과 음료 등 수많은 먹거리와 참기름, 현미 등 본그룹 협력사의 우수한 품질의 식자재와 본그룹 임직원들의 자발적인 물품 기부로 구성된 살거리, 축하공연과 다양한 이벤트로 구성된 볼거리까지 더해 많은 인파들로 종일 붐볐습니다. 많은 사람들이 함께한 결과, 당초 목표로 했던 5,000만 원 수익금을 초과하여 약 6,000만원의 수익금이 모금되었으며, 수익금 전액은 연세대학교 세브란스병원 소아암 병동과 소아암 NGO 한빛에 기부하였습니다.



○○ 김장나눔 행사

2014년 11월 22일, 본족인 봉사단은 경기도 구리시 토평동에 위치한 본푸른교회에서 사랑의 김장나눔 행사를 진행하였습니다. 봉사단 40명과 본푸른교회 20명 등 60여명이 오전 9시부터 약 2,000kg의 김치를 담고, 이를 지구촌 사랑나눔, 소아암 NGO 한빛, 두리하나, 벨엘지역아동센터, 복음자리 등 지역사회 도움이 필요한 이웃들에게 전달하는 뜻깊은 시간을 가졌습니다.



○○ 본죽컵 뇌성마비인 축구대회

2014년 11월 11일, 본그룹이 후원하고 한국뇌성마비복지회가 주최하는 본죽컵 제 21회 뇌성마비인 축구대회를 도봉구 창동에 위치한 창동문화체육 센터에서 개최하였습니다.

예선경기부터 결승전까지 체력 소모가 많았을 것임에도 지치지 않고 경기에 임한 뇌성마비인 선수들과 그 모습을 보며 응원의 열기를 더한 본그룹 임직원들이 모두 하나가 되는 뜻깊은 시간이었습니다.



○○ 100일의 기적 1000원의 행복캠페인 진행

본그룹은 2014년 9월 1일부터 연말까지 인천지역 본죽 가맹점과 고객님을 대상으로 희망캠페인을 진행하였습니다. 이 캠페인은 인천지역 본죽 가맹점과 고객님들께서 행복캠페인 저금통을 통해 기부해주신 모금액을 통해 인천지역 저소득가정의 어린이 안질환 치료비용으로 전액 지원하는 캠페인입니다.

100일동안 진행된 본 캠페인을 통해 모금된 금액 전액은 2015년 1월, 실로암 안과 병원에 전달되어 어린이 다섯 명이 맑은 눈동자를 갖게 하는데 쓰일 수 있었습니다.



**인천 본죽 가맹점과 함께하는
기적 100원 캠페인**

100일의 기적 1000원의 행복

아이의 눈을 밝히는 인천지역 본죽 가맹점과 함께하는 기적 100원 캠페인은, 본죽이 후원하는 안질환 치료비용으로 전액 지원하는 캠페인입니다. 본죽이 후원하는 안질환 치료비용으로 전액 지원하는 캠페인입니다. 본죽이 후원하는 안질환 치료비용으로 전액 지원하는 캠페인입니다.

100일의 기적 1000원의 행복

안질환 치료비용으로 전액 지원하는 캠페인입니다. 본죽이 후원하는 안질환 치료비용으로 전액 지원하는 캠페인입니다. 본죽이 후원하는 안질환 치료비용으로 전액 지원하는 캠페인입니다.

인천 아이들의 맑은 눈동자를 지켜주세요

인천지역 본죽 가맹점과 고객님들께서 저금통을 통해 기부해주신 모금액은 인천지역 저소득가정의 어린이 안질환 치료비용으로 전액 지원합니다.

기적 100원: 100원 기부 - 100원 기부

100원 기부 방법

1. 본죽 가맹점 방문
2. 본죽 가맹점 직원에게 기부금 통장 번호를 알려주세요
3. 본죽 가맹점 직원에게 기부금 통장 번호를 알려주세요
4. 본죽 가맹점 직원에게 기부금 통장 번호를 알려주세요
5. 본죽 가맹점 직원에게 기부금 통장 번호를 알려주세요
6. 본죽 가맹점 직원에게 기부금 통장 번호를 알려주세요
7. 본죽 가맹점 직원에게 기부금 통장 번호를 알려주세요
8. 본죽 가맹점 직원에게 기부금 통장 번호를 알려주세요
9. 본죽 가맹점 직원에게 기부금 통장 번호를 알려주세요
10. 본죽 가맹점 직원에게 기부금 통장 번호를 알려주세요

본죽 본점: 인천광역시 중구 본죽빌딩 1층 본죽 본점

Environment

환경개선경영





모든 먹거리는 자연에서 나옵니다. 외식기업인 본그룹이 자연을 소중히 생각하는 까닭입니다.

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.



환경개선경영

○○ 음식물 쓰레기 감소

우리나라의 연간 음식물 쓰레기 배출량은 530만톤으로 이를 처리하는 비용 및 식자재값, 인건비 등을 합치면 15조에 달합니다. 음식물 쓰레기를 50%만 줄여도 연간 8조원의 경제효과와 함께 이산화탄소 배출량도 100만가량 감소시키는 효과를 가져올 수 있습니다. 본그룹은 이를 위해 음식물 쓰레기를 줄이기 위한 다양한 노력을 하고 있습니다.

첫째 레시피를 표준화하였습니다. 정량의 재료를 사용하도록 레시피를 표준화하고 미리 소분하게 하여 조리시 음식물 쓰레기 발생을 극소화 했습니다.

둘째 적정량 제공입니다. 일반 한식당에서 여러 명이 식사할 때 반찬을 한곳에 수북히 내오는 것과는 다르게 본족에서는 철저히 1인식 적정량을 제공하고 있습니다. 반찬류도 처음부터 넉넉하게 주어 남기게 하는 것이 아니라 더 필요한 분들에게만 추가로 제공하는 방식을 취하고 있습니다.

셋째 포장의 활성화입니다. 본족은 포장용기를 대/중/소로 분류하여 고객이 음식을 남기더라도 불편함 없이 포장해 갈 수 있게 하였습니다.

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

○○ 친환경 용기 사용

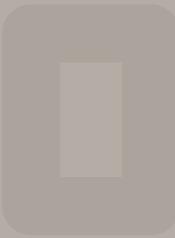
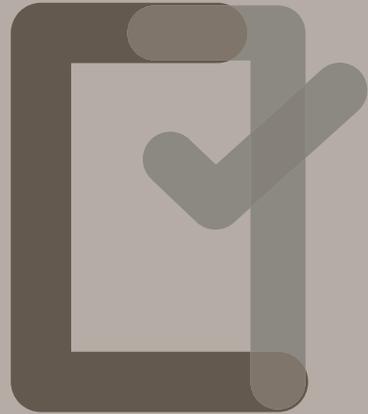
본도시락은 그 특성상 일회용 용기를 사용하게 됩니다. 그러한 환경오염을 최소화하기 위해 본도시락의 밥용기와 반찬용기를 업계 최초로 플라스틱 용기가 아닌 옥수수전분으로 된 친환경 용기를 사용하고 있습니다.

인체에 무해하기 때문에 고객들의 건강도 지키고 이산화탄소 배출 또한 저감하는 효과가 있습니다. 앞으로 본그룹은 맛있고 건강한 음식을 제공하는 것에 그치지 않고 환경 또한 소중히 생각하는 그룹이 되도록 노력하겠습니다.



Appendix

부록





GRI G4 Index

일반표준공개		● 보고 ○ 일부보고 ◌ 미보고 ◇ 해당 없음		
일반표준공개	번호	지표내용	보고수준	페이지
전략 및 분석	G4-1	지속가능성과 관련된 조직/ 전략에 관한 최고이사결정자의 성명서	●	10
	G4-2	핵심 영향, 위험과 기회	○	
조직 프로필	G4-3	조직명	●	18
	G4-4	주력 브랜드, 제품 및 서비스	●	24-28
	G4-5	본사 위치	●	18
	G4-6	주요 사업장 위치	●	18
	G4-7	조직 소유 형태와 법적 형태	●	18-28
	G4-8	시장 영역	◐	18-28
	G4-9	조직의 규모 (총 근로자 수, 매출액, 자본금 등)	●	18
	G4-10	형태별 근로자 수	●	18
	G4-11	단체협약이 적용되는 근로자 비율	○	
	G4-12	조직의 공급망	○	
	G4-13	조직의 중대한 변화	●	30,31
	G4-14	사전예방 접근법이나 원칙	○	
	G4-15	조직이 지지하는 외부의 경제, 환경, 원칙	○	
	G4-16	조직이 가입한 협회	○	
파악된 중대측면과 경계	G4-17	조직의 기업리스트나 재무제표	◐	18
	G4-18	중대성 평가 과정 및 보고서 내용과의 설명	●	32-34
	G4-19	중대성 평가 결과 및 도출된 중대 이슈 목록	●	32-34
	G4-20	조직 내 중대 이슈 별 보고범위	●	32-34
	G4-21	조직 외 중대 이슈 별 보고 범위	●	32-34
	G4-22	이전 보고서 수정 이유	●	32-34
	G4-23	보고기간 이후의 변화	●	32-34
이해관계자 참여	G4-24	이해관계자 목록	●	32-34
	G4-25	주요 이해관계자 파악과 선정에 대한 근거	◐	32-34
	G4-26	이해관계자 협의 방식	●	32-34
	G4-27	이해관계자에 대한 대응	●	32-34

일반표준공개		● 보고 ○ 일부보고 ◊ 미보고 ◇ 해당 없음		
일반표준공개	번호	지표내용	보고수준	페이지
보고서 프로필	G4-28	제공한 정보의 보고기간	●	3
	G4-29	최근 보고서 발간일자	●	3
	G4-30	보고주기	●	3
	G4-31	보고서 또는 보고서 내용에 관한 문의처	●	3
	G4-32	GRI INDEX	●	부록
	G4-33	외부검증	○	
거버넌스	G4-34	최고 의사결정 기구	○	
윤리성 및 청렴성	G4-56	기업의 행동강령 또는 윤리강령	○	

특정표준공개		● 보고 ○ 일부보고 ◊ 미보고 ◇ 해당 없음		
특정표준공개	번호	지표내용	보고수준	페이지
경제측면				
경제성과	G4-EC1	경제가치 창출 및 분배	●	66,67
	G4-EC2	기후변화에 대한 조직의 위험	◇	
	G4-EC3	조직의 확정 급여형 연금제도 채무 총당	○	
	G4-EC4	정부의 재정지원	◇	
시장지위	G4-EC5	신입사원의 임금	○	
	G4-EC6	지역사회에서 고용된 고위 경영진의 비율	◇	
간접 경제효과	G4-EC7	사회기반시설 투자와 지원 서비스 개발 및 영향	◇	
	G4-EC8	조직의 영향 규모 등 중대한 간접 경제효과	●	46-48
조달 관행	G4-EC9	주요 사업장의 현지 공급업체 지급 지출 비율	◇	
환경				
원재료	G4-EN1	사용 원재료의 중량이나 부피	○	
	G4-EN2	재활용 원재료 사용 비율	●	72
에너지	G4-EN3	조직 내 에너지 소비	◇	
	G4-EN4	조직 밖에서의 에너지 소비	◇	



GRI G4 Index

특정표준공개		● 보고 ○ 일부보고 ◌ 미보고 ◇ 해당 없음		
특정표준공개	번호	지표내용	보고수준	페이지
에너지	G4-EN5	에너지 원단위	◇	
	G4-EN6	에너지 사용 절감량	◇	
	G4-EN7	제품 및 서비스의 에너지 감축량	◇	
용수	G4-EN8	공급원별 총 취수량	◇	
	G4-EN9	용수 공급원	◇	
	G4-EN10	재사용 및 재활용 된 용수 총량 및 비율	◇	
생물 다양성	G4-EN11	생물 서식지 및 보호지역 내 소유 관리하는 토지	◇	
	G4-EN12	생물 서식지 및 보호지역 내에서의 사업 활동	◇	
	G4-EN13	서식지 보호 또는 복구	◇	
	G4-EN14	사업장에 의해 영향을 받는 멸종위기 종의 수	◇	
배출	G4-EN15	직접 온실가스 배출량	◇	
	G4-EN16	간접 온실가스 배출량	◇	
	G4-EN17	기타 간접 온실가스 배출량	◇	
	G4-EN18	온실가스 배출 원단위	◇	
	G4-EN19	온실가스 배출 감축	◇	
	G4-EN20	오존층 파괴 물질 배출	◇	
	G4-EN21	NO, SO 및 기타 주요 대기오염 물질 배출	◇	
폐수 및 폐기물	G4-EN22	최종 배출지별 폐수 배출량 및 수질	◇	
	G4-EN23	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	◇	
	G4-EN24	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	◇	
	G4-EN25	바젤협약 부속서에 규정된 폐기물의 운송 비율	◇	
	G4-EN26	폐수 배출로 영향을 받는 수역 및 서식지 명칭	◇	
제품, 서비스	G4-EN27	제품 및 서비스의 환경영향 저감활동과 성과	●	72
	G4-EN28	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	●	72
컴플라이언스	G4-EN29	환경 법규 위반으로 부과된 벌금 및 제재 건수	◇	

특정표준공개				
● 보고 ○ 일부보고 ◌ 미보고 ◇ 해당 없음				
특정표준공개	번호	지표내용	보고수준	페이지
운송	G4-EN30	제품, 원자재 운송과 자원 이동의 중대한 환경 영향	◇	
종합	G4-EN31	형태별 환경보호 지출 및 투자 총액	◇	
공급업체 환경평가	G4-EN32	환경성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	◇	
	G4-EN33	부정적 영향을 미칠 수 있는 잠재적 공급업체 비율	◇	
환경고충 처리제도	G4-EN34	공식 고충처리를 통해 해결된 환경관련 고충 건수	◇	
사회측면				
노동관행 및 양질의 일자리				
고용	G4-LA1	연령별, 성별, 지역별 신규 채용 수 및 비율	○	
	G4-LA2	상근직 근로자에게 제공하는 복리후생	●	59-61
	G4-LA3	성별에 따른 육아휴직 후 복귀 및 근속 비율	○	
노사관계	G4-LA4	경영상 변동에 관한 최소 통지기간	○	
산업안전보건	G4-LA5	산업안전보건위원회를 대표하는 근로자 비율	○	
	G4-LA6	지역별, 성별에 따른 부상 유형	○	
	G4-LA7	업무상 질병 발생율	○	
	G4-LA8	안전 보건 대상	○	
훈련 및 교육	G4-LA9	근로자 1인당 한 해 동안 받는 평균 훈련시간	●	55-57
	G4-LA10	근로자 평생교육 프로그램	●	55-57
	G4-LA11	경력개발에 대한 검토를 받은 근로자 비율	○	
다양성과 기회균등	G4-LA12	다양성 지표에 따른 근로자 분류	○	
남녀 동등 보수	G4-LA13	남성 대비 여성의 급여 비	○	
공급업체 노동관행 평가	G4-LA14	신규 공급업체 비율	○	
	G4-LA15	공급망 내 노동환경에 미치는 영향 및 조치	○	
노동관행 고충처리제도	G4-LA16	공식적으로 접수된 고충건수	●	38-41



GRI G4 Index

특정표준공개 ● 보고 ○ 일부보고 ◦ 미보고 ◇ 해당 없음

특정표준공개	번호	지표내용	보고수준	페이지
--------	----	------	------	-----

인권				
인권투자	G4-HR1	인권심사를 거친 중대한 투자 약정 및 계약건수 비율	◇	
	G4-HR2	사업과 관련된 인권 정책 및 절차 관련 근로자 비율	◇	
차별금지	G4-HR3	차별 사건의 수와 이에 대한 시정조치	◇	
결사 및 단체 교섭의 자유	G4-HR4	결사 및 단체교섭의 자유를 침해했거나 침해 위험성이 있는 공급업체 수	◇	
아동노동	G4-HR5	아동노동 발생 위험이 높은 사업분야	◇	
강제노동	G4-HR6	강제노동 발생위험이 높은 사업분야	◇	
보안관행	G4-HR7	사업과 관련된 인권정책에 대해 훈련을 받은 근로자의 비율	◇	
원주민 권리	G4-HR8	원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	◇	
평가	G4-HR9	인권 검토 및 인권영향평가 대상 사업장의 수와 비율	◇	
공급업체 인권 평가	G4-HR10	인권기준에 의해 심사를 거친 신규 공급업체 비율	◇	
	G4-HR11	공급망 내 부정적 인권 영향과 이에 대한 조치	◇	
인권 고충처리제도	G4-HR12	공식 고충처리제도에 의해 접수, 발견, 해결된 인권 고충 건수	◇	

사회				
지역사회	G4-SO1	지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발 프로그램을 수행하는 사업장의 비율	◇	
	G4-SO2	지역사회에 부정적 영향을 미치는 사업장	◇	
반부패	G4-SO3	부패 위험을 평가한 사업장교육의 수	◇	
	G4-SO4	반부패 관련 교육	◇	
	G4-SO5	부패사건에 대한 조치	◇	
공공정책	G4-SO6	정치자금의 총 규모	◇	
경쟁저해행위	G4-SO7	부당 경쟁 행위 및 독점행위에 대한 법적 조치건수	◇	
공급업체 사회평가	G4-SO9	사회성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	◇	
	G4-SO10	부정적 영향을 미칠 수 있는 공급업체 비율	◇	

특정표준공개		● 보고 ○ 일부보고 ◊ 미보고 ◇ 해당 없음		
특정표준공개	번호	지표내용	보고수준	페이지
사회 고충처리제도	G4-S011	공식 고충처리제도에 의해 해결된 고충 건수	●	38-41
제품책임				
고객	G4-PR1	개선을 위해 본건안전 영향 평가를 고려하는 특정제품 및 서비스 군의 비율	◇	
보건안전	G4-PR2	안전관련 법규 위반 사례 건수	◇	
제품 및 서비스 라벨링	G4-PR3	제품 및 서비스 중 라벨링이 필요한 제품 및 서비스의 유형 비율	◇	
	G4-PR4	제품 및 서비스 중 라벨링이 필요한 제품 및 서비스의 법규 위반 사례 건수	◇	
	G4-PR5	고객만족도 설문 조사결과	●	38-41
마케팅 커뮤니케이션	G4-PR6	판매가 금지되거나 분쟁이 일어난 제품	◇	
	G4-PR7	마케팅 관련 법규 위반 사례	◇	
고객정보보호	G4-PR8	고객정보 위반 건수, 고객정보 분실 접수 건수	●	38-41
제재	G4-PR9	제품 및 서비스 공급 관련 법규 위반 벌금액	◇	