

ABOUT THIS REPORT

보고서 의의

본그룹은 2010년 프랜차이즈 기업 최초로 본아이에프(주)가 지속가능경영 중소기업 대상을 수상하면서 지속가능경영보고서를 발간하기 시작하였습니다. 이어 그룹 차원에서는 두 번째로 지속가능경영보고서를 발간하였습니다.

본 보고서는 그룹 차원에서 경제·사회·환경적 가치창출 성과를 균형 있게 담으려 노력하였으며, 본그룹의 이해관계자들이 보다 본그룹의 지속 경영 활동을 잘 이해할 수 있도록 향후 전략 방향도 함께 보고하였습니다.

보고서 작성 기준

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) G4 가이드라인의 포괄적 방법(Comprehensive Option)에 부합하도록 작성되었으며, 보고 기준에 대한 세부 현황은 APPENDIX 파트의 GRI Index(p.67)를 통해 확인하실 수 있습니다.

보고서 보고 기간

본 보고서는 2016년 1월 1일부터 2017년 9월 30일까지의 기간 동안 지속 가능경영 주요 성과를 파악할 수 있도록 하였으며, 일부 내용의 경우 2017년 4분기 성과를 포함하고 있습니다.

또한, 정량적 성과는 3개년 이상의 데이터를 제공함으로써 원활하게 추세를 파악할 수 있도록 정리하였으며 이전 보고 기간을 대비했을 때 보고 범위 및 경계 측정방식상의 큰 변화는 없습니다.

보고서 범위 및 경계

보고 경계는 본그룹의 국내 사업장으로 한정하였으며 특정 계열사에만 해당하는 내용인 경우 해당 내용을 본문에 별도 명시하였습니다.

보고 주기

2년에 1회 주기로 지속가능 경영 활동 계획과 실적을 보고할 예정입니다.

www.bonif.co.kr

서울특별시 종로구 청계천로 71 계원빌딩 9층

eoko@bonif.co.kr

Tel 02-6908-6306

Fax 02-730-1530

담당자 본아이에프(주)경영기획실 고은옥

2017 Sustainability Report

행복한 삶을 창조하는 지식 프랜차이즈 그룹

SUSTAINABILITY OVERVIEW

그룹장 MESSAGE	04
부문장 MESSAGE	06
HIGHLIGHTS	09



SUSTAINABILITY MANAGEMENT

16	본그룹 소개
18	지속가능 경영 체계
22	BON HISTORY

BRAND INTRODUCTION

브랜드 소개	26
--------	----



CONSUMER CENTERED MANAGEMENT

36	이해관계자 커뮤니케이션
37	중대성 평가
38	소비자중심경영

EMPLOYEE GROWTH MANAGEMENT

커뮤니케이션	44
본족인 인재상	47
우수인재 확보	48
경영 목표 달성 시스템	49
독서경영	50
지식경영	51
인재경영	52
책임경영	53
우수인재 육성	54



HAPPINESS MANAGEMENT

58	가맹점 행복경영
62	파트너사 동반경영
63	지역사회 공헌경영
65	친환경 개선경영

APPENDIX

GRI 대조표	67
---------	----

그룹장 MESSAGE



가장 큰 기업이 아닌 가장 좋은 기업,
가장 위대한 기업이 되기 위하여
고객에게 만족을 넘어 가치를 제공하는
본그룹이 되겠습니다.



사랑하고 축복합니다!

안녕하십니까. 본그룹 그룹장 김철호입니다.

2002년 대학로의 작은 본죽 매장에서 시작한 본그룹은 현재 전국 1,800여 개의 접점에서 고객들과 함께하며 올해로 15주년을 맞이하였습니다.

열다섯 해를 넘기는 사이 외형적인 성장과 함께 내적인 성숙을 위해 노력해 온 본그룹은 선한 영향력이 임직원, 가맹점, 소비자로 동심원처럼 퍼져 나가는 감사한 경험을 거듭하였습니다.

특히, 한국 프랜차이즈 대상 대통령 표창, 노사문화 우수기업 선정 등의 이력에 더해, 2017년에는 한국소비자웰빙지수(KS-WCI)에서 본죽 11년 연속 1위, 본도시락 3년 연속 1위라는 평가를 받으며, 소비자들을 향한 본그룹의 끊임없는 노력이 헛되지 않았음을 확인할 수 있었습니다.

본그룹의 소비자들을 위한 노력은 그룹 조직구조 안에도 담겨 있습니다. 본죽, 본죽&비빔밥 cafe, 본도시락, 본설령탕 네 개의 프랜차이즈 브랜드를 영위하는 본아이에프(주), 직영외식과 단체급식 사업을 영위하는 본푸드서비스(주), 유동식 전문법인인 순수본(주) 등 본그룹은 소비자에게 최상의 서비스를 제공할 수 있는 형태로 그룹 조직을 구성하고 있습니다.

영위하는 사업은 다르지만, 세 법인 모두 ‘본으로 행복을 돕는 사람들’이란 미션은 같습니다. 본그룹은 세 개의 법인을 통해 앞으로도 주주, 임직원, 가맹점, 협력사, 소비자, 지역사회로 이어지는 선한 영향력의 동심원을 지속적으로 확장하기 위해 노력할 것입니다.

가장 큰 기업이 아닌 가장 좋은 기업, 가장 위대한 기업이 되기 위한 본그룹의 노력에 이해관계자분께서도 지속적인 격려와 응원으로 함께 해주실 것을 부탁드립니다.

감사합니다.

본그룹 그룹장

김 철 호



부문장 MESSAGE



소비자중심경영 실천과 가맹점 상생 경영을 통해 본그룹의 뿌리를 더욱 튼튼히 해 나가겠습니다.



본아이에프(주)는 외식 브랜드인 본죽, 본죽&비빔밥 cafe, 본도시락, 본설령탕 등 4개 브랜드를 운영하는 본그룹의 근간입니다. ‘가맹점과 고객의 행복을 돕는 것’을 사명으로 삼아 CCM인증을 통한 소비자중심경영을 실천하고, 가맹점과의 상생경영을 통해 외식기업으로서의 선도적 지위와 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다.

2017년, 올해는 본브랜드 설립 15주년을 맞는 뜻깊은 해이며, 비전 2025를 위한 첫발을 내딛는 해이기도 합니다. 본아이에프(주)는 지난 수많은 어려움 속에서도 지식경영, 가치경영을 통해 역경을 극복하고, 가맹점 사장님들과 함께 브랜드를 지키고 키워 왔습니다. 특히, 상생협력실을 신설하여 가맹점과의 진정성있는 대화와 원활한 소통을 통해 상생경영을 실천하고 있습니다.

본죽은 ‘한국 소비자 웰빙 지수 11년 연속 1위’에 빛나는 장수 브랜드로 ‘심신의 치유식’이자 ‘충분한 한 끼의 식사’로서 고객들에게 사랑과 인정을 받는 국민 브랜드로 성장했습니다.

그리고 본죽&비빔밥 cafe는 죽과 비빔밥 등 다양한 한식을 편안한 공간에서 즐길 수 있는 캐주얼 한식 브랜드입니다. 고객님들께는 더 많은 제품을 경험할 수 있는 선택의 기회와 만족을 드리고, 가맹점 사장님께는 높은 매출과 수익을 드리기 위해 탄생한 브랜드입니다.



본아이에프(주) 대표이사
김명환

현재 1,400개 매장이 운영되고 있으며, 가족, 친구, 연인들과 함께 자주 찾을 수 있는 건강 한식 브랜드로 적극적으로 매장을 확장해 나갈 것입니다.

본도시락은 건강한 식재료를 요리하여 친환경 용기에 담아 제공하는 ‘집밥’ 같은 프리미엄 한식 도시락 전문 브랜드입니다. 국내에서 프리미엄 도시락 시장을 개척하고 정착시킨 본도시락은 2017년 9월 말 기준 294개 점으로 300개 점 돌파를 목전에 두고 프리미엄 건강 간편식을 통한 새로운 식문화를 선도하고 있습니다. 지역별 특산물을 활용하고, 청정지역인 울릉군과 MOU를 맺는 등 차별화된 식재료를 사용하여 도시락을 만들고 있습니다. 특히, 프리미엄급 단체 도시락 수주를 선도하며 타 업체에서 하지 못하는 대형 단체주문을 수행함으로써 고객 만족도 향상뿐 아니라 가맹점의 수익증진에도 기여하고 있습니다.

본설령탕은 ‘설령탕에 대한 새로운 생각’을 컨셉으로 전통 한식 메뉴인 설령탕에 현대적 감각을 더하여 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 형태로 재해석한 브랜드입니다. 15년 프랜차이즈 사업 노하우를 토대로 설령탕의 편견을 깬 새로운 메뉴와 젊은 감각의 편안한 공간경험을 느낄 수 있는 브랜드로 성장시키고 있습니다.

본아이에프(주)는 원칙과 신뢰를 바탕으로 더 건강하고 맛있는 식사를 제공하고, 소비자, 가맹점 사장님 모두의 행복한 삶을 돕기 위해 존재합니다. 앞으로도 기본에 충실한 것이 가장 중요한 것이라는 본의 의미를 깊이 새기고 ‘성공보다 사명, 경쟁보다 협력, 빨리보다 멀리’라는 가치관 위에서, 소비자중심경영과 가맹점 행복경영을 통해 본그룹의 뿌리를 더욱 튼튼히 하기 위해 노력하겠습니다.

부문장 MESSAGE

‘전혀 다른 식사 대접 서비스’를 통해 본푸드서비스의 새로운 가치와 문화를 고객들에게 선사하겠습니다.

본푸드서비스(주)는 급식경영과 외식경영을 선도해 나가는 식문화 창조기업으로 ‘전혀 다른 식사 대접 서비스’를 통해 푸드서비스의 새로운 가치와 문화를 고객들에게 선사하고 있습니다. 급식경영분부는 프리미엄 단체가정식 브랜드인 ‘본우리 집밥’을 통해 오직 자녀만을 생각하며 만든 어머니의 집밥처럼 정성을 담은 식사 대접 서비스로 단체급식 영역에 새로운 문화와 역사를 만들어 나가고 있습니다.

외식경영분부는 팔도 우리음식이야기를 반상의 형태로 재해석한 ‘본우리반상’ 브랜드를 통해 백화점, 복합몰, 역사 등 특수한 목적의 집객이 형성되는 상권에서 팔도의 맛과 이야기를 보다 가까이 즐길 수 있게 고객 접점을 확대해 가고 있습니다.

앞으로도 본푸드서비스(주)는 우리의 비전을 달성해 나가는 데 있어 다음 두 가지 사항에 집중하고자 합니다.

첫 번째는 ‘전혀 다른 사람’입니다. 우리의 가장 중요한 핵심자산은 바로 ‘사람’입니다. 기업의 미션, 핵심가치와 정렬된 인재를 채용하고 양성하여 우리가 먼저 행복의 동심원이 되어 고객사, 파트너사, 소비자에게 이르기까지 행복의 문화를 만드는 주인이 되도록 ‘성장’시키고자 노력 할 것입니다. 또한, 고객을 위해 창출해야 할 가치가 무엇인지 실행해야 할 과업이 무엇인지 끊임없이 묻고 답하는 과정을 통해 ‘성숙’한 본족인으로 성장해 나갈 것입니다.

두 번째는 ‘전혀 다른 지식’입니다. 우리의 가장 중요한 핵심역량은 바로 ‘지식’입니다. 지식의 발굴과 확장을 통해 축적된 지식을 바탕으로 선순환 구조를 만들고 이를 통해 혁신적으로 생산성을 향상시켜 기존과는 전혀 다른 식사 대접 서비스를 제공함으로써 새로운 고객 가치를 창출해 나갈 것입니다. 우리의 핵심자산과 역량을 통해 고객과 시장의 중심에서 시너지를 만들고 전혀 다른 식사 대접 서비스 문화를 형성하여, 그 과정과 결과가 지식으로 숙성되어 정착되어 진다면 위대한 역사를 만드는 기업으로 자리매김 하는 데 오랜 시간이 걸리지 않을 것으로 생각합니다.

우리의 존재 이유를 가슴에 새기고, 정성을 담은 식사 대접 서비스로 고객을 섬기도록 늘 노력하겠습니다.

본푸드서비스(주) 대표이사
강 환 영



부문장 MESSAGE



‘순수’의 의미를 살려 자연 그대로의 정직하고 건강한 제품을 만들어 내는 순수본으로 성장해 나가겠습니다.



순수본(주)는 이유식을 바탕으로 특수영양식을 연구, 개발, 생산하는 기업입니다. 순수본에서는 0세부터 100세까지 우리의 건강한 평생 먹거리를 위하여 고민합니다. 태어나면서 처음 접하게 되는 이유식부터 살아가면서 몸과 마음을 치유하거나 영양을 채워주는 메디푸드, 그리고 훗날 거동이 불편한 고객을 위해 회복을 돕는 건강 실버식까지 각종 기능식을 제공할 수 있도록 연구, 개발해 나갈 예정입니다.

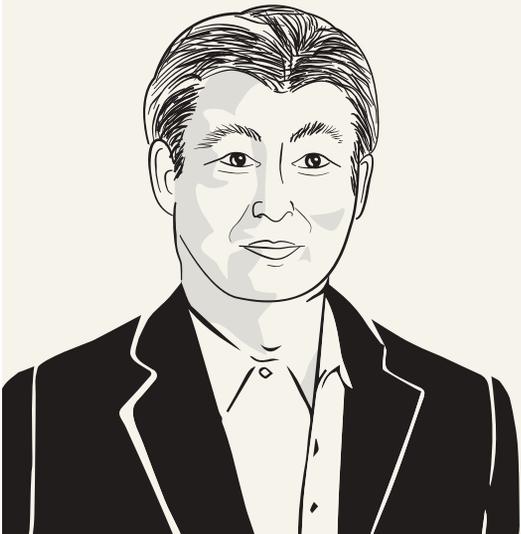
순수본은 새로운 도약을 위해 ‘본라이프푸드랩’ 생산기지를 전북 국가식품클러스터에 건립하였습니다. 본라이프푸드랩은 총 32,900㎡(약 1만 평) 사업부지에 지상 2층의 생산동과 별도의 물류동으로 구성하였습니다. 생산동은 HACCP 기준에 부합한 생산설비와 본그룹의 핵심가치를 구현하는 연구 개발 및 사무 복지 공간으로 구성하였고, 물류동은 본그룹의 호남 지역 물류 전진기지가 될 냉장, 냉동, 상온 창고로 구성하였습니다.

새롭게 출시되는 순수본 브랜드 ‘베이비본’은 모든 음식의 기본이 되는 ‘물부터 다른’ 이유식입니다. ‘베이비본’은 가장 엄선된 올바른 식재료를 이용하여 만든 이유식으로서 앞으로 더 다양한 제품으로 많은 곳에서 고객에게 다가갈 수 있도록 늘 최선을 다할 것을 약속드립니다.

최근에는 세브란스 병원, 아토피 협회 등과 MOU를 체결하여 국민건강에 앞장서는 선도적 기업이 되기 위하여 노력하고 있습니다. 또한, 중장년층, 경력단절 여성 근로자 등 양질의 일자리를 창출하고, 전북대학교, 원광대학교 산·학·연 연관 사업 운영을 비롯한 실업 문제 해결까지 지역 사회 발전에 다양하게 기여할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

치열한 경쟁 속에서 우위를 점하기 위해서는 본의 가치인 원칙과 신뢰를 바탕으로 무엇보다 기본에 충실해야 한다는 생각을 잊지 않고, ‘다른 것의 섞임이 전혀 없다’는 ‘순수’라는 의미를 살려 자연 그대로의 정직하고 건강한 제품을 만들어 내는 순수본으로 성장해 나가겠습니다.

앞으로도 ‘순수본’에 대한 많은 사랑 부탁드립니다.



순수본(주) 대표이사
김용태

Highlights 2015.10~2017.09



한식 프랜차이즈 최초 소비자중심경영 인증 획득

2015년, 본아이에프(주)가 한식 프랜차이즈 최초로 소비자중심경영(CCM) 인증을 획득하였습니다. CCM은 한국소비자원이 평가하고 공정거래위원회가 인증하는 국가공인제도로 이번 인증을 통해 고객과 가맹점으로부터 가장 신뢰받는 프랜차이즈 기업으로 한 걸음 더 내딛는 계기를 마련하였습니다.



제1회 본그룹 지식 페스티벌 개최

2016년, 성과주의 구현, 실력주의 정착, 학습조직 구축을 위하여 본아이에프(주)에서 진행해 온 지식페스티벌을 그룹 차원으로 확대하여 개최하였습니다. 반기마다 개최되는 그룹 차원의 지식페스티벌을 통해 타 부문의 사업을 배우고 이해하는 시간을 가지고 있습니다.





Highlights 2015.10~2017.09

제1회 행복나눔인상 수상

2002년 설립 이래 지금까지 지역 사회에
꾸준한 나눔 활동을 실천하는 기업이라는 점을
높이 인정받아 보건복지부에서 주최하는
2016년 제1회 행복나눔인상에서 본아이에프(주)가
보건복지부장관상을 수상하였습니다.



제1회 본그룹 아이디어 경진대회 개최

2016년, 신사업 또는 신제품에 대한 아이디어를 펼칠 수 있는 장을
열어 모든 임직원의 창업가 정신을 높이는 동시에
그룹 차원에서는 신규 사업 내부 발굴 시스템을 구축하는 계기를
마련하였으며, 2017년 2회째 이어지는 경진대회를 통해
신규사업 내부 발굴 시스템을 지속하고 있습니다.

본그룹 경영피드백 워크숍 제도 정례화 시행

그룹 차원에서 월 단위로 각 부문의 경영목표 달성을 위한
전략을 돌아보고 교훈을 얻는 시간을 마련함으로써,
그룹의 경영성과관리제도를 고도화하고 부문 간 소통 및
협업을 강화할 수 있는 체계를 구축하고 있습니다.





제7회 본죽 본사랑 행복나눔바자회 개최

부모를 잃고 힘겹게 생활하는 전 세계 어린이들을 돕기 위해 본그룹 전 임직원과 가맹점, 협력사, 고객이 모두 함께 참여하는 기부 축제의 장인 제7회 본죽 본사랑 행복나눔바자회를 종로 젊음의 거리에서 개최하였습니다.

본죽&비빔밥 cafe 200호점 돌파

건강식인 죽과 영양식인 비빔밥을 한 곳에서 즐길 수 있는 본죽&비빔밥 cafe가 경기불황 속에서도 소비자들의 사랑을 받으며 200호점을 돌파, 지속가능한 브랜드로 자리매김할 수 있었습니다.



본죽컵 제24회 전국 뇌성마비인 축구대회

4월 21일 장애인의 날을 맞이하여 올해로 4년째 본죽컵 전국 뇌성마비인 축구대회를 개최, 본그룹 전 임직원이 참석하여 행사 지원 및 배식 등 따뜻한 나눔 활동을 진행하였습니다.

Highlights 2015.10~2017.09

대한민국 세종대왕 나눔 봉사 대상

어려운 이웃과 소외계층을 위해
나눔을 실천하는 기관 및 기업체에
수여하는 '2016 대한민국 세종대왕 나눔 봉사
대상 시상식'에서 본아이에프(주)는
'세종대왕 나눔 봉사 대상'과
'국회운영위원회 위원장상'을 수상하였습니다.



유동식 생산공장 본라이프푸드랩 기공식 개최

본그룹 유동식 전문 법인 순수본(주)이 32,900㎡(약 1만 평) 규모로
이유식 등 유동식 생산공장인 '본라이프푸드랩'의 기공식을 익산
국가식품클러스터의 식품 전문산업단지에서 가졌습니다.

본죽, 2016 대한민국 소비자 만족도 평가 식품(죽) 부문 대상

2006년 대한민국 대표브랜드 대상 수상 등
소비자들로부터 꾸준한 신뢰를 받아온 본죽은
2016년 산업별로 실시한 대한민국 소비자만족도
평가에서도 만족도 높은 브랜드로 인정받아
식품(죽) 부문 대상을 받는 영예를 안았습니다.



베이비본죽 팩스타상 수상

전 메뉴에 국내산 식재료를 사용해
믿고 먹을 수 있는 이유식 제품인
베이비본죽이 패키지 디자인 부분에서도
인정을 받아 2016년 제25회
대한민국패키지디자인 대전에서
'팩스타상'을 수상하는 영예를 안았습니다.





대한민국 독서경영 우수 직장 인증제 우수상 수상

아침 식사를 함께하며 독서 후 깨달은 점을 나누는 BB day(Book & Breakfast day)를 비롯하여 자발적인 독서클럽 운영 등 본그룹의 독서경영이 직장 내 독서 문화 확산에 앞장서고 있다는 평가를 받아, 문화체육관광부와 서울경제신문사가 주최하는 '제4회 대한민국 독서경영 우수 직장 인증제'에서 본아이에프씨가 우수상을 수상하였습니다.



한국소비자웰빙지수(KS-WCI)

본족 11년 연속 1위,
본도시락 3년 연속 1위 달성

한국표준협회에서 주최하는 한국소비자웰빙지수(KS-WCI)에서 본족이 11년 연속 죽전문점 부문 1위, 본도시락이 3년 연속 도시락전문점 부문 1위를 달성하며, 대한민국의 건강한 한식을 대표하는 브랜드로서의 위상을 굳건히 하였습니다.

지속가능경영

본그룹은 원칙을 지킴으로써 고객들에게 신뢰를 얻고,
새로운 만족과 가치를 전달하기 위해 고민하며
오늘의 모습으로 성장하였습니다.

창립 15주년을 맞이하며 돌아보니
본그룹의 가장 큰 성과는
몸집만 키우는 성장에 그치지 않고
내적으로 성숙하기 위해 노력해 온 것임을 깨달았습니다.

앞으로도 성장의 행보 속에 지켜 온
원칙과 신뢰의 가치를 지속하며
가장 큰 기업이 아닌 가장 좋은 기업,
가장 위대한 기업이 되기 위해 나아가겠습니다.

본그룹 소개	16
지속가능 경영 체계	18
BON HISTORY	22



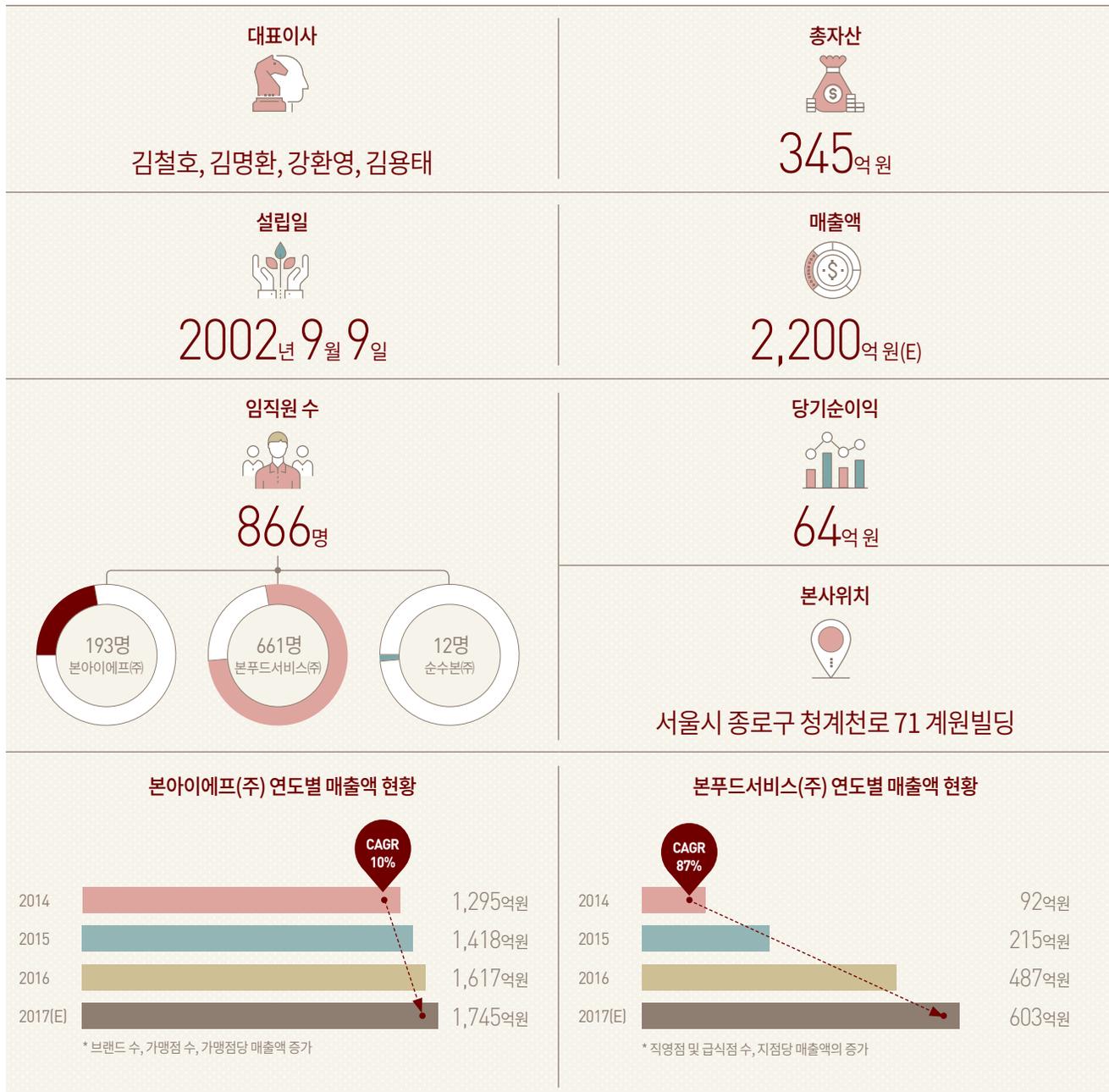
Keep the
Principle,
Grow the
Trust.

본그룹 소개

BON Group Introduction

본그룹은 대표적인 한식 프랜차이즈 기업인 본아이에프(주)를 기반으로, 단체급식, 직영외식을 영위하는 본푸드서비스(주)와 유동식 사업을 영위하는 순수본(주)으로 이루어져 있습니다.
외식, 급식, 유동식 사업 영역에서 맛있는 건강을 나누며 고객들의 삶에 행복을 키워가고 있습니다.

일반현황



(자산 및 이익 - 2016년 12월 말 연결 재무제표 기준, 인원 - 2017년 9월 말 기준, 매출액 - 2017년 12월 말 예상 매출액 연결 재무제표 기준)

지배구조

각 사업의 특성을 고려하고 독립성과 전문성을 강화하고자 본아이에프(주)와 그 자회사인 본푸드서비스(주), 순수본(주)으로 합리적인 지배구조를 구축하였습니다. 본그룹은 지속 경영을 위한 사업 포트폴리오를 구성하여 기업의 건실한 성장과 기업 가치 극대화를 위해 노력하고 있습니다.

본아이에프(주)는 본죽, 본죽&비빔밥 cafe, 본도시락, 본설렁탕으로 고객들의 건강과 마음을 위로하며 맛있는 건강을 창조하는 외식 프랜차이즈 기업입니다.

본푸드서비스(주)는 푸드서비스(급식/직영 외식) 시장에서 ‘본’의 프라이드를 가지고, ‘전혀다르게’ 식사대접을 위해 고민하며, ‘탁월하게’ 일하는 푸드 서비스 문화 창조자들이 모인 직영 푸드 서비스 기업입니다.

순수본(주)은 익산 국가식품클러스터 내 1만 평 부지를 매입하여 특수영양 전문 제조 시설을 구축하고 있으며, 이유식, 실버식 등 특수영양식을 제조/판매하는 유동식 생산 전문 기업입니다.

본그룹 조직 구조

본그룹은 FC(Franchise Chain)법인인 본아이에프(주), FS(Food Service) 직영 법인인 본푸드서비스(주), 유동식 생산 전문 법인인 순수본(주) 세 개의 사업법인과 법인지원을 위한 전사조직으로 구성되어 있습니다.

본아이에프(주)는 외식 프랜차이즈(FC: Franchise Chain) 법인으로서 본죽과 본죽&비빔밥 cafe 브랜드를 운영하는 본죽본부, 본도시락본부, 본설렁탕본부와 온·오프라인 채널에서 아침엔본죽 등의 본브랜드 제품을 직접 판매하는 온라인특판본부, 본브랜드에 구매 및 품질 검수와 물류 서비스를 제공하는 유통본부 등으로 구성되어 있습니다.

본푸드서비스(주)는 본사 직영으로 외식과 단체급식 사업을 영위하는 법인으로서 급식경영본부에서는 본우리집밥이라는 브랜드로 전혀 다른 식사대접 서비스를 제공하고 외식경영본부에서는 본우리반상, 본건강한상 브랜드를 운영하고 있습니다.

순수본(주)은 이유식 등 유동식 전문법인으로서 익산 국가식품클러스터의 식품전문산업단지에 2018년 2월 준공을 목표로 1만여 평(32.8제곱미터) 규모의 유동식 생산공장인 ‘본라이프푸드랩’을 구축하며 이유식 등 유동식 사업을 준비하고 있습니다.

세 개의 사업법인 외에는 그룹 차원의 기획과 인사업무를 담당하는 경영기획실, 그룹 재무를 담당하는 전략재무본부, IT인프라 구축 및 서비스를 제공하는 IT Infra실, 그룹 컴플라이언스 기능을 총괄하는 윤리경영실이 법인지원을 위한 전사조직으로 구성되어 있습니다.

조직도

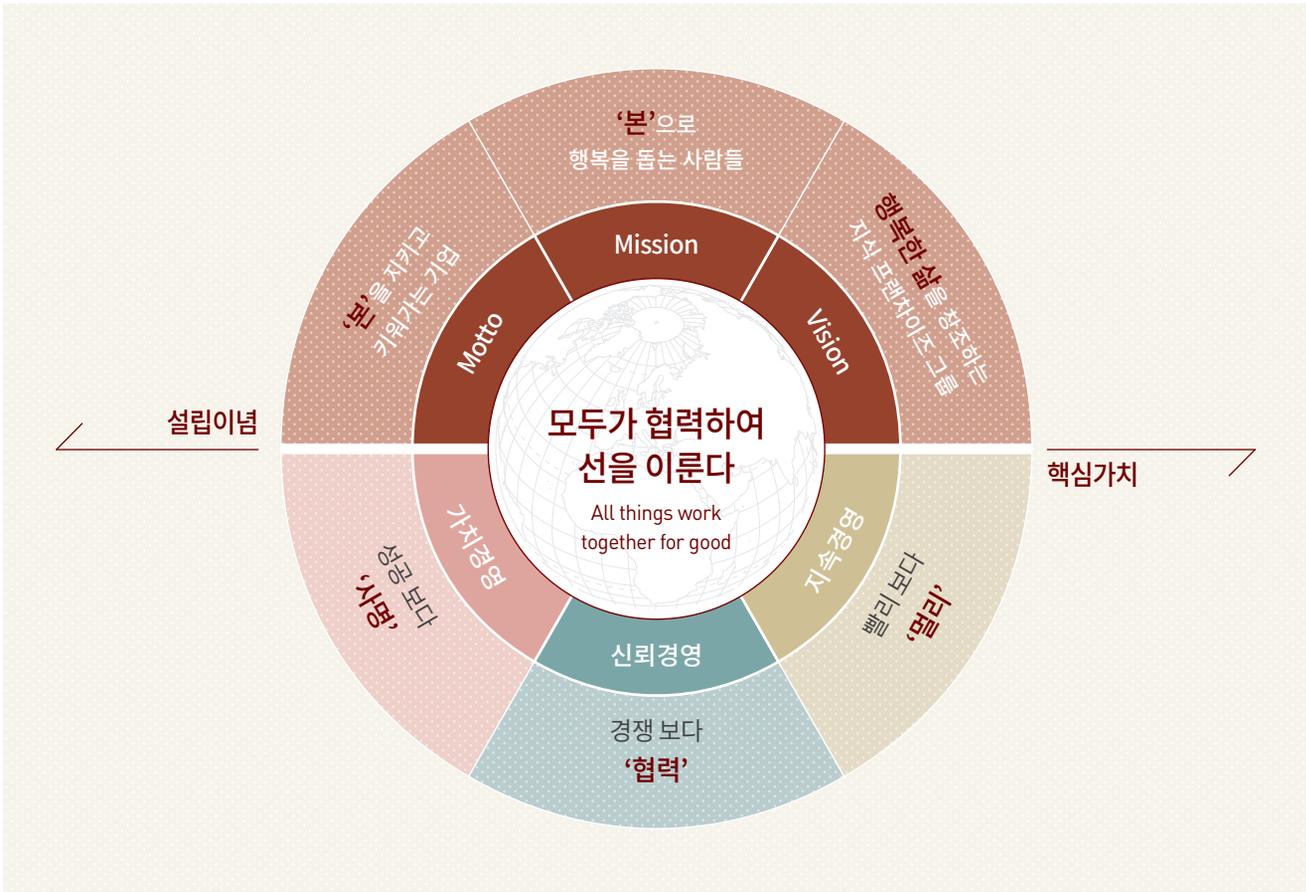


지속가능 경영 체계

Sustainability Management System

본그룹은 지속가능 경영 체계 아래 경제적, 사회적, 환경적 가치가 조화를 이루고 이해관계자와 더불어 성장할 수 있는 지속가능한 미래를 열어갑니다.

경영 철학



설립이념

본그룹의 설립이념은 '모두가 협력하여 선을 이룬다'입니다. 이는 성경의 한 구절을 인용한 것으로 기독교 정신을 바탕으로 설립된 본그룹의 정체성을 보여줍니다.

본그룹은 '본을 지키고 키워가는 기업'으로, '본'이란 원칙과 신뢰를 의미합니다. 다시 말해 본그룹은 '원칙이 되는 핵심가치를 지킴으로써 신뢰를 키워가는 기업'으로 원칙 중심 경영을 통해 신뢰를 키워나가는 것을 경영 활동의 근간으로 삼고 있습니다.

우리는 스스로를 '본족인'이라고 부릅니다. 본족인이란 본그룹의 미션, 비전, 핵심가치와 방향을 같이 하며 개인의 미션, 비전, 핵심가치를 이에 정렬시킨 직원을 의미합니다. 그리고 '본으로 행복을 돕는 사람들'이라는 미션 아래 스스로가 일터에서 얻은 행복을 가맹점, 협력사, 고객, 지역사회와 함께 나누며 키워갈 수 있도록 지속 가능한 경영을 이루어가겠습니다.

비전 2025

‘비전 2025’는 지속가능한 경영을 위하여 본그룹이 추구하는 미래를 명확한 목표로 제시합니다. 본족을 시작으로 사람들의 건강과 마음을 위로하며 확장해 온 ‘행복한 삶’의 가치에 편의 사업과 여가 사업까지 더해져 고객들이 일상에서 새로운 만족을 경험할 수 있는 기업이 되고자 하는 의지를 담고 있습니다. 이를 통해 본그룹은 고객들에게 행복을 확장해 새로운 경험을 제공하는 기업으로, 가맹점에는 지역사회의 리더로, 내부 직원들에게는 비전을 성취하는 비즈니스 리더로서의 사명감을 고취하는 기업이 될 것입니다.

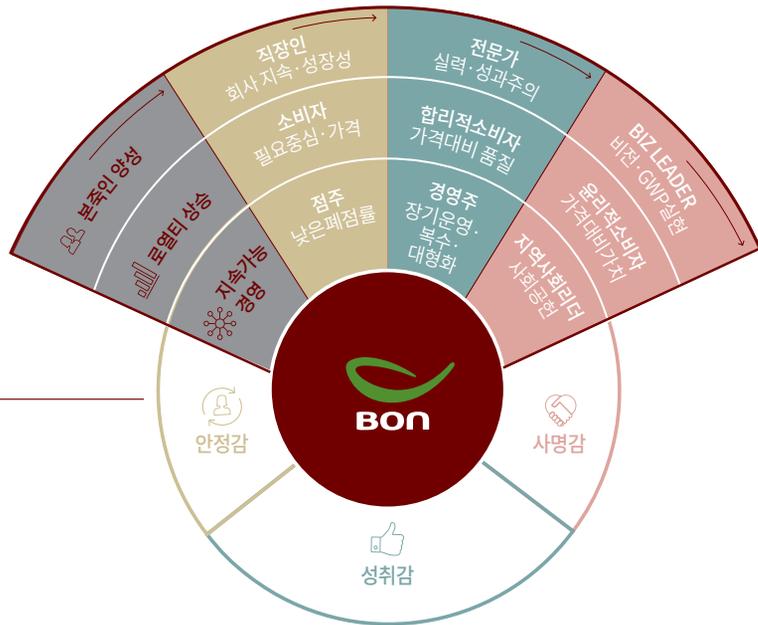
비전 2025 로드맵

본그룹은 비전 2025를 향한 로드맵을 그리며 비즈니스 리더를 양성하여 사업을 확장해나가는 성장 원칙을 세우고 있습니다. 양성된 리더와 확보된 자본을 활용하여 검증된 사업모델을 M&A 또는 License-In 함으로써 사업의 동심원을 맛있는 건강, 편리한 생활, 즐거운 여가로 인접 확장하며 키워나갈 것입니다.

비전 2025

‘비전 2025’는
지속가능한 경영을 위하여
본그룹이 추구하는 미래를 명확한
목표로 제시합니다.

비전
2025



로드맵

편리한 생활 동심원 확장

국내브랜드 M&A
프랜차이즈 플랫폼제휴
업계선도 FC리더 배출

맛있는 건강 동심원 확장

해외브랜드 License-In
프랜차이즈 인프라구축
전혀다른인재 확보·양성

즐거운 여가 동심원 확장

자사브랜드 License-Out
프랜차이즈 전문투자사
비즈니스 리더 100명 양성



윤리경영



윤리경영시스템

본그룹은 2016년 7월 윤리경영실을 신설하였습니다. 그리고 2016년 11월 7일, 윤리경영 선포식에서 선포된 윤리헌장, 윤리실천강령을 바탕으로 본그룹의 윤리경영이 전 임직원에게 공유되고 준수될 수 있도록 독려하고 있습니다.

윤리경영헌장

본그룹의 윤리경영 헌장은 임직원들이 업무 수행에 있어 윤리적인 판단을 할 수 있도록 돕는 것을 목적으로 하여 본그룹 임직원뿐만 아니라 협력사, 가맹점 사장님들에게도 적용됩니다. 윤리경영에 대한 상세 정보 및 관련 규정은 본아이에프(주) 홈페이지 내 제보하기에서 자세히 확인할 수 있습니다.



윤리경영 헌장

컴플라이언스 제도

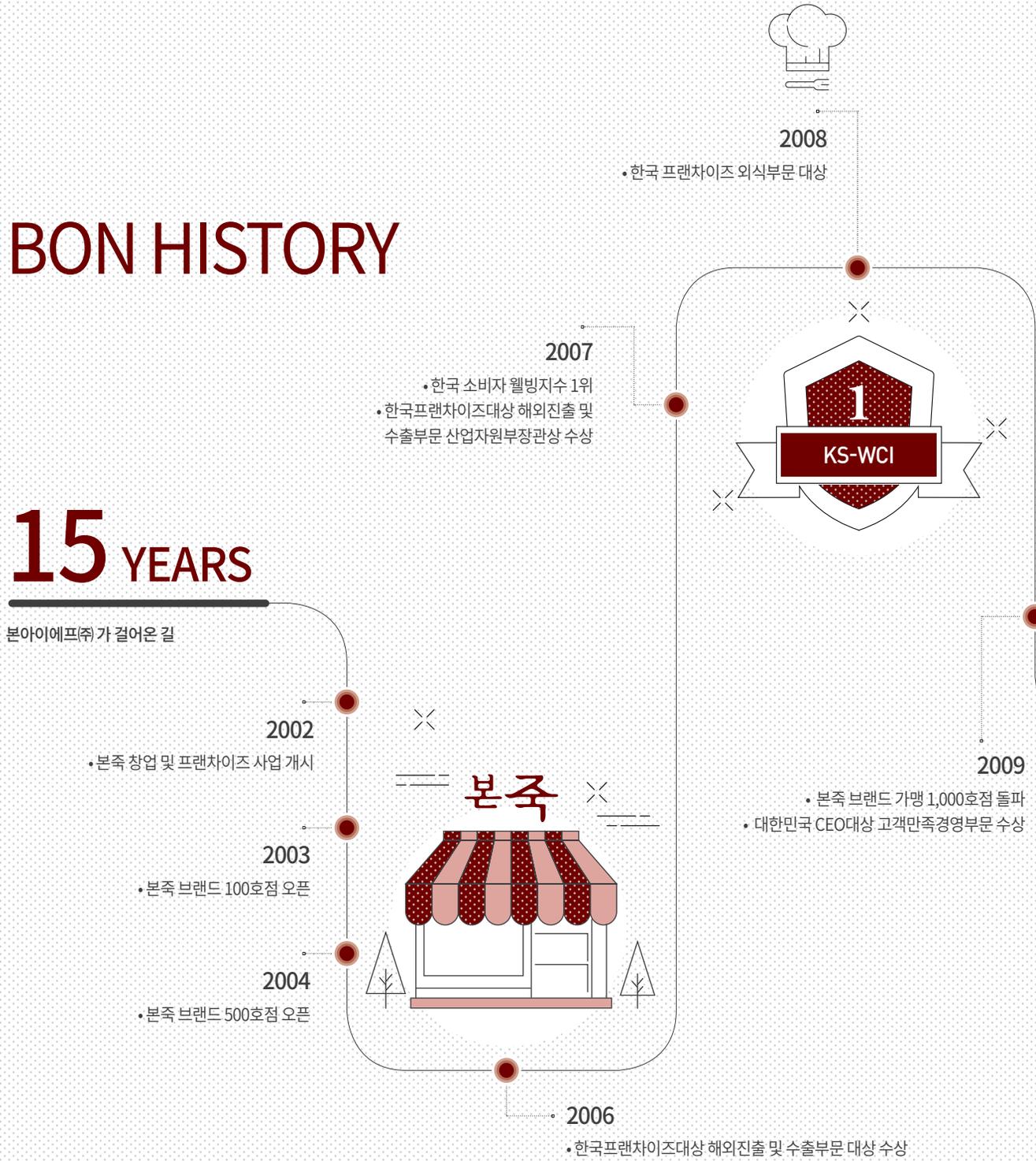
본그룹은 컴플라이언스 제도를 도입하여 본그룹의 모든 이해관계자인 임직원, 가맹점 사장님, 협력사의 불공정한 업무처리, 부당한 요구, 금품 향응의 제공 및 수수, 부정 또는 비리 행위 등에 대한 제보를 상시로 접수하고 있습니다. 홈페이지, 전화, 팩스, 이메일, 우편을 통해 접수할 수 있으며 접수된 모든 사건은 비밀을 보장하며 신분 보장, 책임 감면의 정책에 따라 처리됩니다.



BON HISTORY

15 YEARS

본아이에프(주)가 걸어온 길



GREAT PLACE TO WORK



2011

- 본아이에프(주) 매출 1,000억원 돌파
- 제45회 납세자의 날 모범납세자상 기획재정부장관 표창
- 프리미엄 가정간편식(HMR) 7종 출시 및 식품사업 진출

2013

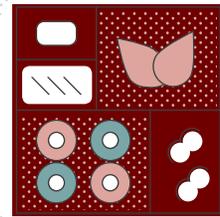
- GWP KOREA 선정 '일하기 좋은 100대 기업' 선정 (3년 연속)

2010

- 한국 프랜차이즈 대상 대통령 표창
- 본도시락 브랜드 런칭

2014

- GWP 코리아 주관 '대한민국 일하기 좋은 100대 기업' 대상 수상
- 가족사 본푸드서비스 설립 (舊 고메푸드 인수)



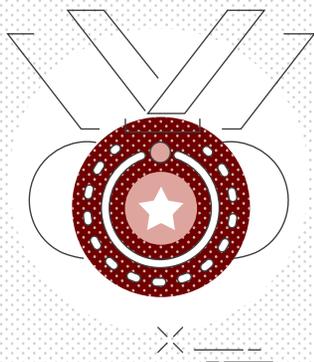
2015

- 본설령탕 브랜드 런칭

본도시락

2017

- 본도시락 브랜드 300호점 돌파
- 매일경제 선정 본죽, 본도시락 '2017년 100대 프랜차이즈' 수상
- 본죽 한국소비자웰빙지수 11년 연속 즉전문점 부문 1위, 본도시락 3년 연속 도시락 전문점 부문 1위
- 제 4회 대한민국 독서경영 우수직장 인증 우수상 수상



2016

- 대한민국 소비자 만족도 평가 식품(죽) 부문 대상 수상
- 세종대왕 나눔 봉사 대상 국회운영위원장상 수상
- 제25회 대한민국 패키지 디자인대전 팩스타상 수상

브랜드 소개

본그룹의 목표는 가장 큰 회사가 되는 것이 아니라
고객들에게 가장 사랑받는 브랜드가 되는 것입니다.

‘속 편하게’ 맛있는 건강으로 몸과 마음을 위로하는 본죽,
건강한 식문화와 삶의 여유를 전해주는 본도시락,
전통 설령탕을 현대적으로 재해석한 본설령탕,
팔도 우리 음식을 즐기는 본우리반상

맛있는 건강을 전하기 위한 한식의 재창조로
자연이 키운 건강을 담아 한국의 식문화를 선도합니다.

계속해서 본브랜드만의 맛있는 건강과 프리미엄한 가치를
고객과의 모든 접점에서 펼쳐 나가겠습니다.

브랜드 소개	26
본죽	27
본죽&비빔밥 cafe	28
본도시락	29
본설령탕	30
본우리반상	31
본건강한상	32
본우리집밥	33

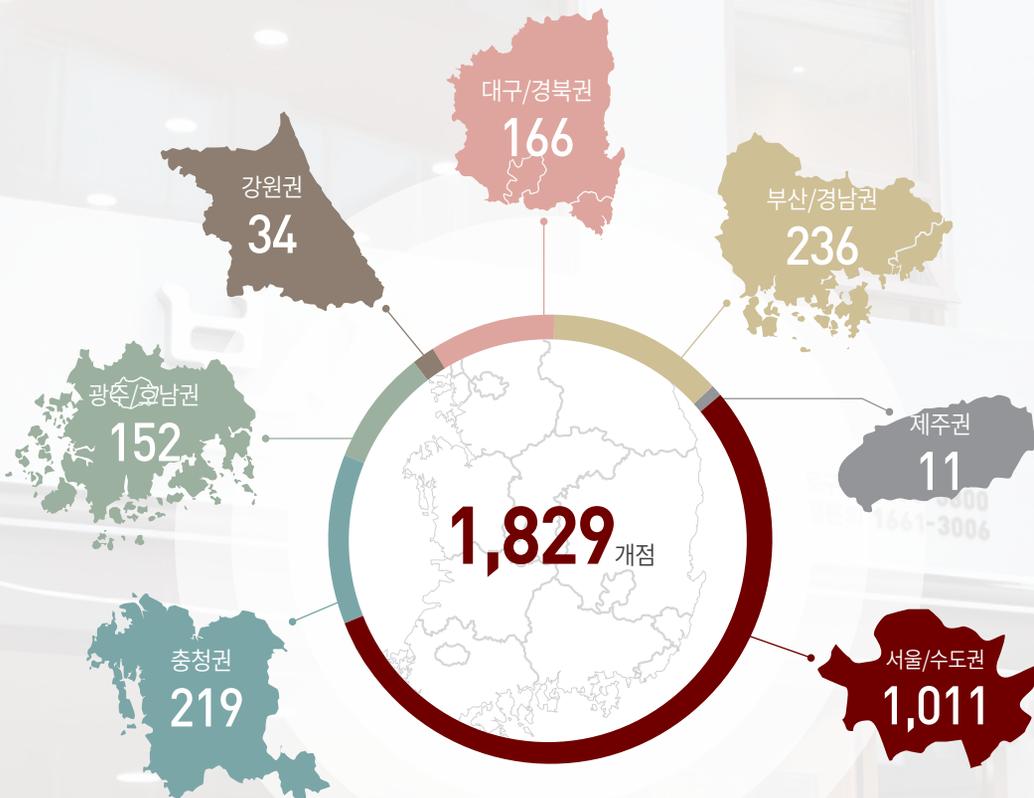
Knowledge Franchise



브랜드 소개

Brand Introduction

본죽으로 죽 시장을 창조하며 한식의 브랜드화에 앞장섰던 본그룹은
 현재 본죽&비빔밥 cafe, 본도시락, 본설렁탕, 본우리반상, 본건강한상 등 6개의 외식(한식)브랜드와
 본우리집밥이라는 단체급식 브랜드로 대한민국의 건강한 식문화를 선도하고 있습니다.



- 본죽
1,172
- 본죽 & 비빔밥 cafe
225
- 본도시락
294
- 본설렁탕
13
- 본우리반상
7
- 본건강한상
5
- 본우리집밥
113

2017년 8월, 본죽의 한국 소비자 웰빙지수(KS-WCI)에서 11년 연속 죽 전문점 부문 1위, 본도시락의 3년 연속 도시락전문점 부문 1위 달성이라는 결과는 건강한 식재료와 정성이라는 본(本)을 지키면서도 고객의 입맛에 맞게 메뉴의 변주를 추구했던 본죽인들의 노력에 대한 고객의 응원이 아니었을까 여겨 집니다. 2002년 대학로에서 한 개의 본죽 매장으로 출발했던 본그룹은 2017년 9월 현재 전국 1,829개 지점에서 고객과 만나고 있습니다.

본죽



주문 즉시 정성을 다해 직접 끓여내는 건강식

본죽의 본(本)은 기본에 충실하자는 뜻으로, 본죽은 기본에 충실하게 자연의 신선한 재료들을 넣어 주문 즉시 한 그릇, 한 그릇 정성을 다해 끓여내는 건강식입니다.

속은 편안하게 채워주고, 마음에는 안정을 가져다주는 치유식

본죽은 태어나서 접하는 이유식에서부터 몸과 마음이 아플 때 접하는 건강식, 치유식, 환자식까지 0세부터 100세까지 우리의 일생에 건강한 삶의 가치를 제공합니다.

한식의 재창조를 통한 세계 속의 명품죽

본죽은 우리의 전통 음식인 죽을 표준화하고 브랜드화하여 프랜차이즈를 통해 대중화함으로써 전국 1,400개의 가맹점에서 고객을 만나고 있습니다. 또한, 국내 죽 전문 프랜차이즈 기업으로서 처음으로 2005년부터 일본, 미국, 중국에 진출하여 우리의 전통 음식을 세계에 알리는 전도사 역할을 하고 있습니다.



본죽 & 비빔밥 Cafe



건강식 죽과 영양식 비빔밥을 한자리에서 즐기는 한식 캐주얼 cafe

본죽&비빔밥 cafe는 '건강식 죽'과 세계 영양학자들이 인정한 완벽한 '영양식 비빔밥'을 한 자리에서 즐길 수 있는 한식 캐주얼 카페입니다.



사계절, 1년 365일 매일 매일 즐길 수 있는 cafe

따뜻한 죽과 언제나 즐길 수 있는 비빔밥의 계절적인 조화와 더불어 떡배기메뉴에 궁중 불고기, 찰싹 감자 찌만두 등 부가메뉴를 함께 즐길 수 있어 1년 365일 매일 매일 찾아와 즐길 수 있는 브랜드입니다.



자연 재료의 영양을 오롯이 담은 프리미엄 한식

자연산 송이, 장흥 매생이 등 자연의 재료로 만든 본죽뿐 아니라 신선한 통영굴과 여섯가지 나물이 어우러진 통영굴떡배기 등, 본죽&비빔밥 cafe는 자연을 담은 프리미엄 한식입니다.



본도시락



도시락업계의 선도 브랜드

본도시락은 도시락 동종업계 매출 1위라는 정량적인 성과뿐 아니라, 한국표준협회에서 주최하는 한국 소비자 웰빙지수(KS-WCI)에서 3년 연속으로 도시락전문점 부문 1위를 차지하며 도시락 업계를 선도하는 브랜드로 자리매김하고 있습니다.

맛있는 건강과 편리함으로 고객의 일상에 더 가까이 다가가는 본도시락

2017년 1월, 대구 이시아폴리스점을 기점으로 250호점을 돌파한 본도시락은 2017년 9월 말 기준 294개 점으로 300개 점 돌파를 목전에 두며, 고객의 일상에 더 가까이 다가가고 있습니다.

마음부터 재료, 그릇까지 근본이 다른 프리미엄 한식 도시락

흑미와 다시마수로 정성껏 지은 밥, 명인의 손길이 더해진 수제장, 제철 채소 등 근본이 다른 재료와 친환경 용기로 만든 그릇, 주문과 동시에 정성스럽게 시작되는 조리과 배달까지, 본도시락은 고객을 생각하는 근본이 다른 프리미엄 한식 도시락입니다.

No.1



본설렁탕



설렁탕에 대한 새로운 생각

오랜 시간 함께해 온 것들로부터 종종 새로운 영감을 받곤 합니다. 전통적인 보양식인 설렁탕을 현대적으로 재해석하여 일상에서 자주 즐길 수 있는 설렁탕을 만들었습니다. 참신한 생각과 맛이 더해진 본설렁탕을 통해 우리 음식의 새로운 매력을 발견하실 수 있습니다.

공간에 대한 새로운 생각

단순히 허기를 채우는 음식을 넘어, 하루의 활력을 채우는 힘이 되고 싶습니다. 집처럼 편안하고 아늑한 인테리어, 공간을 채우는 따뜻한 격려와 위로의 메시지, 혼자 온 고객도 마음 편히 식사를 즐기는 1인 테이블, 지금까지와는 다른 새로운 공간에서 몸과 마음을 충전 하셨으면 합니다.

식재료에 대한 새로운 생각

좋은 식재료를 뛰어넘는 재미로는 없다고 믿습니다. 땅콩가루, 치즈, 크림 등 첨가물을 넣지 않은 사골 육수, 호남평야의 기운을 담은 명품 신동진쌀, 쫄깃한 식감의 구운 밀면, 100% 국내산 재료로 만든 명인김치를 곁들인 설렁탕까지. 건강한 식재료에 대한 새로운 생각을 만듭니다.

창업에 대한 새로운 생각

한때의 유행으로 사라질 것을 권하지 않습니다. 내실을 고려해 부담을 줄인 중소형 매장, 최적화된 주방과 누구나 쉽고 빠른 조리 프로세스, 고객과 직원의 동선을 고려한 효율적인 서비스 공간. 새롭게 재해석한 설렁탕으로 기본을 갖추고 10년 이상의 프랜차이즈 노하우와 자신감을 더했습니다.



본우리반상



본우리반상

대한민국 팔도 음식에 담긴 이야기를 경험하고 체험할 수 있는 공간입니다. 본우리반상의 본은 기분, 우리는 우리의 음식과 식재료를, 반상은 우리 고유의 일상식 형태를 의미합니다. 본우리반상은 팔도 우리의 음식, 우리의 식재료를 전통 일상식 형태인 반상에 담아 한식의 가치를 새롭게 전달합니다.



전통스런 일상식

반상은 평소에 차리는 우리 고유의 전통스런 일상식 차림으로 밥과 알맞은 반찬을 장만하여 상을 차린다는 의미를 가지고 있습니다. 본우리반상은 우리 고유의 일상식 형태인 '반상'으로 한식의 새로운 가치를 선사합니다.

팔도 대표 음식

대한민국 팔도 각 지역에서 기후와 사회적 환경에 맞춰 고유한 특색을 지니며 발달한 다양한 식문화를 반상으로 구현하였습니다. 이제 본우리반상을 통해 한 공간에서 팔도 대표 음식을 즐기실 수 있습니다.

물상권에서 만나볼 수 있는 본우리반상

본우리반상은 교통의 중심지, 여가의 중심지, 문화의 중심지인 백화점, 아울렛, 역사, 공항 등 유동인구가 많은 대형 물 상권을 중심으로 고객에게 한 걸음 더 가까이 다가가고 있습니다.



본건강.한상



어머니의 손맛을 담은 건강한 집밥

본건강한상은 순두부 김치찌개, 시래기 청국장, 매생이 굴국밥 등 어머니의 손맛으로 정성을 담아 만든 건강한 집밥처럼 친숙하게 즐길 수 있는 메뉴를 반상으로 제공하는 일상식 브랜드입니다.



건강한 식재료로 만든 건강한 한식

본건강한상은 시래기, 굴, 버섯, 순두부 등 건강한 우리 식재료를 사용하여 담백하고 깔끔하게 먹을 수 있는 건강한 한식 브랜드입니다.



푸드 코트에서 친숙하게 만나볼 수 있는 본건강한상

본건강한상은 유동인구가 많은 대형마트의 푸드코트, 휴게소 등 Express 상권에서 합리적인 가격으로 친숙하게 만나볼 수 있는 캐주얼 브랜드입니다.



본우리집밥



전통에 프리미엄을 더한 단체 가정식, 본우리집밥

본우리집밥은 30년 업력의 국내 최초의 단체
급식 브랜드인 '고메푸드'를 새롭게 런칭한
브랜드로서 어머니의 정성을 그대로 담고
고객들에게 맛있는 건강을 선사하는 프리미엄
단체 가정식 브랜드입니다.

전혀다른 식사대접 서비스, 본우리집밥

본우리집밥은 제철 식자재 사용 및 급식의 기
본메뉴인 밥, 국, 김치를 각각 두 종류 이상으
로 관리하는 2.2.2플랜과 메뉴 매트릭스를 통
한 '전혀 다른 맛'을 제공하고, '전혀 다른 위
생', 기업 연회 등 각종 케이터링을 제공하는
'전혀 다른 서비스'까지 전혀 다른 식사대접
서비스를 자랑합니다.

전국 110여개 지점에서 일 23,000식 이상의 식사 제공, 본우리집밥

본우리집밥은 대한민국 대표 행사장인 정부
세종컨벤션센터(SCC) 위탁 운영을 비롯한
관공서, 산업체, 학교 등 전국 110여 개 지점
(9월 말 기준)에서 매일 약 23,000식 이상의
식사를 제공하고 있습니다.



고객사

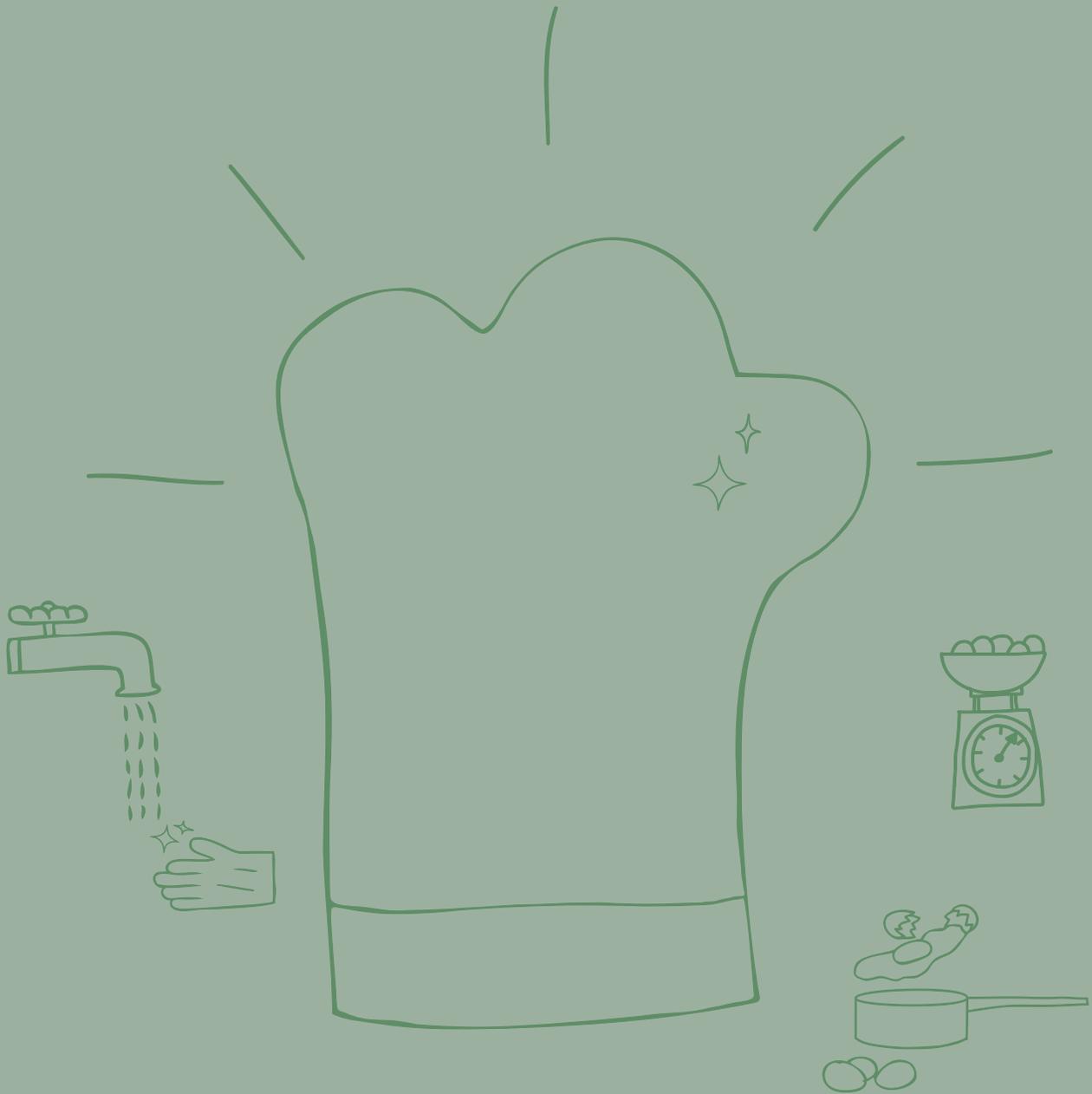
서울지방조달청	한국은행
부평구청	서울동부지방검찰청
한국철도기술연구원	한국철도공사
광주시문화스포츠허브센터	산림교육원
감사교육원	보건환경연구원

고객중심경영

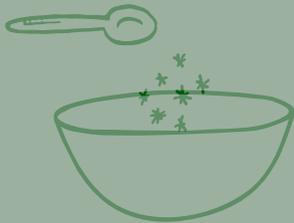
본그룹의 모든 경영 활동은
우리의 고객이 누구이며,
고객에게 어떠한 가치를 제공해야 하는지에 대한
물음을 토대로 도전하고 완성됩니다.

정성을 가득 채운 맛있는 건강에
본그룹이 지극히 추구해 온 가치를 고스란히 담아온 노력이
고객의 만족과 행복이라는 가치의 결실로 맺어지기를 희망합니다.

이해관계자 커뮤니케이션	36
중대성 평가	37
소비자중심경영	38



Consumer Centered Management



이해관계자 커뮤니케이션

Stakeholder Communication

본그룹은 경영 활동 전반에 걸쳐 고객, 가맹점 사장님, 주주 및 투자자, 임직원, 파트너사, 정부 및 자치단체, 지역사회와 밀접한 관계를 맺고 있으며, 다양한 의사소통 채널을 통해 이해관계자의 관심사 및 주요 이슈를 파악하고 이를 경영 활동에 반영하고자 노력하고 있습니다.

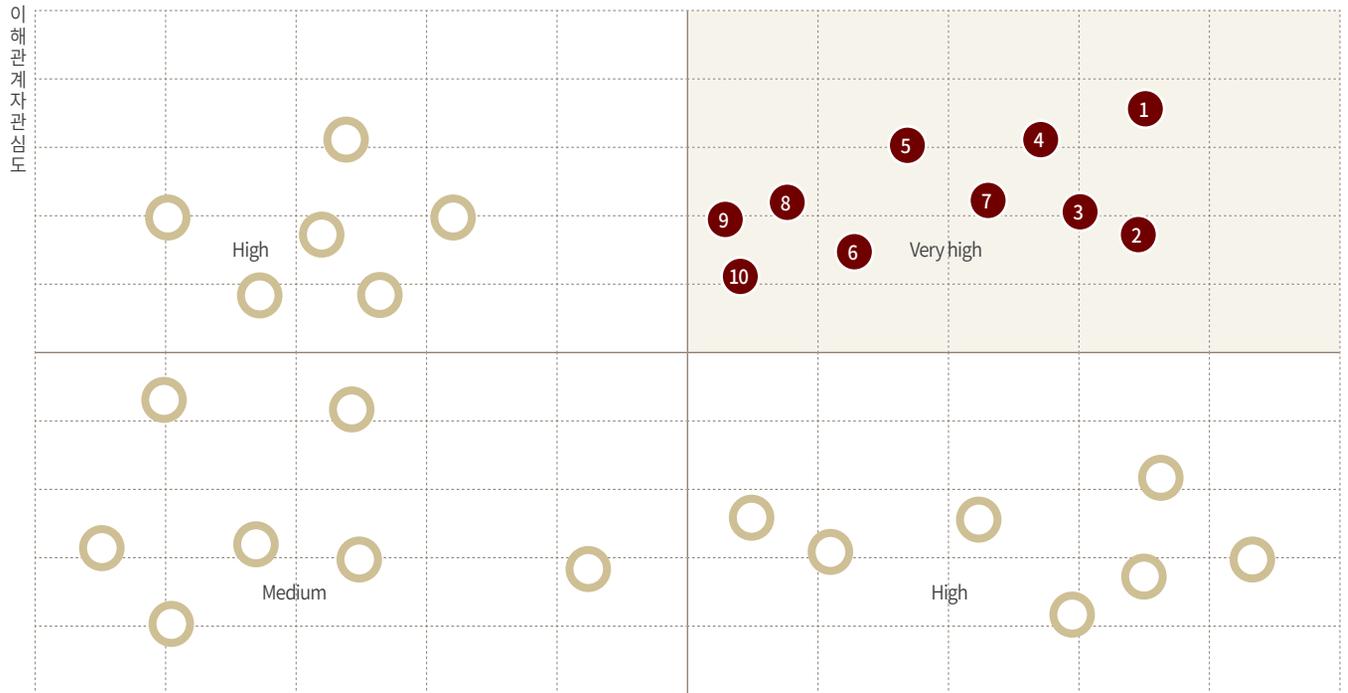
이해관계자	소개	관심사 및 주요 이슈
고객	• 본그룹은 2016년 '고객우선'을 기치로 삼고, 모든 제도와 시스템을 고객 우선으로 개선해 나가고 있으며, 그 결과 2016년 기준, 약 4,200억 원의 고객 매출을 기록하였습니다.	• 맛있고 건강한 음식과 친절한 서비스 • 고객 개인정보보호
가맹점 사장님	• 본그룹에는 약 1,700분의 가맹점 사장님이 계시며, 가맹점당 평균 4인 근무 기준으로 약 7,000여 명의 분들이 가맹점을 통해 함께하고 있습니다.	• 안정된 수입 • 일터 환경 개선 • 가맹점과 본사간의 상생
주주/ 투자자	• 본그룹은 모회사인 본아이에프(주)와 자회사인 본푸드서비스(주), 순수본(주) 세 개의 법인으로 구성되어 있으며, 본아이에프(주)의 주주구성은 대주주와 그 특수관계인이 78.07%를 보유하고 있습니다.	• 기업의 성장과 수익 실현 • 브랜드 및 기업 이미지 제고
임직원	• 본그룹 임직원은 2017년 9월 말 기준, 총 866명이며, 법인 별로는 본아이에프(주) 193명, 본푸드서비스(주) 661명, 순수본(주) 12명이 있습니다.	• 일과 삶의 균형 • 공정한 평가 및 보상 • 개인의 성장 및 조직문화 활성화
파트너사	• 식·부자재 구매기준, 본그룹의 파트너사는 약 130여개에 이르며, 구매금액은 총 매출의 약 75%를 차지합니다.	• 공정하고 안정된 거래 관계 및 상생
정부/ 자치단체	• 본그룹은 공정거래법, 가맹사업법, 식품위생법 등 관련 법규를 준수하고 있으며, 2011년 본아이에프(주)가 모범납세자로 선정되는 등 납세 의무를 성실히 수행하고 있습니다.	• 법규 및 납세 의무 공정 준수 • 시장 내 공정한 경쟁
지역사회	• 본그룹은 그룹 내 사회공헌팀과 이웃 섬김을 위한 재단인 본사랑재단을 통해 쪽방촌 섬김활동, 김장나눔, 본죽컵 전국 뇌성마비인 축구대회 등 빈곤층, 취약계층을 섬기고 있습니다.	• 지역사회 공헌 소외계층 지원 • 지역경제 활성화

이해관계자	의사소통 채널	소통주기	내용
고객	홈페이지	상시	• 고객만족센터 및 고객의 소리를 통한 고객 밀착 관리
	고객상담팀	상시	• 고객의 소리(VOC) 접수를 통한 고객과의 소통, 불만 해결, 서비스 및 시스템과 프로세스 개선
	본매니아	상시	• 로열티 고객을 통한 본 브랜드 평가 및 홍보
가맹점 사장님	SM(Store Assistant Manager)	월 1회	• 가맹점 매출 활성화 및 가맹점과의 소통 • 가맹점 대상 맛, 품질, 서비스, 위생 점검
	상생협력실	상시	• 가맹점과의 상생을 위한 상시 소통
	가맹점 소모임	분기 1회	• 25여개 지역 단위로 가맹점 소모임 진행
	정기교육 및 보수교육	상시	• 가맹점 사장님 대상 QSC 품질향상을 위한 교육
주주/투자자	주주총회	정기 및 임시	• 경영성과(영업)보고 및 안건 의결
임직원	본아카데미	주 1회	• 임직원 교육·정보공유·소통의 장 - 경영설명회: 경영목표 및 전략 공유, 피드백 - BB day: 독서 후 나눔 및 직원 간 소통
	경영피드백 워크숍	월 1회	• 그룹 단위 경영성과 관리 및 부문, 본부 간 소통
	각종 워크숍 및 행사	상시	• 리프레쉬 워크숍, 승진자 워크숍, 문화데이 등 임직원 사기 진작 및 친목 도모
	동호회	상시	• 축구, 야구, 볼링, 기타, 클라이밍, 보드게임 등 임직원 상호간 친목 도모
파트너사	파트너사 간담회	반기 1회	• 파트너사와의 상생을 위한 소통 채널
	파트너사 컨설팅	상시	• 파트너사 역량 및 파트너십 강화 활동
지역사회	본사랑재단	상시	• 본사랑재단을 통한 지역사회 나눔활동 및 해외구호 활동
	본사랑, 본사모봉사단	상시	• 그룹 사회공헌팀과 봉사단을 중심으로 한 빈곤층 및 소외계층 나눔 활동
공통	컴플라이언스 제보 채널	상시	• 각종 불공정한 업무 처리, 부당한 요구, 부정 및 비리 행위에 대한 제보 채널
	설문조사	상시	• 고객, 가맹점, 임직원, 파트너사 등 이해관계자를 대상으로 반기 1회 이상 설문조사 진행

중대성 평가

Materiality Assessment

본그룹은 지속가능경영을 위하여 이해관계자가 가장 시급하고 중대하게 생각하는 이슈들을 본그룹에 미치는 영향력에 비추어 중대성이 높다고 평가되는(Very High) 이슈들을 선정하여 경영활동에 반영하고 있습니다.



본그룹에 미치는 영향력

Very High

1. 맛있고 건강한 음식
2. 친절한 서비스
3. 지속가능경영체계
4. 임직원 만족도
5. 신성장 동력 확보
6. 일과 삶의 균형
7. 재무건전성 개선
8. 공정거래 및 계약 투명성 강화
9. 파트너사 동반 성장
10. 고용 창출 및 유지

High

- 고객 취식 및 주문의 편의성
- LSM* 지속 및 강화
- 고객 클레임 관리
- 브랜드 및 기업 이미지 제고
- 브랜드 평판 리스크
- 임직원에 대한 존중
- 조직문화 활성화
- 공정한 평가 및 보상 복리후생 강화
- 원활한 원재료 수급
- 사회공헌

Medium

- 고객 개인 정보 보호
- 안정적인 프랜차이즈 시스템
- 경영시스템 구축
- 윤리경영 및 준법경영
- 임직원 교육 및 경력 개발
- 지역투자
- 대외 이해관계자 소통
- 지역경제 활성화

*LSM(Local Store Marketing)

소비자중심경영

Consumer Centered Management

본아이에프(주)는 2015년 한식 프랜차이즈 최초 CCM 인증 이후 소비자중심경영 활동을 지속적으로 추진하여 2017년 CCM 재인증과 함께 우수 기업 사례로 선정되며 소비자중심경영 성과를 인정받았습니다.

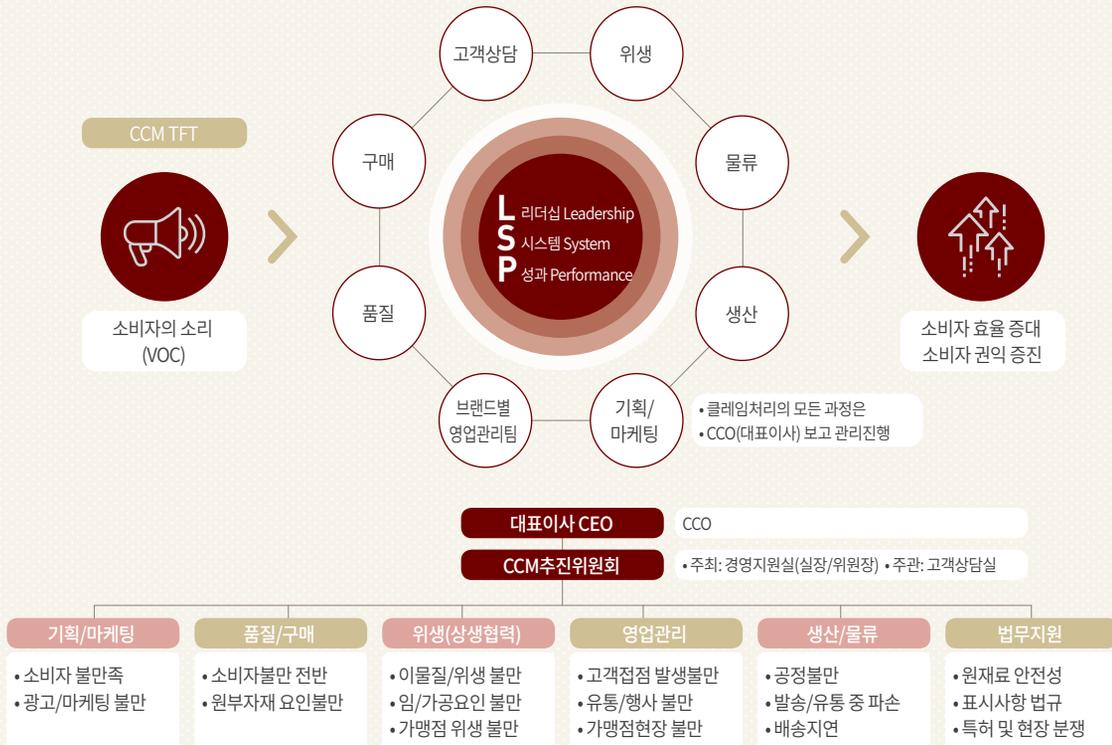
한식 프랜차이즈 최초 소비자중심경영(CCM) 인증 기업

본아이에프(주)는 2015년 12월, 한식 프랜차이즈 최초로 소비자중심경영(Consumer Centered Management) 인증을 획득하였습니다. CCM은 한국소비자원이 평가하고 공정거래위원회가 인증하는 국가공인제도로 기업의 모든 경영활동이 소비자 중심으로 이뤄지고 지속적으로 개선해 나가는지를 평가하는 제도입니다. 2015년 CCM인증 후 본그룹은 ‘고객우선’을 2016년 그룹의 가치로 내걸고, 고객상담팀을 중심으로 기업의 시스템과 프로세스를 소비자 중심으로 개선하는 데 힘쓰고 있습니다.



본아이에프(주) CCM 운영 조직도

대표이사 직속 CCM추진위원회를 두고 전 부서가 소비자와의 소통을 중심으로 대응할 수 있는 핫라인 체계를 구축하여 운영하고 있습니다.



CCM 중심의 시스템 및 프로세스 개선 현황

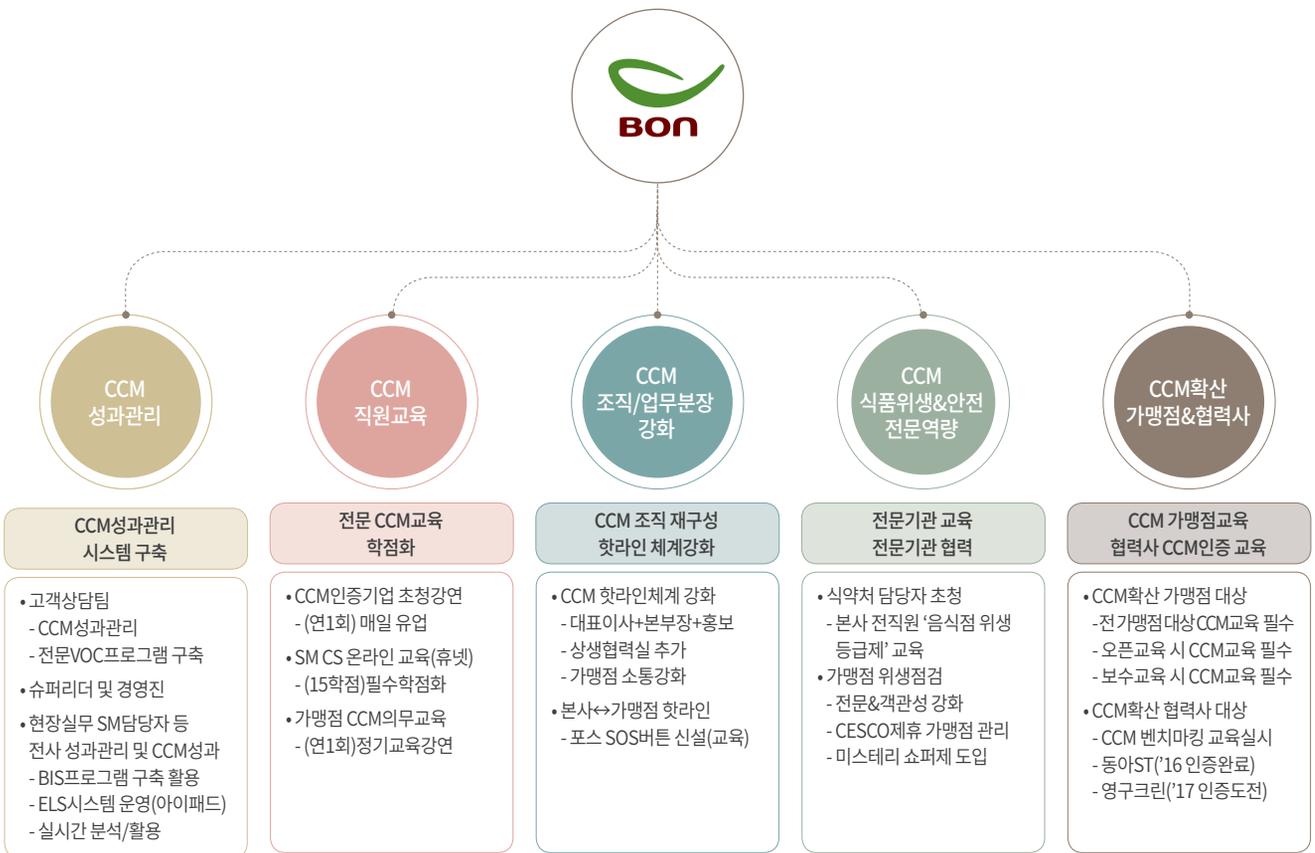
본그룹은 본아이에프(주)를 중심으로 소비자의 소리(VOC)에 즉각적으로 반응하고 대응할 수 있도록 전문 VOC 프로그램을 구축하고, 가맹점을 돕는 SM(Store Assistant Manager)직군의 경우 CCM을 직원 학점관리제도에 연계시켜 CS온라인 교육을 필수로 이수할 수 있도록 하였습니다.

그리고 식약처 담당자를 초청하여 전 직원을 대상으로 '음식점 위생 등급제' 교육을 진행하고, 전 직원이 참여하여 가맹점의 위생을 점검하는 미스터리 쇼퍼제를 도입하여 운영함으로써 식품위생과 안전에 대한 직원들의 역량과 경각심을 높이고 있습니다.



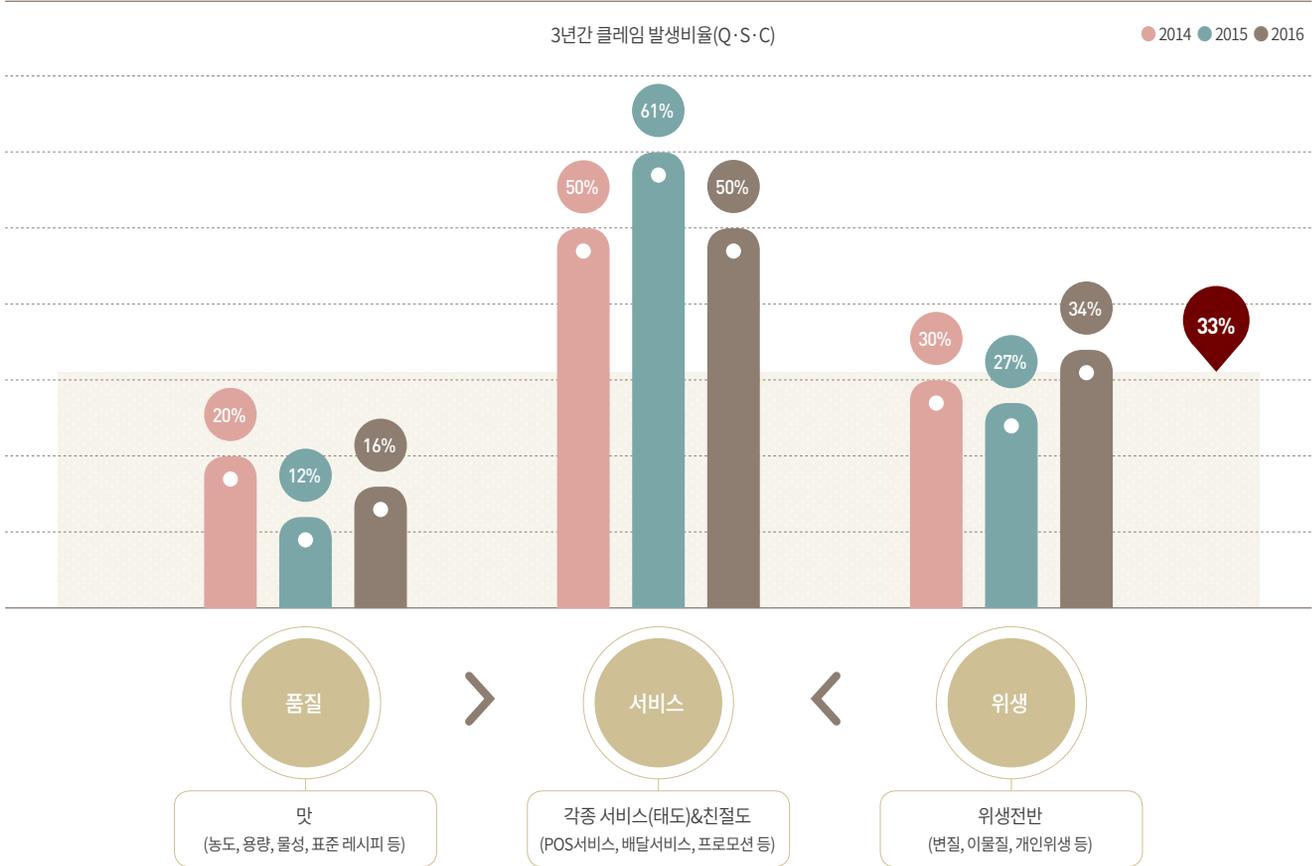
2017년 가맹점 정기교육 현장

본아이에프(주)의 CCM 중심의 시스템 및 프로세스 개선 현황



또한, 본아이에프(주)가 프랜차이즈를 기반으로 하는 만큼 가맹점 역시 CCM의 중요성을 인식하고 이에 따른 시스템과 프로세스를 개선할 수 있도록 오픈 교육부터 정기교육, 보수교육 등의 가맹점 교육에 소비자중심경영을 강화해 나가고 있습니다.

Q.S.C 중심의 가맹점 점검 및 클레임 관리



본그룹은 본 브랜드 소비자의 만족도를 높이기 위하여 본아이에프(주) 기준으로 가맹점의 맛으로 통칭하는 품질(Quality), 서비스(Service), 위생(Cleanliness)이라는 세 개의 카테고리로 가맹점 점검 및 클레임 관리를 진행해 나가고 있습니다.

품질(Quality)은 음식의 농도, 용량, 물성, 표준 레시피 등 맛과 관련한 것을 총칭합니다. 고객클레임 중 품질클레임 비중은 2016년 기준으로 낮은 편에 속하나, 모든 고객에게 똑같은 맛과 품질을 제공해야 한다는 프랜차이즈의 통일성 측면에서 면밀한 관리가 필요한 부분이라고 할 수 있습니다.

서비스(Service)는 고객 응대 시 태도 등 친절도를 의미하는 것으로 고객클레임 중 서비스 클레임 비중이 매년 50%를 웃도는 등 그룹 차원

에서 집중적으로 관리하는 항목입니다. 본아이에프(주)에서는 서비스에 대한 중요성을 인지하여 2016년부터는 서비스클레임지수를 직원들의 핵심관리지표로 설정하여 집중적으로 관리하고 있습니다.

위생(Cleanliness)은 변질, 이물질, 개인위생에 해당하는 항목으로 외식업계에서 결코 놓쳐서는 안 되는 중요한 부분이기 때문에 본사 차원을 넘어 외부의 전문회사인 CESCO와 협력하여 객관적인 관리지표를 선정, 등급화하여 집중적으로 관리하고 있습니다.

특히, 매장환경 및 개인위생 문제가 아닌 협력회사를 통해 유입되는 원재료에 문제가 있는 경우는 수거 후 유입경로 및 근본적인 원인을 찾고 재발 방지 및 개선책을 마련하고 있습니다.



본그룹은 ‘고객우선’을 기치로 내걸고 모든 프로세스와 시스템을 소비자 중심으로 재편하고, 제품과 서비스뿐만 아니라 회사와 브랜드에 관한 정보를 다양한 채널에서 제공하고 있습니다.

본매니아는 본죽, 본도시락, 본죽&비빔밥 cafe 등 본그룹 브랜드의 메뉴를 시식 및 평가하고 온·오프라인에서 진행되는 다양한 마케팅 활동에 직접 참여하는 소비자로 구성된 브랜드 서포터즈입니다.

2017년 9월, 17기 발대식을 가진 본매니아는 현재 20세부터 29세까지 여성들을 대상으로 한 ‘레이디본’ 5명과 30세부터 50세까지 기혼여성을 대상으로 한 ‘미즈본’ 15명 등 총 20명이 활동하고 있습니다.



본그룹은 다양한 활동을 소비자들과 함께하고 있습니다. 특히, ‘2017년 위로 메신저 캠페인’의 일환으로 진행한 ‘위로해 죽자’ 이벤트는 출근길 직장인들에게 죽을 무료로 제공하여 바쁜 직장인들의 든든한 아침을 챙겨주며 ‘오늘도 속 편하게’라는 소비자들을 향한 본죽의 메시지를 전달하는 의미 있는 시간이었습니다.



2017년 5월, 본도시락은 ‘2017 서울 JTBC 나이키우먼 하프마라톤’ 참가자들을 대상으로 다이어트 닭가슴살 도시락을 무료로 지원하였습니다. 2015년 이후 3년 연속 공식 파트너사로 참여하고 있는 본도시락은 서울 올림픽 공원에 부스를 마련하고 공 던지기 게임, 포토존 운영 등 다양한 이벤트를 진행하여 소비자들과 소통하는 시간을 가졌습니다.



임직원 성장경영

본그룹은 구성원간의 높은 신뢰를 바탕으로 협력하여
고성과를 구현해내는 신뢰 조직,
즉, 훌륭한 일터(Great Work Place)를
구축하고자 노력하고 있습니다.

업무와 조직에 대한 자부심,
상사와 경영진에 대한 신뢰,
구성원 간의 동료애는 일하기 좋은 일터의 근간이 됩니다.

일하기 좋은 일터를 구성하기 위한 기반을 다져
임직원들이 보다 행복한 삶을 영위할 수 있도록
지속적인 지원을 아끼지 않을 것입니다.

커뮤니케이션	44
본직인 인재상	47
우수인재 확보	48
경영 목표 달성 시스템	49
독서경영	50
지식경영	51
인재경영	52
책임경영	53
우수인재 육성	54



Great Work
place



커뮤니케이션

Great Work Place

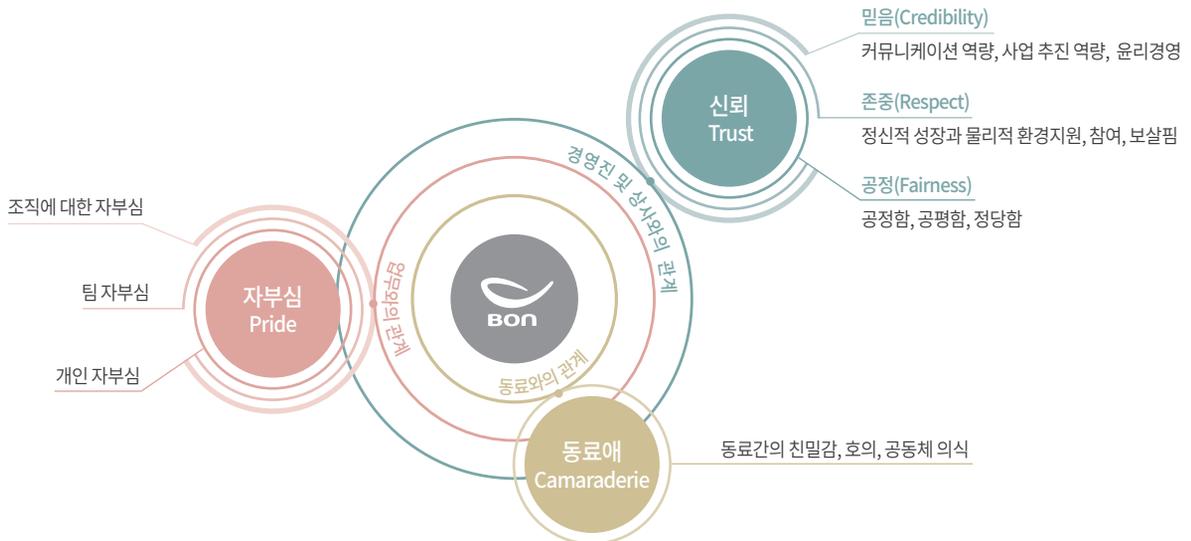
업무와 조직에 대한 자부심, 상사와 경영진에 대한 신뢰, 구성원 간의 동료애는 일하기 좋은 일터의 근간이 됩니다. 그리고 앞선 세 가지 가치가 겹겹이 쌓이게 되면 구성원들은 자발적인 몰입과 헌신으로 고성과를 만들어가고, 일하기 좋은 일터가 만들어질 것이라고 믿습니다.



조직문화 진단 및 임직원 만족도 조사

매년 Trust Index 조사를 수행하여 일하기 좋은 문화가 정립될 수 있도록 구성원간의 관계의 질을 점검하며 개선하고 있습니다. 2017년에는 세 가지 평가영역인 경영진 및 상사와의 신뢰, 동료와의 동료애, 업무 수행의 자부심에 대하여 총 57개 문항으로 설문을 실시하였습니다. 그 결과 100%의 임직원이 설문에 응답했으며, 설문의 세부영역 및 항목별 분석을 통해 개선사항을 도출하고 있습니다.

2017년 2월 진단에서는 세 영역 중 자부심 영역의 만족도가 가장 높았습니다. 이는 임직원들의 자발적인 몰입을 촉진할 수 있도록 임파워먼트(권한위임)하여 성과 창출에 기여하도록 돕는 것에서 의미를 찾아볼 수 있습니다. 또한 지식경영과 사내 벤처 프로그램 등으로 창출한 성과를 충분히 표현할 수 있는 장을 제공하고 치하하여 개인과 팀의 기여를 드러내고 인정받을 수 있기 때문에 파악됩니다. 2017년 3분기부터는 분기별 설문을 시행하고 있으며, 의견 수취 및 현황 파악 주기를 좁혀 빠르게 개선 사항을 도출하고 적용하고자 더욱 노력하고 있습니다.



본아카데미

본그룹은 전 임직원이 매주 월요일 아침에 함께 모여 본그룹의 가치와 정보, 교육 콘텐츠를 공유하고 소통하며 공감하는 자리를 마련하고 있습니다.

경영설명회

본그룹은 경영환경에 대한 임직원의 이해를 제고하기 위하여 분기마다 경영설명회를 개최하여 전 임직원들과 분기별 경영환경과 사업부문의 현황을 공유하고 있습니다.



채플

본그룹은 기독교적인 정신을 바탕으로 설립되어, 매 월 1회 채플을 진행합니다. 이 시간을 통해 기업의 설립이념과 미션을 돌아보며 기독교적 가치관을 이해하게 됩니다.



사령장 수여식



외부강연

외부의 저명인사를 초청하여 주요 대내외 이슈를 다루며 업무와 삶의 인사이트를 얻습니다. 외식 트렌드, 마케팅 전략을 나누거나 관련 법규 변경에 따른 대응 전략 등을 교육함으로써 기초 지식과 정보를 함양합니다.

성희롱 예방 교육

임직원들의 성희롱 예방을 위한 책임의식 고취를 목적으로 매년 강사를 초빙하여 교육을 진행하고 있습니다. 이 시간을 통해 성희롱 예방에 대한 구체적인 역할과 책임에 대한 인식을 강화하였습니다.

시상 및 포상 후기 공유

본그룹에서는 반기마다 세 가지 영역(놀라운 성과상, 탁월한 역량상, 선한 가치관상)에서 우수한 성과를 보인 임직원, 또는 팀을 대상으로 전임직원 앞에서 시상하는 행사를 진행합니다. 수상한 임직원은 해외 배낭여행 또는 해외 감사 나눔 여행을 포상으로 받게 되며, 여행을 다녀온 뒤는 전 임직원들과 여행의 즐거움과 감사를 나누는 자리를 갖습니다.

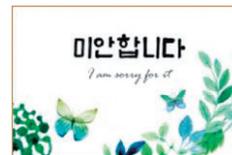
커뮤니케이션

감사캠페인

본그룹만의 감사문화는 감사카드로 시작되었습니다. 감사카드는 직원들 간에 감사 인사를 전하고, 안부를 물으며 소통의 창구를 새롭게 열어 주는 계기가 되었습니다. 작은 다과와 함께 전해지는 감사카드는 임직원들 간의 관계를 따스하게 형성해 주어 건강한 조직문화를

형성하는 데 기여하고 있습니다.

또한, 2013년부터 시작된 감사캠페인은 감사일기, 감사카드, 봉사, 기부 등으로 구성되어 있습니다. 본그룹은 감사캠페인으로 조직에 감사문화가 자연스럽게 정착될 수 있도록 선한 가치관상과 연계시키고 있습니다.



본아이에프(주)
감사캠페인 진행 현황
(2016년 기준)

감사카드

약 2,000 장

2017 상반기

1,049 통

봉사

2,327 시간

VMS 등록 기준

기부

684 만 원



본푸드서비스 2016 Annual Conference



2016년 방글라데시 감사 나눔 여행

사이다 상담소

일상과 업무에서 겪는 스트레스를 해소하고 즐거운 직장생활을 영위할 수 있도록 고민을 나눌 수 있는 창구를 열어두고 있습니다. 고민 상자와 사이다 상담소를

운영하여 목사님과의 상담을 통해 고민을 나누고 정서적 안정을 회복할 수 있는 채널을 지원하고 있습니다.

본족인 인재상

본그룹은 임직원들을 ‘본족인’이라 칭하고 ‘선한 가치관을 바탕으로 탁월한 역량을 발휘하여 놀라운 성과를 내는 인재’라고 정의합니다. 본그룹은 직원들이 마음껏 역량을 발휘할 수 있으며, 놀라운 성과를 내고, 그 성과에 합당한 보상을 받는 곳으로 모든 임직원이 ‘본족인 인재상’에 걸맞게 성장할 수 있도록 노력하고 있습니다.

본족인 인재상에 합당한 인재를 육성하고자 놀라운 성과상, 탁월한 역량상, 선한 가치관상으로 상을 나누어 시상을 진행하며, 세 영역에서 모두 우수한 성과를 보여 수상한 임직원은 ‘본의 본상’을 수상하여 1,000만 원의 포상을 받게 됩니다. 이 외에도 협력하여 우수한 성과를 내는 팀에는 ‘본이 되는 팀상’을 시상하고 MT를 지원합니다.

본족인 본의본상

1,000만원

구분	시행 단위	포상 내용	선정기준 추천/성과
본의 본상	연	상금 1,000만 원	3관왕 (선한 가치관상, 탁월한 역량상, 놀라운 성과상)
본이 되는 팀상	연	팀 MT지원(1인 = 30만 원)	추천 & 심의
놀라운 성과상	반기	해외배낭여행 (1인 200만 원)	지식페스티벌 참가
탁월한 역량상	분기		추천 & 심의
선한 가치관상	분기	감사나눔여행	업적 & 역량
본 지식인상	2개월 1회	백화점 상품권 1등(50만 원), 2등(30만 원), 3등(20만 원) 지급	추천 & 심의
			감사 & 봉사
			지식페스티벌 별도 진행



우수인재 확보

본그룹은 우수한 인재들이 일하고 싶은 기업으로 인식될 수 있도록 고용브랜드로 확립되는 활동에 힘쓰고 있습니다. 신입 채용 시에는 T/O를 설정하지 않고 우수인재로 판단될 경우 채용하는 것을 원칙으로 삼고 있습니다. 본그룹의 비전인 '비즈니스 리더 양성'을 달성하기 위한 성장 동력 구축에 집중하는 것입니다.

본그룹의 핵심가치에 동의하며 잠재 역량을 지닌 우수인재를 발굴하고 확보하기 위하여 채용공고 이전에 대학을 방문하여 채용 설명회를 진행합니다. 예비 지원자들과 대면하여 소통하고 본그룹을 소개함으로써 고용브랜드로서의 이미지를 높이기 위한 활동입니다. 또한, 서류 합격자를 대상으로 진행되는 기업설명회에서는 본그룹의 가치체계를 소개하며 본그룹을 깊게 이해할 수 있도록 하여 지원자들이 회사를 선택할 기회를 제공하고 있습니다.

2016~2017년 우수인재 채용

74명



본아이에프(주)
신규입사 기준(신입, 경력)



2016년 합숙면접



2016년 찾아가는 채용설명회



2016년 기업설명회

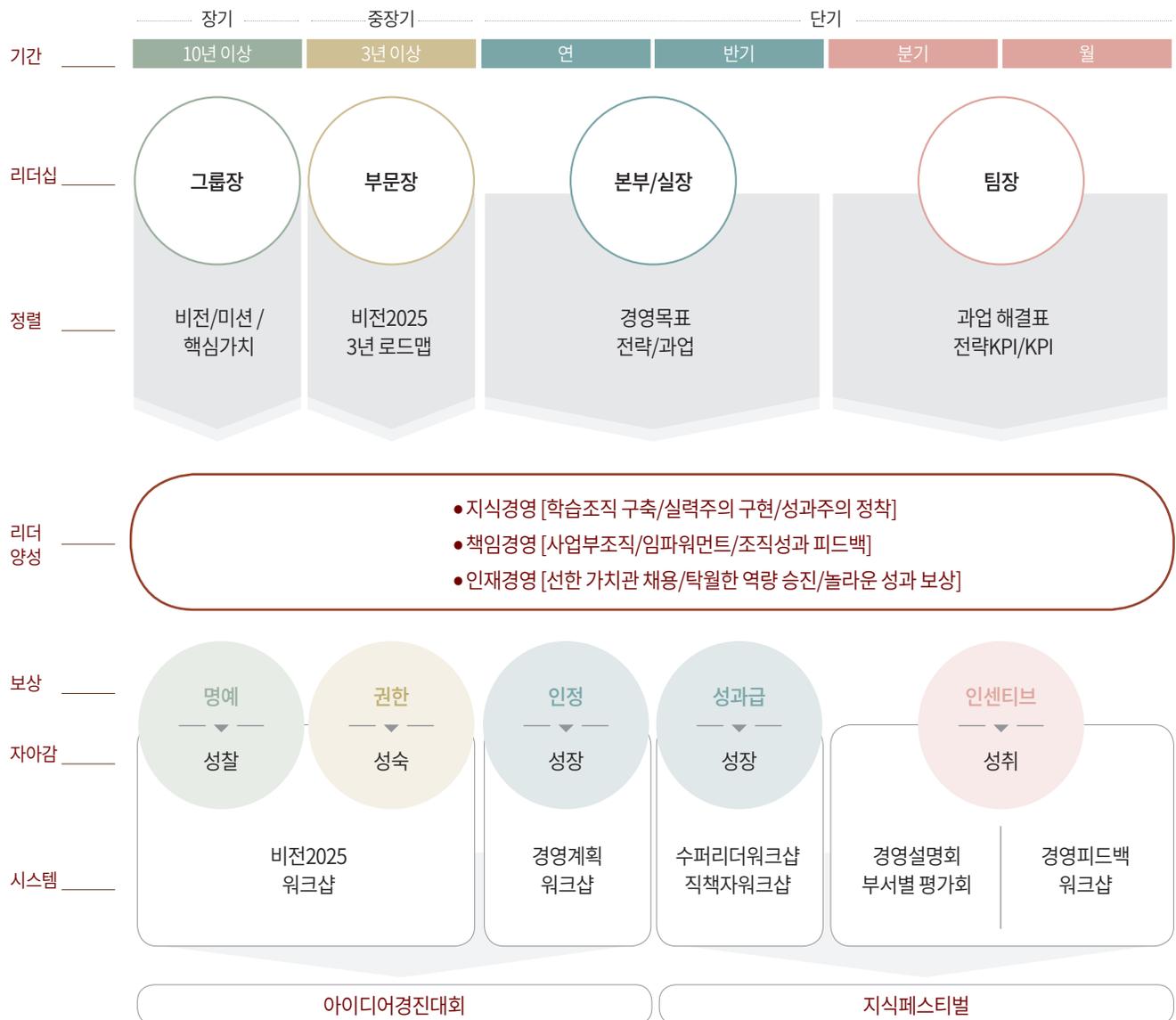
사내 추천제도

공개·수시 채용 시 추천하는 임직원이 추천서를 작성하면 서류전형을 면제하여 주는 사내 추천제도를 통해 선한 가치관과 탁월한 역량이 검증된 인재를 채용하는 제도를 운영하고 있습니다.

경영 목표 달성 시스템

본그룹은 비즈니스 리더를 양성하여 지속 가능 성장을 하고자 독서경영, 지식경영, 책임경영, 인재경영을 기조로 경영 시스템을 설계하여 우수인재를 육성하고 있습니다.

본그룹의 리더는 본그룹의 가치체계에 동의하며 비전과 목표, 전략에 구성원들을 정렬시킴으로써 비전과 목표 달성에 기여하는 임직원으로 정의합니다. 사원부터 독서경영으로 자가 학습력을 기르고, 팀장에 해당하는 초급관리자부터 그룹장인 기업관리자에 이르기까지 지식경영으로 성과를 창출하고, 책임경영으로 사업을 경영하는 역량을 보유하며, 인재경영을 통해 인재를 양성하는 능력을 기를 수 있도록 제도적으로 지원합니다.



독서경영

독서경영은 임직원들이 독서를 통해 지식을 습득하고, 배운 지식을 실천함으로써 놀라운 성과를 달성할 수 있도록 합니다. 본그룹은 BB day, 독서클럽, 저자 특강, 도서구입비 지원 등 다방면으로 독서를 장려하고 있으며 이를 인정 받아 2017년 10월에는 독서경영 우수 직장 인증 기업으로 우수상을 받았습니다.

BB DAY

매월 세 번째 월요일은 BB day(Book & Breakfast day)입니다. 전 임직원들이 아침을 먹으면서 책을 통해 얻은 인사이트를 나누고 교류하는 독서의 장입니다. 이 시간을 통해 직원들은 한 권의 도서를 읽고 느낀 서로 다른 관점을 공유하며 새로운 가치관을 정립하고, 토론을 통해 다양한 의견을 제시하는 과정을 거치며 본그룹의 가치와 지식, 문화를 동시에 함양하게 됩니다. BB DAY를 통해 모든 임직원은 꾸준히 학습하며 시야를 확장하고, 자유롭게 의견을 나누며 생산적으로 업무를 수행할 수 있도록 기여하고 있습니다.

독서 클럽 가입 임직원 수

173 명



독서 클럽

2017년 현재 20개의 독서클럽이 운영되고 있으며 총 173명의 임직원이 독서클럽에 가입하여 활동하고 있습니다. 자발적으로 모임을 만들어 함께 책을 읽으면서 독서 습관이 내재화되고 독서 문화가 자연스럽게 자리 잡았습니다.



독서리더워크숍

본그룹은 업무 중심의 능동적인 학습이 가능한 학습 조직을 구축하고자 독서 리더를 육성하고 있으며, 이를 위하여 지속적인 외부 교육을 진행하고 있습니다. 2016년에는 강화도 사내연수원에서 2박 3일간의 독서 리더 워크숍을 진행하여 단순히 책을 읽는 일에 그치지 않고 책을 읽고 인사이트를 나누는 방법을 교육함으로써 독서 모임을 이끌어 가는 방법 또한 교육하였습니다.

이 외에도 저자강연, 전 임직원 대상 독서 워크숍, 독서 모임 운영방법 강연 등을 통해 임직원 전원이 독서를 통해 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다.

지식경영

지식경영은 암묵지에 있는 개인 또는 집단의 지식을 ‘창출 → 수집 → 조직화’하는 과정을 거쳐 다른 사람들이 알고 활용할 수 있도록 형식지(문서, 사진, 표 등) 형태로 구현하여 조직 및 조직원의 ‘생산성 향상’과 ‘경영 혁신’을 창출하는 경영전략 기법을 말합니다.

지식경영은 급변하는 산업환경에서 새로운 지식과 혁신을 창출하여 조직성과에 기여합니다. 나아가 발굴된 우수한 지식을 직급이나 직책과 관계없이 ‘지식 페스티벌’에서 공유하여 자신의 성과와 실력을 보여주는 무대와 기회를 전 직원에게 공정하게 제공합니다. 이는 스스로 성과를 증명하고 결과를 증명하여 일상적인 업무 및 커뮤니케이션 역량 또한 향상시킵니다.



지식경영으로 얻은 가장 큰 성과는 항상 ‘지금 하는 일을 어떻게 하면 더 잘 할 수 있을지를 고민’하는 것에 있습니다. 본그룹은 이를 사내에 축적된 지식을 질적으로 향상해 양적으로 확대하는 일에 집중하여 운영하고 있으며, 본아이에프(주)에서 본그룹으로 지식경영을 확장하여 적용할 계획입니다. 본푸드서비스(주)에서는 2016년부터 시작하여 분기마다 직영외식과 단체급식에서 창출된 지식을 나누는 자리를 가지고 있습니다.

본그룹 지식페스티벌

본아이에프(주)에서의 지식페스티벌은 두 달에 한 번씩 진행되며, 지식 페스티벌에 참여한 전 직원에게 포상을 진행하여 능동적인 학습 조직으로서의 기능을 높이고 조직의 성과를 증진하는 데 기여하고 있습니다. 그룹차원의 지식페스티벌은 2016년 7월을 1회를 시작으로 반기마다 부문 단위로 전사에서 대표 지식을 본아카데미를 통해 공유하여 3회째 진행하였습니다. 본그룹은 지식프랜차이즈그룹으로서 리더(직책자)들이 지식경영의 사내 컨설턴트로서 활약할 수 있도록 제도적인 장치를 보강하는데 주안을 두고 있습니다.

인재경영

본그룹은 인재경영으로 비즈니스 리더를 양성하고자 전사적인 리더 육성체계를 설계하여 운영하며, 리더들이 시행착오를 줄이면서 보다 체계적이고 효과적으로 역할을 수행할 수 있도록 지원합니다.

리더십 파이프라인

본그룹은 직책에 해당하는 리더들을 단계별로 나누고 그에 따른 리더십 파이프라인을 그려 비즈니스 리더로 성장할 수 있도록 지원합니다. 단계별 리더의 역할과 필요 역량을 정립하였으며, 전문 지식과 기술, 업무 가치 측면에서 차이가 존재합니다. 리더들이 각자의 파이프라인에서 요구되는 역할과 역량에 맞추어 차근차근 단계를 밟아 나갈 수 있도록 시스템을 구축하였습니다.

열린 경영제도

팀장은 직책자 아카데미와 직책자 워크숍, 본부/실장은 경영 피드백 워크숍, 부문장 이상은 경영설명회로 열린 경영 제도를 운영함으로써 단계별 역할을 수행하고 역량을 함양할 수 있도록 지원합니다.

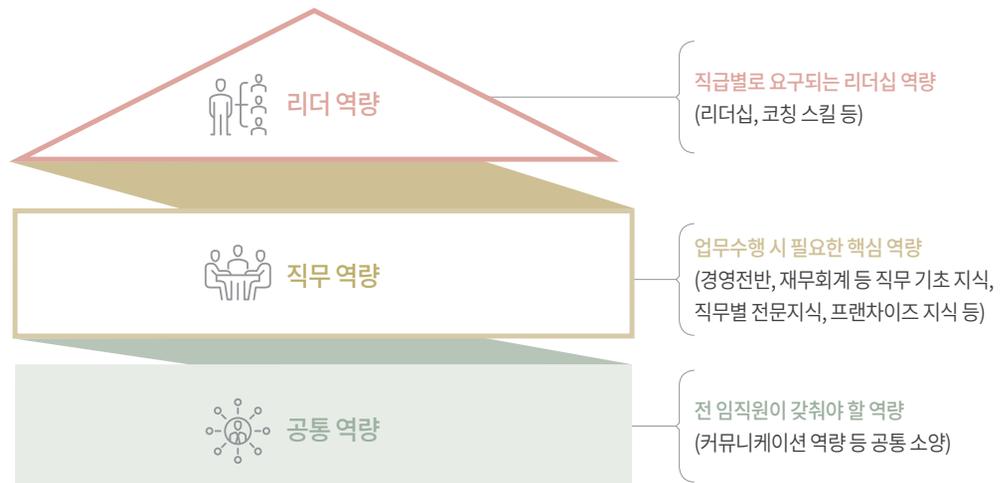
본직원 희망직무 정기조사제도

매년 10월, 정기적으로 직원들의 희망 직무를 조사하여 직원들의 자기 주도적 경력목표 달성과 자율적인 업무 몰입의 기회를 제공합니다. 본 제도를 통해 적시에 전략적인 배치를 할 수 있게 되었으며, 직원 개인의 업무적합도와 역량을 향상할 수 있게 되었습니다.

본그룹 역량 모델

본직원 역량 모델을 설정하고 역량 모델에 따라 학습 및 교육 시스템을 체계화함으로써 본직원이 균형 있게 성장할 수 있도록 돕고 있습니다.

본그룹 역량 모델



책임경영

본그룹은 인재경영으로 양성된 비즈니스 리더로 책임경영을 하여 비전을 실현하고자 합니다. 본그룹의 핵심가치와 목표에 정렬된 리더(직책자)는 조직의 구성원들을 본그룹의 핵심가치와 목표, 전략에 정렬시키고 소통함으로써 오너십을 경험하고 팔로워십과 리더십을 훈련합니다.

책임경영으로 명명한 권한 위임 경영은 본그룹의 핵심가치와 목표, 전략에 있어 회사 및 상위 리더(직책자)와의 정렬을 전제로 합니다. 이는 사업부 조직단위로 운영됨으로써 손익관리와 성과에 대한 보상도 함께 연계되어 사업경영력을 향상하고 있습니다.



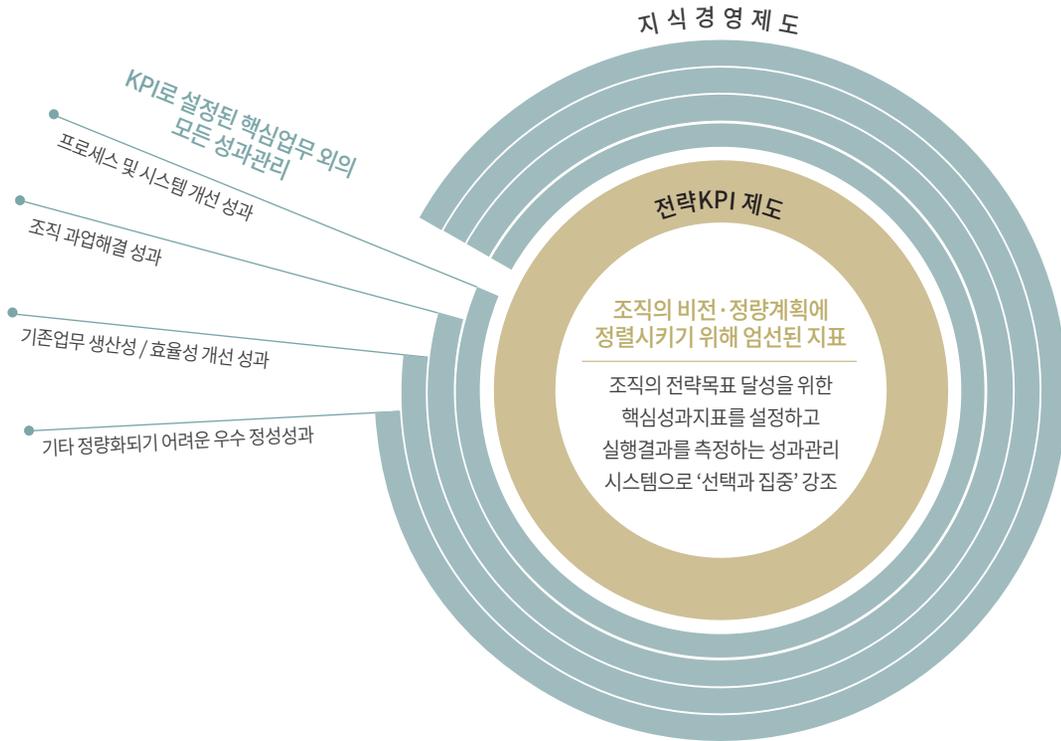
상위 리더(직책자)는 하위 리더(직책자)에게 권한은 위임할 수 있으나 책임은 전가할 수 없습니다. 다만 모든 리더(직책자)들의 의사결정은 반드시 본그룹의 핵심가치 및 목표와 전략에 정렬되어야 하므로 직책자들은 핵심가치, 목표와 전략의 정렬을 가장 중요한 소통의 주제로 생각하고 소통합니다. 이는 리더십 파이프라인으로 정의한 리더(직책자)들의 유형과 역할이 유기적으로 운영되어 책임경영이 원활히 이행될 수 있도록 합니다.

우수인재 육성

성과평가제도

모든 임직원을 대상으로 연중 상시 성과업적평가를 관리하여 평가의 기초자료를 마련하며, 반기별로 조직/개인의 성과와 역량을 평가합니다. 개인의 성과는 업적평가의 영역에서 '전략 KPI'와 '지식경영제도'와 상사 평가의 가중치를 더하며, 역량은 360도 다면평가로 직책별 평가항목을 구분하여 진행되며 조직의 성과 향상에 기여하고 있습니다.

업적평가



역량평가

평가지표	평가항목	세부항목	부부장	본부장/실장	팀장	팀원
가치관	원칙	핵심가치	○	○	○	○
		근무태도			○	○
	신뢰	언행일치	○	○	○	○
		책임감	○	○	○	○
역량	리더역량	의사결정력	○	○	○	
		명확한 지시	○	○	○	
		위임	○	○	○	
		피드백	○	○	○	
	Self 리더십	조직관리	○	○	○	
		솔선수범	○	○	○	○
		목표설정	○	○	○	○
		일정관리				○
		스트레스 관리				○

평가지표	평가항목	세부항목	부부장	본부장/실장	팀장	팀원
직무역량	사고력	기획력	○	○	○	○
		분석력				○
		창의력				○
		문제해결력			○	○
역량	전문성	전문지식	○	○	○	○
		스트레스 관리	○	○	○	○
공동역량	협력	팔로워십			○	○
		고객지향			○	○
		커뮤니케이션	○	○	○	○
	성장	협동	○	○	○	○
		도전정신				○
		학습능력				○

임직원 복지제도

본그룹은 업계 최고의 복지를 직원들에게 제공함으로써 일하기 좋은 일터, 일하고 싶은 일터를 만들어 갑니다. 1, 3, 5년 차 임직원을 대상으로 진행되는 리프레시 MT, 7년 이상 장기근속자 대상 해외연수 제공은 에너지를 재충전하고 리프레시할 수 있는 기회를 제공합니다. ‘유일무이 휴가제도’는 1년에 한 번, 이유를 불문하고 2주간의 무급휴가를 떠날 수 있도록 지원하고 있습니다. 이를 통해 업무 공백은 직무 중심 매뉴얼로 채워 시스템을 강화하며, 팀원들 간의 상호 배려로 팀워크가 향상되는 효과를 보이고 있습니다.

Work & Life Balance

본그룹은 일과 삶의 균형을 존중합니다. 자유로운 연차 사용, 리프레시 휴가 도입 외에도 ‘RS511(Reserve Share 5minute 1hour 1day)’을 회의 원칙으로 도입하여 매너를 지키고, 내용을 공유하고, 목적을 달성하는 효율적 회의 문화를 정착시켜 나가고 있습니다. RS511 원칙으로 회의 의제 사전 공유, 회의 5분 전 착석, 1시간 내 종료, 회의록 당일 공유를 세부 원칙으로 삼고 불필요하거나 형식적인 회의를 줄여 근무 효율을 높이는 문화를 만드는 일에 노력하고 있습니다. 이에 본아이에프주는 고용노동부로부터 일과 삶의 균형이 우수한 기업으로 선정되는 성과도 이루었습니다.

동호회 운영 지원

사내 동호회 운영을 통해 임직원들이 상호 교류하며 친목을 도모할 수 있도록 일정액을 지원하여 동호회 활동을 장려합니다.



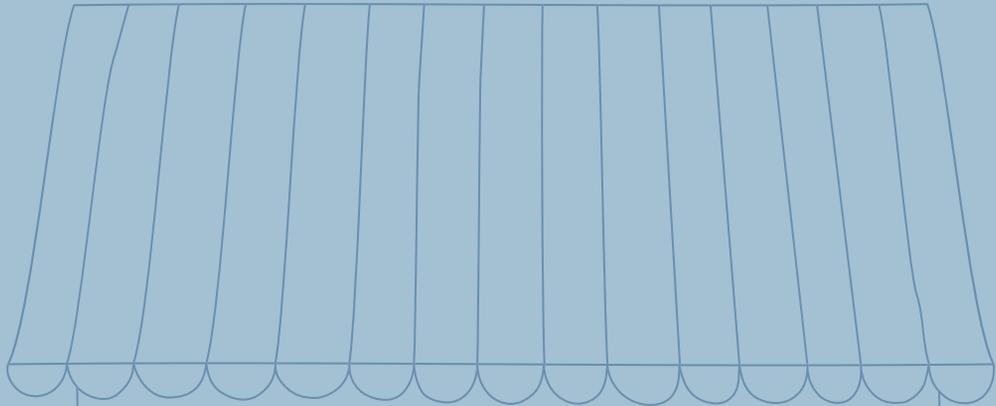
행복경영

본그룹에서 창출한 경제적 가치가
세상을 긍정적으로 변화시킬 수 있는 사회적 가치로
이어지기를 소망합니다.

나아가 본그룹의 경영 활동의 가치가
고객과 가맹점, 파트너사, 지역사회의 가치를 함께 창출하는
공유가치로 환원될 수 있도록 고민합니다.

그렇게 본그룹은 이해관계자들과 더불어 성장하며
더 나은 미래를 만들어 가기 위하여
지속적으로 노력하고 있습니다.

가맹점 행복경영	58
파트너사 동반경영	62
지역사회 공헌경영	63
친환경 개선경영	65



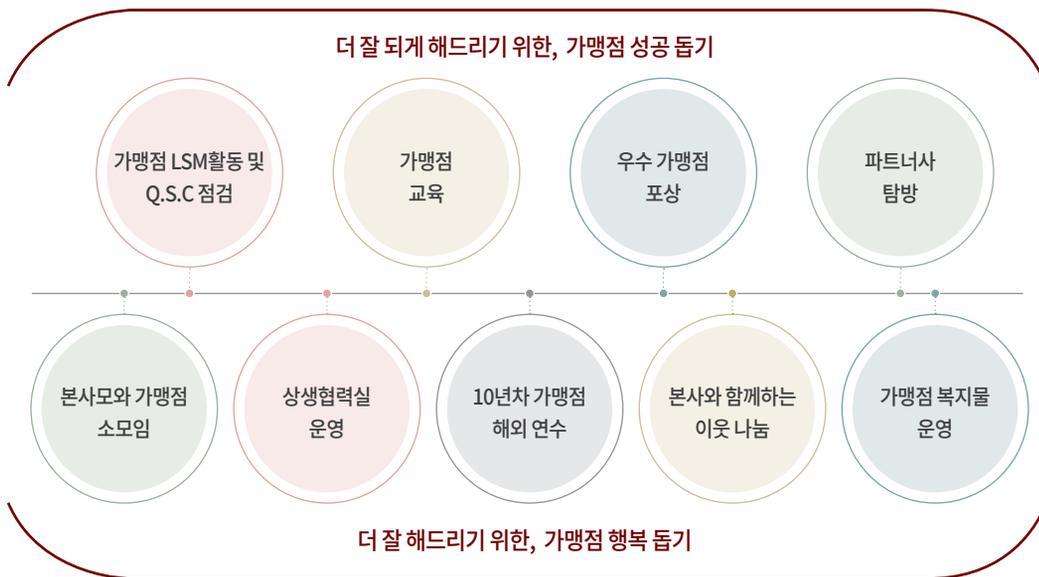
Store
Assistant
Manager



가맹점 행복경영

본그룹은 2017년 9월 기준, 가맹점당 평균 4인 근무 기준으로 1,700여 개의 가맹점에서 6,800여 명의 분들과 함께하고 있습니다.

본그룹은 가맹점 매출 활성화 및 수익 증대 등 가맹점의 성공을 돕기 위하여 가맹점 LSM활동 및 Q.S.C점검, 오픈교육과 정기교육 진행, 동기부여를 위한 우수 가맹점 포상, 전문성을 높이기 위한 식자재 등의 파트너사 탐방 등을 진행하고 있습니다. 또한, 가맹점의 행복을 돕기 위하여 그룹 내에 상생협력실을 두고 가맹점과의 소통과 가맹점의 복지 증대를 위해 노력하고 있으며, 이러한 노력의 일환으로 가맹점 소모임, 10년 차 가맹점 해외 연수, 본사와 함께하는 이웃 나눔, 가맹점 복지물 운영 등의 활동을 지속해 나가고 있습니다.



가맹점 매장환경 개선 및 LSM 활동

본그룹에는 가맹점의 매출 증대를 위한 프로모션 활동(LSM: Local Store Marketing), 품질, 서비스, 위생점검 등의 활동을 통해 가맹점의 성공과 행복을 돕고 있는 SM(Store Assistant Manager)이 있습니다.

2016년에도 본그룹은 SM을 중심으로 가맹점을 돕기 위한 많은 활동을 진행했습니다. 특히, 2016년 상반기에는 본측 본부 SM과 디자인팀이 협업하여 본측 가맹점을 대상으로 매장 홍보물 부착 기준에 맞춰 매장 전면을 정비, 고객에게 더욱 쾌적한 환경을 제공하였습니다.

또한, SM을 중심으로 가맹점을 위한 LSM 활동을 지속해오고 있는데, 2016년에는 가맹점 컨설팅을 강화, 가맹점이 자발적으로 봉사 활동을 진행하고, 본사가 이를 지원하고 돕는 형태의 LSM 활동을 주로 진행하였습니다. 그리고 필요한 경우에는 담당 SM이 먼저 홍보 및 마케팅 활동과 관련된 시범을 보이고, 인력이 부족한 매장은 추가로 홍보 지원을 하는 등 가맹점 상황에 맞춘 지원 활동을 진행하였습니다.



표준 Q.S.C 준수를 위한 가맹점 교육

본그룹의 본아이에프(주)는 FC(Franchise Chain) 법인으로서 프랜차이즈 사업을 영위하고 있습니다. 프랜차이즈는 같은 브랜드명을 공동으로 사용하는 업의 특성상 어느 매장에서든 동일한 수준의 품질(Q)·서비스(S)·위생(C) 수준을 유지해야 합니다. 본그룹은 Q.S.C에 대한 고객클레임을 사전 예방할 뿐만 아니라, 가맹점의 매출향상 및 매장 운영의 편의성을 높이기 위하여 가맹점을 대상으로 오픈 교육, 정기 교육, 10년 차 교육, 보수 교육, 신메뉴교육 등 다양한 종류의 온·오프라인 교육을 진행하고 있습니다.

2017 하반기 교육과정 운영 계획

구분	과정명	대상		교육 방법	과정 운영	구분	과정명	대상		교육 방법	과정 운영	
		사장님	직원					사장님	직원			
필수 (8)	오픈교육	○	○	온라인 오프라인	가맹계약 후	운영 (8)	손익 관리	○		오프라인	분기	
	정기교육	○		오프라인	년 1회		세무과정			온라인	상시	
	10년차교육	○		온라인 오프라인	가맹점 운영 10년차		노무과정	○		온라인	상시	
	보수교육	○		오프라인	해당기준		POS활용법	○		온라인	상시	
	신메뉴교육	○	○	온라인	신메뉴 출시 시		다(多)점포 운영관리 체계화	○	○	오프라인	반기	
	시즌_동지팔죽데이 완벽대비법	○	○	온라인	년 1회 (12월)		점장 역량강화 프로그램		○	오프라인	분기	
	성희롱 예방교육	○	○	온라인	년 1회		우리매장 매출향상 노하우 Top3	○	○	온라인	상시	
	개인정보 보안교육	○	○	온라인			매출 향상 (3) CID 고객정보활용 & 문자발송방법	○	○	온라인	상시	
맞춤 (2)	SOS! 우리매장 긴급진단 및 토달 컨설팅	○	○	오프라인	요청 시	선택 (15)	불경기에도 매출하락을 방어하는 우수매장 고객 관리 비법	○	○	온라인	상시	
	매장환경 클리닉 (현장바이징)	○	○	오프라인			고객만족 스킵업			온라인	상시	
추천 (3)	표준레시피	○	○	온라인 오프라인		서비스 (2)	불만고객을 충성고객으로 스위치하기	○		오프라인		
	표준 고객응대 서비스	○	○	오프라인			위생(3)	위생관리 강화교육			온라인	상시
	표준 위생관리 방법	○	○	오프라인				음식점 위생등급제_식약처시행			온라인 오프라인	
					[행정처분] 식자재·도구·개인위생관리				온라인	상시		

특히, 정기교육은 본그룹 전 가맹점이 반드시 받아야 하는 필수 교육으로서 가맹점 사장님의 서비스 정신 함양 및 가맹점의 Q.S.C 수준 향상을 위해 가장 중요한 교육 중 하나입니다. 본그룹은 정기교육의 효과를 높이기 위해 가맹점에 가장 필요한 교육이 무엇인지를 고민하고 이를 교육 포인트와 교육방식으로 구체화하여 매년 가맹점 맞춤형 정기교육을 진행하고 있습니다.



가맹점 행복경영

우수 가맹점 포상

본그룹은 가맹점의 Q.S.C 준수 및 사기 진작을 위해 전 가맹점을 대상으로 우수 가맹점 포상 제도를 시행하고 있습니다. 우수가맹점 선발 기준은 기본적으로 품질, 서비스, 위생에 대한 평가가 주된 기준이며, 2016년까지는 상·하반기로 나눠 포상하던 것을 2017년부터는 연 단위로 포상으로 변경하고, 고객 평가 점수를 산정 지표로 추가하여 본사 관점이 아닌 고객 관점에서 우수 가맹점을 선발하고 있습니다. 본족 기준으로 총 10개 가맹점을 선발하고 있으며, 1등에게는 3백만 원의 상금과 상패, 현판이 부여되고 있습니다.

파트너사(협력업체) 탐방

본그룹에서는 가맹점 사장님과 함께 쌀, 참기름, 전복 등을 공급하는 파트너사(협력업체)를 방문하여, 가맹점에서 사용하는 재료들이 어떤 방식으로 생산, 관리, 유통되는지 직접 체험하는 시간을 갖고 있습니다.

우수 가맹점 포상

3,000,000 원



본족, 본족&비빔밥 Cafe의 상위 1%를 찾기 위한 2017년 우수매장 선발 기준을 다음과 같이 안내드립니다.

1. 심사기준

구분	1차 심사(8월~9월)			2차 심사(10월~11월)				합계
	본사 심사			본사 심사				
심사항목	위생 점검	조리 점검	클레임	위생 점검	조리 점검	클레임	모바일평가	
점수배점	14%	14%	7%	14%	14%	7%	30%	100%

1) 선발 세부 기준

구분	심사항목	세부 사항	횟수	원점수	환산점수	평가비중	계	
1차 심사 (8월~9월)	본사 심사	위생 점검	담당자 점검 월 1회 (2개월)	2	200	100	14%	14.0
		조리 점검		2	200	100	14%	14.0
		클레임	기본점수 100점 클레임 건당 -100점			100	-100	7%
2차 심사 (10월~11월)	본사 심사	위생 점검	담당자 점검 1회, 크로스 체크 1회 (2개월)	2	200	100	14%	14.0
		조리 점검		2	200	100	14%	14.0
		클레임	기본점수 100점 클레임 건당 -100점			100	-100	7%
	고객 심사	고객 모바일 평가		1	100	100	30%	30.0
총점							100.0	

본사모

본그룹은 가맹점의 행복을 도와야 본사도 행복해진다는 생각으로 일반 프랜차이즈와는 전혀 다른 가맹점과 본사의 관계를 구축하고 있습니다. 전혀 다른 가맹점과 본사의 관계를 보여주는 것 중 대표적인 것이 ‘본사모’입니다.

‘본사모’는 본을 사랑하는 사람들의 모임의 약자로 2012년 출범한 본브랜드의 가맹점 단체명입니다. 본브랜드의 가맹점들은 본사모를 중심으로 가맹점과 본사의 의사소통 및 상생을 위해 다양한 활동을 하고 있으며, 현재 700명 이상의 회원이 가입, 활동하고 있습니다.

프랜차이즈 최초의 상생협력기구, 상생협력실

본그룹은 프랜차이즈 최초의 상생협력기구인 상생협력실을 운영하고 있습니다. 상생협력실은 가맹점과의 상생을 위해 2015년 신설된 조직으로서 가맹점과의 소통 및 가맹점을 위한 복지와 지원을 위한 여러 노력을 지속하고 있습니다.

분기별로 전국 약 25개 지역에서 정기 소모임 행사를 개최, 본사의 정책 방향을 공유하거나 가맹점의 아이디어나 건의사항을 듣는 시간을 갖고 있습니다. 특히, 2017년에는 가맹점의 노무 관리를 돕기 위해 상생협력실을 중심으로 ‘BON노무지원센터’를 도입, 매주 금요일마다 가맹점에 무료로 노무상담서비스를 제공하고 있습니다.

‘본사모’ 가입 가맹점 회원

700 명 이상



10년 차 우수 가맹점 해외연수

본그룹은 10년 차가 된 가맹점을 대상으로 위생, 서비스 등 필수 준수 사항 총 7개 항목에서 높은 점수를 받은 가맹점을 선정하여 해외연수를 제공하는 프로그램을 3년째 운영하고 있습니다. 2017년에도 본죽 및 본죽&비빔밥 cafe의 가맹점 사장님, 본사 직원 등 총 33명이 참여한 가운데, 일본 북해도에서 가맹점 사장님을 격려하고, 노고를 치하하는 자리를 가진 바 있습니다.



가맹점과 본사가 함께하는 이웃 나눔

본그룹은 가맹점과 함께 이웃 나눔 활동을 함께 실천하고 있습니다. 전국 70개 지역을 돌며 본죽 상품권을 전달하고 사랑의 죽 자원봉사를 진행하는 ‘사랑 죽 릴레이 캠페인’부터 지구촌 어린이를 돕기 위한 ‘행복 나눔바자회’, ‘한마음 사랑의 쌀 나눔 봉사’까지 도움이 필요한 사회계층의 계층을 위해 다양한 나눔 활동을 진행하고 있습니다.



파트너사 동반경영

본그룹은 2017년 9월 현재 약 140여 개의 파트너사(협력회사)와 함께 하며, 파트너사와 동반 성장하기 위해 노력하고 있습니다.

BON PAY 프로그램

본그룹의 파트너사 중에는 본그룹보다 큰 규모의 기업도 있지만, 대부분은 본그룹보다 규모가 작은 기업들입니다. 파트너사 중에는 기업 규모는 작으나 본그룹에 대량으로 물량을 공급하기 위해 대량 선구매를 해야 하는 업체들이 있습니다.

본그룹은 이러한 경우, 파트너사의 상황을 고려하여 파트너사가 물량을 쉽게 조달할 수 있도록, 본그룹과의 신뢰를 구축한 파트너사에 한해 선결제 제도(BON PAY)를 운영하고 있습니다.

파트너사 상생협력 프로그램

파트너사와의 동반성장을 위해 본그룹은 파트너사와 함께 서로를 이해하고 소통할 수 있는 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다.



사회공헌활동	체육대회	가맹점 파트너사 탐방
16년 11월 (매년 1회)	17년 5월 (매년 1회)	17년 6월 (상시)
행복나눔바자회 (전체협력사대상)	너나올 체육대회 (인테리어협력사대상)	본사모 파트너사 탐방 (제조/구매관련 파트너사 대상)
임직원, 가맹점, 협력사, 고객이 함께하는 기부축제의 장. 바자회 수익금 전액은 부모를 잃은 지구촌 어린이들을 돕기 위해 사용.	빨리 보다 멀리, 경쟁 보다 협력하는 파트너사와의 문화를 만들고자 시행. '같은 꿈을 꾸는 the 좋은 협력관계'라는 슬로건 아래 소통하는 협력관계의 초석을 만들기 위해 기획됨.	가맹점에 공급되는 물품을 제조하는 파트너사에 대한 신뢰를 높이고, 구매담당자인 가맹점 사장님들과 함께 협력을 방망. 제조 및 유통과정을 공개하여 본사, 협력사, 가맹점의 신뢰도 향상.
[2016년 협력사 후원내용] 협력사 현금 후원 50,400,000 원 협력사 물품판매 5,660,000 원	[2017년 5월 26일 ~ 27일] 참여협력 18 개(1박2일) 장소: 경기도 포천	[매년 상시] 가맹점 사장님 2017년 20 여명 방문사: 오션스코리아(전복제조사)

지역사회 공헌경영

본그룹이 지속하는 사회공헌 활동은 본그룹 임직원들이 전원 참여하는 '본족인 봉사단'에서 이뤄집니다. 본족인 봉사단은 섬김과 나눔으로 세상의 빛과 소금이 되는 본족인들이 되는 것을 비전으로 삼아 자발적인 봉사 활동의 일상화로 사회에 가치 있는 삶을 전파하는 역할을 다하고자 노력합니다.

정기 봉사활동 목록 및 주기

봉사단 정기 봉사활동	시행시기
섬김의 날	매월 3주 주일
서부장애인종합복지관	매월 마지막 주 토요일
성북 노인종합복지관	매월 1회 토요일
동대문 문화교실	매월 1회
행복나눔바자회	연 1회
G7축구단	격월 1회
김장	연 1회

봉사횟수	2014	462
	2015	357
	2016	272
참여자	2014	146
	2015	137
	2016	130
누적시간	2014	2,566
	2015	2,158
	2016	1,411

2016년 봉사활동별 횟수 및 총 시간

활동	횟수	총시간
성북노인종합복지관	11	176
섬김의 날	10	133
서부장애인종합복지관	6	150
G7축구단 친선축구	4	216
모금함 계수	3	39
재능기부	1	2
장애인댄스대회	1	16
G7축구단 응원봉사	1	75
문화교실	1	10
행복나눔바자회	1	26
김장	1	568



2016년 4월 22일 본족컵 축구대회



김장 봉사활동

568 시간



2016년 김장 봉사

지역사회 공헌경영

본그룹은 섬김과 나눔으로 세상의 빛과 소금이 되고자 하는 사회공헌 철학을 지역사회와 고객들에게도 전하는 데 앞장서고 있습니다.

기부메뉴 네 가지를 선정하여, 메뉴가 판매될 때마다 일정 금액이 기부될 수 있도록 기부의 일상화에 기여하고 있습니다. 본족에서는 전복 내장죽, 한우 사골죽을, 본도시락에서는 소고기 미역국을, 본족의 유아식인 베이비본족의 '한우 야채죽'을 구매하면 지구촌의 소외지역에 살고 있는 아이들에게 음식과 교육비를 지원하게 되며, 2016년에는 1억 6천만 원의 금액이 기부메뉴를 통해 기부로 이어졌습니다. 본그룹은 이처럼 착한 나눔을 통한 기부 활동을 지속할 것입니다.

자발적인 봉사와 나눔의 일상화는 선한 가치관의 영향력을 더욱 크게 넓혀갑니다.

사내 게시판에 매월 정기적인 봉사 활동을 신청 받아 임직원들이 손쉽게 봉사에 참여할 기회를 제공합니다. 더불어 본그룹은 2016년부터 창립기념일에 임직원들과 협력사, 가맹점 사장님들이 함께 모여 봉사를 하는 것으로 지역사회에 본그룹의 가치를 전하며 창립을 기념하고 있습니다.

이 외에도 각종 소외 빈곤 계층에 김장김치와 쌀을 지원하고, 특별한 행사가 진행될 때에는 본도시락을 지원하며 평안의 집 등 한부모 가족 시설(미혼모자 공동생활시설)에 아이들을 위한 베이비본족을 지원하는 것으로 사회적 책임을 다하고자 노력합니다.

2016 착한나눔 기부

베이비 본족 '한우 야채죽'

29,854,000 원

본도시락 '제주 모자반 쇠고기 미역국'

14,970,000 원

본족 '한우 사골 야채죽'

62,926,600 원

본족 '전복 내장죽'

28,362,000 원



친환경 개선경영

본그룹은 지구 환경 보존을 위한 소극적인 법적 규제 이행이나 준수에 머무르지 않고, 지속적인 개선과 기업의 중장기적 생존 전략을 연계하는 차원에서 검토하여 환경 개선 경영을 실천하고 있습니다. 작게는 음식물 쓰레기 배출 감소, 자원 절약 운동부터 시작하여 친환경 소재 용기 사용, 이를 활용한 프로모션까지 환경 개선 경영을 실천하고자 다양한 노력을 하고 있습니다.

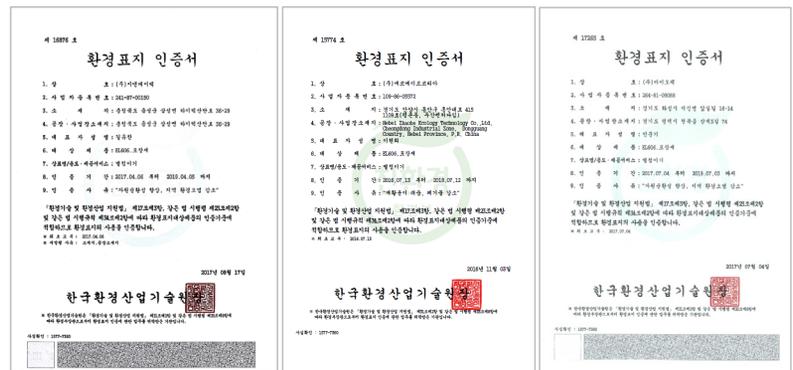
본도시락 친환경 용기

본도시락은 편리하게 어디서나 먹을 수 있는 도시락의 특성상 일회용 용기를 사용합니다. 본도시락의 착한 용기는 합성수지제를 30% 감량하여 고객의 건강과 편의를 돌보며 지구 환경 또한 건강하게 보존하고자 노력합니다. 본도시락에서는 이러한 친환경 용기를 고객들에게 더욱 효과적으로 알리고, 활용할 수 있도록 프로모션도 동시에 진행하였습니다.



착한 용기 에코키트

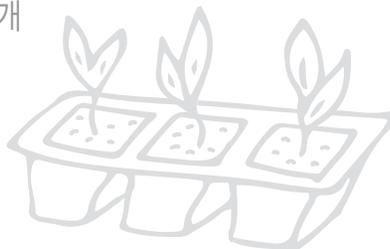
2017년 8월, 본도시락만의 '친환경 용기'에 다육식물을 키울 수 있는 '착한 용기 에코키트' 프로모션을 가을 신메뉴 출시와 함께 진행하였습니다. '나만의 정원'을 꾸밀 수 있는 착한 용기 에코키트는 매우 긍정적인 반응을 보이며 약 7,000여 개가 증명되었습니다.



친환경 용기인증서

'착한 용기 에코키트' 증명

7,000 여개



APPENDIX

GRI 대조표

충족정도 표시: ● 보고 ● 부분보고 ○ 미보고 ◇ 해당없음

일반 표준 공개				
지표	번호	지표내용	보고수준	페이지
a. 전략 및 분석	G4-1	지속가능성과 관련된 조직, 전략에 관한 최고이사결정자의 선언	●	5
b. 조직 프로필	G4-3	기업명	●	16
	G4-4	주요 브랜드, 제품, 서비스	●	26-33
	G4-5	본사/본부 소재지	●	16
	G4-6	주요 사업장 위치	●	16
	G4-7	소유권의 성격과 법적 형태	●	16
	G4-8	서비스를 제공하고 있는 시장(지리적 분포, 산업 분야, 고객 및 수혜자 형태 등 포함)	●	26-33
	G4-9	조직 규모(종업원, 순매출, 총자산, 제품과 서비스 등)	●	16
	G4-10	형태별 근로자 수	●	16
	G4-11	단체협상결과의 적용을 받는 근로자 비율	○	
	G4-12	조직의 공급망	○	
	G4-13	보고기간 동안 규모, 구조, 소유구조, 공급망(supply chain) 등의 주요변화	●	16
	G4-14	예방 접근이나 원칙을 천명하고 있는지, 어떤 방식으로 언급하고 있는지에 대한 설명	○	
	G4-15	자발적인 경제적, 환경적, 사회적 헌장과 일련의 원칙들, 또는 이니셔티브 중 참여하고 있는 내용	○	
	G4-16	주요 협회 가입현황	○	
	c. 중대이슈 및 보고 경계도출	G4-17	a. 조직의 재무제표 또는 그에 상응하는 문서에 포함되는 모든 기업 리스트	●
G4-18		a. 보고 내용 및 범위를 결정하는 프로세스 b. 보고 내용을 정의하기 위해 시행된 보고 원칙	●	36-37
G4-19		중대성 평가 결과 도출된 중대 이슈 리스트	●	36-37
G4-20		조직 내 중대 이슈별 보고 범위	●	36-37
G4-21		조직 외 중대 이슈별 보고 범위	●	36-37
G4-22		이전 보고서에 제공된 정보의 재인용 효과, 재인용 이유	●	36-37
G4-23		이전 보고서에 제공한 정보의 재조정	●	36-37
d. 이해관계자 참여	G4-24	참여 이해관계자 리스트	●	36
	G4-25	주요 이해관계자 파악과 선정에 대한 근거	●	36
	G4-26	형태별, 이해관계자 그룹별 빈도로 본 이해관계자 협의에 대한 접근 방식과 보고서 준비를 위한 참여 프로세스	●	36-37
	G4-27	보고서 발간을 포함하여 이해관계자 참여를 통해 제기되어 온 중대 이슈 대응 방법 및 결과 (이해관계자별 주요 이슈)	●	36-37
e. 보고 프로필	G4-28	보고기간	●	2
	G4-29	최근 보고서 발간일자	●	2
	G4-30	보고주기	●	2
	G4-31	보고서 또는 보고서 내용에 관한 문의처	●	2
	G4-32	GRI 인덱스 a. 'in accordance' 선택 옵션 보고(core or comprehensive) b. 선택된 옵션의 GRI Content Index 보고 c. 제 3자 검증 보고서	●	부록
	G4-33	a. 외부검증 관련 정책 및 활동	○	
f. 지배구조	G4-34	위원회를 포함한 최고 의사결정 기구 조직도 경제·사회·환경 주제를 담당하는 위원회 리스트 (위원회별 대표 주제 명시)	○	
g. 윤리 및 청렴도	G4-56	기업의 행동강령 또는 윤리강령	●	21

특정 표준 공개				
지표	번호	지표내용	보고수준	페이지
경제측면				
경제성과	G4-EC1	경제가치 창출 및 분배	●	63-64
	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	◇	
간접경제효과	G4-EC7	사회기반시설 투자와 지원 서비스 개발 및 영향	◇	
	G4-EC8	조직의 영향 규모 등 중대한 간접 경제효과	○	
조달 관행	G4-EC9	주요 사업장의 현지 공급업체 지급 지출 비율	◇	
환경측면				
원재료	G4-EN1	사용 원재료의 중량이나 부피	○	65
	G4-EN2	재활용 원재료 사용 비율	●	
에너지	G4-EN3	조직 내 에너지 소비	◇	
	G4-EN4	조직 밖에서의 에너지 소비	◇	
	G4-EN5	에너지 원단위	◇	
	G4-EN6	에너지 사용 절감량	◇	
	G4-EN7	제품 및 서비스의 에너지 감축량	◇	
	G4-EN8	공급원별 총 취수량	◇	
용수	G4-EN9	용수 공급원	◇	
	G4-EN10	재사용 및 재활용 된 용수 총량 및 비율	◇	
	G4-EN11	생물 서식지 및 보호지역 내 소유 관리하는 토지	◇	
생물다양성	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	NOx, SOx 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	●	65
	G4-EN28	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	●	65
컴플라이언스	G4-EN29	환경 법규 위반으로 부과된 벌금 및 제재 건수	◇	
운송	G4-EN30	제품, 원자재 운송과 자원 이동의 중대한 환경 영향	◇	
종합	G4-EN31	형태별 환경보호 지출 및 투자 총액	◇	
공급업체환경평가	G4-EN32	환경성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	◇	
	G4-EN33	부정적 영향을 미칠 수 있는 잠재적 공급업체 비율	◇	
환경고충처리제도	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	●	55

특정 표준 공개				
지표	번호	지표내용	보고수준	페이지
고용	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 발생률	○	
	G4-LA8	안전 보건 대상	○	
훈련 및 교육	G4-LA9	근로자 1인당 한 해 동안 받는 평균 훈련시간	○	
	G4-LA10	근로자 평생교육 프로그램	●	54
	G4-LA11	경력개발에 대한 검토를 받은 근로자 비율	○	
다양성/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		
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 단체교섭의 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 발생 위험이 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	◇	
인권고충처리제도	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	◇	
사회 고충처리제도	G4-SO11	공식 고충처리제도에 의해 해결된 고충 건수	●	38~41
제품책임				
고객	G4-PR1	개선을 위해 본건안전 영향 평가를 고려하는 특정제품 및 서비스 군의 비율	◇	
본건안전	G4-PR2	안전관련 법규 위반 사례 건수	◇	
	G4-PR3	제품 및 서비스 중 라벨링이 필요한 제품 및 서비스의 유형 비율	◇	
제품 및 서비스 라벨링	G4-PR4	제품 및 서비스 중 라벨링이 필요한 제품 및 서비스의 법규 위반 사례 건수	◇	
	G4-PR5	고객만족도 설문 조사결과	●	38~41
	G4-PR6	판매가 금지되거나 분쟁이 일어난 제품	◇	
마케팅 커뮤니케이션	G4-PR7	마케팅 관련 법규 위반 사례	◇	
	G4-PR8	고객정보보호 위반 건수, 고객정보 분실 접수 건수	●	38~41
제재	G4-PR9	제품 및 서비스 공급 관련 법규 위반 벌금액	◇	

행복한 삶을 창조하는 지식프랜차이즈 그룹
2017 본아이에프(주) 지속가능경영보고서

www.bonif.co.kr

서울특별시 종로구 청계천로 71 계원빌딩 9층

eoko@bonif.co.kr

Tel 02-6908-6306

Fax 02-730-1530

담당자 본아이에프(주) 경영기획실 고은옥



BON

2017 지속가능경영보고서



본죽 본죽&비빔밥 *Cafe*

 본도시락

본설렁탕

본우리집밥

본우리반상

본건강.한상

본사랑 
BONLOVE