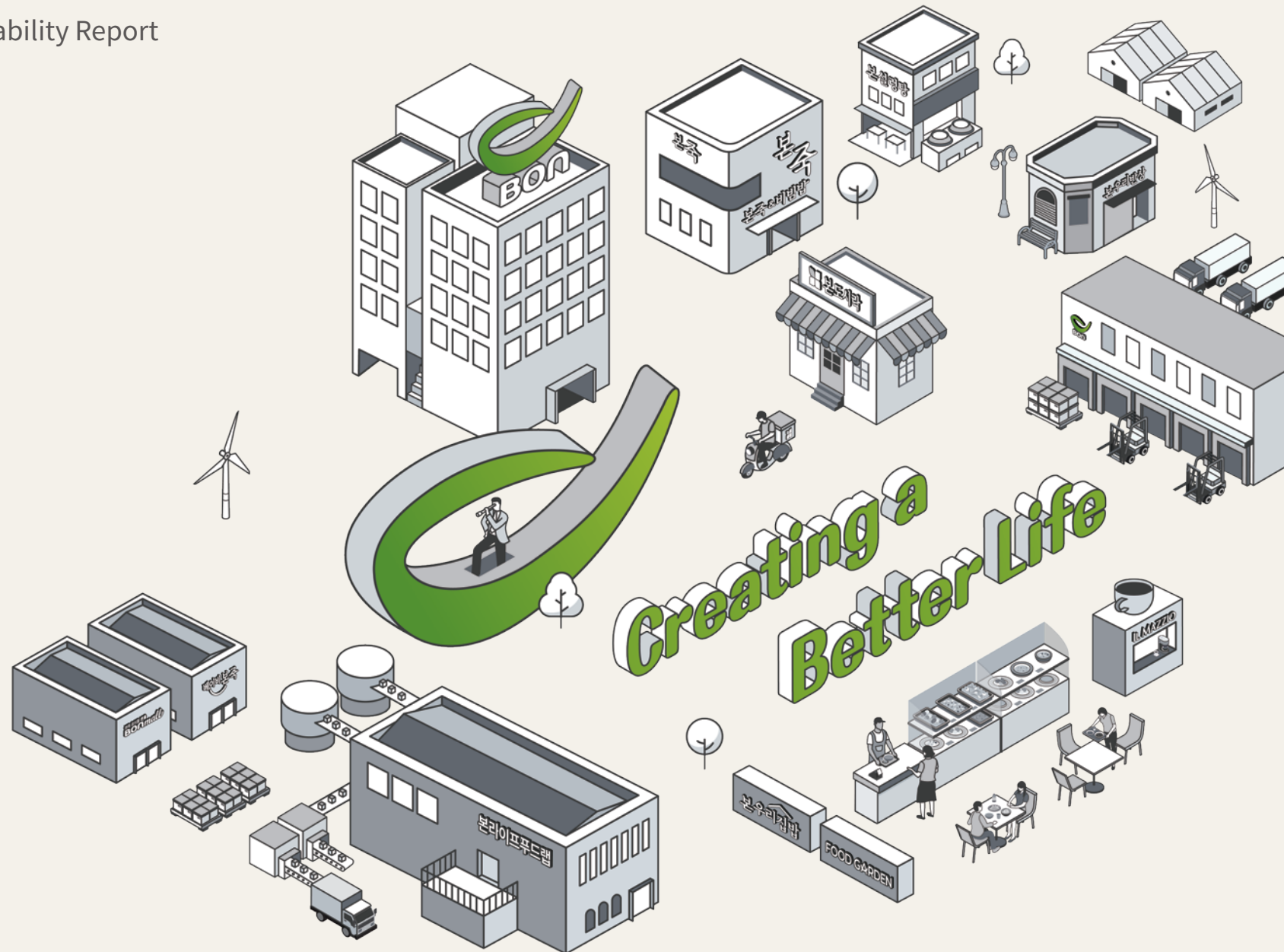


2022 본그룹 지속가능경영보고서

2022 BON Group Sustainability Report



About This Report

본 보고서는 본그룹의 4개 부문(지주, FC, FS, FP부문)의 2021년부터 2022년의 지속가능경영 성과 및 목표를 이해관계자 여러분께 알리는 보고서입니다.

본그룹의 지속가능경영보고서는 2017년 발간 후 그룹의 지속가능경영 목표를 정비하고 보완하여 본 보고서를 통해 재발간하였으며, 격년으로 이해관계자 여러분께 보고드릴 예정입니다.

본그룹의 지속가능경영을 통해 이해관계자 여러분과 그룹의 지속가능성을 함께 키워나가고, 환경, 사회 등 모든 분야에 선한 영향력을 넓혀나가는 과정을 보여드릴 것입니다.

본그룹은 3개 비상장사로 구성됨에 따라, 본 보고서는 TCFD, SASB 등 국제 지속가능경영보고서 작성 가이드라인을 따르지 않고 있으며, 3자 검증 또한 거치지 않았음을 알려드립니다. 다만 UN SDGs(Sustainable Development Goals) 및 GRI(Global Reporting Initiative)2021을 최대한 참고하여 작성하였습니다.



INTERACTIVE PDF 사용 가이드

2022 본그룹 지속가능경영보고서는 독자의 편의성을 제고하고 다양한 정보를 전달하기 위해 Interactive PDF로 제작되었습니다. 독자는 Interactive PDF를 통해 원하는 페이지로 용이하게 이동 가능하며 연관 웹페이지 바로가기 등의 기능을 통해 추가 정보의 확인이 가능합니다.

☰ 목차 🔍 검색 🖨 인쇄 🏠 첫 페이지



Cover Story

사람(고객, 구성원, 협력사 등)을 가장 먼저 생각하고, 행복한 삶을 창조하는 지식 프랜차이즈 그룹을 표현하였습니다.

Contents

About BonGroup	04	그룹장 인사말
	05	부문 대표 인사말
	07	그룹 소개
	08	성장 비전
	09	그룹 성장 과정
Business Overview	11	사업 영역
	21	주요 성과
Materiality Report	25	지속가능경영 중대성 평가
	26	핵심보고주제_지속가능경영체계
	33	핵심보고주제_인적 성장
	36	핵심보고주제_사회적 가치 창출
Appendix	39	경영성과 요약
	41	GRI Index

본 보고서에 대한 문의 및 개선사항 등 의견은 아래의 연락처로 문의 주시기 바랍니다.

Email esg@bongroup.co.kr

Fax 02-730-1530

서울특별시 영등포구 선유로 165 와이피센터
본아이에프(주) 지주부문 ESG경영 담당자

About BonGroup

- 04 그룹장 인사말
- 05 부문 대표 인사말
- 07 그룹 소개
- 08 성장 비전
- 09 그룹 성장 과정



그룹장 인사말




이해관계자 여러분, 안녕하세요. 본그룹 그룹장 김철호입니다.

2002년 대학로 2층 본죽 매장에서 시작한 본그룹은 2022년에 창립 20주년을 맞이하며 지주부문과 3개 사업부문을 둔 중견기업으로 성장하였습니다. 또한, 4개 부문 모두 전문경영인 체제로서 본그룹의 설립이념부터 핵심가치를 정리한 본스피릿을 중심으로 스피릿은 같지만, 스타일은 각기 다른 사업을 영위하고 있습니다.

본죽을 비롯한 프랜차이즈 사업을 영위하고 있는 FC부문은 프랜차이즈 역량으로 한식을 재창조하며 한식을 넘어 비(非)한식 영역으로 사업을 확장하고 있으며, FS부문은 국내 최초로 ‘본우리집밥’이라는 이름으로 급식을 브랜드화하며 급식의 격을 높이고 있고, FP부문은 이유식인 베이비본죽을 비롯하여 유동식과 간편식으로 프리미엄 한식 HMR 시장을 만들며, ‘행복한 삶을 창조하는 지식 프랜차이즈 그룹’이라는 비전을 성취하기 위해 노력해 오고 있습니다.

본그룹의 미션은 ‘본으로 행복을 돕는 사람들’입니다. 미션처럼 본그룹은 그룹 성장의 열매를 나누며, 취약계층을 비롯한 우리의 이웃을 돕기 위한 나눔을 설립 이후 지금까지 그 규모와 대상을 확장하며 지속적으로 실천하고 있습니다. 취약 어르신들을 대상으로 본죽을 나누는 ‘어르신 본죽 왔어요’, 소규모 아동보호시설(그룹홈) 아이들의 생일을 맞아 본도시락과 선물을 전달하는 ‘생일은 특별하게’, 지역사회에 따뜻한 설렁탕을 전달하는 ‘우리동네 본설렁탕 나눔 챌린지’, 한부모 및 미혼모 가정의 아이들이 건강하게 자랄 수 있도록 이유식을 전달하는 ‘행복남남 이유식 나눔’을 비롯하여, 고객, 가맹점, 임직원, 지역사회 등 이해관계자 모두가 함께 하는 나눔까지 본그룹은 우리 사회를 보다 따뜻하게 하기 위한 노력들을 지속하고 있습니다.

이해관계자 여러분, 본그룹이 지금과 같이 성장하며 성장의 열매를 이해관계자 여러분과 나눌 수 있었던 것은 이해관계자 여러분의 지속적인 관심과 사랑 덕분이라고 생각합니다. 앞으로도 본그룹이 지속 성장하며 그 열매를 이해관계자 여러분과 나눌 수 있도록 아낌없는 성원과 지지를 부탁드립니다. 언제나 이해관계자분들과 함께하며, 이해관계자 여러분의 목소리에 귀 기울이는 본그룹이 될 수 있도록 노력하겠습니다. 감사합니다.

 본그룹 그룹장
김 철 호

부문 대표 인사말



프랜차이즈 산업의 사관학교로 본그룹의 지속가능경영을 이끌겠습니다.

FC사업부문은 프랜차이즈 사업부문의 약자로 본죽, 본죽&비빔밥, 본도시락, 본설령탕, 본우리반상, 멘지 브랜드를 운영하는 본그룹의 근간이 되는 사업부문입니다.

2023년은 본브랜드 설립 21주년을 맞는 뜻깊은 해입니다. 2002년 본죽 대학로 1호점으로 시작한 본아이에프는 지난 수많은 어려움 속에서도 가치 경영, 상생 경영을 통해 가맹점 사장님들과 함께 브랜드를 지켜 나가며 2,100여 개의 매장으로 키워 왔습니다. FC사업부문은 지난

20년 동안 한식 아이템들의 프랜차이즈 대중화에 집중하며, 내부직원, 가맹점 사장님, 협력업체, 소비자 등 모든 이해관계자 분들과 함께 성숙한 프랜차이즈 비즈니스를 이끌어 왔습니다.

단단하게 다져온 한식 브랜드 포트폴리오를 토대로, 앞으로는 한식 외의 다양한 외식 아이템과 비 외식 비즈니스의 프랜차이즈 사업으로도 영역을 확장해 본그룹의 지속가능경영을 이끌어 나가고자 합니다.

본아이에프가 추구하는 목표는 직원들은 ‘프랜차이즈 전문가’로서, 가맹점 사장님들은 ‘매장 운영의 전문가’로서 성장시키는 ‘프랜차이즈 산업의 사관학교’가 되는 것입니다. 이를 통해 아직 더 성숙이 필요한 국내 프랜차이즈 비즈니스를 올바른 방향으로 리딩하는 기준을 제시하고, 정당하고 공정한 수익구조를 통해 누구나 믿고 창업해 성공할 수 있는 환경을 조성하여 이해관계자 분들과 함께 성장하는 것이 궁극적인 지향점입니다.

본아이에프는 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 바탕으로 소비자 중심 경영과 가맹점 행복 경영을 통해 본그룹의 뿌리를 더욱 튼튼히 하기 위해 노력하겠습니다. 감사합니다.

FC부문 대표이사
이진희



지속가능경영을 위해 다시 한번 담대한 도전을 시작하겠습니다.

본푸드서비스는 2022년 어려운 환경에도 불구하고 놀라운 성과들을 이루어 내었습니다. 매출액 1,000억 원을 돌파하며 견실한 중견기업으로 성장하였으며, 식자재유통센터를 이전하여 제2 도약을 위한 새로운 베이스캠프도 마련하였습니다. 하지만 이보다 더 중요한 것은 COVID-19에도 불구하고 이해관계자분들이 모두 건강하게 보낼 수 있었고, 난관에 반응만 하는 것이 아닌 대응하며 한 걸음 더 성장하고 성숙해졌다는 것입니다. 본푸드서비스의 성장과 성숙은 이해관계자 여러분과 함께하였기에 가능하였습니다.

본푸드서비스는 지속가능경영을 위해 다시 한번 담대한 도전을 시작하겠습니다. 목표 달성과 지속 가능한 경영을 위해 우리는 먼저 본푸드서비스의 기반인 단체급식 사업을 더욱 견고히 하여 뿌리를 깊이 내리고, 식자재유통사업을 통해 몸통을 튼튼히 하여, 컨세션사업으로 가지를 널리 펼칠 것입니다.

첫 번째로, 지역사회와 연계를 통해 본푸드서비스 전용 식자재를 개발하여 전국 지점에 동일한 맛과 서비스를 구현하는 데 집중할 것입니다. 이와 더불어 유명 프랜차이즈 기업 및 지역 맛집들과 MOU를 추진하여 급식에서도 유명 외식 메뉴를 맛볼 수 있도록 급식의 외식화를 가속화하고, 고객 서비스 디지털화를 통해 본우리집밥의 미래를 위한 디지털 전환(DX)을 추진할 것입니다.

두 번째로, 전국 2,100여 개 가맹점에 공급하는 일 배송역량을 기반으로 중소 프랜차이즈 가맹본부에 신선한 식자재를 공급만 하는 것이 아닌, 상생협력을 위해 가맹본부의 성장에 필요한 브랜드 운영, 인력관리, 메뉴개발, 상품유통 등 맞춤형 컨설팅을 제공하여 식자재유통사와 가맹본부가 함께 성장하는 선순환 구조의 식자재 유통사업을 실현할 것입니다.

세 번째로, 특수상권 외식브랜드 운영과 호텔 F&B사업장을 운영하며 쌓아온 지식을 확장하여 여가시설 시장을 타겟으로 컨세션 사업을 본격화할 것입니다. 이를 위해 여가시설 전문 레시피와 코너 브랜드를 개발하고 푸드테크 기술도입과 공동개발을 통해 운영효율성을 높여 컨세션 사업의 지속가능 역량을 강화하고 사업영역 확대를 가속할 것입니다.

본푸드서비스 지속가능경영의 핵심은 ‘사람’입니다. 날마다 영양사들이 건강을 생각하며 식단을 고민하고, 주방에서 손으로 직접 요리를 하며, 이른 새벽 신선한 식자재를 고객들에게 배송합니다. 이러한 모든 과정은 기계가 아니라 ‘사람’이 하는 일이기 때문에 우리가 고객들에게 드릴 수 있는 최고의 가치는 바로 ‘정성’입니다. 우리는 핵심 자산인 본죽인들의 성장을 위해 끊임없이 투자할 것이며, 본죽인의 성장을 통해 ‘맛있는 정성’을 대접할 것입니다. 앞으로 본푸드서비스의 담대한 도전에 많은 관심과 응원 부탁드립니다. 감사합니다.

FS부문 대표이사
임미화

부문 대표 인사말



우리가 거둔 열매를 이해관계자 여러분들과 나눌 수 있도록 더 노력하겠습니다.

순수본은 이유식인 베이비본죽 브랜드를 비롯해 건강유동식을 제조 및 판매하는 사업부문입니다. 지난 2022년은 순수본에게 있어 뜻깊은 한 해였습니다. 2017년 전북 익산에 자체 공장을 짓고 이유식 사업을 시작한 후 3년 동안, 본죽의 죽 제조 노하우를 기반 삼아 이유식 사업을 시작했음에도 불구하고 순수본은 다품종 소량 생산이라는 제조상의 한계점으로 인해 적자를 면치 못한 상황이었습니다. 하지만 ‘다품종 소량 생산’이라는 제조상의 특징은 유지하면서도 ‘문제 쪼개기’라는 공정효율 개선 전략을 통해 2020년에는 흑자로 전환하였고, 2022년에 이르러서는 마침내 매출액 300억을 돌파하며 사업이 안정적인 궤도에 올라서게 되었습니다.

중요한 것은 우리 순수본이 어려운 환경 가운데에서도 사업의 성장뿐 아니라 우리의 이해관계자 여러분들을 위한 노력을 쉬지 않고 지속해 왔다는 점입니다. 먼저 순수본의 주 고객이자 이해관계자인 아동들을 위해 2021년부터 지금까지 꾸준히 보건복지부와 함께 ‘긍정양육 문화 확산’ 업무협약을 체결하여 건강한 아이를 양육할 수 있는 환경을 만드는 데 지속적으로 노력하고 있습니다. 또한, 보호자와 아이가 함께 플로깅을 하면 그에 맞춰 이유식 나눔을 하는 ‘베이비본죽 지지특공대’ 캠페인, 밀알복지재단과 함께 영유아 자녀를 양육하는 장애인 가정에 이유식을 전달하는 ‘착한맘 세트 기부 캠페인’ 등 취약계층을 위한 지원 활동 역시 지속하고 있습니다.

현재 순수본은 이유식을 제조하는 익산 1공장 유휴 부지에 간편식 생산 공장의 증설을 추진하고 있습니다. 2022년 11월 간편식 생산을 위한 2공장 건설안을 확정하고, 전북 익산시와 ‘국가식품클러스터 공장 건설 양해각서’를 체결했으며, 인허가 신청도 마친 상황입니다. 공장 완공 후, 월 최대 700t의 간편식을 생산하고, 이유식은 직배송 확장을 통해 시장을 더 확대하게 된다면 순수본은 2025년에 이르러 1,000억 원 규모의 매출을 달성하는 회사로 성장할 것으로 전망하고 있습니다. 순수본은 우리의 성장이 우리의 만족으로 끝나지 않고, 이해관계자 여러분들께도 이어져야 한다고 생각하고 있습니다. 따라서 순수본은 지금까지 그래왔던 것처럼, 외형적인 성장의 속도에 비례하여 우리가 거둔 열매를 이해관계자 여러분들과 나눌 수 있도록 더 노력하겠습니다. 순수본이 행복의 동심원을 키워 나가는 과정을 관심 있게 지켜봐 주시고, 응원해 주시기를 부탁드립니다. 감사합니다.

FP부문 대표이사
이진영



본그룹 지속가능경영의 도전과 혁신을 응원해 주셔서 감사합니다.

COVID-19로 인한 사회적 불확실성으로 인해 우리 모두가 힘들고 답답한 시기를 보내면서 사회적 환경의 변화와 일상의 소중함을 다시 한번 느끼게 되는 2022년이었습니다. 기업의 역할과 사회적 책임은 계속해서 증대되었고 본그룹 또한 성장과 성숙을 겪으면서 지속가능경영을 위한 고민을 계속하고 있습니다. 2022년 본그룹 지속가능경영보고서를 통해 이러한 우리의 도전을 이해관계자 여러분께 보고드리고자 합니다.

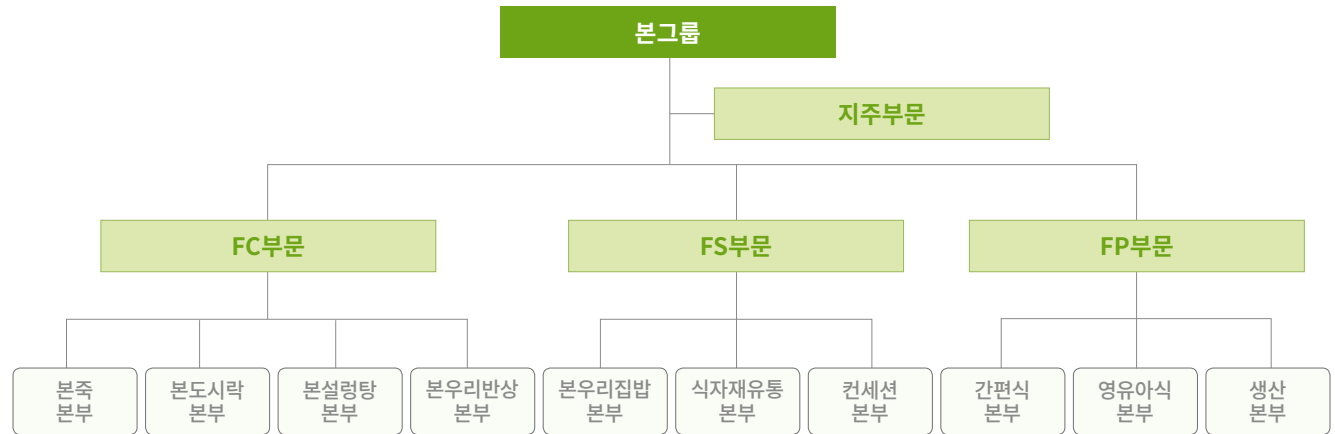
4명의 대표이사로 구성된 ESG위원회는 지주부문 내 ESG추진팀을 통해 그룹의 지속가능경영을 측정하고 제안하며 알리고 있습니다. 하지만 본그룹의 지속가능경영은 본족인 모두가 이해관계자와 협력하여 만들어낸 결과입니다. 본그룹은 정체성을 유지하고 비전을 달성하면서도 사업부문의 주도성과 자율성을 높이기 위해서 자연스럽게 지주부문을 설립하고, 이사회경영체제를 통해 지속가능경영체계를 구축하였습니다. 지주부문은 사업부문이 본연의 핵심역량을 활용하고 강화하는 데 더욱 집중할 수 있도록 지원부서들이 각각 전문적 지원을 하는 것은 물론, 각 지원부서들이 연계하여 통합적으로 지원하는 전략적 지원을 강화하고 있습니다. 전략적 지원이란 그룹 차원의 브랜드가치 관리, 법무 리스크 관리, 재무 및 자금, 홍보 및 IR 등의 기능을 통합적으로 연계하여 사업부문을 지원하는 것을 의미합니다. 지주부문은 상급 전문가 서비스 조직으로 성장하여, 본그룹에 본스피릿이 살아 움직이도록 만들기 위해 중추적인 역할을 할 것입니다. 이를 통해 지금의 3대 사업부문이 지금보다 2배 이상 성장하도록 지원하고, 신성장동력을 발굴해서 그룹 매출 1조를 달성할 것입니다.

본그룹은 COVID-19를 통한 사회적 변화 속에서 위기에 도전하고 기회는 혁신으로 활용하며 양적인 성장을 이루어 냈습니다. 하지만 2023년부터 촉발된 인공지능과 기술 혁신의 속도는 기업에 가혹할 만큼 변화를 요구할 것입니다. 본그룹과 본족인은 내실을 다지며 끊임없이 혁신하여 우리와 우리 주변의 지속가능성을 위해 노력하겠습니다. 앞으로도 이해관계자 여러분의 많은 관심과 응원을 부탁드립니다. 감사합니다.

지주부문 대표이사
이성진

그룹 소개

본그룹은 프랜차이즈사업 중심의 FC부문, 급식, 식자재유통, 컨세션사업의 FS부문, 간편식과 영유아식 제조 및 판매사업의 FP부문의 3대 사업부문과 그룹 경영활동과 사업부문 지원을 하는 지주 부문까지 총 4개 부문으로 구성되어 있습니다.

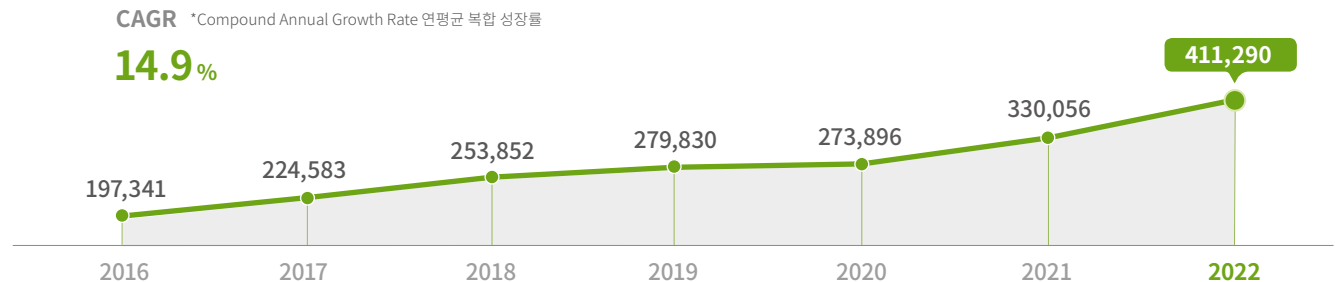


기업 개요

주요 사업	본아이에프(주): 프랜차이즈사업 등 본푸드서비스(주): 급식, 식자재유통, 컨세션 사업 순수본(주): 간편식, 영유아식 제조 및 판매 유통 사업
설립일	2002년 9월 9일
총자산	1,428억
매출액	4,113억
당기 순이익	130억

본그룹 연간 매출액 추이

단위: 백만원



성장 비전



설립이념

본그룹의 설립이념은 ‘모두가 협력하여 선(善)을 이룬다’입니다. 이는 성경의 한 구절을 인용한 것으로써 기독교 정신을 바탕으로 설립된 본그룹의 정체성을 보여줍니다. 여기서 선은 착함과 탁월함을 의미합니다.

핵심가치

우리의 원칙인 핵심가치를 지키고, 신뢰인 예측 가능성을 키워갑니다. 핵심가치인 ‘목적 달성, 전체 최적화, 지속 성장’은 의사소통하고 의사결정을 하는 데 필요한 기준입니다. 이는 직급 및 직책과 무관하게 반드시 지켜야 하는 원칙입니다.

‘목적 달성’이란 먼저 목적을 명확히 하고 목적에 부합한 목표를 설정하여 목표 달성이 곧 목적 달성이 되는 것입니다.

‘전체 최적화’란 개인과 부서 수준의 부분적인 최적화를 넘어서 조직과 그룹 수준에까지 이르는 전체적인 최적화를 추구하는 것입니다.

‘지속 성장’이란 시장 환경을 고려하거나 경쟁자와 비교한 상대적인 성장이 아닌 과거의 나보다 꾸준히 성장하는 절대적인 성장의 개념입니다.

본그룹의 핵심가치를 자신의 가치로 받아들이고 지켜나간다면, 본그룹은 본죽인 누구나 프로가 되어 일하는 진정 일하기 좋은 기업이 될 것입니다.



미션

우리의 미션은 ‘본으로 행복을 돕는 사람들’이 되는 것입니다. ‘본’은 ‘원칙과 신뢰’를 의미합니다. 여기서 ‘원칙’은 ‘핵심가치’인 ‘목적 달성, 전체 최적화, 지속 성장’을 ‘신뢰’는 ‘예측 가능성’을 뜻합니다. 우리는 본이 의미하는 원칙과 신뢰 그리고 본을 대표하는 브랜드를 통해 직원에서부터 가맹점, 협력사, 소비자에게까지 행복의 동심원을 키워나갈 것입니다.

비전

우리의 비전은 ‘행복한 삶을 창조하는 지식프랜차이즈 그룹’이 되는 것입니다.

우리는 먼저 유동식으로 뿌리를 깊이 내리고, 다음에는 한식으로 몸통을 튼튼히 한 후에, 프랜차이즈로 가지를 널리 뻗칠 것입니다.

본그룹은 핵심자산과 핵심역량으로 맛있는 건강, 편리한 생활, 즐거운 여가의 사업 영역에 도전하여 더 많은 사람과 더 행복한 삶을 나누는 브랜드를 창조할 것입니다.

그룹 성장 과정



2002~2010

- 2002** 본죽 창업 및 프랜차이즈 사업 개시
- 2004** 본죽브랜드 500호점 오픈
- 2007** 한국 소비자 웰빙지수 1위
- 2008** 물류센터 설립
한국 프랜차이즈 외식부문 대상
- 2009** 본죽 브랜드 가맹 1,000호점 달성
- 2010** 한국 프랜차이즈 대상 대통령 표창
본도시락 브랜드 런칭



2011~2020

- 2011** 본아이에프(주) 매출 1,000억 원 달성
프리미엄 가정간편식(HMR) 7종 출시 및 식품사업 진출
- 2014** 본푸드서비스(주) 설립
- 2015** 공정거래위원회 소비자 중심경영 인증 획득
본설령탕 브랜드 런칭
- 2016** 순수분(주) 설립
- 2020** 2020 대한민국 독서경영 우수직장 최우수상 수상

2021~2022

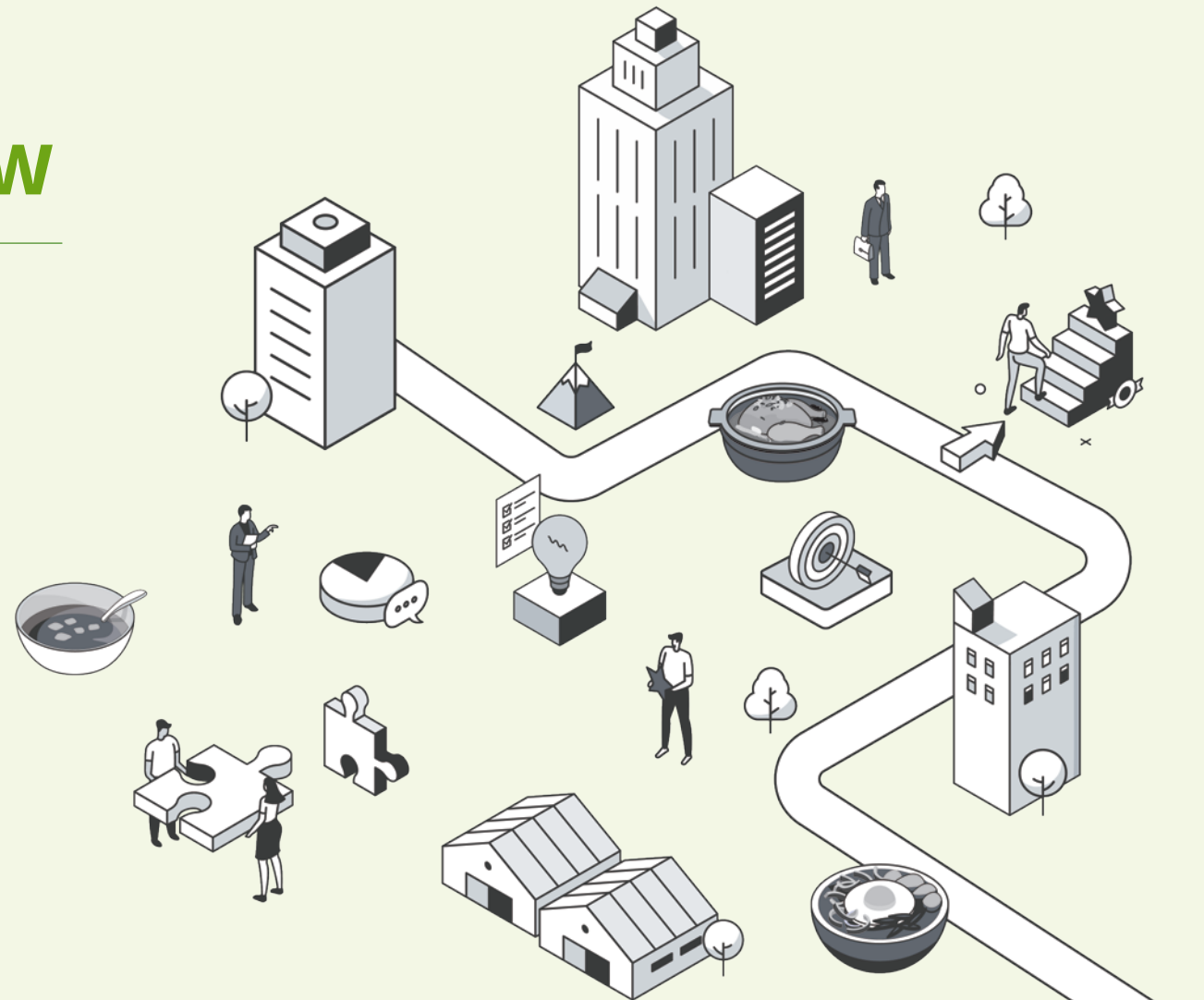
- 2021** 본그룹 매출 3,000억 원 달성
본아이에프(주) 지역사회공헌 인정기업 선정
본아이에프(주) 서울시장 표창 수상 가맹점 상생 경영
본푸드서비스(주), 안전보건경영시스템 ISO45001 인증 획득
본아이에프(주) 지역사회공헌 인정기업 승인
- 2022** 본푸드서비스(주) 식자재유통센터 확장 이전
본그룹 매출 4,000억 원 달성



GROUP HISTORY

Business Overview

- 11 사업 영역
- 21 주요 성과



사업 영역

FC부문(Franchise Chain)

프랜차이즈 사업은 본그룹의 시작이며, 오늘날 본그룹이 있게 한 근간이 되는 사업 영역입니다.

2002년 9월 본죽 1호점 오픈을 시작으로 현재까지 본도시락, 본설렁탕을 비롯한 여러 브랜드를 고객에게 선보였으며, 지금도 전국의 2,100여 개의 가맹점과 함께 꾸준히 성장해 나가고 있습니다.

가맹점과의 동반 성장을 위한 교육, 운영 등의 시스템들을 갖춰가며 20년 넘는 시간동안 남다른 가치를 만들어 가고 있습니다. 한식에서 시작하여 20년 넘게 구축해 온 프랜차이즈 역량을 이제는 비(非)한식 비(非)외식으로 확장해 나가기 위해 끊임없이 시도하고 도전하고 있습니다.

기업 개요

회사명	본아이에프(주)
사업영역	가맹 프랜차이즈업
법인 설립일	2004년 7월 20일
창립일	2002년 9월 9일(본죽 1호점 오픈)
주소	서울특별시 영등포구 선유로 165 YP센터
대표이사	이진희
직원 수	209명
가맹점 수	2,076개
매출액	2,956억 원
홈페이지	www.bonif.co.kr

(2022년 12월 말 기준)

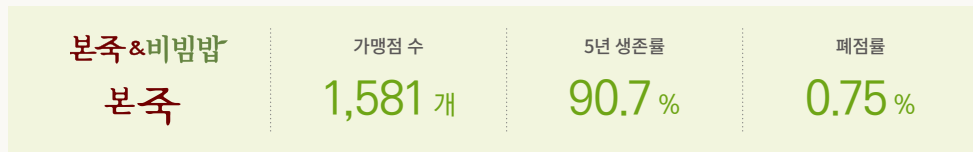


FC부문(Franchise Chain)

한식 대표 브랜드 ‘본죽&비빔밥, 본죽’



대한민국 대표 죽브랜드 본죽과 다채로운 맛의 비빔밥도 함께 즐길 수 있는 본죽&비빔밥은 본그룹을 대표하는 브랜드로 오랫동안 사랑 받아 왔습니다. 재료 선별부터 고객에게 제공되는 한 그릇의 식사가 되기까지 정성을 담아 제공함으로써 건강 한식의 선두 주자로 자리매김하고 있습니다. 가맹점 사장님들을 죽전문가로 성장시키는 교육시스템과 사장님의 성공을 도울 수 있도록 운영시스템을 개선하는 등 상생의 노력을 통해 성장하고 있습니다.



푸드테크 기술 도입

본죽은 가맹점 운영의 편의성을 높이고 수익을 높일 수 있도록 푸드테크 기술을 적극 도입하고 있습니다. 반자동화 죽조리기 및 키오스크 등을 도입하여 운영의 효율을 높이고 가맹 사장님의 운영 만족도를 높여나가고 있습니다.



죽전문가 양성 교육

프랜차이즈 핵심인 맛, 서비스, 위생을 가맹점 사장님 스스로 관리하고 수준을 향상할 수 있도록 죽전문가 교육과정을 운영하고 있습니다. 가맹점 사장님에게 전문가라는 자부심과 긍지를 심어주고 전국 매장에서 동일한 맛과 양질의 서비스를 제공하기 위해 운영 초기부터 지속적으로 다양한 교육을 시행하고 있습니다.

본죽&비빔밥의 골드크로스

본죽의 제2 성장 모델인 ‘본죽&비빔밥’을 통해 외연 확장을 하기보다 매장당 매출의 확장을 도모하여 가맹점과 동반 성장하고 있습니다. 본죽&비빔밥은 죽과 비빔밥을 한 곳에서 제공해 계절적 비수기 요인을 보완할 수 있는 브랜드로 22년 말 본죽&비빔밥 매장 수가 본죽 매장을 앞지르며 지속 증대되고 있습니다.

프리미엄 도시락 ‘본도시락’



본도시락은 본그룹의 제2 프랜차이즈 브랜드로 시장과 고객을 분석하여 탄생한 브랜드입니다. 다양한 브랜드가 운영되고 있는 도시락 시장에서 본도시락만의 프리미엄 가치를 찾고 더욱 견고히 유지해 가고 있습니다. 본도시락 매장에서는 매일 아침 정성껏 밥을 짓고, 따뜻한 국을 끓이며, 균형 갖춘 찬으로 잘 차린 한 상을 도시락으로 준비합니다. 고객이 있는 곳이라면 언제 어디서든 본도시락의 다양한 메뉴를 경험할 수 있도록 본사와 가맹점이 함께하고 있습니다.



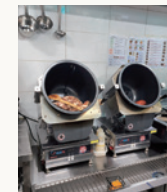
단체 주문 시스템

본아이에프는 업계 최초로 기업 제휴나 단체영업을 전담하고 기업 간 거리에 특화된 B2B제휴팀을 운영하여 가맹점이 직접 수주하기 어려운 기업체, 군부대, 돌봄도시락 등의 특수시장을 공략하고 있습니다. 본사에서 수주한 대형단체를 가맹점에 분배하여 고객이 필요한 시간에 프리미엄 도시락을 편리하게 이용할 수 있도록 서비스를 제공하고 가맹점의 매출 증진에 기여하고 있습니다.



푸드테크 기술 도입

매일 정성껏 밥과 국을 준비하는 본도시락의 가맹점 사장님들의 운영 효율을 높이기 위해 푸드테크 기술을 도입하고 있습니다. 본도시락의 주요 메뉴를 조리하는 워봇(조리로봇)을 개발하여 조리 시간을 단축시켜 매장 운영 만족도를 높여가고 있습니다.



프리미엄 가치 발전

본도시락은 한식을 기반으로 고급 한정식 도시락부터 가벼운 샐러드 도시락까지 폭넓은 메뉴 카테고리를 구성하고 있습니다. 시장 분석을 기반으로 한 신메뉴와 고객의 입장에서 생각한 패키지 등을 정기적으로 개발하며 본도시락만의 프리미엄한 가치를 고도화 해나가고 있습니다.

FC부문(Franchise Chain)

설령탕에 대한 새로운 생각 ‘본설령탕’



본설령탕은 기존 설령탕의 한계를 넘어 새롭고 다양한 맛을 구현하는 프리미엄 국탕류 브랜드입니다. 100% 한우 뼈로만 추출한 사골육수에 다양한 식재료를 곁들인 다채로운 메뉴 구성을 통해 고객들에게는 풍부한 맛의 건강한 설령탕의 경험을 제공하고 있으며, 간소화된 조리 시스템을 갖추어 가맹점에서 고효율 운영이 가능하도록 돕고 있습니다.

본설령탕	가맹점 수	초보 창업률	폐점률
	51 개	85 %	1.6 %

100% 한우 사골 육수 운영

기본 재료로 사용되는 사골 육수는 100% 한우 뼈를 어떠한 첨가물도 넣지 않고 고온고압으로 추출합니다. 12시간의 정성으로 추출한 사골 육수는 잡내가 없이 깔끔한 맛으로 고객의 사랑을 받고 있으며 본설령탕만의 특별함이라고 할 수 있습니다.



초고효율 시스템

조리 과정을 최소화하여 운영 효율성이 매우 높습니다. 효율을 높이기 위해 주방의 동선 및 조리 시간 등을 고려한 메뉴 개발과 조리 방법을 연구합니다. 새롭게 창업을 도전하거나 다수의 브랜드를 운영하는 분들에게 매력적으로 다가갈 수 있는 브랜드로 경쟁력을 높이고 있습니다.

체계적인 메뉴개발

본설령탕은 전통 설령탕만을 고집하지 않습니다. 전문팀의 체계적인 메뉴개발 프로세스에 맞춰 사골 육수와 어우러지는 다양한 식재료를 검토하고 시장의 반응을 분석하여 새로운 개념의 설령탕을 개발하고 운영합니다.



팔도 우리음식 이야기 ‘본우리반상’



본우리반상은 우리나라의 지역별 음식을 한 곳에서 건강하게 즐길 수 있는 전통 한식 브랜드입니다. 바람과 온도가 다른 우리나라의 지역 특색을 살린 다양한 음식을 소개하고 한식의 가치를 알리고 지켜나갑니다. 팔도 대표 음식을 한 국적인 공간에서 전통 반상에 담아 제공하여 고객에게 품격 있는 한국의 맛을 경험할 수 있도록 합니다. 본우리반상은 본그룹의 가치와 자부심을 보여줄 수 있는 브랜드로 발전시켜 나가고 있습니다.

본우리반상	가맹점 수	평균 원가율	월 평균 매출액
	11 개	35 %	5,200 만원

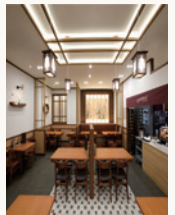
특수상권 전문성

다양한 고객의 수요를 충족하고 외부 시장 상황에도 변함없이 안정적으로 운영될 수 있도록 병원, 오피스, 역사 등에 전략적으로 출점합니다. 특수상권 입점을 위한 수주노하우 및 운영 노하우를 축적해 가며 특수상권 브랜드로서의 경쟁력을 높이고 있습니다.



프리미엄 가치 발전

전통 한식의 가치를 잃지 않도록 메뉴부터 공간 구성까지 깊이를 더해 나갑니다. 전통 식기와 팔각 반상에 담긴 팔도의 음식을 전통적인 공간에서 즐길 수 있도록 고객의 모든 경험에서 프리미엄 한 한식의 가치를 유지해 가고 있습니다.



핵심메뉴 운영

팔도의 음식을 소개하고 경험할 수 있는 10여 가지의 핵심 메뉴를 운영합니다. 전통을 지켜나갈 수 있는 핵심 메뉴 운영을 통해 양질의 음식을 제공하고 운영 효율을 높여 고객과 가맹점 사장님 모두를 만족시키고 있습니다.

FS부문(Food Service)

본푸드서비스는 단체급식, 컨세션사업, 식자재 유통을 운영하는 푸드서비스 기업입니다. 단체급식 브랜드인 ‘본우리집밥’으로 전국 지점의 고객들에게 ‘365일 맛있는 정성’을 대접하고 있으며, 컨세션 사업을 통해 호텔, 병원, 백화점, 공항, 역사 등에 ‘일상 속 행복한 만남’을 전해드리고 있습니다. 그리고, 콜드체인 시스템을 통해 전국 프랜차이즈 가맹점에 신선한 식자재를 일 배송하고, B2B 고객사에 좋은 품질의 특화상품을 공급하고 있습니다.

기업 개요

회사명	본푸드서비스(주)
사업영역	단체급식, 컨세션, 식자재유통
법인 인수일	2014년 11월 19일
주소	서울특별시 영등포구 선유로 165 YP센터 - 용인 물류 센터 : 경기도 용인시 처인구 이동을 백옥대로 512 - 논산 물류 센터 : 충청남도 논산시 황산벌로 1351 - 창녕 물류 센터 : 경상남도 창녕군 계성면 새못길 12 - 장성 물류 센터 : 전라남도 장성군 동화면 삼동로 711
대표이사	임미화
직원 수	848명
지점 수	179개점(2023년 6월 말 기준)
매출액	1,052억 원
홈페이지	www.bonfs.co.kr

(2022년 12월 말 기준)



FS부문(Food Service)

3.6.5 오늘도 맛있는 정성을 전합니다. '본우리집밥'



본우리집밥은 명품 단체급식 브랜드로서, 집보다도 더 많은 시간을 회사에서 보내며 하루하루 열심히 일하는 분들에게 건강한 한 끼를 대접하고 있습니다. 공공기관을 비롯하여 기업체까지 역량을 확대해 나가고 있으며, 1,000식 이상의 대형 사업장에서 탁월하게 운영하는 노하우를 축적하여 '맛있는 정성'을 전해드리고 있습니다.

(2023년 6월 말 기준)

	운영 지점 수	일 평균 식수	주요 고객사
	167 개 점	약 60,000 식	한국은행, 강원랜드, KBS, 롯데그룹 외

건강한 집밥

1년 365일 영양사들이 건강을 생각하며 식단을 고민하고 손수 직접 정성을 담아 요리합니다. 제철 식재료와 지역 식재료를 구성으로 3가지 밥을 정성으로 짓고, 6가지 찬을 골고루 준비하며, 5가지 영양소를 깐깐하게 구성한 메뉴를 고객에게 제공하기 위해 끊임없이 고민합니다.



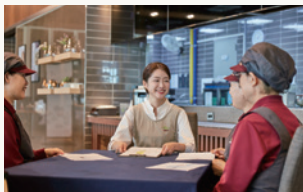
선순환 수주

본그룹의 가치를 이어가는 브랜드로 한 끼마다 정성을 다하며, 항상 고객이 원하는 것이 무엇인지 고민하고 분석하여 고객 관점에서 운영하기 위해 노력합니다. 많은 고객사가 이러한 본우리집밥의 노력을 체감하여 재계약 및 선순환 수주로 이어지고 있습니다.



체계적인 운영 관리

오픈 절차부터 운영 과정 전반에 걸쳐 명품서비스를 위한 지점 교육을 정기적으로 시행합니다. 본사의 체계적인 관리를 통해 통일된 맛과 품질을 유지하고 있으며, 내부에 안전보건 관련 전담팀을 운영하여 지점 직원들의 안전까지 신경 쓰며 관리해 나가고 있습니다.



컨세션 브랜드 'Food Garden'



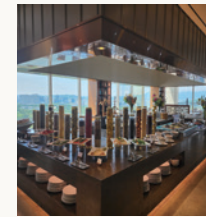
푸드가든은 여가시설, 상업시설, 교통시설, 의료시설 식음 사업장에서 매일 정성을 다한 식사를 고객들에게 대접하며 '다양한 맛', '즐거움 만남', '일상 속 행복' 3가지 가치를 전하고 있습니다. 푸드가든이 진심으로 전하는 가치를 통해 고객에게 행복한 경험을 선사하기 위해 특별한 공간과 다양한 맛을 끊임없이 가꿔가고 있습니다.

(2023년 6월 말 기준)

	운영 지점 수	지점 당 매출	주요 고객사
	12 개 점	약 1 억 원	롯데 시티호텔, 롯데 백화점, 창원파티마병원, 세브란스병원, 인천공항

여가시설 타깃

롯데시티호텔 F&B 운영을 기반으로 하여 여가시설을 타깃으로 컨세션사업을 확장해 나가고 있습니다. 호텔, 리조트, 골프장, 테마파크 등 고객들이 다양한 곳에서 푸드가든을 경험할 수 있게 할 것입니다.



코너 브랜드 개발

푸드가든 코너브랜드로 다정한상, 서울반점, 달곰떡볶이, 카리카츠 등의 다양한 브랜드를 갖추고 있습니다. 다양한 고객들의 니즈에 맞게 푸드가든의 즐거운 만남을 제공해 드릴 것입니다.



핵심 인재 양성

매월 지점장 아카데미를 통해 직무교육, 조리교육, 서비스 교육을 진행하며 탁월한 역량을 갖춘 인재를 양성하기 위해 노력하고 있습니다. 이를 통해 고객들이 보다 나은 식사를 대접받을 수 있게 정성을 다하여 준비하겠습니다.



식자재 유통



용인 식자재유통센터를 기점으로 지역별 센터를 통해 전국 2천여 개 가맹점에 매일 건강한 식재료를 공급합니다. 프랜차이즈 가맹본부들 대상으로 한 3PL 사업뿐만 아니라 기업 맞춤형 전용상품을 개발하여 개발에서 유통까지 식자재 유통의 최고의 파트너가 되기 위해 성장해 나가고 있습니다.

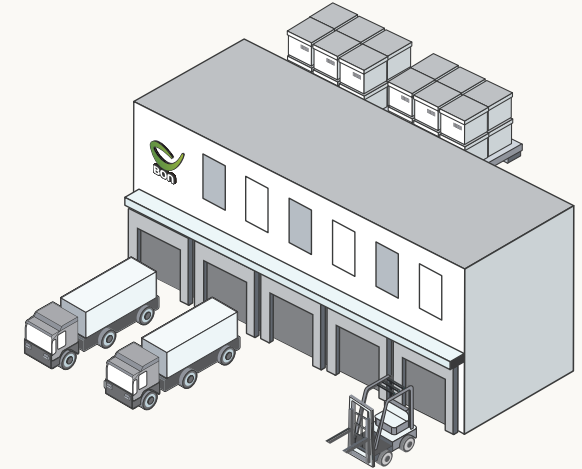
주요 고객사

(주)아이에프주

(주)BNF시리즈

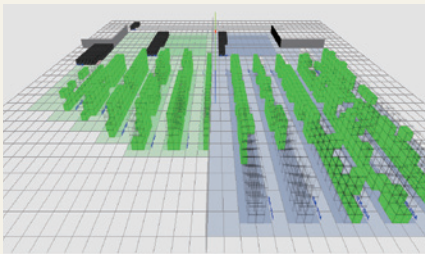
(주)양산도

(주)제이에스
와이푸드



WMS시스템 도입

수많은 품목 관리와 원활한 배송을 위한 체계적인 WMS물류 시스템을 갖추고 있습니다. 대규모 데이터 모니터링을 통해 품목 수를 비롯한 입출고를 실시간으로 확인하고, 재고 수준, 차량 배차, 교통 정보 등 데이터 분석을 기반으로 유통 스케줄링 및 배송 경로를 설정합니다.



맞춤형 식·부자재 제공

축산, 농산, 수산, 가공 전문 등의 전국 140여 개의 협력사와 협업하고 있으며, 480여 개의 전용상품을 개발 및 운영 중에 있습니다. 이러한 역량을 기반으로 고객 니즈에 맞춘 전용 식·부자재의 개발 및 제공을 확대해 나가기 위해 노력하고 있습니다.



2천여 개 사업장 배송 역량

본죽을 비롯한 본그룹의 브랜드 매장에 매일 신선한 식재료를 제공하는 것을 통해 전국 곳곳에 식·부자재를 배송할 수 있는 역량을 확장해 나가고 있습니다.



FP부문(Food Product)

순수본은 영유아식, 메디푸드, 실버식 등 특수영양식을 비롯한 간편식을 연구개발 및 제조, 판매하는 법인입니다. 이유식 사업을 시작으로 건강유동식으로 사업영역을 확대하여 국내 최고의 맞춤형 건강 유동식 전문기업이라는 비전을 달성하기 위해 노력하고 있으며, 더 나아가 건강 간편식으로도 확장하여 식품 제조 기술을 통해 본그룹의 또 다른 성장사업이 되고자 합니다.

기업 개요

회사명	순수본(주)
사업영역	영유아식 및 간편식 제조 유통업
법인 설립일	2016년 12월 20일
주소	서울특별시 영등포구 선유로 165 YP센터 본라이프푸드랩 : 익산시 왕궁면 국가식품로 11
대표이사	이진영
직원 수	129명
매출액	307억 원
홈페이지	베이비본죽 : www.babybonjuk.co.kr 본몰 : www.bonmall.co.kr

(2022년 12월 말 기준)



FP부문(Food Product)

프리미엄 영유아식 ‘베이비본죽’

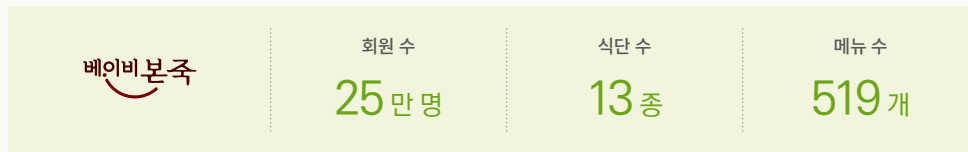


베이비본죽은 본죽의 노하우와 역량을 기반으로 탄생한 본그룹의 프리미엄 영유아식 브랜드입니다. 우리의 미래인 아이들을 위한 건강한 영유아식을 재료 손질부터 이유식 완성까지 임직원 모두가 ‘내 아이가 먹는 이유식’이라는 마음으로 정성을 다해 매일 직접 만들어 전달하고 있습니다. 국내산 재료와 유기농 재료를 꼼꼼한 품질관리를 거쳐 손수 만들어 내는 이유식을 통해 베이비본죽은 아이의 건강은 물론 엄마의 행복한 시간도 선물합니다.

본그룹 핵심상품, 간편식



순수본은 건강한 간편식을 개발하고 판매하고 있습니다. 본그룹의 외식 역량을 기반으로 본죽, 본도시락 등 브랜드의 고객들이 사랑하는 메뉴를 제품화하여 고객이 언제 어디서든지 브랜드 경험을 이어갈 수 있도록 합니다. 고객이 본그룹의 다양한 간편식 브랜드와 제품을 여러 곳에서 경험하고 이용할 수 있도록 개발 역량은 물론 제조역량을 키우기 위한 노력을 지속하고 있습니다.



오더메이드 방식

베이비본죽은 무항생제 육류와 유기농 쌀 등 안전하고 신선한 친환경 식재료를 사용하여 재료 본연의 맛이 고스란히 살아있는 건강한 이유식을 만들고 있습니다. 아이에게 건강하고 신선한 이유식만 먹고 싶은 엄마들의 마음을 잘 알기에 오더메이드 방식으로 매일매일 이유식을 만들고 있습니다.

다양한 연령 식 확장

고객의 니즈에 맞춰 아이의 연령에 맞는 메뉴와 식단을 구성하고 있습니다. 이유식뿐만이 아닌, 아이의 성장 과정에서 충분한 영양과 식사를 제공하기 위해 유아식과 키즈식을 론칭하여 성장 주기별 필요한 영양 균형을 더욱 촘촘하게 채울 수 있도록 돕고 있습니다.

드림배송 시행

고객에게 베이비본죽 이유식을 신선하고 안전하게 전하기 위해 새벽배송을 도입하고 운영하고 있으며, 더 나아가 고객에게 더욱 안전하고 믿을 수 있는 친환경 배송 서비스를 제공하고자 자체 배송 시스템을 구축해 나가고 있습니다. 향후 전국으로 확대하여 고객이 만족하는 배송서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

본죽의 경험 확장

본죽이 쌓아온 즉 전문점의 노하우를 바탕으로 메뉴를 선정하고 개발합니다. 고객들이 자주 즐겨 먹는 시그니처 메뉴부터 단백질 함량을 높은 헬시 메뉴, 신선한 맛을 내세운 간편 냉동식인 프레시 메뉴를 라인업으로 정하고 메뉴 개발을 확대해 나가고 있습니다.



믿을 수 있는 식품

하나를 만들어도 제대로 만들도록 노력합니다. 죽과 장조림, 반찬 등을 비롯하여 우리가 잘할 수 있는 것에 집중하고 고객이 믿고 구매할 수 있는 경쟁력을 만들어 가고 있습니다.



식품 제조 기반 마련

본그룹의 강점인 정성으로 식품을 개발하고 고객에게 선보이기 위해 간편식을 생산하는 2공장 건설을 진행 중입니다. 공장 설립을 통해 월 최대 간편식 700t 가량을 생산할 수 있는 역량을 확보할 것입니다.



지주부문(전문 서비스)

본그룹은 그룹의 사업포트폴리오 관리 및 사업부문을 지원하는 조직의 책임경영을 강화하고자 22년 1월에 지주부문을 설립하였습니다. 지주부문은 법인별 이사회 체계마련 및 운영지원을 비롯한 IT, 재무, 법무, 인사, 디자인, 브랜딩 등 그룹 전체 사업지원을 통해 사업부문이 역량을 집중할 수 있도록 전문 서비스를 지원하고 있습니다.

기업 개요

회사명	본아이에프(주)
사업영역	사업 지원 서비스, 부동산 및 임대업, 사업 컨설팅
부문 설립일	2022년 1월 1일
주소	서울특별시 영등포구 선유로 165 YP센터
대표이사	이성진
직원 수	51명
매출액	36억 원
홈페이지	www.bongroup.co.kr

(2022년 12월 말 기준)



지주부문(전문 서비스)

이사회 중심의 부문별 자율경영과 책임경영을 위해 22년 1월에 설립되었습니다.

지주부문은 그룹의 지속성장 비전과 전략을 수립하고 그룹의 신성장동력을 발굴하고 있습니다. 사업부문의 목표, 전략, 성과를 공유하는 자리인 경영설명회, 경영피드백워크숍, 지식페스티벌을 주최하여 사업본부 간 서로가 배우고, 상호 시너지를 낼 수 있는 부분을 찾을 수 있도록 돕고 있습니다. 또한, 통합관리 및 지원이 필요한 IT, 재무, 법무, 브랜딩 영역의 업무를 담당하며 사업부문을 지원하고 있으며, 그룹의 ESG경영과 디지털 전환경영을 주도하고 있습니다.



그룹 전체 사업 시너지 검토

그룹의 성장 전략을 수립하고 사업 포트폴리오를 관리해 나가고 있습니다. 시장을 분석하고 새로운 시너지 기회를 발굴하는 것은 물론 부문 간 조정·조율을 통해서도 전체 관점에서 시너지 기회를 찾아 사업을 확장해 나가고 있습니다.

비즈니스 리더 역량 강화

그룹의 성장과 확장을 위해 경영자를 양성하고 역량을 강화해 나가고 있습니다. 리더십 파이프라인에 맞춰 직책별로 자기주도 학습이 가능하도록 프로세스와 시스템을 구축해 나가고 있습니다.



미래 신성장동력 발굴

본그룹은 지식프랜차이즈 그룹으로 성장해 나갈 것입니다. 본죽을 비롯한 외식 브랜드를 통해 성장한 것을 넘어서 비(非)한식, 비(非)외식으로 사업을 확장하여 고객의 편리한 생활, 즐거운 여가까지 아우르며 행복한 삶을 창조하는 지식프랜차이즈 그룹으로 성장할 것입니다. 이를 위해 그룹의 성장 전략 수립은 물론 연 1회 시행하는 창업가 발굴대회를 시행하는 등의 노력을 지속하고 있습니다.



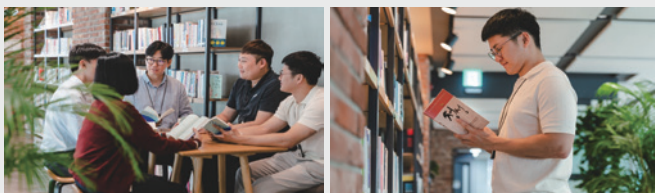
상급 전문가 서비스

디지털 인프라를 지속적으로 개선하는 것을 비롯한 그룹과 사업부문 상황을 고려한 재무, 홍보, 노무, 법률 등 본그룹의 성장에 필요한 전문 서비스를 맞춤형으로 제공하는 핵심 역할을 해나가고 있습니다.

주요 성과

본아이에프(주) 2020. 10.

대한민국 독서경영 우수직장 인증



문화체육관광부와 한국출판문화산업진흥원이 주최하는 대한민국 독서경영 우수직장 인증제 심사에서 최우수상을 수상했습니다. 독서 친화적인 경영 행보로 ‘행복한 삶을 창조하는 지식 프랜차이즈 그룹’이라는 비전하에 임직원의 직무 역량과 인문학적 소양을 높이기 위한 일환으로 전사적인 독서 경영을 펼쳐 가고 있습니다.

본아이에프(주) 2021. 01. 순수본(주) 2023. 01.

지역사회공헌 인정



본아이에프와 순수본은 비영리단체와 파트너십을 기반으로 사회공헌 활동에 참여하여 지역사회 활성화에 기여한 공로를 인정받아 지역사회 공헌 인정기업으로 승인받았습니다.

※ 본아이에프(주)(21년~23년), 순수본(주)(23년)

본그룹 2021. 09.

본그룹 BCM(Bongroup Contents Management) 도입

내부 임직원 간의 정보 공유 편의성 향상과 자료 유실, 무단 유출에 대한 정보보안 리스크를 예방할 수 있는 협업 프로그램을 도입하였습니다.



순수본(주) 2021. 10.

식품의식산업 발전 농림축산식품부 장관 표창



영유아식 전문 브랜드 ‘베이비본죽’ 런칭을 통해 식품시장을 개척하고 확대하였고, 쇼핑몰, 홈쇼핑 채널 등 판매채널 확장을 통해 소비자에게 특수영양식 이용 편의를 제공한 것을 공적으로 표창받았습니다.

본아이에프(주) 2021. 11.

농업과 기업 간 상생협력 경진대회 농식품부 장관상 대상 수상

지역 농가와 협력해 경쟁력을 높이고 농식품 부가가치 창출과 산업 발전에 긍정적 영향을 준 우수 기업으로 평가받았습니다.

2019년 충남 서산시와 협약을 체결하고 서산 6쪽마늘을 주재료로 한 시즌메뉴 ‘6쪽마늘닭죽’을 선보였고, 서산 뽕부기쌀과 찹쌀을 활용하여 제품죽을 생산하였습니다.



주요 성과

본아이에프(주) 2021. 12.

프랜차이즈산업인의 날 기념식 서울시장 표창



가맹점 상생 경영을 통한 공정한 가맹사업 문화 조성에 기여한 점을 인정받아 '서울시장 표창'을 수상했습니다.

본그룹 2022. 01.

지주부문 설립

지주부문은 3대 사업축 안정화와 비(非) 외식, 비(非) 한식의 신성장 동력 확보를 목표로 지속성장 가능한 기반을 구축합니다.

본아이에프(주) 2022. 06.

라멘브랜드 '멘지' 사업 시작



일본 라멘 브랜드 멘지 망원점을 인수해 1년간 직영 운영을 하였습니다. 이를 통해 고유의 맛과 품질은 유지하면서 메뉴 구성 및 서비스 등 운영 측면에서 재단장하여 가맹사업을 시작하였습니다. 한국인의 입맛에 맞는 '라멘'으로 새로운 미식 문화를 선도하고자 합니다.

본그룹 2022. 09.

창립20주년



20주년을 맞아 가맹점 사장님 대상 수기 공모를 시행하고 감동 수기를 담은 기념 책자를 발간하였습니다. 가맹점 사장님, 임직원이 함께하는 모금 캠페인부터 임직원 헌혈 캠페인, 걸음 기부 캠페인까지 나눔으로 20주년을 기념하였습니다.

본그룹 2022. 09.

제1회 본그룹 창업가 발굴대회 개최



본그룹 창립 20주년을 맞아 '지식 프랜차이즈 그룹'이라는 비전을 달성하고자 사업 아이디어 공모전을 시행했습니다. 우수한 사업 아이디어나 아이템을 발굴하기 위해 매년 정기적으로 창업가 발굴대회를 실시할 계획입니다.

주요 성과

본아이에프(주) 2022. 09.

본도시락 2022 올해의 브랜드 대상 도시락 전문점 부문 수상



한국 소비자 브랜드 위원회가 주최하고 한국경제신문, 한국 소비자 포럼이 주관하는 소비자 투표를 통해 한 해를 대표하는 최고의 브랜드를 선정하는 올해의 브랜드 대상에서 도시락 전문점 부문 수상을 하였습니다. 46만 명의 소비자가 직접 선정, 최다 득표를 기록하여 받게 되었습니다.

본푸드서비스(주) 2022. 11.

식자재유통센터 이전 및 WMS(물류관리시스템)구축

식자재 유통과 단체급식에서 공급 역량 강화 및 고객 포트폴리오 다양화 등 꾸준한 외연 확장과 내실화의 결실로 ‘응인 물류센터’를 확장 이전하였습니다. 물류 관리 시스템 도입으로 재고의 실시간 관리 및 선입 선출 등 물류 관리의 정확도를 높일 계획입니다.

본아이에프(주) 2022. 12.

CSR필름페스티벌 동반성장위원회 위원장상



CSR활동 본연의 순수 가치가 존중받는 사회 저변 확대에 앞장서고 기업의 사회적 책임 속 나눔의 소명을 격려, 그 진정성을 재조명하는 CSR 대표 행사인 CSR 필름 페스티벌에서 ‘본죽, 본죽&비빔밥 사장들이 전하는 속편한 행복’ 영상으로 상생성장 부문 동반성장위원회 위원장상을 수상하였습니다.

본아이에프(주) 2022. 12.

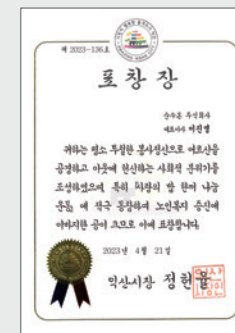
보건복지부 장관 표창



취약 노인 보호 사업에 참여하여 독거 어르신 등 취약 노인 지원 및 보호에 기여한 점을 인정받아 보건복지부 장관 표창패를 수상하였습니다.

순수분(주) 2023. 04.

익산시장 표창



전북 익산시 노인종합복지관 ‘사랑의 밥 한 끼 나눔 운동’ 기념식에서 저소득층과 독거노인 식지원에 대한 공로를 인정받아 표창장을 받았습니다.

Materiality Report

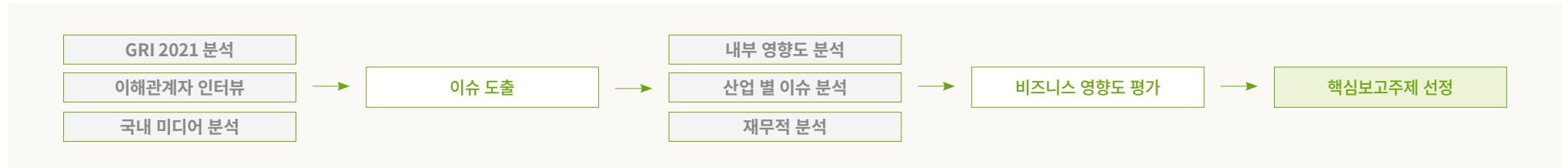
- 25 지속가능경영 중대성 평가
- 26 핵심보고주제_지속가능경영체계
- 33 핵심보고주제_인적 성장
- 36 핵심보고주제_사회적 가치 창출



중대성 평가

본그룹은 중대성 평가 프로세스를 통해 지속가능경영의 핵심 주제를 선정하였습니다. 해당 프로세스는 이슈 도출 - 비즈니스 영향도 평가 - 핵심 보고 주제 선정의 과정으로 이루어져 있습니다.

중대성 평가 프로세스

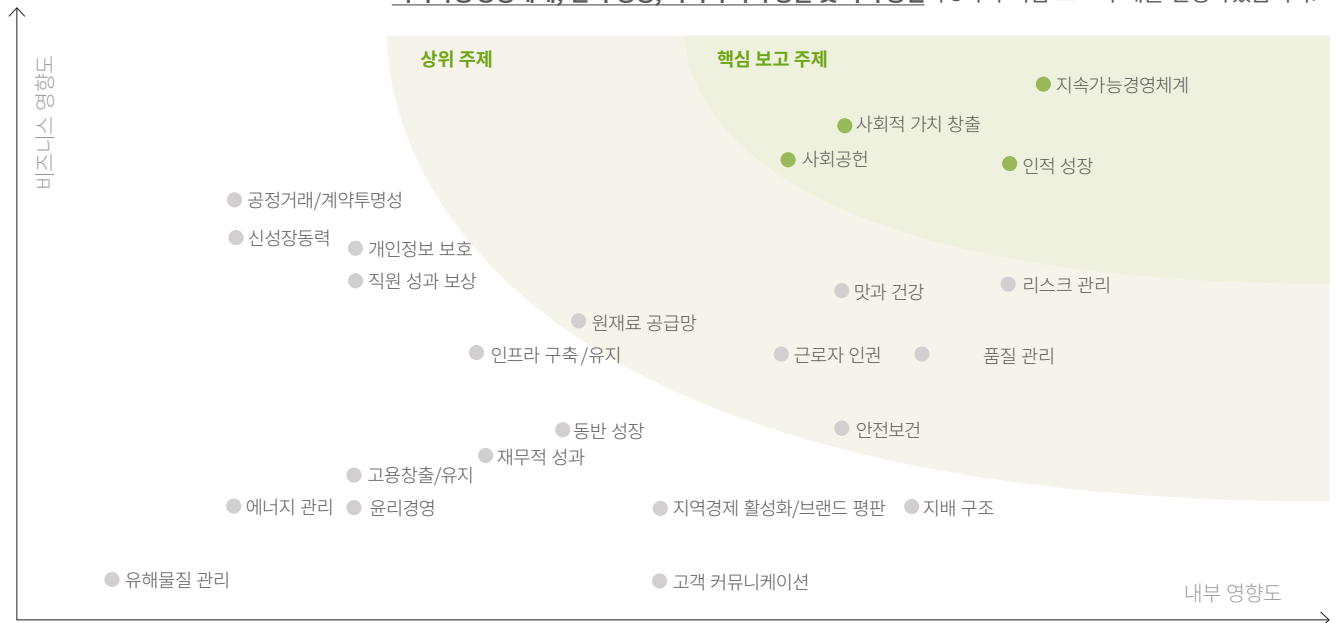


중대성 평가 이슈 풀

	Governance	지배구조, 지속가능경영체계
	Social	사회적 가치 창출, 동반성장, 윤리경영, 인적성장, 고용창출/유지, 안전보건, 사회공헌, 직원 성과 보상, 근로자 인권, 공정거래/계약투명성, 개인정보보호, 지역경제 활성화, 고객 커뮤니케이션
	Environment	에너지관리, 유해물질 관리
	Business	브랜드 평판, 인프라 구축/유지, 맛과 건강, 재무적 성과, 원재료 공급망 리스크 관리, 품질 관리, 신성장동력

2022년도 중대성 평가 결과

도출된 총 25개 Issue 중 내부적 중요성, 산업변화에 따른 이슈와 재무적 영향을 분석하여 **지속가능경영체계, 인적 성장, 사회적 가치 창출 및 사회 공헌**의 3가지 핵심 보고 주제를 선정하였습니다.



지속가능경영체계 **경영시스템**

본그룹은 모든 이해관계자가 다 함께 성장할 수 있도록 지속 가능한 미래를 만들어 나가고 있습니다. ‘본으로 행복을 돕는 사람들’이 되기 위해 본그룹은 그룹의 경영시스템에서 시작하여 3대 사업영역의 모든 이해관계자가 함께 노력하여 만들어 나가고 있습니다. 이러한 노력은 상생경영, 환경경영, 윤리경영으로 발전하여 정량 성과가 동반된 지속가능경영체계가 되었습니다.

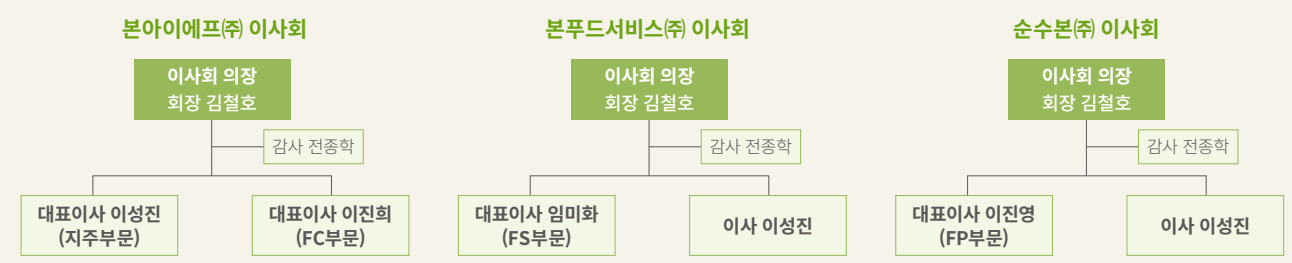
본그룹은 2020년부터 이사회 경영을 통한 경영시스템을 확립하였으며, 3대 사업부문은 자율경영과 책임경영을 바탕으로 지속가능경영을 실천하고 있습니다. 경영성과는 경영피드백을 통해 주기적으로 점검하고 개선점을 도출하고 있습니다. 또한 반기마다 경영설명회를 개최하여 대표이사가 직접 경영성과를 전 직원에 공유하고, 성과이익공유금을 통해 이익의 일부를 직원들과 함께 나누고 있습니다.

▶ 이사회 부의사항

이사회 보고사항
1. 이사회 내 위원회에 위임한 사항의 처리결과
2. 이사가 법령 또는 정관에 위반한 행위를 하거나 그 행위를 할 염려가 있다고 감사가 인정한 사항
3. 전략적 사업방향 결정
4. 조직의 인사 관련 내용
1) 임직원 인사 및 보수에 관한 사항
2) 직원 채용계획 및 훈련의 기본 방침
3) 급여, 근무제도 및 복리후생 변경에 관한 사항
4) 회사의 중요한 사규, 사칙의 규정 및 개폐
5. 경영상 중요한 업무집행에 관한 사항
6. 상법상 주주제안권 등 제반 법령에서 이사회에 보고할 사항으로 명문화되어 있는 사항
7. 기타 이사회에 보고해야 한다고 각 이사가 판단한 중요한 사항

이사회 결의사항
1. 주주총회에 관한 사항
2. 경영에 관한 사항
3. 중요한 계약, 소송 등에 관한 사항
4. 재무에 관한 사항
5. 투자 및 투자자산 처분에 관한 사항
6. 조직 인사에 관한 사항
7. 이사 및 이사회, 위원회 등에 관한 사항
8. 기타

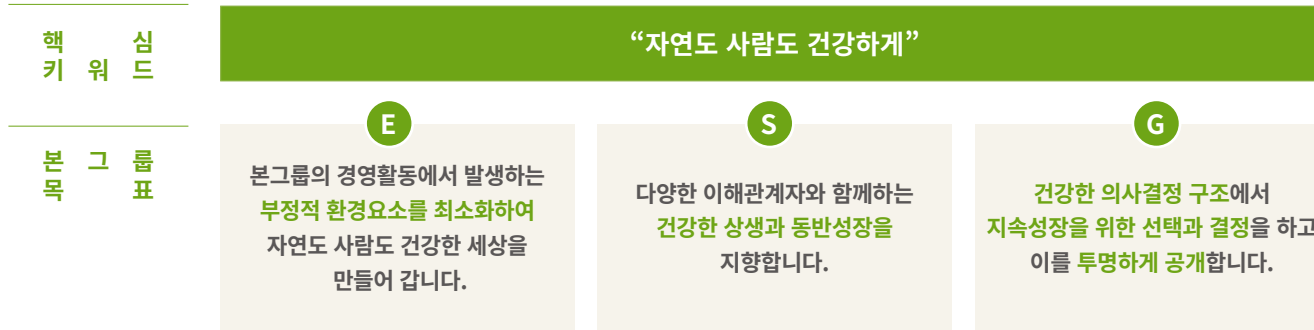
이사회 조직도



지속가능경영체계 ESG경영

본그룹은 지속가능한 기업이 되기 위해 각 부문의 대표이사로 구성된 ESG위원회와 TF인 ESG추진팀을 구성하여 ESG경영의 임직원 내재화와 기업 행동 전환을 위해 힘쓰고 있습니다. 행복한 삶을 창조하는 지식 프랜차이즈 그룹이라는 비전에 맞게 더 많은 사람과 더 행복한 삶을 나눌 수 있도록 ‘자연도 사람도 건강하게’라는 핵심 키워드를 도출하고 건강한 사회를 만들기 위해 노력해 갑니다.

ESG 경영목표



ESG 조직도



ESG 목표 설정 독려 및 가시화

실질적인 ESG경영 추진을 위해 구성된 ESG추진팀은 본그룹 임직원 모두가 ESG경영을 내재화하여 업무에서 ESG를 고려한 목표를 설정하고 실행할 수 있도록 독려하고 있습니다. 사업별 목표설정 시 ESG 측면을 고려한 의사결정을 하도록 요청하고 ESG 관점의 경영목표에는 인증마크를 부여하여 진행 과정이 공유되어 임직원이 관련 목표를 함께 인지 및 실행할 수 있도록 하고 있습니다.



ESG 성과 공유

ESG관련 성과가 드러나고 공유될 수 있는 체계를 만들어 가고 있습니다. 그룹 전체의 성과를 공유하고 확장할 수 있는 본그룹 지식페스티벌에 ESG경영상을 신설하여 관련 성과가 그룹 전체에 공유되고 확장될 수 있도록 하고 있습니다. 임직원 모두가 사업부 경영 방향에 맞는 ESG목표 설정하고 실행해 가는 체계를 만들고자 지속적으로 노력하고 있습니다.



ESG 내재화를 위한 임직원 캠페인 시행

ESG가 임직원 모두의 목표가 될 수 있도록 함께 시행할 수 있는 캠페인을 시행하고 있습니다. 잔반 줄이기 캠페인을 비롯한 페이퍼리스 챌린지 등 임직원이 쉽게 참여할 수 있는 캠페인을 기획하고 참여를 독려하고 있습니다.



지속가능경영체계 **상생경영**

본그룹과 함께하는 모든 이해관계자를 단순한 파트너가 아닌 함께 성장하는 구성원으로 생각하는 상생경영을 추구하고 있습니다. 모두가 함께 성장하는 미래를 만들어 나가기 위해 2012년부터 상생협력실을 운영하고 있으며, 본사모를 통해 가맹점과 끊임없는 소통을 하고 있습니다. 또한, 지역 상생을 위한 식자재 사용을 확대하는 지속적인 노력을 하고 있습니다.

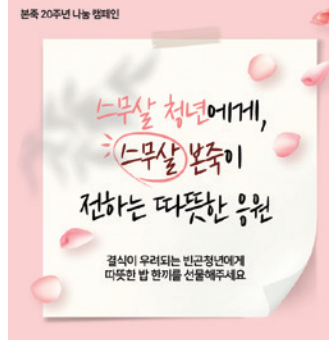
본아이에프(주) 2022년 본죽 20주년 기념 활동

2002년 본죽 브랜드 론칭 이후 지난 20년간 외형적 성장과 내부적 성장을 이루어 왔습니다. 20주년을 기념하여 본브랜드 가치를 지속적으로 지켜가기 위해 가맹본부와 가맹점이 함께 초심, 정성, 선한 영향력을 위한 기념 활동을 진행했습니다. 본죽 20주년 가치를 가맹점 스스로 '표현'하고 '전파'할 수 있도록 감사 카드 캠페인, 수기 공모전 및 낭독회, 나눔 캠페인을 시행하였습니다. 또한 가맹점, 협력사, 임직원 이야기로 구성된 20주년 기념 상생경영 책자 '정성'을 제작하여 배포하였습니다.

기간	활동	참여 가맹점수	결과
2022년 3월 ~ 5월	감사 카드 캠페인	89	매장직원, 이웃 가맹점, 배송담당자 등에게 감사 전달
2022년 4월 ~ 7월	수기 공모전 및 낭독회	72	상위 10개 수기 낭독회 및 시상식
2022년 6월 ~ 8월	나눔 캠페인	202	결식 우려 빈곤청년 식사지원 2,280만 원(본사 매칭 포함)

2022년 본죽 본사모 주요 활동 내역

내용	기간	횟수
본사모 전체 워크샵	반기 1회	2
총회 및 상생 협약	년 1회	1
운영진 회의	격월	6
본사와 함께하는 봉사	비정기적	7
총계		16

본아이에프(주) 2022년 본도시락 10주년 기념 나눔 캠페인

본도시락 브랜드 론칭 10주년을 기념하여 가맹점과 본사가 함께하는 나눔 캠페인을 시행했습니다. 대표 사회공헌을 통해 아동 청소년을 위한 지원을 이어가고 있는 본도시락은 지난 2022년 9월~11월 자립준비청년(보호종료아동)을 위한 캠페인을 통해 마음을 모았습니다. 본도시락 가맹점 88개의 자발적 참여 기부금에 본사 매칭 기부금을 더해 1,000만 원 상당의 후원금을 보호종료 청년들을 위해 기부하였습니다.



본푸드서비스(주) 본우리집밥 지역 상생 '집밥미식회'

한 끼에 건강함을 담아 일상에 새로움을 부여하는 정성으로 강원도, 충청도 등 지역 농산물 구입을 통해 급식 메뉴를 운영합니다.

- 강원도:** 곤드레감자밥, 강릉순두부탕, 미나리제육볶음, 메밀면무침, 새송이버섯볶음, 통감자버터구이
- 충청도:** 옥수수밥, 표고버섯전골, 마늘소스닭구이, 간장깻잎지, 치커리사과무침

지속가능경영체계 **환경경영**

본그룹의 지속 가능한 미래에는 건강한 자연도 함께 포함되어 있습니다. 자연이 건강해야 건강한 음식을 먹고 건강한 삶을 살 수 있다고 믿으며 현시점에서 우리가 할 수 있는 노력을 해나갑니다. 본그룹의 브랜드와 제품을 이용하는 고객들이 건강한 소비를 해 나갈 수 있도록, 우리의 노력으로 조금씩 더 나아질 것이라는 믿음으로 해결해야 할 과제를 목표로 삼고 작은 노력부터 실천해 나가도록 하겠습니다.

본죽, 죽용기(소) 경량화

본죽은 플라스틱 배출량을 감소하고자 죽용기(소)의 품질을 유지하며 용기를 경량화하였습니다. 경량화를 통해 22년 출고량 기준 플라스틱 배출량 23.2톤을 감량하였습니다. 향후 생분해 플라스틱으로 대체하거나 용기 중량을 감소하며 지속적으로 플라스틱 사용량 절감을 검토할 계획입니다.

두께 절감 용기 사용량

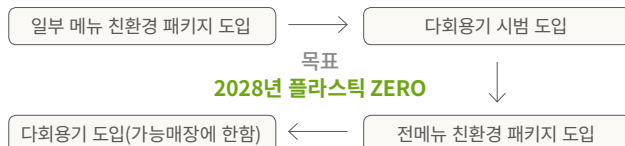
*23년 3월 이후 시행

2023년	절감 무게	연간 예상 절감 무게
355만	5.3t	약 1,550만개 사용, 23.2t 절감 예상

본도시락, 2027년 플라스틱 제로화 계획

본도시락은 2027년까지 플라스틱 제로화를 선언하였습니다. 그 시작으로 샐러드, 덮밥용 친환경 펄프 팔각 용기를 개발하여 22년 6월부터 전국 가맹점에 도입하였습니다. 2024년 상반기에는 플라스틱 사용량이 가장 많은 도시락 트레이 3종을 펄프 소재로 변경하고, 2027년까지 배달 포장 비닐, 수저 패키지와 밥, 국 원형 및 전채 용기를 친환경 소재로 변경할 계획입니다.

본도시락 친환경 로드맵



베이비본죽, EARTH & US

제로웨이스트

베이비본죽은 론칭부터 지금까지 단계적으로 제로웨이스트 캠페인을 시행하고 있습니다. 2020년 업계 최초로 아이스생수 포장을 도입하고, 2021년에는 이유식 플라스틱 뚜껑 제거를 통해 550만 개(23년 6월 기준)에 이르는 불필요한 플라스틱 배출을 절감하였습니다. 2023년 2월에는 다회용이 가능한 드림백을 론칭하며 종이박스 사용량을 절감하였고, 5월에는 재생 원료 100% 사용 재생 비닐로 교체하며 알루미늄 보냉백 사용량도 절감하였습니다.

이유식 플라스틱 뚜껑 제거 내용

*21년 5월 이후 시행

		누적 4,199	절감 무게 29톤
2021년	2분기	345	
	3분기	558	
	4분기	644	
2022년	1분기	676	
	2분기	646	
	3분기	699	
	4분기	631	

생수 라벨 제거 내용

*22년 8월 이후 시행

*라벨 무게 1g으로 가정할 경우 추정치

구분	2022년	절감 무게
무라벨 생수 사용량	450t	4t

지구를 지키고, 행복을 나누는 지지특공대

아기를 생각하는 만큼 지구를 지키는 일에도 진심인 베이비본죽은 ‘지구를 지키고, 행복을 나누는 지지특공대’를 통해 이유식을 기부하는 플로깅 캠페인을 시행하고 있습니다. 베이비본죽을 이용하는 고객들과 함께 환경의 날을 비롯하여 연 3회 이상 캠페인을 시행하며, 환경을 지키는 노력을 해나가고 있습니다.



진행 횟수

3회

참여자 수

304명

본우리집밥, 그린 히어로 캠페인

본우리집밥은 음식물 폐기물과 일회용품 사용을 줄이는 활동을 전국지점에서 진행하고 있습니다. 잔반 없는 날인 ‘비움데이’는 음식물 폐기를 줄이는 메뉴 구성과 이벤트를 동시에 진행하고 있어, 선순환의 효과가 있습니다. 또한 테이크아웃 메뉴가 확장되면서 펄프 용기를 사용하여 일회용품 저감화를 위해 노력하고 있습니다. 본우리집밥의 카페 브랜드인 일마지오는 전국 10개 지점에 다회용컵 순환 시스템(해피해빗)을 도입하고 일회용 플라스틱컵 사용을 지양하고 있습니다. 개인 텀블러 지참시, 음료 할인을 제공해 고객의 텀블러 사용을 권장합니다.



지속가능경영체계 **윤리경영**

본그룹은 2016년 윤리경영실을 신설하고 윤리경영 선포식에서 윤리현장과 윤리실천강령을 선포한 이래로 지속적인 윤리경영을 실천하고 있습니다. Compliance 제도를 시행한 것에 더해 2022년 외부 Compliance Hot-Line 을 운영하며 보다 투명한 윤리경영을 위해 노력하고 있습니다. 무엇보다 4인의 대표이사는 그중 3명이 여성 대표이사로 구성되어 있으며, 모든 대표이사가 본그룹에서 실무를 함께하며 성장한 인재로 선출된 것은 본그룹의 차별 없고 부정 없는 윤리경영의 표본이 되고 있습니다.

윤리강령

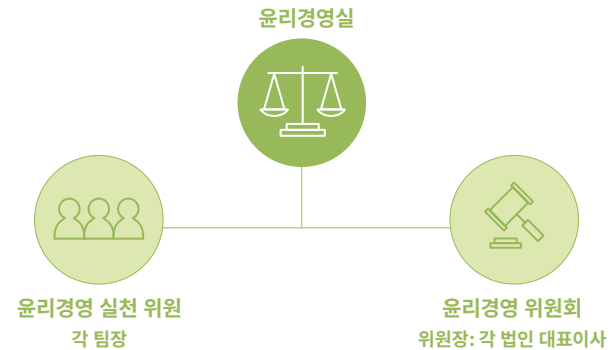
본그룹은 경제, 법률적 책임의 영역을 넘어서 윤리적 책임을 수행하여 기업시민으로서의 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다. 본그룹 임직원은 윤리강령을 스스로 실천함으로써 투명하고 공정하며 합리적으로 업무를 수행 하기 위해 노력하여 지속가능경영을 실천합니다.

윤리경영 추진 조직

대표이사를 위원장으로 하는 윤리경영위원회를 운영하며, 윤리경영 실천사무국에서는 회사 전반의 윤리경영 활동을 주관합니다. 모든 제보 및 안건은 윤리경영실을 통해서 접수되고 소통되며 임직원의 윤리의식 내재화를 위한 노력을 해나가고 있습니다.

본그룹 임직원은 윤리강령을 실천함으로써 본그룹의 지속가능경영을 실천합니다.

우리는 '본으로 행복을 돕는 사람들'이라는 사명감을 가지고 일체의 비윤리적 행위는 하지 않는다.	우리는 법률과 사회규범을 준수함으로써, 원칙을 지키며 신뢰를 키워가는 기업문화를 성숙시킨다.	우리는 직무를 수행함에 있어 회사의 명예를 높이고 일체의 금품이나 사례, 향응을 제공받거나 요구하지 않는다.	우리는 회사의 자산과 비용을 부정하게 유용하거나 개인적인 이익의 목적으로 사용하지 않는다.	우리는 정당하고 윤리적인 성과창출을 통하여 기업의 사회적 책임을 실천한다.
---	---	--	--	---



컴플라이언스 제보 채널 운영

내외부 이해관계자의 빠른 제보를 위해 홈페이지에 컴플라이언스 페이지를 구축하였으며, 제보자의 익명성을 보장하고 신뢰도를 높이기 위해 외부 제보 Hot-line을 함께 운영하고 있습니다.

<p>외부 제보 Hot-line 접수 절차</p>	<p>본그룹 홈페이지 제보 접수 절차</p>	<p>E-mail 접수</p> <p>compliance@bongroup.co.kr</p>
------------------------------------	---------------------------------	---

지속가능경영체계 **고객 중심 경영**

본그룹은 기업의 지속가능경영을 위해 제품을 구매하는 소비자 고객뿐만이 아닌, 가맹점 사장님을 비롯한 함께 일하는 임직원도 고객으로 여기며 경영 전반에 걸친 노력을 하고 있습니다. 특히, QSCV(Quality, Service, Cleanliness, Value)를 강화해 나가기 위한 교육 및 프로세스를 매년 고도화해 나가며 가맹점 사장님과 임직원의 자부심은 물론 소비자 만족까지 이끌어내고 있습니다.

본아이에프(주), 8년 연속 CCM인증

경영 전반에서 소비자중심으로 활동을 개선하고 있는지 평가하는 CCM (Consumer-centered Management)인증을 한식 프랜차이즈 최초로 2015년부터 인증받은 본아이에프는 8년 연속 인증 유지하고 있습니다. 소비자 만족도부터 가맹점 사장님과의 상생, 임직원 역량 강화까지 전 과정에서 소비자중심의 업무 체계를 갖추기 위한 노력을 지속하고 있습니다.

소비자중심 역할 강화



고객 만족 관리 체계

본아이에프(주)

가맹점 오픈교육, 정기교육 등을 통해 임직원과 가맹점이 함께 고객중심 경영체계를 만들어 가고 있습니다. 고객 서비스에 대한 중요성을 항상 인지하여 서비스 클레임지수를 핵심 관리지표로 7년 이상 설정하여 집중 관리하고 있으며, 외식산업의 기본인 위생 또한 전 사업장 정기, 상시 점검을 통해 관리하고 있습니다.

순수본(주)

고객클레임을 해결하는 것을 넘어, 사후 발생을 예방하고 방지하기 위해 노력합니다. 품질관리 부서도 고객클레임 목표를 함께 설정하여 CS부서와 함께 고객 만족을 이끌어 가기 위한 노력을 지속하고 있습니다.

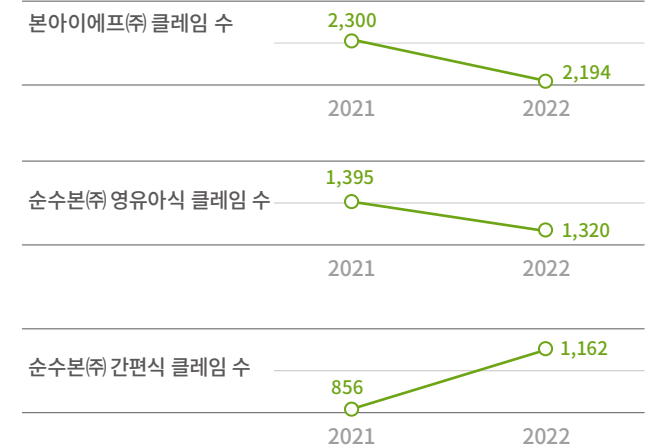
본푸드서비스(주)

급식을 이용하는 고객의 피드백을 듣기 위한 다양한 이벤트 및 관리자 미팅을 시행합니다. 지점별 정기, 비정기적으로 고객의 만족도를 확인하여 고객의 의견을 듣고 메뉴 및 시설을 개선하고 발전시켜 나갑니다.

고객 클레임 관리

본그룹은 가맹점 및 소비자의 의견을 듣기 위해, 온·오프라인 채널을 운영하고 있습니다. 다양한 경로를 통해 접수된 고객의 의견은 수집, 처리, 분석, 활용 및 피드백, 개선 단계로 체계적으로 구분하고 유관부서와 함께 업무를 체계화하고 시스템화하는 노력을 지속하고 있습니다.

	본아이에프(주)		순수본(주)			
	21년	22년	영유아식	간편식	21년	22년
클레임 수	2,300	2,194	1,395	1,320	856	1,162



지속가능경영체계 **안전 보건 경영**

본그룹은 산업안전보건위원회와 함께 산업안전보건위원회 운영규정, 산업안전보건관리규정을 제정하여 안전보건 활동에 관한 사항을 규정하였으며, 이를 통해 안전하고 쾌적한 작업환경을 조성함으로써 근로자의 안전과 보건을 유지하고 있습니다. 본그룹은 가맹점, 급식사업장, 물류센터, 간편식 및 영유아식 생산 현장 등 모든 사업장에서의 산업안전보건 유지 및 개선에 모든 노력을 기울이고 있습니다.

조직별 맞춤 관리

사업장이 있는 본아이에프, 본푸드서비스, 순수본은 관리책임자 및 관리감독자를 지정 및 교육하여 근로자의 산업안전 보호를 위해 노력하고 있습니다. 본푸드서비스의 경우 안전보건관리실을 신설하여 급식운영업장의 안전보건지수 향상을 위한 점검 및 교육을 진행하고 있으며, 본아이에프의 경우 가맹점의 안전을 위한 안전관리 매뉴얼을 제작하여 공유 및 안내하였으며, 순수본의 경우 안전책임자를 지정하여 수시로 임직원의 안전 교육을 시행하고 있습니다.

중대재해 예방 조직 구축

본그룹의 안전 경영을 위한 중대재해 처벌 등에 관한 법률 관련 담당을 지정하였으며, 관련 규정을 신설하여 근로자의 안전을 지키려는 노력을 지속해 나갈 것입니다. 사업장과 사업운영에 관련한 모든 안전, 보건 조치 의무를 이행함으로써 중대재해를 예방하고 생명과 신체를 보호하여 기업과 근로자의 지속가능성을 유지할 것입니다.

전 직원 안전 교육 시행

본그룹의 임직원이라면 모두가 안전한 근무 환경에서 일할 수 있도록 매년 정기적으로 온라인을 통한 안전교육을 실시하고 있습니다. 임직원들이 기본적인 안전 지식을 습득하고 안전 수칙을 지켜나갈 수 있도록 책임감을 갖고 교육을 시행해 나가고 있습니다.



인적 성장 **지식경영 / 독서경영**

지식경영

본그룹은 지난 10년간 학습조직 구축, 실력주의 정착, 성과주의 구현이라는 목표로 한 지식경영을 통해 성장해 왔습니다. 지식경영을 통해 임직원은 지금 하는 일을 어떻게 하면 더 잘 할 수 있을지 고민하며 성장합니다. 이러한 지식 하나하나가 뿌리내리며 즐거와 가치가 되어 본그룹 성장의 기반이 되고 있습니다.



교육 및 컨설팅

본족인이 지식근로자로 성장할 수 있도록 신규 입사자를 비롯하여 정기적인 교육을 시행합니다. 스스로 목표를 설정하고 목표 달성을 위한 액션을 실행하는 과정에서 성과 창출의 과정이 자연스럽게 지식화될 수 있도록 독려하고 컨설팅하고 있습니다.

지식 성과 공유

지식페스티벌을 개최하여 직원들이 지식을 통해 이뤄낸 성과를 자랑할 수 있는 장을 마련하고, 지식이 재연, 재현, 확장될 수 있도록 돕고 있습니다. 각 사업부문의 목표에 맞는 지식들을 공유하는 지식페스티벌을 부문별로 정기적으로 시행하고 있으며, 연 2회 본그룹 전 사업부문이 참여할 수 있는 그룹 전략지식페스티벌을 통해 부문은 물론 부문 간에도 지식을 공유하고 확장하기 위해 노력하고 있습니다.



독서경영

독서경영은 임직원이 지식을 습득하여 성장하고, 그 지식을 실천하면서 성숙할 수 있도록 합니다. 본그룹은 BB데이, 독서클럽, 독서스터디, E-book지원 등 다방면의 지원을 통해 임직원의 성장과 성숙을 지원하고 있습니다. 현재 총 149명, 31개의 독서클럽과 독서스터디가 운영되어 독서경영을 통한 임직원 성장의 발판이 되고 있습니다.



E-book 지원자 수

172명



독서클럽 & 스터디 수

31개



독서클럽 & 스터디 참여자 수

149명

BB-day(BON Book Day) 시행

매월 한 권씩 경영, 철학, 인문, 자기 계발 등 다양한 분야의 책을 임직원이 선정합니다. 모든 임직원이 책을 통한 인사이트를 나누고 서로의 관점을 공유하는 BB데이는 책과 함께하는 토론을 통해 성장과 성숙의 계기가 되고 있습니다.

독서 클럽 운영

임직원이 자발적으로 모임을 만들어 함께 책을 읽으며 독서 습관을 내재화하는 독서클럽은 본그룹의 자연스러운 독서문화를 보여주고 있습니다.

직무 중심 독서 스터디 운영

2023년부터 본그룹 내 정보/지식의 원활한 공유를 지원하기 위하여 COVID-19 기간 중 활동이 어려웠던 직무 중심 독서스터디를 재개하였습니다. 문제해결 능력을 높이고, 핵심 직무역량을 개발하며, 비슷한 관심과 흥미를 가진 임직원을 연결하여 집단지성을 통한 개개인의 네트워크를 형성하고 있습니다.

인적 성장 **인재상**

본그룹은 임직원을 ‘본족인’이라 지칭하며 선한 가치관을 바탕으로 탁월한 역량을 발휘하여 놀라운 성과를 내는 인재로 정의합니다. 직원들이 마음껏 역량을 발휘할 수 있는 환경을 조성하고 놀라운 성과를 바탕으로 성장하며 성숙하는 인재가 될 수 있도록 돕고 있습니다.

임직원 교육

본족인의 성장과 성숙을 돕기 위해 매년 각 분야의 전문가를 초빙한 명사 특강을 운영하고 있으며, 강점혁명 교육과 강점 리더십 교육을 통해 자신이 가진 강점을 찾고 그 강점을 활용할 수 있도록 하였습니다.

전문가 초빙 명사 특강

일정	강사	내용	
21년	4월	구글 조용민 매니저	우리가 일하면서 성장하는 방법, 이타적인 인재가 성공하는 이유
	7월	레스토랑 '마이'시리즈 홍석천 대표	이태원의 전설 홍석천, 그가 걸어온 길
	9월	고기리 막국수 김윤정 대표	작은 가게에서 진심을 배우다.
22년	1월	마이크로소프트 이소영 매니저	당신은 다른 사람의 성공에 기여한 적 있는가?
	6월	야나두 김민철 대표	열심히 노력해야 잘 산다
	8월	해녀 김순이	해녀 김순이의 리더십 특강
23년	1월	힐링캠퍼스 더공감 박상미 교수	남을 안으려면 내가 행복해야 합니다.

강점 교육

일정	강사	내용	
22년	8~11월	강점 매니저 이연주 강사	강점혁명(강점 발견을 통해 개인의 역량 향상 및 조직원간의 시너지 도출)
23년	4월	강점 매니저 이연주 강사	강점 리더십(내 강점 Top10 100%활용, 강점 기반 리더십 디자인)

사내 강사 발굴

본그룹의 사내 강사 제도는 스스로 직무역량을 강화하는 것은 물론 임직원의 성장을 돕는 기회가 되고 있습니다. 각자의 전문 분야의 지식을 임직원과 나눔으로써 모두가 함께 성장하고 있으며, 이러한 사내 강사 제도는 각 사업부에서도 사업영역에 맞게 전문가를 발굴하고 지식을 나누는 제도로 자리 잡고 있습니다

인재상 시상식

본그룹은 연 2회 인재상 시상식을 시행하여 반기 동안의 성과를 축하하고 시상하는 자리를 갖고 있습니다. 선한가치관상, 놀라운 성과상, 탁월한 역량상, 본이되는 팀상으로 시상하며, 그동안 조직도 기준의 팀만이 수상하던 본이 되는 팀상 또한 부문 간 협업 TF나 프로젝트팀에 대한 시상을 추가 함으로써 본족인 인재상이 포상의 목적과 본그룹의 일하는 방식, 방향성에 정렬될 수 있도록 개선하고 있습니다.



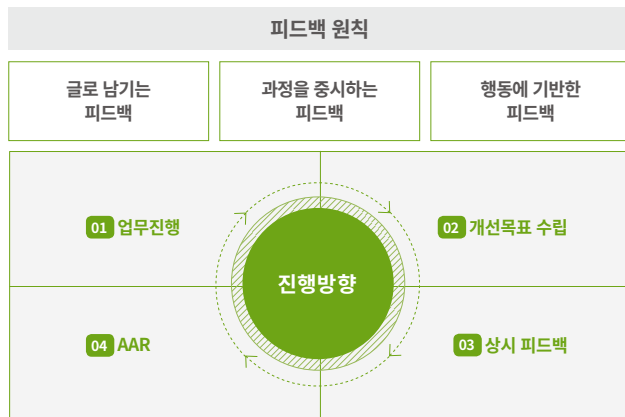
인적 성장 피드백 시스템

본그룹은 피드백 시스템을 통하여 임직원이 함께 성장하도록 돕고 있습니다. 피드백 시스템을 상사와 부하가 함께 성장할 수 있는 도구로 활용될 수 있도록 설계하고 상호 간 동기를 유발하고 업무 생산성을 높여 팀워크를 증진시킬 수 있도록 개선하고 발전시켜 나가고 있습니다.

피드백 제도

360도 피드백	상시 피드백	
	정기 피드백	1:1 피드백
역량별 피드백을 통해 개인 강약점 파악	역량개선 방안 및 업무개선 방향 피드백을 통해 개인 생산성 및 조직 생산성 증대	업무의 목표, 진행상황, 개인 생각 등 다양한 피드백을 통해 상호 신뢰 소통 증대

피드백 원칙 및 진행 방향



360도 및 상시 피드백

개인 업무와 유관된 상사, 부하, 동료들 정기적으로 360도 피드백하고 피드백 받습니다. 역량별 피드백을 통해 개인의 강점과 약점을 객관적으로 검토하고 스스로 성장의 도구로 활용해 나가고 있습니다. 또한 정기, 수시 피드백을 통하여 구체적인 역량개선 방안을 비롯한 업무의 목표 등에 대해서도 상호가 피드백하여 신뢰를 쌓기 위한 노력을 하고 있습니다.

피드백 내용 시스템화

피드백이 적시에 진행되어 상호 간의 동기를 유발하고 업무 생산성을 높이기 위해 시스템을 적극 활용합니다. 시스템을 통해 피드백 내용을 지속적으로 기록하고 누적 관리하여 리더와 구성원이 성장하는 과정을 함께할 수 있도록 돕고 있습니다.

피드백 교육

효과적으로 피드백할 수 있는 쌍방향 피드백 방법과 실제 피드백 과정에서 활용할 수 있는 면담 스킬을 습득할 수 있도록 교육하고 있습니다. 임직원 피드백 교육을 통해 임직원의 피드백 역량을 강화해 나가고 있으며, 자발적인 참여를 통해 스스로 성장할 기회를 마련해 나가고 있습니다.

인사관리 방향성	본그룹의 철학과 가치 구현
	본직원의 성장과 성숙을 위한 토양 구축
	본직원이 일하는 본스러운 문화 구축
※ 본스러운 문화 키워드: 감사, 행복, 창의, 도전, 열정, 성취	
인사관리 관점	직원과 회사는 서로의 성장과 발전을 돕는 WIN-WIN 관계의 파트너로서 관점 확장
자기주도적으로 일하는 주체 직원을 돕고 지원하는 역할 수행 	

사회적 가치 창출 **사회공헌 활동 체계**

본그룹은 0세부터 100세까지 모두가 행복한 사회를 만드는 데 기여하겠습니다.

급속도로 빨라진 기술 혁신으로 인해 양극화와 불평등은 커다란 사회적 문제가 되었으며, 기업에 요구되는 사회적 책임의 범위 또한 넓어지고 있습니다. 본그룹은 “모두가 협력하여 선을 이룬다”라는 설립이념 아래 모두의 행복을 돕고자 우리의 책임과 의무에 대해 항상 고민해 왔습니다. 본그룹 브랜드의 역량으로 취약계층의 결식문제와 지역사회 문제 해결을 위해 지속 가능한 나눔을 실천할 수 있도록 노력하고 있습니다.



미션

본으로 행복을 돕는 사람들

사회공헌 비전

본그룹의 역량을 활용한 행복 동심원 확장

추진 전략



중점 영역

생애주기별 결식예방 브랜드 대표 사회공헌	지역사회 문제해결 긴급구호, 일시지원	참여형 나눔문화 임직원 · 가맹점 · 고객 참여
----------------------------------	--------------------------------	--------------------------------------

대표 사회공헌

베이비본족 지지특공대	본도시락, 생일은 특별하게	우리동네 본설령탕 나눔 챌린지	어르신 본족 왔어요
행복한 양육 취약가정 영유아 식품 지원	행복한 성장 취약 아동·청소년 정서 안정	행복한 동행 복지 사각지대 식사지원	행복한 노후 홀몸노인 식사지원 및 돌봄망 강화

▶ 본그룹 최근 5개년 사회공헌금

단위 : 백만원

	2018	2019	2020	2021	2022
사회공헌금 합계	641	793	754	712	894
매출액 대비 비중	0.25%	0.28%	0.28%	0.22%	0.22%

* 사회공헌금이란? 본그룹의 기부금과 사회공헌 활동을 위한 운영비가 포함된 금액

사회적 가치 창출

취약계층 지원

브랜드 역량을 통해 영유아부터 어르신까지 모두가 행복한 사회를 꿈꿉니다. 우리의 미래인 아이들이 건강하게 성장할 수 있도록 지원하는 ‘행복남남 베이비본죽 나눔, 지지특공대 캠페인’, 소규모 아동보호시설(그룹홈) 아이들의 정서적 안정과 건강한 자립을 응원하는 ‘본도시락, 생일은 특별하게’, 지역 내 복지사가 취약계층 식사를 지원하는 ‘우리동네 본설령탕 나눔 챌린지’ 그리고 홀몸 어르신 영양을 지원하는 ‘어르신 본죽 왔어요’ 까지, 본그룹은 소외된 이웃이 없는 사회를 꿈꾸며 행복을 선순환합니다.

임직원 봉사활동

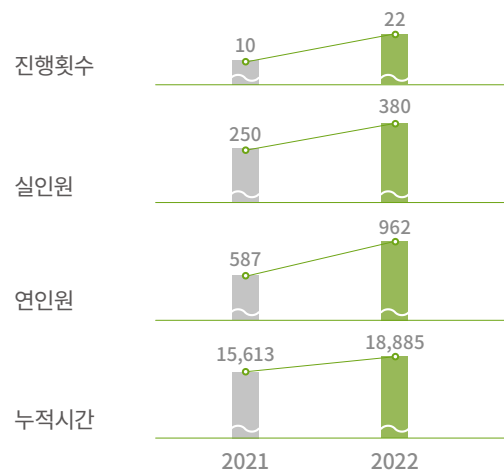
본그룹 임직원은 ‘본으로 행복을 돕는 사람들’이라는 미션 아래 대면, 비대면 봉사활동에 자발적으로 참여하며 다양한 나눔을 실천합니다. 소외된 이웃들을 위한 핸즈온 봉사활동부터 재능기부, 환경을 지키기 위한 플로깅, 묘목심기 봉사활동까지 지역사회 곳곳에 나눔의 손길을 전합니다. 반기별 우수 봉사자에게는 ‘선한 가치관상’을 시상하고, 감사나눔여행을 지원합니다.

▶ 브랜드별 나눔 수량

브랜드	본죽, 본죽&비빔밥	본도시락	본설령탕	베이비본죽
2022	19,831	2,405	4,020	1,800
2021	17,907	5,187	4,065	4,350
누적	149,953 (09~22년)	55,894 (15~22년)	18,355 (15~22년)	37,039 (15~22년)

※ 매장식, 제품 포함

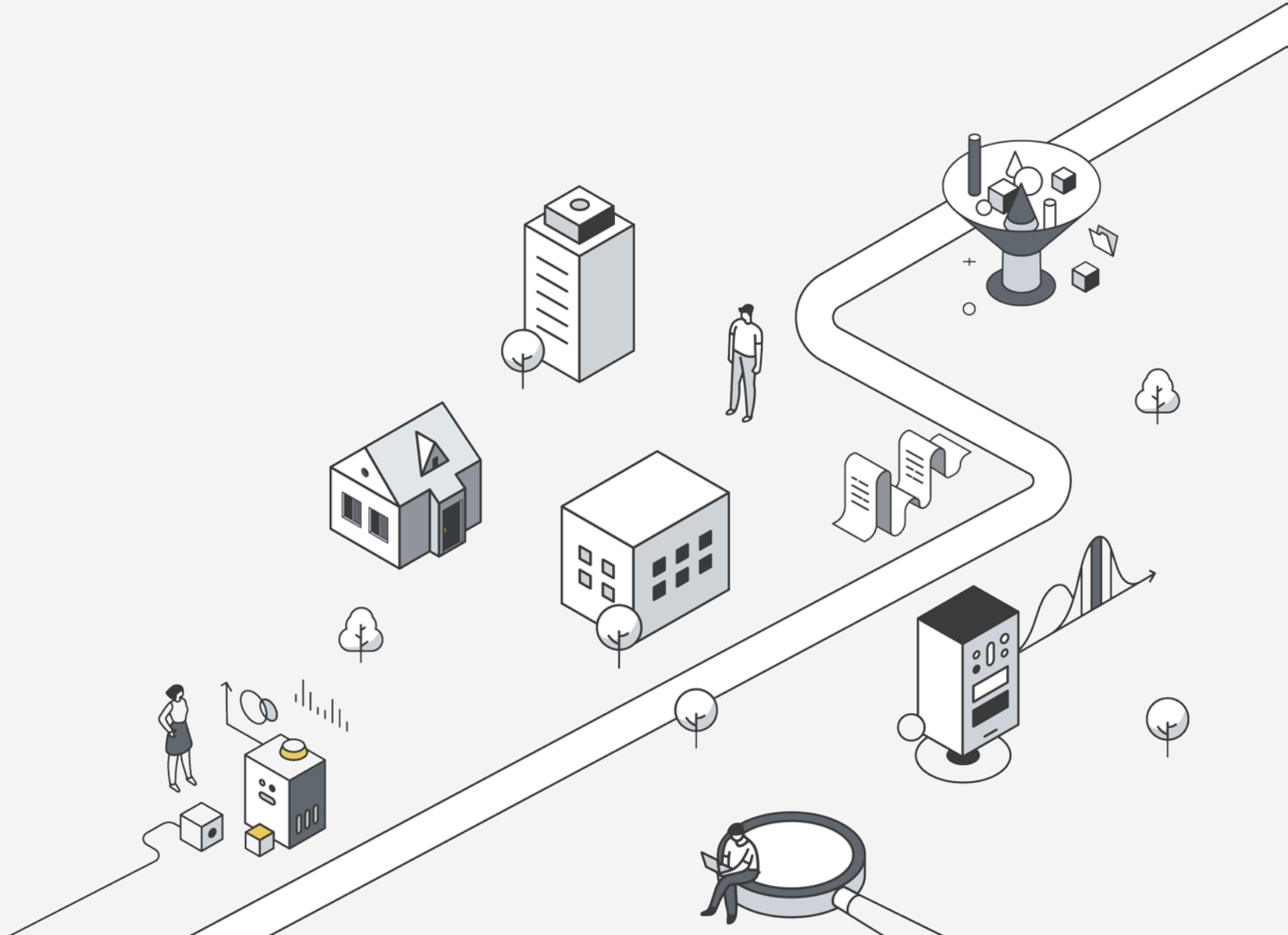
▶ 임직원 봉사활동 요약



Appendix

39 경영성과 요약

41 GRI INDEX



경영성과 요약

재무성과

재무상태표 단위: 백만원

과목	2021년	2022년
유동자산	27,304	33,057
비유동자산	102,451	109,699
자산총계	129,755	142,756
유동부채	90,306	96,073
비유동부채	14,004	11,211
부채총계	104,310	107,284
자본총계	25,504	35,472

손익계산서 단위: 백만원

과목	2021년	2022년
매출액	330,057	411,290
영업이익	14,171	18,652
당기순이익	10,027	13,005
EBITDA	16,714	21,476

비재무성과

1. 지배구조

이사회 구성

구분	2021년	2022년
개최 횟수	29	49
평균참석률	84.0%	89.0%
안건 평균 찬성률	100.0%	100.0%

CEO와 이사회 의장 분리 현황

구분	2021년	
	이사회 의장	CEO
본아이에프(주)	김철호 회장	김철호 대표이사, 이진희 대표이사
본푸드서비스(주)	김철호 회장	김철호 대표이사, 임미화 대표이사
순수분(주)	김철호 회장	김철호 대표이사, 이진영 대표이사
구분	2022년	
	이사회 의장	CEO
본아이에프(주)	김철호 회장	이성진 대표이사, 이진희 대표이사
본푸드서비스(주)	김철호 회장	임미화 대표이사
순수분(주)	김철호 회장	이진영 대표이사

2. 사회 분야

고용현황

구분	2021년	2022년
총 직원 수	1,002	1,174
- 일반직군	308	327
신규고용(일반직군)	46	67
신규고용률(일반직군)	14.9%	20.5%
퇴사인원(일반직군)	53	60
퇴사율(일반직군)	17.2%	18.3%

성별다양성

구분	2021년	2022년
총임원수	7	7
여성임원	3	3
여성임원비율	42.9%	42.9%
여성임직원	767	847
여성임직원비율	76.5%	72.1%

육아휴직

구분	2021년	2022년
대상인원	미측정	136
사용인원	미측정	36
사용률	미측정	26.5%

교육(일반직군)

단위: 백만원/시간

구분	2021년	2022년
교육비용	592	795
인당 교육비용	0.6	0.7
총 교육시간	11,566	23,420
인당 교육시간	37.6	63

*Covid-19 규제완화에 따른 대면 교육 증가

산업안전

구분	2021년	2022년
재해사망건수	0	0

*순수본(주)공장 기준

3. 환경

YP센터(사옥) 에너지 사용량

구분	2021년	2022년	증감율
tCO ₂ 계	1,136	1,192	5.0%

※ tCO₂: 정부 탄소배출량, 온실가스 배출권거래제 기준으로 산출

- ① 직접배출량(Scope 1): 사업장 내에서 사용된 화석연료를 통해 배출되는 온실가스
- ② 간접배출량(Scope 2): 외부로부터 에너지를 구입하여 소비후 배출되는 온실가스 (ex. 전력)

YP센터(사옥) 2022년 대기오염 물질 배출량

구분	저녹스버너 설치 前	저녹스버너 설치 後	증감량	증감율
질소산화물(NOx)	59.5(4) ppm	28.0(4)ppm	-31.5(4)ppm	-52.9%
일산화탄소(CO)	126.5ppm	52.0ppm	-74.5ppm	-59.0%

플라스틱 절감

단위:ea

구분	2021년	2022년	2023년	총량(Ton)	비 고
본죽 용기 두께 절감	-	-	355만ea	5.3	23년부터 적용
이유식 용기 뚜껑 제거	1,547	2,652		29	23년 누적 미집계

GRI INDEX

GRI Standard	번호	주제	보고 여부	보고 페이지	비고
2. General Disclosures	1	조직 세부 정보	○	7p	
	2	조직의 지속 가능성 보고	○	26p~32p	
	3	보고기간, 보고횟수 및 연락처	○	2p	
	4	정보의 재작성			중대 변화 없음
	5	외부검증			
	6	활동내역, 밸류체인 및 기타 경영관계	○	26p	
	7	직원	○	40p	
	8	비정규직, 파견직			정규직 채용
	9	의사결정 구조 및 구성	○	26p	
	10	최고 의사결정 기관의 선정	○	26p	
	11	최고 의사결정 기관 의장	○	26p	
	12	최고 의사결정 기관의 역할	○	26p	
	13	관리의 책임 위임	○	26p	
	14	지속가능경영보고서의 최고 의사결정 기관의 역할	○	27p	
	15	이해 상충	○	28p	
	16	주요 문제의 커뮤니케이션	○	28p	
	17	최고 의사결정 기관의 집단지성	○	39p	
	18	최고 의사결정 기관의 성과 평가	○	39p	
	19	보수 정책			
	20	보수 결정 프로세스			
	21	연간 총 보상 비율			
	22	지속 가능한 개발 전략에 대한 성명서			
	23	정책 공약			

GRI Standard	번호	주제	보고 여부	보고 페이지	비고
2. General Disclosures	24	정책 약속			
	25	부정적인 영향을 개선하기 위한 프로세스			
	26	조언 및 문제제기 프로세스			
	27	법률 및 규정 준수			
	28	가입된 협회			
	29	이해관계자의 참여			
	30	단체 교섭			
3. Material Topics	1	중요 주제 결정 프로세스	○	25p	
	2	중요 주제의 목록	○	25p	
	3	중요 주제의 관리	○	25p	
302. Energy	1	조직 내 에너지 소비	○	40p	
	2	조직 밖에서의 에너지 소비			
	3	에너지 집약도			
	4	에너지 소비 감축			
	5	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축			
305. Emissions	1	직접 온실가스 배출량 (Scope1)	○	40p	
	2	간접 온실가스 배출량 (Scope2)			
	3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope3)			
	4	온실가스 배출 집약도			
	5	온실가스 배출량 감축	○	40p	
	6	오존층 파괴 물질의 배출량	○	40p	
	7	질소산화물(NOx), 황산화물(SOx) 및 기타 중요한 대기 배출량	○	40p	
401. Employment	1	신규채용 및 이직			
	2	비정규직 근로자에게 제공되지 않는 정규직 근로자의 복리후생			
	3	육아휴직	○	40p	

GRI Standard	번호	주제	보고 여부	보고 페이지	비고
403. Occupational Health and Safety	1	작업장 보건 및 안전 관리 시스템	○	32p	
	2	위해 인식, 위험 평가 및 사고 조사			
	3	작업장 보건 서비스	○	32p	
	4	작업장 보건 및 안전 관련 노동자 참여, 자문 및 커뮤니케이션			
	5	작업장 보건 및 안전 관련 근로자 교육	○	32p	
	6	근로자 건강 증진	○	32p	
	7	작업장 보건 및 안전 영향의 예방 및 완화	○	32p	
	8	작업장 보건 및 안전 관리 시스템의 적용 대상 근로자			
	9	업무관련 부상	○	40p	
	10	업무관련 질병	○	40p	
404. Training and Education	1	직원 1인당 평균 교육 시간	○	40p	
	2	직원 역량 강화 및 전환 지원 프로그램	○	34p	
	3	정기적 성과 및 경력 개발 검토를 받는 직원의 비율			
405. Diversity and Equal Opportunity	1	경영 조직 및 직원의 다양성	○	40p	
	2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율			남여비율 동일
406. Non-discrimination	1	차별 사건 및 이에 대한 시정조치	○	30p	발생 건 없음
408. Child Labor	1	아동 노동 발생 위험이 높은 사업장 및 공급업체			발생 건 없음
409. Forced or Compulsory Labor	1	강제 노동 발생 위험이 높은 사업장 및 공급업체			발생 건 없음
410. Security Practices	1	인권 정책 및 절차에 관한 교육을 받은 보안 요원			발생 건 없음
411. Rights of Indigenous Peoples	1	원주민 권리 침해 사고			발생 건 없음
415. Public Policy	1	정치 기부금			정치적 참여 없음
418. Customer Privacy	1	고객 개인정보보호 위반 및 데이터 분실 관련 상당한 불만			발생 건 없음



본 보고서는 책임 있는 FSC® 인증산림에서 개발 관리된 재료와
기타 관리된 재료를 통해 제작된 용지를 사용하여 콩기름 잉크로 인쇄하였습니다.