

ATOMY ESG REPORT

2023 애틀미 지속가능경영보고서

2023 ATOMY ESG REPORT

ABOUT 애터미

06

CEO메시지

08

회사소개

15

경제적 성과

17

지배구조 및 이사회

CEO 메시지



안녕하십니까, 애터미 회장 박한길입니다.

글로벌 직접판매 유통기업 애터미는 '절대품질 절대가격'이라는 모토 아래 전 세계 소비자들에게 이익이 되는 유통을 표방하고 있습니다. 절대품질 절대가격의 의미는 같은 품질이면 더 싼 가격을, 같은 가격이라면 더 좋은 품질을 소비자에게 제공한다는 의미입니다. 이러한 정책으로 애터미는 글로벌 유통기업으로 자리매김하였습니다.

애터미는 경영활동과 연계된 이해관계자뿐만이 아닌 인권, 환경, 지역사회와 연계된 모든 이해관계자들과 함께 상생 발전하는 관계를 꿈꾸고 있습니다. 이에 그간의 이행과정과 성과를 담은 첫 번째 보고서를 발간하게 되었습니다.

지난 3년간의 팬데믹은 직접판매 산업에 있어서는 시련의 시기였습니다. 판매원과 소비자와의 만남을 통해 외연을 확장해 나가는 직접판매에게 사회적 거리두기로 인한 비대면의 일상화라는 냉엄한 현실은 그 자체로 커다란 도전이었습니다. 다행스럽게도 애터미는 이러한 어려움을 딛고 오히려 글로벌 기업으로 한층 성숙해지는 계기로 삼았습니다. 이제 애터미는 2022년 기준 한국을 포함 전 세계 26개국에서 영업하고 있으며, 2021년에는 해외에서의 매출이 한국에서의 매출을 능가하는 기업으로 성장했습니다.

글로벌 기업으로 성장하는 과정에서 애터미는 지속가능한 경영의 중요성을 새삼 깨닫게 되었습니다. 우리의 환경은 잠깐 쓰고 마는 것이 아니라 자손만대에까지 물려주어야 할 자산입니다. 엄밀히 말하면 당대의 것이 아니라 후대의 것이며, 우리는 다만 빌려 쓰고 있는 것에 불과합니다. 지속가능한 자연환경을 위해 애터미는 택배 쓰레기를 현격하게 줄이는 '친환경 스마트 패키징 솔루션'을 구축했습니다.

구축을 통해 연간 230톤 이상의 플라스틱을 감축했으며, 화장품 등 패키지를 친환경 패키지로 변경하는 작업을 진행하고 있습니다.

또한, 지난 2021년부터 국제어린이양육기구 '컴패션'과 함께 어린이들이 가난과 재해, 질병에서 벗어나 자립 가능한 성인이 될 때까지 돕는 전인적 지원을 시작했습니다. 또한 의료 봉사를 통해 저개발 지역의 발전을 도모하는 비영리 단체인 국제의료협력단(PMCI, People for Medical Cooperation International)과의 협력을 본격화하고 있습니다. 애터미는 앞으로도 사회적 약자에게 보다 근본적인 도움을 줄 수 있는 방안을 고심할 것입니다.

애터미는 우리 사회와의 동반성장을 추구하고 있습니다. 애터미의 성장이 곧 협력사의 성장으로 직결될 수 있도록 다양한 지원책을 시행하고 있습니다. 대표적으로 1품1사 원칙, 납품 후 일주일 이내 현금 결제, 운영자금 무이자 용자 등이 그것입니다. 이러한 동반성장 정책을 통해 더 좋은 제품을 지속적으로 소비자에게 제공할 수 있는 기틀을 더욱 확고하게 만들 것입니다.

애터미는 소비자중심 네트워크마케팅이 업계의 새로운 표준으로 자리 잡을 수 있도록 노력할 것입니다. 이를 위해 유통 경쟁력을 강화하고 지속가능한 ESG 경영을 실행할 것입니다. 또한 모든 이해관계자들과 애터미의 미래가치를 공유하고 함께 성장해갈 수 있도록 소통해 나갈 것입니다. 더 나은 미래를 위해, 소비자들에게 이익이 되는 유통이자 지속가능한 기업으로 기업으로 성장해 갈 것입니다.

2023년 9월
애터미 주식회사 회장 박한길



에터미 주식회사

에터미는 직접판매* 기업으로 한국을 비롯한 전 세계 26개 지역에서 활동을 하고 있습니다. 2009년 창업 당시부터 소비자중심 네트워크마케팅을 펼쳐나가며 성장하고 있는 에터미는 고객의 성공을 제 1의 경영 목표로 삼고 '원칙중심, 동반성장, 나눔의 문화'를 바탕으로 지속가능한 성장의 토대를 확고히 하고 있습니다. 에터미는 모든 이해관계자와의 상생 협력하며 정직과 선함으로 고객의 성공을 추구하는 초일류 유통기업이 될 것을 약속드립니다.

*직접판매: 경쟁력 있는 재화와 서비스를 가진 공급자와 소비판매업자가 중간 유통 단계를 거치지 않고 소비자에게 직접 판매하는 방식 (출처: 한국직접판매 산업협회(KDSA))

| | |
|-----------|--|
| 회사명 | 에터미 주식회사 |
| 설립일 | 2009년 6월 1일 |
| 창업자 | 박한길 |
| 본사 주소 | 대한민국 충청남도 공주시 백제문화로 2148-21 |
| 판매 제품군 | 건강식품, 뷰티, 헤어&바디, 리빙&홈데코, 가전, 패션, 식품 |
| 주요 사업지역 | 미국, 일본, 캐나다, 호주, 중국 등 26개국 (2022년 12월 31일 기준) |
| 글로벌 임직원 수 | 한국법인 232명, 법인통합 767명 (2022년 12월 31일 기준) |
| 매출액 | 1조 9,914억 원(2022년 12월 31일, 연결감사보고서 매출 및 회원 후원수당 합계 기준) |

사훈

‘영혼을 소중히 여기는 기업’이라는 사명 아래 정도경영을 실천하고 있습니다.

영혼을 소중히 여긴다

하나님의 형상에 따라 창조된 사람은 그 자체가 목적이며, 어떠한 경우에도 수단이 될 수 없는 가장 소중한 존재입니다.

믿음에 굳게 선다

진정한 믿음은 보이지 않는 것을 믿는 것입니다. 보이지 않는 비전에 대한 믿음은 바람직한 미래를 만들어 가는 힘입니다.

생각을 경영한다

미래를 예측하는 가장 정확한 방법은 미래를 계획하는 것입니다. 생각을 경영하여 스스로 계획한 미래를 만들어갈 수 있어야 합니다.

겸손히 섬긴다

낮은 자세로 섬길 줄 알아야 합니다. 모든 것을 이루고도 겸손할 때 비로소 우리의 명예는 존경으로 완성됩니다.

창업이념

생존, 속도, 균형의 창업이념을 바탕으로 지속가능한 경영을 펼쳐 나가겠습니다.

생존

생존은 기업을 비롯한 모든 조직의 1차 목표이자 가장 중요한 사회적 책임입니다. 이를 위해 비용관리, 경영관리, 인적자원관리에 노력을 기울이고 있습니다.

속도

기업은 성장을 통해 부가가치를 창출합니다. 정확한 방향성과 외부 환경에 대한 신속한 반응을 통해 모든 이해관계자와의 동반성장을 추구합니다.

균형

모든 이해관계자와 함께 창출한 부가가치는 균형 잡힌 분배를 통해 애터미와 우리 사회 및 소비자와의 공진화를 추구합니다.

경영방침

에터미의 비전은 정직과 선함으로 고객의 성공을 추구하는 초일류 유통기업입니다. 이를 위해 고객의 성공, 유통의 허브, 초일류 기업의 경영목표와 원칙중심, 동반성장, 나눔의 문화를 바탕으로 최선을 다하겠습니다.

비전

정직과 선함으로 고객의 성공을 추구하는 초일류 유통기업

경영목표

고객의 성공

고객을 수단이 아닌 목적으로 생각합니다. 고객만족과 고객 감동을 넘은 고객의 성공이 우리의 궁극적인 목표입니다.

유통의 허브

전 세계 어디서든 절대품질 절대가격을 갖춘 제품을 찾아 공급하는 전략으로 다양한 상품과 서비스를 유통시키겠습니다.

초일류 기업

정직과 선함이 최고의 전략이라는 정선상략(正善上略)의 철학을 바탕으로 초일류기업을 지향하겠습니다.

3대문화

원칙중심의 문화

인류 보편적 가치를 실현하는 것으로 사회의 모든 이들에게 이익이 되도록 움직입니다.

동반성장의 문화

에터미 회원, 소비자, 그리고 지역사회가 함께 성장해 나가는 것입니다.

나눔의 문화

에터미가 세상과 소통하며 사랑하는 방법입니다.

CORPORATE IDENTIFY



에터미 블루
PANTONE 2995C
C83 M1 Y0 K0 /
R0 G181 B239

블루 색상은 고객 성공을 지향하는 사람 중심의 기업 정신과 미래를 위한 희망을 상징합니다.

에터미 화이트
WHITE
CO M0 Y0 K0 /
R255 G255 B255

화이트 색상은 깔끔한 에터미의 제품 이미지를 표상합니다. 더불어 순수함을 상징하여 투명하고 정직한 에터미의 정신을 담고 있습니다.

글로벌 애터미

창립 이듬해인 2010년 5월 미국 진출을 시작으로 2022년 12년 말 기준 총 26개의 현지법인을 보유하고
 며 글로벌 유통기업의 면모를 갖추어나가고 있습니다. 2022년 브라질, 우즈베키스탄, 몽골 법인에서 공식
 영업을 시작했으며 2023년에는 EU 법인을 오픈하였습니다.

| | | |
|---|--|---|
| 한국 주식회사 애터미오롯, 주식회사 실로아트, 주식회사 아자, 홍삼단 주식회사 | 홍콩 Atomy ASIA PACIFIC LIMITED | 캄보디아 Atomy Cambodia Co., Ltd. |
| 대만 Atomy Taiwan Co., Ltd. A1 Technology Co., Ltd. | 일본 Atomy Japan Associated Company | 몽골 GLOBAL ATOMY MONGOLIA LLC |
| 인도네시아 PT. Atomy Indonesia Inc. PT. Atomy Indonesia Group | 말레이시아 Atomy Malaysia Sdn. Bhd. | 우즈베키스탄 ATOMY SILK ROAD |
| 중국 Atomy China Co., Ltd. | 싱가포르 Atomy Distribution Pte Ltd. | 인도 ATOMY ENTERPRISE INDIA PR |
| | 태국 Atomy Co., Ltd.(Thailand) | 카자흐스탄 ATOMY KAZAKHSTAN LLP |
| | 필리핀 Atomy Philippine Distribution Trading Inc. | 키르기스스탄 LLC Atomy Kyrgyzstan |

04
EUROPE

16
ASIA

러시아
LLC Atomy Russia
유럽
Atomy Europe GmbH *23년 오픈
영국
Atomy Distribution Limited
튀르키예
ATOMY TURKEY KOZMETIK VE
Ararat Trading Inc.

뉴질랜드
ATOMY NEW ZEALAND LIMITED
호주
Atomy Oceania Pty Ltd.

02
OCEANIA

GLOBAL HISTORY

2009년 창립한 애터미는 지구촌 모든 생산자와 소비자를 연결하는
 글로벌 유통의 허브로 도약하고 있습니다.



- 2009 06 애터미 주식회사 설립
- 2010 첫 해외 진출, 미국법인(시애틀) 오픈
- 2011 캐나다법인(밴쿠버), 일본법인(도쿄) 오픈
12 한국법인 500만불 수출의 탑 수상
- 2013 12 한국법인 1,000만불 수출의 탑 수상
12 글로벌 통합 회원 145만 명 돌파(한국법인 동종업계 1위)
- 2014 대만법인(카오슝) 오픈
12 한국법인 헤모힘 연간 매출 1,000억원 돌파
- 2015 싱가포르법인(싱가포르) 오픈
12 한국법인 2,000만불 수출의 탑 수상
- 2016 말레이시아법인(쿠알라룸푸르), 필리핀법인(마닐라), 캄보디아법인(프놈펜) 오픈
08 첫 GSGS 제품 출시
12 한국법인 3,000만불 수출의 탑 수상
- 2017 태국법인(방콕), 멕시코법인(멕시코시티) 오픈
12 한국법인 5,000만불 수출의 탑
- 2018 러시아법인(모스크바), 인도네시아법인(자카르타), 호주법인(멜버른) 오픈
02 한국유통법학회 유통혁신 대상 수상
12 한국법인 7,000만불 수출의 탑 수상
- 2019 04 한국법인 헤모힘 누적 판매액 1조 돌파
12 한국법인 1억불 수출의 탑 수상
12 한국법인 업계 최초 소비자중심경영(CCM) 우수기업 인증
- 2020 인도법인(구루그람), 홍콩법인(구룡), 콜롬비아법인(보고타), 중국법인(엔타이) 오픈
12 한국법인 한국무역협회 브랜드탑 수상
- 2021 뉴질랜드법인(오클랜드), 터키법인(이스탄불), 영국법인(길퍼드), 카자흐스탄법인(알마티), 키르기스스탄법인(비슈케크) 오픈
11 한국법인 애플루트 셀렉티브 스킨케어 특허청 세종대왕상 수상
12 한국법인 소비자중심경영(CCM) 2회 연속 인증
12 한국법인 3억불 수출의 탑 수상
- 2022 브라질 법인(상파울루), 몽골 법인(울란바토르), 우즈베키스탄 법인(타슈켄트) 오픈
02 일본 법인 소비자지향경영 자추선언 인정
04 DSN(Direct Selling News) 글로벌 직접판매기업 TOP10 선정
09 헤모힘 누적매출 2조 돌파, 국내 건기식 수출액 1위
12 한국 법인 CCM 인증기업 우수상 수상

제품 포트폴리오

주력 제품인 건강기능식품 헤모힘과 애플솔루트 셀렉티브 기초화장품을 비롯해 뷰티, 헤어&바디, 리빙&홈데코, 가전, 패션, 식품 등 7개 카테고리에 553개의 제품을 취급하고 있습니다.

| | |
|-------------------|--|
| 건강식품 | 헤모힘, 기초영양, 성분(기능성), 체중조절식, 키즈, 건강지향 |
| 뷰티 | 기초화장품, 메이크업, 미용기기/소품 |
| 헤어&바디 | 오랄케어, 헤어용품, 바디케어, 핸드/풋케어, 에센셜오일, 키즈&맘케어 |
| 리빙&홈데코 | 세제, 주방용품, 위생용품&화장지, 욕실용품, 생활용품, 홈데코&침구, 반려동물 |
| 가전 | 생활가전, 환경가전, 뷰티가전, 필터 및 소모품 |
| 패션 | 의류, 언더/이너웨어, 잡화/슈즈, 굿즈 |
| 식품 | 농수산물, 음료, 간편식, 양념 |

*2022년 기준

애틀미 헤모힘

한국원자력연구원 개발 개별인증형 1호 건강기능식품

1997년 한국원자력연구원의 국책 프로젝트로 개발된 헤모힘은 2006년 식품의약품안전처의 기능 및 안전성 평가를 통과, 면역기능 개선에 도움을 줄 수 있는 개별인증형 건강기능식품원료 1호로 등록되었습니다.

누적 판매 2조 2천억 원, 글로벌 16개 특허 보유

한국원자력연구원에서 8년의 개발 기간동안 연구비 50억을 투자해 탄생한 헤모힘은 한국을 비롯해 미국, 캐나다, 호주 말레이시아, 인도네시아 등 전 세계 소비자들의 사랑을 받고 있습니다. 또한, 한국, 미국, 일본, 유럽 4개국 특허를 포함하여 총 16개 글로벌 특허를 보유하고 있습니다.

‘글로벌 명품 건강기능식품’ 등극

애틀미를 대표하는 히트상품 중 하나인 헤모힘은 2021년 6,048만 달러의 수출을 기록하며 4,832만 달러를 수출한 홍삼을 제치고 국내 건강기능식품 가운데 가장 많은 수출액을 기록했습니다. 또한 9년 연속 업계 1위로 명실상부 K-헬스의 세계화를 이끌어 가는 제품으로 자리매김 했습니다. 애틀미를 대표하는 히트상품 중 하나인 헤모힘은 글로벌 연간 3,000억 원에 육박하는 매출을 올리고 있습니다.

*식품의약품안전처 2021 식품 등의 생산실적자료(2022년 발표)

양은 늘리고 가격은 낮추고, 30포에서 60포까지

애틀미는 제조사와의 협업으로 대량생산을 통해 원가를 절감, 판매가를 기존 판매가의 최대 20% 수준으로 인하할 수 있었습니다. 이후 대량생산과 소비를 통해 원가는 더욱 절감되었고 30포에서 60포까지 용량을 늘림으로써 절감된 원가를 소비자들에게 환원하였습니다.

애틀미 헤모힘의 3가지 핵심 포인트

| 면역세포 활성화 | 사이토카인 생성 | NK Cell 활성화 |
|--------------------------------------|--------------------------------|---|
| 생체 방어 능력을 향상시켜 주는 면역 세포를 활성화하는 것을 의미 | 면역 체계에서 중심 역할을 하는 매개 물질 생성을 의미 | NK Cell은 인간 골수에서 생성되며, NK Cell활성이란 몸에 해로운 세포를 파괴하는 면역세포 활성화를 의미 |

애틀미 헤모힘의 변화



에터미 애플루트 셀렉티브 스킨케어

화장품 최초 기술특허대상 세종대왕상 수상

2017년 9월 출시된 에터미 애플루트 셀렉티브 스킨케어는 스킨케어 6시스템의 4대기술을 업그레이드 하고 두 개의 핵심기술(소재기술과 전달기술)을 더해 만들어진 프리미엄 기초 라인으로 매년 1,000억 원 매출을 기록하는 또 하나의 대표제품입니다.

화장품 업계 최초 4관왕 달성

에터미 애플루트 셀렉티브 스킨케어는 특허기술상인 'IR52 장영실상'과 'NEP인증'에 이어 화장품 최초로 대한민국 특허청 '세종대왕상'을 수상했습니다. IR52 장영실상은 조선시대 대표적인 과학자인 장영실의 이름을 따서 만든 상으로 기업의 연구 성과를 발굴하여 1년 52주 동안 매주 1개의 기술 제품을 시상하고 있습니다. NEP인증은 New Excellent Product의 약자로 국내에서 최초로 개발되거나 기존 기술을 혁신적으로 개선해 적용한 제품을 엄선해 부여됩니다. 애플루트 셀렉티브 스킨케어는 화장품로서는 두 번째로 NEP인증을 받았습니다. 2021년에는 특허청과 중앙일보에서 주관하는 특허기술상 특허·실용신안 부문에서 세종대왕상을 수상했습니다. 특허기술상은 혁신적인 신기술이나 난이도가 높은 기술 중 산업 발전에 기여도가 높은 특허를 발굴하여 정부에서 특허청을 통해 시상하는 제도로 이중 세종대왕상은 가장 높은 등급의 상입니다. 2022년에는 산업통상자원부에서 향후 7년 이내에 세계 시장 점유율 톱 5위 이상이 될 가능성이 높은 상품과 생산기업에게 부여하는 제도인 차세대 세계 일류 상품 인증을 받았습니다. IR52 장영실상, NEP인증, 세종대왕상, 차세대 세계 일류상품까지 4관왕을 달성함으로써 높은 수준의 기술력과 상품성을 증명하였습니다.



IR52장영실상 2020
한국산업기술진흥협회
6종 전 라인 수상



NEP인증 2020
국가기술표준원
ODM 최초



세종대왕상 2021
특허청
화장품 최초



차세대 세계일류상품 2022
산업통상자원부
6종 전라인 수상



경제적 성과

지난 2007년 이후 지속적인 성장 추세를 보였던 네트워크마케팅 시장이 지난 2016년부터 미미한 감소세로 돌아섬에도 불구하고 에터미는 2022년에도 사상 최대의 매출을 기록하며 13년 연속 성장을 이룩했습니다. 글로벌 임직원 수 또한 767명을 기록하며 고용창출에도 기여하고 있습니다. 또한, 충남 공주시로 본사 이전 후 2014년부터 2022년까지 누적 224억 원의 지방법인세를 납부하며 공주시 재정확충에 기여하고 있습니다. 2021년에는 충남 지역 기업으로서는 최고 수출탑인 3억불 수출의 탑을 수상했습니다.

성장을 거듭하다

에터미의 글로벌 통합 매출액은 2010년 891억 원에서 2022년 2조 원을 넘어서며 12년 새 24배 이상 성장했습니다. 성장과 더불어 효율적인 경영활동을 통한 고정비 절감으로 영업이익률도 매년 두 자릿수를 기록하고 있습니다. 2022년 한국법인의 영업이익률은 11.5%로 국내 매출 상위 500대 기업 내 유통업 중 가장 높은 영업이익률을 기록하고 있습니다.

| 구분 | 영업이익률 | 영업이익 | 매출액 |
|-------------------------------|-------|------------|--------------|
| 에터미 한국법인 | 11.5% | 1,421억원 | 1조 2,388억원 |
| 국내 매출 상위 500대기업 내 유통업 45개사 합계 | 1.5% | 3조 4,011억원 | 224조 6,423억원 |

글로벌 수출기업으로 우뚝 서다

국내 토종 네트워크마케팅 기업 중 해외시장 개척에 성공한 첫 번째 기업으로, 수출비중이 높은 국내 경제에도 도움을 주고 있습니다. 에터미는 2022년 말 기준 26개의 현지법인을 통해 소비자중심 네트워크 마케팅을 펼치고 있으며 2011년 500만불 수출의 탑 수상을 시작으로 매년 수출액을 늘려 2013년 1000만불, 2015년 2000만불, 2016년 3000만불, 2017년 5000만불, 2018년 7000만불, 2019년 1억불에 이어 2021년 3억불 수출의 탑을 수상했습니다. 2009년 창립 이후 2022년 12월까지의 누적 통산 수출액은 12억 달러를 넘었으며, 2021년 충청남도 도내 기업으로는 가장 높은 수출의 탑인 3억불 수출의 탑을 수상했습니다.

글로벌 수출 기록



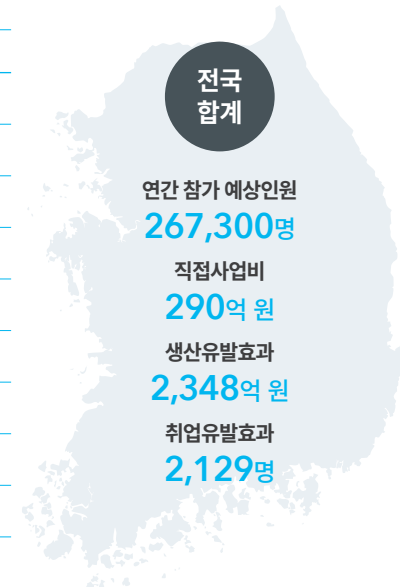
지역경제를 책임지다

애틀미의 성장은 애틀미 본사가 위치한 공주시는 물론 매달 석세스아카데미가 열리는 각 지역의 경제 발전에도 많은 영향을 끼쳤습니다. 또한 2019년 완공된 신사옥과 식품 클러스터 ‘애틀미 오롯’은 많은 애틀미 회원들의 방문과 신규 채용을 통해 공주시 지역 경제를 활성화시키고 있습니다. 한상린 한양대학교 교수의 ‘유통산업 경제적 파급효과’에 따르면 애틀미의 경제적 파급효과는 생산유발효과 약 3조 원, 부가가치유발효과 약 1조 원 등 4조 원이며 1만 4,500여 명의 취업유발효과를 가져왔습니다. 또한, 한국관광공사 MICE 통계 기준에 따르면 애틀미 세미나 개최에 따른 지역별 경제적 파급효과는 생산유발효과 2,348억 원, 취업유발효과 2,129명에 이릅니다.

애틀미 세미나 개최에 따른 지역별 경제적 파급효과

| 지역 | 연간 참가 예상인원 | 경제유발효과(K-MICE경제적 파급효과 산출 기준) | | |
|----|------------|------------------------------|--------|--------|
| | | 직접사업비 | 생산유발효과 | 취업유발효과 |
| 서울 | 22,560명 | 25억 원 | 199억 원 | 180명 |
| 인천 | 18,000명 | 20억 원 | 159억 원 | 144명 |
| 수원 | 21,600명 | 24억 원 | 191억 원 | 173명 |
| 경주 | 34,560명 | 38억 원 | 305억 원 | 276명 |
| 부산 | 12,800명 | 14억 원 | 113억 원 | 102명 |
| 변산 | 15,000명 | 17억 원 | 134억 원 | 120명 |
| 홍천 | 21,600명 | 24억 원 | 190억 원 | 173명 |
| 보은 | 19,380명 | 22억 원 | 172억 원 | 156명 |
| 공주 | 64,800명 | 66억 원 | 562억 원 | 510명 |
| 원주 | 37,000명 | 40억 원 | 323억 원 | 295명 |

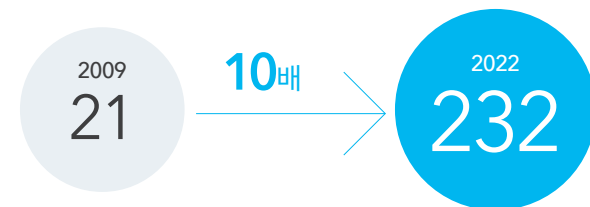
※한국관광공사 MICE 통계 기준



고용창출에 앞장서다

국내 본사 임직원 수는 2009년 21명에 불과했으나 2022년 말 232명으로 10배 이상 증가했고, 해외법인 임직원 수는 2022년 말 468명을 기록하고 있습니다. 또한, 협력사 고용인원도 2022년 10,121명에 달하는 등 간접 고용창출에도 힘쓰고 있습니다.

국내 본사 임직원 수



2022년 해외법인 임직원 수

468명

2022년 협력사 고용인원

10,121명

지배구조 및 이사회

주식의 종류 및 의결권

2022년 말 기준 자본금은 10억 원, 총 발행주식 수는 200,000주이며 우선주 없이 보통주 100%로 구성되어 있습니다. 또한, 1주당 1의결권 원칙을 따르고 있으며, 차등의결권 제도를 두고 있지 않습니다. 2022년 말 기준 의결권이 부여된 주식은 200,000주(전체 발행 주식의 100%)입니다.

| 구분 | 발행주식 수 | 비율 |
|---------------|----------|------|
| 우선주 | 0주 | 0% |
| 보통주-의결권 있는 주식 | 200,000주 | 100% |
| 보통주-자기주식 | 0주 | 0% |
| 합계 | 200,000주 | 100% |

지배구조 및 이사회

이사회는 3명의 사내이사와 1명의 감사를 포함하여 총 4명으로 구성되며 모두 주주총회에서 선임하고 있습니다. 박한길 대표이사가 의사회 의장이며 1명의 여성 사내이사를 두고 있습니다. 이사회는 ESG를 포함한 모든 경영목표에 대한 의사결정을 하는 최고의사결정기구로 중대성평가를 통해 선정한 핵심이슈를 이사회 의제에 반영하여 평가하며 개선할 수 있는 방안을 강구합니다. 앞으로도 애틀미는 이사회를 통해 ESG이슈에 관한 다양한 의제가 논의될 수 있도록 투명한 경영환경을 조성하여, 모든 이해관계자의 행복과 기업의 지속적인 성장을 위해 최선의 노력을 다하겠습니다.

이사회 구성현황

| 구분 | 성명 | 성별 | 나이 | 직책 | 전문분야 |
|------|-----|----|-----|----------|---------------|
| 사내이사 | 박한길 | 남 | 67세 | 대표이사, 회장 | 경영총괄 |
| 사내이사 | 최승곤 | 남 | 62세 | 대표이사 | 해외사업 및 디지털 혁신 |
| 사내이사 | 도경희 | 여 | 65세 | 부회장 | 조직문화 및 사회공헌 |
| 감사 | 권석균 | 남 | 58세 | 상무이사 | 재무회계 및 결산 |

이사회 운영현황

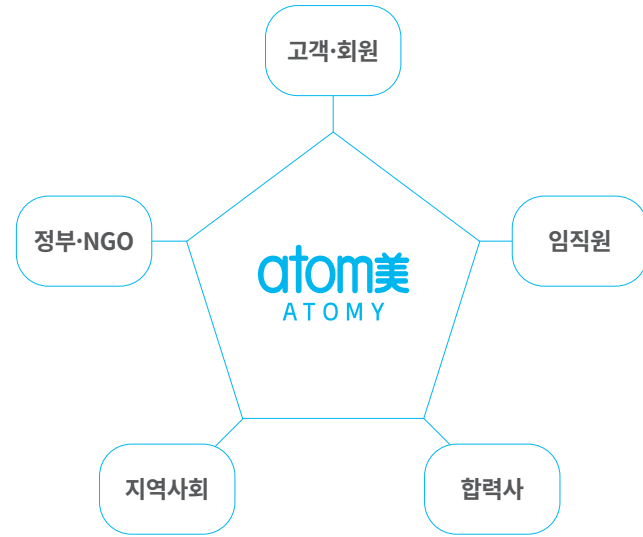
분기별 1회 개최를 원칙으로 필요 시 수시로 소집하여 주요 안건에 대해 심의·결의합니다. 2022년 한 해 동안 24회의 이사회를 개최하여 45건의 안건을 심의·결의하였고 참석률은 100%입니다. 또한, 이사회 운영에 있어 경영상 변동에 관한 주요 사항은 최소 30일 전에 통지하는 것을 원칙으로 하고 있습니다.

이사회 운영현황

| 구분 | 2020 | 2021 | 2022 |
|-------------|------|------|------|
| 총 이사회 개최 횟수 | 35회 | 25회 | 24회 |
| 논의 안건 수 | 66건 | 69건 | 45건 |
| 사내이사 참석률 | 100% | 100% | 100% |
| 감사 참석률 | 100% | 100% | 100% |

이해관계자 소통

경영활동에 영향을 주고 받는 조직 내부 및 외부의 주체를 이해관계자로 정의하고 고객·회원, 임직원, 협력사, 지역사회, 정부·NGO 총 5개 그룹의 소통채널을 운영 중에 있습니다. 애타미는 소통채널 및 중대성평가를 통해 이해관계자의 관심이슈를 파악하고 이에 대한 정책방향을 강구하여 실천 중에 있습니다. 내부 이해관계자인 임직원을 대상으로 고충상담소를 통해 불만사항 또는 개선사항을 파악하며, 외부 이해관계자인 고객·회원, 협력사, 지역사회, 정부·NGO의 상반되는 의견도 수렴하여 상충되는 의견을 합의하는 방법을 모색합니다. 앞으로도 이해관계자의 의견을 경청하고 지속가능경영 전반에 적극적으로 반영하여 소통에 힘쓰겠습니다.



이해관계자 소통

| | 고객·회원 | 임직원 | 협력사 | 지역사회 | 정부·NGO |
|--------------------|---|--|--|---|---|
| 관심이슈 | <ul style="list-style-type: none"> · 제품품질 및 안전 · 책임 있는 마케팅 · 고객의 만족도 제고 및 브랜드관리 · 인권 및 다양성 존중 | <ul style="list-style-type: none"> · 임직원 역량강화 · 일하기 좋은 근로환경 조성 · 안전한 근로환경 · 인권 및 다양성 존중 | <ul style="list-style-type: none"> · 협력상생 정책 및 활동강화 · 협력사와의 투명하고 윤리적인 거래 · 협력사 지속가능성 관리 · 인권존중 | <ul style="list-style-type: none"> · 지역사회를 위한 사회공헌 및 동반성장 · 지역사회 환경보호 · 지역경제 활성화 · 고용창출 | <ul style="list-style-type: none"> · 정부·NGO를 위한 사회공헌 및 동반성장 · 탈플라스틱 및 탄소중립 · 컴플라이언스 · 간접경제효과 |
| 소통채널 (진행빈도) | <ul style="list-style-type: none"> · 기업사이트, 쇼핑몰(수시) · 채널 애타미, SNS(수시) · 애타미 티켓(수시) · 석세스아카데미 등의 각종 세미나(월1회 이상) · 리더스 및 글로벌리더스 컨퍼런스(월 2회) · 고객행복센터(수시) · 분과위원회(월 1회) | <ul style="list-style-type: none"> · 월례회의(월 1회) · 전략회의(주 1회) · 팀장회의(주 1회) · 애타미 칼리지(연 1회 이상) · 해외사업부 주간미팅(주 1회) · 글로벌 상품위원회(월 1회) | <ul style="list-style-type: none"> · 협력사 간담회(연 1회) · 협력사 마케팅 포럼(분기 1회) · 협력사 정기미팅(주 1회) | <ul style="list-style-type: none"> · 지역협의회 미팅(수시) · 지역언론사(연 1회) | <ul style="list-style-type: none"> · 이해관계자 대화(월 1회) · 협업 및 후원(수시) |
| 소통 내용 | <ul style="list-style-type: none"> · 기업, 제품 정보 및 뉴스제공 · 기업, 제품, CSR 등 각종 콘텐츠 제공 · 세미나 정보 제공 및 신청 서비스 · 기업 및 비즈니스 정보 제공 · 리더 회원 대상 기업 정보 제공 · 고객 문의사항 접수 및 답변 · 회원 의견 수렴 창구 | <ul style="list-style-type: none"> · 월간미팅 및 사내정보 공유 · 주요 전략사항에 대한 공유 · 부서간 주요 업무사항 교류 · 기업가치 내재화 · 해외사업 본부별 주요 이슈 사항 교류 · 경영진 임직원 제품개발 내용 교류 | <ul style="list-style-type: none"> · 애타미 비전, 정책, 윤리, 문화 공유 · 트렌드 PT, 애타미·협력사 경영진 담화 · 제품 개발 관련 의견 교환 | <ul style="list-style-type: none"> · 지역 내 협력방안 교류 및 취약계층지원 협력 · 지역 언론인 간담회 | <ul style="list-style-type: none"> · 해외아동 구호활동 관련 협력방안 구상 · 미혼모 지원 및 복합커뮤니티센터건립 협력 · 사회복지 정보 공유 및 협력방안 구상 · 전국재해예방 및 구호 |

이해관계자 설문조사

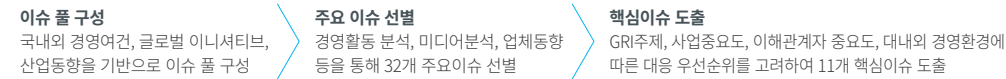
2022년 3월 25일부터 29일까지 내부 및 외부 이해관계자 213명을 대상으로 애타미의 지속가능경영 수준을 진단하고 이해관계자의 의견을 경청하여 지속가능경영전략을 수립하기 위해 설문조사를 실시했습니다. 설문조사에는 중대성평가를 통해 선별된 32개 주요이슈를 바탕으로 이슈별 중요도 및 활동평가에 대한 내용을 담았습니다. 설문조사 결과 정부·NGO를 위한 사회공헌 및 동반성장, 지역사회를 위한 사회공헌 및 동반성장 등의 활동평가 점수가 4.35점 이상으로 활발하게 활동하고 있다고 평가되었습니다. 애타미는 응답결과를 통해 선정된 핵심이슈를 지속가능경영 전반에 반영하기 위해 노력하겠습니다.

| 이해관계자별 관심 이슈 및 소통 내용 | 지속가능경영 주요이슈 중요도 (5점 만점) | 지속가능경영 주요이슈 활동평가 (5점 만점) |
|------------------------|-------------------------|--------------------------|
| 지역사회를 위한 사회공헌 및 동반성장 | 4.48 | 4.48 |
| 탄소중립(온실가스 저감) | 4.49 | 4.49 |
| 안전한 근로환경 | 4.50 | 4.50 |
| R&D 및 혁신역량 강화 | 4.50 | 4.50 |
| 전사 리스크 관리체계 구축 | 4.50 | 4.50 |
| 친환경 제품개발 확대 | 4.52 | 4.52 |
| 임직원 역량강화 | 4.53 | 4.54 |
| 지속가능한 소비문화 장려 | 4.53 | 4.53 |
| 제품, 자원과 서비스의 지속가능성 향상 | 4.54 | 4.54 |
| 일하기 좋은 근로환경 조성 | 4.54 | 4.54 |
| 고객의 건강증대 및 편의향상 | 4.54 | 4.54 |
| 임직원 인권 및 다양성 존중 | 4.54 | 4.54 |
| 탈플라스틱 및 친환경 패키징 개발 | 4.55 | 4.55 |
| 정부·NGO를 위한 사회공헌 및 동반성장 | 4.55 | 4.55 |
| 협력사 지속가능성 관리 | 4.57 | 4.57 |
| 회원 역량강화 | 4.57 | 4.57 |
| 협력상생 정책 및 활동강화 | 4.58 | 4.58 |
| 협력사와의 투명하고 윤리적인 거래 | 4.59 | 4.59 |
| 회원 인권 및 다양성 존중 | 4.60 | 4.60 |
| 고객정보보호 | 4.62 | 4.62 |
| 글로벌 시장확대 및 성과창출 | 4.62 | 4.62 |
| 인권존중 및 보호 | 4.63 | 4.63 |
| 고객의 만족도 제고 및 브랜드관리 | 4.64 | 4.64 |
| 책임 있는 마케팅 | 4.67 | 4.67 |
| 윤리 및 준법경영 | 4.69 | 4.69 |
| 제품품질 및 안전 | 4.74 | 4.74 |

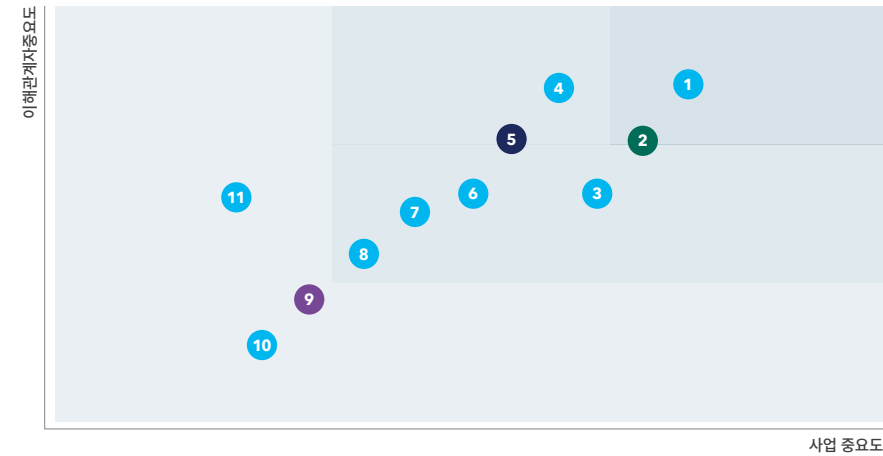
중대성 평가

실제 및 잠재적 영향의 긍정 및 부정적 측면을 고려해 이해관계자 및 경영에 영향을 미치는 지속가능경영 이슈를 식별하고 중점적으로 관리하기 위해 중대성평가를 실시했습니다. 이슈 식별을 위해 국내외 경영여건, 글로벌 이니셔티브, 산업동향을 기반으로 이슈풀을 구성하였고 경영활동 분석, 미디어 분석, 업체동향 등을 통해 32개 주요 이슈를 선별했습니다. 마지막으로 GRI 각 주제지표와 사업 연관성, 이해관계자 중요도, 대내외 경영환경에 따른 대응 우선순위를 고려하여 11개의 핵심이슈를 도출했습니다. 도출된 핵심이슈는 실무부서 및 이사회의 보고를 거쳐 애터미의 지속가능경영 추진전략에 반영했으며, 핵심이슈에 대한 정기적 평가를 통해 ESG 경영이 내재화될 수 있도록 노력할 것입니다.

중대성 평가 프로세스



중대성 평가 프로세스



- 1 제품품질 및 안전
- 2 탈플라스틱 및 친환경패키징개발
- 3 협력상생 정책 및 활동강화
- 4 고객의 만족도
- 5 글로벌 성과창출
- 6 지역사회 동반성장
- 7 회원 및 임직원 역량강화
- 8 정부 동반성장
- 9 전사 리스크
- 10 윤리 및 준법경영
- 11 인권존중 및 보호

경제 사회 환경 지배구조

| 중대성 평가 핵심이슈 표 | 사업 연관성 | | 이해관계자 중요도 | | | | | 전략과제 | GRI Index | UN SDGs | |
|--|--------|------|-----------|-------|-----|-----|------|------|---|---|--------|
| | 비용 | 수익창출 | 리스크 | 고객·회원 | 임직원 | 협력사 | 지역사회 | | | | 정부·NGO |
| ① 제품품질 및 안전 | ● | | | ● | ● | ● | ○ | ◐ | <ul style="list-style-type: none"> • 절대품질 • 절대가격 • 안전하고 강한 제품개발 | 414-1 / 416-2 / 417-1~417-3 | |
| ② 탈플라스틱 및 친환경패키징 개발 | ● | | | ◐ | ● | ● | ● | ● | <ul style="list-style-type: none"> • 플라스틱 제로화(제로 플라) 및 자원재생과 환경복원 • 글로벌 친환경 문화 확산 주도 | 301-1~301-3 / 305-1 / 305-2 / 306-1 / 303-2 | |
| ③ 협력상생 정책 및 활동강화 | | | ● | ○ | ○ | ◐ | ◐ | ◐ | <ul style="list-style-type: none"> • 협력상생 정책 및 지속가능성 관리 • 협력상생을 위한 지원 | 206-1 / 308-1 / 308-2 / 414-1 | |
| ④ 고객의 만족도 제고 및 브랜드관리 | | | ● | ● | ● | ◐ | ○ | ○ | <ul style="list-style-type: none"> • 고객의 만족도 제고 및 브랜드관리 | 416-2 / 417-1~417-3 / 418-1 | |
| ⑤ 글로벌 시장확대 및 성과창출 | | ● | | ● | ● | ● | ○ | ◐ | <ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 시장 확대 • 글로벌 성과창출 | 201-1 / 202-2 | |
| ⑥ 지역사회를 위한 사회공헌 및 동반성장 ⑧ 정부·NGO를 위한 사회공헌 및 동반성장 | ● | | | ● | ◐ | ◐ | ● | ◐ | <ul style="list-style-type: none"> • 지역사회를 위한 사회공헌 및 동반성장 • 정부·NGO를 위한 사회공헌 및 동반성장 • 임직원·회원이 함께하는 나눔문화 • 글로벌 나눔문화 | 413-1 | |
| ⑦ 회원 및 임직원 역량강화 | ● | | | ● | ● | ○ | ○ | ○ | <ul style="list-style-type: none"> <회 원> • 고객의 성공추구 및 역량강화 <임직원> • 임직원의 행복추구 • 임직원의 역량강화 | 401-2 / 401-3 / 404-1~404-3 | |
| ⑨ 전사 리스크 관리체계 구축 | | | ● | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | ◐ | <ul style="list-style-type: none"> • 리스크관리 체계구축 | 2-9~2-14 / 2-22~2-26 | |
| ⑩ 윤리 및 준법경영 | | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | <ul style="list-style-type: none"> • 윤리경영 체계구축 • 윤리경영 실천활동 | 2-23 / 2-26 / 2-27 / 206-1 | |
| ⑪ 인권존중 및 보호 | | | ● | ● | ● | ● | ◐ | ◐ | <ul style="list-style-type: none"> • 인권정책 수립 및 교육 | 405-1 / 405-2 / 406-1 / 411-1 | |

지속가능경영 추진체계

애틀미는 사업 전반의 ESG경영 내재화를 통해 지속가능한 경영을 펼치고자 합니다. 이를 위해 중대성 평가를 통해 도출한 핵심이슈를 바탕으로 '원칙 중심의 제품개발', '글로벌 친환경 선도기업', '지속가능한 공급망 구축', '인권존중 및 인재관리', '사회공헌 및 동반성장', '윤리경영 및 리스크관리', '안전보건'을 7대 중점분야로 설정하고, 중점 분야별로 전략과제에 따른 지속가능경영 로드맵을 수립하였습니다.

지속가능경영 추진전략

애틀미는 사업 전반의 ESG경영 내재화를 통한 지속가능한 성장전략을 바탕으로 초일류 글로벌 유통의 허브를 달성하고자 합니다. 중대성평가를 통해 도출한 핵심이슈를 바탕으로 '원칙 중심의 제품개발', '글로벌 친환경 선도기업', '지속가능한 공급망 구축', '인권존중 및 인재관리', '사회공헌 및 동반성장', '윤리경영 및 리스크관리', '안전보건'을 7대 전략과제로 설정하고 이를 실현해 나가겠습니다.



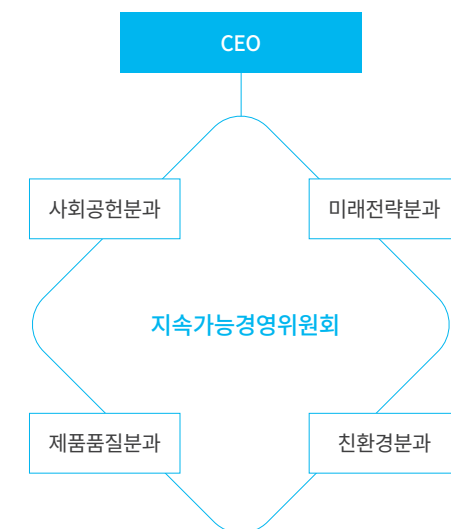
지속가능경영 로드맵

중점분야별로 전략과제를 수립하기 위한 분야별 로드맵을 설정하였습니다.



지속가능경영 추진조직

지속가능경영의 체계적인 추진을 위해 지속가능경영 분야별 팀을 개설하고 CEO 산하 지속가능경영위원회를 구축하였습니다. 이를 통해 지속가능경영 사안별로 대응하고 이사회 및 경영진과의 소통을 통해 전략과제의 관리 및 감독에 힘쓰겠습니다. 나아가 ESG정보 공개를 통해 모든 이해관계자들과의 소통에 힘쓰겠습니다.



지속가능경영 가치창출

애틀미는 지속가능경영 가치창출 프로세스를 바탕으로 가치를 창출합니다. 또한, 창출한 경제적 가치를 바탕으로 이해관계자에게 분배하여 공동의 발전을 도모합니다.

지속가능경영 가치창출 프로세스 경영활동에 있어 재무, 조달, 인적자원, 사회관계자원, 환경자원에 이르기까지 전체를 지속가능경영의 관점에서 바라보고 자원을 투입하여 가치를 창출합니다.



경제적 가치 창출액

고속성장을 거듭한 애틀미는 국내 네트워크마케팅 기업 최초로 국내 매출 상위 500대 기업에 진입했습니다. 회원에게 지급된 후원수당까지 합산 시 2022년 경제적 가치 창출액은 1조 9,914억 원으로 2020년부터 국내 네트워크마케팅 업계 매출 1위를 달성하기도 했습니다.

*경제적 가치 창출액: 매출액 및 회원 지급 후원수당 합계

경제적 가치 창출액 (단위: 백만 원)

| | |
|------|-----------|
| 2020 | 1,590,466 |
| 2021 | 1,930,682 |
| 2022 | 1,991,422 |

경제적 가치 분배액

경영학 교과서에 나오는 기업의 기본 목적은 '이윤 창출'이지만 애틀미는 그 너머의 사회적 가치에 시선을 두고 이해관계자와 함께 공동의 발전을 도모합니다. 이를 위해 직접적인 경제적 가치 발생과 분배(EVG&D)를 측정하여 지속가능경영 전략에 반영하고 있습니다. 애틀미는 2022년 연결기준 총 1조 9,914억 원의 가치를 창출하여 이 중 1조 6,528억원을 이해관계자와 분배하였고 분배액 또한 매해 증가하고 있습니다.

이해관계자별 경제적 가치 분배액 (단위: 백만 원)

| 구분 | 2020 | 2021 | 2022 |
|----------|-----------|-----------|-----------|
| 협력사 | 666,313 | 740,057 | 694,420 |
| 고객 및 회원 | 536,103 | 714,919 | 752,603 |
| 정부 | 39,135 | 60,513 | 42,654 |
| 임직원 | 36,554 | 50,520 | 78,153 |
| 사회 | 8,907 | 24,762 | 24,924 |
| 주주 및 투자자 | 19,584 | 20,000 | 60,000 |
| 채권자 | 3 | 5 | 59 |
| 합계 | 1,306,600 | 1,610,775 | 1,652,812 |

제품정책

에터미의 제품철학은 ‘대중명품(Masstige)’ 전략입니다. 대중명품은 대중(Mass)과 명품(Prestige)의 합성어로 가격은 대중적이나 품질은 명품이라는 뜻입니다. 같은 가격이면 최고의 품질을, 같은 품질이면 최저의 가격에 제품을 공급하는 것이 에터미의 철학이자 제 1의 제품전략입니다.



전략과제 및 주요활동

사회 구성원 모두가 믿고 쓰는 에터미가 되기 위해 절대품질 절대가격을 통한 대중명품 전략과 안전하고 건강한 제품개발 전략을 수행 중에 있습니다. 이를 통해 업계 최저 수준의 반품률인 0.2%를 기록하였습니다. 반면, 구매원가는 동종업계보다 약 20% 이상 높습니다.

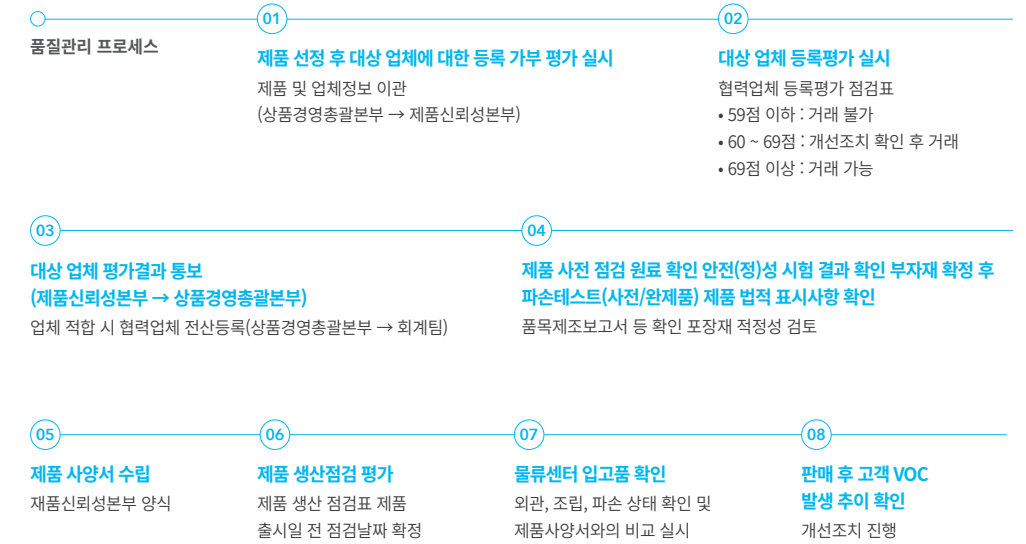
| 구분 | 2020 | 2021 | 2022 |
|----------------|-------|-------|-------|
| 에터미 | 0.19% | 0.21% | 0.22% |
| 직접판매 업계 평균 반품률 | 3.68% | 2.52% | 1.59% |

*공정거래위원회 다단계판매업자 주요 정보 발표 중 상위 30개사 기준



절대품질

절대품질의 제품은 절대적으로 좋은 원재료에서 시작됩니다. 에터미는 양질의 원재료 수급을 위해 필요한 경우 협력사에게 구매자금을 선지급합니다. 또한, 협력사와의 지속적인 품질강화 회의 및 품질관리 프로세스를 통해 좋은 품질의 제품을 공급하고자 노력합니다. 마지막으로 부정에 대해서는 협력사를 포함한 외부 이해관계자는 물론 내부 구성원 모두에게 무관용 원칙(Zero Tolerance Policy)을 적용하며 신뢰를 바탕으로 협력하고 있습니다.



| 회의명 | 내용 | 주기 |
|------------------------|-------------------------------|------|
| 포장재 품질강화를 위한 회의(화장품) | 화장품 부자재 관련 소비자 클레임 원인 분석 및 개선 | 월 1회 |
| 글로벌 품질 프로젝트 회의(건강기능식품) | 국가별/제품별 품질규격 협의 | 월 1회 |
| 신제품 품질 회의(건강기능식품) | 국내 제품 출시를 위한 품질규격 협의 | 월 1회 |

| 구분 | 내용 |
|----------------|--|
| 제품 생산점검 및 정기점검 | <ul style="list-style-type: none"> 점검일 당일 해당 제품이 생산되어야 하며, 원료의 계량부터 완제품 포장까지 모든 공정이 진행되어야 함 에터미와 약속된 원·부재료 사용 및 공정의 적법성 여부 소비자가 제품 수령 시까지의 제품 내용물 및 포장재의 온전성 여부 |
| 전문 3자 기관 점검 | <ul style="list-style-type: none"> 3자 전문 평가기관의 평가 및 진단을 통해 제품의 품질 향상성 기대 제품 안전사고 및 법규위반 등 잠재적 리스크를 줄이고, 3자 기관의 객관성과 전문성을 통한 신뢰성 제고 3자 기관 전문성을 활용한 공정 관리방법 및 개선활동을 통한 우수 공급업체 육성 평가의 객관성 확보 <p>국내 파트너 3자 기관: SGS 인증원, 한국표준협회, 한국뷰로베리타스 평가 제품군: 식품, 건강기능식품, 화장품, 생활용품 평가 운영: 연 1회 실시</p> |

절대품질

CASE 1. 특허 획득 및 출원을 통한 기술 혁신

에터미 헤모힘은 한국은 물론 일본, 미국, 유럽 4개국 특허를 포함하여 총 16개의 특허를 획득했습니다. 또한, 애플루트 라인에 사용한 '특화 전달 기술' 또한 국내는 물론 PCT 국제특허와 중국 특허 출원을 완료했습니다.

CASE 2. 무관용 원칙(Zero Tolerance Policy)

모든 직원과 협력사의 부정에 대해서는 '무관용 원칙'을 고수합니다. 상품의 선정 및 가격을 결정할 때도 청탁과 같은 어떠한 부정도 용납하지 않습니다. 상품의 선정은 상품위원회가 만족스러운 결과물이 나올 때까지 여러 차례 심의를 거치며 결정합니다.

CASE 3. 신선한 원재료 확보를 위한 자금 지원 - '간고등어'

에터미는 신선한 원재료 확보를 위해 자금을 지원하고 있습니다. 대표적인 예로 에터미 간고등어가 있습니다. 에터미 간고등어는 세계적으로 인정받는 노르웨이 고등어, 그 중에서도 육질 상태가 가장 좋은 겨울철 고등어를 잡은 즉시 영하 40°C 이하로 급속 냉동해 한국으로 가져옵니다. 이 과정에서 신선한 원재료 확보가 무엇보다 중요하기에 매년 고등어 구매 비용은 에터미에서 10~15억 원 가량 선지급합니다.

CASE 4. 판매가 아닌 가치를 제안하는 큐레이팅

에터미는 셀러(Seller)가 아닌 큐레이터(Curator)입니다. 에터미 상품경영총괄본부는 상품을 선정하기 위해 동종 상품을 비교 조사하고 원가 절감과 품질 향상 포인트를 찾아 개선 방안을 협의합니다. 경영자의 인품과 양심까지 확인하고 절대품질 절대가격의 확신이 설 때 비로소 에터미 상품으로 등록이 됩니다. 믿고 살 수 있는 상품을 제안하고 이를 통해 소비자의 시간과 비용을 아껴주는 것, 에터미가 큐레이팅하는 이유입니다.

절대가격

절대가격을 위한 에터미의 첫 번째 정책은 파트너십을 통한 원가절감입니다. 좋은 제품을 저렴한 가격으로 납품받기 위해 협력사의 생산라인을 개선하고 각종 설비를 확충하는 작업까지 기꺼이 함께합니다. 원가를 절감할 수 있는 부분이 있는지 살펴보고 구매과정도 지원합니다. 무조건 가격을 내리는 것이 아닌 협력사의 적정 이윤을 보장하는 선에서 해결 방안을 강구하는 것입니다. 두 번째로 효율적인 경영활동과 고정비 절감 노력을 통해 제품의 원가를 절감하고 있습니다. 에터미는 초창기부터 업무를 전산화하고 임직원들이 더 생산적인 일에 몰입할 수 있도록 하여 업무 효율을 높였습니다.

CASE 1. 업계 최저 반품률, 대중명품 지향

에터미 반품률은 업계 최저 수준인 0.2% 전후로 2009년 창업 이래 2022년까지 14년간 0.19%의 누적 평균 반품률을 기록하고 있습니다. 그 이유는 치열한 경영관리를 통해 원가 절감을 이뤄냈고, 이를 통해 고품질의 제품을 대중적인 가격으로 제공하기 때문입니다.

CASE 2. 생산라인 혁신을 통해 이뤄낸 원가절감, '1초 칫솔'

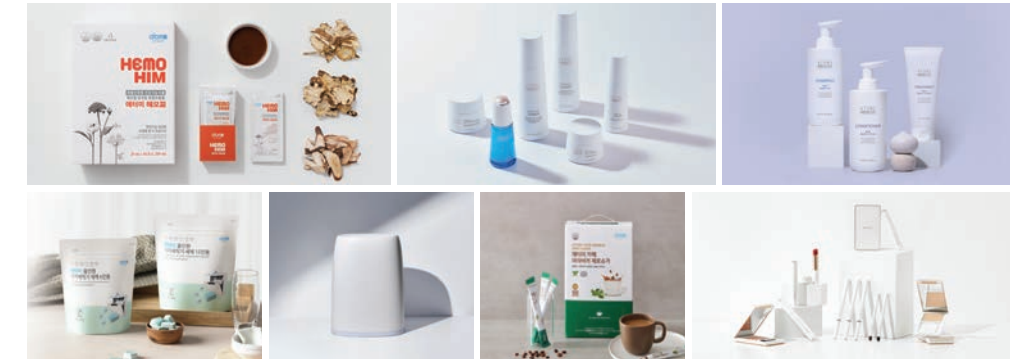
일상생활에 없어서는 안 될 기본적인 생필품인 칫솔 또한, 최저 가격으로 맞추기 위한 노력이 있었습니다. 1,600원~2,400원에 판매하던 제품을 990원에 팔기 위해 대량주문을 전제로 원료 구입부터 생산라인 개선까지 모든 분야에서 원가 절감을 실시했고, 생산라인 단순화 및 전체 공정 완전 자동화를 통한 생산 라인 혁신을 통해 절대가격을 현실로 만들었습니다. 이러한 노력으로 연간 3700만 개의 칫솔이 판매되고 있으며, 이는 1초에 1개씩 판매된다는 의미입니다.

안전하고 건강한 제품개발

안전하고 건강한 제품개발을 위해 신제품 및 판매제품에 대한 법적 기준규격을 충족하여 고객의 사용과 유통의 적합함을 보증합니다. 추가로 법적 기준규격 외 자사 기준을 별도로 설정하여 법적 기준규격 이상으로 강화하여 관리하고 있습니다.

제품 출시 현황

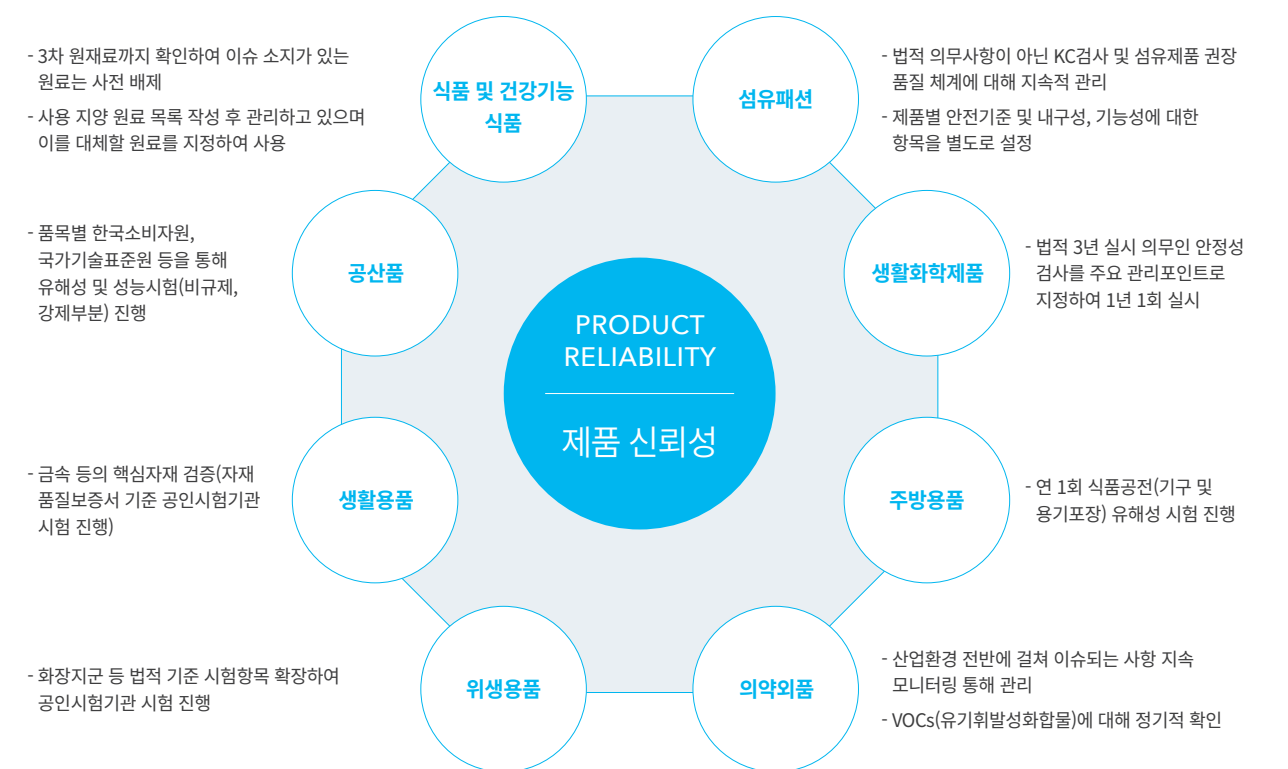
에터미는 건강식품, 기초화장품, 헤어&바디, 리빙에서 메이크업, 식품, 패션, 홈앤데코, 가전까지 확장하였으며 2022년 기준 553개의 제품을 취급하고 있습니다.



제품 신뢰성 강화 및 라벨링 정책

제품에 표시되는 모든 내용, 특히 '인증서, 성능(기능), 함량, 중량' 등 소비자들의 제품 선택에 영향을 주는 내용에 대해 시험성적서 발행(확인) 혹은 제조사 공정관리 기준으로 수립하여 제품에 표시되는 내용에 대해서는 객관적 적정성 확인을 위한 활동을 주기적으로 수행하고 있습니다.

에터미 제품 신뢰성 강화 정책



안전보건

애틀리에게 ‘사람’은 기업의 성공을 위한 수단이 아닙니다. 오히려 ‘기업’은 회원과 직원들이 행복해지는 수단이 되어야 합니다. 이를 위한 가장 기본적인 의무는 안전하고 건강한 제품 및 근로 환경을 제공하는 것입니다.

전략과제 및 주요활동

‘사회 구성원 모두가 안전하고 건강한 삶 구축’이라는 지향점을 달성하기 위해 안전한 근로환경 조성, 건강증진 활동, 안전보건 교육의 3가지 전략과제를 바탕으로 안전보건경영을 실천하고 있습니다. 이를 통해 애틀리의 업무 특성상 발생한 사망사고 건수 및 직업병 발병률은 3년 연속 0명을 기록하고 있으며, 사내동호회 운영과 공동체 의식 강화 프로그램을 적극 운영하여 전사적인 화합과 체력 증진을 위해 노력하고 있습니다. 또한 지속적인 안전보건 교육을 통해 안전보건 인식 내재화를 이뤄가고 있습니다.

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|---------|-------|-------|-------|
| 사망사고 건수 | 0 | 0 | 0 |
| 재해율 | 0 | 0.41% | 0 |
| 직업병 발병률 | 0 | 0 | 0 |

안전보건 전략과제 및 주요활동



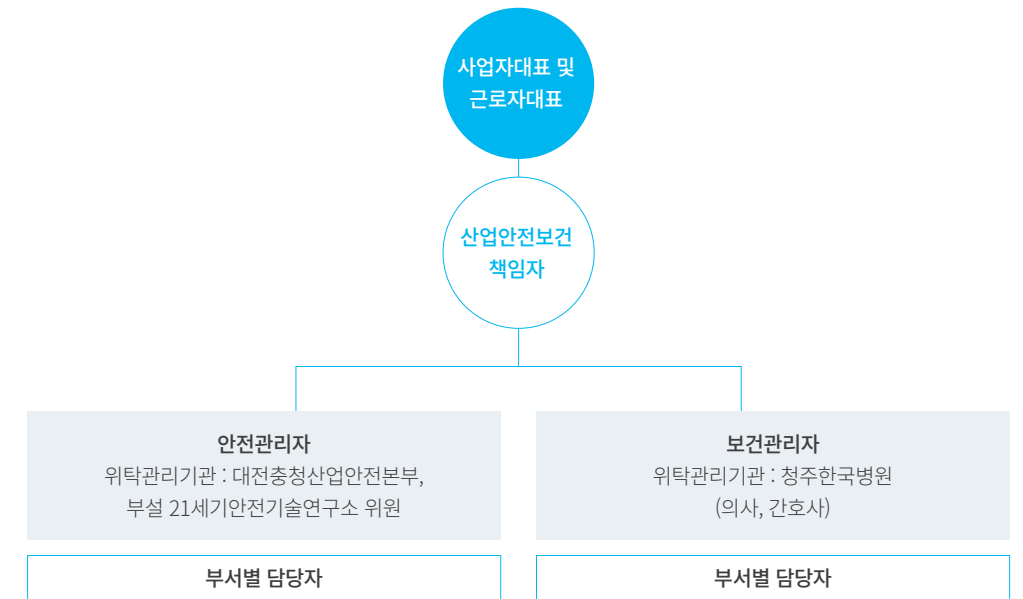
안전한 근로환경 조성 및 건강증진 활동

임직원의 질병 및 재해를 최소화하기 위해 산업안전보건위원회를 중심으로 안전보건 체계를 구축하였습니다. 또한, 임직원의 건강 및 심신증진을 위한 사내동호회 및 공동체 강화 프로그램과 건강상담 프로그램을 운영하여 임직원이 건강하고 활기찬 환경에서 근무할 수 있도록 지원합니다.

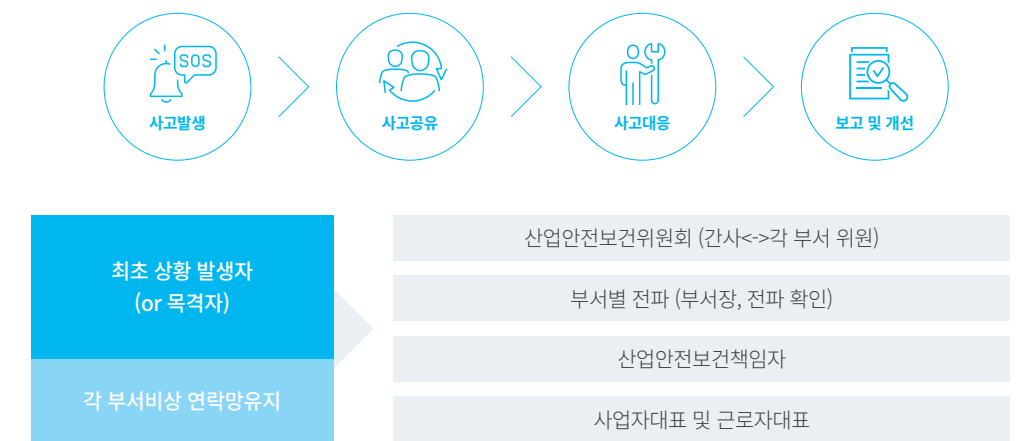
산업안전보건위원회

산업안전보건위원회를 분기별로 개최하여 체계적으로 안전보건 경영을 실천 중에 있습니다. 사업자 대표와 근로자 대표의 지휘 하에 산업안전보건책임자를 두고 있으며 위탁관리기관을 통해 안전관리자와 보건관리자를 두고 있습니다. 안전관리자의 경우 안전보건공단, 고용노동부, 공주소방서와 관련 정보를 공유하고 협력방안을 구상하며 보건관리자의 경우 질병관리본부, 공주의료원, 공주 보건소와 관련 정보를 공유하고 협력합니다.

산업안전보건위원회 조직도



사고대응 프로세스

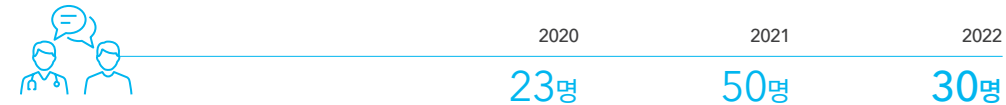


**안전한
근로환경 조성 및
건강증진 활동**

상담 프로그램 운영

보건복지부 인증 의료기관인 청주한국병원과 협업하여 방문 상담 프로그램을 운영 중에 있습니다. 작업 환경의학과 전문의 및 간호사와의 일대일 대면 상담을 월 1회 정기적으로 진행하고 있습니다.

상담 프로그램 상담인원



사내동호회 및 공동체 강화 프로그램 운영

임직원의 건강과 심신증진을 위해 사내동호회 및 공동체 강화 프로그램을 운영하고 있습니다. 건강증진을 위해 승마, 축구, 배드민턴, 농구, 여성풋살, 탁구, 골프, 테니스 등의 생활체육 활동을 적극 권장하고 물품 및 발전기금을 지원합니다. 또한, 사내밴드, 게임, 다트, 플라워클래스 등의 취미활동을 위한 교육비를 지원하여 건강하고 명량한 분위기 조성을 통한 심신안정을 도모합니다. 마지막으로 명량 체육대회, 애터미런 등의 공동체 강화 프로그램을 운영하여 전사적인 화합과 체력 증진을 위해 노력합니다.

사내동호회 및 공동체 강화 프로그램 운영

| | | |
|--|---------------------------------------|-------------------------------------|
| | | |
| 건강증진 승마, 축구, 배드민턴, 농구, 탁구, 여성풋살, 골프, 테니스 등 | 심신안정 사내밴드, 게임, 다트, 플라워클래스 등 | 공동체 의식 강화 명량 체육대회, 애터미런 등 |

**안전한
근로환경 조성 및
건강증진 활동**

코로나19 확산방지를 위한 선제적 강력 조치

정부의 코로나19 심각단계 이전에 선제적으로 대응하여 확산 방지 활동을 펼쳤습니다.

| 구분 | 내용 |
|------------------------------|--|
| 정부대응 지침준수 및 '심각단계' 이전 선제적 대응 | <ul style="list-style-type: none"> 2020년 1월 코로나 예방·대책본부 및 전용 게시판 개설 2020년 2월 전체 임직원 재택근무 시행, 온라인회의 전면 시행(회의 장비, 시스템 구입), 재택근무 환경 마련(원격 근무 시스템 도입) 오프라인 마케팅 세미나를 온라인으로 전면 시행, 오프라인 교육센터 집합금지 및 오프라인 운영 중단 |
| 지속적 예방활동 | <ul style="list-style-type: none"> 주기적 사육 전체 방역(세척, 소독) 시행 구내식당 개인 칸막이 설치, 시간대별 적정인원 관리 개인방역 물품 지속 지급(마스크 : 매주 배급, 손소독제 : 사육 내 상시 비치, 면역 관련 건강식품 : 사육 내 상시 비치) 출입자 확인(출입문 일원화, 자동발열 체크기 도입, 방문자 전자출입 명부 관리-QR인증 시스템) |

안전보건 교육

외부 전문 강사를 초빙하여 응급상황 시 빠르게 조치할 수 있도록 심폐소생술과 자동제세동기 사용교육, 화재교육 등을 실시하고 있으며, 향후 그 횟수를 점차 확대해 나가고자 합니다.

산업안전보건 관리시스템의 적용을 받는 근로자



*산업재해 등에 대비하여 정규직에 해당하는 임직원들을 대상으로 단체보험을 가입했습니다.

| | | | |
|--|--------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| | | | |
| 2020 코로나19 방역 지침 및 예방 교육 수시 게시 (전용 온라인 전사 게시판 운영) | 2020 코로나19 예방 관련 재강조 부서별 교육 | 2021 명사초청 사고예방 특강 (공주경찰서 서장) | 2022 CPR / 소방안전 교육 (공주소방서) |
| 교육시간 상시운영 교육인원 수 220명 | 교육시간 1시간 교육인원 수 220명 | 교육시간 2시간 교육인원 수 243명 | 교육시간 2시간 교육인원 수 150명 |

*애터미 본사 내 상근직원에게 대해 실시했습니다(중복인원을 포함한 누적인원기에 연도마다 편차가 존재합니다).

윤리경영 및 리스크관리

애틀미는 '원칙중심'의 경영철학에 기반하여 건강한 조직문화를 통해 윤리경영이 뿌리내릴 수 있도록 관련 정책과 행동원칙을 지속적으로 수립하며 강화해나가고 있습니다. 또한, 회원 및 임직원의 윤리의식 향상과 실천을 위한 기업윤리 캠페인, 교육 등을 시행하고 있으며 사회적, 윤리적 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다. 더불어 기업 리스크를 사전에 방지하고 관리할 수 있는 리스크 관리 체계 구축을 통해 리스크를 관리하고 사전에 방지하여 지속가능경영을 할 수 있도록 노력하고 있습니다.

전략과제 및 주요활동

애틀미는 원칙을 철저히 지켜나가는 문화야말로 애틀미의 지속 성장을 담보할 수 있는 가장 기본적인 요소임을 알기에 앞으로도 '원칙중심의 문화'를 통해 정도경영을 실천해나갈 것입니다.



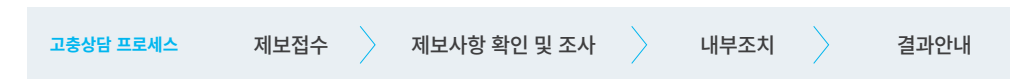
애틀미 DNA
 애틀미의 경영철학, 비전 등 10여 년의 발자취와 성과를 담았습니다.

기업문화 도서발간 및 공표

애틀미의 윤리경영 및 리스크관리를 포함한 지속가능경영의 의지를 도서로 출간해 목적과 실천의지를 대외적으로 선포하고 있습니다. 분기별로 CEO메시지를 포함한 매거진을 발간 중이며, 2021년에는 박한길 회장의 경영 철학을 담은 '애틀미 DNA' 발간을 통해 애틀미의 조직문화를 알렸습니다. 2022년에는 이화여대 경영대학 인사조직전략 전문가인 윤정구 교수와 협업하여 글로벌 ESG기업으로 도약한 애틀미의 사례를 공개한 도서를 발간했습니다.

행복한 직장생활을 위한 고충상담제도 운영

임직원을 위한 직장 내 고충상담제도를 운영하고 있습니다. 직장 내 괴롭힘이나 성희롱, 스트레스 피해, 윤리강령 위반 등을 포함하여 어떤 문제든지 편하게 논의할 수 있도록 온-오프라인을 통해 제보를 받고 있으며, 상담인의 인적사항이나 내용 등은 철저히 비밀로 유지됩니다.



고충상담소 제보건수

| 구분 | 직장 내 괴롭힘 | 성희롱 | 스트레스 피해 | 윤리경영 위반 |
|-------|----------|-----|---------|---------|
| 2022년 | 0건 | 0건 | 0건 | 0건 |

Atomy Stewardship Committee(ASC) 위원회 구성

애틀미 공동체의 존재목적(고객의 성공)과 핵심가치(정선상략: 정직과 선함이 최고의 전략)가 실무 수준까지 뿌리내릴 수 있도록 2023년 1월 20일자로 Atomy Stewardship Committee(ASC) 위원회를 구성했습니다. '청지기 정신(Stewardship)'을 구현하기 위해 각 분야 리더십(C-Level)의 코칭스태프를 중심으로 사후 점검 및 수정보완 방식의 소극적 차원을 넘어, 제심합력과 공동체 성장을 위한 선제적, 적극적 방향으로 코칭과 컨설팅을 제공하도록 운영 중에 있습니다.



Atomy Stewardship Committee(ASC) 위원회

윤리경영 체계구축

회원, 임직원, 고객을 위한 각각의 윤리경영 체계를 구축하였습니다. 회원의 경우 회원이 지켜야 할 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리강령을 정하고 이를 실천하고 있습니다. 임직원의 경우 반기별로 360도 다면평가를 실시, 애터미의 가치와 철학에 기반한 역량 점검이 이루어지고 있습니다.



회원의 윤리강령

2017년 글로벌 윤리강령 선포식을 개최하여 국내를 비롯한 해외에서도 원칙중심의 비즈니스가 실천될 수 있도록 노력하고 있습니다.

공정거래 및 부패방지

윤리경영을 실행함에 있어 공정거래 관련 제도에 대한 위반 가능성을 사전에 방지하고, 나아가 공정한 시장질서 정착에 기여하기 위해 공정성을 바탕으로 선정하고 있습니다. 또한, 사업장 내부의 부패 및 제규정 위반 가능성을 예방하는 리스크 관리 활동을 진행하고 있습니다. 이를 통해 직원의 위법 및 부당행위 또는 내부정착 및 절차의 고의적인 위반행위 뿐만 아니라 개인적인 부주의-태만-판단성의 착오 또는 불분명한 지시에 의해 야기된 문제점들을 신속하게 포착하고 시의 적절하게 대응하여 조치할 수 있도록 하고 있습니다. 무엇보다도 회원과 소비자 권의 관련 제도를 충실히 이행하여 회원 및 소비자의 권익증진과 발전을 위해 노력하고 있습니다.

공정거래 및 부패분야 위반건수

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-------------|-------|-------|-------|
| 윤리경영 내 부패분야 | 0건 | 0건 | 0건 |
| 공정거래위원회 | 0건 | 0건 | 0건 |
| 한국소비자원 | 0건 | 0건 | 0건 |

임직원 피드백 방향

사람을 상대적으로 평가하고 줄 세우며 위화감을 불러일으키는 평가 시스템은 애터미와 어울리지 않습니다. ‘섬김의 자질과 태도’, ‘정직과 원칙중심적 태도’, ‘선한 영향력을 통한 동반성장의 자질’, ‘최고 지향의 자질’, ‘비평보다는 개선에 집중한 후츠파 정신’ 등 애터미가 소중히 여기는 기준을 지켜나갈 때 남다른 성과와 역량이 만들어 집니다.

360도 피드백 중 ‘정직’과 ‘원칙’에 해당되는 평가 내용(임직원)

| 정직과 원칙중심적 태도의 내재화를 통한 가치 실현 | | | |
|-----------------------------|-------------------------|------------------------|--------------------------------------|
| 원칙1 나는 실수를 숨기지 않는다. | 원칙2. 나는 성과를 과장하지 않는다 | 원칙3. 나는 책임을 기꺼이 한다. | 원칙4. 나는 낭비요소를 재고하여 섬세하게 업무를 진행한다. |

윤리적인 제품제공

고객이 제품을 선택함에 있어 정확한 정보를 제공받을 수 있도록 내부 가이드를 마련하여 운영하고 있습니다. 모든 제품 관련 표시 내용들은 제품신뢰성본부, 상품경영총괄본부 등 유관 부서 간의 상호협의를 거쳐 승인된 내용만을 사용하고 있으며, 자발적인 기관 심의 진행 등을 통해 제품 표시 및 광고에 사용되는 정보의 투명성과 신뢰성을 높였습니다.

개인정보보호 시스템

메일 모니터링 시스템 업그레이드와 암호화 통신 모니터링 시스템을 구축하여 개인정보 유출 모니터링을 강화하였습니다. 매년 보안 컨설팅을 진행하고 있으며 개인정보 유출에 대응하여 배상할 수 있도록 예탁금을 별도 계좌로 생성하여 보유하고 있습니다.

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-----------|-------|-------|-------|
| 개인정보 침해건수 | 0건 | 0건 | 0건 |

개인정보보호 담당 및 조직별 역할

개인정보보호책임자와 개인정보취급자를 지정하여 개인정보보호 조직을 구성하고, 각각의 역할과 책임을 정의하고 있습니다. 개인정보 보호책임자는 회사 내에서 이용자의 개인정보보호 업무를 총괄하거나 업무처리를 최종 결정하는 임직원으로 지정해 관리를 하고 있으며, 매년 1회의 정기회의를 통해 개인정보 관련 회사 및 사회 또는 법률적 이슈를 검토하고 회의를 통해 도출된 사항은 차기 내부관리계획에 반영하여 수행할 수 있도록 운영하고 있습니다.

개인정보보호 교육

회원정보보호에 대한 직원들의 인식제고를 위해 각 부서별로 개인정보보호책임자를 지정하고 연 2회 이상 개인정보보호 관련 법률의 주요 내용, 최근 개인정보 관련 사회적 이슈, 회사의 개인정보보호 정책과 관련하여 정보보호교육을 실시하고 있습니다.

보안강화 활동

새로운 보안위협 증가와 신규자산의 증가, 그리고 새로운 취약성의 증가 등 보안 리스크를 대비하기 위해 2018년부터 개인정보보호 관리체계 강화와 모니터링 체계 수립, 정보보호 관리체계 확립 및 정보보호 마스터플랜을 수립하여 보안활동을 단계적으로 강화하고 있습니다.

보안강화 마스터플랜

| | | | |
|-----------|--|--------------------------|---|
| 2018 | | 개인정보보호 관리체계 강화 | <ul style="list-style-type: none"> 정보보호 조직체계 정립 침해사고 대응체계 구축 정보보호 정책 및 지침 검토 정보보호 교육 강화 - 인프라 보안 강화 |
| 2019 | | 모니터링 체계 수립 | <ul style="list-style-type: none"> 정보유출 경로통제 및 모니터링 체계 구축 보안 감사체계 수립/추진 정보노출 차단 및 사내 보안강화 개인정보 실태점검 |
| 2020~2022 | | 정보보호 관리체계 확립 및 유지 | <ul style="list-style-type: none"> 전담 조직을 통한 관리체계 확립 정보유출 경로통제 및 모니터링 체계 고도화 보안감사체계 추진 정보보호 수준 자체 진단 자체 취약점 진단 계획 및 이행 |

윤리경영 실천활동

윤리자정위원회 출범을 통해 원칙중심의 윤리경영이 정착될 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한, 애터미 칼리지, 빛음과정, 주1회 경영전략회의를 통해 애터미 윤리경영, 원칙중심경영, 정직경영의 방향에 대해 경영진과 임직원이 상시 소통하고 있습니다.

윤리자정위원회

2012년 1월, 애터미 회원들은 원칙중심의 사업을 지켜나가기 위한 ‘윤리자정위원회’를 출범시켰습니다. 윤리자정 위원회의 주목적은 회원의 올바른 성장과 발전, 더 나아가 네트워크마케팅 전체의 발전입니다.

| 윤리경영 문화활동 | |
|--------------------|--|
| 활동명 | 내용 |
| 배팅추방 결의대회 | <ul style="list-style-type: none"> 주요 리더 회원들이 수당획득을 목적으로 과도한 구매 행위를 하지 않을 것을 결의하는 캠페인 원칙중심의 문화를 다지는 초석 및 네트워크마케팅에 대한 사회적 인식 개선 |
| 원칙중심 퍼포먼스 | <ul style="list-style-type: none"> 원칙중심의 문화 정립을 위한 의지를 마임, 웅변, 연극 등 다양한 형태로 표현하는 퍼포먼스 단합, 의지, 창의성 등을 평가하여 우수 퍼포먼스팀에게 포상 지원 |
| 특이문화 척결 UCC 공모전 | <ul style="list-style-type: none"> 원칙중심 사업전개, 애터미 브랜드 관리, 회원 간 비즈니스 매너, 건전한 교육과 세미나 환경 조성 등의 주제로 2년간 약 500여 개의 센터에서 UCC 공모에 참여 건전한 네트워크마케팅에 대한 인식개선에 기여 매달 약 5천만원 상당의 상금과 제품 지원 |
| 글로벌 윤리강령 선포식 | <ul style="list-style-type: none"> 원칙중심의 글로벌 사업을 전개하도록 애터미 문화 정착에 앞장설 것을 결의하는 선포식 실시 2,700여 명의 애터미 리더 회원들의 참여로 시작된 선포식은 대만과 말레이시아 법인에서도 시행하며 애터미 문화를 국내를 넘어 글로벌 법인에 확대 선포식을 통해 원칙중심의 사업전개를 하도록 교육하는 데 도움을 줌 |

윤리경영교육

회원 및 임직원의 윤리의식 향상을 위해 윤리강령 및 행동규칙을 바탕으로 주기적으로 윤리경영 교육을 실시하고 있습니다.

| 회원 | 임직원 |
|---|--|
| 온라인 문화정립과정 <ul style="list-style-type: none"> 애터미 원칙중심 비즈니스 문화 정착을 위해 실시 3차시의 온라인교육 실시(1차 원칙중심의 이해, 2차 소비자 중심의 네트워크마케팅, 3차 특이문화 척결 및 섬김 문화 전달) 총 2천여 명의 회원이 수강했으며 4.5점(총 5점만점)의 높은 만족도 기록 | Atomy College (애터미 칼리지) <ul style="list-style-type: none"> 2016-2018 연 4회 진행, 2019년 이후 연 2회 진행. 2022년 5회 이상 진행, 2023년 20회 이상 진행 예정(본사 및 해외법인 포함) 기업 핵심가치인 정직과 원칙중심을 최고 경영진이 직접 강의 임직원의 의견 및 질문을 모아 제시하면 경영진이 답변 입사자 필수교육 과정 (빛음과정) <ul style="list-style-type: none"> 신규 입사자 대상 교육 핵심가치, 일하는 방법, 윤리경영, 인재상 등을 약 한달 과정을 통해 내재화 |

반부패 교육

핵심가치(정직, 원칙, 신뢰 등)에 대한 교육으로 교육 후 질의응답을 하는 그룹간담회와 자신의 역할을 다짐하는 ‘역할시나리오’ 발표로 진행했습니다.

| 반부패 교육 진행 내용 | | |
|--------------|-------|-------|
| 2020년 | 2021년 | 2022년 |
| 2회 | 2회 | 5회 |

리스크관리 체계구축

애터미는 예측 가능한 리스크의 예방 및 불가피한 리스크 발생 시 즉각적인 대응을 하고 안정적인 지속 가능 성장을 위해 리스크관리 체계를 구축하고 있습니다. 일례로 세미나 업무를 담당하는 국내사업총괄본부 비즈랩(前 마케팅팀)에서는 세미나 운영 강사 일정을 조율하고 확정하는 것을 이슈사항 중 하나로 분류하고 2019년에는 해당 이슈를 해결하고자 강사편성 프로그램을 개발하여 업무에 적용하고 있습니다.

주요 리스크 및 대응방안

| 통제불능 | |
|---|--|
| 정치·정부정책 및 규제 정책 지속 모니터링 및 대응정책 수립 | 자연재해 재해 복구를 위한 예산 및 계획 수립 |
| 통제가능 | |
| 재무 금리 금리 변동에 따른 재무리스크 발생 및 영향을 최소화 하도록 재정 건정성을 유지 원자재 가격 유통업의 특성상, 원자재 가격 변동에 따른 재무리스크 영향이 제한적이나, 제품을 생산하는 협력사들의 경영 상황을 파악하고 필요한 지원을 협업하여 관리 외환 외환시장 동향분석을 통한 환리스크 예측 및 외환손실을 헷지할 수 있는 최소한의 파생상품을 거래하여 리스크를 관리 | 비재무 전략 주간 단위 정기 전략회의와 주무부서별 상시 회의체 운영을 통해 효율적 의사결정 시스템 정착 운영 실시간 정보공유 가능한 IT인프라를 확보하여 국내 및 해외 직원간 부서별/직능별/법인별 정보비대칭 해소 IT보안 보안정책 점검 및 개선 법률 법률 정책 지속 모니터링 및 대응정책 수립 평판 이해관계자 고려한 정책 및 마케팅전략 수립 윤리 윤리교육 강화 |

회계 투명성 관리

기업 운영의 투명성과 정보의 신뢰성을 확보하고 업무의 건전성을 제고하기 위해 철저한 내부회계관리 제도를 운영하고 있습니다. 회계투명성을 확보하는 데 있어 중요한 수단인 외부감사제도를 시행하고 있으며 정기적인 컨설팅을 통해 재무정보의 이상 징후를 사전에 모니터링 하는 시스템을 구축 및 운영하여 재무제표의 신뢰성을 제고하였습니다.

SAP 도입

SAP의 최신버전 S/4HANA 구축으로 재무회계, 관리회계, 영업, 생산, 구매 재고관리 체계를 구축하고 공급업체 협업을 효율적으로 구성, 관리하기 위한 SCM 시스템과의 연동 체계를 마련하였습니다.

SAP도입 주요 성과

- Simple Finance를 바탕으로 재무회계 기능 개선 및 고도화 수행
- Global 결산 일정 단축
- 관리회계, 영업관리 고도화 과제 수행
- 회계전표 처리 시간의 단축 및 경영 정보 보고를 위한 Data처리 속도 향상
- 협력업체 시스템과 연동된 구매 자재관리 시스템을 구축
- 신속 정확한 원가계산 및 그룹사간 내부거래를 소거한 제품별 수익성분석
- FIORI를 통한 업무의 편의성 증대 및 신속한 의사결정을 위한 EIS(경영자정보시스템) 구축

약속2. 합력을 통한 동반성장

46

협력사

49

고객 및 회원

54

임직원

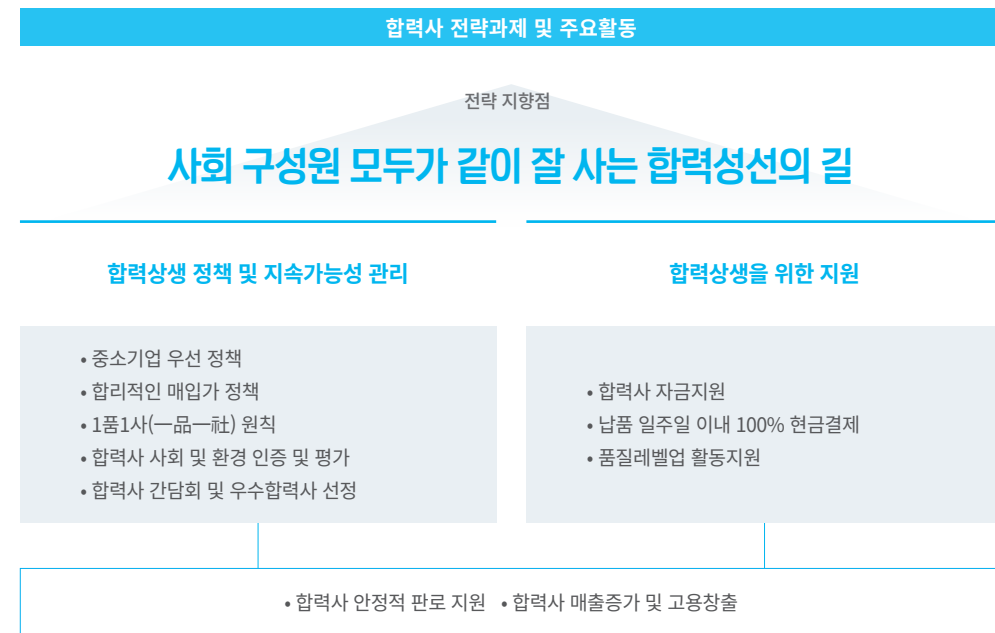
협력사

협력사와의 동반성장은 절대품질 절대가격 제품을 가능케 하는 핵심가치입니다. 애타미가 협력사를 ‘협력사’로 명명한 이유도 바로 이 때문입니다. 협력(協力)이 하나의 일을 완성하기 위해 서로 돕는다는 의미라면, 합력(合力)은 계약으로 맺어진 갑을 관계가 아닌 한 가족이 되어 함께 성공하는 관계를 강조하는 것입니다.



전략과제 및 주요활동

애타미는 협력사의 성공이 곧 애타미의 성공이라 믿습니다. 여기서 한발 더 나아가 소비자까지 행복해지는 선순환 구조가 만들어졌을 때 모두가 공생할 수 있습니다. 이것이 애타미의 동반성장 문화이자 모두가 같이 잘 사는 협력성선(合力成善)의 길입니다.



협력사 현황

애타미의 2022년 협력사는 78개로 모두 제조업체이며 연간 구매금액은 6,944억원입니다.

| | 2020 | 2020 | 2020 |
|-----------|-------|-------|-------|
| 수(개) | 72 | 75 | 78 |
| 구매금액(억 원) | 6,663 | 7,401 | 6,944 |

협력상생 정책 및 지속가능성 관리

중소기업에게 안정적인 판로 제공

애타미는 신제품 품목 선정 시 동일한 제품일 경우 대기업보다는 상대적으로 판로 개척이 약한 중소기업과의 거래를 우선시하고 제품은 우수하지만 자본과 판로가 없어 어려움을 겪는 중소기업들을 발굴하기 위해 노력합니다.

합리적인 매입가 정책

애타미와 협력사 모두 윈-윈할 수 있도록 수량, 품질, 사양, 납기, 재료가격, 노무비 및 원자재 가격 등 매입가에 영향을 미치는 요소들을 충분히 고려한 후 납품업체의 적절한 관리비 및 이익을 가산하여 합리적인 매입가를 산정합니다.

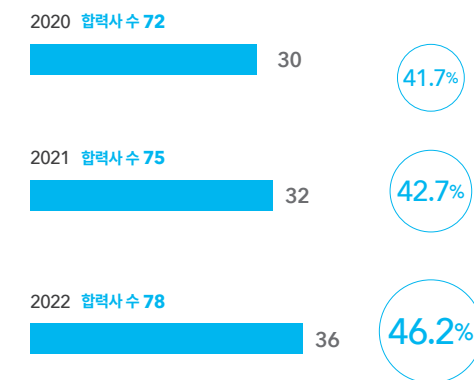
협력사 사회-환경 관련 인증 및 ESG 평가

협력사 심사 시 평가 항목에 환경 및 안전관리, 유해물질 관리, 기업의 사회적 책임, 정보보호 4가지 항목을 포함하여 평가함으로써 ESG 항목에 대해 협력사의 지속적인 관심과 발전, 개선을 이끌어내고 있습니다. 또한 2019년부터 협력사의 사회적 책임 및 윤리의식 향상을 위해 연 1회 애타미 화장품 협력업체에 대해 SMETA(Sedex Members Ethical Trade Audit) 체크리스트 기반으로 사회적 심사를 진행하고 있습니다.

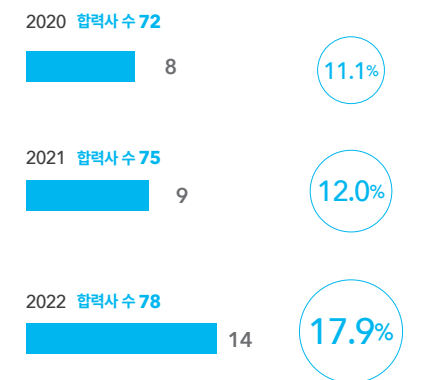
애타미 협력사 사회-환경 관련 인증 및 평가 비율

■ 인증기업 수 ○ 인증기업 비율(%)

환경관련 인증 및 평가



사회관련 인증 및 평가



**협력상생 정책 및
지속가능성 관리**

1품1사(一品一社) 원칙

1품1사는 한 품목을 한 업체와 거래하는 애터미의 MD(Merchandising) 전략입니다. 한 번 인연을 맺은 협력사는 도덕적인 문제가 발생하지 않는 이상 변경하거나 이원화하지 않습니다. 1품1사 원칙에 대한 신뢰로 협력사는 설비 및 장기적인 연구개발에 투자해 품질 향상 및 원가 절감을 촉진할 수 있습니다.

협력사 간담회 및 우수협력사 선정

매년 1회 협력사 간담회를 개최하고 있습니다. 협력사 간담회는 애터미와 협력사가 상호 대등한 입장으로 각자의 역할을 존중하며, 발전된 동반성장 문화를 만들기 위해 서로의 의견을 공유하고 더욱 탄탄한 기업네트워크를 구축할 수 있는 토론의 장입니다. 또한 우수 협력사를 매년 시상하여 감사의 마음을 전하고 있습니다.



**협력상생을 위한
지원**

납품 일주일 이내 100% 현금 결제

연구비를 비롯한 각종 설비에 선투자가 필요한 생산업체를 실질적으로 돕기 위해 제품 납품 후 일주일 이내 전액 현금으로 대금을 지급하고 사정이 여의치 않은 업체는 즉시 지급하고 있습니다.

협력사 자금지원

협력사의 자금위기가 발생하거나 원활한 자금 운용이 되지 않을 때 애터미는 경영자금을 지원하여 협력사가 불필요한 금융 비용을 절감할 수 있도록 지원합니다.



품질레벨업 활동지원

품질 향상을 위해 애터미가 보유하고 있는 경험과 지식을 협력사와 공유하며, 제3자 전문기관과 협력하여 객관적으로 분석하고 합동 품질 관리 점검을 합니다. 품질 향상을 위한 비용은 전적으로 애터미가 부담하고 있습니다.

| 연도 | 1차 | 2차 | 3차 | 합계 |
|------|----------|----------|---------|-------------|
| 2020 | 5,430만 원 | 2,380만 원 | 480만 원 | 8,290만 원 |
| 2021 | 4,938만 원 | 1,184만 원 | 160만 원 | 6,282만 원 |
| 2022 | 7,788만 원 | 5,365만 원 | 1023만 원 | 1억 4,177만 원 |

품질활동레벨업 활동지원금 (3차 기관 점검 비용)

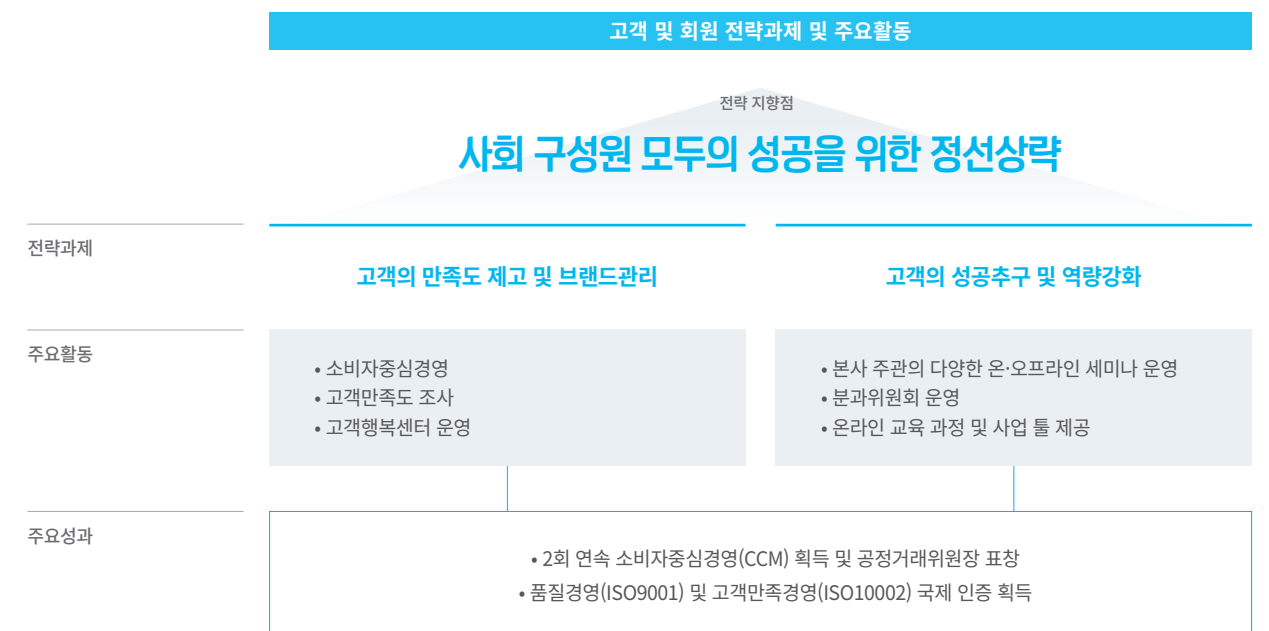
고객 및 회원

애터미에게 고객은 기업 활동의 수단이 아닌 궁극의 목표이자 지향점입니다. 이에 따라 모든 의사결정의 원칙과 기준 또한 고객으로부터 비롯됩니다. 제품을 판매하고 구매하는 일차원적 관계에 머물지 않고 애터미를 둘러싼 모든 경험이 완벽히 제공될 수 있도록 경영 전반에 걸쳐 고객의 가치를 최우선에 두고 행동합니다. 또한 고객 권익이 극대화될 수 있도록 제품과 서비스의 수준을 끊임없이 개선해 나갑니다.



**전략과제 및
주요활동**

애터미는 정직과 선함이 최고의 전략이라는 정선상략(正善上略)을 지향하며 업계 최초로 2회 연속 소비자중심경영(CCM) 인증을 획득하는 등 각종 성과를 달성했습니다.



*본 보고서에서는 소비자와 사업자(회원)을 통칭하여 고객으로 설명하되, 사업자(회원)의 영역에서 설명이 필요할 경우 회원으로 표기하여 설명하였습니다.

중장기 실행계획

| 로드맵 | Step1 도입기 | Step2 확산기 | Step3 정착기 |
|-----------|--|---|---|
| 목표 | <ul style="list-style-type: none"> ‘고객의 성공’ 경영목표 선포 원칙중심 문화 및 고객중심 경영체계 구축 | <ul style="list-style-type: none"> 고객중심경영체계 대외인증 (CCM인증) 고객서비스 현장 수립 CCM추진 위원회 신설 임직원 CCM 역량 강화 | <ul style="list-style-type: none"> 고객중심경영 비전선포 고객가치 제고 위한 혁신(IT기술기반 서비스, 비즈니스, 일하는 방식) 고객 옴부즈맨 제도 운영 CCM역량 체득 및 내재화 |

고객 및 회원 중장기 실행계획

고객의 만족도 제고 및 브랜드 관리

소비자중심경영(Consumer Centered Management)

고객을 ‘애틀미 최고의 자산’으로 여기는 경영 목표와 사훈을 토대로 꾸준히 소비자중심경영을 추진해 왔습니다. 그 결과, 2019년 12월 네트워크마케팅 업계 최초로 소비자중심경영(CCM) 인증을 획득하였습니다. 또 2년마다 실시되는 재평가에서도 인증을 받으며 동종 업계 최초이자 유일한 소비자중심경영 연속 인증기업이 되었습니다. 2022년에는 소비자중심경영 우수인증기업 공정거래위원회 표창을 함께 수상하며 업계의 모범이 되고 있습니다. 소비자중심경영 인증은 기업이 수행하는 모든 활동을 소비자 관점에서 소비자 중심으로 구성하고 관련 경영활동을 지속적으로 개선하고 있는지 심사하는 제도입니다.



고객만족도 조사

한국능률협회컨설팅(KMAC)을 통해 2021년 한국을 포함한 21개 국가를 대상으로 전반적인 서비스에 대한 고객 만족도 조사를 실시했습니다. 조사 결과, 국가별 CSI종합만족도 평균은 86.8점으로 높게 나타났으며 경쟁사 대비 고객만족도 또한 21개국 모두 우위인 것으로 나타났습니다. 또한, 한국마케팅협회와 소비자평가가 조사하는 2022 디지털고객만족도(Heart To Heart Index)에서는 네트워크마케팅 업종에서 1위를 기록하며 SNS 마케팅 경쟁력 또한 입증했습니다.

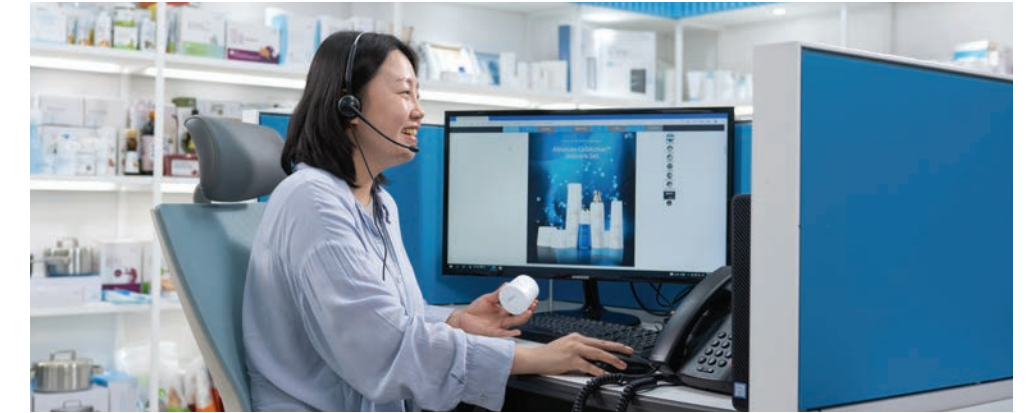
*디지털고객만족도 : SNS 경쟁력을 파악하는 조사로, 게시물 수, 팔로워 수, 댓글 수 등 SNS 채널에서 확인할 수 있는 데이터를 수집한 후, 이를 1,000점 만점으로 환산하여 산업군별로 순위를 산정

고객의 만족도 제고 및 브랜드 관리

고객행복센터

고객의 행복을 완성

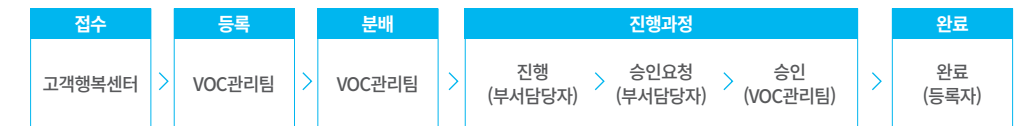
애틀미의 CS는 고객의 민원을 처리하는 기능에 머물지 않고 고객의 마음을 살피고 선제적으로 문제를 해결하기 위해 움직입니다. 콜센터를 ‘고객행복센터’라고 명명한 것도 말 그대로 고객의 행복을 위해 존재하는 곳이기 때문입니다.



VOC(Voice of Customer)

고객의 요구를 보다 명확히 인지하고 신속, 정확하게 대응하기 위해 2016년부터 VOC관리팀과 프로세스를 구축하였고 24시간 이내 처리 원칙을 통해 본사를 비롯한 협력사와 유기적으로 연계 진행하고 있습니다.

프로세스



고객을 위한 무한 의사결정권

고객행복센터는 고객과 가장 가까운 곳에서 밀접하게 소통이 이루어지는 채널입니다. 고객행복센터에 근무하는 상담원은 애틀미를 대표한다는 사명감으로 고객을 응대합니다. 이를 위해 애틀미는 콜센터 직원에게 반품, 교환 등을 독자적으로 결정하는 권한을 부여하고 있습니다. 이를 통해 최대한 고객의 관점에서 고객에게 가장 이익이 되는 해결 방안을 제시합니다.

최고의 자질과 능력을 갖출 수 있도록 지원

상담원의 역량이 고객행복센터의 품질을 좌우하는 핵심 요소입니다. 상담원은 회사와 고객을 연결하는 연결고리로서 민원이나 불편사항 등 고객의 목소리를 청취해 회사에 전달하는 역할을 합니다. 이 때문에 어느 직종보다 경험과 연륜이 중요합니다. 애틀미는 체계적인 훈련 및 지원 프로그램을 운영하며 상담 역량을 지속적으로 업그레이드하고 있습니다.

| | | | |
|-----------------------|------------------|--------------------------|-----------------------------|
| CS스킬업, 경영철학의 이해 관련 훈련 | 우수상담원 승진 및 해외 연수 | 상담사, 관리자, 전문가로 나눈 맞춤형 교육 | 힐링 워크숍 등의 상담원 동기 부여 프로그램 운영 |
|-----------------------|------------------|--------------------------|-----------------------------|

고객의 성공추구 및 역량강화

본사 주관의 다양한 세미나 운영

2022년까지 누적 8,419회의 본사 주관의 다양한 세미나 운영을 하였으며 이를 통해 고객의 성공을 지원합니다. 애터미 성공시스템은 오프라인뿐만 아니라 다양한 온라인 채널을 통해 전 세계 애터미 회원들이 시공간의 제약 없이 소통하며 함께할 수 있도록 도와줍니다.

애터미 주요 세미나

| | |
|--|--|
|  |  |
| <p>석세스아카데미</p> <ul style="list-style-type: none"> 매월 1회 진행되며 성공 노하우와 균형잡힌 삶에 대한 방향 제시 다원 중계 시스템으로 진행되며, 다국어 통역서비스가 제공 | <p>월드석세스쇼</p> <ul style="list-style-type: none"> 연 6회 진행하며 전 세계 법인의 신제품 소식, 글로벌 성공스토리, 애터미 비전 등을 다양한 국가의 언어로 생생하게 소개 |
|  |  |
| <p>원데이세미나</p> <ul style="list-style-type: none"> 창업이념과 회사소개, 제품소개, 마케팅플랜, 애터미 성공의 길을 안내 | <p>부업가 세미나</p> <ul style="list-style-type: none"> 부업의 관점에서 회사소개, 마케팅플랜, 애터미 성공의 길을 안내 |

분과위원회

일정 직급 이상의 회원을 대상으로 상품, 글로벌, 센터, 세미나 등 분야를 나누어 관능평가 및 Depth Interview를 통한 고충, 불편사항, 개선사항, 분쟁조정 활동 등을 진행하여 회원들과의 소통에 힘쓰고 있습니다.

분과위원회 종류 및 역할



| | |
|---|---|
| <p>윤리자정위원회</p> <p>윤리규정 위반 회원 징계 및 회원 간 분쟁 조정</p> | <p>상품분과위원회</p> <p>출시 제품 고객 피드백 및 상품 제안</p> |
| <p>글로벌 분과위원회</p> <p>글로벌 사업 절차 및 윤리규정 논의</p> | <p>센터 분과위원회</p> <p>센터 설립, 활성화 관련 제안 및 의견 조정</p> |
| <p>섬김문화창달 분과위원회</p> <p>네트워크마케팅 특이문화 척결 및 자체 윤리규정 확립 논의</p> | <p>세미나분과위원회</p> <p>세미나 운영, 활성화, 발전 관련 제안 및 의견 조정</p> |
| <p>Sell lab 분과위원회</p> <p>상품 홍보, 교육, 판매 전략 논의</p> | <p>DX 분과위원회</p> <p>IT를 활용한 사업 활성화에 관한 제안 및 의견 조정</p> |
| <p>CVI 분과위원회</p> <p>절대 서비스 완성을 위한 서비스, 정책 개선 협의</p> | <p>온라인 재판매 분과위원회</p> <p>올바른 유통질서 확립, 온라인 재판매근절 회원 교육, 재판매 근절을 위한 제도 개선</p> |

고객의 성공추구 및 역량강화


온라인성공시스템

시간과 공간의 제약없이 소비자를 만나 제품을 소개하고 회원의 역량을 강화할 수 있는 다양한 온라인 성공시스템을 지원합니다.


쇼핑몰

| | | |
|---|-------------------------|--|
|  | <p>애터미 샵 APP</p> | <ul style="list-style-type: none"> 모바일 쇼핑몰, 공지사항, 마이오피스, 고객 행복센터 정보 등을 제공 |
|  | <p>At.G몰</p> | <ul style="list-style-type: none"> 애터미 글로벌 회원이 애터미의 신상품과 베스트 상품을 직접 구매하고, 원하는 장소로 직배송까지 받아 볼 수 있는 서비스를 제공 |



기업·세미나·뉴스 제공

| | | |
|---|--------------------------|---|
|  | <p>애터미닷컴</p> | <ul style="list-style-type: none"> 애터미 글로벌 기업사이트로 기업 개요, 제품 철학, 사회공헌활동, 멤버가이드 등의 자료를 제공 |
|  | <p>채널애터미</p> | <ul style="list-style-type: none"> CEO, 회원들의 강의 영상을 비롯하여 제품, 뉴스 등 애터미에서 만들어지는 모든 콘텐츠를 제공하는 사이트 |
|  | <p>애터미 티켓 APP</p> | <ul style="list-style-type: none"> 애터미 글로벌 세미나 정보 제공 |
|  | <p>굿모닝 애터미</p> | <ul style="list-style-type: none"> 주 1회 제공되는 온라인 조회 성격의 프로그램으로 제품 소식, 국내외 최신 뉴스, 각종 애터미 비즈니스에 필요한 사업 방향을 잡을 수 있도록 지원 |

판매 및 홍보 지원

| | | |
|---|---------------------------|--|
|  | <p>애터미 데일리 APP</p> | <ul style="list-style-type: none"> 소통을 통한 비즈니스에 중점을 두는 SNS 성격의 서비스 신제품 홍보, 재구매 시기 알림, 다른 제품 제안하기 등의 판매 촉진 활동을 자동적이고 지속적으로 진행하여 개인의 역량 강화를 지원 |
|---|---------------------------|--|

비즈니스 및 제품 교육

| | | |
|---|-------------------|--|
|  | <p>ABI</p> | <p>Atomy Business Invitation</p> <ul style="list-style-type: none"> 애터미 소비자 맞춤형 프로그램으로 신규 회원 & 소비자들에게 애터미 회사와 제품과 사업을 소개 |
|  | <p>ABC</p> | <p>Atomy Business College, 23년</p> <ul style="list-style-type: none"> 애터미 비즈니스를 체계적인 시스템과 학습을 바탕으로 애터미 전문가가 되어가는 양성 과정 |

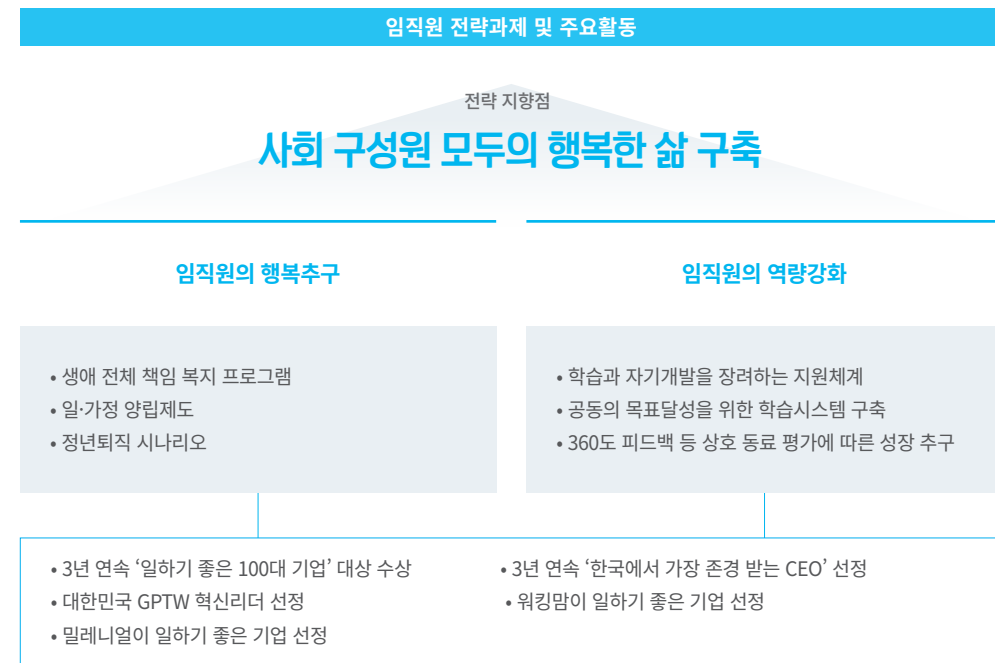
임직원

애틀러미는 직원들이 회사를 수단으로 행복해지기를 바랍니다. 직원들이 행복하면 다른 걱정 없이 고객에게 오롯이 집중함으로써 최고의 제품과 서비스를 제공하게 되고 회사는 저절로 성장하는 선순환 구조가 이뤄집니다.



전략과제 및 주요활동

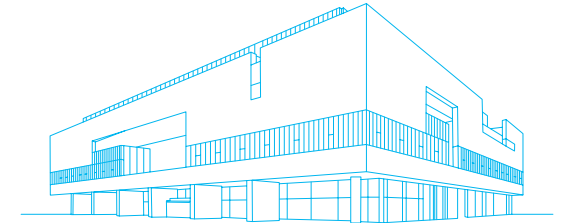
사회 구성원 모두의 행복한 삶 구축이라는 지향점을 달성하기 위해 임직원의 행복추구 및 역량강화라는 전략과제를 수행 중에 있습니다.



3년 연속 일하기 좋은 100대 기업 대상 수상

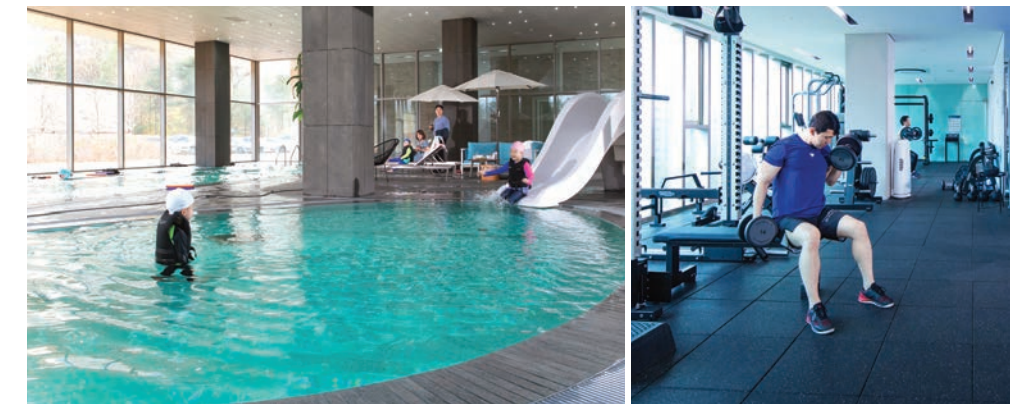
Great Place To Work Institute(GPTW) 한국지사가 주최하는 '대한민국 일하기 좋은 100대 기업'에서 2020년부터 3년 연속 대상의 영예를 안았습니다. 대한민국 일하기 좋은 100대 기업 선정은 'Fortune US 100 Best 기업'을 비롯해 유럽·중남미·일본 등 세계 70개 국가에서 동일한 방법으로 진행되는 글로벌 스탠더드 선정 제도입니다. 조사대상 기업의 평균 점수는 83점이었으나 애틀러미의 평균점수는 94점이었고 신뢰경영지수에서 특히 높은 점수를 받았습니다.

Great Place to Work (100점 만점)



애틀러미 2022 GPTW 진단결과 주요 문항 및 점수(100점 만점)

| | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|--|
| 우리 일터에는 특별하거나 고유한 혜택들이 있다. | 나는 우리 일터의 사회공헌에 대해서 자부심을 느낀다. | 우리 일터는 물리적으로 안전한 업무 환경을 갖추고 있다. | 나는 경영진이 어쩔 수 없는 경우에만 사람을 줄일 것이라고 믿는다. | 우리 일터 사람들은 인종에 관계없이 공정하게 대우받는다. |
| 98점 | 97점 | 96점 | 95점 | 94점 |
| 모든 것을 고려했을 때, 우리 일터는 일하기에 훌륭한 곳이다. | 나는 일터에 기여하고 있다고 느낀다. | 우리 일터에서는 크고 작은 일들을 축하해주는 활동이 많다. | 우리 일터는 일하기 좋은 환경과 인프라를 갖추고 있다. | 경영진은 단순한 직원이 아닌 한 사람으로서 나에게 대한 진심 어린 관심을 보여준다. |
| 94점 | 94점 | 94점 | 93점 | 93점 |



조직문화

에터미는 '이윤'의 관점에서 투자한 비용 이상으로 더 많은 성과를 '뽐아내는' 것이 아닌 조직원의 '행복'을 위해 기꺼이 '도구가 되어주는 회사'가 되고자 합니다.

| | |
|---------------|---|
| 절대목표 | <ul style="list-style-type: none"> • 에터미는 조직이 가고자 하는 궁극적인 목적지에 대한 소통을 지속적으로 강화하고 구성원들은 개개인이 스스로 비전을 만들고 공유합니다. • 상대목표가 아닌 절대목표 도전을 통해 남들과 비교할 수 없는 독보적인 경쟁력을 추구합니다. 평범을 거부하고 비범함을 위해 직능 개발과 더불어 사고의 근력을 지속적으로 훈련해야 합니다. |
| 일을 없애는 것이 일이다 | <ul style="list-style-type: none"> • 적극적으로 개선점을 모색, 불합리한 요소를 제거하여 정말로 필요한 일을 합니다. 주어진 상황에 파묻히지 않고 항상 새로운 목표를 설정하여 더 창의적이고 생산적인 일을 끊임없이 창조해야 합니다. • 각 업무의 전문성 외에도 각 기능을 연결하는 시스템 메이커가 되어야 합니다. |
| 자율창의 | <ul style="list-style-type: none"> • 사람에 대한 무한 신뢰를 바탕으로 스스로 결정하며 창의적으로 일할 수 있는 환경을 제공합니다. • 자유직급제, 유연근무제, 좌율좌석제를 통해 일은 자유롭게 하고 투명한 정보 공유를 바탕으로 격의 없는 토론이 체질화되어야 합니다. |
| 아메바조직 | <ul style="list-style-type: none"> • 목표 중심으로 일을 정의하고 직급이 아닌 제일 잘할 수 있는 사람 중심으로 팀을 구성합니다. • 에터미는 중요한 모든 일을 목표와 기간이 명확한 프로젝트팀 기반으로 핵을 중심으로 무한 분열하고 증식하는 아메바와 같은 조직입니다. |
| 자장격지 (自將擊之) | <ul style="list-style-type: none"> • 병사는 시키는 일을 하지만 장교와 장군은 스스로 의사결정을 해야 합니다. 그래서 에터미는 자장격지(自將擊之)를 강조합니다. • 자신이 하는 일에 대해 의사 결정권을 가지고 일의 종결자 수준으로 일하며, 서로에 대한 신뢰를 바탕으로 권한은 주되 책임은 묻지 않습니다. |
| 놀다 지치면 일하는 회사 | <ul style="list-style-type: none"> • 에터미 파크(에터미사옥)는 놀이터와 일터의 경계를 허문 이른바 '노는 사옥'으로 직원들의 시간이 아닌 생각에 비용을 지불합니다. • 따로 또 같이, 자유자재로 활용이 가능한 진정한 융복합 공간을 추구합니다. |
| 대책 없는 오지랖 | <ul style="list-style-type: none"> • 내 일, 네 일을 엄격하게 구분하지 않고 업무의 오지랖을 부리는 멀티태스커(Multi-tasker)가 돼 적극적으로 움직입니다. • 상식적으로 생각해서 되는 일만 추진하지 말고 가능성이 없어 보이는 것들도 끊임없이 도전하는 엉뚱함이 필요합니다. |
| 일의 주인 | <ul style="list-style-type: none"> • 시켜서가 아닌 스스로 할 때 진정한 일의 주인이 될 수 있습니다. • 관리, 감독, 감시 대신에 자발적으로 몰입하여 일할 수 있는 환경, 일의 주인이 될 수 있는 환경을 추구합니다. |
| 후츠파정신 | <ul style="list-style-type: none"> • '후츠파(Chutzpah)'는 히브리어로 형식과 권위에 얽매이지 않은 담대함과 저돌성을 뜻하며, 끈질기게 묻고 협의하며 올바른 해답을 찾아가는 적극성과 도전적인 사고를 갖추어야 합니다. • 실패보다 더 나쁜 것은 실패가 두려워 시도조차 하지 않는 것입니다. 건강한 실패를 피해서는 안됩니다. |
| 자기개발 | <ul style="list-style-type: none"> • '나'라는 브랜드에 대한 정의를 스스로 내릴 수 있도록 스스로 끊임없이 개발합니다. • 서로 다른 영역의 지식을 통합하여 새로운 것을 만들어 내는 '통섭'의 역량 또한 중요한 전문성입니다. |

임직원 현황

2022년 기준 전체 고용인원은 767명입니다. 2022년 지역별 비율은 국내 39%, 해외 61%로 해외인력 비율이 높고, 성별로는 남성 51.4%, 여성 48.6%로 남성 비율이 조금 더 높습니다. 2022년 정규직 비율은 87.9%로 전년 대비 소폭 증가하였으며 연령별 분포는 30대 49.7%, 40대 22.2%, 20대 21.6%, 50대 6.5% 순입니다.



에터미 전체 임직원 수 (단위 : 명)

| 구분 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------|--------|------|------|
| 전체 | 645 | 729 | 767 |
| 지역별 | 국내 | 307 | 299 |
| | 해외 | 422 | 468 |
| 성별 | 여성 | 384 | 373 |
| | 남성 | 345 | 394 |
| 고용 형태별 | 정규직 | 635 | 674 |
| | 기간제 | 94 | 93 |
| 연령별 | 20대 | 197 | 166 |
| | 30대 | 338 | 381 |
| | 40대 | 147 | 170 |
| | 50대 이상 | 47 | 50 |

*전체 임직원 수 : 국내의 1년 이하 재직인 인턴을 제외한 정규직 및 기간제 근로자 수

*국내 : 에터미 한국법인 기준 (본사, 홍삼단, 아자, 오롯, 실로아트)

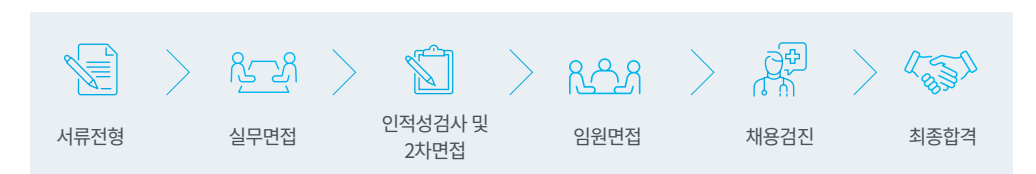
*해외 : 에터미 해외법인 기준

*해외 고위관리자 직급 : BM(Branch Manager) 이상의 법인장

*해외 고위관리자 업무 : 법인설립 및 오픈, 직원 채용 등의 기업 경영 및 운영관리, 해당국가의 신규회원 발굴과 시장확장을 위한 회원세미나 시스템 운영 총괄, 원활한 멀티 네트워크 마케팅 운영을 위한 정부 및 각 기관과의 협력대표, 제품소싱을 위한 전략적 지원, 설계, 기획, 수출(본사와 협의)구성 및 운영관리

채용 프로세스

에터미는 스펙보다는 실력과 역량으로 평가 받는 공정한 채용 프로세스를 구축하기 위해 4차에 걸친 심층 심사를 통해 지원자 개개인에 대해 보다 충분한 시간을 가지고 평가하며, 직무별 특성에 맞는 지원자의 역량을 구체적으로 검증하여 인재를 선발하고 있습니다.



임직원 현황

다양성 및 차별금지 정책

글로벌 시장이 확대됨에 따라 국가별 문화, 관습 등을 이해하고 현지 언어와 문화에 대한 이해도가 뛰어나며 한국어 능력을 갖춘 재한 외국인 유학생을 확보하고 있습니다. 또한 역량 있는 여성 인재를 적극적으로 채용하고 있습니다. 그 결과, 2022년 여성 직원 비율은 48.6%이고 여성 미등기임원 비율도 33.3%로 유럽 국가들의 비율(30~40%) 수준을 유지했습니다.

애틀라 다양성 및 차별금지 정책

| 정책 | 내용 |
|------------|---|
| 글로벌 다양성 확보 | · 2022년 권역별 직원 비율 (Asia 83.8%, North America 6.6%, Europe 4.9%, Central&South America 2.8%, Oceasia 1.9%) |
| 여성 인재 채용 | · 여성 직원 비율 48.6% (2020년 49.3%, 2021년 52.7%, 2022년 48.6%) · 여성 미등기임원 비율 (2020년 16.7%, 2021년 37.5%, 2022년 33.3%) |
| 남성대비 여성임금 | · 2022년 남성 1인 평균 급여 대비 여성 1인 평균 급여 비율 (기본급 87%, 기본급+연말상여금 88%) |
| 장애인 고용 | · 장애인 고용인원(재직인원 기준) (2020년 5명, 2021년 5명, 2022년 5명) |






임직원의 행복 추구

“회사를 위해 희생하지 말고 회사를 이용해 행복해지자.” 애틀라가 생각하는 이상적인 기업관입니다. 애틀라 입사와 더불어 일·가정 양립과 퇴직 후의 삶까지 지원하는 생애 전체 복지프로그램으로 임직원들이 행복한 삶을 살 수 있도록 지원하고 있습니다.

생애 전체 복지 프로그램

임직원들의 생애주기 전체를 고려하여, ‘균형잡힌 삶’을 살아갈 수 있도록 돕습니다. 이를 위해 임직원 모두가 잘 살며, 사랑하고, 배우고, 공헌하는 삶을 살 수 있도록 생애 전체 복지프로그램을 운영하고 있습니다.

애틀라 주요 생애 전체 복지 프로그램

| | | |
|---------|---|---|
| 여가 및 문화 |  | · 연차에 따른 가족단위 해외경비 지원 · 월 20만 원 복지비용 지원 |
| 건강 |  | · 사내 헬스장, 체육관, 수영장 등의 시설 운영 · 월 1회 사내 방문 건강상담 |
| 교육 |  | · 내부 전문가 그룹 양성을 위한 학위 과정(대학원 교육비) 지원 · 업무 연관 교육비 지원 · 도서 구매비 지원 |
| 생활 |  | · 월 25만 원 상당의 자사 제품 지급 · 출산장려금 1,2자녀 300만 원, 3자녀 1,000만 원 지급 · 입사 당월 생활안정금 200만 원 지급 · 한 가정당 초등학생(만 13세 미만)까지 월별 자녀수당 1인당 20만 원 지급 |
| 퇴직 |  | · 입사년도부터 퇴직금 2배수 적립 · 정년 퇴직 시나리오 작성 및 은퇴 준비 교육 세션 참여 기회 제공 · 2010년부터 임직원 100% 확정기여형 퇴직연금제도 운용 |

임직원의 역량강화

미래를 준비하는 사람들은 회사와 더불어 성장할 뿐만 아니라 회사의 성장을 끌고 가는 인재들입니다. 직무 전문성을 바탕으로 업무 전반에 대한 식견을 높이고 끊임없는 자기개발 장려를 통해 성장을 지원합니다.

애틀라 임직원 역량강화 정책

*인턴을 포함하여 애틀라 본사 직원 기준(중복 인원 포함)

| 정책 | 내용 |
|-------------------------------|--|
| 학습과 자기개발을 장려하는 지원체계 | · 예산제한 없는 교육 및 훈련 · 내부 전문가그룹 구성을 위한 학위과정 지원(등록금 70% 지원) · 글로벌 인재가 되기 위한 해외출장 및 파견근무 지원 · 무급휴직제도를 통한 개인 성장시간 확보 지원 · 직원들에게 다양한 기회와 동기 부여를 위해 본인 스스로 일하고 싶은 직무를 선택하고 지원할 수 있도록 잡마켓을 통한 직무전환 장려 |
| 공동의 목표달성을 위한 학습시스템 구축 | · ‘공동학습’을 위한 후츠파워워크숍(연 2회 개최, 애틀라 자회사, 해외법인 참여) · 애틀라 사이버 연수원(3600여 개의 온라인 학습 지원) · 기업 핵심가치 체득과 직무 역량 강화를 위한 애틀라 칼리지(입사자 빚음과정, C-Level 신규 Leader 교육, C-Level 후보자 소양교육) · 고객중심경영 사내교육 |
| 360도 피드백 등 상호 동료 평가에 따른 성장 추구 | · 정기적 성과 및 경력 개발 리뷰를 위한 다면평가 |

‘공동학습’을 위한 후츠파워워크숍

공동학습을 위한 후츠파워워크숍을 매년 2회 개최하며 해외법인을 포함한 전 임직원들이 참여합니다. 각 법인별 또는 직무별 결산공유가 이루어지며, 애틀라의 문화와 인재상을 정립하고 기업에 대한 이해도와 자부심을 함께 키웁니다. 특히, 국내외 해외법인 직원들과의 소통의 장이 되며 상호 업무 공유를 통해 시너지를 높이고 있습니다.

애틀라 칼리지

기업 핵심가치 체득과 직무역량을 갖춘 글로벌 인재를 양성하고자 입사자 빚음과정, C-Level 신규 Leader 교육, C-Level 후보자 소양교육 등 온·오프라인 교육 및 검토투를 거칩니다.



애틀라 칼리지

| | 교육내용 | 참여인원 |
|-------|---|------------|
| 2020년 | 입사자 빚음과정(정규직 입사자 대상 교육 및 검토-7주과정) | 45명 |
| | C-Level 신규 Leader 교육 | 8명 |
| 2021년 | 입사자 빚음과정(정규직 입사자 대상 교육 및 검토 - 7주과정) | 19명 |
| | C-level 후보자 소양교육 | 20명 |
| 2022년 | 입사자 빚음과정(정규직 입사자 대상 교육 및 검토 - 7주과정) | 19명 |
| | 글로벌리더과정(리더십 교육) Atom DNA Keepers 기본 소양 교육(면접관 기본소양 교육) | 29명 64명 |

사회공헌

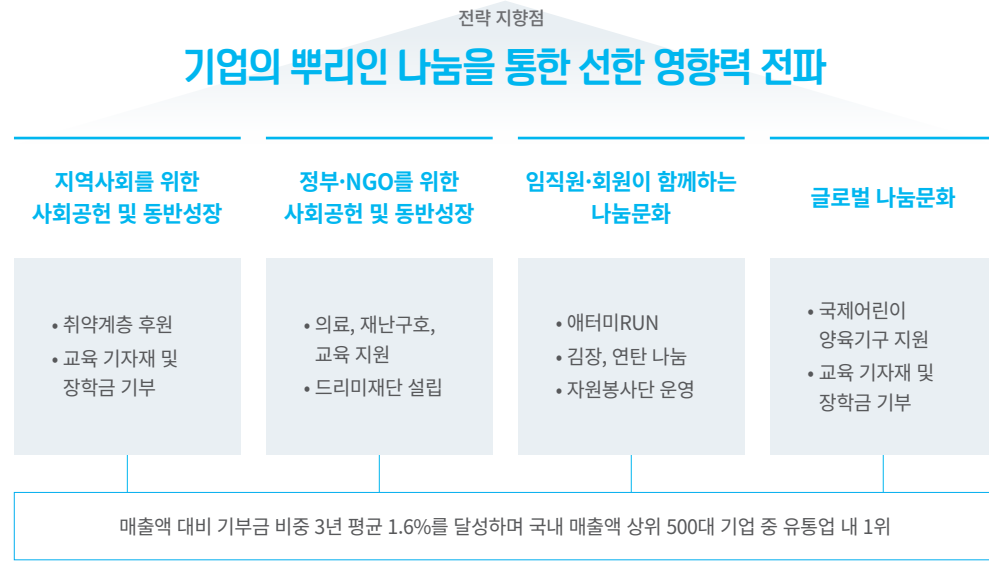
기업의 뿌리는 사회이며 기업과 사회가 진정으로 소통하는 길은 나눔에 있다는 이념을 바탕으로 창사 이래 지금까지 매년 빠짐없이 사회공헌 활동을 이어왔습니다. 앞으로도 회사와 임직원, 회원들이 함께 하는 나눔 문화를 실천하여 사회 발전에 이바지하겠습니다.



전략과제 및 주요활동

애틀미의 기부금은 네트워크마케팅 업계는 물론 유통 산업, 더 나아가 한국 500대 기업을 통틀어서도 최고 수준입니다. 애틀미가 속한 유통 업종은 2021년 매출액이 전년 대비 10% 증가했지만 기부금은 202억 원(14.3%↓) 줄어 매출 대비 비율이 0.02% 하락했습니다. 반면, 애틀미는 기부금을 2020년 대비 두 배 이상 늘어난 248억 원으로 올려 매출 대비 기부금 비율이 2.04%를 기록했습니다. 생활용품·유통 업종에서는 물론이고 2022년 지정 500대 기업 전체에서 유일하게 매출 대비 비율이 2%를 넘겼습니다. 영업이익 대비 비율은 18%에 달합니다.

사회공헌 전략과제 및 주요활동



애틀미의 매출액 대비 기부금 비중은 평균 1.6%를 달성하여 국내 매출액 상위 유통기업 41개사 중 1위를 기록했습니다.

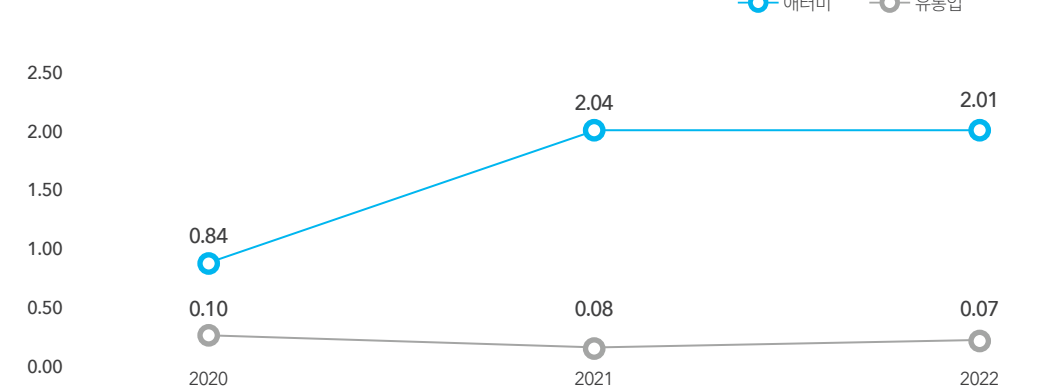
정부·NGO를 위한 사회공헌 지원분야 및 지원내용

| 지원분야 | 2020 | | 2021 | | 2022 | |
|----------|--------|-------------|--------|-------------|--------|-------------|
| | 애틀미 | 유통업 41개사 합계 | 애틀미 | 유통업 41개사 합계 | 애틀미 | 유통업 41개사 합계 |
| 기부금(억 원) | 89 | 1,413 | 248 | 1,195 | 249 | 1,310 |
| 매출액(억 원) | 10,544 | 1,416,046 | 12,158 | 1,574,350 | 12,388 | 1,758,007 |
| 비중(%) | 0.84 | 0.10 | 2.04 | 0.08 | 2.01 | 0.07 |

*유통업 : 2022년 매출 상위 500대기업 중 유통업 41개사 (출처 : CEO스코어)

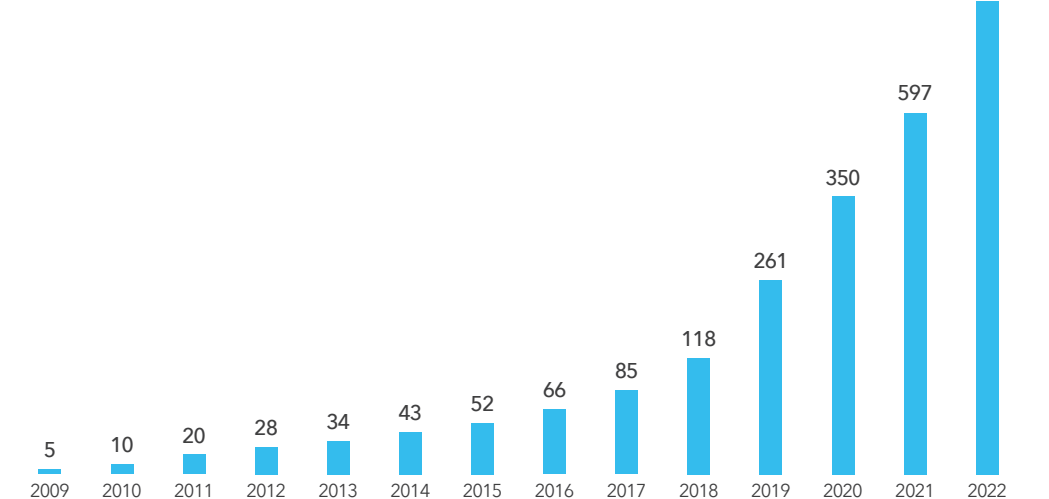
국내 매출액 상위 500대 기업 중 유통업 41개사의 매출액 대비 기부금과 애틀미 매출액 대비 기부금을 살펴보면 2020년 약 8배, 2021년 이후부터는 20배 이상 높은 비중을 기록하고 있습니다.

애틀미와 500대 기업 내 유통업 41개사 최근 3년 매출액 대비 기부금 비중



2009년 5억 원을 시작으로 꾸준히 기부를 실천한 결과 2022년까지 누적 기부금은 847억 원에 달합니다.

한국법인 연도별 기부금 누적액 (단위 : 억 원, 연결기준)



**지역사회를 위한
사회공헌 및
동반성장**

2009년 창립 직후부터 시작된 지역사회공헌은 애터미 본사가 위치한 공주 지역에서도 지속적으로 이어지고 있습니다. 저소득가정 및 취약계층에 정기적으로 물품을 지원하고 고등학교에 교육 기자재와 장학금을 기부하며 관공서나 복지시설에 필요한 물품을 지원하고 있습니다.

지역사회를 위한 사회공헌 지원분야 및 지원내용

| 지원분야 | 지원내용 |
|------------------|---------------------------|
| 저소득, 다문화, 한부모 가정 | 생필품 기부, 지원금 기부 등 |
| 교육 | 고등학교 교육 기자재, 장학금 기부 등 |
| 관공서 | 소화기, 차량 기증, 지역축제발전기금 후원 등 |
| 노인, 아동, 장애복지시설 | 생필품, 지원금 기부 |
| 기타 | 고마공주 빵나눔 사업지원 |

CASE 1. 취약계층 후원

공주, 세종, 대전 등 지역 취약계층들이 겪고 있는 어려움을 해소하기 위해 물심양면으로 돕고 있습니다. 공주시 저소득 가정 중 매월 100가구씩 애터미 자사 제품을 지원하고 추석, 설 명절에도 600가구를 위해 자사제품들을 지원하고 있습니다. 또한 각 지역의 복지기관을 지원하여 다양한 계층을 돕고 있습니다.



CASE 2. 고마공주 빵나눔터 지원

고마공주 빵나눔터는 공주시 저소득 가정과 지역공동체 지원을 위해 공주시와의 협약으로 지어진 곳입니다. 2017년 애터미는 개소를 위한 공사부터 임대료, 재료비 등 관련 운영비용을 지원했고 빵나눔 자원봉사단을 통해 관내 취약 계층에는 빵을 지원할 수 있었습니다. 고마공주 빵나눔터는 단순 지원 활동을 넘어 관내 부족한 문화활동의 지원 일환으로 아동 베이커리 체험 학습을 돕고, 장애인 베이커리 취업 교육공간, 취약계층 아동 주간보호활동 및 학습공간으로도 활용되며 활동영역을 확대해 나가는 중입니다.



CASE 3. 대전, 세종, 충남지역 황금도시락 사업 지원

코로나19 장기화로 사각지대에 놓인 취약계층은 더욱 어려움을 겪고 있고, 소상공인 또한 매출 감소로 인해 경제적 어려움을 겪고 있습니다. 2021년 애터미는 대한적십자사와 협력하여 공주 산성시장에서 식재료를 구입함으로 소상공인을 돕고, 도시락 형태로 취약계층에 전달하여 소상공인뿐만 아니라 취약계층까지 도울 수 있는 상생 기부사업을 전개하였습니다.

**정부·NGO를
위한 사회공헌 및
동반성장**

지역사회 뿐만 아니라 도움이 필요한 각종 정부·NGO를 위한 사회공헌을 위해 의료, 재난구호, 교육 등의 분야에서 지원을 하고 있으며 정기적으로 각종 재단 및 적십자사, 연구원 등을 통해 기부를 하고 있습니다. 또한 대외적으로 더 많은 나눔활동을 직접 수행하기 위해 2015년 드림재단을 설립하였습니다.

정부·NGO를 위한 사회공헌 지원분야 및 지원내용

| 지원분야 | 지원내용 |
|------------------|-------------------------------------|
| 의료 | 개안수술지원, 의료 학술연구원 설립 지원 |
| 재난구호 | 지진구호, 정수사업, 생필품 및 지원금 기부 |
| 교육 | 학교 설립 지원 |
| 재단, 공동모금회, 연구원 등 | 사랑의열매, 초록우산어린이재단, 월드비전, 다문화연구원 등 기부 |
| 드림이 재단 | 학교 무상급식 지원 및 시설 개보수 사업 |
| 기타 | 군장병 위문품 전달 등 |

CASE 1. 한국 컴패션 260억 기부 및 정기결연

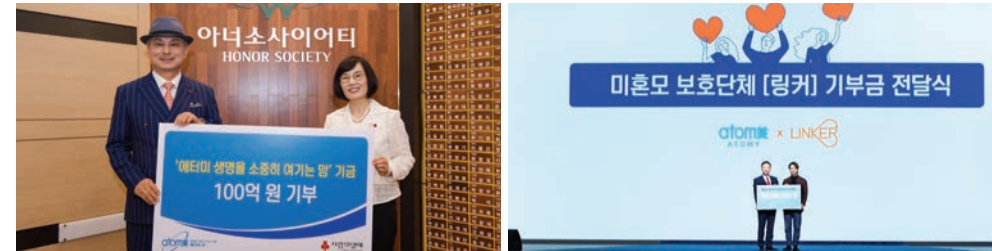
컴패션은 전 세계 25개국의 가난한 어린이들을 후원하여 자립이 가능한 성인이 될 때까지 전인적으로 지원하는 세계 유일의 어린이 양육기구입니다. 가난 속 어린이들이 건강한 사회 구성원이 될 때까지 배움의 기회를 제공할 뿐만 아니라 정기적인 건강검진과 사회정서적 케어까지 지속적으로 후원합니다. 애터미는 한국컴패션을 통해 2021년 1,000만 달러(약 120억 원)를 지원하였습니다. 애터미의 지원은 아이티 지진피해 긴급 양육보완사업, 코로나19 피해를 돕는 긴급 양육보완사업, 아시아 지역 청소년 양육 개발 프로그램, 아시아 지역 미결연 어린이 후원, Growing252 사역 후원 등에 쓰였습니다. 2021년 12월에는 해외 아동 구호활동을 위해 10,000명의 아동들에게 1명 당 매월 50,000원씩, 매월 총 5억 원을 지원하는 정기결연을 맺었습니다. 또한 2022년에는 에티오피아 분쟁 지역 재건, 코로나 지원 등 전 세계 어린이를 위해 140억 원을 추가로 기부하였습니다.



정부·NGO를
위한 사회공헌 및
동반성장

CASE 2. 미혼모 지원 사업 ‘생명을 소중히 여기는 Mom’

생명을 선택한 대신 많은 어려움을 겪고 있는 전국의 미혼모들을 위해 2019년 전국 최초 미혼모 복합 커뮤니티 센터 건립사업에 60억 원, 전국 한부모 가정 복지기관 32개소 공모사업에 30억 원, 사회복지공동모금회 공공사업 비용 10억 원 총 100억 원을 기부하였습니다. 또한 사각지대에 놓인 미혼모 가정을 지원하고 보호하는 NGO단체인 링커를 통해 매년 1억 원의 활동비를 정기후원하여 전인적인 미혼모 케어와 교육활동을 지원하고 있습니다.



CASE 3. 전북지역 공공 어린이재활병원 건립비 지원

2020년 전주 예수병원에서 추진하는 국가 사업인 공공 어린이재활병원 건립을 위해 27억 원을 기부했습니다. 보통의 재활병원은 사고 등으로 인한 후유증 치료가 주가 되지만 아동의 경우 치료 외에도 심리나 정서적인 문제의 상담도 필요하기에 보다 전문성을 띤 병원과 의료진이 필요합니다. 하지만 낮은 수가로 인해 적자가 발생하여 국내에는 공공 어린이재활병원이 전무한 실정입니다. 애터미의 작은 정성이 어린이 재활병원 활성화의 계기가 되기를 기대합니다.



전북지역 공공어린이재활병원 지원

실로암안과 라이트 하우스 건립비 지원

CASE 4. 실로암안과병원 건립비 및 환자 수술·진료비 지원

2016년 실로암안과병원의 환자 개안수술 및 안질환 연구 지원을 시작으로 진료실, 연구실, 의료진 숙식 공간을 위한 지원 등 2027년까지 총 31억 6천억 원이 전달될 예정입니다.

| 구분 | 내용 | 기부금 |
|-----------|---------------------|---------------|
| 2016~2017 | 개안수술 및 의료 지원 | 1억 6천만 원 |
| 2018 | 학술연구원 설립 | 10억 원 |
| 2018~2027 | 국내외 개안수술과 의료 지원 | 1년 1억 총 10억 원 |
| 2021 | 의료진 숙식공간 라이트 하우스 건립 | 10억 원 |

CASE 5. 드림재단을 통한 기부 및 시설보수 직접지원

드림재단은 2015년 설립된 선교재단으로써 ‘영혼을 소중히 여긴다’, ‘겸손히 섬긴다’는 사훈이 구호로만 끝나는 것이 아니고 실제 삶 속에 실현시키기 위한 시행도구로 설립됐습니다. 캄보디아 뿔머꿍학교의 시설 개선비용 및 학생들의 학용품들을 정기적으로 기부하고, 인도의 발라소르 장애아동복지원에 후원금을 전달하는 등 동남아 개발도상국의 생활 및 교육환경 개선에도 힘쓰고 있습니다.

임직원·회원이
함께하는
나눔문화

애터미RUN을 비롯하여 바자회, 김장나눔, 연탄나눔 등 애터미 임직원·회원들이 동참하는 사회공헌활동이 매년 진행되고 있습니다. 또한 구성원들의 자발적이고 지속적인 활동을 위해 봉사활동을 근로시간으로 인정해주는 봉사활동 인센티브 제도 도입을 추진하고 있습니다. 앞으로도 애터미는 나눔문화를 통해 임직원과 회원이 기업의 사회적 책임에 함께 공감하고 참여할 수 있도록 지원하겠습니다.

CASE 1. 사랑의 김장김치 및 연탄 나눔

2013년부터 매년 약 200명의 임직원 및 회원들, 지역 자원봉사자들과 함께 김장 봉사활동을 진행하여 지역 취약계층에 전달하고 있습니다. 2015년부터는 매년 약 150명의 회원들을 대상으로 자원봉사자를 모집하여 연탄배달 봉사를 진행하고 있습니다. 2015년까지 7개 지역(공주, 광주, 대구, 대전, 부산, 원주, 인천)에서 2016년부터는 3개 지역(경주, 보은, 부안)을 추가하여 총 10개 지역에서 수행 중이며 각 지역에 100가구씩 총 1,000가구에 총 30만장의 연탄이 전달되고 있습니다.



CASE 2. 사랑나눔 바자회

2016년부터 2019년까지 약 2,000명의 임직원 및 회원들이 바자회를 진행했습니다. 바자회 수익금은 실로암안과병원 및 지역 취약계층을 위해 쓰여졌습니다. 2017년 1억 3천만 원, 2018년 1억 1,636만 원, 2019년 1억 원, 총 3억 4,636만 원을 기부했습니다.



임직원·회원이
함께하는
나눔문화

CASE 3. 애터미RUN

애터미RUN은 달리기를 통해 가치 있는 나눔을 실천하는 애터미의 전략적 사회공헌 활동입니다. 대만법인에서 처음 시작하여 한국 본사에서 2018년과 2019년 애터미RUN이 개최되었으며, 애터미 회원과 임직원 그리고 협력사 모두 달리기를 통한 건강한 기부문화를 정착시킴으로써 애터미의 나눔의 문화를 실천하였습니다. 애터미RUN을 통해 발생한 10억 원의 수익금 전액은 몸이 불편한 장애인이나 취약계층을 위해 공주시 장애인 복지재단, 충남 문화재단 등에 기부되었습니다.



CASE 4. 영리더스 자원봉사단

애터미 회원들 중 2030으로 구성된 영리더스 회원 100여 명과 임직원 20명은 애터미 본사와 함께 전국의 8개 지역을 대상으로 봉사활동을 진행했습니다. 이들은 해변 정화활동, 취약계층 주거환경 개선을 위한 형광등 교체, 방충망 설치 등의 봉사활동을 수행했으며 2021년 1,646만 원의 자사제품, 2022년에는 1억 1,745만 원의 자사제품을 취약계층에 기부하며 훈훈한 손길을 전하였습니다.



CASE 5. 임페리얼 나눔 I'MPERIAL

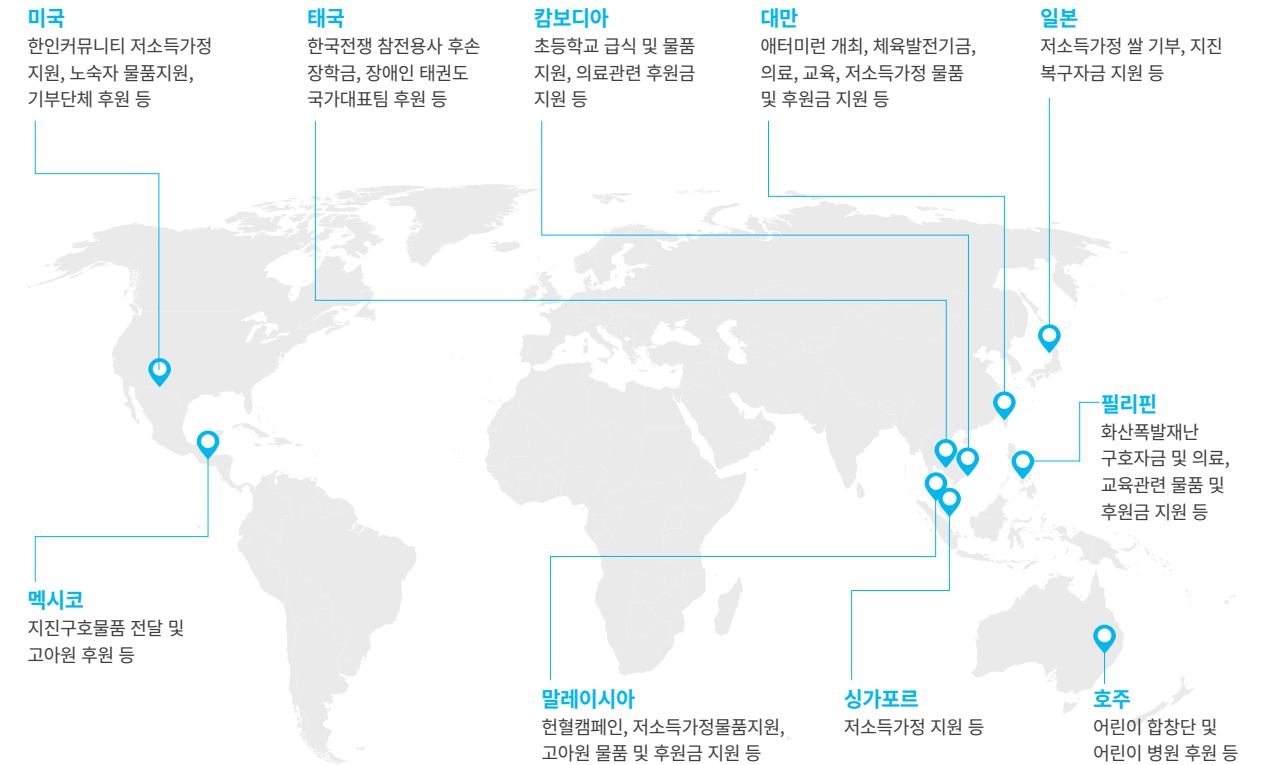
임페리얼 나눔인 I'MPERIAL 애터미 회원 중 최고 직급자인 임페리얼마스터 7명의 회원이 직접 사업을 기획하고 수행하는 프로젝트입니다. 이들은 다문화가정 생활비 지원, 문해학습자 교육 프로그램 지원, 학대 피해 장애인 쉼터 건립비 지원, 고아원 운영비용 지원 및 아동 치료비 지원, 인도 코로나19 피해 긴급 구호 활동, 노숙인 무료급식 지원, 베이비박스 아동 양육비 및 운영비용 지원 등 총 3억 2,187만 원의 기부금을 전달하였습니다.



글로벌 나눔 문화

나눔 활동은 국내를 넘어 해외까지 전파가 되며 애터미가 위치한 전 세계 법인에서 활발한 사회공헌 활동이 펼쳐지고 있습니다.

글로벌 나눔문화 주요활동



인권존중

애틀미는 사훈 '영혼을 소중히 여기다'를 바탕으로 사람이 행복해야 사회가 행복하고, 비로소 기업도 성공할 수 있다는 보편적 가치를 추구하고 있습니다. 이러한 가치를 바탕으로 경영 전반에서 발생할 수 있는 인권침해 리스크를 방지하기 위해 인권존중 정책을 수립하고 본사와 글로벌 법인을 대상으로 시행 중에 있으며 더 나아가 애틀미의 직·간접적인 구성원들에게도 이러한 정책을 준수할 수 있도록 권고해 나갈 방침입니다.



애틀미 인권 정책

사회 구성원 모두의 존엄과 가치를 중시하는 인간중심 기업이라는 지향점을 달성하기 위해 9가지 인권 존중 정책을 수립하고 이를 실천하기 위해 노력하고 있습니다. 또한, 인권존중 정책의 관리를 위해 인권 침해 이슈 발생시 CGO(Chief Global Officer)와 대표이사가 함께 참석하는 글로벌 권역장회의체로 공유하고 논의하여 적절한 구제 조치를 취하고 있습니다.

지향점



사회 구성원 모두의 존엄과 가치를 중시하는 인간중심 기업

애틀미 인권존중정책



- 원칙 1** 애틀미는 UN 기업과 인권 이행원칙, OECD다국적기업 가이드라인 등 국내외 인권에 관한 원칙을 존중하고 지지한다.
- 원칙 2** 애틀미는 고용에 있어 성별, 학력, 연령, 인종 및 원주민, 장애, 출신지역에 따른 차별을 금지하고 동일한 이유로 교육, 승진, 임금 등 근로조건에 대해 차별을 금지한다.
- 원칙 3** 애틀미는 임직원이 안전하고 일하기 좋은 근로환경을 만들기 위해 노력한다.
- 원칙 4** 애틀미는 협력사를 선정함에 있어 공정하게 선정하고 협력사가 인권존중 경영을 할 수 있도록 지원한다.

인권 침해여부 및 구제조치

인권 리스크를 식별하고 예방하기 위해 이해관계자들의 인권존중 경영에 대한 의견을 주기적으로 수렴하고 있습니다. 앞으로도 지속적인 인권존중 경영을 해나가도록 하겠습니다.

애틀미 주요 인권존중 정책과 침해여부 및 구제조치

| | |
|---|---|
| 고용 및 근로조건에 대한 차별금지 <ul style="list-style-type: none"> 침해건수 : 0건 다양성 및 포용성 확보 문화 정책 운영 윤리상담 제보센터 운영 | 안전하고 일하기 좋은 근로환경 제공 <ul style="list-style-type: none"> 침해건수 : 0건 윤리상담 제보센터 운영 |
| 공정한 협력사 선정 및 협력사 인권존중 경영 지원 <ul style="list-style-type: none"> 침해건수 : 0건 협력사 선정 정책 및 매입가 정책 운영 | 고객·회원의 인권과 개인정보 보호 <ul style="list-style-type: none"> 침해건수 : 0건 개인정보보호 조직 구성하여 실시간 관리 개인정보보호 배상과 관련된 예약금을 별도 계좌로 생성하여 보유 |
| 지역사회 구성원의 인권존중 <ul style="list-style-type: none"> 침해건수 : 0건 지역 내 기업관련 민원 및 협력방안 교류를 통해 인권존중 정책에 반영 | 아동노동 금지 및 국제 노동원칙 준수 <ul style="list-style-type: none"> 침해건수 : 0건 한국컴패션과 함께 해외아동 구호활동 관련 정보 공유 및 협력 방안 구상 |
| 환경오염 및 지구온난화 방지 <ul style="list-style-type: none"> 침해건수 : 0건 환경법규 준수 친환경제품 제품 리뉴얼 및 블루마린 프로젝트 | |

인권교육 프로그램

| 연도 | 내용 |
|-------|---|
| 2020년 | · 장애인 인식개선 및 괴롭힘 방지, 성희롱 예방 교육 (2시간) *코로나19로 인해 온라인 교육으로 대체 |
| 2021년 | · 장애인 인식개선 및 괴롭힘 방지, 성희롱 예방 교육 (2시간) *코로나19로 인해 온라인 교육으로 대체 |
| 2022년 | · 장애인 인식개선 및 괴롭힘 방지, 성희롱 예방 교육 (2시간) *코로나19로 인해 온라인 교육으로 대체 |

관리방안



- 인권침해 이슈 발생 시 CGO(Chief Global Officer)와 대표이사가 함께 배석하는 글로벌 권역장회의체로 공유하고 논의
- 인권존중 정책에 대한 임직원 교육

인권교육 프로그램

CASE 1. 다양성 및 포용성 확보 문화

다양성 및 포용성 확보를 위한 문화 정책을 운영 중에 있습니다. 언어, 인종, 국적의 차별없는 채용을 위해 전사 영어 공용화를 준비하고 있으며, 현지인 채용 및 교육을 실시합니다. 또한, 글로벌 원 잡마켓을 통해 글로벌 리더십 인재를 양성하고 직급파괴, 영어호칭 사용 등을 통해 수평문화를 추구합니다. 글로벌 뿐만이 아닌 국내에서도 다양한 연고지를 포용하기 위해 공주 및 세종지역 외 연고자에게는 정착지원금을 지원합니다.



CASE 2. 2022년도 이직률 0%, 고객행복센터 상담원 인권보호

감정노동자의 인권보호를 위한 다양한 복지제도와 힐링프로그램을 운영하고 있습니다. 상담원 대부분이 여성임을 감안해 차별화된 모성 보호 휴가 및 휴직제도를 실시하고 있습니다. 또한 근속 1년 이상 상담원들에게는 입학 자녀 돌봄 휴가와 긴급 자녀 돌봄 근로시간 단축 등의 제도를 실시하고 있습니다. 무엇보다도 고객행복센터 임직원들에게 높은 수준의 재량권을 부여하여 이들의 의사결정권을 최대한 존중해줍니다. 이러한 노력의 결과로 애터미 콜센터인 고객행복센터의 2017년부터 2021년까지의 평균 이직률은 한 자릿수에 불과합니다. 특히, 2022년은 0%를 달성하며 업계 평균의 10분의 1수준을 보이고 있습니다.



CASE 3. 사회 구성원 모두가 행복할 수 있도록 '히즈빈스커피' 운영

애터미는 사회적 약자인 장애인의 고용 창출과 자립, 인권 향상 등을 위해 사회적 기업인 (주)향기내는사람들과 협업하여 본사가 위치한 공주에 히즈빈스 카페를 운영하고 있습니다. 히즈빈스커피는 장애인 전문 바리스타를 양성하여 함께 일하는 문화를 만드는 사회혁신기업 (주)향기내는사람들의 커피 브랜드입니다. 히즈빈스커피의 지향점인 모든 장애인들과 함께 행복하게 일하는 세상은 애터미의 인권정책 지향점과도 일맥상통합니다.



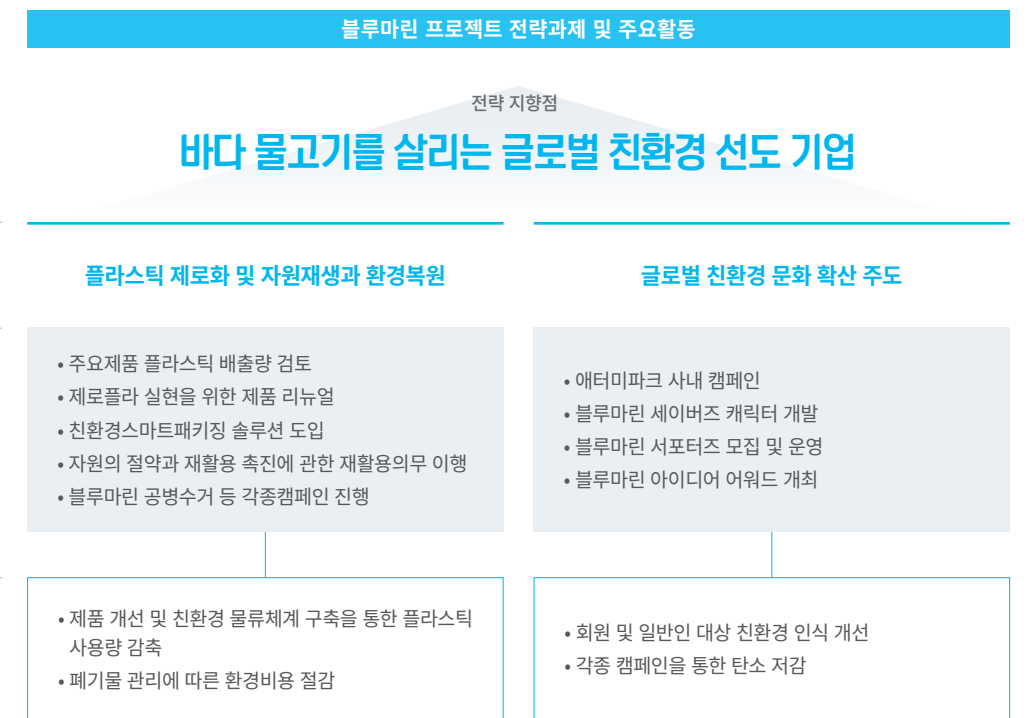
블루마린 프로젝트

엘니뇨, 라니냐, 얼음이 녹아 내리는 북극 등 기후변화 위기는 생존의 문제가 되었고 우리 일상을 변화시켰습니다. 이에 따라 각국 정부는 환경 관련 정책을 펼치고 있고 애터미 또한 환경보존은 미룰 수도, 미뤄서도 안 되는 시급한 현안으로 인식하고 블루마린 프로젝트를 통해 지구와의 지속가능한 공존과 해양 환경 보존을 이루어 나가기 위해 노력하고 있습니다.



전략과제 및 주요활동

애터미는 바다 물고기를 살리는 글로벌 친환경 선도기업이라는 지향점을 달성하기 위해 플라스틱 제로화(제로플라), 자원재생과 환경복원, 글로벌 친환경 문화 확산 주도의 3가지 비전하에 블루마린 프로젝트를 시행하고 있습니다.



플라스틱 제로화 및 자원 재생과 환경복원

에터미는 플라스틱 제로화 및 자원 재생과 환경복원을 위해 먼저 제품별 플라스틱 배출량을 검토하였고 제로플라 실현을 위한 제품 리뉴얼 활동을 수행하고 있습니다.

제로플라 실현을 위한 제품 리뉴얼

에터미는 2021년 블루마린 프로젝트를 본격 가동하면서 2020년 사용량 대비 약 363톤(8%)의 플라스틱 사용량을 감축하였습니다. 제로플라 실현을 위해 생분해 플라스틱 및 친환경 소재 사용을 확대하여 2030년 전까지 제품 플라스틱 50% 절감이라는 목표를 세웠습니다. 이를 위해 부자재 개선 현황 및 절감률을 모니터링하고, 패키지 부피축소 및 친환경 부자재로의 변경 등 기존 품목 리뉴얼, 신규 부자재와 친환경 신제품을 개발할 예정입니다.

제품 친환경 리뉴얼 사례

플라스틱

- 에터미 슬림바디 웨이크**
PET 용기에서 파우치 타입으로 변경
- 에터미 오랄케어 기프트 세트**
플라스틱 트레이 삭제 및 외포장 사이즈 축소
- 에터미 해양 심층수**
라벨 삭제 및 플라스틱 중량 절감

종이

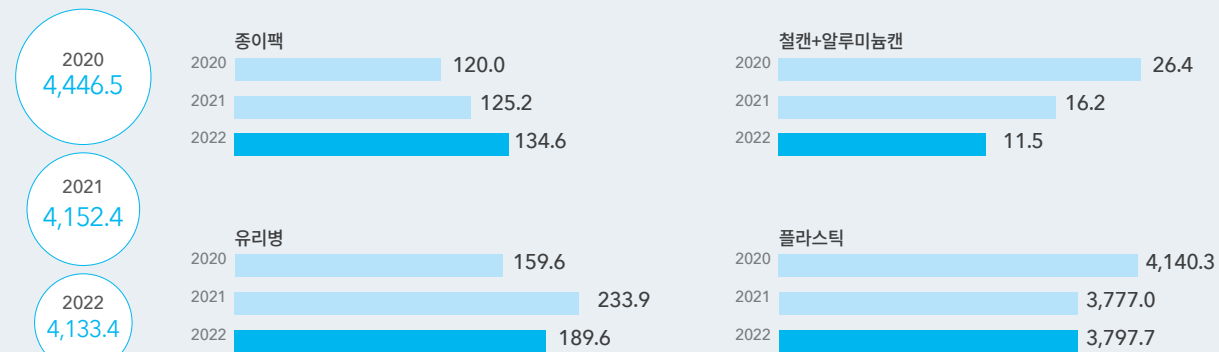
- 헤모힘**
머리패드 삭제 및 세트박스, 단박스 중량 절감
- 에터미 칫솔, 콤팩트 칫솔**
플라스틱 트레이 삭제 및 종이 패키징 적용
- 에터미 치약**
CCP R30(30% 재활용 용지) 종이 적용

기타

- 에터미 에티오피아 싱글 오리진 라떼**
알루미늄캔에서 테트라팩 패키지로 변경
- 에터미 간고등어**
스티로폼 아이스박스 사이즈 축소
- 친환경 종이 완충재 교체**
PE재질 에어캡 완충재를 친환경 종이 완충재로 교체



에터미 원자재 사용량 (단위 : ton)



*판매중량기준으로 자원 재활용법 재활용 공제조항에 분담금으로 납부하는 금액을 산정 기준으로 적용
*신제품 포함 수치

플라스틱 제로화 및 자원 재생과 환경복원

친환경 스마트 패키징 솔루션 도입

CJ대한통운과 함께 포장 작업에 사용되는 플라스틱 비닐 사용량을 줄이고 과대 포장을 방지하기 위해 완충재와 박스 테이프를 재활용 가능한 종이 소재로 바꾸고 포장 공정을 첨단화한 친환경 스마트 패키징 솔루션을 구축하여 매년 200톤 이상의 플라스틱을 절감하고 있습니다.

자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 재활용의무 이행

자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률 제 16조와 시행령 제18조에 의거하여 2013년 한국포장재재활용사업 공제조합에 가입하였습니다. 이를 통해 생산책임재활용제도(EPR)에 적합하게 운영하고 있습니다. 또한 EPR제도의 운용 내용을 협력사와 공유, 협력사의 친환경 인식을 개선하고 있습니다. 또한, 재활용 공제조합에 재활용의무를 공동으로 이행하기 위한 분담금을 납부하고 있으며 관련 법에 근거하여 한국환경공단에 제품 및 포장재의 출고수입 실적서 자료를 제출하고 있습니다.

※ 생산책임재활용제도(EPR) : 제품 생산자나 포장재를 이용한 제품의 생산자에게 그 제품이나 포장재의 폐기물에 대하여 일정량의 재활용의무를 부여하여 재활용하게 하고, 이를 이행하지 않을 경우 재활용에 소요되는 비용 이상의 재활용 미이행 부과금을 생산자에게 부과하는 제도
* 에터미 자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 재활용의무 이행 : 4대 포장재-종이팩, 금속캔, 유리병, 합성수지포장재) 및 전지류 등



에터미 블루마린프로젝트 마스터 플랜

| STEP | STEP 1. 인식 유도 및 스피드화 | | STEP 2. 안정화 | STEP 3. 확산화 | |
|--------------------------|--|------|---|--|-----------------------------|
| YEAR | 2021 | 2022 | 2024 | 2027 | 2030 |
| Zero Pla 플라스틱 제로화 | 친환경 제품 리뉴얼 친환경 제품 개발 | | 제품 개발 제품 개선 친환경 소재 개발 물류 개발/개편 | 재활용 용이성 평가 재활용 방법 개선 플라스틱 모니터링 물류 개발/개편 | 플라스틱 50% 절감 |
| 글로벌 친환경 문화 확산 주도 | 블루마린 서포터즈 블루마린 세이버즈 캐릭터 브랜딩 식세스 홍보 | | 캐릭터 브랜딩 대외 협력 사내/외 캠페인 | 회원 교육 문화 사업 국내/외 세미나 홍보 친환경 인재 발굴 | 글로벌 회원 인식 개선 |
| 자원 재생과 복원 | 공병 수거 캠페인 | | 공병 수거 캠페인 업사이클링 리사이클링 환경 정화 활동 | 에터미 가든 ESG 에터미와 RUN 제품 개발 | 에터미 전 제품 자원재생 시스템 구축 |

**플라스틱 제로화
및 자원 재생과
환경복원**

폐기를 관리에 따른 환경비용 절감

애틀미는 자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률 시행령 제10조에 의거하여 제조 및 유통단계에서 폐기물 발생 절감 및 효율적 회수·처리를 통해 폐기물 관리에 따른 환경 비용을 절감하는데 동참하고 있습니다. 2013년부터 한국환경공단에 폐기물 부과금을 납부하고 있으며 이는 재활용 가능자원의 구입·비축, 폐기물의 재활용을 위한 사업, 폐기물처리시설의 설치 및 지원, 폐기물의 효율적 재활용과 감량화를 위한 연구 및 기술개발, 지방자치단체에 대한 폐기물 회수와 재활용 비용 및 기타 용도 등에 사용됩니다.

**글로벌 친환경
문화 확산 주도**

애틀미파크 사내 캠페인

애틀미는 애틀미파크에 근무하는 임직원 또한 기후위기를 환경문제로 인식하고 친환경적인 사내문화를 조성하고자 사내 캠페인을 실시하고 있습니다. 휴지 아껴쓰기, 올바른 분리배출, 이면지 활용, 텀블러 및 대화용컵 사용 등 누구나 쉽게 할 수 있는 캠페인을 통해 임직원들이 직접 환경보호를 실천하고 있습니다.

| 시기 | 캠페인 | 내용 |
|-------------|-------------------------|--|
| 주별 | 사내 게시판 친환경 정보 공유 | TF 멤버 주 단위 게시글 작성 |
| 2021년 4월 | 화장실 휴지 절약 캠페인 | 휴지 아껴쓰기를 통한 식목일 나무사랑 캠페인 |
| 2021년 4월 | 올바른 분리배출 캠페인 | 쓰레기통 세분화, 재활용 쓰레기 분리배출 안내 |
| 2021년 4월 | 이면지 활용 및 에코모드 출력 캠페인 | 전자문서 이용, 이면지 재사용 독려 |
| 2021년 5월 | 블루마린 실천 다짐 공유 이벤트 | 친환경 다짐 공유, 블루마린 대화용 텀블러 증정 |
| 2021년 5월 | 직원 식당 잔반 ZERO 캠페인 | 음식물 쓰레기 줄이기, 친환경 제품 이벤트 |
| 2021년 6월~8월 | 애틀미파크 공병수거 캠페인 | 애틀미 제품 공병수거를 통한 업사이클 벤치 제작 |
| 2021년 8월 | 히즈빈스 X 블루마린 대화용컵 사용 캠페인 | 히즈빈스 일회용컵 사용 제한을 통한 사내 제로플라 실현 |
| 2021년 10월 | 사내 일회용 페트병 근절 캠페인 | 사내 SCM 심층수 주문 제한을 통한 사내 제로플라 실현, 일주일간 수거된 페트병 설치물을 통한 경각심 제공 |
| 2022년 3월 | 블루진 캠페인 | 청바지를 에코컵홀더로 업사이클링 |
| 2022년 4월 | 직원 식당 잔반 제로 캠페인 | 음식물 쓰레기 줄이기, 업사이클링 제품증정 이벤트 |
| 2022년 7월 | 공주 금강변 플로깅 | 금강변 일대 정화 활동 |

애틀미파크 사내 캠페인

CASE 1. 블루진 캠페인

2022년 3월 애틀미 사내 임직원 및 영리더스 회원의 참여로 청바지 총 125장을 수거하여 에코컵홀더로 업사이클링하는 블루진 캠페인을 진행했습니다. 업사이클이란 제품을 단순히 재활용하는 차원을 넘어 디자인을 가미하는 등의 새로운 부가가치를 창출하여 새 제품으로 재탄생시키는 것으로 제품을 재활용하여 자원을 더욱 효율적으로 사용하는 애틀미의 친환경 제품정책을 반영하였습니다. 업사이클링을 통해 청바지 1장당 33KG의 탄소 저감 효과를 볼 수 있으며 125장 업사이클링을 통해 총 4,125KG의 탄소를 저감하였습니다.

**글로벌 친환경
문화 확산 주도**

CASE 2. 애틀미파크 공병수거 캠페인

2021년 애틀미는 글로벌 리사이클링 전개기업 테라사이클과 함께 플라스틱 제로화와 자원순환 실천을 위해 공병수거 캠페인을 진행했습니다. 공병수거 캠페인은 800여 개 교육센터에서 참여했습니다. 참여 센터에 비치된 수거함에 올바르게 배출된 공병을 모으는 것으로 운영됐으며 공병을 이용하여 업사이클 벤치를 제작하여 본사인 애틀미파크 내에 배치했습니다.



CASE 3. 블루마린 세이버즈 캐릭터 개발

무거운 환경문제에 친근하게 다가갈 수 있는 문화 사업을 진행하고자 블루마린 프로젝트의 캐릭터 블루마린 세이버즈를 론칭했습니다. 블루마린 세이버즈는 '푸른 바다 지킴이'라는 뜻으로, 멸종위기 바다동물인 북극곰, 물개, 펭귄, 북극여우를 모티브로 하였고, 애틀미 아이덴티티인 화이트와 블루컬러를 활용하여 디자인하였습니다. 블루마린 세이버즈 캐릭터 개발을 통해 카카오톡 이모티콘 제작, 인스타그램 이벤트 진행, 디자인 페스티벌 참가, 굿즈 및 애니메이션 제작 등에 활용하였습니다.



CASE 4. 블루마린 서포터즈 모집 및 운영

2022년부터 블루마린 서포터즈를 통해 임직원, 회원, 소비자들이 직접 참여하여 친환경의 중요성을 인식할 수 있도록 여러 활동을 지원하고 있습니다. 블루마린 서포터즈들에게는 소정의 활동 지원금을 제공할 뿐만 아니라 다양한 체험상품 및 굿즈 등을 제공했습니다. 또한, 오프라인 친환경 봉사 수행 시 봉사 시간 또한 인정받도록 도왔고 활동 종료 후에는 우수활동 팀을 시상하고 선물을 제공했습니다.



CASE 5. 블루마린 아이디어 어워드

2021년 블루마린 3대 비전인 '플라스틱 제로화', '글로벌 친환경 문화 확산 주도', '자원 재생을 통한 해양 환경 복원'에 부합하는 친환경 아이디어 발굴을 위한 어워드를 개최했습니다. 친환경 블루마린 캠페인에 관심있는 누구나 참여 가능했으며 우승자에게는 1억 원 규모의 상금을 지원했습니다.

CASE 6. 환경정화 캠페인 ‘비치클린 캠페인’







2021년 애틀랜틱 영리더스클럽과 임직원 50여 명이 해변가, 대왕암공원 등 해안일대에서 쓰레기를 줍는 환경정화 작업을 펼쳤습니다. 애틀랜틱의 친환경 캠페인 ‘블루마린’의 일환인 비치클린 캠페인은 애틀랜틱의 2030 세대 회원 모임인 ‘영리더스클럽’의 제안으로 진행됐습니다. 이들은 울산시 일산해수욕장 일대에 관광객들이 남기고 간 쓰레기가 해양 생태계를 파괴한다는 소식을 듣고 비치클린 캠페인을 기획했으며 앞으로도 지속적인 환경보호 활동을 통해 해양 생태계 보존에 힘을 더할 것이라고 밝혔습니다.



CASE 7. 친환경 멘토링 교육

2022년 10월 애틀랜틱 거점 교육센터 6곳에서 환경보호에 관심 있는 회원 800여 명을 대상으로 하는 친환경 멘토링 교육을 진행하였습니다. 블루마린 프로젝트와 공병수거 프로젝트를 소개하고 일상 생활에서 실천 가능한 친환경 활동을 안내했습니다. 또한 DIY 세트를 활용한 업사이클링 제품을 제작해보고 교육이 끝난 후에는 센터 인근에서 플로깅 활동도 진행하였습니다.



| | |
|---|--|
| <p>사무실 전등 소등 및 고효율 LED전구 설치 중식시간 사무실 전등 소등(필수 전등 제외 50% 이상 소등) 및 사내 전체 고효율 LED전구 설치</p>  | <p>냉·난방 일정 조정 및 심야전기 활용 난방(60일→42일) 및 냉방(90일→72일) 일자 조정 및 사내 수축열 시스템 설치하여 심야전기를 활용</p>  |
| <p>저탄소 점심식사의 날 잔반 30% 감소를 통한 탄소 절감 (연 2회 추진)</p>  | <p>일회용 컵 없는 회사 플라스틱 대체재 CX소재의 친환경 컵 도입을 통한 사내 카페 일회용컵 제로화</p>  |
| <p>공주시 금강 신관공원 쓰레기 정화활동 사내 임직원 참여를 통한 플로깅 진행</p>  | <p>업사이클링 캠페인 청바지 수거, 업사이클링 다회용 컵홀더 제작 배포</p>  |

APPENDIX

- 80 ESG DATA
- 89 GRI INDEX
- 92 제3자 검증의견서
- 94 가입 협회 및 주요 인증

ESG Data

경제성과

요약 연결 재무상태표 (사업연도 말 기준, 단위 : 백만 원)

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-----------|---------|---------|---------|
| 유동자산 | 457,053 | 561,106 | 605,386 |
| 비유동자산 | 237,082 | 312,728 | 292,560 |
| 자산총계 | 694,135 | 873,834 | 897,946 |
| 유동부채 | 155,334 | 199,712 | 182,000 |
| 비유동부채 | 2,606 | 3,961 | 8,473 |
| 부채총계 | 157,940 | 203,673 | 190,473 |
| 자본금 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| 자본잉여금 | 94 | 94 | -111 |
| 자본조정 | -9 | -9 | - |
| 기타포괄손익누계액 | -140 | 11,528 | 6,339 |
| 이익잉여금 | 535,250 | 657,547 | 695,025 |
| 자본총계 | 536,195 | 670,161 | 707,472 |

요약 손익계산서 (단위 : 백만 원)

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 매출액 | 1,054,364 | 1,215,764 | 1,238,819 |
| 매출원가 | 667,498 | 742,574 | 698,316 |
| 매출총이익 | 386,866 | 473,190 | 540,504 |
| 판매비와관리비 | 208,996 | 288,971 | 398,387 |
| 영업이익 | 177,870 | 184,219 | 142,117 |
| 영업외수익 | 30,278 | 49,675 | 47,874 |
| 영업외비용 | 40,655 | 51,792 | 67,221 |
| 법인세차감전순이익 | 167,493 | 182,102 | 122,771 |
| 법인세비용 | 31,135 | 39,805 | 30,078 |
| 당기순이익 | 136,358 | 142,297 | 92,692 |

경제적 가치 창출액 (연결기준, 단위 : 백만 원)

| 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-----------|-----------|-----------|
| 1,590,466 | 1,930,682 | 1,991,422 |

* 매출액 및 회원 지급 후원수당 합계

환경성과

경제적 가치 분배 (연결기준, 단위 : 백만 원)

| 이해관계자 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|----------|-----------|-----------|-----------|
| 협력사 | 666,313 | 740,057 | 694,420 |
| 고객 및 회원 | 536,103 | 714,919 | 752,603 |
| 정부 | 39,135 | 60,513 | 42,654 |
| 임직원 | 36,554 | 50,520 | 78,153 |
| 사회 | 8,907 | 24,762 | 24,924 |
| 주주 및 투자자 | 19,584 | 20,000 | 60,000 |
| 채권자 | 3 | 5 | 59 |
| 합계 | 1,306,600 | 1,610,775 | 1,652,812 |

온실가스 배출량 (단위 : tCO2eq, 억원)

| 에터미 | 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-------------------------------------|-----------|-------|-------|-------|
| Scope1 | 도시가스(LNG) | 0.280 | 0.346 | 0.411 |
| Scope2 | 전력 | 540 | 557 | 649 |
| 합계(tCO2eq) | | 540 | 558 | 650 |
| 에너지 집약도 (매출액 기준 원단위) (tCO2eq/억원) | | 0.05 | 0.05 | 0.05 |

| 홍삼단 | 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-------------------------------------|-----------|-------|-------|-------|
| Scope1 | 도시가스(LNG) | 867 | 645 | 291 |
| Scope2 | 전력 | 797 | 844 | 736 |
| 합계(tCO2eq) | | 1,663 | 1,489 | 1,027 |
| 에너지 집약도 (매출액 기준 원단위) (tCO2eq/억원) | | 11.38 | 12.81 | 8.82 |

*에터미 본사 및 제조업을 영위하는 자회사(홍삼단) 기준

원자재 사용량 (단위 : ton)

| 항 목 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|----------|---------|---------|---------|
| 종이팩 | 120.0 | 125.2 | 134.6 |
| 유리병 | 159.6 | 233.9 | 189.6 |
| 철캔+알루미늄캔 | 26.4 | 16.2 | 11.5 |
| 플라스틱 | 4,140.3 | 3,777.0 | 3,797.7 |
| 총합계 | 4,446.5 | 4,152.4 | 4,133.4 |

*판매중량기준으로 자원 재활용법 재활용 공제조항에 분담금으로 납부하는 금액을 산정 기준으로 적용

*신제품 포함 수치

환경성과

에너지 및 용수 사용량 (단위 : kWh, kg)

| 에너지 | 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|--------|----------------|-----------|-----------|-----------|
| 전기 | kWh | 1,175,892 | 1,212,922 | 1,413,225 |
| 가스 | kg | 128 | 158 | 158 |
| 용수 사용량 | m ³ | 7,918 | 8,199 | 13,863 |

| 구분 | 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|---------|-----|-----------|-----------|-----------|
| 홍삼단 | 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
| 전기 | kWh | 1,733,896 | 1,837,941 | 1,602,382 |
| 가스 | kg | 234,987 | 174,914 | 78,850 |
| 지하수 사용량 | Ton | 3,754 | 3,416 | 3,015 |
| 재활용수 | Ton | - | - | - |
| 재활용수 비율 | % | - | - | - |

*애틀리 본사 및 제조업을 영위하는 자회사(홍삼단) 기준
 *애틀리 본사는 상수만 사용하며, 생활하수는 중말처리장에서 처리됩니다.

| 구분 | 단위 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|--------|------|-------|---------|-------|
| 홍삼단 | 단위 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
| 폐수 배출량 | Ton | 1,897 | 812 | 128 |
| BOD | mg/L | 166 | 104 | |
| COD | mg/L | 130 | 42(TOC) | 미측정 |
| SS | mg/L | 91 | 18 | |

*2021년부터 COD는 TOC측정으로 전면 개정했습니다.
 *홍삼단의 사업장 주조지인 공주 보물농공단지 별도 배출허용기준을 준수하고 나아가 그 이상으로 엄격하게 관리 중에 있습니다.
 *애틀리는 용수 공유 자원 활용 및 교류를 위해 스티보일러에서 사용되고 남은 응축수를 다시 활용할 수 있는 방안을 고려 중입니다.
 또한, 공단의 폐수처리시설의 효율과 추가 환경오염을 방지하기위해 Ph 8.6이하, 온도 40°C이하로 배출하는 기준을 정립하여 추진 중에 있습니다.

폐기물 배출량 (단위 : 개, ton)

| 종류 | 단위 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------|------------|------|------|------|
| 생활폐기물 | 75L 봉투(개) | - | 176 | 211 |
| | 100L 봉투(개) | 280 | 88 | 105 |
| 음식물폐기물 | 1000L | 18 | 24 | 34 |
| 재활용폐기물 | 톤 | 12.2 | 11.9 | 14.3 |

| 구분 | 단위 | 2020년 | 2021년 | 2022년 | |
|-----|------------------------|-------|--------|-------|-------|
| 홍삼단 | 단위 | 2020년 | 2021년 | 2022년 | |
| 폐기물 | 폐합성수지류 재활용 (중간가공폐기물제조) | Kg | 8,240 | 9,140 | 2,270 |
| | 그 밖의 폐기물 중간처분 (일반소각) | Kg | 1,780 | - | - |
| | 폐유기용제 | Kg | - | 490 | - |
| | 합계 | Kg | 10,020 | 9,630 | 2,270 |

*애틀리 본사는 회원 연수시설을 겸하고 있습니다. 2020년과 2021년은 코로나로 인해 행사가 미비했으나 2022년부터는 완화되어 행사를 개최하고 있으며 이로 인해 식수가 평소의 2배 가량 늘어났습니다.
 *홍삼단의 폐기물 배출량은 폐기물 배출 및 처리실적 보고 기준입니다.

환경성과

환경법 및 규정 위반 (단위 : 건)

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|------|-------|-------|-------|
| 위반건수 | 0 | 0 | 0 |

애틀리 주요제품 친환경 리뉴얼 사례 (적용완료)

| 제품명 | 적용시점 | 리뉴얼 내용 |
|-------------------------------------|--------|--|
| 리필 제품 | 2016년~ | 애틀리 액상 세탁세제, 섬유린스, 얼룩제거제, 플로어 크리너, 테이프 크리너, 필링패드, 헤어롤, 애플루트 24K 골드 나이트 마스크, 애플루트 어반 쉐드 선 쿠션, 애플루트 허니 진생/프렌치 로즈/히노키 클레이 마스크 |
| 완충재 | 2019년 | · PE재질 에어캡 완충재를 친환경 종이 완충재로 교체 |
| 애틀리 스킨케어 6시스템 (現 애틀리 스킨케어시스템 더 페이스) | 2019년 | · 2중 용기를 단용기로 변경하여 포장 부피 축소(15.7%) · 플라스틱 중량 감소 |
| 애틀리 카밍스킨 | 2020년 | · 2중 용기를 단용기로 변경하여 포장 부피 축소(44%) · 플라스틱 중량 감소 |
| 어게인 세럼 | 2020년 | · 2중 용기를 단용기로 변경하여 포장 부피 축소(35%) · 플라스틱 중량 감소 |
| 애틀리 슬림바디 웨이크 4종 | 2020년 | · PET 용기에서 파우치 타입으로 변경 |
| 애틀리 간 고등어 | 2021년 | · 간고등어 아이스박스 축소 |
| 애틀리 오랄케어 기프트 세트 | 2021년 | · 플라스틱 트레이 삭제 및 외포장 사이즈 축소 |
| 애틀리 황사마스크 KF 94/80 | 2021년 | · 개별 파우치에서 5매입 파우치로 변경 (KF 94/ KF 80) |
| 애틀리 칫솔/콤팩트 칫솔 | 2021년 | · 플라스틱 트레이 삭제 및 종이 패키징 적용 |
| 애틀리 치약 | 2022년 | · 네오 CCP R30(30% 재활용 용지) 종이 적용 |
| 애틀리 에티오피아 싱글 오리진 라떼 | 2022년 | · 알루미늄 캔을 테트라팩 종이로 변경 |
| 애틀리 해양 심층수 | 2022년 | · 라벨 삭제 및 플라스틱 중량 절감 |
| 아델리카 홀리데이/ 블루밍 에디션 | 2022년 | · 종이 팔레트 적용 |
| 애플루트 워시오프 마스크 3종 | 2022년 | · 리필용기 적용 |
| 액상세탁세제/섬유린스 | 2022년 | · 리필 파우치 적용 |
| 헤모힘 | 2022년 | · 머리패드 삭제 및 세트박스, 단박스 중량 절감 |

애틀리 주요제품 친환경 리뉴얼 및 개발 사례 (진행 중 및 예정)

| 제품명 | 리뉴얼 내용 |
|--|---|
| 패키징 박스 (다시마, 간장, 블루베리즙, 유기미네랄 원당, 알찬견과, 생과즙 그대로 오렌지주스 및 생자몽주스 등) | · 끈, 플라스틱 손잡이를 제거하거나 종이 손잡이로 대체 · 라미코팅 (비닐) 종이를 100% 재활용 가능 종이로 변경 · 환경 및 인체 유해 잉크를 100% 생분해 잉크로 변경 · 인체 무해한 잉크를 사용한 접착제 |
| 홍보 인쇄물 | · 인쇄 후가공 무광 라미네이팅 삭제 · 친환경 인증용지 및 공기를 인쇄 적용 |
| 대나무 칫솔 | · 친환경 재료 대나무를 사용한 칫솔 개발 |

사회성과

고용인원 (단위 : 명)

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 | |
|--------|----------|-------|-------|-----|
| 전체 | 645 | 729 | 767 | |
| 지역별 | 국내 | 271 | 307 | 299 |
| | 해외 | 374 | 422 | 468 |
| | 해외 고위관리자 | 19 | 25 | 25 |
| 성별 | 여성 | 318 | 384 | 373 |
| | 남성 | 327 | 345 | 394 |
| 고용 형태별 | 정규직 | 575 | 635 | 674 |
| | 기간제 | 70 | 94 | 93 |
| 연령별 | 20대 | 201 | 197 | 166 |
| | 30대 | 325 | 338 | 381 |
| | 40대 | 88 | 147 | 170 |
| | 50대 이상 | 31 | 47 | 50 |

*전체 임직원 수 : 국내외 1년이하 재직인 인턴을 제외한 정규직 및 기간제 근로자 수

*국내 : 애터미 한국법인 기준 (본사, 홍삼단, 아자, 오롯, 실로아트)

*해외 : 애터미 해외법인 기준

*해외 고위관리자 직급 : BM(Branch Manager) 이상의 법인장

*해외 고위관리자 업무 : 법인설립 및 오픈, 직원 채용 등의 기업 경영 및 운영관리, 해당국가의 신규회원 발굴과 시장확장을 위한 회원세미나 시스템 운영 총괄, 원활한 멀티-네트워크 마케팅 운영을 위한 정부 및 각 기관과의 협력대표, 제품소싱을 위한 전략적 지원, 설계, 기획, 수출(본사와 협의)구성 및 운영관리

신규채용 인원 (단위 : 명)

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 | |
|-----|--------|-------|-------|----|
| 전체 | 210 | 179 | 106 | |
| 지역별 | 국내 | 87 | 68 | 23 |
| | 해외 | 123 | 111 | 83 |
| 성별 | 여성 | 103 | 97 | 68 |
| | 남성 | 107 | 82 | 38 |
| 연령별 | 20대 | 103 | 96 | 42 |
| | 30대 | 76 | 55 | 46 |
| | 40대 | 25 | 25 | 15 |
| | 50대 이상 | 6 | 3 | 3 |

*전체 임직원 수 : 국내외 1년 이하 재직인 인턴을 제외한 정규직 및 기간제 근로자 수

*국내 : 애터미 한국법인 기준 (본사, 홍삼단, 아자, 오롯, 실로아트)

*해외 : 애터미 해외법인 기준

사회성과

이직 인원 (단위 : 명)

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 | |
|-----|--------|-------|-------|----|
| 전체 | 59 | 93 | 86 | |
| 지역별 | 국내 | 45 | 46 | 25 |
| | 해외 | 14 | 47 | 61 |
| 성별 | 여성 | 28 | 48 | 50 |
| | 남성 | 31 | 45 | 36 |
| 연령별 | 20대 | 38 | 46 | 35 |
| | 30대 | 9 | 30 | 29 |
| | 40대 | 11 | 12 | 13 |
| | 50대 이상 | 1 | 5 | 9 |

*전체 임직원 수 : 국내외 1년 이하 재직인 인턴을 제외한 정규직 및 기간제 근로자 수

*국내 : 애터미 한국법인 기준 (본사, 홍삼단, 아자, 오롯, 실로아트)

*해외 : 애터미 해외법인 기준

다양성 및 균등성 (단위 : %, 명)

| 구분 | 단위 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-------------|----|-------|-------|-------|
| 여성 직원 비율 | % | 49.3 | 52.7 | 48.6 |
| 여성 미등기임원 비율 | % | 16.7 | 37.5 | 33.3 |
| 장애인 고용인원 | 명 | 5 | 5 | 5 |

최고연봉자 대비 임직원 임금 비율

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|----|-------|-------|-------|
| 비율 | 4.1% | 3.8% | 4.1% |

*임금 : 연봉 및 상여 평균 기준

*임직원 임금은 회장 및 히즈빈스 바리스타 제외 기준

일·가정 양립제도 (단위 : 명, %)

| 구분 | 단위 | 2020년 | 2021년 | 2022년 | |
|------------|----|-------|-------|-------|---|
| 출산 휴가 | 여성 | 명 | 3 | - | 1 |
| | 남성 | 명 | 7 | 6 | 2 |
| 육아 휴직 | 여성 | 명 | 3 | 2 | 4 |
| | 남성 | 명 | - | 2 | 2 |
| 육아휴직 후 복귀율 | % | 100 | 100 | 67 | |
| 유지율 (12개월) | % | 100 | 100 | 100 | |

사회성과

교육 및 훈련 (단위 : 명, 원)

| 구분 | 단위 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-------------|----|---------------|---------------|---------------|
| 총 복리 후생 비용 | 원 | 2,896,473,000 | 5,141,009,000 | 7,002,013,000 |
| 총 교육·훈련비 | 원 | 289,331,180 | 630,403,625 | 1,213,496,626 |
| 교육·훈련 받는 인원 | 명 | 220 | 243 | 234 |
| 1인당 교육·훈련비 | 원 | 1,315,142 | 2,594,254 | 5,185,883 |

*인턴을 포함하여 애터미 본사에서 상근 중인 모든 인원 기준 (중복인원 포함)

애터미 사이버 연수원 개설과정

| IT/OA | 경영직무 | 리더십 | 비즈니스 | 무역/물류 | 외국어 |
|-------|------|------|------|-------|--------|
| 185개 | 509개 | 317개 | 563개 | 79개 | 1,965개 |

반부패 교육(Authenticity Management) 진행횟수

| 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-------|-------|-------|
| 2 | 2 | 5 |

정기적 성과 평가 및 경력 개발 리뷰를 받은 구성원 비율 (단위 : %)

애터미는 임직원의 정기적 성과 및 경력 개발을 위해 다면평가(360도 피드백)를 시행하여 '정직'과 '원칙 중심'적 태도, '최고 지향'의 자질 등을 평가 항목으로 하고 있습니다.

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|----|-------|-------|-------|
| 남성 | 100 | 100 | 100 |
| 여성 | 100 | 100 | 100 |

임직원 평가 및 보상

애터미는 HCROI, 인당매출액, 인건비당매출액 등 HR 관련 경영지표와 Global HR 컨설팅 'Mercer'의 'Global Pay Summary' 레포트 활용하여 대내외 환경을 고려하여 임금조정 재원을 설정합니다. 그 뒤 Job level 및 연봉 구간별 인원과 분포를 고려하여 기본 조정률을 산정한 후 동료, 리더, 최고경영층의 가중치를 반영하는 360도 Merit 방식으로 개인별 추가조정률을 반영합니다. 이러한 당해연도 조정 방향과 세부 내용은 'CEO Letter'를 통해 우리 회사의 급여체계와 조정에 대해 임직원에게 공유합니다.

*애터미의 대졸 신입사원 임금은 시급 9,160원, 유급휴주휴 수당 포함 월 209시간을 근로기준으로 한 2022년 최저임금 결과값과 비교하였을때, 283% 수 준입니다.

안전보건 교육인원 및 교육시간 (단위 : 시간, 명)

| 연도 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|---------|----------|-------|-------|
| 교육시간 | 상시운영+1시간 | 2시간 | 2시간 |
| 누적 교육인원 | 440명 | 243명 | 150명 |

*애터미 본사 내 상근직원에 대해 실시했습니다 (중복인원을 포함한 누적인원이기에 연도마다 편차가 존재합니다).

사회성과

산업안전보건 관리시스템의 적용을 받는 근로자 (단위 : 명)

| 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-------|-------|-------|
| 191 | 224 | 226 |

*산업재해 등에 대비하여 정규직에 해당하는 임직원들을 대상으로 단체보험을 가입했습니다.

법률규정 및 자율규정 위반 (단위 : 건)

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-----------------------------|-------|-------|-------|
| 제품 및 서비스의 정보와 라벨링 | 0 | 0 | 1 |
| 제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 | 0 | 0 | 0 |
| 마케팅 커뮤니케이션 | 0 | 1 | 0 |

*2021년 1건: 공주시 보건소로부터 홈페이지 정보 공개 범위에 대한 시정명령을 받았습니다. 관련 공문 접수 이후 본사 홈페이지(채널 애터미)에 있는 회원 교육용 영상들은 로그인 후에만 시청 가능하도록 변경하여 시정 조치를 취했습니다.

*2022년 1건: 대전지방법원 공주지원으로부터 홈페이지 정보 오류로 약식 명령을 받은 바 있습니다. 이후 즉시 시정 조치를 취했습니다.

사망사고 건수 및 재해율, 직업병 발병률 (단위 : 건, %)

| 구분 | 단위 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|---------|----|-------|-------|-------|
| 사망사고 건수 | 건 | 0 | 0 | 0 |
| 재해율 | % | 0 | 0.41 | 0 |
| 직업병 발병률 | % | 0 | 0 | 0 |

사내 상담 프로그램 운영 이용인원 (단위 : 명)

| 연도 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|------|-------|-------|-------|
| 상담인원 | 23 | 50 | 30 |

합력사 구매금액 (단위 : 개, 백만 원)

| 구분 | 단위 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-------|-----|-------|-------|-------|
| 합력사 수 | 개 | 72 | 75 | 78 |
| 구매금액 | 억 원 | 6,663 | 7,401 | 6,944 |

합력사 자금지원 및 품질레벨업 활동지원 (단위 : 백만 원)

| 구분 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|------------|-------|-------|-------|
| 품질레벨업 활동지원 | 83 | 62 | 142 |
| 자금지원 | 3,040 | 3,335 | 3,225 |

사회성과

환경 및 사회 관련 심사를 거친 공급업체 (단위 : 개, %)

| 구분 | 내용 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|--------------|---------|-------|-------|-------|
| 사회관련 인증 및 평가 | 합력사 수 | 72 | 75 | 78 |
| | 인증기업 수 | 8 | 9 | 14 |
| | 인증기업 비율 | 11.1% | 12.0% | 17.9% |
| 환경관련 인증 및 평가 | 합력사 수 | 72 | 75 | 78 |
| | 인증기업 수 | 30 | 32 | 36 |
| | 인증기업 비율 | 41.7% | 42.7% | 46.2% |

기부집행금액 (단위 : 연결기준, 백만 원)

| 구분 | 단위 | 2020년 | 2021년 | 2022년 |
|-----------|------|-----------|-----------|-----------|
| 기부 집행금액 | 백만 원 | 8,907 | 24,762 | 24,924 |
| 매출액 | 백만 원 | 1,054,363 | 1,215,763 | 1,238,819 |
| 매출액 대비 비중 | % | 0.84% | 2.04% | 2.01% |

GRI Index

| GRI Standard | | |
|-------------------------------|-----------|---|
| GRI 1 : Foundation 2021 | 설명 | 애틀라미는 신규 개정된 GRI Standards 2021을 기준으로 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지의 데이터를 보고합니다 |
| | 사용된 GRI 1 | GRI 1: Foundation 2021 |
| | 산업군 | 현재 사용 불가능(2023년 9월 현재 보고일 기준, 애틀라미가 해당되는 소매(Retail) 산업군의 기준서가 발표되지 않음) |

| GRI Standard | 지표내용 | 페이지 |
|--|---------------------------------------|---|
| GRI 2 : General Disclosures 2021 | 2-1 조직 세부사항 | 8~11, 17 |
| | 2-2 지속가능경영보고에 포함된 법인 | About this Report, 10~11 |
| | 2-3 보고기간, 주기, 연락처 | About this Report |
| | 2-4 정보의 재기술 | About this Report, 최초 발간하는 지속가능경영보고서입니다. |
| | 2-5 외부 검증 | Appendix |
| | 2-6 활동, 가치사슬, 기타 사업 관계 | 10~14, 46~48 |
| | 2-7 임직원 | 54~57, 84 |
| | 2-8 피고용자가 아닌 근로자 | 54~57, 84 |
| | 2-9 거버넌스 구조 및 구성 | 17, 24~25, 39 |
| | 2-10 최고의사결정기구의 추천 및 선정 | 17 |
| | 2-11 최고의사결정기구의 의장 | 17 |
| | 2-12 경영에 미치는 영향을 감독하기 위한 최고의사결정기구의 역할 | 17, 22~23 |
| | 2-13 경영에 미치는 영향에 대한 책임의 위임 | 17, 24~25, 39 |
| | 2-14 지속가능성 보고에 대한 최고의사결정기구의 역할 | 24~25 |
| | 2-15 이해관계 상충 | 20, 39 |
| | 2-16 중요 사항 보고 | 17 |
| | 2-17 최고의사결정기구의 총체적 지식 | 17 |
| | 2-18 최고의사결정기구의 성과에 대한 평가 | 17, 86 |
| | 2-19 보상정책 | 86 |
| | 2-20 보수 결정 절차 | 86 |
| | 2-21 연간 총 보상 비율 | 86 |
| | 2-22 지속가능한 성장 전략 설명서 | CEO메세지 |
| | 2-23 정책 약속 | CEO메세지, 24~25, 30, 34, 38, 46, 49, 54, 62~63, 70~71, 73 |
| | 2-24 정책 약속 내재 | CEO메세지, 24~25, 30, 34, 38, 46, 49, 54, 62~63, 70~71, 73 |
| | 2-25 부정적 영향 복원 프로세스 | 43 |
| | 2-26 우려사항 조연 및 제기 메커니즘 | 39, 43 |
| | 2-27 컴플라이언스 | 39, 40, 83, 87 |
| | 2-28 가입협회 | 93 |

| GRI Standard | 지표내용 | 페이지 |
|--|--|---|
| GRI 2 : General Disclosures 2021 | 2-29 이해관계자 참여 및 소통 | 20~21 |
| | 2-30 단체 협약 | 애틀랜틱은 '임직원들의 소통채널로서 노-사간의 의견조율과 상호 화합을 도모함으로써 2009년 창립 후 현재까지 노-사간의 갈등이나 문제상황이 0건입니다. |
| GRI 3 : Material Topics 2021 | 3-1 중대성 이슈 결정 절차 | 20~23 |
| | 3-2 중요 이슈 목록 | 22~23 |
| | 3-3 중요 이슈 관리 | 22~23 |
| GRI 201 : Economic Performance 2016 | 201-1 직접적인 경제적 가치의 발생 및 분배(EVG&D) | 26~27 |
| | 201-4 정부에서 받은 재정적 지원 | 해당사항 없음 |
| GRI 202 : Market Presence 2016 | 202-1 지역의 최저 임금 대비 성별에 따른 표준 신입사원 임금의 비율 | 86 |
| | 202-2 지역 사회에서 고용된 고위 임원의 비율 | 57, 84 |
| GRI 203 : Indirect Economic Impacts 2016 | 203-1 사회기반시설 투자 및 서비스 지원 | 62~69 |
| | 203-2 중요한 간접적 경제 효과 | 15~16 |
| GRI 205 : Anti-corruption 2016 | 205-1 부패와 관련된 위험에 대해 평가된 작업 | 38~40 |
| | 205-2 반부패 정책 및 절차에 대한 커뮤니케이션 및 교육 | 38~42, 86 |
| | 205-3 확인된 부패 사건 및 이에 대한 조치 | 40 |
| GRI 206 : Anti-competitive Behavior 2016 | 206-1 경쟁저해 행위, 반독점 및 독점 관행에 대한 법적 조치 | 40 |
| GRI 301 : Materials 2016 | 301-1 종량 또는 용량별로 사용되는 자재 | 74~75, 81 |
| | 301-2 사용된 재생 투입 원자재 | 74~75, 81 |
| | 301-3 재생된 제품 및 포장재 | 74~75, 81 |
| GRI 302 : Energy 2016 | 302-1 조직 내 에너지 소비 | 81~82 |
| | 302-2 조직 외부에서 에너지 소비 | 81~82 |
| | 302-3 에너지 집약도 | 81 |
| GRI 303 : Water and Effluents 2018 | 303-2 물 배출과 관련된 영향 관리 | 82 |
| | 303-4 방류 | 82 |
| | 303-5 물 소비 | 82 |
| GRI 305 : Emissions 2016 | 305-1 직접 온실가스(GHG) 배출(Scope 1) | 81 |
| | 305-2 에너지 간접 온실가스(GHG) 배출(Scope 2) | 81 |
| | 305-4 온실가스(GHG) 배출 집약도 | 81 |
| GRI 306 : Waste 2020 | 306-1 폐기물 발생 및 폐기물 관련 중대한 영향 | 73~78, 82~83 |
| GRI 308 : Supplier Environmental Assessment 2016 | 308-1 환경 기준에 따라 선별된 신규 공급업체 | 47~48, 88 |
| | 308-2 부정적 환경 영향 및 이에 대한 조치 | 47~48 |

| GRI Standard | 지표내용 | 페이지 |
|--|--|----------------------------|
| GRI 401 : Employment 2016 | 401-1 신규채용 및 이직 | 84 |
| | 401-2 비정규직 근로자에게는 제공되지 않는 정규직 근로자를 위한 복리후생 | 58~59 |
| | 401-3 육아휴직 | 85 |
| GRI 402 : Labor/ Management Relations 2016 | 402-1 운영상의 변화와 관련한 최소 공지기간 | 17 |
| | 403-1 직장 건강 및 안전 관리 시스템 | 34~37, 58 |
| | 403-2 위험요인 파악, 리스크 평가, 사고 조사 | 34~37, 58 |
| GRI 403 : Occupational Health and Safety 2018 | 403-3 직장 의료 서비스 | 34~37, 58 |
| | 403-4 직장 건강 및 안전 관련 커뮤니케이션, 자문 및 근로자 참여 | 34~37, 58 |
| | 403-5 직장 건강 및 안전 관련 근로자 교육 | 34~37 |
| | 403-6 근로자 건강 증진 | 34~37, 58 |
| | 403-8 직장 건강 및 안전 관리 시스템의 적용 대상 근로자 | 34~37, 58 |
| | 403-9 업무 관련 부상 | 34 |
| | 403-10 업무 관련 질병 | 34 |
| GRI 404 : Training and Education 2016 | 401-1 직원 1인당 평균 교육 시간 | 59, 86 |
| | 404-2 직원 역량강화 및 이직지원 프로그램 | 59, 86 |
| | 404-3 정기적으로 성과 및 경력 개발 검토를 받는 직원 비율 | 59, 86 |
| GRI 405 : Diversity and Equal Opportunity 2016 | 405-1 지배구조 기구와 직원의 다양성 | 17, 58, 70~71 |
| | 405-2 남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율 | 58 |
| GRI 406 : Non-discrimination 2016 | 406-1 차별 사례 및 이에 대한 시정조치 | 70~71 |
| GRI 411 : Rights of Indigenous Peoples 2016 | 411-1 원주민 권리 침해 사례 | 70~71, 관련하여 접수된 침해사건 없습니다. |
| GRI 413 : Local Communities 2016 | 413-1 지역사회 참여, 영향 평가 및 개발 프로그램 운영 사업장 | 62~66 |
| GRI 414 : Supplier Social Assessment 2016 | 414-1 사회적 기준에 따른 심사를 거친 신규 공급업체 | 47~48, 88 |
| GRI 416 : Customer Health and Safety 2016 | 416-2 제품/서비스의 건강 및 안전 영향 관련 위반 | 30~33, 87 |
| | 417-1 제품/서비스 관련 정보 및 라벨링 요건 | 30~33, 87 |
| GRI 417 : Marketing and Labeling 2016 | 417-2 제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 위반 | 30~33, 87 |
| | 417-3 마케팅 커뮤니케이션 관련 위반 | 87 |
| GRI 418 : Customer Privacy 2016 | 418-1 고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 관련해 입증된 민원 | 41 |

제3자 검증의견서

에터미 주식회사 이해관계자 귀중

한국품질재단은 에터미 주식회사의 요청에 의해 2023 에터미 ESG 보고서(이하 ‘보고서’)에 대한 검증을 수행하였습니다. 한국품질재단은 하기 명시한 검증 기준 및 범위에 따라 독립적으로 보고서에 대한 제3자 검증 의견을 제시할 책임이 있으며, 본 보고서의 작성에 대한 책임은 에터미 주식회사의 경영자에게 있습니다.

검증 기준 및 범위

- 검증 기준 : AA1000AS(v3), AA1000AP(2018)
- 검증 유형 : Type 1 [Accountability 4대 원칙(포괄성, 중대성, 대응성, 영향성) 준수 검증]
- 검증 기준 : Moderate [제한적으로 수집된 자료에 기반하여 검증]
- 검증 범위 : AA1000AP에 따른 보고 4대 원칙 준수 여부와 GRI Standards 2021 보고 요구사항에 대한 준수 여부
 - GRI Standard 보고원칙
 - 공통표준(Universal Standards)
 - GRI Standards(2021)에 의거한(in accordance with the GRI Standards) 보고 원칙

| 요구사항 | 준수여부 | 보고서 페이지 |
|---|------|-------------------|
| 보고 원칙 준수 | ○ | About This Report |
| GRI2 일반공시의 보고 | ○ | 89 |
| 중대 주제의 결정 | ○ | 20-23 |
| GRI3 중대 주제의 보고 | ○ | 90 |
| 중요 주제별 GRI Topic Standard의 보고 | ○ | 23 |
| 요구사항을 반영하지 못할 경우 사유(예: 해당사항 없음, 법적으로 금지, 기밀사항, 정보 사용 불가능 등) 명시 여부 | ○ | 전체요구사항 반영 |
| GRI Index 공개 | ○ | 89-91 |
| GRI Standards 적용 여부 | ○ | About This Report |
| GRI 통보여부 | ○ | 완료함 |

- 특정 주제 표준 (Topic Standards)

| 요구사항 | |
|--|---|
| GRI Topic Standards에 따른 중대주제별 보고 | |
| GRI Standards/Topic Disclosure | |
| GRI 201: 경제성과(Economic Performance) 201-1, 201-4 | GRI 202: 시장지위(Market Presence) 202-1, 202-2 |
| GRI 203: 간접경제 효과(Indirect Economic Impacts) 203-1, 203-2 | GRI 205: 반부패(Anti-Corruption) 205-1~3 |
| GRI 206: 경쟁저해행위(Anti-competitive Behavior) 206-1 | GRI 301: 원재료(Materials) 301-1~3 |
| GRI 302: 에너지(Energy) 302-1~3 | GRI 303: 용수 및 폐수(Water and Effluents) 303-2, 303-4, 303-5 |
| GRI 305: 대기 배출(Emissions) 305-1, 305-2, 305-4 | GRI 306: 폐기물(Waste) 306-1 |
| GRI 308: 공급업체 환경평가(Supplier Environmental Assessment) 308-1, 308-2 | GRI 401: 고용(Employment) 401-1~3 |
| GRI 402: 노사관계(Labor Management Relations) 402-1 | GRI 403: 산업안전보건(Occupational Health and Safety) 403-1~6, 403-8, 403-9 |
| GRI 404: 교육 및 연수(Training and Education) 404-1~3 | GRI 405: 다양성과 기회균등(Diversity and Equal Opportunity) 405-1, 405-2 |
| GRI 406: 차별금지 (Non-Discrimination) 406-1 | GRI 411: 원주민 권리(Rights of Indigenous People) 411-1 |
| GRI 413: 지역사회(Local Communities) 413-1 | GRI 414: 공급망 사회적 관리(Supplier Social Assessment) 414-1 |
| GRI 416: 고객안전보건(Customer Health and Safety) 416-2 | GRI 417: 마케팅 및 라벨링(Marketing and Labeling) 417-1~3 |
| GRI 418: 고객정보보호(Customer Privacy) 418-1 | GRI 418: 고객정보보호(Customer Privacy) 418-1 |

검증 방법

심사팀은 상기 기준을 적용하여 보고서 내용의 타당성을 확인하기 위해 관련 절차, 시스템 및 통제의 방식과 가용한 성과 데이터에 대하여 검토하였습니다. 검증 과정에서 확인한 문서는 아래와 같습니다.

- 비재무정보 : 에터미 주식회사에서 제공한 데이터, 회사 홈페이지, 언론 및 인터넷을 통해 조사된 자료 등
- 재무정보 : 금융감독원 전자공시시스템(http://dart.fss.or.kr)에 공개된 재무제표

본 검증은 현장방문을 포함한 서면검증 및 담당자 인터뷰를 통해 진행되었습니다. 보고서 내 중대성 평가 절차, 이해관계자를 고려한 이슈 선정, 데이터 수집·관리 및 보고서 작성 절차의 유효성과 서술 내용의 타당성 또한 현장에서 담당자 인터뷰 및 관련문서 검토로 평가되었습니다. 이후 상기 단계에서 발견한 일부 오류, 부적절한 정보, 불명확한 표현들은 보고서 발간 전에 적절히 보완되었음을 확인하였습니다.

적격성 및 독립성

본 검증의 심사팀은 한국품질재단 내부 규정에 의거하여 적격하게 구성되었습니다. 한국품질재단은 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 외에 에터미 주식회사의 사업 전반에 걸쳐 검증의 독립성 및 공정성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 없습니다.

제한 사항

보고서에 제시된 성과 데이터에 대한 완전성 및 대응성은 해당 데이터의 특성과 수치를 확정, 계산, 추정하는 방법에 따라 고유의 한계를 가지고 있습니다. 심사팀은 계약에 의거하여 제공된 정보 및 근거에 대해 비교 검토를 수행하였으며 원본 데이터 자체의 신뢰성 확인은 수행하지 않았습니다.

발견사항 및 검증 결론

상기 검증 활동을 수행한 결과, 심사팀은 본 보고서의 내용이 GRI Standards에 준수(in accordance with)하여 작성되었으며 AA1000AP(2018)의 4대 원칙, AA1000AS(v3)의 Type 1 보증 수준을 입증할 수 있는 합리적 근거를 확보하였다고 판단하였습니다. 또한 본 보고서의 내용 중 중대한 오류나 원칙 준수와 관련한 부적절한 사항을 발견하지 못하였습니다.

• 포괄성(Inclusivity)

에터미 주식회사는 임직원, 지역사회, 협력사 등 다양한 이해관계자를 대상으로 컨퍼런스, 세미나, 운영위원회, 교육 등과 같은 적절한 채널을 통하여 의견을 수렴하고 있습니다. 보고서에서 언급된 것 이외에 누락된 주요 이해관계자가 있다는 증거는 발견하지 못하였습니다.

• 중대성(Materiality)

에터미 주식회사는 사회적 (이해관계자) 관심도 및 비즈니스 영향도에 따라 관련 이슈의 중대성평가를 수행한 후 우선순위를 부여하는 방식으로 중대 이슈를 경영에 고려하고 있습니다. 중대성평가 과정을 통해 파악된 이슈는 누락 없이 보고서 내에 공개되었음을 확인하였습니다.

• 대응성(Responsiveness)

에터미 주식회사는 이해관계자로부터 수렴한 요구와 주요 관심사항에 적시 대응하기 위해 노력하고 있습니다. 심사팀은 중대 이슈에 대한 조직의 대응 활동 및 성과가 부적절하게 보고되었다는 증거는 발견하지 못하였습니다.

• 영향성(Impact)

에터미 주식회사는 경영활동 전반에서 이해관계자 관련 중대 이슈의 영향을 식별 및 모니터링하고 있으며, 그 내용을 가능한 범위 내에서 보고하고 있습니다. 중대 이슈와 관련된 영향성이 부적절하게 측정·보고되었다는 증거를 심사팀은 발견하지 못하였습니다.

개선을 위한 권고

에터미 주식회사의 지속가능경영 내재화와 보다 효과적인 ESG 정보 공개를 위하여 다음의 발전적인 접근을 권고 드립니다.

- 국내 토종 네트워크마케팅 기업 중 최초로 ESG 보고서 발간을 시작으로 에터미 주식회사가 ESG 경영 분야에서 지속적으로 선구적 역할을 맡을 수 있기를 기대합니다.
- 업종의 특성상 협력사 및 회원과의 지속적인 의사소통과 ESG 측면의 성과평가를 통한 ESG 동반성장이 필수적이므로 이에 대한 중대성평가 핵심 이슈들에 대한 발전적인 활동과 성과들을 차기 보고서에서 확인할 수 있기를 바랍니다.



2023년 9월
서울, 대한민국
한국품질재단 대표 **송지영**

Ji Young Song

가입 협회 및 주요 인증

가입 협회

| 가입연도 | 협회명 |
|---------|-----------------|
| 2009~현재 | 한국특수판매공제조합 |
| 2009~현재 | 한국무역협회 |
| 2013~현재 | (사)한국직접판매산업협회 |
| 2015~현재 | 전국경제인연합회 |
| 2015~현재 | (사)한국유통법학회 |
| 2019~현재 | 한국소비자법학회 |
| 2019~현재 | 직접판매세계연맹(WFDSA) |

주요 인증

| 인증연도 | 법인 | 인증기관 | 인증 내용 | 비고 |
|------|----|--------------|----------------------------|--------------------|
| 2019 | 한국 | 여성가족부 | 가족친화기업 | |
| 2019 | 한국 | 공정거래위원회 | 소비자중심경영(CCM) | |
| 2021 | 한국 | 공정거래위원회 | 소비자중심경영(CCM) | |
| 2020 | 한국 | 국제표준화기구(ISO) | ISO9001(품질경영시스템) | |
| 2020 | 한국 | 국제표준화기구(ISO) | ISO10002 (고객만족경영시스템) | |
| 2020 | 한국 | 국가기술표준원 | NEP(New Excellent Product) | 애틀미 앵솔루트 셀렉티브 스킨케어 |
| 2020 | 한국 | 농림축산식품부 | 녹색기술제품 | 애틀미 헤모힘 |
| 2021 | 한국 | 고용노동부 | 2021 워라벨 실천기업 | |
| 2022 | 한국 | 산업통상자원부 | 차세대 세계일류상품 | 앵솔루트 셀렉티브 스킨케어 |



2023 애터미 지속가능경영보고서

발행처 애터미 주식회사

발행월 2023년 9월

애터미 본사

충청남도 공주시 백제문화로 2148-21

고객행복센터 1544-8580 Fax 02-888-4802

www.atomy.com