

# ATOMY ESG REPORT

2025  
지속가능경영보고서

## About This Report

### 보고서 개요

본 보고서는 애타미의 세 번째 지속가능경영보고서로, 당사의 지속가능경영 추진 전략과 계획, 그리고 경제·환경·사회 각 부문별 활동과 성과를 종합적으로 담고 있습니다. 애타미는 중대성 평가를 통해 다양한 이해관계자의 의견을 수렴해 중요 이슈를 도출하고, 이를 기반으로 ESG 전략과 관리체계를 수립·실행하고 있습니다. 본 보고서는 이러한 경영 접근방식과 목표, 주요 추진 활동과 성과를 투명하게 공개하고, 국내외 ESG 관련 이니셔티브와 기준을 준용하여 작성하였습니다. 앞으로도 애타미는 매년 지속가능경영보고서를 발간하여 지속가능경영 성과를 투명하게 공시하고, 이해관계자와의 폭넓은 소통을 통해 모두의 지속가능한 성장을 실현해 나가겠습니다.

### 보고범위 및 경계

본 보고서의 재무 성과는 연결기준으로 작성하였으며, 비재무적 성과는 애타미 본사 및 애타미 보유 지분을 50% 이상의 국내·외 자회사를 기준으로 작성했습니다. 또한, 보고 경계가 국내 사업장에 국한되거나 해외 일부 사업장만을 포함할 경우, 본문이나 주석에 표기했습니다.

### 보고기간

본 보고서는 2024년 1월 1일부터 12월 31일까지의 활동과 성과를 담고 있습니다. 정량적인 성과는 추이를 확인할 수 있도록 최근 3개년도(2022년~2024년)의 데이터를 수록했고, 일부 데이터는 집계를 시작한 기준연도 기준으로 기재했습니다. 또한, 일부 유의미한 지속가능경영 활동과 성과의 경우 보고 내용의 적시성 확보를 위하여 2025년 정보를 포함하고 있습니다.

### 보고서 작성기준

본 보고서는 지속가능경영 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021의 8가지 원칙(Accuracy, Balance, Clarity, Comparability, Completeness, Sustainability context, Timeliness, Verifiability)을 준수하여 작성하였습니다. 또한 UN SDGs(Sustainable Development Goals), SASB(Sustainability Accounting Standards Board), WEF IBC Stakeholder Capitalism Metrics, K-ESG 정보공개 가이드라인을 반영했습니다.

### 보고서 검증

본 보고서 내용에 대한 품질과 데이터 신뢰성 확보를 위해 독립된 외부 검증인이 검증 절차를 수행하였으며 검증의견서는 Appendix에서 확인하실 수 있습니다.

### 보고서 발간일자

2025년 12월

### 관련정보

애타미 대표 홈페이지 [www.atomy.com](http://www.atomy.com)

### 보고서 문의처

보고서에 대한 문의사항 및 추가 정보가 필요하신 경우에는 아래의 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

- 주소 : (32543) 충청남도 공주시 백제문화로 2148-21
- 담당부서 : 커뮤니케이션실
- 이메일 : [atomykr\\_esg@atmypark.com](mailto:atomykr_esg@atmypark.com)
- 전화 : 1544-8580

# ATOMY ESG REPORT

2025  
지속가능경영보고서

# CONTENTS

## 06

### ABOUT 애틀미

- 08 창업자 메시지
- 10 회사소개
- 14 제품 포트폴리오
- 18 경제적 성과

## 20

### APPROACH TO SUSTAINABILITY

- 22 이해관계자 소통
- 26 중대성 평가
- 28 지속가능경영 추진체계
- 30 지속가능경영 가치창출 프로세스

## 32

### 01. 믿을 수 있는 제품을 만드는 책임

- 35 절대품질 절대가격
- 37 안전하고 건강한 제품 개발

## 40

### 02. 플라스틱 없는 바다를 위한 약속

- 43 제로 플라스틱 및 지속가능한 제품 혁신
- 46 블루마린 프로젝트

## 50

### 03. 신뢰를 기반으로 협력성선

- 53 협력성선 정책 및 지속가능성 관리
- 54 협력성선을 위한 지원

## 56

### 04. 사람을 먼저 생각하는 기업문화

- 62 임직원 행복과 안전한 일터 조성
- 70 인권존중 문화 내재화

## 74

### 05. 고객·회원과 함께 가치를 나누는 성장 공동체

- 77 고객·회원의 만족도 제고 및 브랜드관리
- 80 고객의 성공추구 및 역량강화

## 84

### 06. 사회를 따뜻하게 만드는 나눔문화

- 88 지역 맞춤 지원체계 구축
- 97 참여형 나눔문화 확산

## 102

### 07. 정선상략으로 실천하는 책임경영

- 108 윤리경영 체계 구축 및 실천
- 114 리스트 관리 체계 구축

## 117

### APPENDIX

- 118 ESG DATA
- 130 GRI INDEX / UN SDGS / SASB / WEF  
IBC SCM / K-ESG
- 141 가입 협회 및 주요 인증·수상
- 144 제 3자 검증의견서

2025 ATOMY ESG REPORT

# ABOUT 애터미

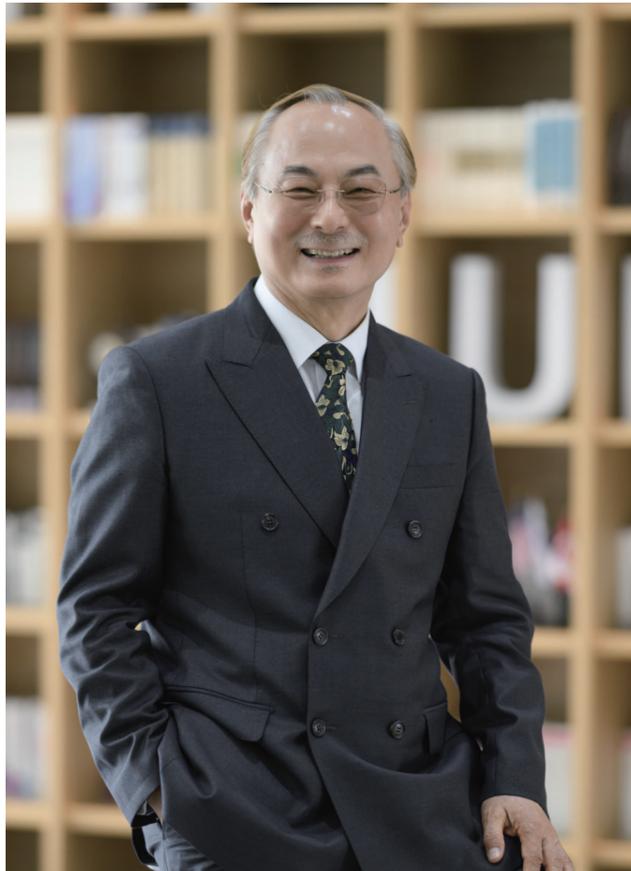
08  
창업자 메시지

10  
회사소개

14  
제품 포트폴리오

18  
경제적 성과

## 창업자 메시지



안녕하십니까, 애터미 회장 박한길입니다.

창업 초기부터 애터미는 전 세계 소비자들에게 이익이 되는 유통을 표방해 왔습니다. 유통은 소비자를 위한 것이어야 한다는 일념으로 세계 최초로 소비자중심 네트워크마케팅을 구현했습니다. 애터미의 모든 활동은 소비자의 관점에서 생각하고 소비자 중심으로 경영을 개선하고 있습니다. 그 대표적인 것이 '절대품질 절대가격'입니다. 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 이해자들의 상생과 발전을 지향합니다. 이에 그간의 이행과정과 성과를 담은 세 번째 ESG 보고서를 발간하게 되었습니다. 전 세계적인 인플레이션과 소비 둔화는 직접판매 산업에게 있어 쉽지 않은 도전입니다. 그러나 애터미의 소비자중심 직접판매는 전 세계로 퍼져 나가며 많은 직접판매 기업의 벤치마킹 대상이 되었습니다.

2025년 기준 애터미는 한국을 포함 전 세계 27개 지역에서 영업하고 있습니다. 글로벌 기업으로 성장하는 과정에서 애터미는 지속가능한 경영의 중요성을 새삼 깨닫게 되었습니다. 우리의 환경은 잠깐 쓰고 마는 것이 아니라 자손만대에까지 물려주어야 할 자산입니다. 지속가능한 자연환경을 위해 애터미는 택배 쓰레기를 현격하게 줄이는 '친환경 스마트 패키징 솔루션'을 구축했습니다. 이를 통해 최근 2년 동안 800톤 이상의 플라스틱을 감축했으며, 화장품 등 패키지를 친환경 패키지로 변경하는 작업을 진행하고 있습니다.

또한, 지난 2021년부터 국제어린이양육기구 'کم패션'과 함께 어린이들이 가난과 재해, 질병에서 벗어나 자립 가능한 성인이 될 때까지 돕는 전인적 지원을 하고 있습니다. 또한 애터미는 우리 사회와의 동반성장을 추구하고 있습니다. 애터미의 성장이 곧 협력사의 성장으로 직결될 수 있도록 다양한 지원책을 시행하고 있으며, 대표적으로 1품1사 원칙, 납품 후 일주일 이내 현금 결제, 운영자금 무이자 용자 등이 있습니다. 이러한 동반성장 정책을 통해 더 좋은 제품을 지속적으로 소비자에게 제공할 수 있는 기틀을 더욱 확고하게 만들 것입니다.

애터미는 업계 최초 CCM(Consumer Centered Management) 인증기업에 걸맞게 소비자중심 네트워크 마케팅이 업계의 새로운 표준으로 자리 잡을 수 있도록 노력할 것입니다. 또한 모든 이해관계자들과 애터미의 미래가치를 공유하고 함께 성장해갈 수 있도록 소통해 나갈 것입니다. 소비자들에게 이익이 되는 유통이자 회원의 성공을 목표로, 더 나은 미래를 향해 지속가능한 기업으로 성장해 갈 것입니다.

급변하는 대내외 경제 환경 속에서도 애터미는 고객의 성공이라는 경영 목표의 달성을 위해 노력하고 있습니다. 애터미의 고객은 좁게는 애터미 회원이지만 넓게는 애터미를 중심으로 하는 경제생태계의 모든 이해당사자이며 더 나아가 애터미의 기반이 되고 있는 우리 사회 모두가 애터미의 고객입니다. 애터미의 모든 임직원들은 고객의 성공을 위하여, 더 나은 미래를 위하여, 지속가능한 기업을 향한 고민을 멈추지 않을 것입니다. 이러한 애터미의 노력에 대해 고객 여러분의 지원과 관심을 부탁드립니다.

2025년 12월

애터미 주식회사 회장 박한길



## 에터미 주식회사

에터미는 한국을 비롯해 전 세계 27개 지역에서 사업을 전개하는 글로벌 직접판매 기업입니다. 2009년 창립 이후 소비자 중심의 네트워크 마케팅을 실천하며 꾸준히 성장해 왔으며, ‘원칙 중심’, ‘동반 성장’, ‘나눔의 문화’를 핵심 가치로 삼아 신뢰받는 유통 생태계를 조성해 왔습니다. 에터미는 정직과 선함을 바탕으로 고객의 성공이라는 경영 목표를 실현하기 위해 소비자, 회원, 기업 모두의 이익을 창출하고 지속가능한 경영을 추구하고 있습니다. 나아가 고객의 성공을 넘어 임직원, 협력사, 지역사회, 정부-NGO 등 모든 이해관계자와 함께 더 나은 미래를 설계하며, 초일류 유통기업으로 도약하고자 합니다.

\*직접판매: 경영력 있는 재화와 서비스를 가진 공급자와 소비판매자가 중간 유통 단계를 거치지 않고 소비자에게 직접 판매하는 방식 (출처: 한국직접판매산업협회(KDSA))

### 에터미 개요

회사명	에터미 주식회사	판매 제품군	건강식품, 뷰티, 헤어&바디, 리빙&홈데코, 가전, 식품 등
설립일	2009년 6월 1일	주요 사업지역	미국, 일본, 캐나다, 호주, 중국 등 27개 지역 (2024년 12월 말 기준)
창업자	박한길	글로벌 임직원 수	한국법인 210명, 법인통합 752명 (2024년 12월 말 기준)
본사 주소	대한민국 충청남도 공주시 백제문화로 2148-21		
대표업종	직접판매업		

## 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 완성이 됩니다.

## 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

에터미는 고객의 성공이라는 경영 목표 아래 초일류 글로벌 유통 기업으로 성장하겠다는 비전을 가지고 있습니다. 이를 위해 원칙중심, 동반성장, 나눔이라는 기업문화를 바탕으로 지속가능 경영의 기반을 확충하고자 노력하고 있습니다.

## 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 사랑하는 세상과의 소통 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

국내보다 해외 매출이 10배 이상 많은 회사를 만들겠다는 목표로, 창립 이듬해인 5월 미국 시애틀에 첫 해외 법인을 설립했습니다. 이후 일본, 캐나다, 멕시코, 독일 등 27개 지역으로 영업망을 확대하며, 2025년 기준 북미·남미·유럽·아시아·오세아니아 등 전 대륙(아프리카 제외)에 진출한 국내 유일의 무점포 직접판매 유통기업으로 성장했습니다.



# GLOBAL HISTORY

- 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 자주선언 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
- 2023 04 유럽 법인 오픈(애쉬본)  
05 중국 법인 애터미 중국 브랜드센터(R&D센터) 기공  
10 헤모힘 식약처 피로개선 2중기능성 인정  
12 지속가능경영보고서 산업통상자원부 장관상 수상, 소비자중심경영(CCM) 3회 연속 인증
- 2024 10 애플루트 셀렉티브 스킨케어 매출 1조 돌파  
11 애터미 노니, 차세대 세계일류상품 선정  
12 GPTW 중화권 3년 연속 '최고의 직장' 선정
- 2025 04 한국법인 속리산포레스트 오픈  
06 헤모힘 누적 매출 3조 돌파  
09 GPTW 아시아 일하기 좋은 기업 3위 선정  
11 중국법인 국제물류센터 오픈  
11 한국법인 지역사회공헌 인정 기업 선정



## 제품 포트폴리오

면역기능 개선 및 피로개선에 도움을 줄 수 있는 애터미 헤모힘을 비롯한 건강기능식품, 애터미 애플루트 셀렉티브 스킨케어 등의 화장품, 퍼스널케어, 생활용품, 가전, 식품 총 6개 카테고리에 568개의 제품을 판매하고 있습니다.

<b>건강기능식품</b>	헤모힘, 기초영양, 성분(기능성), 체중조절식, 키즈, 건강지향
<b>화장품</b>	애플루트 셀렉티브 스킨케어, 메이크업, 미용기기 및 소품
<b>퍼스널케어</b>	오랄케어, 헤어용품, 바디케어, 핸드/풋케어, 에센셜오일, 키즈&맘케어
<b>생활용품</b>	세제, 주방용품, 위생용품&화장지, 욕실용품, 생활용품, 홈데코&침구, 반려동물
<b>가전</b>	생활가전, 환경가전, 뷰티가전, 필터 및 소모품
<b>식품</b>	농수산물, 음료, 간편식, 양념

\*2024년 기준

### 애터미 헤모힘

#### 한국원자력연구원 개발 개별인증형 1호 건강기능식품

1997년 한국원자력연구원의 국책 프로젝트로 개발된 ‘헤모힘’은 국내산 당귀, 천궁, 백작약을 주원료로 만들어졌으며, 2006년 식품의약품안전처의 기능성과 안전성 평가를 통과해 면역기능과 피로개선에 도움을 줄 수 있는 개별인증형 건강기능식품 원료 1호로 등록되었습니다.

#### K-헬스 세계화 견인하는 글로벌 명품 건강기능식품 등극

‘헤모힘’은 한국을 비롯해 미국, 캐나다, 호주, 말레이시아, 인도네시아 등 전 세계 시장에서 사랑받고 있으며, 2025년 기준 누적 글로벌 매출 3조 원을 돌파했습니다. 또한 한국-러시아 등 총 23개 지역에서 28개의 특허를 취득하며 기술력을 인정받았습니다.

#### 건강기능식품 업계 최초 녹색기술제품 인증

탄소 및 에너지 절감을 위한 주정 회수 시스템을 적용한 생산 공정으로 농림축산식품부 녹색기술제품 인증을 업계 최초로 2회 연속 획득, 건강기능식품 분야의 대표 친환경 제품으로 인정받았습니다.



#### ‘헤모힘 샷’ 출시 한 달만에 100만 병 판매 돌파

2025년 8월 출시된 ‘헤모힘 샷’은 헤모힘 당귀등 혼합추출물 6,000mg에 타우린과 과라나 추출물을 더한 기능성 드링크로, 출시 한 달 만에 누적 판매 100만 병을 돌파했습니다. 자일리톨과 파인애플 기반의 청량한 맛과 합리적인 가격으로 MZ세대와 직장인층의 호응을 얻으며, 글로벌 기능성 음료 시장으로 영역을 확장하고 있습니다.



#### 애터미 헤모힘의 변화



**에터미 앰솔루트 셀렉티브 스킨케어**

**업그레이드 된 4대 기술과 2대 특허기술로 완성한 21세기 피부과학의 결정체**

에터미 앰솔루트 셀렉티브 스킨케어는 고순도 정제·후레쉬바이오·농축 마이크로 복합 캡슐·발효 기술 등 업그레이드된 4대 기술과, 피부 활력 성분을 최적화한 소재기술 ‘CellActive™ Code’, 유효성분을 정확히 전달하는 ‘CellActive™ Technology’가 결합된 프리미엄 기초라인입니다.

**화장품 업계 최초 기술인증 4관왕 달성**

에터미 앰솔루트 셀렉티브 스킨케어는 특허기술상인 ‘IR52 장영실상’과 혁신제품에 부여되는 ‘NEP인증’, 화장품 최초로 대한민국 특허청 ‘세종대왕상’을 수상했습니다. 특히 세종대왕상은 특허기술상 중 가장 높은 등급의 상입니다. 또한 세계 시장 점유율 상위 가능성이 높은 제품에 부여되는 산업통상자원부의 ‘차세대 세계일류상품’ 인증도 획득했습니다.

**에터미 화장품 생산액 기준 4위 달성, 앰솔루트 셀렉티브 스킨케어 누적매출 1조 원 돌파**

2013년 식품의약품안전처 [책임판매업체 생산 순위]에서 네트워크마케팅 업계 최초로 TOP10에 진입한 이후, 2023년에는 생산액 1,766억 원으로 전체 4위를 기록했습니다. 2017년 출시된 앰솔루트 셀렉티브 스킨케어 세트는 2024년 글로벌 누적매출 1조 원을 돌파했으며, 6년 연속 업계 화장품 판매 1위를 유지했습니다.



**에터미 치약**

**4년 연속 의약품 수출액 1위 달성**

식품의약품안전처 발표에 따르면 에터미 치약은 2024년 기준 수출액 829만 5000달러(약 113억 원)로 전체 의약품 중 1위를 차지했습니다. 2021년 마스크 등 방역용품을 제치고 처음 1위에 오른 이후 4년 연속 수출 1위를 유지하고 있으며, 현재 미국·일본·독일·중국·러시아 등 26개 지역에 수출, 해외 판매액만 465억 원 이상을 기록했습니다.

**에터미 치약의 5가지 핵심 포인트**

- ☑ 4년 연속 의약품 수출액 1위 달성
- ☑ 2024년 수출 829만 달러, 해외 판매 465억 원 이상
- ☑ 26개 지역으로 확대한 글로벌 판매 네트워크
- ☑ 그린 프로폴리스 등 천연 성분 기반 프리미엄 포뮬러
- ☑ 저불소(663ppm)로 어린이부터 성인까지 온 가족이 안심 사용



**에터미 칫솔**

**누적 판매량 3억 개 돌파**

에터미 칫솔은 출시 이후 누적 판매 3억 개를 돌파했습니다. 1초에 한 개씩 팔리는 ‘1초 칫솔’로 불릴 만큼 높은 판매 속도를 기록하며, 합리적 가격과 우수한 품질로 국민 구강용품 시장을 선도하고 있습니다.

**에터미 칫솔의 5가지 핵심 포인트**

- ☑ 1개 1,200원 가성비 칫솔
- ☑ 순도 99.9% 항균 기능성 금분 첨가
- ☑ 친환경 칫솔대(PCTG) 사용
- ☑ 완벽한 이물질 제거를 위한 0.03mm의 초미세모
- ☑ 지속가능한 내일을 위한 종이 패키징

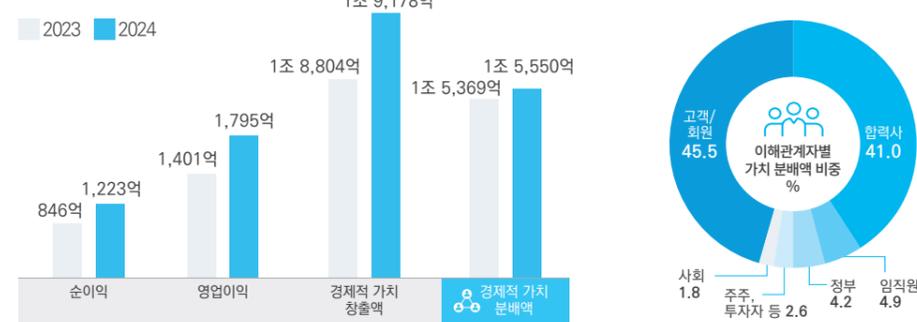
## 경제적 성과

글로벌 경기 둔화와 소비 위축 속에서도 애타미는 흔들림 없는 성장세를 유지하며 업계의 모범이 되고 있습니다. 수익성과 효율성을 동시에 높이며 안정적인 재무성과를 이어갔고, 헤모힘·화장품·치약 등 주력 제품의 해외 판매 확대를 통해 국내 유통기업 최초로 3억불 수출의 탑을 수상하며 수출형 유통기업으로 위상을 높였습니다. 또한 지역경제 활성화, 고용 창출 등을 통해 사회 전반으로 경제적 가치를 확산시키며 지속가능한 성장 기반을 강화하고 있습니다.

### 성장과 분배의 선순환을 이룬다

2024년 연결 기준으로 사업 활동을 통해 창출한 총부가가치인 경제적 가치 창출액은 1조 9,178억 원으로 전년 대비 2% 증가했습니다. 영업이익은 1,795억 원으로 28%, 순이익은 1,223억 원으로 44.6% 늘어나며 수익성이 크게 개선되었습니다. 애타미는 단순한 이윤 추구를 넘어 사회적 가치를 중시하며, 창출된 경제적 가치 중 1조 5,550억 원을 임직원·협력사·정부·지역사회 등 이해관계자에게 분배해 성장의 선순환 구조를 실현하고 있습니다.

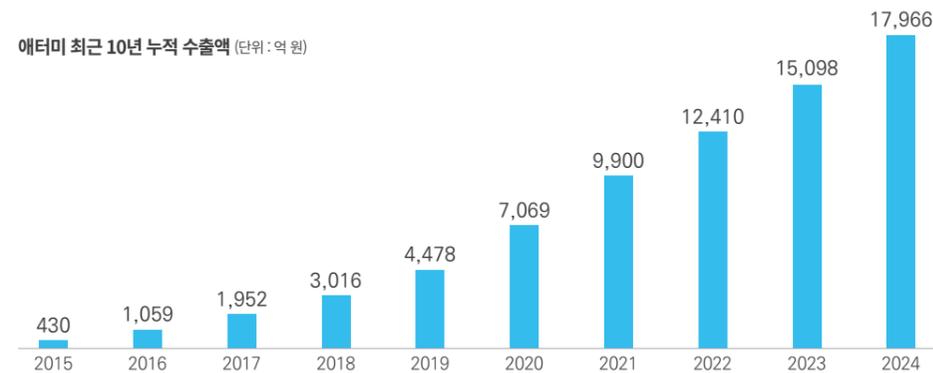
애타미 경제적 가치 창출액 및 분배액



### 글로벌 수출기업으로 우뚝 서다

성장 견인 요인으로는 헤모힘·홍삼단 등 한국형 건강식품을 앞세워 글로벌 시장 공략을 가속화한 점이 주요했습니다. 특히 애타미는 국내 유통기업 중 유일하게 3억불 수출의 탑을 수상하며 독보적인 수출형 유통기업으로 입지를 확고히 했습니다. 최근 10년간 누적 수출액이 1조 7,966억 원에 달해 주요 경쟁사들의 2.8배에 이르렀으며<sup>1</sup>, 이 같은 압도적인 해외 실적이 침체된 유통업계 속에서도 경쟁력을 강화하는 핵심 동력으로 작용했습니다.

애타미 최근 10년 누적 수출액 (단위: 억 원)



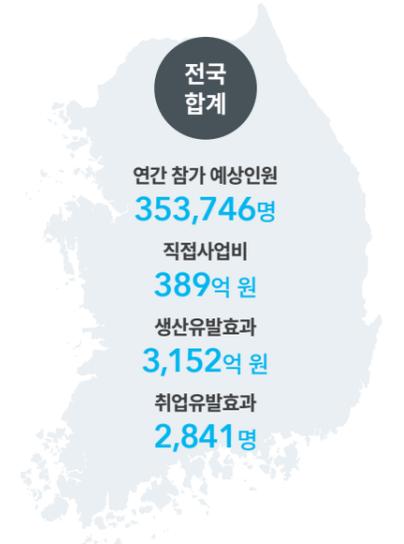
<sup>1</sup> 본 분석은 한국관광공사의 MICE 경제효과 분석 방식을 준용한 것이 추정치로, 산업연관표 기반의 정식 경제적 파급효과 분석과는 차이가 있음.

### 지역경제를 책임지다

애타미의 성장은 애타미 본사가 위치한 공주시는 물론 매달 석세스아카데미가 열리는 각 지역의 경제 발전에도 많은 영향을 끼쳤습니다. 2019년 완공된 신사육과 식품 클러스터 ‘애타미 아웃’ 및 애타미 회원을 위한 연수원 ‘속리산 포레스트’는 많은 애타미 회원들의 방문을 통해 충청권 지역 경제를 활성화시키고 있습니다. 2024년 기준, 한국관광공사의 MICE 경제효과 분석 방식을 준용하여 계산한 경제적 파급효과는 총 35만 3,746명의 참석을 기반으로 직·간접적으로 약 3,152억 원의 생산유발효과와 2,841명의 취업유발효과를 나타내는 것으로 분석되었습니다.

애타미 세미나 개최에 따른 지역별 경제적 파급효과

권역	참석 인원	직접사업비 (억 원)	생산유발효과 (억 원)	취업유발효과 (명)
수도권	85,216	94	758	684
충청권	207,356	228	1,847	1,664
영남권	45,557	50	406	366
호남권	8,835	10	81	71
강원·제주권	6,782	7	57	54
총합	353,746	389	3,152	2,841



### 고용창출에 앞장서다

국내 본사 임직원 수는 2009년 21명에서 2024년 말 210명으로 10배 이상 증가했습니다. 해외법인 임직원 수는 2024년 말 483명에 달하며, 글로벌 사업 확장에 따른 고용 규모도 꾸준히 확대되고 있습니다. 또한 협력사 고용인원<sup>2</sup>은 2024년 말 기준 9,000명에 육박해, 직접 고용뿐 아니라 간접 고용 창출에도 기여하고 있습니다.

국내 본사 임직원 수



2024년 해외법인 임직원 수

483명

2024년 협력사 고용인원

9,267명

<sup>2</sup> 고용인원을 공개한 협력사 대상 집계

# APPROACH TO SUSTAINABILITY

22  
이해관계자 소통

26  
중대성 평가

28  
지속가능경영

30  
지속가능경영  
가치창출 프로세스

# 이해관계자 소통

경영활동에 상호 영향을 주고받는 조직 내부 및 외부의 주체를 이해관계자로 정의하며, 고객·회원, 임직원, 협력사, 지역사회, 정부·NGO 등 총 5개 그룹을 대상으로 다양한 소통채널을 운영하고 있습니다. 당사는 이러한 소통채널과 중대성 평가를 통해 이해관계자의 주요 관심 이슈를 파악하고, 이를 바탕으로 정책 방향을 수립해 실천해 왔습니다. 앞으로도 이해관계자의 목소리에 귀 기울이며, 지속가능경영 전반에 적극적으로 반영해 신뢰 기반의 소통을 강화해 나가겠습니다.

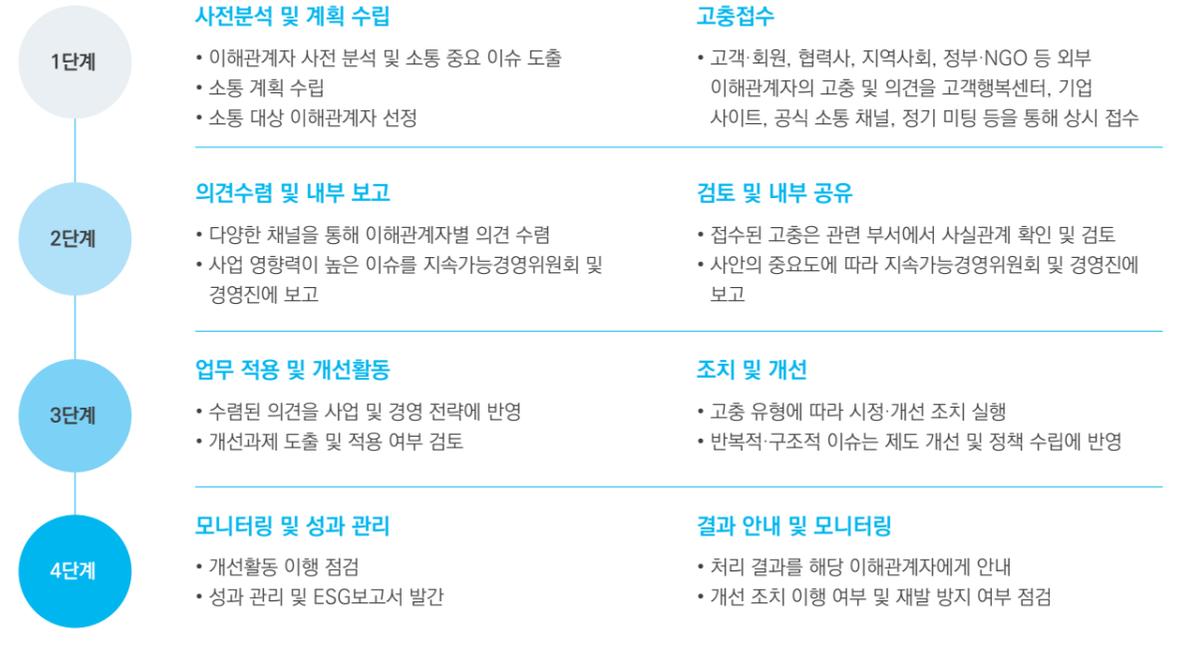


## 이해관계자 소통

	고객·회원	임직원	협력사	지역사회	정부·NGO
<b>관심이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>제품의 안전성과 품질관리 강화</li> <li>책임 있는 마케팅 실천</li> <li>고객의 만족도 제고 및 브랜드관리</li> <li>경제적 자립과 역량 강화 지원</li> <li>분과위원회를 통한 참여형 거버넌스 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전인적 복지 및 역량 강화 지원</li> <li>일과 삶의 균형을 고려한 근무환경 조성</li> <li>안전보건 시스템 강화 및 무재해 실천</li> <li>인권존중 문화 정착 및 다양성 수용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>협력성선 정책 및 활동강화</li> <li>공정거래 및 현금결제 등 거래 투명성 확보</li> <li>협력사 지속가능성 관리</li> <li>공동 R&amp;D 및 품질개선 협업 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 맞춤형 복지 및 긴급지원 체계 운영</li> <li>민관 협력형 프로그램 운영</li> <li>고용창출 및 사회적 가치 실현</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>제로플라스틱, 탄소저감 등 친환경 경영 실천</li> <li>사회공헌, 인권경영 및 교육 지원 확대</li> <li>윤리경영 체계 구축 및 정보공개</li> <li>공공정책 이행 및 컴플라이언스 대응</li> </ul>
<b>소통채널</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업사이트, 쇼핑몰(수시)</li> <li>채널 애터미, SNS(수시)</li> <li>애터미 티켓(수시)</li> <li>석세스아카데미 등의 각종 세미나(월1회 등)</li> <li>리더스 및 글로벌리더스 컨퍼런스(월 2회)</li> <li>고객행복센터(수시)</li> <li>분과위원회(월 1회)</li> <li>매스티지타임즈(웹진)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>월례회(월 1회)</li> <li>전략회의(주 1회)</li> <li>팀장회의(주 1회)</li> <li>해외사업부 주간미팅(주 1회)</li> <li>부서통합회의(주 1회)</li> <li>글로벌 상품위원회(월 1회)</li> <li>해외 법인장 워크샵(연 1회)</li> <li>해외 임직원 간담회(연 1회)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>협력사 마케팅 포럼(분기 1회)</li> <li>협력사(건기식) 정기미팅(주 1회)</li> <li>협력사(화장품) 정기미팅(월 2회)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역협의회 미팅(수시)</li> <li>지역 언론인 간담회(연 1회)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>이해관계자 대화(월 1회)</li> <li>협업 및 후원(수시)</li> </ul>
<b>소통내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업, 제품 정보 및 뉴스제공</li> <li>기업, 제품, CSR 등 각종 콘텐츠 제공</li> <li>세미나 정보 제공 및 신청 서비스</li> <li>기업 및 비즈니스 정보 제공</li> <li>리더 회원 대상 기업 정보 제공</li> <li>고객 문의사항 접수 및 답변</li> <li>회원 의견 수렴 창구</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>월간미팅 및 사내정보 공유</li> <li>주요 전략사항에 대한 공유</li> <li>부서간 주요 업무사항 교류</li> <li>기업가치 내재화</li> <li>해외사업 본부별 주요 이슈 사항 교류</li> <li>경영진 임직원 제품개발 관련 교류</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>애터미 비전, 정책, 윤리, 문화 공유</li> <li>트렌드 PT, 애터미-협력사 경영진 담화</li> <li>제품 개발 관련 의견 교환</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 내 협력방안 교류 및 취약계층지원 협력</li> <li>지역 언론인 간담회</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외아동 구호활동 관련 협력방안 구상</li> <li>미혼모 지원 및 복합 커뮤니티센터 건립 협력</li> <li>사회복지 정보 공유 및 협력방안 구상</li> <li>전국 재해 예방 및 구호</li> </ul>

### 이해관계자 소통 프로세스

### 외부 이해관계자 고충처리 및 해결 프로세스



# 이해관계자 설문조사 및 심층 인터뷰

에터미는 ESG 핵심 이슈를 다양한 이해관계자의 의견을 반영하는 것을 원칙으로 합니다. 이에 따라 고객·회원·임직원·협력사·지역사회·정부·NGO 등을 대상으로 2025년 설문조사와 심층 인터뷰를 실시해 사회·환경적 영향과 재무적 중요도를 함께 고려한 핵심 이슈를 도출했으며, 이를 통해 참여적이고 개방적인 ESG 경영을 실천하고 있습니다.

## 조사개요

항목	내용
조사기간	2025.07.14 ~ 2025.07.31
응답자 수	총 229명 (고객·회원, 임직원, 협력사, 지역사회, 정부·NGO)
조사방법	온라인 설문 및 일부 심층 인터뷰 병행
평가기준	이슈별 사회·환경 영향도 및 재무적 중요도(5점 척도)

## ESG경영 핵심이슈 도출 결과

이번 설문조사에서 도출된 핵심이슈는 이해관계자들이 ESG 경영에서 가장 중요하게 인식한 과제를 의미하며, 점수가 높을수록 사회·환경적 영향과 재무적 중요도가 크다는 것을 뜻합니다. 조사 결과, 협력사 동반성장과 지역사회 기여가 가장 높은 중요도로 나타났고, 고객 건강·안전, 재무성과·제품 경쟁력, 소비자 보호·마케팅 윤리가 뒤를 이었습니다. 이는 에터미가 협력사 및 지역사회와의 상생, 고객 안전, 책임 있는 제품과 마케팅을 ESG 전략의 핵심 방향으로 삼아야 함을 보여줍니다. 또한 이해관계자별 핵심이슈는 각 집단의 기대와 관심사를 반영하며, 에터미의 향후 전략 수립에 중요한 시사점을 제공합니다.

## 전체 핵심이슈 TOP5



## 이해관계자별 핵심이슈

고객·회원	임직원	협력사	지역사회	정부·NGO
소비자 보호 및 마케팅 윤리	글로벌 시장 진입 및 사업성장	윤리경영 및 리스크 관리	고객의 건강 및 안전	지속가능한 경영 및 비즈니스 전략

## 이해관계자 인터뷰

### INTERVIEW 01

에터미 회원  
여성 | 유\*\* 로열마스터

#### “존재 자체로 특이 되는 기업, 에터미의 바른 이미지가 곧 우리의 자부심이에요”

10년째 에터미 회원이자 상품분과 위원장으로 활동하며, 제품 하나하나에 깊은 자부심을 느낍니다. 가격과 품질, 협력사와의 관계까지 모든 과정이 정직하게 관리되고, ‘소비자가 우선’이라는 철학이 실제로 체감됩니다. 기부와 상생 활동도 보여주기가 아닌 진정성 있게 이루어져 브랜드에 대한 신뢰를 높입니다. 그래서 에터미 배지를 달고 있을 땐 언제나 스스로를 조심하게 되고, 그 바른 이미지가 곧 제 자부심이 됩니다.

### INTERVIEW 02

에터미 임원  
남성 | 김\*\* 이사

#### “ESG는 누군가의 일이 아닌, 우리 모두의 일입니다”

에터미의 ESG는 특정 부서의 과제가 아닌, 전 임직원이 함께 참여하는 기업 문화로 자리 잡고 있습니다. 블루마린 캠페인을 비롯한 다양한 친환경 활동을 통해 회원과 임직원이 함께 실천하는 기반이 마련되었으며, 신제품 개발 과정에서도 친환경 요소가 기본 전제로 반영되고 있습니다. 조직 전반에 ESG 실천에 대한 공감대가 확산되며, 모든 구성원이 일상 속에서 지속가능경영을 실천하는 문화를 만들어가고 있습니다.

### INTERVIEW 03

협력사  
남성 | 김\*\* 부장

#### “혼자서는 어려운 ESG...에터미와 함께라면 가능합니다.”

ESG 경영이 산업 전반으로 확산되는 가운데, 협력사들 사이에서도 ‘함께해야 한다’는 인식이 확고히 자리 잡고 있습니다. 저희 역시 에터미와의 긴밀한 협업을 통해 ESG 경영을 꾸준히 실천하고 있으며, 실무 현장에서도 긍정적인 변화를 체감하고 있습니다. 에터미는 동반성장을 강조하며 협력사의 ESG 역량 강화를 적극 지원하고 있고, 친환경 자재 전환과 인증 취득 등 다양한 분야에서 실질적인 도움을 주고 있습니다.

### INTERVIEW 04

사랑의 열매  
여성 | 김\*\* 차장

#### “에터미는 지속 가능한 나눔으로 선한 영향력을 확산하고 있습니다”

에터미는 규모와 지속성 면에서 대기업에 견줄 만큼 활발한 사회공헌 활동을 이어가고 있습니다. 지역사회와 사회적 약자를 위한 다양한 나눔 활동은 실제 현장에서 긍정적인 변화를 만들어내며, 기업의 선한 영향력을 잘 보여주고 있습니다.

### INTERVIEW 05

공주시청  
여성 | 이\*\* 팀장

#### “정의롭고 신뢰감 있는 철학이 공주에서 에터미를 뿌리내리게 했습니다”

에터미는 지역사회와의 신뢰를 바탕으로 공주에 성공적으로 정착한 모범 기업으로 평가받고 있습니다. 정의롭고 신뢰감 있는 철학과 체계적인 경영이 시민들의 긍정적 인식을 이끌었으며, ‘빵 나눔 사업’ 등은 지역이 자립적으로 운영을 이어가도록 만든 대표 사례입니다. 글로벌 나눔뿐 아니라 지역사회 발전에도 기여하며, 공주와의 상생을 지속적으로 이어가고 있습니다.

# 중대성 평가

애틀미는 이중중대성 원칙에 따라 실제 및 잠재적 영향의 긍정·부정적 측면을 모두 고려한 중대성 평가를 실시했습니다. 이를 통해 이해관계자와 기업 경영에 중대한 영향을 미치는 지속가능경영 이슈를 식별하고 관리 우선순위를 도출했습니다. GRI·SASB 등 글로벌 기준과 산업 동향, 가치사슬 분석을 바탕으로 이슈 풀을 마련하고, 설문조사와 인터뷰를 통해 이해관계자 의견을 반영했습니다. 이후 영향도 분석과 내부 검토를 거쳐 17개 핵심 이슈를 선정했으며, 이를 ESG 전략과 보고서에 반영하고 정기적으로 재검토하고 있습니다.

## 이중 중대성 개념 및 평가 프로세스

이중중대성은 기업이 사회·환경에 미치는 영향과 그 영향이 다시 기업의 재무성과에 미치는 영향을 함께 평가하는 개념입니다. 애틀미는 이 원칙에 따라 주요 이슈를 정량·정성적으로 분석하고, 핵심 ESG 이슈를 도출해 전략에 반영하고 있습니다.

### 이중 중대성 개념



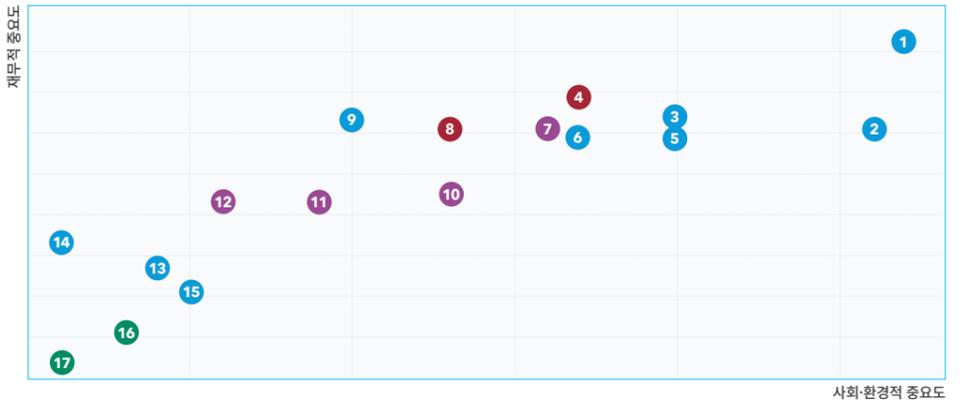
### 중대성 평가 프로세스

STEP 01	ESG이슈 Pool 도출	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI, SASB 등 글로벌 기준 검토</li> <li>미디어리서치 및 동종 업계 ESG 이슈 벤치마킹</li> <li>산업 중요 이슈 및 관련 법규 및 정책 조사</li> <li>애틀미 가치사슬 및 주요활동 관련 분석</li> </ul>
STEP 02	이해관계자 의견 수렴	<ul style="list-style-type: none"> <li>이해관계자 대상 설문조사</li> <li>이해관계자별 인터뷰 병행</li> </ul>
STEP 03	이중 중대성 평가	<ul style="list-style-type: none"> <li>사회·환경적 영향과 재무적 영향에 따른 이슈별 영향도 분석</li> <li>실제 및 잠재적 영향, 위험과 기회 요인 식별</li> <li>지속가능경영위원회 및 경영진 검토를 통해 핵심 이슈 확정</li> </ul>
STEP 04	ESG전략 연계 및 보고서 반영	<ul style="list-style-type: none"> <li>확정된 이슈를 ESG 비전과 전략과제에 연계</li> <li>ESG보고서에 이슈 및 평가 결과 반영</li> </ul>
STEP 05	정기적 검토 및 갱신	<ul style="list-style-type: none"> <li>연 1회 정기 업데이트 또는 주요 전략 변경 시 재검토</li> <li>사회 이슈 및 산업 트렌드 변화 반영</li> </ul>

## 중대성 평가 결과

이중 중대성 평가를 통해 17개의 핵심이슈를 도출하였습니다. 2023년에는 제품 품질 및 안전, 협력사 상생, 사회공헌 등 전통적인 ESG 이슈를 중심으로 핵심이슈를 도출하였으며, 해당 이슈는 전반적으로 유효하여 2024년에도 주요 이슈로 유지하였습니다. 한편, 2024년 중대성 평가는 이해관계자 의견 수렴 범위 확대와 평가 기준 고도화를 반영하여 수행하였으며, 이에 따라 일부 이슈는 관리 성과 및 환경 변화 등을 고려해 통합·조정하고, 기후변화 대응, 자원순환 및 순환경제, 개인정보 보호, 재무성과 및 제품 경쟁력 등 사업 지속가능성과 직결되는 신규 이슈를 추가 반영하였습니다. 도출된 핵심이슈 중 제품품질 및 고객만족, 윤리경영 및 리스크 관리, 자원순환, 지역사회 상생 등 다수의 이슈는 애틀미의 7대 지속가능경영 전략과제와 밀접하게 연계되어 있으며, 애틀미는 각 전략과제별로 핵심이슈를 반영한 실행과제를 수립해 사회·환경적 책임과 재무적 성과를 아우르는 지속가능경영 체계를 강화해 나가고 있습니다.

중대성평가 결과 매트릭스



### 핵심이슈 및 영향 받는 이해관계자

순위	주제	핵심이슈	영향 받는 이해관계자				
			고객·회원	임직원	협력사	지역사회	정부·NGO
1	사회	협력사 ESG지원 및 동반성장	○	●	●	○	○
2	사회	지역사회 기여 및 상생	○	○	○	●	●
3	사회	고객의 건강 및 안전	●	●	●	○	●
4	재무	재무성과 및 제품 경쟁력	●	●	●	○	○
5	사회	소비자 보호 및 마케팅 윤리	●	○	○	○	●
6	사회	책임 있는 가격 정책	●	○	○	○	○
7	지배구조	공정한 거래 및 유통 투명성 강화	○	●	●	○	●
8	재무	글로벌 시장 진입 및 사업성장	●	●	●	○	○
9	사회	제품품질 및 고객만족	●	●	●	○	○
10	지배구조	지속가능한 경영 및 비즈니스 전략	○	●	○	○	●
11	지배구조	개인정보 보호 및 정보보안	●	●	○	○	●
12	지배구조	윤리경영 및 리스크 관리	●	●	●	○	●
13	사회	이해관계자 소통 및 참여 확대	●	○	○	●	●
14	사회	임직원 복지 및 역량 강화	○	●	○	○	○
15	사회	인권 및 노동환경 보호	○	●	○	○	●
16	환경	자원순환 및 순환경제 구축	○	○	○	●	●
17	환경	기후변화 대응	○	○	○	●	●

# 지속가능경영 추진체계

에터미는 ESG 경영을 내재화하여 지속가능한 미래를 함께 만들고, '초일류 글로벌 유통 허브'로 나아가고자 합니다. 중대성 평가와 내부 검토, 지속가능경영위원회 협의를 통해 핵심 이슈를 도출하고, 이를 바탕으로 7대 전략 테마를 선정해 실천하고 있습니다.



## 지속가능경영 추진전략

에터미는 이러한 핵심 이슈를 기반으로 '믿을 수 있는 제품', '플라스틱 없는 바다', '합력성선', '사람 중심 기업문화', '고객·회원 성장 공동체', '나눔문화', '정선상략 책임경영' 등 7대 전략 테마를 중심으로 지속가능경영을 추진해 나가겠습니다.

### 지속가능경영 비전 및 전략 체계도



전략

### ESG경영 내재화를 통해 모두와 함께 지속가능한 미래를 설계

전략테마

믿을 수 있는 제품을 만드는 책임	플라스틱 없는 바다를 위한 약속	신뢰를 기반으로 합력성선	사람을 먼저 생각하는 기업문화	고객·회원과 함께 가치를 나누는 성장 공동체	사회를 따듯하게 만드는 나눔문화	정선상략으로 실천하는 책임경영
--------------------	-------------------	---------------	------------------	--------------------------	-------------------	------------------

전략과제

절대품질 절대가격	제로 플라스틱 및 지속가능한 제품 혁신	합력상생 정책 및 지속가능성 관리	임직원 행복과 안전한 일터 조성	고객·회원의 만족도 제고 및 브랜드 관리	지역 맞춤 지원체계 구축	윤리경영 체계 구축 및 실천
안전하고 건강한 제품개발	블루마린 프로젝트	합력상생을 위한 지원	인권존중 문화 내재화	고객의 성공추구 및 역량강화	참여형 나눔문화 확산	리스크 관리체계 구축

# 지속가능경영 로드맵

내부 목표	내부 이해관계자 목표	외부 이해관계자 소통
<b>PHASE 01 도입기</b> 2021년~2023년 ESG경영 추진조직 개설 및 전략수립	지속가능경영 필요성 인식	지속가능경영보고서 발간
<b>PHASE 02 확산기</b> 2024년~2026년 전략에 따른 성과지표 수립 및 성과관리	지속가능경영 문화 확산	모든 이해관계자 피드백을 반영한 지속가능경영보고서 발간
<b>PHASE 03 정착기</b> 2027년~2030년 비즈니스와 ESG경영 내재화를 통한 일원화 달성	지속가능경영 문화 내재화	모두가 공감하는 지속가능경영 선도 모델로 자리매김

# 지속가능경영 위원회

지속가능경영을 체계적으로 추진하기 위해 CEO 산하에 지속가능경영위원회를 구성하고, 분야별 전담 팀을 운영하고 있습니다. 위원회는 이사회 및 경영진과 긴밀히 협력하며, 주요 전략과제를 관리·감독하고 지속가능경영 관련 사안을 신속히 대응해 왔습니다. 또한 ESG 정보의 투명한 공개와 이해관계자와의 활발한 소통을 통해 신뢰를 강화하고 지속가능경영 수준을 지속적으로 고도화하고 있습니다.



### 지속가능경영위원회 주요 역할

지속가능경영 세부 전략과제 심의 및 의결	분야별 전담분과의 주요 이슈 관리	지속가능경영 관련 법규 및 기준 준수 점검	중대성 평가 및 이해관계자 의견 수렴 결과 검토	ESG목표 이행 상황 및 성과 모니터링
------------------------	--------------------	-------------------------	----------------------------	-----------------------

# 지속가능경영 가치창출 프로세스

기획부터 윤리경영에 이르기까지 전 가치사슬을 ESG 관점에서 통합 관리하고 있습니다. 각 단계에 재무·인적·환경 자원을 투입하여, 환경 보호, 고객 만족, 사회공헌, 투명경영 등 다양한 지속가능 가치를 실현합니다.

가치사슬 단계	자원투입	가치창출
<b>STEP 01</b> 기획 및 제품개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>친환경 R&amp;D 인력</li> <li>블루마린 프로젝트</li> <li>스마트패키징 기술</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>플라스틱 사용량 31% 감축</li> <li>재활용 우수제품 35% 증가</li> <li>친환경 인증 제품 확대</li> </ul>
<b>STEP 02</b> 원재료 조달 및 생산	<ul style="list-style-type: none"> <li>중소기업과 공동 R&amp;D</li> <li>ESG합력사 관리</li> <li>1社1品 원칙</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기능성 제품 공동 개발</li> <li>합력사 글로벌 진출 기반 제공</li> <li>공급망 상생 생태계 조성</li> </ul>
<b>STEP 03</b> 유통 및 물류	<ul style="list-style-type: none"> <li>친환경 포장재</li> <li>스마트 물류 시스템</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>연평균 590톤 플라스틱 절감</li> <li>물류 탄소배출 저감</li> </ul>
<b>STEP 04</b> 마케팅 및 판매	<ul style="list-style-type: none"> <li>CCM 인증 기준 적용</li> <li>윤리 마케팅 가이드</li> <li>광고 사전심의 프로세스</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>마케팅/표시광고 위반 0건</li> <li>고객 신뢰 제고</li> <li>소비자 권익 보호 강화</li> </ul>
<b>STEP 05</b> 소비자 및 고객관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>고객 중심 경영(CCM)</li> <li>디지털 소통 혁신</li> <li>온라인 성공 시스템</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>소비자중심경영 3회 연속 인증</li> <li>디지털고객만족도 2년 연속 업계 1위</li> <li>고객의 경제적 자립 및 나눔 활동 실현</li> </ul>
<b>STEP 06</b> 인사 및 조직 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>GPTW 기반 조직문화</li> <li>무재해 시스템</li> <li>애틀라 월례회 교육 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5년 연속 GPTW 선정</li> <li>산업재해 0건</li> <li>2024년 475건 사내 교육 이수</li> </ul>
<b>STEP 07</b> 지역사회 기여	<ul style="list-style-type: none"> <li>사회공헌 전담 조직 및 연간 기부 예산</li> <li>사회복지기관 및 취약계층 연계 지원체계 운영</li> <li>SOS나눔회 운영 및 회원 자발적 기부 참여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>연 10만 명 방문 연수시설 통한 지역경제 활성화</li> <li>재난·위기 아동·가정 등 국내외 사회안전망 기여</li> <li>누적 23억 원·1,358건 긴급지원 실현</li> </ul>
<b>STEP 08</b> 윤리경영 및 리스크관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>리스크 맵핑 160건</li> <li>윤리강령·고충상담 제도</li> <li>정보보호 시스템</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>부패·공정거래 위반 0건</li> <li>조직 내 윤리 리스크 차단</li> <li>개인정보 침해 0건(3년)</li> </ul>

## 지속가능경영 성과 한눈에 보기

애틀라미는 가치창출 프로세스 전반에 ESG 요소를 통합하며 지속가능한 경영성과를 확대하고 있습니다. 아래 인포그래픽은 최근 주요 ESG 실적을 분야별로 시각화해 정리한 것입니다.

ENVIRONMENT 환경	SOCIAL 사회	GOVERNANCE 지배구조
<b>플라스틱 사용량 31% 감소</b> 스마트패키징 도입과 포장재 개선을 통한 절감 2022 3,798톤 → 2024 2,611톤	<b>GPTW '대한민국 일하기 좋은 기업' 5년 연속 선정</b> 전 임직원이 참여하는 건강한 조직문화와 복지 제도 기반 일하기 좋은 기업	<b>160건의 리스크 요인 도출 및 사전 대응 체계 구축</b> 전 직원 참여 기반 리스크 맵핑 및 매뉴얼 체계화 160건
<b>'우수' 등급 재활용 제품 35% 증가</b> 재활용 용이성 평가 기반 제품 설계 개선 2022 407개 → 2024 548개	<b>3년 연속 무재해 달성</b> 산업재해 사망사고 0건, 안전한 근무환경 조성 지속 0건	<b>부패·공정거래 위반 3년 연속 '0건'</b> 공정거래법·소비자보호 이행 및 내부회계통제 강화 0건
<b>전자제품 26.5톤 재활용, 25.6톤 순환자원 생산</b> Scope 3 기준 온실가스 73.6톤 감축 인증 73.6톤 감축	<b>2024년 임직원 교육 참여 475건</b> AI·리더십·보상제도 등 실무형 맞춤형 교육 플랫폼 운영, 중복 포함 기준 475건	<b>개인정보 침해 3년 연속 '0건'</b> 암호화 통신·보안 모니터링 등 다층적 정보보호 시스템 운영 0건
<b>친환경 인증 제품 매출 1,413억 원(16.5%)</b> 헤모힘 녹색기술 인증 포함, USDA·ECOCERT 등 다수 인증 확대 1,413 억 원	<b>국내 회원 수 283만 명중 여성 199만 명(70%)</b> 여성 중심의 경제활동 참여 확대 및 자립 기반 지원 0건	<b>고충상담 제보 3년 연속 '0건'</b> 온·오프라인 고충처리 제도 운영으로 윤리 리스크 사전 차단 0건
<b>서울숲 플로깅 &amp; 플라마켓 개최</b> 시민·회원 참여 환경정화 및 자원 재활용 문화 확산	<b>사랑의 열매 200억 원 기부</b> 국내최초 한부모 복합 커뮤니티 시설 건립(100억 원) 경북 산불 피해지원(100억 원)	<b>마케팅·표시광고 위반 2년 연속 '0건'</b> 광고 사전심의 및 고객 커뮤니케이션 투명성 확보 0건
<b>공병수거 캠페인 전국 800여개 센터 참여</b> 수거된 공병 → 업사이클 벤치 제작 및 분사 설치 800여개 센터	<b>한국컴패션 누적 기부액 500억 원</b> 전 세계 25개 지역 아동 1만 명과 정기결연	<b>소비자중심경영(CCM) 3회 연속 인증, ISO 3중 취득</b> 고객 신뢰 기반의 품질·윤리·정보관리 시스템 구축 ISO 3중 CSA 소비자중심 3회
<b>냉·난방 기간 단축</b> 에너지 절약 및 탄소배출 저감을 위한 사내 운영 개선 난방 60일 → 42일 냉방 90일 → 72일	<b>SOS나눔회 누적 23억 원·1,358건 긴급지원</b> 2025년 산불 피해에만 2.2억 원 지원, 109명 수혜 23억 원	<b>경영철학·ESG가치 도서화 및 공표</b> '애틀라 DNA', '초유카시대 지속가능성의 실험실' 발간 0건
<b>전기차 인프라 구축</b> 전기차 충전소 10기 설치, 법인차 전기차 도입 (2024)	<b>글로벌 ESG 인권경영인증 2025 선정</b> 지속가능한 인권 보호 및 책임 있는 공급망 관리 인정 ESG	<b>헤모힘 제품철학 도서 발간</b> 국내 1호 면역기능 개선 제품 개발 여정과 면역 철학을 담았 가치 확산 HERO HIM

## 01. 믿을 수 있는 제품을 만드는 책임

35

절대품질 절대가격

37

안전하고 건강한 제품 개발

# 믿을 수 있는 제품을 만드는 책임

대중명품(Masstige) 전략을 바탕으로, 모두가 신뢰할 수 있는 품질과 가격을 실현하고자 절대품질 절대 가격 정책을 핵심 전략으로 운영하고 있습니다. 원재료 선정부터 생산, 유통까지 모든 단계에서 철저한 품질관리와 윤리적 경영을 실천하며, 안전하고 건강한 제품을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

## 전략테마별 실행체계 및 주요성과

‘믿을 수 있는 제품’을 위해 절대품질 절대가격 원칙과 안전한 제품 개발 전략을 병행하고 있습니다. 협력사 평가부터 출시 전 점검, 외부 공인시험 검사를 통해 품질을 확보하고, 윤리적 상품선정과 효율적 원가관리로 합리적 가격을 실현했습니다. 또한 라벨링 정책, 유해물질 모니터링 등 선제적 품질관리 활동을 강화해 제품 신뢰도와 소비자 권리 보호를 높였습니다. 대표 제품 ‘헤모힘’의 국제 학술 검증과 주요 제품군의 안전성 시험 확대는 이러한 노력의 성과입니다.

전략테마

믿을 수 있는 제품을 만드는 책임

전략 지향점

## 대중명품(Masstige) 전략을 바탕으로, 모두가 신뢰할 수 있는 품질과 가격을 실현

전략과제

### 절대품질

- 출시 전 품질 점검 및 외부 공인시험 검사 실시
- 정기 협력사 회의와 3자 기관 평가를 통한 품질 개선 추진
- 협력사 등록 평가 및 품질 기준 미달 시 개선 조치

### 절대가격

- 협력사와의 상생적 원가절감
- 무관용 원칙 기반의 윤리적 상품 선정
- 전사적 경영 효율화 전략

### 안전하고 건강한 제품개발

- 제품 라벨링 관리 및 시험성적서 발행
- 품질보증 가이드라인 운영으로 품질표준 강화
- 정기 안전성 검사 및 소비자 사용 환경 개선

주요성과 (CASE)

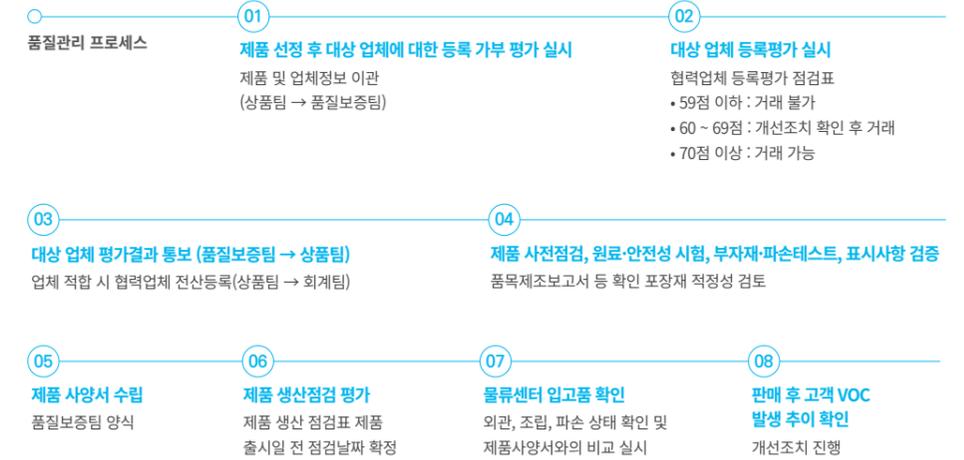
- 지식재산권 확보를 통한 제품 신뢰도 강화
- 원료 품질을 지키는 원산지 판별 기술 확보

- 업계 최저 반품률 달성

- 원산지 표시 캠페인 참여로 소비자 인식 제고
- ‘헤모힘’ 국제 안전성 검증 완료
- 주요 제품군 안전성 검증 강화로 신뢰 확보
- 기능성·기술성·ESG 가치를 갖춘 혈당 건강 제품 개발

# 절대품질

절대품질 확보를 위해 원재료 선정부터 생산, 포장, 출시 전 점검까지 체계적인 품질관리 프로세스를 운영하며, 제품 등록 전 협력업체 평가를 통해 기준 미달 시 거래를 제한하거나 개선을 요구합니다. 또한 정기적인 협력사 회의, 외부 전문기관의 품질 검사 및 3자 기관의 정기 평가를 통해 제품 신뢰도를 지속적으로 강화하고 있습니다.



## 협력사와의 품질강화 회의

회의명	내용	주기
협력사 간담회	동반성장을 위한 소통 채널	분기별
화장품 품질 향상 회의	화장품 품질 불만 분석 회의	매월



## 제품 점검 주요 내용

구분	내용
제품	• 점검일 당일 해당 제품이 생산되어야 하며, 원료의 계량부터 완제품 포장까지 모든 공정이 진행되어야 함
생산점검 및 정기점검	• 애터미와 약속된 원·부재료 사용 및 공정의 적법성 여부 • 소비자가 제품 수령 시까지의 제품 내용물 및 포장재의 온전성 여부
전문 3자 기관 점검	• 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 국내 파트너 3자 기관: 한국에스지에스, 한국표준협회, 한국뷰로베리타스 평가 제품군: 식품, 건강기능식품, 화장품, 생활용품   평가 운영: 연 1회 실시

## 절대품질

### CASE1. 지식재산권 확보를 통한 제품 신뢰도 강화

에터미는 품질 경쟁력 강화를 위해 지식재산권 보호와 기술혁신을 적극 추진하고 있습니다. 이를 위해 2024년 한 해 동안 5,454만 원의 연구개발비를 투자했으며 2025년까지 기준 헤모힘 관련 28건의 특허, 논문 40건(SCI급 23건)을 등록했습니다. 또한, 협력사와 공동 개발한 미세전류 LED 두피케어기가 제네바 국제발명전시회에서 동상과 INNOPA 특별상을 수상하며 글로벌 기술력을 입증했습니다. 또한 ‘에터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니’가 차세대 세계일류상품으로 선정되고, 2024년 180억 원 규모의 수출을 달성하며 기술 기반의 신뢰경영을 실현했습니다.



### CASE2. 원료 품질을 지키는 원산지 판별 기술 확보

ODM 협력사와 협력해 건강기능식품 원료에 유전자 분석 기반의 품질관리 기술을 적용하고 있습니다. 당귀·작약 등 원료의 원산지를 판별하는 특허기술과 PCR 분석을 통해 국내산 원료 사용의 신뢰성과 품질 기준을 강화하고 있습니다.

### CASE 3. 신선한 원재료 확보를 위한 선구매 — 에터미 간고등어

에터미는 절대품질 실현을 위해 제품 생산의 출발점인 원재료의 신선도와 등급을 최우선 기준으로 삼고 있습니다. 대표적으로 ‘에터미 간고등어’는 세계적으로 품질을 인정받는 노르웨이산 고등어 중에서도 육질이 가장 좋은 겨울철 어획 분만을 선별하여 사용합니다. 어획 직후에는 영하 40°C 이하에서 급속 냉동해 신선도를 그대로 유지한 상태로 국내로 운송되며, 이를 위해 에터미는 매년 약 10~15억 원 규모의 구매비를 선구매 방식으로 지원합니다. 이러한 선구매는 협력사가 최고 등급의 원재료를 안정적으로 확보하도록 돕는 동시에, 소비자에게 일관된 품질의 제품을 제공하기 위한 에터미의 핵심 품질 원칙을 반영한 조치입니다.



## 절대가격

절대가격 실현을 위해서는 협력사의 생산라인 개선, 설비 확충, 원재료 선구매 자금 지원 등 구조적인 원가 절감 방안을 함께 모색하며, 내부적으로는 전사 전산화와 고정비 절감을 통해 경영 효율성을 높이고 있습니다. 아울러, 상품 선정과 가격 결정 과정 전반에 ‘무관용 원칙(Zero Tolerance Policy)’을 적용하여 모든 부정과 청탁을 배제하고, 상품위원회의 다단계 심의를 통해 투명하고 윤리적인 유통구조를 유지하고 있습니다.

### CASE1. 업계 최저 반품률 달성

창립 이후 15년간 업계 최저 수준인 평균 0.2% 내외의 반품률을 유지하고 있습니다. 이는 고품질 제품을 대중적인 가격에 제공하는 전략의 효과를 보여주는 지표로, 2024년 기준 업계 평균 반품률(1.85%)의 약 10분의 1 수준입니다.

## 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 신뢰성 강화 및 라벨링 정책

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

#### 에터미 제품 신뢰성 강화 정책

<b>식품 및 건강기능식품</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3차 원재료까지 확인하여 이슈 소지가 있는 원료는 사전 배제</li> <li>사용 지양 원료 목록 작성 후 관리하고 있으며 이를 대체할 원료를 지정하여 사용</li> </ul>
<b>생활화학제품</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>법적 3년 실시 의무인 안정성 검사를 주요 관리포인트로 지정하여 1년 1회 실시</li> </ul>
<b>생활용품</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>품목별 한국소비자원, 국가기술표준원 등을 통해 유해성 및 성능시험(비규제, 강제부분) 진행</li> <li>금속 등의 핵심자재 검증(자재 품질보증서 기준 공인시험기관 시험 진행)</li> </ul>
<b>주방용품</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해당 제품별 법적기준에 따라 식품공전(기구 및 용기포장) 유해성 시험 진행</li> </ul>
<b>위생용품</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>제품별 법적시험 기준에 따라 지정된 공인시험기관에서 시험을 수행하고, 관련 결과를 체계적으로 관리·유지</li> </ul>
<b>의약외품</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>산업환경 전반에 걸쳐 이슈되는 사항 지속 모니터링 통해 관리</li> <li>생리대 등 VOCs(유기휘발성화합물)에 대해 정기적 확인(연 1회)</li> </ul>



\*공정거래위원회 다단계판매업자 중 매출액 상위 30개사 기준

### 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.

**안전하고 건강한 제품개발**

**안전성 평가 가이드라인**

품질보증 가이드라인을 만들어 애틀미와 자회사 및 제품 공급업체 간에 일관된 품질표준 및 목표를 설정하고 있습니다. 더불어 철저한 품질관리를 통해 부적합품의 시장유출을 방지하고, 고객의견을 적극 반영하여 애틀미의 브랜드 이미지를 선제적으로 보호하고 있습니다.

**CASE1. 원산지 표시 공익광고 캠페인 참여로 소비자 권리 보호 및 인식 확산**

국립농산물품질관리원 충남지원과의 협약을 통해 건강기능식품 등 자사 제품 포장에 원산지표시 공익광고 문구를 게재하고, 관련 법령 및 표시기준에 대한 지도를 받으며 표시관리 신뢰성을 높이고 있습니다. 이를 통해 소비자 알 권리 보호는 물론, 원산지 표시 문화 확산에도 기여하고 있습니다.



**CASE2. 대표 건강기능식품 ‘헤모힘’의 안전성 국제 검증**

‘헤모힘’은 SCIE급 국제학술지 「Toxicological Research」에 안전성 관련 연구 결과가 게재되며 국제 수준의 제품 신뢰도를 입증했습니다. 해당 연구는 OECD 가이드라인에 따라 독성시험을 수행했으며, 모든 시험에서 안전성이 확인되었습니다. 이러한 성과는 애틀미의 건강기능식품 신뢰도 제고와 해외시장 확장 기반 마련에 기여하고 있습니다.



**CASE3. 에코3종, 사탕수수 등 안심 소재 적용**

애틀미 에코 3종은 비스페놀-A가 검출되지 않는 안심 소재와 사탕수수 부산물 기반의 식물성 원료를 적용해 안전성을 강화했습니다. 또한 생산 전 과정에서 일반 PE 대비 이산화탄소 배출을 저감하고, USDA 바이오 소재 기반 친환경 인증을 획득했습니다.



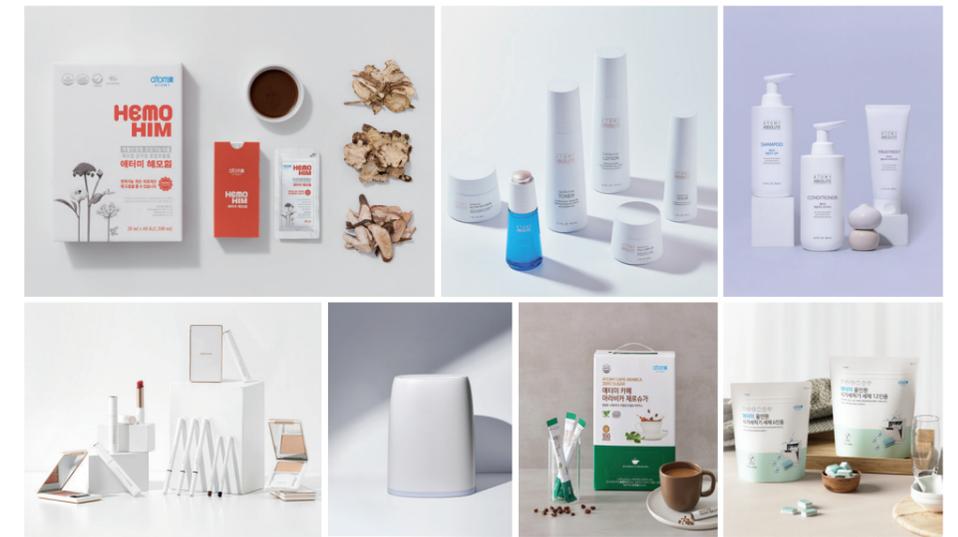
**CASE4. 기능성·기술성·ESG 가치를 갖춘 혈당 건강 제품 개발**

애틀미는 과학적 근거와 기술력을 기반으로 소비자 건강에 기여하는 제품 개발을 추진하고 있습니다. 애틀미 혈당컷 여주는 식약처 기능성 인정 개별인정형 원료를 사용한 건강기능식품으로, 국내 건강기능식품 최초로 3.0mm 초소형 정제 제형을 구현해 섭취 편의성을 높였습니다. 해당 제품은 기술성·시장성·사업성 등을 종합 평가하는 한국식품연구원 주최 2025 식품기술대상에 장려상을 수상하며 제품 경쟁력을 인정받았습니다. 또한 100% 국내산 원료를 계약재배 방식으로 사용해 품질 신뢰성과 ESG 가치를 함께 강화하고 있습니다.



**애틀미 제품을 통한 ESG 가치 실현**

절대품질 절대가격 철학을 바탕으로 고객의 건강과 지구환경, 사회적 책임을 아우르는 ESG 경영을 실천하고 있습니다.



지구를 살리는 제품



친환경 개발과 리뉴얼을 통해 자원 절감과 환경 보호에 기여합니다.

신뢰를 높이는 안전한 제품



고객의 건강과 안전을 최우선으로 하여 만족도와 브랜드 신뢰를 강화합니다.

나눔으로 이어지는 제품 가치



제품을 기반으로 한 나눔 활동을 확대해 사회적 가치를 실현합니다.

모두가 함께 성장하는 선순환



협력사·회원 등과의 공정한 가치 분배로 지속 가능한 선순환 구조를 만들어갑니다.

## 02. 플라스틱 없는 바다를 위한 약속

43

제로 플라스틱 및  
지속가능한 제품 혁신

46

블루마린 프로젝트

# 플라스틱 없는 바다를 위한 약속

엘니뇨, 라니냐, 얼음이 녹아내리는 북극 등 기후위기는 더 이상 먼 미래의 경고가 아닌 현재의 생존 문제로 다가오고 있습니다. 이에 따라 애타미는 환경보존은 미룰 수 없는 시급한 과제를 인식하고, 플라스틱 없는 바다를 만들기 위한 중장기 친환경 전략으로 '블루마린 프로젝트'를 수립하여 실천하고 있습니다.

## 전략테마별 실행체계 및 주요성과

애타미는 플라스틱 없는 바다를 목표로 친환경 제품 개발과 패키지 개선을 추진하며 플라스틱 사용량을 지속적으로 감축하고 있습니다. 제로플라스틱 정책과 4R 기반 패키징 혁신을 통해 재활용 등급 '우수' 제품 비율을 확대하고 자원순환 체계를 강화했습니다. 또한, 블루마린 프로젝트를 통해 사내외 캠페인, ESG 교육, 문화 콘텐츠 등 친환경 실천 문화를 확산하고 있습니다. 이를 바탕으로 탄소 감축, 플라스틱 절감, 친환경 인증 제품 확대 등 구체적인 성과를 창출하고 있습니다.

전략테마

플라스틱 없는 바다를 위한 약속

전략 지향점

## 바다 물고기를 살리는 글로벌 친환경 선도 기업

전략과제

### 제로 플라스틱 및 지속가능한 제품 혁신

### 블루마린 프로젝트

주요활동

- 친환경스마트패키징 솔루션 도입
- 자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 재활용의무 이행
- 친환경 제품 개발 및 포장 개선

- 블루마린 프로젝트 단계별 시행
- 에너지 사용량 절감 활동

주요성과 (CASE)

- 친환경 인증 제품 확대를 통한 제품 환경성 강화
- 친환경 패키징 확대를 통한 플라스틱 저감 및 재활용 용이성 향상
- 전자제품 자원순환을 통한 순환자원 생산
- 제로 플라스틱 정책을 통한 원자재 사용량 절감

- 블루진·공병수거 캠페인을 통한 탄소 저감 및 자원순환 실천
- 블루마린 프로젝트와 영리더스 활동으로 참여형 친환경 문화 확산
- 친환경 멘토링 교육과 사내 전기차 인프라 구축으로 ESG 실천 강화

## 제로 플라스틱 및 지속가능한 제품 혁신

애타미는 '제로 플라스틱 및 지속가능한 제품 혁신'을 핵심 전략과제로 설정하고, 자원 순환과 환경 영향을 최소화하는 제품 및 포장 개선 활동을 전개하고 있습니다. 이를 위해 친환경 스마트패키징 솔루션 도입, 재활용의무 이행, 4R(감소·재활용·재사용·회수) 전략 기반의 친환경 포장 구조 개선, 친환경 제품 개발 등 다양한 정책을 추진하고 있습니다. 이러한 노력은 플라스틱 사용량 저감, 재활용 용이성 향상, 인증 기반 제품 확대, 원자재 사용 절감 등의 성과로 이어지고 있으며, 지속가능한 소비·생산체계 구축에 기여하고 있습니다.

### 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

애타미는 [자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률]에 따라 생산자책임재활용제도(EPR)를 이행하며, 한국포장재재활용사업공제조합에 가입해 재활용 의무를 공동으로 수행하고 있습니다. 협력사와 제도 운영 내용을 공유해 친환경 인식을 확산하고, 폐기물 발생 저감과 효율적 회수·처리를 통해 환경비용 절감에 기여하고 있습니다. 납부된 분담금은 재활용 기술개발과 자원순환 사업에 활용됩니다.

※ 생산자책임재활용제도(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  
\* 애타미 자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 재활용의무 이행 : 4대 포장재(종이팩, 금속캔, 유리병, 합성수지포장재)및 전지류 등

### 친환경 제품 개발 및 포장 개선

애타미는 제품 개발 전 과정에서 탄소 저감과 자원 효율을 고려하며, 녹색기술·USDA·ECOCERT 등 글로벌 친환경 인증을 통해 제품의 환경성을 입증하고 있습니다. 또한 4R(Reduce, Recycle, Reuse, Reverse) 전략을 기반으로 플라스틱 절감, 종이 패키지 전환, 재활용성 향상 등 포장재 개선을 추진해 '제로 플라스틱' 실현을 목표로 하고 있습니다. 이러한 노력의 성과로 친환경 인증 제품 매출이 전체의 16.5%를 차지하며, 환경성고가 실질적 경영성과로 이어지고 있습니다.

### 플라스틱 포장재의 4R 활성화를 통한 플라스틱 제로화 실현 전략



제로 플라스틱 및 지속가능한 제품 혁신

CASE1. 친환경 패키징 확대를 통한 플라스틱 저감 및 재활용 용이성 향상

제품별 플라스틱 트레이 제거, 종이 패키지 전환, 경량화 등을 통해 플라스틱 제로 이니셔티브를 실천 중이며, 완충재 등 외부 자재도 친환경 소재로 교체하고 있습니다. 재활용 등급 '우수' 제품 수는 2022년 대비 37% 증가했고, '어려움' 등급은 11% 감소하는 등 재활용 용이성도 향상되었습니다. 이러한 개선은 주요 제품군에 걸친 설계 리뉴얼과 포장 구조 개선 결과입니다.

플라스틱 제로 이니셔티브

애틀미 칫솔, 콤팩트 칫솔  
플라스틱 트레이 삭제, 종이 패키징 적용 등 플라스틱 절감

애틀미 카페 아라비카, 아라비카 제로슈가  
플라스틱에서 종이 손잡이로 변경

애틀미 슬림바디 셰이크  
PET 용기에서 파우치 타입으로 변경

애틀미 해양 심층수  
라벨 삭제 및 플라스틱 중량 절감

애틀미 오랄케어 기프트 세트  
플라스틱 트레이 삭제 및 외포장 사이즈 축소

다시마 간장  
투명 PET 변경 및 손잡이 삭제

친환경 종이 완충재 교체  
PE재질 에어캡 완충재를 친환경 종이 완충재로 교체



패키지 및 포장 중량 절감

헤모힘  
머리패드 삭제 및 세트박스, 단박스 중량 절감

더마 리얼시카 크림, 핸드테라피 3종  
튜브 캡 무광코팅 삭제

애틀미 간고등어 스티로폼 아이스박스  
사이즈 축소



기타

애틀미 에티오피아 싱글 오리진 라떼  
알루미늄캔에서 테트라팩 패키지로 변경

아이스팩  
물타입으로 충전재 변경 (동절기에 맞춰 일시적 적용)

재활용 용이성 확대

애틀미 해양 심층수  
재활용 평가 최우수 등급

우수 등급  
2022년 407개 → 2024년 548개로 35% 증가

어려움 등급  
2022년 208개 → 2024년 185개로 11% 감소

하이드라 밤 / 리셋 밤  
ALL PP(올레핀 계열) 단일 소재로 재활용 용이

200ml 이상 대용량 제품 외 뷰티 전 품목  
재활용 지류(CCP R30) 적용

애틀미 더페임 스킨케어 4세대  
재활용 용이성 평가 등급 상향 적용(진행중)  
더페임 크림 리필 제품 별도 판매 (진행중)

애플루트 마스크  
리필 제품 별도 판매



CASE2. 전자제품 자원순환을 통한 순환자원 생산

『전기·전자제품 및 자동차의 자원순환에 관한 법률』에 따라 폐전자제품 재활용체계를 운영하며, 자원의 순환적 사용과 환경영향 저감을 실천하고 있습니다. 2023년 한 해 동안 26,554kg의 폐전자제품을 재활용하고 25,643kg의 순환자원을 생산했으며, 그 결과 73,561kgCO<sub>2</sub>-eq의 온실가스 감축 효과를 달성했습니다. 이러한 성과를 통해 애틀미는 전자제품의 전주기적 환경성 개선과 순환경제 이행에 기여하고 있습니다.

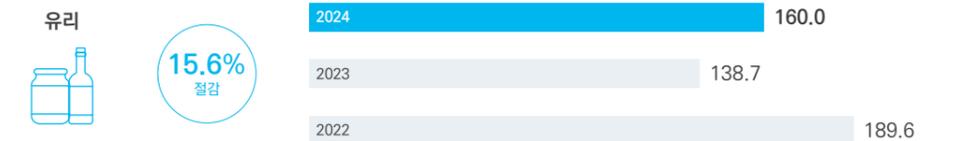
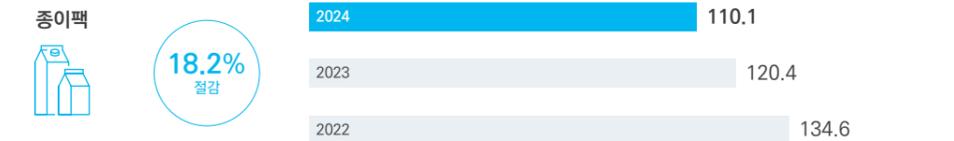
제로 플라스틱 및 지속가능한 제품 혁신

CASE3. 제로 플라스틱 정책을 통한 원자재 사용량 절감

제로플라스틱 정책을 통해 원자재 사용량을 지속적으로 절감해왔으며, 특히 플라스틱 사용량은 2022년 3,797.7톤에서 2024년 2,611.2톤으로 약 31% 감소했습니다. 전체 원자재 사용량도 2년간 약 1,243톤 (30%) 이상 줄어드는 성과를 거두었습니다.

애틀미 원자재 사용량 (단위: ton)

○ 2022년 대비 2024년 절감률



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

# 블루마린 프로젝트

블루마린 프로젝트를 통해 플라스틱 제로화, 자원 재생 확대, 글로벌 친환경 문화 정착을 추진하고 있습니다. 제품 개발 단계에서 친환경 소재 적용을 확대하고, 공병 수거 및 업사이클링 캠페인을 통해 자원순환을 실천하고 있습니다. 또한 임직원 참여형 친환경 캠페인(분리배출, 이면지 활용, 텀블러 사용 등)과 에너지 절감 활동을 병행하며 지속가능한 사내 문화를 확산하고 있습니다.

애틀미 블루마린프로젝트 마스터 플랜

STEP	STEP 1.	STEP 2.	STEP 3.	
	인식 유도 및 스피드화	안정화	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 세미나 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	애틀미 가든 ESG 애틀미화 RUN 제품 개발	애틀미 전 제품 자원재생 시스템 구축

### CASE1. 블루진 캠페인으로 탄소 4.1톤 감축

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



### CASE2. 공병수거 캠페인을 통한 자원순환 실천

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 운영되었으며 공병을 이용하여 업사이클 벤치를 제작하여 본사인 애틀미파크 내에 배치했습니다.



### CASE3. 블루마린 프로젝트를 통한 참여형 친환경 문화 확산

블루마린 프로젝트를 통해 임직원과 소비자가 함께 참여하는 친환경 문화를 확산하고 있습니다. 해양 생물을 모티브로 한 '블루마린 세이버즈' 캐릭터를 활용해 다양한 콘텐츠를 제작하고, '블루마린 서포터즈' 운영을 통해 봉사활동과 환경 캠페인을 전개하고 있습니다. 또한 블루마린 3대 비전을 주제로 한 '블루마린 아이디어 어워드'를 개최해 친환경 아이디어 발굴을 장려하며, 참여형 ESG 문화를 구축하고 있습니다.



**CASE4. 영리더스 주도의 해양 정화 활동을 통한 환경보호 실천 강화**

2021년 애터미 영리더스클럽과 임직원 50여 명이 해변가, 대왕암공원 등 해안일대에서 쓰레기를 줍는 환경정화 작업을 펼쳤습니다. 애터미의 친환경 캠페인 ‘블루마린’의 일환인 비치클린 캠페인은 애터미의 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.



**CASE5. 친환경 멘토링 교육을 통한 회원 참여형 ESG 문화 정착**

2022년 10월 애터미 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.



**CASE6. 사내 전기차 인프라 구축을 통한 저탄소 교통 실현**

애터미는 친환경 교통 전환의 일환으로 2024년 본사(애터미파크) 내 전기차 충전소 10기를 설치하고, 법인차량을 단계적으로 전기차로 전환하고 있습니다. 2024년에는 신규 법인차 1대를 전기차로 도입하였으며, 이를 통해 운송 부문에서의 온실가스 배출을 저감하고 사내 저탄소 교통문화 정착을 추진하고 있습니다. 향후 지속적인 충전 인프라 확충과 법인차량 교체 계획을 통해 탄소중립 목표 이행 기반을 강화해 나갈 예정입니다.



**CASE7. 시민과 함께하는 서울숲 플로깅 & 플리마켓**

블루마린 프로젝트의 일환으로 서울숲에서 시민 참여형 ‘플로깅 & 플리마켓’을 진행했습니다. 회원과 시민이 함께 환경정화 활동에 참여했으며, 이어 열린 플리마켓에서는 업사이클링 제품과 중고 물품의 판매·교환을 통해 자원 재활용 문화를 확산했습니다. 특히 물품 기부 시 동일 금액대의 제품을 교환할 수 있는 이벤트로 시민 참여를 높였으며, 회원·서포터즈·시민이 함께하는 지속적 환경보호 활동의 기반을 마련했습니다.



**에너지 사용량 절감 활동**

사내 에너지 효율과 친환경 문화를 확산하기 위해 소등·온도조절 등 일상 속 절감 활동을 시행하고 있으며, 점심시간 소등, LED 전구 교체, 플라스틱 사용 저감, 분리배출·정화활동, 업사이클링 캠페인 등 다양한 실천을 통해 지속가능한 업무환경을 만들어가고 있습니다.

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

## 03. 신뢰를 기반으로 협력성선

53

협력성선 정책 및  
지속가능성 관리

54

협력성선을 위한 지원

# 신뢰를 기반으로 협력성선

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

## 전략테마별 실행체계 및 주요성과

‘협력사의 성공이 곧 애터미의 성공’이라는 신념 아래, 중소기업 우선 정책과 1품1사 원칙, 합리적 매입가 정책 등을 통해 협력사의 품질 개선과 경쟁력 강화를 지원해왔습니다. 납품 후 1주일 내 현금결제, 무이자 자금지원 등 실질적인 경영 지원도 병행하며 안정적인 운영 기반을 마련했습니다. 또한, 공동 R&D와 ‘같이살자’ 프로젝트를 통해 중소기업 및 농어민의 판로 확대와 시장 진입을 도운 바 있습니다. ESG 평가와 인증, 우수 협력사 시상 등을 통해 협력사의 지속가능성과 책임경영 의식을 높이는 데 기여했습니다. 이와 같은 활동을 통해 애터미는 협력사, 소비자, 지역사회가 함께 성장하는 협력성선(合力成善)의 선순환 구조를 실현해왔습니다.



## 협력사 현황

애터미의 2024년 협력사는 88개로 모두 제조업체이며 연간 구매금액은 6,374억원입니다.

	2022	2023	2024
수(개)	78	76	88
구매금액(억 원)	6,944	6,431	6,374

## 협력성선 정책 및 지속가능성 관리

### 중소기업 우선 정책

애터미는 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

애터미와 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 및 환경 관련 인증 및 ESG평가

협력사 심사 시 환경 및 안전관리, 유해물질 관리, 노동 및 인권, 기업의 사회적 책임, 정보보호 등 ESG 전반에 대한 평가 항목을 포함한 체크리스트를 운영하고 있습니다. 이를 통해 협력사의 지속적인 ESG 관리 수준 제고와 개선을 유도하고 있습니다. 협력사 ESG 평가는 업체 규모 및 특성을 고려하여 평가 빈도를 차등 적용하며, 최소 연 1회 이상 정기 평가를 실시하고 있습니다. 해당 평가는 기존 협력사와 신규 협력사에 동일한 기준을 적용하여 공정하게 운영하고 있습니다. 신규 협력사의 경우 협력사 선정 단계에서부터 사회·환경·노동 관련 기준을 적용하고 있으며, 평가 기준을 충족한 업체에 한해 협력사로 선정하고 있습니다. 선정 이후에도 동일한 ESG 평가 기준을 적용해 지속적인 관리 및 개선 여부를 점검하고 있습니다. 한편, 외부 전문기관(DNV)의 평가 기준을 참고한 협력사 ESG 평가 결과에는 인권경영, 안전보건, 유해물질 관리 등 주요 사회·환경 이슈가 포함되어 있으며, 이를 바탕으로 개선 필요사항을 도출하고 관리하고 있습니다.

### 애터미 협력사 사회·환경 관련 인증 및 평가 비율

구분	사회			지배구조			환경		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
전체 협력사 수	78	76	88	78	76	88	78	76	88
인증 협력사 수	37	49	49	3	5	5	28	35	35
인증 협력사 비율(%)	47.4	64.5	55.7	3.8	6.6	5.7	35.9	46.1	39.8

\*자료 취합 기준 및 산정 방식 개선에 따라 2022년~2023년 협력사 인증 수 및 비율 데이터를 조정하였습니다.

## 협력성선 정책 및 지속가능성 관리

### 협력사 ESG 평가 결과에 따른 개선 사례

환경 관리 체계 보완	2024년 협력사 ESG 평가 결과, 일부 협력사에서 환경영향평가 관련 문서 관리 체계의 보완 필요성이 확인되었습니다. 이에 애틀미는 표준화된 환경영향평가 양식을 적용하도록 안내하였으며, 해당 협력사는 환경영향평가 보고서를 구비하는 등 관련 관리 체계를 정비하였습니다.
안전관리 및 비상대응 체계 개선	일부 사업장 내 피난 안내 표시의 가시성이 충분하지 않은 공간이 확인되어, 피난안내도를 추가로 부착하고 '현재 위치' 표시를 강화하는 등 비상 시 대응 체계를 개선하였습니다.
식수 수질 관리 강화	정기적인 식수 수질 검사 체계가 미흡한 협력사에 대해서는 외부 전문기관 의뢰 또는 자체 점검을 통해 연 1회 이상 수질 검사를 실시하도록 개선을 요청하였으며, 이에 따라 일반세균, 총대장균군, 탁도 등 주요 항목에 대한 정기 검사가 이루어지고 있습니다.

### 1품1사(一品一社) 원칙

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

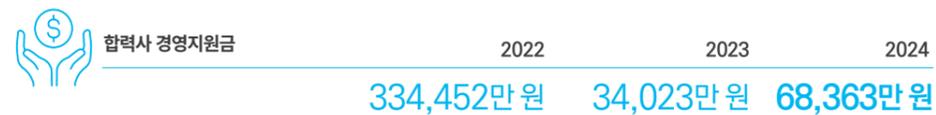
## 협력성선을 위한 지원

### 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

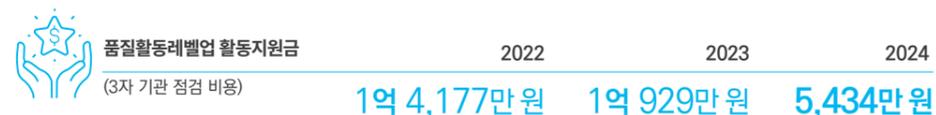
협력사의 자금위기가 발생하거나 원활한 자금 운용이 되지 않을 때 애틀미는 경영자금을 지원하여 협력사가 불필요한 금융 비용을 절감할 수 있도록 지원합니다.



\*자료 취합 기준 및 산정 방식 개선에 따라 2022년~2023년 협력사 경영지원금 데이터를 정정하였습니다.

### 품질레벨업 활동지원

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



## 협력성선을 위한 지원

### CASE1. 사회적기업의 판로 확보 및 시장 안착

자본과 판로가 부족한 중소기업을 발굴·지원하기 위해 '협력사 발굴 프로젝트'를 운영하였으며, 2017년에는 총 582개 기업이 응모해 한 사회적기업이 최종 선정되었습니다. 해당 기업은 직원의 90% 이상이 중증장애인으로 구성된 종이컵 제조업체로, 애틀미는 이들에게 시설 및 공정 개선 자금을 지원하고, 제품 생산을 거쳐 자사 유통망을 통해 판매를 진행했습니다. 이를 통해 제일산업은 안정적인 판로를 확보하고, 품질 경쟁력을 기반으로 시장에 안착할 수 있었습니다.

### CASE2. 협력사 ESG 평가 기반의 정기 소통 및 우수사례 확산 성과

협력사 선정과 사후 관리 과정에 환경·안전·사회적 책임·정보보호 등 ESG 항목을 반영하고, 화장품 협력사를 대상으로 사회적 책임 심사를 정기적으로 시행하고 있습니다. 평가 결과는 매년 협력사 간담회와 우수 협력사 시상으로 연계되어, 우수 사례 공유와 지속가능경영 인식 확산에 기여하고 있습니다. 간담회는 상호 소통의 장으로, 시상은 책임 있는 경영과 품질 향상 노력에 대한 긍정적 동기로 작용하며, 애틀미는 이를 통해 협력사와의 ESG 기반 상생 문화를 제도적으로 강화하고 있습니다.

### CASE3. 협력사 품질·환경 개선을 통한 ESG생산체계 구축

주요 협력사인 강원심층수와 협력해 품질 안정성과 친환경 생산체계 강화를 추진하고 있습니다. 자동화 검사설비(비전·중량검사기) 도입과 CCP 항목 세분화로 식품안전성을 높였으며, 무라벨 '애틀미 해양심층수' 공동 개발로 재활용 효율을 향상시켰습니다. 또한 레이저 각인 방식의 LOT 표기와 경량화 용기 개발을 통해 인쇄 잉크와 플라스틱 사용을 줄여, 품질 개선과 환경보호를 동시에 달성하는 ESG 기반 생산체계를 구축했습니다.



### CASE4. 중소기업과의 기술 협력을 통한 글로벌 시장 동반 진출

애틀미 자회사 애틀미오트는 기능성 소재 전문 중소기업과 협력해 차세대 포스트바이오틱스 제품을 공동 개발하고 국내외 시장 공략에 나섰습니다. 양사는 장내 세균 균형 개선을 위한 연구개발을 지속해왔으며, 이를 기반으로 개발된 신제품을 싱가포르와 대만 등 해외시장에 수출하고 있습니다. 이번 협업은 중소기업의 기술력과 애틀미의 글로벌 유통망이 결합된 대표적 상생 사례로, 중소기업은 안정적인 글로벌 진출 기반을 확보하고 애틀미는 경쟁력 있는 제품군을 강화함으로써 동반성장의 선순환 구조를 실현하고 있습니다.



## 04. 사람을 먼저 생각하는 기업문화

62

임직원 행복과  
안전한 일터 조성

70

인권존중 문화 내재화

# 사람을 먼저 생각하는 기업문화

에터미는 ‘사람’은 기업의 수단이 아니라 궁극의 ‘목적’이라는 철학을 바탕으로 운영하고 있습니다. 사람 자체가 목적이기 때문에, 직원과 회원의 행복을 최우선에 두는 것은 선택이 아니라 경영의 필연적 원칙입니다. ‘영혼을 소중히 여긴다’는 사훈 아래 에터미는 ‘행복한 일터 조성’과 ‘인권존중 문화 내재화’를 기업의 기본 의무로 삼고 있으며, 이를 제도적 장치를 넘어 조직문화 속에 자연스럽게 내재화하는 것을 중요하게 생각합니다. 이를 위해 본사 및 글로벌 26개 법인이 함께 참여하는 상시 소통 채널을 운영하며, 사람 중심 철학, 윤리·인권 기준을 지속적으로 공유하고 있습니다. 관련 리스크가 발생할 경우 해당채널을 통해 본사와 현지 법인이 공동으로 검토하고 대응하는 글로벌 협력 구조를 통해, 사람의 존엄과 가치가 전 세계 사업 운영의 근간으로 자리하도록 하고 있습니다.

## 전략테마별 실행체계 및 주요성과

‘사람을 먼저 생각하는 기업문화’라는 전략테마 아래, 사회 구성원 모두의 존엄과 가치를 중시하는 인간 중심 경영을 지향하며, ‘임직원 행복과 안전한 일터 조성’ 및 ‘인권존중 문화 내재화’를 전략과제로 설정했습니다. 이를 위해 복지 및 성장지원 체계 구축, 안전한 근무환경 조성, 인권교육 및 정책 시행, 사회적 약자 보호 등 다양한 활동을 추진했습니다. 그 결과, GPTW ‘대한민국 일하기 좋은 기업’ 5년 연속 선정, ESG 인권경영 인증 획득 등 외부기관으로부터 성과를 입증 받았으며, 임직원과 지역사회 모두가 함께 성장하는 포용적 조직문화를 실현해 나가고 있습니다.

전략테마

사람을 먼저 생각하는 기업문화

전략 지향점

## 사회 구성원 모두의 존엄과 가치를 중시하는 인간중심 기업

전략과제

### 임직원 행복과 안전한 일터 조성

- 전인적 복지 및 삶의 질 향상 지원
- 역량 강화 및 성장 지원 체계 구축
- 안전한 근무환경 조성

### 인권존중 문화 내재화

- 4대 인권존중 원칙 수립 및 글로벌 시행
- 본사-해외법인간 리스크 공동 대응 체계 운영
- 임직원 대상 인권교육 및 인식제고 프로그램 실시
- 사회적 약자 보호 및 인권 기여 활동

주요성과 (CASE)

- 사람 중심 철학이 만든 5년 연속 ‘대한민국 일하기 좋은 기업’ 선정
- 기능별 정보 공유 학습과 핵심 가치 교육 중심의 사내 플랫폼 ‘에터미 월례회’
- 후츠파워워크숍을 통한 고객중심 해결력·조직문화 강화
- 3년 연속 무재해 달성 및 자연친화적 근무환경 조성
- 시솔루션 도입으로 시너지 극대화 및 품질 향상

- 2025년 글로벌 ESG인권경영인증 선정
- 다양성과 포용성을 실현하는 조직문화 정착
- 감정노동자 보호로 실현한 노동권과 가족친화 문화
- 장애인 자립을 지원하는 포용적 일자리 모델 실현

## 임직원 현황

2024년 기준 전체 고용인원은 752명입니다. 2024년 지역별 비율은 국내 35.8%, 해외 64.2%로 해외인력 비율이 높고, 성별로는 남성 49.7%, 여성 50.3%로 여성 비율이 조금 더 높습니다. 2024년 정규직 비율은 90.6%로 전년 대비 소폭 증가하였으며 연령별 분포는 30대 48.0%, 40대 26.2%, 20대 18.4%, 50대 이상 7.4% 순입니다.



에터미 전체 임직원 수 (단위: 명)

구분	2022년	2023년	2024년	
전체	767	770	752	
지역별	국내	299	303	269
	해외	468	467	483
성별	해외 고위관리자	25	26	26
	여성	373	359	378
고용 형태별	남성	394	411	374
	정규직	674	685	681
연령별	기간제	93	85	71
	20대	166	151	138
	30대	381	382	361
	40대	170	184	197
	50대 이상	50	53	56

\*전체 임직원 수 : 국내외 1년 이하 재직한 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

## 다양성 및 차별금지 정책

글로벌 시장이 확장됨에 따라 에터미 문화에 대한 이해, 사람 중심 철학에 대한 공감도를 갖춘 인재라면 국적·인종·언어와 관계없이 적극적으로 채용하고 있습니다. 포용적 채용 철학을 기반으로 다양한 배경의 구성원들이 함께 성장할 수 있는 문화를 조성하고 있습니다. 또한 역량 있는 여성 인재를 적극적으로 채용하고 있습니다. 그 결과, 2024년 여성 직원 비율은 50.3%이고 여성 미등기임원 비율도 36.4%로 유럽 국가들의 비율(30~40%) 수준을 유지했습니다.

## 임직원 현황

정책	내용
글로벌 다양성 확보	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024년 권역별 직원 비율 (Asia 81.0%, Europe 8.8%, Central&amp;South America 4.0%, North America 3.9%, Oceasia 2.4%)</li> </ul>
여성 인재 채용	<ul style="list-style-type: none"> <li>여성 직원 비율 (2022년 48.6%, 2023년 46.6%, 2024년 50.3%)</li> <li>여성 미등기임원 비율 (2022년 33.3%, 2023년 30.8%, 2024년 36.4%)</li> </ul> <p>*애틀랜틱의 임원은 이사급 이상으로, 인사발령 시 임원 발령 공지가 이루어집니다. 이 중 미등기임원은 「법인등기부등본」에 등기되지 않은 임원을 의미합니다.</p>
남성대비 여성임금	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024년 남성 1인 평균 급여 대비 여성 1인 평균 급여 비율 (기본급 85.8%, 기본급+연말상여금 86.2%)</li> </ul>
장애인 고용	<ul style="list-style-type: none"> <li>장애인 고용인원(재직인원 기준) (2022년 5명, 2023년 5명, 2024년 5명)</li> </ul>

### 중간 리더십 프로젝트(Atomy Value Driver)

급변하는 경영 환경 속에서 지속 가능한 성장을 위해 AVD(Atomy Value Driver) 프로그램을 도입했습니다. 이 프로젝트는 조직의 핵심 연결축인 중간 리더를 육성하여 기업 가치와 전략을 현장에서 실행하고 정착시키는 데 중점을 둡니다. 단순한 관리자 교육이 아니라, 리더가 스스로 성장하고 성장하며 조직 혁신을 주도하는 모델입니다. 이를 통해 애틀랜틱은 실천적 리더십을 내재화하고, 변화에 유연하게 대응할 수 있는 지속 성장의 리더십 기반을 구축하고 있습니다.

리더십 문화 확산	<ul style="list-style-type: none"> <li>경험과 고민을 공유하며 심리적 안전망을 조성, "누구나 리더가 될 수 있다"는 문화 확산</li> </ul>
조직의 싱크탱크 역할	<ul style="list-style-type: none"> <li>현장의 목소리를 경영진에 전달해 전략 수립 지원</li> </ul>
실질적 역량 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>매월 AI, 조직문화, OKR 등 핵심 주제로 토론·적용·성찰하는 학습 사이클 운영</li> </ul>

### 이바위(이것만은 바꾸어 봅시다.)

애틀랜틱은 ‘고객의 성공’을 실현하기 위해 업무 전반을 점검하며, 불필요한 절차나 비효율적 관행을 임직원들이 스스로 개선하고 있습니다. 직원 주도의 자발적 개선 활동인 ‘이바위’는 애틀랜틱의 사람 중심 경영을 대표하는 프로그램입니다. 구성원들은 업무 과정에서 느끼는 불편과 개선 아이디어를 주도적으로 제안하며, 이를 기반으로 회의문화 개선 캠페인, 성장 중심 피드백 항목과 운영 방법 제고, 복지·문화 정보 통합 등 실질적 변화가 이루어지고 있습니다. 이바위는 직원의 목소리가 제도 개선으로 이어지는 구조를 만들어 함께 만들어가 가는 일터로서 신뢰와 몰입도를 높이고 있습니다.

#### 이바위(이것만은 바꾸어 봅시다)

<p><b>선정기준</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>입사년차별(3년단위), 직무별(상품, 서비스, 회사)</li> <li>이바위 위원 선정</li> </ul>	<p><b>모임횟수</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>대표이사 주관 매주 1회</li> <li>금요일 오전 정기미팅</li> </ul>
---	---

#### 임직원 설문조사로 도출된 이바위 토론 주제

<p><b>토론주제</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>효율적인 협업 방식 정립</li> <li>업무 평가 및 보상 체계</li> <li>리더십 역량 강화 및 효율적 의사결정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>생산적인 회의 문화 구축</li> <li>조직 내 커뮤니케이션 개선</li> <li>복지·제도 개선</li> </ul>
---	---

## 임직원 현황

### 조직문화

애틀랜틱은 ‘이윤’의 관점에서 투자한 비용 이상으로 더 많은 성과를 ‘뿔아내는’ 것이 아닌 조직원의 ‘행복’ 임직원 현황을 위해 기꺼이 ‘도구가 되어주는 회사’가 되고자 합니다.

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

## 임직원 행복과 안전한 일터 조성

### 전인적 복지 및 삶의 질 향상 지원

‘영혼을 소중히’라는 사훈을 바탕으로 애타미는 임직원의 행복추구권을 적극적으로 인정하고 있습니다. 이를 위해 임직원이 입사부터 퇴직 이후까지 ‘균형 잡힌 삶’을 누릴 수 있도록 생애 전체 복지 프로그램을 운영하고 있습니다. 이 프로그램은 일·가정 양립, 자기계발, 건강관리, 은퇴 준비까지 임직원의 생애주기 전반을 아우르며, 잘 살고 사랑하고 배우며 공헌하는 삶을 지원하는 것을 목표로 합니다.

#### 생애 전체 복지 프로그램

여가 및 문화		<ul style="list-style-type: none"> <li>연차에 따른 가족단위 해외경비 지원</li> <li>월 20만 원 복지비용 지원</li> <li>10년 근속자 1개월 유급휴가</li> </ul>
건강		<ul style="list-style-type: none"> <li>사내 헬스장, 체육관, 수영장 등의 시설 운영</li> <li>월 1회 사내 방문 건강상담</li> </ul>
교육		<ul style="list-style-type: none"> <li>내부 전문가 그룹 양성을 위한 학위 과정(대학원 교육비) 지원</li> <li>업무 연관 교육비 지원</li> <li>도서 구매비 지원</li> <li>유료 AI 툴 전사원 지원 제공(Google, GPT 등)</li> </ul>
생활		<ul style="list-style-type: none"> <li>월 25만 원 상당의 자사 제품 지급</li> <li>출산장려금 1,2자녀 1,000만 원, 3자녀 2,000만 원 지급</li> <li>입사 당월 생활안정금 200만 원 지급</li> <li>한 가정당 초등학생(만 13세 미만)까지 월별 자녀수당 1인당 20만 원 지급</li> </ul>
퇴직		<ul style="list-style-type: none"> <li>입사연도부터 퇴직금 2배수 적립</li> <li>정년 퇴직 시나리오 작성 및 은퇴 준비 교육 세션 참여 기회 제공</li> <li>2010년부터 임직원 100% 확정기여형 퇴직연금제도 운용</li> </ul>



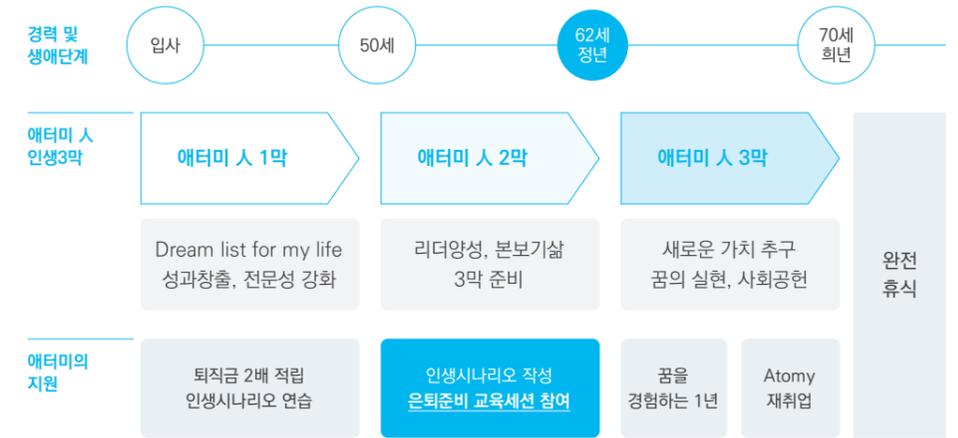
### 은퇴 이후까지 책임지는 생애설계 지원 프로그램

임직원의 퇴직 이후 삶까지 책임지는 생애설계 프로그램을 운영하고 있습니다. 이는 단순한 노후 준비를 넘어, 구성원 개개인의 삶 그 자체를 소중히 여기는 ‘아기철학’을 바탕으로 설계되었습니다. 성과나 효율이 아닌 존재의 가치를 중심에 두고, 임직원이 스스로 원하는 방식으로 인생 2막을 설계할 수 있도록 지원합니다.

## 임직원 행복과 안전한 일터 조성

### 생애설계 로드맵

조직의 성장과 더불어 구성원 각자가 자신의 재능과 관심을 발견하고 즐겁게 일할 수 있도록, 지속적인 자기 발견과 진로 탐색의 교육 기회를 제공합니다.

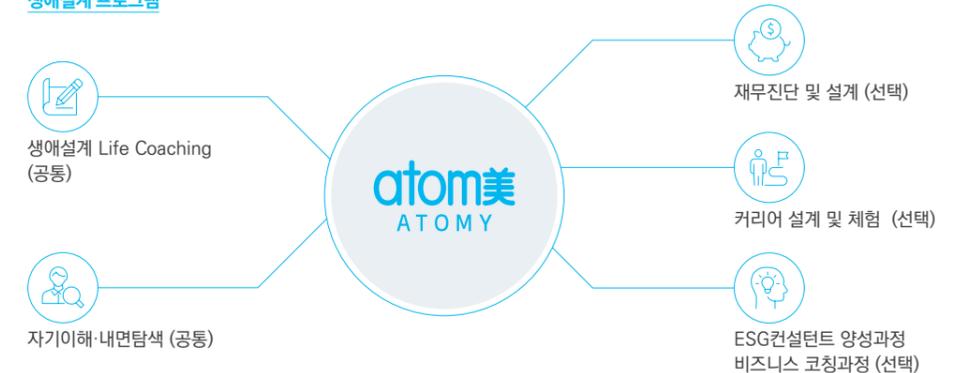


### 생애설계 지원 프로세스

휴직 후 복귀하는 직원들이 심리적 안정감을 가지고 조직에 정착할 수 있도록 돕고, 퇴직 예정자가 회사를 다니며 안정적으로 은퇴 이후를 설계하도록 돕는 것에 초점



### 생애설계 프로그램



임직원 행복과  
안전한 일터  
조성

역량 강화 및 성장 지원 체계 구축

애틀미는 미래를 준비하는 인재가 곧 조직의 성장을 이끄는 핵심이라 믿고, 임직원이 직무 전문성과 종합적 식견을 갖추 수 있도록 역량 강화 체계를 운영하고 있습니다. 끊임없는 자기개발을 장려하고, 다양한 교육·경험 기회를 제공함으로써 구성원이 회사와 함께 성장할 수 있도록 지원합니다.

임직원 역량강화 지원 프로그램 \*인턴을 포함하여 애틀미 본사 직원 기준(중복 인원 포함)

정책	내용
학습과 자기개발을 장려하는 지원체계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 예산제한 없는 교육 및 훈련</li> <li>• 내부 전문가그룹 구성을 위한 학위과정 지원</li> <li>• 글로벌 인재가 되기 위한 해외출장 및 파견근무 지원</li> <li>• 무급휴직제도를 통한 개인 성장시간 확보 지원</li> <li>• 직원들에게 다양한 기회와 동기 부여를 위해 본인 스스로 일하고 싶은 직무를 선택하고 지원할 수 있도록 잡마켓을 통한 직무전환 장려</li> </ul>
공동의 목표달성을 위한 학습시스템 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '공동학습'을 위한 후츠파워워크숍(연 2회 개최, 애틀미 자회사, 해외법인 참여)</li> <li>• 애틀미 사이버 연수원(3600여 개의 온라인 학습 지원)</li> <li>• 기업 핵심가치 체득과 직무 역량 강화를 위한 애틀미 월례회 (입사자 빚음과정, C-Level 신규 Leader 교육, C-Level 후보자 소양교육)</li> <li>• 고객중심경영 사내교육</li> </ul>
상호 피드백을 통한 성장과 성장 추구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글로벌 전 법인이 참여하는 360도 피드백(상하반기 정기)</li> <li>• 리더-구성원 간 1:1성장 대화 운영</li> </ul>



‘공동학습’을 위한 후츠파워워크숍

후츠파워워크숍은 구성원이 실제 문제를 정의하고 해결하는 과정을 통해 공동학습을 촉진하는 애틀미의 핵심 학습 모델입니다. 과거에는 연 2회 전사 워크숍으로 운영되며 사전 온라인 콘텐츠 제작을 통해 국내외 법인의 참여를 확대했습니다. 이 과정에서 도출된 고객 문제 해결안은 실제 TFT로 전환되어 업무에 적용되는 등 실질적 조직학습 효과를 만들어냈습니다. 현재 이 모델은 각 기능 조직의 소그룹 학습과 자체 문제해결 활동으로 확산되며, 애틀미의 자율적 학습 문화와 직무 전문성 강화를 이끄는 기반으로 자리 잡고 있습니다.



임직원 행복과  
안전한 일터  
조성

애틀미 칼리지

창업주로부터 직접 듣는 애틀미 핵심가치 교육으로 시작되었습니다. 입사자 빚음과정에서 C-Level 후보군 교육까지 연결되는 단계별 프로그램을 온-오프라인으로 제공하며, 각 과정은 교육 검토와 피드백을 통해 지속적으로 고도화되고 있습니다.



안전한 근무환경 조성

임직원의 질병과 재해를 예방하고, 신체적·정신적 건강을 증진하기 위해 산업안전보건위원회를 중심으로 체계적인 안전보건 시스템을 운영하고 있습니다. 더불어, 정기 건강상담 프로그램, 생활체육 및 취미 활동을 포함한 사내동호회, 공동체 강화 프로그램 등을 통해 임직원이 건강하고 활기찬 환경에서 일할 수 있도록 지원하고 있습니다.



CASE1. 사람 중심 철학이 만든 ‘대한민국 일하기 좋은 기업’의 성과

임직원 삶의 질 향상과 수평적 조직문화 구축을 바탕으로 애틀미는 GPTW로부터 5년 연속 ‘대한민국에서 가장 일하기 좋은 기업’으로 선정되었으며, 박한길 회장도 5년 연속 ‘한국에서 가장 존경받는 CEO’로 선정되었습니다. 또한 2025년 GPTW가 발표한 아시아 200대 기업 선정에서 한국·중국·필리핀 법인이 함께 참여해 ‘아시아 중소기업 부문 3위’를 달성하며, 사람 중심 경영의 경쟁력을 아시아 무대에서도 인정받았습니다. 앞으로도 유연근무제, 자율문화 등 임직원이 자긍심을 느끼는 일터 조성을 강화해 나갈 것입니다.



**임직원 행복과 안전한 일터 조성**

**CASE2. 기능별 정보 공유 학습과 핵심 가치 교육 중심의 사내 플랫폼 ‘애틀미 월례회’**

임직원의 직무 전문성과 핵심가치 내재화를 위해 통합 교육 플랫폼 ‘애틀미 월례회’를 운영하고 있으며, 2024년에는 총 475건(중복 포함)의 교육 참여가 이루어졌습니다. 입사자 빚음과정, 글로벌리더과정, AI 역량강화 교육, 1on1 임원 코칭, 애틀미 비즈니스 이해 (마케팅플랜) 교육 등 실무 중심 프로그램을 통해 직무 이해도와 리더십 역량을 강화하고 있습니다. 특히 애틀미 철학과 핵심가치를 전 직원에게 내재화함으로써, 교육을 통한 조직문화 정착과 미래 인재 육성 기반을 강화하고 있습니다.



연도	교육내용	참여인원
2022년	입사자 빚음과정(정규직 입사자 대상 교육 및 검토 - 7주과정)	19명
	글로벌리더과정(리더십 교육)	29명
	Atomy DNA Keepers 기본 소양 교육(면접관 기본소양 교육)	64명
2023년	애틀미 칼리지(애틀미 철학/핵심가치)	전체 임직원
	글로벌리더과정(리더십 교육)	44명
	AI 역량강화 교육(업무에 인공지능 활용하기)	30명
	글로벌리더과정(리더십 교육)	32명
2024년	SMART 코칭교육(코칭 커뮤니케이션 역량 교육)	29명
	임원1on1 코칭(코칭 리더십)	26명
	중국법인 강점진단 워크숍(글로벌진단툴을 이용한 개인별 강점활용 및 직무역량 워크숍)	38명
	CCM교육(소비자중심경영 전반에 대한 교육)	128명
	임직원 대상 보상플랜 교육(회원 수당 지급의 근거가 되는 보상플랜에 대한 이해도 제고)	192명

**CASE3. 후츠파워크숍을 통한 고객 중심 해결력·조직문화 강화**

전 세계 임직원이 참여하는 ‘후츠파워크숍’을 정기 운영하며 고객 중심 사고와 조직문화를 강화하고 있습니다. 특히 2020년 ‘디지털 제심합력 워크숍’에서는 Design Thinking 기반 교육과 실제 고객 문제 해결 과제를 수행해 실질적 성과를 도출했습니다. 파손·누액 클레임, 언택트 시대 센터 운영 등 현업 과제를 중심으로 온·오프라인 프로젝트와 경영진 코칭을 병행하며 실행력을 높였습니다. 이를 통해 후츠파 정신(도전·공감·융합)을 조직에 내재화하고, 실무형 문제 해결 역량을 강화하고 있습니다.



**임직원 행복과 안전한 일터 조성**

**CASE4. 3년 연속 무재해 달성 및 자연친화적 근무환경 조성**

산업안전보건 관리대상 근로자를 대상으로 단체보험을 가입하고, 연 1회 정기 건강상담 프로그램을 운영하는 등 체계적인 보건정책을 통해 2022~2024년 3년 연속 사망사고 0건, 재해율 0%를 기록하며 안정적인 근무환경을 유지하고 있습니다. 또한 사옥 내 ‘몽상길’ 조성과 편백나무 200여 그루를 식재함으로써 직원의 정서적 안정과 자연친화적 근무환경 조성에도 힘쓰고 있습니다.

구분	2022년	2023년	2024년
사망사고 건수	0	0	0
재해율	0	0	0
직업병 발병률	0	0	0



**CASE5. AI 솔루션 도입으로 비용 절감 및 품질 향상**

영상 제작과 세미나 운영에 AI 솔루션을 도입하여 비용 절감과 품질 향상을 동시에 달성했습니다. 영상 팀은 생성형 AI를 활용해 이미지·영상 제작을 자동화하고 카메라 자동 추적 및 타이머 기능을 적용해 세미나 운영 품질과 콘텐츠 제작 속도를 높였습니다. 또한 세미나 통역에 AI 솔루션을 적용하여 비영외권 국가와의 소통을 강화하고, 연간 통역 비용을 80% 이상 절감해 약 10억 원 규모의 비용 절감 효과를 거두었습니다. 이를 통해 글로벌 회원 참여가 확대되고, 온·오프라인 행사 운영의 표준화와 효율성이 크게 향상되었습니다.

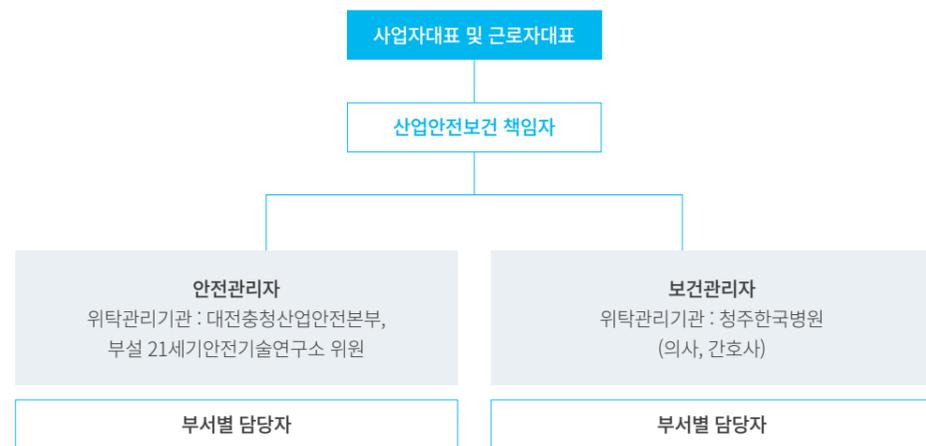


임직원 행복과  
안전한 일터  
조성

산업안전보건위원회

분기별로 산업안전보건위원회를 운영하며, 체계적인 안전보건 경영을 실천하고 있습니다. 위원회는 사업자 대표와 근로자 대표의 공동 주관 하에 산업안전보건책임자를 두고, 위탁관리기관을 통해 안전관리자와 보건관리자를 배치하고 있습니다. 안전관리자는 안전보건공단, 고용노동부, 공주소방서와 협력하여 안전관리 정보를 공유하고 대응 방안을 마련하며, 보건관리자는 질병관리본부, 공주의료원, 공주보건소 등 유관기관과 협력해 보건관리 체계를 강화하고 있습니다. 또한 애터미는 「산업안전보건법」 및 고용노동부 지침에 따라 산업안전보건 관리시스템을 수립·운영하고 있으며, 해당 관리시스템은 전사 근로자를 대상으로 적용되고 있습니다.

산업안전보건위원회 조직도



사고대응 프로세스



임직원 행복과  
안전한 일터  
조성

작업 관련 위험 파악 및 평가 절차

애터미는 자회사 제조시설을 대상으로 작업 관련 사고 예방을 위한 사전 위험 파악 및 위험성 평가 절차를 운영하고 있습니다. 제조 공정 및 설비를 중심으로 정기적인 현장 점검을 실시하여 잠재적인 위험요인을 식별하고, 식별된 위험요인에 대해서는 작업 특성을 고려해 발생 가능성과 사고 발생 시 영향을 기준으로 위험도를 평가하고 있습니다. 이러한 위험성 평가는 KRAS(표준 위험성평가) 체계를 활용해 수행하고 있습니다. 위험도가 상대적으로 높은 사항에 대해서는 공정 개선, 작업 방법 변경, 보호구 지급 등 필요한 예방 조치를 우선적으로 이행하고 있으며, 조치 결과는 산업안전보건위원회를 통해 점검·관리하고 있습니다. 이를 통해 홍삼단 제조시설 내 작업 관련 위험을 사전에 제거하거나 최소화하고, 안전한 작업 환경 조성을 지속적으로 추진하고 있습니다.

산업안전보건 관리시스템의 적용을 받는 근로자



\*산업재해 등에 대비하여 정규직에 해당하는 임직원들을 대상으로 단체보험을 가입했습니다.

정기 건강 상담 프로그램 운영

보건복지부 인증 의료기관인 청주한국병원과 협업하여, 작업환경의학과 전문의 및 간호사가 참여하는 월 1회 정기 방문 건강상담 프로그램을 운영하고 있습니다. 이를 통해 임직원의 직무 스트레스, 건강 문제 등을 조기에 진단하고 개선할 수 있도록 지원하고 있습니다.

상담 프로그램 상담인원



사내동호회 및 공동체 강화 프로그램 운영

임직원의 건강 증진과 심신 안정을 위해 다양한 동호회와 사내 프로그램을 운영하고 있습니다. 배드민턴, 크로스핏, 축구, 러닝, 농구 등 생활체육 활동을 장려하며 관련 물품과 발전기금을 지원하고 있습니다. 또한 악기 연주, 프로그래밍, 꽃꽂이, 맛집 탐방 등 취미 기반 프로그램에 교육비를 지원해 활기찬 근무 분위기를 조성하고 있으며, 명랑 체육대회, 애터미런과 같은 전사 행사를 통해 공동체 의식과 조직 내 화합을 강화하고 있습니다.

임직원 행복과 안전한 일터 조성

<p>건강증진</p>	<p>심신안정</p>	<p>공동체 의식 강화</p>
<p>애틀콕(배드민턴), crossfit_muscle Club, FC Valocha, ADP Running Club, ABC Basketball 등</p>	<p>점메추_공주_세종(맛집탐방), 악기레슨동호회, Atomy Flowers, 프로그래밍 동호회 등</p>	<p>명랑 체육대회, 속리산 워크샵 등</p>

안전보건 교육

외부 전문 강사를 초빙하여 응급상황 시 빠르게 조치할 수 있도록 심폐소생술과 자동제세동기 사용교육, 화재교육 등을 실시하고 있습니다.

안전보건 교육인원 및 교육시간 (단위 : 시간, 명)

구분	2022년	2023년	2024년
교육시간	2시간	2시간	2시간
누적 교육인원	232명	234명	210명

인권존중 문화 내재화

4대 인권존중 원칙 수립 및 글로벌 시행

영혼을 소중히 여기는 애틀미는 모든 인간은 그 자체로 목적이며 수단이 되어서는 아니 된다는 신념 아래 다음과 같은 인권 존중 정책을 펼치고 있습니다.

원칙1.

회사는 사원의 모집 및 채용, 교육, 배치, 승진, 정년, 퇴직, 해고에 있어서 남녀를 차별하지 않는다.

원칙3.

회사는 사원의 정치적 견해, 성별, 인종 및 민족, 나이, 종교, 출신 국가 및 지역, 신체, 사회적 신분, 신체조건, 정신적 혹은 신체적 장애여부 등에 상관없이 성과평가 또는 동료평가 등에서 차별하지 않는다.

원칙2.

회사는 장애인의 인권, 장애인에 대한 차별을 금지하고 정당한 편의제공을 제공해야 한다.

원칙4.

회사는 유연근무제를 적극 시행하도록 노력하며 유연근무제 신청 사원이 유연근무제로 인하여 보수, 복리후생, 승진, 전보, 교육훈련, 근무성적평정 등에서 차별하지 않는다.

인권존중 문화 내재화

인권침해 리스크 대응체계 운영

인권침해 리스크를 예방하기 위해 이해관계자의 의견을 정기적으로 수렴하고, CGO와 대표이사가 참여하는 글로벌 회의를 통해 글로벌 현안과 주요 인권 이슈를 공유하고 있습니다. 또한 사전 리스크 대응을 강화하기 위해 본사 HR, 각 법인의 HR 담당자, 법인장이 참여하는 상시 협업 채널을 운영하여, 인권 리스크를 조기에 감지하고 본사-법인의 공동 대응 체계를 공고히 하고 있습니다.

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

임직원 대상 인권교육 및 인식제고 프로그램 실시

임직원을 대상으로 장애인 인식개선, 성희롱 및 괴롭힘 예방 교육을 정기적으로 실시하고 있으며, 2022년부터 2024년까지 매년 온라인 또는 오프라인 방식으로 교육을 운영하고 있습니다. 특히 2024년에는 교육 주제를 세분화하여 장애인 인식개선 교육(1시간)과 성희롱 및 괴롭힘 예방 교육(2시간)을 별도로 진행함으로써 구성원의 인권 감수성과 조직 내 인권문화 확산에 기여하고 있습니다.

연도	내용
2022년	<ul style="list-style-type: none"> <li>장애인 인식개선 및 괴롭힘 방지, 성희롱 예방 교육 (2시간)</li> <li>*코로나19로 인해 온라인 교육으로 대체</li> </ul>
2023년	<ul style="list-style-type: none"> <li>장애인 인식개선 및 괴롭힘 방지, 성희롱 예방 교육 (2시간)</li> </ul>
2024년	<ul style="list-style-type: none"> <li>장애인 인식개선 교육(1시간)</li> <li>성희롱 및 괴롭힘 예방교육(2시간)</li> </ul>

**사회적 약자 보호 및 인권 기여 활동**

여성, 청소년, 난민, 다문화 가정 등 사회적 약자를 위한 기부 캠페인과 생필품 지원 활동을 전개하고 있으며, 조직 내부에서는 출산휴가·육아휴직 등 일·가정 양립제도와 장애인 인식개선 교육을 통해 포용과 배려의 문화를 실천하고 있습니다. 특히 육아휴직 후 복귀율 및 유지율 100%를 기록하며, 실질적인 권익 보장을 실현하고 있습니다.

일·가정 양립제도 (단위 : 명, %)

	구분	단위	2022년	2023년	2024년
출산 휴가	여성	명	1	4	9
	남성	명	2	4	4
육아 휴직	여성	명	4	4	9
	남성	명	2	-	2
육아휴직 후 복귀율		%	100	100	100
유지율 (12개월)		%	100	100	100

\* 육아휴직자 : 육아휴직을 신청한 임직원  
 복귀율 : 육아휴직 종료 후 근무를 재개한 임직원 비율  
 유지율(12개월) : 복귀 후 12개월 이상 재직한 임직원 비율

**CASE1. 2025년 글로벌 ESG인권경영인증 선정**

2025년 사람 중심의 철학과 포용적 조직문화를 바탕으로, GPTW Korea로부터 ‘ESG Human Rights Management™’ 인증을 획득하며 인권경영 실천 성과를 공식적으로 인정받았습니다. 해당 인증은 믿음·존중·공정성·자부심·동료애를 기반으로 구성된 5대 평가 기준과 15개 인권요소에 대한 심층 평가를 통해 부여되며, 애타미는 차별 없는 고용, 공정한 평가, 다양성 수용 등 다양한 실천 항목에서 우수한 평가를 받아 전사 차원의 인권 존중 문화가 내재화된 조직임을 입증했습니다.

**CASE2. 다양성과 포용성을 실현하는 조직문화 정착**

애타미는 언어·인종·국적 등 외형적 차이에 관계없이 누구나 동등한 기회를 누릴 수 있도록 포용적 채용 정책을 운영하고 있으며, 현지인 채용 확대, 영어 공용화 도입, 정착지원금 제도 등을 통해 문화적 다양성과 지역적 포용성을 강화하고 있습니다. 또한 직급파괴와 영어 호칭 사용 등 수평적 조직문화를 실현하며, 글로벌 인재가 차별 없이 성장할 수 있는 환경을 조성하고 있습니다. 이러한 노력은 ‘차별 금지’와 ‘문화적 다양성 수용’이라는 인권의 가치를 실천한 사례입니다.



**CASE3. 감정노동자 보호로 실현한 노동권과 가족친화 문화**

애타미 고객행복센터는 감정노동자의 정서적 안정과 근로 권익 보호를 위해 복지제도와 유연근무제를 운영하고 있습니다. 여성 상담직원에게 출산·육아휴직, 자녀 돌봄휴가, 근무시간 단축제도 등 가족친화 제도를 차별 없이 제공해 경력 단절 없이 안정적으로 근무할 수 있도록 지원합니다. 또한 상담직에게 높은 재량권을 부여해 자율성과 전문성을 존중하는 조직문화를 유지하고 있습니다. 이러한 제도는 업계 평균 대비 현저히 낮은 이직률로 이어졌으며, 감정노동자의 권익 보호와 일·가정 양립 문화를 정착시킨 모범 사례로 자리잡고 있습니다.



**CASE4. 장애인 자립을 지원하는 포용적 일자리 모델 실현**

사회적 약자인 장애인의 자립과 고용 기회 확대를 위해 사회적 기업인 (주)향기내사람들과 협력하여 본사 인근에 히즈빈스커피를 운영하고 있습니다. 해당 카페는 장애인 전문 바리스타를 채용해 이들이 전문성을 갖고 자립할 수 있도록 돕고 있으며, 지역사회 기반의 포용적 일자리 모델로 자리잡고 있습니다. 이는 ‘장애인의 인권 보장’과 ‘취약계층의 고용 기회 확대’를 실천하는 대표 사례로, 애타미의 인권경영 철학을 지역사회와 연계해 실현한 모범 사례입니다.



## 05. 고객·회원과 함께 가치를 나누는 성장 공동체

77

고객·회원의 만족도 제고 및  
브랜드관리

80

고객의 성공추구 및  
역량강화

# 고객·회원과 함께 가치를 나누는 성장 공동체

애틀미에게 고객은 기업 활동의 수단이 아닌 궁극의 목표이자 지향점입니다. 이에 따라 모든 의사결정의 원칙과 기준 또한 고객으로부터 비롯됩니다. 제품을 판매하고 구매하는 일차원적 관계에 머물지 않고, 애틀미를 둘러싼 모든 경험이 완벽히 제공될 수 있도록 경영 전반에 걸쳐 고객의 가치를 최우선에 두고 행동합니다. 더 나아가 고객과 함께 성장하며, 그 성과를 사회와 나누는 가치공유형 성장 공동체로 나아가고자 합니다.

## 전략테마별 실행체계 및 주요성과

‘고객·회원과 함께 가치를 나누는 성장 공동체’라는 전략테마 아래, 애틀미는 고객을 기업 활동의 수단이 아닌 궁극의 목표이자 모든 의사결정의 기준으로 설정하고 있습니다. 이에 따라 ‘고객 만족도 제고 및 브랜드관리’와 ‘고객의 성공추구 및 역량강화’를 전략과제로 설정하고, 고객 권익을 최우선에 둔 다양한 활동을 전개해 왔습니다. 제품·서비스 품질 향상, 고객경험 기반 개선, 고객 제안 반영 체계와 더불어 온라인 성공시스템, 글로벌 연수, 회원 참여 거버넌스를 통한 동반성장 지원이 이뤄졌습니다. 그 결과 CCM 인증 3회 연속 획득, 글로벌 소비자 신뢰 확산, 회원의 경제적 자립 및 사회공헌 확대 등 고객·회원의 지속 가능한 성장 기반을 실현하고 있습니다.

전략테마

고객·회원과 함께 가치를 나누는 성장 공동체

전략 지향점

## 고객·회원의 성공이 곧 사회적 가치를 실현하는 유통 공동체 구현

전략과제

### 고객의 만족도 제고 및 브랜드관리

### 고객의 성공추구 및 역량강화

주요활동

- 소비자중심경영(CCM) 체계 구축
- ISO 인증을 통한 고객 중심 품질경영 강화
- 자율권 기반 고객 응대 체계 구축
- 아이디어스퀘어를 통한 고객 피드백 기반 상시 개선 체계 구축

- 본사 주관의 온-오프라인 세미나 운영
- 속리산포레스트 기반의 복합 교육·연수 운영 체계 마련
- 분과위원회 운영
- 온라인 성공 시스템

주요성과 (CASE)

- 소비자중심 직접판매 전략의 글로벌 신뢰 확보
- 디지털 소통 혁신을 통한 고객경험 선도
- 고객 제안을 반영한 제품·서비스 혁신 사례 확대

- 분과위원회 참여를 통한 실질적 참여 거버넌스 실현
- 애틀미 성공시스템을 통한 고객의 경제적 자립
- 경제적 자립을 기반으로 한 나눔 실천과 사회적 가치 확산

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

## 고객의 만족도 제고 및 브랜드관리

### 소비자중심경영(CCM) 체계 구축



VISION (Target 목표)

고객의 성공적인 삶  
Customer's Success

MISSION (Responsibility 의무)

회사의 성공이 아닌 고객 섬김  
Not Success, But Service

CATCHPHRASE (Method 방법)

절대품질! 절대가격! 절대서비스!  
Absolute Quality! Absolute Price! Absolute Service!

### 소비자중심경영 로드맵 및 단계별 실행계획

로드맵

목표

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

고객의 만족도  
제고 및  
브랜드관리

ISO 인증을 통한 고객 중심 품질경영 강화

고객 만족과 품질 중심의 경영체계를 강화하기 위해 ISO9001(품질경영)과 ISO10002(고객만족경영) 인증을 취득했습니다. 이를 통해 제품과 서비스 전 과정에서 표준화된 운영체계를 확립하고, 고객 요구사항을 반영한 품질관리와 응대 프로세스를 제도화했습니다. 국제표준에 부합하는 경영체계 구축으로 고객 중심의 신뢰경영을 실현하고 있습니다.

자율권 기반 고객 응대 체계 구축

고객행복센터를 중심으로 선제적이고 자율적인 고객응대 체계를 운영하고 있습니다. 상담 인력에게 상품·교환 등 고객 중심 의사결정 권한을 부여해 신속한 대응이 가능하며, VOC(고객의 소리)를 24시간 이내 처리하는 프로세스를 구축했습니다. 또한 상담직원 대상 맞춤형 교육과 경영철학 훈련을 통해 고객 만족 품질을 지속적으로 높이고 있습니다.

고객의 소리 대응 프로세스



고객행복센터 상담원 역량 강화 프로그램

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



고객의 만족도  
제고 및  
브랜드관리

아이디어스퀘어를 통한 고객 피드백 기반 상시 개선 체계 구축

고객과 회원의 의견을 반영해 100년 기업을 만들어간다는 목표 아래, 상품과 서비스 개선을 위한 참여형 제안 플랫폼 ‘아이디어스퀘어’를 운영하고 있습니다. 회원 누구나 제품, 서비스, 경영 등에 관한 의견을 제시할 수 있으며, 관련 부서가 이를 상시 검토·반영하는 구조를 통해 고객의 참여를 제도화하고 있습니다.



CASE1. 소비자중심 직접판매 전략의 글로벌 신뢰 확보

국내 최초로 소비자중심경영(CCM) 3회 연속 인증을 획득하며 소비자 권익을 최우선에 둔 경영철학을 제도화했습니다. 일본 법인은 일본 소비자청으로부터 업계 최초로 ‘소비자지향경영’ 자주선언 인정을 받았으며, 2024년에는 말레이시아 KPDN·DSAM이 에터미의 소비자중심 경영모델을 벤치마킹하기 위해 방문하는 등 글로벌 시장에서의 신뢰를 확대하고 있습니다. 아울러 2025년 12월에는 한국소비자학회 ‘소비자대상’을 수상하며 고객 중심 경영 성과를 공식적으로 인정받았습니다. 고객 성공시스템, 절대품질·절대가격 등 소비자 가치 중심의 경영 활동이 높이 평가된 결과입니다.



CASE2. 디지털 소통 혁신을 통한 고객경험 선도

에터미는 디지털 환경 변화에 대응해 고객과의 소통 방식을 혁신하며, 2024-2025년 2년 연속 ‘디지털 고객만족도(HTHI)’<sup>3)</sup> 조사에서 네트워크마케팅 업종 1위를 기록했습니다. HTHI는 기업의 디지털 소통 역량과 브랜드 영향력을 평가하는 대표 지표로, 2025년에는 296개 기업을 대상으로 조사했습니다. 에터미는 유튜브, 인스타그램, 블로그 등 공식 SNS 채널을 통해 고객 참여형 콘텐츠와 실시간 소통을 강화하며, 업계 평균이 하락한 가운데서도 높은 경쟁력을 유지하고 있습니다. 이러한 디지털 커뮤니케이션 전략은 고객과의 신뢰 형성과 장기적 관계 구축으로 이어지고 있습니다.

3 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  
브랜드관리**

**CASE3. 고객 제안을 반영한 제품·서비스 혁신 사례 확대**

아이디어스퀘어를 통해 접수된 2,000건 이상의 고객 제안 중 다수가 실제 상품 개선과 서비스 혁신으로 이어졌습니다. 주방세제 펌프 구조 개선, 샴푸·컨디셔너 리필 제품 개발, 고무장갑 단품 판매, 비데 정기 관리 시스템 도입 등 고객 생활 속 니즈를 경영에 적극 반영하고 있습니다. 또한, '그날엔 보라지유' 제품은 섭취 편의성을 높여 달라는 회원들의 요청에 따라 캡슐의 수분 함량을 낮추어 개선 후 출시하였으며, '메디큐 세라믹 프라이팬'은 음식물 끼임 현상을 줄이기 위해 오일로드 높이를 기존 0.15mm에서 0.1mm로 조정했습니다. 아울러 세제류 교환품 포장 시에도 완충재 개별 포장을 적용하여 고객 편의와 안전성을 강화했습니다. 이를 통해 제품 품질과 편의성은 물론, 고객 중심의 혁신 문화를 지속적으로 확산시키고 있습니다.



**고객의  
성공추구 및  
역량강화**

**본사 주관의 온·오프라인 세미나 운영**

고객의 성공과 성장을 체계적으로 지원하기 위해 다양한 온·오프라인 세미나를 운영하고 있습니다. 2024년까지 누적 14,602회의 세미나를 개최했으며, 오프라인은 물론 온라인 채널을 통해 전 세계 회원들이 시간 제약 없이 참여할 수 있도록 지원하고 있습니다.



**속리산포레스트 기반의 복합 교육·연수 운영 체계 마련**

2025년 문을 연 속리산포레스트는 애터미 회원과 임직원의 교육·성장을 위한 복합 연수 공간으로, 글로벌 세미나·해외회원 연수·임직원 워크숍 등이 진행될 예정입니다. 온라인과 오프라인을 연계한 글로벌 학습 인프라로 가능하며, 연간 10만 명 이상의 회원 방문이 기대되고 있습니다. 또한 애터미는 보은군과 자연보호 및 지역 상생 협약을 체결해, 지역경제 활성화에도 기여할 것으로 기대됩니다.



**분과위원회 운영**

회원이 주체가 되는 소통과 개선 문화를 확산하기 위해 상품, 윤리, 글로벌, 세미나, 센터 등 다양한 분야의 분과위원회를 운영하고 있습니다.



윤리자정위원회	윤리규정 위반 회원 징계 및 회원 간 분쟁 조정
상품분과위원회	출시 제품 고객 피드백 및 상품 제안
글로벌 분과위원회	글로벌 사업 절차 및 윤리규정 논의
센터 분과위원회	센터 설립, 활성화 관련 제안 및 의견 조정
섬김문화창달 분과위원회	네트워크마케팅 특이문화 척결 및 자체 윤리규정 확립 논의
세미나분과위원회	세미나 운영, 활성화, 발전 관련 제안 및 의견 조정
온라인 재판매 분과위원회	올바른 유통질서 확립, 온라인 재판매근절 회원 교육, 재판매 근절을 위한 제도 개선

고객의  
성공추구 및  
역량강화

온라인 성공 시스템

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

쇼핑몰

**애틀미 샵 APP**  • 모바일 쇼핑몰, 공지사항, 마이오피스, 고객 행복센터 정보 등을 제공

**At.G몰**  • 애틀미 글로벌 회원이 애틀미의 신상품과 베스트 상품을 직접 구매하고, 원하는 장소로 직배송까지 받아 볼 수 있는 서비스를 제공

기업·세미나·뉴스 제공

**애틀미닷컴**  • CEO, 회원들의 강의 영상을 비롯하여 제품, 뉴스 등 애틀미에서 만들어지는 모든 콘텐츠를 제공하는 사이트

**채널애틀미**  • CEO, 회원들의 강의 영상을 비롯하여 제품, 뉴스 등 애틀미에서 만들어지는 모든 콘텐츠를 제공하는 사이트

**매스티지타임즈**  • 애틀미의 각종 제품 정보와 관련 상식들을 제공

**애틀미 티켓 APP**  • 애틀미 글로벌 세미나 정보 제공

**굿모닝 애틀미**  • 주 1회 제공되는 온라인 조회 성격의 프로그램으로 제품 소식, 국내외 최신 뉴스, 각종 애틀미 비즈니스에 필요한 사업 방향을 잡을 수 있도록 지원

비즈니스 및 제품 교육

**ABC**  Atomy Business College  
• 애틀미 비즈니스를 체계적인 시스템과 학습을 바탕으로 애틀미 전문가가 되어가는 양성 과정

고객의  
성공추구 및  
역량강화

CASE1. 애틀미 성공시스템을 통한 고객의 경제적 자립

애틀미는 시간과 장소의 제약 없이 누구나 사업 기회를 가질 수 있도록 ‘온라인 성공 시스템’을 제공합니다. ABC(Atomy Business College), 채널 애틀미, 애틀미 데일리 등 플랫폼을 통해 제품 소개, 소비자 관리, 역량 강화까지 체계적으로 지원하며, 이는 회원의 경제적 자립 실현에 기여하고 있습니다.

사례1) A씨는 경제적 어려움 속에서도 책임감으로 애틀미 사업을 시작해 성실한 노력 끝에 임페리얼마스터로 성장, 자립 기반을 마련했습니다.

 **활동기간** 15년 (2009~) |  **현재 직급** 임페리얼마스터 |  **가입 전 월평균 소득** 약 20~30만 원 |  **현재 월평균 소득** 약 9,000만 원

사례2) B씨는 경제적 위기 속에서 재기를 위해 애틀미 사업을 시작해 로열마스터로 성장하며 모든 채무를 상환하고 월 2,000만 원의 소득을 올렸습니다.

 **활동기간** 1년 3개월 (2023.04~) |  **현재 직급** 로열마스터 |  **가입 전 월평균 소득** 적자 (미용실 운영 실패) |  **현재 월평균 소득** 약 2,000만 원

CASE2. 경제적 자립을 기반으로 한 나눔 실천과 사회적 가치 확산

애틀미 회원들이 사업을 통해 경제적 자립을 이룬 뒤, 그 성과를 다시 공동체로 환원하며 나눔의 선순환을 만들어가고 있습니다. 2016년 회원들의 자발적 참여로 설립된 SOS나눔회는 갑작스러운 사고나 재해, 사회적 위기 상황에 놓인 회원 및 취약계층을 돕기 위한 긴급구호 단체로, 2024년까지 약 23억 원의 누적 기부와 1,358건의 지원을 이어왔습니다. 특히 2025년 영남권 산발 당시에는 783명의 회원이 자발적으로 참여해 1억 원의 모금을 통해 2억 2,550만 원 규모의 긴급 지원을 실현하며, 나눔을 통해 공동체와 함께 성장하는 애틀미의 기업 문화를 상징적으로 보여주고 있습니다.

SOS나눔회 활동내역

<b>국내사업</b>	위기 상황(질병, 실직, 이혼, 가정폭력 등)으로 어려움을 겪는 가정에 생계비, 주거비, 의료비, 재배분비 등을 지원해 위기 극복을 도모
<b>중병, 만성질환 치료지원</b>	1) 치료비지원: 경제적 사유로 치료를 중단하거나 제대로 받지 못하는 가정에 의료비 지원. 2) 생계비지원: 만성질환, 중대질환, 사고로 생계가 어려운 가정에 생계비 지원.
<b>복지기관 및 단체 지원</b>	소외계층을 위한 전문 복지기관 및 단체를 연계·지원
<b>해외사업</b>	재난, 분쟁, 질병 등으로 고통받는 해외 지역에 생존 및 회복을 위한 구호물품, 손실 보전 등 지원.
<b>복구 및 재건</b>	재난 피해 가구의 주택 수리, 생계 회복 등 일상 복귀 지원 복구가 어려운 지역에 복구비용, 생계물품 등을 제공
<b>보건의료지원</b>	감염병, 기근, 식량부족 등으로 영양 상태가 악화된 아동을 위한 생계 및 보건의료비 지원
<b>긴급구호사업</b>	자연재해, 전쟁, 사고 등 긴급 위기 상황에 처한 국내외 수혜자에게 긴급 지원 제공
<b>장학사업</b>	취약계층 아동·청소년에게 교육의 기회를 제공하여 학업 지속을 지원

## 06. 사회를 따뜻하게 만드는 나눔문화

88

지역 맞춤 지원체계 구축

97

참여형 나눔문화 확산

# 사회를 따뜻하게 만드는 나눔문화

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.

## 전략테마별 실행체계 및 주요성과

지역 밀착형 봉사, 회원 주도형 나눔, 체험 기반 기부 캠페인 등 3대 전략 테마를 중심으로 참여형 나눔문화를 전개하고 있습니다. 전국 10개 지역에서의 생활밀착형 봉사, 수억 원 규모의 기부 프로젝트, 수천 명이 참여한 기부 캠페인 등은 나눔의 일상화와 지속가능성을 동시에 실현하고 있습니다. 이러한 실행체계는 지역사회와 함께 성장하는 공동체 기반의 사회공헌 모델로 자리잡고 있습니다.



## 애틀리 기부금

애틀리는 최근 3년간 매출 대비 평균 기부금 비중이 1.9%에 달하며, 국내 매출 상위 38개 유통기업과 비교했을 때 가장 높은 수준을 기록했습니다.

지원분야	2022년		2023년		2024년	
	애틀리	유통업 38개사	애틀리	유통업 38개사	애틀리	유통업 38개사
기부금 (억 원)	249	912	168	1,234	272	1,299
매출액 (억 원)	12,388	1,652,490	11,834	1,645,174	12,096	1,702,147
비중(%)	2.01	0.06	1.42	0.07	2.25	0.08

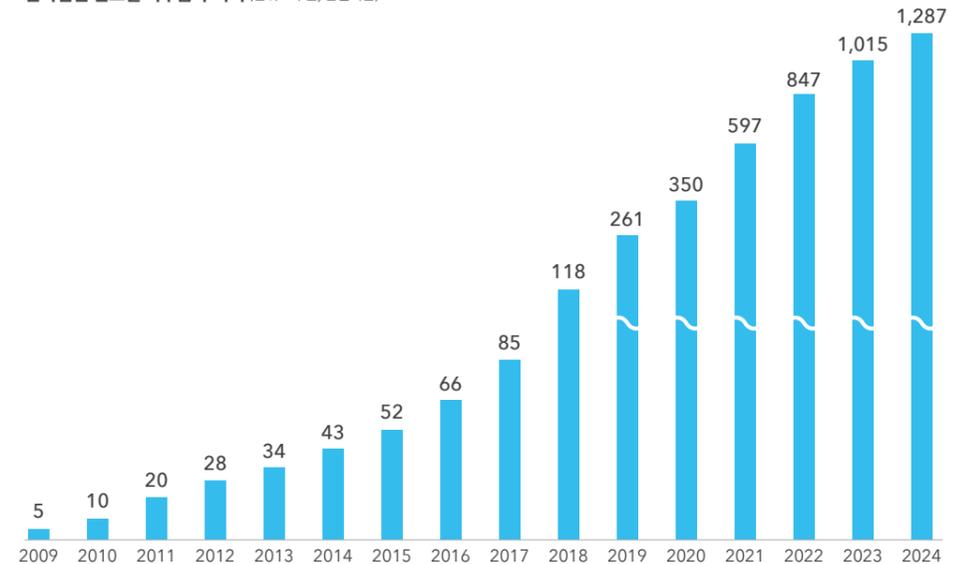
\*유통업 : 2024년 결산 매출 상위 500대기업 중 유통업 38개사 (출처 : CEO스코어)

애틀리 및 국내 매출액 상위 유통기업 38개사의 2024년 매출액 대비 기부금 비중 순위



2009년 5억 원을 시작으로 꾸준히 기부를 실천한 결과 2024년까지 누적 기부금은 1,287억 원에 달합니다.

한국법인 연도별 기부금 누적액 (단위 : 억 원, 연결기준)



**지역 맞춤  
지원체계 구축**

에터미는 도움이 필요한 이웃에게 실질적인 변화를 전하기 위해 지역 맞춤형 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다. 저소득층과 복지 사각지대 해소를 위한 생활밀착형 지원을 지속하며, 의료·교육 등 특화 분야에서는 정부·NGO와 협력해 공헌의 효과성을 높이고 있습니다. 또한 병원·복지시설 등 지역 인프라와 연계한 상생형 프로그램을 운영해 지역사회 회복에 기여하고 있으며, 해외 법인도 각국의 특성에 맞춘 사회공헌으로 글로벌 책임을 실천하고 있습니다.

주요활동	내용
지역 실태 기반 맞춤형 지원	취약계층(저소득·다문화·한부모 등) 대상 실태 기반의 생활밀착형 지원을 통해 사각지대 해소 및 기초복지 향상 도모
공공·NGO·인프라 연계 협력형 사회공헌 운영	정부·사회복지공동모금회·국제 NGO 등과 전략적 파트너십을 맺고, 병원·복지시설 등 지역 인프라와 연계한 복합형 프로그램을 기획·운영함으로써 구조적인 복지 지원과 지역 공동체 회복에 기여
해외 현지형 사회공헌 활동	해외 진출국의 사회문제 해결을 위해 현지 맞춤형 공헌활동을 펼치며, 법인 자율성과 글로벌 파트너십을 바탕으로 교육·의료 등 분야별 지원을 수행하고 있습니다.

**지역 실태 기반 맞춤형 지원**

창립 초기부터 취약계층 보호를 핵심 가치로 삼고, 지역 실태에 기반한 맞춤형 지원을 이어오고 있습니다. 공주를 비롯한 전국의 저소득·다문화·한부모 가정 등을 대상으로 생필품·기금 기부와 교육 기자재·장학금 후원을 통해 생활 안정과 교육 기회를 지원하며, 복지 사각지대 해소와 지역사회 삶의 질 향상에 기여하고 있습니다.

2009년 창립 이후 15년간 지역 거점을 중심으로 전국 취약계층 대상 생활밀착형 지원 지속	2024년 명절 지원으로 관내 저소득 가정 1900세대와 사회복지시설 35개소에 기부 물품 전달
학교 대상 교육 기자재·장학금 지원으로 수년간 지역 학생들의 교육 기회 제공	지역 소외계층의 실질적 생활 개선을 통해 복지 사각지대 해소에 기여

**CASE1. 지역사회와의 상생 소통을 통한 책임경영 실천**

에터미는 이해관계자의 목소리에 귀 기울이고, 지역사회와 함께 성장하는 상생 경영을 실천하고 있습니다. 공주 신사옥 건립 과정에서는 주민들과의 상호 신뢰를 바탕으로 한 협의와 공감의 장이 만들어졌습니다. 주민들은 감정적 반대가 아닌 실질적인 해결책을 제시하기 위해 비상대책위원회를 구성하고, 무진동 발파공법 도입 등 9개의 구체적인 대안을 기업에 제안했습니다. 에터미는 이를 사회와의 합리적 제안으로 받아들이고, 약 3억 원의 추가 비용이 발생함에도 주민들의 요구사항을 전면 수용했습니다. 이는 단기적인 경제적 효율보다 지역사회와의 신뢰를 우선시한 결정입니다. 기업과 주민이 함께 만들어낸 이 상생의 과정은 충남 공주를 중심으로 한 지역 사회에서 ‘책임 응답형 협력 모델’로 주목받았습니다.

**지역 맞춤  
지원체계 구축**

**CASE2. 공주 지역사회 상생을 위한 다방면의 사회공헌 활동**

2013년 한국본사를 공주로 이전한 이후, 지역사회와의 상생을 핵심 가치로 삼고 지속적인 사회공헌 활동을 이어오고 있습니다. 2013년부터 2024년까지 충남·공주·대전·세종 지역에 약 60.4억 원을 지원했으며, 팬데믹 기간에는 마스크, 위생용품, 생필품 등 위기 대응 물품을 기부해 지역의 위기 극복에 기여했습니다. 또한 2022년에는 공주 에터미파크에서 구직자 맞춤형 일자리 박람회를 개최해 지역 고용 활성화에도 힘을 보였습니다.

**CASE3. 명절 취약계층 대상 생필품 기부**

설과 추석 등 명절마다 취약계층을 위한 생필품 기부를 꾸준히 이어가고 있습니다. 2023년 설에는 두부·과자, 채식라면, 곰탕 등 주력상품 9종 총 3,900여 개(5,500만 원 상당)를 공주시에 기탁해 관내 저소득 가정과 사회복지시설에 전달했으며, 2024년 추석에는 라면, 휴지 등 3,900만 원 상당의 물품을 기부해 1,900세대와 35개 사회복지시설에 따뜻한 명절을 선물했습니다. 2025년에는 라면, 구운 김, 화장지 등 생활필수품 4,150만 원 상당을 공주시에 기탁해 지역 내 취약계층의 명절 맞이에 도움을 전했습니다. 에터미는 명절 외에도 매월 공주시 저소득 가정 100가구를 대상으로 정기 물품을 지원하고 있으며, 김장김치와 겨울철 주력상품 등을 통한 계절별 나눔도 지속하고 있습니다.



**CASE4. 지역사회를 위한 교육 후원 활동**

에터미는 공주시하마음장학회 장학금 기탁 등 지역사회와 협력을 위한 교육 지원을 이어가고 있습니다. 자회사 에터미오롯은 국립공주대학교에 5,700만 원 상당의 누룽지를 기부해 학생 복지에 기여했으며, 여락장학재단을 통해 지역 우수 학생과 해외 연수생에게 장학금을 지원했습니다. 이러한 활동은 청소년과 청년의 미래 역량 강화를 돕는 실질적 교육 나눔으로, 지역 교육 생태계 발전에 기여하고 있습니다.



지역 맞춤  
지원체계 구축

CASE5. 보은군 저소득층 난방비 지원

2021년 겨울, 충북 보은군의 저소득 가구가 따뜻한 겨울을 보낼 수 있도록 난방비 2,340만 원을 보은군 지역사회보장협의체에 지정 기탁했습니다. 해당 기부금은 연탄과 난방유 구입비로 사용되었으며, 에너지 취약계층의 계절별 생계 부담을 완화하는 데 실질적인 도움을 주었습니다.

이는 주민 생활환경에 대한 지역 실태를 반영한 지원으로, 복지 사각지대 해소와 기초생활 안정에 기여한 사례입니다.

공공·NGO·인프라 연계 협력형 사회공헌 운영

정부와 비영리기관, 지역 인프라와 협력해 취약계층을 지원하는 체계적 사회공헌을 추진하고 있습니다. 컴패션, 사회복지공동모금회, 국제 NGO 등과의 파트너십을 통해 정기결연, 재난구호, 의료지원 등 다양한 협력 프로그램을 운영하며, 미혼모·청소년·저소득가정 등 사회적 보호 사각지대 해소에도 기여하고 있습니다. 또한 병원·복지시설 등과 연계한 복합형 복지 프로그램을 통해 단순한 후원을 넘어 지속가능하고 전문적인 사회공헌 모델을 구축하고 있습니다.

국제어린이 양육기구	누적 기부액 500억 원 전 세계 25개 지역 아동 1만 명과 정기결연 고등교육·보건·재난구호 등 33개 사회개발사업 지원
사회적 위기 대응 및 자립 회복	누적 기부액 200억 원 영남권 산불피해 100억 원 지원 지역사회 및 취약계층에 총 100억 원 지원(애타미련, 연탄 기부, 코로나19 긴급지원, 호우피해 지원, 빵나눔터 운영 등)
한부모 가정 지원 및 센터 건립 지원	누적 기부액 107억 원 청소년 한부모 대상 주거·치료·생활비 및 자립 교육 지원 사회 인식 개선 사업 병행
여성, 취약계층 지원	생리대 '1+1 캠페인' 전개 구매 1건당 동일 제품 기부, 여성 청소년·취약계층 지원
공공어린이재활병원	공공 어린이재활병원 건립에 27억 원 기부 치료·교육·돌봄 통합 시스템 기반 마련
의료지원	2016~2027년 총 31.6억 원 기부 시각장애인 의료 지원 및 연구·숙소 인프라 확충
지방자치단체·공공기관 협력	세종시 장애인콜택시 4대 구입비 2억 원 기탁 공주시 빵나눔터 운영 및 복합 복지공간 조성 공공+민간 연계형 도시락 기부사업 전개 (적십자사 협력) 공주시와 제천시 '장미관광길' 조성 업무체결로 '세계장미' 5천주 식재

CASE1. 한국 컴패션 500억 기부 및 전 세계 아동 1만명과 정기 결연

국제어린이양육기구 컴패션에 누적 500억 원을 기부하며, 전 세계 25개 지역 아동의 교육·보건·정서 발달을 지원하고 있습니다. 2021년 120억 원, 2022년 140억 원 등 대규모 긴급 후원과 더불어, 매년 60억

지역 맞춤  
지원체계 구축

원 규모의 정기 후원을 통해 코로나19·내전·지진 등 재난 피해 지역 아동을 적극적으로 지원해왔습니다. 기부금은 아이티 지진 피해 복구, 아시아·중남미아 프리카 아동의 고등교육·직업교육·긴급구호 등 33개 사회개발사업에 사용됩니다. 특히 미결연 아동 1만 명에게 매월 5억 원 규모의 정기후원이 이루어지며, 글로벌 법인 진출국과 연계한 지역 맞춤형 지원도 병행하고 있습니다. 한국이 수혜국에서 최초의 후원국이 된 역사적 배경 속에서, 애타미의 후원은 지속가능한 아동 자립과 국제적 나눔 가치 확산에 기여하고 있습니다.



CASE2. 사랑의열매와 협력한 산불 진화 희생자 및 아동시설 긴급지원

2025년 영남권 산불 피해에 대응해 사랑의열매에 100억 원과 3억5천만 원 상당의 구호 물품을 기부하며, 단일 재난 기준 최대 규모의 민간 성금을 전달했습니다. 이 중 약 47억 원은 산불 진화 과정에서 희생된 공무원과 산불진화대원, 헬기조종사 및 그 유가족에게 지원되어, 유가족에게는 1인당 5억 원, 중상자와 경상자에게는 각각 2억 원과 2천만 원의 치료비가 지급되었습니다. 동시에 아동양육시설 3곳에는 생필품과 심리 회복 프로그램을 긴급 지원해 아동들의 정서적 안정과 일상 회복을 도왔습니다. 이는 민간의 기민한 대응과 공공기관의 체계적 집행이 결합된 협력 사례로, 재난 상황에서 공동체 회복에 실질적으로 기여했습니다.



CASE3. 생리대 기부 캠페인 '내 몸을 소중히, 네 몸을 소중히'

2025년 6월, 애타미는 '순한데이' 생리대 출시와 함께 '내 몸을 소중히, 네 몸을 소중히'라는 이름의 1+1 기부 캠페인을 전개했습니다. 소비자가 생리대 1팩을 구매하면 동일 제품 1팩이 사회적 보호 사각지대에 놓인 여성 청소년과 취약계층 여성에게 전달되는 방식입니다. 이번 캠페인은 한 국제개발협력 NGO와 협력해 약 20일간 진행되었으며, 착한 소비를 통해 기부 문화를 확산하고자 기획했습니다. 애타미는 단순한 제품 판매를 넘어, 소비와 나눔이 연결된 선한 영향력 실현에 앞장섰습니다.



지역 맞춤  
지원체계 구축

**CASE4. 청소년 미혼모 자립 지원**

청소년 미혼모와 한부모 가정의 자립을 돕기 위해 2019년 ‘생명을 소중히 여기는 맘(생소맘)’ 100억 원 기금을 조성한 이후, 2025년까지 총 7억 원을 추가 기부하며 주거·치료·생활·교육 등 통합 지원을 이어가고 있습니다. 이 기금은 청소년 미혼모와 한부모 가정을 위한 상담·산후관리·자립 프로그램에 활용되어 제도적 사각지대 해소와 사회적 편견 완화에 기여하고 있습니다.



미혼 한부모 가족 복합 커뮤니티센터 조감도

**CASE5. 세종시 장애인콜택시 구입비 기탁**

교통약자의 이동권 보장을 위한 공공 인프라 확충에 기여하고자, 2022년 세종시에 장애인콜택시 구입비 2억 원을 기탁했습니다. 이 기탁금은 휠체어 탑승이 가능한 특별교통수단 4대의 구입에 사용될 예정이며, 세종시의 법정대비 보급률 전국 1위 조기 달성에도 기여하고 있습니다. 장애인과 노약자 등 이동이 불편한 시민들의 사회 참여 확대와 일상생활 접근성 개선에 실질적인 도움을 주는 사례로, 기업의 사회적 책임을 지역사회 교통복지 향상으로 연결한 대표 사례입니다.



**CASE6. 공주시 제민천 장미관광길 조성 참여**

애타미는 본사가 위치한 공주시와 협약을 맺고 제민천변 670m 구간에 ‘장미관광길’을 조성했습니다. 임직원과 시민 120여 명이 함께 참여해 노발리스, 썸머 메모리즈 등 사계장미 5,000주를 식재했으며, 이를 통해 지역 명소화와 도시재생에 기여했습니다.



**CASE7. 공주시 협약 지역 복합 복지공간 ‘고마공주 빵나눔터’ 조성 및 운영 지원**

고마공주 빵나눔터는 공주시 저소득 가정과 지역공동체 지원을 위해 공주시와의 협약을 통해 설립된 공간입니다. 2017년 애타미는 개소를 위한 공사비, 임대료, 재료비 등 운영비 전반을 지원했으며, 빵나눔 자원봉사단을 통해 관내 취약계층에 빵을 정기적으로 전달했습니다. 이 공간은 단순한 지원을 넘어 아동 대상 베이커리 체험 학습, 장애인 대상 베이커리 취업 교육, 취약계층 아동 주간보호 및 학습 공간 등으로 활용되며 지역 내 복합 복지공간의 역할을 수행해왔습니다.



지역 맞춤  
지원체계 구축

**CASE8. 대한적십자사 협력 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 애타미는 대한적십자사와 협력하여 공주 산성시장에서 식재료를 구입함으로써 소상공인을 돕고, 도시락 형태로 취약계층에 전달하여 소상공인뿐만 아니라 취약계층까지 도울 수 있는 상생 기부사업을 전개하였습니다.



**CASE9. 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

**CASE10. 2025 지역사회공헌 인정기업 선정**

보건복지부와 한국사회복지협의회가 공동 운영하는 지역사회공헌인정제에서 2025년 심사를 통과하며, 환경·사회·거버넌스를 아우르는 통합적 사회공헌 체계를 갖춘 기업으로 평가받았습니다. 지역 기반 사회공헌을 장기적·체계적으로 추진해 온 점과 함께, 청소년 한부모·저소득 가정 지원, 미혼모 복합커뮤니티센터 건립 등 지역 복지 사각지대 해소를 위한 지속적인 활동이 우수 사례로 인정받았습니다. 또한 지자체·NGO·복지기관과의 협력과 정례적 소통을 통해 사회공헌 성과를 공유·확산해 온 점이 긍정적으로 평가되었습니다. 애타미는 앞으로도 지역사회의 사각지대를 세심하게 살피며 나눔과 상생의 사회공헌 활동을 이어가겠습니다.



**CASE11. 2025 한국ESG대상 사회공헌 부문 대상 수상**

2025년 12월 애타미 한국법인은 한국ESG학회가 주최한 2025 한국ESG대상에서 사회공헌 부문 대상을 수상했습니다. 한국ESG대상은 ESG 경영 성과와 실천 활동을 바탕으로 기업·공공기관·단체 등을 대상으로 공모 및 두 차례의 평가위원회 심사를 거쳐 수상자를 선정하는 시상입니다. 애타미는 협력사 상생, 포용적 조직문화 조성, 지역사회 나눔 확산 등 사회(S) 분야 전반에서의 지속적인 실천 성과를 인정받아 수상 기업으로 선정됐으며, 이번 수상은 절대 품질·절대가치 철학을 기반으로 한 소비자 중심 및 나눔 중심 경영 방향성이 ESG 관점에서 공식적으로 평가받은 결과입니다.



**지역 맞춤  
지원체계 구축**

**해외 현지형 사회공헌 활동**

애타미는 본사와 해외 법인이 함께 각국의 사회적 여건에 맞춘 공헌 활동을 펼치고 있습니다. 미국·일본·싱가포르에서는 저소득가정과 노숙인 대상 물품 지원을, 태국·인도네시아·캄보디아에서는 참전용사 후손 장학금·병원 설립·급식 지원 등 구조적 복지 개선에 기여했습니다. 또한 몽골·인도·필리핀·탄자니아 등에서는 드림재단을 통한 교육 인프라 구축, 중국에서는 72억 원 상당의 물품 기부와 여성 건강 인식 제고 교육을 3년째 이어오고 있습니다. 현재 전 세계 20개 지역 이상에서 복지 사각지대 해소와 생활 개선에 기여하며, 국제 NGO 및 현지 정부로부터 사회공헌 우수 사례로 인정받고 있습니다.

**글로벌 나눔문화 주요활동**



<p><b>미국</b> 한인커뮤니티 저소득가정 지원, 노숙자 물품지원, 기부단체 후원 등</p> <p><b>브라질</b> 컴패션 통해 재난재해로 고통받는 어린이들 후원</p> <p><b>멕시코</b> 자진구호물품 전달 및 고아원 후원 등 치아파스 주 거주 취약 계층에 생필품 지원</p> <p><b>콜롬비아</b> 컴패션 통해 재난재해로 고통받는 어린이들 후원</p>	<p><b>러시아</b> 고아, 장애인 등을 위한 애타미 제품 지원, 어린이 암환자를 위한 치료비, 체육비 등 지원</p> <p><b>키르기스스탄</b> World Cleanup Day 프로젝트 진행</p> <p><b>중국</b> 취약계층 및 빈곤지역 대상 자사 물품 기부</p> <p><b>대만</b> 애타미런 개최, 체육발전기금, 의료, 교육, 저소득가정 물품 및 후원금 지원 등</p> <p><b>일본</b> 저소득가정 쌀 기부, 자진 복구자금 지원 등</p> <p><b>필리핀</b> 화산폭발재난 구호자금 및 의료, 교육관련 물품 및 후원금 지원 등</p> <p><b>태국</b> 한국전 참전용사 후손 장학금, 장애인 태원도 국가대표팀 후원 등</p> <p><b>캄보디아</b> 병원 건립, 초등학교 급식 및 물품 지원, 의료관련 후원금 지원 등</p> <p><b>인도네시아</b> 취약계층 장학금 지원 등</p> <p><b>싱가포르</b> 저소득가정 지원 등</p> <p><b>홍콩</b> 양로원 물티슈 기부, 여성 보호 단체 애타미 제품 기부</p>	<p><b>인도</b> 취약계층 어린이 구강관리 키트 배포 및 구강 교육 실시</p> <p><b>말레이시아</b> 현혈캠페인, 저소득가정물품지원, 고아원 물품 및 후원금 지원 등</p> <p><b>호주</b> 어린이 합창단 및 어린이 병원 후원 등</p>
---	---	--



**지역 맞춤  
지원체계 구축**

**CASE1. 캄보디아 아동·청년 교육 지원**

2015년부터 캄보디아 뺏머곳 초등학교를 지원하며 교육 인프라와 생활환경을 개선해왔습니다. 수도·위생시설 설치, 놀이터 조성, 학용품·교복 기증, 무료 급식 제공 등으로 아동 180명의 건강한 성장을 돕고 있습니다. 또한 장애 아동 치료비 지원과 함께 2019년부터는 프놈펜 대학생 기숙사를 운영해 지방 출신 학생들의 안정적 학업을 지원하고 있습니다. 초등학교생부터 대학생까지 전 연령대를 아우르는 교육 지원을 통해 현지 미래세대의 자립과 성장을 돕는 대표적인 글로벌 사회공헌 사례로 평가받고 있습니다.



**CASE2. 아프리카 탄자니아 취약계층 지원(PEFA 협력)**

아프리카 국제선교단체 PEFA(Pentecostal Evangelical Fellowship of Africa)와 협력해 탄자니아 지역의 교육 및 보건환경 개선을 위한 사회공헌활동을 지속하고 있으며, 2024년에는 20억 5천만 원을 기부했습니다. 해당 기부금은 학교 시설 현대화, 급식 및 기숙사 제공, 진료소 보건시설 확충 등에 사용되었습니다. 애타미는 2021년부터 꾸준한 지원을 이어오고 있으며, 이번 기부를 통해 아프리카 지역의 복음 전파와 함께 실질적인 생활환경 개선에도 기여하고 있습니다.



**CASE3. 중국 취약계층 지원을 위한 물품 기부 및 여성건강 증진 활동**

중국 현지 법인을 통해 취약계층과 빈곤지역 주민 18만여 명에게 총 4,000만 위안(약 72억 원) 상당의 자사 물품을 기부하며 지역사회 복지 향상에 기여했습니다. 또한 2021년부터 3년간 농촌 지역 여성의 건강권 인식 제고를 위해 매년 4,000여 명을 대상으로 생리대 지원과 위생 교육 프로그램을 운영해 왔습니다. 애타미는 이러한 활동을 통해 지역사회와 함께하는 지속가능한 사회공헌을 실천하며, 글로벌 기업으로서의 책임을 적극 실천하고 있습니다.



**지역 맞춤  
지원체계 구축**

**CASE4. 인도네시아 취약계층 청년 대상 현지 맞춤형 장학금 지원**

인도네시아의 교육 취약계층을 위한 현지형 장학사업을 추진했습니다. 2023년 자카르타국제대학교에 진학한 컴패션 출신 신입생 30명을 대상으로 입학금·수업료·기숙사비·식비·활동비 등을 포함해 4년간 총 40만 달러(약 5억 3,700만 원)를 전액 지원했습니다. 이는 해외 청년들의 생계 부담으로 인한 학업 중단 문제를 해소하고 자립 기반을 마련한 맞춤형 사회공헌 사례로, 교육 인프라와 NGO 협력을 통해 지역사회와의 지속가능한 성장을 실현하는 글로벌 연계형 모델로 발전하고 있습니다.



**CASE5. 캄보디아 이동진료 지원**

2020년부터 캄보디아 현지 의료 지원 활동을 시작해 이동진료버스 기증과 함께 의료 사각지대 이웃들을 대상으로 한 봉사를 이어가고 있습니다. 2023년에는 8.3억 원을 기부했으며, 누적 21억 원 규모의 지원을 확대해 나가고 있습니다.



**CASE6. 중국법인 사회책임 특별공헌상 수상**

에터미 중국법인은 2023년 '중국 식품기업 사회적 책임 포럼'에서 취약계층과 빈곤지역 등 18만여 명을 대상으로 4,000만 위안(약 72억 원) 규모의 나눔 활동을 펼친 공로로 '다국적 기업 사회책임 실천 특별공헌상'을 수상했습니다. 또한 같은 달 인민일보 주최 '향촌 진흥 세미나'에서는 농촌 지역 여학생을 대상으로 한 생리대 기증 및 생리교육 사업이 '향촌 진흥 혁신사례'로 선정되었으며, '재중 한국기업 CSR 모범기업 표창식'에서도 우수상을 받았습니다. 에터미는 "정직과 선함이 최고의 전략"이라는 원칙 아래 지역사회와 상생하며 사회 발전에 기여하고 있습니다.



**참여형 나눔문화  
확산**

임직원과 회원이 함께 참여하는 김장-연탄 나눔, 농가 일손돕기 등 생활밀착형 봉사를 전국 10개 지역에서 전개하며 지역사회와의 상생을 실천하고 있습니다. 청년회원과 최고직급 회원이 기획한 프로젝트로 국내외 취약계층을 지원하고, 바자회와 애터미RUN 등 체험형 기부 캠페인을 통해 기부의 일상화를 확산하고 있습니다. 이러한 활동은 단순한 후원을 넘어 구성원과 지역사회가 함께 만드는 실천적 나눔문화로 자리잡고 있습니다.

주요활동	내용
지역 밀착형 봉사활동	임직원·회원 등이 자원봉사자로 참여하는 대표적 봉사활동
임직원·회원 주도형 나눔활동	임직원·회원이 직접 기획하고 실행하는 봉사·기부활동으로, 청년·리더 그룹의 자발적 참여를 통한 지속가능한 나눔 실천
기부문화 확산 캠페인	기부를 일회성 지원이 아닌 일상 속 참여와 경험 중심의 활동으로 연결하여, 회원·임직원·지역사회가 함께하는 지속가능한 기부문화를 확산하는 캠페인형 사회공헌 활동

**지역 밀착형 봉사활동**

회원과 임직원이 지역사회와 함께 참여하는 생활밀착형 자원봉사 활동을 통해 지역 상생과 공동체 회복에 기여하고 있습니다. 김장-연탄 나눔, 농촌 일손돕기, 사회복지시설 봉사 등 전국 10개 지역을 중심으로 정기적인 봉사활동을 펼치고 있으며, 나주센터 등 지역 거점의 자발적 참여로 활동의 지속성과 지역 밀착성을 높이고 있습니다. 단순 지원을 넘어 지역의 실질적 필요에 응답하는 맞춤형 봉사 모델로 발전하고 있습니다.

연간 전국 10개 지역에서 약 350명이 참여해 누적 30만장 연탄을 전달하여 1,000가구 지원	지역 농가 일손 부족 대응 등 지역사회 요청 기반 생활밀착형 봉사 실시
지역복지시설 대상 생활용품 500만 원 상당 기부 및 정기 위문 활동 전개	센터 단위 봉사단 운영을 통해 지역 기반의 정기 봉사 및 기부 활동 진행



**참여형 나눔문화 확산**

**CASE1. 사랑의 김장김치 및 연탄 나눔**

2013년부터 약 200명의 임직원·회원 및 지역 자원봉사자들과 함께 김장 봉사활동을 진행해 지역 취약계층에 전달하고 있습니다. 2015년부터는 매년 약 150명의 회원이 참여하는 연탄배달 봉사를 통해 광주·광주·대구·대전·부산·원주·인천 등 7개 지역에서 시작해, 2016년 이후 경주·보은·부안을 포함한 총 10개 지역의 1,000가구에 약 30만 장의 연탄을 지원하고 있습니다. 또한 2025년에는 속리산포레스트 연수원에서 3,300kg 규모의 ‘사랑의 김장 나눔’을 진행해 150명의 봉사자와 함께 직접 담근 김치를 보은군 저소득 365가구와 경로당 295개소에 기탁하며 지역사회와의 상생 나눔을 이어가고 있습니다



**CASE2. 공주시 알밤농가 일손돕기**

공주시 정안면의 알밤재배 농가 일손 부족 문제 해결을 위해, 자사 직원 40여 명이 알밤 수확 자원봉사에 참여했습니다. 해당 활동은 외국인 근로자 감소로 인한 농가의 노동력 공백을 채우기 위한 지역사회 요청에 따라 이뤄졌으며, 지역 농업 생산성 유지와 지역 상생에 기여했습니다.



**CASE3. 지역사회와 함께하는 자발적 봉사 및 위문품 기탁 활동**

전국의 애터미 센터는 자발적 모임을 조직해 지역 사회복지시설을 위한 나눔과 봉사활동을 이어가고 있습니다. 센터 직원들이 자발적으로 구성한 봉사회는 생활용품·식품 기탁, 청소·방역 봉사, 사랑의 바자회 수익금 기부 등 다양한 방식으로 지역사회에 기여하고 있습니다. 이러한 활동은 법인이 아닌 지역 센터 단위에서 자발적으로 기획·참여한 참여형 나눔문화 확산 사례로, 지역사회와의 상생과 온정의 가치 확산에 기여하고 있습니다.

**참여형 나눔문화 확산**



**임직원·회원 주도형 나눔활동**

회원과 임직원이 직접 기획·참여하는 자율적 나눔활동을 통해 참여형 기부문화를 확산하고 있습니다. 청년회원 ‘영리더스 자원봉사단’은 애터미 임직원과 함께 ‘블루마린’ 해양 정화 캠페인과 같은 해변 정화·주거환경 개선 등 전국 단위 봉사활동을 이어가고 있으며, 2022년에는 영리더스클럽 자사 제품 총 1억 1,745만 원 상당을 취약계층에 기부했습니다.

최고직급 회원의 ‘임페리얼 나눔 프로젝트’는 7인 주도 사회공헌 활동을 통해 총 3억 2,187만 원을 기부하며 국내외 취약계층의 생활비·교육·의료 지원을 실천했습니다. 또한 영리더 캠페인 비전트립’을 통해 해외 봉사활동의 가치를 실천하고 있습니다.

**CASE1. 애터미 영리더스클럽 - MZ세대 회원 주도의 나눔문화 확산**

2014년 40세 이하 젊은 리더들이 모여 출범한 영리더스클럽은 건전한 유통문화 확산과 함께 나눔과 봉사를 실천하는 청년 주도형 사회공헌 조직으로 성장했습니다. 전국에서 취약계층 지원, 보육원 개선, 산불 복구, 해양 정화 등 다양한 활동을 이어가며 연간 수천만 원 이상의 후원을 전개하고 있습니다. 영리더스클럽은 애터미의 나눔 정신을 계승하며 MZ세대가 주도하는 지속가능한 사회공헌 문화를 확산하고 있습니다.



**CASE2. 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.

참여형 나눔문화 확산



CASE3. 영리더 컴패션 비전트립(vision trip)

애틀미 영리더와 필리핀 컴패션은 2023년 3월과 10월 총 2회 필리핀 컴패션의 후원금 운영 현황 및 후원 프로세스에 대한 전반적인 참관을 진행하고 봉사활동을 실시하는 비전트립(vision trip) 활동을 진행했습니다. 이를 통해 후원하고 있는 어린이와의 실제 만남으로 후원의 의미를 짚어봤으며, 나눔 활동에 대한 이해와 공감대를 고취했습니다.



기부문화 확산 캠페인

기부를 생활 속 참여로 연결하는 체험형 캠페인을 통해 기부문화 확산에 앞장서고 있습니다. ‘사랑나눔 바자회’에는 임직원과 회원 약 2,000명이 참여해 수익금 3억 4천만 원을 안과 환자 및 취약계층에 기부했습니다. 대만법인의 ‘애틀미RUN’은 참가비 전액을 지역 학교에 기부하며 누적 약 10억 원의 기부금을 조성했습니다. 또한 대한적십자사와 협약을 맺고 헌혈 캠페인을 정례화해 생명 나눔 문화를 실천하고 있습니다. 이러한 활동은 단순한 행사를 넘어 기업문화와 사회적 가치 창출이 결합된 지속가능한 기부문화 모델로 발전하고 있습니다.

사랑나눔 바자회 통해 4년간 총 2,000여 명 참여, 누적 기부금 3억 4,636만 원 조성	애틀미RUN을 통한 누적 기부금 약 10억 원 (2,300만 TWD), 대만 지역 학교 29곳 지원
대한적십자사의 협약을 통해 범국민 헌혈운동 확산 및 자발적 헌혈문화 정착	참여형 나눔 캠페인을 통해 회원·임직원이 기업의 사회적 가치 실현에 적극 참여
기부와 체험, 브랜드 경험이 결합된 지속가능한 나눔문화 확산 모델로 자리매김	

참여형 나눔문화 확산

CASE1. 애틀미RUN - 기부와 참여가 결합된 대표적 기부문화 확산 캠페인

2017년 대만에서 시작된 애틀미런은 참가비 전액을 지역사회에 기부하는 참여형 나눔 행사로, 건강과 기부, 기업문화를 결합한 글로벌 나눔 모델로 발전했습니다. 2018년 한국, 2019년 말레이시아로 확산되어 한국에서는 첫 대회에서 5억 원을 전국 복지재단에 기부했고, 말레이시아에서는 3,500명이 참여해 청각장애 아동 등에 3,500만 원을 전달했습니다. 2025년 대만 제9회 대회에는 8,000명이 참여해 1억 4천만 원을 모금, 지역 29개 학교를 지원했습니다. 누적 기부금은 약 10억 원에 달하며, 애틀미의 ‘나눔의 문화’를 대표하는 글로벌 캠페인으로 자리잡고 있습니다.



CASE2. 대한적십자사 협력 생명나눔 헌혈 캠페인

혈액 수급 불균형 문제를 해결하고 생명 나눔 문화 확산을 위해 대한적십자사 혈액관리본부와 업무협약을 체결하고 정기적인 헌혈 캠페인을 전개하고 있습니다. 2025년 1월 석세스아카데미 현장에서 협약을 체결한 이후, 임직원과 회원이 참여하는 자발적 헌혈 운동을 지속적으로 추진하고 있으며, 수천 명이 모이는 교육 현장에 헌혈버스를 운영하여 참여 기회를 확대하고 있습니다. 이번 협력을 통해 애틀미는 실질적인 생명 나눔 실천과 더불어 범국민 헌혈문화 정착에 기여하고 있습니다.



CASE3. 사랑나눔 바자회

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



## 07. 정선상락으로 실천하는 책임경영

108

윤리경영 체계 구축 및 실천

114

리스트 관리 체계 구축

# 정선상락으로 실현하는 책임경영

‘정선상락으로 실현하는 책임경영’은 원칙을 지키는 정직한 경영이 결국 가장 뛰어난 전략이라는 애터미의 신념을 담고 있습니다. 애터미는 모든 사회구성원에게 신뢰받는 기업이 되기 위해 윤리경영을 내재화하고, 조직 전반의 리스크를 사전에 식별·관리할 수 있는 체계를 구축하고 있습니다. 이를 통해 공정하고 투명한 기업 운영과 지속가능한 성장 기반을 마련하고 있습니다.

## 전략테마별 실행체계 및 주요성과

전략테마인 ‘정선상락으로 실현하는 책임경영’ 아래, ‘사회구성원 모두가 신뢰할 수 있는 원칙에 충실한 기업’을 전략 지향점으로 설정하고 있습니다. 이를 위해 ‘윤리경영 체계 구축 및 실천’과 ‘리스크관리 체계 구축’을 전략과제로 추진하고 있습니다. 윤리경영 측면에서는 글로벌 윤리강령 선포, 윤리내재화 제도 정비, 고객 윤리책임 반영 등 실천 중심의 문화를 조성하고 있으며, 정보보호·라벨링 등 위반 ‘0건’의 성과를 달성했습니다. 리스크관리 측면에서는 CRO 중심의 조직 체계 정비와 전사적 리스크 맵 수립, SAP 기반 시스템 고도화를 통해 사전 대응 역량을 강화하고, 부패·공정거래 위반 ‘0건’ 등의 구체적 성과를 거두고 있습니다.



## 지배구조 및 이사회

### 주식의 종류 및 의결권

2024년 말 기준 자본금은 1,000백만 원, 총 발행주식 수는 200,000주이며 우선주 없이 보통주 100%로 구성되어 있습니다. 또한, 1주당 1의결권 원칙을 따르고 있으며, 차등의결권 제도를 두고 있지 않습니다. 2024년 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%

### 이사회 구성현황

이사회는 3명의 사내이사와 1명의 감사로 구성되어 있으며, 모두 주주총회를 통해 선임됩니다. 박한길 대표이사가 이사회 의장을 맡고 있으며, 여성 이사를 포함해 다양성과 균형을 고려한 구성을 갖추고 있습니다. 당사는 빠른 의사결정과 실행력을 중시하는 사업 구조와 다수 국가에서 동시에 운영되는 글로벌 사업 특성을 고려해, 회사의 비즈니스 모델과 보상체계, 회원·유통 구조에 대한 이해도가 높은 내부 고위 임직원 중심으로 이사회를 구성하고 있습니다. 이러한 구조는 사업 구조 및 리스크에 대한 즉각적이고 정확한 판단을 가능하게 하고, 전략 수립부터 실행까지의 연계성을 강화하며, 글로벌 사업과 회원 조직 운영에 대한 현장 기반 의사결정과 위기 상황 시 신속한 대응 체계 확보에 기여하고 있습니다.

### 이사회 이사 선임절차

이사 선임은 대표이사, 기존 이사회 및 인사위원회 등을 통해 후보군을 발굴하는 것에서 시작됩니다. 이후 후보자의 경력과 전문성, 윤리성, 이해관계 충돌 여부를 종합적으로 검토하고, 회사의 비전과 전략에 대한 이해도를 평가합니다. 이러한 검토 결과를 바탕으로 이사회에서 후보자의 적합성을 심의하고 선임 안을 의결하며, 최종적으로 주주총회를 통해 관련 법령에 따른 승인 절차를 거쳐 이사를 선임합니다.

1단계	2단계	3단계	4단계
<ul style="list-style-type: none"> <li>대표이사, 기존 이사회, 인사위원회 등을 통해 후보군 발굴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>경력, 전문성, 윤리성, 이해관계 충돌 여부 검토</li> <li>회사 비전·전략에 대한 이해도 평가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>이사회 내 적합성 검토 및 선임안 의결</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>관련 법령에 따른 주주 승인 절차 진행</li> </ul>

### 이사회 의사결정의 공정성 확보 방안

당사는 창업 철학과 장기 비전을 일관되게 유지하고 글로벌 조직 운영에 대한 통합적 리더십을 확보하기 위해 대표이사·회장이 이사회 의장을 겸임하고 있습니다. 이러한 구조는 회사 비전과 전략의 일관성을 강화하고, 이사회와 경영진 간 의사결정 단절을 최소화하며, 중장기 성장 전략과 ESG 전략을 신속하고 효과적으로 실행하는 데 기여하고 있습니다. 한편, 내부 이사 중심 이사회 및 의장 겸임 구조에 따른 이해상충 가능성을 관리하고 의사결정의 공정성을 확보하기 위해, 이사회 산하에 다수의 위원회를 설치·운

영하고 있습니다. 감사위원회와 인사위원회 등 관련 위원회를 통해 이해관계 충돌 사안을 사전에 심의하며, ESG, 윤리, 보상, 내부통제 등 주요 안건은 위원회 선심의를 거친 후 이사회에서 최종 의결하는 구조로 운영하고 있습니다. 또한 Atomy Stewardship Committee(ASC)를 통해 조직, 회원, 사회 관점의 다양한 의견을 이사회 논의에 반영하고 있으며, 특정 안건에 이해관계가 있는 이사는 해당 안건의 심의 및 의결 과정에서 배제함으로써 절차적 공정성과 투명성을 확보하고 있습니다.

### 이사회 역량

이사회는 경영·전략, 재무·회계, ESG 등 핵심 경영 분야의 전문성과 실무 경험을 갖춘 이사로 구성되어 있습니다. 모든 이사가 경영 및 전략 역량을 보유하고 있으며, 회계·재무 전문가가 참여해 재무 건전성과 회계 투명성을 강화하고 있습니다. 또한 사회공헌과 윤리경영에 적극적인 이사들을 중심으로 ESG 실행력을 높이고, 리더십과 조직문화에 대한 이해를 바탕으로 지속가능한 경영 기반을 견고히 하고 있습니다. 이러한 다양한 분야의 전문성과 책임 있는 의사결정을 통해 회사의 지속가능성과 기업가치 제고에 기여하고 있습니다. 이사회는 이러한 전문성을 지속적으로 강화하기 위해 지속가능경영 및 주요 ESG 이슈를 중심으로 교육, 정기 보고, 워크숍 등 다양한 학습 및 논의 체계를 운영하고 있으며, 이를 통해 이사회 차원의 이해도와 실행 역량을 지속적으로 제고하고 있습니다.

이사회 구성현황 및 역량구성표(Board Skill Matrix)

성명	성별	나이	직책	전문분야
<b>사내이사</b>				
박한길	남	70세	대표이사, 회장	경영총괄
윤용순	남	57세	대표이사	경영총괄
도경희	여	69세	부회장	조직문화 및 사회공헌
<b>감사</b>				
권석균	남	61세	상무이사	재무회계 및 결산

### 이사회 역량 강화 활동

구분	주요내용
정기 보고	ESG, 컴플라이언스, 내부통제 관련 정기 보고 및 이사회 인지 확산
외부 전문 교육	글로벌 규제 및 시장 변화 관련 외부 전문가 CCM 강의
전략 연계 학습	신사업·디지털·AI·지속가능경영 관련 임원·법인장 워크숍 운영

### 이사회 성과평가 프로세스

이사회와 이사회의 의사결정의 실효성을 제고하기 위해 이사회 및 개별 이사를 대상으로 성과평가 체계를 운영하고 있습니다. 이사 성과는 회사의 중장기 전략 달성도, 재무 성과, 조직 운영 및 지속가능경영 추진 성과 등을 종합적으로 고려해 정성·정량 평가를 병행하여 실시합니다. 성과평가는 내부 기준에 따라 정기적으로 수행되며, 평가 결과는 이사회 급여 내규에 따라 이사 보수 및 연봉 조정에 반영됩니다. 또한 평가 결과는 차기 이사회 운영 방향과 이사 역량 강화를 위한 교육·학습 계획 수립에 활용되어 이사회 기능의 지속적인 개선으로 이어지고 있습니다. 이러한 성과평가 체계는 임원에게도 동일하게 적용되어 성과와 보상이 연계된 책임 경영을 강화하고 있습니다

### 이사 성과평가 주요 항목

구분	평가내용
출석 및 참여	이사회 출석을 및 회의 참여도
안건 기여도	안건에 대한 이해도 및 의견 제시·기여 수준
ESG·윤리·리스크	ESG, 윤리경영 및 리스크 관리에 대한 기여도
위원회 활동	이사회 산하 위원회 활동의 실효성
운영 개선	평가 결과를 차기 이사회 운영 및 교육 계획에 반영

### 이사회 산하 위원회

전략적 의사결정의 전문성과 실행력을 높이기 위해 이사회 산하에 다양한 위원회를 운영하고 있습니다. 각 위원회는 조직문화 혁신, 글로벌 성장전략, 회원 비즈니스 개선, 제품 경쟁력 강화, 인사관리 등 핵심 영역별로 실질적인 역할을 수행하며, 이사회에 정책 판단을 지원하고 있습니다. 이러한 위원회 운영은 기업의 지속가능성과 경영 투명성을 높이는 기반이 되고 있습니다. 이사회는 산하 위원회의 원활한 의사소통과 효과적인 관리·감독을 위해 각 위원회의 운영 현황과 주요 논의 결과를 정기적으로 보고받고 있습니다. 위원회는 담당 영역별 주요 사안을 사전 검토한 후, 중요 의사결정이 필요한 안건에 대해서는 검토 결과와 권고 의견을 이사회에 보고합니다. 이사회는 위원회 보고 내용을 바탕으로 추가 자료 제출이나 보완 검토를 요청할 수 있으며, 필요 시 위원회 위원이 이사회에 참석해 논의 경과와 주요 쟁점을 직접 설명합니다. 이를 통해 이사회는 산하 위원회의 활동이 이사회 정책 및 전략 방향에 부합하는지 점검하고, 위원회 운영의 적정성을 지속적으로 관리·감독하고 있습니다.

위원회명	역할
이것만은 바꿔보자 위원회(이바위)	사내 비효율 개선 및 조직문화 혁신을 위한 제안 및 실행 기구 C레벨 코칭 교육, 좌석제 개편, 백만갑 프로그램, 임직원-리더 간담회 등 운영
투자심의위원회	유형자산 및 신사업, 신규투자의 투자심의를 위한 기관으로 유형자산 매입 및 투자를 다면적으로 평가하고 검토
비즈니스 혁신 위원회	회원 중심의 비즈니스 혁신 아이디어 도출 및 프로젝트 추진
상품위원회	트렌드 기반의 제품 개발 방향 설정 및 신제품 론칭·리뉴얼 검토
인사위원회	직장 내 괴롭힘 관련 사안에 대한 심의 및 인사 관련 의사결정 지원
감사위원회	경영진과 독립된 기구로서 회사의 회계 및 업무 전반에 대해 감사 기능을 수행. 주주총회에서 선임된 감사와 사내이사 2인으로 구성되며, 경영진으로부터 영업 보고를 요구하거나 회사 재산 상태를 조사할 수 있는 권한을 가짐. 회계 및 재무 전문 인력을 포함해 감사의 실효성을 강화함
Atomy Stewardship Committee (ASC)	에터미 공동체의 존재목적(고객의 성공)과 핵심가치(정신상락)가 실무에 뿌리내릴 수 있도록 운영되는 조직문화 실천 기구. C레벨 리더 중심으로 윤리 내재화 및 코칭·컨설팅 제공

## 지배구조 및 이사회

### 위원회 및 이사회 간 의사소통 프로세스

이사회 산하 각 위원회는 정기 및 수시 회의를 통해 논의된 사항을 이사회에 보고하고 있습니다. 중요 안건의 경우 서면 보고와 함께 이사회에 직접 설명하며, ESG, 감사, 인사 등 주요 사안은 이사회 정칙 안건으로 상정됩니다. 필요 시 위원회 위원장이 이사회에 참석해 심의 경과와 주요 의견을 공유함으로써, 위원회와 이사회 간 원활한 정보 공유와 연계된 의사결정이 이루어지도록 하고 있습니다.

### 이사회 이해상충 관리

이사회와 조직 운영과 이해관계자 간 이해상충을 예방하고 완화하기 위해, 당사는 내부 규정에 따른 이사회 운영 원칙과 윤리 규범을 기반으로 이해상충 관리 체계를 운영하고 있습니다. 감사위원회 및 인사위원회의 독립적 심의 기능을 통해 이해관계 충돌 가능성을 사전에 점검하며, 보상·내부통제·윤리 등 주요 사안은 위원회 선검토를 거친 후 이사회에서 최종 의결하는 구조로 운영하고 있습니다. 이사 개인 또는 특정 이해관계자와 직접적인 이해관계가 있는 경우 해당 이사는 안건의 발제 및 사전 검토 과정에 참여하지 않으며, 심의의결 과정에서도 배제하는 원칙을 적용하고 있습니다. 또한 필요 시 외부 전문가 자문이나 객관적 자료를 활용해 의사결정의 독립성과 객관성을 확보함으로써 이해상충을 사전에 예방하고, 공정하고 책임 있는 의사결정을 수행하고 있습니다.

### 이사회 운영현황

분기별 1회 개최를 원칙으로 필요 시 수시로 소집하여 주요 안건에 대해 심의·결의합니다. 2024년 한 해 동안 33회의 이사회를 개최하여 41건의 안건을 심의·결의하였고 참석률은 100%입니다. 또한, 이사회 운영에 있어 경영상 변동에 관한 주요 사항은 최소 30일 전에 통지하는 것을 원칙으로 하고 있습니다.

구분	2022년	2023년	2024년
총 이사회 개최 횟수	24회	33회	33회
논의 안건 수	45건	36건	41건
사내이사 참석률	100%	100%	100%
감사 참석률	100%	100%	100%

## 윤리경영 체계 구축 및 실천

정직과 원칙 중심의 윤리경영을 바탕으로 회원·임직원·고객 전반에 걸쳐 윤리문화 내재화와 실천 체계를 정착시키고 있습니다. 회원 대상 글로벌 윤리강령 선포 및 윤리문화 활동, 임직원 대상 교육과 고충상담 제도 운영, 고객 대상 정보보호 및 투명한 마케팅 관리 등 이해관계자별 맞춤형 체계를 운영하고 있으며, 이를 통해 윤리 리스크 사전 예방과 신뢰 기반의 지속가능경영을 실현하고 있습니다.

### 경영철학·ESG가치 도서화 및 공표

애틀미는 윤리경영과 리스크관리 등 지속가능경영의 철학을 도서 발간을 통해 대외적으로 공유하고 있습니다. 분기별 CEO 메시지를 담은 매거진을 정기 발간하고, 2021년에는 박한길 회장의 경영철학을 집대성한 ‘애틀미 DNA’를 출간해 조직문화를 소개했습니다. 2022년에는 윤정구 교수와 함께 ‘초뷰카 시대

## 윤리경영 체계 구축 및 실천

지속가능성의 실험실’을 발간하여 ‘공의기업(Righteous Company)’ 철학을 기반으로 한 지속성장 전략을 제시했습니다. 2024년에는 면역기능 개선 개별인정형 건강기능식품 ‘헤모힘’의 개발 과정을 담은 도서를 통해 연구개발 정신과 대표 제품 철학을 대외적으로 알리며, ESG 가치 실현에 대한 의지를 구체적으로 보여주고 있습니다.



### 회원 글로벌 윤리강령 선포 및 윤리문화 실천

회원이 정직과 원칙 중심의 비즈니스를 실천할 수 있도록 윤리강령을 수립하고, 글로벌 윤리강령 선포식을 통해 윤리문화의 방향성을 제시하고 있습니다. 회원 주도의 윤리자정위원회를 중심으로 배팅추방 결의대회, 퍼포먼스, UCC 공모전 등 윤리 실천 문화를 확산하고 있으며, ‘온라인 문화 정립과정’ 운영과 함께 해외 법인과의 교육 콘텐츠 교류도 지속 확대하고 있습니다.



### 윤리자정위원회

2012년 1월, 애틀미 회원들은 원칙중심의 사업을 지켜나가기 위한 자율적 실천기구인 ‘윤리자정위원회’ 출범시켰습니다. 본 위원회는 회원의 올바른 성장과 발전은 물론, 건전한 네트워크마케팅 문화 조성에 기여하고 있습니다.



## 윤리경영 체계 구축 및 실천

윤리경영 문화활동	
활동명	내용
배팅추방 결의대회	주요 리더 회원들이 과도한 구매 행위를 지양할 것을 결의하는 캠페인. 윤리문화 실천의 기반 마련 및 업계 인식 개선
원칙중심 퍼포먼스	마임, 웅변, 연극 등으로 윤리실천 의지를 표현하며, 창의성과 단합을 평가해 포상
특이문화 척결 UCC 공모전	브랜드 관리, 비즈니스 매너, 건전한 세미나 환경 등을 주제로 전국 500여 센터가 참여. 인식 개선 및 문화 실천 촉진
글로벌 윤리강령 선포식	전 세계 리더 회원이 참여하는 윤리문화 실천 다짐 행사. 대만·말레이시아 법인으로 확산되며 글로벌 문화 정착에 기여

### 원칙중심 교육 및 글로벌 콘텐츠 소통 강화

회원이 정직과 원칙 중심의 비즈니스 문화를 체득할 수 있도록 다양한 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. '온라인 문화 정립과정'은 원칙 중심의 이해, 소비자 중심 네트워크마케팅, 섬김 문화 전파 등으로 구성되어 회원의 윤리적 비즈니스 역량을 강화하고 있습니다. 또한 박한길 회장과 주요국 해외법인장이 참여한 '몽상&글로벌 법인장 랜선 소통회' 워크숍을 통해 각국 법인의 콘텐츠 제작 사례와 회원 소통 전략을 공유했습니다. 지역별 맞춤형 콘텐츠와 글로벌 세미나 확대 방향을 논의하며, 온라인 시대에 적합한 교육 콘텐츠 정립의 중요성을 강조하고 있습니다.

### 임직원 윤리의식 내재화 및 실천 체계 구축

애틀미의 핵심가치인 정직과 원칙 중심의 태도가 조직 전반에 뿌리내릴 수 있도록 다양한 제도와 교육을 운영하고 있습니다. 반기별 360도 피드백을 통해 행동기준과 윤리의식을 상시 점검하며, 신규 입사자를 대상으로 한 '빛음과정'을 통해 윤리경영 철학을 내재화합니다. 또한 경영진이 직접 참여하는 '애틀미 월례회'와 '반부패 교육'을 정례화하고, 직장 내 윤리 이슈 예방 및 대응을 위한 고충상담 창구도 함께 운영하고 있습니다.

### 임직원 피드백 방향

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

360도 피드백 중 '정직'과 '원칙'에 해당되는 평가 내용

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 제고하여 섬세하게 업무를 진행한다.

## 윤리경영 체계 구축 및 실천

### 임직원 대상 윤리경영 교육

글로벌 애틀미 월례전략회의(前 애틀미 칼리지)
<ul style="list-style-type: none"> <li>애틀미 칼리지는 2022년 5회 이상, 2023년 3회 개최되었으며, 기업 핵심가치인 정직과 원칙중심을 최고 경영진이 직접 강의하고 임직원의 질문에 답변하는 소통의 장으로 운영됨</li> <li>애틀미 칼리지는 2024년부터는 해외법인 및 가족사가 참여하는 '글로벌 애틀미 월례전략회의(월례회)'로 전환하여 총 12회 개최</li> <li>월례전략회의에서는 성장전략, 애틀미 철학, 윤리경영 등을 주제로 임직원과 최고경영층이 자유롭게 질의·응답하며 전략 방향을 공유</li> </ul>
입사자 필수교육 과정 (빛음과정)
<ul style="list-style-type: none"> <li>신규 입사자 대상 교육</li> <li>핵심가치, 일하는 방법, 윤리경영, 인재상 등을 약 한달 과정을 통해 내재화</li> </ul>
'월례회' '전략회의' 등에서 핵심가치와 윤리경영 강조

### 반부패 교육

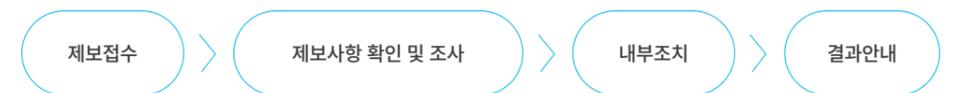
전사 임직원을 대상으로 핵심가치(정직, 원칙, 신뢰 등)에 대한 교육으로 교육 후 질의응답을 하는 그룹 간담회와 자신의 역할을 다짐하는 '역할시나리오' 발표로 진행했습니다.

반부패 교육	2022	2023	2024
	5회	3회	3회

### 고충상담제도 운영

직장 내 윤리적 문제에 대한 신속하고 신뢰도 높은 대응 체계를 마련하기 위해 고충상담제도를 운영하고 있습니다. 직장 내 괴롭힘, 성희롱, 스트레스 피해, 윤리강령 위반 등 다양한 사안에 대해 온·오프라인으로 제보할 수 있으며, 모든 상담은 비밀보장을 원칙으로 처리됩니다. 제보는 사안 확인, 조사, 내부 조치, 결과 안내의 단계별 절차에 따라 신속하게 대응됩니다.

### 고충상담 프로세스



### 고객 윤리적 책임을 고려한 서비스 제공 체계 운영

고객의 권익 보호와 신뢰 확보를 윤리경영의 핵심으로 삼고, 제품 정보의 투명한 제공, 고객 응대의 윤리성 강화, 개인정보 보호 체계 고도화 등을 통해 고객 중심의 윤리적 서비스를 실현하고 있습니다. 이를 위해 제품 표시·광고 가이드라인을 운영하고 있으며, 개인정보 유출 방지와 정보보안 강화를 위한 조직적 대응체계도 구축해 나가고 있습니다.

윤리경영 체계  
구축 및 실천

제품 정보 제공 및 광고 윤리

모든 제품의 표시와 광고는 사전 검토 절차를 통해 정제된 정보를 제공하며, 고객 오인을 방지하기 위한 내부 가이드라인을 운영하고 있습니다. 이를 통해 고객 신뢰 확보와 윤리적 마케팅을 실현하고 있습니다.

개인정보보호시스템

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

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 개인정보보호책임자, 개인정보 취급자, 위탁업체 등 대상자의 역할과 업무 특성에 따라 교육 내용과 수준을 차별화하여 개인정보보호 관련 법률의 주요 내용, 최근 개인정보 관련 사회적 이슈, 회사의 개인 정보보호 정책과 관련하여 정보보호 교육을 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.

윤리경영 체계  
구축 및 실천

개인정보보호 및 보안관리 단계별 구축 현황

2023~ 2025		<b>데이터 중심의 정보보호 강화</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 데이터 접근통제 강화</li> <li>• 사이버 보안 침투테스트 연간 시행</li> <li>• 개인정보/암호화/클라우드 정책 개편</li> <li>• 정보보호위원회 운영 및 개인정보 리스크 관리</li> </ul>
2027		<b>정보보안 위협탐지-대응 AI/자동화</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 자산의 보안위협 모델링 적용</li> <li>• 시스템 통합인증 체계 구현, 권한 최소화 원칙</li> <li>• 침투여부 추적 방안(Retro Hunting) 적용과 확산 차단</li> <li>• Agentic AI 보안위협 예측 및 대응 자동화</li> </ul>
2030		<b>GRC(Governance, Risk, Compliance) 체계 고도화</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자산가치, 취약성, 통제효과 기반의 리스크 관리</li> <li>• 사이버 RISK 정량화 및 경영 KPI 연계</li> <li>• 국내 및 글로벌 보안위협 인텔리전스 피드 통합</li> <li>• 위협 환경 변화에 따른 아키텍처 및 보안 데이터 품질 향상</li> <li>• 국제 규제(ISO 27001/27701, NIST CSF) 인증</li> </ul>

CASE1. 건전한 네트워크문화 확산을 이끈 회원 윤리경영

회원이 정직과 원칙 중심의 비즈니스를 실천하도록 윤리강령을 제정하고, 윤리문화 확산 활동을 전개하고 있습니다. 2,700여 명이 참여한 글로벌 윤리강령 선포식과 전국 센터의 윤리 캠페인을 통해 건전한 네트워크문화를 확산했으며, ‘온라인 문화 정립과정’과 글로벌 법인장 워크숍을 통해 윤리의식을 내재화했습니다. 이러한 활동은 회원의 윤리 실천을 강화하고, 조직 전반의 윤리경영 체계를 공고히 하는 기반이 되고 있습니다.

CASE2. 고충상담제도 운영을 통한 조직 내 윤리 이슈 사전 차단

직장 내 괴롭힘, 성희롱, 스트레스 피해, 윤리강령 위반 등 다양한 윤리 이슈에 신속하게 대응할 수 있도록 고충상담제도를 온-오프라인으로 운영하고 있습니다. 사안별 단계별 처리 프로세스와 철저한 비밀보장을 기반으로 한 이 제도는 단순한 사후 처리 기능을 넘어, 윤리 이슈에 대한 사전 예방과 심리적 안정망 역할을 하고 있습니다. 그 결과 2022년부터 2024년까지 3년 연속으로 고충상담소를 통한 제보 건수가 ‘0건’을 기록하며, 조직 내 윤리 리스크가 효과적으로 관리되고 있음을 보여주고 있습니다.

고충상담소 제보건수

구분	2022년	2023년	2024년
직장 내 괴롭힘	0건	0건	0건
성희롱	0건	0건	0건
스트레스 피해	0건	0건	0건
윤리경영 위반	0건	0건	0건

윤리경영 체계  
구축 및 실천

**CASE3. 제품 정보·마케팅 분야 위반 ‘제로’ 달성, 고객 신뢰 기반 강화**

모든 제품의 표시·광고에 대해 사전 검토 프로세스를 운영하고, 마케팅 윤리 가이드를 마련해 고객 대상 커뮤니케이션의 투명성과 책임성을 높이고 있습니다. 그 결과, 2023~2024년 2년간 ‘제품 라벨링’, ‘제품 안전성’, ‘마케팅 커뮤니케이션’ 분야에서 위반 사례 0건을 달성하며, 고객 권익 보호와 신뢰 확보에 기여했습니다.

구분	2022년	2023년	2024년
제품 및 서비스의 정보와 라벨링	1	0	0
제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정	0	0	0
마케팅 커뮤니케이션	0	0	0

**CASE4. 3년 연속 개인정보 침해 ‘0건’, 정보보호 체계의 안정성 입증**

고객의 개인정보 보호를 윤리경영의 핵심 과제로 인식하고, 체계적인 보안 시스템과 조직적 대응 체계를 구축하여 정보 유출을 사전에 방지하고 있습니다. 메일 및 암호화 통신 모니터링 시스템 운영, 연간 보안 컨설팅, 유출 사고 대비 예약금 계좌 운영 등 다층적인 보호 조치를 통해 실질적인 보호 역량을 강화해왔습니다. 그 결과 2022년부터 2024년까지 3년 연속으로 개인정보 침해 사고가 한 건도 발생하지 않았으며, 이는 고객 신뢰 확보를 위한 정보보호 체계가 안정적으로 작동하고 있음을 보여줍니다.

구분	2022년	2023년	2024년
개인정보 침해건수	0건	0건	0건

리스크관리  
체계 구축

애타미는 예측 가능한 리스크는 사전 예방 중심으로, 불가피한 리스크는 신속 대응을 원칙으로 하여 안정적인 글로벌 경영과 지속가능 성장을 추구하고 있습니다. 전사적 차원의 리스크 모니터링 체계를 구축하고 있으며, 리스크 유형에 따라 통제 가능성과 영향 수준을 구분하여 차별화된 대응 전략을 운영하고 있습니다. 아울러, 회계의 투명성과 재무정보의 신뢰성을 높이기 위해 내부회계관리제도와 외부감사제도를 철저히 운영하고 있으며, SAP 기반의 시스템 고도화를 통해 전사적 재무·경영정보 관리 역량을 강화하고 있습니다.



리스크관리  
체계 구축

리스크 대응 절차

구분	내용
1. 감시 및 보고	리스크 발생 감지 후 내부 보고체계 가동
2. 위험도 분석	리스크의 심각도 및 영향도 평가
3. 대응 역량 결집	관련 부서 및 인력 투입, 해결 방안 실행
4. 재발 방지 대책 수립	원인 분석 및 제도·시스템 개선 조치

리스크 유형별 관리 전략

통제불능	
<b>정치·정부정책 및 규제</b> 정책 지속 모니터링 및 대응정책 수립	<b>자연재해</b> 재해 복구를 위한 예산 및 계획수립
통제가능	
<b>재무</b> <b>환율</b> 환율 변동에 따른 손실을 줄이기 위해 환율을 상시 모니터링하고, 필요 시 금융 수단을 활용해 리스크를 관리 <b>금리</b> 금리 변동에 따른 재무리스크 발생 및 영향을 최소화하도록 재정 건정성을 유지 <b>원자재 가격</b> 유통업의 특성 상, 원자재 가격 변동에 따른 재무리스크 영향이 제한적이나, 제품을 생산하는 협력사들의 경영 상황을 파악하고 필요한 지원을 협업하여 관리	<b>비재무</b> <b>법률</b> 국가별 네트워크마케팅 법률 상이성 고려, 진출 전 전문가 조직이 법적 리스크 사전 검토 및 대응 <b>경영</b> 현지 산업발전 수준, 물류·문화 등 경영환경 차이를 전략적으로 분석·관리 <b>전략</b> 주안 단위 정기 전략회의와 주무부서별 상시 회의체 운영을 통해 효율적 의사결정 시스템 정착 <b>운영</b> 실시간 IT 인프라로 부서 간 정보 비대칭 해소 및 시스템적 지원 <b>IT보안</b> 정보보호 마스터플랜 운영, 연간 보안 컨설팅 및 체계 개선 <b>평판</b> 윤리적 마케팅, 고객 소통 강화, ESG 기반 활동 확대 <b>윤리</b> 윤리경영 문화 확산, 임직원·회원 대상 윤리교육 강화 및 고충상담제도 운영

회계투명성 관리 및 SAP 시스템 도입

기업 운영의 투명성과 재무정보의 신뢰성 확보를 위해 철저한 내부회계관리 제도를 운영하고 있으며, 외부감사와 정기 컨설팅을 통해 재무 이상 징후를 사전에 모니터링하는 시스템을 구축하고 있습니다. 이러한 회계투명성 강화를 위한 노력의 일환으로, SAP의 최신 버전인 S/4HANA를 도입하여 재무회계, 관리회계, 구매, 생산, 재고 등 전사적 자원관리 체계를 고도화하였습니다. 또한 협력업체 시스템과 연동된 SCM 체계를 마련해 공급망 전반의 투명성과 효율성을 높였으며, 이를 통해 신속하고 정확한 원가 계산, 글로벌 결산 일정 단축, 경영정보 보고의 속도 향상 등 실질적 성과를 달성하고 있습니다.

**CASE1. 전사 참여 기반의 리스크 요인 160건 도출, 체계적 사전 대응 체계 확립**

애타미는 고객 성공이라는 경영 목표 달성을 위해 발생 가능한 리스크를 전사 차원에서 통합·전략적으로 분석하고 있습니다. 전 직원이 참여한 리스크 매핑을 통해 160여 개의 주요 리스크 팩터를 도출하고, 각 리스크별 책임자를 지정해 사전 예방과 대응 책임을 명확히 하였습니다. 또한, 프로세스-서브프로세스-단위업무-담당 체계로 업무를 세분화하고, 리스크 프로세스 맵 기반의 대응 매뉴얼을 구축하여 새롭게 발생할 수 있는 다양한 위험요소에 대비할 수 있는 체계적 대응 시스템을 마련하였습니다.

**CASE2. 글로벌 쇼핑물 시스템 고도화로 디지털 리스크 대응력 강화**

본사와 해외 법인의 쇼핑물 시스템을 최신 버전으로 업데이트하여 디지털 리스크에 선제적으로 대응하고 있습니다. 신규 기능 도입과 보안 기능 강화 등을 통해 해킹, 데이터 누출 등 온라인 기반 리스크에 대한 저항력을 높였으며, 고객 사용자 경험 개선과 함께 안정적인 글로벌 판매 환경을 구축하고 있습니다.

**CASE3. CRO 임명 통해 경영진 중심의 통합 리스크 관리 체계 구축**

리스크 관리의 선행성, 체계성, 경제성을 강화하기 위해 최고리스크관리책임자(CRO)를 임명하고, 경영진 차원의 리스크 관리 체계를 확립하였습니다. 이를 통해 전략적 리스크 사안에 대한 의사결정 속도와 실행력을 높이고, 전사적 관점에서 통합적인 리스크 대응 기반을 마련하고 있습니다.

**CASE4. SAP 도입을 통한 재무정보 신뢰성 및 관리효율 제고**

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

**CASE5. 부패·공정거래 위반 '0건', 윤리경영 기반의 리스크 사전예방 실현**

전사 임직원을 대상으로 윤리경영 체계를 적용하고 있으며, 공정거래법 및 소비자 보호 관련 법규를 전 사업 영역에 걸쳐 100% 준수하도록 관리하고 있습니다. 특히 부패 및 제규정 위반 발생 이후의 사후 점검이 아닌, 사전 예방 중심의 리스크 관리 체계를 구축·운영하고 있습니다. 이를 위해 내부회계관리제도를 통해 주요 업무 프로세스와 회계 처리 항목에 대한 통제 활동을 상시 수행하고 있으며, 정기적인 내부 점검과 외부 회계감사를 통해 잠재 리스크를 사전에 식별·관리하고 있습니다. 또한 윤리규정 및 내부 통제 기준에 기반한 지속적인 모니터링을 통해 부패·공정거래·소비자보호 관련 리스크를 예방하고 있습니다. 이러한 사전 예방 중심의 윤리경영 및 리스크 관리 활동의 결과, 2022년부터 2024년까지 최근 3년간 부패, 공정거래 및 소비자보호 분야에서 법규 위반 사례는 발생하지 않았습니다.

구분	2022년	2023년	2024년
윤리경영 내 부패분야	0건	0건	0건
공정거래위원회	0건	0건	0건
한국소비자원	0건	0건	0건

APPENDIX

- 118 ESG DATA
- 130 GRI INDEX / UN SDGS / SASB / WEF IBC SCM / K-ESG
- 141 가입 협회 및 주요 인증·수상
- 144 제 3자 검증의견서

# ESG Data

## 경제성과

요약 연결 재무상태표 (사업연도 말 기준, 단위 : 백만 원)

구분	2022년	2023년	2024년
유동자산	605,386	606,002	622,390
비유동자산	292,560	348,602	428,971
<b>자산총계</b>	<b>897,946</b>	<b>954,605</b>	<b>1,051,362</b>
유동부채	182,000	190,566	194,958
비유동부채	8,473	13,876	9,650
<b>부채총계</b>	<b>190,473</b>	<b>204,443</b>	<b>204,609</b>
자본금	1,000	1,000	1,000
자본잉여금	-111	-111	-107
자본조정	-	-	-0.023
기타포괄손익누계액	6,339	3,986	17,778
이익잉여금	695,025	739,243	821,361
<b>자본총계</b>	<b>707,472</b>	<b>750,161</b>	<b>846,753</b>

요약 손익계산서 (단위 : 백만 원)

구분	2022년	2023년	2024년
<b>매출액</b>	<b>1,238,819</b>	<b>1,183,447</b>	<b>1,209,640</b>
매출원가	698,316	646,671	641,574
매출총이익	540,504	536,776	568,065
판매비와관리비	398,387	396,689	388,581
<b>영업이익</b>	<b>142,117</b>	<b>140,086</b>	<b>179,484</b>
영업외수익	47,874	45,753	61,023
영업외비용	67,221	50,858	65,281
법인세차감전순이익	122,771	134,981	175,227
법인세비용	30,078	50,424	52,936
<b>당기순이익</b>	<b>92,692</b>	<b>84,556</b>	<b>122,290</b>

경제적 가치 창출액 (연결기준, 단위 : 백만 원)

2022년	2023년	2024년
1,991,422	1,880,412	1,917,823

경제적 가치 분배 (연결기준, 단위 : 백만 원)

이해관계자	2022년	2023년	2024년
협력사	694,420	643,111	637,412
고객 및 회원	752,603	696,965	708,183
정부	42,654	62,586	65,388
임직원	78,153	77,437	76,825
사회	24,924	16,782	27,239
주주 및 채권자	60,059	40,000	40,000
<b>합계</b>	<b>1,652,812</b>	<b>1,536,880</b>	<b>1,555,047</b>

## 환경성과

온실가스 배출량 (단위 : tCO<sub>2</sub>eq, 억원)

에터미	구분	2022년	2023년	2024년
Scope1	도시가스(LNG)	0.411	0.466	0.475
Scope2	전력	649	622	621
<b>합계(tCO<sub>2</sub>eq)</b>		<b>650</b>	<b>622</b>	<b>621</b>
온실가스 배출 집약도 (매출액 기준 원단위) (tCO <sub>2</sub> eq/억원)		0.05	0.05	0.05

홍삼단	구분	2022년	2023년	2024년
Scope1	도시가스(LNG)	76	76	57
Scope2	전력	735	688	737
<b>합계(tCO<sub>2</sub>eq)</b>		<b>810</b>	<b>764</b>	<b>794</b>
온실가스 배출 집약도 (매출액 기준 원단위) (tCO <sub>2</sub> eq/억원)		6.96	8.85	8.97

\*자료 취합 기준 및 산정 방식 개선에 따라 홍삼단 2022년-2023년 온실가스 배출량 데이터를 정정하였습니다.

원자재 사용량 (단위 : ton)

항 목	2022년	2023년	2024년
종이	134.6	120.4	110.1
유리	189.6	138.7	160.0
메탈	11.5	10.9	9.2
플라스틱	3,797.7	3,093.9	2,611.2
<b>총합계</b>	<b>4,133.4</b>	<b>3,363.9</b>	<b>2,890.5</b>

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

## 환경성과

### 에너지 및 용수 사용량 (단위 : kWh, m<sup>3</sup>, Ton, %)

에너지	구분	2022년	2023년	2024년	
전기	사용량	kWh	1,413,225	1,353,014	1,299,791
	에너지 집약도 (매출액 기준 원단위)	kWh/억원	114.1	114.3	107.5
가스		m <sup>3</sup>	8,096	9,182	8,596
용수 사용량		m <sup>3</sup>	13,863	26,905	7,316

홍삼단	구분	2022년	2023년	2024년	
전기	사용량(kWh)	kWh	1,599,382	1,496,891	1,603,816
	에너지 집약도(매출액 기준 원단위)	kWh/억원	116.5	86.3	88.5
가스		m <sup>3</sup>	20,501	20,719	15,414
지하수 사용량		Ton	3,015	2,122	1,967
재활용수		Ton	-	-	-
재활용수 비율		%	-	-	-

\*에너지 본사 및 제조업을 영위하는 자회사(홍삼단) 기준

\*에너지 본사는 상수만 사용하며, 생활하수는 종말처리장에서 처리됩니다.

\*자료 취합 기준 및 산정 방식 개선에 따라 홍삼단 2022년~2023년 전기 및 가스 사용량 데이터를 정정하였습니다.

홍삼단	단위	2021년	2022년	2024년
폐수 배출량	Ton	128	306.6	331.4
BOD	mg/L			84
COD	mg/L	미측정	미측정	37.4
SS	mg/L			9

\*홍삼단 사업장은 공주 보물농공단지 내 개별 배출사업장으로서, 「물환경보전법」 및 공주 보물농공단지외 별도 배출허용기준을 준수하여 하-폐수를 관리하고 있습니다. 해당 사업장은 법적 배출허용기준을 충족하고 있으며, 이를 상회하는 내부 관리 기준을 수립하여 보다 엄격하게 운영하고 있습니다. 특히 공단 폐수처리시설의 안정적 운영과 추가적인 환경오염 방지를 위해, 법적 배출허용기준보다 강화된 내부 기준으로 pH 8.6 이하, 배출수 온도 40°C 이하로 관리하고 있으며, 해당 기준을 충족하도록 상시 관리 및 점검을 실시하고 있습니다. 또한 에너지는 용수 사용 효율성을 높이기 위해 스티브 일러 사용 후 발생하는 응축수를 재활용하는 방안을 검토하고 있으며, 공유 자원 활용 확대와 수자원 절감을 위한 개선 활동을 단계적으로 추진하고 있습니다.

### 폐기물 배출량 (단위 : 개, ton)

종류	단위	2022년	2023년	2024년
생활폐기물	75L 봉투(개)	211	408	400
	100L 봉투(개)	105	-	-
음식물폐기물	1000L	34	35	20
재활용폐기물	톤	14.3	15.2	7

## 환경성과

홍삼단	단위	2022년	2023년	2024년	
폐기물	폐합성수지류 재활용 (중간가공폐기물제조)	Kg	2,270	6,960	10,610
	그 밖의 폐기물 (중간처분(일반소각))	Kg	-	-	-
	폐유기용제	Kg	-	-	-
	합계	kg	2,270	6,960	10,610

\*홍삼단의 폐기물 배출량은 폐기물 배출 및 처리실적 보고 기준입니다.

### 환경법 및 규정 위반 (단위 : 건)

구분	2022년	2023년	2024년
위반건수	0	0	0

### 에너지 주요제품 친환경 리뉴얼 사례

제품명	리뉴얼 내용
리필 제품	에너지 엑상 세탁세제, 섬유린스, 얼룩제거제, 플로어 크리너, 테이프 크리너, 필링패드, 헤어롤, 애플루트 24K 골드 나이트 마스크, 애플루트 어반 쉼 선 쿠션, 애플루트 허니 진생/프렌치 로즈/히노키 클레이 마스크
완충재	• PE재질 에어캡 완충재를 친환경 종이 완충재로 교체
에너지 스킨케어 6시스템 (現 에너지 스킨케어시스템 더 페이스)	• 2중 용기를 단용기로 변경하여 포장 부피 축소(15.7%) • 플라스틱 중량 감소
에너지 카밍스킨	• 2중 용기를 단용기로 변경하여 포장 부피 축소(44%) • 플라스틱 중량 감소
어게인 세럼	• 2중 용기를 단용기로 변경하여 포장 부피 축소(35%) • 플라스틱 중량 감소
에너지 슬림바디 셰이크 4종	• PET 용기에서 파우치 타입으로 변경
에너지 간 고등어	• 간고등어 아이스박스 축소
에너지 오랄케어 기프트 세트	• 플라스틱 트레이 삭제 및 외포장 사이즈 축소로 플라스틱 절감
에너지 황사마스크 KF 94/80	• 개별 파우치에서 5매입 파우치로 변경 (KF 94/ KF 80)
에너지 칫솔/콤팩트 칫솔	• 플라스틱 트레이 삭제 및 종이 패키징 적용
에너지 치약	• 네오 CCP R30(30% 재활용 용지) 종이 적용
에너지 에티오피아 싱글 오리진 라떼	• 알루미늄 캔을 테트라팩 종이로 변경
에너지 해양 심층수	• 라벨 삭제 및 플라스틱 중량 절감, 재활용 평가 최우수 등급
아델리카 홀리데이/블루밍 에디션	• 종이 팔레트 적용
애플루트 워시오프 마스크 3종	• 리필용기 적용
엑상세탁세제/섬유린스	• 리필 파우치 적용
헤모힘	• 머리패드 삭제 및 세트박스, 단박스 중량 절감
간 고등어	아이스팩 / 물 타입으로 충전재 변경 (고흡수성 수지 > 물) / 동절기에 맞춰 일시적 적용
다시마 간장	투명 PET 변경 및 손잡이 삭제
더마 리얼시카 크림	튜브 캡 : 무광코팅 삭제 - 무광제 원료 사용으로 코팅 공정을 없애고 맨사출 적용

## 사회성과

제품명	리뉴얼 내용
핸드테라피 3종	튜브 캡 : 무광코팅 삭제 - 무광제 원료 사용으로 코팅 공정을 없애고 맨사출 적용
카페 아라비카, 아라비카 제로슈가	손잡이 변경 (기존 플라스틱 손잡이에서 종이 손잡이로 변경 적용)
패키징 박스 (다시마, 간장, 블루베리즙, 유기미네랄 원당, 알찬건과, 생과즙 그대로 오렌지주스 및 생자몽주스 등)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 끈, 플라스틱 손잡이를 제거하거나 종이 손잡이로 대체</li> <li>• 라미코팅 (비닐) 종이를 100% 재활용 가능 종이로 변경</li> <li>• 환경 및 인체 유해 잉크를 100% 생분해 잉크로 변경</li> <li>• 인체 무해한 잉크를 사용한 접착제</li> </ul>
홍보 인쇄물	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인쇄 후가공 무광 라미네이팅 삭제</li> <li>• 친환경 인증용지 및 콩기름 인쇄 적용</li> </ul>
더페임 스킨케어	재활용 어려움에서 재활용 보통이상으로 변경 예정

### 고용인원 (단위 : 명)

구분		2022년	2023년	2024년
전체		767	770	752
지역별	국내	299	303	269
	해외	468	467	483
	해외 고위관리자	25	26	26
성별	여성	373	359	378
	남성	394	411	374
고용 형태별	정규직	674	685	681
	기간제	93	85	71
연령별	20대	166	151	138
	30대	381	382	361
	40대	170	184	197
	50대 이상	50	53	56

\*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

\*애터미 소속이 아닌 외주-협력사 소속 상주 인력 22명은 사내카페(1명), 식당운영(7명), 미화(8명), 시설-전기(3명), 경비(2명), 인포데스크(1명) 등 사육 운영 지원 업무를 수행함

### 신규채용 인원 (단위 : 명)

구분		2022년	2023년	2024년
전체		106	76	50
지역별	국내	23	15	2
	해외	83	61	48
성별	여성	68	43	29
	남성	38	33	21

## 사회성과

구분		2022년	2023년	2024년
연령별	20대	42	41	26
	30대	46	21	17
	40대	15	11	5
	50대 이상	3	3	2

\*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

### 이직 인원 (단위 : 명)

구분		2022년	2023년	2024년
전체		86	76	96
지역별	국내	25	15	32
	해외	61	61	64
성별	여성	50	41	45
	남성	36	35	51
연령별	20대	35	21	30
	30대	29	33	37
	40대	13	18	26
	50대 이상	9	4	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

### 다양성 및 균등성 (단위 : %, 명)

구분	단위	2022년	2023년	2024년
여성 직원 비율	%	48.6	46.6	50.3
여성 미등기임원 비율	%	33.3	30.8	36.4
장애인 고용인원	명	5	5	5

\*애터미의 임원은 이사급 이상으로, 인사발령 시 임원 발령 공지가 이루어집니다. 이 중 미등기임원은 「법인등기부등본」에 등기되지 않은 임원을 의미합니다.

### 최고연봉자 대비 임직원 임금 비율

구분		2022년	2023년	2024년
비율		4.1%	4.4%	5.05%

\*임금 : 연봉 및 상여 평균 기준

\*임직원 임금은 회장 및 히즈빈스 바리스타 제외 기준

### 일·가정 양립제도 (단위 : 명, %)

구분	단위	2022년	2023년	2024년
출산 휴가	여성 명	1	4	9
	남성 명	2	4	4
육아 휴직	여성 명	4	4	9
	남성 명	2	-	2

## 사회성과

구분	단위	2022년	2023년	2024년
육아휴직 후 복귀율	%	100	100	100
유지율 (12개월)	%	100	100	100

\*육아휴직자 : 육아휴직을 신청한 임직원  
 복귀율 : 육아휴직 종료 후 근무를 재개한 임직원 비율  
 유지율(12개월) : 복귀 후 12개월 이상 재직한 임직원 비율

### 교육 및 훈련 (단위 : 명, 원)

구분	단위	2022년	2023년	2024년
총 복리후생 비용	원	7,002,013,000	6,351,210,000	6,080,152,000
총 교육·훈련비	원	1,213,496,626	1,347,198,759	806,292,927
교육·훈련받는 인원	명	234	232	210
1인당 교육·훈련비	원	5,185,883	5,806,891	3,839,490
1인당 교육·훈련 시간	시간	2시간	2시간	2시간

\*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

2022년	2023년	2024년
5회	3회	3회

### 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	2022년	2023년	2024년
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’ 리포트 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. 임원과 직원의 급여 정책은 동일한 기준에 따라 운영되며, 직급과 역할에 따른 성과 책임 수준을 고려해 적용됩니다. 해당 연도의 보상 정책과 조정 방향은 연 1회 ‘CEO Letter’를 통해 임원과 직원을 포함한 전 임직원에게 공유됨으로써 보상 체계의 투명성을 확보하고 있습니다.

\* 애터미의 대졸 신입사원 임금은 시급 9,860원, 유급주휴 수당 포함 월 209시간을 근로기준으로 한 2024년 최저임금 결과값과 비교 하였을때, 263%수준입니다.

## 사회성과

### 안전보건 교육인원 및 교육시간 (단위 : 시간, 명)

구분	2022년	2023년	2024년
교육시간	2시간	2시간	2시간
누적 교육인원	232명	234명	210명

\*애터미 본사 내 상근직원에 대해 실시했습니다 (중복인원을 포함한 누적인원기에 연도마다 편차가 존재합니다).  
 \*자료 취합 기준 및 산정 방식 개선에 따라 2022년~2023년 누적 교육인원 데이터를 정정하였습니다.

### 산업안전보건 관리시스템의 적용을 받는 근로자 (단위 : 명)

2022년	2023년	2024년
226	227	210

\*산업재해 등에 대비하여 정규직에 해당하는 임직원들을 대상으로 단체보험을 가입했습니다.

### 법률규정 및 자율규정 위반 (단위 : 건)

구분	2022년	2023년	2024년
제품 및 서비스의 정보와 라벨링	1	0	0
제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반	0	0	0
마케팅 커뮤니케이션	0	0	0

\*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	2022년	2023년	2024년
사망사고 건수	건	0	0	0
재해율	%	0	0	0
직업병 발병률	%	0	0	0

### 사내 상담 프로그램 운영 이용인원 (단위 : 명)

연도	2022년	2023년	2024년
상담인원	30	25	40

### 협력사 구매금액 (단위 : 개, 억 원)

구분	단위	2022년	2023년	2024년
협력사 수	개	78	76	88
구매금액	억 원	6,944	6,431	6,374

### 협력사 경영지원금 및 품질레벨업 활동지원 (단위 : 백만 원)

구분	2022년	2023년	2024년
경영지원금	3,225	113	684
품질레벨업 활동지원	142	109	54

\*자료 취합 기준 및 산정 방식 개선에 따라 2022년~2023년 협력사 경영지원금 데이터를 정정하였습니다.

## 사회성과

환경 및 사회 관련 심사를 거친 공급업체 (단위 : 개, %)

구분	내용	2022년	2023년	2024년
사회	전체 합격사 수	78	76	88
	인증 합격사 수	37	49	49
	인증 합격사 비율	47.4%	64.5%	55.7%
지배구조	전체 합격사 수	78	76	88
	인증 합격사 수	3	5	5
	인증 합격사 비율	3.8%	6.6%	5.7%
환경	전체 합격사 수	78	76	88
	인증 합격사 수	28	35	35
	인증 합격사 비율	35.9%	46.1%	39.8%

\*자료 취합 기준 및 산정 방식 개선에 따라 2022년~2023년 합격사 인증 수 및 비율 데이터를 정정하였습니다.

### 합력사 주요 인증 현황

구분	인증	설명
소비자 및 윤리 관련 인증	CCM	기업의 모든 경영 활동이 소비자 관점에서 운영되고 있는지를 평가해 부여하는 인증
	ISO 37001	기업이 뇌물 수수 등 부패 리스크를 예방하고 대응할 수 있는 관리체계를 갖추고 있는지를 국제적으로 인증하는 제도
	ISO 37301	조직의 준법 통제 시스템을 평가하고 인증하는 국제 표준으로, 법규 위반 예방과 윤리경영을 위한 기반 마련에 중점
	SMETA	노동, 보건안전, 환경, 윤리 기준에 따른 공급망 감사를 위한 글로벌 표준 (SEDEX 회원사를 위한 다중 기준 감사 방식)
안전 및 환경 관련 인증	Ecovadis	환경·노동·윤리·공급망 지속가능성 분야를 종합 평가하는 글로벌 ESG 평가 플랫폼
	ISO 45001	사업장에서의 산업재해 예방과 안전보건 리스크 관리를 위한 국제 표준
	ISO 14001	환경경영 방침 수립부터 실행, 모니터링까지 전반적인 환경경영체계를 평가하고 인증하는 국제 표준
	CDP	글로벌 투자기관을 대신해 기업의 기후변화 대응과 온실가스 배출량 등을 공개하도록 요청하는 이니셔티브
녹색 기술 및 제품 관련 인증	Zero Net 탄소배출	기업이 온실가스 배출량을 감축하거나 상쇄해 '탄소중립'을 달성했음을 공식 인정하는 제도
	환경성적표지	제품의 환경 영향을 정량적으로 분석해 공개하는 제도
	녹색기술인증	온실가스 감축, 에너지 효율 향상, 자원순환 등의 기술적 성과를 입증한 친환경 기술에 부여하는 인증
	녹색기술제품인증	녹색기술을 적용한 제품에 부여하는 인증으로, 환경성과 상업성을 동시에 갖춘 제품을 평가
녹색전문기업인증	녹색기술 관련 제품 또는 서비스를 전문적으로 영위하고 있는 기업에게 부여하는 인증. 정부 지원 사업 참여 시 우대	
	LOHAS	건강, 환경, 지속가능성을 고려한 제품·서비스에 부여되는 인증. 소비자의 윤리적 소비를 장려하는 지표.

기부집행금액 (단위 : 연결기준, 백만 원)

구분	단위	2022년	2023년	2024년
기부 집행금액	백만 원	24,924	16,781	27,239
매출액	백만 원	1,238,819	1,183,447	1,209,640
매출액 대비 비중	%	2.01%	1.42%	2.25%

### ESG 핵심이슈 관리

핵심이슈	위험 및 기회 영향 분석	리스크 관리	사업전략	향후 계획	GRI	UN SDGs
합력사 ESG지원 및 동반성장	불공정 거래 인식 시 사회적 비판 및 평판 리스크	합력사 ESG 평가 및 인증제도 운영	합리적이고 지속 가능한 매입 정책 추진	합력사 ESG 수준 진단체계 고도화	308 414	
	ESG 평가 기반 거래로 신뢰 경영 실현	공동 R&D 및 품질·기술 컨설팅 제공	합력사 경영안정 지원 프로그램 운영	공동 기술개발을 통한 제품 고도화		
지역사회 기여 및 상생	지역사회 연결 미흡 시 기업 이미지 악화	취약계층 맞춤형 지원 및 복지 사각지대 발굴	지역 실태 기반의 맞춤형 지원 프로그램 운영	지역특화 사회공헌 프로그램 정례화	201, 203, 413	 
	지역 밀착형 활동을 통한 사회적 신뢰 확보	공공기관·NGO와 협력한 사회공헌 운영	공공-민간-기업 연계 사회공헌 모델 운영	정량·정성 분석 고도화		
	고객의 건강 및 안전	품질 미흡 시 소비자 건강 위협 및 법적 리스크	소비자중심경영 (CCM) 체계 운영	품질관리 체계 확대	CCM 재인증 및 고객안전 관련 ISO 인증 확대 추진	416
재무성과 및 제품 경쟁력	품질인증 확보로 고객 신뢰 강화	제품 이슈 발생 시 신속 대응 프로세스 구축	고객 불만 예방 및 해결 프로세스 고도화	고객 피드백 반영률 향상 위한 운영 프로세스 개선		
	제품 경쟁력 정체 시 매출 감소 및 시장점유율 하락	수익성 모니터링 및 원가 관리 강화	절대품질·절대가격 중심 제품 전략 강화	수익·비용 구조 분석 기반 전략 투자	201, 416, 417	
	품질·가격 경쟁력 확보로 글로벌 성장 가능	제품 품질·기술력 기반 경쟁력 확보	수출 확대 위한 글로벌 인증·현지화 추진	친환경·기능성 제품 개발 확대		
소비자 보호 및 마케팅 윤리	과장 광고·불공정 마케팅 시 법적 제재 및 신뢰도 하락	허위·과장광고 사전 차단을 위한 내부 검토 시스템 운영	윤리경영 기반의 광고 및 커뮤니케이션 실행	제품광고 모니터링 체계 정례화	417	 
	윤리적 마케팅을 통한 고객 신뢰도 확보	고객정보 보호 및 사용 투명성 강화	고객보호 정책 강화 및 사후처리 만족도 제고	CCM 등 소비자 관련 인증 추가 확대		
책임 있는 가격 정책	시장 대비 과도한 가격 상승 시 브랜드 신뢰 저하	합력사 대상투명한 가격 기준 적용	원가 기반 정직한 가격 산정 체계 구축	'절대가격' 기준에 부합하는 제품군 지속 확대	416, 417	 
	공정한 가격 형성과 원가 기반 투명한 구조로 유통 혁신 사례화	고객 및 회원 대상 가격 윤리 교육 운영	소비자 권리 보호 관점에서의 가격 정보 제공	고객 피드백 반영한 가격정책 개선 주기적 시행		

핵심이슈	위험 및 기회 영향 분석	리스크 관리	사업전략	향후 계획	GRI	UN SDGs
공정한 거래 및 유통 투명성 강화	불공정 계약 또는 유통 구조 왜곡 시 사회적 비판 유통 투명성 확보로 브랜드 이미지 제고	공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영 계약 및 유통 프로세스 표준화	공정거래 원칙을 경영철학과 연계 협력사와 수평적 파트너십 유지	CP 운영 고도화 및 외부 인증 추진 공정거래 교육 확대	205, 206	
글로벌 시장진입 및 사업성장	현지 규제·문화 차이로 인한 진입장벽 존재 무점포 직접판매 모델을 통한 진입장벽 최소화	국가별 법규 및 통관 조건 분석 후 진입 전략 수립 현지 법인 운영 안정화 및 문화 적응 교육 강화	각국 인증·표기제도 반영한 제품 개발 체계화 글로벌 브랜드 이미지 강화 및 인증 취득 확대	글로벌 R&D센터·물류센터 설립 확대 지속가능 포장·친환경 인증 확보 통한 글로벌 수출 경쟁력 강화	202, 203	
제품품질 및 고객만족	품질 문제 발생 시 고객 신뢰도 하락 '절대품질·절대가격' 실현으로 브랜드 차별화	제품 출시 전 검사 및 전문가 품질 평가 안전성 테스트 및 시험성적서 확보	절대품질·절대가격 철학 기반 제품 공급 정기 테스트 기반 사전 품질 검증 체계 강화	유해물질 관리 강화 및 친환경 포장 확대 소비자 만족도 조사 결과 반영한 제품 개선	416, 417	 
지속가능한 경영 및 비즈니스 전략	ESG 미이행 시 시장 신뢰 저하, 글로벌 진출 제약 지속가능경영 체계 구축 시 장기 성장 기반 확보	중대성 평가 기반 ESG 우선과제 도출 전담조직 및 내부 추진체계 운영	ESG 요소를 전사 전략에 통합 글로벌 기준(GRI, SASB 등) 연계 관리	ESG 실행계획 정례화 및 고도화 지속가능 제품·유통 조직 혁신 확대	2-22, 2-23, 2-25, 201	 
개인정보 보호 및 정보보안	정보 유출 시 법적 제재 및 고객 신뢰 하락 강력한 보안 체계로 브랜드 신뢰도 제고	개인정보 보호법 등 법규 준수 사내 정보보호 정책 수립 및 정기 업데이트	고객 동의 기반 정보 수집 체계 운영 전사 보안교육 및 사이버 윤리 강화	정보보호 국제 인증 도입 검토 개인정보 보호 관련 ESG 성과 공개 항목 확대	418	
윤리경영 및 리스크 관리	윤리 이슈 발생 시 평판 및 법적 리스크 리스크 대응체계로 위기 대응력 확보	윤리현장 및 행동강령 운영 CRO 임명 및 리스크 총괄 체계 구축	윤리교육 정례화 및 문화 확산 재무 리스크 관리를 위한 시스템 고도화	내부통제 및 감시체계 고도화 ESG 기반 리스크 대응 매뉴얼 정비	2-23, 2-26, 205, 206	
이해관계자 소통 및 참여 확대	이해관계자 의견 미반영 시 정책 실효성 저하 다양한 의견 수렴을 통한 지속가능경영 전략 고도화	이해관계자별 소통 채널 및 대응 부서 지정 중대성 평가 체계 수립 및 의견 반영 절차 마련	GRI 기준 기반의 이해관계자 참여 프로세스 운영 정기 간담회, 포럼, 캠페인 등 참여형 소통 방식 확대	중대성 평가 정례화 및 이해관계자 참여 비중 확대 ESG 이슈별로 이해관계자 참여 지표 설정 및 모니터링 체계화	102, 413	 

핵심이슈	위험 및 기회 영향 분석	리스크 관리	사업전략	향후 계획	GRI	UN SDGs
임직원 복지 및 역량 강화	복지·성장 기회 부족 시 인재 이탈 및 조직 몰입도 저하 디지털 전환 시대, AI 역량 부족 시 경쟁력 약화 위험 전인적 복지를 통한 근속률 및 만족도 제고	복지 설계 및 제도 운영 만족도 모니터링 SI·화용 시 보안·격차 리스크 관리 업무환경 개선을 위한 임직원 의견 반영	전인적 복지 및 삶의 질 향상 지원 교육·경력개발 등 성장지원 체계 강화 AI 콘테스트·멘토링 통한 디지털 역량 강화 외부 인증 성과 연계 경쟁력 제고	가족친화 및 워라밸 제도 강화 정량적 만족도 조사를 통한 복지 개선 주기화 AI 교육·콘테스트 고도화 및 정례화	401, 404	 
인권 및 노동환경 보호	인권침해 발생 시 사회적 평판 하락 및 규제 리스크 안전하고 건강한 일터 제공으로 조직 몰입도 제고	4대 인권준중 원칙 수립 및 사내 확산 인권침해 대응 체계 운영 및 모니터링	역량 강화 및 성장 지원 체계 구축 다양성과 포용성 중심의 인사 정책 강화	직무 스트레스·직장 내 괴롭힘 진단 시스템 구축 및 모니터링 인권 실사 및 평가체계 내재화	401, 402, 403, 405	 
자원순환 및 순환경제 구축	과대포장 및 재활용 미흡 시 환경규제 리스크 발생 친환경 포장 전환 시 ESG 이미지 제고	스마트패키징 도입으로 사용량 감축 친환경 인증 확대 통한 제품 안전성 확보	제로플라스틱 정책 수립 및 실행 블루마린 프로젝트와 연계한 캠페인 전개	4R 기반 포장재 정책 고도화 제품 개발 단계에서부터 재활용 고려 설계 검토	301, 306	 
기후변화 대응	국내외 탄소배출 규제 강화 저탄소 유통체계 전환을 통한 비용 절감 및 지속가능성 확보	온실가스 배출량 측정 및 관리체계 구축 전사 에너지 절감 목표 설정	블루마린 프로젝트 통한 탄소 감축 활동 전개 저탄소 교통수단 및 인프라 지원 확대	친환경 물류 전환 및 포장재 최적화 사내 에너지 절감 실천 매뉴얼 정비	302, 305	 

# GRI INDEX

GRI Standard		
GRI 1 : Foundation 2021	설명	애틀랜틱은 신규 개정된 GRI Standards 2021을 기준으로 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 데이터를 보고합니다
	사용된 GRI 1	GRI 1: Foundation 2021
	산업군	현재 사용 불가능(2025년 12월 현재 보고일 기준, 애틀랜틱이 해당되는 소매(Retail) 산업군의 기준서가 발표되지 않음)

GRI Standard	지표내용	페이지	
	2-1	조직 세부사항	10-13, 105
	2-2	지속가능경영보고에 포함된 법인	About this Report, 12~13
	2-3	보고기간, 주기, 연락처	About this Report
	2-4	정보의 재기술	130
	2-5	외부검증	143
	2-6	활동, 가치사슬, 기타 사업 관계	12-17, 52-55
	2-7	임직원	59-60, 122-123
	2-8	피고용자가 아닌 근로자	122-123
	2-9	거버넌스 구조 및 구성	28-29, 105-107
	2-10	최고의사결정기구의 추천 및 선정	105
	2-11	최고의사결정기구의 의장	105-106
GRI 2 : General Disclosures 2021	2-12	경영에 미치는 영향을 감속하기 위한 최고의사결정기구의 역할	26, 107-108
	2-13	경영에 미치는 영향에 대한 책임의 위임	29, 107-108
	2-14	지속가능성 보고에 대한 최고의사결정기구의 역할	29, 107-108
	2-15	이해관계 상충	108
	2-16	중요 사항 보고	108
	2-17	최고의사결정기구의 총체적 지식	106
	2-18	최고의사결정기구의 성과에 대한 평가	106-107
	2-19	보상정책	106-107, 124
	2-20	보수 결정 절차	106-107, 124
	2-21	연간 총 보상 비율	123
	2-22	지속가능한 성장 전략 성명서	CEO메세지
	2-23	정책 약속	CEO메세지, 28-29, 34, 42, 52, 58, 76, 86, 104
	2-24	정책 약속 내재	CEO메세지, 28-29, 34, 42, 52, 58, 76, 86, 104

GRI Standard	지표내용	페이지	
GRI 2 : General Disclosures 2021	2-25	부정적 영향 복원 프로세스	23, 111
	2-26	우려사항 조연 및 제기 메커니즘	23, 111
	2-27	컴플라이언스	125
	2-28	가입협회	141
	2-29	이해관계자 참여 및 소통	22-25
	2-30	단체 협약	해당사항 없음
GRI 3 : Material Topics 2021	3-1	중대성 이슈 결정 절차	26-27
	3-2	중요 이슈 목록	27
	3-3	중요 이슈 관리	127-129
GRI 201 : Economic Performance 2016	201-1	직접적인 경제적 가치의 발생 및 분배(EVG&D)	18-19, 118-119
	201-4	정부에서 받은 재정적 지원	131
GRI 202 : Market Presence 2016	202-1	지역의 최저 임금 대비 성별에 따른 표준 신입사원 임금의 비율	124
	202-2	지역 사회에서 고용된 고위 임원의 비율	122
GRI 203 : Indirect Economic Impacts 2016	203-1	사회기반시설 투자 및 서비스 지원	86-101
	203-2	중요한 간접적 경제 효과	18-19
GRI 205 : Anti-corruption 2016	205-1	부패와 관련된 위험에 대해 평가된 작업	104, 116
	205-2	반부패 정책 및 절차에 대한 커뮤니케이션 및 교육	110-111
	205-3	확인된 부패 사건 및 이에 대한 조치	116
GRI 206 : Anti-competitive Behavior 2016	206-1	경쟁저해 행위, 반독점 및 독점 관행에 대한 법적 조치	116
GRI 301 : Materials 2016	301-1	중량 또는 용량별로 사용되는 자재	45, 119-120
	301-2	사용된 재생 투입 원자재	45, 119-120
	301-3	재생된 제품 및 포장재	45, 119-120
GRI 302 : Energy 2016	302-1	조직 내 에너지 소비	120
	302-2	조직 외부에서 에너지 소비	120
	302-3	에너지 집약도	120
GRI 303 : Water and Effluents 2018	303-2	물 배출과 관련된 영향 관리	120
	303-4	방류	120
	303-5	물 소비	120
GRI 305 : Emissions 2016	305-1	직접 온실가스(GHG) 배출(Scope 1)	119
	305-2	에너지 간접 온실가스(GHG) 배출(Scope 2)	119
	305-4	온실가스(GHG) 배출 집약도	119
GRI 306 : Waste 2020	306-1	폐기물 발생 및 폐기물 관련 중대한 영향	43-49, 120-121
GRI 308 : Supplier Environmental Assessment 2016	308-1	환경 기준에 따라 선별된 신규 공급업체	53, 126
	308-2	부정적 환경 영향 및 이에 대한 조치	54

GRI Standard	지표내용	페이지
GRI 401 : Employment 201	401-1 신규채용 및 이직	122-123
	401-2 비정규직 근로자에게는 제공되지 않는 정규직 근로자를 위한 복리후생	62-67
	401-3 육아휴직	71, 124
GRI 402 : Labor/Management Relations 2016	402-1 운영상의 변화와 관련한 최소 공시기간	108
	403-1 직장 건강 및 안전 관리 시스템	67-69
	403-2 위험요인 파악, 리스크 평가, 사고 조사	68
GRI 403 : Occupational Health and Safety 2018	403-3 직장 의료 서비스	67-69
	403-4 직장 건강 및 안전 관련 커뮤니케이션, 자문 및 근로자 참여	67-69
	403-5 직장 건강 및 안전 관련 근로자 교육	70, 125
	403-6 근로자 건강 증진	62-69
	403-8 직장 건강 및 안전 관리 시스템의 적용 대상 근로자	69, 125
	403-9 업무 관련 부상	66, 125
	403-10 업무 관련 질병	66, 125
GRI 404 : Training and Education 2016	401-1 직원 1인당 평균 교육 시간	124
	404-2 직원 역량강화 및 이직지원 프로그램	62-67, 124
	404-3 정기적으로 성과 및 경력 개발 검토를 받는 직원 비율	64, 124
GRI 405 : Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 지배구조 기구와 직원의 다양성	60, 122-123
	405-2 남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율	60
GRI 406 : Non-discrimination 2016	406-1 차별 사례 및 이에 대한 시정조치	70-71
GRI 408 : Child Labor 2016	408-1 아동 노동 발생 위험이 높은 사업장 및 협력회사	70-71, 당사는 아동 노동에 대한 국제 기준과 국내 법령을 철저히 준수하고 있으며, 자사 및 협력업체의 사업장 내 아동 노동 사례는 보고된 바 없습니다
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1 강제 노동 발생 위험이 높은 사업장 및 협력회사	70-71, 당사는 모든 근로자에 대해 자발적인 고용 원칙을 준수하며, 자사 및 협력업체의 사업장 내 강제 노동 사례는 발생하지 않았습니다.
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	88
GRI 414 : Supplier Social Assessment 2016	414-1 사회적 기준에 따른 심사를 거친 신규 공급업체	53, 126

GRI Standard	지표내용	페이지
GRI 416 : Customer Health and Safety 2016	416-2 제품/서비스의 건강 및 안전 영향 관련 위반	125
GRI 417 : Marketing and Labeling 2016	417-1 제품/서비스 관련 정보 및 라벨링 요건	37
	417-2 제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 위반	125
	417-3 마케팅 커뮤니케이션 관련 위반	125
GRI 418 : Customer Privacy 2016	418-1 고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 관련해 입증된 민원	114

# UN SDGs

UN SDGs	애타미의 약속
	<p><b>목표1. 취약계층의 경제적·사회적 자원 접근성 제고</b> 저소득층, 다문화·한부모 가정 등 취약계층을 대상으로 실태 기반 맞춤형 지원을 통해 복지 사각지대를 해소하고 있으며, 공공기관·NGO와의 협력으로 구조적 복지체계를 구축하고 있습니다. 2024년까지 누적 기부금은 1,287억 원에 달하며, 지역사회 회복과 사회적 안전망 강화에 기여하고 있습니다.</p>
	<p><b>목표2. 기아와 영양실조 종식 및 식량안보 강화</b> 명절 생필품 지원, 김장김치·연탄 나눔, 황금도시락 사업 등 식생활 취약계층을 위한 지원을 지속하며, 국내외 저소득 가정에 안정적인 식료품을 제공합니다. 대한적십자사, 사회복지시설 등과 협력해 지역사회 식량 접근성 개선과 계절별 식생활 지원을 실천하고 있습니다.</p>
	<p><b>목표3. 모두를 위한 건강 보장 및 웰빙 증진</b> 임직원 복지와 건강을 최우선 가치로 삼고 생애설계, 역량 강화, 산업안전 체계를 통해 전인적 삶의 질을 높이며 조직 내 포용과 존중 문화를 실현하고 있습니다. GPTW 5년 연속 '대한민국 일하기 좋은 기업' 선정, 무재해 3년 달성, 실무형 인재 양성 등 건강하고 지속가능한 근무환경 성과를 입증하고 있습니다.</p>
	<p><b>목표4. 양질의 교육 기회 제공 및 평생학습 보장</b> 입사자 교육부터 리더십·SI 역량 강화, 생애설계 교육까지 직무와 생애주기를 아우르는 체계적 학습 기회를 제공합니다. 예산 제한 없는 교육비 지원과 애타미 월례회, 후츠파워크숍 등 다양한 내부 플랫폼을 통해 전 직원의 성장과 평생학습을 실현하고 있습니다.</p>
	<p><b>목표5. 성평등 실현 및 여성·여아 역량 강화</b> 출산·육아휴직 제도와 감정노동 보호, 여성 리더 양성 및 다양성 확대를 통해 성별에 관계없이 동등한 기회와 권리를 보장하고 있습니다. 가족친화 기업문화 조성고 여성 고용 확대, 글로벌 인권경영 인증을 통해 실질적 성평등을 실현하고 있습니다.</p>
	<p><b>목표6. 모두를 위한 안전한 식수 및 위생시설 보장</b> 자회사 홍삼단을 포함한 모든 사업장에서 물 사용량 및 폐수 배출을 철저히 관리하며, 공단 배출허용기준보다 엄격한 자체 기준을 적용하고 있습니다. 응축수 재활용 등 수자원 절약 방안을 추진하며, 물의 지속가능한 순환과 오염 최소화에 기여하고 있습니다.</p>
	<p><b>목표7. 접근 가능하고 지속가능한 에너지 확대</b> LED 전등 설치, 냉·난방 일자 조정, 심야전기 활용 등 사내 에너지 절감 활동을 체계적으로 추진하고 있습니다. 정수기·화장품 등 주요 제품의 저탄소 제조공정을 도입하며 전주기 에너지 효율을 개선하고, 전기차 충전소 구축 및 차량 전환으로 저탄소 교통 전환에도 기여하고 있습니다.</p>
	<p><b>목표8. 모두를 위한 안정적이고 포용적인 일자리 창출</b> 국내외 700명 이상을 고용하며, 여성·청년·해외 고위관리자 등 다양한 인재를 포용하고 있습니다. 4단계 심층심사를 포함한 공정한 채용 절차와 여성 리더십 확대, 제한 외국인 및 장애인 채용 등을 통해 포용적 고용과 일자리 다양성을 실현하고 있습니다.</p>
	<p><b>목표9. 지속가능한 산업화 및 혁신 역량 강화</b> 4R(Reduce, Reuse, Recycle, Reverse) 전략을 바탕으로 포장재 경량화, 재사용 용기 도입, 회수 시스템 등을 통해 지속가능한 생산체계를 구축하고 있습니다. 또한, 친환경 인증 제품 확대, 폐전자제품 재활용, 재생가능 원료 도입 등을 통해 순환경제 전환과 환경혁신형 인프라 확산에 기여하고 있습니다.</p>

UN SDGs	애타미의 약속
	<p><b>목표10. 국가 내외 불평등 해소</b> 해외 고위관리자 비율 확대, 권역별 현지 인재 채용, 정착지원 제도 운영 등을 통해 국가 간 불평등 완화에 기여하고 있습니다. 동시에 여성 인재 채용 확대, 장애인 고용 유지, 남녀 임금격차 해소 노력 등을 통해 국내 고용의 형평성과 다양성 확보에 힘쓰고 있습니다.</p>
	<p><b>목표11. 포용적이고 안전하며 회복력 있는 도시 조성</b> 본사가 위치한 공주 등 충청권을 중심으로 생필품 기부, 황금도시락 사업, 고마공주 빵나눔터 운영 등을 통해 지역의 취약계층을 지원하고 복합형 복지공간을 조성하며 지역사회 회복력 강화를 실천하고 있습니다. 나아가 지역 소상공인과 협업하는 민관협력 모델을 통해 지속가능한 지역경제 활성화에도 기여하고 있습니다.</p>
	<p><b>목표12. 지속가능한 소비 및 생산 패턴 확립</b> '제로 플라스틱' 정책과 4R(Reduce-Recycle-Reuse-Reverse) 전략을 중심으로 플라스틱 트레이 제거, 종이 패키지로 전환 등 친환경 포장 구조를 개선하고 있습니다. 또한 USDA, 에코서트 등 인증을 확보한 제품군을 확대하며 자원 순환 기반의 생산체계를 구축하고, 환경 영향을 최소화하는 지속가능한 소비·생산 모델을 실현해 나가고 있습니다</p>
	<p><b>목표13. 기후변화 대응 및 기후위기 대응 역량 강화</b> 전자제품 회수·재활용 체계를 운영하여 2023년 기준 26톤 이상의 폐전자제품을 재활용하고, Scope3 기준 온실가스 73.6톤 감축 효과를 인정받았습니다. 또한 에너지 절감형 냉온수 시스템, 저탄소 공정 적용 제품, 재생가능 원료 도입 등을 통해 전 과정에서 온실가스 저감을 실천하고 있으며, 기후위기에 선제적으로 대응하는 친환경 경영을 추진 중입니다.</p>
	<p><b>목표14. 해양 생태계 보전 및 지속가능한 이용</b> '블루마린 프로젝트'를 통해 플라스틱 저감, 친환경 패키징 확대, 해양 환경 보호 등 해양 생태계 보전을 위한 다양한 활동을 추진하고 있습니다. 플라스틱 트레이 제거, 종이 포장 전환, 라벨 삭제 등으로 포장재의 재활용성과 자원순환성을 높였으며, 저탄소·저플라스틱 제품 개발을 통해 해양 폐기물 유입을 예방하고 있습니다. 또한, 4R(Reduce, Reuse, Recycle, Reverse) 전략 기반의 순환경제 실현을 통해 지속가능한 해양 자원 이용에 기여하고 있습니다.</p>
	<p><b>목표15. 육상 생태계 보호 및 생물다양성 보전</b> 친환경 원료 사용, 유기농 인증 확보, 산림자원 절감을 위한 포장재 경량화 등 육상 생태계 보호를 위한 활동을 실천하고 있습니다. 특히 USDA 바이오기반 인증, 에코서트(ECOCERT) 등 외부 인증을 기반으로 자연 유래 원료 활용을 확대하고 있으며, 재활용 가능 종이 포장재 도입과 플라스틱 트레이 제거 등으로 산림 자원과 토양 오염 저감에 기여하고 있습니다. 또한, 생분해성 재질과 저탄소 공정을 고려한 제품 개발을 통해 육상 생태계의 지속가능성을 높이고 있습니다.</p>
	<p><b>목표16. 평화롭고 포용적인 사회 조성고 제도 강화</b> '정선상략'의 핵심가치를 바탕으로 윤리경영과 투명한 제도 운영을 실천하며 건강한 조직문화를 조성하고 있습니다. 직장 내 괴롭힘 고충심의 전담기구인 인사위원회 운영, 여성 임원 확대, 장애인 고용 유지 등 포용성과 정의 실현을 위한 제도적 기반을 강화하고 있으며, 내부 통제와 부패 방지 시스템을 통해 책임 있는 경영을 구현하고 있습니다. 이러한 실천은 신뢰받는 기업문화 조성고 더불어 지속가능한 사회 구축에 기여하고 있습니다.</p>
	<p><b>목표17. 지속가능발전을 위한 글로벌 파트너십 강화</b> 지속가능한 발전을 위한 글로벌 파트너십을 구축하고자 다양한 국내외의 협회 및 이니셔티브에 가입해 활동하고 있습니다. 한국무역협회, WFDSA 등 유통·소비자 관련 국제기구와의 협력을 통해 책임 있는 유통 생태계를 조성하고 있으며, 국내에서는 공정거래위원회로부터 소비자중심경영(CCM) 인증을 3회 연속 획득해 소비자 신뢰를 확보하고 있습니다. 또한 싱가포르의 CASE Trust(소비자 신뢰 인증 제도), 중국의 유기농 제품 인증 등 글로벌 인증을 통해 국제적 기준을 충족하며 이행 역량을 지속적으로 강화하고 있습니다.</p>

주제	코드	회계지표	비고
용수 관리	CG-HP-140a.1 2	(1) 총 용수 취수량, (2) 총 용수 소비량, (3) 높은 또는 매우 높은 물 스트레스 지역 내 (1), (2)의 비율	에터미 및 홍삼단은 재사용 용수를 사용하지 않으며, 주요 사업장은 생활용수 수준의 제한적인 용수 사용만 이뤄지고 있습니다. 자체 제조시설이 아닌 OEM·ODM 생산 방식으로 운영되고 있어 총 용수 취수량 및 소비량에 대한 직접적인 측정이 불가능한 구조입니다.
	CG-HP-140a.2	용수 관리 리스크에 대한 설명 및 해당 리스크 완화를 위한 전략·활동에 대한 논의	주요 사업장인 공주시는 WRI의 Aqueduct Water Risk Atlas에 따라 물 스트레스가 'Low-Medium' 수준인 지역으로 평가되고 있으며, 고위험 지역 내 용수 사용 비율은 사실상 없습니다. 향후 환경 데이터 모니터링 체계를 마련해 정량 데이터를 점진적으로 확보해 나갈 계획입니다.
제품 EHS 성과	CG-HP-250a.1	REACH(EU 신 화학물질 관리제도) SVHC(Substances of Very High Concern)를 함유하는 제품의 매출	당사는 모든 제품의 원료에 대해 화학물질 관리법 및 화학물질 등록 및 평가에 관한 법률에 적합한 내부 기준에 따라 검증하고 있으며 이는 'REACH' 리스트에 속한 '고위험군 우려 물질(SVHC)까지 포함하고 있습니다.
	CG-HP-250a.2	캘리포니아 DTSC(독성물질통제부)의 Candidate Chemicals List(후보 화학물질 목록) 상 물질을 함유하는 제품의 매출	당사는 캘리포니아 유해물질관리국(DTSC)의 유해화학물질 목록(Candidate Chemicals List)에 준하는 국내법 '화학물질등록평가법(화평법)과 화학물질관리법(화관법)'의 규정에 적합한 성분과 품질을 갖춘 원료만 선별해 제조한 제품만을 판매하고 있습니다.
	CG-HP-250a.3	새로운 우려 성분 및 물질의 확인·관리 과정에 대한 논의	제품 개발 시 새로운 화학물질이 사용되면 MSDS를 즉시 업데이트하고, 유관 부서의 위해성 및 규제 검토를 통해 사용 여부를 결정합니다. 필요 시 개발을 중단하거나 대체 성분을 검토하며, 승인된 성분은 상품 입고 후 MSDS 교육과 자료 비치 등을 통해 안전하게 관리합니다.
	CG-HP-250a.4	녹색 화학 원칙에 따라 설계된 제품의 매출	에코3종(13억 2,700만 원) 헤모힘(1,400억 5,203만 원)
포장재 수명주기 관리	CG-HP-410a.1	(1) 포장재의 총 무게  (2) 재활용 물질, 재생 가능 물질로 만들어진 비율, (3) 재활용, 재사용, 비료화 가능한 비율	1,345ton  당사는 현재 포장재에 포함된 재활용 물질 또는 재생 가능 물질의 비율을 정량적으로 측정하고 있지 않습니다. 또한, 사용 중인 포장재는 재사용되거나 자연분해(비료화) 가능한 형태로 설계되어 있지 않습니다.

주제	코드	회계지표	비고
포장재 수명주기 관리	CG-HP-410a.2	수명주기 전반에서 포장재의 환경 영향을 저감할 수 있는 전략에 대한 논의	포장재의 환경적 영향을 완화하기 위해 플라스틱 포장재의 비중을 줄여나가고 있습니다. 또한 택배 포장 시 CJ대한통운과의 협업을 통해 배송 박스의 빈 공간에 넣는 완충재부터 낱개 상품을 보호하기 위한 개별 포장재까지 모두 100% 재활용이 가능한 종이 소재 변경하였습니다. 또한 상품 크기, 무게, 포장 단위, 용기 재질과 내구성 등 제품 변수와 보관 높이, 포장 강도, 운송 거리 등 물류 변수를 종합적으로 연구하고 최적의 솔루션을 도출해 성공적으로 운영하고 있습니다. 이와 함께 제품 패키지 역시 포장재 중량 감소 및 재활용 어려움 제품에서 쉬운 제품으로 변경하고 있습니다.
팜유 공급망의 환경·사회 영향	CG-HP-430a.1	팜유 조달량 및 RSPO 인증 유형(IP·SG·MB·B&C)에 따른 비율	당사는 유통전문 기업으로서 직접적인 팜유 사용이 없으며, 판매 제품 중에도 팜유를 원료로 사용하는 제품은 포함되어 있지 않습니다.
활동 지표	CG-HP-000.A	판매된 제품의 단위 및 총 무게	당사는 다양한 카테고리의 제품을 판매하고 있어, 제품별 단위가 상이하며 총 판매 무게는 별도로 집계하거나 공개하고 있지 않습니다.
	CG-HP-000.B	총 생산 사업장의 수	당사는 유통 전문 기업으로, 자체 생산 설비를 보유하고 있지 않습니다.

# WEF IBC Stakeholder Capitalism Metrics

Theme	Metrics	페이지
기업목적	목적 정의	10-13, 105
이사회 우수성	이사회 구성	28-29, 105-107
이해관계자 참여	중요 이슈	22-27
윤리적 운영	반부패	104, 110-111, 116
	윤리 보고체계	104, 110-111, 116
리스크·기회 분석	리스크·기회 분석의 경영체계 통합	23, 111
기후변화	온실가스 배출	119
깨끗한 물	수자원 민감지역 용수 사용	120
	다양성 및 포용성	60, 122-123
존엄성과 평등	급여 평등	123
	임금 비율	124
	아동, 강제노동 리스크	70-71
	보건과 웰빙	보건/안전
미래 역량 개발	교육시간	124
경제가치 창출과 고용	일자리 창출	122-123
	경제기여	18-19, 118-119
	투자기여	18-19, 118-119
제품·서비스 혁신	R&D비용	36
지역사회와 사회 활력	총 납세	18-19, 118-119

# K-ESG

영역	범주	분류번호	진단항목	페이지	
정보공시 (P)	정보공시 형식	P-1-1	ESG 정보공시방식	About this Report	
		P-1-2	ESG 정보공시주기	About this Report	
		P-1-3	ESG 정보공시범위	About this Report	
	정보공시 내용	P-2-1	ESG 핵심이슈및KPI	22-25	
	정보공시 검증	P-3-1	ESG 정보공시검증	About this Report	
환경 (E)	환경경영 목표	E-1-1	환경경영목표수립	26, 107-108	
		E-1-2	환경경영추진체계	26, 107-108	
	원부자재	E-2-1	원부자재사용량	45, 119-120	
		E-2-2	재생원부자재비율	45, 119-120	
	온실가스	E-3-1	온실가스배출량(Scope1 & Scope2)	119	
		E-3-3	온실가스배출량검증	119	
		에너지	E-4-1	에너지사용량	120
	E-4-2		재생에너지사용비율	120	
	용수	E-5-1	용수사용량	120	
		E-5-2	재사용용수비율	120	
	폐기물	E-6-1	폐기물배출량	43-49, 120-121	
		E-6-2	폐기물재활용비율	43-49, 120-121	
		E-7-2	수질오염물질배출량	120	
	환경/법 규제 위반	E-8-1	환경법/규제위반	125	
	환경라벨링	E-9-1	친환경 인증 제품 및 서비스 비율	45, 119-120	
사회 (S)	목표	S-1-1	목표수립및공시	26-27	
		S-2-1	신규채용및고용유지	124	
		S-2-2	정규직비율	124	
		S-2-3	자발적이직률	124	
		S-2-4	교육훈련비	124	
	노동	S-2-5	복리후생비	62-67, 124	
		다양성 및 양성평등	S-3-1	여성구성원비율	60, 122-123
			S-3-2	여성급여비율	60, 122-123
	S-3-3		장애인고용률	60, 122-123	
	산업안전	S-4-1	안전보건추진체계	67-69	
		S-4-2	산업재해율	66, 125	
	인권	S-5-1	인권정책수립	70	
		S-5-2	인권리스크평가	70	

영역	범주	분류번호	진단항목	페이지
사회 (S)	동반성장	S-6-1	협력사ESG 경영	53, 126
		S-6-2	협력사ESG 지원	53, 126
		S-6-3	협력사ESG 협약사항	53, 126
	지역사회	S-7-1	전략적사회공헌	86-101
		S-7-2	구성원봉사참여	88
	정보보호	S-8-1	정보보호시스템구축	114
		S-8-2	개인정보침해및구제	114
사회법/규제위반	S-9-1	사회법/규제위반	125	
지배구조 (G)	이사회구성	G-1-1	이사회내ESG 안전상정	26-27
		G-1-2	사외이사비율	28-29, 105-107
		G-1-3	대표이사이사회의장분리	28-29, 105-107
		G-1-4	이사회성별다양성	28-29, 105-107
		G-1-5	사외이사의전문성	28-29, 105-107
	이사회 활동	G-2-1	전체이사출석률	28-29, 105-107
		G-2-2	사내이사출석률	28-29, 105-107
		G-2-3	이사회산하위원회	28-29, 105-107
		G-2-4	이사회안전처리	28-29, 105-107
	윤리경영	G-4-1	윤리규범위반사항공시	125
	감사기구	G-5-1	내부감사부서설치	29, 107-108
		G-5-2	감사기구전문성(회계/재무)	29, 107-108
	지배구조 법/규제 위반	G-6-1	지배구조법/규제위반	125

## 가입 협회 및 주요 인증·수상

### 가입협회

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

### 주요 인증

인증 연도	법인	인증기관	인증 내용	비고
2019	본사	여성가족부	가족친화기업	
2019	본사	공정거래위원회	소비자중심경영(CCM)	
2020	본사	국제표준화기구(ISO)	ISO9001(품질경영시스템)	
2020	본사	국제표준화기구(ISO)	ISO10002(고객만족경영시스템)	
2020	본사	국가기술표준원	NEP(New Excellent Product)	애틀라 솔루션트 셀렉티브 스킨케어
2020	본사	농림축산식품부	녹색기술제품	애틀라 헤모힘
2021	본사	공정거래위원회	소비자중심경영(CCM)	
2021	본사	고용노동부	2021 워라밸 실천기업	
2022	본사	산업통상자원부	차세대 세계일류상품	애틀라 솔루션트 셀렉티브 스킨케어
2023	중국	중국식품신문, 중국식품유통협회, 중국소비자보호기금회	다국적기업 사회책임 실천 특별공헌상	
2023	본사	공정거래위원회	소비자중심경영(CCM)	3회 연속
2024	본사	산업통상자원부	차세대일류상품	애틀라 오롯이 담은 유기농 발효노니
2024	본사	식품의약품안전처	피로개선기능성	애틀라 헤모힘
2024	홍삼단	여성가족부	가족친화기업	2회 연속
2024	본사	Informed Choice	반도핑 인증 획득	애틀라 헤모힘
2025	중국	辽宁方园有机食品认证 (www.fofcc.org.cn)	중국 유기농 제품 인증	中国国家有机产品认证
2025	싱가포르	CASE Trust (Consumers Association of Singapore)	소비자 신뢰 인증 제도	정직하고 투명한 영업 관행, 우수한 고객 서비스, 소비자 보호를 위한 명확한 환불 및 계약 정책 등을 갖추고 있음을 공식적으로 인증해 주는 제도
2025	본사	보건복지부	지역사회공헌 인정기업 선정	

## 주요 수상

연도	법인	수여기관	수상 내용	비고
2011	본사	산업통상자원부	500만 불 수출의 탑 수상	
2012	본사	과학기술정보통신부	IR52 장영실상 수상	애틀미 에센스
2013	본사	산업통상자원부	1,000만 불 수출의 탑 수상	
2015	본사	산업통상자원부	2,000만 불 수출의 탑 수상	
2016	본사	산업통상자원부	3,000만 불 수출의 탑 수상	
2017	본사	산업통상자원부	5,000만 불 수출의 탑 수상	
2018	본사	공주시	우수납세기업 선정	
2018	본사	한국유통법학회	유통혁신대상 수상	
2018	본사	산업통상자원부	7,000만 불 수출의 탑 수상	
2019	본사	산업통상자원부	1억 불 수출의 탑 수상	
2019	본사	산업통상자원부	무역의 날 대통령 표창	
2020	본사	과학기술정보통신부	IR52 장영실상 수상	애플루트 셀렉티브 스킨케어
2020	본사	산업통상자원부	브랜드탑 수상	
2021	본사	산업통상자원부	지역산업진흥 유공 포상	
2021	본사	특허청	세종대왕상 수상	애플루트 셀렉티브 스킨케어
2022	본사	Great Place To Work	아시아에서 일하기 좋은 기업 2위 수상	
2022	본사	공정거래위원회	CCM 인증기업 우수상 수상	
2023	본사	산업통상자원부	지속가능경영보고서 장관상 수상	
2024	본사	제네바 국제 발명품 전시회	동상	두피케어기 특허 기술
2024	중국	Great Place To Work	2024 중화권 최고의 직장 외	3년 연속
2025	필리핀	Great Place To Work	소규모 기업 부문 일하기 좋은 기업 5위	
2025	영국	마리클레르	Best Strengthening treatment	UK Hair Awards 2025
2025	본사	한국식품연구원	혈당컷 여주 식품 기술대상 장려상	
2025	본사	한국소비자학회	소비자대상 수상	
2025	본사	한국ESG학회	제 3회 한국ESG대상 S부문 대상 수상	

## 검증서

### 지속가능경영보고서 검증

애틀미(주)

#### 이해관계자 귀중

(재)한국품질재단 (이하 '품질재단'이라 함)은 애틀미(주)<sup>1)</sup> (이하 '회사'라 함)의 2025년 지속가능경영보고서 (이하 '보고서'라 함)<sup>2)</sup>에 대한 독립된 검증을 수행하였습니다. 품질재단은 하기 명시한 검증 기준 및 범위에 따라 독립적으로 보고서에 대한 제3자 검증 의견을 제시할 책임이 있으며, 본 보고서의 작성에 대한 책임은 회사 경영자에게 있습니다.

1) 조직주소(본사기준) : 충청남도 공주시 백제문화로 2148-21

2) 데이터 수집기간 : 2024년 1월 1일 ~ 2024년 12월 31일

#### 검증 목적

본 검증은 회사의 보고서에 기재된 데이터 및 정보에 대한 신뢰성 확보를 목적으로 합니다.

#### 검증 범위

1. 검증 경계 : 재무 성과는 연결기준, 비재무적 성과는 애틀미 본사 및 애틀미 보유 지분율 50% 이상의 국내·외 자회사

2. 검증 항목 (GRI Standards 2021 기준)

구분	GRI Standards	
공통표준 (Universal Standards)	<ul style="list-style-type: none"> <li>2-1 to 2-5 (The organization and its reporting practices)</li> <li>2-6 to 2-8 (Activities and workers)</li> <li>2-9 to 2-21 (Governance)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2-22 to 2-28 (Strategy, policies, and practices)</li> <li>2-29 to 2-30 (Stakeholder engagement)</li> <li>3-1 to 3-3 (Material Topics Disclosures)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 201 (Economic Performance)</li> <li>GRI 202 (Market Presence)</li> <li>GRI 203 (Indirect Economic Impacts)</li> <li>GRI 205 (Anti-corruption)</li> <li>GRI 206 (Anti-competitive Behavior)</li> <li>GRI 301 (Materials)</li> <li>GRI 302 (Energy)</li> <li>GRI 303 (Water and Effluents)</li> <li>GRI 305 (Emissions)</li> <li>GRI 306 (Waste)</li> <li>GRI 308 (Supplier Environmental Assessment)</li> <li>GRI 401 (Employment)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2-22 to 2-28 (Strategy, policies, and practices)</li> <li>2-29 to 2-30 (Stakeholder engagement)</li> <li>3-1 to 3-3 (Material Topics Disclosures)</li> <li>GRI 402 (Labor/Management Relations)</li> <li>GRI 403 (Occupational Health and Safety)</li> <li>GRI 404 (Training and Education)</li> <li>GRI 405 (Diversity and Equal Opportunity)</li> <li>GRI 406 (Non-discrimination)</li> <li>GRI 408 (Child Labor)</li> <li>GRI 409 (Forced or Compulsory Labor)</li> <li>GRI 411 (Rights of Indigenous Peoples)</li> <li>GRI 413 (Local Communities)</li> <li>GRI 414 (Supplier Social Assessment)</li> <li>GRI 416 (Customer Health and Safety)</li> <li>GRI 417 (Marketing and Labeling)</li> <li>GRI 418 (Customer Privacy)</li> </ul>
특정주제표준* (Topic Standards)		

\* 특정주제 표준 : 중재주제 관련 조항 기준

3. 검증 제외항목 : 다음 사항은 검증범위에 포함되지 않았습니다.

- 1) 자회사, 관련 회사, 협력사 및 제 3 자의 성과 및 보고 관행
- 2) 보고서에 제시된 GRI Standards 2021을 제외한 기타 지속가능성 이니셔티브 관련 항목
- 3) 정기공시 보고서, 재무제표 등 기타 관련 정보

## 검증 기준

본 검증은 [AA1000AS (v3)], [AA1000AP (2018)] 및 [Type 1 - Moderate]를 기준으로 하였습니다.

## 검증 방법

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

- **비재무정보**: 회사가 제공한 데이터와 통합 정기공시 보고서, 언론 및 인터넷을 통해 조사된 자료 등
- **재무정보**: 회사의 재무제표 및 금융감독원의 전자공시시스템 (dart.fss.or.kr)에 공시된 와 홈페이지에 게시된 자료 등

※ 단, 상기 자료 (비재무정보 및 재무정보 관련 자료)의 내용은 검증 범위에 포함되지 않음.

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 타당성은 담당자 인터뷰를 통해서 평가되었으나 외부 이해관계자 면담은 실시하지 않았습니다. 이후 상기 단계에서 발견한 일부 오류, 부적절한 정보, 불명확한 표현들은 보고서 발간 전에 적절히 보완되었음을 확인하였습니다.

## 검증 한계

본 검증은 기준 및 방법 등을 적용하는 과정에서 발생할 수 있는 고유의 한계를 내포하고 있습니다.

## 적격성 및 독립성

본 검증의 심사팀은 품질재단 내부 규정에 의거하여 적격하게 구성되었습니다. 품질재단은 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 외에 회사의 사업 전반에 걸쳐 검증의 독립성 및 공정성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 없습니다.

## 검증 의견

품질재단은 회사의 보고서에 대해 아래와 같은 의견을 제시합니다.

1) 보고서는 다음의 AA1000AP (2018) 4대 원칙을 준수하여 작성되었음을 확인하였습니다.

- **포괄성 (Inclusivity)** 회사는 이해관계자 그룹을 적절히 정의하여 각 그룹의 특성을 고려한 의사소통 채널을 통해 이해관계자들과 소통하고 의견을 수렴하고 있습니다. 심사팀은 이 과정에서 누락된 주요 이해관계자를 발견할 수 없었으며, 수렴된 이해관계자의 의견을 경영전략에 반영할 수 있도록 노력하고 있음을 확인할 수 있었습니다.

- **중요성 (Materiality)** 회사는 적절한 절차를 통하여 중대이슈를 선정하였으며 관련한 영향을 고루 검토하여 중대이슈 선정에 대한 당위성을 제고하였습니다.

심사팀은 도출된 중대이슈가 본 보고서에서 보다 비중있게 다루어졌으며, 중대성 평가 과정에서 파악된 중대이슈가 누락없이 보고서에 보고되었음을 확인하였습니다.

- **대응성 (Responsiveness)** 회사는 이해관계자의 요구사항과 주요 관심사항에 적시 대응하기 위해 노력하고 있습니다. 심사팀은 중대이슈에 대한 조직의 대응 활동 및 성과가 부적절하게 보고되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

- **영향성 (Impact)** 회사는 경영활동 전반에서 이해관계자 관련 중대이슈의 영향을 식별 및 모니터링하고 있으며, 그 내용을 가능한 범위 내에서 보고하고 있습니다. 심사팀은 중대이슈와 관련된 영향성이 부적절하게 측정·보고되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

2) 보고서는 보고서 작성기준 (GRI Standards(2021) - Accordance)에 따라 적절하게 작성되었습니다.

3) 검증에 사용된 데이터와 정보는 제공된 자료에 한하여 적절하고, 검증의견에 영향을 줄 수 있는 중대한 오류 및 누락은 발견되지 않았습니다.

4) 따라서 회사의 2024년 지속가능경영보고서에 대해 "적정" 의견을 제시합니다.



2025년 12월 30일  
(재)한국품질재단 대표 송지영

Ji Young Song



**2025 애터미 지속가능경영보고서**

발행처 애터미 주식회사

발행월 2025년 12월

**애터미 본사**

충청남도 공주시 백제문화로 2148-21

고객행복센터 1544-8580 Fax 02-888-4802

[www.atomy.com](http://www.atomy.com)