



2024년 제21차
한국에서 가장 존경받는 기업
All Star 30

순위	기업
1위	삼성전자
2위	LG전자
3위	현대자동차
4위	유한양행
5위	유한킴벌리
6위	포스코
7위	네이버
8위	신한은행
9위	SK하이닉스
10위	KT
11위	SK텔레콤
12위	LG에너지솔루션
13위	인천국제공항공사
14위	LG화학
15위	국민은행
16위	신한카드
17위	삼성물산
18위	삼성화재해상보험
19위	삼성바이오로직스
20위	서울아산병원
21위	기아
22위	삼성생명
23위	카카오
24위	신세계백화점
25위	S-OIL
26위	이마트
27위	한화에어로스페이스
28위	풀무원
29위	교보생명
30위	인텔코리아



부산에서 진행된 SeaBOS 연례회의에서 민은홍 동원산업 대표를 비롯한 참석자들이 기념 촬영을 하고 있다. 동원산업 제공



신한은행 임직원들이 사회적 가치 창출의 일환으로 소상공인 상생 프로젝트 등 사회공헌 활동을 전개하고 있다. 신한은행 제공

체계적 의사소통·위험관리... 존경받는 기업 가른다

KMAC '2024년 제21차 가장 존경받는 기업' 선정

한국능률협회컨설팅(KMAC)이 27일 '2024년도 제21차 한국에서 가장 존경받는 기업'에 대한 조사 결과를 발표했다.

한국에서 가장 존경받는 기업 조사는 KMAC가 2004년부터 국내에서는 유일하게 기업 전체의 가치 영역을 종합적으로 평가하는 조사 모델을 개발·발표한 것으로 올해 21주년을 맞았다. 전체 산업을 망라한 30대 기업을 선정하는 올스타(All Star) 기업과 산업 내 1위 기업을 뽑는 2가지 조사 유형으로 진행됐다.

전체 산업을 통틀어 존경받는 30대 기업을 선정하는 올스타 기업 조사 결과 삼성전자가, 유한양행, 유한킴벌리 등 10개사가 2004년부터 21년 연속 선정되는 영예를 얻었다. 또한, 기아·한화에어로스페이스 등 첨단기술 기반 미래 산업의 핵심을 이룬 전 기차, 방산 대표기업의 신규 All Star 진입하였다.

All Star 및 산업별 1위에 동시 선정된 기업으로는 서울아산병원, 신한카드, S-OIL, 인천국제공항공사, 네이버, 교보생명, 인텔코리아 등 23개 기업이다. 21년 동안 단 1회라도 올스타 기업에 선정된 기업은 78개사에 불과하다. 이를 고려하면 선정된 기업의 성과는 도드라진다는 평가다. 기업이 신뢰와 존경을 받는 것의 중요성을 인지

유한양행·유한킴벌리 등 10곳

21년 연속 '올스타 기업' 영예

신한은행·한일시멘트 등 10곳

21년째 '산업별 1위' 지력 발휘

하는 한편 이를 달성하기 위한 진정성 있는 노력이 필요하다는 점을 보여주는 지표다.

산업별 1위 조사는 총 91개 산업군(제조 33개·서비스 48개·공공 10개)에 대해 진행됐다. 이 중 10개 산업군에서 1위 기업이 변경됐고 AI·빅데이터, 과학기술원, 방위산업, 인터넷은행, 정보통신, 중소벤처기업지원(금융), 중소벤처기업지원(비금융), 커피전문점 등 일부 산업에서는 신규로 조사를 실시했다. 그 결과 삼천리(도시가스), 신한은행(은행), 유한양행(제약), 한솔제지(제지), 한일시멘트(시멘트) 등 총 10개사가 21년 연속 각 산업에서 1위를 지킨 것으로 나타났다.

동원산업(수산), 삼성전자서비스(서비스센터) 영진전문대학교(전문대학), 일신방직(면방직), 파리카라상(파리바게뜨)(베이커리) 등 24개사도 해당 산업군 조사 대상으로 편입된 이후로 지속적으로 1위를 유지하고 있다.

그 밖에 풀무원(종합식품), NS홈쇼핑(TV홈쇼핑)은 해당 산업군에서 새로운 1위 기업에 선정되었다.

해당 산업군에서 존경받는 기업으로서의 입지를 굳히고 있는 기업으로는 한국타이어 엔테크놀로지(타이어, 15년 연속), 대교(교육서비스, 14년 연속), 신한투자증권(금융투자, 9년 연속), 매일유업(유가공, 7년 연속), 캐논코리아(사무기기, 4년 연속), 메트라이프생명보험(외국계보험, 4년 연속), 린나이코리아(가정용보일러, 3년 연속) 등이 있다.

한편 ESG 경영(환경·책임·투명경영)은 기업의 모든 이해관계자들의 가치를 제고해 궁극적으로 존경과 신뢰를 받는 '존경받는 기업'의 지향 가치와 일치한다.

실제 국내 기업의 ESG 등급별 분포를 살펴보면 우수한 ESG 경영을 나타내는 A등급은 24.1%에 불과했는데, 한국에서 가장 존경받는 기업 'All Star 후보군'을 비교했을 때 A등급은 75%로 나타났다.

송광호 KMAC 기업가치진단본부장은 "존경받는 기업으로 거듭나기 위해서는 이해관계자의 요구사항을 고려한 효과적인 커뮤니케이션을 지속적으로 전개해야 한다"고 조언했다. 또한 "최근 대두되고 있는 열린혁신과 리스크관리를 통해 새로운 가치창출과 위험요인에 적극 대응하여 지속가능한 성장의 발판을 마련해야 할 것"이라고 강조했다.

조윤희 기자

혁신능력·주주·고객 등 6대 핵심가치 종합 평가

선정 어떻게 했나

KMAC는 2024년도 조사를 위해 지난해 6월부터 8월까지 조사 설계를 위한 체계를 정비하고 더불어 조사 대상 기업 및 산업에 대한 검토를 진행했다. 올스타 조사 대상 기업은 매출과 순이익, 추천율 상위 기업인 150개사를 대상으로 한다. 산업별 조사 대상은 매출액과 시장점유율, 경쟁 구도 등을 고려해 91개 산업을 선정했다.

지난해 9월부터 올해 1월까지 약 5개월에 걸쳐 산업계 종사자와 증권사 애널리스트, 일반 소비자 등 총 1만1831명을 대상으로 본 조사 및 결과 분석을 실시했다. 27일 언론 보도를 통해 제21차 공식 발표를 진행했다.

'한국에서 가장 존경받는 기업'은 △혁신능력 △주주 가치 △직원 가치 △고객 가치 △사회 가치 △이미지 가치 등 존경받는 기업의 6대 핵심 가치를 종합적으로 평가하도록 조사 모델과 항목을 개발했다. 이를 고려한 통합적 조사로 진행해 존경받는 기업지수를 산출해 발표한다.

조윤희 기자

SAMSUNG 삼성전자서비스

한국에서 가장 존경받는 기업 13년 연속 1위!

한국산업의 서비스품질지수(KSQI)

13년 연속 1위

고객접점 부문

한국산업의 서비스품질지수(KSQI)

14년 연속 1위

콜센터 부문

Most Admired Company

2024 KOREA'S Most Admired Companies

‘2024년 한국에서 가장 존경받는 기업’ 산업별 조사 결과

구분	산업명	1위 기업	2·3위 기업 (1위 기업과의 격차)
제조	가정용가구	신세계까사	한샘 (0.10), 현대리바트 (0.14)
	가정용보일러	린나이코리아	경동나비엔 (0.07), 귀뚜라미 (0.29)
	건강기능식품	KGC인삼공사	hy (0.13), 종근당건강 (0.36)
	건설기계	HD현대건설기계	HD현대인프라코어 (0.07), 두산밥캣 (0.31)
	건축자재	KCC	LX하우시스 (0.01), 현대L&C (0.13)
	냉장·냉동육	하림	농협목우촌 (0.12), 참프레 (0.62)
	먹는샘물 (생수)	제주특별자치도개발공사	농심 (0.12), 롯데칠성음료 (0.17)
	면방직	일신방직	대한방직 (0.04), 국일방직 (0.12)
	바이오	삼성바이오로직스	유한양행 (0.14), SK바이오팜 (0.17)
	반도체	삼성전자 DS부문	SK하이닉스 (0.16), 추성엔지니어링 (0.99)
	방위산업	한화에어로스페이스	한국항공우주산업 (KAI) (0.10), 한화시스템 (0.29)
	베이커리	파리크라상 (파리바게뜨)	CJ푸드빌 (투레주르) (0.03), 로쏘 (성심당) (0.20)
	사무기기	캐논코리아	한국후지필름비즈니스이노베이션 (0.19), 신도리코 (0.20)
	생활가전	LG전자 H&A사업본부	삼성전자 DX부문 생활가전사업부 (0.26), 하이얼 (0.72)
	생활용품	유한킴벌리	아모레퍼시픽 (0.18), LG생활건강 (0.50)
	석유화학	LG화학	SK지오센트릭 (0.56), 한화솔루션 케미칼부문 (0.85)
	수산	동원산업	사조산업 (0.26), 신라고역 (0.35)
	시멘트	한일시멘트	한일현대시멘트 (0.24), 쌍용C&E (0.37)
	외국계 제약	글락소스미스클라인	한국아스트라제네카 (0.11), 바이엘코리아 (0.12)
	유가공	매일유업	빙그레 (0.12), 서울우유 (0.16)
서비스	유아용품	아기방앤컴퍼니	메디앙스 (0.23), 한세엠케이 (0.52)
	자동차	현대자동차	기아 (0.14), KG모빌리티 (1.75)
	자동차부품	현대모비스	HIL 만도 (0.23), 현대위아 (0.28)
	제약	유한양행	한미약품 (0.55), 종근당 (0.57)
	제지	한솔제지	깨끗한나라 (0.20), 무림페이퍼 (0.28)
	조선	HD현대중공업	삼성중공업 (0.06), 한화오션 (0.12)
	종합식품	풀무원	농심 (0.08), CJ제일제당 (0.08)
	철강	포스코	현대제철 (0.94), 고려아연 (0.99)
	타이어	한국타이어엔테크놀로지	넥센타이어 (0.17), 금호타이어 (0.34)
	패션	삼성물산 패션부문	신세계인터내셔널 (0.10), LF (0.23)
	화장품	아모레퍼시픽	LG생활건강 (0.10), 이니스프리 (0.29)
	환경가전	코웨이	SK매직 (0.16), 청호나이스 (0.30)
	2차전지	LG에너지솔루션	삼성SDI (0.10), SK온 (0.37)
	가상이동통신망 (일통폰)	SK텔링크	KT스카이라이프 (0.14), KT엠모바일 (0.26)
	건설	삼성물산 건설부문	DL이앤씨 (0.09), 포스코이앤씨 (0.15)
	게임·콘텐츠	넥슨	스마일게이트 (0.22), 크래프톤 (0.27)
	교육서비스	대교	웅진씽크빅 (0.04), 교원 (0.04)
	금융지주	신한금융지주회사	KB금융지주 (0.11), 우리금융지주 (0.28)
	금융투자	신한투자증권	삼성증권 (0.18), KB증권 (0.19)
	도시가스	삼천리	서울도시가스 (0.28), 경동도시가스 (0.30)
공공	렌터카	SK렌터카	현대캐피탈 (0.04), 롯데렌터카 (0.17)
	백화점	현대백화점	신세계백화점 (0.15), 롯데백화점 (0.46)
	보증보험	SGI서울보증	한국주택금융공사 (0.12), 한국무역보험공사 (0.15)
	빌딩관리서비스	에스원	현대엔지니어링 (0.09), 에스엔아이코퍼레이션 (0.21)
	사이버대학	서울사이버대학교	경희사이버대학교 (0.11), 한양사이버대학교 (0.12)
	건설공기업	한국수자원공사	한국도로공사 (0.23), 국가철도공단 (0.28)
	과학기술원	한국과학기술원 (KAIST 카이스트)	울산과학기술원 (UNIST 유니스트) (0.25), 공주과학기술원 (GST 지스트) (0.33)
	공공병원	근로복지공단병원	국립암센터 (0.09), 국립재활원 (0.18)
서비스	발전	한국서부발전	한국동서발전 (0.12), 한국중부발전 (0.17)
	수출지원	대한무역투자진흥공사	한국무역보험공사 (0.15), 한국수출입은행 (0.55)
	에너지	한국가스공사	한국지역난방공사 (0.17), 한국석유공사 (0.69)
	정보통신	한국지능정보사회진흥원 (NIA)	정보통신기획평가원 (ITP) (0.04), 정보통신산업진흥원 (NIPA) (0.21)
	중소벤처기업지원 (금융)	신용보증기금	기업은행 (0.12), 한국산업은행 (0.24)
	중소벤처기업지원 (비금융)	창원진흥원	한국무역협회 (0.10), 대한상공회의소 (0.12)
	SOC시설관리	인천국제공항공사	한국공항공사 (0.25), 한국도로공사 (0.52)
	관광	한국관광공사	한국관광공사 (0.25), 한국도로공사 (0.52)

※ 소숫점 셋째자리 반올림. 자세한 조사결과는 한국에서 가장 존경받는 기업 홈페이지(admired.kmac.co.kr)를 통해 확인할 수 있습니다.

바람직한 기업경영의 모델 제시

‘한국에서 가장 존경받는 기업’은 기업의 총체적 경영혁신 노력과 성과에 대해 종합적으로 진단·평가하는 국내 대표 인증제도다. ‘한국에서 가장 존경받는 기업’ 선정을 통해 대내적으로는 구성원들의 자부심과 자긍심을 고취하고, 대외적으로는 소비자 관심과 인식을 향상할 수 있다.

조사는 변화 적응을 위한 혁신성 및 경영진의 경영능력을 평가하는 ‘혁신능력’, 재무건전성, 자산활용도를 바탕으로 하는 ‘주주가치’, 인재육성, 복리후생에 대한 평가인 ‘직원가치’, 제품(서비스)의 질, 고객만족활동에 대한 평가인 ‘고객가치’, 사회공헌, 환경친화경영을 보는 ‘사회가치’, 신뢰도, 선호도를 가리키는 ‘이미지가치’ 등 존경받는 기업의 6대 핵심가치를 종합적으로 평가하도록 조사모델과 항목을 개발했다. 이를 통합조사해 존경받는 기업 지수를 산출·발표한다.

조사는 전체 산업을 망라한 30대 기업을 선정하는 All Star 기업, 산업별 1위 기업 등 2가지 유형으로 진행

됐다.

먼저 ‘All Star 조사’는 우선 매출·순이익과 전년도 조사추천율을 종합해 150개 후보 기업을 선정하고, 산업계 종사자, 증권사 애널리스트, 일반 소비자를 대상으로 설문조사를 실시했다.

‘산업별 조사’는 산업별 매출액과 시장규모, 경쟁구도를 토대로 제조 부문 33개 산업, 서비스 부문 48개 산업, 공공 부문 10개 산업 등 총 91개 산업에 대해 산업계 종사자와 증권사 애널리스트를 대상으로 조사했다.

‘All Star 조사’는 요소품질, 전반적평가 및 추천율을 각각 30%, 30%, 40%의 비율로 산출하며, ‘산업별 조사’는 요소품질과 전반적 평가를 각각 50%씩 반영했다.

‘존경받는 기업’ 조사는 필수 경영트렌드로 주요 국가에서 실시되고 있다. KMAC는 ‘존경받는 기업’ 분야 국내 유일의 조사 기관으로 해당 분야에 대한 대외 위상 및 권위를 인정받고 있다.

올해 10개 산업군 1위 바뀌었다

	산업	2024년 1위 기업	2023년 1위 기업
제조 부문 (5개)	가정용가구	신세계까사	한샘
	냉장·냉동육	하림	농협목우촌
	생활가전	LG전자H&A사업본부	삼성전자DX부문생활가전사업부
	유아용품	아기방앤컴퍼니	메디앙스
	종합식품	풀무원	CJ제일제당
서비스 부문 (5개)	백화점	현대백화점	신세계백화점
	슈퍼마켓	GS리테일(GS THE FRESH)	이마트에브리데이
	콘도미니엄	한화호텔&리조트	소노호텔&리조트
	헬스케어	세라젠	바디프랜드
	TV홈쇼핑	NS홈쇼핑	롯데홈쇼핑

한국농협은행컨설팅(KMAC)의 ‘2024년도 제21차 한국에서 가장 존경받는 기업’ 조사 결과 총 91개 산업군 가운데 10개 산업군에서 산업별 1위 기업이 변경됐다. 제조 부문의 5개 산업군, 서비스 부문의 5개 산업군에서 정상에 등극한 기업이 바뀌었다.

우선 제조 부문 산업군을 살펴보면 가정용 가구 부문에서는 신세계까사가 전년 1위 기업 한샘을 제치고 정상에 올랐다. 냉장·냉동육 부문은 하림이 전년 1위 기업 농협목우촌을 따돌리고 왕좌에 올랐다. 생활가전 부문에서는 LG전자 H&A사업본부가 전년 1위 기업 삼성전자 DX부문 생활가전 사업부를 밀어내고 정상을 차지했다. 이외에도 아가방앤컴퍼니(유아용품), 풀무원(종합식품)이 올해 부문별 1위 자리를 꿰찼다.

서비스 부문 산업군인 백화점 부문

에서는 현대백화점이 전년 1위 기업 신세계백화점을 제치고 새롭게 왕좌에 올랐다. 슈퍼마켓 부문은 GS리테일이 전년 1위 기업인 이마트에브리데이를 따돌리고 정상을 차지했다. 콘도미니엄 부문에서는 한화호텔&리조트가 전년 정상에 군림했던 소노호텔&리조트를 밀어내고 1위에 올랐다. 이외에도 세라젠(헬스케어), NS홈쇼핑(TV홈쇼핑)이 올해 부문별 1위 자리를 꿰찼다.

한편 올해 조사에서 공공 부문의 경우 산업별 1위 기업이 변경되지 않았다. 1위 변경이 잦은 산업군으로는 발전, 해운물류서비스, TV홈쇼핑, 생활용품, 유가공, 종합대학, 종합물류서비스, 콘도미니엄, 건설공기업 등이 꼽혔다. 2004년 조사가 시작된 이래 1위 기업이 변경되지 않은 산업군은 24개로 나타났다.



누군가 먼저 가야하는 길.

유한양행이
인류건강의 길을
앞서갑니다

국민이 사랑하고, 국민과 함께 자란 기업 유한양행
지난 90여년 동안 이어진 정직과 성실의 기업문화와
기업의 사회적 책임에 대한 확고한 신념이 지금의 유한을 만들었습니다.

지금껏 걸어온 길을 돌아보며, 앞으로 가야 할 길을 생각합니다.
혁신적 신약개발을 통한 글로벌 제약사로의 도약, 대한민국을 넘어
모든 인류가 건강하고 행복한 길을 걸어가려 합니다.

다가올 100년에는 창립자 유일한 박사의 숭고한 정신을 바탕으로
미래를 향한 도약과 발전의 역사를 써나갈 것입니다.

우리의 도전은 이미 시작되었습니다.



유한양행

‘존경받는 기업’을 위한 KMAC 제언

‘존경받는 기업’이 되기 위해서는 모든 이해관계자들로부터 존경과 신뢰를 받아야 한다. 이해관계자는 주주, 고객, 공급자, 지역사회 등 기업 활동에 영향을 주거나 받는 모든 주체를 포함한다. 이에 기업이 다양한 이해관계자들의 의견을 고려하여 지속 가능한 가치를 창출하고 사회적 책임을 추구하는 경영 철학 ‘이해관계자 자본주의’가 중요해지고 있다. 이들의 요구와 기대를 충족시키지 못하게 되면 기업의 장기적 성과에 부정적인 영향을 끼칠 수 있다. 이에 따라 모든 이해관계자 특성을 고려한 전략적 커뮤니케이션을 전개해야 한다.

열린 혁신을 통한 가치 창출

리스크 관리하는

프로세스 혁신 주목

관찰을 통한 경험 디자인

프로세스 혁신에 주목해야 한다. 글로벌 자동차 시장 점유율 1위를 달리는 도요타는 2023 회계연도에 순이익 40조2000억원을 내며 창립 이래 최대 규모의 성과를 예고했지만 자회사 품질 부정 등 일본 완성차 업계의 신뢰를 뒤흔들 이슈가 자리하고 있다. 원가 절감 등 단기적 관점의 위기 대응에 매몰돼 지속가능한 경영의 본질을 흐린 것이다.

기업은 일반적으로 통제 가능한 운영상 리스크, 기업이 전략적으로 수위를 창출하기 위해 부담하는 전략적 리스크, 기업 자체의 영향력이나 통제 범

위를 벗어나는 외부 리스크 등 다양한 위험 범주에 맞게 리스크 관리 프로세스를 조정해야 한다.

특히 외부 리스크는 대부분 기업의 통제 밖에 있기 때문에 이를 예측하고 잠재적 영향을 분석·평가한 뒤 만약 위험이 발생하면 영향을 최소화하는 방안을 찾는 데 역량을 집중해야 한다.

물론 위험이 생길 확률이 매우 낮은 데다 경영자 또는 관리자가 일반적인 프로세스에 익숙한 구조에서는 예측·대응이 쉽지 않은 게 현실이다. 따라서 이와 관련해 리스크 최소화 방안·전략을 수립하고 거버넌스를 사전에 구축해 내부 인식을 공고히 하는 데 주안점을 뒀다.

한편 경험 경제(Experience Economy) 시대가 도래하면서 기업에 효과적인 경험 디자인 전략이 요구되고 있다.

경험 경제는 ‘기억에 남는 경험’이 차별화된 경제적 부가 가치를 창출한다는 개념이다. 관건은 ‘관찰’을 통한 경험 디자인이다.

디지털에 남겨진 데이터를 활용해 경험 관리 대상자의 마음을 읽어내는 법이 중요하다. 기업은 경험이 제공되는 ‘시간’과 관련된 디자인 전략을 고민해볼 필요가 있다. 고객이 서비스를 경험하는 과정과 관련된 시간의 길이 또는 서비스 접점이 배열되는 순서 등이 일례다.

서비스를 얼마나 오래 혹은 짧게 제공하는지, 서비스 접점의 배열 순서가 어떠한지에 따라 고객 경험은 완전히 달라질 수 있다.

All Star 및 정유 부문 8년 연속 1위



안워르A. 알-하즈지 대표



S-OIL은 ‘위기가 곧 기회’라는 역발상을 통해 성장해왔다. 예측불허한 경영환경에서도 정유·석유화학·유틸리티 조화를 이루는 최적의 사업 포트폴리오를 구축했다.

S-OIL은 ‘최고의 경쟁력과 창의성을 갖춘 친환경 에너지 화학기업’을 향한 ‘비전 2030’을 추구하고 있다. 석유화학 사업을 확대하면서 탈탄소 로드맵에 따라 단계적으로 탄소배출을 감

축하고, 수소 등 신규 사업에도 역량을 집중하고 있다. S-OIL은 2026년 완공을 목표로 국내 최대 규모 석유화학 투자(약 9조원)인 ‘샤한 프로젝트’를 진행하고 있다.

이 프로젝트는 회사의 수익 구조를 더욱 공고히 하고, 경쟁력을 끌어올리는 새 성장동력이 될 것이다.

S-OIL은 지속가능한 사회를 위해 ESG경영(환경·책임·투명경영)을 실천하고 있다. 2035년까지 탄소배출량 35% 감축, 2050 탄소중립 선언에 대응하는 탄소경영 시스템 고도화, 모든 생산공정에 ‘ISO환경경영시스템’ 인증, 휘발유·경유 ‘환경품질등급’ 최고 수준 유지, 사회공동체와 함께하는 사회책임경영(CSR) 활동, 투명

한 윤리경영 체제 구축 등이 구체적인 사례다.

S-OIL은 고객 중심의 브랜드 마케팅을 펼치고 있다. 캐릭터 ‘구도일’을 활용한 광고 캠페인을 중심으로 카드 마케팅, 세일즈 프로모션, 스포츠 마케팅, 서비스·품질관리 제도 등 차별화된 소비자 마케팅 프로그램을 운영하고 있다. 이번에 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’ 평가 항목 중 브랜드 신뢰와 호감을 의미하는 ‘이미지 가치’에서 S-OIL이 높은 평가를 받은 것은 이 같은 노력의 결과다.

미래를 예측하는 가장 좋은 방법은 미래를 창조하는 것이라는 표현처럼 S-OIL은 지난 48년간 기존의 틀을 깨는 창조적 혁신으로 위기를 성장의 기회로 삼았다.

AI 기술로 원양어업 지속가능성 이끌어

수산 부문 10년 연속 1위



민은홍 대표



동원산업은 인공지능(AI) 기술을 전방위적으로 활용하며 원양어업의 혁신을 주도하고 있다. 급변하는 산업 생태계에 효율적으로 대응하기 위해 과거 업무 방식에서 나아가

AI를 통한 혁신으로 사업의 유의미한 생산성 향상을 도모하고 있다. 이는 ‘새로운 가치를 창조하는 경영’이라는 동원그룹의 경영이념에 뿌리를 두고 있다.

동원산업은 1970년대부터 현재에 이르기까

지 ‘새로운 가치를 창조하는 경영’을 실천하며 국내 원양어업 발전에 기여했다.

최근 10년간 약 2000억원 규모의 투자로 6척의 최신형 선망선을 건조했다. 최근에는 레이더·소나(SONAR) 등 항행 장비 업그레이드와 자체 개발한 AI 드론을 탑재한 4세대 선망선을 건조하고 있다.

끊임없이 새로운 기술을 도입해 현장에 적용시켜 나가는 동원산업의 노력은 가시적인 성과를 보이고 있다. 헬리콥터 대신 AI 기술을 탑재한 무인항공기는 기존 헬리콥터와 비교했을 때 연료 사용이 100분의 1 수준에 불과하고, 이는 탄소 감축을 위한 노력에도 큰 효과를 발휘하고 있다.

한편 동원산업은 참치를 조업하는 선망어업

과 연승어업에 대한 해양관리협회(MSC) 인증을 각각 2019년 2020년에 국내 최초로 획득했다.

참치 등급 선별 시스템에도 AI 답러닝 방식을 적용하고 있다. 기존에는 냉동 어체의 꼬리 부분을 절단해 사람이 육안으로 일일이 등급을 판정해야 했다.

최근에는 1만개 이상의 꼬리 절단면 이미지와 등급 기준을 사전 학습한 ‘참치 품질 등급 선별 AI 모델’을 개발해 작업 효율성은 물론 품질 등급 표준화를 선도, 지속가능한 생산 체계를 갖출 수 있게 됐다.

동원산업은 앞으로도 AI 기술을 통한 혁신과 지속가능경영으로 글로벌 수산업계를 선도해 나가기 위해 노력하겠다고 밝혔다.

모두를 위한 녹색가치…탄소 30%감축 목표

시멘트 부문 21년 연속 1위



전근식 대표



한일시멘트는 ‘Green Value for All(모두를 위한 녹색가치)’이라는 비전 아래 ESG(환경·책임·투명경영) 전략을 추진하고 있다. 우선한일시멘트는 2030년까지 탄소

배출 30% 감축을 목표로 대규모 친환경 설비 투자를 진행하고 있다. 친환경 제품 개발과 순환자원 활용 친환경 사업을 병행해 ‘2050 넷제로(탄소중립)’를 달성할 계획이다. 안전문화 제고를

위한 행동기반 안전규정도 실천하고 있다. 상생 경영을 강화하기 위해 협력사 경영 지원을 위한 컨설팅과 협력기금도 확대하고 있다. 주주 가치 제고를 위한 공정공시에도 힘을 쏟고 있다.

한일시멘트는 건설현장 변화에 맞는 제품도 꾸준히 선보이고 있다. 건설 노동자의 건강과 안전을 위해 기존 40kg 레미탈 제품을 25kg으로 변경해 출시했다. 층간소음과 비산먼지 등 사회 문제에 대응할 수 있는 제품도 상용화했다.

한일시멘트 사회공헌 활동의 중심에는 1983년 설립한 ‘우덕재단’이 있다. 기업 이윤의 사회 환원과 국가 미래를 짊어지고 나갈 참된 일꾼을 발굴 육성한다는 취지로 창업주인 우덕 허채경 선대회장이 만든 재단이다. 우덕재단은 매년 약

200여 명의 장학생에게 등록금 전액을 지원하고 있다.

이 밖에도 2011년 창단된 한일시멘트 봉사단 ‘WITH’는 나무 심기, 헌혈 행사, 연탄 배달, 독거노인 집 수리 등 봉사활동을 펼치고 있다. 단양공장 기계팀 ‘황소봉사회’는 농기계 수리를 비롯한 지역주민을 위한 재능기부를 23년간 이어오고 있다.

최근 한일시멘트는 현대시멘트 인수와 지주회사 체제 구축이라는 두 가지 큰 변곡점이 있었다. 현재는 양사의 시너지를 최대한 끌어올려 시멘트 업계의 진정한 1등으로 거듭날 수 있도록 양사 간 통합가치 창출을 위한 임무를 수행하고 있다.

ANYONE ANYTIME
린나이 AA가스레인지

Rinnai

All Star 및 은행 부문 21년 연속 1위 / 신한은행

차별화된 환경·책임·투명경영 앞장



정상혁 은행장

신한은행은 ‘금융으로 세상을 이롭게 한다’는 미션 아래 기업의 사회적 책임을 넘어 모두가 함께 희망을 꿈꿀 수 있는 상생의 사회적 가치를 창출하기 위해 힘쓰며 차별화된 환경·책임·투명경영(ESG)을 실천해오고 있다.

신한은행은 2021년부터 지난해까지 대표 사회공헌 사업인 ‘동행프로젝트’를 통해 사회안전망 사각지대에 놓인 저소득층, 장애인, 다문화가정 등 도움이 필요한 이웃들을 대상으로 기본적 생계지원과 더불어 디지털 교육, 취업역량 강화교육 등 다양한 지원을 이어왔다.

신한은행은 지난해 4월 동행 프로젝트를 고도화하고 ESG 경영전략과 사회적 트렌드를 반영해 ESG 상생 프로젝트를 새롭게 기획해 추진했다. 이를 통해 사회(S) 영역뿐만 아니라 환경(E), 지배구조(G) 등 ESG 모든 분야를 포괄하고, 지원 대상 역시 취약·소외계층을 넘어 모든 이해관계자를 아우르는 다양한 사회공헌 사업을 추진하고 있다.

또 고금리로 인해 이자 부담이 가중되는 상황에서 국민과의 상생을 위해



개인 고객, 소상공인, 중소기업 고객을 대상으로 총 1623억원 규모의 ‘상생금융 확대 종합지원’ 방안을 발표하며 고객이 체감할 수 있는 금융 솔루션을 제공했다. 이와 더불어 상생금융기획실을 신설해 금융과 비금융을 아우르는 다양한 사업을 추진하며 고객과 지속할 수 있는 상생의 가치를 창출하고 있다.

신한은행은 최근 다양한 수법의 보이스피싱(전기통신금융사기)을 통해 피해를 본 고객이 급증함에 따라 ‘보이스피싱 피해자 지원 및 예방사업’을 추진하고 있다.

3년간 총 300억원을 사회복지공

모금회에 기탁해 피해자 중 취약계층 생활비 지원, 예방 교육·보이스피싱 보험 제공, 심리·법률상담, 대국민 홍보·캠페인 등의 다양한 지원 사업을 추진하고 있다.

또 사회적으로 큰 이슈가 된 전세사기 피해자를 대상으로 무료 법률구조 금융지원을 실시하고 있다. 신한은행은 대한법률구조공단을 통해 소송, 변호사 선임, 기타 법률 상담 등의 업무를 전세사기 피해자 및 취약 계층에게 지원하고 있다.

이를 통해 피해자들은 소송 과정에서 발생하는 소송비용, 변호사 보수 등 실비용을 무료로 지원받게 된다.

All Star 및 신용카드 부문 17년 연속 1위 / 신한카드

골목상권·지역경제 활성화 위한 ESG 경영



문동근 대표

신한카드가 한국능률협회컨설팅에서 주관하는 2024년 한국에서 가장 존경받는 기업에서 신용카드 부문 17년 연속 1위를 차지했다. 올스타 기업에도 9

년 연속 선정됐다.

신한카드는 골목상권, 지역 경제 활성화를 위한 환경·책임·투명경영(ESG) 상생 경영 활동을 지속하고 있다. 신한카드는 자사의 소상공인 마케팅 플랫폼인 ‘마이샵 파트너’를 통해 골목상권 활성화를 지원하고 있다. 마이샵파트너는 온라인 쇼핑물과 신한카드 가맹점이 아닌 개인사업자까지 모든 소상공인이 이용할 수 있도록 개방형으로 운영되고 있다. 가맹점 홍보와 신한카드의 앱 푸시 마케팅, 사업자별 특화된 금융 상품 추천, 매출 관리 서비스, 빅데이터 기반 매장 경영 상태와 상권 분석 서비스 등을 이용할 수 있다.

신한카드는 빅데이터 역량과 공공사업 경험을 바탕으로 부산 경제 활성화와 지역 미래 인재 양성을 위한 지·산·학 협력 ESG 사업을 진행하고 있다. 신한카드는 부산시, 부경대와 ‘데이터 기반 정책 분석·연구’를 통한 중



소상공인 경기 활성화 및 데이터 사이언스 융합 인재 양성’을 위한 협약을 지난해 2월에 체결하고 관련 사업을 진행하고 있다. 신한카드와 부산시는 카드 소비 빅데이터와 공공분야 빅데이터를 결합해 지역 경제를 다각적으로 분석한 뒤 데이터에 기반해 정책을 연구한다. 또 신한카드와 부산시는 대학에서 쉽게 접하기 어려운 공공분야·카드 데이터를 활용할 수 있도록 부경대에 데이터를 제공하며 분석에 참여하고 있다. 도출된 결과는 정책 연구에 반영할 예정이다.

신한카드는 행정안전부와 착한가격업소 활성화를 위한 협약을 맺고 지

역 경제 상생을 위한 정부의 소상공인 정책을 지난해 6월부터 수립해왔다. 현재는 2월 한 달간 전국 착한가격업소에서 최대 1만원까지 환급해주는 이벤트를 진행 중이다.

신한카드는 선한 가맹점주와 함께 성장하기 위한 사회 상생 마케팅의 방안으로 민관협력에 제안을 2011년부터 행안부가 운영해온 착한가격업소를 중심으로 소상공인 지원에 나섰다. 지난해 내 차례 이용 활성화 마케팅을 통해 고객들에게 1만원 이상 해당 업소 이용 시 2000원 적립금 환급 행사를 진행하고 비용은 신한카드가 전액 부담했다.

서비스센터 부문 13년 연속 1위 / 삼성전자서비스

고객 만족 노력으로 차별화된 서비스



송봉섭 대표

삼성전자서비스가 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2024년 한국에서 가장 존경받는 기업’ 조사에서 서비스센터 부문 1위로 선정됐다. 서비스센터 부문 조사가 도입된 2012년 이후 13년 연속 1위를 석권했다.

‘한국에서 가장 존경받는 기업’은 기업의 역량과 가치를 종합적으로 평가해 우수기업을 선정하는 국내 유일의 인증제도다. 삼성전자서비스는 올해 조사에서 변화 적응을 위한 혁신성, 고객 만족 활동, 신뢰도·선호도, 서비스 품질, 환경친화적 경영, 인재 육성 등 12개 평가 항목에서 모두 동종업계 최고점을 받았다.

삼성전자서비스는 고객 수요를 반영해 차별화한 서비스를 제공하고자 노력하고 있다. 업계 최초로 주말 케어 서비스센터를 도입해 갤럭시 사용



자들이 언제나 편리하게 휴대전화 점검 서비스를 이용할 수 있도록 했다. 기존에 평일에만 받을 수 있던 휴대전화 점검 서비스를 주말까지 확대한 것이다. 문의센터도 24시간 365일 운영해 고객이 서비스 이용 시간에 제약 없이 전화와 채팅 상담을 받을 수 있다. 제품 수리에 대한 고객의 목소리를 경청해 자가 수리 서비스도 도입했다. 서비스센터 방문 수리와 자가 수리 중 고객이 원하는 방법을 고를 수 있도록 선택의 폭을 넓혔다. 서비스센터 방문할 여건이 되지 않는 고객은 삼성전자서비스 홈페이지에서 자가

수리 설명서를 참고해 필요한 부품을 구입한 후 직접 수리가 가능하다.

삼성전자서비스는 사후관리를 넘어 고객이 불편을 겪기 전에 제품을 점검해주는 사전점검 서비스도 제공하고 있다. 매년 본격적인 더위가 시작되기 전 ‘에어컨 자가 점검’ 캠페인을 실시해 고객이 여름철 에어컨 고장으로 불편을 겪지 않도록 예방에 주력하고 있다. 에어컨 필터 청소, 전원 연결 상태 확인, 실외기실 정리 등 자가 점검 방법을 안내하고 여름 전 서비스를 이용하는 고객에게는 수리비 할인 혜택도 제공한다.

엔지니어가 출장 서비스를 위해 방문할 때 고객이 사용 중인 삼성전자 제품들을 추가로 점검해주는 플러스점 서비스도 제공해 고객에게 호평을 받고 있다. 전문 엔지니어에게 제품 점검은 물론 사용 방법 안내까지 받을 수 있어 제품 고장 예방뿐 아니라 간단한 궁금증 해결에도 용이하다.

전문대학 부문 13년 연속 1위 / 영진전문대학교

해외취업 전국 최고 우뚝...13년째 ‘별’ 달아



최재영 총장

대구 영진전문대학교(이하 영진전문대)가 한국능률협회컨설팅이 실시한 ‘2024년 한국에서 가장 존경받는 기업’의 전문대학 부문에 선정됐다.

영진전문대는 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’ 전문대학 부문 조사, 발표를 시작한 첫해부터 올해까지 ‘가장 존경받는 전문대학’에 13년 연속 선정됐다. 영진전문대는 2022년 80%에 육박하는 취업률을 기록했다. 해외취업은 전국 2·4년제 대학교를 통틀어 전국 1위에 올랐다.

영진전문대는 코로나19 시기였던 2020년과 2021년 졸업자 취업률이 각각 75.3%, 75.2%였지만 2022년 졸업자 취업률이 79.2%로 전년 대비 4%포인트 증가했다. 특히 공학 관련 학과가 약진했다. 컴퓨터정보계열은



취업률 87.6%를 기록했다. AI융합기계계열 80.2%, 반도체전자계열과 건축인테리어디자인계열 취업률도 각각 77.8%, 80.7%로 집계됐다.

사무실무 분야 학과는 코로나19 엔데믹을 맞아 취업률이 상승했다. 경영회계서비스계열 취업률은 74.5%로 전년 대비 11.5%포인트 올랐다. 유아교육과는 1년 전보다 0.2%포인트 오른 86.8%를 기록했다. 간호학과는 전년 대비 5.5%포인트 증가한 94.3%의

취업률을 보였다.

대기업 취업률도 과거보다 증가했다. 코로나19로 어려움을 겪은 2020년, 2021년에 각각 282명, 308명에서 2022년 100여 명이 늘어난 410명이 대기업에 취업했다. 2022년까지 최근 6년간 대기업 취업 현황을 살펴보면 삼성전자·삼성전기·삼성SDI·호텔신라 등 삼성그룹에 240명이 입사했다. LG그룹에 380명, SK그룹에 325명이 취업했다. 이 밖에도 한화그룹 91명, 포스코그룹 67명, 현대그룹 73명, 신세계그룹 48명, 롯데그룹 48명 등 국내 대기업에 총 2168명이 입사했다.

해외 취업의 경우 2022년 졸업자 중 83명이 일본 등 해외 기업에 취업해 전국 1위에 등극했다. 최근 6년간 일본(576명)을 비롯해 호주(45명)와 중국, 미국, 뉴질랜드, 싱가포르 등 취업자를 포함해 총 632명이 해외에 취업했다.

교보생명 이웃사랑 이야기 황제맹권 편

서로를 돕는 따뜻한 이웃사랑 그것이 생명보험의 가치입니다

매서운 추위를 이겨내기 위해
서로를 꺼안고 위치를 바꿔가며 체온을 유지하는
황제맹권의 허들링처럼

생명보험은 언제 찾아올지 모르는 어려움을
이웃과 함께 이겨내는,
따뜻한 이웃사랑입니다

KYOBOS 교보생명

All Star 및 생명보험 부문 2년 연속 1위 / KYOBO 교보생명

환경교육부터 ESG채권까지...지속가능경영



신창재 대표

교보생명이 한국 능률협회컨설팅에서 주관하는 '2024년 한국에서 가장 존경받는 기업' 조사에서 생명보험 산업 1위 기업, 'All Star 30' 기업에 선정됐다. 특히 산업별 1위 기업 부문에서는 2023년에 이어 올해 2년 연속 이름을 올렸다.

교보생명은 1958년 국민교육진흥, 민족자본형성을 창립이념으로 설립돼 60년 동안 국내 보험산업을 영위해왔다. 2011년에는 지속가능경영체계를 수립하면서 '모든 이해관계자와의 공동발전 추구'라는 지속가능경영을 수립해 설립 취지를 이어왔다.

교보생명은 이 같은 취지에 맞도록 2011년 지속가능경영 보고서를 세계 생명보험업계 중 최초로 발간했다. 2022년에는 ESG 추진 로드맵을 수립해 부문별 과제를 추진하기로 했다. 이 로드맵은 2022년 환경부와 함께 진행한 시민 환경보호 의식고취 프로그램 등을 통해 실현하고 있다. 교보생명은 작년 6월 환경교육 북 콘서트 진행, 10월 서울 광화문에서는 '지구하다 페스티벌'을 공동 개최해 3000여 명의 시민을 대상으로



환경보전의 올바른 실천 방법을 알렸다.

교보생명은 또 자립준비청년의 안정적인 경제적 자립을 지원하는 금융상품인 '교보생명청년저축보험'을 출시하기도 했다. 상품에 가입하는 자립준비청년에게는 5년간 연 5%의 확정금리 혜택과 함께 종합검진서비스 등 부가서비스를 제공한다. 이상품은 사회취약계층과의 상생 공로를 인정받아 금융감독원이 주최한 '제3회 상생·협력 금융신상품' 우수사례로 선정됐다.

ESG 금융활성화에도 기여하고 있

다. 교보생명은 2022년 총 5억달러 규모의 '신종자본증권'을 발행했다. 그러면서 ESG 중요성을 고려해 ESG채권의 형태로 발행했다. 조달된 자금은 친환경과 사회적 가치 창출을 위한 사업에 쓰일 예정이라고 교보생명은 밝혔다.

체육활동에 대한 기여도 높은 편이다. 교보생명은 1985년부터 민간에서 개최하는 유일한 전국 유소년 종합체육대회인 '교보생명 꿈나무 체육대회'를 통해 체육 꿈나무 육성을 지원해왔다. 종목은 육상, 체조, 수영, 빙상, 테니스, 유도, 탁구 총 7개다.

교육서비스 부문 14년 연속 1위 / DAEKYO

미취학 아동까지 '맞춤형' 교육 제공



강호준 대표

대교는 업계 최초로 학습지라는 교육서비스 개념을 도입해 눈높이 교육에 앞서 왔다. 그런 만큼 '세상에서 가장 큰 학교'라는 비전을 가지고 학습자들에게 맞춤형 교육을 제공해 왔다.

대교는 2021년에는 시니어 학습을 위한 '대교뉴이프'를 론칭했다. 이 프로그램은 장기요양보험 서비스부터 시니어 전문 인력 양성을 위한 요양보호사교육원, 시니어 전문 인력 육성 등을 위한 서비스를 제공한다.

올해에는 시니어 인지 강화 프로그램인 '브레인 트레이닝 키트'의 후속 시리즈 출시, 시니어 근력 감소 및 노쇠를 예방하는 '시니어 신체 케어 서비스', '프리미엄 방문 재활운동 서비스'도 선보일 예정이다.

2025년 신학기부터 초등학교 수학, 영어, 정보, 국어 과목에 인공지능(AI) 디지털 교과서가 도입되는 만큼 디지털 교과서 '눈높이스쿨원'을 선보인다. 이전까지의 지면 중심 학습지를 디지털 교과서로 전환해 변화하는 학습 환경에 빠르게 적응할 수 있도록 돕는 제품이라는 설명이다.

눈높이스쿨원은 전 과목 AI 맞춤형



습과 더불어 눈높이 강사의 1대1 방문 및 학 관리가 더해진다는 점이다. 온라인과 오프라인을 결합한 학습 방식으로, 변화하는 교과 학습에 적응하기 쉽도록 돕는다.

디지털 전환에 따른 학생들의 적응을 최우선 목표로 하는 만큼, 눈높이스쿨원 제공 대상은 예비 초등학교 1학년부터 6학년이다. 학습을 제공하는 과목은 국어, 영어, 수학, 과학, 사회 등으로, 전 과목에 대한 AI 학습을 제공하기로 했다. 특히 대교가 개발한

AI 알고리즘을 통해 학생의 수준을 파악하고, 그에 따른 맞춤 학습을 제공한다. 학습 과정에서 학생이 아는 것, 모르는 것을 AI를 활용해 명확히 구분한다는 점이 장점이다.

중·고등학생들의 학습을 돕기 위한 스마트 수능 독해 학습 프로그램 '솔루니 수능 독해 트레이닝'도 마련했다. 이 프로그램은 학습자의 정확한 독해 능력을 측정하고, 가장 효과가 좋은 개별 커리큘럼을 제공하는 수준별 맞춤 학습 시스템이다.

All Star 및 종합식품 부문 1위(신규) / Pulmuone

'풀무원 지구식단'으로 미래 성장동력 확보



이호열 대표

풀무원은 한국능률협회컨설팅에서 주관하는 '2024년 한국에서 가장 존경받는 기업' 조사에서 종합식품부문 1위를 수상했다. 또 전체 산업을 대상으로 선정하는 '올스타 30개 기업'에 종합식품기업 중 유일하게 포함되기도 했다. 2004년 올스타 30개 기업에 처음 이름을 올린 이후 18년 연속 수상 기록이다.

풀무원은 식품기업인 만큼 환경을 생각하는 지속가능식품을 개발해왔다는 점이 높은 점수를 받았다. 풀무원은 2022년 8월 식물성 식품과 동물복지 식품을 핵심으로 하는 지속가능식품을 미래 성장동력으로 육성하기 위해 지속가능식품 전문 브랜드인 '풀무원지구식단'을 출범했다. 풀무원지



구식단은 2026년까지 지속가능식품을 회사 전체 식품 매출의 65%까지 끌어올리는 것을 목표로 하는 프로젝트도 추진하고 있다.

사내 문화 차원에서는 디지털 혁신을 위한 직원 교육에 힘쓰고 있다. 풀무원은 임직원을 위한 디지털 학습 플랫폼 '디지털 아카데미'를 지난해 3월 구축했다. 이를 통해 풀무원의 사업과 규모에 맞는 디지털 인재 유형을 정의하고 그에 따른 차별적 학습 프로그램을 구성했다. 직원 복지 차원에서는

일과 삶의 균형을 위해 임신기 단축근로, 배우자 태아검진 휴가, 직장어린이집 운영, 자녀 입학 돌봄 지원 등 가족친화제도를 선도하고 있다.

사회적 책임 부분에서는 장애인 지원에 주력하고 있다. 풀무원은 지난해 양지물류센터 내 용지에 장애인 자립을 돕는 자회사형 장애인 표준사업장 '풀무원투게더'를 설립했다. 장애인 개개인의 능력을 발휘하고 경제적 자립을 돕는 기회를 제공하려는 사업으로, 풀무원투게더에서 일하는 장애인 근로자들은 풀무원 전 계열사의 냉장제품 포장에 사용되는 워터 아이스팩 제조, 풀무원 제품 온라인 택배 포장 등을 담당하고 있다. 이우봉 풀무원 전략경영원장은 "풀무원은 앞으로도 사회공익을 추구하는 영리기업으로서 경제적·환경적·사회적 가치 창출을 위해 ESG 경영을 진정성 있게 수행하겠다"고 말했다.

All Star 및 종합병원 부문 18년 연속 1위 / 서울아산병원

10년간 3700명 해외 의학자 교육



박승일 병원장

다.

아산병원은 해외 의료 지원 부문에서 사회적 공헌 사업을 이어나가고 있다. 아산병원은 2009년부터 매년 아시아 저개발 국가와 재난 발생 국가에 의료진을 파견해 의료 봉사활동을 펼쳐왔다.

특히 해당 국가가 의료 자립을 이룰 수 있도록 의료 기술과 장비를 지원하는 '아산 인 아시아' 프로젝트를 진행했다. 이뿐만 아니라 국내 아산 병원에도 매년 미국·아랍에미리트(UAE)·몽골 등 100여 개국에서 의료인 환자 2만여 명이 내원해 치료를



받고 있다.

또 미국, 중국, 몽골, 사우디아라비아 등 60여 개국 해외 의료진 500여 명이 매년 아산병원을 찾아 수술 및 치료 기술을 전수받고 있다.

지난 10년간 아산병원을 다녀간 해외 의학자는 90여 개국 3700여 명에 달한다.

국내 차원에서는 지역사회와 의료계의 지속적인 상생을 위해 2021년 국내 종합병원 중 최초로 ESG위원회를 발족해 운영 중이다.

아산병원은 인천 청라에 '서울아산 청라병원' 개원을 준비하고 있다. 급변하는 의료 환경과 심화하는 글로벌 경쟁에서 지속가능한 경쟁력을 확보하기 위함이다. 이 병원은 2029년 개원할 예정인데, 800병상 규모에 첨단 의료 환경을 구축해 고령자 진료 및 고난도·중증치료 전문병원으로서 역할을 할 예정이다.

이같은 의료역량을 강화하려는 노력으로 아산병원은 지난해 미국 시사주간지 뉴스위크가 시행한 '2023 세계 최고 병원' 평가에서 5년 연속 국내 1위를 차지했고, 세계 순위로는 지난해 29위를 기록했다. 이는 미국 메이요 클리닉, 클리블랜드 클리닉, 매사추세츠종합병원 등 유명 병원과 비슷한 순위다.

금융으로 세상을 이롭게

Shinhan

올해도,
소상공인 분들에게
더 좋은 소식이
많아지도록
신한은행이
함께 하겠습니다

광정시장 '점대점' 이한나 사장님

신한은행은 자영업자·소상공인 등을 위해 3,067억원의 민생금융을 지원합니다.

전국 27만 자영업자·소상공인에게 이자 캐시백 1,973억원을 지원하고, 소상공인·미래세대 청년 등을 위한 폭넓은 지원과 사회이슈 해결 동참을 위한 다양한 금융 상품 및 서비스로 1,094억원을 추가 지원할 계획입니다.

더 나은 내일을 위한 동행 신한은행

시멘트 부문 21년 연속 1위 /  한일시멘트

친환경 제품으로 건설현장 선진화 앞장



전근식 대표

한일시멘트는 시멘트와 시멘트 2차 제품인 레미탈, 레미콘을 생산하는 대한민국의 기초건설자재 기업이다. 1961년 설립된 한일시멘트는 60년 넘게 우리나라 기간산업의 버팀목 역할을 수행해왔다.

뛰어난 품질의 제품을 생산하며 반세기 넘게 ‘산업보국’의 경영이념을 지켜온 한일시멘트는 이제 품질은 물론이고 환경과 상생, 투명한 지배구조까지 아우르는 균형 잡힌 행보를 이어나가고 있다.

한일시멘트는 1969년 업계 최초로 기업공개를 실시하고 1970년 국내 최초 벨크 시멘트 트럭(BCT) 출하, 1991년 국내 최초 드라이모르타르 브랜드 레미탈 출시 등 건자재 업계의 패러다임을 꾸준히 선도해왔다. 친환경 제품 개발에 박차를 가해 온 한일시멘트는 국내 시멘트 업계 최다 수준의 친환경 인증 제품을 보유하고 있으며 순환자원 사용 비중 확대를 위해 설비

를 개조하는 등 탄소 배출 저감을 위한 투자도 아끼지 않고 있다.

최근 한일시멘트는 다양한 제품을 개발해 증간소음부터 새집증후군까지 건설현장 이슈 해결에 앞장서고 있다. 먼저 증간소음 저감에 도움을 주는 제품으로 고밀도 바닥용 레미탈 FS600HD가 있다. FS600HD는 중량골재를 사용해 밀도와 강도를 높인 제품으로, 일명 ‘발망치’ 소리로 불리는 중량충격을 저감에 효과적이다.

바닥용 레미탈은 이동식 사일로를 이용해 고층부까지 호스로 쏘아 올리는데 FS600HD는 50층 초고층부 타설에도 성공해 시공 편의성까지 입증한 제품이다. 레미탈은 시멘트와 모래 등을 생산공장에서 미리 배합해 물만 혼합하면 사용할 수 있다.

타일 접착용 모르타르 폴리픽스 시리즈는 미세먼지, 새집증후군 문제를 함께 해결한 제품이다. 모르타르는 시멘트와 모래, 물을 섞은 건축자재다. 기존 타일 시멘트 대비 80%가량 분진을 줄인 폴리픽스 시리즈를 비롯한 10개 제품이 한국공기청정협회가 부여하는 친환경 건축



자재 단체표준(HB마크) 최우수 등급 인증을 받았다. 분진을 줄여 쾌적한 시공 환경을 제공하고 새집증후군에 대한 입주민의 걱정까지 덜었다. HB마크 인증은 인테리어 내장재의 유해성분 배출 여부를 평가하는 제도다.

아울러 한일시멘트의 25kg 프리미엄 미장용 레미탈은 기존 40kg 포장 단위를 국내 최초로 경량화해 출시한 제품이다. 건설현장 근로자들의 근골격계 질환 예방에 도움을 주고 있다. 또 25kg 프리미엄 미장용 레미탈은 번거로운 미장 작업 횟수도 줄였다. 일반적으로 2회 이상 필요한 미장 작업을 1회로 줄여도 되는 제품으로 공사기

간 단축 및 인건비 절감에 이바지하고 있다. 이 밖에도 국내 숙련공 비중이 점차 줄어드는 추세에 맞춰 미장 공정이 필요 없는 무미장 바닥용 레미탈 FS500을 개발해 상용화 막바지 단계에 이르기도 했다.

한일시멘트는 2004년 업계 최초로 전 사업장이 국제 표준 품질경영시스템(ISO 9001)을 취득한 뒤 꾸준히 친환경 제품들을 출시해 왔다. 2022년 12월 기준 환경성적표지, 저탄소제품 인증 등 총 35개의 친환경 제품 인증을 보유 중이며 탄소배출 저감, 자원 재활용 등과 관련된 친환경 기술 특허 15건도 가지고 있다.

수산 부문 10년 연속 1위 /  Dongwon 동원산업

지속가능한 바다를 위한 활동 실천



민은홍 대표

동원산업이 한국능률협회컨설팅이 주관하는 ‘2024년 한국에서 가장 존경받는 기업’ 수산 부문에서 10년 연속 1위를 차지했다. 국내 최대 수산기업이자 글로벌 지속가능 수산업을 선도하는 대표 기업으로서 위상을 확고히 했다.

동원산업은 그룹창업 이념인 ‘성실한 기업활동으로 사회정의 실현’과 비전 ‘새로운 가치를 창조하는 사회필요기업’에 내재돼 있는 환경·책임·투명경영(ESG) 가치를 계승하기 위한 경영 목표를 수립해 실천하고 있다.

동원산업은 2016년부터 SeaBOS 회의체 활동을 이어오고 있으며, 국내 기업은 유일하다.

동원산업 등 9개 수산기업 대표가 모두 참석했으며 조승환 해양수산부장관을 비롯한 세계 각국 관계자들도 자리했다. 회의에서는 불법·무선·무규제(IUU) 어업 방지, 멸종위기종 보호, 수산양식에 항생제 사용 금지, 해양플라스틱 절감, 기후변화 대응 등



5가지 주요 안전에 대한 각 기업의 모범적인 활동 사례를 공유했다. 또 지속가능 수산업을 위한 신규 과제와 이행방안에 대해 논의했다.

동원산업은 지속가능한 바다를 위한 활동의 일환으로 2021년부터 해양 플라스틱 폐기물을 감축하기 위해 ‘국제 해안 클린업데이’를 진행하고 있다. 매년 임직원 100여 명이 4인1조를 이뤄 서울 강남구 양재천과 부산시 영도구 해안가의 각종 폐기물이나 생활쓰레기를 수거하고 있다.

이 밖에도 동원산업은 참치를 조업하는 선망어업과 연승어업에 대한 해양관리협회(MSC) 인증을 각각 2019년과 2020년에 국내 최초로 획득했다. MSC는 지속가능 수산물 분야에서 가장 권위 있는 글로벌 비영리기구로 해양 생태계·어종 보호, 국제 규정 준수 여부 등 조업 과정 전반을 평가해 인증을 부여한다. MSC 인증을 받은 제품은 지속가능한 어업 방식과 생산유형 방식을 거친 착한 수산물을 의미한다.

All Star 및 제약 부문 21년 연속 1위 /  유한양행

나눔과 사회환원으로 존경받는 기업



조옥제 대표

가장 좋은 상품을 만들어 국가와 국민의 삶에 기여하겠다는 유한한 박사의 창업신은 시대가 변해도 바뀌지 않고 있다. 단순한 이윤 추구를 넘어 사회적 가치 창출을 목표로 건강한 국민과 행복한 사회를 꿈꿨던 한 청년의 바람은 유한양행과 유한재단, 유한학원을 통해 오늘도 실현되고 있다.

유한양행은 유한재단, 유한학원과 함께 지역사회의 지속가능한 발전과 환경보존을 위한 다양한 사회책임활동을 실천하며 소중한 가치를 지켜나가고 있다. 체계적이고 전문적인 환경경영시스템을 구축해 구성원이 안전하고 쾌적하게 일할 수 있는 사업장을 운영 중이다.

사업장에서 발생할 수 있는 환경영향을 최소화하기 위해 친환경 경영활동을 실천하고 있다. 유한양행은 2009년 최초로 지정받은 녹색기업 인증을 15년째 유지하고 있다.

특히 충북 청주 오창공장은 대기, 수질 등 환경오염물질 배출과 관련된



규제를 법적 허용 기준보다 강화된 사내 기준으로 운영하고 있다. 사업장에서 발생하는 모든 환경오염물질은 정기적으로 측정하고 능동적인 모니터링과 현황 파악을 통해 배출 추이를 관리하고 있다.

아울러 집계한 측정자료는 녹색기업 보고서, 환경정보공개 등을 통해 이해관계자에게 공개하고 있다. 지난해 주요 개선 사례로는 초저녹스 보일러를 도입해 미세먼지 원인물질 중 하나

인 질소산화물의 배출량 저감에 기여했으며, 활성탄 방지시설을 신규 설치하고 기존 여과식 방지시설을 교체해 오염물질 배출량을 줄였다.

1971년 창업자 유한한 박사의 전 재산 사회환원으로 구축된 이윤의 사회환원시스템은 기업이 사회의 이익을 위해 존재한다고 여겼기에 가능했다. 이는 곧 유한양행의 환경·책임·투명경영(ESG) 활동의 근간이 되고 있다.

21년 동안 기업경영의 바람직한 모델 제시



1차 조사 선정 기업 CEO 기념 리셉션 개최



2023년 20주년 기념 인증식

한국 산업 사회는 1990년대를 기점으로 급격한 환경 변화에 직면, 새로운 경영 패러다임을 맞이했다. 과거에는 크고 강한(Big & Strong) 기업이 중시됐지만, IMF를 겪으며 이익을 내는(Profitable) 경영이 주목받는 사회로 변모했다. 최근에는 진정성 있는 경영 활동으로 ‘존경과 신뢰’를 받는 기업상(像)이 떠올랐다. KMAC ‘한국에서 가장 존경받는 기업’ 조사는 기업의 전사적인 역량·가치를 종합적으로 진단·평가하는 국내 유일한 제도다. 지난 2004년 처

음으로 36개 산업군(제조 20개·서비스 16개)에 대한 결과를 발표한 뒤, 대한민국 산업계의 핵심 바로미터로 자리 잡았다. 올해 제21차 결과는 총 91개 산업군(제조 33개·서비스 48개·공공 10개)에 대한 조사가 진행됐다.

존경과 신뢰를 받는 사회분위기 구현을 위한 활동도 진행되었다. 톰 피터스(Tom Peters), 토마스 데이븐포트(Thomas Davenport) 등 세계적인 경영 석학 초청 세미나를 통해 ‘착한 성장’이라는 새로운 관점의 경영 화두를 제시했다.

또 ‘미래는 존경받는 기업을 위한다’ ‘First to Best’ 등 서적 발간, ESG(환경·사회·지배구조) 이니셔티브 발족 등 남다른 행보를 보이고 있다.

27일 서울 여의도 콘래드호텔에서 열린 ‘제21회 한국에서 가장 존경받는 기업 조사 인증식’에는 150여명의 기업 임직원이 참여했다. 특히 최상목 경제부총리 겸 기획재정부 장관이 축사를 맡아 선정 기업들을 격려하고, 대한민국 산업을 통해 ‘착한 성장’이라는 새로운 관점의 경영 화두를 제시했다.

All Star 및 생활용품 부문 11년 연속 1위 /  유한킴벌리

생활·건강·지구환경 위한 경영혁신



진재승 대표

국내 최장수 공익 캠페인 ‘우리 강산 푸르게 푸르게’로 널리 알려진 유한킴벌리는 1970년 유한양행과 킴벌리클라크의 합작사로 설립됐다. 기저귀, 생리대, 미용티슈 등을 생활필수품으로 정착시키며 우리 사회의 위생문화 발전을 이끌어왔다. 이와 함께 윤리경영, 환경경영, 사회공헌, 환경·책임·투명경영(ESG) 등 지속적인 경영 혁신을 기반으로 주요 사업에서 모든 시장을 선도하고 있다.

유한킴벌리는 ‘우리는 생활·건강·지구환경을 위해 행동합니다’는 비전 아래 비즈니스 전반에서 성장과 변혁을 추진한다. 다양한 이해관계자가 기대하는 기업의 역할을 더욱 충실히 실천하기 위해 대표이사 직속 ESG위원회는 환경 소위원회, 사회 소위원회, 거버넌스 소위원회를 두고 있으며 기후위험 경영체계 마련과 환경경영



이행 관리, 지속가능제품 혁신 등을 주도한다.

유한킴벌리는 비상장기업으로 재무적 투자자 관점에서 ESG 평가를 구하는 회사는 아니지만, 지속가능경영을 실천해온 경험을 바탕으로 본질적 의미에서 ESG경영을 펼치고 있다. 이러한 ESG경영 실천은 스스로의 경쟁력을 키우고 기업과 사회, 지구환경의 지속가능성을 높이는 데 기여할 것으로 기대를 모은다.

유한킴벌리는 2030년까지 지속가능한 제품으로 매출의 95% 이상을 달성한다는 환경경영 목표를 세웠다. 제

품과 포장에서 불필요한 물질 사용을 최소화하고 2019년 대비 제품에 사용되는 플라스틱 사용량 50% 저감, 지속가능한 산림인증 펄프와 재생 플라스틱 사용 등 모든 생산 과정에서 탄소 배출량을 저감하기 위해 노력하고 있다.

특히 핸드타월 재활용 사업은 자원 순환 경제를 촉진하는 데 기여한다. 이는 위생적으로 사용한 핸드타월을 별도 분리수거해 제품의 원료로 재투입하는 자원순환 사업이다. 롯데물산과 삼성전기, 서울시청을 비롯해 기업 20여 곳, 지방자치단체 등과 협업하고 있다.

작년 한 해 동안 핸드타월 약 55t을 유용한 자원으로 사용한 핸드타월을 별도 분리수거해 제품의 원료로 재투입하는 자원순환 사업이다. 롯데물산과 삼성전기, 서울시청을 비롯해 기업 20여 곳, 지방자치단체 등과 협업하고 있다.

가정용보일러 부문 3년 연속 1위 / **Rinnai**

‘고객은 은인’ 받은 사랑 사회 환원



조상훈 대표

올해 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’ 조사에서 가정용 보일러 부문 1위에 선정된 린나이코리아(이하 린나이)는 환경부 및 각 지자체와 함께 대기환경 개선

효과와 경제성이 뛰어난 ‘친환경 보일러’ 보급 사업에 앞장서고 있다. 환경부 친환경 인증을 획득하고 1등급(92%)의 열효율을 자랑하는 린나이 친환경 보일러는 국내에서 유일하게 절약 모드도 갖춰 최대 14%까지 가스비를 더 절감할 수 있다. 환경뿐만 아니라 소비자의 경제적 부담까지 고민한 결과다.

최근 린나이는 ‘공기-가스 비례제어 기술로 연소제어범위가 증대된 고효율 친환경 보일러 제조 기술’을 이용한 가스보일러로 녹색제품인증을 획득했다. 가스나비 없이 상대적으로 낮은 설정온도를 맞추려면 최소 열량을 낮추는 연소 기술이 필요하다. 이



를 위해서는 부품이 추가로 필요해 설계가 복잡해지면서 내구성과 안전성은 떨어지거나 가격이 오르는 단점이 있었다. 해당 기술은 이런 단점의 보완·발전을 위해 개발된 것이다. 버너가 안정적으로 점화될 수 있도록 제어하는 1단계, 버너의 열화 안전성에 따라 연소 열량을 낮추는 2단계, 최소 열량을 유지하는 3단계로 연소를 제어하는 기술이다.

친환경 행보 외에 사회에 선한 영향력을 끼치는 캠페인도 진행하고 있다. 따뜻함을 표방하는 린나이는 ‘온(溫)세상으로 갑니다’ 캠페인을 전개하며 다양한 사회공헌 활동을 펼치고

있다. 저소득층 복지 사각지대 가구를 지원하는 기부 캠페인 ‘기부온(溫) GIVE ON’부터 제품 구매 후기 1개당 신제품 가스레인지 1대를 저소득층 및 취약계층에 전달하는 ‘ONE FOR ONE’, 어린이·노인 복지시설 환경개선 기부 캠페인인 ‘Every 온’까지 다양하다.

지난해 7월에는 베테랑 엔지니어들로 긴급복구팀을 구성해 충남 공주 옥룡동 폭우 피해 현장을 찾기도 했다. 린나이는 “‘고객은 우리의 은인, 품질은 우리의 생명’이라는 사시 실험을 위해 따뜻한 커뮤니케이션을 계속할 계획”이라고 밝혔다.

TV홈쇼핑 부문 1위(신규) / **NS홈쇼핑**

ESG이슈 해결로 지속가능경영 체계 구축



조항목 대표

NS홈쇼핑이 올해 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’ 전 조사 영역에서 고른 평가를 받아 TV홈쇼핑 부문 1위에 이름을 올렸다. NS홈쇼핑은 2012년 유엔글로벌 콤팩트에 가입해 인권·노동·환경·반부패 4대 분야 10대 원칙을 지지하며 기업 신뢰와 투명성 제고를 위해 노력하고 있다. 대외적으로는 ‘기업의 사회적 책임’을 실천하고 영업적으로는 ‘고객중심경영’, 내부 구성원에게는 ‘함께 일하고 싶은 기업’으로 자리매김 중이다.

2016년부터는 일반 시민을 대상으로 하는 환경 생태 축제를 후원하는 등 대내외 환경경영 활동을 강화했다. 물을 사용해 분리 배출하는 친환경 아이스팩, 테이프 없이 포장하는 ‘날개박스’, 물을 버리고 종이로 분리수거하는 종이 아이스팩 등을 도입하며 친환경 경영배출을 위해 노력해왔다. 환경경영



실천이 어려운 중소 협력사에는 친환경 포장재 등을 지원해 유통 생태계 전반의 환경 경영을 독려했다.

협력사와 상생으로 품질경영 지원 활동과 공정거래 문화 정착도 실천하고 있다. 중소기업 연구개발(R&D)·기술개발 자금, 상품성 개선 지원을 비롯해 유통, 마케팅, 서비스 관련 교육을 지원하는 농수식품 아카데미 등 지

역 능가 경쟁력 확보에도 적극적이다. 2018년에는 공정거래위원회로부터 ‘공정거래 자율준수 프로그램(CP) AA등급’을 받았다. 2022년 발표한 ‘동반성장지수’에서는 ‘우수’ 등급을 받기도 했다.

NS홈쇼핑은 ‘삶의 가치 창출과 행복 나눔’이라는 소명 아래의 사회적 책임 실천에도 앞장서고 있다. 사랑의 공부방, 저소득층 생필품 지원, 화재 취약계층 소화기 지원 등 지역사회를 위한 기여 활동을 진행 중이다. 국내 최대 요리 경연회를 포함하는 식문화 축제 ‘NS 푸드페스타’를 2022년부터 전북 익산에서 열면서 지역사회 균형발전과 농수축·식품산업 발전에도 기여하고 있다.

조항목 NS홈쇼핑 대표는 “고객·협력사와의 동반성장이 NS홈쇼핑 지속가능경영의 핵심”이라며 “앞으로도 ‘가장 신뢰받는 쇼핑 플랫폼’ ‘함께 일하고 싶은 기업’ ‘파트너와 함께 대규모로 성장하는 기업’이라는 비전을 실현해 나가겠다”고 말했다.

베이커리 부문 15년 연속 1위 / **PARIS BAGUETTE**

배우 노윤서와 함께하는 ‘할플, 파바’ 캠페인

파리바게뜨는 최근 ‘할플, 파바’를 주제로 브랜드 캠페인을 전개하고 있다. ‘할플, 파바’는 파리바게뜨의 새로운 브랜드 슬로건인 ‘마음과 마음이 만나는 하트 플레이스(Heart Place)’를 변형한 것이다. ‘하트 플레이스’를 줄인 것으로도 볼 수 있어 중의적인 의미를 담았다.

파리바게뜨는 새로운 브랜드 철학과 메시지의 효과적인 전달을 위해 파리바게뜨 양재 본점과 판교의 랩오브 파리바게뜨, 카페 신사점 등 주요 매장에서 브랜드 캠페인 옥외광고를 진행하고 있다. 대형하트 이미지와 브랜드 모델인 배우 노윤서를 전면에 내세우며 따뜻하고 사랑스러운 느낌을 주는 대형 포스터를 매장 외장 전면에 붙였다. 파리바게뜨는 청량하고 싱그러운 이미지가 브랜드의 지향점과 부합한다는 판단에 지난해 10월 배우 노윤서를 브랜드 모델로 발탁했다. 올해도 배우 노윤서와 함께 ‘하트 플레이스’ 브랜드 캠페인 활동을 전개한다.

이번 브랜드 캠페인과 함께 시즌 제



품도 나온다. MZ세대의 취향을 반영해 사랑스러운 비주얼과 반전 있는 내용물로 먹는 재미까지 있는 ‘마시멜로 우 가득 핫초코밤’이 주인공이다. 다크 초콜릿과 밀크 초콜릿 양면으로 만들어진 하트 모양 초콜릿으로, 따뜻한 우유를 부어 녹이면 진한 다크 초콜릿 파우더와 마시멜로가 터져 나와 핫초코가 완성된다. 핫초코밤 2개로 구성된 선물 세트와 핫초코밤 2개에 귀여운 곰과 하트가 그려진 종이컵 2개가 함께 구성된 ‘핫초코밤 먹고갈래?’ 등 2종의 선물 세트로도 만나볼 수 있다. ‘러브베어 하트 케이크’ ‘러브베어 순

수(秀) 우유케이크’ ‘L.O.V.E 케이크’ ‘생딸기 와르르 초코케이크’ 등 시즌 케이크도 내놓는다.

‘하트 플레이스’ 브랜드 캠페인은 베이커리를 매개체로 사회에 따뜻한 마음과 긍정적인 영향을 전하며 전 세대를 아우르는 연결고리가 되겠다는 방향성을 담았다. 파리바게뜨 관계자는 “달콤한 마음과 마음이 만나는 메시지를 담아 브랜드 캠페인을 전개하고 있다”며 “올해도 배우 노윤서와 함께 긍정적인 브랜드 가치를 알릴 수 있는 다양한 마케팅을 선보일 것”이라고 말했다.

사무기기 부문 4년 연속 1위 / **Canon**
캐논코리아 주식회사

영역 간 시너지로 새로운 비즈니스 개척



박정우 대표

2003년부터 21년 연속 국내 렌즈교환식 카메라 시장 1위를 유지했다.

캐논코리아의 사무기 사업은 업계에서 유일하게 개발·생산·수출·판매를 아우르는 종합적인 능력을 갖췄다. 복합기와 인쇄기, 프린터, 스캐너 등 업계에선 유일하다. 사업역량과 기술력을 바탕으로 네트워크 카메라, 헬스케어, 오피스 솔루션 등 4차 산업 트렌드에 부합하는 사업도 강화하고 있다. 카메라 사업에서는 디지털카메라, 렌즈, 포토프린터, 디지털 캠코더 등의 제품 라인업이 있다. 오랜 시간 축적한 광학 기술력과 고객 중심 기업 철학을 바탕으로 DSLR뿐만 아니라 미러리스, 시네마 EOS 시스템에 이르기까지



다양한 소비자의 필요를 충족시키고 있다.

서비스 품질 측면에서는 고객상담실 응대 품질 향상을 위해 일반 상담과 전문 상담을 구분하며 응대율을 제고했다. 업계 최초로 24시간·365일 서비스를 도입해 고객서비스 대응력을 강화하기도 했다.

캐논코리아는 전략적인 조직 재정비로 경영 효율성과 사업역량을 강화해 나가고 있다. 시장 흐름에 따라 솔루션, 메디컬 등 다양한 분야로 영역을 확대 중이다.

의료기기·메디컬 사업이 대표적이다. 캐논코리아는 자체 솔루션 제작 노

하우와 파트너사 협업을 기반으로 의료기기·메디컬 분야 솔루션을 내놨다. 수술실 CCTV 의무화법에 대응한 ‘CKR 프라이버시 마스크’ 솔루션을 개발해 국제나은병원, 한양대학교 구리병원 등에 구축했다. 소규모 의원과 중소 병원을 대상으로 병원 실무에 최적화된 물류관리시스템 ‘SAON Pro’를 출시하기도 했다.

캐논코리아는 의료기기·메디컬 분야를 포함해 2025년까지 신사업 매출 비중 30% 이상 달성을 목표로 하고 있다. 소비자 요구와 국내 시장 변화에 대응하는 신사업을 계속해서 추진할 계획이다.



쉬워야 진짜 ESG!

ESG는 "한일 EASY"

한일의 특허받은 이동식 사일로는 레미탈을 먼지 안 날리게 자동으로 물과 섞어 고층 시공 현장까지 한번에 펌핑해줍니다.

작업자는 편하게, 자연은 편안하게 한일의 혁신 기술이 세상을 바꿉니다.



한일시멘트



2024 KOREA'S Most Admired Companies
한국에서 가장 존경받는 기업

기억해 주셔서 감사합니다

한국에서 가장 존경받는 기업 21년 연속 시멘트 부문 1위



한국에서 가장 존경받는 기업은 끊임없는 혁신활동을 통해
탁월한 경영성과를 창출하는 동시에 사회적 책임을 다하여
이해관계자들로부터 존경과 신뢰를 받는 기업을 의미합니다.

KOREA'S Most Admired Companies

2024 한국에서 가장 존경받는 기업

 교보생명 · All Star 및 생명보험 1위 ·	 유한킴벌리 · All Star 및 생활용품 1위 ·	 유한양행 · All Star 및 제약 1위 ·	 Pulmuone · All Star 및 종합식품 1위 ·
 신한카드 · All Star 및 신용카드 1위 ·	 신한은행 · All Star 및 은행 1위 ·	 서울아산병원 · All Star 및 종합병원 1위 ·	 NS홈쇼핑 · TV홈쇼핑 1위 ·
 Rinnai · 가정용보일러 1위 ·	 대교 · 교육서비스 1위 ·	 PARIS BAGUETTE BOULANGERIE · 베이커리 1위 ·	 Canon 캐논코리아 주식회사 · 사무기기 1위 ·
 SAMSUNG 삼성전자서비스 · 서비스센터 1위 ·	 Dongwon 동원산업 · 수산 1위 ·	 한일시멘트 · 시멘트 1위 ·	 영진전문대학교 YEUNGJIN UNIVERSITY · 전문대학 1위 ·

지속 가능성을 넘어 기업을 향한 존경으로

전 세계적으로 사회적 가치에 대한 관심이 높아지며 기업은 지속 가능성을 고려하고 있습니다.
단순한 이윤 추구에서 벗어나 지속가능한 세상을 위한 노력으로 기업의 가치를 제고하는 '2024 한국에서 가장 존경받는 기업'
존경받는 기업, 이는 지속 가능성을 극대화한 기업에게만 볼 수 있는 가장 뛰어난 가치입니다.

Customer
Employee
Shareholder
Innovation
Society
Image