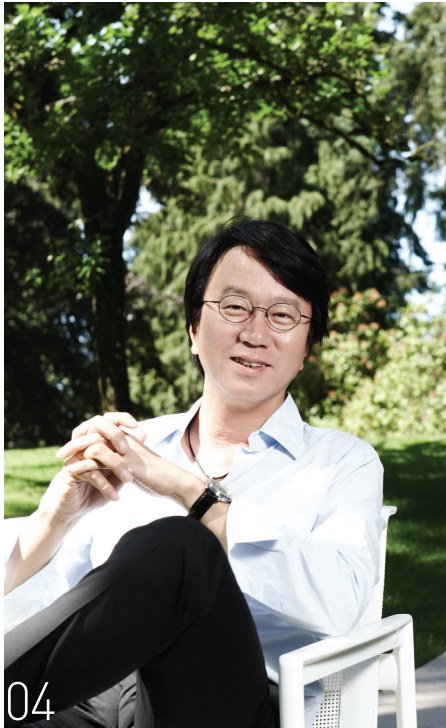


ECONET WAY

꿈을 함께 하는 행복한 일터 A community where all can share purpose, dream & happiness together

Vol.029 JANUARY 2010





04



14



16



18



22



30



34



42



46



50



58

ECONET WAY

꿈을 함께 하는 행복한 일터 A community where all can share purpose, dream & happiness together

Vol. 029 JANUARY 2010

발행인 이병훈 Publisher Bill Lee
 발행처 남양 Published by Namyang company
 편집기획 (주)남양 에코넷 기업본부 Editing and planning by ECONET Corporate Center, Namyang Company
 편집 김민선 Editor Minsun Kim
 디자인 디자인모루 Design by Design MORU
 인쇄 정광인쇄(주) Printed by Jeonggwang Printing

Cover Story
 우리들의 겨울은 지금은 보이지 않는, 그러나 저 아래 밑바닥에서 울트는 힘
 Our hidden power under the earth in the white winter will be bursting in the upcoming spring.

ECO

- 04 총괄사장 비전레터 Chairman's Vision Letter
- 08 자연오감 The Sense of Nature
- 10 웰니스 칼럼 Wellness Column
- 14 자연의 선물 The Gifts of Nature
- 16 테마 캠페인 Theme Campaign

NET

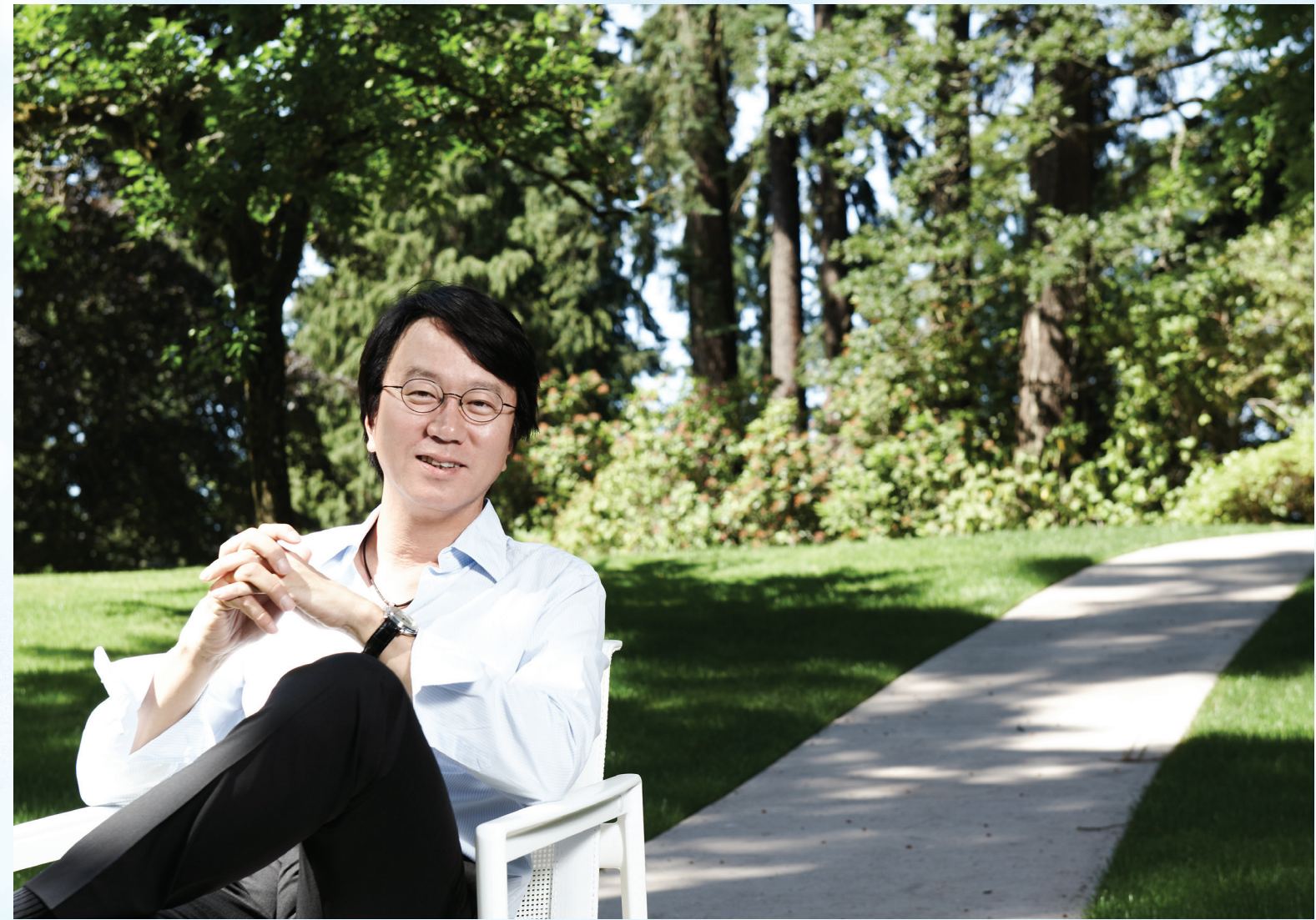
- 18 특별 기획 ❶ Special Report
- 22 특별 기획 ❷ Special Report
- 26 현장스케치 ❶ On the Scene
- 30 현장스케치 ❷ On the Scene
- 34 현장스케치 ❸ On the Scene
- 38 나의 소중한 사람 My Precious Person

WAY

- 40 청강열전 Biography of Lee,Yunho
- 42 에코넷 북클럽 ECONET Book Club
- 46 에코넷 글마당 ❶ Literary Space
- 47 에코넷 글마당 ❷ Literary Space
- 48 사진콘테스트 Photo Contest
- 50 에코넷 뉴스 ECONET NEWS
- 62 에코넷웨이 리뷰 ECONETWAY Review

드높은 비상 창대한 미래

Fly high, dream big



작년 이맘때를 기억해 봅니다. 한 치 앞도 내다볼 수 없게 세계경제를 궁지에 몰아 넣은 금융위기 앞에서는 에코넷도 예외일 수 없었습니다. 우리 앞에 놓인 엄청난 불확실성을 극복하기 위해 모든 에코네시안들은 그 어느 때보다도 강도 높은 전략수립에 돌입했습니다. 그 결과 우리는 어떤 상황에서도 에코넷 커뮤니티를 지키면서 우리의 자원을 총동원하여 지속적으로 추구해온 핵심사업부분의 강화를 통해 우리의 미래를 건설해 나아가는 데 집중하자는 전략에 동의하였습니다.

그로부터 일 년, 에코넷 가족 모두의 열과 성으로 일일이 모두 기술할 수 없는 크고 작은 어려움들을 지혜롭게 극복하면서 우리는 첫째, 우리 에코넷 커뮤니티를 굳건히 지켜 내었고, 또 미래의 지속적이면서도 강력한 성장을 위한 든든한 발판을 마련하게 되었습니다. 2009년은 우리 에코네시안 모두의 힘으로 위대한 역사를 이루어 낸 것입니다. 여러분의 노력으로 일구어낸 성취에 진심 어린 축하와 감사의 마음을 전합니다.

어려운 경제환경에도 불구하고 우리 모두가 이룩해 낸 지속성장의

Looking back this time last year, ECONET was hit by financial crisis which swept the world economy into a whirlwind of uncertainty. To overcome the tremendous uncertainty facing us, all ECONETians were determined to execute a firm-handed strategy. As a result, we agreed to build our future by strengthening core business operations in an all-out effort while protecting ECONET community.

A year has passed. We wisely went through countless difficulties along the way, and first, we were able to protect the ECONET community, and secondly, we are poised to implement consistent and considerable growth. The year 2009 will be remembered as a great chapter of ECONET history. I wholeheartedly appreciate your achievements and hard work.

Despite unfavorable economic conditions, we were able to pave the way for consistent growth, and it will be all the more valuable in 2011 when we will stand at the critical juncture of completing the first stage

2010년 새해에는 꿈과 목적, 그리고 행복이 있는 에코넷 커뮤니티가
헌신과 노력으로 만들어 놓은 성장기반 위에서 힘껏 비상하여야 할 때입니다.
우리 한 사람, 한 사람의 눈물과 땀방울이 맺어낸 지속성장의 기회이니만큼
결코 지난 준비의 시간에 경험했던 시행착오를 반복하지 말고
지혜와 용기로 기회의 동아줄을 당겨 내어야겠습니다.

기반은 2003년부터 추진해 온 에코넷 전략경영 1단계, 9년을 마무리
하는 시점에서 더욱 그 가치를 나타냅니다. 지난 7년간 우리는 '자연의
혜택을 인류에게' 전하는 천연물 최고 기업으로 향하는 길고 험한 도전
의 시간을 보냈습니다. 우리의 비전과 목표, 그리고 가치를 명확히 설
정하고, 그 과업의 수행을 위해 필요한 비즈니스 모델의 설정과 구축,
핵심역량의 단련, 그리고 필요한 각종 제도와 시스템 구현이라는 방대
한 작업을 진행해 왔습니다. 지난 한 해, 우리 모두가 이끌어 낸 위기극
복의 역사는 어쩌면 우연이 아니라, 지난 7년에 걸쳐 쌓아 온 에코넷
내공의 산물이 아니었나 생각해 봅니다.

앞으로 남은 2년, 우리는 에코넷 전략 1단계를 우리의 미래를 담보할
수 있는 경영기반으로 완성하고, 우리의 상상력만이 가늠할 수 있는
새로운 미래설계를 해야 할 때입니다. 우리는 지난 7년간 다양한 도전
을 해왔고 그 시도들은 성공과 실패, 양면의 모습으로 우리에게 나타났
지만 이런 모든 도전과 시도, 실패와 성공들은 에코넷에게 무엇으로도
얻을 수 없는 경험과 지혜를 주었습니다. 이제 우리는 차분한 마음으
로 지난 노력의 시간이 우리에게 준 교훈들을 되짚어 미래의 시급적으
로 삼고 창대한 앞날을 내다 보아야 할 때입니다.

이제 밝아오는 2010년 새해에는 꿈과 목적, 그리고 행복이 있는 에
코넷 커뮤니티가 헌신과 노력으로 만들어 놓은 성장기반 위에서 힘껏
비상하여야 할 때입니다. 우리 한 사람, 한 사람의 눈물과 땀방울이 맺
어낸 지속성장의 기회이니만큼 결코 지난 준비의 시간에 경험했던 시

of ECONET strategic management we embarked upon since 2003. For
the past seven years, we tackled numerous challenges to become a top
natural product company which brings "the best of nature to human-
kind." We established clear vision, value and goal, and developed and
implemented business model to this end, built our core competence,
and introduced all necessary systems. I believed that we successfully
steered our company out of crisis because we have honed our competi-
tiveness assiduously for the last seven years.

For the remaining two years, we should complete the first stage of
strategic management so that it would serve as our springboard to a
bright future. We have to dream bold and be creative to reach beyond
our imagination. We were faced with numerous challenges during the
past seven years, and it did not always end up with success. However, all
those challenges, trials and errors gave us valuable experiences and
wisdom which could not be gained otherwise. It is time for us to stay
calm, contemplate on the lessons learned and boldly step forward to a
bright future.

In the upcoming year 2010, it is time for ECONET community of
dream, vision and happiness to take off based on the bridgehead we
have built with so much devotion and efforts. This opportunity of sus-
tainable growth is earned with painstaking efforts, so we cannot afford

In the upcoming year 2010, it is time for ECONET community of dream,
vision and happiness to take off based on the bridgehead
we have built with so much devotion and efforts.
This opportunity of sustainable growth is earned with painstaking efforts,
so we cannot afford to fail this time.

We should take this opportunity with our wisdom and courage without repeating errors we made in the past.

행착오를 반복하지 말고 지혜와 용기로 기회의 동아줄을 당겨 내어야
겠습니다.

하지만 에코넷의 꿈을 이루기까지는 아직 극복하고 피해가야 할 위
험요소들이 우리 앞에 있다는 엄연한 사실도 직시하여야 합니다. 아직
도 세계 금융위기의 여진은 또 다른 위기상황을 불러 일으킬 수 있는
충분한 가능성을 내재하고 있으며, 우리의 7년 노력에도 불구하고 미
완으로 남아 있는 몇 가지 에코넷의 핵심 경쟁력의 완결도 결코 만만
한 일이 아닙니다.

이런 위험요소들이 뚜렷한 기회요소들과 함께 상존한다는 인식 속
에서도 우리 에코네시안들이 2010년에 또 하나의 승리의 역사를 써 나
갈 것이라고 굳게 믿는 까닭은 바로 우리의 열정이 있기 때문입니다. 우
리 마음 속에는 자연의 혜택을 인류에게 전하여 세상을 치유하자는 열
정이 있고, 에코넷의 비전을 함께 이루어 가는 우리 모두가 힘을 모아
꿈을 함께하는 행복한 일터를 일구어 내자는 열정이 있습니다. 이 세
상 무엇보다도 강렬하고 소중한 그 열정이 우리 에코넷에는 살아 숨쉬
기 때문에 저는 에코넷의 창대한 미래를 믿습니다.

우리 에코넷 가족 모든 분들의 건강과 행복, 그리고 무한한 성취를
기원하면서 2010년, 에코넷의 드높은 비상을 제안합니다.

이 병 훈

탐피코 농장에서
총괄사장 이병훈

From Tampico Farm
Chairman Bill Lee



마침내 나뭇잎
모두 떨어지면
보라, 줄기와 가지로
나목 되어 선
저 발가벗은 ‘힘’을

- 엘프레드 테니슨의 '참나무' 중에서
장영희의 '영미시 산책' '축복' 중에서(도서출판 비채(Viche)발행)



All his leaves
Fall'n at length,
Look, he stands,
Trunk and bough
Naked strength.

- Excerpted from The Oak, written by Alfred Lord Tennyson
Excerpted from *Blessing*, a selection of English poems by Young-Hee, Chang, published by Viche.

우리 에코넷이 웰니스(Wellness) 산업에 관심을 갖고 준비한다고 할 때 처음 접하게 되는 문제 중 하나는 과연 웰니스란 무엇인가, 나아가 웰니스 산업은 무엇인가 하는 점이다. 이를 분명히 하기 위해서는 우선 웰니스와, 웰니스와 혼용되고 있는 로하스(LOHAS: Lifestyle of Health and Sustainability)의 차이를 명확히 알아야 한다. 많은 사람들이 이 두 단어를 비슷한 개념으로 쓰고 있는 걸 보면, 실제로 둘의 차이에 대해 정확히 알고 있는지 의문을 갖게 된다.

우선 웰니스로 말하자면, 웰빙(Well-being)과 비슷한 개념이다. 세계보건기구(WHO)에 따르면 ‘육체적뿐만이 아니라 정신적, 정서적, 영적으로 건강하고 행복한 상태의 삶’이 웰니스다. 쉽게 말해서 몸과 마음과 정신이 쾌적한 환경 속에서 건강하게 살고 있는 삶이 웰니스 하는 삶이라고 할 수 있겠다.

웰니스와 비슷한 개념 중에 로하스가 있다. 여러 가지 웰니스 요소 중에서 환경을 삶의 주요 부분으로 간주하고, 이를 매우 중요하고 심각하게 생각하는 소비자 혹은 그런 라이프 스타일을 고집하는 이들이 있는데, 이러한 라이프 스타일이 로하스요, 그것을 고집하는 이들이

What is the difference between wellness and LOHAS? Many use the two words interchangeably, but it is doubtful whether the majority precisely understand the difference of the two in fundamental concepts. First, according to the WHO (World Health Organization), the “wellness”, which is similar to wellbeing, is defined as a “dynamic process of becoming aware of and making conscious choices toward a more balanced and healthy lifestyle” in aspects of physical, mental, emotional and spiritual state. In other words, a wellness life is being able to live in a state of healthy body, mind, and spirit in a pleasant environment.

Within the big boundary of wellness concept and elements that fulfill wellness lifestyle, what takes the “environmental” elements as the pivotal part of wellbeing is LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability), which could be a group of people who takes the idea of protecting and sustaining the environment very seriously and insist on carrying on environmentally friendly lifestyle. Meanwhile, the LOHAS could also simply mean a lifestyle itself, often called as “LOHAS lifestyle”.

바로 로하스족이다. 로하스가 큰 틀의 웰니스와 가장 두드러지게 다른 점은 물건이나 서비스를 이용할 때에 환경을 매우 중요하게 생각한다는 점인데, 로하스족은 같은 물건을 쓰더라도 조금 더 비싼 가격이나 불편함을 감수하더라도 기꺼이 환경친화적이고 지속가능한 물건을 고른다. 다시 말해 물건을 구입할 때에 그 물건이 생산과정에서 환경을 침해하지 않는 노력을 하였는가(환경친화적)를 고려하고, 그 물건이 만들어져서 사용된 후 쓰레기로 버려지지 않고 계속 사용가능한가(지속가능), 또는 썩거나 해서 자연으로 돌아가서 환경에 해가 되지 않는가를 숙고하여, 제품을 구입한다. 따라서 로하스족은 제품 구입 및 서비스 사용시 환경적인 요소에 많은 관심과 투자를 서슴치 않으며 또 그러한 라이프스타일을 생활화한다고 할 수 있다.

그럼 로하스를 고집하거나 나름대로 웰니스를 하고자 하는 소비자가 증가하는 추세에 있는 요즘, 관련 산업의 규모는 얼마나 될까? 보통 웰니스 산업 규모를 따진다면 통상 로하스 산업규모를 살펴게 되는 데, 현재 로하스 산업 규모는 2,265억 달러로서 미국 시장이 가장 크다. 로하스 시장은 몇 년에 걸쳐 빠르게 진화하고 있는데, 현재로서는 5개로 나뉘어져 있고, 그 종류와 규모는 (표-1)과 같다.

On that regard, what make the LOHAS distinguishable from wellness as a whole is the level of importance taken into an account with respect to environment protection and sustainability. To LOHAS, the environmental factors are the most critical elements that determines and have direct influence on their consumer behaviors. When making purchases and/or using services, the LOHAS do not hesitate to pay extra or to bear with inconvenience, if the product or service is environmentally friendly and sustainable. Once they acknowledge that there were efforts made to protect the environment by minimizing the damage and reducing the hazards in the process of making the product (environmentally friendly), and the product will return to nature, e.g. biodegradable, or is reusable (sustainable), they will make conscious purchase and use service even if it means causing more cost and discomfort. In the end, it is simply part of their everyday lifestyle.

In the midst of all, while the number of consumers that are inclined to steer towards wellness lifestyle is increasing and products and service related to wellness in general are spurring in various forms, we need to make a note on how big the wellness related market is. When attempting to

웰니스로 미래를 준비하는 에코넷 Hoping for ECONET poised to meet future consumer demands in wellness market

편집자 주 지지하다시피 웰니스는 앞으로 에코넷이 추구해야 할 화두의 하나입니다. 웰니스에 대한 관심을 촉구하고 공감을 확대하기 위해 이번 호부터 총4회에 걸쳐 다음과 같이 새로운 웰니스 칼럼을 연재합니다.

1. 웰니스로 미래를 준비하는 에코넷 (Vol. 29)

2. 웰니스 개념의 생활 습관과 에코넷의 교육과 훈련을 통한 노력 (Vol. 30)

3. Products and services: Dietary supplements, Natural product, e-CAM 등 (Vol. 31)

4. Products and services: 대표적인 건강관리 프로그램 (Vol. 32)

Editor's note We begin the new “Wellness Column” on this issue and for the next three issues to raise awareness on importance of wellness market in relation to the future of ECONET.

1. Hoping for ECONET poised to meet future consumer demands in wellness market (Vol. 29)

2. Wellness lifestyle in ECONET through Education and Training (Vol. 30)

3. Wellness Products & Service - Products: Dietary Supplements, Natural Product, and e-CAM (Vol. 31)

4. Wellness Products & Services - Services: Health Care Program for Wellness (Vol. 32)

〔 표-1 / Table 1〕 Market Segment		Market Size
Sustainable Economy	<ul style="list-style-type: none"> Alternative transportation Green building and industrial goods Renewable energy Resource-efficient products Socially responsible investing Environmental management 	\$76.5 Billion
Healthy Lifestyles	<ul style="list-style-type: none"> Natural, organic and nutritional products Food and beverage Dietary supplements Natural personal care products 	\$27.5 Billion
Alternative Healthcare	<ul style="list-style-type: none"> Hand wellness solutions Acupuncture Homeopathy Naturopathy Holistic disease prevention Complementary medicine 	\$30.7 Billion
Personal Development	<ul style="list-style-type: none"> Mind, body and spirit products: CDs, books, tapes, seminars Yoga, fitness, weight loss Spiritual products and services 	\$10.6 Billion
Ecological Lifestyles	<ul style="list-style-type: none"> Ecological home and office products Organic / recycled fiber products Environmentally friendly appliances Eco-tourism and travel 	\$81.2 Billion
TOTAL U.S. LOHAS Market		\$226.5 Billion

이러한 로하스 시장에서 우리 회사와 가장 근접한 시장은 Healthy Lifestyle 시장인데, 이 시장도 지속적으로 성장세를 보이고 있다. (표-2)를 참조하라.

이렇듯 성장하는 웰니스 시장이 성장과 동시에 진화하고 있다는 것 또한 우리가 명심해야 할 요소 중 하나이다. 웰니스가 진화하게 된 배경에는 기본적인 웰니스에 대한 현대인들의 니즈가 변했기 때문인데, 현대인들은 이제 더 이상 좋은 음식이나 영양제 또는 건강기능식품 등의 섭취를 통한 웰니스로는 만족하지 않는다. 기존의 양적 측면 (Quantity Lifestyle), 즉 단순히 잘 먹고 잘 입고 크고 멋진 집에서 사는 것이 잘 사는 것인 줄 알았던 사람들이 이제는 점점 질적 측면 (Quality Lifestyle), 즉 좋은 것을 적당히 먹고 개인의 취향에 따라 입으며 알맞게 꾸민 주거환경에서 나름대로 삶의 가치관에 따라 행복을 느끼며 사는 게 잘사는 것이라고 생각한다. 즉, 현대인의 삶의 방향과 스타일이 많이 바뀌었다.

이 같이 Quality Lifestyle을 선호하는, 말하자면 현명해진 요즘 소비자들은 이제 생활습관이 건강하게 바뀌지 않으면 진정한 웰니스는 불가능하다는 사실을 잘 알고 있다. 궁극적으로 전인적인(holistic) 웰니스를 위해서는 그야말로 몸과 마음이 건강하게 살아야 한다는 것이다. 그래서 이제는 생활습관을 바꾸고자 하는 현대인들이 점점 늘어나고 있다.

그러나 생활습관을 바꾸거나 개선한다는 것이 말처럼 그렇게 쉽지 않다. 누구나 연초에 헬스장을 1년 끊어 놓고 이후 거의 가지 않거나, 금연을 선언한 후 작심삼일로 끝낸 적이 비일비재할 것이다. 빠르게 진행되는 일상에 매몰되어 사는 현대인들은 잦은 야근이나 술자리 또

attain ideas on wellness market size, usually the LOHAS market size is looked at. The current LOHAS market size is \$226.5 billion in the USA, which has the largest pie of the market. While the LOHAS market has been rapidly evolving over the years, after much change, today there are 5 major market segments, of which the descriptions and size are described in (Table 1).

Among the market segments, what’s most closely related to ECONET is the Healthy Lifestyle segment, which along with others, is also continuously showing increase in market size (Table 2).

Having said all that, it is evident that the wellness industry is growing, and we must realize that it is also continuously evolving. The evolution in wellness market has been caused by changes in needs of fundamental idea of becoming wellness. In obtaining wellness, individuals in today’s society are no longer satisfied with good foods or dietary supplements and vitamins, because it only serves on physical wellbeing leaving out the mental aspects. In the past, life with physical fulfillment, “Quantity Lifestyle” was enough to provide satisfactory life, where nowadays, life with not only physical, but also mental and spiritual fulfillments, “Quality Life” is desired. A brief explanation of difference of the two would be, if the “Quantity Lifestyle” is simply being able to eat lots of food, wearing lots of expensive cloths, and living in a big house, the “Quality Lifestyle” would be managing to eat appropriate proportion of healthy foods and living in a place where it can provide comforts and peace of mind, enable you to carry on your personal value, and bring happiness to your life. Apparently, what today’s consumers want is the “Quality Lifestyle”, which in other words is the wellness lifestyle.



는 동료 간에 갈등으로 인한 스트레스로 잠자리에 들기 전에 하루를 정리하고 내일을 계획하는 명상의 시간을 갖기는커녕 TV를 우두커니 보다가 그냥 쓰러져 잠에 떨어지기 일쑤인 경우가 많을 것이다.

이러한 흐름에 따라 부각되기 시작한 시장이 바로 자기 개발 (Personal Development)에 속하는 서비스 시장이다. 우리가 흔히 들었던 웰니스 프로그램이 바로 이 분야에 속한다. 이 프로그램은 개인의 라이프 스타일을 개선하는 데 기여한다는 목적으로 육체적, 정신적, 정서적, 영적 건강을 통합적이고 체계적으로 관리하는 건강관리 프로그램이다. 이러한 프로그램을 제공하는 업체나 사회적인 수요는 현재 미국이 가장 넓게 형성되어 있는데, 우리나라는 아직 그 수요를 체계적으로 감당할 만한 인프라가 다소 미흡한 상황이다. Healthways, Inverness Medical, Health Dialog, Cooper Aerobics Center 등이 대표적인 미국의 관련 기업들이다.

앞으로 웰니스 시장은 꾸준히 성장할 것으로 예상된다. 중요한 건 에코넷도 이러한 변화에 민첩하게 대응하여 전략을 잘 세워야 한다는 것이다. 과거의 흐름을 검토하고 현재의 트렌드를 파악하며, 미래의 시장 변화를 예측하여 사업 계획을 잘 세워야 현 시장의 빠른 변화와 소비자의 니즈를 충족시킬 수 있는 기업이 될 것이다. 에코넷 기업본부가 매년 산업백서를 발간하는 이유가 바로 여기에 있다. 지금까지 건강기능식품과 화장품이라는, 제품 위주의 회사로서 고객에게 건강을 제공하였다면, 이제는 전제적으로 ‘건강’이라는 개념이 ‘웰니스’라는 개념으로 확장되어감을 인지하고 향후 웰니스를 제공하는 회사가 되어야 성공적인 기업으로 살아남을 수 있을 것이다. 우리도 끊임없이 진화하여야 한다. 웰니스 시장이 진화하는 것처럼!

글 | 권수남 대리 | CTO실 | 에코넷 한국 홀딩스

Then how is the “Quality Lifestyle” achieved? The consumers yearning for the Quality Lifestyle now know and are aware that it is inevitable to strive for healthy and balanced (in physical, mental, emotion, and spiritual) lifestyle change in order to achieve the true and holistic wellness lifestyle. Such desire was what stemmed the emergence in products and services that can make change one’s lifestyle.

But changing lifestyle is easily said than done. It’s really not that easy! We all have experience of joining membership in a health club and never committed to go or having a withdrawal in just 3 days after making fancy announcement to quit smoking. What’s more, barely keeping up with fast-paced life cycle, high work load, and stress with co-workers, put you in predicaments when trying to meditate for the day for your mind and spirit. You either fall asleep on the couch watching TV or in opposite have sleeping problem.

Subsequently, the prevalence of such a life pattern has caused the emergence of Personal Development market, which is often understood and described in areas of wellness programs. The wellness programs are usually designed to help improve and transform one’s lifestyle by providing systematic and total management service in physical, mental, emotional, and spiritual health. Currently, the number of companies and consumer demands for the service are highest in the USA, while the Korean market and societal infrastructure is yet to be established. On a short note, the Healthways, Inverness Medical, Health Dialog, and Cooper Aerobics Center are the major entities in the USA for the related services.

Conclusively, it is apparent that the wellness industry will continue to grow globally. What’s important from our stand point at ECONET is how well we will pave our ways to compete and hone for the enormous newly emerging market looming ahead of us. We must reminisce on our past, scrutinize the current market trends, and make intelligent projection for the future in order to win in the rapidly changing market and consumer demands. The ultimate purpose of issuing the ECONET R&D Annual Report at the CTO Office corresponds to this process. We have provided “health” to our customers for the last 30 years as a dietary supplement and cosmetics company. We now must be fully attentive of the phenomenon that the concept of “health” is evolving towards “wellness”. As a result, almost by obligation, it seems that we must be providing “wellness” in the future, no longer “health”, in order to survive. The ECONET needs to evolve, as the wellness market is evolving!

By J. Soonam Kwon Assistant Manager | Division of CTO | ECONET Korea Holdings

[표-2 / Table 2] ORGANIC PRODUCTS					
Dollars	16.7	19.37	22.28	25.4	28.7
Growth	18.80%	16.00%	15%	14%	13%
NATURAL FOOD & BEVERAGE					
Dollars	13.54	14.62	15.79	17.06	18.42
Growth	8.80%	8%	8%	8%	8%
FUNCTIONAL/ FORTIFIED BOOD & BEV					
Dollars	34.53	40.58	47.68	54.83	60.05
Growth	17.50%	17.50%	17.50%	15%	15%
VITAMINS and HEALTH SUPPLEMENTS					
Dollars	20.33	20.94	21.57	22.22	22.88
Growth	3.60%	3%	3%	3%	3%
NATURAL/ORGANIC PERSONAL CARE					
Dollars	6.05	7.56	9.08	10.89	12.8
Growth	23.70%	25%	20%	20%	17.50%
TOTAL INDUSTRY	91.15	103.07	116.4	130.4	145.85
	13%	13%	12.90%	12%	11.80%

베라스파 브랜드의 새로운 모습은 자연에서 시작된다

베라스파: 자연에서 찾은 부위별 맞춤 솔루션

베라스파는 세계 알로에 시장의 43.7%를 점유하고 있는 세계1위의 알로에 기업, 유니베라가 2009년 야심차게 출시한 퍼스널 케어 라인이다. 베라스파라는 이름은 베라(Vera)와 스파(Spa)의 합성어이다. 베라는 알로에 베라에서 따왔는데, 알로에 베라는 대부분의 알로에 건강기능식품과 화장품의 원료로 사용될 만큼 효능이 다양하다. 이제 그 효능을 그대로 살린 알로에 전문브랜드 베라스파가 4월, 1차 출시에 이어 12월, 전체 라인을 바꾸어 새롭게 선보인다.

사람의 신체는 여러 조직으로 구성되고, 조직을 둘러싸고 있는 피부도 조직에 맞는 특성을 갖고 있다. 단순한 세정(땀아내기)의 시대는 갔다. 이제 몸과 손발, 머리카락, 치아 등 부위별 특성에 따른 맞춤 솔루션인 베라스파로 우리 몸의 진정한 아름다움이 가능하게 되었다.

저자극의 부드러움으로 자연의 강한 힘을 담은 베라스파는 6개의 부위별 라인으로 구성되었다.

바디케어는 청결함과 촉촉함을 더해주는 클린저와 미용비누, 샤워 후 매혹적인 향취를 남기는 샤워코롱, 하루 종일 촉촉함으로 바디라인을 잡아주는 바디로션으로 구성된다. 바디로션은 무화과나무와 두릅나무의 버드 추출물이 지방세포의 지방분해대를 촉진하여 바디라인을 매끈하게 잡아주기 때문에 피부에 마사지하듯 바르는 것이 중요하다.

A new beginning for Veraspa comes from nature

Veraspa: nature's solution catering to your personal need

Veraspa is a personal skin care product line ambitiously launched with by Univera, the No.1 Aloe manufacturer in the world which holds 43.7% of the World's Aloe market. The name "Veraspa" is combination of "Vera" and "Spa." Vera is a kind of Aloe whose versatility renders it to be a core ingredient for most Health functional food and cosmetics containing Aloe. Veraspa is a specialized Aloe line which taps into the benefits and versatility of Vera. It was initially launched in April, but it is waiting to return with a whole line of new product in December, 2009.

A human body consists of multiple parts, and skin surrounding each body parts has different characteristics. Simply washing out dirt is not enough anymore. True beauty is made possible by applying Veraspa's products tailored to serve functions of each body parts such as body, arms and legs, hair and teeth.

Six products of Veraspa customized to serve different needs of each body parts are soft to sensitive skin and filled with of nature's healing power. They contains body care line; body cleanser and body soap which wash all dirt away and leave moisture, Body cologne leaves enchanting fragrance after a shower and body



여성 아름다움의 끝은 부드럽고 건강한 머릿결이다. 전문헤어 샵에서 관리받은 듯한 머릿결을 위해 건강한 두피를 만들어주는 베라스파 샴푸와 컨디셔너를 함께 이용해 보자.

건조한 계절에 특히 거칠어지는 손과 발을 위해 핸드크림과 풋크림을 소개한다. 나이와 손발의 거침은 비례한다고 했던가. 손발을 젊게 유지하기 위해서는 이제 손발관리가 미용의 필수코스로 되었다. 손과 발의 피부 특성을 고려하여 촉촉함은 유지하면서 각질관리가 원활하도록 처방한 핸드크림과 풋크림을 바른 후 면장갑을 끼고 면양말을 신으면 흡수가 더 잘 된다.

나이가 들면서 생기는 변화 중 흔히 놓치는 것이 바로 치아의 변화다. 잇몸이 쉽게 붓고 피가 나며 입냄새까지 고약하게 된다. 흔히 사람들은 하루 세 번 양치질은 잘 해도, 건강한 양치질의 시작은 바로 바른 치약 고르기라는 점을 간과하곤 한다. 액티브알로에와 황금성분이 각종 잇몸질환을 예방하고 치아를 희고 튼튼하게 만들어주는 고급 베라스파 치약으로 환한 미소의 주인공이 될 수 있다.

여성을 위한 전용세정제, 베라스파 알로두는 1998년부터 남양알로에 알로두로 판매된 장수제품이다. 여성의 가장 민감한 부분이 약산성을 유지해야 하는 특성을 고려하여 액티브알로에와 약용식물추출물의 향균, 항염 작용으로 부드러운 향과 청결함을 동시에 더해주는 베라스파 알로두로 새로이 태어났다.

베라스파 퍼스널 케어는 자연의 힘을 제품화하면서도 자연을 한 번 더 생각하여 용기와 종이재질을 채택한 환경친화적 제품이다.

lotion will smooth your body line and moisturize skin. It is important to massage your skin with Veraspa body lotion so that the Japanese Angelica and fig tree bud extracts boosts metabolism to burn fat and keeps your body line slim.

The finishing touch of women's beauty is soft and healthy hair. Veraspa shampoo and hair conditioner will assure healthy scalp and hair just like you have been treated by a professional. In dry season, hand cream and foot cream to soften rough skin are essential. Chapped hands and feet used to come with age. Nowadays, keeping your hand and foot soft and smooth to remain young is a must-get cosmetic treatment. Considering skin traits of hand and foot, putting on cotton gloves and socks will help absorbing hand and foot cream which moisturizes and accelerates natural skin process to remove keratin.

Age accompanies a lot of changes. Among those, it is easy to miss changes in your teeth. Bad breath, bleeding and swelling gum are all signs of aging. Brushing teeth three times a day is a good thing, but people tend to forget that choosing the right toothpaste is a prerequisite to maintain healthy gum and teeth. Active Aloe and Scuterallia baicalensis extracts in Veraspa toothpaste will prevent gum diseases and ensure shining smile.

Veraspa Alodew is a long-lived feminine hygiene product which has been on sale since 1998 under the name of "Namyang Aloe Alodew." The most sensitive body part of woman needs to maintain subacid status. Active Aloe and other herb extracts used in the newly launched Alodew are antibiotic and anti-inflammatory materials which will help women stay fresh and clean.

Veraspa personal care is a product line which not only utilizes nature's power but also eco-friendly. All the package and wrapping paper is recyclable.

글 | 박정아 차장 | 고객지원팀 | 유니베라 한국

By Jeong Ah Park Manager | Customer Service team | Univera Korea

지속가능경영으로 가는 길

환경경영(Environmental Management)

건강하게 오래 존재하는 것, 그것은 인간의 꿈만은 아니다. 살아있는 생명체로 비유되는 기업들도 건강하게 오래 존재하기를 소망한다. 지금 기업들은 불멸의 꿈을 이룰 방법에 대해 많은 고민을 하고 있다. 이러한 고민을 해결해 줄 새로운 경영기법이 '지속가능경영(Sustainability Management)'이다. 지속가능경영이란 기업들이 전통적으로 중요하게 생각했던 재무성과에 더하여 환경, 사회공헌 등 비재무성과를 통해 기업의 가치를 지속적으로 향상시키려는 경영방식이다.

우리 에코넷은 창업 이래 지속가능경영의 중요한 두 축인 '사회공헌활동(CSR)'과 '환경경영(EMS)'을 남보다 앞서 꾸준히 실천해 왔다. 창업자인 고 청강 이연호 회장의 '섬김과 나눔'의 정신이 다양한 사회공헌활동으로 실천되고 있고, '자연의 혜택을 인류에게'라는 기업이념은 세계 각지에서 친환경적으로 천연물을 생산하고 공급하는 시스템인 '천연물 수직계열화'로 자리 잡았다.

지속가능경영의 요소들 중 현재 경제사회적 요인들을 고려할 때 향후 기업의 존립에 영향을 미칠 수 있는 가장 현실적 과제는 환경 문제이다. 세계 각국은 환경파괴와 오염에 대한 기업의 책임에 대해 점점 더 엄격한 기준과 실천을 요구하고 있다. 이러한 시대적 요구를 반영하여 기업의 지속가능한 성장을 이루기 위해 기업들이 새롭게 관심을 쏟고 있는 분야가 바로 환경경영이다.

한국 에코넷 관계사는 구성원의 환경경영에 대한 인식과 참여를 높이기 위해 일상 업무 중에 실천하기 쉬운 '생활 속의 환경경영'을 시행하고 있다. 유니베라 한국은 2009년도 환경경영 실행사항으로 '자원절약 5계명'을 설정하고 전사적으로 실천하고 있다. 자원절약 5계명이란 ●점심시간 조명 끄기, ●음료를 마실 때 일회용 컵 사용을 자제하고 개인 컵을 사용하기, ●자리를 비울 때 개인컴퓨터를 절전모드로 사용하기, ●가까운 층은 계단으로 이동하기, ●이면지 활용하기이다 이렇게 다섯 가지 계명의 실천을 통해 유니베라 임직원은 일상 업무 속에서 환경을 생각하는 자세를 기르고 있다. 또한 유니베라는 제품개발 시 포장물을 최소화하여 자원의 낭비를 막고, 재활용 소재들을 활용한 제품설계로 환경경영 실천을 마케팅에까지 적극적으로 시행하고 있다. 이외에도 직원들이 자발적으로 참여하는 재활용장

The Road to Sustainable Management

Environmental Management System(EMS)

To live healthy and long life is not only desired by men. Corporations, as they are sometimes compared to living creatures, aspire to live sound and long. Corporations took much effort to realize a dream of immortality. Sustainability management is a new management system which will guarantee longer life for corporations.

Sustainable management is a way of management to consistently promote company's value not only by financial results, but also non-financial performance such as corporate responsibility and environmental responsibility.

Since the foundation of ECONET, we have been committed to the two pillars of sustainable management which are corporate social responsibility (CSR) and environment management system (EMS). The spirit of "serving and sharing" initiated by the late Chungkang Lee, Yunho is alive in ECONET with its various CSR activities. Our philosophy of "bringing the best of nature to humankind" initiated vertically integrated system of producing natural products throughout the world in an eco-friendly way.

Considering the current socioeconomic factors, one of the most immediate threats which can compromise the future of company is environmental issue. Governments around the world impose more stringent standard and practices on companies to be responsible for environmental degradation and pollution. Environment management system is the call of our time, and companies turn their eyes to EMS to achieve sustainable development.

In order to raise awareness and encourage participation in environment management, ECONET family in Korea has introduced "environmental management in everyday life," which is easily practicable in workplace. Univera Korea adopted "five promises to preserve energy" and is practicing them company-wide. They are,



직원들이 자발적으로 참여하는 재활용장터인 '아나바다 장터'
Flea market to practice recycling of resources for Univera staffs.

터인 '아나바다 장터'를 정기적으로 운영하여 자원재활용을 적극적으로 실천하고 있다.

네이처텍은 생산현장중심으로 환경경영을 실천하고 있다. 기존에 1회 사용하고 폐기되었던 원자재의 임시 포장재를 재활용 가능한 소재로 대체하였고, 친환경적인 포장자재를 친환경 자재로 교체하여 활용하고 있다. 또한 공통으로 사용 가능한 자재는 규격을 통일하여 자원낭비를 방지하고 있다. 아울러 장기적 관점에서 친환경 에너지를 생산에 활용하기 위해 풍력과 태양광 활용을 위한 방안을 준비하고 있다.

유니젠도 업무현장 중심으로 환경경영을 펼쳐나가고 있다. 친환경적인 제품의 생산을 위해 GMP시설을 구축하고 있으며, 연구활동 등에서 사용하는 각종 소모품의 분리수거를 통해 환경을 보호하고 있다. 또한 일반적 업무용품은 재활용하기를 장려함과 동시에 에너지절감 10원칙을 정하여 실천하고 있다.

에코넷은 창업 초기부터 시행해온 친환경 천연물 생산공급 수직계열화 체계와 업무 현장과 일상생활에서 실천하는 생활 속의 환경경영을 통해 환경경영의 범위를 더욱 확대하고 실천을 강화할 것이다. 지속가능경영으로 가는 길의 하나인 환경경영에 대한 우리 에코네시안들의 관심과 적극적 참여를 기대한다.

에코넷웨이가 제안하는 '생활 속에서 실천하는 환경경영'

1. 자리를 비울 때 PC는 절전 Mode로
2. 사무실을 비울 때 전등 끄기
3. 3개 층 이하 이동할 때 계단 이용하기
4. 개인 컵 사용 생활화

환경경영. 어렵거나 거창한 일이 아닙니다. 생활 속 작은 관심으로 환경경영을 실천해 봅시다.

글 | 최재영 부장 | 전략지원실 | 에코넷 한국 홀딩스

first, turning off lights in lunchtime, second, doing not use paper cup and bringing one's own cup to office, third, putting your PC in hibernation while out of office, fourth, using stair other than elevator when going to a near floor, and fifth, using scrap paper. As they practice these five promises, Univera staffs learn how to protect environment in our daily lives. Also, Univera is using minimal amount of packaging to reduce waste of resources, and also using recycled materials in designing packages as a sign of its commitment. It also regularly holds flea market to practice recycling of resources for Univera staffs.

Naturetech embraced EMS in manufacturing. Temporary wrapping material had been used one-off and wasted, but it is now replaced with recyclable materials. Packaging is also changed with eco-friendly material. It also introduced unified standard for manufacturing materials so that it can be applicable for multiple purposes and consequently reduce wastes. In the long term, it is planning to harness wind and solar energy to manufacture in a more eco-friendly way.

Unigen is more concentrating on EMS in the workplace. It is building GMP facilities to produce environment friendly products. Also, it collects expendables waste from laboratories separately so that it can be recycled more easily. Also, Unigen encourages recycling of office goods, and also set 10 rules for energy preservation.

Vertically integrated system of producing natural and eco-friendly products and EMS in office and in the workplace will expand ECONET's environment friendly management and enforce its practice. We count on ECONETians to participate in environment management, which is a key to sustainable management.

Environment management in office

1. Put your pc into hibernation mode while you are out of office
2. Put lights off if no one is in the office.
3. Use stairs instead of elevator for less than three floors.
4. Bring your own mug to office

Environment management is not something big or hard. It is part of our daily lives. Your little attention is valuable in practicing EMS.

By Jae Young Choi General Manager | Strategic support team | ECONET Korea Holdings

유니베라 인권통합경영

유니베라가 만드는 건강한 인권

Human Rights Management by Univera

Commitment to human rights and health

세계보건기구에서 정의한 건강이란 통상적 의미의 신체적 건강뿐만 아니라 정신적, 사회적으로 안녕한 상태를 의미한다. ‘자연의 혜택을 인류에게’라는 기업철학 아래, 세상을 건강하고 아름답게 만들기 위해 노력해 온 유니베라는 신체적 건강을 넘어 정신적, 사회적으로 온전히 건강한 사회를 꿈꾼다. 이에 유니베라는 모든 사람이 차별 없이 기본적인 권리를 누리며 건강하게 살 수 있는 사회를 만들기 위해, UN글로벌콤팩트의 10대 원칙을 기반으로 한 ‘인권통합경영’을 한국기업으로서는 최초로 시행한다.

유니베라는 2009년 초 UN글로벌콤팩트에 가입하면서, UN글로벌콤팩트가 추구하는 인권-노동-환경-반부패 등의 가치를 실천하고



유니베라는 2009년 11월 2일, 한국인권재단과 ‘일과 삶의 균형을 위한 40대 남성 인권프로그램 개발’ 후원에 관한 약정식을 갖고, 국내 기업 최초로 본격적인 인권통합경영에 나섰다.

On November 2nd in 2009, Univera pledged to support “human rights of men in 40s for balance of work and life,” a program initiated by Korea Human Rights Foundation.

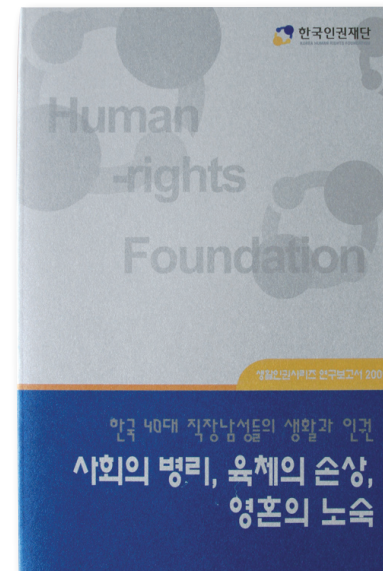
WHO defines “health” as a state of complete physical, mental, and social well-being and not merely the absence of disease or physical infirmity. This wholesome state of well-being in mental, social and physical sense is a dream of Univera which is committed to make the world more beautiful and healthier place under the corporate philosophy of “bringing the best of nature to humankind.” In an effort to make a society in which everybody can enjoy health and basic rights without being discriminated, Univera became the first corporation in Korea to adopt “Human Rights Management” based on ten principles of UN Global Compact.

As Univera joined UN Global Compact in the early 2009, it was made sure that Univera is already committed to the Ten Principles of UN Global Compact and comply with the principles of human rights, labour standards, environment and anticorruption. Now, Univera takes a step further to tackle the issue of a right to health, and shed a light to problems in daily life which is not detected by law or system as human right issue. Now, it is committed to raise awareness of these issues to extend the right to health throughout the society.

As the first part of its commitment, Univera published a report on “life and human right of Korean male workers in 40s” with Professor Jung, Yusung at Sogang University. Based on the fact that the mortality rate for Korean men in their 40s is the highest in the world, the report looks into the lifestyle of Korean workers in their 40s, and diagnosed their dismal state of right to health. According to the report, Korea’s male workers in their 40s have high interest in physical health as they take more health functional product. However, they have poor understanding on the mental

세상을 건강하고 아름답게 만들기 위해 노력해 온 유니베라는 신체적 건강을 넘어 정신적, 사회적으로 온전히 건강한 사회를 꿈꾼다.

This wholesome state of well-being in mental, social and physical sense is a dream of Univera which is committed to make the world more beautiful and healthier place



‘한국 40대 직장남성들의 생활과 인권’보고서(요약)

유니베라의 후원 아래 한국인권재단과 서강대학교 정유성 교수가 공동 진행한 ‘한국 40대 직장남성들의 생활과 인권’ 보고서는 인권을 생활 안에서 사람답게 살 권리라고 보는 생활인권의 시각에서 40대 직장남성을 사회, 가정, 개인의 세 측면에서 살폈다. 보고서에 의하면 한국 40대 직장남성은 ‘긴 세대’로서 윗세대나 아랫세대와 소통하는 데 어려움을 보였고, 가정에서도 시간과 대화의 부족으로 가족과 소외, 단절 현상을 보였다. 또한 정신적으로는 과거 사회 의식을 선도한 386세대이지만, 현실에 적응하면서 점차 보수화하는 양상을 보였다. 그런데도 한국 남성 대다수가 이러한 상황을 문제로 인식하고 있지 못하다는 현실이 문제라고 보고서는 지적했다.

“Life and human rights of Korean male workers in their 40s” (abbreviated)

Univera financially supported a joint research of Korea Human Rights Foundation and Professor Jung, Yusung at Sogang Univ., and published a report on “Life and Human Rights of Korean Male Workers in their 40s.” The report sees human right as “a right to maintain a decent lifestyle,” and observes the lifestyle of Korean male workers in their 40s from the viewpoint of society, family and individual. According to the report, Korean male worker in 40s is “sandwich” generation who has trouble in communicating with the previous and next generation. At home, they did not have enough time to spend with family, or to have conversation, and thus became isolated and alienated in the family. Also, even though the “386” generation spearheaded social causes in the 80s, they compromised with the reality in society and became conservative. However, most of the generation does not recognize the situation as a problem, which is a bigger problem according to the report.

유니베라는 일상 생활 속에 깊이 잠복해 있는 반인권적인 내용을 찾아내어 사람들이 더욱 건강하게 살 권리를 확신시키는 데 앞장설 것이다.

Univera will continue its efforts to extend right to health as it captures human right infringement hidden in our daily lives and fix the problem.

있음을 확인하였다. 나이가 건강한 인권에 관심을 갖고 법이나 제도가 포괄하지 못하는 생활 속 여러 문제들을 ‘인권의 눈으로 조망했다. 아울러 이러한 문제의식을 사회의제로 제기하여 건강한 인권을 확산하는 사업을 추진하고 있다.

그 첫 번째 프로젝트로 한국인권재단과 서강대학교 정유성 교수와 함께, ‘한국 40대 직장남성들의 생활과 인권’에 대한 보고서를 펴냈다. 보고서는 한국의 40대 남성 사망률이 세계 1위라는 점에 입각하여 40대 남성 직장인들의 생활 인권 실태를 돌아보고, 그들이 처한 반인권적 상황에 대해 진단을 내놓았다. 보고서에 따르면, 한국의 40대 직장 남성은 건강기능식품 섭취가 높아지는 등 육체적 건강에 대한 관심은 높지만, 정신적, 사회적 차원의 건강 상태의 심각성에 대해서는 자각하고 있지 못하기 때문에 ‘인권의 사각지대’에 놓여 있다.

이러한 연구결과를 바탕으로, 유니베라는 구체적인 대안을 마련하기 위해 ‘일과 삶의 균형을 위한 40대 남성 인권프로그램’을 한국인권재단과 함께 개발 중이며, 2010년부터 단계적으로 시행할 예정이다. 앞으로도 유니베라는 권력이나 제도에 의한 반인권적 억압처럼 가지적이지는 않지만, 일상 생활 속에 깊이 잠복해 개개인에게는 더 억압적일 수 있는 반인권적인 내용을 찾아내어 많은 사람들이 더욱 건강하게 살 권리를 확산시키는 데 앞장설 것이다.

글 | 조복희 본부장 | 마케팅본부 | 유니베라 한국

and social aspect of health. Consequently, their human right is in a “dead angle zone.”

Based on the result, Univera is developing an alternative prescription of lifestyle in “human rights program for male workers in their 40s for balance of work and life” in a joint effort with Korea Human Rights Foundation, and plans to introduce phased program from the year 2010. Univera will continue its efforts to extend right to health as it captures human right infringement hidden in our daily lives and fix the problem.

By Klara Cho Managing Director of Marketing Division | Univera Korea



2009년 9월, 국가인권위원회, 한국인권재단, 글로벌콤팩트, 한국협회가 공동주최한 '유엔글로벌콤팩트 인권원칙과 인권통합경영에 관한 기업간담회' "Corporate meeting on human rights management" held by National Human Rights Commission of the Republic of Korea, Global Compact Network Korea and Korea Human Rights Foundation in September 2009

바깥에서 본 유니베라의 인권경영

인권경영의 첫 단추를 잘 꿰 유니베라

편집자 주 한국인권재단은 사회 모든 영역에서 인권 가치를 확산하고 인권 활동을 지원하기 위해 교류, 소통, 연대의 기반을 만들고자 설립된 비영리 민간재단입니다. 10여년 동안 NGO활동을 해온 정선에 인권재단 사무처장은 '인권의 눈으로 세상을 본다는 태도가 사람들의 일상생활에 자리잡을 수 있도록 다양한 실험을 모색하고 있습니다. 이 병훈 총괄사장이 인권재단의 이사였던 인연으로 시작된 인권재단과 유니베라의 협력관계는 현재 '인권통합경영'이라는 화두로 한 걸음 더 진화하고 있는 중입니다.

제가 처음 유니베라의 관계자를 만났을 때 인상적이었던 것은 '경청'과 피드백에 대한 체크리스트가 있는 책갈피와 '서번트 리더십'을 강조하는 기업문화였습니다. 경청이 무슨 인권인가 하겠지만, 경청하지 않고는 다양한 이해관계자의 고충과 인권침해적 요소를 해결하는 데 접근할 수 없습니다. 즉, 경청이야말로 기업의 여러 이해관계자를 고려하는 첫 단추입니다.

감탄을 연발하게 만든 '꿈꾸는 정원'도 경청이 없었다면 지을 수 없었을 장소가 아닐까요. 많은 기업들이 돈을 들여 사육 조경을 하지만 이렇게 사원들의 꿈을 시각화해 놓은 곳은 처음 보았습니다. 사육의 한 층에 꾸며진 꿈꾸는 정원에는 멕시코 농장에서 일하시는 분의 꿈까지도 적혀 있었습니다. 지난 9월 개최되었던 '인권통합경영에 관한 기업간담회'에서 유엔글로벌콤팩트 뉴욕 본부의 노동인권 담당자 역시 유니베라의 사례발표를 듣고 해외공장노동자를 직원으로 대우하는 것에 대해 깊은 감명을 받았다고 말했습니다. 국내 직원, 유피는 물론 해외농장 직원의 꿈까지 알고자 하고 나누고자 한다면 자연스레 그들의 처지에서 회사가 무엇을 해야 하는지를 알 수 있을 것입니다.

회사 차원에 그치지 않고 지역사회로까지 눈을 돌리는 유니베라의 모습은 투명경영, 윤리경영, 환경경영을 넘어서서 다양한 이해관계자를 인권적으로 고려하는 인권통합경영에 나설 것을 요청 받고 있는 기업들에게 모범적 사례가 될 것입니다. 예를 들어 여러 해 동안 지속한 수요음악회는 지역사회를 고려한 바람직한 인권활동입니다. '문화를 향유할 권리' 또한 중요한 인권이겠는데, 특히 성수동 지역은 문화적 인프라가 취약하기 때문에 그런 부분을 특화했다는 데 의미가 있습니다. 인권재단과 함께 하는 '일과 삶의 균형을 위한 40대 남성 인권프로그램' 개발사업 역시 '자연의 혜택을 인류에게'라는 유니베라의 미션에서 출발하여 사회적 건강으로 잘 발전시킨 경우입니다.

기업이 개인과 사회에 끼치는 영향력이 커져감에 따라서 최근 국제사회에서는 기업이 인권을 존중하여야 할 책임이 있을 뿐만 아니라 비즈니스 효과에도 좋다는 논의가 활발히 진행되고 있습니다. 하지만 기업이 인권을 고려하는 것은 멀리 있거나 단계를 돌아가는 과정은 아닙니다. 많은 사회책임경영 전문가들은 인권경영의 첫 단계가 '이미 하고 있는 기업활동에서 인권경영과 관련한 활동 찾기'라고 말합니다. 인권재단과 유니베라의 협력은 창업할 때부터 내실 있게 인권경영을 추진해온 유니베라의 자력이 널리 알려질 수 있는 좋은 기회가 될 것입니다. 또한 인권가치를 확산하는 길에 좋은 동반자를 만난 것은 인권재단의 행운입니다.

글 | 정선에 사무처장 | 한국인권재단

Univera's human rights management from outsider's point of view

Univera made a great first step

Editor's note Korea Human Rights Foundation is a non-profit and non-governmental foundation whose objective is to extend human rights in every aspect of society and to support communication, exchanges and solidarity for human rights activities. Secretary General, Jung, Seonae at KHRF who has been working at NGOs for 10 years searches for various ways to make people conscious of human rights perspective in their daily lives. The tie between KHRF and Univera was first established as Bill Lee was appointed as director of KHRF, and the relationship became closer as Univera pledged to embrace human rights management.

When I first met Unvera people, I was impressed by a bookmark on which a checklist of "listening" and feedback is printed, and a corporate culture of "servant leadership". Listening seems to have nothing to do with human rights, but we cannot detect human rights infringement and difficulties of various interest parties without "listening." In other words, listening is the first step to consider interests of various parties involved.

It would not been possible to build "the garden of dream" which amazed me. Many companies spend large amount of money to build garden in their office building, but I have never seen a visualization of dreams of employees like those in the garden of dream. I even noticed a dream of a worker at Mexican farm in the place. In the "Corporate meeting on human rights management" held in September, a director of labor rights from the Headquarters of UN Global Compact said he was impressed as he listened to Univera's case because Univera treated workers at overseas manufacturing base as their domestic official employees. If Univera would want to listen to dream of Korean employees, UPs and even workers at overseas farms, it would not have any difficulty to look at the company from the perspective of its employees.

Its commitment to human rights is not limited to its own organization, but is extended to the local community. Univera will set a great model for companies required to adopt human rights management. Human rights management is the next wave following transparent management, ethical management, and environment management. It concerns human rights issues from the perspective of various interest groups.

For example, the "Wednesday Consort" that Univera kept for several years is a great contribution to the local community. The right to enjoy culture is an important part of human right, and Univera's move is all the more valuable because the company is situated in Sungsoo area where cultural infrastructure is scarce. "Human Rights for male workers in their 40s," which is a joint program with KHRF is also a good example of turning Univera's philosophy of bringing "the best of nature to humankind" into a social health program.

As the corporate influence on society and individuals increases, recently there is a discussion that says businesses are responsible to respect human rights and also it benefits their business. However, taking human rights into consideration should not be recognized as a tiresome

duty or a detour. Many CSR specialists say the first step is to "find something related to human rights management from what the company is already doing". The cooperation of KHRF and Univera is a good publicity opportunity by which what Univera has been doing since its foundation can be known to the society. Also, we feel it is lucky for KHRF to have a good partner on the way to pursue our cause of extending human rights.

By Seon Ae Jeong Secretary General | Korea Human Rights Foundation



우리 회사에는 깔때기 상이 있어요!

편집자주 2006년 6월, 유니베라는 남양, 유니젠과 함께 3개사 통합프로그램으로 CCMS를 도입했다. 2008년 1월, CCMS 인증을 획득하였고, 2009년 11월 현재, CCMS 재인증을 통과하였다. CCMS 운영이 가져온 변화와 향후 나아갈 방향을 짚어본다.

“행복하세요, 유니베라입니다.”
상담사의 활기찬 인사에 돌아온 전화 저쪽의 목소리에는 화가 묻어 있었다.
“카탈로그는 나눠주면서 왜 제품은 없는 거요?”
전화를 건 그 여인은 얼마 전 길거리에서 받은 카탈로그를 보다가 남편에게 꼭 필요한 제품을 발견했다. 남편 생일 선물을 찾았다는 기쁜 마음에 카탈로그에 표시된 대로 유니베라 유피에게 전화했다. 하지만 그녀는 원하는 제품을 구입할 수 없었다. 유피에게 그 제품이 없었던 것이다. 필요할 때 원하는 제품을 구입할 수 없었던 그녀는 결국 유니베라 고객센터원팀에게 전화를 걸었다.
고객의 항의를 확인하는 과정에서 유니베라 고객센터원팀은 이런 일이 발생한 책임이 단순히 유피에게 있지 않음을 알게 되었다. 오히려 제품 개발과정, 원부자재관리, 생산관리, 완제품재고관리, 그리고 대리점의 재고관리까지 제품 생산과 유통의 각 단계별로 연속적인 책임이 있음을 확인하였다.



직원들을 대상으로 한 CCMS 교육 The employees attended lectures about CCMS

Our company has a “Funnel” award!

Editor's note Univera introduced CCMS as a joint program with Naturetech and Unigen in June 2006. In January 2008, Univera and the two family companies gained CCMS certification, and it passed the re-certification as of November 2009. In this article, changes brought by CCMS and future direction will be discussed.

“Be happy, this is Univera office.”
The operator said enthusiastically, but the voice from the other end of line was irate.
“Why do you have products on catalogue and do not sell them?”
The woman who called was searching for a birthday present for her husband, and one day she found it on a Univera catalogue she was given on the street. She was overjoyed, thinking she finally found the perfect gift for her husband, and called the number on the catalogue. However, the UP whose number was on the catalogue did not have the product. The customer was angry that she could not get the product she needed, and called Customer Service team at Univera.
As we tracked down the source of complaint, Univera Customer Service team found out that the blame should not be entirely on the UP. We found that it should be collective responsibility in the each stage of supply chain from development, raw material inventory management, manufacturing, finished goods inventory control, to inventory management in distributors.

This episode describes a typical customer complaint we, Customer Service team usually encounter. As we all know, value chain of ECONET are closely intertwined between three ECONET families. Thus, it is true that the responsibility for production and distribution cannot be borne by one of them. Consequently, it was necessary for all three companies; Univera for sales, Naturetech for manufacturing and Unigen for R&D, to join in a coordinated effort to develop a collective management system to resolve customer complaints. It is why the three companies introduced CCMS (Consumer Complaints Management System).

유니베라 고객센터원팀에 접수되는 고객의 불만 중 비근한 예를 삽화 형식으로 그려 보았다. 알다시피, 에코넷의 밸류체인은 에코넷 3사 사이에 긴밀하게 연결되어 있다. 따라서 제품의 생산과 유통에 대한 책임이 온전히 어느 한 쪽에 있지 않음도 사실이다. 따라서 소비자의 불만을 해결하기 위해서는 소비자를 직접 만나는 유니베라뿐만이 아니라 제조전문인 남양과 원료개발전문인 유니젠이 함께 참여하고 이를 통합적으로 운영 관리하는 시스템이 필요했다. 이러한 체계가 바로 CCMS(Consumer Complaint Management System)이다.
대한민국 공정거래위원회(Fair Trade Commission)는 2009년 중 점추진사업으로 CCMS 확산을 채택하고, 소비자에게 발생할 수 있는 모든 불만요소를 기업이 자율적으로 관리하는 시스템인 ‘소비자불만 자율관리 프로그램’의 도입과 운영을 독려하고 있다.
2009년 11월 현재, 한국에서는 총 231개 기업이 CCMS를 도입하였고, 총 31개 기업이 까다로운 공정거래위원회 인증을 획득하여 활발하게 CCMS를 운영하고 있다. 삼성전자와 그 계열사를 비롯, SK텔레콤 등의 통신사, 보험사와 CJ, 풀무원 등 식품사, 방문판매기업인 웅진, 아모레 등에서 CCMS를 도입하였다.
유니베라는 한국 내 CCMS도입 초기에 유수의 대기업들과 함께 인증을 획득하여 방문판매기업, 중소기업, 건강기능식품기업, 화장품기업 등, 각 업계에서 최초로 인증을 획득한 기업이라는 기록을 갖고 있다. 특히 여러 관계사와 함께 CCMS 통합 프로그램을 운영하는 기업은 유니베라가 국내 최초이다. 공정거래위원회는 물론 국내 CCMS 도입, 운영의 책임을 위임 받은 기업소비자전문가협회는 유니베라 사례를 우수 사례로 선정하고 여러 기업에 이를 소개했다. 공정거래위원회 블로그에도 유니베라의 사례가 소개되었다. 2009년 9월에는 유니베라의 모델을 근간으로 국내 5개 홈쇼핑사가 협력사와 연합으로 CCMS 도입을 선포하였다.
지난 3년간 CCMS라는 이름 아래, 에코넷의 각 사, 각 팀은 본연의



Fair Trade Commission in Korea adopted a policy of expansion of CCMS as its key project for 2009, and has encouraged companies to introduce “autonomous consumer complaints management program” where they can autonomously manage unsatisfactory factors pointed out by consumers.
As of November 2009, 231 companies adopted CCMS in Korea, and 31 companies gained certification of Fair Trade Commission. Samsung Electronics and its subsidiaries, telecom companies including SK telecom, insurance companies, food-manufacturing companies such as CJ and Pulmuwon, and direct selling companies including Woongjin and Amore Pacific introduced CCMS.
Univera gained certification as several Korea’s representative companies did it right after Korean companies introduced CCMS, and it became the first company to gain CCMS certification in direct selling industry, healthful functional food industry, cosmetic product industry, and also the first small-to-medium sized company. Also, it is the first Korean company who run CCMS program between multiple associated companies. Naturally, it was mentioned in various occasions as a model case by the Korea Fair Trade Commission and The Organization of Consumer Affairs Professionals in Business entitled with the management and adoption of CCMS program. Univera was also mentioned in the blog run by Korea Fair Trade Commission. In September 2009, Five Cable TV shopping channels announced CCMS introduction in association with subsidiaries after the model case of Univera.
For the last three years, ECONET family companies and each team in it showed improvement in their operation after introducing CCMS. Product development process which has been pointed out as problematic is undergoing improvement, and principles in product development are



① 개선 사례 : 반투명 상태의 재질로 바뀐 용기 (사용량 확인 가능)
Improvement case : The container was changed to a semi-transparent material. [The customer can find how much remain in it]
② 개선 사례 : 작은 글씨의 '먹지마시오'를 눈에 잘 띄게 큰 글씨로 고침
Improvement case : The small print of the 'please do not eat' was changed to a larger size remarkably well.

업무를 수행하면서 체질적으로 많이 달라진 모습을 보여주었다. 오랜 기간 제기된 제품 개발 프로세스의 정비가 시작되었고, 제품개발원칙을 수립하는 활동도 이어졌다. 남양에서는 품질을 높이기 위한 조직개편과 6시그마 활동 등을 통해 유니베라에 공급하는 제품의 가치를 한 단계 높여 왔다.

무엇보다 중요한 것은 “소비자 불만은 예방이 중요하다”는 인식이 체화되어 가고 있다는 점이다. COS(Customer Oriented Service) 시스템을 통해 불만을 가진 고객의 소리가 직접 관련회사와 관련팀에 전달되고 개선활동으로 이어져 오히려 고객의 만족을 높이는 결과를 놓고 있다.

제품의 결함 때문이 아니라, 용기의 재질 때문에 소비자의 오해가 불만으로 제기된 사례가 있었다. 색조 화장품의 용기가 불투명한 탓에 소비자가 내용물을 다 사용하고도 얼마나 남았는지 몰라, 펌핑이 되지 않는 불량으로 오해한 경우였다. 이 고객의 소리는 즉시 상품개발자들에게 전달되어, 내용물의 양이 얼마나 남아 있는지 확인할 수 있는 반투명 상태의 재질로 용기를 바꾸도록 만들었다. 고객의 만족도가 오히려 높아졌음은 물론이다. 아울러 천연물을 원료로 사용하는 제품이기에 완전 투명하게 하는 경우 안정성이 떨어질 수 있다는 점까지 보완되었다.

COS시스템과 연계된 개선 프로세스, ‘혁신. 2! 2!’가 있다. 제품 개선 부문에 획기적인 변화를 가져온 이 프로세스는 2시간 이내에 고객의 소리를 관련부서에 전달하고, 관련팀은 2일 이내에 1차 개선안을 내고, 또 2회차 이내에 모든 개선을 완료한다는 것이다. 이 프로세스로 연평균 200여 건 가량의 개선활동의 소요일이 60.5%나 단축되었다.

또 하나의 큰 변화는 유피의 서비스력 변화이다. 유니베라는 고객만족관리를 주요 전략으로 삼아 유피의 변화를 유도하였다. 유니베라의 고객은 방문판매원인 유피를 통해 제품과 서비스를 구매한다. 따라서 유니베라의 제품은 제품 자체도 결함이 없어야 하겠지만, 더하여 제품을 전하는 손길에도 고객을 만족시키는 배려의 마음과 행동이 함께 들

being established. Also, Naturetech added value to the product supplied to Univera as it went through reorganization and six sigma activities.

The most notable improvement is that the recognition of “consumer complaints should be managed before they actually occur” is spreading throughout the company. The COS (customer oriented service) system made sure complaints of customers to be delivered to the company and team in question, and to be fixed immediately. As a result, customer satisfaction level went up.

There was a case that a complaint was raised not because of fault in product, but because of the material the bottle was made of. Because the bottle containing the cosmetic product was transparent, the customer could not find how much remained in it, and thought the pump of the container was faulty. Complaint of the customer was delivered to the product development team immediately, and they changed the container to a semi-transparent material. Customer satisfactory level went up. The team took into consideration that cosmetic product is made of natural product, so completely transparent material would have damaged stability of the product.

There was an improvement in the process related to COS system. It is called “reform 2! 2! 2!” The process which brought significant changes in product improvement is; first, to deliver customer complaint to the team in question in two hours, and secondly, the team submits preliminary improvement plan within two days, and lastly, the improvement should be completed within two times. Since this process was introduced, the time consumed for about 200 annual improvement activities were reduced by 60.5% on average.

Another significant change is in service compatibility of UPs. Univera induced UPs to be more service-conscious by making customer satisfaction as the first priority. Univera customers purchase product and service via door-to-door sales distributors called UPs. Thus, even though it is important to make flawless product, UPs who deliver products must act with utmost care and sincerity to satisfy customers.

However, there is still a long way to go. Some people fail to think CCMS as a part of their work, and think it as a prob-

eritting to be said.

하지만, 여전히 해야 할 숙제는 많이 남아 있다.

가장 아쉬운 점은 CCMS를 단지 소비자의 불만을 처리하는 활동쯤으로 생각하고 자신의 일과 CCMS 활동을 함께 연결하여 생각하지 못하는 사람이 있다는 것이다. 소비자 불만을 예방하기 위해서는 미리 해야 할 일(사전점검 체크리스트)을 각 업무 단위별로 좀더 세밀하고 구체적으로 마련할 필요가 있다.

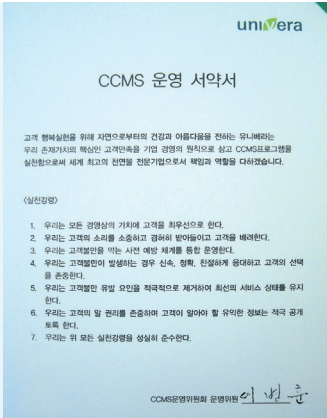
소비자들이 구매를 결정할 때 그 기업의 경영활동이 투명한지, 사회적 공헌을 하는 회사인지, 또 부정한 행동을 하는 직원들로 인해 구설수에 오른 적은 없는지 등을 제품의 품질과 함께 고려한다는 것을 감안한다면, 우리가 정의한 CCMS의 3 영역(제품, 서비스, 기업경영)의 각 부문의 책임자와 담당자의 혁신적 인식변화가 요구된다. 제품뿐 아니라 기업이 제공하는 서비스, 경영활동도 소비자들에게는 그 기업과 관계(거래)를 시작할지 또 유지할지를 결정하는 중요한 요소이기 때문이다.

경영활동 중 기업의 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility)은 기업의 존재가치를 구성하는 핵심요소로 부상하고 있다. CSR활동이 우수한 기업의 제품을 구매하고 그런 기업에서 일하고 싶다는 소비자들의 인식이 확산되고 있다는 것은 미국 경영컨설팅회사인 콘(Cone)에서 실시한 기업사회공헌 의식 조사를 통해서도 쉽게 알 수 있다. 이 조사에 따르면 구매결정요소로 CSR이 중요하다는 인식이 1999년과 대비하여 2004년에는 20%나 증가하였다. 이러한 결과는 한국의 다양한 소비자 의식 조사와 여러 연구보고서에서도 확인되고 있다. ISO에서는 2010년 9월부터 기업이나 조직의 윤리경영, 환경보호, 노동 등을 포함한 사회적 책임의 표준화 기준인 ISO26000을 도입할 예정으로 사회적 책임이 무역장벽으로 작용할 것으로 예상된다.

기업이 고객으로부터 선택 받기 위해 가장 소중히 여겨야 하는 것은 고객의 마음이다. 유니베라는 고객의 마음, 고객의 소리(VOC: Voice of Customer)를 회사에 가장 많이 전달하는 사람에게 2008년부터 매달 ‘갈매기 상’을 수여하고 있다. 나팔 모양의 갈매기처럼 고객의 소리를 모은다는 뜻에서 붙인 이름이다. 갈매기 상은 CCMS 상 중 매달 수여하는 유일한 상이다. 이는 고객의 소리가 우리 활동에 가장 중요한 정보가 된다는 것을 반영한 것으로 대부분의 개선활동은 VOC를 근거로 시작된다.

고객의 마음을 잘 읽고 고객의 생각을 잘 반영한 제품과 서비스를 개발하여 고객에 전달하는 기업경영을 한다면 유니베라 사가에 나오는 ‘믿음과 사랑으로 행복한 삶을 열’ 수 있는 유니베라, 에코벳이 될 수 있을 것이다.

글 | 박정아 차장 | 고객지원팀 | 유니베라 한국



CCMS 운영 서약서
The written pledge to manage CCMS program

lem of customer support team. In order to prevent customer complaint, all departments should make a more detailed checklist for each operation and make preventative effort.

These days, customers do not purchase product only by the quality of product. They also consider if the company takes up social responsibility, if the management is of integrity, and if it has been involved in a scandal for corruption. Thus, the recognition of directors in charge of three aspects of CCMS (product, service and management) should undergo a revolutionary change. The CSR activity, the integrity of the management, and the service level play important roles for customers to decide whether to start relationship (purchase) with the company.

Corporate social responsibility (CSR) has become a crucial factor that constitutes value of a company. According to the survey by Cone, a management consulting firm, more and more consumers prefer to purchase products made by companies with good CSR record, and to work for those companies. The survey indicated that customers who think CSR as an important priority increased by 20% from 1999 to 2004. Such result can be reaffirmed in other reports and survey in customer perception in Korea. ISO plans to adopt corporate social responsibility standard dubbed as ISO 26000 which includes ethical management, environmental protection and labor management from September 2009. Social responsibility will become a trade barrier in the future.

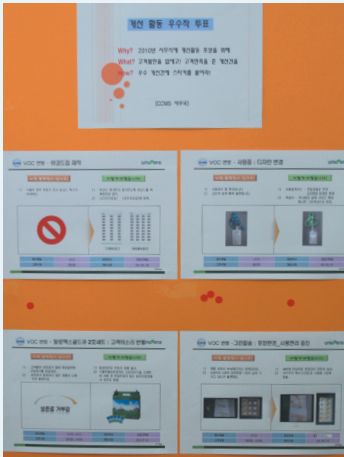
A company should cherish customer opinion in order to be liked by customers. Univera awards “the funnel award” since 2008 every month for a person who delivers many voice of customer (VOC) to the company. The funnel award is named after its trumpet-like shape, which signifies collecting opinions from customers. It is the only award among CCMS-related awards offered monthly, because customer opinion provides the most valuable information, and most improvement activity begins with VOC.

If Univera detects what customers think, interpret it into services and products which reflects customer’s mind, Univera and ECONET will become a community which “makes our life happier with love and trust” as written in the company song.

By Jeong Ah Park Manager | Customer Service team | Univera Korea



CCMS 운영위원회 CCMS Committee



CCMS 개선 활동 우수작 투표 CCMS improvement activities awards poll

UP와 대리점, 그리고 유니베라의 성장을 이끌어 낼 것



2009 유니베라 리더 전진대회 (2009년 5월)
The 2009 Univera Leaders' Meeting in May 2009

‘2010년 우리의 목표 지점은 어디인가’

지난해 말부터 영업본부는 물론 유니베라 전 직원의 최대 관심사는 이 문제였습니다. 2009년은 당초 매출목표 940억 원을 뛰어 넘었습니다. 하지만 여기에 만족할 수 없었습니다. 왜냐하면 지난 2006년 1천84억 원을 정점으로 지난 3년간 정체와 마이너스를 경험했기 때문입니다. 따라서 지난해 성장은 실질적인 성장이 아니었습니다. 영업본부의 고민이 깊을 수밖에 없었던 이유도 여기에 있습니다.

우리의 최대 관심사는 유니베라 역대 최고의 매출을 달성하자는 것으로 이어졌습니다. 그 결과로 나온 목표가 1천100억 원입니다. 지난 몇 년간의 정체를 딛고, 성장세를 확실하게 만들어 내자는 고민이 반영된 것이었습니다.

문제는 ‘무엇을, 어떻게’해서 새해 목표를 달성할 수 있을까였습니다. 영업본부 구성원의 집중적인 토론결과로 우리는 올해 3가지 과제(CFS: Critical Success Factor)에 집중하기로 했습니다.

첫째, UPS(Univera Planner System) 강화입니다. 지난 한 해 우리는 새로 도입한 이 제도의 막강한 힘을 확인했습니다. UPS는 한마디로 압축하면 UP(Univera Planner)의 소득 증가를 명확하게 담보해주는 제도입니다. 하지만 전국 400개 모든 대리점에 이 제도가 정

Promote Growth of UPs, Distributors, and Univera

“What is our goal for 2010?”

Since the end of the last year, this question has been a matter of a grave concern for all Univera employees. In 2009, we overachieved our sales goal of 94 billion Korean Won. However, the result was not satisfactory enough. Because we experienced a slump and even minus growth over the last three years after the sales peaked at 108.4 billion won in 2006. In other words, the growth of last year was not a real growth. It was merely catching up with lost sales. It was why everyone in the management had to think hard.

Our goal for a new year is to achieve the biggest sales of all time. To be more exact, we set the number at 110 billion won. It was our resolution to put an end to the stagnant period and to put the company on the right track.

The problem was, “how” to achieve the goal by doing “what?” After thorough discussion we decided to focus on three Critical Success Factors(CSF).

The first is to enforce the UPS (Univera Planner System). Last year, we could see the amazing potential of this new system. UPS, in a nutshell, is a guarantee to increased income for all UPs. However, this system is not



2009 유니베라 리더 전진대회 (2009년 5월) The 2009 Univera Leaders' Meeting in May 2009

착되지는 못했습니다. 영업본부 직원의 물리적인 시간, 대리점 사장님들의 인식수준 등 어려움이 있었기 때문입니다. 올해는 이러한 한계를 극복, 모든 대리점이 UPS제도의 혜택을 볼 수 있도록 주력할 것입니다. 새로운 영업환경 마련을 목표로 둔 이 과제는 모든 대리점을 대상으로 한 영업정책입니다.

둘째, 지난 해 다소 부진했던 대리점을 집중 지원해 우수 대리점으로 만들어 내는 일입니다. 우리 대리점들 가운데 많은 수가 잠재적인 성장 가능성은 있으나 이를 현실화시키지 못하고 있습니다. 여기에는 여러 가지 요인이 있습니다. 그 중 하나가 강력한 동기부여가 없다는 것입니다. 따라서 이들 대리점 눈높이에 맞춘 인센티브를 제공할 것입니다. 개별 대리점의 목표를 분기별로 부여, 이를 달성할 경우 지원을 해주는 것입니다. 100여 개에 이르는 이 대리점들이 자신이 지닌 역량을 발휘한다면 유니베라 성장에 결정적인 역할을 할 것입니다. 이 정책은 성장 가능성을 지닌 대리점들을 선택, 집중하는 영업정책입니다.

마지막으로 팀장 수를 늘리는 일입니다. 우리 비즈니스의 본질은 UP 수를 확대하고 이들을 통해 제품을 많이 판매하는 것입니다. 특히 팀장은 대리점에 UP로 들어온 뒤 정착한 초급 간부입니다. 팀장이 된 뒤 비로소 판매나 증원을 제대로 할 수 있습니다. 이뿐만 아니라

established throughout all 400 distributors around the country. There were obstacles such as physical time limit of employees at sales division and poor understanding of heads of distributors. We will overcome these difficulties this year so that all distributors can benefit from UPS. This new policy for a better environment is targeted at all distributors.

The second is to support distributors which fell short of sales target last year and to help them perform excellently. Many of these distributors have great potential, but fail to realize it. There are multiple reasons, and one of them is lack of motivation. Thus, we will offer incentives to attract these distributors. We will set quarterly goals, and offer rewards if the distributor meets the goal. If more than 100 distributors which are lagging behind would realize their potential, it would play a pivotal role in driving the growth of Univera. In short, it is a policy to select distributors with growth potential and concentrate efforts on them.

The last is to grow more team leaders. The essence of our business is to recruit more UPs and sell more products through them. Team leaders are junior level staffs first promoted after they are settled as UPs. It is only after becoming a team leader to get into the swing of sales and reinforcement of



유니베라 한국 전국대리점 사장 세미나 (2009년 1월) The nationwide Univera Korea distributors seminar in January 2009

능력 있는 팀장이 많아져야 부장으로 승진하는 사람들도 늘게 됩니다. 나아가 지부장, 수석지부장, 본부장들이 나올 수 있는 토양도 바로 이들 팀장 수에 달려 있습니다. 그만큼 팀장은 우리 사업에서 매우 중요한 사람들입니다. 따라서 이러한 팀장이 많이 확대될 수 있는 교육과 지원 등을 아끼지 않을 것입니다. 이를 통해 지난해 2천여 명의 팀장에서 올해는 3천여 명으로 1천 명 늘릴 것입니다. 팀장 수를 40% 이상 확대하려는 이 과정은 UP들을 대상으로 한 영업정책입니다.

결국 올해의 영업정책은 현장에서 최종 고객과 접촉하는 UP들을 위한 영역, 이들을 현장에서 지휘하는 대리점(사장) 영역, 그리고 영업 환경 전반에 직접적인 영향을 미치는 영역에 집중하게 될 것입니다.

이와 함께 마케팅본부에서 회사와 제품 브랜드 파워를 높여주고,

staffs. Also, more department heads can be promoted only if there is enough number of competent team leaders. Team leaders are also human resources pool from which directors, senior directors can be grown. In short, team leaders play a pivotal role in our business. Thus, we will spare no efforts in training and supporting team leaders. We plan to increase the number of team leaders from the current 2,000 to 3,000. This expansion policy of team leaders is our sales policy for UPs.

Summing up, sales strategy for this year would be divided into three parts; the first is for UPs who make direct contact with customers, the second is for the heads of distributors who direct UPs at field, and the third is to manage influences on sales environment.

연구소에서는 기존 제품에 대한 리뉴얼과 신제품에 대한 출시 준비 등으로营业을 지원하게 될 것입니다. 또 통합IT본부는 营业을 더욱 분석-체계적으로 할 수 있도록 기술적인 분야에서, 고객지원팀에서는 고객의 관점에서 营业이 이루어질 수 있도록 협력하게 될 것입니다.

새해 유니베라는 이를 통해 UP와 대리점, 그리고 유니베라의 성장을 확실하게 만들어 낼 것입니다. 이것은 동시에 ‘자연의 혜택을 인류에게’라는 유니베라의 철학을 확장하는 일이기도 합니다.

글 | 김교만 영업총괄 상무 | 유니베라 한국



Our marketing division will strengthen brand power for our products and company, and R&D center will support sales with renewals in existing lines and preparation of new products. Also, IT division will support technological aspect to analyze and systemize sales activities. Customer service team will cooperate with other divisions to sell products from the customer's point of view.

In a new year, Univera will enable UPs, distributors and Univera itself to grow without fail by fulfilling this plan. It is an expansion of our corporate philosophy, which is to “bring the best of nature to humankind.”

By Mana Kim Vice President of Sales Division | Univera Korea

2009년의 승리를 발판으로 우리의 잠재력을 극대화하자

작년 이맘때를 회상해 보면, 2009년이 유니베라 직원들을 비롯하여 북미에 거주하는 수백만 명의 사람들에게 힘겨운 한 해가 될 것은 확실해 보였습니다. 위기에 대응하기 위한 다양한 사업 전략 중에서, 동종업계의 많은 기업들은 손실을 최소화하거나 '어려움을 견뎌내는' 전략을 선택하였습니다. 그와 달리, 유니베라는 적극적이고 역동적으로 기회를 극대화하는 전략을 수립했습니다. 특히 우리는 '2009년을 승리로 이끌기' 위해 전반적으로 공격적인 전략을 구상하였습니다. 일선의 많은 어소사이트들과 유니베라, 나아가 전 에코넷 전 직원들의 끈기와 노고가 있었기에, 유니베라는 2009년을 마무리하는 이 시점에 업계 내에서 굳건한 위상을 다지고 2010년에 새로운 성장 모멘텀을 창출하기 위한 최적의 발판을 다질 수 있었습니다.

세계 경제가 하강하고 직접판매업계도 불황을 면치 못하고 있지만, 우리는 2009년 업계 평균과 비교할 때 매출 기준으로 30%, 신규 모집 기준으로 40%을 초과하는 대단한 성과를 거두었습니다. 이 글을 쓰는 지금도, 월별매출이 지난 2년간 기록을 기준으로 6개월 연속 최고 기록을 달성하고 있으며, 2010년 이후까지 이런 활발한 성장세가 이어질 것으로 전망하고 있

Univera North America: An Incredible Year in Review

Last year it was clear that 2009 would pose a challenge for many millions of North Americans, including those within the Univera community. While a multitude of business strategies were available, and while many others within our industry were employing a strategy of trying to simply “weather the storm” and “not lose too badly”, we took a vibrant, opportunistic, and proactive approach to the year. Specifically, we designed an entire strategy around aggressively “Playing to Win in 2009.” Due to the hard work and determination of many field partners and corporate employees within Univera, and across the ECONET, Univera stands strongly and tall at the end of 2009 with a fantastic foundation of exceptional momentum and growth from which to launch into 2010.

Despite a down economy, even a Direct Selling industry in decline, this year we outperformed the Direct Selling market index by better than 30% in revenue and more than 40% in recruiting. As of this writing, the momentum continues with six successive record month-end



습니다. 주요 사업분석 결과는 모두 뛰어난 판매 실적을 나타내고 있으며, 대부분의 사업분야가 두 자릿수 성장을 기록했습니다. 2009년에는 평균 주문량, 신규 모집, 매출에서 승진에 이르기까지 모든 지표가 대폭 성장했습니다. 동종업계의 많은 기업들이 고전했다는 것을 생각해보면, 참으로 놀라운 성과가 아닐 수 없습니다. 심지어 유니베라의 공공 자선기금인 〈Serve First Donations〉조차도 두 자릿수 성장을 기록했습니다.

사업성과는 차치하고라도, 저는 올해 유니베라 직원들이 보여준 결단력, 서로에 대한 존중과 관심, 팀워크와 협력, 화합 등 뛰어난 자질들에 대해 진정으로 자부심을 느낍니다. 수치적인 결과나 직원들의 마음가짐 측면 모두에서, 2009년은 북미 유니베라가 새롭게 거듭난 해라고 할 수 있을 것입니다. 직원 여러분께 진심 어린 감사의 말씀을 드립니다. 저는 이 놀라운 성과가 당연하다거나, 거저 얻었다고 생각하지 않습니다. 모든 것은 여러분의 피땀 어린 노력의 결과입니다. 그렇기에 행운 역시 작용했을 것입니다.

우리 직원들과 일선 어소사이트들의 노력은 팀워크나 수치적인 경영성과 뿐만이 아니라, 2010년을 성공적인 한 해로 만들기 위한 밑거름이 되는 것이었습니다. 2010년에도 간절하지만 과감하고 적극적인 계획을 이어갈 생

closes (records over the past two years) that will carry great results into 2010 and beyond. Our key business metrics have demonstrated an exceptionally strong performance and in most cases have resulted well into double-digit growth; everything from the average order size, to enrollments, to revenues, to rank advancements have grown dramatically during 2009—a year during in which most businesses in our industry have declined. Even Serve First Donations, Univera’s public charity, have grown by double digits this year.

Beyond the metrics, I am proud of the spirit of determination, a culture of harmony, respect, caring, teamwork and collaboration, which has developed during the course of this year. From both a metric and a “heart” perspective, 2009 has resulted in an exceptional year of Renewal for many across North America. For this, I am exceptionally grateful, and I do not take our good fortune for granted or with any pretense. We have worked hard. Very hard. But we have also been blessed with good fortune.



각입니다. 우리는 2010년을 우리의 '잠재력을 극대화'하는 해로 정했습니다. 우리가 가장 중요하게 생각하는 것은 성공, 꿈과 목표의 달성이며, 지금 유니베라는 그 어느 때보다도 우리의 목표에 근접해 있습니다. 올해의 목표는 주어진 기회를 놓치지 않고, 어소사이트 한 사람 한 사람이 최선의 성과를 낼 수 있도록 독려하는 것입니다. 우리는 이를 '잠재력을 극대화'한다고 정의했습니다. 이에 따른 2010년 유니베라의 전략은 다음 세 가지로 나누어 볼 수 있습니다.

1. 성공적인 전략을 이어간다.

2009년 '승리를 향한' 전략에 따라, 우리는 목표를 달성하기 위해 수당 지급을 앞당기거나, 승진 보너스 등 어소사이트에게 아낌없는 지원과 서비스를 제공함과 동시에, 각종 이벤트와 7종류의 신상품을 도입하는 등 전략적으로 설계된 인센티브를 제공하였습니다. 정리하면, 흔들리지 않는 자신감, 혁신적인 신상품 발매, 신규 어소사이트 대거 모집으로 압축할 수 있습니다. 2010년에도 이러한 제도들이 성장을 견인할 것입니다.

The resulting hard work of many corporate employees and field partners have delivered not just a strong year in terms of metrics and teamwork, but have also created the landscape for another positive step forward for 2010 with yet another simple but aggressive plan for the Univera business. We've established 2010 as the year to "Unleash Your Potential!"

The central theme here is that success, the fulfillment of goals and dreams, are more attainable now through Univera than ever before. The objective for this year is to simply seize the moment, and to reach deep into each individual so that they can achieve their best—or, as we are presenting it, to "Unleash Your Potential!" The strategy for 2010 employs three simple strategies:

1. Keep doing what works.

Through 2009's Playing to Win plan, we provided our Associates a strategically structured portfolio of incentives including quicker pay,

2. 어소사이트에게 승진의 기회를 제공하라.

승진은 어소사이트들이 꿈을 이룰 수 있는 가장 확실한 방법입니다. 그러나 이것은 일선 어소사이트뿐만 아니라 본사에게도 책임이 따르는 사항입니다. 승진은 직접판매업계에서 매출 증가의 강력한 원동력이 됩니다. 작년에 대규모 승진이 이루어졌지만, 2010년에는 이 부분에 더욱 중점을 둘 계획입니다.

3. 세계 시장 진출을 준비하라.

유니베라의 몬트리올 지사는 이제 충분히 자립적으로 캐나다의 유니베라 성장을 주도할 수 있는 역량을 갖추었습니다. 이를 본보기 삼아 앞으로 세계 시장으로 뻗어나가려는 노력을 계속해야 합니다. 2010년에는 세계 시장 진출을 위한 전략적 행보와 구체적인 계획이 세워질 것입니다.

위의 세 가지 전략과, 유니베라 직원들의 결단력과 마음가짐이 합쳐진다면, 유니베라 북미의 핵심 사업 부문은 성장을 거듭할 것이며, 나아가 세계 속의 유니베라로 자리잡기 위한 교두보를 마련하여, 이병훈 총괄사장의 비전인 '자연의 혜택을 인류에게'라는 꿈을 현실화시키게 될 것입니다.

2009년의 성공을 되돌아 보면서, 우리 직원들에게 거듭 감사의 마음을 전하고 싶습니다. 일선 어소사이트들, 에코넷의 전 사원들과 그 중에서도 유니베라 사원들이 지혜와 힘을 모으고 뛰어난 팀워크를 발휘하여 2009년을 '승리로 이끄는' 계획을 차질 없이 수행하였으며, 결국 우리는 승리를 쟁취하였습니다.

글 | 리치 래즈게이트스 사장 | 유니베라 북미



rank development bonuses, exceptional support and service, key events that drive the business, as well as seven new products in order to meet the core strategies of the year (namely, to instill unshakable confidence, launch innovative new products, and ignite recruiting). These programs will continue to drive great growth into 2010.

2. Promote Associate Rank Advancements.

This is the most visible way Associates can reach their dreams, yet for this to happen, the responsibilities rest on both our field associates as well as those of us here in the Corporate office. Rank advancements drive the business in this industry; the past year demonstrated incredible rank advancement growth, yet we intend to make this an even bigger focus moving forward.

3. Prepare for International Development.

Montreal has now been established as a self-sufficient entity to lead Canada into its next evolution of growth; this will also serve as a model for us as we continue our expansion efforts into the global market. 2010 represents strategic steps and specific planning to begin our International expansion efforts.

These initiatives, along with heart and determination, will continue the growth of the core business in North America while also laying the foundation for greater globalization in order that we can manifest Bill Lee's vision of "Bringing the Best of Nature to Humankind" throughout the world.

It is with great gratitude and admiration that I look back on our success in 2009 and thank the exceptional team effort, including ALL ranks of our field associate partners as well as hundreds of employees—ALL across the ECONET and particularly within Univera—that helped deliver the "Playing to Win 2009 Plan" and ensuring that, in fact, we did win.

By Rich Razgaitis President | Univera North America



식구, 밥을 함께 먹는 사람들



Family is
those who have meals
together



점심을 먹고 있는 에코네시안들 ECONETians eating lunch (사진 김기두 과장 | 통합 IT 본부 | 유니베라 한국 Photography by Kidoo Kim Manager | IT DIVISION | Univera Korea)



에코넷이 〈이음〉을 시작한 목적은 두 가지였다. 하나는 에코넷 사람들에게 좋은 식사를 제공한다. 다른 하나는 웰니스 사업으로 사업 영역을 확대하려는 에코넷이 B to C 사업의 경험을 쌓는다.

이병훈 총괄사장이 이음을 시작하기 전에 품었던 생각, “우리 직원들이 점심 시간에 어디로 갈까, 망설이는 게 안타까웠다”는 것은 전자의 경우이다. 사실 준공업지역인 성수동에 이탈리아 레스토랑이란 ‘개 발의 편자’랄까, 격에 맞지 않아 보인다. 그럼에도 에코넷이 이음을 유지하는 까닭은 무엇일까. 그것은 장차 세상의 변화에 따라 웰빙 음식에 가까운 이탈리아 식당이 전망이 있다는 확신 때문이기도 하지만, 더 주된 이유는 따로 있는 듯하다. 더욱이, 한국에서는 가족을 식구(食口)라고 하지 않는가. 밥을 함께 먹는 사람들이라는 뜻이다. 밥을 함께 먹는 에코넷 사람들, 바로 식구가 되기 위함이다.

정작 점심을 준비하는 이음의 사람들은 어떤 생각을 갖고 있을까. 이음 박경진 대표의 말이다.

“이음 대표로서 제일 중요하게 생각하는 것은 좋은 음식을 제공하는 것이다.”

그녀의 책상 앞에는 〈자연 그대로 먹어라〉의 저자 장경란 님의 글이 걸려 있다. “자연이 더러워지면 우리 몸도 더러워지고”로 시작하는 그 글은 “혼자 먹으면 혼자가 되고 여럿이 나누어 먹으면 더불어 사니, 먹는 게 바로 그 사람이다”로 끝을 맺는다.

먹는 이가 즐거운 음식, 아울러 입만 즐거운 음식이 아니라 건강에 도움이 되는 음식은 무엇일까? 이음 대표의 고민은 깊다. 그래서 이음만의 원칙을 지킨다.

“첫째, ‘Do & Do not’을 정한다. 둘째, 최대한 계절별 식재료를 사용한다”

예컨대, 이음은 유기농 재료, 천연조미료만을 사용한다. 백미, 백설탕, 화학조미료, 항생제로 기른 닭 등은 사용하지 않는다. 그런데, 이런 재료를 구하기란 쉽지 않다. 유통되는 과정과 통로가 좁고 드물기 때문이다. 그 애씀을 짐작할 수 있다. 겨울에는 복어를 보고, 여름에는 전복과 소라, 장어를 먹을 수 있는 것은 이음의 정성 때문이다. 철마다 제철 과일과 야채를 먹는 행복을 누리는 것도 과일과 야채, 방울 토마토를 빠뜨리지 않는 박 대표의

There were two goals when ECONET opened the Restaurant “EUM.” The first goal is to provide quality meals to ECONET people. The second part is to gain know-how in B to C business because ECONET plans to expand business into Wellness area. Chairman & CEO Bill Lee said that he felt sorry for employees because there were no decent restaurants around the area. In fact, a fancy Italian restaurant does not fit well into Sungsu area, which is a semi-industrial zone. However, ECONET keeps EUM in part because it is convinced that well being food like Italian has prospects for the future. But there is a true reason behind it. Korean word for “family” is “Sikgu,” which means people sharing meals together. The reason that ECONET is keeping EUM is to share meals together to become a “family.”

What is in the mind of EUM employees who prepare lunch every day? Park, Kyungjin, the president of EUM says, “The most important thing we have in mind is to provide quality food.”

A quotation from *Eat natural* by Jang, Gyeongran is in a frame hung on the wall in front of her desk. It begins with “pollution in nature leads to pollution in body” and ends with “eat alone, you will remain alone. Eat together, you will live together. What we eat is what we are.”

What is the food that will make people happy, and keep people healthy? It is the question always Park has in mind. There are two principles that EUM follows.

First, make a list of do and do not. Second, use fresh seasonal ingredients as much as possible.

EUM use only organic ingredients and natural seasonings. Polished rice, white sugar, synthetic flavors, and chicken raised with antibiotics are not used in EUM’s kitchen. It is not easy to buy organic and natural ingredients, because supply chain for such food is narrow and scarce. You can guess the enormous efforts they take to get fresh ingredients. Thanks to them, ECONETians can relish blowfish in winter, abalone,

꼭심 때문이다.

이음은 일주일 단위로 식단을 짠다. 식재료는 국산제품으로 최상위품을 사용한다. 하루 전에 재료를 손질하여 당일 오전에 바로 조리한다. 음식을 준비하는 데 꼬박 이틀이 걸리는 셈이다. 아주 간단한 요리라도 이런 정성으로 에코네시안이 먹는 음식을 만든다. 한편, 이음은 오래 보관할 수 있는 음식은 만들지 않는다. 그날 만들어 그날 먹는 음식을 만든다. 오래 보관하기 위해 음식의 생명을 연장한다는 것은 그만큼 몸에 안 좋은 첨가물, 예컨대 소금 등이 더 들어가는 것이기 때문이다.

이렇게 정성을 다해 음식을 만드는데도 간혹 열 명도 안 되는 사람들을 위해서 식사를 하는 경우가 있다. 열근한 국물에 해장을 하고픈 사람들, 혹은 외부 손님을 따로 대접해야 할 사람들이 겹쳐 있기 때문이다.

사정이야 이해하지만 그래도 이음 사람들의 마음이 편치만은 않다.

“이음의 정성이 모두 물거품이 되는 순간이다. 이음 전 직원의 힘이 빠지는 순간이기도 하고, 한 우산 속에 함께 일하는 사람, 한 가족 같은 에코네시안이란 단어가 공허하고 멀게만 느껴지는 순간이기도 하다.”

turbines and eel in summer. Fresh seasonal vegetables and fruits are always on the table thanks to tenacity of Park.

Usually, a day's menu is planned a week ahead. Best ingredients produced in Korea are carefully chosen and bought. Ingredients are all prepared the day before, and cooked in the morning. To put it simply, it takes two days to prepare lunch. Even if the dish is simple, fresh ingredients are prepared with hard work and effort to serve ECONETians. Also, EUM does not serve long-preserved food. The day's food is cooked in the morning. Longer life of food means unnecessary seasonings such as more salt.

EUM's dishes are served with utmost care and sincerity. However, there are times only ten or so ECONETians have lunch in the place. There are people who would like to drink hot and spicy soup after drinking in the night before, and there are times we should take visitors outside. It is understandable, but that makes EUM's effort

혹간 음식이 남으면 어쩌냐고 묻는 에코네시안이 있다고 한다. 남은 음식이 많으면 푸드뱅크에 기부하고 있지만, “기부해서 도움의 손길을 필요로 하는 분들이 맛있게 드시는 것도 좋지만, 그에 앞서 에코네시안 임직원 모두가 맛있게 먹고 갔으면 좋겠네요.” 박 대표의 고언이다. 에코네시안들이 조금 더 마음을 써야 할 대목이 아닐까.

글 문선유 기획위원 | 기획인사팀 | 에코넷 한국 홀딩스

매일 점심을 준비하는 이음의 직원들 EUM employees who prepare lunch every day



단골손님의 편지 성수동의 보석 같은 레스토랑, 이음



편집자 주 성수동 외진 곳에 있어 어려움이 많은 이음이지만 음식 맛과 분위기가 소문을 타고 퍼져 나가 많은 단골고객들이 생겨나기 시작했다. 그 중에 검색포탈 네이버에서 음식 컬럼리스트로 활동하고 있는 블로거, '참이슬'님이 편지와 사진을 보내왔다. 자신의 블로그에 좋은 음식과 음식점을 소개하고 있는 참이슬님은 저녁 식사를 밖에서 먹는 경우가 많아 이곳 저곳 식당을 찾다 보니 안목도 생겼다는데, 6-7년 전부터 찍기 시작한 사진을 통해 좋은 식당과 음식을 소개하게 되었다고 한다. 1년 반 전쯤 처음 이음에 와 본 후 분위기에 반해 단골이 되었다는 참이슬님은 에코넷 센터 인근에서 정형외과 의원을 개원하고 있는 의사이다.

성수동 일대가 소규모 공장과 주택이 뒤섞여 있는 준공업지대이다 보니 제대로 된 레스토랑을 볼 수 없었습니다. 그러던 차에 지인을 통해 우연히 성수 역 부근, 에코넷 센터에 위치한 이탈리아 레스토랑 '이음(EUM)'을 알게 되었습니다. 건물 뒤편 골목 안으로 들어가 있고, 대로에서는 작은 간판도 볼 수가 없어 눈에 잘 띄지 않았습니다. 게다가 주변이 온통 공장지대라 생동맛다는 생각도 들었지요, 사실 처음 갈 때는 그리 큰 기대를 하지 않았습니다. 그런데 일단 레스토랑 안으로 들어서고 나선 규모와 분위기에 깜짝 놀라고 말았습니다. 천정이 아주 높아서 실내가 시원스레 탁 트인데다가 테이블 배치도 여유로웠고, 브라운톤의 세련된 색상의 인테리어가 아늑한 분위기를 연출하여 마음에 쏙 들었지요. 입구로 들어서면 왼쪽으로 상당히 큰 규모의 오픈 키친이 있고, 여유롭게 배치된 창가 쪽 테이블과 안쪽의 아늑한 공간이 마주합니다. 복층구조의 2층에 자리한 독립된 두 개의 공간은 모임이나 회식 장소로 쓰기에 손색이 없어 보이더군요. 메뉴를 살펴보면 그날그날 바뀌는 오늘의 수프와 파스타, 리조또, 피자, 생선이나 육류의 메인 요리, 그리고 디저트까지, 제대로 된 이탈리아 레스토랑의 메뉴 구성을 보여줍니다. 초기엔 점심 메뉴가 없었고 세팅된 코스 메뉴도 없었습니다만, 최근에 다시 방문해 보니 점심코스메뉴와 저녁코스메뉴가 추가되었더군요. 아직은 그 구성이 단조로운 편이지만, 앞으로 좀더 다양해지길 기원해 봅니다. 그리고 아주 다양한 편은 아니지만, 음식

과 함께 할 와인리스트도 갖추고 있고 가격도 비교적 저렴한 편입니다. 사람과 사람, 사람과 자연, 사람과 음식을 이어주는 공간 '이음'이라는 모토 아래 맛있고 몸에 이로운 음식과 여유롭고 안락한 공간. 따뜻하고 한결같은 서비스로 건강한 식문화를 지향한다는 이음은 신선한 유기농 재료에 자극적인 재료를 최소화하고 튀기고 볶기보다는 굽고, 찌고, 무치는 건강 조리법으로 재료의 신선함을 극대화해서 음식의 맛뿐만 아니라 손님의 건강까지 걱정하는, 말하자면 웰빙 문화와도 잘 부합하는 식당이라 할 수 있겠습니다. 주변 환경이 열악하다 보니 아직은 그리 널리 알려지지 않았습니 다만 사막의 오아시스같이 성수동의, 더 나아가서 서울의 보석 같은 레스토랑으로 남아 있길 기원합니다.

글 | 참이슬 네이버 블로거 | <http://blog.naver.com/yjoshjh>



A letter from a regular customer EUM is a jewel in Sungsu area.

Sungsu area is a semi-industrial zone in which houses and plants are mixed. It was difficult to find a decent place to dine. My friend told me about EUM, located in ECONET center near Sungsu station.

It was in the back alley of the street, so it was hard to find EUM because there is not even a small sign showing on the main street. It was also odd to see a fine Italian restaurant in the middle of an industrial area. I did not expect much when I first visited EUM.

However, I was surprised by the spacious and elegant atmosphere at first sight. The ceiling was high, giving the place an airy feel, and space between tables was wide enough. Sophisticated brown tone interior brought cozy feeling. As I entered the place, on my left side there was a fairly big open kitchen, and in front of window there were spaciouly arranged tables, and inside there were comfortable-looking seats. On the second floor of duplex, there are two areas which look great to have family and team gathering.

Soup of the day changes daily, and pasta, risotto, pizza, fish or meat main dish, and dissert on the menu complete a menu of an Italian restaurant. There were no lunch courses or a dinner course appearing on the menu

in the past, but recently I visited EUM and found lunch and dinner courses on the menu. The menu is comparably simple, but I hope a variety of new dishes will be added in the future. EUM has wine list to go with the food, even though the list is not extensive, enough to choose from. Price is moderate, given the quality of the food.

Under the motto of "connecting human with human, human with nature, and human with food," EUM aspires to establish a culture of serving healthy and tasty food with its cozy and spacious atmosphere, and warm and consistent service. EUM uses organic ingredients and cook it in healthy style such as to steam and stir rather than fry, and present a pleasant dining experience. It is a



unworthy.

"We took such care and effort in every dish. Missing a meal makes EUM employees crestfallen, and makes us think that ECONETians as a family is just an illusion."

Sometimes people ask what happens to the food left untouched. EUM donates leftovers to Food Bank, but Park says, "It is good thing to donate food to needy people, but we rather hope that all ECONETians eat meals prepared at EUM." ECONETians may have to pay more attention to her words.

By Sunyu Moon Planning Director | Planning & HRMT | ECONET Korea Holdings

place which cares about your health, and not only the taste of the food, that makes EUM a true well-being experience.

It is not well known to people because of its location, but for me, it is like an oasis in the middle of Sungsu area. I hope it will continue to be cherished by many as one of gemmy restaurants in Seoul.

By Chamisul the blogger in Naver | <http://blog.naver.com/yjoshjh>

Editor's note EUM is located in a out-of-way place in Sungsu area. However, taste of food and serene atmosphere began to attract regular customers. A celebrity blogger who runs a culinary blog in Naver, a search portal, sent a letter and pictures to us. His nickname is "Chamisul," and he introduces great dining experiences in his blog. He usually dines outside, and as he visits many restaurants he began to develop taste for good food. He started taking picture of food and restaurants, and his blog is visited by many Internet users who want to find quality food and hip restaurants. He visited EUM about a year and half ago, and since then became a regular customer. He is a practicing orthopedist who has his own clinic in the vicinity of ECONET center. The following is his letter:

내 삶의 소중한 선물



Dontae



Jaiza



Jontah

인생은 우리가 받을 수 있는 가장 값진 선물이다. 어떤 이는 당연하다 여기고 간과하지만, 누구나 인생을 돌아보게 되면, 설령 아무것도 가진 게 없다고 느낄 때일지라도, 소중한 것 한 가지 정도는 있게 마련이다. 어떤 사람들은 인생에서 소중한 것이라고 하면 물질적인 것만을 생각하곤 하는데, 물론 물질적인 풍요도 나쁜 것은 아니다, 그러나 한 순간에 사라지거나 도둑맞을 수 있는 물질적인 풍요가 사람을 얼마나 행복하게 할 수 있는지는 의문이다.

나는 물질적인 면에서도 복이 많은 사람이지만, 내 인생에서 소중한 사람들만큼 값어치 있는 것은 없다. 다정하고 멋진 친구들과 가족들이 곁에 있지만, 역시 가장 소중한 것은 나의 여덟 명의 아이들이다. 대부분의 사람들은 “여덟 명이나 돼요? 세상에, 얼마나 바쁘시겠어요!”라고 말한다. 이런 말을 들을 때마다 내가 생각하는 것은, 무엇보다도 바꿀 수 없이 소중한 여덟 명의 아이들이 있어 나는 얼마나 행복한 사람인가 하는 것이다. 아이들이 없는 인생은 상상조차 할 수 없다. 아이들 모두는 경이로울 뿐만 아니라 각자 자기만의 특별한 개성을 갖고 있다. 큰딸과 둘째 딸은 이미 아이라고 하기엔 훌쩍 커버린 숙녀들이다. 한 아이는 외향적이고 대범하기가 보통 이상이다. 다른 아이는 똑똑하고 야무지며, 언제나 열심히 노력파다. 아들은 네 명인데, 큰아들은 든든한 울타리가 되어 준다. 언제나 엄마를 도와 주려고 하며, 힘든 일도 마다하지 않는다. 둘째 아이는 수다스럽고 밖으로 나타나는 것을 좋아한다. 곁에 앉아 몇 시간이고 지치지 않고 이야기하는 그 아이를 보면 언제나 입가에 미소를 머금게 된다. 셋째 아들은 온 가족의 코미디언이다. 건강 때문에 많은 어려움을 겪었지만 언제나 삶에 대해 긍정적인 태도를 잃지 않고 삶을 사랑한다. 때로 인생이 힘들다고 생각될 때에도 인생이 소중한다는 것을 깨닫게 해 준다. 막내아들은 기운이 펄펄 넘치는 건강한 아이이다. 때로는 그 아이의 기운을 나도 나눠 받았으면 하고 생각하게 된다. 만능 스포츠맨인 그 아이가 하지 못하는 운동을 나는 본 적이 없다. 수줍음이 많은 셋째 딸은 이제 겨우 스스로가 누구인지, 장래에 무엇이 되고 싶은지 진지하게 생각하게 되었다. 어린 딸이 불쑥 성인으로 성장하는 것을 지켜보는 일은 대단히 경이롭다.

선천적으로 리더십이 많은 것 같은데, 언제나 미소를 띠고 있고 친구들을 소중히 생각하는 아이이다. 막내딸은 아직 어려서 그런지 그 아이에게 세상은 커다란 물음표이다. 질문에 답을 해 주면 새로운 질문이 꼬리를 물고 나온다. 호기심이 대단히 많아서, 세상 모든 일에 대해서 왜, 어떻게 일어나는지 알고 싶어한다. 이것은 어째서 이렇고, 왜 이런 식으로 되어 있는지 늘 궁금하다. 여덟 아이들과 함께 하는 삶은 마치 거대한 롤러코스트 같다. 나는 이 롤러코스트가 영원히 멈추지 않았으면 좋겠다.

소중한 여덟 아이들을 보노라면 내가 얼마나 복이 많은 사람인지 나는 늘 감사하게 된다. 내가 얼마나 아이들을 소중하게 생각하는지, 아이들이 내 인생에서 얼마나 바꿀 수 없이 중요한 존재인지 아이들은 절대 알지 못할 것이다. 아이들 하나하나의 내 인생의 일부이다. 이렇게 소중한 내 삶의 선물에 대해 이 지면을 빌어 소개할 기회를 얻게 된 것도 기쁘고 감사하다.



Kelseigh



Jre'shaun



Kiaira

Life is the most precious gift we can be given. Some may take this for granted, but if you make something of your life, you will always have something to cherish, even during the times when you feel you have nothing. I find that some people only see the material things in life as precious gifts. Material things can be nice; however, material things can always be lost or taken in an instant and how happy can they really make you.

I know that I am blessed to have the material things in my life, but nothing could compare to the precious people that are in my life. I have family and friends that are wonderful, but most importantly I have eight wonderful kids who are most precious to me. Most people say, “Oh my gosh! Eight kids, you sure have your hands full!” Each and every time I hear this though all I can think is wow, I am so lucky to have each and every one of them in my life. I wouldn't know what to do without them. They are amazing and each is different in their own special unique way. I have two young women. One who is outgoing and has a heart bigger than you could imagine. The other is smart, mature, and always willing to go the extra mile. I have four boys. The oldest is one that will always be by your side. He wants to help in any way he can and will go through great strides to do so. The next boy is the outgoing one who loves to talk. He will talk with you for hours and will always bring a smile to your face. The third boy is the comedian of the family. Through all of his health issues he has kept a positive attitude and loves life. He helps you to see life as being precious when you feel it isn't at times. The youngest boy is so full of energy and life. Sometimes I wish he would share some of the energy he has. He is an all-out athlete and I don't know any sport that he can't play well. It is wonderful to sit back and watch him. The third girl is shy and just coming into who she is and who she wants to be. Watching her transform is incredible to watch. I can already see she is a leader. She always has a smile and she is a great friend. The youngest girl is the baby. She is so full of questions. Everything she asks is followed by another question. She is the inquisitive one in the group. She wants to know why and how for all things. How does this work and why does it work. Life with these eight kids is one big rollercoaster ride that I never want to end.

I am grateful for how truly BLESSED I am with precious gifts in my life. My children will never know how much I cherish them and how precious they are to me. I thank each of them for being a part of my life. I am also thankful for this opportunity to share my precious gifts with you.



Janeah



Kalub

My Precious Gifts

By Erica Clemmens Executive Administrative Assistant | ECONET USA Holdings

이리 좋은 건데

9시가 넘어 업무를 정리하던 정찬수는 피식 웃고 말았다. 자기가 생각해
도 어이가 없었다. 어째 그런 말이 입 밖으로 튀어나왔을까, 꾸중을 먹어도
짜달 밖에 다른 생각이 떠오르지 않았다.

“물 한 통만 넣으면 따블로 팔 수 있을 텐데.”
원료는 없지, 주문은 밀리지, 애가 닳아서 평소에 동료와 무심코 나누던
농담을 중얼거린 게 화근이었다. 찬수의 혼잣말을 어찌 들으셨는지 사장님
의 꾸중은 대단했다.

“이노무 자식들! 장사라카는 게 그러는 게 아이다. 정직이 생명 아이가.”
평소 말씀도 조근조근하고 온화하시던 분이 어떻게 저렇게 불같이 화를
내실 수 있을까, 의아스러울 정도였다.

“니들, 몇 년 전 우리 업체가 두들겨 맞은 게 무엇 때문인지 아노, 바로
니들 같이 생각한 사람들 때문인가. 아무 거나 섞어서 판다고 다 알로에
드노, 알로에가 왜 알로인가, 왜 건강식품인가 생각 좀 해 보그라.”

사실 벌크로 수입한 알로에 원액을 이송기로 뽑아 교반탱크를 통해 알로
엑스로 충전하는 과정에 함량 밖의 물을 섞는다는 것은 어불성설이었다.

It is such a good thing

Chung, Chansoo was wrapping up the day's work after 9 p.m. when he
absentmindedly cracked a smile. 'How come did I say that?' He believed that
the president Lee, Yunho deserved to reproach him for that.

“If we add a bucket of water, the mix could easily be doubled,” he said.
The raw material was in short supply, and orders were pending. Chansoo
was getting nervous and mumbled it under his breath without thinking. The
president was enraged at the comment.
“You, guys! What do you think of a business! Honesty is the lifeline of busi-
ness.”

It was a surprise to watch Yunho being so angry, because he was always
gentle and calm.

“Do you know why the industry was hit a few years ago? It was because of
the guys who thought like you. A hodgepodge of everything does not count
as Aloe. What makes Aloe a healthy product? Give a thought about it.”

Actually, it did not make sense to add water in the process of transferring

함량이 정해진 제품에 물을 섞는다는 것은 제조공정을 모르는 문외한이나
할 소리로 물을 섞으면 이미 알로엑스가 아니란 걸 모르는 사람은 없었다.
다만 불같이 일어나는 수요에 대응하자니 당장 원료는 바닥나 언제 수입될
지 알 수 없는 상태에서, 한편으로는 두 배 세 배 성장하는 산업의 침병이
라는 자부심에 깔깔대며 술 자리에서나 할 농 짓거리로 내뱉없이 한 말을
공장을 순시하던 연호가 들었던 것이다.

‘사장님께서서는 아예 싹을 잘라놓아야 한다고 생각하셨을 거야. 절대로
허튼 생각을 해서는 안 된다고 생각하셨을 거고.’

연호의 생각을 헤아리던 찬수는 입사 전 함께 식사하던 자리에서 연호
가 자신에게 해 주었던 말이 생각났다. 아들 친구인지라 자식 같아서였을
까, 아니면 막 대학을 졸업하는 젊은 청년에게, 그리하여 새파란 청춘으로
처음 자신의 회사에 입사하려는 젊은이에게 무언가 포부를 심어주고자 했
던 것일까, 연호는 평소와 달리 길게 말을 풀었다.

“찬수야, 내가 사업을 왜 하는 줄 아냐?”
“.....”

“사업이라카는 게, 거기 돈 버는 것도 중요하지만, 사업을 잘 키워서, 사
업을 키운다는 것은 많은 사람들이 일할 수 있는 공간을 만드는 거다, 그렇
게 많은 사람들을 고용하는 것이지. 고용한 사람들에게 월급을 푼박푼박
잘 줘서, 그리 사람이 행복해지고, 또 그 사람들이 좋은 일을 하고, 그 사
람들이 자식을 키우고, 이리 되는 기 사업의 선순환, 아이가.”

사실 지금도 그렇지만 그 때 찬수는 아직 사업이 뭔지 잘 몰랐다. 그저
먼 나라 얘기로 들렸었다. 다만, 사업하는 사람들은 내가 모르는 깊은 생
각을 하는가 보지 생각했었다. 그런데 사회에 나와 직장 생활을 하다 보니
누구나 그런 생각을 하는 것은 아니라는 것을 어렴풋이 알게 되었다. 오늘
만해도 그렇지 않은가. 원칙을 세우고 원칙을 고수한다는 게 얼마나 힘든
것인지, 일상의 사소함 속에서 원칙이 어떻게 관철되는지 찬수는 다시 생
각하는 계기가 되었다.

다시 연호의 말이 생각났다.
“내가 이 사업 왜 하는 줄 아냐. 알로에, 이게 너무 좋은 건데. 이것을 사
람들에게 우유처럼 맥일 수 있다면 너무 좋을 건데. 그거를 내가 시작했다
아이기. 나는 욕심 없다. 뭘 말이고 하니, 나 아들 맥일 것도 있고 딸 맥일
것도 있고 내 평생 먹고 살 것도 있고, 나 아무것도 안 해도 된다. 그러나, 이
게, 알로에라카는 게 이리 좋은 건데. 이걸 좀 짹 좀 나뉘 주면 좋을 건데.”

안경 넘어 연호의 그윽한 눈을 떠올리며, 늦은 밤, 사무실의 불을 끄고
나오면서 찬수는 연호의 말을 다시 되뇌어 보았다.

‘이리 좋은 건데..... 짹 좀 나뉘주면 좋을 건데.’
1987년 말 겨울, 밤이 깊었다.

and stirring Raw Aloe imported in bulk to make Aloe-X. The formula's ingre-
dients and proportions are strictly prescribed. Anybody would know that it
would not be Aloe-X any more after adding some water. However, he said it
as a kind of joke which would fit better in late night drinking party than in
workplace. He saw raw ingredient was out of stock, while demand was fast
soaring. He was proud of the expanding business as he said the joke, and
Yunho must have overheard that.

He must have thought that he should nip a wrong in the bud. He did it in
purpose to forbid every employee an irresponsible act.

As he was guessing what Yunho was thinking, it occurred to him what
Yunho said before he entered the company. It was unusual of him to make a
long speech at that time. Maybe he felt a sense of fondness to his son's
friend, or he wanted to give a sense of ambition to a young man who was
fresh out of college, and about to join his own company.

“Do you know why I do this business?”
“.....”

“It is important to make money, but what is more important is to grow your
business, and make more jobs for more people. If you pay your employees
well, and keep them happy, then they will do good things to the community,
and will raise their children well.... This is the virtuous cycle of business.”

Chansoo did not know at that time what business is, actually he still does not
have a clear idea. It sounded like some vague story of a far country. He guessed
that businessmen might think differently from ordinary people. However, after
he started work he came to know that not every businessman thinks like
Yunho. Today's incident was another example. It reminded Chansoo of how dif-
ficult it is to set a principle and stick to it, and to keep the principle in everyday life.

Another remark by Yunho came to his mind.
“Do you know why I do this business? Aloe is such a good thing. It would be
wonderful that everybody would drink it like milk. That's why I started this
business. I'm not greedy. I have enough means to support myself, my children
and family. I don't have to make any more money. But this thing, this Aloe is
such a wonderful stuff. I would like to share this with everybody in the world.”

Chansoo thought of Yunho's clear eyes behind glasses. He turned off the
lights in the office, and repeated Yunho's words in mind.

“Aloe is such a wonderful stuff... I would like to share this with everybody
in the world.”

It was already midnight. It was winter in 1987.



에코넷 북클럽

ECONET Book Club

인생의 모든 오락거리들 중 유익하고 재미있는 작품을 읽는 것만큼이나
인생의 빈 공간을 채우기에 적합한 것도 없다.

조지프 애디슨

Of all the diversions of life, there is none so proper to fill up
its empty spaces as the reading of useful and entertaining authors.

Joseph Addison



새로운 무언가를 배우고 싶을 때, 가까운 곳에서 즐거움을 찾고 싶을 때, 가장 쉬운 방법은 책 속에 숨은 길을 찾아 따라가는 것입니다. 하지만 수많은 책 속에서 내가 원하는 길을 가진 책을 찾기란 쉬운 일이 아닙니다. 에코넷웨이에서는 '에코넷 북클럽'이라는 코너를 통해 에코네시안 여러분이 이미 책 속에서 발견한 좋은 길을 함께 나누는 공간을 만들고 싶습니다. 깨달음의 길, 즐거움의 길, 배움의 길... 세상의 수많은 책 속에 숨어 있는 길들도 그렇게 다양하겠지요. 이번 달, 네이처텍의 정찬수 사장과 에코넷 미국 홀딩스의 스튜어트 오킬트리 부회장이 추천한 두 권의 책에 숨어 있는 길이 에코네시안 여러분에게 즐거운 산책이 되길 희망합니다.

If you want to learn something new, if you want to find a little pleasure at hand, the easiest way is to pick up a book and find a path in it. However, it is not easy to find the book which shows the path you have sought, because there are so many books around. ECONET Book Club is a new corner in Econetway to introduce and share the value Econetians found in a book. Innumerable paths are hidden inside innumerable books in the world; the path to learn, path to pleasure and path to enlightenment, and so forth. In this month, we'd like to introduce two books picked by President Chung, Chansoo at Naturetech and Vice chairman Stuart Ochiltree. We hope they will provide you with enjoyable experience.

작은 시장의 성장 잠재력

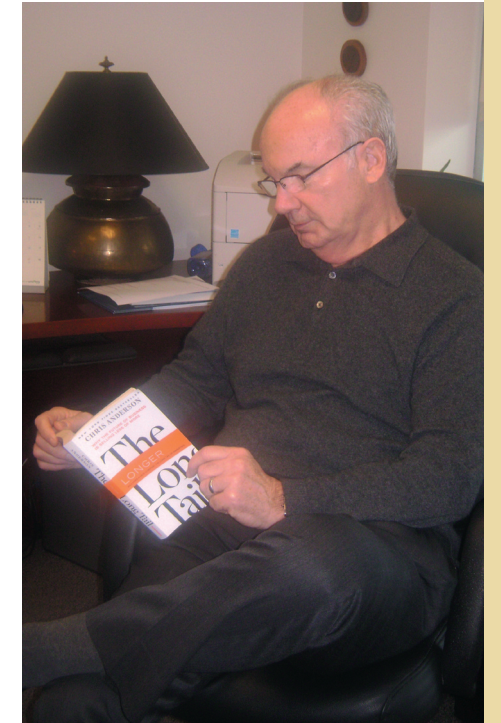
최근에 읽은 책 중에 제게 가장 큰 영향을 끼친 책은 크리스 앤더슨이 지은 「롱테일 경제학」이라는 책입니다. 이 책을 추천하는 이유는 현재 마케팅 패러다임이 변화하고 있다는 현실 때문입니다. 과거의 마케팅은 상품이나 음악, 책, 그리고 각종 엔터테인먼트 상품이 대중적으로 큰 성공을 거둘 것을 전제로 전개되었습니다. 그러나 앞으로 새로운 시장은 점점 더 작게 세분화될 것이고, 따라서 성공에 대한 개념 자체가 바뀌어야 합니다.

이 책은, 인터넷을 기반으로 한 마케팅을 통해 비용효과적으로 세분화된 시장에 접근할 수 있게 된 마케팅 혁명에 대해 소개하고 있습니다. 가장 비근한 예로 아마존닷컴을 들 수 있습니다. 아마존닷컴은 구매자의 모든 관심을 충족하기 위해 수백만 권의 책을 유통시킴으로써 일 년에 몇 권씩밖에 팔리지 않는 책들에서조차 이윤을 창출하고 있습니다.

「롱테일 경제학」은 과거 마케팅이 베스트 셀러, 즉 '몸통'을 목표로 했다면, 새로운 마케팅은 더욱 더 세분화된 관심 영역을 공유하는 작은 그룹들, 말하자면 '길다란 꼬리(The Long Tail)'에 다가가기에 유익한 것임을 강조하고 있습니다.

이 책을 통해 제가 에코네시안들에게 강조하고 싶은 점은, 특정 민족과 같은 소규모 시장, 또는 그런 작은 시장을 목표로 하는 제품군도 커다란 성장 잠재력을 가지고 있다는 것입니다.

글 | 스튜어트 오킬트리 부회장 겸 CEO | 에코넷 미국 홀딩스



A Great Potential of Smaller Market

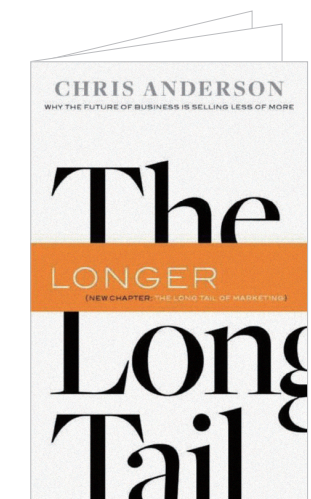
The most influential book I have read recently is "The Long Tail" by Chris Anderson. I would recommend this book because our marketing world is changing. The old world was built on the historic concept of huge mass successes for products, music, literature and entertainment. The new world will be highly segmented and we need to think differently about what success looks like.

The book describes the revolution that is occurring as internet based marketing allows for the ability to reach smaller market segments cost effectively. The best current example is Amazon.com which has found a way to make millions of books available for every consumer interest, while still making a profit on books which may sell only a few a year.

The "Long Tail" refers to the historic emphasis on marketing which was to achieve best sellers (The Body), while the new marketing can profitably reach smaller and smaller segmented interest groups (The Long Tail).

The change I see for ECONET is that small markets such as ethnic groups or products with smaller targets can still represent great potential.

By Stuart Ochiltree Vice Chairman of the Board and CEO | ECONET USA Holdings



미래 인재의 자기계발

나의 독서습관은 정독이기보다는 다독에 가깝다. 아마도 직장생활을 하면서 몸에 벤 습관 탓인 듯하다. 우연인 듯 필연적으로 찾아온 나의 첫 직장인 남양알로에에서 미처 준비하지 못했던 나 자신을 독서로써 보충하려다 보니 그리 되었던 것 같다.

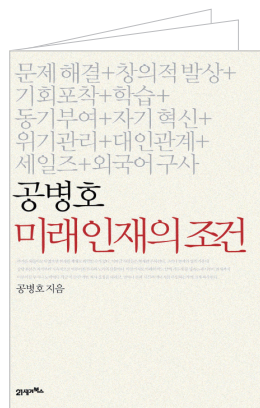
내가 읽어온 책의 대부분은 주로 리더십에 대한 책이었고 나머지는 경영서적이었다. 특히 영업직원으로서 대리점을 관리하는 업무를 맡고 있을 때에는 대리점 아침교실을 위해 도움을 많이 받았다.

요즘 들어 특히 공병호 씨의 책을 많이 읽었다. <인생의 기술>, <자기 경영노트>, <핵심만 골라 읽는 실용 독서기술> 등인데, 그 중에서 특히 눈에 띈 책이 <미래 인재의 조건>이란 책이다.

일단 제목부터가 인재육성에 대해 고민하던 나의 마음을 끌었고 조금씩 읽어 나갈수록 자기반성과 함께 공감되는 부분이 많아서 더욱더 애착을 느끼게 되었다.

고도경제성장을 하던 산업화 시대에는 첫 직장이 곧 평생직장이었다. 하지만 글로벌화, 지식정보화 사회인 지금은 어떤가? IMF 구제금융까지 겪은 우리에게 평생직장은 이제 과거의 꿈일 뿐이다. 말 그대로 불확실성의 시대가 된 것이다. 특히 직장인들이 느끼는 불확실성에 대한 불안감은 상상 이상이다. 당장의 현실에 대한 불안감보다 미래에 대한 불안감이 더 크다. 그럼 어떻게 해야 불확실성의 시대에 제대로 대처할 수 있을까?

<미래 인재의 조건>의 저자가 제시하는 해법은 명료하다. '미래 인재'로 성장하라는 것이다. 저자는 단호하게 때로는 냉혹하게, 시대가 요구하는 변화에 제대로 대처하지 못해 조만간 도태될 것인지, 아니면 변화를 이끌어가는 '미래 인재'가 되어 성공적 삶을



Requirements to be a Future Leader

I read extensively rather than intensively. Since I had a full time job, I have been used to read this way. Looking back, it was an effort to replenish myself, since I was unprepared when I took my first job at Namyang Aloe. My meeting with Namyang Aloe might not just be a coincidence, but providence.

Most of my reading is about leadership. The rest of them are related to business management. When I was a consultant of sales division, they provided me with lecture materials for morning session at distributors.

Recently, I read many books written by Gong, Byeong Ho. I read Skill of Life, Manage Yourself, A Quality Reading to Pick up the Essence, but what drew my attention most was Requirements to be a Future Leader.

The title touched exactly what I had in mind, as I was thinking about how to nurture talent. As I read this book, it made me to look back my past experience and feel empathy.

In 1980s, when the economy was booming, your first job was likely to be your job for life. However, as the world is getting to be more globalized and move to a more information-oriented society, the things have completely changed. After the Asian financial crisis, staying at one job for life has become a shattered illusion. The age of uncertainty has come. The uncertainty and insecurity felt by employees is enormous. Uncertainty is more threatening when it is coming in distant future than immediate present. Then, what is the best way to cope with the age of uncertainty?

누릴 것인지 여부는 결국 자신의 선택에 달려 있다고 강조한다.

저자에 따르면, '미래 인재'는 현실에 안주하는 사람이 아니라 미래를 준비하는 사람이다. 또한 미래가 요구하는 변화에 맞추어 자신의 역량을 최대한 키우는 사람이다. 그런 '미래 인재'로 성장하려면 부단히 '자기계발'해야 한다. 문제는 어떻게 하느냐이다.

이 책이 우리에게 주는 메시지는 자기계발이 중요하지만, 그 중요한 자기계발을 대책 없이 하지 말고 선택과 집중을 통해 자신의 능력을 최대한 키울 수 있는 방법으로 실행하라는 것이다. 또한 개인이 주도적으로 자신의 생활을 주축하는 능력을 갖추어야 하며, 모든 것에 대한 기본을 제대로 파악하고 기본적인 일을 기반으로 하여 잘못된 점이 있다면 그 부분을 찾아 개선과 혁신을 이루어야 한다는 것이다. 이 외에도 항상 내가 상상하는 것을 머릿속에 꿰뚫어 그리며, 여러 곳에 흐트러진 나의 에너지를 한 곳으로 집중해야 하며, 실패의 경험에서 성공을 향해 배팅하는 것이 성공하는 자기계발이다.

여기에서 나온 항목들을 바탕으로 나 자신을 위해 자기계발을 함으로써 나의 수준을 한 단계 더 향상시킬 뿐만 아니라, 나와 함께하는 직원들에게 더욱더 수준 높은 교육을 할 수 있는 계기가 되었으면 한다. CEO로서 앞으로 직원들이 자기계발 방법을 스스로 학습하고 외국어 실력 향상뿐만 아니라 자신의 능력을 한 단계 올릴 수 있도록 도움을 주어야 한다고 생각하게 되었다.

평생직장의 개념이 사라지고 평생 직업만이 존재한다는 이 시대에 준비된 인재는 얼마든지 평생직장으로서 회사와 함께 성장할 수 있다는 게 나의 확신이다. 더욱이 에코넷의 성장은 개인의 성장 속도를 뛰어넘는 일이 다반사였기에 본인만 준비가 잘 되어 있었다면 수많은 기회가 왔을 것이고 아직도 여전히 기회는 많다고 생각한다.

글 | 정찬수 사장 | 네이처텍

The author of Requirements to be a Future Leader suggests a simple and clear solution. You've got to become the future leader. It sounds a little merciless and even cruel, but the author says it is up to you to make your choice to fail to keep up with changes and become obsolete, or to grow into a future leader who spearheads the change and have a successful life.

"Future leader", according to the author, is not someone who sits idle and complacent, but who prepares one step ahead of the future. Future leader is supposed to horn his or her competency to keep up with changes. The key to become a future leader is self-development. The question is what and how to do.

The core message of this book is that self development is important, but it should not be done haphazardly. Selection and concentration is necessary to maximize your potential. Also, one must be able to plan and lead one's daily life. Figure out what is the basic, and if any error occurs, find out what is wrong and achieve improvement and innovation. Apart from this principle, always bear in mind what I would like to achieve, concentrate one's scattered energy onto a goal, and learn from your experience to make success out of failure.

I would like to follow advice cited here, and take myself to a step further in self-development, and also I want to provide better training experience for my Econetians. As a CEO, I came to think that I should help employees to develop themselves and take their capability, not just foreign language skills, to the next level.

In this age of uncertainty, it may seem impossible to hold a job for lifetime. However, I believe that prepared future leader can surely grow with the company for a lifetime. As an organization, ECONET outgrew many of the employees. A prepared employee would have had plenty of opportunities along the way, and still there are even more opportunities to come.

By Chansoo Chung President | Naturetech

에코넷 북클럽은 여러분의 추천을 통해 만들어가겠습니다. 긴 글이 아니라 간단하게 제목만을 남겨주셔도 좋습니다. 에코네시안 여러분, 지금 이 순간 여러분이 추천하고 싶은 책은 무엇입니까? 에코넷 가족들과 함께 하고 싶은 책을 편집실로 알려주세요. **이메일** minsun@namyangglobal.com **커뮤니티** <http://eggs.econetway.com/KMS/Portal/Community/Default.aspx?CommunityID=1059>

ECONET Book Club is waiting for your recommendation. You do not have to write a long article. You can just inform us a title of a book. What would you like to recommend right now? Please tell us about your favorite reading experience, and what you would like to share with fellow Econetians. **E-mail** minsun@namyangglobal.com **Web-based community (Only EGGS user)** <http://eggs.ECONETway.com/KMS/Portal/Community/Default.aspx?CommunityID=1059>



하이난의 관세음보살상

Guanshiyin Bodhisattva Statue in Hainan

하이난의 관세음보살상은 높이가 108미터로, 해상에 세워진 조각으로는 세계 최대이다. 미국의 자유의 여신상보다도 높다고 한다.

전설에 따르면 관세음보살에게는 12가지 소원이 있었는데, 그 중 하나가 중국 남해에서 오래오래 사는 것이었다고 한다. 그래서 사람들은 이 관음상을 ‘남해 관세음보살’이라 부르기도 한다.

관음상은 진강쑤우라는 이름의 인공 섬 위에 지어졌다. 섬은 약 6만 평방미터의 관음광장으로 이루어져 있고, 약 280미터 길이의 보제로 육지와 연결되어 있다. 관세음보살상의 대좌는 108개의 연꽃잎으로 이루어져 있는데, 대좌 아래로는 약 1만5천 평방미터 넓이의 원통보전이 자리하고 있다. 원통보전은 총 7층 건물이다. 제일 아래층은 지장보살 사원이고, 나머지 6개 층에는 다양한 관세음보살상이 전시되어 있다.

관세음보살상은 3면으로 되어 있다. 한 면은 북쪽을 향하며, 지혜를 상징하는 불경을 손에 들고 있다. 다른 한 면은 동쪽을 향하는데, 평화를 상징하는 연꽃을 들고 있다. 세 번째 면은 서쪽을 향하며, 자비를 상징하는 염주를 들고 있다.

신앙이 깊은 불교 신자거나 선한 사람이거나 어려운 이웃을 돕는 사람에게는 관세음보살이 새해에 복을 준다고 한다.

에코넷 가족들도 모두 새해 복 많이 받으세요!

글 | 일레인 케이 영업 코디네이터 | 영업부 | 알로콧 중국

Guanshiyin Bodhisattva Statue is 108 meters high. It is the tallest statue at sea in the world. It is higher than the Statue of Liberty in U.S.A.

It's said that Guanshiyin Bodhisattva had 12 wishes, one of which is to long live in the South China Sea. That is why people call her "the South China Sea Guanshiyin Bodhisattva."

The Statue was built on a man-made islet named Jin'gangzhou, which is lined with a 60,000 square meters Guanshiyin Bodhisattva Square by a 280 meters long Puji Bridge. The Statue stands on a 108-petal lotus throne. Under the throne is the Jin'gang Platform. Inside the Platform is the Shrine of Perfection which occupies an area of 15,000 square meters. The Shrine of Perfection is a seven-story building. The underground is Ksitigarbha Bodhisattva Palace, in other six stories display many statues of Guanshiyin Bodhisattva.

Guanshiyin Bodhisattva Statue is three figures in one. One figure faces north, with Buddhist sutra in hand, representing wisdom; one figure faces east, with lotus in hand, representing peace; one figure faces west, with beads in hand, symbolizing mercy.

If you are a faithful believer, a good person, or you always help the other pity person, Guanshiyin will bless you in the new year.

Good Lucky and happy new year to all my Econet friends!

By Eileen Cai Sales coordinator | Sales Department | Aloecorp China

개인적으로, 알로콧 중국 CEO인 한상준 사장님이 퇴임하던 날, 나는 할 말을 잃었다. 다른 사람들처럼 나 또한 한 사장님과 너무나 오랜 시간을 함께 했기에 아쉬움이 너무나 컸다.

내가 처음 남양 중국에 들어온 날, '환영 파티'를 열어주셨던 것이 생각난다. 그분이 보여준 신뢰가 나를 든든하게 지탱해주었고, 그날 이후로 나는 에코넷의 식구가 되었고, 에코넷의 문화에 젖어 한국에 대해 점점 더 많은 것을 알게 되고 많은 친구들도 사귀었다. 그리고, 청명한 하늘 아래 녹색의 산자락으로 둘러싸인 아름다운 공장에도 익숙해지게 되었다. 어느 쪽에서 보더라도 멋진 모습을 드러내는 우리 공장은 필시 하이난에서 가장 아름다운 공장일 것이다.

한 사장님께 감사 드리며, 앞으로 어디서든 행복하시길 빈다.

한 사장님이 전근가시던 날, 알로콧 차이나의 새 CEO이자 남양 차이나의 새 CEO인 유정상 사장님의 취임식이 있었다. 알로콧 차이나의 다른 직원에 비해 나는 유 사장님과 함께 일하는 시간이 비교적 많았다. 그래서인지 다른 직원들이 종종 내게 새 사장님에 대해 물었다.

"새로 온 사장님은 어떤 분이야?"

그런 사람들의 궁금증을 달기 위해, 나의 경험을 간단하게 소개할까 한다.

- 유 사장님이 처음 현장 사무실에 출근했을 무렵, 황혼녘에 우리는 바닷가에 나가 낚시를 했다. 모래성을 쌓고, 모래 사람도 만들며 자유롭게 대화도 나누었다. 무척 즐거운 시간이었다.

- 한 직원이 모친상을 당했을 때, 유 사장님은 직접 초상집에 가서 애도를 표하였다.

- 지난달, 와닝에 50년 만의 폭우가 쏟아졌을 때, 공장이 침수되었다. 유사장님과 새 경영진은 공장을 떠나지 않았다. 물이 빠지고 모든 집기가 제자리를 잡은 다음 비로소 늦은 점심식사를 하게 되었을 때, 유사장님께 "아침은 드셨어요?" 하고 물었더니 침뚫한 어조로 이렇게 대답하셨다. "공장이 물에 잠겼는데, 음식이 목으로 넘어가겠소?"

누구나 각자 자기만의 경험과 생각이 있을 것이다. 내 경험이 유 사장님이 어떤 분인지 조금이나마 이해하는 데 도움이 되길 바란다. 모두와 경험을 공유할 수 있어 기쁘다.

글 | 샤론 우 재무담당 | 남양 중국

Personally, I find myself missing words in expressing feelings on the day saying goodbye to Mr. Han, the old CEO of Aloecorp China. I can feel the sadness of most others, since such a long time of experience of working together.

I should say, in my cherish memories with Mr. Han, there was a "welcome dinner" on the day when I first came to Namyang China. I felt the encouragement and trust from him, and also, since then, I have had the opportunity to be part of Econet, getting to Econet culture, knowing more about Korea, making new friends here, and also significantly, I discern a factory being built into so beautiful a place, surrounded by stretching green mountains under a clean and bright sky. From any spot or angle, you can shot the scenic. It deserves the most beautiful factory in Hainan, I think.

I really want to express my thankfulness to Mr. Han and wish him happy all the time.

On the day of transfer, we also witnessed the inauguration of Mr. Yoo as new CEO of Aloecorp China, who is also CEO of Namyan China.

Comparing with other staffs from AC, I have been working more time with Mr. Yoo, and that's why I have been enquired about the new boss by some.

"What about the new boss?"

I'd like to share some snapshots

- In the eventide, we fished on seaside, that's the time when we began office on site, Mr. Yoo and us made castles on the sands, and put men in the castles, we exchange free talks, it's joyful.

- Another day when a colleague's mother passed away, Mr. Yoo went to her home for condolence.

- Last month, when Wanning experienced the heaviest rainfall for the past 50 years, the factory got flooded, Mr. Yoo and the new management stationed on site. On that day when they had lunch at a very late time after all the stuff has been well relocated and the water began lower, Mr. Yoo was asked, "Did you have breakfast this morning?" Mr. Yoo replied heavily, "How could I swallow food, on seeing the factory so flooded?"

Each person has its own comprehension and perspective from kinds of relationships. I am happy we can share.

By Sharon Wu Financial manager | Namyang China



기억의 공유 Share feelings



1등
First Prize

“2010년 호랑이 한해 건강하시고 복 많이 받으세요”

백호 태몽을 꾸고 태어난 막내 아들과 함께
에코네시에 보내는 신년 메시지입니다.
(용인 에버랜드에서 백호 모자 쓰고 찍었어요!)

“I wish you all the best in the tiger's year”

My birth dream for my youngest son was about white tiger.
We wish good health and prosperity for all ECONETians.
[This picture is taken with a white tiger hat in Ever land, a theme park in Korea]

조영일 대리 | 경영지원팀 | 네이처텍
Youngil Cho Assistant Manager |
General Management Team | Naturetech

2등
Second Prize



축복의 흰 장미

흰 장미는 다가오는 호랑이띠 해에
여러분에게 행운을 가져다 줄 것입니다.
새해 여러분의 가정에 건강과 부귀, 행운이 함께 하시기 바랍니다.
일년 내내 좋은 일만 가득하시고, 매일매일 행복하세요!

Blessing whit rose

The white rose was fully filled with deep blessing
in the coming year of tiger.
Happy New Year and best wishes for your and
your family's perfect health and lasting prosperity.
May the good luck be with you all year round, and be happy everyday!!!

켈리 첸 출납 | 재무팀 | 알로롭 중국
Kelly Chen Cashier | Financial department | Aloecorp China

3등
Third Prize



오하이오(Ohio) 동물원에서 1년 만에 아들과 함께

11월에 휴가를 내어 시우와 1년 만에 동물원 나들이.
호랑이 무찌른다고 손을 불끈 쥐고 쪽! (2010년은 호랑이 해!)

In a zoo in Ohio, with my son

I had vocation to meet my son,
Siwoo in a year and visited a zoo with him
He was clenching his fist, thrusting it to stand against the tiger!
(2010 is the year of tiger)

이영철 책임연구원 | IP & Regulation | 유니젠
Youngchul Lee Chief Researcher | IP & Regulation | Unigen

아차상
Just Missed Prize



에코네시에안들을 위한 기원

남산문화여유구는 불교신앙의 중심지이며,
영원한 아름다움과 행복이 깃들어 있는
극락이라고 전해져 내려오는 곳입니다.
에코네시에안들 모두 새해에 만사 형통하고,
가정에 평안과 행복이 깃들기를 기원합니다!

Wish all the ECONETians

Sanya Nanshan Cultural Tourism Zone is
a Buddhist cultural center of the area, with endless beauty and
it's a legendary living land for immortal.
Wish all the ECONETians good luck, peace and happiness
in the New Year!

진안 회계 | 재무팀 | 알로롭 중국
Jinyan Accountant | Financial department | Aloecorp China

다음 호 사진콘테스트의 주제는 ‘나의 취미’입니다.
2010년 3월 5일 금요일까지 각 사 기자나 에코넷웨이 편집실에 응모해 주시기 바랍니다.
당첨되신 분들께는 소정의 상품을 전해드리겠습니다.

이메일 minsun@namyangglobal.com

커뮤니티 http://eggs.ECONETway.com/KMS/Portal/Community/Default.aspx?CommunityID=1059

The theme of next issue's photo contest is 'My hobby'.

The Photo should be delivered to the reporters in each office or ECONETWAY Editorial office by no later than March 5th, 2010.

For those whose photo is selected, we will send a small gift.

E-mail minsun@namyangglobal.com

Web-based community (Only EGGS user) http://eggs.ECONETway.com/KMS/Portal/Community/Default.aspx?CommunityID=1059



에코넷 한국 홀딩스 ECONET Korea Holdings

고 청강 이연호 회장 13주기 추모예배 및 청강대 아람관(중소기업직업훈련센터) 준공식
Memorial service marking 13th anniversary of the late Chungkang Lee, Yunho and completing ceremony of Aram hall(training center for SMEs) in Chungkang College.

에코넷의 창업자인 고 청강 이연호 회장의 13주기 추모식이 지난 11월 12일, 청강문화산업대학에서 거행되었다. 이날 행사에서 이병훈 총괄사장과 유가족, 에코넷 임직원, 청강대 교직원들은 협력사 관계자 등 180여 명의 추모객이 참석한 가운데 고인의 정신과 업적을 기렸다. 추모행사 후에는 청강대 아람관(중소기업직업훈련센터) 준공식 행사가 이어졌다. 이날 준공식에는 청강대 김영환 총장과 정희경 이사장을 비롯해 KT 임원 및 협력사 관계자 20여 명이 참석했다.

청강대가 협력업체에 대한 교육 프로그램을 강화하고 체계적으로 지원하기 위해 계획한 중소기업직업훈련센터는 대지면적 144,499㎡, 연면적 1,738.49㎡에 이상 2층 규모로 지어졌다. 1층은 강의실 및 실습실 등 지원시설로, 2층은 숙사로 쓰일 예정이다. 청강대는 훈련센터를 KT 협력업체들에 대한 체계적인 기술인증 교육을 실시하는 데 사용할 예정이다.

한편, 중소기업직업훈련센터는 2009년 2,400명 교육을 목표로, 2009년 1월과 3월 두 차례 “이동통신 네트워크 구축기술 교육과정”을 개설해 354명을 교육했고, KTF 본사 직원 교육인 “중계기 검수전문인력 양성” 교육을 개설해 지금까지 23명을 교육하였다.

A memorial service which marks 13th anniversary of the late Chungkang Lee, Yunho, the founder of ECONET, took place on November 12th at Chungkang College of Cultural Industries. More than 180 people including Chairman and CEO Bill Lee and family of the late founder, employees of ECONET, faculty at Chungkang college and visitors from associated businesses participated in the event to commemorate the spirit and achievements of the late Chungkang. Following the event, a completing ceremony of Aram Hall, a training center for SMEs in Chungkang College, took place. 20 people including President Kim, Younghwan of Chungkang College, the chief director Jung, Heegyoung, KT executives and visitors from associated businesses joined the ceremony.

The training center was built as a part of effort to strengthen and support training programs for associated businesses. It is a two-story building which occupies a site of 144,499㎡ with its total floor space of 1,738.49㎡. The ground floor will be used as lecture rooms and training rooms and the second will be used as a dormitory. The university plans to use these facilities to provide systematic skill certification training for associated companies of KT.

The training center opened “telecommunication network building training course” in January and March of 2009 and already trained 354 people with an aim of training 2,400 people by the end of 2009, and also trained 23 more people in the “repeater engineer training program” for KT employees.

‘2009 KDB Global Star’ 선정
Namyang Co. designated as ‘2009 KDB Global Star’

(주)남양이 ‘2009 KDB Global Star’에 선정되어, 2009년 10월 12일 인증패를 전달받았다. ‘KDB Global Star’는 세계시장에서 우위를 점할 수 있는 기술력과 사업성을 보유한 혁신형 기업을 글로벌 중견기업으로 육성하기 위해 산업은행이 도입한 제도로서, 국내외 글로벌 대기업과 협력업체까지 등을 체결한 수급기업, 해외시장을 타깃으로 자체브랜드를 개발 또는 보유한 기업, 고품질 특화전략으로 세계시장 점유율을 확대하고자 하는 기업이라는 세 가지 요건 중 한 가지 이상을 충족해야 뽑힐 수 있다. 이번에 (주)남양이 ‘KDB Global Star’에 선정되었다는 것은 그만큼 세계 시장에서 에코넷이 경쟁력을 갖고 있음을 인정받았다는 뜻이다. 한편 Global Star 선정기업은 금리와 수수료 우대, 금융컨설팅 등 다양한 혜택과 서비스를 받을 수 있으므로, Global Star 선정은 앞으로 에코넷의 사업 전개에 큰 도움을 줄 것이다.

Namyang Co. was designated as “2009 KDB Global Star”. A certification plate was delivered on October 12th, 2009. KDB Global star is a program by KDB in a move to nurture innovative businesses which have technology and business potential to compete in the global market. In order to qualify as KDB Global star, at least one out of three conditions should be met: signing an MOU as a supplier with a global

enterprise in and out of Korea, owning or developing an authentic brand to target global market, set to expand global market share by producing a specialized and quality product. The fact that Namyang was certified as “KDB Global Star” means that ECONET is recognized as a compatible business in the global market. Also, a company designated as Global star can enjoy various benefits in interest rate, brokerage charge, as well as free financial consulting, so this designation will greatly help ECONET in future business.

2010년 에코넷 승진자격시험 실시
ECONET promotion examination for 2010

2009년 11월 26일, 에코넷은 2010년 승진자격시험을 실시하였다. <경영이념과 전략의 이해>와 <사업환경의 이해>, 두 과목으로 구성된 승진자격시험은 (주)남양, (주)유니베라, (주)유니젠의 2010년 및 2011년 사원, 대리, 과장, 차장 승진 대상자를 대상으로 기본역량을 평가할 목적으로 서울 에코넷 센터 2층 UBA 센터와 진천 네이처텍 1층 강당에서 오전 10시부터 12시까지 두 시간 동안 진행되었다. 향후 승진자격시험 각 과목 당 60점 이상을 취득하고, 2년 이내에 공인 토익 점수 500점 이상을 취득하고, 2009년 이수학점 기준을 충족한 사람에 한하여 승진자격심사를 진행할 예정이다. 네이처텍 생산직군에 대해서는 별도 유형의 시험과 기준을 적용한다.

On November 26th, 2009, ECONET conducted 2010 promotion exam. The exam, consisting with two subjects; Understanding Business Concept and Strategy and Understanding Business Environment was conducted to evaluate potential of candidates to be promoted to an associate, an assistant manager and a manager in Namyang, Univera and Unigen. The exam was taken in UBA center at the second floor of ECONET center in Seoul, and in assembly hall in Naturetech, Jincheon from 10 am to noon for two hours. Candidates who gained more than 60 points for both of the subjects, with more than 500 points in TOEIC in two years, and who earned training credits for 2009 will be eligible to proceed with the scheduled promotion screening. For Naturetech employees at manufacturing part, a separate exam and standard will be applied.

유니베라 한국 Univera Korea

유니베라 ‘건강 지키기 프로젝트’ 1탄
Launch of Stay Healthy Project

고객의 건강을 지키기 위해서는 유니베라 가족의 건강부터 챙겨야 한다는 취지에서, 유니베라는 유니베라 임직원의 ‘건강 지키기 프로젝트’ 1탄을 시작하였다. 2009년 10월 6일부터 시행한 이번 프로젝트는 AGX 하루 한 병 먹기이다. 항산화력이 우수한 AGX를 매일 먹으며 유니베라 사람들이 나날이 건강해지기를 기대한다. 아울러 이번 프로젝트는 통해 유니베라 사람들은 소비자에게 AGX의 효능을 더욱 쉽게 설명할 수 있도록 돕는 소중한 경험을 하게 될 것이다.

We have to be healthy if we want to persuade customers to mind their health. That is why Univera started Stay Healthy Project for all Univera employees. All Univera employees were encouraged to drink a bottle of AGX every day as a first part of this project launched on October 6th, 2009. ECONET expects Univera people to become healthier with a bottle of AGX per a day because it contains strong antioxidant. Also, this project is a good opportunity for Univera people to experience the product’s benefit first hand so that they can explain it better to customers.





아나바다 장터
Univera flea market

아껴 쓰고, 나눠 쓰고, 바꿔 쓰고, 다시 쓰자는 의미의 아나바다 장터가 2009년 10월 12일, 에코넷센터에서 있었다. 유니베라 아나바다 장터는 임직원들이 사용하지 않는 제품을 갖고 나와 저렴한 가격에 사고파는 장터이다. 환경경영의 일환으로 마련된 이번 장터에서 최고가를 기부한 강남영업팀 이광훈 팀장과 이 물건을 구매한 김동식 사장이 이벤트에 당첨되었다. 연간 4회에 걸쳐 마련되는 이 장터는 환경을 생각하는 마음을 되새기는 한편, 임직원 간의 교류의 장의 역할을 톡톡히 해내고 있다. 아나바다 장터 수익금 중 일부는 ‘한사랑 나눔 캠페인 성금’으로 기부되었다.

On October 12th, 2009, Univera hold a flea market in Econet Center. A flea market is where staffs bring secondhand stuffs from home and sell them in inexpensive prices. It is an event which shows Univera’s commitment to environment. This time, an item brought by Gangnam sales team manager Lee, Gwanghoon was sold in record price to President Kim, Don. Lee and Kim became the day’s event winner. Flea market, held four times throughout a year, was a great venue for socialization for staffs, and a reminder of environmental protection. Some portion of the proceeds of the day was donated to “Hansarang Charity Campaign Fund.”

국내기업 최초 인권통합경영 시행
Univera adapted Human Rights Protection Management for the first time in Korea

2009년 11월 2일, 유니베라는 한국인권재단과 ‘일과 삶의 균형을 위한 40대 남성 인권 프로그램 개발’ 후원에 관한 약정식을 갖고, 국내 기업 최초로 본격적인 인권통합경영에 나섰다. 약정식은 유니베라 김동식 사장, 한국인권재단 박은정 이사장 등 유니베라와 한국인권재단의 임직원들이 참석한 가운데, 서울 성수동 유니베라 사옥 UBA센터에서 진행됐다. 약정식에서 유니베라는 프로그램 개발 진행을 위한 지원금 2,000만 원을 한국인권재단에 전달하기로 약정하였다.

On November 2nd, 2009, in a joint effort with Korea Human Rights Foundation, Univera pledged support for “Human rights development for men in 40s for balanced life,” and became the first Korean company to embrace human rights in its management principle. The pledging event was held at Univera UBA center located in Sungsu-dong in Seoul, and was attended by Univera president Kim, Don, Chairman of board Park, Eunjung from KHRF, and executives and staffs from both organizations. Univera pledged to donate 20 million Korean won to KHRF to support the program.

CCMS 재인증 획득
Univera gained CCMS certification for the second time

2009년 12월 2일, 유니베라는 CCMS 2차 인증을 획득했다. 유니베라는 2006년 이미 네이처텍, 유니젠과 함께 통합 프로그램으로 CCMS를 도입한 바 있다. 공정거래위원회는 소비자불만을 자율적으로 사전예방, 처리하고 재발을 방지하는 활동이 우수한 기업에게 CCMS를 인증한다. 이번에 인증기업으로 재선정된 유니베라에게는 2010년 1월부터 2011년 12월까지 공정위의 인센티브와 CCMS인증 로고 활용기회가 주어진다. 이번 실사에서는 삼성전자와 SK텔레콤, CJ홈쇼핑 등 7개 기업이 재인증을 받았다.

On December 2nd in 2009, Univera acquired CCMS certification for the second time. Univera already adopted CCMS as a joint program with Naturetech and Unigen. Fair Trade Commission awards CCMS certification for companies which take precautions against customer complaints, manage if complaint occurs and prevent recurrences. As Univera is designated again as CCMS qualified company, it will be entitled to incentives of FTC and to use CCMS logo from January 2010 to December 2011. In this year’s CCMS inspection, seven companies including Samsung Electronics, SK Telecom and CJ Home shopping are CCMS qualified for two consecutive years.



네이처텍 Naturetech

전직원이 하나되는 ‘남양 BBQ파티’
Namyang(Naturetech) BBQ Party; a venue for unity!

네이처텍은 2009년 10월 28일, ‘꿈을 함께하는 행복한 일터 만들기’의 일환으로 ‘BBQ파티를 개최하였다. 파티에는 직원들의 노고를 치하하는 의미에서 바비큐와 생맥주 등의 풍성한 먹을 거리가 제공되었으며, ‘네이처텍 노래자랑’을 통해 직원들이 넘쳐나는 기를 펼칠 수 있는 장이 마련되었다. 자사제품 및 자판기 수익금으로 마련한 물품들이 총 80여 명에게 경품으로 지급되어 직원들의 사기를 더욱 돋우는 계기가 되었다. 이번 행사를 토대로 네이처텍은 ‘꿈을 함께하는 행복한 일터’로 한 걸음 더 다가가게 되었다. In an effort to meet the goal of “a community where all can share purpose, dream & happiness together”, Naturetech held a BBQ party on October 28th in 2009. To appreciate hard work of employees, the company treated them with plentiful of BBQ and draft beer, and also provided a venue to show off talent before everyone else in the “Naturetech singing contest.” 80 people were awarded with prizes to raise the morale of workplace. The prizes were Naturetech’s own products and prizes purchased by proceeds from vending machines. The event was a step toward “a community where all can share purpose, dream & happiness together.”

멘토링 최종보고회
Final report on Mentoring

2009년 11월 18일, 네이처텍은 2009년 6월부터 약 5개월 동안 10개조로 매칭하여 진행하였던 멘토링에 대한 최종보고회를 열었다. 각 조별로 멘토링을 진행하면서 느꼈던 소감과 멘토링 활동에 대한 내용을 공유하였다. 멘토의 입장에서는 업무적 도움보다는 개인적으로 공감대를 형성하고 타부서 직원과 교류할 수 있었다. 멘티의 입장에서는 직장 내에서 쉽게 표현할 수 없는 개인적인 문제를 대화를 통해 해결할 수 있었다는 긍정적인 의견이 많았다. 조별 발표에 이어 NOW HRD 최도학 부사장은 2009년 멘토링 활동 평가 분석을 발표하였고, 경영지원팀은 2010년 멘토링 운영 방향에 대해 보고하였다. 끝으로 정찬수 사장은 강평을 통해, “멘토링 운영이 잘 이루어져 지금의 멘티들이 미래에 멘토가 되어 앞으로 더 많은 사람들이 멘토링 제도를 경험할 수 있는 기회가 생겼으면 좋겠다. 또한 국내뿐만 아니라 해외로 파견 나간 직원들과도 원격 멘토링을 진행했으면 좋겠다.”는 희망을 피력하였다.

On November 18th, Naturetech held a meeting to discuss the final result of mentoring program which had been going on for five months since June 2009 for 10 matching units. Each unit shared their experiences and observation of mentoring activities. Mentor, they believe, could share their feelings with others and communicate with each other even though mentoring could help a little us to work well. From Mentee’s point of view, most of the mentees expressed positive opinions on mentoring, saying that it provided opportunities to discuss and resolve personal matters which cannot be easily discussed openly in workplace through conversation. Following the feedbacks from units, vice president Choi, Dohak at NOW HRD presented analysis on mentoring activities and management support team reported on plans for mentoring activities scheduled for 2010. President Chung, Chansoo expressed his hopes as he wrap up the meeting, saying “I hope that the mentoring program is managed well so that the mentees at present will serve as mentors in the future, and more and more of employees will join this program. Also, it is my wish that domestic staffs employed overseas will also be able to participate in the program in the form of remote mentoring.”





유니젠 Unigen

월간 문화이벤트
Monthly cultural event

유니젠은 2009년 9월 25일, 추석을 맞이하여 직장생활의 즐거움과 화합을 도모하기 위한 문화이벤트의 하나로 인근 밤 농장에서 밤 따기 행사를 가졌다. 유니젠 직원들은 밤 1망씩을 주워 들고 즐거움을 나누었다. 10월 21일에는 팀 대항 별 배드민턴 대회를 열었다. 지난 4월에 이어 경기진행방식을 변경하여 열린 대회에서, 천연물연구팀이 다른 세 팀을 물리치고 우승했다. 11월 문화행사는 GMP 공사현장 청소로 진행했다. GMP인증을 위해 지난 9월부터 시행한 공사가 막바지에 이르러, 마무리 작업으로 전 직원이 모여 청소를 하였다. 청소 후에는 즉구 시합과 맛있는 바비큐 파티로 힘든 피로를 푸는 것으로 행사를 마무리 지었다.

In an effort to build up harmony in workspace and have some fun, Unigen employees went for “gathering chestnuts” event at a neighboring chestnut farm on September 25th, 2009. Unigen employees participating in this event each gathered a basketful of chestnut. On October 21st, a Badminton competition among departments was held. This event was held for a second time following the same event in April, with application of different game rules. The Natural Product R&D team won the competition, beating the rest three teams. Unigen employees cleaned the GMP construction site to wrap up the construction for a cultural event for November, as the construction to comply with GMP standard is nearly an end stage. After the cleaning, employees enjoyed Sepaktakraw match and a barbecue party.

충남대 약초원 전시회
Herb exhibition at Chungnam National University

유니젠은 2009년 10월 30일, 충남대학교 약학대학 약초원에서 ‘녹색의 기적’이란 주제로 열린 약초 관련 전시회 개관식에 참석하였다. 이 전시회에 참석하는 업체는 1년 동안 상시로 부스를 설치할 수 있는데, 유니젠은 유니베라와 공동으로 부스를 설치하였다. 개관 당일 유니젠에서는 김미란 선임연구원이 참석하여 방문자들에게 상품을 설명하고 시음 기회를 제공하는 등 홍보의 자리를 마련하였다

On October 30th, Unigen participated in the opening ceremony of Herb exhibition under the theme of “The Green Miracle” held at herb garden of Pharmaceutical department of Chungnam National University. Enterprises participating in this exhibition are allowed to place a booth for a year. Unigen placed a booth in a joint participation with Univera. On the opening day, Kim, Miran, a researcher from Unigen, participated in the exhibition to introduce Unigen products and offer samples.

KBS대구방송총국 천연물신약관련 프로그램 제작
KBS Daegu station to air a program about new drug development using natural products

2009년 10월 30일, KBS대구방송총국은 특별기획 프로그램, ‘천연물 신약전쟁 승자는 누가 될 것인가?’를 제작하기 위해 유니젠을 방문했다. KBS대구방송총국 제작자들은 프로그램의 주제인 “약초에서 신물질을 뽑을 수 있는가? 약초에서 신물질까지 일관된 계통을 만드는 것은 가능할 것인가? 신약이나 신물질의 개발이 바로 농가의 소득으로 이어질 수 있는가? 있다면 그렇게 하기 위한 방안은 무엇인가?”에 대해 유니젠 연구진을 탐방하였다. 제작자들은 유니젠 연구책임자인 치 지아 박사를 인터뷰하고 유니젠의 연구과정을 촬영했다. 아울러 해외농장의 현황과 경쟁력에 대해 에코넷 CAO 우성식 상무를 인터뷰했다. 이 프로그램은 2009년 12월 18일, KBS1TV에서 19시 30분부터 55분간 방송되었다.

The Staffs from KBS Daegu station visited Unigen to produce a program about drug development using natural products as a special documentary. The staffs had several questions in mind: Is it possible to extract a new substance from herb?; Is it possible to establish a sound process to extract new substance from herb?; Can such a development of new drug or new substance will increase income of farmers?; If it is possible, how so?. They visited Unigen researchers to find the answer to their questions,

and interviewed Dr. Qi Jia, CSO of Unigen, and filmed research and development process of Unigen. Also, they interviewed Dr. Woo, Sung sick, CAO of Econet, to know more about overseas farms and R&D competitiveness. KBS1TV aired this program on December 18th in 2009, for 55 minutes from 19:30.

현유진 박사 입사
Dr. Hyun, Eujin joined Unigen

유니베라로 옮긴 도선길 박사의 후임으로 현유진 박사가 입사했다. 현 박사는 1988년 고려대학교에서 Genetic Engineering으로 석사학위를, 1995년 미국 미시시피 대학에서 Biochemistry 전공으로 박사학위를 취득하였다. 이후 고려대학교에서 Biochemistry 부문 연구교수로 재직했다. 2002년부터는 기업체의 Bioassay & Drug Evaluation Lab에서 각종 임상시험의 프로젝트의 책임자로 일했다. 현 박사는 연구소 연구위원 겸 생리활성팀의 팀장으로 2009년 12월 1일부터 업무를 시작했다.

Dr. Hyun, Eujin joined Unigen as a successor of Dr. Do, Seongil who moved to Univera. Dr. Hyun gained master's degree in genetic engineering at Korea University in 1988, and Ph.D. in Biochemistry at Mississippi University in 1995. Since then, Dr. Hyun served as a research professor in Biochemistry at Korea University. After 2002, he has been in charge of various clinical trials in Bioassay & Drug Evaluation Lab. of a corporation. He started to work from December 1st as a managing director of Pre-Clinical Development team.

송정리 주민 감사패 수여
People at Songjung-Ri village presented a plaque of thanks to Unigen

유니젠은 사회적 공헌 활동의 일환으로 인근 송정리 마을에 대해 지속적으로 봉사 활동을 수행했다. 노인 가구의 보일러 관리, 집 청소, 형광등 교체 등 힘든 수리를 도왔다. 또한 지역발전에 적극적으로 참여했다. 주민들이 쾌적한 환경에서 생활할 수 있도록 경당을 재건축하는 데 건축비를 기부했다. 이에 2009년 9월 23일, 송정리 주민들은 감사의 뜻으로 유니젠에 감사패를 수여했다.

As a part of its corporate responsibility efforts, Unigen has continuously organized volunteer activities in Songjung-Ri Village in the vicinity of the company. Staffs helped maintenance and repair of houses inhibited by seniors, from changing fluorescent bulbs, cleaning houses to boilers maintenance. Also the company made contribution to the community. A good example is that it paid for the refurbishment of town hall so that the residents of the village can live in a more pleasant environment. To express their appreciation, Songjung-Ri village residents presented Unigen a plaque of thanks, September 23rd, 2009.

에코넷 미국 홀딩스 ECONET USA Holdings

2009년 에코넷 건강복지 박람회, ‘80년대에는 운동을 열심히 했다네’
2009 ECONET Health & Benefits Fair “Sweatin’ to the 80s”

2009년 11월 4일(수), 에코넷 웨스트는 레이시에 근무하는 임직원들을 대상으로 ‘2009 건강복지 박람회’를 개최하였다. 특히 이번 행사는 ‘80년대식’으로 이채롭게 꾸며졌다. 이번 행사는 에코넷이 제공하는 각종 건강복지 혜택에 대해 임직원들이 전문가들에게 직접 질문하거나 일대일로 상담할 수 있는 기회가 가짐으로써 회사가 제공하는 각종 혜택을 활용하여 건강한 라이프스타일을 만드는 길을 찾는 대단히 소중한 자리였다. 이번 행사에는 리전스 블루실드, 비지팅 너시즈, 밴 퀘텀 카이로프랙틱, LA 피트니스, 우넘 프로비던트, 모건 스탠리, 코스트코, 푸젯 사운드 혈액 센터, 허버스톤 크레딧 유니언, 애플 물리치료, 리버티 뮤추얼, 링컨 파이낸셜, 커브스 포 우먼, P90X 코치, 플렉스 플랜 라우즈 안과 등 다양한 업체들이 참여하였다. 행사에 참가한 직원들에게는 이름표를 추천함에 넣어 경품을 탈 수 있는 기회가 주어졌는데, 일등상인 P90X DVD 세트는 유니베라의 사라 월에게 돌아갔다.

The 2009 ECONET Health & Benefits Fair for Lacey employees took place on Wednesday, November 4th and the 80s theme set the tone. This was a great opportunity for employees to ask questions and speak one on one with benefit specialists. Plus, learn important ways to live a healthier lifestyle through the



benefits available our company. Representatives from Regence BlueShield, Visiting Nurses, Van Quatham Chiropractic, L.A. Fitness, Unum Provident, Morgan Stanley, Costco, Puget Sound Blood Center, Harborstone Credit Union, Apple Physical Therapy, Liberty Mutual, Lincoln Financial, Curves for Women, a P90X Coach, Flex Plan, and Rouse Eye Clinic attended. Employees who participated were eligible to win prizes as their names were entered into a drawing. Our top prize of a P90X DVD set went to Sarah Wall of Univera.

알로corp 중국 Aloecorp China

유정상, 알로corp 중국의 신입 CEO로 취임
Mr. Yoo, Jung Sang, New CEO of Aloecorp China

2009년 10월 16일, 알로corp 중국 공장에서 조출한 취임식이 열렸다. 유정상씨가 알로corp 중국의 신입 CEO로 취임하였다. 모든 직원들은 정장을 입고 취임식에 참여하였다. 신입 CEO는 취임사를 통해 경영에 대한 지침을 직원들에게 알렸다. 취임사에서, 그는 화목한 직장에서 직원들이 서로 협력하여 회사를 위해 일할 수 있도록 동기를 극대화하는 환경을 만들고, 서로 신뢰하고 책임감을 가지고 일할 수 있기를 바란다고 말했다. 또한, 영업부서의 기능을 강화할 것이라고 언급하면서, 알로corp 중국은 이제 업계에 큰 영향력을 가진 기업으로 성장할 것이라고 포부를 밝혔다.

A solemn ceremony took place in Aloecorp China plant on Oct. 16, 2009. Mr. Yoo, Jung Sang was inaugurated as the CEO of Aloecorp China. All the staff who dressed up attended this ceremony. Our CEO made a perfect inauguration speech which includes guideline for management. He would maintain harmony and nurture an environment that motivates employees to work together for the good of the company, and hope all the staff will work with belief and responsibility. He also mentioned our sales department which will be strengthened in the future. Aloecorp China will grow to be a corporation with great influence in the field.

海南南洋芦荟生物工程(美国)有限公司工厂芦荟干粉(原料)车间通过IASC认证
알로corp 중국, 국제알로에기존심의협회 인증 획득
The Acquisition of IASC Certification Aloecorp Aloe Powder (raw material) Plant

2009년12월4일,海南南洋芦荟生物工程(美国)有限公司通过了国际芦荟协会的产品认证,取得了芦荟原料生产的IASC证书。它标志着工厂管理已经踏上了一个新的台阶, 工厂的管理已经达到世界水平, 产品质量更加安全、稳定, 提高了产品的信誉度, 为市场开拓奠定坚实的基础。为通过IASC认证, 2009年6月公司成立了IASC小组; 经过的细致的分工和辛勤劳动, 以及全体成员的坚持不懈的努力终于赢得胜利。

2009년 12월 4일부로 알로corp 중국이 국제알로에기존심의협회(ASC)의 인증을 획득했다. 이는 2009년 6월 결성한 인증획득팀의 착실한 준비와 꾸준한 노력의 결과였다. 알로corp 중국의 인증 획득은 그 동안 협회의 심사를 받아온 알로corp 중국의 알로에 파우더가 알로에 베라 생산물에 대한 국제표준을 만족함을 의미한다. 아울러 알로corp 중국의 생산공정이 국제표준에 따라 이루어지고 있음을 확인한 것이다. 이제 생산물의 안정성에 대해 국제적 신뢰를 획득한 알로corp 중국은 앞으로 생산물에 대한 신용도를 더욱 높임으로써 시장을 순조롭게 개척할 수 있을 것이다.

On December 4, 2009 Hainan Aloecorp Co., Ltd. Aloe powder has been tested by the International Aloe Science Council and meets existing certification standards for aloe vera products, and successfully acquired the IASC certification. It symbolizes that our plant management has been improved to a higher level, the management of the plant has been the world standards, and the stability of product quality is more reliable. So, we can enhance the credit worthiness of the product and cultivate the market propitiously. The plant set up the IASC certification team, on June, 2009. They won their fight finally with the careful division, hard working and persistence.

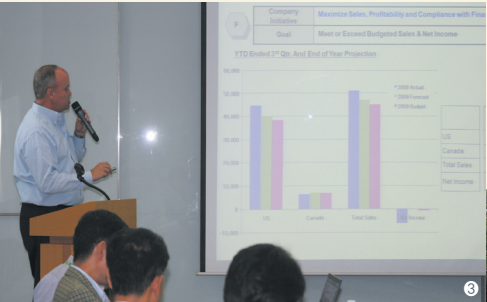


2009 에코넷 글로벌 CEO 미팅 2009 ECONET Global CEO Meeting



2009년 10월 14일부터 17일까지 4일간 '2009 에코넷 글로벌 CEO 미팅'이 한국의 서울과 제주에서 개최되었다. 이번 글로벌 CEO 미팅에는 이병훈 총괄사장과 바바라 앤더슨(Barbara Anderson) 미국사외이사를 비롯한 14명의 에코넷 CEO와 임원이 참석하였다. CEO 미팅에서 이병훈 총괄사장은 2011년까지 앞으로 2년이 Econet 전략경영 1단계의 성공적 완료를 좌우하는 중요한 시기로서 2012년부터 새롭게 펼쳐질 전략경영 2단계를 준비하는 중요한 시기임을 강조하면서 각 CEO들의 전략실행 강화와 협력을 당부하였다. 각 사의 CEO들은 2009년의 경영성과를 점검하고, 2010년과 2011년, 2년 간의 Phase 3 전략경영 계획에 대해 각 사의 계획을 공유하고 의견을 나누었다. CEO 미팅이 끝난 후 참석자들은 제주 올레길을 순례하면서 우의와 화합을 다졌다.

2009 ECONET Global CEO Meeting was held in Seoul and Jeju in Korea during four days from October 14th to 17th. This meeting was attended by 14 ECONET executives including chairman & CEO Bill Lee and US external director Barbara Anderson. At the meeting, Bill lee stressed that the upcoming two years will be crucial in completing the first stage of ECONET strategic management, and in preparing for the second stage which will start from 2012. He asked for exerted effort of CEOs to complete the strategy and strengthened cooperation. CEOs of member companies examined 2009 management results, and shared plans and opinions for the phase 3 strategy for year 2010 and 2011. After the meeting, participants walked along Ollegil paths in Jeju to consolidate friendship and harmony.



① 제주에서 진행된 2009 ECONET Global CEO Meeting
2009 ECONET Global CEO Meeting in Jeju
② 서울에서 진행된 2009 ECONET Global CEO Meeting (발표자 : 정찬수 네이처텍 사장)
2009 ECONET Global CEO Meeting in Seoul (Presenter : Chansoo Chung CEO | Naturetech)
③ 서울에서 진행된 2009 ECONET Global CEO Meeting (발표자 : 리건 마일즈 유니베라 미국 사장)
2009 ECONET Global CEO Meeting in Seoul (Presenter : Regan Miles CEO | Univera USA)
④ 제주 올레길을 순례하면서 우의와 화합을 다진 참석자들
Participants walked along Ollegil paths in Jeju to consolidate friendship and harmony.



레이시에서 열린 2009년 에코넷 할로윈 파티 2009 ECONET Haunted Halloween Bash in Lacey



① 유명 배우로 분장한 사라, 타라, 바버, 니키 The Diva aka as Sarah, Tara, Bobby and Nikki ② 할리우드 가장대회에 참가한 레이시의 에코네시안들 The Haunted Hollywood Bash Group

레이시 할로윈 파티의 시작을 알린 것은 '할리우드 호박 등불 콘테스트'의 참가들이었다. 마이크 잔은 호박으로 '프랑켄슈타인'을 조각했고, 핑 지아오는 '할아버지, 사라 패쓰메이나단은 '하니, 타티아나 셀레이저는 '검은 고양이'를 출품하였다. 직원들은 3일 동안 투표를 실시하여 1등과 2등을 뽑았다. 투표 결과 2009년 '할리우드 호박 등불 콘테스트'의 수상자는 다음과 같다.

- 1등상 마이크 잔 | 상품 – 미니 냉장고
- 2등상 핑 지아오 | 상품 – 비자 상품권

10월 30일 금요일에 레이시 임직원들은 유명 스타 복장이나 할로윈 의상을 입고 '할리우드 가장 대회'에 참가하였다. 마돈나, 해적, 여자 해적, 공군 디바, 스쿠비 두의 벨라, 투 왕 푸, 티나 터너, 마릴린 몬로, FDA, 죄수, 지니, 3명의 마녀들, 스페인 플라밍고 댄서, 프랑켄슈타인과 프랑켄슈타인의 신부, 재고관리팀 직원들이 분한 시애틀 미식축구 팀 등 다채로운 참가자들 가운데 1, 2, 3위를 가리는 것은 결코 쉽지 않았다. 에코넷은 가장 좋아하는 가장 선정을 직원들의 투표에 부쳤다. 파티가 끝나기 전 인사팀의 주관으로 개표를 진행한 결과, 2009년 에코넷 '할리우드 가장 대회'의 승자가 가려졌다.

- 1등상 톰 트립 | 투 왕 푸 | 상품-미식축구 입장권
- 2등상 타라 애덤스 | 마릴린 몬로 | 상품-현금
- 3등상 사라 에디슨 | 티나 터너 | 상품-노드스트롬 상품권
- 부서별 참여상 시애틀 미식축구 팀으로 가장한 재고관리팀 | 상품-현금

이날 "유명인사 포트럭 파티"와, "할로윈 사랑 받기" 행사도 함께 열렸다. 각자 좋아하는 음식을 가져와 함께 나누는 포트럭 파티는 성황리에 진행되었다. 직원들의 자녀들이 사무실을 오후 3시에서 5시 사이에 방문하는 "할로윈 사랑 받기" 행사로 할로윈 파티는 막을 내렸다.



여장 남자로 변신하여 1등을 한 톰이 리치에게 키스하려 하고 있다 Tom as "To Wong Foo" trying to give a kiss to Rich

The Halloween Activities in Lacey got off to a start as the "Tinseltown Jack-O-Lantern Contest" entries trickled in. Mike Zahn built and carved his "Dr. Frankenstein" pumpkin statue, Ping Jiao carved "Grandpa," Sarah Pathmanathan carved "Honey," and Tatiana Salazar carved "Black Cat." Employees had 3 days to decide and place their votes for 1st and 2nd place prize winners. All votes were collected and tallied to name the following individuals the winners of the 2009 "Tinseltown Jack-O-Lantern Contest:"

- 1st Place Mike Zahn | Prize - Mini Refrigerator
- 2nd Place Ping Jiao | Prize – Visa Gift Card

On Friday, October 30th the Lacey group was encouraged to dress in costume as a celebrity, movie star, or just any fun costume for the "Haunted Hollywood Costume Contest." With costumes like Madonna, a Pirate, a Pirate Wench, an Air Force Military Diva, Velma from Scooby Doo, To Wong Foo, Tina Turner, Marilyn Monroe, FDA, a Jail Bird, a Genie, 3 Spooky Witches, a Spanish Flamingo Dancer, Frankenstein and the Bride of Frankenstein, or the Warehouse dressed up as the Seahawks Football Team, it was going to be a very difficult decision who would be the winners for 1st, 2nd, and 3rd place. So we left it up to the employees to vote on their top 3 favorites. At the end of the day HR tallied up the votes to determine the winners. The 2009 ECONET "Haunted Hollywood Costume Contest" winners:

- 1st Place Tom Tripp as "To Wong Foo" | Prize – Seahawks Tickets
- 2nd Place Tara Adams as "Marilyn Monroe" | Prize – Cash Prize
- 3rd Place Sarah Edison as "Tina Turner" | Prize – Nordstroms Gift Card
- Department Prize Warehouse as "Seahawks Team" | Prize – Cash Prize

Other festivities on Friday consisted of all employees "Frightfully Famous" Potluck and "Monster Walk Trick-or-Treating." The "Frightfully Famous" Potluck was a success and employees brought in their favorites to share with everyone. Towards the end of the day, we invited the employee's children to come to the office from 3:00pm–5:00pm for the "Monster Walk Trick-or-Treating."

힐탑 가든의 2009 할로윈 Halloween at the Hunted Hilltop Gardens

텍사스 남동쪽 끝자락, 날찍한 평원으로 둘러싸인 신비로운 작은 언덕은 많은 영혼들이 스쳐 지나가는 곳이다. 오랜 역사를 통해 이곳에 머무르는 영혼들의 목소리를 듣거나 모습을 목격했다는 증언이 있었다. 10월 30일 금요일, 힐탑 가든에서는 친숙한 유령들이 나들이를 나왔다. 허수아비, 마녀, 늑대인간, 거대 아기, 수염 난 미녀, 춤추는 난쟁이, 광대, 공주, 그리고 그리스 여신 등이 있었다. 손님 대접을 잘하기로 유명한 텍사스 남부인답게, 힐탑 가든의 직원들은 이들을 맞이하는 환영 파티를 여는 한편, 가장 멋진 유령 가장 선발대회, 무시무시한 요리대회, 최고의 호박 조각 선발대회, 할로윈 가족사진 콘테스트를 열었다.

가장대회 1등상 수상은 알로콧 재고관리 전문가 레티샤 고메즈가 가장한 춤추는 난쟁이었다. 가장을 입고 흥겹게 춤추는 그녀의 모습은 군중의 탄성과 폭소를 자아냈다. 2등상은 힐탑 가든의 조경 전문가인 사바스 갈바즈가 분장한 거대 아기에게 돌아갔다. 아기의 기는 모습, 아장아장 걷는 모습들이 모두의 귀여움을 독차지했다. 마지막으로 3등상은 인사팀의 에스메랄다 아나게즈가 분장한 마녀에게 돌아갔는데, 그녀가 심사위원들에게 주문을 걸었기 때문이라고 한다.

직원들이 요리한 무시무시한 요리대회에는 많은 요리가 출품되었는데, 그 중 심사위원들의 눈길을 끈 것은 사바스 갈바즈의 피투성이 새우막테일, 레티샤 고메즈의 여자가 빠진 늑대 수프, 그리고 힐탑 가든 시설 관리자인 마크 시몬스의 모비와 해골이 장식된 묘지 디저트였다.

열 명의 직원들이 호박 장식을 조각하였다. 심사위원들은 그 중에서 사바스 갈바즈가 조각한 3면을 다르게 조각한 호박장식을 1등으로 뽑았다. 2등은 알로콧 S&R 직원 로잘린다 로잘레즈가 조각한 마녀의 얼굴, 3등은 마크 사이먼이 조각한 호박머리 등불에게 돌아갔다.



① 유령 가장 선발대회 참가자들 A contest for the best looking ghost or costume ② 최고의 호박 조각 선발대회 A contest for the best pumpkin



③ 무시무시한 요리대회 – 손가락들, 묘지 디저트, 늑대 A contest for the spookiest dish – Fingers, Cemetery Dessert, Muddy Dip ④ 무시무시한 요리대회 – 피투성이 각테일, 묘지 케이크 A contest for the spookiest dish – Bloody Cocktail, Graveyard Cake

Many souls have passed through the mystic little hill that is surrounded by flat land in the southeast tip of Texas. Years and years of history have compiled in this very spot and some people swear they have heard or seen souls that have stayed here forever. On Friday, October 30, 2009, sightings of friendly ghosts were reported at Hilltop Gardens. These included a living scarecrow, a witch, a werewolf, a very tall baby, a bearded hot babe, a dancing dwarf, a clown, a princess, and a Greek goddess.

Being the hospitable people that South Texans are, the employees at Hilltop Gardens offered a small reception in their guests honor where they held contests for the best looking ghost (or costume), the spookiest dish, the best pumpkin, and the best family Halloween photo.

The first place winner of the costume contest was the Dancing Dwarf who was personified by Leticia Gomez, Inventory Control Specialist at Aloecorp. Her moves on that costume had the crowd cheering and laughing. The second place winner was the Very Tall Baby personified by Sabas Galvez, Landscaping Foreman at Hilltop Gardens, who won the crowd's heart with his baby crawl and baby steps. Finally, the third place was taken by the Witch personified by Esmeralda Yniguez, HR Manager, who put a spell on the judges.

Several spooky dishes were prepared by employees but the judges' favorites were a Bloody Shrimp Cocktail prepared by Sabas Galvez, a Swamp Dip prepared by Leticia Gomez (with a lady still trapped in it), and a Cemetery Dessert (with tombstones and human skeletons) prepared by Mark Simon, Facility Manager at Hilltop Gardens.

Ten pumpkins were carved and/or decorated by employees. The best pumpkin selected by the judges was the one carved by Sabas Galvez which had three different sides carved. The second place pumpkin was the one carved by Rosalinda Rosalez, S&R Assistant for Aloecorp, which had the face of a witch carved and the third place went to Mark Simon's jack-o-lantern.

에코넷 추수감사절 오찬 The ECONET Thanksgiving Lunch

추수감사절의 의미는 에코넷이 추구하는 가치와 통한다. 감사를 나누고 성취를 자축한다는 게 그것이다. 2009년 11월 20일 금요일 오전 11시부터 오후1시까지 에코넷 모든 회사의 임직원들은 한자리에 모여 맛있는 식사를 함께 했다. 햄과 칠면조, 채소, 크랜베리 소스, 감자와 옥즙 소스, 콩, 샐러드, 롤, 각종 음료, 호박 파이, 그리고 초콜렛 트리플 케이크까지! 1시에는 이병훈 총괄사장의 선물, 아가베 시럽과 코스트코 상품권이 전달되었다. 모든 임직원들은 감사하는 마음으로 마음껏 추수감사절을 즐겼다. 레이시의 추수감사절 오찬은 성황리에 막을 내렸다.

Thanksgiving reflects the values that the ECONET truly believes in; we observe victories by giving thanks. On Friday, November 20, 2009, here at the ECONET, we held a Thanksgiving Lunch served between the hours of 11:30 AM and 1:00 PM which allowed employees across all companies to join together and eat a delicious meal. The meal included: a carving station for the Ham, Turkey, Collard Greens, Cranberry Sauce, Mashed Potatoes, Gravy, Green Beans, Salad, Rolls, Cold Soft Drinks, Pumpkin Pie, and Triple Chocolate Cake. At 1:00 PM the Gifts from Mr. Lee were handed out; the fabulous Agave Syrups and a gift card to Costco! All employees were very appreciative and Fun was had by all! It was a great Thanksgiving Celebration here at our Lacey Office!



추수 감사절 선물을 받고 있는 레이시 직원들
Lacey employees receiving their Thanksgiving gifts

레이시의 모든 직원들이 함께한 추수감사절 오찬 Delicious Thanksgiving lunch with all employees in Lacey



힐탑 가든의 추수감사절 Thanksgiving at Hilltop Gardens



라이포드의 모든 직원들이 함께한 추수감사절 오찬 Delicious Thanksgiving luncheon with all employees in Lyford

2009년 11월 19일 목요일, 힐탑 가든에서 연례 추수감사절 오찬이 있었다. 알로코프와 힐탑 가든 임직원들이 함께 모여 추수감사절의 의미를 되새기며, 칠면조와 훈제 햄을 비롯한 풍성한 요리를 즐기는 것이 이제는 전통으로 자리잡았다. 마크 시몬과 베스 시몬 부부가 베아트리스 데미언의 도움을 받아 여느 해처럼 자원해서 오찬을 준비했다. 요리에 대한 시몬 부부의 열정에 힘입어, 오찬의 규모와 질이 해를 거듭할수록 훌륭해졌다. 라이포드의 전 임직원들은 시몬 부부의 요리 솜씨에 대단히 감사하고 있다.

올해는 라이포드 임직원들이 평소에 감사하는 것이 무엇인지 소규모 설문조사를 실시했다. 27%의 임직원들이 건강을, 17%는 안정적인 일자리를, 12%는 살아있음을, 10%는 가족이 있음을 감사하게 생각하고 있는 것으로 나타났다. 8%는 친구들, 5%는 서로 근심 걱정을 나눌 수 있는 동료들과 함께 지낼 수 있다는 것에 대해, 그리고 5%는 앞으로 나아갈 수 있는 힘과 역경을 이겨낼 수 있는 힘이 있다는 것에 대해, 또 5%는 살아가기에 충분한 돈이 있다는 것에, 그리고 5%는 자식이라는 커다란 선물에 대해 감사했다. 3%는 웰빙에 대해, 3%는 남과 다른 차이를 만들 수 있는 기회를 가진 것에 대해 감사했다.



The annual Thanksgiving luncheon was held at Hilltop Gardens on Thursday, November 19, 2009. This luncheon has become a tradition where Aloecorp and Hilltop Gardens staff join to give thanks for the blessings, they have and enjoy a bountiful feast with turkey and smoked ham as the main dish. For a few years now, Mark Simon and his wife Beth have volunteered to prepare the entire meal with the help of Beatriz Damian. Their passion for cooking allows them to prepare the most delectable dishes outdoing themselves year after year. Their talent for cooking is certainly something the entire staff in Lyford is very thankful for.

This year, we had a small survey to find out exactly what the Lyford employees were thankful for. We discovered that 27% of the staff was thankful for having good health, 17% for having a stable job, 12% just for being alive, 10% for having their family, 8% for having friends, 5% for having good co-workers that stick together and take care of each other, 5% for having the strength to keep moving forward and being able to make it through hard times, 5% for having enough money for their needs, 5% for the gift of parenthood, 3% for wellbeing, and 3% for opportunities to make a difference.

에코넷웨이 28호를 보고 Readers' opinions about the vol. 28 of ECONETWAY



- 에코넷웨이는 에코넷의 역사적 순간을 충실히 담아내는 역사적 기록이자 에코네시안의 소통의 채널로서 '꿈을 함께 하는 행복한 일터'라는 가치를 공유하고 만들어가는 길이 되고자 합니다.

에코넷웨이 29호를 보고 느낌 소감이나 비평, 혹은 에코넷과 에코넷웨이의 바람직한 방향에 대해 의견을 보내주시는 분께는 소정의 선물을 마련하겠습니다. 에코네시안의 사랑과 성원에 항상 감사 드립니다.

- 의견을 보내주실 곳은 다음과 같습니다.

에코넷웨이 편집실 이메일

minsun@namyangglobal.com

커뮤니티 <http://eggs.econetway.com/KMS/Portal/Community/Default.aspx?CommunityID=1059>

- ECONETWAY is a record of historical moment of ECONET, and also a communication channel of ECONETians. We want to make the way for upholding the value of "A community where all can share purpose, dream & happiness together."

We welcome your thoughts on the vol.29 of ECONETWAY, and we would also like to hear any opinion, thought, critic about ECONET and ECONETWAY. Thank you for your support and love.

- Please send your opinion to the reporters of [ECONETWAY](#) or to [ECONETWAY Editorial Office](#).
E-mail minsun@namyangglobal.com
Web-based community (Only EGGS user)
<http://eggs.ECONETway.com/KMS/Portal/Community/Default.aspx?CommunityID=1059>

지난 호 "에코넷 러시아 농장의 세가지 원칙"을 읽고 알로콥 농장의 운영에 대해 생각해 보았습니다.

우선 가장 중요한 것은 알로에를 심어 우리가 원하는 크기까지 성장시키기 위해서는 충분히 비옥한 땅이 필요하다는 사실입니다. 대다수 작물처럼 알로에도 한번 심으면 5년 내지 7년 동안 자라면서 땅의 양분을 몽땅 흡수하기 때문에 비료를 주어도 지력이 악화되기 마련입니다.

다들 알로에는 사막에서도 잘 자라는 작물이고 생존력도 좋은데 뭐가 문제냐고 하지만 우리가 제품을 생산하기 위해서는 적절한 두께의 알로에 잎이 필요합니다. 즉 알로에 잎의 수도 중요하지만, 두껍고 튼실한 잎이 더 중요하다는 말입니다. 그러려면 알로에가 알맞게 성장할 수 있는 힘있는 땅이 필요하고 그런 땅을 확보하기 위해서는 시간과 노력이 필요합니다. 당장 급하다고 알로에를 심고 잎을 따기보다 땅이 지력을 회복할 때까지 참고 기다려야 합니다. 멀리 봐야 한다는 거지요.

따라서 눈앞의 경제성만을 따져 빨리 수확하기 위해 이미 몇 년 성장한 어미 알로에를 이식하는 것보다는 일단 수확을 모두 마친 땅은 윤작을 실시하여 지력을 강화한 후 모종을 심는 것이 길게 보아 경제성과 효율성의 측면에서도 더 낫다고 생각합니다. 또 모종을 심어 재배하면서 지난번에 미흡했던 관리방식을 고쳐나기면서 새 경험을 쌓을 수 있다면 일석 이조겠지요. 알로에를 수확한 후 윤작을 위해 비운 땅에는 원료생산과정에서 제거한 알로에 겹질이나 섬유질을 재활용한 퇴비를 주거나 대체작물을 심어 필요한 유기물을 충원하는 방법을 씁니다.

김수겸 상무 | 알로콥 미국

I contemplated on the operation of Aloecorp farms after I read "Three principles of ECONET farm in Russia."

A fertile land is the most important to grow Aloe to a size we want. Like most of other plants, once Aloe is planted, it absorbs most of nutrients in the soil from the land it occupies for five to seven years. Even with fertilizer, the land is exhausted after harvest.

People say rotation is unnecessary because Aloe is tough plant which grows well even in desert. However, we need appropriate thickness of Aloe leaves to make quality product. In other words, growing thick and heavy leaves is more important than the number of leaves in one plant. Fertile land is necessary to grow thick and healthy leaves, and that takes time and effort. Planting Aloe and harvesting leaves in a hurry would not be good in the long term. We need to be long-sighted to wait for the land to recover its fertility.

I think it is far better to wait for a few years so that the land can recover fertility and then plant Aloe seedlings rather than transplanting full-grown Aloes to get the result soon. It is more efficient and economic option in the long term. In the process of growing young seedlings, operations which were not satisfactory can be fixed and improved as farmers gain experience. After the Aloe is harvested, the land can be fertilized with special compost made from recycled Aloe skin and fiber, or substitute plant such as beans can be planted to replenish organic matters in the soil.

Joseph S. Kim Vice President | Aloecorp & HTG

- 😊 에코넷웨이의 좋은 글들은 한국어, 영어뿐만 아니라 중국어, 러시아어로도 출간하면 더 좋을 것 같습니다.

We would like to read ECONETWAY in Chinese and Russian, not only in English and Korean.

제인 티안 구매원 | 관리부 | 알로콥 중국 Jane Tian Purchasing agent | Administration department | Aloecorp China

- 😊 Vol. 28의 알로콥 원료가공공장 기공 뉴스는 중국어로도 번역 되었다면 좋았을 것입니다. 같은 알로콥이니만큼 중국에서도 흥미를 가질 내용이 아니었을까요?
It would have been great if the news on "Groundbreaking ceremony for Aloe Processing Plant in Aloecorp Mexico" was translated in Chinese. People at Aloecorp China would have been interested in the article.

이병훈 부장 | 자산관리팀 | 에코넷 한국 홀딩스 Byeong Hoon Lee General Manager | Asset Management Team | ECONET Korea Holdings

- 😊 각 현지 특집을 만들면 에코네시안들이 각 현지에 대해서 더 많이 알게 되지 않을까 합니다.

Special reports on each company of ECONET entities around world would provide ECONETians with more information on local communities.

일레인 케이 영업 코디네이터 | 영업부 | 알로콥 중국 Eileen Cai Sales coordinator | Sales Department | Aloecorp China

소중한 의견을 보내주신 분들께는 선물로 베라스파 핸드크림을 드립니다.

We value your opinions. For those who present their opinions, a Vera Spa hand cream will be delivered.

에코넷 가족 ECONET Family

모든 어른을 부모같이, 모든 아이를 자식같이

The Elderly as our Parents, All Children as our Own

에코넷 한국 홀딩스

ECONET Korea Holdings

서울시 성동구 성수동 2가 302-4 에코넷센터

우: 133-120

ECONET CENTER 302-4, Sungsu-dong 2-ga, Sungdong-gu, Seoul, 133-120, Korea

Tel: +82-2-460-8865, Fax: +82-2-467-9988

네이처텍

Naturetech

충북 진천군 초평면 용정리 370-92 우: 365-850

370-92, Yongjeong-Ri, Chopyeong-Myeon, Jincheon-Gun, Chungbuk, 365-850, Korea

Tel: +82-43-532-5144, Fax: +82-43-532-5328

www.naturetech.co.kr

유니베라 한국

Univera Korea

서울시 성동구 성수동 2가 302-4 에코넷센터 우: 133-120

ECONET CENTER 302-4, Sungsu-dong 2-ga, Sungdong-gu, Seoul, Korea

Tel: +82-2-460-3100, Fax: +82-2-463-9162

www.univera.co.kr

유니젠 한국

Unigen Korea

충남 천안시 병천면 송정리 200-1번지 우: 330-863

#200-1, Songjung-Ri, Byeongcheon-Myeon, Cheonan-Si, Chungnam 330-863, Korea

Tel: +82-41-529-1510, Fax: +82-41-529-1599

www.unigen.net

에코넷 Inc.

ECONET Inc.

2660 Willamette Drive

Lacey, Washington 98516, USA

Tel: +1-360-486-8300, Fax: +1-360-413-9185

유니젠 미국

Unigen Inc.

2660 Willamette Drive

Lacey, Washington 98516, USA

Tel: +1-360-486-8200, Fax: +1-360 413-9135

www.unigen.net

유니베라 미국

Univera Inc.

2660 Willamette Drive NE

Lacey, Washington 98516, USA

Tel: +1-360-486-7500, Fax: +1-360-413-9150

www.us.univera.com

알로콥 미국

Aloecorp USA(Headquarter)

2660 Willamette Drive NE

Lacey, Washington 98516, USA

Tel: +1-360-486-7500, Fax: +1-360-413-9150

www.us.univera.com

알로콥 미국(생산)

Aloecorp Inc.

6.5 miles North of La Villa On FM 491

Lyford, Texas 78569 USA

Tel: +1-956-262-2176, Fax : +1-956-262-8113

알로콥 멕시코(생산)

Aloecorp Mexico

Aloecorp de Mexico

Carretera Tampico-Mante km 89

Gonzalez, Tamaulipas, Mexico 89700

Tel: +52-836-273-2146, Fax: +52-836-273-2146

유니베라(캐나다)

Univera Canada

290 Labrosse Ave.

Point-Claire/Montreal

Quebec, Canada H9R 6R6

Tel: +1-514-426-2865, Fax: +1-514-693-3425

www.univeracanada.com

베라 리조트(홍콩)

Vera Resorts Limited(Hong Kong)

1203, 12/F., Bank of America Tower,

12 Harcourt Road, Admiralty,

Hong Kong

Tel: +852-3904-3567, Fax: +852-3904-3568

알로콥 중국 & 남양 중국

Aloecorp China & Namyang China

만닝사무실 / Wanning Office / 万宁办公室

海南省萬寧市禮紀鎮茄新村 南洋蘆薈基地 郵編: 571529

Hainan Aloecorp, Jiaxin Village,

Liji Town, Wanning, Hainan, China, 571529

Tel: +86-898-6258-5078, Fax: +86-898-6258-5018

<http://www.aloecorp.com.cn>

유니젠 러시아

Unigen-Russia Co., Ltd.

Russia, Primorsky territory, Vladivostok,

Prospect Kranogo Znameni 59, office 707

Tel: +7-4232-30-2886, Fax: +7-4232-43-17-78

