

국가청렴위원회는 기업의 자발적인 윤리경영 실천을 지원하기 위해 기업윤리와 관련한 국내외의 다양한 정보를 수집하여 매월 「기업윤리 브리프스」를 발간하고 있습니다.

2007년 상반기중 발간한 자료를 책자로 엮어 배포하오니 널리 활용하시기 바랍니다.

국가청렴위원회 기업윤리센터



발 간 등 록 번 호

11-1610100-000020-09

기업윤리조사연구 07-3

# 기업윤리 브리프스

2007 상반기

**CLEAN  
WAVE**  
국가청렴위원회가 국민과 함께하는  
대한민국 청렴운동

 **국가청렴위원회**  
Korea Independent Commission Against Corruption



## I. 기업윤리의 국제적 흐름

1. UN Global Compact .....	3
가. UN Global Compact 개요 .....	3
나. UN Global Compact 참여 방안 .....	13
다. UN Global Compact와 GRI의 연계 .....	35
2. 기업의 사회적 책임 .....	51
가. 기업의 사회적 책임에 대한 21세기의 연구 주제 .....	51
나. 기업의 사회적 책임의 성공적 이행을 위한 정부 참여 .....	67
다. 자발적 이니셔티브의 과제와 전망 .....	72
라. 기업의 전략적 계획과 윤리의 통합 .....	77
마. 시장책임 원칙 .....	80
바. 구조적 변동- 서서히 죽어가고 있는 투자자 신화 .....	86
3. 기업윤리 일반 .....	92
가. 윤리적으로 사고하는 방법 .....	92
나. 중국이 추진중인 부패와의 전쟁 .....	101

## II. 국내 기업의 윤리경영 사례

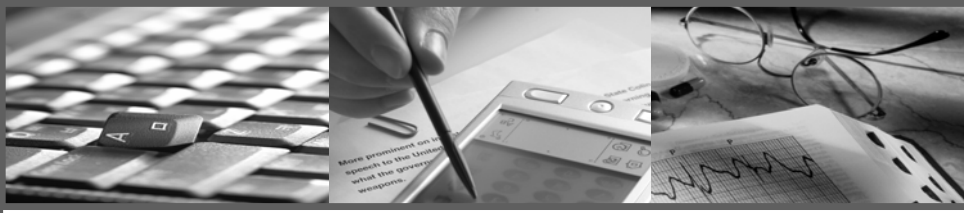
1. 제일모직 .....	107
2. 한미약품 .....	111
3. 금호고속 .....	115

4. 굿모닝신한증권 .....	120
5. 국민은행 .....	124
6. 하나은행 .....	129
7. 풀무원 .....	134
8. 유한킴벌리 .....	138
9. 대한주택보증 .....	143
10. 한국동서발전 .....	149

### Ⅲ. 국내 윤리경영 소식

1. 기업소식 .....	157
가. 월별 기업의 윤리경영 동향 .....	157
2. 정부소식 .....	182
가. 월별 정부의 윤리경영 관련 시책 .....	182

# I 기업윤리의 국제적 흐름



- **1.** UN Global Compact
- **2.** 기업의 사회적 책임
- **3.** 기업윤리 일반



# 1. UN Global Compact

## 가. UN Global Compact 개요

☞ 이 자료는 UN Global Compact 사무국(UN Global Compact Office)에서 2001년 1월 17일 UN Global Compact 홈페이지 (<http://www.unglobalcompact.org>)에 올린 “The Global Compact : What it Is and Isn’t”를 번역, 정리한 것으로 현재 상황에 맞도록 일부분을 수정하였음. 당초 UN Global Compact는 인권, 노동, 환경에 대한 9대 원칙에서 출발하였으나, 2004년 6월에 열린 ‘Global Compact Leaders Summit’에서 반부패를 열 번째 원칙으로 추가하였음.

□ 1999년 1월 31일 Kofi Annan 前 UN 사무총장은 스위스 World Economic Forum 총회 연설에서 처음으로 『The Global Compact』를 제안하였음

○ Kofi Annan은 새로운 글로벌 경제를 존속시키고 전 세계인이 세계화로 인한 혜택을 누릴 수 있도록 하기 위한 사회적, 환경적 토대 마련에 세계 경제 지도자들이 적극 동참해 줄 것을 호소함

※ 반기문 현 UN 사무총장 : UN Global Compact 강조  
(‘UNA-USA Business Council for the United Nations and the Association for a Better New York’ 연설문 중 : 2007.1.10)

○ 이후 일련의 준비 회의가 소집되어 여러 UN 기구 및 기업, 국제노동조직, 시민사회단체 대표들이 한 자리에 모이게 됨

□ Global Compact는 UN 사무총장 사무국(Executive Office of the Secretary-General)을 주축으로 유엔인권고등판무관실(Office of High Commissioner for Human Rights), 국제노동기구(International Labor Organization), 유엔환경계획(United Nations Environment Program), 유엔개발계획(United Nations Development Programme), 유엔국제협력기금(UN Fund for International Partnership) 등 여러 UN 산하기관들의 협조 하에 운영되고 있음

- 2000년 7월 26일 New York의 UN본부에서 고위급 인사들이 참석한 가운데 Global Compact 발족식이 거행되었음
  - Kofi Annan 前 사무총장이 주재한 이 회의에는 50개 메이저 기업의 고위 경영진 및 노동, 인권, 환경, 개발 단체의 지도자들이 참석하였음
- Global Compact는 최소화된 절차 및 비관료주의적 구조로 운영되며, 개방적인 참여 방식을 근간으로 토론 및 학습의 장을 제공함
- Global Compact가 운영 국면에 접어 들었지만, 다음 사항들에 대하여 좀더 명확하게 규정해 볼 필요가 있음
  - Global Compact의 개념
  - 참여 주체 및 역할
  - 운영 방향
  - 성공 기준 및 성과 확보 방안

### 1) Global Compact의 개념

- Global Compact는 규제 수단이나 행동강령이 아니라 조직의 학습(institutional learning)을 위해 고안된 가치 기준이라고 할 수 있으며,
  - 투명성의 성과 및 토론 등을 적극 활용하여 보편적 원칙(universal principles)에 근거한 모범 사례(good practices)를 발굴하고 널리 알리고자 하는 것임
- Global Compact는 세계인권선언(Universal Declaration of Human Rights), 국제노동기구(ILO)의 근로 기본 원칙 및 권리(Fundamental Principles on Rights at Work), 환경 및 개발에 관한 리우 원칙(Rio Principles on Environment and Development) 등으로부터 기본 원칙들을 도출하였으며,
  - 기업들이 기업 활동의 영역에서 동 원칙들을 실천해 나갈 것을 요구함
  - 따라서 Global Compact는 기업의 모범적인 활동들을 더욱 향상시키고자 하는 것이지, 기업 자체를 승인하고자 하는 것이 아님

□ 기업들이 Global Compact에 참여해야 하는 이유는 무엇인가?

- 이는 시장이 글로벌화됨에 따라 기업의 시민정신(corporate citizenship)의 개념 및 기업의 사회적 책임(corporate social responsibility) 활동 역시 글로벌화 되어야 하기 때문임
- 현명한 기업이라면 새로운 글로벌 경제 하에서 이러한 원칙을 기업 전략 및 활동의 필수 요소로 내재화하기 위해 노력할 것임
- Global Compact는 정부의 효과적인 정책을 대체하는 것이 아니라 기업이 현명한 자기이익을 추구하는 데에 리더십을 발휘할 수 있는 기회라고 할 수 있음
- 또한 Global Compact는 다른 자발적 이니셔티브를 대신하고자 하는 것이 아니며, 그러한 이니셔티브들이 보편성과 정당성을 갖춘 원칙들로 통합될 수 있도록 보완적 틀(기초)을 제공하는 것임

## 2) 참여 주체 및 역할

□ Global Compact의 참여 주체

- 정부 - Global Compact의 근간이 되는 원칙들을 규정함
- 기업 - Global Compact는 기업의 모범사례들을 널리 알리고자 함
- 노동자 - Global Compact의 구체적 실천은 바로 노동자들에게 달려 있음
- 시민사회단체 - 보다 광범위한 이해관계자 집단을 대표함
- 국제 연합(UN) - 세계 유일의 진정한 글로벌 정치 포럼으로서 회의를 소집하고 목표 달성을 지원하는 데 권위가 있음

□ 기업 및 기타 단체에서 Global Compact에 참여하고자 하는 경우에는 기업의 CEO 또는 단체장이 UN 사무총장에게 서신을 보내야 함

- 서신에는 Global Compact와 10대 원칙에 대한 분명한 지지 서약 및 활동 참여에 대한 의지가 담겨 있어야 함

(1) **Global Compact에 대한 지지 표명**

- 모든 참여 단체들은 Global Compact 및 10대 원칙에 대한 지지의사를 공개적으로 표명해야 함
  - 지지 의사는 기업이나 단체의 미션, 연차보고서, 뉴스레터, 기타 공개 석상(public venue) 등 다양한 방법을 활용할 수 있음

(2) **참여 단체의 구체적 이행 사례 보고**

- 참여 단체는 기본 원칙의 구체적 이행사례 및 이행 과정에서 얻은 교훈을 최소 일 년에 한 번 Global Compact 웹사이트에 게시해야 함  
([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org))
- 이러한 이행사례 보고의 목적은 성공 및 실패 사례를 공유할 수 있는 배움의 장을 마련하는 데 있음
  - 기업의 이행사례는 체계적인 온라인 토론 구현을 위한 토대가 될 것이며, 참여 단체는 모범 사례를 더욱 깊이 그리고 널리 공유할 수 있게 될 것임
- 시간이 경과함에 따라 축적되는 이행사례들은 Global Compact 사무국에서 주관하고 있는 사례연구와 더불어 포괄적인 '학습은행(learning bank)'의 토대가 될 것이며, 기본 원칙의 준수를 위한 변화 촉진 및 원칙 이행 과정에서의 장애물 극복에 관한 유용한 정보를 제공할 것임
  - 이러한 학습은행은 Global Compact의 참여 단체들 뿐만 아니라 언론, 학술 단체, 기타 관심 있는 사람들 모두에게 중요한 자원이 될 것임

(3) **자발적 참여 장려**

- Global Compact는 UN 및 UN 산하기관과 함께 기업을 중심으로 한 두 가지 유형의 파트너십 프로젝트(partnership project)를 수행해 나갈 자발적인 참가자를 모집함

- Global Compact의 주최 하에 개최되는 주제별 토론
  - 이러한 주제별 토론에는 UN, 공무원, 재계, 노동계, 시민사회단체 등이 참여하게 될 것이며, 첫 번째 토론에서는 갈등 영역에서의 기업의 역할과 관련된 복합적인 사안을 다룰 예정
- Global Compact는 기업들이 기본 원칙을 기업 활동의 필수 요소로 삼는 동시에 기업 외부에 존재하는 보다 광범위한 기업의 사회적 책임(CSR) 관련 사안에 대해 구체적인 문제해결 노력을 보여줄 것을 장려함
  - 그러한 모든 과정은 Global Compact의 기본 원칙을 반영하고 있어야 하며, 빈곤 퇴치와 같은 UN의 광범위한 목표를 추진하고, 개발도상국에게도 일정 혜택을 줄 수 있어야 함
  - 동 프로젝트의 수행은 UN 회원과의 파트너십을 통해 이루어질 수 있으며, 프로젝트에 따라 Global Compact의 노동계 및 시민사회단체 회원과의 협조 하에 이루어질 수도 있음

#### (4) 노동계 및 시민사회단체의 역할

- Global Compact가 사회 구조(fabric of society) 안에 확고히 자리잡도록 하기 위해서는 Global Compact의 임무를 설계하고 수행해 나가는 데 있어 노동계 및 비정부기구들의 적극적 참여가 필수적임
- 또한 그들의 전문 지식은 토론회, 파트너십 프로젝트 뿐 아니라 기업의 이행 사례와 관련된 학습 효과를 극대화하는 데 도움이 될 것임
- 특히 노동계는 산업계의 파트너로서 특별한 역할을 수행해야 함

#### (5) 상호 존중 및 상호 이익

- Global Compact 참여는 참여 단체 모두에 의한 그리고 모두를 향한 상호 존중, 토론하고자 하는 의지, Global Compact가 제시한 공통의 정책영역(common policy space) 내에서 성과를 이루고자 하는 순수한 소망을 바탕으로 하고 있음

- Global Compact의 테두리 밖에서는 모든 참여 단체들이 자유로이 다른 접근 방식을 추구할 수 있음

### 3) UN의 핵심 역량

- Global Compact는 글로벌화된 기업의 시민정신과 사회적 책임의 목표를 향상시키고자 하는 데 있어 독보적인 방안이라고 할 수 있음
- Global Compact의 토대는 UN의 가치 및 사명에 있으며 이를 바탕으로 그 위에 또 다른 역량과 강점을 구축해 나갈 수 있음

#### (1) 기본 원칙의 역량

- 기본 원칙들의 보편성 및 정당성에는 모든 사회적 행동 주체들이 더 나은 사회를 위한 변화를 위해 노력하도록 고무시킬 수 있는 역량이 있음
- 더욱이 Global Compact의 기본 원칙들이 인권, 노동, 환경, 반부패를 모두 아우른다는 사실은 기본 원칙들이 글로벌화된 기업의 시민정신의 의미와 실례를 규정하는 데 근거가 되는 유일하게 권위 있는 기준이라는 것을 말해줌

#### (2) 회의소집 능력

- 고위급 인사들을 불러 모을 수 있는 UN의 능력은 토론을 개최하고, 매우 중요하고 영향력 있는 활동을 발굴하여 실행에 옮길 수 있는 최고의 기회를 제공함

#### (3) 사무총장의 리더십

- 사무총장의 Global Compact에 대한 개인적 이행 의지 및 관여는 권위를 가지는 동시에 실제적 효과를 가져올 수 있는 Global Compact의 특징임

**(4) 네트워크 조직력**

- UN 이니셔티브로서 그리고 관련 UN 기관들의 공동 사업(joint venture)으로서, Global Compact는 비전과 목표 달성을 독려하고 지원할 수 있는 수단으로 세계, 지역, 국가의 활동 주체 및 전문가들과 협력할 수 있는 최고의 접근성을 갖고 있음

**4) 성공 기준**

- Global Compact의 실행 가능성은 궁극적으로 Global Compact의 목표 달성을 위해 구체적 방안을 마련하는 데 있어 진정한 영향력을 행사할 수 있는가에 달려 있음
- 이러한 의미에서 Global Compact의 성공을 다음과 같이 규정할 수 있음

**(1) 기업 경영과 10대 원칙의 통합**

- 2007년 4월 26일 현재 전 세계적으로 기본 원칙들을 기업 경영 활동에 내재화하고자 하는 3,136개 기업들이 Global Compact에 가입하였음(전체 참여단체 수 : 4,116개)

**(2) 학습 은행(learning bank) 구축**

- 기업들의 Global Compact 원칙 이행 사례들을 바탕으로 성공 방안 및 시행착오 회피 방안을 보여주는 포괄적인 학습 은행을 구축함
  - 이렇게 구축된 자료들을 통해 모범사례에 관한 이해를 공유하기 위한 체계적인 토론회를 개최

**(3) 주제별 토론회 개최**

- 해마다 정규 토론회(major dialogue)를 개최할 것이며, 모든 토론회는 참여단체 모두에게 실용적 가치를 제공할 수 있을 것임

- 실용적 가치로는 참여 조직의 변화를 고무하는 행동 지침서(guidelines for action) 등 다양한 형태가 있을 수 있음

#### (4) 파트너십 프로젝트 발의

- Global Compact는 매년 상당 양의 구체적인 파트너십 프로젝트를 발의함
  - 파트너십 프로젝트는 Global Compact의 기본 원칙을 반영함과 동시에 원칙을 발전시켜야 하며 또한 개발도상국에도 특정 혜택을 가져다줄 수 있어야 함

### 5) 책임과 의무

- Global Compact는 UN 사무총장의 지휘 하에 추진되고 있는 이니셔티브이므로, Global Compact에 대한 전반적 책임과 의무는 UN 사무총장에게 있음
  - 이니셔티브의 유지와 관리를 위해 Global Compact 사무국이라는 지원 조직이 마련되어 있음
    - Global Compact 사무국은 UN 사무총장의 직속기관으로 이니셔티브와 관련된 모든 사항은 곧바로 사무총장에게 보고됨
- Global Compact의 영향력은 다른 주체들이 동 이니셔티브의 목표를 수용하고 비전을 발전시켜 나갈 때에만 최대화될 수 있음
  - 따라서 Global Compact는 앞으로도 혁신적이고, 개방적이며 네트워크를 기반으로 한 실험이 될 것임
  - 또한 Global Compact 참여에 대한 주요 척도는 이니셔티브의 목표 달성에 기여하고자 하는 의지와 능력이 될 것임
  - Global Compact를 향한 모든 노력을 뒷받침하기 위해서는 학습 및 개선에 대한 끊임없는 관심이 요구됨

- Global Compact 사무국은 민간 부문의 운영비 기부를 일절 허용치 않고 있음
  - 더욱이 UN 로고 사용은 엄격한 규율(strict rules)에 의해 규제됨
    - UN에 대한 중요 정책 이슈에 한해서만 로고 사용이 허락되며 사용 시에는 UN 법률 사무국(UN Legal Office)으로부터 서면 동의를 받아야 함
    - UN 로고에 대한 사용 권한은 주요 목적이 UN의 특정 목표 달성을 추진하는 경우에만 부여되며, UN 로고는 기업 및 기업의 제품, 서비스, 성과 보고서 등을 승인하기 위한 목적으로 사용될 수 없음
    - 기타 지침에 대한 자세한 내용은 UN의 웹사이트를 참조 바람 ([www.un.org/partners/business](http://www.un.org/partners/business))
- Global Compact의 개방적인 구조는 끊임없이 변화하는 상황에 적응할 수 있는 유연성을 제공함
  - 그러나 앞으로도 Global Compact가 중심을 잃지 않고 지금과 같이 계속해서 전진할 수 있도록 이끌어 줄 필요가 있음
  - 이를 위해 다음의 두 가지 방안이 제시될 수 있음
    - 첫째, 사무총장 및 여러 UN 협력 기구 대표가 Global Compact의 이행상황 검토 및 전반적인 방향 설정을 위해 매년 기업, 노동계, 시민사회 단체의 대표와 회동을 가짐(2004년 6월 24일 Global Compact Leaders Summit 개최)
    - 둘째, 우선적 과제 해결을 위해 지지 단체(champions) 또는 전문 고문단(advisory expert groups) 등의 기구(mechanisms)를 설립할 수 있음
      - 그러나 이러한 기구는 실질적 자격요건을 충족하는 경우에만 결성되며 목표 지향적이고 한시적으로 운영될 것임

## **[UN Global Compact 10대 원칙]**

### 인 권

- 원칙 1 : 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다.
- 원칙 2 : 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.

### 노 동

- 원칙 3 : 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고,
- 원칙 4 : 모든 형태의 강제 노동을 배제하며,
- 원칙 5 : 아동 노동을 효과적으로 철폐하고
- 원칙 6 : 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.

### 환 경

- 원칙 7 : 기업은 환경 문제에 대한 예방적 접근을 지지하고
- 원칙 8 : 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,
- 원칙 9 : 환경친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.

### 반부패

- 원칙 10 : 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.

## 나. UN Global Compact 참여 방안

- ☞ 이 글은 “After the signature : A guide to engagement in the United Nations Global Compact”를 UN Global Compact 사무국의 승인을 얻어 UNDP 한국대표부의 협조하에 번역, 정리한 것임

### 1) 기본 원칙의 이행

- Global Compact에 가입한 기업들은 10대 원칙의 이행을 위해 노력해야 함
  - 그러나 대기업과 중소기업 모두 기본 원칙의 이행을 위한 올바른 접근 방식에 대해 확신하지 못하는 경우가 있음
  - 기본 원칙의 이행은 성과의 지속적 증진을 위한 장기간의 진행 과정임을 인지해야 함
- Global Compact의 기본 원칙을 성공적으로 이행하기 위한 핵심 요인
  - 기본 원칙을 부가적 요소(add-on)가 아닌 기업 전략 및 경영의 필수 요소로 인식해야 함
  - 기업 지도자들의 기본 원칙에 대한 분명한 이행 의지 표명이 있어야 함
  - 기본 원칙에 대한 폭넓은 지지를 이끌어내기 위해 고위 경영진과 종업원간의 이행 의지에 대한 의사소통이 조직 전반에 걸쳐 원활하게 이루어져야 함
  - 새로운 아이디어 및 경영 혁신에 대해 호의적인 경영 환경이 갖추어져 있어야 함
  - 측정가능한 목표 및 이행 상황에 대한 투명한 의사소통 체계가 필요
  - 학습 및 적응을 위한 의지와 능력이 있어야 함
  - 실천에 옮기고자 하는 헌신적 노력이 필요

- 기업의 이해관계자들(stakeholders)을 동참시키고 토론의 자리로 이끌고자 하는 개방성을 갖추어야 함
- Global Compact에서는 기업들에게 10대 원칙 관련 사안의 해결을 위한 길잡이를 제공하고자 많은 자료 및 방안(tool)을 보유하고 있음
- 위에서 기술한 바와 같이 기본 원칙의 이행은 장기간에 걸친 과정임
- 그러나 기업 고유의 경영 모델 내에서 기본 원칙을 이행하는 방법에는 유일한 “정답(correct way)”이 있을 수 없으며, 기본 원칙의 이행 과정에 도움을 줄 수 있는 경영 접근방식 및 모델은 다양하게 존재함
- 기본 원칙을 이행하기 위한 한 가지 방안은 Global Compact 이행 모델(Global Compact Performance Model)의 도움을 받는 것인데, 동 모델은 기본 원칙 이행에 관한 비전 정립부터 측정 및 이행 결과 보고에 이르기까지 기업에게 도움을 줄 수 있도록 마련된 선택적 모델임
- Global Compact 이행 모델은 기업들이 기본 원칙을 내재화하고자 노력하는 과정에서 얻은 실제 경험에 대한 분석 및 토론을 통해 도출됨
- 동 모델은 선진국과 개발도상국, 대기업과 중소기업을 불문하고 최대한 많은 기업들의 요구를 다루고자 하였으며, 기본 원칙을 이행함에 있어 존재하는 진입 장벽(entry barrier)을 낮추고, 점진적인 개선을 촉진할 수 있도록 고안됨

**【Global Compact 이행 모델(Global Compact Performance Model)】**

- Global Compact 이행 모델은 기업 활동(business practice)의 10가지 요소로 구성되어 있음



① 비전(Vision)

- 기업의 시민정신(corporate citizenship) 활동에 대한 실천 의지를 기업의 비전에 통합시킬 것
  - 이러한 통합 과정에는 기본 원칙에 대한 검토와 더불어, 기업에 바라는 점에 대한 이해 관계자들과의 토론, 경제·사회·환경의 주요 흐름에 대한 주시, 잠재적 위험 인식 및 계획에 대한 각본 구상(scenario planning) 등의 노력이 포함될 수 있음

② 리더십(Leadership)

- 기업 전반에 걸친 비전 실현
  - 사회적·환경적 성과를 향상시키고자 하는 기업 지도자의 의지는 지속적 변화를 이끌어 내는 데 있어 필수적임
  - 그러나 그 효과를 극대화하기 위해서는 이러한 메시지가 조직 전체는 물론 조직 외부로도 널리 전달되어야 함
  - 기업들은 기업의 시민정신을 기업 지배구조(corporate governance)의 문제로 인식하도록 노력하고, 기본 원칙 이행을 위한 기업의 노력을 점검할 수 있는 이사회 차원의 감독 기구를 마련해야 함

③ 권한 위임(Empowerment)

- 종업원들이 조직의 비전 추구를 위해 각자가 맡은 소임에 충실할 수 있도록 조직화, 정보 제공, 동기 부여, 훈련, 보상, 상담, 조언 등의 활동을 수행하고, 종업원들에 대한 믿음을 가지도록 노력해야 함
  - 이러한 권한 위임을 통해 개인의 가치와 기업의 목표를 조화시킬 수 있음

## ④ 정책과 전략(Policies and Strategies)

- 기업의 기존 정책 및 전략을 검토하고, 이들을 기본 원칙과 결합하거나 기본 원칙에 부합하는 새로운 정책을 수립
  - 일부 기업에서는 기업의 시민정신과 관련하여 매우 중요한 정책들을 실시하고 있으며, 또 다른 기업들은 환경, 인권, 반부패 등에 관한 구체적인 정책 및 경영지침 자료를 보유하고 있음

## ⑤ 자원(Resources)

- 기업의 정책 및 전략 수행 방안을 관리하고 종업원들이 개개인의 목표를 달성할 수 있도록 지원하되, 기업의 Global Compact 원칙에 대한 이행 의지가 약화되지 않도록 해야 함
  - 이를 위해서는 재정, 인적 자원, 정보 및 기타 자원의 분배가 기업의 시민정신 정책 및 실천 의지를 바탕으로 이루어져야 함

## ⑥ 과정 및 혁신(Processes and Innovation)

- Global Compact 원칙의 이행으로 발생할 수 있는 갈등 상황(dilemmas)에 정면으로 맞서고 이러한 문제를 혁신적 해결 방안 및 사업 기회로 전환시켜야 함
  - 이를 위해서는 목표 설정, 목표에 대한 조직 전체의 의사소통 등 개선을 이끌어 낼 수 있는 핵심 과정(key processes) 전반에 대한 이해가 필요함
  - 특히 위험 및 기회에 대한 철저한 평가가 유용할 수 있음

## ⑦ 이해관계자들에 대한 영향(Impact on the Value Chain)

- 이해관계자 관계를 관리하고 그들의 활동에 영향력을 행사함
  - 공급업자, 유통업자 및 고객의 행동은 기업의 명성, 궁극적으로는 기업의 수익(bottom line)에 지대한 영향을 미칠 수 있음

- 많은 기업들은 자신들의 기업 시민정신 관련 정책 및 기대에 대하여 사업 파트너들에게 정보를 제공하고 있음
- 일부 기업에서는 기업의 시민정신 관련 사항을 계약 조건에 포함시키고 있으며, 공급업자들의 사회적·환경적 성과를 평가하기 위해 모니터링 및 감사(audits)를 실시하기도 함
- 또 다른 기업들은 한발 더 나아가 공급업자들의 사회적·환경적 성과에 관한 인식 수준을 높이고자 교육, 능력 개발, 모범 사례 공유 등의 프로그램을 실시하고 있음

#### ⑧ 종업원에 대한 영향(Impact on People)

- Global Compact에 대한 참여는 종업원의 사기(morale) 등 기업의 인력 운영에도 영향을 줌
- 연구 결과에 따르면, 기업의 훌륭한 사회적·환경적 성과는 기업이 고급 인력을 채용하고 보유하는 데 긍정적 효과를 가져다 줄 뿐만 아니라 기업의 생산성에도 좋은 영향을 미치는 것으로 나타남

#### ⑨ 사회적 영향력(Impact on society)

- 전체 사회뿐만 아니라 지역사회에 대한 기업의 영향력은 Global Compact 이행 모델의 또 다른 핵심 요소임
- 기업은 지역사회와의 협력을 통해 더욱 더 원만한 경영활동을 펼칠 수 있고, 기업 활동에 대한 사회적 승인(social license to operate)을 지속시켜 나갈 수 있음
- 일부 기업에서는 사회에 대한 기업의 영향력 정도를 측정하고자 관련 활동의 규모 및 특성에 따라 기업 영향력 평가를 수행하거나 지역사회를 대상으로 설문 조사를 실시하기도 함

### 〈참고 1〉 이해관계자의 참여(Stakeholder Engagement)

- 기본 원칙 및 성과 모델의 효과적 이행은 이해관계자의 참여에 따라 성패가 크게 좌우됨
- 이는 특히 비전, 리더십, 정책 및 전략, 사회적 영향, 보고(reporting) 등과 관련이 있음
- 예를 들면, 기업의 지도자는 기업의 비전을 평가하고 세부 사항을 조정하는 데 이해관계자들의 의견(input)을 활용할 수 있음
- 또한 이해관계자들과의 토론은 기업이 기존 정책을 평가하거나 인권, 노동, 환경 및 반부패와 같은 영역에 대해 새로운 정책을 수립 할 때에도 매우 유용하게 사용될 수 있음
- 이해관계자들의 의견(sensing)은 기업의 경영 활동이 긍정적으로나 부정적으로 사회에 미치게 되는 실질적, 잠재적 영향력을 파악하는 데 있어 매우 중요함
- 점점 더 많은 기업들이 보고 절차 및 전반적인 기업 성과 평가를 지원하는 데 기업의 이해관계자들을 참여시키고 있음

#### ⑩ 보고(Reporting)

- 보고는 기업의 경제적·사회적·환경적 성과에 대한 올바른 측정 및 의견 교환과 관련됨
  - 실제 성과를 알 수 있는 구체적 측정은 지속적 개선을 위한 필수적 요소임
  - 보고에 관한 자세한 내용은 아래의 '이행 성과 보고(Communication on Progress)'에 기술되어 있음

- 이제까지 기술한 내용을 간단히 정리하자면, Global Compact 기본 원칙의 이행이란 먼저 이행에 대한 결의를 다지고, 정책과 전략을 수립하고, 이를 행동에 옮기고, 마지막으로 이행 성과를 보고하는 것을 의미함
- 무엇보다 중요한 것은 '참여를 시작한 시점에서 기업이 어떻게 행동하고 있는가'가 아니라 '참여 기업이 변화하고 계속해서 개선해 나가고자 하는 의지를 갖고 있는가' 하는 것임

## 2) 이행 성과 보고(COMMUNICATING PROGRESS)

- Global Compact에 참여함에 있어 기업이 수행해야 할 두 번째 의무는 매년 Global Compact 사무국에 이행성과보고서(COP : Communication on Progress)를 제출하는 것임
- COP란 기업이 이해관계자들(고객, 종업원, 노동조합, 주주, 언론, 정부 등)에게 기업 활동시 10대 원칙을 이행하며 이루어 낸 성과에 대해 보고하는 것을 말함
- 일반적으로 COP에는 이행 조치 및 성과(계량적 지표 형태의 예) 등이 포함되어야 함
- COP 정책은 Global Compact 순수성 유지 방안(Global Compact Integrity Measures)의 일환으로, 참여 단체들의 기본 원칙 이행 의지를 더욱 견고히 하고, 동 이니셔티브의 순수성(integrity)을 지키며, 지속적 성과 개선의 토대가 되는 기업들의 풍부한 이행 사례를 계속해서 축적해 나가는 것을 목적으로 함
- 기업들에게 있어서 COP는 리더십을 행사하고, 학습을 장려하고, 토론을 활성화하고, 실천을 독려하기 위한 도구로 활용될 수 있음

## 〈참고 2〉 COP의 중요성(The Value of the COP)

- 일반적으로 지속가능성보고서(sustainability reporting), 구체적으로 COP의 중요성은 보고서 작성(내부적 이점) 및 보고서의 대외적 공유(외부적 이점) 측면에서 살펴볼 수 있음
- 내부적 이점(Internal benefits)
  - 기업이 지속가능한 비전 및 전략을 정립하고 그에 따라 행동하도록 동기를 부여함
  - 기업지배구조(corporate governance) 및 CEO의 관심과 참여를 한층 더 공고히 하며, 보고서 검토 및 홍보(endorsing)를 통해 고위 경영진의 참여를 독려함
  - 기업 경영의 위험 및 기회를 파악하기 위한 노력을 지원함
  - 기업의 서로 다른 부서(인적 자원, 의사소통, 환경, 보건 안전, 운영, 지역 관계 관리 등)를 연결해 줌으로써 내부의 정보 공유 및 학습을 도모함
  - 지표를 통해 이행 활동을 평가함으로써 내부적 발전을 증진시키고 지속적인 개선에 기여함
  - 종업원에 대한 고위 경영진의 의무를 명확하게 제시함
- 외부적 이점(External benefits)
  - Global Compact에 대한 적극적 참여를 알리고, 기업의 참여가 단순한 홍보용 활동(public relations exercise)으로 치부되는 것을 막아줌
  - 협력을 통해 이해관계자에게 많은 교육 기회를 제공함
  - 사회책임투자 펀드 또는 지표 socially responsible investment funds or indices)에 포함될 수 있도록 도와줌
  - 투명성 제고와 신뢰 형성으로 기업의 명성 및 브랜드 가치를 높여줌
  - 지속가능한 비전, 전략, 이행 계획 등을 명시함으로써 이해관계자와의 관계를 강화시켜줌

## (1) COP 작성, 공유, 제출의 3단계

### [1단계] 연례 COP 작성

- COP 작성법이 한 가지로 정해져 있는 것은 아니지만, 다음 사항들은 반드시 포함되어야 함
  - Global Compact에 대한 지속적 지지 의사를 표현한 CEO 또는 고위 경영진의 메시지
  - 기업의 전년도 10대 원칙 이행 활동을 담은 구체적 실천 내용
    - 여기에는 이행 서약, 구축된 시스템, 이행 조치 등이 포함될 수 있음
  - GRI 지속가능성 보고서 가이드라인 등의 표준 지표 또는 측정 기준을 이용한 성과 측정 결과(A measurement of outcomes)

### [2단계] 이해관계자들과의 COP 공유

- COP의 작성 목적은 UN Global Compact 사무국에 보이기 위한 것이 아님을 주지해야 함
  - COP 보고서는 10대 원칙의 이행에 참여하는 주체가 자신들의 이행 성과를 이해관계자들에게 직접 알릴 수 있는 수단을 제공하기 위한 것임
  - 이상적인 COP 공유 방안은 연차 재무보고서 또는 지속가능성보고서와 같이 기업이 이해관계자들과 정보를 공유하기 위해 기준에 사용하고 있던 보고서에 COP를 포함시키는 것임
  - 기업의 시민정신과 관련된 사안을 보고할 수 있는 적절한 수단이 존재하지 않는 경우에는 COP 보고서만을 독립적으로 작성하도록 권장함
- COP를 어디에 수록할 것인지를 선택하는 것 못지않게 COP를 이해관계자들에게 어떻게 배포할 것인지를 선택하는 것 또한 중요함

- 기업은 웹사이트, 우편물, 사내 공지사항, 뉴스레터, 오픈하우스 등 기업의 이해관계자들이 지속가능성 관련 정보를 찾아볼 수 있는 다양한 수단(platforms)과 경로(channels)를 이용해 COP를 배포해야 함

### [3단계] Global Compact 웹사이트에 COP 게시

- 기업은 이해관계자들과 COP를 공유함과 동시에 Global Compact 웹사이트에 전자문서 형태로(가능한 경우 웹 링크도 함께) COP를 게시해야 함
  - 또한 이해관계자들이 COP를 찾아볼 수 있는 방법에 대해서도 간략하게 설명해야 함
- COP 게시 방법에 관한 자세한 내용은 Global Compact 웹사이트를 참조 바람

### (2) 참고 사항 및 조언(Hints and Tips)

- 언어 선택(Choose your Language)
  - COP는 기업의 이해관계자들에게 가장 친숙한 언어로 작성되어야 함
- 범위 규정(Define the Scope)
  - 중소기업은 COP를 작성할 때 대기업과 동일한 수준의 자세하고, 광범위한 정보를 제공하지 않아도 됨
  - 또한 기업별, 업계별로 해결 과제 및 사안에 차이가 있으므로, 모든 COP에서 10대 원칙 모두를 똑같은 정도로 다룰 필요는 없음
  - COP 요구사항을 준수하기 위해 모든 것을 총망라한 독립적인 지속가능성 보고서를 준비할 필요는 없음
- 기업 고유의 경영 환경에 따라 달라질 수 있으나, 일반적으로 2~3페이지 정도의 분량이면 충분하다고 할 수 있음

○ 연관성 규명(Make the Connections)

- 10대 원칙과 기업의 비전 및 전략간의 연관성을 이해할 수 있도록 10대 원칙을 면밀히 검토해야 함

○ 기존 시스템을 이용(Don't Start from Scratch)

- 기업들이 이미 10대 원칙과 관련된 활동에 참여하는 경우, 종업원, 정부, 투자자, 업계 등에 대한 보고를 위해 기존에 사용 중인 측정 및 보고 시스템을 활용하도록 함

○ 구체적 진술(Be Specific)

- 10대 원칙에 대한 모든 내용을 하나의 포괄적인 문장으로 포현해서는 안됨
  - “공급업체를 위한 교육 프로그램을 실시하고 있음”과 같이 포괄적 설명이 아닌 “50개 공급업체에 대해 누출 대응 작업(spill response performance)을 개선하기 위한 교육을 실시하였음”과 같은 구체적인 설명 방식을 사용해야 함

○ 자회사 보고서(Subsidiary Reporting)

- 10대 원칙의 이행에 참여하는 자회사를 대신해 다국적 기업의 본사가 보고서를 제출할 수는 있으나, 동 보고서에는 해당 자회사가 실천에 옮긴 구체적인 행동 및 지표(indicators)가 반드시 모두 포함되어야 함

○ 10대 원칙을 중심으로 한 보고서 구성

- COP는 10대 원칙의 이행 상황이 분명하게 설명될 수 있도록 구성되어야 함
  - 이를 위해 일부 기업에서는 색인이나 목차를 통해 독자가 해당 페이지로 직접 이동하여 특정 원칙에 관한 정보를 찾아볼 수 있도록 하고 있음
  - 그러나 기본 원칙 자체의 순서대로 보고서를 구성하는 방법이 가장 효과적인 것으로 인정되고 있음

### (3) COP 제출 및 미제출시의 조치

- 아래에서는 COP의 첫 번째, 후속, 미완성(incomplete) 제출과 관련한 요구사항에 대해 간략히 설명하고자 함

#### ① 첫 번째 COP 제출

- Global Compact의 참여 기업들은 가입일로부터 2년 이내에 첫 번째 COP를 제출해야 할 의무가 있음
  - 기한 내 COP를 제출하지 못한 기업은 Global Compact 웹사이트에 COP 비공유단체(non-communicating)로 분류됨
  - 이러한 COP 미제출 기업들에게는 1년간의 유예기간이 주어지는데, 유예기간 동안에도 COP를 제출하지 않았을 경우 Global Compact의 참여 단체 데이터베이스에서 제명됨과 동시에 웹사이트의 비활동단체 명단에 등록됨

#### ② 후속 COP(Subsequent COP) 제출

- 모든 후속 COP의 제출 기한은 이전 COP의 제출일로부터 1년 이내임
  - 기한 내 후속 COP를 제출하지 못한 기업은 Global Compact 웹사이트에 COP 비공유단체(non-communicating)로 분류됨
  - 이전 COP 제출일로부터 2년 이내에 후속 COP를 제출하지 못한 기업은 Global Compact의 참여단체 데이터베이스에서 제명됨과 동시에 웹사이트의 비활동단체 명단에 등록됨

#### ③ 미완성 COP(Incomplete COP) 제출

- Global Compact 사무국은 지속적 개선을 위한 접근 방식을 지향하고 있기 때문에 미완성 COP로 생각되는 보고서를 수용하는 경우가 있음

- 그러나 미완성 COP를 제출하는 기업에게는 후속 COP 제출시 미완성 부분에 대해 보완하여 보고하도록 통지함
  - 통지를 받은 기업의 후속 COP가 미완성 부분을 전혀 보완하지 않은 경우에는 요구사항이 반영될 때까지 동 기업을 비활동 단체로 간주할 수 있음
- Global Compact 웹사이트에서는 자세한 안내 자료, COP 데이터베이스 검색 및 COP 모범 사례 등을 제공하고 있음

### 3) 참여의 극대화(Maximizing Engagement)

- 기업이 Global Compact에 참여할 수 있는 일차적인 방법은 기본 원칙을 기업의 사업 전략 및 경영에 내재화하는 것임
- 이외에도 Global Compact은 기업들이 참여로 인한 혜택과 가치를 극대화할 수 있도록 다양한 활동 기회를 제공하고 있음
  - 기업들은 아래 다섯 가지 영역에 있어 참여를 확대하는 방안을 고려해 볼 수 있음
    - 파트너십(Partnerships)
    - 지역 네트워크(Local Networks)
    - 지지 및 인식의 확산(Advocacy and Awareness-Raising)
    - 정책 토론 및 학습(Policy Dialogues and Learning)
    - 협력 활동(Collective Action)
- 물론 기업의 시민정신 추구를 위한 여정에서 Global Compact에 참여하고 있는 기업들이 놓여 있는 위치는 제각기 다를 수 있음
- 중소기업과 대기업의 참여 수준 및 10대 원칙의 이행 속도는 차이가 날 수 있으며, 일부 중소기업의 이행 수준이 대기업을 앞서기도 함

- 참여 기업들이 따라야 할 특정 패턴이나 강도(intensity)가 정해져 있는 것은 아니며, 성실히 참여하고 정보를 공유하는 것이 중요함

### (1) 파트너십(Partnerships)

- Global Compact에서는 기업에게 10대 원칙의 이행과 더불어 파트너십 프로젝트에 참여하여 UN의 더 큰 목표들, 특히 밀레니엄개발목표(Millennium Development Goals)를 후원하도록 요청하고 있음

※ 밀레니엄개발목표 - 2000년 9월 뉴욕 UN 본부에서 채택된 빈곤 타파에 관한 범세계적인 의제로, 당시에 참가했던 191개의 UN 회원국은 2015년까지 빈곤의 감소, 보건, 교육의 개선, 환경보호에 관해 지정된 8가지 목표를 실천하는데 동의하였으며 주요 내용으로는 ① 극심한 빈곤 및 기아 퇴치, ② 초등교육의 완전보급, ③ 성평등 촉진 및 여권 신장, ④ 유아 사망률 감소, ⑤ 임산부의 건강개선, ⑥ 에이즈, 말라리아 등의 질병과의 전쟁, ⑦ 환경 지속가능성 보장, ⑧ 발전을 위한 전 세계적인 동반관계의 구축을 들 수 있음

([www.un.org/millenniumgoals](http://www.un.org/millenniumgoals))

- 기본 원칙의 내부적 이행 독려와 대외적 파트너십 참여라는 Global Compact의 두 가지 상호 보완적 목표는 Global Compact가 지향하는 모범적 기업 시민정신의 포괄적(comprehensive) 모델을 구성함
- 기업, 시민사회, 정부 간 파트너십은 Global Compact 기본 원칙에 구체화되어 있는 보편적 가치를 구심점으로 하여 수행될 때 가장 생산적이라고 할 수 있음
- 파트너십의 기본 개념은 민간 부문과 공공 부문 간 공통 영역을 찾아내고, 민간 부문이 소유한 기술과 전문지식을 개발 사안에 대해 공공 부문이 소유한 정당성(legitimacy) 및 지식과 결합하는 것이라고 할 수 있음
- 파트너십 구축은 보건, 교육, 지역사회 개발 등 민간 부문의 참여자와 공공기관이 상생의 관계(win-win relationships)를 형성할 수 있는 분야에 초점을 두고 있음

- 서로 다른 부문간의(Cross-sectoral) 파트너십을 활용한다면 한 조직 또는 한 부문이 해결하기에는 힘든 과제를 함께 극복해낼 수 있으며, 자원 및 역량을 혁신적으로 결합하여 더욱 효과적인 문제 해결 방안을 모색할 수 있게 됨
  - 파트너십은 각기 다른 조직들이 보유하고 있는 상호보완적 강점과 능력을 결합하고, 활용하여 서로를 지원할 수 있도록 해주므로, 참여 주체들은 협력을 통해 자신들의 개별 목표 달성 노력에 더욱 박차를 가할 수 있음
- 파트너십 유형에는 다음의 세 가지가 있음
  - ① 지지 및 정책 토론 파트너십(advocacy and policy dialogue partnerships)
    - 민간 부문 파트너들이 다른 이해관계자들과 함께 각기 다른 사안을 옹호하고, 주창하고, 해결하는 데 주도적 역할을 수행하는 파트너십을 형성
      - 기업은 정부 및 규제 당국과 파트너 관계를 형성할 수도 있고, 다양한 부문의 이해관계자들과 합리적인 토론 및 협력 활동(collective action)에 참여할 수도 있음
  - ② 사회투자 및 자선 파트너십(social investment and philanthropy partnerships)
    - 민간 부문이 재정적 지원을 제공하거나, 자원 봉사자 또는 전문가를 지원하며, 물품 기부 등 현물기부(in-kind contributions)를 할 수 있음
  - ③ 핵심 사업 파트너십(core business partnerships)
    - 파트너들이 서로 협력하여 고용을 창출하고, 기업가정신을 함양하고, 경제 성장에 기여하고, 조세 수익을 창출하고, 사회·환경 또는 윤리 규범을 준수하고, 좋은 상품과 서비스를 적절한 가격에 제공할 수 있음
- 기업이 UN에 참여할 수 있는 진입점(entry point)이라는 Global Compact만의 독특한 특성 덕분에 Global Compact는 전 세계적으로 수백 개의 효과적인 파트너십 프로젝트를 진행하고 있음

- Global Compact 사무국의 운영상의 유연성 및 해결 방안의 실용성을 중시하는 특성으로 인해 기업들은 Global Compact에 참여하여 개발 프로젝트와 관련한 파트너십을 활성화하고자 함
- 파트너십에 관한 자세한 내용은 Global Compact 웹사이트에서 참조할 수 있음

## (2) 지역 네트워크(Local Networks)

- 지역 네트워크란 특정 지역 또는 산업 내에서 참여 단체들이 Global Compact 및 기본 원칙을 발전시키기 위해 구성된 느슨한 조정 및 운영 기구 성격의 참여자 모임을 말함
- 지역 네트워크의 역할은 다양한 국가, 문화, 언어 환경 안에서 Global Compact가 확고히 자리잡을 수 있도록 하고 Global Compact의 급속한 확산이 조직에 미치는 영향력을 관리할 수 있도록 지원하는 것이며, 이러한 역할의 중요성은 점차 증대되고 있음
  - 지역 네트워크의 역할은 일차적으로는 Global Compact에 참여하고 있는 기업들(지역 기업 및 외국계 기업의 자회사들)의 10대 원칙 이행을 독려하고, 다양한 이해관계자들의 참여 및 협력 활동의 기회를 창출하는 것임
  - 더 나아가서는 네트워크 안에서의 활동 및 행사를 통해 모든 참여 기업들이 풍부한 학습 경험을 쌓을 수 있도록 도와주고, UN의 더 큰 목표들을 지원하는 기업 활동을 장려하는 것임
- Global Compact는 전 세계 모든 지역과 연결되어 있기 때문에 진정으로 글로벌한 이니셔티브라고 말할 수 있음
  - 아시아, 중동, 아프리카에서부터 유럽과 아메리카에 이르기까지 수많은 국가와 지역에 Global Compact 지역 네트워크가 형성되어 있음

- 2006년 한 해에만 인도네시아, 모로코, 우크라이나, 스리랑카, 도미니카공화국, 아르메니아, 그루지야, 몰도바, 벨로루시, 나이지리아, 볼리비아 등 무려 11곳에 지역 네트워크가 구축되었으며, 이는 책임 있는 기업 행동의 개념과 협력 활동의 가치가 점점 더 많은 지역 및 문화에서 인정받고 높이 평가되고 있다는 것을 말해 주고 있음
- 지역 네트워크는 많은 다양한 활동에 참여하고 있음
  - Global Compact에서는 지역 네트워크가 특히 그 지역의 상황과 관련된 사안을 발굴하고, 그 사안에 대해 더 중점적으로 활동하도록 권장함
  - 지역 네트워크의 활동 예시
    - 지역 파트너십을 구축하고 학습 활동, 토론 및 파트너십 프로젝트의 수행을 지원
    - 현지 언어로 학습 자료를 작성
    - 현지의 우수사례를 보급
    - 우선 과제에 대한 전국적 캠페인 실시
    - 핵심 사안에 대한 회의, 세미나, 워크숍 등의 개최
- 지역 네트워크는 점차 지역 차원에서의 협력을 증대시키고, 협력 활동을 수행하며, 특정한 문화적 환경 내에서의 학습능력 및 우수사례 공유를 확대시켜 나가고 있음
- 전 세계의 지역 네트워크 대표자들은 매년 개최되는 지역 네트워크 포럼(Annual Local Networks Forum)을 통해 정기적인 만남을 갖고 있음
  - 참여 주체들은 동 포럼을 통해 네트워크 구축에 대한 서로의 경험을 나누고, 이행 상황을 검토 및 비교해 보며, 우수 사례를 발굴하고, 지역 네트워크의 효과를 증대시키기 위한 전략적 권고사항을 채택함

## ○ 지역 네트워크가 갖추어야 할 기본 사항

- 기업이 주도하되, 정부 등 여타 다른 부문들을 포함해야 함
- 해당 지역 네트워크 승인 하에 Global Compact 사무국 및 Global Compact 광역 네트워크와 교류할 중심점(focal point)을 설립할 것
- 기업과 관계없는 주체들(non-business actors)에게 학습, 토론 활동, 프로젝트 및 파트너십에 참여하도록 권장하는 등 다양한 이해관계자들의 참여를 독려할 것
- 참여기업들의 COP 작성을 위한 노력을 적극 지원할 것
- 기본 원칙과 관련된 새로운 사안에 대해 토론을 활성화할 것
- 기금을 마련할 것
- 연차 활동보고서(Annual Activities Report)를 작성할 것

## ○ 지역 네트워크 및 활동에 관한 자세한 내용은 Global Compact 웹사이트에서 참조할 수 있음

**(3) 지지 및 인식의 확산(Advocacy and Awareness)**

- Global Compact에 가입한 기업들은 보도 자료, 연설 및 기타 수단을 통해 Global Compact 및 10대 원칙에 대한 공개적 지지의사를 표명해야 함
  - 기업들의 이러한 지지 의사 표명이 로비 또는 행동주의 등의 형태로 나타날 필요는 없음
  - 기업들은 인권 및 Global Compact 원칙들을 존중하도록 공급업체들을 심사하고 교육함으로써 지지 의사를 표현할 수도 있음
  - 기업들은 COP의 발간 및 배포를 통해 Global Compact의 보편적 가치가 담긴 메시지를 수많은 이해관계자들에게 전달할 수 있음

### 〈참고 3〉 Global Compact 로고 사용

- Global Compact 사무국은 참여 단체들의 Global Compact에 대한 참여를 증진시키기 위해 Global Compact 로고를 사용하도록 권장하고 있음
  - Global Compact 로고의 사용 권한은, 참여 기업의 활동 목적이 Global Compact의 목적 달성과 관련되는 경우에는 인정될 수 있으나, Global Compact 사무국이 특정 기업의 활동, 제품, 서비스를 보증 또는 승인하는 방식으로 로고를 사용할 경우에는 로고 사용이 절대 허락될 수 없음
- Global Compact 사무국은 상업적 목적을 포함한 그 밖의 목적으로 로고를 사용할 수 있도록 하기 위해 “우리는 Global Compact를 후원합니다”라는 로고를 개발하였으며, 로고 사용이 비례원칙(propportionality)과 같은 일정 기준을 충족하는 경우, 그리고 Global Compact이 특정 제품을 승인한다는 함의가 없을 경우에 한해 광고 및 고정물(stationary)에 대해 로고 사용을 인정해 주고 있음
- 각각의 경우 로고를 사용하기 위해서는 Global Compact 사무국으로부터 사전에 서면 동의를 받아야 하며 로고 사용에 관한 Global Compact 정책을 준수해야 함  
([http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/gc\\_logo\\_policy.html](http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/gc_logo_policy.html))
- 로고 사용에 관한 정책 준수 사항은 Global Compact 순수성 유지 방안(Global Compact’s Integrity Measures)의 일부임을 주지해야 함  
(<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/integrity.html>)

#### (4) 정책 토론 및 학습(Policy Dialogues and Learning)

- 매년 전 세계적으로 다양한 Global Compact 관련 행사가 개최되고 있는데, 이는 당면 과제들을 해결하기 위한 실용적 해결 방안을 학습하고 개발하기 위해 마련된 것임
  - 정책 토론 및 학습은 지역 네트워크 주도하에 지역 차원에서 이루어지거나 광역 또는 세계적 차원에서 이루어기도 함
  - 지금까지 브라질, 인도, 중국에서 국제 행사가 열렸으며 가장 최근에는 가나에서 개최되었음
- Global Compact 사무국에서는 학습 및 정책 토론의 발전을 도모하고자 세 가지 주요 활동을 활용하고 있음

##### ① 학습포럼(Learning Forums)

- Global Compact는 전 세계적으로 세계화 및 기업의 시민정신과 관련된 구체적인 사안을 중점적으로 다루는 일련의 행동지향적 학습포럼을 정기적으로 개최하고 있음
- 동 모임을 통해 기업, UN 기구, 노동계, NGO 및 기타 단체 등이 한 자리에 모여 우수사례를 공유하고 당면 과제에 대한 해결 방안을 마련하고 있음

##### ② 정책토론(Policy Dialogues)

- 토론 과정은 새롭게 부각되고 있는 문제를 찾아내고, 다양한 이해관계자들의 신뢰 및 상호작용을 향상시키고, 정책입안자들(policy makers)과 함께 지지를 강화할 수 있도록 도와줌
- 정책토론은 상호 이해 및 문제 해결을 위한 국제적 논의 무대(platform)로, 지금까지 다루어진 사안으로는 “갈등 영역에서의 민간 부문의 역할(The Role of the Private Sector in Zones of Conflict)”, “기업과 지속가능발전(Business and Sustainable Development)”이 있으며, 가장 최근에는 “직장에서의 차별 해소 및 평등 도모(Combating Discrimination and Promoting in the Workplace)”가 있음

③ 정상 회담(Leaders Summit)

- Global Compact 사무국은 참여 기업들의 최고 경영자, 국제 노동단체, 시민사회 및 UN기구의 대표들, 고위 공무원 등이 한 자리에 모여 Global Compact의 이행 상황 및 향후 전략적 방향에 대해 논의할 수 있는 정상회담을 3년마다 개최하고 있음
- 동 정상회담은 UN 사무총장이 주재함 ([www.globalcompactsummit.org](http://www.globalcompactsummit.org))
- Global Compact 사무국은 참여 주체들이 토론 및 교육 행사에 참여하여 해결 과제 및 문제점(dilemmas)에 관한 경험을 서로 공유하고, 우선 과제와 관련된 향후 참고자료를 개발하는 데 기여하도록 적극 권장하고 있음

(5) 협력활동(Collective Action)

- 기업들은 다른 기업들과 함께 협력활동에 참여할 수 있음
- 협력활동은 '공정경쟁의 장(level playing field)'을 만드는 데 있어 효과적인 수단이 될 수 있으며, 지역의 기업관행(business practices)에 대해 한 기업보다 더 큰 영향력을 행사할 수 있음
  - 동종 업계 또는 동일 지역에서 활동하는 다른 기업들이 우수사례(good practices)를 실천하기 위해 열심히 노력한다는 사실을 알게 되면 상호 신뢰(mutual confidence)가 구축되고 기업의 행동 변화를 유발할 수 있음
  - 또한 다른 기업과의 협력은 핵심 과제 파악 및 그에 대한 혁신적 해결책 마련에도 기여할 수 있음
- 최근에 기업들이 참여하고 있는 주목할 만한 협력활동의 예로는, 추출산업 투명성 이니셔티브(EITI: Extractive Industries Transparency Initiative), 지불 내역 공개 이니셔티브(Publish What You Pay Initiative), 인권에 관한 기업 지도자 이니셔티브(BLIHR: Business Leaders Initiative on Human Rights) 및 안전과 인권에 관한 임의 원칙(Voluntary Principles on Security and Human Rights) 등이 있음

## 다. UN Global Compact와 GRI의 연계

☞ 이 글은 “Making the Connection : Using the GRI’s Reporting Guidelines for the UN Global Compact’s Communication on Progress”를 번역, 정리한 것임

### 1) UN Global Compact와 GRI의 연계

- GRI G3 가이드라인을 활용하면 핵심적인 방법으로 Global Compact 참여주체들과 이해관계자들의 커뮤니케이션을 강화할 수 있음
- G3 가이드라인은 Global Compact 원칙의 이행 정도 및 성과 등 Global Compact의 핵심적 측면들을 다루고 있음
- GRI 지표 및 공시 내용들은 보고 조직들이 전략 및 비전, 경영 시스템, 기타 현황 정보 등 적절하고 관련이 있는 사항에 대해 성과 및 실적을 보고할 수 있도록 설계되어져 있음
- G3 가이드라인은 Global Compact 원칙의 내용을 충실히 담고 있는 것 이외에도 보고 조직이 보고와 관련된 다양한 사항들에 대해 적절한 결정을 내려 COP의 질을 향상시킬 수 있도록 지침을 제공하고 있음
- G3 가이드라인은 기업들이 각자의 상황에 맞추어 보고 수준을 조절할 수 있도록 하는 점진적 접근방식을 제공함
  - 이는 COP의 토대가 되는 지속적 개선의 개념과도 일맥상통하는 부분임
- 지난 10년간 GRI 가이드라인에 축적된 노하우는 Global Compact 원칙에서 다루고 있는 사안들의 성과를 어떻게 평가할 것인가와 관련하여 전 세계, 다양한 이해관계자의 견해를 제공하고 있음

- Global Compact와 GRI 모두 ‘지속적 개선’을 장려하고자 하는 의도로 출발한 만큼, 보고의 품질과 범위에 대한 접근방식에 있어 활발한 협력이 이루어지고 있음
- Global Compact와 GRI는 COP 보고서 또는 GRI 가이드라인 등 각각의 프레임워크 하에 제출된 보고서에 대해서는 그 정확성을 판단하지 않고 있음
- 그러한 이유로 Global Compact와 GRI는 제출된 보고서의 질을 평가하지 않고 프레임워크의 적용 정도를 평가하는 ‘Global Compact의 우수 COP(Global Compact Notable COP)’ 및 ‘GRI 적용 수준(GRI Application Level)’ 등의 프로그램을 별도로 개발하였음
  - 위의 두 프로그램들은 매우 유사하게 구성되어 있어 상호간의 정보 공유가 가능함
- GRI의 새로운 G3 보고 가이드라인에는 연속적인 보고 주기 동안 보고를 점차적으로 발전, 확대, 심화시키는 방안을 제시해 주는 ‘적용 수준(Application Level)’ 시스템이 포함되어 있음
- 적용 수준은 보고 조직이 보고서를 작성하는 과정에서 GRI 보고 프레임워크의 어떤 요소를 적용하였는지를 보고서 독자들에게 알려줄 수 있는 시스템을 제공함
- 적용 수준은 A, B, C 세 가지로 구분되는데, A는 GRI 보고 프레임워크의 보고 기준을 가장 높은 수준으로 폭넓게 적용했다는 것을 의미하고, C는 가장 낮은 수준으로 적용했다는 것을 의미함
  - 각 수준별 요구 사항에 대해서는 GRI 웹사이트를 참조 바람
- Global Compact 사무국에서는 보고 주체들이 고품질의 이행 성과 보고서를 개발하도록 장려하기 위해 COP 보고서를 위한 ‘우수(Notable)’ 범주를 고안하였음

- COP 보고서가 Global Compact의 COP 방침에서 요구하는 기준을 충실히 따르고, 10대 원칙의 이행을 위한 기업의 행동에 대해 정보를 충분히 제공하는 경우, '우수' COP로 지정될 수 있음
- 보고서가 3년 연속 '우수' 등급으로 분류되면, 해당 기업은 '최우수 COP 보고 기업'(COP Champion)으로 인정되는 영예를 차지할 수 있게 됨
- 최우수 COP 보고 기업에게는 Global Compact 원칙 이행의 초기 단계에 있는 다른 기업들의 멘토(mentor)로 활동할 수 있음
- '우수' COP 목록은 Global Compact 웹사이트에 게시되어 있음
- 또한 적용 수준(Application Level) 접근 방식은 COP 보고 조직이 점차 보고 범위를 확대해 나가는 데 유용할 수 있기 때문에, GRI 적용 수준 중 A 등급을 획득한 COP/G3 보고서는 자동적으로 '우수 COP' 자격이 부여됨
- 아래 제시된 <표1>은 GRI 공시안이 어떻게 COP 핵심 구성 요소를 포함하는지를 요약한 것임
- <표2>에는 10대 원칙이 직접적으로 어떻게 이행될 수 있는지, 그리고 동 원칙들이 GRI 지속가능성보고서 전반에 걸쳐 어떻게 구성되어 있는지에 대한 내용이 자세하게 요약되어 있음

〈표 1〉 COP 구성 요소와 G3 가이드라인 간 비교 요약

COP 구성 요소	G3 가이드라인 공시안
CEO 또는 고위 경영진이 직접 작성한 Global Compact에 대한 <u>지속적 지지 서약문</u>	<p><u>전략 및 분석</u> Global Compact에 대한 지지 및 기업 전략에 대한 10대 원칙의 영향력을 CEO 서신에 명시</p>
기업 경영에서 Global Compact 원칙을 이행하고자 마련한 기업의 <u>방침, 이행 서약 및 시스템</u> 에 대한 참고 자료, 링크 또는 설명서	<p><u>지배구조, 이행 서약, 참여</u> 미션 또는 가치에 대한 진술, 행동강령, 헌장, 지속 가능성 사안 해결에 도움을 얻기 위해 기업이 참여하고 있는 기타 이니셔티브 등에 대한 구체적 진술 및 최고 의사결정 기구의 전략 수립 과정, 위험과 기회에 대한 정의 등은 10대 원칙에 대한 이행 의지 표명 수단으로 활용될 수 있음</p> <p><u>경영 방식 공시</u> 인권 등 각 범주별로 기업의 경영 방식을 검토하여 10대 원칙의 이행 현황에 대한 정보 제공</p>
10대 원칙 이행을 위해 기업이 전년도에 <u>실제 수행한 활동</u> 에 대한 <u>구체적 진술</u>	<p><u>경영 방식 공시 및 성과 지표 선정</u> 경영 방식 설명에는 실제 활동 사항에 대한 진술이 포함될 수 있으며, 또한 성과 지표를 잘 선정하여 정량적 데이터 이외에 이행 활동에 대한 구체적 설명을 추가할 수 있음</p>
표준 지표 또는 측정 기준(metrics)을 최대한 적용시킨 <u>성과 측정</u>	<p><u>성과 지표</u> 성과 지표를 통해 경제, 환경, 사회 부문에서의 성과 및 결과를 보여줄 수 있으며, Global Compact 원칙에 대한 성과는 하나 또는 여러 개의 GRI 지표에 반영되어 있음</p>

## 2) COP/G3 보고서 작성 방법

- 지속가능성 보고서 또는 COP 보고서의 작성 방법이 하나로 정해져 있는 것은 아님
- 기업들이 보고서 작성법을 계속해서 혁신해 나감에 따라 보고서 관련 분야는 급속도로 발전하고 있음
- 따라서 Global Compact 참여 기업들에게 COP 요구사항을 충족시켜 주는 유일한 보고서 작성법을 제시한다는 것은 불가능함
- 아래 제시된 <표2>는 규정이나 체크리스트가 아니며, 이는 COP 보고서를 G3 기반의 지속가능성보고서로 통합시키기 위해 마련된 구체적 지침이라 할 수 있음
- 첫 번째 열의 '보고 섹션'은 GRI G3 가이드라인의 '표준 공시안'\*(Standard Disclosure) 섹션에서 발췌하였음
  - ※ 표준 공시안에는 지속가능경영 보고서에 포함시켜야 할 기본적인 내용으로 세 가지 유형의 공시를 다루고 있음
    - 프로필 : 전략, 프로필, 지배구조 등 조직의 성과를 이해하기 위한 전체적인 배경을 설정
    - 경영 방식 : 특정 영역에서의 성과를 이해하기 위한 배경을 마련하고자 보고 조직이 해당 주제 범위를 어떻게 다루는지 설명
    - 성과 지표 : 조직의 경제/환경/사회 성과에 대해 비교 가능한 정보를 제공하는 지표
- <표2>에 제시된 가이드라인 체계를 따라 보고서를 작성하는 것은 좋은 방안이 될 것임

〈표 2〉 GRI 가이드라인 체계를 활용한 COP 작성

GRI G3 공시 섹션	GRI G3 공시	COP와의 연관성	관련 COP 구성 요소
전략 및 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>●프로필 공시 1.1 -최고 의사 결정권자 (예:CEO, 회장 또는 동급 임원)가 보고 조직 및 전략 과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문</li> <li>●프로필 공시 1.2 -주요 영향, 위험 요인 및 기회에 대한 기술</li> </ul>	<p>CEO/ 단 체 장 의 Global Compact에 대한 지속적 이행 의지를 최초 서신 (opening letter)에 명시해야 함</p> <p>또한 CEO 서신에는 주요 영향, 위험 요인 및 기회 등 Global Compact 10대 원칙(이하 GC 원칙)이 조직 전략 및 경영에 미친 영향을 기술할 수 있으며, 원칙을 이행하기 위한 주요 활동 및 성과에 대한 설명이 포함될 수 있음</p>	지속적 지지를 표명한 선언문
조직 프로필	<ul style="list-style-type: none"> <li>●프로필 공시 2.1-2.10</li> </ul>	보고 조직의 규모, 특성 및 소재지에 대한 설명은 GC 원칙과 관련된 활동 및 성과를 이해할 수 배경을 제공해 줌	해당 사항 없음
보고서 매개변수	<ul style="list-style-type: none"> <li>●프로필 공시 3.1-3.13</li> </ul>	보고 범위에 대한 설명을 통해 독자는 보고 수준 및 범위 파악할 수 있음	해당 사항 없음
지배구조, 이행서약, 참여	<ul style="list-style-type: none"> <li>●프로필 공시 4.8 -경제/환경/사회 성과 및 활동과 관련하여 내부에서 마련한 미션/핵심 가치 진술문, 행동 강령 및 원칙</li> </ul>	이행 의지를 밝힌 선언문은 GC 원칙의 기준 하에 기업의 활동과 성과를 측정해 볼 수 있는 근거를 마련해 줌	기업이 GC 원칙을 기업경영에 반영하고자 마련한 참고 자료, 링크, 방침 및 이행의지에 관한 설명문

GRI G3 공시 섹션	GRI G3 공시	COP와의 연관성	관련 COP 구성 요소
지배구조, 이행서약, 참여	<ul style="list-style-type: none"> <li>●프로필 공시 4.12 -경제/환경/사회 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브</li> <li>●프로필 공시 4.13 -협회(예: 산업 협회) 가입 현황 및 국내외 정책 기구 멤버십 획득 현황</li> </ul>		
지배구조, 이행서약, 참여	<ul style="list-style-type: none"> <li>●프로필 공시 4.1 -조직의 지배구조, 전략 수립, 전사적 감독 등을 책임지는 이사회 산하 위원회 포함</li> <li>●프로필 공시 4.9 -이사회가 경제/환경/사회 성과 파악 및 관리를 관장하는 절차 - 관련 위험 요소 및 기회, 국제적으로 합의된 표준, 행동 강령 및 원칙 준수 포함</li> <li>●프로필 공시 4.16 -참여 유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식 현황</li> </ul>	<p>Global Compact 관련 사항에 대한 이사회 감독 기능 수행은 GC 원칙 및 지속적 개선을 향한 조직의 이행 의지를 반영함</p> <p>조직들이 이해관계자들을 참여시키는 방안에 대해 설명함으로써 COP 공유 방법을 제시할 수 있음</p>	<p>해당 사항 없음</p> <p>기업의 이해관계자들과 COP 보고서 공유</p>
경영방식 및 성과지표			

GRI G3 공시 섹션	GRI G3 공시	COP와의 연관성	관련 COP 구성 요소
경 제	<ul style="list-style-type: none"> <li>•EC2 -기후 변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회</li> <li>•EC5 -주요 사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금 비율</li> <li>•EC7 -주요 사업장의 현지인 우선 채용 절차 및 현지 출신 고위 관리자 비율</li> </ul>	<p>Global Compact는 경제적 이슈에 관한 보고를 구체적으로 요구하고 있지는 않지만, 경제적 성과는 조직 운영 상태를 파악하는 데 있어 근원적인 부분이라고 할 수 있음</p>	해당 사항 없음
환 경	<ul style="list-style-type: none"> <li>•환경과 관련된 경영 방식 공시</li> </ul>	<p>경영 방식의 설명은 GC 원칙에서 다루고 있는 환경 문제 해결을 위해 구축된 시스템을 파악할 수 있도록 정보를 제공해 줌</p> <p>성과 향상을 위한 경영 시스템 또는 구조상의 주요 변화(활동)에 관한 설명은 조직의 경영 방식 수준 및 GC 원칙에 대한 이행 의지를 보여 줌</p>	GC 원칙 7, 8, 9에 해당하는 시스템 및 활동

GRI G3 공시 섹션	GRI G3 공시	COP와의 연관성	관련 COP 구성 요소
환 경	<ul style="list-style-type: none"> <li>●프로필 공시 4.11 -사전예방적 접근방식의 채택 여부 및 채택 방식에 대한 설명</li> <li>●EN2 -재생 원료 사용 비율</li> <li>●EN5 -절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량</li> <li>●EN6 -에너지 효율적이거나 재생 가능 에너지 기반 제품/서비스 공급 노력 및 해당 사업을 통한 에너지 감축량</li> <li>●EN7 -간접 에너지 절약 노력 및 성과</li> <li>●EN10 -재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율</li> <li>●EN13 -보호 또는 복원된 서식지</li> </ul>	<p>운영 계획 또는 새로운 제품 개발과 도입에 따른 위험 관리에 대한 조직의 접근 방식을 설명함으로써 사전예방적 원칙 준수를 보여줄 수 있음</p> <p>G3 환경 지표를 이용한 보고서 작성은 기업들이 한층 강화된 환경적 책임을 수행하고 있다는 것을 강조해 줌</p> <p>계량적 지표(예: 배출량) 또한 사전예방적 원칙에 대한 정보를 제공해 줌</p>	<p>GC 원칙 7* 과 관련된 구체적 성과 *기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.</p> <p>GC 원칙 8* 과 관련된 구체적 성과 *기업은 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행한다.</p>

GRI G3 공시 섹션	GRI G3 공시	COP와의 연관성	관련 COP 구성 요소
환 경	<ul style="list-style-type: none"> <li>•EN14 -생물다양성 관리 전략, 현 행 조치 및 향후 계획</li> <li>•EN18 -온실가스 감축 노력 및 성과</li> <li>•EN21 -최종 배출지별 총 폐수 배 출량 및 수질</li> <li>•EN22 -형태 및 처리방법별 폐기물 배출량</li> <li>•EN26 -제품 및 서비스의 환경 영 향 저감 노력 및 성과</li> <li>•EN27 -판매된 제품 및 관련 포장 재의 재생 비율</li> <li>•EN30 -환경보호 지출 및 유형별 투자 총액</li> <li>•EN2 -재생 원료 사용 비율</li> </ul>	<p>G3 환경 관련 지표는 조 직의 친환경적 기술 개발 에 대한 접근 방식의 결과 를 파악할 수 있도록 정보 를 제공해 줌</p>	<p>GC원 칙9*와 관련된 구체적 성과 *기업은 환경친 화적인 기술의 개발과 확산을 촉진한다.</p>

GRI G3 공시 섹션	GRI G3 공시	COP와의 연관성	관련 COP 구성 요소
환 경	<ul style="list-style-type: none"> <li>•EN5 -절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량</li>   <li>•EN6 -에너지 효율적이거나 재생 가능 에너지 기반 제품/서 비스 공급 노력 및 해당 사 업을 통한 에너지 감축량</li>   <li>•EN7 -간접 에너지 절약 노력 및 성과</li>   <li>•EN10 -재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율</li>   <li>•EN18 -온실가스 감축 노력 및 성과</li>   <li>•EN26 -제품 및 서비스의 환경 영 향 저감 노력 및 성과</li>   <li>•EN27 -판매된 제품 및 관련 포장 재의 재생 비율</li> </ul>		

GRI G3 공시 섹션	GRI G3 공시	COP와의 연관성	관련 COP 구성 요소
<p>노동여건 및 관행</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•노동 여건 및 관행과 관련된 경영 방식 공시</li>   <li>•HR5 -결사 및 단체 교섭의 자유 가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무분야 및 해당 권리를 보장하기 위한 조치</li>   <li>•LA4 -단체 교섭 적용 대상 직원 비율</li>   <li>•LA5 -중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보 기간(단체 협약에 명시 여부 포함)</li>   <li>•HR4 -총 차별 건수 및 관련 조치</li> </ul>	<p>경영 방식의 설명은 GC 원칙의 노동 관련 사안의 해결을 위해 구축된 시스 템에 관한 정보를 제공함</p> <p>성과 개선을 위한 경영 시 스템 또는 구조상의 주요 변화(활동)에 대한 설명은 조직의 GC 원칙 이행 의 지를 반영함</p> <p>G3의 노동 및 인권 관련 지표는 결사의 자유 및 단 체교섭권 보장과 관련된 조직의 활동을 보여줌</p> <p>G3의 노동 및 인권 관련 지표는 차별 철폐와 관련된 조직의 활동을 파악할 수 있도록 정보를 제공해 줌</p>	<p>GC원칙 3, 6에 해당하는 시스 템 및 활동</p> <p>GC 원칙3*과 관련된 구체적 성과 *기업은 결사의 자유와 단체교 섭권의 실질적 인 인정을 지지 한다</p> <p>GC 원칙6*과 관련된 구체적 성과 *기업은 고용 및 업무에서 차별 을 철폐한다.</p>

GRI G3 공시 섹션	GRI G3 공시	COP와의 연관성	관련 COP 구성 요소
노동여건 및 관행	<ul style="list-style-type: none"> <li>•LA2 -직원 이직 건수 및 비율(연령층, 성별 및 지역별)</li> <li>•LA13 -이사회 및 구성 현황(성, 연령, 소수 계층 등 다양성 지표 기준)</li> <li>•LA14 -직급별 여직원 기본급에 대한 남직원 기본급 비율</li> </ul>		
인 권	<ul style="list-style-type: none"> <li>•인권과 관련된 경영 방식 공시</li> <li>•HR1-9</li> </ul>	<p>경영 방식의 설명은 GC 원칙의 인권 관련 사안의 해결을 위해 구축된 시스템에 관한 정보를 제공함</p> <p>성과 개선을 위한 경영 시스템 또는 구조상의 주요 변화(활동)에 대한 설명은 조직의 GC 원칙 이행 의지를 반영함</p> <p>G3의 인권 관련 지표는 국제적으로 선언된 인권 보호와 관련하여 조직의 성과를 파악할 수 있도록 정보를 제공해 줌</p> <p>이들 지표 중 일부는 GC 원칙과 직접적으로 관련됨</p>	<p>GC원칙 1, 2, 4, 5, 6에 해당하는 시스템 및 활동</p> <p>GC 원칙 1* 과 관련된 구체적인 성과 *기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다.</p>

GRI G3 공시 섹션	GRI G3 공시	COP와의 연관성	관련 COP 구성 요소
인 권	<ul style="list-style-type: none"> <li>•HR1 -인권 보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자 협약 건수 및 비율</li>   <li>•HR2 -주요 공급업체 및 계약업체의 인권 심사 비율</li>   <li>•HR8 -업무와 관련한 인권 정책 및 절차 교육을 이수한 보안 담당자 비율</li>   <li>•HR7 -강제 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 강제 노동 근절을 위한 조치</li>   <li>•HR6 -아동 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 아동 노동 근절을 위한 조치</li> </ul>	<p>조직의 구체적 심사 및 교육 훈련 노력의 결과는 인권 침해를 방지하기 위한 기업의 노력을 보여줌</p> <p>위험 요인 파악 및 관련 조치는 강제 노동 철폐를 위한 조직의 노력을 보여줌</p> <p>위험 요인 파악 및 관련 조치는 아동 노동 철폐를 위한 조직의 노력을 보여줌</p>	<p>GC 원칙 2*와 관련된 구체적 성과 *기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.</p> <p>GC 원칙 4*와 관련된 구체적 성과 *기업은 모든 형태의 강제 노동을 배제한다.</p> <p>GC 원칙 5*와 관련된 구체적 성과 *기업은 아동 노동을 효과적으로 철폐한다.</p>

GRI G3 공시 섹션	GRI G3 공시	COP와의 연관성	관련 COP 구성 요소
사 회	<ul style="list-style-type: none"> <li>●사회와 관련된 경영 방식 공시</li>   <li>●SO2 -부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율</li>   <li>●SO3 -반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율</li>   <li>●SO4 -부패 사건에 대한 조치</li> </ul>	<p>경영 방식에 대한 설명은 반부패 척결을 위해 구축된 시스템에 관한 정보를 제공함</p> <p>성과 개선을 위한 경영 시스템 또는 구조상의 주요 변화(활동)에 대한 설명은 조직의 GC 원칙 이행 의지를 반영함</p> <p>G3 사회 관련 지표는 반부패와 관련된 조직의 성과를 파악할 수 있도록 정보를 제공해 줌</p>	<p>GC원칙10*과 관련된 구체적 성과 *기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.</p> <p>GC원칙10*과 관련된 구체적 성과 *기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.</p>

GRI G3 공시 섹션	GRI G3 공시	COP와의 연관성	관련 COP 구성 요소
<p>제품 책임</p>	<p>•PR3 -절차상 필요한 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보 요건에 해당되는 주요 제품 및 서비스의 비율</p> <p>•PR4 -제품/서비스 정보 및 라벨링과 관련된 규제 및 자발적 규칙 위반 건수(결과 유형별)</p>	<p>Global Compact는 제품 책임 사안에 관한 보고를 구체적으로 요구하고 있지는 않지만, 제품/서비스 정보 및 라벨링 공시를 통해 환경적 책임을 달성하기 위한 조직의 노력을 보여줄 수 있음</p>	<p>해당 사항 없음</p>

## 2. 기업의 사회적 책임

### 가. 기업의 사회적 책임에 대한 21세기의 연구 주제

- ☞ 미국 Brigham Young 대학의 Paul C. Godfrey 교수와 Nile W. Hatch 교수가 공동집필하여 Journal of Business Ethics(vol. 70, 2007.1월)誌에 게재한 논문 “Researching Corporate Social Responsibility: An Agenda for the 21st Century”를 번역, 정리한 것임

#### 【요 약】

- 본 논문은 ‘기업의 사회적 책임’(Corporate Social Responsibility : CSR)을 한 마디로 정의하기가 용이하지 않은 개념으로 간주하면서 회계학에서부터 경영학 및 신학에 이르기까지 많은 분과학문들에 걸쳐 나타난 CSR의 현 상태를 검토하고 있음
- 글로벌화 및 다원화가 진전되고 있는 상황 하에서 CSR에 대한 이해를 제고하기 위해서는 기업 실무 경영자들이 사회참여를 위해 행하는 미시적 차원의 자원 배분 과정을 이론화하고 이해관계자 및 주주의 이익을 위해 행한 사회참여의 결과를 측정할 수 있는 보다 세련된 방법이 강구되어야 함을 강조
- 아울러 학문은 비서구적인 철학 및 경제적 관점들을 폭넓게 포괄해야 할 뿐만 아니라 다양한, 그리고 심지어는 순응적이지도 않은, 이해관계자들의 영향력까지도 설명하여야 함을 강조
- 본 논문은 각 분과학문이 다루고 있는 CSR의 현황에 대한 검토 결과를 토대로 연구자들이 CSR과 관련된 실무분야의 발전에 따라 다루어야 할 다섯 가지의 과제들을 제기하면서

- 그리고 본 논문은, 제기한 과제들이 중요한 기업 연구 분야의 세부사항에 대하여 더욱 심사숙고하고 더욱 엄밀하고 세심한 주의를 기울이는 계기가 되기를 기대하고 있음

## 1) 서론

- 기업의 사회적 책임(CSR)은 학술 문헌상으로 명확히 정의되지 않은 개념으로서, 이는 ‘기업이 순수한 영리활동 차원을 넘어 사회에 대한 책임을 가지고 있다.’는 비교적 단순한 아이디어로부터 생성되었는데, 그 이후 학자들은 의사소통이 가능한 공용어(common language)의 형성을 도외시한 채 하나의 확실한 패러다임 완성에만 골몰하고 있는 실정임.
- Carroll(1999)은 학술 문헌상의 CSR에 대한 서로 다른 25개의 개념 정의들을 검토하여 발표하였는데, 다양한 개념정의 때문에 CSR의 추진 및 측정 방법에 대하여 혼동을 초래함
- 하나의 합의된 개념 정의가 없어 CSR과 CFP(Corporate Financial Performance : 기업의 재무적 성과) 사이의 가설적 연결성에 대하여 지지 또는 반대할 수 있는 확고한 실증적 연구결과가 미흡함
- Margolis와 Walsh(2001)는 CSR과 CFP의 개선 간의 연결성을 규명하려고 90개가 넘는 실증적 연구들을 분류해보았으나, 뚜렷한 연결성을 찾지 못하였음
- 위와 같이 CSR과 CFP 간에 정확한 연결성이 없는 이유에 대하여 본 논문은 ‘사회적으로 책임 있는 행동’과 ‘더 넓은 개념인 CSR’ 간의 관계를 설명하는 명확한 모델이 없었기 때문임을 제시
- 이러한 학문상의 혼동에도 불구하고, CSR은 경영실무에 있어서 그 중요성이 지속적으로 증대되어 왔음
- 1953년 미국 New Jersey주 대법원의 결정(A. P. Smith Manufacturing Co. v. Barlow, et al., 1953)으로 기업의 자선 행위가 합법화된 이후로 기업의 사회 참여 행위가 어떤 형태로든 기업계의 공통된 관행으로 정착되어 오고 있음

- WRI(World Resources Institute), AccountAbility, GRI(Global Reporting Initiative), ISO(International Standards Organization), UN 등과 같은 비정부 조직들(NGOs) 모두가 기업들의 사회적 참여 및 성과 제고를 주창함에 따라 기업 관련 국제적 규범들은 CSR이 기업 관행의 주류가 되는 방향으로 진전 되어가고 있음
- 본 논문은 CSR을 전문경영인, 특수이해관계자 집단 및 정부 정책입안자들에게 실용적으로, 규범적으로 계속 호소력을 가지는 경험적 실재(empirical reality)로 간주하고 있음
- 또한 본 논문은 'CSR이란, 기업의 명시적인 경제적 이익을 넘어선 보다 넓은 의미의 사회 이익을 추구하는 행위로서 법에 의해 강제되지 않는 것'이라고 정의한 McWilliams 과 Siegel(2001)의 견해를 수용하고 있음
- 본 논문은 이러한 견해에 입각하여 다음과 같은 2가지의 목표를 설정하고 있음
  - 첫째, 학자들에게 회계학에서부터 신학에 이르기까지의 다양한 분과학문들에서 제시되고 있는 CSR에 관한 현재의 관점들을 개략적으로 제시하고자 함
  - 둘째로, 다양한 문헌의 검토 결과를 토대로, 어렵고 도전적이지만 반드시 해답을 구해야 하는 다음과 같은 5가지의 과제를 제기하고자 함
    - 1) 재무적 손익(Financial Payoff)
    - 2) 이해의 균형(Balance)
    - 3) 이기적인 이해관계자(Selfish Shareholders)
    - 4) 대체(Substitution)
    - 5) 국제적 확장(Global Expansion)

## 2) 기업의 사회적 책임 : 주요 관점의 현황(CSR : the state of thinking)

- CSR의 논의에 있어서 2개의 주요한 분과학문이 대척점을 형성하고 있는데, (기업에 초점을 맞추고 있는) 경제학과 (사회적 책임에 초점을 맞추고 있는) 철학이 바로 그것임
  - CSR 관련 논자들은 이러한 두 가지의 극한적 관점의 요소들을 결합시키고, 기업의 사회에 대하여 책임을 구성하는 바가 무엇인지에 대한 다양한 모델, 논점 및 이론들을 창출하고 있음
  - 이러한 모델의 일부는 경제학과 도덕철학(moral philosophy)을 대립적인 힘 (opposing forces)으로 보고 있는데 반해 그 외의 다른 모델들은 상호보완적인 것으로 보고 있음
- <표1>은 이러한 이론 및 모델을 정치적 성향에 따라 맨 왼쪽의 순수 경제학적인 관점에서부터 맨 오른쪽의 순수 도덕적인 관점에 이르기까지 5가지의 범주로 구분하여 나타내고 있음
  - 좌우의 극단적 관점 사이에는 3가지의 중간적인 관점들을 분류하여 제시하였는데, 특정 문헌상의 아주 적은 지식이라도 다른 학문에 대한 연구와 대화를 촉진시킬 수 있다는 점을 기대하여 불완전하지만 가급적 많은 문헌들의 목록을 제시
- <표1>에서 알 수 있듯이, CSR에 관한 학문의 범주는 다양한 분과학문과 전문 실무분야가 망라되어 매우 광범위함
  - <표1>은 CSR과 관련하여 각 분야에서 많은 논쟁과 반대가 있었음을 보여주고 있고, 표에 나타난 참고문헌들은 여러 학문에 걸쳐 논쟁이 어떻게 이루어져 왔는가를 보여주고 있음
- 이러한 중간단계의 이론화 작업은 기업들이 종종 사회적 목표와 기업의 목표를 동시에 달성할 수 있는 현실 세계를 좀더 정확히 반영하게 됨

- ‘動因주도형 프로젝트’(cause-driven projects)의 논리는 기업이 사회적 책임을 지면 손익계산서 효과(income statement effect)\*나 저비용 생산을 통하여 기업의 복지에 기여하게 된다는 점을 주장하고 있음
  - \* 사회적 이익을 창출하는 기업은 도덕심이 있는 고객의 구매가 늘어나거나, 아니면 반대로 이러한 고객이 기꺼이 높은 가격을 지불함으로써 기업의 시가(cash value)를 높이는 효과
- 전략적 자선행위(strategic philanthropy)는 기업들이 다른 전략적 목표를 강화시킬 수 있는 장기적인 충성도, 합법성, 신뢰성 또는 브랜드 자산(brand equity) 등을 형성함으로써 얻어지는 대차대조표 효과(balance sheet effect)를 주장함
- 맨 왼쪽의 순수 도덕적 관점의 바로 옆에는 이해관계자 모델(stakeholder model)이 자리 잡고 있는데, 이는 기업이 사회참여를 하게 되면 많은 이해관계자 집단의 요구에 부응하기 위하여 기업의 수익성이 조정될 수 있고 경영자들은 이해관계자들의 요구들을 균형 있게 충족시키거나 상쇄시켜야 한다는 입장임
- 지금까지는 CSR과 관련한 많은 논의들의 주요 관점에 대하여 개략적으로 살펴보았으며, 지금부터는 향후 수년간 해답을 구해야 할 보다 근본적이고, 도전적이면서 다소 풀기 어려운 과제들에 대하여 우리의 관심을 집중하고자 함

<표 1>

	주주 자본주의	동인 관련 마케팅
CSR-CFP 관계성	- 부정적 관계	- “손익계산서 효과”를 통해 생성된 긍정적 관계
도덕적 전제: 주주 재산권	- 주주는 기업에 자본을 투입하고 기업의 잔여이익에 대하여 재산 청구권 보유 - 소유주의 동의 없이 재산처분 불가	- 주주들이 적극적으로 참여할 수 있는 한 재산권 위반 문제 없음
도덕적 전제: 사회 복지	- 기업은 대부분 경제적 재화의 생산을 통해 사회 복지에 공헌 (예: 제품, 서비스, 직업, 세입 등)	- 기업의 공헌은 사회의 복지와 기업의 손익계산서에 직접적이고 측정 가능한 영향을 미침 (예: 매출 증가, 단기적 사기 증가 등)
도덕적 기초: (미국)	- Dodge v. Ford Motor, 1919	
도덕적 기초: 재산권	- Locke류의 사유재산권 사상 (Locke, 1690/1988)	
도덕적 기초: 사회복지	- 공리주의(Bentham)	
시장 개념	- 자본시장	- 상품시장, 노동시장
대표적 분과학문	- 경제학 (Friedman, 1970; Riech, 1988; McWilliams and Siegel, 2001) - 재무관리(Guerard, 1997) - 법학(Berle, 1931; Easterbrook and Fischel, 1991; Minow, 1999)	- 법학(Buffett, 1997; Ostas, 2001) - 마케팅(cause-related marketing) (Varadarajan and Menon, 1988; Drumright, 1996; Mohr 등, 2001; Deshpande and Hithon, 2002) - 전략이론 (Porter and Van der Linde, 1995; Ford Foundation, 2001)
강 점	- 경영 의사결정, 투자 및 도덕적 책임에 필요한 정지규칙 제공 - 주주에 대한 경영자의 엄격한 책임 규정 - 기업의 공헌과 관련된 대리인 문제 완화	- 엄격한 책임완수를 통한 사회 공헌 - 자선단체 및 사회문제를 위한 보다 높은 수준의 공헌 및 책임
약 점	- 기업은 보다 큰 사회에서 독립적, 자율적이고 주주의 부를 넘어선 책임은 없음 - 사회복지에 대한 기업의 기여에 대한 제한적 입장, 사회공헌을 위한 기회는 실현되지 않을 수도 있음	- 기업공헌은 사적 기부행위를 감소 대체할 수 있고, 시민적 관여를 감소시킬 수 있음 - 수혜조직이 기부 기업과 잠재적으로 나쁜 관계에 놓일 수 있는 위험 - 고객 또는 종업원들에게 우선적으로 보일 수 있음 - 사회적 동인이 충분한 사회적 필요성이 아닌 이익기회를 반영할 수 있음

전략적 자선행위	이해관계자 관리	기업 시민정신
- “대차대조표 효과”를 통해 생성된 긍정적 관계	- 긍정적 또는 부정적 관계 그러나 행동의 근거는 아님	- 긍정적 또는 부정적 관계 그러나 행동의 근거는 아님
- 공공 이익과 사회복지 증진이 주주의 잔여이익 청구권을 증대	- 기업의 재산권은 사회가 부여 - 사회는 권리에 수반하는 제한 사항과 책임을 규정 가능	- 주주의 재산권은 중요한 사회제도와 기본적 인권 및 인간 존엄성 등의 범위 내에서만 의미를 지님
- 기업의 기여는 사회복지 및 기업의 전략적 대차대조표에 직접적이고 측정 가능한 영향을 미침 (예: 신뢰성, 충성도, 영업권의 증가 등)	- 기술 및 자원을 이유로 기업은 사회이익에 실질적인 공헌을 할 수 있음 - 기업의 개별적 책임은 전문 기술의 영역에 한정됨	- 보다 넓은 사회의 일원으로서 기업은 폭넓게 사회복지에 기여할 책임을 지님(예: 방침, 전략, 기술, 자선 등)
- Paramount v. Time, 1990	- A.P Smith v. Barlow, 1953	- Alien Tort Caims Act, 1789
	- 확장된 재산권 개념 (Preston&Donaldson, 1995)	- 해방신학 (John Pall II, 1991)
	- 칸트의 권리, 의무, 책임 사상 (Kant, 1785/1956)	- 사회적 정의 (Rawls, 2000)
- 전략적 요소 시장	- 사회 혁신 지향적 시장	- 사회 통제 지향적 시장
- 회계학(Gray et al., 1996) - 경제학(Frank, 1996; Jenson, 2002) - 경영학-일반(Keim, 1978) - 경영학-인적자원관리 (Turban and Greening, 1996) - 정치학(Neihesiel, 1994) - 이해관계자론(Jones, 1995; Halal, 2001) - 전략경영(Shrivastava, 1995; Post and Waddock, 1995; Fombrun et al., 2000; Hillman and Keim, 2001; Porter and Kramer, 2002)	- 경영학(일반)(Bellah, 1985; Margolis and Walsh, 2003) - 경영학-이해관계자론 (Freeman, 1994; Business Ethics Quarterly, 2002) - 법학 (Clark, 1916; Dodd, 1932; Blair,1995; Bagley, Page 1999) - 철학(Richardson, 1997) - 전략경영(Hart, 1997)	- 경영학-기업과 사회론 (Waddock, 2001; Logsdon and Wood, 2002; Wood and Logsdon, 2002) - 경제학 (Daly and Cobb, 1994; Korten, 1996) - 신학 (Leo XIII, 1891; John Paul II, 1991)
- 사회 내에서의 기업의 역할과 기회에 대한 비전 제시 - 이해관계자에 대한 기업의 보다 폭넓고 깊은 헌신	- 기업을 보다 넓은 개념의 사회 관계 속에 포함 - 사회적 문제와 합법성간의 상쇄문제에 대한 관리적 대응을 용이하게 함	- 기업을 지구촌의 시민으로 정형화 - 사회복지에 대한 기업의 의미 있는 공헌을 위한 폭넓고 도전적인 주제를 제공
- 많은 현안의 사회적 문제가 기업의 전략적 목적에 부합되지 않을 수 있음 - “전략적”인 것은 측정하기 어려워 대리인 관계의 남용에 노출됨 - “전략적 이익”은 투자에 대한 불분명한 정지원칙을 제공	- 사회참여를 위한 영구적인 정당화는 없음	- 사적 이익을 위해 운영되는 기업도 넓은 의미의 공공정책 역할을 수행 - 경영자의 자율성을 점검하기 위한 내부책임제도가 없음 - 민주적인 과정이나 절차보다 특수관계인집단과 대리인에게 책임이 부여됨

### 3) 향후의 연구 주제 : 중요한 과제들

#### (An agenda for future research : critical questions)

- CSR에 관한 향후의 연구 주제는 ‘CSR 활동이 하나의 포괄적인 활동이라기보다 많은 상이한 활동들의 집합적으로 이름’이라는 기본적인 입장에서부터 시작됨
  - 예컨대, 자선사업과 환경개선은 다른 종류의 사회참여이나 지역사회에 대한 기업의 책임이행을 나타낸다는 점에서는 크게 다르지 않음
  - <표1>의 주요 입장들(anchor positions)이 나타내고 있는 ‘사회적으로 책임 있는 행동들’을 CSR에 대한 하나의 글로벌 버전(a global version of CSR)으로 통합하기 위해서는 한 기업의 전반적인 사회참여가 경영자들과 이해관계자들이 활동하고 있는 폭넓은 세상에 어떻게 영향을 미치는가를 알아내는 데 초점이 맞추어져야 함
  - 이러한 차원의 통합은 미시경제 모델링(micro-economic modeling)과 도덕 철학화(moral philosophizing)를 이론적으로 나타내는 것과 아주 부합하는 것임
- 그러나 통합에 따른 간편함을 얻기 위해서는 비싼 대가를 치러야 함
  - 이는 기업들이 동일한 기준에 의해 평가됨으로써 적절하고 의미 있는 사회참여가 무엇인가에 대하여 기업과 업종 간에 나타날 수 있는 중요한 차이가 없어지게 되기 때문임
  - 더군다나 기업들이 개별 이해관계자들에 대해 각각 대응함으로써 발생하는 사회적 효익이나 비용은, 이러한 대응활동을 세계적인 차원으로 통합하면 사라지게 됨
- 본 논문은 연구추진의 첫 단계에서 이론적인 기업의 세계적 CSR(theoretical firm's global CSR)에 대한 생각을 접고, 실제적인 기업의 구체적 CSR들(actual firm's tangible CSRs)에 대한 모델을 구축하는 것부터 시작해야 한다고 주장

- 구체적인 CSR에는 경영자들이 사회적 목적을 위해 윤리적 책임을 확실히 이행하게 하는 구체적인 조치와 방침 또는 활동 등이 포함됨
- 본 논문은 CSR에 대한 견해를 다양하게 가질 필요가 있다는 점을 지적하면서 학문적 이해와 더욱 나은 사회를 지향하는 운동을 동시에 전개하기 위하여 5가지의 과제를 제시

#### (1) 재무적 손익(Financial payoff)

- 언제 CSR 관련 연구들이 사회적 성과와 재무적 성과 간의 관계성을 명확하게 확립할 것인가? 본 논문은 저자들의 학문적, 실무적 경험을 통해 그러한 관계성이 존재한다고 믿기 때문에 이러한 질문을 자신 있게 할 수 있다고 함
- 그러나 현재의 연구 방법론 및 자료 출처로부터는 CSR과 CFP 간에 실제로 깊이 내재된 관계성을 밝혀내기는 어려울 것으로 보고 있음
- 현행 방법은 1) 대규모의, 복수업종 자료군, 2) 상이하면서도 명확한 CSR들(예 : 노사관계, 자선행위, 환경경영 등)을 결합하는 통합된 방법, 3) 횡단적(cross-sectional) 관찰 자료나 기껏해야 단기간의 시계열(short-lived time series) 자료에 초점을 맞추고 있음
- 그래서 본 논문은 다양한 요소들을 하나로 뭉뚱그리는 것을 피하도록 하기 위하여 현행 연구의 각 요소들의 위치를 바꾸어 동일 업종의 작은 자료군과 다양한 복수의 방법들을 이용할 것과 7~20년 정도의 보다 긴 기간의 연구를 수행할 것을 제안함
- 업종간의 경제적 및 기술적 다양성과 업종내의 자원 및 시장위치의 차이는 동일 업종 내의 기업인 경우에도 상이한 CSR을 수행함으로써 특유의 경쟁우위를 얻을 수 있다는 점을 의미
- 또한 본 논문은 기업과 이해관계자들 사이에 거리감이 있는데, 이러한 거리감은 행동, 반응 및 성과변화 사이에 (개념적으로, 실질적으로, 그리고 일시적으로) 큰 시차가 존재한다는 것을 의미하며, 연구의 시계(time horizon)가 그러한 시차를 포착할 수 있어야 한다는 점을 믿고 있음

## (2) 이해의 균형(Balance)

- 경영자들은 사회 참여의 전략적 논리와 더욱 구체적인 전략적 투자계획간의 균형을 어떻게 맞추고 있는가?
  - 순현재가치 등 재무관리 기법들은 경영자들에게 현금, 시간, 에너지 등 기업의 부족한 자원을 배분하는 데 있어 확실한 의사결정 기법 및 규칙들을 제공해 주고 있음
  - 전략적 자선행위는 개념적으로는 직관적인 호소력을 가지고 있는 반면, 논리적으로는 CSR을 통해 생성된 자산이나 책임 완화의 정도를 측정하는 것이 불가능하지는 않다 하더라도 매우 어렵다는 것을 의미함(Godfrey, 2005)
- Sarbanes-Oxley법 이후 경영자들이 직면하고 있는 재무적 거래의 투명성에 대한 압력이 증가하고 구체적인 재무적 성과에 대한 압력이 끊이지 않는 상황 하에서 경영자들은 CSR을 어떻게 분석하고, 정당화해야 하는가?
  - 경영자들이 기업의 CSR에 대한 투자가 이득이 되는 것으로만 '알고 있기' 때문에 직관적으로 호소력은 있어 보이지만, 과연 동 투자가 실제로 이익을 가져오는가?(Collins and Porras, 1994)
- 학문적 과제의 하나는 기업 자원이 부족한 여건 하에서 CSR에 적합한 보다 분석적이거나 수사적인 도구들을 경영자들에게 제공하는 것임
  - 이러한 도구들은 CSR이 기업 내부에서 추진과제로 계속 존재하는 데 중요한 반면, 일단 기업이 사회적 이니셔티브에 참여하기로 결정하면 다음과 같은 문제들을 해결하기 위해 그 필요성이 더욱 증가됨
    - 어떤 CSR 활동에 참여해야 하는가?
    - 기업은 다른 영역의 활동들간에 발생하는 상쇄효과를 어떻게 관리해야 하는가?

- 기업들이 사회적으로 책임있는 행동에 참여하기로 결정했는데 분석적이고 수리적인 도구들이 부족하다면, 잘 구성된 CSR 관리팀인 경우라도 어려운 선택의 상황에 놓이게 됨
- 자본이 제한되어 있고, 어떤 사업이 어느 정도의 전략적 자산을 만들어낼지를 확인할 방법이 없다면,
  - 예를 들어 환경 개선과 독서치료 프로그램(remedial reading programs) 중에서 경영자들은 어느 것을 선택할 것인가?
  - 또는 제품연구의 강화와 종업원 복지 향상 중에서 어느 것을 선택할 것인가?
- 현재까지는 경영자들은 “삐걱거리는 바퀴”에 단지 기름칠만 하고 있다고 제안 (Agle et al., 1999)하고 있고,
  - 기업의 사회참여를 냉소적으로 보는 사람들은, 그러한 측정 도구들이 부족하게 되면, 사회참여 결정은 경영자들의 개인적이고 일시적인 생각에 따라 자동적으로 이루어지게 되며, 경영자들의 개인적인 판단에 의한 CSR 이행은 주주들의 희생으로 연계 되는 경영진의 특혜에 지나지 않는 것이라고 주장함 (Friedman, 1970; Minnow, 1999)
- 이러한 관점의 차이는 실제적, 잠재적 상쇄효과의 복잡성을 연구하는 학자들에 의해 극복되어야 하는데, 이는 ‘경영자들은 이해관계자들간의 이익과 요구간의 균형을 맞추어야 한다’는 일반적인 권고 수준보다 훨씬 더 정교하게 이루어져야 함

### (3) 이기적인 이해관계자들(selfish stakeholders)

- 이해관계자들의 요구사항이 (1) 파괴적으로 자기 이익만을 도모하거나 (2) 명백히 사악한 경우 경영자들은 어떻게 대응하고 있고, 더 중요하게는 어떻게 대응해야 하는가?

□ 첫 번째 경우는 미국의 상황과 관련이 있음

- 20세기 중반 미국 최고의 기업이라고 할 수 있었던 General Motors는 최근 주로 노동상황 때문에 대규모의 손실과 잠재적인 파산상태에 직면해 있음
- 그러나 노동협약이 지금은 부담이 되고 있지만, 합의가 이루어질 당시에는 실질적으로 이해관계자들에게 다가가는 경영 모델로 각광을 받았음
- 경영자들(이해관계자들)은 많은 사람들의 장기적인 이익을 희생하여 단 한 사람의 요구사항을 만족시키는(요구하는) 것을 어떻게 피해 나갈 수 있는가?

□ 두 번째 경우는 국제사회에 적용됨

- 아래에 명시해 놓은 것처럼, 세계의 많은 지역들의 경제시스템은 파워 엘리트들이 자신의 권력과 추진과제의 영속성을 도모하기 위해 소유권과 자원 배분 결정권을 행사하는 것을 특징으로 하고 있음
- 그 한 예로, Unocal사는 Yadana Pipeline 프로젝트를 추진하는 동안 이에 대해 가혹한 교훈을 얻었음
  - Unocal사 및 협력업체들은 버마 군대와 파이프라인 루트를 따라 안전을 지켜주는 계약을 체결함
  - 그러자 행동주의자들(activist)은 동 계약으로 인해 지역 주민들에게 강압적인 조치가 취해지고, 파이프라인과 관련된 강제노역에 지역 주민들이 동원되는 결과가 초래될 것이라고 주장함
  - Unocal사가 프로젝트 착수 및 운영에 있어 버마군대와 동업이 효율성 측면에서는 큰 도움이 되었을지 모르지만, 이 강력한 이해관계자의 요구를 들어준 것은 강압적인 활동에 가담했다는 비난 때문에 회사에 도움이 되기보다는 손해를 입히는 것으로 판명될 수 있음

□ 경영자들은 이해관계자의 요구사항 또는 의도가 적절한지의 여부를 더 잘 파악하기 위해 어떠한 상식이나 공식적인 분석 도구를 이용할 수 있는가?

- 그리고 부분의 요구사항들이 기업 또는 사회의 장기적 생존 능력의 측면에서 볼 때 적절하지 않음에도 불구하고 긴급한 요구사항을 제시하고 있는 막강한 이해관계자 집단을 경영자들은 어떻게 피해갈 수 있을 것인가?(Mitchell et al., 1997)
- 본 논문은 이기적인 이해관계자들과의 거래와 관련한 일시적인 압력과 장기적인 결과 모두에 대해 신중하게 주의를 기울이고 있는 역사적인 학문 내용을 충분히 학습하는 것이 일반원칙 또는 경험칙을 발견하는 데 도움을 줄 수 있을 것으로 보고 있음
- 이기적인 이해관계자들에 대한 이론은 총체적인 이해를 크게 향상시켜 줄 것이며, 이런 독특한 유형의 이해관계자들이 요구하는 사항에 직면한 경영자들에게 실제적인 이익(boon)이 될 것임

#### (4) 대체(Substitution)

- 다원적인 글로벌 사회에서 이해관계자들이 다양한 상황 하에서, 경영자들은 특정 CSR 활동에 대한 참여로 참여가 부족한 다른 CSR 활동을 대체할 수 있을 것인가?
- Kinder, Lydenburg, Domini는 지역사회 관계, 종업원 관계, 다양성, 제품의 질, 환경 경영, 국제적 이슈, 기업지배구조 등 7가지의 이해관계자별 기준에 기초하여 사회 지수를 개발하였음
- 이해관계자 집단들이 다양하고, 시간 및 자본 등의 경영 자원이 한정된 상황 하에서, 경영자들은 다른 이해관계자 집단에 대한 투자 부족을 극복하기 위해 한 집단에 대한 투자를 어떻게 증진시킬 수 있는가?
- 미국의 항공산업을 예로 들어 보면, 미국의 대규모 항공사들은 역사적으로 심각한 노동문제로 인해 고통을 받았기 때문에 노조로부터 존경받는 것에 대해서는 거의 관심을 두지 않음
- 오히려 이들 기업은 복합산업(collective industry)으로서 다양성 문제에 대해 매우 적극적인 관심을 기울이고 있는 것으로 보임(Godfrey et al., 2005)

- 다양성 문제에 호의적이고 CSR에 대한 투자를 가치있게 하는 이해관계자 집단이 있는 반면, 노조는 오로지 비타협적인 파트너로서 존재하는 경우가 발생할 수 있음
  - 이 경우 경영자들은 확실하게 부정적인 관계를 맺고 있는 조직화된 노동(노조)을 대신하여 다양성 문제에 대해 긍정적이고 분명한 것으로 대체하려는 시도를 할 수 있음
- 대체에 대한 논리의 세부사항들은 많은 기업과 사회를 연구하는 학자들에게 익숙하지 않은 두 가지 일을 하도록 유도함
  - 첫째, 학자들은 기업이 행하는 다양한 CSR 활동의 한계 효용에 대한 점검을 포함하여 미시경제학적인 대체의 원칙들과 같은 기법을 엄격하게 사용해야 함
  - 둘째, 연구자들은 이러한 기법들을 개별적인 기업-이해관계자 관계에만 한정하여 사용해야 함
- 사례 연구, 민족지적 방법들(ethnographic methods), 내용 분석 등은 학자들로 하여금 실제 경영자들이 대체 효과를 얻을 수 있는 장소를 어떻게 결정하는지에 대하여 중요한 통찰력을 가지는 데 필요한 심층 연구(deep dive) 과정에 참여하는 것을 도와줄 수 있는 실용적인 연구 방법론이 될 것으로 보임
  - 그러한 대체 효과가 상세하게 모델화되면 이론가들 및 연구자들은 기업 및 산업 차원의 분석으로 돌아와 일반적인 패턴과 원칙들을 탐색하여야 함

**(5) 세계적인 확장(Global expansion)**

- 비서구적이고, 비민주적인 자본주의 제도 하에서 CSR은 무엇을 의미하는가?
- 2005년을 넘어서면서 미국 및 유럽의 많은 기업들은 수익과 이익 증대를 추진하기 위해 영업을 국제적으로 확장하는 데 초점을 맞추고 있음

- 이러한 기업들은 성장의 많은 부분이 민주적 서구 자본주의 제도가 새로이 시작되거나 전혀 존재하지 않는 국가 및 지역에서 이루어질 것이라고 인식하고 있음
- 실제로 세계의 많은 지역에서 자본주의는 자유와 생활 수준의 향상 보다는 식민주의와 경제적 억압에 대한 기억을 만들어 내고 있음
- 비서구적, 비민주적 자본주의 국가들의 개별적 경험과 지적인 전통에 대처하기 위해 CSR모델들은 어떻게 변화해야만 하는가?
- 본 논문에서 구체적인 해답을 제시하지는 않았지만, <표1>의 양 극단의 입장인 “주주 자본주의”, “기업 시민정신” 등이 너무 엄격하게 공식화되어 있어서 CSR과 관련된 기업 행동, 정부 정책, 학문적인 이론화 등에 효과적인 도움을 줄 수 없다는 것을 제시하고 있음
- 증권시장이 발달되지 못하고, 소유와 지배를 분리시키는 효과적인 법적 제도가 없는 국가나 지역 또는 아직도 강력한 지배엘리트가 소유권을 거의 보유하고 있는 곳에서 소유자의 권리를 강화하는 기업 및 사회 정책을 쓰게 되면 그 사회 내에서 많은 사람들의 권리를 계속해서 압박하는 결과를 초래할 수 있음
- 이와 유사하게 주주 자본주의(shareholder capitalism)에서 요구하는 민영화와 건전 시장의 개발은 피해를 입은 이해관계자들로부터 보복을 야기시켜 혁신에 대한 인센티브가 파괴되고, 자본의 개발과 자유로운 흐름이 봉쇄될 수도 있음
- 본 논문에서는 기업 시민정신 패러다임(business citizenship paradigm) 또한 서구의, 실제로는 고전적인 서구의, 철학적 기초에 의존하고 있기 때문에 주춤거릴 것으로 예상하고 있음
- 기업 시민정신은 원래 아리스토텔레스와 키케로에 의해서 발전된 시민정신과 관대함의 학설에 크게 의존하고 있으며, 이러한 사상은 대부분의 서구사회에서 당연한 특성으로 널리 인정되고 있음

- 본 논문은 아리스토텔레스의 국가에 대한 의무 사상이나 관대함을 시민정신으로 보는 키케로의 견해가 가족과 여성에 대한 의무와 검약을 강조(Chan, 1963)하는 유교의 맥락에서 어떻게 발전할 수 있을지 궁금해 함
- 그러한 철학적 차이가 기업 시민정신 모델의 핵심을 결정짓는 요소가 되어서는 안되지만, 사소한 것으로 치부되어서도 안됨
- 중대한 연구 과제는 기업의 시민정신 및 주주 자본주의 모델들을 비서구적인 철학, 경제학, 제도에 관한 언어와 논리로 바꾸고, 다양한 지적인 전통 안에서 유사함뿐만 아니라 학자들과의 개별적인 연결성을 발견하고 이용하는 데 있음

#### 4) 결론

- 앞에서 제시한 연구 과제들은, 단일 분야에 대한 연구에 초점을 맞추지 않고 포럼을 통해 초기 단계에서 현재에 이르기까지 윤리적, 사회적 책임에 대한 많은 다른 분과 학문의 연구자들로부터 평가를 제공받을 수 있다는 점에서 특별함
- 본 논문은, 특정 이슈나 모델을 지지하지 않고, 더욱 폭넓고 장기적인 시각으로 일반적으로 기업의 사회적 참여에 관심이 있는 사람들에게 주요한 문제들을 제기하고 있다는 점에서 전통적인 논문과 다름
- 만약 모든 특정한 이슈 및 논문이 이와 같다면, 인간의 총체적 지식은 향상되지 못할 수도 있음
- 그러나 현재 상태를 평가하고, 도전적인 문제들을 제기하고, 자신의 편견과 선호를 제시하는 이와 같은 포럼이 없다면, 인간의 총체적 지식은 정체되고, 골육상쟁(internecine warfare)의 상태로 추락하고 말 것임
- 저자들은 본 논문이 학문을 발전시키고, 학자들로 하여금 새로운 방식으로 생각하고, 새로운 방법을 사용하도록 하는 데 기여하기를 희망함

## 나. 기업의 사회적 책임의 성공적 이행을 위한 정부 참여

☞ 국제적인 비영리단체인 Business for Social Responsibility(BSR)의 CEO인 Aron Cramer가 BSR의 『Leading Perspectives』誌 2006년 겨울호에 게재한 "Government Engagement for Successful CSR"을 번역, 정리한 것임

### 1) 개요

- 워싱턴 DC에서 열려 최근에 종료된 BSR 컨퍼런스에서 논의된 “CSR(Corporate Social Responsibility)과 정부정책의 만남(intersection)”은 『Leading Perspectives』誌의 발간을 위한 시의적절하고 절실히 필요한 주제라고 할 수 있음
  - 그러나 동 주제의 시의적절성은 BSR 컨퍼런스가 맞춘 절묘한 타이밍을 넘어서고 있으며, 기업들에게 CSR을 이전보다 훨씬 더 긴급한 문제로 만드는 수많은 경향들이 한데 모아지고 있음
- 대부분의 현대 “CSR 운동”은 기업이 사회적, 환경적 이슈를 다루는 데 있어서 기회와 책임을 동시에 가진다는 원칙을 확립하는 데 주력하여 왔으며, 기업이 정부와 협력하기보다는 정부와는 별도로 무엇을 해야 할 것인가라는 문제가 제기되어 왔음

### 2) 기업에게 무슨 이익이 있는가? (What's In It for Business?)

- 그러나 이러한 관점에 대한 견해들이 바뀌고 있다는 증거들이 상당히 있음
  - 2005년 일부 우량 기업들은 최저임금(Wal-Mart), 기후(GE), 인권(Carrefour), 근로 기준(Nike) 등에 관해 정부의 조치를 요구하였음
  - 이 문제가 발생했을 때, 누군가가 Bob Dylan의 노래 가사 “바람이 부는 방향을 말하는 것은 일기예보자의 몫이 아니다”를 상기시켰음

- 2005년 여름 BSR이 CSR의 다음 물결을 가장 잘 형성하기 위한 방법을 논의하고자 북미, 유럽, 아시아의 15개 기업들과 회의를 개최했을 때, ‘공공정책’이 향후 CSR 형태의 중요한 특징이 될 것이라고 분명하고도 소리 높게 주창되었음
- 이것은 예상된 결과가 아니었는데, 한 기업의 참가자는 더욱 더 철저하게 정부와 싸워야 한다고 주장하려다가 자제하면서 “내가 이런 말을 하게 되다니 믿을 수 없다.”고 말하였음
- 물론 세상이 변화하였으며, CSR과 관련된 논의에서 정부를 강력한 상대가 아닌 척하는 것은 항상 부자연스러운 일이었음
- CSR에 대한 정부의 역할이 완전히 인정되고, 공공정책이 CSR 운동을 어떻게 촉진시킬 수 있는지를 심사숙고한 전략들이 개발될 때 CSR에 대한 기업의 접근방식은 완성되고, 더 강한 영향력을 갖게 될 것임
- 기업들이 새로운 관점에서 정부의 역할을 고려하게 되면 기업들이 더욱 성공할 수 있을 거라고 생각하게 된 데에는 분명 여러 가지의 이유가 있음
  - ① 지속가능성과 관련한 많은 중요한 문제들을 기업 혼자만으로 해결할 수 없으며, 기업은 등 떠밀려 리더 역할을 하는 것에 대해 점점 더 불편하게 생각하고 있음
  - ② 오직 정부만이 더 많은 기업들을 주요 이슈에 참여토록 하는 데 필요한 “공정 경쟁의 장”을 확립하고 시행할 수 있고, 가장 적극적인 기업들에게 보상할 수 있으며, 중복되거나 상충되는 노력들을 피하도록 도와줄 수 있음
  - ③ 정부가 일정 역할을 담당하지 않는다면, CSR은 복잡한 문제들을 체계적으로 다루지 못하는 동떨어진 “모범규준(Best Practice)” 사례들만 만들어 낼 위험성이 있음
  - ④ 기업이 특정 이슈들을 다루거나 사실상의 규칙(de facto rule) 설정에 참여하는 것이 적절한지에 대한 의문이 기업계를 포함한 수많은 분야에서 제기되어 왔음

- ⑤ 이해관계자 집단들은 기업들의 CSR 실천 선언과 실제 노력간에 인식된 차이, 로비와 정치적 기부를 통해 공공정책에 영향을 미치려는 기업의 노력 등에 대해 점점 더 많은 관심을 기울이고 있음
- 잘 하면, 이러한 차이는 조정력의 부족 정도로 그치겠지만, 최악의 경우에는 기업의 유효성과 평판을 해치는 고의적인 불일치로 간주될 것임
- 기업이 상업적 이익과 더 넓은 사회적, 환경적 목표를 조화시키겠다는 약속을 이행하기 위해서는 공적 행위와 사적 행위간의 경계선을 분명히 하고, 많이 참여하는 기업들에게 보상을 주는 인센티브 제도를 개선하고, 좋은 모범 사례들을 표준화하기 위해 정부와 협력할 필요가 있음

### 3) 참여의 근거(A Basis for Engagement)

- 정부는 의제 설정, 회의 소집, 공식적인 규칙의 제정 및 집행, 자원의 집중 및 공급에 기업을 참여시키고 있음
- 이러한 활동들은 책임있는 기업의 실천사례들이 더 많은 영향력을 발휘할 수 있도록 하는 기회를 제공하고 있음
- 최근 몇 년 동안 이러한 활동들은 큰 효과가 있어서 의무사항의 보고, 갈등 감소를 위한 공동 노력, 환경현안에 대한 시장 중심의 해결책 등을 얻을 수 있었음
- 다가오는 세대에 기업이 직면하게 될 이슈들은 복잡한데, 급격한 인구통계학적 변화, 생명공학, 전염병 공포에 따른 보건학의 정의 변화 등의 예를 들 수 있음
- 시장 참가자들로서는 그러한 문제들을 헤쳐 나갈 수밖에 없겠지만, 시장이 혼자서 그 문제들을 해결할 능력을 구비하고 있지 못한 실정임
- 그동안 대부분의 정부들은 정부가 어떻게 기업 참여를 촉진할 수 있는지에 대하여 포괄적으로 검토해 보지 않았음

- 미국의 경우 감사원(Government Accountability Office)의 최근 보고서는 수많은 이니셔티브를 보여 주고 있는데, 어느 것도 총체적 접근방식으로 엮여 있지 않았음
- 2005년 중국 정부는 “중국적 특성을 가진 CSR(CSR with Chinese characteristics)”에 대한 중요한 논의에 참여했으나, 2005년 12월 중국에서 개최된 UN Global Compact 회의에서는 동 의제에 대해 겨우 열의를 보여 주는 시늉만 하였음
- 유럽위원회의 경우, “리스본 의제”\*(Lisbon Agenda)의 추진을 위해 CSR에 관해 가장 적극적인 정책 활동을 전개하는 것으로 보여졌던 유럽위원회는 EU의 미래 발전에 관한 광범위한 현안들이 우선적으로 채택됨에 따라 중국과 비슷하게 CSR 추진에서 다소 후퇴하는 듯한 모습을 보였음
  - \* EU가 2010년까지 미국을 추월해 EU를 세계에서 가장 역동적이고 경쟁력 있는 지식기반 경제권으로 만들기 위해 2000년 3월 리스본 정상회담에서 채택한 것으로, 크게 경제개혁, 고용증대 및 사회통합의 3대 분야로 구분되어 추진되었음
- 가장 최근에는 영국 정부가 기업들의 중요한 비재무적 사항 보고를 새로운 요건으로 요구하도록 되어 있던 ‘기업 운영 및 재무 보고서’ (Operating and Financial Review)의 의무적 사항을 누락시켜서 많은 사람들에게 실망을 주었음
- 정부와 협력하는 것에 대해 기업의 관심은 증가하고 있는 반면, 정부는 그 논의로부터 후퇴하려고 하는 이유는 무엇일까?
- 민간 부문이 CSR 논의에 대한 지속적인 정부의 참여를 민간 부문이 확보할 수 있는 기회를 갖는 이유가 바로 여기에 있음

#### 4) BSR과 공공정책(BSR and Public Policy)

- BSR이 기업으로 하여금 더욱 책임있는 활동을 추진토록 하기 위한 역할을 몇 마디로 정리해 보는 것은 의미가 있을 것임

- 기업들의 자발적인 행동이 CSR을 위한 노력의 핵심이라고 할 수 있으며, BSR로서도 사회적, 환경적 진보를 가져다 주는 경제적 발전을 기업을 통하여 이루려고 하는 핵심적인 노력이라고 할 수 있음
- 이와 동시에 BSR은 기업들이 공공부문과 협력할 때 CSR 활동을 추구해야 할 중요한 기회라고 생각함
- BSR이 특정한 정책 문제에 대해 중립적인 입장을 고수하겠다는 원칙을 철저히 지키고 있지만, 회원 기업들과 함께하는 BSR의 업무를 고려해 볼 때 정부와 협력해야 할지의 여부에 대해 중립을 유지하는 것은 그다지 매력적인 일이 아닌 것이 확실함
- 이것은 지난 2년 동안 BSR이 (종종 기업들의 직접적인 요청에 의해서) 수익 투명성, 근로 기준, 지속가능한 농업 등 직·간접적으로 정부와 관련이 있는 이니셔티브 및 프로젝트에 많이 참여해왔다는 것을 의미함
- 필자는, 이러한 진전이 이 분야가 성숙해 나가고 있음을 반영하고 있는데, CSR에 대한 기업 및 정부의 노력이 가끔 벌어지고 있는 자발적 이니셔티브와 의무적 이니셔티브간의 상대적 장점에 대한 무익한 논쟁을 넘어서서 성공을 거두고 있다는 것을 의미하고 있음
- 정부와 함께 협력할 기회를 잡지 못하는 것은 지역, 국가, 국제적 수준의 공공정책 기관이 보유하고 있는 가치있는 자원들을 허비하는 것을 의미함
- 그것은 제도적인 문제로 인하여 의도는 좋지만 불충분한 상태로 남아 있을 고립적이고, 단편적인 이니셔티브들과 계속해서 맞서야 하는 상황에 빠지게 된다는 것을 의미함

## 다. 자발적 이니셔티브의 과제와 전망

☞ 국제적 인권단체인 Human Rights Watch의 기업 및 인권 담당 국장 Arvind Ganesan이 2006년 12월 12일 BSR Weekly誌에 기고한 “Is 2007 the End for Voluntary Standards?”를 번역, 정리한 것임

### 1) 자발적 이니셔티브의 개요\*

\* 독자의 이해를 돕기 위하여 ‘박영우, “자발적 이니셔티브 : 효율적인 환경개선을 위한 새로운 전환”(환경 VIP Report 제34호, 현대환경연구원, 1999)’에서 발췌, 정리한 것임

□ 자발적 이니셔티브(voluntary initiative)란 일반적으로 기업, 산업, 정부 또는 제3자(third party)가 주체가 되어 실시하는 다음과 같은 것들을 말함

○ 자발적 협약(voluntary agreements)

○ 자발적 프로그램(voluntary programmes)

○ 자발적 기준(voluntary standards)

○ 기타 자발적 행동지침, 가이드라인, 원칙, 선언, 정책 등

□ 자발적 이니셔티브에 대한 용어들은 항상 일관성 있게 사용되지 않고 있으며, 국가 및 지역에 따라 다른 의미로 사용되고 있음

○ 네덜란드의 자발적 협약은 거의 모든 경우 법적 구속력을 갖는 계약(legally binding contract)을 의미

○ 미국의 자발적 협약은 일반적으로 구속력이 없는(non-binding) 자발적 프로그램을 의미

## 2) 자발적 이니셔티브의 현황

- 2007년은 기업 및 인권에 관한 자발적 이니셔티브의 분수령이 되는 해임
  - 자발적 이니셔티브의 진화 및 발전 정도에 따라 그것이 관행 개선의 주요한 수단일 것인지, 아니면 새로운 법규의 제정으로 대체될 것인지가 결정될 것임
- 현재 다수 이해관계자로 구성된 4가지의 주요한 자발적 이니셔티브가 진행 중임
  - ① 공정노동협회(The Fair Labor Association : FLA)
    - 발족 10년차로서, 신발 및 의류산업의 작업조건 감시와 개선을 위해 발족되었으며, 작업현장에서의 인권개선에 최선의 노력을 해오고 있음
  - ② 안전 및 인권에 관한 자발적 원칙  
(The Voluntary Principles on Security and Human Rights)
    - 발족 6년차로서, 공공 및 민간의 안전요원과 거래를 하는 추출산업의 기업을 위해 마련된 기본적 기준으로 널리 인정되어 왔음
    - 그러나 자발적 원칙은 이행에 필요한 최소 기준을 확립하고자 리더들이 보다 강력한 지배구조 제도를 채택하고 보고기준을 개발하는 과정에서 어려움을 겪고 있음
  - ③ 추출산업의 투명성 이니셔티브  
(The Extractive Industries Transparency Initiative : EITI)
    - EITI는 2002년 토니 블레어 영국 총리에 의해 출범하였으며, 자연자원이 풍부한 국가의 부패와 부실행정을 방지하기 위해 국가재원에 대한 공시와 감시에 주력하고 있음
    - EITI는 시민들이 정부가 공공자금 사용에 대한 책임을 지도록 하는 데 도움이 되고, 인권남용을 야기하고 발전을 저해하는 '도둑정치 규칙'(kleptocratic rule)을 제한하는데 도움이 될 수 있음

- ④ 인터넷 및 매스 미디어 회사, 비정부기구(NGOs), 학회, 사회적 책임투자 등은 표현의 자유 및 인터넷상의 이용자 사생활 등에 대한 기준 마련을 위해 현재 협의 중임

### 3) 자발적 이니셔티브의 도전 과제

- 앞에서 언급한 각각의 자발적 이니셔티브는 국제적으로 인정된 인권의 보호를 진전시킬 수 있는 잠재능력이 있으나, 각각 나름대로의 한계가 있으며 상당한 논쟁의 여지를 안고 있음
  - 자발적 이니셔티브의 성패는 기업 또는 정부의 기준채택 의지에 전적으로 달려 있음
  - 많은 기업 및 정부는 이러한 기준채택 서명 등의 노력을 하지 않고 있으며, 금융우대 등의 현행 인센티브도 다른 기업 및 정부의 참여를 촉구할 만큼 강력하지 않음
  - 이니셔티브에 서명한 경우라도 기준을 준수하도록 하는 데 필요한 규칙들을 계속 유지하기가 어려울 수도 있음
- 자발적 원칙(The Voluntary Principles)은 주로 비정부기구들과 일부 기업들이 그러한 기준에 대하여 불만을 가지고 있기 때문에 적절한 지배 및 보고기준의 마련을 위해 노력중임
- 공정노동협회(FLA) 및 작업장 관련 이니셔티브들은 좀 다른 문제들을 안고 있음
  - 일부 분야에서는 자발적 행동강령 및 감사를 통해 그런 문제를 해결하려고 장기간 계속 노력하였지만 작업조건이 예상한 속도만큼 개선되지 않기도 했는데, 이는 일부 하청업체들이 제도를 악용하여 근로자들에게 피해를 입혔기 때문임
  - 예컨대, 중국의 많은 하청업체들은 작업장 기준이 사업을 계속하기 위해 중요하다라는 점을 인식하면서도 전문가의 도움을 받아 기준을 준수하고 있는 것처럼 꾸미는 등 감사를 왜곡하거나 교묘히 회피해 왔음

- 추출산업 투명성 이니셔티브(EITI)는 투명성 확보를 위하여 각국 정부의 동참을 촉구할 필요가 있지만, 각국 정부가 건전한 지배구조 촉진에 노력하고 있는 시민사회를 어려움에 빠뜨리거나 침묵하게 해서도 안됨
- 예컨대 콩고의 선도적인 반부패 운동가이면서 제1기 EITI 이사회의 이사였던 Christian Mounzeo는 2006년 11월에 자기 나라에서 체포되었는데,
  - 국제 인권단체인 '인권감시'(Human Rights Watch)는 석유 판매수입을 잘못 관리한 정부에 대한 그의 대담한 비판 때문에 그의 체포 및 기소는 그를 괴롭히기 위한 핑계거리일 뿐이라고 믿고 있음
- EITI가 현재 주목을 받고 있는 것은 EITI 관련 회의 참석을 위해 해외로 간 한 이사가 그 사건에 연루되었으며, 그를 체포한 정부가 그 이니셔티브의 회원권을 요구하고 있기 때문임
- 인터넷 이니셔티브(The Internet initiative)는 회사들의 이행상황에 대한 강력한 보고기준과 신뢰할만한 기준 준수 메커니즘을 개발할 필요가 있음
- 그러나 중국에서는 인터넷 산업이 안고 있던 문제들이 발생하면서 자발적 이니셔티브 자체만으로는 문제를 해결하기가 확실하지 않게 되었음
  - 중국 정부당국들이 회사들에게 검색자료 및 블로그를 검열하도록 압박하고 인터넷 활동가들을 구속하는 데 이용된 사용자 정보를 정부당국에 넘기도록 강제하였음
- 일부 비정부기구들은 이 분야에서의 인권을 보호하기 위한 보완적 노력으로서 규정과 자발적 기준을 점검하고 있음

#### 4) 2007년 전망

- 자발적 이니셔티브의 진전이 2007년에 주춤하게 되면 정부, 산업 및 비정부기구들 간의 관계는 소원해질 수 있음
- 그렇게 되는 경우 비정부기구들은 다수이해관계자에 의한 자발적 이니셔티브를 포기할 수도 있으며, 독자적인 규제조치를 강구할지도 모름

- 공적 이해관계자들은 기업들이 현 상태에 만족하여 중요한 기준의 도입을 포기하려는 것으로 믿을 가능성이 높으며, 이것이 기업과 일부 정부에 대하여 추가적인 압력이 될 수도 있음
  - ‘피의 다이아몬드’(blood diamonds)와 관련된 문제를 처리하기 위한 다이아몬드 국제인증기구인 ‘김벌리 프로세스’(Kimberly Process)와 같은 준규제적 기구도 오명을 씻기에는 역부족일 수 있어 보다 많은 규칙이 요구될 수 있음
- UN의 규범들로서, ‘UN 인권 향상 및 보호 소위원회’(UN Sub-Commission on the Promotion and Protection of Human Rights)가 2003년에 채택한 기업의 책임 기준 초안은 인권에 대한 기업의 책임을 폭넓게 인식하게 하는 유망한 조치였음
  - 일부 정부 및 기업에서는 그 규범들이 위협적이어서 UN이 아닌 기구들이 정한 규범들의 영향력을 제한하게 될 것으로 봤음
  - UN 사무총장의 기업 및 인권 특별대표인 Dr. John Ruggie에 대한 심한 비판으로 인하여 그 규범들은 더욱 훼손되었음
  - 역설적으로, 그 규범들을 폄하하려는 노력은 2007년부터 시작되는 법적 규제 방식 도입을 위한 압력을 가중시키는데 일조할 수도 있는데, 이는 그 공백을 포괄적인 기준으로 채워야 할 필요성이 인식되고 있기 때문임
- 규제 조치 개시의 신호탄이 될 수 있는 또 다른 중요한 움직임으로서는 미국 국회에서 민주당이 공화당에게 승리한 것임
  - 지난 10여 년간 미국 행정부(executive branch)가 일부 자발적 이니셔티브를 지원하여 왔으나 국회가 이를 규제하려고 한 적이 거의 없었음
  - 청문 및 규제에 대한 성향이 민주당 주도의 입법부 하에서는 달라질지도 모름

## 라. 기업의 전략적 계획과 윤리의 통합

☞ 응용윤리학을 연구하고 있는 Santa Clara University(SCU) Markkula Center의 커뮤니케이션 담당 국장인 Miriam Schulman이 저술한 "Incorporating Ethics into the Organization's Strategic Plan"을 번역, 정리한 것임

### 1) 전략적 계획과 윤리의 통합을 위한 질문

- 경영학의 거장 Peter Drucker는 컨설팅 의뢰를 위해 찾아온 기업 고객에게 전략의 기본이라 할 수 있는 다음의 질문을 하였음
  - 어떠한 업종에 종사하고 있는가?(What business are we in?)
- 그러나 SCU의 Robert Finocchio는 기업 전략과 윤리를 통합시키기 위해 기업인들이 다음의 세 가지 사항을 질문에 추가해야 한다고 말함
  - 무엇을 추구하는가?
  - 목적은 무엇인가?
  - 어떠한 가치를 보유하고 있는가?

### 2) 기업의 전략적 계획과 윤리의 통합 방안

- Informix社의 전(前) 최고경영자인 Finocchio는 응용윤리학 연구 기관인 SCU Markkula Center가 2006년 3월 주최한 프로젝트 '기업 및 조직윤리 파트너십 (The Business and Organizational Ethics Partnership)' 회의에서 윤리를 기업의 전략적 계획에 통합시키기 위한 방안 및 구체적 실행 방안을 제시
  - Finocchio는 먼저 윤리는 단순히 '선언'한다고 해서 기업 전략에 통합되는 것은 아니라고 주장함

- 그는 또한 기업의 사명과 장기적인 전략 계획, 대외적 공표, 행동강령 등에는 윤리가 포함되어 있지만, '조직문화의 핵심'에 윤리가 빠져 있다면 그것은 윤리를 효과적으로 경영 전략에 통합시키지 못한 것이라고 말함

### (1) 기업의 전략적 계획과 윤리의 통합 방안

□ 기업전략과 윤리를 통합시키기 위해 Finocchio는 다음의 열세 가지 방안을 제시

- ① 애초에 비윤리적 사업에 뛰어들지 말 것
  - Finocchio는 담배, 무기 및 음란물을 비윤리적 사업의 예로 듦
- ② 영업 지역의 법과 법의 정신을 따를 것
- ③ 목표를 포함한 완전한 전략을 명확히 표명할 것
- ④ 가치를 전략의 중요 요소로서 명확히 표명할 것
  - 또한 가치는 현실적이어야 하며 특히 기업의 리더는 이를 실제 행동에 반영할 수 있어야 함
- ⑤ 기업 전략과 윤리의 통합을 위한 수단으로 회계 감사관, 윤리담당 임원, 준법 감시인, 경찰, 규범, 매뉴얼, 회계 보고서 등에만 의존하지 말 것
- ⑥ 규칙(rules)보다는 원칙(principles)을 강조할 것
- ⑦ 개인의 윤리적 책임 및 의무가 기업 또는 조직의 일부 규범보다 훨씬 중요함
  - “회사에서 그렇게 해도 괜찮다고 했습니다” 식의 변명은 통하지 않음
- ⑧ 종업원과의 관계에 있어 투명성을 추구하고 이를 전략의 일부로 삼을 것
- ⑨ 윤리적 문제 해결을 위한 체제 및 절차를 마련할 것
- ⑩ 올바른 조직 구조를 갖출 것

- ⑪ 올바른 측정 기준(metrics)을 세워 보상할 것
- ⑫ 직원개발을 전략의 일부로 삼고 직원개발에 윤리 교육을 포함시킬 것
- ⑬ 최고경영자를 포함한 기업 내 모든 임직원이 윤리 영역에서 도전하고 끊임 없이 노력하도록 격려할 것

## (2) 구체적 실행 방안

□ Finocchio는 위에 제시된 기업전략과 윤리의 통합 방안에 대해 두 가지 구체적 실행 방안을 제시

- 첫째, 윤리적 성과 평가를 기업의 연말 평가 기준의 일부로 삼을 것
- 둘째, 차기년도를 위한 전략적 계획의 윤리성 체크리스트(strategic plan ethics checklist)를 작성할 것

### ① 윤리적 성과 평가(ethics performance evaluation)

- 윤리적 성과 평가는 투명성 문제, 윤리적 행동에 대한 포상 등 기업이 실제로 어떻게 행동하였는가를 볼 수 있어야 함
- 또한 기업은 지난 한 해 동안의 기업 활동이 기업 목적 및 가치와 부합하였는가를 검토해야 함

### ② 전략적 계획의 윤리성 체크리스트(strategic plan ethics checklist)

- 차기년도에 대한 계획을 세움에 있어 기업은 아래 제시된 일련의 질문에 대해 생각해 보아야 함
  - 기업의 목적이 명확하게 표현되어 있는가?
  - 해결해야 할 법적 요구 사항은 없는가?
  - 신규직원이 있는가?
  - 다른 기업을 합병할 경우 그 기업을 윤리적으로 어떻게 합병할 것인가?

- 보상 체계는 적절한가?
- 직원간의 의사소통, 직원 교육, 구조, 문제해결 절차 등의 메커니즘을 바꿔야 할 필요가 있는가?
- 성과를 어떻게 측정할 것인가?
- 윤리 영역에 대한 새로운 목표가 있는가?

## 마. 시장책임 원칙

☞ 기업의 사회공헌을 촉진하고 장려하는 영국의 민간단체 Business in the Community(BITC)의 『The Marketplace Responsibility Principles』를 번역, 정리한 것임

### 1) 시장책임원칙의 정의 및 개요

- 기업의 책임(corporate responsibility)에 대한 논의의 중심이 돈의 사용 여부에서 돈을 버는 방법으로 점차 옮겨지고 있으며, 책임경영 실천을 명확히 정의해야 한다는 목소리가 나오고 있음
- 시장책임 추구에는 쉽게 풀리지 않는 난제(dilemmas)와 회색 지대(grey areas)가 존재하고, 성과 관리 및 보고에 있어 당면하게 되는 현실적 문제 등이 뒤따름
- 이러한 문제를 해결하고자 영국 및 글로벌 기업 10개社가 모여 작업팀을 조직하였으며, 이를 통해 중견기업 및 대기업이 책임경영을 실천할 수 있도록 지원하기 위한 안내서로 ‘시장책임원칙’(Marketplace Responsibility Principles)을 마련하였음
- 시장책임원칙은 시장의 주요 관계에 대한 소개와 기업이 이러한 관계를 경영하도록 지원하기 위한 행동 분석 등 크게 두 부분으로 구성되어 있음
- 여러 최고경영자, 마케팅 관리자, 기업책임 전문가, 사회책임투자 및 비정부조직(NGO) 구성원들이 엄격하고 심도있는 협의를 통해 시장책임원칙을 면밀히 검토하였음

## 2) 시장책임원칙의 적용대상 및 활용방안

### (1) 적용대상

- 시장에서의 활동 성과를 평가해 보고자 하는 중견기업 및 대기업의 임직원들이 동 원칙의 적용 대상이며, 여기에는 CEO, 마케팅 담당자, 혁신 담당자, 공공업무 또는 기업책임 담당자 등이 포함됨

### (2) 활용방안

- 시장책임원칙은 기업이 시장 전략을 평가하는 데 있어 유용한 틀(framework)로 활용될 수 있음
  - 기업은 시장책임원칙을 통해 고객, 공급업체, 정부 등 시장의 주요 관계자 사이에서 발생할 수 있는 기업 책임 관련 문제를 찾아내고 또한 제품 및 서비스의 영향력에 대해서도 평가해 볼 수 있음

## 3) 시장책임원칙 및 우수 실천 방안의 개요

### (1) 시장책임 실현을 위한 9가지 원칙

- 고객 존중의 원칙
- 잠재적 피해 고객(vulnerable customers)에 대한 지원 원칙
- 소외 집단(excluded group)에서의 잠재 고객 발굴 원칙
- 제품 또는 서비스로 인한 피해 가능성 관리 원칙
- 제품 오용에 대한 적극적 저지 원칙
- 협력업체 책임에 대한 적극적 관리 원칙
- 협력업체 우대 원칙

- 입법자와의 협력 원칙
- 일관된 기준 적용의 원칙

#### (2) 시장책임 실현을 위한 우수 실천 방안

- 수행 능력(skill in execution)을 기를 것
- 시장책임원칙을 경영 전략의 핵심으로 삼을 것
- 시장책임원칙을 기업 문화의 일부로 만들 것
- 책임있는 행동을 하도록 권장하고 동기를 부여할 것
- 윤리를 대세(mainstream)로 삼을 것
- 성공 사례의 실천 방안을 업계와 공유할 것
- 일관성을 유지할 것
- 미래의 흐름을 읽을 것

### 4) 시장책임 실현을 위한 9가지 원칙

#### (1) 고객 존중의 원칙

- 정직과 신뢰로 고객을 대해야 함
  - 제품이나 서비스에 대한 모든 정보를 제공하고 약속은 반드시 지켜야 하며, 허위 진술 및 무책임한 판매행위는 삼가야 함
- 고객의 불만에 귀 기울여야 함
  - 고객에게는 직접적인 상거래 관계를 넘어 기업의 이슈 및 증대사에 관심을 가질 수 있는 합당한 권리가 있다고 여겨야 함

**(2) 잠재적 피해 고객(vulnerable customers)에 대한 지원 원칙**

- 고객이 뜻하지 않게 제품이나 서비스 또는 공급 차질로 인해 피해를 볼 수 있다는 가능성을 염두에 두고 이러한 피해를 줄이기 위해 조치를 취해야 함

**(3) 소외집단(excluded group)에서 잠재 고객 발굴 원칙**

- 가능하다면 빈곤, 지리적 여건, 장애 등 이유에 관계없이 현재 고객의 대상에서 제외된 잠재 고객을 찾아보고 그러한 고객에게 자사의 제품이나 서비스가 어떠한 혜택을 가져다 줄 것인지 고심해 보아야 함

**(4) 제품 또는 서비스로 인한 피해 가능성 관리 원칙**

- 제품개발 과정의 일환으로 제품의 사회적·환경적 피해 가능성에 대해 고려해야 함
  - 이는 제품이나 서비스로 인해 뜻하지 않게 발생할 수 있는 피해가능성을 알아보기 위한 것임
- 사회·환경 문제를 해결할 새로운 제품 개발의 기회를 지속적으로 창출해야 하며, 제품의 수명이 다했을 때 제품으로 인한 피해가 발생하지 않도록 해야 함

**(5) 제품 오용에 대한 적극적 저지 원칙**

- 자사 제품의 오용으로 인한 피해 가능성을 찾아내야 함
- 제품 디자인 변경이나 소비자 교육을 통해 오용을 방지하고, 감소시켜야 함

**(6) 협력업체 책임에 대한 적극적 관리 원칙**

- 협력업체와 협력해 업무 프로세스가 향상될 수 있도록 관리해야 함
- 기업의 통제 대상은 아니나 기업 활동에 지장을 줄 수 있는 위험 분야, 부족한 성과 및 요인 등을 찾아내고 이들에 대해 우선순위를 매겨야 함

**(7) 협력업체 우대의 원칙**

- 개방적이고 정직한 자세로 협력업체와 함께 상호 공통의 중대사 및 갈등에 대해 토론할 수 있는 대화의 장을 마련해야 함
- 정직과 공정함으로 거래에 임하고 합의된 계약 사항을 성실히 이행해야 함
- 교육 기회 및 자원을 제공하고, 분명한 성과 목표를 확립해야 함

**(8) 입법자와 협력 원칙**

- 법 또는 규제 체계에 영향력을 행사하여 기업과 관련된 공익에 도움이 되는 길을 모색해야 함
- 기업의 경영 활동이 투명한지 보증할 수 있어야 함

**(9) 일관된 기준 적용의 원칙**

- 법이 존재하지 않거나, 존재는 하되 제대로 집행되지 않고 있어 최소한의 기준조차 지켜지지 않는 곳에서는 행동 기준을 마련하고 이에 따르도록 방안을 마련해야 함
- 기업이 활동하는 지역의 경영환경 변화를 늘 주시해야 함

**5) 시장책임 실현을 위한 우수 실천 방안**

**(1) 수행 능력을 기를 것**

- 책임경영 실천이 기업 활동을 펼치는 데 있어 얼마나 절실히 요구되는지를 명확히 이해해야 하며, 이를 실천함에 있어 요구되는 수행 능력 역시 경영에 필요한 다른 능력 못지않게 중요하다는 것을 분명히 해야 함

**(2) 시장책임원칙을 경영 전략의 핵심으로 삼을 것**

- 장기적이고 지속가능한 목표 달성을 경영전략의 핵심으로 삼아야 함
- 경영전략은 단기 목표 달성에 대한 압박으로부터 기업을 보호할 수 있을 정도의 유연성을 갖추고 있어야 하며 미래의 요구사항에도 적응할 수 있어야 함

**(3) 시장책임원칙을 기업 문화의 일부로 만들 것**

- 경영 목표를 수행하는 데 있어서 책임있는 행동의 중요성을 기업 임직원 모두가 이해하고 수용할 수 있어야 함
- 기업은 임직원들이 관행(business as usual)을 깰 수 있도록 격려하고, 변화를 지원할 수 있는 문화를 조성해 나가야 함

**(4) 책임있는 행동을 권장하고 동기를 부여할 것**

- 기업은 보상을 통해 책임있는 행동은 권장되지만, 무책임한 행동은 그렇지 못하다는 것을 명확히 보여줘야 함
  - 이것은 기업 내외부적으로 동일하게 적용되어야 함

**(5) 윤리를 대세(mainstream)로 삼을 것**

- 윤리적으로 특별한 제품(ethical niche products)을 따로 개발하기 보다는 가능한 모든 제품의 생산에 새로운 윤리 기준과 혁신이 적용되도록 해야 함

**(6) 성공 사례의 실천 방안을 업계와 공유할 것**

- 기업이 바로 '배움의 장(learning organization)'이 되도록 하고 외부의 변화에 즉각적으로 반응할 수 있어야 함

(7) 일관성을 유지할 것

- 가치를 적용하고 약속을 이행함에 있어 늘 일관성을 유지해야 함
- 경영진은 시장에서의 기업 활동 시 책임 경영이 실천되도록 약속해야 하며, 이러한 약속은 경영진이 바뀌어도 사라지지 않아야 함

(8) 미래의 흐름을 내다볼 것

- 기업은 기업 활동에 영향을 줄 수 있는 흐름을 예측할 수 있도록 현재의 사안 및 상황을 끊임없이 검토해야 함
- 제품 및 서비스 개발 시 검토한 정보를 적극 반영할 수 있어야 하며, 시장의 흐름에 따라갈 것이 아니라 시장을 이끌어 간다는 목표를 세워야 함

**바. 구조적 변동 - 서서히 죽어가고 있는 투자자 신화**

☞ 국제적인 투자연구 및 자문 회사인 Innovest Strategic Value Advisors社의 설립자 및 CEO인 Dr. Matthew J. Kiernan이 국제적인 비영리단체인 Business for Social Responsibility (BSR)의 『Leading Perspective』誌 2006년 가을호에 게재한 “Tectonic Shifts—The Slow Death of Investor Myths”를 번역, 정리한 것임

□ 사회적 책임 투자(Socially Responsible Investing : SRI)가 전통적인 투자 방식보다 나은지에 대하여 계속되어 온 논쟁은 여러 가지 면에서 비생산적이고 도움이 되지 못했음

- SRI는 그 특성상 가치 지향적이기 때문에 어느 특정 가치가 가장 중요하고 합법적인 것이라고 할 보편적인 합의는 절대 있을 수 없음
- SRI는 투자 상품마다 각각의 특색이 있는 완전히 동질적인 것이 아니기 때문에, "SRI가 더 나은가?"라는 질문이나 "주식투자가 더 나은가?"라는 질문은 각자 나름대로의 유용성이 있음

- 위의 두 가지 질문 모두에 대한 해답으로서, 투자성과는 기본적인 기업 조사, 지분 선택 및 포트폴리오 구성 등의 질과 투자 스타일 및 투자기간 등에 의해 확실히 좌우됨
- 그래서 SRI가 특정기간 동안 실제로 더 나은 성과를 나타내는지의 여부는 문제의 핵심에서 크게 벗어나 있음
- 즉, 기업의 사회적 책임(CSR) 과제 이행에 관한 연구가 전반적인 기업경영의 질을 명백히 나타냄으로써 중장기 재무성과 예측에 대한 중요한 통찰력을 제공할 수 있다는 점은 논의 대상에서 제외되어야 함
- 복잡하고 끊임없이 변화하는 CSR 과제에 대한 기업의 전망 능력은 기업의 '경영의 질'로 일컬어지고 있으나 대부분 소홀히 다루지고 있음
- 뉴욕에서부터 도쿄에 이르기까지의 주류 재무 분석가들로부터 확인할 수 있듯이 경영의 질은 기업의 궁극적인 경쟁력과 재무성과의 가장 중요한 결정요소로 간주되고 있음
- 그러나 이상하게도, 대부분의 재무 분석가들은 특정 분야에서 잘 경영되고 기업이 어떤 모습을 갖추고 있는지를 정확히 밝혀내지 못하고 있을 뿐만 아니라 어떤 요인 때문에 어느 회사가 잘 또는 잘못 경영되고 있는지도 확실히 설명하지 못하고 있음
- 이와는 달리 최고의 SRI 및 특별 재무를 담당하는 분석가들은 주류 재무 분석가들을 수치스럽게 만들 만큼 분석의 정확성과 전문성을 가지고 양자를 실제로 잘 설명하고 있음
- 그럼에도 불구하고, SRI 분석은 전통적인 재무 분석가들에 의해 모호하고 불확실한 생각—지적인 이중 기준—으로 간주되어 대부분 용도폐기 되었음
- 그러나 이젠 이런 상황이 천천히 바뀌기 시작하고 있음

## 【CSR 투자에 대한 인식적 장애물】

- 변화는 기존의 사고의 틀을 바꾸는 것을 의미하지만, CSR 투자 요소를 주류의 재무분석에 포함시키는 것에 대한 저항이 확산되고 있는 근원에는 끈질기게 지속되어온 적어도 5가지의 오해가 존재함

### 〈5가지의 신화 : 잘못된 믿음〉

#### 1) 지속가능성 요소들을 위험 조정 재무 수익률(risk-adjusted financial returns)과 연계시키는 것은 부적절하며 심지어는 나쁜 영향을 미치기도 함

- 전통적인 투자 이론은, 기업들의 환경, 사회 및 지배구조 (ESG) 과제의 이행은 재무적 성과에 미치는 효과가 미미하거나 심지어는 재무적 가치의 증가 없이 비용만 부담하게 되어 기업의 경쟁력과 수익성을 저해한다는 견해를 오랫동안 견지해 왔음
- 그러나 CSR 요소들을 잘 관리하지 못하여 어려움을 겪은 기업들은 이러한 견해에 대하여 중대한 문제가 있다는 점을 지속적으로 제기하고 있음

#### 2) 지속가능성 요소들을 투자전략으로 통합하는 것은 신의성실 의무(fiduciary duty)를 위반하는 것과 같음

- 두 번째의 신화는 첫 번째에서 생성된 것임
- 여건이 좋을 때에 투자 분석가가 기업의 CSR 이행에 대한 평가를 하게 되면 시간낭비만 하고 있다는 말을 듣게 되지만, 여건이 나쁠 때에는 ESG 요소를 고객의 포트폴리오에 포함시켜 운용하게 되면 기업과 투자자들의 재무적 성과가 실질적으로 나빠질 수도 있음
- 다른 사람들의 돈을 관리, 증식 및 보관에 종사하는 수탁자들에게는, ‘어떻게 해서 이런 요소들이 총체적인 투자분석의 일부가 되지 못하느냐?’는 질문이 남게 됨

**3) 지속가능성 관련 투자이론을 뒷받침하는 이론적으로 신뢰할만한 증거는 없음**

- 이는 투자에 대한 5가지의 신화 중 가장 핵심적이고 가장 잘못된 믿음에 해당함
- 이 신화가 노골적으로 잘못된 것이 사실임에도 불구하고 세계에서 가장 존경받고 영향력 있는 투자 분석가들과 컨설턴트들이 그것을 앵무새처럼 되뇌고 있는 것을 막지 못하고 있음
- 문제는 증거의 부족에 있는 것이 아니라 회의론자들이 그 증거를 가볍게 부정해버리거나, 더욱 빈번하게는 그러한 증거가 존재한다는 것을 모를 뿐만 아니라 보려고 노력하지 않는다는 사실임

**4) 지속가능성 및 기타 특별재무에 관한 분석들은 전통적인 투자분석보다 덜 엄격하고 더 자의적인 것이 불가피함**

- 이 특별한 신화는 지식적으로 정확하지 않을 뿐만 아니라, 다른 선진 기관투자자들—특히 미국의 기관투자자들—로 하여금 투자수익률을 크게 향상시킬 수 있는 SRI 전략을 사실상 모색조차도 못하게 하고 있는 것임

**5) 모든 SRI/지속가능성 관련 연구 및 투자방식들은 본질적으로 동일함**

- 이것은 아기를 목욕물과 함께 밖으로 내던지는 것(throwing the baby out with the bathwater - 쇠뿔 고치려다 소 죽이는 것 - 번역자주)과 비슷함
- 일부 SRI 분석과 투자 상품은 품질이 떨어지고 투자수익률이 저조하다는 것이 사실이나, 주류의 투자분석 및 상품도 일부는 품질이 저급하고 투자수익률이 저조한 것은 마찬가지임
- 어느 경우에도 최악의 실패를 상정하여 투자자들로 하여금 투자영역 전체(entire genre)를 포기하도록 해서는 안 됨

## 【전통적 투자 방식에 대한 법적 위기의 도래】

- 현재 훌륭한 CSR 이행이 기업과 투자자 모두에게 보다 나은 재무적 성과를 창출하는 데에 도움이 되고 있다는 주목할 만한 증거가 이미 다양한 출처로부터 제시되고 있음
- 더 중요한 것은 기업들의 CSR 이행과 포지셔닝으로 위험과 수익이 동시에 증가하고 있다는 것임
- "CSR 프리미엄"(또는 위험)이 증가 일로에 있는 것이 강력한 세계적인 추세(powerful global megatrend)이며, 그 대표적인 예는 다음과 같은 것들임
  - 기업의 ESG 과제 이행과 기업의 경쟁력, 수익성 및 주가 상승 사이의 관계에 대한 실증적 증거들이 많아지고 있음
  - 기업의 사회적 책임 이행과 새로운 거래 및 투자 위험에 대한 공시의 강화를 위한 국제적, 지역적 및 국가적인 규제 요건이 더욱 까다로워지고 있음
  - 특히 새롭고 비전통적인 요인에 의해 위험 수준이 기하급수적으로 증가하고 있는 신흥시장에 경쟁과 기관투자가 집중
  - 기업들의 ESG 과제 이행에 따른 위상과 재무성과를 실질적으로 향상시키는 소비자 및 투자자의 인구통계학적 변화
  - 풍부한 자원, 신인도, 기업정보에 대한 접근성, 국제적인 의사소통 능력 등을 갖춘 국제적인 비정부기구들로부터의 압력 증가
  - 이러한 분야에서의 기업의 사회적 책임 이행 등 법적 신의성실 의무의 범위가 실질적으로 확대
  - ESG 투자에 참여한 기업들의 지배구조와 관련하여, "신탁 자본주의"(fiduciary capitalism)가 출현되면서 주요 기관투자자들의 주주 행동주의를 위한 성향과 능력이 증대되고 있음

- 기업 간부들이 CSR 요소와 관련된 경쟁위험, 재무위험 및 효익을 평가하는 사례가 증가하고 있음
- 이러한 세계적 대세의 각 사례들은 스스로 CSR 프리미엄을 증가시킬 수 있을 정도로 강력한 것임
- 이러한 각 사례들이 모아지면, 향후 10년 동안에 투자와 관련된 잘못된 믿음들을 극복하고 투자의 전망과 주류 이론 등을 변화시킴으로써 실질적으로 대적할 수 없는 힘을 형성하게 될 것임

### 3. 기업윤리 일반

#### 가. 윤리적으로 사고하는 방법

☞ 응용윤리학을 연구하고 있는 Santa Clara University의 Markkula Center에서 Manuel Velasquez, Dennis Moberg 등이 공동으로 저술한 “A Framework for Thinking Ethically”를 번역, 정리한 것임

##### 1) 개요

- 본 논문은 윤리적으로 사고하는 방법을 습득하기 위한 입문서로 만들어진 것임
  - 우리 모두는 윤리적으로 행동할 때나 가장 좋을 때 우리 자신에 대한 더 나은 모습의 이미지를 가지고 있음
  - 또한 우리는 윤리적 공동체, 윤리적 경영, 윤리적 정부, 윤리적 사회가 어떠해야 하는가에 대한 이미지도 가지고 있음
- 윤리는 실제로 개인으로서 윤리적으로 행동하고, 윤리적인 조직 및 정부를 구성하고, 우리 사회 전체를 윤리적으로 만드는 것 등의 모든 차원에서 관련이 있음

##### 2) 윤리의 정의

- 간단히 말하면 윤리는 친구, 부모, 어린이, 시민, 기업인, 교사, 전문가 등 인간이 각자 처한 상황에서 어떻게 행동해야 하는가를 말해주는 행동 기준을 말함
- 윤리가 무엇인지를 알기 위해서는 윤리가 아닌 것을 확인해 보는 것이 도움이 됨

**(1) 윤리는 감정(Feelings)과는 다른 것임**

- 감정은 윤리적 선택을 위해 중요한 정보를 제공함
- 일부 사람들은 잘 발달된 습관을 갖고 있어서 자신들이 잘못된 행동을 했을 때 기분이 나쁘다고 느끼지만, 많은 사람들은 자신들이 잘못된 행동을 하고 있으면서도 기분이 좋다고 느끼고 있음
- 또한 옳은 일이지만 어려운 일인 경우에는 그 일을 하는 것이 불편하다는 감정을 느끼게 함

**(2) 윤리는 종교와 다름**

- 많은 사람들이 종교를 갖고 있지는 않지만, 윤리는 모든 사람들에게 적용되는 것임
- 대부분의 종교가 높은 윤리 기준을 옹호하지만, 우리가 직면하는 모든 형태의 문제들을 다루지는 않음

**(3) 윤리는 법규 준수와는 다름**

- 좋은 법률제도는 많은 윤리적 기준들을 포함하고 있지만, 법률은 윤리적 범주로부터 이탈할 수도 있음
- 법률은 윤리적으로 부패할 수 있고, 일부 독재정권은 실제로 그러하였음
- 법률은 오직 권력을 위해서만 기능할 수도 있으며, 소수 집단의 이익만 대변하도록 제정될 수도 있음
- 법률은 일부 중요한 영역에서 기준을 설정하고, 집행하는 데 어려움을 겪을 수 있으며, 새로운 문제들을 신속하게 다루지 못하는 경우도 있음

**(4) 윤리는 문화적으로 인정된 규범의 준수와는 다름**

- 일부 문화들은 매우 윤리적이지만, 다른 일부 문화들은 부패하거나 (남북전쟁 이전 미국이 노예제도를 등한시했던 것처럼) 특정한 윤리적 문제를 외면하기도 함
- "로마에서는 로마법을 따르라"는 말은 윤리 기준으로 봤을 때 만족스러운 것이 아님

**(5) 윤리는 과학과 다름**

- 사회과학 및 자연과학은 윤리적으로 더 나은 선택을 할 수 있도록 중요한 데이터를 제공해 줄 수 있으나, 과학 그 자체만으로는 우리가 무엇을 해야 하는지에 대해 말해주지 못함
- 과학은 인간이 무엇인지에 대한 설명을 제공해 줄 수는 있는 데 반해, 윤리는 인간이 어떻게 행동해야 하는가에 대한 이유를 제공함
- 그리고 단지 어떤 일이 과학적으로 또는 기술적으로 가능하다고 해서 그 일을 하는 것이 윤리적이라고 할 수는 없음

**3) 윤리 기준의 파악이 어려운 이유**

- 우리가 따라야 할 윤리 기준을 파악함에 있어 다음과 같은 근본적인 두 가지의 문제가 있음
  - ① 우리는 윤리 기준의 기반을 어디에다 둘 것인가?
  - ② 그러한 기준들을 우리가 직면하고 있는 구체적인 상황에 어떻게 적용시킬 것인가?
- 만약 윤리가 감정, 종교, 법규, 인정된 사회적 관행 또는 과학에 기반을 두고 있지 않다면, 어디에 기반을 두고 있는가?

- 많은 철학자들과 윤리학자들은 우리가 이 중요한 문제를 해결할 수 있도록 도움을 주고 있는데, 그들은 우리가 이용해야 할 윤리기준에 대한 다섯가지의 접근방식을 제시해 주고 있음

#### 4) 윤리 기준에 대한 다섯가지의 접근방식

##### (1) 공리주의적 접근법(The Utilitarian Approach)

- 일부 윤리학자들은 윤리적 행동이란 최대한의 선을 행하고, 최소한의 악을 행하는 것, 달리 표현하면 악에 비해 선을 극대화하는 그런 행동이라고 강조함
  - 윤리적 기업의 행동이란 고객, 종업원, 주주, 지역사회, 환경 등 기업의 모든 이해관계자들을 위해 선을 최대화하고, 악을 최소화하는 것이라고 할 수 있음
  - 윤리적 전쟁은 살상 및 파괴를 통해 모든 당사자에게 해를 끼치는 테러리즘을 끝내는 데 있어서 선이 행해지도록 함
- 공리주의적 접근법은 결과를 중시하고 있는데,
  - 그것은 선행을 증가시키면서 동시에 악행을 감소시키려고 노력하고 있음

##### (2) 권리 접근법(The Rights Approach)

- 일부의 다른 철학자들과 윤리학자들은, 윤리적 행동이란 이해관계자들의 도덕적 권리를 최상으로 보호하고 존중하는 것이라고 말함
- 동 접근법은, 인간은 개인의 인간성이나 자유롭게 선택할 수 있는 능력에 기초한 존엄성(dignity)을 갖고 있다는 믿음에서 출발하고 있음
  - 그러한 존엄성에 기초하여 인간은 목적(ends)으로 대우받을 권리를 가지고 있으며, 다른 목적을 위한 수단이 되어서는 안됨

- 도덕적 권리로서는, 어떤 삶을 영위할 것인가에 대해 선택할 권리, 진실을 들을 권리, 상해를 당하지 않을 권리, 일정 수준의 사생활을 보장받을 권리 등이 폭넓게 논의되어지고 있음

□ 현재 일부 사람들은 인간이 아닌 존재들도 권리를 가지고 있다고 주장함

- 또한 권리는 의무, 특히 다른 사람들의 권리를 존중해야 하는 의무를 내포하고 있다고 말해짐

### (3) 공정성 또는 정의 접근법(Fairness or Justice Approach)

□ 아리스토텔레스와 다른 그리스 철학자들은 ‘모든 평등한 사람들은 동등하게 대우받아야 한다’는 사상을 제시하였음

□ 오늘날 우리는 이 사상을 이용하여 ‘윤리적 행동이란 모든 인간을 동등하게 대우하는 것이며, 만약 동등하게 대우하지 않는다면, 납득할만한 기준에 근거해서만 가능하다’라고 말하고 있음

- 우리는 사람들에게 업무의 난이도 또는 그들이 조직에 기여한 정도에 따라 보수를 지급하며 그것은 정당하다고 말함
- 그러나 다른 사람들의 급여 보다 수백배가 더 많은 CEO의 보수에 대해서는 논쟁이 있음

- 많은 사람들은 거대한 차이가 납득할만한 기준에 근거하고 있는지 또는 그것이 권력의 불균형의 결과이고 그래서 그것이 불공평한 것인지의 여부에 대해 의문을 제기하고 있음

### (4) 공동 선(善) 접근법(The Common Good Approach)

□ 그리스 철학자들은 또한 공동체의 삶이 선(善) 그 자체이며 우리의 행동은 공동체 삶을 위해 기여해야 한다는 개념을 발전시켜 왔음

- 동 접근법은 사회의 연동적인 관계(interlocking relationship)는 윤리적 합리성의 기초이며, 모든 다른 사람들(특히 약자)에 대한 존중과 연민은 그러한 합리성의 필수요건이라고 주장함
- 동 접근법은 또한 모든 사람들의 복지에 중요한 공통 조건에 주목하고 있는데, 그러한 공통 조건에는 법률제도, 효과적인 경찰 및 소방 부문, 보건 및 교육제도와 심지어 공공오락 부문까지도 포함

#### (5) 미덕 접근법(The Virtue Approach)

- 윤리에 대한 매우 고전적인 접근법은, 윤리적 행동이 우리의 인간성을 완성시키는 어떤 이상적 덕목에 부합해야 한다는 것임
- 이러한 덕목은 우리가 최고의 잠재적 특성에 따라, 그리고 진리와 미(美) 등의 가치를 위해 행동할 수 있게 해 주는 성향이자 습관임
- 정직, 용기, 연민, 아량, 관용, 사랑, 충실, 도덕성, 공정성, 자제, 사리분별 등은 이러한 덕목의 예라고 할 수 있음
- 미덕 윤리학은 어떤 행동을 할 경우 다음과 같은 질문을 하게 함
  - 만약 내가 이 일을 한다면 나는 어떤 사람이 될 것인가?
  - 이 행동이 내가 가장 잘한 모습인가?

#### 5) 다섯가지 접근법의 통합

- 각각의 접근법들은 어떤 행동기준이 윤리적이라고 생각되는지를 결정하는 데는 도움을 주지만, 아직도 해결되어야 할 문제들이 있음
- 첫 번째 문제는, 우리가 특정 접근법의 일부 내용에 대해 동의하지 않을 수 있다는 것임

- 인간의 권리와 시민의 권리를 동일시하는 것에 대하여 모두 동의하지 않을 수 있으며, 공동 선(善)을 구성하는 것에 대해서도 의견이 다를 수가 있음
- 또한 선과 악이 무엇인가에 대해서도 의견이 다를 수 있음
- 두 번째 문제는, 서로 다른 접근법들이 “무엇이 윤리적인가?”라는 질문에 대하여 모두 똑같은 방식으로 답변하지 못할 수 있다는 것임
- 그럼에도 불구하고 각각의 접근법들은 특정한 상황에서 무엇이 윤리적인 것인가를 결정하는 데에 중요한 정보를 제공함
- 그리고 드물긴 하지만 서로 다른 접근법들이 유사한 대답을 이끌어 내기도 함

## 6) 의사결정

- 윤리적으로 좋은 의사결정은 윤리적 이슈에 대해 잘 훈련된 감수성과, 의사결정의 윤리적 측면을 검토하고 특정 행동의 선택에 영향을 주는 사항들을 고려하기 위한 숙련된 방법을 필요로 함
- 윤리적인 의사결정을 위한 방법을 가지고 있는 것이 매우 중요함
  - 정기적으로 숙련만 되면, 그 방법은 매우 친숙해져서 구체적인 단계를 찾아보지 않아도 그 방법을 통해 자동적으로 의사결정을 할 수 있게 됨
- 우리가 직면하는 윤리적 선택이 더욱 새롭고 어려울수록 그 윤리적 딜레마에 대하여 사람들과의 토의와 대화가 더욱 중요하게 됨
  - 그러한 상황에서는 다른 사람들의 통찰력과 다른 시각의 도움을 받아 문제를 신중하게 검토해야만 윤리적으로 좋은 선택을 할 수 있음
- 다음에 제시하고 있는 윤리적 의사결정 체계는 윤리적인 딜레마를 검토하고, 윤리적 행동을 파악할 수 있도록 하는 데 유용함

## 7) 윤리적 의사결정 체계

### (1) 윤리적 이슈의 인식(Recognize an Ethical Issue)

- ① 사적으로, 대인간 또는 사회적으로 잘못된 것이 있는가? 갈등, 상황 또는 결정이 다른 사람들 또는 공동체에 피해를 입힐 수 있는 것은 아닌가?
- ② 그 이슈가 법적 또는 제도적 관심사항을 벗어난 것은 아닌가? 그 이슈는 존엄성, 권리, 더 나은 공동체적 삶을 희구하는 사람들에게 어떤 영향을 미치는가?

### (2) 사실관계의 파악(Get the Facts)

- ③ 이 사건의 관련 사실들은 무엇인가? 어떠한 사실들이 알려지지 않았는가?
- ④ 어떤 개인 및 집단들이 결과에 대해 중요한 이해관계를 가지고 있는가? 일부 사람들의 경우, 특별한 필요성을 느끼기 때문이거나 아니면 우리가 그들에게 특별한 의무를 지고 있기 때문에 더 중요한 이해관계가 있는 것은 아닌가?
- ⑤ 행동을 위한 선택은 무엇인가? 관련된 모든 사람들 및 집단들에게 자문을 받았는가? 만약 당신이 존중하는 사람에게 당신의 선택 리스트를 보여준다면, 그 사람은 무엇이라고 말할 것인가?

### (3) 다양한 윤리적 관점에 의한 대안적 행동의 평가

(Evaluate Alternative Actions From Various Ethical Perspectives)

- ⑥ 어떤 선택이 최대한의 선과 최소한의 악을 발생시킬 것인가?
  - 공리주의적 접근법 : 윤리적 행동은 해악에 비해 선이 극대화되도록 할 수 있는 행동을 말함
- ⑦ 비록 모든 사람들이 그들이 원하는 모든 것을 가질 수는 없다고 할지라도 모든 사람들의 권리와 존엄성은 여전히 존중될 것인가?

- 권리 접근법 : 윤리적 행동은 관련이 있는 모든 사람들의 권리를 가장 의 무적으로 존중하는 것을 말함
- ⑧ 어떤 선택이 모든 이해관계자들에게 공정한가?
  - 공정성 또는 정의 접근법 : 윤리적 행동은 사람을 동등하게 대하고, 동등 하지는 않더라도 적절하고 공정하게 대하는 것을 말함
- ⑨ 가족, 공동체, 사회의 일원으로 우리가 공유하는 삶에 더욱 완전하게 참여 할 수 있도록 도와줄 수 있는 선택은 무엇인가?
  - 공동 선 접근법 : 윤리적 행동은 공동체 삶의 질 향상에 최선의 기여를 하는 것을 말함
- ⑩ 당신은 용기나 연민을 가진 사람처럼 행동하기를 원하는가?
  - 미덕 접근법 : 윤리적 행동은 최고 수준의 인간의 관습과 가치를 구현시키는 것을 말함

#### (4) 의사결정 및 시험(Make a Decision and Test It)

- ⑪ 모든 관점들을 고려해 볼 때, 어떤 선택이 행동하기에 가장 올바르고, 최선 인가?
- ⑫ 만약 당신이 이러한 선택을 한 이유를 누군가에게 말할 때, 그 사람은 무엇 이라고 이야기할 것인가? 만약 텔레비전을 통해 당신의 결정을 설명해야 한다면, 당신은 그렇게 하는 것이 편할 것인가?

#### (5) 이행 및 향후 결정에 대한 심사숙고

- ⑬ 당신의 결정을 이행하라. 그 이행 모든 이해관계자들에게 어떤 결과를 가져 올 것인가? 만약 당신이 반복해서 해야 할 것이 있다면, 다른 방식으로 할 것은 무엇인가?

## 나. 중국이 추진중인 부패와의 전쟁

☞ 중국 청화대학 부설 ‘반부패 및 지배구조 연구센터’(Anti-Corruption and Governance Research Center)의 주임연구원 Cheng Wenhao(程文浩)가 국제적인 비영리단체인 Business for Social Responsibility (BSR)의 『Leading Perspective』誌 2006년 여름호에 게재한 “China’s Ongoing War Against Business Corruption”을 번역, 정리한 것임

□ 2005년에서 2006년 사이에 중국의 반부패 운동에 있어서 중대한 변화가 발생하였음

○ 예전에는 반부패운동이 공공분야의 뇌물 및 부패 문제에만 주력하여 왔으나 이제는 그 범위가 확대되어 민간분야의 반부패 문제를 우선적 과제로 삼고 있음

□ 그래서 현재 중국의 반부패 운동은 뇌물을 받은 공무원뿐만 아니라 공무원과 다른 기업에 뇌물을 제공한 기업도 반부패 운동의 목표로 삼고 있음

○ 중국의 반부패 운동 범위 확대는 중국 내부의 기업투자환경에 많은 긍정적 영향을 미칠 것임

□ 중국에서 ‘기업의 뇌물수수’(business bribery)라는 말은 기업 및 기업 종사자가 상품과 서비스를 매매하기 위하여 수수하는 뇌물을 의미함

○ 중국은 이 문제를 10년 넘게 다루어 왔는데, 1993년에는 ‘反不公正競爭法’(Law Against Unfair Competition)을 통과시켰으며, 1996년에는 ‘반부패 및 뇌물 규정’(Provisional Anti-Corruption & Bribery regulation)을 선포하였음

○ 이 2가지 법규는 기업의 뇌물수수 및 기타 부적절한 활동을 금지하고 있으며, 형법에서도 뇌물수수에 대하여 강한 처벌을 규정하고 있음

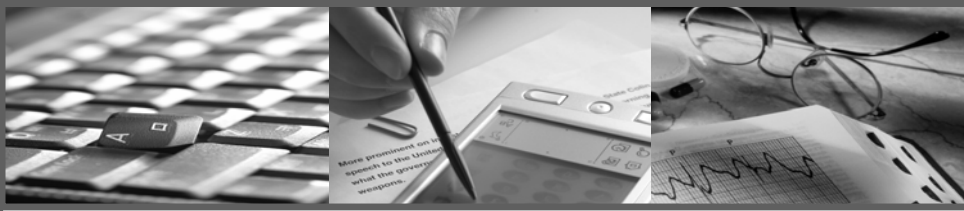
□ 그러나 기업의 뇌물수수 행위가 은폐하려는 속성이 있는데다 법 집행제도마저 취약하여 중국 정부당국이 기업의 뇌물수수 문제를 뿌리 뽑기가 매우 어려웠음

- 더욱이 기업의 뇌물수수와 인적 네트워크 간에는 반드시 명확한 관계가 형성되어 있지도 않으며 종종 회색지대가 존재하고 있음
- 사실 나라마다 뇌물수수에 대한 정의가 다양한데, 예컨대, 중국의 법률에 의하면, 정부 공무원은(가족도 포함)이 기업체로부터 리베이트를 받으면 부정으로 간주될 수 있음
- 그러나 개인이 아닌 정부부처나 기관이 계약을 승인해준 대가로 기업체로부터 돈을 받은 경우에는 개인 어느 누구도 기소하기 어렵게 되어 있음
- 중국은 경제성장의 속도가 빨라지고 시장에서의 경쟁이 격화되면서 특히 의료, 부동산, 금융 및 건설 부문에서 발생하는 기업의 뇌물수수 문제로 큰 어려움을 겪어오고 있음
- 기업의 뇌물수수 문제는 중국의 경제성장과 사회안정에 대한 중요한 장애요인으로 작용하여 왔는데, 이는 시장제도가 원활하게 기능하는 것을 방해할 뿐만 아니라 국가 경제에 심대한 손해를 입히고 일반 소비자들의 이익도 해치고 있기 때문임
- 최근 수년간 많은 외국 기업들이 중국에서 기업 활동을 보장받기 위하여 중국 공무원에게 뇌물을 제공한 것 때문에 자국의 정부로부터 벌금형을 받았음
- 이러한 결과로 중국 정부의 정책 의사결정자들의 문제에 대한 인식이 크게 제고되었음
- 2006년 초 중국은 공공분야에서 부패와의 전쟁을 하면서도 기업부문에서 부패와의 전쟁을 공식적인 반부패 운동의 우선과제로 채택하였음
- 현재 중국 정부는 정상적인 기업 거래를 촉진하기 위하여 정부 공무원의 뇌물 수수뿐만 아니라 기업체와 개인 간의 뇌물수수도 반부패 대상의 목표로 삼고 있음

- 중국 정부는 업종과 부문에 따라 다양한 기업의 뇌물방지 관행을 전국적으로 통합하기 위하여 ‘중앙 기업뇌물방지 선도 그룹’(Central Anti-Business Bribery Leading Group)을 구성하였으며, 동 그룹에는 20명 이상의 정부부처 소속 장관급 간부들이 포함되어 있음
  - 동 그룹은 건설, 토지 이용, 재산권 거래, 의약품 조달 및 판매, 정부조달 등의 문제가 많은 부문에 대한 부패와의 전쟁에 전력해오고 있음
- 중앙정부 부처 및 지방정부는 기업의 뇌물방지를 위한 각자의 추진계획을 수립하였으며, 기업의 뇌물수수 범죄를 더 잘 처리하기 위하여 형법의 관련 조항도 개정될 것으로 보임
  - 기업의 뇌물방지는 정부 정책, 법률 및 집행프로그램 등을 통하여 다각적으로 추진될 것임
  - 예컨대, 상무부는 ‘기업신용에 대한 통합감독시스템’(Union Supervision System on Business Credit)을 이미 가동시켰고, 2006년에는 ‘국가공상산업국’(State Industry and Commercial Bureau)은 의약품 판매업에서 발생하는 뇌물 문제를 담당할 것이며, ‘국가감사국’(State Audit Bureau)은 기업의 뇌물수수 문제에 치중할 것임
- 과거에는 뇌물을 받은 공무원이 뇌물을 제공한 사람보다 통상적으로 더욱 강한 처벌을 받았지만, 현재 중국의 법 집행 당국들은 기업의 뇌물거래 수요를 감소시키기 위하여 뇌물제공에 따른 대가가 크게 되도록 노력하고 있음
  - 2006.1월 중국의 검찰당국은 ‘뇌물제공자 정보 데이터베이스’(bribers information database)를 공개하였음
  - 이 시스템이 제대로 작동되면 뇌물 제공으로 기소된 적이 있는 기업체나 개인은 향후 정부와의 계약에 입찰 자격이 부여되지 않을 것임
  - 그래서 이 시스템은 뇌물제공자가 과거의 불법적 행위로 인하여 치러야 할 잠재적 대가를 크게 증가시킬 수 있을 것임

- 중국은 현재 기업의 뇌물방지를 위해 매우 힘겨운 싸움을 하고 있는 중이지만 기업의 뇌물방지 운동은 어느 정도 목표달성에 부합하는 방향으로 진전되고 있음
  - 현재의 법적 미비점을 보완하기 위하여 기업의 반부패 관련 조항이 포함된 형법이 새로 개정될 것으로 예상됨
  - 아울러 일부 학자들은 하나로 통일된 기업뇌물방지법(a unified Law of Anti-Business-Bribery)을 즉시 제정할 것을 요구하고 있음
- 가까운 미래에 기업 부패를 통제하는 것이 중국의 반부패운동의 핵심이 될 것이라고 예상할 수 있음
  - 그러한 노력은 직접적으로는 중국 기업과 외국계 기업 모두의 이익 증진에 기여하는 방향으로 공정하고 건전한 중국의 시장 환경을 조성한 데에 기여할 것임

## II 국내 기업의 윤리경영 사례




- 1. 제일모직
- 2. 한미약품
- 3. 금호고속
- 4. 굿모닝신한증권
- 5. 국민은행
- 6. 하나은행
- 7. 풀무원
- 8. 유한킴벌리
- 9. 대한주택보증
- 10. 한국동서발전



# 1. 제일모직


## 【삼성 가치체계】



“인재와 기술을 바탕으로 최고의 제품과 서비스를 창출하여 인류사회에 공헌한다”

We will devote our human resources and technology to create superior products and services there by contributing to a better global society


**경영이념**



인재제일  
People




최고지향  
Excellance



변화선도  
Change



행실기치



정도경영  
Integrity



상생추구  
Co - Prosperity

**경영원칙**

- 원칙 1. 법과 윤리를 준수한다. We comply with laws and ethical standards
- 원칙 2. 깨끗한 조직문화를 유지한다 We maintain a clean organizational culture
- 원칙 3. 고객 · 주주 · 종업원을 존중한다 We respect customers, shareholders and employees
- 원칙 4. 환경 · 안전 · 건강을 중시한다 We care for the environment, health and safety
- 원칙 5. 글로벌 기업 시민으로서 사회적 책임을 다한다 We are a socially responsible corporate citizen

## **【공정거래 자율준수 프로그램 도입·실천】**

### ◎ 공정거래 자율준수 프로그램 도입

- 경영 투명성을 높여 정도경영을 실천하기 위해 '공정거래 자율준수 프로그램\*(CP : Compliance Program)을 지난 2006년 도입해 운영하고 있음

\* 공정거래 관련 법규를 기업이 자율적으로 준수하기 위해 도입하는 것으로 사내에서 발생할 수 있는 담합이나 불공정 거래행위를 사전에 차단할 수 있는 장치를 운영하는 것을 말함

- 2006년 7월 이사회 승인을 거쳐 공정거래 자율준수 프로그램 관련 시스템과 시행안을 마련하고, 9월 1일 대표이사 메시지를 통해 정식으로 도입을 공표함

### ◎ 공정거래 자율준수 프로그램 실천

- 공정거래 관련 법규를 자율적으로 준수하기 위한 자체 준수수칙을 제정하고, 임직원에게는 공정거래법 준수를 위한 행동 기준이 제시된 공정거래 자율준수 편람과 핸드북을 배포해 프로그램의 개념과 실천방안을 공유
- 또한 공정 거래 자율준수를 위한 공정거래 법규 관련 임직원 교육을 연중 실시하고, 자체적으로 구축한 사내 법무포털 시스템에 공정거래 자율준수 관련 자료를 축적해 전 임직원이 실시간으로 활용하도록 지원

## **【사회공헌활동】**

### ◎ 고객과 함께하는 사회공헌활동

- 2006년 창립 52주년을 '기부문화 확산 원년의 해'로 선포하고, '아름다운 가게'와 공동으로 고객참여형 사회공헌 활동을 시작

- 2006년 9월 14일 서울시 청계광장에서 열린 '나눔이 만드는 희망세상' 캠페인 선포식을 개최하고, 아름다운 재단과 손잡고 기부문화 확산을 위한 연중 공익 캠페인을 펼친다고 발표하였으며, 일반시민을 대상으로 임직원 기증품을 판매하는 '아름다운 가게'를 개최
- 일반 고객과 가장 가까운 패션사업의 특성을 살려 빈폴 의류 제품에 '아름다운 가게' 소개 문구와 물품 기증 연락처를 담은 태그(나눔이 만드는 희망 세상 물품기증은 1577-1113)를 부착해 고객이 직접 물품기증에 참여하게 함
- '나눔이 만드는 희망세상' 캠페인은 그동안 기업이 시민단체를 후원하는 일회성 방식에서 벗어나, 기업의 제품을 구매한 고객이 직접 사회공헌에 참여할 수 있는 기회를 지속적으로 마련해 주는 고객참여형 사회공헌 활동의 새로운 역할모델을 제시하였음

◎ 봉사활동 사업장별 특화, 체계적인 지원으로 전 임직원 참여 유도

- 지난 1994년 그룹의 사회공헌활동 본격 시작에 발맞춰 '나눔경영'을 실천하기 위해 사업장별 특성에 맞는 봉사활동을 지속적으로 전개해 왔는데, 전 임직원이 자발적으로 참여하는 기업문화 조성을 사회공헌활동 추진에 있어 최우선 과제로 삼고 다양한 지원제도를 시행하고 있음
- 특히 2006년 4월에는 기존의 사회 봉사단 조직을 4개 사업장별로 나눠 지역 특성을 반영한 봉사활동을 추진하는 자원봉사센터를 각각 신설했으며, 매월 셋째 주 목요일을 자원봉사의 날로 정해 적극적인 참여 확대를 유도하고 있음
- 아울러 134개 팀 단위로 봉사팀을 구성해 각 팀별로 자원봉사 리더를 임명함으로써 체계적인 사회공헌활동의 조직을 구성함
- 2006년 현재 제일모직은 총 61개 복지시설과 자매결연을 맺어 지역밀착형 임직원 봉사 활동을 정기적으로 시행하고 있으며, 전 임직원의 73% 이상이 참여하고 있는 '사랑의 성금' 제도를 통해 매년 1억원 이상의 기금을 사회 시설에 기부하고 있음

- 매년 9월 창립기념일을 전후해서는 전사적으로 자원봉사주간을 선포하고 창립기념 행사를 최소화해 남은 경비를 사회공헌 예산으로 활용하고 있음

◎ 사회공헌활동 향후 계획

- 제일모직은 2006년 사회봉사단 조직 확대 개편에 따라 봉사활동의 주요 추진 과제도 전 임직원이 자발적으로 참여할 수 있는 형태로 바뀌나갈 방침
- 이를 위해 봉사활동 시간을 개인 분기별 1회, 5시간 이상으로 규정화해 자원봉사활동의 정착을 유도하고, 체계적인 활동 관리를 위한 'e-봉사도우미'를 사내 전산망에 오픈해 개인 및 팀별 봉사활동 현황을 실시간으로 관리할 수 있게 만들고 있음
- 제일모직은 지역밀착형 봉사활동을 강화하기 위해 각 지역 교육기관과 연계한 사업장 견학과 개방 등으로 지역사회와 융화를 추진하고, 가족 참여형 봉사캠프 프로그램을 운영할 계획
- 참여율이 높은 임직원 성금의 효율적인 활용을 위해 매칭 그랜트(matching grant : 임직원들이 봉사활동 및 공익사업을 위해 비영리 단체나 기관에 정기적으로 기부금을 내면 회사도 이 금액만큼 1대1로 매진해 후원금을 출연하는 사회공헌활동) 제도를 활성화해 수혜 대상을 늘려나갈 방침

**【윤리경영 추진 주요 성과】**

- 2006년 5월 : 대한민국 마케팅 대상 최고경영자상 수상
- 2006년 10월 : 2006 국가고객만족도(NCSI) 남성정장 제조업부문 1위 인증  
(주최 : 한국생산성본부)
- 2006년 12월 : 제16회 '경제정의기업상 大賞' 수상

## 2. 한미약품

### 【윤리 경영이념】

- ◎ 한미약품은 2003년부터 '윤리'를 구성원들의 최우선 원칙으로 정해 고객존중의 가치를 실현시키고 투명한 기업, 고객으로부터 신뢰받는 기업으로의 기업상을 구현해가고 있음
- 협력사와 공존공영하고 경쟁사와는 공정한 경쟁을 추구함으로써 국민의 건강을 지켜가는 제약기업으로서의 사명과 책임의식을 다하는 데 최선의 노력을 기울이고 있음

### 【윤리경영 실천프로그램 구축】

- ◎ 윤리실천 서약서 제출 의무화
  - 투명성이 기업생존의 필수 조건 중의 하나임을 강조하는 한미약품은 윤리경영을 실천하기 위한 다짐의 일환으로 모든 임직원이 업무와 관계되는 일체의 금품과 향응을 주고 받지 않겠다는 서약서를 매년 초 의무적으로 회사에 제출
- ◎ 윤리경영위원회 및 전사적 윤리강령 운영
  - 한미약품은 윤리경영을 구체적으로 실현시켜 나가기 위해 '윤리경영위원회' 및 '윤리강령'을 운영해 오고 있음
  - 윤리경영위원회는 회사의 임원진들로 구성되어 있으며 고객은 물론 계열사, 협력사의 제언도 받아들이고 있음
  - 윤리강령은 기본 윤리책무, 고객만족, 정도경영, 국가 사회에 대한 의무 등의 조항으로 구성하여 깨끗하고 투명한 기업경영을 위한 기초덕목으로 삼고 있음

◎ 연말연시 선물안주고 안받기 운동

- 2003년 윤리경영 선포 이후 명절이나 연말연시에 협력업체와 금품이나 선물을 상호 교환하는 일이 없도록 하고 있음

◎ 관계처 및 협력업체에 관한 별도 윤리강령 운영

- 1997년부터 관계처 및 협력업체들에 대하여 별도의 윤리강령을 운영하고 있으며, 부조리 및 상호 금품제공 금지 등 투명한 관계 구축을 위한 윤리강령을 지켜나가기 위해 연 2회 관계처 및 협력업체에 공문을 발송하고 있음

**【사회공헌활동을 통한 윤리경영 실천】**

□ 문화예술 분야

◎ 공익재단 설립 통한 국민 삶의 질 향상

- 기업이윤의 사회 환원과 국민의 '삶의 질 향상'이라는 이념을 문화사업의 형태를 통해 실현하기 위해 공익재단인 '한미문화예술재단'을 지난 2002년 설립했고, 2003년 1월 '한미사진미술관'을 개관하였음
- '한미사진미술관'은 국내 최초의 정부공인 사진전문 미술관으로서, 사진작가들의 창작활동 지원과 사진영상물 발굴 및 사료의 편찬 등으로 한국 사진 문화 예술의 발전에 기여해오고 있음
- 개관한 지 얼마 되지 않았지만 사진전문미술관이라는 전문성으로 「2004 서울세계박물관대회(ICOM : The International Council of Museums)」(2004.10.2~10.8)의 문화탐방 프로그램에 선정되기도 하면서 한국을 대표하는 사진미술관으로 인정받기도 하였음

## □ 사회복지 분야

### ◎ 사랑의 헌혈활동 & 가평 꽃동네 방문

- 한미약품은 국내 제약업체 가운데 유일하게 지난 1981년부터 '사랑의 헌혈운동'을 연간 캠페인으로 26년간 진행해 오고 있음
- 지난 81년부터 26년간 한 해도 빠짐없이 전 임직원들을 대상으로 시무식이 끝난 후 '사랑의 헌혈운동' 행사를 벌여 '이웃 사랑'을 실천해왔고, 해를 거듭할수록 사원들의 참여가 늘어나고 있음
- 본사뿐만 아니라 계열회사까지 동참하는 헌혈운동은 '생명존중'의 기업이념과 이웃사랑을 실천하는 한미약품 특유의 캠페인으로 지속되고 있으며, 2002년 10월부터는 신입영업사원들이 가평 꽃동네를 방문해 1박2일 동안 무의탁노인, 정신지체아들을 도우며 자선봉사활동을 해오고 있음

### ◎ 사내 여직원들의 모임인 '청록회' 봉사활동

- 1980년 결성한 회사 여직원의 모임인 '청록회'는 창설 이후 매년 연말 주위의 불우한 이웃들을 위해 일일찻집을 열어 왔으며, 회사 모든 여직원들이 일일 찻집을 열어 번 수익금을 주변 양로원, 고아원 등에 기증하는 등 지속적인 자선활동을 전개
- 또한, 한 달에 한번씩 토요일에 노량진 성로원 아기집을 방문해 봉사활동을 하고, 회사에서 청록회로 지원해준 돈이나 일일찻집으로 번 수익금 중 일부로 성로원에 필요한 물품들을 제공

### ◎ 북한 어린이 돕기 관련

- 1997년 어린이 영양제를 어린이 의약품 지원본부를 통해 북한에 의약품을 기증한 것을 시작으로 한국제약협회, 대한의사협회 등 각 사회단체를 통해 해마다 의약품을 지원해 오고 있으며, 앞으로도 북한 어린이들을 돕기 위한 의약품 지원활동은 지속해 나갈 예정

◎ 희귀 난치성질환 환자 돕기

- 한미약품은 2005년 8월 희귀성 난치질환환자를 돕기 위해 한국 희귀성 난치질환 연합회에 1억원을 전달했으며 이후로도 지속적인 지원을 계획중임

□ 교육 학술 분야

◎ 의·약학계 지원 활동

- 한미약품은 의학계의 발전을 위해 한국의학원, 유전과학연구소 등 의학연구기관을 위시하여 각 의과대학 및 병원 등의 의학 발전기금뿐 아니라 각종 학회 등에도 적극적인 지원활동을 펼쳐왔으며, 3개의 의료상도 2001년과 2002년, 그리고 2006년에 제정하였음
- 2001년에는 의사와 환자 사이의 신뢰 회복을 위한 방편으로 의사들이 환자를 대하면서 느끼는 인간적인 교감을 직접 수기형태로 응모하는 '한미수필문학상'을 청년의사와 공동으로 제정
- 2002년에는 서울시의사회와 공동으로 '한미 참 의료인상'을 제정하였는데, 이 상은 숭고한 봉사정신으로 보건 의료 사업에 헌신하고 눈에 보이지 않는 음지에서 봉사함으로써 사회를 밝게 만드는 의료인들에게 수여해 오고 있음
- 2006년에는 전국중소병원협의회와 공동으로 '한미 봉사상'을 제정해 전국중소병원 발전에 공헌했을 뿐 아니라 밝은 사회를 위해 봉사하고 있는 의료인들에게 지원이 될 수 있게 하고 있음

**【윤리경영 추진 주요 성과】**

- 2003년 4월 : 제2회 공정거래의 날 공정거래위원장상 수상
- 2004년 12월 : 대한민국 가장 신뢰받는 기업상 (주최: 한국경영인협회)
- 2005년 12월 : 2005 가장 신뢰받는 기업상 (주최: 한국경영인협회)
- 2006년 12월 : 제16회 경제정의기업상 (식약부문)

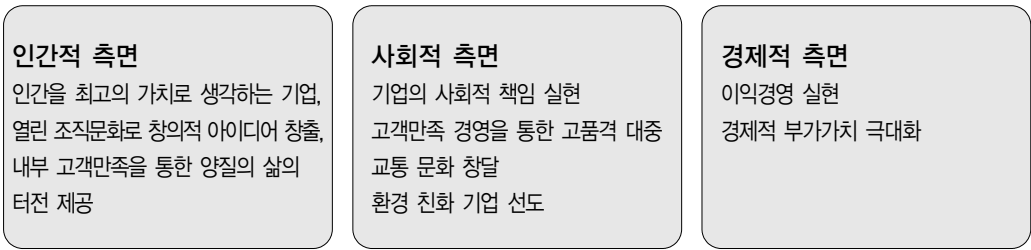
### 3. 금호고속

**【경영 이념】**

비전 : 지속성장하는 21세기 선두 육상 여객 운송기업



금호고속의 경영 이념



- ◎ 금호고속은 인간존중의 경영철학을 바탕으로 종업원에게 보다 나은 일자리를 제공하고, 고객 감동을 실천하며, 다양한 활동으로 사회에 공헌하여 회사, 종업원, 고객이 더불어 잘사는 사회를 만들기 위해 노력하고 있음

**【윤리경영 가치체계】**

- ◎ 약속한 바를 꼭 지키며 건실하며 신뢰받는 "아름다운 기업"을 목표로 신뢰 경영과 사회적 책임경영을 통한 윤리경영 실천을 다짐
  - 윤리경영 이념은 사회적 책임 외에 환경 책임 그리고 수익과 관련된 경제적 책임까지를 포함하는 지속가능경영과 동일한 의미로 정의됨

## 【윤리경영 실천프로그램 구축 운영】

### □ 지탄받지 않는 경영

#### ◎ 국가, 사회적 법규 및 규범 준수 : 탈세, 부정 없는 준법경영 및 투명한 회계 처리

- 내부회계관리 제도 시행 : 기업의 회계투명성을 제고하고 회계상 위험 요소를 사전 통제하기 위한 내부 통제시스템 구축
- 공시관리 철저

#### ◎ 윤리경영 실천을 위한 제도적 인프라 구축, 강화

- 윤리경영 선포 및 윤리강령, 윤리규칙, 윤리행동지침 제정
- CEO의 강력한 윤리경영 의지 표명 및 CEO 직속의 전담 조직 신설
- 사내고발제도 활성화를 통한 고발, 신고문화의 정착을 위한 윤리위반 신고 포상제 도입 운영
- 명절 선물 및 금품 안받기 캠페인 전개 및 임직원 윤리경영 의식 조사

#### ◎ 윤리경영 평가시스템 구축 : 신뢰성 제고 및 공정성 확보

- 팀, 영업소 윤리지표 KPI(Key Performance Index) 평가 : 272개 항목
- 윤리경영지수 평가 : 실행인프라지수, 윤리지향지수, 사회지향지수, 준법지향지수 등 4개 지향지수, 25개 평가지표, 69개 세부평가항목으로 구성
- 글로벌 스탠더드에 대응한 윤리경영지수 평가 모델 개발

#### ◎ 고객과 약속지키기 운동 전개 : 고객 만족 경영

- CRM(고객관계관리) 강화 : 고객정보D/B 관리로 차별화된 서비스제공
- 고객불만처리 프로세스 개선 및 외부고객 만족도 조사 실시

- 고객 칭찬 및 고객 불만 사례집 발간

□ 협력회사 상생경영

◎ 중소기업 자금결제 기일 단축을 통한 협력회사 유동성 지원

- 신속한 대금 지불 : 지급기일 10일 단축 및 인터넷 뱅킹 활용

◎ 협력회사 육성 : 협력회사 운용 효율성 향상

- 협력회사 JIT(Just In Time, 필요한 때 필요한 부품만 확보하는 경영방식)  
시스템 구축 : 통합관리 및 부품별 전문성 구축
- 협력회사 상생프로그램 확대 운영 : 결제기간, 장기계약, 교육프로그램, 제  
안제도 운영 및 정서적 교류 확대

□ 장애인 등 소외계층 돕기

◎ 장애인 고용 확대 및 장애인 돕기 활성화

- 법정 장애인 고용 비율 준수 및 임직원가족 장애인 돕기

◎ 소외계층 돕기

- 사회봉사활동 실천단 발족 : 「아름다운 만남」 봉사단
- 사회봉사활동 운영규정 및 사회공헌활동 포인트 제도 제정·운영

◎ 사회공헌활동 실천 확대

- 근무시간 내 봉사활동 절차 수립 운영, 우수부서 포상제도 운영, 팀/부서  
윤리지표 KPI 내 사회공헌활동 비중 확대, 사회공헌활동 포인트 제도 확대  
적용 등

□ 문화예술 지원

◎ 문화예술 분야 지원 강화

- 금호아시아나문화재단 지원
- 메세나활동에 적극적인 지원 및 봉사활동 참여

□ 아름다운 노사문화

◎ 합리와 원칙에 기초한 건전한 노사관계 정착

- 61년 무분규 사업장 달성 및 노사문화 우수기업 3회 연속 지정
- 회사의 경영실적 및 정보 공유 : 경영설명회, 경영제안 제도 운영 등

◎ 정감있는 노사문화 창조

- 상시적 협의체 구성 및 사내고충처리 창구 운영
- Every Morning Meeting 실시 : 현장경영의 일환으로 매일 새벽 6시에 첫차 출발시 CEO가 직접 직원들을 격려
- 노사공동 참여프로그램 운영 : 포상제도, 주재제도, 해외연수 등

□ 환경, 안전경영

◎ 환경경영시스템 구축

- 환경 및 안전경영 전담부서 신설
- 환경경영 비전 및 전략 수립 : 환경시스템의 체계화 구축, 오염물질 방출 최소화, 에너지 자원 효율화
- 환경경영 추진 시스템 가동 : 환경부서 통합관리, 사업장 정기 환경점검, 수질 및 폐기물 관리

◎ 안전경영시스템 구축

- 사업장 구조안전진단 및 화재안전진단 실시
- 디지털 타코그래프(Digital Tacho graph, 디지털 운행기록계) 도입
  - 버스의 운전석에 장치되어 그 버스의 운행상황과 속도를 디지털로 기록하여 저장하는 매체로써 안전운행에 기여하고 승무사원 및 버스에 대한 관리가 용이

**【윤리경영 추진 주요 성과】**

- 2005년 9월 : 「국가생산성대상 노사협력부문」 대통령 표창(한국생산성본부)
- 2006년 9월 : 「한국산업의 고객만족도」 1위(한국능률협회)
- 2007년 2월 : 제3회 「투명경영대상」 우수상 수상(경제5단체)

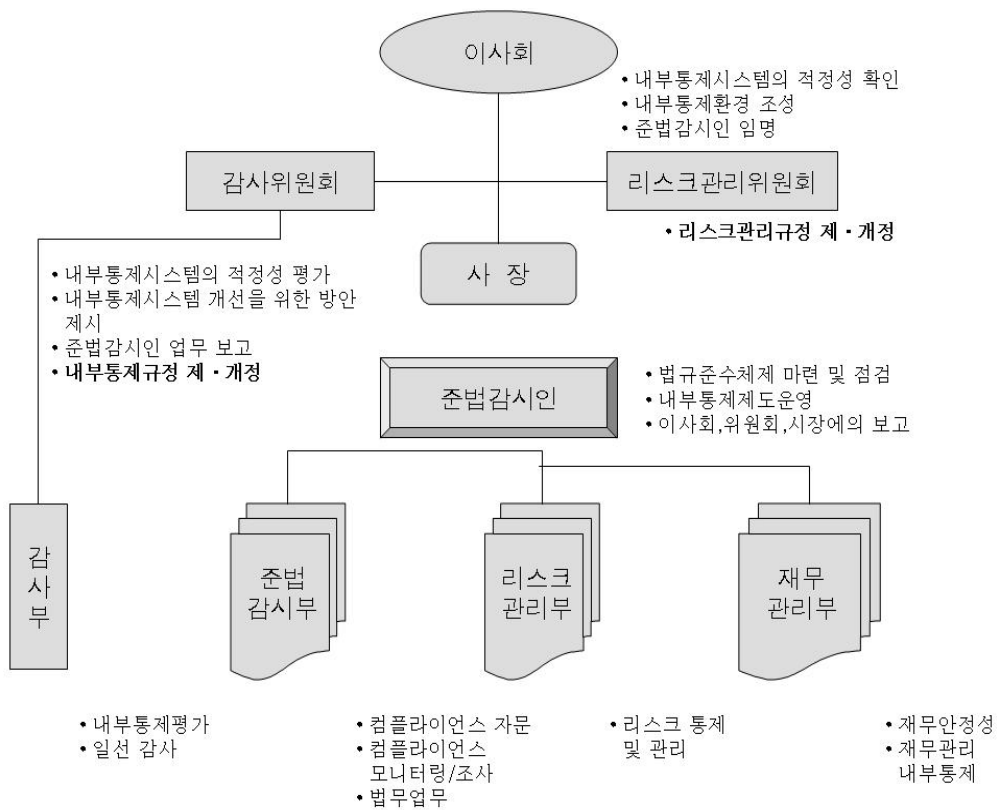
## 4. **굿모닝신한증권**

### 【기업 핵심 가치】

	신뢰	우리는 고객, 직원, 주주의 신뢰를 중시한다.
	사람	우리는 개인의 능력과 적성, 자아실현을 존중한다.
	혁신	우리는 창의와 열정, 도전으로 지속적인 혁신을 추구한다.

### 【윤리경영 실천프로그램 구축 및 운영】

#### □ 내부통제시스템 구축 및 운영



□ 윤리경영 체제 구축 및 운영

◎ 윤리경영 전담조직 설치 운영

◎ 윤리경영 관련 규정 제정 및 시행

- 임직원윤리강령, 재무관련 임직원윤리강령, 내부통제규정 등을 제정하여 운영하고 있으며, 특히 내부통제규정 아래에 각 업무별 세부 지침 20개를 제정·시행

◎ 내부고발제도 운영

- 임직원들이 업무수행 중 발견하게 되는 회사의 각종 문제에 대해 손쉽게 제보할 수 있으며, 전달 방법의 제한 없이 사용자의 편의에 따라 준법감시부 방문, 유선, E-mail 등의 형태로 제보가 가능

◎ 공정거래 자율준수 프로그램 운영

- 공정한 경쟁을 위해 내부통제규정 내에 세부 업무별 지침을 마련하여 직원들의 영입, 업무 수행시 발생할 수 있는 다양한 가능성에 대한 대비책을 제시
- 내부통제규정과 지침을 토대로 당사의 상시감시조직인 준법감시부에서는 상시감시체제를 구축하여 공정거래 관련 사내 모니터링을 실시

□ 협력업체 상생경영

◎ 협력업체 상생협력 프로그램

- 금융기관이라는 회사의 특성을 활용하여 협력업체와의 상호발전을 위한 노력을 진행하고 있는데, 그 대표적인 예로 협력업체 직원 대상 금융 교육 지원, 재무관련 컨설팅(자금 조달 방안 등), 퇴직연금 설명회 등이 있음

□ 노사화합 경영

◎ 인재육성을 위한 제도 운영

- 직원들의 역량 강화 및 자아 실현의 기회를 제공하기 위해 사내 교육 시스템을 마련하였으며, 학자보조금, 학원보조금 지원 제도 등을 신설·운영함으로써 임직원들이 언제 어디서든지 원하는 교육에 참여할 수 있는 기회를 제공

◎ 종업원과 기업가치 및 비전공유 시스템

- 매년 말 경영설명회(업적평가대회)를 개최하여 임직원들이 지난 1년간의 성과를 돌아보고, 다음 해의 경영 전략 및 목표에 대한 의식을 공유
- 사내에서 수시로 개최되는 경영진 및 부점장 회의의 내용은 각 부점 단위 회의시간에 공유되고 있는데, 특히 반기별 임·부점장워크샵, 분기별 부점장 회의, 매주 개최되는 경영회의 등에서 논의된 회사의 주요 내용은 회사 게시판 및 전자문서 조희를 통해 직원들이 언제든지 열람할 수 있도록 공개

◎ 고충처리시스템 운영

- Eureka(사내 제안 제도) : 직원들이 알고 있는 다양한 정보나 회사에 대한 제안을 받고, 그 내용을 회사 영업활동에 활용하며, 우수한 제안에 대한 보상을 하는 제도 운영
- 고충처리 Hot Line 운영
  - 회사의 제도/정책에 대한 문제, 개인인사문제, 부서내부문제, 개인적 고충 등 직원들이 고민하는 고충 또는 불만에 대한 접수(고충 접수자가 사안에 따라 수신인을 사장, 인사담당임원, 인사부장 등으로 설정할 수 있음)를 받는 채널로, 접수 내용에 대해 철저히 비밀을 보장하며, 회사는 문제 해결을 위해 적극적으로 노력

□ 고객만족 경영

◎ CS 모니터링 및 교육 실시

- 매월 직원을 대상으로 CS 모니터링을 실시하고 있는데, 이는 일반 고객부터 법인, 외국인 등 다양한 형태의 고객을 샘플링하여 직원의 서비스 정도를 직접 측정할 수 있도록 진행되고 있으며, 매월 각 부점별로 집계되는 결과는 회사 게시판을 통해 공개되고, 우수 부점 및 직원의 경우 포상을 실시(분기·반기·연간)하며, 하위 부점에 대해서는 별도 CS 교육을 실시

◎ 홈페이지 '고객의 소리' 운영

- 본 코너는 증권업계에서 유일하게 오픈형으로 운영되는데, 고객들이 일상적으로 느끼는 단순한 건의부터 정책에 대한 제안까지 다양한 의견을 제시할 수 있을 뿐만 아니라 기존의 고객 의견과 회사의 답변을 자유롭게 조회할 수 있음

□ 사회공헌활동

◎ 新사랑(사회봉사단) 등 봉사동아리 운영

- 단장인 CEO와 약 80여명의 희망 직원으로 조직된 新사랑은 '소외받는 이웃과 함께하는 기업'이라는 목표 아래 결식아동돕기, 국토대장정, 재해 구호활동, 소아암환자 돕기 등의 활동을 진행

**【윤리경영 추진 주요 성과】**

- 2005년 온라인 트레이딩 서비스 AAA(최우수등급) 획득(스톡피아)
- 2006년 사회공헌대상 문화예술지원 대상(한국언론인포럼)
- 2007년 2월 : 제3회 「투명경영대상」 우수상 수상(경제5단체)

## 5. 국민은행

### 【CEO의 윤리경영 실천 의지】

- ◎ 월1회 내부통제/법규준수 관련 회의 개최
  - 매월 CEO 주관하에 전 임원 및 본부장이 참석하는 내부통제회의를 개최하여 윤리경영의 중요성에 대한 교육 실시
- ◎ 윤리경영 노력에 대한 KPI(Key Performance Index) 평가 반영
  - 윤리강령 및 임직원 법규준수 행동기준에 반하는 비도덕적·비윤리적인 방법으로 업무를 추진한 사례가 발견될 경우 KPI 총배점의 10%가 감점되며, 고의 및 중과실의 경우 다른 분야의 평점이 아무리 좋더라도 KPI 평가결과 중간등급을 초과하여 받을 수 없도록 함
- ◎ 기업신용 평가시 윤리경영 실천기업 우대
  - 기업에 대한 신용평가지 윤리현장 및 윤리경영 담당조직의 유무, 최고 경영자의 윤리의식, 사회복지사업 및 환경사업 참여도 등의 내용을 신용평가 항목에 반영하여 윤리경영을 실천하는 기업에 대해 가점 부여
- ◎ 직원의 소리(VOE : Voice Of Employee) 운영
  - 본·지점간 원활한 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 업무능률을 높이고 영업점 현장의 소리를 소중히 여기는 "영업점 존중 문화" 확산을 위해 자율적인 직원 참여코너 운영

## 【윤리경영 실천 프로그램】

### □ 임직원의 윤리적 업무수행을 위한 프로그램

#### ◎ 윤리강령 제정 및 실천서약

- 2001년 12월 임직원의 가치판단과 행동양식의 기준으로 삼고자 윤리강령 제정 선포식을 거행하였으며, 매년 시무식 행사시 CEO를 포함한 모든 임직원이 윤리강령 실천 서약을 실시

#### ◎ IBP(International Best Practice) 실천 프로그램

- 세계일류기업이 공통적으로 가지고 있는 구체적인 행동양식과 규범인 IBP(International Best Practice) 정신 공유를 위하여 IBP 연수 및 실천 결의 대회를 실시하고 있으며, "우리가 하지 말아야 할 것 및 함께 하여야 할 것" 100가지를 선정하여 "KB-IBP 100선 사례집"을 발간

#### ◎ 임직원 법규준수 행동기준 운영

- 임직원이 일상적인 직무수행 과정에서 윤리강령을 준수하기 위한 구체적인 행동지침으로 금품·향응 수수금지, 선물 수수에 대한 가이드 라인, 이해상충 행위시 처리기준, 고객정보 관리, 인터넷 활용 등에 대한 윤리적 행동기준을 제시

#### ◎ 대외활동에 대한 기준과 절차 마련

- 대외강연, 기고 등의 대외활동시 업무의 연관성 등을 고려하여 은행의 사전 승인을 얻도록 하며, 특히 외부기관이 비용을 부담하는 국내외 연수, 세미나 등의 프로그램 참석시 업무의 연관성, 향후 적정한 업무수행에 부담을 줄 수 있는 접대성 여부 등을 검토하여 이해상충 우려가 없는 경우에만 참석이 가능하도록 하고 있음

◎ 부당행위방지 서약서 제출

- 업무상 지위 또는 업무수행 중에 알게 된 내외부 정보로 주식 등 유가증권에 투자하는 행위를 금지하고 있으며, 유가증권운용, 외환딜링, 신용평가, 여신심사 등의 업무담당 직원에 대해서는 부당행위방지 서약서를 제출하고 유가증권계좌 및 거래내역을 신고토록 하고 있음

◎ 청렴계약제도

- 은행이 발주하는 공사, 물품, 용역 등 계약 체결시 금품, 향응 등 부당이익을 제공하지 않겠다는 조항을 계약서에 반영하여 위반시 계약해지, 거래중단, 차기 입찰참여 배제 등 불이익을 주는 청렴계약제도를 금융권 최초로 시행(2002.6.1)

◎ 내부고발자 보호제도

- 기업윤리 및 법규위반 사항에 대한 내부고발자를 보호하고 직원간 견제와 균형을 통해 사고를 미연에 방지하기 위하여 내부고발자 보호 제도를 운영하고 있으며, "고발"이라는 용어의 부정적 이미지 및 거부감을 개선하고자 "올바른 제보"로 명칭을 변경하여 운영

□ 임직원이 동참하는 교육 및 운영

◎ 법규준수 자기점검 제도

- 임직원의 윤리/준법의식을 함양하고자 전 직원이 매주 월/목요일 업무개시를 위한 컴퓨터 부팅 시 초기화면에 "법규준수 자기점검 (Compliance check)" 항목을 체크하여야 업무개시가 가능하도록 하고 있으며, "법규준수 자기점검"을 통하여 업무추진시 윤리강령 및 관련 법규를 준수하는지 스스로 체크하도록 하고 있음

◎ 다양한 임직원 교육

- 각 부점별 매월 1회 이상 법규준수 및 윤리경영 관련 교육을 전 직원을 대상으로 실시하도록 교육자료를 배부하고 있으며, 연수원에서 주관하는 각종 직무연수 과정에 준법 및 윤리경영 관련 교육을 반드시 포함하여 실시

◎ 은행내 윤리/Compliance 폴더 운영

- 은행내 전산망에 윤리/준법 관련 각종 공지사항, 윤리강령, 임직원 법규준수 행동기준, 윤리경영 실천사례, 법규준수 상담사례, 교육 자료, 공정거래 관련 사례 등을 등재하여 임직원이 자료를 수시로 열람 가능토록 하여 업무 수행시 참고토록 하고 있음

**【사회공헌활동】**

◎ 이웃돕기성금 기탁 및 국내외 재난 복구 지원

- 사회복지공동모금회에 2004년 이후 매년 70억원씩 이웃돕기 성금을 기탁하고 있으며, 매월 임직원의 급여에서 자투리 금액을 공제하여 연말에 구세군 자선냄비 등 불우이웃돕기 성금으로 납부
- KB국민은행 사회봉사단원 700여 명은 강원도 3개 지역을 찾아 구호물품을 전달하고 수해복구 자원봉사 활동을 전개하였으며, 2005년 인도네시아 및 파키스탄 지진피해 복구비 등을 지원

◎ 지역밀착형 자원봉사

- 1,200여 개의 KB사회봉사팀을 구성하여 각 지역별 사회복지시설 등과 자매결연을 맺고, 시설 운영비 지원 및 주기적인 자원봉사활동 전개

◎ 장애인 및 소외청소년 후원

- 2006년 6급 이상 장애인 100명을 공개 채용하는 등 매년 다양한 방식으로 장애우를 지원하고, 매년 "낙도어린이 서울 초청 사업"을 지원하고 있으며 도서벽지 어린이 및 서울소재 소외 청소년 1,900명을 대상으로 영어캠프를 진행

◎ 금융 소외계층 지원

- 금융 소외계층에 대한 지원을 위하여 마이크로크레딧(Microcredit) 업무영역 확대를 위한 신용회복위원회에 기금 20억원을 기탁하였으며, 저소득층 대상 소규모 창업자금 지원사업을 추진하는 사회연대은행에 운영자금 10억원, “신나는 조합”에 2억원을 기부

**【윤리경영 추진 주요 성과】**

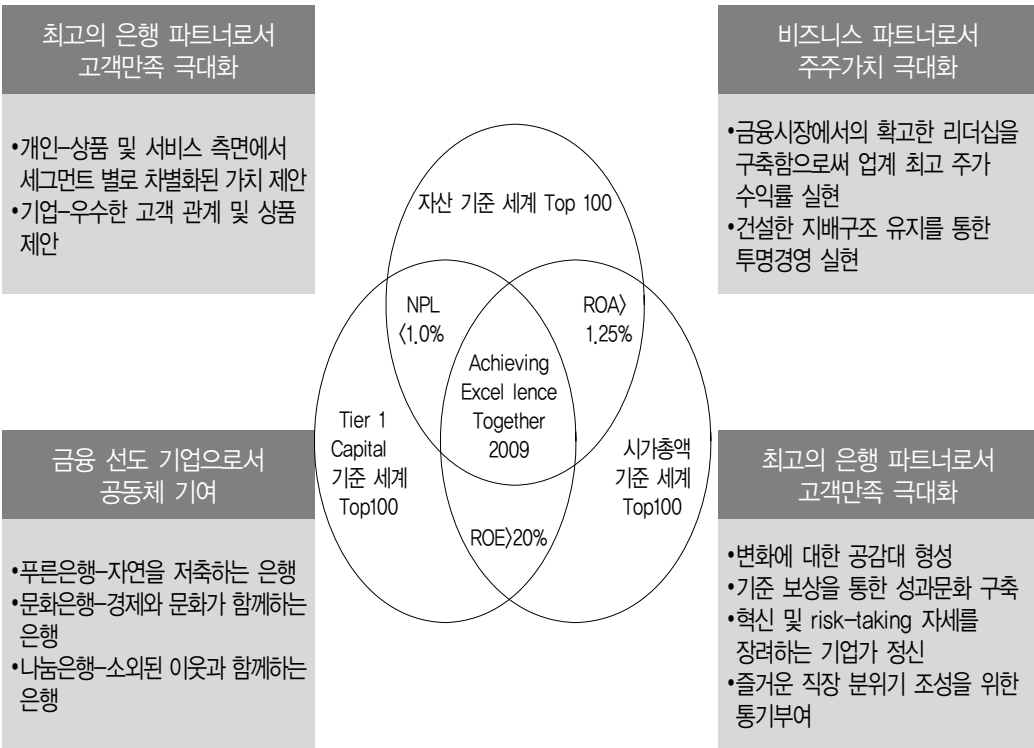
- 2006. 9. 7 : Country Awards For Achievement 2006 ‘Best Bank in Asia’ 선정 (Finance Asia 誌)
- 2006. 10. 23 : 2006년 하반기 서비스 부분 NBCI(국가브랜드경쟁력지수) 은행 부문 1위(한국생산성본부)
- 2006. 12. 11 : 국가고객만족도(NCSI) 은행부문 1위 선정(한국생산성본부)

# 6. 하나은행

## 【하나은행의 VISION】

초우량 종합금융 서비스 네트워크

VISION 달성을 위한 슬로건 : Achieving Excellence Together



## 【윤리경영 실천 프로그램】

### ◎ 윤리경영 조직

- 이사회와 Compliance Program 감독, 감사위원회·준법감시인 제도
- 내부통제 실무 협의회, 윤리경영연구회 운영

### ◎ 위험관리 및 내부통제 장치

- COSO I \*을 기준으로 한 내부통제(Internal Control) 제도 채택
  - \* 미 의회 Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission의 1992년 보고서로 내부 통제의 포괄적 틀(내부통제의 5요소 : 통제환경, 리스크인식 및 평가, 통제 활동, 정보와 의사소통, 모니터링)을 제시하여 전 세계 내부통제의 표준으로 받아들여지고 있음
- BASEL II\* 적용에 대비한 Risk Control 체계 구축
  - \* 국제결제은행(BIS : Bank for International Settlements)은 1988년 바젤 협약(BASEL I)에 이어 2001년 BASEL II(New Basel Accord)를 발표하고 2007년부터 본격적으로 시행할 예정. BASEL II는 감독 당국의 점검 조항과 시장 규율 조항을 추가해 은행의 자기자본 비율에 대한 감독기능을 강화한 것으로 각 국에서는 세계시장에서의 BASEL협약의 영향을 감안하여 BASEL II 도입에 대비하고 있음
- Compliance Officer(임원급), 각 부·실·점·팀 Compliance 담당자 제도
- 내부회계관리 제도\*, 운영리스크관리 시스템\*\* 운영
  - \* 2001년 말 미국은 엔론, 월드컴 등 회계부정사건을 계기로 획기적인 회계개혁법(SarbanesOxley Act)을 법제화하여 2003년부터 적용하고 있으며, 그 법중 '재무보고에 대한 법인의 책임'과 '내부통제에 대한 경영진 평가'를 내부회계관리제도라 함
  - \*\* 기업의 운영과 관련한 Risk를 인식하고 평가하여 충당금으로 적립해 두도록 하는 BASEL II에 대비한 관리 시스템
- Compliance Manual, Compliance Checklist, 법규 가이드, 법규 모음 활용

◎ 윤리경영 교육 프로그램

- Compliance 담당자 정기교육 및 테스트 : 연 2회 집합 교육
- 일반직원 : 각 부·실·점·팀 자체 교육(주 1회 이상)  
윤리경영 Best Practice 사이버 연수
- 신입직원 : 채용 연수시 사이버 연수 및 집합 교육
- 임 원 : 경영협의회 등 임원 회의시
- 찾아가는 윤리교실, 윤리강령 정독 프로그램 운영

◎ 윤리경영 선언 및 서약

- CEO의 공정거래 및 윤리경영 선언
- 전 임직원 : 윤리경영 사이버 연수를 통한 윤리강령 준수 서약
- 내부정보 접근이 용이한 임직원 : 유가증권 계좌신고 및 거래내역 보고
- 이해상충 가능 임직원 : 준법서약서 제출

◎ 내부직원 제보 및 제보자 보호

- 관련 규정 제정 (2002.12.2)
- 내부제보를 승진 고과 평점에 반영
- Hot Line 제도 : 고객 제보 - CS팀  
내부 제보 - 은행장, 임원부속실, 감사부, 인력지원부  
내부통제 기준 위반 보고 - 준법감시인

◎ 평 가

- 윤리경영 인식도 조사 (2006.5 ~ 8월)
- 지속가능경영 자가 진단 (SYSA 2006 활용)
- 각 부·점 윤리법규 체크리스트 점검 및 교육 결과의 경영평가 반영

◎ 윤리경영 규범

- 윤리강령(Code of Ethics) 제정(1991)
- 행동지침(Code of Conducts) 제정(2001)
- 통합 윤리강령 제정(2002)
- '하나인의 예절' 책자 제작·배포 : Manner 및 Etiquette 교육(2005)
- '윤리강령 해설 및 세부행동기준(사례)' 제작·배포(2005)

◎ 협력업체 관계 공정거래 및 부패방지

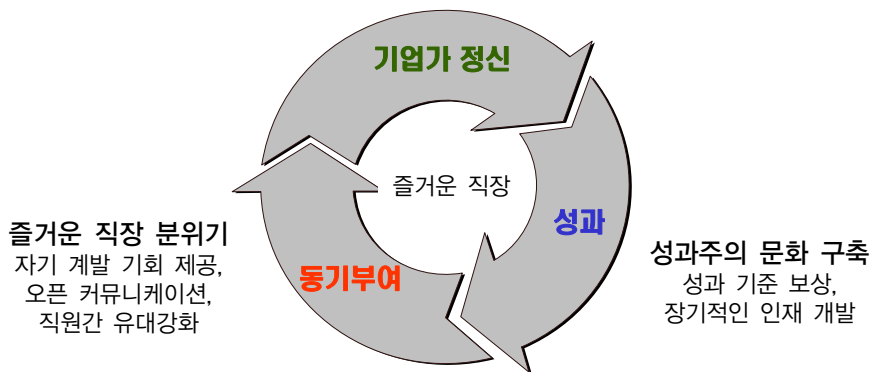
- CEO commitment 및 홈페이지 게시(2007.1.25) : 24시간 내 징계 방침
- 전 부·점 공정거래 협약 체결
- 수의 계약의 원칙적 금지 및 청렴계약서 작성(클린 조항 삽입)
- 공정거래 자율준수 프로그램 도입(2006. 7 ~)
- 제보 센터 운영

**【사회공헌활동】**

구 분	실 천 내 용
나눔은행	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 하나사랑 봉사단</li> <li>• 장애우 후원사업</li> <li>• 소년소녀 가장 후원사업</li> <li>• 결식아동 돕기</li> <li>• 사랑의 PC보내기 행사</li> </ul>
푸른은행	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자연사랑 포스터 그리기 대회 개최 및 꿈의 미술실 프로젝트 진행</li> <li>• 환경리스크 여신 심사 평가</li> <li>• 문화와 하나되는 달력 공모전</li> <li>• 환경부 환경리스크 평가 자문</li> </ul>
문화은행	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국 페스티벌 앙상블 공식 후원</li> <li>• 하나클래식아카데미 운영</li> <li>• 여성 글마을 잔치</li> <li>• 문화공간 '하나사랑' 운영</li> </ul>

**【임직원의 즐거운 직장】**

혁신 및 Risk-taking 자세 장려  
권한의 하부 위양 확대, 혁신 마인드 강화



**【윤리경영 추진 주요 성과】**

- 2005년 : 콜센터 서비스품질지수 1위(한국능률협회컨설팅)
- 2006년 : '2006년 한국경영대상(서비스부문)' 종합대상(한국능률협회)

## 7. 풀무원

### 【풀무원 정신】

#### ◎ 자연건강 생활기업에서 LOHAS 선도기업으로

- 창사 이래로 풀무원은 '내 가족이 안심하고 먹을 수 있는 먹거리'를 만든다는 정신으로 원료부터 제조공정까지 친환경 추구
- 기업이 성공하기 위해서는 이익 실현이 중요하지만 기업운영에서 요구되는 신뢰경영과 투명경영의 원칙과 정도를 지키고 주주와 소비자의 입장에서 의사결정 필요
- 자연이 건강해야 인간도 건강할 수 있다는 믿음으로 깨끗한 생활환경을 만들기 위해 환경보전원칙을 제정하고 환경지원활동을 실시

### 【비전 및 전략】

#### ◎ CS경영을 통한 LOHAS(Lifestyle of Health and Sustainability) 선도기업으로 도약

- CS(Customer satisfaction) 경영의 주요 전략
  - 제품 혁신 : 시장과 고객의 니즈에 부응하고 나아가 고객의 니즈(Needs)를 선도하여 시장을 지배
  - 프로세스 혁신 : 전반적 경영 프로세스의 정교한 체계화와 이의 유연한 구현(Real-time Enterprise)
  - 품질 혁신 : 경쟁 제품보다 월등히 우월하고 차별화된 품질, 무결점의 고품질 등을 실현

## 【혁신경영】

- ◎ 풀무원의 혁신경영은 과학적 관리기법에 기초
  - GAP 시스템, 6-sigma, 각종 인증제도 등 선진 관리 Tool을 도입하고 기존의 프로세스를 혁신하여 전체 Biz process의 경쟁력 향상
- ◎ GAP(Good Agricultural Practices : 식품 생산정보 공개제도) 시스템 도입
  - 소비자에게 안전한 식품을 제공하기 위하여 농축산물의 재배, 수확, 수확 후 처리, 저장 과정 중의 화학제·중금속·미생물에 대한 관리 및 그 관리 사항을 소비자가 알 수 있게 하는 체계
  - 서울시와 제휴하여 "식품 생산정보의 등록 및 공개 제도"를 위한 시범 사업 추진
  - 이외에도 자체적으로 GAP 시스템 시범사업 3단계 계획을 진행하고 있으며, 3단계가 진행되는 '06년에는 5개 품목 11개 매장으로 확산할 계획
- ◎ 제품의 신선도를 유지하기 위한 Cold-chain system(냉장물류체계)을 운영하고 인공위성을 통해 Web으로 모니터링

## 【윤리경영】

- ◎ 풀무원의 윤리 경영인 '바른마음경영(TISO)'
  - 공정하고 투명한 기업 활동을 핵심가치로 삼아 높은 성과와 최고의 브랜드 가치를 추구하고 글로벌기업을 지향
  - '바른마음', '바른먹거리'라는 풀무원의 설립정신에 더하여 사회직접자본의 개념인 TISO[신뢰성(Trust), 직업적 정직성(Integrity), 연대의식(Solidarity), 개방성(Openness)]를 도입하여 바른마음경영의 근본 이념으로 함

◎ **바른마음경영의 정착과 확산**

- 바른마음경영의 제도화
  - 바른마음경영 실천 사무국 설치, 실천운영규정, 조직원 행동기준, 신고 보상 운영지침의 제정 및 시행, 바른마음 경영현장의 게시 및 소지
- 바른마음경영의 실천 : 바른마음경영 실천 서약서 제출, 의무교육 실시
- 확산을 위한 노력 : 명절기간 선물반송제도 운영, 사내 1회용품 사용금지, 조직원의 바른마음경영 의식 및 실천도 평가(예정)

◎ **협력기업 등 비즈니스 파트너와 바른마음경영**

- 바른마음경영을 협력기업 등 비즈니스파트너 관계에 확대 적용하여, 공정하고 투명한 거래를 통한 공동발전 추구
  - 협력기업 경영지원위원회, 협력기업간담회 실시, 협력기업이 본 폴무원의 바른마음경영 실천도 평가(예정)

**【환경경영】**

◎ **환경경영을 통해 '이웃사랑 생명존중'의 가치를 실현**

- 자연이 건강해야 인간도 건강할 수 있다는 믿음으로 자연환경을 있는 그대로 보존하고 쾌적하고 깨끗한 생활환경을 만들기 위해 환경보존원칙 제정 및 준수

◎ **환경경영의 지속성 및 일관성을 위해 내·외부 관리 체계 구축**

- 내부적으로 기술경영위원회 및 QC(Quality Control) 세미나를 통해 환경경영 관리 및 운영
  - 환경, 기술 관련 의사결정기구인 기술경영위원회 운영

- QC세미나는 새로운 기술 교육 및 전파의 톨로 사용하며 이에 따른 정기적인 지도·평가·교육을 실시
- 외부적으로 협력기업 간담회를 통해 파트너들의 환경경영을 유도 및 지원
- 협력기업 간담회는 협력기업과의 커뮤니케이션 및 사회적 이슈사항의 전달 회의체
- 협력기업에 대한 정기적인 지도·평가·교육을 통해 기술적인 부분을 업그레이드
- ◎ 원료에서 폐기물까지의 전 과정을 관리
  - 1차 산업, 협력기업, 풀무원의 전 과정을 연결하여 환경경영 활동을 하고 있으며 제조공정 전반에 걸쳐 친환경 추구
  - 1차 산업인 원료산지 관리시 LCA\*(Life Cycle Assessment)를 수행하여 환경부하량이 아주 낮은 원료를 구매 사용
    - \* 제품 또는 (생산)시스템의 전 과정에 걸쳐 필연적으로 발생하는 환경부하를 규명하고, 환경부하가 환경에 미치는 영향을 평가하여 이를 저감, 개선하고자 하는 기법
  - 협력기업은 환경책임의 공유를 위해 공급망 환경관리(SCEM : Supply Chain Environmental Management : 친환경공급망 관리) 사업 수행
  - 풀무원 환경경영체제 구축 및 지속적인 개선활동을 통해 Eco-Efficiency향상 추구

**【윤리경영 추진 주요 성과】**

- 2004년 : 기업지배구조 평가에서 평가등급 "Good" 획득  
(한국기업지배구조개선지원센터)
- 2005년 : 제5회 투명회사대상 수상(한국회계학회)

## 8. 유한킴벌리

### 【기본사명 및 경영원칙】

#### ◎ 기본사명

- '소비자가 선호하는 유익한 제품과 서비스를 공급하여 위생문화 발전을 선도하고 건강과 복지 향상에 기여한다'

#### ◎ 경영원칙

구 분	내 용
인간존중	사원의 안전을 제1순위로 하는 생명존중 정신의 실현, 사원 상호간의 신뢰형성, 회사와 사원간의 원활한 커뮤니케이션을 통한 열린 경영의 실천, 회사 성공의 주역인 인재의 양성, 성공에 기여한 사람에 대한 공정한 보상 등을 통해 인간존중을 실현
고객만족	항상 고객의 입장에서 생각하는 자세를 바탕으로 고객에게 최고의 가치를 주는 고품질의 제품을 만들어 제공함으로써 회사와 고객이 함께 성장하는 길을 만들고자 노력
사회공헌	선도적 환경보전 활동의 전개, 윤리적 경영의 실천, 공정한 거래, 성실한 납세 실천을 통해 사회에 공헌하는 기업이 되고자 최선을 다함
가치창조	미래를 위한 성장을 추구하며, 생산성을 향상시켜, 좋은 기업 평판을 얻고자 노력하는 과정에서 가치 창조
혁신주도	모든 부문에서 앞서 나가려는 도전정신의 함양과 이를 뒷받침해 주는 학습조직의 활성화, 아울러 업무의 유연성 확보와 변화를 주도하는 자세의 확립을 통해 혁신 주도

## 【CEO의 의지와 실천】

### ◎ 윤리경영의 중요성 강조 및 솔선수범

- 정도경영, 윤리경영 개념이 생소하던 1995년 취임 직후부터 CEO가 윤리경영을 강조하였으며, 이후 윤리경영을 지속적으로 추진
- 사회적 성과, 환경적 성과 없는 경제적 성과는 의미가 없다고 믿으며, 이윤추구는 기본적인 사회적 책임 실천 하에서 추구되어야 한다고 강조
- 기업경영 외에 CEO가 직접 숲 운동, 평생학습 운동, 반부패 운동을 주도해 왔고, 회사 내에서는 투명경영을 통해 신뢰를 구축하고 있으며, 솔선 수범하여 잘못된 기업 관행 청산, 정보 공유, 권한 위임 등을 실천

## 【유한킴벌리 윤리경영의 특징】

### ◎ 프로세스 중심의 윤리경영 시스템

- 윤리경영 선포식이나 새로운 조직을 구축하기보다 경영진의 솔선수범과 내부업무절차의 표준화를 통해 실현
- 기업의 모든 프로세스를 윤리경영의 관점에서 재검토하여 비윤리적 행동이 발생할 수 있는 여지를 보이는 프로세스는 새롭게 개선함으로써 담당자 개인의 윤리적 수준에 따라 업무의 투명성, 도덕성이 변화하거나 손상 받을 수 있는 가능성을 최소화

### ◎ 사전적·자율적 관리제도 구축

- 상시 운영되는 감사조직을 없애고, 자율적 관리제를 도입하여 '감시없이 돌아가는 회사'를 만들어 신뢰와 창의력의 극대화 추구
- 정기적인 감사의 경우 각 팀이 연합해서 실시하는 방식을 취하고, 특별 감사의 경우 사내에 마련된 내부신고처를 통해 신고가 들어오면 해당 분야에 대해 지식을 갖고 있는 실사팀을 구성하여 감사에 들어가는 체계 구축

◎ 윤리적 공감대 및 윤리적 문화 정착

- 윤리경영은 기업이념과 경영철학의 실천이자 경영진이 솔선수범하여 구축하는 기업 문화로, 개개인의 실천 노력과 서로간의 신뢰로 완성될 수 있다는 인식 공유

**【윤리경영 실천 내용】**

◎ 다양한 커뮤니케이션 제도를 활용한 정보공유

- 회사 정보의 투명한 공개를 통해 기업내 원활한 정보공유 문화와 노사간의 신뢰 구축
  - ‘비디오사보’ 발송, 이메일 발송(‘일간 YK Headline News’)
  - 매월 회사운영현황 자료 및 경영정보 공개설명회 실시
  - 분기별 상세 경영정보공개 및 정기 노사협의회 개최
- 인력운용 및 재무정보에 대한 적극적 정보 공유
  - 노사협의회 생산설비의 증설 및 기업의 신규사업 진출과 같은 활동으로 예상되는 인력운용 체제의 전환 및 신규 채용 계획 공유
  - 기업의 현재 재무적 상황 및 재무 상황에 영향을 미칠 수 있는 경제적 현안 등에 대한 정보를 공유하고 토론

◎ 권한위임을 통한 자율경영 및 책임경영 실현

- 결재단계를 간소화하는 조직 개편 및 권한과 책임위임을 통하여 기업의 효율과 이익 추구
  - 특히 이러한 자율경영과 역할 분담은 상급자로 인해 발생할 수 있는 비윤리적 행위를 원천적으로 방지할 수 있는 구조를 형성하는 데 결정적인 역할

◎ 윤리경영 교육 및 행동규범 제정 등을 통한 구체적 실천

- 조직원들이 기업의 윤리적 가치와 자신의 가치가 동일화할 수 있도록 윤리 경영 기본 교육 실시
- 윤리적 가치에 대한 실제적인 행동규범(Code of Conduct)을 제시
- 영업분야는 자체적인 워크숍을 통해 영업 과정에서 일어날 수 있는 비윤리적 상황에서 대처할 수 있는 실제적인 기준을 설정하고, 카드(Do's & Don'ts Card)로 제작하여 휴대

〈유한킴벌리의 행동규범〉

구 분	내 용
직무에 관한 윤리	회사의 자산과 비밀 정보를 보호하고, 회사 안팎의 정보를 공정하고 정직하게 보고할 책임 규정
직무활동에 따른 윤리	품질, 안전, 사원의 건강과 지역사회, 고객, 공급자, 경쟁자, 사원을 대하는 법적·윤리적 기준 제시
직무외 사항에 대한 윤리	회사가 비난의 대상이 되거나 사원이 처벌의 대상이 될 경우를 제외하고는 사원들의 개인생활을 존중, 직무 이외의 분야에서도 사원으로서 필요한 윤리 준수를 희망

【협력업체 윤리경영 실천지원】

- 협의체 구성 및 공동목표 수립
  - OEM, 임가공 협력업체 대표자 및 실무자가 참여한 협의체를 구성해 정보를 공유하고, 공동목표 수립을 통한 실천을 지속
  - 사업부별 성과와 전략을 공유하고, 유한킴벌리가 지향하는 윤리경영에 대한 공감대를 형성함으로써 상호이익증진과 발전을 위한 파트너십 구축을 추진

- 유한킴벌리의 안전, 품질, 환경, 재무, 자재 분야의 사내 전문가가 협력업체의 수준을 진단해서 취약점을 파악하고, 질적 수준을 높이기 위한 지원 활동

### **【윤리경영 추진 주요 성과】**

- 2007 한국에서 가장 존경받는 기업 4위 선정(한국능률협회컨설팅)
- 2007 사회적 책임을 가장 잘하는 기업 선정(동아시아연구원, 글로브스캔, 매일경제)
- 2006 유한킴벌리 BEST HRD 인증 획득(교육인적자원부, 산자부, 중소기업청)
- 2006 제1회 지속가능경영대상 민간부문 대상(종합상) 수상(서울과학종합대학원)
- 2006 한국에서 가장 존경받는 기업 선정(한국능률협회컨설팅)
- 2005 존경받는 기업 대상 수상(동아일보, 한국 IBM BCS)
- 2005 한국에서 가장 존경받는 기업 6위 선정(한국능률협회컨설팅)

# 9. 대한주택보증

## 【경영이념과 윤리경영 가치체계】

◎ 경영이념에 뿌리를 두고 '01년 윤리강령 제정을 시작으로 윤리경영을 도입

경영이념	윤리경영 핵심가치(Core Value)	경영 패러다임
국민이 신뢰하는 기업	→ 모든 이해관계자에 대한 윤리적 책임을 인식하고 이들의 만족과 신뢰를 추구	→ 경제적·법적·윤리적 책임
사회에 봉사하는 기업	→ 기업이 존재하는 사회와 국가에 대한 봉사와 공헌	→ 자선적 책임
미래를 지향하는 기업	→ 기업존속과 지속가능한 발전을 위한 미래지향적 경영	→ 지속가능경영(Sustainability Management)

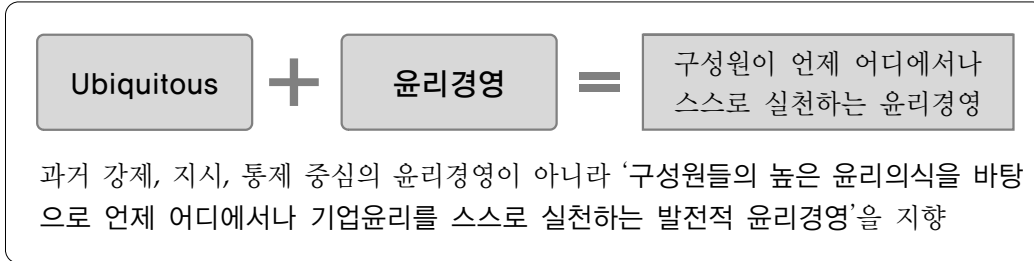
## 【윤리경영 추진전략】

□ 단계별 추진전략



□ 「유비쿼터스 윤리경영」 추진전략

◎ 유비쿼터스 윤리경영(Ubiquitous Ethics Management)의 개념



◎ 유비쿼터스 윤리경영의 특징(=사람·자율·참여중심 윤리경영)

구 분	기존 윤리경영	유비쿼터스 윤리경영
주체(중심)	시스템, 제도	사람, 윤리의식
추진방식	Top-down	Bottom-up, 자율·참여중심
경영진/추진조직의 역할	지시자, 감독자	협조자, 지원자
구성원의 역할	피동적 실천자	전직원이 계획자·실천자·윤리담당자

**【윤리경영 실천 프로그램】**

◎ 전사적 과제발굴을 통한 연도별 윤리경영 실천계획 수립 추진

- 부서별 자율실천과제 발굴, 과제발굴 워크숍 등을 통해 매년 윤리경영 실천 계획을 수립하고 현재까지 약 200여 개 과제를 전사적으로 추진

◎ 매년 1인당 최소 20시간 이상의 강도 높은 윤리교육 실시

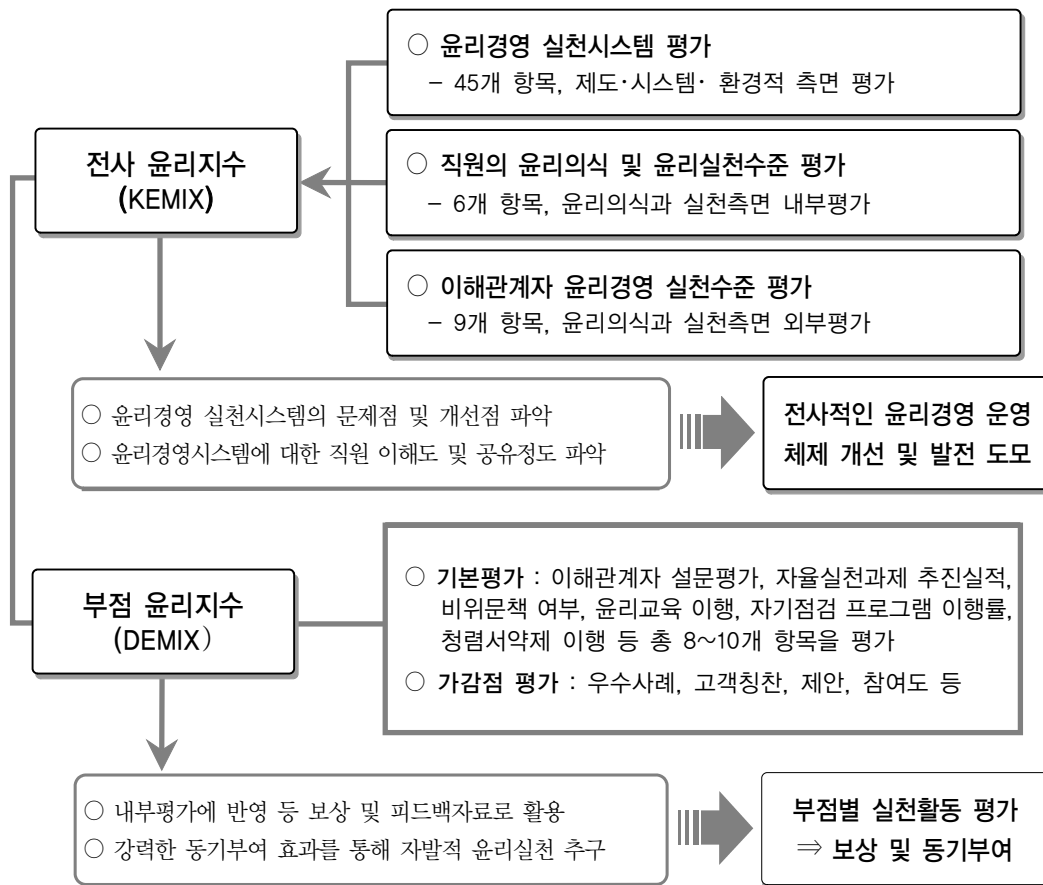
- 사이버 윤리교육, 윤리경영 Action-learning·워크숍, 특강, 수시 윤리교육, 신입사원 필수교육 등 다양하고 실효성 있는 교육을 전직원에게 실시

◎ 공기업 최초 윤리의식 자기점검 프로그램 운영

- 2003년 8월부터 매주 월요일 PC를 활용하여 윤리의식 자기점검을 실시(현재 150여 개 점검문항 Pool 운영)하고 윤리지수 평가에 반영

◎ 공기업 최초 윤리지수 평가제도 운영

- 2003년부터 윤리지수(현 DEMIX)를 개발하여 윤리경영 실천활동을 평가하고 이를 성과급 차등과 인사고과에 연계
- 2005년 KEMIX를 신규 개발하여 전사 윤리경영 수준을 진단하고 개선



◎ 윤리경영 실천 고객(주택건설업체) 신용평가 우대 제도

- 윤리경영 실천 주택건설업체에 대하여 신용평가지 가점 부여('06년 78개사 혜택)

◎ 윤리경영 모니터링 및 이행점검 실시

- 매 월 : 각 부점 윤리경영 활동보고서를 제출받아 담당임원에게 보고
- 매분기 : 전 부점에 대한 윤리경영 이행점검 실시
- 매반기 : 모든 거래관계 이해관계자에게 윤리경영 설문조사 실시

◎ 자율 윤리실천체계 구축

- 매년 부서별 자율 실천과제(1개이상)를 추진토록 하고 실적을 평가에 반영
- 부점별 자율윤리실천지침 제정 및 자율준수·점검체계 확립

◎ 신입사원 Fresh Monitor 제도 운영

- 신입사원의 참신한 시각으로 불합리한 제도나 관행을 발굴 개선하는 제도

◎ Anytime, Anywhere 윤리경영 공감대 형성

- 윤리명함, 윤리포스터, PC 화면보호기, 포켓가이드, 윤리 칭찬릴레이, 윤리를 마시자 캠페인 등 참신하고 다양한 공감대 형성활동 전개

◎ 내외부 부조리 신고제도 운영

- 최고 20억원의 신고보상금 제도, 사이버신고상담센터, 윤리윤리(6262), 윤리친구(6279) 전화 운영, 대면상담, 우편 등 다양한 신고상담 채널 운영

◎ Global Compact 가입 등 윤리경영 대외 교류·협력

- 윤경포럼('04.5월) 및 윤경 CEO 클럽('06.6월)에 가입하여 적극 활동
- UN Global Compact 가입('07.4.17)

◎ 거래관계 및 경영투명성 제고

- 이사회 과반수 이상(총 11명 중 7명)을 사외이사로 구성
- 인터넷 정보공개청구센터와 경영공시 코너 운영
- 학계, 고객, 시민단체 등이 포함된 열린공기업위원회 정기개최
- 회계투명성 확보를 위한 선진 내부회계관리시스템 구축 운영
- 거래투명성 제고를 위한 청렴서약제도 및 Clean 계약이행점검제도 운영
- 모든 법인카드의 Clean-card제 시행 등

**【사회공헌활동】**

◎ “아우르미” 사회봉사단 활동 및 다양한 임직원 참여 지원제도 운영

- '06. 5월 사회봉사단을 창단하고 1복지시설 결연운동, 사랑의 쌀나누기, 무의탁노인 명절잔치, 수해복구지원 등 활발한 사회공헌활동 전개
- 매칭그랜트(Matching-grant)제도, 사회봉사 마일리지 제도, 연 3일의 유급 사회공헌활동 지원제도 등 임직원 참여 지원제도 운영

◎ 사회복지단체 및 전문기관과의 파트너십 강화

- 영등포구청, 한국 해비타트, 전국사회복지지원재단과 사회공헌협약 체결

◎ 회사의 업무특성 및 기능에 부합하는 전략적 사회공헌프로그램 운영

- 무주택 국가유공자 주택임차자금 지원, 해비타트 사랑의 집 짓기, 노후주택 개보수, 저소득층 주택임차자금 지원 사업 추진

### **【윤리경영 추진 주요 성과】**

- 2006 한국경영대상 윤리경영 대상(한국능률협회컨설팅)
- 2006 사회책임경영대상 윤리경영 대상 및 자원봉사 최우수상(이코노믹리뷰)
- 2006 국회 보건복지위원회 위원장 윤리경영 표창
- 2006 한국윤리경영대상 공기업 대상(신산업경영원)
- 2006 1사1촌 도농교류 우수기업(농협, 전경련)
- 2004 반부패청렴상 윤리경영 대상(한국부패학회, 클린코리아운동본부)
- 2004~2006 정부산하기관 고객만족도 조사 3년 연속 우수기관(기획예산처)
- 2003~2005 산업자원부 윤리경영 평가 3년 연속 우수기업
- 2003 국가보훈처 보훈문화상 예우증진부문상(국가보훈처)

# 10. 한국동서발전

【윤리경영 가치체계】

발전사업을 선도하는 초우량 기업

혁신적 윤리경영  
“Self-Ethics 운동”

청렴도향상

공정한인사  
풍토조성

고객감동실현

<사장 경영방침>

創造的 價値經營

革新的 倫理經營

和合的 人本經營

□ 경영방침 의미

임직원의 도덕성 확립을 기본으로 기업윤리를 정착시켜 동서의 청렴도를 더욱 향상시키고, 능력과 성과중심의 합리적인 인사제도 운영으로 공정한 인사풍토를 조성하며, 국민에게 값싸고 최고 품질의 전력을 안정적으로 공급하여 국가 경제발전에 이바지함과 동시에 고객감동을 실현하고자 함

**【윤리경영 추진 로드맵】**

1 단 계	2003년 이전 윤리경영체계 구축기	2 단 계	2004년~2006년 윤리경영 정착기	3 단 계	2007년 이후 윤리경영 발전기
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 윤리경영제도 도입</li> <li>• 윤리의식 교육</li> <li>• 윤리경영 평가체계 구축</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 윤리경영시스템 개선</li> <li>• 윤리의식 공유확산</li> <li>• 윤리경영 평가강화</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 윤리경영시스템 선진화</li> <li>• 윤리경영의 기업문화화</li> <li>• 윤리경영 확산 활동</li> </ul>

**【추진조직 및 기준】**

◎ 윤리경영 추진조직

구 분	기 능
기업윤리위원회	윤리경영 추진 기본방향 및 전략 개발
윤리경영 실천사무국	윤리경영 실천업무 총괄, 윤리의식 확산·실천·평가 등 실천방안 수립 및 개선
감 사 실	부패방지를 위한 제도적 장치 마련, 부정/부실 방지 교육 및 감사활동, 내부신고제도 운영

◎ 윤리기준

- '02년 12월 기업윤리 준수를 위한 행동지침 명시한 윤리강령 및 행동준칙 제정 후, '04년 11월 사회적 추가 요구사항 및 수정사항이 구체적으로 보강된 윤리헌장, 윤리강령, 행동강령으로 개정·선포

**【윤리경영 실천 프로그램】**

◎ Self-Ethics 운동

- 전 임직원의 윤리경영 실천 실행력 유도를 위한 캠페인
- “윤리경영은 나 자신부터 실천하자”는 운동

- S : Social Accountability** [사회적 책임 : 지역사회 공헌]
- E : Economic Responsibility** [경제적 책임 : 이익극대화]
- L : Legal Integrity** [법 및 환경적 책임 : 법, 규제준수]
- F : First and Foremost** [위의 책임들을 무엇보다도 먼저 생각하고 추진]

◎ 윤리의식 자기 점검제

- 임직원의 윤리, 청렴의식 향상을 위해 매주 월요일 전 임직원 “자가진단” 실시
- “자가진단”을 완료해야만 사내 인트라넷에 연결 가능
- 진단 항목 : 4개 분야 60 점검문항의 Pool 운영

◎ 윤리의식 계몽포스터

- 윤리적 감성 자극에 의한 전 구성원의 윤리적 공감대 형성
- 투명경영에 대한 자긍심 향상으로 윤리경영 실천의지 제고
- 『See → Feel → Action』에 의한 윤리의식 향상과 대외 홍보

◎ 윤리경영 교육이수 의무 프로그램

구 분	기 능
Cyber 윤리경영교육	기본교육 완료 : '04. 8 심화교육 예정 : '07. 9
현장 순회 윤리경영교육	사외 저명인사 초빙 교육 경영진 사업소 순회교육
신입사원 및 승격예정자 교육	보직전 교육에 윤리경영교육을 필수 과목으로 지정 운영

◎ 윤리경영 평가시스템

- 윤리경영 및 청렴의식 평가를 통해 윤리의식 마인드 확산을 추구하고, 전사 윤리경영 수준 진단을 통한 개선을 도모
- 평가방법
  - 동서발전 윤리경영지수(EWP-EMIX : Ethics Management Index) 측정(2회/연)을 통한 계량화
- 평가보상
  - 인사고과에 반영(근무평정, 다면평가) 및 평가에 따른 인센티브 차등지급 (0~200%)

◎ 신문고 제도(Whistle Blowing)

- 업무수행과 관련된 부정부패 행위나 불합리한 제도 개선 등의 의견수렴 제도
- 신고방법은 Cyber(사내·사외), 우편, 전화, FAX 및 방문 등 신고자가 편리한 방법을 사용할 수 있도록 다양화

구 분	이용대상	접수기간	신고대상
최고경영자 직보시스템 (신고내용을 사장만 조회)	사내 전 직원	연중무휴 24시간 접수 (사내 인트라넷)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•직원비리사항(금품수수, 공금횡령, 청탁, 압력 등)</li> <li>•동서인으로서 품위와 명예를 실추한 행위</li> <li>•윤리경영 추진 우수사례 및 경영개선을 위한 건의 사항</li> </ul>
신문고 제도	외부고객 임직원 분리 운영	연중무휴 24시간 접수 (대외홈페이지)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•임직원의 불공정한 업무 처리, 부당한 요구, 비리사실 등</li> <li>•기타 윤리경영 위반행위</li> </ul>

◎ 기타 프로그램

- 윤리 후견인 제도
  - 입사 1년 이내인 신입사원을 대상으로 근무지 사업소에 윤리 후견인을 지정하여 신입사원이 윤리적 딜레마에 봉착 시 상담하여 해결할 수 있도록 도와줌으로써 비윤리적 유혹에 빠지지 않도록 하는 Mentor/Mentee 제도
- 윤리의식 설문조사 및 모니터링 제도
  - 직원들에 대한 윤리의식 설문조사를 통해 문제점 파악 및 대책을 마련하고 조사결과를 윤리담당자가 피드백하여 소속 직원들의 윤리 이행실태를 자체적으로 수시 점검하여 행동규범을 이행하도록 독려하는 제도

**【사회공헌활동】**

◎ 주요 사회공헌활동 프로그램

- 사회봉사 마일리지 제도
  - 자율 봉사활동 1시간당 1마일리지 지급, 연도별 목표 달성 마일리지 설정·운영
- 장애우 등 저소득층 거주환경 개선
- 사랑의 헌혈 릴레이
- 난치병 어린이 새생명 지원

## ◎ 사회봉사활동에 대한 회사 지원제도

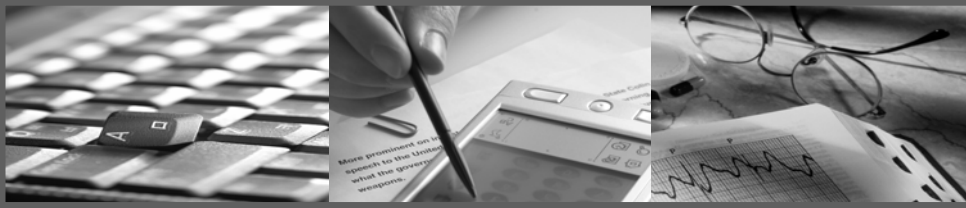
구 분	취 지	시행방법
Power Love Day	'사회공헌활동 집중의 날'을 제정, 전사 또는 사업소규모 활동 전개	<ul style="list-style-type: none"> <li>•운영일수 : 반기단위 1일(매년 5월, 9월 중)</li> <li>•운영방법 : 사업소 단위 전체 행사나 팀 단위 행사를 이날 집중 실시</li> </ul>
이웃사랑 유급휴가	가족단위 또는 원거리 봉사활동을 희망하는 직원들을 지원하기 위한 제도	<ul style="list-style-type: none"> <li>•휴가일수 : 연간 2일 이내</li> </ul>
사회공헌 우수자 포상	사회공헌 마일리지 최다 획득자 포상	<ul style="list-style-type: none"> <li>•최다 마일리지 획득 사업소에 사장상 배정</li> <li>•연말 사업소 자체 최다 마일리지 획득자 포상</li> </ul>

## 【윤리경영 추진 주요 성과】

- 2006 '윤리경영 최우수 기업' 선정(산업자원부 산업정책연구원 조사)
- 2006 청렴도 조사 1위(한국전력공사 주관 전력그룹사 대상 조사)
- 2006 신뢰받는 경영인상 수상(서울종합과학대학원 주관)
- 2006 지속가능경영대상 우수상(서울종합과학대학원 주관)

# III

## 국내 윤리경영 소식



- **1.** 기업소식
- **2.** 정부소식



## 1. 기업소식

### 가. 월별 기업의 윤리경영 동향

#### 【1월】

##### □ 대한제당, 윤리경영 선포식 개최(1.3)

- 대한제당은 윤리강령 발표를 통해 향후 진취적이고 효율적인 경영 활동으로 기업 가치를 향상시키는 것은 물론 국내외 모든 법규와 시장 질서를 존중하고 공정거래 질서 확립에 솔선수범할 것임을 밝혔다
- 또한 주주 및 투자자에 대한 자세 등 6개 항목의 20개 세부 실천 사항을 채택하고 이를 바탕으로 건전하고 공정한 기업 문화 창달에 노력할 것을 다짐

##### □ S-Oil, '사회봉사단' 출범(1.5)

- S-Oil은 그동안 지속적으로 실천해 온 나눔경영을 더욱 강하게 확산시키기 위해 임직원들의 자발적인 참여로 조직된 '에쓰-오일 사회봉사단'을 출범시켰음
- 총 750명으로 출범한 사회봉사단은 서울, 울산 등 6개 지역봉사단으로 구성됐으며, 자체적으로 지역 실정에 맞는 자원봉사 프로그램을 수립, 체계적이고 지속적으로 사회봉사활동을 전개해 나갈 예정이며, 동社は 자원봉사에 소요되는 각종 비용 지원 등을 통해 활동 지원은 물론 임직원들의 참여를 독려할 계획

##### □ 대한상공회의소, '기업가정신에 관한 인식 조사' 발표(1.10)

- 대한상공회의소가 현직 CEO 100명(대기업 50명, 중소기업 50명)을 대상으로 실시한 '기업가정신에 관한 인식 조사' 결과에 따르면, 응답자의 82%가 기업가정신이 위축돼 있다고 말하였고, '활발하다'는 응답은 전체의 18%에 불과

- 응답자들은 기업가정신이 위축된 가장 큰 요인으로 반기업정서(35%)를 꼽았고, 이어 정부규제(24%), 노사갈등(20%), 기업인들의 위험 감수 의지 부족(15%), 단기실적 중시 경영 형태(6%) 등을 지적
- 한편 기업가정신을 회복하기 위한 과제로 '법과 제도를 기업친화형으로 정비해야 한다(52%)'를 최우선으로 들었으며, 이 밖에 親기업 분위기 조성(26%), 기업가정신 재무장(15%), 기업 氣 살리기 캠페인 전개(7%) 등도 시급한 것으로 나타남

□ 경희 비즈니스 포럼, '유(U·You·柔)'를 올해 경영화두로 발표(1.15)

- 경희대 경영대 교수 60여 명은 '경희 비즈니스 포럼'을 열고 올해 경영 화두는 윤리경영, 감성경영, 유비쿼터스 경영, 컨버전스(융합) 경영 등 4가지로 이를 관통하는 키워드는 바로 '유(U·You·柔)경영'이라고 밝혔음
- 윤리경영에서 '윤'은 '유+ㄴ', 융합경영에서 '융'은 '유+ㅇ', 감성경영을 대표할 수 있는 한자는 '부드러울 유(柔)'자로 표현될 수 있으며, 또 영어 U는 유비쿼터스(Ubiquitous) 첫 자로 Unify(융합) 첫자에 해당함
- 특히 타임지가 올해 대표적 인물로 'You'를 선정했던 것처럼 최고경영자들은 올해 디지털 시대에 진정한 주인공인 'You'를 기업경영 화두로 삼아 경쟁력 향상을 위해 고민해야 할 것이라고 말함

□ 보건의료분야 투명사회협약실천협의회, '2006년도 보건의료분야 투명사회협약 대국민보고대회'(1.17)

- 보건의료분야 투명사회협약실천협의회는 '2006년도 보건의료분야 투명사회협약 대국민보고대회'를 개최하고, 보건의료분야에서 2006년 한 해 가장 큰 활동성과는 '의약품등의 거래에 관한 보건의료분야 자율공동규약'의 제정이라고 발표하였음

- 동 협의회는 2006년도 중 '공공부문의 부패방지체계 개선 및 투명성 교육 강화', '의약품 등 유통과정의 투명성 제고', '건강보험청구 투명성 강화', '보건의료기관의 투명경영실천', '보건의료단체 및 기관의 윤리경영 강화' 등 5대 추진과제와 14개의 세부실천계획을 수립하여 다양한 실천 활동을 전개한 것으로 보고
- 그 중 가장 큰 활동성과는 '의약품등의 거래에 관한 보건의료분야 자율공동규약'의 제정인 것으로 나타남
- 이와 관련하여 동 협의회는 보건의료분야의 투명성을 높이기 위해서 2007년도 사업계획의 이행과 특히 공동자율규약을 지키기 위해 최선을 다할 것과 협의회에 참여하고 있는 각 단체의 협조가 더욱 필요하다고 밝혔음

□ 한국철도공사 충북지사, 직무청렴계약제 도입(1.16)

- 한국철도공사 충북지사는 전국 지사 중 처음으로 직무청렴계약제를 도입하여 지사장, 팀장, 사업소장 등 20여명이 참석한 가운데 '부패방지척결을 위한 직무청렴계약제 체결식'을 갖고 2,200여명의 직원들이 서명한 계약서를 교환하였음
- 직무청렴계약제 시행으로 경영 최일선의 책임자인 팀장, 그룹역장, 사업소장 등 충북지사 전 팀원은 직무와 관련 금품수수, 향응 접대를 받았을 경우에는 직위해제, 징계회부 등 인사조치와 성과급 반납 등 강력한 제재를 받게 됨

□ 대한상공회의소, 기업호감도 조사 결과 발표(1.18)

- 대한상공회의소가 현대경제연구원과 함께 2006년 12월 15일부터 17일까지 성인 2,000명을 대상으로 한 '2006년 하반기 기업호감도지수(CFI) 조사' 결과에 따르면, 기업호감도지수가 100점 만점에 50.2점으로 집계돼 그동안의 부정적인 기업 이미지가 긍정적으로 전환되고 있는 것으로 나타났음

- 이는 지난 2003년 12월 첫 조사 때의 38.2점보다 12점 높아진 것으로 반기별로 실시된 7차례의 조사 중 가장 높은 점수를 기록했으며, 특히 지난 3년간 기업호감지수가 조금씩 높아졌음
- 또한 기업활동의 우선순위가 '이윤창출'이라는 의견도 첫 조사 때의 53.5%에서 57.3%로 높아지고, '사회 환원'이라는 의견은 46.5%에서 42.7%로 낮아져 기업의 역할에 대한 인식도 개선되고 있는 것으로 나타났음
- 기업에 호감이 가는 이유로는 국가경제에 기여(42.3%), 일자리 제공(24.3%), 국위 선양(20.9%) 등의 순으로 꼽았으며, 반대로 호감이 가지 않는 이유로는 분식회계 등 비윤리경영(29.2%), 경영권 세습 등 족벌 경영(22.4%), 근로자 희생 강요(15.6%)의 순으로 들었음
- 한편 기업에 대한 평가와 기대는 긍정적인 의견이 많았으며, 우리나라의 대기업 정서에 대해서는 우려하는 시각이 많은 것으로 조사됐음
- '우리 경제가 이만큼 성장하게 된 데는 기업의 역할이 매우 컸다'는데 대해 응답자의 89.8%가 공감하고 있었으며, '우리 경제가 발전하기 위해서 가장 많이 의지하고 기대해야 하는 주체는 기업이다'는 질문에 대해서도 76.1%가 긍정적으로 응답하였음
- 이번 조사에서 국민들이 기업에 요구하는 첫 번째 과제는 '고용창출 확대'(59.7%)로 나타나 청년 실업난, 조기 퇴직 등의 해소를 위해 기업에 기대하는 바가 크다는 점을 시사했으며, 다음으로는 '경영 투명성 제고'(19.3%), '사회공헌 활동'(10.8%), '정경유착 단절'(10.0%) 등의 순으로 응답하였음
- 아울러 정부가 기업 환경 개선을 위해 가장 우선적으로 해야 할 과제로는 노사 안정이 35.2%로 가장 많이 꼽혔으며, 기술개발 지원(22.5%), 규제 완화(18.2%), 정경유착 근절(12.5%), 금융세계 지원(11.3%) 등이 뒤를 이었음
- SK증권, 직무윤리 실천 선포(1.19)
  - SK증권은 전 임직원을 대상으로 직무윤리를 제시하고 이를 실천하기 위한 '직무윤리실천 선포식'을 개최

- SK증권은 지난 2004년 3월부터 윤리실천사무국 주관으로 매년 1회 윤리실천 서약식을 시행해 오고 있음
  - 기존의 구호성 윤리경영에서 벗어나 구체적인 실행 가이드를 제시하는 것을 목적으로 하고, 현업에 있는 직원들과의 거리감을 좁히는 데 주안점을 둠
  - 향후 동社は 직원의 직무를 16개 세부로 나누고 반드시 지켜야 할 사항을 제시해 매주 단위로 그 실천 여부를 자가진단 할 계획이며, 대상 직무는 계속 세분화해 직원의 이동이나 보직 발령 시에 업무인수인계서로 활용할 계획
- 한국철도공사 대전지사, 부패척결 결의대회 개최(1.19)
- 한국철도공사 대전지사는 청렴도 향상 및 부정부패, 부조리 근절을 위한 전기분야 '부패척결 결의대회'를 가짐
  - 이번 결의대회는 지사장을 포함한 전기분야 직원 50여명이 '부패 방지교육'과 더불어 윤리경영 서약서 작성, 실천구호 제창, 청렴도 향상, 부패방지 세부실천 계획을 토론하는 것으로 진행됨
- 제주도 21개 경제관련 단체, '제주기업사랑협의회' 발족(1.24)
- 제주도 내 민간단체 중심으로 기업하기 좋은 환경을 조성하는 한편 기업의 사회적 책임의식 확산과 기업사랑 운동을 범도민 운동으로 확산시키기 위해 도내 경제관련 단체와 연구소 등이 나서 '제주기업사랑협의회'를 구성, 발족
  - 제주기업사랑협의회는 기업애로신고센터 운영과 지역 현안문제 및 업계 애로사항 건의, 기업사랑 토론회·포럼 활성화, 신노사문화 정착을 위한 신노사문화 창출 등 기업하기 좋은 환경을 조성키로 함
  - 또한 부패추방 운동과 투명사회 협약 실천, 윤리경영 결의대회 개최, 친환경 기업문화 조성을 위한 노력 등 기업의 사회적 책임의식을 확산시키기 위한 노력도 집중시켜 나가기로 함

□ 금호건설, 협력회사 CEO 어울림 간담회 개최(1.25)

- 금호건설은 대표이사를 포함한 임원 30명과 협력회사 대표이사 300여 명이 참석한 가운데 '협력회사 CEO 어울림 간담회'를 개최하였음
- 동 행사는 구매방침 소개, 협력회사 등록증 전달식, 윤리경영 동참 협약서 낭독 등의 순서로 진행됨

**【2월】**

□ 모두투어, '설 선물 안 주고 안 받기' 캠페인 실시(2.2)

- 모두투어는 전국의 모두투어 임직원과 거래처를 대상으로 '설 선물 안 주고 안 받기 운동'을 실시하였으며, 관련 업체와 거래처에 미리 협조 공문을 보내 명절 선물을 사전에 차단

□ 한국소방검정공사, 투명경영을 위한 '반부패 윤리강령 실천 다짐대회' 개최(2.5)

- 전 임직원이 참석한 가운데 투명경영 실현을 위한 '2007년도 반부패 윤리강령 실천 다짐대회'를 개최
- 동 대회에서는 "행동강령준수서약서"와 "부패척결을 위한 나의 다짐"에 서명하고, 부패방지 및 깨끗한 공직풍토 조성을 다짐

□ GS칼텍스, 설맞아 협력업체와 온정 나누기(2.7)

- GS칼텍스 설 명절을 맞아 3,800여명의 주유소 파트너 및 협력업체에 설 선물을 전달
- 이 행사는 주유소 파트너 및 협력업체에 감사의 뜻을 전하고 앞으로도 상호 윈-윈(Win-Win)하는 상생의 파트너십을 만들어가자는 취지
- 반면 GS칼텍스는 전국 협력업체에 편지를 보내 '저희 회사 임직원들에게 금액의 크고 작음에 상관없이 어떠한 종류의 금품이나 선물도 제공하지 말아 달라'고 요청

□ 경제5단체, '제3회 투명경영대상' 시상식 개최(2.7)

- 한국경영자총협회와 전국경제인연합회 등 경제5단체가 공동 주관하는 '제3회 투명경영대상' 수상기업에 신세계가 선정되었으며, 금호산업 고속사업부와 굿모닝신한증권은 공동으로 우수상을 수상

□ 다음다이렉트, 클린제도 도입(2.9)

- 다음다이렉트는 윤리경영의 일환으로 클린제도를 도입할 예정
  - 클린제이란 다음다이렉트가 발주하는 아웃소싱 업무, 소모품을 제외한 물품구매, 공사 등 모든 협력업체와의 업무 계약시 회사내 담당자와 관리자, 협력업체가 상호 클린 계약 이행을 서약하는 제도
- 클린제도 도입과 함께 홈페이지에 '부당거래 제보센터'를 오픈해 협력업체가 상시 제보할 수 있는 시스템도 구축

□ 현대자동차, 투명경영을 위한 '이사회외 위원회' 신설 계획(2.18)

- 현대자동차가 3월에 개최될 주주총회에서 정관에 이사회 구성원과 외부 전문가들이 참여하는 '이사회외 위원회'를 신설할 계획을 발표

□ 파이낸셜타임즈, '윤리적 소비' 관련 보도(2.20)

- 파이낸셜타임즈(FT)는 공정거래와 환경친화적 경영 등 기업의 사회적 책임(CSR)을 제대로 수행하는 기업이 과거에 비해 많이 줄고 있는 추세라며 소비자들은 CSR에 최선을 다하는 기업 제품을 구입하는 이른바 '윤리적 소비'가 새로운 화두로 등장했다고 보도
- 이 같은 결과는 FT와 영국 마케팅 조사기관 GfK NOP가 미국, 독일, 영국, 프랑스, 스페인 등 5개국에서 총 5,000명을 대상으로 실시한 설문조사에 따른 것으로, 이번 조사에서 응답자 가운데 절반가량이 기업윤리가 5년 전에 비해 악화됐다고 평가

- 그러나 응답자 중 3분의 1가량은 윤리경영을 적극 실천해 나가는 기업의 제품가격이 경쟁업체보다 5~10%가량 비싸더라도 구매할 의사를 내비쳐 윤리적 기업에 대한 소비자의 높은 관심도를 반영

□ 한국철도공사, '공사업체 도우미센터제' 도입·시행(2.21)

- 한국철도공사 시설기술단은 2월 초부터 투명·윤리경영 실천의 일환으로 '시설공사 협력업체 도우미센터' 제도를 도입, 시행 중
  - 시설공사 도우미센터는 철도공사 시설기술단 내에 설치돼 운영되고 있으며, 건설공사를 맡게 되는 모든 협력업체들은 계약체결 시 도우미센터 이용방법, 담당자 실명 및 연락처 등에 대한 안내를 받게 됨
  - 이에 따라 협력업체들은 해당 공사와 관련된 부조리나 부당지시가 있을 경우 전화나 e-mail을 통해 이를 센터에 신고할 수 있게 되고, 시공 과정에 생기는 어려움에 대해서도 상담 받을 수 있음
- 철도공사는 이를 위해 시설계획, 선로관리, 토목시설, 건축시설팀 등 시설기술단 4개 팀에 도우미센터 운영을 맡을 청렴혁신 담당자를 지정하였으며, 기존에 계약을 체결한 협력업체를 위해서는 도우미센터 안내카드를 제작, 3월중 배포할 계획

□ 동부제강, 바로잡기 신문고 '개설'(2.21)

- 동부제강은 최근 자사 홈페이지 윤리경영 사이버 감사실의 명칭을 '바로잡기 신문고'로 교체
  - 이는 기존의 딱딱하고 거리감 있는 이미지를 버리고 사용자들이 친숙하게 느끼도록 하기 위한 것으로, 제보자의 편의를 위해 제보자 개인정보 입력사항을 간결화하였으며, 제보의 활성화를 위해 익명제보 시스템을 추가하였음
  - 또한 인증번호를 발급해 제보자가 제보처리 진행상황을 확인할 수 있도록 하였음

□ 제주농협, '사회봉사 포인트제' 시행(2.24)

- 제주농협지역본부는 도내 모든 농협직원을 대상으로 '사회봉사 포인트제'를 시행키로 함
- '사회봉사 포인트제'는 직원 개인별로 실천한 사회봉사활동을 점수로 매겨 가장 성적이 높은 직원 4명을 선발, '자랑스런 농협인 봉사상'을 시상함으로써 나눔문화 확산에 기여하는 데 목적을 두고 있음
- 주요 평가부문은 아름다운 기부문화운동, 사랑의 장기기증, 장애아동 및 무의탁아동 보호시설과 요양원 방문봉사, 독거노인 지원활동 등임

□ 포스코 광양제철소 6개 외주파트너사, 노사평화 선포식 개최(2.28)

- 포스코 광양제철소 외주파트너사 노사협의회(드림피아, 포렌, 포센, 포트엘, 프롭스, 코렘)는 유관기관 및 임직원 200여 명이 참석한 가운데 항구적 노사평화 선포식을 개최
- 6개 외주파트너사의 노사는 모기업인 포스코 광양제철소와의 상생경영활동에 동참하고 노사의 신뢰와 대화를 기반으로 한 새로운 노사 관계를 정립하기 위해 선포식을 개최
- 이날 선포식에서 6개사 노사 대표는 '직원은 대화와 타협을 바탕으로 노사 문제를 자율적·평화적으로 해결할 것, 회사는 투명경영, 윤리경영을 실천하여 노사간 신뢰 기반을 조성하고 근로자의 삶의 질 향상에 노력할 것, 노사 모두는 노사협의회를 근간으로 선진화된 노사문화를 조성할 것' 등 3개 항에 공동으로 합의

**【3월】**

□ 한국철도시설공단, 뉴비전 선포식 개최(3.2)

- 한국철도시설공단(KR)은 임직원 등 300여 명이 참석한 가운데 'KR뉴비전 2010' 선포식을 갖고 새로운 도약을 다짐

- 이번에 구축된 뉴비전은 '글로벌 철도엔지니어링 & PM(사업관리) 전문 공기업'으로서 2010년까지 글로벌 경쟁력을 갖춘 철도전문기업 도약을 목표로 한 것
- 이를 위해 공단은 21세기 풍요로운 철도교통시대의 선도, 지속발전가능한 글로벌 핵심경쟁력 확보, 고객가치와 윤리경영으로 사회책임 실현 등 3대 경영목표와 세부 추진방안으로 13개의 전사전략, 38개의 전략과제, 140개의 실행과제를 설정, 추진할 방침
- 전경련 중소기업협력센터, 제6회 대·중소기업 상생협력 임원협의회 개최(3.6)
  - 전경련중소기업협력센터는 삼성전자, 현대자동차, 포스코 등 30대 그룹 대표 기업의 상생협력 담당임원들이 참석한 가운데 '제6회 대·중소기업 상생협력 임원협의회'\*를 개최
  - \* 상생협력의 이론적 토대 구축, 대기업 경영 노하우의 중소기업 전수, 상생협력 모범사례의 발굴·확산, 중소기업 경영상담 활성화 등 협력사업의 확장을 목적으로 30대 그룹 대표기업의 상생협력 담당 임원을 대상으로 '06.3월 발족
- 대전충남경영자총협회, 제1회 투명경영대상 시상식 개최(3.7)
  - 대전충남경영자총협회는 노사 상생을 위한 윤리경영을 강화하고, 책임경영을 실현하기 위해 지방 경총 최초로 투명경영대상 제도를 도입하고, 첫 대상 수상 기업으로 한라공조(주), 우수상에 BIEMT(주)와 (주)금성백조를 선정
- 윤경포럼, 제4기 윤경포럼 세미나 및 CEO 서약식 개최(3.7)
  - 국내 대기업 최고경영자, 정부, 시민단체 주요 인사 등 각계 CEO 들이 참여하여 윤리경영 다짐 서약식을 개최
  - 올해로 네 번째인 동 서약식에서 CEO들은 CEO의 윤리적 리더십 실천과 사내 윤리경영 제도 강화, 반부패 관행개선, 대·중소기업 상생 협력 등 12대 실천 원칙을 추진하기로 함

- 서약식에 이어 열린 세미나에서는 윤리경영 우수기업의 사례 발표, 윤리 경영 시스템과 향후 전략에 관한 보고 등이 이루어졌음

□ 한국경총 '화해상생마당' 포럼, 노사상생 기업별 사례 보고회 개최(3.9)

- 동 보고회에서는 노사간 상생을 실현해 주목받은 경기고속, 우리은행, KSS 해운, 포스코, 유한킴벌리 등 5개 기업 노사대표가 사례를 발표하고, 기업경쟁력을 위한 노사 상생의 중요성을 강조

□ LS산전, 제2의 윤리경영 실천 결의대회 개최(3.12)

- LS산전은 이번 결의대회를 계기로 자율적 윤리경영 토대를 마련하기 위해 3월말까지 미신고 위반사례의 자진신고에는 면책권을 부여하기로 하였으며, 모든 임직원들이 매년 윤리규범 실천서약서를 작성하여 제출하기로 함

□ 한국기업윤리학회, '기업윤리대상' 시상(3.16)

- 제7회를 맞는 '기업윤리대상'은 각 대학의 경영학과 교수진으로 구성된 기업윤리학회가 2003년도부터 윤리경영에 높은 성과를 보인 기업을 선정해 수여하는 것으로, 이번에는 삼성SDI를 수상기업으로 선정
- 한국기업윤리학회는 심사평을 통해 "삼성SDI는 체계적이고 지속적인 윤리경영 실천을 통해 21세기 디지털 세상의 글로벌 기업으로서 모범적인 기업상을 보여 주었다"며 선정 이유를 밝힘

□ 경제5단체, '2007년 투명사회협약 경제계 실천계획(안)' 발표(3.23)

- 전국경제인연합회, 대한상공회의소, 한국무역협회, 중소기업협동조합중앙회, 한국경영자총협회 등 경제5단체는 윤리경영·투명경영·사회공헌 등 3개 부문에 걸쳐 마련된 『2007년도 투명사회협약 경제계 실천계획(안)』을 발표하고, 이를 적극 실천해 나가기로 함

- 경제계는 우선 2007년도 윤리경영부문의 실천목표를 기업내의 자율적인 윤리경영이 확산되는 데 두고, 기업윤리교육의 저변 확대와 모범사례 전파에 지속적으로 노력하는 한편, 업종별로 윤리경영의 실태 점검과 진단지표를 개발하는 데 주력할 예정
- 또한 2007년도부터 증권관련 집단소송제도가 본격 시행됨에 따라 2007년도 투명경영부문의 실천목표를 회계투명성 제고와 기업지배구조 선진화에 두고, 회원사들로 하여금 투명경영의 자율실천 풍토 정착에 적극 노력할 계획
- 마지막으로 사회공헌부문의 실천목표를, 사회적으로 소외된 계층에 대한 실천적 프로그램 적극 확대 및 기업 사회공헌활동에 대한 일반국민의 이해 증진에 두고 적극 추진해 나갈 예정

□ 한국철도공사 수도권동부지사, '우리가 모시기' 간담회 개최(3.23)

- 협력회사 대표 30여 명을 초청하여 개최한 이번 간담회에서는 한국철도공사 협력업체인 공사계약, 물품구매, 자산임대, 기술분야, 영업분야 대표자들 및 철도공사 관계자들이 참석하여 협력사들의 건의사항을 검토하고 의견을 교환
- 또한 윤리경영을 통한 건전한 이익실현, 국민과 사회로부터의 모범적 역할 수행 등을 주요내용으로 하는 '청렴실천협약'도 체결

□ LG화학, '협력회사와 함께 하는 LG화학 정도경영' 교육 실시(3.28)

- LG화학은 본사 및 지방 사업장의 협력업체를 대상으로 '협력회사와 함께 하는 LG화학의 정도경영' 교육을 연중 실시하고 있는데, 2006년에는 On/Off-Line 교육을 통하여 900여 업체가 수강
- 이번에는 200여 여수공장 구매 협력업체를 대상으로 교육을 실시하였는데, 동 교육에서는 협력업체와의 공정한 거래정착을 위한 LG윤리규범의 소개, 정도경영 실천 프로그램인 사이버신문고에 대한 자세한 설명, 국내·외 사례 공유 등을 통하여 LG화학이 추구하는 정도경영에 대한 협력업체들의 이해와 적극적인 동참을 유도

**【4월】**

□ 정보통신연구진흥원, 윤리경영 실천결의대회 개최(4.2)

- 정보통신연구진흥원(IITA)은 전직원이 참석한 가운데 2007년도 ‘윤리경영 실천 결의대회’를 개최
- 전 직원은 이 날 대회에서 법규와 IITA의 임직원 행동강령 준수, 금품과 향응수수 금지, 투명한 예산집행, 공명정대한 업무처리, 국민에 대한 친절 봉사 실천을 결의하고 ‘부패 제로(zero), 클린 IITA’를 선언

□ 한국사회책임투자포럼 창립(4.3)

- 국내 최초로 사회책임투자(SRI : Social Responsible Investment)와 기업의 사회적 책임(CSR) 전문가, 연기금 등 기관투자자와 개인투자자 40여 명으로 결성된 ‘한국사회책임투자포럼’ 창립
- 동 포럼은 앞으로 투자자들이 환경, 사회, 지배구조 등 비재무적인 이슈를 고려해 장기 투자에 나서도록 연구 및 국내외 네트워킹 지원 활동을 펼칠 계획

□ KTF, 윤리경영 상생협력제도 설명(4.4)

- KTF는 300여개 협력사 대표 및 임직원이 참석한 가운데 ‘윤리경영 및 상생 협력제도 설명회’를 열고, 협력사들과의 윈-윈 관계 구축을 위해 윤리경영과 상생협력을 강화하기로 함
- 또한 협력사들은 KTF가 확대하고 있는 성과 공유제에 관심을 표명하고, 협력사관리시스템(SRM : Supplier Relationship Management)에 대한 건의사항을 전달

□ SK커뮤니케이션즈, 공정거래제도 교육실시(4.6)

- SK커뮤니케이션즈는 전사 차원에서 공정거래제도에 대한 임직원 교육을 실시

- 주요 직책자들을 포함, 100여 명의 임직원들이 참여한 가운데 열린 이날 교육에서는 공정거래제도의 취지와 주요 내용에 대한 강연, 불공정거래행위에 대한 사례발표 등이 진행됨
  
- 한국마사회, '2007 윤리경영 정착의 해' 선포(4.7)
  - 한국마사회는 2007년을 '윤리경영 정착의 해'로 선포하고, 윤리의식 공유와 확산을 통한 윤리적 기업문화 조기 형성, 윤리경영 제도 및 시스템 강화, 이웃사랑 나눔 경영 실천 확대 등을 2007년 중점 추진과제로 설정, 윤리경영 정착에 나설 계획
  
- 신한은행, '사회공헌 파트너십 협약서' 서명(4.10)
  - 신한은행은 대한적십자사와 '사회공헌 파트너십 협약서'에 공동 서명하고, 지역사회 봉사활동, 사랑의 헌혈운동, 환경보전활동 등의 캠페인을 공동으로 펼쳐나가기로 함
  
  - 앞으로 매년 정기적인 기부문화 운동 동참, 다양한 공익 금융상품 개발 등 지속적인 후원을 약속
  
- 한국철도공사 및 한국철도시설공단, 국가청렴위원회에 부패영향평가 의뢰(4.10)
  - 한국철도공사와 한국철도시설공단은 공기업 최초로 부패영향평가를 국가청렴위원회에 요청
  
  - 부패영향평가는 기관의 규정 등에 내재하는 부패유발요인을 체계적으로 분석·평가, 개선 대책을 강구하는 부패방지시스템으로 지금까지 정부 기관에서만 추진, 시행해 옴. 공직유관단체 중 자발적으로 청렴위에 해당 기관의 규정에 대해 부패영향평가 실시를 의뢰한 것은 이번이 처음
  
  - 이에 따라 철도공사와 철도시설공단은 그동안 철도 고객들로부터 불만이 제기되어 왔던 입찰계약 업무와 관련된 공사·용역 및 토지보상, 영업 관련 규정부터 우선적으로 부패영향평가를 의뢰할 예정

□ 신세계, '비리제보시스템' 아웃소싱(4.16)

- 신세계가 내부고발자의 개인정보 및 익명성 등을 보호하기 위해 유통업계 처음으로 비리 제보시스템을 아웃소싱함
- 4월부터 사단법인 한국기업윤리경영연구원이 개설한 '헬프라인'(Help Line : [www.kbei.org](http://www.kbei.org)) 사이트를 통해 내부 직원은 물론 협력업체까지 불공정행위, 부정, 부실 등에 대해 제보할 수 있는 시스템을 마련

□ 한국능률협회컨설팅(KMAC), '한국에서 가장 존경받는 기업' 선정(4.17)

- KMAC는 2007년 1월부터 3개월간 산업계 간부 3,511명과 증권사 애널리스트 200명, 일반소비자 5,280명을 대상으로 혁신능력, 주주가치, 직원가치, 고객가치, 사회가치, 이미지가치 등 총 6개 부문 관련 항목에 대한 설문조사 결과를 바탕으로 '2007 한국에서 가장 존경받는 기업(The Korea's Most Admired Company)'을 선정·발표
- 전체 순위에서 삼성전자는 조사가 시작된 2004년부터 줄곧 1위 자리를 지키며 4년 연속 1위를 차지하였으며, 포스코는 2006년 보다 한 계단 뛰어오른 2위를 기록
- 유한양행과 유한킴벌리는 꾸준한 사회공헌 활동 덕분에 나란히 3, 4위에 올랐고, 해외 마케팅을 활발히 펼치고 있는 LG전자는 지난해보다 한 단계 상승한 5위에 올랐음
- 현대중공업은 지난해 14위에서 올해 8위로, NHN은 지난해 20위에서 올해 10위로 뛰어올랐으며, 한국전력공사, 현대미포조선, 남양유업, 삼성중공업, 현대건설, 아시아나항공, 제일모직도 존경받는 30대 기업인 올스타에 새로 진입

## □ 하이닉스반도체, '새출발 대사면' 실시(4.18)

- 하이닉스반도체는 직원들의 기를 북돋우고 외부 협력업체와 상생의 기업 문화를 다지기 위해 임직원들의 과거 징계 경력 등을 모두 없애는 대사면을 단행하고, 납기일을 맞추지 못하는 등의 이유로 거래를 중단했던 협력회사들에게도 납품을 재개할 수 있는 기회를 주기로 함
- 또한 사면의 후속 조치로 4월 말까지 '비윤리·불법행위 자진신고 캠페인'을 벌여 아직 드러나지 않은 잘못을 스스로 밝히면 인사상의 불이익을 주지 않기로 함
- 그러나 공금 횡령이나 성희롱 등 불법 행위의 정도가 심할 경우 사면에서 제외하고 협력사와 임직원 간에도 뇌물 수수 등 반사회적인 불법 행위가 드러날 경우 더 엄격하게 대처할 방침

## □ 증권선물거래소, 상장사들 2006년 기부금 지출 현황 집계(4.18)

- 상장폐지 관련 기업과 재상장사 등을 제외한 517개사가 공익기관과 자선단체 등에 제공한 기부금은 모두 1조 3,148억원으로 나타남
- 전체 기부금 액수는 2005년보다 21.2% 증가했고, 2006년 매출액에서 기부금이 차지하는 비중도 2005년도에 비해 0.02% 포인트 늘어난 0.21%로 집계됨
- 업체별 기부금 총액은 삼성전자가 매출액의 0.3%인 1,752억원을 기부해 가장 많았고, 다음으로 포스코(1,353억원), 한국전력(1,057억원), SK텔레콤(1,030억원) 등의 순으로 나타남
  - 또한 KT&G(988억원)와 KT(542억원), SK(408억원), CJ(319억원), SBS(317억원), 한진해운(310억원), 한국가스공사(281억원), KTF(216억원) 등의 기업이 200억 원 이상을 기부
  - 반면 신세계와 현대백화점, 엘지전자, 엘지석유화학, 현대제철, 현대모비스, 삼성엔지니어링, 한솔제지, 제일기획, 현대건설 등은 기부금이 매출액의 0.1%에도 미치지 못했음

□ 미래에셋증권, '공정거래 자율준수 프로그램' 도입(4.23)

- 미래에셋증권은 경쟁법 위반 사전예방 및 투명경영활동 강화를 위해 '공정거래 자율준수 프로그램'을 도입
  - 공정거래 자율준수 프로그램이란 회사 내부에서 발생할 수 있는 부당 공동행위나 불공정 거래행위를 사전 예방할 수 있는 자율준수 시스템을 구축, 지속적으로 운영하는 것을 말함
- 이에 따라 자율준수 관리자를 임명하고 공정거래 관련 자율준수 편람을 제작해 임직원 교육을 실시하는 한편, 컴플라이언스팀에서 지속적으로 모니터링을 실시해 이행 상황을 점검할 계획

□ 롯데백화점, 협력업체 관계자 초청 '2007 롯데백화점 컨벤션' 행사 개최(4.30)

- 롯데백화점은 협력업체와의 파트너십을 구축하자는 의도에서 동 행사를 마련
  - 동 행사에서는 총 20여 개 우수 협력회사에 대한 시상식과 함께, 상생의 관계를 확립하기 위한 실천방안을 담은 윤리경영 공동선언문 낭독 및 롯데백화점의 비전을 제시
  - 또한 '제1기 롯데백화점 사랑나눔 장학금'을 신설해 전국 각 점포의 협력업체 동료사원 중 30명을 선발해 장학금 전달

**【5월】**

□ KB데이터시스템, 새 비전과 경영이념 선포(5.2)

- KB데이터시스템은 '대한민국 대표 금융 SI기업'이라는 새로운 비전을 설정하고, 동 비전의 효율적 실현을 위해 경영이념으로 고객신뢰, 인재 중시, 창의·혁신, 정도 경영 등을 선포

□ 공항철도, '윤리경영 선포식' 개최(5.2)

- 공항철도는 임직원과 협력회사 대표 등 130여 명이 참석한 가운데 '윤리경영 선포식'을 개최
- 동 행사에서는 임직원 기본윤리로 상호 신뢰와 이해를 바탕으로 정직하고 공정하게 업무를 추진할 것과 고객에 대한 윤리로 고객가치를 경영의 최우선으로 고객감동을 추구하며 협력회사와 공정하고 투명한 거래문화를 확립, 상호 협력하는 수평적 관계로 자리매김할 것을 선언

□ 파주시시설관리공단, 윤리현장 채택 및 윤리경영 선포식 개최(5.7)

- 파주시시설관리공단은 임직원 109명이 참석한 가운데 윤리경영 선포식을 개최하고, 윤리현장을 채택하였으며, 'Clean 공단! 나부터 실천합시다'라는 윤리경영 슬로건을 제정

□ 우리은행, '윤리경영 선포식' 개최(5.8)

- 우리은행은 임직원 120여 명이 참석한 가운데 윤리경영선포식을 개최
- 우리은행은 은행장 윤리경영메시지 선포를 시작으로 각 영업본부 및 영업점 단위로 전 직원 윤리서명운동 전개를 통해 분위기를 확산해 나갈 예정이며, 윤리경영 우수영업점 인증제 시행, 국내외 윤리경영 우수기업과의 노하우 공유를 위한 협약 체결 등 10여 개의 특별행사도 실시할 계획

□ 오티스엘리베이터, '윤리규범 실천 서약식' 행사 개최(5.8)

- 동 행사는 팀장급 이상의 전 직원이 참석한 가운데 윤리담당 임원의 우수 사례 발표 및 사업부의 사례공유, 윤리규범 준수서약의 순서로 진행되었으며, 각 사업부의 모범직원 3명에게 포상도 실시

□ 한진해운, 공정거래자율준수 프로그램 및 윤리경영 관련 웹사이트 운영 개설(5.11)

- 한진해운은 이번에 개설된 웹사이트를 통해 공정거래위원회 심결례 및 판례 등 각종 자료 제공, 윤리경영 관련 협력업체 등 이해 관계자들에 대한 온라인 상담과 지원, 개선사항 및 불공정거래행위에 대한 인터넷상의 개선요청 등의 서비스를 제공할 예정

- 이번 국문판 웹사이트 시행 후 금년 중 영문 및 중문판도 개설함으로써, 운영 범위도 글로벌 지역으로 점차 확대해 나갈 계획

□ 효성그룹 윤리위원회 설치 계획 발표(5.15)

- 효성그룹은 체계적인 윤리경영 시스템을 확산시키기 위해 윤리위원회를 설치할 예정
- 효성 윤리위원회에는 각 퍼포먼스그룹장과 본부장이 참여하며 지원본부 법무팀에서 실무업무를 담당해 사내 캠페인과 윤리서약서, 자율실천지침 등을 통해 윤리경영 가이드라인을 마련하고 내부비리 신고제 등의 실천 프로그램을 가동할 예정

□ 코스닥상장법인협의회, '클린 코스닥' 선포식 개최(5.15)

- 코스닥상장법인협의회는 한국증권선물거래소 코스닥시장본부와 공동으로 '클린 코스닥(Clean KOSDAQ) 선포식 및 CEO 조찬세미나'를 개최
- 동 선포식은 일부 기업의 회계부정이나 주가조작이 전체 코스닥 상장기업에 대한 신뢰를 떨어뜨리는 현실을 불식시키고 코스닥시장과 상장기업의 건전한 발전을 도모하기 위해 마련
- 클린 코스닥의 주요 실천 목표로는 주주중시경영, 경영투명성제고 및 기업 지배구조 개선, 불공정거래 방지, 윤리경영 정착, 사회공헌활동 전개 등이며, 실천목표별 세부실천 방안으로는 적절한 공시, 적극적 기업홍보 활동 전개, 불공정거래 예방교육 강화, 윤리경영 가이드북 발간 등이 제시됨

□ 동부증권, 주가 매칭 그랜트제 도입(5.16)

- 동부증권은 부서단위의 사회참여활동 횟수에 회사의 주가를 연동하는 '주가 매칭 그랜트' 제도를 도입

- 통상의 매칭 그랜트가 임직원의 기부금액 총액에 상응하는 금액을 회사 차원에서 기부하는 방식인데 반해, 동부증권의 매칭 그랜트는 전 부서의 연간 봉사활동 총 횟수에 사업년도말(2008년 3월말)의 동부증권 주가를 곱해 산출한 금액을 회사 차원에서 기부하는 주가 연동 '매칭 그랜트'라는 점이 특징
  - 동부증권은 그동안 윤리경영 프로그램의 일환으로 해마다 부서단위의 자율적인 사회공헌활동을 실시하고 그 결과를 성과평가와 윤리경영 우수부서 포상에 반영해 왔으며, 특히 금년에는 중점 테마로 '복지시설 및 소외계층 지원'을 선정해 지속적인 방문봉사활동 및 기부 등을 적극 권고하고 있음
- 공기업투명사회협약실천협의회, '비전 및 UN Global Compact 선포식' 개최(5.16)
- 동 행사에서 공기업투명사회협약실천협의회는 지난 2년간의 성과를 바탕으로 '친근하고 신뢰받는 클린 공기업'이라는 새로운 비전과 전략을 발표하고, 인권·노동·환경·반부패의 세계적 기준인 'UN Global Compact'에 공기업들이 앞장 서서 일괄 가입하겠다는 의지를 대외적으로 천명
  - 향후 UN Global Compact 가입과 관련된 절차와 방법을 정리하여 아직 가입하지 못한 공기업 및 민간기업 등으로 전파할 계획
- 전국경제인연합회 등, '대·중소기업 상생협력 모범사례 설명회' 개최(5.18)
- 전경련중소기업협력센터와 중소기업중앙회는 '상생협력 모범사례 설명회'를 개최
  - 동 설명회는 대기업과 중소기업간 협력 우수기업의 지식과 노하우를 공유하여 상생협력 분위기를 더욱 확산하고 FTA 추진 등으로 급속히 통합되고 있는 글로벌 경쟁환경에서의 상생협력 발전방안을 모색하고자 마련되었음
  - 이날 설명회에서는 삼성전기, 신세계, SK텔레콤, 경남알루미늄의 협력사례가 소개되었음

□ 독립기념관, 혁신 슬로건 제정(5.21)

- 독립기념관은 경영혁신 추진단 회의를 갖고 올해 혁신 슬로건으로 ‘혁신, 고객이 만족할 때까지’를 제정
- 또한 상반기 우선 추진 과제로 노사공동혁신추진단 구성·운영, 혁신 마일리지제도 도입, 투명·윤리경영 실천 등을 선정

□ 한국벤처기업협회, ‘벤처윤리인증제’ 도입 계획(5.21)

- 한국벤처기업협회는 벤처기업들의 경영투명성 제고를 통한 업계 신뢰 회복을 위해 오는 6월부터 ‘벤처윤리인증제’를 도입해 시범 평가에 들어갈 예정
- 이와 함께 ‘벤처기업 사회공헌상’도 새롭게 제정해 올 연말부터 해마다 수여한다는 방침

□ 한국토지공사, ‘아름다운 약속 실천운동’ 추진(5.28)

- ‘아름다운 약속 실천운동’이란 직장과 가족에 대한 책임감을 바탕으로 공직자로서 청렴할 것임을 가족에 약속하고 가족들은 청렴약속에 대한 믿음을 표현한 약속문인 이른바 ‘아름다운 약속’을 작성하여 가족 사진과 함께 패널로 제작해 책상 주변에 게시함으로써 고객 및 부서동료들과 청렴실천 의지를 공유하고 공정한 업무수행에 대한 책임의식을 강화해 청렴문화 조성에 기여하자는 자발적인 청렴실천운동을 말함
- 한국토지공사는 우선 감사실부터 실천하고, 점진적으로 확산하여 자발적인 전사운동으로 전개할 계획

□ 유엔글로벌콤팩트 한국네트워크 추진위원회, ‘유엔글로벌콤팩트와 한국네트워크 창립 설명회’ 개최(5.29)

- 유엔글로벌콤팩트 한국네트워크 추진위원회는 기업인, 교수, 정부 관계자 등 80여 명이 참석한 가운데 ‘유엔글로벌콤팩트와 한국네트워크 창립 설명회’를 개최

- 동 행사에서는 유엔글로벌콤팩트 현황 및 아태지역 동향과 한국네트워크 설립 추진현황, 기업의 실천 사례 등이 소개됨
  - 동 위원회는 외교통상부, UNDP 한국대표부, 유한김벌리, 전국은행연합회, 국가청렴위원회 등의 관계자 20여 명으로 T/F팀을 구성하여 지난 3월부터 유엔글로벌콤팩트 한국네트워크 창립(2007년 하반기 예정)을 추진해 옴
  - 향후 유엔글로벌콤팩트 발기인대회를 7월 2일 개최할 예정이며, 7월 5일에서 7월 6일까지 스위스 제네바에서 개최되는 'Global Compact Leaders Summit'에 참석할 계획
- 산림조합중앙회 및 산림조합, 윤리경영선포 및 실천결의대회 개최(5.30)
- 산림조합중앙회는 중앙회 임직원, 각 도지회장, 사업소장, 훈련원장 등 150여 명이 참석한 가운데 '윤리경영선포 및 실천 결의대회'를 개최
  - 이와 함께 '윤리경영'의 체계적 추진과 조직의 윤리적 수준을 높이기 위하여 임직원 윤리현장과 윤리강령을 제정
  - 산림조합은 또한 청렴계약제도\*도 함께 실시하기로 함
- \* 투명성과 공정성을 확보하기 위해 산림조합에서 발주하는 공사·용역·물품구매 등 계약체결시에 금품·향응 등 부당이익을 수수하지 않겠다는 서약을 하고, 이를 위반한 계약자에게는 계약해지, 거래중단 및 입찰제한 등의 불이익을 주고 산림조합 관련 임직원도 처벌할 수 있는 제도

## 【6월】

- 부산 건설업계, 건설분야 투명사회 협약 체결(6.4)
- 부산시는 대한건설협회 부산시회, 대한전문건설협회 부산시회, 대한설비건설협회 부산시회, 한국전기공사협회 부산시회, 한국정보통신공사협회 부산·울산·경남도회, 한국건설감리협회 등 6개 건설관련 단체와 건설분야 투명사회협약을 체결

- 부산시와 관련 단체들은 협약서에서 선진사회로 나가기 위해서는 건설분야의 투명성을 높여 부패를 방지하는 공동의 노력이 반드시 필요하다는 데 인식을 같이 하고 서로 협력해 부패없는 투명한 건설산업 환경을 만들기로 약속
  - 그동안 지방자치단체와 정치, 교육, 경제, 시민사회 부문 대표들간에 투명사회협약이 체결된 적은 있으나 건설분야만을 대상으로 공사 발주자와 관련 단체들이 협약을 체결한 것은 전국에서 처음
  - 이번 협약에 따라 부산시는 앞으로 부패방지를 위한 제도개선과 공직자들의 윤리의식 제고, 부패에 대한 통제강화 등의 노력을 기울이고, 관련 단체들은 투명하고 건전한 경영여건 조성, 윤리경영 실천, 사회적 책임 성실 수행 등을 추진할 계획
- 서울특별시도시철도공사, 윤리경영 선포식 개최(6.4)
- 서울특별시도시철도공사는 임직원 90여 명이 참석한 가운데 ‘윤리경영 선포식’을 개최하고, 윤리헌장 제정을 공표
  - 이번 선포식은 공사의 설립 목적과 기본역할에 충실하여 5678서울도시철도의 인프라 효용성 증대 및 사업 전문화로 시민의 신뢰를 확보하고, 공사 직원 모두가 자공심을 갖고 스스로 일하는 기업문화를 조성하여 절대 안전·일류 경영을 선도하는 국내 최고의 도시철도를 구현하기 위한 실천을 다짐하는 자리로 마련되었음
- 경기도-신세계, 팔당상수원 수질개선을 위한 ‘경기도-신세계’ 협약 체결(6.7)
- 경기도와 신세계는 팔당호 수질개선사업의 성공적인 추진을 위한 ‘경기도-신세계 공동협약’을 체결
  - 이번 공동협약(MOU)체결식을 통해 신세계는 경기도와 함께 팔당호 수질개선종합대책 협력, 생태공원 추진, 팔당호 수질개선을 통한 경기도와 신세계 이미지 홍보 등에 적극 동참하기로 함

□ 신한은행, 대·중소기업간 상생협력 활성화를 위한 중소기업 금융지원 모델 마련(6.8)

- 대·중소기업협력재단, 중소기업청, 신한은행은 '대·중소기업 상생협력 지원 업무협약식'을 개최하고 상생협력 활성화를 위해 적극 노력하기로 약속
- 이를 위해 신한은행은 중소기업의 자금지원을 위한 '대·중소상생협력 지원 대출'을 개발하여 출시하고, 취급실적의 0.1%를 재단에 출연금으로 기부할 계획이며, 재단은 출연금을 활용하여 대기업 협력회사를 대상으로 다양한 분야의 협력사업을 수행할 예정

□ 기술보증기금, 'WISE 2007' 캠페인 전개(6.14)

- 기술보증기금은 고객만족 및 윤리경영을 실천하고 최선의 서비스를 제공하기 위해 'WISE 2007' 캠페인을 전개할 계획
  - 'WISE'는 '서비스와 기업윤리를 향상시킨다(We Improve Services & Ethics)'는 말의 약어로 올 한해는 고객만족경영과 윤리경영의 전사적 추진을 통해 고객을 최우선으로 하는 현명한 경영을 실천하겠다는 의지를 담고 있음

□ 신세계, 비정규직 5천여 명 정규직 전환 발표(6.19)

- 신세계는 비정규직 시간제근로자 전원에 대한 정규직 전환을 공식 발표
  - 이에 따라 약 5천여 명에 달하는 비정규직 인원 전원이 오는 8월 11일을 기해 정규직으로 모두 전환될 예정

□ 금호아시아나그룹, 윤리경영 워크숍 개최(6.20)

- 금호아시아나그룹은 그룹 및 그룹사의 윤리경영 담당 임원, 팀장 및 실무자 등 59명이 참석한 가운데 윤리경영 워크숍을 개최

- 이번 행사에서는 '07년 상반기 윤리경영 및 사회공헌활동 추진실적을 발표하고, 공정거래 자율준수프로그램 추진 현황 및 도입계획, 해외사업장 윤리경영 중장기 추진 계획, 그룹사 윤리경영위원회 조직 정비 등에 관하여 협의

□ 전경련, 기업윤리임원협의회 개최(6.21)

- 전경련은 장태평 국가청렴위원회 사무처장을 초청해 기업윤리임원협의회를 개최
- 이 날 행사에서는 '기업의 윤리경영과 사회적 책임'이라는 주제로 장태평 국가청렴위원회 사무처장의 강연이 있었음
- 이 날 기업윤리임원협의회에 참석한 70여 명의 주요 기업 윤리경영 담당 임원들은 한미 FTA등 개방의 효과를 극대화시켜 나가기 위해서는 윤리경영체제의 확립과 실천이 중요하다는 데 인식을 같이 하였음

□ 프랜차이즈협회, 윤리강령 선포(6.22~6.24)

- 한국프랜차이즈협회는 프랜차이즈본사 최고경영자 컨벤션을 개최하고, 가맹점주와 상생을 위한 윤리강령을 선포
- 120여 명의 프랜차이즈협회 최고경영자들은 윤리헌장 실천 결의식에서 "경영활동에서 법과 윤리를 준수하고 기업 본연의 역할과 사회적 책임을 다하기 위해 (협회) 윤리강령을 적극 실천하겠다"고 다짐
- 프랜차이즈협회 윤리강령은 가맹점 희망자를 기만 또는 오인시키는 영업을 하지 않는다는 내용 등 총 15개 항목으로 이루어져 있음

## 2. 정부소식

### 가. 월별 정부의 윤리경영 관련 시책

#### 【1월】

##### □ 환경부, 산업폐수의 독성 배출허용 기준 도입(1.4)

- 환경부는 물벼룩을 이용한 생태독성 배출허용기준을 도입하는 수질환경보전법 시행규칙 개정안을 1월 4일 입법예고함
  - 생태독성 배출허용기준은 기존 개별물질 배출허용기준과 달리 전체물질의 독성을 통합적으로 관리하기 위한 제도로서, 산업폐수 내 함유된 유해화학물질이 물고기, 물벼룩 등 생물체에 미치는 영향을 종합적으로 수치화하여 기준으로 설정함
  - 미국, 독일 등 선진국에서는 산업발달에 따라 급증하는 화학물질의 독성을 효과적으로 관리하기 위하여 1970년대부터 생물체를 이용하여 폐수를 관리하여 왔으며, 우리나라 또한 사용하는 화학물질이 4만 여종에 이르고 매년 400여 종이 증가하고 있어 하천으로 유입되는 유해물질 관리가 시급한 실정
- 입법예고안에 따르면 생태독성 배출허용기준은 물벼룩에 미치는 급성독성 시험으로 측정하게 되며,
  - 화학제품 제조업 등 유해화학물질을 다종 또는 다량 사용하는 36개 업종(전체 82개 업종)에 한정하여 적용하되, 2010년부터 사업장 규모별로 단계적으로 시행하게 됨
- 입법예고를 통하여 이해관계자의 의견을 보다 폭넓게 반영할 예정이며, 제도 홍보와 산업계의 부담을 경감하기 위하여 금년부터 “산업폐수 생태독성 저감 지원 사업”을 지속적으로 추진할 계획

□ 공정거래위원회, 하도급법 위반사업자에 대한 제재 강화(1.5)

- 공정거래위원회는 하도급법 위반사업자에 대한 법집행의 실효성을 강화하기 위하여 시정명령 및 과징금 부과 등의 운영개선 방안을 마련하여 시행하고 있음
- 종전에는 하도급법 위반사업자가 위반내용을 자진 시정하거나 신고인이 신고를 취하하는 경우에는 경고를 하거나 더 이상 조사를 진행하지 않고 사건을 종결하였음
- 이로 인해 대금 조기결제 유도 등의 긍정적인 효과도 있었으나, 원사업자의 법준수 의지약화 등을 초래하여 공정한 거래질서 확립의 저해요인으로도 작용
- 이에 따라 앞으로 불공정거래 등 공적 질서 침해행위에 엄정 대처하기 위하여 일정한 요건에 해당하는 경우에는 위반사업자가 위반내용을 자진 시정하거나 신고인이 신고를 취하하더라도 위반사건을 끝까지 조사하여 시정명령과 과징금을 부과하도록 하는 등 법집행 강화방안을 마련하여 시행하였음

□ 공정거래위원회, 설날 전 하도급대금 적기지급을 위한 불공정하도급 신고센터 운영(1.23)

- 공정거래위원회는 설날(2.18)을 앞두고 임금지급 등 중소하도급업체의 자금소요가 크게 증가할 것으로 예상됨에 따라 원사업자의 하도급대금 지연지급 등 불공정하도급거래행위에 대하여 신속히 대처하고, 중소하도급업체의 자금난을 완화해 주기 위하여 지역별로 「불공정하도급 신고센터」를 설치·운영할 예정(1.22~2.15 : 25일간)
- 동 신고센터에 접수되는 신고는 설날 전에 적기 대금지급 등 가시적인 효과가 나타날 수 있도록 우선적으로 처리할 계획임
- 이와 함께, 공정위는 대한상공회의소 등 8개 관련 경제단체\*에 대하여 회원사(원사업자)로 하여금 하도급대금을 법정지급 기일 내에 적기 지급할 수 있도록 주지시킬 것을 협조 요청하였음

\* 대한상공회의소, 한국경영자총협회, 전국경제인연합회, 대한건설협회, 한국자동차공업협회, 한국전자산업진흥회, 한국조선공업협회, 한국섬유산업연합회

□ 환경부·중소기업청, REACH 대응 순회세미나 개최(1.22~1.26)

－ 환경부와 중소기업청은 공동으로 '07.6.1부터 본격 시행되는 EU(유럽연합)의 신(新)화학물질관리제도(REACH)에 수출중소기업이 대응할 수 있는 정보를 제공하기 위해 서울, 인천, 경기 등 10개 지역을 순회하며 REACH 대응 세미나를 개최(1.22~1.26 : 5일간)

○ 신(新)화학물질관리제도\*(REACH : Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of CHemicals)는 '06.12.18 확정되어 '07.6.1.부터 본격 시행될 예정

\* 기존 화학물질 관리 제도를 전면 개편하여 EU에서 제조·수입되는 모든 화학물질(화학물질을 사용하여 만든 완제품 포함)에 대해 산업계가 직접 위해성 정보를 생산하여 등록하도록 하는 제도

－ REACH 시행에 따라 EU로 수출하고자 하는 화학물질뿐만 아니라 전기·전자제품, 자동차, 생활용품 등 완제품(공산품)에 함유된 화학물질에 대해서도 사전등록기간('08.6.1~11.30)내에 사전등록을 하여야 하며, 사전등록을 하지 못하는 경우 EU로의 수출이 사실상 불가능하게 되어 산업계의 각별한 관심과 대응노력이 필요

－ 금번 순회세미나는 중소기업중앙회, 한국환경자원공사, 한국과학기술연구원(KIST), 한국화학물질관리협회 등의 협조를 받아 대 EU 수출업체 2,500여개 기업의 실무자를 대상으로 하였으며, 특히 중소기업을 대상으로 실시

○ 아울러 중소기업청의 “중소기업을 위한 정책정보 안내시스템”인 SPi-1357 제도도 소개

□ 산업자원부, 「REACH 기업지원센터」 가동(1.24)

－ 산업자원부는 EU의 신화학물질관리제도(REACH : Registration, Evaluation and Authorization of CHemicals)의 시행('07.6.1)을 앞두고 우리 기업들의 대응능력을 제고하고, 대 EU 수출을 차질 없이 지속하기 위해 「REACH 기업지원센터」 를 설치·운영기로 함

- 금번 설치되는 「REACH 기업지원센터」는 REACH제도 안내, 화학물질 등록가이드 서비스, 중소기업 진단, 화학물질별 컨소시엄 유도 및 등록에 필요한 화학물질 정보제공 등 대 EU 수출 기업지원 창구 역할을 할 것임
- 아울러 EU의 REACH제도는 화학물질이 포함된 모든 제품을 대상으로 하는 것으로 화학분야뿐만 아니라 전 산업분야에 파급영향이 우려됨에 따라 관련 단체 등 산업계·정부·전문가 등으로 구성된 「REACH 대응 민·관 협의체」 발족을 통하여 우리기업의 중요 정보 보호와 함께 대 EU 수출 대응에 차질이 발생하지 않도록 효율적 체제를 구축할 예정

**【2월】**

□ 산업자원부, 산업계와 정부간 ‘기후변화협약 대응 추진협의회’ 개최(2.13)

- 동 회의는 최근 포스트교토체제 협상 본격화 및 국제적으로 우리나라에 대한 온실가스 감축목표 설정요구가 제기되고 있는 상황에서 기후변화협약대응을 위한 정부와 산업계간 협력채널인 ‘기후변화대응 추진협의회’를 발족하고 ‘기후변화협약 산업계 대응전략’을 논의하기 위한 목적으로 개최됨
- 산업자원부와 산업계간 ‘기후변화협약대응 추진협력 합의서’ 조인을 통해 업계와 정부간 공식협의 채널인 ‘기후변화대응 추진협의회’가 발족되었으며
- 추진협의회 발족이후 이루어진 첫 회의에서는 산자부가 산업계의 지속가능한 발전전략 수립 필요성을 제시하고, 산업계가 ‘기후변화협약 산업계 대응전략’을 발표하는 등 산업계의 기후변화협약 대응 전략이 집중 논의됨
- 정부와 업계는 앞으로 추진협의회를 통해 국제 협상대책 수립, 산업계 기후변화협약 대응 지속가능 발전전략 수립, 기후변화 대응 산업계 지원정책 발굴 등 기후변화 대응을 위한 긴밀한 파트너십을 구축해나가기로 함

□ 노동부, ‘노동행정종합컨설팅의 날’ 행사 개최(2.14)

- 노동부는 금년부터 매월 셋째주 수요일을 “노동행정종합컨설팅의 날”로 정하고, 그 첫 번째 행사를 2월 14일 서울·부산·대구·인천·광주·대전 등 전국 6개 대도시에서 동시에 개최

- “노동행정종합컨설팅” 서비스는 노동부 지방관서에서 부서단위별로 개별적으로 제공되던 노동행정 서비스를 수요자인 기업의 요구에 맞추어 다수 부서가 연계하여 종합적으로 서비스를 제공하는 기업 맞춤형 서비스임
- 동 행사에서는 비정규직 보호제도, 고용허가제, 각종 정부지원사업 등 기업체 인사·노무담당자들의 관심이 높은 사항에 대해 설명회가 진행되었으며, 노동부, 중소기업청, 법률구조공단, 사회보험 전문가, 지역 은행 관계자 등이 참석하여 인사·노무관련 사항, 기타 궁금증에 대해 무료 상담을 실시하였음

□ 환경부 한강유역환경청, 화학물질 불법수입에 대한 대처 계획 발표(2.14)

- 한강유역환경청은 2007년 중 화학물질 수입절차 미이행업체를 대상으로 화학물질 확인제도에 대한 지속적인 교육과 홍보를 실시하고, 세관에서 수입 면장 발급시 확인제도에 대한 안내문 배포 등 적법한 수입절차 유도로 유해화학물질 유통관리에 만전을 기할 계획
- 특히 민원인의 불편해소를 위해 모든 민원업무가 전자로 처리가 가능하도록 한국화학물질관리협회의 전자민원시스템을 보완·개선하고, 환경청-협회 간 실시간 각종 정보자료를 교환할 수 있는 온라인시스템 구축으로 수입업체 사후관리에 만전을 기할 계획
- 아울러 한강유역환경청은 지속적인 교육과 홍보에도 불구하고 수입절차를 준수하지 않는 업체에 대해서는 철저한 지도·단속을 통하여 고발 또는 과태료처분 등 강력한 법 집행을 펼칠 계획

□ 국가청렴위원회, 「기업 윤리경영 모델」 설명회 개최(2.15)

- 국가청렴위원회는 체계적인 기업의 윤리경영 기반을 구축하고 이를 본격적으로 지원하기로 하였으며, 그 일환으로서 경제5단체 및 기업의 윤리경영 담당 임직원 100여 명을 대상으로 최근 개발한 「기업 윤리경영 모델」의 설명회를 개최

- 국가청렴위원회가 산업정책연구원에 연구용역을 의뢰하여 개발한 「기업 윤리경영 모델」은 국내 기업들이 윤리경영의 국제적 표준화, 규범화 추세에 부응하여 국제적 정합성이 있는 자율적 윤리경영 체제를 조기에 확립할 수 있도록 지원하기 위한 실무지침 또는 편람형태의 모델임
- 특히 기업경영과 관련하여 국제적으로 이슈화 되고 있는 반부패, 지배구조, 회계투명성 분야에 초점을 맞추고 있으며, UN, OECD 등 국제기구들이 발표한 윤리경영 관련 원칙, 지침, 협약 등의 제 기준과 국내외 윤리경영 선도기업들의 다양한 제도 및 모범사례를 반영하고 있음
- 국가청렴위원회는 이번 설명회 외에도 책자 배포, e-mail 발송, '디지털 기업윤리센터' 홈페이지에 게시 등을 통해 모델이 조기에 보급, 확산되도록 할 예정

□ 산업자원부 기술표준원, 한국온라인쇼핑협회와 '안전관리에 관한 업무협약' 체결(2.23)

- 기술표준원은 최근 사이버쇼핑몰 이용 급증으로 인한 소비자 상담건수 및 불법제품 판매신고 증가에 따라 사이버쇼핑몰 안전관리를 강화할 계획을 밝히고, 동 계획의 일환으로 사이버쇼핑몰 사업자단체와 안전관리 업무협력을 강화하여 불법제품의 유통을 감시기로 함
- 기술표준원은 한국온라인쇼핑협회와 '안전관리에 관한 업무협약'을 체결하여 사이버쇼핑몰에서 불법제품의 유통을 차단할 수 있는 자율적 안전관리 시스템의 기반을 마련
- 동 제도는 기술표준원이 자율안전관리 가이드라인을 제공하고 사업자단체인 한국온라인쇼핑협회가 각 통신판매업자의 준수여부를 확인하는 방식으로 운영되는 것으로, 사업자단체가 통신판매업자의 불법제품 판매 여부에 대한 모니터링을 실시하여 불법제품에 대해 판매중지를 권고하는 시스템
- '자율안전관리 가이드라인 준수'를 선언하는 판매업자는 '제품안전자율이행(VAS : Voluntary Arrangement on Safety) 마크'를 사용할 수 있게 되는데, '자율안전관리 가이드라인 준수 선언'은 통신판매업자가 불법제품을 판매하지 않을 것을 선언하고 제품안전정보를 인터넷에 게재하는 것을 말함

- 기술표준원은 정기적으로 VAS 마크 사용 판매업자들을 평가, 안전관리 우수자 포상 등 인센티브도 부여할 방침이며, 소비자와 사업자 등이 참여하는 가칭 '사이버물 안전관리 전문가 협의체'도 구성, 운영할 계획
- 산업자원부 기술표준원, 사회적 책임(Social Responsibility, SR)에 관한 최근 국제표준화기구(ISO) 회의결과 보고회 개최(2.23)
  - 산업자원부 기술표준원은 국제표준화기구(ISO : International Organization for Standardization)에서 21세기의 새로운 국제표준(ISO 26000)으로 추진하고 있는 사회적 책임의 국제표준화에 적극 대응하기 위해 1월 29일부터 2월 2일까지 호주 시드니에서 개최된 제4차 SR 총회 결과에 대한 보고회를 개최
  - 사회적 책임 국제표준 제정을 위한 ISO 총회는 2005년 3월에 시작되어 이번 시드니 총회까지 모두 네 차례 개최됨
  - 이번 총회에는 54개 ISO 회원국과 28개 국제기구에서 산업계, 정부, 노동계, 소비자, NGO 및 기타(SSRO)\*를 대표하는 275명의 전문가가 참석하여 ISO 26000의 7개 핵심 이슈\*\*(core issue)에 대해 합의
    - \* 환경, 인권, 노동관행, 조직의 지배구조, 공정한 운영관행, 소비자 이슈, 지역사회 참여/사회개발
    - \*\* SSRO : service, support, research and others
  - ISO는 2007년 11월에 제5차 총회, 2008년 5월에 제6차 총회를 개최하여 국제표준(ISO 26000)을 2009년 11월에 발간할 예정
  - 그동안 우리나라는 ISO 26000은 '인증'이 아닌 '지침'(guidance) 성격의 표준이라는 분석 때문에 일본과 달리 기업을 비롯한 사회의 관심이 저조하였으나, 일단 제정되면 각 국가나 기업의 투명성, 윤리성 등 사회적 책임에 대한 검증기준으로 활용할 가능성이 매우 높음

**【3월】**

□ 투명사회협약실천협의회, '2007 투명사회협약 총회 및 대국민보고대회' 개최(3.9)

- 투명사회협약체결 2주년을 맞이하여 각 부문·지역·분야별 대표자 및 사회 각계 인사들과 함께 '2007 투명사회협약 총회 및 대국민보고대회'를 개최
- 정치·공공·경제·시민사회 부문의 대표자들은 2005년 3월 9일 투명사회협약을 체결한 이후 협약의 이행·평가·확산·갱신의 기반을 조성하기 위해 2005년 4월 7일 투명사회협약실천협의회를 결성
  - 이에 따라 각 부문의 참여를 통해 구성된 투명사회협약실천협의회는 반부패 법률의 제·개정, 기업의 윤리경영·투명경영의 개선, 협약 제부문·지역별 확산을 위한 토론회, 공청회, 설문조사, 언론사 공동기획, 대중캠페인, 투명사회협약 네트워크 결성 등을 위해 노력
- 투명사회협약 대국민보고대회는 매년 협약이행정도를 평가하고 대국민보고대회를 하도록 규정한 투명사회협약 제30조(협약이행의 평가)에 따라 매년 진행되는 것으로 올해 두 번째 대국민보고대회를 개최
- 투명사회협약실천협의회는 18대 대통령선거를 앞두고 투명한 대통령선거를 위해 5개 정당에 '투명한 대통령선거를 위한 정당 협약' 체결을 제안하였고, 각 정당이 동의함에 따라 5개 정당 대표들이 이번 대국민보고대회에서 '투명한 대통령선거를 위한 정당 협약'을 체결

□ 광주시, 2007 기업사랑운동 5대 중점과제 추진(3.12)

- 광주시는 2007년을 지역내 투자확대와 일자리 창출을 통한 '지역경제 도약의 해'로 만들기 위해 광주기업사랑협의회를 중심으로 기업사랑운동 5대 과제\*를 중점 추진해 나갈 예정
  - \* 기업사랑운동의 범시민적 확산, 대화와 타협의 신노사문화 정착, 지역제품 사주기 지속 추진, 경제교육의 확대 및 내실화, 지역과 기업의 상생적 협력 관계 구축

□ 지속가능발전위원회, '아·태지역 국가지속가능발전전략 유엔 회의' 개최 (3.12~3.16)

- 이번 유엔회의에는 우리나라와 아·태 지역 8개국(중국, 인도, 일본, 말레이시아, 몽골, 베트남, 필리핀, 태국)의 지속가능발전 관련 고위당국자 및 민간단체 대표와 UN 경제사회국 지속가능발전국장, OECD 사무총장 선임자문관, 유엔환경계획(UNEP) 지속가능발전담당관 등 해외인사 25명이 참여
- 특히 이번 회의는 유엔이 우리나라가 『국가지속가능발전전략 및 이행계획(National Strategy for Sustainable Development(이하 NSSD))』를 수립하는 과정에서 축적한 성과와 경험을 아·태지역 국가들과 공유하고 NSSD를 확산시키기 위해 우리 정부에 공동 워크숍 개최를 요청해옴으로써 열리게 된 것
- 지속가능발전위원회는 『국가지속가능발전전략 및 이행계획』을 2년여 동안 22개 정부기관이 참여하는 범정부적 작업을 거쳐 수립하고, '06.10.31 국무회의에서 확정·발표
- 동 전략은 경제, 사회, 환경 분야를 아우르는 총 48개 이행과제, 230개의 세부과제에 대해 2005~2010년 기간 중 우리나라가 선진국가로 발전하는데 필요한 계획으로 구성
- 지속가능발전위원회는 2006.10.31 확정·시행중인 '국가지속가능발전 전략 및 이행계획'의 법적근거를 마련하고, 국제사회에서 모범사례로 주목받고 있는 우리나라의 지속가능발전전략 수립 및 이행체계를 제도화하기 「지속가능발전기본법」 시안을 마련하고, 2007년 상반기중 법률 제정을 추진할 계획

□ 금융감독위원회, 국제회계기준 도입 로드맵 발표(3.15)

- 금융감독위원회는 국제회계기준의 도입을 통하여 기업의 회계투명성 향상과 회계분야의 국가경쟁력 강화를 도모하기 위해

- '06.2월 관계부처, 기업대표, 회계전문가 등으로 '국제회계기준도입준비단'을 구성하여 실무진 회의와 전체 준비단회의를 통해 국제회계기준 도입 로드맵(안)을 마련
- '06.11월 공청회를 개최하여 각계의 의견을 수렴하고 이를 반영한 '국제회계기준 도입 로드맵'을 발표

－ 로드맵 주요내용

- 국제회계기준은 원칙적으로 상장기업에 대해서만 적용하고, 비상장기업은 별도의 간략한 회계기준을 제정하여 적용
- 국제회계기준은 2011년부터 적용(다만, 희망기업에 대해서는 2009년부터 적용 허용)하되, 투자자 보호 및 비교가능성 유지를 위해 국제회계기준 적용 1년 전 차이 정보 공시를 의무화
- 분·반기연결재무제표는 기업능력 등을 고려, 자산 2조원 이상기업은 2011년, 2조원 미만기업은 2013년부터 작성
- '07년 하반기까지 국제회계기준서 제정업무를 완료하고, 외감법 등 법령사항은 '08년 말까지 개정 추진

□ 중소기업청, 주요 대기업 CEO 직접 방문 및 협력업체 애로사항 전달 (3.20)

- － 납품거래 협력중소기업의 애로사항 해결 및 지속적인 상생협력 확산을 도모하기 위해 중소기업청장이 국내 주요 대기업을 연속 방문하여 CEO와 면담을 추진
- 이번 방문을 통해 대기업이 협력 중소기업의 실제적인 애로사항을 공유하고, 대·중소기업간 거래에서 서로 윈-윈 할 수 있는 다양한 아이디어를 모색하는 한편, 대·중소기업간 상생협력의 성과를 현장 점검할 계획

- 참고로 최근 각종 중소기업 실태조사 결과, 대기업의 납품대금 결제는 비교적 양호한 편이지만, 협력기업들(특히 2·3차 협력중소기업 등)이 느끼는 상생협력 체감도는 여전히 미흡한 상황

□ 산업자원부 기술표준원, 중소기업을 위한 전기전자 제품의 환경배려설계 국제 표준 가이드북 발간(3.23)

- 산업자원부 기술표준원은 중소전기·전자기업이 EuP에 대하여 선제 대응을 할 수 있도록 전기전자 제품의 환경배려설계 국제 표준 가이드북을 발간
  - EU의 에너지 사용 제품에 대한 환경배려설계지침(EuP : EcoDesign Requirement for Energy using Product)이 2008년 8월부터 발효됨에 따라 2008년 하반기부터 컴퓨터, 복사기, 냉장고 등 14개 전기·전자제품은 EuP 기준을 만족하고 CE 마크를 부착해야 유럽내에 유통 가능
- 중소기업에서 제품 개발·생산시 에너지 효율 및 환경 배려 설계에 대한 지침서가 될 이번 가이드북은 유럽, 중국, 일본 등 주요 수출 대상국들의 최신 환경규제와 국제표준화 동향 및 세부절차 이행방안을 포함하고 있음
- 기술표준원은 환경규제 관련 정보부족의 애로를 겪고 있는 중소기업을 위하여 우선 수출 관련 300개 KS인증기업 등을 대상으로 On-Off Line으로 보급할 계획이며, 앞으로 기술·업종별 국내 실정에 적합한 세부 표준가이드북을 2007년 말까지 개발하여 제공할 계획

□ 한국표준협회, GRI G3 가이드라인 한국 설명회 개최(3.29)

- GRI\*(Global Reporting Initiative)의 지속가능경영 보고서 가이드라인인 'GRI G3 가이드라인'\*\* 발간을 계기로 지속가능경영 관련 기관 담당자 및 이해관계자를 대상으로 동 가이드라인의 주요 내용을 자세히 소개하는 설명회를 개최

\* 1997년 형성되어 유엔기금위원회(United Nations Foundation)로부터 활동 자금을 지원받고 있는 연구기관으로 "기존의 재무 보고서와 동일한 수준의 환경 및 사회보고의 틀을 개발하는 것"을 목표로 활동하고 있으며, 유엔환경계

획(UNEP), 미국 환경책임경제연합, 영국공인회계사협회, 호주 윤리적투자, 일본 환경감사연구회 등이 이사회에 참여

\*\* 기업의 경제, 환경, 사회분야의 성과에 대한 보고 프레임워크(framework)로서, 보고원칙과 기업차원의 지속가능경영 보고서를 준비하는 과정에 대한 지침 및 성과지표 등을 제시. 2006년까지 세계 87개국 3,400여 기업이 GRI 가이드라인을 활용하여 보고서를 발간하고 있으며, 2000년 초판과 2002년 수정판에 이어 2006년 10월 GRI 가이드라인 제3판(G3; Generation 3)이 발간됨

#### 【4월】

##### □ 공정거래위원회, 하도급 관련 교육 확대 실시(4.2)

- 공정거래위원회는 하도급법 위반행위를 사전예방하고 공정하고 투명한 하도급 거래질서를 확립하기 위해 한국공정경쟁연합회 등 관련 단체와 공동으로 하도급 관련 법령 및 제도에 대한 교육을 확대하여 실시하기로 함
  - 서울지역은 한국공정경쟁연합회, 중소기업중앙회, 한국생산성본부, 대한건설협회 주관으로 분기별로, 부산·대구·광주·대전지역은 중소기업중앙회, 한국생산성본부, 대한건설협회 주관으로 하도급 관련 특별교육을 실시할 계획
  - 또한 그동안 한국공정경쟁연합회가 실시해 온 맞춤형 하도급교육(해당 업종 또는 분야별로 실시)을 모든 단체로 확대하여 개별 기업의 교육 수요에 부응하기로 함
- 하도급 관련 특별교육 이수시 인센티브 부여 계획
  - 동 교육을 대표자가 이수한 경우 과거 3년간 하도급법 위반 시 부과된 누적 벌점에서 2점, 하도급 관련 업무 담당임원이 이수한 경우 1점을 감점

##### □ 국가청렴위원회 등, '기업투명성 강화' 범정부적 대책 추진(4.13)

- 정부는 한·미 자유무역협정(FTA) 타결 이후 글로벌 경쟁심화에 대비, 기업투명성 제도를 기업관행으로 정착시키는 데 정책역량을 집중하기로 함

- 이에 따라 기업 회계범죄 처벌 강화, 회계감독 강화, 준법·윤리경영 지원 강화, 분식회계방지 세무조사 강화 등 기업투명성 제고 대책을 마련하기로 결정
  - 국가청렴위원회는 제9차 반부패관계기관협의회에서 국제회계기준 전면 도입 등 제도상의 미비점을 보완하고, 분식회계, 뇌물제공, 탈세 등 비윤리적 행위를 저지른 기업에 대한 정부지원 중단을 검토하겠다고 보고
  - 국가청렴위원회는 기업들이 과거처럼 정경유착을 목적으로 비자금을 조성하는 경우는 줄고 있으나 불법대출, 탈세, 재산증식 등의 다양한 회계비리가 상존하고 있다고 기업투명성 대책의 필요성을 강조
  - 이와 관련 법무부는 관계기관과 협의를 통해 현재 3년 이하 징역 또는 3,000만 원 이하 벌금에 처해지는 분식행위에 대한 법정형을 상향조정하고, 검찰사건 처리기준 정비와 양형위원회 양형기준 정립시 엄정한 처벌기준을 마련기로 함
  - 또한 금융감독위원회는 기업 분식회계 방지를 위해 감리실시기업을 확대하고, 장기적으로 상장법인에 대한 5년 감리주기를 정착시키고, 회계법인에 대해 2~5년 주기로 직접 감리를 실시할 계획
  - 공정거래위원회도 복잡한 순환출자 등을 이용한 재벌의 불투명한 경영관행 방지를 위해 지주회사 설립·전환비용을 축소하고, 계열사와의 상품·용역 등 부당내부거래에 대한 감시기능을 강화할 방침
- 노동부, 국제근로감독협회(IALI) 회원 가입(4.16)
- 노동부는 국제근로감독협회(IALI)로부터 회원국 가입 승인을 받음
  - 국제근로감독협회(IALI, the International Association of Labour Inspection)는 1972년에 설립된 ILO의 비정부 자문기구로 미국·영국·독일 등 전 세계적으로 100여개 국가 및 민간기관 등이 회원으로 활동

- 국제근로감독협회의 주요 사업으로는 근로조건, 안전보건 등 노동관계 분야의 법 준수와 우수 운영사례에 대한 아이디어·경험을 교환하기 위한 국제회의 개최, 각종 정보 제공, 지역별 네트워크 구축과 활동을 통한 회원국간의 협력 촉진 활동 등임
- 이로써 노동부는 IALI 공식회의 등에 참석, 선진 외국의 산업안전보건 정책 추진실태 및 선진사례 등을 벤치마킹하고 이를 국내에 적용하여 근로자 안전보건 향상에 기여할 수 있게 됨
- 공정거래위원회, 소비자불만 자율관리 프로그램 인증기업에 대한 인센티브 제공(4.23)
  - 공정거래위원회는 소비자불만 자율관리 프로그램\*(CCMS : Consumer Complaints Management System) 인증기업에 대해 4가지 인센티브를 제공할 계획이며, 이를 위해 2007년 2/4분기부터 CCMS 도입·운영기업을 상대로 인증평가를 진행할 계획
  - \* 기업이 소비자불만·피해예방 및 신속한 구제를 위해 기업특성에 맞는 실행체제를 구축하여 자율적으로 실행하는 프로그램
  - 4가지 인센티브 내용
    - ① 신고사건 자율처리 : 공정위에 신고되는 소비자법령(표시광고법, 방문판매 등에관한법률 및 전자상거래법) 위반사건 중 개별 소비자 피해사건은 당사자가 자율로 처리하도록 통보
    - ② 시정조치 수준 경감 : 소비자법령 관련 시정조치 제재수준을 경감
    - ③ 우수기업 등 포상 : 우수 모범기업에 대하여 포상
    - ④ 인증마크 사용 : CCMS 인증마크 사용권 부여
  - CCMS 평가는 매 분기마다 실시하되 평가기관인 (사)기업소비자전문가협회에서 실시하는 평가 결과 일정 점수 이상 인증 기업에 한하여 인센티브를 제공할 예정

- CCMS 도입기업(39개) 중 LG전자, SK텔레콤, 롯데제과 등 16개 기업이 '07년 2/4분기에 평가 신청

□ 환경부, '전기·전자제품 및 자동차의 자원순환에 관한 법률' 공포(4.24)

- 환경부는 전기·전자제품 및 자동차를 제조·수입할 때 납, 수은, 카드뮴, 6가 크롬 등 유해물질을 일정 수준 이상 포함되지 못하도록 하고, 폐전자제품 및 폐차의 재활용률을 획기적으로 개선하도록 생산자 및 수입업자에게 의무를 부과하는 것을 주요 내용으로 하는 「전기·전자제품 및 자동차의 자원순환에 관한 법률」을 공포(2008.1월부터 시행)
- 동 법은 전기·전자제품 및 자동차 제조사나 수입업자가 제조단계에서 지켜야 할 사항과 사용 후 폐기단계에서 지켜야 할 사항으로 구분하여 규정
  - 제조단계에서는 대통령령이 정하는 유해물질의 함유기준을 지켜야 하며, 재활용이 쉬운 재질을 사용하여 제조하는 등 제품의 재질과 구조의 개선 활동을 통하여 연차별 재활용가능율을 달성하도록 함
  - 폐기단계에서는 전기·전자제품의 경우 판매량의 일정비율 이상을 회수·재활용하도록 하는 생산자책임재활용제도를 이 법으로 이관하였고, 자동차의 경우에는 제조/수입업자가 일정 수준이상으로 재활용할 수 있도록 의무를 부여
- 동 법은 전자제품 및 자동차의 환경성을 국제수준으로 제고시켜 EU 등 선진국을 중심으로 무역 장벽화하고 있는 제품 환경규제에 우리 기업들이 체계적으로 대응할 수 있도록 하기 위한 것
- 또한 외국으로부터 유해물질을 기준 이상으로 함유하고 있거나 재활용률을 달성할 수 없는 전자제품 및 자동차에 대해 수입이 금지됨으로써 국민의 건강과 환경을 보호
- 유해물질처리비용 절감, 재활용율 증가, 프레온가스 회수·처리, 매립비용 절감 등으로 연간 3,760억원의 경제적 효과도 예상

- 환경부는 위와 같은 내용의 시행령·시행규칙안을 산자부, 건교부 등 관련 기관과 협의 후 4월말까지 입법예고할 계획이며, 아울러 법률의 철저한 시행을 위해 11억원의 예산을 투입하여 2007년 10월까지 「전기·전자제품 및 자동차 관리시스템」을 구축할 계획

**【5월】**

□ 환경부, '2005년도 화학물질 배출량조사' 결과 발표(5.2)

- 환경부는 화학물질을 연간 1~10톤 이상 취급(제조 또는 사용)한 종업원 30인 이상 2,741개소 사업장을 대상으로 '05년도의 화학물질 배출실태를 조사한 결과, 223종 112,678천톤의 화학물질이 취급되어 이 가운데 212종 47,299톤(취급량의 0.042%)이 환경으로 배출되었다고 밝힘
- 이를 '04년도 결과와 비교하면 취급량은 0.5% 감소(113,188천톤 → 112,678천톤)한 반면 배출량은 7.3%가 감소(51,021톤 → 47,299톤)한 것임
- 환경부는 화학물질 배출량을 줄이기 위해 산업계와 협력해 왔으며, 2,741개 사업장 중 893개 사업장에서 '05년도에 공정개선, 오염방지시설 및 생산기술 개선 등 배출량을 줄이기 위한 다양한 노력을 시행
- 특히 167개 30/50프로그램\* 참여사업장의 경우 배출저감기술을 통해 배출량을 상당 수준 줄임에 따라, '01년 배출량 대비, '05년까지 53.5%(8,693톤) 저감
- \* 화학물질 배출저감 자발적협약(30/50프로그램) : 협약사업장이 선정한 배출저감물질을 '01년 배출량을 기준으로 '07년까지 30%, '09년까지 50% 줄이기로 함
- 금년 중에 30/50프로그램을 확대 체결(167개→200개)하고, 우수 저감사례를 적극 발굴·전파하여 산업계의 자발적 배출저감 활동을 확산해 나갈 계획
- 환경부는 '08년부터 개별 사업장의 배출량 공개가 가능해짐에 따라 각 사업장에서는 지속적으로 배출량 저감노력을 기울여야 할 것임을 특히 강조하고,

- 배출량조사제도 홈페이지에 배출저감기술, 배출량 산정기법 등 관련 기술 정보를 상시 제공하고 업종 및 공정별 특성에 적합한 배출원 관리 및 배출 저감지침을 연차적으로 개발해 나가는 한편,
- 유역·지방환경청별 분과위원회를 활용하여 중소기업 대상 현장진단 및 기술지원을 지속 실시해 나가겠다고 밝힘

□ 금융감독위원회, 불공정거래·공시위반 현황 분석 및 대응방안 강구(5.3)

- 금융감독위원회는 금융감독원, 증권선물거래소, 상장회사협의회 등 관계기관과 합동으로 최근 증권시장에서의 불공정거래 및 공시위반 현황을 분석하여 대응방안을 마련하고 추진할 계획

- 현황 분석

- 그동안 불공정거래 및 공시위반 방지를 위한 정책적 노력의 결과, 불공정거래 및 공시위반 사건이 크게 감소하여 시장의 투명성이 점차 제고되고 있는 모습

\* 불공정거래 건수 : ('05년) 180건 → ('06년) 107건 (△40.6%)  
 공시위반 건수 : ('05년) 1,192건 → ('06년) 858건 (△28.0%)

- 그러나 불공정거래 및 공시위반 사건이 주로 코스닥시장에서 발생하고 있으며, 그 비중도 증가하는 추세

• 불공정거래의 경우에는 10건 중 8건이, 공시위반의 경우에는 10건 중 7건이 코스닥시장에서 발생

• 이는 코스닥시장에서 시세조종 등 불공정거래 유인이 많고, 공시인력 및 교육시스템이 충분히 갖추어지지 않은 것에 기인하는 것으로 보임

\* 불공정거래중 코스닥 비중 : ('05년) 53.9% → ('06년) 82.2%  
 공시위반중 코스닥 비중 : ('05년) 52.9% → ('06년) 69.0%

- 한편, 위반사건중 반복적·상습적 위반이 상당수를 차지하고 있으며, 그 비중도 줄어 들지 않고 있음
  - 시세조종중의 경우 과거 전력자 비중이 15%를 넘어 전문적인 시세조종세력에 의해 다수 발생
    - \* 시세조종중 반복위반자 비중 : ('05년) 16.0% → ('06년) 15.1%
    - 정기·수시공시 반복위반기업 비중 : ('05년) 12.5% → ('06년) 11.3%
- 거래소가 시장감시 단계에서부터 혐의 종목에 대해 적극적으로 예방 조치하는 것이 불공정거래를 사전에 예방하는데 효과적이었음
  - 2006년 중 증권선물거래소가 투자주의 종목지정 등 예방조치(1,260건)를 활발히 실시한 결과, 불공정거래 혐의로 감독당국에 통보한 건수가 21% 감소

－ 대응방안

- 교육·홍보 강화
  - 매년 상장회사협의회 등이 실시하는 교육은 지속적으로 실시하되, 코스닥 기업을 주요 대상으로 다음의 특별교육 실시
  - 코스닥기업의 공시제도에 대한 이해도 제고를 위해 경영진에 대한 특별교육 실시(거래소, 상·하반기 각1회)
  - 불공정거래 규제와 공시제도를 찾아가서 설명하는 방문/지역 교육 실시(거래소 41사, 코스닥상장협 07년중 5회)
  - 단기매매차익반환제도에 대한 설명회 개최(금감원·상장협, 07.7월)
  - 불공정거래 규제 교육용 동영상 제작(투자자교육협의회, 하반기)

○ 반복위반에 대한 제재강화

- 반복적인 위반사례를 방지하기 위하여 시세조종 등 불공정거래 전력자에 대한 조치기준을 강화하는 방안 추진
- \* 검토방안 : 가중조치기한 확대(현행-2년), 가중조치대상 확대(현행-상장기업 최대주주 및 임원, 증권회사 임원·지점장 등)

○ 시장경보체제 강화

- 불공정거래 발생을 원천적으로 예방할 수 있도록 불공정거래 혐의종목에 대한 시장경보체제를 더욱 강화하는 방안 추진
- \* 검토방안 : 투자주의, 이상급등 종목 지정 기준 강화 및 상호연계 강화, 증권·선물회사의 불공정거래 모니터링 기준 강화

□ 환경부, '제4차 CleanSYS 우수 운영사례 발표회' 개최(5.10~5.11)

- 환경부는 환경부차관, 제주도 환경부지사, 환경관리공단 이사장, 전국의 대기관리 담당공무원 및 전문가, CleanSYS 사업장 및 측정기기 업체관계자 등 약 300여명이 참석한 가운데 '제4차 CleanSYS 우수 운영사례 발표회'를 개최
- 동 행사에서는 CleanSYS\*를 활용하여 대기오염물질 배출량을 줄이고 운영비용도 절감한 것으로 평가·선정된 12개 우수사업장에 대한 환경부장관(최우수 4개 업체\*\*) 및 환경관리공단 이사장(우수 및 장려 8개 업체) 포상이 있었으며, 부상으로 포상금을 지급

\* CleanSYS는 굴뚝에서 대기오염물질을 배출하는 사업장의 자동측정기기에서 측정된 실시간 측정데이터를 온라인으로 수집·저장하고 감시 및 관리하기 위한 첨단 환경정보시스템

\*\* 한국동서발전(주) 당진화력, SK(주), 국인산업, (주)포스코 포항제철소

□ 기획예산처, '공기업·준정부기관 비상임이사·감사 직무수행실적 평가계획' 의결(5.16)

- 기획예산처는 제4차 공공기관 운영위원회를 개최하여 공기업·준정부기관의 비상임이사·감사 등의 직무수행실적 평가를 위한 평가기준과 방법, 절차 등을 규정한 '공기업·준정부기관 비상임이사·감사 직무수행실적 평가계획'을 의결
  - 이에 따라 공기업과 준정부기관의 비상임이사 및 감사에 대한 직무수행실적 평가가 내년부터 실시될 예정
- 비상임이사에 대한 직무수행실적 평가는
  - 재임 중의 실적에 대하여 임기 중 1회 실시되며, 이사회에의 기여도, 의사결정의 합리성, 조직 운영에의 기여도, 정부정책 부합성 등을 평가
  - 최초의 평가는 '08.8월 이전에 임기가 만료되는 비상임이사를 대상으로 '08.1월에 시행될 예정이며, 평가결과는 3등급으로 구분, 임명(제청)권자에게 통보되어 연임, 해임 등 인사 판단의 근거로 활용
- 상임 감사에 대한 평가는
  - 당해년도의 직무수행실적을 다음년도 3~6월에 기관 및 기관장 경영평가와 함께 실시
  - 평가내용은 자체감사의 적정성, 외부 감사결과, 경영실적 평가결과 등으로 객관적인 외부전문가(경영평가단)에 의해 평가
  - 평가결과는 인센티브 성과급의 지급률 결정과 연임·해임 등 인사 판단의 근거자료로 활용될 예정
- 또한, 공공기관운영위원회는 금년도 혁신추진목표, 혁신과제를 주요 내용으로 하는 「2007년 공공기관 혁신추진계획」을 의결

- 그동안 한전, 도로공사 등 222개 기관을 대상으로 시행해 왔으나, 금년부터는 금융감독원, 국립대학교병원 등 76개 기관이 추가되어 298개 전체 공공기관으로 확대 적용
- 동 계획에서는 금년도 혁신목표를 투명·책임경영 정착과 혁신성과의 가시화로 정하고, 3대 영역(투명·책임경영 정착, 국민체감 혁신성과 창출, 혁신내재화), 10개분야에 걸쳐 공공기관이 추진해야 할 경영혁신 추진과제를 제시
- 각 공공기관은 제시된 계획에 따라 기관별로 경영혁신 전략·계획을 수립·추진하고, 추진실적은 내년 초 혁신평가를 통해 확인·점검할 예정
- 기획예산처는 혁신컨설팅, 혁신아카데미, 멘토링 등을 통해 공공기관의 혁신 추진을 지원할 계획

□ 환경부, '07년 1/4분기 환경오염물질 배출업소 단속결과 발표(5.23)

- 환경부는 전국 92,346개소의 환경오염물질 배출업소를 대상으로 '07년 1/4분기 중 20,239개 업소를 단속한 결과, 환경 법령을 위반한 941개 업소를 적발·조치하였다고 발표
- 이번에 적발된 941개 업체의 위반내용은 배출허용 기준초과 291개소, 비정상가동 83개소, 무허가 270개소, 기타 297개소로 나타났으며,
- 이들 적발업체 중 377개 업소는 사법당국에 고발(366개 업체는 행정처분과 고발 병과)하였고, 136개 업체는 폐쇄명령, 140개 업체는 사용중지, 99개 업체는 조업정지 하였으며, 위반내용이 비교적 경미한 555개 업체는 개선을 명하거나 경고
- 전년도('06년) 같은 기간 단속결과와 비교해 보면,
- 단속업소 수(20,482 → 20,239)와 위반업소 수(1,080 → 941)가 각각 243개소, 139개소로 감소하였으며, 단속업소에 대한 적발율도 0.7%p 낮게(5.3% → 4.6%) 나타남

- 이는 자율적인 환경관리 능력을 갖추고 평소 환경관리가 양호한 사업장에 대해 정기점검을 면제해 주는 “자율점검업소”를 현재까지 6,530개소('06년 3,282개소)로 확대·지정한 것도 하나의 요인인 것으로 추정됨

□ 노동부, ‘화학물질 및 물리적인자의 노출기준(고시)’ 개정 발표(5.30)

- 노동부는 작업장에서 사용되는 화학물질 중 국내 관리기준이 없거나 외국에 비해 그 기준에 차이가 커 근로자 건강장해 예방에 실효성이 없는 일부 화학물질의 노출기준을 한층 강화하는 내용을 골자로 하는 ‘화학물질 및 물리적인자의 노출기준(고시)’을 개정하여 2008년 1월부터 시행한다고 밝힘
- 개정안에 따르면 이번에 노출기준이 새롭게 신설되거나 강화되는 화학물질은 톨루엔, 망간(분진), 부타디엔, 벤진 등 모두 86종임
- 현재 노출기준이 고시된 화학물질은 모두 698종이며, 사업주는 이 기준을 근거로 작업환경을 개선하는 데 활용하고 있음
- 그러나 노출기준이 처음 제정된 86년 이후 이를 전문적으로 연구하여 과학적 개선근거를 제시해 줄 전문연구기관이 부족하여 그동안 주기적인 개정이 이루어지지 못하였다는 지적이 있었음
- 이에 노동부는 국내에 노출기준이 없는 물질과 외국에 비해 차이가 큰 유해물질 126종을 선정하여 지난 '05년부터 국내 산업보건전문가들이 참여하는 연구용역을 실시한 후, 노·사 및 관련 전문가가 참여하는 공청회 및 관련 업계 간담회 등을 거쳐 1차로 이번 개정안을 마련

**【6월】**

□ 경기도 등, ‘경기투명사회협약’ 체결(6.4)

- 경기도, 경기도의회, 경기지방공사, 경기관광공사 등 경기도 내 36개 주요 기관과 단체 대표들은 ‘경기투명사회협약 체결식’을 갖고 깨끗하고 투명한 지역사회를 만들기를 위한 사회적 약속에 합의

- 이번 협약을 통해 도내 기관들은 각 부문이 대등한 입장에서 공동으로 지속가능한 투명한 사회 시스템을 구축하기 위한 노력을 강화해 나가기로 함
- 경기도를 비롯한 공공기관은 지역사회 전반의 중추적 역할을 수행하기 위해 부패방지체제개선, 제도개선, 공직자 윤리강화 및 투명성 교육 강화 등을 실천하고, 도의회는 투명한 지방의회의 구현을 위해 지방의원 윤리강화, 직권남용과 직무관련 물품취득을 금지하기로 함
- 정치부문은 지속가능한 민주정치 실현을 위한 공천절차의 공정성과 투명성을 보장한다는 내용에 합의하였으며, 교육부문 역시 투명한 교육환경을 조성하기 위해 교직사회의 윤리성 제고 및 건전한 교육 풍토를 만들기 위해 노력함
- 경제부문은 경영시스템을 투명화하기 위해 윤리경영 체제를 마련하고 기업의 사회적 책임을 강화해 나갈 방침이며, 시민사회부문은 시민의 감시와 참여활동을 보장하기 위해 시민단체가 스스로 자정 능력을 함양하고 도민 참여현장을 선포하는 등 시민의 참여를 촉진해 나갈 계획
- 한편 경기도는 전국에서 부산, 경남, 대구, 충남에 이어 5번째로 투명사회협약을 체결한 광역자치단체가 되었음

□ **공정거래위원회, 한국소비자원과 함께 소비자교육 심포지엄 개최(6.8)**

- 공정거래위원회는 한국소비자원과 함께 '우리나라 소비자교육의 전략과 체계'라는 주제로 소비자교육 심포지엄을 개최
- 이번 심포지엄을 통해 과거 사후구제적 소비자정책의 한계를 인식하며 향후 소비자정책은 소비자의 자주적 역량강화 및 소비자의 합리적 선택을 위한 기반조성 등에 주력해야할 것임에 대하여 논의
- 특히 소비자기본법 개정\* 및 소비자정책추진체계 개편\*\*에 따라 소비자교육을 담당하게 된 공정위가 향후 소비자원·소비자단체 등과 어떻게 협력하여 소비자교육 시책을 추진해야 할 것인지에 대한 각계의 의견을 수렴할 예정

\* 소비자기본법 14조(소비자의 능력향상)에서 국가의 소비자교육 의무 및 학교·평생교육과 연계한 소비자 교육 시책 수립·시행 의무를 규정

\*\* 소비자정책추진체계 개편에 대한 정부 합의에 따라 공정위가 소비자자원·소비자단체와의 협력업무 및 안전·정보제공·교육 등 분야별 소비자시책을 전반적으로 수행

□ 산업자원부 기술표준원, '06년 환경경영시스템 인증건수 집계 발표(6.8)

- 산업자원부 기술표준원은 '96년 제정된 국제표준을 바탕으로 우리나라에 도입·운영 중인 환경경영시스템 인증 건수가 작년말 기준으로 5,893건에 달했다고 밝힘
  - 인증 건수가 불과 5~6년 전만 해도 1,000건 이하로 미미한 수준에 머물렀으나 '04년 2,447건으로 늘어났고 '05년 4,879건으로 꺾뚝 뛰어올랐으며,
  - 현재 전체 인증건수의 95%를 중소기업이 차지하고 있으며 획득분야도 제조업뿐만 아니라 건설업, 서비스업, 공공행정(지자체), 교육 등 전분야로 확산되고 있는 것으로 나타남
- 최근 인증이 급팽창하게 된 것은 환경경영을 통해 기업 이미지를 개선하고 친환경 제품을 생산하는 것이 글로벌 시대의 기업 경쟁력을 좌우하는 중요한 요소가 되었기 때문임
  - 특히, EU의 각종 환경규제가 미국, 일본, 중국 등 우리나라의 주요 수출대상국으로 확산되면서, 환경경영을 통한 능동적인 대응 없이는 기업이 생존할 수 없다는 기업경영 문화가 정착된 데 따른 것으로 분석됨
  - 또한, 요즘 소비자들은 웰빙이나 로하스 문화에 따라 친환경제품을 선호하기 때문에 환경경영을 통한 환경성 개선으로 제품의 부가가치를 높이는 것도 한 요인이 될 수 있음
- 이러한 환경경영의 확산은 세계적인 추세로 글로벌 기업들도 기업의 친환경 이미지 개선을 위해 환경경영시스템 인증을 획득하고 기업의 환경경영 정보를 적극적으로 공개하고 있음

- 세계적으로 '05년 기준 111,162건의 인증을 기록했는데, 인증건수가 인증초기부터 매년 꾸준히 증가하고 있음
- 국가별로는 일본이 23,466건으로 가장 활발하며, 중국(12,683), 스페인(8,620), 이탈리아(7,080), 영국(6,055) 순이며 우리나라는 '04년 10위에서 '05년 7위로 가장 빠른 상승세를 보였음
- 기술표준원은 우리 기업들이 대외 경쟁력 강화뿐만 아니라 고객 및 이해관계자들에게 신뢰를 주고 SR(사회적 책임)의 일환으로 환경경영을 적극 도입·운영하도록 하기 위하여,
  - 환경경영 기업을 대상으로 국가환경경영대상 정부포상을 실시하고 있으며 중소기업의 환경경영시스템 도입을 지원하기 위하여 대기업과 중소기업간 그린파트너십을 확대해 나갈 예정이라고 밝힘

□ 산업자원부, '중소유통 영업활성화 실무교육' 실시 계획 발표(6.11)

- 산업자원부는 유통부문 대·중소 상생협력의 일환으로 대형할인점의 전문가가 재래시장 등 지역 중소상인에게 직접 찾아가 경영노하우를 전수하는 '중소유통 영업활성화 실무교육'을 7월초부터 11월 말까지 전국 20개 시·도를 돌며 실시할 예정
- 2006년 첫 해에는 16회에 걸쳐 481명에게 유통 실무교육 기회를 제공했고, 특히 전주슈퍼마켓협동조합 등이 추가 교육을 요청하여 당초 계획보다 3회 더 추가로 진행하였음
- 동 교육은 산업자원부가 주최하고 한국유통물류진흥원 및 한국체인스토어협회가 공동으로 주관하게 되며, 주요 대형마트의 고객만족경영 및 상품진열·서비스·판촉전략 등을 담당하는 최고 전문가들이 강사가 되어 재래시장이나 영세점포 등의 상인 약 700명을 대상으로 매장 및 상품관리, 고객서비스 등 경영 노하우를 전수하게 됨
- 특히 체크리스트(상권, 판촉, 진열, POP 등) 중심의 교재 개발로 교육 종료 후에도 활용할 수 있는 교재가 보급됨

※ 참가업체 : 신세계 이마트, 삼성테스코, 롯데쇼핑 롯데마트, 메가마트, 홈에버, 뉴코아, GS리테일 GS마트, 농협유통(예정)

□ 국립공원관리공단, 한국서부발전과 국립공원 보전을 위한 파트너십 구축(6.22)

- 국립공원관리공단은 우리나라 생태자원의 보고이며 국가적 자연자산인 국립공원을 온전히 보전하기 위한 기업과의 파트너십 구축을 계획하고, 첫 번째로 한국서부발전과 국립공원보전을 위한 상호협력에 관한 협정서를 체결
- 한국서부발전은 인간사랑, 자연사랑, 문화사랑 3개 분야에서 사회공헌 활동을 펼치고 있는데, 이번 협정서 체결을 계기로 우선 청송양수발전소가 위치한 경북 청송지역을 대표하는 주왕산국립공원의 자연자원 보전활동에 참여하기로 결정하여 국립공원 보전뿐만 아니라 지역사회 발전에도 기여하기로 함
- 양 기관은 이번 협정을 통해 주왕산국립공원의 보전을 위하여 청정지역 보전사업, 시각장애우를 위한 '마음의 숲' 조성, 멸종위기종 보호사업, 자연보호기금 출연 등 각종 협력사업을 추진할 예정

□ 환경부·대한상의, 공동 '총량관리제 지원센터' 운영(6.30)

- 환경부와 대한상공회의소는 금년 7월부터 국내에서는 처음으로 도입·시행되는 '수도권 사업장 대기오염물질 총량관리제'가 성공적으로 정착될 수 있도록 대한상공회의소 지속가능경영원에 '총량관리제 지원센터'를 설치하기로 함
- 환경부에 따르면 사업장 총량관리제가 시행될 경우, 대상이 되는 대기오염물질 1종 사업장(191개소)에서는 스스로 오염물질 배출량을 측정하고 허용총량 범위내로 관리해야 하는 등 새로운 사업장 관리시스템을 갖추어야 함
- 사업장별로 사업장 총량관리제도의 학습, 배출량 측정기기 및 방지시설 설치·운영, 배출허용총량이나 배출량 산정결과에 대한 조정신청 등의 대응방안을 강구하는 노력이 필요한 반면, 개별 사업장별 대응에는 어려움이 따를 것으로 예상됨

- 이에 환경부는 사업장의 어려움을 지원하고 제도의 조기정착을 통한 수도권 대기환경개선을 위해 대한상공회의소와 함께 공동 대처하기로 하고 지원센터를 설치하기로 합의하였음
  - 지원센터는 총 5명으로 구성되어 있으며, 총량관리제에 대한 정기적인 교육 및 홍보, 제도 시행상의 기업애로 파악 및 해결방안 마련, 시·도의 배출허용총량 할당과 수도권대기환경청의 월별 배출량 확정에 대한 개별사업장의 이의 신청관련 사전 조정 창구기능 등 사업장에서 필요로 하는 사항을 지원하고 조정하는 역할을 맡게 됨
- 우선 6월부터는 정기적으로 월 2회씩 제도에 대한 교육 실시 등을 시작으로 본격 가동하게 되며 사업장에서 총량관리제 시행을 대비하고 이행하는데 차질이 없도록 할 계획
- 한편, 환경부는 시·도, 산업계와 공동으로 6월부터 수도권 1종 사업장을 대상으로 총량관리제도에 대한 지역별 순회 설명회를 실시하고,
  - 환경관리공단을 통하여 사업장의 방지시설 및 배출량 측정기기 설치에 필요한 기술지원과 설치비용의 장기 저리 융자지원(올해 167억원)도 병행할 계획