

2020년 기업윤리 브리프스 <2월>

(주제: 공유가치창출)

기업가치를 높이는 청령경영 가이드

Cover Story

현대 사회에서 기업의 역할은 점점 더 중요해지고 있습니다. 영향력이 커진 만큼 사회적 책임에 대한 기대도 큼니다. 기업 입장에서는 어려운 숙제를 받은 셈입니다.

공유가치창출(CSV, Create Shared Value)은 기업이 사회적 문제를 해결하기 위해 노력하면 경제적 이윤도 얻을 수 있다는 경영철학입니다. 사회적 가치와 경제적 가치는 상충되는 게 아니라 연결돼있다는 것입니다. 돌아보면 기업은 늘 대중의 필요를 발견해 해결해 줌으로써 발전해왔습니다. 사회문제를 해결하며 돈까지 버는 CSV 비즈니스 역시 교과서가 아닌 실제 현실에서 운영되고 있습니다. 이번 호에서는 CSV의 정의와 동향, 실제 사례를 살펴해보도록 하겠습니다.

Contents

1. 전문가코칭 - "공유가치창출"
2. 사례돋보기 - "CSV, 기업 생존의 필수전략"
3. 보고서리뷰 - "CSV 성과평가, 어떻게 할 것인가? -KT 사례를 중심으로-"
4. SDGs로 알아보는 기업윤리 - "SDGs(지속가능발전목표)의 등장 배경"
5. 국내외 동향
6. 국내외 행사
7. 문화 속의 기업윤리 - "지속가능성은 어디서 오는가 - 『골든아워』"
8. 지식 1g - "사회적 가치 및 지속가능성 측정도구"
9. 독자에게 물었습니다
10. 독자퀴즈

전문가 코칭

공유가치창출



CJ대한통운 부사장
신동휘

기업이 경제적 가치뿐 아니라 사회적 가치까지 추구하는 CSV를 해야 하는 이유는 무엇일까요?

기업이 사회적 가치를 추구하는 궁극적인 이유는 사회가 성장해야 기업도 지속가능한 발전을 이룰 수 있기 때문입니다. 이처럼 CSV(공유가치창출)는 기존에 진행하던 사회공헌과 기부를 넘어, 전체 시장의 파이를 늘리고 새로운 성장동력을 발굴하는데 의의가 있다고 생각합니다.

CJ대한통운은 CSV 사업으로 실버택배를 하고 있습니다. 60세 이상 시니어 인력이 친환경 전동카트를 활용하여, 아파트 단지와 같은 주거 밀집 지역 내에서 택배 배송을 담당하는 일자리 사업입니다. 시니어 일자리도 창출하고 일반 택배기사들이 어려워했던 골목길이나 주택가의 배달도 정확하게 처리하게 됐습니다. CSV는 기업에도 이익인 지속가능한 사업인 것입니다.

CSV 비즈니스에서 가장 어려운 점은 무엇이며 이를 어떻게 극복하셨을까요?

가장 큰 어려움은 기업의 핵심 역량과 사회적 문제를 연결하고, 나아가 이를 실제 비즈니스 모델에 접목시키는 것입니다. 우리가 무엇을 잘하는지 파악하고 이것으로 해결할 수 있는 사회문제를 발굴해서 사업화시키는 건데, 결코 만만한 과정이 아닙니다. 투자만으로 되는 일도 아닙니다. 지속가능하기 위해서는 전문성, 경영 의지, 수익 가능성이 모두 필요합니다.

그래서 CSV는 기업이 단독으로 하기 어렵다고 생각합니다. 실버택배의 경우에도 시니어 일자리와 관련된 이해관계자들과 함께 만든 민·관·지자체 협력 모델입니다. 보건복지부 산하 한국노인인력개발원, 전국 지방자치단체와 시니어클럽과 함께 머리를 맞대고 개선하면서 실

버택배 사업을 런칭하고 지속시킬 수 있는 기반을 만들어왔습니다.

CSV를 시작하려는 기업들을 위한 팁이 있다면 무엇일까요?

CSV는 기업의 업(業)과 밀접한 관련이 있어야 합니다. 먼저 기업의 핵심역량을 파악하고 이것으로 어떤 사회적 가치를 창출할 수 있는지 고민해야 합니다. 이후 지역사회와의 협조를 통해 선순환 구조를 만들어나가는 것이 중요합니다. 수면 위로 드러난 문제는 기업도 파악할 수 있겠지만, 그 본질적인 원인은 지역사회 구성원들이 더 정확히 알고 있기 때문입니다.

CJ대한통운은 세 가지 사업목표인 지역사회 발전기여, 녹색물류 실현, 글로벌 CSV를 통해 지속가능한 상생 생태계를 구축하고자 합니다. 향후에도 당사의 핵심역량과 연계한 신규사업을 발굴하여, UN지속가능발전목표(SDGs) 달성에 기여하도록 하겠습니다.

사례들보기

CSV, 기업 생존의 필수전략

CSV(Creating Shared Value: 공유가치창출)는 미국 하버드 대학의 마이클 포터 교수가 주창한 경영철학이다. 기존의 CSR(Corporate Social Responsibility: 기업의 사회적 책임)과 달리 경영활동을 통해 경제적 이익 창출과 사회문제 해결을 동시에 추구한다. 실업, 환경오염, 고령화 등의 사회문제를 기업 주도로 해결할 수 있다는 것이다.

돈만 보고 달려도 생존을 장담할 수 없는 시장 환경에서 CSV는 거의 불가능한 미션처럼 보인다. 그러나 이러한 CSV를 실제로 경영 일선에서 실천하고 있는 기업들이 있다. 이번 사례들에서는 국내 CSV 비즈니스 사례와 그 추진 배경을 살펴보고자 한다.

◎ 유한킴벌리

유한킴벌리는 2012년부터 CSV를 추진해왔다. 주요 활동 분야는 시니어 비즈니스다. 시니어 관련 소기업들을 발굴하고 육성하여 시니어 일자리를 창출하고 시니어 시장을 확대하는 것이 목표다. 이를 위해 유한킴벌리는 '디펜드 시니어 일자리 기금'을 출연하여 소셜 시니어 벤처 설립에 필요한 재원을 포함해 시장조사, 설비도입, 연구, 판로개척 등 다양한 지원을 하고 있다.

이러한 배경에는 전 세계 최고 수준인 고령화, 저출산 문제가 있다. 유한킴벌리는 휴지, 유아용품, 여성용품, 노인용품 등을 생산하는 제조업체다. 저출산은 곧 유아 기저귀 시장의 축소를 의미한다. 유한킴벌리 입장에서 시니어 시장 개척은 당연한 수순이다. 문제는 노인들의 빈약한 지급 사정이다. 한국 노인의 소득빈곤율은 OECD 회원국 중 가장 높다. 자살률 또한 압도적인 1위다. 전 세계에서 가장 오래 일하고도 가장 가난한 노인들이 한국의 시니어들이다. 이들에게 요실금 팬티 같은 시니어용품을 구매할 여력은 없다. 유한킴벌리가 시니어 비즈니스 육성을 위해 시니어 일자리부터 창출하고 있는 이유다. 시니어 산업은 시니어들이 소비력을 갖춘 고객이 될 때 비로소 커지기 때문이다.

유한킴벌리는 지금까지 38개 시니어 비즈니스 소기업을 육성하고 650개 이상의 시니어 일자리를 창출해 왔다. 또한 시니어 시설에 심리/위생 교육을 제공하는 시니어 케어 매니저 육성 등의 성과를 냈다.

◎ CJ대한통운

CJ대한통운의 CSV 사업인 실버택배는 노인 일자리 창출에 기여할 뿐 아니라 기업의 사업적 난제도 해결한 비즈니스라는 점에서 주목할 만하다. 택배는 물건을 지정된 장소로 배달해주는 서비스다. 보통 택배기사들은 배달 건수마다 책정된 수수료를 수익으로 가져간다. 수백, 수천 세대가 모여 사는 아파트는 비교적 쉽게 많은 물량을 배달할 수 있다. 반면 산동네, 좁은 주택가, 골목길은 트럭이 들어가기 어렵고 배송시간도 오래 걸리며 올바른 주소지를 찾기도 어렵다. 가파른 계단이나 언덕도 오르내려야 한다. 택배기사들 입장에서는 기피지역이 될 수밖에 없다. 그렇다고 기업이 특정 지역의 물량만을 거부할 수는 없는 일이다.

이러한 배경에서 탄생한 것이 실버택배다. 택배기사들이 지역 거점에 택배 물량 전체를 갖다 두면, 해당 지역에 거주하는 실버기사들이 집집마다 배달을 하는 것이다. 원래 사는 동네다 보니 주소가 어려울 일도 없다. CJ대한통운은 실버기사들을 위해 친환경 전동 카트도 제

공하고 있다. 최근 신도시를 중심으로 차 없는 아파트가 많아지면서 실버택배 서비스는 빠르게 확대되고 있다.

실버택배는 일자리 제공에 더해 또 한 가지 중요한 역할을 해주고 있다. 노인 고독 문제 해결이다. 시니어들은 경제활동을 하며 동료들과 소통하고 업무 노하우도 공유한다. 삶의 활력을 되찾는 셈이다.

지난해 실버택배는 9월 유엔(UN)은 실버택배를 지속가능경영 우수 사례로 세계 각국에 소개하기도 했다.

◎ 풀무원

풀무원은 2000년대 초부터 농가들과의 상생을 진행하고 있다. 풀무원이 기업 가치로 내세우는 '바른 먹거리'를 제공하기 위해서는 안전하고 깨끗한 농산물을 제공해줄 공급처가 있어야 한다. 그래서 풀무원은 농가들과 계약재배를 통해 우수한 품질의 농산물을 안정적으로 공급받고, 농가에는 안정적인 수취가격과 형성과 판로확보에 도움을 주고 있다. 농산물우수관리인증(GAP) 농산물을 생산하는 농가를 양성하고 이를 위한 우수 종자 보급, 농산물이력추적관리 등록을 위한 교육 및 기술 지원 등을 실시한다.

풀무원은 동물복지 달걀 시장을 개척하고 국산콩 소비를 활성화시키는 등 국산 농산물 보급과 공급망 확대에도 노력하고 있다. 그 결과 지난해 협력기업을 통한 국산 농산물 구매 비율은 2016년 대비 26.9% 상승했고 259억 원의 구매 실적을 달성해 생산 농가의 소득 증대와 경쟁력 향상에 도움을 주기도 했다.

◎ 듀오

듀오는 '결혼해 듀오'라는 광고 카피로 유명한 결혼정보업체다. 가정은 자녀를 출산하고 사회 구성원으로 길러내는 역할을 한다. 사회의 근간을 이루는 공동체라고 할 수 있다. 이러한 가정을 이루는 결혼을 돕는 것은 사회 재생산 관점에서 그 자체로 CSV라고 할 수 있겠다. 듀오가 주력하고 있는 분야는 여성, 특별히 경단녀 일자리 창출 분야다.

듀오는 전 직원의 90%가 여성이다. 그중 40대 이상 경력단절여성 비율이 70%를 넘는다. 실제로 여성들은 어느 정도 자녀를 키워놓은 40대가 되면, 가계에 보탬이 되기 위해 구직활동에 나선다. 그러나 이들을 반기는 기업은 드물다. 길게는 20년 가까이 일을 쉬었기 때문이다. 그러나 듀오는 적극 채용한다. 엄마로서, 주부로서 쌓은 경험을 '경력'으로 인정해주는 것이다. 실제로 회원들보다 더 까다로운 회원 부모님들의 속내를 신속하고 정확하게 파악하고 센스있게 상대방을 매칭해주기 위해서는 사무 능력보다도 통찰력이 필요하다. 먼저 결혼 생활을 해본 선배로서 현실적인 조언을 해줄 수도 있다. 듀오는 기업 맞춤형 인재를 유지하고 사회는 여성 고용문제를 해소할 수 있는 사업인 셈이다.

◎ 사회와 기업은 운명공동체

CSV는 소비자의 구매력을 키우고 취약계층의 고용을 창출하며 환경을 보존하고 없던 시장을 만들어낸다. 기업의 일방적인 수혜가 아니라 기업과 사회, 양측 모두에게 효용을 주는 교집합인 것이다. 언제나 기업은 사회문제를 해결하며 성장해 왔다. 그것이 곧 소비자가 지급을 열게 하는 유인이기 때문이다. 사회문제 해결과 경제적 이익 창출의 연결. CSV는 어쩌면 가장 원론적이자 가장 영리한 경영전략일 것이다.

*자세한 참고자료 리스트는 국민권익위원회 홈페이지 내 한글파일을 참고하시기 바랍니다.

유한킴벌리, 함께하는재단 등과 소셜 시니어벤처 설립 업무협약
<http://www.kukinews.com/news/article.html?no=704338>

[100세 시대, 老일자리 앞장 유통기업] UN도 인정한 CJ '실버택배'...편의점업계 "어르신 환영"
<https://www.ajunews.com/view/20191013150401629>

풀무원, 협력기업과 상생협력...'중소벤처기업부 장관상' 수상
<https://www.asiae.co.kr/article/2019110708001887284>

듀오, 직원 90% 여성...40대 경단녀 적극 고용
<https://www.mk.co.kr/news/special-edition/view/2018/06/377330/>

유리연구소-보고서 리뷰

CSV 성과평가, 어떻게 할 것인가?

-KT 사례를 중심으로-

"측정하지 않으면 관리할 수 없고 관리하지 않으면 개선할 수 없다." - 피터 드러커

CSV는 경제적 가치와 사회적 가치를 함께 추구한다는 점에서 매력적인 비즈니스 모델이다. 문제는 평가다. 환경, 인권, 상생 등으로 대표되는 사회적 가치를 어떻게 측정할 것인가? 설득력 있는 평가지표가 없다면 아무리 혁신적인 비즈니스라도 조직 내 입지는 줄어들 수밖에 없다. 결국 비즈니스는 측정해서 개선하고 발전시켜 성과를 내야하기 때문이다. CSV 성과 측정을 위한 도구가 필요해진 것이다.

이번 보고서 리뷰에서는 KT 사례를 통해 CSV 성과평가를 위한 지표개발 과정과 분석 결과를 살펴보고자 한다.

▶KT의 CSV 비즈니스

KT는 CSV 개념이 나온 이후 다양한 관련 사업을 운영해왔다. 사업명과 사업내용은 다음과 같다. 그룹의 IT 역량을 CSV에 녹여 사회적 가치와 경제적 가치를 달성해보고자 하는 의지가 엿보인다.

▶기गत스토리	GIGA 인프라 기반 융합솔루션과 그룹 CSV 역량으로 도서지역 활성화 및 사회적 격차 해소 지원
▶IT서포터즈	정보 소외계층 대상으로 IT지식 기부 활동을 추진하는 KT직원 인력지원 사업
▶동자희망나눔센터	동자동 쪽방촌 주민의 자립자활을 위한 복합 ICT 문화공간 운영
▶꿈품센터	전국 21개 KT지사 공간을 활용, 소외아동 대상 ICT 체험 및 교육 공간 기부
▶체임버홀	클래식 문화 저변 확대 및 소외 계층 문화 나눔을 위한 KT클래식 공연장 공간 기부
▶임직원 봉사단	전국 단위의 지역사회 대상 임직원 재능기부 및 봉사활동
▶드림스쿨	취약계층 아동을 위한 온라인 멘토링 활동으로 은퇴자 등 멘토들의 참여
▶청각장애 소리찾기	청각장애인 대상 인공와우 수술, 재활 및 가족 정서 지원 사업
▶장학사업	IT산업을 이끌어갈 인재를 지원하기 위한 장학금 수여

위 사업들을 점검하고 전략적 방향성을 탐색하기 위한 성과평가 지표가 필요했다.

▶CSV 성과평가 지표 개발 및 분석

CSV 성과평가 지표 개발은 ▲1단계 자료수집 및 성과평가 지표구성, ▲2단계 성과평가 지표개발 및 적용, ▲3단계 분석 등 세 단계로 진행했다.

1단계 자료 수집 및 성과평가 지표 구성 단계

국내 CSV에 적합한 지표를 만들기 위해 국내외 CSV, CSR 관련 지표들을 수집했다. 정량적이고 결과 중심이며 일부 프로젝트에만 적합한 지표는 배제했고 신속·수시 측정이 가능한 총 54개 지표를 선별했다. CSV 관련 지표로는 다우존스지속가능성지수(DJSI), CSR 관련 지표로는 GRI의 평가 등을 참고했다.

지표를 담아낼 성과평가 지표 프레임워크는 CSV 분야의 세계적인 컨설팅업체인 FSG의 자문을 받아 세 가지 차원이 기반을 둔 FSG 프레임워크를 적용했다.

첫째, 제품과 시장의 재인식이다. 전통적인 제품개발 접근법에서 벗어나 사회적 니즈를 새로운 시장으로 인식하고 시장의 파이를 키우기 위해 저소득층의 기본적인 욕구를 충족시킬 수 있는 제품 개발을 말한다. 둘째, 가치사슬에서 생산성을 새롭게 정의하는 것이다. 재화나 서비스를 생산하는 과정에서 가치사슬을 개선해 불필요한 비용을 줄이거나 에너지를 절감해 공유가치를 창출하는 것을 의미한다. 셋째, 지역 클러스터다. 지역사회 사업을 지원할 수 있는 연구소, 물류, 인력공급, 하위 공급업체 등을 집적시킴으로써 공유가치를 창출하는 방법이다. FSG 프레임워크는 CSV의 정도를 위 세 가지 수준으로 구분해 측정하는 전략적 수단이라고 할 수 있다.

2단계: 성과평가 지표 개발 및 적용

1단계 과정을 통해 추출된 지표들은 FSG 프레임워크에 적용해 가치와 수준에 따라 분류했다. 이를 통해 최종적으로 CSV 성과지표를 완성했다. 성과지표는 총 54개로 구성했다. 가로축은 경제적 가치와 사회적 가치를 측정하고, 세로축은 고객, 벨류체인, 지역사회라는 세 가지 수준을 측정한다. 경제적 가치를 측정하는 지표는 직접적 가치와 간접적 가치를 모두 포괄하며 지표의 개수는 수준 별로 총 24개이다. 사회적 가치를 측정하는 지표는 흔히 트리플 보텀 라인이라 불리는 경제, 사회, 환경적 가치를 측정하는 지표를 포함하며 총 30개로 구성됐다.

성과평가는 총 54개의 지표로 구성된 평가지를 각 CSV 사업 담당자에게 전달해 실시했다. 담당자는 지표의 성질에 따라 정량 또는 정성 실적자료를 평가지와 함께 제출했다. 이렇게 제출된 자료는 최종 평가자의 검증을 거쳐 총 54개 세부지표 대비 충족된 지표 개수로 산출했다. 이를 100점 만점으로 환산해 최종점수를 도출했다.

3단계: 분석 결과

점수화된 9개의 KT CSV 사업은 50점을 기준으로 경제적 가치와 사회적 가치 수준에 따라 4개 영역으로 구분했다. 50점을 경계로 경제적 가치와 사회적 가치 둘 다 높은 사업은 CSV, 둘 다 낮은 사업은 자선(Philanthropy), 경제적 가치만 높은 사업은 비즈니스, 사회적 가치만 높은 사업은 CSR로 분류했다. 9개 사업을 성과평가 지표에 대입해본 결과, 실제 CSV로 평가된 사업은 기가스토리 외 3개였다.

사업명	Value 분포	Level 분포	총점수
▶기가스토리	CSV	고객기반	79.63
▶IT서포터즈	CSV	벨류체인기반	72.22
▶동자희망나눔센터	CSV	지역사회기반	66.67
▶꿈품센터	CSR	지역사회기반	59.26
▶제임버홀	CSV	벨류체인기반	57.41
▶임직원 봉사단	CSR	지역사회기반	55.56
▶드림스쿨	CSR	벨류체인기반	53.7
▶정각장애 소리찾기	Philanthropy	고객기반	40.74
▶장학사업	Philanthropy	고객기반	25.93

CSV로 분류된 사업은 경제적 가치와 사회적 가치가 동시에 창출된 것이다. 이 사업들은 소리, 정보통신기술 등의 특성을 가지고 있어 KT 대표사업들과 연계돼 시행되고 있었다. CSV로 분류된 사업은 사회적 가치 창출이 더 높았다. 이 사업들은 KT가 집중하고 있는 인력지원 사업 및 공간지원 사업의 성격을 가지고 있다. 지원에 중점을 두었기에 경제적 가치보다는 사회적 가치 상관성이 높게 나타난 것이다.

▶연구 성과

KT는 본 연구 참여를 통해 두 가지 성과를 거뒀다. 우선 CSV 사업 성과관리를 체계화할 수 있는 초석을 다졌다. 현재 KT에서 진행하고 있는 CSV 사업의 성과를 경제적 가치와 사회적 가치로 분류하고 9가지 사업의 상대적 위치를 확인했다. CSV 사업의 전략적 방향성을 검토하기 위한 기초 자료를 확보한 셈이다. 이후 KT는 중복지원으로 인한 인적, 물적, 예산 낭비를 예방하고 향후 사업 운영에서 타당성을 확보할 수 있게 됐다.

또 다른 성과는 KT만의 CSV 특징을 도출했다는 점이다. 성과평가 결과에서 CSV로 분류된 사업들을 보면, KT의 핵심역량인 정보통신기술과의 연계성이 높은 것을 확인할 수 있다. 즉, 기업의 주력사업과 연계해 해결할 수 있는 사회문제를 발굴하고 이를 비즈니스로 연결해 성과를 냈다는 점이다. 사회적 문제 해결과 기업의 이익 창출이라는 두 가지 가치를 동시에 창출해낸 사업이 높은 평가를 받았다는 것은, 기업의 사회적 역할이 기업의 기본 목표인 이윤 창출과도 이어질 수 있다는 것을 방증한다. 기업의 지속가능한 장기적 전략으로 CSV가 될 수 있다는 근거를 보여준 것이다.

*참고 문헌 - 『CSV 성과평가 지표의 개발 및 적용 '가치경영' 갈 길이 한눈에 보인다』 DBR에서 발췌 후 편집.

SDGs로 알아보는 기업윤리

SDGs(지속가능발전목표)의 등장 배경

2015년 UN 총회는 전 세계 인류 공동의 목표로 SDGs(Sustainable Development Goals)를 채택했다. 슬로건은 “단 한 사람도 소외되지 않는 것”으로, 2016년부터 2030년까지 선진국과 개발도상국이 함께 이행한다. 이 코너에서는 SDGs를 통해 우리 기업들이 어떻게 지속가능성을 확보해 나가고 있는지 살펴보고자 한다.

이번 호에서는 SDGs의 정의와 등장 배경, 17개의 목표는 어떤 것들이 있는지 짚어본다.

○ 국제개발협력의 시작

국가 간의 협력을 통해 인간의 인간다운 삶의 보장을 목표로 하는 국제개발협력은 역사적 이기도 국가 간의 전쟁으로부터 시작했다. 1948년 2차 대전 종식 후 미국이 전쟁으로 폐허가 된 유럽의 경제부흥을 위해 전개한 ‘마셜플랜’이 대표적인 국제개발 프로젝트다. OECD(경제협력개발기구)는 이러한 마셜플랜의 실행을 위해 조직된 유럽경제협력기구(OEEC)를 모태로 한다. 이후 재건에 성공한 유럽 국가들은 이제 UN과 함께 개발도상국을 대상으로 하는 국제개발협력을 본격적으로 주도하고 있다.

○ 국제개발협력의 목적

이처럼 국제개발협력의 시작은 전쟁 후의 적극적 원조다. 대개 식민사회에 대한 책임과 자원의 선점, 개발도상국의 빈곤에 대한 구제 등이 목적이었다. 경제발전이나 인프라의 건설보다는 인간 생존에 필수적인 식량, 식수, 교육, 보건 가치의 충족이 개발 활동의 중심에 있었다.

1986년 UN 총회에서 발전의 권리에 대한 선언이 채택되면서 국제개발협력은 전환점을 맞이했다. 사회적 문제 현상 자체보다 그 중심에 있는 개인의 권리 실현에 초점을 맞추기 시작한 것이다.

UN 발전권 선언 제1조 1항

"모든 인간과 국민은 경제적, 사회적, 문화적, 정치적 발전을 누리고, 기여하고, 참여할 자격이 있다"

즉 국가에 소속된 모든 개인들은 모든 종류의 인종, 피부색, 성, 언어, 종교, 정치적 또는 기타의 견해, 국가적 또는 사회적 출신, 부, 혈통 등에 의한 어떠한 종류의 차별도 당하지 않으며 각 국가들은 이를 위한 인권과 기본적 자유의 전 세계적 준수와 존중을 증진시킬 의무가 있다고 천명한 것이다. 발전의 목적은 인권과 인간의 기본적 자유의 실현에 있다.

○ SDGs의 채택

UN의 발전권 선언으로 빈곤과 사회문제가 인권의 영역이라는 국제적 공감대가 형성됐다. 그리고 비슷한 시기 UN은 2015년을 기점으로 8가지 목표를 가진 새천년 개발목표 MDGs를

채택했다. MDGs는 분명하고 간결한 목표를 제시했다는 긍정적인 평가와 인권침해, 불평등에 관한 논의는 부족했다는 아쉬움을 남겼다. 이러한 문제점을 개선해 2015년 이후 ‘지속가능성(Sustainability)’이라는 용어를 포함하여 SDGs(지속가능발전목표)가 탄생했다.

지속가능성(Sustainability)의 정의

"미래 시대의 수요 충족능력을 손상시키지 않으면서 현세대의 수요를 충족하는 것"

○ SDGs의 17가지 목표

Goal 1 : 모든형태의 빈곤종결

Goal 2 : 기아해소, 식량안보와 지속가능한 농업발전

Goal 3 : 건강 보장과 모든 연령대 인구의 복지증진

Goal 4 : 양질의 포괄적인 교육제공과 평생학습기회 제공

Goal 5 : 양성평등달성과 모든 여성과 여아의 역량강화

Goal 6 : 물과 위생의 보장 및 지속가능한 관리

Goal 7 : 적정가격의 지속가능한 에너지 제공

Goal 8 : 지속가능한 경제성장 및 양질의 일자리와 고용보장

Goal 9 : 사회기반시설 구축, 지속가능한 산업화 증진

Goal 10 : 국가 내, 국가 간의 불평등 해소

Goal 11 : 안전하고 복원력 있는 지속가능한 도시와 인간거주

Goal 12 : 지속가능한 소비와 생산 패턴 보장

Goal 13 : 기후변화에 대한 영향방지와 긴급조치

Goal 14 : 해양, 바다, 해양자원의 지속가능한 보존노력

Goal 15 : 육지생태계 보존과 삼림보존, 사막화방지, 생물다양성 유지

Goal 16 : 평화적, 포괄적 사회증진, 모두가 접근가능한 사법제도 제도와 포괄적 행정제도 확립

Goal 17 : 이 목표들의 이행수단 강화와 기업 및 의회, 국가 간의 글로벌파트너십 활성화



다음 호에서는 **SDGs(지속가능발전목표)**의 국내외 실천사례를 살펴보도록 하겠습니다.

국내 동향

1. 2020년 청렴정책 국민모니터단 모집(2020. 1. 30 ~ 2. 16)

국민권익위원회에서는 적극적인 참여를 통해 국민의 눈높이에서 반부패정책 및 제도를 점검하고 개선방안을 제시할 '청렴정책 국민모니터단'을 모집합니다.

- 모집 대상 : 일반국민 100명
- 주요 활동 : 토론회(주말 서울예정, 2회)참석·현장 모니터링 및 제안서 제출
- 활동 혜택 : 위촉장·수료증·참석수당 및 우수모니터 대상 위원장 표창 수여

※ 자세한 내용은 국민권익위원회 홈페이지 공지사항 참고

2. 국민 87.5%, 기업 사회공헌 체감도 '긍정' 평가

한국사회복지협의회가 '2019 사회공헌 백서'를 발간했다고 밝혔다. 2019 사회공헌 백서'는 국내 상위 100대 기업의 사회공헌 현황조사와 국민 및 이해관계자 설문조사를 바탕으로 한국을 좋은 사회로 만들기 위해 해결해야 하는 사회문제를 제시하고, 향후 기업이 주목해야 하는 사회적 가치를 담은 '2019 대한민국 사회공헌 지형도'를 제시했다.

전국 17개 도시 성인남녀 1500명을 대상으로 '기업 사회공헌 활동이 한국을 좋은 사회로 만드는데 미친 영향'에 대한 조사 결과, 국민의 87.5%가 긍정적으로 체감하고 있는 것으로 나타났다. 특히 20대부터 60대 이상까지 연령대가 높아질수록 사회공헌에 대한 긍정적인 체감도가 높아지는 특징을 보였다. 또한 국민의 88.4%가 지난 3년간 사회적 책임 활동(윤리적이고 사회적 책임을 다하는 기업의 상품구매, 기부, 헌혈, 사회책임투자, 자원봉사 등)에 '참여한 경험이 있다'고 답했다. 특히 '여성'의 경우 윤리적이고 사회적 책임을 다하는 기업의 상품을 선택하는 비율이 높았고, '남성'의 경우 자원봉사와 헌혈을 상대적으로 많이 하는 것으로 나타났다. '윤리적이고 사회적 책임을 다하는 기업의 상품'을 선택'하는 국민들은 상대적으로 30대와 60대 이상에서 많았고, 국민이 참여한 사회공헌 활동에 대한 만족도는 대체로 높게 나타났다.

*참고 - 조선일보, 2020.01.07

국민 87.5%, 기업 사회공헌 체감도 '긍정' 평가

http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2020/01/07/2020010703234.html

해외 동향

1. 유럽 복지 자원 총당, 연금개혁과 정년 연장

지난달 서울에서 열린 '2019 사회보장 국제 학술대회'에서는 '지속가능한 복지국가와 자원'이라는 주제로 지속가능한 복지 자원 방안을 놓고 경험과 대안이 공유됐다. 페르 에케펠트 유럽위원회(EC) 재정정책국 공공재정 지속가능성 분과장은 유럽의 인구 고령화에 비춰 한국에 연금 개혁 필요성과 정년 연장 고려 등을 제안했다.

에케펠트 분과장은 "유럽은 이제 고령화의 반을 통과했다고 할 정도로 한창"이라면서도 "그러나 연금은 개혁을 통해 정책이 지속가능성을 개선할 수 있다"고 딱 잘라 말했다. 그에 따르면 현재 유럽연합(EU) 회원국들은 국내총생산(GDP)의 12% 정도를 연금에 투입하고 있다. 이런 상황에서 연금 제도를 그대로 둘 경우 2070년이면 지금보다 7%포인트 늘어난 19%가량을 연금 급여에 쏟아붓게 될 전망이다. 여기에 베이비부머 세대의 은퇴가 본격화하면서 2040년까지 앞으로 20년간 평균 연금 지출액은 늘어날 것으로 보인다. 그가 제시하는 해법은 더 많은 사람이 더 오래 일할 수 있는 환경을 조성하는 복지국가 설계다. 2016년 기준 유럽연합의 법정 은퇴 연령은 65~67세다. 하지만 2070년이면 28개국 중 16개국이 정년을 67세 이상 높일 전망이다. 5개국은 70세 이상이 될 것으로 보인다. 결국 해법은 더 많은 사람이 더 오래 일할 수 있는 환경을 조성하는 복지국가 설계라는 것이다.

*참고 - 뉴시스, 2019.12.05

유럽은 복지 자원 어떻게 마련..."연금 개혁·정년 연장"

http://www.newsis.com/view/?id=NISX20191205_0000852084&cID=10201&pID=10200

2. 세계 최대 자산운용사, "투자 결정시 환경지속성 판단이 중심"

세계 최대 자산운용사인 미국 블랙록의 래리 핑크 최고경영자(CEO)는 14일(현지시간) "투자 전략을 결정하는 데 있어 기후변화 관련 위험과 대응을 중심에 두겠다"고 밝혔다. 블랙록은 7조 달러(약 8109조5000억 원)에 이르는 투자자산을 운용하고 있어 이런 방침은 전 세계적 투자 흐름은 물론 기업의 경영방식 변화에 적지 않은 영향을 미칠 것으로 보인다.

핑크 CEO는 석탄 생산기업을 포함해 환경 지속가능성과 관련해 '높은 위험'이 있는 기업에 대한 투자에서는 발을 빼기 시작할 것이라고 했다. 화석 연료 기업에 대한 투자를 피하는 새로운 펀드를 만들고 지속가능성에 진전이 없는 기업 경영진에 반대하는 의결권을 보다 공격적으로 행사하겠다는 것이다. 또한 기후변화는 전 세계의 블랙록 투자자들이 제기하는 톱 이슈라고도 밝혔다.

핑크 CEO는 기후변화가 수많은 금융위기와 다르다고 지적하며 "기후변화는 더 구조적이고 장기적인 위기이며 기업과 투자자, 정부는 중대한 자본 재배분을 준비해야 한다"고 강조했다.

*참고 - 헤럴드경제, 2020.01.15

'기업경영 비상'...블랙록 CEO "투자결정시 환경지속성 판단이 중심"

<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20200115000219>

<국내 행사>

윤경SM포럼 2월 정기모임

글로벌 기업의 감사 동향 및 사례를 발표하고 공유함.

주최 윤경SM포럼 사무국

일시 2020년 2월 20일(목) 7:30 ~ 9:00(조찬)

장소 웨라톤 서울 플라스 강남 호텔 (다이너스티 B룸)

<해외 행사>

UNGC Open Day (2020 UNGC 회원사 간담회) 개최 안내

2019년 UNGC에 가입한 신규회원사 혹은 변경된 담당자들을 초청해 지속가능경영 동향 및 UNGC 주요 사업에 대해 안내함.

주최 UNGC(유엔글로벌콤팩트 한국협회)

일시 2020.01.16(목) / 1.31(금) / 2.7(금) / 2.14(금) 오후 3시 30분~5시 30분

장소 UNGC 한국협회 사무처(시정역 순화빌딩)

문화 속 기업윤리

지속가능성은 어디서 오는가 - 『골든아워』

“환자 분은 이제 일상생활 잘 하시죠?” “애들 아빠는 돌아가셨어요.” 노동자 계층의 중증외상 환자가 회복하여 업무에 복귀했다가 다시 다쳐 실려오는 경우는 많았다. 그렇다고 해도 이번에는 너무 빨랐고, 치명적이었다. -<골든아워1(이국종 저)> 중에서

중증외상환자 한 명을 살리려면 수십 명의 전문 의료진이 필요하다. 의료 인력과 설비를 운영하기 위해서는 돈이 있어야 한다. 애초에 중증외상의 위협에 노출된 이들은 가난한 노동자들이다. 그러니 환자를 살릴수록 병원은 손해를 본다. 손해를 메꾸는 것은 국가보조금, 기부금, 다른 과에서 올린 매출, 그리고 외상센터 의료진들의 삶 자체다. 정부가 도입한 52시간제에 의하면 외상센터는 당장 문 닫아야 할 최악의 일터다. 수익성이 낮으니 적정 인력을 고용할 수 없기 때문이다. 많은 이들이 유산했고 더 많은 이들이 사직했다. 외상센터 리소스를 암센터 등 다른 곳에 투입하면 더 '효율적'이라는 것도 엄연한 사실이다.

이국종 교수는 외상센터에 지속가능성이 없다고 말한다. 지속가능하기 위해서는 자원이 필요하고 자본주의 경제에서 자원은 곧 돈이다. 예산은 한정되어 있고 외상센터를 유지하려면 누군가 지금보다 더 불편해져야 한다.

지속가능성은 그냥 주어지지 않는다. 기업이 좀 덜 벌더라도 사회적 가치를 추구하는 것. 좀 더 불편하더라도 그런 기업을 찾아 소비하는 것. 지속가능성은 이러한 개인의 인내에서 온다. 지금 우리에게 필요한 것은 영웅 만들기가 아니라 더 나은 미래를 위해 불편을 감수하는 사회적 신뢰가 아닐까.



생과 사의 경계, 중증외상센터의 기록 2010-2015 골든아워1



이미지출처:<http://www.kyobobook.co.kr/product/detailViewKor.laf?ejkGb=KOR&mallGb=KOR&barcode=9788965962823&orderClick=LAG&Kc=#N>

지식1g

사회적 가치 및 지속가능성 측정도구

지속가능발전목표경영지수(SDGBI: Sustainable Development Goals Business Index)
2016년부터 시행 중인 유엔 SDGs 기반의 경영분석 지수. 지속가능발전목표를 위한 유엔의 17개 항목에 가장 부합하는 경영 활동을 하는 기업을 선정한다.

사회적가치지표(SVI: Social Value Index)
고용노동부 산하 공공기관인 한국사회적기업진흥원이 만든 지표로 사회적가치추구조직이 이룬 사회적 성과를 측정한다. 일자리 창출 숫자가 중요.

더블바텀라인(DBL: Double Bottom Line)
기존의 재무적인 경영 성과 이외에 사회적 가치 창출을 함께 측정하고 관리하는 측정도구.

'기업 청렴경영 교육과정' 수요조사 안내

국민권익위원회에서는 기업의 청렴·윤리경영 문화 확산 및 정착을 지원하기 위하여 전문가 양성과정, 맞춤형 방문교육, 대기업 협력업체 방문교육을 실시하고자 하오니 관심 있는 기업의 많은 참여바랍니다.

- ① **전문가 양성과정** : 청렴·윤리경영 전문교육을 받은 기업담당자가 사내 및 협력업체 임직원을 대상으로 교육 할 수 있도록 전문가를 양성하는 교육

※ 5월 마지막주에 1일 집합교육으로 진행되며 인원제한 없음

- ② **기업 방문교육** : 교육수요가 많은 기업을 대상으로 기업의 업무부담 경감과 편의제공을 위해 직접 기업을 찾아가는 교육

- ③ **대기업 협력업체 교육** : 대기업의 협력사 정기교육 시 청렴경영 교육을 실시하고자 하는 기업을 대상으로 하는 교육

- ▶ 수요조사 : 2020. 2. 14.(금) 까지 (전 과정 무료)
- ▶ 신청서 : 기업윤리 브리프스 웹진 및 권익위 홈페이지 공지사항 참고
- ▶ 제출처 : nansay@korea.kr(문의 : 044-200-7166)

독자퀴즈

Q. 다음 중 이번 호의 주제인 기업의 CSV 사업이라고 할 수 없는 것은?

- ① 시니어 시장 활성화를 위해 시니어들을 고용함
- ② 낙도 어린이들을 위한 도서관 건립
- ③ 폐지 수거 노인들의 리어카에 지역 소상공인들의 광고를 유료로 유치
- ④ 지역 농가와 계약을 통해 고품질의 식자재를 안정적으로 공급받음

● 지난 호 정답 : ②번

● 정답 제출처 : 국민권익위원회 민간협력담당관실(acrcbusinessethics@gmail.com)

* 성함, 주소(상품권 수령지), 연락처를 보내주세요(22일까지)

정답을 보내주신 분 중 5명을 추첨하여 문화상품권을 보내드립니다.

● 지난 호 정답자는 이연호 님, 윤자원 님, 서예림 님, 김영민 님, 노영경 님입니다. 축하드립니다!