

## 2021년 기업윤리 브리프스 <1월>

주제: 포스트 코로나 시대, 기업의 역할

기업가치를 높이는 청렴경영 가이드

### Cover Story

포스트 코로나란, 코로나19 사태 이후의 세계를 의미합니다. 자가격리, 사회적 거리두기, 재택근무 등 새로운 사회문화적 현상과 함께 소비 행태도 급변하면서, 전문가들은 코로나 이전의 세계로는 돌아갈 수 없다고 말하고 있습니다. 코로나19는 양극화, 불평등, 공공의료, 환경오염, 교육문제 등 고질적인 사회문제를 심화시켰습니다. 소비자이자 시민들은 이러한 병폐 해결에 기업이 보다 적극적으로 나설 것을 요구하고 있습니다. 기업 또한 글로벌 공급망 붕괴와 경제적 불확실성을 야기한 코로나19 사태로 공공 인프라의 중요성을 인지하고 이해관계자 자본주의와 같은 뉴노멀에 대비하고 있습니다.

이번 호에서는 코로나19 극복을 위한 기업들의 노력과 포스트 코로나 시대의 올바른 경영 전략을 살펴보고자 합니다.

### Contents

1. 전문가코칭 - “포스트 코로나 시대, 기업의 역할”
2. 사례돌보기 - “코로나19 극복을 위한 기업의 노력”
3. 보고서리뷰 - “포스트 코로나, 뉴노멀 시대의 사회적 가치 경영”
4. 중소기업 CSR 백서 - “중소기업을 위한 CSR(기업의 사회적 책임) 백서(ACT\_개선)”
5. 국내외 동향
6. 행사소식
7. 문화 속의 기업윤리 - “예고된 재난, 어떻게 피할 것인가 - 『미래수업』”
8. 지식 1g - “포스트 코로나 시대의 5대 소비 집단”
9. 독자에게 물었습니다
10. 독자퀴즈

전문가 코칭

포스트 코로나 시대, 기업의 역할



산업연구원 장지상 원장

포스트 코로나 시대의 뉴노멀은 무엇이며, 감염병 확산 시기에 지속가능경영과 사회적 가치가 강조되고 있는 이유는 무엇일까요?

뉴노멀은 이전에는 일상생활에서 예외적인 것으로 치부되던 현상이나 행동이 자연스럽게 당연한 것으로 받아들여지는 상황을 말합니다. 예컨대 비대면 수업이나 재택근무는 이전 같으면 아예 없었거나 특별한 경우에만 실시되었습니다. 그러나 코로나19 이후에는 일상적으로 시행되고 있으며 사람들도 당연하게 받아들이고 적응해가고 있습니다. 이처럼 코로나19로 인한 충격은 사람들의 행동과 관습을 바꾸고 있습니다. 자연히 경제 및 산업의 구조와 행태도 크게 달라질 것입니다. 뉴노멀은 코로나19 이후 달라질 사회의 모습을 통칭하는 용어이지만, 현재로서는 그 구체적인 모습을 단언하기가 어렵습니다. 다만 디지털 경제, 친환경·녹색경제, 연대와 협력에 입각한 포용경제로 전환하는 세 가지 경향에 대해서는 전문가들의 의견이 일치하고 있습니다.

코로나19로 보건 위기와 함께 수요·공급의 동시 충격으로 인한 경제·산업위기를 겪으면서 두 가지 사실이 분명해졌습니다. 하나는 보건·환경위기를 해결하지 않으면 경제적 번영도 위협받을 수 있다는 점입니다. 기업도 오염물질과 이산화탄소의 배출량을 줄이지 않으면 미래의 존속 자체가 불확실해지는 사회가 되는 것입니다. 이것이 바로 지속가능경영이 강조되는 배경입니다. 다른 하나는 감염병 확산의 차단에는 개인이나 개별 기업 및 국가 차원의 방역 노력도 중요하지만, 개인과 기업 그리고 국가 간의 연대와 협력이 없으면 개별적인 노력이 무용지물이 된다는 점입니다. 기업도 주주를 위한 이윤추구와 함께 시민사회의 구성원으로서 수요자와 협력회사 그리고 지역사회와 국가 등 다양한 이해관계자와 연대·협력하지 않으면 살아남을 수 없는 사회가 되었으며, 이것이 바로 사회적 가치가 강조되는 배경이라 할

수 있습니다.

포스트 코로나 시대 기업의 역할은 무엇이며, 기업이 생존하기 위해서는 어떠한 노력을 해야 할까요?

포스트 코로나 시대의 경제는 중장기적으로 디지털 경제, 친환경·녹색경제, 연대와 협력에 입각한 포용경제로 전환될 것입니다. 포스트 코로나 시대의 기업은 소극적으로는 이러한 경제구조의 전환에 적응하여 자신의 생존과 성장을 도모하고, 적극적으로는 자신의 비즈니스 전 과정을 혁신하여 경제구조의 전환과정을 선도해야 합니다. 거시적 경제구조의 전환은 미시적으로 개별 기업과 산업의 구조 전환으로 실현되는 것입니다. 한국경제가 경공업에서 중화학공업 그리고 첨단 정보산업에 이르기까지 선진공업국의 추격에 성공한 것은 기업들이 변화하는 환경에 따라 혁신에 매진해온 결과라 할 수 있습니다. 지금 한국경제는 포스트 코로나 시대를 맞아 거대한 전환점에 직면해 있습니다. 기업은 새롭게 전개될 뉴노멀에 대한 객관적 예측을 바탕으로 자신의 비즈니스를 혁신함으로써 자신의 성장을 도모하고 경제구조 전환의 일익을 담당해야 합니다.

이를 위해 첫째, 기업은 자신이 영위하는 사업 전반의 디지털 전환에 힘써야 할 것입니다. 제조공정의 디지털화로 생산성을 높이고, 나아가 이를 제품의 기획과 설계, 주문과 사후 서비스 등 가치사슬 전반으로 연결하는 디지털 혁신을 이루어야 합니다. 둘째, 경영패러다임을 친환경적으로 바꾸어야 합니다. 오염물질의 관리와 이산화탄소 배출 감소를 위한 기술개발과 설비투자를 비용으로 간주할 것이 아니라, 지속가능경영 및 새로운 사업 기회의 창출을 위한 투자로 인식하는 자세가 필요합니다. 셋째, 이윤추구에만 매몰되지 말고 연대와 협력의 공생 가치의 실현에도 노력해야 합니다. 전 세계 기관투자자들이 ESG(환경·사회·지배구조) 평가를 금융상품 운용에 활용하는 데서 알 수 있듯이, 기업경영의 패러다임이 주주의 이익을 극대화하는 '주주자본주의(Shareholder Capitalism)'에서 이해관계자와의 공생을 강조하는 '이해관계자자본주의(Stakeholder Capitalism)'로 바뀌고 있는 것이 세계적인 흐름입니다. 이러한 글로벌 경영패러다임의 변화를 외면하면 기업은 성장은커녕 존속도 장담할 수 없음을 알아야 합니다.

## 사례들보기

### 코로나19 극복을 위한 기업의 노력

지난해 3월, 코스피는 폭락을 거듭하며 1400까지 추락했다. 미국 등 각국의 증시도 개장 직후 급락하며 서킷 브레이커가 발동됐다. 원유 선물 거래는 사상 초유의 마이너스 가격을 기록했다. 원유를 가져가주면 돈을 주겠다는 의미다. 팔리지 않는 원유를 보관할 장소가 없어 보관비용이 폭등했기 때문이다. 이토록 세계경제가 패닉에 빠졌던 이유는 코로나19의 팬데믹 때문이다. 감염병의 확산은 촘촘히 이어져 있던 글로벌 공급망을 붕괴시켰고 소규모 지역경제도 망가뜨렸다. 의료, 안전, 보건, 교육 등 공공 인프라의 회복 없이는 기업의 회생도 묘연해졌다. 코로나19는 사회와 기업이 운명 공동체임을 명확히 증명한 셈이다. 이번 사례들보기에서는 코로나19에 대응해 생존을 도모하고 공동체의 안전을 위해서도 노력한 기업들의 사례를 살펴보고자 한다.

#### ▶ 월마트

월마트는 미국 최대 소매 유통업체로 2020년 매출 규모 세계 1위 기업이다. 코로나19는 실업률 증가, 소매심리 위축, 온라인 쇼핑으로의 급속한 전환으로 이어지며 월마트는 위기를 맞았다. 월마트는 온오프라인을 연계한 쇼핑채널을 개설하고 재택거리 조치로 인한 수요 폭증에 대비하기 위해 종업원들에게 인센티브를 제공하고 보너스 지급일을 앞당겼다. 또한 직원 안전을 위해 무료 원격의료서비스, 비상 휴가 정책 마련, 마스크 및 장갑, 계산대에 보호스크린 등을 제공하고 사무실 인력에게는 재택근무를 실시했다. 또한 노인과 기저질환자 같은 코로나19 취약계층을 위해 전용 쇼핑 시간을 지정하고 주차장 안에서 물건을 주문하면 직원이 물건을 가져다주는 비접촉식 서비스를 제공했다.

#### ▶ 포드자동차

포드자동차는 인류의 자동차 역사를 대표하는 미국의 자동차 제조·판매 기업으로 2019년 매출액 기준 미국 최대 자동차 기업이다. 코로나19로 제조공장 조업 중단, 글로벌 공급망 붕괴에 따른 부품조달 차질, 완성차 수요 급감 등으로 위기에 직면했다. 포드자동차는 전 세계적으로도 최악으로 곱히는 미국의 코로나19 확산 사태를 저지하기 위해 미국 내 자동차 생산 라인을 자동차 대신 방역용품 생산 시설로 신속히 전환하여 정부와 의료기관에 제품을 공급했다. 3M과의 협업을 통해 인공호흡기를 개발하고, 미국 자동차노동조합과 함께 인공호흡기와 마스크 등을 생산했다. 공급업체와는 에어백 소재를 활용해 재사용 가능한 가운을 제조했고 과학장비 기업을 지원해 코로나19 진단 키트 생산에 기여했다. 또한 차량 내부 온도를 높여 살균하는 소프트웨어 패치를 개발해 뉴욕시 경찰차에 설치했으며, 오하이오 주립대학과 협업을 통해 차량 내부 온도를 섭씨 55.6도까지 올려 15분간 유지, 바이러스를 제거하는 소프트웨어를 개발했다. 생산성 향상을 위해 직원 간 거리두기가 가능하도록 근무 시스템을 변경하고 사무직 안전을 위한 재택근무도 실시했다.

#### ▶ 소니

소니는 전자기기 및 반도체 제조, 게임, 금융, 엔터테인먼트 등 다양한 사업을 전개하고 있는 일본의 기업이다. 소니의 거래처 중 다수가 중국에서 부품을 생산 중이었던 관계로, 코로

나19의 발발은 제조업 분야의 손해로 이어졌다. 그러나 다양한 사업 포트폴리오로 인해 콘텐츠 분야에서는 이익을 낼 수 있었다. 소니는 게임·교육·영상 등 경쟁력 있는 자사의 콘텐츠를 무료로 배포하여 사회적 거리두기와 자가 격리 중인 시민들에게 기여하였으며, 자사의 생산설비를 활용해 페이스마스크, 인공호흡기를 생산하고 증강현실 및 가상현실 기술을 활용한 진단 솔루션을 제공하는 등 의료기관을 지원하기도 했다.

#### ▶ DBS

DBS(싱가포르개발은행)는 싱가포르 최대 은행이자 2019년 기준 싱가포르 주식시장 시총 1위의 대기업이다. DBS는 코로나19로 인해 침체된 실물경제로 예상되는 신용리스크를 관리하는 한편, 원활한 사회적 거리두기를 위해 디지털 금융 서비스를 확대했다. 개인·기업의 대출 상환기간과 주택담보대출 원금의 변제를 유예하고 신용카드 이자율도 조정하여 채무상환 부담을 완화시켰다. 중소기업의 유동성 확보를 위해 온라인으로 일정 금액까지 무담보 대출을 해주었으며, 중소기업의 업무 디지털화를 지원하는 전용 솔루션을 개발하기도 했다.

#### ▶ 셀트리온

셀트리온은 항암제 등 각종 단백질 치료제를 개발, 생산하는 우리나라의 생명공학 기업이다. 코로나19의 발생 이후 치료제 개발에 몰두해온 셀트리온은 지난 12월 식품의약품안전처로부터 자체 개발한 코로나19의 항체 치료제의 치료목적 사용을 승인 받았다. 이미 셀트리온의 치료제는 임상 2상 단계에서 코로나19의 경증 및 중증 환자 대상으로 투약이 완료된 바 있다. 기술력과 경험이 풍부한 다국적 제약사들이 코로나19의 연구에 뛰어들어 상황에서 기업 전체의 리스크를 감수하고 치료제 개발에 투자할 수 있었던 배경에는, 재난 극복과 국산 치료제 확보를 위한 경영진의 강력한 의지가 있었다. 셀트리온 측은 치료제의 공평한 보급을 위해 국내에는 원가 수준으로, 해외에도 경쟁업체보다는 저렴한 가격으로 공급할 것이라고 밝혔다.

#### ▶ 금복주

금복주는 우리나라의 소주 제조업체로 본사는 대구에 위치한 향토기업이다. 금복주는 지난 3월 대구경북 지역에서 급속히 확산된 코로나19에 대응하기 위해 손소독제 등으로 사용할 수 있는 주정 40톤을 대구경북 지방자치단체에 전달했다. 희석식 소주의 주원료인 주정은 에탄올 95%로 손소독제와 알코올솜에 쓰이는 에탄올과 주성분이 동일하다. 코로나19가 확산되면서 소독용 알코올과 알코올솜이 품귀 현상을 빚고 가격도 폭등하자 회사 차원에서 사업의 주원료를 기부한 것이다. 관계부처는 금복주가 기부한 주정을 방역용으로 사용할 수 있도록 승인했다.

#### 공동체의 회복이 곧 기업의 회복

이처럼 기업들은 전대미문의 감염병 사태라는 재난을 극복하기 위해 자사의 핵심역량을 총동원하고 있다. CSR(기업의 사회적 책임) 활동이 기업 이미지 제고에 효과적인 이유도 있지만, 사회가 일상으로 돌아가지 못하면 기업도 정상적인 경영 활동이 불가능하기 때문이다. 기업 또한 사회를 이루는 구성원인 것이다.

전문가들은 코로나19 이전의 세계로는 돌아가지 못할 것이라고 말하고 있다. 코로나19를 겪

으며 우리는 환경, 건강, 안전, 신뢰 같은 보다 본질적인 가치에 주목하게 됐다. 기업은 다가올 포스트 코로나 시대에 어떠한 경영 전략을 가지고 소비자이자 공동체 구성원들에게 다가 가야 할지 숙고해야 할 것이다.

\*자세한 참고자료 리스트는 국민권익위원회 홈페이지 웹진 내 PDF파일을 참고하시기 바랍니다.

*글로벌 기업의 코로나19 대응사례와 포스트 코로나 新전략 - 코트라*

*서정진 셀트리온 회장 "코로나 걱정 없는 나라 만들겠다"*  
<https://moneys.mt.co.kr/news/mwView.php?no=2020112714338010801&outlink=1>

*국산 코로나 치료제 개발 성과 목전... "내년 초 상용화 전망"*  
<http://biz.newdaily.co.kr/site/data/html/2020/12/10/2020121000219.html>

*식약처, 셀트리온 코로나 항체치료제 승인... 아산병원서 처방*  
<https://www.hankyung.com/society/article/2020121511567>

*금복주, 신종코로나 소독제용 주정 40톤 지원*  
<https://www.hankookilbo.com/News/Read/202003101761319590>

## 유리연구소-보고서 리뷰

### 포스트 코로나, 뉴노멀 시대의 사회적 가치 경영

지난 12월 10일 문재인 대통령은 TV 생중계를 통해 '2050 대한민국 탄소중립 비전'을 선언했다. 탄소중립이란 배출하는 이산화탄소의 양에 맞는 환경보호 활동을 통해 실질 배출량을 제로(0)로 만드는 것을 의미한다. 정부가 이러한 대국민 선언을 한 이유는 코로나19를 겪으며 지속가능성, 즉 사회적 가치가 국제사회의 새로운 기준으로 떠올랐기 때문이다. 이미 유럽연합을 필두로 주요국들은 탄소 국경세 도입을 준비하는 등 친환경 기업 위주로 거래와 투자를 제한하려는 움직임을 보이고 있다. 제조업 비중이 높은 한국경제에 이러한 패러다임의 변화는 쉽지 않은 도전이다.

이번 보고서 리뷰에서는 포스트 코로나 시대에 우리 기업들이 왜 사회적 가치 경영에 관심을 가지고 실천해야 하는지 그 이유를 알아보려 한다.

#### ▶ 사회적 가치 경영의 대두

**사회적 가치 창출 경영이란 이해관계자 중심으로 장기적인 성장을 고려하는 ESG(환경·사회·지배구조) 기반 경영을 의미한다.** 단기적 수익 달성을 목표로 했던 과거의 경영 기조와는 전혀 다른 형태의 전략이다. 2008년 글로벌 금융위기 이후 꾸준히 대두됐던 기업의 사회적 책임, 동반성장, 공유가치창출 등의 경영 전략에서 발전해온 모델이라고 할 수 있다.

#### ▶ 코로나19 위기에서 주목받는 사회적 가치

금융위기라는 일종의 재난 상황에서 촉발된 기업의 사회적 가치 창출 요구는 코로나19 사태를 계기로 더욱 거세지고 있다. 실제로 전 세계 전문가들은 코로나19로 기업이 새로운 경영환경(New Normal) 시대를 맞을 것으로 전망하고 있다. 코로나19는 글로벌 공급망의 붕괴, 공공의료·공교육·대중교통 등 안전하고 신뢰할 수 있는 공공 인프라의 중요성을 상기시켰을 뿐 아니라 양극화, 불평등, 차별 등과 같은 고질적인 사회문제도 심화시켰다. 이와 같은 **코로나19로 인한 경제적·사회적 영향은 2차 대전 이후 가장 큰 규모로 모든 분야에 영향을 미칠 것으로 보인다.** 실제로 각국 정부는 공급망 붕괴와 소비 위축으로 닥칠 경제위기를 극복하기 위해 모든 역량을 동원하고 있다.

#### ▶ 포스트 코로나 시대를 위한 ESG 경영전략

이처럼 코로나19로 세계는 새로운 패러다임으로의 대전환을 눈앞에 두고 있다. 우리 기업들도 또한 생존을 위해서 전통적인 경영 방식에서 벗어나 포스트 코로나 시대에 맞는 새로운 경영전략을 수립하고 도입할 필요가 있다. 지금까지 경험해 본 적 없는 변화와 위기 속에서 그 어떤 기업이라도 지속적인 생존과 성장을 장담할 수는 없을 것이다. 그렇다고 막대한 자원을 투입해 수많은 변수를 예측하고 대응하는 것 또한 어려운 일이다. 따라서 이제 기업은 위기에 빠지더라도 이를 신속히 극복하고 더 크게 도약할 수 있는 '사후적 회복력(Enterprise Resilience)' 증대에 관심을 가질 필요가 있다. 이때 유효한 것이 ESG 기반의 사회적 가치 전략이다. **ESG 중심 전략은 기업의 구조적 회복탄력(Structural Resilience)을 높이는 데 기여하고, 평상시 기업과 이해관계자의 사회적 결속(Social Cohesion)을 증대시켜 기업**

이 위기에 처했을 때 회복할 수 있는 장치가 된다. 기업이 '주주가치 보호'를 위해서는 주주 뿐만 아니라 '이해관계자' 모두를 고려한 시장의 'Pie'를 키울 수 있는 전략에 힘써야 하는 이유인 것이다.

▶ **포스트 코로나 시대, 사회적 가치 경영을 해야 하는 이유**

코로나19 이후 사회적 가치 경영에 적극적인 관심을 가져야 하는 이유는 세 가지로 볼 수 있다.

**첫째, 코로나19 위기로 건강(Health)과 안전(Safety guard) 등 기업이 해결해야 할 사회적 이슈에 대한 관심이 커지고 있다.** 기업은 핵심 이해관계자가 요구하는 사회적 문제 해결에 대해 밸류체인(가치사슬, Value Chain) 전반에 걸쳐 고려해야 한다. 이는 기업의 제품 및 서비스 경쟁력과도 연계된다. 투자자들은 기업이 사회적 문제를 어떻게 다루는지 더욱 관심 있게 지켜볼 것이다.

**둘째, 사회적 가치 성과를 고려한 ESG 투자 확대도 가속화될 예정이다.** 코로나19 위기에서도 ESG 성과가 우수한 기업들의 주가는 벤치마크<sup>1)</sup> 대비 높은 수익률을 보이고 있다. MSC I<sup>2)</sup>에 따르면, ESG 등급이 높은 회사채와 주식은 최근 MSCI 벤치마크를 크게 앞질렀으며, 코로나19 여파에 따른 증시 하락에도 MSCI ESG 'Leaders'의 유럽 지수 낙폭은 시장 평균 대비 7% 낮은 것으로 나타났다. 또한 ESG 중 G(Governance, 지배구조) 개선이 우수한 기업의 최고경영진들은 사회적 가치를 고려한 경영 비전과 전략으로 코로나19와 같은 충격에 대비하고 회복하는 역량이 더 우수할 것으로 인식되고 있다. S&P<sup>3)</sup>가 ESG 투자 자산이 많은 미국 상위 17개 기업을 조사한 결과, 이중 12개가 S&P 500보다 높은 수익률을 기록했다. 뿐만 아니라 코로나19에도 미국 ESG EFT<sup>4)</sup> 누적 수익률은 지속적으로 증가하고 있다.

**셋째, 사회적 가치는 기업의 지속적인 성장을 위한 새로운 경영 패러다임이다.** 비단 코로나19와 같은 사회적 위기 대응만을 위한 것이 아니다. 2019년 미국 200대 대기업 최고경영자로 구성된 BRT(Business Round Table) 협의체에서는 "회사는 주주를 위해 존재한다"는 주주 우선 원칙을 폐지했다. 기업이 고객, 투자자, 구성원, 협력사, 지역사회, 정부 등 다양한 이해관계자들의 가치를 함께 고려해야만 기업이 지속 가능해지고 결국 주주가치도 보호된다는 이유에서다. 즉, 기업이 사회적 존재 의미를 깊이 인식해야 하며 핵심 이해관계자들의 사회적 문제해결 요구를 바탕으로 하는 기업 경영 필요성을 강조한 것이다. 이를 뒷받침하기 위한 의사결정 및 성과 체계, 사업장 운영, 제품/서비스, 일하는 방식 등의 변화가 이뤄져야 한다.

실제로 코로나19 위기에서도 사회적 가치 경영을 추진하는 기업들의 재무적 성과는 높았다.

**사회적 가치 경영을 추진한 주요 기업들의 재무적 성과**

구글(Alphabet Google)	코로나19 기간 주가 11% 상승 (19년 4분기~20년 5월)	▶ <b>견고한 사업 포트폴리오 구축</b> 전통적인 광고, 플랫폼 사업
---------------------	--	---

		외 생명공학, 온라인 교육, 헬스케어 등 사회적 가치 창출 가능한 사업 포트폴리오 확보
애브비(Abbvie)	코로나19 기간 순이익 7.1% 상승 (19년 4분기~20년 1분기)	▶ <b>헬스케어 사업 오픈 이노베이션</b> 코로나19 대안 치료제 '칼레트라'의 제네릭(복제약) 사용을 위한 조치로 자사 글로벌 특허권 포기 선언
필립스(Philips)	코로나19 기간 주가 0.8% 상승 (20년 2월~20년 5월)	▶ <b>기후변화 대응 강화</b> 친환경 제품 판매액 총 매출 대비 15% 달성 배출 폐기물 90% 재활용

▶ **사회적 가치는 글로벌 표준**

이미 주요국들이 사회적 가치 중심으로의 대전환을 확정하고 본격적인 규제와 제도를 도입하고 있다. 이제 사회적 가치 경영은 명실상부한 글로벌 표준이 된 것이다. 이에 미치지 못한다면 수출 위주의 우리 기업들은 코로나19 이후 또 다른 위기에 빠질 수도 있다. 다가올 포스트 코로나 시대에 사회적 가치 창출을 혁신의 기조로 삼아야 하는 이유다.

\*참고 자료 - 『포스트 코로나, 뉴노멀 시대의 '사회적 가치' 경영』 CEONEWS에서 발췌 후 편집

1) '비교평가 대상'으로 성공한 기업 또는 높은 성과를 내는 기업의 경영방침, 기업활동을 자사의 경영에 참고하기 위해 하나의 지침으로 삼아 경영활동을 하는 것을 의미.  
2) 모건스탠리 캐피털 인터내셔널(MSCI)이 발표하는 세계 주가지수.  
3) 세계적인 신용, 금융분석 및 신용등급기관.  
4) KOSPI200, KOSPI50과 같은 특정지수의 수익률을 얻을 수 있도록 설계된 지수연동형 펀드.

## 중소기업을 위한 지속가능경영 백서

### 중소기업을 위한 CSR(기업의 사회적 책임) 백서 (ACT\_개선)

『중소기업을 위한 CSR 백서』는 중소기업이 CSR(Corporate Sustainable Responsibility, 기업의 사회적 책임), 나아가 지속가능경영을 실천해야 하는 이유와 방법을 소개하고 있다. 구성의 짜임새와 효율적인 실무 적용을 위해 생산 및 품질관리 방법론 중 하나인 PDCA의 사이클을 차용했다. 이번 호는 마지막 순서인 네 번째 ACT(개선) 단계로, CSR 활동 개선에 참고할 수 있는 해외 중소기업 CSR 활성화 전략을 살펴보고, 지금까지 소개한 각 단계 별 내용을 간단히 정리해보고자 한다.

PLAN(계획)	DO(실행)	CHECK(평가)	ACT(개선)
목표를 설정하고 업무 계획을 작성. 문제의 원인 분석과 해결의 기회 모색.	세웠던 계획을 실제로 해보는 단계.	계획에 따라 잘 실행되었는지 측정·평가하는 단계.	실시 결과를 검토하고 업무를 개선하는 단계.

#### ○ 해외의 중소기업 CSR 활성화 전략

최근 RE100<sup>5)</sup>과 같은 글로벌 이니셔티브의 등장으로 CSR은 사실상 필수적·강제적으로 요구되고 있다. 이는 추후 보호무역 조치로까지 활용될 수 있어 선제적으로 대응하지 않으면 국가 경쟁력의 하락으로도 이어질 수 있다. 따라서 해외에서는 중소기업 CSR을 활성화하기 위한 움직임이 전개되고 있다.

#### 독일

독일은 CSR을 국가와 기업의 경쟁력을 높일 수 있는 수단으로 보고 정부 주도로 관련 정책을 추진하고 있다. 2010년 10월 발표한 'CSR Action Plan'이다. CSR Action Plan은 CSR 실천을 위한 정보와 경험을 공유하고 정책 발굴 등을 위한 재계-정계-지역사회 간 네트워크 구축에 초점을 맞추고 있으며, 중소기업의 CSR 참여 확대를 세부 목표로 추진하고 있다.

#### 독일 CSR Action Plan 중 중소기업 관련

핵심	주요 내용
인증	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품질 인증으로 사용되던 'Made in Germany'를 CSR과 연계하여 'CSR-Made in Germany'로 재부각</li> <li>• 공공 입찰·구매 과정에서 우대하고, 수출 시 마케팅 수단으로 활용하 게끔 지원</li> </ul>
네트워크	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역적 차원에서 대기업, 중소기업 간 CSR 정보와 경험을 공유할 수 있는 모임 추진</li> </ul>
교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제기구와 연계하여 중소기업의 CSR 관련 조사·연구 지속 수행</li> <li>• 중소기업을 대상으로 CSR 교육 프로그램(E-러닝) 마련</li> </ul>

5) Renewable Energy 100%라는 의미로 기업이 사용하는 전력의 100%를 태양광, 풍력 등 재생에너지로 조달하겠다는 국제 캠페인.

•시민 및 학교를 대상으로 CSR 교육 시행

#### 일본

일본은 지방자치단체와 산업계가 생존과 상생을 위한 수단으로 중소기업 CSR 활성화를 자발적으로 추진하고 있다. 요코하마, 우쓰노미야, 가와구치, 사이타마 등의 지자체에서는 CSR 인증 제도를 운영하고 있으며 산업계에서는 전일본인쇄연합이 2013년부터 산업계 최초로 자체적으로 CSR 인증 제도를 도입했다.

#### ○ 단계별 CSR 실천 전략

지금까지 PDCA 사이클을 차용해 CSR 실천 전략을 알아보았다.

#### PLAN(계획)\_중소기업이 CSR을 실천해야 하는 이유

세계 주요국들을 중심으로 국제사회가 분쟁지역 광물 거래의 제한, 일정 규모 이상 기업의 ESG(환경·사회·지배구조) 정보 공시 의무화 등 CSR을 제도화하고 있다. 글로벌 대기업들은 이미지 및 리스크 관리를 위해 공급망에도 CSR을 적용하기 시작했으며, 개발도상국에서도 CSR 촉구 움직임이 확산되면서 비용절감을 위해 개발도상국에 진출한 중소기업들도 CSR에서 자유로울 수 없게 되었다.

#### DO(실행)\_CSR을 체계적으로 실천할 수 있는 인증의 필요성

중소기업이 경쟁력을 가지고 비즈니스를 하기 위해서는 글로벌 공급망에 부합하는 자격을 갖출 필요가 있다. 이를 증명하기 위해서는 관련 인증 취득이 유효하다. 정부 기관이 주관하는 인증으로는 환경표지 인증, 장애인표준사업장 인증, 소비자중심경영 인증 등이 있다. 업태와 사업전략에 맞는 인증을 취득하면 기업 경쟁력을 제고하고 혜택도 받을 수 있다.

#### CHECK(평가)\_CSR 활동을 평가·공시하는 CSR 보고

CSR 보고란 조직의 긍정적, 부정적 요소를 모두 포함하여 조직의 경제적, 환경적, 사회적 성과를 이해관계자에게 보고하는 것을 의미한다. 경제적 성과 중심으로 주주와 투자자에게 보고하는 사업보고서와는 차이가 있다.

CSR 보고로 조직 내부적으로는 회사의 강·약점을 분석해 경영 프로세스를 개선할 수 있으며, 임직원의 로열티 제고가 가능하다. 외부적으로는 대외인지도 향상과 대기업 협력사 평가 시 매력적인 협력업체로 인식될 수 있다.

#### ACT(개선)\_중소기업 CSR 활동 개선을 위한 해외 사례

독일은 국가 주도로 대기업과 중소기업을 연계시켜 CSR 역량을 높이는 동시에 기존의 품질 인증과 CSR 인증을 연계해 참여도를 높이고 있다. 일본은 지방자치단체와 산업계가 자체적으로 CSR을 활성화시키기 위한 인증 제도를 도입해 추진하고 있다.

#### ○ CSR은 중소기업의 필수 경쟁력

최근 우리 정부는 포스트 코로나 시대의 국가 경제를 견인할 정책 중 하나로 그린 뉴딜 계획을 발표했다. 비단 수출기업이 아니더라도 CSR 경영을 내재화해야 하는 이유다. 처음부터 CSR의 모든 요소를 완벽하게 소화할 수는 없다. 업태와 사업 전략에 맞는 CSR을 숙고해 도

입해나간다면 중소기업 또한 지속가능한 성장을 이룰 수 있을 것이다.

**\*참고 자료**

중소벤처기업부 CSR 사회적 책임경영 홈페이지 내 CSR 아카데미  
IBK 경제연구소 중소기업의 수출장벽으로 부상하는 사회적책임(CSR)

## 국내 동향

### 1. 문재인 대통령, 2050년 대한민국 탄소중립 선언

지난 12월 10일 문재인 대통령은 '대한민국 2050년 탄소중립 선언'을 발표했다. 문 대통령은 이날 2050년 탄소중립을 위한 세 가지 목표로 ▲산업·경제·사회 모든 영역에서의 탄소중립 강력 추진 및 재생에너지·수소·에너지IT 등 3대 신산업 육성, ▲저탄소 산업 생태계 조성, ▲소외 계층·지역이 없는 공정한 전환 등을 제시했다. 목표를 달성하기 위해 탄소중립 재정 프로그램을 구축하는 등 녹색금융과 펀드 활성화에도 적극 나서겠다고도 언급했다.

또한 문 대통령은 내년 개최하는 P4G(녹색성장 및 글로벌 목표 2030을 위한 연대) 정상회의에서 국제사회와 함께 탄소중립 실현에 앞장서고, 임기 내에 확고한 탄소중립 사회의 기틀을 다질 것"이라고 밝혔다.

\*참고 - 경향신문, 2020.12.10

[http://news.khan.co.kr/kh\\_news/khan\\_art\\_view.html?artid=202012102216001&code=910402](http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=202012102216001&code=910402)

### 2. 기업지배구조 보고서 의무공시 제도, 상장사 지배구조 개선에 도움

기업지배구조 보고서 의무공시 제도가 상장기업의 지배구조 개선에 긍정적인 영향을 끼친다는 분석 결과가 나왔다. 2019년부터 자산 2조 원 이상 유가증권시장 상장법인은 기업지배구조 보고서를 공시해야 한다.

한국거래소에 따르면, 유가증권시장 상장법인 155사를 분석한 결과 21개 지배구조 항목의 평균 준수율은 2017년 16.1%, 2019년 45.3%, 2020년 47.5%로 점차 개선됐다. 특히 내부통제정책 마련은 2017년 11.0%에서 2020년 94.8%로, 감사위원 교육은 같은 기간 1.9%에서 67.1%로 상승해 개선 효과가 컸다.

기업지배구조 개선 효과는 ESG(환경·사회·지배구조) 평가등급 개선으로도 이어졌다. 기업지배구조원이 코스피 상장사 157곳을 평가한 결과 2017년과 비교해 2020년에 지배구조 등급이 상승한 기업은 95개, 통합 ESG 등급이 오른 기업은 90개였다.

\*참고 - 연합뉴스, 2020.12.01

지배구조 보고서 공시, 상장사 지배구조 개선 효과

<https://www.yna.co.kr/view/AKR20201201065000002?input=1195m>

## 해외 동향

### 1. 글로벌 석유회사 엑손모빌, 경영 위기로 구조조정

한때 시가총액에서 부동의 세계 1위를 유지하던 글로벌 석유회사 엑손모빌이 경영 위기에 봉착했다. 올해 1~3분기에만 24억 달러(2조 6200억 원)의 손실을 기록했고 주가는 35% 떨어졌다. 투자자들은 엑손모빌이 비용 절감에 나설 것을 요구하고 있다. 이미 전체 임직원의 15%인 1만 4천 명이 회사를 떠났다.

엑손모빌이 이러한 어려움에 빠진 이유는 크게 두 가지다. 첫째, 코로나19로 석유가격과 수요 모두 줄어들었다. 둘째, 장기적으로 기후변화가 문제가 되면서 석유 산업에 대한 미래에 대한 의문이 커졌다. 이산화탄소 배출 비중을 줄이지 않는다면 보유 중인 지분을 줄이겠다는 금융회사들이 늘어나고 있을 뿐 아니라 조 바이든 미국 대통령의 친환경 정책 기조 역시 석유 사업의 전망을 어둡게 하고 있다.

\*참고 - 아시아경제, 2020.12.12

사면초가 내몰린 엑손모빌...글로벌 석유회사의 몰락  
<https://cm.asiae.co.kr/article/2020121214571766861>

### 2. 미국 기관투자자와 나스닥, 기업에 다양성 강화 압박

미국 기관투자자들이 기업에 다양성을 강화하라는 압박을 넣고 있다. 세계 최대 자산 운용사인 블랙록은 지난 12월 10일 ESG(환경·사회·지배구조) 투자와 관련해 상장기업에 직원과 이사회 다양성을 요구하는 정책을 발표했다. 기업이 인종이나 민족, 성별 구성 등을 다양화하는 노력을 공표하도록 요구한다는 것이다. 또한 내년 ESG 투자 정책 발표에서 대기업이 이사회 멤버 성별과 인종을 공개할 것을 요구하고 다양성을 실현하지 않을 경우 주주총회에서 이사 선출 시 반대표를 던질 것임을 시사했다. 미국뿐만 아니라 유럽과 아시아 기업도 대상이다.

지난 12월 1일에는 세계에서 두 번째로 큰 증권거래소 나스닥은 미국 증권거래위원회(SEC)에 상장회사들의 이사진 다양성을 증진시키는 제안서를 제출하기도 했다. 미국 증권거래위원회가 이를 승인하면 3000개가 넘는 나스닥 상장사들은 1년 내에 이사회 다양성 현황을 공시해야 하고, 기업 규모에 따라 4~5년 내에 최소 두 명의 다양성 이사를 선임해야 한다.

\*참고 - 연합뉴스, 2020.12.11

블랙록 등 기관투자자, 기업에 다양성 강화 압박

<https://news.einfomax.co.kr/news/articleView.html?idxno=4122283>

## 행사 소식

### 2021 다보스 위크

매해 1월 스위스의 다보스에서 열리는 세계경제포럼이 코로나19 여파로 2021년 5월 싱가포르에서 열릴 예정이다. 단, 1월 25일부터 29일까지를 다보스 위크로 지정하여 고위급 '다보스 대화' 행사가 온라인으로 진행된다.

주최 World Economic Forum

일시 1월 25일~1월 29일

안내 <https://www.weforum.org/events/the-davos-agenda-2021/about>

### REUTERS NEXT

2020년 엄청난 격변 이후 이를 극복할 변화와 성장의 기회는 물론 우리 사회가 직면한 문제를 해결할 방법을 모색한다. 유럽중앙은행 사장, 구글 CEO 등 글로벌 리더들이 참석한다. 온라인으로 진행된다.

주최 Reuters

일시 2021년 1월 11일~ 1월 14일

등록 <https://reutersevents.com/events/next/>



## 문화 속 기업윤리

### 예고된 재난, 어떻게 피할 것인가 - 『미래수업』



1912년 4월 14일, 당시 최대 규모의 초호화 여객선이 빙산과 충돌해 침몰했다. 초고속으로 항해하던 탓에 빙산을 보고도 피할 수 없었던 것이다. 저 유명한 타이타닉 침몰 사건이다. 현대 이상한 점이 있다. 초호화 여객선의 항해를 책임진 선장과 선원들은 베테랑이었을 것이다. 북대서양 한복판에 떠도는 빙산의 존재를 몰랐을 리가 없다. 왜 그들은 예고된 재난을 피해가지 못했을까? '지금은 아니겠지' 라는 생각으로 속도를 높였던 것은 아닐까?

『미래수업』은 포스트 코로나 시대의 생존을 다룬 TV 강연 프로그램이다. 출연한 전문가들은 이상기온, 폭우, 가뭄, 신종 바이러스의 출현 같은 재난들이 환경오염에서 비롯된 것이라고 말한다. 무분별한 소비를 해온 인류의 눈앞에 빙산이 나타난 것이다. 이제라도 재난을 피해가기 위해 세계 각국은 대책 마련에 힘쓰고 있다. 그중 하나가 유럽연합이 도입하기로 한 탄소 국경세다. 이산화탄소 배출이 많은 제품에 관세를 매겨 패널티를 주겠다는 것이다. 글로벌 공급망 전체에 적용된다는 점에서 결코 작지 않은 변화다.

우리는 수십 년 전부터 각종 매체를 통해 환경오염의 심각성에 대해 들어왔다. 그러나 태도를 바꾸는 이들은 적었다. '지금은 아니겠지' 라는 생각 때문일 것이다. 어쩌면 코로나19는 안일하게 살아온 인류를 향한 지구의 마지막 경고일지도 모른다. 포스트 코로나 시대의 기업과 소비자가 보다 본질적인 가치, 곧 지속가능성에 주목해야만 하는 이유다.

이미지출처:

<http://program.tving.com/tvn/futureclass>

## 지식1g

### 포스트 코로나 시대의 5대 소비 집단

전 세계 18개국에 거주하는 1만 4074명을 대상으로 실시한 설문조사 결과로 포스트 코로나 시대의 소비자들은 가성비와 함께 건강과 환경을 우선할 것으로 보인다.

가격 우선	지금 여력, 상품의 가성비가 최우선
건강 우선	안전한 브랜드와 상품 선호
환경 우선	친환경 상품에 더 많은 비용 지출
사회 우선	공공 이익 위해 소비 방식 변경
경험 우선	건강/비용보다 개인의 만족도가 중요

\*출처: EY '미래 소비자 지수 3차 보고서'

## 독자에게 물었습니다

Q1. 코로나19 이전과 지금의 소비 행태를 비교해보면 어떤 점이 가장 많이 달라졌나요?

### I기업 I대리

일단 마스크 사는 데 돈을 많이 쓰죠. 마스크 중에서도 꼭 좋은 것을 사게 돼요. 좀 비싸더라도 효과가 확실한 것으로요. 배달음식에 쓰는 돈도 엄청나게 늘어났어요. 하지만 플라스틱 포장재가 무더기로 나오는 것을 보면 마음이 찝찝해요. 환경호르몬 걱정도 되고요. 온라인 쇼핑 비중도 확 늘어났죠. 좀 더 비싸더라도 환경인증 마크나 믿을 수 있는 브랜드의 제품을 고르게 되더라고요. 무엇이든 한 번 더 의심해보게 된 것 같아요. 안전, 건강, 환경에 대한 관심이 코로나19 사태 전보다 엄청나게 커졌어요.

Q2. 코로나19 극복을 위해 기업은 어떠한 노력을 해야 할까요?

### D기업 P차장

많은 역할이 있겠지만 당장 직원 입장에서는 재택근무가 가장 절실한 것 같아요. 아무래도 회사에 나가게 되면 대중교통도 이용해야 되고 여럿이 함께 어울릴 수밖에 없거든요. 회식 금지 같은 조치도 경영진 차원에서 먼저 실시해주시면 감사할 것 같고요. 그다음으로는 기업 역량을 활용한 사회공헌활동이 필요하겠죠. 실제로 올해 초부터 많은 기업들이 기부도 하고 자사의 연수원도 생활치료센터로 제공해서 감동을 주기도 했으니까요. 다 같이 힘을 모아서 하루빨리 일상으로 돌아가고 싶어요.

## 독자퀴즈

Q. 다음 중 이번 호에서 소개한 코로나19 극복을 위해 노력한 기업 사례가 아닌 것은?

- ① 미국 포드자동차의 인공호흡기 생산
- ② 미국 월마트의 코로나19 취약계층을 위한 전용 쇼핑 시간 운영
- ③ 독일 지멘스의 3D 프린팅을 활용한 의료용 부품 생산
- ④ 일본 소니의 자사 콘텐츠 무료 배포

- 지난호 정답 : ①
- 정답 제출처 : 국민권익위원회 민간협력담당관실(mail@innocrew.co.kr)  
\* 성함, 주소(상품권 수령지), 연락처를 보내주세요(22일까지)

**정답을 보내주신 분 중 5명을 추첨하여 문화상품권을 보내드립니다.**

- 지난호 정답자는 최용진 님, 소한섭 님, 양경화 님, 안삼열 님, 조미나 님 입니다. 축하드립니다!