

2019. 06
June

전문가 코칭

유엔글로벌콤팩트 한국협회 책임연구원 이 은 경

SDGs 달성을 위한 기업의 역할

윤리연구소

- 지속가능발전목표 달성을 위한 글로벌 이니셔티브
- SDG Compass 지속가능발전목표(SDGs)에 관한 기업 행동 지침

기업윤리 브리프스



국민권익위원회

☎ 110

정부민원안내
부패·공익신고

▶ 국민권익위원회 홈페이지에서 자세한 내용을 보실 수 있습니다.
www.acrc.go.kr 기업윤리 브리프스

발행일: 2019년 6월 1일(매월발행, 통권 78호, 비매품) 발행인: 박은정

발행처: 국민권익위원회 구독신청: 044-200-7166

주소: 30102 세종특별자치시 도움5로 20 정부세종청사 7동 민간협력담당관실



SDGs 달성을 위한 기업의 역할

이 은 경

유엔글로벌콤팩트 한국협회 책임연구원



01



지속가능발전목표(SDGs)는 무엇이고, 지속가능경영을 위한 기업 활동과 어떻게 연관되나요?

2015년 9월 193개 유엔 회원국 정상들이 모여, 2016~2030년까지 국제사회가 함께 달성해야 할 지속가능발전목표(SDGs)를 공식 채택했습니다. 전 세계 정부, 기업, 시민사회 등 모든 이해관계자들의 폭넓은 의견수렴과 논의를 거쳐, 2030년까지 달성해야 할 17개 목표(Goals)와 169개 세부목표(Targets)를 수립했습니다. 경제성장, 사회적 포용, 지속가능한 환경의 3대 분야를 유기적으로 아우르고 있으며, 인간과 환경의 조화 및 존엄성과 평등 같은 ‘인간 중심’의 가치 지향을 최우선으로 하고 있습니다. 개도국뿐만 아니라 선진국 모두가 보편적으로 적용하고 추진해야 할 광범위한 발전 목표이며, 누구도 소외되지 않는 모두의 발전(‘Leave No One Behind’)을 원칙으로 합니다.

그렇다면, 기업의 지속가능경영과 SDGs는 어떤 관련이 있을까요?

SDGs를 채택한 유엔 회원국들은 우리가 처한 전 지구적 도전과제를 해결하기 위해, 모든 기업에 혁신과 창의력을 발휘하도록 요청하고 있습니다. 국제사회는 지속해서 기업이 지속가능한 발전을 이루기 위해 주도적인 역할을 하도록 요구하고 있으며, 이미 기업들이 제시하는 다양한 솔루션들은 사회 문제해결 및 SDGs 달성에 중요한 열쇠가 되고 있습니다. 전 세계적으로 SDGs를 기업 전략에 내재화하는 추세이며, SDGs 채권 발행 증가, 연기금 및 투자자 의사결정에 SDG-lens 적용, SDGs 관련 공시 등도 주요 이슈로 대두되고 있습니다.

기업은 SDGs를 통해 급변하는 경영 환경 변화를 가능하고, 기업을 둘러싼 전 세계 이해관계자 및 사회와 시장의 요구·필요를 더욱 정확하게 인식하고 대응할 수 있습니다. 또한 기업들은 SDGs를 비즈니스와 연계하고 이행해나가면서 새로운 성장 및 비즈니스 기회를 발견하고 법, 평판, 사업 리스크를 줄이는 한편, 이해관계자와의 커뮤니케이션에도 매우 유용한 톨로 사용하고 있습니다. 지속가능발전위원회(BSDC) 보고서에 따르면, 지속가능한 비즈니스 모델은 2030년까지 최소 12조 달러 가치에 준하는 경제적 기회와 3억 8천여 개의 일자리를 창출하며, 기업이 SDGs를 기업 전략에 통합할 경우 경제 전반에서 8조 달러의 부가적인 가치가 발생한다는 분석입니다.

02



SDGs의 효과적인 이행을 위해 우리 기업은 어떻게 해야 할까요?

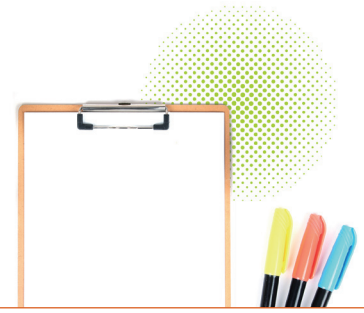
SDGs 이행의 대전제는 다음과 같습니다. 기업의 규모, 업종, 활동 국가나 지역에 상관없이, 모든 기업은 현재와 미래 세대의 지속가능성을 저해하지 않도록 인권, 노동, 환경, 반부패와 관련된 법과 제도를 준수하며, 국제 기준들을 지지하고 이행해야 한다는 점입니다. 기업의 사회적 책임(CSR)을 다하기 위한 준법 경영을 넘어서 기업이 보유한 핵심역량 및 자원과 기술로 사회의 지속가능성을 높이기 위해, 즉 SDGs의 달성을 위해 기여해 나가야 합니다.

기업 내부적으로는, 효과적인 SDGs 이행을 위해서 먼저, 기업의 가치 사슬 전반에서 긍정적 영향을 극대화하는 영역과 부정적 영향을 최소화할 수 있는 영역을 산업별·지역별 특성에 맞게 파악하여, 우리 기업이 중점을 두어야 할 SDGs의 우선순위를 정해야 합니다. 그리고 경제·사회·환경적 측면을 고려한 기업의 KPI(핵심성과지표)를 설정하되, 동종업계나 기존 관행을 넘어서, 사회에의 기여를 고려한 보다 높은 목표를 수립해 나갈 필요가 있습니다. 또한 기업 내 지속가능성을 내재화하기 위해, 지속가능경영 부서뿐만 아니라 기업 전반에 SDGs 이슈를 통합하고, 장기적으로는 인사·보수 체계에도 반영할 수 있어야 할 것입니다. 특히, SDGs/CSR의 이행 상황을 투명하게 공개하고 소통해 나가는 과정 역시 매우 중요합니다. 이와 더불어, 선도 기업들의 SDGs 연계 전략 벤치마킹, 다양한 산업별·지역별 CSR 이니셔티브 참여, 사회적 책임 관련 인증, 정부, 기업, 시민사회, 학계 등과의 협업과 공동대응 등을 통해 사회적 가치와 임팩트를 극대화하는 전략을 모색해 나가야 합니다.



ISO 37001 도입해봅시다!

영진약품 사례(2)



이번 호에서는 영진약품과의 인터뷰를 이어 들어보도록 하겠습니다. ISO 37001 도입을 직접 담당했던 윤리경영부 실무자가 들려주는 도입 이후의 변화와 도입을 준비 중인 기업을 위한 영진약품만의 팁을 살펴봅니다.

Q3. 도입 이후 달라진 점은 무엇인가요? 혹은 앞으로 기대되는 변화는 무엇인가요?

조직문화로 내재화

A. 아직 많은 보완이 필요한 상태이지만, ISO 37001 시스템이 서서히 정착된다면, 많은 임직원들이 윤리경영, 공정거래, 준법경영 같은 단어와 절차를 점차 더 많이 접하게 될 것입니다. 이를 통해 **점진적으로 공정하고 청렴한 업무처리 사고 회로가 탑재되어 영진약품 조직문화의 하나로 내재될 것** 이라고 생각합니다. 이후에는 자연스럽게 업계 내에서 부패방지를 위한 패스트 팔로워(Fast Follower)에서 퍼스트 무버(First Mover)로 거듭날 수 있을 것이라 자신합니다.

Q4. 도입 예정인 기업에게 줄 수 있는 영진약품만의 팁이 있다면 무엇인가요?

임직원 신뢰, 다양한 외부 교육 및 콘텐츠 활용, 멘토링 활용

A. 첫째, ISO 37001에 관심이 있으시다면, 일단 도입을 위한 첫걸음을 시작하세요. 저희도 도입을 준비하던 초기에는 ‘과연 시스템 운영이 잘 될까?’, ‘도입 및 운영이 너무 어려운 것은 아닐까?’ 하는 여러 염려를 가지고 있었습니다. 그러나 도입을 결정하고 실행하는 과정에서 많은 임직원들의 도움과 참여, 지지를 받았습니다. **회사 임직원들을 믿는 것에서부터 도입을 위한 첫걸음을 내딛어 보세요.**

둘째, ISO 37001과 관련된 **외부의 다양한 교육과 콘텐츠를 적극 활용**해보는 것도 큰 도움이 될 것이라고 생각합니다. 국민권익위원회 홈페이지에도 「ISO 37001 (2016) 부패방지경영시스템 가이드북」을 비롯한 여러 좋은 콘텐츠들이 있고, 관련 업계 내에서도 많은 교육이 진행되고 있습니다. 외부 자료도 적극 활용해보시기를 추천 드립니다.

마지막으로, **멘토링을 활용** 해 보는 것도 도움이 될 것이라 생각합니다. 이미 도입하여 운영 중인 업계 내 타 회사를 멘토로 하여, 양해를 구하고 실무와 관련해 협조를 구한다면 도입을 진행하는 데 큰 도움을 받을 수 있을 것이라고 생각합니다.



다음 호에서는 새로운 기업과의 인터뷰를 통해 ISO 37001 도입 과정에 대한 생생한 경험담을 들어보도록 하겠습니다.



지속가능발전목표(SDGs) 우수이행 기업 사례

지난해 11월, 스타벅스코리아는 국내 매장에 종이 빨대를 도입했다. 젖은 빨대에서 종이 맛이 나 커피 맛이 떨어진다는 일각의 불만에도 불구하고 대부분의 고객들은 스타벅스의 방침에 수긍하는 분위기다. 이것은 대중들도 플라스틱 쓰레기 문제를 심각하게 받아들이고 있다는 방증이기도 하다.

고객 불만족과 고비용에도 불구하고 친환경 정책을 추진 중인 스타벅스의 노력은 칭찬할 만하다. 하지만 몇몇 기업이 전 세계 플라스틱 문제를 해결할 수는 없다. 일부 지역에서 발생한 온실가스가 지구 전체를 위협하는 기후 변화의 원인이 되듯, 환경 문제는 인류 전체가 함께 극복해야 할 위기다. 이와 같이 공적인 목표를 달성하기 위해서는 범지구적인 연대와 협력이 필수다.



UN의 지속가능발전목표 (SDGs, Sustainable Development Goals)



지속가능발전목표(이하 SDGs)는 2015년에 채택되어 2030년까지 시행되는 UN과 국제사회의 최대 공동목표로, 인류의 보편적 문제(빈곤, 질병, 교육, 성평등, 난민, 분쟁 등), 지구 환경문제(기후변화, 에너지, 환경오염, 물, 생물다양성 등),

경제 사회문제(기술, 주거, 노사, 고용, 생산 소비, 사회구조, 법, 대내외 경제) 해결을 목표로 한다. SDGs의 17가지 주요목표와 169개의 세부목표 중, 빈곤, 보건, 양성평등, 포용적 사회 및 제도, 책임 있는 생산 및 소비 양식 등의 주제는 공정성, 합리성 및 사회 전체의 이익을 추구하는 기업의 윤리경영과도 깊게 연계될 수 있다. 이번 사례돌보기에서는 빈곤(목표 1), 건강·복지(목표 3), 양성평등(목표 5), 책임 있는 생산 양식(목표 12)을 중심으로 SDGs 달성을 기업 활동과 유기적으로 연계시켜 지속가능경영을 실천하고 있는 국내외 우수 사례를 소개한다.

네슬레 - 목표 1. 모든 형태의 빈곤 종결



네슬레는 스위스 계열의 글로벌 식품료 기업이다. 인스턴트 커피의 대명사격인 네스카페를 비롯해 킷캣, 네스퀵 등이 유명하다. 해외시장 매출이 총매출의 98%를 차지하고

있는 네슬레는 현지 지역사회 발전에 기여해 상생하는 전략을 취하고 있다. 이중 2010년 아프리카에서 실시한 농촌 개발 프로그램인 '네스카페 플랜'은 국제학회 및 포럼 등에서 여러 번 언급된 지속가능경영의 교과서적인 사례다. 네슬레는 아프리카 공급기지의 농민 50여만 명에게 빈곤에서 해방될 수 있도록 일자리를 제공했다. 이는 기업의 일반적인 기부 활동과 단순한 수혜와는 다르다. 네슬레 또한 농민들에게 양질의 생산물을 공급받았기 때문이다. 또한 가난한 농부와 실업자 5천여 명에게 네스카페 커피를 싣고 나를 수 있는 붉은색 카트를 제공했다. 카트를 받은 사람들은 주민들에게 커피를 나눠주고 맛에 대한 평가를 수집했다. 광고비용을 쓰는 대신 제품홍보를 위한 일자리를 창출하고 피드백도 받는 일석이조의 효과를 얻은 셈이다.

네슬레의 네스카페 플랜은 자사의 비즈니스 모델에 SDGs 목표 1 의제를 적극적으로 적용하여, 빈곤 완화에 실질적으로 기여한 사례라고 할 수 있다.

한국경제는 세계적으로도 상위권에 속한다. 따라서 한국 기업들은 빈곤 완화가 자사의 비즈니스와 관련이 적다고 여길 수 있다. 그러나 글로벌 공급망과 빈곤 문제는 밀접하게 엮여 있는 경우가 많다. 해외에 생산기지가 있는 기업이라면, 네슬레의 사례를 면밀히 분석해 참고할 필요가 있는 것이다.

두산중공업 -

목표 3. 건강 보장과 모든 연령대 인구의 복지증진



두산중공업은 원자력, 화력 등의 발전설비, 해수담수화 및 운반설비를 제작하여 공급하는 종합발전 설비 및 에너지 전문기업이다. 진출해 있는 국가들의 사회적 니즈를 분석한 두산중공업은 베트남과 인도의 취약한 의료 인프라에 주목했다. 베트남에서는 같은 두산그룹 계열인 중앙대 병원과 협력해 소외계층을 대상으로 무료 진료봉사를 전개

하고 있다. 두산중공업은 원자력, 화력 등의 발전설비, 해수담수화 및 운반설비를 제작하여 공급하는 종합발전 설비 및 에너지 전문기업이다. 진출해 있는 국가들의 사회적 니즈를 분석한 두산중공업은 베트남과 인도의 취약한 의료 인프라에 주목했다. 베트남에서는 같은 두산그룹 계열인 중앙대 병원과 협력해 소외계층을 대상으로 무료 진료봉사를 전개

했고, 인도에서는 헬스캠프 프로그램을 통해 매년 2천여 명의 소외계층 주민들을 대상으로 건강진단과 필수약품을 제공하고 있다. 질병예방과 치료확대라는 지속가능발전 목표를 실천, 세계 보건수준향상에 기여한 것이다.

또한 두산중공업은 해수담수화 기술이라는 자사의 기업 경쟁력을 적극 활용해, 전 세계 물 부족 지역에 수자원을 공급하여, 해당 지역의 복지를 증진하겠다는 목표도 실천하고 있다. 사우디 안부의 해수담수화 플랜트를 완공하였으며 이를 통해 하루 180만 명이 동시에 사용할 수 있는 55만 톤의 담수 생산에 성공했다. 국내에서는 친환경 수처리 기술 탈황폐수 무방류 시스템을 수주하는 등 지속적인 기술개발에도 힘쓰고 있다. 자사의 핵심 비즈니스를 통해 건강한 삶의 보장과 복지증진이라는 SDG 목표 3을 추구하고 있다.

아모레퍼시픽 - 목표 5. 양성평등 달성과 모든 여성과 여아의 역량강화



아모레퍼시픽그룹은 한국을 대표하는 화장품 기업으로 이니스프리, 에뛰드, 아모레퍼시픽 등의 자회사로 이루어져 있다. 여성과 함께 성장해 온 아모레퍼시픽은 여성의 삶을 아름답게 하겠다는 비전 아래 다양한 전략

적 사회공헌활동을 전개하고 있다. 2017년에는 '20 by 20' Commitment를 발표, 2020년까지 20만 여성의 건강과 경제적 역량 강화에 힘쓰겠다는 의지를 천명했다.

유방 건강을 비롯해 여성들의 보건 습관 고취를 목표로 하는 '핑크리본 캠페인', 암 치료 과정에서 급작스러운 외모 변화로 심적 고통을 겪는 여성 암 환자들에게 뷰티 노하우를 전수하는 '메이크업 유어 라이프', 한 부모 여성의 자립을 위한 창업 대출 '희망가게' 등의 프로그램이 대표적이다. 2013년에 시작된 '메이크업 아티스트가 간다'는 메이크업 아티스트를 꿈꾸는 청소년을 대상으로 전문기술 및 멘토링을 제공, 향후 메이크업 전문가로 성장할 수 있도록 지원하고 있다.

이와 같은 아모레퍼시픽의 활동은 SDG 목표 5에 밀접하게 연결되어 경제적, 사회적 측면에서의 양성평등과 여성 권익 신장에 힘을 보태고 있다.

LG전자 - 목표 12. 지속가능한 소비와 생산 패턴 보장



LG전자는 TV, 노트북, 휴대폰 및 가전제품 전 분야에 걸쳐 기술력을 인정받은 글로벌 제조회사다. 원자재 조달, 제조, 유통, 폐기에 이르기까지 제품 주기의 전 과정에서 발생하는 환경 영향을 줄이기 위해 노력하고 있다.

그중 하나가 기후변화 대응을 위한 온실가스 감축 정책이다. 이미 2014년에 설비 운영효율 향상, 고효율 설비 투자 등을 실시하여 2008년 대비 18.4톤을 감축했다. 또한 사업장에서 배출되는 폐기물의 최소화, 분리배출, 재활용성 증대, 처리 단계에서의 친환경적인 처리 등을 통해 폐기물의 재활용률을 지속해서 높이고 있다. 2020년까지 전사 재활용률 90%를 목표로 지속해서, 배출되는 폐기물을 최소화해나갈 계획이다.

제품 주기 전체의 지속가능성을 추구하기 위해 폐가전제품의 회수 서비스도 시행 중이다. LG베스트샵 매장에 서비스를 신청하면 전문가가 직접 방문, 수거해준다. 이렇게 2017년까지 누적된 폐가전 회수 처리량은 205만 톤에 달한다. LG전자는 2020년까지 누적 회수량 450만 톤을 목표로 정부와 협력하고 있다. 또한 LG전자와 거래하는 재활용업체의 불법 매립 소각 및 개발도상국 수출 금지 등 구체적인 실천 계획들을 세우고 실천하고 있다. 지속가능한 소비와 생산 패턴 보장이라는 목표 달성을 위해 제품주기 전 과정에 관여하고 있는 것이다.

지속가능발전목표의 중요성과 의의

작년 12월, 우리 정부는 한국형 지속가능발전목표인 국가 지속가능발전목표(K-SDGs)를 발표했다. 올해부터 공공기관 및 공기업들이 우선적으로 경영방침과 전략에 반영하고, 민간 기업들도 뒤따를 것으로 예상된다. 보다 국내 상황에 최적화된 목표인 만큼 효과도 더 클 것으로 보인다.

오늘날 전 세계는 기업들의 공급망과 유통망으로 연결되어 있다. 따라서 각 기업의 경영활동은 재무적 이익 창출을 넘어 전 인류의 지속가능한 생존과 맞닿아 있다고 해도 과언이 아니다. 우리 기업들의 지속가능발전목표 숙지와 비즈니스와의 연계, 진정성을 가진 실천이 절실한 이유다.



지속가능발전목표(SDGs) 달성을 위한 글로벌 이니셔티브

앞서 살펴본 바와 같이 지속가능발전목표는 기아와 빈곤의 종식, 불평등 완화, 생태계와 환경보호 등 전 지구적인 목표를 지향한다. 이를 달성하기 위한 초국가적 공동체들도 속속 만들어지고 있다. 이러한 글로벌 이니셔티브들은 17대 지속가능발전목표를 구체적으로 실천하기 위한 사업적 프레임워크를 제공하고 기업들이 추구할 수 있는 전략적 지향점도 제안하고 있다. 앞선 사례들보다 개별 기업의 노력을 조명했다면, 이번 인사이트+에서는 같은 비전을 추구하는 기업들과 이해관계자들을 연결해주는 네트워크이자 지속가능발전목표의 실질적 달성을 위한 공동체로서 활동 중인 다섯 개의 글로벌 이니셔티브를 소개한다. 기업은 이 같은 이니셔티브를 동일한 SDGs 목표 달성을 위해 활동하는 타 기업들 및 이해관계자들과의 네트워킹 장으로도 활용할 수 있고, 이니셔티브에서 제공하는 다양한 가이드라인과 툴을 참고할 수도 있다.



HERproject



전 세계 공급망의 주요 저소득 노동자는 여성들이다. 의류 노동력의 평균 68%, 섬유 산업 노동력의 45%, 원예 노동력의 70%를 여성들이 차지하고 있다. 이처럼 저소득 근

로 여성들은 직장에서의 낮은 지위와 기술 수준, 불규칙하고 과도한 근로 시간, 괴롭힘, 차별 같은 어려움에 노출될 확률이 높다. 국제 비영리단체 BSR에서 2007년부터 시작한 글로벌 이니셔티브인 HERproject는 이러한 여성들의 권익 신장과 양성평등이라는 SDG 목표 5 달성을 위해 노력하고 있다.

공급업체, 지역 NGO, 국제 파트너를 포함한 50개 이상의 브랜드들이 참여하고 있는 HERproject는 공급망 내 여성들을 대상으로 건강, 금융, 성평등 관련 지식과 기술을 제공한다. HERproject 참여 기업들은 여성 근로자들을 지원하는 사내 프

로그래를 실시하고, 국제 비영리단체인 BSR은 이를 위한 커리큘럼과 지침 등을 개발해 지원하고 있다. BSR은 참여기업들을 로컬 파트너들과 연결해줌으로써 해당 지역 여성들의 니즈를 구체적으로 발굴해 보다 실질적인 도움이 될 수 있도록 노력하고 있다.

HERproject와의 협력을 바탕으로 HP는 멕시코, 중국, 말레이시아 등지의 여성 3만 2천여 명에게 가정폭력과 여성 건강에 관련된 강의를 진행했다. 중국 기업인 리엔푹(Li & Fung)은 여성 근로자들에게 건강과 영양 교육을 실시했다. 콜롬비아 스포츠웨어(Colombia Sportswear)는 여성들의 경제적 역량 고취를 위해 재무관리, 금융상품에 대한 교육을 실시하고 학습한 내용을 동료, 가족, 지역사회에 전파하기를 독려하기도 했다.

The Global Impact Sourcing Coalition, GISC

근본적인 빈곤 탈출과 경제적 자립을 위해서는 양질의 일자리와 지속적인 경력 개발이 필수적이다. 문제는 대부분의 빈곤층에게 이러한 기회가 주어지지 않는 데 있다. 임팩트 소싱(Impact Sourcing)이란 이러한 저소득가정 등의 취약계층에게 의도적으로 일자리와 경력개발 기회를 제공하는 것을 의미한다. The Global Impact Sourcing Coalition(이하 GISC)는 이러한 임팩트 소싱으로 만들어진 글로벌 공급망 구축을 위해 힘쓰는 기업들 간의 협약이다. GISC에서 규정하는 임팩트 소싱의 조건에는 장기 실업자, 절대 빈곤선 아래서 살고 있는 사람들이 고용 및 승진 기회를 동등하게 누릴 수 있는 사업 정책과 관리 시스템이 포함되어 있다. 지속가능한 경제성장 및 양질의 일자리와 고용보장이라는 SDG 목표 8을 지향하고 있는 것이다.

2018년 GISC는 회원사들을 대상으로 임팩트 소싱 챌린지를 시작했다. 2020년까지 임팩트 소싱 조건에 해당하는 10만 명을 직원으로 채용하는 것이 목표다. 그리고 13개 회사가 이를 달성하기 위해 노력 중이다. 2020년까지 비즈니스 서비스 제공 업체인 이지스 사우스 아프리카(Aegis South Africa)가 남아프리카에서 300명, 영상 편집 소프트웨어 및 서비스 업체인 픽셀즈(Pixelz)는 동남아시아에서 300명의 직원을 채용하겠다고 발표했다. 회원사들은 임팩트 소싱을 통해 보다 다양한 직원들의 재능, 기술, 고객을 확보하고 지역사회와의 관계 강화를 통해 사업적 성과를 얻을 수 있다.



Carbon Disclosure Project, CDP

인류의 생존과 직결된 기후변화 문제는 기업들의 탄소배출 저감 노력 없이는 해결할 수 없다. Carbon Disclosure Project(탄소공개프로젝트, 이하 CDP)는 기업의 의사결정에 영향을 끼치는 강력한 이해관계자 중 하나인 금융투자기관을 대신해 세계 주요 상장회사들로부터 기후변화의 주요 원인인 탄소배출과 관련된 정확한 정보와 이슈에 대한 기업의 경영전략을 수집해 이를 토대로 연구 분석을 수행하는 글로벌 프로젝트다. 기후변화 대응이라는 SDG 목표 13을 실천하는 대표적인 이니셔티브라고 할 수 있다.

CDP는 크게 두 가지 목표를 가진다. 첫째, 전 세계 금융기관 및 기관투자자들이 기후변화 관련 투자 리스크와 투자 기회를 명확히 측정할 수 있도록 정확한 기업정보를 제공하는 것이다. 둘째, 전 세계 주요 상장 기업들의 경영진에게 금융계와 주주들이 기후변화가 미칠 기업의 미래가치에 관심이 높다는 것을 명확히 알리는 것이다. 더불어 이 같은 목표 달성 노력의 일환으로 매해 CDP평가를 실시해, 우수 기업의 환경성과를 널리 알리고 촉진하고 있다.

2016년 기준, 주요 연기금을 포함한 827개(운영자산 100조 달러)의 금융기관이 CDP 서명기관으로 참여해 기업의 기후변화 정보를 요청하고 있으며 2015년 기준, 전 세계 5,600개 기업이 CDP를 통해 온실가스 배출량, 기후변화로 인한 위기와 기회, 탄소경영전략을 공개하고 있다.



The Maritime Anti-Corruption Network, MACN

지속가능한 경제성장 및 양질의 일자리와 고용 보장이라는 SDG 목표 8 달성을 위해서는 투명한 경영과 부패 척결이 선행되어야 한다. 구성원들 간에 신뢰 없이는 기업 경쟁력 제고가 어렵기 때문이다. The Maritime Anti-Corruption Network(이하 MACN)는 부패 없는 해양 산업이라는 비전을 가진 글로벌 비즈니스 네트워크다. 2011년 설립 이후 전 세계적으로 100개 이상의 회원사를 받아들이며 부패를 해결하기 위한 대표적인 이니셔티브가 되었다. 현재 MACN에는 화학제품과 화학 유조선소 소유, 운영하고 있는 아드모어 시핑(Ardmore Shipping), 액화석유가스와 석유화학제품을 수송

하는 에픽 가스(Epic Gas), 125년의 역사를 가진 해양운송회사인 톰(Torm) 등 다양한 회원사들이 소속되어 있다.

MACN은 역량 구축, 집단행동, 청렴한 문화라는 세 가지 목표를 가지고 있다. 특히 반부패 프로그램 역량 고취를 위해 회원사는 다음과 같은 7가지 기본 원칙을 지켜야 한다.

첫째, 반부패 프로그램 구축과 준수,
둘째, 조직 활동의 성격, 기업의 규모 및 복잡성에 비례하는 비례절차 구축,
셋째, 내외부 부채 위험을 정기적으로 평가하는 위험평가,
넷째, 정책과 절차에 대한 학습과정인 교육과 커뮤니케이션,
다섯째, 적절한 감사 프로토콜인 모니터링과 내부 컨트롤,
여섯째, 보고와 징계 및 인센티브,
일곱째, 근면성실함 등이다.



실제로 2014년, 어느 회원이 익명 보고 시스템을 활용하여 일부 아르헨티나 항구의 부정청탁 문제를 고발하는 등, MACN는 아르헨티나 선박 검사와 청렴도와 투명성을 고취하여, 아르헨티나 경제에 긍정적인 효과를 가져다준 바 있다.

지속가능발전목표는 인류 공동의 목표

이처럼 지속가능발전목표는 어느 한 국가, 기업, 단체의 힘만으로 달성할 수 없다. 기업들의 글로벌 공급망, 로컬 파트너, 금융투자기관, 주주, 소비자, 비영리 단체들이 공동의 비전을 가지고 연대할 때 유의미한 성과를 낼 수 있다. 그래서 지속가능발전목표를 추구하는 글로벌 이니셔티브의 성장과 발전은 주목할 만한 지표다.

우리 한국기업들 역시 지속가능발전목표에 대한 지지를 선언하고 관련 사업 제목들을 발표하는 등 국제사회의 일원으로서 역할을 수행하고 있다. 오늘날 글로벌 환경에서 기업은 정부를 뛰어넘는 강력한 플레이어다. 지속가능발전목표 달성을 위한 기업들의 의지와 노력이 필요한 이유다.



* 참고 - 산업통상자원부, (사)산업정책연구원 발간 (2018)
「공유가치매거진」 Vol. 01, pp.104~109



SDG Compass 지속가능발전목표(SDGs)에 관한 기업 행동 지침

이번 보고서리뷰에서는 GRI, 유엔글로벌콤팩트(UNGC), 세계지속가능발전기업협의회(WBCSD)가 공동으로 개발한 'SDGs Compass: SDGs에 관한 기업 행동 지침'을 통해 기업이 SDGs에 전략적으로 접근하고, 핵심 기업 활동과 SDGs를 연계하여 SDGs 달성에 기여할 수 있는 접근법에 대해 알아보도록 하겠다. 더불어, SDGs를 기업 활동에 내재화하는 과정에서 기업이 참고할 수 있는 다양한 가이드라인 및 지표들도 소개한다.

SDG Compass가 제시하는 기업의 전략과 SDGs를 연계하는 다섯 가지 단계

Step 1. SDGs 이해하기

가장 첫 단계는 기업이 SDGs의 **정의**, SDGs 달성에 있어 기업의 **역할**, 그리고 기업이 적극적으로 참여함으로써 얻는 **혜택**은 무엇인지 등을 정확하게 이해하는 것이다. SDGs는 기업, 정부, 시민사회 모두의 역할과 행동을 강조하는 지속가능발전을 위한 글로벌 의제를 의미한다. 특히 SDGs의 목표 중, 기후변화, 양성평등, 고용, 환경 등의 주제는 기업의 존재, 활동의 지속가능성과도 깊이 연결되기에, 기업은 투자, 솔루션 개발 및 다양한 활동을 통해 참여하고 적극적인 역할을 해나갈 수 있다. 더불어 기업은 SDGs 목표들을 기업의 목표, 방향 설정, 전략 수립 및 운영 등을 포함한 경영 전반에 통합시킴으로써 1) 미래 비즈니스 기회를 파악, 2) 기업의 지속가능성 증진, 3) 이해관계자와의 관계 제고 및 정책 변화에 대한 대응력 강화, 4) 기업 활동의 장인 사회와 시장의 지속적인 안정성 획득, 5) 다양한 이해관계자들과 공통의 언어를 통해 효과적으로 소통할 수 있다는 혜택을 얻는다.

Step 2. 우선순위 정하기

한 기업이 SDGs의 17개 목표 모두를 다룰 수는 없으며, 또 모든 목표가 동일한 정도로 기업의 특징이나 활동과 연계될 수 있는 것은 아니다. 그렇기에 기업은 그 중 자사가 전략적으로 다룰 수 있는 목표에 대한 우선순위를 정해야 한다. 크게 세 가지 과정을 통해 우선순위를 정해볼 수 있다.

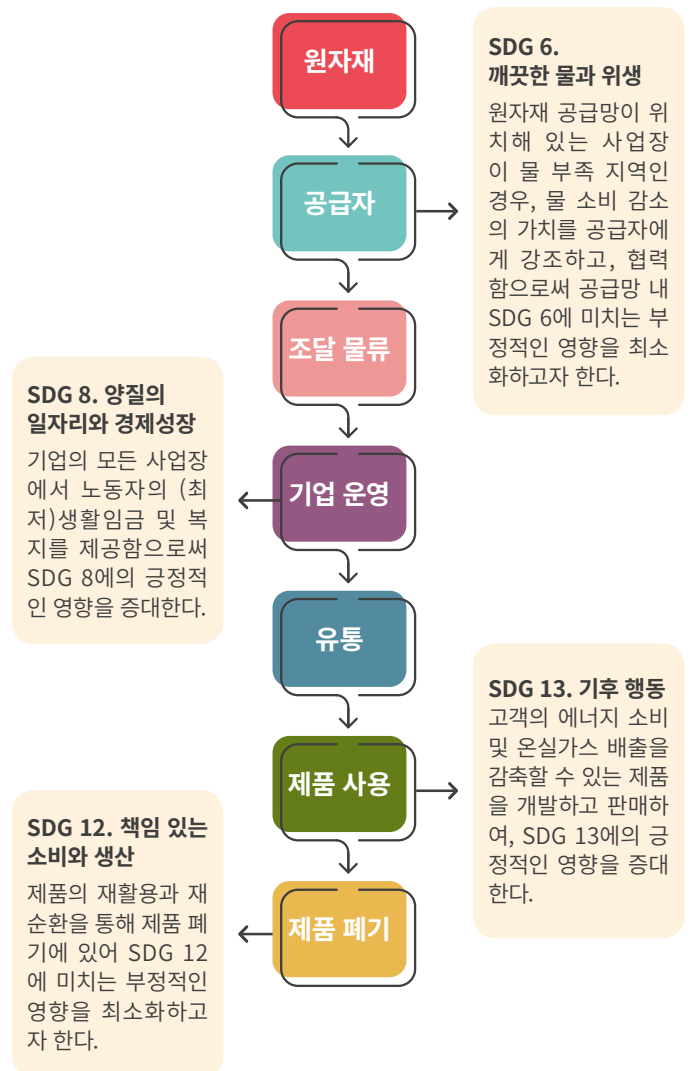
1) 가치사슬 맵핑(mapping)-

기업 활동이 영향을 미치는 범위, 대상 등을 식별

기업은 비즈니스 활동이 일어나는 가치사슬 전반에 걸쳐 자사가 정확히 어떤 부문에서 어떠한 사회, 환경적 영향을 미치고 있는지를 살펴봐야 한다. 아래와 같은 예시처럼 가치사슬을 직접 맵핑해보고, 그 과정에서 자사의 긍정적인 영향은 증대시키

고, 부정적인 영향은 최소화하기 위해 어떤 SDGs 목표를 활용할 수 있는지를 살펴볼 수 있다.

가치사슬 맵핑 예시



가치사슬 맵핑을 위한 툴 소개

- 전 과정평가 방법론 (LCA, Life Cycle Assessment)
- 환경산업연관분석 모델 (EEIO, Environmentally-Extended Input-Output)

2) 지표 선정 및 데이터 수집

가치사슬 맵핑 후, 각 요소들에 대한 정확한 분석을 위해서는 세부 지표와 이에 대한 데이터 수집이 필요하다. 17개의 SDG 목표와 세부 목표에 상응하는 기업 활동 지표는 SDG Compass 웹사이트에서 확인할 수 있으며, 기업은 이 중 가장 관계있는 지표를 선택하거나 자체적인 지표를 설정하기 위한 참고자료로 활용

할 수 있다. 데이터 수집의 경우, 현행의 비즈니스 시스템과 과정(구매, 판매 시스템에서의 데이터 추출 등)을 사용하거나, 이해보고 시스템, 현장 방문, 설문조사, 인터뷰 등의 일반적인 데이터 종합 및 수집 방법을 통해 이뤄질 수 있다.

3) 우선순위 선정

이제 앞선 과정을 거쳐 파악한 SDG 목표에 기업 활동이 미치는 영향의 규모, 심각성 및 가능성, 핵심 이해관계자들에게 미치는 영향의 중요성 등을 고려하여 자사가 집중하여 다룰 SDG 목표 우선순위를 정한다.

Step 3. 목표 설정하기

앞서 2단계에서 살펴본 영향 평가 및 우선순위 선정의 결과를 기반으로 기업은 SDGs와 연계하여 자사의 지속가능성 목표를 설정할 수 있다. 여기서 중요한 것은 구체적이고, 측정가능하며, 명확한 시한이 있는 목표를 설정하는 것이다. 이를 위해 기업 활동의 결과 혹은 영향을 직접적으로 다루는 KPIs(핵심평가지표, Key Performance Indicator)를 선정하고, 각 목표별 기준치를 명확하게 설정해야 한다.

예) 기업은 2006년부터 2008년까지 사용한 평균 물 사용량을 지표를 통해 측정하고 비교하여, 2018년부터 2020년까지 3년 동안의 물 사용량을 x% 감소하는 목표를 설정할 수 있다.

Step 4. 통합하기

명확한 목표를 설정했다면, 이제 지속가능성을 핵심 비즈니스 활동에 통합시키고, 모든 직무 및 사업장에 세부 목표를 내재화해야 한다. 아래의 예시를 통해 조직의 구석구석에 지속가능성 목표를 내재화하는 방식을 살펴보자.

Step 5. 보고 및 소통하기

SDGs 목표를 중심으로 한 지속가능성을 통합, 내재화하여 긍정적인 가치를 창출했다면 이를 이해관계자에게 보고하고 소통하는 것 역시 중요하다. 효과적인 보고와 소통을 위해서는 중대한 이슈들에 집중할 것을 권장하며, 기업은 이 과정에서 아래와 같은 여러 보고 매커니즘, 프레임워크 등을 적절하게 활용할 수 있다.

이 외, SDGs 17대 목표 및 세부 목표, 현행의 원칙, 표준, 지침들 및 기타 비즈니스 툴은 www.sdgcompass.org 에서 추가적으로 확인할 수 있다.

조직에 지속가능성 목표 내재화 예시

기업 운영 아젠다 2016

KPI: SDG 12번째에 기여

- 2020년까지 제품에 유해화학물질*을 단계적으로 폐기
- 2016년 말까지 유해화학물질의 사용을 단계적으로 폐기하고 대체 물질 파악하기

* 유해물질이란 내부 및 외부 전문가의 의견에 따라 규정된 것으로, 법에 의해 금지된 물질 그 이상을 말함.

대표활동 _ 직무 관리 아젠다

R&D

2016년 말까지 제품의 모든 유해화학물질에 대한 대체 물질 파악

공급망 관리

2016년 말까지 구매된 제품 및 성분에 들어 있는 유해화학물질을 가능한 모두 파악하고 단계적으로 사용 폐기

대표활동 _ 개별목표

R&D 기술자

2016년 말까지 제품과 성분에 포함된 유해화학물질에 대한 대체물질을 책임지고 파악

부품 구매자

2016년 말까지 모든 거래처가 유해화학물질에 대한 구매정책을 준수하도록 보증

* 출처: GRI, 유엔글로벌콤팩트(UNGC), 세계지속가능발전기업협의회(WBCSD) 공동 발간 (2016), 「SDG Compass 지속가능발전목표(SDGs)에 관한 기업 행동 지침」, 23쪽

보고 표준 및 프레임워크 소개

- GRI 표준
- 탄소공개 프로젝트(CDP) 등과 같은 특정 이슈별 보고 매커니즘
- 유엔 이행 원칙 프레임워크 (UN Guiding Principles Reporting Framework)
- 기후정보공개표준화위원회 프레임워크(CDSB)

* 참고 - GRI, 유엔글로벌콤팩트(UNGC), 세계지속가능발전기업협의회(WBCSD) 공동 발간 (2016), 「SDG Compass 지속가능발전목표(SDGs)에 관한 기업 행동 지침」 & www.sdgcompass.org (accessed on 2019-5)



국내 동향

01

금융권, 지속가능채권 연이어 발행

금융권의 지속가능채권 발행이 줄을 잇고 있다. 지속가능채권이란 그린 프로젝트나 사회적 책임을 수행하는 각종 프로젝트에 사용될 자금을 조달하는 특수목적의 채권을 의미한다. 지난 달 7일 우리은행은 한국물(발행 주체가 한국기관인 채권) 중 최초로 대만 자본시장에서 미국 달러 등 외국통화로 발행되는 채권을 의미하는 '포모사 지속가능채권' 4억 4000만 달러를 시중은행 최저금리로 발행했다고 밝혔다. 시중은행이 지속가능채권을 발행한 것은 지난 해 10월 국민은행이 처음이며, 이후 올해 초부터 산업은행, 우리은행 등을 비롯한 시중은행들이 이를 연이어 발행하고 있다. 이는 기업의 사회적 책임을 다하면서도 금리 측면에서 적지 않은 이득이 있기 때문인 것으로 해석할 수 있다.

* 참고 - 조세일보, 05.09

<http://www.joseilbo.com/news/htmls/2019/05/20190509376212.html>

02

국내 연구진, 페트(PET)를 대신할 친환경 플라스틱 '페프(PEF)' 촉매 개발

한국화학연구원은 지난 8일 소속 연구팀이 플라스틱 페트 용기를 대신할 바이오 플라스틱 페프 원료를 생산하는 촉매 개발에 성공했다고 밝혔다. 페프는 식물 자원을 원료로 사용하여 제조되는 친환경 소재이며, 앞으로 다양한 분야에서 석유계 플라스틱인 페트를 대체해나갈 수 있을 것으로 기대된다. 페프는 패트와 유사한 수준으로 가스 투과를 막고, 열에도 잘 견디는 특성을 가지고 있어 탄산음료 용기나 식품 포장재 등에서 친환경적 대체재로 활용될 수 있을 것으로 보인다. 더불어, 사용한 촉매를 회수해 재사용할 수 있을만큼 성능이 우수하기 때문에, 기존에 촉매 물질을 만들던 귀금속 물질 사용량 역시 획기적으로 줄일 수 있다는 점에서 더 큰 의미를 가진다.

* 참고 - 매일경제, 05.08

<https://www.mk.co.kr/news/it/view/2019/05/301966/>



국내·외 행사소식



국내 행사

2019년 한국윤리경영학회 춘계학술대회

‘우리나라 기업의 갑을문화와 윤리경영’이라는 주제로 지난 달 접수, 선정된 다양한 논문 발표 및 학술 세션이 개최됨

- 주최: 한국윤리경영학회
- 일시: 2019.06.08
- 장소: 경희대학교 경영대학



해외 행사

18th Responsible Business Summit Europe 2019

유럽 기업 및 학계, 전문가들이 모여 윤리적 기업 및 기업의 지속가능성에 대한 최신 트렌드 및 사례를 공유

- 주최: Ethical Corporation
- 일시: 2019.06.10 ~ 2019.06.12
- 장소: 런던, 영국

지식 1G



국가 지속가능발전목표(K-SDGs)

[의미]

전 지구적 지속가능성을 확보하기 위해 채택한 UN의 지속가능발전목표(SDGs)에 대응하는 동시에, 우리나라의 특징과 상황에 더 적합하도록 한 한국형 SDGs. 국내 여러 이해관계자들의 의견을 수렴하는 과정을 거쳐, 2018년 12월에 확정되었으며, '모두를 포용하는 지속가능국가'라는 이상 아래 5개 전략, 17대 목표, 122개 세부 목표, 214개 지표로 구성되어 있다.

[K-SDGs의 5개 전략]

- 모두가 사람답게 살 수 있는 포용 사회 구현
- 모든 세대가 누리는 깨끗한 환경 보전
- 삶의 질을 향상하는 경제성장
- 인권 보호와 남북평화 구축
- 지구촌 협력



독자에게 물었습니다.

Q1. 지속가능발전목표(UN SDGs)에 대해 얼마나 알고 계신가요?

P 기업, S 책임

사실 지속가능발전목표라는 단어를 들어는 봤지만 잘 알고 있지 못했습니다. 'UN 총회에서 채택되어 국제 사회가 함께 추구해 나가는 공동 목표' 정도로만 알고 있었는데요. 이 인터뷰 질문을 받고 검색을 통해 17개의 목표가 있다는 사실과 다루는 의제에 대해 알게 되었습니다. SDGs에 평소 관심을 가지고 있거나 관련 분야 종사자가 아니라면 SDGs에 대해 저처럼 잘 모르는 경우가 대부분일 것이라고 생각해요. 내용을 일부 알더라도 빈곤 퇴치, 기아 해소와 같은 이슈 등만 보고 우리 사회와 연관성이 떨어진다고 생각해, 더 깊은 관심을 가지지 않을 수도 있고요. 그런 점에서 정부 기관이나 지자체, 시민단체, 그리고 더 나아가 기업에서 SDGs가 무엇인지, 왜 중요한지에 대해 보다 적극적으로 알려주었으면 좋겠습니다. 일단 알게만 된다면, 우리와도 절대 무관하지 않은 중요한 이슈들이라는 사실, 기업은 물론 사회 구성원 모두가 동참해야 하는 어떤 것이라는 점을 자연스럽게 느끼게 될 것이라고 생각합니다.

Q2. 귀사에서는 효과적인 SDGs 이행을 위해 어떤 노력을 하고 있나요?

K 기업, I 주임

저희 회사에서는 기존에 진행하던 공유가치창출(CSV) 프로젝트, 사업 등을 관련 SDGs 목표와 적극적으로 연계하고 있습니다. 예를 들어 저희 지역사회의 환경보호와 지속가능한 발전을 도모하기 위해서, 도심지나 폐도로 등에 숲을 조성하는 프로젝트를 진행하고 있습니다. 뿐만 아니라 친환경 물류 운송을 실천하는 등 가치사슬 전반에 걸쳐 친환경성을 실천하고자 하고 있습니다. 이 같은 저희의 CSR/CSV 사업들은 SDG목표 7(지속가능한 에너지 보급)이나 목표 13(기후변화 대응)과 같이 환경과 관련된 목표 달성을 위한 움직임으로 자리 잡고 있습니다. 이렇게 SDGs와 비즈니스 활동을 연계함으로써 SDGs 자체에 대한 대내외 이해관계자들의 관심을 촉구할 수도 있고, 내부 임직원들에게도 더 명확한 목표 의식을 줄 수 있다고 생각합니다.

Q. SDGs의 효과적인 이행을 위해 우리 기업이 해야 할 것 중 하나가 아닌 것은 무엇일까요?

- ① 다양한 지역별, 산업별 CSR 이니셔티브에 참여하기
- ② 기업 홍보를 통한 이미지 제고
- ③ 가치사슬 전반에서 기업의 활동이 미치는 긍정적, 부정적 영향 파악하기
- ④ 경제·사회·환경적 측면을 고려한 기업의 KPI(핵심성과지표)를 설정하기

정답
제출처

국민권익위원회 민간협력담당관실(acrcbusinessethics@gmail.com)

* 성함, 주소(상품권 수령지), 연락처를 보내주세요(22일까지)
정답을 보내주신 분 중 5명을 추첨하여 문화상품권을 보내드립니다.

▶ 지난 호 정답: ② 번

지난 호 정답자는 고건영 님, 조현우 님, 정일섭 님, 박인호 님, 서희두 님입니다. 축하드립니다!!

독자퀴즈



2019년 국민참여 청렴콘텐츠 공모전

- 국민권익위원회 청렴연수원에서는 「국민참여 청렴콘텐츠 공모전」을 진행하여 반부패·청렴과 관련된 경험 등을 주제로 다양한 분야의 콘텐츠를 공모하고 나아가 우리 사회에 청렴문화를 확산하기 위해 노력하고 있습니다. 관심 있는 여러분들의 많은 참여를 부탁드립니다.
- 자세한 내용은 공모전 홈페이지(www.integritycontents.co.kr)를 참고해주시기 바랍니다



2019 국민참여 청렴콘텐츠 공모전

[청렴, 일상이 되다]

사연(수기) 공모

공모주제
 - 「영양교과서」 발행 이후 변화된 삶의 이야기
 - 가뭄, 폭우 등 일상에 나타난 환경의 변화 및 양산 관련 사연
 - 우리 사회가 현재 경험하고 있는 다양한 문제
 - 본인 또는 주변의 청렴이야기나 청렴으로 행동을 경험한 사례 등

제출분량 및 규격
 - 신청서식(제출) 및 사진(제출)은 A4용지 3매 이내
 - 사진은 4cm 이내

시상내역
 총 16편(상금 530만원)

구분	시상 수	시상내역
대상	1편	위원장 상장 및 상금 100만원
최우수상	1편	위원장 상장 및 상금 70만원
우수상	3편	위원장 상장 및 상금 각 50만원
장려상	5편	위원장 상장 및 상금 각 30만원
입선	6편	위원장 상장 및 문화상품권 각 10만원

참가자격
대한민국 국민 누구나

접수기간
2019. 5. 31(금) ~ 9. 23(월) 17시까지

공모방법
공모전 홈페이지(www.integritycontents.co.kr)에서 공모

스토리텔링 공모

공모주제
 - 본인 또는 주변의 경험을 바탕으로 한 청렴에 대한 느낌
 및 소감과 관련된 이야기
 - 「영양교과서」 발행 이후 변화된 삶의 이야기
 - 가뭄, 폭우 등 일상에 나타난 환경의 변화 및 양산 관련 사연
 - 우리 사회가 현재 경험하고 있는 다양한 문제
 - 본인 또는 주변의 청렴이야기나 청렴으로 행동을 경험한 사례 등

제출분량 및 규격
 - 신청서식(제출) 및 사진(제출)은 A4용지 3매 이내
 - 사진은 4cm 이내

시상내역
 총 12편(상금 880만원)

구분	시상 수	시상내역
대상	1편	위원장 상장 및 상금 300만원
최우수상	1편	위원장 상장 및 상금 200만원
우수상	4편	위원장 상장 및 상금 각 500만원
장려상	6편	위원장 상장 및 상금 각 30만원

참가자격
대한민국 국민 누구나

접수기간
2019. 5. 31(금) ~ 9. 23(월) 17시까지

공모방법
공모전 홈페이지(www.integritycontents.co.kr)에서 공모

사연(수기) 공모

- **공모 주제** : 반부패·청렴 관련 내용을 주요 소재로 한 에피소드 중심의 창작 동영상
- **공모 기간** : '19. 5. 31(금) ~ 9. 23(월) 17시까지
- **시상 내역** : 총 16편(상금 530만원)

구분	시상 수	시상내역
대상	1편	위원장 상장 및 상금 100만원
최우수상	1편	위원장 상장 및 상금 70만원
우수상	3편	위원장 상장 및 상금 각 50만원
장려상	5편	위원장 상장 및 상금 각 30만원
입선	6편	위원장 상장 및 문화상품권 각 10만원

스토리텔링 공모

- **공모 주제** : 본인 또는 주변의 경험을 바탕으로 한 청렴에 대한 느낌을 강연·토크쇼·인터뷰 등 스토리텔링 형식으로 표현
- **공모 기간** : '19. 5. 31(금) ~ 9. 23(월) 17시까지
- **시상 내역** : 총 12편(상금 880만원)

구분	시상 수	시상내역
대상	1편	위원장 상장 및 상금 300만원
최우수상	1편	위원장 상장 및 상금 200만원
우수상	4편	위원장 상장 및 상금 각 500만원
장려상	6편	위원장 상장 및 상금 각 30만원

다큐멘터리 공모

- **공모 주제** : 반부패·청렴과 관련된 주요 사건 또는 인물 이야기를 다룬 다큐멘터리 영상물 (15분 분량)
- **공모 기간** : '19. 6. 28(금) ~ 10. 21(월) 17시까지
- **시상 내역** : 총 11편(2,700만원)

구분	시상 수	시상내역
대상	1편	위원장 상장 및 상금 1,000만원
최우수상	1편	위원장 상장 및 상금 500만원
우수상	3편	위원장 상장 및 상금 각 200만원
우수상	6편	위원장 상장 및 상금 각 100만원

랩(RAP) 공모

- **공모 주제** : 청렴·공정하 사회에 대한 희망적인 메시지를 담은 2분 이내의 짧은 랩(RAP) 영상물
- **공모 기간** : '19. 6. 28(금) ~ 10. 21(월) 17시까지
- **시상 내역** : 총 11편(1,100만원)

구분	시상 수	시상내역
대상	1편	위원장 상장 및 상금 300만원
최우수상	1편	위원장 상장 및 상금 200만원
우수상	3편	위원장 상장 및 상금 각 100만원
우수상	6편	위원장 상장 및 상금 각 50만원



2019 국민참여 청렴콘텐츠 공모전

[청렴, 일상이 되다]

다큐멘터리 공모

공모주제
 - 「영양교과서」 발행 이후 변화된 삶의 이야기
 - 가뭄, 폭우 등 일상에 나타난 환경의 변화 및 양산 관련 사연
 - 우리 사회가 현재 경험하고 있는 다양한 문제
 - 본인 또는 주변의 청렴이야기나 청렴으로 행동을 경험한 사례 등

제출분량 및 규격
 - 신청서식(제출) 및 사진(제출)은 A4용지 3매 이내
 - 사진은 4cm 이내

시상내역
 총 11편(상금 2,700만원)

구분	시상 수	시상내역
대상	1편	위원장 상장 및 상금 1,000만원
최우수상	1편	위원장 상장 및 상금 500만원
우수상	3편	위원장 상장 및 상금 각 200만원
우수상	6편	위원장 상장 및 상금 각 100만원

참가자격
대한민국 국민 누구나

접수기간
2019. 6. 28(금) ~ 10. 21(월) 17시까지

공모방법
공모전 홈페이지(www.integritycontents.co.kr)에서 공모

랩(RAP) 공모

공모주제
 - 청렴·공정하 사회에 대한 희망적인 메시지를 담은 랩(RAP) 영상물
 - 청렴한 인물 사건 또는 청렴문화 확산을 위한 내용 포함
 - 2분 이내의 짧은 랩(RAP) 영상물

제출분량 및 규격
 - 신청서식(제출) 및 사진(제출)은 A4용지 3매 이내
 - 사진은 4cm 이내

시상내역
 총 11편(상금 1,100만원)

구분	시상 수	시상내역
대상	1편	위원장 상장 및 상금 300만원
최우수상	1편	위원장 상장 및 상금 200만원
우수상	3편	위원장 상장 및 상금 각 100만원
우수상	6편	위원장 상장 및 상금 각 50만원

참가자격
대한민국 국민 누구나

접수기간
2019. 6. 28(금) ~ 10. 21(월) 17시까지

공모방법
공모전 홈페이지(www.integritycontents.co.kr)에서 공모