

## 기업윤리 브리프스 *Business Ethics Briefs*

### 1. 2005년도 다우존스 지속가능성지수 평가결과

- 다우존스 지속가능성지수(DJSI: Dow Jones Substantiality Indexes)는 세계적인 지속가능 선도기업의 재정적 성취도(financial performance)를 측정하는 지수로서 1999년 이후 제정·운영
  - 이 지수는 다우존스 주가지수에 편입되어 있는 2,500여개의 기업중 지속가능성 평가가 양호한 기업\*들로 구성
    - \* 평가결과 상위 10%에 속하는 기업
  - DJSI는 매년 9월 지수편입기업의 리스크와 성장성 등을 종합적으로 심사하여 재구성
  - 자산관리 또는 펀드매니저들은 DJSI를 지속가능기업의 포트폴리오 구성시 객관적이고 전문적인 준거(benchmarks)로 적극 활용
- 금년 9월 SAM(Sustainability Asset Management)社は 다우존스 지속가능성지수 편입 기업들에 대한 2005년도 평가결과 발표
  - 평가요소는 매년 달라지며 공통적용 기준(가중치 60%)과 산업적용 기준(가중치 40%)으로 구분하여 심사

- 공통적용 기준은 경제적, 환경적, 사회적 요인으로 세분화하여 요소별로 가중치를 차등 적용하고 산업적용 기준은 산업별 특성에 따라 달리 적용

### 2005년도 DJSI의 공통적용 기준 평가요소 및 가중치

	평가요소	가중치
경제적 요인	행동강령, 준법성, 부패 및 뇌물수수	4.8
	기업지배구조	4.8
	고객관계관리	4.2
	투자자관계	4.2
	위험관리	4.8
환경적 요인	환경정책 및 환경관리	4.8
	환경적 성과	6.0
	환경보고서	2.4
사회적 요인	기업시민정신 및 자선활동	3.0
	이해관계자의 참여도	4.2
	노동관행지표	4.8
	인적자원 개발	4.8
	사회보고서	2.4
	인재 확보 및 육성	4.8
합 계		60

- o 2005년의 새로운 DJSI에는 57개 기업이 신규로 추가되고 54개 기업이 탈락하여 총 317개 기업이 편입

- 지역별 편입기업 현황을 보면 유럽 및 미국 기업이 70% 이상을 차지하는 가운데 아시아 국가중에서는, 일본 36개, 홍콩 3개, 한국 2개 기업 (POSCO 및 삼성 SDI) 등이 편입

### 지역별 DJSI 편입기업 현황

(개)			
지 역	국가수	지 역	국가수
미 주	83	유 럽	170
(미 국)	69	(영 국)	68
(캐나다)	12	(프랑스)	18
아시아	44	기 타	20
(일 본)	36	(호 주)	17
(한 국)	2	(남아공)	3

□ SAM社의 2005년도 평가결과는 최근 기업의 지속가능경영 발전상황에 대해 다음과 같은 시사점을 제공

○ 초기 단계에는 지속가능경영이 기업의 경영전략 및 운영방침에 국한되어 반영되었으나 현재에는 제품 및 서비스 제공 등으로까지 확대되는 추세

— 전자산업에서는 제품이 친환경 디자인\*(eco-design) 요건을 충족시키는 방향으로 진전

\* 제품의 생산과정에서 발생할 수 있는 환경 피해를 최소한으로 줄이면서 제품 기능과 품질 경쟁력을 높이는 설계방식

— 프로젝트 파이낸싱에서는 환경적 요소의 평가비중이 점차 상승

○ 또한 모든 기업들이 기업지배구조 개선 및 환경보고서 발간 등 환경친화적 경영을 중시하는 추세

○ 협력업체와의 관계에서는 투명성 제고 및 책임성 강화가 핵심요인으로 부각

— 협력업체 선정시 환경적, 사회적 요인을 평가하며 감사시스템을 통해 협력업체를 관리

○ 기업들의 인적자원관리(human capital management) 중요성에 대한 인식 제고

— 다만 관리시스템 미흡으로 인재 유인(talent attraction) 및 종업원 교육 정책, 종업원 성과지표 개발 등 광범위한 개선조치가 필요한 상황

□ 그간 DJSI는 지속가능경영에 대한 기업의 관심도를 제고함과 아울러 산업 전 부문에 걸쳐 이를 확산시키는 데 크게 기여

○ 이로 인해 지속가능경영 기업에 대한 투자가 꾸준히 늘어나고 있으며 펀드 매니저 등 투자자에 대한 투자판단지표로서의 기능도 점차 높아지는 추세

## 2. 윤리구매의 개념 및 필요성

\* 이 자료는 (주)에코프론티어 Sustainability Issue Papers의 「윤리구매의 국내외 동향과 사례」를 요약한 것임

□ ‘윤리구매(*Ethical Sourcing*)’란 협력업체 선정시 납품단가 이외에 노동환경과 노동자 인권을 주요 기준으로 삼아 협력업체의 윤리경영을 유도하는 관리전략을 의미

○ 경제적 요인 이외에 비경제적 요인도 함께 고려하여 선정한다는 점에서 녹색구매(*green procurement*)\*와 유사한 개념

\* 협력업체 선정시 가격(*price*), 품질(*quality*), 납기(*delivery*) 등 전통적 요인에 환경(*environment*) 요인을 추가하여 협력업체의 친환경적 제품생산을 유도함과 아울러 협력업체의 사업장 또는 제품의 환경문제로 인해 기업에 초래될 수 있는 위험을 최소화하기 위한 협력사 관리전략 등을 포괄

○ 기업의 공급망(*supply chain*)내에 존재하는 협력업체 노동자들의 노동환경 개선 및 권익보장이 윤리구매의 최종목표

□ 해외 선진기업들은 자사의 윤리경영 모델에 윤리구매를 포함시킴으로써 윤리경영 실천대상을 협력업체로 확대시키는 경향

○ 윤리구매는 기업의 사회적 책임 이행, 윤리경영 실천 등을 통한 기업내 잠재적 위험관리 전략 내지 수단으로 평가받고 있음

○ 또한 기업들은 윤리구매를 자사의 고가제품을 합리화하면서 타사의 저가제품과 차별화하기 위한 전략으로도 활용

□ 이처럼 윤리구매가 확산되고 있는 것은 다음과 같은 배경에 기인

○ 수많은 글로벌 기업들이 원가절감을 위해 임금이 낮은 후진국 협력업체에 생산의 대부분을 의지한 결과 열악한 노동환경 및 인권 문제를 야기하여 사회적 비난을 받게 되고 기업 평판이 크게 하락하는 사례 발생

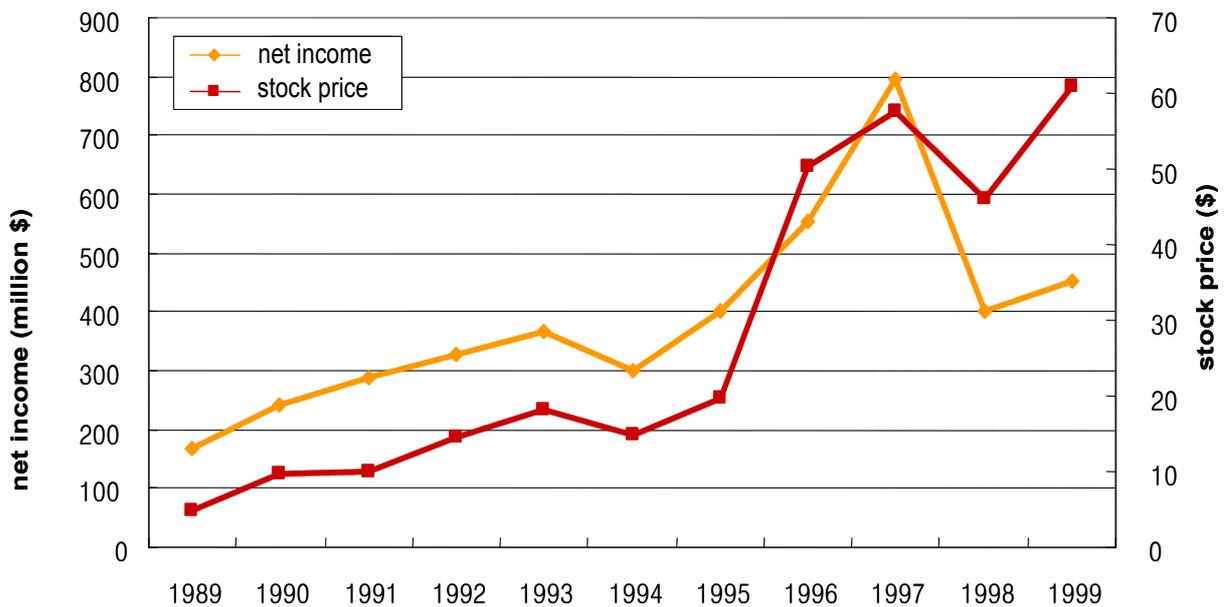
— 이는 “매출 감소 → 수익 축소 → 기업이미지 실추” 등으로 이어져 기업 경영에 큰 타격을 주는 요인으로 작용

· 나이키 및 아디다스가 후진국(파키스탄)의 아동 노동력을 이용하여 축구공을 생산한다는 사실이 알려지면서 NGO와 사회단체의 지탄 및 불매운동 등 소비자의 외면으로 이익이 급격히 감소하고 주가도 급락

· 이후 나이키는 아동노동에 대한 사과와 재발방지를 약속하고 협력업체 관리에 막대한 비용을 투입하였으며

유엔아동보호기금(UNICEF)과 국제노동기구(ILO)에 의해 아동학대 판정을 받은 아디다스는 거액의 아동보호기금을 납부하고 공식 사과

### 나이키의 순이익 및 주가 추이



- 이러한 사례로 야기되는 위험에 사전적으로 대처하기 위해 기업들은 자사뿐만 아니라 협력업체의 윤리경영을 적극적으로 관리하기 위한 전략으로 '윤리구매'를 채택

- 최근 들어서는 기업의 사회적 책임 이행 및 협력업체에 대한 노동·인권관리 강화 등의 요구 증대에 대응하여 기업들이 윤리구매에 적극적인 자세로 전환

- 기업을 둘러싼 이해관계자들의 요구나 주장은 사회적으로 즉각 여론화되어 기업경영에 막대한 영향력을 행사함에 따라 윤리구매를 솔선 실천

- 일부 후진국 협력업체에 생산기반을 둔 기업들은 해당국가의 노동 및 인권 관련 법규 미비, 정부의 감독 미흡 등에 따라 위험관리 차원에서 글로벌 수준에 부합하는 협력업체 노동 및 인권문제 관리시스템을 마련하여 운용

- 또한 윤리구매는 DJSI, FTSE4Good 등 투자지표와 GRI 가이드라인 등에도 반영되어 기업의 지속가능경영 정도를 평가하는 중요한 척도로 인식되는 추세

- 장기적으로 윤리구매는 기업의 경쟁력을 강화하기 위해서도 필요

- 윤리구매는 협력업체가 양질의 제품을 생산할 수 있도록 적절히 보상해 줌으로써 기업의 경영 안정성 및 경쟁력 강화 도모

- 커피전문점인 '스타벅스'의 경우 윤리구매를 통해 협력업체인 커피생산자에게 충분한 원가를 보상해 줌으로써 협력업체로부터 좋은 제품을 지속적으로 공급받고 있으며

도산위험도 사전 예방하는 효과가 발생함으로써 생산량을 안정적으로 확보하고 공급가격을 일정수준으로 유지

### 3. 국내 기업의 기업윤리 동향

#### □ LG화학의 윤리경영 추진실적 및 향후 계획\*

\* 2005. 12. 23일 LG화학이 국가청렴위원회에 송부한 자료를 요약한 것임

#### 《 LG의 기업문화와 정도경영 》

◎ LG는 『고객을 위한 가치창조』와 『인간존중의 경영』을 경영이념으로 삼고 있으며, 이를 “정도경영”의 행동방식을 통하여 1등 LG를 달성하고자 하는 LG WAY를 선포

— “정도경영”이란 윤리경영을 기반으로 꾸준히 실력을 배양해 정정당당하게 승부하는 LG만의 행동방식을 지칭

#### 《 윤리경영 추진 주요내용 》

◎ 윤리경영 추진체제

— 윤리규범 및 윤리규범 실천지침 제정·시행

○ 1994년 국내 민간기업 최초로 모든 임직원이 지켜야할 올바른 행동과 가치판단의 기준으로서 「윤리규범」 제정

○ 윤리규범의 실천 제고를 위해 ① 고객에 대한 책임과 의무, ② 공정한 경쟁, ③ 공정한 거래, ④ 임직원의 기본윤리, ⑤ 임직원에 대한 책임, ⑥ 국가와 사회에 대한 책임 등 총 6개장으로 구성된 「윤리규범 실천지침」 제정·운용

— 윤리경영 담당조직 설치·운영

○ 강력한 정도경영 추진을 위해 CEO직속 조직으로 윤리사무국 설치

— 윤리사무국은 정도경영에 대한 전사적 공통정책 수립 및 교육 실시, 윤리규범 핸드북, 위반 사례집 제작·배포를 통한 전 임직원에게 대한 홍보, 사이버신문고 등 총괄적 실천프로그램 제정·운영

○ 각 사업장별로 현장에 맞는 정도경영의 자율적 추진을 위해 “부문 윤리 사무국” 설치

◎ 윤리경영 실천프로그램

— 사이버신문고 제도 운영

○ 1993년부터 시행해 온 ‘불공정사례신고센터’를 2002년부터 ‘사이버신문고’로 변경하여 운영

— 사내 인트라넷, LG화학 홈페이지 등에 배너를 삽입하여 신고의 용이성을 확보하고, 신문고 운영자의 신고자 신분보호의무를 규정하여 제보자 신분보호에 철저

○ 동 제도의 활성화로 업무 프로세스 개선 등의 성과 발생

— 금품수수신고제도 운영

○ 임직원이 업무와 관련하여 불가피하게 경제적 이익을 받은 경우 이를 회사에 신고하고 수수한 물건을 회사에 제출

○ 신고받은 물품은 사내경매를 통해 처분하고 수익금을 불우사회복지시설에 기부 (매년 약 100여건의 신고접수, 수익금 약 1천만원 기부)

— 체계적·지속적 정도경영 교육 실시

- 공통된 내용은 Cyber교육으로 전직원에게 실시하고, 단계별, 직군별, 현장별로 집합교육을 실시하여 정도경영의 생활화 유도
- 매년 협력업체에 대해 윤리경영의 필요성 및 LG의 정도경영에 대한 설명회를 개최하여 정도경영에의 자발적 참여 유도 및 정도경영 위반행위에 대한 감시역할 당부

— 정도경영 실천서약서 징구

- 직원들의 정도경영 실천의지를 높이고, 협력업체의 정도경영에 대한 적극적 동참을 유도하기 위해 '정도경영 실천서약서' 제출 의무화

◎ 환경경영의 지속적 실천

— 전사적 차원의 비전과 전략 수립

- CEO의 강력한 의지를 바탕으로 환경경영의 비전과 전략을 수립하여 전사적 차원에서 적극적이고 지속적으로 추진

— 자율적인 환경개선목표 「오염물질 배출 'zero'화」설정 (1995년)

- 1999년까지 오염물질 배출원단위를 50% 감축, 2006년까지는 원단위감축을 목표

— 환경경영시스템 운영

- 2001년부터 환경·안전·보건 개선 프로그램인 RC(*Responsible Care*) 도입·운영
- 이와 함께 각종 데이터의 통계적 관리를 위한 환경·안전 IT 시스템 구축, 계층과 직무에 따른 환경·안전 교육 실시, 자체 내부감사 및 환경·안전진단 실시 등 다양한 환경경영시스템 운영

— 환경회계 도입

- 환경투자의 효율성과 환경성과 제고 수단으로 환경회계 도입

— 환경성과평가 실시

- 다양한 환경경영 활동을 통해 창출한 성과를 측정·분석·평가하여 그 결과를 경영의사결정에 활용

— 기후변화협약 대응

- 기후변화협약에 적극 대응하기 위해 「기후변화협약 대응 TFT」 구성
- ① 온실가스관리시스템 구축, ② CDM활용 및 배출권 거래제 연구·도입, ③ 에너지 저소비 제품 및 프로세스 개발 등 3가지 전략과제를 설정하여 단계적으로 추진

— 친환경제품 개발 노력

- 전 세계 환경규제를 충족하는 제품을 생산하고 제품의 환경부하를 감축시키기 위해 1997년부터 LCA(Life Cycle Assessment)를 도입하여 제품 전 과정의 잠재적 환경영향평가와 제품의 환경성 개선활동 전개

◎ 투명구매시스템

— e-Procurement System 도입

- 전자입찰, 전자에 의한 주문, 납품, 대금 지급 등의 전 과정을 On-line화하여 운영

— 투명한 업체 등록 및 선정

- 객관적 기준에 따라 구매부서와 생산부서 등의 협의를 통한 구매업체 등록 및 집중 관리