

**전문가 코칭**

균형사회연구센터 최재한 대표

윤리경영의 가속페달,  
윤리적 소비

**윤리 연구소**

국내외 제약업체의  
리베이트 관행

—  
윤리적 소비 관련 인증제도  
활성화 방안 연구

**신규코너**

윤리경영 Step by Step

# 기업윤리 브리프스

국내 유일의 기업윤리 월간지  
**2017  
02**



최재환  
균형사회연구센터 대표

# 윤리경영의 가속페달, 윤리적 소비

## Q

### 윤리적 소비가 강조되는 이유는 무엇인가?

소비(consume)란 단어는 영어식 용법에서는 “소멸시키다, 다 써 버리다, 낭비하다, 소모하다”등과 같이 부정적인 의미로 사용되었다. 소비사회(consumer society)라는 표현도 낭비가 많은 ‘일회용’사회에 대한 비판을 나타내고 있다. 상품 제조사와 광고대행사 입장에서 ‘소비자’는 생산된 제품을 모두 팔아치워야 할 대상에 불과하다. 따라서 윤리적 소비를 한다는 것은 소비자가 주체로서 여러 부정적 현상에 대한 바로잡음에 참여하는 것이다. 윤리적 소비란 개인적 차원의 합리적이고 효율적인 소비행동을 포함해서 생태학적 지속가능성과 빈곤 및 사회양극화 문제/노동자의 인권과 노동환경/아동노동착취 등 사회정의를 고려한 대안적 소비양식을 말한다. 생태 친화적 소비는 저탄소상품이나 에너지절약상품, 동물보호 상품 등의 소비를 말하고, 사회정의를 고려한 소비행동은 공정무역/공정여행/로컬구매/공동체운동/나눔 및 기부 등이 있다. 가장 대표적인 윤리적 소비인 공정무역제품 구매는 저개발국의 생산자들이 경제적으로 자립하고 그 지역사회가 발전할 수 있게 도움으로써 글로벌 차원의 상생에 기여하는 것이다.

눈앞의 이익만 탐하는 비윤리적인 기업이 원하는 것은 바로 비윤리적 소비자이다. 높은 연비를 자랑하는 폭스바겐의 배출가스 조작이라는 파렴치한 행동이 알려지기 전까지 소비자들은 브랜드 가치와 값싼 경유에 눈이 멀어 디젤자동차 매연이 친환경 정책에 역행하건 말건 내 알 바 아니라는 ‘비윤리적 소비’를 선택하였다. 비윤리적 소비의 대가는 일순간 개인에게는 긍정적일 수 있지만 사회적으로는 노동인권을 억압하고 환경을 파괴하는 등 심각한 문제를 일으킬 수 있다. 생산은 그 자체로 목적일 수 없고 소비를 위해 존재한다. 결국 윤리적 소비라는 결집행동(collective action)이야말로 생산의 주체인 기업의 비윤리적 행위를 바로잡는 가장 효과적인 수단인 셈이다. 깨어있는 소비자 의식(consumer awareness)은 기업의 윤리경영을 모니터링하고 사회의 지속가능성을 높이기 위한 출발점인 것이다.

## Q

### 윤리경영은 윤리적 소비를 어떻게 만족시킬 수 있나?

윤리경영은 기업의 브랜드가치를 높이고 기업 활동에 정당성을 부여하여 기업평판과 소비자의 신뢰 및 충성도가 높아짐으로써 매출이 늘어나고 우수한 인재가 유입되는 효과를 낳는다. 소비자들을 만족시킬 윤리경영의 구체적인 내용은 기업 사회적 책임의 국제표준인 ISO26000에 잘 담겨있다. 기업 내 조직관리/인권/노동관행/환경/공정운영관행/소비자 이슈/지역사회 참여와 발전 등이 소비자가 판단해야할 핵심 체크포인트다. 윤리적 소비자들이 기업의 동물권리보호에 대한 진정성에 만족한 사례가 있다. 토끼나 흰 쥐와 같은 동물들이 화장품의 부작용 검증실험에 잔인하게 이용당한다는 사실이 밝혀지면서 몇 년 전부터 화장품업계의 동물실험금지가 점차 세계적인 추세가 되고 있다.

기업은 사회공헌이라는 대의명분(cause)으로 소비자들의 참여와 지지를 얻는 ‘코즈마케팅’을 통해 경제적 가치와 공익적 가치를 동시에 추구하고 있다. 1984년 미국 아메리칸 익스프레스는 고객이 카드를 사용할 때마다 1센트씩, 신규 가입할 때마다 1달러씩 ‘자유의 여신상’복원기금에 기부하기로 했다. 이것이 최초의 사례이고 덕분에 이벤트 기간의 카드 사용이 27%나 증가했다. 가장 성공적인 코즈마케팅 기업으로 알려진 미국 탐스 슈즈는 신발 한 켤레를 판매하면 빈민국가 어린이들에게 신발 한 켤레를 기부하는 것으로 유명하다.

코즈마케팅이 기업의 사회공헌 이미지를 알리면서 브랜드 충성도를 높일 수 있지만, 진정성 없는 마케팅 전략만으로는 착한 소비가 지속적으로 이루어지지 않는다. 오늘날 제품의 품질이나 가격이 차별화되지 않고 동질화되어가는 기업환경에서 윤리경영을 얼마나 진정으로 실천하느냐가 소비자충성도의 새로운 판단기준이 될 수 있다. 결국 윤리적 소비는 기업이 사회적 책임을 중시하고 윤리경영문화를 확산시키는 가속페달이 되는 것이다.

## 마켓3.0, 소비자의 변화

세계적인 경제학자 필립 코틀러는 현재의 시장을 '마켓3.0'으로 명명하였다. 제품 중심의 마켓1.0, 소비자 지향의 마켓2.0과 달리 마켓3.0의 소비자들은 가치가 담긴 제품을 찾는다. 이들이 찾는 제품은 어떤 것이며, 이것은 윤리경영과 어떤 상관관계가 있는 것일까?

### 브랜드를 지켜라 ●

기업은 브랜드에 소비자들이 원하는 가치를 담는다. 이는 하나의 약속이자 책임이 된다.

#### ▶ 팀버랜드의 봉사의 길



팀버랜드는 자사의 브랜드에 사회적 참여, 환경적 책무, 세계 인권 등을 담고자 했다. 이를 실현하기 위한 활동 중 하나가 '봉사의 길'이다. '봉사의 길'은 팀버랜드의 전 직원의 자원 봉사에 대하여 1년에 40시간까지 급여를 지원하는 제도이다. 팀버랜드는 브랜드에 담긴 가치와 약속을 지키기 위해 회사 역사상 최악의 손실을 보고 있던 상황에서조차도 이 프로그램을 멈추지 않았다.

#### ▶ 뉴코크에 반대하다



1985년, 코카콜라의 야심작 '뉴코크(New Coke)'가 출시됐다. 그러나 소비자의 반응은 싸늘했고 심지어 옛날 코카콜라의 맛을 돌려달라는 소비자 운동까지 벌어졌다. 이들이 콜라 맛에 이렇게 분노한 이유는 무엇일까?

1930년대 산타클로스를 시작으로 코카콜라는 '행복을 주는 음료'란 이미지를 전해왔다. 그런데 뉴코크의 출시로 이 행복의 아이콘이 변질된 것이다. 결국 코카콜라는 '코카콜라 클래식'으로 소비자들에게 과거의 맛을 돌려주었다. 기업이 제공한 브랜드가 꾸준함으로 하나의 상징이 되었을 때, 얼마나 강한 힘을 갖는가를 보여준 사례였다.

### 함께 만드는 제품 ●●

소비자의 집단지성으로 완성된 제품은 소비자에게 자부심을 심어주며, 효율적으로 운용된다.

#### ▶ 당신의 아이디어를 지지합니다



크라우드 펀딩(Crowd funding)은 아이디어를 가진 사람이 자신의 아이디어와 목표금액, 그리고 후원 금액에 따른 리워드를 제시한다. 사람들이 제시하는 펀딩 속에는 다양한 사회 문제와 그에 대한 해결책이 담긴 경우가 많다. 한 예로 2016년 말, 킥스타터에서 진행된 Filippo Loreti 프로젝트는 이탈리아 고급 시계들의 가격 거품을 지적하고, 후원금으로 저가의 고급 시계를 만들어 현재 후원자들에게 발송할 준비를 하고 있다.

#### ▶ 공동연구를 지향하는 이노센티브

연구개발(R&D) 포털 전문기업 이노센티브. 이들은 특정문제에 대한 해결책을 찾는 정부 및 기업들과 개인(전문가, 과학자, 연구원 등)을 연결해준다. 정부나 기업이 문제를 제시하고 여기에 현상금을 걸면, 개인들이 해결책을 제시하고 최적의 해결책을 제시한 사람에게 현상금이 전달된다.

대표적 사례로 17년간 제대로 된 해결책을 찾지 못하던 1989년 알래스카 기름유출 사고가 2007년, 2만 달러의 현상금을 걸고 이노센티브에 올라왔다. 수 천 건의 해결책이 쏟아졌고, 이 문제는 3개월 만에 한 시멘트 회사 직원의 아이디어로 해결될 수 있었다.

“시멘트가 굳지 않게 계속 기계로 젖듯, 오일도 진동 기계로 자극을 주면 얼지 않을 겁니다.”

### 소셜미디어 ●●●

소셜미디어는 기업과 오늘날의 소비자를 연결하는 좋은 소통의 창구가 되어준다.

#### ▶ 작은 빵집의 생존비결



2007년, 군산에 작은 빵집을 연 K씨는 지인의 아들을 돕기 위해 현혈증을 식빵으로 바꿔주기 시작했다. 그런데 이 사실이 SNS에 퍼지며 그의 빵집이 유명세를 타기 시작했다. 평소에도 선행을 해오던 그의 이야기는 미담으로 알려지기 충분했고, 사람들은 일부러 그의 빵집을 찾기 시작했다. 그 후 그는 SNS를 시작해 지역사회의 다른 자영업자나 농부의 정보를 사람들과 공유했고, 그 결과, 2012년에는 소셜미디어를 통해 15%정도 매출이 올랐다고 밝혔다.

소셜미디어를 통해 빠르게 소통하고, 소비자와의 약속을 지키는 기업과, 함께 제품을 만드는 소비자가 바로 마켓3.0의 소비자이다. 이들은 로하스족처럼 제품이 세상에 미칠 영향까지 생각한다. 이들을 사로잡기 위해서라도 기업은 윤리적인 기업문화를 만들어야 하는 것이다.

## 국내외 제약업체의 리베이트 관행



스위스에 본사를 둔 세계최대 제약회사 노바티스(Novartis)와 이스라엘에 본사를 둔 제네릭(복제약)시장점유율(18%) 1위 테바(Teva) 등 다국적 제약회사들이 불법 리베이트로 홍역을 치르고 있다. 리베이트(rebate)는 본래 '판매자가 재화나 용역을 판매하고 판매액의 일부를 구매자에게 돌려주는 행위나 그 금액'을 의미하는데, 판매촉진 등을 통해 거래 당사자의 이익을 증진시키려는 의도로 도입되었다. 그러나 제약업계나 의료계에서 사용되는 리베이트는 소비자가 아닌 의료인에게 부당한 경제적 혜택이 돌아간다. 그 비용은 고스란히 의약품 등 가격에 전가되어 결과적으로 소비자와 건강보험 재정에 부담을 주고 사회적 부담을 가중시킨다. 범법행위를 저지른 제약업체 또한 뇌물죄 등이 적용되어 기소되거나 상당한 액수의 합의금을 지급해야 하고 해당기업은 이미지 훼손과 신뢰손상이라는 대가를 치러야 한다.

### ▶ 해외 다국적 제약업체 사례

2017년 1월 4일 그리스 검찰은 뇌물제공혐의로 아테네에 위치한 노바티스 사무실을 급습하여 압수수색을 실시했다. 지난 1년간 4건의 뇌물을 제공했다는 지역 언론의 보도를 계기로 혐의에 관한 조사가 시작됐고, 그리스 법무장관의 전격적인 수사명령으로 그리스 노바티스 사무실을 급습하게 된 것으로 알려졌다. 2016년 8월 한국 노바티스의 26억 원대 리베이트가 적발되어 임원진 6명이 뇌물제공 혐의로 조사받고 기소된 상태이다. 또한 터키에서도 2016년 3월 모 컨설팅업체에 뇌물을 지급해 8500만 달러 상당의 이익을 취했다는 내부고발이 제기되면서 곤혹을 겪은 바 있다.

2016년 12월 테바는 2007-2013년 러시아, 우크라이나, 멕시코에서 제약사업 관련 뇌물수수혐의에 대한 합의금으로 5억2천만 달러를 지불했다. 이에 대해 대주주인 Rabcca

Technologies는 전·현직 임직원을 상대로 주주 소송을 제기하였다. 미국 증권거래위원회(SEC)는 해외부패방지법(FCPA)을 준수하지 않은 혐의를 들어 해당금액의 합의금 지급을 명령한 것이다. 미국 검찰에 따르면 테바는 러시아 자회사 임직원들이 경화증 약품인 코파손(Copaxone)의 러시아 정부 구매를 촉진하기 위해 관리를 매수했다고 한다. 매수된 관리는 2010-2012년 6천5백만 달러의 해당약품 구매에 영향력을 행사한 바 있다. 이러한 공무원 매수행위가 우크라이나에서 2001-2011년 테바의 의약품 승인 과정에서 발생하기도 했다.

### ▶ 국내 제약업계 사례와 전망

2016년부터 국내 제약업계에서도 불법 리베이트 사건이 끊이지 않고 있다. 2016년 8월 노바티스 한국지사의 26억 원대 리베이트 적발사건을 비롯하여 9월 제약사로부터 3억 원의 리베이트를 받아 챙긴 의사가 법원에서 실형을 선고받았다. 2017년 1월 2일에도 부산 동부지검이 휴온스 본사를 압수수색한데 이어 3일에는 LG화학으로 흡수 합병된 LG생명과학 본사를 압수수색했다.

국내 제약업계는 2~3세 경영인을 중심으로 경영권 승계가 진행되고 있다. 이러한 지배구조의 특성상 경영권 상실이 두려운 제약업체는 M&A에 오히려 소극적인 가능성이 높다. 또한 국내 주요 제약사의 연구개발(R&D) 비용을 다 합쳐도 세계 1위 제약사 노바티스의 10% 남짓에 불과하다. 이처럼 시장규모가 글로벌 시장에 비해 작은 상황에서 세살깎기 경쟁은 오히려 리베이트 관행을 부추길 가능성이 높다. 국내에서 오랫동안 유지돼 온 제약업체와 의료계의 리베이트수수관행이 불법적으로 진행되는 것을 막기 위해 쌍벌제 처벌이 구체화되고 있다. 2016년 9월 청탁금지법 시행으로 제약회사가 의사에게 금전, 물품, 편익, 향응 등의 리베이트를 제공 할 경우 처벌을 강화하고 있지만 불법 리베이트가 감소할지는 좀 더 두고 봐야 할 것이다.

### ▶ 제도개선 및 윤리경영

불법 리베이트 관행을 저지하기 위해서는 정부가 '당근과 채찍'전략을 병행할 필요가 있다. 먼저 시장에 대한 제도 개선이 필요하다. 의약품산업의 도매유통업이 2000년 약 550개에서 2014년 말 현재 2,000개 이상으로 약 4배 정도 급증했으며 연쇄부도사태의 홍역도 겪고 있다. 이러한 경쟁과열은 적자까지도 감내하는 약값 덤핑과 불법 리베이트 판촉 등을 촉발시켜 제약업체의 수익성을 약화시키고 소비자의 편익을 감소시킬 수 있다. 따라서 유통구조가 합리화 되도록 정부의 적절한

개입이 필요하다. 둘째, 불법 리베이트에 관한 법적 규제 및 내부고발자에 대한 보호를 강화해야 한다. 미 연방 킥백금지법에 따르면 금지된 부당한 경제적 이득을 수수하거나 제공하는 행위를 중범죄로 규정하고 있다. 또한 상장사의 경우 증권거래 위원회에 높은 합의금을 지불하도록 되어 있다. 이처럼 우리나라의 경우에도 위법사실이 밝혀질 경우 높은 벌금을 물게 하는 등의 제도적 개선이 필요하다. 마지막으로 기업의 M&A가 좀 더 활성화되고 의약품 개발의 혁신이 이루어지도록 R&D 비율을 높일 필요가 있다. 다국적 제약회사 역시 M&A 방식으

로 성장해 왔다. 현재 시장규모로는 노바티스 등 글로벌 제약 회사와의 경쟁에서 살아남기 힘들다. 우리나라 제약회사는 국내의 연구소와 긴밀한 연구관계를 통해 신약과 대체약품 개발에 박차를 가하는 본연의 업무에 충실하도록 제도를 개선할 필요가 있다. 결국 제약업체의 윤리경영은 제약회사가 더 좋은 신약 개발과 투명한 유통이라는 본연의 임무를 충실히 수행하고 단순한 이윤추구가 아니라 시민들의 건강을 책임진다는 기본가치를 따를 때 업계문화로 자연스럽게 정착될 것이다.

## 윤리적 소비 관련 인증제도 활성화 방안 연구

보고서  
리뷰



사회공동체의 가치를 실현하기 위해 소비자가 선택할 수 있는 최선의 행동이 '윤리적 소비'다. 2014년 60개국 3만 명의 소비자를 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 응답자의 53% 이상이 윤리적 소비를 한 경험이 있을 정도로 보편적 사회문화 현상으로 자리 잡고 있다. 1990년대 윤리적 소비가 비윤리적 기업의 불매운동에서 윤리적으로 생산된 제품을 우선구매 하자는 캠페인으로 확대되면서 윤리적 생산제품임을 표시하는 인증제도가 시장에 도입되기 시작했다. 2000년대 이후 윤리적 소비자층이 늘어나면서 윤리적 소비가 시장의 주요 트렌드로 부상했고, 인증제도는 더욱 주목받게 됐다. 한국소비자원이 발간한 정책연구보고서 「윤리적 소비 관련 인증제도 활성화 방안 연구」(곽윤영, 2015.12)는 인증제도가 윤리적 소비 확산을 위한 제도적 기반으로 중요하기 때문에 활성화가 필요하다는 사실을 체계적으로 고찰하고 있다.

### ▶ 윤리적 소비의 기준과 범위

영국 윤리적소비자연구회(ECRA)는 윤리적 소비기준을 '지속가능성/환경/노동자인권/기업로비/동물복지'등으로 규정하고 있다. 세부적인 내용으로 △기업정신(Company Ethos) △지속가능성 인증취득여부 △환경 및 윤리경영의 공식보고서 △

원자력에너지사용 반대 △지구온난화 유발 정도 △오염 및 독성물질 배출 정도 △과도한 자원남용 △노동자인권 △노동환경 △공급망(Supply Chain) 등과의 관계 △환경영향에 관한 책임 있는 마케팅활동 △군사무기생산 △GMO 식품생산을 위한 정치로비 △과거 소비자불매운동 이력 △정치적 로비 및 기부 △탈세 등 부당이익추구 △동물실험여부 △공장식 축산 여부 △동물학대 등이 있다.

### ▶ 윤리적 소비의 장애물, 정보부족과 낮은 신뢰

2013년 공정무역제품의 구매의지와 정보이해도 조사에 따르면, 취지에 공감하고 참여의사를 밝힌 응답이 72.5%로 매우 높은 편이지만 공정무역의 의미를 정확하게 이해하는 소비자 비율은 27.8%일 정도로 정보이해수준이 현저하게 낮다. 이처럼 소비자들의 정보이해부족은 윤리적 소비의 가장 큰 장애물이다. 또한 영국 소비자조사를 보면 윤리적 소비와 관련된 각종 표시를 단순히 상술이나 마케팅 기법으로 여기는 경우가 상당히 많다. 윤리적 제품에 대한 신뢰수준이 낮을 경우 구매율이 떨어지는 것은 당연한 것이다. 그 밖에 비싼 가격, 판매처 부족, 일상적인 구매습관 등이 윤리적 소비를 방해하는 것으로 알려져 있다.

### ▶ 윤리적 소비 인증제도의 도입 및 기능

윤리적 소비 인증제도 도입의 목적은 소비자의 신뢰도를 높이고 효율적인 정보를 전달하며 윤리적 소비실천 의지를 강화하기 위한 것이다. 사회적으로는 윤리적 소비문화를 확산하여 기업윤리를 정착시키는 선순환의 효과를 기대할 수 있다. 인증제도는 운영주체를 기준으로 구분하면 '제3자 인증제도'와 '자가 인증제도'가 있다. 제3자 인증제도는 운영주체를 단일 인증기관(예: 국가)/복수의 협의체 인증기관(예: 국제공정무역기구)으로 나눌 수 있다. 그리고 자가 인증제도는 생산자 또는 생산업체가 스스로 하는 인증제도/유통기업의 인증제도로 구분된다.

## ▶ 해외의 윤리적 소비 인증제도 사례

영국 윤리적 소비시장 조사보고에 따르면 2013년 기준 윤리적 소비규모가 약 9% 증가한 것으로 나타났다. 구체적으로 페어트레이드 인증식품 소비는 13%, 자유방산인증계란 소비는 약 19% 증가했다. 또 자유롭게 방목해 키운 소와 닭에 부여하는 자유 식품 인증도 19% 증가했다. 이처럼 영국은 윤리적 소비가 확대되고 있고 그 배경에는 ECRA가 독자적으로 고안한 Best Buy 인증제도가 기여한 것으로 확인된다. 이 인증제도는 소비자 인식도가 높고, 인증 받은 제품을 공급하려는 기업도 매우 광범위하게 존재한다. ECRA는 위에 소개한 독자적인 평가기준에 따라 Best Buy 자격이 있는 제품을 선정하고 그 결과를 인쇄 잡지와 인터넷에 공개한다. 인증기업은 로고를 포장과 웹사이트에 표시할 수 있고 마케팅 프로모션에도 활용할 수 있다. 해외 인증제도 사례의 특징으로 △다양한 이해관계자가 운영 및 모니터링에 참여하여 객관성 확보 △인쇄매체/웹사이트/모바일앱/동영상/시뮬레이션게임 등 다양한 정보전달 매체를 활용해 소비자의 정보접근성 확대 △전문평가시스템을 구축해 사후 시장모니터링을 실시함으로써 소비자 신뢰 확보 등을 꼽을 수 있다.

## ▶ 윤리적 소비 인증제도 활성화 방안

보고서는 인증제도 활성화 방안으로 △국제 및 민간 인증제도가 차별 없이 활용될 수 있게 유연하고 탄력적인 시장 환경 조성 △시장 환경 변화를 빠르게 반영할 수 있게 민간 인증제도의 확대 △정부는 정보생산시스템을 구축하여 올바르고 객관적인 정보생산 △공정성과 신뢰를 확보할 수 있게 다양한 이해관계자의 협력네트워크 구축 등을 결론으로 제시하고 있다. 구체적인 실천과제로는 정부지정 인증제도만 혜택이 주어진 관행에서 벗어나 정부 인센티브, 우선적 공공구매 등의 혜택을 민간 인증제도로 확대·개방해야 한다. 특히 정부-시민단체 이해관계자 협의체 구성이 윤리적 소비 인증제도 활성화를 위해 시급하게 요구된다.

윤리적 소비 인증제도는 소비자의 이해와 소비실천 없이는 아무런 의미가 없다. 따라서 인증제도의 기본개념, 이용방법, 윤리적 소비자의 자세 및 책임의식 등의 소비자 교육이 지속적으로 이루어져야 한다. 그리고 기업도 윤리적 소비 인증제도 도입 취지에 맞게 깨어있는 착한 소비자에게 투명성과 신뢰성을 제공하는 윤리경영으로 답해야 한다.

# 윤리경영 Step by Step

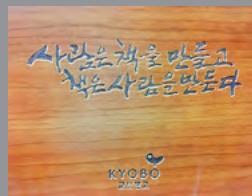
## 도입기 1단계 - CEO의 의지

많은 기업들이 윤리경영을 시행하고자 하나 처음 윤리경영을 도입하는 기업은 무엇을 어떻게 해야 할지 몰라 우왕좌왕하게 된다. 이들을 위해 윤리경영 Step by Step에서는 담당자들의 질문을 인용하여 윤리경영 실천을 위한 길을 한 걸음씩 안내할 예정이다.

최근 들어 국내외로 기업윤리의 중요성이 많이 부각되는 것 같습니다. 우리 회사 사장님도 부정적 관심을 가지면서 윤리경영 도입 방안을 설계하라고 하십니다. 윤리경영을 하려면 무엇보다 시작을 해야 할까요?

경영의 첫걸음을 내딛는 셈이죠.

이때 기업과 관계된 가치를 비전과 목표로 설정하여야 직원들이 더 쉽게 공감하고 CEO의 의지를 이해할 수 있습니다.



교보문고 광화문점에 가면

“사람은 책을 만들고 책은 사람을 만든다”라는 문구가 크게 적혀있다. 이는 창업자가 책을 만들고 판매하는 교보문고의 역할로 강조했던 ‘국민교육진흥’에 대한 강한 의지를 보여준다.

기업이 사회적 책임을 통감하고 자신의 역할을 다하기 위하여 윤리경영을 도입한다는 것은 크나큰 변화입니다. 이때 가장 중요한 것 역시 CEO의 의지입니다.

‘윤리경영의 실천’이란 말에는 수많은 가치와 활동이 담겨 있습니다. CEO의 의지는 그 안에서 제1가치를 선정하고, 지향점을 설정합니다. 이를 공유하는 것만으로도 임직원들은 ‘우리가 일하는 방식은 윤리적인가?’를 고민하게 됩니다. 윤리

윤리경영 목표와 비전, 기업의 핵심가치와 슬로건 등의 방향성을 통일 시켜 기업 전체를 관통하는 키워드로 만들면, 기업 문화 전반에 우리의 가치를 뿌리 내리기 쉬워집니다.

비전과 목표를 설정하면 이를 임직원에게 알리고 실천토록 할 조직이 필요합니다. 기업의 윤리경영 의지를 널리 알리고 진두지휘 해줄 조직에 대해선 다음 Step에서 알아보겠습니다.

## 국내동향

### 1 서울시, 청렴 자율준수제 도입

서울시는 부패 예방에 적극 나선 기관과 공직자에게 감사유예나 포상금 같은 인센티브를 주기로 하고 공공기관에서 처음으로 청렴 자율준수제(Compliance program)를 도입한다고 밝혔다. 서울시 본청과 14개 사업소, 21개 투자출연기관이 자율적으로 목표를 정해 부패예방 활동을 하면 연 1회 정기평가로 인센티브를 주는 제도이다. 서울시는 청렴 자율준수제 도입으로 부패취약 요소에 대한 정기적 모니터링을 통해 부패를 차단하며, 내부통제위원회가 청렴 자율준수 운영실적에 따라 우수기관, 개인에게 포상금과 표창 등을 준다.

참고: <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2016&no=881008>

### 2 '병원업종 일·가정 양립 7대 실천과제' 발표



'임신순번제', '태움문화' 등 병원 내 불합리한 문화 근절을 위해 정부가 기획감독 강화 등 강력한 대책 마련에 나섰다. 고용노동부, 보건복지부, 여성가족부, 국가인권위원회는 대한간호협회, 전국보건의료산업 노동조합 등과 합동 토론회를 열어 '병원업종 일·가정 양립을 위한 7대 실천과제'를 발표했다. 7대 과제는 ▲ 모성친화적 근무환경 조성 ▲ 괴롭힘 문화 근절 ▲ 원활한 인력수급 방안 강구 ▲ 직장어린이집 설치·운영 ▲ 유연근무 활용 ▲ 근무혁신 10대 제안 안착 ▲ 노사협의회 운영 등이다.

참고: <http://biz.heraldcorp.com/view.php?ud=20161221000559>

### 3 '배출가스 서류위조' 닛산 등 10개 차종 인증취소

환경부는 한국닛산·BMW코리아·포르쉐코리아 3개 자동차 수입사가 10개 차종에서 배출가스 인증서류를 위조한 사실을 확인했다고 밝혔다. 이에 따라 환경부는 적발된 포르쉐 7개, 닛산 2개, BMW 1개 차종을 대상으로 인증을 취소하고 총 71억 원의 과징금을 부과했다. 환경부 관계자는 "인증서류 위조 검증 기능을 강화하기 위해 '자동차 배출가스 및 소음 인증전산시스템(KENSIS)' 개선비용으로 올해 5억 원을 확보했다"며 "시스템이 개선되면 배출가스 시험결과를 검증하고 자동차 정보의 연계성이 강화돼 인증서류 위조가 없어질 것"이라고 말했다.

참고: <http://sbscnbc.sbs.co.kr/read.jsp?pmArticleId=10000840596>

## 국내행사

### 국내외 환경규제대응 교육(4개 과정)

주최: 한국생산기술연구원  
일시: 2017년 2월 14~24일  
장소: 한국생산기술연구원

### 제40회 전국 최고경영자 연찬회 (주제: 위기의 한국경제, 대전환이 필요하다)

주최: 한국경영자총협회, 전국 지방경영자총협회  
일시: 2017년 2월 9~10일  
장소: 조선호텔 1층 그랜드볼룸(서울 소공동)

## 해외동향

### 1 다보스포럼 17일 개막 -국경 허무는 4차 산업혁명

국가 간, 업종 간 융합이 활발해지면서 선진국 정보기술(IT) 산업 위주로 전개됐던 4차 산업혁명이 개발도상국과 제조업에 이르기까지 빠른 속도로 번져가고 있으며, 4차 산업혁명을 이해하지 않고서는 생존이 어려워진 시대가 도래했다. 이 같은 트렌드 변화는 17일부터 열린 스위스 세계경제포럼(WEF·다보스포럼)에서 여실히 확인됐다. 올해 다보스포럼은 미국 샌프란시스코에 4차 산업혁명을 주도할 전진기지를 구축한다고 밝혔다. WEF가 해외에 특정 테마를 위해 별도 조직을 건설하는 것은 이번이 처음이다. 4차 산업혁명은 국가와 업종을 넘어 전방위로 확산되는 형국이다.

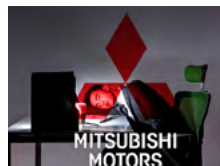
참고: <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?sc=30000047&year=2017&no=37773>

### 2 '디젤 스캔들' 폭스바겐, 美정부와 5.1조원 배상 합의

독일 폭스바겐그룹이 디젤 엔진 배출가스 저감장치 조작 혐의에 대해 미국 법무부 및 관세청과 43억 달러를 배상하는 데 합의했다. 폭스바겐은 미 정부와 합의함으로써 이번 사태로 북미에서 48만 명의 고객에 대한 민사소송 합의금 175억 달러를 포함해 약 230억 달러를 쓰게 됐으며 폭스바겐이 준비한 192억 달러를 넘기게 됐다. 폭스바겐은 이와 함께 3년 동안 독립적인 외부 감사인의 감사를 받게 된다.

참고: <http://www.edaily.co.kr/news/NewsRead.edy?SCD=JH41&DCD=A00802&newsid=01656406615796736>

### 3 일본에서 또 '불법 장시간 노동' 물의



2016년 하반기 일본의 대기업 '덴쓰' 직원의 '과로자살' 파문에 이어 '미쓰비시'에서 불법 장시간 노동 사실이 드러났다. 2017년 1월 11일 일본 노동국은 '미쓰비시 전기' 법인과 피해자의 전 상급직원을 노동기준법 위반 혐의로 불구속 입건했다고 밝혔다. 정부의 강도 높은 조사와 처벌이 없었다면, 총리가 문제점을 제기하지 않았다면, 피해자 혹은 피해자 유족이 없었다면, 일본의 대기업들이 이처럼 흔쾌히 '불법 장시간 노동'의 잘못을 인정했을까 하는 의문이 제기되고 있다. 장시간 노동은 여전히 일본 사회 전체에 만연해 있으며, 기업체의 사장이나 임원 등의 의식이 바뀌어야 한다는 목소리가 점차 커지고 있다.

참고: <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3410027>

## 해외행사

### Spring 2017 Best Practice Forum 춘계 모범사례 포럼

주최: Ethics & Compliance Initiative  
일시: 2017년 2월 28일~3월 1일  
장소: Dallas, TX, US

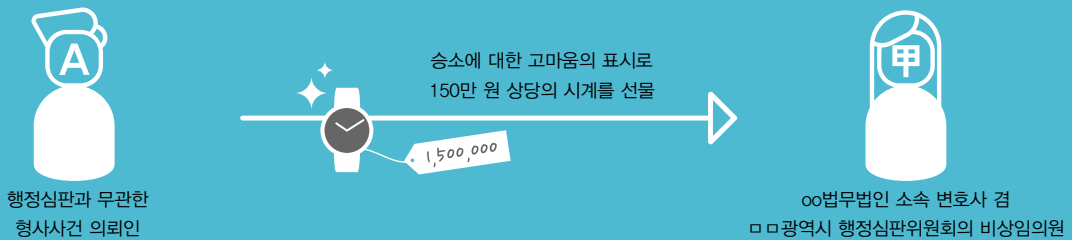
### VIII International Arbitration Congress -ICC Costa Rica 2017

주최: International Chamber of Commerce  
일시: 2017년 2월 22~24일  
장소: San Jose, Costa Rica

**Q** '공직자등'의 정의와 관련하여 공직유관단체, 학교법인 및 언론사의 경우에는 '임직원'이라고 규정하고 있는데 단순히 물리적 업무에 종사하는 직원(예컨대 수위, 청소업무에 종사하는 자, 운전자 등)이나 계약직 임시직 등의 경우에도 청탁금지법의 적용대상인가요?

▶ 공직유관단체, 학교·학교법인 및 언론사와 직접 근로계약을 체결하고 근로를 제공하는 자는 '직원'으로서 제2조제2호의 '공직자등'에 포함됩니다. 다만, 공직유관단체, 학교·학교법인 및 언론사와 용역(도급)계약을 체결한 법인·단체 및 개인은 청탁금지법 적용대상에 해당하지 않습니다.

**Q** ○○법무법인 소속 변호사이면서 「행정심판법」에 따라 설치된 ○○광역시 행정심판위원회의 비상임위원으로 활동 중인 甲이 행정심판과 무관한 형사사건과 관련하여 승소확정 판결을 받은 후, 의뢰인 A로부터 승소에 대한 고마움의 표시로 150만 원 상당의 시계를 선물로 받은 경우 청탁금지법상의 제재대상에 해당하나요?



▶ 甲이 받은 150만 원 상당의 시계 선물은 행정심판위원회 비상임위원(공직자등)의 지위에 기하여 받은 것이라기보다는 ○○법무법인 소속 변호사의 지위에 기하여 받은 것으로 봄이 상당하므로, 청탁금지법상의 제재대상에서 제외될 수 있습니다.

동자에게 물었습니다

**Q** 소비자들이 제품을 고를 때 기업의 윤리성이 미치는 영향은 어느 정도라고 생각하나요? 그 이유는 무엇인가요?

화장품제조업체 S 대리

개인적으로 고객 중 70% 이상은 기업의 윤리적 평판에 영향을 받는다고 생각합니다. 특정 제품의 문제로 다른 제품들까지 매출에 영향을 받기도 합니다. 뿐만 아니라 CEO나 회사 직원들의 잘못된 행동이 보도되면, 제품과 전혀 무관함에도 영향을 받습니다. 아무래도 과거의 소비자들이 제품을 제품으로만 봤던 것에 비해 요즘 소비자들은 제품을 '어떤 기업의 제품'으로 보기 때문이 아닐까 합니다. 'A제품은 믿을 수 있어'에서 'A사가 만든 제품은 믿을 수 있어'같이 말입니다.

음료제조업체 Y 사원

예전 N사나 이번 옥시 사태 같은 걸 보면 어느 정도 영향을 미치긴 하는 것 같습니다. 하지만 아무래도 긍정적인 면보다는 부정적인 면이 크다고 생각합니다. 좋은 일을 한 기업의 제품은 다른 조건까지 비교해서 사는데, 나쁜 사건이 터진 기업의 제품을 일단 제외하고 생각을 하다 보니 그런 것 같습니다.

식품전문업체 C 과장

요즘은 정보화 시대이기 때문에 기업 활동의 정보를 쉽게 접할 수 있습니다. 다양하게 접하는 정보로 소비자들의 선택 기준이 까다로워져서 몸집 키우기에만 관심이 있는 기업보다는 가치경영을 추구하는 기업을 선호하는 추세라고 생각합니다. 최근 몇 년 동안 갑질 논란을 일으킨 모 기업들의 임직원 비윤리적행위나 기업들의 불법행위가 소비자 불매운동으로 직결되는 것만 봐도 알 수 있듯이 기업의 생존을 위해서 기업을 윤리적으로 경영하는 것은 선택이 아닌 필수라고 할 수 있습니다.