
사회 모범기준(안)

2021.03.



목 차



I. 리더십과 거버넌스	1
II. 비재무 위험 관리	7
III. 운영 및 성과	11
IV. 이해관계자 소통	26
V. 부록	28

한국기업지배구조원

I. 리더십과 거버넌스

1. 리더십

1.1 최고경영진은 사회책임경영에 대한 확고한 의지를 표명하고 이를 실천하기 위한 리더십을 발휘하여야 한다.

(사회적 책임의 중요성 인식) 최고경영진이 기업의 사회적 책임에 대한 중요성을 인식하는 것은 지속가능경영의 첫 걸음이다. 사회책임경영의 실행을 위해 최고경영진은 기업의 사회적 책임에 대한 이해, 태도, 관여 수준을 철저히 파악하여야 한다.

(사회적 책임의 이해 필요성) 최고경영진의 기업의 사회적 책임에 대한 이해는 사회책임경영을 실행하고 주도하는 데 큰 역할을 한다. 따라서 사회책임경영의 중요성을 제대로 이해할 수 있도록 지속적인 노력이 뒷받침되어야 한다.

(리더십의 중요성) 최고경영진의 리더십 발휘는 기업의 주요 의사결정 뿐 아니라 임직원들로 하여금 기업의 사회적 책임을 기업문화로 통합하고 실행하도록 하는 동기가 된다.

따라서 리더십은 사회책임경영의 효과적인 거버넌스 구축을 위한 결정적인 요소이다.

1.2 최고경영진은 사회책임경영 실현을 위한 거버넌스를 갖추고 이를 지속적으로 개선해 나가야 한다.

(사회책임경영 거버넌스의 의미) 사회책임경영을 위한 거버넌스는 기업의 사회적 책임 실현을 위한 체계와 절차를 의미한다. 사회책임경영 거버넌스는 공식적 메커니즘과 비공식적 메커니즘으로 구성된다. 공식적 메커니즘은 전략, 의사결정 체계 및 기구와 같은 합의된 구조와 절차를 기반으로 한다. 비공식적 메커니즘은 기업의 문화, 가치와 같이 참여자들에게 직접적인 영향을 받을 수 있는 요인으로 구성된다. 기업의 사회책임경영 거버넌스는 기업의 크기, 유형 및 각 기업이 처한 경제적, 환경적, 정치적, 문화적, 사회적 맥락에 따라 다를 수 있다.

(사회책임경영 거버넌스의 중요성) 사회책임경영 거버넌스는 기업이 자신의 결정과 활동의 영향에 대한 책임을 받아들이고, 기업 내·외부 관계를 통해 사회적 책임을 통합하기 위한 가장 핵심적인 요소이다.

사회책임경영 거버넌스는 기업의 사회적 책임 이행을 위한 핵심 조건이며, 기업의 능력을 강화하는 수단이라는 특징을 지닌다.

(효과적인 거버넌스 구축) 효과적인 거버넌스를 구축하기 위해서는 사회책임경영의 원칙을 의사결정 및 이행 체계로 통합하여야 한다. 이러한 원칙에는 책임성, 투명성, 윤리적 행동, 이해관계자 존중, 법규 준수, 국제행동규범 준수, 인권 존중 등이 포함된다. 이와 더불어 기업은 사회적 책임의 핵심 이슈(Ⅲ. 운영 및 성과 참조)와 관련 관행을 검토하여야 한다.

효과적인 거버넌스는 기업이 목표를 수립하는 데 필요한 통찰, 구조, 문화, 목표 달성을 위한 수단 등과 관련 위험을 이해하는 기반을 제공한다.

2. 전략과 방침

2.1 기업은 효과적인 사회책임경영 거버넌스를 구축하기 위해 기업 전략에 사회적 책임을 반영하여야 한다.

(사회책임경영과 전략의 연계 필요성) 기업의 사회적 책임은 자사의 의사결정과 활동으로 인한 잠재적, 실제적인 영향과 관련이 있다. 따라서 기업은 핵심 전략 수립 및 의사결정 단계에서 필수적으로 기업의 사회적 책임을 연계시키고, 경영활동과 사회책임경영의 통합을 이루어야 한다.

▶ 관련 내용에 대해서는 <부록 1: 사회적, 환경적 영향을 고려해야 할 산업> 참고

(사회책임경영과 사업 전략 통합의 필요성) 효과적인 사회책임경영을 위해서는 사회적 책임에 대한 최고경영진의 의지가 기업 전략과 방침에 반영되어야 한다. 기업은 사회적 책임을 내부 시스템, 정책, 절차, 의사결정에 통합하여 전략의 핵심 요소로 작용하게 할 수 있다.

기업은 전략과 방침을 수립할 때 사회적 책임과 관련된 핵심 이슈에 우선권을 부여하고, 구체적이고 측정 가능한 목표를 설정하여야 한다. 나아가 사회책임경영의 전략적 목표를 달성하기 위해 예산 일정, 역할, 배분, 기대효과를 포함하는 구체적인 계획을 수립하여야 한다.

(이해관계자 파악) 기업은 사회책임경영 전략을 수립하기 위해 이해관계자를 파악하여야 한다. 이해관계자는 기업의 사회책임경영활동, 제품 및 서비스와 직·간접적인 이해관계를 맺고 있으며, 기업의 전략과 목표를 달성하는 과정에서 영향을 주고 받을 수 있는 개인 및 단체를 의미한다.

이해관계자에는 임직원, 주주, 고객 뿐 아니라 협력사, 지역사회, 시민단체, 정부 등 다양한 집단이 포함될 수 있다.

이해관계자를 파악하는 과정에서 기업은 어떠한 이해관계자가 기업과 주요한 영향을 주고 받는지, 주요 이해관계자에서 배제될 경우 불이익을 받을 수 있는 개인 및 단체는 없는지 면밀히 조사하여야 한다.

(이해관계자 소통의 필요성) 이해관계자와의 소통은 기업과 이해관계자 간 합의된 예상 결과를 도출하기 위한 필수적인 과정이다. 이를 통해 기업은 사회책임경영 전략 수립 과정에서 간과할 수 있는 이슈를 발굴할 수 있으며, 이해관계자들은 기업의 사회책임경영 전략과 목적을 이해할 수 있다.

2.2 기업은 해당 기업의 사업과 환경 변화를 고려하여 사회책임경영을 전략에 효과적으로 통합하여야 한다.

(사회책임경영과 전략의 통합 방안) 기업은 사회책임경영의 실행이 단기·중기·장기적 측면에 미칠 영향과 창출될 가치를 검토하여야 한다.

기업은 ICT의 빠른 발전, 인구구성의 변화, 자연환경의 변화, 가치관의 변화, 인식의 전환, 지정학적 영향 등 다양한 환경변화에 대응하여 중장기적 해석과 예측을 실시해야 한다. 기업은 이러한 사업 환경의 변화를 고려하여 사회책임경영 전략을 수립하여야 하며, 다양한 시나리오와 대안을 검토하여야 한다.

(전략적 대안의 검토) 기업은 전략적 대안을 검토함에 있어 각 선택이 가져올 기회와 위험 요인을 고려하여야 한다. 이러한 기회와 위험 요인으로서는 기업 전략과 핵심 가치, 미션, 비전 등과의 부합 여부, 전략과 실행에 필요한 자원의 활용 가능 여부, 실행될 전략의 예상 결과 등이 있다.

(중대성 검토) 기업은 전략 및 방침 수립 시 이슈 별 중대성을 검토한 후 사회적 책임과 관련된 핵심 이슈에 우선권을 부여하여야 한다. '중대성'에 대한 정의는 기업마다 다를 수 있으나, 일반적으로 기업의 경제적, 사회적, 환경적 성과에 영향을 미치는 측면인 동시에 이해관계자들의 의사결정과 활동에 영향을 미치는 측면으로 간주된다.

2.3 기업은 사회책임경영 전략을 반영한 사업활동이 창출하는 경제적, 사회적, 환경적 성과를 측정하고 관리하여야 한다.

(사업활동의 성과 측정) 기업의 지속가능한 성장을 위한 의사결정을 내리기 위해서는 재무적 성과 외에도 사업활동이 이루어지는 공급망과 지역사회에 자사가 발생시킨 긍정적, 부정적 영향을 파악하여야 한다.

이 때 주주, 근로자, 협력사 및 경쟁사, 소비자, 지역사회 등 주요 이해관계자에 미치는 영향을 종합적으로 고려하여야 한다.

이를 위해 기업은 정성적, 정량적 성과 측정 방법론을 마련하고 이를 지속적으로 실시하고 관리하여야 한다.

나아가 이를 기업의 사회책임경영 전략 및 사업 모델, 이사회 및 최고경영진의 주요 의사결정 과정에 반영해 경제적, 사회적, 환경적 비용은 최소화하고 편익은 극대화할 수 있는 의사결정을 수행하여야 한다.

▶ 관련 내용에 대해서는 <부록 2: 영향 측정 방법론> 참고

3. 조직과 의사결정

3.1 사회책임경영의 효과성을 확보하기 위해서는 기업 내 의사결정 권한이 있는 조직의 관여가 필요하다.

(이사회의 역할) 이사회는 사회책임경영 거버넌스를 최종적으로 책임지는 기구이다. 최고경영진 혹은 사회책임경영 의사결정 조직은 사회책임경영 전략과 목적을 달성할 수 있도록 지원하고 감독하여야 한다.

(의사결정 권한이 있는 조직의 역할) 모든 기업은 고유의 의사결정 절차와 구조를 가진다. 기업에 따라 공식적인 법규인 경우도 있으며, 해당 기업의 문화와 가치에 따른 비공식적인 형태로 존재하는 경우도 있다. 이러한 형태의 유형을 떠나, 실질적인 의사결정 권한이 있는 조직에 사회책임경영의 책임과 의무를 부여하여야 한다.

3.2 기업은 사회적 책임 원칙과 관행을 실행할 수 있는 절차, 시스템, 구조, 메커니즘을 마련하여 사회책임경영 의사결정 조직의 실효성을 확보하여야 한다.

(사회책임경영 의사결정 조직의 실효성 확보) 이를 위해 해당 의사결정 조직은 아래의 사항들에 관여할 수 있어야 한다.

- ✓ 사회적 책임과 관련된 전략, 목표, 지표 수립
- ✓ 사회책임경영 관련 의사결정 기구의 역할 정립
- ✓ 기업 자원(재무적, 비재무적)의 효율적 사용
- ✓ 사회책임경영 성과와 연계된 금전적, 비금전적 인센티브 시스템 제안
- ✓ 기업과 이해관계자 간의 요구사항 조정
- ✓ 이해관계자와의 소통 절차 수립 및 문제 해결 관여

- ✓ 의사결정 이행의 사회책임경영 원칙 준수 여부, 긍정적/부정적 영향 점검

4. 기업 문화

4.1 기업은 사회적 책임이 반영된 기업 문화를 형성하여 사회책임경영의 충실한 이행을 뒷받침하여야 한다.

(기업 문화의 정의) 기업 문화에 대한 통일된 정의는 없으나, 일반적으로 기업에 소속되어 있는 구성원들이 공유하는 가치와 그것이 투영된 행동양식을 의미한다. 기업의 구성원들은 기업 문화를 통해 소속 기업과 동일감을 갖는 동시에 다른 기업과 구별하기도 한다.

(기업 문화의 중요성) 기업 문화는 사회책임경영의 충실한 이행과 장기적 성공에 결정적인 영향을 미친다. 이는 기업의 장기 전략과 발맞추어 기업의 목표 달성 및 차별화에 기여할 수 있으나, 그렇지 않은 경우 성과를 저해할 수도 있다. 기업문화는 사회책임경영 전략과 사업을 통합하는 촉매제가 될 수도 있고 변화에 대한 저항으로 작용할 수도 있다.

(기업 문화의 역할) 기업 문화는 끊임없는 변화와 혁신을 요구하는 경영 환경에서 살아남기 위한 기업의 중요한 자산으로, 기업의 장기 전략 수행 능력에 영향을 미친다. 따라서 기업은 사회책임경영을 포용할 수 있는 기업문화를 조성하고, 사회책임경영이 장기 전략으로 작동할 수 있는 기반을 마련해야 한다.

4.2 최고경영진은 각 기업의 장기 전략에 부합하는 기업 문화를 형성해야 하며, 이사회는 이를 평가하고 모니터링하여야 한다.

(사회책임경영을 위한 기업문화 조성) 기업 문화를 정의하고 형성하는 것은 최고경영진의 책임이다. 모든 기업에게 통용되는 기업 문화는 없으며, 기업은 각자의 전략, 사업 환경, 배경을 고려하여 자사만의 문화를 만들어 가야 한다. 최고경영진은 기업의 사회적 책임을 미션, 비전, 핵심가치에 반영함으로써, 사회적 책임을 고려한 결정과 활동이 축적된 기업 문화를 조성하여야 한다.

(이사회의 역할) 이사회는 기업 문화가 효과적으로 작동하고 있는지 평가하고 모니터링하여야 한다. 기업 문화는 장기간에 걸쳐 형성되는 무형의 가치이므로 이를 변화시키고, 주기적으로 모니터링하는 것은 어려운 일이다. 따라서 이사회는 장기 전략의 관점에서 기업 문화를 평가하여야 한다.

(평가 및 모니터링) 이사회는 기업 문화의 평가와 모니터링을 위해 다음의 단계를 활용할 수 있다.

- 1) 기업 문화와 장기 전략 간의 부합 여부를 분석한다. 이를 위해 기업 문화와 장기 전략 간의 비교 분석을 실시하여, 상호 간 부합에 긍정적인 요인과 부정적인 요인을 찾아낼 수 있다.
- 2) 비교 분석 결과를 바탕으로 긍정적인 요인은 강화하고 부정적인 요인은 제거한다. 이를 위해 이사회는 최고경영진과 함께 바람직한 기업 문화에 대한 공통된 이해를 바탕으로 실효성 있는 평가 및 모니터링 지표를 마련하여야 한다.
- 3) 커뮤니케이션 채널을 활용하여 효과적이고 일관적인 기업 문화를 조성한다. 이 과정에는 기업 내부 임직원뿐 아니라 외부 이해관계자에 대한 소통도 포함하여야 한다.
- 4) 부서 및 직원의 성과평가 체계 내 지속가능전략 목표와 달성 정도를 반영하여 임직원의 참여를 유도한다.

Ⅱ. 비재무 위험 관리

1. 비재무 위험의 통합적 관리

1.1 이사회는 재무 위험과 비재무 위험을 함께 고려하여 경영판단을 하여야 한다.

(**이사회의 역할**) 비재무 이슈가 기업가치에 미치는 영향력이 확대되고 있으며, 비재무 위험을 고려한 책임투자에 대한 투자자의 관심 역시 증가하고 있다. 따라서 이사회는 비재무 위험요소가 기업의 전략과 성과에 미치는 영향에 대해 인지하고 이를 의사결정과정에 반영하여야 한다. 이를 위해 이사회는 충분한 정보를 바탕으로 적절한 시간과 노력을 투입하여야 한다.

1.2 이사회는 재무 위험 뿐 아니라 비재무 위험도 충실히 관리되고 있는지 감독하여야 한다.

(**이사회의 감독 의무**) 이사회는 기업의 위험 관리감독에 대한 최종 책임이 있다. 이사회는 위험관리 정책을 마련하여 위험을 체계적으로 관리하여야 한다. 또한 이사회는 경영진과 협력하여 기업의 전략과 성과에 영향을 미칠 수 있는 비재무 위험이 의사결정과정에서 충분히 고려되고 있는지 감독하여야 한다.

1.3 기업은 비재무 위험을 전사적 위험관리체계(Enterprise Risk Management)에 통합하여 관리한다.

(**전사적 위험관리체계로의 통합**) 기업이 위험 관리를 위한 정책과 프로세스를 보유하고 있다면, 기존 관리체계에서 비재무 위험을 파악하고 있는지 확인하여야 한다. 그렇지 않은 경우, 비재무 위험을 함께 관리할 수 있도록 기존 정책 또는 프로세스를 보완하여야 한다. 아울러 비재무 위험을 재무 위험과 혼동하여 분류하지 않도록 주의하여야 한다.

2. 비재무 위험과 기회의 인식

2.1 기업은 비재무 이슈를 식별하여 기업에 영향을 미칠 수 있는 위험과 기회 요인을 파악하여야 한다.

(**비재무 위험과 기회의 파악**) 기업은 내·외부 환경을 검토해 기업에 영향을 미칠 수 있는 비재무 위험과 기회를 파악하여야 한다. 이를 통해 기업은 위험에 선제적으로 대응하고 장기적인 성장을 도모할 수 있다.

기업의 내·외부 환경 검토 시에는 기업 전반에 걸쳐 규제, 평판, 공급망, 인적자본 등 다양한 유형의 위험을 포함하여야 한다.

기업이 비재무 이슈를 식별할 수 있는 방법의 예시는 아래와 같다.

예시:

- ✓ 메가 트렌드 분석
- ✓ 이해관계자 참여
- ✓ 중요성 평가
- ✓ 미디어 모니터링
- ✓ 규제 변화 모니터링
- ✓ 인수합병, 분할·공급망·신규 제품, 신규시장 실사

(위험 요인)

위의 과정을 통해 도출 가능한 위험의 예는 아래와 같다.

유형	내용	사례
공급망 위험	제품 및 서비스를 생산하고 소비자에게 전달하는 과정 전체에서 발생 가능한 위험	• 공급업체 인권 침해(근로자 안전사고, 임금 미지급 등) 발생 • 제품 및 서비스 납품 불가 사태 발생 등
평판 위험	기업 평판 악화로 발생하는 위험	• 사회적 가치에 반하는 활동·제품·서비스로 인한 소비자 불매운동 촉발 • 기업 핵심 가치와 모순되는 사업활동으로 인한 브랜드 가치 하락 등
규제 위험	규제 변화에 부적절한 대응으로 발생하는 위험	• 규제 미준수로 발생하는 제재, 벌금 등 • 글로벌 규제 미준수로 인한 사업영역 확장 불가 등
소송 위험	소송으로 발생하는 직·간접적 비용에 관한 위험	• 사회적 책임 미흡으로 인한 정부, 공공기관, 협력사, 소비자, 지역사회 등 이해관계자의 분쟁 및 소송

인적 위험	인적 자원과 관련된 위험	• 업무 만족도 및 몰입도 저하 • 이직으로 인한 핵심인재 이탈
--------------	---------------	--

(기회 요인)

위의 과정을 통해 도출 가능한 기회의 예시는 아래와 같다.

유형	내용	사례
새로운 사업 모델 발굴	지속가능한 제품 및 서비스를 개발하여 새로운 수익창출 기회 발굴	• 친환경 사업 모델 구축 • 사회적 문제 해결을 위한 제품 개발 등
신규 고객 확보	사회·환경에 미치는 긍정적인 사회적 가치를 고려하여 윤리적 소비를 추구하는 고객 확보	• 원재료 조달, 제품 생산 과정에 사회적 책임 이행 (공정무역, 적정임금 지급 등) • 친환경 포장, 동물복지 인증 제품 출시 등
규제 비용 절감 및 지원금 확보	관련 법·규제를 준수하여 규제 비용 발생가능성을 감소하게 하고 정부지원 등의 부수적 효과 기대 가능	• 탄소배출권 판매를 통한 매출 증대 • 장애인의무고용 초과 달성을 통한 정부 지원금 획득 등
운영 효율화	자원 효율화로 운영 비용 절감	• 폐기물, 부산물 재자원화 • 지역사회 원재료 수급을 통한 유통 비용 절감
우수 인재 유치	지속가능한 기업문화를 통한 우수 인재 유치 및 생산성 제고	• 임직원 복지, 역량개발 지원 등 근로조건 개선과 적정 임금 지급, 근로자 권리 보호 등을 통한 기업 평판 향상

2.2 기업이 파악한 비재무 이슈 중 위험요인은 발생가능성, 영향력에 따라 우선순위를 정하여 대응하고, 기회요인은 활용 가능여부를 판단해 전략에 반영한다.

(위험 요인)

기업은 비재무 위험에 대한 우선순위를 정하여 대응하도록 한다. 기업마다 중요한 비재무 위험은 상이할 수 있으며, 그 판단에 대한 책임은 이사회에게 있다.

(기회 요인)

기회 요인은 기업의 사업, 전략, 재무계획에 미치는 영향을 고려하여 활용 가능여부를 검토하도록 한다. 해당 기회 요인이 중대하다고 판단되는 경우, 사업 전략에 반영하여 기업 가치를 제고할 수 있다(I. 리더십과 거버넌스 부분의 2. 전략과 방침 참조).

3. 비재무 위험 대응

3.1 기업은 비재무 위험의 우선순위에 따라 부정적인 영향을 최소화할 수 있는 대응방안을 마련하여야 한다.

(수준별 비재무 위험 대응) 기업은 사업 환경, 이해관계자들의 기대, 위험 선호도, 비용-편익 분석 등을 종합적으로 고려하여 비재무 위험에 대응하여야 한다. 우선 순위가 높은 위험의 경우 예방책을 마련하거나 부정적 영향을 완화하기 위한 새로운 전략 또는 활동계획을 수립하도록 한다. 한편 우선 순위가 중간이거나 낮은 경우, 해당 위험을 수용하거나 지속적인 모니터링만을 실시할 수도 있다.

3.2 기업은 비재무 위험 대응방안이 의도한 목표를 효과적으로 달성하였는지 평가하고, 해당 결과에 따라 전략을 수정하여야 한다.

(비재무 위험 평가 및 전략 수정) 비재무 위험 대응방향 수립 시 기업은 위험을 효과적으로 관리할 수 있는 성과지표를 수립하여야 한다. 또한 이를 지속적으로 점검하여 위험의 발생 가능성이 기업의 수용가능치를 초과하고 있는지 확인할 필요가 있다. 수용가능치를 초과하는 경우, 추가적인 대응 전략을 수립하거나 방향을 수정하도록 한다.

3.3 기업은 주요 비재무 위험에 대한 의사결정체계와 대응방안을 이해관계자에게 공개하는 것이 바람직하다.

기업은 다음의 사항에 대해 이해관계자들에게 공개할 것을 고려할 수 있다.

- ✓ 비재무 위험을 관장하는 의사결정기구
- ✓ 비재무 위험 관리체계에 대한 단기·중기·장기적 목표
- ✓ 중요 비재무 위험, 대응책 및 성과

비재무 위험에 대한 정보공개의 방법은 후술하는 IV.이해관계자 소통 2. 신뢰 증진 을 참고할 수 있다.

Ⅲ. 운영 및 성과

1. 인권

1.1 기업은 최고경영진의 인권경영 의지를 표명하고 이를 대내외 이해관계자에게 공개하여야 한다.

(최고경영진 의지 표명) 최고경영진은 기업 내부의 다양한 조직이 인권 보호에 참여할 수 있도록 인권경영 의지를 표명하여야 한다. 나아가 해당 의지를 대내외 이해관계자에게 공개해 인권경영에 대한 기업의 책임을 확고히 하여야 한다.

1.2 기업 활동에서 발생하는 인권 이슈에 대한 정책을 마련하고 이해관계자와 공유하여야 한다.

(인권 정책 수립) 기업 활동의 모든 과정에서 인권 이슈가 고려될 수 있도록 인권 정책을 마련하고 이를 대내외 이해관계자에게 공유하여야 한다. 기업은 정책 수립 과정에서 내부 의견, 외부 전문가, 이해관계자의 의견 등을 반영하여야 한다.

이 외에도 인권과 관련된 국내 법률 및 제도, 글로벌 사업을 수행하는 경우 해당 국가의 특성을 반영한 정책을 수립하여야 한다.

(인권 정책의 대상 범위) 기업의 인권 정책은 자사 임직원 외에도 협력사 및 파트너사, 근로자, 고객, 지역사회 거주민 등 다양한 이해관계자를 보호할 수 있는 원칙을 담고 있어야 한다. 또한 국제적 기준과 더불어 자사의 특성을 고려해 사업 활동과 관련성이 높은 인권 이슈를 포함하여야 한다.

▶ <부록 3: 인권 위험의 범위> 참조

1.3 기업은 인권 이슈를 전담하는 실무부서를 설치하여야 한다.

(인권 관련 실무부서 구축) 기업이 인권 이슈를 체계적으로 관리하기 위해서는 인권경영을 위한 경영시스템을 구축할 필요가 있다. 이를 위해 기업은 관련 전담 부서를 신설하거나 기존 업무를 통합하여 관리하는 부서를 지정해 업무의 효율성을 제고하여야 한다.

1.4 기업은 인권영향평가를 실시하여 인권 침해 발생 가능성을 파악하고 사전에 예방하여야 한다.

(인권영향평가 실시) 인권영향평가는 기업의 사업활동 전반에서 발생가능한 인권관련 이슈를 식별하는 것에서 출발해 인권 위험을 완화하는 전 과정을 포함한다. 인권영향평가는 인권 위험이 높은 사업 식별, 인권 위험 분석, 대상 선정, 지표 설정, 정기적인 평가 시행, 인권경영 성과 및 효과성 검토 단계로 구성된다.

(인권영향평가 대상 범위) 기업은 부정적 인권 이슈를 직접 발생시키지 않았더라도 자사의 사업장 혹은 제품 및 서비스와 연관되어 있거나 인권 이슈가 발생한 이해관계자와 중요한 관계를 맺고 있을 경우, 부정적 인권 이슈에 대한 책임을 요구받을 수 있다. 따라서 기업은 인권영향평가의 범위에 자사 뿐 아니라 지역사회, 협력사 등 인권 침해가 발생할 수 있는 이해관계자를 포함하여야 한다. 나아가 선제적인 인권영향 평가체계를 구축하여 공급망과 이해관계자의 인권경영 수준이 향상될 수 있도록 노력하여야 한다.

▶ <부록 4: 인권영향평가 방법론 > 참조

1.5 기업은 인권영향평가에서 발견된 인권 위험을 해소하기 위해 위험 예방 및 완화 조치를 마련하여야 한다.

(인권 위험 관리) 인권영향평가 결과 인권 위험이 발견되었을 경우 해당 내용은 관련 사업 활동 및 담당부서 업무 과정에 반영되어야 한다. 또한 인권 위험 해소 및 완화를 관리하는 담당자 혹은 담당부서를 지정하고 책임을 부여하여야 한다.

1.6 기업은 이해관계자가 인권과 관련된 고충을 수시로 전달할 수 있는 채널을 마련하여야 한다.

(인권 관련 고충처리채널 운영) 기업은 이해관계자와 관련된 인권 이슈를 파악하기 위해 고충처리채널을 운영하여야 한다. 기업은 고충처리채널에 접수된 의견을 분석해 인권경영 시행 및 개선에 활용할 수 있다. 고충처리채널은 자사 근로자를 포함하여 모든 이해관계자가 접근할 수 있어야 한다.

1.7 기업은 인권경영의 효과성을 정기적으로 평가 및 관리하고, 관련 정보를 내·외부 이해관계자와 공유하여야 한다.

(인권경영 효과성 관리) 기업은 인권경영이 효과적으로 운영되고 있는지 주기적으로 모니터링하여야 한다. 정기적인 평가지표 측정은 인권경영의 체계가 효과적으로 설계된 것인지 점검하는 데에 의의가 있다.

이를 위해 기업은 인권경영의 목표 및 계획과 연계된 정성·정량적 평가지표를 마련할 필요가 있다. 인권경영 평가지표는 각 기업의 특성에 따라 상이할 수 있기 때문에 자사의 상황에 맞게 설정하는 것이 가장 바람직하다.

(인권경영 현황 공개) 기업은 자사 홈페이지, 지속가능경영보고서, 인권경영 보고서 등을 통해 인권경영 관련 정책과 활동 및 성과를 투명하게 공개하여 인권 이슈에 대한 이해관계자와의 소통을 증진할 수 있다.

2. 노동관행

2.1 기업은 다양성을 고려하여 일자리를 창출하고 고용을 유지할 수 있도록 노력하여야 한다. 또한 공정한 성과관리 체계를 마련하여 적절한 임금을 지급하여야 한다.

(공정한 고용과 동등한 급여) 기업은 성별, 장애, 성적 지향, 연령, 인종, 출신지역, 학력 등을 이유로 채용, 승진 등의 과정에서 근로자를 차별해서는 안 되며, 동등하게 대우하여야 한다. 이를 위해 기업은 청년, 여성, 장애인, 고령층 등 사회 취약계층을 고려한 적극적인 고용 계획을 수립하고 공개하여야 한다. 나아가 상시적이고 지속적인 업무에는 기간의 정함이 없는 근로자를 채용하도록 노력하여야 한다. 이에 대한 관리 지표로 취약계층 고용비율, 성별 임금 비율, 직급별 남성 및 여성 비율, 임시직 비율, 이직률 등을 설정하고 관리 및 공개할 수 있다. 또한 기업은 성별 및 고용형태에 대한 차별 없이 동일가치 노동을 수행하는 근로자들에게 동일임금을 제공해 합리적인 이유 없이 임금과 근로조건의 격차가 발생하지 않도록 하여야 한다.

(합리적인 성과평가와 보수) 기업은 모든 근로자에 대해 공정하고 합리적인 보수체계를 수립하고 이행하여야 한다. 보수체계는 임금근로자 평균임금, 생활비, 사회보장 급여를 비롯한 이전소득 등을 반영하여 적정임금을 지급하도록 노력하여야 한다.

2.2 기업은 헌법에서 정한 노동3권과 국제노동기구(ILO)에서 규정한 근로자의 기본적 권리를 존중하고 보장하여야 하며, 노사 간 성실하고 효과적인 대화를 통해 건전한 노사관계를 형성하여야 한다.

(노동기본권 보장) 기업은 국내법과 국제노동기구에서 규정한 노동기본권에 준하여 근로자에게 결사의 자유 및 노동조합 등 근로자 단체 가입의 자유를 인정하여야

한다. 따라서 기업은 근로자가 자신들의 이익 보호나 단체교섭권을 행사하기 위해 조직을 구성하거나 참여할 권리를 침해하지 않아야 한다.

(건전한 노사관계 형성) 기업은 근로자 또는 근로자 대표 조직과 단체교섭을 진행할 때 어떠한 위협이나 보복 없이 성실히 임하여야 한다. 노사 양측은 두 당사자간의 대화를 통해 다양하고 다면적인 교섭, 협의, 정보교환 등이 가능하고 궁극적으로는 상호 이해와 신뢰, 호혜적 이익까지 얻을 수 있다는 인식을 가져야 한다.

노사간 대화는 단체교섭, 노사협의회, 산업별 협의체 또는 국가 단위의 노사정 협의체 및 산업별 협의체 등 다양한 형태를 취할 수 있으며, 기업 수준의 정보 및 협의기구 역시 이에 포함된다. 또한, 기업은 내부 고충시스템을 수립하여 적합한 처리 절차와 현황을 관리하고 공개하여야 한다.

▶ 기타 참고 제도는 <부록 5: 공평·공정한 고용>, <부록 6: 직장 내 괴롭힘 금지>, <부록 7: 노동이사제> 참조

2.3 기업은 근로자에게 다양한 학습과 성장의 기회를 제공하여 개인의 역량 강화와 삶의 질 향상에 기여하여야 한다.

(근로자 역량개발 및 지원) 기업은 근로자에게 인적 역량을 강화할 수 있는 다양한 교육·훈련 기회를 제공하여야 한다. 또한 근로자가 자율성, 창의성, 책임감을 기반으로 개인의 지적 능력과 업무역량을 제고하고 정서적으로도 풍요로운 삶을 누릴 수 있도록 지원하여야 한다. 이를 위해 기업은 근로자의 교육 훈련 및 개발에 적정한 예산과 인력을 투입하여야 한다.

또한 역량개발 평가 모델을 활용하여 역량개발 프로그램의 지속성과 효과성을 확보하여야 한다. 나아가 기업은 근로자 역량개발을 지원할 때 성별, 고용형태 등에 따른 격차를 해소하기 위해 노력하여야 한다.

▶ 기타 참고 자료는 <부록 8: 차별없고 공정한 기회> 참조

2.4 기업은 자사 및 협력사 근로자에게 안전하고 건강한 근무환경을 제공하며, 일과 생활의 균형 등을 지원하여 양질의 삶을 보장하여야 한다.

(안전보건 거버넌스 구축) 기업은 근로자의 신체적 안전과 편의, 정서적 안정, 심리적 안정에 최적화된 근무 환경을 조성하여, 제품과 서비스의 질 향상, 생산성 증대 및 근로자의 사기 진작 등을 도모하여야 한다. 이를 위해 기업은 산업안전보건 정책을 수립하고 전담관리체계를 구성하여 근로자의 건강과 안전을 제도적으로 보호하여야 한다. 또한 기업은 산업 안전보건 관련 상시 기구를 설치해 산업재해예방에 대한 근로자 및 협력사의 이해와 협조를 구하며, 산업재해와 건강장해를 예방하기 위한 대책을 마련하고 실행하여야 한다. 기업은 산업 재해 등으로 인해 근로자가 정당하게 행사한 권리에 대해 보복하지 않아야 하고 안전 및 보건과 관련한 조치를 근로자의 비용으로 전가하지 않아야 한다.

(안전보건시스템) 기업은 기업 활동과 관련된 안전사고 및 보건 위험을 분석하고 통제하여야 한다. 또한 모든 안전사고와 보건 위험 및 근로자가 제기한 문제를 기록하고 조사해 위험을 최소화하여야 하며, 조사·분석 시 성별, 연령 등의 차이를 고려하여야 한다. 기업은 위기상황 및 사고에 대한 실태를 철저히 분석·평가하여야 하며, 위기상황 보고, 근로자 대상 대피 절차 마련, 근로자 훈련 시행, 화재 감지 및 진압 장비, 비상구 설치 및 복구 계획 등을 포함하는 위기관리대책을 마련해 피해를 최소화하고 관련 정보를 공개하여야 한다. 이와 더불어 기업은 신체적, 정신적 고통을 유발하는 행위로 인한 건강장해를 예방하고, 건강장해 발생 시 치료 및 상담을 지원하여야 한다.

▶ 기타 안전보건 관련 감사 및 인증은 <부록 9: 안전 관련 감사 및 인증> 참조

(안전보건 성과지표) 기업은 전 사업장 및 협력업체 근로자를 대상으로 안전보건수준을 제고하기 위한 구체적인 목표를 설정하고 목표 달성 과정을 관리하여야 한다. 기업은 해당 기업의 근로자 뿐 아니라 협력업체 근로자의 재해 예방을 위해 적극적인 조치를 취하여야 한다. 이를 위해 기업은 협력업체 사업장의 위험·위해 요인을 조사하여 자율적으로 개선하도록 유도하고, 필요한 경우 협력업체 근로자의 안전보건 프로그램을 마련해 시행하여야 한다. 이에 대한 관리 지표로 산업재해 발생 건수, 재해율, 결근율 등을 설정하고 관리 및 공개할 수 있다. 또한 기업은 안전보건 개선의 효과성을 제고하기 위해 안전보건 목표 내 우선순위를

설정하고 활동 내역을 이사회에 보고하며, 정량적 목표의 달성도를 경영진의 보상 체계에 반영할 수 있다.

(일과 생활의 균형 지원) 기업은 업무 방식 변화, 저출산 및 고령화 등 인구구조 변화와 전염병 및 감염병과 같은 질병 위기상황 등에 적극적으로 대응하여야 한다. 또한 근로자가 신뢰와 협력 속에서 근무할 수 있는 환경을 조성하고 근무성과와 직무만족이 조화를 이룰 수 있도록 노력하여야 한다. 나아가 장시간 노동관행과 조직문화를 타파하고 유연한 근무환경을 조성하기 위해 노력하며, 근로자의 일과 생활의 균형을 보장하여야 한다. 이러한 일·생활 균형 제도는 고용형태에 관계없이 모든 근로자에게 포괄적으로 적용하여야 한다.

▶ 기타 관련 제도는 <부록 10: 일·생활 양립을 위한 제도> 참조

3. 공정한영관행

3.1 기업은 동반성장을 뒷받침할 수 있는 공급망 관리 전략을 마련하고 공급망 위험을 통합적으로 관리하여 사회적 책임을 다하여야 한다.

(공급망 관리 전략 수립) 기업이 공급업체로부터 제품 및 서비스를 구매하는 과정에서 다양한 위험과 기회가 발생할 수 있다. 따라서 기업은 협력업체, 가맹점, 대리점 등을 포함한 공급망이 지속가능성을 기반으로 사업을 운영하는 절차를 갖추도록 장려하여야 한다. 이를 위해 기업은 공정거래질서를 확립하고 동반성장을 추진해야 하며, 공급망의 지속가능성을 뒷받침할 수 있는 전략을 마련하여야 한다. 나아가 수립한 전략을 공급망 및 이해관계자에게 공유하여야 한다.

(공급망 행동강령 수립 및 지원) 기업은 공급망 내 협력업체가 준수해야 할 행동강령을 제정하거나 기존 정책에서 준수해야 할 사항을 명시하여야 한다. 관련 내용은 공급망 내 모든 이해관계자가 확인할 수 있도록 공개하여야 한다. 행동강령은 협력업체가 준수해야 하는 노동관행 및 인권 관련 행위준칙, ILO 노동기준 원칙, 공정거래법 및 상생협력법 등 국내외 법규 및 관련 가이드라인에 부합하여야 한다. 나아가 기업은 공급망이 사회적 책임을 경영 방침으로 삼고 실현할 수 있도록 멘토링, 교육 등 지원 프로그램을 제공하여야 한다.

▶ 공급망 행동강령과 관련된 참고사항은 <부록 14: 공급망 행동강령 및 위험 실사>, <부록 15: 분쟁광물 관리> 참고

(공급망 위험 관리) 기업은 사업 활동의 공급망 위험을 확인하고 부정적 영향을 최소화하여야 한다. 이를 위해 지속가능성 평가기준을 마련해 예방적 차원의 공급망 실사를 수행하여야 한다. 실사는 실질적 또는 잠재적으로 발생 가능성이 있는 위험 우선순위를 설정하고 이를 식별, 예방, 완화, 점검 및 평가하기 위한 절차를 의미한다. 대상 공급망의 범위는 1차 협력사, 2차 이상 협력사, 계약업체, 가맹점, 라이선스 업체, 합작투자사 등을 포함하여야 한다. 각 실사 단계는 1) 기업 정책과 시스템 내 공급망 행동강령 및 안전보건정책 통합, 2) 실질적 또는 잠재적인 부정 영향의 식별과 평가, 3) 부정 영향 예방과 완화 활동 계획 수립 및 이행, 4) 활동 이행사항 점검, 5) 실사 과정 및 결과에 대한 이해관계자 소통 등의 단계로 구성되어야 한다.

▶ 공급망 실사 계획 수립 및 이행과 관련된 참고사항은 <부록 11: 공급망 행동강령 및 위험 실사 > 참조

3.2 기업은 공정한 거래를 통해 기업간의 공정하고 자유로운 경쟁을 도모하고 경제활동의 기본질서를 준수하여야 한다.

(공정거래질서 확립) 공정거래는 기업의 효율성을 증대하며 혁신을 가능하게 한다. 기업은 공정한 거래 문화를 확립하기 위한 절차 및 대책을 마련하고 공개하며, 이를 촉진하는 공공정책을 지원하여야 한다. 그리고 기업 내 자율적 상시 분쟁해결기구를 설치해 거래상 지위 차이에서 발생할 수 있는 분쟁을 원만하게 해결할 수 있도록 노력하여야 한다. 아울러 시장질서 준수를 위한 협약과 인센티브 제도, 자율준수 프로그램 등을 적극 활용하여 거래의 신뢰성을 확보하고 시장의 효율성을 제고하여야 한다.

(시장지배적 지위의 남용 금지) 기업은 시장지배적 지위를 남용하여 정당한 이유없이 상품의 가격이나 용역의 대가를 변동하는 가격 남용 행위를 하지 않아야 한다. 더불어 다른 기업의 사업 활동 또는 새로운 경쟁 기업의 참가를 부당하게 방해하는 행위, 상품 또는 용역의 공급량을 부당하게 조절하는 행위를 하지 않아야 한다. 또한 경쟁 기업을 배제하기 위한 부당한 거래와 소비자의 이익을 현저히 침해할 우려가 있는 행위를 하지 않아야 한다.

(부당공동행위 금지) 기업은 상호간의 경쟁을 회피하기 위해 다른 기업과 공동으로 가격을 결정하거나 변경해서는 안 되며, 시장 분할 및 출고 조절 등의 내용으로 부당하게 공급량을 조절하여 경쟁을 제한하는 담합행위를 해서는 안 된다. 또한, 가격, 생산량 등의 정보를 주고받음으로써 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 경쟁제한적 정보교환행위도 하지 않아야 한다.

(불공정거래행위 금지) 기업은 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 금지하여 공정거래저해성이 발생하지 않게 하여야 한다. 이에 따라 기업은 시장 경쟁의 정도나 경쟁사업자의 수가 유의미하게 줄어들거나 줄어들 우려가 되는 경쟁제한성이 있는 행위를 지양하여야 한다. 또한, 상품 및 용역의 가격과 질 이외에 바람직하지 않은 경쟁 수단을 사용함으로써 정당한 가격을 저해하거나 저해할 우려가 있는 불공정 행위를 해서는 안 된다. 더불어 거래상대방의 자유로운 의사결정을 저해하거나 불이익을 강요함으로써 공정거래의 기반을 침해하거나 침해할 우려가 있는 행위를 해서는 안 된다.

▶ 관련 법령 및 제도는 <부록 12: 공정거래 관련 법규 및 제도>, <부록 13: 공정거래 자율준수 프로그램> 참조

3.3 기업은 중·장기적 관점에서 기업 간 상호협력 활동을 수행하여야 하며, 지속가능한 성장동력 및 일자리 창출, 공정 사회의 경제적 토대 구축을 위해 동반성장을 추구하여야 한다.

(동반성장 기반 확립) 기업은 협력사와의 동반성장을 추구해 협력사의 경쟁력 기반을 강화하고 대기업, 중소기업간 격차 해소에 기여하여야 한다. 이를 위해 기업은 협력사 동반성장 정책을 도입 및 실행하며 금융지원, 기술 혁신 및 연구개발 지원, 성장 인프라 지원, 근로조건 개선 지원 등의 다양한 지원프로그램을 실행할 수 있다.

▶ 관련 제도는 <부록 14: 동반성장 프로그램 > 참조

4. 지속가능한 소비

4.1 기업은 소비자가 불공정한 거래 관행으로 부당한 피해를 입지 않도록 노력하여야 한다.

(소비자 권익침해 방지) 기업은 제품 및 서비스 판매 시 불공정한 거래 조건 사용, 소비자의 선택권 제한, 제품 및 서비스 결함에 대한 책임 전가 등으로 소비자 권익을 침해하지 않도록 하여야 한다.

불공정한 거래로 인한 소비자 권익 침해는 기업과 소비자 간의 직접적인 거래 관계 뿐 아니라 협력사, 경쟁사 등 다른 이해관계자와의 불공정거래 관행에 의해서도 발생할 수 있다. 따라서 기업은 자사의 사업 특성과 소비환경의 변화를 고려하여 공급망 내에서 발생할 수 있는 소비자 불공정거래 관련 이슈를 파악하고 관리하여야 한다. 나아가 관련 위험 관리에 대해 이사회 및 최고경영진 보고 체계를 마련하여 소비자와의 공정한 거래에 대한 전사적 인식을 제고할 수 있다.

(윤리적인 마케팅 실시) 소비자의 행동과 특성을 이용하여 비합리적인 의사결정을 유도하거나 소비자의 선택권에 대해 충분한 정보를 제공하지 않는 행위 등은 소비자 권익을 침해하고 사회 전반의 가치를 저해할 수 있다.

따라서 기업은 자사 및 공급망 내에서 유통되는 제품 및 서비스를 구매하는 소비자의 자율적, 독립적 구매 의사결정을 침해하는 요소가 없는지 주기적으로 점검해 소비자의 선택이 왜곡되는 것을 방지하는 시스템을 마련하여야 한다.

최근 소비시장의 중심이 오프라인 형태에서 온라인으로 변화하며 기존에는 발생하지 않았던 소비자 이슈가 새롭게 발생하고 있다. 이러한 이슈들은 규제 사각지대에 놓여있어 소비자 피해 방지를 위한 기업의 자발적인 책임경영이 요구된다.

▶ 관련 내용에 대해서는 <부록 16: 전자상거래 시장에서의 소비자 권익 침해 위험> 참조

또한 마케팅 전략을 수립하는 과정에서 해당 전략이 사회적, 환경적 비용을 유발해 소비자가 해당 제품을 소비하는 것이 사회 전반의 가치를 저해시킬 가능성이 없는지 검토하여야 한다.

4.2 기업은 제품 및 서비스의 위해요인으로부터 실효적인 소비자 보호 체계를 구축하여야 한다.

(소비자 안전을 고려한 사업 운영) 제품 및 서비스 이용 과정에서 소비자 안전과 관련된 사고가 발생할 경우 소비자에게 위해를 가할 수 있을 뿐 아니라, 기업 가치에도 부정적인 영향을 미칠 수 있다. 따라서 제품 및 서비스를 직접 생산하거나, 생산한 제품 및 서비스가 제조 및 유통과정을 거쳐 소비자에게 전달되거나, 혹은 조직 외부에서 생산된 제품 및 서비스가 소비자에게 전달되는 등의 모든 경우에서 기업은 소비자 안전을 우선적으로 고려하여야 한다.

소비자 안전과 관련하여 제품 및 서비스의 안전성 외에도 소비자 유형에 따른 소비행위도 고려하여야 한다. 특히 통상적인 소비자와 다르게 아동, 청소년, 여성, 고령층, 장애인, 임산부, 환자 등의 취약 소비자층에 대해서는 소비행위가 신체적·정신적 건강에 미치는 영향을 함께 고려하여야 한다. 나아가 안전성 문제는 제품 자체의 결함 외에도 본래 용도, 목적과는 다르게 편의에 따라 오사용하는 소비자의 행위에 의해서도 발생할 수 있다는 점을 고려하여야 한다.

▶ 관련 내용에 대해서는 <부록 17: 소비자 안전 제고 사례> 참고

(제품 및 서비스 안전성 관리) 제품 및 서비스의 안전성은 소비자 안전과 직접적인 관련이 있다. 따라서 기업은 소비자 안전 및 보건에 위해를 입힐만한 이슈를 정기적으로 파악하고 안전성에 대한 평가 및 관리를 수행하여야 한다.

안전성 평가는 제품의 기획부터 회수까지 생애주기에 따라 상시적 또는 정기적으로 이루어져야 한다. 이와 더불어 운송 과정과 최종 소비자에 따라 동일한 제품 및 서비스의 안전성이 상이하게 나타날 수 있음을 고려하여야 한다.

사용 완료된 제품의 잘못된 보관 및 무단 폐기 등으로 소비자 안전 문제가 발생할 수 있는 경우에는 관련 위험이 발생하지 않도록 적절한 제품 회수 프로세스를 마련하여야 한다.

안전성 평가는 기업 내부에서 자체적으로 실시할 수도 있으나, 제품 및 서비스 안전보건에 대한 신뢰도 증진을 위해 국내외에서 공인된 인증을 획득할 수도 있다.

안전성 평가 결과는 문서화하여 소비자를 비롯한 관련 이해관계자에게 투명하게 공개하여야 한다. 이에 따라 소비자가 자신의 안전과 보건을 고려하여 구매 의사를 결정할 수 있도록 하여야 한다.

(소비자 안전에 대한 정확한 정보 제공) 기업은 소비자가 제품 및 서비스를 구매하고 사용하는 과정에서 부당한 피해를 입지 않도록 충분하고 정확한 정보를 제공하여야 한다. 이때 기업은 정보제공에 대한 법적 요구사항을 준수함은 물론 소비자의 오인 혹은 정보 비대칭성으로 인해 발생할 수 있는 피해에 대해 선제적으로 대응할 필요가 있다.

또한 각종 매체를 통해 전달되는 정보 중 잘못된 정보로 인해 발생할 수 있는 소비자 피해를 예방하여야 한다. 따라서 소비자가 오인할 수 있는 정보가 유통되고 있지 않은지 수시로 검토하고 피해 발생 가능성이 높은 소비자 계층을 파악해 피해 예방 대책을 수립하여야 한다. 나아가 제품 및 서비스에 대한 오인이 발생한 경우 즉각적으로 대처해 소비자 피해를 최소화하여야 한다.

4.3 기업은 소비자가 기업의 사업활동에 대해 자유롭게 의견을 제시할 수 있는 채널을 마련하고, 소비자의 의견이 반영될 수 있도록 적극 노력하여야 한다.

(소비자 소통 채널 구축) 기업은 소비자와 양방향으로 소통할 수 있는 체계를 수립해 소비자가 자신의 의견을 반영할 수 있는 권리를 보장하여야 한다. 이를 위해 기업은 모든 계층의 소비자가 자신의 의견을 자유롭게 표출할 수 있는 효과적인 소통 채널을 마련하여야 한다. 특히 제품 및 서비스 정보에 취약한 소비자층의 접근성을 높이고 소통을 강화할 수 있는 방안을 강구하여야 한다.

나아가 기업은 이러한 의견이 기업에게 불리한 내용일지라도 부당한 방법으로 소비자의 의견을 제한하지 않고 적극적인 피드백을 통해 소비자와의 신뢰관계를 구축하여야 한다.

(소비자 의견 반영) 기업은 자사의 사업활동과 제품 및 서비스에 대한 소비자 의견을 수렴하여 소비자가 느끼는 불만사항을 파악해 소비자 피해를 예방하고, 나아가 제품 및 서비스의 품질을 개선할 수 있다.

이를 위해서는 자사가 마련한 소통채널을 이용하는 것뿐만 아니라 소비자가 각종 민원을 제기할 수 있는 외부 채널을 소통채널로 인식하여 소비자 의견을 수렴하여야 한다. 또한 소비자가 제시한 의견을 정기적, 지속적으로 관리하고 유관부서와 공유해 사업활동에 반영할 수 있도록 하여야 한다.

4.4 기업은 소비자가 자사의 제품 및 서비스로 인해 받은 피해에 대해 신속하고 공정하게 보상을 받을 수 있는 체계를 구축하여야 한다.

(적극적 피해보상 노력) 기업의 제품 및 서비스의 결함으로 인하여 직·간접적인 소비자 피해가 발생할 경우 신뢰도가 하락하거나 기업 이미지가 훼손되어 구매 감소를 유발할 수 있다.

따라서 기업은 공급망 및 제품의 생애주기 동안 발생한 모든 소비자 피해를 적극적으로 해결하기 위해 노력하여야 한다. 특히 온라인 플랫폼에서 제품 및 서비스를 제공하는 기업은 플랫폼 내에서 발생할 수 있는 피해 유형을 파악하여 소비자에게 피해구제방안에 대해 상세하게 안내하여야 한다.

나아가 공급망 내 협력사, 정부기관과 협업관계를 구축해 소비자 피해구제가 원활하게 이루어지도록 노력하여야 한다. 또한 소비자와의 분쟁해결을 위한 기관과 제도를 적극 활용해 합리적이고 효과적인 피해보상을 실시하여야 한다.

(효과적인 피해보상 체계 마련) 기업은 효과적인 피해보상 체계를 마련하여 소비자의 권익을 보호하는 동시에 불필요한 분쟁을 예방할 수 있다.

제품 및 서비스의 결함이 발생할 경우를 대비해 기업은 사후 대처와 관련된 정보를 소비자에게 효과적으로 전달할 수 있는 방법을 마련하여야 한다. 또한 소비자의 편의성과 접근성을 고려해 보상방법을 채택하여야 한다. 특히 보상과정에서 정보 접근성이 낮은 계층을 배제해서는 안 되며 모든 소비자가 제품 및 서비스 결함에 대한 적절한 보상을 받을 수 있도록 하여야 한다.

결함이 발생하거나 결함 가능성을 인지한 경우에는 소비자 피해를 최소화할 수 있도록 즉각적으로 제품 회수를 하거나 적절한 대책을 수립하여야 하고, 제품 결함에 대한 문제가 완전히 해소될 때까지 소비자와의 소통을 지속하여야 한다.

4.5 기업은 사회적 가치를 구현할 수 있는 제품과 서비스를 개발하고 판매하여야 한다. 이를 통해 소비자의 사회적 욕구를 만족시키고 지속가능한 방식으로 수익을 창출하여야 한다.

(사회적 가치를 고려한 제품 및 서비스 제공) 기업은 제품 및 서비스로 인해 발생할 수 있는 부정적인 사회적, 환경적 영향을 파악해 이를 최소화하거나 혹은 상쇄할 수 있는 방안을 마련하여야 한다. 나아가 제품의 속성에 사회적 가치를 구현할 수 있는 사업 모델을 개발하도록 노력하여야 한다.

▶ 관련 사례에 대해서는 <부록 18: 사회적 가치를 고려한 제품 개발 사례> 참고

5. 정보 보호

5.1 기업은 정보 자산을 보호하기 위하여 적절한 체계와 절차를 마련하여야 한다.

(이사회의 역할) 이사회는 정보 자산 보호의 중요성 및 위험을 인지하고 경영진의 정보 보안 활동을 감독하여야 한다. 이를 위해 이사회 혹은 경영진 내에 IT 관련 분야에 대한 경험이 있거나 정보 보안 전략에 대한 이해를 가진 구성원을 확보하여야 한다.

(정책 및 관리체계 수립) 기업은 정보 보안 정책과 관리체계를 수립하여 모든 임직원이 정보 보안의 중요성과 관련 위험요소를 인지하고 정보 보안 활동을 실천할 수 있도록 하여야 한다. 정보 보안 정책은 통상적인 정보 관리 방침과 더불어 정보의 유출, 손실, 도난 사고 등에 대한 위험 대응 방안을 포함하여야 한다. 정보 보안 관리체계는 일반적인 정보 관리체계뿐만 아니라 해킹, 재해, 재난 등 비상 상황에 대한 대응 절차와 테스트를 포함하여야 한다. 또한 모든 임직원에게 정기적인 교육을 제공하고 상시 관리점검 체계를 수립해 정보 보안의 효과성을 확보하여야 한다.

(전문인력 및 재원의 확보) 기업은 정보 보안 관리 체계가 실효적으로 작동할 수 있도록 정보 보안 관련 분야의 전문 인력을 확보하고 업무 수행을 위한 재원을 마련하여야 한다.

(협력사 정보 보호 점검) 기업은 협력사의 정보 보호 현황을 점검하고 개선을 지원하여야 한다.

5.2 기업은 개인정보 보호법을 준수하고 효과적인 자율규제가 이뤄질 수 있도록 정당한 방식으로 개인 정보를 수집하고 활용하여 개인의 사생활을 보호하여야 한다.

(개인정보 보호 정책 수립) 기업은 개인정보 보호 정책을 수립하여 전략 수립 및 사업 설계 단계에서부터 소비자 프라이버시를 보호하고 개인 정보를 안전하게 처리하여야 한다. 또한 모든 임직원에게 개인정보 보호의 중요성 및 위험과 관련된 정기적인 교육을 실시해 개인정보 보호의 필요성을 인지하게 하고 해당 정책의 실효성을 강화하여야 한다.

(개인정보 보호 책임자) 기업은 개인정보 보호 체계를 강화하기 위해 경영진에 정보 보호 전문성을 보유한 책임자를 확보하여야 한다. 해당 책임자는 개인정보 보호 업무를 책임지고 그 독립성을 보장받아야 한다.

(개인정보 위험 관리) 기업은 사업을 수행하는 과정에서 발생할 수 있는 개인정보 위험을 사전에 파악해 정보주체의 개인정보를 보호하여야 한다. 특히 개인정보가 포함된 데이터를 활용하는 경우 정보주체의 사생활 및 권리를 보호할 수 있는 적절한 절차 및 방안을 마련하여야 한다. 나아가 필요한 경우 개인정보 보호 영향평가를 정기적으로 시행하여야 한다.

(수집 및 활용) 기업은 개인정보를 수집하거나 활용할 경우 합법적이고 공정한 절차를 따라야 한다. 개인정보 수집의 범위는 제품 및 서비스의 제공에 필요한 최소한의 정보로 제한하고, 정보주체의 명백하고 입증 가능한 자발적 동의를 얻은 정보, 사법 당국의 문서 등 적법한 절차로 확보한 정보로 제한한다. 또한 기업은 개인정보 활용에 있어 명시된 목적 및 범위 이외의 정보 활용과 공개 및 공유는 하지 않아야 한다. 특히 기업은 보유한 개인 정보를 비윤리적 행위에 오용 또는 남용하지 않아야 한다.

(모니터링 체계 구축) 기업은 개인정보 수집 및 활용에 대한 모니터링 체계를 구축하여 개인정보 보호의 실효성을 높이고 자율적인 개인정보 보호 체계를 확립할 수 있다.

5.3 기업은 개인정보 보호에 관련된 활동을 투명하게 공개하고 정보주체의 정당한 자유와 권리를 보장하여야 한다.

(개인정보 처리 투명성 확보) 기업은 개인정보를 처리할 때 해당 근거와 과정을 투명하게 공개하여야 한다. 또한 개인정보 보호를 위해 투입한 자원을 구체적으로 밝혀야 한다. 나아가 기업은 고객 정보 유출, 손실, 도난 사고 등 개인정보와 관련된 사고에 적극적으로 대응하고, 개인정보 보호를 위해 취한 조치에 대해 정보주체 및 이해관계자와 적극적으로 의사소통하여야 한다.

(정보주체의 권리 보장) 기업은 정보주체 및 개인정보 취급자 등 이해관계자의 정보 보호 인식을 제고하기 위해 노력하여야 하고, 정보주체가 가지는 권리와 위험 요소를 이해하기 쉽고 신속하게 알려야 한다.

▶ 관련 제도에 대해서는 <부록 19: 정보보호 관련 제도> 참조

6. 지역사회 참여 및 개발

6.1 기업은 지역사회가 필요로 하는 바를 파악하고, 지역사회와 상생하며 상호 발전할 수 있는 참여 전략을 수립하여야 한다.

(지역사회 참여 전략 수립) 기업과 지역사회는 두 당사자가 공동의 이익을 공유하는 주요 이해관계자임을 인식하고 건설적인 관계를 구축하여야 한다. 기업은 지역사회의 발전에 기여함으로써 사업 운영을 원활하게 하고 지속가능한 성장의 발판을 마련할 수 있다.

기업은 지역사회에 대한 적극적인 참여가 사회적, 경제적 가치를 창출하는 기회로 이어질 수 있음을 인식하고 이를 활용할 수 있는 방안을 마련하여야 한다.

또한 지역사회와의 장기적인 상호 발전을 위해서는 지역사회의 요구와 기업의 사업 모델을 연계한 참여 전략을 마련하여야 한다.

▶ 관련 내용에 대해서는 <부록 20: 지역사회의 정의> 참조

6.2 기업은 임직원에게 지역사회 참여 활동을 장려하고, 지역사회 참여 활동에 투입되는 자원과 성과를 측정 및 관리하여야 한다.

(임직원 참여도 제고) 기업은 지역사회 참여 활동이 기업의 장기적 성장을 위한 발판이라는 전사적인 인식 개선 활동을 하여야 한다. 이를 위해 지역사회 참여 전략에 대한 전사 교육을 실시하고, 임직원에게 재무적·비재무적 인센티브를 지급하는 등 다양한 방안을 적극 활용할 필요가 있다.

(지역사회 참여 성과 관리) 기업은 지역사회 참여 활동의 지속성과 효과성을 확보하기 위해 투입되는 자원과 그 성과를 정량화해 관리하여야 한다. 또한 관련 정보를 대외 공개하여 사회공헌의 투명성을 제고하여야 한다.

6.3 기업은 국내외 사회책임경영 관련 프로그램에 자발적으로 참여하여 사회책임경영 수준을 제고할 수 있다.

(사회책임경영 이니셔티브 참여) 기업은 사회책임경영과 관련된 문제를 해결하기 위해 구성된 산업별, 주제별 이니셔티브 프로그램에 자발적으로 참여할 수 있다.

기업은 사회적 책임을 이행하는 과정에서 위와 같은 프로그램이 제시하는 구체적인 방법론 혹은 가이드라인을 활용할 수 있다. 나아가 이를 토대로 행동강령, 가이드라인을 수립하거나 사회책임경영과 관련된 원칙을 선언할 수 있다.

▶ 관련 내용에 대해서는 <부록 21: 사회책임경영 이니셔티브 사례> 참조

IV. 이해관계자 소통

1. 이해관계자 참여 및 소통

1.1 기업은 이해관계자의 적극적인 참여를 이끌어낼 수 있는 커뮤니케이션 방법을 개발하고 지속적으로 유지하여야 한다.

(이해관계자 참여 필요성) 이해관계자 참여는 기업 활동의 긍정적, 부정적 영향에 대한 외부의 관점을 반영할 수 있는 수단이다. 기업은 이해관계자의 참여를 통해 사회책임경영 이슈를 선별하고 전략 수립 및 활동 성과 등에 대한 신뢰도를 제고할 수 있다.

이해관계자 참여는 사회책임경영의 주요한 위험, 기회, 관련 요구 및 기대사항, 전문가 의견, 사회적 영향 등 다양한 정보를 파악하는 것을 목적으로 한다. 이와 같은 결과는 사회책임경영 전략 수립, 이행, 성과 평가 및 피드백 단계에 반영되어야 한다.

(이해관계자 참여 채널 구축) 이해관계자 참여는 양방향으로 이루어져야 하며, 지속적으로 유지되어야 한다.

이해관계자 참여 수단으로 고충 처리 프로세스나 온·오프라인 미팅, 컨퍼런스, 설문조사 등을 활용할 수 있다. 더불어 내부 이해관계자의 경우 사내 교육, 내부 회의, 사내 게시판 혹은 메신저 등을 통한 의사소통이 가능하며, 외부 이해관계자의 경우 정보공개 채널을 주요한 소통 창구로서 활용할 수 있다.

기업은 의사소통 채널의 운영 주체, 운영 주기, 운영 방식 등에 대한 내부 규정을 수립하고 정기적, 지속적인 이해관계자 참여를 유도하여야 한다.

2. 정보 공개

2.1 기업은 사회책임경영 관련 정보를 공개하여야 한다.

(사회책임경영 정보 공개) 기업은 이해관계자의 요구사항, 피드백에 대한 대응을 공개하여 투명성을 제고할 수 있다.

기업은 어떠한 정보를 공개할지 결정하는 과정에서 이해관계자가 참여할 수 있는 프로세스를 마련하여야 한다.

기업은 정보 공개 시 한국거래소에서 공표한 ESG 정보 공개 가이드스에 따라 정확성, 명확성, 비교가능성, 균형, 검증가능성, 적시성의 원칙을 참고할 수 있다. 또한 정보를 공개할 때에는 가이드스에서 제시하는 중요성(Materiality) 평가를 통해 공개의 범위와 내용을 결정할 수 있다.

이 외에도 기업은 사회책임경영 정보공개와 관련된 글로벌 가이드라인을 참고할 수 있다.

▶ 관련 내용에 대해서는 <부록 22: 사회책임경영 정보공개 가이드라인> 참조

(정보공개 접근성 제고) 기업의 정보공개 수단으로 지속가능경영보고서 또는 통합보고서, 사업보고서, 사회공헌백서, 회사의 홈페이지 등 누구나 쉽게 접근할 수 있는 채널을 활용한다. 글로벌 사업장을 운영하고 있는 기업의 경우 영문 혹은 해당 국가의 언어로 정보를 제공하여야 한다.

(정보공개 신뢰성 제고) 기업은 이해관계자의 신뢰를 제고하기 위해 자사의 제품 및 서비스, 경영체계의 사회적 책임 수준에 대한 공식적인 인증 제도를 활용할 수 있다. 대표적으로 국제표준화기구(ISO, International Organization for Standardization)에서 개발한 다양한 인증제도가 있으며, 사업장 안전보건, 제품 안전성, 품질, 정보 보호, 부패방지 등 다양한 영역에서 제3자 인증을 획득할 수 있다.

또한 기업은 제3자의 객관성에 근거하여 정보 공개 신뢰도를 높일 필요가 있다.

비재무정보 검증과 관련된 국제적인 가이드라인은 대표적으로 AA1000AP, AA1000AS, AA1000SES, ISAE3000 등이 있으며, 이러한 가이드라인을 근거로 제3자 검증의견서를 발급받아 정보의 객관성을 확보할 수 있다.

V. 부록

<부록 1: 사회적, 환경적 영향을 고려해야 할 산업>

블랙록, 네덜란드 연기금 등 세계적인 규모의 자산운용사들은 투자 포트폴리오에서 지속가능하지 않은 사업 모델을 운영하는 기업 비중을 줄여나가고 있다. 이사회 및 최고경영진은 투자 포트폴리오에서 배제되었거나 배제가 예상되는 산업 리스트를 참고하여 의사결정을 내릴 수 있다.

[대표적인 투자 배제 혹은 고려 산업 분야]

- 무기 제조
- 주류, 담배 생산 및 유통
- 분쟁광물의 생산 및 유통
- 팜오일 생산
- 화석연료 생산 및 운송
- 원자력 발전
- 광산업
- 대규모 농업 및 곡물 생산
- 임업
- 화학물질 제조업
- 대규모 건설업
- 수산업 등

[투자 배제 사례]

- Robeco Institutional Asset Management, 2020, "Exclusion Policy Robeco"
- Nordea, 2020, "Exclusion List"
- AXA Investment Managers, "Exclusion Policies", <https://www.axa-im.com/responsible-investing/sector-investment-guidelines>
- Aegon, 2020, "Aegon N.V. Responsible Investment Policy 2020"
- Pensiondanmark, "Exclusion List", <https://www.pensiondanmark.com/en/investments/exclusion-list/>

<부록 2: 영향 측정 방법론>

기업은 사업활동을 통해 주주, 근로자, 협력사, 지역사회 등 이해관계자에게 경제적, 사회적, 환경적 영향을 미친다. 기존에는 기업의 경제적 영향에 대한 논의가 주로

이루어져 왔으나, 현재는 경제적 영향과 더불어 사회적, 환경적 영향을 함께 측정하는 방법이 논의되고 있다. 사회적, 환경적 영향과 같이 비재무적인 가치를 측정하는 방법과 그 지표는 회사의 사업 모델과 전략 및 목표, 지역사회 참여 활동에 따라 상이할 수 있다. 다만 기업들은 아래 방법론과 사례를 참고해 보다 객관적인 지표 측정 방법론을 마련할 수 있다.

[영향 측정 방법론]

- Global Impact Investing Network, "Impact Toolkit", <https://url.kr/YFZ1hR>
- PWC, 2013, "Measuring and managing total impact: A new language for business decisions"
- IAIA, 2015, "Social Impact Assessment Guidance"
- 사회성과인센티브추진단, 2017, "사회성과인센티브 사회성과 측정 매뉴얼"

[사례]

1. Soneva, Total Impact Assessment Methodology,
<https://soneva.com/sustainability-reports%e2%80%8b>
2. Standard Chartered, Impact Report,
<https://www.sc.com/en/sustainability/our-impact/>
3. Kering, Environmental Profit & Loss,
<https://www.kering.com/en/sustainability/environmental-profit-loss/methodology/>

<부록 3: 인권 위협의 범위>

기업의 주요 인권 위협은 사업 분야, 사업활동-지역, 주된 이해관계자에 따라 다르게 나타날 수 있다. 이에 국내외 가이드라인에서는 업종이나 이해관계자 별 주요-인권 위협을 명시하고 있다.

- 성균관대학교 산학협력단, 2019, "인권경영 표준지침 개발 연구"
- UNEP Finance Initiative, "Human Rights Issues by Sector",
<https://www.unepfi.org/humanrightstoolkit/agriculture.php>
- UN PRI, 2018, "Digging Deeper: Human Rights and the Extractives Sector"
- GSMA, 2020, "Human Rights Guidance for the Mobile Industry"
- Knowthchain, 2020, "Food & Beverage Benchmark Findings Report"
- Knowthchain, 2020, "Information & Communication Technology Benchmark Findings Report"

- Knowthechain, 2020, "Apparel & Footwear Benchmark Findings Report"

<부록 4: 인권영향평가 방법론>

국내외 인권 관련 이니셔티브 및 기관은 UN에서 발간한 '기업과 인권 이행 지침'(Guiding Principles on Business and Human Rights)을 근간으로 다양한 인권영향평가 가이드라인을 발간하고 있다. 특히 국내에서도 인권경영에 대한 중요성이 부각됨에 따라 기업을 위한 인권경영 설명서 및 연구자료가 활발하게 발간되고 있다. 따라서 국내 기업은 각종 가이드라인과 자료를 참고하여 국내 기조와 현황에 부합하는 인권영향평가 계획을 수립할 수 있다. 아래는 인권경영 및 인권영향평가와 관련해 참고할 수 있는 대표적인 문헌이다.

- UNEP Finance Initiative, "Human Rights Issues by Sector"
- 국가인권위원회, 2014, "인권경영 가이드라인 및 체크리스트"
- 국가인권위원회, 2018, "공공기관 인권경영 매뉴얼"
- 성균관대학교 산학협력단, 2019, "인권경영 표준지침' 개발 연구"
- UNHCR, 2011, "Guiding Principles on Business and Human Rights"
- IFC, UNGC, IBLF, 2010, "Human Rights Impact Assessment and Management"

<부록 5: 공평·공정한 고용>

기업은 아래의 사항을 포함하는 고용노동부 법령 및 제도를 준수하여 공평하고 공정하게 고용하여야 한다. 주요 대상자는 청년층, 중장년층, 여성, 장애인, 외국인이 해당되며 관련분야에는 취업지원, 일자리창출, 고용안전망, 직업능력개발, 근로조건개선, 노동시간단축, 안심일터, 노사관계가 포함된다.

[고용 관련 법·제도]

- 채용절차의 공정화에 관한 법률 법률 제17489 호
- 장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률 법률 제17344호
- 기간제 및 단시간근로자 보호 등에 관한 법률 법률 제17326호
- 파견근로자 보호 등에 관한 법률 법률 제17605호
- 남녀고용평등과 일·가정 양립 지원에 관한 법률 법률 제17489호
- 고용상 연령차별금지 및 고령자고용촉진에 관한 법률 법률 제 17326호
- 고용노동부, 2020, "기간제 근로자 고용안정 가이드라인"
- 고용노동부, 2020, "사내하도급근로자 근로조건 보호 가이드라인"
- 고용노동부, 2020, "고용형태공시제도"

<http://www.moel.go.kr/policy/policyinfo/create/list19.do>

- 고용노동부, 2020, “분야별정책”,

<http://www.moel.go.kr/policy/policyinfo/support/list.do>

<부록 6: 직장 내 괴롭힘 금지>

2019년 7월 16일부터 근로기준법 상 ‘직장 내 괴롭힘의 금지’가 시행되었다. 해당 시행령의 목적은 사용자나 근로자가 지위 또는 관계 등의 우위를 악용하여 다른 근로자에게 신체적·정신적 고통을 주거나 근무환경을 악화하지 못하게 하기 위함이다. 각 사업장은 취업규칙에 직장 내 괴롭힘 예방 및 대응조치를 명시하고 이를 준수하여야 한다.

[직장 내 괴롭힘 방지 관련 자료]

- 산업안전보건법 법률 제16272호
- 고용노동부, 2019, “직장 내 괴롭힘 판단 및 예방·대응 가이드”
- 고용노동부, 2019, “직장 내 괴롭힘 판단 및 예방·대응 매뉴얼”
- 고용노동부, 2019, “직장 내 괴롭힘 예방 및 방지를 위한 사업장 매뉴얼”

<부록 7: 노동이사제>

기업은 노동이사제를 시행하여 기업 운영의 효율성과 경영투명성을 제고할 수 있다. 노동이사제란 이사회에 노동자 또는 노동조합의 참여를 보장하는 제도이다. 이를 통해 노동자는 기업 의사결정과정 전면에 참여할 수 있게 되어 궁극적으로 노사간 정보 비대칭 문제를 해결할 수 있다. 또 다른 기대효과로는 노동자의 선호 및 이익 반영, 근로조건 개선, 노사 간 상호 신뢰, 노동자의 조직몰입도 향상 등이 있다. 이와 더불어 경영활동에 대한 내부 감시와 견제도 함께 이루어져 기업의 투명성과 책임성을 향상시킬 수 있다.

[노동이사제 소개 자료]

- 클린아이 지방공공기관통합공시, 2020, “정책소개-노동이사제”

<http://www.moel.go.kr/policy/policyinfo/create/list19.do>

<부록 8: 차별없고 공정한 기회>

기업은 근로자 교육, 훈련, 성과평가 등에서 남성-여성, 정규직-비정규직 간 차별과 격차를 해소하기 위해 적극적인 조치를 취하여야 한다. 그러므로 기업은 성별, 혼인 여부, 임신 및 출산, 장애, 고용형태 등의 조건과 관계없이 모두에게 동등한 교육·훈련의 기회를 제공하여야 한다. 더불어 공정한 성과평가 시스템을 확립하여 동등한 경력사다리와 승진 기회를 제공하여야 한다.

기업은 성별에 의한 직급별 격차가 발생하지 않도록 다양한 기회를 제공하여야 한다. 또한 기간제 단기간 근로자 등의 비정규직 노동자에 대해서도 정규직 노동자와 동일한 교육, 훈련, 경력개발의 기회를 제공하여야 한다. 나아가 외국인 및 장애인 근로자와 같은 취약집단에게 적극적인 보호와 배려를 제공하여 개인 역량을 지속적으로 개발해 나갈 수 있도록 지원하여야 한다.

[평등 및 고용 관련 법·가이드라인]

- 남녀고용평등과 일·가정 양립 지원에 관한 법률 법률 제17489호
- 고용상 연령차별금지 및 고령자고용촉진에 관한 법률 법률 제 17326호
- 장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률 법률 제17344호
- 기간제 및 단시간근로자 보호 등에 관한 법률 법률 제17326호
- 파견근로자 보호 등에 관한 법률 법률 제17605호
- 고용노동부, 2020, “기간제 근로자 고용안정 가이드라인”
- 고용노동부, 2020, “사내하도급근로자 근로조건 보호 가이드라인”

<부록 9: 안전 관련 감사 및 인증>

안전보건경영 체계의 건전성을 검증하기 위해 전문가의 내·외부 감사를 실시하여야 하며 이를 통해 독립적인 제3자 인증(ISO45001)을 취득할 수 있다. ISO45001을 취득하여 안전보건경영시스템에 최고경영자와 임직원, 이해관계자를 참여하게 할 수 있으며 사업장에서 발생 가능한 위험을 사전에 예방하고 관리할 수 있다.

<부록 10: 일·생활 양립을 위한 제도>

기업은 「남녀고용평등과 일·가정 양립 지원에 관한 법률」을 준수하여야 한다. 또한, 법률이 정하는 노동시간을 준수하는 데 그치지 않고 근로자의 휴식과 삶의 질, 일·생활 균형을 충족시킬 수 있도록 적극 노력하여야 한다. 이를 위해 유연근무제, 재택근무제 등 근로시간과 장소의 합리적인 선택을 보장하고 임신, 출산, 양육, 가족돌봄 지원 등 다양한 가족친화제도 및 복지 지원을 실시하여 근로자가 일과 가정을 조화롭게 병행할 수 있도록 하여야 한다. 가족친화정책과 제도의 유형으로는 임신 기간 근로시간 단축, 시간외 근로 금지, 출산 전·후 휴가, 배우자 출산휴가, 산모 휴게실과 수유시설, 임신부 지원 프로그램, 육아휴직, 배우자 육아휴직, 직장 내 어린이집, 가족돌봄휴직 등이 있다. 기업은 가족친화제도를 광범위하게 도입할 뿐만 아니라 실효적으로 운영하여 일·생활 양립 문화와 환경을 조성하는 데 기여하여야 한다.

<부록 11: 공급망 행동강령 및 위험 실사>

기업은 공급망 행동강령을 제정하여 지속가능한 공급망을 구축할 수 있다. 이를 통해 제품 및 서비스의 외부 환경영향에 대한 사회적 책임을 이행할 수 있으며 협력업체 근로자에게는 안전하고 건강한 근무환경을 제공할 수 있다. 공급망 행동강령은 인권 및 노동 관행, 윤리 및 공정거래, 환경 정책, 검토 및 문서화 방법을 포함한다. 공급망에 대한 의존도가 상대적으로 낮고 역량 강화에 필요한 자원이 제한적인 중소기업의 경우 공급망 행동강령 준수를 점검하는 입찰참가자격 사전심사제 등을 도입할 수 있다. 공급망 행동강령 기준 수립을 위해 아래 문헌 및 기준을 참고할 수 있다.

[공급망 관리 관련 원칙·제도·가이드라인]

- United Nations, 1948, "Universal Declaration of Human Rights"
- United Nations Global Compact, 2004, "The Ten Principles of the UN Global Compact", <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- United Nations, 2020, "UN Procurement Practitioner's Handbook"
- United Nations Global Compact, 2018, "Decent Work in Global Supply Chains: A Baseline Report"
- International Labour Organization, 1998, "ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work"
- Responsible Business Alliance, 2018, "Responsible Business Alliance Code of

Conduct”

- OECD (2018), OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct
- OECD (2017b), Responsible business conduct for institutional investors: Key considerations for due diligence under the OECD Guidelines for Multinational Enterprises
- OECD (2015d), OECD Recommendation of the Council on Public Procurement
- OECD (2011), OECD Guidelines for Multinational Enterprises
- BSR, UNGC, 2015, “Supply Chain Sustainability: A Practical Guide for Continuous Improvement, Second Edition”
-

<부록 12: 공정거래 관련 법규 및 제도>

기업은 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」, 「하도급거래 공정화에 관한 법률」, 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」, 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」, 「대리점거래의 공정화에 관한 법률」 등 공정거래위원회 소관 법규를 준수하고 「불공정거래행위 심사지침」, 「온라인플랫폼 중개거래의 공정화의 관한 법률」을 참고하여 시장질서를 확립하여야 한다.

[불공정거래행위 심사지침 내 유의 행위]

- 경쟁제한성이 있는 행위: 단독의 거래거절, 차별취급, 부당염매
- 경쟁수단의 불공정성이 있는 행위: 부당한 고객유인, 거래강제, 부당한 사업활동 방해
- 거래내용의 불공정성이 있는 행위: 거래상 지위의 남용(구입강제, 이익제공강요, 판매목표강제, 불이익제공, 경영간섭)

이와 더불어 하도급법상의 기술유용금지행위(기술보호조치)와 가맹사업법상의 정보제공(정보공개서 등록 및 공개, 예상매출액 관련 서류 제공의무) 사항을 준수하여야 한다. 그리고 기업은 시장질서 준수를 위한 공정거래협약, 기술자료 예치제, 재난 피해 협력업체 지원 등의 재무적·비재무적 정부 인센티브 제도를 적극 활용할 수 있다.

<부록 13: 공정거래 자율준수 프로그램>

공정거래 자율준수프로그램(Compliance Program, 이하 CP)은 기업이 공정거래 관련 법규를 준수하기 위해 스스로 구축하는 교육, 감독 등의 내부준법시스템이다. CP를 도입하여 임직원에게 공정거래 관련 법규 준수에 관한 행동 기준을 제시하고 위반 행위의 예방 및 개선 방안을 마련할 수 있다. 공정거래 자율준수 도입요건은 총 8가지이며 중소기업기본법 상의 중소기업은 요건 5를 권장사항으로 할 수 있다. 또한 CP 도입 및 운영을 위해 아래 매뉴얼과 참고자료를 활용할 수 있다.

[공정거래 자율준수 프로그램 도입 요건]

1. CP 기준과 절차 마련 및 시행
2. 최고경영자의 자율준수 의지 및 지원
3. CP의 운영을 담당하는 자율준수관리자 임명
4. 자율준수편람의 제작·활용
5. 지속적이고 체계적인 자율준수교육 실시
6. 내부감시체계 구축
7. 공정거래 관련 법규 위반 임직원에 대한 제재
8. 효과성 평가와 개선조치

[공정거래 자율준수 프로그램 매뉴얼 및 평가지침]

- 한국공정거래조정원, 2020, "공정거래 자율준수프로그램 도입·운영 매뉴얼"
- 한국공정거래조정원, 2020, "CP등급평가 세부측정지표별 평가 가이드라인"
- 한국공정거래조정원, 2020, "CP등급평가 평가지표"
- 한국공정거래조정원, 2019, "CP등급평가 운영지침"
- 공정거래위원회, 2019, "2019년 공정거래백서"

<부록 14: 동반성장 프로그램>

기업은 동반성장을 위한 『대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률』을 준수하여야 한다. 동반성장체계를 구축하고 이행하기 위해서는 공정거래위원회 소관 '공정거래협약 이행평가'와 동반성장위원회의 '동반성장 종합평가'로 구성되는 동반성장지수위원회의 동반성장지수 평가에 참여할 수 있다. 또한, 동반성장위원회와 대·중소기업

농어업협력재단 등의 기관에서 운영하는 동반성장 프로그램을 활용하여 상생협력을 도모하고 그 결과에 따른 인센티브를 획득하기 위해 노력하여야 한다.

<부록 15: 분쟁광물 관리>

기업은 3TGs(주석(Tin), 탄탈륨(Tantalum), 텅스텐(Tungsten), 금(Gold))와 코발트(Cobalt) 및 콩고민주공화국과 인접 국가에서 분쟁을 유발하는 광물을 사용하는 기업에 대한 정보를 공개하여야 한다. 광물 및 지역에 대한 원산지를 공개하고 협력사가 분쟁광물 미사용 제련소 등 적법하게 거래되는 광물을 사용하도록 권고하여 분쟁지역에서의 폭력과 착취를 방지할 수 있다. 따라서, 분쟁 발생 가능성이 있는 고위험 지역에 대한 분쟁광물 정책을 수립하고 위험 식별 절차를 구축하여야 한다. 이후, 고위험지역의 제련소(Smelter or Refiner, SOR)에 대한 위험 관리와 정기적인 모니터링을 실시하고 인증 관리를 통해 분쟁광물 사용에 대한 위험을 저감하여야 한다.

[분쟁광물 관련 규제 및 가이드라인]

- Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act, Section 1502
- OECD (2016), OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas: Third Edition, OECD Publishing, Paris
- Responsible Minerals Initiative, <http://www.responsiblemineralsinitiative.org/>

U.S. Securities and Exchange Commission, "Disclosing the Use of Conflict Minerals, U.S. Securities and Exchange Commission, <https://www.sec.gov/opa/Article/2012-2012-163htm---related-materials.html>

<부록 16: 전자상거래 시장에서의 소비자 권익 침해 위험>

온라인 및 모바일 쇼핑의 증가, 스마트폰 대중화 등으로 전자상거래 시장이 전통적인 오프라인 소비시장을 대체하고 있다. 이에 따라 소비자의 행동편향을 이용하여 비합리적인 의사결정을 유도하는 다크패턴*, 다크넷지** 행위나 개인정보보호 침해와 같은 새로운 문제가 나타나고 있다. 이러한 소비자 권익 침해를 방지하기 위해 기업들은

아래와 같은 자료를 참고하여 온라인, 모바일 시장에 적합한 경영전략을 수립할 수 있다.

* 인터넷, 모바일 등에서 관찰되는 주로 자연스럽게 숨어있는 속임수나 정보를 뜻하며, 소비자의 여러 행동편향을 이용하여 의사결정에 영향을 주는 행위 (출처: 공정거래위원회 소비자정책국)

** 옆구리를 슬쩍 찌른다는 뜻의 넛지(nudge)와 어두움을 의미하는 다크(dark)가 결합된 단어로 팔꿈치로 톡 옆구리를 찌르듯 비합리적 구매를 유도하는 상술을 지칭하는 신조어. 대표적인 사례로는 디지털 음원 서비스 등에서 최초 가입 시 할인을 제공하고 이후 고지 없이 정상금액을 자동결제 하거나 복잡한 해지방법을 통해 소비자가 해지를 포기하도록 유도하는 행위 등이 있음 (출처: 한국소비자원)

[온라인 소비시장 관련 사례 소개]

- 공정거래위원회, 2019, "2019년 공정거래백서" p. 456~466
- 전자거래분쟁조정위원회, 2020, "전자거래분쟁조정 사례집"
- 공정거래위원회 소비자정책국, 2018~2020, "해외소비자정책 동향"
- 공정거래위원회 소비자정책국, 2021, "전자상거래 및 온라인플랫폼 관련 해외 소비자정책 동향"
- 한국소비자원, 2019, "신유형 소비자문제 [다크 넛지] 실태조사"

[온라인 소비시장을 영위하는 경우 고려해야 할 소비자 관련 원칙·제도·관련 법]

전자거래분쟁조정위원회, 2020, "전자거래분쟁조정 사례집"

- 전자상거래등에서의 소비자 보호에 관한 법률
- 전자상거래등에서의 소비자 보호에 관한 법률
- 전자상거래등에서의 소비자 보호 지침
- 온라인 부동산 광고 자율규약
- OECD, 2016 "OECD Guidelines for consumer Protection in the Context of Electronic Commerce"
- Consumer International, "The Consumer Checklist for an International E-Commerce Deal"

<부록 17: 소비자 안전 제고 사례>

2018년 6월 25일, 미국의 아마존, 이베이, 중국의 알리바바 및 일본의 라쿠텐 등 4개 대규모 온라인 판매업체가 제품 안전 서약(Product Safety Pledge)에 참여할 것임을 밝혔다. 서약의 내용은 최종 소비자에게 판매되기 전과 후 모든 단계에서 제품 위해요인에 대한 조사를 강화해 소비자 보호 수준을 제고하기 위한 12개의 조항으로 이루어져 있다. 서약에 동참한 온라인 판매업체들은 서약 이행을 위해 실시한 활동을 유럽위원회(European Commission)에 6개월마다 보고하여야 한다.

<부록 18: 사회적 가치를 고려한 제품 개발 사례>

기업은 사회적, 환경적 가치를 창출할 수 있는 제품/서비스를 통해 규제 강화, 사회적 인식에 따른 소비패턴 변화, 지역사회와의 공존 등과 같은 비재무적인 위기와 기회에 대응할 수 있다. 나아가 혁신과 사회적 책임을 기반으로 한 장기적인 재무적 성과를 달성할 수 있다.

[사례 1: 소비자의 효익을 고려한 제품 개발]

핀란드의 아동 아웃도어 의류 제조 기업인 레이마(Reima)는 제품 안전에 대한 다양한 기준을 충족하는 것을 넘어 제품의 디자인 자체가 어린이의 안전을 보호할 수 있도록 설계하였다. 대표적인 제품은 어두운 곳에서 빛을 반사하는 어린이용 장갑과 의류로, 소비자의 안전을 보호하는 동시에 안전에 민감한 소비층의 요구를 충족시키고 있다.

[사례 2: 긍정적인 사회적, 환경적 가치를 창출하는 제품 개발]

크래들 투 크래들 인증(Cradle to Cradle Certified)은 사회적, 환경적으로 안전하고 지속가능한 제품에 부여하는 인증으로 제품의 안전성, 재사용/재활용 가능성, 제작 단계에서의 친환경성, 사회적 영향을 평가한다. 공식 홈페이지를 통해 인증을 획득한 회사 및 제품을 공개하고 있다.

미국의 비욘드 미트(Beyond Meat)는 식물성 육류 대체품을 생산하는 기업으로 인류의 건강, 기후변화, 한정된 자원, 동물 복지 등의 문제를 해결하는 것을 회사의 목표로 삼고 있다. 소비자들은 비욘드 미트의 제품을 구매하며 일반 육류제품 생산으로 발생하는 환경 파괴와 이산화탄소 배출, 비윤리적인 동물 사육 등의 문제 해결에 동참할 수 있다.

영국의 러쉬(Lush)는 화장품 기업으로 동물 실험을 하지 않는 회사와 거래하고 최소한의 포장과 보존제를 사용하는 것을 이념으로 삼고 있다. 또한 원료의 조달 과정에서 인권 침해와 환경 파괴를 최소화할 수 있는 정책을 펼치고 있다. 따라서 소비자는 제품을 구매하며 포장 쓰레기 감소와 동물 복지 증진, 인권 보호 등 다양한 사회문제에 기여하는 능동적 참여자가 된다.

[참고: 제품/서비스 접근성 확대]

기업은 다양한 소비자가 자사의 제품 및 서비스를 이용할 수 있도록 접근성을 확대하여 소비자 편의와 효익을 향상시키는 동시에 차별화된 제품 및 서비스를 제공하여 제품 경쟁력을 향상시킬 수 있다. 제품 및 서비스의 접근성과 관련하여 유니버설 디자인(Universal Design), 웹접근성(Web Accessibility) 및 정보격차(Digital Divide), 금융포용성(Financial Inclusion) 등의 개념을 참고할 수 있다.

<부록 19: 정보보호 관련 제도>

2021년 2월 4일 금융권 개인신용정보 보호실태를 상시적, 체계적으로 점검하기 위해 '정보보호 상시평가제'가 도입되었다. 주요 내용은 금융회사 등이 처리하는 개인신용정보의 관리, 보호 실태 상시 점검, 점검 결과에 대한 점수 및 등급 부여 등이다.

2021년 1월, 금융보안원에서 상시평가 및 자체평가 방법 등을 기술한 가이드라인을 배포하였으며, 기업은 이를 참고하여 자사의 정보보호 수준을 스스로 점검하고 취약점을 선제적으로 관리할 수 있다.

상시평가제는 9대 대항목 및 143개 소항목으로 구성되어 있으며 9개 대항목은 1) 개인신용정보 동의원칙, 2) 개인신용정보 수집, 3)개인신용정보 제공, 4)개인신용정보 보유·삭제, 5)정보주체의 권리보장, 6)개인신용정보 처리위탁, 7)관리적 보호조치, 8)기술적 보호조치, 9)가명정보 보호조치로 구성되어 있다.

[금융위원회 정보보호 상시평가제]

- 금융위원회 보도자료, 2020, "금융권 개인신용정보 보호실태를 상시적·체계적으로 점검하는 "정보보호 상시평가제"가 도입됩니다.",
<https://www.fsc.go.kr/no010101/74639?srchCtgry=&curPage=1&srchKey=&srchText=&srchBeginDt=&srchEndDt=>

<부록 20: 지역사회 정의>

지역사회란 회사의 사업활동으로 인해 영향을 받는 개인, 조직, 단체를 의미한다. 회사의 주 사업장의 위치와 관계없이 회사의 사업활동으로 인해 경제적, 환경적, 사회적 영향을 받는 모든 개인 또는 조직이 포함된다.

최근에는 ICT 산업 발달 등으로 인해 실제 존재하는 지역을 나타내는 개념에서 비지역적(Non geographic) 지역사회로 그 범위가 확대되고 있다. 이에 따라 반드시 사업장 인근의 지역만을 지역사회로 규정하지 않고 기업의 지속가능성과 사업활동에 영향을 주고 받는 모든 개인 및 집단, 또는 유사한 이해관계를 공유하는 개인 및 집단 모두를 지역사회로 간주할 수 있다.

<부록 21: 사회책임경영 이니셔티브 사례>

기업은 자발적 참여를 바탕으로 하는 국내외 사회책임경영 관련 이니셔티브, 자율규제, 프로그램 등을 활용할 수 있다.

[국내]

- 공정거래위원회, 한국공정거래조정원, “공정거래자율준수프로그램”
- 한국인터넷자율정책기구(KISO)
- 행정안전부, 개인정보보호 자율규제
- 한국게임산업협회, “건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령, 시행기준

[해외]

- 한국인터넷자율정책기구(KISO)
- International Organization for Standardization , 2010, “ISO 26000”, p.85
- COSO, WBCSD, 2010, “Enterprise Risk Management”, p.101

<부록 22> 사회책임경영 정보공개 가이드라인

ISO26000 및 각국 거래소에서는 사회책임경영과 관련해 공시가 필요한 정보와 정보공개 시 기업이 고려해야 할 사항을 명시하고 있다.

[산업별 중요한 ESG 이슈에 대한 가이드라인]

- SASB, “SASB Materiality Map”, <https://materiality.sasb.org/>
- GRI, “GRI Sector Standards”, <https://www.globalreporting.org/standards/sector-program/>

[ESG 정보공개에 대한 가이드라인]

- International Organization for Standardization, 2010, “ISO26000”, p.76
- GRI, GRI Sector Standards
- 한국거래소, ESG 정보공개 가이드스
- Deutsche Börse Group, 2013, “Communicating sustainability”
- HKEX, 2016, “Environmental, Social and Governance Reporting Guide”
- European Commission, 2017, Guidelines on non-financial reporting
- London Stock Exchange Group, 2018, “Your Guide to ESG Reporting”
- NASDAQ, 2017, “ESG Reporting Guide”
- SGX, 2018, “Sustainability Reporting Guide”