

대한상의 브리프

딜로이트 리스크자문본부 정유진 매니저



제62호 2018년 4월 16일



우리 경제·사회·환경에 미치는 기업의 사회적책임(CSR)을 더욱 강화해야 한다는 목소리가 점점 증가하고 있습니다. 이번 호에서는 변화하는 국내외 CSR 트렌드와 함께 기업의 신뢰와 가치 향상을 위한 전략을 제안하고자 합니다. [외부 필진 칼럼은 대한상의 견해와 다를 수 있습니다.]

CSR의 최근 트렌드와 시사점

지난해 4월, 유나이티드 항공에서 베트남계 미국인 승객을 폭행하는 사건이 발생해 충격을 줬다. 정원보다 많은 항공권을 판매한 후 초과 탑승한 승객을 강제로 끌어내 부상을 입힌 것이다. 이후 유나이티드 항공에 대한 불매운동이 일어났다.

논란이 시작될 당시 항공사 CEO는 “규정에 따른 것일 뿐”이라고 대응했다가 여론의 뭇매를 맞았고, 이날 유나이티드 항공 주가는 급락해 하루만에 시가총액 약 3,000억원이 증발해버렸다. 비재무적인 사회적 책임리스크가 기업의 재무적 성과에 직결될 수 있다는 것을 보여주는 대표적인 사례이다.

CSR, 기업경영에 영향력 확대

기업의 사회적책임(CSR)이 기업의 비용조달 등 재무적 측면에도 영향을 미치는 방향으로 국제규범이 작동되고 있다.

최근 국제신용평가사 Moody's와 S&P는 ESG(환경·사회·거버넌스) 리스크를 신용평가 과정에 통합할 것을 선언하였다.

UN, OECD, ISO표준 등 글로벌 차원의 CSR 논의가 진전되는 가운데 각국 정부도 관련 정책을 꾸준히 도입하고 규범화하고 있다.



[유나이티드 항공 불매운동 및 주가 하락]



※ 출처 : 연합뉴스

United Continental Holdings Inc

NYSE : UAL - Apr 11, 10:17 AM EDT

68.86 USD ↓ 2.66 (3.72%)



※ 출처 : 뉴욕증시

대한상의 브리프

대한상공회의소가 회원님께 드리는 최신 경제정보

EU는 가장 높은 수준의 CSR 규범을 운영하며 글로벌 리더십을 발휘하고 있다. 2014년 EU 의회에서 ESG 정보공개 의무화 법안이 통과되어, **올해부터 EU 내 종업원 500명 이상 기업은 비재무 성과 보고서를 발간해야 한다.** 보고서에는 ESG 정보는 물론 인권, 반부패, 뇌물 등에 관한 정보가 포함된다.

그밖에 말레이시아('07), 남아공('09), 인도네시아('10), 브라질('12), 인도('15), 홍콩('15), 싱가포르('16) 등에서도 ESG 정보 공개를 의무화 했다.

프랑스는 2017년에 공급망 실사를 의무화하여 많은 유럽 기업들은 자회사와 협력사에도 CSR 가치를 공유하고 있다.

인도는 2013년 신회사법에 따라 인도에서 경영하는 기업에게 3년 평균 순이익의 최소 2%를 CSR 활동에 지출하도록 강제하고 있다.

주목해야 할 최근 트렌드

CSR이 기업 경영에 중요한 요건이 되고 있는 가운데 올해 주목해야 할 3가지 CSR 트렌드를 꼽아보았다.

① 최대 화두는 '사회적 가치'

올해 기업이 주목하고 있는 키워드는 '사회적 가치'다. 현 정부의 국정과제는 사회적 가치, 상생, 지배구조 개선, 사회책임투자 확산 등 CSR 관련 내용을 대거 포함하고 있다. 문재인 대통령이 국회의원 시절 발의한 '공공기관의 사회적 가치 실현에 관한 기본법'도 20대 국회에서 재발의 되었다.

이번에 발표된 공기업 경영평가에도 '사회적 가치' 배점은 100점 만점에 공기업은 최고 37점(준정부기관은 최고 55점)까지 확대됐다.

△일자리 창출(7점) △균등한 기회와 사회 통합(4점) △안전 및 환경(3점) △상생·협력 및 지역 발전(5점) △윤리 경영(3점) △사회적 가치 실현 사업(10~35점)으로 구성된다. 그동안 경영 평가 항목에 '사회적 가치' 관련 항목이 '전략 기획, 사회적책임(5점)'에 불과했던 만큼 파격적 변화다.



[공기업 경영평가 '사회적 가치' 배점 확대]

2017년		2018년 개편안		
구분	배점	구분	공기업	준정부
I. 경영관리	50	I. 경영관리	55	45
1. 경영전략·사회공헌	18	1. 경영전략 및 리더십	6	
전략기획·사회적책임	5	전략기획	2	
경영혁신	3	경영개선	2	
국민평가	2	리더십	2	
열린혁신	1	2. 사회적 가치 구현	22	20
경영공시	1	일자리 창출	7	6
정부권장정책	6	균등한 기회와 사회통합	4	3
		안전 및 환경	3	
		상생·협력 및 지역발전	5	
		윤리경영	3	
II. 주요사업(50)	50	II. 주요사업	45	55
주요사업의 계획·활동·성과를 종합평가	50	사회적 가치 실현 사업	10~15	30~35
<합계>	100	기타 주요사업	35~40	20~25

조달청은 '종합심사낙찰제' 심사기준을 개정하여 올해 4월부터 사회적책임 가점이 2배로 늘어났다. 이처럼 민간부문에서도 사회적 가치를 반영한 평가와 인센티브가 확대될 것으로 예상된다.

한편 ESG 정보를 사업보고서에 공개하도록 권고한 '자본시장과 금융투자업에 관한 법률' 개정안이 지난해 3월 국회 정무위원회를 통과하였다. 국민연금은 7월 '한국형 스투어드십코드'를 도입할 예정으로 공적 연금의 적극적인 사회적책임투자와 기업관여가 확대될 전망이다.

대한상의 브리프

대한상공회의소가 회원님께 드리는 최신 경제정보

앞으로 기업들은 사회적 가치 평가를 기회로 활용하여 업무 전반을 지속가능경영 체계와 일치시키는 전략이 필요하다.

② ‘제3섹터’를 주목하라

‘제3섹터’란, 정부나 시장 부문이 아닌 제3의 영역을 지칭하는 개념으로 비영리단체(NGO·NPO), 사회복지법인, 사회적기업, 협동조합, 자원봉사단체 등 공익 활동을 목적으로 하는 법인을 통칭하는 개념이다.

국내에는 정확한 통계가 없지만 제3섹터에 고용된 인원은 약 71만 5,328명으로 GDP의 약 13% 규모로 추산된다.¹⁾



[제3섹터의 개념]



1980년대 이후부터 정부기관, 민간영리기관(기업)도 아닌 단체들에 대한 관심이 생겨났고, 이 기관들을 지칭하는 보편적인 명칭을 ‘제3섹터’라고 함

※ 출처 : ©사회적기업협의회

이들 제3섹터는 기업 관련 제도 입법이나 정부위원회 참여 등을 통해 기업 경영에 미치는 영향력이 커지고 있다.

앞으로 기업들은 비영리단체 등을 주요 이해관계자로 인식하고 제3섹터와 연계한 프로젝트와 파트너십을 강화하는 전략을 마련해야 할 것이다.

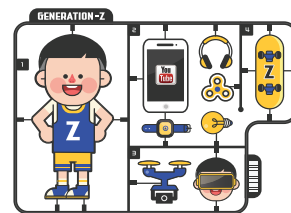
③ ‘Z세대’ 등장

‘Z세대’를 겨냥한 CSR 전략도 중요해질 전망이다. ‘Z세대’는 1995년~2005년 태어난 10대~20대 초반의 어린 세대로, 유행에 극히 민감해 소비 시장에 막대한 영향을 끼치는 것으로 평가되는 연령 계층이다.

특히 Z세대가 오는 2020년까지 전체 소비자의 40%를 차지하고, 이들의 89%가 사회·환경 이슈에 동참하는 기업의 상품을 구매하길 원하고, 65%가 물건을 살 때 기업의 CSR 노력을 고려한다는 미국 리서치 업체의 연구결과도 있다.



[Z세대 특징]



- | | | |
|----------------------------|-----------------------|---------------------|
| 1 1990년대 중반 ~ 2000년대 중반 출생 | 2 국내 646만명 (성인 336만명) | 3 태어날 때부터 디지털 세대 |
| 4 제품 구매 등 집안 의사 결정에 적극참여 | 5 문서 대신 동영상으로 지식 습득 | 6 이모지 짧은 동영상으로 소통 |
| 7 일상생활의 모든 것 촬영 | 8 유행에 극도로 민감 | 9 적극적인 불매 운동 온라인 서명 |

※ 출처 : ©조선일보

디지털 기반의 유연한 소통과 사회 이슈에 대한 관심이 높은 Z세대에게 기존의 상품 판매 전략이 통하지 않는다.

해당 기업이 어떤(What) 사회문제를 어떤 방식(How)으로 해결하고 있는지, 왜(Why) 해당 기업이 이러한 사회문제를 해결하려 하는지 보다 명확하고 효과적인 커뮤니케이션 전략이 필요하다.


1) 2017, 더나은미래 조사

기업에게 주는 시사점

기업이 제품과 서비스로만 평가되던 시대는 지나갔다. 기업의 활동이 사회와 환경에 미치는 영향에 대해 다양한 이해관계자가 주목하고 있다. CSR이 전세계적으로 법과 제도, 자발적 이니셔티브 등 다양한 형태로 강화되면서 글로벌 경영 환경이 변하고 있다.

이제 기업은 CSR이 경영전략 중 하나가 아닌 기업 가치의 일부라는 인식전환이 필요하다. 선진국에서는 CSR 이행여부가 기업 가치를 측정하는 척도가 되었고, 신흥국에서도 CSR이 제도화되고 있다. 진정성 있는 CSR 활동은 기업이 사회적 신뢰를 쌓고 향후 발생 가능한 리스크를 예방하는 것은 물론 해외시장 진출에도 필수적인 요소가 되었다.

기업은 'CSR 커뮤니케이션'에도 보다 관심을 기울여야 할 것이다. 많은 기업이 열심히 지속가능경영 전략을 가다듬고 노력해도 "잘 알아주지 않는다"고 하소연한다. 'CSR 커뮤니케이션'에 문제가 있을 수 있다. 실제로 한국 기업의 CSR 커뮤니케이션 점수는 59.4점으로 일본(72.9점)에 비해 한참 낮다.²⁾

CSR 커뮤니케이션은 기업이 알리고 싶어하는 정보가 아닌 소비자, 주주, 지역사회 등 이해관계자의 눈높이에서 최대한 친절하게, 궁금해하는 콘텐츠를 담아야 한다. 기업의 '진짜' 모습을 '투명'하게 보여주고 '똑똑'하게 '소통'하는 것이 기업의 브랜드와 신뢰를 높이는 길임을 인식해야 할 것이다. 

2) 2017, 아시아 CSR 랭킹

국내·외 경제지표

2018년 4월 16일 기준

1. 국내·외 경제성장률

(단위: %)

	2016	2017 ^(E)	IMF		OECD	
			2018 ^(P)	2019 ^(P)	2018 ^(P)	2019 ^(P)
한국	2.8	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
세계	3.2	3.7	3.9	3.9	3.9	3.9
미국	1.5	2.3	2.7	2.5	2.9	2.8
중국	6.7	6.8	6.6	6.4	6.7	6.4
일본	1.0	1.8	1.2	0.9	1.5	1.1
EU	2.0	2.4	2.2	2.0	2.3	2.1

* E : 잠정치(Estimate) / P : 예상치(Projections)

2. 환율·유가¹⁾

(단위: 원(환율), 달러(유가))

	2015	2016	'17.10월	11월	12월	'18.1월	2월	3월
원/달러	1,131	1,161	1,132	1,105	1,086	1,067	1,080	1,072
원/엔	934	1,068	1,002	979	961	961	998	1,011
원/위안	180.1	174.4	171.1	166.8	164.5	165.6	171.0	169.6
원/유로	1,255	1,283	1,331	1,296	1,284	1,300	1,332	1,323
유가(Dubai)	32.2	53.8	58.3	60.82	61.61	65.77	62.72	62.74

3. 산업지표

(단위: %(전년동기대비))

	2015	2016	'17.10월	11월	12월	'18.1월	2월	3월
산업생산	1.9	3.0	-3.0	1.4	-0.8	4.4	-0.8	-
소매판매	4.1	4.3	-0.5	5.3	1.4	1.2	6.3	-
설비투자	6.9	-1.3	-3.9	6.7	2.5	21.6	9.7	-
수출	-8.0	-5.9	7.2	9.6	8.9	22.3	3.9	6.1
수입	-16.9	-6.9	7.9	12.8	13.6	21.3	14.9	5.0

1) 환율은 월 평균 기준, 유가는 기말 기준