

2007. 3. 30.

국가청렴위원회 기업윤리센터

기업윤리 브리프스
Business Ethics Briefs

< 차례 >

01 기업의 전략적 계획과 윤리의 통합

05 시장책임 원칙

12 국내 기업의 윤리경영 사례

국민은행
이랜드

20 국내 윤리경영 동향

기업 관련
정부 관련

☞ 이 자료는 국가청렴위원회 디지털기업윤리센터(<http://ethics.kicac.go.kr>)에서도 보실 수 있습니다.

I. 기업의 전략적 계획과 윤리의 통합

☞ 응용윤리학을 연구하고 있는 Santa Clara University(SCU) Markkula Center의 커뮤니케이션 담당 국장인 Miriam Schulman이 저술한 “Incorporating Ethics into the Organization's Strategic Plan”을 번역, 정리한 것임

1. 전략적 계획과 윤리의 통합을 위한 질문

□ 경영학의 거장 Peter Drucker는 컨설팅 의뢰를 위해 찾아온 기업 고객에게 전략의 기본이라 할 수 있는 다음의 질문을 하였음

○ 어떠한 업종에 종사하고 있는가?(What business are we in?)

□ 그러나 SCU의 Robert Finocchio는 기업 전략과 윤리를 통합시키기 위해 기업인들이 다음의 세 가지 사항을 질문에 추가해야 한다고 말함

○ 무엇을 추구하는가?

○ 목적은 무엇인가?

○ 어떠한 가치를 보유하고 있는가?

2. 기업의 전략적 계획과 윤리의 통합 방안

□ *Informix*社의 전(前) 최고경영자인 Finocchio는 응용윤리학 연구 기관인 SCU Markkula Center가 2006년 3월 주최한 프로젝트 ‘기업 및 조직윤리 파트너십(The Business and Organizational Ethics Partnership)’ 회의에서 윤리를 기업의 전략적 계획에 통합시키기 위한 방안 및 구체적 실행 방안을 제시

○ Finocchio는 먼저 윤리는 단순히 ‘선언’한다고 해서 기업 전략에 통합되는 것은 아니라고 주장함

- 그는 또한 기업의 사명과 장기적인 전략 계획, 대외적 공표, 행동강령 등에는 윤리가 포함되어 있지만, ‘조직문화의 핵심’에 윤리가 빠져 있다면 그것은 윤리를 효과적으로 경영 전략에 통합시키지 못한 것이라고 말할

가. 기업의 전략적 계획과 윤리의 통합 방안

□ 기업전략과 윤리를 통합시키기 위해 Finocchio는 다음의 열세 가지 방안을 제시

1) 애초에 비윤리적 사업에 뛰어들지 말 것

- Finocchio는 담배, 무기 및 음란물을 비윤리적 사업의 예로 들

2) 영업 지역의 법과 법의 정신을 따를 것

3) 목표를 포함한 완전한 전략을 명확히 표명할 것

4) 가치를 전략의 중요 요소로서 명확히 표명할 것

- 또한 가치는 현실적이어야 하며 특히 기업의 리더는 이를 실제 행동에 반영할 수 있어야 함

5) 기업 전략과 윤리의 통합을 위한 수단으로 회계 감사관, 윤리담당 임원, 준법 감시인, 경찰, 규범, 매뉴얼, 회계 보고서 등에만 의존하지 말 것

6) 규칙(rules)보다는 원칙(principles)을 강조할 것

7) 개인의 윤리적 책임 및 의무가 기업 또는 조직의 일부 규범보다 훨씬 중요함

- “회사에서 그렇게 해도 괜찮다고 했습니다” 식의 변명은 통하지 않음

- 8) 종업원과의 관계에 있어 투명성을 추구하고 이를 전략의 일부로 삼을 것
- 9) 윤리적 문제 해결을 위한 체제 및 절차를 마련할 것
- 10) 올바른 조직 구조를 갖출 것
- 11) 올바른 측정 기준(metrics)을 세워 보상할 것
- 12) 직원개발을 전략의 일부로 삼고 직원개발에 윤리 교육을 포함시킬 것
- 13) 최고경영자를 포함한 기업 내 모든 임직원이 윤리 영역에서 도전하고 끊임없이 노력하도록 격려할 것

나. 구체적 실행 방안

- Finocchio는 위에 제시된 기업전략과 윤리의 통합 방안에 대해 두 가지 구체적 실행 방안을 제시
 - 첫째, 윤리적 성과 평가를 기업의 연말 평가 기준의 일부로 삼을 것
 - 둘째, 차기년도를 위한 전략적 계획의 윤리성 체크리스트(strategic plan ethics checklist)를 작성할 것

1) 윤리적 성과 평가(ethics performance evaluation)

- 윤리적 성과 평가는 투명성 문제, 윤리적 행동에 대한 포상 등 기업이 실제로 어떻게 행동하였는가를 볼 수 있어야 함
- 또한 기업은 지난 한 해 동안의 기업 활동이 기업 목적 및 가치와 부합하였는가를 검토해야 함

2) 전략적 계획의 윤리성 체크리스트(strategic plan ethics checklist)

- 차기년도에 대한 계획을 세움에 있어 기업은 아래 제시된 일련의 질문에 대해 생각해 보아야 함
 - 기업의 목적이 명확하게 표현되어 있는가?
 - 해결해야 할 법적 요구 사항은 없는가?
 - 신규직원이 있는가?
 - 다른 기업을 합병할 경우 그 기업을 윤리적으로 어떻게 합병할 것인가?
 - 보상 체계는 적절한가?
 - 직원간의 의사소통, 직원 교육, 구조, 문제해결 절차 등의 메커니즘을 바꿔야 할 필요가 있는가?
 - 성과를 어떻게 측정할 것인가?
 - 윤리 영역에 대한 새로운 목표가 있는가?

II. 시장책임 원칙

☞ 기업의 사회공헌을 촉진하고 장려하는 영국의 민간단체 Business in the Community(BITC)의 『*The Marketplace Responsibility Principles*』를 번역, 정리한 것임

1. 시장책임 원칙의 정의 및 개요

- 기업의 책임(corporate responsibility)에 대한 논의의 중심이 돈의 사용 여부에서 돈을 버는 방법으로 점차 옮겨지고 있으며, 책임경영 실천을 명확히 정의해야 한다는 목소리가 나오고 있음
- 시장책임 추구에는 쉽게 풀리지 않는 난제(dilemmas)와 회색 지대(grey areas)가 존재하고, 성과 관리 및 보고에 있어 당면하게 되는 현실적 문제 등이 뒤따름
- 이러한 문제를 해결하고자 영국 및 글로벌 기업 10개社가 모여 작업팀을 조직하였으며, 이를 통해 중견기업 및 대기업이 책임경영을 실천할 수 있도록 지원하기 위한 안내서로 ‘시장책임원칙’(Marketplace Responsibility Principles)을 마련하였음
- 시장책임원칙은 시장의 주요 관계에 대한 소개와 기업이 이러한 관계를 경영하도록 지원하기 위한 행동 분석 등 크게 두 부분으로 구성되어 있음
- 여러 최고경영자, 마케팅 관리자, 기업책임 전문가, 사회책임투자 및 비정부조직(NGO) 구성원들이 엄격하고 심도있는 협의를 통해 시장책임원칙을 면밀히 검토하였음

2. 시장책임 원칙의 적용대상 및 활용방안

가. 적용대상

- 시장에서의 활동 성과를 평가해 보고자 하는 중견기업 및 대기업의 임직원들이 동 원칙의 적용 대상이며, 여기에는 CEO, 마케팅 담당자, 혁신 담당자, 공공업무 또는 기업책임 담당자 등이 포함됨

나. 활용방안

- 시장책임 원칙은 기업이 시장 전략을 평가하는 데 있어 유용한 틀 (framework)로 활용될 수 있음
 - 기업은 시장책임 원칙을 통해 고객, 공급업체, 정부 등 시장의 주요 관계자 사이에서 발생할 수 있는 기업 책임 관련 문제를 찾아내고 또한 제품 및 서비스의 영향력에 대해서도 평가해 볼 수 있음

3. 시장책임 원칙 및 우수 실천 방안의 개요

가. 시장책임 실현을 위한 9가지 원칙

- 고객 존중의 원칙
- 잠재적 피해 고객(vulnerable customers)에 대한 지원 원칙
- 소외 집단(excluded group)에서의 잠재 고객 발굴 원칙
- 제품 또는 서비스로 인한 피해 가능성 관리 원칙
- 제품 오용에 대한 적극적 저지 원칙
- 협력업체 책임에 대한 적극적 관리 원칙
- 협력업체 우대 원칙
- 입법자와의 협력 원칙
- 일관된 기준 적용의 원칙

나. 시장책임 실현을 위한 우수 실천 방안

- 수행 능력(skill in execution)을 기를 것
- 시장책임 원칙을 경영 전략의 핵심으로 삼을 것
- 시장책임 원칙을 기업 문화의 일부로 만들 것
- 책임있는 행동을 하도록 권장하고 동기를 부여할 것
- 윤리를 대세(mainstream)로 삼을 것
- 성공 사례의 실천 방안을 업계와 공유할 것
- 일관성을 유지할 것
- 미래의 흐름을 읽을 것

4. 시장 책임 실현을 위한 9가지 원칙

1) 고객 존중의 원칙

- 정직과 신뢰로 고객을 대해야 함
 - 제품이나 서비스에 대한 모든 정보를 제공하고 약속은 반드시 지켜야 하며, 허위 진술 및 무책임한 판매행위는 삼가야 함
- 고객의 불만에 귀 기울여야 함
 - 고객에게는 직접적인 상거래 관계를 넘어 기업의 이슈 및 중대사에 관심을 가질 수 있는 합당한 권리가 있다고 여겨야 함

2) 잠재적 피해 고객(vulnerable customers)에 대한 지원 원칙

- 고객이 뜻하지 않게 제품이나 서비스 또는 공급 차질로 인해 피해를 볼 수 있다는 가능성을 염두에 두고 이러한 피해를 줄이기 위해 조치를 취해야 함

3) 소외집단(excluded group)에서 잠재 고객 발굴 원칙

- 가능하다면 빈곤, 지리적 여건, 장애 등 이유에 관계없이 현재 고객의 대상에서 제외된 잠재 고객을 찾아보고 그러한 고객에게 자사의 제품이나 서비스가 어떠한 혜택을 가져다 줄 것인지 고심해 보아야 함

4) 제품 또는 서비스로 인한 피해 가능성 관리 원칙

- 제품개발 과정의 일환으로 제품의 사회적·환경적 피해 가능성에 대해 고려해야 함
 - 이는 제품이나 서비스로 인해 뜻하지 않게 발생할 수 있는 피해가능성을 알아보기 위한 것임
- 사회·환경 문제를 해결할 새로운 제품 개발의 기회를 지속적으로 창출해야 하며, 제품의 수명이 다했을 때 제품으로 인한 피해가 발생하지 않도록 해야 함

5) 제품 오용에 대한 적극적 저지 원칙

- 자사 제품의 오용으로 인한 피해 가능성을 찾아내야 함
- 제품 디자인 변경이나 소비자 교육을 통해 오용을 방지하고, 감소시켜야 함

6) 협력업체 책임에 대한 적극적 관리 원칙

- 협력업체와 협력해 업무 프로세스가 향상될 수 있도록 관리해야 함
- 기업의 통제 대상은 아니나 기업 활동에 지장을 줄 수 있는 위험 분야, 부족한 성과 및 요인 등을 찾아내고 이들에 대해 우선순위를 매겨야 함

7) 협력업체 우대의 원칙

- 개방적이고 정직한 자세로 협력업체와 함께 상호 공통의 중대사 및 갈등에 대해 토론할 수 있는 대화의 장을 마련해야 함
- 정직과 공정함으로 거래에 임하고 합의된 계약 사항을 성실히 이행해야 함
- 교육 기회 및 자원을 제공하고, 분명한 성과 목표를 확립해야 함

8) 입법자와 협력 원칙

- 법 또는 규제 체계에 영향력을 행사하여 기업과 관련된 공익에 도움이 되는 길을 모색해야 함
- 기업의 경영 활동이 투명한지 보증할 수 있어야 함

9) 일관된 기준 적용의 원칙

- 법이 존재하지 않거나, 존재는 하되 제대로 집행되지 않고 있어 최소한의 기준조차 지켜지지 않는 곳에서는 행동 기준을 마련하고 이에 따르도록 방안을 마련해야 함
- 기업이 활동하는 지역의 경영환경 변화를 늘 주시해야 함

5. 시장 책임 실현을 위한 우수 실천 방안

1) 수행 능력을 기를 것

- 책임경영 실천이 기업 활동을 펼치는 데 있어 얼마나 절실히 요구되는지를 명확히 이해해야 하며, 이를 실천함에 있어 요구되는 수행 능력 역시 경영에 필요한 다른 능력 못지않게 중요하다는 것을 분명히 해야 함

2) 시장책임 원칙을 경영 전략의 핵심으로 삼을 것

- 장기적이고 지속 가능한 목표 달성을 경영전략의 핵심으로 삼아야 함
- 경영전략은 단기 목표 달성에 대한 압박으로부터 기업을 보호할 수 있을 정도의 유연성을 갖추고 있어야 하며 미래의 요구사항에도 적응할 수 있어야 함

3) 시장책임원칙을 기업 문화의 일부로 만들 것

- 경영 목표를 수행하는 데 있어서 책임있는 행동의 중요성을 기업 임직원 모두가 이해하고 수용할 수 있어야 함
- 기업은 임직원들이 관행(business as usual)을 깰 수 있도록 격려하고, 변화를 지원할 수 있는 문화를 조성해 나가야 함

4) 책임있는 행동을 권장하고 동기를 부여할 것

- 기업은 보상을 통해 책임있는 행동은 권장되지만, 무책임한 행동은 그렇지 못하다는 것을 명확히 보여줘야 함
 - 이것은 기업 내외부적으로 동일하게 적용되어야 함

5) 윤리를 대세(mainstream)로 삼을 것

- 윤리적으로 특별한 제품(ethical niche products)을 따로 개발하기 보다는 가능한한 모든 제품의 생산에 새로운 윤리 기준과 혁신이 적용되도록 해야 함

6) 성공 사례의 실천 방안을 업계와 공유할 것

- 기업이 바로 ‘배움의 장(learning organization)’이 되도록 하고 외부의 변화에 즉각적으로 반응할 수 있어야 함

7) 일관성을 유지할 것

- 가치를 적용하고 약속을 이행함에 있어 늘 일관성을 유지해야 함
- 경영진은 시장에서의 기업 활동 시 책임 경영이 실천되도록 약속해야 하며, 이러한 약속은 경영진이 바뀌어도 사라지지 않아야 함

8) 미래의 흐름을 내다볼 것

- 기업은 기업 활동에 영향을 줄 수 있는 흐름을 예측할 수 있도록 현재의 사안 및 상황을 끊임없이 검토해야 함
- 제품 및 서비스 개발 시 검토한 정보를 적극 반영할 수 있어야 하며, 시장의 흐름에 따라갈 것이 아니라 시장을 이끌어 간다는 목표를 세워야 함

III. 국내 기업의 윤리경영 사례

1. 국민은행 윤리경영 사례*

* 2007. 3. 20 국민은행이 국가청렴위원회에 제출한 자료를 요약정리한 것임

《CEO의 윤리경영 실천 의지》

◎ 월1회 내부통제/법규준수 관련 회의 개최

- 매월 CEO 주관하에 전 임원 및 본부장이 참석하는 내부통제 회의를 개최하여 윤리경영의 중요성에 대한 교육 실시

◎ 윤리경영 노력에 대한 KPI(Key Performance Index) 평가 반영

- 윤리강령 및 임직원 법규준수 행동기준에 반하는 비도덕적·비윤리적인 방법으로 업무를 추진한 사례가 발견될 경우 KPI 총배점의 10%가 감점되며, 고의 및 중과실의 경우 다른 분야의 평점이 아무리 좋더라도 KPI 평가결과 중간등급을 초과하여 받을 수 없도록 함

◎ 기업신용 평가시 윤리경영 실천기업 우대

- 기업에 대한 신용평가지 윤리현장 및 윤리경영 담당조직의 유무, 최고경영자의 윤리의식, 사회복지사업 및 환경사업 참여도 등의 내용을 신용평가 항목에 반영하여 윤리경영을 실천하는 기업에 대해 가점 부여

◎ 직원의 소리(VOE : Voice Of Employee) 운영

- 본·지점간 원활한 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 업무능률을 높이고 영업점 현장의 소리를 소중히 여기는 "영업점 존중 문화" 확산을 위해 자율적인 직원 참여코너 운영

《윤리경영 실천 프로그램》

□ 임직원의 윤리적 업무수행을 위한 프로그램

◎ 윤리강령 제정 및 실천서약

- 2001년 12월 임직원의 가치판단과 행동양식의 기준으로 삼고자 윤리 강령 제정 선포식을 거행하였으며, 매년 시무식 행사시 CEO를 포함한 모든 임직원이 윤리강령 실천 서약을 실시

◎ IBP(International Best Practice) 실천 프로그램

- 세계일류기업이 공통적으로 가지고 있는 구체적인 행동양식과 규범인 IBP(International Best Practice) 정신 공유를 위하여 IBP 연수 및 실천 결의대회를 실시하고 있으며, "우리가 하지 말아야 할 것 및 함께 하여야 할 것" 100가지를 선정하여 "KB-IBP 100선 사례집"을 발간

◎ 임직원 법규준수 행동기준 운영

- 임직원이 일상적인 직무수행 과정에서 윤리강령을 준수하기 위한 구체적인 행동지침으로 금품·향응 수수금지, 선물 수수에 대한 가이드라인, 이해상충 행위시 처리기준, 고객정보 관리, 인터넷 활용 등에 대한 윤리적 행동기준을 제시

◎ 대외활동에 대한 기준과 절차 마련

- 대외강연, 기고 등의 대외활동시 업무의 연관성 등을 고려하여 은행의 사전승인을 얻도록 하며, 특히 외부기관이 비용을 부담하는 국내외 연수, 세미나 등의 프로그램 참석시 업무의 연관성, 향후 적정한 업무수행에 부담을 줄 수 있는 접대성 여부 등을 검토하여 이해상충 우려가 없는 경우에만 참석이 가능하도록 하고 있음

◎ 부당행위방지 서약서 제출

- 업무상 지위 또는 업무수행 중에 알게 된 내외부 정보로 주식 등 유가증권에 투자하는 행위를 금지하고 있으며, 유가증권운용, 외환딜링, 신용평가, 여신심사 등의 업무담당 직원에 대해서는 부당행위방지 서약서를 제출하고 유가증권계좌 및 거래내역을 신고토록 하고 있음

◎ 청렴계약제도

- 은행이 발주하는 공사, 물품, 용역 등 계약 체결시 금품, 향응 등 부당이익을 제공하지 않겠다는 조항을 계약서에 반영하여 위반시 계약 해지, 거래중단, 차기 입찰참여 배제 등 불이익을 주는 청렴계약제도를 금융권 최초로 시행(2002.6.1)

◎ 내부고발자 보호제도

- 기업윤리 및 법규위반 사항에 대한 내부고발자를 보호하고 직원간 견제와 균형을 통해 사고를 미연에 방지하기 위하여 내부고발자 보호 제도를 운영하고 있으며, "고발"이라는 용어의 부정적 이미지 및 거부감을 개선하고자 "올바른 제보"로 명칭을 변경하여 운영

□ 임직원이 동참하는 교육 및 운영

◎ 법규준수 자기점검 제도

- 임직원의 윤리/준법의식을 함양하고자 전 직원이 매주 월/목요일 업무개시를 위한 컴퓨터 부팅 시 초기화면에 "법규준수 자기점검 (Compliance check)" 항목을 체크하여야 업무개시가 가능하도록 하고 있으며, "법규준수 자기점검"을 통하여 업무추진시 윤리강령 및 관련 법규를 준수하는지 스스로 체크하도록 하고 있음

◎ 다양한 임직원 교육

- 각 부점별 매월 1회 이상 법규준수 및 윤리경영 관련 교육을 전 직원을 대상으로 실시하도록 교육자료를 배부하고 있으며, 연수원에서 주관하는 각종 직무연수 과정에 준법 및 윤리경영 관련 교육을 반드시 포함하여 실시

◎ 은행내 윤리/Compliance 폴더 운영

- 은행내 전산망에 윤리/준법 관련 각종 공지사항, 윤리강령, 임직원 법규준수 행동기준, 윤리경영 실천사례, 법규준수 상담사례, 교육 자료, 공정거래 관련 사례 등을 등재하여 임직원이 자료를 수시로 열람 가능토록하여 업무 수행시 참고토록 하고 있음

《사회공헌활동》

◎ 이웃돕기성금 기탁 및 국내외 재난 복구 지원

- 사회복지공동모금회에 2004년 이후 매년 70억원씩 이웃돕기 성금을 기탁하고 있으며, 매월 임직원의 급여에서 자투리 금액을 공제하여 연말에 구세군 자선냄비 등 불우이웃돕기 성금으로 납부
- KB국민은행 사회봉사단원 700여 명은 강원도 3개 지역을 찾아 구호 물품을 전달하고 수해복구 자원봉사 활동을 전개하였으며, 2005년 인도네시아 및 파키스탄 지진피해 복구비 등을 지원

◎ 지역밀착형 자원봉사

- 1,200여 개의 KB사회봉사팀을 구성하여 각 지역별 사회복지시설 등과 자매결연을 맺고, 시설 운영비 지원 및 주기적인 자원봉사활동 전개

◎ 장애인 및 소외청소년 후원

- 2006년 6급 이상 장애인 100명을 공개 채용하는 등 매년 다양한 방식으로 장애우를 지원하고, 매년 "낙도어린이 서울 초청 사업"을 지원하고 있으며 도서벽지 어린이 및 서울소재 소외 청소년 1,900명을 대상으로 영어캠프를 진행

◎ 금융 소외계층 지원

- 금융 소외계층에 대한 지원을 위하여 마이크로크레딧(Microcredit) 업무영역 확대를 위한 신용회복위원회에 기금 20억원을 기탁하였으며, 저소득층 대상 소규모 창업자금 지원사업을 추진하는 사회연대은행에 운영자금 10억원, “신나는 조합”에 2억원을 기부

《윤리경영 추진 주요 성과》

- 2006. 9. 7 : Country Awards For Achievement 2006 'Best Bank in Asia' 선정 (Finance Asia 誌)
- 2006. 10. 23 : 2006년 하반기 서비스 부문 NBCI(국가브랜드경쟁력지수) 은행 부문 1위(한국생산성본부)
- 2006. 12. 11 : 국가고객만족도(NCSI) 은행부문 1위 선정(한국생산성본부)

2. 이랜드 윤리경영 사례*

* 2007. 3. 20 이랜드가 국가청렴위원회에 제출한 자료를 요약정리한 것임

《윤리경영 추진조직 및 역할》

추진조직	역 할
CEO	- 윤리적, 합법적 경영활동 의지와 원칙 표명 - 직원에 대한 명확한 기대(Expectation) 제시
윤리경영실 (총괄책임)	- 윤리경영 전략 및 실행계획 수립 - 윤리준법프로그램 시행 및 감독 - 윤리경영 사후 점검 및 시정
지원부서	- 윤리경영 관련 각 해당 전문분야 지원 제공 - 법률 자문, 윤리경영 홍보, 교육 지원 등
각 사업 BU	- 이랜드 윤리경영 프로그램의 실제적 구현 책임 - 사업부별 자체적 윤리경영추진 실행 및 점검

《윤리경영 3C 체계》

□ 윤리규범 & 행동 지침(Code of conduct)

- 직원들의 행동 및 판단 기준이 되는 Tool 제공
- 윤리강령, 윤리규범, 행동지침, 윤리진단 질문

□ 준수 & 감독 시스템(Compliance Check Organization)

- 윤리경영 실천을 위한 제도적 장치

◎ 신고 및 보호제도

- 거래처 및 직원들이 비윤리적 행위에 대하여 신고할 수 있는 의사소통 창구 및 신고자 비밀유지와 보호에 관한 제도
- 자사 홈페이지('소리함'), 우편, 유선 이메일 등을 통해 접수

- 신고된 내용에 대해서는 철저한 보안 및 안전을 보장하고, 처리결과에 대한 회신과 내용의 신뢰성 제고를 위해 실명 접수 권고

◎ 거래처 및 직원 설문 실시

- 윤리경영 실태 파악 및 비윤리적 행위 사전 예방 활동
- 윤리경영 안내문으로 자사의 윤리경영 정책 안내 및 홍보
- 윤리경영 설문서 회신 자료를 토대로 자사와 협력업체간 윤리경영 전과 및 실천현황 점검
- 연2회(추석, 설날 명절전) 발송으로 금품수수 등의 부정행위 사전 예방 효과
- 설문방법
 - 윤리경영 안내문 : 윤리경영 취지 및 위반행위 신고요령 안내
 - 윤리경영 설문서 봉합엽서 : 회신용 설문서로 총 15개 항목 설문 및 윤리강령, 의견란 등으로 구성
 - 연 2회 발송 : 추석, 설날 1~2주 전 각 거래처별로 일괄 우편발송
- 직원설문 주요 항목(총65개 설문) : 회사의 윤리경영 의지, 윤리실천제도 및 동기 부여, 고객에 대한 윤리, 회계 및 재무 윤리, 직원의 윤리행동, 협력사 및 경쟁사 관계 윤리, 종합적 기업윤리
- 설문방법 : 연1회 실시 / 사내 네트워크를 통한 Web상 설문 실시(100점 만점 환산 점수로 각 사업부별 정량평가)

◎ 사업부별 정기 평가

- 정기적 윤리수준 평가를 통한 윤리경영 실태를 진단하고 개선을 유도하여 차후 전략에의 반영 및 실천을 위해 RMS*(Risk Management System) 평가 시행
- * 현재 이랜드 사내 네트워크에 구축되어 있는 전사적 위험관리시스템으로 기업 운영상 발생될 수 있는 위험요소를 사전에 인식하고 이를 측정, 평가, 통제하여 효율적으로 관리함으로써 위험을 사전에 예방하고자 하는 목적의 내부통제 시스템

－ 평가 방법

- RMS 평가내 윤리경영 5개 영역 25개 항목 선정 평가 실시(사회공헌도 3개 항목, 건전한 업무환경 4개 항목, 건전한 거래관행 8개 항목, 거래처 평가 3개 항목, 직원평가 7개 항목)
- 점검주기별로 각 사업부별 자체 평가 및 윤리경영실 평가

□ 교육 & 마인드 공유

－ 경영이념 실천 및 윤리경영 마인드 정착

◎ 윤리경영 교육(Consensus by Ethics Education)

－ 윤리적 행동을 돕고 의식전환을 위한 직원 및 거래처 교육

－ 임직원 교육

- 기초교육 : 연 1회 이상 전 직원교육(각 사업부별)
- 수시교육 : 연 4회 이상 각 사업부별 책임장(BU장, 지점장) 주관 실시
- 승진교육 : 신입사원, 승진교육시 2시간 교육
- 설문조사 : 연간 1회 이상 설문조사

－ 거래처 교육 : 이랜드와 거래하는 모든 거래처는 계약서 작성시 윤리경영 안내 및 서약서 작성 / 연간 2회 이상 안내문 발송 및 설문조사 실시

◎ 임직원 서약제

－ 윤리경영의 적극 실천을 다짐하는 직원 개개인의 서약

－ 1년 단위 연봉계약시 윤리규범을 지키며 이랜드 윤리경영에 동참하겠다는 내용의 ‘윤리서약서’에 서명

◎ 거래처 청렴 서약제

- 모든 거래처가 이랜드 윤리경영의 취지를 알고 이에 동참하는 것을 전제로 거래 계약과 함께 체결
- 이랜드와 거래하는 업체에게 계약체결시에 이랜드의 윤리경영 의지를 설명하고, 이에 동참하겠다는 의미의 청렴서약서를 직원 및 거래처가 상호 주고 받는 제도
 - o 계약담당자는 거래처의 청렴서약서를 받아 계약서에 첨부하여 제출하고, 직원용 청렴서약서는 거래처로 분출

《사회공헌활동》

◎ 사회공헌활동 현황

- 이랜드 재단 및 이랜드 복지재단 운영
- 2002년 12월 26일 ‘매년 순이익의 10%를 사회환원’ 선언
- 창사 이후 지금까지 사회공헌 부문에 약 1,000억원 사용
- 사회복지 공동모금회 선정 기업체 기부랭킹 2위(5년간 누계)

◎ 주요 활동

주요 부문		활동 내역
생명건강	긴급구호	구호KIT 제작, 국내외 구호활동
	북한돕기	구빈리 젓소목장, 사랑의 감자보내기, 의약품 지원
교육	장학사업	비전장학금, 동문장학금, 베트남장학금
	제3세계 학교짓기	아프간 학교, 스리랑카 유치원, 모잠비크 교실
복지	이랜드HOUSE	청소년그룹홈 들국화가정, 이랜드 사랑의보금자리
	복지시설지원	물품지원, 운영비 지원, 단체의류 지원

IV. 국내 윤리경영 동향

【 기업 관련 】

◎ 포스코 광양제철소 6개 외주파트너사, 노사평화 선포식 개최(2.28)

- 포스코 광양제철소 외주파트너사 노사협의회(드림피아, 포렌, 포센, 포트엘, 프롬스, 코렘)는 유관기관 및 임직원 200여 명이 참석한 가운데 항구적 노사평화 선포식을 개최
 - 6개 외주파트너사의 노사는 모기업인 포스코 광양제철소와의 상생 경영활동에 동참하고 노사의 신뢰와 대화를 기반으로 한 새로운 노사 관계를 정립하기 위해 선포식을 개최
- 이날 선포식에서 6개사 노사 대표는 ‘직원은 대화와 타협을 바탕으로 노사문제를 자율적·평화적으로 해결할 것, 회사는 투명경영, 윤리경영을 실천하여 노사간 신뢰 기반을 조성하고 근로자의 삶의 질 향상에 노력할 것, 노사 모두는 노사협의회를 근간으로 선진화된 노사문화를 조성할 것’ 등 3개 항에 공동으로 합의

◎ 한국철도시설공단, 뉴비전 선포식 개최(3.2)

- 한국철도시설공단(KR)은 임직원 등 300여 명이 참석한 가운데 'KR뉴비전 2010'선포식을 갖고 새로운 도약을 다짐
 - 이번에 구축된 뉴비전은 '글로벌 철도엔지니어링 & PM(사업관리) 전문 공기업'으로서 2010년까지 글로벌 경쟁력을 갖춘 철도전문기업 도약을 목표로 한 것
- 이를 위해 공단은 21세기 풍요로운 철도교통시대의 선도, 지속발전 가능한 글로벌 핵심경쟁력 확보, 고객가치와 윤리경영으로 사회책임 실현 등 3대 경영목표와 세부 추진방안으로 13개의 전사전략, 38개의 전략과제, 140개의 실행과제를 설정, 추진할 방침

◎ 전경련 중소기업협력센터, 제6회 대·중소기업 상생협력 임원협의회 개최(3.6)

- 전경련중소기업협력센터는 삼성전자, 현대자동차, 포스코 등 30대 그룹 대표 기업의 상생협력 담당임원들이 참석한 가운데 '제6회 대·중소기업 상생협력 임원협의회'*를 개최

* 상생협력의 이론적 토대 구축, 대기업 경영 노하우의 중소기업 전수, 상생협력 모범사례의 발굴·확산, 중소기업 경영상담 활성화 등 협력사업의 확산을 목적으로 30대 그룹 대표기업의 상생협력 담당 임원을 대상으로 '06.3월 발족

◎ 대전충남경영자총협회, 제1회 투명경영대상 시상식 개최(3.7)

- 대전충남경영자총협회는 노사 상생을 위한 윤리경영을 강화하고, 책임경영을 실현하기 위해 지방 경총 최초로 투명경영대상 제도를 도입하고, 첫 대상 수상 기업으로 한라공조(주), 우수상에 BIEMT(주)와 (주)금성백조를 선정

◎ 윤경포럼, 제4기 윤경포럼 세미나 및 CEO 서약식 개최(3.7)

- 국내 대기업 최고경영자, 정부, 시민단체 주요 인사 등 각계 CEO 들이 참여하여 윤리경영 다짐 서약식을 개최

o 올해로 네번째인 동 서약식에서 CEO들은 CEO의 윤리적 리더십 실천과 사내 윤리경영 제도 강화, 반부패 관행개선, 대·중소기업 상생협력 등 12대 실천 원칙을 추진하기로 함

- 서약식에 이어 열린 세미나에서는 윤리경영 우수기업의 사례 발표, 윤리 경영 시스템과 향후 전략에 관한 보고 등이 이루어졌음

◎ 한국경총 '화해상생마당' 포럼, 노사상생 기업별 사례 보고회 개최(3.9)

- 동 보고회에서는 노사간 상생을 실현해 주목받은 경기고속, 우리은행, KSS해운, 포스코, 유한킴벌리 등 5개 기업 노사대표가 사례를 발표하고, 기업경쟁력을 위한 노사 상생의 중요성을 강조

◎ LS산전, 제2의 윤리경영 실천 결의대회 개최(3.12)

- LS산전은 이번 결의대회를 계기로 자율적 윤리경영 토대를 마련하기 위해 3월말까지 미신고 위반사례의 자진신고에는 면책권을 부여하기로 하였으며, 모든 임직원들이 매년 윤리규범 실천서약서를 작성하여 제출하기로 함

◎ 한국기업윤리학회, '기업윤리대상' 시상(3.16)

- 제7회를 맞는 '기업윤리대상'은 각 대학의 경영학과 교수진으로 구성된 기업윤리학회가 2003년도부터 윤리경영에 높은 성과를 보인 기업을 선정해 수여하는 것으로, 이번에는 삼성SDI를 수상기업으로 선정
 - o 한국기업윤리학회는 심사평을 통해 "삼성SDI는 체계적이고 지속적인 윤리경영 실천을 통해 21세기 디지털 세상의 글로벌 기업으로서 모범적인 기업상을 보여 주었다"며 선정 이유를 밝힘

◎ 경제5단체, '2007년 투명사회협약 경제계 실천계획(안)' 발표(3.23)

- 전국경제인연합회, 대한상공회의소, 한국무역협회, 중소기업협동조합중앙회, 한국경영자총협회 등 경제5단체는 윤리경영·투명경영·사회공헌 등 3개 부문에 걸쳐 마련된 『2007년도 투명사회협약 경제계 실천계획(안)』을 발표하고, 이를 적극 실천해 나가기로 함
- 경제계는 우선 2007년도 윤리경영부문의 실천목표를 기업내의 자율적인 윤리경영이 확산되는 데 두고, 기업윤리교육의 저변 확대와 모범사례 전파에 지속적으로 노력하는 한편, 업종별로 윤리경영의 실태 점검과 진단지표를 개발하는 데 주력할 예정
- 또한 2007년도부터 증권관련 집단소송제도가 본격 시행됨에 따라 2007년도 투명경영부문의 실천목표를 회계투명성 제고와 기업지배구조 선진화에 두고, 회원사들로 하여금 투명경영의 자율실천 풍토 정착에 적극 노력할 계획

- 마지막으로 사회공헌부문의 실천목표를, 사회적으로 소외된 계층에 대한 실천적 프로그램 적극 확대 및 기업 사회공헌활동에 대한 일반 국민의 이해 증진에 두고 적극 추진해 나갈 예정

◎ 한국철도공사 수도권동부지사, '우리가 모시기' 간담회 개최(3.23)

- 협력회사 대표 30여명을 초청하여 개최한 이번 간담회에서는 한국철도공사 협력업체인 공사계약, 물품구매, 자산임대, 기술분야, 영업분야 대표자들 및 철도공사 관계자들이 참석하여 협력사들의 건의사항을 검토하고 의견을 교환
- 또한 윤리경영을 통한 건전한 이익실현, 국민과 사회로부터의 모범적 역할 수행 등을 주요내용으로 하는 '청렴실천협약'도 체결

◎ LG화학, '협력회사와 함께 하는 LG화학 정도경영' 교육 실시(3.28)

- LG화학은 본사 및 지방 사업장의 협력업체를 대상으로 '협력회사와 함께 하는 LG화학의 정도경영' 교육을 연중 실시하고 있는데, 2006년에는 On/Off-Line 교육을 통하여 900여 업체가 수강
 - o 이번에는 200여 여수공장 구매 협력업체를 대상으로 교육을 실시하였는데, 동 교육에서는 협력업체와의 공정한 거래정착을 위한 LG윤리규범의 소개, 정도경영 실천 프로그램인 사이버신문고에 대한 자세한 설명, 국내·외 사례 공유 등을 통하여 LG화학이 추구하는 정도경영에 대한 협력업체들의 이해와 적극적인 동참을 유도

【 정부 관련 】

◎ 투명사회협약실천협의회, '2007 투명사회협약 총회 및 대국민보고대회' 개최(3.9)

- 투명사회협약체결 2주년을 맞이하여 각 부문·지역·분야별 대표자 및 사회 각계 인사들과 함께 '2007 투명사회협약 총회 및 대국민보고대회'를 개최

- 정치·공공·경제·시민사회 부문의 대표자들은 2005년 3월 9일 투명사회협약을 체결한 이후 협약의 이행·평가·확산·갱신의 기반을 조성하기 위해 2005년 4월 7일 투명사회협약실천협의회를 결성
 - o 이에 따라 각 부문의 참여를 통해 구성된 투명사회협약실천협의회는 반부패 법률의 제·개정, 기업의 윤리경영·투명경영의 개선, 협약 제부문·지역별 확산을 위한 토론회, 공청회, 설문조사, 언론사 공동 기획, 대중캠페인, 투명사회협약 네트워크 결성 등을 위해 노력
- 투명사회협약 대국민보고대회는 매년 협약이행정도를 평가하고 대국민보고대회를 하도록 규정한 투명사회협약 제30조(협약이행의 평가)에 따라 매년 진행되는 것으로 올해 두 번째 대국민보고대회를 개최
- 투명사회협약실천협의회는 18대 대통령선거를 앞두고 투명한 대통령선거를 위해 5개 정당에 '투명한 대통령선거를 위한 정당 협약'체결을 제안하였고, 각 정당이 동의함에 따라 5개 정당 대표들이 이번 대국민보고대회에서 '투명한 대통령선거를 위한 정당 협약'을 체결

◎ 광주시, 2007 기업사랑운동 5대 중점과제 추진(3.12)

- 광주시는 2007년을 지역내 투자확대와 일자리 창출을 통한 '지역경제 도약의 해'로 만들기 위해 광주기업사랑협의회를 중심으로 기업사랑운동 5대 과제*를 중점 추진해 나갈 예정
 - * 기업사랑운동의 범시민적 확산, 대화와 타협의 신노사문화 정착, 지역제품 사주기 지속 추진, 경제교육의 확대 및 내실화, 지역과 기업의 상생적 협력관계 구축

◎ 지속가능발전위원회, '아·태지역 국가지속가능발전전략 유엔 회의' 개최 (3.12~3.16)

- 이번 유엔회의에는 우리나라와 아·태 지역 8개국(중국, 인도, 일본, 말레이시아, 몽골, 베트남, 필리핀, 태국)의 지속가능발전 관련 고위당국자 및 민간단체 대표와 UN 경제사회국 지속가능발전국장, OECD 사무총장 선임자문관, 유엔환경계획(UNEP) 지속가능발전담당관 등 해외인사 25명이 참여

- 특히 이번 회의는 유엔이 우리나라가 『국가지속가능발전전략 및 이행계획(National Strategy for Sustainable Development(이하 NSSD))』를 수립하는 과정에서 축적한 성과와 경험을 아·태지역 국가들과 공유하고 NSSD를 확산시키기 위해 우리 정부에 공동 워크숍 개최를 요청해옴으로써 열리게 된 것
- 지속가능발전위원회는 『국가지속가능발전전략 및 이행계획』을 2년여 동안 22개 정부기관이 참여하는 범정부적 작업을 거쳐 수립하고, '06.10.31 국무회의에서 확정·발표
- 동 전략은 경제, 사회, 환경 분야를 아우르는 총 48개 이행과제, 230개의 세부과제에 대해 2005~2010년 기간 중 우리나라가 선진국가로 발전하는데 필요한 계획으로 구성
- 지속가능발전위원회는 2006.10.31 확정·시행중인 '국가지속가능발전전략 및 이행계획'의 법적근거를 마련하고, 국제사회에서 모범사례로 주목받고 있는 우리나라의 지속가능발전전략 수립 및 이행체계를 제도화하기 「지속가능발전기본법」 시안을 마련하고, 2007년 상반기중 법률 제정을 추진할 계획

◎ 금융감독위원회, 국제회계기준 도입 로드맵 발표(3.15)

- 금융감독위원회는 국제회계기준의 도입을 통하여 기업의 회계투명성 향상과 회계분야의 국가경쟁력 강화를 도모하기 위해
- '06.2월 관계부처, 기업대표, 회계전문가 등으로 '국제회계기준도입준비단'을 구성하여 실무진 회의와 전체 준비단회의를 통해 국제회계기준 도입 로드맵(안)을 마련
- '06.11월 공청회를 개최하여 각계의 의견을 수렴하고 이를 반영한 '국제회계기준 도입 로드맵'을 발표

－ 로드맵 주요내용

- 국제회계기준은 원칙적으로 상장기업에 대해서만 적용하고, 비상장기업은 별도의 간략한 회계기준을 제정하여 적용
- 국제회계기준은 2011년부터 적용(다만, 희망기업에 대해서는 2009년부터 적용 허용)하되, 투자자 보호 및 비교가능성 유지를 위해 국제회계기준 적용 1년 전 차이 정보 공시를 의무화
- 분·반기연결재무제표는 기업능력 등을 고려, 자산 2조원 이상기업은 2011년, 2조원 미만기업은 2013년부터 작성
- '07년 하반기까지 국제회계기준서 제정업무를 완료하고, 외감법 등 법령사항은 '08년 말까지 개정 추진

◎ 중소기업청, 주요 대기업 CEO 직접 방문 및 협력업체 애로사항 전달 (3.20)

- － 납품거래 협력중소기업의 애로사항 해결 및 지속적인 상생협력 확산을 도모하기 위해 중소기업청장이 국내 주요 대기업을 연속 방문하여 CEO와 면담을 추진
 - 이번 방문을 통해 대기업이 협력 중소기업의 실제적인 애로사항을 공유하고, 대·중소기업간 거래에서 서로 윈-윈 할 수 있는 다양한 아이디어를 모색하는 한편, 대·중소기업간 상생협력의 성과를 현장 점검할 계획
- － 참고로 최근 각종 중소기업 실태조사 결과, 대기업의 납품대금 결제는 비교적 양호한 편이지만, 협력기업들(특히 2·3차 협력중소기업 등)이 느끼는 상생협력 체감도는 여전히 미흡한 상황

◎ 산업자원부 기술표준원, 중소기업을 위한 전기전자 제품의 환경배려 설계 국제 표준 가이드북 발간(3.23)

- 산업자원부 기술표준원은 중소전기·전자기업이 EuP에 대하여 선제 대응을 할 수 있도록 전기전자 제품의 환경배려설계 국제 표준 가이드북을 발간
 - o EU의 에너지 사용 제품에 대한 환경배려설계지침(EuP : EcoDesign Requirement for Energy using Product)이 2008년 8월부터 발효됨에 따라 2008년 하반기부터 컴퓨터, 복사기, 냉장고 등 14개 전기·전자제품은 EuP기준을 만족하고 CE 마크를 부착해야 유럽내에 유통 가능
- 중소기업에서 제품 개발·생산시 에너지 효율 및 환경 배려 설계에 대한 지침서가 될 이번 가이드북은 유럽, 중국, 일본 등 주요 수출 대상국들의 최신 환경규제와 국제표준화 동향 및 세부절차 이행방안을 포함하고 있음
- 기술표준원은 환경규제관련 정보부족의 애로를 겪고 있는 중소기업을 위하여 우선 수출 관련 300개 KS인증기업 등을 대상으로 On-Off Line으로 보급할 계획이며, 앞으로 기술·업종별 국내 실정에 적합한 세부 표준가이드북을 2007년 말까지 개발하여 제공할 계획

◎ 한국표준협회, GRI G3 가이드라인 한국 설명회 개최(3.29)

- GRI*(Global Reporting Initiative)의 지속가능경영 보고서 가이드라인인 ‘GRI G3 가이드라인’** 발간을 계기로 지속가능경영 관련 기관 담당자 및 이해관계자를 대상으로 동 가이드라인의 주요 내용을 자세히 소개하는 설명회를 개최

* 1997년 형성되어 유엔기금위원회(United Nations Foundation)로부터 활동자금을 지원받고 있는 연구기관으로 “기존의 재무 보고서와 동일한 수준의 환경 및 사회보고의 틀을 개발하는 것”을 목표로 활동하고 있으며, 유엔환경계획(UNEP), 미국 환경책임경제연합, 영국공인회계사협회, 호주 윤리적투자, 일본 환경감사연구회 등이 이사회에 참여

** 기업의 경제, 환경, 사회분야의 성과에 대한 보고 프레임워크(framework)로서, 보고원칙과 기업차원의 지속가능경영 보고서를 준비하는 과정에 대한 지침 및 성과지표 등을 제시. 2006년까지 세계 87개국 3,400여 기업이 GRI 가이드라인을 활용하여 보고서를 발간하고 있으며, 2000년 초판과 2002년 수정판에 이어 2006년 10월 GRI 가이드라인 제3판(G3; Generation 3)이 발간됨