V. 기업별 SDGs 우수 이행 사례

유니레버(Unilever)

기업소개

유니레버(Unilever)는 영국 런던과 네덜란드 로테르담에 본사를 둔 다국적 기업으로 소비자들이 당사의 제품을 사용하여 생활에 윤택함을 더하고 밝은 미래를 만들어나가길 희망한다. 도브(Dove), 립톤(Lipton), 바세린(Vaseline)과 같은 식음료, 가정용품 등을 포함한 400개 이상의 브랜드를 보유 중이며, 190개가 넘는 국가에서 운영 중이다.

유니레버 친환경 생활 계획 (Unilever Sustainable Living Plan)

유니레버 친환경 생활 계획은 유니레버 비즈니스 모델의 핵심이며, 비즈니스를 성장시키는 동시에 환경적 발자국을 최소화시켜 유니레버의 성장이 지속가능하고 사회에 긍정적인 영향을 확대할 수 있는 청사진을 제시하고 있다.

세부목표

1) 건강 및 웰빙 향상: 2020년까지 10억 명 이상의 사람들의 건강과 위생을 향상시킨다.

2) 환경적 발자국 감소: 2030년까지 유니레버 제품의 제조 및 사용으로 인한 환경적 영향을 절반으로 감축한다.

3) 생활 수준 향상: 2020년까지 당사의 제품 원료를 지속가능한 방식으로만 조달하고, 유니레버 가치 사슬에 있는 모든 이의 생활 수준을 향상한다.

1) 유니레버는 자사의 토마토 케첩에 현지 공급자가 지속가능하게 생산한 100%의 생토마토를 사용하였다고 표기함으로써 소비자들에게 더 매력적으로 다가갈 수 있게 함. 회사에서 무료 토마토 씨앗을 나눠주고, 페트병 뚜껑을 토마토 모양으로 제작하여 실제로 토마토를 기를 수 있는 미니어처 화분으로도 사용. 최고의 토마토 재배자를 선별하여 그 생산품으로 개별적인 케첩 상품을 만듦. 이 캠페인은 2014년 3백만 명의 참여자를 모았고, 케첩이 시장주도적인 제품으로 발돋움하게 하는 계기가 됨.

2) 'Project Laser Beam(PLB)'은 민관합작의 5개년(2009-2014) 프로젝트로서 아동의 영양실조 문제를 줄이기 위해 확장가능하고, 반복적으로 실현 될 수 있으며, 지속가능한 모델을 만들기 위한 목적으로 조성 됨. 이 프로젝트는 유엔세계식량계획, 유니레버, 몬델리즈 인터내셔널 재단(Mondelðz International Foundation), 디에스엠(DSM) 및 영양강화를 위한 국제연합(Global Alliance for Improved Nutrition)에 의해 공동 발족되었으며, 유엔, 정부, 포춘 500(Fortune 500)기업, 현지 기업 및 비영리기관으로부터의 전문가들을 초빙함. PLB는 18가지 정책의 실행을 통해 다양한 분야의 접근방법으로 영양실조 문제 해결을 가속화시킬 수 있는 여러 성공사례를 얻고 중요한 교훈을 발견하는 성과를 얻음.

유니레버는 더욱 효과적인 세균 제거 기능을 지닌 새로운 비누를 개발함. 이 비누는 위염, 장티푸스 및 콜레라를 유발시키는 박테리아와, 피부와 안구 감염에 대해서도 보호기능을 가짐. 본 제품개발은 심각한 건강 위험을 다루지만 결과적으로는 가격이 적정한 제품을 만들어 내었고, 회사의 전반적인 브랜드가치를 제고시켰을 뿐만 아니라 15%의 판매를 증가시킴.

1) 유니레버 방글라데시 및 현지 기업인 BATA와 스퀘어 파마(Square Pharmaceuticals Ltd.)는 JITA 방글라데시와 협업하여 여성들의 경제적 독립을 돕는 'Aparajita' 프로젝트를 시행. Aparajitas는 거리가 먼 마을 간에 약품, 위생상품, 영양상품 등을 방문판매 하는 지역 여성들을 일컬음. 이 프로젝트는 여성들에게 교육을 제공함으로써 가계 소득을 올릴 수 있는 역량을 제고시키고, 가정에서 목소리를 더 내며 지역 커뮤니티에서 사회적 지위를 신장시키는 것을 목표로 함.

2) 유니레버를 포함한 여러 다국적 소비재 회사들은 여성과 소녀들의 건강한 신체 이미지와 자율권을 촉구하는 홍보 캠페인과 전략을 개발함. 또한, 여러 회사에서 여성의 신체 이미지 왜곡에 대항하여 홍보 인쇄물의 보정을 중지하겠다고 발표함.

유니레버와 같은 영국의 여러 식음료 및 기타 소비재 기업들은 영국의 최저생계비를 반영한 임금을 지급. 본 임금은 영국의 생활임금기금(Living Wage Foundation)이 영국의 최저생계비용을 반영해 독립적으로 정한 시급이며, 이로 인해 근로자의 생산성과 결석률이 현저히 감소함.

[참고] 영국 생활임금기금의 최저생활임금 지급여부는 기업의 자유의사에 근거하며 만 18세 이상의 근로자에 한해 적용됨. 현재 생활임금기금에서 정한 런던을 제외한 영국의 최저 생활임금은 8.45파운드이며, 런던은 9.75 파운드임.

유니레버와 세계자연기금(World Wildlife Fund)은 삼림벌채 방지를 위해 소비자를 참여시키는 1년 간의 국제적 파트너십 체결을 발표. 본 파트너십의 일환으로 유니레버와 세계자연기금은 브라질과 인도네시아의 산림보호프로그램을 지원하여 수백만 그루의 나무가 벌채되는 것을 방지하는 계획을 세움. 양사는 본 파트너십을 통해 소비자들의 지속가능성 이슈에 대한 관심을 제고시키고 변화를 창출하기 위한 실질적인 방법을 제공하는 기회가 될 것이라고 기대하고 있음.

코카콜라(Coca-cola)

기업소개

미국 애틀란타에 본사를 둔 코카콜라는 세계에서 가장 큰 음료 회사로, 500개가 넘는 발포성 및 비발포성 음료 브랜드를 보유하고 있다. 코카콜라가 이끄는 당사의 브랜드 포트폴리오는 200억 달러가 넘으며, 전 세계적으로 3,600여 개의 제품을 공급하고 있다.

코카콜라 지속가능성 약속 (Coca-cola 2020 Sustainability Commitments)

코카콜라는 환경적인 발자국을 줄이고, 적극적이고 건강한 생활을 지원하며, 안전하고 포용적인 근무환경을 제공하고, 당사가 위치한 지역 사회의 경제적 발전을 향상시키기 위한 이니셔티브들에 중점을 두고 있다.

대중적으로 발표된 코카콜라의 2020 지속가능성 약속은 당사의 지속적인 개선에 이바지한다. 코카콜라는 200여 개의 국가 및 지역의 협력 음료회사들과의 공동 노력을 통하여 지속가능성 약속을 달성하겠다는 계획을 가지고 있다. 소규모의 운영 개선을 넘어선 시스템 전반의 변화를 주도하겠다는 목표를 설정했다.

1 NO POVERTY

코카콜라, 유니레버, 사브밀러(SABmiller)와 아이피엘(IPL)은 자사와 옥스팜(Oxfam)의 지원을 통해, 기업의 사업활동이 빈곤 계층에게 어떠한 영향을 미치는지 평가하는 'Poverty Footprint Studies'에 대한 조사를 독립적인 연구 기관에 위임함. 본 연구는, 경제적 사회적 영향을 제고시키기 위한 정책, 관행 및 제품 디자인에 대해 알려주고 있음. 유엔글로벌콤팩트와 옥스팜은 Poverty Footprint Tool을 만들기 위해 여러 이해관계자 자문그룹과의 긴밀한 협업을 이어오고 있고, 이는 기업들과 파트너들에게 빈곤에 관한 기업영향평가를 '사람 중심'의 평가로서 가능케 함.

5 GENDER EQUALITY

코카콜라는 2010년부터 향후 10년간 기업의 글로벌 가치 사슬 내의 500만 명의 여성 사업가의 경제적 역량 강화를 촉진하는 '5by20' 이니셔티브 개발을 발표. 5by20은 파트너들과의 협업을 통해 사업 역량 강화 교육을 개발 및 실행하고, 사업 자금 제공을 가능하게 하며, 멘토링의 기회를 높이는 것을 실천 중. 5by20 이니셔티브를 통한 여성 수혜자는 2010년 사업을 시작한 이래 2014년 말 기준으로 52국가에 걸친 86만 명에 이름.

6 CLEAN WATER AND SANITATION

코카콜라는 2020년까지 음료 생산과 완제품에 사용된 물과 동일한 양의 물을 자연에 환원하는 '글로벌 용수 환원 프로젝트'를 진행하고 있음. 2014년 말 기준, 2014년 판매량을 근거로 한 완제품에 사용된 94%의 용수를 환원함. 2004년부터 2014년까지 61개국의 209개 지역 프로젝트를 통해 약 1,536억 리터의 물을 자연과 지역사회에 돌려줌. 또한, 2014년 한 해 동안에는 제조 과정에서 사용된 약 1,267억 리터에 달하는 폐수를 가공처리하여 커뮤니티에 환원함.

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

1) 코카콜라는 에티오피아와 같이 좁은 도로와 부족한 저장 시설로 인하여 제품에의 접근성이 낮은 지역의 문제를 해결하기 위하여 'Micro Distribution Centers(MDCs)'를 설립. 트럭으로 배달이 어려운 지역 곳곳에 MDCs를 설립하고, MDCs에서 다시 자전거나 인력거를 이용하여 음료를 판매·유통함. 이러한 MDCs는 아프리카 기업인들에 의해 100% 소유되며, 현지 음료 제조업자와 협력관계를 구축. 현재 아프리카에는 약 3천여개가 넘는 MDCs가 운영되고 있으며, 코카콜라는 본 프로그램이 확장됨에 따라 MDCs 소유권의 50%이상이 여성에게 부여되길 기대한다고 밝힘.

2) 코카콜라의 'Coletivo' 이니셔티브는 평생기술 교육 및 경제적 기회에 대한 접근성 향상을 통해 지역사회의 역량을 강화하기 위해 2009년 만들어짐. Coletivo는 코카콜라 가치 사슬 전반에 걸쳐 7개의 모델이 있으며, 사회 내의 여러 과제를 해결하는 것을 목표로 함. 예를 들어, Coletivo Forest모델은 아마존 열대우림의 생태계와 지역사회 개발을 위한 전체론적 접근 방식임. 이 모델은 슈퍼푸드의 수확자를 코카콜라 시스템의 가치사슬과 연결시켜 모든 지역사회 구성원에게 다양한 교육을 제공하며, 환경 보호를 촉진함. 각 Coletivo모델은 뚜렷한 고용 창출 기반 교육을 포함하지만, 모든 프로그램은 평생기술과 자립심을 강조하여 참가자들로 하여금 스스로 미래를 개척할 능력을 구비하게 함. Coletivo모델은 브라질 전역에서 500여개의 프로그램을 이끌고 있으며, 15만 명이 넘는 사람들의 삶에 직접적인 영향을 미침. 모든 Coletivo모델은 회사의 5by20노력에 기여 중이며, 여성참가자는 70%에 이름.

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

코카콜라는 베트남의 여러 도시에 5억 달러가 넘는 금액을 투자하여 현지 제조 및 유통 역량 개발, 음료 주입 라인 신설 및 새로운 쿨러 설치 등을 통해 현지 사업자들이 음료 판매량을 제고시킬 수 있게 지원. 본 투자를 통해 베트남 현지에서 500개가 넘는 새로운 일자리가 창출되었고, 총 고용인력의 99%가 베트남 현지 인력으로 채워짐. 또한, 이러한 직접적인 고용으로 인해 관련 산업에서 5천 개의 추가적인 일자리가 만들어짐. 이와 더불어 약 150만 달러에 달하는 금액을 2010년부터 현지 프로젝트에 투자함으로써 베트남 내에 지속가능한 지역사회를 조성하기 위한 노력을 이어가는 중.

네슬레(Nestlë)

기업소개

스위스 브베에 본사를 둔 세계적인 식품·보건·건강제품 관련 회사로, 삶의 모든 단계에서 과학적 근거에 기반한 영양 및 보건 해결책을 통해 삶의 질을 향상시키고 소비자가 자신과 가족을 돌볼 수 있게 지원하고 있다. 주요 브랜드로는 네스카페(Nescafe), 네스퀵(Nesquik), 킷캣(KitKat) 등이 있다.

네슬레와 지속가능발전목표 (Nestlë and SDGs)

네슬레는 지속가능발전목표를 통해 세계적으로 처한 많은 과제를 해결하기 위한 38개의 공약을 내걸었다. 예를 들어, 빈곤의 종식, 식량안보 달성, 영양 개선 및 지속가능한 농업 촉진의 목표를 달성하기 위해 기여하고 있다.

당사는 미량영양소가 강화된 식품을 소개하고, 농업인들의 니즈를 이해하며, 지속가능한 구매를 시행하고, 천연 자원을 보존하기 위한 '농촌 개발 프레임워크'를 실시할 것을 선언했다. 또한, 물관리, 지속가능한 소비 및 생산, 기후 변화에 대한 대응의 필요성에 대한 지원을 약속했다.

네슬레는 지속가능발전목표의 달성이 혼자서는 해결할 수 없는 장기적인 과제임을 인식하고, 모든 이해관계자들과의 대화, 참여 및 파트너십을 통해 'Post 2015 개발 아젠다'에 관해 노력할 것을 강조하고 있다.

네슬레는 2014년 '농업 공급망 내의 토지와 토지소유권에 대한 지지'를 발표함. 이러한 기조는 식량 안보 차원에서 국제연합식량농업기구(The Food and Agriculture Organization, FAO)의 토지 소유권, 어업 및 산림의 책임 있는 거버넌스에 대한 자발적 가이드라인을 채택하여 무분별한 토지 횡령에 대한 무관용 정책과 지역사회의 토지권에 대한 공급업자들의 책임을 강조하고 있음. 네슬레는 또한 합법적이고 공정하게 운영되고 있는 토지에서 원재료가 조달될 수 있도록 하고 있으며, 다른 기관도 이에 동참해줄 것을 독려중. 여러 이해관계자들과의 협업을 통하여 토지가 없는 이들에게 토지 접근성을 부여하고, 특히 여성의 토지 소유권을 확보하는데 중점을 둠.

네슬레의 코트디부아르에 있는 코코아 공급망 내의 여성을 위한 실행 계획(Action Plan)은 동등한 기회를 제공하고, 여성의 발언권과 임금을 향상시킴으로써 여성의 역량 강화를 목표로 함. 본 계획은 회사의 공급망과 연결된 지역여성단체를 육성하고, 생산성과 수입 확대를 위해 병충해에 강한 코코아 묘목과 기술지원 등을 통해 수확량을 증대하는 것에 있음. 네슬레는 또한 협동조합, 현장 직원 및 공급자들에게 Gender 이슈와 관련된 교육을 전개하여 대중의 편견을 개선하고, 코코아 공급망 내에서 여성들이 좀 더 많은 역할을 수행할 수 있음을 알림. 이러한 노력은 여성들의 코코아 경작에의 참여가 가정과 지역사회, 나아가 국가 전체의 차원에서 얼마나 긍정적인 효과로 이어지는지를 잘 보여줌.

네슬레는 주요 시장에서 지속가능한 물 관리를 위한 명확한 책임, 목표, 기간 등을 수반하는 'Water Stewardship Master Plans'을 도입. 2005년부터 제품 1톤 당 취수율을 37% 절감하였으며, 공장 내 약 376개 이상의 물 절약 프로젝트를 시행. 이 프로젝트를 통해 184만m3의 용수를 31개의 '주요 제조설비 시설(심각한 물 부족을 겪거나 회사의 연간 취수율에 있어 상당한 비율을 차지하는 지역에 위치한 곳)'에 공급할 예정.

네슬레, 유니레버, 코카콜라, HBC AG를 포함한 일부 기업들은 Carbon Pricing에 선도적이며, 'Business Leadership Criteria on Carbon Pricing'의 표준을 적극 적용. 이 표준은 전 세계적으로 합의한 온실 가스 배출 비율(2%) 준수 및 그 외의 표준을 준수하는 노력을 나타냄. 이는 내부적으로 탄소 배출권 가격을 높게 책정하여 온실 가스 배출을 줄이는 노력을 포함함.

1) 네슬레는 2004년부터 반부패에 관한 유엔글로벌콤팩트의 10대 원칙을 기업의 사업 원칙 및 사업 행동 강령에 적용시키고, 2008년부터는 직원들에게 온·오프라인을 통하여 교육을 제공. 2014년 네슬레는 유엔의 반부패에 관한 'Call to Action'에 서명하였으며, 같은 해 9천 명이 넘는 직원들이 뇌물수수와 부패에 관련된 교육을 이수함. 사내의 'CARE 감사 프로그램'은 반부패 절차의 모니터링을 통해, 개선이 필요한 부분과 추가적인 교육이 필요한 부분에 대한 식별을 가능하게 함. 또한, 사내의 청렴 보고 시스템을 통해 직원들의 부정행위에 대한 신고를 권장.

2) 네슬레는 코코아, 헤이즐넛, 바닐라 공급망에서의 아동 노동을 줄이기 위한 실행 계획으로 6만여 명의 농업인에게 아동 노동 사례에 대한 교육을 시행하고, 전 세계적으로 60개의 학교를 설립 및 재건하는 것을 기획함. 2009년부터 당사가 거래하고 있는 코코아 농장 지역사회에 영향을 끼치는 주요 경제·사회·환경 문제를 다루는 종합적인 이니셔티브인 '네슬레 코코아 계획(Nestlé Cocoa Plan)'을 실행. 또한, 공정노동연합회(Fair Labour Association)와 협력하여 공장에 납품하는 코코아 농장에서의 아동 노동 여부에 대해 조사하고, 2014년에는 코트디부아르에서 아동 노동 개선 및 모니터링 시스템(Child Labor Remediation and Monitoring System, CLMRS)을 마련함. 이러한 종합적인 메커니즘은 각각의 코코아 공급 지역에서의 아동 노동 리스크 식별을 용이하게 하며, 네슬레와 협력사들이 각각의 가정과 지역사회와의 협업을 통하여 아동 노동에 대한 인식을 제고하고 문제를 미연에 방지할 수 있게함. CLMRS는 22개의 농가 협동조합에 도입되었으며, 2016년까지 모든 네슬레 코코아 계획의 협동조합에 배포될 계획임.

월마트(Walmart)

기업소개

월마트는 한 개의 할인점과 소액의 물품을 판매하고자 단순하게 시작한 아이디어에서 출범해, 지난 50년 동안 세계 최대의 소매 업체로 성장했다. 오늘날 약 2억 6천만 명의 고객이 매주 28개국 소재의 1만 1천여 개의 상점과 11개국의 전자상거래 사이트를 방문한다. 또한, 월마트는 전 세계적으로 230만 명의 직원을 고용하고 있으며, 미국에서만 150만 명의 직원이 월마트에 종사하고 있다. 당사는 이 모든 노력을 통해 기회를 창출하고, 전 세계 고객과 지역사회에 가치를 전달하려는 노력을 펼치고 있다.

4 QUALITY EDUCATION

월마트는 기업의 미래 인재 양성에는 STEM(과학, 기술, 공학, 수학)교육이 중요하다고 간주. 이에 월마트 혁신 실험실(Walmart Innovation Lab)은 2015년에 300여 명의 학생들의 그룹 실험실 투어를 지원함. 본 활동은 미국의 주요 대학에서 컴퓨터 공학과 다른 공학계열 전공의 학생들을 위한 기술토크 시간과 혁신적인 로드쇼를 포함. 월마트는 STEM교육연합과 같은 기관을 지속적으로 후원하며, 이는 연방정부와 정책 입안자들에게 미국의 경쟁력 제고를 위해 STEM교육의 중요성을 알리는데 기여함.

5 GENDER EQUALITY

월마트는 온라인을 통해 소비자들로 하여금 유니크한 상품을 구매함과 동시에 전세계의 여성 소상공인을 지원할 수 있는 공간을 마련. 또한, 'Global Women's Economic Empowerment' 이니셔티브를 발족하여 기업의 규모를 활용한 전 공급망에 걸친 여성의 역량 제고를 위한 활동을 실시. 2016년 까지 200억 달러 규모의 제품을 미국 내의 여성기업으로부터 납품하는 것과, 전세계적으로 여성기업으로부터의 납품 수량을 두 배로 인상하는 것을 목표로 함.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

월마트는 자사의 지속가능지표(Sustainability Index)에서 최고점을 획득한 기업들이 생산한 제품을 따로 진열하는 Sustainability Leaders Shop을 도입.

나이키(Nike)

기업소개

나이키는 미국에 본사를 둔 세계 최대의 스포츠 용품 브랜드로, 다양한 용도에 맞는 운동복, 운동화, 운동용품 등을 디자인, 판매하는 기업이다.

나이키의 지속가능한 혁신(Sustainable Innovation) 전략

나이키는 1) 제품이 환경에 미치는 환경적 발자국을 최소화하고(폐기물 배제, 친환경 에너지 사용, 용수 사용 개선, 화학 관련 신소재 발굴 등), 2) 자사의 가치사슬 전반에 지속가능한 성장이 가능하도록 대외구매 및 제조 시스템을 변형하고, 3) 기업의 지속가능한 성장을 가능하게 하는 인재 육성 및 직원 역량 개발에 힘쓰고 있다.

또한, 지역사회공헌 활동을 통해 아이들의 스포츠 활동을 지원하고(Active Schools, Youth Sports프로그램 운영, Nike Community Impact Fund, Nike School Innovation Fund 조성 등) 다양한 파트너십을 통해 여성 역량을 강화하는 국제적 활동(Girl Effect 활동 지원)에도 참여하고 있다.

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

나이키는 날씨로 인한 자연재해 피해를 줄이기 위해 재산 보호 프로그램을 시행 중. 본 프로그램은 매우 높은 수준의 보호 규범을 반영하며, 나이키는 본 규범에 맞추어 주요 시설의 위치를 정하고, 설계 및 건축함.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

나이키는 신발의 디자인 및 개발과정에서 낭비되는 재료를 최소화하고 친환경적 소재를 적용(예: 니트로 디자인 된 신발)하는 독자적인 라인 (Considered Design line)을 마련.