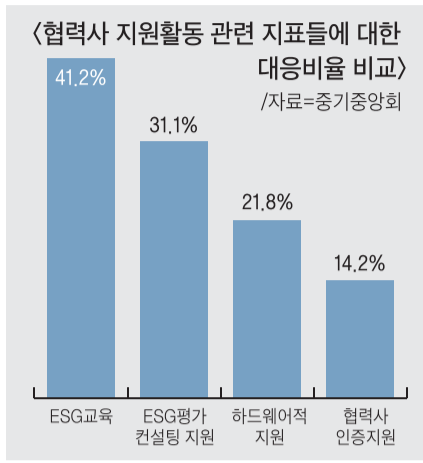


대·중견기업 10곳 중 8곳 공급망 ESG 관리… 지원은 ‘저조’

중기중앙회, 공급망 실태조사
‘협력사 ESG 평가’ 75%로 최대
평가결과 페널티 적용 기업 19%

교육·평가컨설팅 등 ESG 지원
장비·인증 등 실질적 지원 저조



대기업, 중견기업 약 10곳 중 8곳이 공급망 ESG를 관리하고 중소기업 등 협력사를 평가하고 있는 것으로 나타났다.

10곳 중 2곳은 평가 결과에 따라 협력사에 페널티도 부과하고 있었다. 특히 ESG에 대한 평가 결과가 거래 관계에 미치는 영향은 갈수록 증가하는 모습이다.

그러나 협력사에 대한 대기업 등의 지원은 저조했다. 공급망 ESG 관리를 갈수록 촘촘하게 하고 있지만 중소기업에 대한 실질적 지원이 절실한 모습이다.

이같은 내용은 중소기업중앙회가 6일 내놓은 ‘2024년 대기업 공급망 관리 실태 보고서’에서 나왔다.

이번 공급망 관리실태 분석은 한국거래소 ESG포털에 지난해 9월 30일까지 보고서를 자율공시한 상장대·중견기업 148개사를 대상으로 이뤄졌다.

여기에는 삼성전자, 현대차, LG전자 등 대기업, 오투기, 하이트진로, 쌍용C&E 등 중견기업, 그리고 공기업인 한국가스공사, 지역난방공사도 포함돼 있다.

보고서는 대상기업의 지속가능경영보고서 및 협력사 행동규범을 토대로 대·중견기업의 공급망 ESG 관리 활동을 14개

세부활동으로 구분하고, 실시 여부 및 내용에 대한 분석결과를 담고 7있다.

▲협력사 평가절차 보유 ▲협력사 평가항목 보유 ▲현장실사 기준 및 내용 보유 ▲평가결과 활용 ▲진단후 개선사항 제시 ▲향후 평가계획 ▲협력사 행동규범 보유 ▲협력사 ESG교육 ▲협력사 ESG 평가 지원 ▲인증획득 지원 ▲하드웨어적 지원 ▲페널티 보유 ▲구매시스템 반영 ▲기타사항이 세부활동이 두루 담겨있다.

분석결과에 따르면 조사 대상기업의 75%가 자체적인 행동규범, 평가기준, 협력사 지원 등을 통해 공급망 ESG 관리를 하고 있는 것으로 파악됐다.

14개 세부활동 지표 가운데 1개 이상의 지표에 해당하면 공급망 ESG 관리 활동을 시행하는 것으로 간주했다.

세부활동 별로 살펴보면 협력사에 대해 평가를 실시하는 곳이 75%로 가장 많았다.

이외에 ▲협력사 행동규범 보유 (67.6%) ▲협력사 평가항목 보유

(57.4%) ▲구매시스템에 반영 (52.0%) 순으로 높았다.

대다수 상장기업이 협력사 ESG 평가체계 구축 등 공급망 ESG 관리를 위한 기초 인프라 마련에 집중하고 있는 모습이다.

업종별로는 자동차(74.4%), 전자부품(66.7%), 전기·통신장비 제조(63.1%), 건설업(60.0%), 통신업(59.0%) 순으로 공급망 ESG 관리가 활발한 것으로 나타났다.

아울러 협력사 평가결과에 따라 페널티를 적용하는 것으로 확인된 기업은 18.9%였다. 그러나 행동규범 상에 ‘ESG 평가 결과에 따른 페널티 부과 조항’을 두고 있는 기업 비중은 43.2%에 달해 향후 ESG 평가 결과가 거래관계에 미치는 영향이 늘어날 가능성이 높은 것으로 파악됐다.

하지만 협력사 ESG 지원 활동은 ▲교육(41.2%) ▲평가 컨설팅(31.1%) ▲장비제공 등 하드웨어적 지원(21.6%) ▲인증취득 지원(14.2%) 순으

로 많아 교육이나 평가 컨설팅에 집중해 있는 실정이다.

장비 및 인증 등 실질적 지원은 비교적 저조한 상태다.

중기중앙회 양찬희 혁신성장본부장은 “중소기업 ESG 역량 강화를 위한 협력사의 자체적인 노력도 중요하지만 공급망 ESG에 대해 가장 잘 아는 대·중견 원청사의 멘토링과 실질적인 지원 확대가 필요하다”면서 “업종별로 공급망 ESG 관리의 중요도에 차이가 있는 만큼 업종에 따라 맞춤형 정부지원을 한다면 효과가 클 것”이라고 말했다.

한편, 이번 조사에선 선진국을 주요 매출처로 삼고 있는 자동차, 장비·부품 제조업종에서 협력사 탄소배출량을 측정, 관리하는 활동이 일부 관찰됐다.

이처럼 지난 10월부터 전환기간에 들어선 탄소국경조정제도(CBAM)를 비롯한 글로벌 탄소배출규제가 강화됨에 따라 협력사의 온실가스 배출량 감축 노력에 대한 요구 경향은 점차 확대될 전망이다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

소상공인 “플랫폼, 골목상권 침탈 중단을”

소공연, 독과점 규제 촉구 기자회견
“소상공인, 갑질·불공정행위 감내
쿠팡·배민 등 독과점에 포함해야”

소상공인들이 플랫폼 독과점에 따른 어려움을 호소하며 규제 방안을 마련해 달라고 정부에 요구했다.

소상공인연합회는 6일 영등포 소상공인연합회 대회의실에서 ‘플랫폼 독과점 및 불공정 행위 규제 촉구 기자회견’을 열고 이같이 주장했다.

외식업, 숙박업, 소매업, 대리운전업 등 업종별 소상공인이 참석한 이번 기자회견은 유통 권력의 주도권을 장악한 플랫폼의 독과점과 기울어진 운동장에 따른 소상공인의 어려움 가중을 알리기 위해 마련했다.

소공연 유기준 수석부회장은 “비대면유통이 대세가 된 경제생태계에서 플랫폼의 시장 지배력이 높아지며 독과점 문제가 날이 심화되고 있다. 대안을 마련할 여력이 없는 소상공인은 갑질과 불공정행위를 고스란히 감내하는 상황”이라며 “공정거래위원회의 ‘플랫폼 공정 경쟁촉진법’이 무기한 연기되며 상대적 박탈감과 감당하기 힘든 부담으로 소상공인의 경영 의욕이 날이 저하되고 있다”고 강조했다.



소상공인연합회는 6일 오전 서울 여의도 소공연 사무실에서 플랫폼 독과점 및 불공정 행위 규제 촉구 기자회견을 개최했다. /소공연

소공연측은 위기를 타개하기 위한 방안으로 ▲플랫폼 공정 경쟁촉진법 신속 제정 ▲규제 대상에 업종별 독과점 플랫폼 포함 ▲플랫폼의 골목상권 침탈 행위 중단 ▲플랫폼의 불공정행위 중단 등을 요구했다.

특히 플랫폼 공정 경쟁촉진법을 신속하게 제정하고 규제 대상에 소상공인 사업장에 직접적인 피해를 주는 쿠팡, 배달의 민족, 쿠팡이츠, 요기요, 야놀자, 여기어때, 직방 등 업종별 독과점 플랫폼을 포함해야 한다고 밝혔다.

소공연 조사 결과 소상공인 84.3%는 플랫폼 공정 경쟁촉진법 제정을 ‘긍정적’으로 바라보고 있다. 76.6%는 규율

이 필요한 대상 범위를 ‘소상공인 업종에 직접적인 피해는 주는 플랫폼 포함’이라고 답했다.

소상공인들은 “플랫폼이 중개를 통해 취득한 독점 정보를 활용해 시장에서 플랫폼에 등장하는 것 자체가 문제”라면서 “공정한 시장경쟁을 위해 플랫폼은 ‘자사우대’를 통한 골목상권 침탈 시도를 당장 멈춰야 한다”고 꼬집었다.

그러면서 “한 달여 앞으로 다가온 22대 총선에서 734만 소상공인의 선택을 받기 위해선 한계에 내몰린 소상공인이 지금의 위기를 극복할 수 있도록 실효성 있는 플랫폼 규제 정책을 즉시 마련해야 한다”고 촉구했다. /김승호 기자

중견기업계, 상속세 인하 등 기재부에 건의

32개 과제 담은 건의 제출

중견기업계가 중견기업 세제 지원 매출액 기준 폐지, 경제협력개발기구(OECD) 최고 수준의 상속세율 인하 등을 기획재정부에 건의했다.

6일 중견기업연합회에 따르면 기재부에 제출한 ‘2024년 중견기업계 세제 건의’에는 사전증여 장려 이월결산금 공제 한도·기간 폐지, 근로자 과표구간 상향 등 32개 과제가 담겨 있다.

중견연은 그러면서 “특히 여전한 글로벌 경제 불안정성을 돌파하기 위해선 매출액별로 차등 지원하는 조세특례제한법의 세제 지원 기준을 폐지해 지원 대상을 전체 중견기업까지 확대함으로써 적극적인 R&D 등 투자를 견인해야 한다”고 밝혔다.

조특법은 시설투자, 고용, 상생 등 세제 지원 대상은 3년 평균 매출액 3000억원 미만, 그리고 연구개발(R&D)이나 기업상속공제 등은 5000억원 미만 중견

기업으로 각각 한정하고 있다.

중견연 관계자는 “중소기업에서 중견기업으로 성장하면서 각종 지원책이 축소되는 것은 물론 중견기업 대상 세제 지원 정책에서도 매출액에 따라 지원 규모를 차등 적용하면서 지속 성장의 근간인 적극적인 경영 활동을 위축시키는 역설적인 현상이 나타나고 있다”고 꼬집었다.

그러면서 “특정 기업군 안에서 기준을 다시 쪼개 차별적으로 지원하는 대상은 중견기업이 유일하다”면서 “수많은 성장 저해 요인 중 중견기업의 중소기업 회귀 검토 요인 1순위로 10곳 중 6곳이 ‘조세 부담’을 꼽은 만큼 성장 사다리의 원활한 흐름을 강화하기 위해선 시급히 개선책을 모색해야 한다”고 덧붙였다.

중견기업계는 또 국부 창출의 핵심인 기업의 영속성을 확보하고 창업주의 기업가정신과 경영 노하우를 확산하기 위해선 안정적인 기업 승계 환경을 조성해야 한다고 목소리를 높였다. /김승호 기자

청호나이스, 반려동물 셀프미용기기 출시

‘펫 관리기’ 커트·드라이 등 기능

청호나이스가 반려동물용 셀프미용기기인 ‘펫 관리기’를 출시했다.

6일 청호나이스에 따르면 ‘펫 관리기’는 가정에서 반려동물의 건강과 위생 모두를 수시로 관리할 수 있는 제품으로 커트, 드라이, 청소 등 셀

프 관리를 위한 다양한 기능을 제공한다.

이 제품은 실내 미용 시 커트와 동시에 털을 흡입해 깔끔하게 관리할 수 있다. 2.5l의 대용량 흡입 통을 갖춰 한번에 많은 털을 담을 수 있어 사용 중 비워야 하는 번거로움을 줄였다. 커트 시 활용되는 에어클리퍼는 3·6·12·18·24

mm의 길이를 제공해 견종의 스타일에 맞춰 사용할 수 있다.

‘펫 관리기’는 6가지 타입의 멀티 헤드를 제공해 반려동물의 모질에 따라 맞춤형 관리가 가능하고 털갈이 시즌에는 빗질과 동시에 흡입해 털들을 날리지 않게 관리할 수 있다는 장점이 있다. 또한 발이나 몸에 붙은 모래나 이물질 등을 흡입하는 전용 브러시가 있어 산책 후 위생관리에도 탁월하다.

/김승호 기자

시몬스 ‘N32 갤러리아 광고점’ 오픈

‘비건 인증’ 매트리스 컬렉션

시몬스의 비건 매트리스 컬렉션 ‘N32’가 가치소비 트렌드를 타고 쾌속행진을 이어가고 있다.

시몬스 침대의 N32는 국내 침대업계 최초로 전 제품에 동물성 소재를 사용하지 않는 비건 매트리스 컬렉션으로, 지난 1월 전 제품에 비건 인증까지 받았다.

6일 시몬스에 따르면 최근 갤러리아 백화점 광고점 8층에 ‘N32 갤러리아 광고점’을 새로 오픈했다. N32가 갤러리아 백화점에 매장을 오픈한 것은 지난해 11월 문을 연 갤러리아 타임월드점에 이어 두 번째다.



시몬스 N32 갤러리아 광고점 전경.

경기 남부 최대 상권인 수원에 자리한 갤러리아백화점 광고점은 국내 갤러리아 점포 중 최대 규모로, 각종 생활 편의시설과 가까이 가족 단위 고객부터 트렌드에 민감한 MZ세대까지 전 세대가 모이는 곳이다. /김승호 기자