

# 「기업 (양)성평등위원회」 설치 홍보 안내

◆ 경기도에서는 기업의 사회적 신뢰와 책임을 다하고 일하기 좋은 기업 문화를 만들기 위한 「기업 (양)성평등위원회」 설치를 도와드립니다.

□ 일하기 좋은 기업, 「기업 (양)성평등위원회」가 시작입니다.

☞ 「기업 (양)성평등위원회」란? 성평등한 기업 문화를 만들기 위해 제도 및 인식 개선, 노동자 상담, 성인지 교육·홍보 계획 등을 심의·조정하기 위해 기업 내 설치하는 위원회를 말합니다.

□ 「기업 (양)성평등위원회」를 설치하면 이런 점이 좋습니다.

- 성차별적 문화, 법령위반 요소가 있는 지 기업 스스로 점검
- 기업 내 성희롱·성폭력 등 문제가 발생했을 경우 심의·조정
- 직장 내 성차별 등 피해 노동자에 대한 상담 및 조언
- 기업에 알맞은 성평등한 정책 및 제도에 대한 컨설팅 등

□ 혁신과 성장, 성평등한 문화가 필수입니다.

- 글로벌 자본시장 화두로 떠오른 ‘성평등’ (한국경제, '20.6.24.)
  - \* 여성 임원 비중이 0→30% 늘면 회사수익성 15% 증가하는 것으로 나타나
  - \* 글로벌 자산운용 업계의 대세가 된 ESG(환경·사회·지배구조) 투자에서도 성평등은 주요 요소
- 총리실에 기업까지... ‘여성혐오 광고’ 왜 못거르나 (경향신문, '20.12.21.)
  - \* 높아진 대중들의 성평등 인식...못 따라가는 정부와 기업
  - \* 반복되는 사고, ‘학습효과’ 전무 / 성평등 교육, 검증 시스템 마련돼야
- 성평등 일자리, 차별없는 채용이 만듭니다! (여성가족부 홈페이지, '21.3.16.)
  - \* 채용 관련 법령 준수에서부터 채용 단계별로 성평등한 채용을 실천할 수 있는 내용을 담은 채용안내서 ([http://www.mogef.go.kr/mp/pcd/mp\\_pcd\\_s001d.do?mid=plc500&bbsSn=704884](http://www.mogef.go.kr/mp/pcd/mp_pcd_s001d.do?mid=plc500&bbsSn=704884))

□ 「기업 (양)성평등위원회」 설치, 경기도가 도와드립니다.

(문의 : 경기도 여성정책과, ☎ 031-8008-2516)

## □ [여기는 논설실] 글로벌 자본시장 화두로 떠오른 '성평등' (2020.6.24. 한국경제)

여성이사 1명 이상 뒤야하는 자본시장법 7월 시행  
골드만 등 글로벌 운용사, 남성중심 이사진에 '반대'

올해 글로벌 자본시장의 중요한 화두 중 하나로 떠올랐는데 사람들이 잘 인식하지 못하고 있는 게 있습니다. 바로 젠더(gender) 이슈입니다.

최근 글로벌 자본시장에서는 크게 두 가지 성(性)평등 흐름이 나타나고 있습니다. 첫 번째는 상장사 이사회에 여성 이사를 의무적으로 뒤야하는 나라들이 늘어나고 있다는 것입니다.

한국, 영국 등이 그런 나라들입니다. 우리나라는 지난 1월 '자산총액이 2조원 이상인 주권상장법인의 경우 이사회에 이사 전원을 특정 성(性)의 이사로 구성하면 안 된다'는 조항이 자본시장법에 신설됐습니다.

오는 7월부터 시행되는 이 법 규정에 대해 아직 주요 상장사들이 중요성을 잘 인지하지 못하는 분위기입니다. 재벌닷컴에 따르면 자산 총액이 2조원 이상인 상장사 143곳 중 79.7%인 114곳은 지난해 정기 주주총회 당시 제출한 임원 명부 기준으로 여성 등기임원이 0명이었던 것으로 집계됐을 정도로 국내 상장사들의 여성임원 비율이 현저하게 낮은데도 말이죠.

영국도 마찬가지입니다. 런던거래소에 상장된 상장사들은 연내 여성이사를 반드시 선임해야 합니다.

영국은 상장사들의 이사회에서 여성이 차지하는 비중을 33%까지 늘리는 것을 목표로 하고 있습니다. FTSE100 구성 상장사들의 경우 여성이사가 정확히 33%를 차지하고 있고, FTSE250 상장사들은 32%로 목표에 조금 못 미치는 수준이지요.

골드만삭스자산운용 등 유수의 글로벌 자산운용사들이 이사회를 남성으로만 구성한 상장사의 이사선임 주주총회 안건에 '반대'표를 던지기로 방침을 정한 것도 주목되는 움직임입니다. 6월 주총시즌이 있는 일본 상장사들이 이것 때문에 비상이 걸렸습니니다.

영국의 유명 자산운용사인 리걸앤드제너럴의 경우 일본 토픽스100지수에 속한 투자대상 상장사들의 '여성 없는 이사 추천' 안건에 반대표를 던질 계획입니다. 지난해 말 기준으로 도쿄증시 상장사의 57%는 남성들로만 이사진을 구성했습니다.

이 같은 움직임은 일차적으로는 '성, 인종 등 분야에서의 다양성(diversity) 추구'라는 글로벌 트렌드에 맞춰 진행되는 것입니다. 더불어 '이사회에 여성이 포함된 상장사들의 성과가 더 좋다'는 실증연구 결과에 기반한 것이기도 합니다.

모건스탠리캐피털인터내셔널(MSCI)이 2015년 4200개 상장사를 대상으로 연구한 결과 '강력한 여성 리더십'을 보유한 기업은 그렇지 않은 기업보다 자기자본이익률(ROE)이 36.4% 높았습니다. 또 피터슨 연구소가 2014년 2만1980개 상장사를 조사한 결과에서는 임원 여성 비중이 0%에서 30%로 늘면 회사 수익성이 15% 증가하는 것으로 나타났지요.

최근 국내에서는 성평등 이슈가 정치·사회적 논란거리로 떠오르는 일들이 잦아지고 있습니다. 그런 시각으로 보면 '철저하게 자본의 논리가 지배하는 자본시장에 까지 성평등이라는 잣대를 적용하는 게 맞나'하는 의구심도 제기될 수 있을 것입니다.

그러나 이 문제는 자본시장에서 더 이상 당위가 아니라 현실화된 문제가 돼 버렸습니다. 글로벌 자산운용 업계의 대세가 된 ESG(환경·사회·지배구조) 투자에서도 성평등은 주요한 요소로 꼽힙니다.

남녀 성차별로 사회적 물의를 일으킨 상장사들은 전세계적으로 설정액이 1조 달러가 넘는 ESG펀드 투자대상에서 제외될 가능성이 높습니다. 전 세계 투자금이 성차별적 상장사로 흘러들어오지 않는 상황에서 투자자가 이 거대한 흐름을 거스를 이유는 없을 것입니다.

현명한 기업과 투자자들이라면 자본시장의 성평등 흐름을 '변수'가 아닌 '상수(常數)'로 간주할 필요가 있습니다. 변화를 두려워하다 시장에서 뒤쳐지기보다 경영과 투자에 적극적으로 대응하는 게 어떨까합니다.

송종현 논설위원 [scream@hankyung.com](mailto:scream@hankyung.com)

(URL: <https://www.hankyung.com/finance/article/202006241269j>)

## □ 총리실에 기업까지...‘여성혐오 광고’ 왜 못거르나[뉴스분석] (2020.12.21. 경향신문)

“코로나 너 때문에 밖에도 맘 놓고 못 나가고 마스크 때문에 피부는 뒤집어지고 어떻게 책임질거야!”

“나는 나쁜 엄마입니다...널 다른 아이들처럼 평범하게 낳아주지 못해 미안해.”

최근 총리실과 한 기업 홍보물이 사회관계망서비스(SNS)에서 거센 비판을 받고 삭제됐다. 해당 내용이 성차별적인 내용을 담고 있거나, 여성비하적 발언을 한 전적이 있는 유명인을 내세웠기 때문이다.

(중 략)

앞선 사례가 있음에도 불구하고 ‘타산지석’이 이뤄지지 않고 문제적 콘텐츠가 반복적으로 제작·배포되는 이유는 무엇일까. 정부나 기업의 의사결정권자나 검수할 위치에 있는 직급자들의 여성주의적 관점, 성인지적 관점이 부족하다는 지적이 나온다.

신혜정 활동가는 “콘텐츠를 만들고 내보내는 단계에서 여성주의적·성인지적 관점에서 검토하는 과정이 전혀 없거나 내용을 검수할 위치에 있는 결정권자가 이런 인식이 부족하기 때문”이라고 지적했다.

손희정 평론가는 “2000년대 온라인 문화에서 다양한 여성혐오가 놀이·유머 코드로 이용됐다. 이를 경험했던 세대가 정부와 기업 등에 진출해 광고 콘텐츠를 제작하는 세대가 된 것”이라며 “자신들이 재미 있다고 생각했던 것이 혐오라고 생각하지 못하는 것이 가장 큰 문제”라고 말했다. 손 평론가는 “광고나 홍보물은 정책이나 홍보할 내용을 쉽게 이야기로 바꾸어서 대중들과 소통하는 것인데, 이미지와 서사에 대한 상상력에 여성혐오적 문화가 스며들이 있다”며 “이를 내부에서 걸러낼 장치가 전혀 작동하지 않고 있다” 지적했다. 이어 “정부나 기업에서 성평등 문화와 성인지적 감수성에 대한 교육이 필요하다. 아무리 얘기해도 바뀌지 않는 건 그 자리에 누굴 뽑아서 앉히느냐에 대한 문제”라고 덧붙였다.

**반복되는 문제를 막기 위해선 성평등한 관점에서 콘텐츠를 검수할 시스템이 마련되어야 한다.** 여성가족부가 올해 초 펴낸 ‘2020년 성별영향평가’ 지침에 정부홍보사업에 대한 성별영향평가를 시행하도록 되어 있다. 중앙행정기관 및 지방자치단체에서 대국민 홍보를 위해 제작하는 온라인 및 오프라인 홍보물에 성차별적인 요소가 있는지를 평가하는 것이다. 등장인물의 남녀 비율, 성역할 고정관념 및 편견, 성차별적 표현, 비하, 외모지상주의와 관련된 내용이 배제되어 있는지, 폭력에 대한 왜곡된 시각이 배제되어 있는지 여부를 평가하도록 돼 있다.

성별영향평가 시스템이 있음에도 불구하고 현실에선 제대로 작동하지 않았다. 총리실은 이번 ‘뽀루지’ 홍보물을 제작하면서 여성가족부의 성별영향평가를 받지 않았다고 밝혔다. 총리실 관계자는 “앞으로는 여성가족부에서 수행하는 성별영향평가 매뉴얼을 시행할 것”이라고 경향신문과의 통화에서 말했다.

손희정 평론가는 “콘텐츠를 제작하는 개개인의 문제가 아니라 시스템이 없거나 제대로 이뤄지지 않는 게 문제다. 한 개인이 실수를 하더라도 걸러질 수 있는 시스템이 마련되어야 한다”며 “여성 문제 뿐 아니라 다양한 소수자를 어떻게 재현할 것인가에 대한 전반적인 고민이 필요할 때다”고 말했다.

이영경 기자 [samemind@kyunghyang.com](mailto:samemind@kyunghyang.com)

(URL: [http://news.khan.co.kr/kh\\_news/khan\\_art\\_view.html?artid=202012211232001&code=940100](http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=202012211232001&code=940100))