

서울 사회적경제 아카데미 2016

CSR론 교안



2016 서울 사회적경제 아카데미 CSR론 교안

발행처 서울특별시 사회적경제지원센터
발행일 2016년 12월
연락처 서울시 은평구 통일로 684 1동 1층
T. 02-353-3553 F. 02-383-3553
H. <http://academy.sehub.net/>

* 본 책자의 내용은 무단으로 전제할 수 없으며, 책자의 내용 및 활용에 관한 문의는
서울특별시 사회적경제지원센터로 연락주시기 바랍니다.

2016 서울 사회적경제 아카데미

CSR론 교안

본 교안은 2016년 서울시 사회적경제 아카데미 사업의 “사회적경제 아카데미 과정(한양대학교)”을 통해 개발되었습니다.

CSR론 교안 목차

1주. CSR의 확산

- CSR(Corporate Social Responsibility) 확산에 대한 이해관계자 요구 ————— 3
- CSR 확산 배경 ————— 4
- 참고자료1. 한국경제와 경제민주화, 그리고 기업 ————— 6

2주. CSR 정의

- 시대별 CSR에 대한 학자들의 정의 ————— 19
- CSR에 대한 국제기구들의 정의 ————— 21

3주. 시대별 CSR 발전과정

- De Bakker et al(2005)의 CSR 발전과정 : CSR 발전과정을 3단계로 체계화한 대표적인 학자. 연속성(Progression), 다양성(Variegation), 규범성(Normativism) ————— 25
- 김성택(2015)의 CSR 발전과정 : CSR 발전과정을 5단계로 체계화. CSR1.0(도약기), CSR 2.0(전환기), CSR3.0(과도기), CSR4.0(성장기), CSR5.0(성숙기) ————— 25
- Wayne Visser(2013)의 CSR 발전과정 : CSR 발전과정 5단계로 체계화. 탐욕의 시대, 자선의 시대, 마케팅의 시대, 경영의 시대, 책임의 시대 ————— 27

4주. 국가별 CSR #1

- 미국의 CSR ————— 31
- 유럽연합의 CSR ————— 32
- 독일의 CSR ————— 33
- 영국의 CSR ————— 34
- 프랑스의 CSR ————— 36
- 중남미의 CSR ————— 36
- 브라질의 CSR ————— 37
- 아르헨티나의 CSR ————— 38

5주. 국가별 CSR #2

- 한국의 CSR ————— 41
- 일본의 CSR ————— 42
- 중국의 CSR ————— 43
- 아시아 개발도상국의 CSR ————— 44
- 인도의 CSR ————— 44
- 인도네시아의 CSR ————— 45
- 베트남의 CSR ————— 46
- 아프리카의 CSR ————— 47
- 남아프리카공화국의 CSR ————— 48
- 나이지리아의 CSR ————— 48

6주. CSR 이해관계자

- CSR 이해관계자 정의 이론 ————— 51
- 이해관계자 분류 ————— 51

7주. CSR 구성요소

- 조직 거버넌스 ————— 57
- 근로여건 및 인권 ————— 58
- 환경 ————— 59
- 공정한 사업관행 ————— 60
- 소비자 이슈 ————— 61
- 지역사회 참여 및 발전 ————— 62
- 협력사(구매 포함) ————— 62
- 안전보건 ————— 63

8주. CSR 마케팅

- CSR 마케팅 ————— 67
- 전문가들이 제안하는 사회참여 사업 수행을 위한 조언 ————— 68

9주. 기업의 사회공헌

- 기업의 전략적 사회공헌 활동 ————— 73
- 성공적 사회공헌활동을 위한 제안 ————— 78
- 기업 사회공헌활동 실태 ————— 78

10주. 기업과 NGO

- 기업과 NGO간 파트너십 ————— 85
- 기업과 NGO 간 성공적 협력관계 구축을 위한 방안 ————— 86
- CSR 촉진을 위한 NGO 활동 전략 ————— 87
- NGO가 기업의 지원을 이끌어내는 10가지 방법(필립코틀러/낸시 리, 2006) ————— 89

11주. CSV

- CSV(Creating Shared Value)의 개념 ————— 93
- CSV에 대한 비판 ————— 95
- 참고자료2. CSR과 공유가치창출 ————— 96

12주. CSR과 기업이익

- CSR(사회공헌 포함)과 기업이익에 대한 이론 ————— 113
- CSR과 기대편익 ————— 115

13주. CSR 규범

- CSR에 관한 국제적 규범의 등장과 전개과정 ————— 119
- 한국의 사회적 책임 관련 주요 가이드라인과 평가지표 ————— 123

14주. 지속가능보고서

- 지속가능보고서(Sustainability Report) ————— 127
- ISO 26000 ————— 130
- GRI ————— 136
- 참고자료3. ————— 138

15주. UNGC와 SDGs

- UNGC(UN Global Compact) ————— 159
- SDGs(Sustainable Development Goals) ————— 161

16주. CSR 통합 및 실행

- 조직의 사회적 책임 이해 ————— 165
- 조직 전반에 걸친 사회적 책임 통합을 위한 정책과 관행 ————— 166

부록. 추가 참고자료

- 참고자료4. 사회책임투자 금융의 지속가능성과 CSR 촉진제 ————— 173

1주

CSR의 확산

[강의 Point]

1. CSR 확산의 필요성에 대해 다양한 시각 및 그 근거를 제공한다.
2. CSR의 확산에 중요한 역할을 하는 이해관계자는 누구이며, 그 요구내용을 포괄한다.
2. CSR의 성공적인 확산에 필요한 조건과 그 기대효과를 추출할 수 있도록 지도한다.

■ CSR(Corporate Social Responsibility) 확산에 대한 이해관계자 요구¹⁾

1. CSR에 대한 이해관계자들의 관심과 요구 확산 : 투자자, 거래업체, 소비자, 정부, 직원 등

1) 투자자 : ESG* 이슈 고려한 투자(SRI, 사회적책임투자) 증가

가. 투자 시 ESG 이슈를 고려하는 투자자 증가(Goldman Sachs, UBS 등)

나. UNPRI**에 1500여개 기관 투자가 참여(약 60조 달러 규모)

다. 미국 전체 자본의 14% 이상 SRI 투자(2003년 이후 SRI는 연 22% 증대)

라. Bloomberg Professional Service에서 ESG 자료 제공(100여개국 26만명 이상)

* ESG(Environment, social, governance) : 환경, 사회, 거버넌스의 비재무적성과

** UNPRI(UNPrinciples for Responsible Investment) : 각국 정부 및 금융기관의 연기금 운용 시 ESG 이슈 반영

2) 거래업체 : 거래업체의 투명성, CSR이 중요

가. 생산 생태계의 투명성, CSR이 중요

나. 계약 조건으로, UNGC*** 등 국제 기준을 따르고 있는지 확인하는 사례

다. 문제 발생 시, 투자기관 연명으로 해명을 요청

라. 계약 체결 시, '부패문제가 발생할 경우, 무효화' 조항을 넣는 경우가 많아짐

마. World Bank 등, 부패 기업에 사업 참여 금지

*** UNGC(UN Global Compact) : UN 차원의 CSR

3) 소비자 : 윤리적 소비, 녹색 소비, 공정 무역 제품 구입 증가

가. “윤리적 소비(Ethical Consumerism)”

- 생산과정, 사회 · 환경에 미치는 영향, 제조기업의 도덕성을 고려한 소비
- 가격보다 가치에 더욱 중점을 두는 소비자 증가

나. “녹색소비(Green Consumerism)”

- 제조 시 환경에 손실을 끼치는 비용을 감안해서 제품 가격 측정
- ※ 탄소라벨링제도 : 제품의 전 제조과정에서 발생하는 탄소량을 제품에 표시

다. “공정무역(Fair trade)”

- 제3세계의 소외된 생산자와 노동자에게 보다 좋은 무역 조건 제공

4) 정부 : 자국 CSR 독려 및 의무화 · 법제화 추진

가. G20 정상회의(2010년 11월 서울)

- “다년간 개발 행동계획(Multi-year Action Plan on Development)”에 UNGC 지지
- UNGC 녹색경영, 부패방지, 개발행동계획을 선언문에 반영 및 후속조치 추진

1) 이은경(2016), '기업의 사회적 책임(CSR) 동향 및 지속가능발전목표(SDGs)', 한양대 사회경제제아카데미 발제 내용 재정리, pp4~p14

나. 해외사례

- 덴마크 : 2009년부터 모든 대기업 CSR 보고 의무화
- 영국 : 2000년 CSR 장관 임명. 지속가능성 정부 보고서 발간, 반부패법 제정(2011)
- 프랑스 : 2012년 CSR 장관 재임명. 상장기업의 지속가능성보고서 의무화
- 미국 : 2010년 1월부터 증권거래위원회에서 기후변화관련 공시 의무화
- 덴마크, 노르웨이, 네덜란드 : 1999년부터 환경보고서 법제화
- 중국 : 2006년부터 공기업 CSR 도입 지시

다. 국내

- 지식경제부 : ISO 26000 출범 관련 등 지속가능성 보고서 매년 발간
- 외교통상부 : 2011년 CSR 프로젝트 추진(재외공관 중심 우리기업과 현지 정부/기업/소비자/관련단체 CSR 협력체계 구축. CSR 한국주간행사 개최, 공관별 '모범사례보고서' 발간)
- 공기업 평가항목에 윤리, 투명 경영 반영 : UNGC 등 참여 권유

5) 직원 : CSR 우수기업에 대한 선호 증가

가. CSR 우수기업, '착한 기업', '평판이 좋은 기업'에 입사하려는 경향 증가

나. 경영대학교에서 CSR 클래스 개설 : 젊은 경영층의 CSR에 대한 인식 제고

다. 직원들이 직장에서 금전적 수입이상의 것을 찾는 경향 증가

→ "CSR 우수기업 직원들의 사기, 생산성, 만족도가 높음."(Mike Kelly, KPMG CSR 국장)

■ CSR 확산 배경

1. 기업환경의 급속한 변화 : 거시적 환경으로의 변화, 사회의 다원화로 인한 다양한 이해관계자 존재, 기업에 대한 비판 증가

- 1) 거시적 환경으로의 변화 : 과거 기업들은 경영을 위해 경제적, 기술적 요인만 고려했으나 현대사회에서는 경제적, 기술적, 사회적, 정치적 요인을 파악해야함
- 2) 사회의 다원화로 인한 다양한 이해관계자 존재 : 기업들은 경제활동을 위해 소수의 이해관계자만을 상대하던 과거와 달리 다양한 이해관계자들의 요구에 대응해야함
- 3) 기업에 대한 비판 증가 : 기업의 거대화, 힘의 집중현상, 환경의 파괴, 노동력의 착취 등에 대한 사회적 비판 증가. 사회가 민주화, 다원화되면서 정부와 마찬가지로 사회적 중요성이 높아진 기업에 대한 비판이 증대되는 것은 보편적 현상

2. 국내 기업 환경변화의 요인 : 기업 영향력의 확대, 환경문제 및 지속가능성 이슈의 대두, 정보통신 기술의 발전, 이해관계자 가치관의 변화, 고령화 사회 등

- 1) 기업 영향력의 확대 : (거)대기업의 등장으로 기업이 사회적으로 가장 큰 영향력을 가진 집단으로 성장

- 2) 환경문제 및 지속가능성 이슈의 대두 : 기후변화에 대한 사회의 관심 증대
 - 가. 정부, 국제기구, 여론 등의 규제 강화 요구 → 지구온난화 문제에 대한 기업 대응에 관심 집중 → 기업 탄소 배출 감소 노력
 - 나. 기업은 친환경 경영을 통해 새로운 사업창출 기회 모색 → 경쟁력 향상 기회로 활용
- 3) 정보통신 기술의 발전 : 인터넷/SNS의 발달 → 정보 공유의 시대
 - 가. 기업 정보 접근성 확대 → 시민사회, 언론, 소비자, 투자자들이 동일업종 및 경쟁사의 인권침해 등을 쉽게 비교 → 기업의 투명성 요구
 - 나. 인터넷/SNS를 통해 손쉽게 정보 공유 → 문제 발생시, 인터넷/SNS를 통해 힘을 합쳐 대응
- 4) 이해관계자 가치관의 변화 : 시장의 조직화 및 정치화
 - 가. 이해관계자들의 조직화
 - 나. 소비자단체, 시민단체들의 등장 및 확산
 - 다. 정치적 과정의 동원
 - 라. 소비자 및 투자자들의 인식 전환 : 사회적 책임 소비, 사회적 책임 투자 등
 - 마. 정부 규제기관 및 정당 등의 개입
- 5) 고령화 사회
 - 가. 청년층에 이어 중장년층의 인터넷 사용 증가
 - 나. 더 여유로워지고, 친절하고 부드러운 사회조성
 - 다. Silver 시대는 이타심, 사회의식이 젊은 층보다 강함
 - 라. 가족과 사회를 위한 미래에 관심
 - 마. 구매활동에 있어 '가족', '가치'에 대해 보다 신중하게 생각

3. 국제 기업 환경의 변화

- 1) 1990년 이후 다국적기업이 연루된 환경, 노동, 부패 등의 사회적 문제 발생 → 전세계적인 시민운동 야기 → 다국적 기업에 대한 비판과 불매운동
- 2) 2010년 11월 1일에 사회적 책임의 국제표준인 ISO* 26000 발간 → 전 세계적으로 CSR에 대한 요구 강도 증가
 - * ISO(International Organization for Standardization) : 1946년 설립한 국제표준화기구
- 3) 다국적기업들이 글로벌 공급사슬(Supply chain)을 통해 하도급 기업과 파트너 기업 등 거래업체에 엄격한 CSR 요구
- 4) CSR이 국제적 기업경영 활동에 있어 기업의 경쟁력과 지속가능한 성장을 위한 중요한 경영과제로 부상

■ 참고자료1.

한국경제와 경제민주화, 그리고 기업(2016. 10. 1), 위평량(경제개혁연구소, 연구위원(경제학박사))

한국경제와 경제민주화, 그리고 기업

위평량, 경제개혁연구소, 연구위원(경제학박사)

I. 한국경제구조

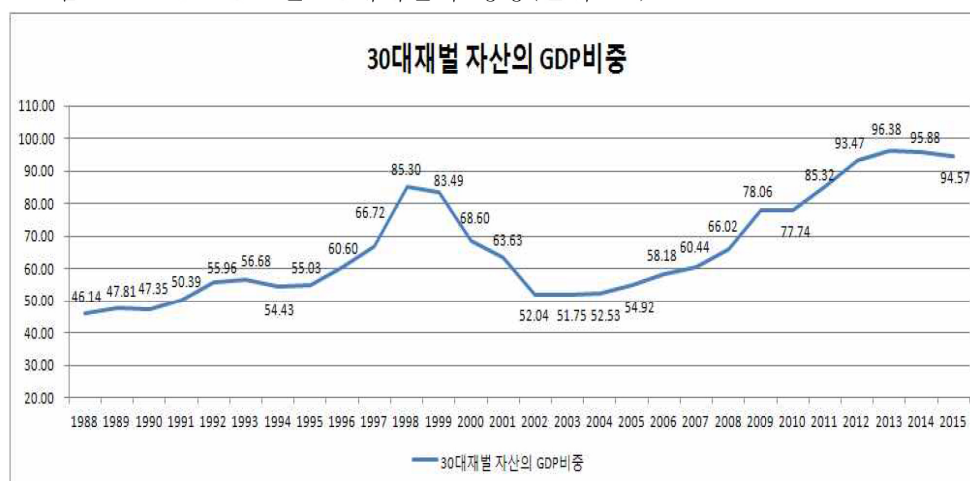
1. 재벌의 경제력집중 양상¹⁾

○ 한국의 경제구조는 다른 선진 국가와는 달리 비교적 쉽게 ‘재벌-대기업체제’라 언급

-국내 총생산(GDP) 대비 재벌그룹의 자산규모 및 매출액 등의 지표추세로 측정

-경제력집중(일반집중)을 측정하는 방법 가운데 하나인 재벌그룹의 총자산/국내총생산 비율을 장기추세로 제시

<그림1> 1987~2015년 30대재벌의 성장(단위 :%)



자료: 위평량 2016. 주1. 2010년 불변가액

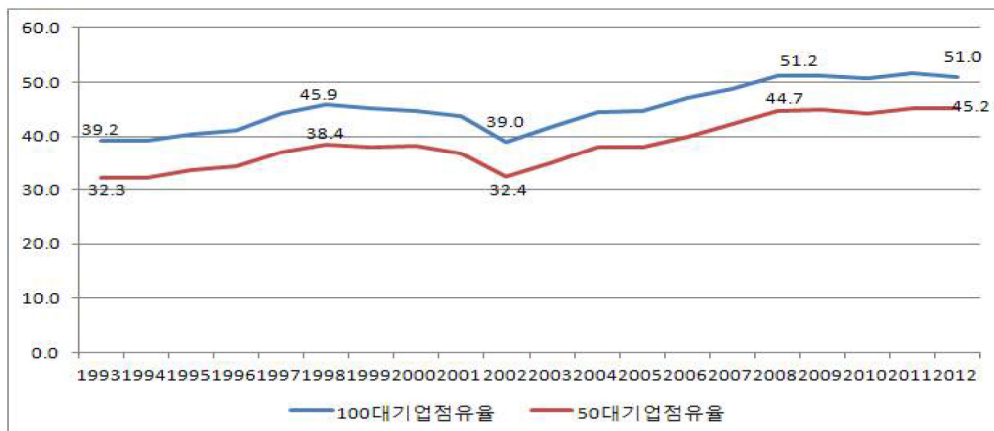
1) 이하내용은 위평량, 2016, 중소기업중심의 경제구조와 그 전제조건에 관한 탐색적 연구, 중소기업연구원을 요약하였다.

-30대 재벌그룹으로 한정된 것은 한국에서 통용되는 ‘재벌그룹’은 그 지정기준이 여러 차례 변경되어 왔고²⁾ 일관성이 결여

-각 년도 1987년 말 46.1%에서 1995년 55.0%로 증가, 1998년 85.3%로 급등. 1997년 경제위기발생 이후 2003년 그 비중이 51.7%까지 하락 후 2009년은 그 비중이 78.0%로 회복, 2013년 96.3%로 급등 한 이후 횡보

-최근의 횡보는 2012년부터 시작된 중소기업적합업종제도의 도입의 영향과 STX그룹 및 동양그룹의 탈락도 영향(위평량, 2015).

<그림2> 출하액기준 상위기업으로의 경제력집중(단위 : %)



기초데이터: 통계청 KOSIS. 출처 : 위평량, 2016

○시장집중도 추세 <그림2>. 1981년 100대기업의 출하액 비중은 46.2%이고, 50대기업 비중 1982년 36.8%

-1997년 경제위기 직전 역대 최고치를 기록한 이후 점차 하락하는 추세를 보였으나 2003년부터 재차 상승하여 2008년 51.2%와 44.7%를 보인 이후 현재까지는 횡보

○경제력집중에 대한 시각과 패러다임의 전환

2) 상호출자제한기업집단 지정기준은 1987년 4월 4천억 원 이상 32개 집단으로 시작하여 1993년 4월부터는 ‘자산기준’으로 변경하여 상위 30대그룹을 지정해왔다. 이후 2002년 4월부터는 2조원 이상 43개 집단으로 변경되었고, 2008년 7월부터는 자산기준 5조원으로 상향 조정 했으며, 2016년 6월부터는 자산 기준 10조원 이상으로 상향 조정시켰다.

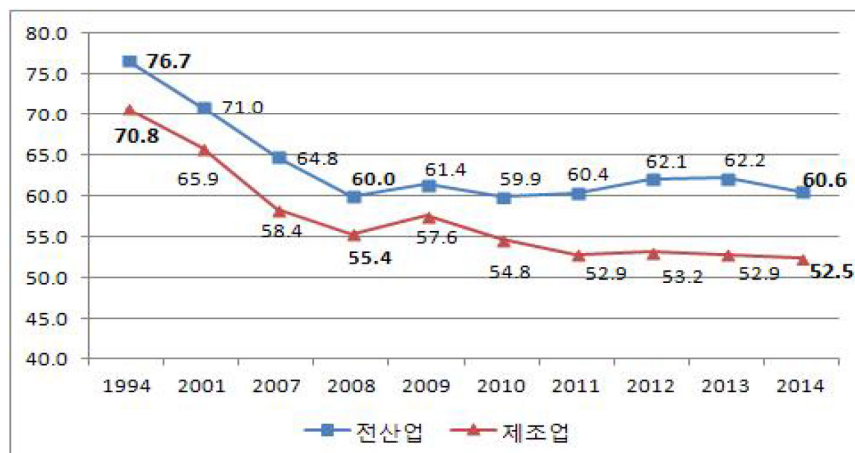
○<그림3>, 전 산업의 대기업 근로자 임금을 100으로 했을 때 중소기업 근로자의 임금 수준과 그 추이

-1994년 중소기업근로자의 임금 수준은 대기업 근로자의 76.7%, 2008년 60.0%로 하락 한 이후 2013년 62.2%수준에서 회복

-제조업 부문에서는 1994년 70.8% 수준에서 2008년 55.4%로 확대 된 이후 2013년 52.9%로 역시 격차가 확대 중

-1980년 기준 80.2%, 대기업과 중소기업의 임금격차는 시간이 갈수록 심화

<그림3> 대기업 vs. 중소기업 근로자 임금비교(월평균 급여총액, 천원,%)



주1.월평균 임금총액은 정액 및 초과급여액과 특별급여액의 합계임
출처 : 위평량, 2015.

○ 물론 현 시점에서 보면 임금격차는 최종적 결과로 볼 수 있으나 그렇다면 재벌대기업 경제구조론도 결과론

-즉, 재벌대기업체제는 한국의 하도급체제를 공고히 했고 하청업체에 대한 원청기업들, 주로 재벌대기업의 우월적지위남용행위 등에³⁾ 따른 결과의 하나로 볼 수 있음

-구체적으로 하도급기업들에 대한 납품단가 후려치기와 물가상승 및 인건비

3) 재벌대기업의 경제력집중은 경제적강자의 행위로 구체화되는데 이러한 각종 불공정행위는 중소기업의 설문조사에 잘 나타나고 있다.

상승 등에 따라 인상되어야 할 납품단가를 오랜 기간 동결시키는 행위 등은 대중소기업 임금격차의 보다 직접적인 원인으로 작용

-또한 재벌대기업의 자본력을 앞세운 문어발식 사업 확장은 업종다각화 또는 범위의 경제(economic of scope)를 표방하여 해당 부문의 중소기업을 고사

-대표적인 예가 재벌대기업의 MRO(maintenance-repair-operation)분야 진출, 이 분야의 중소기업은 퇴출되고 생존한 중소기업이라 할지라도 수익률 급감에 따른 근로자들의 임금상승 억제를 유발

○ 요컨대 한국경제가 중소기업 중심의 경제구조였다면 대기업과 중소기업 근로자의 임금격차가 현재와 같이 구조화 되지는 않았을 것으로 확신

-이런 점에서 경제력집중의 두 가지 척도와 함께 재벌대기업 경제체제의 대표적인 지표로 임금격차 활용하고자 함

○ 한편, 임금격차가 심화되는 원인이 전적으로 재벌대기업에 있나?

-하도급거래관계에 놓여있는 기업의 비율이 2014년 기준 전체 제조업 중소기업 중 46.2%에 달하고 모기업 매출의존도가 82.1%이므로 원사업자인 재벌대기업으로부터도 임금격차의 영향이 있을 수 있다는 추론 가능

2. 경제력집중과 그 폐해

○ 재벌경제체제가 한국경제에 주는 영향이 어떤 것인가. 경제학 일반에서는 경제력의 집중을 소유집중과 시장집중 및 일반집중으로 정의. 일반집중양상과 시장집중양상에 이어 소유집중.

-소유 집중은 기업 설립자 및 그 가족, 그리고 특수관계인(법인 포함)이 특정기업 또는 특정 기업그룹의 의사결정에 영향을 줄 의도로 의결권 있는 지분을 확보하는 것을 말하고 그 수준(비율)을 의미

-의결권이 있는 주식은 특정 주체가 직접(총수 개인+특수관계인) 또는 간접

적인 방법(관계 계열사 등)을 동원하여 의결권 있는 주식을 확보하고 관계 법인회사들의 경영에 다양한 방법으로 영향력을 행사

-2016년4월 현재 65개 재벌그룹(상호출자제한기업집단)총수 일가가 소유하고 있는 직접 주식소유현황(지분율)은 2015년 4.3%에서 2016년 4.1%로 하락하고 있으나 특수관계 및 계열사를 통한 간접보유지분율은 2015년 50.9%에서 53.2%로 증가. 2010년 50.50%(직접소유 4.40%)보다 더욱 상승

○결국 경제력집중은 다음과 같은 양상으로 국민경제에 악영향 줌

①경제적 효율성의 저하를 초래

-거대자본의 시장 장악으로 다수의 경쟁자를 배제시켜 경쟁이 이루어 질 수 없도록 하는 등 궁극적으로는 벤처, 중소기업 등의 획기적인 제품출현 통제

-재벌그룹의 경우 내부시장을 별도, 특히 강력한 수요 독점적 기회와 공급 독점적 지위로 가격결정기능 훼손

-유한 자원의 쏠림현상으로 인해 국민경제적으로 필요한 곳에 자원이 배분 되지 못함에 따라 효율성 저하

②소유 집중에 따른 분배적 형평성을 저해

-재벌총수일가 및 그 관계인들에게 창출된 부가 더욱 가속화(총수일가의 무차별한 골목상권에 대한 진출, 일감몰아주기 등의 현상)

-재벌대기업 근로자들의 임금 수준과 중소기업 근로자의 임금격차 발생 등 양극화 심화의 한 원인

③소수 자연인의 의사가 시장기구의 자동조절작용을 대체함에 따라 분권주의에 입각한 경제민주주의를 역행

-재벌대기업의 국가경제정책에 대한 영향력 막대, 그들만을 위한 정책 구사 제시, 예컨대 규제개혁 등

④정치·행정력과 결부된 정경유착을 유발

-정치권력(행정권력)과 자본권력의 공생적 동맹, 범법자인 총수를 대통령의 사면권을 활용해 죄를 사(赦)해 주는 행위

-전관예우로 사후이익 확보, 언론권력까지 합세, 재벌대기업의 광고를 매개로 정론직필의 언론사 길들이기

⑤거대 경제력에 대응하기 위하여 정부의 강력한 권력은 민주주의 체제의 내재적 위험요소로 작용

-국민은 경제권력의 폐해를 해소하기 위해 불가피하게 정부와 국회 및 사법부 등에게 더 많은 힘을 줌에 따라 정부의 권력 막강

-국가권력의 강화로 전개됨에 따라 국민과 경제주체들의 경제행위 뿐만 아니라 일상 활동을 제약

⑥이해집단간의 사회적 갈등, 정치적 분극화, 이에 따른 자본주의체제 내적 해체요인으로 작용(이규억, 1990, 위평량 2012).

-자본주의는 민주주의와 공동운명체, 입법-사법-행정-언론 등의 집단이 상호 철의동맹(각종 이익집단)으로 이익추구에 몰두 정치체제의 부작동

-이러한 문제를 시정하기 위하여 일반인과 자발적이고 다양한 시민모임과 시민단체 등의 활동은 전반적으로 사회 전체가 혼란한 양상으로 변화

-다양한 이해집단의 매우 다양한 갈등구조를 해소하지 못함에 따라 결국 자본주의를 활성화 시킨 민주주의시스템이 작동되지 못해 자본주의의 장점이 소멸

II. 한국에서의 CSR 잘 되고 있는가?

○ ???????????

Ⅲ. 어떻게 해야 하는가?

1. 일반적 접근⁴⁾

○ 사회적합의인 현행법제도의 준수 : 거액의 비용을 들여 사회공헌활동을 하지 않아도 될 것이며, 나아가 그 비용을 추가적인 기업성장과 사회발전에 투입.

○ 경제민주화에 대한 적극적인 수용 : 기업생태계 활성화라는 직접적인 효과달성, 경제·사회적 약자에 대한 간접적인 지원 효과 달성

○ 이를 위한 정부의 적극적인 유인시스템 구축(carrot and stick) 등의 정책을 구사함으로써 기업 CSR의 선순환 고리가 완성될 것임

○ 경제적 합리성 강화관점에서 CSR과 기업사회적 책임과의 관계에 대한 사회과학적 접근 및 그 결과의 풍부한 제공 필요

-즉, 인간의 도덕적·윤리적 감성에 의존 하는 것은 매우 미흡하고, 취약하다는 점에서 예컨대 SRI역할, 윤리적 소비 등에 따른 사회경제적 성과를 과학적으로 증명해 보이는 작업 필요

① 「상장기업의 사회공헌과 기업가치관계에 대한 실증분석, 경영연구 제21권제4호 (한국산업경영학회, 2006)」(다중회귀분석, 11년간, 상장기업 346개)

-independent variable : social contribution ratio, inner shares ratio, bank and investors shares ratio, size, debt ratio, dummy

② 「윤리경영과 기업가치 간의 관계에 관한 실증분석”, 국제지역연구 제10권제1호 (국제지역학회, 2006)」(연립방정식모형 2SLS, 5년간, 상장기업 142개)

-기업가치방정식(MBR)/ 사회공헌방정식(CSR)/ 구조방정식(EMI) =연립방정식

4) 위평량, 2013, 박근혜정부시대의 CSR의 역할과 전망 컨퍼런스 토론문 요약

-independent variable : soundness, fairness, social contribution, consumers' satisfaction, environment protection, national economic growth, ratio of net profit to net sales, debt ratio, corporate size, dummy 등등.

2. 법제도적 접근

1) 정치권의 행위가 중요(새누리당의 약속)

○ 2012년 4월 총선공약은 경제민주화 관련 다양한 공약 제시, 특히 ISO 26000에 대한 적극적인 도입과 그 결과 공개한다는 약속, 대선공약과 국정과제에서 배제

○경제민주화로 시장경제 질서를 바로잡겠습니다.

- (1)일감몰아주기를 통한 사익추구 근절
- (2)대기업의 무분별한 중소기업 사업영역 진출방지
- (3)부당단가인하, 담합행위 등 고질적인 불공정거래 관행근절
- (4)엄정한 법집행과 사회적 견제장치 강화

1)새누리약속

-대기업 임원 및 지배주주 일가의 각종 법률 위반행위에 대하여는 국민들과 차별 없는 엄정한 법집행과 국민 법 감정에 반하는 사면권 행사의 최대한 억제

-상장기업 및 대기업집단 비상장 계열기업에 대해 ‘윤리현장’ 제정을 의무화하고,사회적 책임경영의 국제표준인 ISO26000 적극 도입

2)새누리실천

-거래소상장규정 및 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 반영, ISO26000 적극 도입 장려 및 결과공개

-새누리당(박근혜대통령), 총선공약 지키도록 관련 주체들의 캠페인 필요

2) 박근혜대통령의 후보시절 경제민주화 공약

○ 박근혜대통령의 경제민주화 최종 공약표. 2012.11.16일 발표한 [경제민주화 5대 분야 35개 실천과제]공약보다 후퇴한 것

<표1> 박근혜대통령의 후보시절 경제민주화 최종 공약

분 야	실 천 과 제
경제적약자의 권익보호 (I)	-중소기업적합업종제도의 실효성제고 -중소도시 대형마트의 신규입점 지역협의체 합의 전제로 허용 -대형유통업체의 납품·입점에 대한 불공정행위, 가맹점에 대한 불공정행위 근절 -건설·IT분야 등 하도급 불공정특약에 따른 중소기업자 피해방지 -소비자권익증진을 위해 소비자보호기금 설립 -소비자 피해구제 명령제 도입
공정거래법 집행체계개선(II)	-공정거래위원회 ‘전속고발권’ 폐지 -공정거래법 위반에 대한 ‘징벌적 손해배상제’ 도입 -공정거래법 위반에 대한 ‘집단소송제도’ 도입 -공정거래법 위반행위에 대한 ‘사인의 금지청구제도’ 도입
대기업집단 총수일가의 불법 및 사익편취행위 근절(III)	-특정경제범죄가중처벌법상 횡령 등에 대해 집행유예 불가능하도록 형량 강화 -대기업 지배주주 경영자의 중대범죄에 대해서는 사면권 행사를 엄격히 제한 -일감몰아주기 등 총수일가의 부당내부거래 금지규정을 더욱 강화하고 부당내부거래로 인한 부당이익은 환수
기업지배구조개선(IV)	-대규모기업집단에 대한 ‘신규순환출자’ 금지 -소액주주, 비지배주주들이 독립적으로 사외이사 선임할 수 있는 시스템 구축 -독립성 강화를 전제로 국민연금 등 공적연기금의 의결권 행사강화 -집중투표제 및 전자투표제 단계적 도입 -다중대표소송제도 단계적 도입
금산분리의 강화(V)	-금융·보험회사 보유 비금융계열사 주식에 대한 의결권 상한을 단독금융회사 기준으로 향후 5년간 단계적으로 5%까지 강화 -산업사본의 은행시분 보유한도를 축소 -대주주적격성심사를 모든 금융회사로 확대

-박근혜정부 경제민주화 공약 준수 및 실효성 평가는 단순 법제도 도입 관점에서는 34.5점이고 실효성 평가는 21.5점

3) 경제민주화 정책의 완성

○ 경제민주화의 의미는 헌법 제119조 1항과 2항을 동시에 충족시키는 것임. 대법원 전원합의체, 최종 판결문(2015.11.19, 사건 2015두295)에서 제1

항(자유경제)은 기본원칙이고 제2항(경제민주화)은 실천원리로서 선후를 가리는 것이 아니고 '동등한 가치'로 재확

○ <표1>에 제시된 박근혜정부의 경제민주화 정책의 제도화

○ 추가로 강조하고 싶은 정책

①재벌대기업의 경제력집중을 억제하기 위해서는 의무공개매수제도의 도입

-영국식 의무공개매수제도 (mandatory bid rule)에 해당하는 것으로 우리나라도 과거(1997-1998)에 잠시 시행

-우리나라는 1997.1.13~1998.2.24 기간 적대적M&A에 대응해 경영권 보호 장치로서 구 증권거래법 제200조에 도입되었으나 이후 폐지

-EU 집행위원회(European Commission)는 이 제도에 대해 무려 13년 동안의 검토 끝에 2002년 영국식 규율체계와 매우 흡사한 EU 공개매수지침(13th Directive on takeover bids)을 제안하였고 현재 EU 전체 28개 회원국 중 22개국이 도입하여 시행 중

-기대되는 효과는 부분인수 보다는 전량인수가 일반화되므로 무분별한 출자가 억제되고 이를 통해 경제력집중 문제도 완화될 것이며, 또한 기업들의 출자를 억제하지도 않고 기업투자를 조장할 수 있음에 따라 기업의 출자와 투자를 저해한다는 비판으로부터 자유로움

②정별적손해배상제도의 전면적인 도입

-2011년 하도급법 일부조항(기술탈취)에 3배손해배상제도 도입 이후 하도급의 3가지 사항에 적용되는 한편, 현재 대리점법 일부조항 위반, 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률, 개인정보보호법, 기간제 및 단시간근로자 보호 등에 관한 법률' 등에 도입되어 경제적 약자의 권익보호가 강화되어 가는 추세

-또한 산업현장 및 정부 일각에서도 '정보통신망 이용촉진및 정보보호 등에

관한 법률', '금융소비자보호법안', '제조물책임법', '건설안전법', '가맹사업법', '특허법' 등에서 동 제도의 입법화가 요구

③(초과)이익공유제도의 도입

-생산과정에서의 노동에 대한 적절한 대가가 분배되지 못한 측면을 해소하기 위한 것

-최저임금인상 등의 제도가 있고, 성과공유제도가 작동되고는 있으나 의도와는 달리 충분하지 않고, 특히 이러한 제도만으로는 진행되고 있는 한국의 문제를 해소할 수 없어

-1차 생산과정에서의 원천적인 분배제도 도입을 통해 대기업원사업자와 중소기업자사업 간의 적절한 분배를 달성하기 위한 보다 적극적인 제도가 필요

IV. 나가는 말

○ 한국의 지식인과 사회지도층의 각성

-절제된 시민적 덕목, 개인주의, 겸양(바르게 이해된 이기주의(Alexis de Tocqueville))의 덕목

2주

CSR 정의

[강의 Point]

1. 다양한 개념정의를 존재하는 CSR의 이론적 배경기반을 정리한다.
2. 시대별 CSR에 대한 정의를 알아보고, 그 정합성에 대해 고민하도록 한다.
3. CSR을 둘러싼 국제기관의 정의까지 포괄한 후 전체적으로 조심히 할 것 등을 논의한다.

■ 시대별 CSR에 대한 학자들의 정의

1. CSR의 역사는 길지 않지만, 기업의 책임이라고 하는 개념은 기 존재

- 1) 앤드류 카네기(1800년 말) : "죽기 전에 스스로의 잉여 재산을 사회적 명분을 위해 기부하지 않는 것은 불명예스러운 일"이라고 정의 → 1800년대 말 미국에서는 "기업"의 책임과 기업을 가진 "개인"의 책임이 완전히 분리되어 있지도 않았고, 기업의 기부는 부자로서의 일종의 의무이며 특권이었음
- 2) 1950년대 : 기업의 사회적 책임과 관련된 연구 활발
 - Bowen(1953) : 기업의 사회적 책임(Social Responsibilities of the Businessman) 책을 통해 최초로 CSR의 개념을 학문 정의로 구체화. "기업의 사회적 책임은 우리 사회의 목표는 가치를 위해 바람직하다고 여겨지는 정책이나 원칙에 따라 의사결정을 하며 그에 따르는 행동을 하는 기업인의 의무"라고 정의하면서 '의무(Obligation)'의 개념을 제시함으로써 후속 연구에서 CSR을 정의하는데 중요한 영향을 미침
- 3) 1960년대 : CSR의 정의를 보다 명확히 하고 정형화하려는 노력이 급속도로 확산
 - 가. Keith Davis(1960) : 사회적으로 책임이 있는 경영상의 결정은 장기적으로 기업에 이익을 가져다주고 이를 통해 다시 사회적으로 책임을 위한 지출로 이어지는 과정을 통해서 정당화될 수 있다고 주장
 - 나. Richard Eells와 Clarence Walton(1961) : CSR을 기업의 활동으로 인해 발생한 문제로 의무의 범위 한정
 - 다. Mcguire(1963) : 의무의 범위를 전체 사회로까지 확대
 - 라. 반대 견해도 존재. Milton Friedman(1970) : 기업의 사회적 책임은 이익을 증대시키는 것이라고 선언
- 4) 1970년대 : Carroll이 CSR 개념 정리. CSR 관련 연구에서 가장 많이 활용됨
 - 가. Archie B. Carroll(1979)의 CSR Pyramid : CSR을 경제적 책임(1단계), 법률적 책임(2단계), 윤리적 책임(3단계), 자선적 책임(4단계)의 4단계로 구분
 - 1단계 경제적 책임 : 경제적 부를 유지하며 소비 욕구를 충족시키는 기업의 책임
 - 2단계 법률적 책임 : 법률적 규제의 범위에서 경제적 사명을 성취하는 책임
 - 3단계 윤리적 책임 : 사회가 적절한 행동 규범으로 규정한 도덕적 규율을 준수
 - 4단계 자선적 책임 : 사회 개량을 위한 기업의 책임 있는 행동을 의미
 - 1단계 경제적 책임만 이익 추구라는 기업 본연의 책임과 관련된 부분이고 나머지 세 가지 책임들은 기업이 속한 사회와 관련된 부분으로 정의

〈그림- 1〉 Carroll's CSR Pyramid¹⁾



마). 이후 CSR 개념은 지속 성장하고 있음

- 가. George Sethi(1979) : 사회 환경 문제를 해결하고 윤리 원칙을 준수 해야한다고 제시
- 나. McFarland(1982)는 개인, 조직, 사회의 각종 제도가 상호의존적이라는 사실을 인식하고 기업이 도덕적, 윤리적, 경제적 가치를 기준으로 행동하는 것이라고 정의
- 다. McGuire(1988) : 기업의 경제적 · 법적 의무를 넘어선 전체 사회에 대한 의무까지도 포함된다고 주장
- 라. Maignan & Ferrell(2000)은 다양한 이해관계자가 기업에게 요구하는 경제적, 윤리적, 자유재량적 책임을 이행하는 것이라고 정의

1) <http://www.aqa.org.uk/resources/business-subjects/as-and-a-level/business-7131-7132/teach/teaching-topics>

■ CSR에 대한 국제기구들의 정의²⁾

1. 유엔무역개발회의(UNCATD, United Nations Conference on Trade and Development)
: 사회의 요구와 목표에 대한 기업의 대응 및 미치는 영향
2. 국제노동기구(ILO, International Labor Organization) : 법적 의무가 아닌 자발적으로 이해관계자들에게 미치는 기업의 영향
3. 국제표준화기구(ISO) : 사회 · 경제 · 환경 문제 해결에 기여함으로써 사회 전체에 미치는 기업의 영향
4. 세계은행(World Bank) : 지속가능한 경제 발전 및 직원, 부양가족, 지역사회 등 사회 가치증진에 기여하는 기업의 경영활동
5. 유럽연합(EU, European Union) : 자발적으로 사회 · 환경에 관심을 갖고 이해관계자와 상호작용을 하는 기업의 경영활동
6. 경제협력개발기구(OECD, Organization for Economic Cooperation and Development)
: 기업과 사회의 관계를 성숙 · 발전시키기 위한 기업의 활동
7. 세계지속가능발전협의회(WBCSD, World Business Council for Sustainable Development)
: 환경을 보호하는 경제적 개발 및 사회 전체의 삶의 질을 개선하기 위한 기업의 의무
8. CSR 뉴스, 정보 포털 사이트 CSRwire : 고객, 직원, 투자자, 환경 등의 모든 이해관계자의 가치 증진을 위한 기업의 전사적 노력
9. 사회적 책임을 위한 경영자협의회(Business for social Responsibility) : 사회가 요구하는 윤리적 · 법적 · 상업적 · 공적 기대수준을 충족시키는 기업의 비즈니스

2) 김성택(2015), 'New CSR', 도서출판 청람, pp.13

3주

시대별 CSR 발전과정

[강의 Point]

1. CSR의 발전과정에서 제안된 다양한 이론과 조건 등을 비교, 설명한다.
2. CSR의 발전과정을 De Bakker, 김성택, Wayne Visser 등 대표분석을 통해 비교한다.
3. CSR 발전과정에서 목격되는 분석들의 공통점과 차별점을 통해 한국사례를 고민한다.

■ De Bakker et al(2005)의 CSR 발전과정 : CSR 발전과정을 3단계로 체계화한 대표적인 학자. 연속성(Progression), 다양성(Variegation), 규범성(Normativism)

1. **연속성 단계(1950년대 ~ 1960년대)** : CSR 개념을 정의하기 시작. CSR에 대한 기업과 사회에 대한 개념적 정의와 연관성에 관해 주로 논의되었으며, 개념 확립 및 기업의 역할을 부여하는 하나의 개념 제시
2. **다양성 단계(1970년대 ~ 1990년대)** : CSR에 대한 사회적 관심 및 학계 연구 증1)
CSR 개념 구체화 및 다양한 접근을 통해 새롭게 해석하려고 시도. 또한 기업 윤리, 지속가능발전, 기업자선, 이해관계자모형, 사회적 책임성과 같은 대안적 정의 반영
- 연속성 단계와 비교해보면, 다양성 단계에서는 왜 기업이 CSR을 해야하는 도덕적 정당성 제공하고 새로운 개념들 간의 연관성을 통해 CSR 개념 설명 → 단, 사회현상들이 복잡화되면서 많은 학자들의 개념 정리로 인해 CSR 개념이 더욱 모호해짐 → CSR 개념의 핵심구조를 이해하는데 지속적으로 기여를 했지만 근본적 의미를 변화시키지는 못함
3. **규범성 단계(2000년대 ~ 현재)** : 현대 경영의 중심으로서의 구체적인 CSR 모델과 측정을 위한 실용적 접근 시도. 왜 사회적 책임에 주목해야 되는지 등 다양한 실증연구들이 지속적으로 진행. 최근에는 CSR 개념이 기업의 시민의식(Corporate Citizenship)으로 진일보함

■ 김성택(2015)의 CSR 발전과정 : CSR 발전과정을 5단계로 체계화. CSR1.0(도약기), CSR 2.0(전환기), CSR3.0(과도기), CSR4.0(성장기), CSR5.0(성숙기)

1. **CSR 1.0(도약기)** : CSR은 주주중심 자본주의(주주를 위해 회사가 존재)에 대응해서 발전
- 20세기 초 미국과 영국을 위시한 이른바 영미법 국가들은 주주중심의 자본주의 도입 → 막강한 기업 배경을 중심으로 권력을 소유하게 된 주주들은 독과점과 카르텔을 통해 시장지배력을 키워나갔고, 결국 경제적 영역을 넘어서 정치 · 사회 영역까지 침범 → 시장의 실패 야기 → 법적 · 윤리적으로 문제가 있는 기업과 주주에 대해 사회적 반성을 하자는 공감대가 형성 → CSR이라고 명명하지는 않았지만 이와 같은 개념이 사회운동으로 발전
2. **CSR 2.0(전환기)** : CSR의 개념이 막 태어난 시기. 단, 당위성과 방법론에 대한 논의 미숙
- 자선은 기업이 아닌 개인이 수행해야 한다는 인식속에 주주들은 기업의 기부나 사회공헌행위를 엄격하게 제한*하거나 지양
* 실제 1881년 매사추세츠 대법원은 철도회사가 지역 음악 악기회사의 행사에 협찬을 해주는 것을 주주의 이익에 반하는 행위를 지양하는 당시 사회적 가치를 반영해서 위법이라고 판결

3. CSR 3.0(과도기) : CSR이 아직 활발히 논의된 시기는 아니지만, 기업은 사회 속에서 사회와 함께 발전하는 것이 유리하다는 인식의 전환이 일어남

- 1953년 하워드 보웬(Howard Bowen)이 CSR을 “사회적 책임은 우리 사회의 목표와 가치에 부합하는 정책들과 의사결정에 따라야 하는 기업인의 의무이다.”라고 해석 → 주주의 이익을 저해하는 기업의 활동은 법적으로 제한을 받던 시기였기 때문에 수많은 학자들로부터 공격 받음 → 그러나 CSR을 제한하는 법적 근거를 뒤엎을 수 있는 판결**이 내려지면서 새로운 국면에 접어들 → 자본주의의 근원지인 미국 내 큰 반향 → 미국 내 기업자선 활동을 법적으로 인정 및 전국적으로 확산 → 미 회사법이 기업의 자선 활동을 대폭 허용하는 방향으로 개정

**1953년 미국의 재봉틀회사인 A.P Smith사가 미국의 명문대학 중 하나인 프린스턴대학에 1,500달러를 기부하자 A.P Smith사의 주주 중 Barlow는 주주의 이익을 침해한다는 이유로 무효소송을 제기하였으나 해당 법원인 뉴저지 법원은 기부행위가 직접적인 이익과는 무관하지만 CSR의 범주로 인정된다는 판결을 내림

4. CSR 4.0(성장기) : CSR의 개념이 지속적으로 성장 → 구체적 실행방안 논의

- 1) 1970년대 : 기업이 경제적 책임 이상의 책임을 소유하고 있기 때문에 대중적으로 인지도가 높은 기업은 생산하는 제품뿐 아니라 다양한 사회적 활동을 통해 대중을 만족시켜야 한다는 인식 제고
- 2) 1980년대 : 사회의 기대에 미치지 못하는 기업에 대한 CSR에 대한 논의가 규정 → 구체적인 실행방안이나 대안모색과 같은 구체적인 행태의 논의로 발전
- 3) 1980년대 : 기업은 환경 문제까지 아우를 수 있는 포괄적 책임을 져야 한다는 인식이 생김
- 4) 1990년대 : 한 국가나 한 기업에 국한되었던 문제가 국제사회나 다양한 기업으로 확대

5. CSR 5.0(성숙기) : CSR이 전한 개념으로 자리 잡음. 학계, 산업계, 정부 등의 많은 주체들에 의해 CSR에 대한 연구나 논의가 활발하게 이루어짐 → 각국 정부의 보다 적극적인 CSR 정책들이 대두

- 1) 영국 : 2001년 세계 최초로 CSR 장관까지 임명해서 기업들의 ‘법적 의무 이상의 행동’을 하도록 장려하는 책임을 부여. 2004년에는 통상산업부 주도로 정부, 기업, NGO, 노동 등으로 구성된 CSR Academy를 설립해서 훈련과 개발, 정보제공을 목적으로 하는 교육 수행. 2001년 7월에 시행된 ‘1995년 연금법’의 개혁과 2005년 3월에 도입된 ‘기업운영 및 재무보고’ 제도를 통해 사회책임투자와 기업들의 책임있는 행동을 독려. 2001년부터 지속가능성에 관한 최초의 정부보고서 발간을 시작
- 2) 미국 : 해외 부패방지법(1977년) → 기업윤리 행동원칙(1986) → 내부비리 고발자 보호법(1989) → 조직의 범죄에 대한 연방판결 가이드라인(2004 개정) → 증시 상장 시 윤리경영의 무화(2001) → 기업회계 · 투자보호법 등을 차례로 제정. 2001년 엔론 · 월드콤 회계부정사건 이후 회계법인에 대한 감시와 CEO와 CFO 처벌 강화

■ Wayne Visser(2013)의 CSR 발전과정 : CSR 발전과정 5단계로 체계화. 탐욕의 시대, 자선의 시대, 마케팅의 시대, 경영의 시대, 책임의 시대

1. 탐욕의 시대 : 시장의 보이지 않는 손 신뢰. 주주이익 중심. 이익의 사유화와 비용의 사회화.
탐욕은 좋은 것
2. 자선의 시대 : 기업이익의 사회 환원. 부에 대한 책임의식. 경제적 효익은 부유층에서 서민층으로 흐름. 먼저 부자가 된 후 자선을 해야함
3. 마케팅의 시대 : 평판과 브랜드가 가장 중요한 자산. PR분야의 새로운 선물 같은 존재인 CSR. Green Washing(위장환경주의). 공익에 대한 로비
4. 경영의 시대 : CSR우선순위를 전략과 일치시킴. 경영시스템 전반에 CSR 도입. 자발적인 기준 수립. CSR을 위한 경영사례 개발. 기업의 자기규제 기능 신뢰
5. 책임의 시대 : 기존의 CSR은 점진적, 지엽적. 비경제적이어서 실패했으며 글로벌 도전을 해결하지 못함. 새로운 원칙에 기반을 둔 CSR 2.0 필요

4주

국가별 CSR #1

[강의 Point]

1. CSR의 국가별 차이점과 공통점을 종합적으로 이해할 수 있도록 기반설명을 진행한다.
2. 미국, EU 등 자본주의의 개념차이가 존재하는 비교 군을 통해 CSR의 차이를 이해한다.
3. 이밖에 EU의 개별사례와 남미 등 CSR의 기반조건이 다른 국가의 차별점을 논의한다.

■ 미국의 CSR

1. 미국 CSR의 특징

- 1) 미국은 CSR의 근거지이면서 민간중심의 CSR이 가장 활발하게 이뤄지고 있음
 - 가. 기업의 자발적 봉사정신과 자선적 기부의 오랜 역사와 전통 보유
 - 나. 기업이 사회적 이슈에 대응하는 자선활동을 펼치는 등 자발적인 CSR 활동을 해왔으며, 전통적으로 기업가 정신에 따른 자기규제가 강조
 - 다. 정부 대신 NGO, 민간의 SRI 펀드, 대형 금융기관 및 연금기금 등 관여
- 2) 미국의 CSR은 주주 중심 자본주의(Shareholder Capitalism)에 바탕을 두고 있음
 - 가. CSR과 자선활동을 경영전략의 중요한 요소로 인식하고 사회 공헌 활동을 '사회 투자'로서 인식함 → 기업 주주의 이익을 최우선으로 보장하는 차원에서 윤리경영 강조
 - 나. 기업의 핵심역량에 적합한 부문에 사회공헌활동을 집중함으로써 효율성을 극대화하고 비용을 효율적으로 관리
- 3) 미국 정부는 CSR 규제활동에 적극적으로 관여하지 않음. 대신 기업들의 윤리경영을 유도하는 환경을 적극적으로 조성하고 미국 기업윤리 시스템을 발전시킴으로서 민간주도 CSR 활동을 지원
 - 가. 미국은 1970년대에 해외부패방지법을 세계 최초로 제정한 이래 일련의 기업 윤리 관련 법규를 제정
 - 1977년 해외부패방지법을 세계 최초로 제정
 - 1978년 정부윤리법 제정
 - 1991년 연방조직범죄 판결지침의 제정
 - 1999년 부패방지라운드의 추진
 - 나. 기업의 사회공헌활동을 촉진시키는 기부 제도 인프라 정비
 - 세금 혜택, 동액보조(matching-grant)프로그램, 정부의 보조금 지급 등
 - 이를 통해 미국 기업은 경제의 호황, 불황에 상관없이 수십 년 동안 일관되게 사회공헌활동 유지됨
 - 기부활동이 CSR의 주요 수단. 1965년 이래 기업기부 평균 5% 수준 유지
- 4) 미국정부는 기업의 글로벌 CSR 중점 지원하고 있음
 - 미국기업들의 글로벌화 · 다국적화 활발하게 증가 → 글로벌 CSR 역할 강조

2. 미국 CSR 발전과정

- 1) 1980년대 : 캘리포니아 공무원연금기금과 같은 연기금이나 노조기금을 배경으로 하는 기관투자자들이 미국의 CSR 주도
 - 가. 2002년 미국 금융 시장에서 기관투자자가 전체 주주권의 50% 차지
 - 나. 미국의 기관투자자들은 사회적으로 책임 있는 기업이 장기적으로는 주주에게도 더 많은 이익을 가져다준다는 관점에서 CSR 초점

2) 1990년대 이후 : 기관투자자들은 CSR과 기업의 수익률 증대방안을 연계시키기 위해 사회적 책임 투자(Socially Responsible Investment, SRI)*를 적극적으로 시도

가. 지난 10년간 사회적 책임과 환경 관련 선별투자 뮤추얼펀드 지속적으로 급성장

- 2005년 말 미국내 SRI 펀드 : 총 201개(2.3조원, 펀드기관 총투자금액의 10%)

나. 주류 금융운용자들도 투자결정에 사회적 성과 · 환경성 성과를 포함시키는 경향 증대

다. 기관투자자들은 환경, 사회, 기업 지배구조 등의 이슈에 대해 주주결의안 상정 및 지원

* 사회적 책임투자 : 투자자와 신탁자가 SRI 펀드를 통해 사회적 책임의 원칙을 지키는 기업들에 투자 → 기업들이 자금조달비용을 낮추기 위해 사회적 책임 원칙을 준수하도록 유인

3) 2010년대 이후 : 미국 정부는 기업의 글로벌화에 따라 '글로벌 CSR'의 역할을 강조. 미국 연방정부 12개 기관에서 약 50개의 지원 프로그램을 운영 중임

가. 지원 프로그램

- Endorsing(보증) : 글로벌 CSR 우수기업 시상

- Facilitating(활성화) : CSR 정보 제공, CSR 이슈 노력에 대한 보상

- Partnering(파트너링) : 공공 · 민간 파트너십 지원

- Mandating(규제) : CSR 관련 이슈 규제, 참여기업 대상 CSR 위임 관리

나. 미 국무부는 매년 말 해외에서 사회공헌활동이 우수한 미국 기업 선정(Award for Corporate Excellence(ACE), 1999년 제정)

■ 유럽연합의 CSR

1. 유럽연합의 CSR 특징

1) 유럽의 CSR은 이해관계자들의 가치를 존중하는 이해관계자 자본주의(Stakeholder Capitalism)의 영향 하에 발전

가. 이해관계자 자본주의 시장이 권리와 도덕적 의무를 동시에 지니고 있는 사회적 제도라고 인식하고 있기 때문에 시장의 사회적 책임을 특히 강조

나. 이해관계자 자본주의 사상 아래, 유럽연합에 가입한 유럽 국가 대부분은 오래전부터 기업의 사회적 책임에 대해 관심을 갖고 노력함

2) EU집행위원회가 주도해서 유럽 내 전반적인 CSR 체계 구축

2. 유럽연합 CSR 발전과정

- 1) 2001년 : EU 집행위원회 그린페이퍼 발간 : CSR의 개념과 범위를 정의 및 설명
→ 그린페이퍼 발간을 계기로 CSR은 유럽사회의 강력한 사회적 의제로 부상
- 2) 2006년 : EU집행위원회 ‘CSR 유럽 동맹’ 발족
- 3) 2011년 10월 : EU집행위원회 ‘2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략’(A renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility) 발표

■ 독일의 CSR

1. 독일 CSR의 특징

- 1) 독일에서는 영미식의 시장지향적인 CSR 개념이 발달하지 못함(Loew et al, 2004)
- 2) 독일 CSR은 정부에 의한 의무 및 통제 강함 → 기업의 윤리적 개념 CSR 의무 규정화 : 복지법, 노동법, 환경법 등에 국가의 규범이 매우 상세히 제시 → 납세 영역뿐만 아니라 경쟁전략, 유해물질 배출 및 관리, 임금 및 요금 정책, 작업환경, 직업 재교육 부문까지 정부가 기업의 의무 강화 및 통제 → 기업의 자유로운 활동 제한
- 3) 기업이 국가를 대체할 수는 없지만 CSR활동을 통해 실업, 지역발전, 교육 문제 등을 해결하는 데 필수적인 존재로 인식(Debroux, 2007)
- 4) 국가 차원의 일관성 있는 CSR 전략 ‘CSR 행동계획(Action Plan)’ 추진 : CSR Action Plan의 세부적 목표는 기업과 공공 행정기관의 사회적 책임풍토의 토착화, 중소기업의 CSR 참여 확대, CSR 활동의 가시화 및 신뢰성 촉진
 - 가. 독일의 CSR 활동 촉구
 - ‘CSR-Made in Germany’ 슬로건 확대 보급 : 독일 제품의 품질 인증으로 사용되었던 ‘독일산(Made in Germany)’을 새로 CSR과 연계시켜 ‘사회적 책임을 다한 독일산(CSR-Made in Germany)’으로 재 부각
 - ‘21세기 글로벌 세계의 핵심 도전과제 성취를 위한 대책’ 마련
 - 기업의 신용 및 투명성, CSR활동 비교 등과 관련한 정보제공 포털사이트 신설
 - 연간 3,600억 유로에 이르는 국가 차원의 수주를 통한 기업 유인
 - 중소기업 컨설팅 진행
 - 정부 차원의 CSR상 제정 → 모범기업 포상 계획
 - 나. 재계·정계 및 사회 네트워크 초점
 - 다. 학교나 시민의 CSR 의식 고취
 - 라. 지역 차원의 정보교환 모임 활성화

2. 독일 CSR의 발전과정

1) 2001년 4월 : 지속성장개발위원회*가 발족

* 지속성장개발위원회 : 15명의 공공인사로 구성. 국가 차원의 지속성장전략 실행을 위한 구체적 행동영역 명시, 지속 성장에 대한 공공이해증진 프로젝트 추진등의 업무 담당

2) 2008년 : 앙겔라 메르켈 총리의 강력한 의지에 따라 경제기술부의 주도하에 CSR 관련 정치적 전략 마련(10여 개 관할부와 33개의 기업 및 협회 참여)

3) 2009년 11월 중순 : 52개 기관 및 42개의 기업 회동을 통해서 사회 프로젝트 관련 100여 개의 파트너십을 결성하기로 결정

4) 2010년 7월 1일 : CSR 포럼은 국가 CSR Action Plan 관련 추천보고서를 연방노동부장관에게 전달. 주요 핵심 사안은 CSR활동의 가시화 및 신뢰성 고취, 중소기업 지원, 연구개발과 CSR의 연계가능성 및 CSR 국제협력 관련 제안

5) 2010년 10월 6일 : CSR Action Plan 도입 결정

■ 영국의 CSR

1. 영국 CSR의 특징

1) 영국은 다른 나라에 비해 CSR의 역사는 짧지만 보다 역동적이고 열정적으로 추진

2) 미국이 CSR의 기초와 토대를 마련했다면 영국은 CSR을 더욱 활성화시킴

3) 정부가 CSR에 관심을 갖고 주도적인 CSR 정책 실행 : 세계 최초 CSR 장관 임명 및 CSR을 위한 회사법 개정

4) 영국 정부는 개발도상국에서의 사회문제 해결을 위해 민간투자 및 CSR 촉진

가. 저개발국 내의 빈곤 해결을 위해 민간투자 촉진

나. '윤리무역 이니셔티브(Ethical Trading Initiative)'를 출범 → 윤리무역 및 공정무역 지원

다. 영국 국제개발부(DFID)는 저개발국의 민간 부문과 빈민을 위한 개발 활동 전개

라. 기업과의 다양한 공공 · 민간 파트너십(PPP)을 통해 아프리카 등 저개발국의 경제 성장과 소득 증대를 위해 노력

2. 영국 CSR의 발전과정

- 1) 1995년 : 연금법(2000년 7월 효력 발생) 개정. 연기금 사회책임투자 간접적 의무화
 - 가. 연기금이 투자대상을 선정 · 유지 · 매각함에 있어서 환경, 사회, 윤리 측면을 고려하고 있는지의 여부와 의결권 행사의 기본방침이 존재하는지에 대한 정보공개 의무화
 - 나. 정확하게 SRI를 의무화한 것은 아니지만 투자의 기준으로 CSR을 고려하도록함. 연금법에서는 “민간연금펀드를 운용하는 모든 주체는 투자 포트폴리오를 구성할 때 사회 · 환경 · 윤리의 세 가지 요소를 함께 고려해야 할 뿐만 아니라, 주주로서의 권리를 성실하게 이행해야 한다.”는 사실을 공시하도록 요구
- 2) 2000년 : 세계 최초로 CSR 담당 장관 임명
- 3) 2001년 : 영국의 통상산업부는 기업의 사회적 책임 수행 지원을 위한 NGO인 BITC(Business in the Community) 설립
- 4) 2004년 : 정부, 기업, NGO, 노조 등으로 구성된 CSR Academy를 설립. CSR활동 향상을 원하는 기업에게 CSR 훈련과 개발을 위한 정보 제공 → CSR을 일상적인 기업 관행에 통합하고자 함
- 5) 2005년 : 회사법 개정을 통해 기업의 사회적 책임 보고 제도를 실행
 - 가. 회사법은 기업의 이사가 기업의 사회적 책임에 관련된 정보를 포함한 경영재무 보고서를 발표하도록 규정
 - 나. 기존의 재무보고 이외에 영업, 성과, 계획, 전망, 그 밖의 정보(근로자, 고객과의 관계, 지역 사회에 미치는 영향, 회사의 지배구조, 환경적 측면, 위험관리 등)도 주요 성과지표에 포함
- 6) 2006년 : 회사법 개정(2007년 1월 발효)
 - 가. 이해관계자들에게 투명한 정보 → 지속가능경영 이슈화. 환경적 영향, 직원, 지역, 사회 관련 이슈 및 재무적 핵심 성과 지표(KPI)
 - 나. 자국의 빈곤지역 개발에 기업 참여 장려
- 7) 2007년 : ‘FTSE 100(런던 증권시장의 100대 기업 주가지수)’ 기업 중 80% 이상이 CSR 전문가 고용. 매년 CSR보고서를 작성해 소비자와 주주들에게 보고
 - 가. 기업의 경쟁력을 강화하고 영업 및 홍보에 있어서 CSR의 중요성이 부각
 - 나. 소비자들도 기업에게 도덕적 · 사회적 · 환경적 활동을 위한 뒷받침을 강하게 요구 → 영국시장에서 윤리적 제품의 가치가 매년 15%씩 증가(이장원, 2007)

■ 프랑스의 CSR

1. 프랑스 CSR의 특징

- 1) 국가 주도적인 방식으로 CSR에 접근
 - 전통적인 경제구조상 공공부문의 비중이 크고 정부 관여가 당연시되는 인식 기반
- 2) CSR을 위한 정책과 법제화가 발달됨
 - 가. 신경제규제법(NRE) : 기업들이 연차 보고서를 통해 사업, 활동 결과, 사회와 환경에 미치는 영향을 어떻게 고려하는지 기재하도록 규정
 - 나. 그르넬 법안 : 상장/비상장기업의 CSR 활동 및 성과를 공개하고 제3자인 감사를 통한 적정성 평가를 의무화함. 추가적으로 통합된 평가기준 추진
- 3) 프랑스 정부의 지속가능전략 목표
 - 가. 기업이 자발적으로 지속가능한 개발을 추진하도록 유도
 - 나. 지속가능한 개발을 효율적으로 추진할 수 있도록 기업(특히 중소기업) 지원

2. 프랑스 CSR 발전과정

- 1) 2002년 : CSR 담당 장관 임명
- 2) 2003년 : 신경제규제법(NRE) 시행
- 3) 2010년 : 그르넬 법안(Loi du Grenelle) 도입

■ 중남미의 CSR

1. 중남미 CSR의 특징

- 1) 중남미의 오랜 전통인 사회적 분배에 대한 기업의 비전과 자선적 활동 강하게 연관. CSR이 뿌리내리기에 적절한 환경 → 기업의 자발적인 이니셔티브
- 2) 단, 다수의 다국적기업, 국제기구, 국제 NGO 등 외부적 요인의 역할과 영향력도 큼
- 3) 중남미 국가들 간 CSR의 발전 단계는 상당한 격차가 존재
 - 가. CSR이 가장 앞선 국가 : 브라질, 아르헨티나, 칠레, 멕시코
 - 나. CSR이 가장 뒤쳐진 국가 : 중미와 카리브 해 지역의 국가들

2. 중남미 CSR의 발전과정

- 1) 1997년 : 본격적으로 남미에 CSR이 도입
- 2) 브라질의 Ethos Institute와 같은 단체들이 나라별로 설립됨

■ 브라질의 CSR

1. 브라질 CSR의 특징

- 1) 브라질의 CSR은 기업의 주주 및 시민사회 단체들의 압력에 의해 강화되는 추세임
 - 가. 주주 및 시민사회 단체들의 요구
 - 나. 기업 경영인들의 긍정적인 인식
 - 다. 사회적 · 환경적 가치에 대한 관심의 제고
- 2) 브라질 정부는 ILO의 노동기준 등 CSR 관련 국제 기준 도입 → 기업들의 자발적 기준 채택 유도

2. 브라질의 CSR 발전과정

- 1) 1998년 : Ethos Institute의 설립
 - 가. CSR 활동 확산 및 심화 목적
 - 나. 기업인과 최고경영자들이 모여 설립한 비정부 기구(1,300여 개 기업 회원)
 - 다. CSR 활동의 중심 허브(hub) 역할 : 지식과 경험 공유, 해결책 개발
→ 브라질 CSR의 발전에 큰 기여
- 2) 연방 근무환경 조사 시스템 설립 : 강제노동과 미성년/아동 노동문제의 근절 목적
- 3) 2003년 : The Bolsa Familia program 설립. 광산 및 철강 기업의 경우 가난한 가정 지원

■ 아르헨티나의 CSR

1. 아르헨티나 CSR의 특징

- 1) 아르헨티나는 브라질과 함께 CSR을 선도하는 국가
- 2) 경제위기를 극복하는 과정에서 CSR 확산
- 3) 국제적 기준의 사회 · 환경적 정책을 준수
 - 가. 아르헨티나에 위치한 다국적기업의 자회사들에게 CSR 적용 요구
 - 나. 대기업들은 본사에서 준수하는 CSR 가이드라인을 자회사에서도 똑같이 적용

2. 아르헨티나의 CSR 발전과정

- 1) 1990년대 중반 : 브라질과 함께 CSR 선도 국가로 인식
- 2) 2000년 : 사회적 균형에 관한 법(24.977) 공포. 직원 300명 이상 고용 기업 대상 매년 사회적 영향에 대한 보고서 발간 명시 → 아르헨티나 정부의 CSR 노력 가시화
- 3) 2004년 : UN Global Compact의 아르헨티나 네트워크 설립
 - 가. UNDP, CEPAL, WTO의 지원
 - 나. 기업, 정부, 국제기구, NGO 등이 협력하는 중요한 플랫폼으로 작동

5주

국가별 CSR #2

[강의 Point]

1. 한국, 일본, 중국 등 동북아 CSR의 특징을 서구모델과 비교해 차이를 도출한다.
2. 개도국에서 CSR에 접근하는 원리와 현재, 그 한계를 통해 발전적 차별화를 시도한다.
3. 이밖에 아프리카 등 서구발신적인 CSR의 수용 및 자체적 개념발전 등을 분석한다.

■ 한국의 CSR

1. 한국의 CSR 특성

- 1) 한국의 CSR은 재벌기업과 재벌총수에 대한 반감에 깊은 뿌리 존재. 반기업정서, 반재벌정서, 기업지배구조 이슈 등
- 2) CSR에 관한 국내외 요구 증가
 - 가. 자본주의 고도화 및 소비자 권리의식 수준 향상
 - 나. 대기업이 국가 경제에 차지하는 비중이 높음
- 3) 기업은 사회변화에 따라 개선된 CSR 활동 추진
- 4) 정부주도의 CSR 관련 제도적 환경 및 정책 존재
 - 가. 다양한 영역에서 기업의 사회책임에 영향을 주는 법규 제정 및 관리
 - 소비자 · 노동 · 환경 · 공정거래 등
 - 이행여부 모니터링 및 처분 기구 설립
 - 나. CSR 관련 정부 포상 운영
 - 다. CSR 이행 컨설팅 기구 역할 강화 : 한국생산성본부, 중소기업중앙회 등

2. 한국의 CSR 발전과정

- 1) 1950 ~ 60년대 : 생산중심시대. 국민들이 원하는 제품을 저렴하게 빨리, 그리고 많이 제공할 수 있는 기업이 좋은 기업.
- 2) 1970년대 : 수출중심시대. 국가 기간산업에 참여해서 수출 증대시키는 기업이 좋은 기업. 준조세적 성격의 각종 부담금을 기부하는 소극적인 자선활동이 주(이상민, 2002)
- 3) 1980년대 : CSR의 필요성 인식 및 적극적인 CSR 활동 추진(재단 설립 등). 기업에 대한 사회적 비판 대응 목적 → 사회적 분위기와 압력에 의해 강제적 참여
 - 가. 1980년 전반 : 기업 재단을 통해 장학 사업이나 학술 및 문화 활동 지원 집중
 - 나. 1980년 후반 : 기부에 주로 치중(이상민, 2002)
- 4) 2000년대 : 기업들의 해외진출로 현지 생산 공장이 생겨나면서 선진기업들의 CSR활동 습득 → 대기업을 중심으로 국제적 기준에 맞는 CSR 활동 추진
- 5) 2003년 : 삼성 SDI, 현대, 기아자동차 등 지속가능성보고서 처음으로 발간 → 2011년 말까지 총 54개 기업들이 동참
- 6) 2007년 : 지식경제부에서 '지속가능발전기본법' 제정

■ 일본의 CSR

1. 일본 CSR의 특징

- 1) 일본의 CSR은 전통적으로 정부의 개입 없이 기업의 주도로 이루어짐
 - 가. 효율적인 생산 활동이 사회공헌으로 이어진다는 상인도 및 오우미 상인의 경영이념이 후대 기업에게 전수되었으며 이는 고객만족과 사람을 중시하는 기업문화로 발전(한국은행, 2007)
 - 나. 성숙된 사회인식과 다양한 이해관계자의 참여 없이 발전 → 경제 불황기에는 퇴보
- 2) 정부 차원의 CSR 강제 규정은 없으며, 포괄적이고 제한적인 가이드라인만 제시
 - 가. 환경경영 지원 정책 중점(환경기본법, 순환형사회추진기본법)
 - 나. 환경관리회계(MFCA, Material Flow Cost Accounting) 국제 표준 도입 촉진 → 일본 기업 국제 경쟁력 향상
- 3) 일본 정부와 기업연합은 기업의 해외 CSR 활동 지원
 - 가. 글로벌 일본 기업들의 CSR 활동이 국가 전반의 인지도 향상에 기여한다는 인식
 - 나. 경제동우회(CBCC, Council for Better Corporate Citizenship) : 아세안 국가/라틴아메리카 현지 기관/기업들과 세미나 및 학술활동 개최

2. 일본의 CSR 발전과정

- 1) 1960년대 : 현대적 의미의 CSR 개념 도입
- 2) 1980년대 후반 ~ 1990년대 : CSR에 대한 일본 기업들의 인식이 본격적으로 전환
 - 가. 1980년대 후반 : 버블경제의 도래에 따라 뇌물증여 사건이 빈발
 - 나. 1990년대 : 장기불황. 기업윤리와 관련된 각종 사건들이 발생 → 기업의 사회적 책임문제가 보다 전면적으로 대두됨
- 3) 1993년 : 환경기본법 제정
- 4) 2000년 : 순환형사회추진기본법(The Basic Law for Establishing a Recycling-Based Society) 제정
- 5) 2011년 : 일본대지진을 계기로 일본 기업의 CSR 활동에 대한 요구 증가

■ 중국의 CSR

1. 중국 CSR의 특징

- 1) 중국 내 사회문제 해결책으로서 CSR에 대한 공감대 형성
 - 가. 개혁개방 이후 국가의 전체적인 부는 급증하였으나 빈부격차, 환경오염 등의 사회문제로 경제성장에 비례해서 급증
 - 나. 2003년 출범한 후진타오 - 원자바오 체제는 ‘사람을 근본으로 삼는다.’, ‘조화로 운 사회’ 등 기존의 성장일변도 정책과는 차별화되는 발전전략 제시(이남주, 2005)
 - 다. 일련의 부정적 사건들로 사회문제의식과 새로운 국가발전관 조성 → 중국기업인들 스스로 CSR을 수용하는 계기로 작용
 - 라. 국제사회의 요구 증가
- 2) 2000년대에 들어 중국 정부는 CSR에 대해 적극적인 태도로 전향하고 다양한 인센티브 및 장려 정책을 통해 기업 CSR을 촉진

2. 중국의 CSR 발전과정

- 1) 1979년(개혁개방) 이전 : 중국은 사회주의 국가를 표방하였기에 국가와 기업 미구분. 기업은 모두 국영기업이었기 때문에 사회 복지제공 역할을 담당(Lin, 2010)
- 2) 1979년(개혁개방) 이후 : 국영기업들은 점차 사유화되기 시작하였고 사기업도 새로 출현 → 빈부격차, 환경오염 등의 사회문제로 경제성장에 비례해서 급증
- 3) 1990년대 : 다국적기업들이 중국 공급업체들에게 국제 규범 및 자체 윤리강령을 소개하며 준수할 것을 요구
- 4) 2000년대 : 국제기구와 NGO들이 중국 기업의 CSR에 대한 요구를 강화하였으나 중국 정부는 노동조건을 무역장벽으로 이용하는 것에 대해 부정적으로 반응함
- 5) 2004년 이후 : 중국 정부는 중국 기업의 해외진출이 증가함에 따라 전략적인 CSR 을 수행하기 시작. 법령 제정 등 행정적, 제도적 장치를 통해 다국적기업과 국제기구의 CSR 관련 요구에 대처
- 6) 2006년 : 사회적 책임 관련 조항을 명시하도록 회사법 개정
- 7) 2007년 : 반부패방지법 제정해서 기업윤리 강화
 - 가. 노동법 개정을 통해 근로 및 노동환경에 대한 점검과 감독 강화
 - 나. 국영기업과 정부합작기업을 대상으로 전략적 CSR 이니셔티브를 강력하게 추진

- 8) 2007년 : 차이나모바일 중국 기업으로는 최초로 CSR 보고서 발간. 중국공상은행과 중국건설은행도 같은 해 CSR 보고서 발간
- 9) 2008년 : 국유자산감독관리위원회(SASAC, State-owned Assets Supervision and Administration Commission of the State Council) CSR 가이드라인 발행. 모든 국영기업들이 CSR의 필요성을 인지하도록 함. CSR 연구 및 평가 가이드라인 개발(중국 CSR 표준, 베스트 사례집, CSR 보고서, 가이드라인 등)

■ 아시아 개발도상국의 CSR

1. 아시아 개발도상국의 CSR 특징

- 1) 국가별 특성을 반영한 다양한 CSR 모델이 존재
- 2) 인도는 정부가 CSR에 대한 전략적인 지원 시작
- 3) 동남아 국가들은 정부차원에서 경제적 발전과 국제 제조업의 공급자로서의 역할에 초점을 둔 CSR을 전략적으로 지원하기 시작

■ 인도의 CSR

1. 인도 CSR의 특징

- 1) 인도 정부는 전략적 차원의 CSR 활동을 추진
- 2) 모두 사회적 약자들을 도와야 한다는 종교의 가르침에 따라 기업이 사회에 기여하는 것은 인도의 오랜 전통
- 3) 인도 정부는 제한적인 가이드라인 제시 및 자문기관 설립을 통해 CSR 장려

2. 인도의 CSR 발전과정

- 1) 1990년대 : 경제 개방을 계기로 기업이 경제, 사회, 환경 영역에서 사회에 기여해야 한다는 새로운 관점 도입
- 2) 2009년 12월 : 인도 기업정책부 ‘기업의 사회적 책임에 대한 자발적 가이드라인 2009’ 발간

- 3) IICA(Indian Institute of Corporate Affairs) 자문기관을 설립해서 CSR 가이드라인을 보다 심도 있게 개발
- 4) 2011년 7월 : IICA는 기존의 CSR 가이드라인을 개정
 - 가. CSR 핵심 요소 실행을 위한 인디케이터 리스트 제공
 - 나. IICA에서 제공하는 CSR 보고서 틀을 통해 이해관계자들에게 보고하도록 권장

■ 인도네시아의 CSR

1. 인도네시아 CSR의 특징

- 1) Gotong Royoung(상부상조)이라고 하는 기부와 나눔의 전통에 따라 기업이 사회적 · 윤리적 책임을 다하고 지역 사회에 환원하는 것은 당연하다는 인식 기반
- 2) 인도네시아는 다국적기업에 대한 국제기구 및 NGO의 요구로 CSR 촉진
- 3) 인도네시아 정부는 세계 최초로 CSR 의무화 법 제정

2. 인도네시아의 CSR 발전과정

- 1) 1990년대 : 인도네시아에 진출한 다국적기업의 CSR에 대한 비판과 요구가 시작됨
- 2) 1992년 : 미국노동연맹 및 산업단체 의회 단체(AFLI-CIO)는 나이키 회사 근로자들의 인권 보호를 위한 CSR 활동 시작
- 3) 인도네시아 리바이스 공장 근로자 인권 유린과 학대에 관한 보고서 발간 → 소비자들의 비판과 노동력 착취 반대 운동이 국제적으로 확산
- 4) 1994년 : 수하르토 정부, 발리 짐바란 선언을 통해 총 96개 재벌이 인도네시아 빈곤 퇴치를 위해 수익의 2%를 사회에 기여하도록 강제 → 인도네시아의 고질적인 부패로 인해 이 정책은 성과를 얻지 못하고 사라짐
- 5) 1990년대 말 : 수하르토 독재정권 몰락. 새로운 정부가 들어서고 시민사회의 요구에 따라 CSR 활동이 활발해지기 시작
- 6) 2004년 : 기업의 CSR 활동 촉진을 위한 CSR 활동을 위한 법(2004.No.28) 제정
- 7) 2007년 : 인도네시아 회사법 No.40 및 인도네시아 투자법 No.25 도입 → 기업들의 CSR 활동에 대한 강제성 부여

■ 베트남의 CSR

1. 베트남 CSR의 특징

- 1) CSR 관련 기업들의 정책 및 실행에 있어서 정부 역할이 중요함
 - 가. 공산국가 정치시스템과 시장계획주의 경제정책의 영향으로 모든 경제활동 영역에서 정부의 영향력이 큼
 - 나. 기업의 소유권은 일부 개인 혹은 정부와 국가에 소속되어 있으며 기업 거버넌스 및 의사결정 구조도 집중된 양상
- 2) 베트남 정부는 최근 CSR 활동을 장려하기 위한 제도적 장치를 마련하고 있음
 - 가. 노동법 개정, 환경법 개정, 반부패법 통과
 - 나. 베트남상공회의소(VCCI) 설립 : 베트남 기업들이 지속가능플랜을 실행할 수 있도록 CSR 관련 상담 등의 지원을 하고 지속가능활동을 평가하고 감독하는 역할 담당
 - 다. 지속가능발전연구소(VA 21 Office) 설립 : 지속가능발전 활동 조정 및 장려

2. 베트남의 CSR 발전과정

- 1) 2002년 : 노동법 개정
- 2) 2004년 8월 : 지속가능발전을 위한 ‘베트남아젠다21(Vietnam Agenda21)’ 선포. 지속가능발전의 원칙과 프로그램, 지속가능발전 행동계획(2005 ~ 2010) 발표
- 3) 2005년 : 주요 정부기관, 기업, NGO, 시민사회단체 등 중요한 이해관계자를 포함한 지속가능발전국가위원회 설립
- 4) 2005년 : 환경법 개정, 반부패법 통과
- 5) 2006년 : WTO 가입

■ 아프리카의 CSR

1. 아프리카 CSR의 특징

1) 아프리카에서는 최근 사회적 환경 및 인식 변화로 인해서 CSR 주목 받음

- 가. 1990년대에 다국적기업이 다수 진출한 채굴산업에서 자원수탈, 노동력 착취, 환경 오염 등의 문제가 빈번히 발생함에 따라 언론 등 외부로부터의 압력 작용
- 나. 가파른 경제 성장*으로 인한 불균형한 경제 성장, 급속한 인구 증가로 인한 식량 부족, 물 부족, 질병, 교육 시스템의 한계, 환경 문제가 대두됨

* 2001년부터 2008년까지 연평균 6% 이상의 성장률 기록

2) 아프리카의 CSR은 국제적 CSR 규범 및 가이드라인 도입과 함께 다국적 기업에 의해 시작되었으며 다국적기업의 주요 산업영역별로 CSR 발전 정도가 다름

3) 현재는 국제기구, 정부, NGO, 그리고 시민사회가 주체가 되는 광범위한 CSR 활동이 이루어지고 있음

4) 아프리카 국가들은 기존 CSR의 한계를 인식하고 대안 모색

- 가. 아프리카 진출 기업들에 의해 이루어지는 일회성 기부형태의 CSR에서 탈피하고 지속가능한 지역통합 및 발전을 위한 민간 역할의 중요성 강조
- 나. 기존의 CSR이 아프리카 지역의 사회 · 문화적 특성을 반영하지 못한다는 한계점을 인식하고 아프리카 정부 · 단체들의 주도하에 현지에 적합한 CSR 개발에 주력하고 있음. 몬로비아원칙(Monrovia Principles) 합의 · 선언함

5) 공공 · 민간 파트너십(PPP: Public-Private Partnership)이 증가하는 추세임

- 가. 1990년대 이후 대외원조 장기화에 따른 기부자 피로현상(donor fatigue) 극복 과 대외원조 효율성 제고를 위해 공공부문과 민간부문의 협력체계를 구축
- 나. 'Cotton Made in Africa' 이니셔티브
 - 아프리카 면화산업의 가치사슬 전체를 육성하기 위한 시민단체, 기업, 정부의 파트너십
 - 유희지를 개간해서 면화 생산 → 일자리 창출 등 지역사회 발전에 기여함
 - 일회성 원조를 넘어선 사회적 기업을 추진한다는 원칙하에 공공부문과 민간부문 간의 협력체계를 구축함으로써 지속가능한 경영활동 구축

라. 밀레니엄 빌리지 프로젝트

- '지구촌 빈곤 및 주요 질병을 절반 이하로 감소시킨다.'는 새천년개발목표(MDG, Millennium Development Goals)달성 방안
- 아프리카 10개 국가의 14개 최빈곤 농촌지역을 돕기 위한 혁신적인 모델
- 다양한 참여 주체들 간의 공조를 통해 비료, 의약품, 식수 및 우량 품종을 공급하고 교실 및 진료소를 구축하는 등의 다양한 사업 추진

■ 남아프리카공화국의 CSR

1. 남아프리카공화국 CSR의 특징

- 1) 과거 아파르트헤이트*로 인해서 1974년 UN에서 축출되고 국제적 경제고립상황에 처하게 되자 기업들의 주도하에 CSR이 서서히 전개. 어번파운데이션(UrbanFoundation)이 대표적인 예임

* 아파르트헤이트 : 남아프리카 공화국의 극단적인 인종차별정책과 제도

- 2) 남아프리카공화국의 CSR은 정부 주도하에 기업의 사회적 투자(CSI: Corporate Social Investment)에 집중

2. 남아프리카공화국의 CSR 발전과정

- 1) 1994년 신정권 수립 이후 : 인종차별법이 폐지됨과 동시에 국제사회로의 통로 개방→ 경제성장으로 이어짐
- 2) 1994년 이후 : 정부는 흑인우대정책(BEE: Black Economic Empowerment) 시행
가. 부의 불공평한 분배를 초래한 아파르트헤이트에 대한 보상책
나. 남아프리카공화국의 CSR은 BEE 정책과 연관
- 3) 1995년 : ‘국가비즈니스이니셔티브(National Business Initiative)’ 발족
가. 넬슨 만델라의 주도 하에 어번파운데이션과 비즈니스운동자문위원회를 통합
나. 정부와 기업 간의 새로운 파트너십 구축

■ 나이지리아의 CSR

1. 나이지리아 CSR의 특징

- 1) 나이지리아에서 CSR에 대한 논의는 오일 및 가스 채굴 다국적 기업에 집중. 석유채굴 및 정제로 인한 니제르 델타지역 환경오염 및 다국적기업의 비도덕적인 행위 심각 → 나이지리아의 무장단체인 니제르 델타 해방 운동 형성 → 오염에 대한 보상과 석유 생산에 대한 이득을 주민에게 돌려줄 것을 주장
- 2) 나이지리아 정부는 채굴산업 투명경영 이니셔티브에 가입하고 UN Global Compact를 공식적인 CSR 가이드라인으로 도입함
- 3) 그러나 현재 CSR 관련 정책 시행이 어려운 상황임. 정부의 정책 일관성 부재, 유전시설에 대한 반군의 파괴행위, 인프라 미비, 인종 · 종교간 갈등과 정치적 불안 지속, 고질적인 부패 심각

6주

CSR 이해관계자

[강의 Point]

1. CSR에 밀접하게 연결되는 다양한 이해관계자를 구분하고, 그 이론기반을 확인한다.
2. CSR에 영향을 미치는 이해관계자를 분류함으로써 그 확장적인 개념발전을 시도한다.
3. CSR 이해관계자의 복잡한 관계성과 지향성 등을 이해, 갈등·조정지점을 파악한다.

■ CSR 이해관계자 정의 이론

1. Stanford Research institute(스탠포드 연구소) 내부 보고서(1963년)

- 1) 이해관계자(stakeholder)라는 용어 최초 사용
- 2) 조직의 생존을 위해 대응해야 할 필요성이 있는 집단만 정의

2. Freeman&Reed(1983)

- 1) 넓은 의미 : 기업의 기능과 경영활동에 의해 영향을 주거나 받을 수 있는 개인이나 집단 모두 포함
- 2) 좁은 의미 : 기업의 기능 및 경영활동의 존속과 유지를 위해 활동하는 주요 집단

3. Freeman(1984)

- 1) 중립적인 관점에서 '기업의 미션과 성과에 대해 영향을 끼치거나 영향을 받는 모든 개인과 집단'
- 2) 기업의 생존과 가치 제고를 확보하기 위한 이해관계자의 전략적 관리
→ 이해관계자란 기업의 긍정적이거나 부정적인 영향을 미칠 수 있는 기업 외부 환경의 핵심 요소
- 3) O'Riordan & Fairbrass(2008) : 비즈니스와 이해관계자 간 관계의 어려움을 가중시키는 이슈를 3가지로 제시
 - 가. 이해관계자 간에 일치하거나 부딪치는 기대사항들
 - 나. 지역적/문화적 차이에서 기인한 해석의 다양성
 - 다. 주요 이해관계자들과의 실질적인 소통 문제

■ 이해관계자 분류

1. 이해관계자에 대한 정의와 분류는 기업의 입장마다 다름

- 1) 이해관계자는 시대와 기업이 처한 상황에 따라 다양하게 분류
- 2) 전통적으로 기업의 이해관계자는 고객, 공급자, 종업원, 소유주로 분류
- 3) 최근 환경론자들과 소비자보호단체, 미디어, 정부, 세계의 경쟁자들의 등장으로 이해관계자의 분류에 대한 논의 대두

- 4) 일반대기업의 이해관계자를 포괄적으로 분류하면 소유주, 종업원, 정부, 소비자, 지역사회, 공급업자 등으로 구분

2. 내부이해관계자와 외부이해관계자

1) 조직 경제 중심 분류 방법

- 내부 이해관계자(internal stakeholder)와 외부이해관계자(external stakeholder)

2) 일반기업의 내부이해관계자와 외부이해관계자 분류

- 가. 내부 이해관계자 : 경영진, 종업원 등
- 나. 외부 이해관계자 : 고객, 협력업체, 정부, 지역단체 등

3) 사회적기업의 내부이해관계자와 외부이해관계자 분류(Carroll, 1989)¹⁾

가. 내부이해관계자

- 사회적 기업가 : 일반기업의 창업경영자가 중요한 것과 마찬가지로 사회적 기업에서도 창업경영자의 역할은 중요함. 사회적 기업의 경우 기업가이며 동시에 사회사업가의 역할을 모두 수행해야 하기 때문에 일반기업보다 더 큰 역할이 요구됨
- 취약계층 종업원 : 취약계층이란 자신에게 필요한 사회서비스를 구매하는데 어려움이 있거나 노동시장의 통상적인 조건에서 취업이 특히 곤란한 계층을 말하며, 사회적기업 육성법 제2조에 의해서 취약계층 종업원을 고용
- 관리자 종업원 : 관리자 종업원이란 중간관리를 담당하는 직원을 말함. 일반기업의 중간관리자와 사회적 기업의 중간관리자와의 다소 차이점이 있음
- 기술자 종업원 : 사회적 기업이 생산품과 서비스를 제공할 때 해당 품목에 따라 품질 관리를 향상시키거나 기술력을 증대시킬 수 있는 전문기술자를 말함

나. 외부이해관계자

- 고객 : 고객은 기업조직이 창출한 상품과 서비스를 구입하기 때문에 사회적기업은 경영관리의 초점을 고객에게 두고 고객에게 높은 가치를 주고 충분한 정보 제공을 통해서 고객의 권리를 보장해야 함
- 투자자 : 투자자들은 사회적 기업의 경영활동에 밀접한 영향을 미치기 때문에 재정지원의 중요한 이해관계자로 고려해야 함
- 경쟁업체 : 사회적 기업의 시장점유율을 높이기 위해서는 기업은 두 가지 기회 측면에서 유리한 점을 취해야 함
 - 기업은 많은 고객을 확보하기 위해서 시장의 크기를 증가시키기 위한 방법을 찾아야 함
 - 개방된 시장에서 선두자리를 차지하고 있는 경쟁사를 이겨야 함
- 정부 : 정부는 노동부와 보건복지부 등 사회적 기업을 육성하고 지원하기 위한 법과

1) 김성택(2015), 'New CSR', 도서출판 청람, pp.311

다양한 제도를 마련하고 있음

- 언론 : 사회적 기업은 언론을 통해서 기업의 경영활동을 노출하고 있음
- NGO/NPO : 비영리조직(NPO), 비정부기구(NGO)는 공익성과 수익성을 동시에 추구하는 다양한 사업을 실행하는 조직형태로 사회적 기업과 가장 유사한 조직임
- 협력업체 : 모든 조직은 외부환경으로부터 투입물을 구입해서 사용하기 때문에 외부환경과의 관계가 최종산출물의 품질과 경쟁력 있는 가격을 결정하게 되므로 조직은 협력업체들과 항상 호의적인 관계를 유지해야 함
- 지역사회 : 다수의 사회적 기업이 지역사회와 밀접한 유대관계를 가지고 있으며, 이러한 유대관계는 사회적 기업의 목적과도 부합됨

3. 일차적 이해관계자와 이차적 이해관계자

1) 일차적 이해관계자 : 기업의 영업활동이나 생존에 직접적인 관계

- 가. 기업과 공식적, 사무적, 계약적 관계에 있는 주주, 투자자, 종업원, 고객, 공급자
- 나. 공적 이해관계자로서의 인프라와 시장을 제공하는 정부나 지방단체

2) 이차적 이해관계자 : 기업의 영업활동이나 생존에 간접적인 관계

- 가. 상호 영향을 주고 받는 언론이나 특별한 이해집단
- 나. 이차적 이해관계자는 일차적 이해관계자로 대우받기 원함 → 이해관계자는 기업의 입장에 따라 조심스럽게 분류

3) 일차적/이차적 이해관계자의 샘플리스트(Svendsen, 1988)²⁾

※ P(Primary) : 일차적 이해관계자, S(Secondary) : 이차적 이해관계자

- 가. 소유주(owner) : 주주/소유주(P), 종업원 주주(P), 기관투자자(S)
- 나. 고객(customers) : 일반고객(P), 연고구매고객(P), 소비자여론주도층(S), 소비자 보호단체(S)
- 다. 종업원(employees) : 신입직원(P), 고령/장기근속자(P), 소수인종(P), 은퇴자(P), 종사자 가족(P), 노조(S)
- 라. 산업관계자(industry) : 공급자(P), 경쟁회사(S), 산업협회(S), 산업여론주도층(S)
- 마. 지역사회(communitiy) : 기업인근거주자(P), 주민단체(S), 상공회의소(S), 자선조직(S), 학교/대학(S), 특정이익집단(S)
- 바. 정부규제(government regulation) : 연방 정책결정가(S), 주/광역지역 관료(S), 지역공무원(S), 언론인(media), 언론 주도층(S), 칼럼니스트(S)
- 사. 기타(environment/nonhuman speedies/future generations) : 자연환경(P), 동식물(P), 미래세대(P), 과학자(S), 환경보호단체(S)

2) 김성택(2015), 'New CSR', 도서출판 청람, pp.313

7주

CSR 구성요소

[강의 Point]

1. CSR을 구성하는 다양한 요소와 그 이론적인 근거를 체계적으로 학습한다.
2. 사내의 거버넌스, 근로여건, 인권, 환경, 사업관행 등 개별요소를 정밀하게 해석한다.
3. 소비자를 비롯해 지역사회에 대한 참여 및 발전이 갖는 CSR의 확장성을 이해한다.

■ 조직 거버넌스

1. 조직의 지배구조 : 조직 목표달성을 위해 의사결정을 내리고 의사결정을 이행하는 체계

- 1) 의사결정 및 이행에 있어서 원칙 필요
- 2) 설명책임, 투명성, 윤리적 행동, 이해관계자의 관심사안 존중, 인권 존중, 법규 존중, 국제적 행동규범의 존중 고려 필요

2. 조직 거버넌스의 지향점

1) 이사회 주도 CSR

- 가. 이사회 산하 CSR 위원회 설치 → CSR에 대한 의사결정 기능과 책임 강화
 - 단, 실행 및 통제가능성을 종합적으로 고려. 꼭 이사회 산하 위원회일 필요는 없음
 - 나. 이를 통해 기업의 최고 의사결정기구인 이사회에 CSR 안건 상정 → CSR에 관한 의사결정을 강화
 - 필요 시, 사회 운영규정 등 개정을 통해 이사회 내 CSR 안건 상정
 - 다. 이사회 내 CSR 안건 상정 필요성에 대한 주장 대두
 - 다양한 이해관계자 : 이사회 차원에서 CSR, 지속가능경영 이슈 논의 요구
 - 기업지배구조에 대한 OECD의 모범규준 : 이사회에 높은 수준의 윤리적 기준을 적용하고 이사회는 이해관계자의 요구사항을 적절히 고려해야함
 - GRI* : 지속가능경영보고서의 공식적인 승인과 검토를 담당하는 최상위 위원회를 보고하도록 하고 있으며, 조직의 의사결정을 담당하는 위원회를 식별하여 보고하도록 권장
- * GRI(Global Reporting Initiative) : 지속가능 보고서에 대한 가이드라인을 제시하는 국제기구

2) 이해관계자 참여

- 가. 지속가능성 이슈를 명확하게 정리하고, 대응을 가능하게 하는 중요한 도구
- 나. 조직의 의사 결정과 활동에 이해를 높이는 데 도움이 되기도 하며 성과검토와 지속적 학습에 기여
- 다. AA1000SES의 성공적인 이해관계자 대화를 위해 고려해야 하는 세가지 원칙**
 - 포괄성의 원칙 : 이해관계자의 필요성 및 필요한 이해관계자에 대한 이해
 - 중요성의 원칙 : 조직과 이해관계자 모두에게 중요한 이슈 파악
 - 대응성의 원칙 : 이슈에 대응

** AA1000SES(stakeholder Engagement Standard) : 지속가능경영을 위한 이해관계자 참여의 기준을 제시하는 국제 표준

■ 근로여건 및 인권

1. 노동환경의 글로벌화와 기업 인권의 중요성 증대

- 1) 노동인권 주제에 대한 국제사회의 요구 강화
- 2) ILO협약, 인권 프레임워크와 같은 국제규범의 영향력 증대
- 3) 기업 인권 관련 표준과 이니셔티브 강화
- 4) 투자자, 고객사 등의 이해관계자들이 근로여건 및 노동인권에 관한 회사 정책의 보유 여부를 기업에 대한 투자와 거래의 요건으로 강하게 요구하는 사례 집중

2. 근로여건 및 인권

- 1) 근로여건 : 작업환경에 미치는 정책, 관행 포함. 노동자의 채용 및 승진, 징계 및 고충처리 절차, 노동자의 전근과 재배치, 고용기간 만료, 교육 및 기술 개발, 건강/안전 및 산업보건, 특별한 작업시간 및 보수
- 2) 인권 : 인간의 기본권리. 크게 두 가지 범주로 구분
 - 가. 시민권과 정치적 권리 : 생명권, 자유권, 법 앞에서의 동등과 표현의 자유 등
 - 나. 경제/사회/문화적 권리 : 일할 권리, 음식에 관한 권리, 의료서비스를 받을 권리, 교육을 받을 권리, 사회보장제도에 관한 권리 등
- 3) 근로여건 및 인권의 주요 영역
 - 가. 아동 노동 금지 및 미성년 근로자 보호 : 국제협약 또는 국가의 법률에서 정한 최저 노동 연령 미만의 아동은 채용할 수 없으며, 18세 미만 직원은 유해환경에 채용할 수 없음
 - 나. 자발적인 고용과 노동 : 모든 고용은 자발적이어야 하며, 어떠한 형태로도 노동을 강제할 수 없음
 - 다. 결사 및 단체교섭의 자유 : 국제협약과 법이 허용하는 범위에서 모든 직원이 자발적 조합 활동 및 단체 교섭의 자유를 누리며 조직이 이러한 활동을 간섭하거나 방해할 수 없음
 - 라. 차별 금지 및 다양성 존중: 조직은 국가의 법률로 보호되거나 업무와 무관한 어떠한 기준을 근거로 직원을 차별 대우하지 않아야 하며, 개인의 다양성을 보장해야함
 - 마. 인격적인 대우(희롱 및 학대 금지): 모든 직원은 인격적인 대우를 받아야 하며, 조직은 신체적, 정신적, 언어적, 성적 희롱이나 학대에 관여 또는 이를 묵인해서는 안됨
 - 바. 근로시간 준수: 해당 국가 및 주요 국제규범, 산업계 규범에서 제시하는 정규, 초과, 휴일 근로에 관한 모든 요건을 준수해야함
 - 사. 공정한 보상: 모든 직원은 해당 국가/지역의 정규 근로시간에 대해 법적 최저임금 이상을 적시에 지급받아야 하고 임금과 부가급여에 대한 법적 혜택을 보장 받아야함

아. 보건안전환경은 근로여건 및 인권의 주요 영역 중 하나이나 보건안전 및 환경 부분에서 별도로 다룸

- 4) 근로여건 및 인권 영역의 위험 요소 : 국가, 지역, 문화, 산업, 조직의 특성에 따라 다양한 형태와 수준으로 잠재 또는 발생
- 가. 노동인권 및 사회적 책임에 관한 국제표준에서는 이러한 근로여건 및 인권 영역에 대한 주기적인 위험평가를 중요 요소로 다룸. 다른 국제 규범들에서도 노동인권 위험 요소의 평가와 그에 따른 관리가 이루어져야 함을 직간접적으로 표명
- 나. 조직의 경영활동에서 문제가 발생할 수 있는 근로여건 및 인권의 주요 사안들에 대해 문서화된 위험평가를 주기적으로 수행하고, 위험 평가 결과를 토대로 우선순위를 선정해서 근로여건 및 인권 분야의 지속적인 개선 필요
- 다. 일반적인 경영 시스템적 접근과 마찬가지로 근로여건 및 인권 분야의 체계적 관리를 위해 관련 내부 원칙과 방침이 수립되어야 하며, 위험 요소에 대한 개선사항이 효과적으로 실행되고 있는지 주기적으로 관리하고 점검
- 라. 임직원들에게 지속적인 근로여건 및 인권 교육이 제공함으로써 관련 규범 및 방침 준수를 위한 인식과 역량이 지속적으로 향상되도록 하고, 관련 불만이나 고충을 해결할 수 있는 시스템 필요

■ 환경

1. 기업은 기업이 어디에 위치해 있든 자연환경에 영향 미침 → 환경오염, 자원고갈, 기후변화와 같은 환경 이슈는 기업에게 직/간접적으로 영향 미침 → 기업의 환경 경영 실천은 CSR분야에서 매우 중요하면서도 가시적인 분야
2. 미국, 독일, 일본, 프랑스 등 선진국들은 이미 오래 전부터 환경산업을 미래 전략사업으로 선정하는 등 사회 관심 증가(딜로이트 녹색경영센터, 2010) → 1970년대 이후 환경적으로 유해한 위험 산업에 대한 법적 규제 강화
3. 단, 비교적 규제가 약한 아시아, 아프리카 등으로 다국적 기업들이 진출하게 되면서 환경문제 발생 → 다국적기업의 공해수출

4. 사회적 환경 이슈 개선 방안

- 1) 기업이 환경에 미치는 부정적인 영향을 줄이기 위해 경제, 사회, 건강, 환경에 대한 직/간접적인 영향력을 고려하는 통합적인 접근방식 필요. ISO14000(국제환경규격)시리즈 표준과 관

련된 기술적 도구 표준 : 시스템적인 방식으로 환경 이슈 전달 → 전체 프레임워크로 사용 가능(환경성과평가, 측정, 온난화 물질보고, 전 과정 평가, 환경디자인, 환경 라벨링, 환경 커뮤니케이션 평가 등)

- 2) 기업은 환경과 관련된 경영 및 운영상 리스크를 파악해서 관리할 수 있는 환경경영 시스템 구축 필요. 환경 방침, 절차, 지침 수립 및 전담조직 설치, 임직원 환경 교육 및 사업자 평가 등 → 주기적인 환경영향에 대한 주기적인 관리를 통해 환경 리스크에 효과적으로 대응. 주요 환경 관리항목 : 유해화학물질 관리(식별 및 위험성 평가, 관리 철차, 유출 대응체계 등), CO2 등 에너지/용수/대기오염/온실가스/수질오염물질/폐기물 관리 등
- 3) 기업의 밸류 체인 과정 전반의 친환경 정책 마련
 - 가. 환경 성능이 우수한 제품 및 서비스 제공
 - 나. 구매 시, 환경적으로 우수한 부품과 소재 구매 → 최종 제품 환경 성능 향상 기여 → 시장 경쟁력에 영향

■ 공정한 사업관행

1. 공정운영관행은 조직과 다른 조직 간 거래의 윤리적 행동에 관한 것으로 회사와 직원의 비윤리/부패 문제는 국제사회를 비롯해 대부분의 국가와 산업에서 중요하게 평가함

- 1) UN과 OECD의 반부패 협약 체결
- 2) 주요국가에서는 부패에 대한 법적 제재 강화
- 3) 고객과 투자자 등의 이해관계자들도 기업의 윤리경영 수준 관심 증가

2. 공정운영관행 쟁점

- 1) 공정운영 관행 : 부패방지, 공공분야에서 책임 있는 참여, 공정경쟁, 사회적 책임활동 증진, 타 조직과 관련된 재산권 존중 등
- 2) 조직 간 거래 : 조직과 정부기관 간, 조직과 조직의 파트너, 공급업체, 하청업체, 경쟁업체 및 조직이 속한 협회 관계 등

3. 공정한 사업관행 이슈 대응

- 1) 기업은 윤리 경영에 대한 의지를 전사적으로 표현하고, 경영활동과 통합해서 의사결정에 반영하는 체계 구축

- 가. 윤리규범, 행동강령 등 회사의 의지와 원칙을 담은 정책 필요
- 나. 조직 내 윤리경영 체계를 구성하는 핵심 실행 요소 마련 : 윤리경영 목표 및 계획 수립, 프로그램 실행, 성과평가 등
- 다. 조직 내 부패 발생 위험 정도 파악 및 관리
- 라. 모든 직원에게 주기적으로 윤리경영교육 제공
- 마. 윤리/반부패 방침, 절차 등 관련 정보 전사적 공유
- 바. 직원들이 업무 수행 중, 발생하는 윤리/반부패 이슈에 대해 효과적으로 대처할 수 있도록 제도적 지원
- 사. 신고제도 마련을 통한 비윤리 문제로 인한 조직의 피해 최소화

■ 소비자 이슈

1. 고객은 지속가능경영의 방향과 전략에 중요한 의견을 제시하고 영향력을 미치는 핵심적인 이해관계자 → 기업은 소비자 및 고객에게 제공하는 상품과 서비스에 대한 책임을 가지고 있음

- 1) 소비자 및 고객에게 정확한 정보 제공
- 2) 공정하고 투명한 마케팅 정보와 계약 절차 이용
- 3) 지속 가능한 소비 및 모든 사람들에게 접근 가능한 제품과 서비스 설계
- 4) 취약계층에 대해 절절하게 공급

2. 소비자 이슈 대응

- 1) 고객 불만 · 고충 처리 시스템 구축
 - 가. 고객만족을 위해서는 고객의 니즈를 파악하고 체계적으로 불만과 고충 관리
 - 나. 불만관리 절차 및 담당조직 운영, 고객만족과 불만관리 목표 설정 등
 - 다. 투자자와 다수 표준 및 가이드라인에 독려하는 사항
- 2) 고객만족도 계량화 및 지속적 관리. 이해관계자에게 정보 공개
- 3) 고객/소비자의 데이터 수집, 이용 및 보호를 위해 엄격한 시스템 적용(ISO 26000)
 - 가. 최근 인터넷 확산으로 인한 새로운 종류의 보안 위협 증가
 - 나. 고객과 관련, 지적재산권이나 중요정보 손실, 허가되지 않은 상태에서의 정보 공개 등의 리스크가 없는지 확인(대표적인 지속가능경영 산업이니셔티브인 EICC*)

* EICC(Electronic Industry Citizenship Coalition) : 2004년 델, HP, IBM 등 8개 글로벌 전자 관련업체가 '기업의 사회적 책임을 다하자'는 취지로 만든 행동 규범

■ 지역사회 참여 및 발전

1. 지역사회 참여 : 지역사회 지원 및 관계 수립. 지역사회에 기여

- 1) 경제적 활동과 기술 발전의 확장과 다각화를 통한 고용창출
- 2) 사회적 투자를 통한 지역 사회에 기여
 - 가. 부와 소득 창출을 통한 지역경제 개발 이니셔티브
 - 나. 교육기회 확대 및 재능 개발 프로그램
 - 다. 문화 및 예술 보전
 - 라. 지역사회 건강/보건 서비스 제공

2. 기업의 사회공헌 측면에서의 지역사회 참여 및 발전

- 1) 지역 사회 또는 시민사회로부터 보이지 않는 사업면허(License to operate)
- 2) 사회공헌의 기획과 실행에서 전략적인 접근 필요 → 단순 기부보다는 중장기적인, 전략적 지역사회개발 중심의 사회공헌 추진(관련 표준과 가이드라인 언급)

■ 협력사(구매 포함)

1. 최근 협력사 관련 CSR 이슈가 증대 → 기업의 CSR관리 범위를 공급망으로 확대하라는 이해관계자들의 요구가 확대

2. 효과적인 협력사(공급망) CSR 위험관리 체계 구축 방안

- 1) 내부적으로 설정한 CSR 기준에 기반을 둔 협력사 선정과 유지
- 2) 협력회사 CSR 위험평가를 통해 협력사별 위험성 식별 및 구분
- 3) 계약을 통해 협력회사에 CSR 이행 요구
- 4) 협력회사 CSR 이행요구 준수하고 있는지 실태점검

3. 지속가능한 구매 방침 및 전략 수립

- 1) 사회 및 경제적 측면에서 부정적 영향 최소화 : CSR측면을 고려해서 우선순위를 결정하고, 공급업체, 도급업체, 비즈니스파트너 등에 대해 지속적인 예방 및 감소 활동 수행
- 2) 가장 긍정적인 영향을 끼치는 제품 및 서비스 구매 : 공급 사슬망 내의 공정하지 않은 노동 관행이나 노동력 착취, 학대 관행, 인권침해, 환경 파괴 등 방지

■ 안전보건

1. 기업은 임직원에게 안전하고 위생적이며 건강한 작업 환경 제공
2. 작업에서 발생하거나 기계장비 및 설비로 인해 발생하는 사고 및 상해를 시정 및 예방하는 선제적 조치 마련
 - 1) 인적/물적/환경 피해 예방 및 최소화를 위한 비상사태 식별
 - 2) 위험평가 예방 및 조치, 교육, 알람/경보시스템, 대응훈련 실시 및 계획
 - 절차가 문서화된 정기점검을 통해서 비상사태 대비 및 대응 실시
 - 3) 모든 직원의 건강에 대한 잠재적 위험 파악 및 예방
 - 안전보건 방침, 절차 및 전담조직 설치, 직원 안전보건 교육 및 사업장 평가 등의 안전보건경영시스템 구축 필요

3. 안전보건 최소 요구 기준 OHSAS*18001에 규정

* OHSAS(Occupational Health and Safety Assessment Series) : 조직의 보건과 안전 경영시스템에 관한 국제표준

8주

CSR 마케팅

[강의 Point]

1. CSR이 단순기부를 넘어 지속가능성의 핵심임을 이해, 그 논리를 규정한다.
2. CSR이 마케팅의 수단으로 활용될 때 그 성공조건을 필립 코틀러 모델로 해석한다.
3. CSR을 통한 기업의 사회참여 사업의 다양한 유형을 범주화해 그 내용을 확장한다.

■ CSR 마케팅³⁾

1. 필립코틀러의 CSR 마케팅

- 1) 기업의 사회참여사업은 단순한 도덕적 의무나 자선활동에서 벗어나 기업의 이익에 도움이 되는 전략적 차원에서 실행되어야 한다는 의견 대두 → 단순한 자선활동 그 이상의 의미부여 → 자선, 공익, 이타주의를 실현하면서 동시에 비즈니스 상의 실리도 거두는 훌륭한 비즈니스 수단
- 2) 6가지 유형의 기업의 사회 참여 사업을 통해 CSR과 마케팅의 연계성 설명 : 공익캠페인, 공익연계 마케팅, 사회마케팅, 사회공헌활동, 지역사회 자원봉사, 사회책임 경영 프랙티스

2. 필립코틀러의 기업의 사회 참여 사업의 6가지 유형

- 1) 공익캠페인(Cause Promotions)
 - 가. 기업이 기금, 현물 기증, 기타 기업 자산을 제공하는 방식
 - 특정 사회문제에 대한 대중의 인식과 관심 증대 목적
 - 특정 사회문제를 위한 기금 모금, 자원봉사자 모집 장려 목적
 - 나. 기업 참여 방법 : 독자적, NGO 등의 외부 조직과 제휴, 다수의 후원자 중 하나
- 2) 공익연계 마케팅(Cause-Related Marketing)
 - 가. 기업이 특정 상품의 판매율에 비례한 금액을 특정 사회문제 개선을 위해 기부하거나, 혹은 회사의 전체 매출액 중 일정 비율을 기부하는 방식(한시적)
 - 나. NGO와 제휴 시, 기업은 특정상품의 판매 증가를 할 수 있고, NGO는 든든한 재정 마련 가능 → 윈-윈-윈(win-win-win) 전략
 - 다. 소비자 역시 필요한 상품 구매와 동시에 사회 문제의 개선에 기여할 수 있음
- 3) 사회마케팅(Corporate Social marketing)
 - 가. 공공의 건강, 안전, 환경, 사회복지 개선을 목표로 기업이 행동 변화 캠페인 개발, 실천, 지원 → 행동 변화에 초점 → 공익 캠페인과는 뚜렷한 차이 보임
 - 나. 기업은 대부분 공익기관 또는 NGO와의 제휴를 통해 캠페인 진행
- 4) 사회공헌활동(Corporate Philanthropy)
 - 가. 특정 사회문제나 공익사업에 직접 기부를 하는 방식으로 대부분 현금 기부, 물품이나 설비 등의 현물 기증, 기업의 특정 기술이나 노하우를 제공하는 형식
 - 나. 기업의 사회참여 방식 가운데 가장 전통적인 방식 → 대부분의 기업들이 수십년간 단지 명목상으로, 혹은 체면치레를 위해 행해온 방식
 - 다. 지금은 많은 기업들이 사회공헌 활동을 비즈니스상의 이득과 연결시킬 전략 강구. 시장의 변화에 따라 대내외적으로 사회참여 사업에 대한 압박

3) 필립코틀러/낸시 리(2006), 'CSR마케팅', 리더스북

5) 지역사회 자원봉사(Community Volunteering)

- 가. 지역 사회의 상인들, 가맹 점주들, 그리고 기업의 직원들이 지역사회의 사회문제에 참여하고 자원봉사를 하도록 기업 차원에서 지원하고 권장하는 방식
- 나. 기업이 독자적으로 실천 또는 NGO와 제휴를 통해 실천 가능
- 다. 직원들의 자원봉사 활동은 기업의 관리하에 조직적 또는 직원들의 자발적인 선택에 의해 진행. 활성화를 위해 회사 차원에서 자원봉사를 위한 유급 휴가 제공 및 다양한 지원 프로그램 마련 필요

6) 사회책임 경영 프랙티스(Social Responsible Business Practices)

- 가. 환경보호 및 사회복지 개선에 기여하는 경영 및 투자 활동
- 나. 기업 스스로 구상해서 실천 또는 타 조직과 연계해서 진행
- 다. 기업 스스로의 자율적인 선택에 의해 이뤄지고 있다는 점이 특징임

■ 전문가들이 제안하는 사회참여 사업 수행을 위한 조언

1. 지원할 사회 문제 선정

- 1) 지원할 사회문제는 2~3가지로 국한해서 선택
- 2) 기업이 비즈니스를 펼치는 지역사회에서 주목 받고 있는 사회문제 선택
- 3) 기업의 핵심 가치 및 사명, 상품 및 서비스와 연계했을 때 시너지 효과를 발휘하는 사회문제 선택
- 4) 비즈니스 목표 달성에 도움이 될 만한 가능성을 지닌 사회문제 선택. 즉 마케팅, 협력업체와의 관계 증진, 생산성 증가, 비용 절감에 도움이 될 만한 사회문제 선택
- 5) 오랫동안 꾸준히 참여할 수 있는 사회문제 선택

2. 사회 참여 사업 유형의 선정

- 1) 기업의 비즈니스 목표와 가장 부합되는 참여 유형 선택
- 2) 해당 사회문제의 가장 시급한 과제부터 해결할 수 있는 참여 유형 선택
- 3) 단일한 사회 문제를 위해 다채로운 활동들을 펼치되, 기존 참여 활동에서 미비한 점을 보완하는 차원으로 활동 영역 확대

- 4) 지역사회에서 강력한 영향력을 행사하는 단체와 협력관계를 형성할 수 있는 참여 유형 선택
- 5) 기업이 오랜 경험을 지닌 분야에서 참여 유형 선택
- 6) 기업이 현재 가장 풍부하게 보유한 자원을 활용할 수 있는 참여 유형 선택

3. 실천 프로그램 기획

- 1) 실천 계획을 마련하기 위해 전담 부서를 조직
- 2) 기획 단계에서 제휴 자선 단체와 같이 추진
- 3) 기업의 비즈니스 차원에서 명확하면서도 측정 가능한 구체적인 목표(성과) 설정
- 4) 해당 사회문제 차원에서 명확하면서도 측정 가능한 구체적인 목표(성과) 설정
- 5) 커뮤니케이션 계획 마련
- 6) 부수적인 전략 요소가 융합된 실천 계획 마련
- 7) 핵심 임원진의 지원 확보

4. 성과의 측정 및 평가

- 1) 평가의 목적 결정
- 2) 사회참여 사업에 투입된 자산 측정 및 보고
- 3) 당초 설정된 목표를 근거로 기업이 얻은 성과 측정 및 보고
- 4) 당초 설정된 목표를 근거로 해당 사회문제가 얻은 성과 측정 및 보고
- 5) 기업이 지원하는 사회문제의 현황 모니터링
- 6) 측정과 보고 작업을 위한 적절한 재원 할당

9주

기업의 사회공헌

[강의 Point]

1. 기업의 전략적인 CSR 활동을 둘러싼 내용과 변화지점 등을 파악한다.
2. 기업의 성공적인 공헌활동을 위해 제안할 수 있는 내용을 소개, 추가사안을 도출한다.
3. 현재 기업의 공헌활동 실태분석을 통해 한계와 확대방안 등 대안논의를 시도한다.

■ 기업의 전략적 사회공헌 활동

1. 자선적 기부

1) 사회 · 경제적으로 다양한 이슈의 해결을 위한 자선적인 기여(기업시민전략)

2) 최근 전통적인 자선적 기부의 변화 추세

가. 전략적 접근방식 채택

- 기업 자선적 활동과 핵심적인 비즈니스 연계. 일부 기업전략에 완전 통합. 특정 영역에 대규모의 자금 투입
- 주요 이해관계자들의 필요와 관심을 반영해서 연관성 있는 비영리단체 제휴
- 기업 핵심역량과 연관된 분야로 기부 집중 → 비즈니스 목적이나 이해관계자들의 요구에 상응하는 이슈 지원
- 측정 가능한 자선적 기부 목표 설정(종업원 40% 참여, 주요 언론 보도 등)
- 자선적 기부 효과 측정도구 개발 → 이해관계자들에게 성과 입증, 경쟁사 또는 타사와 비교 등

나. 효과/효율성 제고를 위한 자선활동 방식 혁신

- 자선활동에 종업원을 포함한 다양한 이해관계자 참여
- 종업원 참여 활성화를 위한 정책 마련 : 자선활동 대상 선정 시 종업원들의 제안 수용, 종업원 위원회 설치, 종업원 기부 활동 연계 매칭기프트 프로그램 등
- 기업 자선활동에 고객들의 참여를 증대시키기 위한 노력
- 비영리단체와의 장기적인 파트너십 구축
- 혁신적인 자선활동 프로그램 조직
- 전부 혹은 일부 자선활동 프로그램 운영의 아웃소싱
- 다른 기업과의 파트너십 구축
- 넓은 영역/전략으로의 자선 프로그램 통합

2. 현물기부(In-Kind Donation)

1) 재정적 관점에서 현금 기부는 액면가 전부가 비용으로 발생하지만 제품의 기부는 현금 기부보다 적은 비용 소요 → 현물 기부가 훨씬 경제적

2) 현물기부의 이점

가. 재고관리상의 이점 : 재고관리 비용의 절감과 재고처리에 유리

나. PR상의 이점 : 전략적 제품 기부를 통해 기업의 마케팅 목표에 기여

다. 자선적 관점에서의 이점 : 상황에 따라 현금 못지않게 유용하게 사용

3) 현물기부 품목

가. 기업 생산 제품 및 서비스

나. 기업입장에서 처리비용만 발생하는 물품 : 중고컴퓨터, 사무집기 등

다. 사이버 공간

라. 기업이 보유하고 있는 전문지식, 역량

3. 종업원 자원봉사 활동

1) 기업의 사회공헌활동이 변화함에 따라 종업원의 자원봉사활동은 핵심적인 기업 사회공헌 프로그램으로 자리잡음 → 지역사회 공헌, 기업문화, 가치 및 마케팅 목표등을 고려한 자원봉사 프로그램 개발

2) 종업원 자원봉사 활동의 장점

가. 자원봉사는 사회적 관심을 집중시키는 데 기여하며 기업의 사회적 이미지 제고

나. 높은 사회적 가시성(visibility)

다. 지역사회 기여에 대한 진정성을 잘 전달 → 지역사회와의 관계 증진

라. 참여자들간의 친밀성을 높이는 데 기여

마. 참여 종업원의 충성도 증가 및 생산성 증대 → 회사 재정적 편익 증가

3) 종업원 자원봉사 활성화를 위한 다양한 방법

가. 유급 자원봉사 휴가 제공

- Work release : 근로시간에 자원봉사 참여(유급 휴가)

- Matching time : 기업이 제공하는 자원봉사 유급 휴가 만큼 매칭해서 근로시간 이외의 시간을 활용해서 자원 봉사하도록 요구

- 일정기간 풀타임의 유급휴가 제공. 사회봉사휴가 : NPO나 지역사회와 추진하는 공동 프로젝트에 참여할 수 있도록 일정기간 풀타임 유급휴가 제공

- 능력개발 과정으로서의 자원봉사: 자원봉사활동을 종업원의 훈련 및 능력개발 목적으로 통합운영

- 매칭기프트 프로그램 : 종업원이 자원봉사하는 단체에 재정적 기부

- 종업원 가족 참여 프로그램 기획

4. 스폰서십(sponsorship)

1) 스폰서십의 형태는 매우 다양함

2) 이벤트 스폰서십은 다양한 기업목표에 잘 부합되도록 기획해야함

가. 마케팅 목표 : 표적시장 어필

나. 지역사회와의 관계 측면 : 지역사회 요구 부응. 초기부터 지역사회 참여 유도

- 인력관리상 목표 : 이벤트 준비과정에 종업원의 참여 유도 → 종업원과의 관계 증진 기여

- 자선적 목표 : 기업의 기부전략에 부합되는 기획
- PR 목표 : 참신하고 언론의 관심을 끌 수 있는 이벤트 기획
- NPO 측면 : 이벤트에 대한 언론보도를 통해 NGO의 메시지 광범위하게 전파 가능. 시민들의 기부 및 입장료 등을 통해 필요한 자금 확보 가능. 이벤트를 통해 NGO가 지향하는 방향으로 시민들의 행동양식을 변화시키는 데 기여

5. 광고후원(sponsored Advertising)

- 1) 광고후원은 기업이 비영리단체에게 광고시간을 구입해주고 해당 광고에 자신들의 메시지를 담아내는 방식
- 2) 광고후원은 기업이 비영리 파트너십을 통해 얻을 수 있는 모든 이득 제공 → 효과성 때문에 기업 선호. 광범위한 메시지 파급력 때문에 비영리단체 선호
 가. 사회적으로 가치 있는 명분과 그 기업 간의 연계성 강화
 나. 제품의 신뢰도 증진 경쟁 제품과 차별화시키는 데 크게 기여

6. 라이선싱(Licensing)

- 1) 라이선싱 : 기업이 계약 기간 동안 특정 제품에 비영리단체의 로고를 사용하는 대신에 판매된 제품의 일정 수익을 해당 단체에 로열티로 지불하는 방식
- 2) 라이선싱을 통해 기업이 얻을 수 있는 편익
 가. 해당 NGO에 우호적인 사람들을 고객으로 끌어들임
 나. 제품의 재포지셔닝(repositioning) : NGO 및 그 NGO가 추구하는 사회적 명분과의 연계를 통해 제품에 차별화된 정체성 혹은 속성 부여
 다. 제품 품질에 대한 신뢰도 제고
 라. 선한 기업시민으로서의 이미지 확보
- 3) 그러나 라이선싱은 NGO가 꺼리거나 소극적으로 추진하는 방식
 가. 상업적인 NGO로 인식되는 것에 대한 두려움 → 사명/목적에 부합하는 제품에 한해 라이선싱 추진
 나. 기업의 신실함에 대한 의문
 다. 제품보증 효과에 대한 우려
 라. 이해관계자들의 우려와 반발(NGO의 문화 및 상업적 행위에 대한 부정적 인식)
- 4) 성공적인 라이선싱 추진 방안
 가. NGO와 제품 간 명확한 논리적 연계성
 나. 사회적으로 꼭 필요한 제품
 다. 제품과 계약조건에 대한 확실한 합의 선행 필요

7. 명분연계마케팅(Cause Related Marketing)

- 1) 기업과 비영리단체 또는 공익기관이 파트너십을 맺고 상호 이익을 위해 제품, 서비스, 이미지를 판매(market)하는 상업적 방식
- 2) 참여 목적
 - 가. 기업 : 돈과 선한 의지(goodwill) 확보
 - 나. NGO : 자금과 인지도 확보
 - 다. 소비자 : 세상을 변화시키는데 기여(Empowerment)
- 3) 성공적인 명분연계마케팅 방안
 - 가. 명분(기업이 비영리단체를 이용한다는 인식 시, 실패)과 비영리단체의 성실성
 - 나. 일회성 캠페인 지양
 - 다. 종업원 자원봉사활동, 현물기부, 특별행사 등과 결합

8. 프리미엄(premium)

- 1) 제품 구입 시, 제공되는 프리미엄도 사회공헌 성과 및 NGO와의 파트너십을 증진시키는 아주 유용하고 다양한 도구로 활용 가능
예) 환경단체에서 제작된 '환경보존 매뉴얼', 동물보호단체에서 만든 '형짚 동물인형', 제3세계 원조단체의 로고와 슬로건이 찍혀 있는 쇼핑백 등
- 2) 기업의 편익
 - 가. 경쟁사와 차별화된 제품 보유
 - 나. 표적시장의 요구에 부합하는 제품 확보 → 효과적인 비즈니스 도구로 활용
 - 다. 기업의 이미지 향상(신뢰도가 높고, 창조적인, 가치 있는 명분과 연계된 제품)
- 3) 비영리단체가 얻는 편익
 - 가. 비영리단체의 역량을 넘어선 범위까지 메시지 전파 확대
 - 나. 제품 판매를 통한 재정적 이익 증대
 - 다. 가장 잘 할 수 있는 것을 통한 수익 창출
 - 라. 소비자들에게 단체 인지도 제고

9. 공익캠페인(Corporate Cause Promotions)

- 1) 공익캠페인은 특정 사회문제에 대한 대중의 인식과 관심의 확산 또는 특정 사회문제에 대한 참여, 모금, 자원봉사자 모집 독려를 위해 기업이 기금, 현물 기증, 기타 기업 자산을 제공하는 방식
- 2) 공익캠페인과 다른 사회공헌 활동과의 차별성
 - 가. CRM과 차별성 : 기업 기부/자원 활동이 특정 상품의 판매와 연관성 없음

- 나. 사회마케팅과 차별성 : 사람들의 행동변화에 목표를 두지 않음
 - 다. 공익캠페인 : 현금기부 또는 서명 등의 참여 형식이 주
 - 라. 자선/기부방식 : 캠페인을 통해 대중 참여 호소
- 3) NGO, 공익기관과 파트너십 형성을 통한 공동주최 혹은 후원 등의 방식으로 추진. 기업이 독자적으로 추진하는 경우는 매우 희박
- 4) 공익캠페인을 통해 기업이 얻는 편익
- 가. 기업 및 브랜드 이미지 제고 : 인간과 사회에 기여하는 기업
 - 나. 고객 증가 및 고객 유지율의 향상
 - 다. 표적시장에서의 소비자 선호도 창출
 - 라. 소비자와 구성원에게 선행의 기회 제공
 - 마. 파트너십을 통한 윈-윈 효과

10. 사회 마케팅(Social Marketing)

- 1) 공공의 건강, 안전, 환경, 사회복지 개선 등 사회적 목적 달성을 위해 기업이 특정 행동의 변화를 기획 및 시도하는 방식
- 2) 사회마케팅은 '행동변화'가 중심이며, 전형적인 마케팅 전략 동원
- 3) 사회 마케팅에서 주로 다루는 사회문제
 - 가. 건강 : 흡연, 중독, 에이즈, 10대 임신, 유방암, 전립선암 등
 - 나. 안전 : 교통안전, 자살 방지, 응급사태 대비 등
 - 다. 환경 : 물/전기 절약, 야생생물 서식지 보호, 쓰레기 줄이기 등
 - 라. 지역사회 : 자원봉사, 투표참여, 장기 기증, 혈액 기증 등
- 4) 기업들은 대부분 자사의 핵심사업과 자연스럽게 연결되는 사회문제 선택. 사회추세, 소비자 성향에 대한 조사, 기업 내부의 특정 구성원이나 단체의 주도, 파트너십을 맺은 NGO의 제안 등에 의해 주제가 결정되기도 함
- 5) 사회마케팅은 해당 사회문제에 전문성을 가지고 있는 공신력 있는 NGO와 파트너십 추진

■ 성공적 사회공헌활동을 위한 제안

1. 순수한 vs 전략적 자선활동간의 균형 필요

- 1) 전통적인 자선활동을 통한 전략적 효과 한계
- 2) 모든 사회공헌활동을 비즈니스 목표와 연계시키는 것은 때론 부정적 이미지 초래

2. 핵심사업과의 관련성 제고. 명분의 배타적 확보

- 1) 명분과 프로그램 간의 적합성 제고
- 2) 차별화
- 3) 집중과 통합, 규모의 경제. 초점을 좁히고 대규모적이고 지속적인 활동은 명분의 배타적 확보에 기여

3. 사회공헌활동 결과의 극대화. 결과 지향적 및 변화 지향적 : 기업의 사회공헌활동에 대해 '보여주기', '비즈니스를 위한 명분' 등의 부정적 인식이 발생할 가능성을 최소화하기 위해 기업은 그 명분과 이슈에 깊게 헌신하고 실질적인 기여를 하고 있음을 보여주는 것이 중요 → 사회공헌활동이 실질적인 결과와 변화를 창출하도록 설계하고 실행해야함

4. NGO와의 파트너십

5. 프로그램의 뉴스가치 제고

6. 일회성/이벤트성 행사 지원 지양

■ 기업 사회공헌활동 실태¹⁾

1. 2014년 주요 기업 사회공헌 현황

- 1) 2014년 사회공헌 지출 현황
가. 2014년 한 해 주요 기업 231개사 지출 사회공헌 규모 : 2조 6,708억 3,505만원. 전년 대비 3.7% 감소

1) 전국경제인연합회(2015), '2015년 주요 기업 · 기업재단 사회공헌백서', pp3~5

- 나. 사회공헌 규모 감소원인 : 경영실적 부진, 대규모 시설건립 및 지원 종료, 재단출연금 감소
- 다. 세전이익 대비 사회공헌 지출비율 : '13년 3.48%에서 3.5%로 비슷한 수준 유지
 - 어려운 경영환경 속에서도 기업들이 사회공헌활동을 꾸준히 이어오고 있음
- 라. 운영방식별 지출현황 : 기업의 인적 · 물적 자원을 활용한 자체사업 등 자율 프로그램 (60.2%), 외부 협찬 등 간접 프로그램(39.8%)
- 마. 분야별 지출현황 : 취약계층 지원(29.5%), 교육 · 학교 · 학술(18.2%), 문화예술 및 체육(15.3%)
- 바. 2014년 특징 : 세월호 성금의 영향으로 재난재해 지원 등 일반기부 크게 증가 문화예술 · 체육부문 증가해서 2004년 이후 가장 높은 비율을 나타냄

2) 임직원 봉사활동 및 사회공헌 추진 사내제도 도입 현황

- 가. 참여율 및 참여시간 : 자사 임직원 평균 50% 이상 참여(응답기업 10개사 중 5개사 이상, 52.7%). 봉사활동 참여임원의 연간 평균 1인 봉사활동시간 17시간
- 나. 봉사촉진제도 : 사내 봉사조직 구축(85.7%), 우수 봉사자 표창제도(64.0%), 봉사 휴가제도(60.0%) 등
- 다. 위원회 : 응답기업의 63.6% 사회공헌위원회, CSR위원회 등 운영. 개최횟수는 분기 1회 (32.5%)가 가장 많았음
- 라. 평가시스템 : 자체 · 외부 지표 사용 사회공헌 활동 평가(63.2%), 평가시스템 미운영 (36.8%)
- 마. 전담부서 상위조직 : 사회공헌 전담(32.7%), 경영지원(24.4%), 홍보(21.8%), 전략 · 기획 (7.1%) 등

3) 대표 사회공헌프로그램 현황

- 가. 사업 분야 및 대상
 - 사업 분야 : 취약계층 지원(45.6%), 교육 · 학교 · 예술(23%) 등
 - 사업 대상 : 아동 · 청소년(43.1%), 사회 일반(22.8%) 등
- 나. 사업파트너 : 해당 분야 전문 NPO(47.7%), 기업 단독 추진(27.7%), 정부 · 지자체 (13.7%) 등
- 다. 지역별 : 2개 이상 광역시 · 도를 대상으로 하는 '전국단위형' 과반수 이상(53.2%)
- 라. 지원형태별 : 소프트웨어와 하드웨어 혼합형(49.8%)이 가장 많았으며, 이는 기업들이 단순 물적 지원보다는 프로그램 연계를 통한 다각적 지원 추진
- 마. 사회문제 접근방식별 : 인재양성을 위한 교육 등 미래 지원 육성형(36.3%), 쪽방촌 지원 등 '긴급지원형'(23.6%) 등

4) 최근 직접적인 예산투입보다는 기업이 보유한 전문 인력, 기술, 자산 등을 사회공헌 활동과 연계해서 활용하는 '비현금성 사회공헌'이 주목받고 있음

- 가. 프로보노 : 아동 · 청소년, 저소득 · 소외계층, 중소기업 · 사회적기업 · NPO 분야
- 나. 시설개방 : 업과 연계해서 대중에게 기업이 제공하는 가치에 대해 체험학습 등을 통해 이해할 수 있는 기회 제공

5) 기업 사회공헌 인식 현황

가. 사회공헌 저해요인

- 내부저해요인 : 내부 임직원 관심 부족(19.8%)
- 외부저해요인 : '외부의 선심성 지원요구(25.4%)

나. 국민 인식제고 방안 : '사회적 나눔 문화 확산(25.9%)', '사회공헌프로그램과 기업간 연관성 강화(24.3%)'

다. 사업계획 영향 요인 : '사회공헌과 관련된 새로운 방식(업연계형, CSV 등) 대응(60.0%)

라. 파트너십

- 파트너십 선호대상 NPO(55.6%) 가장 많음. 추진이유로는 파트너십 기관이 가진 관련 분야의 전문성 활용(63.2%)이 1순위
- 애로사항 : 기업 특성에 맞는 사업 추진 어려움(39.2%). 이를 해소하기 위해 파트너 기관의 기업생리에 대한 이해 제고 등이 필요

6) 시사점

가. 내실화 추구 : 사회공헌지출비용은 다소 감소하였지만, 세전이익 대비 지출비율은 비슷한 수준 유지 및 내부 임직원 봉사활동 등을 통한 내실화 추구

나. 능동적 · 적극적 대응 : 사회공헌 트렌드(업연계 · CSV 등)와 정부 정책 등 변화하는 사회 이슈는 물론 세월호 등 사회적 문제에 능동적 · 적극적으로 대응

다. 파트너십 명분 · 실리 추구 : 전문성을 갖춘 외부 전문기관(NPO 등)과의 협업을 통해 사회공헌활동의 명분과 실리를 함께 추구

라. 프로보노 확대 : 비현금성 사회공헌활동으로서 기업 보유자산이나 임직원의 재능 기부 등을 통한 프로보노 활동이 업연계형 사회공헌과 연계해 점차 증가

2. 2015년 주요 기업재단 사회공헌 현황

1) 사회공헌 규모

가. 주요 기업재단 66개의 2014년 한 해 동안 지출한 사회공헌 규모 : 3조 3,378억 2,300만원(전년 대비 4.5% 증가)

나. 증감현황 및 원인 : 전체 59.1%인 39개 재단의 사회공헌 지출액 증1) 이는 의료보건 재단들의 병원시설 투자 등의 대규모 투자와 함께, 대표 사회공헌 프로그램에 대한 투자 증가 및 신규 프로그램의 도입에 따른 것으로 분석

2) 주요 사업 분야

가. 기업재단들은 지출 금액 기준으로는 의료보건 분야가 가장 높음. 참여재단 수 기준으로는 교육 · 학술 분야에 가장 많이 참여

나. 지출금액별 : 의료보건 분야 90% 이상 차지(고가의 의료장비 및 시설투자)

다. 참여분야별 : 해당 분야 사업비 집행여부 기준 교육 68.2%(45개), 사회복지(48.5%), 문화예술(28.8%)

3) 분야별 특성

- 가. 의료보건 : 대규모 의료시설 운영으로 가장 큰 비중 차지, 농어촌 병원설립 등 국내 의료 인프라 확충과 의료서비스 제공 등으로 국내 의료보건 분야 발전에 기여
- 나. 교육 · 학술지원 : 가장 오랜 역사를 가진 분야이자 가장 많은 기업재단 참여. 우수 인재 양성에서 시작해 국제 학술교류 지원 등 사업영역 확장 추세
- 다. 문화예술 : 초기 시설 건립과 인재양성 등 인프라 구축 중심에서 최근 일반 대중과 소외 계층의 향유기회 증대, 대중문화 인재 육성 등 다양성과 문화 저변 확대 관심
- 라. 사회복지 : 지역사회에 대한 이해와 네트워크를 갖춘 관련 NPO와의 파트너십을 통한 지역사회 밀착형 프로그램 추진, 교육 등 다른 분야와 결합되는 경향

4) 시사점

- 전문화 : 목적사업을 중심으로 장기간 사업을 추진해온 결과, 의료 · 환경 · 교육 · 문화 예술 등 사업 영역에서 차별화된 성과를 거두며 전문분야 구축

10주

기업과 NGO

[강의 Point]

1. 기업과 NGO간 파트너십이 갖는 의미와 그 이론기반을 논의한다.
2. 기업과 NGO간 성공적인 협력관계 구축을 위한 방안을 소개, 추가적으로 제안한다.
3. CSR 촉진을 위한 NGO 전략과 기업지원을 이끌어내는 다양한 방법을 공부한다.

■ 기업과 NGO간 파트너십

1. 기업 관점에서 편익

- 1) 불필요한 사회적 갈등의 축소 및 갈등경영 역량 증진
- 2) 정보접근성 제고
- 3) 브랜드 이미지 제고
- 4) 전략적 사회공헌 활동 기여
 - 가. 기업이 핵심 사업영역과 연계된 특정 이슈에 대해 사회공헌활동을 추진할 경우, 이슈와 연관된 NGO는 기업의 지식기반을 넓히고, 지역사회와의 관계를 발전시키고, 관련 프로그램을 실행하는 데 크게 기여할 수 있음
 - 나. NGO는 기업과는 다른 가치 관념을 가지고 있고 기업과는 다른 맥락에서 다양한 이해관계자들의 이해관계를 파악하고 있기 때문에 새로운 시각에서 창조적인 아이디어를 제공할 수 있음
 - 다. 근로자들의 충성도 향상

2. 기업 관점에서 위험요인

- 1) 신뢰의 부족
- 2) 상당한 시간 투자 필요
- 3) 기업의 평판에 대한 부정적 영향
- 4) 과도한 투명성 및 공개의 요구
- 5) 권한의 배분
- 6) 경험 및 역량의 부족

3. NGO 관점에서의 편익

- 1) 기존보다 더 많은 대상에게 NGO의 메시지(Message) 전달 가능
- 2) 자금(Money) 증가
- 3) 회원(Membership) 증가\
- 4) 기업경영에 대한 영향력
 - 가. 정보와 지식의 이전
 - 나. 지지/후원기반의 확산
 - 다. 이해관계자 집단들로부터의 신뢰 증진

4. NGO 관점에서 위험요인

- 1) 공익성의 훼손
- 2) 기업제품의 암묵적 보증 효과에 대한 우려
- 3) 독립성의 훼손
- 4) 기업이 NGO를 진지하게 대하지 않는다는 인식
- 5) 기업이 관련내용을 솔직하게 제공하지 않는다는 의심
- 6) 이해관계자들이 NGO 어떻게 바라볼 것인가에 대한 의구심

■ 기업과 NGO 간 성공적 협력관계 구축을 위한 방안

1. 목표의 명료화

2. NGO 파트너의 신중한 선정

- 1) 현재 기업의 이미지, 혹은 기업이 갖기를 원하는 이미지와 부합하는 파트너
- 2) 해당 영역에서 사회적 신뢰를 받고 있는 파트너
- 3) 재정운용과 활동방식이 건전한 파트너. 특히 의사결정과정에서 어느 한 두 사람에 의해 지배되지 않고 공정하고 민주적으로 이루어지고 있는 지가 매우 중요
- 4) 기업의 타깃집단과 동일한 (공간적) 범위를 주된 활동영역으로 삼고 있는 파트너
- 5) 기업이 배타적으로 협력관계를 구축할 수 있는 파트너
- 6) 함께 일할 수 있는 파트너로서 그들의 조직문화, 사업풍토, 사고방식, 파트너인 기업의 문화 및 가치관에 대한 이해 등의 충분한 고려
- 7) 파트너십 혹은 공동 활동에 대한 의도와 목적에 대한 투명한 공유
- 8) 역할과 책임의 명확한 설정. 상이한 문화와 시스템으로 인한 오해 가능성 최소화

- 9) 타임스케줄의 명확화. 스케줄 작성 시 NGO의 특성 고려 필요. NGO는 의사결정 시 자원봉사자들의 참여, 합의의 중시 및 기타 조직문화로 인해 특히 중요한 사안의 결정에 많은 시간 소요
- 가. 신뢰구축. 기업은 서두르지 말고 올바른 관계 형성에 상당한 시간 투자 필요
- 나. 대화채널과 의사결정과정의 명확화
- 다. 파트너십에 대한 정기적인 점검

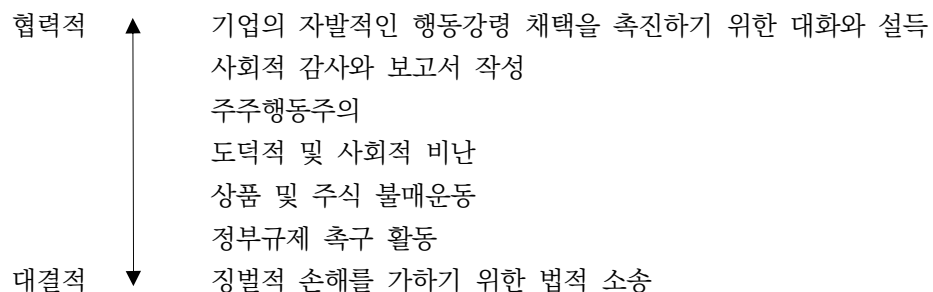
■ CSR 추진을 위한 NGO 활동 전략

1. CSR 추진을 위한 NGO들의 두 가지 접근방식

- 1) 자발적인 CSR 접근방식 : 기업들이 자발적인 행동강령 채택하고 환경/사회적으로 책임 있는 방식으로 경영활동을 수행하도록 설득하는 데 주안점을 두고 있음
- 2) 강제적 CSR 접근방식 : 기업은 구조적으로 자발적인 방식으로 사회적으로 책임 있게 행동할 수 없음. 오직 경제적 측면에서의 강제나 구속력 있는 법적 규제를 통해서만 사회/환경적으로 책임 있는 활동을 이끌어낼 수 있음. CSR을 강제할 수 있는 법적 기준을 만들도록 정부에게 압력을 행사하는 대중적인 사회운동에 관심을 가짐. 이들에게 기업의 자발적 CSR 실행은 기업의 PR전략의 일환이거나 엄격한 법적 규제를 피하기 위한 열악한 대체재에 불과한 것으로 간주됨
- 3) 대부분의 NGO들은 기업들의 자발적인 CSR 표준의 채택과 실행이 강제적인 법적 표준 확립의 대체제가 아니라 보완재라는 데에 동의. 그러나 앞으로 상당기간 기업 스스로의 모니터링과 자체규제 노력이 기업의 사회적 책임을 높이는 데 주요한 역할 하게 될 것으로 기대
- 4) 실제로 있어 순수하게 기업의 자발적 CSR을 지지하는 ‘협력전략’이나 기업에 대한 비판과 법적 강제를 추구하는 ‘대결전략’만 구사하는 NGO들은 거의 존재하지 않음. 모두 순수한 협력과 대결의 스펙트럼 사이에 존재하는 전략들을 구사

2. NGO들이 CSR 추진을 위해 주로 구사하는 전략들

1) 협력과 대결의 스펙트럼



- 2) 대화와 설득 : 기업이 경영지침에 CSR 원칙을 반영 및 제도화하고 실행여부를 모니터링 하는 것을 자발적으로 동의하도록 전문적인 조사, 합리적 설득, 도덕적 권고 등의 방법 시도. 이 방식의 실효성을 높이기 위해서는 CSR의 제도화를 통한 기업의 성공사례를 만드는 것이 가장 중요한 전술임
- 3) 사회적 감사 및 보고서 작성 : CSR 강령 · 지침의 준수여부에 대해 사회적으로 신뢰받는 외부전문가들에 의한 독립적인 감사를 정기적으로 받을 필요 있음. 이런 사회적 감사활동을 벌이는 NGO는 종합적이고 엄격한 감사가 가능한 CSR표준을 만들고 감사 관련 교육훈련을 실시하고 인증하는 과정을 밟음. 해당기업의 윤리강령 위반사실이나 윤리강령에 부합되지 않는 제도들을 발견하면 경고 또는 시정조치를 취하게 되며, 감사결과가 표준에 부합하면 일정기간 효력이 지속되는 인증서 발급
- 4) 주주행동주의 : 자발적 CSR전술과 양립 가능한 세 번째 접근방법. 주주들의 행동을 통해 기업의 정책에 영향을 미치는 것임. 이는 미국 등에서 1970년대부터 행해졌던 방법으로 상당히 성공적인 결과들을 낳기도 했는데, 건강과 안전, 담배, 무기, 환경, 차별, 노동자들의 권리 및 보편적 인권, 기업의 지배구조 등 다양한 이슈와 연계되어 행해졌음. 주주행동주의는 주로 CSR에 관심을 가지고 있는 대형 연기금 등 기관들을 설득해서 CSR을 높이는 방향으로 영향력을 행사함. 주주행동주의는 투자자에 대한 CSR을 이용해서 다른 이해관계자들에 대한 기업의 책임영역을 확대하려는 것이며, 이는 많은 NGO들에 의해 기업의 정책과 활동에 영향을 줄 수 있는 매우 효과적인 수단으로 여겨지고 있음
- 5) 도덕적/사회적 비판 : NGO가 가장 폭넓게 사용하고 있는 방법이 기업들의 잘못된 경영행위에 대한 도덕적 비난임. 기업들이 이런 사회적 비판에 민감하다는 것은 이미 입증된 사실. 특히 기업의 브랜드 및 평판이 환경 · 사회적 측면에서 불미스러운 행위와 관련됐을 때 더욱 그러함
- 6) 경제적 압박전술 : 불매운동과 SRI운동. 기업은 경제적 성과에 부정적인 영향이 초래될 것이라고 느낄 때에만 움직인다고 판단
 - 가. 불매운동 : 성공적인 불매운동은 기업의 행위에 영향을 미칠 수 있음. 쉽게 선택하기 어려움 요소 존재
 - 해당 기업의 근로자들에게 피해를 줄 수 있음
 - 불매운동은 시작하기와 끝내기가 매우 어려움
 - 소비자에 많이 노출되어 있는 최종소비재 생산업체에 대해서만 효과 발휘
 - 나. SRI : 불매운동과 함께 기업에 경제적 압박을 가하는 방식으로 활용
- 7) 정부규제 촉구 활동 : 오직 정부만이 기업이 환경과 인권보호 등 윤리적 행위를 채택하도록 강제할 수 있는 충분한 힘과 권위를 가지고 있다는 전제. NGO는 정부가 기업에 대해 구속력 있는 법적 규제를 부과하는데 집중. 가장 대결적인 전술로 대기업에 의해 자행된 인권침해 사례 등에 대해 사법당국에 고발하거나 소송 제기

■ NGO가 기업의 지원을 이끌어내는 10가지 방법(필립코틀러/낸시 리, 2006)

1. 높은 성과를 얻을 수 있는 사회문제를 선택하라
2. 선택한 사회문제와 연관된 기업들의 명단을 만들어라
3. 기업과 접촉해서 관심과 경험의 수준을 파악하라
4. 기업의 비즈니스 욕구에 귀를 기울여라
5. 가지고 있는 자원과 능력을 적절히 보여줘라
6. 지원 사업의 제안을 위한 프레젠테이션을 준비하라
7. 실천계획을 마련하는 기획 단계에 참여하라
8. 사업 실행 과정에서 발생하는 사무적인 일을 담당하라
9. 성과를 측정하고 보고하는 일에 동참하라
10. 기업의 지원 노력에 대해 그 기업이 선호하는 방식으로 인정해줘라

11주

CSV

[강의 Point]

1. CSR을 넘어 CSV로 향하는 현재의 공헌활동 개념의 역사와 그 지향을 파악한다.
2. CSR과 CSV의 정밀한 비교분석을 통해 각각의 특징과 한계를 지적하도록 한다.
3. CSV에 대한 다양한 비판이 제기됨을 이해하고, 그 논리기반을 확보하도록 한다.

■ CSV(Creating Shared Value)의 개념

1. Poter and Kramer(2006), CSV 용어를 학문적으로 처음 사용. 2011년 “Creating Shared Value” 논문 발표. CSV가 새로운 혁신의 성장 동력이자 자본주의에 대한 대안으로 제시

2. Poter and Kramer(2006)의 공유가치

1) 자본주의와 전통적인 CSR의 문제점

- 가. 기존 CSR은 이해관계자의 요구 대응 및 기업의 평판 향상이 주목적. CSR과 관련된 지출은 기업의 비용으로 인식 → CSR의 한계
- 나. 기업은 정부와 NGO보다 사회문제를 더 효율적으로 해결 가능. 사회의 니즈에 맞게 제품과 서비스를 제공함으로써 새로운 시장 개척 가능
- 다. 새로운 접근을 통해 사회적 기여와 가치를 창출함과 동시에 성장 가능 → 사회적 욕구와 도전에 대응해서 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 창출하는 공유가치에서 성장 해법 모색 해야함

2) 공유가치 : 기업이 ‘이윤’을 확보하면서 사회적 문제 해결

- 가. 기업의 전문적인 자원을 활용해 사회적 문제를 해결하고 기업의 이익도 충족 시킬 수 있는 두 마리의 토끼를 동시에 잡고자 하는 전략
- 나. 이미 창출된 경제적 가치를 재분배해서 사회적 가치를 추구하는 CSR과 달리 처음부터 경제적 가치와 사회적 가치 모두의 극대화 전략 수립

3) 공유가치 창출의 세 가지 방법 : 제품과 시장의 재인식, 가치사슬에서 생산성 재정의, 지역 클러스터 개발

- 가. 제품과 시장의 재인식 : 사회적 욕구를 충족시키는 데서 제품과 시장의 기회 발견
- 나. 가치사슬의 생산성 재정의 : 기업의 원가 및 경제적 성과에 영향을 미치는 가치사슬에서의 사회적 이슈를 찾아 대응
- 다. 지역클러스터의 개발 : 기업, 연구 · 교육기관, 협력업체, 사회기반시설 등으로 구성된 지역 클러스터 개발 노력

4) CSR과 CSV 비교

〈표-1〉 CSR과 CSV 비교(Porter and Lramer, 2011)¹⁾

비교항목	CSR	CSV
목표 가치	선한 일을 하는 것	비용 대비 경제적 및 사회적 가치
핵심 개념	기업시민, 자선, 지속가능성	기업과 지역사회의 공동 가치창출

1) 김종대(2016), ‘성공적 CSR 전략으로서 CSV에 대한 평가’, KBR 제20권 제1호 2016년 2월, pp295

비교항목	CSR	CSV
동기	재량적 또는 외부압력 대응	경쟁력 확보의 핵심요소
경제적 이익과 관계	이익극대화와 별개	이익극대화의 핵심요소
내용	외부보고목적 또는 개인적 선호에 의해 결정	기업에 맞게 내부적으로 결정
영향범위	기업의 환경 · 사회성과가 CSR 예산에 의해 제한됨	기업 전체 예산을 재조정
사례	공정무역	품질과 수율향상을 위한 구매과정의 전환

5) 공유가치 창출 사례²⁾

가. 제품과 시장의 재인식

- 인텔, IBM : 수요를 한 디지털 인텔리전스 고안
- 웰스파고 : 고객의 재무 관리를 도와주는 제품 및 툴 개발
- GE : 에코매지네이션
- 보다폰 : M-PESA 모바일 뱅킹
- 톰슨로이터 : 기상, 곡물가격정보, 농업컨설팅제공 서비스

나. 가치사슬의 생산성 재정의

- 월마트 : 포장축소와 배송경로 재조정으로 환경영향과 비용감소
- 막스앤스펜서 : 지구절반 이상의 배송이 필요한 상품을 취급하지 않음(가치사슬 : 에너지사용과 물류 부문)
- 코카콜라, 다우케미컬, Jain Irrigation: 물사용 감소(가치사슬 자원사용 부문)
- 네슬레 : 아프리카와 남미 커피 농가를 지원해서 커피 품질향상 및 생산성 제고(가치사슬 : 구매 부문)
- 힌두스탄 유니레버 : 샹티프로젝트를 통해서 가난한 여성을 사업가로 육성해서 유통망 혁신(가치사슬 : 유통부문)
- 존슨앤존슨 : 종업원 금연운동 지원(가치사슬 : 종업원생산성 부문)
- 월마트, 네슬레, 올람 : 지역농장 구매, 지역가공공장 가동, 지역주민 훈련 등 (가치사슬 : 입지(location) 부문)

다. 지역클러스터의 개발

- 네슬레 : 커피 생산 지역에 농업, 기술, 금융, 물류 기업을 유치해서 농업자재와 생산 요소의 접근성을 높이고 금융과 교육훈련 등 서비스 제공, 열대우림동맹과 파트너십 맺고 제품의 신뢰성 제고
- 야라(Yara) : 모잠비크와 탄자니아에 도로와 항구 건설에 투자해서 농업 성장 통로(corridor) 구축

2) 김중대(2016), '성공적 CSR 전략으로서 CSV에 대한 평가', KBR 제20권 제1호 2016년 2월, pp296

■ CSV에 대한 비판

1. Porter and Lramer의 CSV는 기업의 경쟁우위전략 위한 기회에 초점을 맞추고 이윤극대화 전략에 사회적 · 환경적 가치를 통합하면 이룰 수 있다고 주장하는 막연하고 비현실적인 개념

2. CSV는 실증적이고 경험적인 근거 부족

- 1) 기업과 사회 모두에게 좋다는 낙관적 인식에서 출발한 CSV는 현재 이해관계자 경영 차원의 성공사례를 차용해와서 만든 개념 수준
- 2) 환경보호, 에너지절약, 재활용 혹은 지역사회문제 영역 이외에는 실제 적용이 어렵고 제한적임

3. CSV 창출을 위한 전제조건과 CSV 실행을 위한 제시하는 프레임워크는 Porter가 기존에 제시한 경쟁우위전략에 CSR을 연결한 개념

4. CSV가 CSR의 일부분이며 이미 지속가능성, 기업시민 정신 등과 같이 익숙한 개념에 새로운 이름을 붙임

■ 참고자료2.

CSR과 공유가치창출(2014. 10. 31),
안젤라 강주현((사) 글로벌경쟁력강화포럼 (GCEF) 설립자 & 상임대표)

한양대 사회적기업리더 과정 특강

CSR과 공유가치창출

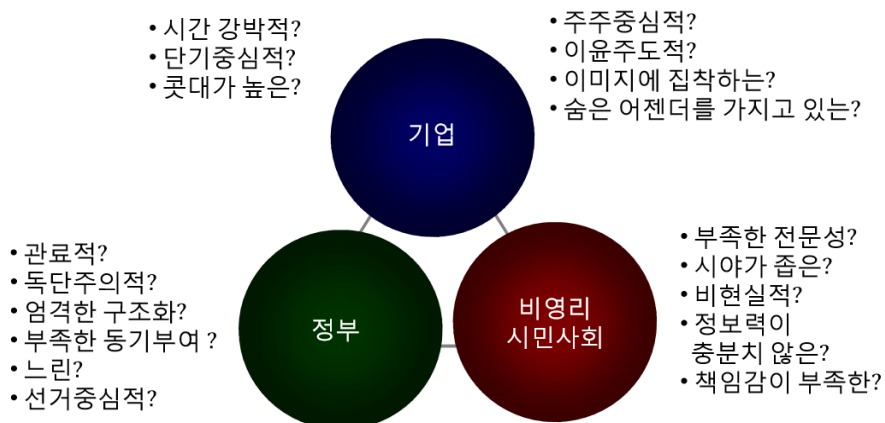
2014년 10월 31일

안젤라 강주현 설립자 & 상임대표

GCEF Global Competitiveness
Empowerment Forum
(사)글로벌경쟁력강화포럼

www.g-cef.org © 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum

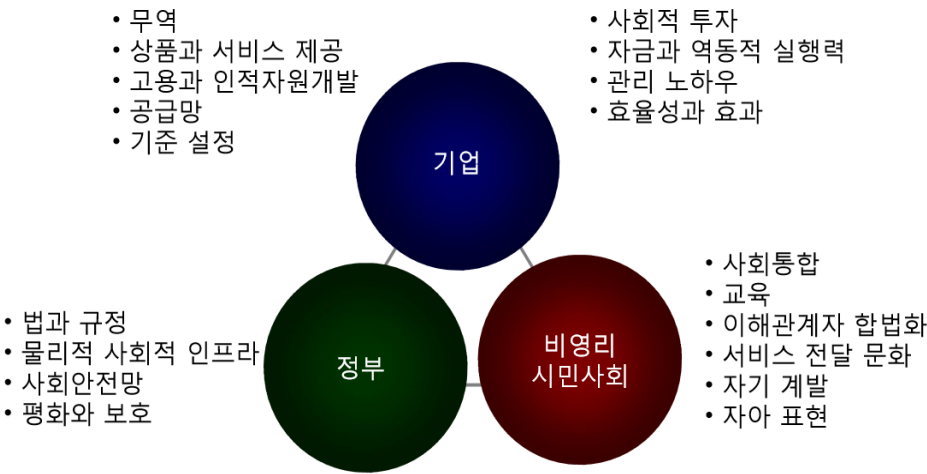
가치 공유를 위한 준비



Source: "Corporate Community Involvement" Stanford Business Books 2010
Nird Lakin and Verónica Scheinert Page 113
기업과 상생하는 기업책임의식 강화책 5월호 138면 P 270

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 2

가치 공유를 위한 시작



Source: "Corporate Community Involvement" Stanford Business Books 2010
Nick Leskin and Vemica Schmalzer Page 153
지력과 상상력은 기업혁신의 원동력 김용수 옮김 생각비행 P 271

CSR의 정의와 유사개념

용어	개념	내용
CSR (Corporate Social Responsibility)	•“기업사회공헌”	• 한국의 경우, 기업의 자선사업이나 기업사회공헌 활동으로 이해되기도 함
	• “사회책임경영”	• 회사 수익 창출과 주주 중심 경영 넘어 이해관계자를 고려, 그들의 삶의 질을 향상시키고 지속가능한 발전에 기여하고자 하는 기업의 활동
	• OECD의 정의	• 기업과 사회와의 공생 관계를 성숙시키고 발전시키기 위해 기업이 취하는 행동
CR (Corporate Responsibility)	• 유럽의 경우	• 윤리적, 사회적, 환경적, 경제적 책임 활동을 모두 포함한 광의의 개념으로 사용됨
윤리경영(Business Ethics), 준법경영(Compliance), 지속가능경영(Sustainability), 기업시민의식/활동(Corporate Citizenship), 인권경영(Business & Human Rights), 공유가치창출(Creating Shared Value), 기업사회혁신(Corporate Social Innovation) etc. + Many More !!!		

Public Policy for CR

공기업, 대기업, 중견기업, 중소기업, 사회적기업, 외투기업, 해투기업

CR 관련 Public Policy 방향														
보건 복지	여성 가족	법무	국민 권익	공정 거래	인권	금융	사회 통합	국가 브랜드	노동	환경	산업 통상 자원	중소 기업	기획 재정	외교
기업 사회 공헌 다문화 (이주 여성 지원)	다문화 (이주 여성 지원) 여성 친화 가족 친화	준법 경영	윤리 경영 반부패	공정 거래	인권 경영	서민 금융 미소 금융	사회 통합	사랑 받는 한국	공급망 관리 노사 협력 사회적 기업	녹색 기업 녹색 경영	지속 가능 경영 등반 성장 산업별 CSR 글로벌 CSR	중소 기업 CSR	공기업 경영 평가 대륙별 은행 유상 원조 KSP	UN 및 국제 기구 무상 원조 글로벌 CSR

2014년 자산총액 5천억원 이상 306개 (전체 상장회사 17%) 준법지원인 제도 실시

2007년 사회적기업 육성법

2014년 사회적경제 기본법

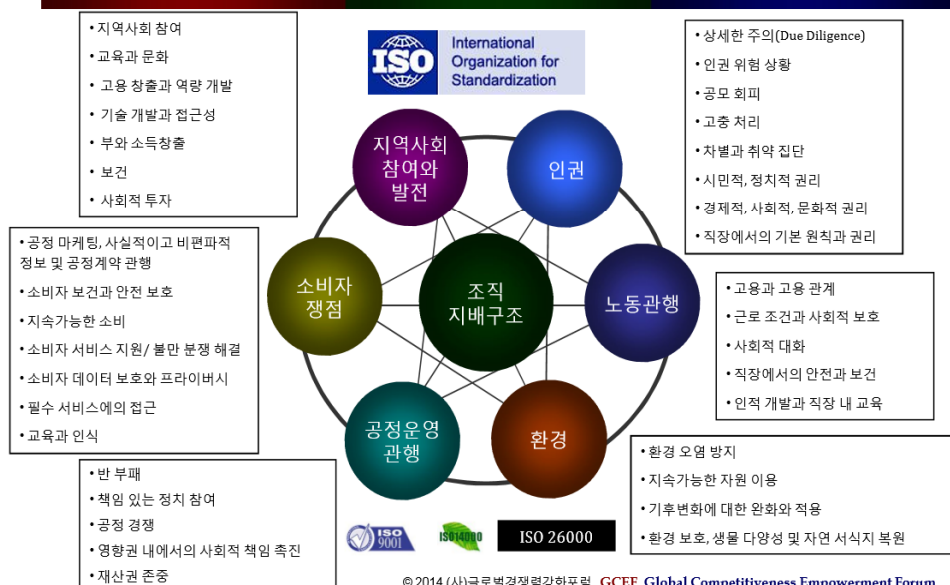
2010년 저탄소 녹색성장 기본법

2013년 산업발전법

2007년 중소기업 진흥에 관한 법률

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 5

SR 국제표준



© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 6

이해관계자 경영

- 미국 버지니아 경영대학원 R. Edward Freeman 교수 (1984)
- “Every business creates, and sometimes destroys, value for customers, suppliers, employees, communities and financiers.”
- The 21st Century is one of “Managing for Stakeholders.”

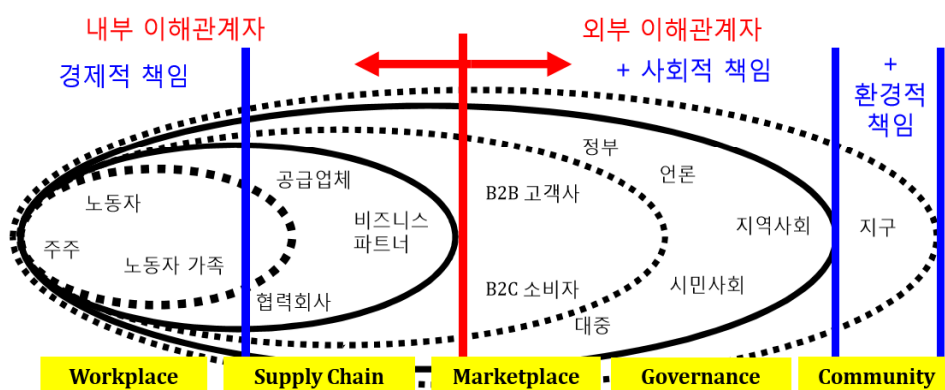


- 이해관계자 경영이론으로
2014년 독일 베를린 Humboldt 대학으로부터
제6회 Corporate Sustainability and Responsibility 에서
평생공로상 수상

<http://www.darden.virginia.edu/web/Media/Darden-News-Articles/2014/UVa-Darden-School-Professor-R-Edward-Freeman-Receives-Lifetime-Achievement-Award-From-Humboldt-University-in-Berlin/>

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 7

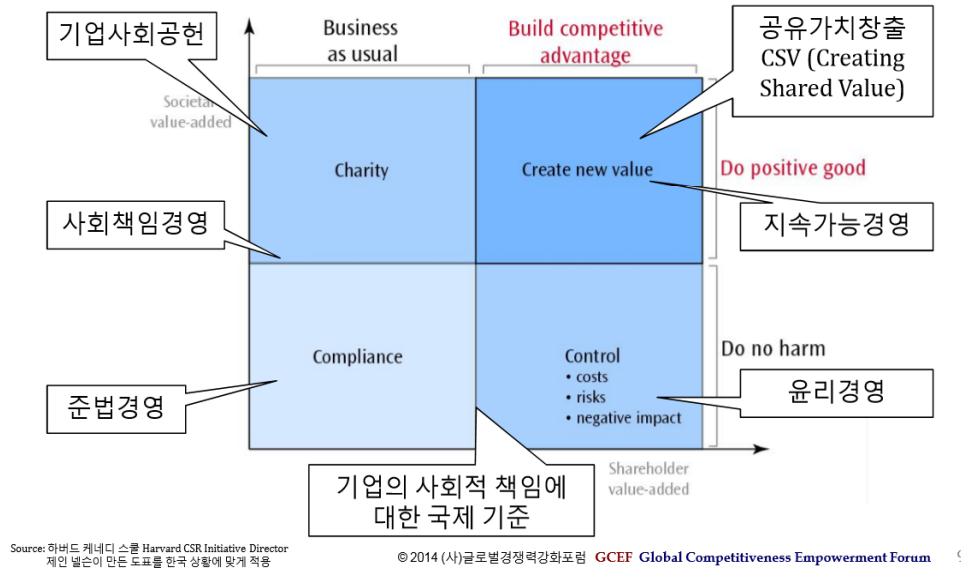
이해관계자 지도



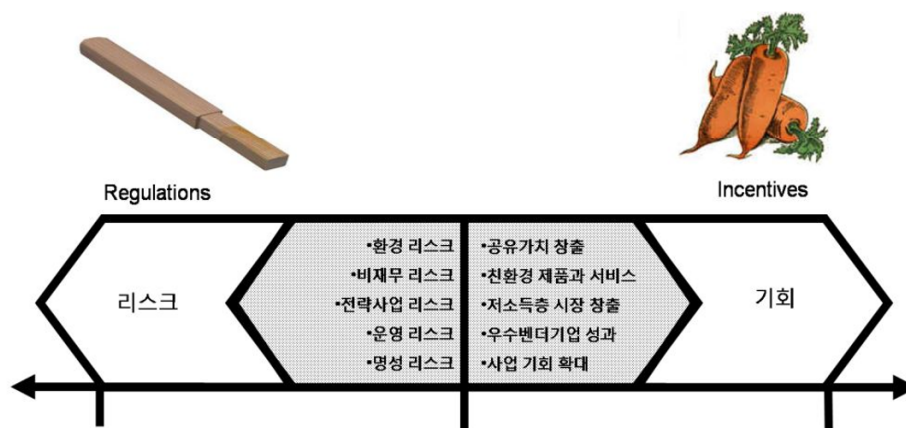
Source: Developed further from two sources:
- "A Guide for Integrating Human Rights into Business Management"
by BLHR/UNGC/OHCHR Page 8
- Nelson, Jane, Business as Partners in Development:
Creating Wealth for Countries, Companies and Communities.
The Prince of Wales International Business Leaders Forum,
the World Bank and UNDP, London, 1996.

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 8

경쟁력 강화를 위한 CR



Business Policy for CR



Corporate Social Entrepreneurship



Source: Austin, James and Reficco, Ezequiel. Corporate Social Entrepreneurship. Working Paper 09-101. Harvard Business School. 2009.
<http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/09-101.pdf>

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 11

What & How

Rationality	Emotion	Credibility
<ul style="list-style-type: none"> Economic values 	<ul style="list-style-type: none"> Social (Environmental) values 	<ul style="list-style-type: none"> CSR CSV CSE

Logos (Rationality : 10%)	Pathos (Emotion: 30%)	Ethos (Credibility: 60%)
<ul style="list-style-type: none"> Data Evidence Logic Claims Justifications Argumentation 	<ul style="list-style-type: none"> Sympathy Friendship Loyalty Hope Aspiration Well-being 	<ul style="list-style-type: none"> Resemblance Respect Expertise Self-criticism Consistency Inclination to succeed

Source: Higgins, Colin and Walker, Robyn. Ethos, Logos, Pathos: Strategies of Persuasion in Social/Environmental Reports. Accounting Forum 36, 2012, p 198.
http://www.academia.edu/1593527/Ethos_Logos_Pathos_Strategies_of_persuasion_in_social_environmental_reports

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 12

사람의 리더십을 통한 CR

Corporate Social Intrapreneurs (CSIntrapreneurs)

사내기업혁신가 (개인으로서의 임직원)

“Individuals within the enterprise who are focused on fostering and bringing about the **internal organizational transformation and innovation** (내적 조직 변화와 혁신) that moves the organization to more advanced state of CSR”
(Austin and Reficco. 2009)

챔피언, 커뮤니케이터, 창조자, 촉매제,
코디네이터, 공헌자, 계산된 전략가

Source: Austin, James and Reficco, Ezequiel. Corporate Social Entrepreneurship. Working Paper 09-101. Harvard Business School. 2009.
<http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/09-101.pdf>

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 13

기업의 리더십을 통한 CR

Corporate Social Entrepreneurship (CSE)

사회적대기업 (전체로서의 기업)

“The process of extending the firm’s domain of competence and corresponding opportunity set through innovative leveraging of resources, both within and outside its direct control, aimed at **the simultaneous creation of economic and social value**. (공유가치창출)”
(Austin, Leonard, Reficco and Wei-Skillern. 2006)

Source: Austin, James and Reficco, Ezequiel. Corporate Social Entrepreneurship. Working Paper 09-101. Harvard Business School. 2009.
<http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/09-101.pdf>

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 14

CSIntrapreneurs - Workplace

- 미국 텍사스 쉘 지사 Mandar Apte, Game Changer Program 매니저
- EMPOWER: 명상을 통한 임직원 역량 강화 및 기업 문화 혁신 프로그램
- 인간가치증진국제협회 비영리 기관에서 일한 경험을 살림



Rationality	Emotion	Credibility
<ul style="list-style-type: none"> • 2011년 쉘 CEO 피터 보셔는 쉘이 글로벌 에너지 위기를 헤쳐 나가는 혁신적인 기업이 되는 것을 목표로 삼음 • 생산성, 안정감, 관계 설정 역량 강화와 임직원 이직을 감소 	<ul style="list-style-type: none"> • 임직원 200명 대상으로 혁신을 가로 막는 원인에 대해 사전 설문조사 - 시간 부족, 스트레스, 실패에 대한 두려움, 남들이 자신을 판단하는 시각에 대한 걱정 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 참여자 200명 설문 조사 결과 ~96% 혁신을 막는 장애물에 대한 이해 증진 ~82% 혁신적인 조직을 위한 자신의 역할에 대하여 깨달음 ~90% 해당 프로그램을 강력 추천함 ~ 82% 시간이 전혀 아깝지 않았다고 답변 ~ 82% 명상을 통해 자신에 대한 인식 증진 ~ 88% 혁신의 핵심 요소인 다면적 사고력 증가

Source: Ashoka's Changemakers. One of winners of the League of Intrapreneurs Competition 2013.
http://www.changemakers.com/intrapreneurs/entries/empowering-innovation-culture-shell-using-meditation?breadcrumb_type=finalists

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 15

CSIntrapreneurs - Marketplace

- 브라질 유통(도매상) 기업 Martins Group 금융서비스 자회사 Tribanco Aparecida Teixeira de Moraes, 인사 담당 이사
- Martins 유통 대학: 소매업자 대상 역량 강화 프로그램
- 인문학 학사, 인적관리 전공 MBA, 오랜 인사 관리 경력



Rationality	Emotion	Credibility
<ul style="list-style-type: none"> • 단기/장기 복합 융자 프로그램 • 소매상점 관리 분야 교육 프로그램 • Conscious Use of Credit 프로그램을 IFC와 함께 전개하여 리스크관리 및 대출 접근성 증대시킴 • 지정된 소매상 대상으로 사용가능한 신용카드 Tricard를 소매상 및 그들의 고객 대상으로 사용하게 해 줌 	<ul style="list-style-type: none"> • 새로 온 매니저가 “마진이 적은 소매업자는 아웃시키자”고 하는 소리를 듣고 그들을 살릴 방법을 모색하면서 프로그램을 개발하게 됨 	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인/중소기업 수익성 증대 • 다른 도매상 대비 경쟁 우위 획득 • 92,000 소매상에서 302,000 소매업자가 교육을 받음 • 14,000 소매상이 대출혜택 • 9,000 소매상 대상으로 2백 5십만개 Tricard가 사용됨

Source: Ashoka's Changemakers. One of winners of the League of Intrapreneurs Competition 2013.
<http://www.changemakers.com/intrapreneurs/entries/expanding-training-value-chain>

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 16

CSIntrapreneurs - Supply Chain

- Rick Peyser, Green Mountain Coffee Roasters 본사
Social Advocacy and Supply Chain Community Outreach 이사
- 커피재배지역의 빈곤 탈출 프로젝트: 미국, 남미, 아프리카
커피 재배 공급망 기아 탈출과 빈곤 경감 지원
- 세계커피무역협회 전 회장 & 세계공정무역협회 이사



Rationality	Emotion	Credibility
<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 농약 제공 • 비 수확기 기아와 빈곤에서 벗어날 수 있도록 커피 농가 각 가구당 음식 지원 • 비 수확기 대안 생계책 알선 및 생계 대책 다변화 교육 • 2008년부터 13개국 5만 가구 3십만명 혜택 	<ul style="list-style-type: none"> • 비 수확기에 빈곤이 더 심해지는 커피 재배 농가 기아와 빈곤의 어려움을 해결해 줌으로서 인간 존엄성 향상 	<ul style="list-style-type: none"> • 커피 농가 생산성 향상 • 커피 농가 가족 영양 보건 증진 • 비 수확기 빈곤 경감

Source: Ashoka's Changemakers. One of finalists of the League of Intrapreneurs Competition 2013.
<http://www.changemakers.com/intrapreneurs/entries/fighting-hunger-coffelelands>

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 17

CSIntrapreneurs - Community

- Sacha Carina, TNT 본사 Global Innovation Program Manager
- Slum logistics Project : Vodafone의 Mpesa Team과 협업으로
인도 뭄바이의 슬럼지역 대상 모바일 주소 제공
- 유니세프와 다국적 포장재 회사가 함께 실시한 포장재로 만든
화장실 디자인 프로젝트에 자원봉사 활동



Rationality	Emotion	Credibility
<ul style="list-style-type: none"> • TNT는 슬럼지역에서 자전거 수리업을 시작한 사람에게 모바일 번호가 등록된 GPS 위치기반 주소로 수리 부품을 배송 • 부품 배달이 완료되면 선불 가능 있는 Mpesa를 통해 결제되면서 비용 지불 	<ul style="list-style-type: none"> • 케냐 키베라 슬럼 지역에서 2개월 동안 자원봉사를 할 때 만난 사람에게 카메라를 보내려고 하니 주소가 없어서 보내지 못함을 깨닫고 프로그램을 구상하게 됨 	<ul style="list-style-type: none"> • 물류의 확장성과 신뢰성 증가 • 슬럼 지역에서도 비즈니스가 가능하도록 하여 슬럼 지역 주민들의 자립과 글로벌 시장 접근성을 높임

Source: Ashoka's Changemakers. One of winners of the League of Intrapreneurs Competition 2013.
http://www.changemakers.com/intrapreneurs/entries/slum-logistics/breadcrumb_type=finalists

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 18

CSE - Governance - Leadership

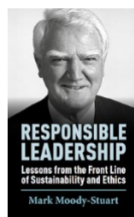
설리반 원칙 The Sullivan Principles



- 1977년
- 레온 설리반 목사
- “불공평한 시스템을 종식 시키기 위한 경제적 압력”

Sources: <http://www.marshall.edu/revleonsullivan/principles.htm>

책임있는 비즈니스 리더십 Responsible Leadership



전 로열더치셸 및
앵글로 어메리칸 회장

유엔 글로벌콤팩트
부회장 겸 글로벌
콤팩트 재단 이사장

- “사업 환경이 어려운 국가에서
글로벌 기준을 적용하여 환경
을 변화시키는 기업 리더십”

Sources: Moody-Stuart, Mark. Responsible Leadership: Lessons from the Front Line of Sustainability and Ethics. Greenleaf Publishing, 2014. p74

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 19

CSE - Governance - Standards



IFC Performance Standards on
Environmental and Social Sustainability
Effective January 1, 2012



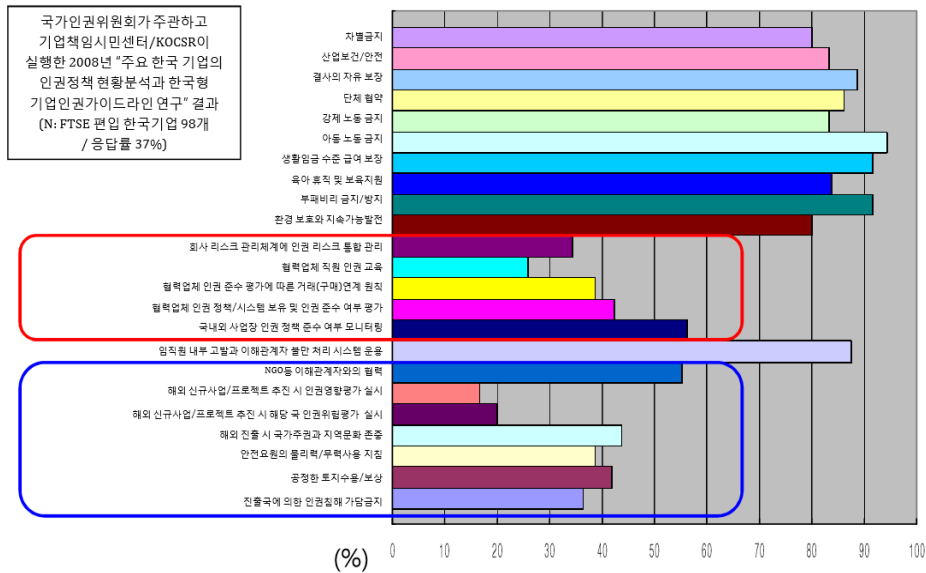
IFC 환경사회지속가능성 실행 기준 (IFC Performance Standards on Environmental and Social Sustainability)

- 1: 환경과 사회 리스크와 영향 평가와 관리
- 2: 노동 및 근무 조건
- 3: 자원의 효율적 활용 및 환경 오염 방지
- 4: 지역사회 보건과 안전 및 안보
- 5: 토지 취득 및 비자발적인 이주
- 6: 바이오 다양성 보존 및
자연자원의 지속가능한 관리
- 7: 선주민의 권리
- 8: 문화 유산

Source:
http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/c8f524004a73daeca09afd998895a12/IFC_Performance_Standards.pdf?MOD=AJPERES

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 20

CSE - Governance – Issues

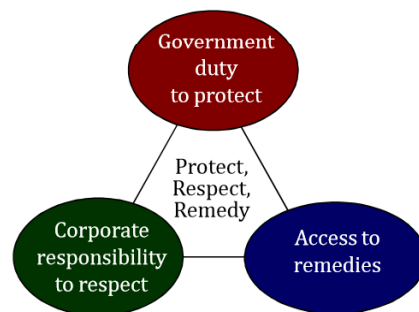


CSE – Governance - Framework

UN Framework & Guiding Principles on Business and Human Rights



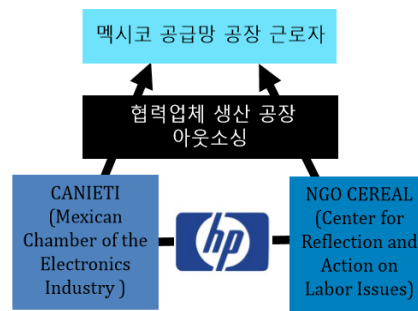
존 러기 하버드케네디스쿨 교수
& CSR Initiative 회장
기업과 인권 분야 유엔 사무총장 특별대표



Source: <http://www.business-humanrights.org/SpecialRepPortal/Home>

CSE - Supply Chain - Grievance

Non State-based Grievance Mechanism
Operation-level Grievance Mechanism
Non-judicial Grievance Mechanism

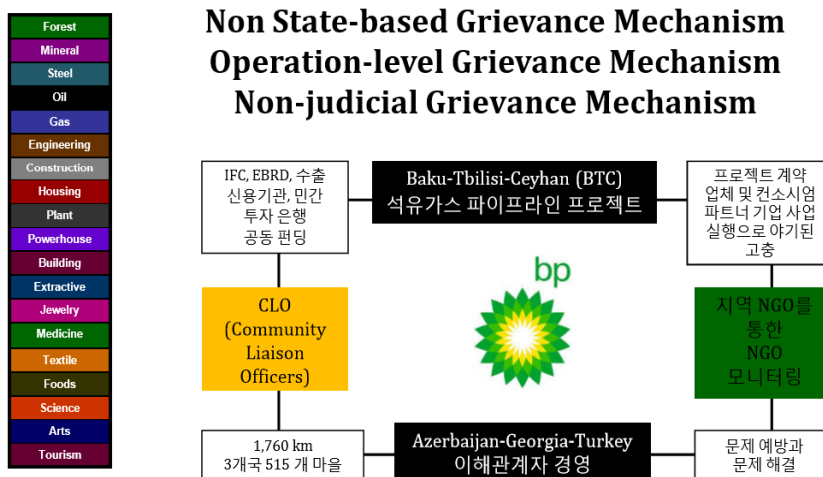


Source: http://human-rights.unglobalcompact.org/case_studies/freedom-of-association/freedom_of_association/addressing_grievances_in_the_workplace.html#U-0UM_m5xkx

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 23

CSE - Community - Grievance

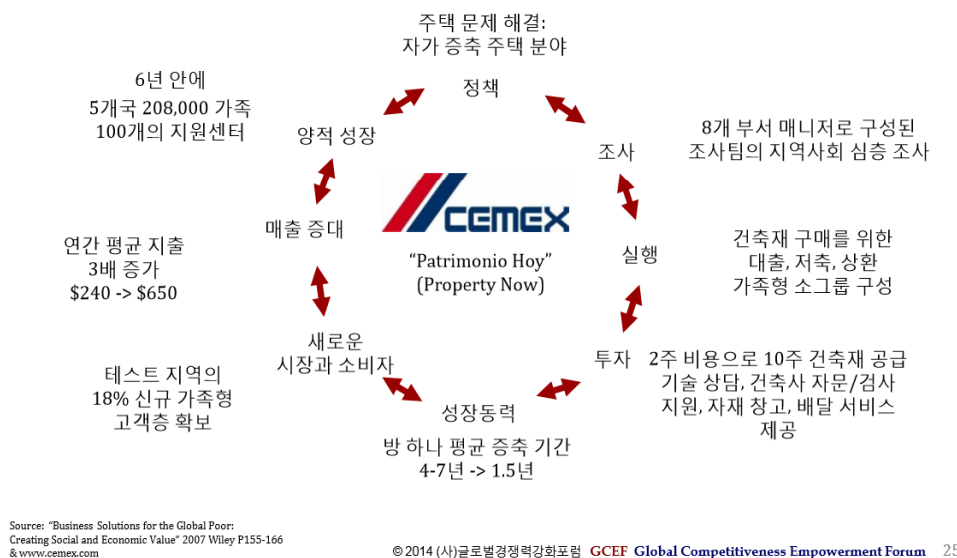
Non State-based Grievance Mechanism
Operation-level Grievance Mechanism
Non-judicial Grievance Mechanism



Source: http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/topics_ext_content/ifc_external_corporate_site/ifc-sustainability/publications/publications_loe_btc_wcl_1319578699042

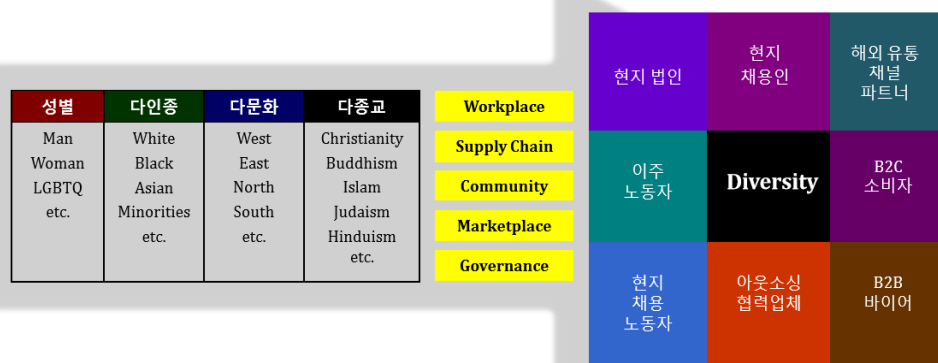
© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 24

CSE - Community - Impact




CSE - Workplace - Diversity

차별 금지에서 글로벌 경쟁력으로



CSE - Marketplace - B2C

Before	<p>“인권만 얘기하는 사람들이 비즈니스를 아냐?”</p> <p>기업 사람들은 매일 무엇을 하는지 모르겠어.</p>
<p>기업의 경쟁력과 NGO의 전문성을 살려 경제적/사회적 가치를 동시에 창조하는 윈-윈 파트너쉽</p>	 <p>치키타 바나나 기업 + 레인포리스트 얼라이언스 NGO = 바나나 농장의 환경, 노동, 인권 운영 증진을 목표로 하는 “더 좋은 바나나 (BETTER BANANA)” 인증 프로그램</p> <p><small>Source: "Beyond Good Company: Next Generation Corporate Citizenship" Bradley K. Goggins, Philip H. Morris and Steven A. Rodwin. (New York: Palgrave Macmillan, 2007) Page 212</small></p>
After	<p>인권, 노동, 환경 쪽은 NGO의 전문성이 필요해.</p> <p>대화를 통해 서로의 문화 차이를 알게 되니 이제 적이 아니야.</p>

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 27

CSE - Marketplace - B2B

Sustainable Sourcing & Collective Action



바이어-벤더 기업 간의
글로벌 공급망에 있어서
협력업체
노동, 보건, 안전, 환경 분야 증진



120개국에서 5백5십만명을 고용하여 USD2.6 trillion 규모 무역을 담당하는 100 여개의 전자업종 기업들



Source: http://www.eicc.info/about_us05.shtml © 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 28

CSE - Marketplace - B2G

Sustainable Sourcing “Public Procurement of Innovation”

2014년 1월 15일

유럽의회
공공입찰에서
환경적
사회적 기준 고려하기로
EU 공공구매 원칙
개선 결의

Source: <http://www.euractiv.com/future-eu/parliament-approves-new-rules-pu-news-532783>

EU 공공 입찰

- 유럽 GDP의 19% (년 간 €2 trillion)

- Europe 2020 전략 & EU 목표는
스마트하고, 지속가능한, 포용적 성장
- 사회적 경제 분야 기업에 대한
혜택과 우선 구매
- 경제, 사회, 환경, 문화적 기준 고려

Source: <http://www.innovation-procurement.org/about-ppi/legal-framework/>
<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=89&langId=en&newsId=978&furtherNews=yes>

© 2014 (사)글로벌경쟁력강화포럼 GCEF Global Competitiveness Empowerment Forum 29

12주

CSR과 기업이익

[강의 Point]

1. CSR(사회공헌 포함)과 기업이익에 대한 각종의 선행이론을 분석한다.
2. 연구자별로 CSR의 추구지점과 이익추구체로서 기업의 태생한계를 연결해 설명한다.
3. CSR을 통한 기대편익을 분석함으로써 사회공헌이 갖는 잠재적인 확장성을 논의한다.

■ CSR(사회공헌 포함)과 기업이익에 대한 이론

1. Anderson and Frankel(1980), Dhaliwal et al.(2011) : 사회의식이 높은 투자자는 CSR 활동을 활발히 하는 기업에 투자하기 때문에 해당 기업의 시장가치가 향상되고 자기자본비용이 낮아짐
2. Carroll(1991) : CSR이 기업과 조직 구성원 사이의 우호적 관계를 유지하는데 효과적
3. Ross and Patterson and Stutts(1992) : 사회공헌활동은 기업의 이미지 향상 및 제품구매 촉진을 통해 기업의 이윤 증대에 기여
4. Pava and Krausz(1996) : CSR 목적으로 지출하는 비용은 경쟁기업에서는 발생하지 않을 수 있는 불필요한 비용으로써 재무성과에 부정적 영향을 줌
5. Brown and Dacin(1997)은 : 좋은 제품과 서비스를 제공하는 기업 이미지와 더불어 사회공헌 활동으로 인한 선한 이미지가 제품에 대한 소비자의 평가제고
6. Ho and Vitell and Barnes and Desborde(1997), Schwepker and Ferrell and Ingram(1997), 김해룡 & 이형탁(2010) : 조직 구성원들이 기업의 이익과 윤리적 문제 사이에서 내적갈등을 발생했을 때 CSR이 극복하는데 도움
7. Barone and Miyazaki and Taylor(2000) : 경쟁 브랜드와 제품 및 서비스의 차이가 없는 경우에는 사회공헌활동이 소비자에게 주는 편익과 상관없이 사회공헌활동을 하는 브랜드 선택. 경쟁 브랜드 간 차이가 있는 경우에는 사회공헌활동이 주는 구체인 편익의 크기에 따라 브랜드 선택
8. Dawar and Pillutla(2000), Klein and Dawar(2004), 윤각 & 조재수(2005) : 사회공헌 활동을 통해 구축된 기업명성 또는 기업이미지가 기업 위기 시 방어막의 역할 수행
9. Carroll(2000), Lantos(2001), Porter and Kramer(2006), McWilliams and Siegel (2011), 변선영과 김진욱(2011) : CSR을 전략적으로 활용함으로써 경쟁우위를 누릴 수 있음
10. Maignan and Ferrell and Hult(1999), Maignan and Ferrell(2001), Perterson(2004), Aguilera and Rupp and Williams and Ganapathi(2007) : CSR이 역할갈등, 조직에 대한 몰입, 직무 만족도, 이직의도와 같은 직원의 직무 성과에도 긍정적인 영향
11. Poter and Kramer(2002) : 기업의 사회공헌활동이 기업에 대한 이미지 수립 또는 개선을 통해 기업의 경쟁력을 향상시킴
12. 윤각 & 서상희(2003) : 기업의 사회공헌활동과 기업광고가 기업의 이미지와 브랜드 태도 형성에 긍정적임. 특히 사회공헌활동이 기업 이미지에 미치는 영향이 큼

13. 한은경 & 류은경(2003) : 기업의 사회공헌활동은 긍정적인 기업 이미지 영향을 미치며 구매의 도에도 간접적으로 영향 미침
14. David et al.(2005) : 소비자는 사회공헌활동을 적극적으로 하는 기업의 이미지를 높게 평가하며, 해당 기업의 제품을 구매하려는 의도가 높음
15. 김재휘 & 김수정(2005), 서구원 & 진용주(2008), 허미옥 & 정기한(2010) : 기업의 사회공헌 활동은 호감도와 태도를 향상시켜 기업의 명성을 높이며, 궁극적으로 제품 구매 의도를 높임
16. Porter and Kramer(2006) : 전략적 CSR 활동을 통해 사회 공헌과 기업의 경쟁력 향상을 동시에 이룰 수 있다는 것을 제안
17. Sen, Battacharya, and Korschun(2006) : CSR 우수 기업이라는 인식은 해당 기업에 취업하려고 하는 지원자의 수를 증가시켜 우수한 인적 자원 획득에 도움
18. Aguilera(2007) : CSR 활동이 조직 구성원들이 느끼는 기업의 공정성을 향상시키고, 이는 직무 만족도, 몰입, 이직, 직무 성과에 긍정적인 영향을 줌
19. Chih et al.(2008) : CSR 우수 기업은 불리한 정보를 숨기지 않기 때문에 경영자의 이익조정에 대한 유인이 작아서 적자보고 회피 및 이익유연화 감소
20. 김창수(2009) : 장기적으로는 비용을 낮추는 긍정적 측면이 있어 CSR 활동을 하는 기업이 그렇지 않은 기업보다 가치가 높음
21. Lev et al.(2010) : CSR은 사회적 문제에 관심 있는 소비자에게 매력적 → 매출 증대
22. Dhaliwal et al.(2011) : CSR을 적극적으로 수행하는 기업은 정부의 규제를 피할 수 있어 대체로 법규준수 비용 감소
23. 천미림과 김창수(2011), 천미림과 유재미(2013) : CSR을 적극적으로 수행하는 기업은 수행하지 않는 기업보다 매출과 재무성과가 높음
24. Kim et al.(2012) : CSR을 적극적으로 수행하는 기업은 재량적 발생액을 통한 이익조정과 실제 이익조정 모두가 낮음
25. 임형주와 최종서(2013) : 외면적 윤리기업(CSR 우수 기업)은 발생액 이익조정과 실제 이익조정이 모두 낮아 내면적 윤리성(재무보고의 질)을 갖추고 있음

■ CSR과 기대편익

1. 경제적 이윤의 증대

- 1) 다른 조건(품질, 가격 등)이 유사하다면 CSR 우수 기업 제품 구매
- 2) 입소문과 가격 프리미엄 지불행동에 긍정적인 영향

2. 브랜드 이미지와 사회적 평판의 향상

3. 판매 및 고객의 충성도 증대

- 1) 기업에 대한 소비자들의 충성도 제고
- 2) 소비자들이 기업에 대한 부정적 정보에서 대처할 수 있는 회복력을 제공

4. 생산성과 제품 품질의 향상

5. 노동조건 향상, 환경에의 부정적 영향 감소 및 기업 의사결정과정에서의 근로자 참여 증진 등의 노력은 많은 경우 노동자들의 생산성 향상과 불량률 감소로 이어짐

6. 근로자들의 채용상 이점과 장기근속에 따른 경비절감

7. 정부규제기관의 감독 완화

8. 자본에 대한 접근성 강화

9. 이슈 및 대의에 대한 소비자들의 행동에 변화 야기 : 기업의 사회공헌을 통해 알려진 이슈 및 대의에 소비자들은 돈과 시간의 투자 등과 같이 다양한 방식으로 지원

13주

CSR 규범

[강의 Point]

1. CSR에 관한 국제적 규범의 등장배경과 그 전개과정을 통해 기준점에 대해 논의한다.
2. 효과성 확대를 위한 국제기구의 CSR 규범상황을 면밀하게 연구, 차이를 설명한다.
3. 한국의 사회적 책임 관련 주요 가이드라인과 평가지표를 소개, 비교분석하도록 한다.

■ CSR에 관한 국제적 규범의 등장과 전개과정

1. CSR은 1800년대 후반부터 나타나기 시작한 기업의 사회기부행위로부터 출발
 2. **1900년대 초반** : 지역사회와의 협력과 봉사 등 윤리적 측면에서의 CSR 부각
 - 앤드류 카네기의 [부의 복음(The Gospel of Wealth)]의 신탁이론 근거(김성수, 2009) → 사회적 책임 개념의 사상적 기초
 3. **1919년** : 국제노동기구(ILO)의 탄생. 근로자 보호를 중심으로 한 국제적 차원의 CSR 국제규범 태동. 대공황 이후 수정자본주의 정착 → CSR 개념 강조
 4. **제2차 세계대전 이후** : 국제연합(UN) 창설. 인권, 환경, 경제와 국제교역 등 사회 전반에 걸친 국제협약과 국제선언 활발하게 전개
 - 1) 1948년 유엔인권선언 : 사회적 책임에 관한 모든 국제적 규범의 근간
 - 2) 국제표준화기구(ISO) 설립 → 산업표준의 국제적 조율 및 통일에 기여
 5. **1960년대와 1970년대** : 환경문제와 인권문제에 대한 국제적 규범이 확산
 - 1) 환경보호 및 지속가능개발에 관한 국제규범의 초석
 - 가. 1963년 : 멸종위기 동식물의 국제거래에 관한 협약(CITES : Convention on international trade in Endangered Species)
 - 나. 1972년 : 인간환경에 관한 스톡홀름 선언(Stockholm Declaration on Human Environment) 및 이행을 위한 유엔환경계획(UNEP) 창설
 - 2) 인권문제에 대한 국제규범의 초석
 - 가. 1961년 : 국제사면위원회(Amnesty International) 창설, 미국 고용평등기회법(Equal Employment Opportunity Act)과 고용할당법(Affirmative Act) 제정
 - 나. 1973년 : 남아프리카공화국의 인종격리정책에 항거하는 영국정부의 행동강령
 - 다. 1977년 : 유럽행동강령(European Code of Conduct)
 - 3) 개발도상국에서의 다국적기업의 부패문제와 노동문제에 대한 국제규범
 - 가. 1976년 : OECD 다국적기업 가이드라인(OECD Guidelines for Multinational Enterprises)
 - 나. 1977년 : ILO 다국적기업과 사회정책 삼자선언(ILO Tripartite declaration concerning Multinational Enterprises and Social Policy)
- ※ 한국의 상황
- 국제규범의 도입 및 이행이 어려운 상황이었음

6. 1980년대와 1990년대 초반 : 환경문제와 지속가능개발이 전 세계적인 이슈화 → 수많은 국제협약과 행동지침 배출

- 1) 1981년 UNEP와 WWF가 세계보존전략(World Conservation Strategy) 발간
→ 보존과 지속가능개발에 관한 최초의 원칙과 지침 상정
- 2) 이후 빈협약(1985년), 필두로 몬트리올 의정서(1987년), 바젤협약(1988년), 사막화 방지협약(1991년), 기후변화협약(1992년), 생물다양성협약(1992년), 리우 환경개발 선언(1992년) 도출
- 3) 1989년 : 엑슨발데즈호의 원유 유출사고 계기로 발데즈원칙(세레스원칙, CERES Principles 으로 개명) 제정
- 4) 1991년 : 국제상공회의소(ICC)에서 지속가능개발 기업헌장(ICC Business Charter for Sustainable Development) 발표 → 국제표준화기구(ISO)에 환경경영 표준화 요청
- 5) 1996년 : ISO 14000(환경경영 국제표준) 제정

※ 한국의 상황

- 가. 형식적으로만 동조. 정부나 기업의 실질적인 실천의지 부족. 국제적 규범의 이행을 위한 정부차원의 법적 조치를 정부규제나 준조세납부의 형태로 인식
- 나. 1980년 7월에 전국경제인연합회에서 기업윤리강령을 채택하고 1981년에 '새기업 사회선언'을 선포했으나 경제계의 자발적 참여저조 성과 미비(코스닥상장법인협의회, 2007)

7. 1990년대와 2000년대

- 1) 세계경제의 글로벌화 → 노동문제를 중심으로 사회적 책임에 대한 국제적 차원의 기업가. CCC(Clean Clothes Campaign), 의류산업 노동실천강령(Code of Labor Practices for the apparel Industries) 채택 → NGO 차원에서 채택된 대표적인 행동강령
나. 1998년 : ETI 기본강령(Ethical Trading Initiative Base Code) → 생산국 근로자의 고용과 근로조건에 관한 글로벌 기준
다. 1998년: Social Accountability International, SA 8000 제정 → 국제적 차원에서의 노동문제 해결을 위한 윤리경영과 CSR를 다룬 세계 최초의 국제표준
라. 2002년 : 미국표준협회(ANSI), 기업윤리경영의 세계표준안인 기업행동규범시스템(BCMSS : Business Conduct Management System Standard) 발표
- 2) 1990년대 후반 : 세계화 이후 국제상거래 과정에서 발생하는 부패를 방지하기 위한 국제규범 채택
- 1999년 : OECD 뇌물방지협약. 국제상공회의소의 국제상거래의 금품강요와 뇌물 수수방지 행동규칙(ICC Rules of Conduct: Extortion and Bribery in International Business Transactions), APEC 기업행동강령(APEC Business Code of Conduct) 등

- 3) 1990년대 후반 : 사회적임 요소 정량화 지수인 FTSE4Good, 다우존스 지속가능성 지수(DJSI), Innovest의 무형가치평가(Intangible Value Assessment) 등

※ 한국의 상황

- 가. 1997년 외환위기 이후 정부차원에서 국제 표준에 부합되도록 법규와 관련제도를 선진국 수준으로 지속적인 개선 도모
- 나. 기업은 국제적 변화를 인식하기 시작했으나 시급한 경영과제로 다루지 않았으며 정부정책이나 외부 환경변화에 소극적으로 대응(코스닥상장법인협의회, 2007)
- 다. 외환위기 이후 투명경영과 윤리경영이 대외 신임도나 경쟁력과 직결된다는 인식 증가 → 1999년 2월 11일 전경련 총회에서 '기업윤리헌장' 개정 및 선포

8. 2000년대 : CSR의 다양한 영역을 통합하는 국제규범 표준화가 시도

- 1) 경제, 환경, 사회 등 CSR이 포함되는 모든 영역에서의 기준 제시

- 가. UN, GRI 지속가능경영 보고서 가이드라인(Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guideline), 글로벌콤팩트(UN Global Compact)
- 나. 영국 BitC 가이드라인(Corporate-Impact reporting Initiative)

- 2) 모든 이해관계자를 대상으로 한 사회적 책임 개념의 국제표준화 요구

- 가. 정부, 노동조합, NGO 등 모든 이해관계자가 함께 수행해야 한다는 인식 대두
- 나. 국제표준 ISO 26000 발표 : 기존의 CSR(기업의 사회적 책임) 개념보다 포괄적인 SR(사회적 책임) 개념

※ 한국의 상황

- 가. 2001년 7월 부패방지법 제정 → 2002년 부패방지위원회 설립 → 2005년 국가청렴위원회 설립 → 2008년 국민권익위원회로 변경 : 정부조직 포함 민간기업 부문에서의 반부패, 청렴도 제고 담당
- 나. 2002년 : 산업자원부(현재 지식경제부) 산하 기술표준원이 사회적 책임 국제표준(ISO 26000) 제정 회의 참여(고동수, 2006)
- 다. 2003년 : 산업자원부와 산업정책연구원이 공동으로 민간기업을 대상으로 윤리경영 실태조사 실시
- 라. 2000년 이후 기업도 자체적인 윤리경영 실행프로그램과 자체평가제도 운영
- 마. 2000년부터 2006년까지 3차례에 걸친 GRI 지속가능경영 보고서 가이드라인의 발표 후 지속가능경영보고서 작성하는 대기업이 점차적으로 증가

〈표-2〉 국제기구의 사회적 책임에 관한 주요 국제규범 개발 현황¹⁾

속성	규범 및 지표(제정기관)
가이드라인 Guiding Principles	Business Charter for Sustainable Development (ICC) Business Principles for Countering Bribery (TI) Ethical Trading Initiative (ETI) Global Sullivan Principles of Social Responsibility (UN) Global Compact (UN) Guidelines for Multinationals (OECD) Human Rights Guidelines for Companies (AA) BitC Corporate Impact Reporting Initiative (BitC) Business Conduct management System Standard (ECOA)

1) 허영도 외(2012), '기업의 사회적 책임(CSR)과 지역경제사회발전 연구', 아산재단 연구총서 제337집, pp85-86

속성	규범 및 지표(제정기관)
협약 Convention	Declaration of Human Rights (UN) Rights of the Child (UN) Core Convention on Labor Standard (ILO) Int'l Covenant on Economic, Culture and Social Rights (UN) Convention on Combating Bribery of Foreign Public Officials on international Business Transactions (OECD)
행동강령 Codes of Conducts	Charter Agreement on labor Practice (FLA) Code of Labor Practices for the Apparel Industries (CCC) Rules of Conduct to Combat Extortion and Bribery (ICC) Business Code for Conduct (APEC)
운영표준 Management Standards	ISO 14001 (ISO) OHSAS 18001 (BSI) SA 8000 (SAI) Sustainability-Integrated Guidelines for Management (SIGMA) Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP) Kimberly Process Certification Scheme (UN) ISO 26000 (ISO)
기업지배구조 Corporate Governance	Principles for Corporate Governance (OECD) ICGN Statement on Global Corporate Governance Principles Caux Round Table Principles (CRT) Keidanren Charter for Good Corporate Behavior (Keidanren) WEF Statement Global Corporate Citizenship (WEF)
보고 Reporting	Global Reporting Initiative Guideline (GRI) Accountability 1000 (AA)
기타	Global Alliance for Workers and Communities Workers Right Consortium Good Corporation Accreditation Scheme Sustainable Triple Bottom Line Extractive Industries Transparency Initiative

■ 한국의 사회적 책임 관련 주요 가이드라인과 평가지표

〈표-3〉 우리나라 사회적 책임 관련 주요 가이드라인과 평가지표²⁾

명칭	개발기관	내용	개발연도
경제정의지수(KEJI Index)	경실련	윤리경영 및 사회적 책임에 대한 포괄적 평가 모델	1991 ~ 매년
기업윤리실천매뉴얼	전경련	윤리경영 원칙 및 가이드라인	2000
KoBEX(Korean Business Ethics Index)	산업자원부 · 산업정책연구원	윤리경영 평가지표	2003
지속가능경영평가모델 (SMILE-1)	환경운동연합	ISO 14001에 기초한 사회적 책임 이행정도 종합적 평가모형	2005
기업사회공헌지표	전경련	기업의 사회공헌 평가지표	2005
BSR 가이드라인(BEST Sustainability Report Guideline)	산업자원부 · 대한상공회의소 · 산업정책연구원	국내 기업환경의 특수성을 반영하는 국내형 지속가능 경영보고서 가이드라인	2006
코스닥기업 윤리경영자가진단표	코스닥기업연합회	윤리경영 원칙 및 자가진단 평가지표	2007
윤리경영 자가진단지표 (FKI-BEX)	전경련	윤리경영 원칙 및 평가지표	2007
KoBEX SM(Korean Business Ethics Index Sustainability Management)	지식경제부 · 산업정책연구원	지속가능경영 평가지표 (KoBEX의 수정모형)	2008
기업의 사회적 책임 노동지표 (PSDP-CSRL)	참여연대	ISO 26000에 대비한 국내형 노동부문 평가지표	2008
반부패지표 중심의 윤리경영보고서 표준안	국민권익위원회	윤리경영 원칙 중 반부패 관련 보고서 가이드라인	2009
ISO 26000 이행수준 체크리스트	한국표준협회	ISO 26000의 내용을 반영한 조직의 자가진단 평가지표	2011

2) 허영도 외(2012), '기업의 사회적 책임(CSR)과 지역경제사회발전 연구', 아산재단 연구총서 제337집, pp144-145

14주

지속가능보고서

[강의 Point]

1. 현대기업의 중요한 키워드인 지속가능보고서의 의미와 개념을 이해한다.
2. ISO 26000의 도출배경과 현재 상황, 핵심내용, 및 항목특징을 공유한다.
3. 표준화된 지속가능경영보고서 가이드라인의 개발과 보급을 위한 GRI를 분석한다.

■ 지속가능보고서(Sustainability Report)

1. 지속가능보고서

- 1) 경제적 · 환경적 · 사회적 이슈에 대해 기업의 경영활동과 성과를 이해관계자들에게 공개하는 보고서
- 2) CSR에 대한 보고수단. 사회의 신뢰를 얻고 투명성을 높이는 커뮤니케이션 채널로 활용
- 3) 기업 내부적으로는 지속가능경영에 대한 임직원의 인식과 역량을 제고시키는 수단으로 활용
- 4) 지속가능보고서의 보고 범위는 초기 경영성과 및 일부 환경성과 위주에서 점차 CSR 활동 전반으로 확대됨
- 5) 지속가능보고서는 ISO 26000, GRI 등의 국제표준을 토대로 작성

2. 지속가능보고서 발간 배경

- 1) 20세기 대량생산과 소비로 인해 전 지구적 차원의 위기가 발생 → 지속가능한 성장과 발전에 대한 이슈 제기 → 국제사회에서 국가와 기업 등 사회구성원 모두에게 지속가능한 발전을 위한 참여 촉구
- 2) 사회의 복잡화 → 기업의 경영에 미치는 비재무적 리스크(환경, 사회, 거버넌스 등)의 영향력 증가
- 3) 해외 국가들은 거래소 상장규정, 기업정보 공시제도 등과 연관해서 기업의 비재무적 정보를 공시하는 제도 운영 및 특정 기업을 대상으로 지속가능보고서 발간의 무화
- 4) 이와 같은 법률적 규제, 정책적 인센티브, 국제사회의 요구 등 기업 내외부의 요인으로 인해 비재무적 성과에 대한 정보 공개가 필수사항으로 강화 → 지속가능보고서 발간, 연차보고서에 포함, 정보공개 이니셔티브 참여 등 확대

〈표-Ⅲ〉 국가별 정보공개 제도¹⁾

국가	이니셔티브/지침/법규	내용
미국	Commission Guidance Regarding Disclosure Related to Climate Change	증권거래위원회(SEC)는 기후변화로 인해 사업 상 중대한 위험이 있을 경우 상장기업이 이를 어떻게 공시할 것인지에 대한 지침을 제공하고 있음
	Insurer Climate Risk Disclosure Survey	연간 보험료 5억 달러 이상의 보험회사들은 기후변화 관련 위험에 어떻게 대응하고 있는지, 정책입안자를 대상으로 어떤 기후변화 관련 교육을 제공하고 있는지, 또 기후변화에 따라 투자전략을 어떻게 수정했는지 등의 정보를 보고해야 함
캐나다	Bank Act	10억 달러 이상의 자본을 소유한 은행 및 기타 금융 기관은 국가 경제와 사회에 대한 기여도 를 매년 연차보고서 내 공개해야 함
	GHG Emissions Reporting Program	온실가스 다배출 기업은 배출량을 필수적으로 보고해야 함
호주	Corporate Law Economic Reform Program Bill	환경규제와 관련해서 기업성과, 사업장, 재무현 황, 경영전략에 대한 세부사항을 공개하도록 요구하는 법안
	Financial Services Reform Act	펀드 매니저와 금융상품 제공자는 투자 의사결 정 과정에서 ESG 요소를 얼마나 고려했는지 밝혀야 함
브라질	Law No. 11638	상장기업들은 이해관계자에게 어떠한 경제적 가치를 제공했는지에 대한 정보를 재무보고서 내 'Economic Value Generated and Distributed' 표에 기록해야 함
중국	Environmental Information Disclosure Act	기업들은 환경법규 준수를 위한 정보를 공개하 고 지역 환경청은 이러한 정보가 공시될 수 있는 시스템을 구축해야 함과 동시에 기업들에 인센티브를 주도록 함. 상장기업들에게는 이 법이 필수적으로 적용됨
	Guidelines on Environmental Information Disclosure	상해증권거래소에 상장된 모든 기업들은 환경 정보를 포함하는 지속가능보고서를 발간해야함
	Guidelines to the SOEs on Fulfilling Corporate Social Responsibilities	중앙정부에 소속된 모든 공기업들은 기업의 사회적 책임을 다하고 그 성과를 공개해야 함
일본	Environmental Reporting Guidelines	환경부에서 발간한 환경보고서 작성 지침으로, 2007년 개정되면서 정량적 환경지표의 정의와 산정방법까지 포함되었음(정부 지정기업들은 매년 필수적으로 환경보고서를 발간해야 함)
벨기에	Social Balance Sheet	임직원을 고용하는 모든 기업은 연차보고서에 임직원에 대한 정보(수, 이동, 교육 등)를 담은 'Social Balance Sheet'을 포함해야 함
덴마크	Financial Statements Act	총 자산 1,900만 유로, 매출 3,800만 유로, 임직원 250명 이상의 모든 기업은 지속가능경 영 성과를 재무 보고서 내 공개해야 하며, GRI 가이드라인을 참고할 것을 권고하고 있음
스웨덴	Guidelines for External Reporting by SOEs	모든 공기업은 GRI G3 가이드라인에 따라 지 속가능보고서를 발간해야 함
프랑스	New Economic Regulations- Article 116	모든 상장기업들은 환경 · 사회적 성과를 보고 해야 하며, 시행령에 명시된 40개 지표의 대부 분은 GRI 가이드라인에 기반한 것임(일부 사회 지표는 프랑스 노동법 준수를 위한 'French Social Report'를 기반으로 함)

1) 허영도 외(2012), '기업의 사회적 책임(CSR)과 지역경제사회발전 연구', 아산재단 연구총서 제337집, pp90-91

국가	이니셔티브/지침/법규	내용
독일	Accounting Law Reform(BilReg)	모든 독일 모회사는 그룹 경영보고서 내 비재 무 정보를 공개해야 함
영국	British Companies Act	모든 상장기업들은 연차보고서 내 기업의 전략, 성과, 리스크에 대해 설명하고 특히 런던 증 권거래소에 상장된 기업들은 환경, 작업장, 사 회 및 지역사회 이슈에 대해 공개해야 함
	Carbon Reduction Commitment(CRC)	연간 6,000MWh 이상의 전력을 사용하는 모든 기업은 에너지 사용에 따른 온실가스 배출량을 환경청에 보고해야 하며, 2011년 7월 말까지 'Footprint Report'를 발간해야 함. 또한, 대 상기업들은 이에 대한 성과를 매년 관리하고 공개해야 함
남아공	King Report on Corporate Governance(King III)	요하네스버그 증권거래소에 상장된 모든 남아 공 기업들은 필수적으로 통합보고서를 발간해 야 함
한국	녹색경영 정보 공시 제도	한국거래소는 2011년 1월 1일부터 상장기업 들을 대상으로 녹색경영 정보 공시 제도를 운영 중임. 정보 공시 대상 업들은 공인기관의 검증을 거친 정보에 대해 '자율공시'로 공개 해야 함
	환경 정보 공개 제도	환경부는 2011년부터 녹색기업, 공공기관 및 환경민감기업 등을 대상으로 자사의 환경 정보 공개를 의무화하는 '환경 정보 공개 제도 운영 규정' 운영함. 공개 대상 기관 및 기업은 크게 제조업, 공공행정, 교육, 보건, 기타 서비스 및 기타 산업의 6개 분야로 구분하며, 27개 공개 항목에 대해 각 분야별로 의무 공개항목과 자 율 공개항목에 차등을 두고 있음

■ ISO 26000

1. ISO 26000

- 1) 국제표준화기구(ISO)와 국제전기표준회의(IEC) 제정한 CSR에 대한 국제표준. 2005 ~ 2010년 동안 추진해서 2010년 11월에 국제표준으로 제정
- 2) CSR의 차원을 넘어 정부기관, 공공기관, 대학, 병원, 종교기관, NGO 등 다양한 이해관계자의 사회적 책임까지 정의
- 3) 거버넌스, 인권, 노동 관행, 환경, 공정운영 관행, 소비자, 지역사회 참여 및 발전 등의 7가지 주제에 대한 사회적 책임 규정
- 4) ISO 26000은 강제성은 없지만 국제 입찰이나 외국 대기업과 거래를 할 때 반드시 요구되는 추세

2. ISO 26000 7대 핵심

1) 공정운영 관행

가. 공정운영 원칙

- 공정운영 관행은 조직이 다른 조직을 다룰 때 윤리적 행동을 하는 것과 관련. 조직 및 조직의 파트너, 공급자, 계약자, 고객, 경쟁자 및 조직이 속한 협회 뿐 아니라 정부기관과의 관계도 포함. 윤리적 행동은 조직 간 정당하고 생산적인 관계를 수립하고 유지하는 데 근본

나. 공정운영 관행 표준

- 반부패 : 부패는 뇌물수수, 이해관계 상충, 사기, 자금세탁, 횡령, 은폐 및 법 집행 방해, 영향력이 행사된 거래 등 사적인 이득을 위해 위임 받은 권력의 남용을 의미
- 책임 있는 정치적 참여 : 공공의 정치적 프로세스를 지원하고 사회 전반에 이익이 되는 공공 정책의 개발 장려. 부당한 영향력의 사용 금지, 협박 및 강압 등을 통한 공공의 정치적 프로세스 훼손행위 회피. 특정 명분을 지지해서 정치가 또는 정책결정자를 통제하려는 시도 또는 이에게 부당한 영향력을 행사하는 것으로 인식되는 정치적 기부 회피 필요
- 공정경쟁 : 기업들 간의 연루/공모 통한 가격조작, 경쟁입찰을 조작하기 위해 연루/공모하는 입찰담합, 시장에서의 경쟁자 퇴출 위해 낮은 가격으로 제품 판매하는 약탈적 가격 책정 등 사례
- 가치사슬에서의 사회적 책임 촉진 : 가치사슬에 따른 리더십과 멘토링을 통해 사회적 책임의 원칙 및 관행의 채택 및 지원 촉진
- 재산권 존중 : 물적 재산과 지적 재산 모두를 포괄하며 재산권의 인정은 창의성 및 혁신을 촉진하고 투자, 경제적 및 물리적 안전 촉진

2) 인권

가. 인권 원칙

- 인권은 고유하고, 양도할 수 없고, 보편적이고, 분할할 수 없으며 상호의존적
- 모든 사람에게 속한다는 점에서 고유의 권리
- 포기하거나 정부 또는 다른 어떤 기관에 의해서 박탈될 수 없다는 점에서 양도할 수 없는 권리
- 지위에 상관없이 모든 사람에게 적용된다는 점에서 보편적 권리
- 어떠한 인권도 선택적으로 무시되어서는 안 된다는 점에서 분할할 수 없는 권리
- 한 권리의 실현이 다른 권리의 실현에 기여한다는 점에서 상호의존적 권리

나. 인권 표준

- 실사 : 조직의 활동 또는 조직과 관계를 갖는 사람의 활동에서 발생하는 실질적 또는 잠재적 인권 영향을 식별하고, 예방하며, 다루기 위해 실사를 수행할 책임.
인권정책, 인권에 미치는 영향을 평가하는 수단, 인권정책의 조직에의 통합수단, 모니터링 수단, 부정적 영향을 다루기 위한 조치 등 포함
- 인권 리스크 상황 : 인권 관련 도전 및 딜레마에 직면하기 쉽고, 인권 침해의 리스크가 악화될 수 있는 특정 상황 및 환경. 빈곤, 가뭄, 극단의 보건 위험 또는 자연재해, 충돌 또는 극단의 정치 불안, 민주 또는 사법시스템의 실패, 정치권 및 시민권의 부재 등
- 연루/공모 회피 : 법적 맥락에서, 연루/공모는 해당 불법행위를 알거나 불법행위의 원인이 되는 의도를 가지고 있으면서 범죄와 같은 불법행위를 저지르는데 실질적인 영향이 있는 행위 또는 부작위 당사자. 직접연루/공모, 이득연루/공모, 침묵연루/공모
- 고충처리 : 인권이 침해되었다고 믿는 사람이 이를 조직의 관심 대상으로 가져와 구제받도록 하는 메커니즘 수립 필요
- 차별 및 취약집단 : 차별은 대우 또는 기회의 동등을 효력 없게 만드는 모든 구분, 배제 또는 선호를 포함. 차별금지법 국제인권법의 가장 근본적인 원칙 중의 하나. 차별에 대한 정당하지 않은 근거는 인종, 피부, 색, 성별, 나이, 언어, 재산, 국적 또는 출생국가, 종교, 민족 또는 사회적 출신, 카스트, 경제적 기반, 장애, 토착민 소속, 노동조합 가입, 정치적 소속, 정치적 또는 기타 의견, 결혼여부 또는 가족사항, HIV/AIDS 감염여부 같은 건강상태. 취약집단은 추가 차별에 취약하며, 이들의 인권은 더 많은 관심의 초점이 되는 게 필요: 여성 및 여자 어린이, 장애인, 아동, 토착민, 이주자 및 이주근로자, 카스트를 포함해서 혈통에 따라 차별받는 사람, 인종에 따라 차별받는 사람, 고령층, 난민, 빈곤층, 문맹, HIV/AIDS환자, 소수집단 및 종교집단 등
- 시민권 및 정치적 권리 : 생명권, 존엄하게 살 권리, 고문으로부터 자유로울 권리, 안전할 권리, 재산소유권, 개인의 자유 및 존엄성, 형사상 기소에 처했을 때 정당한 법절차, 항변권과 같은 절대적 권리. 언론 및 표현의 자유, 평화로운 집회 및 결사의 자유, 종교 선택 및 종교생활의 자유, 신앙의 자유, 프라이버시, 명예/명성에 대한 공격으로부터의 자유, 공공서비스 접근권 및 선거참여권 등
- 경제적, 사회적 및 문화적 권리 : 교육의 권리, 공정하고 유리한 조건에서 일할 권리, 적절한 건강수준에 대한 권리, 신체적/정신적 보건 및 행복한 생활수준을 영위할 권리, 개

인이 통제할 수 없는 상황에서의 생계수단 결핍에 따른 필요한 사회적 보호 권리 등. 빈곤층의 구매능력에 맞게 제품/서비스 조정

- 근로에서의 근본원칙 및 권리 : 결사의 자유 및 단체교섭권의 효과적 인정. 모든 형태의 강제노동 또는 의무노동의 제거. 아동노동의 효과적 폐지. 고용 및 직업에서의 차별 제거

3) 작업장(노동관행)

가. 노동관행 원칙

- 노동관행은 하청근로를 포함해서 조직 내의 조직에 의한 또는 조직을 대신해서 수행되는 근로와 관련 및 영향을 미치는 모든 정책 및 관행 포함

나. 노동관행 표준

- 고용 및 고용관계
- 근로조건 및 사회적 보호 : 사회적 보호란 고용상 부상, 질병, 모성, 부모역할, 노령, 실업, 장애, 재정난일 경우 소득의 감소 또는 손실 완화, 의료, 빚, 가족 급부를 제공하기 위한 모든 법적 보증 및 조직의 정책 및 관행 의미. 근로조건의 국내법 및 규정 준수, 국제노동기준에 정의된 최소조건 준수, 사회적 전통 및 관습 준수, 일과 가정의 양립을 가능한 최대한 허용, 근로자 및 가족의 필요에 적절한 최소한의 임금 지불, 동일가치에 대한 동일임금 제공, 임금의 해당 근로자에게 직접 지불, 합리적 근로시간, 휴가, 가능한 경우 보육시설 및 기타 시설의 제공, 초과근로에 대한 적절한 보상 등
- 사회적 대화 : 경제적/사회적 관심사와 관련된 공통 이해관계 사안에 대해 정부, 사용자, 근로자, 대표자 사이에서 이루어지는 모든 형태의 협상, 협의 또는 정보교환 포함. 조직 수준에서의 사회적 대화는 근로협의회 및 단체교섭 같은 정보 및 협의 메커니즘을 포함한 다양한 형태 존재. 근로자대표자들의 역할 수행에 필요한 시설과 정보에의 접근성 보장, 근로자의 조직/단체교섭 방해 금지
- 근로에서의 보건 및 안전 : 근로자들의 최상 수준의 신체적, 정신적, 사회적 안녕의 촉진 및 유지, 그리고 근로조건으로 야기된 건강 훼손의 예방, 근로자를 건강에 대한 리스크로부터 보호, 작업환경을 근로자의 생리적 및 심리적 욕구에 맞추는 것 등
- 작업장에서의 인적 개발 및 훈련

4) 환경

가. 환경 원칙

- 조직이 지켜야 할 환경 원칙 : 환경적 책임, 예방적 접근방식, 환경리스크 관리, 오염자 부담

나. 환경 표준

- 오염 : 오염물질의 대기로의 배출 및 물로의 방출. 폐기물 관리, 발생원 저감, 재사용, 재활용, 재가공, 폐기물 처리 및 폐기물 감소 체계 준수. 독성 및 유해화학물질의 사용 및 폐기. 기타 식별 가능한 모든 형태의 오염: 소음, 악취, 시각적 잔상, 광공해, 진동, 전자기 방출, 복사, 감염물질, 외래 침입종 등 생물학적 위험 등
- 지속가능한 자원 이용 : 에너지, 물, 원자재 이용에서의 효율 향상, 제품의 자원사용

최소화

- 기후변화 완화 및 적응 : 이산화탄소, 메탄 및 아산화질소 등 온실가스 배출 최소화
- 환경보호, 생물다양성 및 자연 서식지 복원 : 생물다양성의 존중 및 보호. 생태계 서비스의 존중/보호/복원: 식량, 물, 연료, 호우조절, 토양, 자연섬유, 휴양, 오염/폐기물 흡수 등. 토지 및 자연자원의 지속적 이용. 환경 친화적인 도시 및 농촌 개발 촉진

5) 소비자

가. 소비자 원칙

- UN 소비자보호 가이드라인과 경제적, 사회적 및 문화적 권리에 관한 국제규약은 적절한 식량/의복/주택을 포함한 적절한 생활수준과, 생활조건의 지속적 개선 및 금융을 포함한 필수 제품 및 서비스의 이용가능성에 대한 기본 니즈의 충족, 그리고 소비자의 정당한 니즈에 대해 사회적으로 책임 있는 관행을 권장하는 원칙 표방

나. 소비자 표준

- 공정마케팅, 사실적이고 편중되지 않은 정보 및 공정 계약 관행 : 소비자가 이해할 수 있는 방식으로 제품/서비스에 관한 정보를 제공하는 것임. 이를 통해 소비자는 소비 및 구매에 대해 제공받은 정보로 의사 결정할 수 있으며, 다른 제품/서비스와 비교할 수 있음. 공정계약 프로세스는 공급자 및 소비자간 협상력의 불균형을 완화시킴으로써 쌍방의 정당한 이익 보호를 목표로 함.
핵심정보 누락, 오도, 기만, 불공정, 불명확, 모호한 어떤 관행의 배제. 제품/서비스의 상세정보의 투명한 공개. 성, 종교, 인종, 장애 등과 관련해 고정관념을 고착하려는 글/음향/이미지의 사용 배제. 명확하고 읽기 쉽고 이해 가능한 언어로 작성된 계약 등
- 소비자의 보건 및 안전 보호 : 안전하고 사용/소비할 때 허용 불가능한 손해의 리스크를 수반하지 않는 제품/서비스의 제공 포함. 잠재적인 위험을 인지/평가할 역량이 없는 어린이 등 취약집단에 특별한 주의 필요
- 지속가능 소비 : 지속가능 발전과 일정한 속도로 제품 및 자원을 소비하는 것. 지속가능하지 않은 생산 및 소비방식을 줄이고 제거하는 것, 동물의 신체적 존엄성 존중, 학대 회피, 동물 복지에 관한 관심도 포함됨. 과학적으로 믿을 수 있고, 일관되고, 진실되고, 정확하고, 비교가능하며, 검증 가능한 정보의 제공 등. 효과적이고 신뢰할 수 있으며 독립적으로 검증된 라벨링 제도나 다른 검증 제도의 사용. 사회적/환경적으로 유익한 제품/서비스의 제공, 소비자 교육 촉진 등
- 소비자 서비스, 지원과 불만 및 분쟁 해결 : 제품/서비스를 구매 또는 제공받은 후에 발생하는 소비자의 니즈를 다루기 위해 조직이 이용하는 메커니즘.
분쟁해결 및 구제 메커니즘의 명확한 공지. 제품 기대수명에 적합한 보증 제공, 적절한 제품의 반품 및 복구절차 마련해서 소비자 불만 예방 등
- 소비자 데이터 보호 및 프라이버시 : 수집되는 정보의 종류와 이런 정보를 확보하고 이용하며 보호하는 방법을 제한함으로써 프라이버시에 대한 소비자의 권리를 지키기 위한 것임. 소비자가 자신과 관련한 데이터를 조직이 가지고 있는지 확인하고, 그 데이터에 이의를 제기할 권리를 소비자에게 제공

- 필수 서비스에 대한 접근 : 전기, 가스, 물, 폐수처리서비스, 배수, 하수 및 통신 등 필수 공익서비스에 대한 권리의 충족에 기여. 요금미납을 이유로 합리적 시간을 가질 기회를 주지 않고 필수서비스를 중단하지 않는 것이 바람직.
가격/수수료 책정 시 빈곤한 사람에게 보조금을 지급하는 등의 요금방식 제공이 바람직. 공급의 단축/중단의 경우 공평한 방식의 관리
- 교육 및 인식 : 소비자가 정보를 잘 제공받고, 자신의 권리 및 책임을 의식하며, 적극적인 역할을 할 가능성을 높이고, 식견을 가진 구매 의사결정 및 책임감 있는 소비를 하도록 하는데 기여. 교육의 목적은 지식의 전달을 넘어 그 지식에 따라 행동하도록 능력을 부여하는 것이어야 함. 또한 소비의 선택이 지속가능발전에 미치는 영향에 대한 인식의 제고 중요

6) 지역사회 참여 및 발전

가. 지역사회 참여 및 발전 원칙

- 지역사회 참여는 조직의 지역사회에 대한 능동적인 지원활동임. 이는 지역사회의 문제를 예방하고 해결하고, 지역조직 및 이해관계자와의 파트너십을 육성하며, 좋은 조직시민이 되고자 하는 것을 목적으로 함
- 조직은 시민기관에 참여하고 지원함으로써, 그리고 시민사회를 구성하는 그룹 및 개인의 네트워크에 참여함으로써 지역사회에 기여. 지역사회 참여는 조직이 지역의 니즈 및 우선순위를 쉽게 알 수 있도록 도와줌으로써 조직의 발전과 기타 노력이 지역사회 및 사회의 노력과 병행할 수 있도록 함

나. 지역사회 참여 및 발전 표준

- 사회투자 및 지역사회 발전 : 활동의 우선순위를 결정할 때 대표적인 지역사회그룹과 협의하는 것이 바람직함. 취약집단, 차별 받는 그룹, 주변으로 밀려난 그룹, 대표성이 없거나 약한 그룹에 특별한 관심을 가지며, 그들의 선택이 확대되고 권리가 존중되는 것을 돕는 방식으로 그들을 참여시키는 것이 바람직함
- 교육 및 문화 : 교육/문화는 사회 및 경제발전의 토대이며 지역사회 정체성의 일부임. 문화의 보존 및 촉진, 교육은 사회 화합 및 발전에 긍정적 영향을 미침. 적절한 경우, 토착 지역의 전통지식 및 기술의 이용을 촉진하는 것이 좋음
- 고용창출 및 기능 개발 : 고용창출을 통한 빈곤 감소, 경제 및 사회발전 촉진에 기여. 기능 개발은 고용촉진 및 제대로 된 생산적인 직업을 갖도록 지원하기 위한 필수요소
- 기술개발 및 기술/정보접근성 : 기술/정보접근성은 국가, 지역, 세대 및 성별에 존재하는 불균형을 극복하는 핵심임. 조직은 훈련, 파트너십 및 다른 활동을 통해 이런 기술/정보에 대한 접근성을 향상하는 데 기여할 수 있음. 쉽게 복제할 수 있고 빈곤 및 기아 퇴치에 매우 긍정적 영향을 가진 저비용의 기술 개발에 기여. 해당 지식/기술에 대한 지역의 권리를 보호하면서, 잠재력 있는 향토 지식 및 전통 지식의 개발 고려. 기술 이전 및 확산이 허용되는 정책/관행의 채택
- 부 및 소득 창출 : 경제 및 사회복지를 촉진하고 지역의 이득을 창출하는 경제적 자원 및 사회적 관계를 강화하려는 광범위한 노력 뿐 아니라 기업가정신 프로그램, 지

역공급자의 발전 및 지역사회 구성원 고용을 통해 부 및 소득 창출에 긍정적으로 기여할 수 있음. 지역사회의 물리적, 사회적 및 경제적 고립은 지역사회 발전을 저해함. 조직은 자신의 활동 또는 가치사슬에 지역주민, 그룹 및 조직을 통합함으로써 지역사회 발전에 긍정적이 역할 수행 가능

- 보건
- 사회적 투자 : 사회적 투자는 조직이 지역사회 삶의 사회적 측면을 개선시킬 목적으로 자신의 자원을 이니셔티브 및 프로그램에 투자할 때 발생함. 사회적 투자의 유형은 교육, 훈련, 문화, 보건관리, 소득창출, 기반시설 개발, 정보접근성 개선 및 경제/사회 발전을 촉진할 다른 어떤 활동과 관련된 프로젝트를 포함할 수 있음. 자선을 배제하지 않음. 시너지 효과를 최대화하고, 상호보완적인 자원, 지식 및 기능을 이용하기 위해 정부, 기업, NGO를 포함한 다른 조직과 파트너가 되는 것을 고려하는 것이 바람직함

7) 거버넌스

가. 거버넌스 원칙

- 거버넌스는 조직이 조직의 목표를 추구하는 데 의사결정을 내리고 그 의사결정을 실행하는 시스템
- 조직 거버넌스는 규정된 구조와 프로세스에 기반한 공식적 거버넌스 메커니즘과 종종 조직을 이끄는 사람으로부터 영향을 받는 조직의 문화 및 가치에 연계되어 나타나는 비공식적 메커니즘으로 구성될 수 있음

나. 거버넌스 표준

- 조직 거버넌스와 사회적 책임 : 조직 거버넌스는 조직이 자신의 의사결정 및 활동의 영향에 대한 책임을 지게 하며, 조직과 그 관계 전반에 걸쳐 사회적 책임을 통합하게 하는 가장 중요한 요인임. 사회적 책임의 맥락에서 조직 거버넌스는 조직이 수행하는 핵심주제이면서 동시에 나머지 다른 핵심 주제에 대해 사회적으로 책임 있는 방식으로 행동하는 조직의 능력을 증가시키는 수단으로써의 특별한 특성을 가짐
- 효과적인 거버넌스 : 사회적 책임 원칙을 의사결정 및 실행에 통합하는 것에 기초를 둬. 이 원칙은 설명책임, 투명성, 윤리적 행동, 이해관계자 이해관계 존중, 법치 존중, 국제행동규범 존중 및 인권 존중임. 사회적 책임에 대한 조직의 의지표명을 반영하는 전략, 목표 및 세부목표 개발. 사회적 책임 성과와 관련된 경제적 및 비경제적 인센티브 시스템의 조성. 대표성이 낮은 그룹이 조직의 고위직을 차지할 공정한 기회 촉진

■ GRI2)

1. GRI 발전과정

- 1) GRI(Global Reporting Initiative)는 1997년 환경책임경제연합(CERES)과 유엔환경계획(UNEP)이 합작해서 창설한 유엔 협력기관 → 표준화된 기업의 지속가능경영 보고서 가이드라인의 개발과 보급이 사명임
- 2) 지속가능경영 보고용 국제 표준을 제공하기 위해 2000년 GRI G1 발표 이후 현재 G5까지 개선작업 진행
- 3) 초기 기업의 환경정보 공개가 주목적이었으나 현재는 경제와 사회까지 포함해서 CSR의 기준 제시
- 4) 2000년 G1 발표 후 50개 기업에서 시작한 지속가능보고는 2014년 기준으로 41개국 4,000개 이상으로 증가. 국내에서도 2000년대 초부터 지속가능보고 시작. 2013년에는 203개 기업이 지속가능보고서 발간

2. GRI 보고서

- 1) 작성 기준 발전과정
 - 가. G2 : 비전과 전략, 지배구조와 경영체계 그리고 경제 · 환경 · 사회 측면의 기성과의 세 부분으로 구성
 - 나. G3 : 프로필, 경영방식 및 성과의 두 부분으로 수정. 경영 방식은 성과 정보의 배경을 설정하기 위해 성과지표 범주별로 정의된 측면에 대한 경영방식을 간략하게 요약해서 제시하도록 함
 - 다. G4 : 보고서 적용 수준 확인 시스템이 대체되고 보고 경계, 공급 사슬망 등 일부 용어의 정의가 변경되고 경영방식, 지배구조와 보상체계 등 일부 공시항목에서의 개정 및 요건 강화
- 2) GRI 보고서 표준공개
 - 가. 일반표준공개 : 지속가능성보고서를 작성하는 모든 조직에 적용
 - 전략 및 분석, 조직 프로필, 파악된 중대측면과 경계, 이해관계자 참여, 보고서 프로필, 거버넌스, 윤리성 및 청렴성
 - 나. 특정표준공개
 - 범주 : 경제, 환경, 사회
 - 표준공개 : 경영접근방식공개, 지표 및 측면별 경영접근방식공개

2) 허영도 외(2012), '기업의 사회적 책임(CSR)과 지역경제사회발전 연구', 아산재단 연구총서 제337집, p90-91

3) 지속가능보고서 프로세스

가. 프로세스 : 기획 → 작성 → 제3자 검증 → 디자인 및 인쇄 → 영문 번역 → 발간. 모든 과정은 최소 4개월 이상 소요

- 기획단계 : 보고서 발간 목적 구체화 및 보고서 방향성 도출, 보고기간 및 범위 설정, 이해관계자 정의, 중요도 평가 및 주요 이슈 도출, 지속가능보고서 목차 개발 등의 작업 수행
- 작성단계 : 유용하고 신뢰성 있는 정보 전달을 위해 6개 원칙 고려. 균형성, 비교가능성, 정확성, 적시성, 명확성, 신뢰성
- 제3자 검증 단계 : 지속가능보고서 내 다양한 정보의 투명성 및 신뢰성을 확보하기 위해 회계법인, 전문 검인증업체, 지속가능경영 전문컨설팅업체, 학계 등 다양한 전문기관을 통해 제3자 검증 진행. 이를 통해 GRI 가이드라인 등 글로벌 스탠더드 부합성 확보, 보고서 질적 수준 제고, 보고서 작성 프로세스 확립, 보고서 활용성 제고, 내부 시스템 유효성 확보. 검증기준은 AA1000과 ISAE3000 등이 존재. AA1000은 영국 비영리 연구단체 AccountAbility에서 CSR과 지속가능한 발전 검증을 위해 제정한 표준으로서 지속가능보고서 검증 원칙인 AA1000(2008)APS, 지속가능보고서 검증절차에 관한 표준인 AA1000(2008)AS, 그리고 이해관계자 참여 프로세스를 위한 AA1000(2008)SES으로 구성. ISAE3000은 IAASB(International Auditing and Assurance Standards Board)에서 2005년 재무정보 외의 검증을 수행하기 위해 제시한 검증 원칙과 프로세스. ISAE3000은 전문적 감사표준, 윤리강령 등 일반적 방식으로 논리적 검증을 가능하게 하는 방법론과 규정 제공

■ 참고자료3.

사회적 책임에 대한 국제적 논의와 ISO 26000(2016. 9. 3 발표자료), 황상규(SR코리아 대표)

사회적 책임에 대한 국제적 논의와 ISO26000



2016. 9. 3

황 상 규

SR코리아 대표
ISO26000 한국전문가 포럼

왜 ISO26000을 만들게 되었나? Made in ????



- ISO26000 의장(Jorge) 발표 자료 중 발췌 -

XXI Century



80% of the total products sold in the world cross at least one customs before being sold on market.

In 1972 USA import 75000 kind of products, today is 260000.

Global GNP increase 3% last decade, international exchanges 5,8%

- ISO26000 의장(Jorge) 발표 자료 중 발췌 -

3

ISO26000 제정 경과

- 2005~2010년 동안 ISO26000 회의 진행
- 한국전문가(Expert)그룹 참가자
 - 기업분야, 노동분야, 소비자분야, 환경, NGO, 연구기관 등에서 참가
- 2010. 11 국제표준(ISO26000) 제정
- 2012. 8 국내표준(KSA ISO26000) 번역, 제정
- 기업의 사회적 책임(CSR)만이 아니라 →
정부기관, 공공기관, 대학, 병원, 종교기관, NGO
의 사회적 책임으로 인식 확산

4

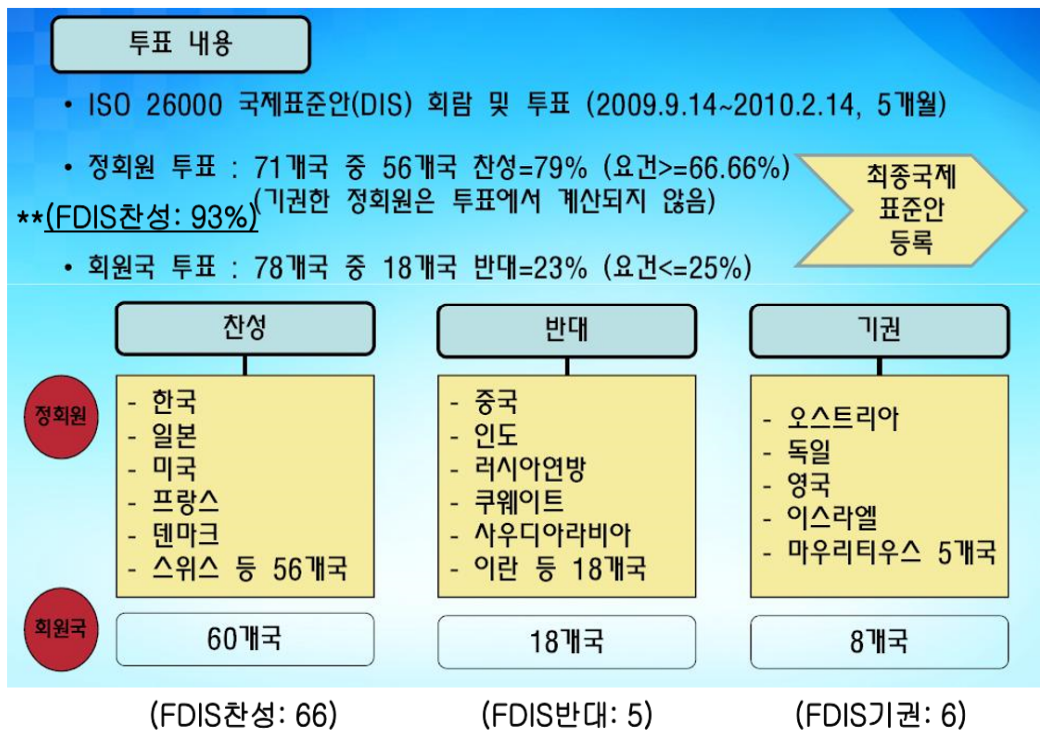
ISO/SR WG Membership

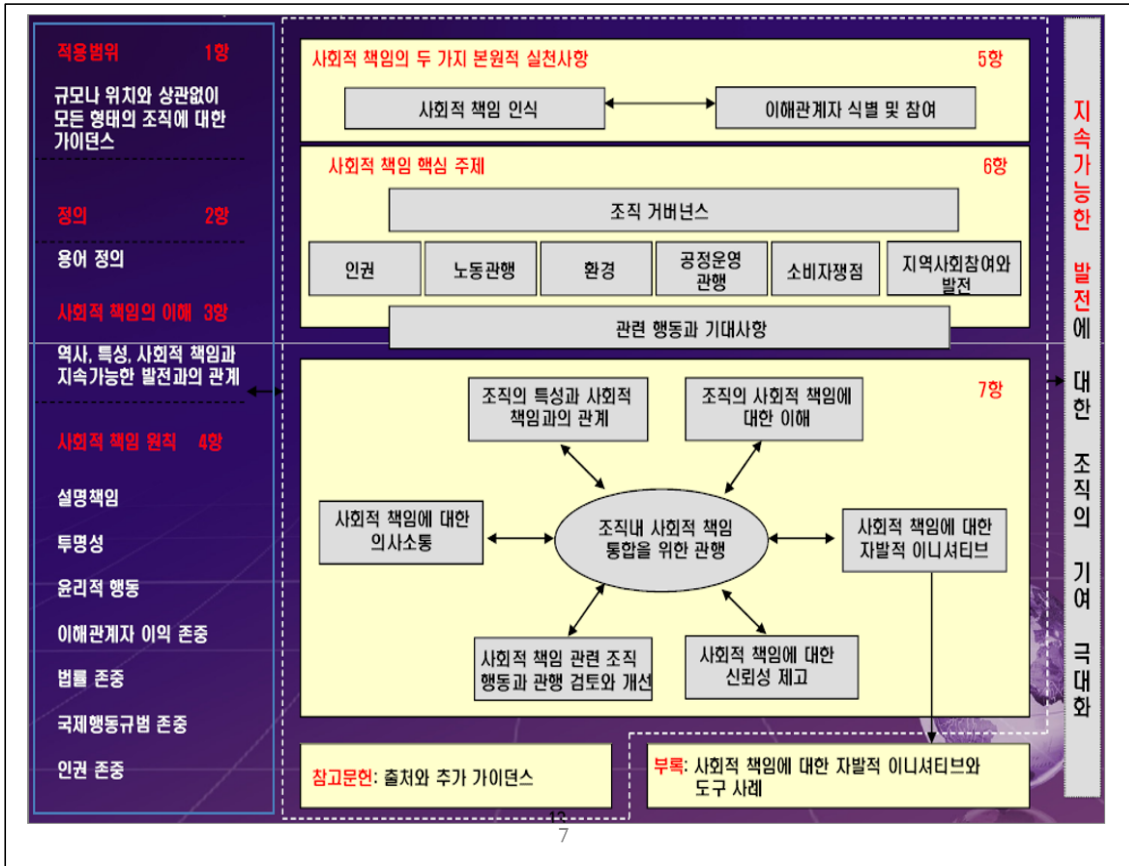
Argentina (IRAM)	Egypt (EOS)		Spain (AENOR)
Armenia (SARM)	Fiji (FTSOCO)		Sweden (SIS)
Australia (SA)	Finland (SFS)	Mexico (DGN)	Switzerland (SNV)
Austria (ON)	France (AFNOR)	Morocco/Maroc (SNIMA)	Syria (SASMO)
Azerbaijan (AZSTAND)	Germany (DIN)	Netherlands (NEN)	Thailand (TISI)
Bahrain (BSMD)	Ghana (GSB)	Nigeria (SON)	Trinidad and Tobago (TTBS)
Bangladesh (BSTI)	Greece (ELOT)	Norway (SN)	Turkey (TSE)
Barbados (BNSI)	India (BIS)	Oman (DGSM)	Ukraine (DSSU)
Belarus (BELST)	Indonesia (BSN)	Panama (COPANIT)	United Arab Emirates (ESMA)
Belgium (NBN)	Iran (ISIRI)	Peru (INDECOPI)	United Kingdom (BSI)
Brazil (ABNT)	Ireland (NSAI)	Philippines (BPS)	Uruguay (UNIT)
Bulgaria (BDS)	Israel (SII)	Poland (PKN)	USA (ANSI)
Canada (SCC)	Italy (UNI)	Portugal (IPQ)	Venezuela (FONDONORMA)
Chile (INN)	Jamaica (JBS)	Qatar (QS)	Vietnam (TCVN)
China (SAC)	Japan (JISC)	Romania (ASRO)	Zimbabwe (SAZ)
Colombia (ICONTEC)	Jordan (JISM)	Russian Federation (GOST R)	
Costa Rica (INTECO)	Kenya (KEBS)	Saint Lucia (SLBS)	
Côte d'Ivoire (CODINORM)	Kazakhstan (KAZMEMST)	Saudi Arabia (SASO)	
Cuba (NC)	Korea republic of (KATS)	Serbia (ISS)	
Czech Republic (CNI)	Lebanon (LIBNOR)	Singapore (SPRING SG)	
Denmark (DS)	Libya (LNCMS)	South Africa (SABS)	
Ecuador (INEN)	Malaysia (DSM)		
	Mauritius (MSB)		

ISO
member bodies
with
nominated experts
to the working group

5

최근의 각 국가별 ISO26000(DIS/FDIS) 투표 현황





주요 국제기구들의 사회책임, 윤리경영 정의

주요 국제기구들은 청렴/윤리경영을 포함한 사회적 책임을 아래와 같이 정의하고 있음.

기관	사회적 책임에 관한 정의
세계은행	기업이 비즈니스 윤리에 기초하여 이해관계자와의 관계를 개선하고 기업이 이해관계자, 국가경제의 지속적인 성장에 기여하는 일종의 약속
EU/EU집행위원회	기업이 가용자원에 기초하여 사회와 환경을 기업의 경영활동 및 이해관계자와의 상호작용에 통합시키는 것 (기업이 자발적으로 사회·경제적 문제를 기업 활동 및 이해관계자와 상호작용에 통합하는 개념)
BSR*	윤리적 가치, 인간, 지역사회 및 자연환경에 대한 존중을 통해 비즈니스를 성공으로 이끄는 것
OECD	다양한 법적, 사회적, 규제적 환경 속에서 경쟁적 우위를 얻기 위해서 준수하여야 할 적절한 기업행동 기준 및 원칙
WBCSD**	직원, 가족, 지역사회 및 사회 전체와 협력해 지속가능한 발전에 기여하고 이들의 삶의 질을 향상시키고자 하는 기업의 의지
ICC (국제상공회의소)	기업이 책임 있는 방식으로 기업 활동을 하고자 하는 자발적인 의지
ISO (국제표준화기구)	투명하고 윤리적인 행동에 준한 조직의 의사결정 및 활동이 사회·환경에 미치는 영향에 대한 책임(ISO 26000 상의 사회적 책임 개념) - 건강 및 복지를 포함하여 사회의 지속가능한 발전에 기여 - 이해관계자의 기대 고려 - 적용 가능한 법 준수 및 국제행동규범과 일관성 유지 - 조직 전반에 통합 및 사회적 책임 이슈의 관계 생활화
ILO	기업이 법적 의무를 넘어 자발적으로 전개하는 이니셔티브이며, 기업활동이 모든 이해관계자에게 미치는 영향을 검토할 수 있는 방식

기업의 사회적 책임 (CSR) (Corporate Social Responsibility)



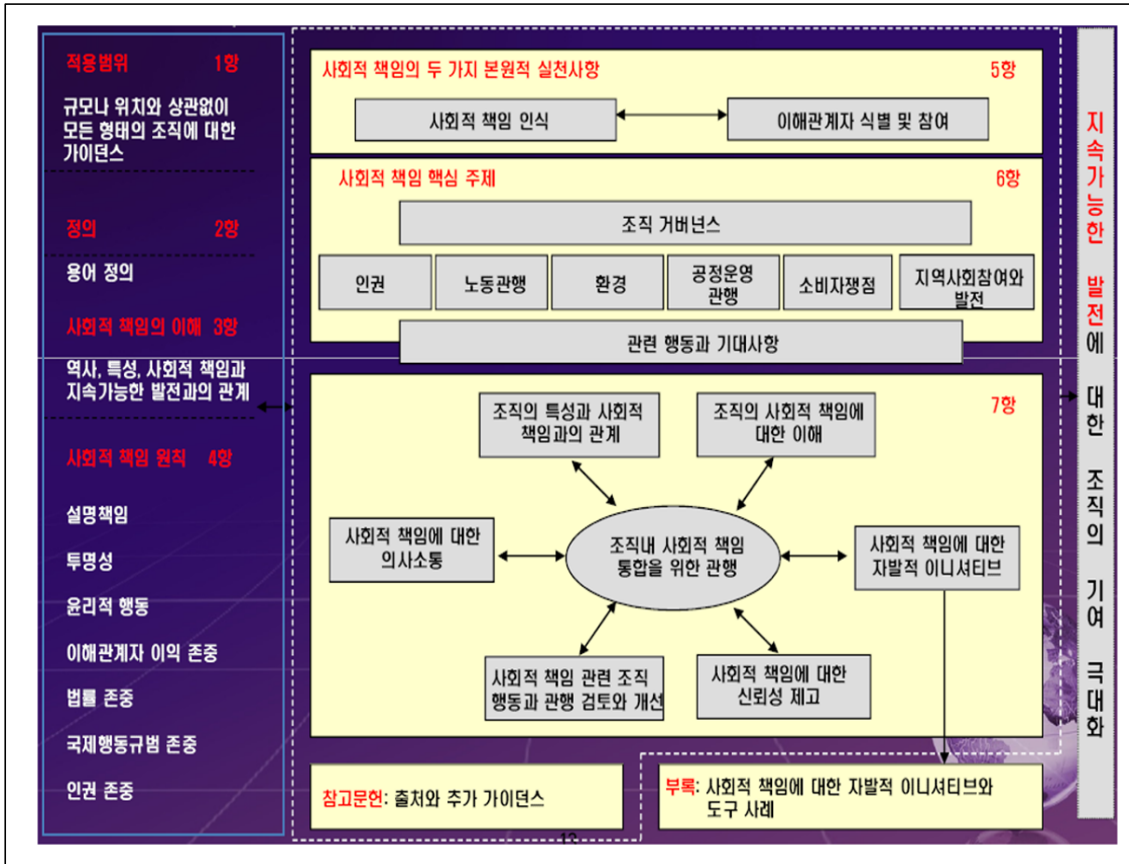
9

대기업 / 중소기업 동반성장 최하 점수

▲ 대기업 동반성장 등급 홈플러스·CJ오쇼핑·STX중공업 등 8곳 '낙제'



코오롱글로벌, 현대홈쇼핑, 현대백화점, 홈플러스, CJ오쇼핑, KCC, LS산전, STX중공업



기업의 사회적 책임 (경영)

- 지속가능경영, 지속가능성(S)경영
- 기업의 사회적 책임(CSR)
- 주주중심경영, 이해관계자중심경영
- 책임경영, 윤리경영, 준법경영
- 사회책임과 사회공헌
- 환경경영, 에너지경영, 안전경영, 탄소경영
- 사회책임(SR), 사회적책임(SR)

책임(Responsibility)



미래, 지속가능, 정의, 착함, 행복



경제, 정치, 사회, 환경, 인간, 지구



응답(response), 소통(comm.)

지속가능경영 = 사회책임경영



ISO26000 주요 내용

KSKSKSKS
KSKSKSK
KSKSKS
KSKSK
KSKS
KSK
KS

KS A ISO 26000

KS

사회적책임에 대한 지침
KS A ISO 26000:2012

지식경제부 기술표준원

2012년 8월 30일 제정
<http://www.kats.go.kr>

1 적용범위	1
2 용어와 정의	2
3 사회적책임에 대한 이해	5
3.1 조직의 사회적책임 : 역사적 배경	5
3.2 사회적책임의 최근 동향	6
3.3 사회적책임의 특성	6
3.4 국가 및 사회적책임	10
4 사회적책임의 원칙	10
4.1 일반사항	10
4.2 설명책임	11
4.3 투명성	11
4.4 윤리적 행동	12
4.5 이해관계자 이해관계 존중	13
4.6 법적 준중	13
4.7 국제행동규범 준중	14
4.8 인권 준중	14
5 사회적책임의 인식 및 이해관계자의 참여	15
5.1 일반사항	15
5.2 사회적책임의 인식	15
5.3 이해관계자의 식별 및 참여	17
6 사회적책임의 핵심주제에 대한 지침	20
6.1 일반사항	20
6.2 조직 거버넌스	23
6.3 인권	25
6.4 노동관계	36
6.5 환경	44
6.6 공정 운영관행	51
6.7 소비자 이슈	55
6.8 지역사회 참여 및 발전	65
7 조직 전반에 걸친 사회적책임 통합에 관한 지침	74
7.1 일반사항	74
7.2 사회적책임에 대한 조직 특성의 관계	75
7.3 조직의 사회적책임 이해	76
7.4 조직 전반에 걸친 사회적책임 통합을 위한 관행	80
7.5 사회적책임에 대한 의사소통	82
7.6 사회적책임에 대한 신용도 계고	85
7.7 사회적책임 관련 조직 활동 및 관행의 검토 및 개선	87
7.8 사회적책임에 대한 자발적 이니셔티브	89

22

지속가능발전과 사회적 책임의 관계

KS A ISO 26000:2012

개요

이 표준은 2010년에 제1판으로 발행된 ISO 26000, Guidance on social responsibility를 기초로, 기술적 내용 및 대응국제표준의 구성을 변경하지 않고 작성한 한국산업표준이다.

이 표준은 다양한 분야, 계층의 사람이 열람할 것으로 예상하여 특정분야에서 사용되는 전문용어의 사용을 가능한 한 피하여 번역하였다. 명확한 의미전달을 위한 “및”과 “와/과”의 사용, 문장 말미의 표 현 등은 KS A 0001(표준서의 서식 및 작성방법)을 따랐으며, 주요 용어의 경우 복합명사는 붙여쓰기를 원칙으로 하였다. 논란의 대상이 되었던 번역용어의 선택에 대해서는 “해설”을 참조하기 바란다. 더 적합한 번역용어, 번역문장 등에 대한 의견은, 대안을 문서로 작성하여 제안하면 검토하여 차후의 개정안에 반영할 것이다.

전 세계의 조직과 그 이해관계자는 사회적으로 책임있는 행동의 필요성 및 이득을 점차 중요하게 인식하고 있다. 사회적책임의 목표는 **지속가능발전**에 기여하는 것이다.

23

연계표 : GRI G3 가이드라인과 ISO 26000

ISO 26000과 GRI 가이드라인은 매우 유사한 주제 범위를 다룬다. 이 연계표는 ISO 26000 표준 사용에 관심이 있는 조직이 GRI 가이드라인에 기초해서 지속가능경영 보고서를 보다 쉽게 발간하는 것을 돕기 위한 것이다. 표의 왼쪽 칸은 GRI의 공시항목, 오른쪽 칸은 GRI의 공시항목과 관련된 ISO 26000의 핵심주제 및 해당 절이다.

GRI G3 가이드라인 공시 - 경영방식(DMA) 또는 성과지표		ISO 26000 사회적책임 핵심주제	ISO 26000 해당절
이해관계자 참여 원칙		지역사회 참여	6.8.3
경계 규약		가치사슬 내에서의 사회적책임 촉진	6.6.6
1.1	전략 및 분석	조직 거버넌스	6.2
1.2			
2.3			
4.1-4.17	지배구조, 책임 및 참여		
3.13	검증	검증	7.5.3
일반 보고 주석 - 검증			
사회 범주(인권, 노동, 제품책임 및 사회 포함)			
인권 DMA		조직 거버넌스 인권	6.2 6.3
HR1	인권보호조항이 포함되거나 인권심사를 통과한 주요 투자협약 건수 및 비율	인권 실사 연루/공모회피 가치사슬 내에서의 사회적책임 촉진	6.3 6.3.3 6.3.5 6.6.6
HR2	주요 공급업체 및 계약업체의 인권실사 비율	인권 실사 연루/공모회피 고용 및 고용관계 가치사슬 내에서의 사회적책임 촉진	6.3 6.3.3 6.3.5 6.4.3 6.6.6
HR3	업무와 관련한 인권정책 및 절차에 대한 직원 교육 시수(교육이수 직원비율 포함)	인권 연루/공모회피	6.3 6.3.5

24

사회 DMA		조직 거버넌스 공정 운영관행 지역사회 참여 및 발전	6.2 6.6 6.8
S01	업무활동의 시작, 운영, 종료단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	경제적, 사회적 및 문화적 권리 지역사회 참여 및 발전 고용 창출 및 기능 개발 부 및 소득창출 재산권 존중	6.3.9 6.8 6.8.5 6.8.7* 6.6.7
S02	부패 위험이 분석된 사업단위의 수 및 비율	공정 운영관행 반부패	6.6 6.6.3
S03	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율		
S04	부패 사건에 대한 조치		
S05	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비활동 참여	공정 운영관행 책임있는 정치적 참여 지역사회 참여	6.6 6.6.4 6.8.3
S06	정당, 정치인 및 관련 기관에 대한 국가별 현금/현물 기부 총액		
S07	부당 경쟁행위 및 독점행위에 대한 법적 조치 건수 및 그 결과	공정 운영관행 공정 경쟁 재산권 존중	6.6 6.6.5 6.6.7

25

노동 DMA		조직 거버넌스 노동관행 근로에서의 기본원칙 및 권리	6.2 6.4 6.3.10
LA1	고용유형, 고용계약 및 지역별 인력 현황	노동관행 고용 및 고용관계	6.4 6.4.3
LA2	직원 이직건수 및 비율 (연령, 성별 및 지역별)		
LA3	임시직 또는 시간제 직원에게는 제공하지 않고 상근직 직원에게만 제공하는 혜택(주사업장별)	노동관행 고용 및 고용관계 근로조건 및 사회적 보호	6.4 6.4.3 6.4.4
LA4	단체교섭 적용 대상 직원 비율	노동관행 고용 및 고용관계 근로조건 및 사회적 보호 사회적 대화 근로에서의 기본원칙 및 권리	6.4 6.4.3 6.4.4 6.4.5 6.3.10
LA5	중요한 사업 변동사항에 대한 최소 통보기간 (단체협약에 명시 여부 포함)	노동관행 고용 및 고용관계 근로조건 및 사회적 보호 사회적 대화	6.4 6.4.3 6.4.4 6.4.5
LA6	노사 공동 보건안전위원회가 대표하는 직원 비율	노동관행 근로에서의 보건 및 안전	6.4 6.4.6
LA7	부상, 직업병, 손실일수, 결근 및 업무 관련 재해 건수(지역별)		

26

경제 DMA		조직 거버넌스 지역사회 참여 및 발전	6.2 6.8
EC1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분(수익, 영업비용, 직원보상, 기부, 지역사회투자, 이익잉여금, 자본비용, 세금 등)	지역사회 참여 및 발전 지역사회 참여 부 및 소득창출 사회적 투자	6.8 6.8.3 6.8.7 6.8.9
EC2	기후변화의 재무적 영향과 사업 활동에 대한 위험과 기회	기후변화 완화 및 적응	6.5.5
EC5	주요 사업장의 현지 법정 최저임금 대비 신입직원 임금비율	근로조건 및 사회적 보호 지역사회 참여 및 발전	6.4.4 6.8
EC6	주요 사업장의 현지 구매정책, 관행 및 비율	가치사슬 내에서의 사회적책임 촉진 지역사회 참여 및 발전 고용 창출 및 기능 개발 부 및 소득창출	6.6.6 6.8 6.8.5 6.8.7
EC7	주요 사업장의 현지인 우선 채용절차 및 현지출신 고위 관리자 비율	지역사회 참여 및 발전 고용 창출 및 기능 개발 부 및 소득창출	6.8 6.8.5 6.8.7

27

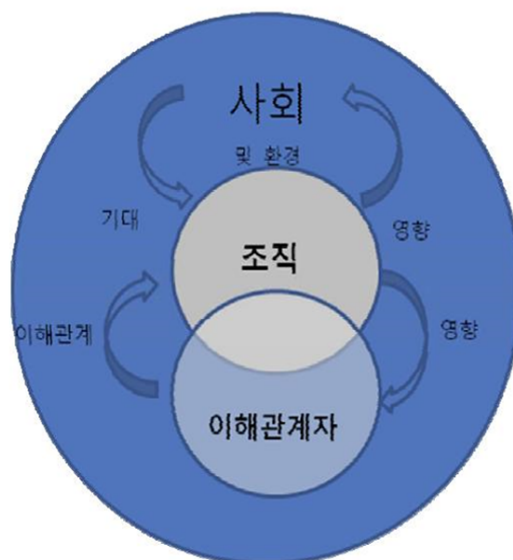
사회적 책임(ISO26000)에서 다루는 내용

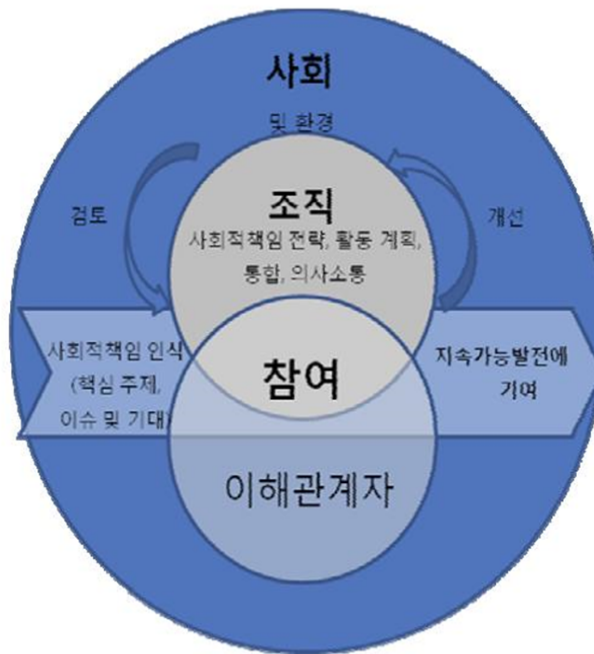
6.1	일반	
6.2	핵심주제1 조직지배구조	10
6.3	핵심주제2 인권	37
6.3.3	정책 1: 실사	4
6.3.4	정책 2: 인권위협상황	1
6.3.5	정책 3: 공무회피	4
6.3.6	정책 4: 고충처리	7
6.3.7	정책 5: 차별 및 약자집단	7
6.3.8	정책 6: 시민권 및 정치권	5
6.3.9	정책 7: 경제, 사회, 문화적 권리	5
6.3.10	정책 8: 직장에서의 기본권	4
6.4	핵심주제3 노동관계	44
6.4.3	정책 1: 고용 및 고용관계	10
6.4.4	정책 2: 근로조건 및 사회적 보호	12
6.4.5	정책 3: 사회적 대화	6
6.4.6	정책 4: 직장에서의 보건 및 안전	12
6.4.7	정책 5: 인력개발 및 직장 내 교육	4
6.5	핵심주제4 환경	33
6.5.3	정책 1: 오염방지	6
6.5.4	정책 2: 지속가능한 자원이용	7
6.5.5	정책 3: 기후변화 완화 및 적응	9
6.5.6	정책 4: 자연환경의 보호 및 복원	11
6.6	핵심주제5 공급연관행	30
6.6.3	정책 1: 부패방지	9
6.6.4	정책 2: 책임있는 정치참여	5
6.6.5	정책 3: 공정경쟁	5
6.6.6	정책 4: 영향권 내에서의 사회적 책임 제고	6
6.6.7	정책 5: 재산권 존중	5
6.7	핵심주제6 소비자 정책	49
6.7.3	정책 1: 공정 마케팅, 정보와 계약관행	8
6.7.4	정책 2: 소비자의 보건 및 안전 보호	9
6.7.5	정책 3: 지속가능한 소비	1
6.7.6	정책 4: 소비자 서비스, 지원, 분쟁해결	7
6.7.7	정책 5: 소비자 정보보호 및 개인정보	8
6.7.8	정책 6: 필수 서비스에 대한 접근	6
6.7.9	정책 7: 교육과 인식	10
6.8	핵심주제7 지역사회 참여와 발전	42
6.8.3	정책 1: 지역사회 참여	5
6.8.4	정책 2: 교육 및 문화	7
6.8.5	정책 3: 고용창출 및 기술개발	7
6.8.6	정책 4: 기술개발	4
6.8.7	정책 5: 부와 소득 창출	11
6.8.8	정책 6: 보건	4
6.8.9	정책 7: 사회적 투자	4

ISO26000		GRI 가이드라인
핵심주제	이슈	영역 / 분야
1 조직지배구조		지배구조(프로발)
2 인권	이슈 1: 실사 이슈 2: 인권 위험 상황 이슈 3: 공무 회피 이슈 4: 고충 처리 이슈 5: 차별과 취약집단 이슈 6: 시민권과 정치권 이슈 7: 경제, 사회, 문화적 권리 이슈 8: 직장에서의 기본권	인권(HR)성과지표
3 노동	이슈 1: 고용과 고용관계 이슈 2: 고용조건과 사회보호 이슈 3: 사회적 대화 이슈 4: 직장에서의 보건안전 이슈 5: 인력개발과 직장 내 훈련	노동(LA)
4 환경	이슈 1: 오염방지 이슈 2: 지속가능한 자원 사용 이슈 3: 기후변화 완화와 적응 이슈 4: 자연환경의 보호와 복원	환경(EN)성과
5 공급연관행	이슈 1: 부패방지 이슈 2: 책임 있는 정치참여 이슈 3: 공정경쟁 이슈 4: 영향권 내 사회적 책임 제고 이슈 5: 재산권 존중	경제(EC)성과
6 소비자	이슈 1: 공정마케팅, 정보와 계약관행 이슈 2: 소비자 보건 안전 보호 이슈 3: 지속가능한 소비 이슈 4: 소비자 서비스, 지원과 분쟁해결 이슈 5: 소비자 정보보호와 프라이버시 이슈 6: 필수 서비스 접근 이슈 7: 교육과 인식	제품책임(PR)성과
7 지역공동체 참여와 발전	이슈 1: 지역공동체 참여 이슈 2: 교육과 문화 이슈 3: 고용 창출과 능력 개발 이슈 4: 기술 개발 이슈 5: 부와 소득 창출 이슈 6: 보건 이슈 7: 사회적 투자	사회(SO)성과지표

28

이해관계자(Stakeholder) 참여의 중요성





조직 전반에 걸친 사회적책임 통합

30

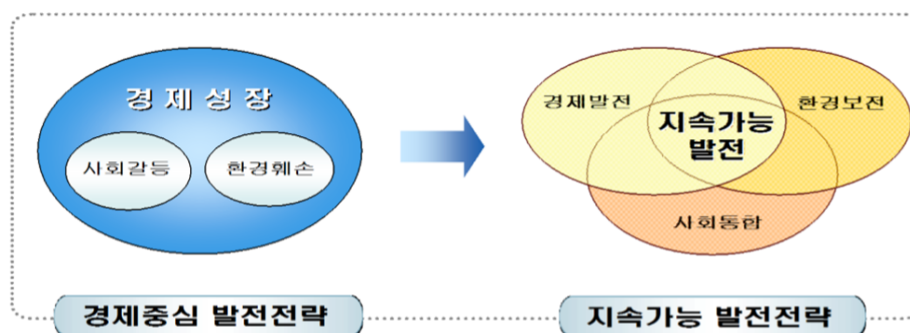
지속가능발전의 배경과 개념

지속가능발전의 배경

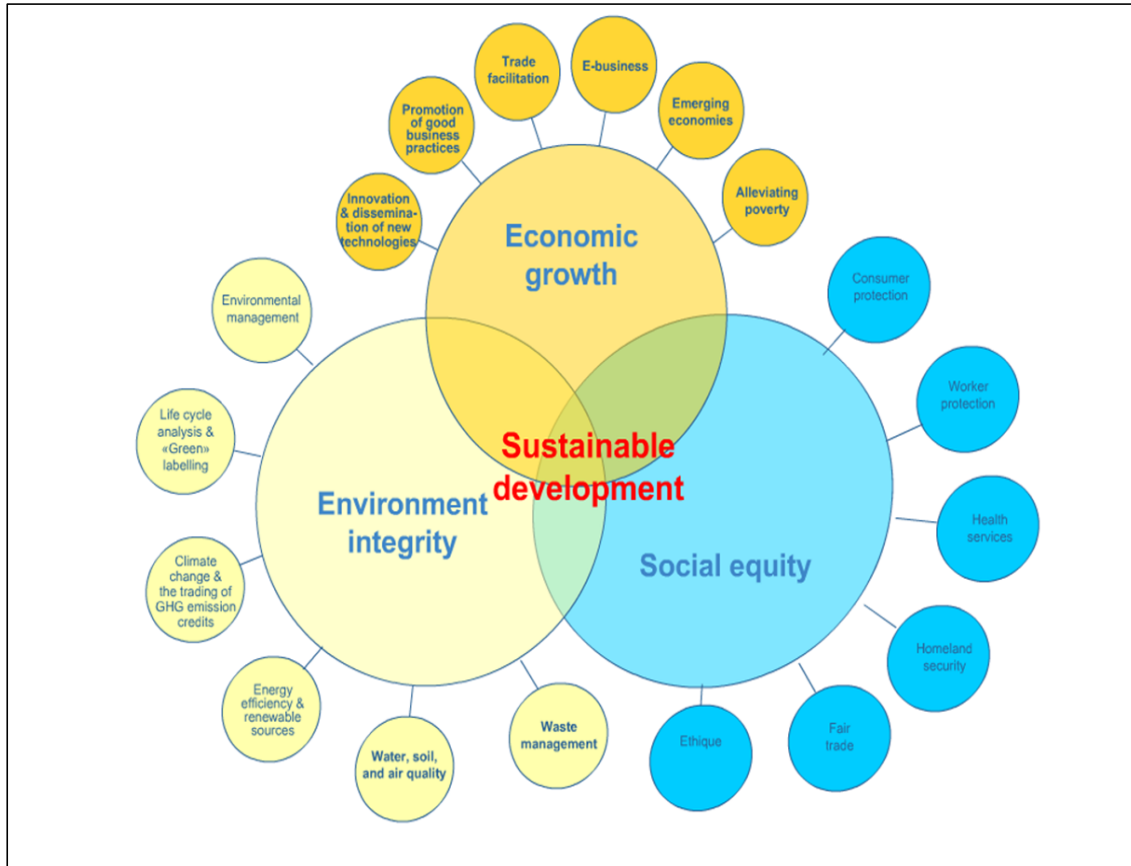
- 72' 유엔인간환경회의(UNCHE, 스톡홀름) : 개념 태동
- 87' 환경과 발전에 관한 세계위원회(WCED) : 지속가능발전 개념 등장
- 92' 유엔환경개발회의(UNCED) : 세계적 규범으로 정착 (리우선언, 의제21, 기후변화협약 등)
- 02' 지속가능발전세계정상회의(WSSD) : 실천에 대한 중요성 확인

지속가능발전의 개념

- “미래세대 필요를 충족시킬 능력을 훼손치 않는 범위내 현재세대의 필요를 충족시키는 개발”
즉, 경제발전과 사회통합, 환경보전을 함께 이루어가는 미래지향적 발전 의미



31



사회책임 7 대 원칙 과 7대 핵심 주제

4. 사회적 책임의 원칙

- (4.1 일반)
- 4.2 설명책임
- 4.3 투명성
- 4.4 윤리적 행동
- 4.5 이해관계자 이해 존중
- 4.6 법치존중
- 4.7 국제행동규범 존중
- 4.8 인권존중

ISO26000 기대사항(Expectations)

1. 조직지배구조

1. 주요의사결정 기구의 의사결정 및 과정은 설명책임이 있어야 하고, 투명해야 한다.
2. 의사결정 및 과정은 이해관계자들을 존중하고, 관련법을 준수해야 한다.
3. 의사결정이 제대로 되기 위한 경제적 및 비경제적 보상체계를 조성해야 한다.
4. 조직은 금융자원, 천연자원, 인적 자원을 효율적으로 활용하여야 한다.
5. 조직의 고위급 지위에 과소평가된 집단(여성,소수자등)의 공평한 대우 촉진한다.
6. 다양한 이해관계자의 이해를 고려하고, 일치 불일치 범위를 규명하고 의사소통을 활성화한다.
7. 조직의 의사결정에 남성과 여성 직원들의 효율적인 참여를 장려한다.
8. 조직을 대신해 의사결정을 내리는 사람들의 권위, 책임, 능력 수준의 균형을 유지한다.

2. 인권

1. 조직운영에서 인권을 침해하는 사항이 없는지 주의하여야 한다.
2. 조직은 인권존중을 옹호할 수 있는 여러 가지 수단을 강구하여야 한다.
3. 조직은 직간접적 및 무언의 공모(인권남용에 고의적으로 상당히 개입되는 상황)를 적극 회피하여야 한다.
4. 조직의 보안체계는 인권을 존중하고, 국제규범 및 법 집행을 위한 표준과 일치함을 증명해야 한다.
5. 조직은 인권 문제가 발생했을 때 치유 메커니즘을 설립하여야 한다.
6. 치유 메커니즘은 국제적 인권기준에 부합하여야 하며, 투명해야 한다.
7. 조직은 취약그룹(여성,장애인,아동,원주민등)등 인권침해를 야기하는 차별을 철폐하여야 한다.
8. 조직은 개인의 시민적 정치적 권리(개인의 삶, 의사표현자유, 집회결사자유 등)를 존중해야 한다.
9. 조직은 결사의 자유와 단체교섭권을 보장하고, 강제노동과 아동노동을 금지하여야 한다.

3. 노동

1. 조직은 고용자로서 완전하고 안정한 고용을 통하여 삶의 질 향상에 기여해야 한다.
2. 조직은 피고용자가 더 많은 보호를 필요로 한다는 사실을 인식하고 감안해야 한다.
3. 조직은 피고용자의 임금, 보상, 근무시간 등 노동 조건을 국제노동기준 및 국내법에 따르는지 확인하여야 한다.
4. 조직은 노사정 대화 방식을 비롯하여 사회적 대화 프로그램을 적극 도입하여야 한다.
5. 조직은 직장에서의 보건과 안전에 만전을 기하여야 한다.
6. 조직은 근로자들의 능력 개발을 위하여 지속적으로 노력하여야 한다.

4. 환경

1. 조직은 여러 유형의 환경오염 방지를 위하여 노력하여야 한다.
2. 조직은 에너지를 절약하고, 자연의 에너지(재생가능에너지)를 적극 활용하여야 한다.
3. 조직은 수자원을 보전하고, 각종 원자재를 효율적으로 이용하여야 한다.
4. 조직은 온실가스를 줄이고, 지구온난화와 기후변화를 방지하여야 한다.
5. 조직은 기후변화로 인한 위험에 적극 대응, 적응하는 노력을 기울여야 한다.
6. 조직은 자연환경을 보호하고 복원하기 위해 노력해야 한다.

5. 공정운영관행

1. 조직은 조직운영과정에서 부패를 방지하여야 한다.
2. 조직은 로비, 정치적 공헌, 정치적 참여와 관련된 활동은 투명하게 진행하여야 한다.
3. 조직은 각종 계약, 투자, 금전 거래, 협력업체 선정 등에서 공정하고 투명해야 한다.
4. 조직은 지배적 지위의 남용으로 다른 사람의 재산권을 침해하지 말아야 한다.
5. 조직이 취득하거나 사용한 재산에 대해서는 정당한 대가를 지불해야 한다.
6. 공급망(Supply Chain)에 걸쳐서 공정경쟁을 유도하고 공정한 운영을 시행한다.

6. 소비자

1. 조직은 공정성과 투명성, 배려의 원칙으로 소비자를 대해야 한다.
2. 조직은 취약그룹을 대상으로 삼지 않으며, 소비자의 선택권을 보장하여야 한다.
3. 불공정한 계약 조건을 내세우고 강요하지 않는다.
4. 조직은 소비자의 보건과 안전을 보장하여야 한다.
5. 조직은 지속가능한 소비를 적극 권장하고 시행하여야 한다.
6. 조직은 소비자 불만을 사전 예방하는 조치를 취하고, 적극 대응하는 실행 방안을 개선한다.
7. 소비자의 개인 정보를 적극 보호하여야 한다.
8. 소비자에 대한 교육과 인식제고를 위해 지속적으로 노력해야 한다.

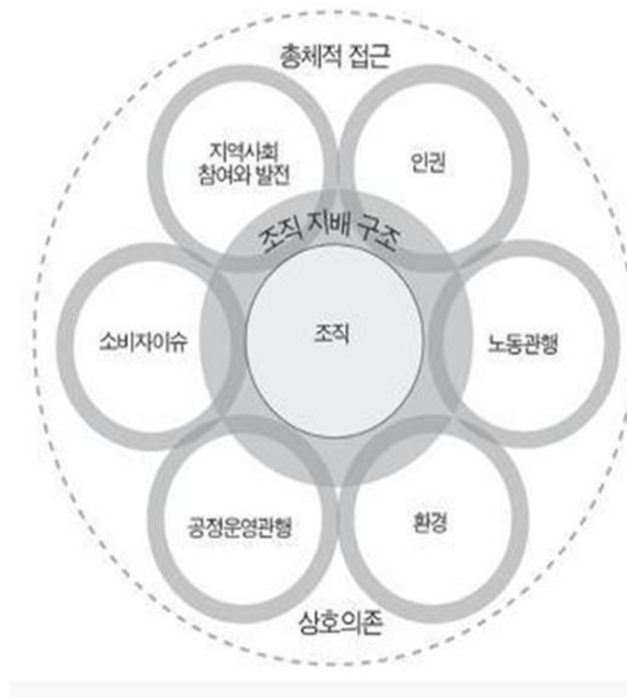
7. 지역사회 참여와 발전

1. 조직은 지역사회의 적극 참여하여야 한다.
2. 조직은 지역사회의 교육과 문화 창달에 적극 기여하여야 한다.
3. 조직은 지역사회의 고용 창출과 기술 개발을 위하여 노력하여야 한다.
4. 조직은 납세의무를 다하고 정당한 부와 소득을 창출하여야 한다.
5. 조직은 지역사회의 보건과 안전을 위하여 노력하여야 한다.
6. 조직은 조직이 속한 지역 사회에 적극적인 사회 투자를 실행하여야 한다.

ISO26000 유사 적용 사례

핵심주제	이슈 및 주요내용	‘대학교’ 적용 사례
지배구조	의사결정과정, 구조, 권한	교과부의 역할 총장, 교수, 학생, 학부모 참여 구조 합리적이고 개방적인 의사결정 구조
인권	실사, 공모회피, 차별금지, 취약성 고려, 시민권, 정치, 경제, 사회, 문화적 권리	빈곤계층, 다문화, 결혼 가정 지원 외국 유학생 적응, 차별 문제 문화다양성의 가치존중, 등록금 관련 인권침해 측면
노동관행	고용관계, 근로조건, 사회적 대화, 직장보건안전, 인적자원개발훈련	교사, 직원의 근로조건 보호 교사 근무 조건, 학교 보건 안전 비정규직 문제
환경	오염방지, 지속가능한 자원이용, 기후변화 완화, 적응, 환경보호, 생물다양성 보호	학교 주변 환경 보호, 분리수거, 재활용, 에너지 절약, 온실가스 저감, 친환경적 캠퍼스 조성 관리
공정운영관행	부패방지, 공정경쟁, 가치사슬 사회책임, 재산권 존중	입학 비리, 부정, 부패 방지, 각종 납품 과정 및 학교 운영 상의 공정성
소비자이슈	공정한 정보, 소비자보건안전, 지속가능소비, 프라이버시 보호, 교육과 인식	고객(학생, 학부모)에 대한 공정한 정보 제공, 학습자 권리 보호
지역사회참여 발전	지역사회참여, 고용창출과 기술개발, 부와 소득창출, 보건, 사회적 투자	학교 시설 지역사회 개방, 열위(劣位) 가정에 대한 교육 지원, 지역사회 창업 지원, 지역 사회 위한 교양 강화

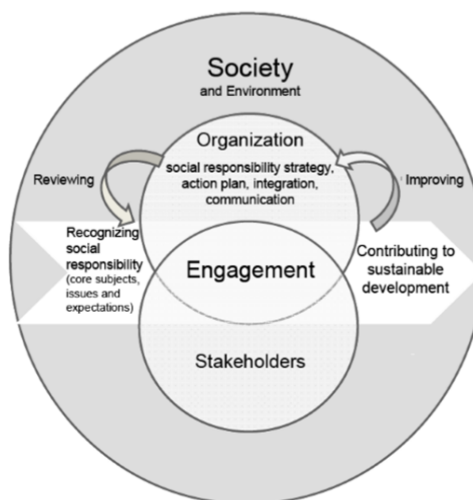
7개 핵심 주제 및 상호관계



참여(Engagement)를 통한 사회책임의 통합 방안

– 이해관계자 참여의 중요성 –

Integrating social responsibility throughout the organization



<p>KSKSKSKS KSKSKSK KSKSKS KSKSK KSKS KSK KS</p> <p>KS</p> <p>사회적책임에 대한 지침 KS A ISO 26000:2012</p> <p>지식경제부 기술표준원</p> <p>2012년 8월 30일 제정 http://www.kats.go.kr</p>	<p>1 적용범위 1</p> <p>2 용어와 정의 2</p> <p>3 사회적책임에 대한 이해 5</p> <p>3.1 조직의 사회적책임 : 역사적 배경 5</p> <p>3.2 사회적책임의 최근 동향 6</p> <p>3.3 사회적책임의 특성 6</p> <p>3.4 국가 및 사회적책임 10</p> <p>4 사회적책임의 원칙 10</p> <p>4.1 일반사항 10</p> <p>4.2 설명책임 11</p> <p>4.3 투명성 11</p> <p>4.4 윤리적 행동 12</p> <p>4.5 이해관계자 이해관계 존중 13</p> <p>4.6 법치 존중 13</p> <p>4.7 국제행동규범 존중 14</p> <p>4.8 인권 존중 14</p> <p>5 사회적책임의 인식 및 이해관계자의 참여 15</p> <p>5.1 일반사항 15</p> <p>5.2 사회적책임의 인식 15</p> <p>5.3 이해관계자의 식별 및 참여 17</p> <p>6 사회적책임의 핵심주제에 대한 지침 20</p> <p>6.1 일반사항 20</p> <p>6.2 조직 거버넌스 23</p> <p>6.3 인권 25</p> <p>6.4 노동관계 36</p> <p>6.5 환경 44</p> <p>6.6 공정 운영관행 51</p> <p>6.7 소비자 이슈 55</p> <p>6.8 지역사회 참여 및 발전 65</p> <p>7 조직 전반에 걸친 사회적책임 통합에 관한 지침 74</p> <p>7.1 일반사항 74</p> <p>7.2 사회적책임에 대한 조직 특성의 관계 75</p> <p>7.3 조직의 사회적책임 이해 76</p> <p>7.4 조직 전반에 걸친 사회적책임 통합을 위한 관행 80</p> <p>7.5 사회적책임에 대한 의사소통 82</p> <p>7.6 사회적책임에 대한 실행도 제고 85</p> <p>7.7 사회적책임 관련 조직 활동 및 관행의 검토 및 개선 87</p> <p>7.8 사회적책임에 대한 자발적 이니셔티브 89</p>
--	--

15주

UNGC와 SDGs

[강의 Point]

1. 지속·균형발전의 세계적인 표준모델로서 UNGC의 의미, 역사성, 현재 등을 이해한다.
2. UN Global Compact 10대 원칙을 통해 지속가능성의 함의를 공유, 분석한다.
3. MDGs 및 SDGs의 의미와 목표가 갖는 개별적인 내용을 알고, 차이를 설명한다.

■ UNGC(UN Global Compact)³⁾

1. 설립 배경

- 1) UN이 새천년개발목표(MDG*) 달성부진과 유엔경제사회이사회의 개혁 요구 등으로 비판받고 있는 상황이었음
- 2) 기업 또한 경제활동의 새로운 패러다임이 요구되는 국제상황에 따라 유엔 - 기업간 파트너십을 통해 세계경제의 지속 균형 발전을 이루려 하는 새로운 시도
- 3) UN 전 사무총장 코피 아난은 1999년 1월 31일 세계 경제 포럼에서 비즈니스 리더들에게 사회윤리와 국제환경개선을 위해 유엔기구들과 기업들이 협조해 새롭게 발의한 유엔 글로벌 콤팩트에 동참 권장
- 4) 2000년 7월 뉴욕 UN본부에서 개최된 Global Compact 창설 회의에 많은 세계의 비즈니스 리더들, 기업, UN기구, 노동 시민단체대표들이 참석해서 발족
- 5) 이후 유엔글로벌콤팩트는 계속 활동영역을 넓혀왔으며, 2006년 11월 이후 Global Compact가 반기문 유엔 사무총장의 중점 추진 아젠다로 부각

* MDG(Millennium Development Goals) : 밀레니엄개발목표. 2000년 9월 189개국 세계정상들이 미국 뉴욕 UN 본부에 모여 만장일치로 채택한 의제. 이들은 세계의 절대 빈곤자 수를 반으로 줄이기 위해 2015년까지 실행해 나갈 8대 목표 선정(극한적인 가난과 기아 퇴치, 초등교육의 확대와 보장, 남녀평등과 여성 권익 신장, 유아 사망률 감소, 임산부 건강 개선, 에이즈/말라리아/기타 질병 퇴치, 지속 가능한 환경 보호, 개발을 위한 전 세계적 협력 구축)

2. UN Global Compact 소개

- 1) 세계 최대의 자발적 기업 시민 이니셔티브
- 2) 기업과 세계시장의 사회적 합리성을 제시하고 발전시키는데 목적
- 3) 100여 개 이상의 국가들의 수천여 회원들도 구성. 세계적 원칙에 기반을 둔 기업전략 및 사회신행을 통해 세계 경제와 사회가 더욱 안정되고 정당하며 포괄적으로 번영하고 번성하도록 기여한다는 신행을 공유
- 4) 글로벌 콤팩트는 인권, 노동, 환경과 반부패 분야에서의 기업전략을 글로벌 콤팩트의 10대 원칙과 결합시켜 나갈 수 있도록 하는 틀 제공

3) <http://www.unglobalcompact.kr>

3. UN Global Compact 이니셔티브

- 1) UN Global Compact는 자발적인 이니셔티브로써 두 개의 목표 추진
 - 가. 세계 경영관행에 10대원칙을 일반화
 - 나. 유엔 아젠다 이행 촉진(MDG)
- 2) UN Global Compact 특징
 - 가. 지속가능 개발과 모범적 기업시민성의 활성화를 촉진시키는 자발적 이니셔티브
 - 나. 세계적으로 인정된 원칙을 기반으로 둔 규칙 체계
 - 다. 기업 및 투자자들 간의 네트워크
 - 라. 배움과 경험, 또는 지식의 상호 공유를 위한 포럼
- 3) UN Global Compact 가입방법 : 각 기업 및 단체 이사회의 승인 → 글로벌 콤팩트와 그 원칙들을 지지한다는 내용을 포함한 CEO명의로 서한을 UN사무총장 앞으로 발송

4. UN Global Compact 10대 원칙

- 1) 인권, 노동, 환경과 반부패에 관한 글로벌콤팩트의 10대 원칙은 세계적인 협의 과정과 더불어 다음과 같은 선언과 협약에서 유래
 - 가. 세계 인권 선언
 - 나. 노동에서의 권리와 기본 원칙에 관한 ILO 선언
 - 다. 환경과 개발에 관한 리우 선언
 - 라. 국제연합 부패방지협약
- 2) UN Global Compact 10대 원칙
 - 가. 인권 Human Rights
 - 원칙1 : 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다.
 - 원칙2 : 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.
 - 주요 이니셔티브 : 여성 역량 강화 원칙(Women's Empowerment Principles), 아동권리 보호를 위한 비즈니스 원칙(Children's Rights and Business Principles)
 - 나. 노동 Labour
 - 원칙3 : 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고,
 - 원칙4 : 모든 형태의 강제노동을 배제하며,
 - 원칙5 : 아동노동을 효율적으로 철폐하고,
 - 원칙6 : 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.
 - 주요 이니셔티브 : 아동노동 플랫폼(Child Labour Platform)
 - 다. 환경 Environment
 - 원칙7: 기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,
 - 원칙8: 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,

- 원칙9: 환경친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.
- 주요 이니셔티브 : 기후에 대한 배려(Caring for Climate), CEO 수자원관리 책무(The CEO Water Mandate)

라. 반부패 Anti-Corruption

- 원칙10: 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.

마. 기타 UNGC 관련 주요 이니셔티브

- 금융 : 유엔 글로벌콤팩트 100(UN Global Compact 100), 지속가능한 증권거래소 이니셔티브(Sustainable Stock Exchange), 유엔 책임투자원칙(UN Principles for Responsible Investment)
- 개발 : 사회적 기업과 임팩트 투자(Social Enterprise & Impact Investing)
- 유엔-비즈니스 파트너십 : 유엔-비즈니스 파트너십(UN-Business Partnership)
- 공급망 : 공급망 지속가능성(Supply Chain Sustainability)
- 기타 : 평화를 위한 비즈니스(Business for Peace), 유엔 책임경영교육원칙(UN Principles for Responsible Management Education), 글로벌콤팩트(LEAD Global Compact LEAD)

■ SDGs(Sustainable Development Goals)¹⁾

1. SDGs

- 1) 2000년부터 2015년까지 시행된 밀레니엄개발목표(MDGs) 종료 후 새로 시행되는 유엔과 국제사회의 최대 공동목표
- 2) 2015년 9월28일 유엔 총회에서 193개국 정상들의 서명으로 발효되는 국제사회 최대 목표이자 2030년까지 17가지 주목표와 169개 세부목표로 해결하고자 이행하는 국제적 공동목표
- 3) 목표 범위
 - 가. 인류의 보편적 문제 (빈곤, 질병, 교육, 여성, 아동, 난민, 분쟁 등)
 - 나. 지구 환경문제 (기후변화, 에너지, 환경오염, 물, 생물다양성 등)
 - 다. 경제 사회문제 (기술, 주거, 노사, 고용, 생산 소비, 사회구조, 법, 대내외 경제)

2. SDGs 17가지 목표

- Goal 1 : 모든 형태의 빈곤종결
- Goal 2 : 기아해소, 식량안보와 지속가능한 농업발전
- Goal 3 : 건강 보장과 모든 연령대 인구의 복지증진
- Goal 4 : 양질의 포괄적인 교육제공과 평생학습기회 제공

1) <http://asdun.org/>

- Goal 5 : 양성평등달성과 모든 여성과 여아의 역량강화
- Goal 6 : 물과 위생의 보장 및 지속가능한 관리
- Goal 7 : 적정가격의 지속가능한 에너지 제공
- Goal 8 : 지속가능한 경제성장 및 양질의 일자리와 고용보장
- Goal 9 : 사회기반시설 구축, 지속가능한 산업화 증진
- Goal 10 : 국가 내, 국가 간의 불평등 해소
- Goal 11 : 안전하고 복원력 있는 지속가능한 도시와 인간거주
- Goal 12 : 지속가능한 소비와 생산 패턴 보장
- Goal 13 : 기후변화에 대한 영향방지와 긴급조치
- Goal 14 : 해양, 바다, 해양자원의 지속가능한 보존노력
- Goal 15 : 육지생태계 보존과 삼림보존, 사막화방지, 생물다양성 유지
- Goal 16 : 평화적, 포괄적 사회증진, 모두가 접근가능 한 사법제도 제도와 포괄적 행정제도 확립
- Goal 17 : 이 목표들의 이행수단 강화와 기업 및 의회, 국가 간의 글로벌파트너십 활성화

〈그림-Ⅱ〉 SDGs 목표2)

1 모든 곳에서 모든 형태의 빈곤을 종식시킨다	2 기아를 종식하고 식량 안보를 달성하며, 영양상태를 개선하고, 지속가능한 농업을 강화한다	3 모두를 위한 전 연령층의 건강한 삶을 보장하고 웰빙을 증진한다	4 모두를 위한 포용적이고 공평한 양질의 교육 보장 및 평생교육 기회를 증진한다	5 성평등 달성 및 모든 여성과 여아들이 자신의 능력을 발휘할 수 있도록 한다	6 모두가 물과 위생설비를 사용할 수 있도록 하고 지속 가능한 유지관리를 보장한다
7 모두를 위한 적당한 가격이며 신뢰할 수 있고 지속 가능한 현대적인 에너지에 접근을 보장한다	8 모두를 위한 지속적, 포용적, 지속가능한 경제성장을 촉진하며 완전 고용과 양질의 일자리를 증진한다	9 복원력 높은 사회 기반시설을 구축, 포용적이고 지속가능한 산업화를 증진하고 혁신을 촉진한다.	10 국가 내, 국가 간 불평등을 감소시킨다	11 도시와 주거지를 포용적이며 안전하게, 복원력있고 지속가능하게 보장한다	12 지속가능한 소비 및 생산 양식을 보장한다
13 기후변화와 그로 인한 영향에 맞서기 위한 긴급 대응을 시행한다	14 지속가능한 발전을 위한 대양, 바다, 해양자원을 보존하고 지속가능하게 사용한다	15 육상생태계를 보호·복원·증진하고 산림을 관리하며, 사막화를 방지하고, 토지황폐화를 중지하고 생물 다양성 손실을 중단한다	16 지속가능발전을 위해 평화롭고 포용적인 사회를 증진하고, 모두가 정의에 접근할 수 있게 하며, 효과적이고 책임성 있고 포용적인 제도를 구축한다	17 이행 수단을 강화하고 지속가능발전을 위한 글로벌 파트너십을 활성화한다	

2) <http://blog.naver.com/childfundkor/220714058938>

16주

CSR 통합 및 실행

[강의 Point]

1. 지속가능한 기업 활동을 위한 사회적 책임의 이해기반과 그 조성조건을 확인한다.
2. 사회적 책임을 위한 조직내부의 운영논리와 구체적인 실행방안 등을 분석한다.
3. 조직전반에 걸친 사회적 책임 통합을 위한 정책과 관행을 이해, 대안마련을 시도한다.

■ 조직의 사회적 책임 이해

1. 실사

- 사회적 책임의 맥락에서 실사는 부정적인 영향을 회피/완화하기 위한 목적으로, 조직의 의사결정 및 활동의 실질적이고 잠재적인, 부정적인, 사회/환경/경제적 영향을 식별하려는 포괄적이고 능동적인 프로세스

2. 조직의 핵심주제 및 이슈에 대한 관련성과 중대성 결정

- 1) 관련성 결정 : 조직 활동의 모든 범위, 모든 이해관계자, 조직 자체활동 및 조직의 영향권 내에 있는 조직들의 활동, 적용될 수 있는 모든 법률의 식별. 조직의 의사결정/활동이 이해관계자 및 지속가능발전에 영향을 미칠 수 있는 방식의 범위 조사
- 2) 중대성 결정 : 조직의 가장 큰 중대성을 가지고, 가장 중요한 이슈가 어떤 것인지를 결정하는 일련의 기준 개발 필요
 - 가. 이슈의 영향 정도
 - 나. 이슈에 조치를 취했을 때 또는 취하지 않았을 때의 잠재효과
 - 다. 이슈에 대한 이해관계자의 관심 수준
 - 라. 이러한 영향과 관련한 책임 있는 행동에 대한 사회적 기대

3. 조직의 영향권

- 1) 조직의 영향은 소유권 및 거버넌스, 경제적 관계, 법적/정치적 권한, 여론 등에서 비롯됨
- 2) 조직이 타 조직에 대해 사실상의 통제력(법적/공식 권한이 없더라도 의사결정 및 활동을 지시할 수 있는 능력이 있을 때)을 지니고 있을 때, 그 조직이 갖는 책임은 공식적 통제력을 지녔을 때 발생하는 책임과 유사할 수 있음

4. 이슈의 우선순위 결정

- 1) 조직 및 조직의 일상 관행 전반에 걸쳐서 사회적 책임을 통합하기 위한 우선순위를 결정하고 그 의지를 표명함
- 2) 우선순위는 관련성과 중대성이 높은 이슈들로부터 설정되는 것이 좋음. 이 식별과정에 이해관계자를 참여시키는 것이 바람직하며, 우선순위는 시간에 따라 변화할 수 있음

■ 조직 전반에 걸친 사회적 책임 통합을 위한 정책과 관행

1. CSR에 대한 조직의 인식 제고 및 역량 구축

- 1) CSR 실행의 궁극적인 목표는 CSR이 기업 문화의 중요한 요소가 되어 일상 활동 반영되는 것. 이를 통해 조직의 모든 수준에서 CSR에 대한 의지표명 및 이해 포함
- 2) 이는 조직의 최고 의사결정권자(CEO)로부터 시작하는 것이 좋음
- 3) CSR의 실제 의미를 입증하기 위해 수용하기 쉬운 영역에 초기노력 집중
- 4) 조직 내 CSR 문화 창출은 기존 가치 및 문화에서 출발하고 체계적이고 순차적으로 진행하는 게 효과적
- 5) CSR을 조직 문화에 효과적으로 통합하기 위해 새로운 접근방식이나 아이디어를 제안할 수 있는 더 큰 자유, 권한 부여, 동기유발 등을 통한 의사결정 프로세스 및 거버넌스의 변화 필요
- 6) 교육 및 평생학습은 CSR 인식 제고 및 역량 강화에 효과적

2. CSR을 위한 조직의 방향 설정

- 1) 조직 고위층의 선언 및 행동, 조직의 목적, 열망, 가치, 윤리 및 전략 등이 조직의 방향을 설정. CSR을 조직의 이러한 측면에서 반영
- 2) CSR을 조직의 정책, 문화, 전략, 구조 및 운영의 통합적 부분으로 만듦으로써 조직의 방향 설정
 - 가. 비전선언, 조직의 목적 및 사명선언에 CSR 포함
 - 나. 실행/윤리규범의 채택 : 원칙/가치를 적절한 행동에 관한 선언으로 전환
 - 다. CSR을 시스템, 정책, 프로세스 및 의사결정 행동에 통합함으로써 CSR을 조직 전략의 주요 요소로 포함
 - 라. CSR의 핵심주제 및 이슈에 대한 행동의 우선순위를 전략, 프로세스, 일정과 함께 관리 가능한 구체적이고 측정/검증 가능한 조직 목표로 전환. 목표 성취 위한 세부계획 수립
- 3) CSR을 조직의 거버넌스, 시스템 및 절차에 반영
 - 가. CSR을 조직 전반에 걸쳐 통합하는 중요하고 효과적인 수단은 조직의 거버넌스를 통하는 것임
 - 나. 조직은 기회와 긍정적 영향의 최대화와 사회적/환경적 피해와 리스크의 최소화를 위해 각각의 핵심주제와 관련된 조직 스스로의 영향을 성실하고 체계적으로 관리하고 조직의 영향권 내에서 조직의 영향을 모니터링

- 다. 새로운 활동에 관한 의사결정시, 이해관계자에게 미칠 수 있는 영향 고려
- 라. 조직의 운영절차가 CSR의 원칙 및 핵심주제에 부합하도록 운영절차를 검토하고 개정하는 그룹을 조직 내 설립
- 마. 구매 및 투자관행, 인적자원관리 및 조직의 다른 기능에 CSR 통합
- 바. 리스크 경영
- 사. 이슈 경영

3. CSR에 대한 의사소통

- CSR과 관련된 많은 관행/활동은 내부 및 외부 의사소통의 형태를 포함할 것이며, 의사소통은 CSR의 많은 기능에 매우 중요한 역할 담당
- 가. 이해관계자와의 대화
- 나. 조직의 경영진, 피고용인 및 구성원 간의 의사소통
- 다. 조직 전반에 걸쳐 CSR의 통합에 초점을 둔 팀 활동
- 라. CSR에 영향을 미치는 비상사태에 대한 대중과의 의사소통
- 마. 제품 라벨링, 제품 정보 및 기타 소비자 정보와 같은 제품 관련 의사소통
- 바. CSR 관련 언론기사, 광고 및 퍼블리시터
- 사. 정부기구 및 공공적 질의에 대한 답변
- 아 정기적인 공개 보고서(사회적 책임 보고 등)

4. CSR에 대한 신뢰도 제고

- 1) 이해관계자와의 대화를 포함한 이해관계자의 참여는 모든 참여자의 이해관계 및 의도가 이해되었다는 신뢰를 높이는 중요한 수단임. 이런 대화는 믿음을 구축하고 신뢰도를 높이는 데 기여
- 2) 어떤 이슈에 대한 신뢰도는 때때로 특정 인증제도 참여를 통해 제고될 수 있음
- 3) 어떤 상황에서는 조직의 활동에 독립적인 인사의 참여가 신뢰도 제고에 기여함. 믿을만하다고 선정된 사람들로 구성된 자문위원회 또는 검토위원회 설립 등
- 4) CSR 위한 이니셔티브나 프로그램 등 참여
- 5) 조직의 영향에 대한 적절한 의지표명, 적절한 조치, 성과평가 및 사회적 보고
- 6) 사회적 책임 보고서 및 주장의 신뢰성 제고
- 7) 조직 및 이해관계자 간의 갈등 및 의견불일치 해결

5. 조직 내 CSR 활동 및 정책/관행의 검토 및 개선

1) CSR 활동 모니터링 목적

- 가. 활동이 계획대로 진행 여부 점검
- 나. 위기 또는 특이사항 발생 식별
- 다. 일이 이루어지는 방식을 수정/개선

2) 지속적인 모니터링 효과

- 가. CSR의 진척사항 파악
- 나. 프로그램이 초점을 잘 맞추도록 지원
- 다. 번호가 필요한 분야 식별
- 라. 성과 개선에 기여

3) CSR 활동 검토

- 가. 중대한 활동에 초점
- 나. 쉽고, 신뢰할만하고, 시기적절하게 이해관계자의 관심사 대응
- 다. 지표에 의한 측정은 비교가능하고 시간에 따른 변화를 보여줄 수 있음. 그러나 양적 지표만으로는 CSR의 모든 성과를 보여주는데 충분하지 않을 수 있음

〈표-Ⅳ〉 기업의 CSR 실행 계획¹⁾

기간	행동	요약
단기에서 중기	시작은 하향식으로	CEO는 효과적인 CSR 정책의 필요한 내용을 수립하고 CSR이 일상 운영 관행의 필수 요소로 제도화될 것임을 보증해야 한다.
	CSR 담당임원	CSR은 조직에서 가시성과 후원이 필요하다. CEO의 지원은 후원에 해당하고, 이사회에 직접 보고하는 관계를 갖는 CSR 담당 임원 자리를 만드는 일은 가시성을 만들어내는 일에 해당한다.
	CSR 비전	CSR 비전 선포는 내외부 이해관계자들이 기업의 CSR 입장과 그런 입장이 어떻게 영향을 줄 것인지를 이해하게 한다.
	평가와 보상	기업의 생산과 기업책임 목표를 동일선상에 두는 평가와 보상을 하면 기업 내 CSR 인식과 관심이 높아진다.
	CSR 감사와 보고	진정성 있는 범조직적 감사와 결과에 대한 공개를 하면 기업의 CSR 활동에 대해 내외부 이해관계자들의 인식을 발전시킨다.
	행동 강령	종업원과 공급망의 행동 강령에 바람직한 행위에 대한 기대사항과 한계를 기록해 두는 것은 회사와 공급망 전반에 걸쳐 CSR을 촉진한다.
	CSR 옴부즈맨	CSR 정책이 효과를 갖는 데 필요한 지속적인 내부 강화의 핵심 요소는 익명의 내부고발 절차가 CSR 옴부즈맨을 통해 가능해야 한다.
중기에서 장기	조직의 구조	이 모든 CSR 요소가 효과적인 정책으로 합쳐지려면, 조직 구조 내에서 CSR에 대한 가시적 지원이 있어야 기업의 CSR에 다짐을 입증해준다.
	이해관계자 관여	CSR을 기업의 전략적 관점으로 옮겨가는 일의 일부로서 광범한 이해관계자와 쌍방향 소통 채널이 열려야 한다.

1) William B. Werther, Jr. David Chandler(2012), '기업의 사회적 책임과 전략', pp153-154

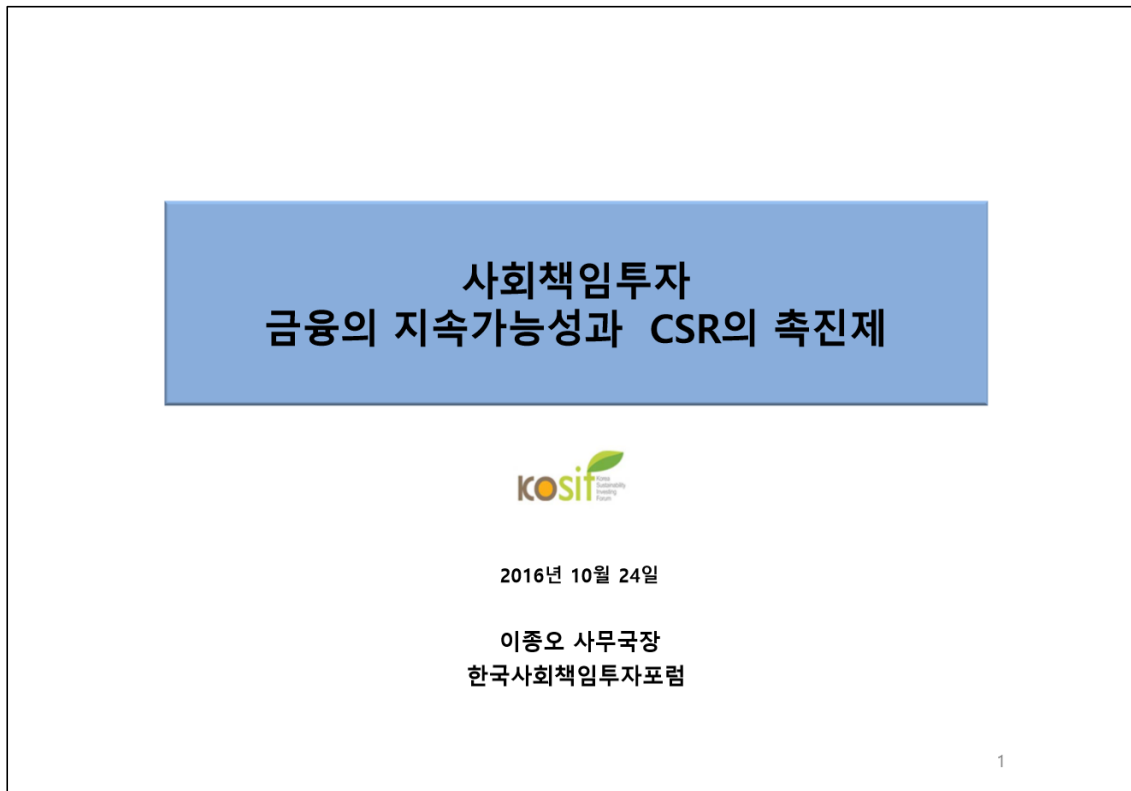
기간	행동	요약
	메시지 관리	진정성 있고 실질적인 전략적 CSR은 기업의 홍보 부서를 통해 이해관계자들과 소통해야 한다.
	기업지배구조	효과적인 기업지배구조는 효과적인 CSR 정책의 핵심 측면으로서 투명성과 설명책임이 그 좌우명이라 할 수 있다.
	기업행동주의	사업의 fundamentals를 대체할 수 없을 때, 기업행동주의는 다양한 이해관계자와 관계를 강화시켜 장기에 걸쳐 기업의 생존 능력을 키우도록 도와준다.



추가 참고자료

■ 참고자료4.

사회책임투자 금융의 지속가능성과 CSR 촉진제(2016. 10. 24), 이종오(한국사회책임투자포럼 사무국장)



 	사회책임투자 개요	3
	사회책임투자 시장	26
	사회책임투자 활성화 - 법·제도적 접근	38
	관점의 전환	58

2



1

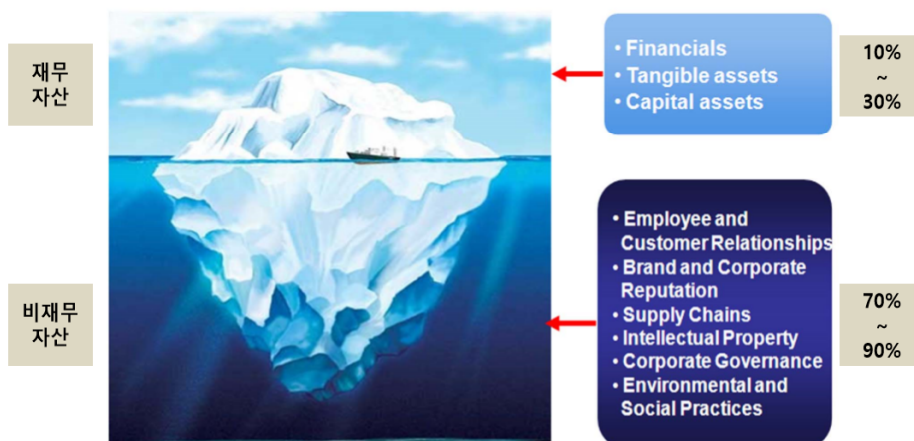
사회책임투자 개요

3



기업가치

기업가치 = 재무자산 + 비재무적 자산
비재무적 자산(요소)이 기업가치의 대다수



Source : Innovest Strategic Value Advisors

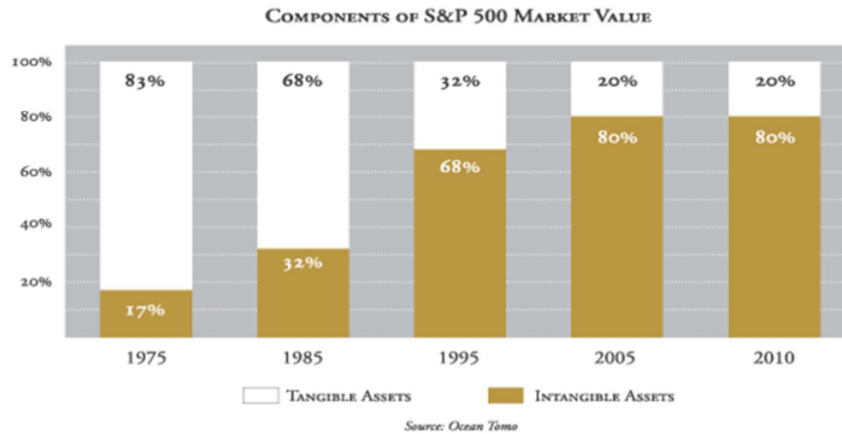
4



S&P 500 시장가치의 구성요소

1975년 : S&P 500에 반영된 기업가치의 83% = 유형자산

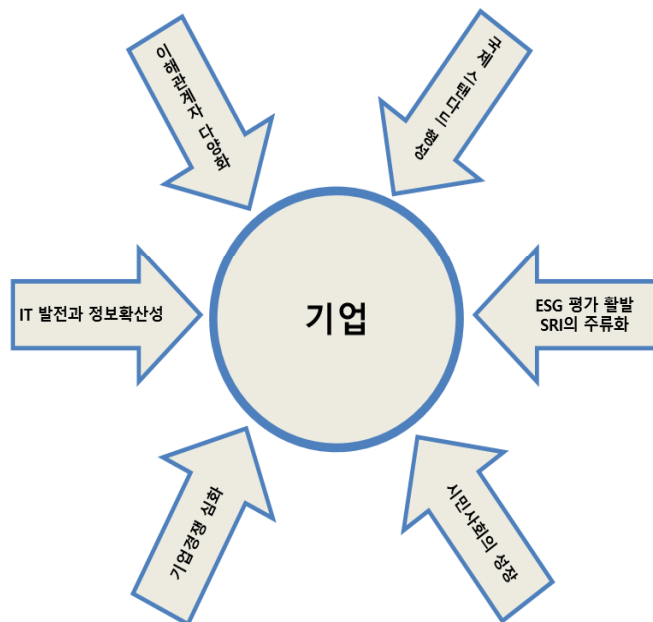
2010년 : S&P 500에 반영된 기업가치의 80% = 무형자산



5



기업 환경의 변화 = 투자환경의 변화



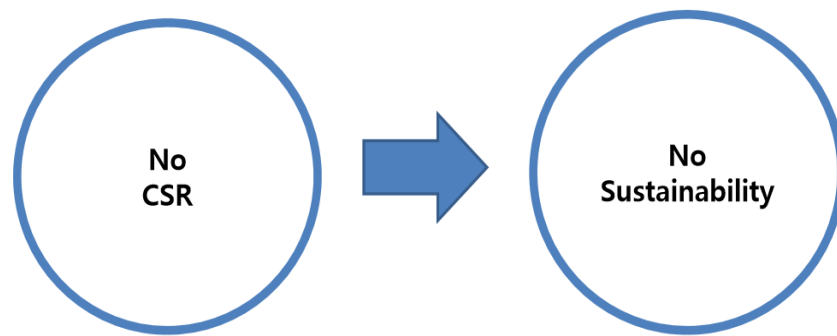
- 현대의 기업은 사회적 영향력이 증대됨에 따라 각종 규제 준수는 물론 다양한 이해관계자들과의 관계 속에서 발생하는 사회적 문제들을 적극 고려해야 하는 복잡한 환경에 처해 있으며, 이를 소홀히 할 경우 지속가능성 위험에 직면함.
- 사회책임투자는 지속가능성 위험 고려

6



CSR의 등장

- 기업의 힘이 막강해지고 기업을 둘러싼 이해관계자들 또한 다양해짐에 따라 기업은 경제적 책임, 사회적 책임, 환경적 책임을 다해야만 경쟁력을 가지는 환경이 됨.
- 기업의 사회적 책임(CSR : Corporate Social Responsibility) 이행을 촉구하는 국제기구와 민간 차원의 각종 이니셔티브가 증가하고 일부 국가에서는 법제화·제도화 되고 있음
ex) ISO26000, UN Global Compact, OECD MNEs Guideline, GRI, CDP, DJSI, FTSE4Good 등
- CSR은 기업의 지속가능성과 사회의 지속가능성을 높이는 필수 사항임

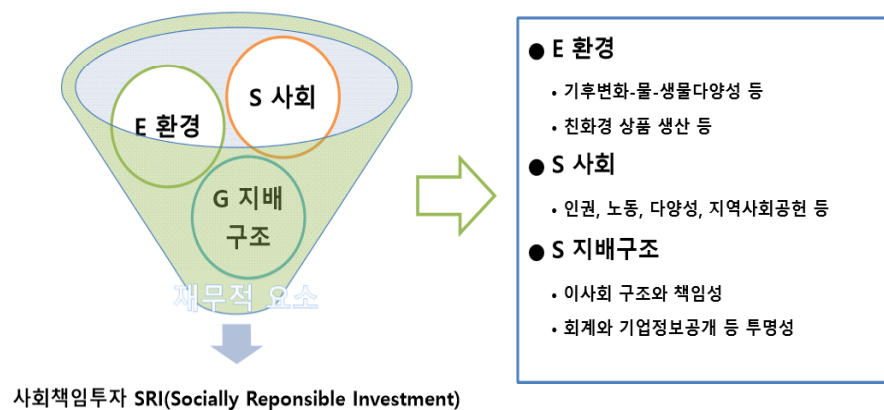


7



사회책임투자(SRI)

기업환경이 복잡해짐에 따라 기업은 전통적인 재무적 리스크 이외에도 ESG, 즉 환경, 사회, 지배구조 등 비재무적이라고 여겨왔던 리스크에 직면함. 이에 따라 금융기관도 기업에 투자를 할 때 재무적 요소 뿐만 아니라 ESG 요소를 통합적으로 고려하는 방식으로 기업 가치를 평가한 후 투자하는 등 사회책임투자(SRI)의 필요성이 생겨남.



8



ESG 리스크와 주가 - 대한항공

대한항공 vs. 아시아나 항공



10



ESG 리스크와 주가 - 대우조선해양

- 대우조선해양은 2012년~2014년까지 3년간 5조7000억원 규모의 분식회계한 의혹
 - 대우주인 산업은행과 체결한 양해각서에 따라 경영목표를 달성하지 못하면 성과급 미지급, 대표이사 사퇴 등 불이익을 받게 됨. 이를 피하기 위해 경영진이 분식회계 사기를 저지른 혐의를 받고 있음(달로이트안진은 회계감사 목인의혹)
 - * 2013년과 2014년 각각 4409억원, 4711억원 흑자로 공시했으나, 실제로는 7784억원과 7429억원 적자를 봄. 같은 기간 임직원들에게는 2000억원이 넘는 성과급 지급.
 - 대우조선해양이 분식회계를 통해 금융기관으로 부터 받아낸 사기대출 규모는 약 40조원에 달하는 것으로 파악
 - * 산업은행, 한국수출입은행 등이 대출 * 국민연금은 투자와 관련해 손해배상 청구
- 7월 15일 거래정지 상태
- 한국거래소는 대우조선해양의 상장폐지 대신 경영정상화를 위한 개선기간 1년 부여
 - 상장적격성 심사는 회계처리 기준 위반과 전직 임원들의 배임·횡령
 - 대우조선해양의 소액주주 비율은 37.8% (10만8000여명)

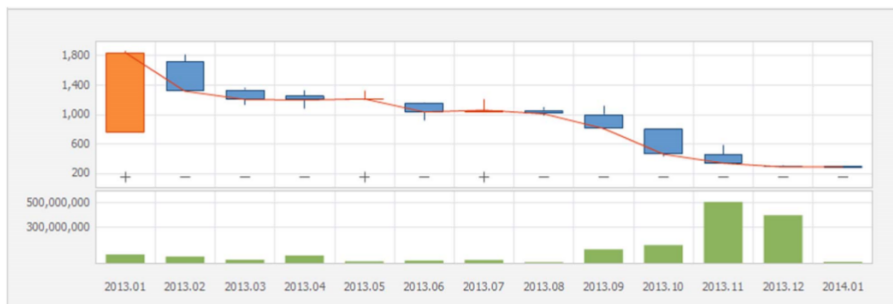


11



ESG 리스크와 주가 -동양그룹 사태 : (주)동양

- 지배구조 리스크 : 동양그룹 현재현 회장은 무분별한 계열사 확대·인수를 규제했던 출자총액제한제가 완화된 2007년 이후 본격적 사업확장. 동양레저를 통해 순환출자 구조를 만들었고, 이후 계열사 주가가 하락하자 지배구조 유지를 위해 다량의 CP와 회사채와 발행 협의.
- 변제가 어렵다는 점을 알고도 1조원대의 사기성 CP와 회사채 발행 지시 협의. 고의로 5개 계열사 법정관리 신청해 투자자에 막대한 피해를 끼침.
- 2013년 1월 1865원이던 (주)동양의 주가는 2013년 12월 319원으로 약 83%나 폭락.

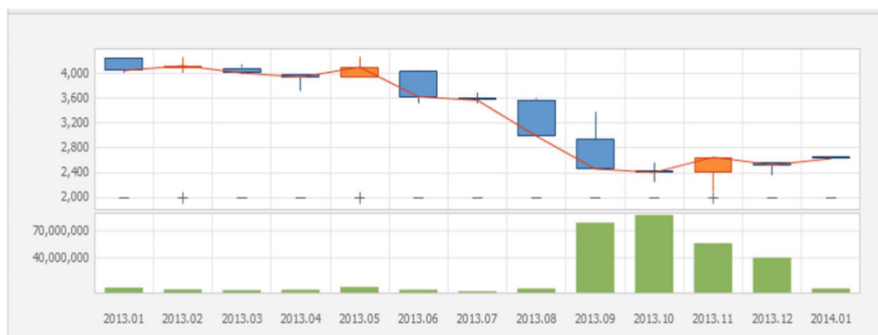


12



ESG 리스크와 주가-동양그룹 사태 : 동양증권

- 동양그룹 계열사인 동양증권은 2008년부터 동양그룹 계열사의 CP(기업어음)와 회사채 판매. 이 과정에서 동양그룹 계열사 부실과 투자위험도를 제대로 설명하지 않는 등 불완전판매를 함.
- CP와 회사채 발행액은 2조원대. 4만1126명의 개인투자자가 1조5776억원 투자 피해.
- 동양증권 주가는 2013년 1월 4265원이었으나 동양그룹 사태 이후인 2013년 12월말 2575원으로 약 40%가 폭락함.

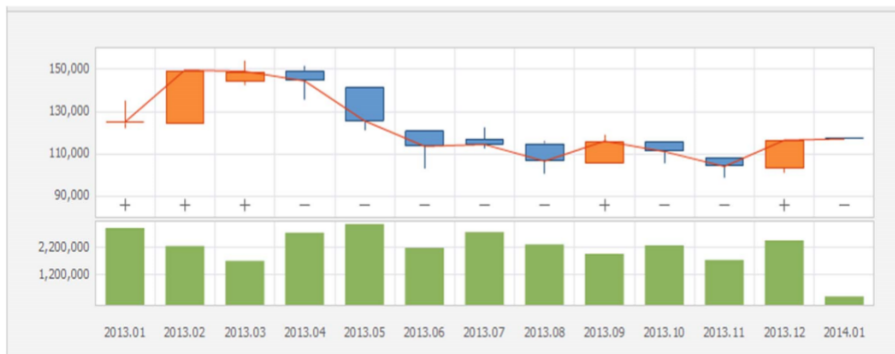


13



ESG 리스크와 주가 - CJ

- CJ그룹 이재현 회장은 CJ그룹 임직원과 짜고 6200억원의 국내외 비자금을 조성·운용하는 과정에서 546억원의 조세를 포탈하고 963억원 상당의 국내외 법인 자산을 빼돌린 혐의로 구속됨.
- CJ의 주가는 2013년 3월 154,000원으로 최고를 기록했으나 검찰 수사가 본격화된 5월 이후 주가가 하락하기 시작해 2013년 11월에는 108,500원까지 떨어짐.



14



책임투자원칙(PRI)

1. 우리는 ESG 이슈를 투자 분석 및 의사 결정시 적극적으로 반영한다
2. 우리는 투자철학 및 운용원칙에 ESG 이슈를 통합하는 적극적인 투자자가 된다
3. 우리는 투자대상에게 ESG 이슈들의 정보공개를 요구한다
4. 우리는 금융산업의 PRI 준수와 이행을 위해 노력한다
5. 우리는 PRI 이행에 있어서 그 효과를 증진시킬 수 있도록 상호협력한다
6. 우리는 PRI 이행에 대한 세부활동과 진행사항을 보고한다



- 코피 아난이 유엔사무총장 시절인 2006년 4월27일 뉴욕증권거래소에서 처음 만들
- UNEP FI와 UNGC를 파트너로 함
- 6개 원칙 33개 세부 실천프로그램으로 구성
- 발족 당시 80여개 기관(자산규모 5,000조원)

15



책임투자원칙(PRI) 가입기관 현황

- PRI에는 전세계적으로 1575개(2016년 10월 18일 현재) 기관이 가입 (62조 달러 이상)
- 우리나라 가입기관은 총 5개에 불과
 - 국민연금 | Anda asset managemrnt | 서스틴베스트•기업지배구조원•모닝스타

Signatory Directory	
Select one or more countries ▾	
Asset Owners	317
Investment Managers	1046
Service Providers	212
Total	1575

Signatory Directory	
South Korea ▾	
Asset Owners	1
Investment Managers	1
Service Providers	3
Total	5

자료 : UN PRI

16



SIF 조직

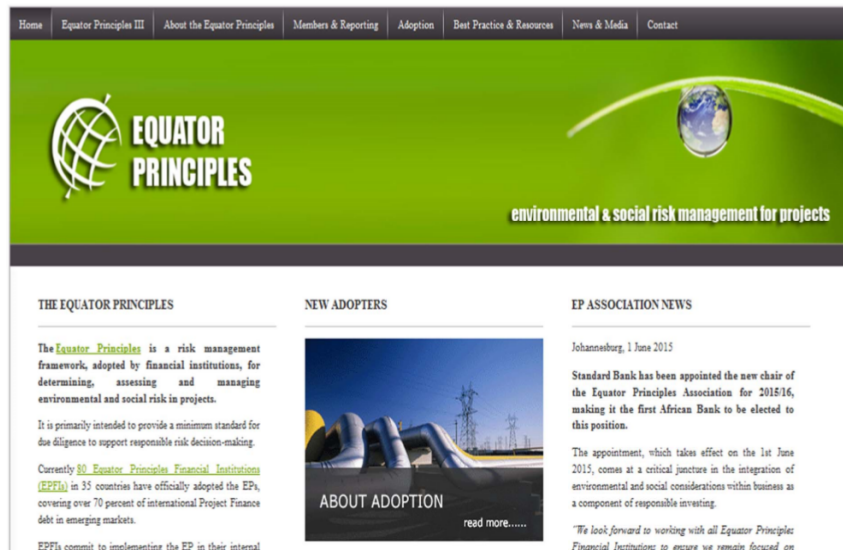
- 사회책임투자포럼(SIF) 조직이 전세계적으로 활동 중



17



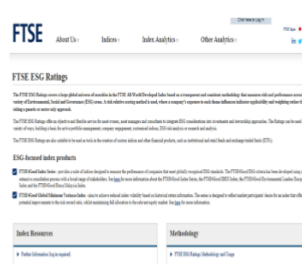
적도원칙



18



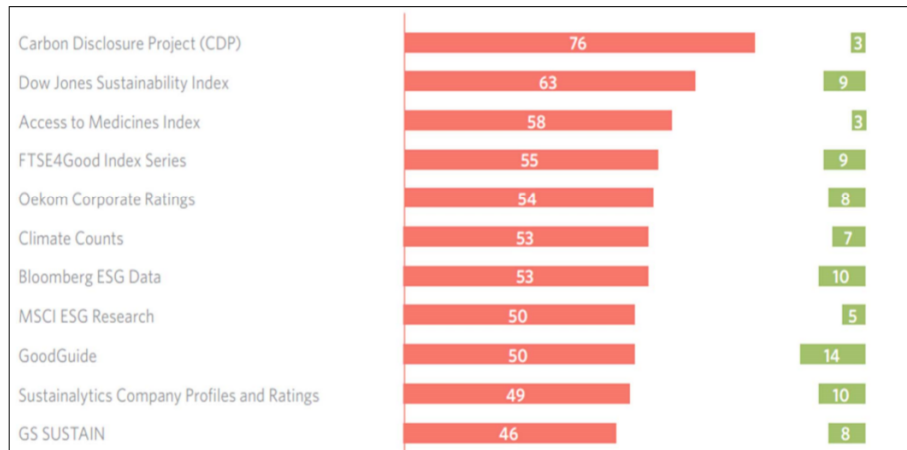
대표적인 사회책임투자 지수



19



지속가능성 평가지수와 신뢰도



20



사회책임투자의 스펙트럼



윤리 투자로서의 SRI

- ✓ 전통적 종교 단체, 환경 운동 단체가 실행한 윤리적 개념의 투자
- ✓ 대체로 규범적이고, 사회적 책임 측면을 강조한 기업평가
- ✓ 각 단체의 가치나 세계관을 투자에 반영

CFB / MRTI / CERES / Christian / Investors Group

ESG 투자로서의 SRI

- ✓ 기업의 Triple Bottom Line 확인 및 평가(사회, 환경, 경제적 성과)를 통한 투자
- ✓ 비교적 체계적인 분석이 발달했으나, 여전히 기업의 재무적 성과와의 통합성 부족

PaxWorld Fund / Calvert / Domini / SAM / Insight / Generation Asset

SRI에서 RI로의 주류화

- ✓ 장기적 주주 가치의 극대화를 추구하며 이런 차원에서 기업의 비재무적 가치를 분석하고 이를 투자에 반영함
- ✓ 주로 연 기금들이 활용
- ✓ ESG 이슈와 재무적 성과와의 통합성을 강조

UN PRI / CalPERS / Hermes / Goldman Sachs / APG

RI 기본원칙

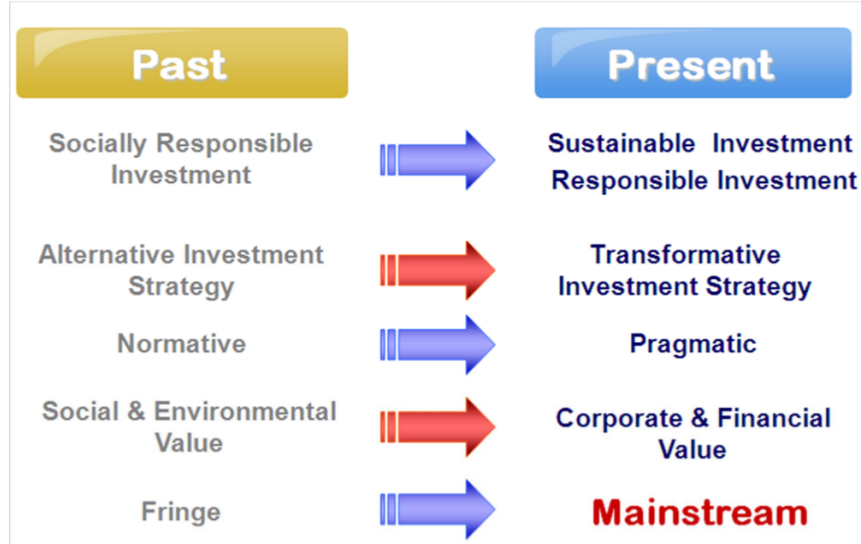
- ◆ '가치투자자'로서 <재무적 가치 + ESG 등의 비재무적 가치>를 통합적으로 분석 평가
- ◆ '중장기투자자'로서 <단기적 시황변동>보다는 <중장기적 펀더멘털>에 더욱 천착
- ◆ '책임 있는 투자자'로서 기업경영에 대한 <적극적 관심> 표명 및 <협력적 입장> 견지

출처: 서스틴베스트, 류영재

21



사회책임투자(SRI)의 변화



Source : sustinvest

22



SRI 실행방식

종 류	주요 내용
윤리적 배제 Ethical Exclusion	다양한 윤리적 기준을 적용하여 특정기업이나 업종들을 투자에서 배제하는 전략
선택적 배제 Positive Screening	일정 기준 이상을 충족한 기업을 편입해 투자하는 전략.
업종 최고 기업 Best in Class	특정 섹터내에서 사회, 윤리, 환경적 성과가 우수한 기업들을 투자하는 전략
주제 중심 투자 Thematic Investment	환경, 사회, 지배구조와 관련된 특정 이슈들을 분석해 대상 기업을 선정하는 전략 (배제적 선별 방식도 사용)
규범에 근거한 선별 Norms Based Screen	OECD, ILO, UNICEF 등 국제적 기준에 미달하는 기업들을 배제하여 포트폴리오를 구성하는 전략
단순배제 Simple Exclusion	하나의 펀드에서 무기제조, 포르노발행, 담배, 동물실험 등의 한 섹터를 제외하거나, 인권이나 규범 등의 기준을 적용하여 포트폴리오를 구성하는 전략
재무분석과의 통합 Integration	지배구조, 사회, 윤리, 환경적인 위험을 전통적인 재무분석에 더하여 포트폴리오를 구성하는 전략

23



SRI 실행방식

종 류	주요 내용
경영관여 Engagement	대화나 메일교환 등을 통해 기업들에게 더욱 책임있는 비즈니스를 하도록 유도하는 전략. 이는 투자자의 영향력이나 오너십 권리에 의존함
주주행동주의 Shareholder Activism	주주권행사, 주주제안, 주주총회 등의 개최를 요구하며 적극적으로 경영에 참여하는 전략
지역사회 투자 Community Investing	전통적인 금융서비스를 제공받지 못하는 지역사회에 직접 투자하는 전략
사회적벤처 캐피탈 Social Venture Capital	사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 창업자들에게 투자하는 전략
사회책임대출 Social Responsible Lending	전통적인 금융서비스를 제공받지 못하는 사람들에게 재기할 수 있도록 대출해주는 전략

출처 : Eurosif

24



주요 국가 SRI 실행방식 구분

종 류	미국	유럽	캐나다	호주
윤리적 배제	사회적 선별	Core	Core	Core
선택적 배제		Core	Core	Core
업종 최고 기업		Core	Core	Core
주제 중심 투자		Core	Core	Core
규범에 근거한 선별		Broad	Core	Core
단순배제		Broad		
재무분석과의 통합		Broad	Broad	Broad
경영관여	주주 행동주의	Broad	Broad	Broad
주주행동주의				Broad
지역사회투자	지역사회 투자		Core	Core
사회적벤처 캐피탈			Broad	
사회책임대출			Core	

출처 : Eurosif

25



2

사회책임투자 시장

26



SRI 실행방식

종 류	주요 내용
경영관여 Engagement	대화나 메일교환 등을 통해 기업들에게 더욱 책임있는 비즈니스를 하도록 유도하는 전략. 이는 투자자의 영향력이나 오너십 권리에 의존함
주주행동주의 Shareholder Activism	주주권행사, 주주제안, 주주총회 등의 개최를 요구하며 적극적으로 경영에 참여하는 전략
지역사회 투자 Community Investing	전통적인 금융서비스를 제공받지 못하는 지역사회에 직접 투자하는 전략
사회적벤처 캐피탈 Social Venture Capital	사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 창업자들에게 투자하는 전략
사회책임대출 Social Responsible Lending	전통적인 금융서비스를 제공받지 못하는 사람들에게 재기할 수 있도록 대출해주는 전략

출처 : Eurosif

24



주요 국가 SRI 실행방식 구분

종 류	미국	유럽	캐나다	호주
윤리적 배제	사회적 선별	Core	Core	Core
선택적 배제		Core	Core	Core
업종 최고 기업		Core	Core	Core
주제 중심 투자		Core	Core	Core
규범에 근거한 선별		Broad	Core	Core
단순배제		Broad		
재무분석과의 통합		Broad	Broad	Broad
경영관여	주주	Broad	Broad	Broad
주주행동주의	행동주의			Broad
지역사회투자	지역사회		Core	Core
사회적벤처 캐피탈	투자		Broad	
사회책임대출			Core	

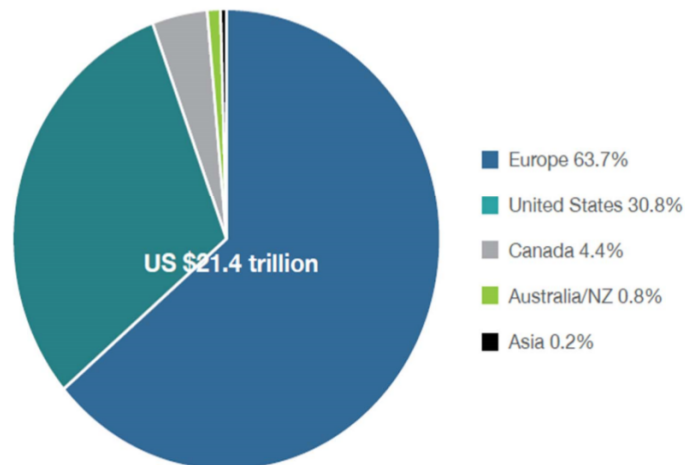
출처 : Eurosif

25



전세계 SRI 규모 및 지역별 비중

Figure 1: Proportion of Global SRI Assets by Region



출처: 2014 Global Sustainable Investment Review, Global Sustainable Investment Alliance

27



세계의 SRI 시장 성장률

○ 세계의 SRI 시장 규모는 총 21.4조 달러 (2014년 말 기준)

Table 2: Growth of SRI Assets by Region 2012–2014

	2012	2014	Growth
Europe	\$8,758	\$13,608	55%
United States	\$3,740	\$6,572	76%
Canada	\$589	\$945	60%
Australia/NZ	\$134	\$180	34%
Asia	\$40	\$53	32%
Total	\$13,261	\$21,358	61%

Note: Asset values are expressed in billions.

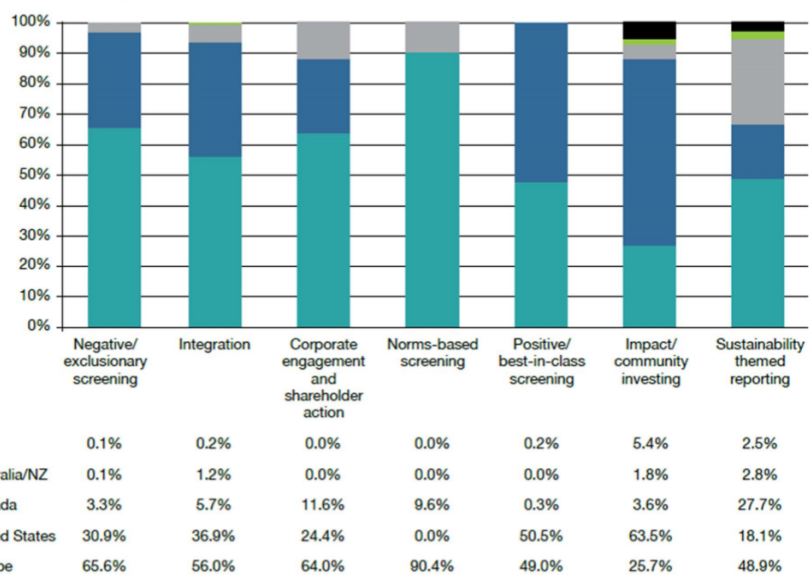
출처: GSIA, (2015) "2014 Global Sustainable Investment Review" p. 8

28



SRI 전략에 따른 지역별 비중

Figure 6: Regional Share, by Asset Weight, in Global Use of SRI Strategies



출처: 2014 Global Sustainable Investment Review, Global Sustainable Investment Alliance

29



한국의 SRI 시장 규모

○ 우리나라 SRI 시장 규모는 총 7조8650억6500만원 (71.6억 달러)(2015년 말 기준)

- 공적연기금+공모펀드+우정사업본부*의 SRI 규모임

* 우정사업본부의 예금과 보험 기금은 정부의 통제를 받고 있으나 공적연기금으로 분류되어 있지 않음

(단위 : 백만원)¹⁾

구분	2011	2012	2013	2014	2015
공적연기금 ²⁾	3,575,800 ³⁾	5,476,600 ³⁾	6,510,500 ³⁾	6,197,500 ³⁾	7,060,300 ³⁾
공모펀드 ²⁾	2,668,020 ³⁾	2,276,770 ³⁾	1,551,449 ³⁾	1,063,160 ³⁾	680,765 ³⁾
우정사업본부 ²⁾	- ³⁾	- ³⁾	43,100 ³⁾	79,000 ³⁾	124,000 ³⁾
총계 ²⁾	6,243,820 ³⁾	7,753,370 ³⁾	8,105,049 ³⁾	7,339,660 ³⁾	7,865,065 ³⁾

자료 : 한국사회책임투자포럼

30

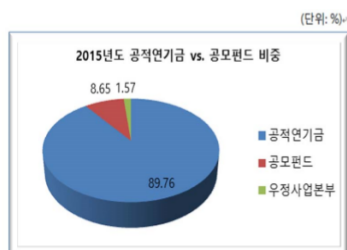


공적연기금 VS. 공모펀드 비중

○ 한국 SRI 시장 규모에서 공적연기금이 차지하는 비중은 89.76%, 공모펀드는 8.65%로 공적연기금이 압도적임.

○ 한국 SRI 시장에서 공적연기금 의존도는 해가 갈수록 심화되고 있는 추세임.

- 2013년도말 공적연기금 vs 공모펀드 비중은 80:20 수준이었으나 2015년말 공적연기금은 90%에 달하며, 공모펀드는 10% 미만으로 떨어짐



공적연기금 VS. 공모펀드 연도별 비중 추이

(단위 : %)¹⁾

구분	2013	2014	2015
공적연기금 ²⁾	80.32% ³⁾	84.45% ³⁾	89.76% ³⁾
공모펀드 ²⁾	19.14% ³⁾	14.48% ³⁾	8.65% ³⁾
우정사업본부 ²⁾	0.53% ³⁾	1.07% ³⁾	1.57% ³⁾

자료 : 한국사회책임투자포럼

31



공적연기금의 SRI 규모 추이

- 정부의 공적연기금의 수(2015년말 기준)는 총 65개. 이 중 국민연금과 사학연금, 공무원연금 이 기금의 일부를 SRI 방식으로 운용하고 있음
- 3개의 공적연기금 모두 자산운용사에 주식의 방식으로 위탁운용하고 있음
- 2015년 말 기준으로 3개 공적연기금의 SRI 규모는 7조603억원임.
- 국민연금은 2010년 부터 2013년까지는 규모면에서 빠른 성장세를 보였으나 이후부터는 둔화세
 - 국민연금이 정부 중심의 지배구조를 가지고 있다는 점에서 SRI에 전반적으로 소극적인 정치적, 사회적 영향과 분위기, 그리고 SRI에 대한 기금운용본부의 무관심 등이 복합적으로 작용한 결과로 판단됨.

공적연기금과 우정사업본부 SRI 규모 추이

(단위 : 억원)^{a)}

구분 ^{b)}	2011	2012	2013	2014	2015
국민연금 ^{c)}	34,497	52,444	62,610	60,006	68,516
사학연금 ^{c)}	523	1,181	1,445	979	996
공무원연금 ^{c)}	738	1,141	1,050	990	1,091
소계 ^{d)}	35,758	54,766	65,105	61,975	70,603
우정사업본부 ^{e)}	-	-	431	790	1,240
총계 ^{d)}	35,758	54,766	65,536	62,765	71,843

자료 : 한국사회책임투자포럼

32



전체 SRI 규모 대비 국민연금의 SRI 비중

- 2015년 말 기준 전체 SRI에서 국민연금이 차지하는 비중은 87.11%에 달함.
- 전체 공적연기금의 비중이 89.76%인 점을 감안하면 한국의 SRI 시장에서 국민연금에 대한 의존도는 절대적임. 2013년 말 77.24%였던 국민연금의 SRI 비중은 2015년에는 87.11%로 9.87%나 높아짐
- 국민연금은 한국의 SRI를 이끄는 동력임은 부인할 수 없음

전체 SRI 시장 대비 국민연금의 SRI 비중

연도 ^{a)}	2013	2014	2015
비중 ^{b)}	77.24% ^{c)}	81.75% ^{c)}	87.11% ^{c)}

자료 : 한국사회책임투자포럼

33



국민연금기금운용 규모 대비 국민연금의 SRI 비중

- 국민연금의 SRI는 한국 전체 SRI 시장에서는 절대적인 규모와 비중을 차지하고 있으나 국민연금의 전체 기금운용 규모 대비 1%를 조금 상회할 정도로 미미한 수준임.
- 2015년 말 기준으로 국민연금 전체 기금운용 규모 대비 1.33%.
- 국민연금의 SRI는 모두 주식형이며, 국내에서만 위탁운용함. 국민연금이 2015년 말 국내 주식으로 운용하는 총 규모 대비로는 7.22%.
- 국민연금의 SRI 규모를 국민연금 전체 기금운용 대비, 그리고 국내 주식운용 대비 그 비중을 살펴보면 2012년부터 각각 1%대와 7%대로 지금까지 이 수치에 머물러 있음. 따라서 국내 SRI 시장에서 국민연금이 규모면에서 큰 중대한 비중을 차지하고는 있지만, 2012년 이후부터 현재까지 내적 발전은 정체되어 있다고 볼 수 있음.

국민연금기금운용 대비 SRI 비중 추이

(단위 : 억원 / %)

구분	2011	2012	2013	2014	2015
국민연금 SRI 규모	34,497	52,444	62,610	60,006	68,516
국민연금 전체 기금운용 규모	3,488,680	3,919,680	4,269,550	4,698,230	5,123,240
전체 기금 대비 비중	0.98	1.33	1.46	1.27	1.33
국민연금 국내주식 운용 규모	621,400	733,170	839,380	839,300	948,960
국내주식운용 대비 비중	5.55	7.15	7.45	7.14	7.22

자료 : 한국사회책임투자포럼

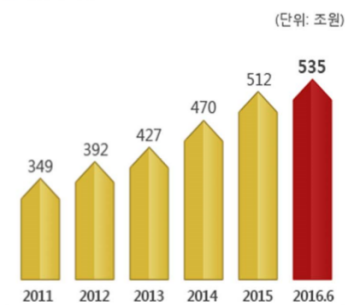
34



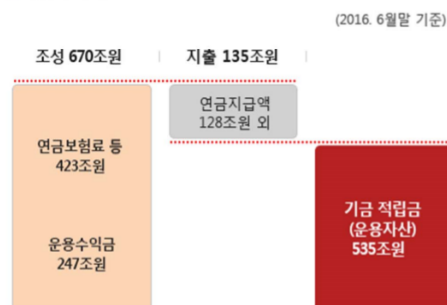
국민연금 기금 현황

- 국민연금 기금 적립금(운용자산) 규모 : 535조원
- 세계 3위 규모의 연기금
 - 1위 : 일본 공적연금(GPIF)
 - 2위 : 노르웨이 글로벌 펀드연금(GPF)
 - 4위 : 네덜란드 공적연금(ABP)
- 전체 기관투자자 중 세계 10위

적립금 성장



적립금 구성



자료 : 국민연금기금운용본부

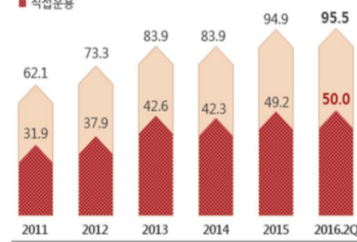
35



국민연금의 사회책임투자 추진 경과

■ 전체
■ 직접운용

(단위: 조원, 2016.2분기말 기준)



95.5조원

국내주식 투자 규모

17.8%

전체 자산대비
국내주식 투자 비중

52.4%

국내주식 자산대비
직접운용 비중

국민연금의 주식 대량보유 기업 현황(5% 이상)

구분	대량 지분 보유 기업수(5% 이상)	5%~10% 미만	10% 이상
국내 주식 편입기업수	290개	81개	209개
SRI 편입기업 수	184개	118개	66개

36



국민연금의 사회책임투자 추진 경과

국민연금 사회책임투자 추진 경과

2006.09	[SRI형 국내주식 위탁운용사 최초 선정] 농협CA투신운용, SH자산운용, 코스모투자자문 등 3개사를 위탁운용사로 선정하였으며 연말까지 각각 300억원씩 총 900억원을 투자 집행
2008.08	[국민연금 사회책임투자 TFT 구성] 책임투자를 본격적으로 모색하기 위하여 2008년부터 '사회책임투자 TFT'를 구성하여 UN PRI 가입을 준비
2009.06	[UN PRI 가입] 국제적 책임투자 권고 규범인 UN PRI(Principles for Responsible Investment)에 서명기관(signatory)으로 가입하면서 국내외에 책임투자 추진 의지를 천명
2009.12	[책임투자 원칙을 포함하도록 의결권 행사지침 개정] 의결권 행사 시 사회책임투자 요소를 고려하여 판단한다는 내용을 새로 담은 2010년 의결권 행사 지침 개정안을 의결
2011.01	[운용전략실 ESG 리서치 업무 신설] 기금운용조직의 전면적 개편 과정에서 운용전략실에 'ESG 리서치' 업무를 신설하여 책임투자 실행을 위한 리서치 역량 강화
2013.03	[책임투자팀 신설] 기금운용본부 운용전략실 산하에 책임투자팀 신설
2014.10	[의결권 행사 강화] 외부 의안분석서비스의 시범사용 시작. 2015년부터 주요 주주총회 안전에 대해 의안분석 전문 업체를 활용할 계획이라고 밝힘
2014.12	[국민연금법 개정]
2015.11	사회책임투자형 펀드 신규 벤치마크 지수 도입

자료: 국민연금 지속가능보고서 2012 등을 근거로 국회예산정책처 재구성

자료 : 국회예산정책처, 공적연기금 책임투자 평가, 2016년 8월

37



3

사회책임투자의 활성화 -법·제도적 접근-

38



자발성에 대한 신화 ② - 시장

자발성은 법과 제도적인 인프라를 기초로 한다



40



사회책임투자 관련 법과 제도 현황

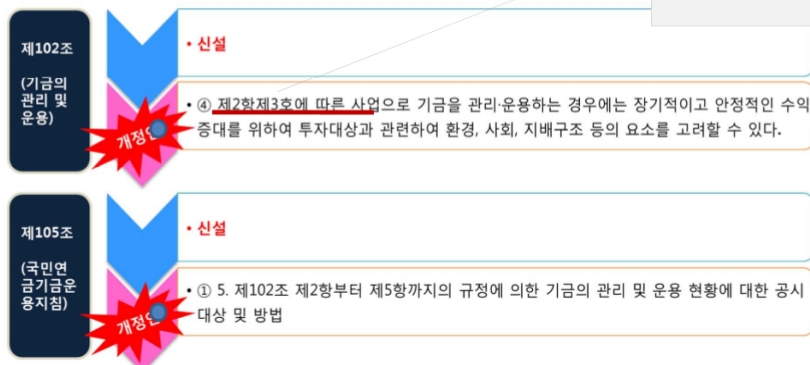
국가명	스튜어드십코드	연기금 공시규제	기관투자자/기업 ESG 정보공개
영국	0	0	0
노르웨이	0	0	0
프랑스	0	0	0
스웨덴	0	0	0
이탈리아	0	0	0
스페인	0	0	0
독일	0	0	0
벨기에	0	0	X
덴마크	0	X	0
네덜란드	0	X	0
태국	X	△	0
인도	X	X	0
홍콩	X	X	0
필리핀	X	X	0
베트남	X	X	X
일본	0	X	X
미국	X	X	X

41



국민연금기금의 ESG 고려와 공시의무법 시행

2014년 12월 “책임투자 관련 국민연금법 개정안” 통과



* 3. 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」 제4조에 따른 증권
의 매매 및 대여 (주식과 채권)

** 2016년 2분기 말 기준, 국민
연금기금의 주식과 채권 자산은
473조원 (기금적립금 총규모 =
535조원)

42



국민연금기금의 사회책임투자 공시 의무사항

○ 국민연금기금운용위원회에서 공시대상 최종 의결되어 시행

• 국민연금기금운용위원회 구성

- 위원장(보건복지부장관)+당연직 위원(정부 부처 4명 차관+국민연금 이사장)+위촉위원 14인(사용자, 근로자, 지역가입자대표, 관계전문가) 등 총 20인으로 구성

공시 구분	공시 대상
연간공시	<ul style="list-style-type: none"> □ 책임투자를 위한 정책, 계획, 조직 및 활동 내역 □ 책임투자를 위해 고려하는 환경, 사회, 지배구조의 기준 □ 책임투자를 고려하는 자산군의 범위(위탁·직접 구분) 및 운용 규모 □ 책임투자를 고려하는 자산군의 투자 현황 (공시대상 자산군별 투자종목 세부 내역 중 책임투자를 고려하는 종목별 현황) □ 책임투자 관련 위탁운용사 선정 기준 및 현황, 성과평가 기준

43



국민연금기금의 사회책임투자 공시 현황

○ 국민연금법 개정 후 기금운용본부 홈페이지에 「책임투자 현황」 정보공개 페이지 마련

국민연금기금운용본부

본부소개 | 운용정책 | **운용현황** | 기금소식

한눈에 보는 국민연금기금 | 기금운용 개요 | 기금적립 현황 | 기금운용 성과 | 기금운용 세부내역 | 거래기관 | 의결권행사 | **책임투자 현황** | 공시등 안내

홈으로 > 운용현황 > 책임투자 > 책임투자 현황

운용현황

한눈에 보는 국민연금기금

기금운용 개요

기금적립 현황

기금운용 성과

기금운용 세부내역

거래기관

의결권행사

책임투자 현황

공시등 안내

책임투자 현황

국민연금기금은 국민연금법 제102조(기금의 관리 및 운용) 제4항에 따라 기금을 관리 운용하는 경우에는 장기적이고 안정적인 수익 증대를 위하여 투자 대상과 관련된 환경 사회 지배구조 등의 요소를 고려할 수 있도록 규정하고 있습니다.

책임투자를 위한 정책 및 계획

의결권행사지침

제4조의 2(책임투자) 기금은 장기적이고 안정적인 수익을 제고를 위하여 환경, 사회, 기업지배구조 등 책임투자 요소를 고려하여 의결권을 행사한다.

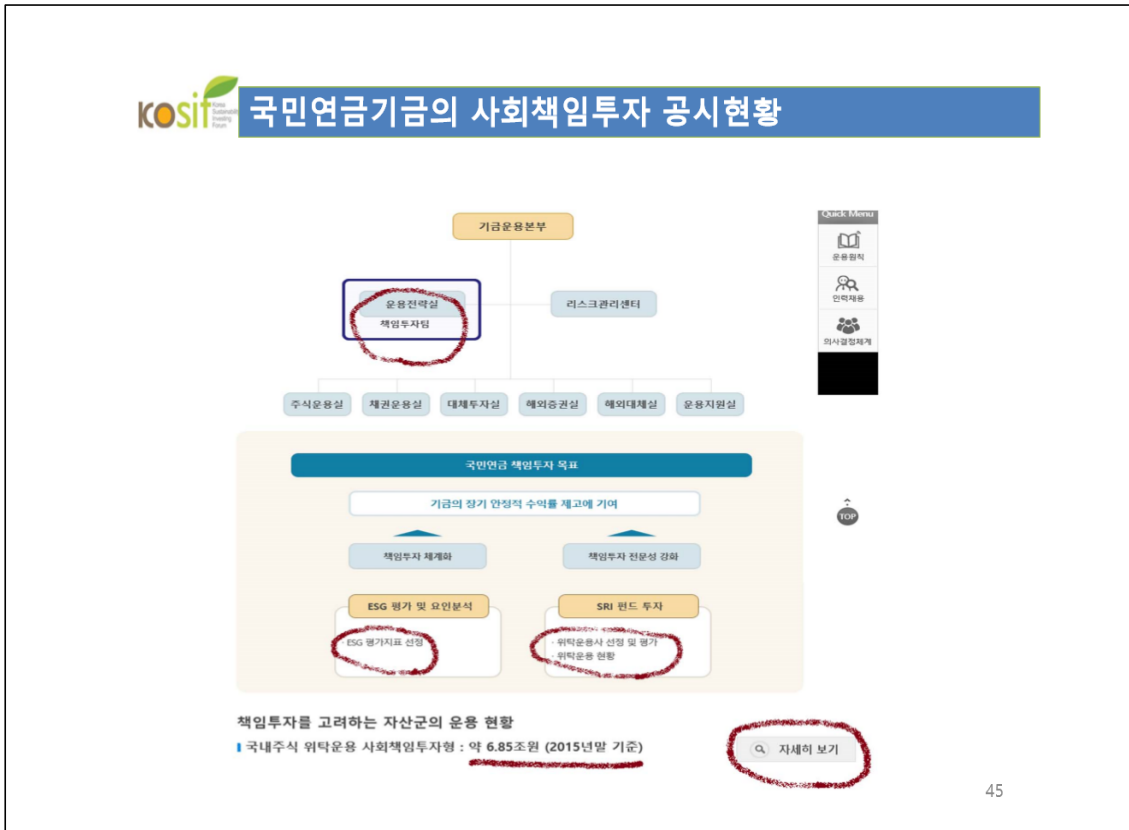
※ 책임투자와 관련하여, 이해관계자 및 전문가의 충분한 의견수렴과 공감대 형성과정을 거쳐 필요한 정책을 발전적 단계적으로 검토할 예정입니다.

책임투자 조직 및 활동내역

2013년 3월, 기금운용본부 운용전략실 내 책임투자팀 신설

- 2014년 8월, 책임투자 가상펀드 운용
- 2015년 2월, 의결분석 전문기관 선정을 통한 의결권행사 전문성·객관성 제고
- 2015년 11월, 사회책임투자형 펀드 신규 벤치마크지수 도입 (주식운용실)

44



45

46



국민연금기금의 ESG 기준 공시

ESG 구분	ESG 이슈	평가지표
G (지배구조)	주주의 권리	경영권 보호 장치, 주주의권 수렴 장치, 주주총회 공시시기
	이사회 구성과 활동	대표이사와 이사회 의장의 분리, 이사회 구조의 독립성, 이사회의 활동
	감사제도	감사위원회 사외이사 비율, 장기 재직 감사 또는 감사위원 비중, 감사용역 비용 대비 비감사용역 비용
	관계사 위험	순자산 대비 관계사 우발채무 비중, 관계사 매출 거래 비중, 관계사 매입 거래 비중
	배당	주주가치 환원율, 최근 3년 내 배당 지급 여부, 과소 배당

자료 : 국민연금기금운용본부

현재 ESG 평가결과는 ESG 요소를 고려한 운용이 성과에 미치는 영향을 심층 분석하기 위한 책임투자 가상펀드운용('14.8월 출범)에만 활용되고 있음

47



국민연금기금 위탁운용 현황 공시

○ 국민연금 책임투자 위탁운용 현황 (2015년 말 기준)

번호	펀드명	위탁운용사명	평가액(억원)	유형
1	책임투자형펀드1	마이다스자산운용	11,697	책임투자형
2	책임투자형펀드2	미래에셋자산운용	4,761	책임투자형
3	책임투자형펀드3	브레인자산운용	686	책임투자형
4	책임투자형펀드4	알리안츠자산운용	17,417	책임투자형
5	책임투자형펀드5	프랭클린템플턴투신	12,936	책임투자형
6	책임투자형펀드6	프렌드투자자문	991	책임투자형
7	책임투자형펀드7	한국투자신탁운용	9,895	책임투자형
8	책임투자형펀드8	한화자산운용	3,443	책임투자형
9	책임투자형펀드9	NH-CA자산운용	6,690	책임투자형
10	책임투자 예비형펀드1	현대인베스트먼트 자산운용	322	책임투자예비형

48



스튜어드십 코드

- 2013년 자본시장법 개정으로 의결권 행사에 관한 충실의무가 도입되었음에도 민간 기관투자자는 여전히 주총 안전에 대부분 찬성하는 소극적인 태도를 보임

	2012	2013	2014	2015	2016
전체 안전 수	13,056	12,606	13,522	15,484	14,281
반대수	41	62	202	266	252
반대율	0.31%	0.49%	1.49%	1.72%	1.76%

출처 : 한국기업지배구조원

핵심 원칙

구분	주요 내용
원칙 1	▪ 수탁자 책임 정책 제정 · 공개
원칙 2	▪ 이해상충 방지정책 제정 · 공개
원칙 3	▪ 투자대상회사에 대한 지속적 점검 · 감시
원칙 4	▪ 수탁자 책임 활동 수행에 관한 내부지침 마련
원칙 5	▪ 의결권 정책 제정 · 공개, 의결권 행사내역과 그 사유 공개
원칙 6	▪ 의결권 행사, 수탁자 책임 이행 활동 보고 · 공개
원칙 7	▪ 수탁자 책임의 효과적 이행을 위한 역량 · 전문성 확보

국민연금 의결권 안전유형별 반대 찬양 연도별 추이					
구분	연도	반대율(%)			
		2013	2014	2015	2016
		전체 안전수(반대 수)	1677(181건)	1738(140건)	1914(180건)
안전유형	전체 반대율	10.79	8.06	9.4	9.06
	재무제표(이익배당)승인	1.24	1.8	1.93	1.68
	장관변경 안전	30.06	7.78	20.59	17.24
	사내이사 선임	28.99	23.23	21.98	24.2
	사외이사 선임	30.23	28.71	27.67	22.34
	기타 비상무이사 선임	43.64	24.44	21.67	26.32
	감사위원 선임	16.42	17.09	16.88	16.78
	감사 선임	33.33	40.98	43.75	31.58
	이사보수 환도	0.3	0.58	0.79	2.4
	감사보수 환도	0.65	0.63	0	0.62
	주식매수선택권	6.25	0	0	0
	임원회칙금 지급규정	6.67	8.82	14.29	6.9
	회사 또는 사업의 분할 및 합병	0	0	0	0
	자본증가 또는 감소		0		
	회사 또는 사업의 양수 및 양도			0	0
	주식분할 또는 분할			0	0
	회장 또는 대표이사 선임	0	0	0	0
	기타	0	0	0	0

출처 : 한국기업지배구조원

출처 : 한국기업지배구조원

49



PRI 6대 원칙으로 본 국민연금 사회책임투자 문제점

- PRI 6원칙과 가습기 살균제 사태로 드러난 국민연금 사회책임투자의 문제점

- 우리는 ESG 이슈를 투자 분석 및 의사 결정시 적극적으로 반영한다(ESG 통합원칙)
 - 2011년 이후 옥시 등 가습기 살균제 가해기업들에 대한 투자 규모를 줄이거나 투자배제해야 함. 그러나 국민연금은 이들 기업에 3조8000억원 이상을 투자했고, 매년 증가시킴
 - 국민연금은 책임투자를 국내 주식에만 한정해 소규모로 실행하고 있음. 국내의 주식 뿐만 아니라 채권, 대체투자 등에는 적용하지 않음
- 우리는 투자절차 및 운용원칙에 ESG 이슈를 통합하는 적극적인 투자자가 된다(소유권정책과 실행에 대한 ESG 통합)
 - 최소한 2011년부터 적극적인 기업관여를 꾸준히 진행했어야 함. 그러나 여론이 심각하게 돌아가자 올해 5월 23일에야 기업의 입장을 물어보는 최초의 공분발 발송해 기업관여 시작함.
- 우리는 투자대상에게 ESG 이슈들의 정보공개를 요구한다(투자기업에 ESG 정보공개 요구)
 - 국민연금법이 개정되자 ESG 지표를 급히 만들어 공시해 놓았을 뿐 기업의 ESG 공개를 요구하는 활동에는 침묵함. 가습기 살균제 가해기업에 5월 23일 전에는 그 어떤 정보공개도 요구한 바 없음.
- 우리는 금융산업의 PRI 준수와 이행을 위해 노력한다(투자산업내 책임투자 원칙 수용과 실행 증진)
 - 사회책임투자 기관 선정시 ESG 를 반영하지 않고 있음.
- 우리는 PRI 이행에 있어서 그 효과를 증진시킬 수 있도록 상호협력한다
 - 가습기 살균제 가해기업에 대한 금융기관의 기업관여 촉진 등이나 스튜어드십 코드 제정시 서명기관 참여 등에 소극적이고 유보적인 태도를 보임
- 우리는 PRI 이행에 대한 세부활동과 진행사항을 보고한다
 - 2009년 PRI 가입 이후 이행보고서를 내지 않다가 가습기 살균제 문제로 국민연금이 도마에 오르자 2016년 6월 29일에야 처음으로 '투명성 보고서'를 제출함.

50



국민연금의 사회책임투자 활성화 방안

- 사회책임투자 정책과 로드맵 그리고 구체적인 실행 체계 수립
 - 국민연금은 2006년 사회책임투자를 최초로 시행한 후 지금까지 정책과 로드맵 그리고 구체적인 실행체계를 수립하지 않고 있음
 - 국민연금 내부 운용 뿐만 아니라 위탁운용사에 명확한 책임투자 의지를 표명하고 실행해야 함
- ESG 고려와 투자를 전 자산에 확대 계획 및 실행 필요
 - 국내 주식 일부에 한정된 ESG 고려와 투자를 전 자산군으로 확대 계획을 세우고 투자비중 증대
- 사회책임투자 건강한 생태계 구축에 역할
 - 장기적인 관점의 위탁운용사 선정과 평가체계 마련
 - ESG 리서치 기관들의 상생 기반 마련
 - 무늬만 SRI 펀드 퇴출
- 기금운용위원회 내 사회책임투자위원회 구성
 - 현재의 국민연금은 사회적으로 이슈가 되는 ESG 문제에 대해 침묵함.
 - 이에 따라 ESG 이슈에 대해 적극적인 의견제시 및 소통할 전문위원회가 필요
예) 노르웨이연기금이나 스웨덴 연기금의 '윤리위원회'
- 스튜어드십 코드(Stewardship Code) 도입 시 서명기관으로 적극 참여

51



국내 공적연기금 현황

- 국내 공적연기금은 총 65개, 1579조6055억원 (2016년 기준)

1 고용보험기금	16 기술신용보증기금	33 복권기금	50 예금보험기금채권상환기금
2 공공자금관리기금	17 낙동강수계관리기금	34 사립학교교직원연금기금	51 외국환평형기금
3 공무원연금기금	18 남북협력기금	35 사법서비스진흥기금	52 원자력기금
4 공적자금상환기금	19 농림수산업자신용보증기금	36 사학진흥기금	53 응급의료기금
5 과학기술진흥기금	20 농산물가격안정기금	37 산업기반신용보증기금	54 임금채권보장기금
6 관광진흥개발기금	21 농어가목돈마련저축장려기금	38 산업기술진흥및사업화촉진기금	55 자유무역협정이행지원기금
7 국민건강증진기금	22 농업재해보험기금	39 산업재해보상보험및예방기금	56 장애인고용촉진및직업재활기금
8 국민연금기금	23 농업소득보전직접지불기금	40 석면피해구제기금	57 전력산업기반기금
9 국민체육진흥기금	24 농지관리기금	41 소상공인시장진흥기금	58 정보통신진흥기금
10 국유재산관리기금	25 대외경제협력기금	42 수산발전기금	59 주택금융신용보증기금
11 국제교류기금	26 무역보험기금	43 순국선열애국지사사업기금	60 주택도시기금
12 군인복지기금	27 문화예술진흥기금	44 신용보증기금	61 중소기업창업진흥기금
13 군인연금기금	28 문화재보호기금	45 양곡증정관리기금	62 지역신문발전기금
14 근로복지진흥기금	29 방사성폐기물관리기금	46 양성평등기금	63 청소년육성기금
15 금강수계관리기금	30 방송통신발전기금	47 언론진흥기금	64 축산발전기금
	31 범죄피해자보호기금	48 영산강·섬진강수계관리기금	65 한강수계관리기금
	32 보훈기금	49 영화발전기금	

52



공적연기금 운용 원칙과 방법

● 공적 연기금 관리 및 운용의 원칙

국가재정법 제62조(기금관리·운용의 원칙)

① 기금관리주체는 그 기금의 **설치목적**과 **공익에 맞게** 기금을 관리·운용하여야 한다.

국가재정법 제63조(기금자산운용의 원칙)

① 기금관리주체는 **안정성·유동성·수익성** 및 **공공성**을 고려하여 기금자산을 **투명**하고 **효율**적으로 운용하여야 한다.

● 공적 연기금 자산 운용방법

주식 및 채권	연기금 자산이 늘어나면서 운용 자금도 늘어남
연기금을 위탁	일반적으로 연기금 자산은, 한은 예치, 예금은행예치, 비통화 금융기관(예, 보험), 주식, 채권, 기타민간금융자, 타회계예탁, 타기금
예금	예탁, 부동산, 무형자산 등의 방법으로 운용 함
대체투자	
기타	직접운용과 간접운용이 있음

53



공적연기금 기금평가- 사회책임투자 반영

○ 배경

- 국민연금의 사례

- 2015년에 국민연금이 자산운용시 ESG를 고려할 수 있고, 관련 공시를 의무적으로 규정하는 국민연금법이 개정되었음
- 이 규정은 현재까지 사회책임투자자와 관련해 국민연금 운용의 투명성은 다소 높였으나 사회책임투자의 비중을 높이고 실질적으로 건인하기에는 한계가 있음

○ 대안

- 국가재정법에 사회책임투자를 할 수 있는 근거조항과 공시 규정을 마련
- 아울러 기금운용평가지침에 사회책임투자 평가지표를 마련하고 실질적으로 평가예) 기금운용규모 대비 사회책임투자 비중
사회책임투자 정책 및 실행체계 수립
사회책임투자 위탁운용사(혹은 은행, 보험사 등 포함) 선정과 평가체계 마련 등

54



책임투자 활성화를 위한 국가재정법 개정안 (1안)

현 행	개 정 안
제63조(기금자산운용의 원칙) ①(생략)	제63조(기금자산운용의 원칙) ①(현행과 같음)
<신설>	② 기금관리주체는 기금을 관리·운용하는 경우, 환경·사회·지배구조 요소 등을 고려할 수 있다. 이 경우 각 요소의 고려 여부, 고려 정도 등의 사항을, 고려하지 않은 경우 그 이유에 대하여 공시하여야 한다. 이에 대한 상세규정은 대통령령으로 정한다.
②·③ (생략)	③·④ (현행 제2항 및 제3항과 같음)
제79조(자산운용지침의 제정 등)①·② (생략)	제79조(자산운용지침의 제정 등) ①·② (현행과 같음)
③ 제1호~제5호 (생략)	③ 제1호~제5호 (현행과 같음)
<신설>	6. 환경·사회·지배구조 등의 고려 시 제1호부터 제5호에 해당하는 사항
6호 (생략)	7호 (현행과 같음)



책임투자 활성화를 위한 국가재정법 개정안 (2안)

현 행	개 정 안
제63조(기금자산운용의 원칙) ①(생략)	제63조(기금자산운용의 원칙) ①(현행과 같음)
<신설>	② 기금관리주체는 기금을 관리·운용하는 경우, 환경·사회·지배구조 요소 등을 고려하여야 한다. 이 경우 각 요소의 고려 여부, 고려 정도 등의 사항을 공시하여야 한다. 이에 대한 상세규정은 대통령령으로 정한다.
②·③ (생략)	③·④ (현행 제2항 및 제3항과 같음)
제79조(자산운용지침의 제정 등)① 기금관리주체는 기금의 자산운용이 투명하고 효율적으로 이루어지도록 하기 위하여 자산운용업무를 수행함에 있어서 준수해야 할 지침(이하 "자산운용지침"이라 한다)을 심의회를 거쳐 정하고, 이를 14일 이내에 국회 소관 상임위원회에 제출하여야 한다. 이 경우 자산운용위원회가 설치되어 있는 기금은 심의회의 심의 전에 자산운용위원회의 심의를 거쳐야 한다.	제79조(자산운용지침의 제정 등) ① ----- ----- 자산운용업무를 수행함에 있어서, 환경·사회·지배구조 등을 포함해 준수해야 할 지침(이하 "자산운용지침"이라 한다)을-----
② 생략	② (현행과 같음)
③ 제1호~제5호 (생략)	③ 제1호~제5호 (현행과 같음)
<신설>	6. 환경·사회·지배구조 등의 고려와 관련한 1호부터 5호의 사항
6호 (생략)	7호 (현행과 같음)



기업의 ESG 정보공개 - 자본시장법 개정안

홍일표 의원안 (새누리당)	이언주 의원안(더불어민주당)
5. 금융 및 조세, 환경, 인권, 노동, 공정거래, 소비자, 안전, 부패방지 관련 법령 위반에 따른 제재현황	5. 임금, 근로시간 등 근로조건에 한 사항
6. 내부신고제도와 내부신고자 보호대책 등 뇌물 및 부패 근절을 위한 제도와 실행에 관한 사항	6. 노동조합과의 단체교섭을 통한 단체협약 체결 현황 등 노사관계에 관한 사항
7. 환경보호를 위한 계획 수립과 실행에 관한 정보 및 환경관련 규제 준수를 위한 비용에 관한 사항	7. 임원 직원(기간제근로자 단시간근로자를 포함한다)의 수, 직원 1인당 교육시간 임원 여성이 차지하는 비율 등 임원 직원에 한 사항
8. 인권 보호 및 신장을 위한 계획과 실행에 관한 사항	8. 직장어린이집 설치, 육아휴직 육아기 근로시간 단축 등 근로자의 일·가정 양립을 지원하기 한 사항
9. 사업장 안전 실태 및 안전경영을 위한 계획수립과 실행, 관련 규제 준수를 위한 비용에 관한 사항	9. 근무 환경 안전실태, 안규정 수 여부에 한 사항
10. 육아휴직, 어린이집 설치, 가족친화기업 인증, 경력단절여성 고용 등 일·가정 양립과 저출산 사회 대응을 위한 계획 및 실행에 관한 사항	10. 사업활동으로부터 발생하는 환경오염 환경훼손을 방지하기 위하여 실시하고 있는 친환경 경영활동에 한 사항
	11. 소비자의 안전과 정보 보호, 소비자 불만 분쟁 해결에 관한 계획 수립과 실천 노력에 한 사항
	12. 기업 내 법령에 한 내부신고자 보호책, 뇌물 부패근절을 위한 제도 등 윤리경영에 한 사항
	13. 공정거래·금융·노동·환경 부패방지 관계법령 등으로서 대통령령으로 정하는 법령을 반하여 행정처분이나 형사처벌을 받은 사항
	14. 사회공헌 활동 및 지역인력채용 등 지역사회 참여 및 개발에 한 사항

