

외교통상부 연구용역 결과보고서

기업의 사회적 책임(CSR)의 글로벌 트렌드와 지역별 동향 연구

2011. 12.

글로벌사회적책임센터
이화여자대학교 국제대학원

기업의 사회적 책임(CSR)의 글로벌 트렌드와 지역별 동향 연구

2011. 12.

남 영 숙

글로벌사회적책임센터
이화여자대학교 국제대학원

연구진

연구책임자

남 영 숙

글로벌사회적책임센터 센터장·이화여대 국제대학원 교수

보조연구원

전희경 (글로벌사회적책임센터 · 이화여대 국제대학원)

장유나 (글로벌사회적책임센터 · 이화여대 국제대학원)

박은경 (글로벌사회적책임센터 · 이화여대 국제대학원)

이해나 (글로벌사회적책임센터 · 이화여대 국제대학원)

김효진 (글로벌사회적책임센터 · 이화여대 국제대학원)

하슬잎 (글로벌사회적책임센터 · 이화여대 국제대학원)

차 례

요약문	i
제1장 서론	1
제2장 CSR의 개념 및 이론적 배경	6
1. CSR의 배경 및 정의	6
가. CSR의 태동 배경 및 전개	6
나. CSR의 개념	12
2. CSR의 이론적 배경	15
가. 도구적 이론	16
나. 통합적 이론	19
다. 윤리적 이론	22
3. 사회책임투자(SRI)	24
4. 개발도상국에서의 기업의 역할과 CSR	28
5. 공급사슬 CSR	34
6. CSR의 진화	38
제3장 글로벌 CSR 이니셔티브 동향	41
1. 국제기구 주도의 CSR 이니셔티브	41
가. OECD 다국적기업 가이드라인	42
나. UN Global Compact	43
다. UN 책임투자원칙(PRI)	45
2. 사회적 감사 이니셔티브	47
가. ISO 26000	47
나. 지속가능보고서 가이드라인(GRI)	49
다. 적도원칙	52
라. CSR 인증 기준	53
3. 사회책임투자(SRI) 지표	55
가. 다우존스 지속가능경영지수	55
나. FTSE4Good Global Index	56
다. Global 100	56
제4장 지역별, 주요 국가별 CSR 동향	58
4.1. 미국	58

1. CSR 배경 및 발전과정	58
2. 미국 CSR의 특징	59
3. 미국 정부의 CSR 대응	61
가. 윤리경영을 위한 법·제도 구축	61
나. 기부와 관련된 제도적 인프라	62
다. 글로벌 CSR 지원	63
4. 미국 기업의 CSR 활동	64
5. 미국 기업 사례	65
4.2. 유럽	67
1. 유럽연합	67
가. 유럽연합 CSR 배경	67
나. 유럽연합 CSR 발전과정	68
다. 유럽연합 CSR의 특징	70
라. 2011, 유럽연합의 새로운 CSR 전략	72
마. 유럽연합 기업 사례	74
2. 영국	75
가. 영국의 CSR 특징	75
나. 영국 정부의 CSR 대응	76
다. 영국 기업의 CSR 사례	79
3. 프랑스	81
가. 프랑스의 CSR 배경 및 특징	81
나. 프랑스 정부의 CSR 대응	82
다. 프랑스 기업의 CSR 사례	85
4. 독일	86
가. 독일 CSR 배경 및 특징	86
나. 독일 정부의 CSR 대응	87
다. 독일 기업의 CSR 사례	88
4.3. 아시아	91
1. 일본	91
가. 일본의 CSR 배경 및 발전	91
나. 일본 CSR 추진 동인 및 특징	94
다. 일본 정부의 CSR 대응	95
라. 일본 기업의 CSR 대응	98
마. 기업의 일본 내 CSR 활동	99
바. 개발도상국에서의 일본 기업의 CSR 활동	100
2. 중국	102
가. 중국 CSR 발전과정	102
나. 중국 정부의 CSR 대응	104
다. 중국 기업의 CSR 대응	105

라. 중국 기업의 CSR 활동 현황	106
마. 다국적기업의 CSR 활동 현황	108
3. 인도	110
가. 인도 CSR 태동 및 발전과정	110
나. 인도 정부의 CSR 대응	112
다. 인도 기업의 CSR 대응	112
라. 인도 기업의 CSR 활동 현황	114
마. 다국적기업의 CSR 활동 현황	115
4. 인도네시아	116
가. 인도네시아 CSR 태동 및 발전	116
나. 인도네시아 CSR의 동인 및 특징	118
다. 인도네시아 정부의 CSR 대응	119
라. 인도네시아 기업의 CSR 대응	120
5. 베트남	122
가. 베트남 CSR 태동 및 발전과정	122
나. 베트남 CSR 추진 배경 및 특징	123
다. 베트남 정부의 CSR 대응	124
라. 베트남 기업의 CSR 활동	125
4.4 중남미	127
1. 중남미 CSR 역사와 발전	127
2. 브라질	129
가. 브라질의 배경 및 특징	129
나. 브라질 정부의 CSR 대응	132
다. 브라질 기업의 CSR 활동	134
3. 아르헨티나	136
가. 아르헨티나의 CSR 배경 및 발전	136
나. 아르헨티나 정부의 CSR 대응	138
다. 아르헨티나 기업의 CSR 사례	139
4.5 아프리카	142
1. 아프리카 CSR의 배경	142
2. 아프리카 핵심 산업 영역에서의 CSR	144
3. 아프리카 공공-민간 파트너십(PPP)	148
가. Cotton Made in Africa 프로젝트	149
나. UN 밀레니엄 빌리지 프로젝트	150
4. 남아프리카공화국	152
가. 남아프리카공화국의 CSR 배경 및 특징	152
나. 남아프리카공화국의 CSR 추진 동인	153
다. 남아프리카공화국 정부의 CSR 대응	154
라. 비정부기관의 CSR 대응	157

마. CSR 사례	159
5. 나이지리아	159
가. 나이지리아 CSR의 배경	159
나. 나이지리아 CSR의 추진 동인	161
다. 나이지리아 정부의 대응	162
6. 케냐	163
가. 케냐의 CSR 배경	163
나. 케냐의 CSR 활동 분야	164
다. CSR 사례	167
제5장 결론 및 시사점	169
참고문헌	177

- 표 차례 -

<표 2-1> 기업의 CSR 활동에 영향을 미치는 이해관계자의 가치관 변화	11
<표 2-2> 기업의 사회적 책임(CSR)의 정의	14
<표 2-3> 도구적 CSR 이론	18
<표 2-4> 통합적 CSR 이론	21
<표 2-5> 윤리적 CSR 이론	24
<표 2-6> 개발도상국에서의 CSR 동인(driver)	32
<표 2-7> 개발도상국에서의 CSR 활동 분류	33
<표 3-1> OECD 다국적기업 가이드라인 2011년 개정의 주요 내용	43
<표 3-2> UN Global Compact의 10대 원칙	44
<표 3-3> ISO 26000의 7가지 핵심 주제	48
<표 3-4> 국내 연도별 GRI 지속가능성보고서 발간 현황	52
<표 3-5> CSR 관련 가이드라인 및 평가지표	57
<표 4.1-1> 미국 CSR의 발전과정	59
<표 4.1-2> 미국 사회책임투자의 흐름과 특징	60
<표 4.1-3> 미국기업 사례	66
<표 4.2-1> CSR 유럽동맹의 10가지 주요 원칙	69
<표 4.2-2> 유럽연합의 규정한 CSR의 4가지 범위	71
<표 4.2-3> 유럽연합의 CSR 현황	71
<표 4.2-4> EU집행위원회의 2011-2014 활동 의제	72
<표 4.2-5> 경영재무보고서에 공시해야하는 정보	77
<표 4.2-6> 신경제규제법에 규정된 정보공개 분야	83
<표 4.2-7> 그르넬 법안 제정 단계의 6개 실무그룹	84

<표 4.2-8> 바이엘의 10대 기본 윤리 강령	89
<표 4.3-1> 일본 CSR 발전 단계	93
<표 4.3-2> 일본 기업의 국내 CSR 사례	100
<표 4.3-3> 일본 기업의 개발도상국에서의 CSR 사례	101
<표 4.3-4> 중국 CSR 발전 단계	103
<표 4.3-5> 중국 기업의 국내 CSR 사례	107
<표 4.3-6> 중국 내 다국적기업들의 대표적인 분쟁사건: 2008-2010	109
<표 4.3-7> 다국적기업의 중국 CSR 사례	110
<표 4.3-8> 인도 CSR 활동의 발전 단계	110
<표 4.3-9> 인도 기업의 국내 CSR 사례	115
<표 4.3-10> 다국적기업의 인도 CSR 사례	116
<표 4.3-11> 인도네시아 기업의 국내 CSR 활동 사례	121
<표 4.3-12> 다국적기업의 인도네시아 CSR 활동 사례	121
<표 4.3-13> 베트남 CSR 관련 법률 체계	124
<표 4.4-1> CSR에 영향을 주는 중남미의 시민사회단체	129
<표 4.4-2> Riocell의 CSR 프로젝트	135
<표 4.4-3> Aracruz Cellulose의 프로젝트	136
<표 4.4-4> Respol YPF의 프로젝트	140
<표 4.4-5> Telefnica의 프로젝트	141
<표 4.5-1> 몬로비아 원칙(The Monrovia Principles)	144
<표 4.5-2> 제 1단계 밀레니엄 빌리지 주요 활동 및 성과	150
<표 4.5-3> 남아프리카 공화국의 CSR 관련 법규	156
<표 4.5-4> 남아프리카공화국 CSR 비정부 주체	158
<표 4.5-5> 남아프리카공화국 CSR 사례: 삼성전자	159
<표 4.5-6> 케냐의 CSR 활동 분야와 파트너 기관	166
<표 4.5-7> 케냐 CSR 사례: 립톤	167
<표 4.5-8> 케냐 CSR 사례: LG전자	168

- 그림 차례 -

<그림 1-1> 해외진출 기업의 CSR 활동에 영향을 미치는 CSR 체계	3
<그림 2-1> 이해관계자들의 범주	10
<그림 2-2> 캐럴의 CSR 피라미드 모형	12
<그림 2-3> 개발도상국의 CSR 피라미드 모형	30
<그림 2-4> 단순한 가치사슬의 예	34
<그림 2-5> CSR 1.0과 CSR 2.0의 특성	38
<그림 3-1> 전 세계 연도별 UN Compact 신규가입 수	45
<그림 3-2> GRI의 구성	51

<그림 3-3> 전 세계 GRI 지속가능보고서 발간 현황	52
<그림 4.2-1> 프랑스의 CSR 인증 라벨	85
<그림 4.3-1> 일본 기업의 CSR 접근방식	98
<그림 4.3-2> 일본기업의 총매출액 대비 사회자선 활동비용: 1990-2006	99
<그림 4.3-3> 중국기업의 지속가능경영보고서 발간 기업 수: 1999-2010	107
<그림 4.4-1> 상파울로에 있는 31개의 기업 조사	134
<그림 4.5-1> 밀레니엄 빌리지 비용 및 비용분포	151

< 요약문 >

제1장 서론

- 세계화의 급속한 진전과 글로벌 경제위기라는 국제적 환경 속에 기업의 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility)에 대한 세계적인 관심과 요구가 급속히 확산되고 있음.
 - 기업이 사회적으로 가장 영향력이 큰 집단이 되면서 그들이 누리게 된 지위에 걸맞은 역할과 책임을 다해야 한다는 기대도 함께 높아짐.
 - 특히 1990년대 이래 다국적기업이 연루된 환경, 인권, 부패 등과 관련한 일련의 사건들은 전 세계적인 시민운동을 통한 비판과 불매운동을 야기함.

- 이러한 환경변화 속에서 CSR은 이제 기업의 생존을 위해서는 선택이 아닌 필수적인 조건으로 되어가고 있음.
 - 특히 2010년 11월 1일에 사회적 책임의 국제표준인 ISO 26000이 발간된 이후 전 세계적으로 CSR에 대한 요구가 더욱 강도 높아짐.
 - 다국적기업들이 글로벌 공급사슬(supply chain)을 통해 하도급 기업과 파트너 기업 등 거래업체에 엄격한 CSR을 요구함에 따라 이들 기업의 공급사슬에 편입되어 있는 해외진출 중소기업도 CSR을 요구받고 있음.
 - CSR이 국제적 기업경영 활동에 있어 중요한 조건으로 등장하면서 국내에서만 아니라 해외에 진출한 우리 기업의 경쟁력과 지속가능한 성장을 위해서 피할 수 없는 경영과제로 부상함.

- 이러한 글로벌 추세에 대해 각국 정부는 적극적으로 대응하고 있음.
 - 유럽연합(EU)은 올해 10월 '2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략'을 발표하여 CSR 전략 청사진을 제시했고, 독일, 프랑스, 네덜란드, 스웨덴 등도 정부 차원에서 CSR 정책 마련과 법제화를 통해 자국 기업의 CSR 추진을 적극 독려하고 있음.
 - 중국·인도·브라질 등 신흥경제국과 아시아·남미·아프리카의 개발도상국도 CSR을 피할 수 없는 시대의 조류가 되어가고 있다는 사실을 인

식하고 이에 대해 다양한 방식으로 대응하고 있음.

- 이러한 국제적 동향 속에 우리나라도 국가 정책적 차원에서 해외진출 우리 기업의 CSR 활동을 위한 지원체계를 구축해야 할 필요성이 증대함.
 - 특히 해외진출 중소기업의 경우 CSR의 개념과 글로벌 트렌드에 대한 이해와 현지에 적합한 CSR 활동 유형 등에 대한 인식 부족 등으로 인해 기업 경쟁력 제고에 필요한 CSR을 제대로 실천하지 못하고 있는 상황임.
- 본 연구의 목적은 CSR의 글로벌 트렌드 및 지역별·주요 국가별 동향과 이슈에 대한 체계적인 분석을 통해 해외진출 우리 기업과 정부의 CSR 전략 마련을 위한 기초적인 정보를 제공하고 시사점을 도출하는 데 있음.
 - 해외진출 기업의 CSR 활동이 글로벌 CSR 체계, 현지 투자국의 CSR 체계, 그리고 본사가 소재한 국가의 CSR 체계 등 세 가지 국제적·국가적 CSR 체계들의 상호작용에 영향을 받는다는 분석 틀에서 출발함.

제2장 CSR의 개념 및 이론적 배경

- (CSR의 태동 배경 및 전개) 학자들은 CSR이라는 개념의 원류를 지금부터 4천년 이상 거슬러 올라가서 힌두교와 불교의 고대 경전에서 고리대금을 금기시한 것이나 이슬람교가 오랫동안 자캇(Zakat)이라는 부유세를 옹호해왔던 것에서 찾음.
 - 보다 근대적인 의미의 CSR은 자본주의 출발 시기부터 태동됨.
 - 19세기 후반 이후 자본주의가 발전하면서 기업에 대한 대중의 비판이 제기되고 이에 따라 기업에 대한 정부의 규제가 시도될 때 기업은 CSR 활동을 강화함으로써 정당성을 확보하려는 노력을 주기적으로 반복해 옴.
 - 최근 들어 CSR이 국제적으로 중요한 이슈로 부각된 환경적 변화의 배경에는 기업 영향력의 확대, 환경문제 및 지속가능성 이슈의 대두, 정보통신 기술의 발전, 이해관계자 가치관의 변화와 다양화 등이 있음.
- (CSR의 개념) CSR의 현대적인 개념 중 가장 많이 인용되는 것은 아치

캐럴(Archie B. Carroll) 교수의 'CSR 피라미드 모형'임.

- 이 모형에 따르면 CSR은 기업의 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 책임을 포괄하며, 이 중 윤리적 책임과 자선적 책임은 기업의 당연한 의무라기보다는 자발적인 성격의 책임으로 간주함.

□ (CSR의 이론적 배경) CSR에 대한 다양한 이론과 접근 방법들은 Garriga & Melé(2004)의 분류에 기초해서 ①도구적(instrumental), ②통합적(integrative), ③윤리적(ethical) 이론 등 세 그룹으로 나눌 수 있음.

- 도구적(instrumental) 이론들은 기업을 부의 창출을 위한 도구로 인식하고 부의 창출을 기업의 사회적 목적으로 봄.

- 도구적 이론에는 극대화하고자 하는 경제적 목적에 따라서 '주주 가치의 극대화', '경쟁적 우위를 달성하기 위한 전략' 그리고 '공익 연계 마케팅' 등의 세 가지 이론이 포함됨.

- 통합적(integrative) 이론들은 기업이 그 자신의 존립과 지속성 및 성장을 위해서는 사회에 의존해야 한다는 관점에서 기업이 어떻게 사회적 요구를 통합시키는가에 대한 이론을 발전시켜옴.

- 이슈 관리, 공공 책임성 원칙, 이해관계자 관리, 기업의 사회적 성과 등의 이론들이 있음.

- 윤리적(ethical) 이론들은 기업과 사회의 관계가 윤리적 가치로 연계되어 있다고 보며 기업은 사회적 책임을 다른 무엇보다도 윤리적 의무로서 받아들여야 한다고 주장함.

- 규범적 이해관계자 이론, 보편적 권리, 지속가능한 발전, 공공선과 관련한 이론들이 있음.

□ (사회책임투자) 사회책임투자(SRI: Socially Responsible Investment)는 환경, 사회, 거버넌스(ESG)와 같은 비재무적인 요소들을 재무적인 요소와 함께 고려하는 투자이며 재정적인 보상과 사회적 발전이라는 두 가지 목적을 가진 투자 전략을 의미함.

- 일반적으로 SRI를 위한 실행전략은 기준 심사, 주주행동주의, 그리고 지역사회투자 등 세 가지가 있음.

□ (개발도상국에서의 CSR) Visser(2006)는 개발도상국의 경우 전통적 CSR 피라미드와는 우선순위가 다른 형태의 CSR 피라미드를 상정해야 한다고 제시함.

◦ 전통적인 CSR 피라미드 모형이 ①경제적 책임-②법적 책임-③윤리적 책임-④자선적 책임의 순으로 구성되었다면 개발도상국의 CSR 피라미드는 ①경제적 책임-②자선적 책임-③법적 책임-④윤리적 책임으로 순위가 바뀌어야 한다고 주장함.

- 즉, 개발도상국에서도 경제적 책임이 가장 기본적인 책임으로 간주되지만 법적 또는 윤리적 책임보다 자선적 책임에 우선순위가 두어진다는 것임.

- 이는 개발도상국의 경우 대부분 오랫동안 이어진 기업의 자선적 전통이 있다는 것과 함께 기업도 사회 자체가 무너지면 생존할 수 없는 상황에서 지역공동체의 생존을 위해 직접적인 기여를 하는 것을 이유로 들고 있음.

- 또한 개발도상국에서는 CSR이 아직 초기 단계이기 때문에 CSR을 기부 또는 자선과 동일시하는 경향이 있다는 것도 이유라고 할 수 있음.

□ 한편 Visser(2008)는 개발도상국의 CSR에 대해 열 가지 동인(driver)으로 정리하고 있는데, 크게 나누어 해당 국가 내의 압력에 의한 내부적 동인과 주로 글로벌한 성격을 띤 외부적 동인으로 구별됨.

◦ 내부적인 동인에는 문화적 전통, 정치개혁, 사회경제적 우선순위, 거버넌스 갭(governance gap), 위기에 대한 대응, 시장접근 등 6가지가 있음.

◦ 외부적 동인으로는 국제적 표준화, 투자인센티브, 이해관계자 활동, 공급사슬 등 4가지를 들고 있음.

□ (공급사슬 CSR) 기업의 CSR에 대한 이해관계자 이론과 견해가 광범위하게 받아들여지면서 기업의 사회적 책임의 범위가 공급사슬에도 확대되어야 한다는 시각이 점점 확산되고 있음.

◦ 최종제품을 판매하는 기업들은 자사의 협력업체들이 초래한 문제로 비난을 받지 않도록 공급사슬을 관리하는 공급사슬 CSR을 도입하면서 CSR 기준의 적용범위가 자체 생산과정이 아닌 자사 공급사슬까지 확대되기 시작했고, 부품 및 원자재를 공급하는 기업들에게도 CSR을 요구함.

- 공급사슬 관련 인증 기준도 개발되어 왔으며 대표적인 예로 공정노동협

회(FLA)의 인증과 노동자의 권리를 다루기 위해 개발된 기준인 SA 8000 등이 있음.

□ **(CSR의 진화)** CSR에 대한 이해관계자의 요구가 높아지고 기업들도 이에 대해 적극적으로 대응해가면서 기업의 CSR 활동의 본질과 활동영역에도 많은 변화가 생겨나고 있음.

◦ (CSR 1.0) CSR은 초기에는 기업의 수익과 비즈니스 창출과는 무관하게 기업 이윤의 사회 환원 차원에서의 자선 및 기부활동 또는 준법활동이 주가 되었는데, 이 단계의 CSR은 반응적, 일방적·자선적, 분절적, 수동적, 위험 관리 위주, 표준화, 지역적이라는 특성이 있음.

◦ (CSR 2.0) 새로운 단계의 CSR은 기업의 핵심 사업 전략과 CSR을 통합하면서 기업과 지역사회의 지속가능성장을 함께 추구하는 전략적·통합적 성격의 CSR임.

- 점차 많은 기업들의 CSR 활동이 사회문제를 해결하기 위해 기업의 전문성을 활용하여 혁신적이고 창조적인 시장 기반의 해결책을 제공함으로써 기업과 사회 공통의 가치와 성과를 추구하는 방향으로 추진됨.

- 이 단계의 CSR은 전략적, 공유가치, 통합적, 능동적, 성과 추구, 다양성, 글로벌이라는 특징이 있음.

◦ 마이클 포터(Michael Porter)와 마크 크레머(Mark Kramer)는 기업과 사회의 상호연관성에 주목하고 '공유가치 창출(CSV: Creating Shared Value)'에 집중해야 한다고 주장함.

- 공유가치 창출(CSV)이란 기업이 지역사회와 연계하여 경제적·사회적 가치의 총량을 확대하는 개념으로, 사회의 문제를 기업의 경제적인 가치창출 활동에 일체화 시킨다는 것임. 즉, 기업이 사회적 가치를 창출함으로써 경제적 가치를 창출할 수 있으며, 기업의 사회적 책임을 혁신과 경쟁우위를 차지하기 위한 원천으로 활용하는 것이라 할 수 있음.

◦ 제이슨 사울은 기업이 사회와의 상생을 추구하면서 사회적 혁신을 경영전략으로 만드는 최근의 흐름을 기업사회혁신으로 부름.

- 그 예로서 일반 처방약을 저가인 4달러에 살 수 있도록 하여 소비자에게 혜택을 준 월마트는 사회혁신에 대한 노력을 강력한 비즈니스 전략으로

만든 사례임.

- 또한 쿠민스(Cummins)는 아프리카에서 교육 훈련 파트너십을 통해 아프리카의 소외된 청소년들에게 교육과 일자리를 제공함으로써 사회적 가치를 창출하고, 기업이 필요로 하는 인재도 얻는 비즈니스 가치도 동시에 창출하고 있음.

제3장 글로벌 CSR 이니셔티브 동향

- CSR이 국제적 주목의 대상이 된 데는 1970년대부터 UN, 국제노동기구(ILO), OECD 등 국제기구가 중심이 되어 다양한 국제기준 또는 가이드라인을 제정하여 기업 활동을 감시하는 데 활용된 것이 중요한 역할을 함.
 - 1976년 OECD는 'OECD 다국적기업 가이드라인'을 통해 다국적기업의 행동지침을 발표했고, 1977년 국제노동기구(ILO)는 '다국적 기업과 사회 정책에 관한 삼자선언'을 제정함.
 - 이러한 움직임은 세계화의 흐름 속에 경제 주체로 등장한 다국적기업이 경제·사회·환경적 측면에서 가지는 긍정적 영향력을 높이고 부정적 영향을 최소화 하려는 목적을 갖고 있었음.
- 국제기구 주도의 글로벌 CSR 이니셔티브에 따라 OECD 다국적기업 가이드라인, UN Global Compact, UN 책임투자원칙(PRI) 등이 제정됨.
 - OECD 다국적기업 가이드라인은 기업윤리, 환경, 고용, 반부패, 소비자권익, 경쟁, 과세 등과 같은 모든 주요 분야에서 다국적기업의 기업행동준칙을 제시하고 있음.
 - 2011년 5월에 개정된 가이드라인은 UN과의 긴밀한 협력을 통해 인권과 관련된 챕터를 신설하고 선량한 관리자의 의무(risk-based due diligence)를 공급사슬(supply chain)과 연계하여 가이드라인의 일반원칙으로 도입했다는 특징이 있음.
 - 2000년에 출범한 UN Global Compact는 기업들이 인권, 노동권, 환경 및 반부패 등 4개의 행동영역에서의 원칙에 대해 UN의 핵심기관, 노동계 및 시민사회와 함께 준수하도록 유도함.
 - 현재 UN Global Compact에는 전 세계 130여 개 국의 7,700여 조직이

회원이 가입되어 있으며, 이 가운데 기업 회원은 5,200여 개에 달함.

- 2007년 7월에 출범된 책임투자원칙(PRI: Principles for Responsible Investment)은 UN에 의해 시작된 이니셔티브로 각국 정부 및 금융기관의 연기금 운용 시 환경·사회·거버넌스(ESG) 이슈를 반영할 것을 권고하고 있음.
 - 2011년 12월 현재, 약 960개의 투자 기관들이 가맹 회원이 되었으며 이들의 총 자산규모는 약 30조 달러로 추산됨.
- 2000년대에 들어 기업이 사회적 책임을 어떻게 어느 정도 수행했는가를 측정하고 평가하는 사회적 감사(social audit)를 표준화하기 위한 글로벌 이니셔티브도 많은 성과를 가져옴.
- 국제적인 사회감사의 표준가운데 ISO 26000, 지속가능보고서 가이드라인 이니셔티브(GRI)과 프로젝트 파이낸싱에 적용되는 적도원칙 등이 잘 알려져 있음.
 - ISO 26000은 조직 거버넌스, 인권, 노동관행, 환경, 공정운영관행, 소비자 이슈, 지역사회 참여와 발전 등의 7가지 핵심주제를 포함하며, 조직의 규모나 위치에 관계없이 기업, 공공기관, 시민단체 등 모든 형태의 조직에 적용될 수 있어 기존 표준들의 한계를 극복했다는 평가를 받고 있음.
 - 일종의 'CSR 무역장벽'으로 작용할 가능성이 있다는 우려를 낳고 있으며, 투자자나 투자기관들의 기업평가 과정에서 중요한 지표로서 사용될 수 있음.
 - 또한 노동권에 관련된 SA 8000, 품질관리에 관한 ISO 9000, 환경관리에 관한 ISO 14000 등 다양한 인증 기준이 개발되어 옴.
- 사회책임투자(SRI) 지표로서 다우존스 지속가능경영지수, FTSE4Good Global Index, Global 100 등이 있음.
- 다우존스 지속가능경영지수는 기업의 환경적, 경제적, 사회적 지속가능성 성과를 평가하여 공개하는 대표적인 우량기업 주가지수 중 하나임.
 - FTSE4Good 지수 시리즈는 세계적으로 인정받는 기업의 사회적 책임 실

적을 평가하고 이에 대한 투자를 촉진하기 위해 만든 주가지수임.

- 한편 Global 100은 매년 다보스 세계경제포럼에서 발표되는 ‘가장 지속 가능한 기업 100’의 리스트로, 이에 속한 기업은 수익성 뿐 아니라 환경적, 사회적 책임을 다하는 존경받는 글로벌 기업으로 인정됨.

제4장. 지역별 . 주요 국가별 CSR 흐름과 동향

4.1. 미국

- 미국의 CSR은 주주 중심 자본주의(Shareholder Capitalism)에 바탕을 두고 있다는 특징이 있음.
 - 미국의 기업들은 기부 및 자선활동을 활발하게 해왔는데 이는 기업 주주의 이익을 최우선으로 보장하는 차원의 윤리 경영적 측면에서 강조되고 있음.
- 미국은 또한 CSR을 기업지배구조의 신뢰회복 관점에서 접근하며 사회책임투자를 강조한다는 특징이 있음.
 - 사회적 책임을 다하지 않는 기업을 향한 소비자나 NGO 등의 비난이 주가 하락의 요인이 되어 주주의 이익을 손상시키는 요인이 될 수 있다는 것이 강조됨.
- 미국에서는 기업이 사회적 이슈에 대응하는 자선활동을 펼치는 등 자발적인 CSR 활동을 해왔으며 전통적으로 기업가 정신에 따른 자기규제가 강조되어 왔음.
 - 기업 측에서는 윤리경영과 투명회계를 중심으로 스스로의 CSR 자율 규제를 추구하고 있으며 사회공헌활동과 기부의 형태로 특징 지워짐.
- 미국 정부는 CSR 규제활동에 적극적으로 관여하지 않는 특징이 있으며, 대신 기업들의 윤리경영을 유도하는 환경을 적극적으로 조성하고 미국 기업윤리 시스템을 발전시킴으로서 민간주도의 CSR 활동을 지원함.

- 미국은 1970년대에 해외부패방지법을 세계 최초로 제정한 이래 일련의 기업 윤리 관련 법규를 제정함.
 - 1977년 해외부패방지법을 세계 최초로 제정
 - 1978년 정부윤리법 제정
 - 1991년 연방조직범죄 판결지침의 제정
 - 1999년 부패방지라운드의 추진
 - 또한 기업의 사회공헌활동을 촉진시키는 기부와 관련한 제도적 인프라를 구축함.
 - 인센티브에는 세금 혜택, 동액보조(matching-grant) 프로그램, 정부의 보조금 지급 등이 있음.
 - 이를 통해 미국 기업은 경제의 호황, 불황에 상관없이 수십 년 동안 일관되게 사회공헌활동을 유지할 수 있었음.
 - 기업의 자발적인 활동을 바탕으로 고용 창출과 교육을 통한 지역사회에의 기여, 환경보호, 저개발국 지원 등 기업의 다양한 CSR 활동을 정부가 측면 지원하는 성격을 가짐.
- 미국 정부는 기업의 글로벌화에 따라 ‘글로벌 CSR’의 역할을 강조하고 있으며 미국 연방정부 12개 기관에서 약 50개의 지원 프로그램을 운영 중임 (2010년 11월 기준).
- 각 지원 프로그램은 ① Endorsing(보증) - 글로벌 CSR 우수기업 시상, ② Facilitating(활성화) - CSR 정보 제공, CSR 이슈 노력에 대한 보상, ③ Partnering(파트너링) - 공공·민간 파트너십 지원, ④ Mandating(규제) - CSR 관련이슈 규제, 참여기업에 한해 CSR 위임 관리와 같은 4가지 활동으로 분류됨.
- 1999년에 제정된 국무부의 Award for Corporate Excellence(ACE)를 통해 매년 말 해외에서 우수 사회공헌활동을 한 미국 기업을 선정
- 미국 기업은 기업의 사회적 책임과 자선활동을 경영전략의 중요한 요소로 인식하고 사회 공헌 활동을 ‘사회 투자’로서 인식 함
- 기업의 핵심역량에 적합한 부문에 사회공헌활동을 집중함으로써 효율성을 극대화하고 비용을 효율적으로 관리함.

4.2 유럽

4.2.1 유럽연합

- 유럽의 CSR은 이해관계자들의 가치를 존중하는 이해관계자 자본주의 (Stakeholder Capitalism)의 영향 하에 발전함.
 - 이해관계자 자본주의는 시장이 권리와 도덕적 의무를 동시에 지니고 있는 사회적 제도라고 인식하고 있기 때문에 시장의 사회적 책임을 특히 강조하는 모습을 보임.
 - 이해관계자 자본주의 사상 아래, 유럽연합에 가입한 대부분의 유럽 국가들이 오래 전부터 기업의 사회적 책임에 대해 관심을 갖고 있었으며 이에 대한 다양한 노력을 기울여 옴.
- 유럽 내 전반적인 CSR 체계는 EU집행위원회의 주도에 의해 실행
 - 2001년, 유럽 기업의 CSR 활동을 활성화시키기 위해, EU집행위원회는 CSR의 개념과 범위를 정의하고 설명한 그린페이퍼를 발간
 - 그린페이퍼 발간을 계기로 CSR은 더 이상 거스를 수 없는 유럽사회의 강력한 사회적 의제로 부상
 - 2006년, EU집행위원회는 'CSR 유럽 동맹'을 발족
- 2011년 10월, EU집행위원회는 CSR을 더욱 활성화시키고 구체화시키기 위해 '2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략 (A renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility)'을 발표함.

4.2.2 영국

- 영국은 2000년 세계 최초로 CSR 담당 장관을 임명할 정도로 CSR에 관심을 갖고 정부 주도의 적극적인 CSR 정책을 실행해 옴.
- 영국 정부는 적극적인 CSR 활동을 유도하기 위해 2005년 회사법 개정을 통해 기업의 사회보고제도를 시행.
 - 회사법은 기업의 이사가 기업의 사회적 책임에 관련된 정보를 포함한

경영재무보고서를 발표하도록 규정

- 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

- 2006년에 새롭게 개정된 회사법(2007년 1월 발효)은 환경적 영향 뿐 아니라 직원, 지역, 사회 관련 이슈 및 재무적 핵심 성과 지표(KPI)를 활용하여 이해관계자들에게 투명한 정보를 제공하고 지속가능경영 이슈를 고려할 수 있도록 함.

- 영국 정부는 자국의 빈곤지역에 기업의 개발 참여를 장려함.

□ 영국 정부는 개발도상국에서의 빈곤 등 사회문제 해결을 위해 민간투자, CSR 촉진 등을 지원함.

- 저개발국 내의 투자 수준을 상승시키는 것이 빈곤 해결을 위한 중요한 열쇠라 여기며 민간투자를 촉진시키려 노력함.

- '윤리무역 이니셔티브(Ethical Trading Initiative)'를 출범시켜 윤리무역 활동을 지원하고 공정무역도 지원함.

- 영국 국제개발부(DFID)는 저개발국의 민간 부문과 빈민층을 위한 개발 활동 전개

- 기업과의 다양한 공공·민간 파트너십(PPP)을 통해 아프리카 등 저개발국의 경제성장과 소득창출을 위해 노력

4.2.3 프랑스

□ 프랑스도 다른 많은 유럽 국가들과 유사하게 국가 주도적인 방식으로 CSR에 접근하는 특징이 있으며, CSR을 위한 정책과 법제화가 발달됨.

- 전통적으로 공공부문의 비중이 컸던 프랑스의 경제구조와 이러한 정부의 관여가 널리 받아들여지는 대중적 인식 및 관습이 배경임.

- 프랑스 정부도 2002년 CSR 담당 장관을 임명

- 프랑스 정부의 지속가능전략의 2가지 목표는 ①기업이 자발적으로 이니셔티브에 전념하도록 격려함으로써 지속가능한 개발을 고려하도록 유도하고 ②지속가능한 개발을 효율적으로 다루기 위해 기업 지원, 특히 중소기업을 지원하는데 주력하는 것임.

- 프랑스 정부가 추진한 CSR 법제화의 핵심은 신경제규제법(NRE)과 그르넬 법안이라 할 수 있음.
 - 2003년부터 CSR을 위한 신경제규제법(NRE)을 시행하여 기업들이 연차 보고서를 통해 자사의 사업과 활동 결과, 그리고 사회와 환경에 미치는 영향을 어떻게 고려하며 실행하고 있는지에 대해 기재하도록 규정
 - 신경제규제법에서 공개되어야하는 분야는 인적자원과 근로기준, 지역공동체의 이익, 환경 등임.
 - 2010년에 도입된 그르넬 법안(Loi du Grenelle)은 기업의 CSR 활동 및 성과를 공개하고 제3자 감사를 통하여 적정성 평가와 평가기준 및 통일을 주요 내용으로 하고 있음.
 - 이 법안은 상장기업뿐만 아니라 비상장기업까지도 CSR에 관련된 보고를 의무화함.

4.2.4 독일

- 독일 CSR의 특징은 정부에 의한 의무 및 통제가 강하다는 것이며, 복지법, 노동법, 환경법 등에 국가의 규범이 매우 상세히 제시되어 있어 기업의 자유로운 활동을 제한하고 있음.
 - 정부의 의무 강화 및 통제는 기업의 납세 영역에만 국한되는 게 아니라, 경쟁전략, 유해물질 배출 및 관리, 임금 및 요금 정책, 작업환경, 직업 재교육 부문에까지 이룸.
 - 즉 대부분의 영미권 국가와는 달리 독일에서는 윤리적 개념이 이미 CSR 의무 규정에 포함되어 있다고 할 수 있음.

- 독일 정부는 2010년 10월에 CSR 확대를 위한 국가 차원의 CSR 행동계획(Action Plan)을 도입

- CSR Action Plan의 세부적 목표는 기업과 공공 행정기관의 사회적 책임 풍토의 토착화, 중소기업의 CSR 참여 확대, CSR 활동의 가시화 및 신뢰성 촉진임.
- 기존에 독일 제품의 품질 인증으로 사용되었던 ‘독일산(Made in Germany)’을 새로 CSR과 연계시켜 ‘사회적 책임을 다한 독일산(CSR - Made in Germany)’으로 재부각하기로 하고 ‘CSR - Made in Germany’ 슬로건을 널리 보급하기 위해 노력하고 있음.
- CSR Action Plan을 통하여 대중과 학교의 CSR에 대한 인식 개선 활동, 중소기업을 위한 컨설팅 프로그램 및 지역적 차원의 정보 교환을 위한 모임 등을 추진함.

4.3 아시아

4.3.1. 일본

- 현대적 의미의 CSR 개념이 일본에 도입된 시기는 1960년대이지만 일본 기업들의 CSR에 대한 인식이 본격적으로 전환되기 시작한 것은 1980년대 후반 이후 1990년대에 들어와서임.
- 1980년대 후반 버블경제의 도래에 따라 뇌물증여 사건이 빈발해졌고 1990년대에는 장기불황 국면에 들어가면서 기업윤리와 관련된 각종 사건들이 발생하기 시작했고 기업의 사회적 책임문제가 보다 전면적으로 대두됨.
- 일본의 CSR은 전통적으로 정부의 개입 없이 기업의 주도로 이루어진 것이 특징임.
- 서구의 CSR과 비교하여 성숙된 사회인식과 다양한 이해관계자의 참여 없이 발전했기 때문에 경제 불황기에는 퇴보하는 양상도 보이나, 2011년 일본대지진을 계기로 정부의 재난구호 지출 부담을 덜기위한 일본 기업의 CSR 활동에 대한 요구 증가
- 최근 국내 CSR 활동은 물론 해외 공급사슬 관련 CSR 논의가 활발함
- 일본 정부 차원의 CSR 강제 규정은 없으며, 포괄적이고 제한적인 가이드

라인을 제시

- 일본 정부는 CSR을 장려하기 위해서 법적인 구속력보다는 가이드라인을 강조하는 방식을 선택
- 특히, 환경경영 지원에 정부 정책의 중점을 둔
 - 1993년 환경기본법과 2000년 순환형사회추진기본법(The Basic Law for Establishing a Recycling-Based Society)을 제정함.
 - 환경관리회계의 국제 표준화에 MFCA 도입을 촉진해 일본 기업의 국제 경쟁력 향상에 기여
- 일본 정부와 기업연합은 글로벌 일본 기업들의 CSR 활동이 국가 전반의 인지도 향상과 연관되어 있다고 인식하고 기업의 해외 CSR 활동을 지원
- 경제동우회는 Council for Better Corporate Citizenship(CBCC)를 통해 아세안 국가 및 라틴아메리카 현지 기관 및 기업들과 세미나, 학술활동을 개최하여 해외진출 일본기업의 CSR 활동을 장려
- 일본기업들은 개발도상국에서의 CSR 활동의 주요 장애물로서 CSR 활동에 대한 불충분한 지식, 잠재적인 파트너 기업과 기관에 대한 정보 부족과 CSR 활동을 위한 국내 인프라 및 지원 부족, 마지막으로 해외기업들의 정보와 문화 차이에 대한 지식 부족을 지적함.

4.3.2 아시아 개발도상국

- 아시아의 신흥경제국과 개발도상국에는 국가별 특성을 반영한 다양한 CSR 모델이 존재
- 중국과 인도는 거대한 경제적 잠재력을 가진 신흥경제국으로서 최근 정부가 CSR에 대한 전략적인 지원을 시작한 것이 특징임.
- 동남아 국가들은 경제적 발전과 국제 제조업의 공급자로서의 역할에 초점을 둔 CSR을 전략적으로 지원하기 시작함.
- 중국 정부는 2000년대에 들어 CSR에 대해 적극적인 태도로 전향하고 다양한 인센티브 및 장려 정책을 통해 기업의 CSR을 촉진하고 있음

- 사회주의 국가의 특성 상 정부 정책 방향이 가장 큰 영향력을 갖고 있는데, 최근 중국 정부가 적극적인 태도로 선회하고 국제사회의 요구가 증가함.
 - 1990년대 다국적기업들이 중국 공급업체들에게 국제 규범 및 자체 윤리 강령을 소개하며 이를 준수할 것을 요구
 - 2000년대 국제기구와 NGO들이 중국 기업의 CSR에 대한 요구를 강화하였으나, 중국 정부는 노동조건을 무역장벽으로 이용하는 것에 대해 부정적으로 수용함.
 - 2004년 이후는 중국 기업의 해외진출 증가에 따라 전략적 CSR을 수행하기 시작한 단계이며 중국 정부는 CSR에 대해 긍정적인 태도로 변화
 - 법령 제정 등 행정적, 제도적인 장치를 통해 다국적기업과 국제기구의 중국기업 CSR 활동 요구에 대처
 - 2006년 사회적 책임 관련 조항을 명시하도록 회사법을 개정
 - 반부패방지법(2007년)을 제정하여 기업윤리 강화
 - 노동법 개정을 통해 근로 및 노동환경에 대한 점검과 감독 강화
 - 특히, 국영기업과 정부합작기업을 대상으로 전략적 CSR 이니셔티브를 강력하게 추진
 - 2008년부터 국유자산감독관리위원회(SASAC, 國資委)는 CSR 가이드라인을 발행하여, 모든 국영기업들이 CSR의 필요성을 인지하도록 함
 - 차이나모바일은 중국 기업으로는 최초로 2007년 CSR 보고서를 발간했고 중국공상은행과 중국건설은행도 같은 해 CSR 보고서를 발간
 - 중국 CSR 표준, 베스트 사례집, CSR 보고서 가이드라인과 같은 CSR 연구 및 평가를 위한 가이드라인을 개발
- 인도는 1990년대 경제 개방을 계기로 기업이 경제, 사회, 환경 영역에서 고르게 역할을 해야 한다는 새로운 관점이 도입되었으며, 인도 정부도 최근 전략적 차원의 CSR 활동을 강화하고 있음.
- 종교의 나라인 인도에서는 힌두교, 자이나교, 불교, 시크, 무슬림이 모두 사회적 약자들을 도와야 한다고 가르쳐왔으며, 기업이 사회에 기여하는 것은 인도의 오랜 전통이라고 할 수 있음.
 - 인도 정부는 제한적 가이드라인 제시 및 자문기관 설립을 통해 CSR을 장

려

- 2009년 12월, 인도 기업정책부는 다소 제한적 지침 담은 '기업의 사회적 책임에 대한 자발적 가이드라인 2009'를 발간
- 한편 CSR 가이드라인을 보다 심도 있게 개발하기 위한 목적으로 IICA(Indian Institute of Corporate Affairs) 자문기관을 설립
- IICA는 2011년 7월, 기존의 CSR 가이드라인을 개정하여 CSR 핵심 요소 실행을 위한 인디케이터 리스트를 제공하고, 기업으로 하여금 제공되는 CSR 보고서 틀을 활용하여 이해관계자들에게 보고하도록 권장함.

□ 인도네시아는 다국적기업에 대한 국제기구 및 NGO의 요구로 CSR이 촉진되었으며 세계 최초로 CSR을 의무화하는 법규를 제정함.

- 인도네시아에는 오랫동안 내려온 Gotong Royong(상부상조)이라고 하는 기부와 나눔의 전통이 있어서 기업이 사회적, 윤리적 책임을 다하고 지역 사회에 환원하는 것은 당연히 해야 하는 것이라는 생각이 널리 퍼져있음.
- 1990년대 인도네시아 진출 다국적기업의 CSR에 대한 비판과 요구가 시작됨.
- 1992년, 나이키 회사 근로자들의 인권 보호를 위한 CSR 활동이 미국노동연맹 및 산업단체 의회 단체(AFLI-CIO)에서 시작됨.
- 인도네시아 리바이스 공장 근로자 인권 유린과 학대에 관한 보고서가 발간되었고 소비자들의 비판과 노동력 착취 반대 운동이 인도네시아를 포함하여 국제적으로 확산
- 수하르토 정부는 1994년 발리 짐바란 선언을 통해 총 96개 재벌로 하여금 인도네시아 빈곤 퇴치를 위해 수익의 2%를 강제로 사회에 기여하도록 했으나 인도네시아의 고질적인 부패로 인해 국민의 정부에 대한 불신이 커짐에 따라 이 정책은 성과를 얻지 못하고 사라짐.
- 1990년대 말, 수하르토 독재정권의 몰락과 함께 새로운 정부가 들어서고 시민사회의 요구에 따라 CSR 활동이 활발해지기 시작함.
- 인도네시아 정부는 세계 최초로 CSR을 의무화하는 법을 제정함.
- CSR의 법제화를 통해 기업의 CSR 활동을 촉진하고자 2004년 CSR 활동을 위한 법(2004.No.28)을 제정
- 이어 2007년, 인도네시아 회사법 No.40, 인도네시아 투자법 No.25를 도

입함으로써 기업들의 CSR 활동에 대한 강제성을 부여

- 2007년 유한책임회사 법 74조 40항에 따르면 자연자원 개발과 직간접적으로 관련된 회사들은 회사 내 예산에서 CSR 활동비로 비용을 책정하고 CSR 활동을 할 것을 의무화
- 그러나 동 법의 모호성으로 인해 실행 가능성과 실효성에 대해 관련 이해관계자들 사이의 논란의 여지 존재

□ 베트남 정부는 최근 CSR 활동을 장려하기 위한 제도적 장치를 마련하고 있음.

- 베트남 정부는 2006년 WTO에 가입한 이후 국제적인 경영 관행과 표준을 도입하기 위해 노력해왔으며 그러한 노력 중 하나가 CSR 도입이라고 할 수 있음.
- 베트남에서 CSR과 관련하여 가장 중요한 법은 2002년에 개정된 노동법, 2005년에 개정된 환경법과 2005년에 통과된 반부패법이라고 할 수 있음.
- 공산국가 정치시스템과 시장계획주의 경제정책의 영향으로 모든 경제활동 영역에서 정부의 영향력이 크며, CSR 관련 기업들의 정책 및 실행에 있어서도 정부의 역할이 중요
- 기업의 소유권은 일부 개인 혹은 정부와 국가에 소속되어 있으며, 기업 거버넌스 및 의사결정 구조도 집중된 양상
- 베트남 정부는 기업의 CSR 활동을 지원하기 위한 제도적 장치를 마련하고 있음.
- 2004년 8월, 지속가능발전을 위한 ‘베트남아젠다21(Vietnam Agenda 21)’을 선포하고 지속가능발전의 원칙과 프로그램, 지속가능발전 행동계획(2005~2010)을 발표함.
- 2005년에는 주요 정부기관, 기업, NGO, 시민사회단체 등 중요한 이해관계자를 포괄하는 지속가능발전국가위원회를 설립
- 베트남상공회의소(VCCI)는 베트남 기업들이 지속가능플랜을 실행할 수 있도록 CSR 관련 상담 등의 지원을 하고 지속가능활동을 평가하고 감독하는 역할을 담당
- 지속가능발전을 위한 활동을 조정하고 장려하기 위해 지속가능발전연구소(VA 21 Office)를 설립

4.4 중남미

- 중남미에서의 CSR은 이 지역에서 오랜 전통이 되어온 사회적 분배에 대한 기업의 비전과 자선적 활동에 강하게 연관되어 있으며 이는 이 지역에 CSR이라는 개념이 뿌리내리기에 적절한 환경이 되도록 해줌.
 - CSR의 발전 단계에 있어 중남미 국가들 간에는 상당한 격차가 존재하는데, CSR이 가장 앞선 국가는 브라질, 아르헨티나, 칠레 및 멕시코와 같이 경제적으로 발전된 나라들이라고 할 수 있으며, 중미와 카리브해 지역의 국가들이 가장 뒤쳐짐.
 - 1997년에 본격적으로 CSR이 남미에 도입되었으며, 브라질의 Ethos Institute와 같은 단체들이 나라별로 설립되어 현재까지 활발하게 활동하고 있음.
 - 중남미에서의 CSR은 기업의 자발적인 이니셔티브라는 인식이 강하지만, 이 지역에서 활동하고 있는 다수의 다국적기업, 국제기구, 국제 NGO 등 외부적 요인의 역할과 영향력도 매우 큼.
- 브라질에서는 기업의 주주 및 시민사회 단체들의 압력에 따라 CSR이 강화되는 추세임.
 - 1998년 Ethos Institute의 설립은 브라질 CSR의 발전에 매우 커다란 기여를 해옴.
 - 이는 CSR 활동을 확산하고 심화하기 위해 기업인과 최고경영자들이 모여 설립한 비정부 기구로써 1,300여 개 이상의 기업을 회원으로 갖고 있음.
 - CSR 활동에 대한 지식과 경험을 공유하고 해결책을 찾는 데 필요한 새로운 접근방법을 개발하는 데 있어 중심 허브(hub)의 역할을 해옴.
 - CSR에 대한 압력은 주주 및 시민사회 단체들의 요구, 기업 경영인들의 긍정적인 인식, 사회적·환경적 가치에 대한 관심의 제고 등에서 나옴.
 - 브라질 정부는 CSR 관련 국제 기준을 도입하고 기업들이 자발적으로 이러한 기준을 채택하도록 유도하고 있음.

- 특히 ILO의 노동기준을 도입하여 노동 환경을 개선하고자 함.
 - 강제노동과 미성년/아동 노동문제의 근절을 위해 연방 근무환경 조사 시스템을 설립했고, 광산 및 철강 기업의 경우 가난한 가정을 위한 The Bolsa Familia program을 설립
- 아르헨티나는 1990년대 중반 이후 브라질과 함께 CSR의 확산에 있어 선도적인 국가로 인식되기 시작했으며 경제위기를 극복하는 과정에서 CSR이 확산됨.
- 국제적 기준의 사회·환경적 정책을 준수하기 위해 아르헨티나에 위치한 다국적기업의 자회사들에 CSR 적용을 요구
 - 대기업들은 본사에서 준수하는 CSR 가이드라인을 자회사에서도 똑같은 수준으로 준수할 것을 요청
 - 아르헨티나 정부의 CSR을 위한 노력이 가시화된 것은 2000년 사회적 균형에 관한 법(24.977)을 공포하면서부터라고 할 수 있는데, 이 법은 직원 300명 이상을 고용하는 기업들로 하여금 매년 그들의 사회적 영향에 대한 보고서를 발간하도록 명시함
 - 그러나 이 법은 기업들이 CSR 활동을 적극적으로 이행하도록 하는데 있어 충분한 자극제가 되지는 못했다고 평가됨.
 - 2004년에는 UNDP, CEPAL, WTO의 지원으로 UN Global Compact의 아르헨티나 네트워크가 설립되어, 기업, 정부, 국제기구, NGO 등이 협력하는 중요한 플랫폼으로 작동

4.5 아프리카

- 아프리카에서는 최근 사회적 환경 및 인식 변화로 인하여 CSR이 주목받고 있음.
- 2001년부터 2008년까지 연평균 6% 이상의 성장률을 기록하는 등 가파른 성장세를 보였으나, 불균형한 경제 성장, 급속한 인구 증가로 인한 식량 부족, 물 부족, 질병, 교육 시스템의 한계, 환경 문제가 대두됨.
 - 아프리카의 CSR은 국제적 CSR 규범 및 가이드라인 도입과 함께 다국적

기업에 의해 시작되었으며 다국적기업의 주요 산업영역별로 다양한 CSR 발전 정도를 보이고 있음.

- 1990년대에 다국적기업이 다수 진출한 채굴산업에서 자원수탈, 노동력 착취, 환경오염 등의 문제가 빈번히 발생함에 따라 언론 등 외부로부터의 압력이 작용하였고 이에 따른 CSR이 가장 먼저 발달하기 시작

□ 초기 다국적기업에 의해 주도되던 형태에서 벗어나 현재 국제기구, 정부, NGO, 그리고 시민사회가 주체가 되는 광범위한 CSR 활동이 이루어지고 있음.

- 아프리카 국가들은 국제 CSR의 아프리카 적용의 한계를 인식하고 대안을 제시하기 시작함.
- 현재 아프리카 진출 기업들에 의해 이루어지는 일회성 기부형태의 CSR에서 탈피하여 지속가능한 지역통합 및 발전을 위한 민간 역할의 중요성 강조
- 기존의 CSR이 아프리카 지역의 사회·문화적 특성을 반영하지 못한다는 한계점을 인식하고 아프리카 정부·단체들의 주도하에 현지에 적합한 CSR 개발에 주력하고 있으며, 그 예로 몬로비아원칙(Monrovia Principles)에 합의·선언 함.

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

- 1990년대 이후 대외원조의 장기화에 따른 기부자 피로현상(donor fatigue)과 대외원조 효율성 제고를 위해 공공부문과 민간부문의 협력을 구축
- 'Cotton Made in Africa' 이니셔티브는 아프리카 면화산업의 가치사슬 전체를 육성하기 위한 시민단체, 기업, 정부의 파트너십임.
- 동 프로젝트는 일회성 원조를 넘어선 사회적 기업을 추진한다는 원칙하에 공공부문과 민간부문 간의 협력관계를 구축함으로써 지속가능한 경영 활동을 구축
- 아프리카의 유향지를 개간하여 면화를 생산해 일자리 창출 등 지역사회 발전에 기여함.
- 밀레니엄 빌리지 프로젝트는 '지구촌 빈곤 및 주요 질병을 절반 이하로 감소시킨다'는 새천년개발목표(MDG) 달성을 위한 방안으로 아프리카 10

개 국가의 14개 최빈곤 농촌지역을 돕기 위한 혁신적인 모델로 시작하여, 다양한 참여 주체들의 공조 하에 비료, 의약품, 식수 및 우량 품종을 공급하고 교실 및 진료소를 구축하는 등의 사업을 추진 중임.

□ **남아프리카공화국**의 CSR 활동은 박애주의적 관점의 기업의 사회적 투자(CSI: Corporate Social Investment)에 집중되어 있으며 정부 주도하에 전개되고 있음.

◦ 과거 아파르트헤이트로 인하여 1974년 UN에서 축출되고 국제적 경제고립상황에 처하게 되자 생존을 위한 기업들의 주도하에 CSR이 서서히 전개되었으며 어번파운데이션(Urban Foundation)이 대표적인 예라고 할 수 있음.

- 1994년 신정권 수립 이후, 인종차별법이 폐지됨과 동시에 국제사회로의 문이 개방되었고 이는 남아프리카공화국의 경제성장으로 이어짐.

◦ 1994년 이래, 정부는 부의 불공평한 분배를 초래한 아파르트헤이트에 대한 보상책으로 흑인우대정책(BEE: Black Economic Empowerment)을 시행하였고, 남아프리카공화국의 CSR은 BEE 정책과 상당히 맞물려있음.

◦ 1995년 넬슨 만델라의 주도 하에 어번파운데이션과 비즈니스운동자문위원회를 통합하여 정부와 기업 간의 새로운 파트너십인 '국가비즈니스이니셔티브(National Business Initiative)'를 발족

□ **나이지리아**에서 CSR에 대한 인식은 전반적으로 저조한 편이며 대부분의 논의는 다국적 오일 및 가스 채굴 기업에 집중되어 있음.

◦ 니제르 델타지역은 현재 석유 채굴 및 정제과정에서 생성되는 극심한 환경오염을 겪고 있으며, 다국적기업의 비도덕적인 행위에 대한 반발로 나이지리아의 무장단체인 니제르 델타 해방운동이 형성되어 오염에 대한 보상과 석유 생산에 대한 이득을 주민에게 돌려줄 것을 주장하고 있음.

◦ 나이지리아 정부는 채굴산업 투명경영 이니셔티브에 가입하고 UN Global Compact를 공식적인 CSR 가이드라인으로 도입함.

- 정부의 정책 일관성 부재, 유전 시설에 대한 반군의 파괴행위, 인프라 미비, 인종·종교간 갈등과 정치적 불안이 지속되고 있으며, 고질적인 부패로 인해 CSR 관련 정책 시행에 어려움을 겪고 있음.

제5장 결론 및 시사점

- 본 연구는 다양한 CSR 국제규범의 등장, 사회책임투자의 확산, 글로벌 기업의 공급사슬 CSR의 확대 등의 추세에 따라 세계시장을 대상으로 경영 활동을 하는 모든 기업에게 CSR은 선택이 아닌 필수적인 조건이 되고 있음을 시사함.
 - CSR이 기업과 국가 경쟁력의 중요한 요인으로 등장하면서 각국 정부들은 적극적으로 대응하고 있으며, 많은 선진국 기업은 글로벌 사회를 대상으로 CSR 활동을 활발히 전개하고 있음.
 - 특히 자사의 공급지인 저개발국가의 빈곤퇴치와 복지향상을 위해 혁신적인 방식으로 접근하면서 성과를 내고 있음.
 - 많은 다른 기업들이 CSR 이행을 비용증가 요인으로만 간주하던 이전의 시각에서 벗어나 경쟁력 강화와 지속가능성의 요인으로 바라보는 인식의 전환이 있었음.
- 해외진출 한국 기업의 CSR 경영 도입 및 확산을 위한 정부의 지원체계 구축에 있어 중요한 활동영역이 될 수 있는 사항은 다음과 같음.
 - **CSR에 대한 인식 제고** 해외진출 기업의 CSR 경영을 구축하고 활성화 하는 데 있어서 기업 경영자와 실무자의 CSR에 대한 인식을 높이는 것이 중요함. 기업관계자를 위한 교육훈련 프로그램을 제공함으로써 CSR의 개념, 필요성, 효과 및 실행방안에 대한 이해를 제고할 수 있음.
 - 전문가 또는 전문기관을 통한 교육·세미나·포럼 개최 및 글로벌 선진 기업과 한국기업의 CSR 활동 유형 및 우수사례와 실패사례 제공 필요
 - **글로벌 CSR 규범·표준 및 현지 법제도 등 관련 정보 제공** 해외진출 기업들, 특히 중소기업들은 글로벌 CSR 규범 및 표준에 대한 이해나 현지 법제도 등 지역적 상황에 대한 인식이 부족할 경우가 많음. 빠르게 변화하는 글로벌 CSR 경영환경 및 현지국 상황에 대한 신속한 정보 제공은 기업의 위기 관리와 경쟁력 제고 차원에서 매우 중요함.

- 이를 위해 국내의 전문가와 연구기관, 재외 공관 및 KOTRA 등이 연계하여 관련 정보를 신속하게 제공하고 전파하는 시스템 구축 필요
- **현지 CSR 네트워크 구축 및 활성화** 많은 선진기업의 글로벌 CSR 활동 사례는 국제기구, 본국 및 현지 정부, NGO 등과의 네트워크를 통해 공동으로 실시할 경우 시너지 효과를 얻는다는 것을 보여줌. 재외 공관과 KOTRA 등이 중심이 되어 현지 정부, 국제기구, 각국 대사관 및 현지 NGO·전문가·연구기관·대학 등 시민사회와의 네트워킹을 적극적으로 구축하고 활성화함으로써 현지 CSR 파트너를 발굴하고 연결해줄 수 있음.
- **CSR 진단과 자문** 국제규범 및 현지 법제도에 기초하여 해외진출 기업의 CSR 상황에 대해 정확한 진단과 자문을 제공하는 것도 CSR 경영 구축을 위해 효과적인 지원방법임. 국내와 현지의 전문가 활용을 통해 기업의 CSR 경영 현황과 문제점을 진단해주고 이해관계자에 대한 정확한 매핑(mapping)과 이해관계자 대화 채널 구축 및 관계정립을 위한 자문을 제공하는 컨설팅 서비스를 지원해줄 수 있음.
- **중소기업을 위한 맞춤형 지원** 공급사슬 CSR에 대한 글로벌 기업 및 국제 시민사회의 요구가 높아지면서 중소기업의 CSR 경영 구축이 시급한 과제로 등장하고 있음. 해외진출 중소기업의 특수한 경영환경을 반영한 맞춤형 CSR 모델을 개발·전파하고 중소기업에 특화된 컨설팅 서비스를 제공하는 등 맞춤형 지원체계의 구축을 통해 중소기업의 CSR 경영 확산을 촉진할 필요가 있음.
- **산업별·부문별 가이드라인 및 매뉴얼 개발과 전파** 같은 국가나 지역에서 활동하는 기업이라 하더라도 CSR의 상황은 기업이 속한 산업이나 분야, 공급사슬에서의 위치 등에 따라 다르기 때문에 보다 세분화된 산업별·부문별 가이드라인과 매뉴얼을 개발하고 분야별로 다양한 사례를 발굴하여 전파하는 것은 기업의 구체적인 CSR 실행방안을 만드는데 도움을 줄 수 있음.
- **CSR 활동을 촉진하기 위한 인센티브 개발** 기업의 자발적인 CSR 활동을 촉진하고 독려하기 위한 인센티브의 개발도 필요함. CSR 우수기업 시상을 포함하여 현지 사정에 맞는 다양한 인센티브를 개발하여 제공함으로써 CSR 활동을 촉진시킬 수 있는 방법을 모색해야 함.

- **CSR과 ODA를 통한 공공·민간 파트너십 지원** 저개발국의 개발을 위한 민간기업의 중요성은 국제사회의 뜨거운 관심을 받고 있으며 글로벌 기업들은 각국의 개발원조기관, 국제기구, NGO 등과 연계하여 공공·민간 파트너십(PPP) 프로그램을 활발히 추진하고 있음. 우리 정부의 ODA가 급속히 늘어나고 있는 상황에서, CSR과 ODA를 연계하는 공공·민간 파트너십(PPP) 프로그램을 개발하도록 장려하고 지원함으로써 CSR과 ODA의 시너지 효과를 극대화하는 방안을 적극 추진할 필요가 있음.

제1장 서론

세계화의 급속한 진전과 글로벌 경제위기라는 국제적 환경 속에 기업의 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility)에 대한 관심과 요구가 전 세계적으로 급속히 확산되고 있다. 지난 반세기 동안 진전된 세계화의 흐름과 함께 기업이 사회적으로 가장 영향력이 큰 집단이 되면서 그들이 누리게 된 지위에 걸맞은 역할과 책임을 다해야 한다는 기대도 함께 높아진 것이다. 특히 1990년대 이래 다국적기업이 연루된 환경, 인권, 부패 등과 관련한 일련의 사건들이 국제적인 비판여론과 불매운동을 야기하면서 다국적기업의 사회적 책임은 기업과 지역사회 모두의 지속가능한 성장을 위해 필수불가결한 요소라는 인식이 확산되었다. 또한 글로벌 금융위기와 불황이 반복되고 빈부격차와 실업 등 경제 주체 간의 양극화 및 불균형 문제가 심화됨에 따라 새로운 형태의 자본주의에 대한 모색 움직임이 세계적으로 확산되면서 지역사회 및 국가와 공동 가치를 창출하고 다양한 이해관계자들과 공생하는 확장된 CSR의 역할도 새롭게 재조명되고 있다.

이러한 사회적 분위기 속에서 2010년 11월 1일에는 국제적으로 광범위한 이해관계자의 합의를 통해 제정된 사회적 책임의 국제표준인 ISO 26000이 발간되었다. ISO 26000은 기업 뿐 아니라 정부, 시민단체 등 모든 형태의 조직을 대상으로 조직 거버넌스, 인권, 노동관행, 환경, 공정운영관행, 소비자 이슈, 지역사회 참여와 발전 등 7가지 핵심 주제를 실천하기 위한 원칙과 실행지침을 규정하고 있는 사회적 책임 국제 이행지침의 종합판이라고 할 수 있으며, ISO 26000이 발간된 이후 전 세계적으로 CSR에 대한 요구는 더욱 강도 높아지고 있다.

국내에서는 기업의 사회적 책임·지속가능경영·사회책임경영 등 여러 용어로 사용되고 있는 CSR은 기업의 활동으로 인해 발생하는 사회와 환경에 미치는 영향에 대해 투명하고 윤리적인 방법으로 책임을 짐으로서 기업의 지속가능성을 추구하는 경영활동을 말한다. 즉, 기업이 전통적으로 초점을 맞추었던 매출과 이익 등 재무적 성과뿐만 아니라 윤리, 환경, 사회문제 등 비재무성과에 대해서도 함께 종합적으로 고려하는 경영을 말하며, 이는 주주 및 투자자, 소비자, 종업원, 공급사와 협력사, 지역사회 등 다양한 이해관계자와의 신뢰관계를 구축하고 그들의 요구를 기업경영에 적절히 통합하는 과정을 통해 실천된다.

CSR이 국제적 기업경영에 있어 중요한 조건으로 등장하면서 국내에서뿐만 아니라 해외에 진출한 우리 기업의 경쟁력과 지속가능한 성장을 위해서 피해갈 수 없는 경영과제로 부상하게 되었다. 특히, 다국적기업들이 글로벌 공급사슬(supply chain)을 통해 하도급 기업과 파트너 기업 등 거래업체에게 엄격한 CSR을 요구함에 따라 이들 기업의 공급사슬에 편입되어 있는 해외 진출 중소기업도 CSR을 요구받고 있다. 따라서 CSR은 대기업부터 중소기업까지 모든 기업에게 중요한 과제가 되고 있다고 할 수 있다. 더구나 글로벌 기업들은 주요 공급업체뿐만 아니라 작은 부품을 생산하는 중소 규모의 협력업체와 2차, 3차 혹은 그 너머에 있는 협력업체까지 공급사슬 관리 범위를 넓혀가고 있는 추세여서 이러한 압력은 향후 더욱 더 거세질 것으로 예상되고 있다.

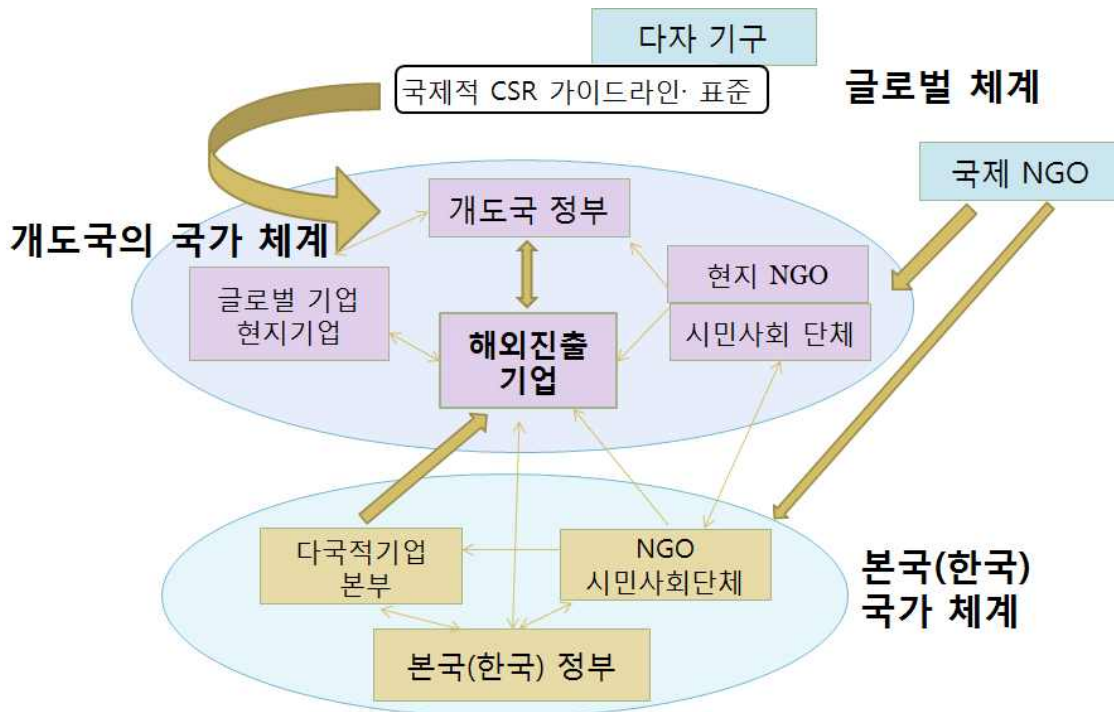
해외에 진출한 기업의 CSR 활동은 크게 세 가지 차원의 CSR 체계에 의해 영향을 받는다고 할 수 있다(그림 1-1) 참조). 첫째는 정부 간 국제기구 등 다자기구와 국제 NGO가 중요한 행위자로 활동하는 글로벌 CSR 체계이다. 1970년대부터 UN과 OECD 등 국제기구를 통해 CSR 국제기준 또는 가이드라인을 제정하려는 노력이 진행되어 왔고, 2000년대에 들어서서는 국제기구, 민간기구, 산업별 단체 등을 통한 보다 체계적이고 통합적인 노력이 진행되어 UN 글로벌 컴팩트(Global Compact), UN 책임투자원칙(PRI), ISO 26000 등 다양한 국제 CSR 가이드라인과 표준이 개발되었다. 이러한 CSR 국제규범화 및 표준화 움직임은 글로벌 시장을 대상으로 활동하는 기업에게 커다란 압력을 주는 동시에 자극제로서의 역할을 해왔다.

둘째는 기업이 진출한 현지 투자국의 CSR 체계로 정부, 글로벌 기업과 현지 기업, 현지 NGO와 시민사회 단체 등이 중요한 행위자라고 할 수 있다. 개발도상국의 경우 CSR에 대한 제도화된 요구 수준은 상대적으로 낮은 편이지만, 최근 들어 정부가 주도적으로 CSR 가이드라인을 제시하거나 법제화하는 등 CSR을 자국의 경제·사회적 발전을 위해 적극적으로 수용하고 활용하려는 움직임을 보이고 있다. 이러한 추세는 특히 우리 기업이 많이 진출해 있는 중국, 인도, 인도네시아, 베트남, 방글라데시 등 아시아 지역에서 두드러진다. 또한 개발도상국에는 오랫동안 이어진 기업의 자선적 전통이 있는 경우가 많으며 지역공동체의 생존을 위해 기여를 하는 사회공헌활동이 당연

시되는 경향이 있다. 또한 국제기구와 국제 NGO, 현지 NGO 등의 활동이 활발하게 이루어지면서 CSR에 대한 요구를 확산시키고 있다.

셋째는 기업의 본사가 소재한 국가의 CSR 체계, 즉 우리 기업의 경우 우리나라의 CSR 체계이다. 해외에 진출한 현지 법인의 CSR 활동은 본사의 CSR 전략과 방침에 영향을 많이 받기 때문에 본사 경영진과 CSR 담당자의 글로벌 CSR에 대한 인식과 태도, 정부의 법·규제와 정책 방향, NGO의 영향력 등을 포함한 우리나라의 CSR 체계도 중요한 요소로 작용할 수 있다. 이와 더불어 해외진출 기업의 CSR 활동에 대한 정부의 정책적 지원도 CSR 추진의 중요한 동인으로 작용할 수 있다.

<그림 1-1> 해외진출 기업의 CSR 활동에 영향을 미치는 CSR 체계



자료: Haslam(2004)을 바탕으로 필자 작성

본 연구는 <그림 1-1>에 제시된 바와 같이 해외진출 기업의 CSR 활동이 글로벌 CSR 체계, 현지 투자국의 CSR 체계, 그리고 본사가 소재한 국가의 CSR 체계 등 세 가지 국제적·국가적 체계들의 상호작용에 영향을 받는다는 분석 틀에서 출발하여 CSR의 글로벌 트렌드와 지역별·주요 국가별 동향

과 이슈에 대한 체계적인 분석을 통해 해외진출 우리 기업과 정부의 CSR 전략 마련을 위한 기초적인 정보를 제공하고 시사점을 도출하는 데 목적을 두고 수행되었다.

CSR이 세계시장에서 기업의 지속성장을 위한 필수조건으로 부상함에 따라 선진국 정부와 기업은 적극적으로 대응하고 있다. 미국은 기업들의 글로벌 CSR을 지원하기 위해 연방정부 차원에서 다양한 프로그램을 운영하고 있다. 유럽연합(EU)은 2011년 10월에 '2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략'을 발표해 CSR 전략 청사진을 제시했고, 독일, 프랑스, 네덜란드, 스웨덴 등도 정부 차원에서 CSR 정책 마련과 법제화를 통해 자국 기업의 CSR 추진을 적극 독려하고 있다. 예를 들면 독일 연방정부는 국가 차원에서 'CSR 액션 플랜'을 도입하고, 독일제품에 대한 품질 인증으로 간주되는 '독일산(Made in Germany)'을 CSR과 연계하여 '사회적 책임을 다한 독일산(CSR-Made in Germany)'으로 부각시키려는 등 CSR에 기초한 국가 경쟁력 제고를 위해 노력하고 있다. 신흥경제국과 개발도상국 정부의 경우, 선진국의 높은 CSR 요구 수준이 새로운 'CSR 무역장벽'으로 작용할 수 있다는 우려를 나타내기도 하지만, 이미 피할 수 없는 시대의 조류가 되어가고 있는 사실로 인식하고 이에 대해 다양한 방식으로 대응하고 있다.

또한 많은 선진국 기업들은 소비자·시민단체 등 기업 외부의 요구에 수동적으로 대응하던 이전의 방식에서 벗어나서, 기업의 핵심 사업 전략과 CSR을 통합하면서 기업과 지역사회의 지속가능성장을 함께 추구하는 전략적·통합적 CSR 활동으로 전환하고 있다. 자선적 또는 준법적 차원의 CSR을 넘어서 사회적 과제 해결에 적극적으로 기여하고 기업의 경쟁력 또한 높이고자 하는 CSR 활동인 것이다. 특히 2000년 새천년개발목표(MDGs: Millennium Development Goals) 선언 이후, 개발도상국의 빈곤감소와 지속가능한 성장이라는 개발 목표 달성을 위해서는 민간부문의 역할이 중요하다는 국제사회의 공감대가 형성되면서 점차 많은 수의 글로벌 기업들이 국제기구, 현지 정부, NGO등과 파트너십을 구축하여 개발과 연계된 CSR 활동을 하고 있다.

우리나라도 기업 차원에서 CSR 경영을 적극 도입하고 국가 정책적 차원에서 CSR 활동을 체계적으로 지원해야 할 필요성이 높아지고 있다. 우리나라와 같이 수출이 경제성장을 주도하고 기업의 해외진출이 활발히 이루어지고 있는 나라에서는 기업과 정부 모두의 효과적인 준비와 대응이 중요하다고

할 수 있다. 특히 해외진출 중소기업의 경우 CSR의 개념이나 글로벌 트렌드, 현지에 적합한 CSR 활동 유형 등에 대한 인식 부족으로 인해 기업의 생존과 경쟁력 제고에 필요한 CSR을 제대로 실천하지 못하고 있는 경우가 많다. 따라서 해외진출 기업이 현지에서 경쟁력의 우위와 더불어 지속가능성을 달성하기 위해서는 국가 정책적 차원에서 해외진출 기업 CSR 활동의 체계적인 지원이 필요하다고 할 수 있다.

새로운 글로벌 환경이 가져다주는 도전과 위기는 오히려 우리 기업의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 도약의 기회로 삼을 수 있다. ISO 26000과 같은 새로운 CSR 표준의 도입은 다양한 이해관계자들과의 공생관계 속에 지속가능 성장을 추구하는 새로운 경영 패러다임으로의 전환을 의미한다. 이는 장기적으로 우리 기업의 경쟁력 강화의 촉매제가 될 수 있다. 아직도 많은 국내기업은 CSR을 기업의 성과와는 별개인 부담스러운 과제나 일방적인 기부 또는 사회공헌활동으로만 인식하고 있다. 이러한 소극적, 방어적인 자세에서 벗어나 보다 능동적이고 적극적으로 CSR을 기업의 핵심 사업 전략에 통합함으로써 장기적인 기업성과와 경쟁력 강화에 기여할 수 있다는 인식의 전환이 필요하다.

본 보고서의 구성은 다음과 같다. 서론에 이어 제2장에서는 CSR의 개념과 이론적 배경을 논의한다. CSR에 대한 국제적 관심과 담론이 등장하게 된 배경과 CSR의 개념을 설명하고 CSR의 이론을 정리함으로써 CSR을 체계적으로 이해할 수 있도록 한다. 특히 우리 기업이 주로 활동하는 개발도상국에서의 CSR의 특성과 공급사슬 CSR에 관련한 분석도 포함하며 최근 글로벌 기업의 CSR 활동이 어떻게 진화하고 있는지도 논의한다. 제3장은 글로벌 CSR 이니셔티브 동향에 대해 논의한다. 국제기구가 주도하는 CSR 가이드라인 제정과 ISO 26000과 같은 사회적 감사 이니셔티브 및 사회책임투자 지표들에 대해 정리한다. 이어서 제4장에서는 미국·유럽·일본 등 선진국과 아시아·중남미·아프리카 등 개발도상국을 대상으로 지역별·주요 국가별 CSR 환경의 배경과 특징을 소개하고 정부와 기업의 대응에 대해 논의한다. 또한 해당 지역 주요 기업의 CSR 활동 사례도 함께 소개한다. 마지막으로 제5장은 앞서 분석한 글로벌 CSR 이니셔티브 동향과 지역별·국가별 동향을 바탕으로 해외 시장에 이미 진출했거나 진출할 예정인 우리 기업과 정부에 주는 교훈과 정책적 시사점을 도출한다.

제2장. CSR의 개념 및 이론적 배경

1. CSR의 배경 및 개념

가. CSR의 태동 배경 및 전개

CSR라는 용어가 널리 사용되기 시작한 것은 1970년대에 들어서이지만, 일부 학자들은 CSR이라는 개념의 원류를 지금부터 4천년 이상 거슬러 올라가서 힌두교와 불교의 고대 경전에서 고리대금을 금기시한 것이나 이슬람교가 오랫동안 자카트(Zakat)이라는 부유세를 옹호해왔던 것에서 찾는다(Visser, 2010a). 보다 근대적인 의미의 CSR은 자본주의 출발 시기부터 태동되었다. 서양의 경우, 종교개혁을 통해 등장한 프로테스탄티즘 윤리는 자신을 규율하며 근면하게 일하고 이웃사랑을 실천하며 합리적인 경제생활을 하는 것을 중시했다. 막스 베버는 이러한 종교적인 의무감과 윤리관이 합리적인 부의 축적을 가능하게 함으로서 근대 자본주의를 발전시키는 중요한 요인이 되었다고 고찰했다. 이와 같이 공동체 속에서 신뢰를 얻으며 사업 활동을 하는 CSR적인 사고방식은 이미 인류의 오랜 역사와 함께 해 왔다고 할 수 있다.

기업이 소비자나 종업원과 같은 이해관계자들을 만족시키기 위해 노력한 것은 이미 18세기 후반부터 종종 관찰되었다. 예를 들면 1790년대에 동인도 회사(East India Company)는 카리브해에서 노예 노동자를 이용하여 생산한 설탕이 영국의 소비자들로부터 거절당하자, 그 후 노예 노동자를 이용하지 않는 벵갈 생산자들로부터 설탕을 구입하기 시작했다. 이는 현대적 관점으로 보면 기업의 공급사슬 관리(Supply chain management)의 시작이라고 할 수 있을 것이다. 이 외에도 1800년대에 영국에서 자사의 노동자와 가족을 위한 마을, 학교, 도서관을 설립한 Quaker Lead Company, Cadbury's, Rowntrees, 아일랜드의 Guinness, 미국의 Hershey's 등의 회사도 일찍부터 CSR이라고 일컬어질 만한 활동을 한 것으로 알려져 있다(요네야마 히데타카, 2004).

한편 자본주의는 초기 산업화와 함께 전반적인 물질적 풍요를 가져왔지만 노동착취, 빈부격차의 심화, 환경오염 등 다양한 사회적 문제를 양산함으로써 반(反)기업 정서와 사회적 갈등을 야기하게 되었다. 노동자와 소비자는 사

회적 책임을 다하지 않는 기업에 대해 압력을 가하기 시작했고 자본가과 기업가들은 기부와 자선활동을 통해 이러한 갈등을 해결하기 위한 노력을 시작하였다. CSR의 역사에 대해 일부 학자들은 19세기 후반 이후 자본주의가 발전하면서 기업에 대한 대중의 비판이 제기되고 이에 따라 기업에 대한 정부의 규제가 시도될 때 기업은 CSR 활동을 강화함으로써 정당성을 확보하려는 노력을 주기적으로 반복해 왔다고 분석한다(Jenkins, 2005; Broomhill, 2007). 예를 들면 19세기에 대규모 기업들이 등장하게 됨에 따라 반독점운동이 전개되었고 이에 대해 기업들은 정부의 규제가 필요 없다는 것을 보여주기 위해 기업의 기부와 자선활동을 늘렸다. 미국의 경우, 어린이노동 금지, 최저임금 및 최장근로시간 설정과 같이 근로자 복지문제를 법률로 해결하려던 진보시대(Progressive Era, 1890년대~1920년대) 움직임에 대응하여 기업 스스로 근로자 복지 향상을 위한 노력을 보여줌으로서 CSR 활동이 시작되었다. 그러나 1930년대 대공황이 발발하자 미국의 뉴딜정책과 영국 노동당의 국유화 및 규제정책 등 또 다시 정부의 규제를 가져왔다.

1960년대 후반과 1970년대에는 다국적기업의 사회적, 환경적 영향에 대한 우려에 따라 기업 활동을 규제하려는 또 다른 시도가 전개되었다. 특히 당시 미국 기업인 ITT가 칠레에서 민주적으로 선출된 아옌데 정부를 전복시키려는 기도에 연루되는 등 미국 기업의 해외에서의 활동과 관련된 여러 가지 사실이 알려지면서 많은 우려와 비판을 가져왔다. 또한 다국적기업이 전 세계적으로 저개발국 경제를 착취하고 있다는 비난이 광범위하게 제기되면서 처음으로 기업 활동의 규제가 국제적인 이슈로 등장하게 되었다. 이에 UN, 국제노동기구(ILO), OECD 등 국제기구를 통해 다국적기업의 행동지침을 국제적 규범으로 규제하려는 시도가 이루어졌다(제3장 참조). 한편 다국적기업을 대표하는 기구인 국제상공회의소(International Chamber of Commerce)는 1972년에 ‘국제투자 가이드라인(Guidelines for International Investments)’을 제정했고 미국의 여러 대기업들도 자사의 행동지침(codes of conduct)을 채택하면서 이러한 국제적 추세에 대응하고자 했다(Jenkins, 2005; Broomhill, 2007).

1980년대에 전개된 전 세계적인 구조조정과 신자유주의의 등장은 선진국과 개발도상국에서 정부 역할의 축소를 가져왔고, 각국 정부는 다국적기업의 규제에서 손을 떼고 해외직접투자(FDI)를 유치하려는 경쟁에 참여하기 시작했다. 자본의 이동이 급속히 자유로워지면서 다국적기업은 국가별로 상이한

규제 수준의 차이를 최대한 활용하여 기업 활동에 대한 규제가 적고 FDI에 보다 우호적인 나라로 생산시설을 이전하기 시작했다. 이러한 상황에서 이전에 제정된 다자적인 CSR 글로벌 규범이나 합의는 무력화되는 경향을 보였다.

그러나 1990년대에 들어서 국제적으로 물의를 가져온 일련의 큰 사건들이 발생하게 되면서 기업 활동에 대한 비판이 다시 거세지기 시작했다. 1990년대의 대표적인 사례는 나이키(Nike)사의 인도네시아, 파키스탄, 베트남 등 아시아 개발도상국 공급업체에서 이루어졌던 착취노동 및 아동노동의 실태가 언론을 통해 알려지고 소비자 단체와 인권 단체 등이 대규모의 불매운동을 벌이면서 1998년 나이키의 주가 및 매출이 급격히 감소했던 사건이다. 1995년에는 미국의 석유회사 셸(Shell)이 ‘브렌트 스파(Brent Spar)’라고 불리던 수명이 다한 원유저장 기지를 북해에 버린 사실이 알려지면서 환경단체들의 거센 시위와 국제적 논란을 가져왔다. 또한 2001년 네덜란드 세관이 소니(Sony) 제품에 카드뮴이라는 유해물질이 기준 이상 들어있다는 것을 적발한 이후 제품이 출하 정지되고 국제 환경단체들이 모든 소니제품의 조사를 요구하면서 그 해 약 2천억 원의 손실을 소니에게 안기는 사건이 발생했다. 이런 사건들은 글로벌 기업에게 환경경영의 중요성에 대한 커다란 경각심을 불러 일으켰다.

2002년은 미국의 거대 기업들이 분식회계 등으로 신뢰성 위기를 겪으면서 엄청난 사회적 파장을 일으킨 해였다. 엔론(Enron)과 월드컴(World Com)이 파산하고 회계감사기관인 아서앤더슨(Arthur Anderson)도 동반 몰락의 길을 걸었다. 제록스(Xerox), 타이코(Tyco), 시티은행(Citi Bank), JP모건(JP Morgan) 등도 심각한 위기를 겪었다. 이에 따라 그 해 미국 의회는 사베인스-옥슬리(Sarbanes-Oxley)법을 제정하여 회계기준을 대폭 강화했고 기업 지배구조의 투명성을 높이기 위한 다양한 규정을 만들어 기업의 윤리경영을 유도하였다.

글로벌 기업들은 1990년대 이후 시민사회 운동의 폭발적 증가와 기업에 대한 비판에 대응하여 CSR 활동을 강화할 수밖에 없는 환경에 처하게 되었다. 노동조합, 개발 NGO, 인권옹호단체, 환경단체 등 다양한 시민사회단체들은 높은 수준의 CSR을 요구하기 시작하였고 글로벌 기업들은 자신에 대한 부정적인 인식과 압력에 대응하여 다양한 CSR 프로그램의 개발과 함께 새

로운 전략을 모색하게 되었다. 결국 기업에게 큰 위기를 가져온 사건들이 CSR 활동의 중요한 기폭제가 된 셈이다. 이와 더불어 CSR 활동에 충실한 기업을 선별하여 투자하는 사회책임투자(SRI)의 급속한 확대는 CSR의 필요성을 더욱 부각시켰다.

최근 들어 CSR이 국제적으로 중요한 이슈로 부각되고 많은 글로벌 기업의 경영전략에 중요한 부분을 차지하게 된 환경적 변화를 요약하면 아래와 같다.

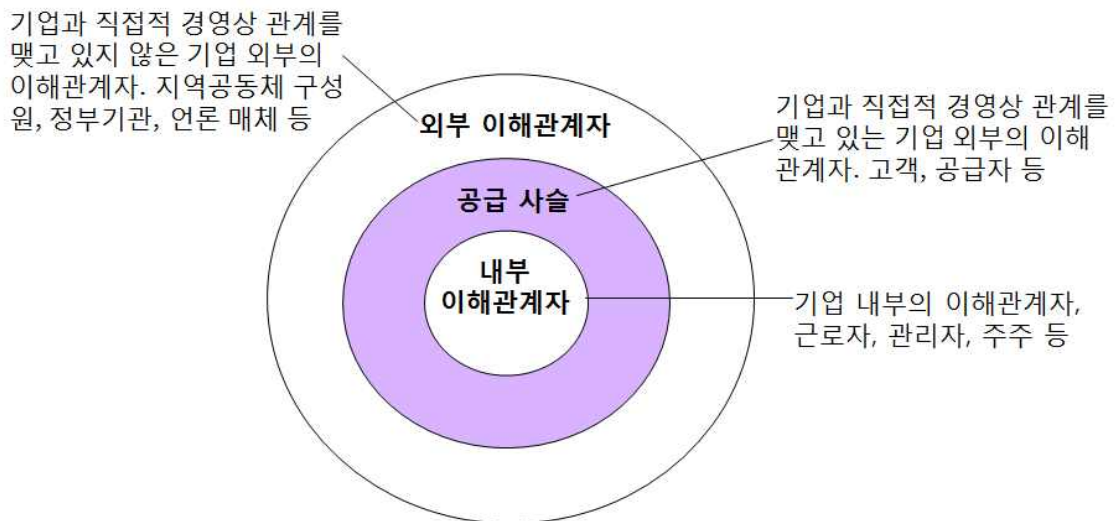
- **기업 영향력의 확대:** 글로벌화 및 신자유주의의 흐름에 따라 사회 전반에 미치는 기업의 영향력이 확대되고 특히 다국적기업의 글로벌 경영활동으로 인하여 이들의 영향력은 국경을 초월하여 진출국가의 경제, 환경, 고용 등 사회 전반에 미치게 되었다. 이에 따라 나이키 사례와 같이 소비자 또는 국제 NGO가 비윤리적이라고 간주되는 기업 활동을 한 다국적기업에 대해 불매운동을 벌이거나 다양한 압력을 행사하는 경우가 급증하고 있다.
- **환경문제 및 지속가능성 이슈의 대두:** 전 지구적 환경문제가 심각하다는 인식의 확산과 동시에 기업의 환경파괴에 대한 책임추구가 강화되었다. 1987년 UN 보고서에서 ‘지속가능한 발전(Sustainable development)’의 개념이 제창되고 1992년에 개최된 UN환경개발회의에서 ‘리우선언’이 채택되면서 지속가능성이 국제 환경문제의 키워드로 부상했다. 또한 엑손(Exxon)사의 원유 유출 사건 등 일련의 사건으로 기업 활동에 있어서 환경경영의 중요성이 강조되었다. 리우선언 20주년을 맞아 2012년 6월에 열리는 UN지속가능발전정상회의(Rio+20)는 지난 20년 간의 지속가능발전 성과를 평가하기 위한 자리로 향후 지속가능경영의 중요성은 더욱 강조될 전망이다.
- **정보통신 기술의 발전:** 해외에서 이루어지는 기업 활동이 현지 지역사회에 미치는 경제적, 사회적, 환경적 영향에 관한 정보가 인터넷과 SNS를 통해 순식간에 전 세계에 확산되면서, NGO·NPO·다양한 이해관계자들이 글로벌한 수준에서 기업 활동을 감시할 수 있게 되었다. 또한 기업은 인터넷을 통해 자사의 CSR 활동을 홍보하고 지속가능보고서 등을 통해 기업평가정보를 공개함으로써 이해관계자와 사이버 상으로 소통하게 되었

다.

- **이해관계자 가치관의 변화와 다양화:** 1970년대 이후 오일 쇼크와 글로벌 금융위기에 따른 전 세계적인 경제침체 등 경제위기가 반복되면서 지속적인 경제성장과 풍요로운 사회에 대한 환상이 깨지게 되었고 이에 대한 대안적 가치가 사회 전반적으로 모색되기 시작했다. 특히 주주 및 투자자, 소비자, 종업원 등 기업 이해관계자들의 의식이 성숙되면서, 기업의 경제활동에 대해서 재무적 지표 이외에 기업의 사회성과 윤리성, 환경배려 등 다양한 관점의 평가척도가 형성되었다. 이러한 이해관계자 가치관의 변화는 기업의 CSR 활동에 커다란 영향을 미치게 되었다.

기업의 활동에 영향을 미치는 이해관계자의 범주는 점차 확대되고 있다. 이해관계자의 범주에는 ①주주, 근로자, 관리자 등 기업 내부의 이해관계자, ②기업의 공급사슬을 통해 기업과 직접적 경영상 관계를 맺고 있는 기업 외부의 이해관계자인 고객과 공급자 등, 그리고 ③지역공동체 구성원, 정부기관, 언론 매체 등 기업과 직접적 경영상 관계를 맺고 있지 않지만 기업과 상호작용을 하는 기업 외부의 이해관계자를 상정할 수 있다(그림<2-1> 참조).

<그림 2-1> 이해관계자의 범주



자료: 앤드류 사비츠·칼 위버 (2008: 241)

이렇게 다층적으로 형성되어 있는 이해관계자들의 가치관의 변화는 기업의 CSR 활동과 그 변화에 많은 영향을 주고 있다. <표 2-1>에 정리된 바와 같이 사회·환경·거버넌스 등이 고려되는 사회책임투자(SRI)가 확대되는 등 투자행동이나 주주행동에 사회성이 적극 고려되는 추세이고, 제품 및 서비스의 구매에서 사회적·환경적 측면을 적극 고려하는 ‘소셜 컨슈머(social consumer)’라고 불리는 소비자층이 빠르게 늘어나고 있다. 또한 협력업체 등 거래처와의 관계에 있어서도 경제적 효용 외에 사회성을 적극 고려하는 경우가 늘어났다. 최근에는 기업 내의 이해관계자인 종업원들 역시 CSR 활동을 잘 하는 기업을 선호하는 추세를 보이고 있으며 기업이 제공하는 고용환경, 교육훈련 등에 대해 적극적인 의사표시를 하고 있다. 경영자도 CSR 활동이 우수한 인재의 확보와 종업원의 사기 진작 등으로 이어진다는 사실을 인식하기 시작했다. 이와 더불어 많은 정보와 전문지식을 가진 NGO·NPO 등의 민간조직이 정부 및 기업행동에 대한 감시와 항의 활동을 강화함으로써 기업의 CSR 활동을 촉진하고 있다.

<표 2-1> 기업의 CSR 활동에 영향을 미치는 이해관계자의 가치관 변화

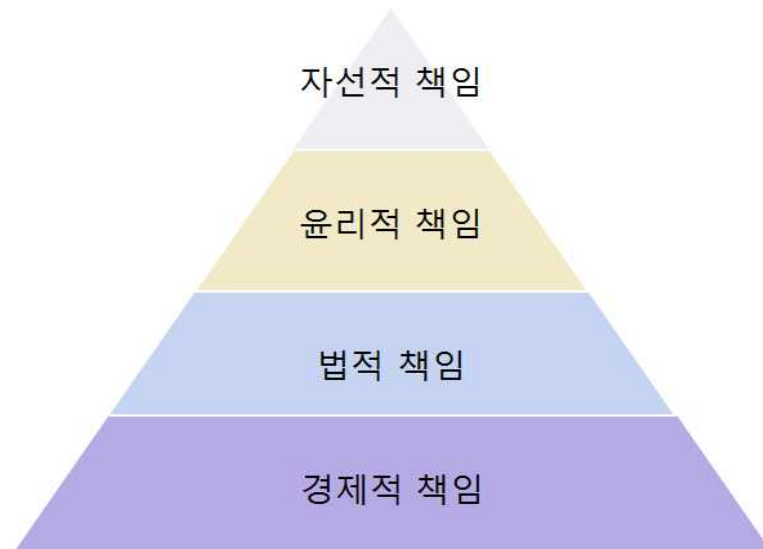
이해관계자	내 용
주주 및 투자자	- 사회책임투자(SRI)의 확대 - 투자행동, 주주행동에 사회성 배려
소비자	- 사회성을 배려한 제품·서비스의 적극적인 구매 - 반사회적 제품·서비스의 보이콧
거래처	- 기업 간 거래 및 행정에 사회성 고려
종업원	- 사회성 중시하는 기업 선호 - 노동환경, 고용책임에 대한 적극적인 항의 행동
지역사회	- 활발한 기업의 사회성 평가 - NGO의 강력한 항의 행동

자료: 이부키 에이코(2006)

나. CSR의 개념

CSR의 개념은 국가, 역사, 문화, 종교, 사회관습, 경제상황 등에 따라 다르게 이해되고 있으며 국제적으로 통일된 정의는 없다고 할 수 있다. CSR의 현대적 개념 중 가장 많이 인용되는 것은 아치 캐럴(Archie B. Carroll) 교수의 '기업의 사회적 책임에 대한 피라미드 모형'이다(<그림 2-2> 참조). Carroll(1979, 1991)은 사회적 책임을 정의하는 데 있어 기업 성과 내에 경제적, 법적, 윤리적, 자선적인 책임 등 네 가지 범주를 수반해야한다고 주장한다.

<그림 2-2> 캐럴의 CSR 피라미드 모형



자료: Carroll (1991)

- **경제적 책임:** 사회의 기본적인 경제 단위로서의 기업이 사회가 원하는 제품과 서비스를 생산하고 이윤을 남기고 판매할 책임 (예: 이윤 극대화, 고용 창출)
- **법적 책임:** 기업이 그 사회의 법적 테두리 내에서 경제활동을 수행할 책임 (예: 성실한 세금 납부, 회계 투명성)
- **윤리적 책임:** 법적으로 강제하지 않더라도 사회가 기업에 기대하는 올바른 공정한 경영활동을 수행하는 책임 (예: 윤리경영, 제품 안전, 여성/

소수인종 공정대우 등)

- **자선적 책임:** 자발적인 판단이나 선택에 따라 기업이 가진 자원을 활용하여 사회적으로 바람직한 행동을 하는 책임 (예: 기부 및 자선활동, 교육/문화/체육활동 지원)

이 중 경제적 책임과 법적 책임은 기업이 반드시 저야 하는 당위적 책임이라고 할 수 있는 반면, 윤리적 책임과 자선적 책임은 기업의 당연한 의무이 기보다는 자발적인 성격의 책임이라고 할 수 있다.

CSR에 대하여 학자들은 다양한 정의를 내리고 있다. McGuire *et al.*(1988)은 경제적 및 법적 의무를 넘어서는 전체 사회에 대한 의무라고 정의하고, Coleman(1990)은 사회의 구성원들의 이익과 권리를 고려한 기업의 책임 있는 행동이라고 정의한다. 또한 McWilliams & Siegel(2001)은 기업이 내부 규제와 법적 요구사항 및 기업 자체적인 이윤 추구를 떠나 사회적 이익을 증진하는 행동에 참여하는 것이라고 CSR을 정의했다.

국제기구에서도 CSR에 대하여 다양한 정의를 내리고 있는데, 사용하는 용어에 있어 약간의 차이가 있다. OECD와 같은 일부 국제기구는 사회적 (Social)이라는 단어가 기업의 책임을 사회적 문제에 국한시킬 우려가 있다는 이유로 이를 제외하고 기업의 책임(CR: Corporate Responsibility)이라는 용어를 사용하고 있으며, 이를 기업과 사회와의 공생관계를 성숙시키고 발전시키기 위해 기업이 취하는 행동이라고 정의한다. 국제표준화기구(ISO)에서는 사회적 책임은 기업만이 아닌 시민단체와 정부와 같은 모든 조직의 문제이기도 하다는 점에서 기업(Corporate)을 제외하고 사회적 책임(SR: Social Responsibility)이라고는 용어를 사용하고 있으며, 조직이 경제·사회·환경적 문제를 사람·지역공동체 및 사회에 혜택을 줄 수 있도록 추진하는 활동이라고 정의한다. 한편, 지속가능발전세계기업협의회(WBCSD)는 CSR이라는 용어를 그대로 사용하며, 이를 직원·가족·지역사회 및 사회전체와 협력하여 지속가능한 발전에 기여하고 이들의 삶의 질을 향상시키고자 하는 기업의 의지로 정의하고 있다. 다양한 국제기구가 사용하는 CSR의 정의는 <표 2-2>에 정리되어 있다.

<표 2-2> 기업의 사회적 책임(CSR)의 정의

구분	용어	정의
UNCTAD	CSR	기업이 사회의 요구와 목표에 어떻게 대응하고 영향을 미치는가에 관한 것
OECD	CR	기업과 사회와의 공생관계를 성숙시키고 발전시키기 위해 기업이 취하는 행동
EU집행위원회	CSR	사회에 미치는 영향에 대한 기업의 책임
ILO	CSR	기업이 법적 의무를 넘어 자발적으로 전개하는 이니셔티브이며 기업 활동이 모든 이해관계자에게 미치는 영향을 검토할 수 있는 방식
ISO (국제표준화기구)	SR	조직이 경제·사회·환경 문제를 사람·지역공동체 및 사회에 혜택을 줄 수 있도록 추진하는 활동
WBCSD (지속가능발전 세계기업협의회)	CSR	직원·가족·지역사회 및 사회전체와 협력하여 지속가능한 발전에 기여하고 이들의 삶의 질을 향상시키고자 하는 기업의 의지

CSR의 개념은 기업시민(Corporate Citizenship), 트리플 바텀라인(TBL: Triple Bottom Line, 3대 축 또는 삼중결산), 기업지속가능성(Corporate Sustainability), 기업윤리(Corporate Ethics), 지속가능경영(Corporate Sustainability Management), 지속가능 기업가정신(Sustainable Entrepreneurship) 등 다양한 용어와 중첩적으로 사용되어 왔다. 이 개념들은 서로 다른 문제 상황에서 발전해 왔고 강조하는 바가 다소 다르긴 하지만 새롭게 등장하는 관련된 이슈를 포괄하면서 다루는 경향을 보이면서 현실적으로는 거의 같은 의미로 인식되고 있다.

이 중 많이 사용되고 있는 트리플 바텀라인은 1994년 영국의 컨설팅 회사인 서스테너빌리티(SustainAbility)의 대표인 존 엘킹턴(John Elkington)이 처음 제시한 용어로, 당시 널리 사용됐던 ‘환경 효율성’이 기업 성과의 재무적·환경적 차원에만 중점을 두고 있는데 대응하여 도입되었다. 경제적 축, 환경적 축, 사회적 축 등 3대 축을 모두 고려하는 트리플 바텀라인 접근법은 전통적인 재무적 결산공고에서 거의 포착되지 않는 보다 포괄적인 경제적 영향으로 범위를 확대하고 기업과 기타 조직들이 다차원적으로 가치를 창출

한다는 점을 강조한다. 트리플 바텀라인은 1995년 셸(Shell)의 지속가능성 보고에 채택되었고 GRI(Global Reporting Initiative)와 같은 지속가능성보고서 가이드라인도 이와 같은 사고방식에 근거하여 정보공개의 모델을 제시한 것이라고 할 수 있다.

2. CSR의 이론적 배경

CSR에 대한 학문적 연구는 1953년 Bowen(1953)이 기념비적인 저서인 ‘기업인의 사회적 책임(Social Responsibilities of the Businessman)’을 출간한 이래 다양한 이론과 접근 방법을 발전시키면서 진행되어 왔다. CSR 분야에서의 이론적 담론은 매우 복잡적이고 중층적으로 전개되고 있어 명확하게 정리하고 분류하기는 쉽지 않다. 아래는 CSR 이론의 분류를 시도한 연구들 중 가장 체계적이고 종합적으로 정리한 Garriga & Melé(2004)의 분류에 기초해서 CSR 이론들을 살펴보기로 하겠다.

CSR 이론들은 기업과 사회의 관계에 대한 관점의 차이에 따라 ①도구적(instrumental), ②통합적(integrative), ③윤리적(ethical) 이론 등 세 그룹으로 분류할 수 있다. 도구적 이론들은 기업을 부의 창출(wealth creation)의 수단으로 보고 이것이 기업의 기본적인 사회적 책임이라고 보는 관점이다. 이 이론들에서 CSR은 경제적 목적을 달성하는 데 필요한 전략적 수단으로 간주된다. 반면에 통합적 이론들은 기업이 그 자신의 존립과 성장을 위해서는 사회에 의존해야 한다는 관점에서 기업이 어떻게 사회적 요구를 통합시키는가에 대한 이론을 전개한다. 한편 윤리적 이론들은 기업과 사회의 관계가 윤리적 가치로 연계되어 있다고 보고 기업은 사회적 책임을 윤리적 의무로서 받아들여야 한다는 것을 강조한다. 아래에서는 이러한 세 가지 이론의 분류를 통하여 CSR이 어떻게 인식되고 접근되고 있는 지에 대해 논의한다.¹⁾

1) 본 단락은 Garriga & Melé(2004)에 기초하여 작성됨.

가. 도구적 이론

도구적(instrumental) 이론은 기업을 부의 창출을 위한 도구로 인식하고, 부의 창출을 기업의 사회적 목적으로 본다. 따라서 기업이 사회적 활동을 한다면 그것은 기업의 이윤 창출에 도움이 될 때만 해야 한다는 입장이다. 이러한 이론에서 CSR은 이윤이라는 경제적 목적을 달성하는 데 필요한 전략적 수단으로만 간주되기 때문에 이러한 이론들을 도구적(instrumental) 이론이라고 명명했다. 도구적 이론에는 극대화 하고자하는 경제적 목적에 따라서 ‘주주 가치의 극대화’, ‘경쟁적 우위를 달성하기 위한 전략’ 그리고 ‘공익 연계 마케팅’ 등의 세 가지 이론이 포함된다.

▶ 주주 가치의 극대화

주주 가치의 극대화에 초점을 맞춘 이론은 밀턴 프리드먼(Milton Friedman)의 견해가 대표적이라고 할 수 있다. 1970년 프리드먼은 ‘기업의 사회적 책임은 자신의 이윤을 증대시키는 것이다(The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits)’라는 유명한 글을 발표하면서 주주 이론(Stockholder Theory)을 주장했다. 이 이론에서는 주주 가치의 극대화를 가장 중요한 기준으로 삼으며, 어떠한 사회적 요구와 관련된 투자도 주주의 가치 창출을 극대화하는 목적과 부합될 때만 해야 한다고 본다. 경영인은 원칙적으로 주주들의 이익 증대 목표를 대신해서 고용된 사람이며 경영인이 개인적인 차원에서 기부나 봉사활동을 할 수 있지만 이러한 활동을 기업차원에서 요구하는 것은 주주의 이익과 배치될 수 있기 때문에 부당하다고 주장한다. 한편, 프리드먼은 ‘지역사회에 편의시설을 제공하거나 정부를 개선하기 위해 자원을 사용하는 것은 작은 지역사회의 주요 고용자인 기업에게 장기적으로 이익’이 될 수 있기 때문에 이 경우 ‘사회적 책임’이 아니라 그 기업의 자기이익의 관점에서 정당화되는 일이라고 말한다. 따라서 프리드먼의 이론은 이해관계자로서의 주주의 권리와 기업의 이익에 초점을 맞추고 있다고 볼 수 있다.

▶ 경쟁적 우위 달성을 위한 전략

이 이론들은 기업의 장기적인 이윤을 달성하기 위한 경쟁력 향상이라는 전략적 목표에 초점을 두고 경쟁적 우위를 만들기 위해 자원을 할당하는 방

식에 관심을 둔다. 이러한 이론은 다시 경쟁적 상황에서의 사회적 투자, 기업의 자원과 역동적 역량, 경제 피라미드의 밑바닥(BOP: Bottom of the Economic Pyramid)을 위한 전략으로 나누어볼 수 있다.

- **경쟁적 환경에서의 사회적 투자:** Porter & Kramer(2002)는 기업이 자선활동에 투자하는 것은 기업의 경쟁적 우위를 향상시키는 방법이며 개인 기부자 또한 정부가 할 수 있는 것 보다 더 큰 사회적 가치를 창출한다고 주장한다. 그 이유는 기업이 그 기업의 전문영역과 관련된 일정한 문제를 해결하는 방식에 대해 보다 잘 이해할 수 있는 지식과 자원을 갖고 있기 때문이다. 예를 들면, 통신회사가 지역사회의 학생들에게 컴퓨터 네트워크 관련 교육을 하는 것은 어떤 다른 종류의 기부보다 더 큰 가치를 창출 할 수 있다. Porter & Kramer는 기업생태계에 속한 기업이 개별적으로 또는 공동으로 자선적인 투자를 할 때 그 기업생태계의 경쟁력과 그 생태계를 이루는 기업의 성과 증대에 강력한 효과를 가져올 수 있다고 주장한다.
- **기업의 자원과 역동적 역량:** 이 이론은 기업이 경쟁자에 비해 좋은 성과를 내는 능력은 그 기업이 가진 인적, 조직적, 물리적 자원을 독특하게 연계하고 효과적으로 활용하는 것에 달려있다고 보고, 특히 사회적, 윤리적 자원과 역량이 경쟁적 우위를 가져올 수 있다고 주장한다. 예로서는 윤리적 의사결정의 과정과 종업원, 소비자, 공급자, 지역사회 등 1차적인 이해관계자와의 관계를 적절하게 관리하고 발전시키는 것을 들 수 있다 (Petrick & Quinn, 2001; Hillman & Keim, 2001).
- **경제 피라미드의 밑바닥(BOP) 전략:** 프라할라드(C. K. Prahalad) 교수는 향후 중산층으로 흡수될 경제 피라미드의 밑바닥(BOP: Bottom of the Economic Pyramid)에 있는 개도국 또는 신흥국 빈곤층을 대상으로 하는 사업에 높은 관심을 기울일 것을 주장하여 많은 호응을 얻었다 (Prahalad, 2002; Prahalad & Hammond, 2002). 전 세계의 경제 피라미드의 밑바닥에는 약 40억의 인구가 있다고 추정되는데 이들을 대상으로 하는 사업은 저소득층의 빈곤감소와 삶의 질 향상에 도움이 되는 동시에 기업의 이윤도 창출하는 전략이 될 수 있다는 것이다. 따라서 전통적으로 상류층과 중산층을 위한 상품과 서비스 생산에 초점을 맞추던 다국적기업 및 대기업은 향후 저소득층 시장에 좀 더 관심을 가지고 자신들의 주

력상품이 저소득층 시장에서 어떠한 힘을 발휘할 수 있는지 찾는 것이 핵심과제라고 말한다. BOP 전략은 가난한 사람을 적극적인 소비자로 전환하고 그들의 생활수준을 개선함으로써 빈곤을 문제로 보기보다는 혁신을 할 수 있는 기회로 삼음으로서 파괴적인 혁신(disruptive innovation)을 촉진하고자 한다. 이러한 파괴적 혁신은 피라미드의 밑바닥에 있는 사람들의 사회적·경제적 조건을 개선시키고 동시에 해당 기업에게 비교우위를 가져다주는 전략이라는 주장이다.

▶ **공익 연계 마케팅**

공익 연계 마케팅(Cause-related marketing)은 기업이 제품구매 가격의 일정 부분을 미리 정해진 가치 있는 운동에 기부하는 마케팅을 말한다. 이러한 사례로는 아메리칸 익스프레스가 일정한 기간 동안에 거래를 한 카드 사용자들의 결제 대금에서 1%를 자유의 여신상 수리에 기부한 것과 화장품 기업인 에이본(Avon)이 판매금의 일정 비율을 유방암 연구에 기부한 것을 들 수 있다. 우리나라에서도 점차 많이 시도되고 있는 공익 연계 마케팅의 목표는 윤리적 또는 사회적 책임과의 결합을 통하여 브랜드를 구축함으로써 기업의 판매 또는 고객과의 관계를 강화시키는 데 있다(Murray & Montanari, 1986). 또한 기업은 공익 연계 마케팅을 통해 믿을 수 있고 정직하다는 평판을 구축할 수 있는데, 소비자들은 일반적으로 믿을 수 있고 정직한 기업이 생산하는 제품은 품질이 높다고 믿기 때문에 제품의 차별화와 경쟁우위를 창출할 수 있고 동시에 공익 부문은 기부금을 받을 수 있기 때문에 윈-윈(win-win)의 전략이라고 할 수 있다(Smith & Higgins, 2000).

<표 2-3> 도구적 CSR 이론

	이론적 접근	개요	관련 문헌
도구적 이론	주주 가치의 극대화	주주의 가치를 극대화하는 투자	Friedman (1970), Jensen(2000)
	경쟁적 우위 달성을 위한 전략	기업의 경쟁적 우위를 창출하기 위한 역량 제고를 위한 전략적 CSR	Porter & Kramer (2002), Hart (1995), Prahalad & Hammond (2002)
	공익 연계 마케팅	중장기 경쟁우위 창출을 위한 마케팅으로서의 CSR	Murray & Montanari (1986) Smith & Higgins (2000)

나. 통합적 이론

통합적(integrative) 이론들은 기업이 그 자신의 존립과 지속성, 성장을 위해서는 사회에 의존해야 한다는 관점에서 기업이 어떻게 사회적 요구를 통합시키는가에 대한 이론을 발전시켜 왔다. 사회적 요구는 사회가 기업과 관계를 맺는 방식이며 기업에 일정한 정당성과 평판을 제공한다고 할 수 있다. 따라서 기업의 경영자는 사회적 가치에 합당하게 기업 운영을 할 수 있도록 이러한 사회적 요구에 대응하고 이를 통합해야 한다. 따라서 기업이 지는 사회적 책임의 내용은 시간적, 공간적으로 기업이 속한 사회의 그 당시의 가치에 따라 달라진다고 할 수 있다. 통합적 이론들은 기존의 전통적인 주주 중심의 사고방식에서 벗어나 주주와 투자자, 소비자, 공급업자, 종업원, 정부, 시민단체, 언론 등을 포함한 다양한 이해관계자들의 존재를 강조하며, ISO 26000, GRI와 같은 CSR의 국제적 기준과 관행을 형성하는데 커다란 기여를 해왔다.

▶ 이슈 관리

1970년대에 많이 논의된 '사회적 민감성(Social responsiveness)'은 대중의 기업에 대해 기대와 기업의 실제 성과와의 차이에 대해 이해하고 이를 줄이기 위해 대응할 것을 강조했다. 한편 '이슈 관리(Issues management)'의 개념은 이러한 측면을 포함하지만 기업이 사회적 이슈에 대해 대응하는 과정 자체를 강조하는, 보다 확대된 개념이다. Wartick & Rude(1986)는 이슈 관리를 기업에 커다란 영향력을 미치는 사회적, 정치적 쟁점에 대해 진단, 평가하고 대응하는 과정이라고 정의한다. 이슈 관리를 잘 할 경우 잠재적인 환경의 위협이나 기회에 대해 조기경보 시스템으로 작동할 수 있기 때문에 사회적, 정치적 변화에 따른 '예기치 않은 놀라움(surprises)'을 최소화 할 수 있다. 또한 기업 내에서 조정과 통합의 역할을 해주기 때문에 특정 이슈에 대해 보다 체계적이고 효과적으로 대응할 수 있다고 본다.

▶ 공공 책임성 원칙

일군의 학자들은 기업의 책임의 범위를 설정하는 원칙과 과정에 대한 이론을 발전시켰다. Preston & Post(1981)는 책임의 범위를 설정하는 데 있어

개인적, 도덕적 견해나 좁은 범위의 이해집단이 아니라 공공적 절차와 과정을 강조하기 위해 '공공 책임성 원칙(Principle of public responsibility)'을 제안했다. 이들은 기업 경영자의 활동을 위한 적절한 가이드라인은 관련된 공공 정책의 틀 안에서 찾아진다고 주장하고, 이러한 공공 정책은 법·규칙을 담은 법률적 문건뿐 아니라 여론, 새로운 이슈, 공적인 법적 요구 사항과 이행 등을 포함하는 사회적 방향성의 넓은 범주를 포함한다고 제시한다. 또한 이들은 공공 정책에 영향을 받는 기업은 공개적으로 정책 형성에 참여해야 한다고 주장한다. 이러한 이론과 평행하게 정부의 규제가 마련되고 이행되는 과정과 이러한 규제에 영향을 미치려고 하는 기업의 전략 등 기업과 정부의 관계에 대한 연구도 진행되었다(Vogel, 1986).

▶ 이해관계자 관리

한편 1980년대와 1990년대에는 많은 학자들이 이른바 이해관계자 이론(Stakeholder theory)을 발전시켰다. 이 이론에 따르면, 기업은 그 기업에 이해관계를 가진 집단 간의 일련의 관계로 이해될 수 있으며, 기업의 성공은 주요 이해관계자들을 위해 지속적으로 오랫동안 가치를 창출하고 만족시키는 데 있다. 이해관계자란 기업의 핵심 목적 달성에 영향을 미치거나 이에 영향을 받을 수 있는 개인이나 집단을 말하며, 기업의 활동에 있어 근본적인 집단(예: 소비자, 공급자, 금융기관, 근로자 및 지역사회)과 기업의 목적에 영향을 미치는 2차적인 집단(예: 정부, 언론과 이익단체)으로 나눌 수 있다. 1984년 에드워드 프리먼(R. Edward Freeman)이 『전략경영: 이해관계자 접근방법(Strategic Management: A Stakeholder Approach)』이라는 책에서 경영자들이 주요 이해관계자와의 관계를 관리하는 방법과 일련의 기법을 제시한 이후, 다양한 학자들이 이해관계자 개념을 재정립하고 그 범위를 검증하는데 힘써 왔다. 이러한 이론의 발전은 경영자와 관리자들로 하여금 이해관계자의 관점에서 자신들의 기업을 보고 기업 세계와 윤리·가치의 세계와의 관계를 고찰하도록 하는데 공헌했다.

이해관계자 관리는 일반적인 민감성, 특정한 이슈 또는 공공 책임의 원칙에 초점을 맞추는 접근방식과는 달리 기업의 정책이나 운영에 영향을 받는 이해관계자들에 주목하고 기업의 의사결정에 이해관계자들을 통합하는 이론을 전개한다. 이 분야에서는 많은 경험적인 연구가 진행되었는데 가장 좋은 기업과 이해관계자의 관계는 어떠한 것인지(Bendheim *et al.*, 1998), 이해관계

자 관리가 재무적인 성과에 어떠한 영향을 미치는지(Berman *et al.*, 1999), 관리자가 다양한 이해관계자 집단의 경쟁적인 요구를 어떻게 균형 있게 수용할 수 있을 지(Ogden & Watson, 1999)에 대한 연구가 진행되었다. 최근 들어 기업은 NGO, 활동가, 지역사회, 정부, 언론 등으로부터 많은 압력을 받고 있고, 점차 많은 수의 기업들이 폭넓은 이해관계자와의 대화를 실행함으로써 사회적인 요구를 통합해나가려는 시도를 하고 있다.

<표 2-4> 통합적 CSR 이론

	이론적 접근	개요	관련 문헌
통합적 관점	이슈 관리	기업은 사회, 정치적 이슈에 영향을 받으므로 이에 대응할 필요	Jones (1980), Wartick & Rude (1986)
	공공 책임성 원칙	기업은 법과 공공 프로세스에 따라 사회적 책임 활동 수행	Preston & Post (1981), Vogel (1986)
	이해관계자 관리	기업은 모든 이해관계자들의 관심사를 균형 있게 관리할 필요	Freeman (1984), Bendheim <i>et al.</i> (1998), Berman <i>et al.</i> (1999), Ogden & Watson (1999)
	기업의 사회적 성과	사회적 이슈에 적절히 대응함으로써 기업의 존립 근거를 마련할 필요	Carroll (1979), Wood (1991), Schwartz & Carroll (2003)

▶ 기업의 사회적 성과

기업의 사회적 성과(Corporate social performance)에 관한 이론은 기존의 여러 이론들을 통합해서 기업의 사회적 성과 모델을 제시한다. 이 이론을 처음 제시한 Carroll(1979)은 세 가지 - 사회적 책임의 기본적 정의, 사회적 책임과 관련된 이슈의 열거, 이러한 사회적 이슈에 대응하는 철학적 내용 - 로 구성된 사회적 성과 모델을 제시했다. 앞서 Carroll의 피라미드 모형에서 논의한 바와 같이 Carroll은 기업이 모든 영역에서 사회에 대해 가지는 책임에 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 범주의 기업의 성과가 포함되어야 한다고 주장한다. 보다 최근에 Schwartz & Carroll(2003)은 경제적, 법적, 윤리적 책임 등

세 가지 핵심 범주와 이들이 겹치는 부분을 포함해서 일곱 가지 영역의 CSR 범주를 제시했다. 한편 Wood(1991)는 CSR 원칙, 기업의 사회적 대응 과정과 기업 행위의 성과로 구성된 기업의 사회적 성과 모델을 제시했다.

다. 윤리적 이론

윤리적(ethical) 이론들은 기업과 사회의 관계가 윤리적 가치로 연계되어 있다고 보며, 올바른 일 또는 좋은 사회를 달성해야 할 필요성에 관한 원칙에 근거하여 이론을 전개한다. 따라서 이 이론들은 CSR을 윤리적 관점에서 바라보며, 기업은 사회적 책임을 다른 무엇보다도 윤리적 의무로서 받아들여야 한다고 주장한다. 윤리적 이론에는 규범적 이해관계자 이론, 보편적 권리, 지속가능한 발전, 공공선과 관련한 이론들이 있다.

▶ 규범적 이해관계자 이론

이해관계자 관리는 앞서 논의한 통합적 이론 그룹에도 포함되어 있지만, 그 중 규범적 이해관계자 이론(Normative stakeholder theory)은 윤리적 이론으로 분류할 수 있다. 이 이론은 앞서 논의한 바 있는 1984년 에드워드 프리먼(R. Edward Freeman)의 『전략경영: 이해관계자 접근방법』에서 당시 일반적으로 받아들였던 주주 이론과는 달리 “관리자는 이해관계자에 신탁(fiduciary)의 의무가 있다”라고 한데서 논의를 출발한 이래 윤리적인 이론으로 발전했다. Donaldson & Preston(1995)은 이해관계자를 기업 활동에 대해 정당한 이해관계를 가진 개인 또는 그룹으로 간주하고, 모든 이해관계자의 이해는 내재적 가치를 갖고 있기 때문에 이들의 관심에 대해 귀를 기울여야 한다고 본다는 점에서 이해관계자 이론이 기본적으로 규범적인 성격을 갖고 있다고 주장한다. 규범적 이해관계자 이론은 칸트, 존 라울(John Rawls), 아리스토텔레스 등의 규범적 윤리이론에 기초해 발전되었는데, CSR의 핵심으로 윤리적인 원칙의 규범적 측면을 강조한다는 접근방식을 갖는다는 공통점이 있다.

▶ 보편적 권리

글로벌 시장을 대상으로 하는 CSR 영역에서 인권 문제는 가장 기본적인 보편적 권리(Universal rights)로 다뤄지고 있다. 이러한 접근의 대표적인 예

로 인권, 노동, 환경 등 9개의 원칙이 담긴 UN 글로벌 컴팩트(Global Compact)와 다국적기업이 자국 수준의 엄격한 사회적, 환경적 원칙을 준수하겠다고 천명한 설리번 원칙(Global Sullivan Principles)을 들 수 있다. 사회적 책임을 인증하는 기준인 SA 8000도 인권과 노동권에 기초하고 있다. 이런 규범들은 접근방식은 달라도 모두 UN이 1948년에 제정한 세계인권선언(Universal Declaration of Human Rights) 등 인권, 노동, 환경보호에 관한 국제 선언에 기초하고 있다.

▶ 지속가능한 발전

가치에 기초한 개념 중 인권과 함께 널리 쓰이는 개념은 '지속가능한 발전(Sustainable development)'이다. 이 용어는 1987년 세계환경발전위원회가 'Bruntland 보고서'를 발간한 이후 널리 사용되기 시작했는데, 이 보고서는 지속가능한 발전에 대하여 "미래 세대의 가능성을 제약하는 바 없이 현재 세대의 필요성을 충족할 수 있는 발전"이라고 정의하고 있다(World Commission on Environment and Development, 1987: 8). 이 보고서는 원래 환경적인 측면만 포함했으나 발전과 떼어낼 수 없는 사회적 측면도 포함하게 되었다. 이후 기업의 지속가능한 발전을 위한 절차와 전략에 관한 많은 논의가 있어 왔으며, 매우 실천적인 방안으로서 기업의 경제적, 사회적, 환경적 측면을 포괄하는 트리플 바텀라인(TBL) 접근방식이 제안되었다.

▶ 공공선

또 다른 일군의 학자는 CSR의 준거로 공공선(公共善, Common Good)을 제시한다. 공공선은 아리스토텔레스의 전통과 중세기의 학문을 바탕으로 철학적으로 발전하고 가톨릭 사회사상에서 기업 윤리의 핵심 개념으로 받아들여진 고전적인 개념이다(Kempshall, 1999; Carey, 2001; Alford & Naughton, 2002). 이 접근방식에 따르면 기업은 사회의 일부이기 때문에 공공선에 기여해야 한다. 예를 들어, 기업이 공공선에 기여하는 방식으로는 개인의 존엄성과 기본적인 권리를 존중하면서 부를 창출하고 효율적이고 공정한 방법을 통해 상품과 서비스를 제공하는 것 등을 들 수 있다. 공공선의 개념은 인간의 존엄성의 개념과 함께 도덕적 자본주의를 촉진하기 위해 노력하는 기업 경영자들의 국제적 네트워크인 코 원탁회의(Caux Roundtable)가 1994년에 발표한 '코 원탁회의 원칙'에 포함되었다.

<표 2-5> 윤리적 CSR 이론

	이론적 접근	개요	관련 문헌
윤리적 관점	규범적 이해관계자 이론	모든 이해관계자들이 부여 한 의무를 다해야 하므로 이해관계자들이 수긍하는 도덕적 가치를 따를 필요	Freeman (1984), Donaldson & Preston (1995)
	보편적 권리	보편적 인권, 노동권, 환경권 을 보장하는 프레임워크 마 련 필요	The Global Sullivan Principles (1999), UN Global Compact (1999)
	지속가능한 발전	현재뿐만 아니라 미래 세대 까지 고려하여 지속 가능한 발전을 추구할 필요	World Commission on Environment and Development (Bruntland Report)(1987)
	공공선(善)	기업은 사회의 일부이기 때 문에 공공선에 기여해야 함	Kempshall (1999), Carey (2001), Alford & Naughton (2002)

3. 사회책임투자(SRI)

일반적인 투자는 기업의 재무적 관점만을 중시하는 투자인 반면에, 사회책임투자(SRI: Socially Responsible Investment)는 비재무적인 요소인 환경, 사회, 또는 거버넌스 같은 흔히 ESG(Environment, Social, Governance)로 통칭되는 요소들을 재무적인 요소와 함께 고려하는 투자이며 재정적인 보상과 사회적 발전이라는 두 가지 목적을 가진 투자 전략을 말한다. 사회적으로 책임 있는 투자자들은 환경적 책무와 소비자 보호, 인권과 다양성의 발전을 위해 노력 하는 기업의 활동을 독려하며, 일부의 투자자들은 술, 담배, 도박, 무기나 군대와 관련되어 있는 비즈니스에 개입하지 않으려 한다. SRI와 함께 병용되어 사용되는 용어들에는 미션 투자(mission investing), 책임 투자, 더블 혹은 트리플 바텀라인 투자(double or triple bottom line investing), 윤리 투자, 지속가능 투자 혹은 녹색 투자가 있다.

미국에서 근대적 의미의 SRI는 1940년대에 미국의 노동조합과 정부기관

들이 부당노동행위와 관련된 기업들에 대한 투자를 하지 않았던 것으로부터 시작되었다. 1970년대 들어서 SRI는 주로 가치를 근간에 둔 투자를 했는데 베트남 전쟁, 환경 파괴, 인종차별 정책 등에 기인하여 나타난 사회 변혁 때문에 이러한 투자는 급속도로 확대되었다. 1990년대에 들어서 SRI의 주요 쟁점은 인권과 특히, 의류나 신발, 장난감 산업과 같은 분야에 대한 국제 노동기준으로 변화했다. 최근에는 투자자들이 이해관계자들에 대한 대응능력에 따라 기업을 평가하면서 기업의 거버넌스가 부각되었다. 또한 점차 많은 투자자들이 기후변화의 영향이 비즈니스와 투자 리스크에도 미치고 있음을 인지함에 따라 SRI도 점차 친환경적 지속가능발전을 위한 도구로서 인식되어지고 있다. 미국에서는 2010년에 자산 25.2조 달러의 12.2%에 달하는 3.07조 달러가 사회적 책임 투자에 쓰인 것으로 추정되고 있다.

유럽 내에서도 영국은 윤리 투자 부문에서 가장 활발하게 활동해 왔다. 1985년에는 Friends Provident가 설립되었으며 이는 담배, 무기, 술, 압제적인 정권을 제외한 영역에 대한 윤리적 선별 투자를 시행한 최초의 펀드였다. 1985년 이래로 다양한 영역에 윤리 투자를 하는 90개 이상의 투자 펀드가 개설되었다. 유럽의 금융마켓을 통해 지속가능성을 발전시키기 위해 설립된 범유럽 네트워크 조직이자 싱크탱크인 'Eurosif(European Sustainable Investment Forum)'는 비영리 기관들의 연합체로서 제후를 맺고 있는 회원들의 총 자산이 1조 유로를 넘는다. 회원들은 기관 투자자, 금융 서비스 제공자, 학문 기관, 리서치 연합체 등과 벨기에, 프랑스, 독일, 오스트리아, 스위스, 이탈리아, 네덜란드, 스페인, 스웨덴, 영국을 대표하는 NGO들을 포함한다.

SRI의 개념은 신흥시장과 아시아에서도 빠르게 확장되었다. 우리나라에서도 SRI를 보급, 확산하기 위해 2007년에 한국사회책임투자포럼(KoSIF: Korea Sustainability Investing Forum)이 설립되었다.²⁾ KoSIF는 19개의 회원들로 구성되어 있으며 SRI 펀드와 지속가능성 컨설팅을 제공하는 자산관리 기업 등이 포함된다. 2009년 한국에서의 SRI 펀드의 가치는 1조 3천억원(10억 달러)로 추정되었으며 펀드 시장에서 약 0.48%를 차지했다. 국민연금공단과 같은 대규모의 기관투자자들도 UN 책임투자원칙(PRI)에 서명하여 환경·사회·거버넌스와 같은 이슈에 대한 가이드라인을 받아들였다. 국민연

2) <http://www.kosif.org>.

금공단은 SRI 펀드에 투자하는 규모를 현재 3조 1,000억(2011년 8월 기준)에서 2016년까지 11조로 늘리겠다고 발표한 바 있다. 한편 2010년에 도입된 다우존스 지속가능경영지수는 한국에서의 SRI 발전에 더욱 박차를 가하고 있다.

오늘날 사회적으로 책임 있는 투자자들은 개인뿐만 아니라 기업, 대학, 병원, 재단, 보험 회사, 공공 혹은 민간 연금 펀드, 비영리 기관과 종교 기관 등 매우 폭넓은 범위의 기관들을 포함한다. 2011년 미국에서 열렸던 '지속가능 책임투자 포럼(Forum for Sustainable and Responsible Investment)'에 따르면 기관 투자자들이 가장 규모가 크고 빠르게 성장하고 있다고 한다.

SRI 시장이 점차 확장되는 추세와 관련하여, 2001년 1월, 브라질 은행인 Unibanco는 세계 최초로 SRI 리서치를 제공하는 증권사가 되었다. Unibanco의 리서치는 기업의 지배구조 이슈 보다는 환경적, 사회적 이슈에 초점을 맞추고 브라질 상장기업에 중점을 두었다. 이는 HSBC, Citigroup과 ABN AMRO와 같은 글로벌 은행들에 의해 제공되는 비슷한 서비스에 대한 표준으로 사용되었다. 브라질에 있는 ABN AMRO는 2001년 11월에 서비스를 시작하면서 처음으로 신흥시장(emerging market)에서 SRI 펀드(Fundo Ethical)를 설립하기 위해 이 리서치를 이용하였다. 이후 ABN AMRO의 Fundo Ethical은 2008년 하반기 이후로 가장 규모가 크고 실적이 좋은 주식형 펀드가 되었다.

일반적으로 SRI를 위한 실행전략은 기준 심사, 주주행동주의, 그리고 지역 사회 투자 등 크게 세 가지로 나뉜다.

▶ 기준심사(Screening)

기준심사 전략에는 배제적 선별(Negative Screening)과 선택적 선별(Positive Screening)이 있으며 이는 환경·사회·거버넌스(ESG) 등의 요소를 바탕으로 뮤추얼 펀드 혹은 투자 포트폴리오를 평가하는 것이다. 배제적 선별은 윤리적 또는 종교적 신념에 따라 술, 담배, 도박, 포르노 등 사회적으로 비난 받는 산업에 속하는 기업을 투자대상에서 배제하는 방법으로 특히 윤리펀드 등에서 주로 사용된다. 반면, 선택적 선별은 ESG 측면에서 우수한 기업들을 적극적으로 투자대상에 포함시키는 전략이다. 이는 재무적 정보뿐

만 아니라 비재무적인 정보도 포함하여 투자결정을 함으로써 위험도 효과적으로 줄일 수 있는 투자전략으로 활용되고 있다.

▶ 주주행동주의(Shareholder advocacy)

주주행동주의는 주주로서 기업의 경영에 참여하는 전략으로, 사회적으로 책임 있는 투자자로서 기업 지배구조, 기후변화, 정치적 공헌, 성·인종 차별, 환경오염, 노동 실천관련 등의 이슈에 대해 경영진과의 적극적인 대화, 대리 투표, 주주제안, 투자 철회(Divestment) 등의 다양한 방식을 통해 해결방안을 모색한다. 중요한 쟁점에 대해서는 주주결의안을 제출할 수도 있고 여타 투자자 또는 주주들과 협력하여 해결책을 모색할 수도 있다. 1990년 이후 캘리포니아주 공무원연금(CalPERS) 등 미국의 공적 연기금들은 적극적으로 주주행동주의를 채택하고 이를 실행해 오고 있다.

▶ 지역사회투자(Community investing)

지역사회투자는 전통적인 금융 서비스 기관들로부터 충분한 혜택을 받지 못했던 지역 사회에 투자자와 채권자들의 자본이 투입되도록 하는 것이다. 예를 들어 저소득층 및 빈민층, 영세업자, 실업자 등 금융서비스에 대한 접근성이 떨어지는 계층들에게 자금 대출을 해주거나 금융교육 등을 제공해줌으로써 이들의 소득증진과 지역발전에 공헌을 할 수 있다. 이는 윤리 은행업으로 불리기도 하는데, 투자자들은 사회적 가치와 목적을 추구하기 위해 일반 대출이자를 포기하고 낮은 이자수입을 택한다. 미국을 포함하여 전 세계에서 지역사회투자는 주거, 육아 및 의료부분과 같은 중요한 지역사회 서비스와 소규모 비즈니스를 위한 자본을 제공하고 저소득층 사람들에게 재정적 서비스를 제공하고 있다.

4. 개발도상국에서의 기업의 역할과 CSR

CSR 이론은 주로 선진국 시장과 기업을 대상으로 발전되어 왔지만, 다국적기업 활동 범위의 확대와 중국, 인도, 브라질 등 신흥경제국에 대한 관심의 증가에 따라 최근 들어 개발도상국 내에서의 CSR에 관한 연구와 논의가 활발하게 진행되어 왔다. 개발도상국에서의 CSR은 지배적인 종교, 역사, 사회경제 및 문화적 차이로 인해 여러 면에서 선진국과는 다른 다음과 같은 특징을 보여준다.³⁾

- 개발도상국에서 CSR은 주로 대규모 기업 및 다국적기업, 특히 인정받는 국제적 브랜드를 가진 기업들이나 이를 열망하는 기업들에 의해 실천되고 있다.
- 개발도상국에서 가장 잘 적용되는 공식적인 CSR 규범, 기준 또는 지침은 특정 쟁점에 국한되거나(예: 공정무역, 공급사슬, HIV/AIDS) 또는 특정 산업부문(예: 농업, 섬유, 광업)에서 이루어지는 경향이 있다.
- 기업의 사회적인 영향력에 있어 경제적 기여만큼 중요하고 효과적인 방법으로 간주되는 것은 없다. 즉, 기업은 투자, 일자리 창출, 납세, 그리고 기술이전 등을 통해 개발도상국에서 강력한 사회적 영향력을 행사한다.
- 개발도상국에서 기업은 선진국에서는 정부의 책임으로 간주될 수 있는 사회적 서비스를 제공하곤 한다. 대표적인 예로 기반시설, 학교, 병원 및 주택에 대한 투자를 들 수 있다.
- CSR이라는 기치 아래 우선순위가 주어지는 쟁점들이 선진국과 비교해서 다르게 나타난다. 예를 들어, 개발도상국에서는 HIV/AIDS, 근로조건 개선, 기본적 서비스 제공, 완전무결한 공급사슬, 그리고 빈곤의 완화 등이 주요 이슈로 등장한다.
- 개발도상국에서의 CSR 정신과 실천은 전통적인 공동체주의 가치관 및 종교적 개념과 강한 일체감을 이루는 경향이 있다. 예를 들어, 남아프리카 공화국의 아프리카 인도주의(Ubuntu) 일본의 공생(Kyosei) 및 중국의 조화로운 사회(Xiaokang) 등이다.

개발도상국에서 다국적기업의 활동이 활발해지고 지역사회 내에 기업의 역할이 커지고 있는 점을 고려해 볼 때, 특히 이해관계자 중심의 통합적 이론과 접근방법은 현실적인 장점을 가지고 있다. 개발도상국에서의 사회적 필

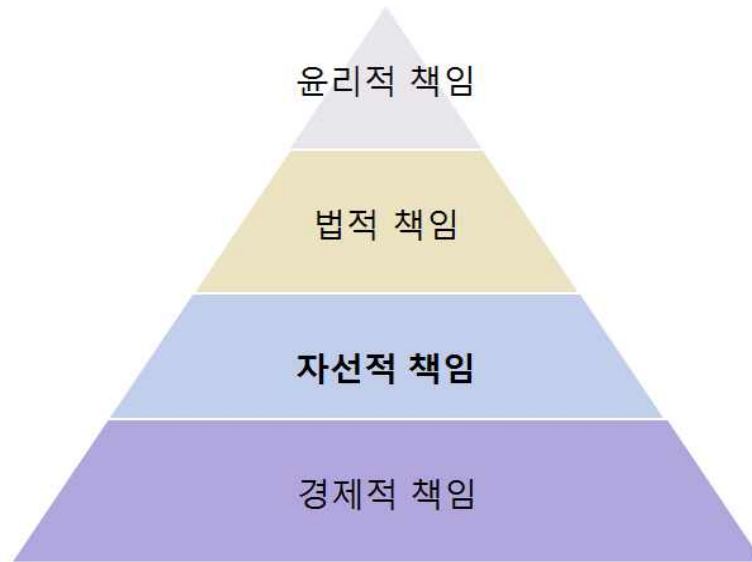
3) 웨인 비서 외 (2009: 258-260)

요성과 기대치는 지역 사회의 배경, 문화, 전통에 따라 다양한데, 통합적 이론은 이 점을 인식하고 있을 뿐만 아니라 이와 같은 다양성에 대응해 각기 다른 CSR 활동이 필요함을 강조하기 때문이다. 그러나 Blowfield & Frynas(2005)는 이해관계자와의 관계에 있어 언어, 문화, 교육, 다양한 가치 등이 협상과 의사결정 과정에 영향을 미치는 데, 서구의 경제모델에 기초한 기업들이 이러한 다른 문화에 기초한 가치들을 과연 잘 인식하는지에 대해 의문을 제기한다. Chapple & Moon(2005)은 아시아 7개국의 CSR 보고서를 분석하고 아시아 국가 간에도 상당히 차이가 존재하는데 이는 각국의 국가 기업시스템(National business system)의 차이에서 비롯된다고 설명한다.

개발도상국에서의 CSR 연구는 과연 서구사회를 바탕으로 형성되어온 CSR 이론과 개념이 개발도상국에도 적절한가라는 질문을 제기해왔다. 웨인 비서(Visser, 2006, 2008)는 캐럴의 CSR 피라미드 모델의 개발도상국에서의 적용 가능성에 대해 의문을 제기한다. 앞서 논의했던 CSR 피라미드 모형은 주로 미국이라는 특정 사회를 배경으로 연구되어 온 결과인데(<그림 2-1> 참조), 비서(Visser)는 개발도상국의 경우 우선순위가 다르기 때문에 다른 형태의 CSR 피라미드를 상정해야 한다고 제시한다.

즉, 전통적인 CSR 피라미드 모형이 ①경제적 책임-②법적 책임-③윤리적 책임-④자선적 책임의 순으로 구성되었다면, 개발도상국의 CSR 피라미드는 <그림 2-3>에 제시된 것과 같이 ①경제적 책임-②자선적 책임-③법적 책임-④윤리적 책임으로 순위가 바뀌어야 한다고 주장한다. 개발도상국에서도 경제적 책임이 가장 기본적인 책임이라고 할 수 있지만, 법적 또는 윤리적 책임보다는 자선적 책임이 우선한다는 것이다. 많은 개발도상국의 경우 오랫동안 이어진 기업의 자선적 전통이 있으며, 빈곤과 각종 사회적 문제가 만연한 환경에서 기업도 사회 자체가 무너지면 생존할 수 없기 때문에 지역공동체의 생존을 위해 직접적인 기여를 하는 자선적 책임이 중요하다는 것을 이유로 들고 있다. 이와 더불어 오랜 기간 동안 개발도상국은 선진국으로부터 원조를 받아왔기 때문에 자선을 당연시하는 문화가 있다는 것도 지적된다. 또한 개발도상국에서는 CSR이 아직 초기 단계이기 때문에 CSR을 기부 또는 자선과 동일시하는 경향이 있다는 것도 이유라고 할 수 있다.

<그림 2-3> 개발도상국의 CSR 피라미드 모형



자료: Visser (2006)

Visser(2008)는 또한 개발도상국에서 CSR을 도입하고 확산시키는 동인(driver)에 대해 10 가지로 정리하고 있다. 그는 크게 나누어 내부적 동인과 외부적 동인으로 구별하고 있는데, 개발도상국의 내부적인 동인은 해당 국가 내에서의 압력에 의한 것이고, 외부적인 동인은 주로 글로벌한 성격을 띠고 있다. 내부적인 동인으로는 문화적 전통, 정치개혁, 사회경제적 우선순위, 거버넌스 갭, 위기에 대한 대응, 시장접근 등 6가지 동인을, 외부적인 동인은 국제적 표준화, 투자 인센티브, 이해관계자 활동, 공급사슬 등을 들고 있다(<표 2-6> 참조).

문화적 전통의 경우, 서구 선진국에서 기독교를 바탕으로 한 기업의 책임과 사회공헌의 전통이 있다면 많은 개발도상국은 힌두교, 불교, 이슬람 등 종교의 기업윤리 전통과 더불어 기부, 박애주의, 기업 윤리, 공동체의 참여 등과 관련된 오래된 사회문화적 전통을 갖고 있다(상세한 내용은 제4장 참조). 즉, 외부에서 이식된 것이 아닌 고유의 자생적인 CSR 전통을 갖고 있다고 할 수 있다. 또한 많은 개발도상국의 경우 사회·정치적 개혁과정 속에서 CSR이 확산되기도 하고, 경제위기 등 국가적 위기에 대한 대응으로서 CSR이 촉발되기도 한다. 또한 빈곤해소, 보건위생, 인프라 개발, 교육 등 사회경제적 우선순위에 영향을 받는 경우가 많다. 또한 개발도상국에서 CSR은 종종 취약하거나 부패하거나 재원이 없어서 제대로 서비스를 제공하지 못하는 정부를 대신하는 역할, 즉 거버넌스의 공백(governance gap)을 채우는 역할

을 하기도 한다. 이와 더불어 개발도상국 기업이 CSR을 강화함으로써 선진국 시장에 대한 접근 가능성을 높이려고 하는 것도 중요한 동인으로 작용하기도 한다.

한편 외부적인 동인으로는 국제적 CSR 지침 및 표준이 개발도상국의 CSR 확산을 촉진시키는 역할을 하고, CSR 성과에 대해 선별된 개발도상국에 투자를 하는 사회책임투자를 통해 개발도상국의 CSR을 확산시키기도 한다. 또한 개발도상국 정부가 알려지지 않은 외국기업의 투자를 유치할 때 CSR을 평가지표로 활용하기도 하며, 이는 현지국에서의 CSR을 촉진시키는 역할을 한다. 또한 국제 NGO, 노동조합, 개발원조기구, 기업협회 등 국제적 성격의 이해관계자 활동이 CSR 촉발과 확산을 주도하기도 한다. 다국적기업이 공급사슬에 요구하는 CSR 기준도 개발도상국에서의 CSR 전파에, 특히 주로 하도급 업체인 중소기업의 CSR 활동을 촉진시키는 데 중요한 역할을 한다. 예를 들면, 다국적기업이 공급자를 선정할 때 SA 8000과 같은 인증 기준을 요구할 경우, 개발도상국에 있는 공급자들은 이 인증을 받기 위해 CSR을 강화해야 한다. 이러한 외부적 동인은 중국, 베트남, 인도네시아 등과 같이 대외 무역과 투자에 대해 개방된 정책을 채택하고 실제로 활발한 무역과 투자 활동이 이루어지고 있는 나라에서는 강력한 동인으로 작용하고 있다.

<표 2-6> 개발도상국에서의 CSR 동인(driver)

		개요
내부적 동인	문화적 전통 (Cultural Tradition)	<ul style="list-style-type: none"> 기부, 박애주의, 기업 윤리, 공동체의 참여 등과 관련된 뿌리 깊은 사회문화적 전통 힌두교, 불교, 이슬람, 기독교의 기업윤리 전통
	정치개혁 (Political Reform)	<ul style="list-style-type: none"> 사회정치 개혁과정을 통해 기업 활동이 사회적, 윤리적 이슈를 통합하는 방향으로 나감 남아프리카공화국의 경우, 정치개혁과정 속에서 기업지배구조의 개선을 통해 CSR 확산
	사회경제적 우선순위 (Socio-economic Priorities)	<ul style="list-style-type: none"> 빈곤감소, 보건위생 제공, 인프라 개발, 교육 및 소외된 집단에 대한 권한 부여 등 사회경제적 환경, 특히 개발의 우선순위에 크게 영향을 받음
	거버넌스 갭 (Governance Gaps)	<ul style="list-style-type: none"> 개발도상국에서 CSR은 종종 취약하거나 부패하거나 자원이 부족해서 제대로 서비스를 제공하지 못하는 정부를 대신하는 역할을 함
	위기 대응 (Crisis Response)	<ul style="list-style-type: none"> 경제, 사회, 환경, 보건위생 혹은 산업적 위기나 대재앙 등에 대한 대응이 CSR을 촉발하는 역할
	시장접근 (Market Access)	<ul style="list-style-type: none"> BOP 전략 등 잠재적 시장으로 인식 개도국 기업이 CSR을 통해 선진국 시장에 대한 접근 확대 가능성
외부적 동인	국제 표준화 (International Standardization)	<ul style="list-style-type: none"> 다국적 기업의 자회사나 수출하기를 원하는 국가들이 국제적 규범과 표준을 채택함으로써 개도국의 CSR 확산 촉진
	투자 인센티브 (Investment Incentives)	<ul style="list-style-type: none"> CSR 성과에 대해 선별된 개도국에 투자하는 사회책임투자(SRI) 개도국 정부가 알려지지 않은 외국기업의 FDI를 유치할 때 CSR을 평가지표로 활용 가능
	이해관계자 활동 (Stakeholder Activism)	<ul style="list-style-type: none"> 노동조합, 국제 NGO, 개발원조기구, 기업협회 등 이해관계자 활동을 통해 CSR 확산
	공급사슬 (Supply Chain)	<ul style="list-style-type: none"> 다국적기업이 공급사슬에 있는 기업에 요구하는 CSR 기준은 특히 중소기업의 CSR에 영향을 줌 SA 8000과 같은 인증기준은 다국적기업이 개도국에서 공급자를 선정하는데 기준이 됨

자료: Visser(2008)

한편 마이클 홉킨스(Hopkins, 2007)는 개발도상국에서 활동하는 기업들은 어떤 식으로든 이미 현지 국가의 개발에 참여하고 있다는 것을 강조하고 이를 세 가지 유형으로 분류한다(<표 2-7> 참조). 첫 번째 유형은 개발도상국 내에서 좋은 목적을 위해 자선적 기부를 하는 것이다. 해외에서 활동하고 있는 많은 기업들의 기부나 자원봉사활동이 이에 해당된다고 할 수 있다. 한편 II 유형은 개발도상국을 위한 새로운 상품 개발, 판매 또는 개도국 내 투자 등 경제적 목적의 활동이다. 기업들은 이미 해외투자(FDI)를 통해 개발도상국의 경제발전에 커다란 기여를 하고 있다. II 유형의 좋은 사례로는 방글라데시에 투자했던 대우의 예를 들 수 있다. 대우는 방글라데시 현지 기업과의 합작투자를 통해 의류산업에 진출해서 생산기술을 전수하고 현지 인력을 훈련시킴으로서 의류산업이 방글라데시 수출의 절반 이상을 차지하는 주력산업이 되도록 하는데 결정적인 공헌을 한 것으로 평가받고 있다(UNDP, 2004). 또한 경제 피라미드의 밑바닥(BOP) 전략에 따라 개발도상국에 값싼 상품이나 서비스를 제공하는 동시에 기업도 경제적 이윤을 창출 하는 활동도 여기에 포함될 수 있다.

III 유형은 개발도상국의 지속가능한 성장과 빈곤퇴치를 위한 CSR 활동으로 주로 II 유형의 활동에 더해 하는 활동이다. 이러한 활동은 현지국의 개발목표 달성에 도움을 주고 그 영향력이 I 유형보다는 훨씬 클 수 있다. 기업의 재무적 이윤에 곧 바로 연결되지는 않지만 지역사회에의 기여를 통해 기업의 평판이나 브랜드 이미지를 제고하는 효과를 가져 온다. GE, 유니레버, 바클레이즈, 글락소스미스 등 글로벌 기업의 활동을 예로 들 수 있다.

<표 2-7> 개발도상국에서의 CSR 활동 분류

CSR의 종류	내용	사례
TYPE I	개도국 내 좋은 목적을 위한 자선적 기부	기업의 기부 또는 자원봉사 활동
TYPE II	개도국을 위한 새로운 상품 개발·판매 또는 개도국 내 투자	방글라데시에 투자한 대우 실업 → 면직물산업이 방글라데시의 주력산업이 됨
TYPE III	개도국의 지속가능한 성장과 빈곤퇴치를 위한 CSR 활동	GE, 코카콜라, Unilver, 바클레이, 바이엘, 글락소스미스

자료: Hopkins (2007)

5. 공급사슬 CSR

1980년대부터 기업의 가치사슬을 기업 내부뿐만 아니라 재료나 부품의 공급부터 생산, 유통, 고객에 이르는 물류의 흐름 전체까지 넓힘으로서 공급사슬 전체의 최적화를 통해 기업의 수익성을 극대화하고자 하는 공급사슬 관리(SCM: Supply Chain Management)가 발전하기 시작했다. 이는 기업의 시장이 글로벌화 되면서 글로벌 마케팅, 소싱, 제조, 지역별 특성화 및 전 세계 제품 전략 수립이 필요로 하게 되었고, 제품생산 중심에서 벗어나 부품의 조달, 제품 유통 등의 중요성을 인식하게 된 것을 반영한다.

공급사슬은 제품이 만들어져 고객에게 공급되기까지의 일련의 과정으로 원재료부터 시작하여 제조/가공, 포장, 운송/보관, 유통을 거쳐 최종 소비에 이르는 협력업체 및 거래선과 서로 연결된 부분을 포함한 전체 프로세스로서, 가치사슬(value chain)을 통해 고객에게 제품과 서비스를 제공하는 회사 내·외부의 관련 기능을 총합한다. 단순한 가치사슬의 예는 <그림 2-4>에 제시되어 있다. 그러나 실제로 기업의 가치사슬은 이보다 훨씬 복잡한 경우가 많다. 우수한 공급사슬은 기업의 이윤을 창출하고 고객과의 관계를 긴밀하게 만들어주기 때문에 기업에게 있어 공급사슬 관리는 기업의 경쟁력을 강화하는데 있어 핵심적인 요소로 인식되고 있다.

<그림 2-4> 단순한 가치사슬의 예



자료: UNGC와 BSR(2010), 노한균(2011: 228)에서 재인용

기업의 CSR에 대한 이해관계자 이론과 견해가 광범위하게 받아들여지면서 기업의 사회적 책임의 범위가 공급사슬에도 확대되어야 한다는 시각이 점차 확산되어 왔다. 이전과는 달리 기업의 직접적 행위뿐만 아니라 그 기업의 최종 상품이나 서비스의 일부를 구성하는 공급사슬의 관행에 대해서도 기업에게 책임이 있다고 인식되기 시작한 것이다. 특히 개발도상국에서 환경, 노동,

인권 문제들이 야기되고 국제적인 관심을 끌게 되면서 이러한 문제를 야기한 기업뿐 아니라 해당 기업의 제품을 구매한 글로벌 기업에게도 개선책을 요구하는 시민단체의 감시망도 함께 늘고 있다. 나이키, 갭(GAP), 아디다스나 맥도날드와 같은 유명 브랜드 회사들은 책임 있는 공급사슬 관리에 대해 많은 이해관계자로부터 집중적인 압력을 받게 되었다.

이에 따라 최종제품을 판매하는 기업들은 협력업체들이 초래한 문제로 비난을 받지 않도록 공급사슬을 관리하는 공급사슬 CSR을 도입하면서 CSR 기준의 적용범위가 자체 생산과정이 아닌 자사 공급사슬까지 확대되기 시작했고, 부품 및 원자재를 공급하는 기업들에게도 CSR을 요구하게 되었다. 또한 CSR을 적용하는 자사 공급사슬의 범위도 넓혀가고 있는 추세이다. 공급사슬 관리는 보통 고객과 직접적인 관계를 가진 제1차 공급자들과의 관계에 역점을 두지만, 제1차 공급자들이 부품과 원자재를 공급받는 제2차, 제3차 공급자 등 공급사슬 하부로 점차 관심을 넓히면서 공급사슬 CSR도 매우 복잡한 양상을 띠게 되었다.

공급사슬에서 발생하는 위험요소는 고객 자신의 지역에서는 금지되지만 다른 지역에서 허가된 물질을 사용하는 등 상품을 만드는데 사용된 원자재에 관련된 것일 수도 있고, 분쟁 다이아몬드(conflict diamond), 즉 아프리카 테러 집단이나 반란 세력이 불법 자금을 마련하기 위해 분쟁지역에서 생산하여 은밀하게 유통되는 다이아몬드의 사용과 같이 원자재가 획득되거나 가공되는 방식과 관련된 것일 수도 있다. 이외에도 공급사슬과 관련한 시민사회의 압력은 스포츠 의류(노동기준), 목재 및 목재 상품(삼림 벌채), 냉매(오존을 파괴시키는 물질) 및 전자장비(희귀금속)의 조달 등 다양한 산업으로 확대되었다. 특히 최근에는 시민단체나 대중매체의 관심대상이 정보통신산업으로 옮겨가고 있다. 휴대폰, 노트북, 태블릿, 디지털 카메라 등 전자제품들이 소비자들의 일상용품이 되어가면서, 정보통신산업이 이해관계자들의 주요 타깃이 되어가고 있는 것이다. 최근 언론 또는 SNS를 통해 많이 제기되어온, 애플의 중국 하청업체에서의 노동 문제, HP의 동남아 하청공장의 작업 환경 등에 대한 문제 제기는 이전의 나이키와 같은 스포츠브랜드사가 받았던 비판이나 고발의 정도보다 훨씬 더 강도 높다고 할 수 있다.

이해관계자 그룹의 압력에 따라, 메이저 브랜드들은 독자적으로 또는 공동으로 외부의 비판과 관심에 대응해 왔다. 많은 미국 의류업체들은 하청업체

에서 또는 의류수입품에 아동노동을 금지하는 정책을 채택했고 자체적으로 행동강령 또는 가이드라인을 제정했다. 그리고 만일 이러한 행동강령이나 원칙을 외국의 공급업체가 고의적으로 위반했을 때는 벌금, 계약 해지, 또는 관계의 중단 등으로 이어질 것임을 명확히 했다. 해외의 공급업체들은 미국이라는 거대한 시장을 잃을 것을 우려해서 이러한 요구를 수용하고 있다. 미국이라는 시장에서 얻는 수입이 아동노동을 고용해서 얻는 비용감소보다는 훨씬 크기 때문이다.

1997년 4월에는 미국과 전 세계적인 스웨트숍(sweat shop) 문제에 대응해서 의류산업 내 기업들이 '의류산업파트너십 합의'에 자발적으로 서명하고 의류산업 행동지침을 제정했으며 이러한 표준에 기업의 계약업자, 하청업자, 공급자들 등 협력업체들도 따를 것을 의무로 규정했다. 또한 공급사슬에 종업원 훈련, 자선기부, 환경, 도시재개발, 직장에서의 문화다양성, 건강과 안전, 기아와 무주택 등 지역사회의 이슈들을 포함하기 시작했다. 나이키의 경우 결국 그들의 공급사슬에 윤리적인 책임을 부과함으로써 실추된 이미지를 회복할 수 있었고, 나이키 사례는 글로벌 기업의 경우 공급사슬 전반에 걸쳐서 사회적 책임을 져야 한다는 교훈을 남겼다.

정보통신산업의 경우, 그 특징상 생산 과정이 의류업보다 훨씬 복잡하다. 예를 들면 나이키 신발은 대개 중국이나 베트남 등 제3국의 특정한 하청업체 공장에서 생산되지만, ICT 제품들은 수많은 부품으로 이루어져 있어 각각의 부품은 다시 수많은 공급사슬을 통해 공급된다. 또한 한번 공급사슬 관계를 맺기 시작하면 하청-원청의 관계가 다른 제품보다 더 지속되는 경향이 있다. 이러한 산업의 특징 상 노동권의 문제 외에 환경보호 문제도 중요하게 등장했고, 최근 한국, 중국, 필리핀 등 ICT 산업의 주요 공급자 국가에서 점점 큰 이슈가 되고 있는 작업장 유해환경 문제와 ICT 산업의 가장 첫 단계에 있는 원재료 채광/가공 하청업체의 사회·환경적 문제도 타깃이 되었다.

이러한 정보통신산업 내의 CSR 이슈에 대응하기 위해 다양한 기관 및 단체들이 생겨나고 있는데 그 중의 하나로 북미권 비영리 공급사슬 CSR 조직인 '전자업체시민연합(EICC: Electronic Industry Citizenship Coalition)'이 있다. EICC는 2003년 북미권 정보통신산업의 8개 기업이 주축이 되어 점점 사회적 이슈가 되고 있는 정보통신산업의 공급사슬상의 협력업체를 어떻게 관리할 것인가를 토의하는 과정에서 본격화되기 시작해 2004년 EICC 행동강령

을 발표했다(정선욱, 2010). EICC 행동강령은 ICT산업의 특징을 반영하여 노동, 안전, 환경, 경영시스템 등 다섯 부분으로 나뉘지며, 2011년 말 현재 64개사가 가입해 있다. 이 회원사들은 HP, 인텔, IBM, 애플, 마이크로소프트 등 메이저 브랜드들이 포함되며, 북미, 유럽, 아시아 회사들로 구성되어 있다, 우리나라 IT 업체 중에 삼성전자와 LG전자도 회원으로 가입되어 있다.

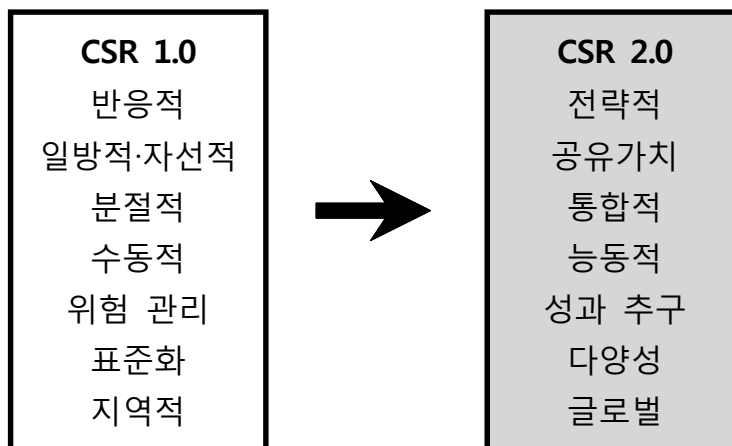
또한, 기업의 공급자가 운영하는 공장에서 특정 기준들이 충족된다는 사실을 제3자 인증을 통해 보여줄 수 있게 하는 공급사슬 관련 인증 기준도 개발되어 왔다. 대표적인 예로 공정노동협회(FLA: Fair Labour Association)의 인증과 사회적책임국제연대(SAI)가 인도적인 작업장을 보장하기 위한 노동자의 권리를 다루기 위해 개발한 기준인 SA 8000이 있다(제3장 참조).

이러한 다양한 표준의 등장은 공급자들에게는 커다란 부담으로 작용하기도 했다. 공급사슬과 관련한 전체적으로 통일된 표준이 없기 때문에 하나의 공급자가 여러 기업에 공급할 때 다양한 기준에 따라 감사와 인증을 중복적으로 받아야하는 부담이 높아진 것이다. 이러한 문제에 대응하기 위해 글로벌 공급사슬의 공급업자들이 모여 만든 비영리단체인 '공급자윤리자료교환(Sedex: Suppliers Ethical Data Exchange)'은 기업으로 하여금 공급사슬에서의 노동, 보건, 환경, 경영관행 등 4가지 분야에 대한 정보를 온라인상에서 저장, 공유, 보고할 수 있도록 함으로서 공급업자의 부담을 경감시키고 공급사슬에서 윤리적인 관행을 확립하기 위해 노력하고 있다. 현재 22개 산업, 150개 이상의 국가에서 23,000여 회원사를 갖고 있는 조직으로 성장했다.

6. CSR의 진화

CSR에 대한 이해관계자의 요구가 높아지고 기업들도 이에 대해 적극적으로 대응해가면서 기업의 CSR 활동의 본질과 활동영역에도 많은 변화가 생겨나고 있다. CSR 활동은 초기에는 기업의 수익과 비즈니스 창출 등과는 무관하게 사회에 은혜를 베풀기 위해 또는 기업 활동으로 인한 부정적인 효과를 완화하기 위한 목적으로 이루어졌고, 따라서 기업 이윤의 사회환원 차원에서의 자선 및 기부활동 또는 준법활동이 주가 되었다. 그러나 많은 기업들이 소비자·시민단체 등 외부 요구에 수동적으로 대응하던 이전의 방식에서 벗어나서 기업의 핵심 사업 전략과 CSR을 통합하면서 기업과 지역사회의 지속가능성 성장을 함께 추구하는 전략적·통합적 CSR 활동을 강화하고 있다. 점차 많은 기업들의 CSR 활동은 사회문제를 해결하기 위해 기업의 전문성을 활용해서 혁신적이고 창조적인 시장 기반의 해결책을 제공함으로써 기업과 사회공통의 가치와 성과를 추구하는 방향으로 추진되고 있다. 즉, 장기적인 관점에서 기업과 사회의 상생을 추구하면서 사회적 가치를 기업 전략의 핵심가치로 만드는 CSR 활동을 추구하는 것이다. <그림 2-5>에 정리한 바와 같이, 이전의 CSR 1.0 단계와 새로운 단계의 CSR 2.0은 매우 다른 특성을 갖고 있다.

<그림 2-5> CSR 1.0과 CSR 2.0의 특성



전략경영의 대표적 학자인 마이클 포터(Michael Porter)와 마크 크레머(Mark Kramer)는 기존의 CSR이 기업과 사회를 긴장 관계로만 해석한다는데

근본적인 문제점이 있으며 CSR이 기업과 사회 간의 긴장을 강조하다 보면 어떤 의무감에서 어쩔 수 없이 하게 되는 ‘반응적 CSR’에 그치게 된다고 지적한다. 그러나 기업의 성공과 사회 복지는 제로섬 게임이 아니며 기업의 사회적 책임을 제대로 발전시키기 위해서는 기업과 사회의 상호연관성에 주목하고 ‘공유가치 창출(CSV: Creating Shared Value)’에 집중해야 한다고 주장한다(Porter & Kramer, 2006, 2011). 공유가치 창출(CSV)이란 기업이 지역사회와 연계하여 경제적·사회적 가치의 총량을 확대하는 개념으로, 기업이 성장한 만큼 사회에 돌려준다는 CSR의 개념을 넘어서, 사회의 문제를 기업의 경제적인 가치창출 활동에 일체화 시킨다는 것이다. 즉, 기업이 사회적 가치를 창출함으로써 경제적 가치를 창출할 수 있으며, 기업의 사회적 책임을 혁신과 경쟁 우위를 차지하기 위한 원천으로 활용하는 것이다.

Visser(2010b)도 비슷한 맥락에서 기존의 CSR이 기업의 핵심전략에 통합되지 못하고 주변에 머무르고 있으며(Peripheral CSR), 사회적 문제를 해결하는데 아주 부분적인 효과만 가져오고 있고(Incremental CSR), CSR이 경제적인 성과와 연계되지 못하는(Uneconomic CSR) 등의 한계를 갖고 있다고 지적하고 새로운 2.0 단계의 CSR로 나아가야 한다고 주장한다. 제이슨 사울(2011)은 오늘날의 기업은 사회적 변화가 경제적 가치가 되는 완전히 다른 경제적 환경에서 사업을 운영하고 있음을 강조하고, 이제는 사회문제도 해결하면서도 실질적인 비즈니스 성과를 만들어 내는 비즈니스 전략으로서의 CSR이라는 새로운 접근법이 필요하다고 주장한다. 이는 사회 변화를 통해 비즈니스 가치를 창조하도록 하는 혁신적인 전략으로, 기업이 사회적 혁신을 경영 전략으로 만들어 아직 개척되지 않는 비즈니스 기회들을 포착하도록 해주는 방법이라고 설명한다.

최근 글로벌 선진기업들은 이러한 관점에서 사회공헌 활동의 일환으로 경제피라미드의 밑바닥에 있는 전 세계 저소득층(BOP) 시장에 관심을 갖고 진출하는 사례가 늘고 있다. BOP 시장에서의 활동은 기업에게는 수익 창출과 새로운 성장분야 발굴 기회를 주고, 해당 빈민층과 그 지역에는 삶의 질 향상과 인프라 개선 등 다양한 혜택을 제공함으로써 공유가치를 창출하게 된다. 제이슨 사울은 기업이 사회와의 상생을 추구하면서 사회적 혁신을 경영 전략으로 만드는 이러한 최근의 흐름을 기업사회혁신으로 부르고 전통적인 자선이나, 전략적 자선에서 나아간 새로운 차원의 CSR로 구분하고 있다.

제이슨 사울은 그 한 예로 월마트가 2006년부터 모든 월마트 고객으로 하여금 일반 처방약을 저가인 4달러에 살 수 있도록 한 프로그램을 시작한 것을 들고 있다. 이 프로그램을 시작한 이후 월마트는 모든 고객, 특히 건강보험 미가입자 고객들은 물론 메디케어 가입자들로 하여금 엄청난 금액의 돈을 아끼게 해주었고 더 나아가서 다른 대형 의약품 판매 매장들로 하여금 건강보험 처방약 가격을 인하하도록 했다. 월마트도 물론 시장점유율이 급증하는 등 엄청난 비즈니스 효과를 누렸다. 즉 기업이 사회혁신에 대한 노력을 강력한 비즈니스 전략으로 만들 수 있다는 것이다. 또한 아프리카에서 쿠민스(Cummins)는 교육 훈련 파트너십을 통해 아프리카의 소외된 청소년들에게 교육과 일자리를 제공함으로써 사회적 가치를 창출하고, 기업이 필요로 하는 인재도 얻는 비즈니스 가치를 동시에 창출하고 있다. 또한 개발도상국의 중소기업가들이 지속가능한 사업을 시작할 때 소액 대출을 할 수 있게 해 주는 마이크로 파이낸스(Microfinance)도 긍정적인 사회적 변화와 함께 높은 수익성을 가져다주고 있다.

기업사회혁신이 시너지를 통해서 가치를 창출하는 대표적인 사례로 개발도상국에서의 공공·민간 파트너십(PPP: Public-Private Partnership)을 들 수 있다. 2000년에 새천년개발목표(MDGs)가 발표된 이후 UN 등 국제기구와 미국, 독일, 영국, 스웨덴 등 선진원조공여국은 공적개발원조(ODA)에 민간부문이 가진 자본, 창의성, 기술, 인력 등을 연계해 원조의 효과성을 높이려는 시도를 꾸준히 해왔다. 이에 선진 글로벌 기업들은 개발도상국의 개발 목표 달성에 기여하기 위해 국제기구, 정부, NGO 등과 파트너십을 구축해 협력하고 있으며, 도로나 다리와 같은 인프라 개발부터 보건위생이나 교육·직업 훈련, 그리고 개발도상국에 적합한 특정 산업분야의 육성 등 정부와 기업 사이에 강력한 시너지 효과를 발휘할 수 있는 분야들에서 이루어지고 있다.

특히 기업이 공공부문·시민사회와 연계하여 가치사슬 전반에 걸쳐 이해관계자와 함께 하는 CSR 활동을 할 때 지역사회에 미치는 긍정적 영향은 극대화될 수 있다. 스웨덴 기업인 테트라 팩(Tetra Pak)이 저개발국의 낙농업 발전 지원을 위해 낙농업의 가치사슬 단계를 나눠 단계별로 정부와 기업이 공동으로 또는 각자 전문성을 살려서 종사자 교육부터 장비 지원, 공장운영, 시장개발, 유통경로 확보, 소비자 교육까지 하는 모델을 제안해서 성공적으로 이행하고 있는 것은 좋은 예라고 할 수 있다.

제3장 글로벌 CSR 이니셔티브 동향

1. 국제기구 주도의 CSR 이니셔티브

기업의 사회적 책임이 국제적인 주목의 대상이 된 데는 1970년대부터 UN, 국제노동기구(ILO), OECD 등 국제기구가 중심이 되어 다양한 국제기준 또는 가이드라인을 제정하여 기업 활동을 감시하는 데 활용된 것이 중요한 역할을 했다. 이러한 움직임은 세계화의 흐름 속에 경제 주체로 등장한 다국적기업이 환경을 파괴하고 사회적 문제를 야기 시킨다는 우려와 비판에 대응하여, 다국적기업이 경제·사회·환경적 측면에서 가지는 긍정적 영향력을 높이고 부정적 영향을 최소화 하려는 데 목적을 두고 있었다.

국제기구를 통한 규범제정 작업은 다국적기업에 대한 규제의 시초라 할 수 있는 '행동지침(Codes of conduct)'을 작성하는 형태로 시작되었다. 1976년 OECD는 'OECD 다국적기업 가이드라인(OECD Guidelines for Multinational Enterprises)'을 통해 다국적기업의 행동지침을 발표했고, 1977년 국제노동기구(ILO)는 '다국적기업과 사회정책에 관한 삼자선언(The Tripartite Declaration of Principles Concerning Multinational Enterprises and Social Policy)'을 제정했다. 이는 최초로 노동과 사회 정책분야에서 노·사·정이 합의한 보편적 원칙을 선언했다는 의미가 있었다. 한편 1978년 UN 다국적기업위원회(UNCTC)도 가이드라인의 고안을 시도하였는데, OECD나 ILO의 경우와는 달리 UNCTC의 초기 가이드라인은 채택되지 못했다. OECD와 ILO의 가이드라인은 선도적인 역할을 수행했지만 다국적기업의 행위에 대한 규제와 구속력이 부족할 뿐만 아니라 독립적인 감시기능이나 충분한 이행책임체계(accountability mechanisms)를 제공하지 못하는 한계를 가지고 있다고 지적되었다(Emeseh *et al.*, 2010).

한편 OECD와 UN은 2011년에 들어 다국적기업의 인권과 공급사슬에 관한 책임이 강화된 가이드라인과 원칙을 잇달아 발표했다. 또한 이어 2011년 6월, UN인권위원회는 하버드대학 존 러기(John Ruggie) 교수와의 공동 작업을 바탕으로 '비즈니스와 인권에 관한 UN원칙(UN Guiding Principles for Business and Human Rights)'을 발표했다. 이는 국제규범이 규율하는 CSR의 범위가 확장됨과 동시에 국제기구 간 규범이 통합되고 있음을 의미한다.

초기 CSR과 관련한 기준은 기업윤리나 기업성과의 관점에서 기업의 자발적인 이니셔티브를 통해 경제적 성과와 사회적 성과를 어떻게 통합하는가에 초점이 맞추어졌다. 그러나 이러한 기준들이 기업의 자발적인 참여를 유도하는 방식으로 추진되었다고 할지라도 실제로 기업의 입장에서는 반의무적인 강제력을 지닌 규범 기능을 수행하게 될 것임을 예상할 수 있다. 예를 들어, 기업의 국제시장 진입 조건으로 CSR 기준의 준수를 요구하는 정책이 시행되거나 정부나 시민단체들의 압력을 통해 관련 입법이 추진될 수 있다. 더불어 이러한 기준들이 요구하는 책임활동은 기업의 중심활동인 수익 사업과 통합되어 더욱 중요한 위치를 차지하게 될 수 있다(권순식·김영두, 2007).

가. OECD 다국적기업 가이드라인

OECD 다국적기업 가이드라인은 기업윤리, 환경, 고용, 반부패, 소비자권익, 경쟁, 과세 등과 같은 모든 주요 분야에서 다국적기업의 기업행동준칙을 제시하고 있으며, 가이드라인에 서명한 정부는 각국 내에서 활동하는 다국적기업에게 가이드라인의 준수를 권고할 것을 다짐해야 한다. OECD는 1996년 처음으로 동 가이드라인을 제정한 이후, 다국적기업의 사회적 책임 제고가 요구됨에 따라 1979년, 84년, 91년, 2000년에 개정했다. 2000년에 대폭 개정된 가이드라인은 정보공개, 고용 및 노사관계, 환경, 뇌물방지, 소비자 이익, 화학 및 기술, 경쟁, 과세를 포함하는 이슈들로 구성되어 있다. 이후 가장 최근인 2011년 5월에 다시 새로 개정했는데, 개정된 OECD 다국적기업 가이드라인은 UN과의 긴밀한 협력을 통해 인권과 관련된 챕터를 신설하고 선량한 관리자의 의무(risk-based due diligence)를 공급사슬과 연계하여 가이드라인의 일반원칙으로 도입했다는 특징이 있다(<표 3-1> 참조). 이 개정 과정에는 노조, 기업, 시민사회 등 이해관계자의 적극적인 참여 하에 CSR과 관련된 UN과 ISO 등의 국제적인 논의를 성공적으로 통합시킴으로써 많은 지지층을 확보했다. 또한 국가별 연락사무소(NCP: National Contact Point)의 역할 강화를 추진하고 이를 위한 인적, 재정적 지원 확대 등을 명시함으로써 의무사항이 아닌 권고형식의 가이드라인이 가지는 실효성을 높이고자 했다.

<표 3-1> OECD 다국적기업 가이드라인 2011년 개정의 주요 내용

- 관계자(BIAC, TUAC, OECD Watch 등)의 적극적인 참여 하에 기업의 사회적 책임 관련 국제적인 논의(UN, ISO 등)를 성공적으로 통합시킴으로써 많은 지지층을 확보
- 인권(Human rights) 관련 새로운 장(Chapter)을 UN과 긴밀한 협력을 통해 신설
- 선량한 관리자의 의무(risk-based due diligence)를 공급사슬(supply chain)과 연계하여 가이드라인 일반원칙으로 도입
- 고용 및 노사관계 관련 국제 노동기준과의 정합성 유지 (employees를 workers로 개정)
- 국내연락사무소의 역할 강화 추진을 위한 인적, 재정적 지원 확대 등 명시

자료: 전경련 (2011)

OECD는 또한 ‘국제거래시 외국공무원의 뇌물방지 협약(OECD Convention on Combating the Bribery of Foreign Public Officials in International Business Transactions, 1997년 제정, 2004년 개정)’을 제정하여 모든 국가는 그 국가 내에서 활동하는 기업의 부패나 행정에 대한 감시를 통해 책임을 져야한다고 규정했다. 특히 외국공무원들에게 지불된 뇌물에 대해서 세금공제를 허용하지 않을 것을 강조하는 개정된 권고안을 채택하는 등 외국 공무원들에 대한 뇌물제공을 근절하려는 노력이 강화되었다. 또한 ‘기업지배구조에 관한 원칙(OECD Principles for Corporate Governance, 1999년 제정, 2004년 개정)’도 제정하는 등 CSR에 관련된 규범화 노력을 지속적으로 해 왔다.

나. UN Global Compact

2000년에 출범한 UN 글로벌 컴팩트(Global Compact)는 인권, 노동권, 환경 및 반부패 등 4개의 행동영역에서의 원칙에 대해 기업들이 UN의 핵심기관, 노동계 및 시민사회와 함께 준수하도록 유도한다⁴⁾(<표3-2> 참조). 이는 코피 아난(Kofi Anan) 前 UN 사무총장이 1999년 1월에 열린 스위스 세계경제포럼(WEF: World Economic Forum)에서 ‘The Global Compact’ 제정을 제창하고 세계 경제지도자들에게 동참해 줄 것을 호소하면서 구체화되었고, 다

4) Global Compact는 네트워크로서 핵심은 정부, 기업, 노동계 시민사회단체 및 Global Compact 사무국과 6개의 UN기관이며 그 밖에도 다양한 이해 관계자를 포함시키고 있다. 그 6개의 UN기관에는 Office of the High Commissioner for Human Rights(OHCHR), International Labour Organization(ILO), United Nations Environment Programme(UNEP), United Nations Development Programme(UNDP), United Nations Industrial Development Organization(UNIDO), United Nations Office on Drugs and Crime(UNODC)이 있다(고동수, 2006).

음 해인 2000년 7월 UN 본부에서 세계 50대 주요 기업 경영진과 노동, 환경, 인권 및 개발단체 지도자들이 참석하여 공식 출범했다.

<표 3-2> UN Global Compact의 10대 원칙

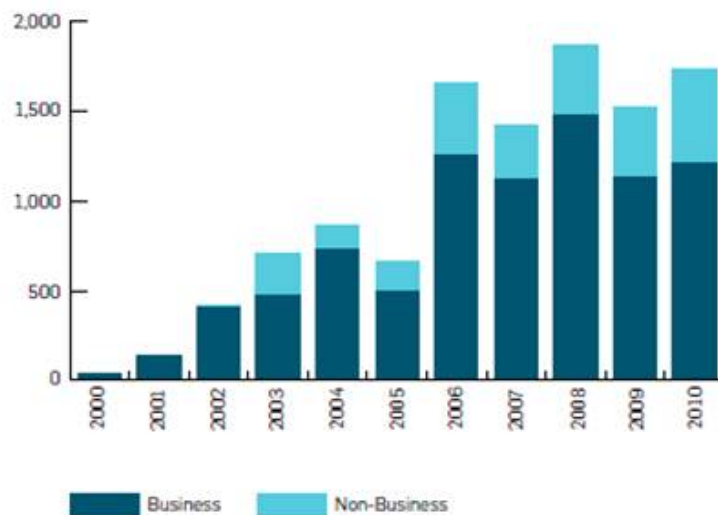
<p>인권 (Human Rights)</p> <p>원칙 1 : 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중하여야 한다.</p> <p>원칙 2 : 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.</p> <p>노동 기준 (Labor Standards)</p> <p>원칙 3 : 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 안정을 지지한다.</p> <p>원칙 4 : 모든 형태의 강제노동을 배제한다.</p> <p>원칙 5 : 아동노동을 효과적으로 철폐한다.</p> <p>원칙 6 : 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.</p> <p>환경 (Environment)</p> <p>원칙 7 : 기업은 환경문제에 대해 예방적 접근을 지지한다.</p> <p>원칙 8 : 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행한다.</p> <p>원칙 9 : 환경친화적 기술의 개발 및 확산을 촉진한다.</p> <p>반부패 (Anti-Corruption)</p> <p>원칙 10 : 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함한 모든 형태의 부패에 반대한다.</p>
--

UN Global Compact는 정부, 기업, 노동계, 시민사회단체를 연결하는 네트워크로서 강력한 규제수단이라기 보다는 기업의 투명성 제고와 공적책임(public accountability), 노동계 및 시민사회에 의존하여 CSR을 확산하고자 한다. 기업들은 Global Compact에 합류한 2년 후부터 매년 COP(Communication of Progress) 보고서를 제출하여 지속가능경영의 추진 성과와 진전사항에 대한 구체적인 사례를 보고하도록 되어있다. 또한 기업은 Global Compact 목표를 이행하기 위한 전략을 만들고 메커니즘을 도입해야 한다. 이를 위해 Global Compact 사무국은 주요 정책 이슈 포럼을 구성하거나 국가 네트워크 혹은 지역 네트워크 등을 구축하여 기업회원과 UN 산하 기관과의 파트너십 프로젝트를 추진한다.

UN Global Compact의 출범 이후 전 세계적으로 가입기관 수는 꾸준히 증가했으며, 특히 2006년 이후에 가입기관 수가 급격히 증가했다(그림<3-1> 참조). 현재 UN Global Compact에는 전 세계 130여 개 국의 7,700여 조직이

회원으로 가입되어 있으며, 이 가운데 기업 회원은 5,200여 개에 이른다. UN Global Compact 한국협회의 경우, 2007년 9월에 설립되었으며 현재 한국협회 가입 회원은 2011년 1월을 기준으로 기업과 지자체, 공공기관 등 190여 곳에 이른다.

<그림 3-1> 전 세계 연도별 UN Global Compact 신규가입 수



자료: UN Global Compact Annual Review (2010)

다. UN 책임투자원칙(PRI)

UN은 사회책임투자를 촉진함으로써 기업의 사회적 책임을 유도하기 위해 사회책임투자와 관련한 원칙들을 개발해왔다. 2007년 7월에 출범된 책임투자원칙(PRI: Principles for Responsible Investment)은 UN에 의해 시작된 이니셔티브로 각국 정부 및 금융기관의 연기금 운용 시 환경·사회·거버넌스(ESG: Environmental, Social and Governance) 이슈를 반영할 것을 권고하고 있다. 동 원칙은 2005년 코피 아난 전 UN사무총장이 자산기준 세계 20위권의 금융기관 대표와 60개 전문가 그룹 대표를 초청한 자리에서 사회책임투자원칙(PRI)의 필요성을 역설한 데서 비롯되었으며, 캘리포니아 연금기금(CalPERS), 네덜란드 공무원연금(ABP), 뉴욕 공무원연금(NYCERS), 영국 대학교원연금(USS), 미쯔비시UFJ신탁은행, 노르웨이 정부연금, 태국 정부연금, 아일랜드 정부연금 등 30여개 연·기금 회사가 서명했다. 현재 PRI는 UN 파트너 기관

인 UN환경계획 금융이니셔티브(UNEP FI) 및 UN Global Compact와 파트너십을 맺고 있다.

UN의 책임투자원칙은 다음의 6가지 원칙으로 구성되어 있다.

- 우리는 ESG 이슈들을 투자 분석 및 의사결정시 적극적으로 반영한다.
- 우리는 투자철학 및 운용원칙에 ESG 이슈를 통합하는 적극적인 투자자가 된다.
- 우리는 우리의 투자대상에게 ESG 이슈들의 정보공개를 요구한다.
- 우리는 금융산업의 PRI 준수와 이행을 위해 노력한다.
- 우리는 PRI 이행에 있어서 그 효과를 증진시킬 수 있도록 상호 협력한다.
- 우리는 PRI 이행에 대한 세부 활동과 진행상황을 외부에 보고한다.

2011년 12월 현재, 약 960개의 투자 기관들이 가맹 회원이 되었으며 이들의 총 자산규모는 약 30조 달러이며, 가맹 회원에는 247개의 자산운용사(asset owners), 555명의 투자 매니저들 그리고 158명의 전문 서비스 파트너들이 있다.

PRI에 따르면, 미국, 영국과 호주는 총 가맹단체들 중의 약 13%를 차지했으며 프랑스, 캐나다, 독일과 같은 다른 선진국들도 각각 8%, 4%, 2%를 차지했다. 신흥시장(emerging market)에서는 브라질이 6%라는 높은 비율을 차지했으며 남아프리카는 전체 중 4%를 차지했다. 아시아의 경우는 일본이 2%를 차지했으며, 중국은 하나의 가맹단체만이 있다. 한국은 14개의 가맹단체가 있으며 한국국민연금공단, 한국사학연금공단, 알리안츠 글로벌, 인베스터스 자산운용, 아크투자자문, IWL Partners, 리딩 투자증권, NH-CA 자산운용 주식회사, W 저축은행, 에코프론티어, 한국기업지배구조원(KCGS), 한국CSR평가주식회사(KOCSR), 솔라빌리티, 서스틴베스트와 좋은기업지배구조연구소(CGCG)가 참여하고 있다.

정부 간 국제기구를 통한 초기적인 CSR 가이드라인 논의는 이후 CSR에 대한 국제적인 관심이 확산되면서 점차 경제단체, NGO, 노동단체 등 다양한 주체들로 다각화되었다. 예를 들면, 국제경영자네트워크인 '코 원탁회의(Caux Round Table)'는 1994년 기업행동지침을 발행하여 기업의 책임, 기업의 경제적 및 사회적 영향, 법규 준수와 관련한 기업 행동, 무역과 관련한 협력체제

확립, 환경보호 등의 일반원칙과 더불어 고객, 종업원, 오너 및 투자자, 납품사, 경쟁상대 및 지역사회 등 이해관계자 별로 CSR 원칙을 제시했다. 한편 국제적 논의의 이슈로는 노동, 인권, 반부패, 지배구조, 환경 등 각 영역별 주제에 초점을 맞춘 내용부터 포괄적인 주제를 대상으로 하는 기준들로 다양하게 진행되었고, 유형 또한 기준(standard), 가이드라인, 협약(agreement), 행동지침(code), 운영표준, 인증시스템 등 다양한 형태로 논의되었다. 이러한 다양한 논의의 진행은 노동, 인권, 환경 등 각 영역별 기준들이 축적되면서 궁극적으로 이들을 포괄할 수 있는 보편적인 기준의 등장을 가능하게 했다.

2. 사회적 감사 이니셔티브

2000년대에 들어 기업이 사회적 책임을 어떻게 어느 정도 수행했는가를 측정하고 평가하는 사회적 감사(social audit)를 표준화하기 위한 글로벌 이니셔티브도 많은 성과를 가져왔다. 일반적인 기업의 재무감사는 금전흐름, 세금목적을 위한 가치의 재무평가와 관리직의 책임과 관련된 모든 시스템에 초점을 두는 반면, 사회 감사는 그들의 내부 및 외부의 영향과 관련한 운영에 있어서의 비재무적 측면을 다룬다. 국제적인 사회 감사의 표준 가운데 ISO 26000, 지속가능보고서 가이드라인 이니셔티브(GRI), 프로젝트 파이낸싱에 적용되는 적도원칙 등이 잘 알려져 있으며, SA 8000, ISO 9000과 같은 다양한 인증 기준이 개발되어 왔다.

가. ISO 26000

2010년 11월 1일, 국제표준화기구(ISO: International Organization for Standardization)는 조직의 사회적 책임(SR: Social Responsibility)에 대한 통합적인 지침을 제공하는 ISO 26000을 발표했다. ISO 26000은 ①조직 거버넌스, ②인권, ③노동관행, ④환경, ⑤공정운영 관행, ⑥소비자 이슈, ⑦지역사회 참여와 발전이라는 사회적 책임의 7가지 핵심주제를 다루고 있다(<표 3-3> 참조). 이러한 7대 주제에 포함된 이슈들은 UN Global Compact의 4가지 지표, 뒤에 논의할 GRI 가이드라인의 6가지 범주 및 UN 책임투자원칙(PRI)의 3가지 이슈 등을 포괄적으로 통합하고 있다고 할 수 있다. 이러한 ISO 26000의 7가지 핵심 주제를 실천하기 위해서는 7가지 원칙에 따라 접근

해야 하는데, 이는 ①법 준수, ②국제협약의 존중, ③다양성에 대한 존중, ④ 이해관계자 존중, ⑤책임, ⑥투명성, ⑦보편적 인권 존중 등이다. ISO 26000은 이러한 7가지 핵심 주제와 7가지 기본 원칙, 그리고 실행지침을 제공하여 조직이 사회책임을 구체적으로 실천할 수 있도록 안내하고 있다.

<표 3-3> ISO 26000의 7가지 핵심 주제

<p>① 조직 거버넌스 조직의 목표를 이루기 위한 의사결정과 실행 체계를 의미하며, 조직 거버넌스는 조직의 환경에 따라 변하게 되므로 의사결정과 실행 시 '사회책임의 7 가지 원칙'을 지키고 '사회책임 실행 지침'에 따라 실시할 것을 권장하고 있다.</p> <p>② 인권 기본적으로 UN이 제정한 인권선언(Universal Declaration of Human Rights)과 세계 인권선언문(The International Bill of Human Rights)을 기반으로 한다. 기업과 관련하여 ILO는 종업원의 인권 보호를 위하여 집회와 결사의 자유 보장, 강제노동 금지, 아동노동의 금지, 그리고 고용과 직장에서의 차별금지를 명시하고 있다.</p> <p>③ 노동관행 노동관행은 조직에 의하여 제공되는 노동에 대한 정책과 실행에 관계된 모든 것을 포함하고 있다. 이는 조직에 직접 고용된 종업원에게 적용될 뿐만 아니라, 다른 조직에 의하여 대신 고용된 종업원까지 포함한다.</p> <p>④ 환경 기업의 의사결정과 그 실행은 항상 환경에 영향을 미치게 된다. 그러므로 기업은 행위의 결과가 환경에 미치는 영향을 최소화하도록 노력해야 하는데, 공해방지, 자원의 효율적 사용, 기후변화에 대한 완화와 적응, 그리고 자연 환경보호가 사회적 책임에 속한다.</p> <p>⑤ 공정운영 관행 공정운영 관행이란 기업이 다른 조직과 연관을 가질 때 지켜야 할 도덕적 규범이다. 공정운영 관행에서는 반부패, 공정경쟁, 그리고 지적 재산권을 포함한 타인의 재산권 존중을 포함한다.</p> <p>⑥ 소비자 이슈 기업은 자사의 제품과 서비스를 구매한 소비자에 공정하고 투명한 마케팅, 정보제공, 그리고 계약 체결을 해야 한다. 또한, 기업은 설계고려, 정보제공, 그리고 고객 지원과 자발적 회수 제도를 이용하여 소비자가 자사의 제품과 서비스를 항상 안전하게 사용할 수 있도록 해야 한다. 아울러 고객의 정보는 보호되어야 하며, 제품이나 서비스를 사용하기 앞서 알아야 할 사항이 고객에게 충분히 공지되고 교육되어야 한다.</p> <p>⑦ 지역사회 참여와 발전 기업은 지역사회의 빈곤을 없애고 사회적으로 발전시켜야 한다. 기업은 지역사회 참여, 고용증진, 기술 개발, 부와 수입의 증가, 교육과 문화, 건강 증진을 위해서 노력해야 하며, 지역사회 발전을 위하여 책임 있는 투자를 해야 한다.</p>
--

ISO 26000의 주요 특징 중 하나는 적용범위의 포괄성으로, 기업뿐 아니라 정부조직, 노조, 민간단체 등 조직의 규모나 위치에 관계 없이 모든 형태의 조직에 적용됨으로서 지금까지 개발된 표준들의 한계를 극복했다는 평가를 받는다. 또한 각 분야별로 나뉘어져 있던 사회적 책임 관련 협약, 규범, 선언 등을 집대성하여 하나의 표준으로서 이해관계자들이 합의했다는 점도 성과로 언급할 수 있다. 이런 점에서 ISO 26000은 지속가능발전을 위한 사회적 책임 국제이행지침의 종합판으로 불린다(정은주, 2010). 따라서 ISO 26000은 향후 투자자나 투자기관들의 기업평가 과정에서 중요한 지표로서 사용되고 소비자 및 민간단체의 모니터링 기준으로 활용될 가능성이 매우 높을 것으로 기대되고 있다.

ISO 26000 제정에 대해 개발도상국에서는 동 지침이 향후 일종의 'CSR 무역장벽'으로 작용할 가능성에 대해 우려를 표하고 있다. ISO 26000은 제3자 인증 표준은 아닌 것으로 고안되었고, ISO도 비정부간 국제기구로서 원칙적으로 강제적 효력은 없다. 그러나 수출입시 ISO 26000에 대한 준수를 상대국가 또는 기업이 요구할 때는 사실상 강제적 효과가 발생할 수 있어서 실제로는 'CSR 무역장벽'으로서의 역할을 할 것이라는 우려이다.

나. 지속가능보고서 가이드라인(GRI)

GRI(Global Reporting Initiative)는 기업의 경제, 환경, 사회분야의 성과에 대한 보고서 작성을 위한 가이드라인을 제공한다. CSR 보고(reporting)의 주요 목적은 기업에 대한 재무적인 정보를 넘어서서 비재무적인 정보까지도 제공함으로써 투자자들의 변화하는 수요(needs)에 부응하고 그들이 원하는 결정을 내릴 수 있도록 정보를 제공하는 것이다. 그러나 비교 가능성 또는 일관된 기준이 없는 보고서 발간은 이해관계자의 혼란을 발생시키거나 기업의 정확한 입장과 사실을 대표하기보다는 '그린워시(greenwash)'⁵⁾ 양상을 띠는 것이 문제로 지적되어 왔다(Tschopp, 2005). 따라서 CSR 보고서가 기업에 의해 이용되는 마케팅 전략에 머무르지 않고 실질적인 기업의 사회적 책임 역할을 촉진하는 기능을 수행하기 위해서는 보고의 기준 및 가이드라인의

5) 마케팅이나 홍보 행위를 이용하여 조직의 환경성과와 관련된 인상을 좋게 만드는 것을 뜻한다. 기업의 성과는 과장하고 폐해는 축소, 은폐하므로 대체로 부정적인 의미를 뜻하나, 기업의 사회적 책임 이슈에 관한 기업과 소비자의 인식을 증가시켜 긍정적인 영향을 끼치기도 한다.

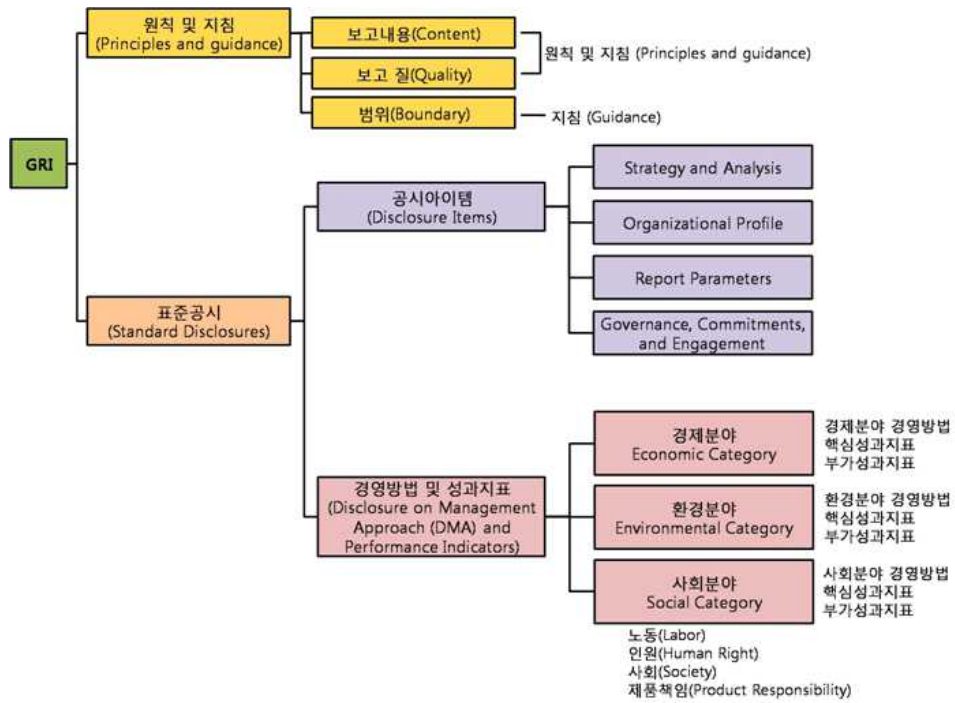
필요성이 더욱 증대된다고 할 수 있다.

이러한 문제의식 하에 1997년 미국 비영리 단체인 CERES(Coalition for Environmentally Responsible Economies)에 의해 GRI가 시작되었으며 1999년 UN환경계획(UNEP)이 참여하여 GRI 초안이 공개되었다. 이후 2000년 제1차(G1), 2002년 제2차(G2), 2006년 제3차 가이드라인(G3)이 발표되면서 대표적인 지속가능보고서 가이드라인으로서의 역할을 하고 있다. GRI 가이드라인은 경제, 환경, 사회에 관한 기업의 사업성과와 구체적 수치를 기업이 적극적으로 기재토록 한 지속가능성 보고서(Sustainability Report)의 작성이 주요 목적이다. 따라서 앞서 논의한 OECD와 UN이 제시한 가이드라인이 규범틀로서의 역할을 수행하는데 반해, GRI 지속가능성보고서 가이드라인은 보다 구체적인 성과를 보고하는 프로세스 가이드라인(Process Guidelines) 관련 기준이라고 구분할 수 있다.

2006년 발표된 제3차 가이드라인(G3)은 지속가능성 보고서 작성을 위한 원칙 및 지침(Principles and Guidance), 기업의 지속가능경영에 대한 운영 전략 및 성과를 포함한 표준공시(Standard Disclosures) 등 두 부분으로 구분되어 있다. 표준공시의 성과지표는 트리플 바텀라인의 측면에서 경제, 환경, 사회, 노동여건 및 관행, 인권, 사회, 제품책임 등 6개 성과지표로 구성되며, 각 성과지표는 총 79 개의 세부지표 규약으로 이루어져 있다(<그림 3-2> 참조).

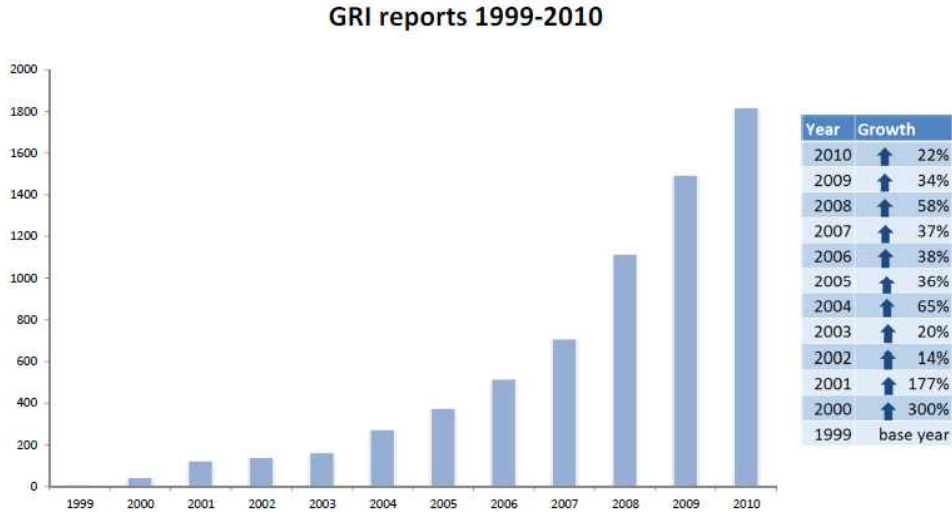
GRI 지속가능보고서 가이드라인은 GRI 웹사이트를 통해 누구나 접근가능하기 때문에 자유롭게 이용할 수 있는 가이드라인이라는 특징이 있다. GRI 가이드라인을 사용하고자 하는 기업은 그들의 GRI 이용 여부에 대해 GRI측에 공지할 의무가 없으며 GRI측에서는 보고서에 대한 증명서를 별도로 제공하지 않는다. 또한 GRI 가이드라인을 이용하려는 기관은 GRI 보고서 작성의 여러 요소 중 자신들의 기관에 필요한 요소를 선택적으로 사용하는 것이 가능하기 때문에 많은 기업 및 기관들로 하여금 GRI 가이드라인을 이용하게 만드는 요인으로 작용한다. GRI 가이드라인은 '불확실성의 감소(ambiguity reduction)', '연결성(discourse bridging)', '탄탄한 설계(robust design)'라는 특징 덕분에 이용자들이 유용하게 활용할 수 있다고 평가되고 있다(Etzion & Ferraro, 2006).

<그림 3-2> GRI의 구성



GRI 보고서는 투자자, 고객, 지역 주민 등 외부 압력의 대처용이라는 과거의 시각에서 벗어나 기업의 경영활동에 없어서는 안될 중요한 요소로 자리 잡고 있다(서영우, 2010). 기업과 기관들을 이를 인식하고 있으며 실제로 1999년 이후 2010년까지 전 세계 GRI 지속가능성 보고서의 발간은 계속적으로 증가되어 왔다(<그림 3-3> 참조). 우리나라에서도 2003년 첫 보고서가 발간된 이래 GRI 보고서 발간이 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있고, 특히 2000년대 후반에 급속히 증가해서 2010년에는 68건이 발간되었다(<표 3-4> 참조).

<그림 3-3> 전 세계 GRI 지속가능성보고서 발간 현황



자료: GRI Sustainability Reporting Statistics (2010)

<표 3-4> 국내 연도별 GRI 지속가능성보고서 발간 현황

연도	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
조직수	0	4	7	15	27	43	50	56	68

자료: 대한상공회의소, 지속가능경영원

다. 적도원칙(Equator Principles)

적도원칙은 프로젝트 파이낸스에 있어서 환경 및 사회적 리스크를 측정·평가하고 관리하기 위한 금융산업의 표준으로, 2002년 국제금융공사(IFC)⁶⁾가 다른 4개 은행⁷⁾과의 논의를 통해 IFC 기준을 작성하고 이를 토대로 프로젝트 파이낸스에 적용할 적도원칙을 제정했다.⁸⁾ 이는 개발도상국에서 대형 인프라 사업을 주로 지원하는 프로젝트 파이낸스를 취급하는 금융기관들이 이 원칙을 적용함으로써 자금이 조달된 프로젝트들이 환경 및 사회적 책임을 갖고 관리되도록 하려는 목적에서 만들어졌다. 이 원칙의 특징은 다른 이니

6) 개도국의 민간부문에 대한 프로젝트 금융 및 보증업무를 취급하는 세계은행 그룹 산하의 기관.

7) ABN AMRO, Citigroup, Barclays, West LB가 참여했다.

8) 이 원칙을 적용할 대상지역이 주로 개발도상국이어서 이름은 적도원칙이라 명명했다.

서티브와는 달리 단순히 환경보호에 대한 선언에서 그치는 것이 아니라 모호한 개념을 분명히 측정할 수 있는 기준을 제시했다는 것이다.

금융권에서는 투자 또는 용자 행위가 환경 문제와 관련되었을 경우, 법적으로 손해배상책임을 지거나 환경단체의 반발 때문에 사업이 중단되는 상황이 빈발해지자 환경문제를 민감하게 인식하게 되었다. 예를 들면 미국의 환경보호법(CERCLA, 일명 슈퍼펀드법)은 대출해준 사업자가 환경오염 문제를 일으켰을 경우 담보부 채권자인 은행이 이에 대한 책임을 지도록 만들었다(박환일, 2007). 또한, 우림행동네트워크(RAN: Rainforest Action Network)는 시티그룹을 대상으로 환경운동을 전개하여 그 결과 2004년 시티그룹은 ‘새로운 환경 이니셔티브(New Environment Initiatives)’를 발표하게 되었다. 이러한 환경적 변화에 따라 많은 금융기관들이 적도원칙에 참여하게 되었으며, 현재 적도원칙에 참여하는 기관(EPFI: Equator Principles Financial Institutions)이 73개에 이르고 이들이 국제 프로젝트 금융시장에서 차지하는 비중은 80%에 달한다. 현재 적도원칙에 참여하고 있는 한국 금융기관은 없다.

2006년 7월에 개정된 적도원칙은 개도국 및 선진국을 막론하고 모든 업종에 걸쳐 자본비용이 1천만 불이 넘는 프로젝트 금융에 대하여 그 자문활동 단계에서부터 적용된다. 적도원칙의 시행 이후 금융기관들은 적도원칙에 위배되는 프로젝트에 대한 대출 승인을 거부했고 지속가능 발전을 위한 전담 부서를 신설하는 기관들도 등장하는 등 금융기관의 CSR과 사회책임투자에 대한 인식과 실천을 제고하는 효과를 가져왔다고 평가되고 있다.

라. CSR 인증 기준

전반적인 CSR 가이드라인의 제정과 함께 특정한 영역에서의 CSR 인증 기준도 개발되어 왔다. 노동에 관한 SA 8000, 품질관리에 관한 ISO 9000, 환경관리에 관한 ISO 14000, 기관의 공공 리포팅에 관한 AA 1000 등이 대표적인 인증기준이다. 기업이 이해관계자나 수입업자 또는 구매자의 요구로 이러한 인증을 받기를 원할 경우, 독립적인 제3자 인증기구에 의해 전문적인 검증을 받을 수 있다.

▶ SA 8000

SA(Social Accountability) 8000은 노동자의 권리에 관한 노동경영 사회적 책임 인증으로 사회적책임국제연대(SAI: Social Accountability International)에 의해 개발되었으며, 국제노동조약(ILO Conventions)에 명시된 국제적인 작업장 규범, UN 아동권리협약과 세계인권선언 등에 기초한다. 1997년대 후반에 출간되어 2001년에 개정된 SA 8000 인증 기준에 포함되는 요소는 아동노동, 강제노동, 건강과 안전, 단체교섭, 차별, 징계 관행(disciplinary practices), 근로시간, 보수, 관리시스템 등이다. SA 8000 인증을 받기를 원하는 기업은 사회적책임국제연대가 인가한 인증기구에 의해 독립적이고 전문적인 검증을 받을 수 있다.

▶ ISO 9000 (품질관리에 관한 ISO 9000 기준 시리즈)

ISO 9000 군(群)은 주로 품질관리에 관련된 품질경영 인증시스템으로 품질경영, 품질방침, 품질시스템에 대한 인증 기준이다. 이 인증 기준은 기업이 고객의 품질 요건과 적용되는 규정 요건을 충족시키고, 고객의 만족도를 향상시키며, 목표를 추구하는데 있어서 성과를 지속적으로 개선하기 위해 노력한다는 것을 보여준다. 보다 구체적으로 ISO 9001: 2000은 기업이 자신의 제품이 정해진 혹은 명시된 요건에 적합하다는 점에 신뢰성을 제공하는 관리시스템을 수립하려 할 때 사용되며, 현재 ISO 9000 군에서 그 요건에 대한 품질 시스템이 외부 기관에 의해 인증될 수 있는 유일한 기준이다.

▶ ISO 14000 (환경관리에 관한 ISO 14000 기준 시리즈)

가장 대중적인 환경경영 인증시스템으로 1996년에 처음으로 발표되고 2004년에 개정된 ISO 14001은 환경 정책을 확립하는 단계에서부터 제품, 활동 및 서비스에 관한 환경 영향을 밝히고, 환경 목표와 측정 가능한 목표를 계획하며, 목표와 대상을 맞추는 프로그램의 실행 후, 공동의 활동과 경영감사를 확인하는 최종단계까지의 모든 단계의 과정을 포괄한다. 인증은 제3자 심사 및 등록 방식에 의해 받을 수 있다. 개별적인 ISO 14000 기준 시리즈가 다루는 범위는 아래와 같다.

- 환경관리 시스템: 14001, 14004

- 환경 감사: 14015
- 환경 라벨 부착: 14020, 14021, 14024, 14025
- 환경성과 평가: 14031, 14032
- 라이프사이클 평가: 14040, 14044, 14047, 14049

▶ AA 1000

AA 1000 AS(Assurance Standard)는 사회, 환경, 경제적 성과 등 지속가능성에 관한 기관의 공공 리포팅의 신뢰성과 질적 측면을 보장하기 위해 최초로 개발된 인증 기준이다. 2003년, 광범위한 국제적 협의 과정을 거치고 기업, 공공 및 민간 사회 부문의 실제적 경험과 관점을 참조한 후에 출간되었다. AA 1000 AS는 3개의 원칙에 기초하고 있는데, ①실질성: 지속가능성 보고서가 조직의 지속가능성 이행을 판단하기 위해 이해관계자가 필요로 하는 이행의 모든 분야를 다루는 구체적인 설명을 제공하는가? ②완성도: 정보는 이 모든 분야에서 조직의 이행을 평가하고 이해할 만큼 충분히 완전하고 정확한가? ③반응성: 조직이 이해관계자들의 염려와 관심에 대해 조리 있고, 일관성 있게 반응 했는가 등이다. 이외에도 AA 1000 시리즈에는 이해관계자 참여의 설계, 이행, 평가, 커뮤니케이션, 그리고 인증의 질을 개선하기 위해 적용하는 AA 1000 SES(Stakeholder Engagement Standard, 이해관계자참여 기준)가 있다.

3. 사회책임투자(SRI) 지표

가. 다우존스 지속가능경영지수

다우존스 지속가능경영지수(DJSI: Dow Jones Sustainability Index)는 기업의 환경적, 경제적, 사회적 지속가능성 성과를 평가하여 공개하는 대표적인 우량기업 주가지수 중 하나이다. 1999년에 미국 다우존스사가 세계 최초로 출범시킨 사회책임투자 인덱스로서, 세계 기업 약 2,500개 사에 대해 앙케이트 조사, 기업 정보 및 공표 데이터, 인터뷰 조사에 근거하여 이루어진다. 지역별로는 세계 지수, 북미, 유럽, 북유럽, 아시아, 일본, 한국 지수로 나뉜다. 지수가 작성되는 방식은 각각의 산업에서 지속가능성의 선도 기업으로 확인된 기업들을 포함하는 '동종 최고 접근방법'을 따르는데 이는 기업이 동종

기업들과 비교되어 그에 따라 순위가 매겨진다는 것을 뜻한다.

나. FTSE4Good Global Index

FTSE4Good 지수 시리즈는 세계적으로 인정받는 기업의 사회적 책임 실적을 평가하고 이에 대한 투자를 촉진하기 위해 만든 주가지수이다. 영국의 경제일간지인 파이낸셜 타임즈(Financial Times)와 런던증권거래소(LSE)가 공동으로 소유하고 있는 FTSE(Financial Times Stock Exchange) International이 개발한 지수로, 다우존스 지속가능경영지수와 함께 세계 2대 사회책임투자 지수로 평가받고 있다. 환경기준, 사회성 이해관계자 기준, 인권기준의 3가지 측면에서 기업평가를 실시하여 CSR 기준 또는 원칙을 준수하는 기업들의 행위를 측정한다. 이 지수에 포함되기 위해서는 다음과 같은 5개 분야의 기준 요건을 충족해야 한다.

- 환경적 지속가능성을 위해 노력하는 행위
- 이해관계자들과 긍정적인 관계를 발전시키는 행위
- 보편적인 인권을 장려하고 지지하는 행위
- 뛰어난 공급사슬 근로 기준을 확실히 하는 행위
- 반 뇌물수수 행위

담배 제조, 핵무기 관련 제조, 무기 제조, 원자력 발전소, 우라늄 추출과 처리에 관련된 업체나 이들 산업들과 상거래상의 이해관계가 있는 것으로 확인된 기업들은 FTSE4Good 지수 시리즈에서 배제된다. 2011년에 11개의 한국 기업(삼성전기, KB금융, 부산은행, 대구은행, 동부화재, 한라공조, 현대하이스코, 웅진코웨이, 다음커뮤니케이션, NHN, 아모레퍼시픽)이 FTSE4Good 지수에 편입되었다.

다. Global 100

Global 100은 매년 다보스 세계경제포럼에서 발표되는 '가장 지속가능한 기업 100'의 리스트로 이에 속한 기업은 수익성 뿐 아니라 환경적, 사회적 책임을 다하는 존경받는 글로벌 기업으로 인정된다. 캐나다의 Corporate Knights사가 주관하여, 2005년부터 매년 결과를 발표하고 있다. 국내 기업 중에서는 2010년에 POSCO와 삼성전자가 처음으로 선정되었다.

<표 3-5> CSR 관련 가이드라인 및 평가지표

구분	명칭	개요	기관명
국제 기구 가이드 라인	OECD 다국적기업 가이드라인	다국적기업이 준수해야할 환경, 고용, 반부패, 소비자 권익, 정보공개 등에 대한 가이드라인	OECD
	Global Compact	인권, 노동, 환경, 반부패 등의 분야에서 10개의 원칙을 제시	UN
	PRI	금융기관의 연기금 운용시 환경·사회·거버넌스(ESG) 이슈를 반영할 것을 권고	UN
사회 감사 기준	ISO 26000	기업, 시민단체 등 모든 조직에 적용될 수 있는 사회적 책임에 대한 가이드라인	ISO
	GRI	기업의 경제, 환경, 사회분야의 성과에 대한 보고서 작성을 위한 가이드라인	UN/GRI
	적도원칙	프로젝트 파이낸싱에서 금융기관이 고려해야 할 원칙	IFC
	SA 8000	노동경영 인증시스템으로 아동노동, 보상, 고용차별, 강제노동, 근로시간 등을 다룸	SAI
	ISO 9000	품질경영 인증시스템으로 품질경영, 품질방침, 품질시스템에 대한 국제규격	ISO
	ISO 14000	환경경영 인증시스템으로 지속적 환경개선을 위한 일련의 경영활동에 대한 인증시스템	ISO
	AA 1000 AS	지속가능성에 관한 기관의 공공 리포트의 신뢰성과 질적 측면을 보장하기 위해 개발된 인증 기준	AccountAbility
사회 책임 투자 지표	다우존스 지속가능성지수	기업의 지속가능성을 평가하여 공개하는 대표적인 우량기업 주가지수	SAM Group, Dow Jones
	FTSE4 Good Global Index	기업의 사회책임투자 실적을 평가하고 이에 대한 투자를 촉진하기 위해 만든 주가지수	FTSE Group
	Global 100	'가장 지속가능한 기업 100'에 선정된 세계 100대 기업의 리스트	WEF

제4장. 지역별.주요 국가별 CSR 동향

4.1. 미국

1. CSR 배경 및 발전과정

미국 기업의 CSR 활동은 19세기 후반에 복지자본주의 개념의 등장과 어린이 노동, 최저 임금, 근로시간 등과 같은 근로문제를 법적 규제를 통해 해결하려는 움직임에 대해 기업 스스로 근로자 복지 향상에 노력하면서 시작되었다. 특히 20세기 초 미국사회에 거대 기업군이 등장하여 독과점과 카르텔을 통해 시장을 지배하고 정치적 영향력까지 확대하면서, 그들의 영향력에 상응하는 책임 있는 행동에 대한 사회적 요구가 높아졌다. 이에 풀먼 자동차(Pullman Car Company), 스탠더드 오일(Standard Oil), 인터내셔널 하비스터(International Harvester), 포드 자동차(Ford Motor Company), 미국 제철(United States Steel) 등 당시 미국 대기업들은 근로자들에게 유급휴가, 의료혜택, 연금, 휴양시설 등 다양한 방식의 복지 서비스를 제공하는 방식으로 사회적 요구에 대응하고자 했다(노한균, 2011).

미국에서 CSR에 대한 논의가 시기별로 어떻게 발전해왔는지는 <표 4.1-1>에 정리되어 있다. 1950년대 이전에는 영국법의 영향으로 주주들에게 직접적인 이익을 주지 않는 기업의 자선에 대해 엄격한 법률을 적용했다. 그러나 1952년 미국 프린스턴대학에 1,500달러를 기부한 재봉틀 회사 스미스사는 바로우(Barlow)라는 주주로부터 소송을 당하게 된다. 기업의 이익과 무관한 곳에 기부를 해 주주 이익을 침해했다는 이유 때문이었다. 법원은 그러나 기업의 손을 들어줬다. 기업의 직접적 이익과 상관이 없는 기부행위를 사회적 책임의 범주로 인정한 것이다. 기업의 자선행위가 법적으로 인정된 최초의 사건이었다. 이후 미국 회사법은 기업자선을 대폭 허용하는 방향으로 개정되기 시작했다.

1952년 ‘A.P 스미스사’ 대 바로우’ 소송 이후는 기업의 사회·경제적 복지개념이 태동하고 집합적 이익의 원칙(collective interest rule)이 적용되는 시대였다. 1970년대에는 사회적 책임 논의가 확산되면서 개발된 자기이익(enlightened self-interest)의 원칙하에 대중의 동의를 바탕으로 한 기업 활동

이 기업에게 장기적 이익을 가져다 줄 것이라는 인식 전환이 있었다. 1980년대와 1990년대에 이르러서는 국내적으로 시장경쟁의 심화와 기업의 구조조정 과정을 거치면서 이윤추구와 양립 가능한 사회적 책임에 대한 실증적 연구와 대안이 모색되는 시기였다.

<표 4.1-1> 미국 CSR의 발전과정

시기	배경	사회적 책임 개념의 특징
1950년대 이전	-영국법의 영향	-직접적 이익의 원칙(direct benefit rule) -엄격한 법률 적용/ 제한적 기업 자선
1950-60년대	-A.P 스미스사 vs. 바로우 소송 -회사법의 기업자선 인정	-집합적 이익의 원칙(collective interest rule) -사회·경제적 복지 개념의 태동
1970년대	-주주이익 vs. 이해관계자 이익 논쟁 -경제발전위원회(CED) 보고서	-사회적 책임 논의의 확산 -개발된 자기 이익(enlightened self-interest) -대중의 동의를 바탕으로 한 기업 활동
1980-90년대	-시장에서의 경쟁 심화 -이전의 충분한 정의 규정 바탕	-이윤추구와 양립 가능한 사회적 책임 -실증적 연구/ 대안 모색

자료: 이상민 (2002)

2. 미국 CSR의 특징

미국 CSR의 특징은 첫째, 주주 중심 자본주의(Shareholder Capitalism)에 바탕을 두고 있다는 것이다. 주주 중심 자본주의는 주주가 기업 경영에 절대적인 권한을 행사하는 것으로 기업의 사회적 성과에 대해 전문경영인과 주주 사이에 책임의 소재가 명확하다. 따라서 기업과 경영인이 사회에 대해 어떠한 책임을 가져야 하는가의 문제가 중요시되게 된다. 미국에서는 기업의 기부 및 자선활동이 활발하게 진행되어 왔는데, 이러한 흐름은 기업 주주의 이익을 최우선으로 보장하는 차원인 윤리 경영적 측면에서 강조되고 있다.

둘째, 미국은 CSR을 기업지배구조의 신뢰회복 관점에서 접근하며 사회책임투자를 강조한다. 사회책임투자에 대한 강조는 사회적 책임을 다하지 않는 기업을 향한 소비자나 NGO 등의 비난이 주가 하락의 요인이 되어 주주의

이익을 손상시키는 요인이 될 수 있다는 것을 인식함으로써 기업의 CSR 활동의 중요성을 부각시켰다. 그 사례로 나이키는 개발도상국 하청공장에서 아동노동과 인권침해를 범했다는 이유로 시작된 불매운동으로 인해 혹독한 시련을 겪었고 존슨앤드존슨의 경우, 해열진통제인 타이레놀을 복용한 시민 7명이 사망하는 사건이 벌어지자 유통시킨 제품을 전량 회수하고 자사의 제품을 복용하지 말 것을 소비자에게 적극 알려서 위기를 극복했다. 당초에는 생산 공장에서 문제가 있던 것으로 의심되었으나 후에 몇 사람에게 의해 타이레놀에 시안화합물이 혼합되었다는 것이 밝혀졌다. 존슨앤드존슨사의 타이레놀 사건의 경우, 기업의 직접적인 잘못이 아닐 지라도 소비자가 제품과 관련하여 겪을 수 있는 위험을 기업이 사전에 방지한다는 기업의 책임성이 강조된 사례로서 기업이 문제시 되는 제품을 스스로 회수하는 전례를 만들었고 그 후, 보다 안정성 높은 패키지로 바꾼 타이레놀을 다시 판매하여 매출을 원상태로 회복하는데 성공했다. 이는 극단적인 기업의 위기적인 상황을 회복하고 후에 소비자들의 신뢰를 구축한 윤리경영의 긍정적인 사례로 꼽히고 있다(요네야마 히데타카, 2004).

<표 4.1-2> 미국 사회책임투자의 흐름과 특징

시기	특징
1920년대	-프로테스탄티즘(청교도주의)에 반하는 담배, 술, 도박 등의 사업에 대한 투자를 회피
1960-70년대	-베트남 반전운동 등 사회운동이 활발할 시기에 기업의 사회적 책임을 추구하는 수단으로 사용
1970년대	-남아공의 인종격리정책에 반대하여 GM철수를 요구한 주주의 제안 -반면, 경제학자 밀튼 프리드만은 "기업의 사회적 책임은 이윤을 확대"라는 관점으로부터 미국의 강한 주주 주권론을 대변
1990년대	-90년대 중반 수익성 확대를 계기로 SRI 펀드의 급속한 확대
2000년대	-엔론, 월드컴 사건 등 대규모 회계부정 사건 이후 "기업 개혁법"(2002) ⁹⁾ 제정 후 기업지배구조의 신뢰회복 -재무제표 적정처리 입증 의무화(2004) ¹⁰⁾

자료: 요네야마 히데타카 (2004)

9) 경영자에게 회계의 정당성 선언을 의무화 하여 문서 위조, 파기 등에 있어서는 최고 20년의 금고형의 언도한다는 내용이다.

10) 기업은 부정을 막기 위해 사내 관리체제를 확립할 것을 지시하므로, 사내 절차를 문서화한 후 외부 감사를 받을 필요성이 생겨나게 되었다. 사내 절차의 문서화나 회부감사에 대한 부담이 증가되

셋째, 미국에서는 기업이 사회적 이슈에 대응하는 자선활동을 펼치는 등 자발적인 CSR 활동을 해왔으며 전통적으로 기업가 정신에 따른 자기규제가 강조되어 왔다. 따라서 CSR 활동을 독려하기 위한 정부의 적극적인 개입이나 간섭이 적었다. 기업 측에서는 윤리경영과 투명회계를 중심으로 스스로의 CSR 자율 규제를 추구하고 있으며 사회공헌활동과 기부의 형태로 특징 지워진다. 이렇듯, 기업의 활동에 대한 정부 측 규제가 적기 때문에 기업이 스스로 CSR 관련 이슈에 대응하는 자발성이 중요하다고 할 수 있다(서영우, 2010). 이에 따라 미국의 CSR은 기업의 윤리강령과 사회공헌 활동을 중심으로 발전해 왔고, 정부는 이를 촉진하기 위한 국내법규 및 판결지침을 통해 CSR 관련 규제를 정비해왔다.

3. 미국 정부의 CSR 대응

가, 윤리경영을 위한 법·제도 구축

미국은 국가 차원에서 법규 제정 등 제도적으로 기업들의 윤리경영을 유도하는 환경을 적극적으로 조성하면서 기업윤리 시스템을 발전시켜 왔다. 기업 윤리와 관련한 미국의 법·규제 발전은 아래와 같다(이우채·최원근, 2003).

- **해외부패방지법(1997):** 미국은 1977년 해외부패방지법을 세계 최초로 제정했는데 이 법안은 기업으로 하여금 문서화된 윤리규정을 제정하고 공정하고 정확하게 회계장부를 기록하게 하고 이를 위한 통제구조나 실행시스템을 갖추게 하였다. 대외적으로는 미국 기업들이 뇌물을 주지 않는 정직하고 성실한 기업들임을 세계에 선언한 것이었고, 대내적으로는 부정 없는 기업경영을 통하여 비윤리적 행위를 방지하고 통제함으로써 투자자와 직원들을 보호하겠다는 의지를 표명한 것이었다.
- **정부윤리법(1978):** 공직자의 윤리행동 원칙을 규제하는 것을 목적으로 하며, 법안의 시행을 위해 대통령을 책임자로 하는 정보윤리사무국을 설

어 상장 포기를 선언한 기업이 나오기도 했으나 이러한 개혁법은 신뢰를 잃은 기업지배구조를 회복시키는데 기여하였고 기업윤리와 법령 준수라는 측면에서 CSR의 중요성을 미국 기업에 재인식시키는 긍정적인 결과로 이어졌다(요네야마 히데타카, 2004).

치했고 공직자윤리 행동원칙을 제정하면서 관련된 다양한 제도와 프로그램이 운영되었다.

- **연방조직범죄 판결지침(1991):** 동 지침은 기업을 포함하여 조직적 범죄의 처벌을 목적으로 하고 있다. 이에 따라 기업들은 준법 프로그램과 자기 단속체제를 구축하여 부패방지 및 윤리적 기업이 되고자 하는 노력을 입증하고자 하였고, 그 결과 1990년대에는 대다수의 미국기업들이 효과적인 준법프로그램을 구축하게 되었다.
- **부패방지라운드 추진(1999):** 1995년부터 미국 정부는 해외경쟁에서 부패한 국가 및 기업 활동에 의해 상대적으로 불이익을 당하는 미국 기업들의 보호를 위하여 국제적으로 윤리 라운드(Round)를 선도적으로 추진하였는데 이는 1999년 부패방지 라운드의 추진으로 이어졌다

이렇듯 미국 정부는 윤리경영을 중심으로 법적 제도를 구축하면서 미국 기업들이 자발적으로 사회공헌활동을 통해 CSR 활동을 할 수 있는 환경을 마련하였다.

나. 기부와 관련된 제도적 인프라

미국 기업들이 경제의 호황, 불황에 상관없이 수십 년 동안 일관되게 사회공헌활동을 유지할 수 있었던 이유 중 하나는 CSR 활동을 촉진시키는 제도적 인프라에서 찾을 수 있다. 기업의 사회공헌활동은 전체로서의 기업군에게 장기적 이익을 줄 수는 있어도 개별 기업 자체에게는 이익을 주지 못할 수도 있다. 따라서 개별 기업의 주주들 입장에서 사회적 책임 수행을 위한 장기적인 투자는 위험부담이 클 수도 있다. 이러한 상황에서 일부 기업은 이익창출에만 신경 쓰고 타 기업의 자선 활동 경과물에 무임승차하고자 하는 시도를 할 수 있다(Reich, 1998). 무임승차 행위가 빈번해지면 기존에 사회공헌활동에 적극적으로 참여하던 기업도 이제는 적극적으로 나설 이유가 없어지기 때문에 정부는 해당 기업에게 세금 혜택과 같은 인센티브를 제공하여 기업이 자선행위를 할 때 발생 가능한 무임승차 문제를 조정하는 역할을 맡을 수 있다.

정부는 사회공헌 활동 촉진을 위해 세금 혜택, 동액보조(matching-grant)

프로그램, 정부의 보조금 지급 등의 금전적 인센티브를 기업에 제시할 수 있다. 세금 혜택은 인센티브 중에서 가장 큰 영향력을 발휘한다고 할 수 있고 동액보조와 같은 사내기구를 통한 자선활동의 제도화는 기부행위가 기업가의 성향이나 경제상황에 따라 크게 변동하지 않을 수 있는 방어막 역할을 한다. 이러한 제도적 인센티브 제공을 통해 기업은 지속적인 기부 활동을 영위하는 자발성을 갖게 된다.

다. 글로벌 CSR 지원

미국 정부는 또한 기업의 자발적인 활동을 바탕으로 고용 창출과 교육을 통한 지역사회에의 기여, 환경보호, 저개발국 지원 등 기업의 다양한 CSR 활동을 측면 지원하고 있다. 이와 더불어 미국 정부는 기업의 글로벌화에 따라 ‘글로벌 CSR’의 역할을 강조하고 있다. 2005년 8월 의회 산하 연방회계감사국(GAO: General Accounting Office)은 ‘글로벌화, 미국 기업들의 글로벌 CSR 노력에 대한 연방정부 지원활동 보고서’를 발간하였으며, 미국 연방정부 12개 기관에서 약 50개의 지원 프로그램을 운영하고 있는데(2010년 11월 기준) 각 지원 프로그램은 (1)Endorsing(보증) - 글로벌 CSR 우수기업 시상, (2)Facilitating(활성화) - CSR 정보 제공, CSR 이슈 노력에 대한 보상, (3)Partnering(파트너링) - 공공·민간 파트너십 지원, (4)Mandating(규제) - CSR 관련 이슈 규제, 참여기업에 한해 CSR 위임 관리와 같은 4가지 활동으로 분류된다. 또한 미국기업이 국내 및 해외에서 인류의 삶의 질을 향상하는데 기여하도록 장려하고 국제사회에 대한 미국의 긍정적인 이미지를 공고히 하기 위해 1999년 제정된 국무부의 Award for Corporate Excellence(ACE)를 통해 매년 말 해외에서 우수 사회공헌활동을 한 미국 기업을 선정한다(KOTRA, 2010a).

이와 같이 미국 정부는 스스로가 CSR 이슈에 관해 주도적인 입장을 취하기 보다는 기업이 당면한 문제를 해결하기 위한 방안으로 법적 제도를 구축하거나 기업 CSR 활동을 독려하는 시스템을 구상해 왔다. 이는 미국 기업이 CSR 활동에 대해 보다 많은 재량을 갖고 있음을 의미한다.

4. 미국 기업의 CSR 활동

미국 기업의 CSR 활동은 전통적으로 지역사회에 대한 사회공헌활동에 초점을 두어왔는데, 20세기 초반부터 기업의 기부와 관련된 제도적 인프라가 정비되고 지역사회에 대한 공헌이 경영이념 중의 하나로 강조되어 왔다. 이러한 미국 기업의 사회공헌활동은 이를 ‘사회 투자’로서 인식하는 특징이 있다(이상민, 2002). 특히 사회적 투자를 통해 사회적 자본의 핵심적 요소인 신뢰를 창출하기 위한 수단으로서 사회공헌활동을 바라본다(Stump, 1999). 미국의 대기업들은 기업의 사회적 책임과 자선활동을 경영전략의 중요한 요소로 인식하고 다양한 형태의 사회공헌활동을 개발, 실천하고 있다. 역사적으로도 카네기, 포드 등 미국을 대표하는 기업인들은 기업은 기업이 보유한 자원을 통해 사회 전체에 유익함을 제공해야 할 책임이 있다고 인식하였다(KOTRA, 2010a).

미국 기업의 사회공헌활동은 기업의 핵심역량에 적합한 부문에 사회공헌활동을 집중함으로써 효율성을 극대화한다. 이는 사회적 투자의 개념을 발전시켜 기업경영에 사회공헌을 전략적으로 접목시킨 것으로서 사회적 투자와 경영부문의 시너지 효과를 기대하는 것이다. 이러한 집중화 전략은 경제적 사회공헌활동의 한 부분으로써 활동에 들어가는 비용을 효율적으로 관리하고 쓰인 비용의 투명화를 이루어 내는데 효과적이다. 1980년대 이후 미국 기업들이 실행하고 있는 자선활동의 특징은 사회공헌활동의 경험이 많은 기업일수록 모든 자선활동에 무차별적으로 참여하지 않고 자신의 핵심역량에 적합한 사회공헌활동을 지향해왔다는 것이다. 이러한 과정에서 미국은 1980년대 초반 불황으로 인한 구조조정과 1990년대 기업 간의 국제적 경쟁 심화를 통한 이익 감소를 경험하는 과정에서 사회공헌과 마케팅을 연계시키는 전략을 구상하였다. 이러한 형태를 ‘전략적 기부(Strategic contribution)’ 또는 ‘시장지향적 사회공헌(Market-based philanthropy)’(Hoffman, 1998)이라 부르며, 이는 기업 사회공헌 활동의 대상이 기업의 사업영역과 직접적으로 연관된 분야에 타깃을 맞추어 집중하는 방식이다. 특히 ‘인도주의적 직접투자(direct corporate humanitarian investment)’의 활용¹¹⁾이 시장지향적 사회공헌활동의 대표적 사례이다. 기업의 인도주의적 직접 투자는 사회에서 시급한 사회문제의 해결에 기업이 직접적으로 도움을 주면서 동시에 미래의 잠

11) 의식주, 의료, 환경, 교육 등 인간의 삶의 질과 관련된 각종 문제들의 개선을 위해 기업이 보유하고 있는 자원과 노하우를 사용하는 전략적 자선행위를 뜻한다.

재적 소비자층을 확보하는 상생의 전략이라 할 수 있다.

대표적 성공사례로서 머크(Merk)사의 신약 개발 및 제공을 통한 자선활동 사례를 들 수 있다. 머크는 저개발국가의 전염병을 치료할 수 있는 신약을 개발하여 무료로 제공했다. 이러한 사례는 곧 동종업계로 확산되어 화이자는 약 6,000만 달러에 해당하는 트라코마 치료약을 기부하였고, 스미스클라인 비침(Smithkline Beecham)도 코끼리병으로 알려진 림프체질의 질환을 치료할 수 있는 약을 기부하였다. 이러한 머크의 전략적인 사회공헌활동은 동종업계로 확산되면서 제약업계의 CSR 움직임을 선도하는 원동력으로서 역할을 하였고, 결과적으로도 미국 포춘지 선정 '가장 존경받는 기업'을 7년 연속(1987-1993) 1위를 수상함으로써 기업의 명성을 높일 수 있는 기회가 되었다.

미국 기업들은 기업 내 사회공헌활동 전담부서를 설치하여 체계적으로 기업의 사회공헌 활동을 수행하고 있다. 1980년대 이후 대부분의 미국 대기업들은 기업자선 관련 부서를 신설하여 지원활동을 공식적이면서 체계적으로 관리하고 지원의 기준과 수준, 절차 등을 문서화하기 시작했다. 동시에 기업자선 활동을 기업의 최고 경영진과 자문위원회가 함께 관리, 감독함으로써 이전의 일회성 기부나 경영진의 사적인 감정에 의한 과시적 기부를 통제하게 되었다. 또한 전문성을 갖춘 사회공헌 부서들이 기업의 전략적 자선 활동을 기획하고 실행하는 역할을 맡으면서 이들은 사회공헌활동을 지원할 비영리 조직을 사전 분석하여 최종 선정하는데 결정적 역할을 담당하게 되었고 이에 따라 예산의 효율적 집행을 가능하게 하였다. 이렇듯, 사회공헌활동을 수행함에 있어서 기업 내 통합시스템을 보유하는 것은 기업자선 활동의 모든 과정을 일관된 시스템 하에서 계획과 실행을 할 수 있기 때문에 효율성이 증대되는 장점이 있다.

5. 미국 기업 사례

미국의 기업들은 스스로 CSR 활동에 대한 원칙을 정하고 다양한 방법을 통해 전략적으로 활동해왔다. <표 4.1-3>은 성공적인 CSR 활동을 수행하고 있는 것으로 평가받는 GE와 코카콜라의 사례이다.¹²⁾

12) KOTRA(2010a)에서 정리함.

<표 4.1-3> 미국기업 사례

GE

-GE 제프리 이멜트 회장의 CSR 원칙 : “기업의 사회적 책임활동은 전략적이어야 한다”

- ① '기업'에 포커스를 맞춰라. 경쟁력과 수익성이 가장 중요하기 때문이다.
- ② 신뢰를 바탕으로 경영하라. 신뢰는 준법(Compliance), 관리(Governance), 투명성(Transparency)을 의미한다.
- ③ 기업문화와 직원들에 대해 장기적인 비전을 제시하라.
- ④ 기업이 사회적 문제를 해결하는 데 적응하도록 하라.

-친환경 경영“Ecomagination 전략”: 2005년부터 온실가스 배출 감축 등을 위해 환경 R&D에 수십억 달러의 막대한 자금 투입 계획추진/ 태양열 기관차, 공해 배출을 줄인 항공기 엔진, 에너지 고효율 전구 개발 집중해, 기업 신규 수익 창출과 인류 삶의 향상 모색함. 이를 통해 환경파괴기업 이미지를 벗고 친환경 기업 이미지 획득에 성공/ 지속가능성 평가에서 가장 인정받고 있는 다우존스 지속가능성 지수(Dow Jones Sustainability World Index)에 비중 높은 기업으로 포함됨.

-세계 보건의로 문제위한 Healthymagination' 출범(2009)

-CSR 비용지출: 매년 1억 달러 이상 지출/ 자사의 주가폭락과 관계없이 CSR에 지속적인 지출, 2008년 경기 침체 영향으로 후원금이 대폭 줄어 심각한 경영난을 겪고 있던 식량 및 주거 지원 기관(Food and Shelter Organization)에 2천만 달러 지원 함

-GE의 자원봉사조직 '엘펀(Elfun; Electrical Fund)' 운영: GE 직원으로 구성된 글로벌 조직으로 전 세계 146개 지부 운영/ 자발적 봉사활동을 강조하며, 지역사회서비스 프로젝트 활동에 집중 (영국에서 문맹 퇴치캠페인, 브라질에서 학교운동장 건립, 말레이시아 도서 관건립 등 지역봉사 프로젝트 전개)

-GE 재단(GE Foundation) 활동: 1953년 설립 되어 GE사업지역 소외계층의 교육과 장학 사업, 공공정책지원 등의 활동전개/ “Developing Futures™ in Education” 프로그램 발표하여(2009) 미국의 미래를 위한 수학 및 과학 분야 집중교육 지원시스템 구축

코카콜라

-물 관리 3R 법칙과 범위: 물 자원을 아끼고 재생하여 다시 채운다는 3R(Reduce, Recycle, Replenish) 법칙을 적용/ 물에 대한 코카콜라의 종합 전략은 자사 공장의 물 사용 성과(물 효율, 수질, 폐수 처리)에서부터 상수원 보호, 물 자원에 대한 홍보 및 공공의식 증진까지 포함. 이를 위해 2010년 폐수 처리 및 재사용 기준을 확립하는 한편, 빗물 저장과 농업용수의 효율적 공급 등에 대한 투자 및 실행 계획 중

- 물 관리 CSR 기대효과: 코카콜라는 자사 비즈니스가 지속 성장하면서 절대적인 물 사용량은 불가피하게 증가하나, 2012년까지 물 효율을 20% 향상시켜 약 500억 리터의 물을 절약할 것으로 기대

-코카콜라와 친환경 기관의 협력: 더욱 효과적인 물 관리 투자가 될 수 있도록 외부 전문기관과의 파트너십을 공고히 하면서 World Wildlife Fund(WWF)에 기금 투자/ '물 효율 관리 지침서'를 함께 제작하여 자사 각 보틀링 공장에 배포/ 그린피스(Greenpeace)와 함께 코카콜라의 자동판매기 및 쿨러 기계에서 배출되는 탄소가스 감축노력 실시

4.2 유럽

1. 유럽연합

가. 유럽연합 CSR 배경

유럽에서는 주주보다는 모든 이해관계자를 고려하는 이해관계자 자본주의(Stakeholder Capitalism)가 발달되어 왔다. 이해관계자 자본주의에서는 시장을 권리와 도덕적 의무를 동시에 지니고 있는 사회적 제도라고 인식하고 있기 때문에 시장의 사회적 책임을 특히 강조하는 양상을 보인다(고동수, 2011). 이러한 이해관계자 자본주의 전통 아래, 유럽연합에 가입한 대부분의 유럽 국가들은 오래 전부터 CSR에 대해 관심을 갖고 있었으며 이에 대한 다양한 노력을 기울여왔다. 특히, ISO 26000이 제정되는 과정에서 많은 유럽인들이 의장직을 맡거나 실무를 담당했고 인권, 노동권, 소비자 문제, 환경, 공정한 운영관행, 조직의 지배구조 등의 이슈가 대부분의 유럽 국가 및 유럽 NGO들의 강력한 지지를 받았다(Neureiter, 2010). 이 밖에도 대부분의 유럽 국가들은 GRI나 UN Global Compact와 같은 CSR에 관련된 국제 규범을 적극적으로 지지하고 있다.

유럽 국가들의 CSR에 대한 적극적인 관심에는 유럽연합(EU)의 영향이 크게 작용해왔다. 특히 2000년대 이래 CSR을 촉진하는데 중요한 역할을 해온 기구는 EU집행위원회(European Commission)였다. EU집행위원회는 2002년과 2006년에 CSR에 관련한 정상급 회의를 개최하여 유럽 내에서 CSR을 논의할 수 있는 기초를 마련했고, 2006년 이후에는 CSR을 뒷받침할 수 있는 다양한 이니셔티브를 발표하고 'CSR 연맹(CSR Alliance)'도 설립했다. 2006년 CSR 관련 회의에서는 '인식 개선 및 실천, 다각적 이해관계자 이니셔티브 지원, EU 가입국과의 협력, 소비자 정보와 투명성, 조사, 교육, 중소기업, 그리고 국제적 차원의 CSR'라는 8개 주요 이니셔티브의 틀을 잡았다. 뿐만 아니라 유럽연합은 사회적 화합과 생산성, 높은 고용율 달성을 위한 포괄적인 경제 개발 및 지속가능한 개발에 관한 목표를 담은 '새로운 유럽 2020 전략(New Europe 2020 Strategy)'을 발표했다. 이 전략에서 CSR은 장기 고용과 소비자 신뢰성 보장을 위해 중요한 요소로 인식되었다.

나. 유럽연합 CSR 발전과정

1993년 당시 EU집행위원회 위원장이었던 자크 들로르는 유럽 내의 실업, 구조조정 및 사회적 배제와 같은 문제들에 대해 기업을 통한 해결 방안이 필요하다고 주장했다. 당시 경제적 통합을 확대하던 유럽은 독일의 통일과 동유럽의 붕괴 등의 사회적 격변의 시기를 거치면서 큰 후유증에 시달리고 있었다. 그리고 이러한 후유증에 의하여 유럽 내에는 사회적 배제와 같은 문제의 심각성이 더 크게 들어났다. 이에 따라 자크 들로르는 유럽의 통합을 가로막는 여러 문제들을 극복할 원동력을 기업에서 찾으려고 했다.

마침내 1995년, 20명의 유럽 경영인들과 자크 들로르는 '사회적 배제에 반대한 유럽 기업선언'을 이끌어내게 된다. 뿐만 아니라 이 선언에 서명한 기업들이 사회 문제에 대한 기업의 활동 정보와 경험을 교환하는 유럽 네트워크 구축을 요구하게 되면서, 1996년 EU집행위원회는 사회화합을 위한 유럽 비즈니스 네트워크를 담당하는 'CSR 유럽'이라는 조직을 출범시켰다. 벨기에 브뤼셀에 본부를 두고 있는 'CSR 유럽'은 사회적 책임을 충실히 수행한 기업들의 사례를 발굴해 다른 업체에 확산시키는 네트워크 기능을 수행하고 있다.

2000년 유럽 리스본 정상 회담에서 15개국의 정상들은 '2010 리스본 전략'을 통해 "유럽이 세계에서 가장 큰 경쟁력과 지식 기반의 경제력을 갖추기 위해서는 2010년까지 지속가능한 경제 성장과 더 많은 고용 창출, 그리고 뛰어난 사회 응집력이 필요하다"는 결론을 내리게 된다. 그런데 이를 위해선 기업의 사회적 책임이 필요하다는 것을 인식하고 '2010 리스본 전략' 중심에 CSR을 부각시켰다. 이에 따라 유럽의 정상들이 기업의 사회적 책임을 강조하는 공동선언문을 채택하게 됨으로써, 유럽의 'CSR 운동'은 가속도가 붙게 되었다. 이어 2001년에 EU집행위원회는 CSR 활동을 활성화시키기 위해 CSR의 개념과 범위를 정의하고 설명한 '그린페이퍼(Green Paper)'를 발간했다. 그린페이퍼 발간을 계기로 CSR은 더 이상 거스를 수 없는 유럽사회의 강력한 사회적 의제로 부상했다.

2006년 3월, EU집행위원회는 'CSR에 관한 새로운 소통(A New Communication on CSR)'을 발간하고 '성장과 고용을 위한 파트너십 구축: 유럽의 CSR 우수 사례 만들기'라는 제목을 붙였다. 이 발간물에서 EU집행위

원회는 CSR의 잠재력이 성장과 고용을 촉진할 뿐만 아니라 유럽연합의 전략에도 기여해야 한다고 강조하였다. 같은 시기에 EU집행위원회는 CSR 유럽동맹을 발족시켜 기업과 이해관계자들을 위한 10가지 주요 원칙을 제시했다 (<표 4.2-1> 참조).

<표 4.2-1> CSR 유럽동맹의 10가지 주요 원칙

·혁신과 기업 활동 촉진	·공급사슬에 연계된 노동 조건 개선
·중소기업의 성장을 위한 지원	·환경 분야 혁신
·기업 경영 내 CSR 통합	·이해관계자 대화 및 참여 강화
·고용 창출을 위한 방법 개발	·투명성과 소통의 개선
·다양하고 동등한 기회 촉진	·해외에서의 책임 있는 운영

자료 : The European Alliance for CSR (2010)

2007년 유럽연합은 CSR 유럽동맹에 관한 첫 번째 고위급 회담을 가졌다. 이 회담에서는 유럽 내 고용 창출 및 고용 시장 확대, 탄소 감축 및 재생 에너지 개발 그리고 인권과 빈곤과 같은 문제에 있어서 기업이 CSR을 통해 공공 기관 및 민간 부문에 어떻게 상호보완적인 기여를 할 수 있는지에 관한 토론을 EU집행위원회와 가졌다. 이 회의를 통하여 EU집행위원회는 기업은 점차 CSR을 사업 전략의 중요한 부분으로 두어야 하며 이 경향이 가속화되어야 한다고 주장했다. 또한 이 회의에서 많은 기업의 경영자들은 CSR의 일환으로서 기업이 기업 내부 및 외부에서 이해관계자를 위한 가치 창출에 기여한다면 이해관계자들에게 지속가능한 가치를 가져다주는 데 도움이 될 것이라고 언급했다. 더 나아가, 기업의 경영인 다수는 CSR이 유럽뿐만 아니라 더 넓은 세계의 맥락 속에서 고려되어야 한다고 언급했다. 특히, 기업의 '피라미드의 밑바닥 전략(Bottom of the Pyramid Strategies)'이 빈곤 감소와 UN의 새천년개발목표(MDGs)의 성취에 기여할 수 있을 것임을 언급했다. 또한 경영대학과 종합대학 내에서의 CSR 교육의 중요성도 강조되었다.

또한 2010년에는 유럽연합의 기업이 해외에서 영업활동을 할 때 적용되는 CSR 원칙을 담은 보고서를 발표했고, 2011년에는 책임 있는 공급사슬 관리 (Responsible supply chain management)에 대한 보고서도 발표했다. 한편 2011년 10월, EU집행위원회는 기존의 유럽의 CSR을 더욱 더 활성화시키고 구체화시키기 위하여 '2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략(A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility)'을 발표

하여 향후 유럽연합 CSR 정책의 청사진을 제시했다.

다. 유럽연합 CSR의 특징

이해관계자 가치 존중의 문화가 정착되어 있는 유럽에서 1993년 경제통합 이후 심각한 수준의 실업문제와 국가 간의 경제격차 등의 문제에 봉착하자 기업의 역할을 강조하는 논의가 시작되었고 EU집행위원회의 주도로 유럽연합 전체의 CSR 활동이 추진되었다. 유럽연합은 CSR 추진에 있어 법령 및 기업 윤리 준수, 계약상 의무의 이행, 기업윤리 등은 기업의 당연한 의무이므로 CSR 활동으로 인식하지 않을 뿐 아니라 기부 및 자선활동도 CSR 활동의 중심에 두지 않는 등 추진대상을 제한했다(정후식, 2007). 또한 CSR 추진 범위에 대하여 기업이 그들의 사업 활동과 관련하여 자율적으로 사회 및 환경의 문제를 해결하는 활동이며 법적 요청이나 계약상의 의무 이상의 활동을 수행하는 것이라고 보았다(고동수, 2011). 유럽연합은 EU집행위원회를 통하여 기업의 CSR 활동 범위를 경제적, 사회적, 환경적 문제 및 앞의 3가지를 통합한 문제의 접근 등 4가지 접근으로 구분했고 이 틀 안에서 다룰 수 있는 다양한 주제에 대한 CSR의 범위를 정했다(<표 4.2-2> 참조). 이는 OECD 다국적기업 가이드라인과 GRI, UN Global Compact, ISO 26000, SA 8000, UN의 인권원칙, ILO 선언 등과 대체적으로 일치한다.

유럽연합은 EU집행위원회를 통하여 위의 4가지 범위 하에서 다양한 CSR 목표 및 이니셔티브를 마련하고 유럽 기업 및 회원국 정부를 지원해왔다. 이런 노력 하에, 유럽연합의 CSR은 더욱 확대되었고 CSR을 실천하는 기업과 이에 대해 관심을 갖는 단체들의 수도 증가했다(<표 4.2-3> 참조). EU집행위원회를 통한 유럽연합의 CSR 추진 특징은 크게 두 가지로 볼 수 있는데, 하나는 정부 주도의 CSR 추진이고 다른 하나는 기업이 CSR 활동을 자신의 사업 활동과 연관되어 추진¹³⁾하는 것이다.

13) 기업이 CSR 활동을 자신의 사업 활동과 연관되게 추진하는 예로는 잠재시장 확보를 위한 필립스의 개도국 의료지원, Marks & Spencer사의 자사 CSR 기준 충족기업의 원재료 조달 등을 들 수 있다 (정후식, 2007).

<표 4.2-2> 유럽연합이 규정한 CSR의 4가지 범위

CSR: 경제적 범위	CSR: 환경적 범위
<ul style="list-style-type: none"> . 올바른 기업 지배구조의 사례 추구 . 경제, 사회, 환경 보고를 통한 투명성 보장 . 공정한 경쟁 참여 . 혁신의 촉진 . 뇌물 수수와 부패 방지 . 사회책임투자 . 지적 재산의 권리 보호 . 상품과 서비스의 안정성 및 고품질 제공 . 지속가능한 소비 및 생산 촉진 . 올바른 위기관리 시스템 시행 	<ul style="list-style-type: none"> . 대기, 수질, 토양, 생물의 다양성 보호 . 유독성 물질, 배기가스, 오물, 폐기물 최소화 . 천연자원 보존 및 재생 가능한 에너지 이용 . 원자재 사용 방지 . 기후변화에 대한 보호 참여 . 비능률 개선을 위한 혁신 신장 . 제품 수명 및 상품의 재사용과 재활용 고려
CSR: 사회적 범위	CSR: 통합적 범위
<ul style="list-style-type: none"> . 공정하고 능률적인 인적자원관리 참여 . 안정성, 직업 위생, 안전 보장 . 결사의 자유 존중 . 차별 금지 및 다양성 권장 . 소비자의 이익 존중 	<ul style="list-style-type: none"> . 사회 및 환경 부분에 대한 이해당사자 관심 증가 . 올바른 이해당사자 관리 실천 . 지속가능한 공급사슬 . 인권 존중 . 빈곤 감소에 참여 . 공공정책 개발의 개입

자료: 2010 Research Institute for Managing Sustainability

<표4.2-3> 유럽연합의 CSR 현황

<ul style="list-style-type: none"> ▶ UN Global Compact에 가입한 EU 기업의 수가 2006년 600개에서 2011년 1,900개로 증가 ▶ 환경관리 및 감사계획(EMAS)에 등록된 조직의 수가 2006년 3,300개에서 2011년 4,600개 이상으로 증가 ▶ 근로기준과 같은 문제를 다루는 다국적기업 합의에 가입한 EU 기업의 수가 2006년 79개에서 2011년 140개 이상으로 증가 ▶ 기업의 공급사슬에서 근로 조건을 개선하기 위한 기업 비즈니스 중심전략과 기업의 사회 준수 이니셔티브에 가입한 회원수가 2007년 69개에서 2011년 700개로 증가 ▶ GRI 가이드라인에 따른 지속가능성 보고서를 출간하는 유럽 기업의 수가 2006년 270개에서 2011년 850개로 증가

자료 : 2011 A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility.

라. 2011, 유럽연합의 새로운 CSR 전략

2011년 10월, EU집행위원회는 '2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략' 보고서를 통해 CSR의 새로운 전략을 제시하였다. 동 보고서는 CSR에 대하여 새로운 정의를 내리고 있는데, EU집행위원회가 2001년 그린페이퍼를 통해 내린 정의는 "기본적으로 기업들이 자발적으로 더 나은 사회와 더 맑은 환경에 공헌하도록 하는 것"으로 기업의 사회적 책임을 자발성에 뒀다. 그러나 '2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략' 보고서에서는 "사회에 영향을 미치기 위한 기업의 책임"이라고 CSR을 새롭게 정의함으로써, 이전에 비해 '자발성'에서 '책임'으로 의미가 확대·강화되었다는 점이 눈길을 끈다. 뿐만 아니라, EU집행위원회는 이제까지 기업의 책임 영역을 경제적, 사회적, 환경적인 부분으로 구분지어 왔지만 이번 보고서를 통하여 기업이 경제, 사회, 환경을 넘어 윤리, 인권 그리고 소비자 관심까지 포함하여 그들의 경영 활동과 전략에 포함시켜야 한다고 제시했다.

이러한 새로운 정의를 바탕으로, EU집행위원회는 지속적인 성장 및 책임 있는 기업 행동 그리고 중장기적으로 탄탄한 고용 환경을 만드는데 초점을 둔 새로운 CSR 전략을 제시했다. 특히, 이 전략은 2011년부터 2014년까지 세부 목표를 두고 작성되었는데, 구체적인 활동의제는 보고서 내 '2011-2014 활동 의제(An agenda for action 2011-2014)' 부분에 구체적으로 제시되어 있다. 간추린 의제의 내용은 <표 4.2-4>와 같다.

<표 4.2-4> EU집행위원회의 2011-2014 활동 의제

1. CSR의 가시성 강화 및 긍정적 사례 전파

- EU집행위원회는 유럽의 CSR 가시성을 강화하고 기업의 CSR 우수 사례를 유럽 내에 전파하기 위하여 2013년까지 많은 기업 분야와 연관된 '다자적 이해관계자 CSR 장'을 만들 예정임.
- 기업을 위하여 CSR 이슈에 공동으로 헌신할 근로자와 이해관계자들이 각각의 분야에서 공동의 모니터링을 시행할 예정임.
- 2012년부터 기업과 이해관계자 사이의 CSR 파트너십을 강화하기 위한 유럽 인증 제도를 시행할 예정임.

2. 기업의 신뢰 수준 파악 및 개선

- EU집행위원회는 2012년에 발간 예정인 불공정 상업 관행 지침에 대한 적용 보고서인 '그린워싱(green-washing)'에 상품이 환경적 부분에 영향을 미치는데 있어 오해의 소지가 있는 마케팅 문제에 대해 다루고, 이 문제에 관하여 구체적인 조치가 필요하다는 것을 밝힐 예정임.
- 공공의 이해와 기대치를 향상시키기 위하여 21세기 기업의 역할과 가능성에 관

한 공개 토론을 시민, 기업 그리고 이해관계자들과 시행할 예정이며, 기업의 CSR의 태도와 시민들의 기업 신뢰도를 정기적으로 조사할 예정임.

3. 자율 및 공동 규제 과정 개선

- EU집행위원회는 CSR의 과정을 효과적으로 개선하는 자율 및 공동 규제 과정을 위한 모범규범관행을 만들고 기업과 이해관계자가 함께 할 수 있는 과정을 2012년에 시행할 예정임.

4. CSR을 위한 보상 강화

- CSR이 경쟁성이 있다는 점에서 긍정적인 평가를 받고 있지만 단기적으로 기업이 사회적 책임을 가지고 일할 때, 재정적인 이익을 얻지 못하는 딜레마가 여전히 남아있기에 EU집행위원회는 CSR에 대한 시장의 인센티브를 강화하기 위하여 소비 및 공공 조달 그리고 투자 분야에 대한 정책에 영향력을 끼쳐야한다고 봄

5. 기업의 사회적, 환경적 정보 공개 개선

- 공정한 경쟁의 장을 보장하기 위해, 단일시장법(Single Market Act)에 있는 것과 같이 EU집행위원회는 모든 분야에서 기업들이 제공한 사회적, 환경적 정보의 투명성에 관한 법안을 제안할 예정임.
- EU집행위원회는 기업이 공개 목적으로 사용될 수 있는 방법에 기반을 둔 제품 주기 사용을 기업의 환경성과의 기준으로 삼고, 기업이 적극적으로 이에 대하여 측정할 수 있는 정책을 세우는 중에 있음.

6. 교육, 훈련, 연구에 CSR 통합

- EU집행위원회는 기존의 유럽연합의 평생학습 프로그램(Lifelong Learning Programmes)과 청소년 프로그램(Youth in Action) 내에 CSR을 위한 교육과 훈련 프로젝트를 만들고 재정적 지원을 제공할 예정임.
- 기업과 교육 전문가들의 'CSR 협력의 중요성'에 관한 인식 향상을 위해 2012년 내에 이에 필요한 행동을 시작할 예정임.

7. 국가와 하위 국가의 CSR 정책의 중요성 강조

- EU집행위원회는 2012년에 유럽연합 가입국들과 함께 국가적 차원의 CSR 정책에 대한 상호감시체계를 만들 예정임.
- EU집행위원회는 2012년 중반기까지, 유럽 2020 전략 지원의 일환으로 CSR 촉진을 위한 가입국의 주요 행동 목록을 갱신하거나 개발하도록 요청할 예정이며 이 행동 목록은 국제적으로 인정되는 CSR 원칙과 가이드라인과 연관될 것이고 또한 기업과 다른 이해관계자들 사이의 협력과 의사소통 개선이 다루어질 것임.

8. CSR에 대한 유럽과 국제적 접근성 조정

- EU집행위원회는 1,000명 이상의 근로자를 고용하고 있는 유럽 기업들이 국제적으로 인정된 ISO 26000과 같은 원칙과 가이드라인이 기업 내 경영에 있어 적용되고 있는지 감시할 예정임.
- 2012년, 유럽위원회는 UN 지침을 기본으로 하여, 산업 분야에 관련된 인권 지침을 만들기 위해 중소기업을 포함한 기업 및 이해관계자들과 협력할 예정임. 또한 2012년 말까지, UN 지침 원칙 하에서 유럽 우선사항 보고서를 발행하고 그 이후엔 우선사항 과정 보고서를 발행할 예정임.

자료 : 2011 A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility.

마. 유럽연합 기업 사례

유럽 내에 있는 많은 기업 중 다국적 석유화학분야 기업인 셸(Shell)과 제약회사인 노바티스(Novatis)를 살펴보고자 한다.

▶ 셸(Shell)

1833년 영국의 한 상점에서 시작된 셸(Shell)은 현재 네덜란드 헤이그에 본사를 두고 있으며, 90개 이상의 국가와 지역에서 약 101,000 명의 직원을 고용하고 있는 다국적기업으로 주로 에너지 및 석유 화학 분야에서 사업을 한다. 현재, 셸은 지속가능한 경영과 환경 및 사회보호에 공헌을 하려고 노력하고 있지만 불과 15여 년 전, 해양유전시설 폐기 문제로 곤욕을 치렀다. 1995년, 셸은 EU 규정에 의거하여 유럽 북해 주변국인 독일과 네덜란드 등의 나라의 승인과 자사의 규정에 따라 수명이 다한 원유저장 기지를 북해에 폐기하기로 결정하였다. 그런데 폐기 과정에서 셸은 환경단체인 그린피스(Green Peace)와 여러 번의 마찰을 빚었지만 EU의 규정을 명분으로 폐기를 강행했다. 이에 대해 유럽 내 언론과 독일 및 네덜란드 정치인들이 셸의 행동을 비판했고 결국에는 셸 상품 불매운동으로 이어지게 되었다. 이러한 상황에서 셸은 유전시설의 북해 폐기를 포기하였으며 이 사건을 계기로 셸은 사회적으로나 환경적으로 예민한 문제를 다루는데 있어서 이해관계자와의 충분한 의견 수렴이 필요하다는 것을 인식하게 되었다. 이후 셸은 사업 경영에 있어 지속가능한 개발과 환경 및 사회문제에 초점을 맞추고 있다. 특히, 셸은 석유화학을 주로 다루고 있기 때문에, 환경문제에 가장 많은 신경을 쓰고 있다. 환경을 보호하고 그에 맞는 책임을 지기 위해, 셸은 환경에 대한 4가지 전략을 바탕으로 경영 활동을 하고 있다. 이 4가지 전략이란 '천연가스 증산, 저탄소 바이오 연료 개발, 탄소 포집 및 저장(CCS) 기술 개발 보조, 그리고 당사 사업의 에너지 효율성 개선'이다. 이 밖에도 셸은 UN이 추진하는 생물다양성 보존을 위해 노력하고 있으며 선박 품질 보증 표준을 정하여 석유가 유출되는 것을 방지하는 데 노력하고 있다. 환경 문제 외에도, 다양한 국가에서 사업 활동을 벌이고 있는 셸은 지역 내 교육 프로그램과 직업 능력 개발 프로그램을 시행하는 등 지역사회의 문제 해결에 적극적인 모습을 보여주는 노력을 하고 있다.

▶노바티스(Novatis)

스위스 바젤에 본사를 두고 있는 세계적인 제약회사인 노바티스는 2011년 포춘지(Fortune)에서 '세계에서 가장 존경받는 제약회사 1위'에 선정될 만큼 다양한 사회적 활동을 하고 있는 기업이다. 노바티스는 2000년에 UN Global Compact에 가입하였으며, 이를 기반으로 다양한 국가와 지역에서 책임 있는 활동을 펼치고 있다. 제약회사인 만큼 노바티스는 극빈국에 필요한 약을 원가 또는 무상으로 제공하는 활동을 주로 하고 있다. 노바티스는 사회공헌활동을 위해 자사 순이익의 5%를 지출하고 있을 뿐 아니라 재단을 설립하여 CSR 활동을 적극적으로 펼쳐나가고 있다. 노바티스 재단은 지속적인 발전, 기업윤리, 의약품 접근 용이성 등과 관련한 싱크탱크 역할, 지속적인 발전을 위한 정책교류, 각종 국제기구와 협력, 네트워크 구축, 예방의약 및 질병치료 등에 대한 다양한 활동을 하고 있다.

2. 영국

가. 영국 CSR의 특징

영국의 CSR은 다양한 기업 운동과 자선 및 박애주의 전통 속에 발전되어 왔다. 영국 정부는 2000년 세계 최초로 CSR 담당 장관(CSR Minister)을 임명할 정도로 CSR에 관심을 갖고 적극적인 CSR 정책을 실행하면서 CSR에 대한 자국 내 인식을 확산시키기 위해 노력해 왔다. 2001년에는 CSR에 대한 정부보고서를 출간하여 기업 사례를 확산시키고 기업들이 국제적 CSR 기준을 따를 것을 지속적으로 권고하고 있다.

영국 의회에서도 기업의 환경적, 사회적, 경제적 책임을 강화하기 위한 법안을 꾸준히 추진해 왔으며, 대대적인 회사법 개정 작업과 함께 사회보고제도를 발전시켜 왔다. 1998년, 영국 통상산업부(Department of Trade and Industry)는 기존의 낡은 회사법을 21세기 현대 사회에 맞는 회사법으로 바꾸기 위하여 개정작업에 들어갔고, 이를 위해 개정검토위원회는 다양한 단체로부터 회사법에 필요한 의견을 받았다. 이 위원회는 기업의 경영진의 기본적인 의무는 주주의 이익을 위하여 기업을 경영하는 것이지만 기업의 장기

적인 성과로 보았을 때 근로자, 하청업자, 고객관의 관계, 높은 수준의 사업 윤리 유지의 필요성, 기업의 행동이 환경이나 지역사회에 미치는 영향 등의 요인들을 고려해야만 기업이 진정한 성과를 이룰 수 있다는 이른바 진보된 주주가치(enlightened shareholder value)의 입장을 받아들였다. 이 진보된 주주가치는 영국의 사회보고제도의 이론적 근거로 작용했다.

유럽 내에서도 영국은 사회책임투자에서 가장 활발하게 활동해 왔다. 1985년에는 Friends Provident를 설립했으며 이는 담배, 무기, 술, 압제적인 정권을 제외한 영역에 대한 윤리적 선별 투자를 시행한 최초의 펀드였다. Barchester Green 투자 역시 1985년에 설립되었으며 이는 영국에서 가장 오래된 윤리투자 전문 기관이다. 이후 다양한 분야에 투자를 하는 90개 이상의 사회책임투자 펀드가 개설되었다. 이러한 투자펀드들은 선별배제 영역(negatively screened criteria)과 선별투자 영역(positive investment criteria)을 포함하고 있다. 윤리투자 리서치 서비스(EIRIS)에 따르면, 67억 파운드가 영국에 있는 윤리적·환경적 투자펀드에 투자되었다고 한다. 또한 영국 정부는 2000년 수정연금법(Pension Act Amendment)를 통해 모든 퇴직연금에 대해 사회책임투자를 의무화 하는 등 사회책임투자를 위한 제도 구축에 노력하고 있다.

나. 영국 정부의 CSR 대응

영국 정부는 2007년 무역산업부(Department for Trade and Industry) 명칭을 기업규제개혁부(Department for Business and Regulation Reform)로 바꾸고 기업이 경영하기 좋은 나라를 만들기 위한 정책을 지향하고 있다. 영국의 기업규제개혁부는 지속가능경영을 지지하는 동시에 CSR 이행을 후원하고 있는 민간 조직인 BitC(Business in the Community)를 적극적으로 지원해 오고 있다. 또한 기업의 적극적인 CSR 활동을 유도하기 위하여 기업의 사회보고제도를 시행하는 등 다양한 정책을 통하여 기업의 CSR 활동을 적극적으로 요구하고 있다.

▶ 기업의 사회보고제도: 회사법 개정과 경영재무보고서

2002년, 영국의 몇몇 위원들은 기업이 환경적, 사회적, 경제적인 영향과 고용정책이 담긴 보고서를 제출하도록 하는 사회책임법안(Corporate

Responsibility Bill)을 추진하였지만 결국 의회에서 받아들여지지 못했다. 그런데 Corporate Responsibility Bill은 영국의 '1985년 회사법규칙 2005'를 통과시키는데 영향을 주어, 2005년 3월부터 이 개정법이 발효되었다. 이 개정법은 주주 및 주주 이외의 이해관계자가 기업에 대한 접근성을 높일 수 있게 하고 경영자가 기업 환경과 전망을 점검하여 사업을 운영하도록 하기 위해, 기업의 이사가 기업의 사회적 책임에 관련된 정보를 포함한 경영재무보고서(OFR: Operating and Financial Review)를 발표하도록 규정했다. 기존에 기업이 작성해왔던 재무보고의 한계점을 보완하여 기존의 재무보고 이외에 영업, 성과, 계획, 전망, 그 밖의 정보(근로자, 고객과의 관계, 지역 사회에 미치는 영향, 회사의 지배구조, 환경적 측면, 위험관리 등)도 주요성과지표에 포함하였다. 경영재무보고서에 공시되어야 하는 정보는 <표 4.2-5>에 제시되어 있다.

<표 4.2-5> 경영재무보고서에 공시해야 하는 정보

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - 사업기간 동안 회사의 경영발전과 경영성과 - 결산기의 회사의 지위 - 사업연도 동안 회사의 발전, 경영성과 및 지위에 이룬 주된 추세와 요인 - 회사의 장래 발전, 성과, 지위에 영향을 미칠 수 있는 주된 추세와 요인 - 회사의 경영, 목적, 전략 - 회사의 이용 가능한 자원 - 회사가 직면한 위험과 불확실성 - 환경문제에 관한 정책수립과 실행(회사사업이 환경에 미치는 영향 포함) - 회사 근로자에 대한 정책 및 실행 - 사회 및 지역공동체 관련 이슈에 관한 정책과 실행 |
|--|

한편 2006년에 새롭게 개정되고 2007년 1월에 발효된 회사법(Companies Act 2006)은 환경적 영향 뿐 아니라 직원, 지역, 사회 관련 이슈 및 재무적 핵심 성과 지표(KPI: Key Performance Indicators)를 활용하여 이해관계자들에게 투명한 정보를 제공하고 지속가능경영 이슈를 고려할 수 있도록 하였다. 즉, 비재무정보를 공시하는 것을 주된 골자로 하는 별도의 경영진단서(Business Review)를 작성하자는 것을 의무화했는데 경영진단서에는 기업의 사업 성과와 위험을 평가하는데 필요한 모든 사항을 기재해야하고 필요한 경우에는 환경이나 근로자 문제도 포함시켜야한다. 이는 이사보고서

(director's report)에 첨부된다.

▶ CSR과 관련된 환경정책

영국 정부는 기후 변화 대응에 있어 저탄소 경제로의 전환을 촉진하려는 노력을 하고 있고 그 일환으로 2001년에 민간회사 Carbon Trust를 설립하여 탄소 배출량 감축 및 에너지 비용 절감을 위한 사업을 진행하고 있다. 특히 2001년부터 이 회사에 4억 파운드의 자금을 지원해왔다. 또한 영국 정부는 '지속가능 소비와 생산' 정책 프로그램을 통하여 기업 공급사슬의 단계별 환경에 미치는 영향에 대해 분석하고 대책에 대한 자문을 주고 있다.

▶ 기타

영국 정부는 자국의 빈곤지역에 대한 기업의 개발 참여를 장려하고 있다. 이를 위해 지방 기업들과 전략적 제휴를 맺고 있으며 공동 프로젝트에 자금을 지원하고 있다. 특히, 스코틀랜드에서는 Community Planning Partnership을 통하여 민간 부문에서도 지방의 공공 서비스 개발에 대한 부분 결정권을 부여하고 있다. 뿐만 아니라, 영국 정부는 각 지역 빈곤층의 취업을 장려하기 위해 기업과 노력하고 있다. 영국의 무역투자부는 영국 내 모든 기업이 CSR을 도입할 수 있도록 온라인 역량 개발 체계인 CSR Academy 서비스를 제공하고 있다. 또한 기업 내 업무 환경을 위하여 영국의 보건안전청(HSE: The Health and Safety Executive)은 산업 안전과 보건에 대한 전략과 방침을 결정하고 업무환경 안전성 개선을 위해 노력하고 있다.

▶ 영국의 글로벌 CSR

영국 정부는 빈곤 문제를 해결하는 데 있어 기업의 성장이 특히 중요하다고 본다. 기업 활동이 빈곤 지역 및 국가에서 부의 창출을 유도해줄 수 있기 때문이다. 따라서 영국 정부는 빈곤 해결 및 국외 지역 개발을 지원하기에 앞서 기업 성장을 위한 투자에 초점을 맞춘다. 기업 성장을 위해 필요한 외국인 투자는 대부분 가난한 나라들을 외면하는데, 영국 정부는 저개발국에도 계속되는 투자를 해야 한다고 주장하며 저개발국에 대한 투자에 따른 이익이 발생될 수 있다고 보고 있다. 따라서 영국 정부는 저개발국 내의 투자 수

준을 상승시키는 것이 빈곤 해결을 위한 중요한 열쇠라 여기며 민간투자를 촉진시키려 노력하고 있다. 뿐만 아니라 영국 정부는 저개발국의 빈곤층의 기회를 확대시키고 민간 부문의 범위를 넓히려고 노력하고 있다. 이러한 생각과 노력을 가지고 영국 정부는 국외의 다양한 지역에서의 CSR 활동을 적극 지원하고 있다.

영국 정부는 기업의 CSR 활동을 촉진하기 위해 기업 경영과 기업 내 인권을 보장하는 국제기업인권연구소(International Institute of Business and Human Rights) 설립을 위한 기금을 지원하고 있다. 또한 외국 정부가 CSR에 관련된 국제표준을 제정하거나 민주주의를 정착하는데 있어 많은 지원을 하고 있으며 영국표준협회를 통해 ISO 표준 개발에 참여함으로써 국제표준의 제정을 지원하고 있다. 영국 국제청의 경우, 중동, 아시아, 아프리카 지역에서 기업이 현지 인력을 이용하도록 권고하고 있으며 시민 정부 수립과 신뢰할 수 있는 세금 시스템 개발에 참여하고 있다.

영국 정부의 국제개발협력은 국제개발부(DFID: Department for International Development)에서 담당하고 있다. DFID는 1998년에 기업과 노동조합, NGO, 지원기관들을 연합하여 기업의 공급사슬에 있는 노동자의 근로조건을 개선하기 위한 '윤리무역 이니셔티브(ETI: Ethical Trading Initiative)'를 출범했다. ETI의 회원사들은 ETI Base Code와 ETI's Principles of Implementation에 서명해야 하며 자사 공급사슬의 근로자들의 근로조건을 개선하기 위해 노력해야 한다. 2010년 현재 70개 이상의 기업이 참여하고 있으며 이들의 윤리무역 활동은 전 세계 980만 명의 근로자를 포괄하고 있다. DFID는 또한 공정무역 활동을 지원하기 위해 다양한 활동을 하고 있으며 국제공정무역인증기구(FLO: International Fairtrade Labelling Organisation)의 프로젝트에도 자금을 지원하고 있다. 이와 더불어 저개발국의 빈민층이 저축과 신용거래 및 보험 가입을 할 수 있도록 다양한 방법을 통해 지원하고 있으며, 기업과의 다양한 공공·민간 파트너십(PPP)을 통해 아프리카 등 저개발국의 경제성장과 소득창출을 위해 노력하고 있다.

다. 영국 기업의 CSR 사례

영국 내에는 사회적, 경제적, 환경적 측면의 CSR 활동을 펼치고 있는 다양

한 기업들이 존재하고 있다. 그 중에서 영국 국내와 국외에서 활발한 CSR 활동을 펼치고 있는 금융회사인 바클레이즈 은행(Barclays Bank)의 사례를 살펴보기로 하겠다.

영국 런던에 본사를 두고 있는 바클레이즈 은행은 1694년에 설립된 다국적 금융서비스 회사이다. 서울을 포함하여 전 세계에 3,000여 개의 영업지점을 운영 중에 있으며 약 14만 5,000명의 직원을 두고 있다. 이러한 큰 규모의 바클레이즈 은행은 국내외적으로 다양한 CSR 활동을 펼치고 있는데 영국 내에서는 주로 빈곤층이나 고령자를 위한 CSR 활동을 펼치고 있다. 특히 2010년까지 영국 내 빈곤 지역에 거주하는 약 844,000명의 사람들에게 현금 카드 계좌(Cash Card Account)를 제공하였으며 'Money SKills' 프로그램을 통해 취약계층에게 개인 금융관리 자문을 제공하기도 하였다. 또한 고령자를 위한 무료 재무자문 서비스를 제공했을 뿐 아니라 지역 경제 발전에 기여하고자 Association of British Credit Union 및 Community Development Finance Association(CDFA)와 협력하여 지역 발전을 위해 다양한 노력을 펼치고 있다.

이 외에도 바클레이즈 은행은 다양한 글로벌 CSR 활동을 펼치고 있다. 특히 자체적으로 미소금융 프로그램을 만들어 개발도상국 내 취약 계층에 금융지원을 하고 있는데 2010년까지 이 프로그램을 통해 인도를 포함한 11개국 취약 계층에 약 1,000만 파운드의 금융지원을 했다. 바클레이즈의 글로벌 CSR 활동은 금융 뿐 아니라 건강, 환경 부문에까지 확대되어 있다. 예를 들면 세계야생생물기금(WWF: World Wildlife Fund)과 함께 동아프리카 지역의 자연보호 활동 및 환경보호 활동에 힘쓰고 있으며 아프리카의 AIDS/HIV 문제 해결을 위한 다양한 프로젝트를 지원하고 있다.

3. 프랑스

가. 프랑스의 CSR 배경 및 특징

프랑스는 다른 많은 유럽 국가들과 유사하게 국가 주도적인 방식으로 CSR에 접근하는 특징이 있다. 이는 전통적으로 공공부문의 비중이 컸던 프랑스의 경제구조에 기인하고 있으며 이러한 정부의 관여가 널리 받아들여지는 대중적 인식과 관습도 관련이 있다. 이러한 전통에 따라 대부분의 유럽 국가와 마찬가지로 프랑스 정부는 CSR을 위한 정책 마련 및 법제화를 적극적으로 시도해왔다. 특히 2002년에는 영국에 이어 기업의 CSR을 장려하고 촉진하기 위해 CSR 담당 장관을 임명했다.

프랑스 정부는 2006년 11월 1일, 프랑스 부처 간 지속가능발전위원회를 소집하고 유럽연합에 의해 채택된 유럽 전략에 따라 기존의 지속가능전략을 새롭게 재편하고 환경과 세계화에 따른 사회적 경영을 강조했다. 동 지속가능전략의 첫 번째 목표는 기업이 자발적으로 이니셔티브에 전념하도록 격려함으로써, 지속가능한 발전을 고려하도록 만드는 것이다. 이 목표는 온실 효과, 사회 및 환경의 책임, 산업 문제, 보건 문제, 에너지와 물 소비량 관리, 폐기물 배출과 혁신에 대한 접근 등의 주제를 포함한다. 또한 두 번째 목표는 지속가능한 발전을 효율적으로 다루기 위해 기업을 지원하는 데 있다. 특히, 프랑스 정부는 중소기업에 돕는데 초점을 두고 있으며, 중소기업이 지속가능한 발전을 그들의 경영 전략에 포함시킬 수 있도록 중소기업을 위한 정부 보조금을 마련하거나 중소기업에 대한 인식을 높이기 위한 캠페인을 조직할 수 있는 자문을 제공하기 위해 노력 한다. 특히 기업에게 CSR에 관련된 전문지식과 의식 개선에 필요한 정보를 제공하는데 있어, 프랑스 환경에너지 관리청(ADEME)의 역할을 확대시키려 노력한다.

프랑스 CSR의 특징 중 하나는 CSR 관련 담론에서 영미권에서 강조되는 '기업 활동의 투명성' 원리가 그리 중요하게 취급되지 않는다는 점이다. 이는 프랑스의 가톨릭 문화와 관련된 것으로 기업의 '좋은 행동'은 기업 재량에 속하는 도덕적인 문제로 간주되기 때문에 투명성과 좋은 행실에 대한 공적 보고에 대해서는 다소 회의적인 시각이 나타나는 경향을 보인다.

나. 프랑스 정부의 CSR 대응

프랑스 정부는 CSR 활성화를 위해 CSR 보고를 의무화 하는 법과 각종 권장정책을 시행하고 있다. CSR의 의무화 제도는 대표적으로 ‘신경제규제법(NRE: Nouvelles régulations économiques)’과 ‘그르넬 법안(Loi du Grenelle)’을 들 수 있다.

▶ 신경제규제법(NRE)

1990년대부터 유럽연합 회원국들이 지속가능성 보고제도에 관심을 가지게 되면서 프랑스 또한 이런 관심에 동참하게 되었다. 프랑스 정부는 2001년 5월 신경제규제법(NRE)을 제정함으로써 이러한 흐름에서 선도적인 역할을 하게 되었는데, 동 법안은 상장기업들이 연차보고서에 자사의 기업 활동이 사회와 환경에 미치는 영향을 분석한 내용을 명기토록 의무화했다. 신경제규제법에는 이를 준수하지 않는 기업에 대한 구체적인 제재 조치가 없어 현실적으로는 해당 기업의 자율성에 의존하고 있지만 현재 프랑스 시가총액 기준 40대 기업의 대부분이 이를 준수하고 있는 것으로 나타나고 있다.

프랑스 정부는 1979년부터 기업이 자체적으로 기업 활동을 보고하는 Bilan Social을 실시해왔고 이를 기반으로 사회적 성과를 비교하고 평가했다. Bilan Social은 고용, 임금, 산업안전보건, 교육훈련, 노사관계, 근로조건 등과 같은 지표로 구분되어 있는데 기업은 이를 바탕으로 작성된 자료를 노동조합이나 기업 대표의 확인을 거친 후 근로감독관에게 제출해왔다. 신경제규제법은 이러한 Bilan Social 보고 형식보다 훨씬 의무성을 부여하며 다양한 영역으로 확대시켰다. 특히, 공개대상 정보를 환경 및 사회책임 정보로 확대시켰고 공개의 대상도 회사 외부로 확대시켰다. 신경제규제법에서 공개되어야 하는 분야는 인적자원과 근로기준, 지역공동체의 이익 그리고 환경이 있는데 이에 대한 자세한 정보는 <표 4.2-6>에 제시되어 있다. 현재 프랑스 시가 총액 기준 40대 기업의 대부분이 이 의무사항을 준수하고 있는 것으로 나타나지만 준수하지 않는 기업에 대한 제재 조치가 구체적으로 확립되어 있지 않아 해당 기업의 자율성에 의존하고 있는 실정이라고 알려져 있다.

<표 4.2-6> 신경제규제법에 규정된 정보공개 분야

<p>인적 자원과 근로기준</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 인력의 채용과 활용(영구직과 임시근로자, 용역직, 초과근로 등으로 구분하여 기재). 상장기업은 반드시 인력감축에 대하여 공시하여야 하며, 재고용 노력을 포함한 고용 안정 계획에 대해서도 공시 - 영구직원과 임시직원의 근로시간과 재직기간의 구성, 전직을 및 이를 유발하는 주된 요인 - 근로자에 대한 보수(이 경우 임금, 자기발전 및 복지비용, 여성과 남성의 평등으로 구분하여 기술) - 산업관계, 단체교섭사항, 건강 및 안전조건, 근로자 연수, 장애근로자의 취업, 회사 복리후생 제도, 하도급업체의 중요성 등 기재
<p>지역공동체의 이익</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 고용 및 지역발전 등 지역에 미치는 영향 - 환경, 소비자단체, 이웃보호를 위한 각 단체 및 사회적 통합, 교육기관과의 연계활동 - 하도급업체가 자사의 영업에 미치는 중요도, 하도급업체가 근로자의 권리보호를 위한 법 준수에 대한 노력 - 해외 자회사의 활동으로 인해 해외 지역적 발전과 인구에 어떠한 영향을 미치는지 및 이에 대한 고려 시 채택한 방법론에 대한 논의사항
<p>환경</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 물, 원자재 및 에너지를 포함한 자원의 소비상황, 에너지 재생 및 에너지 효율을 높이고자 노력하는 경우 그 노력, 환경에 중대하게 영향을 미칠 수 있는 토지 이용, 대기, 수질, 토지오염배출과 소음 - 생명의 균형 및 자원 환경의 손해예방장치와 동물과 지구생물 보호를 위해 취한 조치 - 환경보호를 위한 평가, 인증관련 활동 - 해당 법률준수를 위해 취하는 회사의 노력과 활동

자료: 참여연대 (2010)

▶ **그르넬 환경법 (Loi du Grenelle 1, Grenelle 2, Grenelle 3)**

그르넬 환경법¹⁴⁾은 2007년 5월 당시 프랑스 환경부 장관이었던 알랭 쥐페가 발의하고 프랑스 대통령 사르코지가 제안함에 따라 구체화되기 시작했다.

14) ‘그르넬(Grenelle)’이라는 명칭은 1968년 학생혁명 당시 파리의 Grenelle이라는 길에 위치한 총리 관저에서 프랑스 정부가 노동조합과 NGO 대표들을 만나 합의를 이룬 것에서 유래하며, 이해관계자 간의 다자적 합의를 상징한다.

이 과정에서 프랑스의 생태적·지속가능한 발전에 관한 주요 정책문제를 논의하고자 Grenelle 환경 라운드 테이블을 개최했는데, 프랑스의 환경정책을 담당하는 모든 공적 기관과 노조, 고용주, 지방단체, 일반 국민 등 9만여 명이 참여하여 국가 차원, 유럽연합 차원, 범세계 차원에서 이행되어야 할 정책대안을 도출하고 이를 공개토론에 부쳤다. 그르넬 법안은 기후변화, 생물다양성, 환경보건, 지속가능 소비·생산, 생태정의, 지속가능 고용 등 40명으로 구성된 6개 작업반이 중심이 되어 안을 만들고 공청회 등을 통해 사회적 합의를 도출했다(<표 4.2-7> 참조).

<표 4.2-7> 그르넬 환경법 제정 단계의 6개 실무그룹

1 실무그룹 - 기후변화대책과 에너지 수요 조절
2 실무그룹 - 생물의 다양성과 자연자원의 보존
3 실무그룹 - 건강을 존중하는 환경 조성
4 실무그룹 - 지속가능한 생산과 소비 양태의 채택
5 실무그룹 - 환경 민주주의의 건설
6 실무그룹 - 경쟁력과 일자리에 유리한 친환경적 발전 형태의 증진

그르넬 법은 3개의 법안으로 구성되어 있는데 2009년에 도입된 그르넬 법 1은 주요정책 목표를, 그르넬 법 2는 세부규정 등을 제시하고 있으며 그르넬 법 3은 향후 3년 간(2009~2011) 정부의 예산안을 담고 있다. 이는 ①기후변화 대응, ②생물 다양성 및 자연생태, ③건강을 존중하는 환경, ④모범선도 국가, ⑤거버넌스, ⑥해외 영토 및 지방자치제의 특별 조치 등 6개 부문을 다루고 있다. 특히, 거버넌스 법안을 통해 기업과 소비에 대한 규정, 영향 평가 및 의견조사의 개혁, 홍보와 협의에 관한 조치 등 기업과 관련된 내용이 포함되었다.

그르넬 법은 기업의 CSR 활동 및 성과를 공개할 것과 제3자 감사를 통한 적정성 평가와 평가기준 및 통일 등을 법제화했다. 특히, 이 법안은 상장기업 뿐만이 아니라 비상장기업까지도 CSR에 관련된 보고를 의무화하고 있어서 신경제규제법의 단점을 보완해 준다는 평가를 받고 있다.

▶ 프랑스 CSR 권장조치: SD 21000

프랑스 정부는 프랑스 표준화기구(AFNOR)를 통하여 기업이 그들의 경영 전략에 지속가능한 발전과 관련된 사회적 책임 이슈를 반영토록 권장하고

있다. 특히, 표준화기구는 기업별 성과를 평가하여 인증 라벨을 주는 정책을 시행하고 있는데, 2003년 5월 SD 21000을 채택했다. AFNOR 인증 라벨은 3가지로 구분되어 있는데(<그림 4.2-1> 참조), 첫 번째는 인권과 관련된 라벨로 성별과 출신에 따른 차별을 금지하거나 근로자에게 균등한 기회 제공하고 다양성을 추구하는 기업에 부여하고 있다. 두 번째는 고용 부문에 있어서 양성평등을 준수하는 기업에게 부여하고 있다. 마지막으로 프랑스 내 각종 협회 및 재단 활동의 투명성과 관련된 라벨을 부여한다.

<그림 4.2-1> 프랑스의 CSR 인증 라벨



다. 프랑스 기업의 CSR 사례

현재 프랑스 내에는 다양한 기업이 CSR 경영 활동을 펼치고 있다. 그 중에서도 프랑스의 주요 금융기관 중 하나인 소시에테제네랄 (Societe Generale)은 프랑스의 우수 금융회사로 금융회사라는 특성에 기초하여 사회 책임투자 활동을 활발히 하고 있는 것으로 알려져 있다. 소시에테제네랄은 그 밖에도 인적자원 개발, 환경 보호, 책임 구매, 교육·문화·예술 활동 후원 등 다양한 CSR 활동을 한다. 특히 소시에테제네랄은 환경경영을 추구하기 위하여 탄소중립제도(Carbene Neutrality)를 계획했는데 이는 2008년부터 2012년까지 직원 당 CO2 배출량을 11% 감축하는데 그 목적을 두고 있다. 이를 실천하기 위해 각 사업별로 다년간 Action Plan을 수립했는데, 예를 들어 업무 진행 과정에서 발생하는 유해가스를 감소시키기 위한 방법을 발굴하기도 하고 환경 요소를 감안한 의사결정 문화를 도입하기도 했다. 이에 따라 2009년에는 직원 당 CO2 배출량을 4.5% 감소시킬 수 있었고 기업이 정한 에너지 및 종이 사용량에 대한 목표치를 달성할 수 있었다.

4. 독일

가. 독일 CSR의 배경 및 특징

독일 내에는 오래 전부터 기업의 사회적 책임의식이 자리 잡고 있었으며 독일 기업은 환경 경영이나 윤리 경영 및 사회공헌분야 등 여러 분야에 걸쳐 적극적인 활동을 전개해 다국적기업 경영의 모범이 되어왔다. 독일 정부 또한 CSR의 중요성을 인식하고 CSR에 관련된 중요한 이니셔티브를 발표해 왔으며 국제적 차원의 다양한 CSR 이니셔티브를 적극적으로 지원하고 있다.

독일은 정부가 높은 수준의 법규제를 통해 기업을 통제하고 있으며, 복지법, 노동법, 환경법 등을 통해 국가의 규범이 매우 상세히 제시되어 있어서 기업의 자유로운 활동은 제한받고 있다. 이와 관련하여 더크 매튼이나 앤디 크레인과 같은 학자는 영미권계 국가에서는 외재적(explicit)인 CSR을 행하는 한편, 독일과 프랑스는 내재적(implicit) CSR을 하고 있다고 주장하기도 한다(경실련, 2008). 여기서 내재적 CSR이란 정부에 의해 의무 및 통제가 강화된 CSR을 뜻한다. 정부의 의무 강화 및 통제는 기업의 납세 영역에만 국한되는 게 아니라, 경쟁전략, 유해물질 배출 및 관리, 임금 및 요금 정책, 작업환경, 직업 재교육 부문에까지 이른다. 즉 대부분의 영미권 국가와는 달리 독일에서는 윤리적 개념이 이미 CSR 의무 규정에 포함되어 있다고 할 수 있다.

독일의 의무적 CSR 정책 실행에 있어 독일 상공회의소의 역할이 매우 크다. 독일에서는 모든 민간기업 및 자영업자가 다양한 형태의 상공회의소에 유료회원으로 가입할 것을 법적 의무로 규정하고 있다. 이밖에도 중요한 관련 단체로는 임금협상 등 기업 관련 정책에 이익을 대변하는 산업별·사용자 협회가 있다. 독일에서 이렇게 단체의 단위 활동이 활발하게 나타나는 것 자체가 내재적 CSR의 특성을 보여주고 있다고 볼 수 있다. 또한 독일의 내재적 CSR의 모습은 직업교육시스템에서도 드러난다. 독일의 모든 수습생들은 최소 2년의 직업교육과정을 거치는 데, 기업 내에서 수습기간을 갖는 동안에도 국가운영 직업학교 수업을 병행하여 듣도록 되어있다. 이와 같은 이원화 교육제도(dual system)는 독일의 교육정책에 의해 정확하게 통제되며, 전국적으로 국가가 정한 기준을 따르도록 되어있다. 이 뿐만 아니라 기업은 다른 부문에서도 국가의 교육제도에 참여하고 있다(경실련, 2008). 이렇듯, 독일은 정부 체제 하에서 강력하고 체계 있는 CSR 정책을 실행해 나가는 것을 특징

으로 하고 있다.

나. 독일 정부의 CSR 대응

▶ CSR 행동계획(Action Plan)

독일 정부는 2010년 10월 법적 제도를 넘어선 국가 참여 전략과 함께 기업의 사회적 책임 확대를 위한 국가 차원의 CSR Action Plan를 도입하기로 결정하였다. 이 CSR Action Plan은 기업의 사회적 책임 의식이 지속가능한 발전에 기여할 것으로 기대하며 독일 기업의 사회적 책임 강화를 위한 전략적 협력 관계 조성에 기여할 것으로 기대한다. 또한 독일 정부는 CSR Action Plan을 통하여 독일이 유럽 국가 내에서 CSR 선두 대열에 자리를 잡게 될 것으로 전망하고 있다. 그만큼 독일 정부는 큰 기대를 가지고 CSR Action Plan을 실현시켰다. 특히 이 계획은 독일의 연방노동부가 소집한 전문위원회인 국가 CSR 포럼의 추천에 의해 작성되었으며 여기에는 국가 차원의 지속가능한 성장 전략 실행 추진 담당인 '지속성장발전위원회(Rat für Nachhaltige Entwicklung)'의 전문가의 역할도 일조했다.

CSR Action Plan의 세부적 목표는 기업과 공공 행정기관의 사회적 책임 풍토의 토착화, 중소기업의 CSR 참여 확대, CSR 활동의 가시화 및 신뢰성 촉진 등으로 설정되었다. 또한 기업과 공공 행정기관이 사회적 책임을 가질 수 있는 풍토를 만들고, CSR에 관련하여 중소기업의 참여를 확대시키며 CSR 활동을 가시화하고 신뢰성을 고취한다는 세부 추진 목표도 만들었다.

또한, 독일 정부는 CSR Action plan에 의하여 기존에 독일 제품의 품질 인증으로 사용되었던 '독일산(Made in Germany)'을 새로 CSR과 연계시켜 '사회적 책임을 다한 독일산(CSR - Made in Germany)'으로 재부각하기로 하고 'CSR - Made in Germany' 슬로건을 널리 보급하기 위해 계속적으로 노력하고 있다. 뿐만 아니라 메르켈 독일 수상은 CSR Action Plan을 통하여 대중과 학교의 CSR에 대한 의식을 개선시키고자 하며, 이 외에도 중소기업을 위한 컨설팅 프로그램 및 지역적 차원에서의 정보 교환을 위한 모임을 계획 중에 있다.

▶기업의 사회책임보고서

독일의 많은 기업들은 자발적으로 사회책임보고서를 발간하고 있으며 2005년 1월부터 EU의 회계 현대화 지침이 적용되어 규모가 큰 상장기업의 경우 연차보고서에 EU 회계 현대화 지침 반영을 의무화하였다. 이 밖에도 독일은 노사 간 정보교환이 활발히 이루어지는 특이점을 보인다. 독일은 산별노조와 사용자, 또는 사용자 단체 간에 행해지는 단체교섭과는 별도로 기업 내의 근로자평의회를 통해 경영인사 사항과 같은 노사 간의 광범위한 정보 교환이 이루어지고 있다. 이에 따라 작업 시간, 임금 지급 사항, 휴식 시간 등의 구체적인 기준 그리고 복리후생시설 관리와 같은 사회적 사항(soziale Angelegenheiten) 및 경제적 사항(wirtschaftliche Angelegenheiten)에 관한 정보가 대부분의 근로자들에게 공개되며 이를 바탕으로 근로자평의회는 인사계획을 제안하여 일정한 참여권을 실현시킨다.

▶ 독일 CSR 포럼

2005년, EnviComm는 독일에서의 지속가능성과 환경 보고 그리고 CSR 발전을 위한 기반을 마련하자는 의도에서 다수의 정·재계 및 언론계 인사의 자발적인 취지로 설립되었다. 또한 2008년에는 독일의 CSR 포럼을 포럼 EnviComm으로 개칭하였고 현재 포럼 EnviComm에는 약 400여 명이 회원으로 활동하고 있다. 특히 2010년부터는 경제전문 언론인 설문 조사를 통하여 CSR에 있어 모범이 되는 기업에게 독일 CSR 상을 수여하고 있다. 2010년 4월에 개최된 '2010년 독일 CSR 포럼'에서는 Bertelsmann, BMW, Volkswagen, BASF 등 4개의 독일 기업이 CSR 상을 수상했다.

다. 독일 기업의 CSR 사례

앞서 논의한 바와 같이, 많은 독일의 기업들은 정부의 적극적인 개입 아래 CSR 활동을 펼치고 있다. 그 중에서 독일의 종합화학회사인 바이엘(Bayer)의 CSR 활동에 대해 살펴보기로 하겠다.

독일의 레버쿠젠(Leverkusen)에 본사를 두고 있는 바이엘은 건강관리, 농화학, 폴리머, 특수화학제품을 핵심 사업으로 하고 있는 다국적기업이다. 이 기업은 1899년에 아스피린과 페나세틴 같은 세계적인 의약품을 개발한 것으

로 유명하다. 현재, 150여개 나라에 350개 이상의 관련 회사를 가지고 있으며 전 세계에 12만 2,000명의 근로자가 바이엘 사에서 근무하고 있다. 한국에는 4개사로 구성된 한국바이엘그룹을 두고 있다. 바이엘 사는 '보다 나은 삶을 위한 과학(Science for a better life)'이라는 기업의 이념을 바탕으로 경영 활동을 하고 있으며, 10대 기본 윤리 강령을 만들어 준수하고 있다.

<표 4.2-8> 바이엘의 10대 기본 윤리 강령

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 공정한 경쟁: 공정한 경쟁 원칙 준수, 특히 독점 금지법 엄수 2. 정직한 거래 3. 지속 가능성의 원칙: 환경 보호 및 개인의 건강 및 안전 보장에 대한 책임 인식 4. 대외무역법 준수: 각국 및 국제 대외 무역 거래 규정 준수 5. 증권 거래 시 동등한 기회 보장: 모든 직원은 주가에 영향을 미칠 수 있는 사내 정보를 기밀사항으로 다루어야 할 의무 6. 적절한 서류관리와 재정 보고서의 투명성: 내부관리시스템 상 주요 사업절차에 관한 적절한 문서 기록, 회계 관련 정보는 완전하고 오차 없이 작성 7. 공정하고 존경할만한 업무 조건: 동료와 제 3자에 대하여 친절하고, 객관적이며, 공정하고, 존중하는 직원들의 자세 요구, 어떤 종류의 차별과 괴롭힘도 비용인 8. 자체 지적재산권 보호 및 제3자의 지적 재산권 존중: 제3자에게 회사 기밀 정보 누설 및 발표 금지, 제3자의 지적재산권도 존중 9. 기업과 개인 관심사 구별: 인사 결정과 제 3자와의 사업 관계에 객관적 기준이 중요 10. 관계 당국과의 협력: 모든 관련 기관과 협력 관계 유지, 정보는 완전하고, 투명하고, 올바르며, 시기적절하고 이해 가능하도록 제공되어야 함 |
|--|

자료 : KOTRA (2010a)

이에 따라 바이엘은 10대 기본 윤리 강령을 바탕으로 다양한 CSR 활동을 펼치고 있다. 특히, 바이엘은 1985년 캐나다에서 시작된 화학산업계의 자발적인 활동인 '책임을 다하는 사업(Responsible Care)'에 가입하여 적극적으로 참여하고 있다. 이 활동에 따라 바이엘은 안전 및 환경과 관련한 자발적 품질 경영 시스템을 구축했으며, Responsible Care에 관련된 협력과 교류에 적극적인 모습을 보이고 있다. 특히, 바이엘은 기업의 책임을 다하고자 제품의 개발 및 생산 단계에서부터 소비자의 사용 단계 및 폐기까지의 모든 과정에서 환경이나 인체에 위협한 요소를 배제하는 것을 원칙으로 삼고 있다.

이와 더불어 바이엘은 환경 분야에서 다양한 활동을 하고 있는데 그 중 하나가 '바이엘 기후변화 대응프로그램(Bayer Climate Program)'이다. 이 프로그램을 통하여 바이엘은 생산 공정에서 발생하는 CO2 방출을 감소시킬

수 있는 전기를 마련하였고 염산에서 염소를 재활용할 수 있는 기술개발을 통해 CO₂ 방출을 크게 절감시켰다. 이러한 노력으로 2008년에 바이엘은 독일 산업협회에서 수여하는 친환경기술 부문 환경상을 수상하였다. 또한 바이엘은 UN환경계획(UNEP)과 협력하여 청소년을 대상으로 하는 환경 프로젝트를 시행하고 있다. 특히 바이엘사는 UNEP과 함께 환경을 주제로 하는 국제 어린이 그리기대회를 매년 주최하고 있다.

한편, 바이엘은 의약품을 생산하는 회사로서 개발도상국 내에 의료 지원 사업을 시행하고 있다. 특히, 피임약 생산에 주력하고 있는 바이엘은 저개발국에서 가족계획의 중요성을 강조하는 운동을 펼치고 있으며 1961년부터 개발도상국의 가족계획단체와 소비자들에게 25억 상자의 피임약을 제공하였다. 또한 국제인구개발회의(ICPD: International Conference on Population and Development)를 후원하여 2015년까지 산아 조절을 도울 예정에 있다. 또한 에이즈 위협에 대한 인식을 높이기 위해, 2003년 중국의 칭화대와 '칭화-바이엘 공공 건강 및 에이즈 미디어 연구 프로그램'을 개설하여 언론인들로 하여금 AIDS에 대한 의학적이고 사회적인 면을 알려주어 질병의 사회적 중요성을 강조하고 있다.

또한, 내셔널지오그래픽(National Geographic)과 함께 세계 식수 보호를 위한 기금을 지원하고 있으며 본사가 위치한 레버쿠젠에서 도시 친환경 사업 및 스포츠 활동이나 문화 활동 등에 다양한 지원을 아끼지 않고 있다. 이러한 바이엘의 노력을 통해, 작은 마을에 불과했던 레버쿠젠은 현재 독일 내 화학, 제약, 기계 등의 제조업과 활발한 스포츠, 문화생활을 할 수 있는 기업 도시로 성장하게 되었다.

4.3. 아시아

아시아는 세계 어느 지역보다 문화적, 언어적, 경제적인 면에서 다양성을 가진 대륙이다. 이러한 지역적 특성으로 인해, 아시아의 CSR은 미주 및 유럽의 CSR처럼 단일한 모델로서 정의되기는 어려우며, 오히려 나라별 특성을 반영한 다양한 CSR 모델로서 설명될 수 있다. 예를 들어, 동북아 국가로서 일본과 한국은 아시아 국가들 중 소득수준이 높고 수출지향적인 경제적 특성과 산업구조로 인해 양국은 비슷한 CSR 추진 동기를 가지고 있다. 또한 양국의 글로벌 기업들은 일찍이 국제적인 CSR 동향에 관심을 가지고, 그들의 비즈니스 문화, 지배구조, 투명성, 이해관계자 모델을 국제적인 표준과 조화시키려는 노력을 하고 있다(Cramer & Prepisci, 2007).

한편 거대한 경제적 가능성을 가진 신흥경제국으로서 중국과 인도 정부는 최근 CSR에 대해 적극적인 입장으로 선회하고 있다. 중국 정부는 서구 기업 및 국제기구의 요구와 중국 글로벌 기업들의 해외 진출이 증가함에 따라 2000년 중반부터 CSR에 적극적인 태도로 전향하였다. 인도의 경우도, 1990년대 경제 개방을 계기로 인도 정부는 전략적 차원에서의 CSR 활동을 강화하고 있다. 마지막으로 상대적으로 경제적 발전이 뒤쳐진 동남아 국가들로서 인도네시아와 베트남 등에서의 CSR은 주로 경제적 발전과 국제 제조업의 공급자로서의 역할에 초점을 맞추고 있으며, 이 나라의 정부도 CSR을 법제화하는 등 CSR을 전략적으로 활용하려는 움직임을 보이고 있다.

1. 일본

가. 일본의 CSR 배경 및 발전

일본에서의 CSR은 일련의 사회 변동과 국민의 인식 변화에 따른 요구에 부응하려는 기업의 움직임 속에 발전해 왔다. 현대적 의미의 CSR 개념이 일본에 도입된 시기는 1960년대로 본다. 특히 일본경제인연합회의 1956년 결의안인 ‘기업인의 사회적 책임에 관한 의식과 관행’이 분수령이 되었다. 그러나 일본기업들의 CSR에 대한 인식이 본격적으로 전환되기 시작한 것은 1980년대 후반 이후 1990년대에 들어와서라고 할 수 있다. 1980년대 후반 버

불경계의 도래에 따라 뇌물증여 사건이 빈발해졌고 1990년대에 장기불황 국면에 들어가면서 기업윤리와 관련된 각종 사건들이 발생하기 시작했고 기업의 사회적 책임문제가 보다 전면적으로 대두된 것이다.

일본 CSR의 발전과정은 크게 다섯 단계로 구분될 수 있다. 첫 번째 단계는 중화학 공업 위주의 경제발전 속에 환경 사고가 연이어 발생한 1960년대이다. 수은 누출로 인한 이타이이타이병과 같은 환경오염에 의한 질병으로 소비자들의 기업에 대한 비판과 환경적 책임에 대한 사회적 요구가 높아진 시기이다. 두 번째 단계는 기업 이익 우선이 용인되는 사회적 분위기 속에 소카이야(Sokaiya)¹⁵⁾를 동원하는 비윤리적 기업 활동이 만연했던 1970년대이다. 오일 쇼크로 인해 일본 경제를 포함해서 세계 경제가 어려워졌음에도, 일본 기업들은 매점매석을 통해 기업의 이익을 획득하려 하여 소비자들의 비판을 받았다. 이와 같은 소비자들의 불만을 억누르기 위해 일본경제동우회는 기업행동강령을 발행하고 개별 기업차원에서는 CSR 관련 부서를 만들고 이익환원을 위한 재단을 설립하기 시작하였다.

한편, 1980년대는 부동산 가격의 급증과 거품 경제에 따라 일본 기업들이 활황을 누렸던 때이다. 일본 기업들의 자선활동과 예술, 문화를 지원하는 메세나 활동이 증가하였다. 네 번째 단계는 오랫동안 끓아온 기업의 내부 부정과 모순이 거품 경제 붕괴로 표출된 1990년대이다. 장기 불황의 시기로 접어들면서 재정적으로 부실한 많은 일본기업들이 도산 및 파산 신청을 하는 등 전반적으로 일본 기업계가 어려움을 겪은 시기이다. 이 시기는 일본 경제가 장기 불황의 국면에 접어들면서 기업윤리가 심각하게 퇴색하였다. 일본 대기업의 허위 원산지 표시, 유통기한이 지난 식품 판매, 결함 있는 상품에 대한 리콜 발생 등의 기업윤리와 관련된 많은 사건들이 발생하였다. 이에 따라 일본의 전략적인 CSR에 대한 비판이 일본 내부에서 나오기 시작하였다. 서구의 CSR은 비정부기관, 소비자와 같은 이해관계자들의 성숙된 CSR 인식을 바탕으로 발전해온 반면, 일본은 소비자 및 비정부기관과 같은 제3자의 개입이나 감독 없이 기업의 주도로 성장한 CSR 문화이다. 성숙된 사회인식과 다양한 이해관계자의 참여 없이 발전한 CSR이었기 때문에 불황기에는 오히려 퇴보하는 양상을 보이게 된 것이다. 마지막 단계는 CSR이 새로이 떠오른 2000년대이다. 사회책임투자(SRI)가 일본에 소개되면서 많은 일본기업들이 서구 투자자들의 환경적, 사회적 평가 대상이 되었다. 이에 따라 일본 기업에 대

15) 총회꾼은 주주총회 때 나타나 일반소액주주를 협박하는 야쿠자를 의미한다.

한 CSR의 적극적 이행 및 투명한 정보 공개에 대한 외부적 압력은 한층 강화되었다.

<표 4.3-1> 일본의 CSR 발전 단계

단계	시기	내용
1단계	1960년대	산업 활동으로 인한 환경오염으로 기업에 대한 불신과 반기업정서가 팽배해짐. 그러나 이러한 문제들은 개별적으로 다루어짐.
2단계	1970년대	오일쇼크 당시, 기업의 이익독점 행동에 대한 사회 각계의 비난이 커짐. 기업들은 환경 관련 부서를 만들고 이익환원을 위한 재단을 설립하기 시작함.
3단계	1980년대	유동성 및 버블경제에 따라 부동산 가격이 급등함. 기업들의 자선활동과 예술 문화를 지원하는 메세나 활동이 증가함.
4단계	1990년대	버블경제가 몰락함에 따라 기업윤리가 문제시됨. 일본경제연합회는 좋은 기업행동강령을 공포함. 기업들은 글로벌 환경 부서를 만들고 사회공헌활동에 적극적으로 참여하기 시작함.
5단계	2000년대	정재계 스캔들이 만연해지고, 주주 이익 추구하고 기업에 대한 비판이 일어남. SRI 펀드가 부상함에 따라 기업들의 CSR 지수가 중요해짐.

자료: Kawamura (2005)

최근 2011년 일본대지진을 계기로, 일본의 CSR은 또 다른 국면을 맞고 있다. 원전 사고 뒤 도쿄전력이 기업으로서 이윤을 남기려는 경영적 판단 때문에 낡은 원전 모델을 고수하다 사고가 커졌다는 비판이 많았다. 또한 일본 정부의 과대한 지출 부담을 줄이기 위해서 재건 사업에 일본 기업들도 참여해야한다는 의견이 설득력을 얻고 있다.¹⁶⁾ 한편 부품 공급업체가 밀집해 있던 도호쿠 지역이 지진해일로 축대밭이 되는데다 정부의 에너지 규제 강화 움직임까지 겹쳐 일본 기업의 해외 이전과 산업 공동화가 촉진될 수도 있다는 우려도 나오고 있다.

16) 日本総合研究所, (2011). <http://www.jri.co.jp/english/release/2011/110628-02/>

나. 일본 CSR 추진 동인 및 특징

일본의 CSR 추진 동인은 크게 세 가지로 나누어 볼 수 있다. 첫 번째, 일본 기업이 여러 이해관계자와 구축해온 안정적인 관계의 변화에 따라, 기업 내 CSR의 중요성에 대한 인식이 높아진 것이다. 과거 일본 형 경영시스템은 기업과 종업원, 기업과 거래처 등의 기업 간 관계, 혹은 기업과 은행의 관계가 장기적이면서도 안정적인 것이었다. 하지만 거품 경제 붕괴 후, 기업에서는 장기 불황에 따라 잇따른 구조조정이 이뤄져 기업과 종업원의 종래 관계가 크게 손상되었으며 거래처와 인맥에 따라 계약했던 예전의 관계도 점차 희미해져 갔다. 이러한 가운데 일본 기업은 이해관계자와의 새로운 관계를 구축해나가기 위한 방편으로 CSR 활동을 전략으로 내세우고 있다고 볼 수 있다.

두 번째 동인으로서 일본 정부, 경제단체, 그리고 학계에 의한 활발한 CSR 지원활동 영역을 들 수 있다. 2001년 일본 내각의 승인 하에 사회정책자문위원회 내부기관으로서의 소비자정책위원회가 자율행동강령예비위원회를 설립하여 학계와 전문가들이 함께 모여 기업의 준법(Compliance)에 대해 논의할 수 있도록 하였다. 예비위원회는 2002년 기업의 행동강령 가이드라인¹⁷⁾을 발간하여 기업의 사회적 의무와 소비자의 웰빙에 대한 상관성에 대해 분석하고 CSR의 중요성을 기업관계자들에게 설교하였다. 또한, 각 관계 정부부서들은 적극적으로 CSR이슈에 대한 가이드를 분석하고 전파하는데 초점을 두어 왔다. 경제부의 승인 하에 경제산업성(METI)과 공정거래위원회(Kosei Torihiki Inka)는 공식적으로 국제 시장과 국내 시장 안에서의 기업의 위법 활동을 평가하고 가이드 할 수 있도록 하고 있다. 경제산업성은 2002년 말 CSR 표준위원회를 설립하고, 2004년에는 이를 ISO/SR국내대응위원회로 개편하여 국제적인 CSR 표준 제정 추세에 발 빠르게 대응했다. 한편, 우리나라의 전경련과 같은 일본기업연합체인 경단련(Keidanren)은 각 일본 기업의 CSR 활동을 가이드하고 이끌어 나가고 있다. 예를 들면, 1990년대 경단련과 일본경제동우회(Keizei Doyukai)는 CSR 활동과 관련된 가이드라인과 차터를 공표했고, 산업시민협의회(企業市民協議會, The Council for Better Corporate Citizenship)를 설립하여 기업의 CSR 활동을 장려하고 있다.

세 번째, 일본 비즈니스업계가 점차 글로벌화 되어가는 것도 CSR 추진 전

17) Building up Consumer Confidence in Business: Guidelines for Corporate Codes of Conduct.

략의 중요한 동인이라고 할 수 있다. 일본 기업들은 단지 상품을 국제적으로 판매하는 것뿐만 아니라, 해외에 생산기지 및 R&D 연구소를 세우는 등의 경영활동을 활발히 하고 있다. 또한 일본 기업은 미국, 영국, 호주와 같은 선진국의 기업들이 최근 주요 경영전략과 CSR 활동을 연관하여 성과를 창출하는데 많은 관심을 가지고 있다. 이러한 흐름은 일본 기업들이 진출한 다양한 국가들의 CSR 아젠다를 모방하고 새로운 CSR 아젠다를 배울 수 있는 좋은 기회를 제공하고 있다. 더욱이 몇몇 일본 대기업들은 글로벌 이니셔티브에 관심을 갖고 적극적인 참여를 모색하고 있다. 앞서 언급한 CSR 발전 추진 요인들만큼 세 번째 추진 전략은 최근 일본 CSR 모델의 변화를 이끌고 있다는 점에서 눈여겨봐야 할 것이다.

현대 일본 CSR은 세 가지 특징으로 요약될 수 있다. 첫째, 기업의 환경 책임론 대두에 따른 환경경영이다. 이는 오늘날 수많은 일본 기업들이 지속가능경영 보고서를 발간하기에 앞서 환경보고서를 발간하는 배경이 되었다. 둘째, 1990년대와 2000년대 초에 터진 각종 기업 비리는 윤리경영에 대한 관심을 불러 일으켰다. 윤리경영에 대한 강조는 기업의 위기 관리제도 차원에서 법률준수감시 제도와 기업 지배구조를 CSR 경영의 중심에 놓는 결과로 이어졌다. 셋째, 기업 이익이 최우선시 되던 사회분위기에 대한 반성으로 이해관계자와의 소통과 투명하고 책임 있는 정보 공개를 CSR의 중요한 잣대로 삼는 시각이 CSR의 근간을 이루게 되었다.¹⁸⁾

다. 일본 정부의 CSR 대응

▶ 포괄적이고 제한적인 가이드라인 제시

일본 정부의 CSR에 대한 정의는 2004년, 경제산업성(METI)의 ‘기업의 사회적 책임에 대한 간담회’ 중간보고서에서 찾아 볼 수 있다(KOTRA, 2010a). 이 보고서에서는 CSR를 본래의 사업과 불가분의 다양한 사회적 행동으로서의 CSR을 예로 들어 최저한의 사회규범으로서 법령 준수는 물론, 사업과 밀접한 관계에 있는 제품, 서비스의 안전 확보, 지구환경, 폐기물 재활용 대책을 포함한 환경 보호, 노동환경개선, 노동기준의 준수, 인재육성, 부패방지, 공정한 경쟁, 지역공헌 등을 성실하고 적극적으로 실천해 기업과 주주의 공생 관계를 구축하는 것으로 정의하고 있다.

18) 본 단락은 한겨레경제연구소(2008)에 기초하여 작성함.

일본은 정부 차원에서 현재 경제산업성이 환경경영에 대해 일정 부분 관여하고 있을 뿐, 최근 논의되고 있는 포괄적인 CSR에 대해서는 거의 관여가 없다. 이는 역사적으로 일본 정부는 기업들과 서로 간의 고유한 영역을 존중하고 침범하지 않는 전제 조건 하에서 밀접하고 안정된 관계를 형성하고 정치, 경제 발전을 이끌어 왔기 때문이다. 즉, 일본 정부는 기업 경영활동에 대해 법적인 수단을 통하기보다는 광범위한 매니지먼트 가이드라인을 제공하는 방식으로 기업과의 관계를 형성하고 국가경제를 관리해왔다. 이러한 일본의 정·재계의 협력적 관계는 CSR 정책에서의 일본 정부의 영향력을 제한시키는 요인이 된 것으로 분석된다. 일본 정부는 CSR을 장려하기 위해서 법적인 구속력을 통하기보다는 이니셔티브와 가이드라인을 강조하는 방식을 선택하였다. 이러한 정부의 접근방식은 일본 기업들이 CSR을 보다 넓은 해석 방식을 가지고 정부의 가이드라인을 적용하게 하였으며, 정부는 기업들의 의견을 고려하여 CSR 가이드라인을 제정하도록 하였다. 그 결과, 대부분의 정부의 CSR 가이드라인은 기업들의 기대치와 관리능력을 크게 벗어나지 않는 선에서 채택되었다.

일본 정부가 기업의 의견을 고려하여 CSR 가이드라인을 추진하는 예는 CSR의 국제 표준을 제정하는 국제표준협회(ISO)에 일본 정부가 경단련의 제안이 최대한 반영된 제안서를 제출한 것을 들 수 있다. 제안서에서 일본 산업계는 기업의 사회적 책임은 규격화해야 할 것이 아니며, 기업이 자주적인 판단으로 대응해야 할 부분이라고 주장하였다. 일본 정부는 미국 정부와 산업계도 CSR 규격화에 반대하는 입장으로 일관하리라고 보았으나 예상을 뒤엎고 찬성 쪽으로 바뀌었기 때문에 일본만이 흐름을 잘못 파악해 국제적으로 고립되는 결과가 되었다. 일본은 이번 사회적 책임 규격화뿐만 아니라 그 이전 규격화에도 다른 나라보다 앞서 대응했다고는 볼 수 없다. 1990년 품질관리 경영시스템인 ISO 9000 시리즈가 등장했을 때, 일본 기업은 이러한 규격에 의지하지 않고도 품질에는 자신 있다는 의식이 강했기 때문에 당초에는 제3자 인증 자격 취득에는 소극적인 자세를 보였다. 하지만 규격이 국제적으로 확산되어 자격을 취득하지 않은 일본 기업이 국제시장에서 배제되는 경우도 나타났기 때문에 대응을 서둘러야 하는 상황에 이르렀다. 이러한 과거의 실책을 거울삼아 일본 정부는 규격화에 대한 대응은 물론이거니와 규격 제정 시에도 주도적으로 검토에 참가하기 위한 자세를 보이고 있다. 이 점에 대해 경제산업성과 일본규격협회에 설치된 CSR표준화위원회에서

실행 안에 대한 검토가 이루어지고 있다.

▶ 환경경영 지원에 정부 정책 중점

환경에 대한 일본 기업의 CSR 활동은 국제적으로 높은 수준에 있는 것으로 평가되는데 이는 일본 정부가 환경에 대한 CSR 활동을 법적으로 강력하게 규제하기 때문으로 해석된다. 다른 CSR 영역과는 다르게 일본 정부는 1993년 환경기본법과 2000년 순환형사회추진기본법(The Basic Law for Establishing a Recycling-Based Society)을 제정함으로써, 환경 이슈에 대해서 강력하게 규제하고 있다.

일본 정부는 환경관리회계의 국제표준화 관련하여 'Material Flow Cost Account(MFCA)'를 2007년 국제표준화기구(ISO)에 제안하여, 2008년 일본 제출안이 채택되었다. 환경관리회계의 국제 표준화에 MFCA가 도입된 것은 일본 기업의 국제 경쟁력 향상에 크게 기여하였다. 또한 기업의 환경 경영 정보를 제공하기 위해 정량적인 환경 데이터를 표시하는 에코리프(Eco leaf) 라벨 운영을 2002년부터 본격적으로 시행하고 있으며, 현재 총 67개 기업이 참가하고 있다. 또한 LCA(Life Cycle Assessment)체제를 구축하여 원료 조달부터 폐기까지의 모든 단계에서 유해물질의 배출량을 체크하여 환경에 대한 부하를 종합적으로 평가하고자 했다. 또한 일본 정부는 지속가능한 사회 실현을 목표로 기업이 환경 효율적인 제품을 생산하고 소비자가 환경 효율이 좋은 제품을 구입할 수 있는 판단 기준을 제공하고 그 활용을 촉진하고 있다(KOTRA, 2010a).

▶ 환경 비즈니스 육성 지원

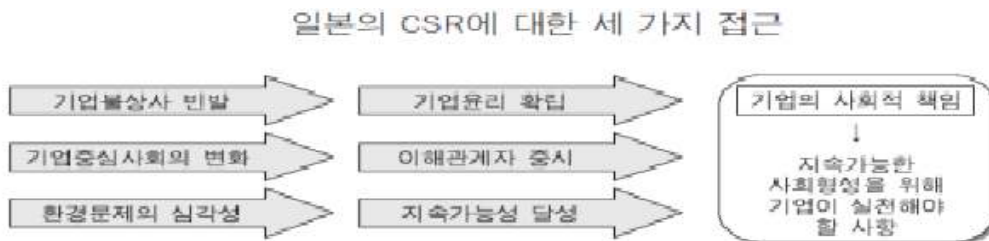
일본 정부는 환경 비즈니스 육성 사업 지원을 실행하고 있으며 대표적인 예로는 에코타운 사업이 있다. 이는 축적된 지역 산업을 활용하여 환경 산업과 연계하는 것으로 리사이클 사업 추진을 통한 지역 진흥과 자원 순환형 경제사회 구축을 목표로 한다. 정부는 지자체를 중심으로 지역 주민, 지역 산업과 연계하여 선진적 환경조화형 공동체 조성을 지원하며, 지자체가 에코타운플랜을 작성 제출하면 이를 무역산업부와 환경부가 평가하고 다른 지자체에 모델이 될 수 있다고 판단될 경우 이를 승인하여 재정 지원을 한다. 1997년 기타큐슈시, 가와사키시 등에서 시작되어 현재 26개 지자체의 에코타

운 사업이 승인되었다.

라. 일본 기업의 CSR 대응

일본 기업의 CSR에 대한 접근방식은 크게 기업윤리론 측면, 이해관계자론 측면, 지속가능성론 측면에서 이루어지고 있다. 일본기업은 과거부터 사내 윤리 강령 등을 채택하고 실천해 왔으나 기업 경영과 관련된 정보를 공시하는 것에는 큰 비중을 두지 않았다. 그러나 최근 경제의 글로벌화에 따라 일본기업에 대한 외국인 지분비율이 높아짐에 따라 비재무적 상황을 CSR 보고서에 공표하는 기업이 늘고나고 있다(사공목, 2006).

<그림 4.3-1> 일본 기업의 CSR 접근방식

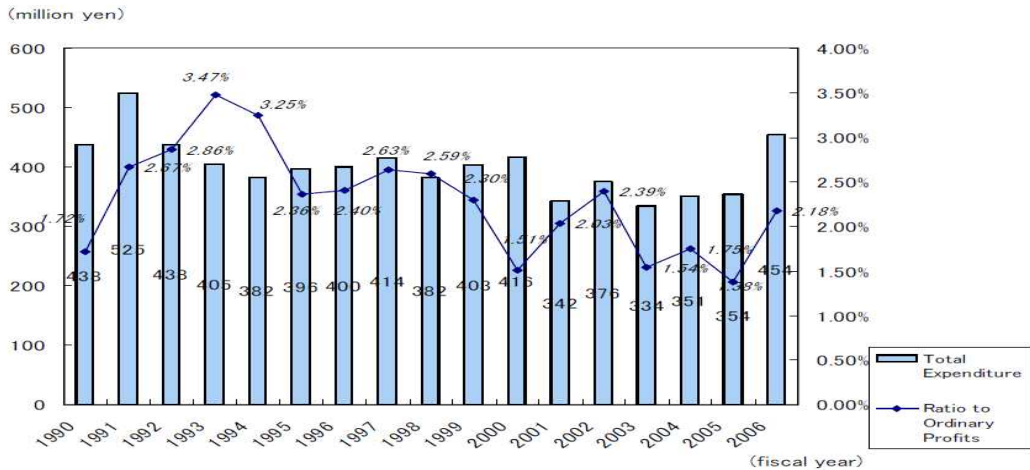


자료: 山村雅彦 (2005)

일본 전경련의 설문조사(2006년도, 복수응답, 응답기업 수 435개사)에 따르면, 일본 기업 중 CSR 전담 부서 및 전담 직원을 배치한 기업의 비율은 응답기업 전체의 33.6%(146개사)를 차지하였다. 그 중, CSR 전속 부서로 설치된 경우가 44.5%(65개사)로 가장 많았으며, PR 및 커뮤니케이션 부문(36개사), 총무부문(20개사), 기타부문(15개사), 기획부문(6개사) 등의 순이었다. 응답기업 중 47.9%(70개사)의 회사에서 3명의 전담직원을 배치하였고 41.1%(60개사)가 4명에서 9명, 그리고 11.0%(16개사)의 회사에서 10명 이상의 직원이 있었다. 일본 기업들의 사회공헌지출 비용은 회사 총 매출액 대비 약 2%, 순이익 대비 평균 약 0.1% 수준이며 대부분의 사회공헌 지출액은 학술적 목적의 리서치(28.6%), 사회적 교육 지원(18.3%), 미술 및 문화(11.9%), 그리고 환경 분야(9.7%)에 투자하는 것으로 나타났다.¹⁹⁾

19) 일본경단련, <http://www.keidanren.or.jp>.

<그림 4.3-2> 일본기업의 총매출액 대비 사회자선 활동비용: 1990-2006



자료: Nippon Keidanren (2007)

마. 기업의 일본 내 CSR 활동

일본 기업의 사회적 책임에 대한 인식 수준이 한국이나 중국에 비해 앞서 있다는 것은 지속가능경영 보고서 발간 현황에서도 잘 드러난다. 현재 일본은 영국과 미국에 이어 전 세계에서 세 번째로 지속가능경영 보고서를 많이 발간하는 국가이다. 일본은 아시아 국가들 중 가장 먼저 산업화됨에 따라 환경오염이 심각한 사회문제로 빠르게 대두되었고 이는 일본 기업들의 보고서 발간을 앞당기는데 상당한 영향을 미쳤다. 일본 기업들은 1990년대 초부터 환경성과보고서를 발간하기 시작했으며 발간보고서 수는 2000년대로 오면서 급격히 증가했다.

일본 기업의 지속가능경영 보고서에 나타난 지속가능경영 특징 중 주목할 점은 일본 기업들은 지속가능경영 전략 차원에서 수립한 환경경영시스템(EMS: Environmental Management System)을 체계적이고 효과적으로 이행하고 있다는 점이다(한겨레경제연구소, 2008). 환경에 관련된 일본 정부의 엄격한 법의 적용 뿐 아니라 국내 소비자들의 높은 관심으로 일본 기업은 환경성과와 관련하여 글로벌 기준에서도 높은 평가를 받고 있다. 최근 일본 CSR에서는 공급사슬 관리와 관련한 이슈들이 주목받고 있다. 일본기업들은 녹색구매를 적극 추진하는 한편, 공급업체들의 ISO 14001 인증을 장려하는 태도를 취하고 있다. 반면, 노동 관련 공급사슬 관리는 일부 다국적 기업들

을 중심으로 이행되나, 아직 도입단계에 머물러 있는 상황이다(한겨레경제연구원, 2008).

<표 4.3-2> 일본 기업의 국내 CSR 사례

기업명	주요 활동	추진 체제	세부 내용
마쓰시타전기 제조업(전기)	환경	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 사장 직속의 CSR 담당실과 CSR 의사결정기관인 '전사CSR회의' 신설. ✓ 본사, 해외부문 대표의 'CSR추진위원회' 구성. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 그린상품의 개발과 판매에 주력. ✓ 1992년 지속가능한 성장을 목표로 환경보존 관련 기본강령을 설정한 이후 지속적으로 환경경영 기조 강화. ✓ 2006년 환경정책의 목표를 친환경제품의 개발 및 판매에 국한하지 않고 고객의 삶의 질 향상으로 설정. (전체 가정전기제품군의 친환경 제고)
코마츠 제조업 (기계, 설비)	환경, 교육	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 사장 직속의 CSR 부서 운영. ✓ CSR 부서 내 CSR 테마별 연관 부서장위원회 구성. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 환경경영시스템을 강화하여, 건설기계 생산 시, CO₂ 배출량을 낮추고, 재활용률을 높임. ✓ 'Green Procurement Guideline' 발행: 공급처, 협력회사들이 함께 CSR이념을 공유하고 구체적으로 실천할 수 있도록 장려. ✓ Komatsu Human Resource Development Center(KHRDC): 필리핀 등 해외 자회사 직원들에게 기술 및 경영관리 지식 전수.

자료: 사공목 (2010); 시라가타 토시로 외 (2006)

바. 개발도상국에서의 일본 기업의 CSR 활동

일본 기업들은 개발도상국에서의 CSR 활동을 하면서 많은 어려움을 겪는 것으로 조사되었다. JICA의 조사에 따르면, 일본기업들이 개발도상국에서의 CSR 활동의 주요 장애물로서 CSR 활동에 대한 불충분한 지식, 잠재적인 파트너 기업과 기관에 대한 정보 부족과 CSR 활동을 위한 국내 인프라 및 지원 부족, 마지막으로 해외기업들의 정보와 문화 차이에 대한 지식 부족을 꼽았다. 일본 기업 및 정부는 일본기업들의 글로벌 CSR 활동이 기업의 성과 뿐 아니라 국가 전반의 인지도 향상과 연관되어 있다고 인식하고 기업의 해

의 CSR 활동을 지원하고 있다. 일본경제동우회는 Council for Better Corporate Citizenship(CBCC)를 통해 베트남, 싱가포르와 같은 아세안 국가들과 브라질 등 라틴아메리카 현지 기관 및 기업들과 세미나 및 학술활동을 개최하여 해외진출한 일본기업의 CSR 활동을 장려하고 있다.²⁰⁾

<표 4.3-3> 일본 기업의 개발도상국에서의 CSR 사례

기업명	주요 활동	추진 체제	세부 내용
아지노모토 (식품,의약산업)	식량, 위생	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2005년 영업부문에 CSR부 신설. ✓ 사회공헌팀도 CSR부로 이관되어 더욱 적극적인 CSR 전략 추진. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 글로벌 식량위기와 개발도상국 빈곤문제 해결을 위한 NGO/NPO 프로젝트 참여. ✓ AIN Program: 동남아 지역(말레이시아) 및 가나에서 현지기관들과 협력하여 영양공급을 위한 음식개발 및 현지주민 식품영양 교육 제공. ✓ R&D를 통한 위생 및 건강문제 해결. ✓ 의약산업, 식품공학, 환경자원 분야 연구개발 통한 환경오염 없는 식품자원 개발 사업.
소니 (제조업, 전자기기, 엔터테인먼트)	교육, 환경	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 총괄부서가 별도로 없음 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Green Management 2010: 환경관련 중장기 목표, 규약 수립, 지역별 환경담당부서에서 성과감독 및 감사실시. ✓ Sony Science Program: 중국, 싱가포르 아이들을 대상으로 기초과학교육제공. ✓ Eye See: 아프리카 빈곤국 아이들에게 카메라 등 촬영도구 지원하여 교육.
리코 (제조업, 전기기기)	교육, 환경	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 사장직속의 CSR실이 사무국인 CSR위원회 운영. ✓ 조직과 연관된 테마별로 실무그룹을 CSR위원회 하부조직으로 설치함. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 인도, 말레이시아 초등 교육프로그램 제공. ✓ BOP Program: 직원들이 개발도상국 지역에 상주하며 지역사회 문화를 학습하고 개발 및 CSR프로젝트, 신사업 아이디어 도출하고 실행. ✓ 2050 Long-Term Environmental Vision: Ricoh Group Biodiversity Guidelines 통해 전사차원의 에너지, 자원 보호 및 환경오염운동 참여.

자료: 사공목 (2010); 시라가타 토시로 외 (2006)

20) Robert & Hayashi (2011).

2. 중국

가. 중국 CSR 발전과정

중국의 CSR은 기업 내부의 필요에 의한 자발적인 움직임이라기보다는 1990년대 초 다국적 기업의 요구에 대처하기 위해 시작되었다. 중국 CSR의 도입 과정은 크게 4단계로 구분된다(Zhou, 2006). 첫째, 개혁개방(1979) 이전까지 중국은 사회주의 국가를 표방하였기 때문에 국가와 기업은 구분되지 않았다. 기업은 모두 국영기업이었으며, 기업은 사회에 복지를 제공하는 역할을 부담해 왔다[企業辦社會]. 그러나 개혁개방 이후, 중국기업들은 덩샤오핑의 선부론에 호응하여 이윤의 극대화에 치중하기 시작했다. 국영기업들은 점차 민영화되었고 사기업도 새로 출현하기 시작했다. 급속한 경제성장 과정에서 중국 기업들은 이전에 국영기업이 부담했던 사회적 역할을 사실상 면제받고 국부 증대라는 명목으로 이윤 창출에만 매진할 수 있었다. 게다가 정부 역시 국영기업이 이전에 담당하던 사회 보장 기능을 충분히 부담하지 않았다. 그 결과, 개혁개방 이후 국가의 전체적인 부는 급증하였으나 빈부격차, 환경오염 등의 사회 문제도 경제성장에 비례하여 급증하였다.

둘째, 1996년에서 2000년은 다국적기업들이 중국 공급업체에게 국제 규범 및 자체 윤리강령을 소개하면서 이를 준수할 것을 요구하고 실질적인 이행 여부를 감시하기 시작한 시기이다. 하지만 2000년 이전까지 CSR이란 중국에서는 낯선 개념이었다. 또한 정부, 국민, 미디어, 기업들의 CSR에 대한 관심 정도는 낮은 수준이었으며 이러한 개념에 대해 알기조차 꺼려하는 분위기였다.

셋째, 2001년 이후 국제기구와 NGO들이 기업의 사회적 책임에 대한 압력을 강화하기 시작했다. 중국의 제조업자들을 중심으로 다국적기업으로부터의 감시와 CSR 이행에 대한 압력이 점점 강해지고 있음을 인지하기 시작한 시기이다. 기업의 입장에서 상황을 모면하기 위한 대응적 CSR 활동이 이루어지기 시작한 때이기도 하다. 이때부터 정부 역시 국제 조직과 다국적 기업들이 노동조건을 무역장벽으로 이용하는 것에 대응하기 위해 처음으로 CSR 위원회를 설립하였다. 하지만 이때까지도 CSR을 받아들이는 것에 대해 관망하는 정부의 입장에는 변함이 없었다.

넷째, 2004년 이후 CSR이 중국 기업들 사이에 유행어처럼 번지기 시작하였다. 민간기업과 국영기업들이 단순히 수출을 유지하기 위한 수단 이상으로 CSR을 추구하기 시작한 시기이다. 기업의 입장에서 보면 전략적 CSR을 수행하기 시작한 단계이다. CSR에 대한 정부의 입장이 긍정적으로 선회했으며 국제 시장에서 중국 기업들이 도태되지 않도록 자체적인 CSR 표준을 설립했다. 특히, 2006년은 중국 CSR의 원년이라 할 수 있다. 2006년 이전의 CSR이 다국적기업 주도로 이루어졌다면 2006년 이후는 중국 정부가 주도적으로 CSR을 확산시켜 나갔다고 할 수 있다.

<표 4.3-4> 중국 CSR 발전 단계

단계	시기	내용
1단계	~1995	개혁개방(1979) 이전에는 국가와 기업의 구분이 없어 기업이 사회적 역할을 담당함. 개방 이후, 정부의 경제성장정책에 따라 국영기업들이 민영화됨. 기업들은 복지제공을 면제받고, 정부 또한 사회보장기능을 충분히 부담하지 않음.
2단계	1996~2000	다국적기업들이 공급자 행동강령을 도입하고 중국 생산망에 대한 감사를 시작함. 그러나 정부, 기업, 미디어, 소비자 등 중국 내 CSR에 대한 인식이 부족함.
3단계	2000~2004	국제기구와 NGO로부터 CSR에 대한 압력이 거세지면서 CSR에 대한 필요성을 인식. 중국 공급업자들에 대한 CSR 준수(컴플라이언스)와 회계감사의 필요성이 증가함. 노동부와 산업부, 중국기업연합 등 다양한 정부부처에서 다국적기업과 국제기구가 노동기준을 무역장벽으로서 도입하였는지 여부를 조사하기 위해 CSR 조사위원회를 설립함. 하지만 중국정부는 CSR 활동에 적극적으로 개입하지 않고 수동적으로 대응하는 방식을 고수함.
4단계	2004~현재	CSR에 대한 국내외 관심이 고조됨에 따라 정부는 기존의 수동적 접근방식에서 적극적으로 참여하는 방식으로 변경함. 글로벌마켓에서 중국기업의 경쟁력을 유지하기 위한 CSR 스탠더드를 만드는 데 주력하고 있음.

자료: Zhou (2006)

나. 중국 정부의 CSR 대응

중국은 개혁개방 이후 강력한 성장 중심의 경제정책을 시행하였으며 빠른 속도의 경제적 발전을 달성할 수 있었다. 하지만, 계층 및 지역 간의 소득격차에서부터 환경오염, 자원부족 문제에까지 다양한 사회적 문제점들이 함께 수반되었다. 이런 상황에서 중국 정부는 중국과 중국 기업의 지속가능성에 대해 고민하기 시작했다. 덩샤오핑의 선부론에 기초한 중국의 발전론을 함께 잘 사는 공동부유론으로 전환시키며 기존의 중상주의적 정책을 부민주의적 정책으로 전환시켰다. 이어 후진타오 정부는 11차 경제 5개년 계획에서 기업과 사회의 지속가능성에 대한 필요성을 공포하고, ‘인간 중심사회’, ‘조화로운 사회 건설’, ‘과학적 발전’의 3대 정책을 제안했다. 또한 2020년까지는 환경친화적이고 저소비, 고효율의 성장 전략을 추구하면서 지역의 균형 발전을 도모하고자 하였다. 중국 정부는 향후 국가 발전 전략을 지속가능한 성장, 지식정보화 시대에 따른 변화, 그리고 조화를 특징으로 하는 새로운 방향으로 전환하고 있다(이희욱, 2007).

중국 정부는 행정적, 제도적인 장치를 통해 경제개발에 따른 사회문제와 다국적 기업과 국제기구들의 중국기업에 대한 윤리와 사회적 책임의 요구에 대처하고 있다(See, 2009). 2006년에는 회사법을 개정하여 중국기업이 사회적 책임을 부담한다고 명시하였고 반부패방지법(2007년)을 통해 기업들이 부패를 방지하고 기업윤리를 강화하도록 하였다. 또한 노동법을 개정하여 근로 및 노동환경에 대한 점검과 감독을 강화하고 있다.

또한 최근 중국 정부의 CSR 대응과 관련된 또 하나의 특징은 일반 기업, 특히 개인소유 기업의 CSR에 대해서는 강력한 법적인 규제를 하지 않는 반면 국영기업과 정부합작기업을 대상으로 전략적인 CSR 이니셔티브를 강력하게 추진한다는 것이다. 예를 들면, 2008년부터 국유자산감독관리위원회(國資委, SASAC)는 국영기업을 위한 CSR 가이드라인²¹⁾을 발행하고 2011년까지 정기적으로 개정하여 모든 국영기업들이 CSR 필요성을 인지할 수 있도록 했다. 이에, 차이나모바일은 2007년 중국기업으로는 최초로 CSR 보고서를 발간하였고 중국의 4대 은행 중 중국공상은행과 중국건설은행도 같은 해 CSR 보고서를 발간했다. 중국 정부는 기업경영 활동을 직접적으로 규제하기보다는 최대한 기업의 경영활동을 보장하는 한편, 국영 및 정부합작기업을 중심으로

21) 央企社會責任指引

CSR 활동의 정당성과 유효성을 증명하고 개인 소유 기업들이 자율적으로 CSR 활동을 선택할 수 있도록 장려하고 있다. 이 밖에도 중국 기업들이 CSR에 신속히 대처할 수 있도록 중국 CSR 표준, 베스트 사례집, CSR 보고서 가이드라인과 같은 CSR 연구 및 평가를 위한 가이드라인을 개발하고 있다.

다. 중국 기업의 CSR 대응

최근 중국 정부의 동향과는 달리 중국 기업들은 서구 기업들이 적용하는 CSR을 그대로 수용하는 것에 대해 소극적인 입장을 견지하고 있다(한겨레경제연구소, 2008). 기업의 사회적 역할에 대한 논의가 도입된 초기, 대부분의 중국 기업인들은 CSR에 대해 다음과 같이 부정적인 반응을 보였다. 첫째, 아직 자신들은 그런 역할을 담당할 여력이 없다고 부정하거나 둘째, 서구가 고안한 일종의 비관세장벽으로 폄하하거나 셋째, 오랜 전통과 문화를 지녔으며 한창 개발 단계인 중국은 서구 선진국의 관행을 그대로 실행하는 것은 현실성이 없다는 회의적인 입장을 표출하였다. 2008년 마텔(Mattel)의 인형 리콜 및 멜라민 분유 사태와 같은 식품 및 환경문제가 부각되면서 중국 소비자들은 기업의 비윤리적 행위에 대한 경각심을 제고하게 되었다. 이어, 2008년 쓰촨 대지진 당시 加多宝集團(브랜드명: 왕라오지,王老吉) 같은 중국기업이 기부한 파격적인 성금을 통해 소비자들의 기업의 CSR에 대한 관심이 다시 크게 고조되었다. 소비자들의 사회문제 의식수준과 관심이 높아짐에 따라 중국 기업들은 CSR의 정당성과 필요성을 수용하기 시작했다. CSR에 동참하는 것이 국제사회 속에서 기회로 작용한다는 것을 인식한 하이얼과 같은 글로벌 기업 혹은 중국 대기업들은 UN Global Compact 가입을 서두르고 있다(Jacylyn, 2007). 하지만, UNGC 참여를 단지 비즈니스 성과를 위한 수단으로 여기는 전반적인 인식으로 인해 빠른 참여율에 비하여 실제로 CSR 원칙을 정확하게 이행하는 중국 기업들은 많지 않은 편이다. 또한 중국 기업의 CSR 참여 정도는 경제개발 수준과 지역의 관심사에 따라 심한 격차를 보인다. 예컨대 수출 위주 산업과 외국인 투자가 많은 광둥성의 경우 CSR에 대한 의식수준과 참여도가 매우 높지만, 그 외의 지역은 낮은 수준인 것으로 파악되고 있다.

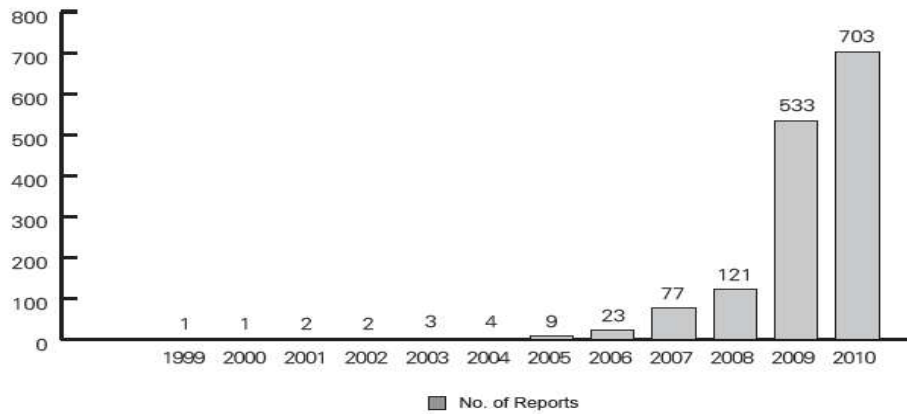
라. 중국 기업의 CSR 활동 현황

1999년 쉘 차이나(Shell China)가 처음으로 지속가능경영 보고서를 발간하면서 중국에서 CSR 보고서 발간의 역사는 시작되었다(한겨레경제연구소, 2008). 중국의 지속가능경영 보고서 발간 확산 배경은 외부적 요인과 내부적 요인으로 나눌 수 있다. 외부적으로는 외국기업들이 중국에 생산기지를 건설함에 따라 현지 노동환경에 대한 국제기구 및 소비자들의 비판과 요구가 높아진 것에 대응한 것이다. 2008년 베이징 올림픽을 계기로 중국의 빠른 경제 발전으로 인한 환경문제에 대한 우려가 국제적으로 확산되면서 서구국가들을 포함해서 국제기구에서 중국 기업들의 환경보호 활동에 대한 정보를 요구하기 시작하였다. 내부적 요인으로는 중국 정부의 CSR에 대한 태도가 긍정적으로 전향함에 따라, 국영기업을 중심으로 CSR 도입에 적극적으로 대응하기 시작하였다. 이때부터 국영기업을 포함하여 사기업들도 정부의 CSR 정책에 관심을 갖고 적극적으로 보고서를 발간하기 시작했다.

최근 중국기업의 CSR 활동의 큰 특징은 <그림 4.3-3>과 같이 지속가능경영보고서 발간이 큰 폭으로 증가하고 있다는 점이다. 보고서를 발간한 702개의 중국 기업들 중 78%가 국영기업이며 중국 일반기업과 외국기업 및 외국 합작 회사가 그 뒤를 잇고 있다.²²⁾ 이는 중국의 국가정책이 중국 기업의 CSR 보고서 발간 및 CSR 정책 추진에 큰 영향을 미친 것이라고 할 수 있다. 그러나 2010년에 중국에서 발간된 보고서들 중 단지 5%에 해당하는 기업만이 외부 감사를 받았고 4%가 3차 검증을 통해 감사를 받았을 뿐 대다수의 보고서들은 별도의 감사 없이 발간되었다. 비록 수적으로는 적지만, 보고서 페이지 수와 외부 감사 여부 면에서 훨씬 높게 평가받는 다국적기업들에 비교되는 부분이다. 향후 중국 기업의 지속가능경영보고서의 양적인 측면 뿐 아니라 질적인 측면, 특히 신뢰성 제고를 위한 노력이 필요하다고 볼 수 있다.

22) 중국석유회사(China National Petroleum Corporation)는 “Social Responsibility 2009”와 “CNPC in the Sudan” 등 두 개의 리포트를 발간하였다.

<그림 4.3-3> 중국기업의 지속가능경영보고서 발간: 1999-2010



자료: Syntao Research Institute in China (2011)

<표 4.3-5> 중국 기업의 국내 CSR 사례

기업명	주요 활동	추진 체제	세부 내용
바오산철강 (철강)	환경, 공급사슬 관리	<ul style="list-style-type: none"> ✓ HES(Health, Safety, & Environment) 등 보건안전 중심. ✓ 정부시책에 맞춤형 전략 구사. ✓ 보건안전과 환경을 분리해 전사적차원 및 부문별 독립된 전략 수립. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 모든 지사와 자회사가 ISO 14001 인증을 받고 정기적으로 갱신 인증함. ✓ 투자금액 중 5%이상을 환경경영 투자비용에 사용. ✓ 엄격한 조달관리시스템으로 협력사를 선정(Sunlight procurement project)하고 환경보호와 효과적 자원 사용을 위해 함께 노력함.
차이나모바일 (IT, 통신기기)	환경		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 재활용문화 정착 캠페인 실시: 경쟁사인 모토로라, 노키아와 함께 실시하여, 40개 도시에 1,000여 개의 카운터를 설치하고, 폐헤드셋이나 핸드폰 부품 수거. ✓ 이동통신 기지국 설치 시, 최대한 자연환경과 조화를 고려한 디자인 사용.

자료: KOTRA, (2010a)

마. 다국적기업의 CSR 활동 현황²³⁾

중국 소비자 및 중국 기업의 다국적기업의 CSR에 대한 관심과 요구는 1990년 외국 기업들의 진출 이후부터 계속적으로 증가하고 있는 추세이다. 대다수의 개발도상국들과 마찬가지로 중국 소비자들은 다국적기업의 경영활동에 대한 높은 기대와 평가 잣대를 가지고 있어서 다국적기업들의 CSR 활동에 문제가 발생했을 시에는 더욱 민감하게 반응하는 경향을 보인다. 중국 정부 또한 이전에는 다국적기업에 비교적 관대한 태도를 보였으나 최근에는 다국적기업의 경영활동에 국내법 및 국제법을 적용하여 불법 활동에 대한 처벌을 강화하고 있다. 이는 2000년 이후 중국에 진출한 다국적기업들이 중국 사업에서 갖가지 사회, 환경 문제를 야기시켰던 배경과 무관하지 않다. 2005년에 네슬레, P&G, 존슨앤존슨, 소니 등 주요 다국적기업들이 중국에서 심각한 위기 상황에 직면했으며, 2006년에도 코닥 카메라 품질 관련 사건과 P&G의 SK-II 사건 등 위기의 사건이 지속되었다(정상은, 2007).

이러한 각종 사건들은 다국적기업의 경영활동이 상대적으로 규범화되고 투명하여 쉽게 문제점이 노출되는 것 뿐 아니라 중국 언론의 과대 보도 또한 영향을 미쳤다고 볼 수 있다. 그러나 가장 주요한 원인은 다국적기업들이 중국시장을 과소평가 하면서 글로벌 경영원칙에 미달하는 기준을 적용한 것이라 할 수 있다. 최근에는 다국적기업에 대한 소비자의 태도 변화와 인터넷 등 대중매체를 통한 소비자 인식 확대와 같은 환경의 변화로 다국적기업들이 중국 내 CSR 활동에 적극적인 태도를 보이고 있다.

다국적기업의 중국 내 CSR 활동의 특징은 첫째, 중국지도부의 정책 방침인 '지속가능발전'과 연관성이 높은 환경보호, 빈곤층 지원 등에 집중되어 있다. 다국적 의료기기업체인 벡톤디킨슨(Becton Dickinson)은 1997년 이래 환경 교육 프로그램인 '中國中小學綠色教育行動'을 전개하고 있으며 이 프로그램은 현재 중국의 23개 성 및 자치구의 낙후지역 위주로 보급되어 500만 명 이상의 학생이 교육과 지원을 받고 있다. 둘째, 다국적기업의 CSR 활동은 주로 중국 정부나 민간조직이 주도하고 기업이 후원하는 방식으로 전개되고 있다. 정부기구와의 합작은 사회공헌활동의 효율적 운영 및 홍보는 물론 중국정부와의 우호적 관계형성에도 기여한다. 예를 들면 British Petroleum(BP)사는 2001년에 중국과학원(中國科學院)과 청결에너지 개발에 향후 10년간

23) 한겨레경제연구소(2008)를 바탕으로 작성하였음.

1,000만 달러를 지원하는 협약을 맺었다. 셋째, 다국적기업은 중국 내 각종 사회적 이슈에 신속히 대처하며 공민기업 이미지를 창출하고 있다. 1998년 대홍수 때, 모토로라는 2,800만 위안 상당의 현금과 물자를 지원했으며 2003년 사스 창궐 시에도 주요 다국적기업들은 즉시 중국 정부에 다양한 지원책을 제공했다. 2005년에는 ‘사회주의신농촌건설(社會主義新農村建設)’ 정책에 맞춰 코카콜라, 지멘스 등이 농민교육, 농민 소액 신용대출 등의 프로그램에 적극 참여했다. 넷째, 다국적기업은 자체 매뉴얼을 갖추고 CSR 활동의 관리 및 홍보에도 적극적으로 나서고 있다. 소니, 필립스, 모토로라 등은 매년 중국 내에서 사회공헌보고서를 발간하고 자사의 CSR 활동 현황을 홍보하고 있다. 코카콜라는 농촌 진흥을 장기 CSR 활동 목표로 선정하고 1993년부터 중국농촌교육에 집중투자하고 있으며, 모토로라는 고등교육에 대한 지원을 목표로 정하고 1994년부터 총 2,400만 위안을 지출했다(정상은, 2007).

<표 4.3-6> 중국 내 다국적기업들의 대표적인 분쟁사건: 2008-2010

사건명	사건내용
칼라일 그룹의 쉬공그룹 인수 포기	2008년 7월 미국의 사모펀드회사인 칼라일(Carlyle) 그룹이 건설장비 1위업체인 쉬공(徐工)그룹과 2005년 10월에 체결한 협정이 유효기간을 넘어서면서 인수를 포기
란트스타트의 성금 번복	2008년 12월 세계2위 인력자원회사인 란트스타트(Randstad)가 지진성금으로 약속을 이행하지 않고 항의하는 직원을 해고하자 이를 고소
코카콜라의 회이위안 인수 불가	2009년 3월 상무부는 “반독점법”에 따라 코카콜라의 회이위안 인수를 불허
리오틴토의 스파이 사건	2009년 7월 리오틴토(Rio Tinto) 중국법인 스텐후 부사장이 6년간 산업기밀 누설과 비공직자 뇌물공여 혐의로 기소됨
다농과 와하하의 합작사 실패	다농이 51%의 지분으로 경영권을 행사할 수 있는 위치에 이르자 와하하그룹의 중칭허우 회장측이 불만을 품고 합작사와 직접적으로 경쟁하는 개인회사를 설립, 분쟁에 들어가서 2009년 9월 와하하와 다농은 합작관계를 청산함
유니레버의 밀수 게이트	2009년 10월에 유니레버(Unilever)가 2002년부터 6년간 수입품을 미수한 혐의로 317만 위안의 벌금을 지불
폭스콘 노동자들의 자살	2010년 초까지 폭스콘의 노동자들이 12명이나 자살하는 사건이 발생
구글의 중국내륙 철수	2010년 3월 구글은 해커문제로 중국을 비난하고 중국내륙에서 홍콩으로 서비스를 이전
HP의 품질문제	2010년 3월 HP의 품질문제로 소비자들이 집단소송을 제기
혼다의 노동쟁의	2010년 5월 혼다의 부품업체들이 노동파업을 벌여 생산이 중단되고 결국 6월 평균임금 24% 인상

자료: 何伊凡 외 (2010)

<표 4.3-7> 다국적기업의 중국 CSR 사례

기업명	주요 활동	추진 체제	세부 내용
바이엘 (제약, 화학)	의료, 교육지원, 사회약자 지원	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 회사 내 CSR전담부서를 설립. ✓ 중국지방정부, 민간단체와 바이엘CSR 협의체를 구성하여, 중국정부 및 국민이 원하는 방향으로 기업의 직원이 참여하는 CSR 추진 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2004년 칭화대와 공동으로 "칭화대-바이엘공공건강 및 에이즈매체연구소(清华-拜耳公共健康与艾滋病媒体研究室) 설립. ✓ 에이즈예방 방송 보도 통해 에이즈를 예방 및 공공위생 향상. ✓ 농민소액금융서비스: 농민들이 생활비와 자녀교육비를 해결할 수 있도록 소액금융대출 프로그램 운영.
BASP (화학)	교육, 사회, 환경, 지역사회	<ul style="list-style-type: none"> ✓ "1+3"프로젝트: CSR 가치사슬 확립. ✓ 회사 공급망 중 3대 협력업체 선정해 기업의 사회적 책임 원리와 자사의 경험을 국내기업에게 전수하는 프로그램 실행 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 小小化学家(어린이 화학자): 어린이들에게 화학실험에 참여할 수 있는 환경 제공. ✓ 巴斯夫中德研究发展基金(BASP 중.독 연구발전기금): 중국에서 개최되는 글로벌 학술활동을 지원, 다양한 장학금 통해 고등교육사업을 지지. ✓ 쓰촨 대지진 후 학교 재건 프로젝트 실시. ✓ 국가안전생산감독관리총국(国家安全生产监督管理总局)과 중국 화학품 운송사고 응급처리 시스템 방안 연구.

자료: KOTRA (2011)

3. 인도

가. CSR 태동 및 발전과정

기업이 사회에 기여하는 것은 인도의 오랜 전통이다. 종교의 나라 인도에서는 힌두교, 자이나교, 불교, 시크, 무슬림이 모두 사회적 약자들을 도와야 한다고 가르쳐왔다. 인도에서 CSR 활동은 역사 변천과 경제 발전에 따라 변화가 거듭되고 있으며, 아래와 같이 다섯 단계로 나누어 볼 수 있다

(Chahoud *et al.*, 2007).

첫 번째는 1850년 이전까지이며, 종교관에 근거를 둔 박애주의 정신을 기반으로 지역사회에 대한 기부활동을 중시하여 사찰을 건립하거나 기근이나 질병 발생 시의 구호활동이 주를 이룬다. 두 번째는 1850년대 이후 1914년까지의 시기로 영국의 식민지배 하에 자본주의 사상이 도입된 시기를 말한다. 기업은 창출한 이익범위 내에서 CSR 활동을 추진해야 한다는 인식이 등장하고 지역사회 발전이나 학교나 병원을 위한 기부에 주력했다. 세 번째는 1915년부터 1959년까지로, 신탁사상(간디)의 영향으로 기업들이 국가의 경제사회 발전에 기여하는 것을 중요한 의무로 여기고 사회개발과 개혁 등의 CSR 활동에 주력한 시기이다. 당시 기업들은 교육기관을 건립하거나 국가 및 지역사회의 경제발전과 삶의 질 향상에 집중했다. 네 번째 단계는 1980년대까지의 시기이며, 기업 활동에 대한 사회적 관심의 증가로 사회단체의 감시활동 및 법적 강제성 증가에 대한 대응 방안을 모색한 시기이다. 기업들은 투명성을 높이고 고용 증대를 위한 다양한 노력을 추진하였다. 반면에 미국 자유경제주의의 영향을 받아 법 테두리 안에서 부를 창출하여 세금을 납부하면 기업의 의무를 다하는 것이라고 생각하기도 했다. 마지막은 1980년대 이후부터 현재까지로, 1991년에 경제가 개방되면서 기업은 경제, 사회, 환경 영역에서 고루 역할을 해야 한다는 새로운 관점이 도입되었다. 현재 인도 기업들은 전통적으로 내려온 자선 중심의 CSR과 사업의 지속가능성을 제고하기 위한 전략으로서 CSR 개념을 통합해가는 단계에 있다.

<표 4.3-8> 인도 CSR 활동의 발전 단계

	산업화 이전	산업화 추진	독립투쟁기	강제·자율 혼합	경제발전기
시기	~1850	1850~1914	1914~1959	1960~1980	1981~현재
CSR 개념	종교/문화 등 박애주의자 관점 기부	종교적 동기 에 의한 박애 주의와 기업 이익도 고려	사회개발활동 강조	법적 강제 적용으로 강압적 선택	지속 가능한 전략적 방안으로 활용
특징	자기의 부를 조건 없이 지역사회 등에 기부	장기계약이나 구체적 추진 계획 없이 실행	간디의 신탁동지 이론에 바탕을 둔 사회개발활동 주력	기업활동의 노동/환경 기준 강화로 자율적 실행에서 강제성 강화(기업 시민 역할 강조)	박애주의적 접근에서 전략적 수단으로 선택
주요 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 사찰 건립 · 기근이나 전염병 구호 · 음식/물품 창고 등 개방 	<ul style="list-style-type: none"> · 지역사회발전 · 학교/병원 등에 기부 	<ul style="list-style-type: none"> · 학교/대학 건립 · 과학연구기관설립 · 여성인권 강화 · 불가촉천민처우 개선 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 기업시민으로서 기업가 역할 강조 · 기업활동의 투명성 강화 등 노력 	<ul style="list-style-type: none"> · 기부가 아닌 전략적 활동으로 CSR 인식 - 공중(公衆), 정부는 성과 향상에 따른 기부 증가 기대 - 다양한 이해관계자 포괄 고려

자료: Chahoud *et al.* (2007)

나. 인도 정부의 CSR 대응

CSR의 필요성과 기업의 윤리적 책임에 대한 논의가 늘어남에 따라, 인도 정부도 이러한 사회적 요구에 대응하기 위해 CSR에 대한 정책을 고려하기 시작했다. 이에 2009년 12월 기업정책부(Ministry of Corporate Affairs)는 '기업 사회적 책임에 대한 자발적 가이드라인 2009'를 발간하였는데, 이는 기업들이 CSR 정책을 마련하는 데 도움을 주는 정도의 다소 제한적인 지침을 담고 있었다.²⁴⁾ 그 후, 정부는 CSR 가이드라인을 보다 심도 있게 개발하기 위한 목적으로 IICA(Indian Institute of Corporate Affairs)를 설립했고, IICA는 2011년 7월에 이전의 CSR 가이드라인을 개정하여 'National Voluntary Guidelines on Social, Environmental and Economic Responsibilities of Business'를 발간했다. 동 가이드라인은 CSR 실행 포인트, 접근방식에 대한 제안, 그리고 기업들의 지배구조, 전략, 조직, 시스템, 경영방식, 관행과 프로세스 내의 핵심 요소들을 실행하기 위해 사용할 수 있는 인디케이터 리스트를 제공한다. 가이드라인의 기본 바탕은 'Apply or Explain' 원칙이며, 기업은 제공되는 CSR 보고서 프레임워크를 활용하여 이해관계자들에게 보고하도록 권장 받는다(대한상공회의소, 2011).

한편 2011년 12월, 의류수출증진협회(AEPC: Apparel Export Promotion Council)는 인도 정부의 섬유산업부(Ministry of Textiles)와 함께 작업한 인도의 의류산업을 위한 새로운 CSR 가이드라인을 발표했다. 'DISHA(Driving Industry Towards Sustainable Human Capital Advancement)'라고 불리는 이 이니셔티브는 AEPC 회원사가 사회적, 환경적 책임을 다함으로서 그동안 인도의 의류회사에 대해 아동노동, 건강 및 안전, 환경 등과 관련하여 비판해온 미국과 유럽 등지의 우려에 대응하고 인도 의류산업의 수출경쟁력을 높이기 위해 만들어졌다.

다. 인도 기업의 CSR 대응

▶자선적 책임 및 지역사회 개발 중요시

인도 기업들은 간디의 신탁사상에 영향을 받아 지역사회 개발을 CSR 활동의 핵심으로 추진하고 있다. 첫째, 인도 기업들은 CSR 활동을 기업의 지속성

24) 대한상공회의소 지속가능경영원 (2011).

장과 기업시민정신의 발현을 위해 필수불가결한 요소로 파악하고 있다. 기업의 CSR 활동은 인도에서 사업을 추진하는데 있어서 불가피한 의무사항이자 기업의 지속가능성을 달성하는데 필요한 것이며 경영활동의 부가사항이 아닌 사업을 경영하는 방법 그 자체로 인정하고 있다는 것이다(임정성 외, 2009). 또한 기업들은 간디의 신탁사상에 영향을 받아 지역사회 개발을 CSR 활동의 핵심으로 추진하고 있다(Chahoud *et al.*, 2007). 즉 기업들은 사업을 추진하고 있는 지역의 사회발전을 위한 다양한 CSR 활동들을 실천함으로써 지역사회와 동반성장을 하려는 노력을 우선해야 한다는 것이다.

▶ 전략적 목표 달성을 위한 중요한 수단

전략적 목표 달성을 위한 수단으로 CSR을 추진하는 기업들의 비중이 증가하고 있다. 콜라지아티클 13(Collage Article13, 2007)에 의하면 기업들은 CSR 활동을 통하여 기업 평판 제고(63.9%)와 회계투명성 제고(41.2%)를 달성할 수 있으며 고객 및 판매 대리점의 충성심 제고(37.1%) 효과와 근로자의 고용과 유지에도 도움(30.9%)이 된다고 생각하고 있다. 하지만 응답자의 55%만이 CSR 활동이 우수한 기업에 취업할 것이라고 응답한 반면 CSR 활동과 무관한 기업을 선택한다는 응답이 45%라는 것을 고려하면 우수인재 유치와는 아직 관련성이 높지 않음을 알 수 있었다. 이들 조사 결과들을 종합하면 기업들은 CSR 활동을 지속성장을 위한 전략적 수단으로 적극 활용하고 있으며 CSR 활동을 통하여 수익성을 확보하고 여러 가지 경제적 혜택을 누릴 수 있다는 인식을 가지고 있다고 판단된다(김용식, 2011).

▶ 공동실행, 별도 전담부서 위주의 CSR 활동

KPMG & ASSOCHAM(2008)은 인도 기업들의 사례조사를 통하여 CSR과 관련된 다양한 내용들을 분석하였다. 첫째, CSR 활동의 실행 주체는 공동 실행이 85%로 15%인 단독 실행보다 월등히 높게 나타났다. 응답자의 58%는 정부기관과 공동으로 실행하고 있으며 정부 및 비정부기구(NGO) 등 여러 주체와 같이 실행한다는 응답이 21%로 조사되었다. 반면에 NGO하고만 같이 한다는 응답은 6%로 미미한 것으로 조사 되었다. 둘째, CSR 활동을 위해서 별도의 전담 부서를 설치하는 경우가 94%로 절대적이었다. 회사 내부에 별도의 전담 부서를 설치하여 운영 중이라는 응답이 57%이며 별도로 독립 재단을 설립하여 운영하고 있다는 응답이 37%로 나타났다. 마지막으로 홍보

차원에서 CSR 활동과 관련된 보고서를 발간하는 기업들이 75%로 매우 많음을 알 수 있다. 보고서의 형태로는 GRI 가이드라인을 준수하고 있다는 응답이 25%이며 Global Compact에 참여한 기업과 별도의 CSR 보고서를 발표한다는 응답이 각각 21%로 나타났다. 이와는 달리 연차보고서에 별도 보고를 한다는 응답은 8%로 가장 낮게 나타났다.

KPMG & ASSOCHAM(2008)의 연구결과를 종합하면 기업들이 추진하는 CSR 활동의 효과를 높이기 위해서는 독자적인 실천보다는 현지 지역사회와 주민들의 요구사항을 잘 알고 있는 외부 기관, 그 중에서도 특히 정부기관과의 협력은 필수적이라는 것을 시사한다. 이는 현지 사정을 잘 모르는 외국 기업들에게는 더욱 더 중요한 것이라 할 수 있다. 그리고 CSR을 전담하기 위한 별도의 독립 부서를 설립하는 것이 실천 의지에 대한 상징성 측면에서도 중요하다고 할 수 있을 것이다. 또한 기업들은 자신들이 실천하고 있는 다양한 CSR 활동에 대해서 어떤 형태로든 이해관계자들에게 알릴 수 있는 기회를 갖는 것이 필요하다.

라. 인도 기업의 CSR 활동 현황

인도 기업들이 추진하고 있는 CSR 활동은 연구 주체에 따라 추진 활동들과 우선순위에 차이가 있는 것으로 나타났다. 먼저 인도의 비영리조직인 카르마요그(Karmayog)는 지역주민들 대상의 교육과 훈련을 통한 인재 육성(80%)이 가장 중요하다고 하였다. 세부 활동으로는 학교 건립 및 지원과 직업훈련 제공 등이 해당된다. 그 다음으로 의료 및 건강보호활동(66%)과 환경보호활동(60%) 및 낙후지역개발(57%)의 순이었다(Karmayog, 2003). 콜라지 아티클 13(Collage Article 13, 2007)의 연구결과는 지역사회개발활동이 67%로 가장 높았고 그 다음이 교육(57.7%), 환경보호(56.7%) 순이며 건강보호활동이 25.8%로 가장 낮은 것으로 조사되었다. 24개의 인도 기업들을 대상으로 실시한 사례연구(KPMG & ASSOCHAM, 2008)에서는 환경보호활동(75%) 비중이 가장 높고 그 다음이 건강보호(62%), 교육(27%) 등이었다. 이에 비해 여성권의 강화나 기근 구호 등은 상대적으로 등한시 되는 분야로 조사되었다. 이러한 차이점은 동일 활동이라도 연구자가 어떻게 분류하여 진행하느냐에 따라 결과가 달라질 수 있다는 것을 의미한다. 그 밖의 CSR 활동으로는 여성권의 신장, 미술과 문화장려 활동, 스포츠 지원 및 가족계획 지원, 국가 문화유산보존 등이 포함된다. 이상에서 살펴본 기업들의 CSR 추진 활동들을

종합하면 자신의 활동 근거지인 지역사회 개발 활동은 필수적이며 주민들을 위한 교육기관 설립과 교육기회 제공, 건강보호 등이 전통적으로 중요한 활동으로 간주되고 있음을 알 수 있다. 최근에는 글로벌화의 진전으로 환경보호를 위한 다양한 활동에 대한 요구가 높아지고 있는 반면, 여성인권 강화 및 기근 구호를 위한 체계적인 노력은 가장 부족한 것으로 조사되었다.

<표 4.3-9> 인도 기업의 국내 CSR 사례

기업명	주요 활동	세부 내용
타타그룹 (철강, 화학 등)	교육, 문화	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 두 개의 타타재단(기금액: 약7,000만 달러,2007년 기준)을 전담조직으로 활용하고, 지역사회공헌위원회라는 기구 운용. ✓ 기업도시 운영 등 사회환원 비율을 측정한 결과 인도 1위 기업(2008년 기준). ✓ 타타사회과학원, 타타암센터, 타타기초과학원, 국립예술원 등 교육 및 연구 기관을 설립. ✓ 환경보호 및 지역사회 여권 강화 및 교육 통한 지원.
BPCL (정유)	환경, 지역사회 개발	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 다양한 사회공헌 활동을 하는 기업으로 유명하며, 환경 부문 우수 기업으로 인정받아 Asian CSR Award를 수상(2008년). ✓ 오리사 주 지역사회 지원 및 개발 프로젝트: 자조그룹 육성하고 지역사회 다양한 소득원 창출하는 프로그램 및 자금 지원.

자료: 임정성 외 (2009)

마. 다국적기업의 CSR 활동 현황

샤후드(Chahoud *et al.*, 2007)는 다국적 기업들과 인도에서 사업을 시작한 기업들 간에는 CSR 활동 유형에서 유사점과 차이점이 존재한다고 하였다. 유사점으로는 교육/직업훈련 활동을 중요시하고 환경보호 및 자원봉사 활동 부문은 상대적으로 등한시 하는 것으로 조사되었다. 반면 두 개 그룹의 가장 큰 차이점은 건강과 에이즈 예방 활동 및 자연재해구호 활동으로 나타났다. 인도 기업들은 건강이나 에이즈 예방 관련 활동에 가장 큰 비중(82%)을 두고 있는 반면, 다국적기업들은 27%의 응답률로 매우 낮은 비중을 보이고 있다. 또한 자연재해발생 시 구호활동에 대해서 다국적기업들은 73%가 하고 있다고 응답한 반면, 인도 기업들은 25%만이 구호활동을 하고 있다고 응답하여 현격한 차이를 보이는 것으로 조사되었다. 이러한 차이점을 고려할 때 인도 기업들은 지역사회 발전과 관련된 활동들을 중요시 여기는 반면 다국

적 기업들은 기업의 생산성 향상을 위한 직업훈련과 더불어 기업 이미지 제고 등을 위한 재난구호활동 등에 중점을 두고 있다고 평가할 수 있다.

<표 4.3-10> 다국적기업의 인도 CSR 사례

기업명	주요 활동	세부 내용
힌두스탄 유니레버 (미용, 생활용품)	위생, 여성	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 건강과 위생 관련 프로그램을 통해 주민건강 제고 기여 ✓ 지역사회 개발 전략으로 산림녹화와 댐 건설 확대 및 소득 수준을 고려한 저가격 제품 출시 ✓ 여성권의 신장을 위한 파워맘 프로그램 실시로 여성들의 비즈니스마인드 제고 및 경제적 자립심 육성에 기여
지멘스 (의료)	환경, 의료, 지역사회개발	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 주민들의 건강보호를 위한 지원과 질병예방 활동: 에이즈예방 관련 자원 지원 및 상담활동 ✓ 환경보호 및 멸종동물 보호활동 강화 ✓ 교육프로그램 및 여가활동 제공: 성카트리나 집을 지어 고아들이 거주할 수 있게 하고 교육 제공, 장애인 및 젊은이들 직업훈련 지원

자료: 김용식 (2011)

4. 인도네시아

가. 인도네시아 CSR 태동 및 발전

인도네시아에는 오랫동안 내려온 Gotong Royong(상부상조)이라고 하는 기부와 나눔의 전통이 있다. 따라서 기업이 사회적, 윤리적 책임을 다하고 지역사회에 환원하는 것은 당연히 해야 할 것이라는 생각이 널리 퍼져있다고 할 수 있다. 그러나 인도네시아에서 CSR 운동이 구체화 되는 데는 상당한 시간이 요구되었다(Haufler, 2006). 인도네시아 경제는 근대 250여 년 동안 서인도 무역회사와 같은 몇 안 되는 큰 서구열강의 무역회사에 의해 지배되었다. 이러한 독점적 경제구조는 근대 이후 수하르토 독재정권으로 이어져 인도네시아의 부와 권력이 하나의 사회계층으로 집중되는 현상을 가져왔다(Kemp, 2001). 귀족주의와 식민주의 관념을 바탕으로 인도네시아 자본은 수

하르토 족벌 및 그와 연계된 기업에 집중되었다. 특히 인도네시아의 대기업들은 정치 엘리트들과 대부분 연계되어 있으며 정부 소유의 기업들은 정부의 보호 하에 이익을 창출해왔다.

이러한 인도네시아의 정치, 경제적 환경 하에서, 기업윤리와 CSR에 대한 인식이 자리 잡기는 어려운 실정이었다. 인도네시아 국내 및 외국 기업들이 오랫동안 자선활동, 지역사회 개발, 그리고 환경보호 활동 등 비영리재단인 (yayasan)을 통한 CSR 활동을 펼쳐왔지만 이를 위해 모금된 기금 중 상당액은 고위급 군부와 정부기관 및 정치지도자들의 후원금으로 사용되어왔다 (Global Witness, 2005). 또한 인도네시아 내에서 개발이나 산업 프로젝트의 환경적·사회적 영향, 대기업의 역할 및 중소기업과의 협력 등 다양한 CSR에 대한 이슈가 제기되고 정책적 토론이 이루어졌으나 실질적으로 행해진 사례는 거의 없었다(Atje, 2008).

수하르토 정부는 1994년 발리 짐바란 선언을 통해, 총 96개 재벌로 하여금 인도네시아 빈곤 퇴치를 위해 수익의 2%를 강제로 사회에 기여하도록 했다. 그러나 앞에서 언급된 바와 같이, 인도네시아의 고질적인 부패로 인해 펀드의 출처와 사용이 불명확했고 국민들의 정부에 대한 불신이 커짐에 따라 이 정책은 성과를 얻지 못하고 사라졌다. 그 후, 수하르토 대통령의 사임에 따라 진행되는 민주화 과정에서 지역 NGO들이 국내외 기업들의 경영활동에 대해 공개적으로 비판할 수 있는 기회를 갖게 되었고 이들은 국내외 기업들에 대한 엄격한 규제를 요구하기 시작했다. 또한, 인도네시아 정부도 환경보호와 노동자들의 직무상의 위험이나 위생문제와 같은 기업의 사회적 책임에 대한 압력을 높이기 시작했다. 그러나 CSR이란 용어 자체는 2000년대 중반까지 인도네시아 사회 내부에서 거의 사용되지 않았다(Rosser *et al.*, 2008).

1990년대 말, 수하르토 독재정권의 몰락과 함께 새로운 정부가 들어서고 CSR 활동이 활발해지기 시작했다. 민주주의의 과정으로서 NGO 및 시민들을 위한 기회들이 생겨나면서 NGO들은 국내 및 외국기업들의 환경, 사회문제 해결을 위한 불충분한 협조를 비판하였다. 이러한 사회적 움직임은 기업들의 경영활동을 강력하게 규제해야 한다는 사회적 요구로 이어졌다. 이러한 변화는 국내 및 해외기업가들로 하여금 CSR에 대해 인식하고 사회적 문제와 환경문제에 대해 관심을 높이도록 했다. 1999년에는 인도네시아의 국내 대기업과 외국기업들을 중심으로 한 인도네시아 비즈니스연합이 출범했고 정부

도 CSR과 관련한 강력한 법적 규제를 마련하고 실행을 추진하기 시작했다.

나. 인도네시아 CSR의 동인 및 특징

인도네시아 CSR의 발전에 있어 가장 큰 동인은 인도네시아의 외부에서 왔다고 할 수 있다. 인도네시아에 가장 큰 영향을 미친 CSR 운동은 1992년, 미국노동총연맹산업별조합회의(AFLI-CIO)에서 시작된 CSR 운동이다. 이 단체는 자카르타에 위치하여 활동하고 있었는데, 당시 나이키사 근로자들의 열악한 상황이 국제적으로 문제가 되자 근로자 인권 보호를 위한 CSR을 요구하는 활동을 펼치기 시작했다. 이후, 인도네시아 리바이스 공장에서의 근로자 인권 유린과 학대에 관한 보고서가 발간되면서 소비자들의 비판과 노동착취 반대 운동이 인도네시아를 포함하여 국제적으로 확산되었다. 2000년대 초에는 인도네시아에서 활동 중인 거대 다국적기업(에릭슨, 나이키, 유니레버, BP, 도이치 뱅크 등)들이 UN Global Compact에 가입하여 노동 및 인권, 그리고 환경 등에 관련한 원칙을 준수하겠다고 선언함으로써 인도네시아 주재 외국기업의 CSR 활동을 촉진시켰다.

인도네시아는 세계적으로 가장 복잡한 문화와 역사를 가진 나라 중의 하나이다. 수도인 자카르타와 대도시를 중심으로 현대 산업주의와 모더니즘을 수용하고 있으나 기업, 정치와 지역문화는 계속해서 귀족주의 및 지배와 피지배 계층의 답습 등의 전통을 고수하는 상반된 모습을 보이고 있다. 이러한 인도네시아의 문화적 요인은 실제로 인도네시아가 CSR을 수용하고 활용하는데 많은 영향을 끼치고 있다(Kemp, 2001). 예를 들면, 인도네시아인들은 개인의 삶을 운명으로 생각하고 본인의 근무 환경과 수입에 대해 순종적으로 받아들이는 경향이 있다. 이에 따라 인도네시아는 다른 동남아 국가에 비해 사회복지시스템이 발달되지 않았으며, 동시에 개인의 수입에만 의존하는 열악한 근로조건과 환경의 개선에 대한 사회적 요구도 적은 편이다.

인도네시아는 세계에서 가장 많은 인구의 이슬람 국가이기도 하다. 이슬람 종교의 아버지라 할 수 있는 모하메드는 종교인이기 이전에 신용과 정직을 바탕으로 한 비즈니스 경영전략을 전파한 뛰어난 상인으로도 잘 알려져 있다. 이러한 기원 뿐 아니라, 이슬람 법 'haram'은 뇌물이나, 약탈, 그리고 속임수로 얻어지는 부의 축적을 금하고 있다. 또한 'Sharia' 법에 따르면, 생산의 결과물은 반드시 사회를 위해 이익이 되어야 하며 이슬람인으로서 공동

의 선을 창출하기 위해 쓰여야 한다고 규정한다. 이슬람 종교의 영향으로 인도네시아는 전통적으로 상위 계층들의 기부 문화가 존재하고 대부분의 국민들 사이에도 나눔의 문화가 널리 퍼져 있었다. 2000년 중반까지 인도네시아에서 CSR이란 용어가 널리 쓰이지 않은 이유는 이러한 인도네시아의 전통적인 기부와 나눔 문화가 인도네시아인들의 생활에 이미 체화되어 있었기 때문이라고 볼 수 있다. 따라서 인도네시아에서 활동하는 외국기업이 지역 공동체를 위해 기부와 자선활동을 하는 것은 당연하게 여겨지고 있으며 인도네시아에 진출한 기업들에게 지역사회를 위한 CSR 활동은 기업의 생존을 위해 필수적인 요소라고 할 수 있다.

다. 인도네시아 정부의 CSR 대응

수하르토 정권의 몰락 이후, 현대적 의미의 CSR 개념이 정부 부처에 소개되었으나 실질적인 법규의 제정 및 실행과 관련한 인식은 쉽게 자리 잡지 못하였다. 기업 수익의 일부를 사회공헌이나 환경보호를 위해 배분하거나 기업지배구조 국가위원회 설립을 통해 기업지배구조 강령을 제정하는 등의 CSR 장려를 위한 계획이 몇몇 부처에서 나오기 시작했지만 이러한 계획들은 일률적으로 실행되지 못하고 개별 분야에 제한됨으로써 포괄적인 CSR 정책은 실질적으로 실행되지 못하였다(Waagstein, 2011).

2000년 중반부터 인도네시아 정부는 본격적으로 CSR의 법제화를 통해 기업의 CSR 활동을 촉진하고자 했다. 2004년에는 CSR 활동을 위한 법(2004.No.28)을 제정하여 기업의 CSR 활동을 권장하려 했는데, 이 법에 따르면 CSR 활동을 수행하는 조직은 비영리재단으로 설립되어야 한다. 또한 영리활동을 하고자 한다면 PT(Perusahaan Terbatas)로 등록되어야 하며 재단의 이름은 재단설립자의 이름, 회사/스폰서의 이름, 지역사회의 이름 등 3가지로 등록될 수 있다. 이어 2007년, 인도네시아 정부는 인도네시아 회사법 No.40, 인도네시아 투자법 No.25를 제정함으로써, 기업들의 CSR 활동에 대한 강제성을 부여했다.

인도네시아 정부는 한발 더 나아가, 2007년 유한책임회사 법 74조 40항을 도입하여 자연자원 개발과 직간접적으로 관련된 회사들은 회사 내 예산에서 CSR 활동비를 비용으로 책정하고 CSR 활동을 할 것을 의무화하였다. 즉, 특정한 회사가 이러한 CSR 활동비용을 책정하지 않고 CSR 투자를 하지 않은

경우, 인도네시아 정부는 그 회사에 법적인 제재를 가할 수 있다는 것이 이 법의 골자다. 이는 앞서 도입된 인도네시아 투자법 No.25에서는 법적인 제재가 언급되어 있지 않은 것과 가장 큰 차이점이라 볼 수 있다. 이러한 법제정을 통해 인도네시아는 세계 최초로 CSR를 의무화하는 법을 제정한 나라가 됐다.

그러나 투자법 No.25와는 달리 유한책임회사법 74항 40조는 인도네시아 내 많은 이해관계자들의 거센 반발에 부딪히게 되었다. 기업들은 CSR 의무를 규정하는 법의 강제성으로 인한 이익 감소와 CSR에 대한 애매한 법 조항에 대해 우려를 나타냈으며 시민사회 및 NGO는 법의 모호성으로 인해 실행 가능성에 대해 의문을 제기했다. 인도네시아 상공회의소(KARDIN)에 의해 제소된 유한책임회사법 74항 40조는 최근 인도네시아 법원에서 법의 정당성을 다시 인정받았으나 아직까지도 인도네시아를 비롯하여 국제적으로 법의 실효성에 대한 논란이 계속 되고 있다.

라. 인도네시아 기업의 CSR 대응

인도네시아 국내 및 외국기업들은 1990년대 이래 소비자들과 NGO들의 비난여론에 대응하는 데 있어 CSR 전략이 유용함을 인식하기 시작했다. 이에 따라 1999년, 상위 다국적기업이라 할 수 있는 Noke Kiroyan(Rio Tinto), Heru Prasetyo(Accenture), 그리고 John Arnold(Ernst and Young) 등은 영국 국제개발부(DFID)와 포드재단의 후원을 받아 인도네시아의 '개발을 위한 좋은 기업시민과 파트너십'을 고취하기 위한 국내외 대기업들의 기업연계협력단(IBL: Indonisia Business Links)을 설립하였다. 이 단체는 인도네시아 내에서 CSR에 대한 인식을 촉진하기 위한 컨퍼런스, 워크숍, 기업 서비스, 그리고 CSR 이슈에 대한 미디어 홍보를 적극적으로 펼치고 있다(Rosser & Edwin, 2010).

<표 4.3-11> 인도네시아 기업의 국내 CSR 활동 사례

- Putra Sampoerna Foundation

2001년 설립된 재단으로, CSR 활동을 가장 활발하게 하는 재단 중 하나이다. 10년간 CSR 활동을 위해 172개 기업과 120만 명으로부터 1억 5000만 달러 규모의 펀드를 조성하였다. Malang과 Palembang에 있는 Sampoerna 학교에서 무상교육(총 3만 4,600명에게 장학금 제공)을 실시하고 매년 1,000여 명의 개인을 대상으로 기업가 교육을 하고 있다.

- Eka Tjipta Foundation

2006년에 설립되어, 교육과 환경 분야의 CSR 활동을 주로 하고 있다. 매년 200억 루피아 규모의 자금을 Eka 가족이 100% 부담하며, 이 중 80%는 교육, 나머지는 환경에 투자한다. 자바섬 밖의 2,000명의 학생에게 장학금을 지급하며, Sina Mas 그룹 소속의 팜농장 주변의 116개의 초·중학교를 설립했다. 대표적 환경 프로그램으로는 나무심기, 자트로파 재배가 있다.

- Dharma bakti Astra Foundation

1980년에 설립된 가장 오래된 CSR 재단으로, 중소기업 지원을 주로 한다. 매년 70억~80억 루피아 규모의 자금을 집행하고, 50억 루피아는 Astra 그룹에서, 나머지는 기타 기업에서 조달한다. 총 9,500개의 중소기업을 지원하며, 이 중 432개 기업은 Astra 협력업체(자동차, 중공업, 가구, 팜)들로 구성되어 있다.

<표 4.3-12> 다국적기업의 인도네시아 CSR 활동 사례

- 다논(Danone)

건강식품 생산의 글로벌리더를 표방하는 다논은 37%의 인도네시아 어린이들이 성장 장애의 문제를 겪고 있으며 이는 어린이가 섭취하는 식품의 영양부족과 엄마들의 균형 잡힌 영양공급에 대한 지식이 부족하기 때문이라는 데에 착안하여, 기치키타(Gizikita) 프로젝트를 시작했다. 이 프로젝트를 통해 다논은 어디서나 쉽게 뿌려먹을 수 있는 Topping powder(기치키타)를 만들어 인도네시아에 싼 가격으로 공급하는데, 이는 17개 필수 비타민과 미네랄의 일일권장량(RDA)의 50%를 포함하고 있다. 2011년 현재 25,000개의 아웃렛에서 판매하고 있다. 또한 여기서 얻은 수입은 엄마들의 영양 관련 교육에 재투자하며, 2010년까지 37,000명의 엄마들이 교육을 받았다.

- Toyota Astra Motor

Eco Youth 라는 프로그램을 바탕으로 매년 40만~50만 달러 규모의 예산을 교육, 및 환경 CSR 프로그램에 사용한다.

- Petro China International

파푸아 지역에 도로와 상수도 건설 등과 같은 활동에 중점을 두고 있다.

5. 베트남

가. 베트남 CSR의 배경과 동인

미국과의 전쟁을 치룬 후, 1975년 통일을 이룬 베트남 공산정권은 전후 사회·경제 복구 문제와 더불어 이웃 캄보디아와의 분쟁 그리고 연속된 극심한 자연재해까지 수많은 문제들에 봉착했다. 미국과 유럽의 고립정책과 무역봉쇄정책으로 베트남은 경제적으로 더욱 악화된 상태에 이르렀다. 이에 베트남 정부는 1986년 전면적인 개방·개혁 정책인 '도이모이(Doi Moi)' 정책을 실시하기 시작했다. 대외개방과 시장경제를 표방하는 도이모이 정책의 주요 골자는 대외개방정책을 통해 세계경제에 주도적으로 편입하고 기존의 계획경제를 축소하면서 시장경제를 도입하는 개혁정책을 통해 경제발전을 달성하는 것이었다. 베트남 정부는 이와 동시에 기존의 사회주의 국가로서 제공하던 폭넓은 사회복지 프로그램을 유지하고자 했다. 예를 들어 사회적 약자들에 대한 권익 보호, 부의 재분배, 농촌 지역에 대한 경제적 지원과 같은 프로그램은 계속 실시하였다.²⁵⁾

1990년대에 들어서 외국자본의 유입이 급속히 증가했고 개혁정책의 효과로 베트남은 빠른 경제성장을 달성하게 되었다. 베트남은 2006년 ASEAN FTA(AFTA)에 가입하여 모든 ASEAN 회원국가와의 무역장벽을 낮추고 국제무역의 발판을 마련했다. 또한, 2006년 말 WTO에 가입함으로써 폐쇄적인 중앙계획경제에서 개방된 시장경제로 전환하는 국내개혁과 함께 세계시장에의 편입을 통해 지속적으로 발전할 수 있는 기반을 다지게 되었다. 세계무역질서에 편입하면서 지속적인 경제성장을 위해서는 생산성과 국제경쟁력의 향상 및 우수한 인적자원 개발 등의 과제도 동시에 가져다주었다.

베트남에서 CSR이 추진되고 있는 배경에는 두 가지 주요한 동인을 살펴볼 수 있다. 첫째는 경제개혁 이후 변화된 경제 환경이다. 거시적으로는 개혁정책에 따른 경제성장 효과가 둔화되고 있는 추세를 보이고 있고, WTO 가입 이후 세계시장에서 경쟁하게 된 베트남 기업에게 국제적 규범과 글로벌 공급사슬 기준을 충족하는 것이 시급한 과제로 부상했다. 이에 베트남 정부는 새로운 정책적 모멘텀이 필요하게 되었고 당면한 과제를 해결하기 위한 방

25) CSR WeltWeit. Vietnam. <http://www.csr.vn>. 참조.

안의 일환으로 정부 및 기업 차원에서 CSR의 도입 및 확산을 추진하는 것이 필요하다는 판단을 하게 되었다. 또한 베트남 기업 차원에서도 멜라민 파동 및 수질오염 등으로 기업 활동에 대한 국내 여론이 악화되었고 기업의 이미지와 브랜드 명성이 추락하는 경우가 많았다. 이와 더불어 공급사슬 관리의 개선, 노동환경 및 근로수준 향상, 환경 이슈 등에 대한 외부의 압력이 증가하면서 기업들은 지속가능한 성장을 위한 방안으로서 CSR에 관심을 가지기 시작하였다.

두 번째 배경은 문화적인 요인이라 할 수 있다. 베트남은 전통적으로 사회 혹은 자신이 속한 공동체에 대한 책임을 느끼며 사회에 봉사하는 것을 최고의 덕목으로 여겨왔다. 종교적으로도 베트남의 국교인 불교의 화합과 휴머니즘 사상을 바탕으로 국가와 사회에 도덕적으로 봉사하고 공헌하는 정신이 뿌리 깊게 발달되었다. 또한 역사적으로 미국과의 전쟁 및 내전을 통해 베트남 국민들은 상호 협력과 사회와의 연대를 베트남 사회의 전통으로 간주하게 되었다. 이러한 복합적인 문화적 요인들은 베트남 사회에서 CSR이 도입되고 확산되는데 중요한 배경이 되었다고 할 수 있다.

나. 베트남 정부의 CSR 대응

베트남 정부는 2006년 WTO에 가입한 이후 국제적인 경영 관행과 표준을 도입하고 발전시키기 위해 노력해왔다. 그러한 노력 중 하나가 CSR의 도입이었으며 지속가능발전을 위한 활동을 조정하고 장려하기 위해 지속가능발전연구소(VA 21 Office)를 설립했다. 또한 CSR과 관련된 많은 법령들이 제정되었다. 예를 들면, 노동부와 보건사회부는 노동, 근로 안전 및 건강, 근로 환경 개선, 교육과 관련된 법과 시행령을 발표하였다. 산업무역부, 자원환경부, 과학기술부 등은 산업과 무역 분야와 관련된 환경경영 및 노동건강보험, 산악지역주민을 위한 빈곤경감과 관련된 법을 도입했다. 베트남에서 CSR과 관련하여 가장 중요한 법은 1994년에 제정되고 2002년에 개정된 노동법, 2005년에 개정된 환경법과 2005년에 통과된 반부패법을 들 수 있다(<표 4.3-13> 참조).

베트남 정부는 또한 국제기구 및 다른 나라 정부와의 CSR 관련 국제적 협력도 활발하게 진행하고 있다. 노동보건사회부(MOLISA), 베트남노동총동맹(VGCL), 베트남상공회의소(VCCI)는 국제노동기구(ILO)와 협력하여 여성 인

신 매매 근절 및 근로안전 및 건강 보호 프로젝트를 실행하였다. 또한 산업 무역부는 덴마크 정부와 클린생산 프로젝트, 일본국제협력단(JICA)과는 포괄적인 오염방지 계획 프로젝트를 수행하였다.

<표 4.3-13> 베트남 CSR 관련 법률 체계

<p>- 노동법 (1994; 2002)</p> <p>1994년 6월에 노동법을 정식으로 공포해 1995년부터 시행하고 있으며, 2002년 4월 56개 조항을 개정해 2003년 1월부터 시행하고 있다. 베트남의 노동 법규는 임금, 근로시간 등 분야별로 수시로 시행령(Decree), 시행규칙(Circular)을 별도로 마련 시행하고 있다.</p> <p>- 환경보호법 (1996; 2005)²⁶⁾</p> <p>베트남 정부는 2005년 개정된 환경법에서, 경제성장 및 환경보호의 조화로운 연계를 기초로 한 지속가능한 발전을 강조하고 있다. 전략적 환경평가를 통해 지속적 발전을 보장하고, 비준하기 이전의 전략적 프로젝트와 개발계획이 환경에 미치는 영향을 분석하고 예보하도록 권장하고 있다.</p> <p>- 반부패법 (2005)²⁷⁾</p> <p>베트남 정부는 베트남 공직사회, 특히 국영기업체를 대상으로 뇌물수수, 이권청탁 등의 부정부패를 뿌리 뽑기 위해, 2005년 반부패법을 통과시켰다. 이 법은 공직자가 배우자나 18세 미만의 미성년자들이 보유한 재산의 변동사항을 기관에 신고할 것을 의무로 하고, 5천만 동(320만원) 이상의 보석이나 유가증권을 보유한 공직자에 대해 신고를 의무로 하도록 했다.</p>

한편 베트남 정부는 2004년 8월, 지속가능발전을 위한 ‘베트남 아젠다 21(Vietnam Agenda 21)’을 선포하고 지속가능발전의 원칙과 프로그램, 지속가능발전 행동계획(2005~2010)을 발표했다. 베트남 아젠다 21은 지속가능발전을 위한 제도적 구축, 관련된 인적자원의 역량강화, Local Agenda 21(LA 21)과 Sectoral Agenda 21(SA 21)의 개발과 이행, 지속가능발전 교육 및 홍보, 연구활동 등을 이행하며, 기획투자부(Ministry of Planning and Investment) 산하에 베트남 아젠다 21 사무국이 설치되어 실무를 담당하고 있다. 베트남 아젠다 21에 포함된 Local Agenda 21을 추진하기 위해서 6개의 지방정부가 선정되었고, Sectoral Agenda 21에는 농업, 수산업, 건설업, 제조업 등 4개의 섹터가 파일럿(pilot) 프로젝트의 대상으로 선정되었다. 또한 2005년에는 주요 정부기관, 기업, NGO, 시민사회단체 등 중요한 이해관계자를 포괄하는 ‘지속가능발전국가위원회(National Multi-Stakeholder Council for Steering Sustainable Development)’를 설립했다. 베트남 아젠다 21은 UNDP, World Bank, UNEP, ADB 등의 국제기구와 스웨덴, 독일, 네덜

26) 한국환경기술진흥원,(2005), 52/2005/QH11.

27) 동아닷컴 (2009.09.30.), <http://news.donga.com/3//20051130/8252346/1>.

란드의 국가기관과의 협력관계를 구축하고 활동하고 있다.

다. 베트남 기업의 CSR 활동

베트남의 초기 CSR 활동은 다른 개발도상국과 유사하게 베트남에 진출한 외국계 기업들에 의해 발전되어 왔다. 이들 외국계 기업의 CSR은 자선사업 위주이며 기업평판 관리 및 시장경쟁력 강화에 목표를 두고 있는 것이 특징이다. 대표적인 기업으로는 Unilever, KPMG Vietnam, P&G, Sony, Ericsson, Siemens, Ford, Honda, 삼성, LG 등이 있다. 베트남 국내기업 또한 자선활동을 주로 하고 있지만 기업 내 또는 정부와 결탁된 부패 및 지속가능한 CSR 활동에 대한 인식 부족으로 국내기업의 CSR 활동은 상대적으로 미비한 상태이다. 국내 기업으로 Vinamilk, Vietnam Airline의 CSR 활동이 인정받고 있다. 한편 베트남 아젠다 21 프로그램의 일환으로서 베트남상공회의소(VCCI)는 베트남 기업들이 지속가능경영을 실행할 수 있도록 컨설팅을 제공하고 기업의 지속가능경영을 평가, 감독하는 역할을 맡고 있다(Nguyen, 2008).

베트남에서의 CSR 정착 및 성공에 있어서 가장 큰 장애요인은 CSR에 대한 인식과 정보의 부족이라 할 수 있다. 정부 뿐 아니라 국내 기업들은 CSR의 필요성에 대해 공감하지 못하고 있으며, CSR을 추진하는 내용에 있어서도 아직까지 명확한 계획을 갖추지 못하고 일회성 활동에 그치고 있다. 또한 소비자들도 기업 윤리와 환경, 인권에 대한 기업의 CSR 활동에 대한 인지도가 낮아서 정부와 기업들이 CSR을 적극적으로 추진하는 동인이 되기는 어려운 실정이다. 또 하나의 장애요인은 베트남 정부가 제도적 미비와 법 집행능력의 부족 등으로 인해 명확한 CSR 정책을 실행하지 못하고 있고 NGO 및 시민사회의 개혁에 대한 의지와 요구를 충분히 반영하지 못하고 있는 점이다. 경제성장 위주의 시장경제 정책의 실행을 최우선으로 했던 베트남 정부는 CSR에 대한 관심이 그리 높지 않았고 최근 외국기업들의 진출과 경영활동에 의해 CSR의 필요성에 대해 인지하기 시작하였으나 아직까지도 CSR 관련 법제도의 마련이나 기업의 CSR 활동에 대한 정부의 지원이 부족한 상황이다. 특히 불명확한 CSR 관련 법령들로 인해 법적인 해석이 다양하여 큰 실효성을 거두지 못하고 있고, 베트남 사회의 전반적인 부패 문제로 인해 아직까지 CSR에 관련한 정부의 정책은 큰 성과를 거두지 못하고 있는 실정이다.

한편 베트남에서의 기업의 CSR 활동은 공산주의 정치시스템을 배경으로 한 시장경제개혁의 추진이라는 베트남의 고유한 특성에 영향을 받는다. 베트남에서는 모든 경제활동 영역에서 정부의 영향력이 매우 크며, CSR에 관련한 기업의 정책 및 실행에 있어서도 정부의 역할이 다른 나라에 비해서 훨씬 크다는 특징을 갖고 있다. 또한 도이모이 혁명 이후 몇몇 공기업을 제외하고 대부분 민영화되었지만 아직까지도 기업의 소유권은 일부 개인 혹은 정부와 국가에 소속된 경우가 많으며 기업 지배구조 및 의사결정 구조도 집중된 양상을 보인다. 따라서 기업이 자발적으로 CSR 활동을 추진하고 성과를 거두는 데에도 한계가 있다고 할 수 있다.

4.4. 중남미

1. 중남미 CSR의 역사와 발전

중남미에서의 CSR은 이 지역에서 오랜 전통이 되어온 기업의 자선적 활동과 밀접하게 연관되어 있다. 이 지역에서는 기업의 사회에서의 역할에 대해 온정주의적(paternalistic) 견해가 지배한다(Peinado, 2006). 사회적 분배는 중남미 국가에서 활동하는 많은 기업들의 비전이 되어왔는데, 이는 역사적인 측면에서 기업 창업자들의 종교적 믿음 때문이기도 했다. 이들은 종교적 신념에 따라 사회가 존재하는 이유가 좋은 것을 행하고 나누기 위한 것이라 여겼고 직원들뿐만 아니라 더 나아가 지역공동체의 사회적 발전에도 공헌하고자 했다. 이러한 역사적 배경은 중남미에서 CSR이라는 개념이 뿌리내리기에 적절한 환경을 제공해주었다. 기업의 사회에서의 역할에 대한 온정주의적인 접근은 점차보다 발전된 기업시민과 기업의 사회적 책임의 개념으로 보완되고 발전되어 가고 있다.

CSR의 발전 단계에 있어 중남미 국가들 간에는 상당한 격차가 존재한다. CSR이 가장 앞선 국가는 브라질, 아르헨티나, 칠레 및 멕시코와 같은 경제적으로 가장 발전된 나라들이라고 할 수 있으며, 중미와 카리브 지역의 국가들이 상대적으로 뒤쳐져있다고 할 수 있다. 전반적으로 중남미지역에서 CSR에 대한 관심이 증가하고 있지만 아직 소비자나 투자자가 CSR에 대해 적극적으로 영향력을 행사하지는 않는 편이라고 할 수 있다. 이 지역에서의 CSR의 동향은 다음과 같이 정리할 수 있다(웨인 비서 외, 2009: 451-455).

- 개별 기업의 CSR 활동은 상대적으로 약하며 대부분의 CSR 활동이 산업 협회 또는 독립적인 기업 및 전문협회에 의해 추진되고 있다.
- CSR을 위한 정부의 관여와 촉진활동이 비교적 약한 편으로 CSR이 정부의 정책으로 통합되지 않았다.
- CSR에 대한 일반 대중의 자각이 다른 행위자들 보다 앞서 있으며 특히 보다 산업화된 나라에서는 CSR에 관련한 언론매체의 보도(특히 기업 평가에 있어서)가 상당히 활발하게 이루어지고 있다.

중남미에 CSR이 본격적으로 도입된 것은 1997년 전후이다. 페루의 Peru

2021, 브라질의 Ethos Institute, 칠레의 RSE, 코스타리카의 Asociacion de Empresarios para el Desarrollo와 Red Puentes 등이 그 무렵에 설립되어 현재까지 활동하고 있으며 이들 단체들은 각 국가의 이해관계자들과 협력하면서 사회와 국가 발전에 공헌하고자 노력하고 있다(Casanova & Dumas, 2010). 최근에는 많은 기업들이 종업원과 지역 공동체의 삶의 질을 높이기 위해 주택, 교육, 특별 건강수당 제공 등의 지원을 하고 있다.

중남미에서의 CSR은 기업과 지역주민들 그리고 더 나아가 사회 발전에 좋은 영향을 주기 위한 기업의 자발적인 이니셔티브로서 인식되고 있지만, 실질적으로는 기업의 자발적인 선택과 활동만이 아니라 외부적인 압력과 다른 행위자들과의 이해관계 등을 고려해 선택적으로 적용되고 있는 것이 현실이라고 할 수 있다. 특히 이 지역에는 해외에 본사를 두고 있는 다국적기업이 많이 활동하고 있는데 이들 다국적기업의 자회사들은 대부분 본사의 정책에 따라 CSR 가이드라인을 준수하도록 압력을 받고 있다. 이러한 CSR 활동은 기업의 수익창출과도 직결되어 있어서 자회사들이 CSR을 선택적으로 적용해야 하는 경우가 많다. 또한, 중남미 현지기업들도 하청계약 등을 통해 다국적기업들과 긴밀한 관계를 유지하고 있기 때문에 다국적기업들이 적용하는 CSR 원칙이 중남미의 협력기업에 영향을 미치고 있다.

또한 중남미에서는 국제기구와 국제 NGO와 같은 국제적 행위자들의 영향력이 큰 편이다. OECD, 미주개발은행(IDB: Inter-American Development Bank), 미주기구(OAS: Organization of American States)와 같은 국제기구, 국제적 민간 재단, 국제적 NGO 등과 같은 외부 기관들이 기업의 CSR 활동을 재정적으로 지원한다. 이들은 현지 시민사회 조직, 정부 부처, 연구기관, 민간 기업들의 네트워크와 연계되어 있다. 특히 OECD의 다국적기업 가이드라인에 관련하여, OECD 회원국인 멕시코와 칠레, 그리고 회원국이 아니더라도 가이드라인을 수락한 중남미 국가인 브라질, 아르헨티나, 페루 등은 동가이드라인에 담겨있는 광범위한 원칙을 준수해야하는 의무가 있다.

시민사회단체들도 외부의 영향에 있어서 강력한 매개체 역할을 하기도 하는데, 이들의 CSR 도입 촉진을 위한 프로그램들은 주로 외부의 민간 재단 또는 미주개발은행과 같은 다자 기관들을 통해 자금지원을 받는다. 이 외에도 국제 NGO들은 자국에 있는 다국적기업들에게 압력을 가하고 국내 NGO들에게 기술적·재정적 지원을 해줌으로서 큰 영향력을 행사하고 있다

(Haslam, 2004). <표 4.4-1>은 중남미 각국의 CSR 체계에 영향을 미치는 시민사회 단체들의 예를 들고 있다.

<표 4.4-1> CSR에 영향을 주는 중남미의 시민사회단체

국가	단체 이름(스페인어)	유형	자금 출처
아르헨티나	IDEA - Instituto por el Desarrollo Academic Self-sustaining Empresarial de la Argentina	학문기관	독자적 운영
아르헨티나	Foro Ecumenico Social	종교 기관	민간 부문
아르헨티나	El Centro Para La Responsabilidad Social	NGO	민간 재단
칠레	Plaza Nueva-Fundacio~n PROHumana	NGO	Avina Foundation; Ford Foundation; UNDP
칠레	Accion Empresarial	INGO	민간 부문
콜롬비아	Iniciativa en Emprendimintos Sociales	학문 기관	Harvard University; Avina Foundation Universidad de Los Andes
브라질	Instituto Ethos (Ethos Institute)	NGO	민간 부문
브라질	Grupo de Institutos Fundacoes e Empresas (GIFE)	NGO	Avina Foundation; Ford Foundation

자료: Haslam (2004)

2. 브라질

가. 브라질 CSR의 배경 및 특징

브라질은 중국, 인도, 러시아 등과 소위 'BRICs'라 불리면서 선도적인 신흥 경제국으로 부상하고 있다. 브라질의 경제규모는 1조9천억 달러(2008년 기준)로 추정되어 세계 9위에 해당하며, 풍부한 천연자원과 인적자원을 보유한 남미 최대 규모의 시장이다. 또한 룰라정권(2003~2010년) 집권이후 정치적, 경

제적 안정을 통하여 지속적인 경제성장을 이루고 있는 나라이다. 남미 지역에서 경제적 리더의 역할을 하고 있는 브라질은 민주적 원칙에 따른 국가 운영과 상대적으로 통합된 사회체제를 가지고 있어서 향후 발전 전망이 매우 높은 나라로 기대되고 있다. 브라질에는 현대자동차가 상파울로주의 자동차 산업단지인 빠라시까바(Piracicaba)시에 2012년부터 6억 달러에 달하는 대규모 투자를 통해 자동차 공장을 건립하고 한국에서 8개 협력사가 동반 진출하도록 되어있어서 우리 기업의 해외투자국으로서의 중요성이 높아지고 있다.

브라질은 빠른 경제성장세를 보이고 있지만 다른 남미의 나라들과 유사하게 극심하게 높은 수준의 사회적 불평등, 부패, 광범위한 비공식 부문의 고용 등의 문제를 가지고 있다. 이에 따라 브라질에서는 정부가 하지 못하는 사회·경제적 발전의 문제를 해결하는데 기업이 일조해야 한다는 의미의 기업의 사회적 책임의 개념이 발전해왔다. 이러한 브라질의 상황은 브라질 기업들로 하여금 전통적으로 자선적인 활동을 통한 사회적 책임 활동에 집중하도록 하는데 일조했다. 브라질에서 기업의 역할은 노동자들에게 적절한 임금과 안정된 직장을 제공하는 것이라는 인식이 지배한다. 특히 브라질의 북부 북부지역과 가장 낙후된 지역인 북동부 지역에 사는 주민들의 최대 희망은 기업들이 좋은 일자리를 제공하는 것이라고 할 수 있다. 한편 북부지역과는 달리 남부의 수도권 지역은 상당히 발전되어 있으며 교통 체증과 같은 다른 종류의 문제에 당면하고 있어서 북쪽지역의 상황과는 상당히 다르다. 기업이 사회적 책임을 이행하기 위해 어떠한 활동에 노력을 집중해야 하는지에 대해 통일된 답이 없지만, 많은 브라질 국민들은 사회발전에 기여하는 기업의 역할에 대해 매우 높은 기대를 가지고 있고 이에선 환경 보호, 빈곤, 교육, 기술 훈련 그리고 여성·아프리카계 브라질인·장애인의 권익 증진 등을 포함한다.

브라질은 전통적으로 가부장적인 기업 문화를 가지고 있었다. 이는 20세기 초 국가조합주의(State corporatism)의 영향을 많이 받았는데, 국가가 직접 사회 내 이익 대표를 만들고 지원하고 통제하는 시스템 하에서 노동조합은 국가 권력의 부속물로 여겨졌다. 기업 내의 사회적 대화(social dialogue)는 곧 노동조합을 만드는 과정이라고 여겨졌기 때문에 금지되었다.²⁸⁾ 이후 민주화의 과정을 겪으면서 많은 이익단체들은 투쟁적인 방식 대신 비정부 기구나

28) <http://www.csr-weltweit.de/en/laenderprofile/profil/brasilien/index.nc.html> 참조.

국가 기구를 통한 합법적이고 제도화된 방법을 통해 자신들의 목소리를 높이고자 했다. 이러한 과정 속에서 많은 이익단체들과 NGO단체들이 사회적, 환경적 문제에 대한 의견을 제시하게 되었고 기업의 사회에 대한 책임론이 부각되기 시작하였다. 이전에 강압적이고 자유롭지 못한 기업 환경에 있었던 근로자들도 점차 자신들의 의견을 개진하기 시작하면서 기업에 대한 고용의 안정과 지역사회 발전에 대한 요구가 커지게 되었다. 따라서 민주화의 과정은 브라질에서 CSR에 대한 대중의 요구를 구체화시키는 역할을 했다.

1998년 Ethos Institute(Ethos Institute of Business and Social Responsibility)의 설립은 브라질 CSR의 발전에 결정적인 기여를 했다. Ethos Institute는 브라질 기업의 CSR 활동을 확산하고 심화시키기 위한 목적으로 민간부문의 기업인과 최고경영자들이 모여 설립한 비정부 기구로써 다양한 산업분야와 대기업과 중소기업을 포괄하는 1,300여 개의 이상의 기업을 회원으로 갖고 있으며 이들 회원사는 2백만 명의 종업원을 고용하고 브라질 GDP의 35%의 규모에 달하는 매출액을 갖고 있다. Ethos Institute는 CSR 활동에 대한 지식과 경험을 공유하고 기업들이 그들의 경영과 CSR 활동을 분석하고 해결책을 찾는데 필요한 새로운 접근방법을 개발하는 데 있어 허브(hub)의 역할을 하고 있는 것으로 자타가 공인해 왔고 국제적으로 높은 명성을 쌓아왔다(Casanova & Dumas, 2010). Ethos Institute는 브라질 내의 많은 다른 사회적 행위자들과 기관 및 국제 NGO·국제기구 등과 파트너십을 이루어 활동하고 있다. 이와 더불어 2000년대에 들어 많은 다국적기업들이 브라질로 진출하게 되고 이들의 CSR 활동이 늘어나면서 CSR에 대한 인식과 중요성이 더욱 확산되는데 기여했다.

브라질의 CSR은 기업의 주주 및 시민사회단체들의 압력, 기업 경영인들의 경제적 이익에 대한 인식, 그리고 이들의 사회적·환경적 가치에 대한 관심에 기초하여 발전해왔다.²⁹⁾ 먼저, 주주들과 시민사회단체들의 압력이라는 측면에서는 주주들은 기업의 소비자, 종업원, 지역사회 등 이해관계자들이 기업에 대한 신뢰를 잃을 때 나타나는 경제적 손실에 대해 잘 인지하고 있는 편이다. 뿐만 아니라 보이콧이나 시위 등과 같이 시민들이 참여한 다양한 사회적 운동은 기업들이 지역사회 발전과 지역의 문제들을 해결하는데 앞장 서도록 압력을 가해왔다. 이전에는 주로 주주들이 기업의 운영과 수익 창출을 위한 목적으로 CSR에 대한 압력을 행사해왔으나 점차 시민사회단체들의 참

29) 브라질의 환경적 가치와 실천에 대해서는 <http://www.premiovonmartius.com.br> 참조.

여와 요구가 더 큰 압력으로 작용하고 있다.

또한 기업 경영인들도 CSR 활동이 기업의 이미지 제고 등을 통해 기업의 수익 창출에 도움이 된다는 인식을 갖고 있으며 이러한 인식은 CSR 프로그램의 도입과 활성화에 긍정적인 영향을 미쳤다. 이는 2002년 진행된 PwC의 지속가능 조사 보고서에 나타나 있는데, 남미 기업의 80% 이상이 환경적, 사회적 이슈에 기업이 참여하는 것은 기업의 평판과 브랜드 이미지를 높이기 위한 이유라고 답했다. 그 밖에도 많은 보고서에서 기업의 CSR이 비즈니스의 성공에 있어서 긍정적인 영향을 준다고 밝히고 있다.

브라질에서 기업과 지역 공동체 및 정부 간의 관계가 긴밀해지면서 기업과 기업이 속한 지역공동체 간의 지속가능한 관계에 대한 인식도 높아졌다. 이에 따라 많은 경영인들은 최근 점차 사회적, 환경적인 가치를 고려하고자 하고 있으며 이를 위해 CSR 프로그램들을 개발하고 도입하고자 노력하고 있다. 이러한 사회적 변화에 따라 현재 많은 제도적인 제약이 존재함에도 불구하고 브라질은 CSR의 발전전망이 가장 큰 나라로 평가되고 있다.

나. 브라질 정부의 CSR 대응

브라질 정부는 기업이 CSR 프로그램을 실행하도록 재정적인 지원을 하고 있으며 브라질 정부 기관 자체도 윤리강령을 도입하도록 촉구하고 있다. CSR에 대한 법 규제는 강제적 규정보다는 기업의 CSR 활동을 장려하는 데 중점을 두어 마련되어왔다. 현재 CSR에 대한 통일된 법령이 존재하는 것은 아니며, 일련의 법령과 프로그램을 통해 기업이 정부와 함께 사회적 투자를 하고 CSR 활동을 하도록 유도하고 있다. 이러한 예로, 브라질은 매우 강력하고 까다로운 환경법을 통해 기업이 건강, 환경, 안전 등의 기준을 준수하도록 하고 있다. 또한 지방정부들은 기업의 CSR 활동에 대한 보상체계를 마련해서 CSR 활동을 촉진하고 있다(Nascimento, 2001).

브라질 정부는 CSR 관련 국제 기준을 브라질에 도입하고 기업들이 자발적으로 이러한 기준을 채택하도록 유도하고 있다. 특히 ILO의 노동기준을 도입하여 노동 환경을 개선하고 발전시키고자 하였다.³⁰⁾ 브라질에서는 아직도

30) ILO 규정을 준수하기 위해 브라질 정부는 단체 결사 및 단체 교섭의 자유, 강제노동의 근절과 미성년/ 아동 노동문제 근절, 고용과 직업에 대한 차별의 근절을 목표로 노력하고 있다.

강제노동과 미성년·아동 노동의 근절이 사회적 이슈로 남아있다. 한 보고서는 약 1,400만 명에 달하는 5세에서 13세 사이의 아동들이 일하고 있으며 약 25,000명의 사람들이 노예에 버금가는 노동환경에 노출되어 있다고 보고하고 있다. 브라질 정부는 이러한 문제를 인정하고 이를 근절시키기 위한 정책을 개발해왔고 그 일환으로 연방 근무환경조사 시스템을 설립하였다. 기업들을 모니터하고 감시하는 역할을 하는 근무환경조사단은 2007년에 350,000개 이상의 기업들을 조사했으며 3,200만 명의 노동자들과 8,000명의 17세 미만의 미성년·아동들이 적발했고, 이들 중 상당수가 매우 열악한 작업 환경에서 해방될 수 있었다. 또한 직접적으로든 간접적으로든 강제 노동에 개입되어왔다고 알려진 기업들은 정부의 블랙리스트에 포함되었고 이러한 사실을 대중에게 알렸다³¹⁾.

그러나 노예노동 근절을 위한 정부의 노력이 성공적이지만은 않았다. 근무환경 조사단은 지속적으로 위협과 폭력의 대상이 되어왔고 특정 국회의원들은 강제노동에 관한 법률 통과를 제지함으로써 토지소유주로부터 막대한 이익을 챙길 수 있었다. 게다가 비효율적인 사법 제도는 종종 유죄인 사람들을 무죄로 풀어주기도 했다. 그러나 2008년 9월 10일, 노예노동 근절을 위한 두 번째 국가 사업안이 통과되었고 이에는 문제를 더욱 효과적으로 해결하기 위한 66가지의 방안들이 제시되었다. 한편 노동부는 ILO와 함께 광산 및 철강 기업들을 위한 프로그램을 만들어 활동했다. 가난한 가정을 위한 The Bolsa Familia Program이 대표적인 예로서, 이 프로그램은 아동노동과의 전쟁에 집중하여 가난한 가정의 자녀들이 정기적으로 학교에 다니는 경우에 혜택을 제공해 주었다. 그러나 실질적으로는 방과 전과 후에 많은 아동들이 일을 하기 때문에 이러한 프로그램만으로는 아동노동을 근절하기에는 역부족이라고 할 수 있다.

이러한 일련의 브라질 정부의 노력은 브라질 기업들이 CSR 기준을 도입하도록 하는데 긍정적인 영향을 주었다. 특히, 브라질 기업들은 다른 남미 국가에서는 아직 대부분 적용하지 않고 있는 노동과 관련한 기업의 사회적 책임지수인 SA 8000를 도입해 왔다. 현재까지 100개 이상의 브라질 기업이 SA 8000 자격 인증을 받음으로서 이 부문에서 세계 4위를 차지하는 등 선도적인 역할을 하고 있다.³²⁾

<http://www.csr-weltweit.de/en/laenderprofile/profil/brasilien/index.nc.html> 참조.

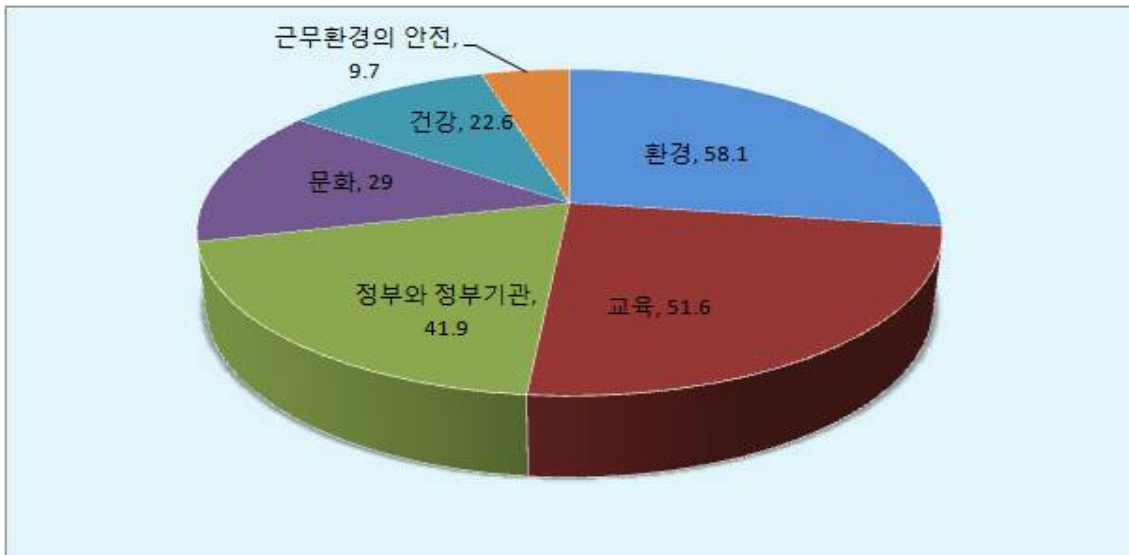
31) German Embassy, Brasilia, 2009.

32) Ballivian(2009) 참조.

다. 브라질 기업의 CSR 활동

2008년에 Ethos Institute가 발간한 논문은 CSR 활동을 하고 있는 기업의 수가 점차 늘어나고 있으나 대부분 준법적인 활동이나 기업의 생존에 직접적으로 관련된 활동에서 크게 벗어나지 못하고 있다고 보고하고 있다. 선진국 기업들이 이행하는 보다 전략적인 CSR 활동은 브라질에서는 아직 초기단계라고 할 수 있다. 한편, 2007년도에 Mercosur Center of Excellence가 상파울로에 있는 31개의 기업들에 대해 조사한 바에 따르면 이들 기업들의 CSR 활동은 주로 환경(58.1%)과 교육(51.6%)에 집중했으며, 정부나 각종 부처들에 대한 지원(41.9%), 문화(29.0%), 건강(22.6%), 근무환경의 안전(9.7%)에 투자했다고 보고되었다(복수응답 가능). 즉, 대부분의 기업들이 환경과 교육 분야에 투자하고 있음을 알 수 있다.

<그림 4.4-1> 상파울로에 있는 31개의 기업 조사



자료: <http://csr-weltweit.de/en/laenderprofil/profil/brasilien/index.nc.html>

브라질의 대표적인 두 기업인 Riocell과 Aracruz Cellulose의 경우, 앞서 언급한 교육, 문화, 건강, 근무 환경의 안전 확보 등 많은 분야에서 CSR 활동을 하여 국민들의 기대에 부응하려는 노력을 하고 있다. Riocell은 노르웨이의 다국적 기업인 Borregaard의 자회사로서 1972년에 설립되었으며 펄프 산업분야의 생산량 증가를 위해 브라질에 공장을 설립하면서 생산량을 늘릴

수 있었고 당시 2,500개의 새로운 일자리를 창출했다. 그러나 공장을 운영하는 과정에서 환경오염 문제가 심각한 이슈로 대두되기 시작했다. 해당 지방 정부와 노르웨이 정부의 문제해결을 위한 노력에도 불구하고 사태는 진정되지 않았으며, 결국 이 기업이 문을 닫게 되는 사태에 이르렀다. 그 후 1975년에 이름을 Riocell로 바꾸어 새로 출발하면서 지역사회에 도움을 주기 위한 CSR 활동을 시작했다. 이러한 활동에는 교육, 직업 훈련, 기부 프로그램, 문화 프로젝트 등 다양한 프로젝트를 포함한다. Riocell의 대표적인 프로젝트는 <표 4.4-2>에 정리되어 있다.

<표 4.4-2> Riocell의 CSR 프로젝트

<p>-교육 프로젝트</p> <p>11년 동안 약 30만 권의 공책을 생산하여 Riocell 공장이 위치한 25개 시(市)의 공립 초등학교에 나누어 주었다. 2001년의 경우, 29만 달러를 해당 학교들에 투자하여 학용품을 마련할 수 있도록 도움을 주었다.</p>
<p>-기술직업훈련(The cellulose and paper technical training course) 프로젝트</p> <p>30만 달러를 투자하여 자사의 전문성을 살린 기술직업훈련 과정을 개설했다. 각 강의는 Riocell의 직원들이 전문가들이 진행하며, 교육을 받은 사람들은 주로 펄프 공장이나 비슷한 분야의 다른 기업에 취업이 되었다. 해당지역의 주민들이 고용시장에 진출할 수 있도록 기술직업훈련을 제공함으로써 지속적인 사회발전에 기여하였으며, 또한 초등교육과정에 대한 투자를 계속할 수 있는 환경적, 재정적 상황을 만드는데 기여함으로써 장기적인 지역발전에 긍정적인 영향을 주고 있다.</p>

자료: Nascimento (2001)

또 다른 기업인 Aracruz Cellulose는 브라질의 세계최대 펄프생산업체이며 제지·목재·운송 사업을 주로 한다. 이 기업의 창업자(E. Lorentzen)은 “빈곤은 최대의 환경파괴자”라는 신념을 가지고 지역사회 및 자연과의 상생을 경영의 기본원칙으로 채택했다. Aracruz가 1970년대 초 설립되었을 당시에 주변의 삼림은 이미 심각하게 파괴되어 아무 쓸모없는 황무지였다. Aracruz는 펄프 제조에 필요한 수종(eucalyptus)을 대량으로 심는 동시에 지역사회의 빈곤 문제 해결에 나섰다. 우선, 자체 개발한 복제방법을 통해 양산한 묘목을 주민에게 나누어 주었다. 주민들이 나무를 베더라도 그 자리에 묘목을 심음으로써 삼림을 지속가능하게 하자는 취지에서였다. 다음으로 지역주민을 위한 병원, 학교, 직업훈련원 등 복지시설과 주거시설에 많은 투자를 했다. 회사가 시장상황에 맞추어 지급한 임금은 비교적 낮았지만 임금 총액보다

더 많은 사회기여금을 지출함으로써 지역의 생활수준이 크게 개선되었다. 주민의 생활수준이 높아지자 종업원의 생산성이 향상되었고 근로자의 소득 증가와 함께 이전에는 삼림파괴를 생계수단으로 삼았던 지역사회가 이제는 자연환경의 지속가능성을 생각하는 여유를 갖게 되었다. 창업자의 신념대로 빈곤이 최대의 환경파괴자였던 것이다(안영도, 2011: 347).

<표 4.4-3> Aracruz Cellulose의 프로젝트

<p>-The Formar Project 1997년부터 시작한 이 프로젝트의 목적은 브라질의 Espirito Santo시에 속한 6개 지역에 있는 교사들을 교육시키는 것이었다. 이 프로젝트로 2,500 여명의 교사들이 혜택을 받았으며 사회적 책임분야에서 Espirito Santo Federation of Industries (FINDES) 상을 받았다.</p> <p>-The Barra do Riacho and Vila do Riacho Project 기반시설 구축을 위한 프로젝트로서 Barra do Riacho에 있는 공동체들의 삶의 질을 향상시키는데 그 목적이 있다. 이 프로젝트를 위해 Aracruz는 물, 전기, 인도 구축, 보도블록, 건물 페인팅과 같은 사업을 이행하여 지역 주민들에게 많은 혜택을 제공했고 지역주민들이 안정된 환경에서 스스로 성장할 수 있는 기반을 만들어 주었다.</p>
--

자료: Nascimento (2001)

3. 아르헨티나

가. 아르헨티나 CSR의 배경 및 발전

아르헨티나에서의 CSR은 1990년대 중반까지만 해도 다른 개발도상국들의 경우처럼 매우 미약한 단계였으나, 이후 아르헨티나는 브라질과 함께 CSR의 확산에 앞서나간 선도적인 국가로 인식되기 시작했다. 특히 2002/03년의 경제위기와 이어진 장기적인 경제 불황 그리고 이를 극복하는 과정에서 CSR의 개념이 널리 확산되었고 기업들이 CSR을 도입하기 시작했다. 이러한 추세는 2008/09년의 글로벌 금융위기 이후 더욱 가속화되고 있다.

아르헨티나 국민들은 기업들의 뇌물이나 부패 관행에 대해 부정적인 견해를 갖고 있으며 기업이 모든 납세 및 법적 의무를 수행해야 한다고 믿고 있

다(Valle, 1999). 또한 환경에 대한 관심과 인식도 높아져서 특정한 기업이 사회적 책임을 다 하지 않을 경우 이들 기업에 대해 부정적인 이미지와 해당 기업의 이익의 손실로 이어지기도 한다. 아르헨티나에서 활동하고 있는 기업인 엑손(Exxon)이 대표적인 사례로서, 엑손의 생산과정에서 온실가스를 많이 배출해 기후 변화에 큰 영향을 준다는 사실이 알려진 이후로 소비자들은 이 기업에 대해 부정적인 인식을 갖게 되었다. 이러한 인식은 이 기업의 제품을 사용하고 있는 다른 이용자들에게도 퍼지게 되어 결국 제품의 판매량에 커다란 부정적인 영향을 미치게 되었다(Gueterbock, 2004).

이러한 사례를 경험한 이후 기업들은 점차 사회적 책임의 중요성을 인식하기 시작했고, 교육, 보건, 리더십, 식량, 기반시설 확충 등에 투자하기 시작했다(Fundacion Banco Frances, 2004). 현재 점차 많은 수의 아르헨티나 기업들이 CSR의 필요성에 대해 인식하고 지역발전에 공헌하는 CSR 활동을 하고 있다.

아르헨티나에서 CSR을 촉진시키는 동인으로는 다국적기업의 압력, 같은 산업분야에 있는 기업들의 압력, 국제적 CSR 기준과 표준의 준수 등을 들 수 있다. 우선 Telefonica와 같은 다국적기업은 본사의 CSR 기준을 아르헨티나에 위치한 자회사에서도 적용하도록 요구하고 있기 때문에 CSR 확산에 있어 중요한 역할을 해왔다. 둘째로, 같은 산업에 있는 기업들로부터의 압력도 CSR을 확산시키는데 기여를 해왔는데, 특히 아르헨티나에서 가장 활발한 산업인 담배, 광산, 건설 등의 분야에 있는 기업들이 이러한 압력을 받고 있다. 즉, 특정 기업이 CSR 관련 규제나 자발적 준수를 하게 될 경우 그 산업에 속한 다른 기업들도 이를 따라서 하는 경향을 보인다는 것이다. 이는 일부 기업이 환경이나 사회적 책임에 대한 정보를 포함한 보고서를 발간했을 때, 다른 기업들이 이러한 활동에 참여하지 않을 경우 경쟁에서 뒤쳐진다는 인식 때문이라고 할 수 있다. 셋째로, 아르헨티나 경제가 세계경제에 빠르게 편입하면서 많은 기업들이 국제적 기준 및 표준을 준수하게 된 것도 CSR을 촉진하는 요인이 되었다. 아르헨티나 기업이 새로운 시장에 진입하기 위해서는 국제적 기준이나 표준을 따르는 것이 필요하고 특히, 수출을 하게 될 경우에는 반드시 국제 기준을 준수해야 하기 때문에 다른 나라의 경우처럼 경제의 국제화가 CSR 확산에 긍정적인 영향을 미쳤다고 할 수 있다.

2009년, 민간재단인 ComunicaRSE는 1,200명의 아르헨티나인들과의 인터뷰

를 통해 CSR에 대한 인식 정도를 조사했다.³³⁾ 이 조사결과에 따르면 CSR 인식에 영향을 주는 산업 분야에 대해서는 언론부문이 가장 많은 역할을 한다고 나타났고 화학과 식품산업 분야가 그 다음을 차지했다. 이는 그동안 활발한 언론매체의 보도가 아르헨티나 국민들의 CSR에 대한 인식 제고에서 상당히 큰 영향력을 미쳐왔음을 보여준다. 가장 잘 알려진 CSR 활동은 기부와 훈련 등이다. 또한 연령이 높은 응답자일수록 CSR의 개념을 이해하고 있는 것으로 나타났다. 18세에서 24까지의 그룹에서는 23%만이 CSR에 대해 알고 있다고 답한 반면, 31세에서 40세의 응답자들은 29%, 61세에서 70세의 응답자들은 64%가 잘 알고 있다고 대답했다. CSR의 개념이 익숙하지 않다고 대답한 응답자들은 기업의 사회적 책임이 일자리 창출에 관련이 있다고 여겼다. 반면, CSR 개념에 익숙하다고 답한 응답자들은 CSR이 아동노동의 근절, 환경 보호, 노동환경의 개선 등을 포함한다고 답했다.

나. 아르헨티나 정부의 CSR 대응

아르헨티나는 기업 주도의 CSR을 주로 강조해왔기 때문에 상대적으로 정부의 CSR을 위한 정책 활동은 다양하지 않다. 현재까지는 정부차원에서 CSR 활동을 촉진하기 위한 비과세 인센티브나 특별한 프로그램은 없는데, ‘Manos a la Obra’라는 정부 프로그램에 일부 기업이 참여하여 영세 기업들에게 기술 훈련을 지원해주고 이들 기업의 제품을 구매하는 지원을 하고 있다.

아르헨티나 정부의 CSR을 위한 노력이 가시화된 것은 2000년 사회적 균형에 관한 법(24.977)을 공포하면서부터라고 할 수 있다. 이 법은 직원 300명 이상을 고용하는 기업들로 하여금 매년 그들의 사회적 영향에 대한 보고서를 발간하도록 명시함으로써, 기업의 사회적 책임을 촉구하기 위한 일종의 압력을 주고 있다. 하지만 이 법은 기업들이 CSR 활동을 적극적으로 이행하도록 하는데 있어 충분한 자극제가 되지는 못했다고 평가받고 있다 (Garcia-Fronti, 2007). 실제로 기업들이 이를 수용하도록 유인하는 정부의 인센티브가 적었기 때문에 소수의 기업들만이 이 법을 준수하고 있는 것으로 나타났다. 대부분의 기업들은 가격 결정, 임금 동결, 국유화 등의 정책에 큰 영향을 받고 있으며 세금의 측면에서 수익에서 5%의 기부가 허용되었기 때문에 이들 기업에게 있어서 다른 CSR 정책이나 이니셔티브는 크게 중요하게

33) <http://www.csr-weltweit.de/en/laenderprofile/profil/argentinien/index.nc.html> 참조.

여겨지지 않았던 것이다. 그래서 아르헨티나에서는 여전히 전통적 형태의 민간 자선단체들의 기부가 사회적 불평등 해소를 위해 중요하게 여겨졌다.

한편 2004년에는 UNDP, CEPAL, WTO 등의 지원으로 UN Global Compact의 아르헨티나 네트워크가 설립되어 기업, 정부, 국제기구, NGO 등이 협력하는 중요한 플랫폼으로 작동하고 있다. 20여 개 조직으로 구성된 동네트워크는 기업, UN, 정부와 NGO들 사이의 협력을 증진시키기 위한 중요한 틀을 제공해 주었다. 이 네트워크는 다양한 세미나를 개최하고 정기적인 간행물을 발간하면서 CSR을 확산시키기 위해 노력하고 있다. 아르헨티나에는 2011년 현재 250개의 회원이 UN Global Compact에 가입해 있다.

아르헨티나 정부의 CSR 확산을 위한 또 다른 노력은 중소기업의 CSR 활동에 대한 지원이다. 중소기업은 연간 매출이 60만 달러에서 최대 2천 8백만 달러에 이르는 기업을 포함하며 이들은 아르헨티나 기업의 총 생산량 중 95%를 차지하고 있고 아르헨티나의 GDP에 기여하는 비율은 53.7%에 이른다.³⁴⁾ 이는 대기업보다 중소기업이 아르헨티나 경제에 미치는 영향이 더 크다는 것을 보여 준다. 그러나 이들의 영향력에도 불구하고 실제 CSR의 도입과 실천의 측면에서는 배제되는 경우가 많아 CSR이 아르헨티나 사회에 뿌리를 내리는데 걸림돌이 되어 왔다. 그래서 이러한 한계점을 인식한 아르헨티나 정부는 보다 적극적인 중소기업들의 CSR 참여를 독려하기 위해 대기업과 중소기업을 연계하는 CSR 교육 프로젝트(Valor Project)를 진행 중이다.

다. 아르헨티나 기업의 CSR 사례

아르헨티나의 시민사회는 외국기업들이 적절한 임금 지급과 고용창출을 할 것을 기대하고 있으며, 특히 안정적 고용과 지역발전에 도움이 되는 활동을 적극적으로 펼치길 기대한다. 이러한 아르헨티나 사람들의 요구를 적극 반영한 기업 사례로 Respol YPF와 Telefonica Group을 들 수 있다. 이 두 기업은 자신들 기업의 특성과 지역 공동체에서 요구하는 분야를 반영한 CSR 활동을 하고 있다.

Respol YPF는 석유와 가스분야의 다국적기업인 Respol의 자회사로 1999년에 아르헨티나에 진출했다. 아르헨티나를 포함하여 스페인 및 32개국에 소재

34) <http://www.undp.org/publications/annualreport2008/uncdf.shtml> 참조.

하고 있으며 총 직원의 수도 33,000여 명에 이르는 대표적인 다국적기업이다. Repsol YPF는 환경보호와 지역공동체와의 원활한 관계조성을 위한 다양한 CSR 프로그램들을 진행하고 있다. 이러한 노력으로 지역 공동체와 원활한 관계를 맺고 있고 소비자와 종업원 등 이해관계자들과도 좋은 관계를 맺고 있는 것으로 평가되고 있다. Repsol YTF가 중점적으로 참여하는 분야는 교육, 예술, 건강, 스포츠 등 문화 예술분야이며 폭 넓은 분야를 아우르는 다양한 프로젝트를 운영하고 있다(<표 4.4-4> 참조).

<표 4.4-4> Repsol YPF의 프로젝트

-The Junior Achievement Foundation

Repsol YTF가 직접 운영하는 재단으로 Repsol YTF의 직원들이 자발적으로 참여하여 학생들을 교육시킨다. 이 재단은 세 가지의 세부적인 프로젝트를 진행하며 첫 번째 프로젝트는 7세 아동들에게 시민의 역할과 책임에 대해 교육하는 것이고, 두 번째 프로젝트는 12세의 아동들에게 왜 교육이 중요한지와 오늘날 사회가 필요로 하는 자질들에 대한 교육을 한다. 세 번째 프로젝트는 16세에서 17세의 청소년들에게 하는 교육으로 이들의 리더십 능력과 팀워크 및 조직적 스킬을 다양한 지역 공동체 프로그램에 참여함으로써 배울 수 있게끔 지도해 준다.

-Andean Rural Tourism Network

친환경 관광산업을 개발하기 위한 목적으로 시작되었으며 정부의 무관심으로 삶의 터전이 위협에 처한 지역공동체들을 위주로 진행이 되었다. 주요 내용으로는 소자본 창업을 할 수 있도록 소액의 대출 등 재정적 지원을 해주어 경제적으로 자립할 수 있는 여건을 만들어 주며, 친환경 관광 사업을 통해 주거지 안전성을 확보할 수 있도록 해주기 때문에 매우 긍정적인 평가를 받고 있다.

자료: http://www.repsol.com/es_en/

한편 Telefonica 그룹은 스페인에 본사가 있는 세계적인 다국적 통신기업으로 3개의 대륙, 19개국에 서비스를 제공한다. 전 세계에 207,000명의 직원들이 있고 직원들의 37%는 유럽, 63%는 남미출신이다. 아르헨티나에 있는 Telefonica 자회사가 본격적으로 CSR 관련 프로젝트를 시작한 것은 2001년부터이며 교육, 예술, 기업 봉사 및 빈곤층, 아동노동, 장애인 등과 관련한 사회통합 프로그램에 중점을 두고 운영해 오고 있다(<표 4.4-5> 참조).

<표 4.4-5> Telefonica의 프로젝트

-Telefonica Accesible

이 프로젝트의 목적은 장애인들에게 평등한 기회를 주기위한 것으로서 차별 없는 환경을 제공하기 위해 지속적인 투자와 다양한 활동을 해왔다.

-Pronino

아동노동 문제를 해결하기 위해 경제적, 기술적, 사회적 발전에 대해 투자 하는 프로젝트이다. 아직 많은 성과가 있는 건 아니지만 아르헨티나 이외에도 중남미 지역에 Telefonica의 자회사가 있는 곳이면 지역 발전과 아동노동 근절을 위한 프로젝트를 진행해왔다.

-Digital Inclusion

2005년 Telefonica가 Connect the World Initiative에 참가하면서 시작되었다. 이 프로젝트의 목적은 전화조차 사용할 수 없는 사람들에게 정보와 커뮤니케이션 기술에 접근할 수 있도록 관련 시설을 설치해 주고 이를 잘 이용할 수 있도록 교육을 제공하는 것이다. Connect the World Initiative는 전 세계 10억 명의 사람들을 대상으로 이루어지고 있으며 그 어떤 교육 프로그램보다도 교육의 속도와 영향력이 큰 프로젝트이다.

자료: <http://www.crandsustainability.telefonica.com/en/>

4.5. 아프리카

1. 아프리카 CSR의 배경

2000년대에 들어 아프리카는 사하라 사막 이남 지역을 중심으로 빠른 경제성장세를 보이고 있다. 2001년부터 2008년까지 연평균 6% 이상의 GDP 성장률을 기록하였으며(World Bank, 2008), 2010년에는 브라질과 인도의 연평균성장률을 넘을 정도로 빠르게 성장하고 있다. 그러나 UN 새천년개발목표(MDGs)에서 강조하고 있듯이, 아프리카의 불균형한 경제성장 및 발전은 현재 아프리카가 직면한 가장 큰 도전 과제로 남아 있다. 1차 상품 등 저부가가치 상품 수출에 대한 높은 의존율, 급속한 인구 성장으로 인한 식량보급 및 교육 시스템의 한계, 기근과 질병, 취약한 사회기반시설을 비롯해 물 부족, 토양 침식과 같은 환경 문제 또한 아프리카 지역의 주요한 문제점으로 대두되어 오고 있다. 이러한 상황에서 민간기업의 CSR 활동은 아프리카가 직면하고 있는 문제점을 해결할 수 있는 방안의 하나로 제시되고 있으며, 자원 개발 부문의 외국인 직접투자, 다국적기업의 기술력, 사회 기반 시설 확충 및 교육에 대한 투자 등을 통한 아프리카 발전 및 사회문제 해결방안이 주목 받고 있다.

아프리카의 CSR은 국제적 CSR 규범 및 가이드라인 도입과 함께 다국적기업의 주도로 시작되었으며, 아프리카 지역에 진출한 다국적기업의 주요 산업분야별로 다양한 발전 정도를 보여주고 있다. 특히 다국적기업이 집중되어 있는 채굴산업 분야는 1990년대에 무분별한 자원수탈 및 노동력 착취, 환경오염에 대한 문제가 대두됨에 따라 이를 해결하기 위한 방안들이 시도되었고 이에 따라 채굴산업 부문은 아프리카 지역에서 가장 발달된 CSR 체계를 갖추게 되었다.

다국적기업에 의해 시작되었던 아프리카 지역의 CSR은 그 주체가 점차적으로 확대되어 최근 아프리카 정부, 현지 및 다국적기업 그리고 NGO를 중심으로 CSR 가이드라인, 기본개념 및 구조, 평가 기준을 제정하는 등 아프리카 지역에서 CSR 활동을 구체화하는 작업이 한창 진행 중에 있다(Litovsky *et al.*, 2007). 특히, 최근 아프리카 국가들은 아프리카 지역에 대한 국제적 CSR 이니셔티브의 적용의 한계점을 보완하기 위해 두 가지 방향에서 새로운

움직임을 보여주고 있다.

첫째, 2008년 아프리카연합(African Union) 집행위원회는 아프리카의 지역 통합 및 발전에 있어 민간기업의 역할을 강조하고 이들의 활동을 촉진하는 노력을 시작했다. 특히 그동안 아프리카 지역에서 주로 시행되고 있던 단기적 관점의 일회성 기부 형태의 CSR 활동에서 벗어나 지속가능한 발전이라는 아프리카 지역의 근본적인 사회문제 해결을 위한 CSR 활동으로 전환할 것을 촉구했다. 이러한 움직임에 따라 기업들은 현지 피고용인들의 교육훈련 및 질병퇴치를 위한 CSR 활동을 추구하고, 기업의 단독적인 CSR 수행에서 탈피하여 기업, 정부, 국제기구, NGO 등 민간과 공공분야가 함께 공조하는 민간·공공 파트너십(PPP)에 기초한 CSR을 추진하기 시작했다.

둘째, 아프리카 정부와 단체들은 기존의 국제적 CSR 규범 및 가이드라인이 아프리카 지역의 사회·문화적 특성을 반영하지 못한다는 한계를 인식하고 아프리카 지역에 맞는 CSR 원칙 및 기준을 개발하기 시작했다. 이는 전 세계적으로 수용되고 있는 CSR의 개념을 바탕으로 현재 아프리카 상황을 반영하여 효율성을 극대화시킴과 동시에 아프리카 지역의 신규 투자 유치에 있어 장애가 되지 않는 방향으로 조율해 왔다. 이 결과 2010년, 아프리카 국가 지도자들 및 주요 관련자들은 아프리카의 CSR 가이드라인인 ‘몬로비아원칙(Monrovia Principles)’을 제정했다. 몬로비아원칙은 아프리카 지역의 특성을 반영하여 박애주의적인 성향을 띠고 있으며 기업가정신 구축 및 포괄적인 경제 성장을 목표로 하고 있다. 또한 기업과 정부 그리고 시민사회가 파트너로서 함께 동반 성장할 수 있도록 하는 통합적인 CSR을 강조하고 있다 (Brenthurst Foundation, 2010).

이와 같이 아프리카의 CSR은 최근 몇 년 사이에 형태 및 규모에 있어 뚜렷이 변화하는 양상을 보이고 있다. 비록 CSR 시행에 있어 아프리카의 정치·사회·경제적 제약들이 존재하나 과거와 같이 국제적 CSR 압력과 다국적 기업의 요구에 따른 수동적인 CSR 활동이 아닌, 아프리카 정부에 의한 능동적이고 통합적인 CSR로 변화하고 있다.

<표 4.5-1> 몬로비아 원칙 (The Monrovia Principles)

<p>1. 성장 파트너십 구축 정부, 기업, 사회의 상생발전을 위한 통합적 CSR의 필요성을 강조함</p>
<p>2. 기업가 정신 양성 기존 기업의 육성 및 신규 기업의 시장진입 촉진, 아프리카의 경제구조 개선을 위해 사유재산 인정, 세제를 포함한 법률 개정을 통한 거시적 경제 불균형 해소를 도모함</p>
<p>3. 지속가능 경영 및 주인의식 증진 CSR은 기업 번영 뿐 아니라 사회적 불균형 해소 등을 통한 사회·정치적인 안정성 향상을 추구함</p>
<p>4. 사회 일원으로서 정부 역할 정부는 인프라, 보건, 교육 등에 대한 투자뿐만 아니라 적절한 법률적 지원을 통해 개인 및 기업의 투자를 용이하게 함</p>
<p>5. 사회 일원으로서 기업의 역할 기업은 피고용인의 삶의 질 향상을 위해 노력해야 하며 나아가 이익의 0.7%를 CSR을 위해 지출해야 함</p>
<p>6. 차별화 및 지원 관련 중앙 기관은 규모가 작은 기업의 기술적 지원을 제공하는 등 기업의 크기, 범위, 규제적 능력, 분야에 따라 CSR 전략의 상이함을 고려해야 함</p>

자료: The Brenthurst Foundation (2010)

2. 아프리카 핵심 산업 영역에서의 CSR³⁵⁾

아프리카 지역의 CSR은 다국적기업의 주요 산업을 중심으로 발달해왔다. 이러한 아프리카의 주요 산업에 있어서의 CSR 이슈 및 관련 이니셔티브는 향후 한국 기업들이 아프리카 시장 진출 시 CSR 경영의 거시적 흐름 파악에 있어 유용한 정보가 될 것이라고 보기 때문에 아래에 소개하기로 한다.

35) MGI(2006)를 참조하여 작성하였음.

▶ 채굴산업 - 광업, 석유 및 가스 등

1990년대에 다국적기업의 무책임한 행위에 대한 언론의 비판을 시발점으로 발전되어온 광업, 석유 및 가스 산업 분야에서의 CSR은 아프리카에서 가장 발전된 형태를 보이고 있다. 현재 채굴산업에 속한 기업들은 HIV/AIDS와 관련하여 피고용인들에 대한 예방, 검사, 치료 및 교육 등을 실시하고 있다.

2002년 전 세계의 자원부국들은 남아프리카공화국에서 열린 지속가능발전 세계정상회담에서 '채굴산업 투명성 이니셔티브(EITI: Extractive Industries Transparency Initiative)'를 제정했다. 이는 채굴 산업에 속한 기업이 정부 또는 정부기관에 지불하는 금액과 해당 정부의 수익금에 대한 투명성을 높임으로서 지속가능한 발전과 빈곤 감축에 기여하도록 하는 것을 목표로 한다. 그동안 많은 국가 사례 연구는 지배구조가 뛰어난 때는 풍부한 자원이 가져오는 수익이 경제 성장과 빈곤 감소를 가져올 수 있지만 지배구조가 허약할 때는 풍부한 자원이 오히려 빈곤, 부패, 그리고 갈등을 가져올 수 있다는 소위 '자원의 저주(resource curse)'에 대해 경고해왔다. '채굴산업 투명성 이니셔티브'는 다양한 이해관계자들, 즉 노동자, 지역사회, 기업 그리고 정부의 자발적인 투명성과 책임성 향상 노력을 통해 자원의 저주를 가져오는 것을 저지하기 위해 전개되어 오고 있다.

현재 전 세계의 35개의 자원부국이 EITI를 이행하고 있으며 아프리카 국가 중에 나이지리아, 가나, 라이베리아, 말리, 니제르 등이 이행국가(compliant countries)로, 탄자니아, 잠비아, 콩고민주공화국, 부르키나파소, 카메룬, 차드, 가봉, 기니아, 토고 등이 후보국가(candidate countries)로 되어 있다.³⁶⁾ EITI에의 가입이 가져오는 혜택은 투자자와 국제금융기관에 대해 이들 국가의 투명성 향상에 대한 의지를 보임으로서 투자환경을 개선하는 것이 있으며 또한 기업의 책임성과 지배구조 개선 및 채굴산업 수익을 둘러싼 갈등 감소 등을 들 수 있다.

▶ 농업

농업 부문은 아프리카의 주요 농업 수출품인 화훼, 코코아, 차, 커피 및 바

36) EITI에 가입하기 위해 신청을 한 국가는 일정한 조건이 충족하는지에 대한 심사를 거쳐 후보국가로 되며 이로부터 2년 반 안에 이행국가로 인증을 받는다. 이후 5년마다 인증을 갱신하도록 되어 있다. 2011년 9월에 미국의 오바마 대통령은 미국이 EITI에 가입하기로 했다고 발표했다.

나나로 구분해서 살펴볼 수 있다.

- **화훼(Flowers):** 아프리카 화훼 부문에 있어 가장 중요시되는 CSR 이슈는 고용 불안, 노동력 착취, 성희롱 및 저임금을 들 수 있다. 현재 보건 및 안전 부분에 있어서 상당한 개선이 이루어졌지만, 유해 화학 성분에 대한 노출, 임신 및 출산 휴가 정책의 미비, 성병 및 HIV/AIDS의 높은 감염 속도 등은 여전히 심각한 사회문제를 야기하고 있다. 화훼의 주요 생산국으로는 케냐, 짐바브웨, 잠비아, 우간다, 탄자니아가 있으며, 탄자니아의 경우 대부분이 다국적기업에 의해 운영되고 있다(Dolan *et al.*, 2002). 짐바브웨에서는 주로 대규모 상업농장에서 생산되는 반면, 우간다는 소규모 생산을 중심으로 이루어지고 있다(Davies, 2000). 케냐의 경우, '윤리적 원예기업 이니셔티브(HEBI: Horticultural Ethical Business Initiative)'를 시행하고 있으며, 케냐 화훼협회의 국제 코드를 준수하도록 요구하고 있다. 관련된 CSR 프로그램으로는 피고용인 및 지역 사회의 교육 기회 제공, 식수 공급 프로젝트, 에이즈에 대한 교육, 건강 및 사회 프로그램 등이 있다(Majtenyi, 2002).
- **코코아(Cocoa):** 세계 코코아 생산의 약 70%를 담당하고 있는 서부 아프리카에서 대부분의 코코아 재배는 소규모의 가난한 가족 농장에 의해 운영되고 있으며 아동을 포함한 10만 명의 노동자들이 종사하고 있다. 이에 따라 아동노동력 착취 및 이주노동자에 대한 학대가 CSR에 관련한 주요 이슈로 등장하게 되었다. 이를 해결하기 위해 2003년 ILO에 의해 출범된 '서아프리카 코코아/상업적농업프로그램(WACAP: West Africa Cocoa/Commercial Agricultural Program)'은 가나, 코트디부아르, 기니, 카메룬, 나이지리아에 도입되었고 미국 노동부와의 공조 하에 코코아산업의 문제점을 공동으로 해결해 나가고 있다. 이와 별개로 세계코코아협회(WCF: World Cocoa Foundation)는 2005년 '아프리카 코코아 이니셔티브(IACC: Initiative for African Cocoa Communities)'를 발표하여 민간부문과 정부 및 국제기구의 파트너십을 통한 상생발전을 도모하고 있다.
- **차(Tea):** 케냐, 말라위, 우간다, 탄자니아, 짐바브웨, 르완다를 중심으로 발달한 차 산업은 인권 침해 및 열악한 근무환경에 대한 이슈가 대두되고 있다(Butler, 2005). 이에 따라 관련 단체의 주도하에 SA 8000, 유럽농산물 품질관리제도(EUREPGAP), 그리고 윤리적차(茶)파트너십(ETP: Ethical

Tea Partnership) 등의 준수가 요구되었고 대부분의 대형농장은 이를 준수하고 있으나 소규모 농장에서는 여전히 실행이 미비한 상황이다.

- **커피(Coffee):** 주요 커피생산국인 부룬디, 에티오피아, 케냐, 말라위, 르완다, 탄자니아, 우간다, 잠비아, 짐바브웨, 콩고민주공화국 등에서는 유해화학 살충제, 아동노동 및 노동력 착취, 환경오염, 열악한 근무환경, 성희롱 및 HIV/AIDS 등이 CSR 관련 주요 이슈로 대두되고 있다. 커피산업 분야의 CSR규범으로는 UTZ규범, 유럽농수산물품질관리제도(EUREPGAP), 공정무역라벨(Fair Trade Label), GTZ규범 등이 있다.
- **바나나(Banana):** 바나나 산업에서는 유기농제품 증가와 공정무역라벨의 영향력이 확산됨에 따라 관련된 CSR이 주목을 끌고 있으며, 가나의 경우 국제공정무역인증기구(FLO)의 기준을 따르고 있다. 주요 바나나 생산국은 가나, 카메룬, 코트디부아르, 남아프리카공화국, 우간다, 케냐가 있다 (Bananalink, 2011).

▶ 전자산업

전자산업 분야의 CSR은 노동자 권리, 재활용 촉진 및 유해물질 사용 감축에 중점을 두고 있다. 유럽계 다국적기업들은 특정위험물질제한(RoHS: Restriction Certain Hazardous Substances)과 폐전기·전자제품처리(WEEE: Wast Electrical and Electronic Equipment) 지침을 따르고 있으며, 미국계 다국적기업에서는 근무 환경, 제조 과정, 근로자 인권 및 환경 친화적 생산 라인에 대해 전자산업행동강령을 준수하고 있다(EICC, 2009).

▶ 관광산업

남아프리카공화국에서 발간된 1996년 백서는 아프리카 관광산업에 책임의식을 부여하고 동 산업에서의 CSR 원칙을 제공해주었다. 또한 2001년에는 남아프리카공화국의 환경관광청(Department of Environmental Affairs and Tourism)에서 관광산업에 대한 지침서 초안을 제시함으로써 지속가능한 관광산업 개발의 중요한 정책 틀을 마련했다.

그러나 이러한 산업별 이니셔티브와 가이드라인에도 불구하고 아프리카에

서의 CSR 활동은 다른 지역에 비해 그 발전 속도가 현저히 더디며, 여전히 박애주의적 성격의 CSR이 주를 이루고 있다. 또한 많은 나라에서 정부의 역량 부족과 부패, 정치적·사회적 불안정 등은 CSR 확산을 제약하는 요인이 되고 있다.

3. 아프리카 공공·민간 파트너십(PPP)

국제사회는 1990년대 이후 공적개발원조(ODA: Official Development Assistance)에서 나타난 '기부자 피로현상(donor fatigue)'을 해소하고 ODA의 효과성을 제고하기 위한 방안으로 공공부문과 민간부문 간의 협력관계를 구축하는 공공·민간 파트너십(PPP: Public-Private Partnership)을 적극적으로 추진하기 시작했다. 원조공여국 정부와 국제기구는 이와 관련한 실천 가이드라인을 마련하고 민간부문의 참여를 유도하기 위해 노력하고 있다. 개발을 위한 민간기업과 시민사회의 폭넓은 파트너십 구현은 2000년에 선언된 UN 새천년개발목표(MDGs)의 8번째 목표로 명시되어 있고, 2002년에 열린 UN 개발재원국제회의(International Conference on Financing for Development)에서는 국제개발을 위해 국내외 민간부문의 투자를 활성화시키는 정책 개혁의 필요성이 강조되었다(최민경, 2008). 또한 2010년 G20 서울정상회의와 2011년 11월에 개최된 부산개발원조총회에서도 주요한 이슈로 부각된 바 있다.

이러한 움직임에 따라 아프리카연합(African Union)은 지역통합 및 발전, 사회문제 해결을 위한 민간영역의 역할을 강조하고 공공·민간 파트너십을 통해 아프리카의 고질적인 문제인 가난과 기근에 대한 근본적인 해결책 마련을 위해 노력하고 있다. 현재 아프리카에서 수행되고 있는 공공·민간 파트너십 사업은 다양한 형태 및 규모로 진행되고 있는데 여기서는 대표적인 사례인 Cotton Made in Africa 사례와 유엔 밀레니엄 빌리지 사업 사례를 통해 기존의 CSR 활동과는 다른, 통합적인 파트너십 관점에서 시행되고 있는 CSR에 대해서 살펴보도록 하겠다.

가. Cotton Made in Africa 프로젝트³⁷⁾

아프리카의 면화 생산량은 전 세계 생산량의 8%를 차지하며 미국 다음으로 많은 수출량을 기록하고 있다. 특히 베냉과 부르키나파소는 면화 수출액이 총 수출의 약 75%를 차지하고 있고 서남아프리카 지역에서 2,000만 명의 아프리카인들이 가족 단위의 소규모 면화농장을 운영하며 생계를 유지하고 있다. 이러한 현실에서 세계시장의 면화 가격 하락 및 유럽 및 미주지역의 농업 장려정책은 아프리카 면화 가격의 경쟁력을 급감시켰고 이로 인해 이들의 생활은 더욱 빈곤해졌다. 뿐만 아니라 임금체불 및 열악한 작업환경, 유해한 비료사용으로 인해 서남아프리카 지역의 면화상품 가치는 점점 떨어지는 결과를 가져왔다.

‘Cotton Made in Africa(CmiA)’ 이니셔티브는 아프리카 면화산업의 가치사슬 전체를 육성하기 위한 시민단체, 기업, 정부의 파트너십이다. 무역을 위한 원조재단(AbTF: Aid by Trade Foundation)은 아프리카 경제의 악순환을 해결하고 기업 경영활동과 관련된 다양한 이해관계자들의 요구를 수렴할 것을 강조하면서 Cotton Made in Africa 프로젝트를 추진하였으며, 일회성 원조를 넘어선 사회적 기업을 추진한다는 원칙을 세우고 공공부문과 민간부문의 개발 협력관계를 구축함으로써 지속가능한 경영활동을 구축해 나갔다. 프로젝트 설립자 Michael Otto는 먼저 재단을 설립하고 정부 및 공공기관, 푸마·아디다스 등의 제조업체와 야생동물기금(WWF)과 같은 NGO 단체와 공동으로 펀드를 조성하여 아프리카의 잠비아, 베냉 등지의 유희지를 개간하기 시작했다. 이들은 개간한 유희지를 통해 유기농 면화를 생산하고 생업이 부재했던 지역주민들에게 합리적 임금을 지불하면서 일자리를 제공했다. 여기서 생산된 면화는 푸마와 아디다스 등 다국적 패션 기업이 구매하여 의류 제품을 생산했고 생산된 제품들은 Otto에 의해 판매되었다. 그 결과, 잠비아를 비롯한 중앙아프리카 면화생산지역의 경제가 활성화되었고 Otto그룹의 매출 또한 증가했다(Fashion Journal, 2009).

Cotton Made in Africa 프로젝트 시행 이후, 베냉의 9,000여 소규모 가구와 부르키나파소의 17,000여 면화 생산자들을 대상으로 유기농 면화재배 교육이 시행되었고 잠비아에 소재한 면화무역회사 Dunavant는 2005년 YIELD 프로그램(Yield Improvement through Empowerment, Learning and

37) <http://www.cotton-made-in-africa.com/>참조.

Discipline)을 도입하여 지속가능한 농업방식에 대한 교육을 통해 높은 소득을 창출하고 있다. 지금까지 이 프로그램을 통해 약 6만 명의 잠비아 농부들이 교육을 받았고 비교육생산자 대비 평균 46~163%의 생산량 증가 및 62~253%의 소득증가율을 기록함으로써 이 프로그램의 효과를 입증하였다.

나. UN 밀레니엄 빌리지(UN Millennium Village) 프로젝트³⁸⁾

UN 밀레니엄 빌리지 프로젝트는 '지구촌 빈곤 및 주요 질병을 절반 이하로 감소시킨다'는 새천년개발목표(MDGs) 달성을 위한 방안 중의 하나이다. 현재 전 세계 50개 최빈국 중 70%에 달하는 34개국이 아프리카 지역에 밀집되어 있는 것을 반영하여 동 프로젝트는 첫 번째 단계로 아프리카 10개 국가의 14개 최빈국 농촌지역을 돕기 위한 혁신적인 모델로서 시작하였다. 2006년 6월 1일에 제 1단계인 5개년 계획이 착수 되었고, 2011년 10월 3일에 제 2단계에 들어갔다. 1단계 사업은 비료, 의약품, 식수 및 우량 품종을 공급하고, 교실 및 진료소를 구축하는 등 비교적 간단하지만 단기간에 높은 효과를 창출할 수 있는 실행안을 통해 극도의 가난을 퇴치하고 보건환경을 증진시키는데 중점을 두고 있다(<표 4.5-2> 참조).

<표 4.5-2> 제 1단계 밀레니엄 빌리지 주요 활동 및 성과

1년 차	주요활동	보조금 지원, 비료, 침대 그물, 살충제 보급 및 생산자 교육훈련
	성과	식량안보 확립의 기반 마련, 말라리아 감소, 주요 시설 개선
2년 차	주요활동	지역시장 판매망 구축, 학교급식 배급, HIV/AIDS 및 질병퇴치
	성과	농작물 수확량 증가, 학교출석률 증가, 건강증진 및 질병 감소
3,4,5년차	주요활동	소액 대출에 대한 접근성 향상, 경영능력 배양, 대체 에너지 도입, 도로시설, 식수 및 관개수로 건설, 인터넷 및 모바일 시스템 구축
	성과	지역 비즈니스 및 기업가정신 증진, 에너지 접근성 증가, 운송 시설 및 정보보급로 확보, ICT 개선, 어린이 사망률 감소, 교육, 환경 건강, 식수 제공 및 양성 평등 향상

밀레니엄 빌리지 프로젝트는 지역사회의 주도 아래, 국제기구, 아프리카 정부, 기업, 지역 공동체 그리고 NGO간의 파트너십을 바탕으로 교육, 건강,

38) <http://millenniumvillages.org/>참조.

양성평등 및 지속가능한 환경개발을 목표로 추진 중이다. <그림 4.5-1>에서 나타나듯이 밀레니엄 빌리지 프로젝트를 위한 비용은 외부 기부자와 지역 및 국가 정부, NGO와 기업 등 협력 파트너 및 마을 구성원이 공동으로 부담하고 있다.

<그림 4.5-1> 밀레니엄 빌리지 비용 및 비용 분포

밀레니엄 빌리지 1명 당 비용/년 (US\$)



밀레니엄 빌리지 연간 평균 비용 분포 (%)



자료: UN Millennium Project, 2006

2011년부터 2015년까지 시행될 밀레니엄 빌리지 2단계 사업은 1단계 사업이 비교적 간단하면서도 실현 가능성이 높은 분야에 초점을 두었던 것에 비해 프로젝트가 수행되는 지역의 자생력을 높이면서 동시에 기존에 선정된 지역 이외의 농촌지역으로 프로젝트 활동 범위 및 규모를 넓히는 것을 목표로 한다. 현재 7천 2백만 달러 이상의 자금이 투입되었으며, 아프리카 정부와 민간영역의 유기적인 협력의 모델을 잘 보여주는 사례라고 할 수 있다.

4. 남아프리카공화국

가. 남아프리카공화국 CSR 배경 및 특징

남아프리카공화국의 CSR은 남아프리카공화국의 극단적인 인종분리정책(Apartheid, 이하 아파르트헤이트)의 역사와 깊은 관련을 맺고 있다. 과거 남아프리카공화국의 경제는 백인의 자본과 아프리카인의 저임금 노동력을 바탕으로 한 체제로 유지되었는데, 아파르트헤이트 정책으로 인해 남아프리카공화국은 1974년 UN에서 축출되고 국제적인 경제고립 상황에 처하게 되었다. 이에 따라 1970년대 남아프리카공화국의 기업들의 경제활동은 제한되었고, 아파르트헤이트 정책에 대한 국제적인 압력이 증가함에 따라 생존을 위한 기업들의 CSR 활동이 서서히 전개되기 시작하였다. 1976년 흑인의 삶의 질의 향상을 목표로 설립된 ‘어번재단(Urban Foundation)’의 활동은 이러한 움직임을 보여주는 대표적인 예로서 이를 통해 주요 기업들이 사회경제적인 환경 개선에 많은 기여를 하였다.

1994년 신정권 출범 이후 아파르트헤이트의 폐지와 함께 세계 각국의 경제제재가 풀리게 되었고 동시에 정부가 시장개방, 민영화 및 투자유치를 추진하면서 남아프리카공화국은 급속한 경제성장을 달성할 수 있게 되었다. 1995년 넬슨 만델라는 어번재단과 비즈니스운동자문위원회(Consultative Business Movement)를 통합한 정부와 기업 간의 새로운 파트너십 형태인 ‘국가비즈니스이니셔티브(NBI: National Business Initiative)’를 설립했다. NBI는 정치적 전환을 맞은 남아프리카공화국의 사회경제적 발전을 위해 정부와 기업이 공동으로 노력한다는 목표 아래 통합되었다. 한편, 1994년 이래 정부는 부의 불공평한 분배를 초래한 아파르트헤이트에 대한 대책으로 흑인 우대(BEE: Black Economic Empowerment)정책을 제시했다(Hamann, 2004).

남아프리카공화국의 CSR은 크게 네 가지 특징을 갖고 있다. 첫째, 남아프리카공화국의 CSR 활동은 배제주의적 관점에서 출발한 기업의 사회적 투자(CSI: Corporate Social Investment)에 집중되어 있다. 남아프리카공화국에서 시행되고 있는 CSI의 기본적인 목표는 소외된 지역 주민들과 지역 공동체를 돕고 이들에게 혜택을 제공하는데 있기 때문에 기업의 이익창출 혹은 마케팅 활동과는 무관하게 진행되며, 따라서 일반적인 CSR과는 약간 다른 성격을 갖고 있다(IMSA, 2008). 이러한 CSI 활동은 기존의 아파르트헤이트 정책

으로 차별받고 소외되었던 지역의 사회경제적 발전을 돕기 위한 가장 효과적인 방법으로 여겨지고 있다.

둘째, 남아프리카공화국의 CSR은 사회경제적인 불평등을 시정하기 위한 흑인우대(BEE)정책과 밀접하게 연결되어 있다. BEE는 정부의 대다수 부서 및 정책결정 영역에 반영되어 있으며, 국제적 CSR 흐름과 함께 남아프리카공화국의 현지 기업 및 다국적기업의 CSR 활동에 상당한 영향을 미치고 있다. 특히 남아프리카공화국의 통상산업부(DTI: Department of Trade and Industry)는 BEE정책의 핵심 정부부처로서 CSR 진흥 관련 업무와 함께 BEE 정책을 책임지고 있다. 한편, 남아프리카공화국에서는 2003년에 제정된 BEE 법 이외에 별개의 CSR 법이 따로 제정되어 있지는 않으며, BEE 법과 환경법 및 사회기준법은 CSR과 상당한 연관성을 갖고 있다.

셋째, 남아프리카공화국의 CSR은 정부 주도 하에 전개되고 있다. 남아프리카공화국 정부는 민주주가 아직 초기 단계인 상황에서 정부의 개입 없이 기업주도 하에 이루어지는 CSR 활동은 사회문제의 근본적 해결에 있어 한계가 있음을 인지하고 기업과 정부와의 파트너십을 통해서 빈곤 퇴치 및 교육 제공 등의 적극적인 CSR 활동이 확산되도록 노력하고 있다. 이러한 정부의 개입을 통한 CSR의 정치적 접근은 기존의 박애주의적 접근의 CSR에서 나아가 사회적, 경제적, 환경적 발전을 포괄하는 더욱 포괄적인 의미로 해석되고 있다.

넷째, 남아프리카공화국은 다른 아프리카 국가들과는 달리 역동적이고 강력한 시민사회를 형성하고 있다. 2006년에 10만 개 이상의 시민사회단체가 있는 것으로 추정되었고(Bertelsmann Stiftung, 2006), 다양한 NGO 단체들은 기업들과 함께 파트너십을 구축하여 사회 서비스를 제공하고 있다.

나. 남아프리카공화국의 CSR 추진 동인

남아프리카공화국의 CSR 추진에 있어 중요한 동인은 1994년에 새로운 헌법을 제정하면서 사회 및 환경에 대한 기업의 책임에 대한 명시한 것, 2003년 BEE 법을 제정하여 기업경영에 있어 흑인들의 경제활동 지침 및 공평한 자원 배분정책을 마련한 것과 심각한 HIV/AIDS 발생으로 인한 사회문제 대응 등이라고 할 수 있다.³⁹⁾ 이와 동시에 요하네스버그증권거래소(JSE:

39) CSR WeltWeit, South Africa 참조.

Johannesburg Stock Exchange) 및 기업지배구조에 대한 중요한 이니셔티브인 King Report(King Report on Corporate Governance)도 남아프리카공화국의 CSR 발전에 주요 동인으로 작용했다.

남아프리카공화국의 CSR 시행에 있어 핵심적인 역할을 하고 있는 아프리카의 최대의 증권거래소인 요하네스버그증권거래소는 시장의 투명성과 투자자의 신뢰를 향상하기 위해 2004년 이래 FTSE4Good 지수를 바탕으로 매년 사회책임투자지수(JSE Socially Responsible Investment Index)를 발표하고 있는데 이는 기업의 CSR 경영에 대한 인식을 고취시키는 데 기여하고 있다. 동 지수는 환경적, 경제적, 사회적 지속가능한 발전이라는 세 가지 기본 조건을 바탕으로 기업의 정책, 실행, 보고를 평가한다(JSE, 2002)

한편 남아프리카공화국의 King Report는 기업임원연구소(Institute of Directors)가 만들고 머빈 킹(Mervyn King) 판사가 위원장을 맡은 킹 위원회에서 발간한 기업지배에 관한 보고서로, 금융 규제 중심의 기업지배구조에서 탈피하여 사회·윤리·환경 중심의 기업경영으로 전환하기 위해 시작되었다. King I Report(1992)를 시발점으로 King II Report(2002)를 거쳐 현재 King III Report(2009)까지 발전되었다. 상장기업들에게 King Report의 특정한 측면에서의 준수는 의무이고(예: 회장과 최고 경영자를 분리) 비재무적 보고와 같은 다른 측면들의 준수는 의무사항은 아니다. 그러나 모든 경우에 상장기업들은 King Report의 권고사항을 준수하는가의 여부를 보고해야 하며 준수하지 않을 경우에는 그 이유를 포함해 보고해야 한다.

다. 남아프리카공화국 정부의 CSR 대응

남아프리카공화국의 CSR은 2003년에 제정된 BEE 법과 관련하여 발전하기 시작했으며, BEE정책은 많은 부분 CSR과 유사하고 정부는 BEE정책 하에 기업의 CSR 수행을 추진하고 있다. 정부피고용인연금펀드(Government Employees Pension Fund)는 적극적으로 기업들의 BEE정책 수행을 모니터링하고, 정책수행이 제대로 이루어지고 있지 않은 기업들에 대해서는 언론에 공개적으로 이름을 명시함으로써 기업들이 BEE정책을 준수하는데 있어 상당한 영향력을 행사하고 있다. 한편, 통상산업부는 BEE정책 수행을 위한 모범 경영사례집을 발간하고 있으며 기업 내 BEE정책 수행평가를 측정하기 위한

방안으로 'BEE 스코어 카드(Scorecard)'를 개발했다(DTI, 2007a). 이 수행평가 측정카드는 소유권, 경영관리, 고용 평등, 기술발전, 물자조달의 특혜권, 기업 발전 및 사회경제적 발전 이니셔티브 등 7가지 영역을 포함하고 있다. 이와 같은 요구사항들은 BEE현장에 산업영역별로 구체적으로 명시되어 있으며 특히 채굴산업, 금융 및 건설 분야에 집중되어 있다(DTI, 2007b). 이러한 각종 조치와 평가 등을 통해 정부는 남아프리카공화국에서 경영활동을 하고 있는 대부분의 기업들로 하여금 성공적으로 BEE정책을 준수하고 이를 수행하도록 이끌고 있다.

남아프리카공화국의 통상산업부는 BEE정책 관련 핵심정부기관으로, CSR 관련 업무도 수행하지만 업무가 BEE정책에 집중되어 있으며 독자적인 CSR 정책과 제도설립에 있어서는 직접적으로 영향을 미치고 있지는 않다. 한편 노동부의 주관 하에 통상산업부 등 다른 정부 기관의 지원을 받고 설립된 '국가경제발전 및 노동협의회(NEDLAC: National Economic Development and Labour Council)'는 정부, 노동조합, 시민사회 대표가 모여 주요 사회·경제정책에 대해 토론하고 합의를 이끌어 내는 소위 '사회적 담화(Social dialogue)'로 불리는 과정을 주도하는 역할을 한다.

앞서 언급한 바와 같이 남아프리카공화국에 CSR에 대한 별도의 법안은 없으나 <표 4.5-3>에 열거된 BEE 법과 채굴산업 및 노동, 고용, 정보접근, 환경 등에 관련된 법들이 CSR과 관련된 내용을 규정하고 있다. 또한 남아프리카공화국은 아프리카 지역의 46개 국가들과 함께 다이아몬드 무역전쟁을 줄이기 위한 증명서 발급제도인 킴벌리 프로세스(Kimberley Process)이니셔티브를 도입했다.

남아프리카공화국의 CSR은 CSI를 중심으로 정부와의 파트너십을 맺는 경우가 많다. 아프리카시민협력기구(AICC: African Institute of Corporate Citizenship)는 남아프리카공화국 인권위원회(South African Human Rights Commission)와 공동으로 덴마크식인권준수평가수단(Danish Human Rights Compliance Assessment Tool)을 채택했고, 2001년에는 부정부패에 대항하여 정부, 기업 그리고 시민사회가 공동으로 반부패포럼(National Anti-Corruption Forum)을 설립했다.

<표 4.5-3> 남아프리카공화국의 CSR 관련 법규

조항	제정연도	설명
National Black Economic Empowerment Act No. 53	2003	- 국가적 프레임워크로서의 BEE 정책을 이행하기 위한 법 - BEE 자문위원회 설립, BEE 스코어카드 (Scorecard)를 통한 정책 수행, 각 BEE 현장에서 명시하고 있는 산업 영역별 정책 채택
Mineral and Petroleum Resources Development Act No.28	2002	- 채굴과 관련한 모든 권리에 관한 조항 - 기업은 사회 및 환경 관련 문제에 대한 지속적인 보고를 해야함
Protected Disclosures Act No.26	2000	- 공공부문 및 민간부문의 피고용인들을 보호하기 위한 법 - 정보접근이 불가능할 경우 또는 피고용인 혹은 경영진의 부패행위나 불법적인 행위로부터의 보호
Promotion of Access to Information Act No.2	2000	- 정보 접근의 자유를 보장하기 위한 제도적 장치로 정부 부문 혹은 주요 인물들에 대한 정보 접근성을 용이하게 함
Promotion of Equality and Prevention of Unfair Discrimination Act No. 4	2000	- 차별 예방 및 금지 조항 - 공평하고 차별 없는 사회를 만들기 위한 조치
Employment Equity Act No.55	1998	- 직장 내에서의 불공평한 차별을 근절 시키고 흑인, 여성 및 장애인들을 보호하기 위한 법
Skills Development Act No. 97	1998	- 기업들이 일정 부분 국가기술펀드(National Skill Fund)에 공헌하도록 요구
National Environmental Management Act No. 107	1998	- 지속적인 발전을 도모하고 환경 정의 및 환경 자원에 대한 동등한 접근권을 보장하며, 환경 정책 결정에 있어 공공의 참여를 촉진
Labor Relations Act No. 66 of 1995/ Basic Conditions of Employment Act No. 75 of 1997	1995 1997	- 고용의 기본적인 기준을 명시 - 피고용인은 결사의 권리를 가지며 기업 경영 정책수립 과정에 참여할 권리를 가짐
Occupational Health and Safety Act No 85 of 1993/Mine Health and Safety Act No. 29 of 1996	1993 1996	- 노동자, 기업, 정부 모두에 해당되며 직원들의 건강 및 안전에 관한 경영 시스템 및 기준에 대한 조항

자료: Hamann *et al.*, 2005; www.gov.za.

라. 비정부 주체들의 CSR 대응

현재 남아프리카공화국에서는 다양한 비정부 주체들의 적극적인 활동을 통해 CSR이 확산되고 있다. 다국적기업과 현지 기업 및 기업연합, 노동조합, NGO 등 시민사회단체가 그 대표적인 예이다. 다국적기업은 국제적인 CSR 규범에 부합하는 경영활동을 통해 남아프리카공화국의 CSR 발전에 공헌하고 있으며, ISO 14000과 같은 국제 표준이 기업경영에 있어 중요한 지침서의 역할을 해왔다. 현재 기업과 시민사회는 ISO 26000을 적극적으로 도입하고 있다. 또한 지속가능발전세계기업협의회(World Business Council for Sustainable Development)는 남아프리카공화국 민관 파트너십의 핵심 기구인 국가비즈니스이니셔티브(NBI)와의 긴밀한 공조 하에 남아프리카공화국의 CSR 아젠다를 이끌어 내고 있다.

한편 HIV/AIDS 퇴치를 위한 비즈니스연합(South African Business Coalition on HIV/AIDS)은 CSR 활동으로서 HIV/AIDS 퇴치에 집중하며, 광물협회(Chamber of Mines)와 화학산업협회(CAIA: Chemical and Allied Industries' Association)와 같은 몇몇의 특정 비즈니스 협회도 CSR 이니셔티브 발전을 주도하고 있다. 화학산업협회의 경우, 1994년에 화학산업의 글로벌 CSR 이니셔티브인 'Responsible Care'를 남아프리카공화국에 도입하여 화학산업의 전 가치사슬에서 건강, 안전, 환경 등에 관련된 원칙과 기준을 적용하기 위해 노력하고 있다.⁴⁰⁾ 또 다른 중요한 비정부 CSR 주체로는 노동조합이 있으며 노동자권리 보장을 위한 핵심적인 역할을 수행하고 남아프리카공화국의 노동권과 관련한 법규 발전에도 중요한 역할을 하고 있다. 이밖에도 많은 비정부 단체들이 환경, 사회, 경제, 인권 관련 분야에 영향력을 행사하고 있고 HIV/ADIS에 대한 국가적 논쟁에서 핵심적인 역할을 수행해왔다.

40) www.bullion.org.za, www.caia.co.za 참조. .

<표 4.5-4> 남아프리카공화국 CSR 비정부 주체

비즈니스 영역		
기관명	소개	주요 활동
국제적 기관 (International)		
지속가능발전 세계기업협의회 World Business Council for Sustainable Development	지속가능경영을 위한 기업 주도의 이니셔티브	- 35개국 그리고 20여개의 주요산업분야의 약 190여 개의 기업들로 구성되어 있으며, 글로벌 네트워크를 구성하고 있음
지역별 기관 (Regional)		
NEPAD Business Foundation (NBF)	NEPAD 회원국으로 이루어 진 비즈니스 연합체	- 대부분이 남아프리카공화 국 회원들로 구성
유엔환경계획금융 이니셔티브-아프리카 특별조사단	사회, 환경 그리고 금융 기 관의 정책 및 실행에 대한 관리방침을 강화하기 위한 방법을 모색	- 대다수가 남아프리카공화 국 출신의 대표들로 구성 - 리서치 수행 및 모범경영 사례 정보공유
내셔널 기관 (National)		
국가비즈니스 이니셔티브 National Business Initiative (NBI)	1995년에 형성된 남아프리 카공화국 기업연맹체	- CSI 관련 프로젝트 수행 및 지속가능한 경제 발전 정책 결정
SABCOHA (South African Business Coalition on HIV and AIDS)	HIV/AIDS에 중점을 둔 비 즈니스 협력체	- HIV/AIDS 예방 및 치료에 관한 가이드라인 제공
시민사회 영역		
기관명	소개	주요활동
국제적 기관 (International)		
아프리카시민협력기구 African Institute of Corporate Citizenship (AICC)	2000년에 설립된 비영리단 체	- 아프리카에서 경영활동 중 인 기업들의 책임의식 고 취 및 경쟁력 강화
내셔널 기관 (National)		
BenchMarks 재단	5개의 기독교 기구들로 구 성된 NGO 단체	- 윤리적이고 지속가능한 경 영환경을 조성하기 위한 투자 및 기업 모니터링
그라운드워크 GroundWork	환경에 중점을 둔 NGO단 체	- 기업의 책임활동 및 신뢰 도 구축의 중요성 확산

자료: GTZ (2007)

마. CSR 사례

<표 4.5-5> 남아프리카공화국 CSR 사례: 삼성전자

**삼성전자의 글로벌 사회공헌 프로그램 '어린이에게 희망을(Hope For Children):
세계 최초 태양광을 이용한 이동식 인터넷 교실 개설**

삼성전자 아프리카법인은 2011년 10월 26일 요하네스버그 인근 복스버그에 있는 삼성 엔지니어링 아카데미에서 세계 최초로 태양광 패널을 이용한 이동식 인터넷 교실을 개설했다. 이는 아프리카의 전력 수준이 25%에 불과하다는 점과 인터넷 접속이 어려운 점을 감안하여, 태양광 패널을 이용해 전력을 공급하고 무선 인터넷 환경을 갖추도록 설계되었다.

전력 공급을 위해 설치된 태양광 패널은 하루 9시간 이상 사용할 수 있으며, 햇빛이 없어도 이를 동안 이동식 교실 내의 전자 시설물을 사용할 수 있다. 교실 내부는 50인치 대형 스크린 e보드와 태양광 노트북, 갤럭시 탭, 와이파이 카메라, 그리고 쾌적한 환경을 위한 통풍장치 또한 마련되어 있다.

이 프로그램은 아프리카의 가난하고 소외된 농촌 아이들에게 희망을 주기위한 사회적 활동으로서, 아프리카의 가장 시급한 문제인 전력난을 고려한 맞춤형 프로젝트이다. 이 프로젝트는 2015년까지 500만 명의 아프리카인들에게 서비스를 제공하고 긍정적인 영향을 미칠 것을 기대하고 있다.

한편, 삼성전자는 아프리카 현지에 적합한 상품 및 지속적인 사회적 책임 활동을 통해 올해 '아프리카에서 가장 가치 있는 브랜드(Most Valued Brands in Africa)' 톱 10에 올랐다.

자료: 삼성전자, <http://www.samsung.com/sec/news/socialnews>.

5. 나이지리아

가. 나이지리아 CSR의 배경

아프리카 최대 산유국인 나이지리아는 풍부한 천연자원의 보유하고 있음에도 불구하고 이를 경제발전과 연결시키지 못하고 전체 인구의 50% 이상이 빈곤층으로 남아있는 '자원의 저주(resource curse)'의 대표적인 사례로 꼽히는 저개발국이다. 석유강국임에도 불구하고 심각한 정부 부패로 인한 경제정

책의 실패로 가난, 질병, 환경오염 등의 고질적인 사회적 병폐에서 벗어나지 못하고 있다. 또한 기업의 사회적 책임의 부재와 불법행위의 자행으로 환경 오염은 심각한 수준에 달해있다. 대다수의 나이지리아인은 최소한의 생계유지가 힘들 정도로 빈곤하며 정규직에 종사하는 사람들조차 가족을 부양할 정도의 충분한 임금을 받지 못하고 있다. 또한 양질의 교육 및 기본적인 의료서비스는 물론 균형 잡힌 영양 섭취를 하지 못하고 있는 실정이다. 나이지리아인의 약 60%가 문맹이며 지극히 제한적인 공공 의료서비스의 혜택만을 받고 있는 상황이다.

한편 나이지리아는 상당한 잠재적 발전요소도 가지고 있다. 풍부한 천연자원과 1억 5천만 명의 인구를 가지고 있는 아프리카 최대시장이며, 2006년 이래 나이지리아 정부는 농업부문의 근대화와 낙후된 제조업의 육성을 위해 해외투자유치를 적극적으로 추진하고 있다. 모건스탠리는 최근 보고서에서 나이지리아가 국제유가 상승과 내수 확대 등의 이점으로 오는 2025년에는 아프리카공화국을 제치고 아프리카 1위 경제대국으로 올라설 것이라고 전망한 바 있다. 그러나 이러한 잠재적 발전요소에도 불구하고 나이지리아 정부의 심각한 부패와 비효율적인 행정관리, 사회전반에 널리 만연하는 부패문화, 열악한 의료 및 교육 서비스, 부족 간의 대립에 따른 사회적 혼란과 불안한 정국 등은 지속적으로 나이지리아 발전의 발목을 잡고 있다.

250개 이상의 부족으로 이루어진 나이지리아는 기독교, 이슬람, 애니미즘과 같은 다양한 종교를 가지고 있으며 전통적인 사회구조를 갖고 있다. 나이지리아의 북부 지역은 이슬람 문화가 주를 이루며 여성의 지위 향상 및 보건에 관련된 이슈를 중심으로 CSR이 주로 행해지고 있는 반면, 나이지리아 남부의 기독교문화권에서는 박애주의적인 형태의 CSR 활동이 존재한다. 나이지리아 내부적으로 CSR에 대한 기대감은 존재하나, 대중적 인식이 미비하고 CSR 활동은 특정 기업에 국한되어 있다.⁴¹⁾

나이지리아는 현재 372억 배럴의 원유 확인매장량을 보유함으로써 세계 10위의 석유 강대국으로서 전체 수출에서 석유가 차지하는 비중이 95%이고 정부세입의 80%를 석유산업에 의존하는 등 석유에 대한 지나친 의존을 보여준다. 아프리카 최대 산유국이지만 변변한 정유시설이 없어 휘발유를 수입하는 등 제조업 발전이 미약한 편이다. 주요 유전으로는 니제르 델타 서부 내륙

41) CSR WeltWeit, Nigeria 참조.

의 에스크라보스(Escravos)유전, 포카도스(Forcados)유전, 니제르 델타 동부의 보니 라이트(Bonny Light)유전 등이 있으며, 대부분 셸(Shell), 쉘브론(Chevron) 등 다국적 메이저 석유기업이 개발·운영하고 있다(KIET, 2011).

나. 나이지리아 CSR의 추진 동인

나이지리아 정부의 부패로 인한 경제정책 수행의 실패와 오랜 기간 동안 다국적기업이 지배한 채굴산업에서 발생해온 각종 문제점은 나이지리아에서 CSR이 추진되는데 있어 가장 중요한 동인이 되었다. 나이지리아의 CSR은 주로 석유 채굴산업 분야에 집중되어 논의되고 있다. 1958년부터 나이지리아에서 채굴 활동을 펼쳐온 셸(Shell)은 노후화된 시설로 인한 원유유출 사건 및 부패한 독재정부와의 정경유착에 연루되어 왔다. 이로 인해 나이지리아의 니제르 델타지역은 현재 석유 채굴 및 정제과정에서 축적된 극심한 환경오염을 겪고 있다.

신식민주의의 전형으로 꼽히는 나이지리아 경제에서 외화 수입의 80%가 석유 수출에서 나오고 그 석유 수출량의 절반 이상을 셸(Shell)이 차지한다. 셸은 40여 년 동안 약 300억 달러 상당의 나이지리아 석유를 서양 국가(주로 미국)에 판매했고, 나이지리아의 부패한 역대 정권과의 정경유착을 통해 기업의 사회적 책임을 회피해 왔다. 세계 28개국에서 유전개발을 하고 있지만, 셸의 석유유출사건의 40% 가량이 나이지리아 니제르강 유역에서 있었다. 이와 같은 기형적인 사고율은 단순한 우연이라기보다는 셸 경영진의 인종주의적·신식민주의적 사고의 반영이라는 것이 북유럽 지성계의 지배적이니 시각이다. 석유 유출의 결과는 니제르강 유역과 해안 주민들의 생태와 경제생활을 거의 완전한 파탄에 빠뜨렸다. 근해의 탄화수소 오염 수준이 유럽 기준의 무려 360배, 미국 기준의 60배에 달해 고기도 해초도 다 죽어버린 ‘사해(死海)’가 되어버린 것이다.

이와 같은 다국적기업의 비도덕적인 행위에 대한 반발로 나이지리아의 무장단체인 니제르 델타 해방운동(MEND: Movement for the Emancipation of the Niger Delta)이 형성되었으며 이들은 나이지리아 남부 산유지에서 활동하면서 유전시설 파괴, 인질 포획 등의 방법으로 오염에 대한 보상과 석유 생산에 대한 이득을 주민에게 돌려줄 것을 주장하고 있다.⁴²⁾

42) The Economist, 2008.

현재 니제르 델타 위기로 환경 분야에 있어 기업의 사회적 책임에 대한 요구가 높아지고 있고 나이지리아 정부는 기업, 특히 다국적기업들에게 투명하고 책임 있는 경영활동을 할 것을 요구하고 있지만, 동시에 나이지리아의 심각한 부패문화는 CSR 발전에 있어 커다란 걸림돌이 되고 있다. 현재 나이지리아에서 CSR에 대해 NGO와 언론이 목소리를 높이고 있기는 하지만, 주로 일부 소수의 시민사회 집단 혹은 정치 그룹에 의해서만 논의되고 있고 대중들의 CSR에 대한 인식은 높지 않은 상태이다.

다. 나이지리아 정부의 CSR 대응

나이지리아 정부는 석유 및 가스 채굴 산업분야의 심각한 사회·환경 문제를 인식하고 이 분야의 CSR 촉진을 위해 집중적으로 노력하고 있다. 나이지리아 정부는 아제르바이잔, 가나, 그리고 키르기스스탄 정부와 함께 채굴산업 투명성 이니셔티브에 가입하여 동 산업에서의 국제적인 기준을 도입하는 등 CSR을 적극 추진하고 있다. 2006년 아부자(Abuja)에서 개최된 제12차 나이지리아 경제정상회의(Annual Nigerian Economic Summit)에서는 UN Global Compact를 공식적인 CSR 가이드라인으로 도입했다.⁴³⁾

한편, 나이지리아에서는 2009년부터 기업의 세전 이익의 3.5%를 기부하는 의무를 명시하는 CSR 법안에 대한 논의가 진행되고 있으며, 이는 기업 및 CSR 관련 이해관계자들을 포함하여 많은 논쟁을 불러일으키고 있다. 동 법안에 대해 한편으로는 법적 구속력 강화를 통해 CSR의 효과적인 시행을 도모할 수 있다는 긍정적인 반응이 있는 반면, 나이지리아 정부의 심각한 부패문화로 인하여 현지 지역 주민들에게 실질적인 혜택이 돌아가지 못할 것이라는 우려의 목소리가 팽팽하게 맞서고 있다(Morgan, 2009).

나이지리아 정부가 CSR 이니셔티브와 가이드라인을 도입하였으나 기업들의 이행은 현재 미미한 상태로 나이지리아의 대부분의 기업들은 지속성이 결여된 일회성의 CSR 활동을 수행하고 있다. 법적으로 금지된 강제노동은 아직도 아이들과 여성을 중심으로 자행되고 있으며 제조업 및 비공식 분야에서는 여전히 불법적인 아동노동이 성행하고 있다. 또한 여성들은 일반적으로 그들의 작업량에 비해 낮은 임금을 받고 있으며 대다수가 비정규직으로

43) <http://www.thecommonwealth.org> 참조.

일을 함으로써 법적인 보호를 받지 못하고 있다. 뿐만 아니라 소규모 기업 종사자나 시간제 노동자들에게는 최저임금이 보장되지 않고 있으며 임신을 한 여성의 경우 부당하게 직업을 잃게 되는 경우도 많다. 이와 같이 나이지리아에서 CSR은 요원한 과제이며 아직도 대부분의 국민들이 석유개발의 혜택을 받지 못하고 있고 석유강국임에도 불구하고 전체 인구의 절반 이상이 빈곤층으로 살아가고 있다. 따라서 나이지리아에서 CSR이 확산되고 지속가능한 개발로 이어지기 위해서는 정부부문 자체의 강력한 개혁과 더불어 CSR 도입을 위한 시민사회와 국제적 행위자들의 지속적인 압력이 필요할 것으로 보인다.

6. 케냐

가. 케냐의 CSR 배경

중동 및 아시아와 아프리카를 연결하는 동아프리카의 관문에 위치하고 있는 케냐는 동아프리카의 무역과 금융의 중심지로서 세계 최대의 차(茶)생산국이다. 아프리카 국가 중에서는 상대적으로 자원빈국이지만 천혜의 기후와 자연조건을 보유하고 있으며 차, 커피, 원예, 관광 등이 중요한 산업이고 현재 석유 및 화학 산업도 발전하고 있다. 영국으로부터 독립한 이후 2010년에 처음으로 독자적인 새로운 헌법을 제정해 커다란 정치적 발전을 이룬 케냐는 이러한 정치적 안정을 바탕으로 최근 높은 경제성장세를 보이고 있다.

케냐는 최근의 정치적, 경제적 발전에도 불구하고 많은 개발의 과제를 안고 있는 나라이다. 전체 인구의 50% 이상이 최빈곤층의 생활환경에서 살고 있으며 약 40%의 높은 실업률을 가지고 있다. 또한 열악한 의료시설 및 서비스로 대부분의 사람들이 의료 혜택을 받지 못하고 있으며, 약 200만 명에 달하는 세계에서 가장 높은 HIV/AIDS 감염자를 갖고 있다. 이로 인해 케냐정부가 아닌 다국적 기업 및 국제기구가 제공하는 의료 서비스 및 보험이 점점 보편화되고 있는 상황이다. 또한 케냐는 동아프리카에서 가장 부패한 국가로서 더딘 법 집행과 뇌물 공여가 만연한 나라로 알려지고 있다. 컨설팅업체인 PwC가 전 세계 78개국을 대상으로 실시한 최근 조사보고서는 케냐가 기업과 정부기관의 자산 및 자금의 절도, 분식회계와 뇌물, 부패, 자

금세탁 등으로 인해 조사 대상국 가운데 가장 많은 경제범죄가 발생한 나라로 발표했다.⁴⁴⁾

이러한 사회·경제적 문제를 해결하기 위해 케냐 정부는 빈곤 감소 및 일자리 창출이라는 두 가지 우선순위의 정책 목표를 가지고 있다. 그러나 이러한 목표 달성을 위한 효과적인 실행방안이 부재한 상황으로, 후진적인 경제구조, 비효율적인 행정, 열악한 의료 시설과 교육 서비스 제공 등은 케냐의 빈곤 감소 노력을 어렵게 하고 있다. 케냐 정부는 현재 직면하고 있는 문제의 해결과 지속가능한 성장을 위해서는 정부가 국제기구, NGO, 현지기업 및 다국적기업과 함께 노력해야 한다는 점을 인식하고 국제적인 CSR 이니셔티브와 가이드라인 도입에 노력을 기울였다. 이에 따라 케냐 정부는 UN Global Compact와 UN개발계획(UNDP)의 '빈곤퇴치를 위한 지속가능경영 이니셔티브(Growing Sustainable Business for Poverty Reduction Initiative)'에 참여하고 있고 국제신재생에너지기구(IRENA: International Renewable Energy Agency)와도 파트너십을 맺었다. 또한 CSR 전문 기구로서 독립적이고 비영리기관인 Ufadhili Trust를 설립했다.

한편 케냐에 위치하고 있는 UN환경계획(UNEP)은 환경에 관련한 각종 주요 컨퍼런스를 개최해왔으며 이는 환경 보호 및 지속가능경영에 대한 케냐인의 인식을 향상시키는데 중요한 역할을 해왔다. 현재 케냐가 직면한 가장 큰 환경 문제는 토지와 관련한 문제로, 증가하는 인구에 비해 불공평한 토지 분배가 이루어지고 있어서 이로 인해, 토양 남용, 불법적인 농토 사용, 사막화, 침식, 생태계 파괴, 물 부족 등과 같은 현상들이 심각하게 나타나고 있다. 또한 불법 쓰레기 처리로 인한 수질 및 공해오염도 발생하고 있으나 이러한 문제들에 대한 정부나 시민사회의 대응은 아직 제대로 이루어지고 있지 않는 상황이다.

나. 케냐의 CSR 활동 분야⁴⁵⁾

국제적인 CSR 기준을 준수하는 다국적기업의 활동은 케냐의 CSR 발전의 주요 동인이라고 할 수 있다. 다국적기업의 CSR 기준의 요구에 따라 케냐의 현지 기업들도 점차적으로 CSR을 도입하고 있으며, 세계시장을 대상으로 하

44) http://www.ajnews.co.kr/view_v2.jsp?newsId=20111201000143.

45) <http://www.csr-weltweit.de/en/laenderprofile/profil/kenia/index.nc.html>

는 무역부문에서 노동 및 환경에 관련한 국제적 기준의 도입이 이루어지고 있다. 또한 전 세계적인 공정무역 운동은 케냐의 커피, 차, 그리고 음식 산업에서 CSR의 도입을 촉진하고 있다. 그러나 아직도 전반적으로 케냐에서 CSR에 대한 인식은 저조한 편이며 기업의 CSR 활동도 기초적인 수준에 그치고 있다.

케냐에서 수행되고 있는 CSR 활동은 피고용인에 대한 건강 및 안전에 대한 이슈가 주를 이루고 있으며 교육 및 훈련, HIV/AIDS 치료 및 예방, 식량 안전 및 아동 보호 등이 실시되고 있다. 이는 케냐에서 교육, 의료, 그리고 사회 보장과 관련된 가장 기본적인 정부 서비스가 현재 본래의 기능을 상실하고 있기 때문에, 그 역할을 케냐 정부가 아닌 기업이나 국제기구가 대신하고 있는 것을 반영한다. 특히 외국계 기업의 경우 최저임금 보장, 의료 서비스 제공, 교육훈련 그리고 연금제 도입 등의 다양한 혜택을 직원들에게 제공함으로써 현지 기업에 모범을 보이고 있다. 한편 자선적인 관점에서 출발한 지역사회에 대한 기부도 주요한 CSR 활동의 유형이다. 그 중 가장 대표적인 사례로는 'Adopt-A-Light' 프로젝트로서 기업광고로 제공된 펀드를 나이로비의 슬럼가 지역의 보안을 위한 가로등 설치에 사용한 사례이다.

다른 많은 개발도상국에서와 마찬가지로 케냐에서의 CSR 활동은 주로 정부, 국제기구, 국제NGO, 민간기구 등과 연계하여 공공·민간 파트너십의 형태로 이루어지고 있다. 예를 들면, 기업의 주요 환경 분야 파트너로는 환경관리청(NEMA: National Environment Management Authority), 케냐임업연구소(Kenya Forestry Research Institute), 케냐야생동물관리국(Kenya Wildlife Service), 그린벨트운동(Green Belt Movement) 등이 있다. <표 4.5-6>는 케냐의 CSR 활동 분야별로 기업의 주요 파트너를 정리하고 있다.

<표 4.5-6> 케냐의 CSR 활동 분야와 파트너 기관

분야	파트너 기관
빈곤	GTZ Office Nairobi German Development Service (DED) KfW Office Kenya Germany Trade and Invest UNDP CARE International Kenya Federation for Alternative Trade (KEFAT) Eastern African Farmers Federation Komaza The Maralink Eco-Volunteers
교육	Konrad-Adenauer-Stiftung Badilika
의료	National Empowerment Network of People Living with HIV/AIDS in Kenya (NEPHAK) The Global Fund to Fight AIDS, Tuberculosis and Malaria
여성 및 장애인	The Coalition on Violence Against Women Sightsavers International
환경	UNEP Winrock International Institute for Agricultural Development Kenya Organisation for Environmental Education African Conservation Centre East African Wildlife Society Green Belt Movement The Maralink Eco-Volunteers

자료: CSR WeltWeit, Kenya.

다. CSR 사례

<표 4.5-7> 케냐 CSR 사례: 립톤

립톤(Lipton)의 'Farmer Field School(FFS)' 프로젝트

유니레버(Unilever)의 계열사인 립톤(Lipton)사와 유니레버의 지속가능농업팀(Sustainable Agriculture Team) 그리고 케냐의 차(茶)개발청(KTDA: Kenya Tea Development Agency)은 긴밀한 공조와 협력을 통해 Kenya의 차 생산자들에게 지속가능한 생산 활동 교육 훈련인 'Farmer Field School(FFS)' 프로젝트를 시행하고 있다.

이 프로젝트는 케냐의 소규모 자작농 차 생산자들로 구성된 커뮤니티를 만들어, 교육 훈련을 제공하며 지속가능한 차 생산 방법 및 커뮤니티간의 정보 공유 등을 통해 생산량을 증대시킴으로서 농가소득을 점차적으로 증가시켜 케냐 농민들의 생활수준을 향상시키는 데 기여하고 있다. 2008년에 마감된 첫 3년 프로젝트를 통해 5%에서 최고 15%의 농가 수익이 증가하였다. 이는 수확량 증가와 동시에 노동, 비료 등의 투입요소의 감소에 기인한다. 이러한 수익성 증가는 곧 소규모 자작농민들로 하여금 자발적으로 지속가능한 재배 방법을 도입하도록 만들었으며, 동시에 유니레버의 안정적인 공급사슬을 구축하는 데 많은 기여를 하였다.

현재 이 프로젝트는 그 규모가 확대되어 52개의 KTDA 공장에서 이 모델을 도입하고 있으며, 41만 여개의 소작농가들 또한 이 프로젝트를 시행하도록 하는 등 장기적인 목표를 세우고 긍정적인 영향력을 넓히고 있다.

자료: Unilever (2010)

<표 4.5-8> 케냐 CSR 사례: LG전자

LG전자의 글로벌 지역사회 공헌활동: LG 희망 파트너십

LG전자는 'Hope for 'Life's Good'이라는 슬로건 아래 환경, 빈곤, 질병을 주요 사회공헌 테마로 설정하고 환경의 지속가능성 확보, 저개발국 빈곤 퇴치, 환경성 질병 퇴치를 목표로 사회공헌 활동을 하고 있다. 특히 다양한 이해관계자와의 파트너십을 통해 장기적 관점에서 인식제고 활동, 기부, 기술지원, 인재양성, 임직원 봉사활동 등을 실행하고 있다.

LG전자가 수행하고 있는 다양한 글로벌 지역사회 공헌활동 중 LG 희망파트너십은 기아와 기후변화의 피해가 심한 아프리카 지역에 지속가능한 해결책을 제공함으로써 아프리카 지역의 자립능력 향상을 목적으로 한다. 이를 위해 2009년 4월, UN세계식량계획(WFP: World Food Program)과 협약을 체결하고 희망 파트너십을 운영하고 있다.

- LG 희망학교(LG Hope School): 케냐 슬럼가에 위치한 15개의 LG 희망학교는 2만 4천여 명의 어린이에게 점심 급식을 제공하고 학교시설 개·보수(조리시설, 에너지절감형 스토브, 급수탱크, 화장실 등)를 지원하고 있다. 이외에도 AIDS 환자의 가족을 위해 치료에 필요한 식량과 영양을 지원하고, 환자 가족(자녀)에 대한 식량을 지원함으로써 지속적인 학습가능 여건의 조성을 위해 노력하고 있다.
- LG 희망마을(LG Hope Village): 에티오피아 4개 지역 12개의 LG 희망마을 1만5,000가구의 녹지보존활동 지원과 식량 제공을 통해 이들이 기후변화에 적응할 수 있도록 돕고 있으며 마을 단위의 종합 솔루션 제공을 목표로 하고 있다.

자료: LG전자 (2009, 2010)

제5장. 결론 및 시사점

세계적으로 CSR에 대한 관심이 크게 증대하고 있는 가운데, 다양한 CSR 국제규범의 등장, 사회책임투자의 확산, 글로벌 기업의 공급사슬 CSR의 확대 등의 추세에 따라 기업 활동에 있어 CSR의 중요성이 어느 때보다도 높아지고 있다. 특히 최근 ISO 26000이 제정되면서 CSR에 대한 시민사회와 다양한 이해관계자의 요구는 더욱 강도 높아지고 있다. CSR은 이제 글로벌 대기업 뿐만 아니라 세계시장을 대상으로 경영 활동을 하는 모든 기업의 선택이 아닌 필수적인 조건이 되고 있는 것이다. 해외에 진출한 우리 기업이 현지에서 성공적인 영업 활동을 하기 위해서는 CSR에 대한 올바른 인식과 더불어 이를 현지 사정에 맞게 기업의 경영에 통합하고 실천하는 CSR 경영이 어느 때보다 더 중요해진 시점이라고 할 수 있다.

본 연구는 해외에 진출한 기업의 CSR 활동이 글로벌 CSR 체계, 현지국의 CSR 체계 그리고 기업의 본사가 소재한 국가의 CSR 체계 등 세 가지 차원의 CSR 체계에 영향을 받는다는 분석 틀을 바탕으로 글로벌 CSR 트렌드와 지역별·주요 국가별 동향과 이슈를 분석했다. CSR의 발전과정과 추진 동인, CSR을 위한 정책 및 법제화는 지역 또는 국가별로 차이가 있으나 전반적으로 기업과 정부 모두 CSR 확대를 위해 노력하고 있다는 공통점을 보이고 있다. 이는 선진국과 신흥경제국 및 개발도상국에서 모두 관찰되는데, 해외진출 우리 기업이 주로 활동하고 있는 개발도상국의 경우 오랫동안 이어진 기업의 자선적 전통이 있는 경우가 많으며 지역공동체의 생존을 위해 직접적인 기여를 하는 사회공헌활동이 당연시되는 경향이 있기 때문에 기업의 CSR 활동이 더욱 중요하다고 할 수 있다.

CSR이 기업과 국가 경쟁력의 중요한 요인으로 등장하는 추세에 맞추어 각국 정부들은 적극적으로 대응하고 있다. 이해관계자 자본주의가 발달한 유럽의 경우 정부 차원에서 CSR 법제화 또는 각종 정책 입안을 통해 적극 관여하는 경향을 보여 왔다. 또한 유럽연합 차원에서도 지속가능한 성장과 고용 확대의 일환으로 CSR 전략을 추진함으로써 회원국 기업의 CSR 활동 강화를 독려하고 있다. 국가 차원의 CSR Action Plan을 만들어 추진하고 있는 독일 정부의 경우는 그동안 꾸준한 품질관리를 통해 쌓아온 '독일산(Made in Germany)'에 대한 좋은 인식을 새로 CSR과 연계하여 '사회적 책임을 다한 독일산(CSR - Made in Germany)'으로 만들어 글로벌 경쟁력 우위를 지속하

려는 노력을 하고 있다. 반면, 주주 중심 자본주의와 윤리경영의 강조, 사회 책임투자, 기업가 정신의 전통을 가지고 있는 미국의 경우, 정부의 규제 보다는 기업의 CSR 활동을 촉진시키는 각종 인센티브 등 제도적 인프라 구축을 통해 CSR 활동을 지원하고 있다. 특히 기업의 글로벌화에 따라 글로벌 CSR의 역할을 강조하고 각종 지원 프로그램을 마련하고 있다. 일본도 미국과 유사하게 정부의 직접적인 규제보다는 포괄적인 가이드라인 제시 등 간접적인 방식으로 기업의 자발적인 CSR 활동을 지원한다. 특히 일본 정부와 기업협회는 글로벌 일본 기업들의 CSR 활동이 기업의 성과 뿐 아니라 국가 전반의 인지도 향상과 연관되어 있다고 인식하고 기업의 해외 CSR 활동을 적극 지원하고 있다.

우리나라의 경우 정부 차원의 글로벌 CSR 전략, 정책 또는 제도 마련은 아직 미흡한 실정이다. KOTRA(2010b)가 2010년에 베트남, 인도네시아, 필리핀, 태국, 캄보디아, 말레이시아, 인도, 러시아, 방글라데시, 카자흐스탄 등 중국을 제외한 우리나라의 투자진출 상위 10개국 소재 210개의 기업을 조사한 바에 따르면, CSR 경영을 실천하지 않고 있는 기업의 비율(60%)이 실천하고 있는 기업의 비율(40%) 보다 높은 것으로 나타났다. 또한 CSR을 실천하고 있는 기업의 비율에 있어 대기업(53%)과 중견기업(47%)이 중소기업(30%)과 개인기업(29%) 보다 훨씬 높게 나타나서 CSR 경영의 실천에 있어서 규모별로 격차가 큰 것으로 나타났다. 특히 중소기업의 경우 ‘CSR 경영을 실천한 적도 없고, 아직 계획도 없다’는 답변이 43%로 가장 높아서 중소기업의 CSR 경영에 대한 지원이 시급하다는 것을 보여준다. 한편 아세안 4개국(베트남, 인도네시아, 필리핀, 캄보디아) 진출 우리 기업을 대상으로 한 설문조사(최영렬 외, 2010)에서도 전체 113개 응답 업체의 28.3%만이 사회공헌 활동에 참여하고 있고 해외 사회공헌활동 시 전략과 기준을 가지고 추진하는 기업은 34.4%에 불과한 것으로 나타났는데 이는 해외진출 우리 기업의 CSR 활동에 있어 전략적인 접근이 부족하다는 것을 보여준다고 할 수 있다.

기업에 주는 시사점

본 연구에서 분석된 글로벌 CSR 활동의 흐름과 동향이 기업에 주는 시사점을 정리하면 다음과 같다.

- 기업의 사회적 책임은 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 책임을 포괄하는 개

념이다. 흔히 CSR을 단순한 이익의 사회 환원 또는 자선활동과 동일한 것으로 이해하는 경우가 많은데, CSR이란 자선적 책임뿐만 아니라 법적, 윤리적 책임도 포함한다는 것을 인식하는 것이 중요하다. 기부 또는 봉사 등의 자선활동이 비윤리적 경영이나 법규를 위반하는 사업 활동에 대한 보상수단이 될 수는 없다. CSR은 기업의 활동으로 인해 발생하는 사회와 환경에 미치는 영향에 대해 투명하고 윤리적인 방법으로 책임을 짐으로서 기업의 지속가능성을 추구하는 경영활동이라는 것을 인식하고 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 책임을 아우르는 포괄적 CSR 개념에 기초하여 CSR 경영체계를 구축하는 것이 필요하다. 특히 개발도상국에 진출한 기업의 경우, 현지에서 노동, 환경, 인권 등과 관련된 법적 또는 윤리적 문제에 연루되는 경우가 있는데, 이 경우 현지 정부와의 문제뿐만 아니라 소비자와 지역사회에서 기업과 국가 이미지에 치명적인 오점을 남길 수 있기 때문에 유의해야 한다.

- 효과적인 CSR은 기업 이윤의 사회 환원 이전에 이윤 추구과정에서 주주 및 투자자, 소비자, 종업원, 협력기업, 지역사회 등 다양한 이해관계자와 신뢰관계를 구축하고 그들의 요구에 적절히 대응하면서 기업과 사회의 지속가능성을 추구한다. 따라서 기부 및 자선활동 등 협의의 사회공헌활동을 넘어서 이해관계자의 요구를 기업경영에 통합함으로써 기업의 장기적인 지속가능성과 경쟁력 강화를 추구해야한다. 특히 글로벌 시장을 대상으로 활동하는 기업들의 CSR은 자사의 공급사슬에 관련된 이해관계자의 관심과 요구에 대한 적극적인 대응에서 출발해야 한다. 공급사슬 CSR은 글로벌 시장을 대상으로 하는 대기업이나 중소기업 모두에게 중요하며 이를 위해 자사의 공급사슬과 관련된 이해관계자를 파악하여 이해관계자 대화 및 참여를 강화하고 ISO 26000에 있는 핵심 주제와 기본 원칙에 기초한 지속적인 점검이 필요하다. 이를 위해서는 자사의 CSR 현황진단 및 이슈분석, 계획 수립, 실행, 평가로 이어지는 CSR 경영 실행을 위한 추진체계를 확립해 나가야 한다.
- 해외진출 기업이 변화하는 외부 환경에 능동적이고 선제적으로 대응하기 위해서는 CSR의 글로벌 트렌트와 해당 국가의 CSR 동향과 이슈에 대한 이해가 매우 중요하다. 이에는 ①CSR 규범과 표준에 관련된 글로벌 동향, ②현지국의 CSR 관련 법제도 및 정책 동향과 해당 지역사회의 역사적, 사회문화적 배경과 이슈, ③기업이 속한 특정 산업부문이나 관련된 특정

쟁점에 대한 CSR 규범 및 표준에 대한 이해가 포함된다. 이를 바탕으로 UN Global Compact와 ISO 26000 등 글로벌 규범, 현지국의 CSR 관련 법규제와 이해관계자의 요구, 산업별 표준 등 사회적인 요구 기준에 부합하는 CSR 활동을 추진하도록 해야 한다.

- 지속가능한 CSR을 위해서는 기업의 핵심역량과 연계하여 추진하는 것이 효과적이다. CSR 활동을 무차별적인 분야에서 진행하는 경우 CSR을 기업 활동과 별개로 부담하는 비용으로 인식하기 쉽고 효율성을 극대화하기 어렵다. 기업의 핵심역량과 연계된 CSR 활동은 잠재수요 창출과 고객 요구에 맞는 신제품 개발 등 장기적으로 기업성과에도 기여할 수 있기 때문에 지속가능한 활동으로 자리 잡을 수 있다. 제약회사로서 저개발국을 위해 신약 개발을 하는 머크사와 저개발국에서 의료지원사업을 하는 바이엘의 활동, 미소금융 프로그램을 만들어 개도국 내 취약계층에 금융 지원을 하는 바클레이즈 은행 등의 활동이 그러한 예라고 할 수 있다.
- CSR 활동이 보다 효과적이고 장기적으로 가치를 창출하기 위해서는 전통적인 기부 및 자선활동 중심에서 CSR을 기업의 경영전략에 통합하는 전략적 CSR의 방향으로 옮겨가야 한다. 또한 사회문제 해결을 위해 혁신적이고 창조적인 시장 기반의 해결책을 제공함으로써 기업과 사회가 공유 가치를 창출하는 기업사회혁신 활동에 대해서도 구체적인 가능성을 모색할 필요가 있다. GE, 코카콜라, 쉘, 바클레이즈 은행, 바이엘 등 본 연구에서 인용된 글로벌 기업은 모두 CSR을 기업의 핵심 경영전략으로 통합하여 전략적 CSR 활동을 추진하고 있으며 그 결과 많은 사람들에게 사랑받는 기업으로 거듭나고 있다. 이들 기업은 특히 자사의 공급지인 저개발 국가의 빈곤퇴치와 복지향상을 위해 혁신적인 방식으로 접근하면서 성과를 내고 있다.
- 기업의 CSR 활동을 수행하는 데 있어 정부, 국제기구, NGO, NPO 등과 연계하는 파트너십을 통해 시너지 효과를 극대화할 수 있다. 선진 글로벌 기업들은 지역사회에 대한 기여와 CSR 활동의 효과성을 극대화하기 위해 다양한 공공·민간 파트너십(PPP)을 추진하고 있으며 우리 기업도 이러한 방안을 적극적으로 모색할 필요가 있다. Cotton Made in Africa와 UN 밀레니엄 빌리지 프로젝트 등의 사례에서 볼 수 있듯이 국제기구, 현지 정부, 기업, 지역 공동체, NGO 등의 파트너십을 바탕으로 한 대규모 프

로젝트들이 추진되면서 개발 목표를 달성하는 데 기여하고 있다. 우리 기업도 정부의 공적개발원조(ODA)와 연계된 CSR 활동을 추진할 경우, 기업의 전문성을 활용하여 공공부문이 하기 어려운 영역에서 사업을 진행함으로써 현지 주민에게 신뢰와 사랑을 받는 기업으로 거듭날 수 있으며 동시에 국가 이미지도 제고하는 등 CSR과 ODA의 효과성을 동시에 제고하는 윈-윈(win-win) 전략이 될 수 있다.

정부에 주는 시사점

기업의 CSR 경영이 기업과 국가의 경쟁력과 지속가능한 성장을 위해 필수적인 요소가 되어가고 있는 글로벌 환경 속에서 각국 정부는 CSR을 지원하고 촉진하기 위한 정책을 적극적으로 추진하고 있다. 해외진출 기업의 CSR을 위한 정부의 역할은 기업이 최소한의 국제적 CSR 규범과 현지의 요구사항을 충족할 뿐만 아니라 이를 자발적으로 넘어서 효과적이고 혁신적인 CSR 활동을 할 수 있도록 적절한 환경을 조성하는 것이라고 할 수 있다. 해외진출 한국기업의 CSR 경영의 구축과 확산을 위한 정부의 지원체계를 마련하는데 있어 중요한 활동영역으로 고려될 수 있는 사항은 다음과 같다.

CSR에 대한 인식 제고

해외진출 기업의 CSR 경영을 구축하고 활성화하는 데 있어서 가장 중요한 활동 중 하나는 기업 경영자와 실무자의 CSR에 대한 인식을 제고하는 것이라고 할 수 있다. 많은 한국 기업의 경우, CSR에 대한 이해가 낮거나 CSR을 단순히 기부나 자선활동으로만 이해하는 경향이 있고, 대부분의 활동이 기업 내 일부 부서에서 산발적으로 진행되고 보여주기식 전시성 행사에 치중하는 경우가 많다. 기업관계자들을 위한 교육훈련 프로그램의 제공은 CSR의 개념, 필요성, 효과 및 실행방안에 대한 이해를 제고할 수 있으며, 이러한 활동은 기업들로 하여금 CSR 활동을 단순히 기업 이미지 개선 차원이 아닌 기업의 미래성장을 위한 장기 투자와 경쟁력 강화 요인으로 바라볼 수 있도록 인식의 전환을 유도하는 데 도움을 줄 수 있을 것이다. 이를 위해서는 전문가 또는 전문기관을 통한 교육·세미나·포럼 등이 활용될 수 있고, 글로벌 선진기업과 한국기업의 CSR 활동 유형 및 우수사례와 실패사례에 대한 분석을 제공하는 것도 기업이 구체적인 CSR 실행방안을 마련하는데 도움이 될 수 있을 것이다.

글로벌 CSR 규범·표준 및 현지 법제도 등 관련 정보 제공

해외진출 기업들, 특히 중소기업은 글로벌 CSR 규범 및 표준에 대한 이해나 현지 법제도 등 지역적 상황에 대한 정보가 부족하고 이를 습득할 수 있는 인적·물적 자원이 부족한 경우가 많다. 환경 보호, 노동자의 권리, 작업장에서의 인권 등에 관한 법제도는 국가마다 다양하고 이를 적용하는 데 있어서 사회·문화적 차이가 크기 때문에 이에 대한 정확한 정보는 효과적인 CSR 경영의 구축을 위해 매우 중요하다. 빠르게 변화하는 글로벌 CSR 경영 환경 및 현지국 상황에 대한 신속한 정보 제공은 기업의 위기 관리와 경쟁력 차원에서도 매우 중요하다고 할 수 있다. 이를 위해 국내의 관련 전문가와 연구기관, 재외 공관 및 KOTRA 등이 연계하여 관련된 글로벌, 지역별, 국가별 정보를 신속하게 제공하고 전파하는 시스템 구축이 필요하다.

현지 CSR 네트워크 구축 및 활성화

많은 선진기업의 사례는 글로벌 CSR 활동을 국제기구, 현지 정부, NGO 등과의 네트워크를 통해 공동으로 실시할 경우 시너지 효과를 얻는다는 것 보여준다. 전경련의 최근 조사에서는 우리 기업의 글로벌 사회공헌활동 추진 시 ‘지역전문가 또는 파트너 단체 발굴’이 중요한 애로요인으로 지적된 바 있다(전경련, 2010). 따라서 재외 공관과 KOTRA 등이 중심이 되어 현지 정부, 국제기구, 각국 대사관 및 현지 NGO·전문가·연구기관·대학 등 시민사회와의 네트워킹을 적극적으로 구축하고 활성화하는 것은 글로벌 CSR 지원체계 구축에 있어 매우 중요한 활동이라고 할 수 있다. 이러한 네트워킹은 현지 사회의 CSR 관련 동향과 현지사회의 요구를 파악하는 데 도움을 줄 뿐만 아니라 정부기관 또는 국제기구, NGO 등 현지 CSR 파트너 단체를 발굴하여 우리 기업에 연결시키는 데 긴요하게 활용할 수 있을 것이다.

CSR 진단과 자문

국제규범 및 현지 법제도에 기초하여 개별 기업의 CSR 경영 현황에 대한 진단과 자문을 제공하는 것도 효과적인 지원방법이라고 할 수 있다. 특히 CSR 경영에 있어 이해관계자에 대한 파악과 관계 정립이 매우 중요한데, 복잡한 공급사슬에 연계된 해외진출 기업의 경우 이해관계자를 정확하게 파악

하고 그들의 관심과 요구를 기업 경영에 통합하는 것은 쉽지 않은 과제라고 할 수 있다. 따라서 국내 및 현지의 전문가를 활용하여 기업의 CSR 경영 현황과 문제점을 진단해주고 이해관계자에 대한 정확한 매핑(mapping)과 이해관계자 대화 채널 구축 및 관계정립 등을 위한 자문을 제공하는 컨설팅 서비스를 지원해주는 것은 매우 유용할 지원이라고 할 수 있다. 또한 해외진출 기업 스스로가 자신의 CSR 경영 현황 및 문제점을 직접 측정·평가해 볼 수 있는 해외진출 기업 CSR 경영 진단모델 등을 개발하여 보급하는 것도 좋은 방법이 될 수 있다.

중소기업을 위한 맞춤형 지원

공급사슬 CSR에 대한 글로벌 기업 및 국제 시민사회의 요구가 높아지면서 중소기업의 CSR 경영 구축이 시급한 과제로 등장하고 있다. 앞서 논의한 KOTRA(2010b) 조사에서는 해외진출 중소기업 중 ‘CSR 경영을 실천한 적이 없거나 향후 계획이 없다’고 응답한 비율(43%)이 대기업(19%)에 비해 훨씬 높게 나타나고 있어서 중소기업에 대한 정부의 지원체계 구축이 시급하다는 것을 보여준다. CSR 경영을 추진하는 데 있어 중소기업과 대기업의 상황은 상당한 차이가 있는데도 불구하고 기존에 논의되거나 적용이 되고 있는 CSR은 대부분 대기업의 CSR 경영모델에 기초한 것이어서 중소기업에 대해서는 그 유용성이 떨어지는 경우가 많다. 따라서 해외진출 중소기업의 특수한 경영환경을 반영한 CSR 모델을 개발·전파하고 중소기업에 특화된 컨설팅 서비스를 제공하는 등 맞춤형 지원체계의 구축을 통해 중소기업의 CSR 경영 확산을 촉진할 필요가 있다. 또한 중소기업이 SA 8000과 같은 CSR 인증을 받거나 글로벌 기업이 요구하는 CSR 보고서를 작성할 수 있도록 정보 제공과 더불어 기술적 또는 재정적 지원을 해주는 것도 도움이 될 수 있을 것이다.

산업별·부문별 가이드라인 및 매뉴얼 개발과 전파

같은 국가나 지역에서 활동하는 기업이라 하더라도 CSR의 상황은 기업이 속한 산업이나 공급사슬에서의 위치 등에 따라 다르며, 따라서 보다 세분화된 산업별·부문별 가이드라인과 매뉴얼을 개발해서 전파하는 것도 중요한 지원활동이라 할 수 있다. 예를 들면 아프리카 사례에서 논의했듯이 채굴산업, 농업, 전자산업, 관광산업은 각각 고유한 CSR 이슈가 있으며 이에 대해 채굴산업 투명성 이니셔티브나 윤리적 원예기업 이니셔티브와 같은 산업별

CSR 규범과 현지국의 정책이 개발되어왔다. 따라서 산업별·부문별 가이드라인 또는 매뉴얼을 개발하고 분야별로 다양한 사례를 발굴하여 전파하는 것은 기업의 구체적인 CSR 실행방안을 마련하는데 도움을 줄 수 있다.

CSR 활동을 촉진하기 위한 인센티브 개발

기업의 자발적인 CSR 활동을 촉진하고 독려하기 위한 인센티브의 개발과 제공도 필요하다. 미국 국무부가 1999년부터 인류의 삶의 질을 향상하는데 미국기업이 기여하고 국제사회에서 미국의 긍정적인 이미지를 공고히 하기 위한 취지로 매년 해외에서 우수 사회공헌활동을 한 미국 기업을 선정하여 Award for Corporate Excellence(ACE)를 수여하는 것도 그러한 예이다. CSR 우수기업 시상을 포함하여 현지 사정에 맞는 다양한 인센티브를 발굴하여 제공함으로써 CSR 활동을 촉진시킬 수 있을 방법을 모색해야 한다.

CSR과 ODA를 연계한 공공·민간 파트너십 지원

국제개발을 위한 민간기업 역할의 중요성은 2010년 G20 서울정상회의와 2011년 11월에 개최된 부산개발원조총회에서도 주요한 이슈로 부각될 정도로 국제사회의 뜨거운 관심을 받고 있다. 글로벌 기업들은 이미 각국의 원조기관, 국제기구, NGO 등과 연계하여 공공·민간 파트너십(PPP) 프로그램을 활발히 추진하고 있다. 우리나라도 2010년부터 KOICA가 주관하는 공공·민간 파트너십 프로그램을 시행하고 있으며 그 규모도 확대되고 있다. 우리 정부의 ODA가 급속히 늘어나고 있는 상황에서, CSR과 ODA를 효율적으로 연계하는 공공·민간 파트너십(PPP) 프로그램을 개발하도록 장려하고 지원함으로써 CSR과 ODA의 시너지 효과를 높이는 방안을 적극 추진할 필요가 있다.

참고문헌

[국문자료]

- 경실련. 2008. 「독일 CSR의 현황과 시사점-독일 아데나워 재단과 공동으로 CSR 국제 심포지움 개최」. 경제정의실천연합.
- 고동수. 2006. 「기업의 사회적 책임 (CSR): 국제 논의동향 및 우리의 대응방안」. 산업정책연구원.
- 고동수. 2011. 「기업의 사회적 책임 이슈와 대응방안- ISO 26000을 중심으로」. 산업정책연구원.
- 권순식·김영두. 2007. 「기업의 사회적 책임과 노동조합의 대응」. 한국노총 중앙연구원.
- 김용식. 2011. 「인도 CSR 트렌드 변화와 다국적 기업의 추진 사례 및 시사점」. POSRI CEO REPORT. 포스코경영연구소.
- 노한균. 2011. 『ISO 26000을 통해 사회적 책임 살펴보기: 새로운 국제표준의 이해와 실천』 박영사.
- 대한상공회의소 지속가능경영원. 2011. 「인도 정부의 CSR에 대한 새로운 지침」. 뉴스레터 291호. 11-07-22.
- 박환일. 2007. 「국제 프로젝트 파이낸스의 최근 동향 - 적도원칙(赤道原則, Equator Principles)을 중심으로」. PF Insight. 한국기업평가.
- 사공목. 2006. 「일본기업의 CSR(사회적 책임) 전략과 시사점」. KIET 산업경제. 산업경제연구원.
- 서영우. 2010. 『CSR 실천 방법론-사회적 책임 경영의 체계 확립』. 시그마인사이트컴.
- 시라가타 토시로 외. 2006. 『CSR 매니지먼트 도입의 모든 것』. 한국표준협회 미디어.
- 안영도. 2011. 『전략적 사회적 책임 경영 - 기업의 사회적 책임과 전략적 선택』. 필맥.
- 앤드류 사비츠·칼 위버. 2008. 『지속가능경영의 3대 축』. 삼일회계법인 SBS팀 옮김. 거름.
- 요네야마 히데타카. 2004. 『알기쉬운 CSR』. 한국표준협회.
- 웨인 비서 외. 2009. 『기업의 사회적 책임에 대한 A부터 Z까지』. 재승출판.
- 이부키 에이코. 2006. 『사랑받는 기업의 조건』 구계원 옮김. 매일경제신문사.
- 이상민. 2002. 「기업의 사회적 책임: 미국과 한국 기업의 사회공헌활동 비교

- 분석」. 삼성경제연구소.
- 이우채·최원근. 2003. 「미국과 프랑스의 기업윤리시스템 비교연구」. 「국제지역연구」 제7권 제1호, 229-256. 한국외국어대학교.
- 이희옥. 2007. 『중국의 국가대전략 연구』. 폴리테이아.
- 임정성·곽창호·김용식. 2009. 「인도 기업들의 사회적 책임 활동」. 킨디아 저널. 포스코경영연구소
- 전경련. 2010. 『2009 기업·기업재단 사회공헌백서』. 전국경제인연합회.
- 전경련. 2011. 「OECD 다국적기업 가이드라인 2011년 개정의 주요 내용 및 시사점」. 전경련.
- 정상은. 2007. 「다국적기업의 중국 내 사회적책임(CSR) 활동분석」. 국제지역연구. 제11권 1호: 221-252.
- 정선욱. 2010. 「북미권 정보통신산업(ICT)의 공급사슬 CSR 활동과 EICC (Electronics Industry Citizenship Coalition)」 국제노동브리프 2010년 5월호, 한국노동연구원.
- 정은주. 2010. 「ISO 26000 발간에 따른 우리 기업의 대응과 과제」. 전문가 칼럼. 지속가능경영 포털. <http://csr-korea.net/upload/Board/ISO>.
- 정후식. 2007. 「기업의 사회적 책임(CSR): 주요국 사례와 시사점」. 한은조사연구 2007-22.
- 제이슨 서울. 2011 『CSR 3.0: 기업사회공헌에서 기업사회혁신으로』 강주현 옮김. 청년정신.
- 참여연대. 2010. 「CSR 법제화의 길을 묻다」기업의 사회적 책임(CSR)과 정보공개 토론회.
- 최민경. 2008. 「국제개발원조와 PPP」. 국제개발협력 제1호.
- 최영렬 외. 2010. 「신아시아 구상실현을 위한 對아세안 직업교육훈련 공적 개발원조(ODA) 활성화 방안」, 한국직업능력개발원.
- 한겨레경제연구소. 2008. 「동아시아 기업의 지속가능경영-한·중·일 Fortune Global 500 기업의 CSR 성과 비교 연구」.
- KIET. 2011. 「나이지리아 전력산업 현황과 전망」. 한국수출입은행 해외경제 연구소.
- KOTRA. 2010a. 「주요국 기업의 CSR 활동 사례」. Global Issue Report 10-009. KOTRA.
- KOTRA. 2010b. 「해외진출 우리기업의 CSR 실태 및 성공사례」 KOTRA.
- KOTRA. 2011. 「중국소비자에게 사랑받는 기업의 CSR 7계명」. KOCHI 자료 11-011. 중국통상전략연구센터.

- LG전자. 2009. 「LG전자 2009 지속가능경영 보고서」 .
- LG전자. 2010. 「LG전자 2010 지속가능경영 보고서」 .
- Neureiter, M. 2010. 「CSR과 ISO 26000 : 유럽연합에 대한 영향」 . 국제노동브리프 2010년 12월호. 한국노동연구원.

[외국문자료]

- Alford, H. and Naughton, M. 2002. Beyond the Shareholder Model of the Firm: Working toward the Common Good of a Business, in S. A. Cortright and M. Naughton (eds.), *Rethinking in Purpose of Business, Interdisciplinary Essays from the Catholic Social Tradition*. Notre Dame University Press.
- Assumpcao, M *et al.* 2008. CSR in Two Countries: Brazil and Norway. Fafo Report 2008. Vol.10.
- Atje, R. 2008. Corporate Social Responsibility and Development. presentation at a workshop on CSR in Indonesia: Options and Constraints. Centre for Strategic and International Studies, October, Jakarta.
- Bendheim, C. L. , S. A. Waddock and S. B. Graves. 1998. Determining Best Practice in Corporate-Stakeholder Relations Using Data Envelopment Analysis. *Business and Society* 37(3): 306-339.
- Berman, S. L., A. C. Wicks, S. Kotha and T. M. Jones. 1999. Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and the Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal* 42(5): 488-509.
- Bertelsmann Stiftung. 2006. Bertelsmann Transformation Index 2006. Country Report South Africa.
- Blowfield, M. and Frynas, J. G. 2005. Setting new agendas: Perspectives on corporate social responsibility in the developing world. *International Affairs* 81(3): 499-513.
- Bowen, H. R. 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper & Row.
- Brenthurst Foundation. 2010. The Monrovia Principles: A Guideline for Corporate Social Responsibility In Africa. Discussion Paper. Brenthurst Foundation.
- Broomhill, R. 2007. Corporate Social Responsibility: Key Issues And Debates.

- Dunstan Paper. No. 1/2007.
- Butler, R. 2005. Africa Tea Faces Over-Production. Tea and Coffee Trade Online.
- Carey, J. B. 2001. The Common Good in Catholic Social Thought. *St. John's Law Review* 75(2): 311-313.
- Carroll, A. B. 1979. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review* 4(4): 497-505.
- Carroll, A. B. 1991. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons* (July/August): 39-48.
- Casanova, L. and Dumas, A. 2010. Corporate Social Responsibility and Latin American Multinationals: Is Poverty a Business Issue? *Universia Business Review* 25: 132-145.
- Chahoud, T *et al.* 2007. *Corporate social and Environmental Responsibility in India: Assessing the UN global Compact's Role*. Studies Deutsches Institute fur Entwicklungspolitik.
- Chapple, W. and Moon, J. 2005. Corporate social responsibility in Asia: A Seven-country study of CSR web site reporting. *Business & Society* 44(4): 415-441.
- Coleman, J. S. 1990. *Foundations of Social Theory*, Harvard University Press.
- Collage Article 13. 2007. Executive summary and recommendations: CSR in India - perspectives for business. Collage Article 13 Community Centre.
- Nippon Keidanren. 2007. *Summary of the Survey on Corporate Philanthropic Activities in Fiscal 2006*. Committee on Corporate Philanthropy and 1% Club.
- Cramer, A and Prepscius, J. 2007. Corporate Social Responsibility in Asia. *Global Asia* 2(3): 101-102.
- DTI (Department of Trade and Industry). 2007a. *Codes of good practice on Black Economic Empowerment Act*. General Notice.
- DTI (Department of Trade and Industry). 2007b. *BEE Charters*. <http://www.thedti.gov.za>
- Dolan, C *et al.* 2002. Gender, Rights & Participation in the Kenya Cut

- Flower Industry. NRI Report No. 2768. SSR Project No. R8077 2002-4.
- Donaldson, T. and Preston, L. E. 1995. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review* 20(1): 65-91.
- EICC. 2009. Electronic Industry Code of Conduct. Version 3.01.
- Emeseh, E *et al.* 2010. Corporations, CSR and Self Regulation: What Lessons from the Global Financial Crisis? *German Law Journal* 11(2): 230-259.
- Etzion, D and Ferraro, F. 2006. Institutional Entrepreneurship through Voluntary Standard Setting: The Case of the Global Reporting Initiative. 22nd EGOS Colloquium.
- European Commission. 2001. *Green-Paper-Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*. European Commission.
- European Commission. 2011. Communication from the commission to the European Parliament, the council, the European Economic and Social committee and the committee of the regions - A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. European Commission.
- Forstater, M *et al.* 2010. Corporate Responsibility in African Development: Insights from an Emerging Dialogue. Working paper No.60. Corporate Social Responsibility Initiative.
- Freeman, E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.
- Friedman, M. 1970. The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits. *New York Times Magazine* (September 13): 122-126.
- Fundacion Banco Frances. 2004. Encuesta sobre opiniones de los empresarios en Argentina, Fundacion Banco Frances, Argentina.
- Garcia-Fronti, I. M. 2007. Corporate Social And Environmental Reporting In Developing Countries: The Case Of Argentina. Research Forum- Annual Congress of the European Accounting Association.
- Garriga, E. and Melé, D. 2004. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics* 53: 51-71.
- Global Witness. 2005. Paying for Protection: The FreeportMine and the Indonesian Security Forces. Washington, DC: Global Witness.
- GTZ. 2007. CSR Navigator: Public Policies in Africa, the Americas, Asia and

- Europe. GTZ.
- Gueterbock, R. 2004. Greenpeace campaign case study stop ESSO, *Journal of Consumer Behaviour* 3(3).
- Hamann, R. 2004. Corporate social responsibility, partnerships, and institutional change: The case of mining companies in South Africa. *Natural Resources Forum* 28(4): 278-290.
- Hamann, R *et al.* 2005. Universalizing corporate social responsibility? South African challenges to the International Organization for Standardization's new social responsibility standard. *Business and Society Review* 110(1): 1-19.
- Hart, S. L. 1995. Natural-Resource-Based View of the Firm. *Academy of Management Review* 20(4): 986-1012.
- Haslam, P. A. 2004. The Corporate Social Responsibility System in Latin America and the Caribbean. FOCAL: Canadian Foundation for the Americas Policy Paper, March.
- Haufler, V. 2006. Foreign Investors in Conflict Zones: New Expectations. Matthew B. Ridway Center for International Security Studies Working Paper No. 13.
- Hillman, A. J. and Keim, G. D. 2001. Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line. *Strategic Management Journal* 22(2): 125-140.
- Hoffman, A. 1998. Two Sides of the Coin: Corporate Giving is a Business. *Fund Raising Management* 29(1): 27-30.
- Hopkins, M. 2007. *Corporate Social Responsibility & International Development*. Earthscan.
- IMSA. 2008. Corporate Social Investment. IMSA.
- ISO. 2006. *Participating in the Future International Standard ISO 26000 on Social Responsibility*. ISO.
- Jaclyn, Y. S. 2007. *Corporate Social Responsibility for Developing Country Enterprises-Lost War in Pertaining Global Competitiveness*. World Trade Institute.
- Jenkins, R. 2005. Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty. *International Affairs* 81(3): 525-540.
- Jensen, M. C. 2000. Value Maximization, Stakeholder Theory, and the

- Corporate Objective Function, in M. Beer and N. Nohria (eds.). *Breaking the Code of Change*, Harvard Business School Press.
- Jones, T. M. 1980. Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined, *California Management Review* 22(2): 59-67.
- JSE. 2002. Launch of Draft/JSE SRI Index Philosophy and Criteria.
www.jse.co.za
- Karmayog. 2003. Corporate Social Responsibility Initiatives of NseNifties: Content, Implementation Strategies & Impact. Karmayog, Center for Corporate Research & Training (CCRT).
- Kawamura, M. 2005. The Evolution of Corporate Social Responsibility in Japan (Part 2)—How CSR 'Swells' Have Impacted Corporate Values. NLI Research Institute.
- Kemp, M. 2001. Corporate social responsibility in Indonesia: Quixotic dream or confident expectation? Program Paper ISSN 1020-8216. United Nations Research Institute for Social Development (UNRISD).
- Kempshall, M. S. 1999. *The Common Good in Late Medieval Political Thought*. Oxford University Press.
- KPMG & ASSOCHAM. 2008. Corporate Social Responsibility: Towards a Sustainable Future, A White Paper. KPMG in India.
- Litovsky, A. *et al.* 2007. Investing in Standards for Sustainable Development: The Role of International Development Agencies in Supporting Collaborative Standards Initiatives. An AccountAbility Discussion Paper, December.
- Majtenyi, C. 2002. Cut flower industry accused of human right abuse.
http://www.newsfromafrica.org/newsfromafrica/articles/art_882.html.
- McGuire, J. B., Sundgren, A. and Schneeweis, T. 1998. Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal* 31(4): 854-872.
- McWilliams, A. and Siegel, D. 2001. Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review* 26(1): 117-127.
- MGI. 2006. CSR in Africa : Internet research study. Meridian Group International Extending Service Delivery Project, funded by USAID. MGI.

- Ministry of Corporate Affairs, Government of India. 2009. Corporate Social Responsibility Voluntary Guidelines.
- Morgan, C. 2009. Nigerian CSR Legislation: Good News or Bad? The CSR Digest. <http://www.csrdigest.com>.
- Murray, K. B and Montanari, J. R. 1986. Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory. *Academy of Management Review* 11(4): 815-828.
- Nascimento, A. P. M. 2001. Corporate Social Responsibility in Brazil: A comparative analysis of two paper companies. B.S Conservation and Resource Studies, UC Berkeley.
- Nguyen, C. 2008. A Model for Sustainable Social and Ecological Development in Vietnam. *Overture International Vision* No. 12: 49.
- Ogden, S. and R. Watson. 1999. Corporate Performance and Stakeholder Management: Balancing Shareholder and Customer Interests in the U.K. Privatized Water Industry. *Academy of Management Journal* 42(5): 526-538.
- Peinado-Vara, E. 2006. Corporate Social Responsibility in Latin America. *Journal of Corporate Citizenship* 21: 61-69.
- Petrick, J. and Quinn, J. 2001. The Challenge of Leadership Accountability for Integrity Capacity as a Strategic Asset. *Journal of Business Ethics* 34: 331-343.
- Porter, M. E. and Kramer, M. R. 2002. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review* 80(12): 56-69.
- Porter, M. E. and Kramer, M. R. 2006. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review* 84(12): 78-92.
- Porter, M. E. and Kramer, M. R. 2011. Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, Jan.-Feb.
- Prahalad, C. K. 2002. Strategies for the Bottom of the Economic Pyramid: India as a Source of Innovation. *Reflections: The SOL Journal* 3(4): 6-18.
- Prahalad, C. K. and Hammond, A. 2002. Serving the World's Poor, Profitably. *Harvard Business Review* 80(9): 48-58.
- Preston, L. E. and Post, J. E. 1981. Private Management and Public Policy.

- California Management Review* 23(3): 56–63.
- Reich, R. B. 1998. The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review* 40: 8–17.
- Robert, J. D. and Hayashi, S. 2011. Promoting Japanese Leadership through a Multi-Stakeholder Platform on International Environmental CSR. Policy Brief, No.13.
- Rosser, A *et al.* 2008. Corporate Social Responsibility in Indonesia. Australia-Indonesia Governance Research Partnership Policy Brief, Canberra: Crawford School of Economic and Government at the Australian National University.
- Rosser, A. and Edwin, D. 2010. The politics of corporate social responsibility in Indonesia. *The Pacific Review* 23(1): 1–22.
- Schwartz, M. S. and A. B. Carroll. 2003. Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach. *Business Ethics Quarterly* 13(4): 503–530.
- See, Geoffrey. 2009. Harmonious Society and Chinese CSR: Is There Really a Link? *Journal of Business Ethics* 89: 1–22.
- Smith, W. and M. Higgins. 2000. Cause-Related Marketing: Ethics and the Ecstatic. *Business and Society* 39(3): 304–322.
- Stump, S. 1999. Attracting Social Investors, Appeasing Shareholders. *Investor Relations Business* (January 4).
- The Brenthurst Foundation. 2010. *The Monrovia Principles: A Guideline for Corporate Social Responsibility in Africa*. The Brenthurst Foundation.
- The Economist. 2008. Risky toughness: The army's tough approach to Delta militants could end up uniting them. <http://www.economist.com>.
- Tschopp, J. 2005. Corporate Social Responsibility: a Comparison between the United States and the European Union. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 12: 55–59.
- UNDP. 2004. *Unleashing Entrepreneurship: Making Business Work for the Poor*. UNDP.
- UNGC and BSR. 2010. *Supply Chain Sustainability: A Practical Guide for Continuous Improvement*. New York: UNGC.
- Unilever. 2010. Sustainable Tea.

- www.unilever.com/sustainability/environment/agriculture/tea/
- Valle, D. 1999. Encuesta para determinar que opinan los argentinos sobre las empresas, MORI, Argentina.
- Visser, W. 2006. Revisiting Carroll's CSR pyramid: an African perspective, in Pedersen, E. and Huniche, M. (eds.), *Corporate Citizenship in Developing Countries*. The Copenhagen Centre.
- Visser, W. 2008. Corporate social responsibility in developing countries, in Crane, A. et al., *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford University Press.
- Visser, W. 2010a. The Evolution and Revolution of Corporate Social Responsibility. in Manfred Pohl and Nick Tolrst (eds.), *Responsible Business: How to Manage a CSR Strategy Successfully*. Wiley.
- Visser, W. 2010b. The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business. *Journal of Business Systems, Governance and Ethics* 5(3): 7-22.
- Vogel, D. 1986. The Study of Social Issues in Management: A Critical Appraisal. *California Management Review* 28(2): 142-152.
- Waagstein, P. R. 2011. The Mandatory Corporate Social Responsibility in Indonesia: Problems and Implications. *Journal of Business Ethics* 98: 455-466.
- Wartick, S. L. and Rude, R. E. 1986. Issues Management: Corporate Fad or Corporate Function? *California Management Review* 29(1): 123-132.
- Wood, D. J. 1991. Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review* 16(4): 691-718.
- World Bank. 2008. *The Growth Report: Strategies for Sustained Growth and Inclusive Development*. Commission on Growth and Development.
- World Commission on Environment and Development: 1987. *Our Common Future*. Oxford University Press.
- Zhou, W. D. 2006. Will CSR work in China? in *Leading Perspectives, Business for Social*. www.bsr.org.
- 山村雅彦. 2005. 「日本の企業の社的責任の系譜（その2）」.
『ニッセイ基礎 REPORT』.
- 何伊凡, 孫雅男, 施星輝, 房煜, 馬吉英. 2010.
「永遠不要覺得你已經懂了中國」. 『中國企業家』 2010年 20期.

[인터넷 자료]

동아닷컴. 2009.09.30. 「베트남국회, 반부패법 통과, 내년 6월 발효」.

<http://news.donga.com/3/20051130/8252346/1>.

삼성전자. 「삼성전자, 아프리카에서 태양광 인터넷 스쿨 보급 시작」

<http://www.samsung.com/sec/news/socialnews>.

아주경제. 2011.12.01. 「케냐, 세계에서 경제 부패가 가장 심한 국가」

http://www.ajnews.co.kr/view_v2.jsp?newsId=20111201000143.

Fashion Journal. 2009. 「OTTO 글로벌 그린 캠페인 'Cotton Made in Africa'

전개」 <http://okfashion.co.kr/index.cgi?action=detail&number=6880>.

Banana-link. 2011. The Banana Trade. <http://www.bananalink.org.uk>.

[홈페이지]

P & C 정책개발원 (<http://www.pncreport.com>)

경제정의실천시민연합 (<http://www.ccej.or.kr>)

대한상공회의소 (<http://www.bisd.or.kr>)

일본경단련 (<http://www.keidanren.or.jp>)

일본경제산업성 (<http://www.meti.go.jp>)

한겨레경제연구소 (<http://heri.kr>)

CSR WeltWeit (<http://www.csr-weltweit.de>)

日本総合研究所 (<http://www.jri.co.jp>)

中國商務部 (<http://www.mofcom.gov.cn>)

騰訊公益慈善基金會 (<http://gongyi.qq.com>)