

2013. 5.

- 2013년 충남 기업 사회공헌 포럼 -
충남, 기업의 사회적책임을 말하다

CDI 충남발전연구원
충남사회적경제지원센터

- 2013년 충남 기업 사회공헌 포럼 -

“충남, 기업의 사회적책임을 말하다”

- 충남지역 내 사회공헌기업 및 사회적기업, 마을기업, 자활기업 등 사회적경제 조직 관계자를 대상으로 기업 사회공헌사업의 새로운 의제를 제시하고 논의하는 포럼을 진행하여, 기업 사회공헌을 활성화하는 토대를 마련하고자함.

포럼 개요

- 일 시 : 2013. 5. 2(목) 14:00 ~ 17:00
- 장 소 : 충남도청 대회의실(416호)
- 참석대상 : 총 100명
 - 충남 내 기업 임직원 및 사회공헌담당자, 사회적경제 활동가 및 연구자, 사회적기업, 마을기업, 자활기업, 협동조합, 공무원 등
- 기대효과
 - 기업이 가지는 사회공헌의 개념을 “자선” 에서 “지역공동체로서의 역할” 로 전환
 - 사회공헌 형태를 일회성 차원에서 지역의 역량강화를 위한 장기적, 주기적인 방식으로 전환
 - 사회공헌의 로컬리티 강화, 사회공헌으로 인한 커뮤니티의 강화
 - 기업이 지역의 문제, 이슈, 욕구에 주목하여 사회공헌 계획 수립

시간 계획

시 간		소요 (분)	주제	연사 및 발표자
부	터			
14:00	14:50	5	환영사	충청남도 경제통상실장
14:05	14:35	30	기업의 사회적책임과 사회적기업의 연계방안	김종수 책임연구원 충남사회적경제지원센터
14:35	15:05	30	중간지원조직이 바라는 기업의 사회적책임	김영식 사무국장 서울사회적경제네트워크
15:05	15:20	15	휴식(coffee break)	
토 론 : 충남, 기업의 사회적 책임을 말하다 (좌장 : 최선희 사회경제네트워크 기획이사)				
15:20	15:30	10	대기업의 사회공헌 활동 모형	조미현 SK 행복나눔재단 팀장
15:30	15:40	10	기업과 사회적기업 연계사례	이경수 사회적기업 나눔가게 대표
15:40	15:50	10	충남기업의 사회공헌사례	김규식 주식회사 선양 기획조정실장
15:50	16:00	10	소비자 입장에서 기업의 사회적책임 (윤리적 소비 연계방안)	오귀복 아산생협 전이사장
16:00	16:10	10	기업의 사회적 책임 실현	신태중 좋은기업센터 팀장
16:10	16:20	10	지역사회에서 기업의 사회적 역할	김대환 충청투데이 기자
16:20	17:00	40	질의응답 및 전체토론	
폐 회				

목 차

발 표

- 충남지역 내 기업 사회공헌과 사회적기업의 연계 방안
김종수 책임연구원(충남발전연구원 사회적경제지원센터) 1
- 사회적경제 활성화를 위한 기업의 사회적책임
- 중간지원조직의 경험과 전망 -
김영식 사무국장(서울사회적경제네트워크) 21

토 론

- 대기업의 사회공헌 활동 - SK 행복나눔재단 -
조미현 팀장(SK행복나눔재단) 37
- 기업과 사회적기업의 연계사례
이경수 대표(사회적기업 나눔가게) 45
- 에코힐링 기업 주식회사 선양사례
김규식 기획조정실장(주식회사 선양) 49
- 윤리적 소비운동을 통한 기업의 사회적책임 강화 및 사회적경제활성화
오귀복 활동팀장(아이쿱소비자활동연합회) 70
- 충남 사회공헌 포럼 토론문
신태중 팀장(좋은기업센터) 76
- 지역사회에서 기업의 사회적역할
김대환 차장(충청투데이 경제부) 82

1

충남지역 내 기업 사회공헌과
사회적기업의 연계 방안

김종수

(충남사회적경제지원센터 책임연구원)

충남지역 내 기업사회공헌과 사회적기업의 연계 방안



충남사회적경제지원센터 김종수

● ● ● | 왜 기업의 사회공헌을 이야기 하는가?

- 급변하는 세계 경제의 흐름 속에 기업의 사회공헌 활동의 중요성은 점점 높아지고 있음. 사회공헌 활동은 지속가능발전을 위한 3대 축인 환경, 경제, 사회문제와 연관되어 있음
- 전세계적으로 환경, 인권, 노동 등 각종 규제와 기준이 강화되는 추세임. 시장과 소비자들은 좀 더 도덕적이고 윤리적인 기업을 원하고 있음. 같은 제품과 서비스를 구매하더라도 윤리적인 기업의 제품을 구매하기 원하고, 이에 대한 기대를 충족시키기 위해 국제적인 규정들이 국제기구와 NGO들로부터 나오는 실정임
- 2003년 다보스 세계 경제포럼에서는 기업의 사회적 책임의 정신적 가치인 기업시민정신에 대한 논의가 있었는데, 기업의 핵심적인 비즈니스 활동, 사회적 투자와 사회공헌 프로그램 그리고 공공정책에 대한 참여를 통하여 기업이 사회에 기여하는 것을 기업시민정신이라 정의 하였음(전병길, 고영, 2009; 197).

기업의 사회공헌활동과 사회적기업

- 한편 이러한 흐름의 또 다른 축에서는 기업의 사회적 책임을 전면에 내세우는 '사회적기업(Social Enterprise)'이 등장하고 있음
- 영국 통상산업부(DTI: Department of Trade and Industry)에 따르면 사회적기업은 '사회적 목표를 우선적으로 추구하는 기업으로서, 주주와 소유주를 위한 이윤극대화를 추구하기보다 창출된 수익의 대부분을 주로 사회적 목표달성을 위해 즉, 사업 또는 지역사회에 재투자하는 기업(DTI, 2002)'이라고 정의됨
- 또한 OECD에서는 "사회적기업은 기업적 방식으로 조직되는 일반활동 및 공익활동을 아우르며, 이윤극대화에 두지 않고 특정한 경제 및 사회적 목적, 그리고 재화와 용역의 생산이나 사회적 배제 및 실업 문제에 혁신적인 해결책을 제시하는데 주된 목적이 있다"라고 정의함. 이러한 정의들에서 볼 수 있듯이 사회적기업은 사회적 목적을 가지고 지역사회에 이바지 한다는 점을 기본으로 함(OECD, 1999: 3)
- 위에서 볼 수 있듯이 기업의 사회적 책임활동과 사회적기업의 활동은 일면 유사한 측면이 있음. 이는 기업이 사회적 책임활동을 직접적으로 수행하는 대신에 사회적기업을 수단으로서 활용할 수 있는 가능성이 있음을 뜻함

기업의 사회공헌활동의 부각

- 20세기 중반 이후에 등장한 기업의 사회적 책임(corporate social responsibility) 개념은 기업이 사회를 구성하는 하부기관으로서 비경제적 목적을 수행해야 함을 나타냄.
 - 보웬(1953)은 "기업의 사회적 책임이란 기업가에게 주어진 사회 전체의 목적이나 가치에 알맞게 자신들의 정책을 추구하고 의사결정을 하여 바람직한 방향으로 행동에 옮기는 의무"라고 하였고 맥과이어(Mcguire, 1963)는 사회적 책임을 "기업의 사회에 대한 경제적, 법적 의무뿐만 아니라 이러한 의무를 넘어서 전체 사회에 대한 책임까지를 의미한다"고 밝히고 있음.
 - 그리고 세티(Sethi, 1975)는 "기업은 법률적, 경제적 의무를 넘어서 사회적 규범이나 가치, 그리고 사회적 기대와 조화를 이룰 수 있는 기업행위를 해야 한다"고 강조함(한도현 외, 2005; 30).
- 기업의 사회공헌 활동은 기업의 사회적 책임보다 적극적인 의미를 가짐. 이는 기업경영과 직결되지 않은 사회적 문제에 관심을 갖고 이를 해결하기 위해 기업의 자원을 투입하는 것으로 기업의 사회적 책임보다 더 자발적인 정신과 활동을 의미함(한도현 외, 2005; 36).

기업의 사회공헌활동의 부각

기업 사회공헌활동의 변화

자선적 접근

- 주변인에 대한 관용, 동정심과 같은 개인적 차원의 관심과 자비심에 근거
- 동정심에 기반하여 소외계층에 대한 지원이나 긴급구호 등
- “선한 일”에 초점, 고통경감이 주된 목적
- 소수의 기업, 부유층 자선사업가에 크게 의존

과학적, 체계적 접근

- 사회문제 해결 및 공익증진을 위한 다양한 주체들의 자발적인 행동과 지지, 기부, 그리고 이를 자원으로 한 조직화된 활동 및 네트워크 자체를 함의
- 체계적이고 장기적인 사회문제 해결에 초점
- 국가의 기능을 보완하는 것에서 벗어나, 소외계층의 기본적인 복지 충족 기능 외에도 국가의 관심으로부터 배제되어 있는 교육, 문화, 예술, 역사, 환경 등의 분야의 욕구 발굴 및 충족

전략적 접근

- 90년대 경제성장과 더불어 더욱 활성화/전략화
- 소외계층이 안고 있는 사회문제의 근원에 직접 접근, 기부자의 고도의 전략과 참여, 새로운 가치에 기반한 활동: 전략적 집중, 장기적 사회투자, 결과/효과 중심 프로그램 계획, 혁신성, 효율성에 기반한 조직 운영, 파트너십 구축
- Venture Philanthropy
 - High Engagement Philanthropy
 - High Impact Philanthropy

기업의 사회공헌활동의 부각

▪ 그렇다면 왜 기업의 사회공헌 활동이 중요시 되는가? 이는 신뢰의 관점에서 접근할 수 있음. 고객의 입장에서 어떤 기업을 신뢰할 것인가를 결정하기 어려우며, 특히 기업이 내세우는 윤리에 대해 소비자들은 점점 냉소적으로 되어가고 있음. 기업들은 돈세탁 등으로 비난받을 수 있고, 긍정적인 정책 몇 가지를 걸치레로 내세워 대중의 비난을 피해보려 한다는 면책을 피하기 어려움. 그러나 최근 공정거래운동이나 유기농제품운동에서 알 수 있듯이 소비자는 분명 사회적 목표를 가치있게 여기는 것도 사실임

▪ 단순히 봐서 사회공헌 활동은 기업의 수익을 극대화하기 위한 일종의 경영 전략으로 이해될 수도 있음. 그러나 보다 큰 체제의 관점에서 보면 이러한 전략적 사회공헌은 ‘공공성’의 측면에서 접근할 수 있음. 공공성은 기업 존재자체의 ‘정당성’을 부여할 수 있음. 이는 다시 말해 기업이 경제영역에서 단순히 일자리 창출의 기능 뿐 아니라 시장과 사회와의 교집합 부분에서 특히 지역사회나 지역 내 커뮤니티에서 일정 정도 역할을 할 수 있고 이로써 다시 신뢰를 얻을 수 있다는 것임

기업의 사회공헌활동의 부각

- 신뢰와 같은 추상적인 요인 외에도 실질적인 혜택이 있을 수 있음. 전경련의 2003년도 조사에 따르면 윤리경영은 기업의 위기관리에 우월하다는 연구결과가 발표되었음
 - 윤리헌장 제정 및 전담부서를 설치해 윤리경영을 적극적으로 실천하는 기업의 시장 내성(耐性)은 여타의 기업에 비해 훨씬 강하게 나타났다음
 - 추가수익률 면에서 시장 상승기에는 여타의 기업에 비해 2배에서 3배를 초과하는 높은 수익률을 올린 반면, 하락기에는 그 하락률이 여타기업의 절반 정도의 수준으로 조사됨(전경련 1% 클럽 뉴스레터, 2003).
- 이러한 점들을 미루어볼 때 기업은 사회공헌활동을 보다 적극적인 전략을 가지고 계획할 필요가 있음. 그러한 방법으로 사회적기업을 활용할 수도 있을 것임. 왜냐하면 사회적기업은 그 지속적인 활동을 통해 지역사회에 이바지할 수 있고 이는 기업의 이미지 재고에도 큰 도움이 되기 때문임

기업의 사회적책임(CSR)의 의의

- 캐롤(Carrol, 1979)에 의하면 **경제적 이윤창출, 법률 준수, 윤리적 책임, 자선적 책임 등의 네 가지 형태의 사회적 책임**을 가지고 있으며, 먼저 '경제적 책임'은 기업의 사회적 책임 중 제 1의 책임이며, 기업은 사회의 기본적인 경제단위로서 재화와 서비스를 생산할 책임을 지고 있다는 것을 의미함. 둘째, '법적 책임'이란 사회는 기업이 법적 요구사항의 구조 내에서 경제적 임무를 수행할 것을 요구함. 셋째, '윤리적 책임'이란 법으로 규정화하지는 못하지만 기업에게 사회의 일원으로서 기대하는 행동과 활동들을 의미함. 마지막으로 '자선적 책임'이란 기업에 대해서 명백한 메시지를 갖고 있지 않지만 기업의 개별적 판단이나 선택에 맡겨져 있는 책임으로서 사회적 기부행위, 약물남용방지프로 그램, 보육시설 운영 등 자발적 영역에 속하는 것임.
- 통상적인 CSR의 개념은 경제적 책임(이윤추구)을 제외한 법·윤리·자선적 책임을 CSR의 3대 분야로 지칭하는 것이 일반적이며, 경제적 책임은 기업경영 본연에 해당하는 항목으로서 당연히 포함되며, 법적·윤리적·자선적 책임이 추가되는 추세임(조희재, 2007). CSR의 3대 분야별 개념을 살펴보면 다음과 같이 정리할 수 있음.

CSR의 3대 분야별 개념

구분	협의	광의
환경 경영	- 정부에서 제정한 환경 공해 방지 및 작업장 환경, 제품안전 등과 관련된 법과 규제의 준수 여부	- 법적 책임을 넘어 윤리적 책임으로까지 확대 - 환경에 대해 오염방지 차원을 넘어 '지속가능한 발전' 개념으로 확대
정도 경영	- 주주권한, 노사관계, 윤리규정각종 법령에 대한 준수 여부	- 기업정보의 공개를 의미하는 투명경영과 기업의 사회적 책임까지 확대된 윤리경영개념으로 확장 - 직원의 윤리적 의사결정을 위한 준거기능으로 활용
사회 공헌	- 자원봉사활동, 지역사회활동 긴급구호활동, 기부금 기탁 등을 통해 사회에 기여하는 공익 활동	- 전략적 사회공헌활동으로 확대 -인여상품, 유통채널, 기술노하우와 같은 비금전적 기업자산의 기증 및 공유 등

자료 : 조희재(2007), p4.

사회적기업과 사회적경제

- 사회적 경제, 공동체자본주의, 창조적 자본주의와 같은 개념이 나타나기 시작함. 이전부터 자본주의는 이러한 의미를 가지고 있었음
- 경제학의 아버지라고 불리는 아담스미스는 자신의 「도덕감정론」(The Theory of Moral Sentiments[1759])에서 **아무리 이기적인 사람이라도 자신만을 생각하지 않고 남을 생각하고 자신의 행동의 동기에 대하여 다른 사람이 공감하는지 여부를 중시한다고 보았음.** 그가 주창한 '보이지 않는 손(invisible hand)'도 공동체의 질서를 유지하기 위한 공정성이나 정의에 대한 개념을 전제하고 있음

사회적기업의 등장



- 사회적기업이 자본주의 문제 해결책의 하나로 등장
- 실제로 전 세계적으로 매우 다양한 사회적기업이 생겨나고 있음. 노벨평화상 수상자인 유누스가 방글라데시의 빈곤문제를 해결하고자 시작한 그라민 은행, 농부들에게 좀 더 나은 농사방식을 알려주는 회사, 범죄자들을 갱생시키는 커뮤니티 기업 등 그 종류는 아주 다양함
- 영국 통상산업부(DTI) 사회적기업과(social enterprise unit)에 따르면 “사회적 목적을 우선으로 하는 사업체로서 기업의 잉여금은 주주와 소유자의 이윤을 극대화하기 위하여 운용되기보다는 그 사업체, 또는 지역사회를 위해 재투자되는 기업이다”라고 정의(DTI, 2002).

사회적기업의 기준

사회적기업의 아홉 가지 기준 (By Borzaga)

경제적 기준

1. 해당 조직에서 유급 일자리를 제공하는가?
2. 상당 수준의 경제적 리스크를 부담하는가?
3. 정부로부터 독립되어 자치권을 갖는가?
4. 재화 및 용역을 거래하는가?

사회적 기준

5. 시민들이 조직을 설립했는가?
6. 의사결정이 외부 이해 관계자의 소유권에 기반하지 않는가?
7. 일터에서 참여주의가 실시되는가?
8. 조직 밖으로 이익분배가 거의 또는 전혀 이루어지지 않는가?
9. 명시적으로 공동체 또는 사회적 편익을 갖고 있는가?

사회적기업가 정신

◆ 사회적기업가 정신 (Social Entrepreneurship)의 정의

Social entrepreneurship is innovative, social value creating activity that can occur within or across the nonprofit, business, or government sector (Austin, Stevenson & Wei—Skillern, 2006)

◆ 상업적 기업가정신 VS. 사회적기업가 정신 (Austin et al., 2006 등)

	상업적 기업가 정신 (Commercial Entrepreneurship)	사회적 기업가정신 (Social Entrepreneurship)
적용대상	영리기업	사회적기업
공통점	<ul style="list-style-type: none"> 기업가적 과정에 의해 운영 (기회 포착/추구, 자원 조달/활용) 기업가의 역할이 매우 중요. (Key Roles of Entrepreneurs) 	
차이점 (보상가치가 다르다)	<ul style="list-style-type: none"> 경제적 가치 창출에 초점을 두고, 개인의 부를 축적하려는 경제적 동기에 의해 작동하며, 기회 실현을 위해 외부자원 유치 주주(Stockholders) 및 고객 중시 경쟁적 환경, 수익성/신속성 중시 기업가/팀에 대한 무제한 보상 가능 	<ul style="list-style-type: none"> 사회적 가치 창출에 초점을 두고, 사회적 문제 해결방식의 효율성/효과성을 추구하고 경제적 생존을 달성하는 데 기업가 정신 활용 이해관계자(Stakeholders) 중시 협력적 환경, 공익성 / 공정성 중시 인적, 물적 자원활용에 한계 (규범 등)

출처: 기업가 정신과 사회적기업, 배종태, KAIST 경영대학

왜 사회적기업가 정신인가?

○ Schumpeter (1934): 기업가들은 생산과정에서 <새로운 조합>을 이끌어내고 실천하는 사람들이다:

- 새로운 생산물 또는 새로운 질의 생산물 (ex: 저숙련 노동자들의 직업활동을 통한 사회통합)
- 조직과 생산의 새로운 방법 (ex: 공동육아어린이집)
- 생산의 새로운 요소들 (ex: 자원활동의 변화 및 자원활동과 임금 노동의 관계의 변화)
- 시장과의 새로운 관계 (ex: 공공기관의 « 외주화 » 정책)
- 새로운 형태의 기업 (ex: 이탈리아, 프랑스, 영국, 벨기에, 포르투갈에서 독창적 법적 틀,...)

왜 사회적기업인가?

- "그들은 실수를 두려워하지 않으며, 특별히 사람들이 흔히 불필요하게 생각하는 공간과 물건, 효율성에 가려진 각 사람의 숨겨진 자원을 지역사회와 사회적 통합을 위한 새로운 자원으로 재창조하는 사람들이다.... 그는 사업가적 정신과 사회적 관심을 균형있게 통합하며, 과제를 가로막고 있는 장애와 한계를 비전에 대한 굳은 믿음과 창의적이며 강한 의지로 극복하여 나가며 다른 사람을 돕고 설득하여 그것을 현실화하는 사람이다..... 그들은 매우 높은 협동적 활동과 그들 지역사회에 대해 지대한 관심을 가지고 있는 사람들이다.... 그들은 남들이 보잘것 없게 보는 것들을 향해 근본적인 질문을 던지고, 그것들이 어떻게 새롭게 가치있게 창조될 수 있는가에 관심을 가진다"

- 런던 사회적기업가 학교의 사회적기업가에 대한 정의 -

기업의 사회적책임(CSR)과 사회적기업

- 사회적 기업과 기업의 사회적 책임(CSR)은 유사성도 있고 차이점도 있음. CSR은 보다 광범위한 사안으로, 이에 참여하는 기업은 사회, 환경 및 지역경제에 미치는 기업의 효과를 확대하고, 사회적 결속력, 인권, 공정거래 등 사회 전반에 대한 기업의 영향력을 확대하는 방법을 모색함. CSR은 대규모 다국적 기업과 소규모 지역단위 기업 모두의 공동 관심사가 될 수 있음
- 사회적 기업의 경우 "사회, 환경 및 지역경제에 미치는 기업의 효과를 확대하는 것"은 그렇게 할 수 있다면 좋기야 하겠지만 이는 기업의 목표는 될 수 없음. 오히려 사회적기업의 존재 이유는 사회적 영향력을 확대하는 것임. 개별 사회적 기업은 사회적 목표 달성을 위해 사업을 시작하며, 이 과정에서 사업 추진 동기는 일반 기업과 차이가 날 수 밖에 없음

사회적기업에 대한 기업체 지원현황

지원 방식	기업명	지원내용
직접지원 (설립 및 재정지원)	교보생명 보험	•교보다솜이 재단 설립으로 간병인을 파견하고, 교보생명이 추가임금, 운영비, 교육비 등의 재 정 지원은 물론 경영자문 등 전반적인 후원
	포스코	•2006년 포스워드 설립을 시작으로 자회사형 장애인 일자리 창출 제공, 인천 송도에스이, 포 항 포스코에코하우스, 담양 포스플레이트 등의 공장을 설립 •직원의 50%가 기초생활수급자 및 장애인 등으로 구성 •일자리 창출이 중요 목표이며, 사회적 기업이 자립할 수 있도록 지속적인 기술, 경영, 재정지원
	SK	•2005년부터 행복한 학교 등 다양한 형태의 사회적 기업 설립 및 육성 시작 •행복나눔재단의 사회적기업사업단을 설립하였고, 2010년까지 행복을 나누는 도시락과 행복한 학교 등 10곳의 사회적 기업을 설립 운영하여 1,419개의 일자리 제공 •2013년까지 사회적 기업 30개를 설립하고 4,000개의 일자리를 만들 계획 •고용노동부가 추진하는 사회적 기업 지원 펀드에 5억 원을 투자
	현대자동차	•고용창출, 사업연계, 지역맞춤 인프라 구축 등 4가지 영역에서 사회적 기업 지원활동 •2006년부터 사회적 일자리 창출 사업인 (사)안심생활을 지원 •자립형 사회적 기업인 (주)이지무브 설립을 지원 •2012년까지 사회적 기업 신규 발굴 및 설립을 지원하여 사회 취약계층을 위한 일자리 1,000개 육성
	삼성	•2012년까지 사회적 기업 7곳을 만들 계획, 특히 다문화 가족 지원과 공부방 지원, 장애인 고용 등 3개 분야에 집중 •200억 원의 투자를 통해 400개의 일자리 창출
	MBC	•언론사 최초 사회적기업 MBC 나눔 창립

사회적기업에 대한 기업체 지원현황

지원 방식	기업명	지원내용
직접지원 (설립 및 재정지원)	LH (한국도지 주택공사)	•함께 일하는 재단과 함께 마을형 사회적기업 8곳을 설립 지원 •공공임대(국민임대)단지를 중심으로 마을공동체가 중심, 지역에 특화된 사업을 전개해 입주민에 게 일자리와 사회서비스를 제공 •영구 임대단지 내에 사회적기업 입주를 위한 공간 마련
	한국 마사회	•마문을 이용한 사회적 기업 설립 추진 가칭 「KRA 그린팜」 •자회사 형태의 주식회사로 약50억원을 출자할 계획 •설립방법은 지원기관을 선정하여 마사회와 지원기관이 합동으로 사업단을 구성할 계획 •사업부지는 유치 희망 지자체를 대상으로 협의 또는 공모사업 분야를 선정할 계획
	하이원 리조트	•직접 창업하거나 시·군 지역별 맞춤형 지원 사회적기업이 15개소 •재활용쓰레기 처리기업인 (유)정선재활용센터는 차상위계층 5명과 장애인 2명 등 13명이 근무 •하이원베이커리는 도박중독자의 재활치료와 사회복귀를 돕고, 폐광지역 소외계층 일자리 창출을 위해 설립 추진 •신재생에너지 우드캘릿사업단은 친환경 에너지원 개발과 저소득층 일자리 창출을 하며 소외계 층에 대한 에너지 지원을 목적으로 함께일하는재단과 공동으로 추진 중
	법무부	•출소자 및 출소 예정자를 위한 사회적기업 설립과 육성방안을 마련하기 위해 태스크포스 구성 •SK그룹과 출소자의 자립과 사회복귀를 돕는 행복한 뉴라이프재단 설립 •커피전문점과 세탁공장 운영으로 매년 30명 내외의 출소자를 고용해 2015년까지 143명의 일자 리 창출 •성남시와 사회적기업 설립 협약, 성남농수산물종합유통센터에 스텝세차 1호점 개점, 취약계층 3 명을 고용 수익금은 갯생보호 발전 기금 및 공익 목적에 사용 •범죄피해자를 위한 사회적기업 스마일 화원을 개원, 살인 피해자 유족 1명과 총4명의 직원으로 운영되며, 운영 수익금 전액은 범죄피해자 보호와 지원사업에 사용

사회적기업에 대한 기업체 지원현황

지원 방식	기업명	지원내용
간접지원 (재정지원 및 경영지 원)	엘지전자	•예비 사회적 기업별 최대 3억원 재정지원, 3년간 매해 공모를 통해 80억원을 녹색성장 분야의 예비 사회적 기업에 지원 예정
	GS샵	•사회적기업 자립을 위해 1억원 기부 •사회적기업 생산품 판매
	티켓몬스터	•사회적기업 수수료 없이 소셜커머스를 통해 지속적인 판매 및 홍보 진행
	현대홈쇼핑	•사회적기업 유통지원 협약
	G마켓	•사회적기업 제품 홍보 및 판매 사이트 별도 구축
	한국공인 노무사회	•사회적기업 인사·노무분야 무료상담
	미래에셋 벤처투자	•사회적기업에 투자하는 42억원 규모의 미래에셋사회적기업투자조합을 결성
	NHN펠로우	•씨즈와 MOU체결 사회적기업에 투자와 경영자문 지원
	농어촌공사	•아름다운가게, 1사1 사회적기업 협약
	인천공항공사	•다문화 합창단 사회적기업 육성 협약 체결

기업의 사회적책임(CSR)과 사회적기업

- 위의 <표>의 민간 기업 및 공공기관의 사회적기업 지원 사례를 살펴 보면 크게 직접지원 방식과 간접지원 방식으로 구분할 수 있음
- 직접지원의 경우 선발주자로서 삼성, 엘지, 포스코 등 대기업을 중심으로 사회적기업을 직접 설립하고 재정지원을 하는 경우와, 교보생명, LH공사, 한국마사회, MBC 등 중간조직을 통한 지원방식을 취하고 있음
- 반면 간접지원의 경우 엘지전자, GS샵, 티켓몬스터 등 자사의 특성을 활용한 재정지원과 경영지원을 통해 사회적기업을 지원하고 있는 것으로 나타남
- 직접지원방식(초기설립, 인건비, 운영비 지원 등)은 사회적기업의 안정적 운영을 도모할 수 있고, 사회적기업의 활성화에 도움이 될 수 있음. 하지만 모기업에 종속되어 자율성을 해치거나 매너리즘에 빠질 우려가 있음
- 간접지원방식은 프로젝트 형태나 계약방식인 경우 사회적기업의 자율성과 책무성을 높일 수 있고, 사회적기업 선도적으로 시장을 형성하는 것을 기대할 수 있음

충남기업의 사회공헌활동 현황

■ 조사개요

- 대상: 충남에 있는 종업원 200인 이상 기업 133업체 조사
- 방법: 전화인터뷰 및 홈페이지 조사
- 내용: 현재 진행되는 사회공헌활동, 담당부서 존재유무 등
- 현황: 충남에 있는 기업들은 주로 본사가 서울에 있고 공장만 충남에 있는 경우가 많음. 그래서 조사 시에 본사에 문의하라는 경우가 많았음. 하지만 공장 자체에서 의미 있는 사회공헌을 기획하고 있는 경우도 존재함

■ 조사결과

- 40여 곳이 사회공헌활동을 진행하고 있음
- 기업의 사회공헌활동이 전략적으로 움직이기 보다는 복지관 등을 통한 단순 기부에 치우쳐 있는 것을 알 수 있음
- 회사 규모나 매출액이 클수록 국내외를 포함한 다양한 활동 진행
- 지역사회와의 연계노력들이 존재
- 사회적경제 영역과의 연계는 아직까지 거의 존재하지 않음

충남기업의 사회공헌활동 현황

시군	기업체명	사회공헌활동
천안	삼육식품	사랑의 도시락사업(독거노인)
	에스케이씨 하스디스플레이 필름(유)	독립운동 뿌리지킴이 운동 등 지역 및 복지시설 후원
	한국피앤지(주)	성거음 다문화가정 지원
	주)아모텍	기부사업(실로암, 임마뉴엘 교아원, 두리아나, 들꽃청소년세상)
	연합정밀(주)	지역초등학교 야구부후원, 사랑의열매
	티젠크루프엘리베이터코리아(주)	아프리카 학교짓기 봉사활동(한시적)
	천안공장	대한적십자분우이웃돕기기금(매칭그랜트)
	(주)오스템	분우이웃돕기기부(매칭그랜트) 직원동호회-장애우운동회
우영산업(주)	직원동호회-복지원 등 봉사활동	

충남기업의 사회공헌활동 현황

시군	기업체명	사회공헌활동
공주	솔브레인(주)제1공장	공주지역 연말사랑의 모금, 자매 결연 학생후원, 학교 봉사활동
보령	코리아윌(주)	장애인 행사 후원 (매년)
	한국후포꾸(주)	연말 관공서에 불우이웃돕기 성금
	한국지엠주식회사	보령시 체육활동 지원, 김장 담그기, 연탄배달, 복지시설 차량지원(본사)
논산	빙그레(주)논산공장	1사1촌 하천정화, 보육원 봉사활동, 독거노인 집방문 청소 및 수리, 가야곳 면사무소와 결연 이외는 그때마다 단체들에서 요청이 들어오면 판단해서 제품을 지원하거나 연말에는 바자회, 김장 담그기 행사를 통해 독거노인지원
	한국신약(주)	회사내 모임에서 양촌면에 봉사 및 논산시 불우이웃 성금 등

충남기업의 사회공헌활동 현황

시군	기업체명	사회공헌활동
아산	현담산업(주)2공장	직원동호회-복지관 봉사활동
	(주)화승인더스트리	자매결연 프로그램, 관내노인 후원(매년), 직원봉사활동 (한시적)
	글로벌스(주)	아산노인복지센터 봉사활동(독거노인목욕, 환경미화)
	아딕센진공코리아(유)	충남 복지관 후원금(매달)
	(주)이녹스	장애아동 재활 치료비 지원
	태산엘시디(주)	복지관 봉사활동(한시적)
	에버테크노(주)	지역아동센터 2곳 매달 10만원씩 기부
	(주)정관디스플레이	지역민 야유회 및 체육대회 행사지원, 독거노인행사차량지원
	현대자동차(주)아산공장	봉사활동 및 기금전달 등 2005년 이후 꾸준히 진행 중이며, 사회공헌예산도 증가추세임
	현대엠시트(주)	봉사활동 등 각종 활동 진행 중

충남기업의 사회공헌활동 현황

시군	기업체명	사회공헌활동
서산	삼성토탈(주)	복지시설, 독거노인, 저소득가정 매월 후원. 경로당 방문, 일손 돕기, 연탄배달 등. 서산시자원봉사센터 연계 이동세탁차량 지원 중임(1억 6천), 저소득가정아이들 멘티 희망나누기 3년차, 장애인 편의시설 주거환경개선 계획 중, 지역사회 환경개선 활동 계획 해외사업 방글라데시 학교 건축 및 식수지원, 유니세프 식수위생 프로젝트, 서산다문화가족지원센터를 통해서 공부방 리모델링
	엘지화학(주)대산공장	단위 공장별 봉사대, 매년 컨셉이 다름. 작년엔 지역주민을 위해 도서관 리모델링, 지역행사협찬 등 활동, 독거노인과 다문화가정도 지원
	호남석유화학(주)	방문봉사활동, 농번기 대민지원, 시설방문 봉사활동, 지역발전기금 출연, 복지시설 물품후원(8군데), 겨울독거노인, 불우소년 난방비지원, 생필품지원, 반찬지원, 집짓기, 집수리 등

충남기업의 사회공헌활동 현황

시군	기업체명	사회공헌활동
서산	(주)케이씨씨대죽2공장	서산 관내마을 1곳 1사1촌 자매결연(장기결연), 마을축제지원, 농산물구입, 구내식당에서 사용, 서산시내 쌀구입 구내식당에서 구입. 인근마을 또는 1사1촌 마을 동절기 마을회관 유류지원. 충남사회복지공동모금회 통해 연 1회 주기적으로 캠페인 진행 시 행사 참여. 내부적으로 인근마을 월 100~150만원 예산에 따라 후원 진행
	(주)현대파텍스	복지관, 독거노인 방문봉사활동 분기별로. 복지관은 올해 분기 2회, 독거노인은 분기 4회, 기부금
	다이모스(주)	연말, 명절 물품조달 및 지역행사 지원, 봉사단을 통한 청소 등 지원

충남기업의 사회공헌활동 현황

시군	기업체명	사회공헌활동
당진	동부제철(주)	장학사업, 서천농촌 집짓기, 1사1하천 운동협약, 독거노인 주거환경정화 등
	현대로템(주)	지역아동센터 등 지원(연말, 설, 구정) 기금을 따로 때어 놓고 있음 동호회봉사활동(아동센터, 장애인센터)
	현대하이스코(주)	시청 소개로 자매결연 등
	대한전선(주)	당진 쪽 초등학교 주니어 정기교실- 과학교재 등을 활용하여 직접 학생들이 만들어 볼 수 있도록 지원, 농촌 일손돕기, 장마철 차상위층 등 대상으로 전기안전점검 등. 당진시 사회적기업 파지 파쇄업체와 연계 고민 중
	인지에이엠티(주)	동호회 등에서 기부는 진행하고 있음

충남기업의 사회공헌활동 현황

시군	기업체명	사회공헌활동
금산	한국타이어(주)금산공장	1사1촌 운동, 농촌응원, 농산물 판매(3농혁신)
부여	(주)한국인삼공사 고려인삼창	지역 내 4곳(장애인복지관, 보육원) 자원봉사 및 기부, 전직원들 급여 공제 불우청소년 5만원씩 지원
	한국조폐공사 부여조폐창	다문화가정 견학, 다문화가정 결혼식 지원
	대림씨엔에스	지역 내 자원봉사
서천	(주)퍼시픽글라스	모자원, 복지관 물품 후원 및 지역축제 물품후원, 성금전달

그렇다면 무엇을 할 것인가?

- 먼저 기업이 가진 다양한 자원을 공유하는 것이 필요함. 예를 들면 최근 대형마트에서 shop in shop의 형태로 사회적기업에게 공간을 제공하는 활동을 진행하고 있음. 이는 판로가 막막한 사회적기업에게는 매우 좋은 기회를 제공하는 것임

경향신문

2012년 08월 20일 월요일 014면 사회

성북구 대형마트 입점 사회적기업 '짹짹한 성과'

대기업과 지역기업 상생 모델

전국 최초로 서울 성북구의 한 대형마트 안에 설치된 사회적기업 생산품 판매관이 인정적 매출을 기록하며 순항하고 있다.

성북구와 대기업인 신세계 이마트. 사회적기업이 상생을 통해 지역 경제 활성화에 나선 것으로 성공적 협력 사례로 꼽힌다.

지난 17일 이마트 하월곡점의 지하 1층으로 내려가자 엘리베이터 바로 앞에 '소셜 카페'라고 적힌 성북구 사회적기업 제품 판매관이 눈에 들어왔다. 여느 카페와 달리 65세 이상 돼보이는 노인 2명이 미소 띤 얼굴로 고객



서울 성북구 이마트 하월곡점의 지하 1층에 위치한 '성북구 사회적기업 제품판매관'에서 소비자들이 사회적기업이 생산한 음료를 마시며 이야기를 나누고 있다. 성북구 제공

그렇다면 무엇을 할 것인가?

- 기업이 가진 시장과 노하우를 공유하는 것이 필요함. 이는 단순한 컨설팅, 기술 공유부터 시작할 수 있겠으나 좀 더 장기적인 안목을 가지고 접근하는 것이 필요함. 예를 들어 사회적기업이 시장에서 살아남을 수 있는 기반(공장, 냉동창고 등 지원)을 제공하는 것 필요
 - 실제 삼성에서는 장애인 전용공장 '무궁화 전자'를 설립하고 지원한 적이 있음
 - SK에서도 행복도시락 사업을 위해 공장을 지어준 바 있음

그렇다면 무엇을 할 것인가?

- 지역특성에 맞는 사업을 찾아내고 이를 적극적으로 지원해야 함
- 이를 위해서는 지역의 상황을 전략적으로 판단하고 이에 맞는 사회적 기업 설립 지원에 나서야 함
- 예를 들어 강원도 정선의 하이원리조트에서는 아래와 같은 다양한 사업을 하고 있음



그렇다면 무엇을 할 것인가?

하이원리조트 강원지역 사회적기업 지원 현황

구분	단체명	사업내용
순천	봄내살림	로컬푸드 유통 활성화와 촉진사업
원주	(사)안지개발원	안지문양 기계와 사업
강릉	(유)사랑의 도시락	공공급식을 위한 수산물 가공사업
원주	신원경행복안시루봉	신원경 전통식품 생산(장애인)
원주	다자연	재활용품 거점 집아장 및 수거사업
삼척	삼척지역자활센터	농산물 직매장 및 반찬가게 설비

자료 : 사회공헌위원회(2010), 사회적 기업 지원 사업 추진연왕 내부보고서

그렇다면 무엇을 할 것인가?

- 사회적기업가의 재교육과 연수프로그램을 지원할 필요가 있음. 더불어 지역 내 후속세대 양성에 힘써야 함
- 사단법인 씨즈에서는 '청년, 세계에서 길을 찾다'라는 주제로 청년 사회적기업 혁신모델 탐방단을 운영하고 있음.
- 충남에서도 지역 내 청년들에게 이러한 기회를 제공할 수 있는 프로그램을 기획해볼 수 있을 것임. 이때 가장 필요한 것은 지역 내 사회적기업가 후속세대를 키워내겠다는 기업들의 의지임
- 실제 씨즈의 프로그램도 생명보험사회공헌위원회의 적극적인 지원으로 이루어지고 있는 것임
- 이러한 프로그램에 참여한 청년 팀들이 서로 네트워크를 맺고 연대하여 지역을 변화시킬 수 있는 아이디어를 쏟아내었다면 지역 내 사회적경제 생태계를 만드는데 큰 역할을 기대할 수 있을 것임

그렇다면 무엇을 할 것인가?



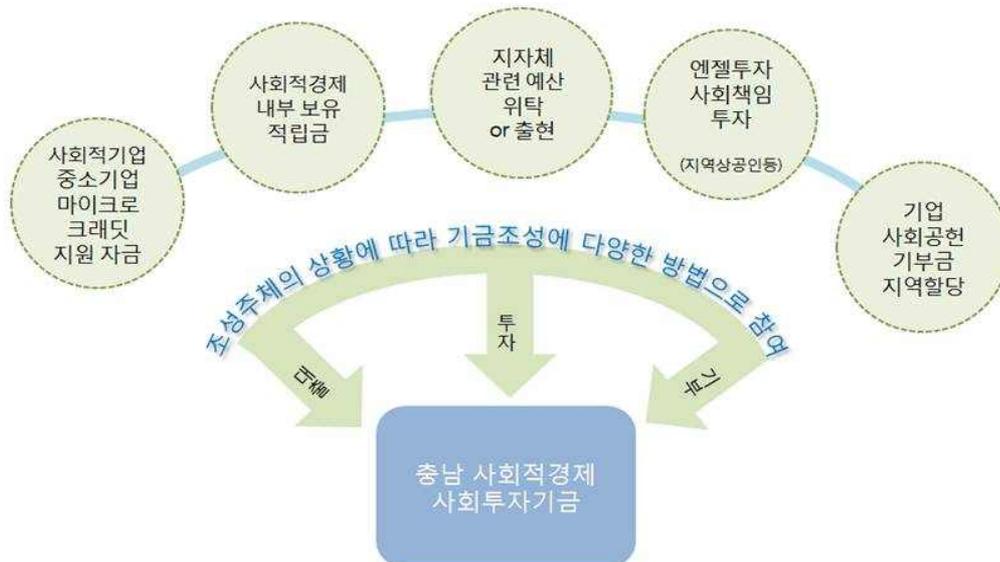
자료 : '2012 시커스' 지역별 대표 간담회 (한겨레신문 2012년 9월) 인용

그렇다면 무엇을 할 것인가?

- 현재 국내의 사회적 자본시장은 파일럿 기금 정도가 출현하여 운용되는 초기 진입기로서, 사회적경제 조직들의 창업과 성장, 확산 단계에 필요한 사회투자 기금 운용이나 전문 금융기관의 출현이 미진한 상황임
- 이에 사회적기업, 마을기업, 협동조합, 자활공동체 등 사회적경제 조직들에 대하여 사회적 투자 원리를 적용하며 자본조달을 돕는 지역기금 조성이 필요한 상황임
- 이렇게 지역의 문제를 함께 찾아내고 이를 해결하기 위한 '지역기금' 조성을 도와야 함. 지역기금의 조성은 사회적기업의 영속적인 활동에 큰 근거가 될 수 있을 것임

그렇다면 무엇을 할 것인가?

사회적경제 사회투자기금 조성방안



이은애(2012) '충남사회적경제육성지원 조례와 사회적경제투자기금', 충남사회적경제한마당 발표자료 인용

2

사회적경제 활성화를 위한
기업의 사회적책임
- 중간지원조직의 경험과 전망 -

김영식

(서울사회적경제네트워크 사무국장)

사회적 경제 활성화를 위한 기업의 사회적 책임 - 중간지원조직의 경험과 전망

충남 사회공헌 포럼
2013.5.2

서울 사회적 경제 네트워크
김영식

2

서울 사회적 경제 네트워크 소개

사
담
법
인 서울사회적경제네트워크
SEOUL SOCIAL ECONOMY NETWORK

- 사회적 경제 분야에서 민간이 공동으로 협력적 네트워크를 구성하여 공동의 의제를 만들고, 공동의 실천을 하기 위해 설립된 네트워크 조직
- 사회적 경제 생태계 조성을 위한 다양한 사업 수행
- 서울뿐만 아니라 전국 차원의 협력과 공동사업을 지원

기업사회공헌과 사회적 기업 육성 - 씨즈의 경험

4

씨즈 (seed:s) 소개



- 씨즈(seed:s)는
 - 청년 사회적기업가를 키우며
 - 사회적기업의 혁신모델을 만들고
 - 미래를 연구하는 비영리 사단법인입니다.
- 씨즈는 한국과 세계사회를 함께 고민합니다.

씨즈가 하는 일

사단법인 씨즈는 혁신성과 연대,
시민기반 조성을 핵심 가치로 하는
현장밀착형 파트너 조직입니다.

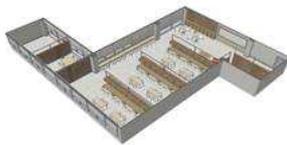
2011-12년도 주요 추진 사업 및 성과

현대자동차그룹 - 사회적기업 육성사업 공식 파트너
교보생명, 생명보험사회공헌위원회- 청년 국내외 일자리 모델 탐방 사업 추진
고용노동부 - '청년 등 사회적기업가 육성사업(창업 인큐베이팅센터)' 위탁 운영
NHN 펠로우 - '사회적기업 투자 기금' 운용
SK - 세상 사회적기업 스쿨[서울, 경기권역] 운영
포스코 - 사회적기업 사회서비스 시장조성 지원 사업
인천공항공사 - 사회적기업 육성사업 추진
서울문화재단 - 서울문화기업창업팩토리 운영
현대자동차그룹, 현대차 정몽구 재단 - H-온드림 2012 운영

현대자동차그룹과 함께하는 서초창의허브



서초구 반포동
심산문화센터 내 위치



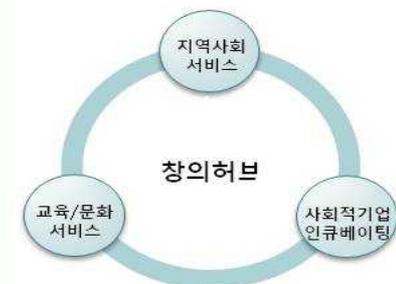
사무 및 회의공간, 준비실,
다목적 프로그램실 등으로 구성

→ 다양한 창의 문화 교육의 기회를 제공하고 누구라도 쉽게 배우고
나눔의 기쁨을 누릴 수 있도록 만든 서초구 소재 융복합센터

사단법인 씨즈가 현대자동차그룹, 서초구청과 청년 등
사회적기업 창업 보육과 지역사회 기반 사회문화서비스
제공을 위해 설립

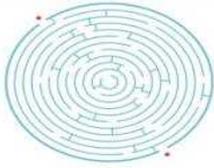
- 청년 사회적기업가 양성을 통해 청년
실업 문제에 대응하고, 차별화된 사회
서비스 제공자로서의 역할과 수준을
제고
- 고품질의 교육 문화서비스 프로그램을
통하여 지역주민의 재능 기부, 윤리적
소비 등의 지역개발 참여 및 사회통합
활성화를 촉진

• 사업



‘The Seekers’ 청년 세계에서 길을 찾다’ - 생명보험사회공헌위원회(교보,한화)

청년, 세계에서
길을 찾다



→ 글로벌 리더 양성 및 청년 해외일자리 모델 개발을 위한 탐방 지원사업

“청년글로벌워크 탐방”은 세계의 사회혁신 사례를 찾아보고 새로운 모델을 만들어, 청년의 삶과 사회에 변화를 가져오기 위한 활동으로 사회혁신 아이디어의 완성도를 높이기 위해 생명보험사회공헌위원회와 교보생명의 후원으로 운영되고 있습니다.

- 총 67개 팀 지원, 10개팀(32명) 선정 (2011.4)
- 2차년도 (2012) 20개팀 지원
- 공정무역, 공정여행, 공정예술, 적정기술, 커뮤니티 비즈니스, 로컬푸드, 국제평화 등 다양한 테마를 갖고, 해외 혁신 현장을 탐방
- 해외 혁신적 일자리 모델 조사를 통해 청년실업 해소를 위한 새로운 대안 제시
- 청년실업 당사자들이 도래의 눈높이를 고려한 일자리 개발
- 혁신 모델 실행을 통해 국내 사회적기업에게 새로운 자극 제공
- 소모적인 청년 해외탐방 패러다임의 변화 목표

▶ 한겨레 HERI 리뷰 전면 연재 (2011.9.6)
청년글로벌워크탐방단의 사회혁신 현장 견문록



NHN 펠로우와 함께하는 사회적기업 투자 및 경영자문



공정여행 사회적기업 (주)트래블러스랩
1차 투자 확정 (2011.4)

→ (예비)사회적기업 투자기금 운용 및 경영지원 사업

NHN 펠로우(주NHN 창업자 OB그룹)와 (사)씨즈가 협력하여 (예비)사회적기업에 대한 투자와 경영지원을 병행하는 ‘사회적기업 투자 및 경영자문’ 사업을 진행

- 2011년 4월 사회적기업 투자 및 경영자문에 대한MOU를 체결
- 지속적으로 사회적기업에 대한 투자 및 경영자문 실시

- 기업 경영의 성공적 경험을 활용하여 다양한 사회문제 해결과 지역사회 내에 사회적 자본 증대에 기여하는 새로운 기부모델 개발 및 확산
- 기부자가 가진 전문성, 자본력, 네트워크, 영향력 등을 활용하여 사회적기업의 효과성 및 지속가능성 제고에 기여

▶ 사회적 투자서클이란?

- 공통의 가치와 명분을 중심으로 모여 자율적으로 기부금을 형성하고,
- 기부자의 관심 영역에 따라 지원 분야와 기관 등을 선정하여 지원하며,
- 현금 기부와 함께 기부자의 모든 개인 역량을 투입한 참여·학습이 이루어지는
- 소규모의 혁신적이고 사회투자적 성격을 지닌 기부자그룹

• 미국에서는 1990년대 부터 자신들만의 혁신적인 기부접근을 시도하고자 하는 성공 벤처기업가, 벤처 캐피탈리스트, 전문가집단 등이 고도의 참여적, 전략적 기부자 개입을 실시하며 사회적기업, 지역개발에 참여함

SK 행복나눔재단 세상스쿨 서울경기권역 스쿨 운영



→ 사회적기업에 관심있는 일반인을 대상으로 한 아카데미 운영

- 역량 있는 예비 사회적기업가 양성을 위한 교육을 제공하고 우수 사회적 기업가를 발굴
- 사회문제에 대한 인식을 바탕으로 사업 아이디어를 구상중인 예비 창업자에게 사업화 기획에 필요한 교육을 제공하고, 창업경연대회인 세상 컨테스트와 연계
- 사회적 기업에 관심있는 일반인과 창업 아이디어가 있는 일반인들의 사업화 구상과정을 지원할 수 있도록 사회적 기업 일반에 대한 교육과 함께 비즈니스 모델 수립 관련 교육과 워크숍을 병행하여 진행
- 수강생들의 팀빌딩 등을 통해 세상 컨테스트 등의 공모에 참여할 수 있는 창업팀이 구성되도록 조별 프로젝트 수행과정을 팀빌딩 등과 연계
- 지역스쿨과의 협력을 통해 교육 및 워크숍의 효과 극대화 도모
- 강의뿐만 아니라 현장활동을 배치하여 사회적 기업에 대한 이해 제고
- 사회적 기업의 제품과 서비스에 대해 보다 구체적으로 이해하고 체험할 수 있는 체험이벤트 중심으로 구성하고 사회적 기업 관련 영화상영 등을 진행하여 수강생뿐만 아니라 가족, 지인 등과 함께 사회적 기업에 대해 경험할 수 있는 시간으로 운영

기업사회공헌과 사회적 기업 설립

대기업-NPO 협력을 통한 사회적기업 설립 유형

조직형태 및 기업출연방식	영리 법인형태	비영리 법인 형태
직접출연	기업이 직접 영리 사회적기업 설립 (1 유형)	기업이 비영리 법인 통한 사회적기업 지원 (2 유형)
기부출연	기업이 비영리조직과 협력하여 영리법인 설립(4 유형)	기업이 비영리조직과 협력하여 비영리법인 설립 (3 유형)

출처 : 이은애 (2010)

중간지원조직과 기업사회공헌의 협력 - 성공사례

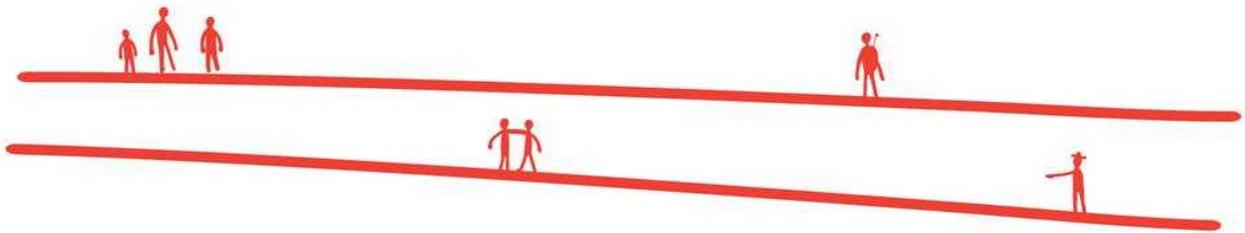
사례

1. 청년 혁신 사회적 기업 모델 탐방단
운영사업 - 씨커스(The Seeker:s)
2. 청년 사회적 기업 육성
- 푸드 포 체인지 (Food For Change)

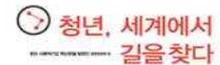


청년, 세계에서 길을 찾다

청년 사회적기업 혁신모델 탐방단 SEEKER:S



사업개요



1. 사업명 : “청년, 세계에서 길을 찾다”

청년 사회적 기업 혁신모델 탐방단 seeker:s

2. 사업내용 : “교육과 탐방, 실행이 결합된

1년간의 청년 사회적 기(起)업가 육성 프로그램”

- 혁신적 사회적 기업 운영 모델에 대한 교육 및 멘토링
- 국내외 혁신사례 학습/탐방을 위한 액션프로젝트
- 국내외의 사회적 기업 사례 심층 탐방
- 학습과 탐방 경험을 발전시켜 팀 별 사업모델화
- 사업결과를 바탕으로 분야별 청년혁신포럼 개최
- 사업결과 확산과 지속적인 사업모델 개발 및 실행

3. 사업기간 : 2012년 1월 ~ 2012년 12월(2년 차)

- 사회적기업진흥원 ‘청년등 사회적기업가 육성사업’ (300개팀, 3000만원)
- SK “세상 사회적기업 스쿨, 콘테스트” / 현대 “H-온드림 오디션”
- 아름다운 가게 “뷰티플 펠로우”
- **정부, 기업, 민간 차원의 다양한 청년 사회적 기업가 육성 프로그램**



뉴스 ▾ 오피니언 ▾ 경제 ▾ 스포츠 ▾ 연예 ▾ 라이프 ▾

사회 - 취업 스펙 쌓기 '필수과목' 돼버린 해외 봉사

종합 이미지 기자 ▾ 김효정 기자 ▾

기사 100자평(6)

일력 : 2012.01.26 03:05

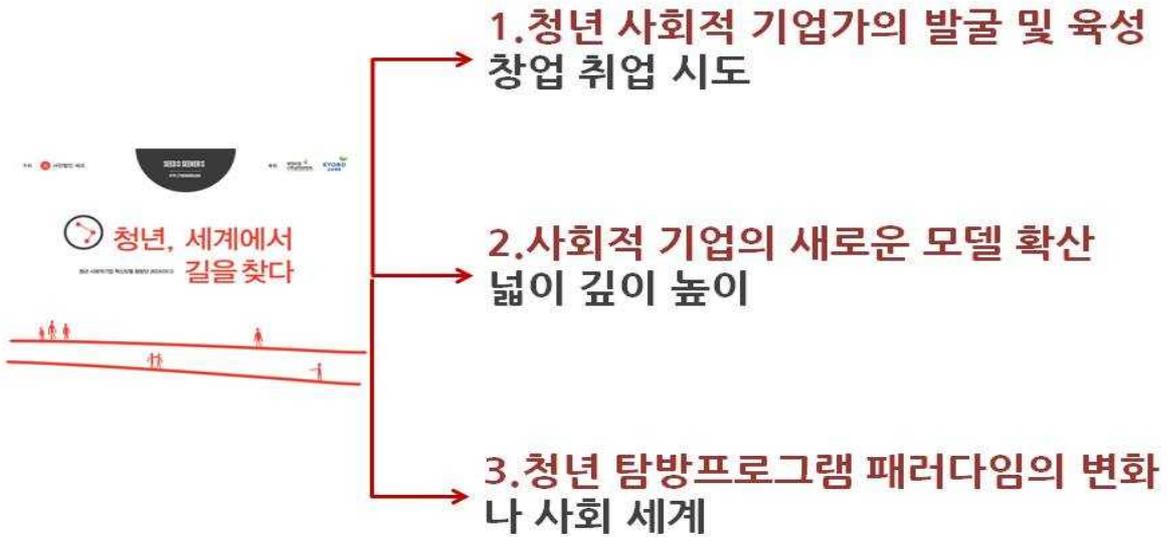
이력서에 한 줄 적으려고... 싼값에 해외여행 하려고... 수시전형에 유리하다기에... 자기도 내고 해외 봉사

경북 지역 모 대학교 3학년 김모(여·22)씨는 지난 3월 출국, 몽골에서 2개월간 취학 전 어린이들에게 영어를 가르치는 봉사 활동을 하고 있다. 몽골에서 하루 3시간 강의를 하고 남은 시간은 수도 울란바토르 시내 관광을 하거나 인근 관광지를 둘러보는 중이다. 2개월간 체류 비용으로 150만원 정도를 부담했고, 항공편 비용은 봉사 활동을 주관한 단체에서 지원받았다.

김씨는 "솔직히 취업할 때 자기소개서에 적으려고 봉사 활동을 했는데 '가장 힘들었던 일' 항목에 적기엔 좀 약한 것 같아 네팔 히말라야 등반을 생각하고 있다"고 했다.

조선일보 1월 26일자 기사

자신의 성장이 아닌 경력이 목적이 된 해외 봉사, 유학, 여행...

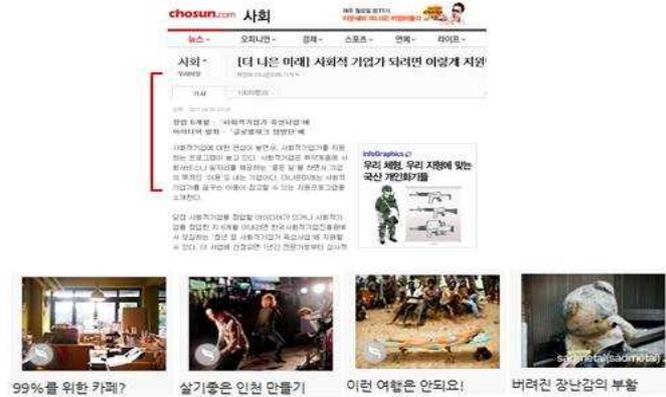


탐방사례

- 섬광(적정기술, 인도)
- 태양열 활용 적정기술 사회적 기업 가디아 솔라 탐방



- 조선일보 : 2011년 4월 5일 모집내용 보도
- 한겨레신문 : 2011년 9월 6일 헤리리뷰 1개 면에 보도
- 네이버메인 : 2012년 5~6월, 사업 참가팀 활동 4회 노출(10만 클릭)



사업참가 청년팀 사례

- 집밥(2012년 참가팀, 소셜 다이닝)
- 소셜 다이닝 서비스 '집밥' 운영중(모임 100회 발생)
- 조선, 중앙, 동아, 경향, KBS, NHK 등 언론보도 20여 회



[집밥] KBS2TV 뉴스타임 '화제포착'에 소개되었습니다. <http://jipbob.net>



[화제포착] “우리 함께 밥 먹어요!” 밥상 모임

푸드 포 체인지 - 바른먹거리 문화 확산

- 창업자(청년)-중간지원조직-기업의 협력을 통한 사회적 기업 육성
- 씨즈-창업자(청년)-희망제작소-플무원의 협력



로그인 | 회원가입 |

- 푸드포체인지 소개
- campaign & 교육
- Fun with Us
- 푸드 캘린더
- 후원



맛 콘서트

먹거리 강연과 테이스팅이 함께하는 맛콘서트 신청하기

Food for Change에서는 푸듀케이터를 양성합니다

자세히 보기 >

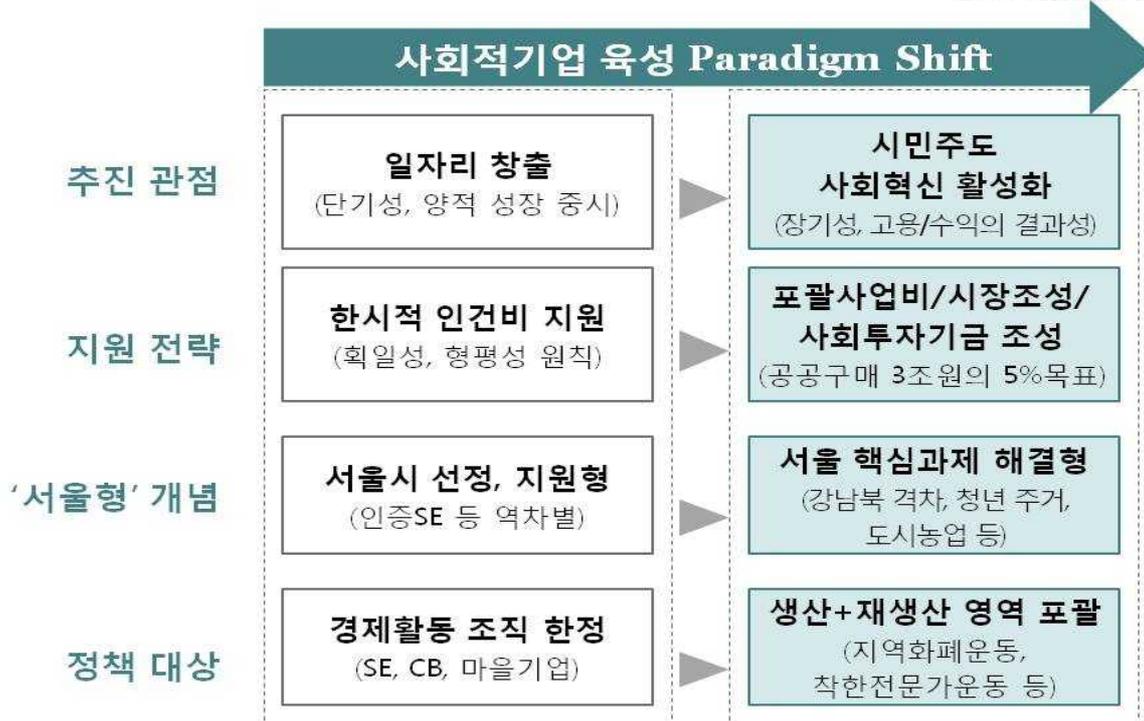
기업사회공헌에 대한 중간지원조직의 기대와 전망

기업 사회공헌은...

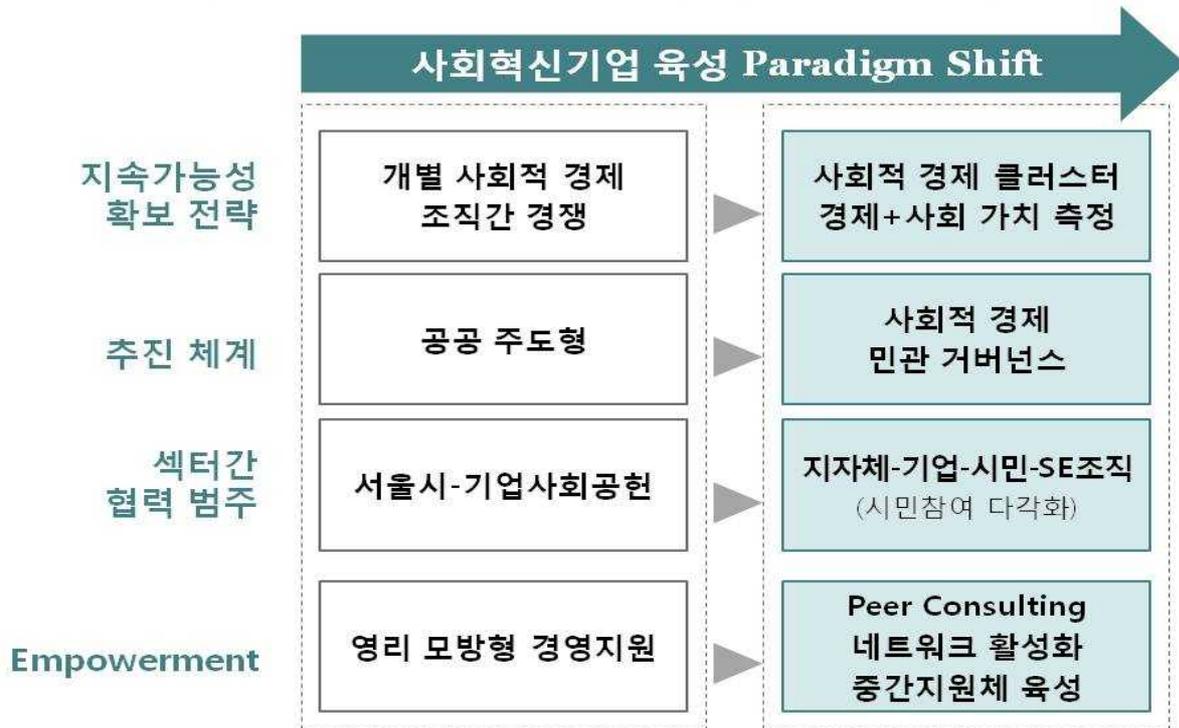


지방자치단체 협력방향: 서울시 사례

* 출처 : 이은애(2012)



지방자치단체 협력방향: 서울시 사례



26

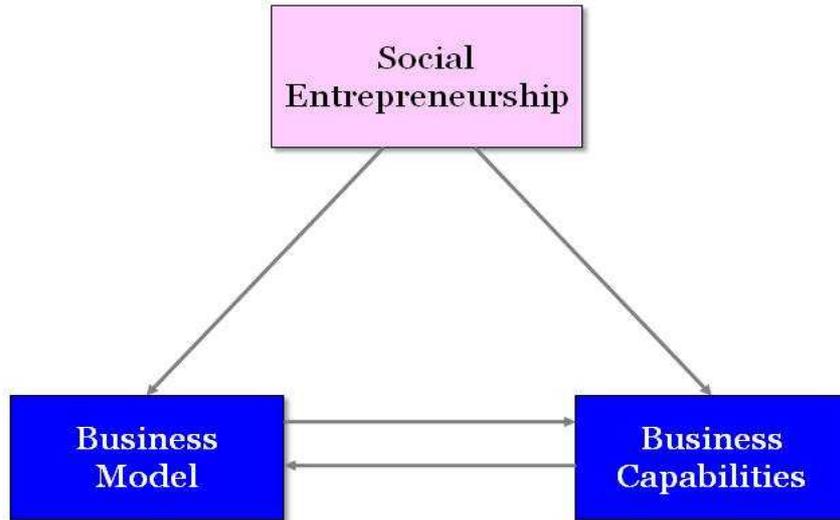
사회적 경제 정책의 방향과 기업사회공헌

- 시장조성 : (공공) 구매 시장 참여기회 확대
- 자본조성 : ‘인내자본’으로서 투자시장 조성/참여
- 역량강화 : 인재육성, 공급역량 강화 지원



**정책방향과의 연계 및 정책 ‘활용’을 통한
사회공헌사업의 효과 극대화**

사회적 기업 창업 모델



* 출처 : 라준영 (2009)

제언

- 1 중간지원조직 등 민간과의 거버넌스 형태의 협력구조 구축
- 사업의 수행단위로서만이 아닌 기획파트너로서의 중간지원조직
- 2 사회적 경제 육성에 있어서 장기적 협력관계 지향
- 사회적 경제 생태계 기반조성을 위한 기업 사회공헌의 노력
- 3 기업이 가진 역량과 전문성을 창의적으로 활용하여
중간지원조직과 결합하는 사회공헌 전략의 수립
- 시장조성, 자본조성, 인재육성 등의 영역에서 기업이 기여할 수 있는
부분을 담당

➔ 개별사업의 성과뿐만 아니라 사업의 포트폴리오 전체가
사회적 경제 활성화에 기여할 수 있는 방식의
사회공헌 전략수립 및 추진

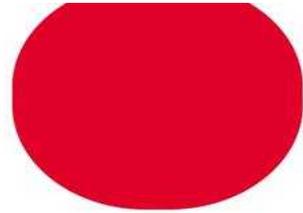
대기업의 사회공헌 활동

1

- SK 행복나눔재단 -

조미현

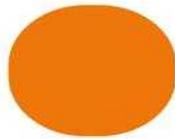
(행복나눔재단 팀장)



대기업의 사회공헌 활동 - SK 행복나눔재단

2013. 5. 2

행복나눔재단 조미현 팀장



SK CSR
추진 방향

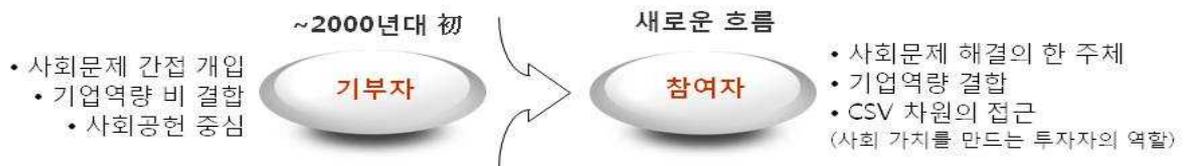


1. SK CSR

SK 사회공헌 철학



사회공헌의 새로운 방향성



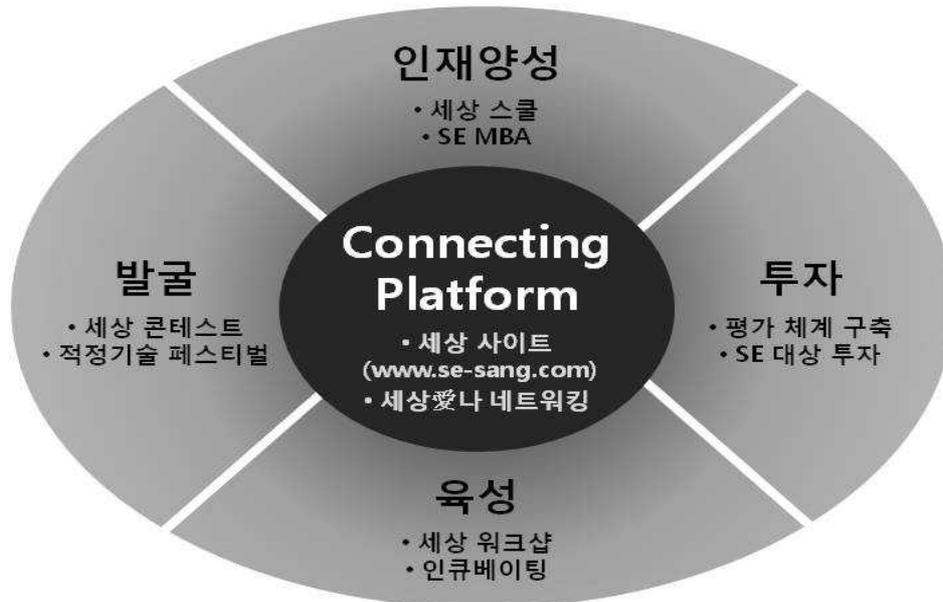
1. SK CSR

사회적기업, 지속가능한 사회적 가치 창출 방안

- ✓ 단순한 물질적 지원은 사회문제를 일시적으로 해결할 수 있지만, 근본적인 해결책이 될 수 없음을 고민
- ✓ 시장의 메커니즘과 경영의 효율성을 바탕으로 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 사회공헌의 혁신, 사회적기업에 주목
- ✓ 사회적기업이 우리 사회에 발생하고 있는 문제를 가장 효율적으로 해결할 수 있다고 판단

1. SK CSR

SK 사회적기업 관련 활동 영역



SK CSR
지역 활동

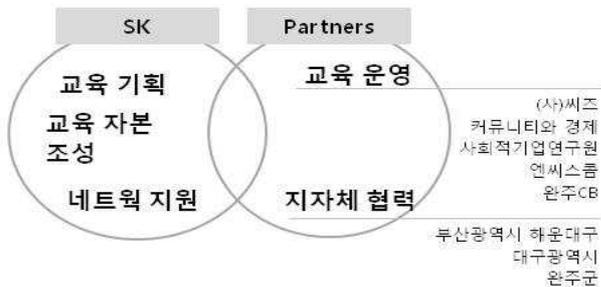
2.기업의 사회적 책임 - 지역활동

세상 사회적기업 스쿨 & 서울경기, 대전, 부산 등

지역 내 역량있는 사회적기업가 양성을 통한 저변확대 노력

- 사회적기업 입문 과정 지역의 지원 기관과의 협력 통한 기획, 운영
- 전국 6개 지역(서울경기/ 대전/ 부산/ 대구/ 전주/ 광주) 총 13회 교육 진행
- 예비 사회적기업가 950여 명 배출
- SK 지원 프로그램과의 연계 (콘테스트 수상, MBA 입학 등)

지역 및 전문기관과의 협력



2.기업의 사회적 책임 - 지역활동

세상 콘테스트 & 경북 예천 한국에코팜 (7회 수상)

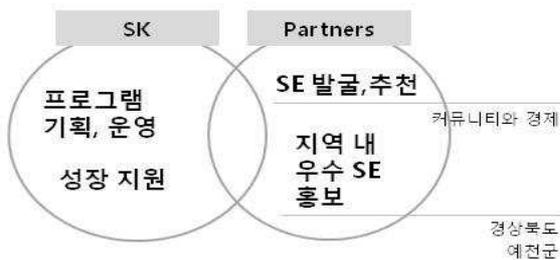
사업 모델 및 비전

- 종자 관련 생산자 협동조합 모델발굴
- 귀농 귀촌 정착 지원
- 가족 부양력 있는 농업, 농촌 일자리 창출



- ✓ 농촌 공동체 활성화
- ✓ 우리종자 연구 개발

지역 및 전문기관과의 협력



2.기업의 사회적 책임 - 지역활동

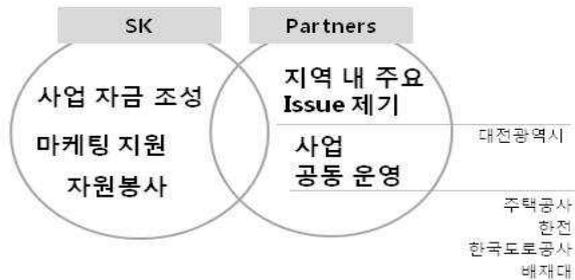
SKT CSR 활동(중부마케팅본부) & 대전 아베스 공동체

일자리 문제 해결을 위한 지속적 지원

노숙인/
장애인
자립 기반
조성

- 취약계층의 일자리 창출과 경제적 자립 지원
- 대전시 드림화웨이사업 발전기금 기탁, 무지개클린사업단 설립 자금 지원
- 판로 개척 지원, 기업 연계형 사회적기업 선정 지원
- 10년 이상 지역 내 지속적 자원봉사 활동
- '사회복지 유공 대통령표창' 수상(2009)

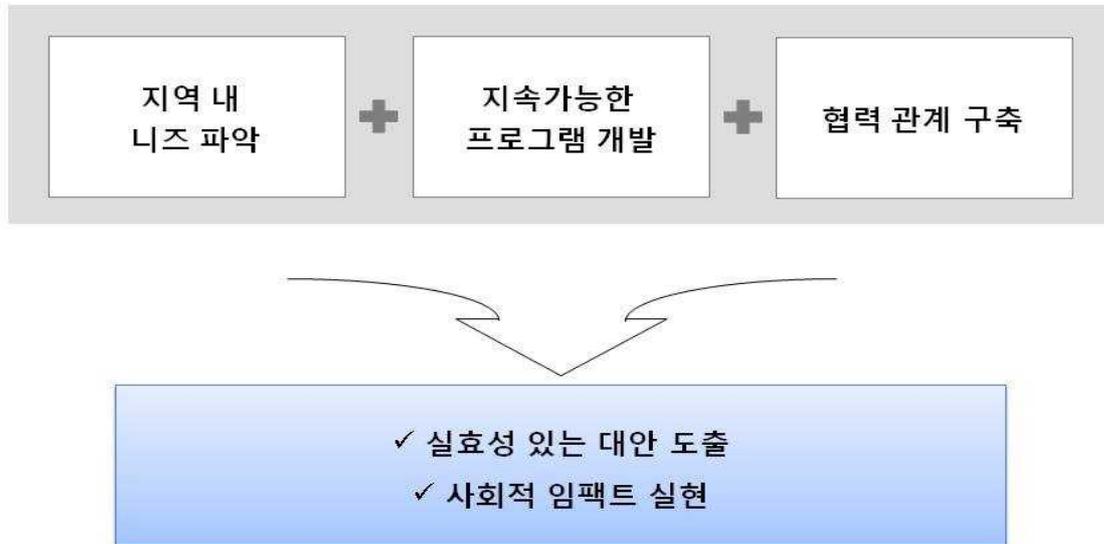
지역 및 전문기관과의 협력



지역과의 협력 방향

3. 지역과의 협력 방향

지역 내 활동 확산 추진



3. 지역과의 협력 방향

사회적기업/기업가 발굴, 성장 지원

세상 사회적기업 콘테스트

- 지역별 사회적기업 전문기관과의 연계 통한 발굴 추진
- 지역 추천 사회적기업의 홍보 지원



인큐베이팅

- '세상 워크샵' 지역 확산 추진
- 지역 내 우수한 사회적기업가 / 실무자 양성

세상 사회적기업 스쿨

- 지역과 현장에 필요에 맞는 사회적기업 교육 기획 지속적 운영
- 지역 내 사회적기업 전문 기관 연계 운영



2

기업과 사회적기업의 연계사례

이경수

(사회적기업 나눔가게 대표)

기업과 사회적기업의 연계사례

이경수 (사회적기업 나눔가게 대표)

1. 들어가며

사회적기업에 대한 관심이 높아지면서 정부뿐 만 아니라 그동안 경제 활동영역에서 만
머물던 기업들이 사회적 역할을 고민하고 대응하기 시작한 지가 꽤 되었다. 앞선(사회적
역할에 대한 고민)기업들은 단순히 일회성 지원을 넘어 사회적 책임을 담당하는 부서를
만들고 전략적인 지원시스템을 만들어 가고 있다. 한편 사회적기업의 입장에서 이들 기업
과의 연계를 통한 지원과 사업의 확장은 자립도를 높여내고, 궁극적으로는 사회적기업의
지속적인 활동을 위하여 필수적으로 수행해야 할 과제로 등장하였다. 의류를 중심으로 친
환경 재활용 사업을 하고 있는 나눔가게의 지역기업과의 연계사업을 통하여 성과와 과제
등을 살펴본다.

2. 연계사업

나눔가게가 재활용매장(의류중심)을 열고 판매를 시작하였을 때가 '09년 9월 이었는데
이때의 매장 매출기록을 보면 일 몇 만원 수준이었다. 단순히 시작하는 가게라서 소비자
방문이 부족하다는 것 만 아니라 판매할 제품이 없다는 것이 가장 큰 문제였다. '11년'
기준으로 버려지는 의류의 양이 5 만 톤을 훨씬 상회하는 수준으로 의류소비량이 많지
만 이를 재활용한다는 인식자체가 부족한 상태에서 시민들에 의한 자발적 기부는 미미한
상태에서 아주 낮은 증가로 이어지고 있었다. 이때 아산탕정에 있는 삼성에서 의류를 운
반 할 수 있는 1톤 왕바디 차량을 지원해 주었다. 그때는 삼성임직원들의 성금으로 마련
한 지원이었다. 이 후 기숙사에서 배출되는 의류를 선별하여 가져오기 시작하였다. 이것
이 점차 확대되어 1년 중 절반의 양을 나눔가게가 수거해오고 있는데 약 12-15톤 정도
에 이른다.

현재 나눔가게와 삼성의 협력사업은 사회공헌팀과 소통하며 이루어지고 있는데 나눔가
게의 특징을 살려 친환경, 재활용 반제품을 납품하고 삼성직원들에게 교육을 실시하는 방
식으로 진행된다. 이렇게 완성된 제품은 삼성의 이름으로 봉사활동에 쓰여 지는데 '12년'
한해만 보면 파우치제작, 모자 뜨기, 대안생리대 만들기, 필통 만들기 등을 하였다. 또한
삼성사업장 내에서 벼룩시장을 열고 있는데 나눔가게도 매번 참여 하면서 협력의 확장을
모색하고 있다. '13년'부터 현대자동차아산공장의 사원아파트와 기숙사의 재활용의류를

수거하고 있는데 기존의 사업자와 정리가 매끄럽지 않다.

3. 연계사업 잘하기

지역의 기업과 사회적기업이 연계사업을 잘하기 위하여 우선 연계망을 구축하는 문제이다. 지역에서 기업의 사회공헌팀(?)은 대체적으로 보면 그 업무를 전담하기 보다는 회사의 다른 업무와 병행하는 경우가 대부분이다. - 특히 본사가 다른 곳에 있는 기업의 경우- 그러다 보니 기업내에서 마련된 지원재원을 밖으로 내보내는 통로를 찾는 데 더 많은 노력을 기울이는 것은 아닌가 생각될 때도 있다. 사회적기업도 아직은 미숙한 것 같다. 기업과의 연계사업을 필요로 하면서도 인적구성의 문제(인맥), 시장정보부족(기업의 필요 물품 확인 못함), 사회적기업 자체 물품(아이템)의 부족, 지역 내 집단적 수준에서의 공동의 노력부족 등으로 어려움을 겪고 있다.

기업의 사회적 책무에서 이 문제만 국한시켜 본다면 직접적 지원을 통한 일방적 지원에서 좀 더 전략적 수준으로 나아가면 어떨까 싶다. 지역의 사회적기업과의 연계사업을 강화하기 위한 노력, 예를 들면 기업 내의 필요 물품에 대한 사회적기업으로 부터의 구매비율을 높이거나 공동기부를 통한 사회적 프로젝트를 수행하려는 일들이 그것이다. 생산물량의 판매나 부품수급과정에서 사회적기업의 참여를 시도해보는 것도 필요하다. 그런데 이러한 일들이 단지 일개 부서의 판단으로는 가능하지 않기 때문에 다른 차원의 노력이 요구된다 하겠다. 사회적기업도 아직은 대부분 자신의 생존과 미션사이에서 힘들어 하지만 집단적으로 홍보물도 만들어 기업을 방문하고 정기적인 만남의 장을 열기 위한 노력을 기울여 나가야 한다고 본다. 이 과정에서 지자체의 역할을 적극적으로 요구하면서 지원을 받을 수 있으면 좋겠다.

4. 나오며

나눔가게는 '12년' 기준 기업과의 연계사업을 통한 사업비율이 30%에 이르고 있다. 기업과의 연계사업을 강화하면 할수록 좋은데 나눔가게 본래의 자기미션 중에서 친환경적 시민생활인식의 확장이라는 측면에 소홀해 질 수 있기는 하다. 하지만 이제 4년 차 사회적 기업인 나눔가게가 자립도 60%대에서 머물고 있는 현 시점에서 보면 지원이 끝나기 전에 생존능력을 높여내서 지속가능한 사회적기업으로 성장해야 한다.

단기간에 이를 수행하기 위해서 기업과의 연계사업은 매우 매력적이지 않을 수 없다. 사회적기업이 처한 상황은 모두 다르지만 연계사업목표를 설정하고 공동의 노력을 해나갔으면 좋겠다.

3

에코힐링 기업 주식회사 선양사례

김규식

(주식회사 선양 기획조정실장)



Creative & Good Company

창의적이면서 공익적인 가치를 지향하는 회사

에코힐링 기업 - 선양

기업광고



작은 배려로 시작된 큰 나눔... 계족산 황톳길 14.5km

계족산



- 대전광역시 동북쪽 대청호 사이 위치
- 대전역, 신탄진 IC에서 약 25분
- 높이 해발 423m
- 200~300m 중턱 약 100리(40km)에 이르는 폭 5m의 숲길

스토리 가득한 계족산 횡돛길 14.5km



2006년 4월.

하이힐에서 시작된 스토리

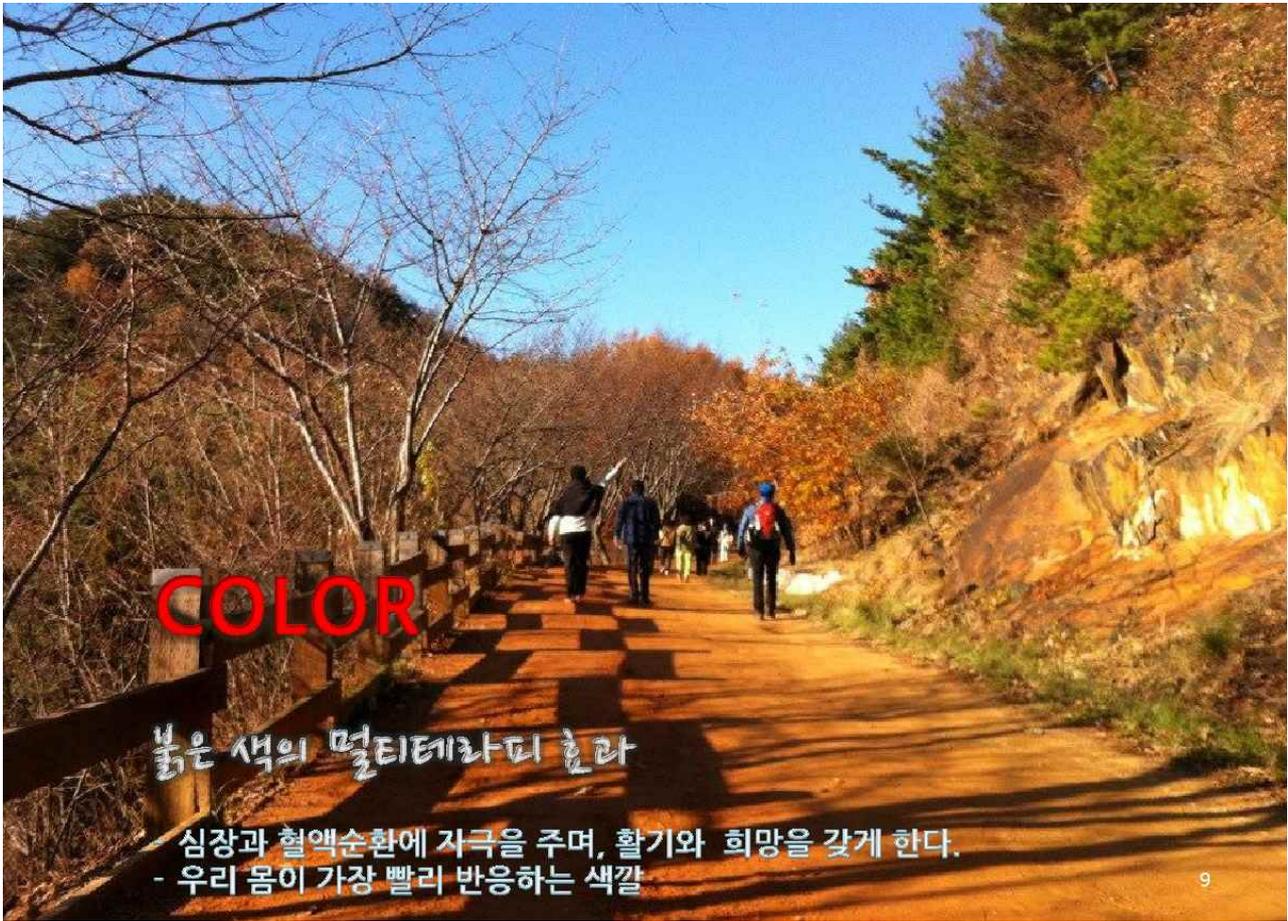


2006년부터
산에 흙을 깔기 시작



촉감

맨살로 느끼는 말랑하고 부드러운 촉감





차별화된 문화콘텐츠의 힘... 에코힐링 프로그램



Since 2006
매바축제
데족산 21km
Barefoot Festa

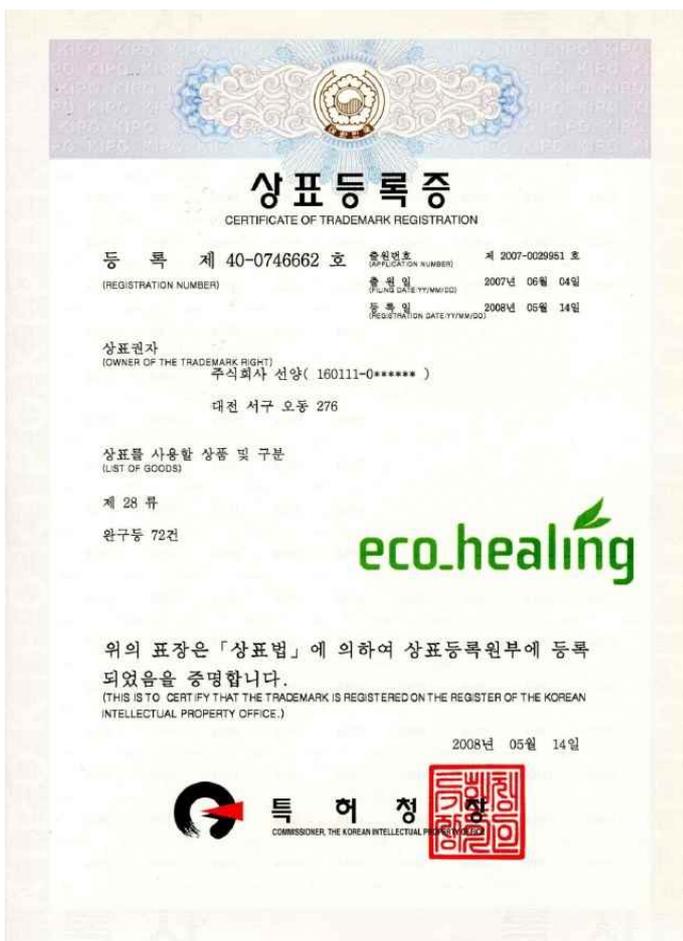


에코힐링

eco.healing

‘환경’을 뜻하는 ‘ecology’와 ‘치유’를 뜻하는 ‘healing’을 결합한 ‘eco_healing’은 자연 속에서 몸과 마음을 치유하고 행복한 삶을 추구하자는 (주)선양의 기업철학입니다.

13



14

朝鮮日報

조선일보 제26888호

스포츠

2007년 5월 14일 월요일

A29

맨발로 달리면서 클래식 연주 들으며... 비보이 공연도 보고... 결승선이 다가오니 꽃길인데

山中 마사이 마라톤

대전 계족산에서 2000여명 참가
마사토 1000t 뿌려 코스 만들어

어둠나무, 소나무 등이 하늘을 기릴 만큼 짙은 숲 속 맨발로 흥경을 달린다 보니 이대선이 바이올린 연주 소리가 들렸다. 마라톤 대회에 뭘 클래식 음악이? 참가자들은 잠시 달리 숲속 연주들의 감흥에 빠져 들 수 밖에 없다. 다음엔 사물놀이 응원단이 나타나고, 결승선이 가까워 지자 걸 워엄 꽃이 가득했다. 결승선 100m 앞, 폭 5m의 길 양 옆으로 길게 늘어선 자원봉사자들이 꽃을 흩날리며 완주를 축하했다.



"세상에 이런 바리본레로도 있나요?" 참가기가 어찌됐다고 말했다.

플코스를 30회 이상 완주한 마라톤 마

했다. 맨발로 숲속 흥경을 달리던 자양과 참관객 효과를 만끽하며 얻을 수 있기 때문이다. 대회 전날인 12일에는 600여명을 초청해 맨발 달리기와 강연을 알리는 세미나도 열었다. 쾌적한 대회 분위기를 위해 참가자도 2000명으로 제한하고 참가비는 5000원만 받았다. "결승이름이 건강해야 한다"며 20세 미만 414명에게는 참가비도 받지 않았다. 조희장은 "달리기도 건강에 좋은데 맨발 달리는게 더 낫을 것도 없다"며 "지역 사회에 봉사하는 마음으로 대회를 열었다"고 말했다.



마사이마라톤 참가자들이 출발에 앞서 완주를 다짐하며 파이팅을 외치고 있다(사진 위). 주자들이 달리는 코스 중간에서 실내악단이 김미로군 음악 연주로 참가자들의 힘을 북돋웠다. (주)선영 제공

조 회장은 이 대회를 '자연을 통한 치유(에코힐링 Eco-healing)'라고 정의했다.

(마라톤)적인 기쁨이 있어 2007년 두 번째로 참가와 육체적 연련의 감동이 너무 좋았다"며 "나 혼자 이렇게 좋은 것

않은 입회원과 가족 600여명이 대회 운영과 자원봉사를 했다. 대회를 만들고 운영을 직접 지휘한 조종래(47) 회장은

를 할라하는 중점을 기울였다. 조 회장은 이 대회를 '자연을 통한 치유(에코 힐링-Eco-healing)'라고 정의

홍현표 기자 hhw@chosun.com

朝鮮日報

2007년 5월 15일 화요일
38면 오피니언

萬物相

아프리카 동북부 케냐와 탄자니아에 사는 마사이어족은 많이 걷고 잘 걷는다. 마사이어족 어린이들은 아침에 일어나면 맨발로 5km를 걸어가 물을 길어온다. 여자들은 장을 보러 왕복 20km씩 걷고, 남자들은 소와 양을 돌보느라 종일 초원을 쏘다닌다. 마사이어족들은 하루 평균 3만보를 걷는다. 하루 5400보를 걷는 한국인의 6배 가깝다. 걷기가 곧 생활인 셈이다. ▶ 마사이어족은 이렇게 많이 걸어도 별로 피로를 느끼지 않는다.

'달걀을 푼듯 걷는 방법'이 비결이다. '발뒤꿈치→발 바깥 측면→새끼발가락 부근→엄지발가락 부근→엄지발가락' 순으로 땅에 닿게 걷는 것이다. 허리를 꼿꼿하게 세운 채, 발바닥 아래 달걀이 있다 치고, 이 깨지지 않도록 굴리는 기분으로 걷는 중의 압력이 분산되고 발바닥에 걸리는 무게가 가벼워 힘들지 않다고 한다. ▶ 스웨덴 공학자 칼 볼리는 요령으로 고생하다 맨발로 부드러운 땅을 걸을 때 허리가 덜 아프다는 사실에 착안해 신발을 개발했다. 바닥이 평평한 여느 신발과 달리 땅에 닿는 발바닥 중앙부분이 둥글게 튀어나온 반원형이다. 이 신발을 신

마사이 마라톤



"자연을 통한 치유"

으면 마사이어족처럼 발을 굴리듯 걷게 된다. 그래서 'MBT(마사이 맨발기술)'라는 이름을 붙였다. 정작 이 기술의 탄생지는 아프리카가 아니라 한국이다. 볼리는 1980년대 한국 유학 중 눈길을 끌던 아이디어를 얻었다고 했다. ▶ 그제 대전 계족산 산림욕장에서 '마사이 마라톤' 대회가 열렸다. 맨발로 흥경을 달린다고 해서 붙인 이름이다. 소주회사 선영이 두 번째

로 열린 이번 대회에는 2000여 명이 참가해 맨발로 숲속 흥길 13km를 달리며 발바닥 지압과 산형음을 동시에 누렸다. 대회를 청안한 조종래 회장은 플코스를 30회 넘게 완주한 마라톤 마니아로, 마사이어족 마라톤을 '자연을 통한 치유'라고 했다. ▶ 한국인의 하루 평균 걸음을 조사해보니 전일주부가 3000보, 대중교통 승단을 이용하는 회사원이

참보다 빠르게 뛰는 무무 배달원이 더 건강할 수밖에 없다. 천리길도 한걸음부터라고 했다. 맨발로 흥 길은 아니어도 출근길이나 동네 골목길 걷기라도 당장 시작해볼 일이다.

강인선 논설위원 insun@chosun.com



세계 4개 언어로 15개국에 소개

• 한국관광공사 MICE상품으로
15개 국 27개 해외지사에서 배포



Jagalchi Festival
Jagalchi Festival in Busan is the largest seafood festival in Korea. It is held annually in October at the Seomun Market area. As a symbol of Busan, the festival is a great opportunity to enjoy the sea food, delicious traditional service for fish, Massage and so on.



Seogwipo Chilsimni Festival
The Festival has been inspired by the dream of being forever young. Chilsimni refers to an ideal world that represents the beauty and mystery of Seogwipo. Major events of the Festival are the food festival and gallery, the pack making with natural extracts (seaweed, gingerine, etc.), the artistic make-up show (face-painting, henna-tattoo, nail art, etc.) and the spa experience for being young.

Seongsan Sunrise Festival
Launched in 1994, the Seongsan Sunrise Festival is held on top of Jeju Island's Seongsan Ilchubong or "Sunrise Peak." The site is the most famous place for seeing the magnificent sunrise on Jeju Island and attracts a large crowd of tourist throughout the year. Against the backdrop of the majestic Seongsan Ilchubong, a World Heritage designated by UNESCO, the Festival offers a refreshing moment for tourists who come to see the first sunrise to reflect on the past year and make wishes for the coming year. A variety of festival programs are provided for visitors to enjoy the traditional Korean culture and arts.

Mt. Gyejoksan Barefoot Festa
The eco-friendly Mt. Gyejoksan tourist zone in Daejeon is a unique place which requires visitors to forget shoes and go to a soft red clay trail. Once the President Michel of the Republic of Seychelles in the Indian Ocean came to the town in 2009, he walked barefoot through the beautiful forest of the Mountain. The Barefoot Festa combines people, Mother Nature, culture and arts in a harmonious way. You can travel barefoot through the thick woods along with the fantastic art and music performances, which gives you a healing moment. Also provided is Eco-Healing Sunyang International Installation Art Festival.

Busan International Film Festival
Despite its short history since 1996, the Busan International Film Festival (BIFF) has grown into one of the most influential film festivals in Asia. The world-famous actors, actresses and directors from all over the world participate in its splendid opening and closing ceremonies. The films are screened at numerous theaters in the Nampo-dong Street area and at the Cinema Hall in Millak-dong. A giant outdoor screen in Suyeongman Bay screens the much-talked-about latest movies. The Festival also offers music concerts featuring popular musicians.

체험여행의 명소가 된 계족산

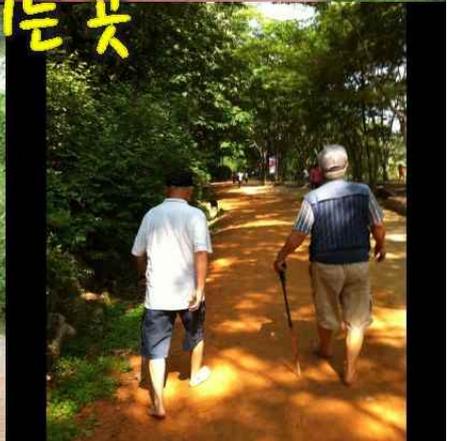


- 한국관광공사에서 뽑은 '5월에 꼭 가봐야 할 명소' 선정
- 여행 전문기자들이 뽑은 '다시 찾고 싶은 여행지 33' 선정
- G마켓 '지방자치단체 e-Marketing Fair' 여행부분 대상 수상

19



지친 몸과 마음을 치유하고
저절로 소동이 이루어지는 곳



다양한 모임, 소통의 공간으로 인기



회의, 워크숍, 예배, 단합대회 등 각종 모임장소로 인기



21



도심 곳곳으로 퍼진 황톳길 맨발걷기 문화





치유와 소통을 나누는...
에코페라 공연단, 그리고
계족산 숲속음악회



2007년부터 꾸준히 해 온 찾아가는 음악회 - 연간 80회 공연



교도소, 군부대, 고등학교, 문화소외계층 등



고3 & 학부모, 선생님 대상 클래식공연과 함께 하는 '힐링 특강' 재능기부



2012년 11~12월, 15개교 5,200명 대상 시행

맨발, 클래식, 문학의 어울림



(fun fun) '반반반한' 클래식과 함께하는 문학인과의 만남

9. 23(일) 16:00~18:00 소설가와 함께 <만다린> 김성동 작가
10. 14(일) 16:00~18:00 시인과 함께 <고요의 초대> 조정권 시인

장소: 숲속음악회 공연장 주관: 영구힐링 기업 - 선양, (사)백박스



2012년 06월 26일 (화) 32면 오마이뉴스

지친 사람들 치유하는 계축산 14.5km 황톳길

오마이뉴스 '황토(earth) 맨발 힐링'에 소개된 계축산 14.5km 황톳길은, 시인과 함께 '꽃뚝대' 합민복 시인, 소설가와 함께 '소설가와 함께 <은교> 박병신 작가'를 소개했다. 이번 콘서트에는 '100Books'와 '숲속음악회'가 후원하고 있다.

계축산 황톳길은 14.5km에 달하는 산길이다. 그간의 기업들은 상품을 만들고, 그 상품을 판매하는 회사 형태였다. 그러나 최근 문화를 만들어가는 특이한 기업들이 나타나기 시작했다. 민간 기업이 만든 문화의 길, 대전시 계축산 장동산리음악당이 그곳이다. 필자는 지난 8월 26일 계축산 황톳길 맨발 걷기에 나섰다. 계축산 황톳길은 14.5km에 달하는 산길이다.

2012년 07월 26일 (화) 28면 오마이뉴스

영동한 발상의 '황톳길' 외이키기만큼 유명

<천지 리포>(주)선양 조종래 회장 영동발상 조성한 '계축산 황톳길'

그간의 기업들은 상품을 만들고, 그 상품을 판매하는 회사 형태였다. 그러나 최근 문화를 만들어가는 특이한 기업들이 나타나기 시작했다. 민간 기업이 만든 문화의 길, 대전시 계축산 장동산리음악당이 그곳이다. 필자는 지난 8월 26일 계축산 황톳길 맨발 걷기에 나섰다. 계축산 황톳길은 14.5km에 달하는 산길이다.

2012년 07월 26일 (화) 28면 오마이뉴스

맨발로 황톳길을 걸으며

낮은 목소리로
한편씩
조각

깊은 시멘트를 벗고, 나는 신발을 벗고 맨살 대 맨살로 우리는 서로를 조심스럽게 느끼며 통성명을 나눴다.

계축산 황톳길은 14.5km에 달하는 산길이다. 그간의 기업들은 상품을 만들고, 그 상품을 판매하는 회사 형태였다. 그러나 최근 문화를 만들어가는 특이한 기업들이 나타나기 시작했다. 민간 기업이 만든 문화의 길, 대전시 계축산 장동산리음악당이 그곳이다. 필자는 지난 8월 26일 계축산 황톳길 맨발 걷기에 나섰다. 계축산 황톳길은 14.5km에 달하는 산길이다.



계축산은 개인 소유의 산이 아니다. 국가 소유의 산이다. 그 산에 난 소방용 도로가 한국을 넘어 국제적인 명소를 거듭나기까지는 보이지 않은, 아이디어의 주체와 실행회사가 있다. 소주를 생산하는 (주)선양이 주체기업이다. 이 회사의 조종래 회장이 황톳길을 조성, 유명하게 만든 장본인이다.

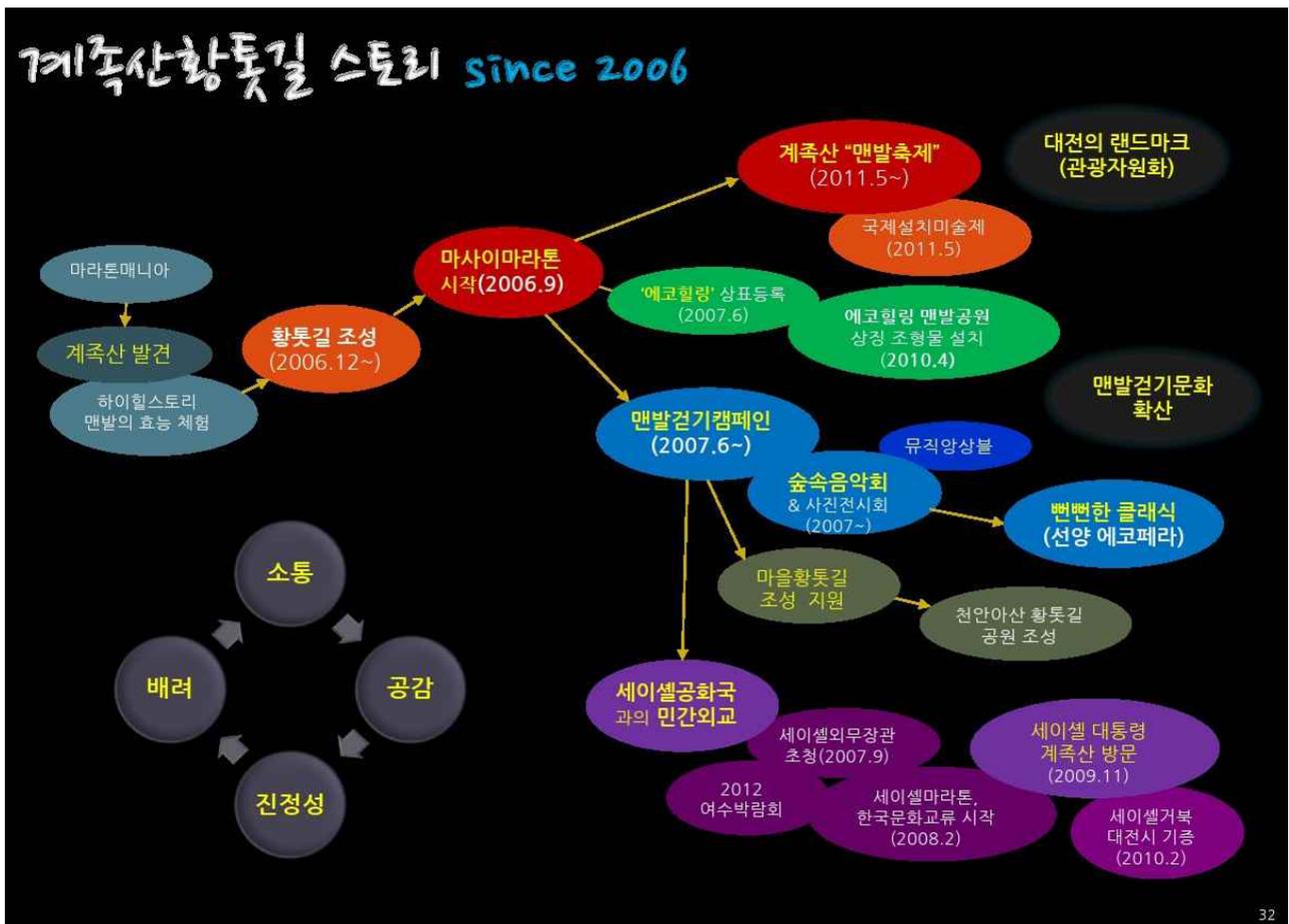
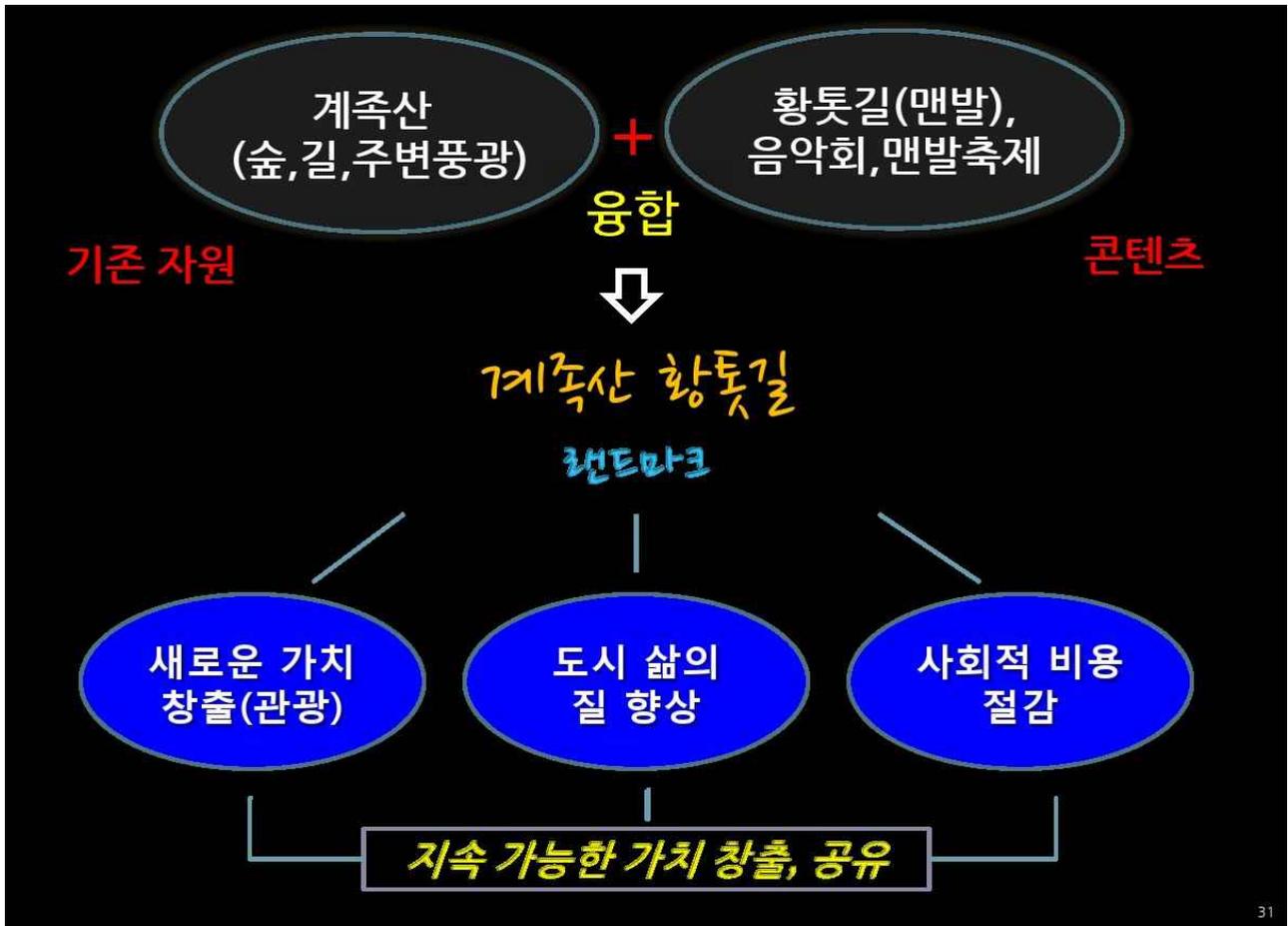
계축산을 찾는 통산객 수가 얼마나 되는지는 입구 도로에 걸려



지속가능한 공유가치 창조...
Creating Shared Value 경영

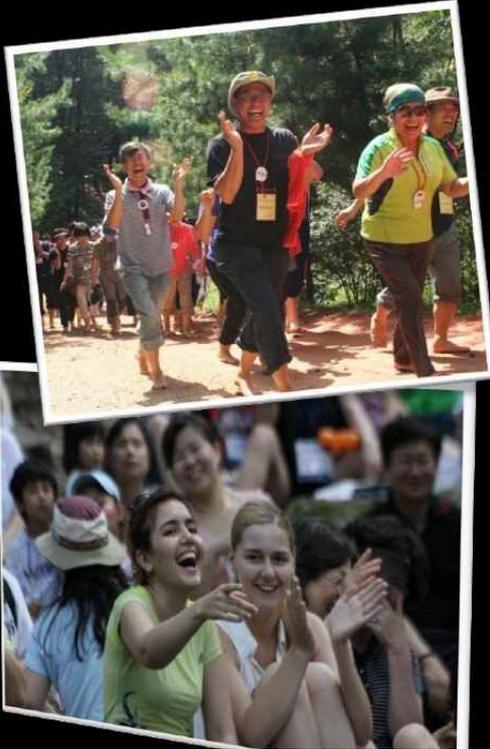


「 2012 대전관광사진 전국공모대전 」 대상 수상작
“계족산 황톳길” (2012.11.25, 민영주 작가)



왜?

“사람들이 너~~무 좋아하니까!!!”



35

규모보다 가치가 더 중요한 시대

작지만 강한 기업

CREATIVE & GOOD COMPANY

창의적이면서 공익적인 가치를 지향하는 회사

36

충남기업 사회공헌 포럼 발제 의견

김규식 (주식회사 선양 기획조정실장)

선양은 지역사회 환원활동의 일환으로 기부활동, 자원봉사활동 등을 많이 하고 있으나, 이것은 많은 기업들이 하고 있는 활동이기에 특별하진 않습니다. 하지만 이와 더불어 선양이 중점적으로 추진하고 있는 활동인 CSV(creating shared value)활동은 많은 기업들에게 권하고 싶습니다.

기업입장에서 비용으로 인식하고 수동적으로 움직이는 경향이 있는 CSR활동을 넘어 투자의 개념으로 기업이 주체적으로 움직이는 CSV활동을 통해 기업과 사회가 상생할 수 있는 지속 가능한 가치를 창출하는 활동이 바람직한 흐름이라는 의견입니다.

선양의 CSV활동의 대표적인 예로, 계족산 황톳길 조성과 문화예술봉사 활동을 통한 상생활동이 있습니다. 8년 전부터 계족산에 황톳길을 조성하고 맨발걷기캠페인, 맨발 축제, 숲속음악회 등을 열어 지역경제 활성화에 기여하고 지역민들의 건강과 문화관람 기회를 제공하고 있는 것입니다. 불특정 다수를 위한 지속적인 에코힐링실천으로 진정성을 느낀 시민들이충성고객으로발전하면서기업입장에서도혜택을보는상생활동입니다.

더 많은 사람들이 혜택을 누리고, 지속적인 활동을 유지하고, 다시 새로운 가치를 창출하는 CSV활동을 통해 사회와 기업이 함께 공생하는 충남이 되길 희망합니다.

4 윤리적 소비운동을 통한 기업의 사회적책임 강화 및 사회적경제 활성화

오귀복

(아이쿱소비자활동연합회 활동팀장)

윤리적 소비운동을 통한 기업의 사회적책임 강화 및 사회적경제 활성화

오귀복 (아이쿱소비자활동연합회 활동팀장)

1. 윤리적 소비(자)운동이란?

윤리적소비(자)운동이란?

"윤리적으로 생산된 상품 - 일반적으로 인간과 동물, 자연과 환경을 착취하거나 해를
가하지 않은 상품 - 을 구매하는 운동" - 위키페디아

아이쿱생협은 윤리적 소비를 나와 이웃과 지구를 살리는 가치 있는 소비로 다섯 가지
의 의미를 부여하고 있다.

하나, 윤리적 생산을 지속하는 책임있는 소비

둘, 지구환경을 배려한 그린소비

셋, 사회적 약자를 위한 나눔소비

넷, 공정한 거래를 통해 제3세계 농민의 자립을 돕는 공정한 소비

다섯, 윤리적 소비는 마음까지 뿌듯한 소비다

2. 윤리적소비(자)운동의 확산이 갖는 의미

- 소유의 개념에서 공유의 개념으로의 전환 : 소비자인식의 변화와 기술의 진보
예) '스마트 클라우드쇼 2012: 키플/비앤비히어로/열린옷장 등.'
- 소비(자)의 정체성의 변화=> 의식있는 소비자, 현명한 소비자 => 소비트렌드를 바
꾸다.
- 기업의 사회적 책임성의 강화 => 소비자의 영향력 확대
예1) 네슬레의 경우 상품 성분의 하나인 팜오일을 환경을 고려하지 않는 생산자로부터
샀다는 이유로 그린피스 같은 환경 단체 뿐 아니라 소비자들의 상품불매 운
동을 경험.

예2) 참치의 어획방법(잡어장치)에 따른 문제제기=> 그린피스=> 한국의 참치업계
에 문제제기 => 소비자단체와의 공동행동

예3) 영국의 ‘윤리적 소비자 연구소(Ethical Consumer Research Association; ECRA)

ECRA는 보편적인 인권 보장(제3세계의 노동조건의 향상과 정치적 자유 인정), 지속가
능한 환경, 동물복지를 중요한 기준으로 내세워 다음과 같이 윤리적 소비자운동을 제안.

당신의 지갑 속에는 투표용지(돈)가 있습니다.

이 투표용지를 당신이 원하는 사회를 만드는데 사용하세요. 그 방법은,

1. 적극적인 소비-공정무역, 유기농산물과 같은 윤리적 상품을 적극적으로 구입합니다.
2. 불매운동-아동노동, 자원고갈, 노동자착취기업의 상품, 서비스는 사지 맙시다.
3. 기업을 판단해서 소비-기업이 지역사회, 국제사회에서 어떤 역할을 하는가를 판단
해서 선택합니다.
4. 통합적인 판단-기업과 상품을 비교하여 전체적으로 보아 윤리적 가치가 있는 것을
선택합니다.

잡지 ‘윤리적 소비자’(2달에 한번 발행)는 소비자들에게 어떤 소비행위가 환경과 지역
사회, 제3세계 노동자의 인권에 유리한가를 끊임없이 알리고 계발한다. 온라인 Ethiscore
는 영국에서 팔리는 많은 브랜드제품 중에 실제로 윤리적인 상품과 서비스는 무엇인지를
검증하여 제시한 유일한 사이트로 소비자들에게 적극적으로 구매할 기업과 상품, 서비스
를 소개한다. 현재 160개 기업의 상품과 서비스가 소개되어 있다. 여기서 기준으로 삼는
윤리적 기준은 A(동물복지), E(환경에 미치는 영향), F(공정무역), O(유기농업), S (여
타의 지속가능성)로 각 항목별로 점수를 매겨 소비자에게 제시한다. 예를 들면 공정무역
단체 카페디렉트의 인스턴트커피는 F, O를 충족하여 16점(20점 기준), 맥스웰 하우스 인
스턴트커피는 3점, 네스카페의 인스턴트커피는 0.5점이다. 소비자는 이런 평가내용을 보
고 어떤 커피를 구입할 것인지 결정하게 된다. ‘윤리적 기업 검증 데이터베이스’에는 윤리
적 기업 검증기준에 맞추어 점수를 매겨 소비자들의 판단재료로 제시하고 있다. 삼성그룹
인 경우 윤리 점수는 5.5로 평가는 ‘빈곤(poor)’로 나와 있다.(12-15는 양호, 9-11은 보
통)1)

예4) 기업의 사회적 책임으로 SA8000-강제 및 아동노동, 직장 내 건강 및 안전, 집
회의 자유 및 단체 협상, 업무 시간 등 작업장 표준을 제시하고 있으며 국제노
동기구, 세계인권선언 및 유엔아동권리협약 등의 국제협정을 포괄함-에 따라 자
주적으로 운영하고자 하는 기업풍토 확산=> 이에 따라 의식적 소비자
(Conscious consuming)확산

1) ‘영국의 협동조합운동과 윤리적소비자운동’-김형미/아이쿱협동조합연구소 상임이사

예5) 세계는 왜 협동조합에 주목하는지. => 코업스위스의 까르프 인수/ 금융위기속에서 성장하는 협동조합 금융(라보뱅크 등), 스페인몬드라곤복합체의 고용안정화

3. 기업의 사회적 책임 강화에 대한 문제의식

- 스타벅스의 공정무역커피 판매가 갖는 의미
=> 스타벅스의 공정무역 커피 구매량: 전체 구매량의 5% / 나머지 95%가 만들어 놓은 스타벅스체계 => 식량생산이 아닌 커피 생산에 주력=> 제3세계 커피 수출국의 빈곤
- 기업의 사회적책임(CSR)은 더 이상 마케팅전략이나 선택적 사항이 될 수 없다.
=> ISO26000은 국제표준화기구(ISO)가 2010년 11월 제정·발표한 기업의 사회적책임에 대한 국제표준이다. 2010년 9월 80여개국이 참여한 투표에서 93%의 찬성을 얻어 국제표준으로 결정됐다. 인권, 노동, 환경, 에너지, 안전 등에 대한 의제를 사회적 책임 이슈로 규정하고, 이에 대한 실행지침과 권고사항 등을 담고 있다.
=> 삼성에서 발생한 산업재해로 인한 직업병, 노동문제로부터 자유롭지 않음
=> 현대자동차 비정규직, 사내하청 등의 차별노동의 문제를 어떻게 풀 것인가.
=> SK의 경영 비리 문제 등등.

4. 사회적 경제의 확산

- 기업의 사회적 책임성을 높이기 위한 노력의 필요성=> 기업의 사회적 책임경영에 대한 담론 형성 및 확대
- 사회적 경제 영역에 대한 교육과 홍보 강화=> 협동조합의 확산
- 윤리적소비에 대한 조사 연구 확대
- 교육의 변화: 사회적 경제에 대한 교육커리큘럼 확대

5. 아이클의 윤리적 소비운동의 내용

- 윤리적 소비가 낳은 윤리적 생산
 - 괴산/구례 클러스터 조성 사업
 - 생산/유통인증
 - 물품취급 기준 마련 및 조합원 참여

- 공정무역 물품의 확대

iCOOP 생협 공정무역 매출 현황 (2008~2010)

(단위: 원)

구분	2008	2009	2010
공정무역 매출액	451,077,358원	1,301,022,628원	1,872,904,337원

- 공정무역 기금 조성
- 현지 지원: 파나이 마스코바도 설탕공장
- 공정무역 확대 캠페인 등 : 2013년 공정무역 캠페인/사진전/ 포럼 운영

- 윤리적 소비확대를 위한 교육과 홍보

- 협동조합 생태계 조성 :

- 협동조합 간 협동
- 씨앗재단을 통한 사회적경제 부분 지원

5

충남 사회공헌 포럼 토론문

신태중

(좋은기업센터 팀장)

충남 사회공헌 포럼 토론문

신태중 (좋은기업센터 팀장)

1. 좋은기업센터 소개

- 기업의 사회적 책임과 노동인권을 주요 의제로 활동하는 시민단체로, 1999년부터 활동
- 기업의 이미지 광고를 비판한 ‘가면을 벗겨라 캠페인’, 노동권을 보호받지 못하는 특수고용 노동자에 관한 실태조사, 한국을 대표하는 기업들의 사회적 책임을 촉구하는 연구 및 법 제도 개선 활동을 해왔음. (동아시아 기업의 지속가능경영 연구, 국내 기업의 지속가능보고서 평가, 기업·지자체·공공기관의 지속가능보고서 분석·검토 등)
- 국제민주연대를 비롯한 공익변호사그룹 등 10여개 단체가 모여 해외한국기업감시연대모임을 구성. 해외에 진출한 한국기업의 잘못된 행위에 대한 대응활동을 펼치고 있음. (포스코 인도오릿사주 제철소 건설, 대우인터내셔널 버마 가스 개발, 사조오양의 인도네시아 선원 문제 등)
- 최근에는 청소년을 위한 기업의 사회적 책임 교재 개발 및 교육 활동 진행중.

2. 사회공헌활동

- 기업의 사회적 책임에 대한 논의와 함께 기업 경영의 본연의 활동외에 사회적, 환경적 문제 개선을 위한 기업의 사회공헌활동도 매우 활발. (인도의 경우는 최근에 일정규모 이상의 기업은 순이익의 2%를 사회공헌활동에 쓰도록 법개정 진행중)
- 국내 기업의 사회공헌활동 지출 규모가 선진국 못지 않는다는 조사 결과도 있음. (대한상의)
- 국내 기업의 사회공헌활동 수준이 양적으로는 선진국 수준을 넘어서는데도 불구하고 여전히 소비자 혹은 국민의 인식은 크게 좋아지지 않은 듯 함.
- 그동안 많이 지적되어 왔고, 또 한편으로는 많은 변화가 있기도 했지만, 사회공헌활동 기업에 대한 소비자의 인식이 낮은 이유는 진정성을 의심하기 때문인 듯 함. 단발적이고, 일회성의, 이벤트 성격이 강한, 그리고 기업의 역량과는 다소 무관한 영역의 활동과 비슷비슷한 프로그램 등으로 신뢰를 받지 못하는 거 아닌가 싶음.
- 소비자들은 사회공헌활동이 상업적 의도를 갖는 것으로 인식할 경우(기업 이익을 위해서 공헌활동을 한다는 의심) 진정성에 의심을 품고 자연히 효과는 감소. 오히려

려 부정적 인식만을 심어줄 가능성이 큼.

- 또한 대기업 총수의 사회 환원 과정(삼성그룹, 현대차그룹 등)에서 보듯 대기업의 거대한 기부가 자발적인 측면에서 이뤄지지 않는다고 인식.
- 그렇지만 최근에는 지속적이고 자발적이며, 전문성을 갖춰서 사회공헌활동을 펼치는 기업들이 증가하는 듯 함.

3. 기업의 사회적 책임

- 발제문에서도 언급되었듯이 국내외적으로 기업의 사회적 책임에 대한 논의가 활발하고 부각되는 상황.
- 시장에서의 무한경쟁과 극한적 이윤추구로 사회의 지속가능성을 훼손하는 결과 초래. 기업의 영향력이 점차 시장을 넘어 일상적 사회공동체에도 절대적인 영향력을 행사.(시장경제 → 시장사회) 이로 인해 기업과 사회의 관계에 대한 통합적 관점에서 기업의 사회적 책임 논의 출발.
- 각각에 따라 기업의 사회적 책임, 사회적 성과, 사회적 반응, 지속가능경영, 기업 윤리, 윤리경영 등 다양하게 표현.
- 용어는 다양하나 대체적으로는 다양한 이해관계자의 기대와 요구를 반영하고, 사회적·환경적 책임을 다하면서 경제적 이익을 추구하는 것 혹은 법과 제도를 위반하지 않으면서 사회적 기대와 요구에 부응하여 경영활동을 펼치는 것 등으로 이해.
- 논의의 차원을 넘어 구체적으로 규범화. 반드시 준수하고 이행해야 하는 것으로 인식. GRI 지속가능경영보고 가이드라인 제정, UN Global Compact 가입 확산, OECD 다국적기업 가이드라인, 국제표준화기구 ISO26000 제정 등.

4. 기업의 사회적 책임을 촉진·확산하기 위한 지자체 역할

(기업의 사회적 책임 증진을 위한 지자체 거버넌스 연구 : 서울시, 2012 참조)

- 유럽과 미국 등 선진국을 중심으로 정부차원에서 CSR을 촉진·확산시키기 위한 노력이 활발함. 그렇지만, 주로 중앙정부의 역할을 중심으로 논의가 되는 상황.
- 다른 한편으로 지역사회를 대상으로 하는 공공정책 담당자인 지자체의 역할 역시 중요. 지자체가 지역을 매개로 기업의 사회적 책임을 촉진, 장려함으로써 지역순환 경제 및 지역사회 발전을 도모할 수 있을 것임.
- 그런 측면에서 기업의 사회적 책임을 촉진하기 위한 지자체의 역할은 크게 2가지 형태로 구분해 볼 수 있음. 첫 번째는 지자체 스스로 모범적 조직으로서 사회적 책임 수행 역할을 하는 것. ISO26000이 제시하는 일반적 사회적 책임 지침을 준수하

는 것을 의미.(7개 주제 37개 이슈에 대한 지자체 성과를 보고함으로써 지자체가 사회적 책임을 모범적으로 실행)

- 두 번째는 공공정책을 통해 기업의 사회적 책임이 확산되고 정착할 수 있도록 하는 역할임.
- 세계은행은 기업의 사회적 책임과 관련한 공공정책으로 4가지 정책유형을 제시. (명령, 촉진, 협동, 보증)
- 명령은 최소기준을 설정하고 감시 및 감독, 제도화 등 규제를 통해 기업의 사회적 책임을 유도하는 것. 법적 제도적 접근을 통해 기업에게 법적, 경제적 제재를 가하는 방식으로 기업을 관리, 감독 및 규제하는 방식. 기업의 사회적 책임에 대한 최소기준을 설정하거나, 특정 조세를 부과하여 사회적 책임 수행을 강제하는 방식. 공공조달시장에 대한 접근을 사회적 책임 실행 여부와 연계하거나 연기금과 같은 공적기금의 사회적 책임투자를 강화하는 방식.
- 촉진은 기업에게 다양한 유인동기를 제공하고 사회적 책임 수행과 관련한 정보를 제공하거나, 사회적 책임과 관련한 다양한 인증체계를 구축하여 기업이 자발적으로 사회적 책임을 수행할 수 있도록 지원하고 장려하는 정책 유형.
- 협동은 파트너십을 구축하는 관계적 접근으로 포럼, 지역네트워크, 민관파트너십, 이해관계자 네트워크 등 다양한 형태의 대화 및 협력 채널을 통해 기업의 사회적 책임이 정착될 수 있도록 관련 이해관계자들의 역량을 강화하는 정책 방향.
- 보증은 기업대표들이 사회적 책임과 관련하여 직접 참여할 수 있는 정책적 접근으로 대표적으로는 경진대회를 통해 모범 사례를 발굴하고, 해당 기업에게 포상함으로써 사회적 책임 활동을 확산시키는 정책.

유형	내용
1) 명령(mandating)	최소기준의 정의와 목표 설정; 감시 및 감독자 확보; 시민의 합법적 행위 지원
2) 촉진(facilitating)	조세 혜택 및 제제, 정보에 대한 접근성 보장; 외국의 모범적 관행 소개; 불량기업 공시 및 불명예 낙인; 자발적 협정 프레임워크 제시; 시민사회 지원
3) 협동(Partnering)	다자간기구 및 시민사회가 역량을 갖출 수 있도록 협력
4) 보증(endorsing)	세계 대표의 정책 영역 참여 보장

자료: World Bank, 2002: 4.

- 자자체 차원에서 적용할 수 있는 방안으로 우선 조달, 구매과정에서 단계별로 기업의 사회적 책임을 조건으로 하는 방법을 생각해 볼 수 있을 것임. (캐나다 밴쿠버, 오타와시 조달정책에 ILO노동협약 준수, 건강하고 안전한 작업환경 보장 등 요구)

또한 보증제도로서 사회적 책임에 대한 이행 여부를 확인하는 인증 제출을 의무화하거나 인증기관에 한해 가산점을 부여하는 방안도 있을 것임. 그리고 기업의 사회적 책임에 대한 인식의 확산과 협력관계 구축을 위한 협의체를 만들 수도 있을 것임. 지역의 이해관계자들의 구체적 이해관계를 토대로 협력관계를 구축하여 지역 사회에 맞는 기업의 사회적 책임 틀을 만들어갈 수 있을 것임.

- 물론 기업의 사회적 책임에 대한 사회적 인식이 낮고 지자체의 권한과 자원의 한계 등으로 기업의 사회적 책임을 촉진·확산하는데 제한적일 수 있음. 그럼에도 불구하고 충남도의 경우 지자체 차원에서 사회책임보고서(노동영역에 한정했지만)를 발간하고, 도의 주요 정책과제로 기업의 사회적 책임을 선정하여 추진한다는 점에서 다양한 방향에서 이를 확산시키기 위한 노력들을 꾸준히 진행할 필요.

6

지역사회에서 기업의 사회적역할

김대환

(충청투데이 경제부 차장)

지역사회에서 기업의 사회적 역할

김대환 (충청투데이 경제부 차장)

기업의 사회적 책임(CSR)은 기업이 지속적으로 존속하기 위한 이윤 추구 활동 이외에 법령과 윤리를 준수하고, 기업의 이해 관계자 요구에 적절히 대응함으로써 사회에 긍정적 영향을 미치는 책임 있는 활동을 말한다. 오늘날에는 기업의 성장과 발전이 사회나 국가 경제 발전과 경제 사회의 구조를 규정할 수 있을 만큼 대규모화되고 있다. 따라서 기업의 활동은 사회적으로 큰 영향을 미치며 이로 인해 기업의 사회적 위치가 커지고 그만큼 기업에게 요구하는 사회적 책임도 커지게 되었다.

사회적 책임에 대한 인식 차이가 존재해 국제적으로 통일된 정의는 없지만 일반적으로 이윤 극대화와 고용 창출, 회계의 투명성, 성실한 세금 납부, 소비자의 권익 보호, 환경·윤리경영, 제품 안전, 여성·현지인·소수 인종에 대한 공정한 대우, 사회공헌 활동, 자선·교육·문화·체육 활동 지원 등을 포함한다. 이러한 기업의 사회적 책임은 지역사회 또는 지역발전과 밀접한 관계를 갖고 있다. 기업이 생산 및 영업활동을 하면서 파생되는 이윤과, 고용창출, 환경, 사회공헌, 재투자 등이 모두 지역에서 이뤄지고 있기 때문이다. 이에 따라 지역기업들은 지역민을 고용하고 연탄나누기, 김장나누기, 환경정화활동 등 사회공헌활동 전반을 지역사회와 연계해 전개하고 있다.

그러나 충남의 경우 수도권이나 영남에 비해 기업 자체가 적고 규모 있는 대기업도 일부에 그치고 있어 상대적으로 기업의 역할로 인한 혜택이 적은 상황이다. 더욱이 충남은 농어촌과 도농복합 소도시 위주로 구성돼 있지만 기업의 사회공헌활동 등은 대부분 천편일률적으로 전개되면서 ‘이윤의 사회환원’이라는 기초적인 수준에 머물고 있다. 대부분 기업들은 지역사회와의 공생과 자신들의 기술을 활용한 사회안전망 구축 등에는 적극적이 않고 최소한의 생색내기에 그치는 경우가 많다.

물론 지역에 연고를 두고 있는 한화그룹의 경우 지역 내 8개 사업장의 사회공헌활동을 총괄하는 사회공헌 전담조직을 지역 내에서 운영하고 있지만 나머지 대기업들은 기본적인 활동에만 국한되고 있는 것이 사실이다.

일례로 지역에서 매년 수백억의 매출을 올리고 있는 대형마트 33곳의 경우 지역상품 구매 비율이 평균 1.2%에 그치고 있고 14곳은 지역상품을 전혀 구매하지 않고 있다. 또 매년 막대한 이익을 얻어가면서도 연간 1억원 이상 지역사회에 기부한 곳은 단 3곳 뿐이었으며 평균 기부액은 1000만원에 그치며 매출대비 0.04% 수준에 머물고 있다. 그러면서도 고작 연탄 몇 백 장을 불우이웃에게 전달하는 행사를 대대적으로 보도하는데만 열을 올리고 있는 것이 현재 지역 대형마트들의 현실이다. 이러한 상황은 비단 대형마트들만의 문제는 아니다.

상당수 기업들은 아직까지도 기업의 사회적 책임을 광고전략의 핵심적 도구로 이용

하거나 총수 일가의 범죄행위에 대한 면죄부로 활용하고 있다. 상생이나 지역사회 발전보다는 최소한의 체면치레와 보여주기식 사회공헌활동을 통해 밖으로 보여지는 좋은 이미지만을 얻는데 열중하고 있다.

선진국에서는 기업의 사회적 책임이 당연한 일로 받아들여지고 있고 보다 실효성을 높이기 위해 기업 스스로가 질적 요소를 고민하고 활동영역과 방법 등을 다양화하고 있다. 우리지역 기업들 역시 지역에서의 기업의 사회적 책임에 대한 깊은 고민과 함께 양적·질적 확대는 물론 지역실정에 맞는 다양한 활동 등을 고민해야 한다. 그것이 기업도 살고 지역도 함께 사는 길이라는 것은 분명한 사실이다.

사회로부터 생명을 부여받고 그 존재의 이유를 허락받아 사회 속에 존재하고 있는 기업, 결국 기업의 사회적 책임은 사회를 위함에 앞서 기업 스스로가 존재하기 위한 필수요건이라는 사실을 알아야 한다.

