

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/비엔비히어로/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 참치업체에 문제제기 => 소비자단체와의 공동행동

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

ECRA는 보편적인 인권 보장(제3세계의 노동조건의 향상과 정치적 자유 인정), 지속가능한 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 구입합시다.
2. 불매운동-아동노동, 자원고갈, 노동자착취기업의 상품, 서비스는 사지 맙시다.
3. 기업을 판단해서 소비-기업이 지역사회, 국제사회에서 어떤 역할을 하는가를 판단해서 선택합시다.
4. 통합적인 판단-기업과 상품을 비교하여 전체적으로 보아 윤리적 가치가 있는 것을 선택합시다.

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

예4) 기업의 사회적 책임으로 SA8000-강제 및 아동노동, 직장 내 건강 및 안전, 집회의 자유 및 단체 협상, 업무 시간 등 작업장 표준을 제시하고 있으며 국제노동기구, 세계인권선언 및 유엔아동권리협약 등의 국제협정을 포괄함-에 따라 자주적으로 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 80여 개국이 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. 아이쿵의 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