

사회적 가치의 시대: CSR에서 CSV로



김민희
 세종대학교 교육과정평가센터 연구원
 minn@sejong.ac.kr

한국교육개발원 국제교육개발협력연구실 연구원
 순천향대학교 교육인증관리센터 연구원
 가천대학교(메디컬) 교수학습개발센터 연구원

관심분야: CSR, CSV, 사회적 기업(2~3개 작성)

“2013년 한 유제품 회사의 대리점주를 향한 욕설과 물량 밀어내기가 논란이 됐다. 매출을 늘리기 위해 대리점에 주문량을 훨씬 초과하는 물량을 강제로 배정하고, 팔지 못한 물량은 환불해주지 않아 대리점이 손해를 떠안도록 하는 식이었다. 이 업체는 당시 대리점 피해자협의회를 명예훼손 혐의로 고소했으나, 여론이 좋지 않자 고소를 취하하고 대리점주를 찾아 사과했다. 갑질 논란 이후 5년이 흐른 지금까지도 SNS를 통한 해당 업체 제품의 불매운동이 이어지고 있으며, 영업 적자를 기록함과 동시에 업계 2위로서 3위 업체와의 격차가 지속적으로 좁혀지는 등 부진한 실적을 기록하고 있다.”

올해는 유독 기업들의 ‘갑질’ 사건으로 시끄러웠던 한 해였다. 기업 오너의 윤리적 문제나, 기업의 경영활동이 사회 정서에 반하는 사건들이 소셜미디어를 통해 낱알이 드러남과 동시에 확대·재생산 되고, 여론 형성을 통한 불매운동이 기업의 매출에까지 영향을 미치는 사례들은 더 이상 새로운 현상이 아니게 되었다. 이는 소셜미디어의 활성화와 더불어 소비자의 인식 수준이 향상된 데에서

비롯한다. 조금 비싸더라도 ‘착한 기업’의 제품을 구매하고, 기업의 비윤리적 경영 활동을 직접적으로 공유하며 불매운동을 벌이는 참여하는 소비자의 탄생이다. 이는 소비의 중심축으로 떠오른 밀레니얼 세대(1980년대 이후 출생자)의 가치 소비 추구로 인한 ‘개념 있는 소비’의 확산으로 해석되고 있다.

최근 인터넷 커뮤니티에서 중증장애인이 포장한 편백나무 방향제를 판매하는 인터넷 판매자가 판매 수익을 백혈병, 소아암 치료비와 자립 비용으로 후원한다는 것이 알려지면서, 제품의 주문이 쇄도하는 사태가 벌어졌다. 주문 폭주로 제품을 받으려면 3개월 이상이 걸리는 데도 관련 미담이 인터넷 커뮤니티에 주기적으로 공유되면서 주문량은 줄지 않고 있다. 소비자들은 단순한 기부를 넘어 소비라는 참여 활동을 통해 기업의 이해관계자로서 기업의 사회적 책임에 영향력을 행사하고 있는 것이다. 경제전문매체 포브스는 “소비자들의 사회적 책임에 관한 의식조사 결과 밀레니얼 소비자의 91%가 기존 구매 제품보다 좀 더 사회적으로 의미 있는 제품을 구매하겠다고 밝혔다”면서 “소셜미디어에 적극적으로 알릴뿐 아니라 소비자 스스로 그 브랜드를 지원하고 키워가는 주도적인 후원자라고 생각한다”고 보도했다. 이 같은 소비행태는 정신적 투자(mental investment)라고 불리기

1. 안소영(2018.08.02.) “남양유업 불매운동 5년째...소비자들 ‘숨은 남양 찾기’까지” 조선비즈 http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2018/08/01/2018080102359.html

도 한다.²⁾

기업 활동은 필연적으로 기업이 속한 사회에 영향을 미친다. 기업의 사회적 책임(CSR)은 기업 활동에 의해 침해된 환경 및 사회적 이슈에 대한 책임을 다하겠다는 취지에서 시작되었다. 소셜미디어의 발전과 소비자의 인식 향상은 기업이 사회적 책임에서 더 이상 자유로울 수 없는 시대적인 배경을 만들었다. 기업이 생산하는 제품의 품질 뿐 아니라, 제품이 생산된 과정과 기업의 윤리경영, 사회적 책임 또한 중요해진 것이다. 기업의 비윤리적인 행태가 밝혀질 경우 소비자들이 철퇴를 가할 수 있는 길이 열린 것과 동시에 기업의 사회 기여 정도가 곧 기업의 생사를 결정짓는 시대가 온 것이다.

CSR의 개념: 방어적 CSR와 전략적 CSR

우리에게 친숙한 기업의 CSR활동은 기부나 봉사, 캠페인 등의 사회공헌활동이다. 그렇다면 사회공헌활동을 적극적으로 하는 기업들이 좋은 기업일까? 매년 사회공헌활동에 100여억원을 투자하고 30대 그룹 CSR 활동 호감도 1위에 빛나는 대한항공은 땅콩회항 사건의 주역으로써 오너 일가의 갑질 문제로 몸살을 앓았다. 글로벌 브랜드 가치 7위, 국내 기업 1위 기업인 삼성은 매년 5천억 이상을 CSR 비용으로 지출하고 있지만, 최근 기업 승계를 위한 자회사 합병과 분식회계 문제로 사회적 물의를 일으킨 바 있다. 이 밖에도 수 없이 많은 기업들이 환경과 사회 문제에 대한 캠페인 전개, 봉사 및 기부활동, 저소득층 또는 인재양성을 위한 재단 설립 등의 사회공헌활동을 수행하고 있지만 해당 기업이 사회적 책임을 충분히 다하고 있는 착한 기업이라고 말하기는 어려울 것이다.

기업의 사회적 책임(CSR)이란 무엇일까? CSR은 Corporate Social Responsibility의 약자로 용어의 정의는 국가별, 시대별로 다르기에 엄밀한 정의는 존재하지

않지만, 일반적으로 기업이 지속적으로 존속하기 위한 이윤추구활동 이외에 법령과 윤리를 준수하고, 기업의 이해관계자의 요구에 적절히 대응함으로써 사회에 긍정적인 영향을 미치는 책임있는 활동을 말한다(대한민국정부(2017.11), 시사경제용어사전). 오늘날에는 기업의 성장과 발전이 해당 기업이 소속된 사회나 국가의 경제발전과 경제사회의 구조를 규정할 수 있을 만큼 대규모화되고 있다. 기업의 활동은 사회적으로 큰 영향을 미치게 되었으며, 이로 인해 기업의 사회적 위치가 커지고 그만큼 기업에 대해 요구하는 사회적 책임도 커지게 되었다.

사회적 요구에 따른 기업의 CSR 활동은 방어적(Defensive) CSR과 전략적(Strategic) CSR로 구분할 수 있다. 방어적 CSR 활동은 후발기업에 해당하는 것으로 ‘남들이 하니 나도 하는 CSR’로 정의할 수 있다. 위험관리경영을 토대로 단기적 관점에서 실행하며, 수동적이며 소극적 형태를 띠고 있다. 방어적 CSR을 활용하는 기업은 이윤창출을 목적으로 기부, 자원봉사와 같은 누구나 쉽게 할 수 있는 사내 프로그램을 유지하는 것이 특징이다. 이런 기업들은 대부분 전담부서를 두지 않고, 홍보부서에서 CSR을 진행한다. 전략적인 CSR은 기업들이 CSR 활동 자체가 경쟁 우위를 창출하는 비즈니스가 된다는 것을 깨닫기 시작하면서 등장하였다. 전략적 CSR은 기업의 핵심사업(Core Business)을 포함한다. 기업은 시장을 선도하는 기업들이 대부분이며 중장기적 비전 아래 보다 적극적이며 전사적인 CSR을 수행한다. 전략적 CSR의 실행을 통해 궁극적인 기업의 이윤 창출 및 이를 통한 사회적 비용을 감소시킬 수 있다.

CSR을 통한 기업평판 관리와 매출 증대를 이루어낸 사례로 지난해 7월 중견기업으로 유일하게 청와대 재계 총수 간담회에 초청받아 화제가 된 오투기를 들 수 있다. 오투기는 11년째 라면가격 동결, 상속세 성실납세, 전 직원 정규직 고용 등의 기업 행보가 알려지면서 착한 기업의 대명사가 됐으며, ‘갓뚜기’라는 별명까지 얻게 되었다. 오투기는 상생과 윤리경영 기업 이미지로 소비자들의 호평을 얻었으며 매출과 주가 상승을 이루어냈다.

2. 최보윤(2018.07.18.) “스테인리스 빨대 · 고체 삼푸까지... ‘개념 소비’가 뜬다” 조선일보 http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2018/07/18/20180718000066.html

| GRI G4 | | ISO26000 | | |
|--------|---|--|---|---|
| 범주 | 측면 | 핵심주제 | 쟁점사항 | |
| 경제 | <ul style="list-style-type: none"> 경제성과 시장지위 | <ul style="list-style-type: none"> 간접 경제효과 조달관행 | <ul style="list-style-type: none"> 지배구조 개선 투명성 및 윤리성 보장 환경 조성 | |
| 환경 | <ul style="list-style-type: none"> 원재료 에너지 용수 생물다양성 배출 폐수 및 폐기물 | <ul style="list-style-type: none"> 제품 및 서비스 컴플라이언스 운송 종합 공급업체환경평가 환경고충처리제도 | <ul style="list-style-type: none"> 인권 인권유린 동조 금지 공무원과 민간인 간 차별 금지 표현의 자유 존중 물 등 필수자원의 접근 제한 금지 | |
| 사회 | 노동관행 및 양질의 일자리 | <ul style="list-style-type: none"> 고용 노사관계 산업안전보건 훈련 및 교육 다양성과 기회 균등 | <ul style="list-style-type: none"> 남녀 동등 보수 공급업체 노동관행 평가 노동관행 고충처리제도 | <ul style="list-style-type: none"> 노동관행 기업의 해외 진출 시 진출국의 고용 상황 우선 고려 노조 대표의 작업장 및 노동자·조직정보 접근 보장 스트레스의 위험성 인식 |
| | 인권 | <ul style="list-style-type: none"> 투자 차별금지 결사 및 단체교섭의 자유 아동노동 강제노동 | <ul style="list-style-type: none"> 보안 관행 원주민 권리 평가 공급업체 인권 평가 인권 고충처리 제도 | <ul style="list-style-type: none"> 환경 독성 화학물질 사용 공개 환경재해로 인한 손실의 보상 풍토종 및 멸종위기종 보호 |
| | 사회 | <ul style="list-style-type: none"> 지역사회 반부패 공공정책 경쟁저해행위 | <ul style="list-style-type: none"> 컴플라이언스 공급업체가 사회에 미치는 영향 평가 사회에 미치는 영향에 관한 고충처리제도 | <ul style="list-style-type: none"> 공정운영 관행 보복 두려움 없는 고발제도 마련 투명한 로비 |
| | 제품 책임 | <ul style="list-style-type: none"> 고객 안전보건 제품 및 서비스 라벨링 마케팅 커뮤니케이션 고객개인정보보호 컴플라이언스 | | <ul style="list-style-type: none"> 소비자 이슈 위조 및 표절 금지 상품 가격의 구성 정보 제공 지속가능한 소비 지향 소비자 정보 보호 |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> 공동체의 사회·경제 발전 고용가능한 기술개발 문맹타파 조세외무 준수 | |

출처: GRI(2013), G4 가이드라인

출처: 지식경제부 기술표준원

CSR은 어떤 내용을 포함해야하는가: GRI 와 ISO26000

구체적으로 어떤 활동을 해야 기업이 사회적 책임을 다했다고 할 수 있을까? CSR의 구성 내용은 기업이 사회를 위해 이행해야 할 책임의 범주와 항목들을 제시해주는 가이드라인으로 가장 유명한 두 개의 프레임워크인 GRI 와 ISO26000을 통해 살펴볼 수 있다. GRI와 ISO26000은 각각 지속가능성과 사회적 책임이라는 키워드를 중심으로 발전된 것으로 기업의 사회적 책임을 규정하는 지침으로서 활용되고 있다. GRI와 ISO26000 표준의 세부 내용은 <표 1>로 제시하였다.

GRI(Global Reporting Initiative)는 기업이 환경과 사회 문제에 대해 책임을 다하겠다는 계획을 담은 보고서인 기업의 지속가능 보고서에 대한 가이드라인을 제시하는 국제기구이다. GRI는 환경에 대한 지속가능성(Sustainability)에서 출발하여 경제, 사회, 환경의 트리플 바텀라인³⁾으로 확장된 개념을 포함한다. 지속가능보고서는 의무사항이 아니지만 환경 문제에 대한 세계적인

3. 트리플바텀라인(Triple Bottom Line) 기업이 경제적으로 생존가능하고, 환경적으로 건전하며 사회적으로 책임이있도록 조화로운 노력을 하는 상황(Elkington, 1997)

관심이 높아지면서 보고서를 낸 기업에 대한 국제적인 평가가 크게 높아지는 경향이 있다. 보고서를 제출하는 기업 숫자는 GRI 설립 첫째 10개에서 2009년에는 1,400개로 늘었고, 2017년 GRI 공개 데이터베이스에 등록된 보고서는 46,709개로 그 수가 기하급수적으로 증가했다. 한국에서는 현대자동차가 2003년 최초로 GRI 가이드라인에 부합하는 지속가능보고서를 발간했고 2009년에는 54개에 불과했던 참여 기업수가 2017년에는 124개로 늘어났다.⁴⁾

한편 ISO26000은 2010년 국제표준화기구(ISO)가 제정한 사회적 책임(SR)에 대한 국제적 표준으로, 사회적 책임 범위에 기업뿐만 아니라 정부나 일반조직도 포함해야 한다는 의미에서 기업(corporate)이라는 단어를 빼고 SR(Social Responsibility)이라는 용어를 사용하고 있다. ISO26000은 세계화에 따른 빈곤과 불평등에 대한 국제사회의 문제해결, 경제성장과 개발에 따른 지구환경위기 대처 및 지속가능한 생존과 인류번영을 위한 새로운 패러다임의 요구에 따라, 개발된 사회적 책임에 관한 국제표준이다.

GRI와 ISO26000 준수는 의무는 아니지만 최근 경제협력개발기구(OECD) 주요 국가들이 기업의 CSR을 자국법 또는 국가 간 투자협정에 반영하고 있어 기업의 경영활동에 사회적 책임 준수 여부의 중요성이 확대되고 있다. 대한상공회의소 산하 지속가능경영원이 국내 수출기업 120여개사를 대상으로 '수출기업의 CSR 리스크 실태'를 조사한 결과, 수출기업의 절반이상이 글로벌 고객사에 수출 또는 납품하는 과정에서 CSR 평가를 받은 것으로 나타났다. 평가를 받은 기업 중 평가결과가 실제 사업에 영향을 줬다고 응답한 기업들은 '협력사 선정 배제', '해결 후 조건부 납품', '납품량 축소', '거래중단' 등의 방식으로 영향을 받았다고 응답했다. CSR 평가를 받은 분야는 환경이 가장 많고, 그 다음은 안전·보건, 노동, 인권, 윤리 등이었다. 또한 기업들은 향후 글로벌 고객사의

CSR 평가가 강화될 것이며, 수출에도 영향을 미칠 것이라고 전망했다.⁵⁾ 이처럼 기업의 사회적 책임에 대한 국제적 요구가 증대되고 GRI, ISO26000 등 사회적 책임에 대한 기준이 기업 활동에서 무역장벽으로 작용할 가능성이 높아짐에 따라 기업의 존속을 위해서도 기업들의 사회적 책임에 대한 중요성은 확대될 것이다.

사회적 가치의 시대: CSR에서 CSV로

CSR은 대부분 기업 평판에만 집중하고 기업과 사회의 이익을 연결시키지 못하기 때문에 장기적 차원의 정당성 확보와 운영이 어렵다는 한계점이 나타나고 있다. 이에 기업이 당면한 사회적 요구를 파악하고 그 문제를 해결하는 과정에서 경제적 수익과 사회적 가치를 동시에 창출하는 경영전략으로 공유가치 창출(CSV: Creating Shared Value)이라는 개념이 등장하였다. CSV는 하버드대학교 비즈니스 스쿨의 마이클 포터(Michael E. Porter) 교수가 2011년 하버드비즈니스리뷰(HBR)에 기고한 <자본주의를 어떻게 치유할 것인가 How to Fix Capitalism>란 논문에서 소개하면서 알려졌다. CSV는 기부나 봉사활동과 같은 전통적 사회공헌 방식을 벗어난 협력업체, 지역 사회 등과 공유할 수 있는 이익 창출을 통해 사회적 이슈를 근본적으로 해결하는 선순환 구조를 지향하자는 것이다. CSV는 기업의 수익창출과 사회공헌활동이 별도의 활동으로 이루어지는 것이 아니라, 기업의 영업활동 자체가 사회적 가치를 창출하는 동시에 경제적 수익을 추구한다는 점에서 기업의 사회적 책임(CSR)과 비교된다. 즉, CSV는 처음부터 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 창출하여 기업의 이윤으로 연결시키는 방법을 고민하는 반면, CSR은 기업이 이미 만들어 낸 이익의 일부를 사회에 환원하는 방식이다. 이 때문에 CSR은 주로 영업외비용으로 인식되지만, CSV는 그 자체가 주요 경영활동의 예산과 비용으로 인식된다.

4. 대한민국지속가능성대회, 지속가능보고서통계 <http://www.ksi.or.kr/ksi/5011/subview.do>

5. 광정수(2018.12.06.) "납품배제·거래중단...수출기업에 '사회적 책임'(CSR) 비상등" 한겨레 http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/873279.html

| 분류 | CSR | CSV |
|----|--------------------------------|--------------------------------------|
| 가치 | 선을 행하는 것 | 투입비용대비 높은 사회·경제적 가치창출 |
| 인식 | 평판관리, 기업의 수익 추구와는 무관 | 기업의 차원과 전문지식을 이용해 사회·경제적 가치 모두 추구 |
| 활동 | 시민의식, 자선활동, 지속가능성 | 기업과 공동체 모두를 위한 가치창출 |
| 이윤 | 이윤 극대화와 관계없는 활동이 이루어짐 | 이윤 극대화를 위한 필수 요소 |
| 예산 | 기업의 CSR 예산 한정 | 기업 전체 예산에 CSV 개념 반영 |
| 안전 | 외부 요구나 개인적 취향에 따라 활동 내용이 정해짐 | CSV는 회사의 특정한 안전이고 그 안전은 회사 내부에서 만들어짐 |
| 한계 | 다른 기업 활동이나 CSR 예산 문제로 영향력이 제한됨 | 기업별 상황과 내부 요인에 따라 활용 요인이 정해짐 |
| 사례 | 공정 구매 | 조달시스템 자체를 혁신해서 품질을 개선하고 생산량 증대 |

CSR 5.0(김성택, 2012), p285 재구성

마이클 포터 교수는 CSR과 CSV의 차이를 공정무역의 사례를 통해 설명한다. 지역 농부가 재배한 농작물을 기업이 일반적인 농작물보다 높은 값에 매매하는 것은 일시적으로 경제적 지원을 하는 CSR 관점으로 볼 수 있는 반면, CSV는 농작물 재배 환경을 개선하고 농부를 위한 협력체계를 구축하여 농부들이 효율적이고 지속가능한 방법으로 작물을 재배해 수확량과 품질을 개선하도록 도움을 준다. 이는 궁극적으로 기업의 이미지를 개선하고 소비자에게 제공되는 상품의 질을 높이는 데 기여하여 수익을 창출하는 선순환 구조를 가진다.

우리나라 기업의 CSV 사례로는 2014년부터 CJ제일제당이 KOICA와 함께 수행하고 있는 ‘베트남 농촌 개발 CSV 사업’을 들 수 있다. 첫 사업 대상 마을은 1인당 월 소득 35달러 이하의 최빈곤층 가구가 3분의 1에 달할 만큼 낙후된 지역에 속했다. CJ제일제당은 한국산 고추 종자를 공급하고 효과적으로 재배할 수 있는 농업 기술을 연구하고 전파하는 역할을 맡았다. 마을 내 총 245가구가 특별한 재배 기술 없이 옥수수 등을 키우며 살아왔던 마을은 고추 재배 참여 농가가 2014년 2가구에서 43가구로 늘었고 소득도 이전 대비 평균 5배 가량 증가했다. CJ제일제당은 해당 마을에 고춧가루 가공 공장을 지어 농가에서 수확한 고추를 바로 가공할 수 있는 시스템을 구축했다. 생산된 고춧가루는 엄격한 품질 검사를 거쳐 수출용 고추장이나 베트남 김치 원료로 사용하고 있

다. 이를 통해 CJ제일제당은 신뢰할 수 있는 품질의 원료를 안정적으로 공급할 수 있으며, 농가는 고추 계약 재배를 통해 높은 소득을 올릴 수 있게 됐다.⁶⁾

최근에는 기업의 사회적 책임과 공유가치창출의 개념을 넘어 혁신적인 방법을 통한 사회문제 해결 자체를 비즈니스 모델로 한 소셜벤처, 사회적 기업과 같은 사회적 경제조직이 등장하기 시작했다. 이는 고용 창출과 혁신을 통해 실업과 빈곤을 해결하고, 이윤추구와 사회적 가치창출을 동시에 달성하고자 하는 시도이다. 이상의 논의를 통해 중요한 것은 단순히 기업이 초래한 환경, 사회 문제에 대한 책임으로써의 CSR을 넘어, 기업 또한 사회의 일원인 기업 시민(Corporate Citizenship)으로서 윤리를 준수하고, 사회 문제를 해결하기 위한 방법으로 적극적으로 고민하고 기여하며, 상생과 공존의 구조를 만들어가는 기업 활동으로의 전환을 추구해야 한다는 것이다.

참고문헌

1. 김성택(2012). CSR 5.0 기업의 사회적 책임과 역할. 서울: 도서출판청람.
2. 안상아(2013). 국내 상장기업의 지속가능보고서 발간 현황 및 분석. 한국기업지배구조원 pp.88-111.
3. 황상규(2010). ISO26000(사회책임) 제정과 정부, 기업, 시민사회의 대응전략. 기업지배구조리뷰, pp.15-27.
6. Channel CJ(2018.11.30.) "CJ제일제당 CSV사업, 국제사회서 모범사례로 조명" <http://blog.cj.net/2586>