

기업윤리 브리프스

8

국민권익위원회 Monthly Business Ethics Briefs

▶ 국민권익위원회 홈페이지 www.acrc.go.kr '기업윤리 브리프스'에서 자세한 내용을 보실 수 있습니다.

전문가교칭

공유가치창출(CSV)과 책임경영

질문 1

기업의 공유가치창출은 어떤 (윤리)경영전략이며, 왜 필요합니까?

기업은 이윤추구라는 본래의 목적과 함께 사회구성원으로서 당연히 가져야 할 사회적 책임(Corporate Social Responsibility: CSR)이 요구된다. 하지만 이 당위성에 함정이 도사리고 있다. 기업은 어떻게 해서든 겉만 화려한 CSR의 옷을 입길 원하고, 기부행위나 자선사업 등의 외형적인 이미지 가꾸기에만 치중하게 된다. 오스트리아 빈 대학 마틴 노이라이터 교수는 "한국기업들에게 CSR은 여전히 이미지, 명성, 홍보(PR) 등이 주목적이다"라고 지적한바 있다. 한국 상황에서는 CSR 개념이 사회적으로 강조될수록 기업은 오히려 보여주지 활동에만 치중하고 실질적으로 사회적 임팩트(social impact)를 창출하는 데는 큰 관심을 가지지 않을 가능성이 높다. 미국의 포터 교수와 크레이머 교수는 기업의 공유가치창출(Creating Shared Value: CSV) 개념을 주창하여, 기업 스스로 사회에 실질적인 임팩트를 줄 수 있는 전략적 틀을 제공했다.

신발회사 '탐스(Toms)'는 고객이 신발 한 켤레를 구매할 때마다 아프리카 아이들에게 한 켤레씩 기부하는 새로운 비즈니스 모델을 개발하였다. 탐스 신발을 사야 하는 이유(cause)에 공감한 고객들이 많아질수록 기업은 성장하고 아프리카 아이들은 보다 편하게 밭을 다닐 수 있게 된다. 결국 탐스는 아프리카에서 나타날 수 있는 사회문제를 비즈니스 모델로 승화함으로써 기업성장은 물론 새로운 공유가치를 창출할 수 있었다. 이처럼 CSV는 사회에서 일어날 수 있는 여러 사회문제를 비즈니스 방식을 통해 해결하려는 일련의 활동을 모두 포괄한다. 따라서 기업 활동이 곧 사회를 위한 활동이고 사회를 위한 가치창출은 기업의 실질적인 성장을 돕는 선순환이 발생해, 경제와 사회 두 영역의 가치가 통합되는 결과를 얻게 된다.

기업은 자신이 가장 잘하는 부가가치창출을 활용하여 그 가치에 대한 대가를 받고, 사회는 기업이 제공한 혜택으로 더 풍요함을 누릴 수 있는 것이다. CSV를 통한 대가는 기업의 인센티브가 되므로 이제 더 이상 CSV 활동은 당위적인 '사회적 책임'이나 비용이 아니라, 그 자체가 기업의 본질적 활동이고 존재의 이유가 되며 사회를 위해 새로운 가치창출이 된다.

질문 2

성공적인 CSV 활동을 위해 기업은 어떤 노력을 기울여야 합니까?

성공적인 CSV 활동을 위해 가장 먼저 고려해야 할 것은 핵심역량이다. 기업이 가장 잘할 수 있는 것을 알게 되면, 그 속에 사회적 가치를 녹여내는 것은 큰 무리가 없다. 기업은 제품 및 서비스를 생산하는 전 과정에서 공유가치를 창출할 수 있는 방안이 무엇인지 고민해야 한다. 네슬레는 '네스 카페 플랜' 프로젝트를 통해 중국·콜롬비아·에티오피아 등 세계각지의 영세 커피재배농민으로부터 커피원두를 직접 구매하고, 생산량이 좋고 질병에 강한 커피품종을 무상 또는 소액대출로 보급하며, 커피재배기술을 무상 교육하고 있다. 커피품질이 좋아져 네슬레의 성과를 향상시키는 것은 물론, 커피재배농민들의 수익 또한 증가시키는 결과를 낳았다.

기업이 원재료 공급, 생산, R&D, 마케팅, 일반 매니지먼트 등 모든 부가가치를 만드는 가치사슬에서 자신의 핵심역량을 파악해 이를 사회적 가치로 환원하거나 다른 사회구성원들과 공유하기 위해 필요한 세 가지 기업행동가이드라인은 다음과 같다.

우선 기업을 둘러싼 사회문제가 무엇인지 파악해야 한다. 사회 불평등을 심화시키는 계층화현상이나 지속가능한 발전을 가로막는 환경문제 등은 공유가치를 위해 고려할 수 있는 대표적 사례다. 하지만 기업이 모든 사회문제를 다룰 순 없기 때문에, 다음으로 고려할 사항은 기업과 가장 밀접하게 관련된 사회문제를 선별해 우선순위를 정하고, 공유가치창출을 위한 새로운 프로그램 및 활동전략을 수립하는 것이다. 마지막으로 공유가치창출전략의 지속성 유지를 위해, 계속적인 학습과 효과적인 모니터링 및 피드백이 필요하다. 특히 목표관리 측면에서, CSV의 사회적 영향이 어떠한지 평가할 수 있는 표준지표 개발은 CSV 활동개선 및 책임경영을 위해 반드시 필요한 부분이다.



김 상 준
이화여대 경영대학 교수

윤경萬里

:: 국 내

1. 구멍 뚫린 사회적 기업의 국고보조사업

7월 7일 제주지검은 사회적 기업 경영컨설팅 보조금을 가로챈 혐의(사기)로 경영컨설팅 업체 대표와 사회적 기업 대표 등 3명을 구속하고 보조사업자를 컨설팅업체에 소개해 준 대학교수와 보조금 사업자 48명을 같은 혐의로 불구속 기소했다고 밝혔다. 구속된 컨설팅업체 대표들은 2011~2015년 사이에 17억 원대의 보조금을 가로챈 혐의를 받고 있고, 또한 이들은 보조금 사업자의 자기부담금 1천만 원 상당을 대신 내주는 대가로 나머지 국고보조금을 받아 챙긴 것으로 검찰 조사결과 드러났다. 이들 업체와 짜고 자기부담금 없이 경영컨설팅을 받은 보조금 사업자는 제주 14명, 광주·전남 28명, 전북 4명, 경남 3명 등 49명에 이른다.

참고 <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/07/07/0200000000AKR201607071125000566.HTML?input=1179m>
<http://www.hani.co.kr/arti/society/area/751413.html>



2. 서울시 '청렴건설행정시스템' 베트남 등 5개국에 전수



7월 15일 서울시는 유엔개발계획(UNDP)과 함께 베트남, 태국, 우크라이나, 우간다, 요르단에 건설공사 정보를 투명하게 공개하는 '청렴 건설행정시스템'을 자문·지원한

다고 밝혔다. 청렴건설행정시스템은 서울시에서 시행하는 건설공사의 전 과정을 시민에게 공개하는 관리시스템으로서, △건설정보관리 시스템, △건설알림이, △대금e바로 세 부분으로 구성돼 있다. 이 시스템은 2013년 유엔이 우수 공공행정서비스와 정책에 주는 '유엔공공행정상' 부패 척결·방지 분야에서 수상하기도 했다.

참고 <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2016071419283259361&outlink=1>
<http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/07/14/0200000000AKR20160714172500004.HTML?from=search>

3. 권익위, 부산지역 청렴 클러스터 구축

6월 29일 국민권익위원회는 부산지역을 기반으로 '청렴 클러스터'를 구축했다. 현재 부산에는 주택도시보증공사 등 11개의 공공기관이 이전해 있고, 내년까지 한국해양과학기술원을 포함해 총 12개의 공공기관이 이전을 완료할 예정이다. 권익위 관계자는 "이번 청렴 클러스터 구축을 계기로 부산지역에 자생적 청렴문화가 형성될 것으로 기대한다"며 "앞으로도 충북, 강원, 대구 등 권역별 청렴 클러스터 구축을 통해 우리 사회 전반에 청렴문화가 확산될 수 있도록 노력할 것"이라고 밝혔다.

참고 <http://news1.kr/articles/?2704641> / <http://www.korea.kr/policy/pressReleaseView.do?newsId=156139131>

:: 해 외

1. 영국 SFO, 뇌물과 돈세탁 혐의로 우나오일 수사

7월 19일 영국 중대비리조사청(SFO)은 모나코 기업 '우나오일'에 대한 수사를 진행하고 있다고 밝혔다. 우나오일은 뇌물수수, 부정부패, 돈세탁 등의 혐의를 받고 있는데, SFO 외에 모나코에서도 조사가 진행 중이다. SFO는 우나오일 비리 관련 여러 정보원들에 접근해왔으며, 관련 정보를 갖고 있는 사람들의 제보를 공식 요청했고, 지금 현재로서는 더 자세한 내용은 밝힐 수 없다고 공식 논평했다. 한편 우나오일은 이번 조사와 관련된 질문에 일체 답변을 거부한 상태이다.

참고 <https://www.sfo.gov.uk/2016/07/19/unaoil-investigation/>
<https://www.theguardian.com/business/2016/jul/19/serious-office-opens-criminal-investigation-into-unaoil>

2. 일본, '기업통치지침' 도입 후 달라진 주총풍경

일본에서 작년 6월부터 기업이 주주나 투자자와 대화를 통해 경영의 공정성, 투명성을 높이라는 '기업통치지침'을 도입한 뒤 올해 각사 주주총회의 풍경이 크게 바뀌었다. 기업통치지침은 이사회나 위원회 등이 규정된 새로운 기업지배구조에 관한 지침이다. 독립 사외이사 도입 규정이 강화되면서 사외이사를 복수로 도입한 기업이 지난해 50%대에서 올해는 80%대로 올라갔다. 수익성이 낮거나 스캔들을 일으킨 기업에서는 경영진에 대한 비판의 목소리가 강해졌고, 최고 경영자 선임 반대 비율이 올라간 사례도 눈에 띄었다. 주주총회에서 주주와 기업이 적극적으로 의견을 교환하면서 기업은 지배구조개선을 강하게 의식하지 않을 수 없게 됐다.

참고 <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/06/30/0200000000AKR20160630085600039.HTML?from=search>
<http://vip.mk.co.kr/news/view/21/21/2582333.html>

3. 말레이 국부펀드, 잇따르는 횡령 의혹

7월 21일 스위스 법무부는 말레이시아 국영투자기업 1MDB가 횡령 자금으로 구입한 고흐의 '아를르 뱅상의 집'과 '산 조르조 마조레', '수련 연작' 등 모네의 작품



2점을 확보했다고 밝혔다. 하지만 "수사가 계속 진행되고 있어 작품을 어디에서 확보했는지는 밝힐 수 없다"고 말했다. 1MDB가 횡령한 자금은 전 세계 페이퍼컴퍼니에서 세탁되어 부동산, 예술품 등으로 둔갑해 숨겨져 있다. 앞서 미국 법무부는 1MDB를 상대로 10억 달러(약 1조1,400억원) 규모의 자산을 몰수하는 소송을 전날인 20일, 로스앤젤레스 연방 법원에 제기했다. 2009년 설립된 말레이 국부펀드는 작년 말 기준 13조 원에 육박하는 부채가 드러나면서 비리 의혹이 잇따르고 있다.

참고 <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/07/21/0200000000AKR20160721201800088.HTML?input=1179m>
<http://news.kbs.co.kr/news/view.do?nrcd=3316321&ref=D>

국내 :: 반부패 공동행동 프로그램 (Collective Action to Tackle Corruption)

영국의 앞선 반부패정책과 경영시스템을 경험할 수 있고, 내·외부 이해관계자들과 반부패노력을 소통할 수 있다.

- 주최 : BSI 코리아, 유엔글로벌콤팩트 한국협회
- 일시 : 2016년 7월 ~ 2017년 3월
- 장소 : 서울 중로구 중로 51, BSI 코리아

국외 :: EBEN Research Conference 2016 (2016년 유럽기업윤리네트워크 연구컨퍼런스)

기업의 윤리적 행동과 윤리행동을 공개하기로 결정하는 방식 사이의 복잡한 관계의 이해에 초점이 맞춰져 있다.

- 주최 : EBEN
- 일시 : 2016년 9월 8-9일
- 장소 : Palermo, Italy

국외 :: Corporate Citizenship Communications (기업시민 커뮤니케이션)

더 나은 커뮤니케이션, PR, 마케팅, CSR/시민권, 동료와 협력하고자하는 기업시민 전문가를 위한 프로그램이다.

- 주최 : Boston College Center for Corporate Citizenship
- 일시 : 2016년 9월 7-9일
- 장소 : Chicago Marriott Downtown, IL

행사소개



우나오일(Unaoil) 스캔들과 기업의 사회적 책임

2016년 5월 국제 통화기금(IMF)이 발표한 「부패: 비용과 경감전략」 보고서에 따르면, 연간 1.5~2조 달러 규모의 뇌물이 오가는 것으로 파악되며 이는 세계 GDP의 2%에 해당한다. 이처럼 부패의 직접적인 경제비용은 빈곤 퇴치, 일자리 창출, 환경보호 등에 사용되지 못하고 검은 돈으로 소모된다. 지난 3월말 글로벌 차원에서 사회적 책임을 다 하는 것으로 알려졌던 컨설팅 기업 우나오일의 추악한 모습이 허핑턴포스트와 호주의 페어팩스 미디어 탐사보도에 포착되었다. 이 보도에서 상당수의 글로벌 기업들이 중동 석유산업의 부패에 연루됐음을 시사하는 기밀 자료들이 처음으로 공개됐고 '뇌물공장'(Bribe Factory)과도 같은 석유산업계의 민낯이 드러났다.

우나오일은 어떤 기업인가?

1991년 영국령 버진 아일랜드에 이란계 영국인 아타 아사시가 설립한 우나오일은 중동, 중앙 아시아, 아프리카의 나라들과 이 지역의 자원에 관심이 있는 서구 기업들을 연결하여 산업적 해결책을 공급하고 있다.



2010년 비영리 인도주의 단체 우나키즈(UnaKids)를 설립해 엄청난 폭력과 사회적 혼란으로 피해를 입은 지역의 아이들을 교육시키고 있다. 교육받은 아이들이 평화와 안정을 되찾는 사업에 기여할 수 있게 2년마다 우나키즈가 위치한 지역에 학교나 의료시설을 설립하고 있다. 외형상 우나오일은 청렴 및 윤리, 사회적 책임, 안전과 지속가능성을 기업 가치로 사회적 책임을 충실히 이행하고 있는 건전한 기업이다. 하지만 그 진면목을 알게 되면 이런 기부천사의 이미지는 한 순간에 사라지게 된다.

뇌물공장, 우나오일

페어팩스 미디어의 탐사보도에 따르면 할리버튼, 할리버튼의 자회사였던 KBR, 롤스로이스 등 수백 개의 세계적인 대기업들은 아프리카, 중동, 구소련 국가들에서 우나오일을 통해 여러 사업계약을 따낸 것으로 드러났다. 우나오일은 자원 개발에 관심이 있는 기업과 해당 국가의 공무원들을 연결하는 비공식적이고 은밀한 거래를 비즈니스 모델로 삼고 있다. 우나오일은 로비스트를 자처하며 다국적 기업들에게 자신들의 도움 없이는 계약을 따낼 수 없다는 불안감을 조성했고, 중동 국가의 유력 정치인과 관리들에게는 뇌물을 반복적으로 제공하며 인적네트워크를 강화해나간 것으로 알려졌다. 우나오일이 뇌물 제공으로 세계적 기업들에게 수십억 달러의 정부계약을 성사시켜준 사실관계 조사가 모나코와 영국 등에서 현재 진행 중이다.

우나오일 스캔들과 해외부패방지법

미국 해외부패방지법(FCPA)은 미국에서 사업을 하거나 미국 거래소에 주식을 발행하는 기업이라면 해외기업도 처벌할 수 있다. 그리고 사업파트너가 해외 공무원에게 뇌물을 제공한다는 사실을 알고 있다면, 공모로 간주해 동시에 처벌하게 된다. 우나오일의 파트너 기업들 중 뇌물제공사실을 잘 몰랐던 기업도 있을 수 있다. 그러나 FCPA는 사업파트너가 뇌물을 주고 있는지를 제대로 조사하지 않은 기업들에게도 벌금을 부과하고 형사상 처벌을 내릴 수 있다. 따라서 우나오일의 뇌물제공이 사실로 밝혀질 경우, 계약 성사를 위해 우나오일을 고용한 기업들도 형사상의 제재를 받거나 엄청난 벌금을 내야 할 가능성이 높다. 자원이 있는 약소국에서는 이를 탐내는 서구의 대기업, 부패한 관료들, 그리고 이를 중개하는 우나오일 같은 기업이 합작한 부패시리즈가 나타날 가능성이 매우 높다. 따라서 FCPA처럼 국적을 초월한 부패방지법이 작용하도록 허용하거나, 반부패국제협약의 가입범위를 점차 확대해 나가야 한다.

부패방지를 위한 기업의 사회적 책임

우나오일은 뇌물방지 컴플라이언스 솔루션을 제공하는 비영리협회 '트레이스 인터내셔널'(Trace International)로부터 2007년 국제인증을 받았다는 사실을 무기로 여러 의혹들을 비껴가려 한다. 우나오일 스캔들을 미연에 방지하려면 글로벌 차원에서 회계 및 재무 투명성에 대한 국제적 기준을 채택해야하고, 뇌물거래 방지를 위한 관련 법률을 강화하고 행정 투명성을 높여야 한다. 지난 5월 반부패정상회의에서 채택한 공동선언문은 우리에게 시사하는 바가 크다. 그 주요 내용은 △부패은폐수단으로 악용되는 법적·제도적 장치 개선, △부패신고자의 철저한 보호, △정부예산의 공정한 집행 및 조세투명성 증진, △부패 관련자의 엄벌 및 부패로 인한 피해 회복, △부패문화의 근절 및 국제공조강화 등이다.

지식노트

CSV(공유가치창출)



CSV(Creating Shared Value)는 기존의 CSR과는 다른, 사업 과정에서 사회적 가치를 창출하는 활동을 말합니다.

우리가 수많은 협력사와 함께 지향해야 할 길은 국민과 우리, 모두가 만족하고 오랜 시간 발전해 나갈 수 있는 길입니다.

이를 위해선 모두가 함께 새로운 가치를 만들 수 있는 방안을 모색해야 합니다.



윤리경영 스터디

기업과 사회의 공유가치창출 로드맵

최근 대기업과 중소기업 간의 불균형, 소득 양극화, 환경오염 등 여러 사회문제들이 발생하면서 기업은 더 이상 이윤추구만을 목적으로 하는 경영을 할 수 없게 되었다. 기업이 사회적인 책임경영을 해야 한다는 사회적 목소리가 높아지면서 윤리경영과 사회공헌 활동이 경영철학의 중심으로 변화되어가고 있다. 미국 보스턴 칼리지 기업시민센터가 발간한 “기업과 사회에 가치를 전달하는 로드맵”(이하 로드맵으로 약칭) 보고서에는 지역사회와 가치를 공유하는 전체적 과정이 담겨있다. 또한 하버드대 포터교수가 기업경쟁력 확보를 위해 경영전략으로 제시한 “다이아몬드 모델을 이용한 공유가치창출 전략에 관한 연구”(조상미/이재희)는 기업의 구체적인 공유가치창출활동을 다루고 있다.



경쟁하는 경영 여건 및 체제이다. 기업이 생산영역만이 아니라, 네 가지 영역을 전체적으로 고려해야 공유가치창출이란 큰 그림을 그릴 수 있을 것으로 판단한 것이다.

e 지역사회와 가치 공유하기

기업의 기부행위와 직원들의 자원봉사는 지역사회 참여활동의 주된 방식으로 기업과 사회에 핵심가치를 전달할 수 있는 중요한 수단이다. 특히 직원의 사회적 책임활동은 인사고과의 인센티브로 활용할 수 있기 때문에 직원들의 지역사회 참여프로그램을 이끌고 유지시키는 데 큰 도움이 된다. 조사결과 89%의 직원에게서 자원봉사 참여와 직장업무에서의 높은 참여율(만족도) 사이에 직접적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 직원들의 자원봉사 참여로 인해 높아진 업무 만족도는 자신이 속한 기업에 대한 높아진 신뢰의 결과라고 평가할 수 있다.

직원의 자원봉사 프로그램은 네트워킹, 기술개발, 리더십훈련 등의 기회를 제공하는 역할을 한다. 기업은 지역사회 참여프로그램의 측정과 평가를 지속적으로 함으로써, 기업과 사회의 가치를 통합하여 사회적 목표를 달성할 수 있을 것이다. 그 과정에서 이해관계자들은 사회적 책임활동에 더 많은 관심을 가지게 되며 직원들의 참여도 더욱 높아질 것이다. 결과적으로 기업은 사회적 신뢰를 쌓을 수 있어 소비자의 평판과 기업 가치는 더욱 올라갈 것이다. 기업의 공유가치창출은 지역 사회를 행복하게 살아갈 수 있는 공간으로 만드는 핵심요소다.

e 경쟁우위 개념과 다이아몬드 모델

기업은 생존과 성장을 계속하기 위해 경쟁우위를 가져야한다. 경쟁우위는 희소한 자원을 어떻게 효율적으로 배분할 것인지 결정하는 기업경영전략에 따라 좌우된다. 즉, 경쟁우위는 경영의 모든 측면을 고려한 전략적 선택에 의해 가능하다는 것이다. 포터교수가 개발한 다이아몬드 모델은 생산조건, 수요조건, 관련 및 지원 산업, 기업전략·구조 및 경쟁 등 네 가지 구성부분으로 나눠 기업이 각각에서 경쟁우위를 가질 수 있는 전략적 고민이 필요하다고 주장한다.

첫째, ‘생산조건’은 산업에서 경쟁하는데 필요한 자원, 자본 등 생산 측면의 기본요건이다. 둘째, ‘수요조건’은 상품이나 서비스에 대한 시장수요 측면의 크기, 가격, 성장패턴, 성격 및 특성이다. 셋째, ‘관련 및 지원 분야’는 기업이 상품이나 서비스의 제공활동을 함에 있어 필요한 공급자 산업이나 관련 산업의 존재여부를 의미한다. 넷째, ‘전략·구조 및 경쟁’은 기업을 설립하고 조직화하며 다른 기업과

e 다이아몬드 모델에 따른 공유가치창출의 전략적 활동

다이아몬드 모델은 효율적인 공유가치창출을 위한 네 가지 구성요소를 설정하였고, 각 영역에 맞는 구체적인 전략적 실천이 가능하다.

첫째, ‘생산조건’과 관련한 전략적 활동은 기업자원을 정확히 파악하고 이를 활용하여 기업 내부혁신의 계기로 삼을 수 있는 공유가치창출을 시행하는 것이다. 지역사회에 기업의 사회공헌전문가를 담당자로 배치하고, 경쟁우위의 제품과 기술을 이들 사업에 적극적으로 지원 하는 것이다. 이는 생산과 유통에서 자원의 낭비를 막고, 기업의 제품과 서비스 및 기술적 역량을 지역사회에 홍보할 수 있는 기회를 마련 해준다.

둘째, ‘수요조건’과 관련해서는 환경문제나 사회 불균형 문제 등 글로벌 현안을 심도 있게 분석하고 회사역량을 파악하여, 현안의 시급성과 사업의 지속가능성이 높은 항목을 선정하여 공유가치창출 활동을 펼쳐야 할 것이다. 사회 불평등이 심각한 상황이라면 저소득층이 당면한 의료, 교육, 경제적 자립 문제를 해결 할 수 있는 공유가치창출 사업을 통해 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 달성할 수 있다.

셋째, ‘관련 및 지원 분야’와 관련한 전략적 활동은 비영리단체, 국제 NGO단체 등 다양한 기관과의 연계를 통해 공유가치창출을 시행하는 것이다.

넷째, ‘기업전략·구조 및 경쟁’과 관련해서는 가장 자신 있는 분야를 선정하여 공유가치창출 활동을 시행해야 한다. 기업의 대표와 임직원은 공유가치창출을 정확히 파악하고 지속적 교육을 통해 책임경영의 인식을 제고시켜, 경영전략의 한 부분으로서 공유가치창출 활동을 적극적으로 지원하는 것이 중요하다.

이처럼 사회적으로 공유가치창출에 대해 관심이 높아지면서 기업은 공유가치창출을 새로운 경영패러다임으로 삼기 시작했다. 하지만 공유가치창출 성과를 측정할 수 있는 지표가 제대로 마련되지 않았고, 기업 내에 전담부서나 체계적 프로그램이 자리 잡지 못하고 있다. 세계적 기업들은 이미 공유가치창출의 구체적인 플랜을 가지고 움직이기 시작했다. 다양한 가치를 사회와 공유하고 그 속에서 새로운 사업 가능성을 만들어가는 핵심개념인 공유가치창출이 우리 기업들에게 혁신과 새로운 성장 동력으로 선택될 때, 저성장 한계상황은 단계적으로 극복될 것이다.

윤리 수다

가치를 만드는 회사

기업에 대한 사회적 책임의 요구는 날이 갈수록 더해지고 있다. 기업은 그에 부응하고자 하지만, 기업에 CSR을 위한 비용은 부담스러울 수 밖에 없는 것이 사실이다.

만약 사회적 책임을 다하면서도 수익을 올릴 수 있다면 어떨까? 가치창출을 통해 기업의 사회적 책임을 다하는 기업들. 재미있게 사회적 책임을 다하는 기업들에 대해 살펴보자.

해외 기업의 CSV

해외에서는 이미 예전부터 CSR에 대한 관심이 높아 업사이클링, CSV 등에 대한 사업의 사례가 많다. 그 중 세 가지 재미난 사례를 정리해보았다.

Coca-Cola Coletivo

2008년의 브라질은 직업 교육의 부재로 청년실업자가 많은 상태였다. 코카콜라의 주 소비층인 젊은 세대가 가난과 실업 등으로 돈이 없다면 코카콜라의 매출도 떨어질 수밖에 없다. 이에 코카콜라는 지역 NGO들과 협력하여 청년들에게 직업훈련과 자신감 향상 프로그램을 제공했다. 이 직업훈련의 가장 큰 특징은 지역의 소매상과 매칭하여 청년들에게 직무경험을, 소매상들에게 운영실적의 증대를 가져온 것이다. 그 결과, 과정을 수료한 청년층의 30%가 4개월 이내에 취업에 성공할 수 있었다.

작품을 만드는 청소업체

2012년, 충주댐에 독일의 청소업체 카처(Karcher)가 방문했다. 카처는 'Karcher Cleans the World'라는 전 세계의 문화유산이나 랜드마크 등을 청소해주는 사업을 하고 있었다. 카처는 댐의 묵은 때를 벗겨내되 치밀한 계산을 통해 나라와 지역 환경 등을 고려한 거대한 그림을 그려내는데, 이 자체로 엄청난 광고가 된다. 그리하여 한국의 충주댐에는 웅장한 위용을 자랑하는 호랑이가 나타나고, 일본의 마츠다가와 댐에는 벚꽃이, 독일의 올레프 계곡 댐에는 사슴들이 등장했다.

다농과 그라민 은행이 만드는 요구르트

다농의 임마누엘 말찬트(Emmanuel Marchant)는 그라민 은행과 프랑스의 유제품 기업 다농의 투자로 만들어진 회사이다. 방글라데시 보그라에 지어진 이 공장에서는 영양실조에 시달리는 아이들에게 필요한 하루 영양소의 1/3이 담긴 요구르트가 생산된다. 현지 사정을 고려하여 만든 요구르트는 냉장고 밖에서도 일주일까지 신선하게 보관할 수 있다. 요구르트의 모든 재료는 해당 지역에서 생산된 것이고, 공장의 노동자들은 지역의 농부들로, 다른 사람들보다 더 저렴하게 요구르트를 구매할 수 있다. 이 요구르트의 대부분은 지역 여성단체에게 전해지며, 요구르트 가방을 땀 여자들은 마을을 돌아다니며 요구르트를 판매한다.

임마누엘 말찬트의 요구르트는 수익을 내면서도 지역주민, 영양실조에 걸린 아이들, 그리고 여성의 사회활동에 도움을 주는 것이다.

국내의 CSV

국내 기업들 사이에서도 CSV에 대한 관심은 날로 높아져가고 있다. 기업을 자신과 환경을 위한 활동, 고객의 안전을 한 번 더 생각한 제품 등 그 방법도 다양해져 가고 있다.

자동차부품 기업이 만드는 숲

1000년의 세월을 버텨 온 돌다리 '농다리'. 이 다리의 너머로 푸른 숲이 이어진 트레킹 코스가 펼쳐진다. 이 숲의 이름은 '미르숲'. 국내 자동차 부품기업 H사가 자동차 관련 산업이 반(反)환경적인 사업임을 고려하여 환경 피해를 줄이고자 2012년 100억 원을 투자해 진천군, 자연환경국민신탁과 함께 만들고 있는 친환경생태공간이다.



환경을 위한 숲, 비행을 위한 숲

황사가 심한 날이면 비행기 운항에도 차질을 빚게 된다. 시계확보가 어려워 비행기가 결항되기도 하고, 황사로 비행기 표면이 오염되어 이를 세척하는 것도 큰일이다.

D항공은 세계 곳곳에 나무를 심는 글로벌 플랜팅 프로젝트를 꾸준히 이어가고 있다. 특히 13년 전부터 몽골의 사막화 지역에 심은 나무는 현재 9만여 그루에 이르며, 중국에도 황사 방지를 위해 올해 말까지 137만 그루의 나무가 자라는 숲을 만들 예정이다.



모기를 쫓아라!

아프리카에서 모기를 통해 전염되는 말라리아는 단 며칠만에 어린 아이의 생명을 앗아가는 무서운 질병이다. 따라서 이 모기를 막기 위한 다양한 방법이 연구되고 있다.

L전자는 아프리카에 수출하는 자사 제품에 모기들이 싫어하는 주파수대의 초음파를 적용해 모기를 쫓는 제품을 생산하고 있다. 무더운 아프리카에서 인기 있는 에어컨과 TV가 대표 적용제품이다. 해당 제품들은 전력 공급이 불안정한 지역에서도 수월하게 사용할 수 있도록 기능을 추가하여 소비자의 불편을 줄였다.

기업과 사회가 함께 Win-Win하는 CSV는 완벽한 대안은 아니지만 기업에 더 유용하게 사회적 책임을 다할 수 있도록 해주는 길이라 생각한다. 우리 회사에 맞는 사업을 우리 회사에 맞는 방법으로 재미있게 구상해본다면, 더 많은 서포터와 함께 더 나은 사회를 만들 수 있지 않을까.



Yes 준비!
 Ok 윤리!

밖에서도 윤리인!



자료: 교보생명

맛·취·보·세·요

우리 회사만의 CSV를 위해 사전에 확인해야 할 사항이 아닌 것은 무엇일까요?

- ① 기업을 둘러싼 사회문제 파악
- ② 기업과 가장 밀접하게 관련된 사회문제 선별 및 우선 순위 배정
- ③ 실효성 있는 사업을 위한 전문가 조언
- ④ 지속성 유지를 위한 계속적 학습과 모니터링 및 피드백

● 지난 호 정답 : 3번, 징벌적 손해배상

● 정답 제출처

국민권익위원회 민간협력담당관실 장준용 주무관(gukmin@korea.kr)

※ 성함, 주소(상품권 수령지), 연락처를 보내주세요(22일까지).

정답을 보내주신 분 중 5명을 추첨하여 문화상품권을 보내드립니다.

● 지난 호 퀴즈 정답자는 이현향님, 김초롱님, 백일현님, 권태현님, 이규식님입니다.

*축하드립니다!

- 본 월간지의 저작권은 국민권익위원회에 있습니다.