

 POSRI 보고서

진화하는 글로벌 기업의 사회공헌

류희숙 연구위원, 산업전략연구센터 (hsyoo@posri.re.kr)

[목 차]

1. 기업 사회공헌은 새로운 성장 패러다임
2. 글로벌 기업의 6대 사회공헌 트렌드
3. 시사점

Executive Summary

- 기업의 사회공헌은 반기업 정서 극복에서 출발하여, 고객의 신뢰 구축, 기업의 이미지 제고를 위해 적극적으로 추진되어 왔음

- 기업 사회공헌이 선택이 아닌 필수라는 점에서는 대부분의 기업이 동의하고 있으나, 기업 이미지 제고를 넘어선 다음 단계의 노력이 요구되고 있음

- 글로벌 기업은 사회혁신활동을 통해 신흥국을 대상으로 지속가능한 사회 발전의 기반을 구축하고 장차 기업의 비즈니스와 연계하는 방법을 모색

- 성장이 정체된 선진국에 비해 신흥국은 젊은 소비자층의 증가, 도시화 진전, 인프라 수요 증대로 글로벌 기업의 진출 경쟁이 심화되고 있어 선제적 사회공헌활동을 통한 현지 입지 강화도 중요한 경쟁 요소로 등장

<글로벌 기업의 6대 사회공헌 트렌드>

- Trend 1: ‘자선’에서 ‘자립’으로 ~ 일시적인 금전적 지원이 아닌 지역사회 취약계층의 지속적인 소득 창출 지원
- Trend 2: ‘생존’에서 ‘생활’로 ~ 사회복지사업 중심의 활동에서 벗어나 생활을 질적으로 변화시키는 창의, 예술 지원
- Trend 3: 영리하게 榮利를 추구 ~ 기업을 성장시킬 수 있는 전략적 투자
- Trend 4: ‘혼자’에서 ‘함께’ ~ 정부 · 학교 · 국제기구와 함께 사회혁신 도모
- Trend 5: ‘Output’에서 ‘Outcome’으로 ~ 사회공헌 투입 비용, 인력, 실적 위주의 평가에서 지역사회에 의미있는 성과 달성 여부로 평가
- Trend 6: ‘Brick’에서 ‘Click’으로 ~ 웹사이트나 소셜 미디어를 활용한 사회공헌활동의 대내외 커뮤니케이션 강화

- 글로벌 기업들의 사회공헌은 글로벌 시대 지역사회의 더 나은 변화를 일으킬 수 있는 전략적 접근 방식을 채택

- 창의적인 전략, 영리하고 책임 있는 투자, 의미 있는 성과를 낼 수 있는 시스템을 구축하고 지속적으로 실천함으로써 사회공헌의 효율 극대화

- 앞으로 기업의 사회공헌은 추진 전략, 투자, 시스템의 선진화를 통해 자선활동의 영역을 넘어서 사회 발전을 선도하는 사회혁신활동으로 변화해야 함

1. 기업 사회공헌은 새로운 성장 패러다임

□ 기업의 사회공헌은 반기업 정서 극복에서 출발하여, 고객의 신뢰 구축, 기업의 이미지 제고를 위해 적극적으로 추진되어 왔음

○ 20세기 초 세계 시장 형성 과정에서 독과점 체제가 지속되면서 대기업이 등장하게 되고, 이들이 경제적 영역을 넘어 정치, 사회적 영향력을 가지게 되면서 이에 걸맞는 사회공헌이 요구되었음

- 우리나라도 초기의 기업 사회공헌은 이웃돕기 성금과 같은 무조건적인 금전적 지원이나 김장 담그기, 연탄 배달, 청소하기 등의 자원봉사에 집중하였음
- 2000년대 이후 기업의 사회공헌이 선택이 아닌 필수라는 점에는 대부분의 기업이 동의하고 있으나, 기업 이미지 제고를 넘어선 다음 단계의 노력이 어떤 방향성을 가져야 하는가에 대해서는 여전히 많은 검토가 필요한 상황임

□ 글로벌 기업들의 사회공헌은 지역사회의 지속가능한 발전 기반을 구축하는 사회혁신(Social Innovation)으로 확대되고 있음

○ 특히 경제가 성장하고 있는 아시아, 아프리카, 남미 등지의 신흥국을 대상으로 한 사회공헌활동을 활발히 전개하고 있음

- 신흥국은 경제성장이 둔화되고 고령화 시대로 진입한 선진국과는 달리 젊은 소비자층의 증가, 도시화 진전, 인프라 수요 증대로 글로벌 기업의 진출 경쟁이 심화되고 있음
- 기업들은 신흥국을 대상으로 한 선제적 사회공헌활동을 통해 현지 진출시 우호적인 네트워크 구축은 물론 비즈니스 기회를 창출하고 있음

○ 글로벌 기업의 최근 사회공헌 트렌드를 분석함으로써 우리의 글로벌 진출시 지역사회와의 지속가능한 동반 발전 방향을 모색할 필요

- 선진 기업들의 사회공헌 전략 설정, 창의성 및 효율 제고 방안, 사회공헌 비용에 대한 인식, 사회공헌 실행 시스템과 대외 커뮤니케이션의 특징을 분석
- 우리 기업들이 미래 글로벌 지역사회가 당면할 과제들을 선도적으로 해결하는 ‘사회혁신자(Social Innovator)’ 역할을 수행하기 위한 공감대 형성 바람직

2. 글로벌 기업의 6대 사회공헌 트렌드

□ Trend 1: 자선에서 자립으로

- 기업 사회공헌의 목적이 일시적으로 돈을 지원하는 자선에서 지역사회의 취약계층이나 중소기업을 자립시키는데 도움을 주는 방향으로 변화
 - 세계 7위의 대형 건설회사인 미국의 플루어(Fluor)는 남아프리카 공화국 정부와 직업훈련센터를 설립, 용접·전기·보일러 장비 등을 갖추고 기능인을 양성
 - 플루어의 지역사회 근로자 기술교육에 참여한 인원은 전세계에서 250,000명에 달하며, 남아공 사업은 정부의 기능인력 양성 정책의 일환으로 추진되고 있음
 - 세계 9위 건설회사인 스웨덴의 스칸스카(Skanska)도 브라질 아마존강 유역에서 파이프라인 건설공사를 하면서 현지 주민들의 지속적인 일자리 창출에 중점을 두어 목공이나 금속가공과 같은 직업훈련을 실시
 - 스칸스카는 사내 전문가들을 활용해 여성이나 소수민족이 세운 중소기업 규모 건설회사의 역량 강화를 지원하는 ‘Construction Management Building Blocks’ 프로그램도 운영, 이들 중소기업 회사들이 전문성을 길러 대규모 프로젝트 입찰에도 참가할 수 있도록 도와주는 사업으로 현재 175개 기업에 교육을 완료

□ Trend 2: 생존에서 생활로

- 생존을 위한 사회복지 중심의 사회공헌 활동 외에 생활을 질적으로 변화시키는 창의·예술 사업도 실시
 - 글로벌 화학기업인 바스프(BASF)의 ReAction: 학생들의 과학, 창의교육을 위해 800여명의 교사들을 먼저 양성
 - 브라질 Guaratinguetá(상파울루와 리우데자네이루 사이에 위치) 진출 시 실시된 프로그램으로 과거 타 기업의 해외 아동 지원사업이 주로 물품 기부나 학교 설립에 집중되었던 것과 차별화
 - 또한, 교육 이외에도 인프라 시설, 물류 시스템 보강, 병원 시설 확충, 에너지·수처리 시스템 보완 수요를 조사하여 지역사회의 실질적인 생활 수준 향상을 선도적으로 지원
 - 토요타재단의 아시아 네트워크 프로그램: 토요타자동차가 설립한 공익재단의 사업으로 신흥국의 경제 발전 과정에서 소외될 수 있는 아시아의 고유 문화(음악, 미술, 무용, 공예, 유적지 등) 보존을 지원

- 본 사업은 일본 학자들의 연구 뿐 아니라 아시아 각국 연구자들간의 공동 연구를 장려함으로써 국가간 문화 유산에 대한 상호 이해를 증진시키는데도 기여하고 있음

□ Trend 3: 영리하게 榮利를 추구

- 글로벌 기업은 사회공헌에 쓰이는 돈을 단순한 비용 개념이 아닌, 기업의 사업을 성장시킬 수 있는 전략적 투자로 활용하고 있음
 - 네덜란드의 필립스는 태양광으로 충전할 수 있는 손전등(uday)과 손으로 돌려서 전기를 얻는 LED 조명(kiran)을 개발해서 보급
 - 전기가 부족한 아프리카나 인도 농촌 지역에서 해당 국가 정부와 공동으로 저렴하게 사용할 수 있는 조명 보급사업을 전개함으로써 기업 이미지도 높이고 제품 판매도 확대
 - 잠비아와 인도에서 실시중인 이동병원 사업도 지역사회 보건 증진이라는 사회공헌 목표를 달성함과 동시에 의료장비 판매로 연결(전세계 71개 병원 시설의 현대화 및 직원 교육 진행)
 - 바스프(BASF)도 방글라데시 사회적 기업인 BASF Grameen을 설립하고 현지 생산시설에서 말라리아 모기를 막을 수 있는 모기장을 생산
 - 이러한 사회적 기업의 활동은 지역 주민의 건강 증진과 질병 예방, 고용창출을 통한 경제 활성화는 물론 기업의 사업 확대로 연결될 수 있는 비즈니스 모델임

□ Trend 4: '혼자'에서 '함께'로

- 기업의 단독 사업보다 정부, 학교, 지자체, 나아가서는 국제기구와의 협력을 통해 사회의 인식을 바꾸고 효과를 극대화하는 사회 혁신 주도
 - 글로벌 기업의 대표적인 협력 사업인 유엔 새천년개발목표(Millennium Development Goal)는 2000년 UN에서 채택된 의제로, 2015년까지 세계의 빈곤을 반으로 줄이기 위해 기아퇴치, 초등교육보급, 질병퇴치 등의 8개 목표를 설정
 - 바스프는 말라리아나 황열병을 예방할 수 있는 방충망을 생산해 질병퇴치와 영유아 사망률 감소 목표를 실천하는 등 8개 부문 전 영역에서 사회공헌사업을 실시

※ UN 새천년개발목표와 연계한 BASF의 사회공헌활동

UN의 MDGs	BASF의 기여
빈곤과 기아 퇴치	필수 식량 부족 예방(우유, 오일, 밀가루, 설탕) 비타민 등 필수 영양요소 지원 식량 보급 및 헬스케어에 위한 NGO 파트너십 체결
초등교육의 완전한 보급	청년층 직업교육 화학 및 기술 관련 교육 프로그램 운영 파키스탄 학교에 자연과학 교육
양성평등 강화와 여권신장	다양성 존중
영유아 사망률 감소	모기장 생산
산모 건강 증진	모기장 생산
에이즈, 말라리아 및 각종 질병 퇴치	말라리아/덴기열/황열병 등의 질환으로부터 보호 모기장 생산 에이즈 예방 사업
지속가능한 환경 보존	환경(물) 보호, 생물다양성 보존 탄소배출 저감
균형 잡힌 개발을 위한 글로벌 파트너십 구축	친환경을 위한 파트너십 기후 보호를 위한 파트너십 건강 증진을 위한 파트너십 체결

- 일본 종합상사인 미쓰이물산은 일본에 거주하고 있는 브라질 노동자와 자녀들을 위한 교육 지원 사업 실시
 - 일본 내 브라질 이민자는 중국 출신에 이어 두 번째로 많은 수를 차지하고 있으며, 나고야 등 공업지역을 중심으로 브라질 이주노동자와 자녀들의 정착이 중요한 사회적 과제로 떠오르고 있음
 - 일본 학교에 다니는 브라질 아동이 포르투갈어와 일본어 이중언어 교육에 적응하지 못하는 상황을 해결하기 위해 시작
 - 문부과학성의 교재 개발, 일본 외국어대학교의 번역, 브라질 교육대학의 원격 지원이 어우러져 완성된 교재는 인터넷 상에서 무상 배포 (<http://www.tufs.ac.jp/common/mlmc/kyouzai/brazil/>)
 - 이 밖에도 문부과학성의 ‘정주외국인 자녀 교육에 관한 정책 좌담회’에 위원으로 참여하여 정책을 제안하고, 브라질 현지 법인을 통해서도 일본으로 이주 예정인 브라질 인을 위한 예비 강좌 개설

□ Trend 5: 'Output'에서 'Outcome'으로

- 사회공헌 사업의 평가 방식을 사회공헌 투입 비용, 인력, 실적 위주의 평가에서 지역사회에 의미 있는 성과 달성 여부로 평가
 - 독일의 지멘스(Siemens)가 사회공헌사업을 평가할 때 활용하는 방법
 - 사회공헌활동 프로세스를 투입(input), 실적(output), 성과(outcome), 영향(impact)으로 구분
 - 이동병원 사업을 통해 진료한 인원, 정수장 건설을 통해 깨끗한 물을 공급한 실적도 중요하지만 궁극적으로 사업을 통해 질병이 예방되거나, 지역사회가 자연재해로 인한 피해를 복구하고 재활할 수 있는 성과에 초점을 맞춘 방식
 - 장기적으로는 지역사회에 의미가 있는 영향(impact)에 대해서도 지속적으로 모니터링하면서 사업을 보완

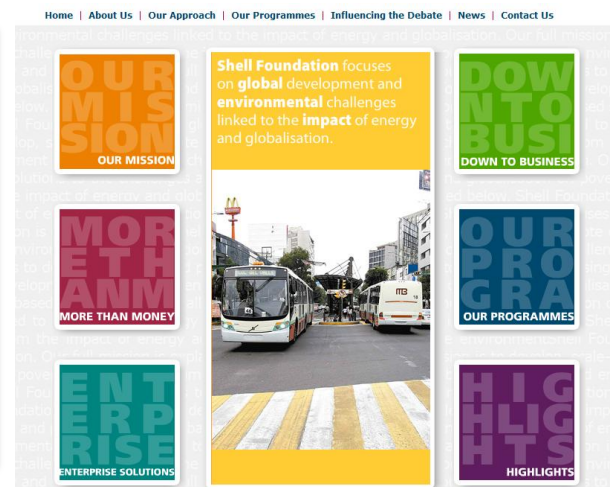
□ Trend 6: 'Brick'에서 'Click'으로

- 과거에는 벽돌로 건물을 크게 지음으로써 기업의 존재를 알렸다면, 이제는 웹사이트나 소셜 미디어를 통해 클릭을 유도함으로써 기업의 이미지를 확산
 - 사회공헌활동을 집중 소개하는 웹사이트를 운영하되, 기업 웹사이트에 연결하거나, 별도의 사이트를 개설하는 등 다양한 방법을 활용하고 있음

※ 해외 기업의 사회공헌 웹사이트 구축 사례



. IBM: www.ibm.com/ibm/history/



SHELL: www.shellfoundation.org/

3. 시사점

- 글로벌 기업들의 사회공헌은 글로벌 시대 지역사회의 더 나은 변화를 일으킬 수 있는 전략적 접근 방식을 채택
 - 사회공헌 효율의 극대화를 위해 ▶자립을 지향하는 창의적 전략 ▶사회공헌과 비즈니스의 연결고리를 찾는 영리하고 책임 있는 투자 ▶의미 있는 성과를 유도하는 평가체계와 커뮤니케이션 시스템 구축 등을 지속적으로 실천하고 있음
- 앞으로의 기업의 사회공헌은 전략, 투자, 시스템의 선진화를 통해 사회 혁신(Social Innovation)의 선도자로 자리매김할 수 있는 방향으로 변화해야 할 것임
 - 사회공헌 사업 간 유기적 연계 및 글로벌 전문 기관과의 파트너십을 통해 지역사회 취약 계층이 지속적으로 자립할 수 있는 기반을 마련
 - 사회 복지 뿐 아니라 인류 사회의 풍요로운 정신세계 함양을 위해 전통 문화를 이해하고 계승할 수 있는 유형, 무형의 문화유산 지원 방안 모색
 - 소셜미디어, 웹사이트 등을 활용한 커뮤니케이션 활성화를 통해 사회공헌활동의 성과를 이해관계자와 공유하고 임직원들의 공감대 형성과 동기부여에 긍정적 영향을 미칠 수 있도록 유도