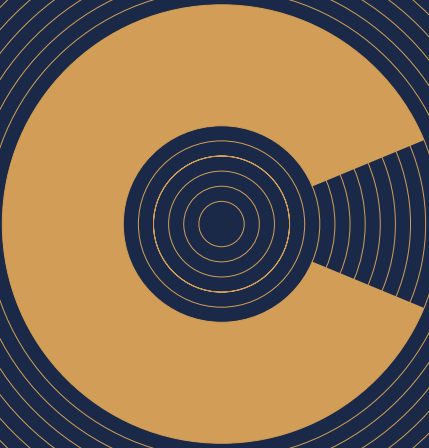




CSR in the Community 2021

기업은 왜
지역사회공헌 인정제에
관심을 가져야 할까?

지역사회와 기업을 연결하는 중심



CSR in the Community 2021

기업은 왜
지역사회공헌 인정제에
관심을 가져야 할까?

지역사회와 기업을 연결하는 중심

발간사



우리나라뿐 아니라 전 세계는 현재 코로나19 창궐, 기후변화, 세대 갈등, 양극화, 공정성 등의 사회문제로 인해 어려움을 겪고 있습니다. 최근 ESG가 세간의 화두로 급부상한 것도 이와 무관하지 않습니다.

한국사회복지협의회와 보건복지부가 2019년부터 시행한 ‘지역사회공헌 인정제’는 인류 앞에 놓인 이 같은 난제가 지역사회에서부터 해결되어야 한다는 신념에서 시작됐습니다.

지역사회공헌 인정제는 지역사회에서 사회공헌활동을 꾸준히 펼친 기업과 기관을 선정해 그 공을 기리는 제도입니다. 비록 시행 3년차에 불과하지만, 각 지역으로부터 많은 호응을 얻고 있어 앞으로도 지속적인 발전이 기대되고 있습니다.

이러한 차원에서 올해 처음 발간하는 지역사회공헌 사례집은 지역사회 공헌을 널리 홍보하는 데 좋은 밑거름이 될 것으로 생각합니다. 2019년 121개, 2020년 265개에 이어 올해도 350개 기업·기관을 선정했습니다. 이들 모두 지역사회에서 상호 협력을 통해 사회적 가치를 창출하는 컬렉티브 임팩트(Collective Impact)의 모범 사례로 손꼽히는 데 손색이 없습니다.

이번 사례집에는 지난 2020년 지역사회공헌 인정 기업·기관 중 17곳(공공디자인이즘, 광주광역시도시공사, 부산도시공사, 세종특별자치시시설관리공단, 인천국제공항공사, 제주농협지역본부, 창업진흥원, 패션플러스, 포스코건설, 하림, 한국농수산식품유통공사, 한국보훈복지의료공단, 한국산업인력공단, 한국서부발전, 한미약품, 현대위아, DGB금융그룹)을 선정해 이들이 지역사회와 함께 호흡하는 사회공헌활동을 담아내고 있습니다. 이 자리를 빌려 사례집이 나올 수 있도록 정보 공개에 흔쾌히 협력해 주신 기업 및 기관의 임직원 여러분께 깊이 감사드립니다.

우리를 위한 지속가능한 미래는 지역사회에 뿌리를 둔 사회공헌에서부터 시작된다고 믿습니다. 사회적 가치를 실현하기 위해 협력하며 나아가는 뜻깊은 일에 동참해 주실 것을 부탁드립니다.

한국사회복지협의회는 사회공헌을 통해 우리나라가 ‘모두 함께 만들고 누리는 복지사회’가 되는 데 더욱 앞장서겠습니다. 고맙습니다.

2021. 12. 3.

한국사회복지협의회 회장 서 상 목

목차

1

사회적 가치 시대의 기업사회공헌 추세와 ESG 경영

1-1. 사회적 가치의 시대	10
- 사회적 가치의 등장배경과 내용	
- 사회복지와 사회적 가치	
1-2. 기업사회공헌의 추세	22
- 기업사회공헌활동의 출현 배경	
- 기업의 사회공헌활동 추세	
- ESG 경영과 기업사회공헌의 과제	
1-3. 맺는말	47

2

지역사회공헌 인정제 이해하기

2-1. 지역사회공헌 인정제 이해하기 I	56
- 지역사회공헌 인정제 Story	
- 홍콩사회복지협의회 국외 네트워크 주요 내용	
- Caring Company	
- 인정과 인증의 차이점	
2-2. 지역사회공헌 인정제 이해하기 II	59
- 지역사회공헌 인정제 도입을 위한 기초조사연구의 시작	
- 지역사회공헌 인정제 도입을 위한 기초조사연구의 방향성	
- 지역사회공헌 인정제 유사 사례(국내 및 해외)	
2-3. 지역사회공헌 인정제 이해하기 III	66
- 지역사회공헌 인정제 지표 참고 자료 (ISO 26000/GRI/UN SDGs/정부의 공공기관경영평가)	

3

지역사회공헌 인정제 기업 Story

3-1. 공공디자인이즘	88
3-2. 광주광역시도시공사	95
3-3. 부산도시공사	102
3-4. 세종특별자치시시설관리공단	111
3-5. 인천국제공항공사	121
3-6. 제주농협지역본부	131
3-7. 창업진흥원	140
3-8. 패션플러스	148
3-9. 포스코건설	152
3-10. 하림	162
3-11. 한국농수산물유통공사	170
3-12. 한국보훈복지의료공단	176
3-13. 한국산업인력공단	184
3-14. 한국서부발전	186
3-15. 한미약품	193
3-16. 현대위아	202
3-17. DGB금융그룹	207

4

출처 및 참고문헌

출처 및 참고문헌	216
-----------	-----

사례집 활용 가이드

- 사회공헌 및 사회복지에 대한 전문적인 지식을 토대로, 사회공헌을 해야 하는 이유를 이해할 수 있다.
- 지역사회공헌 인정제 이해하기, 지표 제작에서 참고하는 내용들을 담고 있다.
- 스토리 알아보기, 실무자들의 생생한 경험을 토대로 구성되었으며, 아래 기준으로 내용이 구성되어 있다.

1. 경영 이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 및 회사 소개

- 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학
- 지역사회에 대한 기업·기관의 철학
- 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

- 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경
- 경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG 경영) 측면을 적용한 부분
- 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개
- 지역에 사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분
- 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 느낀 점이 있다면?
- 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 기억에 남는 사례가 있다면?

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

- 2020년 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감
- Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획
- 기업·기관·지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 미래상

1

사회적 가치 시대의 기업사회공헌 추세와 ESG 경영

정 무 성 (숭실대학교 사회복지학부 교수)

1-1. 사회적 가치의 시대

- 사회적 가치의 등장 배경과 내용
- 사회복지와 사회적 가치

1-2. 기업사회공헌의 추세

- 기업사회공헌활동의 출현 배경
- 기업의 사회공헌활동 추세
- ESG 경영과 기업사회공헌의 과제

1-3. 맺는말

사회적 가치의 시대

1. 사회적 가치의 등장 배경과 내용

오늘날 한국에서 사회적 가치는 새로운 시대정신이다. 경쟁과 효율을 강조하는 발전 국가에서 경제적 가치만을 중요시 여겼던 시대를 지나 이제는 포용과 형평, 공정과 신뢰 등의 사회적 가치가 요구되기 때문이다. 이날 ‘불균형의 시대를 넘어 균형의 시대로’라는 주제로 첫 강연을 한 그는 현 시대를 ‘사회적 가치의 시대’로 규정했다. 기술혁신에 기반한 산업혁명 이후 산업사회에서는 경제적 가치가 시대를 견인했지만, 탈산업사회에서는 사회적 가치의 시대로서 사회 혁신 및 지역공동체 등의 새로운 과제가 선도적인 역할을 한다.

서상목(2020)은 세계화 움직임의 변화도 사회적 가치의 등장에 영향을 미친 것으로 분석한다. 1970년대 두 차례에 걸쳐 석유파동과 인구 고령화 등으로 인해 비대한 정부의 비효율성을 축소하기 위한 움직임이 신자유주의의 부상과 세계화의 확산을 가져왔지만, 2008년 금융 위기 이후 미국의 자국우선주의, 브렉시트(Brexit, 영국의 유럽연합 탈퇴) 등이 나타나면서 세계화는 다시 위축되기 시작하고 또 경제적 가치보다는 사회적 가치의 필요성이 부각되었다.

신종 코로나바이러스감염증-19(코로나19) 사태가 이러한 변화를 더욱 가속화했다. 이제는 물질적 욕구의 경제적 가치의 시대를 넘어 다양한 욕구를 충족하는 사회적 가치의 시대로 균형을 찾아가야 한다.

경제적 가치를 강조하는 자본주의 사회에서 경제 발전이 모든 사람의 삶의 질을 개선하지 못하고, 일부에게 부가 편중되는 양극화 현상이 심화되면서 사회 이슈로 등장했다. 시장의 실패로 인한 사회문제를 해결하기 위해 정부가 개입해 다양한 프로그램을 제공했지만 상황은 크게 개선되지 않았다. 공공 부문 서비스만으로는 개인의 다양한 욕구를 충족시키기에 한계가 있음을 인식하고 시민사회가 등장해 사각지대의 사회문제를 해결하려고 노력했지만, 역시 모든 문제를 해결하는 데 자원 조달의 한계에 봉

착하게 된다. 따라서 오늘날은 각 섹터 간의 협치를 통해 시장경제적 가치와 사회적 가치의 혼합을 통한 가치 융합이 중요해졌다.

통상적으로 사회적 가치란 사회, 경제, 환경, 문화 등 모든 영역에서 개인이 아닌 지속가능한 공공의 이익과 공동체의 발전에 기여할 수 있는 가치를 의미한다. 이는 경제적 회계가 측정할 수 없는 공공의 이익과 공동체의 발전 등에 기여하는 가치이며, 사회적 가치의 실현은 공동체의 발전을 위한 공익(Public interest)의 실현을 의미하기도 한다.

특히 정부는 “사회, 경제, 환경, 문화 영역의 공공 이익과 공동체 발전에 기여하는 가치”를 사회적 가치로 보고, 핵심 국정과제로서 공공 부문의 사회적 가치 실현을 강조(특히 인권, 안전, 환경 양질의 일자리 등)하면서 다음 각 항목의 내용들을 사회적 가치의 내용으로 제시하고, 공공기관의 평가에 반영하고 있다(정책동향, 2018).

- 가. 인간의 존엄성을 유지하는 기본 권리로서 인권의 보호
- 나. 재난과 사고로부터 안전한 근로·생활환경의 유지
- 다. 건강한 생활이 가능한 보건복지의 제공
- 라. 노동권의 보장과 근로 조건의 향상
- 마. 사회적 약자에 대한 기회 제공과 사회 통합 증진
- 바. 협력업체와의 상생 협력 및 공정거래
- 사. 품위 있는 삶을 누릴 수 있는 양질의 일자리 창출
- 아. 지역사회 활성화와 공동체 복원
- 자. 경제활동을 통한 이익이 지역에 순환되는 지역 경제 공헌
- 차. 윤리적 생산과 유통을 포함한 기업의 자발적인 사회적 책임 이행
- 카. 환경의 지속가능성 보전
- 타. 시민적 권리로서 민주적 의사결정과 참여의 실현
- 파. 그 밖에 공동체의 이익 실현과 공공성 강화

이러한 추세에 따라 한국사회적기업진흥원에서는 사회적 성과를 측정할 수 있는 지표를 발표해 사회적 목적을 우선적으로 추구하는 조직이 창출한 사회적·경제적 성과와 사회적 영향을 측정하는 지표를 제시함으로써 가치융합시대에 다양한 조직이 추진해야 하는 사회적 가치의 방향성을 제시하고 있다. 조직이 우선적으로 사회 성과를 실현하기 위한 기제를 설정한 후 이를 조직 운영과 본질적인 사업 활동에 반영하며, 조직의 효율적인 인적·물적자원 투입, 사회문제 해결을 위한 혁신적인 해결 방법 등의 노력과 성과를 측정하도록 했다. 이는 사회적 목적을 가지고 조직 운영을 통해 창출하는 사회적 성과와 그 영향을 좀 더 종합적·객관적으로 측정하는 지표로서 다양한 사회적경제 분야 지원사업의 기업 선정 과정에서 참여하는 기업의 사회적 가치 수준을 파악해 활용 및 참고할 수 있도록 구성되었다.

사회적성과지표(SVI, Social Value Index)는 사회적 성과, 경제적 성과, 혁신 성과의 3가지 관점에 따라 14개 지표로 구성되어 있다(표 1). 첫 번째, ‘사회적 성과’ 관점은 조직 미션, 사업 활동, 조직 운영 등을 평가한다. 사회 미션의 논리, 주 사업 활동의 사회적 가치, 사회경제 생태계 구축 노력, 이윤의 사회 목적 재투자, 운영의 민주성, 근로자 지향성 등을 평가한다. 두 번째, ‘경제적 성과’ 관점은 기업의 종합적인 재정 성과를 평가한다. 여기에는 고용 창출 재정 성과, 노동 성과 등이 포함된다. 세 번째, ‘혁신 성과’ 관점은 기업의 혁신 노력 및 성과를 평가하는 내용으로 구성되어 있다. 이와 같은 사회적 가치지표는 다양한 사회적 가치를 측정하는 판단 기준 중에서 현장의 활용도를 고려해 사회적경제기업이라면 확인해야 할 최소한의 기준만으로 구성해 간소화하면서 용이성을 높였다고 할 수 있다.

기업의 입장에서 사회적 가치는 단순히 좋은 이미지나 좋은 직장을 만드는 것에서 끝나지 않고, 실질적인 경영 실적의 상승과 매출 증대를 기대할 수도 있다. 특히 사회적기업은 사회적 가치 추구하고 경제적 가치 추구를 동시에 실현하려는 Double Bottom Line의 입장을 견지하고 있다. 한국의

[<표 1> 사회적 성과 지표(SVI, Social Value Index)]

관점	범주	영역	측정지표	배점
사회적 성과 (60)	조직 미션	사회적 미션	1. 사회적 가치 추구 여부	2
			2. 사회적 성과관리 체계 구축 여부	5
	사업 활동	주 사업 활동의 사회적 가치	3. 사업 활동의 사회적 가치 지향성 (비계량지표)	15
			4. 사회적경제기업과의 협력 수준	5
			5. 지역사회와의 협력 수준	5
	조직 운영	사회적 목적 재투자	6. 사회적 환원 노력도(비계량지표)	10
		운영의 민주성	7. 참여적 의사결정 비율	5
		근로자 지향성	8. 근로자 임금수준	8
			9. 근로자 역량 강화 노력	5
경제적 성과 (30)	재정 성과	고용 창출 및 재정 성과	10. 고용 성과	10
			11. 매출 성과	10
			12. 영업 성과	5
		노동성과	13. 노동생산성	5
혁신 성과 (10)	기업 혁신	기업 활동의 혁신성	14. 혁신 노력도(비계량 지표)	10
합계			14개 지표	

사회적기업이 시작한 지 얼마 되지 않아 일시적인 유행이 아니라 지속가능한 기업으로 성장해 가기 위해서는 기업 구성원의 사회적 가치 추구하고 함께 수익성 향상 등의 경제적 가치 추구가 반드시 필요하다. 정대용·김민석(2010)의 연구에서는 사회적기업의 기업 생존과 매출 성장에서는 구성원의 경제적 가치 추구가 좀 더 효율적인 것으로 나타났으며, 고용 성장과 권한 위임에서는 사회적 가치 추구가 효율적인 결과를 나타내는 것으로 나타났다.

최근 사회적 가치지표는 기업을 평가하는 지표 중 기존의 영업이익, 매출 중심의 지표에서 벗어나 사회적 가치의 지향성, 지역사회와의 협력, 참여

적 의사결정 등 조직이 창출하는 사회적 성과를 측정하는 지표로도 활용되고 있다. 그러나 사회적 가치 측정은 성과 측정의 목적과 활용 방법에 따라 다양하게 사용되고 있으며, 통일되거나 일반적인 방법은 아직 존재하지 않는다. 실제 사회 성과 투자수익률(SROI), 사회적 영향 투자 보고 및 투자 기준(IRIS: Impact Reporting&Investment Standards), 글로벌 사회성과투자평가시스템(GIIRS), 균형성과지표(BSC)를 이용한 성과 측정 도구 등이 활용되고 있다.

이러한 분위기 속에서 기업은 사회문제 해결에 관심을 기울이고, 비영리 분야에서는 사회문제 해결을 위해 기업의 장점들을 받아들이면서 영리와 비영리 분야의 협력으로 사회문제를 해결하는 사회 혁신이 일어난다. 이는 기업이 사회적 가치를 창출함으로써 기업과 사회문제가 만나는 교차점에서 긍정적인 변화와 혁신을 일으키는 상황을 의미한다. 이를 통해 기업은 단순한 사회공헌이 아닌 사회 혁신을 선도하게 되고, 사회를 혁신적으로 변화시킴으로써 새로운 사회적 비전을 제시하며 또 새로운 사회적 가치를 창출하게 된다.

2. 사회복지와 사회적 가치¹⁾

1) 사회복지 실천 지식

응용학문인 사회복지학의 지식은 ‘거시적 실천 지식’과 ‘미시적 실천 지식’으로 구분할 수 있다. 기업의 사회공헌을 다루는 본 원고에서는 거시적 실천의 맥락에서 지역사회와 지역사회의 문제를 이해하고 분석할 수 있는 관점을 제공하는 지식 체계를 간략하게 논의한다.

사회복지학의 현행 지식 체계는 사회학 거시이론과 생태체계이론에 기반하고 있다. 사회학 거시이론은 기능주의, 갈등주의, 사회체계이론 및 생태

1) 본 내용은 한국사회복지교육협회 주관으로, 사회복지교육 변용이라는 주제로 「지역사회복지 교육의 변용과제」(정무성, 홍현미라, 최옥채, 2016)에 대해 논의한 발제를 기반으로 한다.

학이론, 사회교환이론, 권력과 관련한 이론 등을 포함하고 있다. 그러나 이러한 이론적 체계들이 한국의 사회복지를 실천하는 데 고유성을 드러내기에는 부족하다(양만재, 2013:129). 일반적으로 사회학적 이론 적용에 따른 함의를 해석하는 데 치중하고 사회복지의 정체성을 부각시키는 이론 소개가 부족하다. 무엇보다 구시대적인 사회학의 거시이론에 대한 비판은 이미 사회학에서 합의된 바 있다. 따라서 기능주의와 갈등주의에 대한 이론적 소개는 지양하는 것이 바람직하다.

그럼에도 불구하고 현재 한국의 지역사회와 지역사회의 문제 그리고 그 문제를 실천하기 위한 관점을 제공함에 있어 사회체계이론과 생태학이론은 그 이론적 가치가 여전히 존재한다. 이들 이론은 지역사회를 취약 계층을 위한 하나의 환경으로 보는 것이 아니라 지역사회 자체를 하나의 독립된 개체 또는 독립된 유기체로 보고, 그 대상을 사회복지 실천의 변화 매개체로 보고자 할 때 이론적 유용성을 제공한다. 사회체계이론은 현재의 지역사회 구조와 기능을, 생태학이론은 지역사회를 구성하는 인구 집합체의 유입과 이동 등 변형성과 역사성에 대한 설명력을 제공한다.

사회복지학의 정체성을 가장 고유하게 담아내고 있는 이론은 생태체계이론이다. 인간 행동과 사회 환경이라는 맥락에서 행해지고 있는 사회복지 실천의 ‘환경 속의 인간(PIE, Person In Environment)’이라는 관점을 구성하는 데 매우 중요한 이론이다. PIE 관점에서 지역사회는 클라이언트의 환경으로 간주된다. 이런 맥락에서 생태체계이론은 클라이언트 환경으로서의 지역사회를 사정하는 데 유용한 도구로 사용될 수 있다. 최근 사회복지 실천에서 강조되고 있는 사례 관리 실천, 지역사회 내에서 통합적 보호 체계를 강조하는 지역사회보호(community care) 실천에 있어서 다양한 지역사회 욕구와 자원을 사정하는 데 유용한 도구적 역할을 한다.

그러나 변동성이 큰 한국의 상황에서 사회복지 실천의 가치를 제공할 수 있는 대안적 이론의 탐구가 필요하다. 양만재(2013)는 사회정의와 평등 실천이론, 참여증대이론, 임파워먼트이론, 학습이론, 반차별적(anti-

discriminatory) 혹은 반억압적인(anti-oppressive) 이론, 거버넌스, 파트너십이론, 네트워크이론 등을 보강할 것을 제안한다. 이에 동의하면서 현재 한국의 사회복지 실천의 요구와 맥락에서 사회자본이론과 사회경제 관련 이론들의 보강이 필요하다고 할 수 있다.

(1) 사회자본이론(Social Capital Theory)

지역사회 실천에서의 사회자본이란 협력을 위해 함께 일할 수 있는 지역사회의 능력을 말한다. 여기서 지역사회의 능력은 지역사회 내의 개인이나 조직의 사회관계에 자리매김한 자원으로서 지역사회의 협조와 협력을 촉진하고, 지역사회 내 물질·인적자원과 마찬가지로 다른 자원의 생산성을 향상시키는 특성을 갖는다. 따라서 사회복지 실천의 맥락에서 사회자본을 정의할 때 적어도 사회자본의 구축 단위가 지역사회 수준이며, 자원적 성격이 강조되어야 하고, 사회자본의 구축이 궁극적으로 지향하는 것은 지역사회 문제해결능력(community competence) 맥락하에 있어야 할 것이다(홍현미라, 2005).

이러한 사회자본의 구성 요소는 지역사회 내 현존하는 관계망에 대한 도구적 활용, 상호 간의 도덕성 구축 그리고 인간관계에서의 신뢰와 지역사회 규범 등의 문화적 요소로 정의할 수 있다. 특히 지역사회 내 개인, 가족, 조직들 간의 관계 형성을 통한 협력의 토대 형성이 중요하다. 이러한 과정이 사회복지 실천에 주는 함의는 다음과 같다(홍현미라, 2006:120-122).

첫째, 경제적·문화적·상징적 자본을 적게 소유하거나 소유하지 못한 채 사회관계망에 취약한 사회계층이나 지역을 대상으로 생산적인 원조망을 형성하는 것이 필요하다. 둘째, 지역사회의 사회기반시설(social infrastructure)에 대한 사회복지적 개입을 실천하는 게 필요하다. 사회복지의 실천 목적을 단순한 일회성 위주의 재화와 서비스 생산 및 제공에서 나아가 지역사회의 구조적이고 근본적인 변화 노력을 꾀하고자

한다는 것이다. 셋째, 이론적 측면에서 봤을 때, 지역사회의 자본을 구축하고자 접근하는 노력은 궁극적으로 지역사회개발 담론에 기여하는 바가 크다. 넷째, 이러한 접근 전략은 사회서비스 실천 영역에서의 협동 전략을 위한 실천기술 개발, 실험, 지식화의 성과를 가져올 수 있다. 이는 사회자본이 가지고 있는 상호 호혜성이 매우 가치 있고 중요하며, 사회복지 실천에서 궁극적으로 추구하는 공동체 건설의 맥락에 놓여 있다. 이는 기업의 사회공헌활동에도 다양한 함의를 제공하게 된다.

(2) 사회경제 관련 이론(Theory on Social Economy)

최근 사회복지 실천 영역에 사회적기업이나 협동조합과 같이 사회경제의 주체가 형성되고 있다. 특히 기업사회공헌활동과 연계해 설립된 사회경제 조직들의 성과와 지속가능성이 입증되면서 사회경제이론이 주목을 받고 있다. 사회경제적 접근은 개인적 차원에서는 클라이언트의 실업 문제 해결이고, 더 나아가 그들의 경제적 자립과 경제력 향상이라는 목적을 달성하는 새로운 대안이다. 그리고 무엇보다 지역사회 차원에서는 취약 계층의 거주지 안에서 그들을 위한 경제 기반의 주도성(initiative)을 형성함으로써 고용을 넘어서 더욱 근본적인 경제적 기반을 지역사회 안에서 구현할 수 있기 때문에 부각되고 있다.

사회경제 관련 지식을 거론하기에 앞서 사회적 경제(social economy), 제3섹터(the third sector), 비영리 조직(non-profit organization)에 대한 개념 차이를 살펴볼 필요가 있다. “제3섹터란 자본주의 사회를 구성하는 제1섹터로서의 국가와 제2섹터로서의 시장 영역에 대한 상대적 개념으로서 이 두 섹터를 제외한 나머지 다양한 민간 부문을 통칭하는 말이다. 제3섹터라는 말은 다분히 가치중립적인 개념이며, 협동조합(cooperatives)과 상호부조 조직(mutuals) 그리고 자발적 조직(associations)으로 구성된다. 사회적 경제 개념은 협동조합과 상호부조 조직, 자발적 조직으로 구성된다는 점에서 제3섹터의 개념과 유사

하나, 사회적 경제 개념에는 법이나 제도와 같은 규범적 함의를 내포한다는 데서 제3섹터와 구별된다.”(홍현미라, 2008:138-139)

이러한 맥락에서 사회적 경제란 구성원이나 지역사회공동체의 이익을 우선시하며, 독립적으로 운영하고 또 민주적 의사결정 과정과 소득분배에 있어 인간과 노동을 우선적으로 고려하는 것을 원칙으로 하는 경제적 단위를 말한다. 이러한 사회적 경제는 교환가치에서의 경제적 이익에 초점을 두지 않으며, 오히려 사용가치를 발생시킨다는 측면에서 대안의 경제로도 여겨진다(홍현미라, 2008:138).

사회경제의 핵심 주체는 사회적기업인데, 이들은 사회적 목적을 추구하면서 사회적 배제 집단의 노동시장 통합을 꾀하고, 그 활동에서는 사회적서비스를 생산하는 제반 조직 및 단체를 포괄한다. 대부분 발전된 사회적기업은 지역사회에서 필요로 하는 서비스를 공급하는 자발적 조직에서 발전해 왔으며, 사회적기업이 위치한 지역에서의 소외 문제를 해결하면서 성장해 왔다. 따라서 사회적기업, 사회적 경제 그리고 지역사회복지 실천은 ‘지역사회’라는 공간에 아주 밀착되어 있으며, 사회적기업의 사회서비스 창출과 인력 수급의 지속성은 지역사회와 밀접한 특성이 있다(홍현미라, 2008).

2) 사회복지가 추구하는 가치

경제적 성과만을 중시했던 기업의 전통적인 경영이 1990년대 후반부터 기업 환경의 급속한 변화로 인해 환경적 성과에서 점차 나아가 사회적 성과를 중시하는 지속가능경영으로 변화하고 있다. 이에 기업의 사회적 책임은 기업의 지속성(sustainability)과 함께 기업의 사회적 정당성(social legitimacy)과 당위성(appropriateness & justifiability)을 확보하기 위한 거시 경영전략으로 받아들여지고 있다. 따라서 기업의 사회적 책임에 대한 사회 전체의 관심과 인식 또한 높아지고 있으며, 기업의 사회적 책임을 위한 사회참여는 공유가치 창출과 지역사회에 대한 투자로 새롭게 인

식되고 있다. 기업의 사회적 책임에 있어서 지역사회의 중요성은 사회공헌 활동을 평가하는 국제가이드라인들에서도 확인할 수 있다. 즉, 지속가능 경영보고서 가이드라인인 GRI(global reporting initiative) 중에도 지역 사회와 관련된 성과지표가 포함되어 있고, 사회적 책임이 국제표준인 ISO 26000에서도 기존의 자선(philanthropy) 항목 대신 ‘지역사회 참여와 발전(community involvement and development)’을 핵심 주제로 제시하고 있다. 특히 ISO 26000의 7대 핵심 주제 중 사회공헌활동과 가장 밀접한 주제로 ‘지역사회 참여와 발전’을 다루고 있는 것을 확인할 수 있다. 실제 사회복지의 거시적 실천 과정에서 추구하는 가치는 지역사회복지론에서 자주 언급된다. 이들은 사회적 가치와 맥을 같이하는 가치들로서 공동체성, 연대의식, 사회정의 등이다.

(1) **공동체성**: 공동체성의 개념에는 ‘공공성’과 ‘친밀성’을 포함한다. 공공성이란 우선 관공적인 것(the official)과 동일시하면 안 된다는 전제 조건하에 공공성이란 공동의 것(the common)이며, 열린 것(the open)이라고 할 수 있다. 지역사회복지 실천에서의 공동체성 추구는 당위적인 것인데, 현대사회에서 자기중심적인 개인들을 상호 연계하는 가치이며, 상호 협력적 구도를 만들어 내는 것이다. 자기중심적 이해타산에 능숙한 현대인들에게 자신의 이익에 우선해 협력을 강조하는 것은 매우 힘든 일일 수 있다. 하지만 최근 지역사회 중심의 ‘도시공동체(urban community)’를 지원하기 위한 정부와 지방자치단체의 다양한 정책(예: 마을만들기사업, 동지역사회보장협의체 등)은 현대 도시사회에서 전근대적 가치로 여겨질 수 있는 공동체성의 가치를 다시 주목받게 만들고 있다.

도시에서 공동체는 혈족 중심의 위계적 집단으로서 생활체의 결사로 보았던 퇴니스의 전통적인 시각보다는 상호 권리의 인정과 보장 그리고 상호 의존과 도덕적 힘(규범성)이 작동하는 뒤르케임의 ‘사회공동

체’ 개념화에 그 초점이 모아질 수 있다. 아울러 사회공동체를 유지하기 위한 시민권을 포함한 정치적 역할을 강조하는 파슨스의 시각 또한 중요하게 다뤄져야 할 것이다(이선미, 2008). 마을공동체에 대한 철학적 성찰을 한 나중석(2013)의 연구에서 마을공동체를 상호부조와 연대적인 삶의 공간, 다원화된 자치의 공간, 사회와 정치의 연계를 가능케 하는 로컬 거버넌스(local governance)의 의미 그리고 풀뿌리 민주주의와 호혜경제라는 의미로 성찰하고 있다. 이러한 맥락에서 공동체성의 가치에는 상호 의존성과 상호 권리, 시민권, 규범성, 공공성과 친밀성 사이의 긴장과 조율, 상호부조와 연대, 참여 및 자치와 정치, 호혜성 등의 하위 가치로 구성되어 있다.

(2) **연대의식:** 연대의식이란 사전적인 의미로는 한데 뭉치려는 생각이다. 사회복지의 거시 실천에서 연대의식을 강조하는 것은 “유동적 사회에서 사회복지 실천 주체들의 연계와 상호작용을 통해 공동의 지지 체계를 형성하는 데 필요한 연대성과 공존”(김기덕, 2014: 183)의 필요성 때문이다. 이는 현대사회에서 사회복지가 생활 전 영역으로 확대되었고, 사회복지 실천에서는 클라이언트의 복잡해진 욕구 및 문제 상황으로부터 기인한다고 볼 수 있다.

농경사회에서의 상부상조는 더이상 기대할 수 없는 산업사회에서의 개인주의를 타파할 수 있는 대체 방안으로서 함께하는 사회를 강조할 수밖에 없다. 개인주의가 팽배해 있는 지금의 상황에서는 연대의식과 같은 가치가 강조되어야 사회의 지속가능성을 담보할 수 있다. 공동체성의 형성도 연대의식을 기반으로 한 성공적인 운영을 기대할 수 있다. 사회복지의 거시 실천에 있어 연대의식의 발로와 이의 활용 및 유지를 위한 방안에 관심을 가질 필요가 있다.

(3) **사회정의:** 사회정의는 사회복지제도의 출현을 가능케 한 핵심적인

가치다. 사회복지정책 차원에서나 사회복지 실천 차원에서 공히 강조되어야 할 가치다. 실제 사회정의는 인권이 개인이나 집단의 특수한 욕구로 적절하게 구현되는 것을 지칭하는 개념이다. 사회정의가 사회적 부와 권력의 공정한 분배뿐만 아니라 불합리한 사회적 구조에 대한 인식과 개선에도 목표를 두는 것이라는 점에서 사회복지정책과 사회복지 실천을 모두 포괄한다고 할 수 있다. 사회정의 개념의 변천은 사회복지 발달의 기본 요소로 작용했으며, 사회가 구성원들에게 자원을 제공하는 방식을 언급하기도 했다. 실제 사회복지사들은 사회정의를 실현하는 방법으로 사회제도가 제공하는 기회와 자원을 확대시키는 데 노력하며, 보건·교육·복지 등 다양한 분야에서 공정한 사회 및 경제정책을 추진시키는 데 적극 참여한다.

기업사회공헌의 추세

1. 기업사회공헌활동의 출현 배경

오늘날 기업들은 자사의 사회적 가치를 실현하기 위해 사회공헌활동에 매년 많은 비용을 지출하고 있다. 이는 기업이 성장하면서 기업의 규모가 확대되고, 나아가 기업의 활동 범위가 넓어지면서 이해관계자들(stakeholder)과의 관계를 고려해야 하고, 그로 인해 기업이 사회에 미치는 영향력이 더욱 더 커지고 있기 때문이다. 실제로 국내 기업들이 사회공헌활동으로 지출한 액수가 지난 2012년에 3조 원을 넘어서서 이래 그 수준을 지속적으로 유지하면서 증가세를 보이고 있다(전국경제인연합회 보고서). 기업의 사회공헌활동에 대한 기존 연구 결과에 의하면, 기업의 사회공헌활동을 위한 노력은 기업에 대한 사회적 이미지를 향상시키고, 기업의 대외적인 위상을 높일 뿐만 아니라 기업의 부정적인 여론을 완화시키며 긍정적인 기업평가를 유발하는 것으로 알려져 있다. 그리고 기업의 사회공헌활동은 고객만족도를 높이고, 이러한 고객만족도가 시장가치(market value)를 높이는 것으로 알려져 있다. 이에 우리나라의 기업사회공헌은 어떻게 발전해 왔고, 어떤 과제를 안고 있는지 살펴보고자 한다.

시민사회가 성장함에 따라 각 분야에서 정부의 역할은 감소하고 또 민간의 역할이 증가하면서 민관 협력이 중요한 화두가 되고 있다. 서구 사회에서는 1970년대 오일쇼크와 함께 이미 개혁의 바람이 불었다. 그러면서 정치 지도자에 대한 신뢰가 낮아지면서 정부의 정책과 행정에 시민의 영향력이 증대되었다. 이와 함께 사회복지 분야에서도 복지의 실천 주체를 정부로 집중시키는 대신 협력적인 시민의 참여를 통해 정부를 포함한 전 사회로 분산시키는 복지사회(welfare society)의 개념이 등장했다. 복지사회에서는 시민의 삶의 질 확대를 위해 정부의 책임과 함께 시민의 참여와 역할이 강조된다.

이러한 정치적 변화의 핵심은 탈규제와 민영화다. 1990년대 동유럽, 남미, 아시아권 국가에서도 개방과 개혁은 급물살을 탔다. 그 결과, 기업과

정부의 역할에 대한 재정립이 요구되었다. 이데올로기로 인한 갈등은 완화되었지만 국가 간의 불협화음은 여전하고, 대부분의 사회에서 빈부의 격차는 커졌고, 노사 간의 갈등도 심화되었다. 더구나 코로나19 팬데믹(pandemic)은 이러한 국면을 더욱 복잡하게 만들고 있다. 코로나19가 창궐하는 상황에서 국민 삶의 모든 영역에 정부의 영향력이 절대적으로 커졌지만, 이를 감당하기 위한 재정적인 부담도 증가하고 있다. 더욱이 사회적 거리 두기 강화와 장기화에 따른 국민의 피로감이 누적되는 가운데 코로나19 시국에서 발생하는 다양한 보건복지 이슈를 해결하기 위한 재정 확보에 정부는 많은 부담을 갖고 있다. 이제 코로나19 시국을 어떻게 벗어날 것인가에 대한 고민이 커지면서 소위 ‘뉴노멀’(New Normal·새로운 기준), ‘포스트 코로나’(Post-Covid·코로나 이후)라는 용어가 보편적인 개념으로 자리를 잡아 가고 있다.

우리나라에서도 지금과 같은 경제난과 함께 양극화 현상이 지속될 경우에는 소외 계층의 인간의 존엄성 훼손과 함께 노사 간 신뢰의 파괴, 젠더 및 계층 간의 갈등 고조 등 우리 사회가 감당할 수 없는 사회적 비용이 초래될 수 있다. 특히 요즘에는 상대적 박탈감과 함께 자포자기형 국민이 증가하고 있는 추세다. 사회에 대한 이들의 분노가 고조되어 불특정 다수를 대상으로 폭력을 행사할 경우, 사회공동체를 혼란에 빠뜨리는 상황을 맞을 수도 있다. 따라서 코로나19 극복 과정에서 발생하는 소득분배의 악화, 만성적 고실업 구조의 등장, 노사관계의 불안정, 절대 빈곤 인구의 급속한 증가, 소득 계층 간 사회적 양극화, 복지 혜택을 둘러싼 세대 간 마찰 등 각종 갈등이 확대되는 추세를 극복하기 위한 대안으로 ‘더불어 사는 복지사회’라는 새로운 패러다임을 정립해야 한다. 복지사회 패러다임에서는 코로나19 시국에 복지 공급의 주체를 중앙정부 중심에서 지방자치단체와 민간의 역할이 강화된 민간 협력의 틀을 마련하는 것이 관건이다. 특히 민간 영역에서 인적·물적자원의 공급자로서 기업의 역할이 중요하다.

이러한 맥락에서 우리나라의 기업도 기업 윤리와 사회적 책임에 대한 관

심이 증가하고 있다. 4차 산업혁명 시대를 맞아 세계화와 더불어 정보통신의 발달로 인해 기업은 전 세계적으로 자유로운 경제활동을 통해 그 활동 범위와 영향력을 많이 키우고 있다. 기업의 영향력은 경제적인 측면뿐만 아니라 정치·문화·교육 등 사회 전반에 영향력을 행사하고 있다. 기업의 영향력 확대와 함께 기업에 대한 시민사회의 감시와 견제의 기능도 강화되고 있으며, 기업 경영의 투명성과 사회적 책임에 대한 요구도 높아지고 있다. 이러한 사회적 환경 변화와 요구에 기업이 적극적으로 대처하기 위한 기업의 윤리경영과 사회적 책임에 대한 공감대와 사회공헌활동이 점차 확산되고 있다. 그러나 기업은 이윤 추구라는 본래의 목적을 달성하지 않고는 존재할 수 없기 때문에 ‘어떻게 하면 기업 본연의 활동을 활성화하면서 사회적 요구를 동시에 해결할 수 있을 것인지’가 주요 과제가 되고 있다(정무성 외, 2016). 따라서 오늘날 기업도 이윤만을 추구하던 오래된 관행에서 벗어나 기업시민으로서의 책임과 역할을 다하고, 윤리경영과 함께 사회공헌활동을 강화해야 한다. 공생을 통한 우리 사회의 지속가능성을 확보하기 위한 노력에 기업도 사회공헌을 통해 적극적으로 참여할 필요가 있는 것이다. 기업의 사회적 책임은 사회 통합에 기여함과 동시에 기업의 입장에서 보면 그 자체가 하나의 투자가 되고 있다. 사회문제를 혁신적으로 해결하기도 하지만, 기업도 이미지를 개선하고 또 임직원의 사기를 진작시켜 생산성을 높이면서 지역사회와 공생을 유지하고 있다.

2. 기업의 사회공헌활동 추세

기업의 사회공헌활동을 보통 CSR(corporate social responsibility)이라고 일컫는다. CSR은 ‘기업의 사회적 책임’이라는 뜻으로, 영리를 목적으로 설립된 기업이 그 기업을 둘러싸고 있는 사회에 대한 책임을 다하고자 하는 활동이라고 설명할 수 있다. 기업의 사회적 책임(CSR)에 대해 그 가치를 가장 인정받고 또 일반화되어 있는 정의는 Schwartz and Carroll(2003)이 주장한 것으로, 기업이 자신이 속한 사회를 향한 경제

적·법적·윤리적·자선적 기대에 부응하는 것이라고 정의하고 있다.

기업들은 기업 환경의 급격한 변화와 예측하기 어려운 불확실한 미래 앞에서 생존과 성장을 위한 끊임없는 도전과 혁신(innovation)을 하고 있다. 이는 경제적·법적·윤리적·자선적 책임을 넘어 사회적 가치를 창출하고, 이는 기업의 사회적 책임이 사회 전체가 신뢰하고 공유할 수 있는 공유가치 창출(Creating Shared Value; CSV)로 나아가야 함을 의미한다고 할 수 있다. 기업이 이윤을 창출한 후 사회공헌활동에 수익을 투입하는 것이 아니라, 기업의 책임 활동을 기업의 비즈니스와 연계해 지역사회와 가치를 나누면서 기업의 수익도 동시에 창출한다는 것을 의미한다.

그동안 우리나라 기업의 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility) 활동은 다양한 형태로 진화·발전했다. 사실, 우리 기업의 사회공헌활동은 IMF 외환 위기가 계기가 되었다. 초기에는 주로 자선적 기부에 초점을 두었으나, 최근에는 자원봉사와 재능 기부 등을 통해 공유가치 창출에도 한몫을 하고 있다. 기부 영역도 사회복지뿐만 아니라 문화·환경·사회적기업 지원 등으로 확대되고 있다. 최근에는 기후 재난의 시대를 맞아 국제적인 추세를 반영해 ESG(Environmental, Social and Governance)를 기업 경영의 핵심 주제로 삼아 사회공헌과 연계하고 있다. 이를 지원하기 위해 한국사회복지협의회가 보건복지부와 함께 2019년부터 시행하고 있는 ‘지역사회공헌 인정제’는 기업의 사회공헌활동 분위기를 조성하는 데 많이 기여하고 있다.

따라서 본 장에서는 우리 기업의 사회공헌 추세를 살펴보고, 지역사회와 공생을 모색하는 기업의 사회공헌활동을 고찰하고자 한다. 더 나아가 포스트 코로나, 기후위기와 기후변화 그리고 4차 산업혁명의 도래 등 전 지구적 지각변동이 예상되는 전환기에서 기업사회공헌의 활성화를 위한 과제를 제시하고자 한다.

1) 기업사회공헌의 영향 요인

미국 기업 최고경영자들의 전국 포럼인 ‘기업사회공헌활성화위원회’(The

Committee to Encourage Corporate Philanthropy)는 “기업의 사회공헌활동이란 기업의 광범위한 사회적 책임 가운데 가장 핵심 요소이며, 현금 기부와 현물 지원, 임직원 봉사활동 등을 포함한다.”라고 정의하고 있다. 즉, 기업의 사회공헌활동이란 기업이 축적·보유하고 있는 각종 재무적, 물적·인적자원을 활용해 사회가 필요로 하는 비영리적 서비스나 지원을 제공하는 활동이다. 사회공헌활동은 자본주의 사회가 발전하던 초기에는 기업가의 개인적인 관심과 가치관에 따라 이루어졌다. 그러나 오늘날은 기업 차원에서 전략적으로 수행하는 경향이 높아지고 있어, 이를 전략적 사회공헌(strategic philanthropy)이라고 한다. 이러한 경향이 나타난 원인은 기업과 사회의 바람직한 관계 설정이 기업의 경영 성과에 미치는 비중이 매우 높아졌기 때문이다(김세원·한송이, 2019).

기업의 사회공헌활동은 기업의 고유 업무인 이윤 추구와 직접 관계가 없는 분야라고 하더라도 사회 공익을 위해 경영자원을 활용하는 것이다. 또한 기업의 여유 자원을 사회에 회사한다는 자선의 동기를 넘어 시민사회를 구성하는 공동체의 일원으로서 기업이 구성원의 노력을 통해 만들어 낸 귀중한 자원을 활용해 사회 발전을 위해 자발적으로 공헌하겠다는 사회와의 약속이다(정진경, 2005). 이는 사회가 기업에 기대하는 법적·경제적 역할을 수행하는 차원을 넘어 기업이 보유하고 있는 자원을 적극 활용해 윤리적이며 자발적인 차원에서 사회와 바람직한 관계를 형성하기 위한 기업의 적극적인 대응이라고 할 수 있다.

우리나라에서 기업의 사회적 책임에 대한 구체적인 논의는 1960년대 들어 사회 환경 및 가치의 변화가 급격히 나타나면서 시작됐다. 원래 사회공헌 활동은 개인이 박애주의 측면에서 행하는 것으로, 기업도 자연인과 같이 시민의 일원으로서 즉, 기업시민으로서 사회에 공헌하는 것이 당연하다는 논리다.

초기 자본주의 사회에서 기업은 이윤을 극대화하는 것이 기업의 책임이라고 생각했다. 이것은 기업의 일차적 책임이라고 규정할 수 있다. 그러나

기업의 경제적 성과 못지않게 사회적 책임도 기업의 중요한 역할임이 강조 되면서, 기업이 취약 계층의 삶의 질에 관심을 갖는 것이 기업의 성장에 도움이 된다고 판단해 기업의 금전적인 기부를 강조하게 되었다. 그러나 오늘날 기업은 단순한 금전적인 기부만으로는 사회를 변화시키는 데 주도적 역할을 할 수 없다는 것이 일반적인 견해다. 현대사회에서 기업이 사회 변화의 주체로서 역할을 다하기 위해서는 사회적 리더십을 발휘할 필요가 있는 것이다. 윤리경영을 통해 사회의 도덕성을 회복하고, 임직원이 자원봉사에 적극적으로 참여하는 시민사회의 지도적 역할까지 요구받고 있다.

기업과 사회의 관계에서 최근 기업의 사회적 책임에 영향을 미치는 요인은 기업 내부적 요인과 외부적 요인으로 구분할 수 있다(정무성·황정은, 2018).

(1) 내부적 요인: 경쟁에 따른 기업의 재구조화

경쟁은 기업으로 하여금 고객의 새로운 욕구를 파악해 충족시키는 동기를 부여하고 있다. 기업은 경쟁 상대와 승부 방법을 전략적으로 끊임 없이 모색하면서 기업 운영의 재구조화를 추진한다. 이러한 과정을 통해 기업은 제품의 질을 개선하고, 비용을 줄이고, 고객의 욕구에 신속하게 부응한다. 그러나 기업이 재구조화를 단행할 때마다 사회에 중대한 영향을 미친다. 근로자와 사회에 긍정적인 방향으로 나아갈 수도 있지만 때로는 공장의 문을 닫을 수 있고, 근로자가 해고당하기도 한다. 경제 상황이 어려워지면 기업의 사회에 대한 지원과 기부는 축소된다. 반면에 자살, 알코올중독, 정신 질환, 아동 학대, 가정 폭력, 가족 해체 등의 사회문제는 증가한다. 이러한 상황이 악순환되면 기업과 사회는 최악의 관계에 빠지게 된다.

따라서 기업 활동으로 인한 부정적인 영향을 최소화하고 긍정적인 기여를 최대화할 수 있는 방향으로 기업의 경영전략을 수립해야 한다. 이러한 방식의 기업 경영전략은 경영진의 태도와 의식의 변화를 요구한다. 이는 근로자, 고객, 사람을 최우선으로 하는 가치관을 필요로 한다.

기업과 사회와의 관계는 언제나 역동적이다. 기업의 성공적인 경영전략은 사회에서 긍정적인 역할을 지속적으로 수행할 수 있는 방향으로 수립해야 한다.

(2) 외부적 요인: 윤리적 기대와 대중의 가치

현대사회는 기업이 경제적 성과와 윤리성을 동시에 중요시할 것을 요구한다. 현대사회에서 윤리적 기대는 기업 환경의 중요한 부분이다. 대중은 기업이 윤리적일 것을 기대하며, 기업이 의사결정 과정에서 윤리적 원칙을 준수할 것을 요구한다. 그러므로 기업이 정당성을 갖고 대중의 신뢰를 얻기 위해서는 경제적 성과와 함께 윤리적인 기준을 달성해야 한다. 유엔(UN)도 세계 기업들이 사업하는 곳에서 기본적인 윤리수칙을 지킬 것을 선언했다. 기업이 제품에 있어 고객의 욕구를 충족시키려고 노력하듯이 윤리적 행동에 있어 대중의 기대를 충족시키려는 자세가 요구된다.

그러나 윤리적 기준은 사회마다 다를 수 있다. 또한 시대에 따라 달라지기도 한다. 과거에 수용되었던 기준이 오늘날에는 받아들여질 수 없는 경우가 많다. 따라서 기업은 최근 사회에서 이슈가 되고 있는 윤리적 문제에 민감하게 반응할 필요가 있다. 그러나 이러한 이슈에 대해 기업이 모든 것을 인지하는 것은 쉽지 않다. 따라서 비영리 조직과의 협업 체계를 구축해 사회문제에 효율적으로 접근하는 방안을 모색할 필요가 있다.

2) 기업의 사회공헌활동 유형

기업의 사회공헌활동 개념은 사회의 산업화 과정에서 발생한 빈곤층에 대해 기업이 '자선적 기부 활동'을 전개함으로써 나타나기 시작했다. 최근에는 기업의 기부 활동 영역이 교육, 환경, 복지 그리고 문화적 활동을 지원하는 데까지 그 범위가 점차 확대되고 있는 추세다. 이는 기업의 사회공헌활동이 경영 외적 활동이 아니라 경영의 중추적인 기능으로 인식되고 있기

때문이다. 따라서 기업의 사회공헌활동은 재정적인 기부뿐만 아니라 지역 사회를 위해 직접 관련을 맺는 경향이 나타나고 있다. 즉, 직원들이 자원 봉사 활동에 직접 참여하도록 기업이 유도하거나, 기업의 장비 혹은 공간을 지역사회에 개방하고 대여하는 등의 활동이 대표적인 사례다.

최근에는 유엔이 정한 지속가능발전목표(SDGs: Sustainable Development Goals)가 사회적 책무의 기준으로 제시되고 있다. 이러한 추세를 반영해 기업뿐만 아니라 공공기관과 대학에서도 SDGs를 조직의 실천 과제로 설정하고, 목표를 달성하기 위해 노력하고 있다. 예를 들어, 세계 3대 대학 평가 기관 중 하나인 영국의 THE는 2020년부터 세계 대학 순위를 대학의 영향력을 기준으로 평가해 발표했다. 여기에서 영향력은 대학이 지역사회에 사회·경제적으로 영향을 미쳤는지 여부와 관련된 것으로, 유엔의 SDGs를 평가의 기준으로 삼았다. 이제 대학은 우수한 연구뿐만 아니라 더 나은 세상을 만들기 위한 노력을 해야 한다는 시대적 요구에 부응하고 있다. 대학의 평판도 이제는 대학의 사회적 책무에 초점을 두고 이루어지고 있는 것이다.

초기에 기업의 사회공헌활동은 시혜적이고 사후적인 자선 활동이 주를 이루었다. 그러나 1970년대부터 마케팅 차원에서 사회공헌활동이 등장했다. 기업이 소비자 외에도 전체 사회의 복지를 위해 봉사해야 한다는 사회 지향적 마케팅 개념이 등장하면서(Kotler, 1972) 학자들은 기업의 자선사업을 마케팅 활동으로 진행할 수 있다고 설명했다. Kotler & Lee(2005)는 기업의 사회참여 활동의 유형을 공익 캠페인, 공익 연계 마케팅, 사회 마케팅, 자선 활동, 지역사회 자원봉사활동, 사회책임경영의 실천 영역으로 구분하고 각 영역을 분류해 설명했다.<표 2> 참조)

[<표2> 기업의 사회참여 유형]

구분	내용
공익 캠페인 Cause Promotions	대중이 사회문제를 인식하고 관심을 갖게 하기 위해 또는 사회문제를 해결하기 위해 기부금을 출연하고, 자원봉사자로 참여해 봉사활동을 하도록 장려하기 위해 기업이 기부금과 현물 기부, 기타 기업의 다양한 자산을 지원하는 방식
공익 연계 마케팅 Cause-Related Marketing	기업 제품의 판매율에 비례해 판매 금액의 일부를 사회문제를 해결하기 위해 현금으로 기부하거나, 회사의 전체 매출액에서 일정 비율을 현금으로 기부하는 방식
사회 마케팅 Corporate Social Marketings	공공의 환경·안전·건강 또는 복지 개선을 목표로 캠페인을 개발·실행·지원하는 것을 말하며, 공익 캠페인과 달리 행동 변화를 이끌어 내는 것에 초점을 두는 방식
자선 활동 Corporate Philanthropy	사회문제나 공익적인 사업에 현금을 직접 기부하는 것으로, 대부분 현금 기부 및 현물 지원 그리고 기업의 다양한 기술이나 노하우를 지원하는 방식
지역사회 자원봉사 활동 Community Volunteering	지역사회 주민 및 지역 사업자와 기업 직원이 지역사회의 문제를 해결하는 데 함께 참여하기 위해 직접 봉사를 할 수 있도록 기업이 적극적으로 지원하는 방식
사회책임경영 Socially Responsible Business Practices	환경을 보호하거나 소외 계층을 위한 사회복지 활동을 추진하는 것과 관련된 경영 및 투자 활동을 하는 방식

출처: Kotler & Lee(2005)

최근 기업의 기부 활동은 비영리단체에 수익의 일부를 기부하던 전통적인 방식이 아닌 새로운 방향으로 전개되고 있다. 이제까지 기업은 자의든 타의든, 현금이나 장비 그리고 토지 등을 기부하는 것이 자사의 사회적 책임을 채는 척도가 되었다. 또한 전통적 기부 방식에서는 최고 책임자의 개인적 관심이나 관계에 따라 기업의 기부가 결정되는 경우가 많았다. 그러나 최근 기업의 사회공헌활동은 전략적·사회적 투자 모델에 따라 ‘자선’보다는 ‘비즈니스’적으로 탈바꿈하고 있다. 제품 판매에 공익을 연결한 공익 연계 마케팅, 직원 채용이나 직원 충성도를 유지하기 위한 수단으로서 직원 자원봉사, 비영리에 벤처 비즈니스 모델을 적용한 벤처 자선, 기업의 스폰서십 등이 있다.

이러한 모델을 강조한 학자들이 포터(M. Porter)와 크래머(M.Kramer) (2006)다. 그들은 사회 및 경제문제를 해결하기 위한 전략적 사회공헌의 중요성을 강조했다. 이는 단지 비용을 넘어서 새로운 혁신, 기회, 경쟁 우위의 원천이 될 수 있다고 설명했다. 이를 통해 사회공헌활동에 선택과 집중, 업(業)의 특성을 살린 전략적 사회공헌활동이라는 개념이 생기기 시작했다. 또한 Porter와 Kramer(2011)는 기업이 지역사회에서 경제적·사회적 가치를 함께 발전시키고 공유하는 활동을 의미하는 공유가치 창출(CSV: Creating Shared Value)이라는 사회공헌의 방향을 제시했다.

최근에는 사회공헌활동의 새로운 방향으로 임팩트 투자(Impact Investment)가 등장했다. 임팩트 투자는 근본적으로 사회적 이익과 경제적 이익을 추구하는 투자다. 즉, 임팩트 투자는 재무상의 관점에서 수익을 창출하는 동시에 사회적 성과도 달성하는 투자 형태다. 기존의 자선적인 사회공헌활동이 아닌 기업이 자원을 효율적으로 투자하고, 이로 인해 최대한의 경제 성과와 함께 사회 성과를 추구하는 방향으로 나아가고 있다. 최근 사회적 가치의 관점에서 임팩트 투자는 ESG를 강조하는 추세에 맞추어 환경·사회·거버넌스와 같은 비재무적인 요소를 고려하고, 이는 기관의 지속가능성에 영향을 미친다(전지민, 2020).

3) 기업사회공헌의 내용

사회공헌활동 내용으로는 현금·현물·인력·역량·구매 지원 등이 있는데(한국사회복지협의회, 2020), 대부분 기업의 현금 기부(현금 지원)와 임직원의 봉사활동(인력 지원)은 사회복지 조직에 지원되었다(전국경제인연합회, 2020). 이러한 활동들은 기업의 직접 기부와 간접 기부로 나누어 살펴볼 수 있다. 최근 사회적 가치 실현의 일환으로, 사회적기업을 지원하는 방식의 사회공헌도 활성화되고 있다.

(1) 기업의 직접 기부(Corporate giving/donation)

기업이 사회 활동에 현금을 직접 지원하거나 비영리단체를 직접 지원하는 형태를 말한다. 이는 사회 활동에 대해 현금을 직접 지원하는 형태, 장비나 사무실을 지원하는 형태, 소속 직원의 직접적인 자원봉사로 지원하는 형태 등으로 이루어진다. 이러한 직접 기부는 크게 물적 기부와 인적 기부로 분류된다.

① 물적 기부

기업이 특정한 지역이나 특정한 활동, 예컨대 보건이나 교육 등의 분야에서 활동하는 비영리단체에 직접 기부하거나 기업의 생산품 및 장비를 기부하는 경우다. 기업이 비영리단체에 다양한 자원을 제공하는 데는 기금 제공, 기업의 상품 제공, 기업이 더이상 사용하지 않는 제품과 장비의 제공 혹은 이벤트를 위한 시설을 대여하거나 비영리단체에 사무 공간을 제공하는 것이 이에 속한다.

② 인적 기부

임직원이 비영리단체의 프로그램에 직접 참여해 자원봉사하는 형태다. 기업이 자원봉사를 하고자 하는 자사의 전·현직 임직원들과 그들의 가족들을 위해 공식적이고 체계적인 프로그램 및 지원 체계를 마련하는 추세다. 이러한 인적 기부를 통해 기업의 이미지를 높일 수 있을 뿐 아니라 임직원의 사기나 기업에 대한 충성심을 고양한다. 이러한 이유로 임직원 자원봉사를 승진을 위한 심사나 인사고과의 주요한 지표로 제도화하는 기업이 늘어나고 있다.

(2) 재단을 통한 사회공헌활동

① 독립 재단(Independent foundation)

하나 또는 복수의 사람이 기부한 기금으로 설립되어, 그 기부자나

기부자의 후손으로부터 지속적으로 기부를 받아 활동하는 형태의 재단을 말한다. 주로 특정 가문이 출연해 만들기 때문에 가족 재단(family foundation)이라고도 한다.

독립 재단은 기부자 개인의 사적인 재산으로 시작되었기 때문에 기부자의 개인적 성향이나 이념에 따라서 재단의 사업 내용이 영향을 받는다. 하지만 독립 재단의 재정 운영 및 사업 내용의 선정이 기부자의 모기업 경영 실적이나 이해관계에 영향을 받지 않는다. 기업의 소유주나 최고경영자가 자신의 사재로 설립하는 재단의 형태로서 록펠러재단이나 포드재단, 빌 게이츠-멜린다 부부재단이 이 범주에 속한다.

② 기업 출연 재단(Company sponsored foundation)

기업 재단은 기업이 사회적 책임을 인식해서 기업의 사회공헌활동을 조직화하기 위해 기업이 후원하는 재단이다. 기업 재단은 일반적으로 기부금을 내는 모기업과 긴밀한 관계를 유지하고, 연간 이윤에 따라 매년 또는 정기적으로 기업으로부터 기부금을 받는다. 미국의 기업 재단은 1900년대 이후 거대 기업의 초대 창업주들이 퇴임한 후 기업의 소유와 경영이 분리되면서 나타난 재단으로, 기업의 창업주가 아닌, 전문 경영인들이 등장하면서 기업의 자선 활동을 위한 필요에 의해 설립된 형태다.

자본주의가 고도화될수록 기업이 사회문제를 해결하기 위해 노력할 것이 요구되고, 기업의 사회적 책임은 강조된다. 이러한 사회 분위기에 서 일부 선진 기업의 최고경영자들은 사회공헌활동을 통한 사회 발전과 기업의 성장이 호혜적인 관계에 있다는 것을 인식하게 되었다.

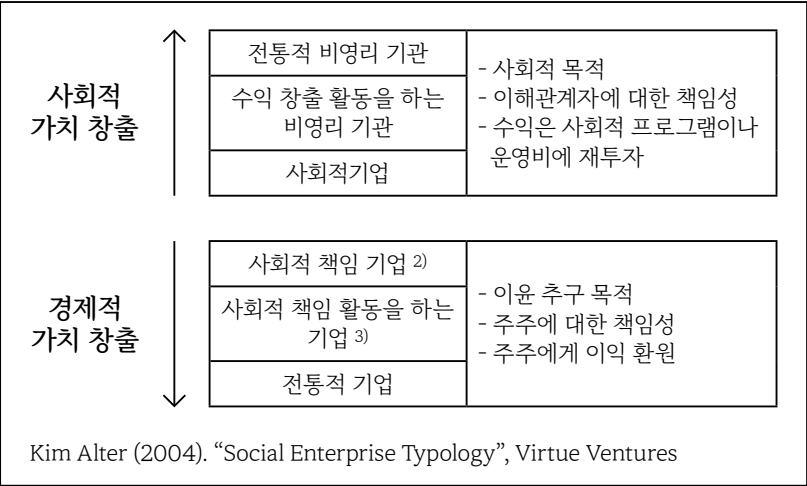
또한 1950년대 미국에서는 기업의 기부 활동에 대한 규제를 없애고 또 기부 활동에 대한 면세 조치가 취해지면서 기업의 재단이 설립될 수 있는 제도적 여건이 마련됨에 따라, 1960년대 미국의 많은 기업

은 기업 내에 자선 재단을 설립했다. 이 때문에 기업 재단의 이사나 직원은 대개 모기업의 임직원이 맡게 되고, 이들이 지원하는 사업은 기업의 이해관계를 반영하는 것은 물론 모기업이 운영되는 지역을 주 대상으로 하고 있다.

(3) 사회적기업지원사업

사회적기업의 개념은 각국마다, 학자마다 매우 다양하게 정의되고 있다. OECD 국가들조차 법적, 행정적, 사회·문화적 차이로 인해 “사회적기업”에 대한 정의가 통일되지 않고 있다. 전 세계적으로도 사회적기업의 형태는 매우 다양하지만, 공통된 정의는 없다. 사회적기업의 개념은 사회적 책임을 수행하는 기업에서부터 조직의 미션을 이룩하기 위한 비영리 조직의 수익사업에 이르기까지 매우 폭넓게 나타나고 있다.

<그림 1> 사회적기업의 스펙트럼



2) 사회공헌활동을 통한 비즈니스를 수행하는 기업 socially responsible business

3) 기업의 사회적 책임과 사회공헌활동을 수행하는 기업 corporation practicing social responsibility

각 국가의 사회적기업의 역사적 배경과 발달은 국가와 지역에 따라 차이가 있다. 유럽의 경우에는 지역사회와 협동조합을 중심으로 발전했으며, 미국은 비영리 조직을 중심으로 발전했다. 유럽은 지역사회의 복지, 보건 등의 사회문제와 취약 계층의 일자리 그리고 협동조합의 발전과 함께 발달하면서 사회적 경제 영역으로 확대되었다. 반면에 미국은 비영리 조직의 수익사업(earned income)을 목적으로 발전했다. 하지만 유럽과 미국 모두 취약 계층의 일자리 창출과 서비스 그리고 지역사회와 공익적 목적을 실현하기 위한 비영리 조직들의 활동을 기반으로 하고 있다. 한국은 정부의 취약 계층 일자리 창출과 사회서비스 그리고 지역사회의 공익 활동을 위해 사회적기업이 설립·운영되고 있다. 초기에는 장애인·노인·수급자 중심의 낮은 사회서비스·청소·재활용 사업의 사회적기업이 많았으나, 점차 중도 퇴직자 및 청년 실업자들의 일자리 창출과 문화·IT·교육·환경 등 사회적기업의 영역이 확대되고 있다.

기업사회공헌 차원에서 기업들의 사회적기업 설립 지원, 운영, 교육, 인프라 구축, 프로보노 활동 등이 다양하게 이루어지고 있다. 이는 우리나라만의 특이한 현상으로, 정부가 사회적기업의 지원 정책을 강조함에 따라 기업들의 참여가 확대된 측면이 있다. 기업들의 사회적기업 지원은 다음과 같다.

- ① **사회적기업 지원 활동:** 사회적기업의 설립·운영을 위한 예산 지원, 아카데미 교육 지원, 기술 지원, 인프라 지원, 마케팅 지원 등을 포함한다.
- ② **임직원 프로보노 활동:** 경영, 금융, 컨설팅, 회계, 디자인 등 기업의 임직원들이 지닌 전문 지식을 통한 프로보노 활동을 전개하고 있다. SK그룹, 신한은행, 딜로이트 컨설팅 등이 대표적이다.
- ③ **사회적기업 설립 운영:** 기업이 직접 설립·운영하는 경우는 SK·현대 자동차·LG전자·포스코 등 대기업 중심이며, 주로 장애인 고용 연계를 위한 장애인표준사업장 사회적기업 설립이 주를 이루고 있다.

4) 기업사회공헌활동의 변화

우리 기업의 사회공헌활동은 일제강점기였던 1939년에 민족 인재 양성을 위한 장학사업에서 시작한 삼양그룹의 양영회(이후 양영재단)에서 찾아볼 수 있다. 이후 1971년에 재단법인 제철장학회(이후 포스코 청암재단)와 1974년에 천안연암대학교(LG그룹)가 설립되는 등 1980년대에 이르기까지 국내 기업의 사회공헌활동은 법인 중심의 교육과 장학사업을 중심으로 이어졌다(전국경제인연합회, 2020).

1990년대 국내 기업의 해외 진출이 급속도로 확산되고, 글로벌기업도 국내로 유입되면서 기업 경영을 위한 글로벌 스탠더드(Global Standard)에 관심이 높아졌다. 글로벌기업의 활발한 사회공헌활동과 임직원 봉사활동의 영향으로 인해 1994년에 삼성그룹에서 국내 기업으로는 최초로 공익법인이 아닌, 회사 내부의 공식적인 조직으로 삼성사회봉사단을 창단했다. 삼성사회봉사단은 기존의 사회공헌활동이 기업의 장학재단, 복지재단, 학교법인 등 기업 경영과 독립된 법인을 통해 이루어진 것과는 달리 기업 내부의 조직으로서 사회공헌팀을 만들어 이를 통해 기업 경영에 사회공헌활동을 적극적으로 연계했다. 그 뒤 SK텔레콤, CJ, KT, 한화, 교보생명, 이랜드, 현대자동차, LG전자, GS칼텍스, 포스코 등 국내 대표적인 기업들이 사회공헌팀을 조직해 사회공헌활동을 본격적으로 전개했다(한국비영리학회, 2005).

1997년에 IMF 경제 위기 이후 사회복지 수요가 급증하면서 사회복지공동모금회가 기업 모금을 적극적으로 했다. 이와 함께 정부의 기업 기부 활성화 정책이 추진됨으로써 사회공헌활동이 양적으로 급성장하게 되었다. 기업사회공헌활동은 자선적인 활동에서 시작해 전략적 사회공헌활동으로 변화하면서 비영리 조직과 파트너십을 통한 사회공헌활동이 활발히 진행되었으며, 주요 지출 분야로는 사회복지 분야가 선호되었다(전국경제인연합회, 2006).

기업의 주요한 사회공헌활동인 임직원 봉사활동이 대부분 사회복지 분야

에서 이루어지고 있으며, 다양한 사회복지 조직이 기업으로부터 현금 지원을 받거나 협력 사업을 추진하고 있다(정진경, 2005). 특히 보건복지부를 비롯한 정부 각 부처에서 정책 수립에 주요 기업의 사회공헌 조직의 의견을 반영하고 또 사회복지공동모금회, 한국사회복지협의회 등 전국 규모의 사회복지 조직이 기업과 연계해 사업을 추진하고 있다(박경수, 2009). 2000년대 정부의 기업 기부 활성화 정책으로 인해 기업사회공헌이 양적으로 급성장하면서 직간접적으로 사회복지 분야로 확대되었고, 2007년에는 보건복지부와 한국사회복지협의회가 함께 정부·기업·복지 기관의 협력적인 사회공헌활동을 지원하는 허브 기관으로 사회공헌정보센터를 설립하면서 기업사회공헌은 민간 영역에서 자원 제공자로서의 역할이 크게 부각되었다. 전국경제인연합회가 조사한 기업사회공헌 지출액은 1998년에 3327억 원에서 2019년에는 2조 9927억 원으로 9배나 증가했다. 지원 대상으로는 아동·청소년 36.0%, 지역사회 12.9%, 장애인 9.7%, 노인 9.1% 순으로 나타났다. 2018년 이후 신규로 만들어진 사회공헌활동의 30.9%가 아동·청소년 분야이며, 장애인 대상은 12.9%이나 장애인 대상 사회공헌활동이 점차 증가하고 있다(전국경제인연합회, 2020). 사회공헌 지원 내용으로는 현금 기부가 19%로 가장 많고, 물품 기부와 교육 제공이 각각 16%, 봉사활동 14%, 서비스 제공 8%, 기술 제공 2%로 나타났다. 최근에는 기업의 서비스를 무상 또는 저가에 지원하거나, 자체 자원과 기술력을 활용하는 지원도 증가하고 있다(한국사회복지협의회, 2020).

21세기 전환점에서 국내 기업의 사회공헌활동도 국제적인 추세를 반영하며 환경 이슈에 많은 관심을 갖게 되었다. 지구환경, 특히 지구온난화 문제는 경영에 있어서도 중요한 과제라는 인식을 갖기 시작했다.

한편, 2020년 1월 국내에서 코로나19 첫 감염자가 발생한 이래 감염이 지속적으로 확산되어 2021년 8월에 우리 사회는 사회적 거리 두기 최고 단계까지 이르면서 사회공헌활동도 이에 부응하고 있다. 대부분의 사회복지 기관 및 시설이 휴관하고, 자원봉사활동도 거의 중단되면서 기업의 사

회공헌활동도 새로운 방식이 필요하다는 인식을 갖게 되었다. 4차 산업혁명으로 인해 가까운 미래에 비대면 시대의 도래를 예견했지만, 코로나19로 인해 비대면 시대를 갑작스럽게 맞이하게 될 줄은 예상하지 못했다. 이렇듯 경제·사회·문화적으로 혼란스러운 코로나19 시대를 살면서 사회공헌활동도 새로운 비대면 방식의 활동 방안이 활성화되고, 장기적인 팬데믹 상황에서 새로운 사각지대를 발굴하는 데 적극 관여하고 있다.

5) 기업사회공헌활동의 의의와 성과

현대사회에서 기업의 역할은 재화와 서비스를 단순히 제공하는 것에 그치지 않는다. 이제는 기업의 역할에 대해 사회적 가치 창출이 강조될 정도로 현대사회에서 기업이 경제활동뿐만이 아니라 더욱 높은 수준에서 사회의 안정과 발전을 도모해야 한다는 기대가 더욱 제고되고 있는 실정이다. 이처럼 기업의 사회적 책임(corporate social responsibility), 더 구체적으로는 사회공헌(corporate philanthropy)에 대한 요구가 많아지면서 국내의 기업들도 이 주제에 대한 민감성을 제고시키고 있다. 더불어 사회공헌활동을 과거에 비해 좀 더 적극적으로 전개하는 경향이 있다.

우리나라에서 기업사회공헌이 강화 및 증대되는 양상은 사회복지의 발전과 무관하지는 않다는 점에 주목할 필요가 있다. 그 이유는 바로 기업이 사회공헌을 위해 투여하는 자원의 상당 비율을 사회복지 영역에 집중하는 경향이 있기 때문이다. 또한 지역사회의 다양한 사회복지 기관들이 기업 사회공헌활동의 파트너 기관으로 기능을 하고 있기 때문이다. 대표적인 사회공헌 프로그램 사업 분야 및 대상을 살펴보면, 대표 프로그램의 45.6%가 취약 계층 지원으로 가장 높은 비율을 차지하고 있고, 사업 대상은 아동·청소년인 경우가 43.1%로 가장 높다(사회공헌백서, 2015). 그리고 이들 프로그램의 운용 방식을 보면, 기업이 사회공헌프로그램을 직접 운영하는 방식으로 수행하기보다는 지역사회의 다양한 사회복지 기관들을 파트너로 선택하고 활용하면서 사회공헌활동을 협력의 방식으로 전개하는 양상

이라고 할 수 있다.

이러한 추세에 맞추어 한국사회복지협의회 사회공헌센터가 2019년부터 시행하고 있는 ‘지역사회공헌 인정제’는 기업과 비영리단체 간의 협력을 기반으로, 지역사회의 문제를 해결하는 데 기업이 함께 참여하도록 유도하고 있다. 2년 동안 총 296개 기업과 기관이 지역사회공헌활동을 인정받는 등 관심이 높아지고 있다. 이들은 신용보증기금, 기술보증기금 등으로부터 대출보증 우대 혜택 등을 받고 있으며, 기업의 사회적 가치 실현을 통한 지역 공동체 구축에 크게 기여하고 있다.

기업이 사회공헌활동을 하는 이유는 매우 다양하다. 그러나 한 가지 분명한 것은, 최근 기업들이 사회공헌활동을 경영전략의 핵심 요소로 인정하고 있다는 점이다. 이것은 사회공헌활동이 기업의 이익 창출에 긍정적으로 기여할 것이라는 가정을 전제로 한다. 전략적 사회공헌활동을 활발하게 전개하고 있는 유럽이나 미국에서는 이러한 가정을 증명하는 연구가 다양하게 있다. 사회공헌활동은 기업의 이미지와 평판을 좋게 하고, 소비자는 이러한 기업의 제품을 선호하는 경향이 있다는 것이다. 기업의 전략적 사회공헌활동은 기업의 이익을 증가시키는 동시에 공익 활동을 지원함으로써 민간의 비영리 영역을 발전시키는 데 긍정적으로 기여하게 된다. 기업의 사회공헌활동이 기업의 가치에 미치는 영향은 여러 연구·조사를 통해 다음과 같이 긍정적으로 나타나고 있다(신현철, 2002).

(1) 재정상의 혜택

1999년 하버드대학에서 미국의 대기업을 대상으로 실시한 조사 결과에 따르면 사회적인 요구와 주주의 이해를 조화시킨 회사의 경우, 주주의 이익에만 치중한 회사에 비해 네 배의 성장률과 여덟 배의 고용성장률을 보여 주었다. 국내에서도 기업의 기부 행위는 총자산 순이익률, 경제적 부가가치, 유동비율 각각에 대해 정(+)의 영향을 미치는 반면, 부채비율에 대해서는 부(-)의 영향을 미친다는 연구 결과도 발표되었다.

(2) 브랜드 이미지와 평판의 향상

사회공헌활동을 하는 기업은 소비자로부터도 좋은 평판을 받을 뿐 아니라 기업평가 등급도 높아져 투자자나 사업 파트너를 유치하는 데 있어 더욱 유리한 것으로 나타났다. 2001년 Walker Information조사(National Philanthropy Benchmark Study)에 의하면 사회공헌활동을 높이 평가하는 기업의 소비자 중 92.8%는 그 회사가 훌륭한 평판을 갖고 있다고 답했다. 국내에서도 전국경제인연합회 사회공헌활동조사 결과, 일반인의 92%가 사회공헌활동 참여 기업에 호감을 느낀다고 대답했다.

(3) 판매 증대와 고객 충성도

사회적 책임을 다하는 기업들의 제품이나 서비스 시장이 확대되고, 매출도 증대되어 왔다는 점을 제시하고 있는 연구가 많이 있다. 1999년 Cone/Roper Cause Trends Report에 따르면 가격과 품질이 같다면 76%의 소비자는 사회적으로 좋은 일을 하는 브랜드로 바꿀 것이라고 답했으며, 약 58%가 공익 후원 기업에 대해 호의적으로 반응했다. 2001년에 Walker Information이 실시한 연구에 따르면, 사회공헌을 잘하고 있다고 생각하는 기업의 소비자 중 46%가 그 회사에 대해 충성도가 매우 높은 것으로 나타난 반면, 사회공헌활동을 저평가하는 소비자 중에서는 15%만이 충성도를 보였다. 국내에서도 전국경제인연합회의 기업 사회공헌에 대한 일반인의 인식 조사에 따르면, 80%가 사회공헌활동을 기업의 도덕적 의무라고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

(4) 인력시장에서의 경쟁력 향상과 직원 충성도 향상

기업의 사회공헌활동은 인력시장에서 고급 인력의 유입과 유지에 기여한다. 워라벨(Work-life Balance)을 중시하는 젊은 직장인이 많아지면서 유능한 구직자 가운데 이미지가 좋은 기업, 복지 혜택이 많은 기

업을 선호하는 경향이 높아지고 있다. 또한 기업사회공헌을 잘하는 기업에 대한 자부심이 높고, 임직원 가족이 기업의 자원봉사활동에 함께 참여하는 사례도 늘어나면서 봉사활동 후 기업에 대한 충성도가 향상되는 것으로 나타나고 있다.

이와 같이 기업이 사회공헌활동을 많이 할수록 이미지가 향상되는 등 긍정적인 효과가 다양하게 나타남에도 불구하고 국내에서 친(親)기업 효과는 미흡한 것으로 나타나고 있다. 이러한 이유로, 사회공헌활동이 오랫동안 지속되지 않는 경우가 많다. 기대하는 효과를 거두지 못한다고 판단하면 언제라도 중단할 수 있기 때문이다. 실제로, 같은 기업 내에서도 사회공헌활동 관련 부서를 제외한 나머지 부서들, 특히 재무팀이나 마케팅팀의 경우에는 사회공헌활동비를 낭비라고 생각하는 경향이 강하다. 아무리 공을 들여도 반(反)기업 정서는 나아지지 않는다는 이유에서다. 사회공헌활동에서 기대하는 것은 기업의 이미지 개선과 이를 통한 매출 증대 효과인데, 많은 비용을 쓰지만 효과는 미흡하다는 것이다. 그 이유는 크게 네 가지로 요약할 수 있다.

첫째, 지출 구조의 문제다. 자체 프로그램을 기획하고, 이에 지출하는 돈보다는 불우이웃돕기 등을 위해 자선단체나 대규모 모금 기관에 거액으로 지출하는 돈이 훨씬 더 많다. 물론 안 하는 것보다 이미지 개선에 도움이 되겠지만, 이왕이면 같은 돈 내고 좀 더 효율적으로 쓰는 것이 더 낫다.

둘째, 기업의 사회공헌활동 중 자사의 업종과 관련된 것이 많지 않다. 예를 들어, 전자업종 기업이라면 정보화 격차 해소를 명분으로 내걸고 컴퓨터 보급 활동을 해야만 수혜자가 오래 기억한다.

셋째, 국내 기업의 대부분은 CEO의 스타일에 따라 사회공헌활동을 한다는 인식이 강하다. 일각에서는, 그룹마다 사회공헌활동이 다른 것은 CEO의 성격이나 스타일의 차이 때문이라는 견해도 있다. 또 기업 기부는 일회성이고 시혜성이라는 의견이 지배적이다.

넷째, 수혜자의 문제다. 이들은 마치 기업은 돈을 당연히 기부해야 하는 존재로 인식하고 있다. 기업이 돈을 내줄 때는 반대급부를 바란다는 것을 의도적으로 무시한다. 사회적으로 박수를 받았으면 하는데, 이런 생각을 하는 수혜자들은 거의 없다.

이렇듯 우리 기업들이 다양한 사회공헌활동을 수행했지만, 방법 면에서 비효율적이고 또 전략 부재인 측면이 없지 않았다. 따라서 일회성 기부 행사로 끝나는 사회공헌활동을 기업 이미지를 제고할 수 있는 방향으로 전환해야 한다. 또 기업의 임직원과 더불어 고객도 함께 참여하는 참여형 사회공헌활동을 활성화 할 필요가 있다. 고객과 친밀한 관계 형성이나 종업원의 애사심 및 신뢰감 조성 등을 동시에 달성하는 접근 방식을 찾도록 고민해야 한다.

앞으로 기업들은 사회공헌활동에 관심을 높일 수밖에 없다. 좋은 이미지를 얻으면 다른 기업과 경쟁할 때 유리하다. 반기업 국민 감정을 기업 사랑으로 돌려놓아야 기업들의 활동 공간이 넓어진다. 사회공헌활동을 통해 기업 발전에 유리한 환경이 조성되면 기업에도 이익이 될 것이다 (정무성·황정은, 2018).

3. ESG 경영과 기업사회공헌의 과제

최근 국내 기업의 사회공헌활동도 국제적인 추세를 반영하며 환경 이슈에 더 많은 관심을 갖게 되었다. 1992년에 브라질 리우에서 열렸던 환경정상회의(Earth Summit)을 계기로 우리나라에서도 다양한 환경 법령이 제정되었다. 1996년 ISO14001(환경경영시스템)의 제정과 함께 기업들은 기존 공해 대책에서 진일보해 한층 적극적인 환경경영으로 전환했다. 지구 환경, 특히 지구온난화 문제는 경영에 있어서도 중요한 과제라는 인식을 갖기 시작했다.

2001년부터 2015년까지 UN 및 전 세계 회원국, 국제기구, 시민단체 등이 협력하며 목표를 달성하고자 했던 새천년개발목표(MDGs, Millennium

Development Goals)의 후속 사업으로서 새천년개발목표(MDGs)가 추구하던 빈곤 퇴치의 완료를 최우선 목표로 삼았다. 더 나아가 글로벌하게 전개되고 있는 경제·사회의 양극화, 각종 사회적 불평등의 심화, 지구환경의 파괴 등 각국 공통의 지속가능발전 위협 요인들을 동시에적으로 완화해 나가기 위한 국가별 종합적 행동 및 글로벌 협력 아젠다인 SDGs(Sustainable Development Goals)를 설정했다. 새로운 개발 목표는 전문가와 관료만이 참가해 시민사회와 주민 당사자의 목소리를 제대로 반영하지 못한 MDGs의 한계를 극복하기 위해 다양한 주체의 참여를 적극적으로 보장하고자 노력했다(<표 2> 참조).

<표 2> MDGs와 SDGs

구분	MDGs(2001-2015)	SDGs(2016-2030)
구성	8개 목표 + 21개 세부 목표	17개 목표+169개 세부 목표
대상	개발도상국	개발도상국이 중심이나, 선진국도 대상(보편성)
분야	빈곤, 의료 등 사회 분야 중심	경제성장, 기후변화 등 경제·사회·환경 통합 고려(경제성장)
참여	정부 중심	정부, 시민사회, 민간기업 등 모든 이해관계자 참여(포용성)

SDGs는 2016년부터 2030년까지 전 세계가 공동으로 추진해 나갈 목표로, UN 회원국 및 각 나라 대표들이 모여 승인한 UN 의제인데, ‘지속가능한 지구의 발전’을 위한 국제적인 약속으로 ‘현재를 살아가는 우리의 필요를 채우면서도 미래 세대가 자원을 사용하고 성장할 수 있도록 하자’는 지속가능발전의 개념을 구체화한 의제라고 할 수 있다. 2015년에 세계 UN 회원국들이 모여 합의한 17가지 목표로 구성했다. 17개 목표는 ‘사회발전, 경제성장, 환경보존’이라는 세 가지 축을 기반으로 한다. MDGs는 개발도상국에 초점이 맞춰져 있지만, SDGs는 선진국과 개발도상국 그리고 저개발국을 포함한 모든 국가가 인류의 번영을 위해 힘쓰고 동시에 환경을 보

호할 것을 지향한다. 이와 함께 기후변화 해결 및 환경보호 강화에도 중점을 둔다(<그림2> 참조).

<그림 2> SDGs



최근에는 사회공헌활동의 새로운 방향으로 임팩트 투자(Impact Investment)가 등장했는데, 이는 가치 융합을 통해 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 투자를 의미한다. 즉, 임팩트 투자는 재무상의 관점에서 수익을 창출하면서 사회적 성과도 동시에 달성하는 투자 형태다. 기존의 자선적인 사회공헌활동이 아닌 기업이 자원을 효율적으로 투자하고, 이로 인해 최대한의 경제 성과와 함께 사회 성과를 추구하는 방향으로 나아가고 있다. 임팩트 투자는 ESG를 강조하는 추세에 맞추어 환경과 거버넌스에 초점을 두면서 기업의 지속가능성을 유지하고자 노력하고 있다.

지속가능한 발전을 위한 기업과 투자자의 사회적 책임이 중요해지면서 세계적으로 많은 금융기관이 ESG평가 정보를 활용하고 있다. ESG는 ‘Environment’, ‘Social’, ‘Governance’의 머리글자를 딴 단어로서 기업 활동에 친환경, 사회적 책임 경영, 지배구조 개선 등 투명 경영을 고려해야 지속가능한 발전을 할 수 있다는 철학을 담고 있다(<그림3> 참조).

<그림 3> ESG 경영



ESG는 개별 기업을 넘어 자본시장과 한 국가의 성패를 가를 키워드로 부상하고 있다. 영국(2000년)을 시작으로 스웨덴, 독일, 캐나다, 벨기에, 프랑스 등 여러 나라에서 연기금을 중심으로 ESG 정보 공시의무제도를 도입했다. UN은 2006년에 출범한 유엔책임투자원칙(UNPRI)을 통해 ESG 이슈를 고려한 사회책임투자를 장려하고 있다. 투자 의사 결정 시 ‘사회책임투자’(SRI) 혹은 ‘지속가능투자’의 관점에서 기업의 재무적 요소들과 함께 고려하도록 한 것이다. 사회책임투자란 사회적·윤리적 가치를 반영하는 기업에 투자하는 방식이다. 기업의 재무적 성과만을 판단하던 전통적인 방식과 달리, 장기적인 관점에서 기업의 가치와 지속가능성에 영향을 주는 ESG 등의 비재무적 요소를 충분히 반영해 평가한다. 기업의 ESG 성과를 활용한 투자 방식은 투자자들의 장기적인 수익을 추구하는 한편,

기업의 행동이 사회에 이익이 되도록 영향을 줄 수 있다.

우리나라도 오는 2025년부터 자산 총액 2조 원 이상의 유가증권시장 상장사의 ESG 공시 의무화가 도입되며, 2030년부터는 모든 코스피 상장사로 확대된다고 발표했다. 이로써 비재무적 친환경 사회적 책임 활동이 기업의 가치를 평가하는 주요 지표로 자리매김하게 되었다.

이러한 일련의 과정에서 전통적인 사회복지 분야의 사회공헌활동은 안타깝게도 위축되는 추세다. 전 세계가 코로나19와 함께 기후 위기에 직면한 시점에서 이에 대처하기 위해 한국 기업들이 선도적 역할을 수행하는 것은 바람직하다. 그러나 인류가 직면한 기후 위기라는 중대한 전환점에 기업만이 책임이 있는 것은 아니다. 또한 기후 위기의 재앙은 사회복지의 주 대상인 취약 계층들에게 오히려 더 많은 피해를 입히고 있다. 따라서 사회복지계도 기후 위기로 인한 사회문제에 적극적으로 관심을 갖고, 기업의 ESG경영에 맞추어 함께 파트너십을 이루어야 한다. 투명 경영을 기반으로 환경과 사회복지에 대한 균형 잡힌 책임 의식이 우리 사회의 지속가능한 번영과 사회 통합을 이루어 낼 수 있다.

그러나 ESG경영은 투자자의 관점을 철저히 반영한 경영 기법으로서 사회공헌의 내용이라기보다는 수단적 성격이 강하다. 따라서 사회공헌활동의 내용과 방식을 제공하기 위한 비영리 조직의 협력을 필요로 한다. 기후 위기라는 전 지구적 과제를 해결하기 위해 사회복지계도 적극적으로 동참해기업과 함께 지속가능 사회를 만들어 가야 할 것이다.

맺는말

오늘날 기업의 존재 이유이자 궁극적인 목표로서의 이윤 추구는 기업의 이미지와 분리해 생각할 수 없다. 선진 기업의 이미지를 제고하기 위한 전략적 사회공헌활동의 역할이 그 어느 때보다도 중요하기 때문이다. 한편, 기업의 평균수명을 약 30년으로 보고 있다. 이 기간 중 80% 정도가 사라지며, 부단히 노력하고 변화에 능동적으로 대처하는 20%의 기업만이 살아남는다고 한다. 우리나라도 1960년대 중반 100대 기업을 기준으로 볼 때, 현재 20개 미만의 기업만이 살아남아 있다. 세계적으로 확산되고 있는 지속가능경영은 시대상을 반영하는 사회적 요구이며, 기업의 생존을 위한 필수 경영전략이기도 하다.

1980년대 이후 시장경제의 확대와 디지털혁명, 세계화 추세에 따른 빈부 격차, 환경문제 등의 심화로 인해 환경을 보전하고 윤리적·사회적 책임을 다하는 기업이 좋은 기업이라는 공감대가 형성되었다. 특히 투자자의 관점에서 ESG경영이 강조되면서 우량기업평가 항목에 환경, 윤리경영, 사회공헌 등이 중요한 요소로 자리 잡았다. 미국의 포춘지가 해마다 선정해 발표하는 ‘세계에서 가장 존경받는 기업’의 면면을 살펴보면, 거의 예외 없이 사회공헌을 핵심 경영전략으로 채택하고 있다.

이제 기업의 사회공헌활동은 지속가능경영을 위한 필수적인 요소다. 각 기업은 사회공헌활동을 통해 기업의 이미지를 제고하고, 소비자의 신뢰를 구축하고, 지역사회와 좋은 관계를 유지하는 것이 존경받는 기업이 되는 길임을 명심해야 한다. 다가오는 미래는 오직 존경받는 기업만이 살아남을 수 있을 것이다. 사회공헌활동은 나눔경영이라는 대의로 행해지는 윈윈게임(win-win game)이다. 사회 갈등의 골이 깊어짐에 따라 기업이 이윤 추구 외에도 각종 복지 활동의 확대와 협력사에 대한 지원을 강화해 사회적 책임을 다하고, 사회 통합에도 기여해야 한다는 것이다. 기업이 사회공헌활동에 앞장서게 되면 각종 사회문제에 적절히 대처하지 못하는 ‘정부의 실패’를 보완할 수 있다는 점에서도 그 중요성은 높다.

산업혁명의 진전과 함께 정치사회 부문에서 진행된 민주화는 모든 선진국으로 하여금 복지국가 건설 경쟁에 뛰어들게 했다. 국가 운용 패러다임 역시 경제개발과 사회개발을 동시에 추진하는 방향으로 바뀌게 되었다. 이는 시장자본주의의 본산이라고 할 수 있는 미국에서 ‘기업의 사회적 책임’(CSR)이 경영의 새로운 패러다임으로 정착되어 가는 사실로도 잘 알 수 있다. UN 역시 1990년대 초부터 ‘지속 발전’을 강조하면서 최근에는 분야별 ‘지속가능발전목표(SDGs)’를 선정해 모든 회원국이 이를 이행하도록 하는 상황으로 발전했다. 이제 세계는 경제적 가치에 더해 사회적 가치를 강조하는 시대로 발전하고 있는 것이다.

사회공헌활동은 기업의 이미지를 좋게 하고, 소비자의 신뢰가 쌓여 제품의 반복 구매를 가능하게 한다. 미국의 경우, 사회공헌을 많이 하는 기업이 그렇지 않은 기업에 비해 수익률이 3~4배 정도 높은 것으로 알려지고 있다. 전국경제인연합회의 조사에서도 사회공헌활동이 활발한 기업에 호감이 있다는 소비자가 90%를 넘고 있다. 기업들은 이제 사회공헌활동을 주된 경영 활동의 하나로 인식하고 있다. 이에 국내 기업들도 소극적인 봉사가 아니라, 핵심 경영전략으로 접근하면서 이를 체계적으로 확대하고 있다.

사회복지적 맥락에서 세계 각국은 코로나19라는 대재앙 앞에 글로벌화를 지향했던 복지국가 체제가 아닌, 뉴노멀 사회의 새로운 복지사회 체제로 전환할 것을 요구받고 있다. 우리 사회도 예외는 아니어서, 포스트코로나 시대를 맞아 사회의 모든 면에서 재점검을 해야 하는 시점이다. 특히 20세기 말부터 우리가 당면한 저출산과 고령화, 양극화와 불평등, 4차 산업혁명이라는 급격한 환경 변화에도 적극 대처해야 할 것이다. 일찍이 경험하지 못했던 새로운 변화와 함께 코로나19 극복 과정에서 더욱 강해진 중앙정부의 복지 정책으로 인한 재정 위기, 국민의 보건·위생 및 안전에 대한 요구와 기대 그리고 가뜰이나 어려워진 경제문제를 풀어 가기 위한 혁신적인 체계 구축이 요구되고 있다.

즉, 포스트코로나 시대에 부합하는 새로운 국가와 사회의 틀, 새로운 사고, 새로운 패러다임을 어떻게 설정하느냐가 우리 시대의 화두이자 국가와 국민의 생존 문제를 좌우할 것이다. 특히 거대 중앙정부의 출현으로 인해 민주주의와 자치 분권이 새로운 위기를 맞고 있는 현실에서 자치와 분권을 지키면서 재난과 재앙 위기를 어떻게 극복하느냐가 우리 사회의 당면 과제다. 이러한 형국에 포스트코로나 시대의 기업사회공헌활동은 위기이자 기회가 될 것이다.

포스트코로나 시대에는 사회 곳곳에서 혁신의 경쟁이 본격화될 전망이다. 각 국가는 개혁을 통해 정부를 한층 반응적이고 혁신적이면서, 주민 참여 정부로 재창조하려는 노력을 경쟁적으로 펼칠 것이다. 민간에서도 민주적인 과정을 통해 다양한 사회문제를 혁신적으로 해결하려고 노력할 것이다. 또한 주민의 자발적인 참여를 통해 어떠한 재난도 극복해 나가는 지역사회의 회복력을 강화시키는 방향으로 나아갈 것이다. 가족, 이웃, 종교계 그리고 자발적인 조직체 등 지역사회의 조직을 재건해 지역공동체를 구축하려는 노력은 지역 문제를 효과적으로 해결하는 전제 조건이기 때문이다. 따라서 기업의 사회공헌활동도 주민자치를 혁신적으로 활성화시키는 방향으로 자리매김해야 한다.

포스트코로나 시대에는 비대면 사회공헌활동이 활성화될 전망이다. 따라서 비대면 시대에도 지속할 수 있는 프로그램이 개발되어야 한다. 기존의 대면 활동에 더해 코로나 시대의 비대면 활동 활성화 방안에 대해 순덕기(2021)는 다음과 같이 제시하고 있다.

첫째, 비대면 사회공헌은 주로 인터넷을 기반으로 이루어지기 때문에 정보통신기술이 취약한 계층은 또 다른 소외 계층으로 전락할 수 있다. 비대면 사회공헌은 정보통신기기의 매개를 통해 서비스 제공자와 대상자가 동시에 연결되어야 서비스가 원활히 제공될 수 있다. 그러므로 비대면 사회공헌의 전제 조건은 정보통신의 격차를 해소하는 것이 가장 기본적인 전제 조건이 되어야 한다. 이에 비대면 사회공헌을 활성화하기 위해서는 하

드웨어적인 정보통신기기를 정보통신 취약 계층에게 보편적으로 제공해야 한다.

둘째, 다양한 비대면 사회공헌 소프트웨어 프로그램이 개발되어야 한다. 4차 산업혁명으로 인해 온라인 사회공헌활동이 확대되었으나, 여전히 대부분의 사회공헌활동이 대면 서비스로 이루어지고 있다. 온라인에서는 단순한 노력 봉사보다는 법률, 의학, 교육 등과 같은 전문 콘텐츠를 제공하기 위한 조언·상담 프로그램이 개발되어야 한다.

셋째, 비대면 사회공헌은 시공간을 초월한 서비스를 제공할 수 있다는 장점이 있다. 따라서 더욱 다양하고 많은 서비스를 언제 어디서든 제공할 수 있는 프로그램을 개발해야 한다. 반면, 비대면 사회공헌은 서비스를 장시간 제공하는 데는 한계가 있기 때문에 각 프로그램은 대면 사회공헌에 비해 짧아야 할 것이다.

최근 경제계에서는 기업의 해외 진출이 급속도로 확산되고, 글로벌기업도 국내로 유입되는 것은 물론 기업 경영의 국제표준(Global Standard)에 대한 관심이 높아지면서 ESG경영은 일반화되었다. 특히 기후 위기를 맞아 사회적·생태적 책임을 강조하는 ESG경영을 핵심 경영전략으로 삼고 있다. 그러나 그 과정에서 주로 환경과 투명 경영에 초점을 두고, 사회복지와 밀접한 관련이 있는 사회책임 분야는 약화되는 분위기다.

현대 국가에서 어느 사회를 막론하고 다양성, 인권 그리고 공정은 매우 중요한 사회적 이슈다. 따라서 앞으로 ESG경영에서도 S 요소인 사회복지 분야가 점차 중요해질 것으로 여겨진다. 그런데 지속가능 사회를 창출하기 위해 사회복지 분야에서는 지역 내 복지공동체를 활성화하는 것이 무엇보다 중요하다. 복지공동체 활성화를 효율적으로 추진하기 위해서는 중심이 되는 추진 주체가 필요한데, 현 시점에서 가장 적합한 기구는 전국 및 시도·도는 물론 시·군·구 단위로 조직을 갖추고 있는 사회복지협의회라고 할 수 있다. 일본은 지역복지공동체와 관련된 모든 사업이 사회복지협의회를 중심으로 운영되고 있으나, 우리나라는 다양한 조직이 각기 독자적인

기능을 수행함으로써 그 효율성이 매우 낮기 때문에 혁신적인 개혁이 필요하다. 즉, 사회복지협의회는 기존의 단순 협의체 성격을 넘어 지역복지 공동체를 구축하는 데 필요한 사업을 개발하고 추진하는 주체로 거듭나야 한다. 이를 위해 사회복지협의회 구성원이 모두 새로운 사업을 개발·추진하는 사회 혁신 전문가로 거듭나는 노력을 기울여야 한다. 더 나아가 사회복지계 구성원이 모두 ‘단독의 힘(Isolated Impact)’보다는 ‘협력의 힘(Collective Impact)’을 통해 더욱 많은 성과를 거둘 수 있다는 인식을 바탕으로 서로 협력하는 전통을 새롭게 만들어 가야 한다.

기업의 경우, 사회공헌이 사회적 책임(CSR) 모델에서 공유가치 창출(CSV) 모델로 전환되면서 사회공헌활동을 통해 밸류체인(value chain)을 효과적으로 확보하기 위해 직접 사업을 강화하는 추세가 확산되고 있다. 지속가능한 사회를 창출하기 위해서는 기업이 직접 사업을 추진하는 것보다는 비영리 조직(NPO: non-profit organization)의 생태계가 건전하게 발전할 수 있도록 지원해 주는 것이 더 바람직하다. 이를 통해 기업과 NPO의 협력적 파트너십이 활성화되고, 사회문제를 더욱 효과적으로 해결할 수 있게 된다.

그러나 기업은 NPO에 대한 신뢰가 부족하고, NPO는 기업의 경영 행태를 이해하지 못하는 경우가 많다. 그 결과, 기업과 NPO 간 소통이 안 되고 또 성과도 제대로 만들어 내지 못한다. 따라서 이를 중간에서 조정해 주는 중간 지원 조직의 역할이 매우 중요하다. 중간 조직은 NPO의 경영 지원과 컨설팅 그리고 인적자원 육성 등을 담당하면서, 기업의 자원과 기술을 NPO와 연계하며 정보를 제공하는 역할을 한다. 외국에서는 다양한 중간 지원 조직이 활성화되어 있으나, 국내에서는 한국사회복지협의회의 사회공헌센터가 거의 유일한 역할을 담당하고 있는 조직이다. 우리처럼 반기업 정서가 강한 나라에서는 기업이 전면에 나서기보다 파트너십 관계를 통해 사회공헌활동을 전개하는 것이 지역사회와의 공생 관계를 더 효과적으로 형성할 수 있다.

중간 조직으로서 한국사회복지협의회는 팬데믹 상황에서 개개인의 사적 탐욕에 매몰되지 말고, 공공성을 추구하는 시민 의식을 높이는 일에도 관심을 가져야 한다. 최근 악화일로에 놓여 있는 기후 위기로 인한 재앙적 환경 파괴 상황에도 민감하게 대처해야 한다. 또한 사회 통합을 이루는 포용적인 복지국가를 만들기 위해서는 민간 부문이 사회문제를 해결하는 데 적극적으로 참여해야 하는데, 민간 부문의 패러다임도 혁신적인 변화가 필요하다. 단순히 자선적이고 시혜적인 복지서비스만 제공하는 것이 아니고, 네트워크 구축과 함께 주민들 스스로 문제를 해결할 수 있는 주민 역량의 강화, 지역공동체 활성화 등의 지역복지에도 관심을 가져야 한다. 더 나아가 지역사회 내 여러 주체 간의 파트너십을 통한 네트워크를 구축해야 한다.

코로나19 팬데믹으로 인해 모든 사람이 고통을 감수하고 있지만, 노인·장애인·아동·빈곤층 등 사회적 약자에게는 더 가혹한 현실이 되고 있다. 그러므로 사회 통합을 통한 우리 사회의 지속가능성을 확보하기 위한 노력에 기업의 역할이 중요해지고 있는 시점에서 기업이 소유하고 있는 다양한 역량을 기반으로 사회복지협의회와의 협력적 파트너십을 통해 지역사회의 다양한 사회문제를 혁신적으로 해결해 나가야 한다.

2

지역사회공헌 인정제 이해하기

2-1. 지역사회공헌 인정제 이해하기 I

- 지역사회공헌 인정제 Story
- 홍콩사회복지협의회 국외 네트워크 주요 내용
- Caring Company
- 인정과 인증의 차이점

2-2. 지역사회공헌 인정제 이해하기 II

- 지역사회공헌 인정제 도입을 위한 기초조사연구의 시작
- 지역사회공헌 인정제 도입을 위한 기초조사연구의 방향성
- 지역사회공헌 인정제 유사 사례(국내 및 해외)

2-3. 지역사회공헌 인정제 이해하기 III

- 지역사회공헌 인정제 지표 참고 자료
(ISO 26000/GRI/UN SDGs/정부의 공공기관평가)

지역사회공헌 인정제 이해하기 I

지역사회공헌 인정제 Story

2017년 8월 23일, 지역사회공헌 인정제에 대한 시작점이 되었다. 한국사회복지협의회에서는 홍콩사회복지협의회와의 국외 네트워크 협력을 기반으로, 홍콩사회복지협의회(홍콩사회서비스연합회)를 방문했다. 홍콩사회복지협의회는 1947년에 설립되어 사회복지기관의 연합체 형태로 구성이 되었으나, 1951년에 한국사회복지협의회와 유사한 형태를 취하며 사회복지 계획·조정을 목표로 하는 법정 기관이 되었다.

특히 2017년 기준 회원은 640여 명, 직원 150여 명에 달하며 홍콩사회복지서비스의 90% 이상을 제공하는 데 초점을 모으고 있다. 더욱이 대한민국 내의 사회복지협의회는 홍콩사회복지협의회와 마찬가지로, 정부에 대한 국민 사회복지 정책을 수립하는 데 있어 중요한 제언을 하는 역할을 한다.

홍콩사회복지협의회 국외 네트워크 주요 내용

한국사회복지협의회에서는 한국사회복지협의회 회장을 필두로, 사회공헌(정보)센터 소장, 나눔혁신사업단 단장, 정책연구실 실장, 사랑나눔사업단 단장이 홍콩사회복지협의회 사회 서비스에 대한 많은 이야기를 하게 되었다. 주로 Caring Company, Wise Giving, 사회적기업 비즈니스 지원에 대한 3가지 형태에 대해 논의했다.

[홍콩사회복지협의회 국외 네트워크 주요 내용]

주요 구분(홍콩사회복지협의회)	2017년 홍콩 국외 네트워크 사업 이후, 한국사회복지협의회 주요 시사점
Caring company*	지역사회공헌 인정제
Wise Giving	사랑나눔사업단 사업(모금 및 배분)
사회적기업비즈니스센터 (Social Enterprise Business Center)	사회공헌센터 사회공헌 파트너스 데이

이 사례집에서는 지역사회공헌 인정제에 대해 주로 논하기 때문에 Caring

Company에 초점을 두어 전달하고자 한다.

Caring Company Story

홍콩 Caring Company를 토대로 이야기를 한다면, 실제 2002년 홍콩사회복지협의회 내 자발적인 아이디어사업으로 시행이 되었다고 한다. 당시 2002년 아시아 권역에 몰아닥친 금융 위기의 여파로 인해 일반 시민들이 기업에 대한 불신감이 있었고, 그 여파로 인해 지역사회에 기여하는 형태의 사회공헌에 대한 욕구가 있었다고 한다.

홍콩사회복지협의회에서는 이러한 사업 배경에 입각해, 기업의 사회적 책임 차원에서 사회공헌 활성화 전략으로 시행되었다.

[Caring Company 주요 미션]

주요 미션	주요 의미
전략적 파트너십 함양	지역사회 및 조직(기관/업) 간 임직원 응집력 강화
사회공헌 플랫폼 역할	민·관 전략적 파트너십을 위한 플랫폼의 장
커뮤니케이션 인증의 장	민·관 자원의 수요·공급 커뮤니케이션의 장

위 Caring Company의 주요 3가지 역할은 현재 지역사회공헌 인정제를 통한 기업·관과 지역사회를 연결하는 지역사회공헌 인정제의 가장 핵심적인 내용이자 시작점이라고 보면 될 것이다.

Caring Company의 2017년 당시 내용을 보면 3,478개의 기업과 483개의 NGO 등이 협력한 내용이 있으며, Caring Company와 연관된 기업은 글로벌기업 1,473개사, 중견(소)기업 1,733개사, 272개 기관이 참여를 했다고 한다. 인증상 형태는 5년 연속상, 10년 연속상, 15년 연속상 등 831개 기업이 10년 연속 Caring Company 인증상을 받았다고 한다.

특히 여기서 참고해야 할 사항은, 사회공헌 분야에 있어서 홍콩은 하나의 도시지만, 양적인 면에서 앞서 있다. 지방자치에 대한 중요성 증대, 지역 불균형 해소, 지역사회 문제 해결 등 2017년 자료에 기반을 두고 있지만, 우리나라 사회공헌 분야에 있어서 중요한 방향성을 제시하고 있다.

인정과 인증

우리나라의 법률을 보면, 영미법과 대륙법이 있다고 한다. 과거 영미법의 경우, 사회적으로 통념되는 바가 법률로 인식이 되는 경향이 있다고 한다. 특히 홍콩은 2002년에 자발적으로 시행하며 사회에서 확산된 경우다. 따라서 홍콩 사회에서는 Caring Company가 법률로 보는 경향이 있다고 한다.

다만, 우리나라는 대륙법의 경향이 크다고 하는데, 우리나라는 ‘규문주의(명문화)’에서 차이가 있다. 따라서 ‘지역사회공헌 인정제’에 대한 참여 기업 및 기관에서 용어에 대한 문의가 많다. ‘지역사회공헌 인정제’는 명칭에서도 보이듯, 사회공헌은 자발적인 내용이 가장 핵심이고, 이에 따라 ‘인정’이라는 용어를 사용한다.

지역사회공헌 인정제 이해하기 II

지역사회공헌 인정제 도입을 위한 기초조사연구의 시작

2017년에 홍콩사회복지협의회를 국외 교류에 대한 활용과 2018년 당시 OECD 국가 ‘사회통합지수’ 발표에 따라 대한민국은 저성장·양극화라는 부분에서 전통적인 복지 현안은 물론 복합적인 지역사회 문제가 지속 발생한다는 내용이 있었다. 특히 출산, 고용, 노인 빈곤, 자살, 삶의 만족도 등 OECD에서 하위 그룹에 있던 내용으로서 지역사회공헌 인정제를 본격적으로 실체화하는 데 초점을 두었다.

특히 홍콩사회복지협의회 Caring Company와 별도로, 국외 및 국내 사례에서 어떤 형태로 존재하는지에 대해 내부적으로 검토를 했다.

[한국사회복지협의회 연구 전 사전 사례 검토]

확인 사례	사전 사례 발굴(한국사회복지협의회 검토)
해외 사례	영국: BITC라는 정부 후원 민간단체는 기업 CSR 활성화를 장려하고 있으며, Community Mark 인증을 부여하고 있음
	홍콩: 홍콩사회복지협의회는 기업은 물론 사회적기업까지 지원하며, 정부와 공동으로 Caring Company를 인증하고 있음
국내 사례	농림축산식품부: 2013년부터 농어촌사회공헌활동 우수 기업에게 농촌사회공헌 인증제 시행

지역사회공헌 인정제 도입을 위한 기초조사연구의 방향성

2018년의 주요 내용은 사회공헌 인정제 및 국내 외 사례 검토를 통한 대한민국 현황에 맞는 한국형 인정제를 도입하는 데 있어 근거 자료 발굴에 대한 타당성, 법·제도적 필요성 검토와 운영을 실제로 할 수 있는 방안과 확산 전략 등 중장기 발전 방안을 수립하는 데 있었다.

지역사회공헌 인정제 유사 사례(국내 및 해외)

1) 지역사회공헌 인정제 유사 사례

2015년 당시 UN총회에서 합의된 SDGs가 글로벌 각 국가·기업들에게 확

산되면서 CSR(사회공헌)활동의 기준이 되었다고 한다. 금융기관을 중심으로 사회적 책임투자와 관련한 원칙(UN-PRI)을 개발했으며, 2018년 기준 약 1,877개 투자 기관이 회원사로 활동을 하고 있다고 한다. 그동안 불신감이 있었고, 그 여파로 인해 지역사회에 기여하는 형태의 사회공헌에 대한 욕구가 있었다고 한다.

[UN PRI 6대 원칙]

원칙 1	ESG 이슈를 투자 분석과 의사결정 과정에 포함한다.
원칙 2	투자 방침과 주주권 행사상에 ESG 이슈를 포함한 능동적인 투자자가 된다.
원칙 3	투자 대상 기업의 ESG 이슈를 적절한 수준에서 공개할 수 있는 방법을 모색한다.
원칙 4	투자산업 내 책임 투자 원칙의 수용 및 이해를 증진한다.
원칙 5	책임 투자 원칙 이행의 효과성 증진을 위해 협력한다.
원칙 6	책임 투자 원칙 수행에 관한 각자의 활동과 진전 상황을 보고한다.

추가적으로, 표준화 및 규격화를 통한 활성화에 대한 내용은 사회적 책임 국제표준(ISO26000), GRI Standard, 비재무적 정보공개 강화(ESG) 부분도 대두되었다고 한다. 특히 지역사회공헌 인정제에서는 기존의 글로벌 원칙 및 표준화(규격화)에 대한 부분에 대해 검토한 후 이를 반영을 하고자 했다.

2) 지역사회공헌 인정제 국내 유사 사례 현황

2018년의 연구를 기준으로 할 때, 대한민국 정부에서 시행하는 인정제와 유사 사례는 크게 3가지다. ‘대한민국 사랑받는 기업 정부포상’, ‘농촌사회 공헌 인증제도’, ‘가족친화 인증제도’로 정리된다.

[정부 주도 인정제 유사 사례]

구분	명칭	주최	주요 내용
인증제도	농촌사회공헌 인증제도	농림수산식품부	농촌 마을과의 협력을 통해 농촌 활력에 기여한 기업이나 단체에게 인증 부여
	가족친화 인증제도	여성가족부	가족친화제도를 모범적으로 운영하는 기업, 공공기관에 대한 심사를 통한 인증 부여
포상제도	사랑받는 기업 정부포상	산업통상자원부 중소벤처기업부	기업의 사회적 책임에 대한 적극적 참여를 끌어내기 위한 우수 사례 발굴 및 포상·격려

민간 주도의 인정제와 유사 사례의 경우, ‘대한민국사회공헌대상, 대한상공회의소·포브스사회공헌대상’ 2가지다.

[민간 주도 인정제 유사 사례]

구분	명칭	주최	주요 내용
포상제도	대한민국사회공헌대상	한국서비스산업진흥원(민간)	사회 각 분야에서 형태로 사회발전에 다양하게 공헌한 유공자를 발굴 및 포상하고, 대한민국 사회공헌 문화 확산과 함께 건강하고 행복한 사회를 실현하고자 함
	대한상공회의소·포브스사회공헌대상	ForbesKorea(대한상공회의소, 언론사)	상생과 화합을 추구하는 사회의식 속에서 사회공헌활동은 보편적인 경영 측면에서, 우리가 속한 공동체와 공익을 고려하고 실천하는 기업을 격려하기 위한 사회공헌대상을 제정하고자 함

언론 주도의 인정제와 유사한 사례의 경우, 디지털 조선일보의 사회공헌대상, 동아일보의 한국의사회공헌대상, 한경비즈니스의 대한민국사회공헌대상 3가지로 정리된다.

[언론 주도 인정제 유사 사례]

구분	명칭	주최	주요 내용
포상제도	사회공헌대상	디지털 조선일보	주요 언론사에서 다수의 사회공헌 관련 포상이 운영되고 있으며, 언론사의 강점을 활용한 사회공헌 확산에 초점을 두고 있음
	한국의사회공헌대상	동아일보	
	대한민국사회공헌대상	한경비즈니스	

위 사례들은 대한민국 안에서 운영되는 ‘지역사회공헌 인정제’와 유사한 사례라고 보면 되겠다. 폭넓은 시각으로 바라보면, 현 시점에서도 2018년과 유사하게 운영되고 있는 상황이다. 다만 추가된 점이라고 하면, ‘지역사회공헌 인정제’가 보건복지 분야에서 주도하는 사회공헌 및 사회복지 전문 분야로 확산되었다고 보면 되겠다.

3) 지역사회공헌 인정제가 있기까지 기존 해외 유사 사례 현황

Bitc는 1982년 당시 영국 정부의 재정만으로 부족했던 공공복지의 한계점을 극복하기 위해 영국 황실의 제안으로, 기업들이 지역사회의 문제를 해결하는 데 자율적으로 참여해 지역 시민의 삶의 질 향상에 도움이 되도록 발족한 비영리단체다.

[Bitc 주요 사업 영역(영국)]

구분	명칭	주요 내용
기업 비즈니스 모델 확산	기업 비즈니스 모델 구축	글로벌 파트너 네트워크를 전 세계적으로 확산하기 위해 주력하고 있음
	CRI지수	자체 개발한 CRI지수를 운영해 시장, 조직, 지역사회, 환경 4개 분야에 대해 기업이 주는 영향을 측정하고, 목표치와 차이를 파악해 개선하도록 컨설팅 및 지원하고 있음
포상제도	올해의 책임 있는 기업상	글로벌 파트너 네트워크 사업을 통한 기업 CSR 활동 성과에 따라 올해의 책임 있는 기업상(The Responsible Business of the year)을 수여함

특히 1999년에 시작한 CSR 360사업을 기반으로, 전 세계 67개국 130 여

개 네트워크를 구축하고, 6천여 개 기업을 대상으로 CSR 컨설팅을 지원하고 있다고 한다. 이처럼 UN SDGs에 많은 기여를 하고 있다. 더욱이 영국 상위 20개 기업들이 모두 Bitc 활동을 지원하고 있으며, ‘올해의 책임 있는 기업상’은 매년 11개 부문 80여 개 CSR 활동 우수 기업에 포상을 하고 있다. 우리의 지역사회공헌 인정제에서도 정부 포상 및 기업 관계자 간 소통할 수 있는 장을 개최한다는 데서 유사하다.

Caring Company는 기업과 NGO 간 파트너십 구축을 목적으로 하고 있다. 특히 기업-단체와 사회서비스 부문 간 파트너십을 구축해, 기업 시민정신을 증진하고, 포용적인 사회 구성에 기여하는 것을 목표로 한다고 한다. 특히 한국사회복지협의회와 홍콩사회복지협의회의 많은 역할은 동일하고, 지역사회의 협력을 끌어내는 목표가 유사하다고 할 수 있다.

[Caring Company 심사 영역(홍콩)]

구분	주요 내용
지역사회 돌보기	- 지역사회 자원 연계 - 지역 비영리단체와 협력해 지역사회 참여 프로그램 시행 - 임직원의 자발적인 참여 촉진 - 취약 계층 고용 지원 - 지역사회의 전반적인 역량 향상을 위한 지식과 기술 전달
직원 돌보기	- 임직원 존중 - 경영진과 임직원 간의 소통 - 일과 삶의 균형(건강)
환경 돌보기	- 환경보호, 폐기물관리, 에너지관리, 대기질관리를 위한 내부 환경 정책 및 조치 시행 - 생산공정의 환경 영향을 줄이고 환경보호제도와 시스템 마련 - 지역 사회단체나 정부 기관과의 협업을 통한 환경 인식 증진

로고 수여와 인증기업박람회를 통해 교류와 파트너십을 강화하고 있는데, 실제로 1년마다 Caring Company를 갱신한다. 특히 인증을 받은 기업 및 단체들이 주도해서 Caring Exhibition을 개최하며, 사회공헌활동의 내용

을 공유하고, 홍콩 지역사회에 사회공헌 활성화를 모색하고 있다.

B-Corp은 기업의 규모와 상관없이 사회·환경적인 측면을 반영한 평가를 한다. 특히 2007년에 만든 인정제도를 기반으로 기업의 이윤뿐만 아니라 사회적·환경적 문제 해결을 통해 사회적 유익을 추구하는 기업들을 세계적으로 인정하기 위해 시행한다는 점에서 시사점을 제공한다.

지역사회공헌 인정제도도 마찬가지지만, 재무적 가치로만 기업의 성공을 판단하는 기존 대기업 위주의 평가 시스템에서 벗어나 기업의 규모와 상관없이 사회·환경적인 측면까지 고려하며 재정의된 기업 성공의 기준을 모색하는 점이 유사하다.

[B-Corp의 인증평가 기준]

구분	주요 내용
미션/책임성/지배 구조/투명성	투명하고 공정한 지배 구조 아래 경영이 이루어지고 있는가?
고용성장/보상/근로 환경	모든 기업 구성원에게 건강한 근무 환경을 제공하고 있는가?
외부 이해관계자/지역사회/다양성/ 자선	지역사회에 긍정적인 영향력을 높이고 부정적인 영향력을 최소화하고 있는가?
에너지 사용/시설/공급망/생산	환경을 오염시키지 않는 깨끗하고 지속가능한 방법으로 운영되고 있는가?
서비스/제품/가치 사슬	비즈니스의 주요 목표에 재무적 가치뿐만 아니라 사회적 가치도 포함하고 있는가?

크게 위 인증평가 기준으로 되어 있다. 특이한 점은 NGO의 인증 프로젝트에서 출발해 미국의 30개가 넘는 주에서 법제화하는 데까지 발전되었다는 점이 괄목할 만한 성과라고 볼 수 있다. 현재 대한민국을 포함한 2018년 연구 당시, 60여 개국에 걸쳐 2,600여 개 기업이 인증에 참여했고, 미국에서는 B-Corp인증 여부가 소비자들의 제품 구매 의사에 영향을 미치고 있다고 한다. 지역사회공헌 인정제도 B-Corp처럼 지역사회 문제 해결에 앞장서려는 점이 공통적라고 할 수 있다.

4) 국내외 해외 사례에서의 시사점

지역사회공헌 인정제와 유사한 점은 ‘사회공헌 사례에 대한 발굴’, ‘지역사회’, ‘인정에 대한 보상’이 있다는 것이 큰 공통점이다. 차이점은 당연한 이야기지만, 국내·외에서 하는 지, 주최기관이 어디인지에 대한 사소한 차이점이다.

그렇지만, 가장 큰 시사점은 Collective Impact(집합적 영향력/협력)를 토대로 지역사회와 상생해야 한다는 것이다. 따라서 지역사회공헌 인정제는 지역사회와 기업·관을 연결하는 중심이 되고자 한다.

지역사회공헌 인정제 이해하기 III

지역사회공헌 인정제 지표 참고 자료

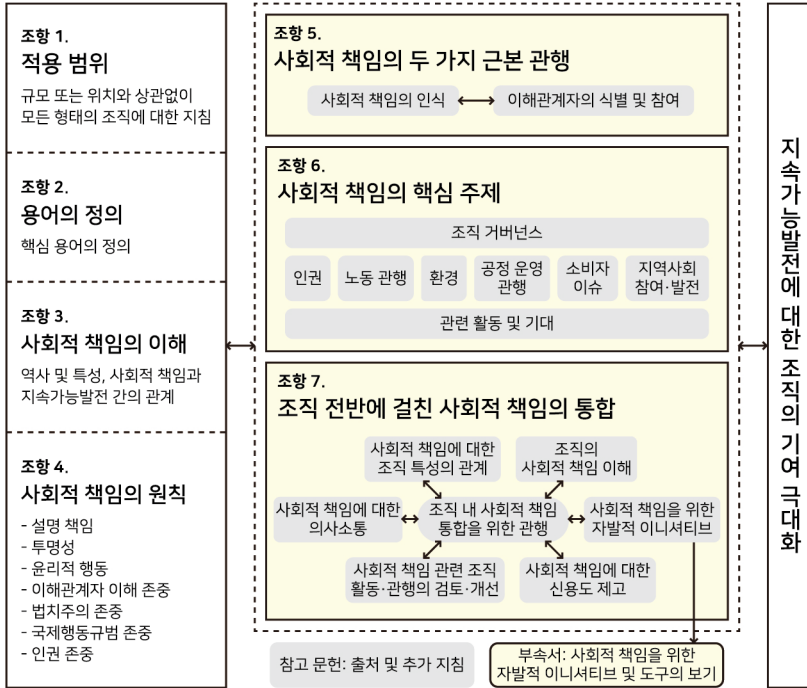
2018년부터 지역사회공헌 인정제에 대한 연구를 본격적으로 시작했다. 특히 2018년 1차 기초조사연구를 시작으로 지표 개선작업이 매년 지속적으로 이루어지고 있다. 가장 큰 기준은 아래 내용을 참고하면 되겠다. 앞에서 약식으로 언급된 사항이기는 하나, 아래 내용들은 주요 참고 사항이다.

1) ISO 26000

(1) 개요

- ① 국제표준화기구(ISO)는 사회적 책임에 대한 국제 가이드라인을 체계화해 ISO26000을 발표함
- ② 사회적 책임의 기본 원칙, 사회적 책임의 인식과 이해관계자의 참여, 사회적 책임과 관련된 핵심 주제 및 이슈 그리고 조직 내에서 사회적으로 책임 있는 행동을 통합하는 방법에 대한 지침을 제공함
- ③ ISO26000은 조직의 규모가 크거나 작거나, 선진국에서 운영되거나 개발도상국에서 운영되거나 관계없이 민간·공공 및 비영리 부문의 모든 형태의 조직에 유용하도록 구성되어 있음

(2) 주요 구성



(3) ISO26000의 사회공헌 관련 항목

① 핵심 이슈. 6.8 지역사회 참여 및 발전[이슈 1~7]

조직은 운영되고 있는 지역사회와 밀접한 관계를 가지고 있으므로, 지역사회 발전에 기여하도록 지역사회 참여에 토대를 두는 것이 좋다. 공익을 제고하려는 단체를 통한 지역사회 참여는 시민사회를 굳건히 하는 데 도움이 된다.

○ 이슈 1: 지역사회 참여

[관련 활동 및 기대]

- 사회 투자 및 지역사회 발전 활동의 우선순위를 결정할 때 대표적인 지역사회 그룹과 협의하는 것이 좋다. 취약 집단, 차별받는 그룹, 주변으로 밀려난 그룹, 대표성이 없는 그룹, 대표성이 적은 그룹에

특별한 관심을 기울이며, 그들의 선택이 확대되고 권리가 존중되는 것을 돕는 방식으로 그들을 참여시키는 것이 좋다.

- 그들에게 영향을 주는 발전의 협정 및 조건에 대해 토착민을 포함한 지역사회와 협의하고 수용하는 것이 좋다. 협의는 발전에 앞서 하는 것이 좋으며, 완전하고 정확하며 또 접근 가능한 정보에 근거하는 것이 좋다.
- 가능하고 적절하다면, 공익 및 지역사회 발전 목적에 기여하는 목표를 가진 지역 연합 조직에 참여하는 것이 좋다.
- 뇌물 수수 또는 부적절한 영향력 없이 지방정부 공무원 및 정치 대표자와 투명한 관계를 유지하는 것이 좋다.
- 사람들이 지역사회 서비스로 인해 발전이 되도록 장려하고 지원하는 것이 좋다.
- 정책 형성과 발전 프로그램의 수립, 실행, 모니터링 및 평가에 기여하는 것이 좋다. 이렇게 할 때 조직은 다른 사람이 그들의 이해관계를 표현하고 방어하는 권리를 존중하고, 그들의 견해를 적절하게 고려하는 것이 좋다.

○ 이슈 2: 교육 및 문화

[관련 활동 및 기대]

- 모든 수준의 교육을 촉진하고 지원하며, 교육의 질 및 접근성을 높이고, 토착 지식(local knowledge)을 촉진하고, 문맹 퇴치를 돕는 활동에 참여하는 것이 좋다.
- 특히 취약 집단 또는 차별받는 그룹의 학습 기회를 촉진하는 것이 좋다.
- 아동이 정규교육에 등록하도록 장려하고, 아동교육의 장벽(아동노동과 같은)을 제거하는 데 기여하는 것이 좋다.
- 해당되는 경우에는 문화 활동을 촉진하고, 인권 존중의 원칙에 부합되도록 지역 문화 및 문화적 전통을 인식하고 가치 있게 여기는

것이 좋다. 역사적으로 불리한 그룹에게 자율권을 주며, 문화 활동을 지원하는 조치는 차별화된 퇴치 수단으로서 특히 중요하다.

- 인권교육 촉진 및 인식 제고 촉진을 고려하는 것이 좋다.
- 특히 조직 운영이 문화유산에 영향을 미치는 경우, 문화유산을 보존하고 보호하도록 돕는 것이 좋다.

○ 이슈 3: 고용 창출 및 기능 개발

[관련 활동 및 기대]

- 조직의 투자 의사결정이 고용 창출에 미치는 영향을 분석하고, 경제적으로 실행 가능하다면 고용을 창출함으로써 빈곤을 완화하는 직접투자를 하는 것이 좋다.
- 기술 선택이 고용에 미치는 영향을 고려하고, 장기적인 관점에서 경제적으로 실행 가능하다면 고용 기회를 극대화하는 기술을 선택하는 것이 좋다.
- 아웃소싱에 의해 의사결정을 하는 조직 내부 및 그 의사결정에 영향을 받는 외부 조직은 모두 고용 창출에 대한 아웃소싱 의사결정의 영향을 고려하는 것이 좋다.
- 임시 근로 방식을 이용하기보다 직접 고용 창출의 이점을 고려하는 것이 좋다.
- 견습직 프로그램, 특정의 불리한 그룹에 초점을 둔 프로그램, 평생 학습 프로그램, 기능 인정 및 인증제도를 포함한 지역 및 국가 기능 개발 프로그램의 참여를 고려하는 것이 좋다.
- 지역사회 내에 기능 개발 프로그램이 부적절한 경우, 가능하다면 지역사회 내 다른 조직과의 파트너십을 통해 기능 개발 프로그램 개발 또는 개선을 돕는 것을 고려하는 것이 좋다.
- 고용 및 역량 구축에 대해 취약 집단에 특별한 주의를 기울이는 것이 좋다.

- 고용 창출에 필요한 프레임워크 조건을 촉진하기 위한 지원을 고려하는 것이 좋다.

○ 이슈 4: 기술 개발 및 기술 접근성

[관련 활동 및 기대]

- 지역사회의 사회 및 환경 이슈 해결을 도울 수 있는 혁신적인 기술 개발에 기여하는 것을 고려하는 것이 좋다.
- 쉽게 복제할 수 있고, 빈곤 및 기아 퇴치에 매우 긍정적인 영향을 미치는 저비용의 기술 개발에 기여하는 것을 고려하는 것이 좋다.
- 경제적으로 실현 가능하다면, 해당 지식 및 기술에 대한 지역사회의 권리를 보호하면서 잠재력 있는 향토 지식 및 전통 지식과 기술의 개발을 고려하는 것이 좋다.
- 지역사회의 파트너와 과학 및 기술 개발을 제고하기 위해 대학 또는 연구 실험실 같은 조직과 파트너십을 구축하는 것을 고려하고, 이런 일에 지역 주민을 고용하는 것이 좋다.
- 경제적으로 실현 가능하다면, 기술이전 및 확산이 허용되는 관행을 채택하는 것이 좋다. 해당되는 경우, 조직은 지역 발전에 공헌하도록 라이선스 또는 기술이전에 관한 합리적인 조건을 설정하는 것이 좋다. 기술을 관리하기 위한 지역사회의 역량을 고려하고 제고하는 것이 좋다.

○ 이슈 5: 부 및 소득 창출

[관련 활동 및 기대]

- 지역사회의 지속가능발전에 필요한 기초 자원에 대한 영향을 포함해 지역사회로의 전입 또는 전출 시 경제적·사회적 영향을 고려하는 것이 좋다.
- 지역사회 내 경제활동의 다양성을 활성화하는 적절한 이니셔티브

- 지원을 고려하는 것이 좋다.
- 제품 및 서비스의 지역 공급자를 선호하며, 가능하다면 지역 공급자의 발전에 기여할 것을 고려하는 것이 좋다.
 - 지역사회 내 불리한 그룹에 특별한 주의를 기울이는 한편, 가치 사슬에 기여하기 위해 지역 공급자의 능력 및 기회를 제고하는 이니셔티브의 실행을 고려하는 것이 좋다.
 - 조직이 적절한 법 프레임워크 내에서 운영하도록 돕는 것을 고려하는 것이 좋다.
 - 생산성 향상, 기업가 정신을 고취하는 데 있어 지역사회 구성원, 특히 여성 및 창업 후 협동조합을 설립하는 데 사회적으로 불리하고 취약한 그룹을 돕는 견고한 프로그램 및 파트너십에 기여하는 것을 고려하는 것이 좋다. 그런 프로그램은 공급자, 관리 및 기술 지원, 금융에 대한 접근 및 합작사업을 촉진하는 데 필요한 사업 기획, 마케팅 및 품질 표준의 훈련을 제공할 수 있다.
 - 예를 들면, 기술 시방을 충족하는 역량 구축 및 이용 가능한 조달 기회에 대한 정보 제공을 포함해 지역사회 조직에 좀 더 쉽게 접근 가능한 조달 기회를 만드는 적절한 방법을 고려하는 것이 좋다.
 - 지역사회 복지에 이득이 되는 지방·지역·도시 시장과의 연결뿐 아니라, 지역사회에 필요한 제품 및 서비스를 제공해 지역 고용을 창출할 수 있는 조직 및 개인에 대해 지원하는 것을 고려하는 것이 좋다.
 - 지역사회에 기반한 기업이 단체의 발전에 도움이 되는 적절한 방법을 고려하는 것이 좋다.
 - 조직의 세금 책임을 이행하고, 세금 부과를 올바르게 결정하는 데 필요한 정보를 당국에 제공하는 것이 좋다.
 - 피고용인을 위한 퇴직연금 및 노령연금에 대한 기여를 고려하는 것이 좋다.

○ 이슈 6: 보건

[관련 활동 및 기대]

- 조직이 제공하는 생산 프로세스, 제품 또는 서비스가 보건에 미치는 부정적인 영향을 제거하도록 노력하는 것이 좋다.
- 예를 들면, 약품 및 백신에 대한 이용 접근성에 기여하고, 운동 및 좋은 영양, 질병의 조기 검진, 피임법에 대한 인식 제고, 건강하지 않은 제품 및 물질의 소비 억제를 포함한 건강한 생활 방식을 권장함으로써 좋은 보건의 촉진을 고려하는 것이 좋다. 특히 어린이 영양에는 특별한 주의를 기울이는 것이 좋다.
- 암, 심장질환, 말라리아, 결핵 및 비만처럼 건강을 위협하는 요소 및 주요 질병과 이를 예방하기 위한 인식 제고를 고려하는 것이 좋다.
- 질병 예방의 수단으로서 필수 의료 서비스, 깨끗한 물 및 적절한 위생에 대해 장기적으로 지속되고 보편적인 접근의 지원을 고려하는 것이 좋다.

○ 이슈 7: 사회적 투자

[관련 활동 및 기대]

- 사회적 투자 프로젝트를 기획함에 있어 지역사회 발전의 촉진을 고려하는 것이 좋다. 예를 들어, 모든 활동은 지역 발전을 지원하기 위해 지역 조달 또는 아웃소싱을 늘림으로써 시민을 위해 기회를 넓히는 것이 좋다.
- 조직의 자선 활동, 계속적 참석 또는 지원에 대해 지역사회의 의존을 고착화시키는 활동은 피하는 것이 좋다.
- 기존의 지역사회 관련 이니셔티브를 평가해서 지역사회 및 조직 내의 사람에게 보고하고, 개선이 이루어질 만한 곳을 식별하는 것이 좋다.
- 시너지 효과를 최대화하고, 상호 보완적인 자원과 지식 및 기능을

이용하기 위해 정부·기업 또는 NGO를 포함한 다른 조직과 파트너가 되는 것을 고려하는 것이 좋다.

- 지역사회에 증가된 역량, 자원 및 기회에 대한 기여의 중요성을 감안해, 취약 또는 차별받는 집단 및 저소득층을 위한 식량 및 기타 필수 제품에 대한 접근을 제공하는 프로그램에 기여하는 것을 고려하는 것이 좋다.

② 조직 전반에 걸친 사회적 책임 통합에 관한 지침

○ 조직의 사회적 책임 이해

[실사(Due Diligence)]

- 사회적 책임의 맥락에서 실사는 부정적인 영향을 회피 및 완화하기 위한 목적으로, 조직의 의사결정 및 활동의 실질적이고 잠재적인 부정적·사회적·환경적·경제적인 영향을 식별하려는 포괄적이고 능동적인 프로세스다.
- 실사 프로세스에서 조직은 조직이 운영되고 또 조직의 활동이 일어나는 국가의 맥락, 조직 활동의 잠재적 및 실질적 영향 그리고 조직의 활동과 중대하게 연결된 다른 단체 및 사람의 행동으로 인한 부정적 결과에 대한 잠재성을 고려하는 것이 좋다.

[조직의 핵심 주제 및 이슈에 대한 관련성 및 중대성 결정]

- 모든 이슈는 아니지만, 모든 핵심 주제는 어느 조직이나 관련성이 있다. 조직은 어떤 이슈가 관련 있는가를 식별하기 위해 모든 핵심 주제를 검토하는 것이 좋다.
- 조직이 자신의 의사결정 및 활동에 관련된 폭넓은 범위의 이슈를 식별했다면, 조직은 식별된 이슈를 주의 깊게 살피고, 조직에게 가장 큰 중대성을 가지고 가장 중요한 이슈가 어떤 것인지를 결정하는 일련의 기준을 개발하는 것이 좋다.

[조직의 영향권 평가]

- 조직은 조직의 의사결정 및 활동을 통해 그리고 이러한 의사결정 및 활동의 근거에 대해 이해관계자에게 제공한 정보를 통해서 조직의 이해관계자에게 영향을 미칠 수 있다.
- 조직은 조직 및 조직의 일상 관행 전반에 걸쳐서 사회적 책임을 통합하기 위한 우선순위를 결정하고 그 의지를 표명하는 것이 좋다. 우선 순위는 중대하고 또 관련된다고 여겨지는 이슈들부터 설정되는 것이 좋다. 그리고 우선순위를 식별하는 작업에 이해관계자를 참여시키는 것이 좋다.

○ 조직 전반에 걸친 사회적 책임을 통합하기 위한 관행

[사회적 책임을 위한 인식 제고 및 역량 구축]

- 조직의 모든 측면에서 사회적 책임을 구축하는 것은 조직의 모든 수준에서 의지 표명 및 이해를 포함한다. 사회적 책임과 관련된 조직의 노력 초기 단계에서는 인식을 구축하는 데 초점을 두고 핵심 주제 및 이슈를 포함한 사회적 책임의 측면에 대한 이해를 증대하는 것이 좋다.
- 교육 및 평생학습은 사회적 책임의 인식을 제고하고 역량을 구축하는데 중심적인 것이다. 이런 측면에서, 지속가능발전을 위한 교육은 활발하고 또 능동적인 활동을 육성하는 가치를 적절하게 고려하도록 사람들을 격려함으로써 사회적 책임 이슈를 다루는 사람에게 능력을 부여하는 새로운 방향으로 이루어지고 있다.

[사회적 책임을 위한 조직의 방향 설정]

- 조직 고위층의 선언 및 행동, 조직의 목적, 열망, 가치, 윤리 및 전략은 조직의 방향을 설정한다. 따라서 사회적 책임을 조직 기능의 중요하고 효과적인 부분으로 만들기 위해서는 사회적 책임이 조직의 이러한 측면에 반영되는 것이 좋다.

[사회적 책임을 조직의 거버넌스, 시스템 및 절차에 구축]

- 조직은 기회 및 긍정적인 영향을 최대화할 뿐 아니라 사회적 및 환경적 피해의 리스크를 최소화하기 위해 각각의 핵심 주제와 관련된 조직 스스로의 영향을 성실하게 그리고 체계적으로 관리하고, 조직의 영향권 내에서 조직의 영향을 모니터링하는 것이 좋다.

○ 사회적 책임에 대한 의사소통

[사회적 책임에서 의사소통의 역할]

- 사회적 책임과 관련한 많은 관행은 내부 및 외부 의사소통의 어떤 형태를 포함할 것이다. 의사소통은 사회적 책임에서의 다양한 기능에 매우 중요한 역할을 한다.

[사회적 책임의 의사소통에 대한 이해관계자와의 대화]

- 조직은 이해관계자와의 대화를 통해, 이해관계자의 견해를 통해 직접 정보를 얻고 교환함으로써 이득을 얻을 수 있다.

○ 사회적 책임에 대한 신용도 제고

[신용도 제고 방법]

- 조직이 자신의 신용도를 제고하는 방법에는 여러 가지가 있다. 그 중 한 가지는 이해관계자의 참여인데, 이는 이해관계자와의 대화를 포함하며, 모든 참여자의 이해관계 및 의도가 이해되었다는 신뢰를 높이는 중요한 수단이다. 이런 대화는 믿음을 구축하고 또 신용도를 제고한다. 이해관계자의 참여는 조직의 성과와 관련된 주장을 검증하는 데 이해관계자를 포함시키는 근거가 될 수 있다.

[조직 및 이해관계자 간의 갈등 또는 의견 불일치 해결]

- 조직은 갈등 또는 의견 불일치의 유형에 적절하고, 영향을 받은 이해관계자에게 유용한 이해관계자 갈등 또는 의견 불일치를 해결하기 위한 메커니즘을 개발하는 것이 좋다.

○ 사회적 책임 관련 조직 활동 및 관행의 검토 및 개선

[사회적 책임에 대한 모니터링 활동]

- 조직의 모든 부분에서 사회적 책임을 실행하는 효과성 및 효율성을 신뢰하기 위해서는 핵심 주제, 관련 이슈 및 관련 활동에 대한 지속적인 성과를 모니터링하는 것이 중요하다. 이러한 노력의 정도는 다루는 핵심 주제의 범위, 조직의 규모, 성격 및 기타 요인에 따라 분명히 달라질 것이다.
- 모니터링할 활동을 정할 때 조직은 중대한 활동에 초점을 둔 후 모니터링 결과를 이해하기 쉽고, 신뢰할 만하고, 시기가 적절하게 이해관계자의 관심사에 대응하는 것이 좋다.

[사회적 책임에 대한 조직의 진척 및 성과 검토]

- 조직은 사회적 책임과 관련된 활동에 대한 일상적인 감독 및 모니터링뿐 아니라 사회적 책임을 위한 세부 목표 및 목표에 대해 어떻게 성과를 내고 있는지를 결정하기 위해서 그리고 프로그램 및 절차에 필요한 변화를 식별하기 위해서 적절한 시간 간격을 두고 검토를 실시하는 것이 좋다.

[성과 개선]

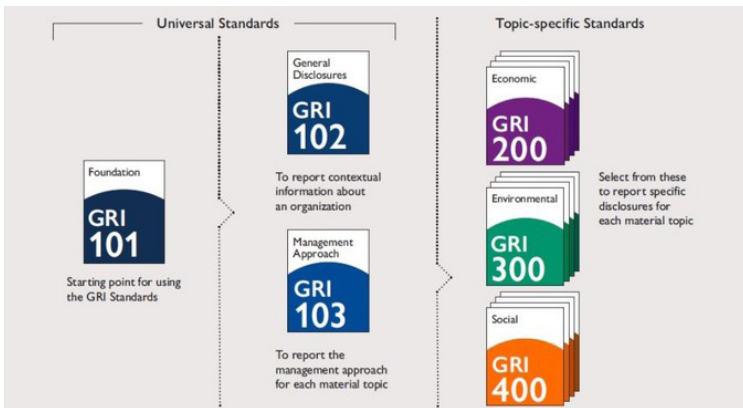
- 조직은 사회적 책임에 관한 조직의 성과를 개선하는 방법을 고려하는 것이 좋다. 검토 결과는 조직의 사회적 책임에 대한 지속적인 개선을 가져오도록 돕기 위해 이용되는 것이 좋다.
- 개선은 상황의 변화 또는 더 큰 달성을 위한 열망을 반영하는 세부 목표 및 목표 변경을 포함할 수 있다. 사회적 책임과 관련된 활동 및 프로그램의 범위는 확대될 수 있다. 또한 사회적 책임과 관련된 활동을 위한 추가 자원 또는 다른 자원의 제공이 고려 사항이 될 수도 있다. 개선은 새롭게 식별된 기회를 이용하는 프로그램 또는 활동도 포함할 수 있다.

2) GRI (Global Reporting Initiative)

(1) 개요

GRI는 지속가능경영보고서를 작성하기 위한 글로벌 표준인 ‘GRI 가이드라인’을 제정해 경제, 환경, 사회 측면의 활동들을 이해관계자에게 보고하도록 제시하고 있다. 2020년 현재, 가이드라인의 버전이 개편되어 GRI Standard까지 발전했다.

(2) 주요 구성



① GRI ‘G4’ 가이드라인은 ‘GRI Standards’로 개정되면서 GRI 101, 102, 103, 200, 300, 400으로 재구성되었다.

② GRI 101, 102, 103은 보편적 기준(universal standards)으로, GRI 101은 보고서 원칙 등의 내용, GRI 102는 일반적 공시 내용, GRI 103은 경영 방식 보고 방법에 관한 내용을 담고 있다. 또 GRI 200, 300, 400은 주제별 기준(topic-specific standards)으로, GRI 200은 경제, GRI 300은 환경, GRI 400은 사회 주제에 대한 기준으로 구성되어 있다.

(3) GRI Standard의 사회공헌 관련 항목

① GRI 413: LOCAL COMMUNITIES, 지역사회

○ 지역사회에 참여하고, 영향평가 및 개발 프로그램을 수행하는

사업장의 비율

- 참여 과정에 근거한 사회영향평가, 성(Gender)영향평가 포함
- 환경영향평가와 진행 중인 모니터링
- 환경영향평가와 사회영향평가의 결과를 대중에게 공개
- 지역사회의 요구를 고려한 지역사회 개발 프로그램
- 이해관계자 매핑에 따른 이해관계자 참여 프로그램
- 취약 계층을 포함시킨 광범위한 지역사회 자문위원회 및 프로세스
- 노사협의회, 노사공동보건안전위원회 및 기타 근로자 대표 기관
- 공식 지역사회 고충 처리 과정

② GRI 413: LOCAL COMMUNITIES, 지역사회

○ 지역사회에 실질적이거나 잠재적으로 중대한 부정적인 영향을 미치는 사업장

- 사업장의 위치
- 실질적이거나 잠재적으로 사업장이 미치는 중대한 부정적인 영향

③ GRI 419-1: Socioeconomic Compliance, 사회경제적 법규 준수

- 제품, 서비스 공급 및 사용에 관한 법률 및 규정 위반에 대한 주요 벌금의 액수를 보고함
- 조직이 법률 및 규정을 위반한 경우가 없다면, 그 사실을 간단히 언급함

3) UN-SDGs

(1) 개요

① 지속가능발전 목표는 ‘지속가능한 발전’을 위한 국제적인 약속이다. 따라서 지속가능한 발전이란 ‘미래 세대의 필요를 충족시킬 수 있으면서 오늘날의 필요도 충족시키는’ 개념으로, 사회와 경제 발전과 더불어 환경보호를 함께 이루는 미래지향적인 발전을 의미한다.

② 2015년 9월, 전 세계 UN 회원국들이 2030년까지 ‘지속가능발전

목표(SDGs: Sustainable Development Goals)’에 합의했다.

(2) 주요 구성

- 지표 구성: 17개 분야, 169개 세부 목표 및 232개 지표

(3) 지역사회공헌과 연관된 주요 항목



- ① 목표 2. 기아를 종식하고, 식량 안보를 달성하며, 개선된 영양 상태를 달성하고, 지속가능한 농업을 강화한다.
- ② 목표 3. 모두를 위한 전 연령층의 건강한 삶을 보장하고, 웰빙(well-being)을 증진한다.
- ③ 목표 4. 모두를 위한 포용적이고 공평한 양질의 교육 보장 및 평생교육의 기회를 증진한다.
- ④ 목표 5. 성평등 달성 및 모든 여성과 여아가 자신의 능력을 발휘할 수 있도록 한다.
- ⑤ 목표 6. 모두가 물과 위생 설비를 사용할 수 있도록 하고, 지속가능한 유지 관리를 보장한다.
- ⑥ 목표 8. 모두를 위한 지속적·포용적 그리고 지속가능한 경제성장을 촉진하며, 생산적인 완전고용과 모두를 위한 양질의 일자리를 증진한다.
- ⑦ 목표 9. 복원력이 높은 사회기반시설을 구축하고, 포용적이고 지속가능한 산업화를 증진시키며 혁신을 장려한다.

- ⑧ 목표 11. 도시와 주거지를 포용적이며, 안전하고, 복원력 있고, 지속가능하게 보장한다.
- ⑨ 목표 13. 기후변화와 그로 인한 영향에 맞서기 위한 긴급 대응을 시행한다.
- ⑩ 목표 14. 지속가능한 발전을 위한 대양, 바다, 해양자원을 보존하고 지속가능하게 사용한다.
- ⑪ 목표 15. 지속가능한 육상 생태계 이용을 보호·복원·증진하고, 삼림을 지속가능하게 관리하며, 사막화를 방지하고, 토지 황폐화를 중지하고, 생물다양성 손실을 중단한다.

4) 정부·공공기관경영평가(2020년 편람)

(1) 공공 부문 평가 체계 개선

사회적 가치를 실현하기 위한 공공 부문 추진 전략 발표(2020. 1. 15.)

① 평가 체계 전반에 걸쳐 사회적 가치를 체계적으로 반영

- (중앙행정기관) 재정사업 자율평가 시 사회적 가치 가점제도를 의무화하고, 정부업무평가 관련 지표의 세분화 및 배점·가점 확대
- (지방자치단체) 사회적 가치 항목(13개)을 고려해 합동평가지표 개발·평가·환류를 담당하는 분과위원회를 재구성하는 등 가치 반영 강화
- (공공기관) 사회적 가치 평가지표·내용을 보완하고 배점 확대
- (기금·R&D) 기금의 존치 타당성평가 기준에 사회적 가치를 신규 반영하고, 국가연구개발성과평가에 가치 반영의 구체화·확대

② 기관 내부의 사회적 가치평가 역량 강화

- 기관별 평가지표 개발을 지원하기 위해 세부 항목별(13개) 지표 Pool을 구축하고, 정부업무평가에 사회적 가치와 관련된 지표를 추가 발굴
- 공공기관의 사회적 가치 역량 강화 등을 위한 권역별 공공기관 순

회 설명회 개최

③ 컨설팅·인센티브 등 평가 결과의 환류 강화

- 정부혁신평가 결과 사회적 가치 항목 하위 기관(20%)을 대상으로 컨설팅을 진행하고, 컨설팅단에 사회적 가치 전문가를 보강
- 지방자치단체, 시·도교육청의 사회적 가치 실현 우수 사례를 발굴·공유하고, 평가에 따른 재정 인센티브 및 포상(사회적경제 활성화 포상) 등 부여

(2) 경영평가 ‘사회적 가치 영역’ 평가지표

① 일자리 창출

- 비정규직의 정규직 전환 실적, 청년 미취업자, 시간선택제 실적을 평가한다.
- 일자리 창출(민간 부문의 일자리 창출 포함)과 고용의 질을 개선하기 위한 노력과 성과를 평가한다.

② 균등한 기회와 사회 통합

- 사회적 약자에 대한 고용과 보호 등 사회 통합을 위한 노력과 성과를 평가한다.
- 사회 형평적 인력 활용과 균등한 기회를 보장하기 위한 노력과 성과를 평가한다.

③ 안전 및 환경

- (환경 보전) 환경 보전 및 환경의 지속가능성을 위한 노력과 성과를 평가한다.
- (재난 및 안전관리) 재난* 사고로부터 안전한 근로 생활환경을 유지하기 위한 노력과 성과를 평가한다.

* 재난이란 「재난 및 안전관리 기본법」 제2조에 따른 태풍, 홍수, 한파, 폭염, 지진, 황사 등 자연 재해 및 화재, 붕괴, 폭발, 교통, 화생방, 환경오염 사고 등 사회 재난을 의미

④ 상생·협력 및 지역 발전

- 지역 경제 활성화와 중소기업 및 사회적경제기업과의 상생·협력을

위한 실적을 평가한다.

- 지역사회 발전 및 지역 경제 활성화와 중소기업 및 소상공인 등과 의 상생·협력을 위한 노력과 성과를 평가한다.

⑤ 윤리경영

- 경영 활동 시 경제적·법적 책임과 더불어 사회적 통념으로 기대되는 윤리적 책임을 준수하려는 노력과 성과를 평가한다.

범주	평가지표	계	비계량	계량
경영관리 (56)	1. 경영전략 및 리더십	6	6	
	- 전략 기획		2	
	- 경영 개선		2	
	- 리더십		2	
	2. 사회적 가치 구현	24	17	7
	- 일자리 창출	7	4	3
	- 균등한 기회와 사회 통합	4	3	1
	- 안전 및 환경	5	5	
	- 상생·협력 및 지역 발전	5	2	3
	- 윤리경영	3	3	
	3. 업무 효율	5		5
	4. 조직·인사·재무관리	7	4	3
	- 조직·인사 일반(삶의 질 제고)	2	2	
	- 재무 예산의 운영·성과(중장기 재무관리 계획)	5	2	3(1)
	5. 보수 및 복리후생관리	8	5	3
	- 보수 및 복리후생	3	3	
	- 총인건비 관리	3		3
	- 노사 관계	2	2	
	6. 혁신과 소통	5	3	2
	- 혁신 노력 및 성과	3	3	
	- 국민 소통	2		2
	소계	55	35	20
주요 사업 (45)	주요 사업의 계획·활동·성과를 종합 평가	45	21	24
	소계	45	21	24
	합계	100	56	11

지역사회공헌 인정제 지표의 방향

2021년 현재 지역사회공헌 인정제 지표는 지속적으로 고도화되고 있다. 특히 위 내용들은 지역사회공헌 인정제 지표별로 참고된 중요 내용이고, 이를 기반으로 최근 대두된 ESG지표를 일부 도입 중이다. 아울러 「정부 혁신 가이드라인」, 「이해충돌방지법」, 「중대재해 처벌 등에 관한 법률」 등 공공·민간 부문을 전체적으로 최대한 반영하고자 한다. 객관적인 지표를 위해 지속적으로 노력 중이다.

3

지역사회공헌 인정제 기업 Story

-
- | | |
|--------------------|------------------|
| 3-1. 공공디자인이즘 | 3-10. 하림 |
| 3-2. 광주광역시도시공사 | 3-11. 한국농수산물유통공사 |
| 3-3. 부산도시공사 | 3-12. 한국보훈복지의료공단 |
| 3-4. 세종특별자치시시설관리공단 | 3-13. 한국산업인력공단 |
| 3-5. 인천국제공항공사 | 3-14. 한국서부발전 |
| 3-6. 제주농협지역본부 | 3-15. 한미약품 |
| 3-7. 창업진흥원 | 3-16. 현대위아 |
| 3-8. 패션플러스 | 3-17. DGB금융그룹 |
| 3-9. 포스코건설 | |

공공디자인이즘

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

공공디자인이즘은 디자인의 공공성을 확장하며 행복한 지역사회를 만들어가는 비전을 세운 사회적기업이다. ① 디자인의 공공성 확장, ② 더 많은 사람의 참여, ③ 친환경적인 대안 기획, ④ 지속가능한 성장을 목표로 활동하며 디자인 과정과 결과물에 시민들의 참여 기회를 넓혀 결과물 중심보다는 과정을 설계하는 디자인 활동을 하고 있다.

1-2) 지역사회에 대한 기업·기관의 철학

디자인을 통해 확장해 가고자 하는 공공성은 타인의 존재를 인정하고, 참견과 참여의 기회를 만들어 가는 일로부터 시작된다고 생각한다. 빠르게 움직이고 변화하는 지역사회 안에서 결핍과 소외를 채우고, 문제를 해결하는 디자인 활동으로 소통과 참여의 문화를 만들어 가는 것이 사회적기업으로서 공공디자인이즘의 역할이라고 생각한다.

따라서 지역의 필요에 의해 작동하고 운영되는 기업으로 거듭나기 위해 활동하고 있다.

1-3) 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

작년에는 코로나19로 인해 모두 어려운 상황에서 ‘NO고용조정 YES함께 살림’을 선언하면서 어려운 시기를 극복하는 시간을 가졌다. 또한 마스크 수급이 어려웠던 때 제품을 만들고 남은 자투리 원단으로 마스크 제작을 기획해 지역 시니어클럽과 장애인 작업장에 작은 일감을 나누고, 이렇게 제작한 마스크는 지역아동센터의 아이들은 물론 마스크가 필요한 타 지역에 기부를 했다. 이후 협업을 추진하고 있던 사회적기업과 함께 손 세정 파우치를 제작하는 NGO단체와 독거노인 도시락 배달에 필요한 업사이클링 가방을 제작하는 등 협업을 통한 공헌활동을 추진한 바 있다.



▲ 노인복지관 벽화 봉사

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경

공공디자인이즘은 ‘디자인이 사람들을 더 행복하게 만들 수 있지 않을까?’라는 공공의 가치와 끊임없이 소통하며 행복한 지역사회를 만들겠다는 목표에서 출발했다. 그리고 여기에 각종 사회문제, 환경문제를 해결하는 다양한 방법을 더했다. 매년 일회성으로 끝나는 공공디자인공모사업에 아쉬움을 느껴, 2013년에는 사회적기업 공공디자인이즘을 창업했다. 디자인이라는 도구를 활용해 지역사회의 문제점을 해결하고, 행복한 공동체를 만들자는 목표를 세워 창업 초기 쓰레기 불법 투기가 빈번한 마을의 공공디자인 프로젝트를 진행하면서 사회공헌활동을 시작했다. 당시 얼마 되지 않는기업 이윤을 활용해 매칭그랜드 클라우드 펀딩 형태로 지역사회 지원을 이끌어 냈고, 마을 주민을 비롯해 자원봉사까지 100명이 넘는 인원이 자발적으로 참여하며 자원이 꾸준히 모여져 3개월여 기간에

프로젝트가 이어지는 성과를 냈다. 디자인으로 문제를 해결하고, 지역사회를 위한 공헌 활동이 될 수 있는 사례를 만들어 왔다. 또한 2020년부터 기후 탈출을 위한 선순환 프로젝트 ‘젤 아이스팩을 버리지 말고 모아서 나누자’라는 이른바 버모나 프로젝트를 지역 내 소상공인, 사회적경제기업, NGO단체들과 함께 추진하고 있고 또 환경단체들과 ‘너플나플’ 플로깅을 매달 진행하고 있다. 이처럼 많은 기관과 해결 방법을 함께 고민하고, 당장의 수익 창출을 가져오는 영리 활동은 아니더라도 자연스러운 협업 활동이 이뤄지며 영리사업으로까지 확장·발전된다고 생각한다. 물론 영리를 목적으로 시작하지 않았지만, 해결해야 하는 환경적인 문제를 시작으로 문제 해결 활동을 펼치며 성과를 가져오는 비즈니스 활동 자체가 되며, 지역의 문제 해결에 필요와 환경과 지속가능한 가치를 추구하는 공헌이 된다는 의지를 가지고 활동하고 있다.

2-2) 경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG경영) 측면을 적용한 부분

디자인 활동이 상업적 도구가 아닌, 문제 해결을 통한 지역의 변화를 만들어 낼 수 있다는 사례를 만들어 오며 공헌 활동을 추진해 왔다. 창업 초기부터 ‘디자인은 새로운 질서를 만드는 용기 있는 목소리’라는 캠페인 활동으로 시작했으나, 시간이 지나면서 문제를 해결하는 디자인적인 방법에 동참해 주는 기관·단체·시민들과의 협업이 추진되었고, 그러한 활동이 소셜비즈니스로 연결되고 있다.

사용 후 폐기물이 되는 디자인 결과물이 아닌, 지속가능한 사용을 디자인하기 위해 소재와 제작 방식으로 결과물의 새 활용을 지속적으로 설계하기 위해 친환경 현수막과 종이 POP를 생산하기 시작했다. 이로써 환경 유해물질이 나오는 현수막의 양을 줄이고, 플라스틱과 스티로폼의 사용을 줄일 수 있는 재생 골판지를 활용한 종이 POP를 제작하고 있다. 조금은 낯선 방식을 확장하기 위해 기관·조직과의 협약을 꾸준히 확장시켜 가며 참여를 이끌어 가고, 한 번 사용한 소재는 버려지지 않도록 업사이클

링 디자인을 통해 제품화했는데, 제품과 과정(세척, 미싱, 포장)에서 취약 계층과 일감을 나누며 사회적 가치를 창출하고 있다.

또한 조직의 활동에 지역 시민들의 필요한 부분을 담아내기 위해 참여혁신위원회를 운영해 사회적 회계를 진행하며, 조직의 공공성 확보 역시 중요한 성과지표라고 여기며 활동한다.

2-3) 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개

지역사회의 문제 해결에 다양한 기관과 시민의 참여를 디자인하는 활동을 3년째 추진하고 있다.

친환경 현수막을 사용해 환경 폐기물은 줄이고, 수거된 현수막을 제품화하는 과정에 취약 계층과 일감을 나누고 있고, ‘전통 시장과 연계한 제로웨이스트 플리마켓을 운영하며 소상공인의 판로를 확대하고 또 소비 과정에서 발생하는 일회용 쓰레기를 줄이기 위한 활동을 추진했다. 또한 사회적경제기업 제품의 판로를 확대하고, 시민들의 윤리적 소비를 촉진시키기 위해 꾸러미 상품을 기획해 제품화하는 활동을 추진하고 있다.

무엇보다도 이러한 활동을 더 많은 사람이, 더 많은기업과 기관이 추진할 수 있도록 새로운 관계망을 설계하고 제안하는 활동으로 사회적·환경적 가치가 소비되고, 사회문제가 해결될 수 있게 디자인해 가는 활동이 공공디자인이즘의 중점적인 공헌 활동이다.

2-4) 지역에 사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분

꾸준하고 지속적인 활동으로 변화를 디자인하는 일이다. 1회성보다는 매년 2~3회, 한 번 시작하며 여러 해 협업을 통해 비영리 민간단체와 시민, 행정, 사회적경제기업과의 공헌 활동 프로젝트를 이어 오고 있다. 사회공헌활동이라기보다 사회적기업으로서 당연한 소셜비즈니스 활동으로 공공디자인이즘의 필요성을 지역에 증명할 수 있었고, 이제는 디자인적인 해결 방법을 고민하는 많은 기관과 단체가 자연스럽게 협업하는 활동이

제법 자리 잡아 가고 있다. 이러한 활동이 공공디자인이즘의 꿈꾸던 사회적기업 활동이다.

2-5) 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 느낀 점이 있다면?

최근 들어 환경에 대한 정책적·사회적 관심이 높아지며 친환경 제품, 공공디자인 활동을 하는 기업이 많아졌다. 하지만 창업 초기에는 어딘가에서 기업 소개를 하면 제일 많이 하는 질문이 ‘그래서 공공디자인이즘은 뭐하는? 무엇을 만드는? 무엇을 디자인하는? 회사인가요?’라는 것이었다.

그 질문을 글로, 단순한 선언으로 외치기보다 사례로서 경험을 통한 이해를 확장하기 위해 창업 초기 3년은 수익의 대부분을 사례를 만드는 일에 집중했고, 지역 안에 포트폴리오를 만들어 가는 활동을 추진해야 했다.

또한 지속가능한 성장을 위해 기업의 비전에 발맞추어 성장하는 디자인 활동가를 발굴하고 성장시켜 나가는 일 역시 쉽지 않은 일이었다.

우리가 발견하고 해결해야 하는 사회문제는 컴퓨터나 책상 앞이 아닌, 현장과 공동체 안에서 답을 찾는 공공디자인 사회적기업으로서 지속가능하기 위한 노력이 무엇보다 중요하기 때문이다.

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

3-1) 2020년에 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감

지역사회공헌 인정제에 선정된 배경을 꼽는다면 기업 활동의 공공성 확보라고 생각한다. 사회적기업은 비즈니스 활동 자체가 지역사회의 다양한 문제를 해결하는 데 있고, 그 문제 해결이 지역의 필요를 채우는 공헌 활동이 되고 있기 때문이다.

대표적인 활동으로, ‘이유 있는 디자인 캠페인’을 꼽을 수 있다. 2017년부터 디자인 환경 폐기물을 줄이기 위해 ① 친환경 소재 활용, ② 친환경적 방법 연구, ③ 업사이클링 제품 제작 등의 대안을 제시하며 시민 참여를

이끌어 내고 있다.

또한 한 번 사용한 친환경 현수막을 한 번 더 업사이클링을 한다. 제품화 하기 위해 수거·세척·제품화하는 과정에서 지역자활센터, 시니어클럽, 장애인사회적기업 등 취약 계층과 일감을 나눈다. 특히 공동으로 생산한 후 제품의 판매 수익은 기부, 자원봉사 등의 형태로 지역사회에 공헌한다. 이를 통해 자사는 모든 활동의 기반으로 지속가능한 환경, 지속가능한 사회를 추구하고 있기 때문에 지역사회공헌 인정 기업에 선정되었다고 생각한다. 지역사회공헌 인정제를 준비하며, 사회적기업의 소셜비즈니스 활동을 공헌 활동으로 인정받게 되어 반갑고 감사한 생각이 들었다.

무엇보다도 사회적기업으로서의 활동 자체가 공헌 활동으로 인정받아 임직원이 모두 뿌듯했고 감사했다.

3-2) Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획

코로나19 이후 변화로 인해 기업이나 비영리단체까지 모두 고착화되어 있던 활동들에서 많은 대책이 세워졌던 것 같다. 새로운 기준이 필요하고, 사회공헌에도 변화를 가져온 것 같다.

오프라인으로 추진했던 행사들은 온라인으로 전환되어 일상의 변화에 맞춰 적극 참여했으며, 비대면 행사에 필요한 친환경 업사이클링 제품 제작으로 사회적 혹은 온라인 송출에 필요한 친환경 제품 등을 제작해 필요한 곳에 일감을 나누며 공헌 활동을 이어 가고 있다.

또한 이러한 의미 있는 활동과 제품을 더 많은 사람이 소비할 수 있도록 ‘사회적 경제를 더욱 라이브하게’라는 슬로건으로, 지역 내 5개 문화예술 분야 사회적경제기업과의 협업을 통해 라이브쇼핑 및 방송을 준비하고 있으며, 문화예술 분야의 사회적경제기업 활동의 공공성을 확보할 계획을 추진 중에 있다.

시기에 맞는 변화가 계속 올 거라고 생각하지만, 우리는 친환경적인 방법으로 환경 가치와 사회적 가치에 맞는 활동을 이어 나갈 것이다.

3-3)기업·기관·지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 미래상

우리의 디자인 활동이 크고 작은 사회문제를 해결하는 데 다양한 주체와 협업을 하며 다양한 지역사회를 만들어 가는 ‘사회적 가치’ 실현의 중심이 되길 바라며, ‘모두를 위한 선택을 제안’할 수 있도록 지역의 사회공헌에 성과를 만들어 가고자 한다.

또한 제도 안에 안주하지 않는, 지역의 필요에 의해 지속가능한 사회적기업으로 성장하기 위해 디자인 활동으로 우리의 필요성을 끝없이 증명하고, 그 과정에 더 많은 사람의 참여와 친환경적인 대안을 설계하며 변화를 위한 경험과 사례를 만들어 가는 사회적기업이 되고자 한다.

2022년에는 본격적 활동을 목표로, ‘아하!’의 경험을 제공하는 인사이트 랩 오픈 계획을 세우고 있다. 시민 누구나 참여해 버려지는 생활 도구들을 쓸모 있게 만들어 가는 리빙랩 공간으로, 협업을 통해 더 많은 사람의 아이디어로 크고 작은 사회문제를 해결하는 공간으로 만들어 갈 계획이다.



▲ 주민과 함께 하는 스토리 텔링 마을 벽화

광주광역시도시공사

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

우리 공사는 지방공기업으로서 광주시민의 삶의 질 향상과 지역 발전을 위해 노력하고 있다. 1993년 창립 이후 택지개발, 산업단지 조성 and 공공임대주택 건설을 통해 지역 경제 발전과 서민 주거 안정에 기여하고, 공공시설물을 효율적으로 관리하며 시민의 복리 증진에 기여해 오고 있다.

광주시의 시정 가치와 주요 현안을 공유하면서 상호 밀접한 소통과 협업을 통해 창조적인 도시재생과 주거복지 실현, 지속가능한 도시 발전에 기여할 수 있도록 모든 역량을 발휘하고 있다. 더불어 소외된 이웃과 지역사회를 따뜻하게 살피고, 공공 이익과 공동체 발전에 기여하는 따뜻한 공기업이 되도록 최선을 다하고 있다. 또한 우리 지역의 혁신 성장과 ESG경영을 실현하기 위해 더욱 노력하고 있다.

1-2) 지역사회에 대한 기업-기관의 철학

우리 공사는 지역사회의 일원으로서 소외된 이웃의 목소리에 귀를 기울이고 또 환경과 문화 측면에서 적극적인 나눔을 실천하며 사회적 책임을 다하고자 노력하고 있다. 또한 ‘이웃사랑, 환경사랑, 문화사랑’이라는 슬로건으로, 소외 계층을 지원하고 또 깨끗한 도시환경 조성 및 생태환경의 지속적인 보전 그리고 문화 수도와 연계된 예술 등 문화 영역에서도 적극 참여하며 지원할 것이다.

우리 공사는 사회공헌활동에서 벗어나 능동적인 참여를 통해 지속적이고도 조직적인 활동을 전개하며 시민에게 신뢰를 받고 더불어 함께하는 공기업이 되도록 노력하겠다.

1-3) 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

최근 코로나19를 극복하기 위해 관내는 물론 관외(대구)까지 마스크, 손 소독제, 기초 생활용품을 지원하는 데 약 5억 원을 지원했으며, “The more, The better(더 모아, 더 배려)”라는 사회공헌활동 슬로건을 바탕으로 광주시민의 풍요로운 주거문화와 행복한 삶을 구현하기 위한 최상의 사회적 가치를 실현하는 데 앞장서고 있다.



▲ 사랑앓집 고쳐 주기

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경

우리 공사의 설립 목적은 지역사회의 발전과 시민 복리 증진에 기여한다는 것이다. 이에 1993년에 공사가 창립된 이후 지역 내 저소득층의 주거 안정과 복지 지원을 위해 ‘이웃사랑, 문화사랑, 환경사랑, 공동체사랑’이라는 4대 추진 목표를 실행 과제로 설정하고, 임직원들로 구성된 ‘나눔미봉사단’을 창단해 지역사회 사회공헌을 위해 노력하고 있다.

2-2) 경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG경영) 측면을 적용한 부분

- E: 환경경영을 위해 우리 공사는 노후영구임대주택 그린리모델링사업을 적극 추진하고 있다. 노후 건축물의 에너지 효율 향상, 성능개선사업을 통한 에너지 절감 및 친환경 일자리 창출을 위해 노력하고 있다. 뿐만 아니라 지역의 자연보호를 위해 무등산, 광주천 등에서 주기적인 환경정화활동을 통해 환경보호 사회공헌을 적극 추진하고 있다.

- S: 우리 공사는 지역사회를 위해 다양한 사회공헌활동을 추진하고 있다. 임직원으로 구성된 나누미봉사단을 창단해 조직적으로 적극적인 사회공헌활동을 추진하고 있다. 공사는 매년 당기순이익 대비 0.8% 수준의 사회공헌 예산을 수립해 사회공헌활동을 수행하고 있다. 지역사회와 상생협력하기 위해 주민참여예산제, 매입입대 환경지킴이 고용, 영구임대아파트 정원 조성 프로젝트 등 지역사회에 실질적으로 도움이 되기 위한 사회공헌활동을 개발해 수행했다.

- G: 사회공헌에 대해 조직적인 체계를 갖추기 위해 조직 내외부적으로 협력을 하고 있다. 다양하고 적극적인 사회공헌활동을 추진하기 위해 혁신위원회, 혁신사회적 가치 TF팀을 운영하고 있다. 또한 복지 사각지대 발굴, 신규 사회공헌 프로그램을 개발하기 위해 유관 기관과의 협약을 통해 지속적인 협업을 진행하고 있다. 또한 성과지표에 있어 지역사회 문제 해결 대응노력지표를 신설해 코로나19와 관련해 지역사회의 책임성 제고, 감염병 예방 등에 관한 노력을 강화했다.

2-3) 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개

우리 공사는 2008년부터 나누미봉사단을 창단해 ‘The 모아 The배려’라는 슬로건 아래 광주광역시에 소재한 대한적십자사 광주전남지사 등 13개 비영리단체 및 재능 기부자들과 파트너십을 맺고, 394개 프로그램을 운영하며 약 40억여 원을 지원함으로써 지역 소외 계층의 삶의 질과 만족도를 제고하는 데 기여하고 있다.



▲ 세탁봉사

(1) 영구임대주택의 취약 계층 지원

공사가 관리하는 영구임대아파트의 취약 계층을 대상으로 물질적·정서적인 사회공헌활동을 펼치고 있다. 특히 그동안 영구임대주택에 거주하는 어르신 4,646명을 대상으로 명절에는 사랑의 쌀을 전달했고, 그 외에도 장수사진 촬영, 배식 봉사, 보양식 지원, 집 수리 봉사활동 등을 지속적으로 추진하고 있다.

(2) 지역의 소외 계층 지원 및 환경보호활동

다문화 가정의 이주 여성과 독거노인을 대상으로 김장 체험을 하며 유대감 강화 및 김치 25,000kg를 나누며 저소득계층의 따뜻한 겨울나기를 지원했다. 또한 저소득계층의 독거노인 등을 대상으로 지붕, 씽크대, 창호, 도배, 장판 교체 등 58세대의 주거환경개선사업을 비롯해 장애인 등 거동이 불편한 어르신들을 대상으로 376장의 봄맞이 이불 빨래 봉사활동 등으로 주거 환경을 개선해 주기 위해 노력했다.

아울러 보육시설 청소년의 정서 함양과 여가 활동을 지원하기 위해 1,029명을 대상으로 수영장, 빙상장 이용 및 강습 지원, 다문화 가정 초청 5:18

민주화운동 사적지 답사, 전통문화 관람, 어르신 대상의 지역 축제, 청소년 대상 연극 관람, 국가유공자 초청 문화 탐방 등 2,680명의 문화 활동 지원과 무등산 외래 식물 제거 및 광주천 환경정화활동을 지속적으로 추진하고 있다.

(3) 코로나19 극복 지원

코로나19를 극복하기 위한 성금 전달, 대구시민 손소독제 지원, 사랑의 식당 중단에 따른 라면 등 비상식량 및 영양식(삼계탕) 지원, 부족한 혈액 공급을 위한 생명나눔헌혈 참여, 노숙인 도시락사업 후원, 어르신을 위한 손소독제 및 휴대용 비누 지원, 초록우산과 함께하는 ‘백신프로젝트’ 정기 후원 참여 등 3,632명을 지원하며 코로나19 확산 방지 및 극복을 위한 노력을 통해 지역 활성화에 기여하고 있다.

2-4) 지역에 사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분

우리 공사는 ‘시민이 체감하는 사회적 가치’를 실현하는 것에 중점을 두고 사회공헌활동을 펼쳤다. 또한 ‘지역사회 발전과 시민복지 증진 기여’라는 공사 설립 목적에 맞춰 사회적 가치 실현을 위해 노력하고 있다.

‘시민이 체감하는 사회적 가치’를 실현하기 위해 복지 사각지대를 발굴하는 데 힘을 쏟았고, 이를 위해 지역의 13개 유관 기관과 협력 네트워크를 구축했다.

2-5) 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 느낀 점이 있다면?

우리 공사는 지역사회 후원, 공사의 고유 업무와 연계된 활동 등 다양한 사회공헌활동을 수행하고 있다. 사회공헌활동을 수행하다 보면 우리 지역에서 어려운 생활을 하고 계신 분들이 여전히 많고, 이분들이 많은 도움을 필요로 한다는 것을 알 수 있다. 지역 내 어려운 분들이 우리 공사의 도움으로 조금이나마 보탬이 되셨으면 하는 바람이다.

기억에 남는 사회공헌활동은 새롭게 시작한 사회공헌 프로그램인 ‘빈집

과 청년의 달콤한 동거’라는 사회공헌활동이다. 이는 공실로 방치되어 노후된 영구임대아파트를 리모델링한 후 지역 청년을 입주시켜 침체된 마을의 활력을 되살리는 프로젝트다. 우리 공사는 공실 50호를 리모델링한 후 청년 50세대를 입주시켰으며, 입주한 청년들은 마을공동체를 활성화하기 위해 다양한 프로그램을 진행하고 있다. 실제 이 프로젝트를 추진한 결과, 마을 어르신들의 만족도가 높았으며, 침체된 마을에 활력이 되살아나기 시작했다. 이를 지켜보며 우리 공사의 사회공헌활동이 많은 변화를 이끌었다는 것을 몸소 경험했다.

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

3-1) 2020년 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감

우리 공사는 지역사회 내에서 다양한 사회공헌 프로그램을 진행하고 있다. 우리 공사가 지역사회에서 실천하고 있는 지역 청년과 함께하는 ‘빈집과 청년의 달콤한 동거’, ‘영구임대아파트 집 고쳐 주기’ 등의 실질적인 사회공헌활동들이 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요한 역할을 했다. 지역사회공헌 인정 기업을 준비하면서 우리 공사의 사회적 가치, 사회공헌활동이 원활이 추진되고 있는지 검토할 수 있는 기회가 되었다. 앞으로 지역사회에 적극적이고 지속적인 사회공헌활동을 추진하겠다.

3-2) Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획

코로나19의 장기화로 인해 우리 지역뿐 아니라 전 세계적으로 겪어 보지 못한 상황에 직면해 있다. 우리 공사는 이러한 위기 상황을 지역민들과 함께 이겨 내기 위해 다양한 사회공헌활동을 추진해 왔다. 지역의 소외 계층에게 마스크·손소독제 등의 방역 및 소독용품을 지원했으며, 공사가 관리하는 지하도상가 등의 임대료를 인하해 어렵고 힘든 상황을 함께 이겨 내기 위해 노력했다. 뿐만 아니라 이웃 지역인 대구의 코로나19가 심각한



▲ 김치나눔행사

상황일 때는 성금과 함께 방역 물품을 전달했다.

우리 공사는 코로나19 이후의 Next Normal 시대에도 지역사회를 위해 적극적인 사회공헌활동을 통해 ESG경영을 확대해 나가겠다. 코로나19 이후의 상황에 발맞춰 공사의 역할을 집중하겠다. 사회공헌 측면에서는 복지 사각지대를 찾아 다양한 사회공헌활동을 추진하고, 소비 진작 및 투자 활성화를 통해 지역 경제를 활성화하기 위해 최선을 다하겠다.

3-3) 기업·기관·지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 미래상

우리 공사는 ‘광주다운 도시재생·주거복지로 혁신하는 공기업’을 비전으로 내세우며 시민의 삶의 질을 높이기 위해 노력하고 있다. 지역의 경제 발전과 서민의 주거 안정에 기여하고, 공공시설물을 효율적으로 관리하며 지역의 성장을 이끌겠다. 더불어 소외된 이웃과 지역사회를 따뜻하게 살피고, 공공 이익과 공동체 발전에 기여하는 따뜻한 공기업이 되도록 최선을 다하겠다.

부산도시공사

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

부산도시공사는 1991년 창립 이후 30년간 지역 발전과 시민의 주거복지를 향상시키기 위해 일해 왔다. 부산의 도시 공간을 조성하는 것은 물론 무주택 시민의 주거난을 해소하기 위해 다양한 주택을 공급해 왔다. 화전·국제물류 등 산업단지 조성, 부산신항배후부지, 오시리아관광단지, 혁신도시조성사업 등을 추진하면서 부산이 발전할 수 있는 밑그림을 그리며 지역 경제가 성장할 수 있는 발판을 마련해 왔다. 시민을 위한 더 좋은 도시를 만들겠다는 정신을 바탕으로 시민 중심의 경영을 펼치고 있다.

1-2) 지역사회에 대한 기업·기관의 철학

올해는 부산도시공사의 창립 30주년이 되는 해다. 공사 본연의 역할인 도시 공간의 조성과 주택 공급을 넘어, 지역사회 전반의 사회문제를 해결하고 또 사회적 가치를 확산하는 데 더욱 본격적으로 앞장서고 있다. 공사는 30년 전부터 부산의 집과 땅을 만들어서 시민의 주거 공간을 제공해 왔고, 20년 전 부산의 산업단지와 항만 부지를 조성해서 도시 경쟁력을 높이며 10년 전부터 부산의 관광단지와 혁신도시를 조성해 왔다. 그리고 창립 30주년을 맞아 경영 가치를 ‘집, 일자리, 문화를 넘어 부산의 일상을 만듭니다’로 정립하고, 부산의 도시 공간과 지역사회의 발전을 위해 다각도의 사업과 사회공헌활동을 추진하고 있다. 이처럼 일자리 창출은 물론 주거 복지, 문화예술, 사회복지, 코로나 위기 극복 등 도시에 필요한 모든 부분에 기여하고 또 적극 나누며 부산의 일상을 만들어 가고 있다.

1-3) 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

코로나19는 예상치 못한 위기 상황이었다. 특히 공사가 관리하고 있는 영구임대주택에는 고령층, 취약 계층이 많아 방역 활동에 더욱 적극적으로

임했다. 2020년 3월, 1차 종합대책을 마련해 위기 상황에 선제적으로 대응하며 침체된 지역 경제를 살리는 데 주력했다. 또한 영구임대주택 상가 65호와 아파트형 임대공장 43개실의 임대료를 지원하고, 자체 대응이 힘든 취약 계층에 마스크 24만 5천 장을 공급했다. 뿐만 아니라 이익배당금 400억 원을 부산시에 지원하고 또 20억 원을 사회공헌단체에 기부하며 시민들의 고통을 분담하기 위해 총력전을 펼쳤다. 더욱이 코로나19로 인한 소득 감소로 주거 위기를 겪고 있는 입주민들을 지원하기 위해 전국 지방공기업 최초로 ‘주거 긴급재난지원금’을 도입하고, 공사가 관리하는 영구임대주택 11개 지구 1만 725세대에 관리비 10만 원을 지원했다.

지속되는 코로나 위기 상황 속에서 민생 안정과 경제 활력을 보강하는 데 힘을 보태고자 2차 지역 경제 살리기 종합 대책을 추가로 마련해 노사가 함께 인근 서면시장과 1사 1시장 살리기 협약을 체결하는 한편, 농수산물 피해 농가 지원사업에 앞장섰다. 또한 홀로 살아가는 어르신이 코로나 우울증을 극복할 수 있도록 반려식물을 300세대에 기부하는 등 다양한 꽃 나눔 행사를 시행하며 화훼 농가를 지원하기도 했다.

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경

우리 공사의 중요한 역할 중 하나는 부산의 무주택 시민을 위한 주택을 공급하고, 주거 공간을 마련하는 데 어려움을 겪고 있는 분들에게 임대주택을 공급하는 것이다. 현재 13개 단지 1만 725세대의 임대주택을 관리하고 있는데, 입주민들에게는 주거뿐 아니라 생활, 교육, 의료 등 다양한 지원이 필요했다. 주거 지원을 기본으로 임대료 감면, 입주민 밥상 나눔 등 소규모로 추진해 오던 사회공헌사업이 이제 임대주택 생활복지 전체와 지역사회 전반으로 확산되고, 지방자치단체는 물론 공공기관들이 연합해서 사회적 가치를 확산해 나가고 있다.

공사는 각종 택지개발 및 도시개발사업 등을 추진하면서 쌓은 재원을 지

역사회에 공공시설물을 조성하는 데 재투자하고, 이를 사회공헌사업 예산으로 확보했다. 도시개발사업을 추진하면서 지역 주민들을 위한 공원, 산책로, 커뮤니티 공간 조성을 강화하는 것은 물론 사업지 특성에 따라 CCTV 100대를 기부하고, 각종 지원 시설을 도입해 안전한 도시환경을 만들어 나가고 있다. 최근에는 사회공헌사업을 더욱 체계화하며 2017년 사회공헌활동 운영지침 제정, 2019년 사회공헌위원회 구성 및 운영을 하고 있다. 이로써 전사적으로 사회적 가치를 내재화해 사업과 경영 분야에서 가시적인 성과를 내고 있다.

2-2) 경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG경영) 측면을 적용한 부분

공사는 지속가능한 개발과 성장을 위해 모든 경영 과정에 환경, 인권 등 사회적 책임을 점검하는 사회적 가치 체크리스트를 작성해 관리하고 있다. 특히 도시의 녹지 공간을 조성하며 지속가능한 개발과 보존이 가능하도록 힘쓰고 있다.

특히 부산의 대표 관광단지로 거듭나고 있는 동부산 기장군 일대 오시리아관광단지는 해안 산책로, 천변공원, 광장, 워터프론트파크 등 다양한 녹지 공간을 조성해 2019년 제10회 대한민국조경대상에서 문화체육부장관상을 수상하며 지역의 대표 녹지 공간으로 거듭나고 있다. 또한 서부산권에는 산업단지 개발 지역의 마을 주민들을 위해 ‘녹산고향동산’을 조성했는데, 부산 강서구 서낙동강변 지역에 1.6km², 6만 5천여m³로 축구장 6개 규모다. 부산국제산업물류도시 1단계와 미음산단, 생곡산단 등 대형 개발사업지 주민들이 추억을 되새기며 휴식을 취할 수 있도록 ‘문화공원’과 ‘녹산고향동산기념관’을 만들고, 지역의 개발 과정에서 발견된 문화재의 모형 제작물과 사진 자료 등을 전시해 두었다.

이외에도 공사가 관리하는 13개 지구의 임대주택단지에 50억 원의 예산을 투입해 녹지 공간을 만들고 있는데, 지난 6월에 7개 단지의 사업이 준공됐다. 20년 된 임대아파트에 주민들과 회의를 하며 어르신들을 위한 야



▲ BMC 희망의 집 고치기

외 운동 시설을 만들고, 지역 복지관과 함께 ‘텃밭커뮤니티’를 만들어 주민참여형 원에 시설로 운영하고 있다.

또한 마을의 유휴지를 활용한 ‘행복정원’사업도 추진 중이다. 진구 개금동 구유지에 불법 주차와 쓰레기로 방치된 땅을 주민들과 함께 마을정원으로 조성해서 기부하고, 홀로 살아가는 어르신 300세대에 ‘반려식물 나눔’을 통해 친환경 가치와 지속가능한 나눔을 실천하고 있다.

2-3) 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개

공사의 경영목표는 공기업으로서 시민이 체감하는 사회적 가치 실현과 지역 경제 활성화를 이끌어 나가는 것이다. 전 분야의 업무 추진 시 사회적 가치 창출을 검토하는데, 올해는 지역 경제 활력 견인, 일자리 창출, 코로나19 취약 및 피해 계층 지원 등을 중점 목표로 하고 있다. 한편, 공사의 업무 범위를 넘어 지역의 현안인 일자리 창출, 국공립 육아 시설 확보, 생활 SOC 건립, 코로나19 극복 등의 문제는 지역사회와 힘을 합쳐 추진 중이다. 이와 함께 주거복지, 문화예술, 사회복지, 기타 4개 분야 28개 활동을 지속 추진 중이다.

연간 100억 원 이상의 예산을 투입해 150여 명이 봉사활동에 참여하고 물품을 기부하는 등 전 직원이 사회공헌에 참여하고 있다. 대표 사업 중 주거복지 분야는 희망의 집 고치기, 시설 고치기, 놀이터·정원 만들기, 생활 SOC지원, 임대아파트 나눔사업 등이 있다. 또 사회복지 분야는 김치 나눔, 연탄 나눔, 꽃 나눔, 헌혈, 전통시장협약, 사회적경제 활성화사업 등이 있다. 그리고 문화예술은 부산 지역의 영화·문화 단체와 함께하는 공연, 장애인 체육팀 후원사업 등이 있다.

2-4) 지역에서 사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분

지역 현안을 함께 해결해 나가는 구심점이 되어 다양한 기관과 협업하며 더 큰 가치를 만들어 내는 발판이 되는 것이다. 부산시와 협업해 아이 기르기 좋은 도시를 만드는 데 필요한 ‘어린이집 국공립전환사업’에 136억 원의 예산을 지원해 추진했으며, 부산 전 구·군에 임대주택을 보유하고 있는 만큼 구·군청들과 협업해 ‘생활형 SOC 건립사업’에 105억 원을 지원했다. 또한 부산 지역의 다양한 공공기관과 함께 ‘부산사회적경제지원기금(B.E.F)’을 조성해 5년간 50억 원의 재원을 마련하고, 사회적 경제를 활성화하기 위한 금융지원·인재육성·역량강화사업 등을 도모하고 있다.

또한 지역의 일자리 창출에 앞장서고 있다. 공사가 추진 중인 국제산업물류도시 내 자동차 부품과 협력 업체 약 20여 개사에 산업시설용지 공급 및 주거 기반시설 마련 등을 약속하는 노·사·민·정협약을 체결하고, 약 4,300개의 ‘상생형 지역 일자리 창출’을 추진하고 있다. 또한 오시리아관광단지 내 관광일자lich출협약을 통해 관광 분야의 일자리 창출 및 지역 인재 채용을 도모하고 있다. 또 신중년의 일자리 창출을 위해 공사가 소유하고 있는 상가를 활용해 실버일자lich센터를 조성한 것은 물론 한국노인인력개발원, 사하구청, CJ대한통운, (주)아리시스와 협업을 통해 ‘택배가공공동작업장’과 ‘실버택배 일터’를 만들었다. 또한 공사 임대아파트 입주청소서비스사업에 지역 어르신들의 일손을 활용해 더 따뜻한 일자리를 창출해 나가고 있다.

2-5) 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 느낀 점이 있다면?

공사의 대표 사회공헌사업인 어린이꿈동산사업을 2016년부터 지속적으로 추진하면서 지금까지 11개의 놀이터를 만들었는데, 놀이터의 조성 형태나 방법이 발전해 나가는 모습을 보면 보람을 느낀다. 이 사업은 부산시 및 초록우산어린이재단과 함께 추진 중인데, 2019년부터 아동 참여 방식을 도입해 부산의 원도심 학교인 ‘아미초등학교’ 학생들과 함께 회의를 하며 어떤 형태의 놀이 기구를 타고 싶은지, 아이들이 의견을 내고 그림을 그리며 완성시켰다. 그러면서 지역 언론이 이를 보도하고, 시의회가 ‘놀 권리 조례’를 제정하는 등 통합적으로 발전시켜 나갔다. 그 결과, 학교 운동장에 있는 스탠드에 기존에 없던 모양의 놀이터가 완성되었는데, 이 과정을 기획하고 만들어 낸 성과가 사회공헌 우수 프로그램에 선정되기도 했다. 올해는 창립 30주년을 기념해 1개소에 1억 6천만 원의 예산을 투입해 아이들에게 안전 문화를 체험하게 하고, 교육할 수 있는 놀이터를 조성 중이다.



▲ BMC 어린이꿈동산 완공식

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

3-1) 2020년 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감

공사의 사회적 가치 경영이 내재화되면서 많은 분야에서 대외적 성과들이 가시적으로 나타나고 있다. 특히 지난 한 해 코로나19 극복과 사회적 가치를 확산하는 노력을 인정받아서 지방공기업경영평가에서 최우수 등급을 획득했다. 또한 대한민국주거복지문화대상 최우수상, 행정안전부 국가재난관리 유공장관 표창, 대한민국 도시재생산업박람회대상 장관상, 적극행정우수사례경진대회 장관상, 부산광역시 제 21회 녹색환경상 녹색기업상 등을 수상하며 지역 최고의 공기업으로 자리매김해 나가고 있다.

준공 30년이 지난 임대주택의 엘리베이터 추가설치사업은 막대한 예산과 기술력, 의지가 필요한 사업이었다. 전 지구의 조경공간개선사업, 12년 연속 임대료 동결, ‘희망플랫폼’ 복지사업을 통한 입주민들의 건강증진·이미용·교육서비스 제공 등의 성과가 높이 인정받은 거 같다. 전 임직원이 사업을 추진해 나가면서 공사의 업무 역할 이상의 사회적 가치를 확산하기 위



▲ BMC 사랑의 온기 나눔

해 노력했다. 그 과정에 어려움도 많았지만, 지역사회 및 시민들과 더 많이 소통하면서 공기업의 사회적 역할에 더 많은 보람을 느꼈다.

3-2) Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획

우선 소상공인, 임대주택 입주민, 지역 예술가 등 피해가 많은 계층의 생활 정상화를 최우선 과제로 삼아 전방위의 사회공헌활동을 지속적으로 추진해 나갈 계획이다. 이를 위해 공사만의 힘보다는 지역사회와 기업, 기관, 시민들이 힘을 합치는 게 필요하며, 그 연결과 플랫폼의 역할을 공사가 해 나가면 좋겠다.

올해 코로나를 극복하기 위해 7개 사업에 시민 참여 매칭형 기부편당을 처음 추진했는데, 많은 시민이 공감하며 참여했다. 도시의 문제 해결뿐 아니라 더 나은 도시를 위해 다양한 아이디어와 방법을 고민하고, 효율적으로 해결해 나가는 데 공사가 마중물 역할을 하려고 한다. 올해 부산 지역 공공기관이 함께 추진한 코로나19를 극복하기 위한 드라이브스루 농수산물 구매 ‘다함께 차차차’ 등의 언택트 사회공헌 방법처럼 시대 상황에 맞는 사회공헌사업을 관련 기관 등과 함께 협업해 기획하고 추진해 나갈 계획이다.

3-3) 기업·기관·지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 미래상

앞서 말했듯이, 공사를 중심으로 지역사회에 사회적 가치를 확산하고, 도시에 에너지와 가치를 불어넣는 구심점 역할을 해 나가고자 한다. 우선, 본연의 사업 추진 과정에 기존 효율성 중심의 경영에서 벗어나, 사회적 가치를 창출해 내도록 내재화하고 있다.

그 결과, 공사가 추진 중인 사업 현장의 공사 가림막을 지역 예술가들과 협업해 공사장 갤러리로 조성함으로써 코로나19 시대에 대안적인 전시 공간을 마련하기도 하고, 개발사업 현장에 대규모 고향동산을 만들어 도시인들에게 쉼 공간을 조성하고, 신도시의 저류지는 고품격 수변공원으로

조성해 더 나은 도시를 만들어 가고 있다.

사회공헌사업도 다양한 사회 구성원과 협업하고 가치를 공유하며 성장을 이끌어 나가고자 한다. 부산 지역 9개 공공기관들과 5년간 50억 원의 펀드를 조성해 부산에 사회적 경제를 육성해 나가고 있는데, 지역에 사회적 기업들이 성장하고 일자리가 생겨나면서 더 많은 사람과 함께 사회적 가치를 고민하게 되었다. 부산 지역 공공기관인 문화재단, 영화의 전당, 지역 예술가들과 함께 시민들을 위한 문화공연 행사를 추진하면서 우리가 사는 도시를 더 즐겁고 자랑스럽게 만들어 가고 있다.

이처럼 의미 있는 일들의 시작과 사회적 가치의 생산, 공유, 협업의 과정에 부산도시공사가 중심이 되기도 하고 또 파트너가 되기도 하며 지속적으로 함께해 나갈 것이다. 이러한 노력들을 토대로 부산시민을 위한 더 나은 일상을 만들어 나가는 공기업이 되고자 한다.

세종특별자치시시설관리공단

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

세종시는 대한민국 행정수도의 역할을 수행 중인 명실공히 대한민국 행정의 중심 도시다. 세종특별자치시시설관리공단(세종시설공단, 이하 공단)은 공공시설물을 효율적으로 관리하며 세종시의 발전과 주민의 복리증진에 기여하기 위해 2016년에 세종시 최초로 설립된 지방공기업이다.

설립 당시에는 공동구·장사시설·공영주차장·임대시설 등을 관리했는데, 현재는 공공체육시설·지식산업센터·임대아파트·생활자원회수시설 등 다양한 사업 분야로 확대해 운영하고 있다. 공단은 짧은 기간에 각고의 노력을 하며 2020년 한 해 공동구 스마트 관리시스템 구축 등 3개 정부공모 사업에 선정되어 총 39억 원의 국비를 지원받았으며, 2020년에는 혁신성과최우수기관으로 선정되어 행정안전부장관상을 수상했다. 그리고 지역 공기업으로서 지역사회를 위한 사회적 책임을 다하기 위해 적극적인 지역 사회공헌활동을 추진하며 2020년 지역사회공헌 인정제 인정 기관으로 선정되어 보건복지부장관상을 수상하는 등 대내외적으로 그 노력을 인정받고 있다. 지금도 27개 사업장 곳곳에서 238명의 임직원이 시민의 행복을 실현하기 위해 소통하고 혁신하는 1등 공기업을 목표로 최선을 다하고 있다.

1-2) 지역사회에 대한 기업·기관의 철학

공단은 세종특별자치시 내 공공시설물을 관리하기 위해 설립된 지방공기업으로서 세종시의 발전과 복리증진에 기여하는 것을 공단의 경영목표로 삼고 있다. 이를 위해 ‘시민의 행복 실현을 위해 소통하고 혁신하는 1등 공기업’이라는 비전을 설정한 후 ‘고객중심 신뢰경영’, ‘미래지향 지속경영’, ‘안전중심 책임경영’, ‘상호존중 소통경영’이라는 4대 전략을 바탕으로 활발한 경영 활동을 펼치고 있다.

특히 공단은 고객 및 지역사회의 발전을 위한 경영 활동을 최우선 과제로

설정해 ‘고객 맞춤형 서비스 확대’, ‘고객 참여 확대’, ‘지역사회공헌활동 및 사회적 가치 창출’, ‘지역 경제 활성화’ 등을 적극 추진 중에 있으며, 가용 예산의 70% 이상을 지역 업체를 통해 집행하고, 공단에서 관리하고 있는 임대시설의 임대료 감면 등 소상공인 피해 지원, 방역 자원봉사활동 등 코로나19로 인해 어려움을 겪는 지역사회를 적극 지원한 바 있다.

향후 공단은 최근 이슈로 부각된 ESG(환경, 사회, 지배 구조)를 경영 활동에 접목해 공단 주도의 단순한 사회공헌활동을 넘어 환경을 생각하고 더불어 잘사는 공정 사회를 만들기 위해 여러 이해관계자와의 적극적인 협력을 이끌어 내는 등 ESG를 포괄하는 새로운 경영 패러다임을 구축하고자 노력하고 있다.

1-3) 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

공단은 코로나19 상황에서 지역을 대표하는 공기기업으로서 지역사회에 대한 사회적 책임을 완수하기 위해 전사적인 대응 체계를 구축하고, 공단이 가진 가용자원을 총동원해 코로나19 상황 극복하기 위한 활동을 결정했다.

- 비대면 사회공헌 추진

코로나19로 인한 사회적 거리 두기 강화 방침으로 인해 직접적인 활동의 범위가 줄어들 수밖에 없는 상황에서 새로운 방법의 사회공헌활동 방법을 고민해야 했다. 이에 따라 추진한 대표적인 활동이 지역 대학과의 협업을 통한 VR 활용 언택트 견학 프로그램의 개발이다. 비대면 견학 및 환경 교육 프로그램을 개발해 자원 순환 및 재활용 분리배출의 중요성에 대한 시민의 환경 의식을 고취하고자 했다. 학교 등 교육기관이 활용할 수 있도록 지원한 결과, 428명(2021. 3.~현재)이 교육에 참여했는데, 앞으로 더 많은 사람이 활용할 수 있도록 지원할 계획이다.

또한 공단은 인적자원 중심의 단체 활동이 제약되는 상황에서 급여 우수리 나눔 캠페인을 추진해 사회공헌활동을 활성화하기 위한 기반을 마련했다. 특히 임직원들의 자발적인 참여로 이루어진 활동으로서 이 모금액



▲ 희망나눔 캠페인

은 희망나눔캠페인 기부금(2,120천 원) 등으로, 어려운 이웃을 위해 활용되고 있다.

- 방역 활동 지원

코로나19 확산 방지 및 시민의 안전을 위해 공단 사업장(합강캠핑장)을 생활치료센터로 운영하며, 72일간 579명의 이용·격리를 지원했다. 집중관리시설 관·경 합동 점검을 지원하는 것은 물론 덕분에 챌린지 등 캠페인 활동을 통해 일상생활에서 코로나19를 예방하기 위한 거리 두기 홍보, 마스크 착용을 독려했다.

특히 코로나19 백신 예방접종센터에서 매달 2회씩 봉사활동에 참여하며 예진표 작성, 발열 체크, 대기 장소 안내 등을 도우며 백신 접종이 원활히 운영될 수 있도록 지원하고 있다.

- 지역 경제 활성화 노력

지역 공기업으로서 공단은 지역 경제를 활성화하기 위한 활동을 추진했는데, 코로나19를 극복하기 위한 착한 임대인 운동에 동참해 임대료 감면

(87,076천 원)과 주차시설 무료 이용 시간 제공(629,272건/432,084천 원) 등 소상공인과 자영업자들이 피해를 회복할 수 있도록 지원했다.

나아가 취약 계층을 위한 일자리를 창출해 희망 일자리(36명), 실버 일자리(32명)를 지원했다.

- 신사업 발굴 및 시스템 개발

공단은 코로나19 프리존* 도입 및 확산을 위한 협약을 체결(고려대-KT)하며 코로나19에 대응할 수 있는 신사업을 발굴해 코로나19에 대응하는 데 힘쓰고 있다.

*프리존: 고려대학교에서 개발한 친환경 광원을 활용한 바이러스 살균 플랫폼

고려대학교(조치원캠퍼스)의 친환경 광원을 활용한 코로나19 바이러스 살균 플랫폼 기술을 공단 운영 사업장(고용복지+센터)에 시범적으로 적용하는 테스트 베드를 지원하는 등 코로나19 신사업 분야를 지원하는 데 밑거름 역할을 하고 있다.

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경

2012년 세종시 출범 이후 지금까지 해결되지 못한 과제 중 하나가 원도심과 신도심 간의 지역 격차를 해소하는 문제다. 원도심과 신도심 간의 인구, 도시, 사회 여건에 대한 불균형의 문제를 가지고 있는 상황에서 공공시설물을 효율적으로 관리해 세종시의 발전과 주민의 복리를 증진하는 데 기여하도록 설립된 공단이 사회적 책임을 완수하기 위해 사회공헌활동을 시작하는 건 당연한 수순이다.

세종시는 도시가 성장하는 과정에서 원도심과 신도심 간의 격차는 더욱 커지고 있었기에, 특히 원도심의 취약 계층을 고려한 사회공헌활동에 자연스럽게 주목하게 되었다. 이에 따라 공단은 구도심의 취약 계층을 대상으로 사회공헌활동을 중점적으로 시작하게 되었다.

2-2) 경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG경영) 측면을 적용한 부분

- E(환경경영): 공단은 장사시설인 '은하수공원'을 운영하고 있다. 전국에서 찾아볼 수 없는 도심 내 주거 지역에 위치하고 있고, 화장 수요가 증가함에 따라 연소 과정에 따른 배출가스 증가 등 대기 환경에 대한 우려가 많다는 것에 착안해 이에 대한 해결 방안을 고민하기 시작했다. 따라서 공단은 ICT 및 빅데이터를 활용한 예방적 관리시스템 구축을 정책목표로 삼아 2017년부터 내부 TF를 구성해 민간 중소기업과 협력하며, 지난 2019년에 '배출가스 저감형 화장로' 기술을 개발해 화장로 운영에 적용함으로써 주변의 대기 환경을 개선하기 위해 노력하고 있다.

그 결과, 저감형 화장로로 개선한 후 배출가스 중 질소산화물은 전년 대비 약 49% 저감된 것으로 측정되었으며, 암모니아를 적정량 사용함으로써 설비 부식 현상 방지 및 유지 비용 절감 효과도 나타난 것으로 파악되었다. 공단은 2021년까지 국비 지원을 통해 총 1기를 추가로 설치할 계획이다.

- S(사회공헌): 공단은 임직원 봉사활동 목표 시간(20시간)의 초과 달성(23.2시간) 및 급여 우수리나눔캠페인을 통한 기부(희망나눔캠페인, 2,120천 원) 등으로 지역사회공헌활동의 범위를 확대했다. 더불어 지역업체와의 계약 체결 목표(70%) 초과 달성(76.9%), 공영주차장 무료 주차 확대(629,272건, 432,084천 원) 등으로 지역사회의 문제를 해결하기 위한 활동을 추진했다.공단 설립 이후 다양한 사회공헌을 추진해 온 결과, 공단은 2020년 지역사회공헌 인정제 인정 기관으로 선정되어 보건복지부장관 표창을 수상했다.

- G(윤리경영): 공단은 청렴·윤리경영을 실현하기 위해 임직원 행동 강령, 감사 규정 시행내규 등 내부 규정을 정비하고 제도를 명문화했다. 또한 특별감사, 일상감사 등 내부통제시스템을 운영하며 관리 프로세스를 구축했으며, 부패 및 비리 행위에 대한 익명제보신고시스템을 운영하고 있다. 그 결과, 부패방지시스템(ISO37001) 사후 관리 심사 2년 연속 적합 판정

을 받았고, 2017년부터 2020년까지 협력 업체 청렴도조사 종합청렴도 점수 90점 이상을 획득하는 등 윤리경영을 위해 노력하고 있다.

2-3) 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개

공단은 매년 농촌 일손 돕기, 취약 계층 물품 지원, 김장김치 나눔 봉사, 직원들의 자발적인 참여를 통한 기부금 기탁 등 다양한 사회공헌활동을 진행하고 있다.

초창기 공단의 사회공헌활동은 주로 임직원 개개인의 봉사 참여와 유관 기관의 봉사활동에 참여하는 방식이 대다수였으나, 현재는 개개인의 봉사 참여는 물론 유관 기관의 봉사활동에 참여하는 것에서 나아가 유관 기관과 협력한 봉사단 운영 및 봉사활동 프로그램을 추진하는 것으로 확대 운영되고 있다.

그리고 그 변화의 중심에 ‘사랑앓집고치기’ 봉사활동이 있다. 사랑앓집고치기 봉사는 2017년부터 치매 가정, 취약 계층 등을 대상으로 1-2가구를



▲ 사랑앓집고치기

추천받아 공단이 보유한 인적자원과 기술 역량을 활용해 주거 환경을 개선하는 등 공단을 대표하는 사회공헌활동이다. 지금까지 3년 이상 해 온 활동이지만, 공단의 힘만으로는 해내기 어려운 성과였다. 공단뿐 아니라 치매센터, 건강센터, 지역보장협의체 등 여러 기관이 협력했기 때문에 가능한 일이었다.

이처럼 공단은 유관 기관과의 협력 체계 구축을 토대로 지역사회를 위한 나눔의 손길을 전하고 있다.

2-4) 지역에 사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분

사회공헌활동을 추진하면서 공단의 자원을 활용해 지역사회를 위해 무엇을 할 수 있을지 그리고 지역사회 및 수혜자에 실질적인 도움이 될 것인지를 중점적으로 생각했다.

이를 위해 먼저, 복지 사각지대를 해소하기 위해 복지 사각지대를 발굴하고 지원하는 것에서부터 공단의 사회공헌활동을 추진하게 되었다. 그리고 봉사활동을 지속적으로 진행해 오면서 발생하는 미흡한 부분을 개선하고자 했다.

그러나 공단이 자체적으로 봉사활동을 추진하는 데는 분명 한계가 있었다. 그렇기에 유관 기관과의 협력 체계를 구축해 다양한 사회공헌활동 프로그램을 추진했고, 협력 체계를 토대로 사회공헌활동의 범위를 확대하고자 노력하고 있다.

2-5) 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 느낀 점이 있다면?

공단은 다양한 사회공헌활동을 추진해 왔는데, 사회공헌사업을 하면서 생각한 것은 경험만큼 보람을 느끼게 하고 또 기관의 사회공헌활동이 왜 필요한지를 깨닫게 했다는 것이다.

특히 도시락 배달 봉사(사랑꾸러미 배달 봉사)는 기억에 많이 남는 활동 중 하나다. 사랑꾸러미 배달 봉사는 세종시 연서면의 지역사회보장체와

함께 협력한 활동으로, 공단 임직원이 취약 계층인 어르신들을 대상으로 도시락을 배달 배달하는 활동이다. 홀로 지내는 어르신들이 대다수이고, 배달하는 장소 또한 길이 험한 곳이 많아 내비게이션이 정확한 안내를 해주지 못하는 경우도 있다. 이런 길을 통해 배달 장소에 도착하면 어르신들은 무척이나 반갑게 직원들을 맞이해 준다. 차로 가기도 힘든 외진 곳에 위치한 집을 찾아가 홀로 생활하는 어르신들을 마주한 경험은 직원들이 봉사에 대한 보람을 느끼게 하는 계기가 되었을 것이다.



▲ 태풍 피해 농장 일손 돕기

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

3-1) 2020년 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감

공단은 설립된 지 6년째인 역사가 짧은 기관으로, 2020년은 장기적인 지역사회공헌 계획을 수립하기 위한 점검이 필요하다고 판단한 시기였다. 2020년 지역사회공헌 인정제는 대외에 공단의 사회공헌활동을 알리는

동시에 내부적으로는 직원들이 사회공헌에 적극 참여할 수 있도록 독려하는 동기부여의 계기가 될 것이라고 생각했다. 이에 따라 지역사회공헌 인정제를 작성하면서 공단 설립 이후 추진했던 사회공헌활동을 점검하고, 앞으로 나아가야 할 방향을 확인해 보고자 했다. 나아가 미흡했던 부분을 개선하고 보완하기 위한 전환점으로 삼고자 했다.

3-2) Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획

현재 지속 중인 코로나19는 사회, 문화, 경제, 교육 등 인류의 모든 분야에 지대한 영향을 끼치고 있다. 국가적 경제는 심각한 타격을 받아 경제성장률이 감소할 것으로 예상되며, 특히 방역 활동 과정에서 소상공인을 비롯한 지역 경제가 받는 충격은 훨씬 심각한 수준에 이르고 있다.

우리 공단 또한 코로나19의 영향을 많이 받아 대면 접촉이 수반되는 공공서비스는 많이 위축되었다. 또한 코로나19 감염 위험으로 인해 인구 이동량이 감소하고, 대면을 꺼리는 상황이 지속되며 코로나19를 극복하고 지역사회에 미치는 영향을 극복하는 공단의 역할이 더욱 요구되고 있다.

우선, 침체된 지역 경제를 활성화하기 위해 신규 사업의 발굴 또는 새로운 프로그램을 운영하기 위한 적극적인 노력, 소상공인 등의 피해 회복을 지원하는 것은 물론 지역의 소비·투자를 확대하기 위한 노력, 취약 계층 일자리 제공 등 지역사회에 기여하기 위한 다양한 활동을 각별히 추진하고자 한다.

또한 지방공기업이 공급하는 서비스는 시장에 의해서 대체될 수 없는 성격을 지니고 있으므로, 지역 주민이 공공서비스에 항상 접근할 수 있도록 중단 없는 공공서비스를 공급하도록 노력하고 있다. 이를 위해 공단은 코로나19 이후 등장하게 된 언택트 문화, 디지털 전환, 4차 산업혁명의 가속화에 맞추어 공단의 서비스가 주민들에게 안전하고 또 효과적으로 제공될 수 있도록 사업과 업무 프로세스에 있어 경영 혁신을 위한 다양한 노력을 기울이고자 한다.

3-3) 기업·기관·지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 미래상
공단은 ‘사회적 가치를 더하고 나누는 1등 세종시설공단’이라는 사회적 가치 실현을 위한 경영목표를 설정하고, 사람 중심의 상생하는 경영 활동을 최우선으로 추진하고 있다. 이를 위해 공공 부문의 사회적 가치 실현을 선도하기 위해 정부에서 선정한 5대 분야(일자리, 안전, 윤리·공정, 사회적 형평성, 지역 상생)에 대해 공단 상황을 고려한 새로운 추진 전략을 검토한 후 사회적 가치를 실현하기 위한 중장기 경영 체계의 수립을 추진 중이다.

또한 공단 존재의 본래적 가치인 사회적 가치 실현을 강화하기 위해 공단 사업의 무인화·지능화 등 디지털 기술 기반의 경영 활동을 활성화하는 등 시대적·환경적 변화에 발맞춘 업무 수행과 사업 구조를 개편하기 위해 비대면 시대에 ICT를 활용한 새로운 조직의 운영 방식을 도입하고, 소비 진작 및 투자 활성화 등을 통해 지역 경제를 살리는 다양한 지원책을 마련하고 있다.

이를 위해 우리 공단은 이사장 이하 전 직원이 ‘강한 혁신경영’을 기치로, ESG경영에 대한 관심을 제고하고 또 기업·기관·시민 등 지역사회와의 동반 성장을 위해 적극 노력하고 있다.

인천국제공항공사

「세계 공항서비스 1위에 빛나는 인천국제공항공사, 나눔도 1위

인천공항, 사람과 가치를 잇다」

대한민국의 대표 관문으로서 우리나라와 세계를 잇는 인천국제공항은 1992년부터 약 8년 4개월간의 공사 기간을 거쳐 2001년 3월 29일에 개항했다. 이후 국제공항협의회(ACI) 주관 세계공항서비스평가(ASQ)에서 12년 연속 1위로 선정됐을 뿐 아니라, 지난 3월에는 세계 최초 고객경험인증 4단계(現 최고 단계)를 획득한 명실상부한 세계 최고 공항 중 하나다. 30여 년 전 서해의 한 가운데 새로운 공항을 건설한다는 말을 들었을 때, 지금의 인천공항이 있을 거라고 예상한 사람은 그리 많지 않을 것이다. 그러나 현재의 인천공항은 우리나라 이미지 전체를 바꿔 놓았다는 평가를 받을 만큼 명품 공항으로 성장했다. 지금의 인천공항이 되기까지, 그 배경에는 많은 사람의 노력과 헌신이 있었다. 그래서일까, 인천국제공항공사(이하 인천공항공사)는 무엇보다도 ‘사람’을 중요하게 생각하는 공기업이다. 인천공항공사는 우리 국민과 지역 사회의 전폭적인 지지와 성원 덕분에 지금의 위치에 오를 수 있었다는 생각을 토대로, 이에 보답하기 위해 국민 행복과 지역 발전을 최우선 과제로 삼아 ‘인천공항, 사람과 가치를 잇다’라는 사회공헌 비전 아래 지역사회와 상생 발전하기 위한 다양한 가치 창출형 사회공헌사업을 진행하고 있다.

「지역 인재 육성에 앞장서는 인천국제공항공사」

인천공항과 인천공항공사가 위치한 영종도는 공항 건설 및 개항 이후 긴 시간 동안 역사를 함께해 왔다. 인천공항공사는 공항이 갖는 지역 내 경제·사회적 영향력을 넘어 지역사회와의 진정한 상생 발전을 위해 ‘지역 인재 육성’에 앞장서 왔다. 지역 특성상 교육 인프라가 부족하다는 점에 착안해 지역 특성화고 설립, 장학제도 운영은 물론 방과 후 문화예술 수업 지원 등 다양한 방면에서 지역 청소년들의 꿈을 펼칠 수 있는 환경을 만들고, 그 꿈을 응원하기 위한 노력을 아끼지 않고 있다.

공항 인프라 산업은 대규모 토지 위에 터미널과 활주로 등의 거대한 건축물을 건설·운영함에 따라 해당 공항이 위치한 지역사회에 미치는 경제·사회적 영향이 매우 크다. 이러한 점에서 인천공항이 위치한 영종도 또한 그 역사를 인천공항과 함께해 왔다고 해도 과언이 아니다. 조용했던 섬에 인천공항이 들어서면서 많은 인구가 유입되고, 새로운 지역사회가 형성되었다. 새로운 영종도 지역사회와의 상생 발전을 위해 인천공항공사가 가장 먼저 한 일은 바로 ‘지역사회 인재 육성’이다. 지역 특성상 교육 인프라가 부족하다는 점에 착안해 2007년부터 영종도 내 초·중·고등학교에 ‘활주로 선생님’을 파견해 음악, 체육, 진로 탐색 등 다양한 분야의 방과 후 수업을 진행하며 지역 내 아이들의 꿈을 지원하고 있다. 2014년부터는 대상 지역을 인천시 중구로 확대했으며, 금년부터는 문화예술공항 구현과 연계해 지역 내 문화예술교육의 저변을 확대하기 위해 문화예술 전문 강사를 지원하는 ‘On-Art School 프로그램’을 시행하며, 18개 학교 약 1,300여 명의 학생들이 숨겨진 재능을 발견할 수 있도록 지원하며 그들의 꿈을 응원하고 있다.



지역적 문제로 인해 다양한 것을 경험하지 못하는 우리 학생들에게 다양한 배움의 기회를 제공해 주시니 더욱 감사합니다. 아이들을 키우는 교육이 학교나 교육청의 문제라고 치부될 수 있습니다. 그러나 기업도 교육의 주체가 될 수 있음을 과감한 투자와 지원의 형태로 보여 주며 ‘즐거운 학교’, ‘가고 싶은 학교’, ‘사교육 없이도 충분한 학교’를 만들어 가는 데 힘쓰시는 인천공항공사에 감사드립니다. 우리 학생들이 의미 있는 다양한 경험을 누림으로써 삶이 풍요로워지고, 자신의 재능을 발견하며 꿈을 키우고, 세상에 또 다른 좋은 영향을 미치는 미래의 주역으로 자라고 있는 것 같아 학부모로서 매우 뿌듯합니다.

-용유초등학교 학부모 이△△

아울러 교육 환경이 열악한 영종국제도시에 지역 특성화고등학교인 ‘하늘고등학교’를 건립해 지역 우수 인재의 외부 유출을 방지하고, 공항 종사자들에게 안정적인 정주 여건을 제공하는 등 지역사회가 만족하는 교육 여건을 조성하기 위해 힘쓰고 있다. 지난 2011년 개교 이후 전인교육을 위한 다양한 교육과정과 특성화 프로그램을 운영해 국내 주요 대학 진학률 전국 최고 수준 달성과 더불어 학부모들의 높은 만족도를 바탕으로 하늘고등학교는 인천 지역을 대표하는 명문교로 성장했으며, 현재까지 누적 졸업생은 1,500여 명에 달한다.

이외에도 인천공항공사는 2005년부터 ‘인천공항 가치드림 장학제도’를 마련해 미래 항공·물류 분야와 지역 인재 발굴을 위한 노력도 아끼지 않고 있다. 지난 15년간 인천공항공사가 수여한 장학금은 약 13억 8천만 원으로, 총 632명의 장학생들의 꿈을 응원했다. 이와 같은 인천공항공사의 노력은 미래 창조형 인재를 양성하고, 지역 교육 환경의 수준을 높였을 뿐만 아니라, 지역사회의 공통 관심사인 ‘교육’을 주제로 지역 주민 간 소통의 장을 형성하며 학생들에게 다양한 교육의 기회를 제공했다는 평가를 받고 있다. 앞으로도 인천공항공사는 지역사회의 청소년들이 대한민국의 주역으로 성장할 수 있도록 다양한 지원을 아끼지 않을 것이다.

「참여와 소통으로, 지역사회와 가치를 잇다」

인천공항공사는 지역사회가 당면한 실질적인 문제를 해결하기 위해 공사가 어떠한 역할을 해야 하는지에 대한 질문을 거듭하고 있다. 지역 주민들의 참여와 소통을 기반으로 지역의 현안을 해결하기 위한 맞춤형 사업을 추진하고, 이를 통해 지역사회 구성원이 모두 체감할 수 있는 행복의 가치를 창출한다. 주민들이 직접 참여해 지역 문제를 해결하는 ‘주민참여 지역문제 해결공모사업’과 다문화 가정 청소년 교육을 지원하기 위한 ‘인천공항 가치점프’사업은 지역사회와 가치를 잇는 인천공항만의 특별한 노력에 담긴 대표 사업이다.

인천공항공사는 지역사회의 발전을 위해 끊임없이 되묻는다. 과연 주민들에게 정말 필요한 것이 어떤 것일까? 고민 끝에 나온 답은 바로 ‘주민참여 지역문제 해결공모사업’이다. 말 그대로 지역사회 주민들의 주도하에 시급한 현안과 해결 방안을 직접 제안하고, 인천공항공사는 이를 사업화해 지역사회가 체감할 수 있는 가치를 창출한다. 일회성 자금 지원이 아닌, 지역사회가 지속가능한 방향으로 나아갈 수 있는 나침반이 되어 준 셈이다. 2019년부터 실시한 이 사업을 통해 노인 건강관리, 소외 계층 돌봄케어 등의 프로그램 운영과 지역 사회복지기관 시설 개보수, 태양광 설비 보급 지원 등을 시행함으로써 총 36개 기관, 29,340명이 인천공항과 함께 지역 문제를 직접 해결했다.

올해는 지역 사회복지시설의 최우선 과제인 노후 시설 운영에 대한 근본적인 문제를 해결하고자 공기업 최초의 ‘지역 사회복지시설 안전더하기’로 사업을 확대한 바 있다. 단순히 시설의 개보수를 지원하던 이전의 사회공헌과는 달리, 건축물에 대한 종합 안전 진단을 통해 ‘종합안전리포트’를 제공하고 또 진단 결과에 따라 위험 요소의 우선순위를 반영해 정말로 필요한 분야의 시설 개선을 지원하는 방식이다. 기존 육안 점검에 의존한 시설 개보수로 인한 예산의 비효율적인 사용을 방지하고, 향후 시설관리 계

획에 활용할 수 있을 뿐 아니라 안전종합리포트에 따른 안전위험요소 관리 방안 수립 등 체계적인 건축물 관리를 통해 안전 사각지대를 해소할 수 있다는 데 많은 의미가 있다.

인천공항공사는 지역사회가 당면한 과제에 많은 관심을 기울이며 관내 사회단체 및 전문가 그룹과 지속적인 소통을 하며, 실제적인 지역 문제 발굴·해결사업을 다양하게 추진하고 있다. 지난해 인천공항공사는 다문화 가정의 청소년에게 차별 없는 교육 기회를 제공하는 ‘인천공항 가치점프’ 사업을 처음 시행했다. 이는 인천 지역의 다문화 거주 인구가 전국 3위에 해당하고, 다문화 가정 청소년의 경우에 일반 가정 대비 학업중단율이 2배가량 높다는 문제 인식에서 비롯돼 기획된 사업으로, 프로그램에 참여하는 대학생들은 다문화 청소년에게 국·영·수 등 기본 교과 수업과 체험 학습 등을 함께하는 교육멘토링을 제공한다. 공사 임직원 및 외부 사회인으로 구성된 멘토그룹은 참여 대학생들에게 취업과 관련된 진로멘토링을 제공하는 다문화청소년-대학생-사회인 삼각 멘토링사업이다. 올 6월에 제 1기 인천공항 가치점프 활동이 성공적으로 종료되었으며, 379명의 청소년과 100명의 대학생 그리고 26명의 임직원 멘토가 만나 사교육비 절감 등 총 20억 원의 사회적 가치를 창출했다.

이외에도 연말 취약 계층을 대상으로 한 가정 선물꾸러미 나눔, 노숙인 방한용품 지원과 더불어 지역 소외 계층에 대한 지원도 놓치지 않고 있다. 특히 지난 2018년부터 시행된 노인보행보조기지원사업은 교통 약자의 이동권을 보호하기 위한 대표적인 사회공헌사업이다. 전국 노인종합복지관을 대상으로 걸음이 불편한 어르신들에게 보행보조기(실버카)를 지원해 어르신들의 건강한 사회 활동을 지원함으로써 수혜자의 만족도가 매우 높은 편이다. 이 사업을 통해 지원된 보행보조기는 총 4,300여 대로, 단일 기업으로는 최대 규모다.

「코로나19 위기 속에서 더욱 빛나는 인천국제공항공사의 나눔 정신」

우리 국민은 모두 작년 한 해를 코로나19로 기억한다. 지금도 여전히 끝나지 않은 코로나19 위기는 특히 인천공항을 비롯한 항공산업 그리고 인천공항에 경제적 의존도가 높은 영종도 지역에 큰 파장을 일으켰다. 급격한 항공 수요 침체로 인해 창사 이래 최초로 적자 실적을 기록하는 가운데에서도 인천공항공사는 약 1.2조 원의 고통을 분담하며 항공산업 생태계와의 상생을 위한 노력에 앞장서는 한편, 17억 원 규모의 지역 화폐를 기획·보급하는 등 지역 주민과 소상공인의 버팀목이 되어 주며 위기 속에서 국민들이 기대하는 ‘공공’의 역할이 무엇인지를 잘 보여 준다.

2020년은 코로나19의 한 해였다. 인천공항공사는 급격한 항공 수요 침체로 인해 창사 이래 최초로 적자 실적을 기록하는 등 그 어느 때보다 어려움을 겪고 있지만, 위기 속에서도 항공산업의 버팀목이 되어야 한다는 막중한 책임을 바탕으로 항공산업 생태계의 붕괴를 막기 위한 ‘공공’의 역할을 선도적으로 이행하고 있다.



▲ 지역 생산물 나눔

코로나19가 닥친 지난해, 인천공항공사는 1.2조 원 규모의 공항 사용료 감면 및 납부 유예를 지원하며 항공산업의 고통 분담에 앞장섰다. 또한 기존 항공산업의 일자리 보호와 일자리 생태계를 조기에 회복하기 위해 ‘인천공항형 일자리 지원사업’에 착수해 지금도 시행 중이다. 더욱이 인천공항의 채용을 활성화하기 위해 지역에 위치한 기업의 신규 인원 채용 및 무급 휴직 직원의 정상 채용 인건비를 지원하고, 중소기업에 재직 중인 청년을 대상으로 복지제도를 지원해 장기근속을 통한 일자리 보호에 힘쓰고 있다. 위 사업을 통해 지난해 총 176개에 달하는 일자리를 보호했으며, 특히 업종·본사소재지·주민등록소재지와 무관하게 ‘인천공항 지역’을 대상으로 지원한다는 점에서 정부의 일자리 지원 정책의 사각지대를 보완함으로써 정책 동반자 역할을 충실히 이행했다는 평가를 받았다.

올해는 고용노동부의 국민내일배움카드와 연계해 공항 업종 및 종사자들을 대상으로 특화된 교육훈련 프로그램을 지원하며 코로나19 장기화에 따른 휴·퇴직자의 경력 단절을 최소화하고 또 재취업을 지원하는 등 항공산업 생태계와 동반 성장하기 위한 인천공항공사의 노력은 지속될 예정이다.

인천공항공사의 지역사회 상생 발전을 위한 가치 창출 노력 또한 코로나19 위기 속에서 더욱 빛나고 있다. 지난해 인천공항공사가 공기업 최초로 시행한 ‘인천공항과 가치가세’라는 지역화폐보급사업이 가장 대표적이다. 지방자치단체에서만 발행·운영하던 지역 화폐를 인천국제공항만의 새로운 상품으로 기획해 인천 중구에 거주하는 저소득층 5,700여 명에게 17억 원 규모의 생계를 지원하기 위해 지역 화폐를 전달했다. 이 사업은 취약 계층의 경제난 극복에 실질적인 도움을 주는 동시에, 지역 소상공인의 매출을 증대시키는 선순환 구조를 창출해 코로나19로 침체된 지역 경제 활성화에 이바지하는 결과를 가져왔다.

이번 기부 금액의 일부는 경영진의 자발적인 임금 반납을 통해 조성된 ‘인

천공항 코로나19 위기극복 기금'을 활용해 한층 더 의미를 더했다. 나아가 올해는 공항 생태계와 지역 위기 업종의 경영 안정화를 위해 지원 대상 업종에서 인천e음 지역 화폐로 결제 시 총 15억 원 규모의 추가 캐시백을 지원하는 사업을 펼칠 계획이다. 이로써 경영 위기 업종의 매출 증대는 물론 지역 내 '착한 소비'를 촉진함으로써 코로나19로 침체된 인천 지역의 경제를 활성화하는 데 많은 도움이 됨과 동시에 저소득층에는 어려운 시기에 일상 속 작은 행복을 느낄 수 있는 희망의 울타리가 되길 기대하고 있다.

저는 초등학생 자녀 둘을 둔 인천에 사는 한부모 가정의 엄마입니다. 홀로 두 아이를 돌보는 것이 쉽지 않았는데, 코로나19로 인해 가정 돌봄이 이루어지지 않아 더욱 막막했습니다. 아이들은 점점 크고 있는데 그에 맞는 옷이나 신발 하나 제대로 사 주기 어려웠던 찰나, 공항공사의 지원 카드를 받고 새학기를 맞아 아이들의 옷이랑 신발을 사 줄 수 있었습니다. 모처럼 새 옷과 신발을 갖춰 입고 행복하게 웃는 아이들을 보니, 미안하기도 하고 고맙기도 했습니다. 제가 겪은 아픔이 우리 아이들에게는 지속되지 않길 바라는 마음에, 아이들과 저를 기억해 주고 관심과 사랑을 전해 준 인천 공항공사에 감사를 드립니다. 앞으로도 지금처럼 희망의 끈을 붙잡고 절대 놓지 않겠습니다. 감사합니다.

- 중구 율목동에 거주하는 김△△

이외에도 연말을 맞아 취약 계층에 가정 선물꾸러미 나눔, 노숙인 방한용품 지원과 더불어 지역의 소외 계층에 대한 지원도 놓치지 않고 있다. 특히 지난 2018년부터 시행된 노인보행보조기지원사업은 교통 약자의 이동권을 보호하기 위한 인천공항공사의 대표적인 사회공헌사업 중 하나다. 전국의 노인종합복지관을 대상으로, 걸음이 불편한 어르신들에게 보행보조기(실버카)를 보급해 어르신들의 건강한 사회 활동을 지원함으로써 교통 약자들이 실질적으로 가려움을 느끼는 곳을 긁어 주는 맞춤형 사회공

현사업이다. 이 사업을 통해 지원된 보행보조기는 총 4,300여 대로, 단일 기업으로는 최대 규모다.

또한 인천공항공사는 지방자치단체와 협력해 지역 커뮤니티센터인 하늘 문화센터 건립 지원, 항공산업 육성 및 인재 양성을 위한 인천산학융합원 건립 지원 등 지역사회의 발전을 위한 다양한 지원을 아끼지 않고 있다. 이와 함께 국민과의 약속인 입국장 면세점의 운영 수익 사회 환원의 일환으로 입국장 면세점이 오픈한 2019년부터 약 80억 원 규모의 사회적경제 조직육성사업을 추진해 성장기 사회적경제 조직의 자립을 위한 지원을 지속하는 등 모든 국민의 포용적인 성장을 위한 사회적 책임 활동에 앞장서고 있다.

「인천공항, 대한민국의 ESG 허브로 비상하다」

인천공항공사는 지역사회공헌활동을 적극적으로 펼치며 나눔 문화 확산과 국민의 삶의 질을 증진하는 데 기여한 점을 높이 평가받아 2019년에 사회복지유공자 정부포상 부문 대통령 표창을 수상했다. 이 상은 사회복지 현장에서 취약 계층을 지원하기 위해 묵묵히 헌신하는 근무자·기관에 주어지는 상이다. 더불어 지난해에는 지역사회 인정 기업으로 선정되어 보건복지부장관상을 수상하기도 했다. 세계공항서비스 평가에서 12년 연속 1위를 달성한 인천공사의 노하우가 나눔의 영역에서도 통한 셈이다.

하지만 오늘보다 더 행복한 내일을 만들기 위한 인천공항공사의 치열한 고민은 여전히 ‘현재진행형’이다. 사람과 가치를 끊임없이 잇는 새로운 방법을 찾고, 지역사회가 인천공항과 함께 지속적으로 성장할 수 있는 나침반이 되어 주고 있다.

올해 인천공항공사는 개항 20주년을 맞아 ESG경영혁신을 선포하고, △저탄소 친환경 공항 구현 △ 사람 중심의 사회책임경영 강화 △ 투명하고 공정한 지배 구조 확립 △ 미래 신산업 성장 확대의 4대 세부 목표를 설정했



다. 이와 함께 이사회 내 ‘ESG위원회’를 설치해 ESG경영전략 추진 동력을 강화했다. 그 첫 번째 발걸음으로 임직원 자원봉사를 지역사회 친환경 활동과 연계하며 폐플라스틱을 활용해 친환경 생활용품을 제작해 지역사회에 기부하는 등 지역사회의 친환경 전환을 작은 것에서부터 선도해 나갈 계획이다. 또한 국민과의 상시 소통 기구인 ‘시민참여혁신단’ 내 ESG 분야별 전문가를 새로 위촉해 이해관계자와의 네트워크를 강화함으로써 체감형 ESG 성과를 창출하고자 한다. 대한민국의 ESG 허브로 비상할 인천공항의 나눔과 노력이 사람과 가치를 이어 나갈 하늘빛 미래를 기대해 본다.

제주농협지역본부

대한민국 나눔 수도 제주, 그 중심에 선 제주농협지역본부

제주농협지역본부의 사회공헌 철학

제주농협은 지역본부를 중심으로 제주도 내 읍면 단위에 23개 지역 농·축협 본점과 그 산하에 지사무소 99개소, 농협은행 등 계열사 사무소를 두고 있다. 전체 임직원은 3,400여 명이고 또 조합원 수는 81,000여 명으로, 제주특별자치도 전체 인구(66만명)의 11.9%를 차지하는 제주를 대표하는 기관이다.

3차 산업 비중이 가장 높은 제주는 1차 산업이 9.9%를 차지하고 있다. 전국 1차 산업 비중이 1.9%인 것을 감안하면, 제주의 1차 산업 비중이 5.2배 높다. 그래서 제주 농업과 농협이 제주의 경제를 이끄는 중심 역할을 담당하고 있다. 당연히 지역사회에서 어려운 이웃을 돕는 일에도 제주농협은 제주도 내 기관·단체·기업에 앞장서 선도적인 역할을 수행하고 있다.

제주에서 생산되는 농산물 60% 이상을 육지부 지역으로 보내고 있다. 특히 겨울에 생산되는 양배추, 당근, 무 등 월동 채소류는 80% 이상을 전국에 공급하고 있다. 이는 제주 농업의 성장 가능성을 의미한다. 농업 부문과 함께 제주농협사업의 한 축인 금융 부문에 있어서도 예수금 11조 8,000억 원, 대출금 14조 7,000억 원으로서 제주도 내 금융기관 중 40% 이상을 점유하고 있다.

2020년 말 기준, 제주도 내 소재 기관(단체)·기업 중 임직원 수 3,400여 명으로, 제주도 내 공무원을 제외하고는 가장 많은 인원이 제주 농업과 농촌의 발전을 위해 일하고 있다. 이는 제주농협의 자부심이기도 하며, 지역사회에 기여를 앞장서 실천해야 한다는 책임감의 근간이기도 하다. 많은 인원이 제주농협을 이끌고 있는 만큼 제주농협이 사회공헌을 실천하는 데 있어 중심은 사람에 있다.

매년 제주농협의 경영의 중심은 ‘나눔경영’이다. 그 이유는 앞서 언급한 바와 같이 제주 경제의 중심이 농업이며, 그 농업은 지역 주민들과 상생을



▲ 농촌 일손돕기 봉사

통해 성장할 수 있기 때문이다. 제주도민 스스로도 제주농협이 지역사회에 대한 역할에 주목하고 또 기대가 높다. 이에 부응하기 위해 제주농협은 오랜 시간 동안 다른 지방과 다른 방법으로 사회공헌을 하며 지역사회 환원을 이어 가고 있다. 제주농협의 사회공헌 철학은 ‘지역 주민과 지역사회와의 동반 성장’이다.

코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

제주농협의 사회공헌 역할은 그 어떤 기관이나 기업보다 앞장서 실천하므로써 지역사회 사회공헌의 소중한 가치를 높이고, 다른 기업들의 참여를 이끄는 데 있다.

2020년에 코로나19 상황은 나의 일상, 우리의 일상을 하루아침에 바꾸어 놓았다. 잠시 스쳐 가는 전염병인 줄 알았다. 코로나19 발생 이후 한 달 두 달이 지났고, 곧 끝나지 않을 것이라는 위기감에 제주농협이 앞장서 코로나19 위기 극복에 동참하기로 했다.

그 시작으로, 2020년 3월에는 범제주농협 직원으로 구성된 방역봉사단을 출범시켰다. 국가적 위기 상황이 발생하면 어려움에 가장 먼저 노출되는 게 취약 지역의 아이들이다. 농협방역봉사단은 제주도 내 농촌 지역 소재 93개 학교와 재정이 열악한 사립유치원 21개소를 찾아가 코로나19 방역 활동을 전개했다. 이런 농협방역봉사단의 활동은 제주 사회에 코로나19 방역 봉사 참여를 확산하는 불씨가 됐다.

농협방역봉사단은 농촌 학교에 방역 봉사와 함께 관광객이 많이 찾는 제주도 내 5대 민속오일장(제주시, 대정, 서귀포, 한림, 세화)에서도 방역 봉사활동을 실시했다. 2020년에 코로나19 방역 봉사활동을 292회에 걸쳐 실시했는데, 제주농협 직원 200여 명이 참여했다.

제주농협은 코로나19 위기 극복을 위한 특별 임직원기부운동도 전개했다. 코로나19 위기 상황에서 시작된 사상 유례 없는 학교 온라인 개학이 실시됐다. 이에 제주농협은 취약 계층 청소년 가정 152가구에 학습용 노트북을 구입해 지원했다. 노트북 구입 자금은 제주농협 임직원들의 성금으로 마련됐다.

임직원들의 기부는 계속됐다. 제주도가 모든 도민에게 지급한 제주형 2차 재난지원금을 십시일반 모아 코로나19로 더 힘들어 하는 취약 계층을



▲희망드림프로젝트 희망기금 전달식

지원하기 위해 제주사회복지공동모금회에 기탁했다. 1,000여 명이 참여한 기부금은 61백만 원이다. 이런 코로나19 극복 기부운동은 지역사회에 자신보다 더 어려운 이웃을 위해 희망을 전할 수 있다는 기부의 소중함을 전하는 전환점을 만드는 기회가 되기도 했다.

제주농협은 끝이 보이지 않는 코로나19의 어려운 상황에서 제주도 내 중소기업과 소상공인의 경영 안정을 돕기 위한 맞춤형 금융 지원을 확대했다. 금융사업을 통해 조성된 수익금 중 일부를 소상공인 희망채움기금으로 제주신용보증재단에 출연(2020년 336백만 원, 2021년 855억 원)해 소상공인 자금 지원에 앞장섰다. 이외에도 대출 만기와 이자 상환 유예 조치, 코로나19 피해 기업의 대출이자를 지원하며 중·소상공인의 어려움을 함께 나누었다.

사회공헌사업을 시작하게 된 계기와 배경

‘농협법 제1조’ 정신 실천, ‘농업인의 경제적·사회적·문화적 지위를 향상시키고, 국민경제의 균형 있는 발전에 이바지함을 목적으로 한다.’ 농협법 제1조는 농협의 목적을 이렇게 정의한다. 이를 실천에 옮기고자 농협은 1961년 창립 이후 다양한 사업과 함께 경제·사회·문화 다방면에서 사회공헌활동을 펼치고 있다.

제주농협지역본부가 사회공헌을 본격적으로 실시한 시점을 찾는다면 2006년부터다. 당시 ‘제주농협행복나눔운동본부’를 발족해 제주 사회에 소외된 이웃들이 세상과 따뜻하게 소통할 수 있도록 다양한 사회공헌활동을 전개하기 시작했다. 제주도에서 가장 많은 인원이 근무하는 기관으로서, 제주 경제의 중심축인 농업을 이끄는 기관으로서 책임을 다하기 위해 ‘사회공헌’을 중점적으로 추진하기 시작했다. 그 시작은 제주농협 전체 임직원의 ‘기부와 봉사’ 참여가 토대가 됐고, 지금 제주농협의 사회공헌을 이끄는 버팀목이다.

경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG경영) 측면을 적용한 부문

제주농협은 제주특별자치도금고를 지난 2003년부터 담당하고 있는 금융기관으로서 매년 금융사업을 통해 발생한 수익 중 상당 부문을 지역사회에 환원하고 있다. 그 대표적인 예로, 소외 계층 지원을 위한 이웃 사랑 성금 기부, 소외 계층 청소년 급식 지원 출연, 소상공인 금융 지원을 위한 공익 기금 출연 등을 통해 제주도 내 사회공헌 1위 기관이라는 명예를 견고히 유지하고 있다.

특히 농협이 운영하는 하나로마트는 골목 상인과 소상공인의 상생을 도모하기 위해 하나로마트 매장 내 제주도 내 중소기업의 제품을 판매하는 전용 코너를 설치한 것은 물론 하나로마트 수익의 일부(매출액의 0.5%)를 나눔기금으로 매년 조성해 지역사회의 소외된 이웃을 위해 사용해 오고 있다. 2011년부터 조성된 나눔기금은 2020년 말 기준 25억 원에 이른다. 또한 농업의 터전인 농촌의 환경을 보전하기 위해 23개 지역 농·축협 소속 여성봉사단체인 농가주부모임 및 고향주부모임과 연계해 ‘깨끗하고 아름다운 농촌 만들기’사업을 추진하고 있다. 농업을 위해 사용하다 버려진 폐비닐, 농약병 등 농자재 수거와 농촌 지역 들녘 가꾸기 일환으로 꽃심기 등의 사업을 실시해 오고 있다.

제주농협의 대표적인 사회공헌

제주농협은 나눔과 기부문화의 실천 및 이를 지역사회에 확산시키기 위해 2006년 9월, 직원들이 매월 기부에 참여하는 ‘제주농협 행복나눔운동’을 지금까지 전개하고 있다. 매월 모금된 기부금은 제주사회복지협의회, 제주사회복지공동모금회 등 도내 유관 기관과 협력하며 소외된 이웃에게 용기와 희망을 전하는 데 사용하고 있다. 2020년 말 기준, 매월 기부에 참여하는 직원은 2,509명으로, 매년 2억 원이 넘는 금액이 모아져 현재 30억 원에 이른다.

모금한 기금으로 ‘제주농협 희망 Dream프로젝트’사업과 ‘선택이 취약 계

층 차례상 장 보기' 지원, '재일 제주인 1세대 모국 방문' 지원, '청소년 공부방 선물' 지원, 밑반찬 나눔, 복지시설 후원 등 다양하게 전개하고 있다.

'제주농협 희망 Dream프로젝트'사업은 제주농협의 대표적인 사회공헌 사업이다. 2013년부터 모금액 1억 원을, 취약 계층의 딱한 사연을 접수한 후 희망을 이어 갈 수 있도록 가구당 최고 500만 원의 희망기금을 전하고 있다. 청소년 재능 개발비, 학업 지원비, 의료비, 주거 환경 개선비, 취업 지원 등 2020년 말 기준으로 310가구에 830백만 원을 지원했다.

미국 카네기홀에서 생애 처음으로 공연할 수 있는 기회를 얻었지만, 어려운 가정 형편으로 포기할 수 밖에 없는 딱한 사연을 접한 후 미국 공연비 전액을 지원하며 그 꿈을 응원했다. 또한 코로나19로 아버지가 실직하게 돼 더이상 학원비를 지원할 수 없어, 스포츠댄스 국가 대표의 꿈을 포기하게 된 다문화 가정 청소년에게 1년간의 학원비 전액을 지원했다. 이처럼 제주농협의 나눔은 일반적인 복지지원제도로서는 지원할 수 없는 가정에 희망을 전하는 데 그 목적이 있다.

제주농협이 사회공헌사업을 하면서 중요시 여기는 부분

제주농협이 사회공헌사업의 전문 기관은 아니다. 그래서 소외된 이웃을 위한 사회공헌을 확산하는 데 어려움이 생길 수 있고, 사회공헌사업의 다양성도 한계에 부딪힐 수밖에 없다. 이를 극복하기 위해 제주도 내 사회복지 및 사회공헌 전문 기관은 물론 지역사회의 문제를 해결하기 위해 노력하는 여러 기관(단체)과의 협업을 추진하고 있다.

제주사회복지공동모금회는 오래된 사회공헌 파트너다. 제주농협 임직원들의 기부금을 투명하고 공익적으로 집행하기 위한 '희망드림프로젝트'사업, 사랑의 쌀 나눔, 재일 제주인 모국 방문 지원, 청소년 장학금과 급식비 지원사업을 10년 넘게 추진하고 있다.

또한 제주사회복지협의회는 제주농협의 사회공헌 멘토다. 소외 계층을 지원하기 위한 신사업의 추진 방향과 내용에 내실을 기할 수 있도록 협업

차원에서 다양한 의견을 공유한다. 아울러 제주도 내 봉사단체와 제주농협 직원봉사단체가 공동으로 참여할 수 있는 다양한 사업을 제안하며 봉사활동의 시너지를 높이는 역할을 수행하고 있다.

또 대한적십자사 제주지사와는 사회적 약자를 지원하기 위한 설날·추석 명절 차례상 장 보기 지원, 취약 계층에 대한 자연재해 피해복구지원사업 등을 추진하고 있다. 제주농협의 사회공헌에서 자랑거리 중 하나는 ‘사랑의 헌혈’이다. 일 년 내내 릴레이 방식으로 참여하는 헌혈은 육지부 다른 지역에서 찾아볼 수 없는 특별함이 있다. 지역 주민들이 자주 찾는 하나로마트 주차장에 헌혈 차량을 세워 두고, 농협 직원뿐만 아니라 농협을 찾는 지역 주민들도 함께 헌혈에 동참할 수 있는 분위기를 만들어 가고 있다. 제주농협 임직원 사랑의 생명나눔 헌혈에는 매년 500명 가까운 직원들이 참여하고 있다.

아울러 초록우산어린이재단 제주본부와는 제주도 내 취약·저소득 가정의 청소년들을 위한 지원사업을 전개하고 있으며, 도내 청소년들의 창의적 체험 활동을 지원하기 위한 사업을 공동으로 수행하고 있다. 또한 국립제주대학교와는 대학생들의 안정적이고 선제적인 취업을 지원하기 위한 ‘취업아카데미’를 매년 공동으로 운영하고 있다.

이와 함께 제주시자원봉사센터와 행복나눔 업무협약을 통해 홀로 살아가는 어르신 정서 지원 나들이, 설날 세배 드리기, 사랑의 산타, 사랑의 연탄나눔봉사 등을 실시해 지역사회에서 공동 나눔을 실천하는 귀감 사례가 되고 있다.

그리고 제주메세나협회와는 제주 지역 주민과 문화예술인의 활동을 위한 후원 참여는 물론 지역 주민들이 문화예술에 가까이 다가설 있도록 농협 점포를 전시 공간으로 활용하는 전시회를 주기적으로 개최하고 있다. 2020년 1월에는 운영에 어려움을 겪고 있는 호스피스 병동을 후원하기 위해 청년 작가를 초청한 후 제주풍경사진전을 개최하며 전시 기간에 판매한 사진 판매 수익금 전액을 기부해 지역사회의 주목을 받기도 했다.

제주농협의 나눔은 ‘크기’가 아니라 ‘빈도’

제주농협은 많은 금액을 투자해 일회성에 그치는 사회공헌보다는 작더라도 지속적인 사회공헌활동을 중요한 가치로 삼고 있다. 작더라도 꾸준한 나눔과 봉사를 통해 더 많은 농협 임직원과 지역 주민이 사회공헌의 소중한 가치를 공감하고, 동참을 이끄는 데 제주농협의 사회공헌 목적이 있기 때문이다.

제주농협의 사회공헌을 나침반에 비유한다. 나침반이 가리키는 방향은 북쪽이다. 북쪽을 통해 나머지 세 방향을 찾아가듯, 제주농협의 사회공헌의 실천 방향을 통해 도움이 필요한 이웃에 따뜻한 손길을 건네 줄 수 있는 사람들이 많아지기를 소망하는 뜻을 담고 있다. 나침반의 침이 북쪽을 향해 크지는 않지만, 작은 떨림을 멈추지 않고 유지하듯이 제주농협 나눔의 떨림은 멈춤 없이 특별하다.

기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

2020년에 지역사회공헌 인정 기관으로 선정되는 데 중요시 정리했던 사항은 제주농협 자체의 사회공헌사업 추진 내용과 함께 제주농협 임직원들의 사회공헌 참여 사례다. 기업, 기관, 단체 구성원들의 사회공헌에 대한 이해와 자발적인 동참 없이 추진하는 기업의 사회공헌에는 이웃에 대한 온기(溫氣)가 없기 때문이다.

제주농협은 2006년부터 임직원들의 기부와 봉사 참여 조직문화를 체계적으로 만들어 가고 있다. 이를 토대로 전개하는 기업의 사회공헌은 지역 사회와 주민들로부터 다른 기업이나 기관이 추진하는 사회공헌과는 사뭇 다르다는 차별성을 인정받고 있다.

코로나19, 그 끝이 보이지 않는다. 제주농협의 사회공헌 참여 방향은 코로나19로 힘들어 하는 이웃들에게 희망과 용기를 전할 수 있는 일들에 방향을 맞출 계획이다. 올해 그 첫 번째 시작으로, 지난 8월에는 제주농협 ‘8월의 여름 크리스마스’ 행사를 개최했다. 제주농협은 무더위와 코로나19로

지쳐 가는 어린이들이 꿈을 키울 수 있도록 ‘한여름의 크리스마스, 농협산타 선물 전달’이벤트를 8월에 진행했다. 농협산타는 초록우산어린이재단에 1억원을 기탁해 제주도 내 65개 지역아동센터와 화상으로 연결해 행사를 진행했다. 어린이 1,708명을 대상으로, 갖고 싶은 선물 리스트를 미리 전달받아 맞춤형 선물을 준비했다.

한편, 무더위가 최고조였던 7월에는 저소득층 다자녀 가구 130세대에 창문형 에어컨을 지원했다. 창문형 에어컨 지원은 사회적 거리 두기가 강화돼 가정에 머무는 시간이 많아진 어린이들이 무더운 여름을 쾌적하고 건강하게 지낼 수 있도록 마련됐다. 이처럼 제주농협은 코로나19가 종식되는 그날까지 코로나블루 극복을 위한 사회공헌사업을 꾸준히 추진할 계획이다. 지원 대상의 중심은 미래 세대 아이들이다.

제주농협의 사회공헌은 지역사회와 함께, 지역 주민과 함께 동반 성장을 이끄는 데 그 목적이 있다. 이런 제주농협의 사회공헌 실천 목적은 시대가 변화하더라도 바뀌지 않을 것이다. 그 이유는 제주농협이 지금까지 지속적으로 성장할 수 있는 기반은 제주라는 지역사회이기 때문이다.

제주 스스로는 제주를 대한민국의 ‘나눔수도’라고 말하고는 한다. 특별자치도라는 상징성 때문일까. 인구 대비 가장 많은 사람이 기부와 봉사에 참여하는 비율이 전국에서 가장 높기 때문이다. 이는 ‘나눔수도’ 제주를 이끄는 자긍심이기도 하다. 제주농협은 나눔수도 제주를 사회공헌의 대표 도시로 이끄는 든든한 동반자이자 중심 기관으로서 역할을 지속적으로 이어 가는 것을 중요한 경영 가치로 삼고 있다.

창업진흥원

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

- 기관 소개: 창업진흥원은 기업가 정신을 함양하고, 기술 기반 예비창업자의 창업을 촉진시켜, 창업 기업의 성장을 통한 양질의 일자리 창출 및 국가경제 발전에 기여하기 위해 설립된 창업진흥 전담기관이다.

- 경영 철학: 창업 기업은 우리 경제의 근간으로, 고용과 성장의 핵심을 담당하고 있다. 지금까지의 1-3차 산업 시대에는 대기업 중심의 경제 구조였다면, 4차 산업혁명 시대에는 창의적 아이디어가 고부가가치를 창출하고 또 유니콘 기업으로 성장할 수 있는 경제적·사회적 토대가 마련되었다. 이에 우리 원은 우수한 창업 기업의 발굴·육성과 혁신적인 창업 생태계를 조성하기 위해 인프라부터 사업화, 글로벌 진출 지원까지 창업 기업의 성장 단계별 지원 체계를 구축하고 있다. 온라인 멘토링시스템, 온라인 법인 설립시스템, 창업에듀 등 손쉬운 창업 환경 구축 등 본연의 창업 지원 업무를 수행하며, 코로나19 위기를 극복하기 위한 비대면 산업의 유망 분야 창업 기업 발굴, 청소년·여성 기업 및 사회적경제기업 등 창업 취약 계층의 지속 성장 역량을 강화하기 위해 지역의 유관 기관과 협력하며 사회적 가치 실현을 확산하기 위해 노력하고 있다. 특히 2020년 혁신 창업 생태계를 선도하며 창업하기 좋은 나라 실현이라는 비전을 통해 공공기관으로서 사회적 책무와 사회적 가치를 실현하기 위해 전사적인 노력을 하고 있다.

창업진흥원은 누구나 창업에 도전할 수 있는 분위기와 창업을 응원하는 문화를 조성해 창의적인 아이디어를 지닌 창업 기업이 유니콘 기업으로 성장할 수 있는 초석을 마련하고자 하는 경영 철학을 바탕으로 국민과 소통을 통한 기관 운영으로 국민이 체감할 수 있도록 창업진흥원의 임직원이 모두 노력하고 있다.

1-2) 지역사회에 대한 기업·기관의 철학

지역사회 철학: 창업진흥원은 ‘포용적 창업지원활동 강화’의 일환으로, 창업 촉진이라는 고유의 업을 기반으로 지역사회의 문제를 해결하기 위해 유관 기관과의 협력 강화, 사회적 취약 계층을 대상으로 한 창업 지원 및 사회공헌활동 추진 등을 통해 2020년에 총 4조 9,545억 원(창업 지원 사회 성과 3조 8,113억 원, 사회공헌 사회 성과 1,888억 원, 경제적 사회 성과 9,542억 원) 이상의 사회적 가치 창출 효과를 달성하는 등 지역사회와의 상생 협력 및 균등한 기회를 제공하며 사회적 가치 실현을 확산하는 데 기여하고 있다. 이와 같이 우수한 성과를 달성할 수 있는 이유는 ‘지역사회와 소통하며 지역사회의 문제를 발견하고, 지역의 유관 기관 간 협력을 통한 문제 해결’이라는 지역사회에 대한 창업진흥원의 철학이 뒷받침되었기 때문이다. 이러한 철학을 바탕으로 ① 지역·사회 현안 해결 활동, ② 사회적 약자 배려 활동, ③ 지역 특색을 담은 활동, ④ 창업 사업 기반의 포용과 나눔 활동이라는 4가지의 추진 전략을 바탕으로 지역사회와 상생 협력을 이어 나가고 있다.

1-3) 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

코로나19 확산으로 인해 대면으로 추진하던 사회공헌활동에 많은 문제가 발생했다. 이에 창업진흥원은 코로나19라는 특수한 상황에 맞춰 비대면 방식으로 지역사회와 소통을 이어 가며 사회공헌활동을 추진하고 있다. 추진하고 있는 대표적인 활동으로는, ‘시각장애인을 위한 전자도서 제작 비대면 사회공헌활동’이다. 창업진흥원의 임직원이 참여해 시각장애인이 음성·점자를 통해 책을 접할 수 있도록 도서를 스캔한 후 추출한 텍스트를 제작 지침에 따라 교열·편집을 하는 사회공헌활동이다. 이렇게 완성된 전자도서는 시각장애인 전용 온라인 도서관에 업로드가 되며, 시각장애인들이 모바일 앱을 통해 전자도서를 읽거나 음성으로 듣고 또 점자기기에서 점자책으로도 활용할 수 있다.



▲ 전통시장 방문 및 구매 물품 기부

이 밖에도 전통시장 비대면 장 보기 방법 홍보캠페인, 시각장애인 문화 콘텐츠 접근성 향상을 위한 목소리 재능 기부 오디오북 제작 프로젝트, 코로나19 위기 극복을 위한 기관장·임직원 기부 활동을 추진하고 있다. 이와 같이 비대면에 특화된 사회공헌활동을 추진하거나, 대면 접촉을 최소화 하는 등 안전한 공헌 활동을 추진하고자 한다.

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경

최근 공공기관을 중심으로 지역사회 동반 성장 등 사회적 가치 창출을 통한 더불어 잘사는 경제 확립 등 공공기관의 사회적 역할이 매우 중요시 되고 있다. 창업진흥원도 창업 지원을 통한 일자리 창출이라는 기관 본연의 업무를 수행하면서, 지역사회에 이바지할 수 있는 기관의 역할에 대해 고민했다. 이에 그간 지역 내 소상공인 상권을 활성화하기 위한 전통시장 방문 등 일회성에 그쳤던 사회공헌활동을 좀 더 지속적이고 체계적인 사

회공헌활동으로 수행하기 위해 사회공헌활동을 포함한 기관의 전반적인 사회적 가치 실현을 담당하는 사회적 가치혁신팀을 신설하고, 2019년부터 사회공헌활동을 본격적으로 시작하게 되었다.

2-2) 경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG경영) 측면을 적용한 부분

2021년도에는 “온(溫)택트를 통한 지속가능한 나눔 및 기부 확대 사회공헌활동 시행”이라는 기관의 목표를 설정하고, 이를 달성하기 위해 지역사회와 소통하며 현안 해결 활동 등 4대 전략 방향과 16개 실행 과제를 발굴해 경영 활동 전반에 사회공헌을 더욱 체계적으로 적용·실시하고 있다. 특히 올해는 지역사회의 문제를 발굴하고 해결하기 위해 지역 내 공공기관과 협업 체계를 구축해 지역 문제를 더욱 적극적으로 해결하기 위한 기반을 마련했다. 또한 환경에 대한 관심이 높아짐에 따라 자전거 출퇴근 캠페인을 실시했고 또 기관의 관용차를 전기차 등 친환경 차로 변경하는 등 탄소 절감을 위해 다양한 노력을 실시하고 있는데, 앞으로 이를 더욱 확대할 예정이다.

2-3) 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개

창업진흥원에서 추진하는 사회공헌활동은 1) 지역사회 소통·교류 및 구매 확대를 통한 지역 경제 활성화(전통시장 방문 등), 2) 사회적 취약 계층 판로 지원을 통한 안정적 자립 기반 구축(자활 슈즈데이 및 자활 세차, 사회적경제기업 판매전 등), 3) 기부·나눔문화 확산을 통한 지역사회 상생 협력 실천(아름다운 가게, 헌혈캠페인, 플리마켓 등), 4) 안전·환경관리를 통한 쾌적하고 안전한 생활환경 조성(쓰담쓰담 캠페인, 자전거 출퇴근 캠페인 등), 5) 비대면 특화 사회공헌활동(비대면 전자도서 제작, 오디오북 제작 등)으로 구분해 사회공헌활동을 추진하고 있다. 대표적인 사회공헌활동으로는 자활기업 등 사회적 취약 계층의 판로 지원 등을 위한 안정적인 자립 기반 구축의 일환으로 추진한 ‘지역 사회적경제기업 공동 판매전’이



▲ 아름다운 하루(Start-up me)

다. 해당 공헌 활동은 지역의 사회적경제기업 등의 성장 지원 등을 위해 지역의 유관 기관과 협업을 통해 판매전을 개최함으로써 상품 및 서비스 판매를 촉진하는 활동이었다. 2019~2020년도 추진 실적으로는, 총 5회를 개최해 약 24,631천 원 이상의 매출액을 달성했으며, 평균 21개사 이상이 판매전에 참여하는 등 우수한 성과를 창출했다. 또한 자활기업의 자립 성장을 지원하기 위한 ‘슈즈데이’ 캠페인이 있다. 근로 능력이 부족한 저소득층을 대상으로 전문 세탁 등에 대한 노하우를 제공해 취·창업에 대한 기회를 제공하는 사업으로, 기관의 연례 행사로 개최되고 있으며, 임직원 여러분의 우수한 만족도(2020년 기준 97.1% 이상 만족)를 달성하고 있는 캠페인이다.

2-4) 지역에 사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분

그동안 대한민국 경제성장의 패러다임은 ‘성장’을 최고의 이념으로 인식해 왔다. 또한 분배에 대한 문제는 경제성장이 이루어진 이후의 과제로 치

부되었다. 이러한 인식은 성장과 분배의 관계를 제로섬에서부터 보는 문제로 인해 발생되었다고 본다. 하지만 대한민국 경제성장의 부산물인 불평등을 해결하기 위해서 성장에 친화적인 재분배 전략이 필요한 시점이라고 본다.

이에 창업진흥원은 창업 기업의 '성장'과 더불어 지역사회와의 상생 협력을 통해 사회적 가치 실현을 확산하는 것은 공공의 '분배'가 이루어진다는 것을 목표로 하기 때문에 성장에 친화적인 분배를 위해 1) 지역 간 균형 있는 창업·사회적 가치 확산, 2) 사회적 취약 계층 등 창업 사각지대 해소, 3) 창업을 기반으로 한 특화된 사회공헌활동 등을 통해 누구나 쉽게 또 고르게 창업을 접하며 사회적 가치를 실현하는 주체가 되도록 많은 고민을 하고 있다.

2-5) 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 느낀 점이 있다면?

창업진흥원에서 추진하는 다양한 사회적 가치 실현과 관련된 활동을 통해 내부 임직원의 사회적 가치에 대한 인식이 많이 상승하는 것을 느끼고 있다. 본인이 담당하고 있는 업무의 목적뿐만 아니라, 목표 설정에 있어서 사회적 가치를 결부하는 내재화 효과를 자연스럽게 발휘하고 있다. 또한 대국민 대상 사회적 가치 우수 사례 경진대회 등을 개최함으로써 창업진흥원이라는 기관이 단순히 일자리 창출이 아닌, 공공성과 공익성 그리고 공동체성을 중요시하는 공공기관이라는 이미지를 심어 주었다고 본다. 이러한 활동을 통해 창업진흥원이 추구하는 사회적 가치를 다양한 이해관계자와 공유할 수 있으며, 타 공공기관이나 민간기관과 사회적 가치를 실현하기 위한 다양한 협력 사항을 이끌어 낼 수 있는 좋은 기회가 된다고 본다.

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

3-1) 2020년 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감

창업진흥원은 2020년도에 지역사회의 비영리단체와 파트너십을 맺고 사회공헌활동을 꾸준히 펼친 공공기관을 대상으로 그 공로를 인정해 주는 지역사회공헌 인정제 승인을 받았으며, 준정부기관 중에 유일하게 보건복지부장관 표창을 수상하는 영예를 얻게 되었다. 특히 창업진흥원은 기관 고유의 특색이 반영된 업을 기반으로 사회적 가치 실현을 확산하기 위해 사회공헌활동을 추진하고 있으며, 지역 내 유관 기관과 전략적인 협력 체계를 구축해 사회적경제기업 및 자활기업을 대상으로 판로 지원 등 자립 성장을 위한 공동 판매전, 자활 연계 프로그램 등 사회공헌과 창업 지원을 통해 2020년에 총 4조 9,545억 원(창업 지원 사회 성과 3조 8,113억 원, 사회공헌 사회 성과 1,888억 원, 경제적 사회 성과 9,542억 원) 이상의 사회적 가치 효과를 창출한 우수한 성과를 인정받아 최종 선정이 되었다고 생각한다.

앞으로도 공공기관으로 사회적 책임을 다하기 위해 지역사회와 소통을 하며, 문제를 해결하기 위한 사회적 가치 실현을 확산할 것이다.

3-2) Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획

우리가 생각하는 사회공헌은 기관이 보유한 역량을 활용해 임직원이 한 마음 한뜻으로 사회적 가치를 위해 활동하는 일련의 과정이라고 본다. 공공기관으로서, 창업진흥 전담기관으로서 본연의 역할을 수행함은 물론 지역사회 또는 전국의 유관 기관과 협력하며 우리가 공헌할 수 있는 부분을 찾아 제한된 자원에서 최선의 노력을 다하는 것이 그간의 사회공헌 철학 중 하나다. 이 가치는 Pandemic 이후, Next Normal 시대에도 크게 변화하지 않을 것이라고 생각한다.

다만, 코로나19를 경험하며 오프라인에서 온라인으로, 단독 프로그램에

서 협업 프로그램으로 With-COVID 사회공헌활동을 서서히 준비하고 실행했던 경험을 더욱 발전시켜 좀 더 많은 기관과 협력하며 실질적이고 지속적으로 사회에 공헌할 수 있는 일을 수행할 계획이다. 특히 ESG 시대, 지역사회와 환경에 대한 대내외적인 관심이 고조되고 있는 만큼, 환경을 더 생각하는 공헌 활동에 참여할 수 있도록 노력할 예정이다.

3-3) 기업·기관·지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 미래상
지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치는 바로 “협력과 공존”이다. 우리는 그동안 지역사회에 함께하고 있는 다양한 기관과 함께 예술기업 지원활동, 사회적기업 판매촉진활동, 반부패 청렴캠페인, 사랑의 헌혈 캠페인, 바자회 활동 등을 경험했다. “혼자”보다 “함께”가 더 많은 힘이 된다는 기억을 살려 지역사회의 다양한 이해관계자와 함께 호흡하는 공헌 활동을 추진하며 지역 성장에 조금이나마 이바지하는 기관이 되겠다.
사회공헌활동의 미래상 역시, 함께함으로써 더 많은 사회적 가치를 창출하는 것으로 요약할 수 있다. 우리가 지역사회에 이바지함은 물론 더 나아가 구성원들이 지역사회공헌활동을 계기로 공공기관의 역할과 책임을 다하면서 서로 이해하고 소통하는 계기가 된다면 가장 아름다운 공헌 활동이 될 것이라고 믿어 왔다. 역지로, 어쩔 수 없이, 해야 하니까 참여하는 활동이 아닌, 우리 삶의 일환으로서 모두 당연하게 또 즐겁게 함께할 수 있는 지역사회공헌활동을 계획하고, 지속적인 환류 노력을 다하는 것도 우리가 생각하는 사회적 가치의 큰 축이라고 생각한다.

패션플러스

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

패션플러스는 온라인 패션 전문몰 1세대로, 1999년에 창업해 한국 패션 온라인 시장을 개척한 쇼핑몰이다. 커머스 환경의 변화에 따라 경영진 교체를 통해 2015년에 70만 개 상품 수에서 2021년에 340만 개 상품 수로 증가하고 있다. 또 입점 브랜드도 다양화함으로써 쇼핑몰을 방문하는 고객들이 저렴하면서도 품질 좋은 상품들을 구매할 수 있도록 노력하고 있다.

과거 여성 의류 중심이었던 패션플러스는 지난 6년간 다양한 카테고리(남성, 스포츠, 아웃도어, 골프, 잡화, 캐주얼, 아동 의류 및 명품, 리빙, 뷰티 등)로 확장하며 여성 전문몰에서 명실공히 패션 종합몰로 변신해 고객들의 선택권을 확장하며 고객만족도를 높여 오고 있다.

2020년은 전년 대비 52%의 폭발적인 매출 신장을 이뤘으며, 올해는 거래액 기준 6,000억 원을 목표로 하고 있다. 패션플러스는 ‘더 좋은 제품을, 더 저렴하며, 빠르고, 손쉽게(BETTER, CHEAPER, FASTER, EASIER)’라는 슬로건 아래 일 중심의 수평적인 조직 문화를 추구하고 있다.

또한 2021년 3월부터 MZ세대를 위한 패션 콘셉트숍인 ‘스타일크루(STYLECREW)’를 신규 론칭했다. ECO관을 통해 최근 젊은 세대들의 지속가능 패션에 대한 높은 관심과 글로벌 패션뿐만 아니라 국내에서도 친환경 패션에 대한 뜨거운 열기를 보이고 있기에 그에 맞춰 이를 진정성 있게 담아내고 있다.

또한 패션으로 인한 환경오염의 문제점과 해결 방안을 한 번 더 생각할 수 있는 콘텐츠와 상품도 제안하고 있다. 이를 MZ세대를 위한 취향 저격 플랫폼으로 성장시켜 나갈 계획이다.

패션플러스는 꾸준한 매출 상승세와 함께 영업이익도 점차 높아지면서 지속적으로 사회적 책임을 다하는 기업으로 변모하고자 꾸준히 노력하고 있다.

1-2) 지역사회에 대한 기업·기관의 철학

당사가 취급하는 브랜드 의류 품목에서 가장 필요한 사람에게 기부함으로써 사회와 더불어 살아가는 회사가 되려고 노력하며 매해 기부사업을 영위하고자 하고 있다. 그중 대표적으로, 깨끗하고 입을 수 있는 옷을 지역 사회의 어려운 사람들(노숙인)에게 기부했다. 또한 최근 사회적으로 이슈가 많이 된 저소득층의 여성 용품과 관련해 어려움을 겪고 있는 여성들을 위해 기존의 의류 기부활동에서 벗어나 2020년도에는 여성 용품을 기부함으로써 단발성에 그치는 것이 아니라 지속적인 기부를 진행하고자 노력하고 있다.

1-3) 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

2021년도는 코로나 상황에 맞춰 당사가 취급하고 있는 손소독제를 기부했다. 현재 LA영사관을 통해 기부를 진행할 곳을 어느 정도 확정지는 상황이며, 9월 말쯤 4만 6천 개의 재고 자산인 손소독제를 3억 6천만 원 상당 규모로 기부를 진행함으로써 국내뿐만 아니라 국제적으로도 사회공헌 활동을 펼쳐 나가고 있다.

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG경영) 측면을 적용한 부분

패션플러스는 2016년도부터 패션 상생 브랜드 육성 및 생산비 지원 프로그램(동반성장지원금제도)을 진행하고 있다. 초기 연간 20억 원으로 진행되었던 상생 지원 프로그램의 규모가 2020년에는 80억 원 이상으로, 지원 규모도 커지고 또 업체 수도 다양해지는 등 함께 성장하는 프로그램을 진행하고 있다. 아울러 패션플러스는 입점 업체와 경쟁을 할 수 있는 PB상품 개발이나 이월 상품의 사입을 진행하지 않음으로써 입점 업체들의 상품 판매 대행에 집중하며 함께 성장하는 상생의 생태계를 조성하기 위해 노력하고 있다.

또한 신규 론칭 쇼핑몰인 스타일크루 내 에코관을 기획하며, 환경오염의 문제점과 해결 방안을 한번 더 생각할 수 있는 코너를 운영하고 있다. 이를 통해 지속가능한 패션이 왜 필요한지, 소비자들의 공감을 목표로 하고 있다.

2-2) 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개

패션플러스는 2018년도부터 일자리 창출 프로그램과 취약 계층에 대한 기부 캠페인을 꾸준히 펼치고 있다.

(1) 각 연계된 대학(신구대학교, 가톨릭대학교)과 협업하며 온라인 쇼핑몰, 패션 분야에 관심이 있는 학생들을 회사로 초대해 멘토링 활동 및 채용 연계형 인턴제도를 지속적으로 운영해 오고 있다. 각 분야별 현업 실무자들과의 멘토링을 통한 업무 소개와 경험을 통해 학생들에게 일자리 제공 및 정직원으로 고용하며 매년 고용 창출을 이끌고 있다.

2020년도부터는 특성화고까지 범위를 넓혀 직접 육성 프로그램을 통한 학생 교육 후 채용 연계 과정을 진행하고, 사회 취약 계층인 장애인 고용에 이르기까지 양질의 일자리 및 고용 창출을 위해 꾸준히 노력하고 있다.

(2) 매출과 함께 영업이익도 상승세를 이끌면서 직접투자해 생산·관리하고 있는 자사 재고 물품들로 2018년도부터 주기적이고 지속적인 기부 활동을 이어 나가고 있다. 2018년도에는 서울여자대학교와 함께 여성 노숙인 프로그램을 통해 주거 취약 계층(여성 노숙인)에게 재고 자산인 여성 용품을 1,300만 원 상당 규모로 기부했다. 2019년도에는 사단법인 서울노숙인시설협회와 함께 주관해 재고 자산인 의류 품목들을 1,600만 원 상당 규모로 주거 취약 계층(노숙인)들에게 기부했다. 2020년도에는 전국 푸드뱅크와 함께 주관해 재고 자산인 여성 용품을 7억 3천만 원 상당 규모로 전국 각지의 취약 계층 여성들에게 기부했고, 성남시에도 1억 3천만 원 상당 규모로 여성 용품을 추가 기부하는 등 지역사회 내 어려운 이웃을 위한 사회공헌활동을 지속적으로 펼쳐 나가고 있다.

2021년 현재, 미국 영사관과 함께 주관해 재고 자산인 손소독제를 3억 6

천만 원 상당 규모로 YMCA(LA지역 5개 사무소)와 케드렌 지역 내 병원 등에 기부하기로 계획함으로써 국내뿐만 아니라 국제적으로도 사회공헌 활동을 광범위하게 펼쳐 나가고 있다.

2-3) 지역에 사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분

당사의 경영 철학이 모두 함께 건강하고 더불어 상생하는 삶을 지향하고 있기에 복지 사각지대의 취약 계층, 저소득층 여성의 건강권을 보장하며 사회복지 증진에 기여하고자 했다. 당사는 사회적 책임을 다하며 지역사회에 긍정적인 영향력을 전파하고자 노력하고 있다.

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획

자유로운 조직 문화를 형성하며 양질의 청년 일자리 창출을 목표로 삼고 있다. 현재 사회적 이슈인 청년 실업의 심각성을 공감하고, 문제를 해결하기 위해 적극적이고 또 꾸준한 고용 확대를 통해 문제 해결에 힘쓰고자 한다. 또한 당사는 저소득층, 취약 계층 등 꼭 필요한 사람에게 전달될 수 있도록 앞으로도 지속적인 기부활동을 이어 나갈 예정이다.

포스코건설

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

포스코건설은 1994년에 출범한 이래 글로벌 E&C(Engineering & Construction) 기업을 지향하며 제철플랜트, 산업플랜트, 에너지플랜트, 인프라 시설, 주거 시설 등 다양한 분야의 사업을 영위하고 있다. 또한 포스코그룹의 일원으로서 국내외 각지에서 CSR(Corporate Social Responsibility) 활동을 지속적으로 추진함으로써 ‘더불어 함께 발전하는 기업시민’으로서 이해관계자와 소통하고 있다. 또한 국내 시공능력평가 5위, 해외 ENR Ranking 61위에 오르는 등 글로벌 경쟁력을 갖춘 종합 건설회사로 성장해 나가고 있다.

1-2) 지역사회에 대한 기업·기관의 철학

포스코건설은 포스코그룹의 ‘더불어 함께 발전하는 기업시민’이라는 경영이념을 기반으로 더 나은 세상을 만드는 데 기여하고, 더 큰 기업의 가치를 창출하기 위해 노력하고 있다. ‘같이 짓는 가치’를 슬로건으로, Business·Society·People의 영역에서 기업시민을 실천하고자 노력하고 있다. 그중 Society with POSCO를 실천하며 지역사회의 발전이 곧 사업에 긍정적인 영향을 주고 또 회사의 잠재적 성장으로 이어지는 선순환적 관계를 형성하는 기반이 될 수 있음을 인식하고, 사회문제를 해결하기 위한 활동을 추진하며 사회적 가치 창출을 도모하고 있다. 이를 위해 포스코건설은 봉사자와 수혜자 중심의 ‘With Worth(가치 있는), Impact(영향력 있는), Touching(감동이 있는), Harmony(이웃·자연과 조화로운)’ 가치를 기반으로 다양한 활동을 펼치고 있다.



▲ 인천 지역아동센터 원앤원 활동

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경

포스코건설은 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 2006년에 사회봉사단을 창단하면서 사회공헌사업을 본격적으로 시작했다. 2010년에 송도사옥으로 이전하며 인천, 포항, 광양 등 거점 지역 봉사단 및 현장 단위 봉사단으로 조직을 정비하고 또 사회공헌 전담 조직을 갖추면서 사내 나눔문화를 위한 정책 및 제도를 수립했다. 이후 10여 년간 봉사단이 위치한 지역사회와 밀접한 사회공헌활동을 진행했으며, 국내외 프로젝트를 중심으로 한 다양한 사회공헌활동을 펼쳐 왔다. 특히 사업장 인근의 각 지역사회를 둘러싼 사회문제를 해결하기 위해 지역사회와 활발히 소통하고 있다. 취약 계층의 주거 환경, 일자리, 저소득층 자녀 양육 등 사회문제를 해결하기 위해 회사가 보유한 전문성과 개성을 발휘하며 화재 예방을 위한 주거 환경 개선활동, 인천 지역아동센터 원앤원 활동, 중학생 자유학기제 건설 교육 아카데미 등 여러 가지 대표 사업을 지속적으로 수행하고 있다.

2-2) 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개

(1) 업종과 연계한 취약 계층 안전 및 주거 환경 개선 활동 전개

포스코건설은 건설업과 연계한 사회문제 해결형 사업을 지속적으로 추진해 오고 있다. 지난 2013년, 소방청과 함께 화재 취약 계층을 대상으로 화재 예방 안전 점검과 주거 환경 개선 활동에 대한 업무협약을 체결한 이후 매년 포스코건설의 국내 현장 직원들과 지역 소방관 그리고 의용소방대원으로 희망하우스봉사단을 구성해 현장 인근 소외 계층의 집수리 및 화재 예방 시설 설치 등 화재 위험에 노출된 공간을 쾌적하고 안전한 주거 환경으로 개선하고 있다.

2020년까지 251가구에 집수리, 63곳에 골목 소화기 설치, 2,282가구에 기초 소방시설 설치를 지원했다. 특히 기초 소방시설은 의무 설치인 단독경보장치, 소화기 등뿐만 아니라 각 가정의 상황에 따라 구조구급수건, 스프레이용 소화기, 연기 감지기 등을 설치하고 또 장애인 가정에는 시각경보 연기감지기를 맞춤형으로 설치했다. 이러한 활동 공로를 인정받아 지난해 회사와 현장이 행정안전부장관 표창 및 소방청장 표창을 수상했다. 올해는 포스코그룹의 E&C 부문사인 포스코A&C 및 포스코O&M과 함께 국내 9개 지역에서 화재에 취약한 170여 가구를 대상으로 안심화재 예방세트를 설치하고, 낡은 배전반과 전선 그리고 벽지와 장판 등을 교체하는 등 통합 활동을 펼치고 있다.

지난해에는 포스코건설 현장과 소방서가 참여해 어르신들의 안전사고를 예방하기 위해 119안심콜 연계한 안전지킴이 활동을 국내 건설사 최초로 실시했다. 450명의 어르신을 대상으로 생활안전교육을 실시하고, 119 안심콜 등록 안전 팔찌, 미끄럼 방지 패드, 스틸 안전바 등 안전 용품을 제공했다. 올해에는 활동 규모를 확대하며 전국 15개 현장과 12개 소방서가 참여해 700가구를 지원하고 있다.

또한 사회적 임팩트를 제고하기 위해 그룹사 다자간협업사업인 CID (Collective Impact Design, 사회문제 해결을 위한 파트너십)사업을 진행

하고 있다. 포스코A&C, 포스코O&M, 포스코에너지와 함께 에너지 빈곤층을 대상으로 에너지 절감형 주거환경개선사업인 에코드림(Eco-Dream)사업을 진행함으로써 이들의 자립을 지원하고 또 탄소 저감을 실천하고자 한다. 또한 장애특수학교에 화재 발생 시 불길의 확산을 막고 학생들의 안전을 확보하기 위한 노후 방화문·방화셔터교체사업도 시행했다.

(2) 아동·청소년의 건강한 성장 지원을 통한 미래 세대 육성

포스코건설은 지역사회의 아동과 청소년의 건강한 성장을 지원함으로써 미래 세대 육성에 힘쓰고 있다.

2010년부터 인천지역아동센터 지원 원앤원(One&One) 활동을 통해 자사 내 30여 개 부서와 인천지역아동센터가 일대일 자매결연을 맺고 봉사활동과 다양한 프로그램을 제공하고 있다. 특히 코로나19로 대면 활동이 어려운 상황에서 결연 부서 직원들은 짬짬이 아이디어를 내어 다육식물 키우기, 마카롱 만들기 등 비대면 활동을 함께하며 즐거운 시간을 보내고 있다. 또한 사회적으로 심화되고 있는 아동 학대 및 방임 문제를 고려해 지역아동센터 아동들의 정서적인 부분을 지원하는 데 초점을 맞춰 심리상담교실을 운영하고 있다. 미술, 음악, 놀이 활동을 통해 다양한 감각을 활용하며 표현력, 자존감, 또래 관계성 등을 향상시키고자 했다. 지역아동센터의 환경을 개선하기 위해 화장실이나 주방 등 시설 개보수를 지원하고, 책걸상 등 가구 교체를 지원하고 있으며, 아동들의 논리·창의적 사고를 증진시키기 위한 코딩교육을 운영하고 있다.

아동의 음악적 재능 개발의 기회를 제공하기 위해 초등 돌봄 음악교실을 운영하고 있다. 인천과 자사 수도권 현장 인근의 30개 초등학교를 대상으로 아이들이 노래 연주가 손쉽게 가능한 우쿨렐레, 칼림바 등 돌봄수업을 제공하고 있는데, 수업이 끝난 뒤에는 악기를 학교에 기부한다.

2016년부터 청소년의 꿈 찾기를 지원하는 건설교육아카데미를 운영하고 있다. 건설업과 관련된 건축, 플랜트, 토목 등 분야의 직원 봉사자와 대학생 봉사단이 중학교를 직접 방문해 건설업 기초지식교육은 물론 현장에

근무하는 건설인과의 만남을 통해 현장감 있는 경험도 공유할 수 있는 과정이다. 2020년까지 13000여 명의 학생을 대상으로 활동을 실시했으며, 올해는 인천과 자사 현장 인근 30여 개 학교를 대상으로 활동을 실시하고 있다. 또한 인천 지역 그룹홈 아동·청소년을 위한 학력 격차 해소 및 정서 케어 사업을 진행하고 있다. 재능기부봉사단과 대학생봉사단이 참여해 영어, 과학, 드론, 보드게임 등의 학습을 지도하는 것은 물론 인생설계 멘토링, 종합심리검사 등 정서 케어 활동을 통해 전인적 성장을 지원하고 있다.

(3) 일자리, 다문화 등 사회문제 해결 지원

포스코건설은 해외 개발도상국 청년들의 자립 지원 및 지역의 고용 창출을 위해 건설기능인력양성사업을 운영하고 있다. 2018년부터 미얀마, 인도네시아 등 자사 현장 인근 지역의 청년을 대상으로 조적·미장·목공 등 초급 기능공 직업훈련소를 운영했으며, 2020년에는 코로나19로 인해 현지 훈련소 운영이 어려워 방글라데시 청년들을 위한 건설기능인력 애플리케이션을 개발했다. 마타바리 지역의 청년 160명이 교육에 참여했으며, 이 중 우수 수료자 67명이 포스코건설 마타바리발전소 현장에 채용되었다. 2021년에는 포스코건설과 인하대학교 산학협력단이 운영하는 ‘방글라데시 마타바리 취약 계층 청년을 대상으로 한 건설기능인력 양성사업’이 국내 건설업계 최초로 KOICA의 IBS(Inclusive Business Solution, 포용적 비즈니스 프로그램)사업으로 선정되었다. 2022년까지 2년간 방글라데시 마타바리 지역의 청년 500명을 대상으로 4개 기수로 나눠 기수별로 9주간 이론과 실습교육을 실시하고, 수료생 중 300여 명을 자사의 마타바리 발전소 건설 현장에 채용할 계획이다. 올해 1기 교육생 중 우수생 75명이 마타바리 발전소 현장에 취업해 육상 토목 및 건축, 유지보수팀에 배치되어 근무를 하고 있다.

또한 청년 실업 문제를 해결하기 위한 창업 지원 프로그램을 운영하고 있다. 회사가 필요한 건설 기술을 확보하고자 하는 기업의 니즈와 사업화를 좀 더 용이하게 하고 싶은 창업자의 니즈를 결합시켜 제1~2회 차세대 건



▲ 현장 외국인 근로자 의료 및 법률 상담 지원

설 분야 스타트업경진대회를 개최했다. 이때 자사의 현장 실무자 멘토링을 제공했으며, 최종 성과발표회에서 우수팀을 선정해 창업지원금 및 창업 보육센터 입주를 지원했다. 올해는 ESG경영 차원의 협력사 대상 기술협력공모전에 참여 기회를 제공해 한단계 업그레이드된 멘토링을 실시하며, 현장에 적용이 가능한 우수 제안은 실질적으로 보상 예정이다.

아울러 중부지방고용노동청과 함께 대학생들의 취업을 지원하기 위한 멘토링 활동도 진행하고 있다. 전국 17개 지역의 해양의무경찰을 대상으로 사회 복귀 후 적응 및 취업 지원을 위한 멘토링을 실시했다. 채용 담당자가 자기소개서 작성법과 면접 요령 등을 설명하는 한편, 소그룹 멘토링을 통해 포스코건설 직원들이 건축설계, 토목설계, 플랜트엔지니어링, R&D, 경영기획 등 업무 특성을 소개하고 또 실질적인 취업 준비 노하우를 설명했다. 이와 함께 취업 트렌드를 비롯해 복학 후 취업 준비 가이드를 제공하는 전문가 특강도 진행했다.

특히 포스코건설은 경제적 어려움과 의사소통 문제로 인해 복지 사각지대에 놓여 있는 외국인 근로자를 대상으로 무료 의료 지원과 법률 상담을



▲ 클린오션봉사단 활동

진행했다. 지난 6월, 자사 인천 십정2구역 아파트 건설 현장 근로자 100여 명을 대상으로 선한의료포럼, 한국국제보건의료재단 등 의료진과 함께 내과, 정형외과, 피부과 등 10개 과목의 진료와 처방약을 제공하고 또 초음파, 골밀도, 심전도 등 8개 항목의 건강검진도 실시했다. 또한 자사 법무실 직원들이 재능봉사 차원에서 팔을 걷고 나서 출입국·체류, 근로관계, 금전소비대차 등의 법률 상담과 함께 외국인 근로자들의 안정적인 근무 여건을 조성하기 위한 고충과 애로 사항을 수렴했다. 포스코건설은 외국인 근로자들을 위한 의료 및 법률 지원이 안정적인 한국 생활 적응력을 향상시킬뿐 아니라 현장에서 안전사고를 근본적으로 줄이는 효과가 있을 것으로 기대하고 있다.

(4) 사회·환경적 영향을 고려한 ESG 활동

올해 전사적으로 ESG경영을 적극 전개하기로 한 가운데 해양경찰청과 공동으로 인천·삼척·울산·새만금 지역 등 전국 4개 해안을 대상으로 환경정화 활동을 펼치는 ‘클린오션봉사단’을 출범시켰다. 지난 6월에는 인천해양경찰서와 함께 소래포구 일대에서 연안 정화 활동을 실시했다. 임직원

을 포함해 80여 명이 참여한 이번 정화 활동에서는 포크레인·집게차·덤프 트럭까지 동원해 갯벌과 해변에 방치된 폐어망, 폐그물 등 해양 쓰레기 약 40톤을 수거했다. 이때 소래 해양자율방제대에 방제창고를 기증하고, 현 판식과 벽화 그리기도 함께 진행했다. 방제창고는 오일펜스·유흡착재 등 방제자재를 보관하고, 오염 사고가 발생하면 어업인 스스로 방제작업을 할 수 있도록 사용될 예정이다.

지난 3월에 해양 환경을 보전하기 위한 범국민적인 참여를 독려하기 위해 제1회 해양오염예방 아이디어공모전 ‘사랑海바다SEA’를 시행했다. 이번 공모전은 선박·해양 시설의 기름 불법 배출 예방, 일터·가정에서의 탄소 중립 실현, 어망 무단 투기 방지를 비롯해 쓰레기 없는 바다 만들기 등 3개 분야에서 아이디어를 공모했다. 최우수작은 컨설팅과 아이디어 고도화 과정을 거쳐 2022년 정책에 반영될 예정이다. 또한 해양오염의 심각성을 알리고 또 깨끗한 바다 만들기를 위한 홍보 영상을 제작해 유튜브 채널에 공개했으며, 청소년을 대상으로 한 해양환경교육 교안을 제작해 전국 학교에 배포하는 등 해양 환경 보전 인식을 개선하기 위해 노력했다.

여기에 급변하는 시대 변화와 사회문제에 맞춰 포스코건설 임직원들로 구성된 35개 봉사단은 지역사회의 다양한 계층을 위해 활발히 활동하고 있다. 취약 계층 아동 및 청소년에게 드론·요리·악기 등의 분야에 적성을 찾는 데 도움을 주고, 건설업의 전문성을 살려 취약 계층 가구를 대상으로 낡은 배전판, 전선, 벽지, 문턱 등을 교체해 주는 주거 환경 개선 활동을 이어 갈 예정이다. 또한 창업을 준비하는 청년 기업 및 예비 사회적기업에게 멘토링을 해주는 청년창업지원봉사단, 외국인 근로자를 대상으로 법률 상담을 제공하는 법률지원봉사단 등 사회문제 해결형 재능기부봉사단을 신규 창단하는 등 ESG 분야에 사회봉사활동을 집중해 나가기로 했다.

2-3) 지역에 사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분

포스코건설은 이해관계자와 지속적으로 소통하며 사회적 이슈를 발굴하고, 파트너십을 바탕으로 사회적 솔루션을 제시하고자 노력하고 있다. 이를 위해 서로 다른 섹터 주체가 협력하는 콜렉티브 임팩트(Collective Impact) 방식의 다양한 사회공헌사업을 추진하고 있다. 정부기관, 지방자치단체, 비영리법인 등과 협력해 사업을 함께 기획하고 또 실행 과정을 모니터링하며 평가회를 통해 미흡한 부분을 개선함으로써 일자리, 주거, 교육 등 지역사회의 문제를 더욱 효율적으로 해결하고자 한다.

2-5) 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 느낀 점이 있다면?

2020년에는 코로나19 상황으로 인해 사업이 취소되거나 축소되는 경우가 많았다. 수년간 이어 온 행사도 갑자기 취소를 해야 했으며, 협력 기관과 수혜자들도 외부 지원이 끊기면서 많은 어려움을 전해 왔다. 그러나 포스코건설은 코로나19 여건에서도 직원들이 자발적으로 참여하고 또 방역을 준수하며 CSR 활동을 활력적으로 전개했다. 인천, 포항, 광양, 부산 등 거점 지역을 비롯해 전국 건설 현장을 중심으로 지역 주민의 안전을 위한 방역 활동, 취약 계층의 주거 및 교육 지원, 코로나19 의료진 지원 등 진정한 나눔을 실천했다.

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

3-1) 2020년 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감

포스코건설만의 차별화된 사업들에 주안점을 두고자 했다. 회사가 가진 전문성과 역량, 자원들을 활용한 특화 사업들을 중심으로 그 추진 과정과 특장점을 작성하고자 했다. 사회공헌활동의 사회적 가치 성과 측정 및 영향 관리에 있어서는 우선 지역사회와 함께 성과측정지표를 발굴·개발하고, 성과 측정-평가-확산의 시스템을 잘 구축해 프로그램을 지속적으로

개선하고 발전시켜 나가고자 한다.

3-2) Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획

포스코건설은 전사 차원의 ESG경영의 일환으로, 저탄소 CSR 활동을 본격화할 계획이다. 기존에 해양경찰청과 협업해 온 해양환경보전활동을 고도화할 예정이며, 그룹사가 협업하며 에너지저감사업도 지속해 나갈 것이다. 또한 일상생활에서 탄소 중립을 실천할 수 있는 프로그램을 확대해 나가는 등 사회·환경적 영향을 고려한 ESG 활동을 강화할 예정이다.

포스코건설은 지속가능한 사회공헌활동을 통해 지역사회와의 상생을 추구한다. 이를 위해 봉사자와 수혜자가 충분히 공감하고, 실제 수혜자의 니즈가 반영된 진정성 있는 활동을 전개할 예정이다. 또한 지역 주민, 소상공인, 비영리법인 등 기업을 둘러싸고 있는 다양한 이해관계자, 섹터가 참여할 수 있는 프로그램을 기획하며 기업과 지역사회 간의 상호작용을 통해 다양한 사회적 가치를 창출하고자 한다. 포스코건설은 앞으로도 환경 지키美, 안전 살피美, 이웃 돌보美, 미래 키우美로서 이웃, 자연, 고객과의 아름다운 동행을 이어 갈 계획이다.

하림

1. 하림 소개

종합식품기업 (주)하림은 1978년 3월, 전북 익산 황등농장으로 출발해 1986년에 (주)하림식품을 설립한 후 농장과 공장 그리고 시장을 연결하는 ‘삼장(三場) 통합’ 경영을 완성해 대한민국 육계산업의 글로벌 경쟁력을 높이고 있다.

(주)하림은 원종계의 사육 및 종란의 생산에서부터 부화, 사료 생산, 사육 도계 및 가공 등 최종 제품의 유통에 이르기까지 각 단계를 통합 경영하면서 글로벌 수준의 생산성을 거두었고, 이를 통해 생산성 향상과 원가절감은 물론 물량의 안정적인 공급에 기여하고 있다.

국내 최초로 축산물 품질인증 시대를 열고, 포장육과 부분육 시장의 개척을 넘어 치킨너겟 제품 등 육가공 식품을 생산하고 있으며, 무항생제 및 동물복지 브랜드인 자연실록과 신선함을 극대화한 브랜드인 프레쉬업(Fresh-Up), 냉장보다 더 신선한 IFF 등 프리미엄 닭고기 시장을 선도하고 있다.

또한 축산 선진국인 미국에 국내 최초로 축산가공회사인 알렌패밀리푸드사를 인수(2011)하며 빠른 기간에 안정화를 이루어 냈을 뿐만 아니라 세계 최고의 기술력을 보유한 미국의 사육 경험과 기술 및 노하우를 국내에 확산시켜 우리나라 닭고기 산업 전반의 경쟁력을 한 단계 높였다.

2012년에는 세계적 수준의 정읍도계공장을 건설해 동물복지 시대를 선도하는 미래 사업의 기반을 구축했으며, 2014년에는 국내 축산업계 최초로 삼계탕을 미국 시장에 진출시키는 등 글로벌 기업으로 발돋움했다.

2020년에는 전 공정을 동물복지 스마트시스템으로 새롭게 리모델링해 간편식 및 양념육 등 더 신선하고 다양한 닭고기 제품을 생산해 새로운 닭고기 시장을 만들어 나가고 있다.

특히 코로나19로 힘들어 하는 국민들에게 함께 이겨 내기 위한 응원 활동도 펼쳤다. 조기 종식을 지원하는 ‘스테이 스트롱’ 캠페인, 최일선에서 예방 활동을 펼치고 있는 의료진들에게 감사의 마음을 전하는 ‘덕분에 챌린

지' 캠페인, 화훼 농가의 피해를 돕기 위한 '플라워 버킷 챌린지' 캠페인 등 다양한 참여를 통해 응원의 메시지를 전달했다.

코로나19로 고생하는 국민들과 방역을 위해 힘쓰고 있는 의료진들을 위한 사랑 나눔도 가졌다. 코로나19 전담 병원으로 지정된 군산의료원과 원광대병원, 경북 상주적십자병원과 영주적십자병원의 의료진 그리고 전라북도 내 자가 격리자들에게 삼계탕을 지원했다. 또한 여름철 무더위와 코로나19로 힘들어 하는 어르신들과 복지시설에 토종닭을 기부하기도 했다. 하림은 코로나19 장기화로 인해 최일선에서 국민의 안전을 위해 헌신하는 보건 인력들에게도 제품을 전달하는 등 감사의 마음을 표현했다.

앞으로도 하림은 코로나19 극복하기 위해 지속적인 관심을 기울이며 나눔 활동을 이어 나갈 계획이다.

2. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

(주)하림은 윤리경영을 바탕으로 농가 및 협력 업체들과 동반 성장하는 상생경영, 정보를 공개하고 의사결정 과정을 알리는 투명경영, 이웃들과 함께하는 나눔경영을 실천하고 있다. 기업의 사회적 책임을 위한 다양한 이해관계자들과 더불어 동반 성장을 추구하고, 하림의 언어인 사랑·나눔·배려 등 따뜻한 사회를 만들어 가는 데 앞장서고 있다.

특히 (주)하림은 ESG(환경, 사회, 지배 구조)경영을 가속화하고 있다. 그 가운데 친환경 분야에 많은 투자를 하고 있다. 먼저 농장에서부터 친환경 사육을 실천하고 있다. 무항생제 인증 농가 및 동물복지 인증 농가를 확대하며 살충제 등 농약 사용을 금지시켜 수질 및 토양오염을 방지하고, 사육밀도를 낮춰 대기오염을 낮춰 가고 있다. 국내 전체 동물복지 인증 농가 110곳 가운데 하림이 60곳으로 전체의 54%를 차지하고 있으며, 동물복지 인증 농가를 점진적으로 확대해 나갈 계획이다.

또한 무창식 최신 설비 지원 프로그램을 통한 냄새 배출을 최소화시키고, 바닥 관리와 깔짚 재활용 비율을 높이는 등 대기질 보존에도 힘을 쏟

고 있다. 실제로 하림은 닭 사육에 있어 육계, 삼계, 토종닭을 포함해 지난해 사육 대비 무항생제 사육수 수를 32% 정도 높여 생산했으며, 동물복지 사육수 수도 지난해 대비 18% 확대하는 등 친환경 사육을 확대해 가고 있다.

무엇보다도 농가 및 협력 업체와 함께 더불어 성장하기 위해 금융 지원을 비롯해 전문 기술 인력 지원, 위생 지원, 선급금 운영 확대, 대금 지급 개선 등 다양한 상생 프로그램을 운영하고 있다.

하림은 소비자 불만이 발생할 경우, 신속한 처리를 통한 고객만족경영을 실천하고 있다. 이를 위해 대표이사를 중심으로 소비자피해보상기구를 만들어 운영하고 있다. 뿐만 아니라 하림은 지속가능한 경영 활동의 초석이 되어 줄 기업지배구조헌장을 제정하고, 이를 기반으로 다양한 이해관계자들과의 신뢰를 형성하고 또 하림 윤리 규정을 만들어 경영 활동에 있어 법규를 준수하는 등 기업문화를 형성해 가고 있다.

(주)하림은 수자원 보호에도 노력하고 있다. 도계 과정에서 사용되는 용수 사용량을 줄이는 방안을 마련해 프로그램을 가동하고 있다. 닭 한 마리에 사용되는 용수량이 지난 2018년에는 15.9리터가 필요했지만, 개선을 통해 2019년 14.1리터, 2020년 13.1리터로 물 사용량을 줄여 가고 있다. 이는 자체 보유 중인 폐수처리시설을 통해 폐수 저감으로도 이어지고 있다.

지난 2014년에는 탄소 중립에 선제적으로 대응하기 위해 국내 식품업계 최초로 120억 원을 투입해 신재생 친환경 시설인 ‘친환경 바이오매스 기포유동층 보일러’를 구축했다. 이를 통해 폐기물을 줄이고, 대기오염 물질도 대폭 낮췄다.

여기에 하천 정화 활동, 나무 심기, 친환경 아이스팩 사용 등 소중한 자연을 보호하기 위한 다각적인 활동을 펼치며 ESG경영을 추진하고 있다. 또한 박길연 대표이사를 비롯해 경영기획실, 생산본부, 바이오본부 등 임직원으로 구성된 환경경영 전담 조직을 구성해 온실가스 배출량 및 유해화학물질 감소, 비점오염 시설을 확대해 자연 친화적 기업으로 만들어 나갈

방침이다.

3. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

(주)하림은 지역사회와 함께하는 따뜻한 세상을 열어 가는 사회공헌활동에도 많은 노력을 기울이고 있다. (주)하림은 지난 2004년에 임직원을 대상으로 장기기증사업을 시작하면서 사회공헌을 체계화하기 시작했으며, 이후 2008년에 윤리경영을 도입한 후 지역인재양성 프로젝트, 자연 친화적 생태환경 프로젝트, 지역사회 물심(物心)양면 프로젝트 등 3개 대형 프로젝트로 나눠 사회공헌의 기업 경영을 실천하고 있다.

지역인재양성 프로젝트 사업으로는 영·유아 도서 및 장난감 지원, 초등학교 장학생 선발 도서 지원, 중학생 대상 청소년 문화 탐방, 고등학생 대상 ‘나는 꿈꾸는 요리사’ 지원, 대학생 장학금 지원, 진로 탐색 및 멘토링 후원, 교육 기부 프로그램 등 있다.

자연 친화적 생태환경사업으로는 문화재청 및 환경실천연합회와의 협약을 통한 천연기념물 보존·보호사업, 일반 소비자와 임직원들로 구성된 ‘피오봉사단’ 운영, 자연 친환경 구축을 위한 제품 판매 수익금 기부 등을 시행하고 있다.

또한 지역사회 물심(物心)양면 프로젝트는 복지 사각지대의 소외 계층을 위한 현물 후원, 지방자치단체 및 각종 단체와 상생 프로그램 추진, 문화예술 지원, 삼계탕 봉사활동, 푸드트럭 운영 등 다양한 방향에서 기업의 사회적 책임 활동을 실천하고 있다.

이 가운데 지역인재육성 프로젝트사업으로, 지난 2013년부터 추진해 오고 있는 ‘하림과 함께하는 초등 장학생 도서 시상식’이 있다. 자라나는 꿈나무들에게 지식과 정보의 요람인 도서를 전달해 견문을 확대하고 또 정서 함양을 돕기 위한 사업이다. 올해도 전북 익산 지역에 위치해 있는 성북초를 비롯해 여산초, 영만초 등 지역 초등학생 74명(3,200만 원 상당)에게 자신들이 읽고 싶어 하는 도서 전집을 전달했다. 2013년부터 올해까



▲ 초등 장학생 도서 증정식

지 총 378명(1억9,200만 원 상당)에게 전문 도서를 전달했다.

또한 하림은 계약 농가의 고등학생 및 대학생들에게 장학금을 매년 지원하고 있으며, 익산 지역 내 초등학교 졸업생을 대상으로 사랑의 장학금을 전달하고 있다. 또한 가정 형편이 어려운 학생들과 임직원 자녀 대학생들에게도 장학사업을 펼치고 있다.

지역사회 청소년에게 다양한 문화 체험 및 경험을 공유할 수 있는 기회를 제공하기 위해 ‘하림과 함께하는 청소년 문화 탐방’을 실시하고 있다. 문화 탐방은 익산 지역 중학교 학생들을 대상으로 진행하고 있으며, 여수세계엑스포, 순천 정원박람회, 고창 문화유적지 탐방, 전주한옥마을 탐방 등 다양한 문화 체험 및 탐방 기회를 마련해 청소년들에게 견문을 넓혀주고 있다.

하림은 또 고등학교를 대상으로 요리사를 꿈꾸는 학생들에게 꿈과 비전을 심어 주기 위해 ‘나는 꿈꾸는 요리사’ 교육기부 프로그램을 운영하고 있다. 한편, 환경보호와 동물복지 활동을 위한 ‘피오봉사단’ 운영도 올해로 8년째 이어 오고 있다. 지난 2014년에 창단해 활동하고 있는 ‘피오봉사단’은

일반 소비자와 하림 가족들로 구성되어 운영 중이다. 이들 피오봉사단은 꽃나무 심기, 창포 식재, 하천 정화 활동, 동물복지 실천 등 다양한 활동을 전개하고 있다. 올해는 코로나19로 인해 각 가정에서 할 수 있는 다양한 환경보호 미션을 수행하고 있다.

하림은 물의 소중함을 일깨우고 부족한 수자원을 보호하기 위한 캠페인도 전개하고 있다. 하림 임직원들로 구성된 봉사단은 매년 ‘세계 물의 날’을 맞아 지역 내 깨끗한 하천을 만들기 위해 대대적인 정화 활동에 참여하고 있다.

특히 하림은 냉동식품 포장에 사용되는 아이스팩을 친환경 제품으로 바꾸는 등 자연 친화적인 기업으로 거듭나기 위해 많은 노력을 하고 있다. 새롭게 도입해 사용하고 있는 ‘친환경 아이스팩’은 단일 재질(LDPE) 포장재에 순수 100% 물만을 충전재로 사용해 재활용이나 분리수거에도 용이하다.

물심양면사업으로는 무더운 여름철 어르신들의 건강한 여름 나기를 위한



▲ 제7기 피오봉사단 폐단식



▲ 무주종합복지관 초복 삼계탕 나눔

‘삼계탕 나눔 봉사’를 비롯해 매년 연말 어려운 이웃들을 위한 ‘사랑의 쌀’을 전달하고 있다. 또한 조식 결식아동을 위한 아침밥 지원, 장애아동을 위한 맞춤 휠체어 지원, 지역 복지단체에 제품 후원을 이어 가고 있다.

4. 하림이 지향하는 가치와 미래

올해 1월, 보건복지부와 한국사회복지협의회가 공동 주관해 지역사회공헌활동을 꾸준히 펼친 기업의 공로를 인정해 주는 ‘2020 지역사회공헌 인정 기업’으로 선정됐다. 지역사회공헌활동에 적극적으로 참여하고, 지역 복지를 증진하기 위한 노력과 지역사회에 나눔문화를 활성화하는 데 기여했다는 평가를 받았다.

앞으로도 하림은 ESG경영에 있어 환경 부문에 중요성을 인식하고 또 친환경경영 부문에 초점을 두고 적극 추진해 나갈 계획이다. 또한 사업장에서 온실가스 감축과 에너지 효율을 극대화시키는 등 환경과 사회, 지배 구조 등 ESG경영 가치 창출을 선도해 지역사회와 고객, 기업이 함께 성장해 나갈 수 있도록 노력해 나가겠다.

이와 함께 (주)하림은 윤리경영을 적극적으로 실천하며 농가 및 협력 업체와 상생하고, 소비자들에게는 최고의 품질로서 고객만족경영을 통해 지역 사회와 함께 발전하는 글로벌리더기업으로 성장해 나갈 계획이다.

지역인재육성 프로젝트

- 영·유아 도서 및 장난감 기탁(미취학 아동)
- 장학생 선발 도시기상 프로그램(초등학생)
- 청소년 문화 탐방 프로그램(중학생)
- 나는 꿈꾸는 요리사 프로그램(고등학생)
- 대학 장학금 프로그램(대학생)
- 사내 강사 교육기부 프로그램(전 대상)
- 고등·대학생 진로 탐색 및 멘토링 후원 프로그램

자연 친화적 생태 환경 프로젝트

- 천연기념물 보존·보호 프로그램
(문화재청 및 환경실천연합회 협약)
- 생태 환경 조성 가족 봉사 프로그램('피오봉사단' 운영)
- Fresh-up 제품 판매 수익금 기부 프로그램
(자연 친환경 구축사업)
- 용가리치킨 판매 수익금 기부 프로그램
(초록우산어린이재단)

지역사회 物心양면 프로젝트

- 익산시·전주시·정읍시 지역아동센터, 월드비전,
유관 기관 외 다수 현물 후원
- 지역사회 및 각종 단체 후원을 통한 상생 프로그램
- 문화 예술 메세나 활동(제3 기관과 협업 후원)
- 기관 및 기초단체와의 MOU 체결을 통한 상생 협약
- 삼계탕 식사 지원 및 푸드트럭 지원

한국농수산물유통공사

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

한국농수산물유통공사는 농공(農工) 간의 격차를 완화하기 위해 1967년에 설립된 이후 농수산물식품산업 진흥 전문 기관으로서의 기능을 지속적으로 강화하며 우리 농업의 새로운 가치를 창출하고, 농어민의 소득 증진과 국민경제의 균형 발전에 힘쓰고 있다. 2014년에 본사가 나주로 이전하면서 광주·전남 지역의 주요 공공기관으로 자리 잡았으며, 이후 지역사회에 대한 지속적인 사회공헌을 실시해 오고 있다.

공사는 먹거리 전담 기관으로서 국민들에게 먹거리를 안정적으로 제공하고 또 기업의 사회적 책임을 성실하게 이행함으로써 국민의 삶의 질 향상에 기여하고, 국민의 신뢰를 받는 기업이 되기 위해 최선을 다하고 있다.

1-2) 지역사회에 대한 기업·기관의 철학

지역사회와의 긴밀한 협업은 공사의 고유 기능인 농수산물식품지원사업의 수행뿐만 아니라 공공기관으로서의 촘촘한 사회적 책임을 이행하는 데도 필수적인 요소라고 생각한다.

공사는 지역사회의 발전이 곧 건강하고 지속가능한 농어업과도 면밀하게 관계되어 있다고 믿는다. 그렇기 때문에 농식품산업지원사업을 운영함에 있어서도 지역에서 생산한 로컬푸드가 지역의 공공 급식(학교, 어린이 집, 공공기관 등)과 직매장, 외식·가공업체 등 지역 내 주요 수요처로 이어지면서 지역 내 농산물 선순환이 이뤄질 수 있도록 힘쓰는 등 지역사회와 농어업을 잇는 다양한 사업을 운영하는 데 관심을 기울이고 있다. 한국농수산물유통공사의 노력으로 지속가능한 먹거리 체계와 지역사회의 발전이 동시에 이뤄질 수 있기를 희망한다.



▲ 국민과 함께하는 걸음 기부(빅워크)

1-3) 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결성

코로나 위기에 대응하기 위해 “aT좋은이웃들”사업을 개편해 친환경농산물 안전한 먹거리를 제공하며 복지 소외 계층의 먹거리 기본권을 보장하는 동시에 온라인 개학 등으로 판로가 막힌 친환경 농산물 농가도 지원하는 프로그램을 운영했다. 또한 지역 자원봉사자들의 활동 안전과 복지 소외 계층의 감염 예방을 위해 마스크를 보급하며 코로나 위기에도 불구하고 소외된 이웃을 촘촘하게 돌볼 수 있는 환경을 지원했다.

아울러 코로나 시대에 적합한 비대면 사회공헌 프로그램을 발굴하는 노력도 진행했다. 임직원이 비대면으로 면마스크를 손수 제작해 취약 계층에 전달하는 한편, 취약 계층 지원에 대한 국민 참여를 이끌어 내기 위해 “국민과 함께하는 걸음 기부(빅워크)”도 추진했다. 특히 걸음 기부 캠페인에는 임직원과 국민을 포함해 총 2,216명이 참여하며 많은 관심을 받았고, 걸음 기부로 마련된 기부금으로 임대주택 내 농산물을 구입할 수 있도록 지원했다.

또한 “코로나19 대응 사회적 가치 창출 아이디어 공모전”을 통해 발굴한 아이디어를 발빠르게 사업화해 전국 곳곳에 위치한 지역본부를 통해 다양한 코로나 대응 사회공헌활동을 진행했다. 로컬푸드지원센터 및 지방자치단체와 연계해 코로나로 끼니를 거르는 결식아동과 독거노인에게 반찬을 직접 배달하거나 심리 상담을 지원하는 프로그램을 비롯해 푸드뱅크를 통한 농식품 지원, 취약 계층 집단생활 시설 위생용품 지원 등의 사회공헌활동도 운영했다.

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경과 변화되는 모습

사회공헌사업은 모든 기업의 당연한 의무라고 생각한다. 특히 한국농수산식품유통공사와 같은 공공기관들은 각 기관의 사업적 특성은 다를지라도 국민의 삶의 질을 향상시키고 더 좋은 사회를 만들기 위한 목적에 기반해 설립된 기업이므로, 사업 운영과 함께 사회공헌활동을 통해 사회적 책임을 최대한 이행해야 한다는 사명감으로 사회공헌사업을 운영해 왔다. 농어업에 기반한 기관의 특성을 살려 농촌 일손 돕기와 함께 임직원 성금 모금 등의 기본적인 사회공헌활동과 더불어, 최근에는 공사가 추진하는 고유 사업과 사회적 책임의 연계성을 지속적으로 강화해 우리 사회가 직면한 여러 가지 문제를 함께 해결하고 또 국민이 체감할 수 있는 다양한 사회공헌 프로그램을 추진하기 위해 사회공헌의 범위를 확대하고 있다.

이런 노력의 일환으로, 최근에는 환경에 대한 사회적 책임을 이행하기 위해 모든 국민이 함께 실천할 수 있는 대국민 저탄소 식생활 “코리아 그린푸드데이” 캠페인을 통해 먹거리 전담 기관인 한국농수산식품유통공사가 국민과 함께 기후 위기 문제에 대응하는 시도를 했다. 사회공헌의 범위가 취약 계층 지원의 범위를 넘어서 지역사회와 글로벌 사회가 직면하는 문제를 함께 인식하고 개선하는 노력으로 확대된 좋은 사례라고 생각한다.



▲ 코리아 그린푸드데이 선포식

2-2) 경영·영리 활동 과정에서 ESG경영 측면을 적용한 부분

최근에는 별도의 사회공헌활동을 운영하는 동시에, 공사가 추진하는 전반적인 사업 활동을 ESG 측면에서 검토하며 ESG 요소를 반영하고자 노력하고 있다.

(E 사례) 농수산물식품 유통을 지원하는 과정에서 농식품 직거래 확대를 지원하며 푸드마일리지 절감, 로컬푸드직매장 친환경 차량 도입, 물류기기의 농가 공동 이용으로 일회용품 사용 절감, 생활협동조합(두레생협, 아이쿱, 한살림)과 연계한 친환경 포장재 협력사업 등 환경을 생각한 경영 활동을 진행하고 있다.

(S 사례) 사회적 책임을 이행하기 위해 기초생활수급자와 차상위 계층을 대상으로 농식품 바우처 지원, 미래 세대를 위해 임산부를 대상으로 친환경 농산물 꾸러미 지원 등을 사업화해 진행하고 있다. 또한 농식품 관련 중소기업과 동반 성장하기 위해 다양한 유통 및 수출지원사업을 확대하고 있다. 전 사업부와 전국 11개 지역본부의 사업 활동에서도 1부서 1대표 프로그램

램을 자체적으로 발굴해 운영하는 사회공헌 프로그램도 운영하고 있다. (G 사례) 투명한 기관 운영을 위해 사업 고객이 참여하는 온라인 토론회, 책임성 강화를 위한 사업실명제, 국민평가제도 등을 운영하고 있다. 또한 ESG 관점의 공급망 윤리경영을 확산하기 위해 자회사와 지원 업체와 연계한 윤리·인권경영 프로그램 등도 추진하고 있다. 상기 사례처럼 사업 콘텐츠에 ESG를 반영해 운영하는 노력뿐만 아니라, ESG 가치의 공급망(협력 업체)을 확산하기 위해서도 힘쓰고 있다. 자회사나 협력 업체의 근무 환경 개선을 지원하고, 공사가 지향하는 윤리·인권경영이 협력 업체의 경영 전반에 확산될 수 있도록 교육 지원 프로그램도 운영하고 있다. 2021년 4월에는 169개의 협력 업체와 함께 ESG 서약과 함께 선포식을 개최하기도 했다.

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

3-1) 2020년 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감

한국농수산식품유통공사는 2014년에 본사를 나주로 이전한 시점을 시작으로, 2016년까지 광주·전남 지역의 위기 가정을 발굴해 지원하는 사업을 이행해 오다가, 2017년부터 “aT좋은이웃들” 프로그램을 운영하며 지역사회의 복지 소외 계층을 지속적으로 지원해 왔다. 지역사회의 소외된 이웃에게 실질적인 지원을 매해 꾸준히 이행하려는 공사의 노력으로 2020년 지역사회공헌 인정 기업이 되었다.

지역사회공헌 인정 기업의 선정은 다른 어떤 포상보다 자랑스러운 성과다. 한국농수산식품유통공사가 지역의 포용적 복지와 지역 상생을 통해 지속가능한 사회를 구현하는 데 일조했다는 노력의 성과이기 때문이다. 앞으로도 지역사회공헌 인정제도를 통해 우리 공사가 추구하는 가치가 협력 업체, 지역사회, 나아가 사회 전체에 따뜻한 에너지를 전할 수 있도록 더욱 노력하겠다.

3-2) Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획

코로나19 사태 이후로 더해진 먹거리 불안과 양극화, 기후변화, 예측을 벗어나는 자연재해 등 전 세계가 공감하는 사회문제를 해결하기 위해 기업의 ESG경영이 더욱 관심을 받고 있다. 한국농수산물유통공사는 이제 사회공헌의 초점을 ESG 분야로 확대해 더 좋은 사회를 만들기 위한 노력에 한 번 더 역량을 집중할 계획이다.

공사가 강점을 갖고 주력해 왔던 사회적 책임(S) 부문의 사회공헌활동 외에, 환경경영(E)의 측면에서 탄소 절감과 연계한 사회공헌 프로그램을 지속적으로 발굴해 지원할 예정이다. 또한 거버넌스(G)를 강화하기 위해 지역사회, 비영리법인, 관련 기관과의 협업을 대폭 강화하는 한편, 이해관계자와 국민의 의견을 반영하고 사회공헌 참여를 유도하는 사업도 구상할 계획이다.

사회공헌사업이 취약 계층을 지원하는 개념을 넘어서 우리 국민을 행복하게 만들고, 우리 사회를 살기 좋게 만들고, 우리의 지구를 살리는 더 큰 흐름이 될 수 있도록 노력하겠다.

3-3) 기업·기관·지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 미래상

한국농수산물유통공사의 사회공헌사업은 궁극적으로 “지구를 살리는 지속가능한 농어업(E)”, “농어민과 만드는 국민 행복 먹거리(S)”, “국민에게 신뢰받는 투명한 aT(G)”의 가치를 지향한다.

한국농수산물유통공사는 공사가 운영하는 모든 사업 구석구석에 사회적 가치와 ESG경영의 염원을 반영해 지속가능한 먹거리, 지속가능한 사회, 지속가능한 지구를 연결하는 공공기관으로서의 미래상을 꿈꾸면서 한 발씩 나아가고자 한다.

한국보훈복지의료공단

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

한국보훈복지의료공단은 나라를 위해 헌신한 국가유공자와 그 가족의 복지 증진을 위해 1981년 11월에 설립된 국가보훈처 산하의 준정부기관이다.

공단은 전국 3,400여 병상의 6개 보훈병원과 2022년에 개원 예정인 전주보훈요양원을 포함한 8개 보훈요양원 및 보훈교육연구원, 보훈원, 보훈 재활체육센터, 보훈휴양원 등을 운영하고 있다. 공단은 이러한 인프라를 바탕으로 최상의 의료복지서비스를 제공하기 위해 7000여 명의 임직원이 꾸준히 노력하고 있으며, 보훈과 국민의 건강복지 최일선 현장에서 행복의 섬김을 실천하고 있다.

앞으로 공단은 국가유공자를 비롯한 전 국민에게 더 나은 서비스를 제공하는 ‘공공의료복지를 선도하는 최고의 파트너’가 되고자 한다.

1-2) 지역사회에 대한 기업·기관의 철학

한국보훈복지의료공단은 2013년에 서울에 있던 본사 사옥을 강원도 원주 혁신도시로 이전했다. 공공기관의 지역 이전은 단순히 사옥을 지방으로 옮기는 것에서 그치지 않고, 지역사회와 소통하고 또 지역 경제를 살리는 데 힘을 보태는 것이 주요 목적일 것이다. 따라서 기관과 지역 주민들이 상생하고 발전하는 성공적인 이전 기관이 되고자 다방면으로 노력해 왔다.

지역사회에 보훈 문화를 알리고, 공공기관으로서 지역사회와 지속가능한 관계를 이어 나가며 사회적 가치를 실현해 나가야 한다는 판단에 따라 지역 보훈병원과 요양원을 거점으로 양질의 서비스 제공과 일자리 창출 등 지역과 함께하는 상생 모델을 구축하며 지역사회에 대한 일방적 지원이 아닌 상호 성장할 수 있도록 노력하고자 한다. 감사하게도 이러한 노력을 인정 받아 2020년 지역사회공헌 인정제 보건복지부장관상, 2021년 제9회 원주시 사회공헌장 등을 수상하기도 했다.

또한 본사가 위치한 지역뿐만 아니라 18개의 소속 기구들이 위치한 지역에 대해서도 책임의식을 가지고 지역의 특성에 따른 사업을 추진하며 지역민들과 하나의 공동체로서 건강한 사회를 만드는 데 이바지할 수 있도록 끊임없이 노력하는 것에 의의를 두고 있다.

1-3) 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

공단은 공단이 가진 자원과 능력을 바탕으로 코로나 상황 속에서 다양한 사회공헌활동을 펼쳤다. 보훈병원 의료 인프라를 바탕으로 지역사회에 코로나 확산 예방 및 감염 환자를 치료하기 위해 지방자치단체와 협력 체계를 구축하고, 코로나 관련 TF 구축 및 의료진 파견, 생활치료센터, 중증 환자 전담치료 병상을 운영하며 환자들의 빠른 쾌유와 일상 복귀를 위해 지원을 아끼지 않고 있다.

이처럼 코로나 국가 감염병 전담 병원으로 지정된 보훈병원은 전국의 코로나 전담 병상 280병상을 비롯해 생활치료센터, 선별검사소 등을 운영하며 지역사회에 공헌하는 동시에 공공의료기관의 임무를 충실히 수행하고 있다. 또한 기존의 대면 활동으로 이루어진 사회공헌은 임직원의 임금 반납, 성금 모금, 혈액 수급 안정화를 위한 헌혈 활동 등으로 대체했다. 이와 함께 마스크 기부 등 지역사회에서 가장 필요로 하는 사회공헌활동을 수행하기 위해 노력하고 있다.

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경

공단은 나라를 위해 헌신한 국가유공자와 그 가족의 복지 증진을 목적으로 설립된 공공기관이다. 공단은 설립 목적 자체부터 사회공헌과 성격이 크게 다르지 않다. 또한 공공기관의 역할에 대한 기대가 지속적으로 확대되고 있다. 그러한 이유를 바탕으로 공단은 사회적 가치를 실현하고, 공익 활동에 힘쓰기 위해 지속적으로 노력해 왔다.

그뿐 아니라 공단은 지역사회에 지속적인 사회공헌활동을 통해 건강한 조직 문화를 조성하고, 따뜻한 나눔문화를 확산하는 것에 의의를 두고 있다. 전 직원이 월급의 일정 부분을 모아 사회공헌 재원을 지속적으로 마련하고 있으며, 전국에 봉사단을 꾸려 봉사 활동을 펼치고 있다. 후원 물품이나 기부금을 통한 일반적인 봉사가 아닌, 지역사회에서 정말 도움이 필요한 곳을 탐색하고 또 일회성이 아닌, 장기적으로 수행할 수 있는 프로그램으로 수혜자에게 실질적인 도움을 주기 위해 사회공헌사업을 다각도로 확장하게 되었다.

2-2) 경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG경영) 측면을 적용한 부분

공단은 경영 활동 전반에 ESG경영을 접목해 운영하고 있다. 우선 환경경영 추진 체계를 기반으로 ‘환경 영향 최소화, 환경 법규 준수를 통한 친환경 문화 정착’을 미션으로 삼고 경영 활동을 펼치고 있다. 작게는 일회용품 사용을 근절하기 위해 본사 사옥의 일회용품을 전부 없앤 후 직원들에게 머그컵을 제공하고, 크게는 신재생에너지 설비를 설치해 연 349백만 원의 비용을 절감했다. 또한 ‘공단 역량 활용, 지역사회 참여 및 상생으로 사회적 가치 실현’이라는 추진 전략을 바탕으로 사회공헌활동을 꾸준히 펼치고 있다. 이와 함께 전 소속 기구를 대상으로 봉사단을 구성해 각 기구가 위치한 지역사회에 필요한 사회공헌을 펼치고 있으며, 이를 각 기구의 평가에 반영하며 실적을 관리하고 있다.

거버넌스 측면에서는 이사회, 윤리경영위원회, 시민참여혁신단 등을 운영하며 이해관계자의 경영 참여를 적극 추진하고 있다. 동시에 각 부서별, 기구별 존재하는 리스크를 감사실을 통해 관리하고 점검하며 윤리경영을 펼치고 있다.

2-3) 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개

한국보훈복지의료공단은 [생명나눔], [재능나눔], [희망나눔] 3대 핵심 사업으로 32개의 사회공헌을 추진하고 있다.

3대 핵심 사업 중 하나인 ‘생명나눔’은 공단이 가진 의료복지 인프라를 활용한 나눔 활동이다. 대표적으로는 독립유공자 후손을 포함한 의료 낙후 지역 국가를 대상으로 한 해외의료봉사활동, 도서벽지 지역 주민을 대상으로한 이동진료 활동, 전 직원이 참여하는 헌혈 활동 등 8개의 프로그램이 있다.

9개의 사회공헌으로 이루어진 ‘재능나눔’은 지역아동키다리센터 운영, 휠체어 무료수리 행복나눔 등 직원이 보유한 역량을 바탕으로 지역사회에 필요한 활동을 수행하는 나눔 활동이다.

마지막으로, ‘희망나눔’ 활동은 지역 사회복지시설 후원, 소외 계층 문화 체험 지원 등을 포함한 15개 사회공헌활동이다. 18개 기관, 600명으로 구성된 행복한섬김이봉사단이 지역사회 참여 및 지역 상생 등을 위해 지역사회 밀착형 나눔 활동을 펼치고 있다. 이러한 노력을 바탕으로 2021년 원주시 사회공헌장, 2020년 행정안전부 협업 사례 우수상, 2020년 혈액사업 유공기관 원주시 표창, 2020년 전통시장 활성화 우수상 등 지역사회와 기관으로부터 그 공로를 인정받기도 했다.



▲ 1사1촌 일손 돕기

2-4) 지역에 사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분

사회공헌활동에 있어서 가장 중요한 것은 진정성일 것이다. 그렇기 때문에 사회공헌활동에 있어서 한 번의 행사, 이벤트에 그치지 않고 지속적으로 수행하기 위해 노력했다. 수시로 기획하는 활동뿐 아니라 정기 활동을 확대하며 사회공헌활동을 꾸준히 수행했다.

거동이 불편한 중증 장애를 겪는 가구에 매달 도시락 배달을 하고, 지역 경제를 활성화하기 위해 임직원이 전통시장을 매월 방문하는 ‘전통시장 가는 날’을 운영하고 있다. 앞으로도 정기적인 사회공헌활동을 지속적으로 확대해 나갈 계획이다.

2-5) 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 느낀 점이 있다면?

공단은 2009년부터 국가유공자의 집을 고쳐 주는 주거환경개선사업인 ‘나라사랑 행복한 집’ 활동을 펼치고 있다. 올해 12년째를 맞는 ‘나라사랑 행복한 집’을 통해 5,500여 가구가 혜택을 받았고, 그 가구들 중 5,500번



▲ 전통시장 정기 방문

째의 주인공이었던 6·25 참전용사 어르신이 기억에 남는다.

어르신은 1950년 10월 15일에 입대를 했는데, 철원 사창리에서 30개월간의 포로 생활 중에 인민군이 던진 수류탄 파편이 박혀 전상군경이 되었다. 어르신의 집은 건축이 된 지 70년이 지난 목조 한옥 주택으로, 노후화가 많이 진행되어 공사가 시급한 상태였다. 한국장애인개발원의 기술 자문을 받아 마당으로 이어진 가파른 경사로의 단차를 해소한 후 안전한 경사로를 설치하고 단열 작업을 통해 겨울을 따뜻하게 날 수 있도록 개선했다. 마지막으로, 응급 상황에 신속하게 대응할 수 있도록 IOT 응급안전기계를 설치했다.

대한민국 국민으로서 기본적인 자유를 누리며 살기 위해서는 우리 땅이 있어야 하듯, 우리가 기본적인 삶을 영위하기 위해서는 집이라는 삶의 공간이 필요하다. 그런 의미에서 지금 우리가 누리는 자유와 땅을 지킨 국가 유공자의 헌신에 보답하고자, 살고 있는 집을 개선해주는 공단의 사업은 매우 의미가 깊다.

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

3-1) 2020년 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감

공단이 추진하고 있는 주요 사업의 특성을 살린 사회공헌활동을 위주로 작성했다. 그중 ‘학교 밖 청소년 건강지킴이’ 활동과 관련해서 작성한 부분이 ‘우수 프로그램’으로 선정되는 좋은 평가를 받아 보건복지부장관상을 받았다.

‘학교 밖 청소년 건강지킴이’ 활동은 전국 6개 지역에 위치한 보훈병원을 통해 소외된 학교 밖 청소년들이 무상으로 진료를 받을 수 있도록 한 사회공헌활동이다. 2018년 서울에 위치한 중앙보훈병원의 치과 등 3개 진료과를 시범사업으로 시작해, 2019년부터 전국 보훈병원으로 확대했다. 이를 위해 한국청소년상담복지개발원과 업무협약을 맺고 전국 학교밖청소년지원센터로부터 대상자를 추천받아 의료서비스를 무상으로 제공하고 있다.

이처럼 공단이 가진 인프라를 활용한 사회공헌활동을 사례 중심으로 작성했던 것이 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요한 역할을 했다고 생각한다.

3-2) Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획

장기화되는 코로나19 상황으로 인해 보훈병원 의료진을 포함한 모든 의료진, 지역 소상공인들의 피로감과 스트레스가 그 어느 때보다 심할 것이다. 그럼에도 불구하고 공단의 사회공헌활동은 그 어느 때보다 활발하게 이뤄졌다. 임원들이 먼저 나서서 임금을 반납하고, 병원에서 사용할 마스크를 도움이 필요한 곳과 나누기도 했다.

2020년 한 해는 어려운 상황 속에서도 사회공헌활동에 대한 직원들의 마음을 확인할 수 있는 뜻깊은 시간이었다. 공단은 이러한 경험을 바탕으로 우리 공단만이 할 수 있는 역량을 활용해 각 소속 기구들과 통합적·유기적인 협력 체제를 구축하며 지역사회, 국가유공자, 국민의 건강 증진을 위한 차별화된 사회공헌활동을 수행할 계획이다.

3-3) 기업·기관·지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 미래상

공단만의 역량을 활용해 동반 성장이라는 가치를 창출하며 사회공헌을 이어 나갈 것이다. 미래에는 국가유공자들이 대우받고 존경받는 시대를 열어 가기 위해 대내외적인 사회공헌을 통해 한국보훈복지의료공단을 알리고, 따뜻한 나눔문화를 확산하기 위해 지속적으로 노력하겠다.

한국산업인력공단



1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

한국산업인력공단은 평생능력개발, 국가직무능력표준, 국가자격시험, 외국인고용지원, 해외취업 및 숙련기술장려 등 기업과 근로자의 인적자원 개발을 지원하는 사업을 종합적으로 수행하고 있다. 공단은 현장 중심의 일자리서비스를 제공하기 위해 다양한 사업파트너와 협업하고 있으며, 4차 산업혁명에 대한 체계적인 준비를 통해 일자를 문제를 해결하기 위한 인프라를 확충하고자 노력하고 있다.

1-2) 지역사회에 대한 기관의 철학

한국산업인력공단은 지역사회와의 동반 성장을 통해 더불어 함께 살아가는 세상을 만들어 가고자 여러 가지 지역상생프로젝트를 추진하고 있다.

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경

한국산업인력공단은 2005년 3월, 나누미봉사단을 출범한 이래 지속적인 사회공헌활동을 통해 소외된 이웃들에게 따뜻한 온기를 전하고 있다.

2014년 5월, 울산 혁신도시로 이전한 공단은 ‘NO.1 HRD파트너의 3心’이라는 슬로건 아래 지역사회의 어려운 이웃들에게 ‘상생의 中心’, ‘지역과 슴心’, ‘소통의 眞心’이라는 3개 분야를 중심으로 나눔의 손길을 이어 가고 있다.

2-2) 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개

(1) 명절 사회복지기관 위문: 매년 명절마다 지역 사회복지기관을 방문해 후원 물품을 전달하며, 지역의 소외 계층을 위해 나눔을 실천하고자 한다.

(2) **오픈캠퍼스 및 오픈스쿨 운영:** 울산 지역 대학생 및 특성화고 재학생의 취업 역량을 강화하기 위해 오픈캠퍼스 및 오픈스쿨을 매년 운영하고 있다. NCS, 블라인드 채용 대응 방법, 자기소개서 및 면접 스킬, 선배와의 대화 등 수요자 중심으로 운영하며 수도권에 비해 취업 정보력이 열악한 울산 지역 인재에게 취업 정보 제공하고자 노력하고 있다.

(3) **코로나19 극복을 위한 지원:** 2020년에는 소상공인 착한 임대료 인하 운동에 동참해 구내식당·카페 임대료(30%)와 전기·수도 요금(50%)을 인하했다. 또한 취약 계층 500가구에 무료방역서비스를 제공하고, 마스크 2만 장을 기증했다.

(4) **지역 경제 살리기:** 지역 특산물 및 농산물을 적극적으로 구매하고, 전통시장 살리기 일환으로 온누리상품권을 구매해 활용하고자 한다.

한국서부발전

새로운 시대를 여는 친환경 에너지 글로벌 리더, 한국서부발전(주)

한국서부발전(주) 소개

한국서부발전(주)은 “지속적인 혁신으로 안전하고 깨끗한 에너지를 만들어 사회 공공의 발전에 기여한다”는 기업이념 아래 에너지 패러다임 전환에 부응한 ‘친환경·안전 발전 운영’, ‘사회적 가치 구현 선도’를 목표로 새로운 시대를 여는 친환경 에너지 글로벌 리더로 성장해 가고 있는 에너지 공기업이다.

2001년에 한국전력공사에서 분사한 후 태안발전본부를 비롯해 평택·서인천·군산 4개 발전본부와 국내 유일의 친환경 IGCC(Integrated Coal Gasification Combined Cycle) 신재생에너지 설비 등을 통해 국내 총 발전설비 용량의 약 8.8%에 해당하는 1만 1365MW의 발전설비를 보유하고 있으며, 향후 2030년까지 신재생에너지 발전비율을 전체 발전량의 25% 수준으로 확보해 탄소 중립을 실천하기 위해 노력하고 있으며, 아울러 해외시장 개척 등 국내외 성장 동력을 확보해 나가고 있다.

서부발전은 “에너지로 더 나은 미래를 창출하는 행복파트너”라는 사회공헌 비전하에 지역의 소외된 이웃의 정다운 이웃이 되어 행복 에너지를 함께 나누며 더불어 살아가는 따뜻한 세상을 만들기 위해 2,633명의 임직원이 최선을 다하고 있다. 2004년에 발족된 사회봉사단은 인간, 자연, 문화 사랑을 중심으로 에너지 복지, 환경 보전, 문화예술 등의 분야에서 다양한 공헌 활동을 펼치고 있다.

한국서부발전(주)의 코로나19 사회적 재난을 극복하기 위한 사회공헌

2020년 1월에 국내 첫 코로나19 확진자가 발생한 이후 2021년 10월 현재까지 일일 신규 확진자 수가 1~2천 명을 돌파하는 등 우리는 아직도 코로나19와 함께 시간을 보내고 있다. 서부발전은 2020년 12월, 복지성 예산을 감축하고 또 임직원이 자발적으로 참여하며 이루어진 급여 반납 등을 통해 마련된 35억



▲ 코로나 지원

원과 2021년 6월에 25억 원의 재원을 충남사회복지공동모금회에 기부해 코로나19로 잃어버린 국민들의 일상을 회복하는 데 지원을 아끼지 않고 있다. 서부발전의 코로나19 사회적 재난을 극복하기 위한 사회공헌은 크게 예방, 기능 유지, 회복 지원으로 구분할 수 있다.

△(예방) 노인복지관, 체육시설 등 공공복지시설에 대인 소독기 설치, 전통시장 무상 방역, 차상위 계층의 방역 물품 키트 지원 등 공공보건시스템의 손길이 미치지 못하는 곳을 중심으로 코로나19 예방 및 확산 방지를 위해 노력하고 있다.

△(기능 유지) 선별진료소 및 봉사자 지원, 영세 자영업자의 고용보험료 지원, 소상공인 물품 구입 후 결식아동 등 취약 계층에게 전달하는 등 코로나19 장기화로 어려워진 지역 의료, 경제 회복, 돌봄 기능이 유지될 수 있도록 지원하고 있다.

△(회복 지원) 몸과 마음이 지친 보건의료인 및 복지 종사자에게 휴식 기회를 제공하기 위한 힐링프로그램 운영, 확진자 및 취약 계층에게 전 국민의 손글씨 응원 메시지를 전달함으로써 코로나19로 상처받은 많은 국민을 위로하는 데 노력하고 있다.

지역 인재를 양성하기 위한 교육나눔

서부발전은 국토균형발전에 의거해 2015년 8월, 153개 이전 공공기관 중 유일하게 ‘군’ 단위인 충남 태안으로 본사를 이전하게 됨에 따라 농어촌 지역과의 상생·협력 및 지역 발전을 중심으로 사회공헌을 추진하고 있다.

특히 지속가능한 성장 및 지역균형발전의 핵심은 결국 사람에게 있다는 인식 아래, 지역의 미래 인재를 양성하기 위한 여러 가지 교육나눔 활동을 진행하고 있다. 특히 본사와 주력 발전소인 태안발전본부가 있는 태안군의 지역적인 특성을 감안해 지역의 학생들에게 다양한 경험과 배움의 기회를 제공하는 데 초점을 맞추고 있다.

△ (서부공감 위피스쿨) ‘어제의 배움으로 오늘을 나눕니다’라는 슬로건 아래 전국에서 선발된 뜻있는 대학생들이 방학 기간에 태안 지역 학생들의 교과 학습 및 진로 상담 등을 지원하는 멘토링사업이다. 2017년 여름 방학 1기를 시작으로 현재 9기까지 멘토 144명, 멘티 1,342명을 배출했으며, 코로나19 상황에는 온라인으로 전환해 교육의 지속성을 확보했다. 특히 이번 9기는 어린 시절 멘티였던 학생이 멘토로 활동하는 등 교육 기부의 선순환 사례를 보여 주고 있다.

△ (서부공감 감성발전소) 문화예술 인프라가 부족한 지역 특성을 감안해 학생들이 예술적 감수성과 조화로운 인성을 갖춘 창의·융합형 미래 인재로 성장할 수 있도록 돕기 위해 2018년부터 인형극, 오케스트라, 사물놀이 등 지역의 초·중·고등학교에서 다양한 문화예술 활동을 펼칠 수 있도록 동아리 운영과 문화공연 개최를 지원하고 있다.

△ (서부공감 꿈너머 꿈 진로멘토링) 태안뿐 아니라 발전소 소재 지역 인근의 마이스터고 및 특성화고에 재학 중인 청소년을 대상으로 2015년부터 서부발전의 국가품질명장 및 각 분야 전문가들이 학생들에게 실무 기술을 전수하고, 산업현장 탐방 등을 통해 진로교육과 다양한 체험 활동 기회를 제공하는 사업을 시행하고 있다.



▲ 위피스쿨

농어촌 지역의 의료복지 향상 노력

서산·태안 지역은 인구 천 명당 전문의 수 0.76명(충남권 1.12명)으로, 응급 환자 최종 치료율이 20% 수준에 그치고 있다. 보건복지부에서 응급의료 취약 지역으로 분류할 만큼 공공의료복지 수준이 타 지역에 비해 현저히 낮은 상황이다. 서부발전은 본사를 지방으로 이전한 후 지역과 상생하기 위해 사회공헌 프로그램 운영 계획을 수립할 때 지방자치단체 주민과의 소통에 집중했다. 그 결과 의료 공백의 개선에 대한 지역사회의 니즈를 확인하고 호흡기내과, 정신건강의학과 등 지역의 미충족 의료 영역을 보완하기 위해 2019년 4월에는 서산의료원에 서울대병원 전문의(4명), 2020년 1월에는 태안보건의료원에 응급의학과 전문의(3명)를 파견·지원했다.

이들은 2019년 5월에 충남 서산 지역의 화학공장에서 유증기 누출 사고가 발생(본 사고는 최근 수년 동안 가장 독한 가스였다고 할 정도로 피해가 극심했으며, 서울대병원 전문 의료진 파견 전까지 서산 지역에 호흡기내과 전문의 부재)했을 때 주민·근로자 등 약 2,300여 명을 진료했다. 또 코로나19 관련 드라이브스루 선별진료소 참여 및 대구·서산 지역 코호트 격리 병동 내의 코로나19 확진자들을 대상으로 비대면 진료를 시행했다.

아울러 지역아동센터 건강검진, 토인특화검진사업 등 총 10개 의료사업을 추진하며 지역 주민의 질병 예방 및 조기 발견을 위한 통합의료서비스를 제공하고, 지역의 공공의료 역량을 강화한 것은 물론 의료복지 향상에 기여하고 있다.

한국서부발전(주)의 ESG경영을 실천하기 위한 노력

현재 전 세계는 지속가능성장이라는 새로운 패러다임으로 ESG경영에 집중하고 있다. 서부발전 역시 국민이 체감·공감할 수 있는 ESG경영을 목표로 여러 기관과 함께 협업하며 환경과 사회를 위한 활동들을 추진하고 있다.

우선, 국가의 탄소 중립 목표를 달성하기 위해 발전 분야에 신기술 도입을 선제적으로 추진 중이다. 국내 최초의 ‘수소 혼소 발전’의 연구개발과 실증이 대표적이다. 수소 혼소 발전은 기존 액화천연가스(LNG)에 수소 연료를 혼합해 가스터빈을 돌리는 발전 방식으로, 청정에너지로 일컬어지는 수소를 연료로 사용한다. 수소 비중이 높을수록 이산화탄소 배출을 줄일 수 있어 탄소 중립은 물론 수소경제 활성화에 기여할 기술로 평가받고 있다. 서부발전은 한화종합화학과의 수소 혼소 발전 기술을 개발해 폐지된 평택1 복합 발전소의 가스터빈을 대상으로 실증에 나설 계획이다. 실증이 성공적으로 마무리되면, 운영 중인 발전소에 수소 혼소 가스터빈을 적용할 방침이다.

이와 더불어 해외에서도 탄소 중립을 위한 노력을 이어 가고 있다. 지난 6월, 녹색기술센터와 ‘탄소 중립 실현을 위한 국제 기후변화 대응’ 업무협약을 체결하고, 개발도상국의 기후기술 지원에 나서기로 했다. 녹색기술센터는 유엔기후변화협약(UNFCCC) 산하 기술메커니즘 이행 기구인 기후기술센터 네트워크(CTCN; Climate Technology Centre and Network)의 국가지정기구 전담 지원기관으로, 기후기술의 개발도상국 진출을 위한 수요 파악, 타당성 조사, 기후기금 연계 등을 지원한다.

서부발전은 지금까지 농업, 산림, 건물 등 비산업 분야에 대한 포용적 온실가스감축사업을 진행했다. 이를 기반으로 지난해 발전공기업 최초로 UNFCCC 산하 CTCN의 전문 기관으로 지정된 바 있다. 또 온실가스 감축 기술을 보유한 유망 중소기업의 해외 진출을 지원하고, 민·관 공동으로 ‘P4G 파트너십’에 적극 참여해 개발도상국의 지속가능한 발전을 이끌어 내기도 했다. 이러한 경험과 노하우를 바탕으로 해외 기후변화 대응 신사업 모델을 발굴하고, 개발도상국을 지원함으로써 장기적으로 온실가스를 감축할 계획이다.

환경과 함께 사회적 가치에 대한 공공·민간 분야로의 확산 및 국민들의 참여를 유도하기 위한 사회 혁신 프로그램을 운영하는 데도 많은 노력을 하고 있다.

2019년 12월에는 공기업 최초로 ‘제1회 대한민국 사회혁신 체인지메이커’ 시상식을 개최했다. 한국사회복지협의회 함께 경제·문화·환경·복지·교육 5개 분야별로 사회 혁신 활동을 통해 공공의 이익과 공동체 발전에 기여한 혁신가를 발굴·격려하는 프로그램이다. 신발 깔창을 생리대 대신 사용하는 취약 계층 청소년의 사건을 접하고, 이를 해결하기 위해 생리대 하나를 사면 복지 사각지대에 놓인 청소년에게 기부되는 착한 생리대를 기획한 이지웅 대표를 비롯해 2번의 시상식을 통해 총 12팀의 활동을 널리 알리고, 사회혁신에 대한 국민의 공감대를 형성하는 데 노력하고 있다.

체인지메이커 시상식이 현재 사회혁신가를 격려하기 위함이라면, ‘체인지메이커 유스 리빙랩’은 미래 세대의 사회혁신가를 양성하기 위한 프로그램이다. 미래 인재인 청년들이 우리 사회에 관심을 갖고 창의적인 아이디어로 사회문제를 해결하도록 지원하고 있다. 2020년에는 총 30명의 청년들을 선발해 사회혁신교육과 함께 양극화 해소, 환경·안전 등 다양한 분야의 문제 해결 방안을 도출하고 성과를 공유하는 자리를 마련했다.

기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

서부발전이 2020년 지역사회공헌 인정 기관으로 선정되기 위해 중요하게 생각했던 부분은 지역사회와의 소통으로 주민의 니즈를 반영한 사회공헌을 강화하고, 지역 현안을 해결하는 데 적극 동참하고 있다는 것이다.

발전업을 영위하기 위해서는 지방자치단체 및 지역 주민과 우호적인 관계를 형성하는 것은 필수 요소다. 그러기 위해서는 단순히 보여 주기식 사회공헌으로는 한계가 있다. 서부발전의 사회공헌 가치는 진정성을 갖고 지역과 상생 및 지역 발전을 이끌어 낼 수 있는 방향으로 추진될 것이다.

또한 파리협정 이후 탄소 중립을 지향하는 글로벌 경제 질서 대전환의 시대에 직간접적으로 피해를 볼 수 있는 지역, 산업의 노동자 등을 보호하며 전환 비용을 사회적으로 분담하고, 취약 계층의 피해를 최소화하며, 기존 산업 분야의 노동자와 지역사회가 전환 역량을 강화하는 데 주력할 것이다.

한미약품

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

1973년에 창립한 한미약품은 ‘고귀한 생명을 위하여 더 좋은 약을 만든다’는 회사의 철학을 바탕으로 글로벌 신약을 창출하는 데 매진하는 대한민국 대표 R&D 중심 제약기업이다. 한미약품은 제약산업의 생명인 R&D 투자에 대한 강력한 의지를 바탕으로 효율적이고 전략적인 연구개발 모델을 도출해 내는 일에 한미약품의 미래를 걸고 있다.

한미약품은 1990년대부터 국내 제약산업을 선도하는 신약 라이선스 성과를 지속적으로 창출하고 있으며, 유수의 글로벌 제약 기업들과 공고한 파트너십을 통해 대한민국의 첫 번째 글로벌 혁신 신약을 창출하는 데 다가서고 있다. 특히 플랫폼 기술을 적용해 당뇨·비만과 항암, 면역질환, 희귀질환 등 분야의 혁신 신약을 개발함으로써 질병으로 고통받는 인류의 건강을 지키고, 국민들의 삶의 질을 향상시키기 위해 부단한 노력을 경주하고 있다. 이와 함께 미국이나 유럽 등 선진 의약품 허가 당국의 GMP인증을 선도적으로 획득하고, 글로벌 제약회사들에 완제 의약품을 수출하는 등 차별화된 품질경영으로 국민 건강에 기여하고 있다. 회사의 모든 역량을 R&D에 집중함으로써 신약 파이프라인을 최대한 확보해 세계 무대에서 통하는 글로벌 신약의 탄생 가능성을 높여 가고자 한다.

1-2) 지역사회에 대한 기업·기관의 철학

인간존중·가치창조의 경영이념을 바탕으로 CSR 총괄 조직인 CSR위원회를 통해 체계적인 사회공헌 프로그램을 운영하고 있다. 한미약품 CSR위원회는 한미약품 사회공헌활동의 진행 상황 및 성과를 점검·평가하며 향후 주요 활동에 대한 중장기 계획을 수립하고 있다. 최근 코로나19 상황으로 인한 비대면 시대에도 보건의로 지원 및 언택트 사회공헌활동을 펼치며 사회적 가치를 창출하기 위해 노력하고 있다.



▲ 사랑의 헌혈 헌혈증서 기부

1-3) 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

2019년 12월에 처음 발생한 코로나바이러스감염증-19(COVID 19)는 전 세계로 확산되어 한국 역시 단계별 거리 두기를 통한 국가적 대응을 이어가고 있다. 한미약품은 사회 구성원으로서 이러한 재난 상황을 기업과 사회의 지속가능성을 위협하는 리스크로 인식하고, 이를 극복하기 위한 역할과 책임을 다하고자 노력하고 있다.

국내 코로나 확진자가 급증하던 작년 초에는 대구·경북 지역의 코로나 위기 극복을 위해 대구시청을 비롯한 대구생활치료센터 지원을 시작으로 송파 지역의 취약 계층 및 중국 우한 재외 한국인들에게 필요한 의약품과 물품지원사업을 한미약품 그룹사는 물론 한미부인회도 동참해 추진하고 있다.

또한 한미약품 대표 사회공헌활동인 ‘사랑의 헌혈 나눔’ 행사를 통해 코로나19 장기화로 인해 수급에 어려움을 겪고 있는 혈액을 모으기 위해 노력하고 있다. 올해 41년째 지속되는 한미약품의 ‘사랑의 헌혈 나눔’ 행사는 국내 제약업계의 최장기 공익 캠페인으로, 지금까지 총 8,741명의 한미약품그룹 임직원이 참여하고 있다. 올해 헌혈캠페인은 코로나19 상황에 따



▲ 다문화 가정 지원 초등역사탐험대

라 문진과 채혈 그리고 헌혈에 이르는 전 과정을 참여자 개별로 진행했고, 소독 및 방역이 완료된 대한적십자사 헌혈버스 1대당 1명씩 입장하게 하는 등 개인별 접촉을 최소화하며 진행되었다. 특히 1인당 20분 이상의 충분한 간격을 두고 진행했으며, 회사는 임직원 코로나 자가진단 앱 결과 등을 토대로 헌혈 희망자의 건강 상태를 확인한 후 헌혈에 동참할 수 있도록 안내하며 진행했다.

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경

좋은 약을 만들어 인류의 건강에 기여하는 것은 제약기업 고유의 사회적 책임이다. 한미약품은 좋은 약을 만들기 위한 R&D를 제약기업의 지속가능성과 사회적 책임으로 인식하고 있다. 이에 한미약품은 인간존중, 가치창조라는 경영이념 아래 국내 최고 수준의 R&D를 수행하고 있으며, 이를 통해 다양한 질병을 치료하는 의약품 개발에 전사적인 역량을 집중하고 있다.

또한 국민의 건강을 위해 헌신하고 있는 보건의료계, 사회적 취약 계층 지

원 등 우리 모두를 위한 건강한 사회를 실현하는 것도 한미약품의 또 다른 사명이다. 이를 실현하기 위해 다양한 분야에 지속적이고 진정성 있는 여러 사회공헌활동을 전개해 가고 있다.

2-2) 경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG경영) 측면을 적용한 부분

한미약품은 기업의 가치를 제고하기 위한 지속가능경영에도 최선을 다하고 있다. 작년 기준, 공정거래위원회의 CP를 도입한 국내 700여 개 기업 중 처음이자 유일하게 최고 등급인 AAA를 획득했으며, 대한민국 지속가능성지수(KSI)에서 국내 제약산업 부문 1위에 선정되는 등 한미약품의 ESG경영은 여러 평가 기관으로부터 높은 평가를 받고 있다.

한미약품은 주요 경영진이 참석하는 CSR위원회를 2017년도에 제약업계 최초로 신설해 한미약품의 사회공헌활동 및 ESG경영을 논의하고 의결하며 지속가능경영을 위한 다양한 노력을 경주하고 있다. 경영 활동으로는 ISO45001/14001/37001/9001/27001/22301 등 여러 국제인증을 획득함으로써 글로벌 스탠더드를 경영 활동에 적극 도입하고 있다. 또한 환경, 안전, 보건 분야의 성숙한 경영을 위해 2019년부터 전사 ESH(환경·보건·안전) 분야 전사 조직인 hEHS위원회를 발족해 온실가스 감축, 폐기물 재활용 등 친환경경영 및 안전·보건 분야에 관해 논의·실행하며 안전하고 건강한 사업장을 만들어 가고 있다.

ESG경영은 기업 경영에 필수적인 활동인 만큼 한미약품은 향후 글로벌 수준의 ESG경영을 달성하기 위해 노력해 나갈 예정이다. 2021년에는 글로벌 ESG 가이드라인을 기반으로 한미약품 맞춤형 ESG KPI를 개발해 각 조직에 정착시킬 예정이며, 이를 통해 글로벌 수준의 ESG경영이 한미약품 경영 활동에 신속히 안착되길 기대하고 있다.

2-3) 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개

한미약품은 인간존중, 가치창조의 경영이념을 바탕으로 다양한 분야의 사회공헌활동을 진행하고 있다.

[나눔을 통한 사회적 가치 실현]

- 임직원 자원봉사: 비대면 자원봉사를 중심으로 취약 계층의 아동과 독거노인 및 복지시설 지원 활동
- 사랑의 헌혈: 41년째 운영되고 있는 국내 제약업계의 최장기 공익 캠페인
- 한미부인화: 자선바자회를 통한 취약 계층 지원을 위한 기금 마련
- 복지포인트 기부: 희귀질환 어린이를 위한 임직원과 기업 매칭 기부 프로그램

[보건의료계 지원을 통한 제약산업의 발전에 기여]

- 취약 계층 의약품 지원: 무료 의료봉사 및 취약 계층을 위한 의약품 기부
- 한미참의료인상: 사회에 귀감이 되는 의료인 및 의료단체에 대한 시상
- 한미중소병원상: 지역 주민의 건강 향상에 기여한 의료인 및 의료단체에 대한 시상
- 한미수필문학상: 환자와 의사 간의 신뢰 회복을 위해 진료담을 수필화해 시상
- 한미젊은의학자학술상: 연구 업적이 우수한 45세 이하의 여의사 시상

[문화예술 지원을 통한 삶의 질 향상에 기여]

- 빛의소리희망기금: 장애 아동·청소년 예술교육기금 마련
- 가현문화재단: 사진 예술의 대중화와 발전에 기여하기 위한 문화재단 지원

[지역사회 기여를 통한 상생협력 실천]

- 다문화 가정 지원(세계시민포럼): 다문화 가정 대상의 문화 다양성 교육 및 재능개발 프로그램 등 지원
- 자원순환 활용 사회적기업 지원: 폐기 전산 자산의 재활용 및 조립을 통한 정보화 소외 계층 지원

2-4) 지역에 사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분

인간존중, 가치창조의 경영이념 아래 진행하고 있는 한미약품의 사회공헌 활동은 진정성 있는 사업에 따른 지속가능한 활동이라는 목표로 운영되고 있다. 한 기업이 지역사회의 모든 문제를 해결하는 것은 불가능하기 때문에 업의 특성을 기반으로 지역사회의 여러 문제를 인식하고, 책임감 있는 활동과 문화를 정착하는 것이 무엇보다 중요하다. 이에 한미약품의 사회공헌활동은 진정성 있는 사업을 발굴하고, 지속적인 지원을 통해 지역사회와의 상생을 목표로 하고 있다. 사회공헌활동의 진정성과 지속성을 바탕으로 지역사회를 향한 노력과 문화의 정착이 이뤄진다면 지역사회와 함께 공존하는 건강한 사회를 만들어 갈 수 있지 않을까, 생각하며 이 또한 한미약품의 사회적 책임이라고 믿고 있다.

2-5) 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 느낀 점이 있다면?

아무래도 사회공헌, 즉 CSR이라는 용어 정의 및 범위에 대한 대내외의 오해를 불식시키는 일이라고 본다. 통상 기업의 사회적 책임이나 사회공헌 활동, CSR을 이야기할 때 가장 먼저 기부나 자원봉사를 떠올린다. CSR 정의와 범위를 규정한 국제 가이드라인인 ISO26000에서는 환경, 인권, 노동, 공정거래, 소비자, 지역사회, 지배 구조 등 7개 핵심 주제를 기업의 사회적 책임으로 규정하고 있다. 이는 기업의 사회공헌활동 범위이며 정의라고 볼 수 있다. 결국 기업의 사회적 책임은 경제적·법적·윤리적 책임 외에도 사회적 합의에 따른 폭넓은 요구에 책임을 다해야 한다는 의미로 해석되어야 한다. 사회공헌활동은 이것부터 출발한다고 할 수 있다. 기업은 시장 환경에 지대한 영향을 받고, 혼자서는 생존할 수 없으며, 다양한 조직이 각자의 기능을 소화하며 살아가는 유기체의 형태를 띠고 있기 때문에 ‘같이’ 숨 쉬고 활동하며 ‘함께’ 살아가는, ‘함께’와 ‘같이’의 인문학적 사고에서 출발한 인식의 연장선에 CSR 즉, 사회공헌이 위치해 있다고 본다. 다시 말해, 지역사회와 공존하며 사회적 합의에 따른 책무를 다하는 시민의

일원으로서 책임을 수행하는 것이 사회공헌활동의 본질이며 출발점이다. 예를 들어 탈세, 탈루, 사기 등 각종 불법적 혹은 부도덕적인 행위를 통해 자신의 경제 활동을 유지하면서 봉사활동이나 기부금을 전달하는 사람이 있다면, 과연 이 사람은 사회적 책임을 다한다고 생각할 수 있을까? 봉사활동이나 기부금을 내고 있으니 사회공헌활동을 하고 있다고 할 수 있을까? 중국에는 경제 활동도 불가능해 질 것이다. 결국 사회적 합의에 따른 책임과 의무를 다하는 것에서 출발한 상생의 프레임을 구축하는 것이 바로 사회공헌의 핵심이라고 생각한다. 기업도 이런 상생의 프레임에서 결코 벗어날 수 없다. 이러한 오해를 불식시키고, 지역사회 등 이해관계자와의 소통과 저변 확대가 가장 어려웠던 것 같다.

다행스럽게도, 비록 속도는 느리지만 조금씩 변화하는 모습을 지켜보면서 희망이 보인다. 기업의 CSR 담당자로서 앞으로도 지역사회와 기업 간 상생하는 모델을 구축해 가면서 모두 건강한 지역사회를 만들어 가는 희망찬 사회공헌활동을 기대한다.

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

3-1) 2020년 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감

기업이 사회공헌사업을 할 때 진정성이 중요하다고 생각한다. 그때그때 유행을 타거나 이슈가 되는 사업을 하는 것이 아니라, 한 번 시작하면 10년 이상 지속할 계획을 가지고 지원 대상 및 지원처의 장기적인 변화를 기대하며 좋은 결과가 나올 수 있도록 조력자가 되어야 한다고 본다.

한미약품은 대부분의 사회공헌 프로그램을 장기간의 지속사업으로 인지하며 운영하고 있다. 사랑의 헌혈 41년째, 가현문화재단 20년째, 다문화 가정 아동청소년지원사업 11년째, 빛의소리희망기금을 8년째 지속하고 있다. 실무자로서 지속되는 사회공헌사업을 지켜보며 수혜 아이들이 건강하게 성장하고 또 직업을 갖는 모습에 보람을 느끼며 기업사회공헌활동의 당위성을 느낀다.



▲ 빛의 소리 나눔 콘서트

3-2) Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획

생소하기만 했던 비대면이라는 단어가 어느새 일상 용어가 되어 버린 요즘, 사회공헌활동의 변화가 필요한 시점이라는 점에서 누구나 동의할 것이라고 본다. 한미약품의 사회공헌활동 또한 시대적 과업과 환경에 맞는 변화를 수용하고 발전을 위해 다양한 목표를 지정해 운영하고자 한다. 한미약품의 핵심 DNA인 창조와 도전을 바탕으로 향후 한미약품의 사회공헌활동의 방향은 비대면, 건강, 지역사회와의 상생이다. 이를 위해 현재 진행하고 있는 프로그램의 혁신적인 변화와 더불어 지역사회와 소통이 중요하기 때문에 향후 지역사회의 이해관계자들과의 소통 창구를 활성화할 예정이다. 또한 ESG경영의 조직 내 내재화 및 인식을 제고하기 위한 내부 교육과 함께 현 상황에 맞는 지역사회와 상생의 사회공헌활동을 지속적으로 발굴해 나갈 예정이다.

3-3) 기업·기관·지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 미래상

사회공헌활동은 사회적 책임을 다하는 것에서 출발한다고 볼 수 있다. 또

한 그린위싱, 기업의 홍보 수단이나 방법이 아닌 진정성 있는 기업의 전환적 경영 활동으로서의 사회공헌활동이 우리가 지향해야 하는 진정한 사회공헌활동이 아닐까 생각한다. 이를 위해 지역사회의 이해관계자와 기업 간 장벽을 허물수 있는 소통의 활성화, 지역사회의 문제를 파악하고 해결하고자 하는 기업의 의지, 마지막으로 정부 정책상 지역사회의 발전을 위한 제도적 보완 및 지원책이 필요하다고 생각한다. 기업과 지역사회 간 공존을 통한 상생 발전이 사회공헌활동의 핵심이기 때문에 향후 한미약품은 지역사회와 발전을 도모하는 다양한 정책과 사업을 마련하도록 더욱 정진하고자 한다.

현대위아

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

1976년에 기아기공으로 첫발을 댄 현대위아는 이후 현대자동차그룹에 편입되며 세계적인 자동차 부품 제조사로 성장하고 있다. 자동차 부품 외에도 기계를 만드는 기계인 공작기계 분야에서 대한민국 최고의 위치를 점하고 있고, 방위산업 분야에서도 혁신적인 제품을 공급하고 있다. 특히 완성차의 심장인 파워트레인, 친환경 부품 제조, 방산 물품 등에 주력하고 있다. 또한 협력사와의 동반 성장을 강화하는 데도 집중하며, 협력사가 미래 경쟁력을 키울 수 있도록 ‘소프트웨어 부문 교육’을 실시하고, 4억 원을 투자해 협력사 직원들이 소프트웨어 관련 기술을 확보할 수 있도록 돕고 있다. 현대위아는 ‘밸류 체인(Value Chain) 동반자’로 공동 성장할 수 있도록 관련 제도도 지속적으로 정비하고 있다. 이러한 노력에 최근 동반성장위원회가 발표한 ‘2020년 동반성장지수평가’에서 최우수 등급을 받았다.

1-2) 지역 사회에 대한 기업·기관의 철학

현대위아는 경상남도 창원시에 본사를 두고, 우리가 속한 지역사회에서 어떤 역할을 할 수 있을지 끊임없이 고민하고 있다. 우리와 상생하고 있는 모든 이웃이 건강한 환경 속에서 존중받고 살아갈 수 있는 사회를 만드는 것에 관심을 가져 왔다. 우리는 사회를 위해 ‘가장 잘할 수 있는 것’ 그리고 ‘우리가 해결해야 할 것’을 모색했다. 그렇게 만든 것이 ‘건강한 환경 조성’, ‘자유로운 이동’, ‘위험으로부터의 안전’, ‘이웃과의 나눔’으로 대표되는 현대위아의 CSR 방향성이다.

1-3) 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

현대위아는 코로나19 사태 이전부터 국내외의 다양한 재난에 조기 지원하며 피해를 저감하기 위한 노력을 진행해 왔다. 이번 사태 역시 마찬가지로

였다. 팬데믹 초기에 확진자가 급증하며 피해가 늘어나자, 피해가 많은 지역의 농산물을 구매해 경제적으로 어려워진 소외 계층을 위해 도왔다. 사업장이 있는 해외 지역에도 기금을 전달해 사태가 진정되는 데 힘을 보탰다. 소외 계층뿐만 아니라 스테이 스트롱 캠페인을 통해 방역 최전선에서 밤낮없이 고생하는 의료진을 위한 선물을 전달하기도 했다.

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경

현대위아는 외환 위기 당시 큰 위기를 경험했고, 이후 절치부심하며 사명을 바꾸고 사업 구조를 개편하는 등 대격변의 시기를 이겨 냈다. 그리고 회사는 성장가도를 달리기 시작했는데, 마침내 국내 최고 수준의 자동차 부품사로 거듭났다. 현대위아의 모든 구성원은 우리의 큰 성장의 배경에 지역사회의 응원과 도움이 있었다는 것을 인식했다. 이에 모든 구성원이 급여의 1%를 지역사회 이웃들을 위해 나누는 ‘1% 기적’을 시작했다. 이것이 현대위아 사회공헌의 시작이다.

2-2) 경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG) 경영 측면을 적용한 부분

현대위아는 고객의 삶을 풍요롭게 하고, 지구를 파괴시키지 않는 방식으로 제품을 생산하기 위해 최선을 다하고 있다. 최근 RE100 가입을 선언하고, 전 세계 사업장에 필요한 전력 100%를 재생에너지 기반의 전력으로 대체해 탄소 중립을 실현해 나갈 예정이다. 특히 주요 사업장에 태양광 패널 등을 설치해 재생에너지 전력을 생산하는 ‘직접 재생에너지 생산’, 재생에너지 전력 공급자로부터 직접 전력을 구매하는 ‘전력거래계약’, 한국전력을 통한 ‘녹색 프리미엄’ 전력 구매 등 다양한 방안을 실행할 예정이다.

2-3) 지역사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분

현대위아는 우리가 하는 모든 일에 사람을 가장 중요하게 생각한다. 지역

사회에 대한 일 역시 이런 가치관의 연장선상에 있다. 우리의 역량으로 지역사회에 어떤 기여를 할 수 있을지 고민하고, 우리의 사업으로 지역사회에 어떤 영향을 주는지 모니터링하고 있다. 이 과정에서 가장 중요하게 여기는 것은 ‘어떻게 하면 현대위아와 지역사회가 함께 성장할 수 있을까’다. 그래서 지방자치단체는 물론 지역 NGO 그리고 지역사회 주민과의 소통 채널을 구축해 목소리를 듣고 의견을 반영하고 있다. 현재 현대위아가 하는 거의 모든 CSR사업은 이 과정에서 비롯된 결과물이다.

2-4) 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 느낀 점이 있다면?

현대위아는 경남 창원시를 비롯해 전국 곳곳에 자리하고 있다. 보통 수도권보다는 지방에 위치한 터라 사업장 소재지에는 교통 소외 계층이 많다. 특히 경제적으로 힘들어 차차 이용이 어렵거나, 신체적으로 장애가 있어 이동하기가 불편한 분들은 외출조차 쉽지 않다. 우리는 이 문제를 해결하기 위해 우리의 역량을 활용했다.

현대위아는 자동차 업종에 있어 대한민국의 대표적인 기업이기 때문에, 우리가 공급하는 제품으로 만들어진 자동차를 어려운 곳에 나누는 것이 효율적인 방법이라고 판단했다. 이렇게 탄생한 것이 ‘현대위아 드림카’다. 전국 곳곳에 나누어진 드림카는 어느덧 120대가 넘어, 매우 많은 교통 약자의 이동성을 개선하는 데 많은 효과를 거두었다. 이 기금은 임직원들의 자발적인 기부금과 함께 매칭 그랜트 기금 형식으로 기부하고 있어 의미가 더욱 깊다.

3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

3-1) 2020년 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감

현대위아는 사회공헌 전략 수립을 시작으로, 사회공헌의 기틀을 마련하며 투명성을 확보했다. 또 우리의 사업으로 기여할 수 있거나, 우리의 사업



▲ 드림카

이 영향을 주고 있는 사회의 다양한 이슈를 선별해 4가지 명확한 방향성을 도출했다. 아울러 최근 각광받는 ESG에 대비해 지속가능성보고서 등 대외 정보공개를 하고 있으며, 각종 평가를 받으며 기존의 전략을 개선해 나가고 있다. 이와 같은 진정성을 좋게 봐준 점이 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 주효한 역할을 하지 않았나, 하고 생각한다.

3-2) Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌에 대한 계획

팬데믹으로 인해 기존의 사회공헌사업을 새로운 패러다임으로 접근하려고 한다. 그동안 임직원들이 직접 방문해서 봉사활동을 하던 것들은 대부분 축소 혹은 무기한 연기되는 상황에 처했다. 이런 상황이 언제까지 지속될지 알 수 없지만, 지금 이 순간이 대격변기라는 사실만큼은 분명해 보인다. ESG 시대에 새로운 방향성을 요구받고 있는 만큼, 환경과 사회 그리고 지배 구조에 긍정적인 영향을 줄 수 있는 사업들로 정비해 현대위아가 지속가능한 경영을 이어 갈 수 있도록 하겠다.



▲ 초록학교를 이용하는 학생

3-3) 기업·기관·지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 미래상
 지금까지 시대와 패러다임의 전환에 대해 이야기했지만, 앞으로도 바뀌지 않을 가치는 이해관계자와의 동반 성장이다. 현대위아의 사업은 사람을 위한 것이 되어야만 하고, 사람이 더 나은 삶을 살게끔 해야만 한다. 마찬가지로, 현대위아의 사회공헌 역시 같은 기치 아래 더 나은 세상을 만들기 위해 노력하겠다.

DGB금융그룹

1. 경영이념과 이에 따른 사회공헌사업 추진 방향 등 회사 소개

1-1) 회사에 대한 전반적인 소개와 경영 철학

2011년에 설립된 DGB금융그룹은 고객과 주주의 든든한 신뢰를 바탕으로 DGB대구은행, 하이투자증권, DGB생명, DGB캐피탈, DGB자산운용, DGB유펜이, DGB데이터시스템, DGB신용정보, 수림창업투자의 9개 계열 회사로 구성된 종합 금융그룹으로 굳건히 성장했다.

또한 ‘꿈과 풍요로움을 지역과 함께’라는 경영이념으로 지속가능경영 전략을 모색하며 ESG경영을 실천하는 데 힘쓰고 있으며, 전문적 사회공헌 활동 추진 부서인 ‘CSR추진부’와 종합사회복지재단인 ‘DGB사회공헌재단’을 운영하며 지역과 수도권은 물론 글로벌 지역까지 사회공헌 사랑·나눔을 실천하는 데 앞장서고 있다.

앞으로 계열사 간 시너지 극대화와 디지털금융 선도 그룹을 대통합하며 지역을 넘어 세계로 나아가는 글로벌 종합 금융그룹으로 도약하기 위해 노력하고 있다.

1-2) 지역사회에 대한 기업·기관의 철학

DGB금융그룹은 「미래를 함께하는 Best Partner」의 그룹 비전을 실현하고자 그룹의 경영 방침과 지속가능경영 전략을 연계해 5대 전략 방향 및 10대 전략 과제를 수립했다. 이를 통해 모범적인 지배 구조를 확립하며 신뢰받는 파트너로서 기반을 다지고 있으며, 디지털금융과 글로벌 시장에서의 도전이 성공적인 결실을 맺을 수 있도록 노력하고 있다.

또한 그룹 회장이 위원장으로 직접 활동하는 지속가능경영위원회를 운영하며 지속가능경영실무협의회를 꾸려 윤리경영, 사회공헌, 환경경영, 지속가능 금융을 통한 ESG경영을 실천하는 데 그룹 전 계열사가 동참해 노력하고 있다.



▲ DGB 봉사단 발대식

1-3) 코로나19 상황에서 사회공헌에 대한 결정

(1) 지방자치단체 코로나19 성금 기탁

코로나19로 인해 전국이 어려움을 겪고 있을 때, DGB금융그룹은 선제적으로 성금 10억 원을 기탁함으로써 위기를 극복하는 데 힘을 보탰다. 이에 그치지 않고 임직원들도 위기를 극복하기 위한 성금을 자발적으로 기탁했다. 짧은 기간에 1억 5천여만 원을 조성해 위기에 처한 시민, 자원봉사자 및 의료진을 위해 기탁했다. 이 밖에도 임원진을 중심으로 급여 일부를 반납하는 등 지역 대표 기업으로서 아픔을 함께하고 위기를 극복하는 데 힘을 보탰다.

(2) 코로나19로 인한 피해를 지원하기 위한 서민금융 지원 확대

DGB금융그룹 계열사는 업(業)의 특성을 살려 코로나19로 인해 피해를 입은 서민층을 대상으로 총 2,000억 원 한도로 금융 지원 규모를 확대하는 동시에 일부 상품의 금리를 하향 조정해 적용 중이며, 서민금융 대출 신청 시 서류 제출과 영업점 방문이 불필요하도록 비대면으로 대출 기한 연장을 실시했다.

또한 재난 취약 계층을 위한 포용 금융을 실천하기 위해 DGB현장지원단을 운영하며 소상공인과 중소기업의 금융을 특별 지원하기 위해 힘썼으며, 재난을 극복하기 위한 인프라 지원에도 임직원 및 전 계열사가 함께했다.

(3) 기타 다양한 사회공헌활동 추진

DGB금융그룹은 단순한 후원에 그치지 않고 코로나19로 인한 취약 계층을 위해 생필품 kit 제작, 방역물품 포장 등의 다양한 봉사활동에 임직원이 참가함으로써 아픔을 나누고 사랑을 실천했다. 그 대상 또한 취약 계층, 의료진, 자원봉사자 등 영역을 넓혀 사회공헌활동을 추진하고 있다.

2. 고객 및 지역사회에 전하고 싶은 스토리

2-1) 사회공헌사업을 시작하게 된 계기 및 배경

DGB금융그룹은 지역과 함께 성장·발전하기 위해 다양한 사회공헌활동을 기획·추진하고 있다. 이는 ‘지역에서 받은 사랑을 지역에 환원한다’는 이념 아래 지역민의 사랑을 받고 성장해 온 DGB가 사랑을 나누고 배가 되게 한다는 정신으로 사회공헌활동을 추진 중이다.

DGB가 추구하는 사회공헌사업은 단순한 후원에만 그치지 않고, 전 임직원이 참가하는 봉사단을 운영하며 지역민과 직접 스킨십을 통해 진정한 사랑과 나눔을 실천하고 있다.

결과적으로, DGB금융그룹의 임직원 급여나눔운동은 전 직원이 자발적으로 참가하고 있으며, 이와 더불어 봉사단 또한 전 직원이 참가하고 있다. 봉사단 운영 또한 단순한 노력 봉사에서 본인의 재능을 살린 ‘금융교육봉사단’ 그리고 임직원 가족이 모두 참여하는 ‘패밀리봉사단’ 등 영역을 세분화해 운영하고 있다.

2-2) 경영·영리 활동 과정에서 사회공헌(ESG경영) 측면을 적용한 부분

(1) 리스크 관리

DGB금융그룹은 경제, 기후변화, 사회 이슈 등 다양한 금융 환경의 변화

및 재무, 비재무 리스크에 선제적으로 대응하며 피해를 최소화할 수 있도록 체계적인 리스크 관리를 진행하고 있다. 2019년에 책임은행원칙에 서명한 후 TCFD 지지를 선언하며 향후 ESG리스크를 식별하고 관리하기 위해 관련 부서 간 협의를 진행하고 있다.

(2) 모범적이고 투명한 지배 구조

DGB금융그룹은 모범적이고 투명한 지배 구조와 경영 승계 체계를 구축하기 위해 이사회의 독립성과 전문성을 강화하고, 핵심 인재를 양성하기 위한 프로그램도 안정적으로 추진해 나가고 있다. 이러한 그룹의 경영 승계 프로세스 구축과 지배 구조 개선을 통해 ESG경영 기반을 강화하고 있다.

(3) 모든 경영·영리 활동에서의 ESG 실천

DGB금융그룹은 온실가스 배출량 보고 및 감축 의무가 없음에도 불구하고 2011년부터 지속적으로 온실가스 감증을 자발적으로 받고 있음으로써 탄소 중립과 함께 ESG환경경영을 선제적으로 표방하고 있다. 또한 본점 및 건물 리모델링 과정에서 건축 폐기물을 재활용하며 또 친환경 소재를 사용해 건축을 하고, ESG를 잘 실천하고 있는 기업을 대상으로 특별 대출 상품을 만드는 등 책임경영을 강화하고 있다.

직원들 또한 이에 동참하고 있다. 플라스틱 사용 줄이기, 불필요한 전원 끄기 등을 비롯해 일상생활에서부터 업무용 차량도 친환경 전기차로 교체하는 등 ESG경영을 실천하기 위해 전사적으로 노력하고 있다.

2-3) 해당 기업이 추진하는 사회공헌사업에 대한 전반적인 소개

(1) 금융권 종합사회복지재단인 ‘DGB사회공헌재단’ 설립

DGB금융그룹은 지주 창립과 동시에 DGB사회공헌재단을 설립하며 전문적이고 체계적인 사회공헌활동을 추진했다. 단순한 복지재단이 아니라 종합사회복지법인을 설립함으로써 그룹과 분리해 투명성을 제고하는 것은 물론 기부금심의협의회, 전문가로 구성된 이사회 등을 통해 자금을 더욱 효율적으로 운영하며 사회공헌활동을 추진한다.



(2) 임직원이 직접 참여하는 사회공헌사업

DGB금융그룹은 전 직원이 ‘급여 1% 사랑나눔운동’에 동참하고 있다. 이 자원을 기반으로 취약 계층을 위한 성금 전달, 교도소 제소자를 위한 후원사업, 무료 급식소 봉사활동, 초복 삼계탕데이, Blue Wind, 행복 Dream Day, 난치병 어린이 돕기 등의 사회복지사업에 동참하고 있다. 특히 전 임직원이 봉사단에 가입함으로써 주요 행사에 자원봉사활동을 하며 지역과 소통하고 있다.

(3) 영역별 전문화된 사회공헌사업

- 문화·예술·체육사업

DGB금융그룹은 다문화 가정과 시설 아동을 위한 문화체험 행사, 지역 아동을 위한 문화잔치, 이상화 고택보존사업 참여, 지역민 무료 축구 및 야구장 초청, 마라톤 및 걷기 운동 등의 행사를 매년 실시하고 있다.

- 교육·장학사업

계열사 장학문화재단을 통한 장학사업 전개 및 한국장학재단과 연계한 대학생 자원봉사활동 우수자 장학금 지급, 지역 내 교육기관의 각종 행정업무 지원 활동 등의 다양한 사회공헌활동을 추진하고 있다.

- 환경·글로벌 분야

DGB금융그룹은 지역을 위해 독도사랑운동 및 환경사랑 캠페인 등을 지

속적으로 전개하고 있으며, 국내를 넘어 글로벌 지역에서도 봉사단을 창단한 후 현지 NGO와 연계해 전문적인 사회공헌활동을 실시하고 있다.



2-4) 지역에 사회공헌을 하면서 가장 중요하게 여겼던 부분

(1) 지역 사회복지 유관 기관 및 단체와의 소통

DGB금융그룹은 DGB사회공헌재단과 함께 다양한 사회공헌사업을 추진함에 앞서 지역의 많은 사회복지 유관 기관과의 MOU를 통해 사업 추진의 전문성을 높이고 있다. 또한 담당자와의 간담회를 통해 보여 주기식이 아닌, 효율적으로 도움을 줄 수 있는 부분에 대한 부분을 끊임없이 고민하고 있다.

(2) ESG경영을 실천을 하기 위한 활동 강화

DGB금융그룹은 그룹이 추구하는 ESG경영 실천에 대한 의지를 반영해 다양한 사회공헌활동을 추진 중이다. 예를 들어, 사회복지시설 노후경유 차고체사업은 내연기관 차량이 아닌 미래 환경을 고려한 친환경 차량으로 교체를 실시하고, ESG아이디어공모전을 통해 우수한 사업을 발굴해 실제 사업비까지 지급하는 등 ESG경영을 실천하기 위한 노력을 지속하고 있다.

2-5) 지역사회에서 사회공헌사업을 하면서 느낀 점이 있다면?

‘진심은 통한다. 역시 DGB’

사회공헌활동을 기획하고 추진하는 과정에서 ‘지역민들의 사랑을 많이 받고 있구나’라는 부분을 몸소 느끼게 된다. 프로그램 기획 단계부터 지역민들이 직접 참여하는 행사도 많고, 특히 전 직원이 참여하는 봉사단을 운영하며 실제 봉사 현장에 투입되어 현장에서 구슬땀을 흘리면 주변의 지역민들로부터 ‘역시 DGB’라는 칭찬을 많이 듣는다.

그만큼 오랜 세월 동안 지역의 역사와 함께 성장한 DGB금융그룹으로서 사회공헌사업을 하며 남다른 책임감을 느끼고 있으며, 앞으로도 내 이웃과 내 가족 그리고 지역이 함께하는 ‘With-U’의 정신으로 사회공헌사업을 이어 갈 예정이다.



3. 기업의 성장과 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 계획

3-1) 2020년 지역사회공헌 인정 기업으로 선정되는 데 중요하게 작성했던 내용과 소감

DGB금융그룹은 ‘더 큰 사랑 나눔 실천’을 위해 사회공헌 추진 영역을 확대해 나가고 있다. 실제로 수도권 지역의 사회공헌활동을 강화하고 있으며, 나아가 주요 계열사가 진출해 있는 글로벌 지역의 사회공헌활동 또한 활발하게 전개하고 있다. 또한 그룹이 지난 10년간 활발하게 추진해 온 임직원-대학생-멘티가 참여하는 ‘With-U멘토링’사업을 소개하고, 이를 통한 긍정적인 효과를 알리는 데 중점을 두었다.

지금 이 시간에도 많은 기업이 이윤 추구를 위해서 노력하고 있지만, 이와 더불어 사회공헌활동을 위해 전담 부서를 꾸리고 노력을 하고 있다는 점은 분명 긍정적인 부분이다. 이를 사회가 공식적으로 인정하는 ‘사회공헌 인정제’를 통해 우리 기업이 추구하는 부분과 과제에 대해 다시금 인식할 수 있는 좋은 계기가 되었다.

3-2) Pandemic 이후, Next Normal 시대 사회공헌사업에 대한 계획

(1) ESG경영의 실천 강화

ESG경영 실천은 이제 기업의 입장에서는 임직원의 작은 일상에서부터 시작해 전 영역까지 확대되어 가고 있는 부분이다. 미래 시대 또한 이러한 부분을 중요하게 고려한 사회공헌활동을 추진하며 지속가능한 상생이 가능하도록 사회공헌활동을 전개할 예정이다.

(2) 수도권 및 글로벌 사회공헌사업 강화

수도권 및 글로벌 지역(베트남, 라오스, 캄보디아, 중국, 미얀마) 기반의 주요 계열사를 중심으로 한 수도권 및 글로벌 사회공헌사업을 강화해 나갈 예정이다.

이곳을 중심으로 전국 사업을 확대해 나가고 또 금융교육 등의 전문 사회공헌활동 또한 활발하게 진행할 예정이다. 또한 한국사회복지협의회, 한

국사회복지사협회 등 주요 사회복지단체와 굿네이버스, 기아대책 등의 현지 NGO와 업무협약을 하며 더욱 전문적이고 효과적인 사회공헌사업을 추진할 예정이다.

3-3) 기업·기관·지역과의 성장, 사회공헌을 위해 지향하는 가치와 미래상
- 이웃, 가족, 지역, 글로벌 지속가능경영 프로젝트 ‘DGB With-U’

DGB With-U

- 브랜딩 과정

2021년 DGB금융그룹은 창립 10주년을 맞아 사회공헌 브랜드 ‘DGB With-U’를 론칭하고, 따뜻한 금융을 실천하는 미래를 위해 더욱 체계적이고 전문적인 사회공헌활동을 추진한다. 또한 브랜드 론칭과 함께 최근 강조되고 있는 기업의 ESG경영 실천 트렌드에 맞추어 활동 영역 또한 전반적으로 넓혀 나갈 예정이다.

- DGB금융그룹 사회공헌의 미래 그림, ‘DGB With-U’

‘DGB With-U’에서 ‘U’는 이웃, 가족, 사회, 더 넓게는 지구촌 모두의 의미를 담고 있고 모든 사람들 곁에 늘 DGB가 함께한다는 메시지를 담고 있다. 이로써 지속가능경영을 실천하기 위한 DGB금융그룹의 미래 메시지를 담고 있다.

4

출처 및 참고문헌

출처 및 참고 문헌

<참고 문헌>

1. 사회적 가치 시대의 기업사회공헌 추세와 ESG경영

- 김세원·한송이(2019), “비영리조직과 기업의 파트너십에 대한 국내연구 동향 및 제언”, 한국비영리연구, 18(2), 125-140.
- 박경수(2009), “사회복지분야의 기업 사회공헌활동에 대한 사회복지사의 주관적 인식 유형 연구”, 한국사회복지학, 61(4), 109-136.
- 순덕기(2021) “비대면 자원봉사의 현황과 활성화 방안”, 코로나시대 자원봉사활동 활성화 방안 세미나 자료집.
- 신현철(2002), 대기업 사회공헌활동의 전략적 방안과 효과적인 홍보에 관한 연구-KTF의 사회공헌활동 사례를 중심으로-, 서울대학교 대학원 박사 학위논문.
- 전국경제인연합회(2006), “2006 기업·기업재단 사회공헌백서”.
----- (2020), “2020 주요 기업의 사회적 가치 보고서”.
- 전지민(2020), “사회적기업의 성과에 대한 민간 주도 임팩트투자의 영향 연구 : SK 사회성과 인센티브 프로그램을 중심으로”, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 정대용·김민석(2010), “조직구성원의 사회적 가치추구와 경제적 가치추구가 사회적기업의 발전에 미치는 영향에 관한 연구”, 산업경제연구 23권, 5호.
- 정무성(2020), “포스트코로나 시대 지역복지의 과제와 사회복지관의 역할”, 부천 종합사회복지관 창립 30주년 기념 세미나 자료집.
- 정무성 외(2016), 사회공헌활동 기부은행 중장기 발전방안 연구, 서울: 한국사회복지협의회.
- 정무성·황정은(2018), 사회복지 마케팅, 신정.
- 정진경(2005), “기업의 사회공헌활동 현황과 주요사례 분석”, 한국비영리학회연구, 4(1), 177-207.
- 한국비영리학회(2005), “기업사회공헌실태조사 및 평가지표 개발연구”.

한국사회복지협의회(2020), “2020년 사회공헌백서”.

한동우·하연찬·문순영(2003), “사회공헌활동이 기업에 미치는 영향”, 사회복지공동모금회 나눔문화연구소.

Kotler, P. (1972), A Generic Concept of Marketing, Journal of Marketing

Kotler, P.&Nancy Lee. (2005), Corporate Social Responsibility, Wiley.

Porter, M.E.&Kramer, M.R.(2006), “Strategy & Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility.” Harvard Business Review, 84(12); 78-92.

----- (2011), “Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth.” Harvard Business Review. 89(1/2): 62-77.

<출처>

2-1. 지역사회공헌 인정제 이해하기 I

- 2017 사회공헌센터 사회공헌 플랫폼 국외 협력 추진 계획
- 2017 사회공헌센터 사회공헌 플랫폼 국외 협력 네트워크 추진 결과 보고
- 2018 사회공헌센터 사회공헌 인정제 도입을 위한 기초조사 연구

2-2, 2-3. 지역사회공헌 인정제 이해하기 II, III

- 2018 사회공헌센터 사회공헌 인정제 도입을 위한 기초조사 연구
- 2020 지역사회공헌 인정제 심사지표 고도화 결과보고서

3. 지역사회공헌 인정제 기업 Story

- 집필 참여 기업 및 기관 담당자



지역사회공헌 인정제
바로 가기

발행인 서상목

발행일 2021년 12월

발행처 한국사회복지협의회

04195 서울특별시 마포구 만리재로 14,

한국사회복지회관 12층 사회공헌센터

전화 02-2077-3967

www.bokji.net / www.crckorea.kr

비매품



9 788990 381880
ISBN 978-89-90381-88-0

이 책의 무단전재와 무단복제를 금합니다.

나눔 행복
행복 한국

비매품

03320



9 788990 381880
ISBN 978-89-90381-88-0