

지역의 공유가치창출을 위한 기업 사회공헌활동과 공공사업 연계방안 연구

Cooperative Public Project Implementation with Privately-led CSR Activities

이여경 Lee, Yeokyung
심경미 Sim, Kyungmi
차주영 Tchah, Chuyoung

(a u r

기본연구보고서 2018-6

지역의 공유가치창출을 위한 기업 사회공헌활동과 공공사업 연계방안 연구

Cooperative Public Project Implementation with Privately-led CSR Activities

지은이 이여경, 심경미, 차주영
펴낸곳 건축도시공간연구소
출판등록 제2015-41호 (등록일 '08.02.18)
인쇄 2018년 10월 26일, 발행: 2018년 10월 31일
주소 세종특별자치시 절재로 194, 701호
전화 044-417-9600
팩스 044-417-9608

<http://www.auri.re.kr>

가격: 23,000원, ISBN: 979-11-5659-185-6

이 연구보고서의 내용은 건축도시공간연구소의
자체 연구물로서 정부의 정책이나 견해와 다를 수 있습니다.

연구진

연구책임	이여경 부연구위원
연구진	심경미 연구위원 차주영 연구위원
외부연구진	송준환 아마구치국립대학 조교수 설준호 마크로밀 엠브레인 부장
연구보조원	김 건 연구원 김설영 연구원 남은정 연구원
연구심의위원	유광흠 기획조정실장 서수정 건축연구본부장 백선영 국토교통부 도시재생과 사무관 이영범 경기대학교 건축학과 교수 이영은 토지주택연구원 수석연구원 이홍수 (前)국토교통부 도시재생과장
연구자문위원	권운구 한국농수산대학 조경학과 교수 김규림 주택도시보증공사 사회공헌 담당자 김도영 CSR포럼 대표 김범식 (주)비엠도시건축사사무소 소장 김정후 University College London 교수 김진욱 (주)에지학 대표 김혜정 서울주택도시공사 도시공간디자인실장 노영순 한국문화관광연구원 연구위원 이병택 제주특별자치도청 지역공동체과 주무관 이보람 SH도시연구원 초빙책임연구원 이운용 중앙대학교 건축학과 강의전담교수 이정형 중앙대학교 건축학과 교수 이준호 한국법제연구원 사회문화법제연구실장 이형호 한국토지주택공사 사회공헌 담당자 장영기 문화재청 민관협력계 사무관 정성엽 현대카드 팀장 홍은영 삼성에스원 사회봉사단 대리 泉山 墨威 동경대학 첨단과학기술연구센터 조교수

제1장 서론

건축도시분야 공공사업이 지속적으로 늘어나고 있다. 지역별로 공원, 광장 등의 개별 공공 시설을 조성하는 사업이 추진되기도 하고, 도시재생사업, 지역개발사업 등 여러 개별사업 들을 공간단위로 묶은 패키지형 사업이 추진되기도 한다.

하지만 대부분의 공공사업은 개별 시설이나 공간환경 조성에 집중되고 있다. 사업 추진 이후 조성된 시설이나 개선된 공간환경의 지속적인 유지·관리에 대해 관심을 두지 않아, 최근 에는 지역마다 정책사업에 의해 기조성된 시설 등에 대한 관리 문제에 직면해 있는 실정 이다. 가령, 도시재생사업으로 건립된 마을공동체 건물, 지역개발사업으로 조성된 공원 등은 공사 완료 이후 이를 관리할 예산이나 인력 부족으로 방치되고 있다. 기존에 추진된 각종 공공사업에 대한 유지·관리도 어려운 가운데 또 다른 건축도시분야 공공사업들이 늘어나고 있어 이와 같은 상황은 더욱 심각해질 것으로 우려되고 있다.

공공사업 사후 운영·관리 등 건축도시분야 공공사업에서 나타나고 있는 공공(행정)의 한계는 해외 뿐 아니라 국내 타 분야에서도 직면해 있는 문제이다. 해외 국가나 국내 타 분야에서는 이러한 공공(행정)의 한계를 극복하기 위한 다양한 방안을 모색하고 있으며, 최근에는 행정 자체적 해결 보다는 민간, NPO 등 제3의 주체와 협력하는 방안들이 활발히 논의되고 있다. 실제로 제3의 주체들은 공공(행정)과 함께 사회문제를 해결하는데 있어 다양한 방식으로 참여하면서 ‘새로운 공공’으로서 역할을 하기도 한다.

이 중에서도 예산, 노하우, 인력 등 다양한 자원을 보유하는 기업들이 최근 대내외적으로 사회적 가치 창출에 대한 요구를 받음으로 인해, 지역사회 문제를 해결하는데 적극적으로 동참하고 있으며, 이러한 활동들은 주로 사회공헌활동의 형태로 추진되고 있다. 아울러

해외 국가들 또는 타 분야에서는 그동안 공공(행정)의 고유 역할이었던 공공사업을 기업이 사회적 가치 창출을 목적으로 추진하는 사회공헌활동과 연계하여 추진하기도 한다. 이는 기존에 공공(행정)이 가지고 있는 자산과 기업이 보유하고 있는 다양한 자원을 결합시켜 지역 내에서 공동의 사회적 가치를 창출시키고, 나아가 새로운 가치를 부여하는 결과를 낳고 있어 긍정적으로 평가되고 있다.

그동안 우리나라 건축도시분야에서는 특혜시비 문제 등으로 인해 공공(행정)과 기업이 함께 사업을 추진하는 것에 대해 두 주체 모두 부담스럽게 여겨왔던 것이 사실이다. 하지만 최근에는 대내외적으로 기업들은 사회적 구성원으로서 사회적 책임을 다하고 사회적 가치 창출에 힘써야 한다는 요구를 받고 있는 상황으로, 점차 기업들도 사회공헌활동에 적극적으로 임하고 있다. 이러한 사회적 흐름 속에서 여러 한계에 직면해 있는 건축도시 분야 공공사업 추진에 있어 이제는 기업 참여에 대한 고민이 필요한 시점이라 판단된다.

따라서 본 연구는 건축도시분야 공공사업을 추진하는데 있어 부족한 예산, 인력, 전문성 등을 보충할 수 있는 새로운 방안으로써, 기업의 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업을 연계시키기 위한 정책방안을 제시하고자 하였다.

제2장 기업 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업의 연계 필요성

2장에서는 기업 사회공헌활동과 관련된 개념과 국내외 동향, 국내 기업들의 사회공헌활동 현황을 살펴보고 기업 사회공헌활동의 특징을 도출하였다. 또한 이러한 특징을 토대로 최근 건축도시분야 주요 사업들에서 공통적으로 나타나는 문제들을 개선하기 위한 대안 중 하나로, 기업 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업의 연계 필요성을 제기하였다.

기업의 사회공헌활동은 초기에 단순 기부에서 출발하였다. 미국 기업들이 제1차 세계대전 당시 적십자사에 기부한 것이 계기가 되었다. 1900년대 중반에는 기업이 이익을 극대화하는 과정에서 노동 착취, 폐유 방출 등 지역사회에 문제를 일으킴으로써 사회적 비난이 거세졌으며, 이로 인해 각국에서는 기업을 법적으로 제재함과 동시에 기업의 사회적인 책임 활동을 장려하기 시작하였다. 1970년대 이후부터는 유엔(UN), 경제협력개발기구(OECD) 등 주요 국제기구들이 기업의 지속가능한 발전을 위해 사회와 공생적 관계를

유지해야 한다는 시점에서 기업의 사회적 책임 활동을 권장하고 있다.

이러한 사회적 요구 속에서 기업들은 초기에는 기부와 같은 의무적, 소극적인 사회적 책임(CSR)의 일환으로 사회공헌활동을 추진하였다. 하지만 ‘작은 정부’, ‘큰 시장’ 등을 내세운 신자유주의의 등장 이후에 기업의 역할이 커지면서 기업은 마케팅이나 리스크 감축 등을 목적으로 전략적, 적극적으로 사회공헌활동을 추진하고 있다. 최근에는 기업이 사회공헌 활동을 별도의 사업으로 추진하는 것이 아니라 경영 활동 내에서 사회적 가치를 구현 하도록 하는 CSV(Creating Shared Value) 활동을 추진하는 사례도 나타나고 있다.

국내에서도 기업의 지속가능경영과 관련된 법령을 신설하거나 기업 경영평가에 사회적 가치 창출에 대한 지표를 신설하는 등 기업의 사회공헌활동을 간접적으로 유도하고 있는 실정이다. 나아가 복지부, 문체부 등 일부 부처에서는 기업의 기부나 후원 활동과 관련하여 기업 사회공헌활동 촉진을 위한 정책들을 마련하여 시행하고 있다.

이러한 대내외적 여건 변화로 인해 국내 기업들의 사회공헌활동에 대한 예산은 지속적으로 증가하고 있다. 기업들의 사회공헌활동은 복지, 문화예술, 교육 등의 분야가 주를 이루었으나 점차 활동 분야도 다양해지고 있다. 활동 방식 역시 초기에는 주로 기부금 또는 현물을 지원하는 방식으로 추진되었으나, 최근에는 기업이 보유한 전문인력, 기술 등을 활용한 사회공헌활동도 늘고 있다. 또한 기업들은 공공(행정)이 제공해야 하는 다양한 공공서비스를 사회공헌활동의 형태로 추진하기도 하며, 이러한 활동을 추진하기 위한 예산도 늘리고 있는 상황이다.

한편, 복지, 문화예술, 교육 등 전통적으로 기업 사회공헌활동이 많이 이루어진 분야뿐 아니라 건축도시분야의 각종 공공사업에서도 기업이 ‘새로운 공공’으로 참여할 필요성이 대두되고 있다. 실제 도시재생사업, 새마을사업, 경관사업 등 건축도시분야 주요 공공 사업에서는 공통적으로 △ 공공사업 추진 이후 지속적인 관리 예산 확보 문제, △ 지역주민들의 재정투자가 필요한 사업의 주민 자본투자여력 저조로 인한 사업 실행 한계, △ 지역 내 전문인력 부족, △ 역량있는 기업들의 참여 한계 등의 문제가 제기되고 있다. 건축도시 분야 공공사업을 추진하거나 사업 완료 후 조성된 시설이나 공간환경을 지속적으로 유지·관리하는데 있어 발생하는 예산, 인력 및 전문성 부족의 문제를 개선해나가기 위해서는 현실적으로 공공(행정) 외의 다양한 주체의 참여는 필수불가결하다.

이러한 상황 속에서 다양한 자원을 보유하고 있는 기업이 사회공헌활동을 통해 건축도시분야 공공사업의 주요 주체로 참여한다면, 현재 한계에 직면한 공공(행정)의 역할을 일부 보완할 수 있을 것이다. 민간기업, 공기업 등 상당수 기업들은 이미 자체적으로 예산을

마련하여 각종 사회공헌사업을 추진하고 있으며, 고유의 전문기술을 활용한 활동도 적극 추진하고 있는데, 이러한 기업 보유 자원들은 건축도시분야 공공사업에서도 필요로 하는 요소이기 때문이다.

공공(행정)에서 공익을 목적으로 추진하는 건축도시분야 공공사업과 사회적 가치 창출을 목적으로 추진하는 기업 사회공헌활동의 연계는 공공(행정)과 기업 두 주체가 지역을 기반으로 공통의 사회적 가치를 창출할 수 있는 기회가 될 것이며, 이를 통해 지역에 새로운 가치를 부여할 수 있게 될 것이다. 또한 기업의 사회공헌활동을 지역 기반의 건축도시분야 공공사업과 연계한다면, 수혜자가 특정 개인인 타 분야 사회공헌활동과 달리 지역 내 공간을 향유하는 불특정 다수에게 그 혜택이 돌아갈 수 있게 되어 지역에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 판단된다.

제3장 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계 여건

건축도시분야 기업 사회공헌활동을 촉진하기 위한 부처 차원의 별도의 정책방향은 부재한 실정이다. 이에 3장에서는 사업 단위로 추진된 건축도시분야 공공사업을 통해 정책 여건을 살펴보고, 기업 사회공헌활동 연계 관련 법제도를 검토하였다. 다른 한편으로는 대표적인 건축도시분야 기업 사회공헌활동 사례 분석 및 기업 대상의 설문조사를 토대로 기업 입장에서 연계 여건을 진단하였다.

먼저, 공공(행정)의 측면에서 보면 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계와 관련하여 중앙부처에서 추진한 정책사업은 새뜰마을사업이 유일한 실정으로, 정책적 연계 기반이 부족함을 알 수 있었다. 제도적 측면에서는 건축도시분야 사회공헌활동을 추진한 기업들은 타 분야의 사회공헌활동과 동일하게 「산업발전법」, 「중소기업진흥에 관한 법률」, 「법인세법」, 「소득세법」 등에 근거해 기업의 사회적 책임에 대한 의무, 활동 지원 및 혜택 등에 대해 적용받고 있다. 종합해 보면, 현재 기업의 사회공헌활동을 지원하기 위한 기본적인 제도는 마련되어 있으나, 기업들이 건축도시분야 공공사업에 사회공헌활동의 일환으로 공식적으로 참여할 수 있는 장은 아직까지 부족한 상황인 것이다. 한편, 기업들은 건축도시분야 사회공헌활동을 추진하지 않는 이유로 ‘모르는 분야에서

선뜻 참여하기 어렵다(47.%)’는 인식이 대부분이었다. 또한 기업 내부여건의 한계, 임직원 인식 부족, 관련 전문가 및 지원조직 부족, 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 정보 부족 등의 문제가 건축도시분야 사회공헌활동 추진에 있어 저해 요인인 것으로 나타났다.

그럼에도 불구하고 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 추진 필요성에 대해 공기업의 71%, 민간기업의 60% 정도가 공감하고 있었으며, 공기업의 62%, 민간기업의 29%는 향후 직접 관련 사업을 추진하겠다는 의지를 보였다. 실제로 LH공사나 주택도시보증공사(HUG)와 같은 관련 분야 공기업 뿐 아니라 현대카드, 현대자동차, 삼성에스원 등 민간 기업들도 몇 년 전부터 건축도시분야 공공사업과 연계한 사회공헌활동을 활발히 추진하고 있다. 이러한 사례 속에서 기업들은 예산 지원 뿐 아니라 기업 고유의 전문성을 발휘하여 직접 기획(현대카드), 컨설팅(삼성에스원), 시설의 유지보수(LH공사) 등의 활동을 하거나, 관련 전문성을 가지지 않는 기업들(현대자동차, HUG)은 역량있는 사회적 기업 등과 연계하여 사회공헌사업을 추진하고 있었다.

조사결과들을 종합해 보면, 기업들은 이미 자체적으로 건축도시분야 사회공헌활동의 필요성을 인식하고 있으며 어느 정도 실행의지도 가지고 있음을 알 수 있다. 따라서 향후 건축도시분야 공공사업 추진 시 기업들에게 사회공헌활동과 연계할 수 있는 다양한 기회를 제공하고 이를 지원하는 정책방안이 마련된다면, 기업들의 참여 수요는 더욱 증가할 것으로 예측된다.

제4장 국내외 건축도시분야 기업 사회공헌활동 활성화 정책 및 제도 사례

4장에서는 국내 타 부처 및 해외 주요 국가에서 건축도시분야 기업 사회공헌 활성화를 위해 시행하고 있는 정책 및 제도에 대해 분석하여, 우리나라에서 건축도시분야 기업 사회공헌활동의 활성화 및 공공사업과의 연계를 위해 적용 가능한 정책적·제도적 시사점을 도출하고자 하였다.

건축도시분야 기업 사회공헌활동을 활성화시키기 위해 국내 타 부처 및 해외(영국, 일본, 미국 등)에 추진하고 있는 정책 및 제도에 대해 조사한 결과, 국내에 시사하는 바가 큰 3가지 특징을 도출할 수 있었다.

첫 번째 특징은 공공(행정)이 기업과의 협력에 관한 정책방향을 확립하고, 이를 토대로 직접적으로 기업들이 참여할 수 있는 공모사업을 추진하고 있다는 점이다. 특히, 해외 주요 국가들은 기업이 사회공헌활동을 하는 것을 적극적으로 지원하거나 의무화하고 있다. 미국과 일본에서는 기업도 사회의 구성원으로 기여하여야 한다는 인식 하에 자발적인 사회공헌활동을 유도하고 있으며, 영국에서는 기업의 책임을 좀 더 강조하고 이를 실행 시키기 위한 법제도를 도입함으로써 간접적으로 사회공헌활동을 의무화하고 있다.

또한 해외 국가들은 정부나 지자체 차원의 정책 하에 기업들을 공공사업에 참여시키기 위한 다양한 공모사업을 추진하고 있다. 일본 내각부에서 추진하고 있는 「새로운 공공(新しい公共) 지원사업」은 기업 참여를 유도하는 정부 차원의 시범사업의 대표적인 사례이다. 그 외에도 미국 뉴욕시의 「뉴욕시 플라자 프로그램」, 일본 오사카시의 「텐노지공원 진입부 정비」를 위한 공모사업」 등의 지자체 단위 추진사례도 있다.

국내외 기업 사회공헌 관련 정책 및 제도 특징 종합

구분	특징		
	1) 기업과의 협력에 대한 정책방향 확립 및 이에 따른 공모사업 추진	2) 기업의 자발적 사회공헌활동을 촉진시키기 위한 유도 및 지원 정책 마련	3) 전문성을 보유한 매개단체 육성 및 지원
국내 문화 재정	· 문화재지킴이 사업	-	· 민간협력계 구성 및 운영
EU 영국	· 그린페이퍼 · 기업의 사회적책임에 대한 보고서 · 2011~14년 CSR을 위한 유럽의 새로운 전략 · 웨스트민스터구의 「Foundation Programme」	· 영국 BITC 「기업책임지수」 · 리즈시 「기업 사회공헌활동 툴킷」	· 영국의 BITC 설립
일본	· 내각부의 새로운 공공 정책 및 「새로운 공공 지원사업」 · 오사카시 「민관협력 도시매력창조전략」과 「텐노지공원 진입부 정비 공모사업」	· 요코하마시 「요코하마형 지역공헌기업 인정제도」	· 내각부 「새로운 공공 지원사업」 - NPO 활동 정비 기반 지원사업
미국	· 연방정부 「기업책임경영에 대한 국가행동계획」	· 연방정부 「글로벌 CSR 지원 프로그램」	· 뉴욕시 「뉴욕시 플라자 프로그램」 - 비영리단체 지원 + 기업 후원

두 번째 특징은 기업들의 자발적인 사회공헌활동을 유도하기 위한 다양한 지원 정책을 마련하고 있다는 점이다. 미국에서는 우수기업을 대상으로 시상을 하거나 CSR 활동을

위한 정보 제공을 하고 있으며, 일본 요코하마시의 경우에는 지역공헌기업 인정제도를 운영하고 있다. 이러한 프로그램들은 사회공헌활동을 활발히 추진하는 기업에 대해 정부나 지자체 차원에서 지원하고 홍보해주는 역할을 한다. 영국의 경우에는 기업 사회공헌활동에 대해 수치화한 기업책임지수(CRI)를 발표함으로써 적극적으로 활동하는 기업들은 대외적으로 홍보해주고, 활동이 미흡한 기업에게는 향후 사회공헌활동을 추진하도록 간접적으로 유도하고 있다. 또한 영국 지자체 중 기업 사회공헌활동 활성화를 위해 적극적으로 정책을 펼치고 있는 리즈시는 기업들이 사회공헌활동을 추진함에 있어 참고할 수 있는 지침과 사례를 담은 「기업 사회공헌활동 톨킷」을 제공하고 있다.

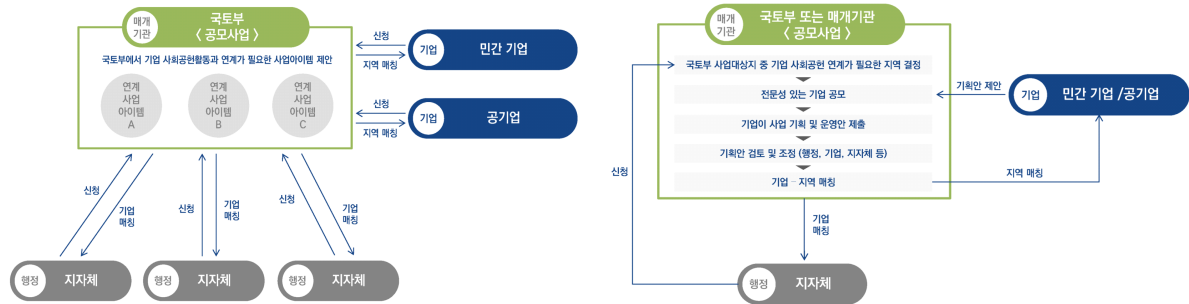
마지막 세 번째 특징은 국가별로 기업들의 사회공헌활동을 지원할 수 있는 중간매개조직을 운영하고 있다는 것이다. 이는 직접적으로 사회공헌사업을 추진하기 어려운 기업을 지원하기 위한 정책 중 하나라고 볼 수 있다. 가령, 영국의 경우에는 국가 차원에서 중간매개조직을 설립하였다. 영국 통상산업부가 설립한 ‘지역사회 속 기업(BITC)’이라는 단체는 기업 사회공헌활동을 위한 중간매개조직으로써 사회공헌활동에 어려움을 겪는 기업들을 위한 각종 지원 활동을 하고 있다. 미국의 「뉴욕시 플라자 프로그램」은 NPO 등 비영리 단체가 공공사업을 직접 기획하도록 기회를 주고, 이들이 실행주체이자 중간매개조직의 역할을 하면서 기업들의 기부를 받도록 하는 시스템으로 운영되고 있다.

제5장 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계방안

앞서 조사·분석한 결과들을 토대로 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동을 연계시키기 위한 다음과 같은 3가지 대안을 제시하였다.

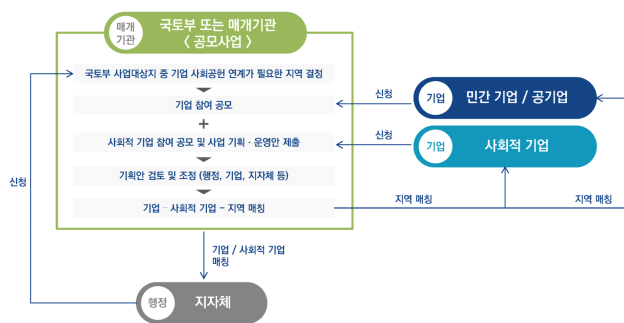
첫 번째는 건축도시분야 공공사업을 추진함에 있어, 기업이 사회공헌활동 형태로 참여할 수 있는 기회를 제공하기 위한 공모사업을 추진하는 것이다. 기업들은 건축도시분야 사회공헌활동에 대해 관심은 있으나 그동안 추진해 보지 않았던 분야여서 선뜻 나서기 어려워하는 실정으로, 정책적으로 기업에 기회를 제공하고 참여의 장을 마련할 필요가 있겠다. 공모사업의 추진방식은 기업의 참여 유형이나 전문성 보유 여부 등에 따라, △부처에서 직접 사업아이템을 발굴하여 기업에게 제시하고 개별 단위 사업별로 공모를

하는 방식, △사업 기획부터 운영까지 함께 협력하여 추진하는 방식(직접 추진 또는 역량있는 사회적 기업 등과 연계하는 방식) 등으로 구분하여 제안하였다.



개별 사업아이템별 기업 사회공헌 공모사업 추진체계

기획부터 운영·관리까지 협력할 수 있는 기업 대상의 공모사업 추진체계



기업과 역량있는 사회적 기업 연계형 공모사업 추진체계

두 번째는 기업과 공공(행정), 나아가 지역을 연계시키는 매개기관의 운영을 제안하였다. 사회공헌 차원에서 건축도시분야 공공사업에 참여하고자 하는 기업들과 이를 필요로 하는 지역을 연계시키기 위해서는 두 주체를 파트너링할 수 있는 매개기관이 필요하다. 각 사업의 유형과 필요로 하는 자원은 다양하기 때문에 표준화된 연계모델을 제시하기 어려우며, 이에 사업별, 지역별로 맞춤형 연계모델을 개발할 수 있는 전문성 있는 매개기관의 운영이 요구되는 것이다. 매개기관을 운영하는 방식으로는 크게 공공사업 추진 주체인 국토교통부 등 행정에서 이를 담당하는 방식과 외부 전문기관을 활용하는 방식으로 구분할 수 있다. 국토교통부 등 행정이 매개기관의 역할을 할 경우, 기존의 사업 운영팀 내의 전담인력을 확보하는 방식과 별도의 전담팀을 구성하는 방식으로 운영될 수 있을

것이다. 또한 외부 전문기관을 활용하는 방식으로서는 특정 전문기관에 관련 업무를 위탁하는 방식과 다수의 비영리단체 등을 매개기관으로 지정하여 운영하는 방식이 있을 수 있다. 대안들의 특징들을 종합해 보면, 단기적으로는 국토부 내 각 사업담당 부서에서 전담인력을 확보하거나 외부 전문기관에 업무를 위탁하여 기업과 지역 내 공공사업을 연계하는 것이 사업 추진에 용이할 것으로 사료된다. 하지만 중장기적으로는 전문성 확보 및 지속적 운영을 고려하여 지역 내 비영리단체 등을 매개기관으로 지정하는 방식, 국토부 내 전담팀을 구성하는 방식 등으로 추진하는 것이 바람직할 것이다.

기업과 지역을 연계하는 매개기관 운영 대안

구분	장점	단점
국토교통부 내에서 담당	방안 1: 국토부 내 사업팀별 전담인력 확보	- 단기적으로 추진 용이 - 사업에 대한 높은 이해도를 토대로 기업-지역 파트너링 가능 - 사업부서 내 타 업무와 중복하여 매개기관의 역할을 해야 하므로 개별 인력의 업무량 증가 - 한 부처 내에 여러 명의 기업-지역 매개 업무 담당자가 존재하여 업무 운영 효율 저하
	(사례) 국토교통부 도시재생과 「민관협력형 노후주택 개선사업」 오사카시 공원정비과 「텐노지공원 진입부 정비 공모사업」	
	방안 2: 국토부 내 기업-지역 파트너링 (민관협력) 전담팀 구성	- 국토교통부에서 추진하는 다양한 사업에 있어 기업 사회공헌활동 연계 가능 - 부처 차원에서 업무 중복 및 상충을 피하고 통합적 운영 가능 - 전문성을 갖춘 인력으로 구성된 팀이 업무를 전담함으로써 사회공헌 사업 아이템 발굴 및 추진 용이 - 별도의 전담팀을 신설하는 것에 대한 부담 - 국토교통부 내에서 추진되는 사업 전반에 대한 담당자의 이해 요구
	(사례) 문화재청 문화유산교육팀 민관협력계	
외부 기관 활용	방안 3: 전문기관 위탁	- 방안 2의 장점과 동일한 장점 - 위탁 비용 마련 부담 - 국토교통부 내 부서나 인력 재배치 부담 감소
	방안 4: 비영리단체 등을 매개기관으로 지정	- 방안 3의 장점과 동일한 장점 - 국토교통부 예산 부담 감소 - 「산업발전법 시행령」 내 지속가능경영지원센터 규정 활용 가능 - 외부 기관의 전문성 검증 어려움
(사례) 지속가능경영 지원센터 문화예술후원매개단체		

세 번째 방안은 자발적인 기업 사회공헌활동 유도를 위한 지원정책을 마련하는 것이다.

기업 사회공헌활동은 기본적으로 기업의 자발적 참여에 의해 이루어진다. 앞서 제안한 공모사업 추진과 이를 위한 매개기관 운영 방안은 기업이 건축도시분야 공공사업과 연계하여 사회공헌활동을 할 수 있도록 직접적인 참여의 장을 마련하기 위한 방안이었다. 이와 더불어 기업이 지속적으로 건축도시분야 사회공헌활동에 관심을 가지고 참여할 수 있도록 기반을 마련하기 위해서는 이러한 활동을 유도·지원할 수 있는 정책이 함께 추진되어야 할 것이다. 이를 위해 활동의지가 있는 기업들에게 방향을 제시할 수 있도록 건축도시분야 공공사업 내 기업 사회공헌활동 추진과 관련된 업무매뉴얼(toolkit)을 마련하고, 사회공헌활동을 시행한 기업들을 격려하기 위해 지역공헌기업 인정제도 등을 도입하는 방안을 제안하였다. 아울러 기업들이 다양한 활동 사례들을 공유하고 관계자 간 네트워크를 구축하도록 지원하기 위해 우수사례집 발간 및 홍보, 사회공헌 포럼 개최 등의 정책 추진을 제안하였다.

주제어

기업의 사회적 책임(CSR), 공유가치창출(CSV), 사회적 가치 구현, 건축도시분야 공공사업, 기업 사회공헌활동, 새로운 공공, 민관협력

차례 CONTENTS

제1장 서론

1. 연구의 배경 및 목적	1
1) 연구의 배경 및 필요성	1
2) 연구의 목적 및 연구문제	6
2. 연구의 범위 및 방법	8
1) 연구의 범위	8
2) 연구의 내용	9
3) 연구의 방법	10
4) 연구수행과정	11
3. 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성	12
1) 선행연구 검토	12
2) 본 연구의 차별성	13

제2장 기업 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업의 연계 필요성

1. 사회적 가치 창출 시대의 기업 사회공헌	17
1) 기업의 사회적 책임을 요구하는 사회적 가치 창출의 시대	17
2) 사회적 가치 창출을 위한 기업의 사회공헌활동 추진	36
2. 기업 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업의 연계 필요성	47
1) 공공의 역할을 보완하는 새로운 공공의 필요성	47
2) 새로운 공공으로서 기업 참여와 사회공헌활동 연계 필요성	52

제3장 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계 여건

1. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계 관련 정책 및 제도 검토	57
1) 정책적 여건	57
2) 제도적 여건	59
2. 건축도시분야 기업 사회공헌활동 사례조사	63
1) 사례조사의 개요	63
2) 공공사업 추진 대상지 내 기업 사회공헌활동 연계사례	64
3) 기업과 공공의 협력에 의한 공공사업 추진사례	68
4) 기업 자체적 건축도시분야 사회공헌활동 추진사례	75

차례 CONTENTS

3. 기업의 건축도시분야 사회공헌활동 수요 및 인식 조사	81
1) 조사 개요	81
2) 기업의 사회공헌활동 추진 현황	83
3) 기업의 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 수요 및 인식	86
4) 건축도시분야 기업 사회공헌활동 확대를 위한 정부지원 요구사항	93
5) 결과 종합	95
4. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계 가능성 및 한계	97
1) 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계에 있어 저해요인	97
2) 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계 가능성	98
 제4장 국내외 건축도시분야 기업 사회공헌활동 활성화 정책 및 제도 사례	
1. 사례조사의 개요	99
2. 국내 문화재청 : 민관협력 전담팀 구성을 토대로 공모사업 추진	101
1) 문화재청의 「민관협력계 구성 및 운영」	101
2) 문화재청의 「문화재지킴이 사업」	102
3. EU 및 영국 : 기업 사회공헌에 대한 책임 부여 및 간접적 유도·지원	107
1) EU 및 영국의 기업 사회공헌활동 관련 동향	107
2) 영국의 기업 사회공헌활동 촉진을 위한 제도	112
3) 영국 BITC의 「기업책임지수」	113
4) 리즈시의 「기업 사회공헌활동 톨킷」	117
5) 웨스트민스터구의 「Foundation Programme」	119
4. 일본 : 중앙부처 차원의 기업 참여 촉진정책 및 다양한 공모사업 시행	122
1) 일본 내 기업 사회공헌활동 관련 동향	122
2) 내각부의 「새로운 공공(新しい公共) 지원사업」	123
3) 오사카시의 「민관협력 도시매력창조전략」과 「텐노지공원 진입부 정비 공모사업」	129
4) 요코하마시의 「요코하마형 지역공헌기업 인정제도」	134
5. 미국 : 기업책임경영에 대한 국가행동계획 제시 및 자발적 사회공헌활동 촉진	139
1) 미국 내 기업 사회공헌활동 관련 동향	139
2) 연방정부의 「기업책임경영에 관한 국가행동계획(The National Action Plan)」	141
3) 연방정부의 「글로벌 CSR 지원 프로그램」	143
4) 뉴욕시의 「뉴욕시 플라자 프로그램」	146

차례 CONTENTS

6. 국내 시사점	149
-----------	-----

제5장 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계방안

1. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계방향	153
1) 공식적인 기업 사회공헌활동 기회 제공	153
2) 기업과 지역의 파트너링 및 참여주체 간 협력체계 마련	154
3) 기업의 자발적 참여를 촉진하기 위한 정책적 지원	155
2. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계여건 개선방안	156
1) 기업의 사회공헌활동 참여 기회 제공을 위한 공모사업 추진	156
2) 기업과 지역을 연계하는 매개기관 운영 지원	161
3) 자발적 기업 사회공헌활동 유도를 위한 지원정책 마련	165
3. 연계여건 개선을 위한 정책추진방향	168

참고문헌	169
------	-----

Summary	177
---------	-----

부록

부록 1. 기업의 건축도시분야 사회공헌활동 수요 및 인식 조사 설문지	189
--	-----

표차례 LIST OF TABLES

[표 1-1] 정부 국정과제 및 세부 추진계획	5
[표 1-2] 문제 인식에 따른 본 연구의 시점 설정	6
[표 1-3] 본 연구에서 다루는 건축도시분야 공공사업 대상	9
[표 1-4] 선행연구와의 차별성	14
[표 2-1] 국제기구별 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 정의	19
[표 2-2] The Global Compact의 10가지 원칙	21
[표 2-3] GRI 가이드라인의 범주와 항목들	22
[표 2-4] ISO 26000 핵심주제 및 내용	23
[표 2-5] 기업의 사회공헌활동 관련 패러다임 변화	24
[표 2-6] 기업의 사회적 책임(CSR)과 공유가치창출(CSV) 활동의 비교	25
[표 2-7] 2000년대 초 정부의 사회공헌 관련 정책	26
[표 2-8] 2018년 공공기관 경영평가 주요 개편사항	27
[표 2-9] 공공기관 경영평가 지표 개편 전·후 비교	28
[표 2-10] 문화체육관광부의 기업 문화예술 메세나 활성화 정책	29
[표 2-11] 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」에 근거한 기업 사회공헌 활성화 정책	30
[표 2-12] 산업통상자원부의 지속가능경영 관련 사업	32
[표 2-13] 한 문화재 한 지킴이 사업의 주체별 활동	35
[표 2-14] 연도별 대기업 사회공헌 지출규모 추이	37
[표 2-15] 대기업 사회공헌활동의 운영방식별 지출 비중	37
[표 2-16] 대기업 대표 사회공헌프로그램의 파트너십 현황	38
[표 2-17] 대기업 대표 사회공헌 프로그램의 지원범위	39
[표 2-18] 대기업 대표 사회공헌프로그램의 분야별 비율	39
[표 2-19] 대기업 비현금성 사회공헌 활동 사례	40
[표 2-20] 지역사회와의 상생을 도모하는 대기업 사회공헌프로그램 사례	41
[표 2-21] 주요 공기업의 사회공헌활동 지출액	42
[표 2-22] 주요 공기업의 사회공헌활동 파트너십	42
[표 2-23] 주요 공기업의 사회공헌 전담조직	43
[표 2-24] 주요 공기업의 사회공헌활동 지원범위 및 분야	44
[표 2-25] 건축도시분야 공공사업의 주요 대상	48
[표 2-26] 대기업 및 중소기업의 대표 사회공헌 프로그램의 지원단위	53
[표 3-1] 기업의 사회적 책임 의무화 관련 제도	60
[표 3-2] 기업의 사회공헌활동 지원 및 육성 관련 제도	60
[표 3-3] 기업의 사회공헌활동에 대한 특례 관련 제도	61

표차례 LIST OF TABLES

[표 3-4] 「법인세법」 및 「소득세법」 내 기업 사회공헌활동 관련 세제혜택 내용	62
[표 3-5] 사례조사 개요	63
[표 3-6] 「청춘발산마을 사업」의 사업추진과정 및 주요 사업내용	66
[표 3-7] 「가파도 프로젝트」 추진과정 및 실적	70
[표 3-8] 「가파도 프로젝트」 추진 중인 사업 및 향후 계획 사업	71
[표 3-9] 「안심마을 만들기 시범사업」 추진체계	73
[표 3-10] 「안심마을 지원사업」의 사업추진과정 및 주요 사업내용	74
[표 3-11] 「노후주택 지원사업」의 사업추진과정 및 주요 사업내용	77
[표 3-12] 「HOPE with HUG」의 사업추진과정 및 주요 사업내용	80
[표 3-13] 기업 대상 설문조사 응답자 특성	82
[표 3-14] 사회공헌활동의 목표	84
[표 3-15] 건축도시분야 사회공헌활동 미추진 이유	87
[표 3-16] 참여 의향이 있는 건축도시분야 사회공헌활동	89
[표 3-17] 참여 의향이 있는 사회공헌 활동별 선택 이유	90
[표 3-18] 건축도시분야 사회공헌활동 시 애로사항	92
[표 3-19] 건축도시분야 사회공헌활동 확대를 위한 정부지원 필요성	93
[표 3-20] 기업 참여 확대를 위해 희망하는 지원제도	94
[표 4-1] 국가별 분석 대상	100
[표 4-2] 연도별 「문화재지킴이 사업」 협약체결 및 협약기관 후원 현황	104
[표 4-3] 2018년도 문화재청 「문화재지킴이 사업」 예산 규모 및 내용	105
[표 4-4] 라이엇 게임즈의 문화재 분야 사회공헌 활동	106
[표 4-5] 그린페이퍼(Green Paper)	108
[표 4-6] 기업의 사회적 책임에 관한 보고서	109
[표 4-7] 「2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략」 보고서의 주요 내용	111
[표 4-8] 지역사회 속 기업(BITC)에서 운영하는 지역사회 관련 프로그램	114
[표 4-9] 기업책임지수(CRI) 평가항목 및 비중	115
[표 4-10] CR Index 평가항목	116
[표 4-11] 리즈시 「기업 사회공헌활동 툴킷」에서 제시한 기업의 혁신적 사회공헌활동 특징	118
[표 4-12] 일본의 「새로운 공공 지원사업」의 주요 사업 유형과 내용	127
[표 4-13] 「새로운 공공의 장 만들기」를 위한 시범사업 실시현황	127
[표 4-14] 요코하마시 지역공헌기업 인정을 위한 「지역성 평가」 지표	136
[표 4-15] 요코하마형 지역공헌기업 인정 현황	136
[표 4-16] 요코하마형 지역공헌기업에 대한 혜택	137

표차례

LIST OF TABLES

[표 4-17] 기업책임경영에 관한 국가행동계획(The National Action Plan)의 주요 내용	142
[표 4-18] 플랫폼이언 23번가 지구의 운영·관리를 위한 기업 기부 및 후원	148
[표 4-19] 국내외 기업 사회공헌 관련 정책 및 제도 특징 종합	149
[표 4-20] 해외 주요 국가의 기업 사회공헌활동 활성화를 위한 정책 방침	150
[표 4-21] 기업 참여의 장 마련을 위한 국내외 공모사업	151
[표 4-22] 해외 주요 국가의 기업 사회공헌활동 촉진을 위한 지원 프로그램	152
[표 4-23] 해외 주요 국가의 기업 사회공헌활동을 지원하는 중간활동단체 육성 정책	152
[표 5-1] 현행 국토교통부에서 추진하고 있는 기업 사회공헌 연계 사업과 타 사례 비교	157
[표 5-2] 개별 사업아이템별 기업 사회공헌 공모사업 추진체계	158
[표 5-3] 기획부터 운영·관리까지 협력할 수 있는 기업 사회공헌 공모사업 추진체계	160
[표 5-4] 기업과 지역을 연계하는 매개기관 운영 대안	164

그림차례 LIST OF FIGURES

[그림 1-1] 연구흐름도	11
[그림 2-1] 기업의 사회공헌활동 유형의 변천	25
[그림 2-2] 중소기업 CSR Framework	34
[그림 2-3] 연도별 대기업 사회공헌 총 지출액 추이	36
[그림 2-4] 대기업 대표 사회공헌프로그램의 분야별 비율	40
[그림 2-5] 1996년 이후 연도별 상위 500대 기업의 사회공헌활동 지출규모 및 증가 추이	54
[그림 2-6] 기업 부문과 사회적 영역과의 관계 변천사	55
[그림 3-1] 「청춘발산마을 사업」의 로컬거버넌스	65
[그림 3-2] 「청춘발산마을 사업」의 사업운영 및 예산 지원 체계	65
[그림 3-3] 「청춘발산마을 사업」의 사업대상지 및 주요 사업	67
[그림 3-4] 가파도 전경	68
[그림 3-5] 현대카드의 「가파도 아름다운 섬 만들기 프로젝트」 사업운영체계	69
[그림 3-6] 가파도 프로젝트 : 완공된 주민지원시설 및 문화시설	71
[그림 3-7] 삼성 에스원의 사회공헌활동 변천	72
[그림 3-8] 삼성 에스원의 「안심마을 지원사업」 사업운영체계	74
[그림 3-9] 한국토지주택공사의 2015~2016년 「노후주택 지원사업」 사업운영체계	76
[그림 3-10] 한국토지주택공사의 2017년 「노후주택 지원사업」 사업운영체계	76
[그림 3-11] 주택도시보증공사의 「HOPE with HUG」 사업운영체계	79
[그림 3-12] 주택도시보증공사의 「HOPE with HUG」 사업시행 전·후	80
[그림 3-13] 사회공헌활동의 주요 목적	83
[그림 3-14] 사회공헌활동 향후 추진 방향	83
[그림 3-15] 사회공헌활동의 목표	84
[그림 3-16] 사회공헌활동의 중점 활동 분야	85
[그림 3-17] 사회공헌활동 담당부서	85
[그림 3-18] 사회공헌활동의 아이템 발굴 방식 및 협력 주체	86
[그림 3-19] 건축도시분야 사회공헌활동 추진 경험 및 계기	86
[그림 3-20] 건축도시분야 사회공헌활동 미추진 이유	87
[그림 3-21] 건축도시분야 내 사회공헌활동의 필요성	88
[그림 3-22] 향후 건축도시분야 사회공헌활동 추진 의향	88
[그림 3-23] 참여 의향이 있는 건축도시분야 사회공헌활동	89
[그림 3-24] 참여 의향이 있는 사회공헌 활동별 선택 이유	90
[그림 3-25] 선호하는 건축도시분야 사회공헌활동 방식	91
[그림 3-26] 건축도시분야 사회공헌활동 미참여 이유	91

그림차례 LIST OF FIGURES

[그림 3-27] 건축도시분야 사회공헌활동 시 애로사항	92
[그림 3-28] 건축도시분야 사회공헌활동 확대를 위한 정부지원 필요성	93
[그림 4-1] 문화재청의 「문화재지킴이 사업」 협약 업무 프로세스	103
[그림 4-2] 「기업 사회공헌활동 툴킷(Toolkit)」에서 제시한 기업 사회공헌활동 촉진을 위한 리즈시 역할	117
[그림 4-3] Foundation Programme 추진 거버넌스 구조	120
[그림 4-4] David Miller Architect에서 제공하는 CSR 프로그램 모습	121
[그림 4-5] 새로운 공공의 단계적 변화	125
[그림 4-6] 오사카 도시매력창조전략의 기본방침	129
[그림 4-7] 오사카 도시매력창조전략의 체계	130
[그림 4-8] 텐노지공원 내 진입부 위치도	131
[그림 4-9] 텐시바공원 시설 상세도	132
[그림 4-10] 텐시바공원 진입부	133
[그림 4-11] 텐시바공원 내 수익시설	133
[그림 4-12] 텐시바공원 내 잔디광장	133
[그림 4-13] 텐시바공원 유지관리	133
[그림 4-14] 요코하마형 기업 CSR	137
[그림 4-15] 요코하마형 지역공헌기업 인정마크	137
[그림 4-16] 나가마치다이지구 내 가로경관	138
[그림 4-17] 나가마치다이지구 내 자연경관	138
[그림 4-18] 요코하마 사람·마을 100경 프로젝트의 성과물	138
[그림 4-19] 트라이플 바텀 라인의 구상도	140
[그림 4-20] 미 연방정부의 「글로벌 CSR 지원 프로그램」의 개념	143
[그림 4-21] 기업 사회공헌에 대한 미국정부의 4가지 주요한 역할	144
[그림 4-22] 뉴욕시 플라자 프로그램의 개념도	146
[그림 4-23] 뉴욕 플라자 프로그램의 실행절차	147
[그림 4-24] 플랫아이언 23번가 BID 구역도	148
[그림 4-25] 플랫아이언 지구 내 플라자 프로그램 사업 후 모습	148
[그림 5-1] 개별 사업아이템별 기업 사회공헌 공모사업 추진체계	158
[그림 5-2] 기획부터 운영·관리까지 협력할 수 있는 기업 대상의 공모사업 추진체계	159
[그림 5-3] 기업과 역량있는 사회적 기업 연계형 공모사업 추진체계	160
[그림 5-4] 민간기업 CSR 포럼	167
[그림 5-5] 주택도시보증공사 사회공헌포럼	167

제1장 서론

1. 연구의 배경 및 목적
 2. 연구의 범위 및 방법
 3. 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성
-

1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구의 배경 및 필요성

□ 공공사업 추진 이후 운영·관리 수요 급증

- 국가나 지자체 소유의 기반시설에 대한 관리 필요성 급증

1970년대 이후 활발히 건설되었던 기반시설은 30~40년 정도 경과한 현재 노후화 시기가 도래하였다. 이로 인해 정부나 지자체 소유의 기반시설에 대한 관리 수요는 급격히 증가하고 있는 상황이다. 가령, 서울시의 경우 현재 총 자산(121조 7,000억원)의 약 60%가 기반시설(73조)이며, 2016년 기준으로 10년 후에는 30년 이상된 노후시설 비율이 전체의 50%를 차지할 것으로 전망되고 있다.¹⁾

또한 2015년 기준, 전국 243개 지자체의 공유재산의 총수는 약 17억 개, 총액은 약 693조 억이며, 이 중에서 토지, 공작물, 건물 등 시설이 차지하는 비율이 70% 이상으로, 노후 기반 시설에 대한 관리 수요는 앞으로 더욱 증가하게 될 것을 예측할 수 있다.²⁾ 이로 인해 정부와 지자체는 향후 집단 노후화가 예상되는 기반시설에 대한 관리 대책을 마련하는데 고심

1) 우리일보(2016), “서울 도시기반시설 노후화 대응 시급”, 아시아글로벌브, 2월 1일자 보도자료를 토대로 작성

2) 행정안전부(2018), “지방재정통계”, 지방재정 365 홈페이지, <http://lofin.mois.go.kr> (검색일: 2018.4.30.) 데이터를 토대로 작성

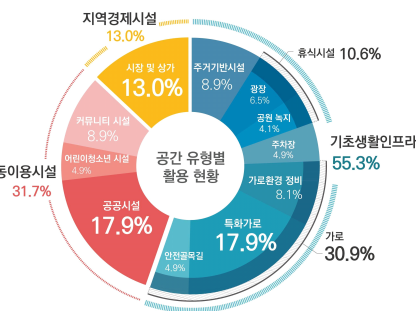
하고 있는 실정이다.³⁾

- 국가나 지자체 정책에 의해 추진되는 공공사업도 지속적으로 증가

한편, 기존 기반시설에 대한 관리 대책도 마련하지 못한 상황 속에서 정부와 지자체는 개별 정책에 따라 지속적으로 공공사업을 추진하고 있다. 현재 국토부의 도시재생사업, 균형발전특별회계에 의한 지역발전사업 등 부처별로 각종 정책사업을 추진하고 있는데, 이러한 사업들은 주로 가시적 효과가 큰 공공시설 조성이나 지역의 물리적 환경을 개선하는 것을 주요 사업내용으로 하고 있다.

2017년 기준 근린재생형 도시재생 선도지역 11곳에서 추진된 시설사업은 총 123개

- 11개 도시재생 선도지역의 총 도시재생사업비는 908,875백만원이었으며, 이 중에서 공공시설 사업비는 62.39%를 차지
- 유형별로 보면, 기초생활인프라(55.3%)가 가장 많으며, 공동이용시설(31.7%), 지역경제시설(13.0%) 등도 상당수 건립



※ 출처 : 이상민·김용국·이여경·제지현(2017), 「도시 공공공간 이용 활성화 연구」, 국가건축정책위원회, pp.21-24.

문제는 공공사업 추진 시에 지자체가 공공시설을 ‘조성’하는 데에만 관심을 둘 뿐 향후 지속적인 ‘운영·관리’는 고려하지 않는다는 것이다. 이로 인해 공공사업 완료 이후에는 지자체 예산 및 인력 부족, 행정공무원의 전문성 미비 등으로 사업을 통해 조성한 공공시설의 유지관리에 한계를 보이고 있다.

이는 또한 공공시설의 운영·관리에 대한 지자체의 재정 부담으로 이어져 악순환이 반복되게 된다. 특히, 재정자립도가 낮은 지방중소도시의 경우에는 예산 확보가 더욱 어려운 실정이다. 이미 지방중소도시에서는 총 인구의 감소 뿐 아니라 고령화사회 진입으로 생산가능인구가 감소하는 등 급격한 인구구조 변화를 겪으면서 지자체 세입이 감소하고 재정자립도는 낮아지고 있으며, 이로 인해 정부의 재정지원에 대한 의존도가 높아지고 있다.

한편 지자체 소유의 공유재산을 관리하는 팀이나 각각의 정책사업을 담당하는 인원은 일반적으로 3~5명 내외로 시설 관리를 위한 인력은 부족한 상황이며, 전문성 문제도 제기

3) 우리일보(2016), “서울 도시기반시설 노후화 대응 시급”, 아시아글로벌, 2월 1일자 보도자료를 토대로 작성

되고 있다.

□ 공공사업에 있어 지자체의 전문성 및 예산 부족에 따른 공공서비스 품질 저하

지역의 기반시설 확충 및 활성화를 위해 조성된 공공시설, 커뮤니티시설 등은 관리 부족으로 방치되고 있는 실정이다. 실제로 중소도시 공공시설의 97%가 적자이며, 각종 공공사업에 의해 조성된 시설은 전기료, 수도료 등 운영·관리 비용 확보가 어려워짐에 따라 제대로 운영되지 않아 지역주민들을 위한 공공서비스의 품질은 점차 저하되고 있다.⁴⁾

아울러 사용되지 않는 시설은 슬럼화되어 범죄나 일탈의 현장으로 변질되면서 지역주민들의 안전을 위협하고 주민 생활환경을 저해하기도 한다.

(사례1) 중소도시의 공공시설 97%가 적자

- 인구감소에도 불구하고 대규모 시설 건설
- 운영·관리의 한계로 중소도시 대부분의 공공시설이 적자이며, 이로 인해 지자체 재정 부담 야기

인구 급감 '축소 도시' 공공시설 97%가 적자

전종현 기자 보행·혁신=이미지 기자
입력 : 2017.07.24 03:00 | 수정 : 2017.07.24 10:24

[100억원 이상 들었는데... 39%는 2010년 이후 완공 '세금 낭비']

'혁신 예술의 전당' 적자 27억원... 후 10억 이상 적자 시설만 9곳
인구 감소세 불명확한 상황에서도 지자체가 대규모 건설 강행
불필요한 비용 제정에 부담... 콤팩트 시티 조성 등 대안 필요

인구가 심각하게 감소하는 지방 중소 도시에서 운영 중인 공공시설 대부분이 심각한 적자에 시달리는 것으로 나타났다. 국토연구원이 '축소 도시(shrinking city)'로 분류한 20개 도시에 있는 도서관 공연장 박물관 체육시설 등 공공시설 운영 실태를 분석한 결과, 전체 59개 시설 중 57곳(97%)이 적자 상태였다. 이 공공시설들의 연간(2015년) 적자 규모는 327억원이 넘었다. 행정자치부는 지난해부터 건설 비용이 100억원(광역시지자체는 200억원)이 넘는 전국 공공시설 667곳의 수입과 지출, 이용 인원 등의 자료를 공개하고 있다.



▲ 이용하는 사람이 거의 없어 한산한 전북 '혁신'모형도서관 내부 모습. 인구가 감소하는 지방 중소도시에 과잉 공급된 공공시설 때문에 해마다 막대한 세금이 낭비된다는 지적이 나온다. /이미지 기자

※ 출처 : 진종현(2017), "인구 급감 '축소 도시' 공공시설 97%가 적자", 조선일보, 7월 24일자 보도자료

(사례2) 도시재생사업으로 건설된 공공시설 운영 한계

- 도시재생사업 등 정부나 지자체 정책사업으로 공공시설을 건립 후 전기료, 수도료 등 운영관리 예산에 대한 확보의 어려움으로 시설 방치

'마을공동체 건물' 전기료도 못 내는데... 뒷집 진구청

부산일보 기자 sso@busan.com | 입력 : 2017-08-13 [23:01:00] | 수정 : 2017-08-13 [23:01:00] | 게재 : 2017-08-14 (4면)



수억 원을 들여 지은 '마을공동체 건물'이 지역 공동체 역할을 하기는커녕 전기료와 수도료도 못 내는 지경인데도 부산시와 관할 구청은 건물만 지어놓은 채 이후 운영에 대해서는 방관하고 있다. 주민들은 거창한 지원 대신에 유지될 수 있는 기반만 마련해줬으면 한다고 요구하고 있다.

※ 출처 : 조소희(2017), "'마을공동체 건물' 전기료도 못 내는데... 뒷집 진구청", 부산일보, 8월 14일자 보도자료

4) 진종현(2017), "인구 급감 '축소 도시' 공공시설 97%가 적자", 조선일보, 7월 24일자 보도자료 및 조소희(2017), "'마을공동체 건물' 전기료도 못 내는데... 뒷집 진구청", 부산일보, 8월 14일자 보도자료를 토대로 작성

□ ‘새로운 공공’으로서 기업의 참여와 기업 사회공헌활동 필요

우리와 유사한 상황에 직면한 해외 국가나 국내 타 분야에서는 기업, 지역단체 등 다양한 주체들이 ‘새로운 공공’으로 공공(행정)의 역할을 보완하고 있으며, 이 중에서는 기업 사회공헌활동과 연계하는 사례들도 지속적으로 증가하고 있는 실정이다.

• (해외) 새로운 공공으로서 기업 참여 및 사회적 가치 실현 노력

해외에서는 ‘신자유주의’, ‘작은 정부’ 등 새로운 행정서비스 개념이 대두되면서 공공시설 관리나 공공사업 추진 등 행정 고유의 업무들을 △민간의 행정기능 대체, △공공영역 보완, △증간지원 등 다양한 방식으로 민간이 대신하거나 민관이 협력하여 추진하는 사례가 늘어나고 있다.⁵⁾ 이와 같은 변화 속에서 민간영역에서 공공영역의 역할을 보완하면서 공공성을 발휘하는 활동 중 하나로 기업의 사회공헌활동이 주목받고 있다.

사회적 책임에서 시작된 기업 사회공헌활동은 기업 경영활동과 접목되고 자발적으로 추진되는 등 활동 양상이 다양화되고 있으며, 참여하는 기업체 수나 투입예산도 지속적으로 증가하고 있다. 최근에는 기업의 사회공헌활동을 단순 자선이나 사회책임(Corporate Social Responsibility, CSR)으로써 뿐 아니라, 지역의 문제를 함께 인식하고 해결해 나감으로써 기업과 지역사회가 상생하고 공유가치를 창출(Creating Shared Value, CSV)⁶⁾하려는 움직임이 많아지고 있다. 해외에서 기업 사회공헌활동과 연계하여 지역의 문제 해결하는 사례가 늘어나고 있는 배경에는 기업의 자발적인 참여의지도 있으나 이러한 활동을 활성화하고 유도하기 위한 정부나 지자체의 적극적인 정책 추진과 제도 개선 노력이 있다.

• (국내) 기업의 사회적 가치 구현 및 민간 참여 활성화에 대한 정책방향 설정

기존에는 공공에서 주도적으로 사회문제를 해결해 왔지만, 대내외적으로 민간영역의 참여가 강조되고 있다. 새롭게 출범된 문재인 정부에서는 주요 국정과제 중 하나로 시민/민간 참여를 통한 사회혁신을 주요 정책과제로 설정·추진하고 있으며, 공기업에 대해서는 사회적 가치 구현에 관한 활동 실적을 경영평가기준에 도입하였다. 아울러 새정부는 국가보조금 의존적 시스템에서 벗어나 지방재정 자립을 목표로 정책을 추진하고 있다.⁷⁾

5) 오키노 노하부로·구리타 타쿠야(2015), 「새로운 공공의 도시시대, 사람을 이어 도시를 살린다」, 최선주 역, 국토연구원, p.35.

6) 공유가치창출(Creating Shared Value, CSV)은 하버드대학 마이클포터에 의해 도입된 개념으로, 기업 활동의 일부가 사회적 문제를 해결하고 가치를 창출하며, 동시에 경제적 수익도 창출하는 활동을 의미한다. (출처 : 권윤구, 주신하(2015), “기업의 공유가치창출을 활용한 도시재생 사례 연구-미국 라스베이거스시 Downtown Project 사례를 중심으로”, 『한국도시설계학회지』, v.16(6), 한국도시설계학회, p.37.)

[표 1-1] 정부 국정과제 및 세부 추진계획

구분	추진정책	세부 추진사항
국정 과제	(국정과제 8) 열린 혁신 정부, 서비스하는 행정	(혁신적인 열린 정부) 민간위탁 투명성·책임성 제고 (소통·협력의 사회혁신) 시민/민간 주도의 사회혁신 문제해결프 로젝트 지원
	(국정과제 75) 지방재정 자립을 위한 강력한 재정분권	(고향사랑기부제 활성화) 고향사랑 기부제법(가칭) 제정을 통한 지방재정 보완 및 지역경제 활성화 (국세-지방세 구조 개선) 국세-지방세 비율을 7:3을 거쳐 장기 적으로 6:4 수준까지 개선

※ 출처 : 국정기획자문위원회(2017), 「문재인정부 국정운영 5개년 계획」, p.33 & p.112 내용을 토대로 작성

문화·예술, 환경, 복지 등 국내 타 분야에서는 이미 민관협력 방안 중 하나로 기업 사회 공헌활동을 촉진·유도하기 위한 정책을 추진하고 있다. 특히, 문화·예술 분야는 고대 로마 제국에서부터 시작된 메세나(mecenat) 개념으로 인해 전통적으로 기업 사회공헌활동이 활발한 분야이다. 문화체육관광부에서는 이러한 사회공헌활동을 더욱 촉진시키기 위해 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」이라는 별도의 법령을 제정하는 등 적극적인 정책을 펼치고 있다. 농촌 분야에 있어서는 농림축산식품부에서 농촌지역에 대한 기업의 사회 공헌을 유도하기 위해 2016년부터 “농촌사회공헌 인증사업”을 추진하고 있다.

이렇듯 타 분야에서는 재정적, 인력적 한계로 인해 공공 부문만으로는 해결할 수 없는 사회문제를 민간 등 타 주체와 함께 협력하여 해결하기 위한 방법 중 하나로 기업의 사회 공헌활동을 촉진시키기 위해 노력하고 있다.

- 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계를 위한 정책방안은 부재

건축도시분야에서도 최근 일부 지자체를 중심으로 기업 사회공헌활동과 연계한 사업을 추진하는 사례가 있으나 극히 일부이며, 관련 정책도 부재한 실정이다.⁸⁾ 그동안 우리나라 건축도시분야에서는 특혜시비 문제 등으로 인해 공공(행정)과 기업이 함께 사업을 추진 하는 것에 대해 두 주체 모두 부담스럽게 여겨왔던 것이 사실이다. 하지만 최근에는 대내 외적으로 기업들은 사회적 구성원으로서 사회적 가치 창출에 힘써야 한다는 요구를 받고 있는 상황이다. 이러한 사회적 흐름 속에서 여러 한계에 직면해 있는 건축도시분야 공공 사업을 추진하는데 있어 이제는 기업 참여에 대한 고민이 필요한 시점이라 판단된다.

7) 국정기획자문위원회(2017), 「문재인정부 국정운영 5개년 계획」, p.33 & p.112.

8) 현대자동차 사회공헌활동과 광주광역시 취약지 재생사업(새뜰마을사업)을 연계한 광주 발산마을 재생사업 등이 추진되고 있다.

2) 연구의 목적 및 연구문제

□ 연구의 목적

본 연구는 건축도시분야 공공사업을 추진하는데 있어 부족한 예산 및 전문인력 등을 보충할 수 있는 새로운 방안으로써, 기업의 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업을 연계시키기 위한 정책방안을 제시하는 것을 목적으로 한다.

[표 1-2] 문제 인식에 따른 본 연구의 시점 설정

문 제 인 식	건축도시분야 주요 현안	공공사업 추진에 따라 조성된 각종 시설의 운영·관리 미흡 → 이로 인한 지역주민들의 공공서비스 질 저하
	기존의 문제해결 방식	또 다른 공공 예산 투입(국가 보조금 의존적) + 기존 행정인력 또는 지역전문가 활용 → 국가 및 지자체 예산 확보의 한계, 전문인력 확보 한계
본 연구 의 시 점	본 연구에서 제안하고자 하는 방향	행정의 기능과 역할을 보충할 수 있는 예산, 인력 등 다양한 자원을 보유한 기업이 새로운 공공으로서 참여할 수 있는 장 마련 + 이를 실행하기 위한 방안 중 하나로, 기업이 사회적 가치 창출을 위해 시행하고 있는 기업 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업의 연계방안 제시

□ 연구문제

기업의 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업의 연계방안을 제시하기 위해 본 연구에서 밝히고자 하는 연구문제는 다음과 같다.

- (필요성)
왜 건축도시분야 공공사업에 기업 사회공헌활동을 연계할 필요가 있는가?
- (여건)
건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동을 위한 연계 여건은 어떠한가?
왜 연계되지 않는 것인가?
- (가능성)
과연 기업은 건축도시분야 사회공헌활동을 추진할 의사가 있는가?
기업은 어떠한 역할을 할 수 있는가?
- (방안 모색)
건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동을 어떻게 연계할 수 있는가?
건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계를 위해 정책적으로 무엇을,
어떻게 지원해야 하는가?

2. 연구의 범위 및 방법

1) 연구의 범위

□ 기업체의 범위

본 연구에서 다루고자 하는 사회공헌주체는 기업이며, 그 중에서도 사회공헌활동을 활발히 추진하고 있는 대기업과 공기업에 초점을 두었다.

- 민간기업

민간기업은 매출액 순위 상위 1~500위의 대기업과 1,000위 내 중소기업 등으로 구분할 수 있는데, 이 중에서 상대적으로 사회공헌활동에 적극적으로 참여하고 있는 대기업을 중심으로 살펴보았다.

- 공기업

본 연구에서 다루고자 하는 공기업은 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제5조에서 정의한 “공기업”을 의미한다. 최근 정부 국정과제에서 공기업의 사회적 가치 실현에 대한 정책을 발표하면서, 이에 대응한 공기업의 사회공헌활동이 증가할 것으로 예측되고 있어 공기업을 본 연구에서 다루고자 하는 기업체 범위에 포함시켰다.

□ 건축도시분야 공공사업의 범위

2018년 현재 건축도시분야의 정책은 국토교통부에서 총괄하고 있으며, 건축정책관실과 도시정책관실에서 담당하고 있다. 건축도시분야의 정책 집행을 위해 추진하는 공공사업의 주무부서 역시 두 부서이다. 건축정책관실과 도시정책관에서 추진하는 공공사업은 특정 지역에 대한 물리적 공간 조성하는 사업과 그 외에 도시건축 R&D 사업, 도시계획정보체계 구축 사업 등 비물리적 사업 등으로 구분 될 수 있다.

본 연구에서는 건축정책관실과 도시정책관실에서 추진하고 있는 공공사업 중 특정 지역 또는 시설 등 물리적 공간을 대상으로 하는 사업을 ‘건축도시분야 공공사업’으로 한정하고자 한다.⁹⁾ 이는 본 연구가 지역의 현안으로 떠오르고 있는 ‘건축도시분야 공공사업’과 관련된 공간계획의 전문성 문제, 공공시설의 운영관리 예산 문제 등 물리적 공간의 조성·관리에 대한 문제인식으로부터 출발하였기 때문이다. 또한 연구 결과 역시 이러한 문제를 해결하기

9) 다만, 공사중단 장기방치건축물 정비사업, 공공건축물 리뉴얼 사업 등 지역 주민들에 직접적 혜택이 가지 않는 사업은 제외하였다.

위한 대안 중 하나로 기업 사회공헌활동과의 연계방안을 제안하고자 하기 때문이다.

이와 같은 기준으로 건축정책관실과 도시정책관실에서 추진하고 있는 물리적 공간을 대상으로 하는 공공사업을 정리하면 다음과 같다.

[표 1-3] 본 연구에서 다루는 건축도시분야 공공사업 대상

담당부서		건축도시분야 공공사업 (물리적 공간 대상)
건축정책관실	건축문화경관과	- 국토환경디자인사업 - 경관협정 활성화 지원사업
도시정책관실	도시재생과*	- 도시 취약지역 생활여건 개조사업(새뜰마을사업) - 도시활력증진지역 개발사업
도시재생기획단	-	- 도시재생사업**

* 도시재생과에서 추진하고 있는 건축도시분야 공공사업 중 노후 산업단지 재생사업은 일반 주민이 아닌 공장주 등 특정대상에 혜택이 부여되는 사업으로 검토대상에서 제외시킴

** 도시재생뉴딜사업의 경우 사업 추진 초기단계로 문제점 도출이 어려우므로 기존에 도시재생과에서 추진하였던 도시재생 선도 지역에서 추진된 도시재생사업에 한정

출처 : 국토교통부(2018), “조직·지원 안내”, 국토교통부 홈페이지, <http://www.molit.go.kr/> (검색일: 2018.8.1.)을 토대로 직접 작성

2) 연구의 내용

- 기업 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업의 연계 필요성 도출
- 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계 여건 분석
- 기업의 건축도시분야 사회공헌활동 수요 및 인식 분석
- 국내외 건축도시분야 기업 사회공헌활동 활성화 정책 및 제도 사례 분석
- 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계방안 제시

3) 연구의 방법

□ 기업 사회공헌 관련 문헌자료 분석

- 기업 사회공헌 관련 주요 개념 및 논의 검토
- 기업 사회공헌활동 관련 법제도 및 정책 조사
- 국내외 건축도시분야의 기업 사회공헌활동 사례분석을 위한 관련 문헌 및 웹사이트 자료 수집·분석

□ 기업 사회공헌활동 현황데이터 수집 및 분석

- 전경련, 사회공헌정보센터 등 유관기관에서 조사한 현황데이터 분석
- 국내 기업 사회공헌활동의 추진 추이 및 특징 도출

□ 수요자 인식조사

- 건축도시분야 공공사업 추진 시 기업 사회공헌활동 연계방안 마련을 위해 기업체를 대상으로 수요 파악 및 현행 사회공헌활동 추진의 한계 등에 대한 설문조사 실시

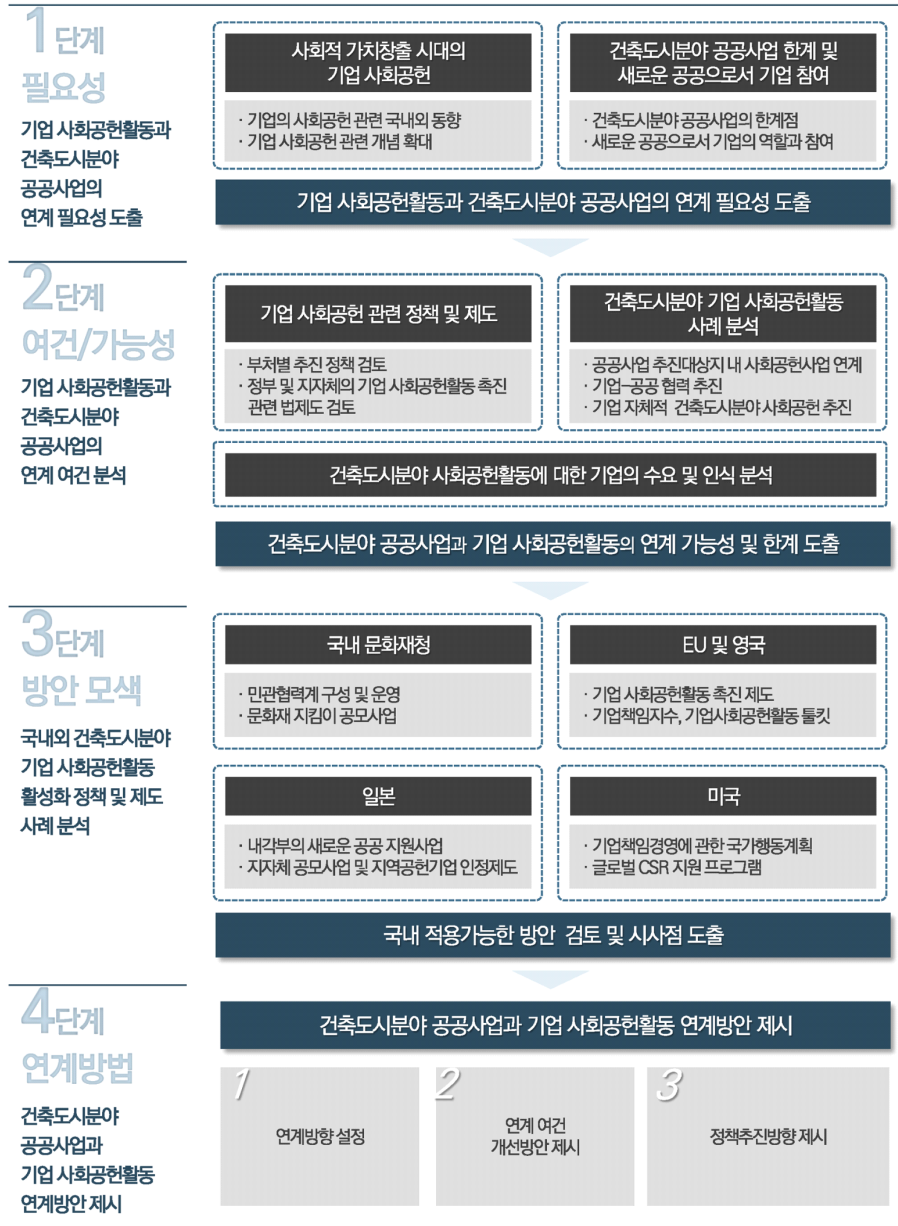
□ 국내외 기업 및 지자체 관계자 심층면담 실시 및 현장 방문

- 현재 추진되고 있는 기업 사회공헌활동에 대한 현황 진단을 위해 기업체 사회공헌활동 담당자 심층면담 실시
- 중앙부처 및 지자체 행정담당자 심층면담 실시
- 해외 사례조사에 대한 신뢰도 확보를 위해 국외 출장을 통해 유관 부처 및 지자체 담당자, 그리고 기업체 사회공헌활동 담당자와의 심층면담 실시
- 국내외 기업 사회공헌활동 추진 현장을 방문하여 운영 실태 파악

□ 전문가 자문회의 개최

- 공무원, 연구자, 실무자, 기업 사회공헌 담당자 등 전문가 풀을 구성하여 정기적으로 자문회의 및 정책실무협의회를 개최하여 이슈별 자문 실시

4) 연구수행과정



[그림 1-1] 연구흐름도

3. 선행연구 검토 및 본 연구의 차별성

1) 선행연구 검토

본 연구와 관련해서 선행연구를 검토한 결과, 지금까지 건축도시분야의 기업 사회공헌 활동에 관해 진행된 연구는 많지 않으며, 크게 건설기업의 사회공헌 실태 연구, 건축도시 공간 내 기업 사회공헌활동 관련 인식과 효과에 관한 연구, 기업 사회공헌활동을 통한 지역재생 사례 연구 등이 있었다. 반면, 타 분야에서는 기업 사회공헌활동 확산 및 연계를 위한 다양한 정책 연구가 진행되고 있었다.

□ 건축도시분야의 기업 사회공헌활동 관련 연구

- 건설기업의 사회공헌 실태 연구

이홍일(2008)은 「건설업 사회공헌 실태조사 및 발전방안 연구」에서 건설기업 150위 이내 업체들을 대상으로 사회공헌활동 실태조사를 실시하고 이를 비건설기업과 비교하였으며, 향후 건설기업의 사회공헌활동의 바람직한 발전방안과 가이드라인을 제안하였다.

- 건축도시공간 내 기업 사회공헌 활동 관련 인식과 효과에 관한 연구

고영희·박진숙(2011)은 「건축적 공공성을 활용한 기업의 사회적 책임 활동의 동기인식과 효과에 관한 연구」에서 기업 사옥의 공공공간을 활용한 기업의 사회공헌활동에 대해 설문 조사 방식으로 일반 사람들의 인식 정도와 활동 효과를 분석하였다.

- 기업 사회공헌활동을 통한 지역재생 사례 연구

권윤구·주신하(2015)의 「기업의 공유가치창출을 활용한 도시재생 사례 연구」에서는 수익창출에 기반한 기업 사회공헌활동의 사례로 미국의 신발업체인 자포스(Zappos)가 라스베이거스시 다운타운 프로젝트를 추진한 사례의 특성과 성과를 살펴보고, 국내 도시 재생사업에서의 시사점을 도출하였다.

□ 타 분야의 기업 사회공헌활동 관련 정책 연구

- 산업 분야

고동수(2006)는 「기업의 사회적 책임(CSR): 국제논의 동향 및 우리의 대응방안」에서 2000년대 중반 국제적으로 논의되었던 기업의 사회적 책임 관련 동향을 살펴보고, 이에 대응하기 위한 정부와 기업의 역할과 방안을 마련하였다.

- 문화관광 분야

노영순(2014)은 「문화·관광분야 기업의 사회적 책임(CSR) 확산을 위한 기초연구」에서 문화·관광 분야의 기업의 사회공헌활동에 대한 사례 및 관련 기업 대상의 설문조사를 토대로 활동 현황과 한계를 파악하고, 향후 문화·관광 분야에서 기업 사회공헌활동(CSR)을 활성화시키기 위해 필요한 정책방향과 과제를 도출하였다.

또한 김영준·김송이(2014)는 「리조트기업의 지역사회 공헌 사례 연구」에서 국내외 주요 리조트기업들이 지역사회와의 상생을 위해 실천하고 있는 사회공헌활동을 대상으로 추진 동기, 추진체계, 특이점 등의 측면에서 특징을 살펴보고 시사점을 도출하였다.

- 재난안전 분야

오윤경(2016)은 「재난안전관리를 위한 민간기업 연계 및 산업육성 방안」에서 공공의 영역이었던 재난·안전 관리 분야에 있어 민간기업의 연계 필요성을 밝히고, 민간위탁, 민간투자, 사회공헌 3가지 방식으로 재난·안전 관리와 민간기업을 연계하는 방안을 제안하였다. 연구 결론에서는 구체적으로 안전진단, 검사, 시험 및 인증 등은 민간위탁으로, 노후 시설 개·보수, 방재시설 등은 민간투자 방식으로, 예방적 안전관리, 국민안전처 정책 사업 연계 등은 기업 사회공헌활동과 연계하여 추진할 것으로 제안하였다.

2) 본 연구의 차별성

기존의 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 연구는 크게 건설기업 사회공헌 실태조사, 기업 사육을 활용한 사회공헌활동에 대한 인식 조사, 기업사회공헌활동에 의한 지역재생 사례조사 등이 진행되었다. 이 중에서 건설기업 사회공헌 실태조사(이홍일, 2008)나 기업 사육을 활용한 사회공헌활동에 대한 인식조사 연구(고영희·박진숙, 2011)는 기업에서 추진하는 사회공헌활동에 대한 현황 및 효과 진단 차원에서 진행된 연구라고 볼 수 있다.

하지만 최근에는 기업 사회공헌활동을 사회적 문제 해결의 수단으로 활용하는 몇몇 사례가 등장하면서, 권윤구, 주신하(2015)는 기업 사회공헌활동과 라스베가스시 다운타운 재생 사업을 연계시킨 사례에 대한 연구를 진행하였으며, 해당 연구가 건축도시분야에 있어 지역 문제 해결과 기업 사회공헌활동의 연계와 관련된 유일한 연구이다.

즉, 지금까지 건축도시분야에서 기업의 사회공헌활동 촉진을 위한 정책연구는 부재한 상황임을 알 수 있다. 반면, 산업, 문화관광, 재난안전 등 타 분야에서는 각 산업 또는 지역

사회의 발전을 위해 기업 사회공헌활동을 촉진·연계시키기 위한 정책연구를 진행하여 정책적·제도적 방안을 마련하고 있는 실정이다.

본 연구는 건축도시분야의 주요 현안인 공공사업의 운영·관리 문제를 해결하는데 있어 공공의 재원이나 인력의 한계로 인해 민간 영역과의 협력의 필요성이 논의되고 있는 현 시점에서, 민관협력 방안의 하나로 기업 사회공헌활동과 공공사업을 연계시키는 정책 방안을 찾는다는 점에서 기존 연구들과 차별화된다.

[표 1-4] 선행연구와의 차별성

구 분		선행연구와의 차별성		
		연구목적	연구방법	주요연구내용
건축 도시 분야	건설업 사회공헌 실태조사	건설업 사회공헌 실태조사 및 발전방안 연구 이홍일(2008) 건설기업 150위 이내 업체들을 대상으로 사회공헌활동 실태조사를 시행하고 향후 발전 방안을 제시	-문헌조사 -설문조사 (건설업체 대상)	-기업 사회공헌의 개념 및 이행 필요성 검토 -국내 건설기업의 사회공헌 실태 및 사례 조사 -건설기업의 사회공헌 활동 발전방안 제안
	건축도시 공간 내 기업 사회공헌 활동에 대한 인식조사	건축적 공공성을 활용한 기업의 사회적 책임 활동의 동기인식과 효과에 관한 연구 고영희·박진숙(2011) 건축적 공공성을 구현한 기업사옥 내 개방형 공공공간이 대중에게 사회공헌활동으로 인식 되는지 설문조사하여 동기인식과 효과 비교 분석	-문헌조사 -설문조사(시민 대상)	-기업사옥의 공공공간의 공공성, 기업 사회공 헌활동과 동기 인식에 대한 이론 검토 -시민들의 기업사옥 공공공간별 사회공헌 동 기 인식 정도 조사 -시민들의 기업사옥 공공공간별 사회공헌 분 야 및 효과 인식 조사 -사회공헌 분야별 동기인식과 효과 비교 분석
	기업 사회공헌 활동에 의한 지역재생 사례 연구	기업의 공유가치창출을 활용한 도시재생 사례 연구 권윤구·주신하(2015) 공유가치창출의 개념을 검토하고, 미국 라스 베가스시 다운타운 프로젝트 사례를 대상으로 특성 및 국내 도시재생사업에의 시사점 도출	-문헌조사 -사업 담당자 인터뷰 및 현장조사	-공유가치창출(CSV) 개념에 대한 이론 고찰 -라스베가스시의 도시재생 전략과 다운타운 프로젝트 특성 및 성과 -국내 도시재생사업에서의 시사점과 운영체 계 제언
타 분야	산업 정책	기업의 사회적 책임(CSR): 국제논의 동향 및 우리의 대응방안 고동수(2006) 산업연구원 국제적으로 논의되고 있는 기업의 사회적 책 임(CSR) 동향에 대한 우리나라 정부 및 기업 의 대응방안 모색	-문헌조사 -사례조사	-기업의 사회적 책임(CSR)의 개념 고찰 -CSR에 대한 국제적 논의 동향 -우리 정부 및 기업의 CSR 대응방안

구 분	선행연구와의 차별성		
	연구목적	연구방법	주요연구내용
문화관광 정책 타 분야	문화·관광분야 기업의 사회적 책임(CSR) 확산을 위한 기초연구 노영순(2014) 한국문화관광연구원	-법률 및 정책 검토 -문헌 연구 -언론보도 분석 -설문조사	-기업의 사회적 책임(CSR) 개념 및 관련 논의 -기업의 사회적 책임(CSR) 관련 주요국 사례 -한국의 사회적 책임 활동 추진 현황 및 특성 -문화·관광 관련 기업의 사회적 책임(CSR) 특성과 국내 상황 -문화·관광기업의 사회적 책임(CSR) 확산을 위한 정책방안
	문화·관광 분야의 기업사회책임(CSR)에 대한 사례 및 관련 기업 대상의 설문을 토대로 현황과 한계를 파악하고, 향후 CSR 확산을 위한 정책방향과 과제를 설정		
	리조트기업의 지역사회 공헌 사례 연구 김영준·김송이(2014) 한국문화관광연구원	-문헌조사 -설문조사 -사례조사 -전문가 자문	-리조트기업의 지역사회 공헌 배경 검토 -리조트기업의 지역사회 공헌사업 유형 및 현황 -국내외 리조트기업의 지역사회 공헌활동 사례 분석
재난안전 관리 정책	국내외 주요 리조트기업들이 지역사회와의 상생을 위해 실천하고 있는 공헌활동에 대한 사례분석 및 시사점 도출		
	재난안전관리를 위한 민간기업 연계 및 산업 육성 방안 오윤경(2016) 한국행정연구원	-문헌연구 -사례조사 -민간기업 설문조사 및 심층 인터뷰 -전문가 자문	-재난·안전 관리에서 민간기업의 역할과 과제 검토 -재난·안전산업 육성 정책 분석 -유사 분야 산업 육성 정책 분석 -재난안전산업 발전방향에 대한 인식조사 -재난안전관리 민관협력 유형별 조사 (민간 위탁, 민간 투자, 사회공헌) -결론 및 정책 방안
본 연구	지역의 공유가치창출을 위한 기업 사회공헌 활동과 공공사업 연계방안 연구		
	정부와 지자체의 재정부담을 가중시키고 있는 공공사업의 운영·관리 등 건축도시분야 지역 현안에 대응하는데 있어, 부족한 예산 및 전문 인력 등을 보충할 수 있는 새로운 방안으로써, 기업의 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업을 연계시키기 위한 정책방안을 제시	-기업 사회공헌 관련 문헌자료 분석 -공공사업과 기업 사회공헌활동과의 연계방안 모색을 위한 중앙부처 및 지자체 담당자 심층면담 -국내외 건축도시분야 사회공헌활동 사례조사 (문헌조사, 면담조사, 현장조사) -기업체 설문조사 및 심층면담 -전문가 자문 및 워크숍	-기업 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업의 연계 필요성 도출 -건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계 여건 분석 -기업의 건축도시분야 사회공헌활동 수요 및 인식 분석 -국내외 건축도시분야 기업 사회공헌활동 활성화 정책 및 제도 사례 분석 -건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계방안 제시

제2장 기업 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업의 연계 필요성

- 1. 사회적 가치 창출 시대의 기업 사회공헌
 - 2. 기업 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업의 연계 필요성
-

1. 사회적 가치 창출 시대의 기업 사회공헌

1) 기업의 사회적 책임을 요구하는 사회적 가치 창출의 시대

① 기업의 사회적 책임에 대한 국제적 동향

□ 기업의 사회적 책임 활동의 등장과 개념 정립

기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 개념은 기부 문화가 발달된 미국에서 대두되었다. 제1차 세계대전 당시 미국 내 기업들이 적십자사에 기부한 것이 계기가 되어, 기업들의 사회문제 해결에 대한 참여가 시작되었다. 이후 1935년에 새로운 세법이 제정되어, 기업들의 기부행위에 대해 법적으로 세전이익의 5%까지 세금을 면제받을 수 있도록 제도적 근거를 마련되면서 기업들의 사회공헌활동이 본격화되었다.¹⁰⁾

세계 대전 이후에는 기업들이 성장을 위해 이익의 극대화를 목표로만 기업을 경영하였고,

10) 드림소사이터티 포럼(2010), “사회공헌활동 활성화 관련 해외사례: 1. 미국”, 드림소사이터티 포럼 블로그, <https://blog.naver.com/dramo23/99519028> (검색일: 2018.5.30.)

그 과정에서 노동 착취, 폐유 방출 등 지역사회에 문제를 일으켰다. 기업들의 이러한 행태에 대해 사회적 비난이 거세졌으며, 이로 인해 한편에서는 기업들의 지역사회 문제 해결에 적극 참여해야 한다는 목소리가 나오기 시작하였다.¹¹⁾

이와 같은 상황은 미국 뿐 아니라 유럽 내 다른 국가에서도 마찬가지였으며, 기업의 사회적 책임(CSR)에 관한 논의는 이러한 자본주의 산업사회의 출발과 함께 시작되었다. 산업사회는 어느 시기보다 풍부한 물질적 부를 창출하였으나, 동시에 환경오염, 불평등 분배 등의 사회적 문제를 양산한 시기이기도 하며 그 중심에는 기업이 있었다. 이로 인해 각국에서는 기업에 대한 법적 규제를 강화하였고, 한편으로는 사회적 책임 차원에서의 사회공헌활동을 권장하기 시작하였다.¹²⁾

기업의 사회적 책임(CSR)의 개념과 범위에 대한 학문적 합의가 도출되지 않고 있다. 현대적인 의미에서 기업의 사회적 책임(CSR)의 개념은 경제학자 하워드 보웬(Howard Bowen)이 1953년 「기업가의 사회적 책임」이라는 저서에서 처음으로 제기하였다.¹³⁾ 보웬(Bowen)은 “기업인의 의무는 우리 사회의 목표나 가치적 관점에서 바람직한 정책을 추구하고, 그러한 의사결정을 하거나 그러한 행동을 좇아야 하는 것”¹⁴⁾으로 정의하였다. 나아가 맥과이어는 1963년 그의 저서 「기업과 사회」에서 기업의 사회적 책임은 “기업의 사회에 대한 경제적 법적 의무 뿐 아니라, 이러한 의무를 넘어서 전체 사회에 대한 책임까지를 의미한다”¹⁵⁾고 하며, 보웬이 정의한 개념 보다 그 범위를 좀 더 확대하였다.

1970년대부터는 유엔(UN), 경제협력개발기구(OECD) 등 주요 국제기구들이 지속가능한 발전을 위해 기업이 사회와 공생적 관계를 유지해야 한다는 시점에서 각 기구별로 기업의 사회적 책임(CSR)에 대해 정의내리기 시작하였다. 국제 기구별로 사용한 용어는 조금씩 차이가 있으나, 내용적으로 종합하면 국제기구에서는 ‘사회의 요구나 문제에 대응하고 사회가치를 증진시키기 위한 기업의 자발적 의지와 활동’을 기업의 사회적 책임(CSR)이

11) 신지영(2017), “[뉴스워크_특집 ‘사회공헌’] 1. 기업의 사회적 책임(CSR)... 어디까지인가”, 뉴스워커, 10월 27일자.

12) 노광표·이명규(2013), “기업의 사회적 책임(CSR)”, 한국노동사회연구소, <http://www.ksli.org/content/%EA%B8%B0%EC%97%85%EC%9D%98-%EC%82%AC%ED%9A%8C%EC%A0%81-%EC%B1%85%EC%9E%84csr>. (검색일: 2018.5.30)

13) 강세중·박의범·Tsog Khulan(2010), “한국기업 CSR활동의 공유가치창출에 관한 실증연구”, 「로고스경영연구」, v.10(4), 한국로고스경영학회, p.3.

14) 최희원·문철우(2011), “CEO의 변혁적 리더십 특질과 기업의 재무성고가 CSR에 미치는 영향”, 「인적자원관리연구」, v.18(2), 한국인적자원관리학회, pp.213-234.; 강세중·박의범·Tsog Khulan(2010), 전제서, p.3 재인용.

15) 노광표·이명규(2013), “기업의 사회적 책임(CSR)”, 한국노동사회연구소, <http://www.ksli.org/content/%EA%B8%B0%EC%97%85%EC%9D%98-%EC%82%AC%ED%9A%8C%EC%A0%81-%EC%B1%85%EC%9E%84csr>. (검색일: 2018.5.30)

라고 정의하고 있음을 알 수 있다.

[표 2-1] 국제기구별 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 정의

기구명	기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 정의
UNTAD	기업이 사회의 요구사항과 목표에 어떻게 대응하고 영향을 미치는가에 관한 것
세계은행 (World Bank)	선량한 경영개발을 통한 지속가능한 경제발전과 직원 및 그들의 부양가족, 지역사회 등 사회가치 증진에 기여하는 일련의 기업 활동
유엔 (UN Global Compact)	사회적 책임이란 기업이 이해관계자들이 바라는 경제적, 법적, 윤리적 책임들을 완수하는데 전략적 초점을 맞추는 것
EU 집행위원회	기업이 자발적으로 사회·경제적 문제를 기업활동 및 이해관계자와의 상호작용에 통합하는 개념
경제협력개발기구 (OECD)	기업과 사회와의 공생관계를 성숙시키고 발전시키기 위해 기업이 취하는 행동
국제노동기구 (ILO)	기업이 법적의무를 넘어 자발적으로 전개하는 이니셔티브이며, 기업활동이 모든 이해관계자에게 미치는 영향을 검토할 수 있는 방식
국제사용자기구 (IOE)	법 준수를 뛰어넘는 다양한 사회·경제·환경 분야에서의 기업의 자발적이고 긍정적인 활동
세계지속가능발전 세계기업협의회 (WBCSD)	직원·가족·지역사회 및 사회 전체와 협력해 지속가능한 발전에 기여하고 이들의 삶의 질을 향상시키고자 하는 기업의 의지
국제상공회의소(ICC)	기업이 책임 있는 방식으로 기업활동을 하고자 하는 자발적 의지
국제표준화기구 (ISO)	조직이 경제·사회·환경문제를 사람·지역공동체 및 사회에 혜택을 줄 수 있는 목적으로 다루기 위한 균형잡힌 접근 방법
사회적 책임을 위한 경영자협의회 (Business for Social Responsibility)	사회가 비즈니스를 소유하고 있다는 윤리적 · 법적 · 상업적 · 공적인 기대 수준을 충족시키는 수준 또는 초과하는 수준으로 비즈니스를 행하는 것

출처 : 김성택(2012), 「CSR 5.0 : 기업의 사회적 책임과 역할」, 도서출판 청람, p.10; 고동수(2006), 「기업의 사회적 책임(CSR) : 국제논의 동향과 우리의 대응방안」, 산업연구원, pp.5-10; Dahlsrud, A(2008), "How Corporate Social Responsibility Is Defined: an Analysis of 37 Definitions", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, n15, pp.7-11. 등을 토대로 작성한 노영순(2014), 「문화·관광분야 기업의 사회적 책임(CSR) 확산을 위한 기초연구」, 한국문화관광연구원, pp.27-28 재인용

□ 기업의 사회적 책임(CSR) 활동의 확대

경제의 세계화, 자유화, 민영화 정책이 반영된 신자유주의체제로 패러다임이 바뀌면서 정부의 역할은 축소되고 기업권력이 강화되는 환경이 조성되었다. 기업이 여러 제도에 있어 권한을 부여받았지만, 한편으로는 공적 규제의 완화로 인해 기업의 사회적 책임이라는 의제가 더욱 강력하게 제기하게 되었다.¹⁶⁾

16) 노광표·이명규(2013), "기업의 사회적 책임(CSR)", 한국노동사회연구소, <http://www.ksli.org/content/%EA%B8%B0%EC%97%85%EC%9D%98-%EC%82%AC%ED%9A%8C%EC%A0%81-%EC%B1%85%EC%9E%84csr>. (검색일: 2018.5.30)

기업의 사회적 책임(CSR)은 초기에는 자선적 기부 개념에서 시작된 의무적 활동이었으나, 점차 기업의 자발적·전략적 활동으로 변해가고 있다.

- 「수정자본주의」 속 「의무적 CSR」

자본주의의 여러 가지 문제들을 국가가 직접 개입하여 해결하고자 한 수정자본주의에서 기업의 사회공헌활동은 소극적·제한적으로 추진되었다. 기업 보다는 국가가 많은 역할을 해야 한다고 생각한 시기였기 때문에 기업의 사회공헌활동 역시 적극적으로 추진되지 못하였다. 이에 기업은 공급자인 기업의 필요에 따라 사회공헌활동을 하는 수준에 그쳤으며, 이러한 활동의 목적은 기업 이익의 일부를 사회에 환원한다는 데 있었다.¹⁷⁾

- 「신자유주의」 속 「전략적 CSR」

하지만 ‘작은 정부’, ‘큰 시장’ 등을 내세운 신자유주의의 등장 이후 기업의 사회공헌활동도 변화를 맞게 되었다. 신자유주의 시대에는 기업의 역할이 확대되면서 기업들은 홍보하기 위한 마케팅이나 리스크 감축을 위한 목적으로 사회공헌활동을 추진하였다. 또한 기존에는 공급자가 필요한 활동을 하였다면, 신자유주의에 들어서면서 기업은 소비자의 니즈에 부합한 활동을 하기 시작하였다. 이는 고객을 고려한 전략적인 사회적 책임(CSR) 활동을 시작한 것으로 볼 수 있다. 기존의 활동 방식 보다 발전하였지만 신자유주의 시대에도 여전히 기업들은 사회공헌활동을 의무적으로 받아들이고 수동적으로 수행하는 경향이 있었다.¹⁸⁾

□ 기업의 사회적 책임에 대한 적극적 유도를 위한 구체적 행동지침 및 지표 마련

1970년대 후반부터는 환경, 인권, 노동의 문제에 국한하지 않고 지속가능발전을 위해 기업의 사회적 책임(CSR) 활동을 촉진하고 있으며, 이를 적극적으로 유도하기 위해 국제기구별로 구체적인 행정지침 및 지표를 발표하고 있다.

- OECD Guidelines for Multinational Enterprises

1976년 경제협력개발기구(OECD)는 「OECD 다국적기업 가이드라인(OECD Guidelines for Multinational Enterprise)」을 통해 다국적 기업에 대한 행동지침을 제시하였다.¹⁹⁾ 이는 경제협력개발기구(OECD)에서 처음으로 기업의 사회적 책임(CSR)에 대해 규범화

17) 신혜정 외 5인(2012), “협력으로 승화하는 기업의 사회공헌”, 「CEO Information」, v.843, 삼성경제연구소, p.1.

18) 신혜정 외 5인(2012), 전제서, p.1.

19) 노영순(2014), 전제서, p.28.

를 시작했다는 점에서 의의가 있다. 「OECD 다국적기업 가이드라인」에서는 “정보공개·고용·환경·반부패·소비자이익·과학기술·세제·경쟁 등 8개 분야”로 구분하여 “기업, 노동조합, NGO에게 CSR에 대한 확고한 기본 틀”을 제시하고 있다.²⁰⁾

- UN의 「The Global Compact」

1999년 1월 WEF 연설에서 유엔사무총장 Kofi Annan은 사회문제에 대한 기업의 참여를 촉구하는 「The Global Compact」를 발표하였고, 이를 2000년 유엔(UN)에서 공식적으로 제기하였다.²¹⁾ 「The Global Compact」에서는 기업들이 인권, 노동, 환경, 반부패 등 총 4개 영역에서 준수하여야 할 10가지 원칙을 제시하였다.²²⁾

[표 2-2] The Global Compact의 10가지 원칙

구분	10가지 원칙
인권 (Human Rights)	Principal 1: 기업은 국제적으로 선언된 인권의 보호를 지지하고 존중하여야 한다.
	Principal 2: 기업은 인권 학대에 공모하지 않을 것을 확신하여야 한다.
노동 기준 (Labor Standards)	Principal 3: 기업은 단체 교섭에 있어서 조합의 자유와 권리의 효과적인 인식을 지지하여야 한다.
	Principal 4: 기업은 모든 형태의 강요되거나 강제된 노동을 배제하여야 한다.
	Principal 5: 기업은 아동 노동을 효과적으로 폐지하여야 한다.
	Principal 6: 기업은 고용 및 업무에서 차별을 배제하여야 한다.
환경 (Environment)	Principal 7: 기업은 환경 도전에 대해 예방적 접근을 지지하여야 한다.
	Principal 8: 기업은 환경에 대한 책임 증진에 솔선하여야 한다.
	Principal 9: 기업은 환경친화적 기술의 개발 및 보급을 지원하여야 한다.
반부패 (Anti-Corruption)	Principal 10: 기업은 부당가격 청구 및 뇌물을 포함하여 모든 형태의 부패에 대응하여야 한다.

출처 : 고동수(2006), 「기업의 사회적 책임(CSR) : 국제논의 동향과 우리의 대응방안」, 산업연구원, p.7.

- GRI(Global Reporting Initiative) 가이드라인

GRI(Global Reporting Initiative)는 각 국의 기업에게 지속가능성보고서 작성에 대한 지침을 제공하는 국제기구로 1997년 설립되었다.²³⁾ GRI에서는 2000년 기업 경영의 지속가능성을 확보하기 위한 대표적 규범으로 「GRI(Global Reporting Initiative) 가이드

20) 고동수(2006), 「기업의 사회적 책임(CSR) : 국제논의 동향과 우리의 대응방안」, 산업연구원, p.8.

21) 고동수(2006), 전제서, pp.5-6.

22) 김명수 외 3인(2014), 「아국업체들의 해외건설시장에서 사회공헌활동 강화방안 연구」, 국토교통부, p.68.

23) Global Reporting Initiative(2018), “About GRI”, GRI Website, <https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx>. (검색일: 2018.5.30.)

라인」을 발표하였다. 이는 “환경, 사회, 경제 등 각 분야에 대한 기업의 사회적 책임을 규정하고 이와 관련된 정보를 공개”하도록 한 지침이다.²⁴⁾ 유엔(UN)의 「The Global Compact」에서는 외부적 요인으로 환경을 고려하도록 하였지만, GRI(Global Reporting Initiative)에서는 사회영역에 대한 책임을 강조하고 있는 것이 특징이다.

GRI는 2000년 첫 번째 가이드라인인 G1 발표 이후 G2, G3, G4를 비롯해 GRI Standards에 이르기까지 가이드라인 내용을 발전시켜오고 있다.²⁵⁾ GRI 가이드라인은 규제적 수단은 아니지만 기업들(특히 글로벌 기업)은 경쟁력 강화를 위해 기업 경영에 있어 이러한 가이드라인 내용을 반영시키고 있다.

[표 2-3] GRI 가이드라인의 범주와 항목들

구분	범주	관점
경제	직접 경제 영향	①고객, ②협력업체, ③직원, ④자본제공자, ⑤공공부문
환경	환경	①원료, ②에너지, ③물, ④생명다양성, ⑤배출 폐수폐기물, ⑥공급자, ⑦제품과 서비스, ⑧법규 준수, ⑨운송, ⑩종합
사회	노동관행과 좋은 일자리	①고용, ②노사관계, ③보건/안전, ④교육/훈련, ⑤다양성과 기회
	인권	①전력과 관리, ②비차별, ③결사와 단체 협상의 자유, ④아동노동, ⑤강제 및 강요노동, ⑥규율관행, ⑦보안관행, ⑧토착적 권리
	사회	①지역사회, ②뇌물과 부패, ③정치적 기여, ④경쟁과 가격정책
	제품 책임	①고객 보건과 안전, ②제품과 서비스, ③광고, ④프라이버시 존중

출처 : 황상규(2013), 「사회책임의 시대 ISO26000 이해와 활용」, 도서출판 틱움, pp.80-81.

- ISO26000 : Guidance on Social Responsibility

2010년 국제표준화기구(ISO)가 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 지침을 발표하면서, 세계적으로 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 관심이 쏟아지고 있다. 국제표준화기구(ISO)는 사회적 책임이 인류사회의 지속가능한 발전에 필수적이라는 인식과 각국의 상이한 지침 운영이 국제적으로 혼란을 야기할 수 있다는 인식 하에 사회적 책임(CSR)에 대한 표준지침을 제시하였다.²⁶⁾

ISO26000은 7개의 핵심 주제로 구성되며, 각각의 주제별로 이행되어야 할 여러 개의 세부

24) 황상규(2013), 「사회책임의 시대 ISO26000 이해와 활용」, 도서출판 틱움, p.79.

25) Global Reporting Initiative(2018), “Standards”, GRI Website, <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>. (검색일: 2018.5.30.)

26) 노영순(2014), 전계서, p.33.

ISO 26000은 기존의 국제표준인 ISO 9001(품질경영시스템), ISO 14001(환경경영시스템) 등과 같이 인증 표준으로 활용되지는 않으며 가이드라인의 성격이다.

주제로 나누어져 있다. 기존의 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 주제였던 인권, 노동관행, 조직지배구조, 공정한 조직 운영, 소비자 이슈, 환경 뿐 아니라 공동체 참여/지역사회의 발전 등이 핵심주제이다.

여기서 지역사회 발전 부문이 핵심주제 중 하나로 등장하였다는 점을 눈여겨 볼만하다. 국제표준화기구(ISO)는 ISO26000을 통해 기업 경영 활동에 의한 개발 효과, 공동체 참여, 지역사회 발전 등을 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 있어 중요하게 다루어야 한다고 강조하였다.

[표 2-4] ISO 26000 핵심주제 및 내용

주제	내용
인권	• 시민권과 정치적 권리 • 노동기본권 • 경제, 문화, 사회적 권리 • 공동체 권리
노동관행	• 산업조건 및 안전 • 인력개발 • 노동조건 • 인간으로서의 노동자
조직지배구조	• 포괄성 • 정보공개 • 책임성 • 윤리적 행동 • 규칙 또는 법률 존중
공정한 조직운영	• 윤리적 투명한 활동 증진 • 자유 경쟁 증진 • 공정하고 윤리적인 공급과 공급 후 활동 • 지적재산권 및 기타 재산권, 사용자 이해 존중 • 부패와의 싸움
소비자 이슈	• 소비자에게 정확하고 적절한 정보 제공 • 사회적으로 혜택을 주는 서비스와 제품 제공 및 개발 • 안전하고 신뢰할 수 있는 제품과 서비스 제공 및 개발 • 소비자 개인정보 보호
환경	• 오염방지 • 지구온난화 방지 • 지속가능한 소비와 토지이용 • 생태계와 자연환경 보존 및 회복 • 미래세대 존중
공동체 참여 지역사회 발전	• 개발효과 • 공동체 참여 • 지역사회 발전 • 자선

출처 : 노영순(2014), 「문화·관광분야 기업의 사회적 책임(CSR) 확산을 위한 기초연구」, 한국문화관광연구원, p.34.

□ 기업의 공유가치창출(CSV, Creating Shared Value)

기업의 사회적 책임(CSR)은 기업의 자발적 활동으로 활동 예산이 한정적이고 불안정하며, 지역사회 욕구를 반영하는데 제한적이라서 활동 효과에 한계가 있다는 문제가 제기되기 시작하였다.²⁷⁾ 즉, 기업이 일정한 예산을 할애하여 사회공헌활동을 하고 있지만 기업의 입장에서 활동을 추진하다 보니 지역사회에 미치는 파급효과가 미비하며, 기업 내부적으로도 안정적인 예산 확보에 한계가 있다는 것이다.

이러한 문제인식 하에 2011년 하버드 대학의 마이클 포터(Michael E. Porter) 교수는 사회적 여건을 개선하면서 기업 경영의 경쟁력도 확보할 수 있도록 하는 공유가치창출(Creating Shared Value, 이하 CSV)라는 개념을 주장하였다. 기업의 사회적 책임(CSR)은 기업의 주요 목표인 이윤 창출을 달성한 후에 사회공헌활동을 하는 개념이라면, 공유가치창출(CSV)은 사회적 문제를 해결하고 가치를 창출할 수 있는 경영 활동을 함으로써 기업의 경제적 수익과 사회적 가치를 동시에 창출하는 개념이다.²⁸⁾ 공유가치창출(CSV) 활동은 기업이 이해관계자 니즈를 전반적으로 반영하며, 기업 경영활동과 연계되므로 기업들이 적극적, 능동적으로 추진하는 것이 특징이다.²⁹⁾

[표 2-5] 기업의 사회공헌활동 관련 패러다임 변화

사회변화	수정자본주의	신자유주의 등장	자본주의의 위기
사회공헌 변천	자선적 기부 의무적 CSR (제한적)	전략적 CSR (양적 팽창)	사회적 혁신 CSV (질적 변화)
주체	공급자 니즈	소비자 니즈	이해관계자 니즈
태도	소극적, 제한적	의무적, 수동적	적극적, 능동적
목적	이윤 환원(조세)	마케팅·리스크관리비용	공유가치 창출

출처 : 신혜정 외 5인(2012), 「협력으로 승화하는 기업의 사회공헌」, 삼성경제연구소, p.1.

구체적으로 기업의 사회적 책임(CSR)과 공유가치창출(CSV)의 개념을 비교해 보면, 가치의 측면에서 사회적 책임(CSR)은 선행을 실행한다는 측면에서 접근하는 반면, 공유가치창출(CSV)는 투입 비용 대비 높은 사회적·경제적 가치를 창출한다는데 차이가 있다. 또한 사회적 책임(CSR) 활동은 시민의식 하에 자선적 활동을 한다는데 의의가 있지만, 공유

27) 권윤구·주신하(2015), “기업의 공유가치창출을 활용한 도시재생 사례 연구-미국 라스베이거스시 Downtown Project 사례를 중심으로”, 『한국도시설계학회지』, v.16(6), 한국도시설계학회, p.37.

28) 후지이 다케시(2014), 「CSV 이노베이션」, 이면현 역, 한연, p.26.

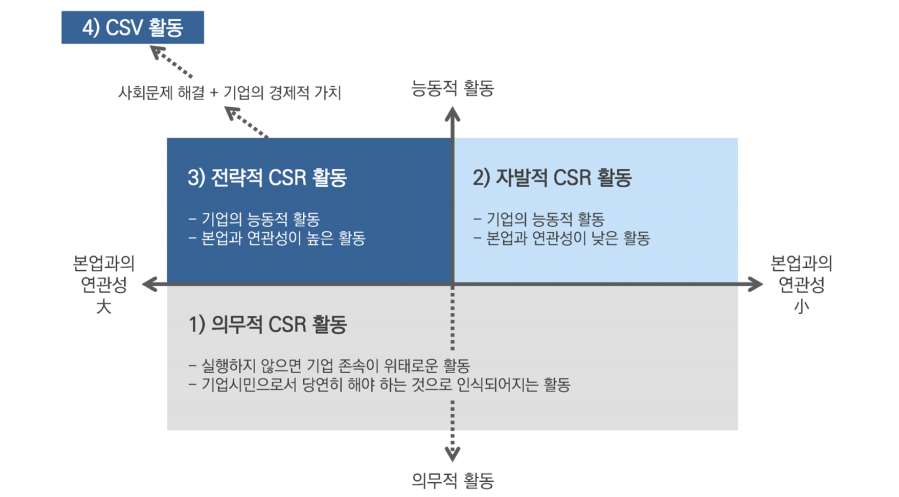
29) 신혜정 외 5인(2012), 「협력으로 승화하는 기업의 사회공헌」, 삼성경제연구소, p.1 내용을 토대로 작성

가치창출(CSV) 개념에서는 지역사회나 공동체를 위한 가치 창출 외에도 기업의 경제적 가치 창출도 고려한 활동을 추구한다. 예산의 측면에서 기업의 사회적 책임(CSR) 활동은 별도 예산을 마련하여 제한적으로 투자하지만, 공유가치창출(CSV) 활동은 기업 경영 활동의 일환으로 운영되므로 기업 전체 예산을 재편성하여 투자하게 된다.³⁰⁾

[표 2-6] 기업의 사회적 책임(CSR)과 공유가치창출(CSV) 활동의 비교

구분	기업의 사회적 책임(CSR)	공유가치창출(CSV)
가치	선행	투입비용대비 높은 사회·경제적 가치
활동	시민의식, 자선활동, 지속가능성	기업과 공동체 모두를 위한 가치창출
동인	자유재량, 외부 압력에 대한 반응	경쟁의 필수 요소
인식	평판관리 기업의 수익 추구와는 무관한 활동	기업경쟁력 극대화를 위한 필수요소 기업의 자원과 전문지식을 이용하여 사회적·경제적 가치 모두 추구
활동내용	외부 요구나 개인적 취향에 따라 활동 내용이 정해짐	기업별 상황과 내부요인에 따라 활동 내용이 정해짐
예산	다른 기업 활동이나 CSR 예산 문제로 영향력이 제한됨	CSV를 위해 기업 전체 예산 재편성
한계	CSR 예산 규모에 따라 활동 폭이 제한	CSV 활동에 대한 낮은 인식 수준

출처 : Porter, M. E. & Kramer, M. R.(2011), “The Big Idea: How to Fix Capitalism and unleash a new wave of growth(Creating Shared Value)”, *Harvard Business Review*, v89(1/2), pp.62~77; 권윤구·주신하(2015), “기업의 공유가치창출을 활용한 도시재생 사례 연구-미국 라스베이가스시 Downtown Project 사례를 중심으로”, 『한국도시설계학회지』, v.16(6), 한국도시설계학회, p.38 재인용.



[그림 2-1] 기업의 사회공헌활동 유형의 변천

출처 : 조사내용을 토대로 저자 직접 작성

30) [표 2-6]의 내용을 토대로 작성

② 기업의 사회적 책임에 대한 국내 동향

□ 기업의 사회적 책임 활성화를 위한 정책 및 제도 도입

- 민간기업에 대한 사회적 책임(CSR) 유도

1997년 외환위기 이후 정부는 국내 규범과 제도가 ‘Global Standard’에 부합되도록 하기 위한 정책을 추진하기 시작하였다. 기업지배구조 및 회계 투명성을 선진수준으로 제고하고 경영지배권(M&A)시장의 투명성과 공정성을 높이는 등 기업 내부 시스템을 개선하기 위해 관련 제도를 정비하였다.³¹⁾

1990대 말, 2000년 대 초까지만 해도 의지가 있는 기업을 중심으로 자발적으로 사회공헌 활동이 추진되었다. 하지만 2000년대 중반 이후에는 국제적 동향을 반영하여 「산업발전법」 등에 기업의 지속가능경영에 대한 규정이 마련됨에 따라 본격적으로 기업들의 사회공헌 활동 활성화를 위한 제도적 장치가 마련되었다. 2007년에는 「사회적 기업 육성법」을 제정하여 지역사회에 공헌하는 사업을 추진하는 기업을 적극적으로 육성·지원하고, 이들을 후원하는 기업에 대해서도 세제 혜택을 주는 등 적극적으로 정책을 추진하고 있는 실정이다.

즉, 우리나라는 기업의 사회적 책임에 대해 간접적 통제 혹은 지원하는 방식을 적용하고 있다. 기업 사회공헌활동(CSR)에 대한 법제도를 마련하되, 활동을 강제하는 규정을 두기 보다는 세제 혜택, 컨설팅 지원, 정부 포상 등 인센티브 제공에 초점을 두는 것이다.³²⁾

[표 2-7] 2000년대 초 정부의 사회공헌 관련 정책

구분	내용
2002	부패방지위원회 설치 부패 발생 예방 및 부패 행위의 효율적 규제
2003	윤리경영 실태조사 실시 및 발표 산자부와 산업정책연구원 공동으로 실시
2004	기업사랑협의회 출범 산자부, 경제 5단체, 벤처기업협회, YMCA로 구성 반기업 정서 완화를 위한 경제교육 및 CSR 대응활동 수행
2005	사회적 책임 표준화 포럼 발족 ISO SR 표준화 대응을 위해 산자부 기술표준원 주관
2006	「산업발전법」 개정안 의결 기업의 지속가능경영 확산 지원
2007	「사회적 기업 육성법」 제정 사회적 기업의 육성 및 지원 장려

출처 : 고동수(2006), 「기업의 사회적 책임(CSR) : 국제논의 동향 및 우리의 대응방안」, 산업연구원, pp.47-48.;
심진예(2007), 「기업의 사회적 책임(CSR) : 최근동향과 대응현황」, 한국장애인고용촉진공단, p.300를 토대로 작성

31) 고동수(2006), 전제서, p.47.

32) 산업정책연구원(2016), 「기업 문화예술 사회공헌 효과조사」, 문화체육관광부, p.62.

- 공기업의 사회적 책임(CSR) 강화

2017년 12월 기획재정부는 「공공기관 경영평가제도 개편 방안」을 발표하였다. 개편안의 기본방향은 공공기관 “본연의 역할과 성과를 국민 눈으로 평가”하도록 평가의 전 단계를 개편하는 것으로, 크게 평가지표 및 평가단 개편(1단계)과 보수체계 개편 및 연계(2단계)로 나누어 적용된다.³³⁾

2018년 적용되는 공공기관 경영평가제도 개편안에서는 ①사회적 가치 실현, ②자율·혁신 기반 맞춤형 평가 적용, ③참여·개방·소통, ④책임·윤리경영 강화 등을 목표로, 사회적 가치 배점 확대 및 메뉴방식 도입, 사회적 책무 위반시 등급 조정 등을 추진함으로써 공기업 및 준정부기관에 대한 사회적 책임을 강화하도록 한 것이 특징이다.³⁴⁾

[표 2-8] 2018년 공공기관 경영평가 주요 개편사항

구분		현행	개편
사회적 가치	평가체계	-	기존 범주 내 반영 및 배점 확대
	평가내용	-	5대 지표 구성(메뉴 방식)
	국민참여	-	국민참여 우수사례 평가
맞춤형 평가	지표 구성	공기업·준정부 동일	공기업·준정부 차별화
	평가단	단일평가단	공기업·준정부 평가단
	지표 대표성	-	성과협약제 (기관/주무·부처/기재부 협의)
참여· 개방형	상시점검	-	계량지표 → 전문기관 위탁
	참여범위	행정·경영학 전공 중심	시민·사회단체, 현장 전문가 등 다원화
	소통채널	-	공식적 소통 채널 및 점검기구(평가소위) 신설
책임· 윤리경영	컨설팅	부진기관 컨설팅	지표 적절성 점검 및 보완 경영개선계획 수립·평가 (경영 진단, 기능조정과 연계)
	종합조정	중대한 책무위반 시 감점	가점 사례 추가
	기관장 평가	별도 수행	기관평가에 통합
	감사 평가	3등급, 인사 참고자료	6등급, 성과급 연계

출처 : 기획재정부(2017), “공공기관 경영평가제도 개편 방안”, 12월 28일자 보도자료, p.7.

33) 기획재정부(2017), “공공기관 경영평가제도 개편 방안”, 12월 28일자 보도자료, p.2.

34) 상계서, p.2.

[표 2-9] 공공기관 경영평가 지표 개편 전·후 비교

'17년		'18년 개편안			
구분	배점	구분	공기업	준정부	비고
I.경영관리	50	I.경영관리	55	45	
1. 경영전략, 사회공헌	18	1.경영전략 및 리더십	6	6	
- 전략기획·사회적책임	5	- 전략기획	2	2	
- 경영혁신	3	- 경영개선	2	2	
- 국민평가	2	- 리더십	2	2	
- 열린혁신	1	2. 사회적 가치 구현	22	20	
- 경영공시	1	- 일자리 창출	7	6	
- 정부권장정책	6	- 균등한 기회와 사회통합	4	3	
		- 안전 및 환경	3	3	
		- 상생·협력 및 지역발전	5	5	
		- 윤리경영	3	3	
2. 업무효율	5	3. 업무효율	5	-	
3. 조직·인적자원 관리	4	4. 조직·인사·재무관리	9	6	
4. 재무예산 관리	10	- 조직·인사 일반	3	3	
- 재무예산 운영·성과	8	- 재무예산 운영·성과	5	2	
- 자구노력 이행성과	2	- 삶의 질 제고	1	1	
5. 보수·복리후생 관리	13	5. 보수 및 복리후생비	8	8	
- 보수·복리 후생	6	- 보수·복리 후생	3	3	
- 총인건비 관리	3	- 총인건비 관리	3	3	
- 노사관계	4	- 노사관계	2	2	
		6. 협력과 참여	5	5	
		- 국민참여	1	1	
		- 열린혁신	1	1	
		- 국민소통	3	3	
II.주요사업	50	II.주요사업	45	55	
- 계획·활동·성과를 종합평가	50	- 사회적가치 실현사업	10~15	30~35	
		- 기타 주요사업	35~40	20~25	
합계	100	합계	100	100	

출처 : 기획재정부(2017), “공공기관 경영평가제도 개편 방안”, 12월 28일자 보도자료, p.8.

□ 부처별 기업 사회공헌 촉진을 위한 정책 추진

• 문화체육관광부

문화체육관광부는 2007년 한국문화예술위원회, 한국메세나협회, 중소기업중앙회와 협업하여 ‘문화예술을 통한 사회기부사업’을 추진한 것을 계기로 본격적으로 기업 사회공헌 활성화 정책을 시작하였다. 이후에는 2014년 문화예술후원을 활성화하기 위해 제정한 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」에 근거하여 다양한 지원 정책을 펼치고 있다.³⁵⁾

[표 2-10] 문화체육관광부의 기업 문화예술 메세나 활성화 정책

구분	내용
문화로 인사합시다	초기 (’07~’08)
	기업대상 설명회, 기업인 초청 문화행사 전개 문화체육관광부와 중소기업중앙회 MOU체결(’08) 중소기업중앙회 내 중소기업문화경영지원센터 설치
	확산 (’09 이후)
	중소기업문화경영센터를 중심으로 ‘문화로 인사합시다’ 프로그램 개설·운영 중소기업 CEO를 대상으로 SB문화경영아카데미 개설 찾아가는 중소기업 문화공연, 중소기업문화대상 시상 등 진흥 프로그램 개발 중소기업과 예술이 함께하는 기부여행 추진(’12)
기업과 예술의 만남	초기 (’07)
	한국메세나협회와 중소기업문화경영지원센터가 주축이 되어 추진 중소기업 매칭펀드 운영 - 예술단체를 지원하는 금액에 비례하여 국가가 추가로 지원
	확산 (’08 이후)
	기업과 예술단체 간 결연확대 및 교류 프로그램 활성화 발표대회 및 세미나 개최, 우수 사례 데이터베이스 구축 및 제공 - 대기업의 부서별, 중소기업의 사업 참여 독려, 교류프로그램 개발 및 보급

출처 : 노영순(2014), 「문화·관광분야 기업의 사회적 책임(CSR) 확산을 위한 기초연구」, pp.109~111의 내용을 토대로 작성

특히, 문화체육관광부는 2014년 제정된 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」에 근거해 문화예술후원을 위한 구조 마련 및 장기적인 기업 참여 촉진을 위한 정책을 시행하고 있다. 문화예술후원매개단체의 인증 및 지원, 문화예술후원 장려를 위한 조세감면, 문화예술후원자 포상, 문화예술후원우수기관 인증 등이 대표적인 예이다.³⁶⁾

35) 노영순(2014), 전제서, pp.109~111의 내용을 바탕으로 정리

36) 문화예술매개단체의 인증 및 취소에 관한 업무는 한국문화예술위원회에 위탁하여 운영하고 있으며, 2015년에는 경남메세나협회, 문화예술사회공헌네트워크, 한국메세나협회 등 3개 단체, 2016년에는 제주메세나협회 1개 단체가 인증받았다. (출처 : 한국문화예술위원회(2018), “인증현황”, 한국문화예술위원회 홈페이지, http://www.arko.or.kr/m1_07/m2_03/m3_02/m4_02.do (검색일: 2018.5.2.); 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」 법률 제12351호(2014.1.28. 제정); 「문화예술후원 활성화에 관한 법률 시행령」 대통령령 제25490호(2014.7.21. 제정)

[표 2-11] 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」에 근거한 기업 사회공헌 활성화 정책

구분	내용	
매개단체 인증을 통한 후원자와 후원대상 연계	문화예술 매개단체	문화예술을 후원하는 민간 후원자와 후원 대상이 1대1로 직접 연계되는 방식이 아닌 문화예술매개단체를 거쳐 간접적으로 연결되는 구조 수립
	문화체육관광부	후원 과정에 직접 참여하지 않고, 문화예술 매개단체에 대한 인증(3년)과 인증 취소를 통한 후원 구조를 관리·감독
참여 확대를 위한 지원	조세 감면	「조세특례제한법」, 「지방세특례제한법」, 그 밖에 조세 관계 법률에 근거해 국세 및 지방세 감면
	후원자 포상	문화예술 후원자 포상
	우수기관 인증	문화예술후원 우수기관 인증(3년)

출처 : 손오달(2017), 「문화재 보존과 활용을 위한 민간참여 확대방안 연구-기업의 사회적 책임(CSR)을 중심으로」, pp.43-45를 토대로 작성

• 보건복지부

기업 사회공헌활동에 대한 사회적 요구는 높아지고 있으나 대다수의 기업이 아동, 청소년, 장애인 등 일부 소외 계층을 지원하는 특정 분야에 편중된 사회공헌활동을 펼치고 있는 상황 속에서, 보건복지부는 다양한 사회공헌 아이템 모색의 필요성을 인식하게 되었다. 이에 보건복지부는 2007년 사회공헌활동에 적극적인 기업과 도움을 필요로 하는 곳을 연결해주는 ‘사회공헌정보센터’를 설치하였으며, 관련 노하우를 가지고 있는 한국사회복지협의회에서 센터를 운영하도록 위탁하고 있다.³⁷⁾

사회공헌정보센터는 사회공헌정보 관리시스템 구축, 공공기관 사회공헌 자가진단 지표 개발, 맞춤형 컨설팅 제공, 사회공헌 관련 조사·연구, 사회공헌 실무자 대상 교육 및 워크숍 개최, 사회공헌 네트워크 구축, 사회공헌 관련 국제간 교류·협력 증진, 사회공헌 촉진을 위한 행사 및 학술대회 개최, 사회공헌에 관한 홍보 및 출판 등의 업무를 수행하고 있다.³⁸⁾ 현재 중앙 사회공헌정보센터를 비롯하여, 서울사회공헌정보센터, 부산광역시 사회공헌정보센터, 대구광역시 사회공헌정보센터, 대전광역시 사회공헌정보센터, 울산광역시 사회공헌정보센터, 강원도 사회공헌정보센터, 충청북도 사회공헌본부, 충청남도 사회공헌정보센터, 전라북도 사회공헌정보센터, 경상북도 사회공헌정보센터를 설치하여 운영하고 있다.³⁹⁾

37) 보건복지부(2007), “사회공헌관련 종합정보센터 만든다”, 6월29일자 보도자료, p.3.

38) 사회공헌정보센터(2018), “센터의 역할”, 사회공헌정보센터 홈페이지, <https://crckorea.kr/?menuno=223> (검색일: 2018.4.26.)

39) 사회공헌정보센터(2018), “시·도 사회공헌 네트워크”, 사회공헌정보센터 홈페이지, <https://crckorea.kr/?menuno=233> (검색일: 2018.4.26.)

□ 산업통상자원부

산업통상자원부는 국내 산업의 지속가능성 제고와 기업의 지속가능경영 확산을 목적으로 「산업발전법」 내 기업의 사회적 책임(CSR) 관련 정책에 대한 제도적 근거를 규정하고 있다. 산업통상자원부는 「산업발전법」에 근거해 지속가능경영 종합시책이라는 정책계획을 수립하고 있는데, 여기서의 ‘지속가능한 경영’이란 “기업이 경제적 수익성, 환경적 건전성, 사회적 책임성을 함께 고려”⁴⁰⁾하는 것을 의미한다. 정책계획 외에도 산업통상부는 정부 포상, 컨설팅 및 연구 지원, 포럼 개최 등 다양한 정책을 추진하고 있다.⁴¹⁾

• 지속가능경영 종합시책

「산업발전법」에 근거한 지속가능경영 종합시책의 기본 방향은 산업경쟁력 제고와 지속가능한 발전 간의 조화를 이루는 것이다. 이러한 목표를 실현하도록 하기 위해 종합시책에서는 다음과 같은 내용을 포함하고 있다.

지속가능경영 종합시책의 내용

1. 기업의 지속가능경영 촉진정책의 기본방향 및 목표
2. 지속가능경영의 국제표준화 및 규범화에 대한 대응 방안
3. 지속가능경영을 통한 산업 경쟁력 제고 방안
4. 기업의 자율적인 지속가능경영 기반 구축 및 확대 방안

※ 출처 : 「산업발전법」 법률 제15178호(2017.12.12. 일부 개정) 제19조

• CSR 확산을 위한 사업

산업통상자원부는 지속가능경영을 확산시키기 위해 2005년 이후 매년 지속가능경영대상 포상, 지속가능경영 포털 운영, 관련 톨 개발 및 보급 등의 사업을 시행하고 있다. 또한 기업의 사회적 책임 활동을 실질적으로 지원하기 위해 해외진출을 위한 컨설팅, 지속가능경영 관련 연구 및 조사, 포럼 및 컨퍼런스 개최, 사회적 책임 전문가 교육 과정 개발 및 운영 등의 지원사업도 추진하고 있다.⁴²⁾

40) 「산업발전법」 법률 제15178호(2017.12.12. 일부 개정) 제19조

41) 안윤기 외 3인(2012), 「외교통상부 CSR 지원사업 추진 체계 및 중기 로드맵 수립 : 중소기업을 중심으로」, 외교통상부, p.51.

42) 안윤기 외 3인(2012), 전제서, pp.52~58.

[표 2-12] 산업통상자원부의 지속가능경영 관련 사업

구분	내용
지속가능 경영대상	주관 매년 중소벤처기업부와 함께 주최
	목적 지속가능경영에 대한 국내 인식 제고, 우수 사례 발굴 및 포상을 통해 동기 부여
	내용 2005년부터 시작된 시상제도로 기업의 자율적인 지속가능경영 촉진 기업인 부문, 기관(대기업, 중소기업) 부문, 개인 및 가족 부문으로 구분하여 시상 (2013년 대한민국 사랑받는 기업 정부포상으로 명칭 변경)
지속가능경영 포털	주관 대한상공회의소 지속가능경영원에서 지속가능경영 포털을 구축·운영
	목적 국내 기업들의 지속가능경영에 대한 종합적인 정보 제공 및 지원
	내용 CSR 소식, 관련 행사 및 채용 정보, 전문가 칼럼 게재, ISO 26000 교육동영상, 자가진단 체크리스트, 기업들의 지속가능성보고서 DB 제공 등 다양한 콘텐츠 운영
지속가능경영 툴(Tool) 개발·보급	■ ISO 26000 이행수준 체크리스트
	주관 기술표준원을 통해 개발 및 보급
	목적 기업들이 ISO 26000의 전반적인 내용을 이해하고 사회적책임 국제표준을 기준으로 조직의 현 수준을 파악하여 자발적으로 개선
	내용 사회적책임 이행을 위한 프로세스(360점) 측면과 성과(640점) 측면을 진단하여 현황과 개선점 파악 기업 및 조직들이 자발적으로 CSR 역량을 개선할 수 있도록 유도
	■ 사회적책임 보고서 작성 시스템
	주관 중소벤처기업부와 공동으로 개발
	목적 사회적책임 관련 정보를 공개할 의지는 있으나 실행 역량이 부족한 기업 지원
	내용 기업의 CSR데이터 및 관련 정보를 프로세스에 따라 입력하면 완성된 형태의 사회적책임 보고서 작성 동종 업종, 동종 규모 내 타사와 정량적 정보 비교 가능
해외진출 한국기업 CSR 자문	주관 대한상공회의소 지속가능경영원이 진행
	목적 2011년 추진된 사업으로 해외에 진출한 국내 기업들의 CSR 활동에 대한 인식과 역량 제고
	내용 해외 진출기업의 CSR추진 현황 및 진출국(베트남, 인도네시아)의 현지 수요 파악 현지 CSR 교육계획 수립 및 교육, 워크숍 진행 사업대상(베트남, 인도네시아) 국가에 진출한 국내 기업 CSR 진단·실행 전략 자문 ‘해외 진출 국내 기업의 CSR 실행 매뉴얼’ 제작 및 배포
지속가능경영 컨퍼런스	주관 단독
	목적 지속가능경영 우수 사례 발굴 및 확산을 통해 각 세부 분야별로 바람직한 실천 방안 제시
	내용 2009년 이후 매년 국내외 전문가를 초청하여 지속가능경영 컨퍼런스 개최
지속가능경영 포럼	주관 한국표준협회를 통해 포럼 진행
	목적 지속가능경영의 효과적인 국내 도입 및 확산
	내용 민·관 전문가들로 구성된 ‘지속가능경영 다자간 협력 네트워크’ CSR 관련 정보와 노하우를 상호 공유 주요 정책 방향에 대한 논의와 합의 도출

구분	내용
지속가능경영 실태조사	주관 산업정책연구원과 함께 진행
	목적 국내 기업들에게 지속가능경영 수준을 점검할 수 있는 기회를 제공함으로써 각 기업들의 지속가능경영 도입을 촉진하고 경쟁력 제고
	내용 2003년부터 시행된 윤리경영 실태조사 지표를 토대로 2009년 CSR 영역을 모두 포괄하는 방향으로 개선 모든 기업에 적용되는 공통지표(CI), 업종 및 조직의 특성에 따라 다르게 적용되는 추가지표(SI)로 구성 지속가능경영 비전, 지배구조, 작업장, 협력업체, 고객, 지역사회, 환경경영의 7개 분야로 구분 실태조사 이후 기업피드백 보고서를 통해 취약부분에 대한 분석결과 제공

출처: 안윤기 외 3인(2012), 「외교통상부 CSR 지원사업 추진 체계 및 중기 로드맵 수립: 중소기업을 중심으로」, 외교통상부, pp.53~58을 토대로 작성

□ 중소벤처기업부

중소기업들은 대기업에 비해 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 인지도 및 추진 여력이 부족하다. 따라서 중소벤처기업부에서는 기업이 사회공헌활동에 대해 인식하고 각각의 여건에 맞게 실행할 수 있도록 제반 여건을 마련하기 위한 정책을 추진하고 있다.⁴³⁾

• CSR 중소기업 지원센터

중소벤처기업부는 2008년 중소기업 대상의 CSR 교육, CSR 보고서 작성 지침 개발·보급 등 기업 사회공헌활동을 지원하는 사업을 처음으로 실시하였다.⁴⁴⁾ 2014년에는 한국생산성 본부를 ‘CSR 중소기업 지원센터’로 지정하여, 센터에서 중소기업의 사회적 책임경영을 지원하도록 하고 있다.

현재 CSR 중소기업 지원센터는 중소기업 CSR 경영지침 제공, CSR 전문인력 양성, 사회적 책임 활동에 대한 교육 및 컨설팅, 중소기업 사회적책임경영 홈페이지를 통한 정보 제공 등의 역할을 수행하고 있다.⁴⁵⁾

• 중소기업 CSR 준비매뉴얼 및 성과지표 개발

중소벤처기업부는 CSR 경영을 하고자 하는 중소기업을 위해 준비매뉴얼을 개발하고, 이러한 활동에 대해 자가진단할 수 있는 성과지표를 마련하였다. CSR 준비매뉴얼에서는 준비(prepare), 계획(plan), 수행(perform), 개선(improve) 등으로 추진단계를 구분하고,

43) 안윤기 외 3인(2012), 전계서, p.59.

44) 윤진수(2013), “중소기업의 사회적 책임(CSR) 활성화를 위한 제언”, 「CGS Report」, v3(6), 한국기업지배 구조원, p.4.

45) 노영순(2014), 전계서, p.87.

단계별 수행업무와 고려사항들을 제시하고 있다.⁴⁶⁾ 또한 중소기업이 CSR 활동을 실천해 나가는데 방향성을 제시하기 위해 중소기업 CSR 성과지표를 제시하고 있으며, 성과지표는 ISO26000의 내용을 반영하여 총 18개 지표로 구성하였다.⁴⁷⁾



[그림 2-2] 중소기업 CSR Framework

출처 : 중소벤처기업부(2018), “CSR 준비매뉴얼”, 중소기업 사회적책임경영 홈페이지, https://www.csr.go.kr/info/s_define02.asp (검색일: 2018.5.4.)

□ 문화재청

문화재청은 2000년 초 정부 일방의 문화재 관리는 재정적·인력적 측면에서 한계에 봉착했다고 인식하였다. 이러한 배경 하에 2005년에는 국민들의 자발적인 참여로 문화유산을 가꾸고 지키는 국민참여형 문화운동 차원의 「한 문화재 한 지킴이 사업」을 기획하여 현재 까지 지속적으로 추진해오고 있다.⁴⁸⁾

46) 중소벤처기업부(2018), “CSR 준비매뉴얼”, 중소기업 사회적책임경영 홈페이지, https://www.csr.go.kr/info/s_define02.asp (검색일: 2018.5.4.)

47) 중소기업 CSR 성과지표 항목 및 세부 지표에는 △지배구조(의사결정, 이해관계자 참여), △환경(오염예방, 지속가능한 자원사용, 기후변화, 자연환경의 보호), △공정 운영 관행(부패방지, 공정경쟁, 책임감 있는 공급망), △인권 및 노동관행(인권 존중, 공정한 작업 조건, 안전 보건, 고충처리 시스템), △소비자와 고객(안전하고 지속가능한 제품과 서비스, 광고 및 마케팅 커뮤니케이션, 고객 보호, 고객정보 및 인식), △지역 사회(사회적 투자)가 포함된다.
(출처 : 중소벤처기업부(2018), “성과지표 안내”, 중소기업 사회적책임경영 홈페이지, https://www.csr.go.kr/system/s_info01.asp (검색일: 2018.5.4.))

48) 손오달(2017), 전제서, pp.45~46; 문화재청(2018), “문화재지킴이 사업 현황”, 문화재청 내부자료, p.1.

• 한 문화재 한 지킴이 사업

「한 문화재 한 지킴이 사업」은 일반 국민 뿐 아니라 기업, 민간단체 등 다양한 주체가 참여할 수 있는 사업이다. 기업의 경우에는 ‘기업 문화재 지킴이’ 협약을 맺은 후 문화재 관리에 필요한 자원을 제공하게 되며, 문화재청은 그 자원을 토대로 직접 관리활동을 추진하거나 문화재 현장에 전달하는 역할을 한다.⁴⁹⁾ 또한 개인, 가족, 학교 등은 자원봉사자로 참여할 수 있다.

2018년 1월 현재, 한 문화재 한 지킴이 사업에 참여하고 있는 후원·협약 기관은 총 58곳으로 영리법인 43곳, 공공기관 12곳, 비영리법인 3곳이며, 개인, 가족, 학교, NGO 등의 자원봉사자는 총 84,647명이다.⁵⁰⁾

[표 2-13] 한 문화재 한 지킴이 사업의 주체별 활동 내용

구분	활동 내용	
문화재청	협약체결	- 기업 문화재 지킴이의 공헌 대상 문화재, 주요 공헌 활동, 공헌 규모 등 확정
	지킴이 활동 컨설팅 및 행정지원	- 문화재의 유형별 특성, 참여 임직원들의 관심분야, 참여 기업의 업종별 특성을 고려하여 적합한 사회공헌활동 모델 제시
	임직원 문화재 지킴이 교육 및 행사	- 한 문화재 한 지킴이 활동과 관련된 교육 및 행사에 문화재지킴이 참여 기업 임직원을 초청하여 관련 정보 및 의견 제공
	연간 우수 활동 기관 포상	- 연간 우수 활동 기관을 선정하여 기업 공헌 우수 사례 표창
후원기업	유형	지역사회 공헌형 - 기업이 소재한 지역·연고지역을 대상으로 전개하는 활동유형 정체성 연계형 - 기업의 업종 및 기원, 정체성과 연관된 활동 유형 전문기술 지원형 - 기업이 보유한 전문기술·인력 등을 활용한 활동 유형
	주요 활동내용	- 「문화재보호법」 제35조제1항의 경미한 수리행위로 정의되는 영역을 중심으로 추진 - 1사 1문화재 보호활동 전개, 임직원 문화재 보호 자원봉사 활동, 재정·기술·인력 후원, 문화유산 체험 프로그램 운영, 문화유산 교육·홍보·캠페인 전개 등

출처 : 손오달(2017), 「문화재 보존과 활용을 위한 민간참여 확대방안 연구-기업의 사회적 책임(CSR)을 중심으로」, pp.47~48;
문화재청(2012), 「한 문화재 한 지킴이 활동 홍보 리플렛」; 문화재청 홈페이지, “문화재 사회공헌활동의 모든 것, 한화리조트”,
http://www.cha.go.kr/cop/bbs/selectBoardArticle.do?nttlId=5856&bbsId=BBSMSTR_1008&nm=NS_01_10 (검색일: 2018.5.2.)

49) 손오달(2017), 전제서, p.46.

50) 문화재청(2018), “문화재지킴이 사업 현황”, 문화재청 내부자료, p.1.

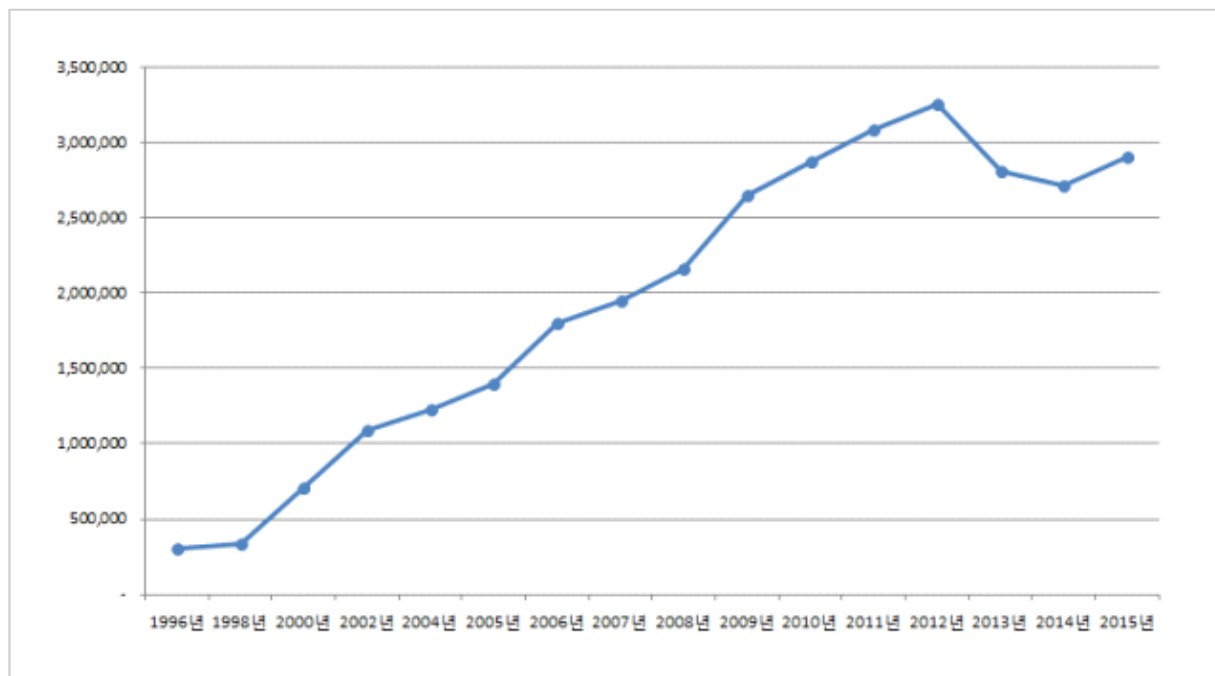
2) 사회적 가치 창출을 위한 기업의 사회공헌활동 추진

① 민간기업의 사회공헌활동 추진 동향

사회적 가치 창출을 위해 민간기업에서 시행하고 있는 사회공헌활동 동향을 파악하기 위해, 매출액 기준 상위 500대 기업 및 전경련 회원사 등 대기업을 중심으로 △예산(지출액), △추진체계(추진방식, 추진주체), △지원분야 및 범위 등에 대해 살펴보았다.

□ (예산) 사회공헌활동 예산의 지속적 증가

1996년부터 1년 또는 2년 단위로 사회공헌사업 총지출액과 평균 지출액 추이를 살펴본 결과, 2012년까지 증가 추세였으나 2013년, 2014년 잠시 감소세에 접어들었고 2015년부터 다시 증가하고 있는 실정이다. 기업들의 사회공헌사업에 대한 지출금액이 2012년에 잠시 감소하였으나 전반적으로는 꾸준히 증가하고 있는 추세임을 알 수 있다.



[그림 2-3] 연도별 대기업 사회공헌 총 지출액 추이 (단위: 백만 원)

출처 : 전국경제인연합회(2014), 「2014년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.4; 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌 백서」, p.4; 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.4를 토대로 직접 작성

[표 2-14] 연도별 대기업 사회공헌 지출규모 추이

(단위: 백만 원)

구분	1996년	1998년	2000년	2002년	2004년	2005년	2006년	2007년
총 지출액	306,764	332,710	706,060	1,086,594	1,228,432	1,402,510	1,804,816	1,955,642
평균지출액	3,334	2,263	3,658	5,379	5,412	5,747	8,979	9,402
구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
총 지출액	2,160,141	2,651,756	2,873,505	3,088,382	3,253,478	2,811,483	2,714,864	2,902,050
평균지출액	10,336	12,053	13,061	13,726	13,903	12,014	10,730	11,380

출처 : 전국경제인연합회(2014), 「2014년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.4; 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.4;
 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.4를 토대로 작성

□ (추진체계) 타 기관과의 협력 및 외부 프로그램과의 연계를 통한 사회공헌활동 추진

• 추진방식

기업이 사회공헌활동을 추진하는 방식은 크게 기업에서 단독 또는 타기관과 협력 하에 주도적으로 사업을 추진하는 ‘자율프로그램’과 외부 프로그램에 대한 후원, 협찬, 기부 등을 시행하는 ‘간접프로그램’ 운영 등으로 구분할 수 있다. 최근 3년간의 대기업 활동 현황데이터를 보면, ‘자율프로그램’의 비중이 약 60~70% 정도를 차지하고, ‘간접프로그램’이 30~40%로 차지하여 기업이 주도적으로 사업을 추진하는 프로그램이 많음을 알 수 있다. 하지만 구체적으로 변화 추이를 보면 ‘자율프로그램’의 비중은 점차 줄고 있으며, ‘간접프로그램’의 비중이 늘어나고 있음을 확인할 수 있다.

[표 2-15] 대기업 사회공헌활동의 운영방식별 지출 비중

(단위: %)

구 분	2013년	2014년	2015년
자율프로그램	70.8	60.2	61.8
간접프로그램	29.2	39.8	38.2
계	100	100	100

출처 : 전국경제인연합회(2014), 「2014년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.7; 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.7; 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.7를 토대로 직접 작성

• 추진주체

사회공헌활동의 추진주체 측면에서 프로그램을 분류한 결과, 기업에서 단독으로 추진하는 사례는 20~30% 정도인 반면 NPO, 정부나 지자체, 자사출연재단 등과 파트너십을 형성하여 추진하는 사례는 70~80%로 대다수를 차지함을 알 수 있다. 그 중에서도 NPO와의 파트너십 구축이 30~50%로 가장 큰 비중을 차지하고 있어, 기업 사회공헌활동에

있어 NPO와의 관계 형성이 중요함을 확인할 수 있다.

[표 2-16] 대기업 대표 사회공헌프로그램의 파트너십 현황

(단위: %)

구분	단독	파트너십			
		NPO	정부·지자체	자사출연재단	기타
2013년	22.5	48.4	14.7	4.2	10.3
2014년	27.7	47.7	13.7	4.0	6.9
2015년	28.4	31.7	21.6	6.7	11.6

주 : 대표프로그램 2014년 336개 기준, 2015년 334개 기준, 2016년 680개 기준, 중복응답 포함

출처 : 전국경제인연합회(2014), 「2014년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.12; 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.12; 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.12를 토대로 직접 작성

□ (지원범위 및 분야) 특정지역 단위의 활동 증가 및 새로운 활동분야로의 확대

• 지원범위

대기업의 대표적 사회공헌프로그램을 지원되는 공간적 범위를 기준으로 구분하면, 전국단위형, 지역사회형, 글로벌형으로 분류할 수 있다. 전국단위형은 특정 지역에 한정하지 않고 2개 이상의 광역지자체를 대상으로 하는 프로그램이며, 지역단위형은 사업장이 위치한 지역 또는 그 외 특정지역에 한정하여 운영하는 프로그램이다. 또한 글로벌형은 세계적으로 운영되는 프로그램이다.⁵¹⁾

최근 3년간의 데이터를 보면, 2013년~2014년에는 특정지역에 국한되지 않는 전국단위형 프로그램이 50% 내외를 차지하였으나, 2015년에는 지역사회형이 57.2%로 가장 많은 비중을 차지하였다. 또한 상대적으로 글로벌형 프로그램은 점차 줄어들고 있는 추세이다.⁵²⁾

즉, 대기업의 사회공헌프로그램은 해외 보다는 국내를 대상으로 하는 경향이 있으며, 점차 전국적으로 적용될 수 있는 일반적 프로그램 보다는 특정지역을 대상으로 한 프로그램이 늘고 있음을 알 수 있다.

51) 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.10.

52) 전국경제인연합회(2014), 「2014년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.12; 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, pp.12-13; 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.9를 토대로 직접 작성

[표 2-17] 대기업 대표 사회공헌 프로그램의 지원범위

(단위: %)

구분	전국단위형	지역사회형	글로벌형	계
2013년	47.9	42.0	10.1	100
2014년	53.2	38.7	8.2	100
2015년	34.9	57.2	7.9	100

주 : 대표프로그램 2014년 336개 기준, 2015년 334개 기준, 2016년 680개 기준, 중복응답 포함

출처 : 전국경제인연합회(2014), 「2014년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.12; 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, pp.12-13; 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.9를 토대로 직접 작성

• 지원분야

기업 사회공헌 프로그램의 유형 및 분야를 기준으로 보면, 사회복지(소외계층지원, 지역 사회복지, 복지인프라 후원), 교육·학교·학술(교육학술후원, 장학금 지원), 문화체육·예술(문화예술 향유지원, 문화예술 진흥, 문화예술·스포츠 인프라 후원) 순으로 많은 활동이 이루어짐을 알 수 있다.⁵³⁾

[표 2-18] 대기업 대표 사회공헌프로그램의 분야별 비율

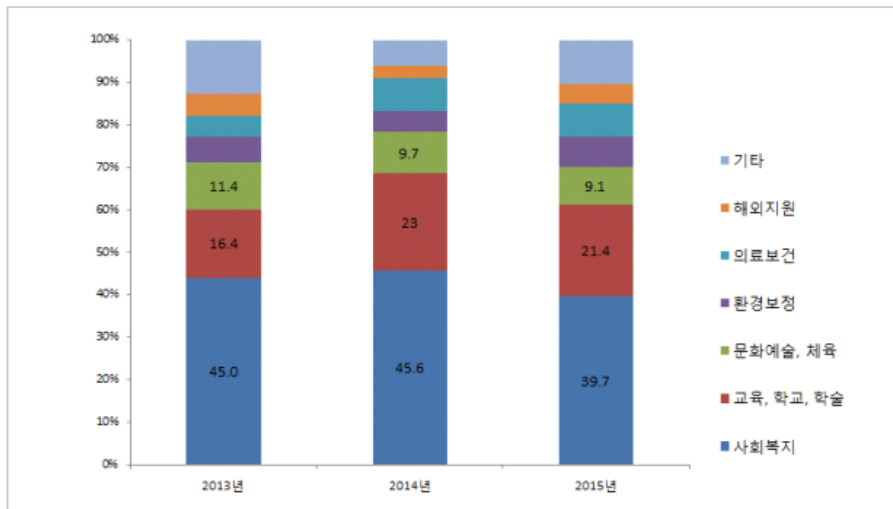
(단위: %)

구분	사회복지	교육, 학교, 학술	문화예술, 체육	환경보전	의료보건	해외지원	기타	계
2013년	45.0	16.4	11.4	6.2	4.8	5.2	13.1	100
2014년	45.6	23	9.7	5.1	7.6	3	6	100
2015년	39.7	21.4	9.1	7	7.9	4.5	10.4	100

주 : 대표프로그램 2014년 336개 기준, 2015년 334개 기준, 2016년 680개 기준

출처 : 전국경제인연합회(2014), 「2014년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.11; 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.12; 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.9를 토대로 직접 작성

53) 전국경제인연합회(2014), 「2014년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.11; 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.12; 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.9를 토대로 직접 작성



[그림 2-4] 대기업 대표 사회공헌프로그램의 분야별 비율 (단위: %)

출처 : 전국경제인연합회(2014), 「2014년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.11; 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.12; 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.9를 토대로 직접 작성

- 기타 : 최근 사회공헌활동 특징

최근 대기업의 사회공헌 프로그램의 특징 중 하나는 프로보노 활동(비현금성 활동)이 늘고 있다는 점이다. 기존에는 기부금이나 현물을 지원하는 수동적 활동이 주를 이루었다면, 이제는 기업이 보유한 기술, 인력, 자산 등을 활용하는 능동적이고 경영활동과 연계된 사회공헌 활동이 늘고 있다.⁵⁴⁾

[표 2-19] 대기업 비현금성 사회공헌 활동 사례

구분	대상	기업 및 프로그램명
프로보노 활동	아동·청소년	삼성중공업 : 도농 교육격차 해소를 위한 방과후 학교 CJ푸드빌 : 꿈은 이루어진다 아시아나 : 색동나래 교실
	저소득·소외계층	롯데건설 : 꿈과 희망을 주는 러브하우스 포스코에너지 : 전기점검 재능봉사단 대우증권 : 토네이도 탁구단
	중소기업·사회적기업·NPO	SK그룹 : 사회적 기업대상 경영자문 제공 롯데홈쇼핑 : 중소기업 제품 무료 방송지원 한국타이어 : 행복 향한 드라이빙, H-Safety 드라이빙 스쿨
시설 개방		현대자동차 : 키즈오토파크, LG그룹 : 사이언스홀, KT : 꿈품센터

출처 : 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, pp.14-15.

54) 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, pp.14-15.

또 다른 특징은 특정지역을 대상으로 지역사회를 발전시키기 위한 사회공헌활동 사례가 늘어나고 있다는 점이다. 가령, 롯데면세점, KT, 두산, 신세계 등의 기업들은 기업의 주요 활동지역 인근의 지역사회와 상생하기 위한 전략을 세우고 사회공헌 프로그램을 운영하고 있다.

[표 2-20] 지역사회와의 상생을 도모하는 대기업 사회공헌프로그램 사례

구분	기업	프로그램
지역사회 편의 개선	롯데면세점	서울숲 인근 공터에 카페, 옷가게, 공방, 공연장, 식당 등 창조적 공익문화공간을 조성함으로써 청소년·여성·사회적 기업가, 지역소상공인의 자립을 도모하고 시민들의 휴식공간 마련
	KT	IT의 손길이 미치지 어려운 낙후지역에 통신인프라를 조성하여 교육, 의료, 안전 등 주민생활을 편리하게 개선
지역발전모델 제시	두산	동대문상권 활성화를 위해 '동대문 미래창조재단'을 설립, 인근 대형쇼핑몰 관광지와 연계한 쇼핑타운 조성, 지역 내 역사·먹거리 탐방프로그램 운영 등 지역발전방안 제시
	신세계	남대문 글로벌 명품시장 육성계획 발표, 백화점과 연계한 남대문 시장 우수상품 발굴 및 판로개척 지원
	CJ	종자법인 설립, 부가가치가 높은 우수종자를 연구 개발하고, 농가와 계약 재배를 통해 개발된 종자를 상품화 하는데 주력, 농업 고부가가치화에 노력

출처 : 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.13 내용을 토대로 작성

② 공기업의 사회공헌활동 추진 동향

국내 공기업을 대상으로 사회공헌활동 현황에 대한 전수조사는 지금까지 이루어지지 않은 것으로 파악되었으며, 이에 사회공헌활동을 활발히 추진하고 있는 주요 공기업 5곳을 대상으로 현황조사를 실시하였다. 본 연구에서 대상으로 삼은 주요 공기업 5곳은 한국수자원공사, 한국가스공사, 인천국제공항공사, 한국토지주택공사, 주택도시보증공사이다.

□ (예산) 사회공헌활동 지출액이 전반적으로 증가하는 추세

조사대상으로 설정한 5곳의 주요 공기업의 사회공헌활동 지출액은 각 기관별 큰 차이가 있지만 전반적으로 증가하는 추세인 것으로 조사되었다. 2015년을 기준으로 보면, 각 기관별 사회공헌활동 지출액은 한국수자원공사 약 800억 원, 한국가스공사 약 200억 원, 인천국제공사 약 87억 원, 한국토지주택공사 약 72억 원, 주택도시보증공사 약 27억 원이었다.

[표 2-21] 주요 공기업의 사회공헌활동 지출액

(단위: 백만 원)

구분	2013년	2014년	2015년
한국수자원공사	74,660	76,310	79,460
한국가스공사	14,500	26,400	20,700
인천국제공항공사	9,508	7,970	8,712
한국토지주택공사	6,000	6,700	7,200
주택도시보증공사	1,847	2,556	2,749

출처 : 한국수자원공사(2014), 「2014 K-water 사회공헌활동 백서」, 개요; 한국수자원공사(2015), 「2015 K-water 사회공헌활동 백서」, 개요;
 한국가스공사(2016), 「지속가능경영보고서 2016」, p.63; 한국가스공사(2017), 「지속가능경영보고서 2017」, p.73;
 인천국제공항공사(2015), 「2015 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」, pp.52~53; 인천국제공항공사(2016), 「2016 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」, p.65; 인천국제공항공사(2017), 「2017 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」, p.50;
 한국토지주택공사(2016b), 「2016 LH 지속가능경영보고서」, p.53;
 주택도시보증공사(2017), 「2017 사회공헌 Report」, p.44를 토대로 직접 작성

□ (추진체계) 타 기관과의 파트너십 구축을 통한 추진

5곳의 공기업이 추진하고 있는 사회공헌활동은 프로그램별로 추진방식이나 주체가 상이하다. 하지만 공기업 사회공헌프로그램의 특징 중 하나는 공기업 단독으로 추진하는 사업 보다는 타 기관과 파트너십을 구축하여 추진하는 사례가 늘어나고 있다는 것이다.

[표 2-22] 주요 공기업의 사회공헌활동 파트너십

구분	사회공헌프로그램	파트너
한국수자원공사	행복가득 水 프로젝트	시공파트너로 사회적기업을 선정
	사랑나눔 의료봉사	(사)열린의사회, (사)연우
한국가스공사	열효율 개선사업	복지기관, 지자체(대상자 선정, 서비스제공) 사회적기업이 시공과정에 참여
	꿈 튼튼 몸 튼튼	대구광역시, 대구사회복지공동모금회, 경북대병원 등 민·관 5개 기관들과 사회공헌협약 체결
인천국제공항공사	교육지원	초록우산어린이재단(방과후교실 지원)
	환경지원	(사)생명의숲운동본부
	BBB통역서비스캠페인	(사)BBB Korea
	Make A Wish	한국메이크어워시재단
	Youth Music Camp-다문화 청소년 문화예술 지원	인천국제공항공사의 사회적기업 육성사업으로 탄생한 기업 '뽕뽕'
	해외사업지역 사회공헌활동	(사)코피온
한국토지주택공사	지역아동센터 지원	지자체
	임대주택 아동멘토링	전문상담가 3인 위촉

구분	사회공헌프로그램	파트너
	장학금&취업 지원	고용노동부와 임대주택입주민 취업지원 협약 지역 고용노동청과 입주민취업 및 자활지원
	말벗천사&무료법률상담	한국가정법률상담소와 업무협약 체결 한국문화예술회위원회와 업무협약 체결
주택도시보증공사	HUG 사랑의 건강기부계단	부산디자인센터KDM 초록우산 어린이재단
	Hope with HUG	부산광역시 부산국제건축문화제 부산지역 건축가와 향토건설사 재능기부
	노후주택 개보수	사회적기업을 공사업체로 선정

출처 : 한국수자원공사(2014), 「2014 K-water 사회공헌활동 백서」, p.57; 한국수자원공사(2015), 「2015 K-water 사회공헌활동 백서」, p.39; 한국수자원공사(2016), 「2016 K-water 사회공헌활동 백서」, p.17, p.24;
한국가스공사(2017), 「지속가능경영보고서 2017」, p.52, pp.54~55;
인천국제공항공사(2015), 「2015 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」, pp.54~55; 인천국제공항공사(2016), 「2016 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」, pp.66~67; 인천국제공항공사(2017), 「2017 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」, pp.52~53;
한국토지주택공사(2014), 「2014년도 LH 사회공헌백서 : 나눔의 행복을 아는 사람들의 LH 사랑 씨앗 이야기」, p.32 p.36; 한국토지주택공사(2016a), 「2015~2016년도 LH 사회공헌백서」, p.21, p.35, p.63;
주택도시보증공사(2016), 「2016 사회공헌 Report」, p.14, p.18, p.20; 주택도시보증공사(2017), 「2017 사회공헌 Report」, p.22를 토대로 직접 작성

또한 공기업의 경우 사회공헌활동을 전담하는 부서를 별도로 설치하여, 관련 업무를 전담하도록 한 것도 특징이라 할 수 있다.

[표 2-23] 주요 공기업의 사회공헌 전담조직

구분	사회공헌 전담조직	담당업무
한국수자원공사	기획본부 경영관리실	사회공헌활동 프로그램 기획 및 추진
한국가스공사	경영협력처 상생협력부	사회공헌활동 프로그램 기획 및 추진
인천국제공항공사	사회공헌팀	사회공헌활동 전담부서로서, 임직원과 협력사, 입점업체가 사회공헌활동에 적극 참여할 수 있도록 업무를 담당
한국토지주택공사	경영혁신본부 사회공헌단	사회공헌활동 전담부서로서, 사회공헌활동 프로그램 기획 및 추진
주택도시보증공사	경영전략본부 사회적가치 실현팀	사회공헌활동 전담부서로서, 사회공헌활동 프로그램 기획 및 추진

출처 : 한국수자원공사의 전담조직 및 담당업무는 5월 17일 경영관리실 담당자 인터뷰를 통해 파악하여 작성;
한국가스공사의 전담조직 및 담당업무는 5월 11일 상생협력부 담당자 인터뷰를 통해 파악하여 작성;
인천국제공항공사(2017), 「2017 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」, p.50;
한국토지주택공사의 전담조직 및 담당업무는 5월 21일 사회공헌단 담당자 인터뷰를 통해 파악하여 작성;
주택도시보증공사의 전담조직 및 담당업무는 5월 21일 사회적가치실현팀 담당자 인터뷰를 통해 파악하여 작성

□ (지원범위 및 분야) 전국 단위로 추진, 지역사회의 소외계층 지원 및 주거환경 개선 사례가 다수

5개 공기업 모두 특정지역을 대상으로 하는 지역 단위 사회공헌활동 보다 특정 수혜자나 시설을 기준으로 전국을 대상으로 일괄 추진할 수 있는 활동을 주로 시행한 것으로 나타났다. 지원 분야에 있어서는 지역사회의 소외계층 지원 및 주거환경 개선에 대한 지원이 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 교육, 문화·예술·스포츠 관련 분야 순으로 많은 활동이 이루어지고 있었다. 특히 한국토지주택공사와 주택도시보증공사의 경우 사회공헌프로그램의 대부분이 기업 특성을 살려 임대주택 또는 저소득가구의 주거환경개선에 집중되고 있는 것이 특징이다.

[표 2-24] 주요 공기업의 사회공헌활동 지원범위 및 분야

구분	지원범위	지원분야	사회공헌 프로그램명
한국수자원공사	전국 공통	소외계층 지원	행복가득 水 프로젝트 지역주민 돌봄활동
		교육	해피워터 희망멘토링 (고등·대학생) 물 교육 기부
	하천주변	자연환경 보전	건강한 물 환경 만들기
	댐주변지역	소외계층 지원	사랑나눔 의료봉사 효 나눔 서비스 댐 주변지역 소득증대
		문화·예술	물 문화공간 제공
		교육	미래세대 지원
	상수도 미보급 지역 (학교/도서)	소외계층 지원	맑은 물 나눔
	글로벌	소외계층 지원	글로벌 사회공헌
		교육	물 교육 기부(K-water Academy)
한국가스공사	전국 공통	소외계층 지원 (주거환경개선)	온누리 사랑 프로젝트(열효율 개선사업)
		소외계층 지원	온누리 사랑 프로젝트(가스요금 감면사업) 온누리 봉사단
		지역사회 공헌	문화재지킴이
		교육	Volunteer 5UP 운동
		자연환경 보전	블루스카이프로젝트
	천연가스 생산기지 주변지역	지역사회 공헌	온누리 어울림 프로젝트(국내 지역협력)
	특정 지역	소외계층 지원	온누리 사랑 프로젝트(1사 1희망촌 사업)
		소외계층 지원 및 교육·문화	온누리 어울림 프로젝트(맞춤형 사회공헌활동)

구분	지원범위		지원분야	사회공헌 프로그램명
	글로벌	우즈베키스탄, 모잠비크	의료·장학·체육·학술	온누리 희망 프로젝트
인천국제 공항공사	전국	공통	교육	지역해피UP
			소외계층 지원	고객과 함께하는 프로그램
			문화·예술·스포츠	체육증진 후원
			소외계층 지원 및 문화·예술	Youth Music Camp
	특정 지역	공항주변 신도시	자연환경 보전 / 문화·예술 / 소외계층 지원	지역해피UP
		인천	문화·예술·스포츠	체육증진 후원
		평창	문화·예술·스포츠	2018 평창동계올림픽 대회 지원
	글로벌	공통	소외계층 지원 (해외)	해외사업지역 사회공헌
			교육	개발도상국가 항공교육
		인도네시아	교육	해외사업지역 사회공헌
한국토지 주택공사	전국	공통	소외계층 지원 (교육·문화)	'LH 행복꿈터' 지역아동센터
				아동멘토링 '멘토와 꼬마친구'
				취업지원 & 장학금지원
				행복한 학교
			소외계층 지원 (주거환경 개선)	노후주택 개보수 & 새뜰마을 사업
				나눔텃밭 & 생태마을 조성
			소외계층 지원	행복한 밥상
				행복한 동행
				말벗천사 & 무료법률 상담
				김장 한마당 & 연탄나눔
				행복기금 & 농촌의료·이미용 봉사
				가정의달 문화행사 & 다문화가정 지원
			지역사회 공헌	시니어 & 경력단절 여성 채용
				청년소셜벤처 창업지원
				박물관 & 도서관 건립
				유스스쿨 & 옐로카펫
주택도시 보증공사	특정 지역	진주	소외계층 지원 (주거환경개선)	노후주택 지원사업
			자연환경 보전	그린트러스트 & 도심생태 네트워크
	전국	공통	소외계층 지원 (주거환경개선)	HUG 해비타트 타운 건립
				무주택 국가유공자 주택임차자금 지원사업
				무주택 저소득층 주택 임차자금 지원사업
				노후주택 개보수
				사회복지시설 개보수
				HUT Street

구분	지원범위	지원분야	사회공헌 프로그램명
특정 지역	부산	소외계층 지원	범죄 취약지역 환경개선(CPTED:셉테드)
			안심가로등
			주택도시(°C)UP 지원
			저소득층 난방연료 지원사업
			엘로카펫
			HUG 세어하우스
			HUG 사랑의 건강기부재단
			백혈병·소아암 아동 홈클리닉 서비스
			힘내라 미래야
			재해지역 피해복구 지원
	진주	소외계층 지원 (주거환경개선)	Hope with HUG
			노후 슬레이트 자봉개량
		교육	HUG 꿈을 찾는 아이들
		소외계층 지원 (주거환경개선)	HUG 해비타트 타운 건립

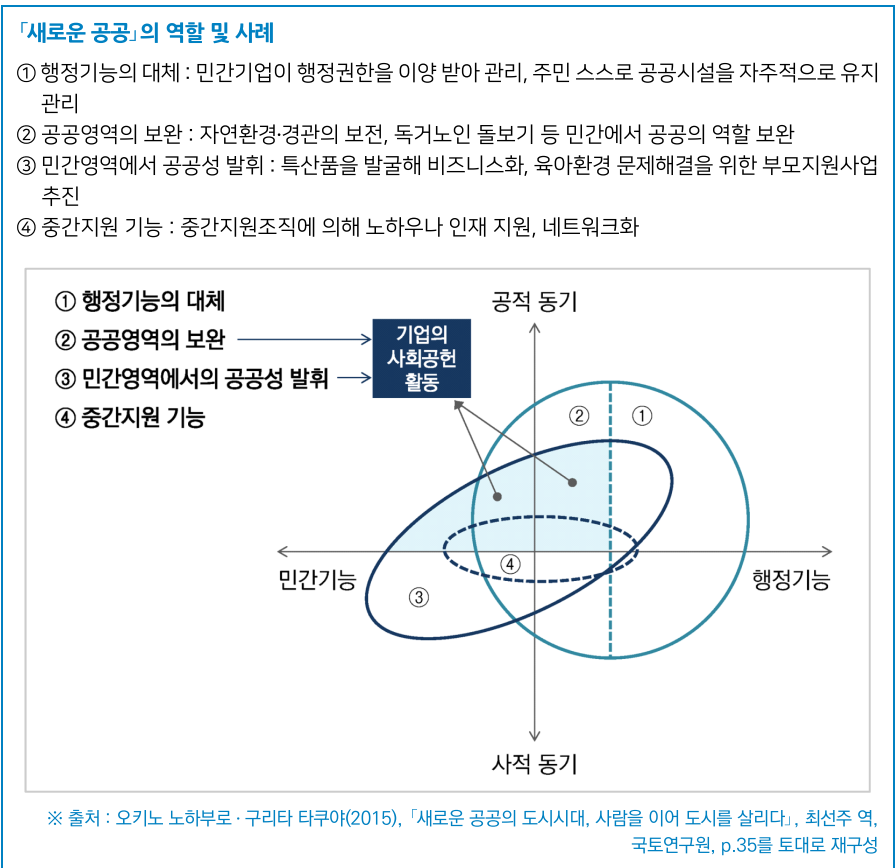
출처 : 한국수자원공사(2014), 「2014 K-water 사회공헌활동 백서」, pp.22~31, pp.38~49, pp.58~61; 한국수자원공사(2015), 「2015 K-water 사회공헌활동 백서」, pp.26~31, pp.38~49, pp.56~61; 한국수자원공사(2016), 「2016 K-water 사회공헌활동 백서」, pp.17~19, pp.23~25, pp.29~31; 한국가스공사(2014), 「지속가능경영보고서 2014」, p.31; 한국가스공사(2016), 「지속가능경영보고서 2016」, pp.52~53; 한국가스공사(2017), 「지속가능경영보고서 2017」, pp.50~51; 인천국제공항공사(2015), 「2015 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」, pp.54~56; 인천국제공항공사(2016), 「2016 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」, pp.66~68; 인천국제공항공사(2017), 「2017 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」, pp.52~53; 한국토지주택공사(2011), 「LH 멘토와 꼬마친구 가이드북(봉사자용)」, p.1; 한국토지주택공사(2014), 「2014년도 LH 사회공헌백서 : 나눔의 행복을 아는 사람들의 LH 사랑 씨앗 이야기」, pp.22~79; 한국토지주택공사(2016a), 「2015~2016년도 LH 사회공헌백서」, pp.30~37, pp.42~55; 주택도시보증공사(2017), 「2017 사회공헌 Report」, pp.13~17, pp.18~23, pp.26~31, pp.30~34를 토대로 작성

2. 기업 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업의 연계 필요성

1) 공공의 역할을 보완하는 새로운 공공의 필요성

□ 공공의 역할을 보완하는 새로운 공공

‘새로운 공공’이란 행정 외에 사회적 가치를 창출하는 등 공적 목적을 달성하기 위해 활동하는 주체들로서, 기업, 시민단체, 지역조직, 국민 등이 포함된다.⁵⁵⁾



공시설 관리 등에 있어 행정권한을 이양받아 행정의 기능을 대체하는 새로운 공공이다. 두 번째는 자연환경·경관 보전 등에 대해 공공의 역할을 대신하여 공공영역을 보완하는 유형이다. 마지막은 비즈니스모델과 공익 활동을 연계한 민간영역에서 공공성 발휘하는 유형으로, 노하우, 인재 등을 지원하는 중간지원 기능 등의 역할을 ‘새로운 공공’이 담당할 수 있다.⁵⁶⁾

최근 공공의 역할과 기능을 보완하기 위한 주체로 등장한 ‘새로운 공공’은 단순히 행정의 역할을 대신하는 것 외에도 각 주체마다 가지고 있는 고유의 자원과 역량을 활용하여 사회적 가치를 창출하고 있다. 나아가 비즈니스모델 등과 연계한 활동의 경우 지역사회 커뮤니티의 경제적 가치 창출에도 기여할 수 있다는 점에서 우리나라에도 새로운 공공의 필요성이 대두되고 있다.

□ 건축도시분야 공공사업의 추진과정 및 운영·관리상의 한계와 새로운 공공의 필요성

2018년 현재 건축도시분야의 정책은 국토교통부에서 총괄하고 있으며, 주로 건축정책관실과 도시정책관실에서 담당한다. 건축정책관실에서 추진하고 있는 건축도시분야 공공사업으로는 국토환경디자인사업과 경관협정 활성화 지원사업이 있으며, 도시정책관실 도시재생과의 도시 취약지역 생활여건 개조사업, 도시활력증진지역 개발사업⁵⁷⁾, 그리고 도시재생사업기획단의 도시재생사업⁵⁸⁾ 등도 포함된다.

[표 2-25] 건축도시분야 공공사업의 주요 대상

담당부서		건축도시분야 공공사업 (물리적 공간 대상)
건축정책관실	건축문화경관과	- 국토환경디자인사업 - 경관협정 활성화 지원사업
도시정책관실	도시재생과	- 도시 취약지역 생활여건 개조사업(새뜰마을사업) - 도시활력증진지역 개발사업
도시재생사업기획단	-	- 도시재생사업*

* 도시재생뉴딜사업의 경우 사업 추진 초기단계로 문제점 도출이 어려우므로 기존에 도시재생과에서 추진하였던 도시재생 선도 지역에서 추진된 도시재생사업에 한정

출처 : 국토교통부(2018), “조직·지원 안내”, 국토교통부 홈페이지, <http://www.molit.go.kr/> (검색일: 2018.8.1.)을 토대로 직접 작성

56) 오키노 노하부로·구리타 타쿠야(2015), 「새로운 공공의 도시시대, 사람을 이어 도시를 살리다」, 최선주 역, 국토연구원, p.35를 토대로 작성

57) 도시재생과에서 추진하고 있는 건축도시분야 공공사업 중 산업단지 재생사업은 일반 주민이 아닌 공장주 등 특정대상에 혜택이 부여되는 사업으로 검토대상에서 제외시켰다.

58) 2018년 현재 도시재생사업기획단에서 추진하고 있는 도시재생뉴딜사업의 경우 사업 기획 및 대상지 선정 단계에 있어 실질적인 문제점 도출이 어려우므로 기존에 도시재생과에서 추진한 도시재생 선도지역 내 도시재생사업에 한정하였다.

상기의 건축도시분야 공공사업의 추진 및 운영·관리에 대한 문제점 및 개선사항에 대해서는 각 사업별 성과보고서, 관련 연구 등에서 이미 지적한 바 있으며, 본 연구에서는 사업별 한계점을 종합·검토하여 공통적으로 언급되고 있는 사항을 다음과 같이 정리하였다.⁵⁹⁾

• (한계 1) 사업 추진과정에 필요한 지역 내 전문인력 부족

지자체 내 장소 단위의 공간계획 수립에 대해 지원하는 국토환경디자인 지원사업⁶⁰⁾의 경우, 통합마스터플랜을 수립할 수 있는 지역 업체가 부재하는 점이 지적되고 있다.⁶¹⁾ 경관협정 활성화 지원사업은 주민들의 경관협정 체결을 지원하는 코디네이터인 지역 전문가들이 사업추진 절차나 방법에 대한 이해가 부족하고, 지역 내 관련 전문가가 부족하여 일부 지자체는 관련 분야 전문가가 아닌 지역주민이 그 역할을 하고 있는 점 등이 문제로 인식되고 있다.⁶²⁾ 아울러 도시활력증진지역 개발사업 역시 사업을 담당공무원

59) 각 사업별로 참고한 문헌자료는 다음과 같다.

사업명	문헌자료명
국토환경디자인 지원사업	- 여혜진·고영호·엄운진(2018), 「국토환경디자인 지원사업 성과분석 및 지역경관 향상 지원사업 모니터링」, 국토교통부
경관협정 활성화 지원사업	- 여혜진·고영호·엄운진(2018), 「국토환경디자인 지원사업 성과분석 및 지역경관 향상 지원사업 모니터링」, 국토교통부 - 이여경·심경미(2016), 「경관협정 실효성 제고를 위한 지원방안 연구」, 건축도시공간연구소
도시 취약지역 생활여건 개조 사업(새뜰마을사업)	- 한국토지주택공사(2015), 「도시 취약지역 생활여건 개조 프로젝트(새뜰마을사업) 운영관리 및 활성화 방안 연구」, 지역발전위원회 - 한국토지주택공사(2016), 「도시 새뜰마을사업 활성화 방안 연구」, 지역발전위원회
도시활력증진지역 개발사업	- 한국토지주택공사(2017), 「2017년 도시활력증진지역 개발사업 관리 및 활성화 연구」, 국토교통부 - 한국토지주택공사(2015), 「2015년 도시활력증진지역 개발사업 관리 및 활성화 연구」, 국토교통부
도시재생사업	- 서수정·윤주선(2016), 「도시재생 활성화를 위한 근린재생형 기금지원 프로그램 개발」, 건축도시공간연구소 - 박성남·김민경(2016), 「도시재생사업 기반 구축 단계의 경험과 과제」, 건축도시공간연구소 - 윤주선·이여경(2017), 「민관협력사업을 통한 자립형 도시재생 방안 연구」, 건축도시공간연구소

출처 : 저자 직접 작성

60) 2009~2016년까지 41개 사업 시행, 계획수립 41개소(61억), 기본/실시설계 15개소(29.5억원), 시공 4개소(137억원) 지원 (여혜진·고영호·엄운진(2018), 「국토환경디자인 지원사업 성과분석 및 지역경관 향상 지원사업 모니터링」, 국토교통부, p.3)

61) 여혜진·고영호·엄운진(2018), 전계서, p.161.

역량에만 의존함에 따라 사업 기획 및 추진에 한계가 나타나고 있다.⁶²⁾

지역 내 인적 자원 부족의 문제는 도시재생사업에서도 지적되고 있다.⁶⁴⁾ 도시재생사업 중 근린재생형 선도지역 사업 내 공간조성사업에 있어 문화예술 공간 조성사업 등은 기획 단계부터 지역의 전문가가 참여해야 하지만, 지역 내 전문가 부족으로 정상적 운영이 어려울 것으로 예측되고 있다.⁶⁵⁾ 아울러 마을기업, 사회적 기업 등의 설립을 통해 주민공동체의 수익사업을 추진하고 있으나, 경영 노하우, 프로모션, 마케팅 전략 등이 미흡하여 실질적 수익모델로 발전하지 못하는 한계도 지적되고 있다.⁶⁶⁾

- (한계 2) 지역주민의 재정투자가 필요한 사업은 주민 자본투자여력이 낮아 실행 한계

사유재산을 대상으로 공공사업이 추진되는 새뜰마을사업이나 경관협정 활성화 지원사업의 경우, 주민 자본투자여력이 낮아 실행에 한계를 보이고 있는 실정이다.

새뜰마을사업은 도시 내 노후 취약지역을 대상으로 하며, 해당 지역 내 거주민의 대부분은 기초생활수급자, 차상위계층 등 사회취약계층에 해당된다. 새뜰마을사업의 주요 내용 중에서 집수리 지원사업은 사유재산을 대상으로 하기 때문에 거주민들의 재정투자가 수반되도록 운영하고 있지만, 취약계층에 해당되는 거주민들이 실질적으로 사업비에 대한 자본투자여력이 낮아 자부담을 하지 못하는 추세이다.⁶⁷⁾ 이로 인해 집수리 지원사업의 경우 사업 실행에 어려움을 겪고 있으며, 최근에는 집수리 지원사업에 대한 자부담 규정을 없애거나 민간기업이나 단체의 사회공헌사업 등과의 연계방안 마련의 필요성이 제기되고 있다.⁶⁸⁾

62) 이여경·심경미(2016), 「경관협정 실효성 제고를 위한 지원방안 연구」, 건축도시공간연구소, p.118.

63) 한국토지주택공사(2017a), 「2017년 도시활력증진지역 개발사업 관리 및 활성화 연구」, 국토교통부, p.85.

64) 박성남·김민경(2016), 「도시재생사업 기반 구축 단계의 경험과 과제」, 건축도시공간연구소, p.36.

65) 서수정·윤주선(2016), 「도시재생 활성화를 위한 근린재생형 기금지원 프로그램 개발」, p.33.

66) 서수정·윤주선(2016), 전제서, p.33.

67) 한국토지주택공사(2015b), 「도시 취약지역 생활여건 개조 프로젝트(새뜰마을사업) 운영관리 및 활성화 방안 연구」, 지역발전위원회, p.124.

구분	자가구			임차가구	
	기초생활수급자	차상위계층	위험주택보강	기초생활수급자	차상위계층
지원금액	700만원	700만원	400만원	350만원	350만원
자부담율	-	10%	50%	-	-

출처 : 한국토지주택공사(2015b), 「도시 취약지역 생활여건 개조 프로젝트(새뜰마을사업) 운영관리 및 활성화 방안 연구」, 지역발전위원회, p.124.

아울러 경관협정 활성화 지원사업의 경우에도 주민 자발적으로 체결해야 하는 경관협정에 대해 행정에서 협정체결 및 사업 추진에 대한 보조금을 지원하고 있으며, 주민들의 사유 재산에 대해 상당 부분을 지원하고 있다.⁶⁹⁾ 경관협정 역시 초기 단계에 제도 운영의 정착을 위해 행정에서 사업비를 지원하고 있지만, 중장기적으로는 주민들의 재정투자가 불가 피하다. 하지만 전반적으로 주민들의 자발적인 자본투자 의사가 부족하고, 취약계층의 경우에는 자본투자여력이 낮은 상황이다.

도시재생 마중물 사업의 경우에도 사유재산에 사업비 투입을 제한하고 있어, 주민들의 자본투자가 필요하지만, 기존 주택이나 상가, 빈 집 정비 등을 토대로 게스트하우스 등의 조성사업 추진이 필요한 지역에서 주민들의 재정투자 여력이 낮아 사업을 본격적으로 시작하지 못하고 있다.⁷⁰⁾

- (한계 3) 공공사업 완료 이후 지속적인 운영·관리 예산 확보 방안 부재

도시활력증진지역 개발사업의 경우, 국비 집행완료 이후 후속 지원 및 운영방안이 마련 되지 못해 시설이 방치되고 있는 실정이며, 주민 역량강화사업 역시 단기적 국비 지원사업으로 주민조직을 육성하기에는 한계가 있다고 평가되고 있다.⁷¹⁾ 또한 새뜰마을사업에서도 지역별로 할당된 한정된 사업비만으로 지역을 개선해 나가기 어려우므로 공동모금회, 지역 내 민간 기업 등과 연계하여 지속가능한 운영체계를 마련해야 한다는 의견이 제기되고 있다.⁷²⁾

- (한계 4) 역량있는 민간 기업에 대한 지원 정책 및 제도 부재

근린재생형 선도지역 내 사업 기획 및 운영을 위해서는 공간기획 능력, 마케팅 노하우 등을 가진 민간 기업의 참여가 필요하나 현재는 이들의 참여를 유도할 수 있는 정책이나 제도가 부재하는 점도 문제로 지적되고 있다. 가령, 지역경제활성화 사업 등을 추진함에 있어 하드웨어 사업 외에도 향후 운영계획까지 수립할 필요가 있으나, 이를 위해 참여하고자 하는 역량있는 민간기업은 「지방계약법」 상의 제도적 한계로 참여가 제한되고 있다.⁷³⁾

68) 한국토지주택공사(2015b), 「도시 취약지역 생활여건 개조 프로젝트(새뜰마을사업) 운영관리 및 활성화 방안 연구」, 지역발전위원회, p.124; 한국토지주택공사(2016c), 「도시 새뜰마을사업 활성화 방안 연구」, 지역발전위원회, p.292 & 329.

69) 이여경·심경미(2016), 전계서, pp.46-48.

70) 서수정·윤주선(2016), 전계서, p.34.

71) 한국토지주택공사(2015a), 「2015년 도시활력증진지역 개발사업 관리 및 활성화 연구」, 국토교통부, p.181.

72) 한국토지주택공사(2015b), 전계서, p.304.

또한 도시재생사업에서는 공간기획, 마케팅 능력을 갖춘 민간 기업들을 위한 보조금, 용자, 출자 등을 지원할 수 있는 프로그램 연계가 미흡하다는 점도 문제로 지적되고 있다.⁷⁴⁾

- 건축도시분야 공공사업의 재원 및 전문인력 보완을 위한 새로운 공공의 필요성 대두

정부나 지자체 주도로 추진되는 건축도시분야 공공사업은 재정, 전문인력 등의 측면에서 한계에 직면해 있다. 앞으로 건축도시분야 공공사업이 각각의 시행 목적을 달성하면서도 지속가능성을 담보할 수 있도록 하기 위해 정부와 지자체는 이와 같은 문제 해결에 적극적으로 대응해 나갈 필요가 있다.

하지만 이미 재정적·인력적 측면에서 한계에 직면한 기존의 공공주도의 사업 추진방식으로는 근본적인 문제 해결이 어려울 것으로 판단되며, 새로운 문제해결 시나리오가 요구되는 실정이다. 이러한 상황 속에서 여러 가지 한계점에 직면해 있는 건축도시분야 공공사업에 있어서도 공공(행정)의 역할을 보충할 수 있는 '새로운 공공'의 참여에 대해 검토할 필요가 있겠다.

2) 새로운 공공으로서 기업 참여와 사회공헌활동 연계 필요성

□ 대내외적 여건 변화 속 그동안 배제되었던 새로운 공공으로서 기업들의 참여방안 마련 필요

이미 우리나라에서 새로운 공공의 역할을 하고 있는 주체들은 있다. 국내 건축도시분야 공공사업에서 새로운 공공의 역할을 하고 있는 주체로는 중간지원기능의 역할을 하는 도시재생지원센터, 이와 연계하여 민간영역에서 공공성을 발휘하는 사회적 기업 등이 그 예이다. 또한 한국토지주택공사 등 관련 분야 공기업 역시 도시재생지원기구 업무 수행 등으로 행정기능을 대체하는 새로운 공공의 역할을 하고 있다.

하지만 새로운 공공의 주요 주체 중 하나인 기업은 그동안 특혜시비에 민감한 사회적 분위기로 인해 배제되어 온 것이 사실이다. 기업이 경제적 이익은 어느 정도 배제하고 공익적 성격의 사업을 추진하는 기업의 사회공헌활동은 기업이 새로운 공공으로서 역할을 하기 위한 시작점이 될 수 있을 것으로 판단된다.

73) 윤주선·이여경(2017), 「민관협력사업을 통한 자립형 도시재생 방안 연구」, 건축도시공간연구소, p.55;
서수정·윤주선(2016), 전제서, p.33.

74) 서수정·윤주선(2016), 전제서, p.33.

□ 지역을 기반으로 한 사회공헌활동에 대한 수요 증가

새정부의 사회적 가치 구현을 위한 정책방향에 부합하여, 기업들의 사회공헌활동은 더욱 증가할 것으로 예측되고 있다. 이와 함께 기업은 내부적으로 착한 기업으로써 새로운 경쟁력을 가지기 위해, 다양한 사회공헌활동을 통해 사회적 가치 창출을 도모하고 있다.

초기 단계에 기업의 사회적 책임 활동은 인권, 노동관행, 조직지배구조, 공정하고 윤리적 조직 운영, 소비자 이슈에 대한 대응을 중심으로 이루어져 왔다. 하지만 최근에는 대표적인 국제 지표인 GRI 가이드라인이나 ISO26000에서도 제시하고 있듯이, 환경에 대한 대응이나 지역사회 발전에 대한 기여 등 지역사회와의 상생을 고려하도록 요구되고 있다.

기업이 지역사회에 관심을 보이고 있다는 사실은 앞서 언급한 조사결과에서도 나타났다. 최근 3년간 기업들은 전국 단위로 시행하는 일반적인 사회공헌활동 보다 특정 지역을 대상으로 하는 지역사회형 사회공헌활동을 더 많이 추진하고 있는 실정이다. 이는 각 기업들이 소재하는 지역 내에서 지역사회를 위한 사회공헌활동을 추진하고자 하는 의지가 높아지고 있다고 해석할 수도 있다.

[표 2-26] 대기업 및 중소기업의 대표 사회공헌 프로그램의 자원단위

(단위: %)

구분		전국단위형	지역사회형	글로벌형
대기업*	2013년	47.9	42.0	10.1
	2014년	53.2	38.7	8.2
	2015년	34.9	57.2	7.9
중소기업 (복수응답)	2014년	88.0	80.1	9.3

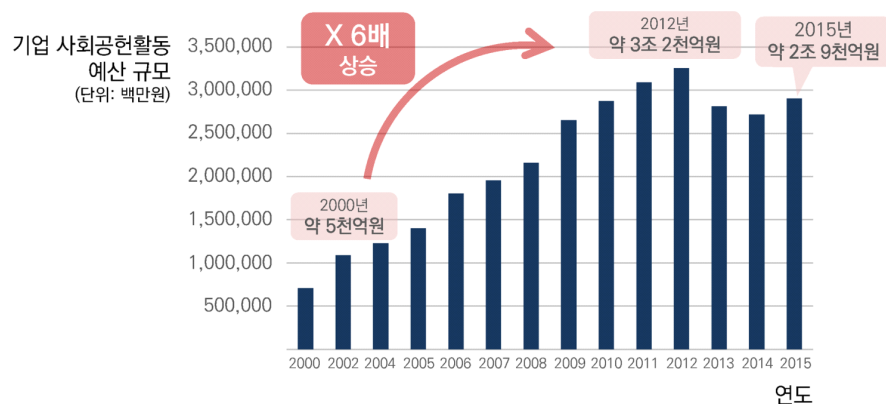
* 주 : 대기업 대표프로그램 2014년 336개 기준, 2015년 334개 기준, 2016년 680개 기준, 중복응답 포함

출처 : 전국경제인연합회(2014), 「2014년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.12; 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, pp.12-13; 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, p.9; 한국사회복지협의회·대한상공회의소(2014), 「2014 중견·중소기업 사회공헌백서」, 한국사회복지협의회 사회공헌정보센터, p.37 데이터를 토대로 직접 작성

기업의 지역사회에 대한 사회공헌활동이 활발해지고 있으나, 지금까지는 도시락, 쌀, 라면 등 물품기증, 후원금 지원 등이 대부분이었으며, 지역의 물리적 공간환경을 개선하거나 주민들을 위한 시설을 운영하는 등의 지원은 극히 일부에 불과하였다. 하지만 최근에는 쇠퇴된 마을이나 시장 재생(현대자동차, 현대카드), 취약계층을 위한 주택 개선(LH, HUG) 등 지역의 물리적 공간을 대상으로 한 사회공헌활동 사례가 늘어나고 있다.

□ 기존에 기업이 보유하고 있는 자원과 인력을 활용한 기업 사회공헌활동과
지역 기반의 건축도시분야 공공사업을 연계함으로써 공통의 사회적 가치 창출

앞서 살펴본 바와 같이 기업들은 이미 사회적 책임 또는 공유가치창출 차원에서 사회공헌 활동을 추진하고 있으며, 이를 위해 기업이 보유하고 있는 자원, 인력, 노하우 등을 투입하고 있다. 국내 대기업의 사회공헌 예산은 지난 20년간 약 10배 가량 증가하였으며, 사회공헌 추진방식 역시 초기에는 단순히 기부금 또는 현물을 지원하는 방식이었지만 최근에는 기업 내 보유 인력의 전문성을 활용하여 인력 및 기술을 지원하는 사례들도 늘고 있다. 특히 이러한 비현금성 프로보노 활동은 인적 자원이 상대적으로 풍부한 대기업에서 추진하는 경우가 많다.⁷⁵⁾



[그림 2-5] 1996년 이후 연도별 상위 500대 기업의 사회공헌활동 지출규모 및 증가 추이

출처 : 전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서」, p.4 데이터를 토대로 직접 작성

건축도시분야 공공사업은 특정지역을 기반으로 추진되므로, 기업 측면에서는 이러한 공공사업과 연계하여 사회공헌활동을 추진하게 된다면 지역사회에 대한 사회적 가치를 실현하는 기회가 될 것이다. 또한 행정의 입장에서는 기업 사회공헌활동과 공공사업의 연계를 통해 부족한 공공재원을 보충하고 자부담이 어려운 취약계층을 지원하면서, 부실한 사업 기획이나 운영에 있어 전문성 제고에도 도움을 받을 수 있을 것이다.

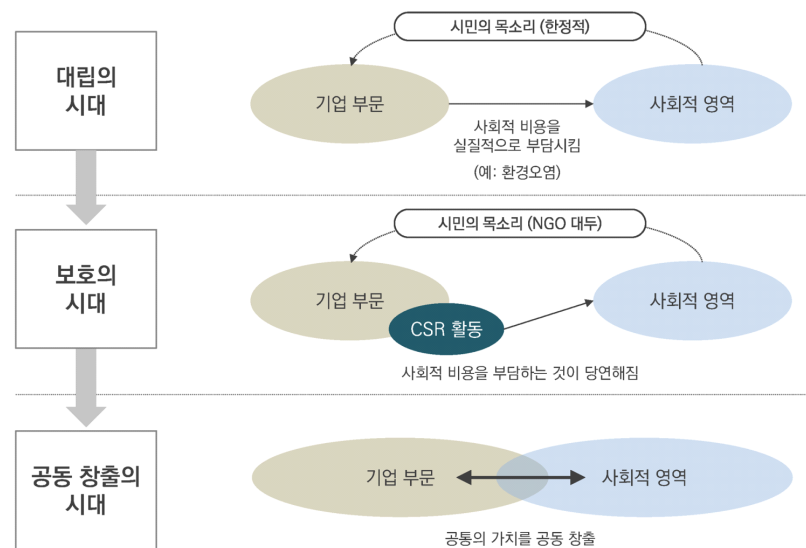
지역 차원에서는 행정, 지역단체, 주민들이 함께 추진하고 있는 각종 건축도시분야 공공

75) 아동·청소년을 위한 교육 프로그램 지원(삼성중공업, CJ푸드빌, 아시아나), 저소득·소외계층을 위한 재능 봉사(롯데건설, 포스코에너지, 대우증권), 사회적 기업 육성을 위한 경영자문 제공 및 홍보 지원(SK그룹, 롯데 홈쇼핑) 등이 현재 시행되고 있는 대표적인 프로보노 활동의 사례이다.

(출처 : 전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」, pp.14-15를 토대로 작성)

사업에 기업이 사회공헌활동의 일환으로 참여함으로써, 특정 지역 내에서 각 주체들과 공통의 사회적 가치를 공동으로 실현하는 ‘지역 내 공유가치창출’을 도모할 수 있으며, 나아가 이를 통해 지역에 새로운 가치를 부여할 수 있게 될 것이다. 아울러, 기존에 개별 수혜자를 대상으로 추진하던 기업의 사회공헌활동을 지역 기반의 건축도시분야 공공사업과 연계한다면, 수혜자가 특정 개인인 타 분야와 달리 지역 내 공간을 향유하는 불특정 다수에게 그 혜택이 돌아갈 수 있게 되어 또 다른 긍정적인 효과를 거둘 수 있을 것으로 판단된다.

기업의 사회공헌활동이 건축도시분야 공공사업의 모든 문제를 해결하기 위한 수단은 아니지만, 건축도시분야 공공사업 추진에 있어 부족한 점과 기업이 보유하고 있는 자원, 인력, 노하우 등을 상호 연계하여 지역 내에서 공통의 사회적 가치를 창출할 수 있다면 이를 적극 연계할 필요가 있겠다.



[그림 2-6] 기업 부문과 사회적 영역과의 관계 변천사

출처 : 후지이 다케시(2014), 『CSV 이노베이션』, 이면현 역, 한언, p.27.

제3장 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계 여건

1. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계 관련 정책 및 제도 검토
 2. 건축도시분야 기업 사회공헌활동 사례조사
 3. 기업의 건축도시분야 사회공헌활동 수요 및 인식 조사
 4. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계 가능성 및 한계
-

1. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계 관련 정책 및 제도 검토

1) 정책적 여건

□ 새뜰마을사업 사업대상지에 대한 기업의 후원금 지원

지금까지 정부부처 차원에서 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동을 연계한 사례는 많지 않았다. 노후취약지역을 대상으로 추진되는 새뜰마을사업 대상지에 대해 일부 기업이 후원금을 지원해 온 정도였다. 2016년 크라운 해태제과와 건설산업사회공헌재단이 각각 양주시 남방동 새뜰마을사업과 세종 조치원을 침산지구 새뜰마을사업에 대해 후원하기 위해 2년간 3억원을 기부한 바 있다. 또한 2017년에는 김천혁신신도시로 이전한 한국 건설관리공사가 임직원 성금 200만원을 김천시 새뜰마을사업 대상지 내 김천시노인종합복지관에 기부한 사례가 있다.

이와 같은 사례들은 공공사업을 추진하는 과정에서 부족한 예산을 지원받기 위해 지역 내 기업과 연계하여 1회 또는 사업시행 기간 내 일정 금액을 지원받는 형태였으며, 기업

사회공헌활동과 공공사업을 연계하기 위한 체계가 갖추어진 상태로 추진된 것은 아니었다.

□ 공공사업과 기업 사회공헌활동을 체계적으로 연계하기 위한 정책사업 추진

그동안은 기업이 스스로 사회공헌활동의 의사를 비추고 부처나 지자체에서는 이를 받아들이는 수동적 방식으로 활동이 연계되어 왔다. 하지만 2018년 4월부터 국토교통부 도시재생과에서는 기존에 추진하고 있는 새뜰마을사업의 일부인 집수리 지원사업을 민관 협력방식으로 전환하여 정책사업으로 추진하기 위해 「민관협력형 노후주택 개선사업」을 구상하기 시작하였다.⁷⁶⁾ 집수리 지원사업은 주거복지 사각지대에 있는 취약계층의 노후주택을 개선하는 사업으로, 사유재산을 대상으로 한 사업인 만큼 사업비 중 일부를 주민들이 부담해야 하지만, 해당 사업지 내 주민의 상당수가 기초생활수급자, 차상위계층 등 취약계층으로 재정투자여력이 낮아 실질적으로 사업 시행이 되지 못하고 있었다. 이로 인해 국토부는 새뜰마을사업 지역 내 집수리 지원사업을 기업, NPO 등 민간과의 협력방안을 적극 모색하기 시작한 것이다.

이 가운데 민간 건축자재 제조기업인 KCC가 사회공헌활동 대상을 찾기 위해 국토교통부에 문의한 것이 계기가 되어, 본 사업을 위해 2억원 상당의 현물 기부를 하게 되었다. 이와 더불어 공공기관인 주택보증공사와 새뜰마을사업 관리를 위탁받은 한국토지주택공사가 단계적으로 본 사업에 참여하게 되었다. 또한 지정기부금단체로서 기부금 영수증을 발급하고 실질적 집수리 사업의 시행을 지원하기 위해 비영리단체인 해비타트도 참여하게 되었다.

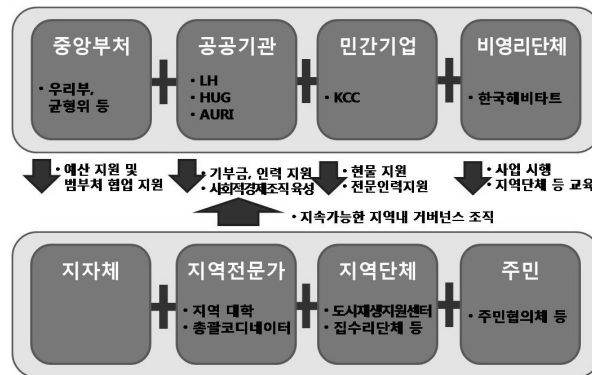
2018년 5월에 선정위원회를 구성하여 6월 전주, 영주, 강릉 등 3곳 사업대상지를 선정하였으며, 9월 현재 지역별로 현황진단을 실시하고 있다. 또한 9월 17일 전주 승암마을을 시작으로 추진주체 간 업무협약을 체결하며, 본격적인 사업 시행을 앞두고 있다.⁷⁷⁾

76) 본 연구의 연구진은 국토교통부 도시재생과와 지속적인 협의를 통해 「민관협력형 노후주택 개선사업」의 사업추진방안을 함께 구상·추진하였다.

77) 국토교통부(2018), 「민관협력형 노후주택 개선사업」 추진계획, 내부자료.

민관협력형 노후주택 개선사업 개요

- (사업내용) 정부·기업·공공기관 등이 주민과 함께 취약지역내 노후주택 개선사업(3년간 총 300채) 시행 및 사회적 경제조직 육성
- (사업효과) 보온 단열재, 창호 등 주요 건축자재를 교체함으로써 재해 위험 및 에너지 소비량이 절감되고, 지역 내 자활 역량 강화*
* 한국해비타트가 지역 집수리단체를 교육하고, LH가 사회적경제조직으로 육성
- ('18년 대상지) 새뜰마을지역 중 사업이 시급하고, 지역 내 집수리단체가 활동하는 전주 승암마을, 강릉 등대지구, 영주 관사골
* 총 68곳을 대상으로 선정위원회가 서면평가하고, 지자체 의견 조회 후 최종 선정
- (사업추진체계)



[사업추진체계]

※ 출처 : 국토교통부(2018), "달동네·쪽방촌 노후주택 개선 위한 공공·민간 업무협약", 9월 17일자 보도자료.

2) 제도적 여건

건축도시분야 기업 사회공헌활동을 촉진하기 위한 별도의 법제도는 부재하며, 일반적으로 기업의 지속가능경영과 사회적 책임에 대해 규정한 「산업발전법」이나 「중소기업 진흥에 관한 법률」, 저탄소 녹색성장을 목표로 기업의 사회적 책임경영을 촉진하는 「저탄소 녹색성장 기본법」, 그리고 사회적 기업에 기부한 기업에 세제혜택을 주는 「사회적 기업 육성법」 등의 규정들을 적용받게 된다. 이러한 법령에서 기업 사회공헌활동과 관련하여 규정한 내용들을 보면, 크게 다음과 같이 3가지로 분류할 수 있다.

- 기업의 사회적 책임 의무화
- 기업 사회공헌활동 지원 및 육성
- 기업 사회공헌활동에 대한 특례

□ 기업의 사회적 책임 의무화 관련 제도

기업에 대해 사회적 책임을 부여하는 제도는 「저탄소 녹색성장 기본법」과 「중소기업진흥에 관한 법률」이 있다. 「저탄소 녹색성장 기본법」에서는 기후변화에 대응하기 위해 기업들의 환경에 대한 사회적 책임을 부여하고 있으며, 「중소기업진흥에 관한 법률」에서는 중소기업에 회사 내부 또는 지역사회에 대한 사회적 책임의무를 부여하고 있다.

[표 3-1] 기업의 사회적 책임 의무화 관련 제도

구분	관련 규정
기업의 사회적 책임 의무화	저탄소 녹색성장 기본법 제6조(사업자의 책무) ①사업자는 녹색경영을 선도하여야 하며 기업활동의 전 과정에서 온실가스와 오염물질의 배출을 줄이고 녹색기술 연구개발과 녹색산업에 대한 투자 및 고용을 확대하는 등 환경에 관한 사회적·윤리적 책임을 다하여야 함
	중소기업진흥에 관한 법률 제62조의7(사회적책임경영의 지원) ①중소기업은 회사의 종업원, 거래처, 고객 및 지역사회 등에 대한 사회적 책임을 고려한 경영활동을 하도록 노력
출처 : 「저탄소 녹색성장 기본법」 법률 제15489호(2018.03.20. 개정); 「중소기업진흥에 관한 법률」 법률 제14685호(2017.03.21. 개정)	

□ 기업 사회공헌활동 지원 및 육성 관련 제도

한편, 기업의 사회공헌활동을 지원·육성하기 위한 제도도 마련되어 있다. 「산업발전법」, 「중소기업진흥에 관한 법률」 등에서는 정부가 기업의 사회적 책임경영을 위한 정책계획을 수립·시행하도록 규정하고 있으며, 기업의 사회적 책임활동을 행·재정적으로 지원할 수 있는 제도가 마련되어 있다. 한편, 비영리단체 등을 ‘지속가능경영 지원센터’로 지정하여 기업들의 사회공헌활동을 적극 유도·지원하기 위한 제도적 장치도 마련되어 있다.

[표 3-2] 기업의 사회공헌활동 지원 및 육성 관련 제도

구분	관련 규정
국가 차원의 정책수립	산업발전법 제19조(지속가능경영 종합시책) ①정부는 기업이 경제적 수익성, 환경적 건전성, 사회적 책임성을 함께 고려하는 지속가능한 경영 활동을 추진할 수 있도록 5년마다 종합시책을 수립·시행
	중소기업진흥에 관한 법률 제62조의8(사회적책임경영 중소기업육성 기본계획의 수립) ①중소벤처기업부장관은 사회적책임경영 중소기업을 육성하고 체계적으로 지원하기 위하여 5년마다 사회적책임경영 중소기업육성 기본계획을 수립·시행
행·재정 지원	중소기업진흥에 관한 법률 제62조의7(사회적책임경영의 지원) ②국가와 지방자치단체는 중소기업의 사회적 책임경영을 위하여 필요한 지원

구분	관련 규정
지원기관 설립	산업발전법 제19조(지속가능경영 종합시책) ⑤산업통상자원부장관은 기업의 지속가능경영을 효율적으로 촉진하기 위하여 기업 지원 관련 기관이나 단체를 지속가능경영 지원센터로 지정 중소기업진흥에 관한 법률 제62조의9(사회적책임경영 중소기업지원센터의 지정) ①중소벤처기업부장관은 중소기업의 사회적책임경영을 효율적으로 지원하기 위하여 중소기업지원 관련 기관이나 단체를 사회적책임경영 중소기업지원센터로 지정
출처 : 「중소기업진흥에 관한 법률」 법률 제14685호(2017.03.21. 개정); 「산업발전법」 법률 제15178호(2017.12.12. 일부 개정)	

□ 기업 사회공헌활동에 대한 특례 관련 제도

기업의 사회공헌활동에 대한 직접적 혜택으로 조세감면이 있다. 개별 법령에서 이와 관련된 특례 규정을 두고 있지만, 실제 기부금 처리에 대해서는 「법인세법」 제24조 및 「소득세법」 제34조 등에서 규정한 세제 혜택의 제공 범위를 적용받는다.

[표 3-3] 기업의 사회공헌활동에 대한 특례 관련 제도

구분	근거 조항
조세 감면	사회적기업 육성법 제16조(연계기업 등에 대한 조세감면) 사회서비스를 제공하는 사회적기업에 기부하는 연계기업·법인 또는 개인에 대해 「법인세법」, 「조세특례제한법」 및 「지방세법」에서 정하는 바에 따라 국세 및 지방세를 감면 저탄소 녹색성장 기본법 제31조(녹색기술·녹색산업에 대한 지원·특례 등) ③국가나 지방자치단체는 녹색기술·녹색산업과 관련된 기업을 지원하기 위하여 「조세특례제한법」과 「지방세법」에서 정하는 바에 따라 소득세·법인세·취득세·재산세·등록세 등을 감면
출처 : 「사회적 기업 육성법」 법률 제11275호(2012.2.1. 개정); 「저탄소 녹색성장 기본법」 법률 제15489호(2018.03.20. 개정)	

최근에는 2018년 8월 말 기획재정부 세법개정안에 따라 2019년 1월 1일부터 고액기부에 대한 기부금 특별세액공제 공제율이 2천만원 기준에서 1천만원 기준으로 인하되고, 기부금 세액공제가 확대될 예정이다(소득법 제59의4). 또한 한도초과액의 경우 이월되는 공제 기간을 5년에서 10년으로 확대하여 고액 기부자에 대한 혜택을 확대하였다.⁷⁸⁾

78) 기획재정부(2018), “2018년 세법개정안 정부안 확정”, 8월 28일자 보도자료.

[표 3-4] 「법인세법」 및 「소득세법」 내 기업 사회공헌활동 관련 세제혜택 내용

구분	내용
법인세법	제24조(기부금의 손금불산입) ①내국법인이 각 사업연도에 지출한 기부금 중 사회복지·문화·예술·교육·종교·자선·학술 등의 공익성을 고려하여 대통령령으로 정하는 기부금(이하 “지정기부금”) 중 제1호의 금액에서 제2호의 금액을 뺀 금액에 100분의 10을 곱하여 산출한 금액(이하 “손금산입한도액”)을 초과하는 금액과 지정기부금 외의 기부금은 해당 사업연도의 소득금액을 계산할 때 손금에 산입하지 아니한다 ②제1항과 제29조는 다음 각 호의 기부금(이하 “법정기부금”)에 대하여는 적용하지 아니한다. 다만 법정기부금을 합한 금액이 해당 사업연도의 소득금액에서 제13조제1호의 결손금을 뺀 후의 금액에 100분의 50을 곱하여 산출한 금액(이하 “법정기부금의 손금산입한도액”)을 초과하는 경우 그 초과하는 금액은 그 사업연도의 소득금액을 계산할 때 손금에 산입하지 아니한다. 1. 국가나 지방자치단체에 무상으로 기증하는 금품의 가액, 다만 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」의 적용을 받는 기부금품은 동 법 제5조제2항에 따라 접수하는 것만 해당한다. 4. 다음 각 목의 기관(병원 제외)에 시설비·교육비·장학금 또는 연구비로 지출하는 기부금 (사립학교, 비영리 교육재단, 기능대학, 평생교육시설 등 교육관련 시설) 5. 다음 각 목의 병원에 시설비·교육비 또는 연구비로 지출하는 기부금 (국립대학병원 등 병원관련 시설) 6. 사회복지사업, 그 밖의 사회복지활동의 지원에 필요한 재원을 모집·배분하는 것을 주된 목적으로 하는 비영리법인으로서 대통령령으로 정하는 요건을 갖춘 법인에 지출하는 기부금
소득세법	제34조(기부금의 필요경비 불산입) ①사업자가 해당 과세기간에 지출한 기부금으로서 사회복지·문화·예술·교육·종교·자선 등 공익성을 고려하여 대통령령으로 정하는 기부금(이하 “지정기부금”) 중 다음 각 호의 어느 하나에 따른 금액(이하 “필요경비 산입한도액”)을 초과하는 금액과 지정기부금 외의 기부금은 해당 과세기간의 사업소득금액을 계산할 때에 필요경비에 산입하지 아니한다. 2. 제1호(종교단체에 기부) 외의 경우 필요경비 산입한도액 = (해당 과세기간의 소득금액 - 법정기부금등) × 100분의 30 ② 다음 각 호에 따른 기부금(이하 “법정기부금”)에는 제1항을 적용하지 아니한다. 다만, 법정기부금의 합계액이 해당 과세기간의 소득금액에서 제45조에 따른 이월결손금을 뺀 금액을 초과하는 경우 그 초과하는 금액은 해당 과세기간의 소득금액을 계산할 때 필요경비에 산입하지 아니한다. 1. 「법인세법」 제24조제2항에 따른 기부금 ③ 제1항 및 제2항에 따라 필요경비 산입한도액을 초과하여 필요경비에 산입하지 아니한 기부금의 금액(제59조의4제4항에 따라 종합소득세 신고 시 세액공제를 적용받은 기부금의 금액은 제외)은 대통령령으로 정하는 바에 따라 해당 과세기간의 다음 과세기간 개시일부터 5년 이내에 끝나는 각 과세기간에 이월하여 필요경비에 산입할 수 있다.

출처 : 「법인세법」 법률 제15222호(2017.12.19. 개정), 인용 조항은 표 안에 내용별로 직접 표기
「소득세법」 법률 제15225호(2017.12.19. 개정), 인용 조항은 표 안에 내용별로 직접 표기

2. 건축도시분야 기업 사회공헌활동 사례조사

1) 사례조사의 개요

건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동이 직접적으로 연계된 사례를 많지 않으며, 대부분은 기업과 공공이 협력하여 사업을 추진하거나 기업이 자체적으로 활동을 하는 사례이다.

민간기업 및 공기업에서 발행한 사회공헌 리포트 및 기업 사회공헌 담당자 면담을 토대로 건축도시분야 사회공헌활동 사례를 정리한 결과, 크게 3가지 유형으로 구분할 수 있었다. 첫 번째는 공공사업 추진대상지 내에 기업 사회공헌활동을 연계한 유형으로, 새뜰마을 사업 대상지에서 추진된 현대자동차의 광주 청춘발산마을 사업이 이에 해당된다. 두 번째는 기업과 공공(행정)이 협력하여 함께 사업을 추진한 유형으로, 현대카드의 가파도 아름다운 섬 만들기 프로젝트, 삼성에스원의 안심마을 지원사업 등이 있다. 세 번째는 기업이 자발적으로 건축도시분야의 사회문제 해결에 참여하는 유형이다. 한국토지주택공사의 노후주택 개보수 사업, 주택도시보증공사의 HOPE with HUG 등의 사례가 이 유형에 해당된다.

기준에 추진된 건축도시분야 기업 사회공헌활동 사례를 대상으로, 기업이 해당 사회공헌 사업을 추진하게 된 「배경」, 활동을 추진하면서 형성된 주체 간 「거버넌스체계」, 그리고 「주요 사업내용 및 기업 지원사항」 등을 조사하여, 향후 기업 사회공헌활동과 공공사업의 연계방안 제시하는데 있어 고려해야 할 사항들을 파악하고자 한다.

[표 3-5] 사례조사의 개요

구분	분석 대상 및 내용		
공공사업 추진 대상지 내 기업 사회공헌활동 연계사례	민간기업	현대자동차	광주 청춘발산마을 사업
기업과 공공의 협력에 의한 공공사업 추진	민간기업	현대카드	가파도 아름다운 섬 만들기 프로젝트
		삼성에스원	안심마을 지원사업
기업 자체적 건축도시분야 사회공헌활동 추진사례	공기업	한국토지주택공사(LH)	노후주택 지원사업
		주택도시보증공사(HUG)	HOPE with HUG

출처 : 저자 직접 작성

2) 공공사업 추진 대상지 내 기업 사회공헌활동 연계사례

① 현대자동차의 「청춘발산마을 사업」

지역 특성 ⁷⁹⁾	- 1970~80년대 방직산업이 성장할 당시 방직공장 여공들이 모여 살던 마을이었으며, 1980년대 방직공장 규모 축소로 마을이 쇠퇴하며 인구가 감소 - 최근에는 취약계층이 거주하는 노후 주거지역이며, 공·폐가, 나대지 등으로 범죄 우려 - 2015년 도시 취약지역 개조사업(새뜰마을사업) 대상지로 선정되어 생활인프라 개선
위치	- 광주광역시 서구 양3동 437번지 일원

□ 추진배경

2015년 창조경제 정책 실현 및 지역 경제 활성화를 목표로 전국 17개 시·도에 창조경제 혁신센터가 설립되었으며, 각 센터별로 전담 대기업을 지정하였다. 광주창조경제혁신센터는 지역 내 기아자동차 광주 공장이 위치하고 있어 현대자동차그룹이 전담 기업으로 선정되었으며, ‘자동차 분야 창업 생태계 조성’, ‘수소연료전지차 연관산업 육성’, ‘서민 주도형 창조경제 모델 제시’ 등의 사업을 추진할 계획을 수립하였다.⁸⁰⁾

현대자동차그룹은 광주창조혁신센터, 광주광역시와 ‘주민주도형 창조경제 모델 제시’을 위한 과제를 논의하는 과정에서 광주광역시가 발산마을 재생사업의 협력적 추진을 제안한 것이 계기가 되어 본 사업을 시작하게 되었다. 「청춘발산마을 사업」은 전국 최초로 기업이 마을재생에 참여한 사례였으며, 2015년부터 5년간 추진할 것으로 계획되었다.⁸¹⁾

□ 거버넌스체계

「청춘발산마을 사업」은 현대자동차 그룹의 사회공헌사업의 일환으로 시작되었으며, 광주창조경제혁신센터 뿐 아니라 광주광역시, 광주 서구청 등 행정도 참여하였다. 행정에서는 공공사업인 새뜰마을사업을 통하여 취약한 기반시설을 정비하는 역할을 맡았으며, 현대자동차는 마을공동체 회복, 마을일자리 창출 등을 담당하였다.

또한 현대자동차는 기부금 처리 및 해당 사업을 실제 추진할 수 있는 업체 선정을 위해 사회복지공동모금회(사랑의 열매)에 의뢰하였으며, 사회적 기업인 공공미술프리즘이 사업시행자로 선정되어 본 사업을 함께 추진하게 되었다. 공공미술프리즘은 실질적인

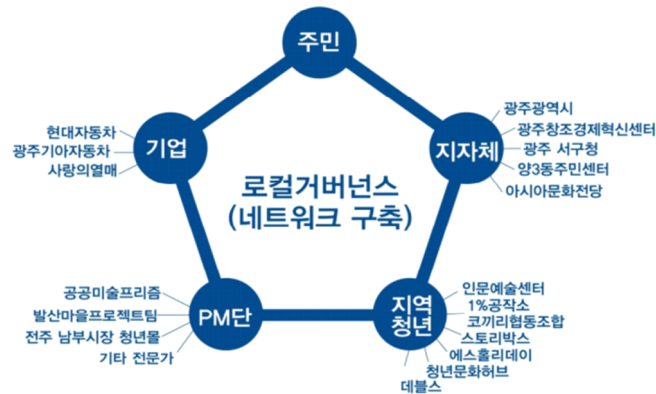
79) 광주광역시 서구청(2018), 「별이 뜨는 발산마을」, 광주광역시 서구청, pp.4-5.

80) 황인표(2015), “현대차 그룹, 광주에 창조경제혁신센터 출범”, SBS CNBC, 1월 27일자 보도자료.

81) 공공미술프리즘 담당자 인터뷰 내용을 토대로 정리

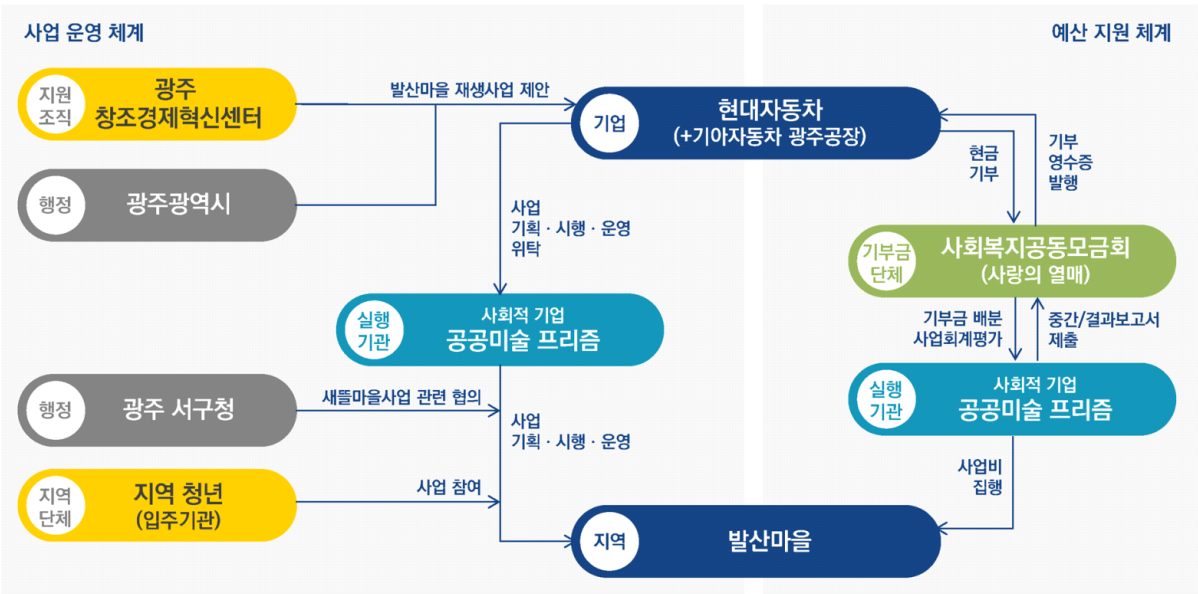
사업 실행기관으로, 공공사업 대상지에 본 사업이 연계되어 추진되는 만큼 사업 추진과정에서 사업 내용의 중복을 피하고 사업 간 긴밀히 연계될 수 있도록 새뜰마을사업 추진기관과 지속적인 협의하였다고 한다.

아울러 사업 추진과정에서 고령화된 발산마을에 활력을 불어넣기 위해 청년 유입을 위한 프로그램을 운영하는 과정에서 인문예술센터, 1% 공작소 등 지역청년 단체들도 다수 참여하기 시작하면서 지역 기반의 다자간 거버넌스 체계가 확립되었다.



[그림 3-1] 「청춘발산마을 사업」의 로컬거버넌스

출처 : 이철중 외 4인(2016), 「사회적경제 시장진입 전략모델 발굴 연구 - 연구주제 2 : 사회적경제 진입가능 신규 민간시장 발굴 및 전략모델 개발」, 서울특별시 사회적경제지원센터, p.74.



[그림 3-2] 「청춘발산마을 사업」의 사업운영 및 예산 지원 체계

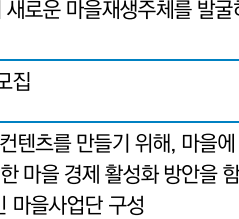
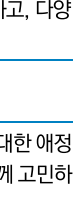
출처 : 조사내용을 토대로 저자 직접 작성

□ 주요 사업내용 및 기업 지원사항⁸²⁾

현대자동차는 「청춘발산마을 사업」을 위해 2015년부터 5년간 연간 5억원의 예산을 지원하고 있으며, 해당 사업을 추진할 역량있는 기업을 발굴하여 함께 추진함으로써 사업 기획 및 운영의 전문성을 확보하고 있다. 2015년부터 5년에 걸쳐 시행되는 「청춘발산마을 사업」은 15년도 ‘문화’, 16년도 ‘디자인’, 17년도 ‘사람’, 18년도 ‘공동체’를 주제로 다양한 사업을 추진하고 있다.

물리적 공간환경을 개선한 사업으로는 컬러아트 프로젝트, 주요 거점공간 조성 및 운영 사업이 있다. 공폐가를 리모델링한 주요 거점공간 사업의 경우 실행기관인 공공미술프리즘이 지역의 청년들과 함께 새로운 프로그램 구상·실행함으로써 지속적인 시설 운영에 기여하고 있다.

[표 3-6] 「청춘발산마을 사업」의 사업추진과정 및 주요 사업내용

구분	주요 사업내용		기업 지원
2015 [문화] 마을 문화 형성 및 홍보	컬러아트 프로젝트	마을의 컬러와 패턴을 추출하고 청춘의 메시지를 마을 곳곳에 새긴 사업 (108계단, 발산광장 등)	  예산 5억, 외부전문가 (공공미술 프리즘)
	주요 거점공간 조성	공폐가를 리모델링하여 외부방문객을 위한 안내센터 및 청년과 주민이 마을에서 자유롭게 활동할 수 있는 거점공간 조성 및 운영 (마을 입구 쉼터, 샘물 경로당 등)	
2016 [디자인] 브랜딩, 마을특색화	이웃캠프	1박 2일 마을살이 체험프로그램을 운영하여 새로운 마을재생주체를 발굴하고, 다양한 마을문화 활동사업을 추진	  예산 5억, 외부전문가 (공공미술 프리즘)
	할매할범포토그래퍼	기존 주민과 마을에 새롭게 유입된 청년들이 서로 소통하고 마을에 대한 애정과 공동체 의식을 형성할 수 있도록 문화 프로그램 운영	
2017 [사람] 주민주체, 경제활성화	이웃캠프 지속 운영	1박 2일 마을살이 체험프로그램을 운영하여 새로운 마을재생주체를 발굴하고, 다양한 마을문화 활동사업을 추진	  예산 5억, 외부전문가 (공공미술 프리즘)
	신규 청년 입주팀 모집	이웃캠프 운영을 통해 청년 입주팀을 신규 모집	
2018 [공동체] 주민&청년 조직 역량 강화	누구나 발산바레	주민과 청년 입주팀이 함께 수익형 마을문화컨텐츠를 만들기 위해, 마을에 대한 애정을 가지고 스스로 지속가능한 마을자립을 위한 마을 경제 활성화 방안을 함께 고민하고 마을문화를 만들어 나가기 위한 지역주민 마을사업단 구성	예산 5억, 외부전문가 (공공미술 프리즘)

출처 : 공공미술프리즘(2018), 「청춘발산마을 사업」 리플렛, 내부자료 및 공공미술프리즘 담당자 인터뷰 결과를 토대로 작성

82) 현대자동차로부터 「청춘발산마을 사업」 운영을 위탁받은 공공미술프리즘 담당자 인터뷰 결과

청춘발산마을

좁고 꼬불꼬불한 마을골목길에 당황하지 마세요.
마을의 시로온 청년이웃들의 감각적인 공간과 더불어, 마을주요공간을
표시한 일러스트 지도를 통해 쉽고 편안하게 마을을 둘러보실 수 있습니다.

1 108계단

아랫마을과 윗마을의 소통을 상징적으로 표현한 빨간 소리 파이프 손잡이

2 발산광장

마을 축제 때 다같이 모여 함께 즐기는 소통의 장소.

3 마을 입구 쉼터

마을 어른산들이 직접 기르시고 가꾸는 텃밭과 꽃 정원이 있는 마을 쉼터.

4 마을이 그린 그림 1

어느 오후 5시.
계단이 만들어진 그림자를 페인팅한 마을의 시간과 공간이 만들어진 그림 1.

5 마을이 그린 그림 2

오후 4시 30분.
전봇대에 양진 전깃줄들의 그림자 흔적을 페인팅한 마을의 시간과 공간이 만들어진 그림 2.

6 뽕봉브릿지

마을과 예수를 잇는 매개 공간이 되고자 탄생한 해교로류 레지던시 공간이

7 샘물 경로당

발산마을의 기억을 저장하고 있는 기억 저장소.

8 역사문화박물관

발산마을의 히스토리를 엿볼 수 있는 공간.

9 발산 108공원

마을 주민과 방문객들을 위한 쉼터공원.

10 별마루 문화공원

2018 하반기 완공 예정.
부족했던 마을 행사 공간으로 활용될 계획.

다육 특별하고 풍성한 마을산책을 즐기고 네이비에서 '청춘발산마을'을 검색해보세요.
길가에 쓰러져버린 버리지 않아주세요.

제 3 장 · 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계 여건 67

3) 기업과 공공의 협력에 의한 공공사업 추진사례

① 현대카드의 「가파도 아름다운 섬 만들기 프로젝트」

지역 특성 ⁸³⁾	- 섬의 가장 높은 곳이 20m를 넘지 않는 접시 모양의 독특한 평지섬으로 풍요로운 해양생태계를 가지고 있어 수산업이 발달했으며 특히 해녀들의 역할이 중심임. 매년 4월초~5월초 청보리축제가 열림 - 1980년대 천 여명의 주민이 거주하였으나 젊은 인구의 이탈로 인구가 지속적으로 감소하여 현재 170여명의 주민이 거주하고 있으며, 산업도 쇠퇴하였음
위치	- 제주도 남서쪽 모슬포와 최남단 섬 마라도 사이에 위치한 부속도서 (동서 약 1.4km, 남북 약 1.5km로 걷기에 이상적인 섬)

□ 추진배경

현대카드의 가파도 프로젝트는 2012년 현대카드가 일본의 나오시마섬 프로젝트를 벤치마킹하여 한국에 이와 유사한 프로젝트를 추진하고자 한 것에서 시작되었다. 나오시마 프로젝트는 생태가 훼손된 섬을 재생시키기 위해 기업이 주도하여 섬을 활성화시킨 일본의 대표적인 프로젝트이다. 여기에 단발성 사업보다는 기업의 사회공헌이라는 부분에 대한 근본적인 질문으로 수혜자들의 자립과 지역을 재생하는 역할까지 생각하면서 본 프로젝트는 시작되었다. 이러한 취지에 맞는 섬을 찾고자 현대카드는 제주도청과 함께 제주도의 여러 섬을 검토하였고, 그 결과 지형이 전반적으로 낮으면서도 섬의 원형이 잘 보존되어 있는 가파도를 선택하게 되었다.⁸⁴⁾



[그림 3-4] 가파도 전경

출처 : 현대카드 내부자료

83) 지역 특성 및 위치에 대한 세부 내용은 제주특별자치도(2018), 「가파도 프로젝트 추진현황」, 내부자료 및 담당자 면담결과를 토대로 정리

84) 제주도청에서는 추자도, 우도, 마라도, 비양도, 가파도를 검토하였는데 추자도는 거주민이 많았고, 우도는 관광지 개발이 완료된 상태였으며, 마라도 역시 관광객이 이미 많았으며 비양도는 당시 민간에서 개발 시도가 많은 상황이었다.

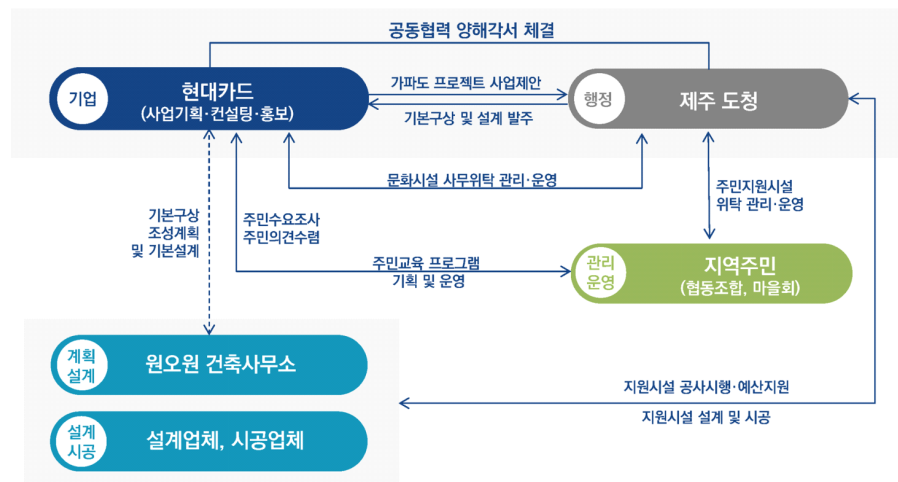
(출처 : 2018년 8월 13일 제주도 담당자(이병택 주무관) 면담결과)

당시 가파도는 보존이 잘 되어있었고 인구도 많지 않으면서 카본프리(Carbon-free)섬이었기 때문에 경제적, 관광/문화적, 생태적 3가지 측면을 고려하였을 때 본 프로젝트의 취지에 매우 적합하였다.

□ 거버넌스체계

「가파도 아름다운 섬 만들기 프로젝트」는 현대카드가 중심이 되어 행정기관(제주도청)과 건축가(원오원건축사무소) 그리고 주민의 역량을 모아 진행되었다. 제주도청은 프로젝트 커뮤니케이션을 총괄하면서 사업예산 확보 및 관리, 행정절차 관리, 공사 진행 등의 역할을 수행하였으며, 현대카드는 컨셉 및 프로그램 기획과 지도 제작 등의 마케팅 방안을 지원하였다. 주민은 새롭게 설립된 협동조합과 기존에 운영되던 마을회를 주축으로 주민지원 시설(터미널, 숙박, 스낵바, 어업센터 등)을 운영·관리하는 역할을 맡았다.

구체적으로 현대카드는 프로젝트 전반을 기획하고 운영 조직을 이끌었으며, 전체 디자인과 주민 운영프로그램을 만들고 교육을 실행하였다. 제주도청은 사업에 필요한 부지를 확보하고 각 공간들의 공사를 수행했으며⁸⁵⁾ 사업의 활성화를 위한 조례 등의 제도를 마련하였다. 원오원건축사사무소는 기본구상과 기본설계를 현대카드와 함께 진행하고, 일부 시설 설계에도 참여하였다. 가파도 주민들은 마을을 위한 시설들의 아이디어에 함께 참여하였으며 시설 운영의 주체로서 협동조합 등 마을 조직을 구성하였다.



[그림 3-5] 현대카드의 「가파도 아름다운 섬 만들기 프로젝트」 사업운영체계

출처 : 조사 내용을 토대로 저자 직접 작성

85) 사업의 추진과 공사시행은 철저히 제주도청에서 담당하였다. 특히 토지매수 등의 어려움이 발생하였을 때에도 현대카드는 직접 토지매수 등에 나서지 않고 주민들과의 대화와 협의에 주력하였다.

□ 주요 사업내용 및 기업 지원사항

현대카드는 가파도 프로젝트 공동협약을 위한 양해각서를 제주도청과 체결하고, 2013년 9월 제주도청으로부터 용역계약을 통해 기본구상과 기본설계를 원오원건축사무소와 함께 수립하였다. 기본구상에서는 환경, 경제, 문화(전통문화+새로운 문화) 세 가지 테마를 설정하였고, 기본설계 이후 2016년 5월부터 총 4차에 걸쳐 다양한 주민지원시설들이 조성되었다. 총 사업비는 약 133억원으로 제주도청에서 모두 지원하였으며, 현대카드에서는 지도 제작 등의 사업을 자체 예산으로 시행하였다. 현재 스튜디오 및 전시동 등의 지원시설이 공사 중이거나 추진될 예정⁸⁶⁾이며, 올 3월부터 주민지원시설의 행정 재산위탁 관리·운영이 시작되었다.

[표 3-7] 「가파도 프로젝트」 추진과정 및 실적

시기	내용	비고
'13.8.29	가파도 프로젝트 공동협약을 위한 양해각서 체결*	
'13.9	가파도 프로젝트 기본구상	기획 및 구상 기반 준비
'14.5 ~ '15.1	가파도 프로젝트 조성계획 및 기본설계	
'15.8.18	가파도 아름다운 섬 만들기 지원 등에 관한 조례 제정	
'16.5~'17.4	지원시설(1차), (2차) 공사 - (1차) 가파도 하우스, 마을강당, 스넥바, 해녀쉼터 공사 - (2차) 가파도 터미널 공사	지원시설 공사
'16.11~'17.9	지원시설(3차) 공사 - 여업센터(레스토랑, 해조류 창고 등) 공사	
'16.11~'18.3	지원시설(4차) 공사 - 가파도 AIR(문화예술창작공간) 공사	
'17.4	가파도 마을협동조합 설립	
'17.5.1	가파도 아름다운 섬 만들기 지원 등에 관한 조례 전부개정	
'17.5~'12	지원시설 위탁관리 마을회 및 협동조합과 협의(8회)	주민협의 및 시설 운영·관리
'17.11.3	주민갈등 해소를 위한 갈등관리전문가 자문	
'17.12.13	문화시설 사무의 민간위탁 동의안 의회 동의	
'18.3.2	가파도 아름다운 섬 만들기 문화시설 사무위탁-현대카드	
'18.3.13	가파도 아름다운 섬 만들기 주민지원시설 위탁관리 계약	

* 가파도 프로젝트를 추진함에 있어 양사가 가진 핵심역량과 기술 노하우 등을 상호 협력하기 위함

출처 : 제주특별자치도(2018), 「가파도 프로젝트 추진현황」, 내부자료, pp.2~3 내용을 토대로 작성

86) 지원시설(5차) 공사('17.6~'18.8) : 스튜디오 및 전시동 공사(현재 시공사 공사지연으로 계약해지 상태임)
지원시설(6차) 공사('18.3~'18.12) : 원지형/원식생 복원 및 시설보강 공사
지원시설(7차) 공사('18.9~'19.4) : 스튜디오 공사
(출처 : 제주특별자치도(2018), 「가파도 프로젝트 추진현황」, 내부자료, p.3.)

[표 3-8] 「가파도 프로젝트」 추진 중인 사업 및 향후 계획 사업

시기	내용	비고
'17.6~'18.8	지원시설(5차) 공사 : 스튜디오 및 전시동 공사(현재 시공사 공사 지연으로 계약해지 상태)	추진 중인 사업
'18.3~'18.12	지원시설(6차) 공사 : 원지형/원식생 복원 및 시설보강 공사	
'18.9~'19.4	지원시설(7차) 공사 : 스튜디오 공사	
'18.3~'19.3	문화시설 사무위탁 관리운영 - (위탁시설) 문화예술창작공간, 스튜디오 및 전시동 1식	
'18.3~'19.2	주민지원시설 행정재산위탁 관리운영	
'18.9~'19.4	지원시설(7차) : 스튜디오 공사	향후 계획 사업
'19.3~계속	문화시설 사무위탁 관리운영 - (위탁시설) 문화예술창작공간, 스튜디오 및 전시동 1식	
'19.3~계속	주민지원시설 행정재산위탁 관리운영 - (마을지원시설) 가파도터미널, 어업센터, 마을강당, 해녀쉼터 등 - (관광지원시설) 가파도하우스(6동), 공용키친, 레스토랑, 스넥 바, 아카이브룸	

출처 : 제주특별자치도(2018), 「가파도 프로젝트 추진현황」, 내부자료, p.3 내용을 토대로 작성



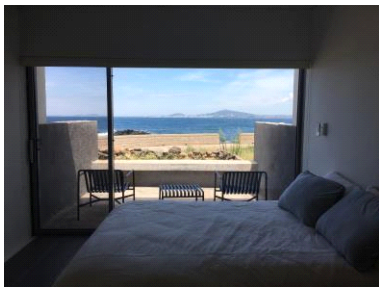
가파도 터미널



가파도 스넥바



가파도 공용키친



가파도하우스C 내부



가파도하우스D



가파도 아티스트 인 레지던스

[그림 3-6] 가파도 프로젝트 : 완공된 주민지원시설 및 문화시설

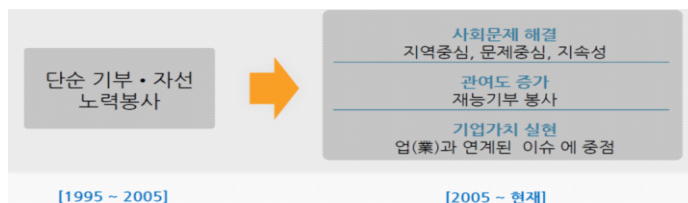
출처 : 저자 직접 촬영

② 삼성 에스원의 「안심마을 지원사업」

지역 특성⁸⁷⁾	- 2014년 안전행정부(현 행정안전부)에서 선정한 「안심마을 만들기 시범사업」 대상지 10곳, 2015년 국민안전처(현 행정안전부)에서 선정한 대상지 20곳을 대상으로 추진 - 재난, 재해, 범죄 등 안전사고에 취약한 지역을 대상으로 추진
위치	- 2014년(10곳) : 서울 은평, 경기 김포, 경기 수원, 부산 연제, 경남 거창, 광주 남구, 전남 순천, 충북 진천, 충남 천안, 강원 고성 - 2015년(20곳) : 서울 중랑·동작, 부산 사상, 대구 동구·달서구, 인천 서구, 광주 광산·서구, 대전 유성, 울산 북구, 경기 파주, 강원 고성, 전북 완주, 전남 광양·신안, 경북 경산·청송, 경남 하동, 제주 서귀포

□ 추진배경

보안 전문기업인 삼성 에스원 사회공헌 담당부서(사회봉사단)⁸⁸⁾에서는 2014년 기업의 고유 업무인 보안과 연계된 안전, 셉티드 등 회사 이미지에 맞는 사회문제를 해결하기 위한 새로운 사회공헌활동을 추진하고자 하였다. 당시 사회공헌 담당자는 구체적으로 어떠한 활동을 할 수 있을지 찾는 와중에 안전행정부(현 행정안전부)에서 「안심마을 만들기 시범사업」을 추진하고 있다는 것을 알게 되어, 행정안전부 담당자에 연락하여 참여의사를 밝힌 것이 계기가 되어 본 사업을 추진하게 되었다. 2015년에는 동일 사업이 국민안전처 소관으로 바뀌어 지속적으로 진행되었으며, 삼성 에스원은 2015년 사업에는 초기단계부터 참여하였다. 삼성 에스원 내부에서는 본 사업을 「안심마을 지원사업」이라는 사회공헌사업으로 추진하였다고 한다.



[그림 3-7] 삼성 에스원의 사회공헌활동 변천

출처 : 삼성에스원(2016), “사업과 연계한 사회공헌, 협업을 통한 사회공헌 - 에스원과 함께라면 언제나 안심”, 내부자료, p.10.

87) 지역 특성 및 위치에 대한 내용은 삼성에스원(2016), “사업과 연계한 사회공헌, 협업을 통한 사회공헌 - 에스원과 함께라면 언제나 안심”, 내부자료, pp.16-17 및 담당자 면담결과를 토대로 정리

88) 삼성그룹은 1995년 삼성 사회봉사단을 출범하여 임직원 봉사활동을 시작하였으며, 2002년부터 계열사 별로 사회공헌활동을 본격적으로 추진하도록 하였다. 삼성 에스원은 2005년 사회공헌활동 담당조직인 사회봉사단을 구성하여 사회공헌활동을 시작하였으며, 기존에 추진해 온 주요 사회공헌활동으로는 1)심폐 소생술 교육, 2)범죄 피해자 지원사업, 3)범죄 가해자 지원사업 등이 있다.

기업 중 일부는 CEO 등의 의지나 지시에 의한 Top-down 방식의 사회공헌활동을 하기도 하지만, 삼성 에스원은 사회공헌 담당부서에서 직접 사업아이템을 발굴·기획하고 이를 회사 차원에서 적극적으로 지원하는 방식으로 사업을 추진하고 있다고 한다. (출처 : 삼성 에스원 사회봉사단 담당자 인터뷰 결과)

□ 거버넌스체계

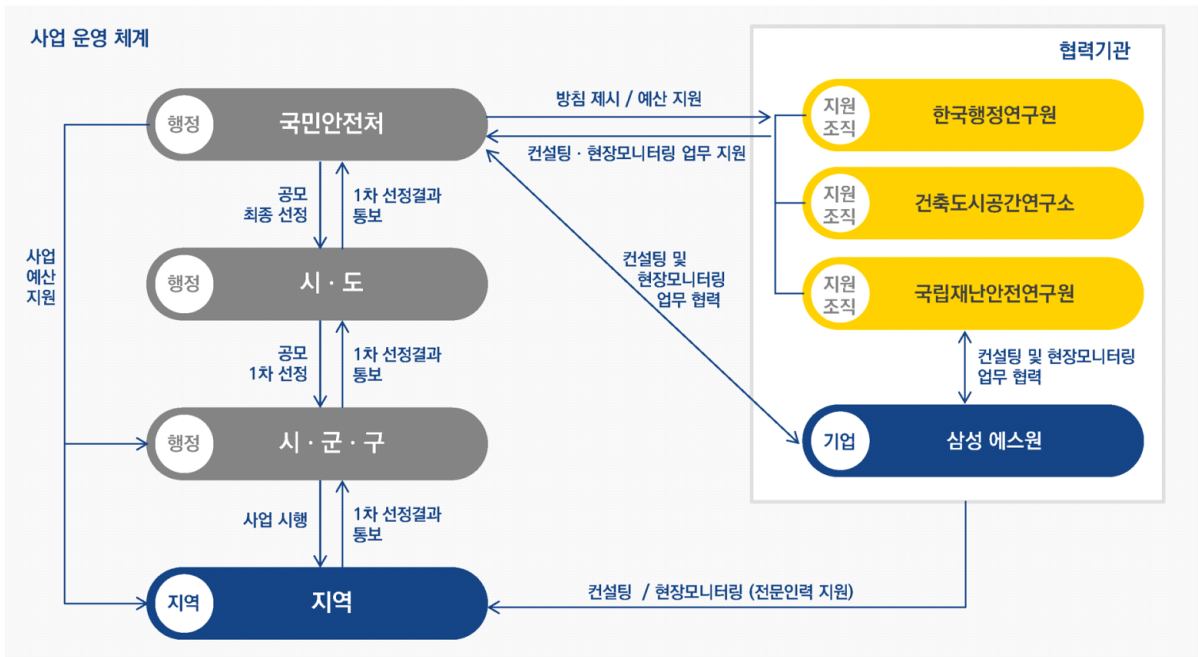
「안심마을 만들기 시범사업」은 2014년에는 안전행정부, 2015년에는 국민안전처가 총괄 하였으며, 본 사업을 컨설팅하고 모니터링할 협력기관으로 한국행정연구원, 건축도시 공간연구소, 국립재난안전연구원이 참여하였다. 시·도 광역지자체에서는 지역 내 연구원 등을 활용하여 중간지원조직을 연계하는 역할을 하였고, 시·군·구 기초지자체는 사업 추진단 구성, 주민협의체 구성 등을 토대로 실질적으로 사업을 시행하였다.

2014년 이미 사업추진체계가 형성된 사업의 중간평가단계부터 합류한 삼성에스원은 협력기관과 함께 사업의 컨설팅 및 모니터링 업무를 담당하였으며, 2015년에는 자체 생산 현물을 지원하기도 하였다.

[표 3-9] 「안심마을 만들기 시범사업」 추진체계

구분	주체	기관별 역할
중앙부처	국민안전처	· 기본계획 수립 및 모델지역 공모· 선정 · 긴급한 시설개선을 위한 특교세 지원 · 범정부 지원 T/F 및 전문가 자문기구 운영 · 중앙사업지원단(중간지원조직) 운영 및 컨설팅 지원 · 사업추진실적 점검· 평가 등
지자체	시·도	· 시군구 대상 공모 · 자체 행재정 지원계획 수립·이행 · 시·도정연구원 등 활용 중간지원조직 운영 및 컨설팅 지원 · 타 시군구로 확산을 위한 사례연구 및 교육 등
	시·군·구	· 사업추진단 구성 및 전부서·유관기관 협업체계 구축·운영 · 주민·시민단체·전문가 등과 안전거버넌스 구축·운영 · 연차별·단계별·참여주체별 세부추진계획 수립·추진 · 안전인프라 중점개선지구 주민 주도의 안전예방활동 지원 · 사업추진 전 과정 기록·관리 등
전문가 (사업 지원기관)	한국행정연구원 + 건축도시공간연구소 + 국립재난안전연구원	· 사업 컨설팅 · 현장 모니터링 · 중앙부처, 광역지자체, 기초지자체, 민간 간 협력 증진
	삼성에스원	· 사업 컨설팅 및 현장 모니터링 지원

출처: 국민안전처(2016), 「안전한 지역사회 만들기 모델사업 추진계획」, 내부자료, p.6; 삼성에스원(2016), 「사업과 연계한 사회 공헌, 협업을 통한 사회공헌-에스원과 함께라면 언제나 안심」, 내부자료, p.17; 삼성 에스원 사회공헌 담당자 인터뷰 내용



[그림 3-8] 삼성 에스원의 「안심마을 지원사업」 사업운영체계
출처: 조사 내용을 토대로 저자 직접 작성

□ 주요 사업내용 및 기업 지원사항

삼성 에스원은 보안 전문기업인 특징을 살려 2014년에는 한국행정연구원, 건축도시공간연구소, 국립재난안전연구원 등에서 담당하 컨설팅 및 현장모니터링을 함께 추진하였으며, 이를 위해 기업 내 전문인력을 지원하였다. 2015년도에는 전문인력 지원 외에도 사업대상지 내 주민센터 등에서 심폐소생술(CPR) 교육을 수차례 진행하고, 마을회관, 경로당에 자체 생산품인 자동심장충격기(AED) 23대를 기증하였다.

[표 3-10] 「안심마을 지원사업」의 사업추진과정 및 주요 사업내용

연도	주요 사업내용	기업 지원
2014	(전문인력 지원) 안전행정부 「안심마을 만들기 시범사업」의 컨설팅 및 현장 모니터링 업무 지원	내부 전문인력
2015	(전문인력 지원) 국민안전처 「안심마을 만들기 시범사업」의 컨설팅 및 현장 모니터링 업무 지원, 사업대상지 내 심폐소생술(CPR) 교육 실시	내부 전문인력
	(현물 지원) 삼성 에스원에서 생산하는 자동심장충격기(AED) 23대 기증	현물 (AED 23대)

출처: 삼성에스원(2016), 「사업과 연계한 사회공헌, 협업을 통한 사회공헌 - 에스원과 함께하면 언제나 안심」, 내부자료, p.16.

4) 기업 자체적 건축도시분야 사회공헌활동 추진사례

① 한국토지주택공사(LH)의 「노후주택 지원사업」

사업 특성	- 진주시 내 노후주택을 대상으로 함 (특정지역이 아닌 개인을 대상으로 하며, 개인정보 보호를 위해 사업대상지 비공개)
-------	---

□ 추진배경

한국토지주택공사 사회공헌단(총무고객처 소속)⁸⁹⁾은 전국 단위 사회공헌사업과 주무 부서 업무 관련 사회공헌사업을 추진하고 있는데, 「노후주택 지원사업」은 도시재생본부의 업역과 관련된 사회공헌사업이다. 2015년에 처음 한국토지주택공사가 「노후주택 지원사업」 추진하게 된 배경은 전주혁신도시로 지방이전 당시 전주시와 지역상생을 위해 협력하기로 협의했기 때문이었다. 「노후주택 지원사업」은 농촌지역 및 도심 주거취약 지역 노후주택을 대상으로 실내 수세식 화장실 개량, 단열공사 및 새시 설치 등 주택개보수를 지원하는 것을 목적으로 하고 있으며, 2018년 현재까지 매년 사업을 추진하고 있다.⁹⁰⁾

□ 거버넌스체계

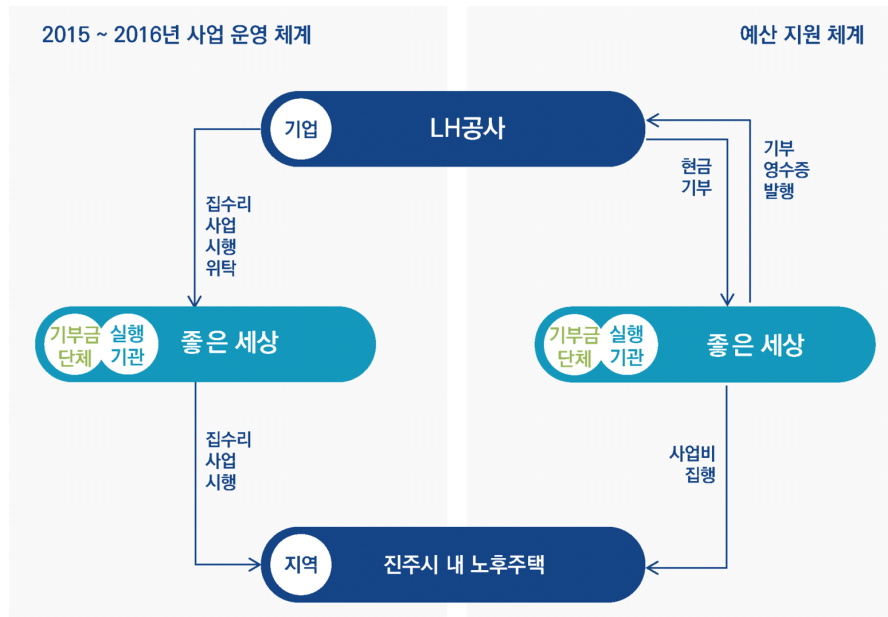
2015년에 「노후주택 지원사업」을 추진하는데 있어 ‘한국토지주택공사’, ‘진주시’, 그리고 지정기부금단체인 ‘좋은세상’이 참여하였다. 한국토지주택공사는 노후주택 개보수에 필요한 예산 지원, 진주시는 사업대상을 선정하는 역할을 담당하였다. 또한 좋은세상은 지역의 집수리 자원봉사단과 함께 집수리 사업을 시행하였으며, 지정기부금단체로서 기부금 영수증 발급을 담당하였다.

「노후주택 지원사업」의 거버넌스 체계는 매년 유사하지만, 2017년에는 경남사회복지공동모금회가 기부금단체로 참여하였다. 경남사회복지공동모금회는 기부금 행정처리 뿐 아니라 사업 실행기관을 직접 선정하였으며, 당시 지역 내 집수리 자활기업⁹¹⁾을 실행기관으로 선정하였다.⁹²⁾

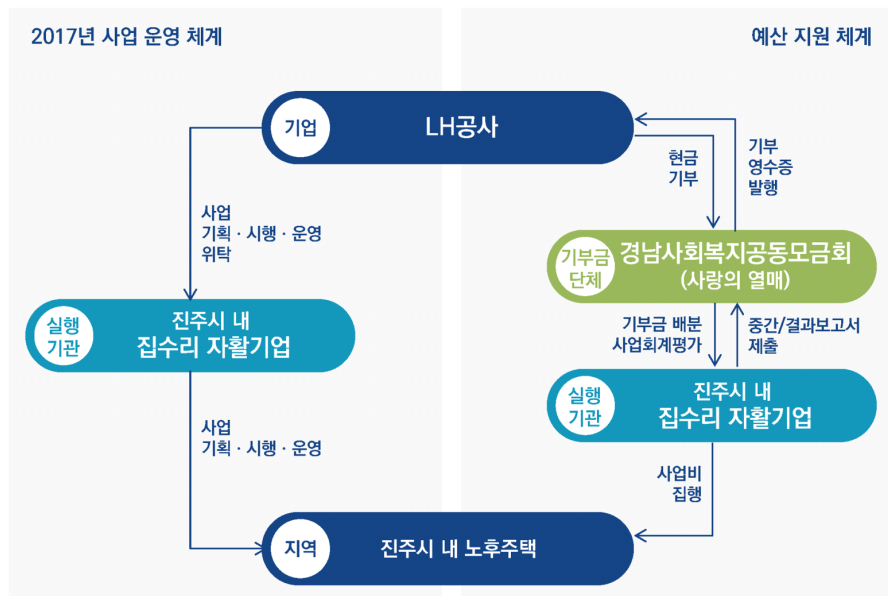
89) 초기에 사회공헌 담당업무를 홍보실에서 담당하였으나, 2010년 조직 개편 이후 부서가 통합되면서 현재는 총무고객처 내에 사회공헌단에서 해당 업무를 수행하고 있다. 현재 사회공헌단 내 담당자는 총 7명으로 구성되어 있으며, 한국토지주택공사 내 61개 본사지부, 14개 지역지부 등 75지부의 사회공헌활동을 총괄하고 있다. (출처 : 한국토지주택공사 사회공헌단 담당자 인터뷰 결과)

90) 한국토지주택공사 사회공헌단 담당자(이형호 과장) 인터뷰 결과를 토대로 정리

91) 자활기업이란 「국민기초생활 보장법」에 따른 급여를 받는 수급자 및 차상위자가 설립·운영하는 기업을 말한다. (출처 : 「국민기초생활 보장법」 법률 제15185호(2017.12.12. 일부 개정) 제2조 및 제18조)



[그림 3-9] 한국토지주택공사의 2015~2016년 「노후주택 지원사업」 사업운영체계
출처: 조사 내용을 토대로 저자 직접 작성



[그림 3-10] 한국토지주택공사의 2017년 「노후주택 지원사업」 사업운영체계
출처: 조사 내용을 토대로 저자 직접 작성

92) 한국토지주택공사 사회공헌단 담당자(이형호 과장) 인터뷰 결과를 토대로 정리

□ 주요 사업내용 및 기업 지원사항⁹³⁾

진주시와 한국토지주택공사가 협약을 맺고 2015년에 진주시 내 42세대의 노후주택 개보수 사업을 실시하였다. 한국토지주택공사는 약 2억원의 예산을 외부 실행기관인 좋은세상에 지원하고, 해당 기관의 전문인력을 활용하여 단열, 지붕 수리, 화장실 교체, 도배 및 장판 교체 등의 사업을 시행하도록 하였다.

2016년에는 전년도와 동일한 사업체계 속에서 진주시 내 44세대의 노후주택을 대상으로 단열 작업, 지붕 수리, 화장실 교체 등의 사업을 시행하였으며, 약 109백만원을 기부하였다.

한편, 2017년에는 사업 대상지를 진주에서 서부경남 10개 시·군으로 확대하고, 지원대상 역시 70세대로 확대하여 사업을 추진하였다. 또한 이러한 사업을 추진하는데 있어 한국토지주택공사는 경남사회복지공동모금회를 통해 67백만원을 기부금 형태로 지원하였으며, 경남사회복지공동모금회는 기존에 보유하고 있던 인적 네트워크를 활용하여 진주시 내 집수리 자활기업을 실행기관으로 선정하여 사업을 추진하였다.

[표 3-11] 「노후주택 지원사업」의 사업추진과정 및 주요 사업내용

연도	주요 사업내용	기업 지원
2015	진주시 내 42세대 노후주택 개보수 : 단열 작업 및 지붕 수리, 화장실·도배·장판 교체 등	예산 : 186백만원 외부 인력 : 좋은세상
2016	진주시 내 44세대 노후주택 개보수 : 단열 작업 및 지붕 수리, 화장실 교체 등	예산 : 109백만원 외부 인력 : 좋은세상
2017	서부경남 10개 시·군 내 70세대 노후주택 개보수 : 단열 작업 및 지붕 수리 등	예산 : 67백만원 외부 인력 : 경남사회복지공동모금회

출처 : 한국토지주택공사(2017), 「노후주택 지원사업 사업성과」, 내부자료, p.1.

마지막으로 한국토지주택공사의 사회공헌활동 추진과정에서 주목할 만한 점은 사회공헌 사업 완료 후 실수혜자 또는 수행단체를 대상으로 만족도 조사를 실시한다는 것이다. 사회공헌 담당부서에서는 기 추진한 사회공헌사업에 대한 만족도 조사 결과를 토대로 해당 사업을 모니터링하고, 그 결과를 향후 사회공헌사업 추진에 참고하고 있다. 예를 들어, 한국토지주택공사 내 사회공헌 담당자는 사업시행결과에 대한 만족도 평가를 토대로 차년도 사회공헌사업의 내용, 예산 규모, 추진체계 등을 조정하고 있다.

93) 한국토지주택공사(2017b), 「노후주택 지원사업 사업성과」, 내부자료, p.1 및 담당자 면담결과를 토대로 정리

② 주택도시보증공사(HUG)의 「HOPE with HUG」

사업 특성	- 부산시 내 노후주택 및 사회복지시설을 대상으로 함 - 2007년부터 추진한 노후주택 개보수 사업, 2009년부터 추진한 사회복지시설 개보수 사업을 추진한 경험을 토대로, 부산시를 대상으로 노후주택 및 사회복지시설 개보수 사업을 추진
--------------	--

□ 추진배경

2016년 주택도시보증공사(HUG)는 본사 소재지가 부산으로 이전하면서, 홍보기획팀 사회공헌 담당자는 부산시 내 지역사회에 기여할 수 있는 사회공헌활동 아이템을 찾고 있었다. 당시 공익법인인 부산국제건축문화제(현 부산건축제)는 부산지역 건설회사, 부산건축가협회 소속 건축가 등과 협력하여 소외계층 사람들에게 집을 지어주는 HOPE 프로젝트⁹⁴⁾를 추진하고 있었으며, 주택도시보증공사(HUG)는 이미 사업체계가 구축된 HOPE 프로젝트 추진팀과 협력 하에 추진할 수 있는 사업을 구상하기 시작하였다.⁹⁵⁾

이러한 배경 하에 주택도시보증공사(HUG)는 2007년부터 추진해 온 노후주택 개보수 사업과 2009년부터 추진해 온 사회복지시설 개보수 사업을 통합하고, HOPE 프로젝트의 추진체계와 결합한 「HOPE with HUG」라는 새로운 사회공헌사업을 출범시켰다.⁹⁶⁾ 2016년 9월 주택도시보증공사(HUG), 부산시, 부산국제건축문화제가 3자 협약을 체결 하였으며, 이후 2018년 현재까지 부산지역 내 노후주택 및 소규모 사회복지시설을 개보수하는 사업을 추진하고 있다.⁹⁷⁾

□ 거버넌스체계

주택도시보증공사(HUG)는 본 사업을 추진함에 있어 예산을 지원하는 역할을 하며, 매년 사회복지공동모금회에 일정 금액의 현금을 기부하고 있다. 또한 부산지역 내 민간건설사는 주택도시보증공사가 기부하는 금액만큼 1 : 1 매칭으로 사업비를 지원한다. 부산국제건축문화제라는 공익법인에서 본 사업을 총괄하고 있으며, 행정인 부산광역시는 사업대상자 또는 대상시설을 추천하는 역할을 담당하고 있다.⁹⁸⁾

94) HOPE는 'House of people's empowerment'의 약자로, '서민에게 힘과 용기를 북돋아 주는 집'이라는 뜻이라고 한다. (출처 : 주택도시보증공사 사회공헌 담당자 인터뷰 결과)

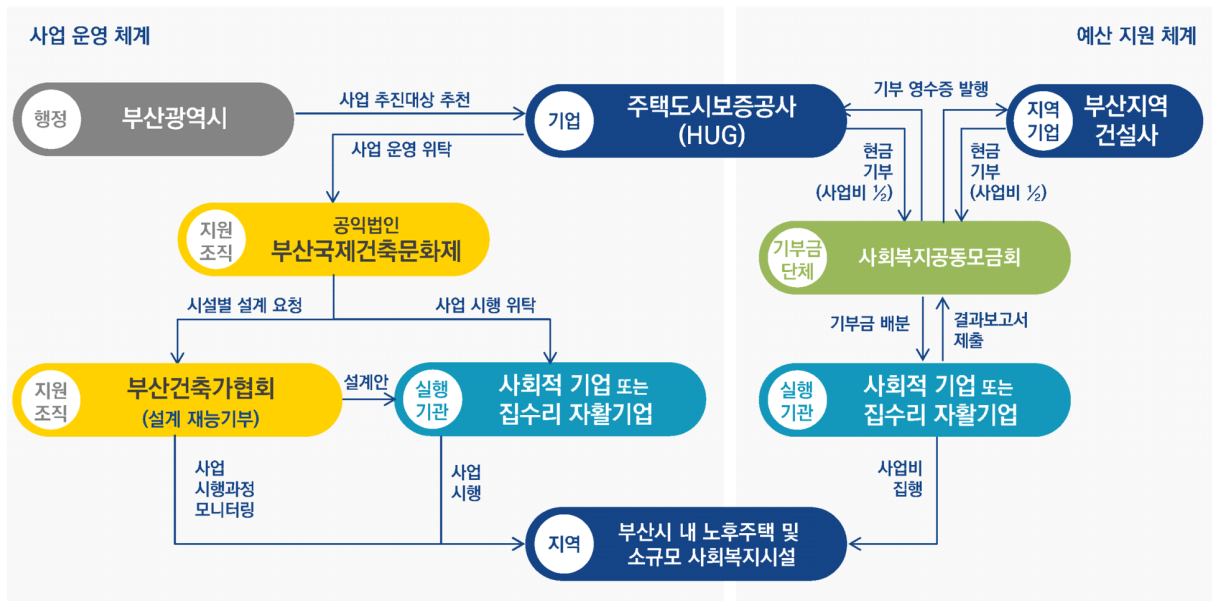
95) 주택도시보증공사 사회공헌 담당자(김규림 대리) 인터뷰 결과를 토대로 정리

96) 주택도시보증공사는 취약계층 노후주택 개보수 등 특정 개인을 위한 사회공헌활동에서 사회복지시설 등 다수의 지역주민들을 위한 사회공헌활동으로 확대하여 사업을 추진하고 있다. (출처 : 주택도시보증공사 사회공헌 담당자 인터뷰 결과)

97) 주택도시보증공사 사회공헌 담당자 인터뷰 결과를 토대로 정리

한편, 지역의 전문가인 부산건축가협회 소속 건축가들은 재능기부를 통해 노후주택 및 소규모 사회복지시설에 대한 설계를 지원하고 있다. 이러한 건축가들의 설계안을 토대로 지역 내 사회적 기업이나 집수리 자활기업은 각 시설별로 공사를 시행한다.

이와 같이 「HOPE with HUG」 사업은 공공기관(HUG)-민간기업(건설사)-사회적경제조직(사회적 기업, 자활기업)-지역전문가(부산건축가협회)-행정(부산광역시) 등 지역 내 다양한 주체들이 긴밀한 협력 하에 체계적으로 추진되고 있는 사회공헌 사례라 할 수 있다.



[그림 3-11] 주택도시보증공사의 「HOPE with HUG」 사업운영체계

출처 : 조사 내용을 토대로 저자 직접 작성

□ 주요 사업내용 및 기업 지원사항

「HOPE with HUG」 사업은 크게 노후주택 개보수와 소규모 사회복지시설 개보수 사업으로 구분된다. 노후주택 개보수 사업은 화재로 인해 줄지에 보금자리를 잃은 독거노인이나 붕괴위험에 처한 기초수급자 세대가 거주하는 주택을 대상으로 하여, 주택 한 채 당 500만원 이내로 지원하는 사업이다. 또한 소규모 사회복지시설 개보수 사업은 노후화된 지역아동센터 등을 대상으로 추진되며, 시설 당 1,500만원 이내로 지원된다.⁹⁹⁾

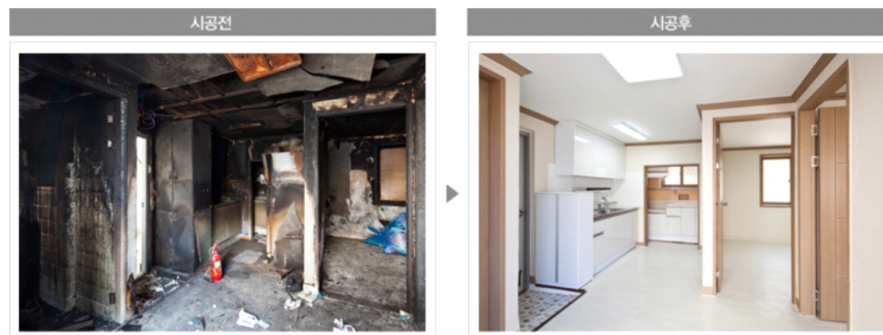
98) 주택도시보증공사 사회공헌 담당자 인터뷰 결과를 토대로 정리

2016년에 주택도시보증공사는 본 사업을 위해 6천만 원을 기부하였고, 지역 건설사들이 매칭으로 6천만 원을 기부하여 총 1억 2천만 원으로 사업이 시행되었다.

[표 3-12] 「HOPE with HUG」의 사업추진과정 및 주요 사업내용

연도	주요 사업내용	기업 지원
2016	- 노후주택 개보수 (6개소) : 화재로 인해 줄지에 보금자리를 잃은 독거노인 거주 주택 및 붕괴위험에 처한 기초수급자 세대가 거주하는 주택 (3개소) - 소규모 사회복지시설 : 노후화된 지역아동센터 등	예산 : 6천만 원 (지역 건설사 사업비 매칭) 외부 인력 : 부산국제건축문화제 부산건축사협회 지역 내 사회적 기업 및 집수리 자활기업
2017	- 노후주택 개보수 (4개소) : 화재로 인해 줄지에 보금자리를 잃은 독거노인 거주 주택 및 붕괴위험에 처한 기초수급자 세대가 거주하는 주택 - 소규모 사회복지시설 (6개소) : 노후화된 지역아동센터 등	예산 : 1억 원 (지역 건설사 사업비 매칭) 외부 인력 : 부산국제건축문화제 부산건축사협회 지역 내 사회적 기업 및 집수리 자활기업

출처 : 주택도시보증공사(2017), 「2017 사회공헌 Report」, p.18 및 주택도시보증공사 사회공헌 담당자 인터뷰 결과



[그림 3-12] 주택도시보증공사의 「HOPE with HUG」 사업시행 전·후

출처 : 주택도시보증공사(2018), “저소득 취약계층 주거안정을 위한 HUG의 푸른 희망, ‘HUG BLUE BELT’”, 주택도시보증공사 블로그, <https://blog.naver.com/khgc6300/221354493859> (검색일: 2018.9.9.)

99) 주택도시보증공사(2017), 「2017 사회공헌 Report」, p.18 및 주택도시보증공사 사회공헌 담당자 인터뷰 결과

3. 기업의 건축도시분야 사회공헌활동 수요 및 인식 조사

1) 조사 개요

□ 조사 목적

본 조사는 사회공헌활동을 수행하고 있는 우리나라 민간기업(사회공익법인 포함) 및 공기업들을 대상으로 기업 사회공헌활동의 최근 동향, 건축도시분야 사회공헌활동 수요 및 인식 수준을 파악하여, 향후 건축도시분야 사회공헌활동 활성화를 위한 정책방안을 마련하는데 참고하기 위한 목적으로 진행하였다.

□ 조사 설계

- 조사 대상 : 민간기업 및 사회공익법인, 공기업의 사회공헌 담당자
- 조사 방법 : 구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사
- 표본 규모 : 72명
- 조사 기간 : 2018년 8월 16일 ~ 31일

□ 주요 조사 내용

- 기업 사회공헌활동 현황
 - 사회공헌활동 시작년도
 - 사회공헌활동 담당부서
 - 사회공헌활동 책정 예산
 - 사회공헌활동 주요 목적
 - 사회공헌활동 중점 활동 분야
 - 사회공헌활동 아이템 발굴방식 및 협력주체
 - 사회공헌활동 목표 및 목표 달성도
 - 사회공헌활동 수행 및 계획수립 시 애로사항
 - 사회공헌활동 향후 추진 방향
- 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 수요 및 인식 현황
 - 건축도시분야 사회공헌활동 추진 경험 및 계기
 - 건축도시분야 사회공헌활동 추진 내역(사업명, 진행시기, 사업내용 등)
 - 건축도시분야 사회공헌활동 미추진 이유

- 건축도시분야 사회공헌활동의 필요성
- 향후 건축도시분야 사회공헌활동 추진 의향
- 참여 의향이 있는 건축도시분야 사회공헌활동
- 선호하는 건축도시분야 사회공헌활동 방식
- 건축도시분야 사회공헌활동 미참여 이유
- 건축도시분야 사회공헌활동시 애로사항
- 정부 정책에 대한 요구사항
 - 건축도시분야 사회공헌활동 확대를 위한 정부지원 필요성
 - 기업의 참여 확대에 필요한 정부지원
 - 사회공헌 관련 희망, 정부지원제도

□ 응답자 특성

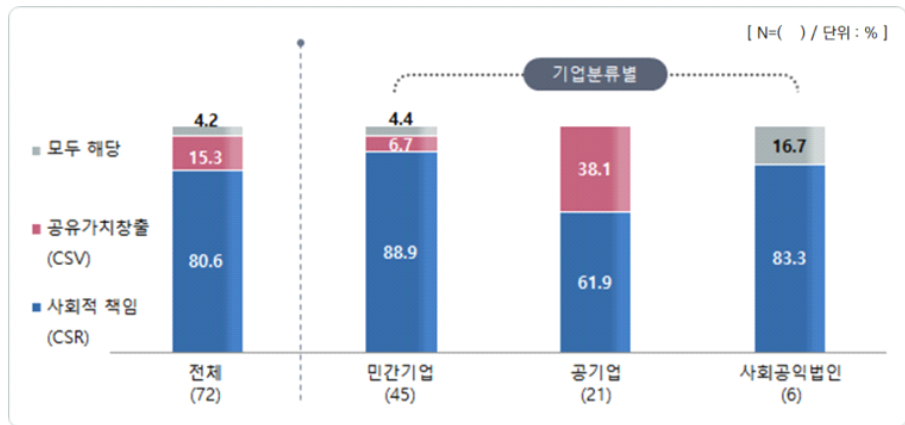
[표 3-13] 기업 대상 설문조사 응답자 특성

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		72	100.0
기업분류	민간기업	45	62.5
	공기업	21	29.2
	사회공익법인	6	8.3
회사 설립년도	1989년 이전	43	59.7
	1990년~1999년	13	18.1
	2000년~2009년	14	19.4
	2010년 이후	2	2.8
회사 소재지	서울, 경기 수도권	42	58.3
	강원권	5	6.9
	충청권	4	5.6
	호남권	5	6.9
	영남권	15	20.8
	제주권	1	1.4
종업원수	100명 미만	8	11.1
	100~200명 미만	3	4.2
	200~300명 미만	5	6.9
	300~500명 미만	5	6.9
	500~1,000명 미만	9	12.5
	1,000명 이상	42	58.3

2) 기업의 사회공헌활동 추진 현황

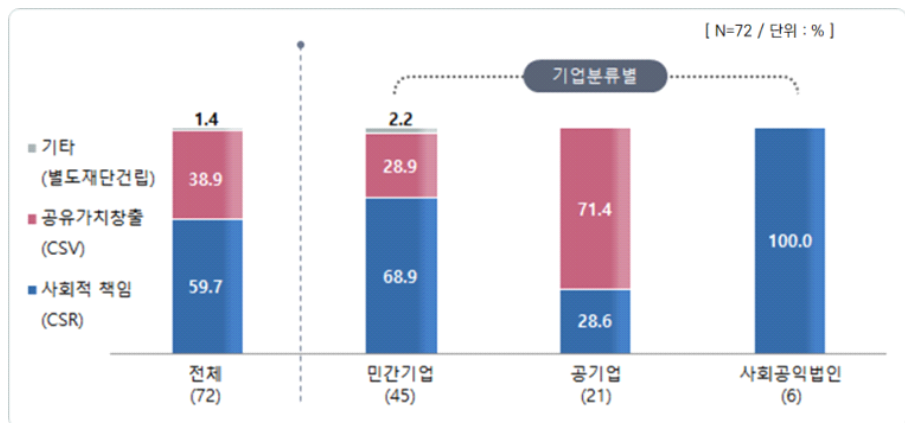
□ 사회공헌활동 주요 목적

사회공헌활동을 추진하는 목적으로는 기업윤리, 기업시민의 관점에서 시행하는 ‘사회적 책임(CSR)’이 80.6%로 ‘공유가치창출(CSV)’(15.3%) 보다는 높게 나타났다. 하지만 세부적으로 보면, 민간기업과 사회공익법인은 ‘사회적 책임(CSR)’이 압도적으로 높은 반면, 공기업은 ‘공유가치창출(CSV)’이 민간에 비해서는 3배 이상 높았다.



[그림 3-13] 사회공헌활동의 주요 목적

반면, 사회공헌활동의 향후 추진 방향으로 민간기업은 ‘사회적 책임(CSR)’(68.9%), 공기업은 ‘공유가치창출(CSV)’(71.4%)에 더 무게를 두고 추진할 계획인 것으로 나타나, 기업의 공익적 특성에 따라 방향을 달리하는 것을 알 수 있다.



[그림 3-14] 사회공헌활동 향후 추진 방향

□ 사회공헌활동의 목표

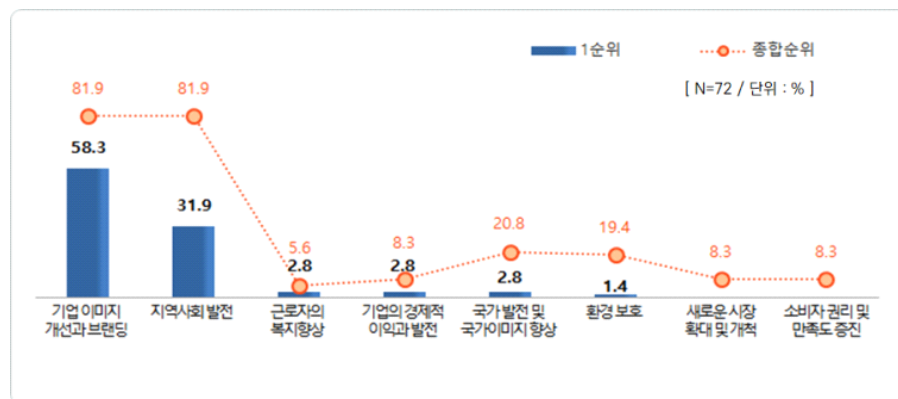
사회공헌활동을 통해 달성하고자 하는 가장 중요한 목표는 ‘기업 이미지 개선과 브랜딩’(58.3%)이었으며, 더불어 ‘지역사회 발전’을 중장기적인 목표로 설정하고 있었다. 기업 유형에 따라 민간기업은 ‘기업 이미지 개선과 브랜딩’이 주요 목표인 반면, 공기업과 사회공익법인은 ‘지역사회 발전을 위한 참여’를 주요 목표로 삼는 특징이 나타났다.

[표 3-14] 사회공헌활동의 목표

(단위: %)

구분	사례수 (명)	기업이미지 개선과 브랜딩	지역사회 발전	국가발전 및 이미지 향상	환경보호	기업의 경제적 이익과 발전	새로운 시장 확대 및 개척	소비자권리 및 만족도 증진	근로자의 복지향상
전체	72	81.9	81.9	20.8	19.4	8.3	8.3	8.3	5.6
기업 분류									
민간기업	45	88.9	73.3	15.6	22.2	8.9	8.9	6.7	4.4
공기업	21	85.7	100.0	28.6	19.0	4.8	4.8	9.5	4.8
사회공익법인	6	16.7	83.3	33.3	0.0	16.7	16.7	16.7	16.7

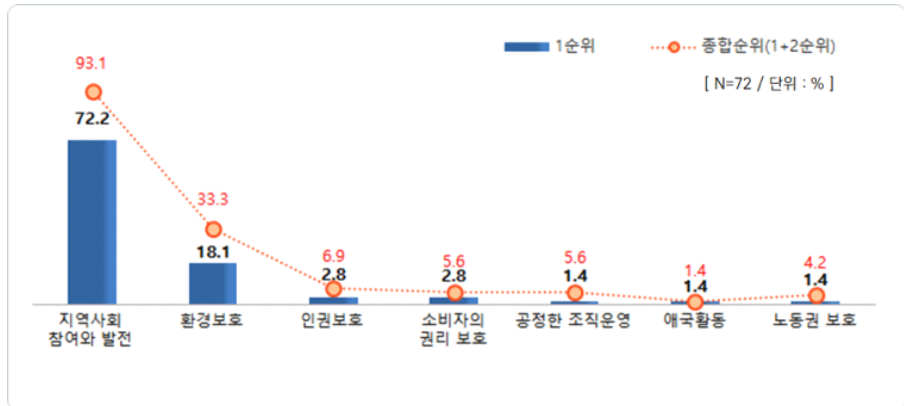
*종합순위(1+2+3순위) 응답 기준



[그림 3-15] 사회공헌활동의 목표

□ 사회공헌활동 중점 활동 분야

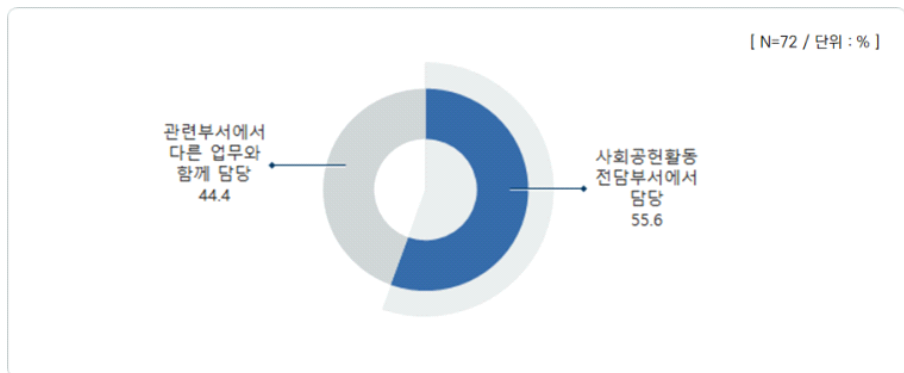
현재 추진하고 있는 사회공헌활동의 중점 활동 분야로는 ‘지역사회 참여와 발전’(72.2%, 1순위 응답)이 응답의 다수를 차지하였고, ‘환경보호’(18.1%)는 그 뒤를 이었다. 민간기업, 공기업, 사회공익법인 모두 ‘지역사회 참여와 발전’이 가장 중점적으로 활동하는 분야이며, 공기업은 ‘환경보호’와 ‘인권보호’, 민간기업은 ‘소비자의 권리보호’를 상대적으로 더 신경을 쓰고 있는 것으로 파악되었다.



[그림 3-16] 사회공헌활동의 중점 활동 분야

□ 사회공헌활동 담당부서

사회공헌활동 담당부서가 별도의 전담부서인 경우는 55.6%, 관련 부서에서 다른 업무와 함께 담당하는 경우는 44.4%로 나타났다. 기업유형에 따라 민간기업은 운영관리팀, 총무팀 등 ‘관련 부서에서 다른 업무와 함께 담당’(57.8%)하는 경우가 많았고, 공기업은 사회공헌팀, CSR팀, CSV팀 등 ‘사회공헌활동 전담부서에서 담당’(71.4%)하는 비중이 더 크게 나타났다.

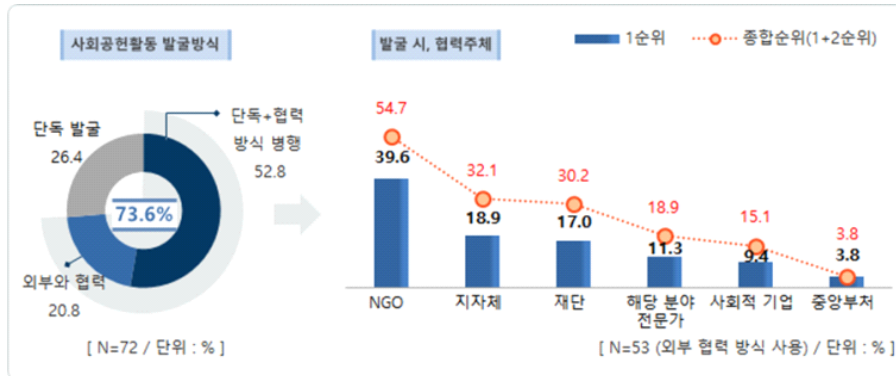


[그림 3-17] 사회공헌활동 담당부서

□ 사회공헌활동 아이템 발굴 방식 및 협력 주체

사회공헌활동의 아이템 발굴을 담당부서 단독으로 하는 경우가 26.4%, 외부 전문가와 협업하는 경우가 20.8%인 것으로 나타났으며, 조사대상 기업 2곳 중 1곳(52.8%)은 이

두 방식을 모두 활용하는 것으로 파악되었다. 외부 협력주체로 'NGO'(54.7%, 종합순위)가 가장 많았고, '지자체'(32.1%), '재단'(30.2%), '해당 분야 전문가'(18.9%) 순으로 나타났다.

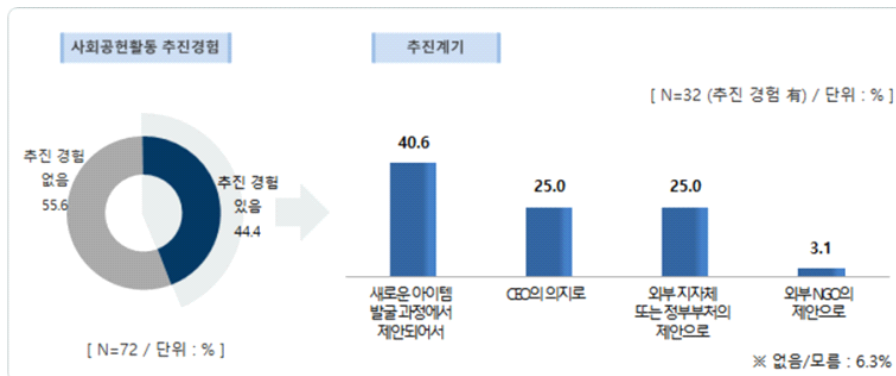


[그림 3-18] 사회공헌활동의 아이템 발굴 방식 및 협력 주체

3) 기업의 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 수요 및 인식

□ 건축도시분야 사회공헌활동 추진 경험 및 계기

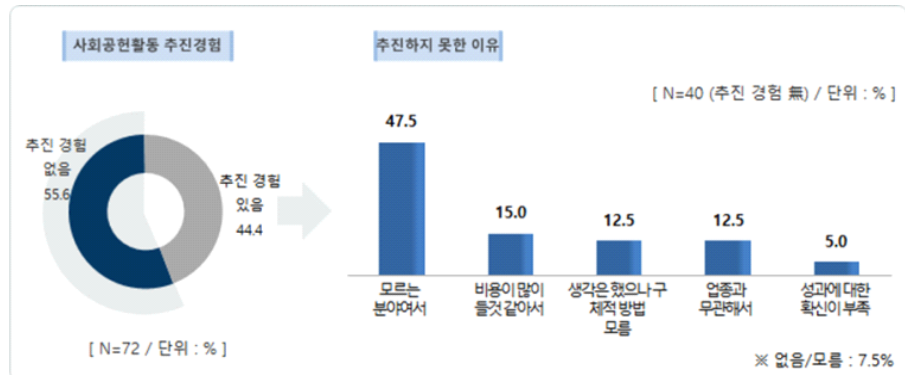
건축도시분야 사회공헌활동을 추진한 경험이 있는 기업체는 10곳 중 4곳(44.4%)이며, 민간기업(42.2%) 보다 공기업(52.4%)에서의 추진경험이 더 많은 것으로 나타났다. 사회 공헌활동을 추진하게 된 계기는 주로 '새로운 아이템 발굴 과정에서 제안'(40.6%) 되기 때문이며, 민간기업은 CEO의 의지도 중요하게 작용하는 것으로 나타났다.



[그림 3-19] 건축도시분야 사회공헌활동 추진 경험 및 계기

• 건축도시분야 사회공헌활동 미추진 이유

건축도시분야 사회공헌활동을 추진해 보지 못한 이유로 ‘분야에 대한 무지’(47.5%)를 가장 중요한 이유로 제시하였다. 기업유형에 따라 민간기업은 ‘분야에 대한 무지’ 이외에 ‘고비용’에 대한 우려가 상대적으로 높게 나타났고, 공기업은 추진을 위한 구체적인 방법을 몰랐다는 응답이 40.0%로 분야에 대한 무지와 함께 매우 중요한 이유로 제시하였다.



[그림 3-20] 건축도시분야 사회공헌활동 미추진 이유

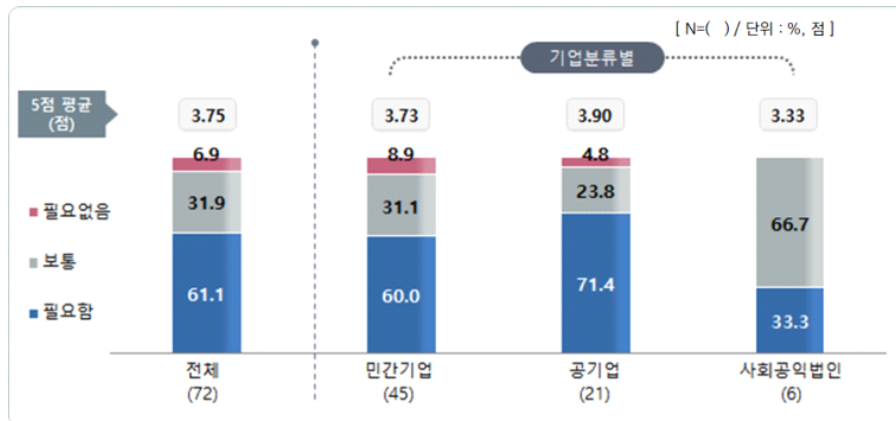
[표 3-15] 건축도시분야 사회공헌활동 미추진 이유

(단위: %)

구분	사례수 (명)	모르는 분야여서	비용이 많이 들 것 같아서	생각은 했으나 구체적 방법을 몰라서	업종과 무관해서	성과에 대한 확신이 부족해서
전체	72	47.5	15.0	12.5	12.5	5.0
기업	민간기업 45	50.0	19.2	3.8	15.4	7.7
분류	공기업 21	40.0	10.0	40.0	0.0	0.0
	사회공익법인 6	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0

□ 건축도시분야 사회공헌활동의 필요성

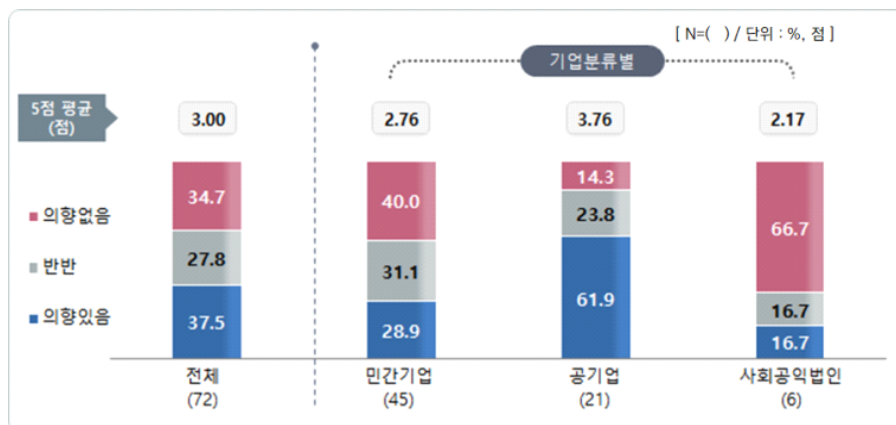
응답 기업의 61.1%가 건축도시분야 사회공헌활동의 필요성에 공감하고 있고, 민간기업 (60.0%) 보다 공기업(71.4%)이 그 필요성을 크게 인식하는 것으로 파악되었다.



[그림 3-21] 건축도시분야 내 사회공헌활동의 필요성

□ 향후 건축도시분야 사회공헌활동 추진 의향

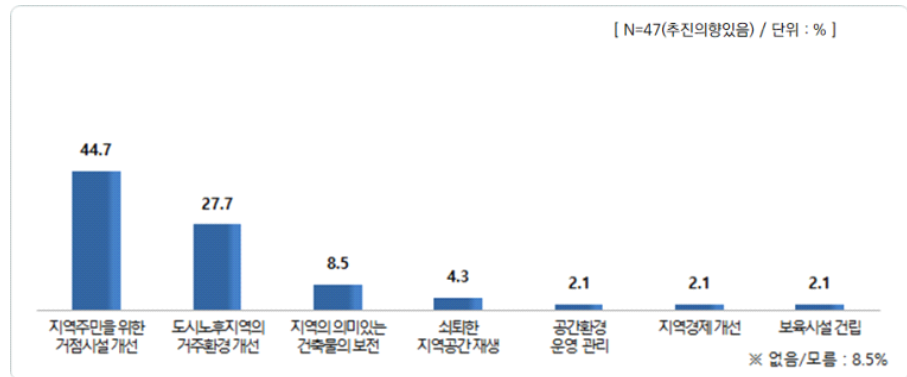
건축도시분야 사회공헌활동을 향후에 추진할 의향이 있다는 응답은 37.5%, 의향이 없다는 응답은 34.7%로 나타났다. 기업 특성에 따라 공기업은 추진 의향이 61.9%로 매우 높게 나타난 반면, 민간기업은 28.9%만이 의향을 나타내었고, 민간기업 중에서는 제조업과 금융 및 보험업, 건설업, 전기, 가스 및 수도사업 업종의 기업들이 추진 의향을 나타냈다.



[그림 3-22] 향후 건축도시분야 사회공헌활동 추진 의향

• 참여 의향이 있는 건축도시분야 사회공헌활동

참여 의향이 있는 건축도시분야 사회공헌활동으로 ‘지역주민을 위한 거점시설 개선’(44.7%)이 가장 많았고, ‘도시노후지역의 거주환경 개선’(27.7%), ‘지역의 의미있는 건축물의 보전’(8.5%) 등의 순으로 나타났다. 기업유형에 따라 민간기업은 ‘도시노후지역의 거주환경 개선’(33.3%)에 참여의향이 높은 반면 공기업은 ‘지역주민을 위한 거점시설 개선’(61.1%) 활동에 더 높은 참여의향을 나타냈다.



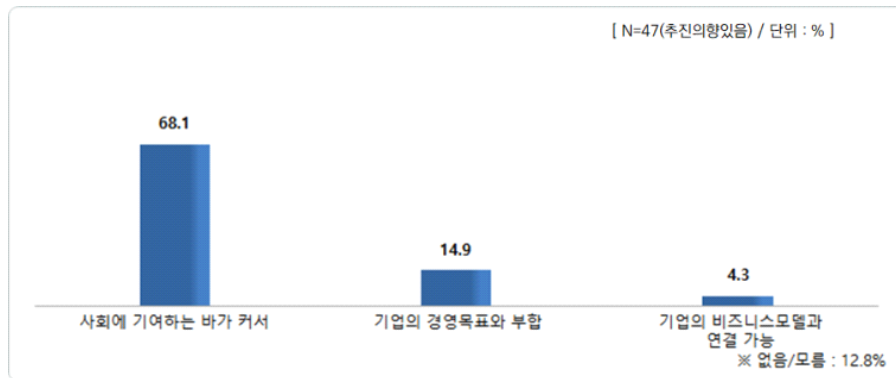
[그림 3-23] 참여 의향이 있는 건축도시분야 사회공헌활동

[표 3-16] 참여 의향이 있는 건축도시분야 사회공헌활동

구분	사례수 (명)	참여의향(%)						
		지역주민들을 위한 거점시설 개선	도시노후지역의 거주환경 개선	지역의 의미있는 건축물의 보전	쇠퇴한 지역공간 재생	공간환경 운영 및 관리	지역 경제개선	보육시설 건립
전체	47	44.7	27.7	8.5	4.3	2.1	2.1	2.1
기업	27	29.6	33.3	11.1	7.4	3.7	0.0	0.0
분류	공기업	18	61.1	22.2	0.0	0.0	5.6	5.6
	사회공익법인	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

• 참여 의향이 있는 사회공헌 활동별 선택 이유

참여의향이 가장 높았던 ‘지역주민들을 위한 주요 거점시설 개선’과 ‘도시노후지역의 거주환경 개선’ 사업은 ‘사회에 기여하는 바가 커서’ 선택했다는 응답이 높게 나타났다.



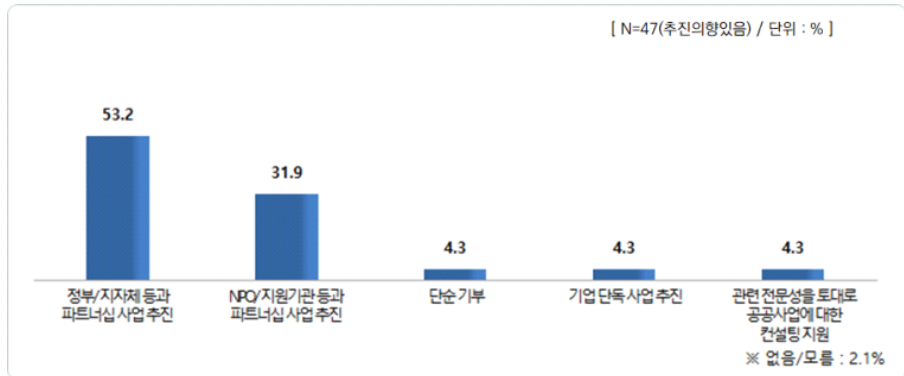
[그림 3-24] 참여 의향이 있는 사회공헌 활동별 선택 이유

[표 3-17] 참여 의향이 있는 사회공헌 활동별 선택 이유

구분	사례수 (명)	활동별 선택 이유(%)		
		사회에 기여하는 바가 커서	기업의 경영목표와 부합	기업의 비즈니스모델과 연결 가능
전체	47	68.1	14.9	4.3
지역주민들을 위한 주요거점시설 개선	21	71.4	23.8	0.0
도시노후지역의 거주환경 개선 및 재생	13	69.2	7.7	7.7
문화재/지역의 의미있는 건축물 보전	4	50.0	25.0	25.0
재래시장 등 쇠퇴한 지역공간 재생	2	100.0	0.0	0.0
공간환경 개선 또는 운영 관리	1	100.0	0.0	0.0
지역경제 개선	1	100.0	0.0	0.0
보육시설 건립	1	100.0	0.0	0.0

- 선호하는 건축도시분야 사회공헌활동 방식

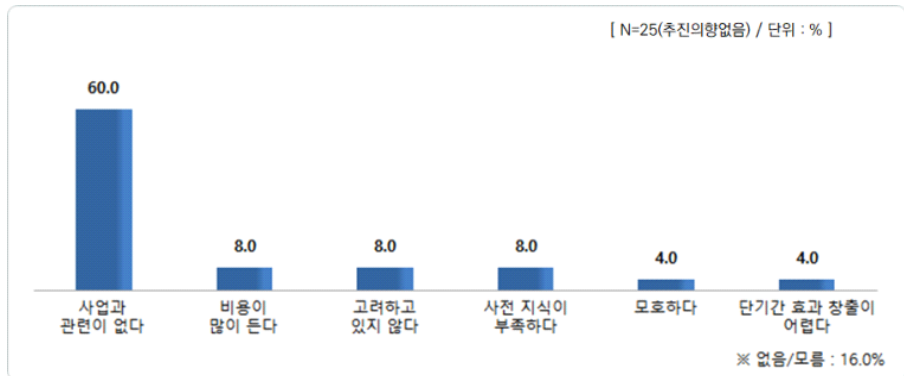
가장 선호하는 건축도시분야 사회공헌활동 방식으로는 ‘정부/지자체 등과의 파트너십 사업 추진’(53.2%), ‘NPO/지원기관과의 파트너십 사업 추진’(31.9%)을 꼽고 있어, 기업 단독보다는 공동협력 방식으로 추진하는 것을 강력히 희망하는 것으로 나타났다.



[그림 3-25] 선호하는 건축도시분야 사회공헌활동 방식

• 건축도시분야 사회공헌활동 미참여 이유

건축도시분야 사회공헌활동 참여가 꺼려지는 이유로 ‘(기업의 주력)사업과의 관련성’(60.0%)이 없다는 이유가 가장 높게 나타났고, 기타 비용과 지식 부족 등의 응답도 나타났다.

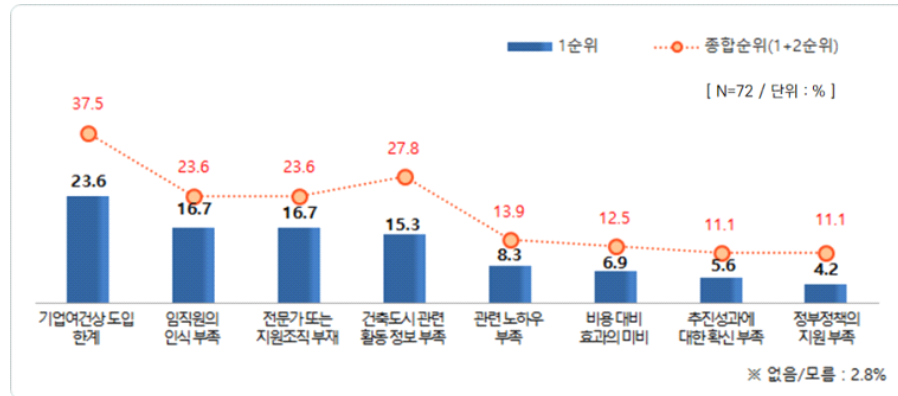


[그림 3-26] 건축도시분야 사회공헌활동 미참여 이유

□ 건축도시분야 사회공헌활동 시 애로사항

건축도시분야 사회공헌활동시 애로사항으로는 ‘재무, 인력 등 기업여건상 도입의 한계’(23.6%, 1순위 응답)가 가장 크고 근본적인 어려움으로 지적하였다. 또한 ‘임직원의 인식 부족’, ‘전문가 또는 지원조직의 부재’, ‘건축도시 관련 활동 정보 부족’ 등도 애로사항으로 나타났다. 특히, 기업 내부적 여건 외에 외부적 요인 중에서는 ‘건축도시 관련 활동

정보 부족'(종합순위 2위)이 건축도시분야 사회공헌활동 활성화를 저해하는 주요 요인임을 알 수 있다.



[그림 3-27] 건축도시분야 사회공헌활동 시 애로사항

[표 3-18] 건축도시분야 사회공헌활동 시 애로사항

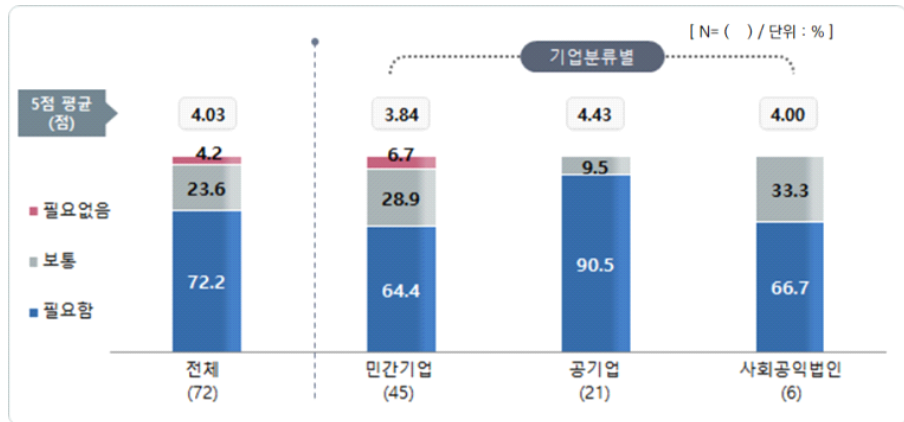
구분	사례수 (명)	애로사항(%)							
		기업여건상 도입 한계	건축도시 관련활동 정보부족	임직원의 인식 부족	전문가 또는 자원조직 부재	관련 노하우 부족	비용 대비 효과의 미비	추진성과에 대한 확산 부족	정부정책의 지원 부족
전체	72	37.5	27.8	23.6	23.6	13.9	12.5	11.1	11.1
기업 분류	민간기업	45	40.0	22.2	22.2	28.9	11.1	13.3	8.9
	공기업	21	42.9	23.8	33.3	19.0	23.8	0.0	14.3
	사회공익법인	6	0.0	83.3	0.0	0.0	0.0	50.0	16.7

*종합순위(1+2순위) 응답 기준

4) 건축도시분야 기업 사회공헌활동 확대를 위한 정부지원 요구사항

□ 정부 지원의 필요성

응답 기업체 10곳 중 7곳(72.2%)이 건축도시분야 사회공헌활동 확대를 위해 정부지원이 필요하다고 응답하였다. 특히 정부지원 필요성에 대한 의견은 공기업 90.5%, 민간기업 64.4%로 공기업에서 더 크게 필요로 하는 것으로 나타났다.



[그림 3-28] 건축도시분야 사회공헌활동 확대를 위한 정부지원 필요성

[표 3-19] 건축도시분야 사회공헌활동 확대를 위한 정부지원 필요성

구분	사례수 (명)	필요성(%)							5점평균 (점)
		있음	매우 필요	다소 필요	보통	없음	별로 없음	전혀 없음	
전체	72	72.2	36.1	36.1	23.6	4.2	2.8	1.4	4.03
기업	민간기업 45	64.4	28.9	35.6	28.9	6.7	4.4	2.2	3.84
분류	공기업 21	90.5	52.4	38.1	9.5	0.0	0.0	0.0	4.43
	사회공익법인 6	66.7	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	4.00

□ 사회공헌 관련 희망 및 제도적 지원 요구사항

정부가 기업에게 지원해 줬으면 하는 제도로 ‘세제혜택’이 가장 많았고, ‘우수사례 발굴 및 홍보 지원’, ‘정부 소유 부지 및 건물 확보’, ‘지원 조직 제공’ 등도 희망하였다.

[표 3-20] 기업 참여 확대를 위해 희망하는 지원제도

희망하는 지원제도		비율(%)
세제혜택		15.8
우수사례 발굴 및 적극적 홍보 지원		10.6
정부 소유 부지 및 건물 확보		10.6
전문 지원단체	신뢰성을 담보할 수 있는 전문단체	5.3
	지속가능성을 담보할 수 있는 전문단체	5.3
	지원조직	5.3
기업이 원하는 서포팅		5.3
경영진의 사기 증진을 위한 제도		5.3
임직원 자체 기부가 인증될 수 있는 제도		5.3
해외 지원 사업 관련 지원		5.3
취약계층 주거 개선 사업 진행 시 수요 조사 협조		5.3
사업 관련 예산 분담		5.3
추진사업과 정부의 지원제도 연계		5.3
없음		36.8
모름		5.3

*N=19 (정부지원 '세제 혜택' 응답자)

5) 결과 종합

□ 기업 사회공헌활동 추진목적

현재 사회공헌활동을 추진하는 목적은 기업윤리, 기업시민의 관점에서 시행하는 ‘사회적 책임(CSR)’(80.6%)이 ‘공유가치창출(CSV)’(15.3%) 보다 높게 나타났다. 하지만 향후 추진 방향에 있어서는 민간기업은 ‘사회적 책임(CSR)’(68.9%) 쪽에, 공기업은 ‘공유가치창출(CSV)’(71.4%) 쪽에 더 무게를 두고 추진할 계획인 것으로 나타나, 기업의 공익적 특성에 따라 방향을 달리하고 있음을 알 수 있다.

□ 기업 사회공헌활동을 통해 달성하고자 하는 목표

사회공헌활동을 통해 달성하고자 하는 목표는 ‘기업 이미지 개선과 브랜딩’(58.3%)이며, ‘지역사회 발전’은 중장기적인 목표로 설정하고 있었다. 민간기업은 ‘기업 이미지 개선과 브랜딩’이 주요 목표인 반면, 공기업과 사회공익법인은 ‘지역사회 발전을 위한 참여’를 주요 목표로 삼고 있어, 기업 유형별로 차이를 보이고 있다.

□ 기업 사회공헌활동 중점 활동 분야 및 아이템 발굴

현재 추진하고 있는 사회공헌활동의 중점 활동 분야는 ‘지역사회 참여와 발전’(72.2%)이며, ‘환경보호’(18.1%)는 그 뒤를 잇고 있다. 사회공헌활동 아이템은 담당부서 단독으로 하는 경우가 26.4%, 외부 전문가와 협업하는 경우는 20.8%이며, 조사대상 기업 2곳 중 1곳(52.8%)은 이 두 방식을 모두 활용하고 있다. 이때 활용하는 외부 협력주체는 ‘NGO’(54.7%)가 가장 많고, ‘지자체’(32.1%), ‘재단’(30.2%), ‘해당 분야 전문가’(18.9%) 순으로 나타났다.

□ 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 수요 및 인식

응답 기업 중에서 61.1%는 건축도시분야 사회공헌활동의 필요성을 공감하고 있으며, 민간기업(60.0%) 보다 공기업(71.4%)이 그 필요성을 크게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 향후 건축도시분야 사회공헌활동을 직접 추진할 의향에 대해서도 공기업의 61.9%, 민간기업의 28.9%가 활동 의사가 있음을 밝혔다.

참여 의향이 있는 건축도시분야 사회공헌활동은 ‘지역주민을 위한 거점시설 개선’(44.7%), ‘도시노후지역의 거주환경 개선’(27.7%), ‘지역의 의미있는 건축물의 보전’(8.5%) 등이며, 사회공헌 기업들은 ‘정부/지자체 등과의 파트너십’(53.2%), ‘NPO/지

원기관과의 파트너십'(31.9%) 방식 등 기업 단독 보다 공동협력 방식으로 건축도시분야 사회공헌활동을 추진하기를 희망하고 있는 것으로 나타났다.

□ 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 정부지원 요구

기업체 10곳 중 7곳(72.2%)은 건축도시분야 사회공헌활동 확대를 위해 정부지원을 요구하고 있었다. 구체적으로는 세제 혜택 확대, 우수사례 발굴 및 적극적인 홍보 지원, 정부 소유 부지 등의 공유·활용, 전문 지원단체 연계 등을 요구하는 것으로 나타났다.

4. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계 가능성 및 한계

1) 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계에 있어 저해요인

□ 정부 차원

: 기업 사회공헌활동을 지원하는 제도는 마련되어 있으나 참여를 촉진하는 정책은 부족

2000년대 중반 이후부터 국제적 동향에 영향을 받아 정부에서 기업의 사회공헌활동에 대해 적극적으로 지원하기 시작하였다. 「산업발전법」 내 사회공헌활동, 지속가능경영 등을 확산하고 이를 지원하기 위한 제도를 마련하였으며, 「사회적 기업 육성법」 제정을 통해 사회적 가치 창출을 하는 기업들을 적극 지원하고 있다. 또한 「법인세법」, 「소득세법」 등에서 기업 사회공헌활동에 대한 세제감면 혜택을 확대하고 있다.

현재 기업 사회공헌활동을 지원하는 제도들은 어느 정도 마련되어 있는 반면, 실제 기업이 사회공헌활동의 일환으로 참여할 수 있는 공식적인 절차나 방법은 부재한 상황이다. 앞서 검토한 바와 같이 정부부처에서 추진하고 있는 건축도시분야 공공사업 중 기업 사회공헌 활동과 연계하여 추진한 사례는 새뜰마을사업 정도이다. 하지만 새뜰마을사업에서 역시 기업이 개별적으로 참여를 요청·수락하는 과정을 거쳐 사업이 추진되고 있는 실정으로, 아직까지 건축도시분야 공공사업에 있어 기업들이 사회공헌활동의 일환으로 공식적으로 참여할 수 있는 장은 마련되고 있지 않다.

□ 기업 차원

: 새로운 분야에 대한 부담, 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 정보 부족 문제 지적

기업 사회공헌 담당자 대상의 설문조사 결과, 건축도시분야 사회공헌활동을 추진하지 않는 이유로 ‘모르는 분야에서 선뜻 참여하기 어렵다’는 기업(47.%)이 많았다. 또한 외부적 저해요인으로 관련 전문가 및 지원조직 부족, 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 정보 부족 등의 문제가 지적되었다.

이를 통해 상당수의 기업들이 건축도시분야 사회공헌활동에 대해 아직까지는 인식이 부족하고, 전문성 측면에서 관련 사회공헌활동에 대한 참여를 보류하고 있음을 확인할 수 있었다. 또한 건축도시분야 사회공헌활동에 대해 관심이 있어도 관련 정보나 사례 등이 부족하여 많은 기업들이 참여하지 못하고 있는 실정임을 알 수 있었다.

2) 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동의 연계 가능성

□ 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 추진 필요성 공감 및 직접 추진의향

기업 대상의 설문조사 결과, 민간기업의 60%, 공기업의 71% 정도가 건축도시분야 사회공헌활동의 추진 필요성에 대해 공감하고 있었으며, 이 중에서 향후에 직접 추진할 의향이 있는 기업도 공기업 62%, 민간기업 29%로 상당수 있음을 확인할 수 있었다. 이를 통해 기업들이 건축도시분야 사회공헌활동에 대해 어느 정도 관심을 가지고 있으며, 향후 건축도시분야 공공사업추진 시 기업 사회공헌활동과의 연계할 수 있는 기회가 제공된다면 기업 참여 수요가 있을 것으로 예상되었다.

□ 정부나 지자체와의 파트너십 선호

기업들은 건축도시분야 사회공헌활동을 추진할 경우, 선호하는 파트너십 유형으로 정부나 지자체와의 연계를 꼽았다. 또한 현대자동차의 「청춘발산마을 사업」, 삼성 에스원의 「안심마을 지원사업」 등 최근 몇몇 기업 중심으로 추진되었던 건축도시분야 사회공헌 활동 사례에서도 나타났듯이 기업들은 사업기획 단계에서 사회공헌 사업아이템 발굴 시 정부정책을 검토하거나 지자체와 함께 지역의 현안을 논의한 것으로 나타났다.

이는 기업들이 사회적 요구를 반영하고 정책적으로 기여하면서도 안정적인 사업구조 속에서 사회공헌활동을 추진하고 싶어 한다고 해석할 수 있을 것이다. 또 한편으로는 건축도시분야 사회공헌활동들은 대부분 지역을 기반으로 한 활동이므로, 지역의 현안을 가장 잘 알고 있는 정부나 지자체와 함께 추진하고자 하는 것이라 사료된다.

□ 건축도시분야 기업 사회공헌활동을 통한 지역 내 새로운 장소적 가치 창출

지금까지 많은 사례가 있는 것은 아니지만, 앞서 살펴본 건축도시분야 공공사업과 연계된 기업 사회공헌활동들은 전반적으로는 지역에 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 지역 곳곳에 새로운 장소적 가치를 창출하는데 기여하고 있다. 가령, 발산마을은 새뜰마을사업으로 도시인프라가 구축되었지만 지역을 활성화시키기 위한 콘텐츠는 부족했으나, 현대자동차와 공공미술프리즘이 「청춘발산마을 사업」을 추진함으로써 지역이 눈에 띄게 활성화되었으며 지역 내 장소들이 재조명되며 가치있는 공간으로 재탄생하고 있다. 또한 생태적으로 뛰어난 가파도 역시 현대카드 프로젝트로 인해 생태 뿐 아니라 문화적으로도 가치를 가지는 장소로 거듭나게 되었다. 이와 같은 의미있는 긍정적 성과들은 향후 이러한 기업 사회공헌 활동과 건축도시분야 공공사업의 연계를 확산시켜나가는데 발판이 될 것이라 판단된다.

제4장 국내외 건축도시분야 기업 사회공헌활동 활성화 정책 및 제도 사례

1. 사례조사의 개요
 2. 국내 문화재청 : 민관협력 전담팀 구성을 토대로 공모사업 추진
 3. EU 및 영국 : 기업 사회공헌에 대한 책임 부여 및 간접적 유도·지원
 4. 일본 : 중앙부처 차원의 기업 참여 촉진정책 및 다양한 공모사업 시행
 5. 미국 : 기업책임경영에 대한 국가행동계획 제시 및 자발적 사회공헌활동 촉진
 6. 국내 시사점
-

1. 사례조사의 개요

본 장에서는 국내 타 부처 및 해외 주요 국가에서 건축도시분야 기업 사회공헌활동을 활성화시키기 위해 시행하고 있는 정책이나 제도에 대해 분석하여, 우리나라에서 기업 사회공헌 활동과 건축도시분야 공공사업과 연계를 위해 적용가능한 정책적·제도적 시사점을 도출하고자 한다. 사례조사 대상으로는 국내 타 부처 중에서 기업 사회공헌 관련된 정책사업을 체계적으로 추진 중인 문화재청과 해외 국가 중 기업 사회공헌활동이 활발한 영국, 일본, 미국을 선정하였다.

사례조사는 문헌조사와 심층조사로 구분하여 진행하였다. 1차적으로 각 국가별 관련 정책과 제도에 대해서 인터넷 자료와 선행연구 등을 토대로 문헌조사를 실시하였다. 심층조사를 위해 국내 문화재청과 일본의 관련 기관을 직접 방문하여 관계자 면담을 실시하였으며, 영국 사례는 현지 조사원에 심층조사를 의뢰하였다.

기업 사회공헌활동과 건축도시분야 공공사업과의 연계에 대한 시사점을 도출하기 위해, 각 조사대상별로 기업 사회공헌활동 관련 동향, 정책 및 제도, 그리고 해당 정책 또는 제도에 의해 추진된 사회공헌활동사례 등에 대해 조사하였다.

[표 4-1] 국가별 분석 대상

구분	기업 사회공헌 관련 정책	기업 사회공헌 관련 제도
국내	문화재청	-
	· 민관협력계 구성 및 운영 · 문화재 지킴이 공모사업	
해외	EU 및 영국	EU
		· 그린페이퍼(Green Paper) · 기업의 사회적책임에 대한 보고서 · 2011-14년 CSR을 위한 유럽의 새로운 전략
	영국	영국
	· 영국 BITC의 「기업책임지수」 · 리즈시의 「기업 사회공헌활동 톨킷」 · 웨스트민스터구의 「Foundation Programme」	· 기업 사회공헌활동 촉진을 위한 제도
	일본	-
	· 내각부의 「새로운 공공 지원사업」 · 오사카시의 「민관협력 도시매력창조전략」과 「텐노지공원 진입부 정비 공모사업」 · 요코하마시의 「요코하마형 지역공헌기업 인정제도」	
	미국	-
	· 연방정부의 「기업책임경영에 대한 국가행동계획」 · 연방정부의 「글로벌 CSR 지원 프로그램」	

2. 국내 문화재청

: 민관협력 전담팀 구성을 토대로 공모사업 추진

1) 문화재청의 「민관협력계 구성 및 운영」¹⁰⁰⁾

□ 도입배경

기존에 문화재청에서는 문화재를 행정이나 전문가 중심으로 관리해 왔다. 하지만 2000년대 초 문화재가 양적으로 증가하고 그 카테고리도 다양화됨에 따라 문화재 관리에 있어 한계에 봉착하게 되었다. 이로 인해 문화재청은 행정이나 전문가뿐 아니라 기업, 민간단체, 국민 등 사회적 구성원이 모두 참여하여 문화재 관리에 힘쓰도록 정책패러다임을 전환하고자 하였다.

□ 조직 구성 및 운영

2005년 문화재청에서는 민관협력계라는 별도의 기업 파트너십 사업을 추진하는 팀을 구성하였다. 민관협력계에는 총 3명의 전문인력이 근무하고 있으며, 이들은 문화재 보호를 위한 민관협력 정책 수립 및 실행, 문화재 지킴이 공모사업 추진, 기업 등과의 협약, 협약 기관 간 협의체 운영 등을 담당하고 있다. 특히, 기업 대상의 공모사업인 문화재 지킴이 사업에 있어 문화재청 민관협력계의 역할은 △사업아이템 기획, △기업 간 네트워크 플랫폼 구축(기업-공헌 대상 매칭), △협약에 대한 행정 지원, △기업 홍보 등이 있다.

문화재청 문화재활용국 문화유산교육팀 민관협력계 조직 구성 및 담당업무

- (조직 구성) 문화유산, 역사 관련 전문인력 3인 (사무관 1인, 주무관 2인)
- (담당 업무)
 - 문화재 보호 관련 민관협력 정책 수립 · 총괄
 - 문화재지킴이 업무 총괄
 - 문화유산국민신탁 지도·감독 총괄
 - 기업 등 협약업무 및 협약기관 협의체 운영 총괄
 - (예비)사회적 기업 육성 업무 총괄
 - 관련법인 및 민간단체 육성·지원·지도 총괄
 - 민간자격 등록 및 관리에 관한 업무 총괄

※ 출처 : 문화재청 민관협력계 면담결과를 토대로 직접 작성

100) 문화재청 민관협력계 면담결과를 토대로 직접 작성

2) 문화재청의 「문화재지킴이 사업」

□ 정책 추진 배경

기존에는 문화재를 엄격한 보존관리를 받아야하는 관리와 통제의 대상으로 인식하면서 행정이나 전문가를 중심으로 문화재를 관리해 왔다. 하지만 1970~80년대 민주화 과정을 거치고, 1990년대 이후 정치·경제 발전과 시민사회의 성장을 배경으로 역사·전통문화·문화재에 대한 사회적 관심이 본격화되었다. 또한 문화재를 찾아가는 답사·여행과 동호회 활동이 활성화되는 등 시민참여형 문화재 보호활동이 활발히 전개되었다.

이러한 사회적 변화 속에서 문화재청은 문화재 보호의 민간참여를 확대하고 참여주체 간 체계적인 협력방안을 모색하기 시작하였다. 문화재청은 1985년부터 시행해 온 '문화재 명예관리인제도', 2000년부터 시행해 온 '문화재 행정모니터' 제도 등을 운영해 오면서 시민참여의 제도적 장치를 마련하고 미흡한 문화재 행정을 보완하였다. 하지만 이때까지는 정부나 지자체 주도로 진행되어 민간 참여가 제한되는 한계가 있었다. 이러한 사회적·정책적 배경 하에 문화재청은 2005년부터 전 국민이 자발적으로 문화재를 가꾸고 지켜 나가며 서로 협력할 수 있는 '한 문화재 한 지킴이(이하 문화재지킴이)' 정책을 도입하고 이를 사업화하여 추진하기 시작하였다.¹⁰¹⁾

문화재지킴이 사업은 전국적인 민간 참여형 문화재 보호 운동으로의 확산과 동시에 기업 사회공헌 등의 공익활동을 문화재 분야로 확대·적용시키기 위한 정책이다.¹⁰²⁾ 문화재가 양적으로 증가하고 카테고리도 다양화되면서 정부의 예산 문제 등 문화재의 일상관리 측면에서 한계에 봉착하게 되었다. 이에 문화재청은 ①국가가 해결하지 못하는 사회문제를 민간과 협력적으로 해결해야 한다는 시점과 ②기업은 사회구성원(기업 시민)으로 사회 문제 해결의 의무가 있다는 시점을 토대로, 기업이 활동을 할 수 있는 새로운 기회를 제공한 것이다. 또한 문화재 보호를 위한 민간 참여 대상을 기업, 단체, 개인 등으로 다양화하였다. 일반 자원봉사는 문화의식을 건강하게 한다는 측면에서 의미가 있으나 참여도나 지속성/주기성이 낮아 단발성으로 진행되는 한계가 있어, 기업 파트너십의 장점을 활용하는 등 참여 대상별로 추진사업을 차별화하고 있다.¹⁰³⁾

101) 장영기(2018), 「기업 사회공헌, 문화재와의 만남-문화재 사회공헌의 이해」, 도서출판 역사문화, pp.48~50 토대로 요약·정리

102) 상계서, p.50.

103) 2018년 6월 20일 문화재청 담당자(장영기 사무관) 면담결과를 토대로 정리

□ 단계별 추진과정 및 추진체계

문화재지킴이 활동은 환경정화, 모니터링, 순찰감시, 홍보, 교육 등이 있으며, 참여방법은 크게 '위촉'과 '협약' 형태로 운영된다. 기업의 경우 두 가지 형태로 모두 운영될 수 있으나, 보다 체계적이고 지속적으로 문화재 보호 활동에 참여하고 후원하기 위해서는 보통 정부 기관(문화재청) 또는 공공기관·비영리기관과의 파트너십을 맺는 '협약' 형태로 추진된다. 또한 사회공헌의 효과적 운영, 지속적·안정적 사업 유지와 새로운 사업 개발 등을 위해 전문성과 신뢰도가 높은 외부기관과 협약을 맺거나 협력사업을 공동으로 개발하는 등 파트너십 체결을 추진하고 있다.

기업-문화재청과 파트너십의 경우 사업내용에 대해 공동으로 기획하고 있다. 문화재청은 참여기관의 활동이 원활하게 진행될 수 있도록 정보 및 자료 제공, 컨설팅, 홍보 및 교육, 전문기관 연계 등의 행정서비스를 지원하고, 기업은 사업에 필요한 자원, 물품 및 장비, 기술 및 인력 등을 지원한다. 기업-공공기관·비영리기관 파트너십의 경우도 사업을 위한 기획, 수행, 평가 등은 함께 진행하면서, 기업은 자원 및 인력 등의 지원을 하고, 공공기관, 비영리기관 등은 사업대상과 실행계획을 제안하거나 기부금을 운영하면서 기업의 사회 공헌 활동을 지원한다.

문화재지킴이 사업의 추진과정은 1단계: 기획·제안 → 2단계 협약 체결 → 3단계 활동계획 수립으로 요약되나, 정해진 절차는 없으며 사례별로 다르게 진행되고 있다.



[그림 4-1] 문화재청의 「문화재지킴이 사업」 협약 업무 프로세스

출처: 장영기(2018), 「기업 사회공헌, 문화재와의 만남-문화재 사회공헌의 이해」, 도서출판 역사문화, p.108.

□ 주요 사업내용 및 예산

기업은 사회공헌의 형식으로 기업이 보유한 자원·기술·장비 등을 지원하거나 임직원이 환경정화 자원봉사 활동에도 참여하고 저소득층·다문화가족, 고객, 국내외 협력업체 직원 등을 대상으로 문화재를 활용한 문화향유·문화체험 프로그램을 운영·지원하기도 한다. 문화재 사회공헌 활동 유형은 그 대상과 활용 내용에 따라 다양하게 구분되며, 유형별로 기업의 지원 방식에 따라 크게 ① 재정지원, ② 장비·물품 등의 지원, ③ 인력·기술 지원 3가지가 있다. 3가지 지원방식은 각각의 개별 지원 형태도 있지만 3가지 방식이 서로 결합되기도 한다.¹⁰⁴⁾

문화재청은 기업과의 협약과 협업을 통해 문화재 보호에 필요한 자원·기술·인력을 지원받고 있다. 2016년 현재 기준 총 56개 협약기관이 참여하여 문화재지킴이 협약을 체결하였으며, 연간 3~5개 기관과 협약을 맺고 있다.¹⁰⁵⁾

문화재지킴이 협약기관의 사회공헌 비용 지출은 2005~2016년 간 총 240.9억이고, 연간 지출 규모는 약 20억이며 대체적으로 증가하는 경향을 보인다. 2007년부터 10억대를 넘어서면서 2015년부터 30억~40억대 수준의 지출규모를 유지하고 있다. 활동 유형별로 보면, 전체 지출 규모 중에서 보존관리 분야의 보수·정비·복구 등에 약 64억(26.5%)이 투입되어 가장 많은 비중을 차지하고 있다.¹⁰⁶⁾ 한편, 「문화재지킴이 사업」의 소요예산은 2018년 기준 약 20억 규모이다.¹⁰⁷⁾

[표 4-2] 연도별 「문화재지킴이 사업」 협약체결 및 협약기관 후원 현황

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	계
협약체결	8건	8건	8건	2건	5건	5건	4건	5건	2건	3건	5건	1건	56건
후원금액 (억)	0.3	7.4	16.8	14.8	11.2	19.3	27.2	28.5	19.2	19.2	36.6	40.4	240.9

출처 : 장영기(2018), 전계서, p.81 & p.83.

104) 장영기(2018), 전계서, p.59, p.88 참고

105) 기업·공기업이 가장 많은 53개이고, 비영리법인이 3개, 정부기관이 1개임
(출처 : 장영기(2018), 전계서, p.80.)

106) 장영기(2018), 전계서, pp.82~84 참고로 요약, 정리

107) 2018년 6월 20일 문화재청 담당자 면담결과를 토대로 정리

[표 4-3] 2018년도 문화재청 「문화재지킴이 사업」 예산 규모 및 내용

구분	총액	세부 내용
예산 규모	20억원	2건 문화재청 운영비
		9억 민간단체에 대한 교육, 행사, 활동사업 보조 (시민 자원봉사, 학교 등) ※ NGO단체 연합회 지원(위탁) : 교육, 지역포럼, 우수활동 사업지원
		9억 문화유산국민신탁 보조금 ※ 실제 사업비는 기업 사회공헌활동비

출처 : 2018년 6월 20일 문화재청 담당자 면담결과를 토대로 정리

문화재 사회공헌의 특징은 첫째 문화재 보존관리 중심인 점, 둘째 문화재 보존에만 머물지 않고 문화재의 가치를 향유하고 널리 알리는 활동 분야도 활성화되고 있는 점, 셋째 문화재 분야에서 특화된 사회공헌 활동이 지속적으로 이루어지며 기업의 대표 사회공헌으로 자리잡고 있다는 점이다.¹⁰⁸⁾

□ 「문화재 지킴이 사업」 참여 사례 : 라이엇 게임즈

• 참여 배경

라이언 게임즈는 온라인게임의 개발과 유통업을 주 사업으로 하는 외국계 기업으로 2006년 9월에 창업한 회사로, 롤(LoL)게임을 첫 출시 한 이후 짧은 시간에 전 세계적인 게임회사가 되었다. 나눔·윤리·사회공헌으로 착한기업이라는 평가를 이미 받고 있었던 라이언 게임즈는 이익을 창출하는 것만 중시한 것이 아니라 한국이 중국이나 일본 시장의 교두보 역할을 하기 때문에 한국법인 설립 초기부터 사회공헌활동에 관심을 가졌고, 문화재 분야가 문화마케팅, 세제혜택 외에 지역사회 신뢰도, 인지도 등이 높은 대상이었기 때문에 문화재와 관련된 사회공헌활동에 관심을 갖게 되었다.¹⁰⁹⁾

• 추진과정

라이언 게임즈는 문화재 분야의 사회공헌을 염두에 두고 어떠한 사회공헌 활동이 가능한지를 문화재청 등 여러 관계기관에 문의하였다. 신생 외국계 온라인 게임회사와 문화재와의 연결성을 찾기 어려웠으나, 문화재청은 오랜 고민 끝에 직접 만나 대화를 하면서 문화재와 게임산업의 교집합을 ‘청소년’으로 찾았고, 롤(LoL) 게임의 매체를 통해 청소년들에게 문화재를 통해 교육과 자원봉사 참여를 이끌어내는 사회공헌활동 아이템을

108) 장영기(2018), 전게서, p.86.

109) 2018년 6월 20일 문화재청 담당자 면담결과를 토대로 정리

발굴하였다. 여기에 라이언 게임즈의 추가 참여 의사로 문화재 환수, 유물 보존처리, 관람객 휴게실 리모델링 등의 지원과 임직원의 정기적 문화재 환경정화 봉사활동 참여 등이 추가되었다. 2012년 6월 문화재청과 ‘문화재지킴이’ 협약을 체결하면서 문화재 사회공헌을 본격적으로 시작하였으며, 롤(LoL)게임의 한국형 챔피언과 스킨을 판매한 금액과 기업 사회공헌 예산을 활용하여 후원하고 임직원들은 문화재 현장자원봉사에도 참여하고 있다.¹¹⁰⁾

- 주요 활동내용 및 예산

라이언 게임즈는 사회공헌활동의 차별성 확보를 위해 사회공헌 주력 대상으로 해외에 소재한 문화재의 환수와 청소년 문화재체험교육을 선정하여 후원하고 있으며, 해마다 긴급하거나 주요한 문화재 보호 대상에 맞추어 지원하는 방식을 취하고 있다. 조선불화 ‘석가삼존도’ 사례는 사회공헌차원에서 외국계 기업이 국내 문화재 환수에 기여한 최초의 사례이기도 했다. 라이언 게임즈는 문화재 분야에만 집중하면서 큰 규모의 후원금으로 안정적인 지원과 다양한 문화재 보호활동에 참여하고 있다. 2012년 5억원의 규모로 시작하여¹¹¹⁾ 매년 5~8억원 규모로 문화재청과 협력사업을 개발하고 있으며, 2016년까지 후원 규모가 35억원을 넘어섰다.¹¹²⁾

[표 4-4] 라이언 게임즈의 문화재 분야 사회공헌 활동

구분	내용
후원규모	약 35억원 (2012년~2016년)
참여분야	문화재 보존처리, 교육, 환수, 콘텐츠 개발, 현장자원봉사 등
주요 활동	국외문화재 보호 미국 허미티지박물관 조선불화 환수, 주미대한제국공사관 복원 지원
	청소년체험교육 및 자원봉사 후원 -
	보존관리 조선왕실 행차 유물(노부) 보존처리, 4대궁 보수정비, 성균관 3D원형기록
	시설관리 성균관 안내판 개선, 궁궐 조경관리용 중장비 기증, 국립고궁박물관 휴게실 리모델링
	전사행사 문화유산국민신탁 소장유물 특별전, ‘정조, 창경궁에 살다’ 등 후원
	홍보·캠페인 세계유산 방송콘텐츠 제작 후원, ‘티모와 함께하는 문화유산 정찰대’ 운영
	봉사활동 임직원 문화재 보호 현장자원봉사(궁궐, 왕릉, 성균관 등)

출처 : 장영기(2018), 전게서, p.260.

110) 장영기(2018), 전게서, pp.242~247 참고로 요약 · 정리

111) 초기 2억원 규모로 계획하였으나 대화 과정을 거치면서 5억으로 증액이 결정됨
(출처 : 2018년 6월 20일 문화재청 사회공헌 담당자 면담내용)

112) 장영기(2018), 전게서, pp.242~248 참고로 요약 · 정리

3. EU 및 영국

: 기업 사회공헌에 대한 책임 부여 및 간접적 유도·지원

1) EU 및 영국의 기업 사회공헌활동 관련 동향

① EU의 기업 사회공헌활동 관련 동향

유럽은 전통적으로 이해관계자 자본주의가 발달되어 시장의 사회적 책임을 중시하는 것이 특징이다.¹¹³⁾ 이러한 사회적 배경 속에서 기업 사회공헌과 관련하여 EU의 활동이 본격화된 것은 1993년 당시 EU 집행위원회(EU Commission) 위원장이었던 자크 들로르가 기업참여를 통해 유럽 사회 내 문제들을 해결할 필요가 있다고 언급하면서 부터라고 할 수 있다. 1995년에는 EU 집행위원회 위원장을 비롯한 20명의 유럽경영인들이 '사회적 배제에 반대하는 유럽 기업선언'을 하였고, 1996년 EU집행위원회는 기업들의 요구를 반영하여 사회문제에 대한 기업활동 정보와 경험을 교환하는 비즈니스 네트워크인 'CSR 유럽'을 출범시키기도 하였다.¹¹⁴⁾

이후 EU 집행위원회(EU Commission)는 2002년과 2006년 두 차례에 걸쳐 CSR 관련 정상급 회의를 개최하여 본격적인 논의의 장을 마련하였다. 또한 2006년 이후에서는 'CSR 연맹(CSR Alliance)'을 설립하고 다양한 이니셔티브를 발표하는 등 기업의 사회공헌을 유도하기 위한 활동을 적극 추진하고 있다.¹¹⁵⁾

한편으로, EU는 기업 사회공헌활동이 나아가야 할 방향을 제시하는 방침들을 제시함으로써 기업들이 바람직한 방향으로 사회공헌활동을 하도록 유도하고 있다. 주요 방침으로는 「그린페이퍼(2001)」, 「기업의 사회적 책임에 관한 보고서(2002)」, 「2011-14년 CSR을 위한 유럽의 새로운 전략(2011)」이 있다.

113) 남영숙 외 6인(2011), 「기업의 사회적책임(CSR)의 글로벌 트렌드와 지역별 동향 연구」, 외교부, p.67; 고동수(2011), 「기업의 사회적 책임 이슈와 대응방안-ISO 26000을 중심으로」, 산업정책연구원, pp.26~27를 토대로 작성

114) 상계서, p.68를 토대로 작성

115) 상계서, p.67를 토대로 작성

□ 그린페이퍼(Green Paper: Promoting an European framework for Corporate Social Responsibility)

EU는 2001년 기업의 사회적 책임 추진을 위한 「그린페이퍼(Green Paper)」를 발표하였다. 「그린페이퍼」에서는 유럽 기업들이 사회적 책임(CSR) 활동을 통해 지향해야 할 방향을 제시하고 사회적 책임(CSR) 활동의 범위를 규정하고 있다. 또한 통합적 관점에서 접근할 것을 강조하며, 행정과 기업의 협업을 강조하고 있다.

[표 4-5] 그린페이퍼(Green Paper)

목 차	내 용
서론	■ CSR을 지향하는 요인들 - 세계화와 대규모 산업변화 맥락에 있는 시민, 소비자, 공공당국 및 투자자들의 새로운 관심과 기대 - 사회적 기준이 소비자와 투자자로서의 개인과 기관의 투자결정에 점점 더 많은 영향을 미침 - 환경에 대한 경제활동으로 발생하는 피해에 대한 우려 증가 - 미디어, 최신정보 및 통신기술로 인한 기업 활동의 투명성 ■ 기업과 CSR - 기업들이 세계화 맥락에서 변화하는 환경의 도전 특히, 내수시장의 문제에 직면하고 있는 기업들은 CSR이 직접적인 경제적 가치를 가질 수 있음을 인식 - 기업의 주된 책임은 이익을 창출하는 것이지만, 동시에 CSR을 핵심사업의 전략적 투자에 통합시킴으로서 사회적·환경적 목적에도 기여할 수 있음
CSR 정의	■ CSR : 국제적 차원 - 인적자원관리, 직장에서의 건강과 안전, 변화에 적응, 환경적 영향과 천연자원의 관리 ■ CSR : 외부적 차원 - 지역 커뮤니티, 사업파트너, 공급자와 소비자, 인권, 지구 환경 문제
CSR에 대한 전체론적 접근	■ 사회적 책임 통합관리 ■ 사회적 책임 보고 및 감사 ■ 업무의 질 ■ 사회 및 환경라벨 ■ 사회적 책임이 있는 투자
협약과정	■ 그린페이퍼는 국제기구를 포함한 모든 수준의 공공당국을 불러들임 기업은 CSR개발을 위한 혁신적인 방법모색을 위해 공공당국과 함께 일해야 함 파트너십은 유럽 가치에 기반을 둔 CSR모델의 목적 달성에 상당한 기여가 가능 ■ 유럽 조직들, 경제·사회적 위원회 및 지역위원회는 CSR에 관한 토론유도, 정치적 지원, 정보나 지식교환 가능하게 함 ■ ‘그린페이퍼’의 주요 목표는 CSR 추진의 새로운 방법에 관한 인식을 높이고 토론을 촉진하는 것

출처 : Commission of the European Communities(2001), *Green Paper: Promoting an European framework for Corporate Social Responsibility*, pp.3~28 토대로 작성

□ 기업의 사회적 책임에 관한 보고서
(Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development)

EU 집행위원회는 2001년 유럽에서 기업의 사회적 책임(CSR)을 촉진시키기 위한 「그린 페이퍼」를 발표한 이후 이에 대한 250건이 넘는 문의를 받자, 2002년에 구체적인 전략을 제시하는 「기업의 사회적 책임(CSR)에 관한 보고서」를 다시 발행하였다.

EU 국가에 기업의 사회적 책임(CSR) 확산을 위해 우수 사례를 소개하고, 사회적 책임 투자(SRI) 등 기업의 사회공헌활동과 연계할 수 있는 수단을 소개하였다. 또한 기업의 사회적 책임(CSR)을 촉진시키기 위한 다자간 포럼 개최를 제안하여 기업들의 활동을 적극 지원하도록 하였으며, 모든 EU 정책에 기업의 사회적 책임(CSR)을 적용하도록 권장하는 파격적인 방침을 제시하였다.

[표 4-6] 기업의 사회적 책임에 관한 보고서(Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development)

목 차	내 용
CSR을 위한 유럽 조치 체계	■ CSR정의 - 기업의 사업운영 및 이해관계자와의 상호작용에 있어 사회적·환경적 관심을 통합시키는 개념 ■ CSR에 대한 인식 확대 ■ 국제적 차원의 CSR - 중소기업을 비롯해 더 많은 기업들의 사업범위가 국제적으로 넓어지고 있음 - 국제적으로 합의된 사회적·환경적 기준의 인식을 제고하고 실행하도록 정부, 국제기구 및 시민사회 역할의 중요함을 강조함 ■ 확산을 위한 도전 ■ CSR을 위한 EU조치체계에 대해
CSR에 대한 지식을 향상시키고 우수사례와 경험의 교환을 촉진	■ 기업과 사회에 관한 CSR의 영향에 관한 지식 증대 ■ 기업 간에 CSR에 관련 경험과 우수사례 교환 전개 ■ 국가 간 CSR에 관련 경험과 우수사례 교환 전개 ■ CSR관리기술 개발 ■ 중소기업간 CSR 육성
CSR의 관행 및 도구의 융합 및 투명성 증진	■ 행동수칙 ■ 운영 기준 ■ 측정/보고/확약 ■ 서비스, 사회 및 환경관련정보 표시된 라벨 ■ 사회적 책임 투자(SRI)
CSR에 관한 EU의 다자간 포럼 개최	■ CSR실행과 수단의 투명성과 융합을 촉진시키고자 다자간 포럼 개최 제안 - EU레벨에 관계자 간의 경험과 우수사례 교환 - EU내에서 현재 이니셔티브 통합 공통 EU 접근 및 지도원칙 수립을 모색 - 유럽차원에서 추가조치가 필요한 분야를 파악하고 탐색
모든 EU정책에 CSR통합	고용 및 사회정책, 기업정책, 환경정책, 소비자 정책, 공공조달 정책, 개발정책 및 무역을 포함한 대외관계 정책, 공공행정

출처 : Commission of the European Communities(2002), *Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development*, pp.2-24 내용을 토대로 작성

□ 2011-14년 CSR을 위한 유럽의 새로운 전략

(A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility)

EU 집행위원회(EU Commission)는 2002년 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 보고서 발행 이후 2007년 'CSR 유럽동맹 첫 번째 고위급 회담'을 개최하여, 기업의 사회적 책임(CSR) 활동을 통해 공공기관 및 민간부문에 어떻게 상호보완적으로 기여를 할 수 있는지에 대해 토론하였다. 이후 EU 집행위원회는 유럽 내 기업의 사회적 책임(CSR) 활동을 더욱 활성화시키기 위해 「2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략(A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility)」이라는 전략서를 발표한다.¹¹⁶⁾

「2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략」의 주요 특징 중 하나는 기업의 사회적 책임(CSR)에 대해 새로운 전략과 정의를 제시한 것이다. 2001년 EU 집행위원회가 「그린페이퍼(Green Paper)」를 통해 내린 CSR의 정의는 “기본적으로 기업들이 자발적으로 더 나은 사회와 더 맑은 환경에 공헌하도록 하는 것”¹¹⁷⁾이었다. 즉, 그린페이퍼에서는 기업의 사회적 책임을 어디까지나 기업들의 자발적 활동임을 강조하였다. 하지만 「2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략」에서는 기업의 사회적 책임을 “사회에 영향을 미치기 위한 기업의 책임”¹¹⁸⁾이라고 정의함으로써, 종전보다 기업의 의무적 책임 활동이라는 의미를 강화하였다.

이와 더불어 EU 집행위원회는 기업의 사회적 책임 영역을 “경제, 사회, 환경을 넘어 윤리, 인권 그리고 소비자 관심”¹¹⁹⁾까지 확대하여야 한다고 제시하고 있다. 또한 이러한 기업의 사회적 책임(CSR)은 사회 전체 뿐 아니라 기업에도 이익을 가져다주는 활동임을 강조하기도 하였다. 즉, EU 집행위원회(EU Commission)는 「2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략」을 통해 기업의 사회적 책임의 분야를 확대하고, 한편으로 기업의 사회공헌에 대한 의무와 책임은 강화하였음을 알 수 있다.

EU 집행위원회는 본 전략서에서 기업의 사회공헌활동을 활성화시키기 위해 △CSR 홍보 및 우수사례 전파, △기업의 사회/환경 정보 공개 개선, △중앙/지방정부 CSR 정책의

116) European Commission(2011), 「A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility」, pp.2~15 토대로 작성

117) 남영숙 외 6인(2011), 전계서, p.72.

118) 남영숙 외 6인(2011), 전계서, p.72.

119) 남영숙 외 6인(2011), 전계서, pp.72~73를 토대로 작성

중요성 강조 등을 포함한 다음과 같은 주요 의제를 설정하였다.

[표 4-7] 「2011-14년: CSR을 위한 유럽의 새로운 전략」 보고서의 주요 내용

구분	주요 의제(Agenda for Action)	세부 내용(Detail)
1	CRS 홍보 및 우수사례 전파 (Enhancing the visibility of CSR and disseminating good practice)	-2012년부터 기업과 이해관계자들 사이의 CSR 파트너십 강화 및 홍보를 위해 유럽 내 CSR 우수사례 Award Scheme 실행 -2013년부터 CSR 이슈를 공론화할 수 있는 다자간 CSR 플랫폼을 설치함
2	기업의 신뢰도 파악 및 개선 (Improving and tracking levels of trust in business)	-EU 불공정 상업 활동 지침에 근거하여 그린와싱(Green Washing) 과 관련된 내용들을 적극적으로 다룸 -21세기 기업에 사회적 역할에 대한 공개토론을 개최하고 기업의 CSR활동에 대한 시민들의 신뢰도를 정기적으로 조사
3	자율/공동 규제과정 개선 (Improving self- and co-regulation process)	-CSR 자율/공동 규제과정에 대한 준수규칙 수립을 위해 기업, 이해관계자들과 함께 논의할 수 있는 과정 시행
4	CSR 활성화를 위한 보상체계 환경 정비 (Enhancing market reward for CSR)	-CSR에 대한 기업의 인센티브를 강화하기 위해 소비, 공공조달, 투자분야에 대해 EU차원의 정책적 개선 -자본을 직접 투여하는 투자, 금융기관들은 고객들(시민, 기업, 국가)에게 사회/ 윤리적 기준을 명확히 제시
5	기업의 사회/환경 정보 공개 개선 (Improving company disclosure of social and environmental information)	-EU국가별로 상황에 따라 사회적, 환경적 내용을 포함하는 비자본 보고서 (Non-financial report) 제출 규정 제언 및 수립
6	CSR과 미래의 교육, 훈련, 연구의 통합 (Future integrating CSR into education, training and research)	-기존의 EU평생교육 프로그램과 청소년 활동프로그램에 CSR을 위한 훈련과 교육과정 개선을 지원 -2012년부터는 교육 전문가들 및 유관기업들이 CSR협력의 중요성을 공유하고 향상시킬 수 있는 활동들 추진
7	중앙/지방정부 CSR 정책의 중요성 강조 (Emphasising the importance of national and sub-national CSR policies)	-2012년부터 EU내에서 적용가능한 CSR국가정책 기본프레임워크를 구축 -EU회원국의 중앙/지방정부는 유럽2020전략(Europe 2020 strategy)을 고려하여 CSR활동을 장려할 수 있는 가이드라인을 작성
8	CSR의 EU기준이 국제기준에 상응하도록 조정 (Better aligning European and global approaches to CSR)	-직원이 1,000명인 유럽 대기업의 CSR 활동들이 ISO 26000 기준에 부합하는지 모니터링 -UN 지침서(UN Guiding Principle)를 바탕으로 대기업 뿐 아니라 중소기업에 대해서도 CSR 활동을 장려할 수 있도록 다자간 협의

출처 : European Commission(2011), *A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*, pp.2~15 토대로 작성

② 영국 내 기업 사회공헌활동 관련 동향

영국에서는 기업의 사회공헌활동(CSR/CSV)과 관련해 별도로 법제화하여 규제하기 보다는 유관된 법령(Act)이나 정책에 관련 내용을 포함시킴으로써 그 활동들을 적극 유도하는 체계를 갖추고 있다. 특히 1948년 「기업법(Companies Act 1948) 제정」과 2006년 「기업법 (Companies Act 2006) 개정」을 기준으로 기업의 사회적 책임(CSR)의 개념에 큰 변화가 있었다. 1940-60년에는 기업의 사회적 책임(CSR)의 논의범위가 주주들(shareholders)의 참여보장과 권한 신장에 국한되었다면, 1970-80년에는 직원들(employees)의 근무환경 및 공공복리 향상으로 확대되었고, 2000년대 이후에는 그 대상이 소비자(consumers)와 지역사회(local communities)로 더욱 확대되었다.¹²⁰⁾

한편, 2012년에는 「사회적 가치법(Social Value Act 2012)」을 제정하여, 공공부분의 사업(예: 의료, 교통, 소방, 주거, 보육 등)을 위임받아 추진하는 기업에 대해서는 사회공헌 관련 활동계획을 구체적으로 수립하고 이를 적극 실행하도록 유도하고 있다. 아울러 2016년 영국 문화체육관광부에서는 대기업들이 지역기반의 사회적 조직들의 활동을 지원하고 이는 해당기업의 지역 친화적 이미지 구축에 기여하는 상생의 거버넌스를 구축하도록 유도하는 「Buy Social Corporate Challenge」 정책을 시행하고 있다.¹²¹⁾

2) 영국의 기업 사회공헌활동 촉진을 위한 제도

□ 연금법(Pensions Act) : 연기금 사회책임투자자와 기업 사회공헌활동 유도

2001년 7월, 「1995년 연금법(Pensions Act)」을 개정하였는데, 개정법에서는 ‘연기금 투자 시 사회적, 환경적, 윤리적 문제들의 고려범위’를 공개할 것을 요구하고 있다.¹²²⁾ 이는 연기금의 사회책임투자(SRI)를 간접적으로 의무화한 것으로 해석할 수 있다.

즉, 법적으로 사회책임투자를 의무화한 것은 아니지만 투자 기준으로 기업의 사회적 책임(CSR) 활동을 고려하도록 하고 있는 것이다.

120) The Companies Act 1948 (11 & 12 Geo.6 c.38) & The Companies Act 2006 (c.46)

121) Social Enterprise UK(2016), “Buy Social Corporate Challenge”, Official Website of Social Enterprise UK, <https://www.socialenterprise.org.uk/corporate-challenge> (검색일: 2018.6.1.)

122) Department of Trade and Industry(2002), *Business and Society: Corporate Social Responsibility Report 2002*, p.7.

□ 기업법(The Companies Act) : 경영재무보고서 내 사회 이슈에 대한 활동 공시

영국은 2005년 3월 「기업법(The Companies Act)」을 개정하였는데, 개정된 법안에서는 주주 및 주주의 자에게는 기업 정보에 대한 접근성을 높이고 경영자에게는 경영 환경과 전망을 점검하도록 유도하기 위해, ‘경영재무보고서(OFR: Operating and Financial Review)’를 작성하도록 하였다. 또한 경영재무보고서에는 기업 경영에 대한 일반적인 내용과 더불어 기업의 사회적 책임 관련 정보를 포함시켜 공시하도록 법령에서 규정함으로써, 영국은 제도적으로 기업의 사회공헌활동을 유도하고 있음을 알 수 있다.¹²³⁾

경영재무보고서(OFR)에 공시해야 하는 정보

- 사업기간 동안 기업의 경영발전과 경영성과
- 결산기의 기업의 지위
- 사업연도 동안 기업의 발전, 경영성과 및 지위에 이른 주된 추세와 요인
- 기업의 경영, 목적, 전략
- 기업의 이용 가능한 자원
- 기업이 직면한 위험과 불확실성
- 환경문제에 관한 정책수립과 실행(기업사업이 환경에 미치는 영향 포함)
- 기업근로자에 대한 정책 및 실행
- 사회 및 지역공동체 관련 이슈에 관한 정책과 실행

※ 출처 : 참여연대 외(2010), 「CSR 법제화의 길을 묻다」, 4월 29일자 토론회 자료, pp.14~15 직접 인용

3) 영국 BITC의 「기업책임지수」

□ Business in the Community(BITC)의 도입 배경 및 목적

1982년 영국의 통상산업부(Department of Trade and Industry)는 기업의 사회적 책임 수행을 지원하기 위해 영국 왕립 자선단체(Prince's Charity)이자 비영리단체인 ‘지역 사회 속 기업(Business in the Community, 이하 BITC)’이라는 기관을 설립하였다.¹²⁴⁾ ‘지역사회 속 기업(BITC)’은 영국 왕세자의 책임있는 비즈니스 네트워크로써, 기업과 사회의 변영은 상호의존적이라는 이해를 가진 진보적인 기업회원들로 구성된 조직이다.¹²⁵⁾

123) 참여연대 외(2010), 「CSR 법제화의 길을 묻다」, 4월 29일자 토론회 자료, p.14를 토대로 작성

124) Wikipedia(2018), “Business in the Community”, https://en.wikipedia.org/wiki/Business_in_the_Community (검색일: 2018.5.24.)

125) Business in the Community(2018), “What responsible business”, <https://www.bitc.org.uk/what-responsible-business> (검색일: 2018.5.24.)를 토대로 작성

‘지역사회 속 기업(BITC)’의 주요 업무는 각종 프로그램과 캠페인을 운영하는 것이며, 2002년부터는 기업책임지수(The Corporate Responsibility Index, 이하 CRI)를 만들어 기업의 사회공헌활동에 대해 평가하고 있다.¹²⁶⁾ ‘지역사회 속 기업(BITC)’에서 운영하고 있는 프로그램 중 지역사회와 관련된 사업은 크게 △지역사회 참여와 △지역사회 변화라는 주제로 구분하여 추진되고 있으며, 세부 내용은 다음과 같다.

[표 4-8] 지역사회 속 기업(BITC)에서 운영하는 지역사회 관련 프로그램

구 분	내 용
지역사회: 소규모 지역 업체 지원을 통한 고용창출과 지역 활성화	지역사회 참여 ■ 비즈니스 커넥터 - 특정도시 또는 지역(소외지역)에서 업무를 수행하기 위해 기업 또는 공공 부문에서 BITC로 파견된 직원들로, 지속가능한 파트너십을 개발 ■ 기술 중심 자원봉사 ■ 스코틀랜드 직원 자원봉사
	지역사회 변화 ■ Arts Forward - 예술 및 문화단체에 제공하는 프로그램으로, 1:1 비즈니스 멘토링, 보드 레벨 지원 또는 집중적이고 단기적인 사업 솔루션을 제공함. 해당 단체들의 이익증대, 고용창출 등을 목적으로 함 ■ Pride of Place - 디지털기술 진보 등으로 인해 사회 내에 많은 격차 발생함. 이를 해결하기 위한 사업추진 (Blacpool과 Wksbeach 지역에서 시험적 활동이 진행 중임) ■ 사회적 기업 지원 - ‘Social Enterprise UK’과의 파트너십을 통해 지속가능한 사업을 계속 영위하여 지역사회에 기여할 수 있도록 함. 소외된 지역사회의 사회적 기업을 지원해 일자리 창출할 수 있도록 지원 ■ 기업 응급복구 그룹(Business Emergency Resilience Group, BERG) - BERG 이니셔티브의 목표는 모든 기업의 회복력을 보장하기 위한 것임 - 많은 지역사회는 서비스와 일자리를 제공하는 지역 업체에 의존하고 있는데 자연재해, 사이버 공격 등으로 인한 피해를 입게 되면 지역사회가 큰 타격을 입게 되므로, 기업 응급복구 프로그램을 운영

출처 : Business in the Community(2018), “Campaigns & Programmes – Community & Place – Community Engagement/Community Transformation”, <https://www.bitc.org.uk/campaigns-programmes> (검색일: 2018. 5.24.)의 내용을 토대로 작성

126) Business in the Community(2018), “2016 CR Index Company Listing”, <https://www.bitc.org.uk/resources-training/research/2016-cr-index-company-listing> (검색일: 2018.5.24.)를 토대로 작성

□ BITC의 기업책임지수(The Corporate Responsibility Index, CRI)

‘지역사회 속 기업(BITC)’에서는 기업책임지수(CRI)를 만들고, 이를 소속 회원사를 대상으로 평가하여 매년 순위를 부여하고 있다. 기업책임지수(CRI)는 개별적으로 가중치가 부여된 4개의 섹션으로 나뉘어져 있으며, 이는 ①사업전략, ②통합, ③관리 영역, ④성과와 영향 영역으로 구성되어 있다. 지역사회, 환경, 시장, 직장 등 네 가지 핵심 관리영역에 대해서는 온라인 설문조사를 시행하고, 나머지 여섯 가지 핵심 영향영역에 대해서는 기업이 보고하도록 요청한다.¹²⁷⁾

[표 4-9] 기업책임지수(CRI) 평가항목 및 비중

의무적 질문	사업 전략(10%)				제출물 정보공개 (1%)
	↓				
	통합(23%)				
	↓				
	관리영역(28%)				
	지역사회	환경	시장	직장	
	↓				
선택적 질문	성과와 영향 영역(38%)				
	환경		사회		
	- 기후변화(의무적) - 오수관리(의무적) - 생물의 다양성 - 통근 및 출장 - 자체선택, 환경적 영향		- 기업 복지 및 업무 - 직원 개발 - 평등, 다양성 및 포함 - 지역사회 투자 - 자체선택, 사회적 영향		

출처 : Business in the Community(2011), *Corporate Responsibility Index 2011_ Kingfisher plc*, p.3를 토대로 작성

특히, 지역사회 관리 부문에서는 지역사회의 주요 이슈를 찾아 지역사회 발전을 위한 전략을 세우고 있는지, 그리고 이를 실행하기 위해 지역사회와 긴밀한 파트너십을 구축하고 있고 이를 지속적으로 모니터링하는지 등에 대해 평가하고 있다.¹²⁸⁾ 이러한 기업책임지수(CRI)는 ‘지역사회 속 기업(BITC)’ 홈페이지나 미디어를 통해 대외적으로 공개되어 기업 이미지에 상당한 영향을 주므로, 의무는 아니지만 많은 기업들이 기업책임지수(CRI) 내 평가항목을 고려하여 활동을 시행하고 있는 실정이다.

127) Business in the Community(2011), *Corporate Responsibility Index 2011_ Kingfisher plc*, p.3를 토대로 작성

128) 상계서, p.10를 토대로 작성

[표 4-10] CR Index 평가항목

구 분	평가 목적	평가 항목	
사업전략	- CR가치를 사업전략의 핵심에 배치하는 것에 대해 보상 - 주요 사회적, 환경적 위험과 기회를 확인하는 시스템이 있는지와 이들이 원칙과 정책적으로 다뤄지고 있는지 여부를 확인 - 기업은 최고수준의 리더십과 헌신, 이사회 내부보고, 책임 있는 사업수행에 대한 대중적 지지를 보여줄 수 있어야 함	기업 비전과 가치, CR원칙, 리더십-책임, 리더십-보고, 지지, 위험관리 프로세스, 정책(방침)	
통합	- 내부 커뮤니케이션과 직원 트레이닝을 통해 회사의 주요 CR 이슈를 이해시키고, CR 관련 평가 및 성과 기준을 수립하여 이해 관계자 참여를 유도하고, CS 전략에 기여하도록 하여 사회 및 환경 문제가 기업의 전략적 결정에 반영되어야 함	기업책임 원칙의 통합, 사업수행, 공공정책에의 영향, 지속적인 표준-높은 위험, 성과 관리, 보수와 보너스 시스템, 전략적 결정, 훈련 및 개발, 고위간부와 임원교육, 이해관계자 참여, 결과공표, 결과공표의 범위	
관리영역	지역사회, 환경, 시장 및 직장의 4가지 영역에서 CR문제를 다루는 관리비법을 개발했는지에 대해 평가 선도기업은 다음을 입증할 수 있어야 함 - 사업전반에 걸친 책임감있는 행동 보장 정책 - 지속적인 개선을 추구하는 목표 - 모든 수준에서 정의된 책임 - 지식과 최신정보 공유위한 효과적인 커뮤니케이션 시스템 - 역량 및 목표달성 보장 위해 관련 직원에게 교육제공 - 모든 핵심분야에 대해 이해관계자 협의 및 참여 프로세스 - 진생상황 측정, 평가 및 보고하기 위한 모니터링 시스템 - 핵심쟁점, 목표 및 공개적으로 보고된 성과	지역사회 관리 주요 지역사회 이슈 지역사회 전략 대상 내부수행 지역사회 파트너십 모니터링	시장관리 주요이슈 공급과정-지불 공급과정 정책-저위험구가에 있는 공급자 공급과정-사람 공급과정-우선순위결정과 참여 공급과정-장려하는 지속적인 개발 제품/서비스-고객에 대한 책임감 제품/서비스-판매 및 마케팅 제품/서비스-사회적, 환경적 영향
		환경관리 주요 환경 이슈 목적 대상 직원참여 이해관계자 의사소통 환경관리 시스템	직장관리 주요이슈 기업 책무 및 공개 통합 직원 프로그램 건강과 안전관리 체계 측정 및 모니터링
환경적 영향영역	- 기업에서 완료한 각 영역에 대한 결과 및 벤치마킹 정보를 제 공함 - 각 영역에서는 문제를 관리하기 위한 조직의 노력, 개선 및 조직성과를 위한 프로그램을 검토함	기후변화/오수처리/ 자원사용, 측정 및 보고, 정보범위, 정보의 질, 재생 가능하고 대체가능한 에너지, 성과개선	
사회적 영향영역	- 기업에서 완료한 각 영역에 대한 결과 및 벤치마킹 정보를 제 공함 - 각 영역에서는 문제를 관리하기 위한 조직의 노력, 개선 및 조직성과를 위한 프로그램을 검토함	직장 내 평등, 다양성 기업 책무 및 참여 통합 측정 및 모니터링 성과개선 지역사회 투자-이익과 영향 투입의 측정 결과의 측정 기업이익 지역사회 이익 보고	책임감있는 제품 및 서비스 기업책무 측정 및 보고 정보의 질 보급(률) 성과개선

출처 : Business in the Community(2011), *Corporate Responsibility Index 2011_ Kingfisher plc*, pp.7~13 내용을 표로 정리

4) 리즈시의 「기업 사회공헌활동 툴킷」

□ 도입 배경 및 목적

리즈시(City of Leeds)는 잉글랜드 북부지역에 위치한 인구 약 78만 명 규모의 지방도시로 과거 면직물 산업으로 제조업이 번성하였던 지역이었으나, 2010년 세계금융위기 이후 면직산업이 쇠퇴의 길을 걷게 되면서 시 재정에도 타격을 주게 되었다.¹²⁹⁾ 이로 인해 시 당국은 지역상권 쇠퇴, 빈민가구울 증가 등 지역의 현안을 해결하는데 한계에 직면하게 되었고, 이를 타계하기 위한 방안 중 하나로 기업 사회공헌활동을 적극 유도하려는 정책을 펼치고 있다. 이를 위해 리즈시는 자체적으로 시 정부가 지역 기업의 사회공헌활동(CSR)을 촉진하기 위해 지원하는 ‘CSR Plus’라는 개념을 도입하였다. 리즈시는 지자체가 중심이 되어 지역현안을 해결하는 과정 속에서 기업 사회공헌활동을 활성화시키기 위한 정책적 환경을 구축하고자 노력하는 대표적 지자체라 할 수 있다.

□ 주요 내용

리즈시(City of Leeds)는 2014년 지역문제 해결에 기업 참여를 유도하기 위해 「기업 사회공헌활동 툴킷(Corporate Social Responsibility Plus Toolkit)」을 발행하였다. 본 지침서는 지역 내 기업들이 지역사회를 위해 사회공헌활동을 시행하도록 유도하기 위해 시의 역할을 정립하고, 미국, 유럽 등 성공한 기업들의 사회공헌활동 사례를 수록하여 현지화시킬 수 있는 방안들을 제시하는 내용으로 구성되어 있다.¹³⁰⁾

LOCAL AUTHORITIES

Soft forms of local government intervention have proven to be the most effective in promoting localised CSR. This toolkit focuses on the local authorities having three main roles:

1. PROMOTER

Awareness-raising is the first step to engage businesses and communities. There are good commercial reasons for CSR and local authorities can share these with businesses and publicise best practice examples of CSR and community-business partnerships.

Local authorities can also signpost to other organisations that play the role of facilitating CSR relationships. This is not about imposing extra pressure on businesses; rather it is about selling the business case.

2. FACILITATOR

Local authorities are in an ideal position to stimulate and support networks and frameworks across towns and cities to allow lasting relationships to be formed and maintained between businesses and communities.

The networks and frameworks within which the relationships develop will be unique within each town or city but, to a varying extent, local authorities may need to take the initial role of facilitator.

3. ADVISOR

While this toolkit does not necessarily promote the role of the local authority as a match-maker between companies and community groups (and recognises that there are already a range of organisations in both the private and third sectors which fulfil this role very effectively), companies may well benefit from the insight that councils have about local needs and the groups within communities.

Local authorities can also advise on the approaches to localised CSR that have internationally shown the best results (Please refer to the Innovative Approaches section of this toolkit.)

[그림 4-2] 「기업 사회공헌활동 툴킷(Toolkit)」에서 제시한 기업 사회공헌활동 촉진을 위한 리즈시 역할
출처 : City of Leeds(2018), *CSR PLUS TOOLKIT*, City of Leeds, p.15

129) Wikipedia(2018), "City of Leeds", https://en.wikipedia.org/wiki/City_of_Leeds (검색일: 2018.5.24.)

130) City of Leeds(2018), *CSR PLUS TOOLKIT*, City of Leeds 목차 및 내용을 토대로 정리

먼저, 「기업 사회공헌활동 툴킷」에서는 기업 사회공헌활동 추진을 위해 시 당국이 기획자(promoter), 촉진자(facilitator), 조언자(advisor)의 역할을 해야 한다고 강조하였다. 또한 해외 주요 국가들의 혁신적 사회공헌의 몇 가지 특징을 도출하고 주요 사례들을 제시하고 있다. 본 지침서에서 제시하는 기업의 혁신적 사회공헌활동의 특징은 다음과 같다.

[표 4-11] 리즈시 「기업 사회공헌활동 툴킷」에서 제시한 기업의 혁신적 사회공헌활동 특징

구분	기업의 혁신적 사회공헌활동 특징	세부 내용
1	사회적 현안과 비즈니스 전략의 연계	CSR을 창의적 투자 톨로 인식하고 사회 현안과 경영 전략을 연계
2	경영진의 CSR 인식	기업 사회공헌활동에 대한 예산, 영향력 등을 가지는 경영진의 인식 제고
3	CSR 제공에 대한 창조적 발상	지역사회를 위한 창의적인 사회공헌 방안 모색
4	기업-지역사회 상호관계 구축	기업과 커뮤니티가 전문 지식, 역량 및 리소스를 결합
5	공통의 가치를 실현하기 위한 파트너십 기반	공통의 사회적 가치 실현을 위해 스타트업 기업, 지역단체 (community groups) 등 무료 기술 및 경영 지원
6	가치 공유	목표로 하는 가치의 상호 공유
7	임직원과 고객들과의 긴밀한 연계	커뮤니티 기반의 CSR 추진을 위해 다양한 주체 간 긴밀한 연계 및 중장기적 파트너십 구축이 중요하여, 이를 위해 제3 섹터와의 관계 형성

출처 : City of Leeds(2018), *CSR PLUS TOOLKIT*, City of Leeds, pp.20-26 내용을 토대로 작성

5) 웨스트민스터구의 「Foundation Programme」

□ 도입 배경 및 목적

웨스트민스터구는 인구 약 25만 명인 런던 중심부에 위치한 자치구이며, 54,000여개의 사업체들이 들어서 있는 런던 상업의 중심지이다.¹³¹⁾ 템즈강에 접한 남쪽으로는 영국 의회 시설들이 들어서 있고, 동쪽으로는 웨스트 엔드(West End)를 중심으로 엔터테인먼트, 관광 관련 산업이 발달되어 있다. 그리고 서쪽으로는 본드스트리트(Bond Street)와 메이페이(Mayfair)를 중심으로 영국기업 뿐만 아니라 다국적 기업들의 본사들이 밀집되어 있다.

웨스트민스터구(Westminster City Council)에서는 예전부터 지역의 풍부한 산업자산을 활용하여 기업의 CSR활동을 활성화시키기 위한 계획을 수립하고 다양한 프로그램들을 추진 중에 있으며, 이 중 대표적인 프로그램이 'Heart of the City'라는 비영리단체와 함께 추진하는 「Foundation Programme」이다.

□ 추진 체계

웨스트민스터구(Westminster City Council)는 매년 'Heart of the City'라는 비영리단체와 함께 「Foundation Programme」를 추진하고 있다. 본 프로그램의 핵심 주체인 'Heart of the City'는 자선 성격의 비영리 단체로, 런던시 기업연합체(City of London Corporation: CLC)의 회원기업 임원들이 운영위원회를 구성하고 있는 조직이다. 'Heart of the City'는 런던에서 활동 중인 CLC회원 기업들이 CSR 관련 프로그램에 적극 참여할 수 있도록 지원하는 매개기관이다. 또한 'Heart of the City'는 웨스트민스터구 내 지역사회를 위해 기업들이 사회공헌활동을 효과적으로 추진할 수 있도록 각종 정보를 제공하고 관련 주체들을 연계하는 플랫폼 역할을 한다.¹³²⁾

한편, 웨스트민스터구(Westminster City Council)는 정책사업을 추진하는데 있어 점차 중요시 되고 있는 지역기업들의 참여와 사회공헌활동에 대해 자치구 사업정책계획서 등에 반영하는 역할을 하고 있다. 실제 「2017-2018년 자치구 사업정책계획서(Policy, Performance, and Communications Business Plan)」, 「웨스트민스터 사업

131) City of Westminster(2018), *Westminster Business Handbook*, City of Westminster, p.2.

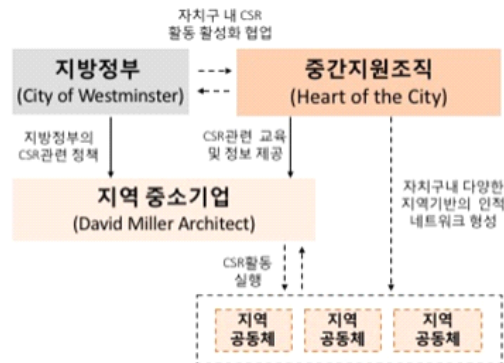
132) Heart of the City(2018), "About us", Official Website of Heart of the City, <https://theheartofthecity.com/about-us/> (검색일: 2018.8.1.)

편람(Westminster Business Handbook)」 등에 기업의 사회공헌활동 관련 내용을 명시함으로써, 지역기업들과 지역공동체가 연계된 사업의 중요성을 정책적으로 강조하였다.¹³³⁾ 또한 지역사회 발전을 위해 기여하는 기업들을 격려하고 홍보하기 위해 구 차원에서 매년 Westminster Lions Awards라는 우수기업 시상제도도 운영 중이다.¹³⁴⁾

지역사회 참여를 위한 새로운 접근방식(New approach to community engagement)

- A 'You Make the Difference' comms and engagement campaign to increase participation in Open Forum and council consultations, to include: [Comms, Gold]
 - Open Forum events led by Cllrs
 - Young Westminster Forum
 - Business Open Forum
- Other service comms includes: [Comms]
 - Promoting volunteering, including the Westminster Community Awards
 - Promoting Corporate Social Responsibility
 - : supporting employment and green initiatives
 - The Westminster Lion Awards
- New Social Value strategy launched [Policy, Q2]
 - Template for calculation of social value as part of the procurement process [E&P, Q1]
- Voluntary and Community Sector [Policy, Q3]
 - New VCS support service commissioned
 - New VCS policy framework

※ 출처 : Westminster City Council(2017), *Policy, performance and communications business plan 2017/18*, City of Westminster, p.22.



[그림 4-3] Foundation Programme 추진 거버넌스 구조

출처 : 조사내용을 토대로 직접 작성

133) Westminster City Council(2017), *Policy, performance and communications business plan 2017/18*, City of Westminster, p.22.

134) City of Westminster(2018), *Westminster Business Handbook*, City of Westminster, p.19.

□ 주요 내용

「Foundation Programme」의 실질적인 실행기관인 'Heart of the City'은 CSR 활동 경험이 미흡한 중소기업들에게 관련된 기본 교육을 제공하고, CSR 활동에 관심이 있는 중소기업들에게 'Heart of the City'과 연계된 비영리단체나 지역공동체 조직과 네트워킹할 수 있는 기회를 제공한다. 구체적인 CSR 활동내용은 기업의 직종에 따라 상이하지만 그 방식은 현물을 직접 납부하는 방식보다는 주로 직원들의 시간과 재능(Time & Talent)을 기부하는 방식으로 추진되고 있다. 이러한 'Heart of the City'의 지원활동으로 인해 지역 기반의 중소기업들은 보다 효과적으로 CSR 활동을 개시할 수 있게 된다.¹³⁵⁾

□ 「Foundation Programme」 참여 기업 사례 : David Miller Architect

David Miller Architects는 웨스트민스터 자치구 내에 위치한 약 20명 규모의 건축설계 회사이다. 3~5명의 직원들이 Heart of the City를 통해 CSR 관련 기본교육을 수료하고 지역학교의 방과 후 교실 자원봉사요원으로 활동하고 있다. 구체적으로 초중등학교 학생들을 대상으로는 기초과목인 STEM(Science, Technology, Engineering, Mathematics)을 가르치는 교육 프로그램을 운영하고, 고등학생 및 대학교 학생들을 대상으로는 건축 관련된 소프트웨어 활용방법 및 프로젝트 매니지먼트 관련 기초지식을 공유하는 프로그램을 추진하고 있다. David Miller Architects는 'Heart of the City'와의 CSR 활동을 시작으로 다양하게 지역사회에 기여하는 프로그램들을 제공하고 있으며, 이에 대한 공로를 인정받아 2017년 건설업협회에서 수여하는 Inspiring Change Award 및 올해의 우수한 중소기업상을 수상하기도 하였다.¹³⁶⁾



[그림 4-4] David Miller Architect에서 제공하는 CSR 프로그램 모습

출처 : Heart of the City(2018), "Member Spotlight - David Miller Architects", <https://theheartofthecity.com/case-studies/member-spotlight-david-miller-architects/> (검색일: 2018.08.01.)

135) Heart of the City(2018), "Foundation Programme", <https://theheartofthecity.com/getinvolved/foundation-programme/> (검색일: 2018.8.1.)을 토대로 작성

136) Heart of the City(2018), "Member Spotlight - David Miller Architects", <https://theheartofthecity.com/case-studies/member-spotlight-david-miller-architects/> (검색일: 2018.8.1.)을 토대로 작성

4. 일본 : 중앙부처 차원의 기업 참여 촉진정책 및 다양한 공모사업 시행

1) 일본 내 기업 사회공헌활동 관련 동향¹³⁷⁾

일본 기업의 사회공헌활동은 에도시대의 ‘상인도’ 또는 ‘장사도’의 경영 이념에서 유래를 찾기도 한다. 여기서 ‘상인도’란 “상행위의 의의를 적극적으로 옹호하면서 교환의 경제적, 사회적 의의를 강조”한 것으로, 이는 기업의 효율적 생산 뿐 아니라 윤리적·사회적 가치를 증시한 경영이념이라 할 수 있다.¹³⁸⁾

이후 현대적 의미의 기업 사회적 책임(CSR)의 등장은 1900년대 중후반 사회적 문제들이 배경이 되었다. 일본은 1960년대부터 1990년대에 걸쳐 일어난 자동차회사나 식품회사 등 대기업의 법령위반으로 인해 사회 전반적으로 기업에 대한 불신이 강했다. 이러한 배경 속에서 1991년 일본경제단체연합회는 기업 행동에 대한 사회적인 책임과 원칙 등을 정해 자사의 행동기준 책정 및 운용기준으로 활용될 수 있는 ‘기업행동헌장’을 제정하였다. 이 시기부터 본격적으로 기업들이 법적 의무뿐 아니라 사회적·윤리적 책무에 대해서도 이행하여야 한다는 인식을 갖기 시작하였다.¹³⁹⁾

2000년대에 들어서야 본격적으로 기업의 사회적 책임(CSR)이 확산되기 시작되는데 일본 대표적 기업들이 CSR 담당부서를 만들고 활동을 시작하는 등 구체적인 CSR경영으로 전환하게 되었다. 경제동우회(經濟同友会)는 2003년을 ‘CSR경영원년’으로 규정하였으며,¹⁴⁰⁾ 일본경제단체연합회는 「기업행동헌장」을 개정(2004)하고 「기업행동헌장 실행 절차 제5판(2007)」을 공표하였다.¹⁴¹⁾

137) 일본 사례조사는 외부연구진으로 참여한 송준환 교수(아마구치 국립대학)의 원고를 토대로 작성

138) 이상민(2008), “이중적 CSR 체제의 기원 : 미국·독일·일본·한국의 국제비교 연구”, 『한국사회학』, v.42(7), 한국사회학회, p.230.

139) 김명중(2016), “일본기업의 사회적 책임 : 동향과 과제”, 『국제노동브리프』, 2006년 4월호, 한국노동연구원, p.20; Nobuyuki Demise(2012), “CSR과 ISO26000 : 일본의 대응”, 『국제노동브리프』, 2010년 12월호, 한국노동연구원, p.20.

140) Nobuyuki Demise(2012), 전계서, p.18.

141) 일본사회에서 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 이해는 기업의 환경보전 및 기업과 소비자의 관계에서 소비자 큰 손해를 주지 않도록 하는 이미지로, 기업과 종업원 또는 기업과 커뮤니티와의 관계 등에 대한 고민은 상대적으로 부족하다. 또한 이해관계자에 의한 감시나 기대가 상당히 적고, 사회문제에 관한 것도 정부에게 맡겨버리는 경향이 있다. (출처 : 西村 菜摘子(2013), 「日本に求められるCSRとは」, 上智大学, pp.13-14; 日本経済団体連合会(2007), 「企業行動憲章実行の手引き(第5版)」, 「実行の手引き」第5版発行にあたって.)

일본 내에서 기업의 사회공헌활동은 점차 증가하는 추세이다. 2016년도 경제단체연합회 자료에 의하면 기업의 사회공헌활동에 관한 지출합계액은 2,049억 엔, 1사 평균 지출액은 5억 9,700만 엔으로 1991년부터 시작된 기업 사회공헌활동 실적조사 실시 이래에 최고치를 기록하였다.¹⁴²⁾ 또한 2012년부터 2016년까지 1사 평균 사회공헌활동 지출액도 꾸준히 증가하고 있다. 특히, 2015년도와 2016년도에 연속해서 조사에 응한 272사의 동향을 보면, 지출액이 증가한 기업이 약 65%(176사)나 되어, 최근 들어 전반적으로 기업들이 사회공헌 관련 지출을 늘리고 있는 추세임을 알 수 있다.¹⁴³⁾

분야별 지출비율을 보면, 1994~2003년도까지 지출액 상위 3개 분야는 △건강·의학·스포츠, △학술·연구, △문화·예술이었다. 하지만 최근에는 △환경, △지역사회/역사·전통문화 보전 등의 분야와 관련된 사회공헌활동도 꾸준히 증가하여 사회공헌활동 관련 지출비중 순위에서도 매년 4~6위를 차지하고 있다. 지역사회/전통문화보전과 관련된 사회공헌활동에는 지역 활동에 대한 참가·협찬, 시설 개방, 지역주민을 위한 이벤트 개최, 사적·전통문화 보존 등이 해당한다.¹⁴⁴⁾

한편, 지금까지는 일본 내 기업들이 사회구성원으로서 사회적 책임 차원에서 자발적으로 사회공헌활동을 추진해 왔지만, 2000년대 후반부터는 정부부처나 지자체 차원에서 기업이 사회문제 해결을 위한 새로운 공공의 역할을 할 수 있도록 관련 정책을 도입하고 제도적으로 이를 지원하고 있다. 이러한 정책의 대표적인 예로는 내각부의 「새로운 공공 지원사업」, 오사카시의 「민관협력 도시매력창조전략」, 요코하마시 「요코하마형 지역공헌기업 인정 제도」 등이 있다.

2) 내각부의 「새로운 공공(新しい公共) 지원사업」

□ 도입 배경 및 목적

기후 변화의 악영향이 우려되고 저출산·고령화가 진행되고 있는 일본사회는 지금까지와 같이 정부의 재원과 물적 자원을 계속적으로 제공받아 지역 내 사회문제를 해결하는 것은 불가능하다는 인식이 팽배하게 되었다. 이에 2010년 일본 내각부는 「새로운 공공 선언」

142) 이는 동경올림픽, 패럴림픽, 지속가능한 개발목표(SDGs)로의 대응을 시작으로 사회공헌활동이 강화된 점이 증액의 요인이라 평가되고 있다. (출처: 日本経済団体連合会(2017), 「2016年度 社会貢献活動実績調査結果」, 日本経済団体連合会, p.2.)

143) 상계서, p.4 데이터를 토대로 작성

144) 상계서, pp.6-7 데이터를 토대로 작성

이라는 정책방침을 발표하게 된다.

여기서 '새로운 공공(新しい公共)'이란 사람들이 서로 의지하고 활기가 있는 사회, 이를 만들기 위해 다양한 당사자의 자발적인 협동의 장을 의미한다. 종래에는 '관'에서 독점해 온 영역을 '공'에 열고, '관'만으로는 실시할 수 없었던 영역을 관민협동으로 추진하는 등 시민, NPO, 기업 등이 공적인 자원과 서비스의 제공에 관여해간다는 개념이다. 또한 이를 통해 '새로운 공공'은 국민의 다양한 요구에 세세한 부분까지 대응가능한 맞춤형 서비스를 효과적인 형태로 제공하게 된다는 것이다.¹⁴⁵⁾

내각부는 '새로운 공공'이 만들어 내는 사회는 "서로가 의지하고 활기 있는 사회"라고 정의하였다. 모든 사람이 서로를 위한 안식처가 있고, 또 서로가 해야 할 역할이 존재하며 존중하는 사회로서, 이 가운데 다양한 새로운 서비스 시장이 만들어지게 되는 것이다. 나아가 이는 또 다른 경제활동으로 연결되어 그 결실이 사회에 적절히 환원됨으로써, 사람들의 생활이 윤택해지는 선순환을 통해 발전될 수 있다고 정책비전을 제시하였다. 내각부는 앞으로 '새로운 공공'을 통해 "서로 의지하고 활기 있는 사회"가 실현된다면, 상호 신뢰 속에서 사회비용을 줄이고, 주민의 행복도가 높은 커뮤니티가 형성될 수 있을 것이라고 판단하였다. 더욱이 '새로운 공공'과의 연계 속에서 새로운 발상에 의해 사회혁신이 일어나고, 이는 새로운 성장으로 이어질 것을 기대하고 있다.¹⁴⁶⁾

특히, 현대 사회에서 기업은 '새로운 공공'의 중요한 주체 중 하나이다. 기업은 시장원리를 통해 이익을 올리고, 한편으로는 지속가능한 사회 구축에 공헌함으로써, '이익'과 '일'을 선순환하는 역할을 수행할 수 있기 때문이다. 그러나 현재 글로벌 경제시스템은 높은 이익을 올리는 것이 주목적이 되어 단기간에 이익을 과도하게 올리는 풍조가 강하고 이를 지속한 결과, '경제적 리턴'과 '사회적 리턴'을 동시에 만들어 내는 것이 불가능한 문제를 야기하고 있다. 이로 인해 일본에서는 자본주의의 바람직한 방향을 새롭게 고민하고 있으며, '새로운 공공'으로써 기업 참여를 적극 유도하고 있다.¹⁴⁷⁾

145) 이 개념은 일본의 민주당 하토야마 정권(鳩山政権)의 시작인 2009년 10월 소연소명연설에서 제시되었으며, 이후 내각부는 원탁회의 등을 통해 개념을 정립하였다. 또한 이는 새롭게 도입된 개념이라기 보다 예전부터 일본의 지역 그리고 민간 사이에 존재해 온 「공」의 개념을 현대적으로 새롭게 재편집하는 것이라 할 수 있다.

1995년에 발생한 한신아와지 대지진(阪神淡路大震災)을 통해서 6천 여 명의 사망자가 발생하는 비극적 상황을 맞이하였으나, 지진 직후 행정, 민간 등의 모든 시스템이 올스톱된 피해지역에서 사람들 간의 공조정신으로 서로 간의 생활을 지지한 일련의 활동들은 피해자들 자신들이 자발적으로 만들어 낸 즉흥적인 공동체, NGO, NPO 등 전국에서 모인 자원봉사자들이 만들어 낸 "협동의 장"이었다. 이러한 움직임이 「새로운 공공」의 하나의 시작이라고 볼 수 있다.

(출처: 内閣府(2010), 「「新しい公共」宣言(平成22年6月4日第8回「新しい公共」円卓会議資料)」, pp.1-2; 内閣府(2011), 「新しい公共支援事業について」, p.1.)

146) 内閣府(2010), 전계서, p.2.

「새로운 공공」 실현을 위한 주체별 역할

① 국민도 변한다.

- 「정부 의존」에서 스스로가 선택하는 당사자로 변화를 도모한다.
- 한 사람으로는 해결될 것 같지 않은 큰 사회적 문제는 많다. 이러한 커다란 사회적 분야에서야 말로, 한 사람 한 사람의 생각과, 자신에게 가까운 것을 자신들이 추진하고 행동하는 것이 중요하다.

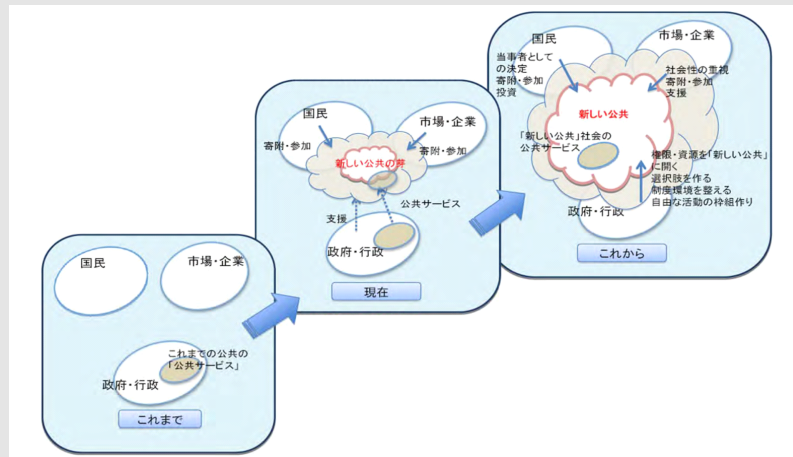
② 기업도 변한다.

- 기업도 「새로운 공공」의 중요한 담당자이다.
- 본업에 있어서 사회성과 사회공헌활동 등에 의한 다양한 평가를 적극적으로 요구한다.
- 국민과 정부와 함께 단기적인 수익성만이 아닌, 장기적 관점에 따른 사회성의 발휘가 평가되는 사회를 지향한다. 자본주의의 방향을 재검토한다.

③ 정부·행정도 변한다.

- 「관」이 독점해온 영역을 「새로운 공공」으로 열어 국민의 선택지를 제공한다.
「국민이 선택하는 사회」를 만든다.
- 다양한 주체가 「새로운 공공」에 참여 가능하도록 기부세제를 포함하여 사회제도를 정비한다.
- 공무원제도개혁, 예산편성개혁, 정보공개, 규제개혁, 지역주권을 추진한다.
- 「특구」등을 활용하여 사회혁신을 촉진하는 체제를 정부 일체로 만든다.
- 정부, 기업, NPO 등이 협동하여 사회적 활동을 담당하는 인재육성과 교육을 충실히 추진한다.
- 국가나 지자체 등이 시민섹터 등과의 관계를 재편성한다. 이를 위해 의존형 보조금과 하청형 업무 위탁이 아닌, 민간제안형 업무위탁, 시민참가형 공공사업 등의 시스템을 창설한다.
- 향후 정부 대응을 실시하고, 공공의 역할을 담당하는 데에 있어서 국민·기업·정부 등의 관계에 대해 지속적으로 논의할 장을 만든다.

※ 출처 : 内閣府(2012), 「「新しい公共」に関する取組について」, p.6 직접 인용



[그림 4-5] 새로운 공공의 단계적 변화

출처 : 内閣府(2012), 「「新しい公共」に関する取組について」, p.6.

□ 추진체계

일본 내각부는 관 주도의 정책 추진에서 벗어나 '새로운 공공'을 육성·지원하는 방향으로 정책패러다임을 전환하였으며, 이러한 정책방향을 실현하기 위한 정책수단으로써 「새로운 공공 지원사업」이라는 시범사업을 추진하였다. 「새로운 공공 지원사업」은 '새로운 공공'의 활동을 저해하는 요인을 해결하여 '새로운 공공' 주체의 자율적 활동을 뒷받침하고 '새로운 공공'의 확대와 정착을 도모하는 것을 목적으로 한다.¹⁴⁸⁾

「새로운 공공 지원사업」은 내각부에서 예산을 지원하고 실질적인 사업 운영은 도도부현에서 시행하는 체계를 가진다. 즉, 내각부에서 도도부현에 교부금을 배부하면 각 도도부현 내에 관련 기금이 설치된다. 또한 도도부현은 기금을 활용하여 NPO 등 새로운 공공이 담당하는 서비스 및 각종 활동에 대해 지원한다.¹⁴⁹⁾ 아울러 지원사업에는 기업이 새로운 공공으로서 활동하는 것을 지원하기 위해 추진되는 시스템 구축사업 등도 포함된다.

□ 주요 내용

내각부는 「새로운 공공 지원사업」을 통해 지역별로 실행기관의 역할을 수행하는 NPO 등을 지원하기 위한 사업을 추진함과 동시에, 기업이 새로운 공공으로서 참여할 수 있는 장을 마련하는 사업을 추진하였다. 「새로운 공공 지원사업」에는 여러 사업 유형이 있으며, 이 중에서 기업 활동과 관련된 대표적 사업 3가지는 「새로운 공공의 장을 만들기 위한 시범사업」, 「기부 모집 지원사업」, 「NPO 등의 활동 기반 정비를 위한 지원사업」이다. 먼저, 「새로운 공공의 장을 만들기 위한 시범사업」은 지역의 현안들을 행정 주도로 해결하는 것이 아니라 행정, 기업, NPO 등이 협력하여 활동하는 사업에 예산을 지원하는 사업이다.¹⁵⁰⁾ 두 번째 「기부 모집 지원사업」은 정부부처에서 직접 기업 등으로부터 기부를 받기 위한 시스템을 만들지 않고, 지역에서 기부 모집 시스템을 체계적으로 구축하여 운영할 수 있도록 지원하는 사업이다. 가령, 기부금 모집 및 운영에 대해 설명회를 개최하거나 전문가(fundraiser)를 직접 지역에 파견하는 등의 지원을 한다. 마지막으로 「NPO 등의 활동 기반 정비를 위한 지원사업」은 활동 역량을 갖춘 NPO 등의 조직이 행정을 대신해 새로운 공공의 역할을 해나갈 수 있도록 조직 및 인력 관리 등의 측면에서 교육, 정보제공 등을 지원하는 사업이다.¹⁵¹⁾

148) 내각부는 2010년을 기준으로 총 89.5억 엔의 사업비를 지원하였다.
(출처 : 内閣府(2011), “新しい公共支援事業について”, pp.1-2.)

149) 상계서, p.2.

150) 상계서, p.3.

[표 4-12] 일본의 「새로운 공공 지원사업」의 주요 사업 유형과 내용

유형	사업 내용
새로운 공공의 장 만들기를 위한 시범사업	(목적) NPO, 지방자치단체, 기업 등 다양한 담당자가 협동하여 해당 지역의 과제를 해결하는 것을 유도 (내용) 지역에서의 제언을 바탕으로 각 주체가 협력하여 지역의 과제 해결을 위해 추진하는 활동에 대해 지원
기부 모집 지원 사업 (소셜 캐피탈 육성·지원)	(목적) 지원 대상자의 기부 모집 활동의 효과를 높이거나, 기부자와의 네트워크 형성을 촉진 (내용) 기금모금활동 전문가(fundraiser) 파견에 의한 개별 지도, 기부금 모집에 대해 지역 기업 등에 대한 설명회 개최
NPO 등의 활동 기반 정비를 위한 지원 사업	(목적) NPO 등의 각종 활동 기반을 정비하고 투명성과 건전성 확보를 촉진 (내용) 재무 제표 작성을 위한 강습회의 개최, 조직·인력 등의 데이터베이스의 정비, 정보 제공

출처 : 内閣府(2011), “新しい公共支援事業について”, pp.2-3 내용을 토대로 작성

[표 4-13] 「새로운 공공의 장 만들기를 위한 시범사업」 실시현황

도도부현	사업수	도도부현	사업수	도도부현	사업수
홋카이도(北海道)	17	이시카와현(石川県)	13	오카야마현(岡山県)	6
아오모리현(青森県)	10	후쿠이현(福井県)	13	히로시마현(広島県)	5
이와테현(岩手県)	10	야마나시현(山梨県)	9	야마구치현(山口県)	12
미야기현(宮城県)	22	나가노현(長野県)	8	도쿠시마현(徳島県)	6
아키타현(秋田県)	8	기후현(岐阜県)	6	가가와현(香川県)	5
야마가타현(山形県)	6	시즈오카현(静岡県)	1	에히메현(愛媛県)	17
후쿠시마현(福島県)	13	아이치현(愛知県)	12	고치현(高知県)	2
이바라키현(茨城県)	6	미에현(三重県)	5	후쿠오카현(福岡県)	15
도치기현(栃木県)	2	사가현(滋賀県)	11	사가현(佐賀県)	2
군마현(群馬県)	11	교토부(京都府)	10	나가사키현(長崎県)	14
사이타마현(埼玉県)	15	오사카부(大阪府)	15	구마모토현(熊本県)	8
치바현(千葉県)	13	효고현(兵庫県)	31	오이타현(大分県)	7
도쿄도(東京都)	28	나라현(奈良県)	6	미야자키현(宮崎県)	4
가나가와현(神奈川県)	12	와카야마현(和歌山県)	13	가고시마현(鹿児島県)	5
니가타현(新潟県)	6	돗토리현(鳥取県)	6	오키나와현(沖縄県)	6
도야마현(富山県)	7	시마네현(島根県)	8	합계	467

출처 : 内閣府(2013), 「地域における「新しい公共」の担い手による取組事例に関する調査報告書」, 内閣府, p.12.

□ 「새로운 공공 지원사업」 실행을 위한 제도 개선사항

내각부는 '새로운 공공' 원탁회의와 '새로운 공공' 추진회의 등의 실시 결과를 토대로 '새로운 공공'의 개념을 구현하고 「새로운 공공 지원사업」이 지역에 파급되도록 하기 위해 다음과 같은 몇 가지 제도 정비를 제안하였다.

첫 번째는 기업이 '새로운 공공'의 역할을 하는 NPO 등에 기부를 할 경우 세액을 공제해주는 제도를 도입하였다. 2011년도 세제 개정을 통해, 인정특정비영리활동법인 및 일정요건을 만족하는 공익사단·재단법인, 학교법인, 사회복지법인, 갱생보호법인에 대한 기부금을 세액공제 대상에 새롭게 포함시켰다.¹⁵²⁾

두 번째는 새로운 공공이 시행하는 활동을 위해 모집하는 기부금 등을 지정기부금으로 지정하여 제도적 혜택을 받을 수 있도록 하였다. 가령, 재무성에서는 △지역 내 재해 등으로 인해 발생한 피해자들을 위한 중앙공동모금회가 모집하는 기부금, △인정특정비영리활동법인 및 공익사단·재단법인이 모집하는 기부금 등을 지정기부금으로 추가 지정하였다.¹⁵³⁾

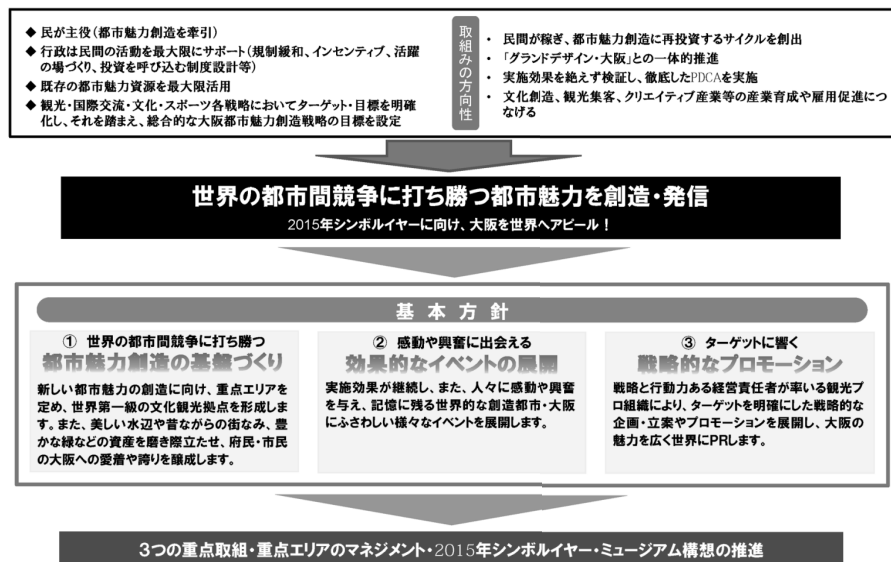
152) 内閣府(2012), 「「新しい公共」に関する取組について」, p.7.

153) 상계서, p.8.

3) 오사카시의 「민관협력 도시매력창조전략」과 「텐노지공원 진입부 정비 공모사업」

□ 도입 배경 및 목적

오사카시는 오사카부와 함께 세계의 도시와의 경쟁력을 강화하고 도시 매력을 창조하기
위해 2012년 12월 「오사카시 매력창조전략」을 책정하였다. 이는 세계적인 창조
도시를 향한 관광, 국제 교류, 문화, 스포츠 등 각 정책의 상위 개념이 되는 오사카부의
공통전략이다. 일반적인 정책사업 같이 보이는 이 전략은 “민간이 주도하고, 행정은 서포트”
하는 것을 기본방침으로 설정하고 있어, 기존의 행정 주도적 정책들과 차별화된다.¹⁵⁴⁾



[그림 4-6] 오사카 도시매력창조전략의 기본방침

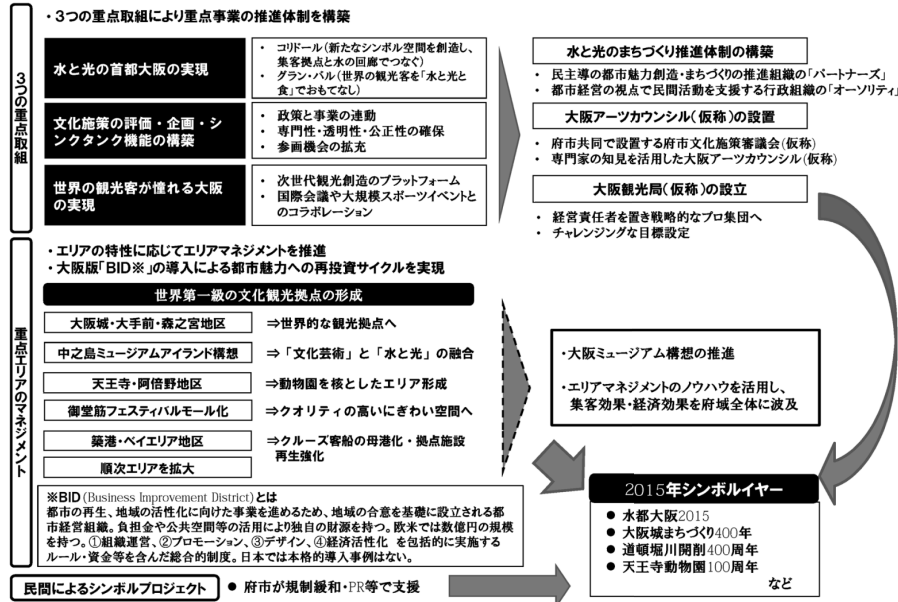
출처 : 大阪府府民文化部都市魅力創造局・大阪市ゆとりとみどり振興局(2012), 「大阪都市魅力創造戦略」, p.2.

□ 주요 내용

민관협력방식의 도시매력창조전략에서는 ‘물과 빛의 오사카 실현’, ‘문화시책의 평가·기획·싱크탱크 기능의 구축’, ‘세계의 관광객이 찾고 싶은 오사카 실현’ 등 3가지 목표를 설정하고 있다. 이 중 두 번째 목표를 실현하기 위해 정책과 사업의 연동, 전문성·투명성·공정성 확보, 참여 기회 확충 등의 세부 과제를 설정하였으며, 이와 같은 정책 추진에 있어 민간 참여를 적극 유도하고 있다.¹⁵⁵⁾

154) 大阪府府民文化部都市魅力創造局・大阪市ゆとりとみどり振興局(2012), 「大阪都市魅力創造戦略」, p.1.

오사카부는 민관협력 도시매력창조전략에서 오사카성, 텐노지지구, 미도스지 등 몇 개의 중점지구를 설정하였으며, 이를 중심으로 오사카시가 문관광거점화되도록 하였다. 또한 오사카부는 이러한 사업을 추진하는데 있어 민간기업 등이 참여할 경우, 규제 완화, PR 등의 지원을 하도록 정책 방침을 설정하고 있다.¹⁵⁶⁾



[그림 4-7] 오사카 도시매력창조전략의 체계

출처: 大阪府府民文化部都市魅力創造局・大阪市ゆとりとみどり振興局(2012), 「大阪都市魅力創造戦略」, p.3.

□ 오사카시 민관협력 도시매력창조전략에 따른 공모사업 : 「텐노지공원 진입부 정비 공모사업」¹⁵⁷⁾

현재 구성되어 있는 텐시바공원은 지난 수십년간 오사카 텐노지공원의 진입부 공간이었다. 기존에는 시민들이 텐노지공원을 유료로 이용하였으며, 1990년 지방박람회 때 공원을 정비한 이후 20~25년 후인 2010년대 들어서자 공원 노후화 문제가 제기되었다. 이에 공원 재정비에 대한 필요성이 점차 증가되었으며, 아울러 공원 활성화를 위해 폐쇄

155) 大阪府府民文化部都市魅力創造局・大阪市ゆとりとみどり振興局(2012), 전계서, p.3.

156) 상계서, p.3 내용을 토대로 작성

157) 「텐노지공원 진입부 정비 공모사업」에 대한 내용은 2018년 4월 24일 오사카시 및 킨테츠부동산 담당자 면담 결과를 토대로 정리하였다.

- 오사카시: 히라노 이즈미 과장대리(오사카시청), 후타 타카히로 담당계장(텐노지공원사무소)
- 킨테츠부동산: 에나미 시로 과장, 하시모토 유미코, 사와다 카이

적인 진입부의 정비(무료 개방 등)에 대해서도 요구되기 시작하였다.

이러한 상황 속에서 텐노지공원은 2012년 오사카부에서 수립한 「도시매력창조전략」 내 중점지역 중 하나로 선정되었으며, 오사카시는 텐노지동물원의 100주년(2015년)에 맞춰 공원 정비사업을 추진하고자 하였다. 민관협력을 통해 사업을 추진하라는 오사카부의 방침과 더불어, 공원 규모가 커서 실질적으로 정비사업비를 마련하는데 문제가 발생하면서 오사카시는 본 사업에 대한 민간 참여방안을 적극적으로 모색하기 시작하였다.

특히, 텐노지공원 정비 중 진입부 공간¹⁵⁸⁾에 대해서는 기업 참여 공모사업을 시행하였다. 공모사업의 내용은 텐노지공원 진입부 공간에 대한 기획부터 운영관리까지의 사업계획 전체를 민간기업이 수립·제안하는 것이다. 또한 오사카시는 사업 추진 및 운영관리에 소요되는 비용을 기업이 자체적으로 해결하도록 하기 위해 공원 내 수익사업을 허용하였다.



[그림 4-8] 텐노지공원 내 진입부 위치도

출처: 近鉄不動産(2018), 「ゲートエリア魅力向上事業概要」, 내부자료, p.1.

2014년 1~3월 오사카시는 텐노지공원 진입부 공간 개선사업에 대한 공모를 하였으며, 총 4팀의 기업이 응모하였다. 이후 2014년 4~6월에는 응모한 4팀을 대상으로 공원 정비에

158) 진입부 공간의 면적은 약 25,000㎡임

(출처: 大阪市(2018), 「天王寺公園エントランスエリア魅力創造・管理運営事業」, 내부자료, p.1.)

관한 구체적 방향을 제시하고, 관련 계획안에 대한 조정하기 위해 미팅을 실시하였다. 이를 토대로 2014년 8~9월 수정된 계획안을 가지고 2차 모집을 하였으며, 2014년 10월 최종적으로 킨테츠부동산이 사업자로 선정되어 12월 오사카시와 협약을 체결하였다.¹⁵⁹⁾

「민」인 킨테츠부동산과 「관」인 오사카시는 다음과 같은 내용으로 20년간 협약을 하였다.

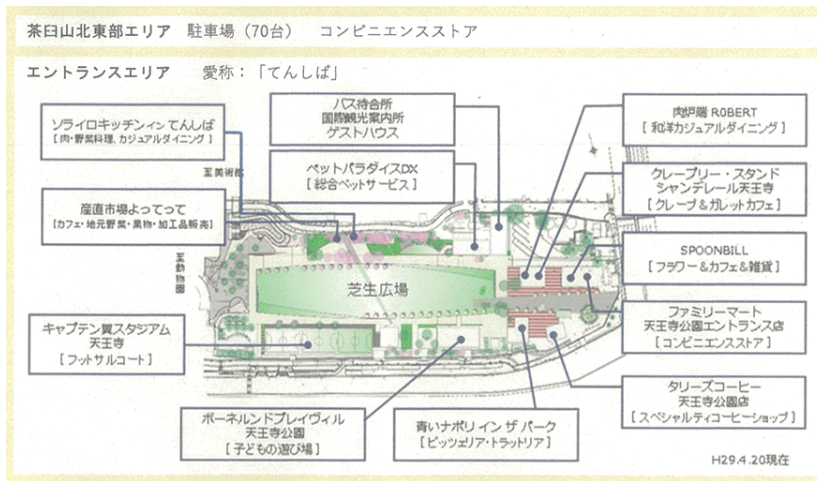
△ 킨테츠부동산은 공원을 재정비하고 공원 내 일정 규모 이하의 수익시설을 설치할 수 있으며, 협약 기간 동안 이를 지속적으로 운영·관리해야 한다.

또한 공원 내 잔디광장을 조성하여 오사카시에 기부한다.

(※ 협약 기간인 20년 후에는 원칙적으로는 시설 철거 등 원상복구)

△ 오사카시는 「도시공원법」에 근거해 설치관리허가를 하고 공원 유지관리에 필요한 행정업무를 지원한다.

이와 같은 협약 체결 이후 2015년 10월 사업이 완료되어 기존의 텐노지공원 진입부에 텐시바공원이라는 또 다른 공원이 조성되었다.



[그림 4-9] 텐시바공원 시설 상세도

출처 : 大阪市(2018), 「天王寺公園エントランスエリア魅力創造・管理運営事業」, 내부자료, p.1.

텐노지공원 진입부 정비를 통해 조성된 텐시바공원에는 총 13억의 킨테츠부동산의 자본이 투입되었으며, 킨테츠부동산은 수익시설 운영에 의해 매년 1억 원씩 투자비용을 회수하고 있다. 킨테츠부동산은 본 사업이 사업성 측면에서 크게 이익을 발생시키는 사업은 아니

159) 大阪市(2018), 「天王寺公園エントランスエリア魅力創造・管理運営事業」, 내부자료, p.1 및 오사카시 담당자 면담결과

지만 본사가 위치한 텐노지 지역의 활성화를 위해 기업이 지역에 공헌해야 한다는 의지를 가지고 적극적으로 참여하고 있는 실정이다.¹⁶⁰⁾

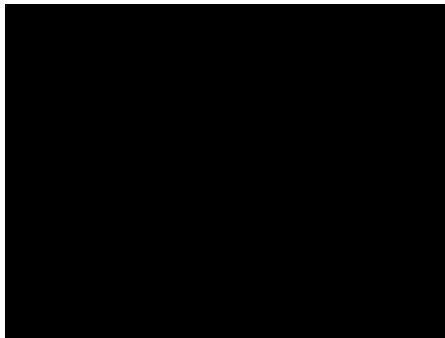
본 사업 추진으로 인해, 오사카시는 기존 텐노지공원 관리 예산이 연간 3,700만 엔에서 700만 엔으로 1/5 정도로 감축되었다. 반면 공공서비스의 질은 이전 보다 상당히 향상되었는데, 킨테츠부동산이 공원 내 레스토랑, 카페, 어린이놀이방 등 시민들이 원하는 다양한 수익시설을 도입·운영함에 따라 공공서비스의 질이 높아지고 공원 이용자수도 눈에 띄게 증가하게 된 것이다.¹⁶¹⁾ 아울러 공원 이용자 연령층도 낮아지고 다양해지면서 전체적으로 공원이 활성화되고 주변 지역으로도 긍정적 영향을 미치고 있다.



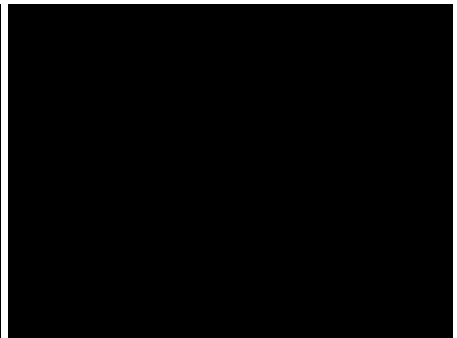
[그림 4-10] 텐시바공원 진입부
출처 : 저자 직접 촬영



[그림 4-11] 텐시바공원 내 수익시설
출처 : 저자 직접 촬영



[그림 4-12] 텐시바공원 내 잔디광장
출처 : 저자 직접 촬영



[그림 4-13] 텐시바공원 유지관리
출처 : 저자 직접 촬영

160) 킨테츠부동산을 비롯해 지역의 기업, 전문가 등은 오사카시와 함께 텐노지공원 활성화를 위한 연구회를 5년 전부터 운영하고 있다. (출처 : 오사카시 담당자 면담 결과)

161) 오사카시에서 3년 안에 260만 이상의 방문객을 유치하도록 권고하였으나 3년 간 400만 명이 방문하여 성공적으로 운영 중이며, 2018년 3월 30일을 기준으로 방문객 1,000만 명을 돌파하였다. (출처 : 킨테츠부동산 담당자 면담 결과)

4) 요코하마시의 「요코하마형 지역공헌기업 인정제도」

□ 도입 배경 및 목적¹⁶²⁾

요코하마시는 2007년 「요코하마형 지역공헌기업 인정제도」를 도입하였다. 이는 지역을 고려하여 경영하고, 본업 외에 환경보전활동, 지역봉사 등 사회적 사업에 힘쓰고 있는 기업의 성장과 발전을 지원하는 제도이다. 「요코하마형 지역공헌기업 인정제도」는 최근 들어 기업이 완수해야 할 책임이 단순한 규정 준수, 고용창출, 납세의무 등에 그치지 않고, 다양한 '이해관계자(직원, 고객, 협력회사, 지역주민, 주주 등)'의 요구에 따라 사회적 공헌 활동을 수행하는 시대로 변하고 있다는 인식 하에 도입된 제도이다.¹⁶³⁾

특히, 요코하마시는 기업이 사회공헌활동을 이행함으로써 이해관계자의 만족을 얻고 신뢰관계가 구축될 수 있으며, 이로 인해 기업은 지속가능한 발전을 할 수 있다는 인식 하에 제도를 운영하고 있다. 즉, 요코하마형 지역공헌기업 인정제도는 궁극적으로 지역과 기업이 상생해 나가야 한다는 목표를 가지고 있다. 요코하마시에서 설정한 '요코하마형 지역공헌기업'이란 ①지역과 사회를 인식하고 ②지역공헌 관점을 갖고 사회사업을 수행하여 ③지역과 함께 성장·발전을 목표로 하는 기업이며, 단순 자원봉사 뿐 아니라 요코하마라는 지역을 의식한 기업 활동 등 지역사회를 위한 모든 사회공헌활동을 인정하고 있다.¹⁶⁴⁾

□ 대상 기업

인정제도의 대상이 되는 기업의 주요 조건은 기본적으로 3가지이다.¹⁶⁵⁾

- ① 요코하마시 내에서 3년 이상 지속적으로 사업을 경영할 것
- ② 요코하마시 내 본사, 또는 사업소가 있을 것(사업소 단위로 신청 가능)
- ③ 요코하마시세(법인시민세)를 납부할 것

요코하마형 지역공헌기업으로 인정되면 2년간 유효하며 인정 이후 2년마다 갱신 심사를 하고, 갱신하지 못하는 경우 인정 효력을 상실한다.¹⁶⁶⁾

162) 요코하마시의 「요코하마형 지역공헌기업 인정제도」에 관한 내용은 2018년 4월 27일 담당자 면담결과를 토대로 정리하였다.

- 요코하마시청 : 오쿠즈미 아리후미 계장, 우니가메 마사히코 (경제국 경영·창업지원과)

163) 横浜市(2017b), 「横浜型地域貢献企業認定制度のご案内」, 내부자료, p.2.

164) 横浜企業経営支援財団(2018), “横浜型地域貢献企業支援事業とは”, 横浜企業経営支援財団 홈페이지, <http://www.idec.or.jp/keiei/csr/> (검색일: 2018.4.10.)

165) 横浜市(2017b), 전계서, p.2.

□ 평가 프로세스 및 평가 항목

요코하마형 지역공헌기업으로 인정하기 위한 평가는 크게 '시스템 평가'와 '지역성 평가', '인정등급 결정'으로 구분되며, 기본적으로 1단계 '시스템 평가'를 통과한 기업만이 2단계 '지역성 평가'의 대상이 된다.

• [1단계] 시스템 평가¹⁶⁷⁾

시스템 평가는 신청기업에게 배포하는 '지역지향 CSR경영시스템규격'에 근거해, 지역 공헌활동을 지속적으로 실시하기 위한 경영시스템(Plan→Do→Check→Act 구조)의 구축 여부를 평가하는 단계이다. 시스템 평가의 항목은 다음과 같이 크게 4가지 정도이며, 지역과 사회를 고려한 비전 수립에서부터 기업 경영의 내부적 건전성까지 주로 기업 경영과 관련된 항목들로 구성된다.

- 지역과 사회에 대한 관점을 통합한 경영비전 수립 상황
- 지역과 사회를 의식한 사업 활동에 종사하는 조직체제 구축 상황
- 직원의 의식계발, 인재육성 실시 상황
- 사내규칙, 지침서 작성, 주지 상황 등

• [2단계] 지역성 평가¹⁶⁸⁾

지역성 평가 지표는 필수, 중요, 일반 지표로 구분된다. 필수 지표는 기본적인 법령준수, 납세 증명서 등이고, 중요 지표에는 지역사회공헌, 지역자원 활용, 고용, 환경, 품질 등이 포함된다. 중요 지표 중에서도 가장 중요한 부문인 지역사회공헌 부문에서는 기업이 얼마나 지역을 위한 활동하고 기부했는지를 평가한다. 마지막으로 일반 지표에는 재무, 업적, 노동 안전·위생, 소비자·고객 대응, 정보 보안 등이 포함된다.

166) 전기(4/1~9/30) 인정기업은 10/1부터 2년간, 후기(10/1~3/31) 인정기업은 4/1부터 2년간 요코하마형 지역공헌기업으로 인정됨 (출처: 横浜市(2017b), 전계서, p.3 및 요코하마시청 담당자 면담 결과)

167) 横浜市(2017b), 전계서, p.3 및 요코하마시청 담당자 면담 결과

168) 横浜市(2017b), 전계서, p.3 및 요코하마시청 담당자 면담 결과

[표 4-14] 요코하마시 지역공헌기업 인정을 위한 '지역성 평가' 지표

구분	항목	내용
필수	준수	법령준수 선언문, 납세 증명서, 인허가
중요	지역사회공헌	지역 불란티어, 문화사업, 지역에 대한 기부
	지역자원 활용/지향	업체선정(지역업체 우선), 지역브랜드 판매
	고용	여성 활약 촉진(요코하마 굿발란스상 인정 등), 출상육아 지원, 개호 지원제도, 고령자/장애인 적극 고용
	환경	인증취득(ISO등), 지역환경 활동 참가, 리사이클
	품질	인증취득(ISO등), 고령자 대응제품, 건강배려제품
일반	재무, 업적	흑자 결산, 출납과 장부작성 분리, 회계참여 설치
	노동 안전·위생	인증취득(OHSAS 등), 건강, 노무 상담창구 설치
	소비자,고객 대응	고객대응창구 설치, 고객대응 교육/훈련제도
	정보보안	PC 문서관리, P마크, 고객정보관리

출처 : 横浜市(2017b), 「横浜型地域貢献企業認定制度のご案内」, 내부자료, p.3.

• [3단계] 인정등급 결정

지역성 평가에서 달성 지표수에 따라 최상위 기업과 상위 기업으로 등급을 구분하고 있다. 최상위 기업은 총 7개 이상의 지표를 달성해야 하며, 이 중에서 필수 지표 1개와 중요 지표 3개 이상을 반드시 포함해야 한다. 또한 최상위 기업으로써 인정받기 위해서는 '지역 사회공헌'과 '지역자원활용/지향' 지표를 모두 충족해야 하며, '최근 3분기 이내에 1회 흑자' 실적이 추가적으로 요구된다. 한편, 상위 기업의 경우에는 총 5개 이상의 지표를 달성해야 하며, 그 중에서 필수 지표 1개와 중요 지표 2개 이상을 포함해야 한다.¹⁶⁹⁾

[표 4-15] 요코하마형 지역공헌기업 인정 현황 (2017.10.1. 기준)

구분	인정기업수(개)	비율(%)	구분	인정기업수(개)	비율(%)
건설업	185	40.8	소매	23	5.0
제조업	64	14.1	산업폐기물처리업	15	3.3
서비스업	50	11.0	부동산업	8	1.8
조경업	38	8.4	정보통신업	4	0.9
전기공사/가스 관련 업	36	7.9	기타	30	6.6
합계				453	100

출처 : 横浜市(2017a), 「横浜型地域貢献企業認定現況」, 내부자료를 토대로 작성

169) 요코하마시청 담당자 면담 결과를 토대로 정리

□ 인정기업을 위한 혜택

요코하마형 지역공헌기업으로 인정되면, 기본적으로 기업에 인정증 및 인정마크를 부여한다. 또한 인정기업 간 네트워크를 형성할 수 있도록 교류회 및 세미나를 개최하고 요코하마시 차원에서 시 홈페이지 등에 인정기업에 대한 홍보를 실시한다. 그 외에도 처리용자 지원, 공공조달 수주 시 인센티브 제공 등 다양한 혜택이 주어진다.¹⁷⁰⁾

요코하마형 지역공헌기업 인정제도는 기본적으로 세제혜택 등 제도적인 인센티브는 없지만 기업이 경영 활동을 하는데 지역주민들로부터 신뢰를 얻을 수 있는 기반을 만들어 주고 있는 것이 특징이다.

[표 4-16] 요코하마형 지역공헌기업에 대한 혜택

구분	내용
인정증 및 인정마크 부여	평가항목 체크횟수에 따라 '최상위', '상위' 인정증 및 인정마크 부여
인정기업 간 네트워크 구축	인정기업 교류회를 연 1~2회 실시
인정기업 한정 세미나 실시	인정기업 대상으로 교수 등 전문가가 최신 테마강의 년 수회 무료강연
기업 홍보 지원	요코하마시나 해당 재단 홈페이지 등에 기업 활동 소개
설비투자 조성제도 자격요건 완화	요코하마시가 실시하는 설비투자의 조성제도 신청 시 자격요건 완화 적용
처리용자 자격 인정	처리용자제도의 자격인정 가능
공공조달 수주기회 혜택	요코하마시 공공공사 및 위탁(일부종목에 한함) 입찰시 인센티브 발주대상 이 되며, 예정가격 3억 엔 이상의 공공공사 입찰에 도입하고 있는 종합평가 낙찰방식의 평가항목에 가점 부여
IDEC 주최 세미나 할인 및 컨설팅 이용료 우대	해당 재단이 주최하는 세미나(일부) 무료수강, 경영혁신을 위한 전문가를 지속적으로 파견하는 '경영 컨설팅 메뉴'의 이용료 일부 우대

출처 : 横浜市(2017b), 「横浜市地域貢献企業認定制度のご案内」, 내부자료, p.3.



[그림 4-14] 요코하마형 기업 CSR

출처 : 横浜市(2017b), 「横浜市地域貢献企業認定制度のご案内」, 내부자료, p.2.

[그림 4-15] 요코하마형 지역공헌기업 인정마크

출처 : 横浜市(2017b), 「横浜市地域貢献企業認定制度のご案内」, 내부자료, p.3.

170) 横浜市(2017b), 전계서, 내부자료, p.3 내용을 토대로 작성

□ 요코하마형 지역공헌기업 사례

: (주)오카와 인쇄의 「요코하마 사람·마을 100경 프로젝트」¹⁷¹⁾

요코하마 사람·마을 100경 프로젝트는 요코하마시 지역공헌기업 중 프리미엄 기업으로 선정된 (주)오카와 인쇄라는 중소기업이 이노치노키(いのちの木)라는 NPO단체와 함께 협력하여 추진한 사회공헌활동 사례이다. (주)오카와 인쇄는 1881년 창업한 전통적 인쇄 회사로, 2000년대 초반부터 지역기업으로서 사회환경 변화에 적극 대응하기 위해 CSR 경영을 추진하기 시작하였다. 2004년에 '지역과 사회에 필요한 기업이 되고 사회에 공헌할 수 있는 인재를 세상에 배출해나가는 것'을 기업 목표로 재설정하였으며, 본업을 통한 사회공헌을 실천하는 '소셜 프린팅컴퍼니'로 규정하여 환경문제, 고령화, 의료사고 등 다양한 지역사회문제를 인쇄를 통해 해결해가고 있다.

이와 같은 기업 목표 하에 오카와 인쇄는 「요코하마 사람·마을 100경 프로젝트」라는 사회공헌활동을 추진하였다. 오카와 인쇄는 「요코하마 사람·마을 100경 프로젝트」를 통해 츠즈키구 나가마치다이 지구의 사람, 마을, 자연과 환경 등을 지역 사람들이 재발견할 수 있도록 하고, 더불어 방문자들에게 지역의 관광자원을 소개시키기 위해 마을경관 100경을 선정하였다. 또한 인쇄업체인 특성을 살려 선정한 마을경관 100경에 대해 자체적으로 일러스트로 작업하여 엽서나 달력으로 제작하고, NPO단체인 이노치노키(いのちの木)가 활동하는 지역커뮤니티 카페에서 전시회를 여는 등 지역활성화를 위해 기여하고 있다.



[그림 4-16] 나가마치다이지구 내 가로경관
출처: 저자 직접 촬영



[그림 4-17] 나가마치다이지구 내 자연경관
출처: 저자 직접 촬영



[그림 4-18] 요코하마 사람·마을 100경 프로젝트 성과물
출처: 河内山信一(2013), “中小企業CSRの最新事例”, Management Leader WEB, <http://www.mng-ldr.com/column/2013/05/22/----.php> (검색일: 2018.4.10.)

171) 河内山信一(2013), “中小企業CSRの最新事例”, Management Leader WEB, <http://www.mng-ldr.com/column/2013/05/22/----.php> (검색일: 2018.4.10.) 및 요코하마시청 담당자 면담결과를 토대로 정리

5. 미국 : 기업책임경영에 대한 국가행동계획 제시 및 자발적 사회공헌활동 촉진

1) 미국 내 기업 사회공헌활동 관련 동향

19세기 말부터 20세기 초 미국에서는 기업가에 의한 거액의 기부가 행해졌다. 기업의 사회공헌활동이 본격화된 계기는 세전이익의 5%까지 기업의 기부금에 대해 면세를 받을 수 있게 한 1935년 새로운 세법의 제정이었다. 이후 1981년 법 개정(연방법전 제26편 제170조)에 의해 면세한도가 10%로 확대되면서 기업의 사회공헌활동이 더욱 활성화되었다.¹⁷²⁾

미국에서 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility, CSR)은 일반 소비자부터 비즈니스 리더에 이르기까지 쉽게 이해하고 있는 분야이다. 미국사회에서는 CSR의 일환으로 추진되는 계획과 프로젝트가 다수이며 기업의 사회적 책임에 관한 중요성도 점차 증가하고 있다. 또한 이러한 사회적 배경 속에서 "CSR"에 대한 논의와 연구도 계속되고 있다. 데니스 레오나드(Denis Leonard)와 로드니 맥아담스(Rodney McAdams)는 일반적이며 광의의 개념으로 "CSR은 기업의 활동에 대한 책임을 구현하고, 소비자, 고용인, 투자자, 커뮤니티와 그 외 관계자들을 포함하는 이해관계자들과 환경에 긍정적인 영향을 행사할 목적을 가진다"¹⁷³⁾고 정의하였다.

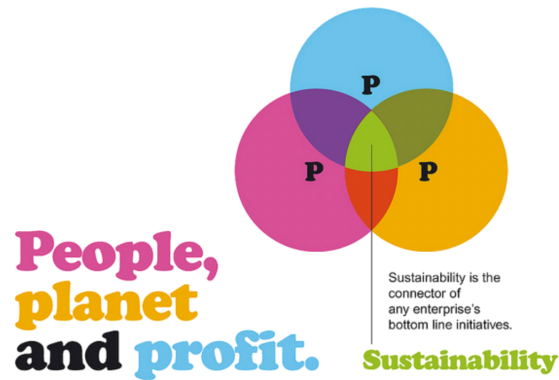
최근에는 허만 아퀴니스(Herman Aguinis)가 "이해관계자들의 기대와 기업 이익, 환경 지속성, 사회적 책임이라는 세 가지 기준으로 기업 실적을 측정하는 비즈니스 원칙인 트라이플 바텀라인(Triple Bottom Line)을 고려한 조직적 활동과 정책"¹⁷⁴⁾이 기업에 요구된다고 언급하면서, 트라이플 바텀라인에 대해 재조명되고 있다. 트라이플 바텀 라인(Triple Bottom Line)은 1994년 존 엘킹톤(John Elkington)이 3가지 요소에 기반을 두어 만들어낸 신조어인데, 그는 기업의 실행부가 "people, planet, profit"이라는 3가지 요소를 우선순위에 두고 유지해 나갈 수 있는 순환체계를 형성해야 한다고 주장하였다. 3가지 요소 중 "people"은 노동력과 커뮤니티로의 공정한 혜택을 의미하고, "planet"은

172) 드림소사이어티 포럼자료(2010), "사회공헌활동 활성화 관련 해외사례: 1. 미국", 드림소사이어티 포럼 블로그, <https://blog.naver.com/dramo23/99519028> (검색일: 2018.5.30.)

173) Thuy Tran(2015), "Corporate Social Responsibility and Profits: A Tradeoff or a Balance?", *Center on Democracy, Development, and the Rule of Law*, Stanford University, pp.15-16.

174) Thuy Tran(2015), 전제서, p.18.

지속가능한 환경적 실천을 의미한다. 마지막으로 “profit”은 전통적 개념의 수익 외에도 남은 이익에 의한 활동을 통해 창출되는 경제적 가치를 의미한다.¹⁷⁵⁾



[그림 4-19] 트라이플 바텀 라인의 구상도

출처 : Thuy Tran(2015), "Corporate Social Responsibility and Profits: A Tradeoff or a Balance?", *Center on Democracy, Development, and the Rule of Law*, Stanford University, p.19.

이와 같은 개념적 논의와 함께 최근에는 단순 기부 활동에서부터 수익창출형 활동까지 기업의 활동영역이 확장되고 있으며, 지역사회를 위한 공공사업이나 공공서비스 업무 대체 및 보완 등 물리적 환경을 개선하고 지원하는 다양한 시도가 이루어지고 있다. 물리적 환경과 공공서비스 개선이 삶의 질 향상과 커뮤니티 강화에 중요한 기반으로 인식되면서, 지역사회에 행사하는 기업의 영향력도 중요해지는 것이다.

실제 미국 내 기업들은 사회공헌활동과 기업홍보, 마케팅 등을 결합시켜 상승효과를 추구하고, 사회공헌활동 성과의 증대를 위해 프로그램의 개발단계 및 사후관리까지 수혜자의 필요지향적인 접근방식을 채택하고 있다. 또한 기업의 사회공헌활동은 전문지식과 정보를 가지고 있는 비영리기관, 타 기업 등과의 연계를 통해 공동프로그램을 개발하는 양상을 보인다.

미국 내에서 기업 사회공헌활동은 기본적으로 기업의 자발적인 참여를 토대로 하고 있으나, 최근에는 정부 차원에서 이를 확대시키기 위해 국가행동계획(The National Action Plan)을 마련하는 등 적극적으로 기업 사회공헌활동을 촉진시키고 있다. 한편으로는 행정이 주축이 되어 추진해 온 공공사업을 기업과 NPO의 연계를 통해 추진하도록 하는 것도 특징이다. 기업(영리)과 비영리 간 융합은 미국 내 기업의 사회공헌을 실현하는

175) Thuy Tran(2015), 전제서, pp.18-19.

중요한 파트너십으로, 비전과 철학을 공유하면서 여러 사회 이슈를 해결하기 위해 생겨난 변화라 할 수 있다. 공익성을 유지하면서 기업의 재량을 활용하여야 하는 공공사업과 관련한 기업 사회공헌활동과 NPO와의 연합은 기업 사회공헌활동의 공공성과 균등한 혜택 분배에 필요한 전략으로 자리매김하고 있다.

2) 연방정부의 「기업책임경영에 관한 국가행동계획(The National Action Plan)」

□ 도입 배경 및 목적

2014년 9월 24일, 오바마 전 미국 대통령은 해외에서 운영되고 있는 미국기업의 책임경영활동(RBC)을 촉진하기 위해 민간 부문 및 기타 이해 관계자와 협력하여 국가차원의 행동계획(National Action Plan, NAP)을 개발할 것임을 공표한 바 있다. 이에 미국 연방정부는 기업의 CSR 활동을 장려, 개선 및 확대하기 위해 2016년 12월 16일 기업책임경영(Responsible Business Conduct, 이하 RBC)에 관한 최초의 국가차원의 실행계획을 마련하였다.¹⁷⁶⁾

미국 연방정부에서 말하는 책임경영활동(RBC)은 기업이 사회적으로 기여함과 동시에 잘 운영(경영)될 수 있어야 한다는 점에 초점을 두고 있으며, 정부가 책임경영활동(RBC)의 조건을 설정하고 적극적으로 촉진해야 한다는 아이디어에 기반하여 제안되었다.

□ 주요 내용

기업의 책임경영활동(RBC)을 위한 국가차원의 실행계획에서는 비즈니스와 사회 간 관계에 대해 두 가지 측면을 특히 중요하게 생각한다. 첫 번째는 기업이 경제·환경·사회적 진보에 기여할 수 있는 긍정적 기여를 증시하고 강조하여야 한다는 점이고, 두 번째는 비즈니스 행위가 초래할 수 있는 부작용을 인지하고 방지할 수 있을 뿐만 아니라 문제가 발생했을 때 이를 처리해야 한다는 점이다.¹⁷⁷⁾

미국 기업들은 책임경영활동(RBC)의 글로벌 리더로, 장기적 투자와 기업의 사회공헌 프로그램을 통해 인권 증진, 법치주의 존중, 공정한 사업, 지역사회 강화에 대한 공약을 추진하고 있다. 미국 연방정부는 책임경영활동(RBC)의 원칙을 지속해 나가도록 정부

176) U.S. Department of State(2016), *Responsible Business Conduct-First National Action Plan for the United States of America*, p.4.

177) U.S. Department of State(2016), 전제서, pp.4-5.

차원에서 기업 공동체, 시민 사회 등 기타 이해관계자들과 협력하고 책임경영활동(RBC)을 통한 미국기업이 주도적인 역할을 하도록 지원한다. 또한 전 세계에서 기업의 권리를 존중하면서 기업이 책임감 있게 사업을 수행하여 이익을 얻도록 세계화된 표준 체계를 개발하여 제공한다.¹⁷⁸⁾ 즉, 미국 연방정부는 기업의 사회적 공헌 지원을 위해 관련 법률, 규정, 정책, 프로그램 등을 제언하고 민간 부문에 대해 지침을 제공하고 있다.

[표 4-17] 기업책임경영에 관한 국가행동계획(The National Action Plan)의 주요 내용

5가지 실행 원칙	원칙 설명 및 실천과제
1. Leading by Example	이해 관계자들이 인지하는 공통의 틀, 기준, 접근 방식 및 협력적 행동(Action)을 강화하기 위해 RBC와 관련한 우수 사례를 장려하고 구체책을 강구하고, 촉진하는 일련의 노력 - 미국 정부는 세계적인 기구와 조직들에 대한 RBC 리더십을 계속 유지하고 강력한 RBC 정책 및 관행을 지지 - 미국 정부는 유엔과 OECD를 포함한 여러 국제 기구와의 리더십을 통해, RBC를 발전 시키기는 관련 국제 규정의 효과적인 이행을 지속적으로 지원 - 이를 통해 달성하고자 하는 목표는 RBC를 국제적으로 홍보하는 것, RBC 관련 고도의 기준 강화와 홍보를 위해 미국연방법, 다국간 협정, 외교권을 활용하는 것, 고도의 기준을 홍보하기 위해 미국연방정부의 구매력을 행사하는 것, 미국 개발재원 및 무역 금융에 대한 자산실사를 실시하는 것임
2. Collaborating with Stakeholders	정부기관이 아닌 비정부 관계자들과 협력하여 신뢰를 쌓음으로써 공통의 목표를 수립하고 문제 해결을 위한 방안을 마련하기 위한 원칙 - 기업들은 법적인 규정과 지속가능한 개발을 홍보하고 해결방안을 찾는 데서 이익을 공유 - 특정 계층, 시민 커뮤니티 / 또는 노동 관련 관계자, 정부 및 / 또는 학계 등을 포함하는 다분야간 협력(MSI, multi-stakeholder initiatives) 또는 대화 - 미국 정부와 관련 단체들은 공정노동조합 (Fair Labor Association) 설립을 위한 창업 자금 제공을 포함하여 보안 및 인권에 관한 자발적 원칙 (Voluntary Principles on Security and Human Rights, VP) 발족에 주도적 역할을 수행
3. Facilitating RBC by Companies	미국 정부가 기업이 OECD 가이드라인과 유엔 원칙 (UN Guiding Principles)과 같은 수단을 활용하여 RBC 시행을 지속하도록 촉진 - RBC 홍보 및 시행 장려를 위해 제3자에게 보고서 작성을 의뢰하고 이에 필요한 자금을 지원
4. Recognizing Positive Performance	미국 정부의 RBC 수단 개발과 모범 사례 홍보를 바탕으로 기업들이 고도의 성과를 달성하고, 이 성과가 근로자, 커뮤니티 및 기업 자체에 의미 있는 결과로 인식되도록 함 - 기업은 경제 성장, 일자리 창출, 혁신 촉진, 청정에너지, 보건 및 기술에 대한 접근 등 시급한 과제에 대한 해결방안 제시를 통해 세계적으로 큰 공헌을 이루어내고 있으며, 이에 대한 보상으로 기업의 가치있는 노력을 공표 - 이를 통해 우수한 RBC 실행에 대해 인지하도록 함

178) U.S. Department of State(2016), *Responsible Business Conduct-First National Action Plan for the United States of America*, pp.7-23 내용을 토대로 작성

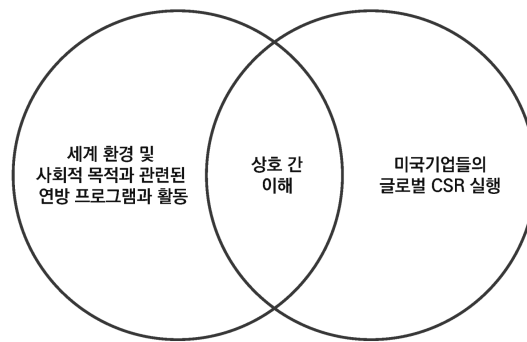
5가지 실행 원칙	주요 내용
5. Providing Access to Remedy	유엔의 가이드라인 원칙에 명시된 바와 같이, 인권 남용의 사례에 대해 효과적인 대안을 모색할 취지에 기반을 둔 - 모든 국가가 이와 관련한 메커니즘을 보유하고 있지 않으므로, 미를 미국 정부에서 제시 - UN, OECD, ILO 및 기타 다국적기구 및 포럼 참여를 통해 국제적인 공감대를 형성 - 이를 통해 RBC에 관한 플랫폼을 개발하고 강화하도록 함

출처 : U.S. Department of State(2016), *Responsible Business Conduct-First National Action Plan for the United States of America*, pp.7-23 내용을 토대로 작성

3) 연방정부의 「글로벌 CSR 지원 프로그램」

□ 도입 배경 및 목적

2005년 미국 연방정부 회계감사원(U.S. Government Accountability Office, U.S. GAO)에서는 「Numerous Federal Activities Complement U.S. Business's Global Corporate Social Responsibility Efforts」을 발표하였다. 이는 기업들의 글로벌 CSR 활동을 촉진하기 위한 정책서이며, 각종 「글로벌 CSR 지원 프로그램」에 대해 제시하고 있다.



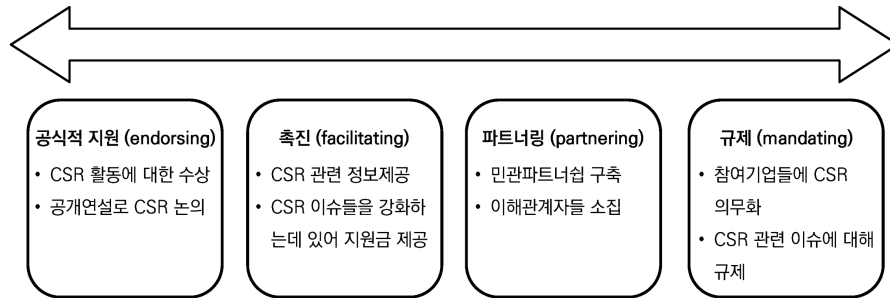
[그림 4-20] 미 연방정부의 「글로벌 CSR 지원 프로그램」의 개념

출처 : U.S. Government Accountability Office(2005), *Numerous Federal Activities Complement U.S. Business's Global Corporate Social Responsibility Efforts*, p.19.

□ 주요 내용

미 연방정부는 국제적으로 활동하는 기업들의 사회적 책임 행위에 대해 정부에서 정책적으로 지원해야 할 사항들을 정하고 있다. 회계감사원(U.S. GAO)에서 발표한 「Numerous Federal Activities Complement U.S. Business's Global Corporate

Social Responsibility Efforts」에서 규명한 기업 사회공헌에 대한 미국정부의 4가지 주요한 역할은 공식적 지원(endorsing), 촉진(facilitating), 파트너링(partnering)과 규제(mandating)이다.¹⁷⁹⁾



[그림 4-21] 기업 사회공헌에 대한 미국정부의 4가지 주요한 역할

출처 : U.S. Government Accountability Office(2005), *Numerous Federal Activities Complement U.S. Business's Global Corporate Social Responsibility Efforts*, p.22.

• 공식적 지원(endorsing)

미국 정부는 사회적으로 책임 있는 활동을 하는 기업을 인정하고 사회공헌활동을 공식적으로 후원하기 위해 정부 차원의 수상 프로그램을 운영하고 있다. 필요에 따라 공식 연설을 통해 관련된 입장을 명확하게 하기도 한다. 공식적 지원의 대표적 사례로는 국무부 연례 우수 기업상(The Department of State's annual Award for Corporate Excellence)이 있다. 이러한 수상제도를 통해 미국 정부는 미국 기업들의 선진적인 협력적 거버넌스 구축을 강조하고, 대외적으로 기업들의 가치를 공유하도록 한다. 1999년 이래 12개 기업이 이 상을 수상하였고, 미국 대사관 및 영사관에서 30개 기업을 추천하였다. 또한 2004년에는 미국 대사들이 주정부에 50개의 후보사를 추천하기도 하였다.¹⁸⁰⁾

• 촉진(facilitating)

미국 연방정부의 두 번째 지원사항은 기업의 사회공헌활동을 촉진시키는 프로그램을 운영하는 것이다. 이를 위해 기업 및 CSR 관계자들에게 CSR 관련 정보를 제공하고, CSR 이슈들을 강화하는 활동에 대한 지원금을 제공하고 있다.¹⁸¹⁾

179) U.S. Government Accountability Office(2005), *Numerous Federal Activities Complement U.S. Business's Global Corporate Social Responsibility Efforts*, p.22 내용을 토대로 작성

180) 상계서, p.22.

- 파트너링(partnering)

미국 정부는 기업과 파트너 관계를 가지거나 관련 핵심 이해관계자들과 파트너십을 구축하는 방식으로, 기업들이 CSR 활동을 계획·실행하는 것을 지원한다. 대표적인 파트너링 사례는 EPA의 클라이밋 리더스 프로그램(EPA's Climate Leaders Program)이다. 이는 환경보호를 위한 EPA의 목표를 달성하고자 기업과 파트너십을 체결하는 프로그램이자 자발적인 정부 파트너십 수단으로, 미국 내 주요 기업들이 적극적으로 온실가스 감축 목표를 설정하도록 촉진한다.

또한 미국 정부는 이러한 활동을 더욱 활성화하기 위해 기업이 온실가스 목표를 성공적으로 달성하도록 성과를 파악하고 목록화할 수 있는 절차를 마련하였다. 파트너들은 교육과 온실가스 목록화 작성에 대한 기술을 지원받고, EPA는 각 파트너와 협력하여 표준 목록화 기준 관리계획(Standard Inventory Management Plans)을 수립한다. 일정기간이 지난 후에는 목표를 달성했거나 초과달성한 파트너들에 대해서는 인증하고, 이를 공개적으로 EPA 웹 사이트에서 공고한다.¹⁸²⁾

- 규제(mandating)

마지막으로 정부는 사회적·환경적 이슈에 대해 기업이 함께 해결해 나가도록 제도적으로 규정하고 있다. 특히, 일부 이슈에 대해서는 기업들이 CSR 관련 규정을 준수하도록 의무화하기도 한다.¹⁸³⁾

181) U.S. Government Accountability Office(2005), 전계서, p.23.

182) 상계서, pp.23-24.

183) 상계서, pp.24-25.

4) 뉴욕시의 「뉴욕시 플라자 프로그램」

□ 도입 배경 및 목적

뉴욕시는 'PlaNYC 2030'의 실행전략 중 하나로 공원이 부족한 뉴욕시에 오픈스페이스를 증대시키기 위한 계획을 제시하였다. 'PlaNYC 2030'에 대한 정책 실행수단 중 하나인 뉴욕시 플라자 프로그램(NYC Plaza Program)은 활용이 미비한 도로공간을 사회적 활동이 일어나는 보행자 전용 플라자로 전환시키고자 한 사업이다. 이 프로그램의 특징은 사업을 추진하는데 있어 NPO나 민간 기업 등이 행정과 협약을 통해 본 사업의 기획에서 운영관리까지를 모두 행정이 아닌 민간에 일임하고 있다는 것이다.¹⁸⁴⁾



[그림 4-22] 뉴욕시 플라자 프로그램의 개념도

출처 : NYC Department of Transportation(2018), *NYC Plaza Program Application Guidelines 2018*, New York City, p.2; 이운용(2018a), 「뉴욕시 공공공간의 변화, NYC 플라자 프로그램」, 내부자료, p.6 재인용

□ 신청 자격

뉴욕시 플라자 프로그램(NYC Plaza Program)에 신청할 수 있는 자격요건은 다음과 같은 3가지이다.¹⁸⁵⁾

- 1) 뉴욕시 내 5개구 내에서 운영되고 있는 조직
- 2) 뉴욕주 내 법인
- 3) 제안하는 공공공간(plaza)과 지리적으로 인근에 위치하거나 관련 업무를 수행하는 조직

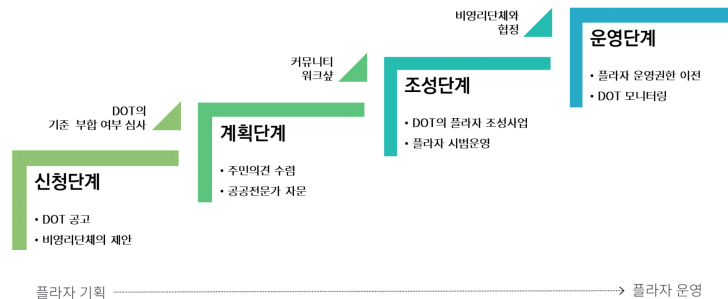
184) 이운용(2018b), 「타운매니지먼트 수법을 통한 지역활성화 방안 연구」, 중앙대학교 박사학위논문, p.58.

185) NYC Department of Transportation(2018), *NYC Plaza Program Application Guidelines 2018*, New York City, p.3.

□ 추진 내용 및 체계

뉴욕시 교통국은 유휴 도로공간을 플라자로 전환·조성하는 사업에 대해 비영리단체를 대상으로 기획안을 공모하고, 선정된 비영리단체와 협정을 체결한 후 사업을 추진하는 방식을 적용하고 있다. 앞서 미국의 기업 사회공헌활동에서 중요한 매개 역할을 하는 주체가 NPO 등 비영리단체라고 언급하였는데, 뉴욕시 플라자 프로그램이 이러한 사례에 해당된다. 따라서 공공(행정)이 미리 사업 내용을 결정하는 것이 아니라 비영리단체나 민간 기업에서 제안하는 기획안이 곧 사업의 내용이 된다. 또한 사업 추진에 필요한 자원 등도 일방적으로 행정에서 지원하는 것이 아니라 주변 지역에 위치한 기업들을 대상으로 기부를 받는 시스템이다.¹⁸⁶⁾

「뉴욕시 플라자 프로그램」 운영에 있어 행정은 사업을 직접 실행하는 비영리단체 등에 활동 기회를 제공하고, 기업 기부금을 지원하기 위한 장을 마련하는 역할을 한다. 이를 통해 기업은 공정하고 투명한 체계 속에서 지역사회 문제 해결에 참여할 수 있는 기회를 얻게 되고, 기획력과 운영력을 갖춘 비영리단체나 사회적 기업 등은 새로운 아이디어로 지역사회의 현안을 해결하는 활동을 추진할 수 있게 된다.



[그림 4-23] 뉴욕 플라자 프로그램의 실행절차

출처 : 三浦詩乃·出口敦(2016), “ニューヨーク市ブラザプログラムによる路利活用とマネジメント”, 『土木学会論文集D3(土木計画学)』, v72(2), 土木学会, p.142; 이운용(2018b), 「타운매니지먼트 수업을 통한 지역활성화 방안 연구」, 중앙대학교 박사학위논문, p.60 재인용

□ 뉴욕시 플라자 프로그램 사례 : 플랫폼아이언 23번가 지구

미국 뉴욕의 플랫폼아이언 23번가 지구는 38개의 블록 내 약 4,500개의 상업비즈니스가 속해있는 지구이며, 지구 내 브로드웨이에 면한 플라자가 뉴욕시 플라자 프로그램에 의해

186) 三浦詩乃·出口敦(2016), “ニューヨーク市ブラザプログラムによる路利活用とマネジメント”, 『土木学会論文集D3(土木計画学)』, v72(2), 土木学会, p.142; 이운용(2018b), 전제서, pp.58-60 내용을 토대로 작성

구성되었다. 플랫아이언 23번가 플라자 프로그램은 플랫아이언 23번가 파트너십 (Flatiron 23rd Partnership)이라는 비영리단체가 제안한 사업계획으로 추진되었으며, 지속적인 운영·관리를 위해 기업들이 사회공헌 차원에서 기부를 하고 있다.¹⁸⁷⁾

Tiffany & Co., ABS Partners Real Estate, LLC, New York Life Insurance Company 등 특정 업역에 국한되지 않고 다양한 기업들이 플랫아이언 23가 지구의 플라자 프로그램에 후원금을 지원하고 있다. 플라자 프로그램이라는 공공사업 추진을 위한 기업의 기부·후원하는 예산은 연간 약 625,000달러이며, 그 외에도 마케팅 후원으로 약 250,000달러, 치안 및 안보관련 후원으로 25,000달러 등을 지원하고 있다.¹⁸⁸⁾



[그림 4-24] 플랫아이언 23번가 BID 구역도

출처 : Flatiron 23rd Street Partnership(2018), "About Us", Official Website of Flatiron 23rd Street Partnership, <http://www.flatirondistrict.nyc/about-the-bid/about-us> (검색일: 2018.4.10.)

[그림 4-25] 플랫아이언 지구 내 플라자 프로그램 사업 후 모습

출처 : 이운용(2018b), 「타운매니지먼트 수법을 통한 지역활성화 방안 연구」, 중앙대학교 박사학위논문, p.112.

[표 4-18] 플랫아이언 23번가 지구의 운영·관리를 위한 기업 기부 및 후원

기부금액	참여 기업
\$20,000+	Colliers International, Meringoff Properties, Inc., Tiffany & Co., Touro College/NYSCAS, Madison Equities (212 Fifth Avenue)
\$10,000+	ABS Partners Real Estate, LLC, Grey Group, Kaufman Organization, Newmark Holdings, The NoMad Hotel, Unique Threading Salon
\$5,000+	Housing & Services, Inc., Macmillan, Madison Green, New York Life Insurance Company, Pan Am Equities, TF Cornerstone, Walter & Samuels, Inc.
\$1,000+	225 Fifth Avenue Condominium, Castro Properties, Citi Bike, Hanky Panky, Nicholas Athanail, Corcoran Group Real Estate, Rockrose Development Corp., The Stanford Condominium, Swann Auction Galleries, TD Bank, Two Trees Management Company, LLC, Windsor Management Corp.

출처 : Flatiron 23rd Street Partnership(2017), *2017 annual report*, p.35.

187) 이운용(2018b), 전계서, pp.112-114 내용을 토대로 작성

188) Flatiron 23rd Street Partnership(2017), *2017 annual report*, pp.32-33 및 p.35 내용을 토대로 작성

6. 국내 시사점

건축도시분야 기업 사회공헌활동을 활성화시키기 위해 국내 타 부처, 영국, 일본, 미국 등에 추진하고 있는 정책 및 제도 조사결과, 국내에 시사하는 바가 큰 3가지 특징을 도출할 수 있었다.

[표 4-19] 국내외 기업 사회공헌 관련 정책 및 제도 특징 종합

구분	특징		
	1) 기업과의 협력에 대한 정책방향 확립 및 이에 따른 공모사업 추진	2) 기업의 자발적 사회공헌활동을 촉진시키기 위한 유도 및 지원 정책 마련	3) 전문성을 보유한 매개단체 육성 및 지원
국내 문화 재청	· 문화재지킴이 사업	-	· 민관협력계 구성 및 운영
EU 영국	· 그린페이퍼(Green Paper) · 기업의 사회적책임에 대한 보고서 · 2011-14년 CSR을 위한 유럽의 새로운 전략 · 웨스트민스터구의 「Foundation Programme」	· 영국 BITC 「기업책임지수」 · 리즈시 「기업 사회공헌활동 툴킷」	· 영국의 BITC 설립
일본	· 내각부의 새로운 공공 정책 및 「새로운 공공 지원사업」 · 오사카시 「민관협력 도시매력창조전략」 과 「텐노지공원 진입부 정비 공모사업」	· 요코하마시 「요코하마형 지역공헌기업 인정제도」	· 내각부 「새로운 공공 지원사업」 - NPO 활동 정비 기반 지원사업
미국	· 연방정부 「기업책임경영에 대한 국가행동계획」	· 연방정부 「글로벌 CSR 지원 프로그램」	· 뉴욕시 「플라자 프로그램」 - 비영리단체 지원 + 기업 후원

출처 : 조사내용을 토대로 저자 직접 작성

□ 기업과의 협력에 관한 정책방향 확립 및 이를 토대로 한 공모사업 추진

사례조사 대상이었던 국내 타 부처와 해외 국가들은 기업이 사회공헌활동을 하는 것을 간접적으로 지원 또는 의무화하고 있다. 미국과 일본에서는 기업도 사회의 구성원으로 지역에 기여하여야 한다는 인식 하에 자발적인 사회공헌활동을 유도하고 있다. 특히, 일본의 경우 기존에 ‘관’이 주도했던 공공(公共)의 문제를 ‘민’이 주도하고 ‘관’에서 서포트 하는 방식으로 정책방향이 전환되고 있으며, 오사카시 등 일부 지자체에서는 이와 같은 정책방향을 적극 수용하여 건축도시분야 관련 공공사업에 도입하고 있다.

한편, 영국에서는 미국, 일본 등의 방식처럼 자발적으로 유도하기 보다는 기업의 책임을 좀 더 강조하고 있으며, 이를 실행시키기 위해 관련 제도를 도입하여 간접적으로 의무화하고 있다. 또한 기업의 사회공헌활동을 바람직한 방향으로 이끌기 위해 활동 수법 등을 담은 업무매뉴얼(toolkit)을 제작·배포하고 있다. 아울러 EU를 비롯한 국제기구 등에서도 기업 사회공헌활동에 대한 지침서를 지속적으로 발표하고 있다.

[표 4-20] 해외 주요 국가의 기업 사회공헌활동 활성화를 위한 정책 방침

구분	기업 사회공헌 관련 정책방침	주요 내용
일본	[중앙정부] 새로운 공공(新しい公共)에 대한 개념 도입 및 새로운 공공 지원사업 추진	■ 공공(公共)의 문제를 관이 주로 해결해 왔으나 한계를 인식하고, 민간 기업, NPO, 주민 등의 주체가 새로운 공공(新しい公共)이 되어 역할을 할 수 있도록 지원
	[지자체] 오사카시 민관협력에 의한 도시매력창조전략	■ 오사카시의 도시 경쟁력을 강화하고 도시 매력을 창조하기 위한 사업들을 추진하는데 있어, 「민이 주도하고, 행정은 서포트」
미국	[연방정부] 기업의 책임경영활동(REC)을 위한 국가 차원의 실행계획 (National Action Plan, NAP)	■ 기업은 경제, 환경, 사회적 진보를 위해 기여하여야 함 ■ 비즈니스 행위가 초래할 수 있는 부작용을 인지하고 방지할 뿐 아니라 문제 발생 시에 이를 처리해야 함
EU	· 그린페이퍼(Green Paper) · 기업의 사회적책임에 대한 보고서 · 2011-14년 CSR을 위한 유럽의 새로운 전략	■ 기업의 사회적 책임에 대한 활동 방침 제시 ■ 점차 기업의 사회공헌활동에 대한 의무 강화

출처 : 조사내용을 토대로 저자 직접 작성

또한 각 국에서는 이러한 정책방침 하에 기업들을 직접적으로 공공사업에 참여시키기 위한 공모사업을 운영하고 있는 것이 특징이다. 최근 일본 내각부에서 추진하고 있는

「새로운 공공(新しい公共)의 장 만들기를 위한 시범사업」, 「기부 모집 지원사업」 등은 기업 참여를 위한 시범사업의 대표적인 사례이며, 그 외에도 「뉴욕시 플라자 프로그램」, 오사카시 「텐노지공원 진입부 정비 공모사업」 등이 있다.

국내 문화재청에서는 행정 외에도 기업, 단체, 시민 등 다양한 주체의 참여에 의한 문화재 관리를 위해 「문화재지킴이 사업」을 추진하고 있다.

[표 4-21] 기업 참여의 장 마련을 위한 국내외 공모사업

구분	공모사업	주요 내용
일본	[중앙정부] 기부 모집 지원사업	■ 지역의 문제 해결을 위한 예산 조달을 위해 기금모금 활동 전문가(fundraiser) 파견을 지원
	[중앙정부] 새로운 공공의 장 만들기를 위한 시범사업	■ 지역에서의 제언을 바탕으로 NPO, 지방자치단체 및 기업 등 다양한 주체가 협력하여 지역의 과제 해결을 위한 활동을 실시하도록 지원
	[지자체] 오사카시 텐노지공원 진입부 정비 공모사업	■ 오사카시 민관협력에 의한 매력창조전략에 근거해 텐노지공원 진입부 정비를 위해 민간 기업을 대상으로 사업 기획, 추진, 운영·관리를 위한 공모
영국	[지자체] 웨스트민스터구 Foundation Programme	■ 웨스트민스터구 내에 위치하는 대기업 및 중소기업들이 구내 지역사회를 위한 CSR 활동을 활발하게 추진하도록 유도
미국	[지자체] 뉴욕시 플라자 프로그램	■ 도로공간을 보행자 전용 플라자로 전환시키는 사업을 NPO 등 비영리단체의 기획안 공모와 기업들의 기부금을 토대로 추진하고 지속적 운영·관리
국내	[중앙정부] 문화재청 「문화재지킴이 사업」	■ 기업, 단체, 시민(개인) 등 다양한 주체들이 자발적으로 문화재 관리에 참여하도록 공모

출처 : 조사내용을 토대로 저자 직접 작성

□ 기업의 자발적 사회공헌활동을 촉진시키기 위한 유도 및 지원 정책 마련

한편, 해외 국가들은 직접적인 공모사업 외에도 기업들의 자발적인 사회공헌활동을 유도하기 위한 다양한 지원 정책을 마련하고 있다. 가령, 미국에서는 우수기업을 대상으로 시상장을 하거나 CSR 활동에 관한 정보를 제공하고 있으며, 일본 요코하마시의 경우에는 지역공헌기업 인정제도를 운영하고 있다. 이러한 프로그램들은 사회공헌활동을 활발히 추진하는 기업에 대해 정부나 지자체가 적극 지원하고 홍보해 줌으로써 기업의 사회공헌 활동을 유도하는 것을 목적으로 하고 있다.

한편, 영국의 경우에는 기업 사회공헌활동에 대해 수치화한 기업책임지수(CRI)를 발표함으로써 적극적으로 활동하는 기업들은 대외적으로 홍보해주고, 활동이 미흡한 기업

에게는 향후 사회공헌활동을 추진하도록 간접적으로 유도하고 있다. 이와 함께 영국 리즈시의 경우에는 사회공헌활동에 참고할 수 있는 지침과 사례를 담은 「기업 사회공헌활동 툴킷(CSR PLUS TOOLKIT)」을 제공하는 등 기업 사회공헌활동을 촉진시키기 위한 적극적인 지원정책을 추진하고 있다.

[표 4-22] 해외 주요 국가의 기업 사회공헌활동 촉진을 위한 지원 프로그램

구분	프로그램	주요 내용
미국	[연방정부] 글로벌 CSR 우수기업 시상	■ 기업의 사회공헌활동에 평가하여 우수기업 시상
일본	[지자체] 요코하마형 지역공헌기업 인정제도	■ 요코하마시 내에서 사회공헌활동을 하여 지역에 긍정적 영향을 주고 있는 우수기업을 인증
영국	[연방정부] 영국 BITC 「기업책임지수(CRI)」	■ 기업 사회공헌활동에 대해 평가하고 이를 지수화하여 발표
	[지자체] 리즈시 「사회공헌활동 툴킷」	■ 기업들이 사회공헌활동을 하는데 있어 참고할 수 있는 지침과 사례 제공

출처 : 조사내용을 토대로 저자 직접 작성

□ 해당 분야 전문성을 보유한 매개단체 육성 및 지원

미국, 일본, 영국 등 조사한 국가별로 기업들의 사회공헌활동을 지원할 수 있는 중간활동조직을 지원하고 있는 실정이다. 이는 직접적으로 사회공헌사업을 추진하기 어려운 기업을 지원하기 위한 정책 중 하나라고 볼 수 있다. 가령, 영국의 경우에는 국가 차원에서 중간지원기구를 설립하였다. 영국 통상산업부가 설립한 ‘지역사회 속 기업(BITC)’이라는 단체는 기업 사회공헌활동을 위한 중간지원기구로써 사회공헌활동에 어려움을 겪는 기업들을 위한 각종 지원 활동을 하고 있다. 미국의 뉴욕시 플라자 프로그램에서도 NPO 등 비영리단체에 사업 기획을 하도록 기회를 주고, 이러한 비영리단체의 활동에 대해 기업들이 기부를 하는 시스템으로 운영된다. 한편, 국내 문화재청에서는 내부 전담조직을 신설하여 매개기관의 역할을 수행하도록 하였다.

[표 4-23] 해외 주요 국가의 기업 사회공헌활동을 지원하는 중간활동단체 육성 정책

구분	프로그램	중간활동단체
영국	기업 사회공헌활동 지원을 위한 통상산업부의 지원기구 설립	지역사회 속 기업(BITC)
일본	내각부 「새로운 공공 지원사업」 내 NPO 활동 정비 기반 지원사업	NPO 등 비영리단체
미국	뉴욕시 플라자 프로그램	뉴욕시 내 활동하는 NPO 등 비영리단체

출처 : 조사내용을 토대로 저자 직접 작성

제5장 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계방안

1. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계방향
 2. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계여건 개선방안
 3. 연계여건 개선을 위한 정책추진방향
-

1. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계방향

1) 공식적인 기업 사회공헌활동 기회 제공

최근 도시재생뉴딜 정책 등으로 건축도시분야 공공사업의 예산은 증가하였지만, 사회적 여건 변화를 고려하였을 때 이러한 정부 보조금 지원이 언제까지 이어질 수 있을지 담보하기 어려운 상황이다. 이는 우리나라 뿐 아니라 해외 다른 국가들도 겪고 있는 건축도시분야 주요 현안 중 하나이며, 이러한 문제를 해결하기 위해 공공(행정)의 역할을 보완·보충하는 새로운 공공으로써 다양한 주체의 참여가 요구되고 있다. 그 중에서도 풍부한 인적·재정적 자원을 보유한 기업은 새로운 공공으로서 한 축을 담당할 수 있을 것으로 기대되고 있다.

최근 대내외적으로 기업의 사회적 가치 실현에 대한 요구가 증가하면서, 기업들의 사회공헌활동에 대한 추진의지는 점차 높아지고 있다. 실제 기업이 사회공헌활동을 위해 투입하는 예산은 지난 20년간 10배 가량 상승하였다. 또한 기업 마다 사회공헌활동을 전담하는 팀을 구성하고, 직접 사회공헌 사업아이템을 발굴·기획하는 등 대내외적인 사회적 가치 창출 요구에 대해 적극 대응하고 있다. 실제로 앞선 사례조사 과정에서 면담한 기업들의 상당수는 기업 사회공헌 담당부서에서 사업아이템을 직접 기획하고 있었으며, 그

과정에서 정부 정책과 부합한 사회공헌사업을 구상하고 있음을 확인할 수 있었다.

이러한 수요를 고려하여 해외 뿐 아니라 국내 타 분야에서는 기업 사회공헌활동을 연계·활성화하기 위한 다양한 정책을 마련하고 있으나, 건축도시분야에서는 기업의 사회공헌 활동을 연계시키는 정책은 부족한 실정이다. 이로 인해 삼성에스원, 현대카드 등의 사례에서 볼 수 있듯이, 현재로서는 기업이 적극적으로 나서서 부처나 지자체에 사회공헌활동 추진 의사를 밝히지 않는 이상은 건축도시분야 공공사업 내 기업 참여는 기대하기 어려운 실정이다.

따라서 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동을 연계하기 위해 우선적으로 필요한 사항은 관련 부처나 지자체에서 기업과의 협력을 통해 공공사업을 추진할 수 있도록 정책 방향을 확립하고, 건축도시분야 공공사업에 있어 공식적인 기업 사회공헌활동의 기회를 제공하는 것이라 하겠다.

2) 기업과 지역의 파트너링 및 참여주체 간 협력체계 마련

기존에 기업 사회공헌 담당부서는 1가지 사업아이템을 발굴하여 여러 지역에 적용할 수 있는 전국 단위 사업, 그리고 취약계층 등 개별 수혜자에게 혜택이 돌아가는 사업 등을 주로 추진해 왔다. 하지만 앞선 설문조사 및 기업 사회공헌활동 사례조사 결과에서 확인할 수 있듯이, 최근에는 기업마다 특정 지역의 발전을 도모하기 위한 지역 단위 사회공헌 사업들을 늘리고 있으며, 이를 위한 사업아이템 발굴에도 적극 참여하고 있다. 또한 기업 대상의 설문조사 결과에서도 보듯이 민간기업 약 60%, 공기업 약 70%가 지역을 기반으로 하는 건축도시분야 사회공헌활동의 필요성을 인식하고 있으며, 이 중 공기업의 약 62%, 민간기업의 약 29%는 직접 이러한 활동에 참여하고자 하는 의향을 가지고 있는 것으로 나타났다.

하지만 현재 많은 기업들은 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 구체적인 추진방법을 알지 못하고, 관련 정보를 제공받는 데도 한계가 있어 관련 분야 활동을 추진하는데 한계에 놓여 있다. 참여의사가 있는 기업의 경우에도 직접 담당부서를 찾아 설득하는 등 자발적·적극적으로 나서지 않는 이상 기업 사회공헌활동과 지역 내 공공사업을 연계하여 추진하기는 어려운 실정이다.

따라서 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계를 위해서는 활동 의지가 있는 기업과 기업의 도움을 필요로 하는 지역을 파트너링해 줄 수 있는 중간 매개조직이 필요

하며, 매개기관을 중심으로 관련 주체 간에 긴밀한 협력체계를 구축할 필요가 있다. 예를 들어, 복지분야에서는 한국사회복지협의회, 사회복지공동모금회, 사회공헌정보센터 등이, 문화예술분야에서는 문화예술후원매개단체가 이러한 역할을 하고 있다.

3) 기업의 자발적 참여를 촉진하기 위한 정책적 지원

설문조사 및 기업 면담을 통해 기업들은 사회공헌활동을 통해 직접적인 수익을 얻고자 하지 않지는 않으며, 지역사회에 대한 기여와 더불어 기업 홍보 효과나 이로 인해 브랜드 인식 개선 등 간접적으로 기업 마케팅에 도움을 받을 것을 기대하고 있음을 확인할 수 있었다.

기업의 사회적 가치 구현에 대한 대내외적 요구가 증가하고 있으나, 정부나 지자체에서 기업의 사회공헌활동을 강요할 수는 없다. 다만, 기업이 자발적으로 사회공헌활동을 일함으로써 건축도시분야 공공사업에 참여할 수 있도록 기반을 조성하는 것은 중요하다고 하겠다. 이를 위해 활동의지가 있는 기업들이 참고할 만한 우수사례를 발굴·홍보하거나 사회공헌 활동에 참여한 기업을 대상으로 인정제도 또는 수상제도를 도입하는 등 다양한 지원정책을 마련할 필요가 있겠다.

아울러 지금까지는 기업들은 경제적 수익 창출을 수반하지 않는 사회적 책임 차원의 활동을 주로 시행하고 있으나, 설문조사 결과 향후에는 사회적 가치와 더불어 경제적 가치까지 함께 창출할 수 있는 CSV 형태의 사업을 추진하고자 하는 의지가 있음을 알 수 있었다. 따라서 현재는 「산업발전법」 등에 수익 창출을 수반하지 않는 기업의 사회적 책임 활동에 관한 제도만 마련되어 있으나, 앞으로는 기업 수요에 대응하여 사회적 가치 창출과 경제적 수익 창출을 동시에 달성하고자 하는 활동에 대한 제도적 장치도 마련할 필요가 있겠다.

2. 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계 여건 개선방안

1) 기업의 사회공헌활동 참여 기회 제공을 위한 공모사업 추진

□ 필요성

- 기업의 건축도시분야 기업 사회공헌활동에 대한 관심 증가

현재 추진되고 있는 건축도시분야 공공사업에 있어 관리 예산 및 전문인력 부족 문제가 지속적으로 지적되고 있다. 이로 인해 공공(행정)의 역할을 지원하거나 대신하는 보충적 성격의 새로운 공공으로서, 기업 참여의 필요성이 대두되고 있다. 한편으로 기업들은 대내외적으로 사회적 가치 실현에 대해 요구받고 있어 사회공헌활동에 대한 참여 의지가 높아지고 있다. 기업 내 사회공헌 담당부서에서는 정부정책과 연계한 새로운 사회공헌 사업아이템을 발굴하고 있는 상황이며, 최근에는 특정 개인이 아닌 지역을 기반으로 추진 되는 건축도시분야 사회공헌활동에도 관심을 보이고 있는 실정이다.

- 건축도시분야 공공사업과 연계한 기업 사회공헌활동 기회 부족

이렇듯 기업들은 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 참여 의지는 있으나, 현재는 「안심 마을 만들기 시범사업」이나 「새뜰마을사업」 내 민관협력사업 사례에서 보듯이 기업이 개별적으로 참여의사를 표명하는 방식으로 사업이 추진되고 있다. 즉, 건축도시분야 공공 사업에 있어 기업이 사회공헌활동의 일환으로 공식적으로 참여할 수 있는 체계는 마련 되어 있지 않다.

- 제도적 접근 보다는 다양한 참여의 장을 마련할 필요

기업 사회공헌활동은 기본적으로 기업이 자발적으로 참여하는 행위이며, 기업에서는 사회공헌사업 아이템을 발굴 등에 있어 도움을 받을 수 있는 지원을 바라고 있는 상황이다. 또한 기업 사회공헌활동은 수혜대상 또는 관리기관과 계약 관계를 맺고 추진하는 것이 아니기 때문에, 제도적인 개선방안 보다는 다양한 참여의 장을 마련하는 것이 무엇보다 중요하다. 따라서 건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계 여건 개선을 위한 첫 번째 추진과제로 기업 사회공헌 연계를 위한 공모사업 추진을 제안하였다.

□ 추진방안

현재 건축도시분야 공공사업에 있어 기업들이 공식적으로 참여할 수 있는 체계는 마련되어 있지 않는 실정으로, 기업 여건에 따라 참여할 수 있는 다양한 공모 유형을 마련할 필요가 있겠다. 이를 위해 사업 참여방식 및 전문성 보유 여부에 따라 몇 가지 대안을 검토하였다.

[표 5-1] 현행 국토교통부에서 추진하고 있는 기업 사회공헌 연계 사업과 타 사례 비교

구분	국내	해외	
	국토교통부 민관협력형 노후주택 개선사업	문화재청 문화재 지킴이 사업	일본 새로운 공공 지원사업 (새로운 공공의 장 만들기를 위한 시범사업)
연계방식	- 개별 사업별로 참여의사를 표명한 기업과 1:1 연계 (비공식적)	- 공모사업	- 공모사업
연계대상	- 기업 ⇄ 사업대상지	- 기업 ⇄ 사업대상지	- 기업 ⇄ 사업대상지
매개기관	- 국토교통부	- 문화재청	- NPO
실행기관	- 해비타트, 지역 집수리 기업	- 기업 + 문화재청	- NPO
기업 역할 (사회공헌)	- KCC : 현물 2억원 - HUG : 현금 2억원 - LH : 사회적경제조직 지원	- 사회공헌사업 아이템 발굴 - 예산 지원 - 기술 지원	- 예산 지원 - 전문가 지원

출처 : 조사내용을 토대로 저자 직접 작성

• 방안 1 : 개별 사업아이템별 기업 사회공헌 공모

첫 번째 대안으로는 은행, 식품회사 등 건축도시 관련 전문성은 없지만 건축도시분야 공공사업에 참여하고자 하는 기업, 자재회사 등 특정 분야에 대한 현물 지원이 가능한 기업 등을 구분하고, 이들을 대상으로 한 개별 사회공헌 사업아이템을 기획하여 공모사업을 추진할 것을 제안한다. 예를 들어, 집수리 지원사업, 지역 내 공원 정비 사업 등 이미 사업 추진이 결정된 사업아이템에 대해 기업 참여를 공모하는 방식이다.

이를 위해 건축도시분야 공공사업을 담당하는 각 부서에서는 추진하는 사업을 기획하는 단계에서 기업 참여가 필요한 대상과 요소를 정하고 기업 참여를 공고해야 한다. 또한 기업 사회공헌 공모사업에 대해 알리기 위해 사업설명회를 개최하거나, 기업 사회공헌 담당자 모임인 CSR 포럼이나 정경련 등 기업 주체들의 네트워크가 형성되어 있는 조직에 공지하는 등의 방식으로 공모사업에 대한 참여를 독려할 수 있을 것이다.

[표 5-2] 개별 사업아이템별 기업 사회공헌 공모사업 추진체계

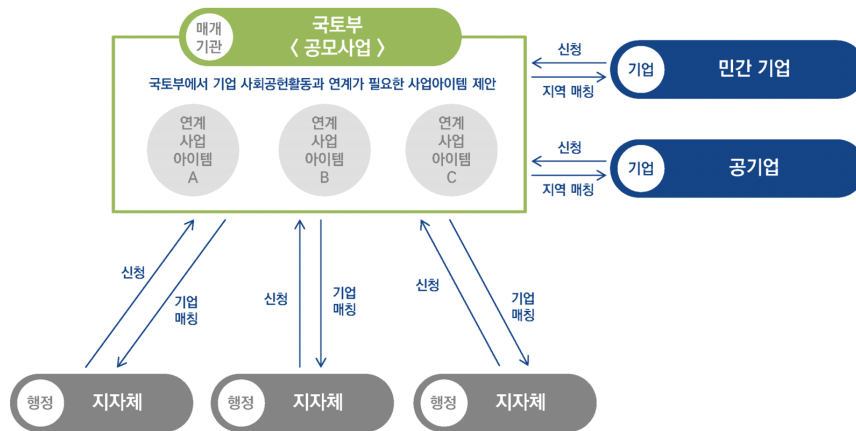
구분	내용
추진주체	개별 공공사업 담당부서
참여기업	모든 업역의 기업들이 직접 참여 가능
기업 지원사항	기부금, 현물 등
공모방식	1) 추진 중인 공공사업 내 지원이 필요한 특정 사업아이템 선정 2) 공모사업에 대한 사업설명회 개최 3) 사업 아이템에 대한 기업 사회공헌활동 공모 4) 협약 체결

출처 : 저자 직접 작성

※ 사례 : 일본 내각부 「새로운 공공 지원사업」 내 기부 모집 지원사업

- (목적) 지원 대상자의 기부 모집 활동의 효과를 높이거나, 기부자와의 네트워크의 형성을 촉진
- (내용) 기부금 모집에 대해 지역 기업 등에 대한 설명회 개최,
기금모금활동 전문가(fundraiser) 파견에 의한 개별 지도

※ 출처 : 内閣府(2011), “新しい公共支援事業について”, p.2.



[그림 5-1] 개별 사업아이템별 기업 사회공헌 공모사업 추진체계

출처 : 저자 직접 작성

- 방안 2 : 사업 기획에서 운영까지 협력할 수 있는 기업 사회공헌 공모

사업아이템이 정해져 있지 않은 공공사업 기획 단계에서부터 기업 참여가 가능한 경우, 사업 컨설팅, 마케팅 등에 대한 역량 있는 기업과 함께 사업을 추진할 수 있는 공모사업도 추진 가능할 것이다. 이러한 유형의 공모사업에는 △내부에 전문인력을 보유하고 있는

기업 또는 △전문인력은 없으나 지역 내 사회적 기업 등 역량있는 타 기관과 협력하여 사업을 추진할 의사가 있는 기업 등이 참여가능할 것이다.

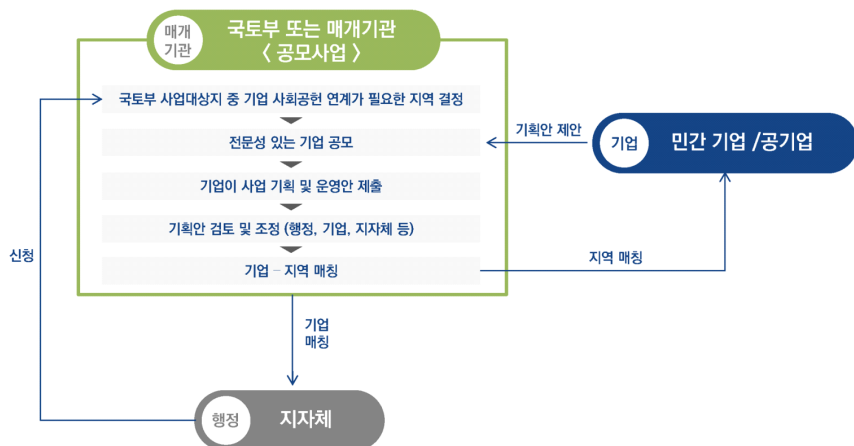
먼저, 전문인력을 보유한 기업을 대상으로 공모사업을 추진하는 경우, 사업 공모에 대한 사전 설명회를 진행하여 기업들의 사업에 대해 이해도를 높일 필요가 있다. 이후에는 기업으로부터 사업 기획 및 운영(안)을 제안받고, 이를 공공(행정)과 협의를 통하여 조정하는 과정이 필요하다.

앞서 살펴본 일본 오사카시의 텐노지공원 진입부 정비 지원사업은 이러한 방식의 공모 사업을 추진한 대표적 사례로 실제 공모사업을 기획·운영하는데 참고할 수 있을 것이다. 일본 오사카시는 2단계에 걸친 공모사업을 추진하였는데, 1차 공모사업에서는 지역 기업들을 대상으로 사업 기획안을 제안받았다. 이후 응모기업과의 미팅을 통해 사업 기획 의도를 반영하여 계획안의 수정·보완방향을 제시하고 2차 모집을 실시하는 절차로 추진하였다.

※ 참고사례 : 일본 오사카시 「텐노지공원 진입부 정비 지원사업」 공모 프로세스

- 2014년 1~3월 : 1차 모집
- 2014년 4~6월 : 응모자(4팀) 미팅 (※ 1팀은 응모자 자체 포기)
 - 오사카시에서 공원 정비 관련해서 원하는 방향을 제시하고, 관련 계획안에 대한 조정
- 2014년 8~9월 : 2차 모집
- 2014년 10월 : 사업자 선정 (킨테츠부동산)
- 2014년 12월 : 협약 체결

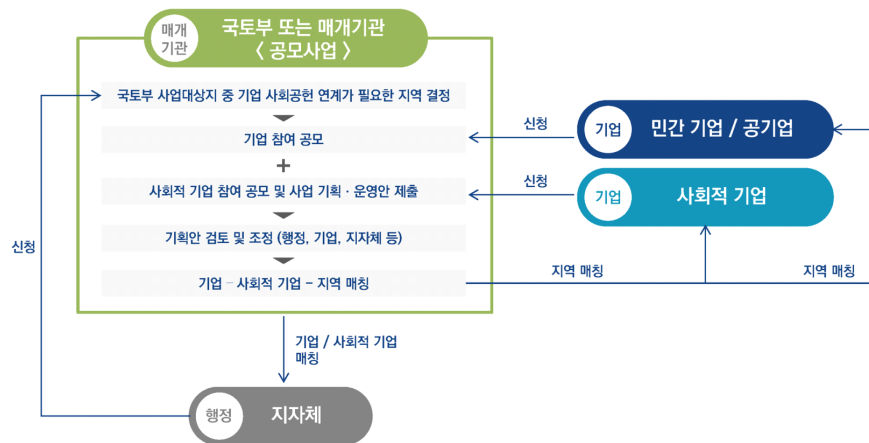
※ 출처 : 大阪市(2018), 「天王寺公園エントランスエリア魅力創造・管理運営事業」, 내부자료, p.1.



[그림 5-2] 기획부터 운영·관리까지 협력할 수 있는 기업 대상의 공모사업 추진체계

출처 : 저자 직접 작성

한편, 전문인력은 없으나 지역 내 사회적 기업 등과 타 기관과 협력하여 사업을 추진할 의사가 있는 기업을 대상으로 한 공모사업도 추진될 수 있다. 이러한 방식의 공모사업을 추진할 경우에는 사업설명회를 개최할 때 예산을 지원할 기업과 전문인력을 지원할 사회적 기업 등이 함께 참석해야 한다. 또한 공공(행정)은 역량있는 사회적 기업 등에게 직접 사업 기획안을 마련하도록 하고, 이를 실행하기 위한 예산을 지원할 기업, 그리고 사회공헌활동 대상이 될 지역을 적절히 매칭시킬 필요가 있다.



[그림 5-3] 기업과 역량있는 사회적 기업 연계형 공모사업 추진체계
출처 : 저자 직접 작성

[표 5-3] 기획부터 운영·관리까지 협력할 수 있는 기업 사회공헌 공모사업 추진체계

구분	내용
추진주체	개별 공공사업 담당부서
참여기업	1) 사업 컨설팅, 마케팅 등에 대한 역량있는 기업 (전문인력 보유) 2) 전문인력은 부재하나 지역 내 역량있는 사회적 기업 등과 연계하여 추진할 의사가 있는 기업 (전문인력 미보유)
기업 지원사항	전문인력, 기부금, 현물 등
공모방식	[전문인력 보유 기업] 1) 공모사업에 대한 사업설명회 개최 2) 기업의 사업 기획 및 운영(안) 제안 3) 기획안 조정 4) 협약 체결 (공모사업 추진기관-기업) [전문인력 미보유 기업] 1) 공모사업에 대한 사업설명회 개최 2) 사회적 기업 등의 사업 기획 및 운영(안) 제안 3) 기획안 조정 4) 예산을 지원할 기업 매칭 5) 협약 체결 (공모사업 추진기관-기업-사회적 기업 등)

출처 : 저자 직접 작성

2) 기업과 지역을 연계하는 매개기관 운영 지원

□ 제안 배경

사회공헌 차원에서 건축도시분야 공공사업에 참여하고자 하는 기업들과 이를 필요로 하는 지역을 연계시키기 위해서는 두 주체를 파트너링할 수 있는 매개기관이 필요하다. 각 사업의 유형과 필요로 하는 자원은 다양하기 때문에 표준화된 연계모델을 제시하기 어려우며, 이에 사업별, 지역별로 맞춤형 연계모델을 개발할 수 있는 전문성 있는 매개기관의 역할이 중요하다고 하겠다.

□ 추진방안

매개기관을 운영하는 방식은 크게 공공사업 추진주체인 국토교통부에서 이를 담당하는 방식과 외부 전문기관을 활용하는 방식으로 구분할 수 있다. 국토교통부에서 담당하는 경우에는 기존 사업 운영팀 내 전담인력을 확보하거나 별도의 전담팀을 구성하는 방식이 가능할 것이다. 또한 외부 전문기관을 활용하는 방식으로는 특정 전문기관에 관련 업무를 위탁하는 방식과 다수의 비영리단체 등을 매개기관으로 지정·운영하는 방식이 있을 수 있다. 각 대안별 장·단점을 비교하면 다음과 같다.

• 방안 1 : 국토교통부 내 사업팀별 전담인력 확보

첫 번째로 국토교통부 내 사업팀별 전담인력을 확보하는 방식은 기존 인력을 활용함으로 인해 단기적으로 추진이 용이하며, 사업에 대한 이해도가 높은 담당자들이 기업과 지역을 연계시켜 줌으로써 적절한 파트너링이 가능하다는 장점이 있다. 반면, 사업부서 내에서 담당자들이 기존에 담당하고 있는 업무 이외에 기업-지역 파트너링 업무가 추가됨으로 인해 수반되는 업무량이 상당히 증가하게 될 것이다. 또한 사업팀 담당자가 이러한 업무를 수행하게 되면 부처 차원에 여러 명의 기업-지역 매개 업무 담당자가 존재하게 되어 업무 효율이 저하된다는 단점도 있다.

이러한 방식으로 추진되는 사례로는 현재 국토교통부 도시재생과에서 추진 중인 「민관 협력형 노후주택 개선사업」, 오사카시 공원정비과에서 추진한 「텐노지공원 진입부 정비 공모사업」 등이 있다.

• 방안 2 : 국토교통부 내 전담팀 구성

두 번째는 국토교통부 내 기업-지역 파트너링을 전담하는 팀을 구성하는 대안이다. 전담팀이 신설되면 국토교통부에서 추진하는 다양한 사업에 기업 사회공헌활동 연계가

가능해 질 것이며, 부서 간 업무 중복이나 상충을 피하고 통합적인 사업 운영이 가능해 진다는 장점이 있다. 또한 전문성을 갖춘 인력으로 구성됨에 따라 팀 자체에서 새로운 사회공헌 사업아이템을 발굴하고 기업-지역 간 연계를 위한 일원화된 소통창구의 역할도 할 수 있을 것이다. 현재 이렇게 부처 차원에서 기업-지역 파트너링을 하는 전담부서를 설치하여 운영하고 있는 대표적인 사례로는 문화재청 민관협력계가 있다.

※ 참고사례 : 문화재청 문화재활용국 문화유산교육팀 민관협력계

- (조직 구성) 문화유산, 역사 관련 전문인력 3인 (사무관 1인, 주무관 2인)
- (담당 업무)
 - 문화재 보호 관련 민관협력 정책 수립 · 총괄
 - 문화재지킴이 업무 총괄
 - 문화유산국민신탁 지도·감독 총괄
 - 기업 등 협약업무 및 협약기관 협의체 운영 총괄
 - (예비)사회적 기업 육성 업무 총괄
 - 관련법인 및 민간단체 육성·지원·지도 총괄
 - 민간자격 등록 및 관리에 관한 업무 총괄

※ 출처 : 문화재청 민관협력계 연담결과를 토대로 직접 작성

• 방안 3 : 전문기관 위탁

세 번째로는 전문기관에 위탁하는 방식이 있을 수 있다. 이 경우는 방안 2에서 제시한 다양한 공공사업에 있어 기업 사회공헌활동 연계 기능, 부처 차원의 통합적 업무 운영, 전문성을 토대로 한 사회공헌 사업아이템 발굴 및 추진 용이 등의 장점과 더불어, 국토교통부 내 전담팀 구성에 대한 부담이 감소될 수 있어 방안 2에 비해 추진이 용이하다는 장점이 있을 수 있다. 반면, 전문기관에 위탁할 경우에는 별도의 위탁 비용을 마련해야 한다는 단점이 있다.

• 방안 4 : 비영리단체 등의 지정

네 번째 대안은 비영리단체 등을 매개기관으로 지정하는 방식이다. 외부 전문성을 갖춘 비영리단체 등을 매개기관으로 지정하게 될 경우, 방안 3에서 제시한 장점들과 더불어 국토교통부에서 별도의 예산을 지원하지 않아도 되어 유리할 것이다. 비영리단체 등이 공익을 목적으로 활동할 경우 지정기부금단체로 등록하게 되면 외부 여러 기관으로부터 기부금 등을 지원받아 운영할 수 있게 되기 때문이다.

또한 지역 단위로 여러 매개기관을 지정할 수 있어 지역맞춤형으로 사업을 추진할 수 있다는 특징도 있다. 초기 단계에는 부처를 중심으로 기업과 지역 내 공공사업을 연계시키는 시범사업을 추진하여 사업체계를 구축하고 이러한 활동들이 정착되면, 중장기적으로는

지자체 차원에서 자체적으로 지역 특성에 맞게 이러한 활동들을 추진하는 것이 바람직하다. 이 경우, 지역 내 비영리단체들이 매개기관으로 활동할 있도록 지정하는 체계가 마련되면 지자체로의 확산에 도움이 될 것으로 판단된다. 또한 이 대안으로 추진할 경우, 「산업발전법 시행령」에서 규정한 한 지속가능경영 지원센터(비영리법인) 지정 제도를 활용할 수 있어 별도의 제도 마련 부담도 없을 것으로 판단된다.

반면에 외부 비영리단체 등에 대한 풀(Pool)이 마련되어 있지 않고, 부수적으로 이러한 외부 기관에 대한 전문성 검증에 요구되어 단기적으로 추진하기 어려운 점은 본 대안의 단점이라고 할 수 있다.

※ 참고사례 : 「지속가능경영 지원센터」의 지정 관련 제도

산업발전법 시행령

제9조의2(지속가능경영 지원센터의 지정 등) ① 법 제19조제5항에 따라 지속가능경영 지원센터로 지정받으려는 기관 또는 단체는 다음 각 호의 기준을 모두 갖추어야 한다.

1. 비영리법인일 것
2. 기관 또는 단체의 주된 업무에 기업의 경제적 수익성, 환경적 건전성, 사회적 책임성을 함께 고려하는 지속가능한 경영(이하 이 조에서 "지속가능경영"이라 한다) 지원과 관련한 업무가 포함되어 있을 것
3. 기업의 지속가능경영을 지원할 수 있는 전담조직과 인력을 갖추고 있는 등 지원업무를 수행할 능력을 보유하고 있을 것

② 지속가능경영 지원센터로 지정받으려는 기관 또는 단체는 지정신청서에 제1항 각 호의 기준을 갖춘 사실을 증명할 수 있는 다음 각 호의 서류를 모두 첨부하여 산업통상자원부장관에게 제출하여야 한다.

1. 정관 또는 이에 준하는 사업운영규정
2. 사업계획서
3. 전문인력 보유 현황

③ 산업통상자원부장관은 지속가능경영 지원센터를 지정한 경우에는 지정기관의 명칭, 소재지, 지정일 등을 관보에 고시하거나 산업통상자원부 인터넷 홈페이지에 게시하여야 한다.

④ 지속가능경영 지원센터로 지정받은 기관 또는 단체는 해당 연도의 사업계획과 전년도 사업추진 실적을 매년 1월 31일까지 산업통상자원부장관에게 제출하여야 한다.

⑤ 제1항부터 제4항까지에서 규정한 사항 외에 지속가능경영 지원센터의 지정기준에 대한 세부 내용과 지정절차 및 운영 등에 필요한 사항은 산업통상자원부장관이 정하여 고시한다.

※ 출처 : 「산업발전법 시행령」 대통령령 제28958호(2018.6.12. 개정)

• 대안 특징 비교

각 대안별 장·단점을 검토한 결과, 실현가능성 측면에서는 방안 1 > 방안 3 > 방안 4 및 방안 2 순으로 추진이 용이할 것으로 판단된다. 하지만 전문성 확보 측면에서 방안 1 보다는 방안 2, 3, 4의 방식으로 추진하는 것이 바람직하다고 판단된다.

대안들의 특징들을 종합해 보면, 단기적으로는 국토부 내 각 사업담당 부서에서 전담인력을 확보하거나 외부 전문기관에 업무를 위탁하여 운영하는 것이 용이할 것으로 보인다. 하지만 전문성 확보 및 운영적 측면에서 중장기적으로는 지역 내 비영리단체 등을 매개기관으로 지정하는 방식, 국토부 내 전담팀을 구성하는 방식 등으로 추진하는 것이 바람직할 것이다.

[표 5-4] 기업과 지역을 연계하는 매개기관 운영 대안

구분	장점	단점
국토교통부 내에서 담당	방안 1: 국토부 내 사업팀별 전담인력 확보 - 단기적으로 추진 용이 - 사업에 대한 높은 이해도를 토대로 기업-지역 파트너링 가능	- 사업부서 내 타 업무와 중복하여 매개기관의 역할을 해야 하므로 개별 인력의 업무량 증가 - 한 부처 내에 여러 명의 기업-지역 매개 업무 담당자가 존재하여 업무 운영 효율 저하
(사례) 국토교통부 도시재생과 「민관협력형 노후주택 개선사업」 오사카시 공원정비과 「텐노지공원 진입부 정비 공모사업」		
국토부 내 기업-지역 파트너링 (민관협력) 전담팀 구성	방안 2: 국토부 내 기업-지역 파트너링 (민관협력) 전담팀 구성 - 국토교통부에서 추진하는 다양한 사업에 있어 기업 사회공헌활동 연계 가능 - 부처 차원에서 업무 중복 및 상충을 피하고 통합적 운영 가능 - 전문성을 갖춘 인력으로 구성된 팀이 업무를 전담함으로써 사회공헌 사업 아이템 발굴 및 추진 용이	- 별도의 전담팀을 신설하는 것에 대한 부담 - 국토교통부 내에서 추진되는 사업 전반에 대한 담당자의 이해 요구
(사례) 문화재청 문화유산교육팀 민관협력계		
외부 기관 활용	방안 3: 전문기관 위탁 - 방안 2의 장점과 동일한 장점 - 국토교통부 내 부서나 인력 재배치 부담 감소	- 위탁 비용 마련 부담
비영리단체 등을 매개기관으로 지정	방안 4: 비영리단체 등을 매개기관으로 지정 - 방안 3의 장점과 동일한 장점 - 국토교통부 예산 부담 감소 - 「산업발전법 시행령」 내 지속가능경영 지원센터 규정 활용 가능	- 외부 기관의 전문성 검증 어려움
(사례) 지속가능경영 지원센터 문화예술후원매개단체		

출처 : 저자 직접 작성

3) 자발적 기업 사회공헌활동 유도를 위한 지원정책 마련

□ 제안 배경

기업 사회공헌활동은 기업의 자발적 참여에 의해 이루어진다. 앞서 제안한 공모사업 추진과 이와 관련된 매개기관 운영 방안은 건축도시분야 공공사업 추진 시에 기업이 사회공헌활동의 일환으로 참여할 수 있는 직접적 기회를 제공하기 위한 방안이었다.

이와 더불어 기업이 지속적으로 건축도시분야 사회공헌활동에 관심을 가지고 자발적으로 참여할 수 있도록 기반을 마련하기 위해서는 이러한 활동을 유도할 수 있는 다양한 정책적 지원이 수반되어야 한다.

□ 추진방안

- 건축도시분야 공공사업 내 기업 사회공헌 참여를 위한 업무매뉴얼 마련

현재 기업들은 건축도시분야 기업 사회공헌활동에 대한 관심과 의지는 있으나, 참여를 미루고 있는 이유 중 하나는 구체적인 방법을 모르기 때문이었다. 이를 위해서는 첫 번째 연계방안으로 제안한 공모사업 추진 등에 관해 관계 주체들이 각자의 역할과 추진절차를 파악할 수 있도록 업무매뉴얼(운영지침)을 발간하는 것을 제안하는 바이다.

초기에는 새뜰마을사업 등 현재 기업 사회공헌활동이 이루어지고 있는 특정 사업을 대상으로 맞춤형 업무매뉴얼 발간하여 시범 운영한 후, 중장기적으로는 타 사업에서도 적용될 수 있는 통합 매뉴얼을 작성·운영할 필요가 있겠다.

※ 사례 : 영국 리즈시 「기업 사회공헌활동 툴킷」 주요 내용

- (목적) 사회공헌활동을 하고자 하는 기업들에게 방향 제시 및 사례를 통한 추진방법 제안
- (주요 내용) CSR 툴킷의 목적, 참여주체별 역할, CSR이 기업에 주는 혜택, 성공적 사례



※ 출처 : City of Leeds(2018), *CSR PLUS TOOLKIT*, City of Leeds, pp.1-2.

- (가칭)지역공헌기업 인정제도 도입

앞선 설문조사 내용에서 볼 수 있듯이 현재 기업이 사회공헌활동을 추진하는 목적 중 가장 우선순위에 있는 것은 지역사회에 대한 발전과 더불어 기업 이미지 제고인 것으로 나타났다. 즉, 기업들은 사회공헌활동을 통해 단기적인 경제적 가치 유발 보다는 중장기적 시점에서 사회적 가치 창출을 통해 지역사회와 공생하는 기업 이미지를 형성함으로써 지속가능한 기업 경영을 추구하고 있음을 알 수 있다.

이러한 상황을 고려했을 때 건축도시분야 공공사업과 연계한 기업 사회공헌활동을 유도하기 위해서는 기업 참여에 대한 포상 제도 또는 인정 제도의 도입이 필요하다고 판단된다. 이를 위해 요코하마시 내에서 지역 발전에 기여한 기업을 대상으로 지역공헌기업으로 인정하는 「요코하마형 지역공헌기업 인정제도」나 미국의 CSR 수상 제도 등을 참고할 필요가 있겠다.

※ 참고사례 : 요코하마형 지역공헌기업 인정 제도

- (대상 기업 요건) 요코하마시 내에서 3년 이상 사업을 경영한 기업
본사 또는 사업소가 시 내에 위치한 기업
요코하마시세(법인세)를 납부하는 기업
- (평가 프로세스) 기업 내부 시스템 평가 → 지역성 평가
- (지역공헌기업 인정 혜택)
 - 인정증 및 인정마크 부여
 - 인정기업 간 네트워크 구축 지원 및 세미나 실시
 - 기업 홍보 지원
 - 설비투자 조성제도 자격요건 완화
 - 저리융자 자격 인정
 - 공공조달 수주 시 가점 부여 등

※ 출처 : 横浜市(2017), 「横浜型地域貢献企業認定制度のご案内」, 내부자료, pp.2-3 및 요코하마시청 담당자 면담 결과

- 우수사례에 대한 사례집 발간 및 홍보

건축도시분야 공공사업과 연계한 기업 사회공헌활동 중 우수사례에 대해서는 사례집을 발간할 것을 제안한다. 사례집을 통해 기존의 성공적 사례에 대해 공유함으로써 앞으로 활동을 추진하고자 관심을 가지는 기업에게는 구체적인 사례를 제시할 수 있게 되고, 이는 기업들의 참여 확대로 연결될 수 있을 것이다. 아울러 기존에 참여한 우수 기업에 대해서는 간접적인 홍보 효과도 달성할 수 있다.

아직 우수사례가 없는 경우에는 영국 리즈시와 같이 국내에 시사점을 줄 수 있는 해외사례의

다양한 사례에 대해 소개하는 사례집을 발간하는 것도 건축도시분야 사회공헌활동에 대한 경험이 부족한 기업들에게 도움이 될 수 있을 것으로 판단된다.

- 기업 사회공헌활동 관련 주기적 포럼 개최를 통해 관계자 네트워크 구축

마지막으로 건축도시분야 기업 사회공헌활동 확산을 위하여 관련 주체 대상의 정기적 포럼을 개최하여 함께 현안을 논의하고 관계자 간 네트워크를 구축할 필요도 있겠다. 현재 민간기업의 경우 자체적으로 CSR포럼이라는 협의체를 만들어 주기적으로 사회공헌 관련 현안을 논의하고 있으며, 기업별 사회공헌 담당자 간 네트워크도 구축하고 있다. 또한 공기업 중 주택도시보증공사의 경우 공사 내에서 개별적으로 사회공헌포럼을 개최하여 새로운 사회공헌 아이템을 발굴하기도 한다.

앞으로 건축도시분야 공공사업을 추진함에 있어 기업들의 사회공헌활동 참여를 유도하기 위해서는 현재 각 기관별로 운영하고 있는 기업 사회공헌포럼의 주체들을 모아 국토교통부 차원에서 포럼을 개최함으로써 앞으로의 건축도시분야 사회공헌사업의 추진방향을 공유하고, 관련 주체 간 긴밀한 네트워크를 구축해 나갈 필요가 있겠다.

※ 참고사례 : 민간기업 CSR 포럼과 주택도시보증공사 사회공헌포럼



[그림 5-4] 민간기업 CSR 포럼



[그림 5-5] 주택도시보증공사 사회공헌포럼

※ 출처 : (좌) CSR포럼 페이스북, https://www.facebook.com/pg/dykim99/posts/?ref=page_internal (검색일: 2018.9.28.); (우) 주택도시보증공사(2017), 「2017 사회공헌 Report」, p.42.

3. 연계여건 개선을 위한 정책추진방향

□ 단기 추진과제

건축도시분야 공공사업과 기업 사회공헌활동 연계를 위해 단기적으로 추진할 수 있는 과제는 개별 사업담당부서에서 연계 사업아이템을 발굴하고, 이에 대한 기업 참여 기회를 제공하는 공모사업을 추진하는 것이다. 또한 이러한 공모사업 추진에 앞서 행정, 기업, 사회적 기업, 비영리단체, 전문가 등 관련 주체별 역할과 사업 추진 절차 등을 확립하기 위해 업무매뉴얼을 마련하는 것이 우선되어야 하겠다. 그 외에도 기업 사회공헌활동과 관련된 기관 간의 네트워크 구축 및 정보 공유를 위해 사회공헌포럼 개최 등의 활동도 단기적으로 추진 가능할 것으로 판단된다.

□ 중장기 추진과제

중장기적으로는 단위 사업별 기업의 기부금이나 현물 지원이 아닌, 기업이 가지고 있는 전문인력이나 기술을 공공사업과 연계시키기 위한 공모사업을 추진할 필요가 있겠다. 국내 「청춘발산마을 사업」이나 일본 「텐노지공원 정비 공모사업」과 같이 역량있는 기업이 사업 기획 단계부터 운영단계까지 사업추진 전반에 참여함으로써 건축도시분야 공공사업을 추진함에 있어 부족하다고 지적되고 있는 기획·운영단계의 전문성을 보완할 수 있을 것으로 판단된다.

아울러 기업과 지역을 연계하기 위한 전문성 있는 매개기관 등을 운영할 수 있도록 조직적 기반을 마련할 필요가 있다. 이를 위해 중장기적으로는 국토부 내 전담팀을 두거나 외부 전문기관에 위탁 또는 비영리단체 등을 매개기관으로 지정하는 것이 바람직하다. 또한 건축도시분야 사회공헌활동에 참여한 기업들을 격려하고 지원하기 위해 지역공헌기업 인정제도 도입, 우수사례집 발간 등의 지원책을 마련함으로써, 기업들의 자발적 참여를 유도할 필요가 있겠다.

한편 아직까지 기업들은 주로 사회적 책임 차원에서 사회공헌활동을 추진하고 있지만, 기업 대상의 설문조사에도 나타났듯이 향후에는 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 창출하는 CSV 활동을 추진하고자 하는 의지가 높아 중장기적으로는 이를 위한 제도적 기반도 마련할 필요가 있겠다.

- 강세중·박의범·Tsog Khulan(2010), “한국기업 CSR활동의 공유가치창출에 관한 실증연구”, 「로고스경영연구」, v.10(4), 한국로고스경영학회, pp.1-28.
- 고동수(2006), 「기업의 사회적 책임(CSR): 국제논의 동향 및 우리의 대응방안」, 산업연구원.
- 고영희·박진숙(2011), “건축적 공공성을 활용한 기업의 사회적 책임 활동의 동기인식과 효과에 관한 연구: 서울시 소재 기업사옥의 공공공간 사례를 중심으로”, 「서울도시연구」, v.12(1), 서울연구원, pp.33-52.
- 공공미술프리즘(2018), 「청춘발산마을 사업」 리플렛, 내부자료.
- 공공미술프리즘(2018), 「청춘발산 마을산책 가이드」 리플렛, 내부자료.
- 광주광역시 서구청(2018), 「별이 뜨는 발산마을」, 광주광역시 서구청.
- 국민안전처(2016), 「안전한 지역사회 만들기 모델사업 추진계획」, 내부자료.
- 국정기획자문위원회(2017), 「문재인정부 국정운영 5개년 계획」.
- 국토교통부(2018), “달동네·쪽방촌 노후주택 개선 위한 공공·민간 업무협약” 9월 17일자 보도자료.
- 국토교통부(2018), 「민관협력형 노후주택 개선사업」 추진계획, 내부자료.
- 국토교통부(2018), “조직·지원 안내”, 국토교통부 홈페이지, <http://www.molit.go.kr/> (검색일: 2018.8.1.)
- 권윤구·주신하(2015), “기업의 공유가치창출을 활용한 도시재생 사례 연구”, 「한국도시설계학회지」, v.16(6), 한국도시설계학회, pp.35-51.
- 기획재정부(2017), “공공기관 경영평가제도 개편 방안”, 12월 28일자 보도자료.
- 기획재정부(2018), “2018년 세법개정안 정부안 확정”, 8월 28일자 보도자료.
- 김명수 외 3인(2014), 「아국업체들의 해외건설시장에서 사회공헌활동 강화방안 연구」, 국토교통부.
- 김명중(2016), “일본기업의 사회적 책임 : 동향과 과제”, 「국제노동브리프」, 2006년 4월호, 한국노동연구원, pp.19-27.

김성택(2012), 「CSR 5.0 : 기업의 사회적 책임과 역할」, 도서출판 청람.

김영준·김송이(2014), 「리조트기업의 지역사회 공헌 사례 연구」, 한국문화관광연구원.

남영숙 외 6인(2011), 「기업의 사회적 책임(CSR)의 글로벌 트렌드와 지역별 동향 연구」, 외교부.

노광표·이명규(2013), “기업의 사회적 책임(CSR)”, 한국노동사회연구소,
<http://www.ksli.org/content/%EA%B8%B0%EC%97%85%EC%9D%98-%EC%82%AC%ED%9A%8C%EC%A0%81-%EC%B1%85%EC%9E%84csr>. (검색일: 2018.5.30)

노영순(2014), 「문화·관광분야 기업의 사회적 책임(CSR) 확산을 위한 기초연구」, 한국문화관광연구원.

드림소사이터티 포럼(2010), “사회공헌활동 활성화 관련 해외사례: 1. 미국“, 드림소사이터티 포럼 블로그, <https://blog.naver.com/dramo23/99519028> (검색일: 2018.5.30.)

문화재청(2012), 「한 문화재 한 지킴이 활동 홍보 리플렛」.

문화재청 홈페이지, “문화재 사회공헌활동의 모든 것, 한화리조트”,
http://www.cha.go.kr/cop/bbs/selectBoardArticle.do?nttId=5856&bbsId=BBSMSTR_1008&nm=NS_01_10 (검색일: 2018.5.2.)

문화재청(2018), “문화재지킴이 사업 현황”, 문화재청 내부자료.

박성남·김민경(2016), 「도시재생사업 기반 구축 단계의 경험과 과제」, 건축도시공간연구소.

보건복지부(2007), “사회공헌관련 종합정보센터 만든다”, 6월29일자 보도자료.

사회공헌정보센터(2018), “센터의 역할”, 사회공헌정보센터 홈페이지,
<https://crckorea.kr/?menuno=223> (검색일: 2018.4.26.)

사회공헌정보센터(2018), “시·도 사회공헌 네트워크”, 사회공헌정보센터 홈페이지,
<https://crckorea.kr/?menuno=233> (검색일: 2018.4.26.)

산업정책연구원(2016), 「기업 문화예술 사회공헌 효과조사」, 문화체육관광부.

삼성에스원(2016), “사업과 연계한 사회공헌, 협업을 통한 사회공헌 - 에스원과 함께하면 언제나 안심”, 내부자료.

서수정·윤주선(2016), 「도시재생 활성화를 위한 근린재생형 기금지원 프로그램 개발」, 건축도시공간연구소.

손오달(2017), 「문화재 보존과 활용을 위한 민간참여 확대방안 연구-기업의 사회적 책임(CSR)을 중심으로」, 한국전통문화대학교 석사학위논문.

신지영(2017), “[뉴스위크_특집 ‘사회공헌’] 1. 기업의 사회적 책임(CSR)... 어디까지 인가”, 뉴스위크. 10월 27일자.

신혜정 외 5인(2012), “협력으로 승화하는 기업의 사회공헌”, 「CEO Information」, v.843, 삼성경제연구소.

심진예(2007), 「기업의 사회적 책임(CSR) : 최근동향과 대응현황」, 한국장애인고용촉진공단.

안윤기 외 3인(2012), 「외교통상부 CSR 지원사업 추진 체계 및 중기 로드맵 수립 : 중소기업을 중심으로」, 외교통상부.

여혜진·고영호·엄운진(2018), 「국토환경디자인 지원사업 성과분석 및 지역경관 향상 지원사업

모니터링」, 국토교통부.

오윤경(2016), 「재난안전관리를 위한 민간기업 연계 및 산업육성 방안」, 한국행정연구원.

오키노 노하부로·구리타 타쿠야(2015), 「새로운 공공의 도시시대, 사람을 이어 도시를 살리다」, 최선주 역, 국토연구원.

우리일보(2016), “서울 도시기반시설 노후화 대응 시급”, 아시아글로벌, 2월 1일자 보도자료.

윤주선·이여경(2017), 「민관협력사업을 통한 자립형 도시재생 방안 연구」, 건축도시공간연구소.

윤진수(2013), “중소기업의 사회적 책임(CSR) 활성화를 위한 제언”, 「CGS Report」, v3(6), 한국기업지배구조원, pp.2-7.

이상민(2008), “이중적 CSR 체제의 기원 : 미국·독일·일본·한국의 국제비교 연구”, 「한국사회학」, v.42(7), 한국사회학회, pp.215-253.

이상민·김용국·이여경·제지현(2017), 「도시 공공공간 이용 활성화 연구」, 국가건축정책위원회.

이여경·심경미(2016), 「경관협정 실효성 제고를 위한 지원방안 연구」, 건축도시공간연구소.

이운용(2018a), 「뉴욕시 공공공간의 변화, NYC 플라자 프로그램」, 내부자료.

이운용(2018b), 「타운매니지먼트 수법을 통한 지역활성화 방안 연구」, 중앙대학교 박사학위 논문.

이철중 외 4인(2016), 「사회적경제 시장진입 전략모델 발굴 연구 - 연구주제 2 : 사회적경제 진입가능 신규 민간시장 발굴 및 전략모델 개발」, 서울특별시 사회적경제지원센터.

이흥일(2008), 「건설업 사회공헌 실태조사 및 발전방안 연구」, 한국건설산업연구원.

인천국제공항공사(2015), 「2015 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」.

인천국제공항공사(2016), 「2016 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」.

인천국제공항공사(2017), 「2017 인천국제공항공사 사회책임경영보고서」.

장영기(2018), 「기업 사회공헌, 문화재와의 만남-문화재 사회공헌의 이해」, 도서출판 역사문화.

전국경제인연합회(2014), 「2014년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」.

전국경제인연합회(2015), 「2015년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」.

전국경제인연합회(2016), 「2016년 주요·기업 기업재단 사회공헌백서」.

제주특별자치도(2018), 「가파도 프로젝트 추진현황」, 내부자료.

조소희(2017), “‘마을공동체 건물’ 전기료도 못 내는데... 뒷집 친구청”, 부산일보, 8월 14일자 보도자료.

주택도시보증공사(2016), 「2016 사회공헌 Report」.

주택도시보증공사(2017), 「2017 사회공헌 Report」.

주택도시보증공사(2018), “저소득 취약계층 주거안정을 위한 HUG의 푸른 희망, ‘HUG BLUE BELT’”, 주택도시보증공사 블로그,
<https://blog.naver.com/khgc6300/221354493859> (검색일: 2018.9.9.)

중소벤처기업부(2018), “성과지표 안내”, 중소기업 사회적책임경영 홈페이지,

https://www.csr.go.kr/system/s_info01.asp (검색일: 2018.5.4.)

중소벤처기업부(2018), “CSR 준비매뉴얼”, 중소기업 사회적책임경영 홈페이지,
https://www.csr.go.kr/info/s_define02.asp (검색일: 2018.5.4.)

진중연(2017), “인구 급감 ‘축소 도시’ 공공시설 97%가 적자”, 조선일보, 7월 24일자 보도자료.

참여연대 외(2010), 「CSR 법제화의 길을 묻다」, 4월 29일자 토론회 자료.

최희원·문철우(2011), “CEO의 변혁적 리더십 특질과 기업의 재무성과가 CSR에 미치는 영향,”
 「인적자원관리연구」, v.18(2), 한국인적자원관리학회, pp.213-234.

한국가스공사(2014), 「지속가능경영보고서 2014」.

한국가스공사(2016), 「지속가능경영보고서 2016」.

한국가스공사(2017), 「지속가능경영보고서 2017」.

한국문화예술회관위원회(2018), “인증현황”, 한국문화예술회관위원회 홈페이지,
http://www.arko.or.kr/m1_07/m2_03/m3_02/m4_02.do (검색일: 2018.5.2.)

한국사회복지협의회·대한상공회의소(2014), 「2014 중견·중소기업 사회공헌백서」, 한국사회
 복지협의회 사회공헌정보센터.

한국수자원공사(2014), 「2014 K-water 사회공헌활동 백서」.

한국수자원공사(2015), 「2015 K-water 사회공헌활동 백서」.

한국수자원공사(2016), 「2016 K-water 사회공헌활동 백서」.

한국토지주택공사(2011), 「LH 멘토와 꼬마친구 가이드북(봉사자용)」.

한국토지주택공사(2014), 「2014년도 LH 사회공헌백서 : 나눔의 행복을 아는 사람들의 LH
 사랑 씨앗 이야기」.

한국토지주택공사(2015a), 「2015년 도시활력증진지역 개발사업 관리 및 활성화 연구」, 국토
 교통부.

한국토지주택공사(2015b), 「도시 취약지역 생활여건 개조 프로젝트(새뜰마을사업) 운영관리
 및 활성화 방안 연구」, 지역발전위원회.

한국토지주택공사(2016a), 「2015~2016년도 LH 사회공헌백서」.

한국토지주택공사(2016b), 「2016 LH 지속가능경영보고서」.

한국토지주택공사(2016c), 「도시 새뜰마을사업 활성화 방안 연구」, 지역발전위원회.

한국토지주택공사(2017a), 「2017년 도시활력증진지역 개발사업 관리 및 활성화 연구」, 국토
 교통부.

한국토지주택공사(2017b), 「노후주택 지원사업 사업성과」, 내부자료.

행정안전부(2018), “지방재정통계”, 지방재정 365 홈페이지, <http://lofin.mois.go.kr>
 (검색일: 2018.4.30.)

황상규(2013), 「사회책임의 시대 ISO26000 이해와 활용」, 도서출판 틱윌.

황인표(2015), “현대차 그룹, 광주에 창조경제혁신센터 출범”, SBS CNBC, 1월 27일자 보도자료.

후지이 다케시(2014), 「CSV 이노베이션」, 이면현 역, 한언.

大阪市(2018), 「天王寺公園エントランスエリア魅力創造・管理運営事業」, 내부자료.

大阪府府民文化部都市魅力創造局・大阪市ゆとりとみどり振興局(2012), 「大阪都市魅力創造戦略」.

近鉄不動産(2018), 「ゲーエリア魅力向上事業概要」, 내부자료.

河内山信一(2013), “中小企業CSRの最新事例”, Management Leader WEB,
<http://www.mng-ldr.com/column/2013/05/22/----.php> (검색일: 2018.4.10.)

内閣府(2010), “「新しい公共」宣言(平成22年6月4日第8回「新しい公共」円卓会議資料)”.

内閣府(2011), “新しい公共支援事業について”.

内閣府(2012), “新しい公共」に関する取組について”.

内閣府(2013), 「地域における「新しい公共」の担い手による取組事例に関する調査報告書」, 内閣府.

西村 菜摘子(2013), 「日本に求められるCSRとは」, 上智大学.

日本経済団体連合会(2007), 「企業行動憲章 実行の手引き第5版」.

日本経済団体連合会(2017), 「2016年度 社会貢献活動実績調査結果」, 日本経済団体連合会.

三浦詩乃・出口敦(2016), “ニューヨーク市プラザプログラムによる路利活用とマネジメント”,
「土木学会論文集D3(土木計画学)」, v72(2), 土木学会, pp.138-152.

横浜市(2017a), 「横浜型地域貢献企業認定現況」, 내부자료.

横浜市(2017b), 「横浜型地域貢献企業認定制度のご案内」, 내부자료.

横浜企業経営支援財団(2018), “横浜型地域貢献企業支援事業とは”, 横浜企業経営支援財団 홈페이지, <http://www.idec.or.jp/keiei/csr/> (검색일: 2018.4.10.)

Business in the Community(2011), *Corporate Responsibility Index 2011_ Kingfisher plc, Business in the Community*.

Business in the Community(2018), “2016 CR Index Company Listing”,
<https://www.bitc.org.uk/resources-training/research/2016-cr-index-company-listing> (검색일: 2018.5.24.)

Business in the Community(2018), “Campaigns & Programmes – Community & Place – Community Engagement/Community Transformation”,
<https://www.bitc.org.uk/campaigns-programmes> (검색일: 2018.5.24.)

Business in the Community(2018), “What responsible business”,
<https://www.bitc.org.uk/what-responsible-business> (검색일: 2018.5.24.)

City of Leeds(2018), *CSR PLUS TOOLKIT*, City of Leeds.

City of Westminster(2018), *Westminster Business Handbook*, City of Westminster.

Commission of the European Communities(2001), *Green Paper: Promoting an European framework for Corporate Social Responsibility*.

Commission of the European Communities(2002), *Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development*.

- CSR포럼 페이스북, https://www.facebook.com/pg/dykim99/posts/?ref=page_internal
(검색일: 2018.9.28.)
- Dahlsrud, A(2008), "How Corporate Social Responsibility Is Defined: an Analysis of 37 Definitions", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, n15, pp.1-13.
- Department of Trade and Industry(2002), *Business and Society: Corporate Social Responsibility Report 2002*.
- European Commission(2011), *A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*.
- Flatiron 23rd Street Partnership(2017), *2017 annual report*.
- Flatiron 23rd Street Partnership(2018), "About Us", Official Website of Flatiron 23rd Street Partnership, <http://www.flatirondistrict.nyc/about-the-bid/about-us>
(검색일: 2018.4.10.)
- Global Reporting Initiative(2018), "About GRI", GRI Website,
<https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx>.
(검색일: 2018.5.30)
- Global Reporting Initiative(2018), "Standards", GRI Website,
<https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>. (검색일: 2018.5.30.)
- Heart of the City(2018), "About us", Official Website of Heart of the City,
<https://theheartofthecity.com/about-us/> (검색일: 2018.8.1.)
- Heart of the City(2018), "Foundation Programme",
<https://theheartofthecity.com/getinvolved/foundation-programme/>
(검색일: 2018.8.1.)
- Heart of the City(2018), "Member Spotlight - David Miller Architects",
<https://theheartofthecity.com/case-studies/member-spotlight-david-miller-architects/> (검색일: 2018.8.1.)
- Nobuyuki Demise(2012), "CSR과 ISO26000 : 일본의 대응", 「국제노동브리프」, 2010년 12월호, 한국노동연구원, pp.18-25.
- NYC Department of Transportation(2018), *NYC Plaza Program Application Guidelines 2018*, New York City.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R.(2011), "The Big Idea: How to Fix Capitalism and unleash a new wave of growth(Creating Shared Value)", *Harvard Business Review*, v89(1/2), pp.62-77.
- Social Enterprise UK(2016), "Buy Social Corporate Challenge", Official Website of Social Enterprise UK,
<https://www.socialenterprise.org.uk/corporate-challenge> (검색일: 2018.6.1.)
- Thuy Tran(2015), "Corporate Social Responsibility and Profits: A Tradeoff or a Balance?", *Center on Democracy, Development, and the Rule of Law*, Stanford University.

U.S. Department of State(2016), *Responsible Business Conduct-First National Action Plan for the United States of America*.

U.S. Government Accountability Office(2005), *Numerous Federal Activities Complement U.S. Business's Global Corporate Social Responsibility Efforts*.

Westminster City Council(2017), *Policy, performance and communications business plan 2017/18*, City of Westminster.

Wikipedia(2018), "Business in the Community",
https://en.wikipedia.org/wiki/Business_in_the_Community (검색일: 2018.5.24.)

Wikipedia(2018), "City of Leeds", https://en.wikipedia.org/wiki/City_of_Leeds
(검색일: 2018.5.24.)

「국민기초생활 보장법」 법률 제15185호(2017.12.12. 일부 개정)

「문화예술후원 활성화에 관한 법률」 법률 제12351호(2014.1.28. 제정)

「문화예술후원 활성화에 관한 법률 시행령」 대통령령 제25490호(2014.7.21. 제정)

「법인세법」 법률 제15222호(2017.12.19. 개정)

「사회적 기업 육성법」 법률 제11275호(2012.2.1. 개정)

「산업발전법」 법률 제15178호(2017.12.12. 일부 개정)

「산업발전법 시행령」 대통령령 제28958호(2018.6.12. 개정)

「소득세법」 법률 제15225호(2017.12.19. 개정)

「저탄소 녹색성장 기본법」 법률 제15489호(2018.3.20. 개정)

「중소기업진흥에 관한 법률」 법률 제14685호(2017.3.21. 개정)

The Companies Act 1948 (11 & 12 Geo.6 c.38)

The Companies Act 2006 (c 46)

Cooperative Public Project Implementation with Privately-led CSR Activities

SUMMARY

Lee, Yeokyung
Sim, Kyungmi
Tchah, Chuyoung

Chapter 1. Introduction

Public projects have been consistently increased in the field of architecture and urban design. They include individual public facility projects that build up parks and plazas and they are also promoted in the form of packaged projects such as urban regeneration projects and local development projects. By implementing these projects, governments and municipalities are mainly supplying short facilities and improving the physical environment.

However, most of the public projects are focused on completing individual facilities and creating a space environment which limit the maintenance and uses of the improved facilities and space environment after the project completion. For example, a community building in the urban regeneration site or a park constructed by community development projects is neglected due to lack of budget or labor to manage them after construction completion. It is also difficult to maintain and manage various public projects that have already been promoted. More serious maintenance and use issues of this situation are expected as the number of public projects in this field are increased in succession.

Post-management issues that public administration has been confronting appear in not only in overseas but also in other domestic fields. Various ways are being sought to overcome these public(administrative) limitations in the overseas countries as well as other fields in Korea. In recent years, ways to cooperate with third parties such as private and NPOs have been actively discussed rather than seeking sole public administrative solution. In fact, third parties act as 'new public' by participating in various ways in solving social problems with public administration.

Among them, enterprises with diverse resources such as budget, expertise and human resources are actively participating in solving community problems by receiving demands for creation of social value both internally and externally. These activities are mainly carried out in the form of CSR(Corporate Social Responsibility). Furthermore, public projects which had carried out by public administration solely have been linked with CSR that enterprises are pursuing to create social values in overseas countries or other fields. This produces positive results to create a social value in the region while it combines the various resources owned by the corporation and public administration. This also creates new value.

In the meantime, both public and private entities in the field of architectural and urban design in Korea have been burdened in cooperating together due to the controversy of special favors. However, as social members, enterprises are actively promoting CSR are emphasizing their role in creating social responsibility and value and it is time to consider enterprises' involvement even in public projects in our fields.

Therefore, this study seeks the ways that supplement shortage of budget, human resources, and expertise for sustainable management and uses of facilities and space environment after the public projects completion in the field of architecture and urban design.

Chapter 2. Necessity of linking CSR with public projects in the field of architecture and urban design

In Chapter 2, we looked at the concepts and trends related to CSR internationally and domestically. We also searched CSR activities in Korea and defined the characteristics from those activities. Based on the analysis of the characteristics, we have raised the

necessity of linking CSR and public projects as one of the alternatives to improve general issues in the major public projects in the field of architecture and urban design.

CSR activities started from simple donations since American enterprises had contributed to the Red Cross at the time of the First World War. In the mid-1900s, social criticism was widespread as local enterprises caused several issues such as exploitation of labor and waste oil emissions, etc. in the process of maximizing profits. Governments encouraged enterprises to legally sanction CSR activities. Since the 1970s, major international organizations like the United Nations(UN) and the Organization for Economic Cooperation and Development(OECD) have encouraged CSR activities when they need to maintain a symbiotic relationship with society for sustainable development.

In response to these social demands, enterprises have initiated CSR as part of obligatory and passive attitude such as donations in the beginning. However, after the advent of neo-liberalism standing for 'small government', 'big market', etc., the role of enterprises have been expanded and actively promoting CSR for a tool for marketing and risk reduction. Recently, CSV(Creating Shared Value) activities are being carried out to encourage enterprises to realize social values as part of their management activities rather than pursue CSR as a separate area.

Enterprises in Korea are trying to utilize indirect actions such as establishing statutes related to corporate sustainability management or establishing an indicator of social value creation in corporate management evaluation to promote CSR. Furthermore, some ministries such as the Ministry of Welfare and the Ministry of Culture and Tourism have established and implemented policies to promote CSR at the department level in relation to donations or sponsoring.

With such changes worldwide, budgets for CSR of enterprises in Korea are increasing. CSR activities from the fields of welfare, culture and arts, education are becoming mainstream as well as the range of activities is gradually diversified. Initially, the method of activities focused on supporting donations or in kind, but recently CSR utilizes the professional human resources and technology owned by enterprises. In other words, enterprises are promoting various public services that the public administration should provide in the form of CSR and budgets are increasing and the methods of activities are diversified.

Meanwhile, there is a growing need for enterprises to participate in 'new public' in various public projects in the field of architecture and urban design city in addition to where traditional CSR such as welfare, culture arts and education are made. Actually urban regeneration projects, Sae-Tteul village projects and landscape projects have commonly appealed △ a problem of ensuring sustainable management budgets after the public projects, △ a project limitation by low capital investment by residents, △ the lack of local professional human resources, △ the limited ways for able enterprises to participate in local issues, etc. Participation and involvement from diverse entities is essential to improve the problems of budget, human resources and lack of expertise in building up public projects in the field of architecture and urban design or maintaining and managing facilities and space environment after completion of the project.

In this context, enterprises with many resources will be able to complement some of these public roles through CSR. As we have already surveyed, many enterprises already have self-funded CSR and are actively promoting CSR that show their own special expertise. This is also an element to be needed in our field.

The linkage of CSR with public projects in our field will be an opportunity for both entities to create common social values in local basis which will give new value to the community. In addition, if CSR linked with public projects in our field is promoted on a local basis, unspecified people who use local spaces could be beneficiaries and it will affect positively to the community as well.

Chapter 3. Conditions of linkage between public projects and CSR

As we have seen in Chapter 2, there is no separate policy direction at the ministry level to promote CSR in the our field. In Chapter 3, from the point of public administration, we will examine the linkage conditions between related policies, regulations and public projects, CSR. On the other hand, we conducted the analysis of CSR activities and questionnaires of enterprises to see the linkage conditions from the point of enterprises.

First, the only project that public administration implemented is the Sae-Tteul village project. Since 2016, Haitai Confectionery and the Construction Industry Social Contribution Foundation have provided donations or in-kind donations individually to

the project sites in Yangju, Sejong, and Kimcheon. The enterprises promoting CSR in our field received CSR related supports and incentives from "Industrial Development Law", "Small Business Promotion Act", "Corporate Income Tax Law" and "Income Tax Law" which apply to overall CSR activities. Although there are policy regulations to support CSR, those are not specified for promoting the public projects and CSR in our field yet. This means that official CSR participation process for enterprises has not been established.

Meanwhile, 47% of enterprises responded that CSR is unfamiliar area for them and that's why they don't promote CSR especially in our field. Other reasons to obstruct CSR implementation are listed as limitation of internal conditions, lack of awareness of employees, lack of relevant experts and support organizations and lack of information on CSR in our field.

Despite those conditions, 60% of private enterprises and 71% of public enterprises sympathized need of promoting CSR in our field. 62% of public enterprises and 29% of private enterprises expressed their resolution to introduce CSR soon. In fact, private enterprises such as Hyundai Card, Hyundai Motor and Samsung S1 have been actively engaged in CSR connecting public projects in our field for a number of years. In such a case, enterprises should not only support the budget but also perform activities including direct planning(Hyundai Card), consultation(Samsung S1) and facility maintenance(LH corporation). When enterprises do not have expertise, they carry out cooperative projects(Hyundai Motor Company, HUG) with able social enterprises.

According to the survey results, enterprises are already aware of the necessity of CSR in the field of architecture and urban design and have will of introducing CSR so there will be diverse chances to link with CSR. For this, public administration requires to establish supporting policy options and encourage enterprises to respond to participation demands.

Chapter 4. Domestic and international examples of policies and regulations for utilizing CSR in the field of architecture and urban design

Chapter 4 analyzes domestic and international policies and regulations that are being

implemented to utilize CSR in our field. With analysis results, we provide policy and regulation suggestions that are able to apply to link public projects with CSR in our field.

As a result, 3 major suggestions that are significant in Korea have been drawn. They are based on researches and analysis of policies and regulations acted in other cities in Korea as well as the UK, Japan and the United States.

Characteristics of domestic and international policies and regulations related to CSR

Classification	Characteristics		
	1) Establishing policy direction for cooperation with enterprises and practicing public project contest	2) Providing guidance and support policies to promote voluntary CSR	3) Fostering and supporting specialized intermediation organizations
Cultural Heritage Administration(CHA), Korea	• Cultural assets preservation projects	–	• Organization and operation of public-private partnership system
EU/UK	• Green Paper • Report on Corporate Social Responsibility • 2011-14 New Strategy for CSR in Europe • 「Foundation Programme」, Westminster Borough	• UK BITC 「the Corporate Responsibility Index (CRI)」 • 「CSR PLUS TOOLKIT」, Leeds, UK	• Establishment of BITC, UK
Japan	• The new public policy of the Cabinet Office and the "new public support project" • 「Attractive City Strategies with private-public partnership」 and 「Improvement Project for Tennogi Park Entrance」, City of Osaka	• 「Certificate System of locally contributed enterprises」, City of Yokohama	• The new public policy of the Cabinet Office and the "new public support project" – Support for improving NPO's activities
US	• Federal Government's National Action Plan on Corporate Responsibility Management	• Federal Government's 「Global CSR Support Program」	• 「Plaza Program」, New York – Support for NPO + enterprise

The first characteristic is that the public administration is establishing policy directions on cooperation with enterprises and is pursuing a public contest in which enterprises can participate directly. Major countries in overseas cases actively support or mandate CSR. The United States and Japan are encouraging voluntary CSR under the recognition that enterprises should contribute as a member of society. In the UK, enterprises are

indirectly mandated by introducing a regulation that emphasizes a role of enterprise in CSR. Under these national and local policies, they practice public project contests to directly engage enterprises in public projects. Examples include pilot projects for the creation of a new public place promoted by the Cabinet Office of Japan and for corporate participation such as donation support projects. Other than these examples, the New York City's Plaza Program and the improvement project for Tennogi Park Entrance by City of Osaka are listed.

The second characteristic is that individual country operates an intermediary organization that can support CSR. This can be one of the support policies for enterprises that can not directly promote CSR projects. For example, in the case of the United Kingdom, an intermediary organization was established at the national level. The BITC, established by the Ministry of Trade and Industry in the UK, is an intermediary organization for CSR and has been supporting various enterprises that have difficulty in CSR. The New York City's Plaza program in the United States also provides NPOs with opportunities to do project planning and intermediate organization helps and supports by donations from enterprises in the city.

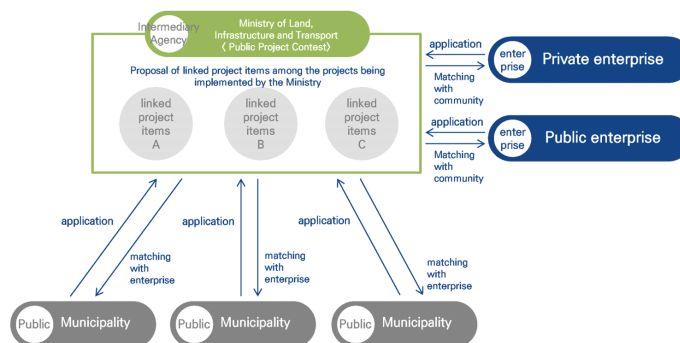
The third characteristic is that public administrations have various support policies to encourage voluntary CSR. In the United States, the Federal Government awards prizes to excellent enterprises and provides information for CSR activities. In Yokohama, Japan, the city operates a Certificate System of locally contributed enterprises. Namely, these programs play a role of supporting and promoting activities at the government and municipality level for enterprises actively promoting CSR.

In the UK, on the other hand, through publicizing the Corporate Responsibility Index (CRI) which is a quantitative measuring index of CSR activities, the government supports publicly and indirectly both enterprises that are actively involved and enterprises that are passively involved. With this index, the city of Leeds implements an additional support policy such as providing a "CSR PLUS TOOLKIT" that includes guidelines and examples for CSR activities.

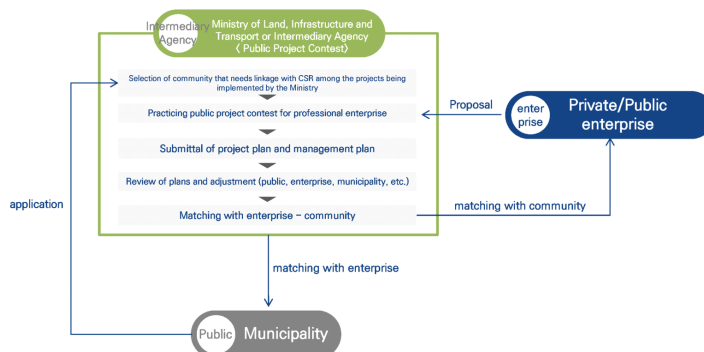
Chapter 5. Proposal for Linkage between public projects and CSR

Based on the results of the survey and analysis, we proposed three proposals to link the public projects and CSR as follow.

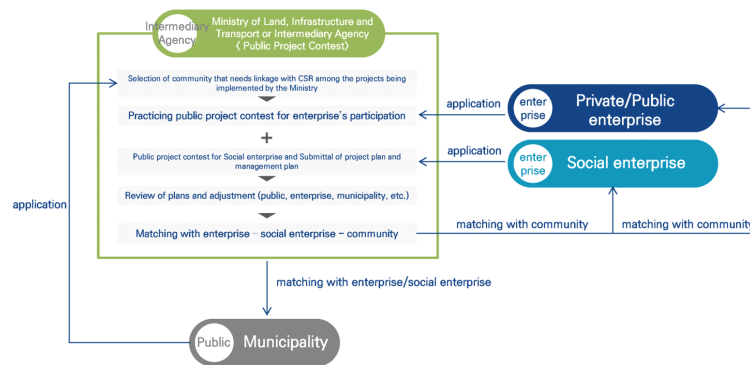
First, practicing public project contests is a way to open the opportunity for enterprises to participate in implementing public projects in our field as a form of CSR activities. Although enterprises are interested in CSR, they are not familiar with how they can start it. As one of policy supports, the public contest will be a great start to involve with CSR introduction. There are 2 ways of practicing the public contest proposed. According to a level of retention of expertise or a way of participation, the individual project contest could be the one way after finding out the items and presenting them to the enterprises. The other way requests a plan to cooperate with stakeholders in all stages from project plan to management.



Practicing public project contests – ALT 1



Practicing public project contests – ALT 2



Practicing public project contests – ALT 3

The second proposal is to operating intermediary agencies that link enterprises, the public administration and community. In terms of social contribution, an intermediary agency is required to partner with two entities in order to link the enterprises and community that needs CSR. It is difficult to propose a standardized linkage model because the type of each project and the resources needed are diverse. Therefore, as a specialist, an intermediary agency will find and develop a customized linkage model for each project and community. The method of operating the agency is divided into 2 ways. First, the Ministry of Land, Infrastructure and Transport operates the agency since the Ministry is the agent to implement the public projects. In this case, charged staffs in the existing project team can be assigned or a separate dedicated team for this work can be organized. Second, the outside professional organization operates the agency. When this method is selected, consigning related works to a specific expert organization or designating a couple of NPOs as an intermediary agency could be considered.

As a result of examining the strengths and weaknesses of each proposal, it will be easier to implement the methods in the order of Method 1> Method 3> Method 4 and Method 2 in terms of feasibility. However, in terms of securing expertise, it is desirable to pursue by Method 2, 3 and 4 rather than 1.

In summary, it will be easy to secure a dedicated workforce in each project team or division in the Ministry of Land, Infrastructure and Transport or to entrust related works to the outside professional organization to link the enterprise with the public projects within community in the short term perspective. However, in terms of securing

professionalism and operation, it should be promoted in the mid/long term by the method of appointing as an intermediary agency of NPOs in the community or a method of organizing a separate dedicated team for this work in the Ministry of Land, Infrastructure and Transport.

Operational proposals to link enterprises and communities

Classification		Strengths	Weaknesses
In charge of the Ministry of Land, Infrastructure and Transport	Method 1: charged staffs in the existing project team within the Ministry of Land, Infrastructure and Transport	- Easy to promote in the short term - Enterprises-community partnership based on a high degree of understanding of the project (e.g.) 「Improvement Project for deteriorated houses with private-public partnership」, Department of Urban Renewal, the Ministry of Land, Infrastructure and Transport 「Improvement Project for Tennogi Park Entrance」, City of Osaka	- Increasing individual work amount due to existing tasks and additional intermediary works - Inefficiency from duplicate staffs and work in the same department
	Method 2: dedicated team for enterprise-community partnering team within the Ministry of Land, Infrastructure and Transport	- Possible to link to CSR in various projects promoted by the Ministry of Land, Infrastructure and Transport - Integrate operation avoiding duplication and conflicts at the department level - Easy operation with a dedicated team consisting of highly specialized personnel is dedicated to the task of identifying and promoting social contribution and business items (e.g.) Private-Public System, Cultural Heritage Education team, Cultural Heritage Administration(CHA)	- The burden of creating a separate dedicated team - Need of the person's ability in charge of the overall project being promoted within the Ministry of Land, Infrastructure and Transport
Outside Professional agency	Method 3: Professional agency entrusted	- Same as Method 2 - Reduction of the burden of relocation of departments and human resources in the Ministry of Land, Infrastructure and Transport	- Burden of consignment charge
	Method 4: NPOs designated as intermediary Agency	- Same as Method 3 - Budget reduction in the Ministry of Land, Infrastructure and Transport - Utilizing Sustainable management support center regulations in the Enforcement Decree of Industrial Development Act (e.g.) Sustainability Management Support Center Arts & Culture Support Intermediary Organization	- Difficulty to verify expertise of external organizations

The third one is to create a support policy for voluntary CSR. CSR is basically made by voluntary participation of enterprises. The proposal of the public project contest and the operation of the agency for this purpose was planned to establish a direct participation opportunity for the enterprises to engage in CSR in connection with the public projects. In addition, in order to provide a foundation for enterprises to continue to participate in CSR, a policy to induce such activities should be promoted. To this end, we proposed to set up a toolkit for promoting CSR in our field in order to present directions to enterprises with a willingness. In order to encourage enterprises, we also suggested the certification system for locally contributed enterprises. In addition, the publication with excellent cases, public relations and holding social contribution forums are considered to share various cases and establish a network among stakeholders.

Keywords :

Corporate Social Responsibility(CSR), Creating Shared Value(CSV), Social Value, Public Project, CSR Activities, Public-Private Partnership(PPP)

1. 기업의 건축도시분야 사회공헌활동 수요 및 인식조사 설문지

이 조사에 조사된 모든 내용은 통계목적 이외에는 절대로 사용할 수 없으며 그 비밀이 보호되도록 통계법(제33조)에 규정되어 있습니다.	ID	-		
--	----	---	--	--

건축도시분야 기업의 사회공헌활동에 대한 설문조사

안녕하십니까?

건축도시공간연구소(AURI)는 도시공간의 개선과 국민의 삶의 질 향상을 위한 정책방안 등을 선도적으로 연구하는 국무총리 산하 국책연구기관입니다.

본 연구소에서는 건축도시분야에 대한 기업 사회공헌활동을 활성화하기 위한 정책방안을 마련하는 연구를 수행하고 있습니다.

연구의 일환으로 사회공헌을 담당하는 기업을 대상으로 현황 및 인식 조사를 시행하고자 하니 협조를 부탁드립니다.

본 조사에 응답해 주신 내용은 연구의 목적으로만 사용될 것이며, 수집된 내용 및 개인의 신상은 통계법(2018.2.10. 시행) 제 33조에 의해 비밀이 보장됩니다.

2018년 8월
국무총리실 산하
국토연구원 부설 건축도시공간연구소

본 조사와 관련된 문의사항은 아래로 연락주시면 성심껏 답변해 드리겠습니다.

. 담당자 : 이여경 부연구위원, 심경미 연구위원(건축도시공간연구소)

. 전 화 : (044) 417-9655, 9654

. 주 소 : 세종특별자치시 절재로 194, 701호 건축도시공간연구소

SQ. 응답자 선정 질문

SQ1. 귀사는 현재 사회공헌활동을 하고 있습니까?
 ① 그렇다 ② 아니다 → 조사중단

SQ2. 귀사는 다음 중 어디에 해당합니까?
 ① 민간기업 ② 공기업(공공기관) ③ 사회적 기업
 ④ 협동조합 ⑤ 기타
 ⑥ 사회공익법인(공익재단, 복지법인, 문화재단, 나눔재단 등)

A. 기업의 사회공헌활동 현황

A1. 귀사는 사회공헌활동을 언제부터 해오고 있습니까? ▶ _____년도부터 진행

A2. 귀사는 사회공헌활동을 어느 부서에서 담당하고 있습니까?

- ① (사회공헌팀, CSR팀, CSV팀 등) 사회공헌활동 전담부서에서 하고 있다
- ② (운영관리팀, 총무팀 등) 관련 부서에서 다른 업무와 함께 담당하고 있다

A3. 귀사의 사회공헌활동 관련 예산은 대략 얼마나 책정되어 있습니까? (둘 중 하나만 응답)

- ▶ 총 매출액의 _____%를 사회공헌활동 예산으로 책정
또는
- ▶ 금액으로 _____원을 사회공헌활동 예산으로 책정

A4. 현재 귀사가 추진하고 있는 사회공헌활동의 주요 목적은 무엇입니까?

- ① 기업의 사회적 책임(CSR) : 기업윤리, 기업시민의 관점에서 시행하는 사회적 책임활동
- ② 기업의 공유가치창출(CSV) : 기업 경영과 연계한 사회적 가치 증진 활동
- ③ 기타(_____)

A5. 귀사에서 중점적으로 추진하고 있는 사회공헌활동은 무엇입니까? 중점 활동 분야를 2개까지만 선택하여 주십시오. ▶ 1순위(____), 2순위(_____)

사회공헌활동 분야	활동 내용
① 환경보호	환경오염 방지 에너지 절약과 자연 에너지(재생가능에너지) 활용 수자원 보전 및 각종 원자재의 효율적 이용 온실가스 절감 및 지구 온난화와 기후변화 방지 기후변화로 인한 위험에 대응, 적응하는 노력 자연환경 보호 및 복원 등
② 지역사회 참여와 발전	지역사회에의 참여 및 지역사회의 교육과 문화 창달 기여 지역사회의 고용 창출과 기술 개발 지역사회에 적극적인 사회 투자 실행 지역사회의 보건과 안전을 위한 노력 등
③ 인권보호	인권존중을 위한 여러 가지 수단 강구 취약그룹의 인권침해를 일으키는 차별 철폐 시민의 정치적 권리 존중 결사의 자유와 단체교섭권 보장, 강제노동과 아동노동 금지 등
④ 노동권 보호	완전하고 안정된 고용 노동조건의 국제노동기준 및 국내법 이행 노사정 대화방식을 비롯한 사회적 대화 프로그램 적극 도입 근로자들의 능력 개발을 위한 지속적 노력
⑤ 소비자의 권리 보호	소비자의 개인 정보 보호 및 소비자에 대한 교육과 인식제고 소비자의 보건과 안전 보장 지속가능한 소비 권장과 시행 등
⑥ 공정한 조직운영	부패 방지, 공정경쟁 유도 및 공정한 운영 로비, 정치적 공헌, 정치적 참여와 관련된 활동의 투명성 각종 계약, 투자, 금전거래, 협력업체 선정 등에서의 공정성 및 투명성
⑦ 기타	-----

A6. 귀사는 사회공헌활동 아이템을 어떻게 발굴하고 있습니까?

- ① 담당부서 단독으로 기획 및 아이디어 회의 등을 통해 발굴 (☞ A7로)
- ② 외부기관 또는 전문가와 협력하여 발굴 (☞ A6-1로)
- ③ 위 두 가지 방식을 병행 (☞ A6-1로)

A6-1. 외부와 협력할 경우, 주로 협력하는 주체(파트너십)는 어디입니까?

- ▶ 1순위(), 2순위()
- | | | |
|--------|----------|-------------|
| ① NGO | ② 사회적 기업 | ③ 재단 |
| ④ 중앙부처 | ⑤ 지자체 | ⑥ 해당 분야 전문가 |

A7. 귀사가 사회공헌활동을 통해 달성하고자 하는 목표는 무엇입니까? 가장 중요한 순서대로 3개까지만 선택하여 주십시오. (보기 로테이션)

- ▶ 1순위(), 2순위(), 3순위()
- | | |
|--------------------|-------------------|
| ① 기업의 경제적 이익과 발전 | ② 기업 이미지 개선과 브랜딩 |
| ③ 근로자의 복지향상 | ④ 환경 보호 |
| ⑤ 국가 발전 및 국가이미지 향상 | ⑥ 지역사회 발전을 위한 참여 |
| ⑦ 새로운 시장 확대 및 개척 | ⑧ 소비자 권리 및 만족도 증진 |
| ⑨ 기타() | |

A8. 귀사가 사회공헌활동을 통해 달성하고자 한 목표는 어느 정도나 달성이 되었습니까?

A7 응답	전혀 달성되지 않았다	별로 달성되지 않았다	보통이다	어느 정도 달성되었다	충분히 달성되었다
1) 1순위 목표	①	②	③	④	⑤
2) 2순위 목표	①	②	③	④	⑤
3) 3순위 목표	①	②	③	④	⑤

A9. 귀사가 사회공헌활동을 수행하거나, 향후 수행을 계획하는데 있어 어려움은 무엇입니까?

가장 장애가 되는 순서대로 2개까지만 선택하여 주십시오. (보기 로테이션)

- ▶ 1순위(), 2순위()
- | | |
|------------------------|------------------|
| ① 전문가 부족 | ② 임직원의 인식 부족 |
| ③ 노하우 및 정보 부족 | ④ 추진성과에 대한 확신 부족 |
| ⑤ 재무, 인력 등 기업여건상 도입 한계 | ⑤ 비용 대비 효과의 미비 |
| ⑦ 정부정책의 미비 및 지원 부족 | ⑧ 기타() |

A10. 귀사의 사회공헌활동은 향후 어떠한 방향으로 추진할 계획이십니까?

- ① 사회적 책임(CSR) 활동의 지속 추진
: 기업윤리, 기업시민의 관점에서 시행하는 사회적 책임활동
- ② 공유가치창출(CSV) 활동으로 확대 추진
: 기업 경영과 연계한 사회적 가치 증진 활동
- ③ 기타()

B. 건축도시분야의 사회공헌활동에 대한 수요 및 인식 현황

< 건축도시분야 기업 사회공헌활동 개념 및 사례 >

- 건축도시분야 기업 사회공헌활동의 개념
 - 취약계층 지원, 지역활성화, 공간환경 개선 등을 목적으로, 건축도시공간 내 건축물 및 공공 공간 등을 개선하기 위한 기업의 사회공헌활동
- 건축도시분야 기업 사회공헌활동의 주요 사례
 - (국내) 현대카드의 「1913 송정역시장 프로젝트」 및 「가파도 아름다운 섬 만들기 프로젝트」
삼성에스원의 「안심마을 지원사업」
롯데건설의 「꿈과 희망을 주는 러브하우스」
LH의 「저소득 취약계층을 위한 집수리 지원사업」 등
 - (해외) 이탈리아 「문화유산 관리 공모사업」(문화유산 보존 관리를 위한 사회공헌)
미국 「뉴욕시 플라자 프로그램」(공공공간 활성화를 위한 사회공헌) 등

B1. 귀사는 건축도시분야의 사회공헌활동을 추진해 본 경험이 있습니까?

- ① 있다 (☞ B1-1로)
- ② 없다 (☞ B1-3으로)
- ③ 시도는 해 봤으나 실제 진행하지 못함 (☞ B1-3으로)

B1-1. 귀사가 건축도시분야의 사회공헌활동을 추진하게 된 계기는 무엇입니까?

- ① CEO의 의지로
- ② 새로운 아이템 발굴 과정에서 제안되어서
- ③ 외부 NGO의 제안으로
- ④ 외부 지자체 또는 정부부처의 제안으로
- ⑤ 기타()

B1-2. 가장 최근에 진행된 건축도시분야 사회공헌활동에 대해 간략하게 응답하여 주십시오.

구 분	세부 내용
사업명	▶ _____
진행시기	▶ ____년 ____월부터 ~ ____년 ____월까지
주요 사업 내용 (간략하게)	▶ _____
파트너십 기관명	▶ _____, _____, _____, _____

☞ 응답 후 B2로

B1-3. 추진해 보지 못한 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 모르는 분야여서 사업 아이템으로 고려하지 못함
- ② 생각은 했으나 구체적으로 무엇을 해야 할지 모름
- ③ 비용이 많이 들것 같아서
- ④ 추진성과에 대한 확신이 부족해서 (효과가 없을 것 같아서)
- ⑤ 기타()

B2. 귀하는 건축도시분야에 기업의 사회공헌활동이 필요하다고 생각하십니까?

매우 필요하다	다소 필요하다	보통이다	별로 필요없다	전혀 필요없다
①	②	③	④	⑤

B3. 귀사는 향후 사회공헌활동을 건축도시분야로 추진할 의향이 있습니까?

매우 그렇다	다소 그렇다	반반이다	별로 없다	전혀 없다
①	②	③	④	⑤
☞ B3-1로			☞ B3-4로	

B3-1. 귀사에서 가장 참여할 의향이 있는 공헌활동은 무엇입니까?

- ① 문화재 또는 지역의 의미있는 건축물의 보전
- ② 주민커뮤니티시설, 마을공방 등 지역주민들을 위한 주요 거점시설 개선
- ③ 공원, 가로 등 공공 공간 이용 활성화를 위한 공간환경 개선 또는 운영·관리
- ④ 재래시장 등 쇠퇴한 지역공간 재생
- ⑤ 도시노후지역의 거주환경 개선 및 재생
- ⑤ 기타()

B3-2. (B3-1 활동) 공헌활동을 선택하신 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 공익성이 높은 활동으로 사회에 기여하는 바가 커서
- ② 기업의 경영목표와 부합해서
- ③ 타 기업이 하고 있지 않은 새로운 활동이어서
- ④ 기업의 비즈니스모델과 연결가능해서
- ⑤ 기타()

B3-3. 건축도시분야 사회공헌활동을 한다면, 가장 선호하는 활동방식은 무엇입니까?

- ① 단순 기부
- ② 기업(또는 기업재단) 단독 사업 추진
- ③ 정부, 지자체 등과의 파트너십 사업 추진
- ④ NPO, 지원기관 등과의 파트너십 사업 추진
- ⑤ 관련 전문성을 토대로 공공사업에 대한 컨설팅 지원
- ⑥ 기타()

B3-4. 건축도시분야 사회공헌활동에 참여하실 의향이 없는 이유는 무엇입니까?



B4. 건축도시분야 사회공헌활동을 수행하려고 할 때 어려움은 무엇입니까?

가장 장애가 되는 순서대로 2개까지만 선택하여 주십시오. (보기 로테이션)

- ▶ 1순위(), 2순위()
- ① 임직원의 인식 부족
- ② 기업 및 파트너십기관의 관련 노하우 부족
- ③ 전문가 또는 지원조직 부재
- ④ 건축도시 관련 활동 정보 부족
- ⑤ 재무, 인력 등 기업여건상 도입 한계
- ⑥ 추진성과에 대한 확신 부족
- ⑦ 비용 대비 효과의 미비
- ⑧ 정부정책의 미비 및 지원 부족
- ⑨ 기타()

C. 정부정책에 대한 요구사항

C1. 기업이 건축도시분야 사회공헌활동을 수행하고 확대해 나가기 위해 정부지원이 필요하다고 생각하십니까?

매우 그렇다	다소 그렇다	보통이다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
①	②	③	④	⑤
☞ C1-1로		☞ DQ로		

C1-1. 참여 확대를 위해 필요하다고 생각하시는 정부지원을 최대 2개까지만 선택하여 주십시오.

- ① 세제 혜택, 인증 등 관련 제도 마련 (☞ C1-2로)
- ② 예산 지원
- ③ 전문가 및 지원조직 등의 지원
- ④ 건축도시분야 사회공헌활동 아이템의 제안
- ⑤ 기타(_____)

C1-2. 정부가 기업에게 지원해줬으면 하는 제도를 구체적으로 응답하여 주십시오.

▶

DQ. 기업체 일반 현황

DQ1. 회사명	▶ -----		
DQ2. 회사 설립년도	① 1989년 이전 ③ 2000년~2009년	② 1990년~1999년 ④ 2010년~현재	
DQ3. 회사 소재지	① 서울, 경기 수도권 ③ 충청권 ⑤ 영남권	② 강원권 ④ 호남권 ⑥ 제주권	
DQ4. 종업원 수	① 100명 미만 ③ 200~300명 미만 ⑤ 500~1,000명 미만	② 100~200명 미만 ④ 300~500명 미만 ⑥ 1,000명 이상	
DQ5. 연 매출액	① 50억 미만 ③ 100억~500억원 미만	② 50억~100억원 미만 ④ 500억원 이상	
DQ6. 주력 업종 (공기업 제외)	① 제조업 ④ 전기, 가스 및 수도사업 ⑦ 방송통신 및 정보서비스업 ⑨ 전문, 과학 및 기술서비스업 ⑩ 기타 서비스업(교육, 사업시설관리 등)	② 금융 및 보험업 ⑤ 유통업(도소매업) ⑧ 문화예술 스포츠 및 여가 관련 서비스업 ⑪ 협회 및 단체	③ 건설업 ⑥ 운수업 ⑫ 기타(_____)

DQ7. 귀하의 근무부서와 현 회사에서 근무한 기간은 몇 년이나 되십니까?

근무 부서명	재직 기간
-----	-----년

♣ 끝까지 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. 좋은 자료로 활용하겠습니다. ♣