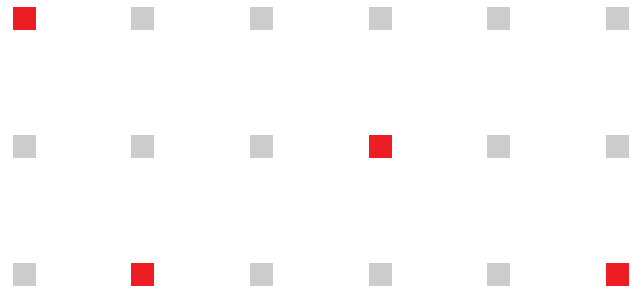




기업의 사회적책임, 선택이 아닌 필수

ISO 26000 도정에 접목해야



연구진 이 강 진 연구위원 kjl@jd.re.kr

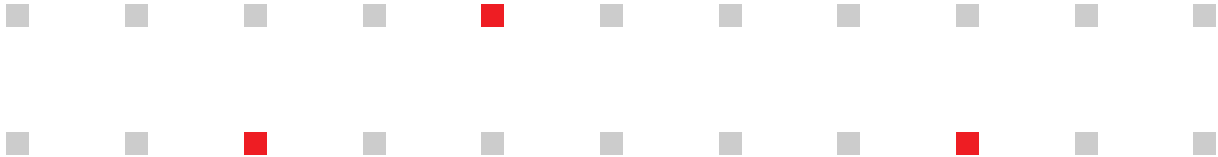
제1장 | 문제제기

제2장 | ISO 26000의 의의

제3장 | 정부 및 타 지자체의 동향

제4장 | ISO 26000 대응방안

제5장 | 기대효과



기업의 사회적책임, 선택이 아닌 필수

ISO 26000 도정에 접목해야

Contents

제1장 문제제기	4
제2장 ISO 26000의 의의	
1) ISO 26000의 전개과정	5
2) ISO 26000의 내용	6
3) ISO 26000의 영향	8
제3장 정부 및 타 지자체의 동향	
1) 정부의 대응	9
2) 타지자체의 대응	9
3) 기업의 사회적 책임 수행 사례	9
제4장 ISO 26000 대응방안	
1) ISO 26000 대응 문제점	12
2) 대응방안	13
제5장 기대효과	
1) 기업의 ISO 26000 수용태세 증대	15
2) 도 정책과 연계한 상승작용	15
3) 사회적자본에 대한 지역의 인식 고취	15

※이슈브리핑에 수록된 내용은 연구진의 견해로서 전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.
※지난 호 이슈브리핑은 홈페이지 (www.jd.re.kr)에서도 볼 수 있습니다.

Issue Briefing



내용요약

- '05년도부터 5년간 추진되어온 사회적책임 국제표준 (ISO26000 Guidance on Social Responsibility)이 76개 개발참여국을 대상으로 실시한 투표에서 79%의 찬성표를 얻음에 따라 최근 최종 국제표준안(FDIS)으로 등록됨
- 최종국제표준안에 대한 77개 개발참여국의 투표에서 93%의 찬성표를 얻어 「사회적 책임 국제표준 (ISO 26000 Guidance on Social Responsibility)」는 2010년 10월 국제표준으로 제정되었음
- 국내 경제계는 ISO 26000을 두고, 강제집행 사항은 아니지만 보이지 않는 '무역 장벽'이 될 수 있다는 데 의견을 모으고 있으며 이는 ISO 26000 권고 사항을 따르지 않고 '이윤만 추구하는 기업'이라는 낙인이 국제 사회에 찍히면 주요 바이어들로부터 외면 받을 수 있다는 우려 때문임
- 또한, 품질경영 인증인 ISO 9000의 경우 국제 표준이 제정된 후 EU 수입상 대부분이 이 인증서를 요구하고 있어 보이지 않는 관세장벽으로 자리 잡는 전례가 있는 만큼, ISO 26000도 비관세장벽으로서 자리를 잡는 것으로 예상
- 그러나, 대한상공회의소 지속가능경영원이 최근 국내 매출액 100대 기업을 대상으로 벌인 '신 무역장벽 ISO 26000에 대한 기업 인식조사' 결과에 따르면 'ISO 26000 대응전략을 갖추고 있다'는 기업은 4.9%에 불과하여 ISO 92000에 대한 현재의 대응수준은 미미함
- 전라북도는 ISO 26000이 기존의 기부행위 보다는 직접 지역사회 발전 프로그램의 운영을 권고하고 있으며 기존의 사회투자를 실행함에 있어 기업의 일방적 의사 결정 보다는 지역사회의 다양한 관련 단체들과 함께 거버넌스를 구축하는 것을 제안하는 것을 인지하고 이에 맞추어 수용태세를 강화하기 위한 전략을 수립하도록 권고
- 사회공헌우수기업에 대하여 전라북도에서 전라북도의 "착한기업 인증제도(가칭)"실시를 통하여 적극적인 참여를 유도하고 인증기업에 대하여 사회적 인증 뿐 아니라 재정적인 인센티브도 갈 수 있도록 마련
- 전라북도는 전북기업의 조속한 대응방안 유도하고 이를 매뉴얼화 하여 구체적인 추진 방안을 마련하고 전북형 사회적기업의 육성(기업연계형 사회적기업 모델 제시)과 같은 도정책과 연계하여 윈윈 방안을 찾아야 함
- 이를 통해 전북 기업의 ISO 26000의 수용태세를 증대시키고 ISO 26000을 연계함으로써 정책의 효과성을 제고하도록 함

제 1 장

문제 제기

- '05년도부터 5년간 추진되어온 사회적책임 국제표준(ISO26000 Guidance on Social Responsibility)이 76개 개발참여국을 대상으로 실시한 최근 투표에서 79%의 찬성표를 얻음에 따라 최종국제표준안(FDIS)으로 등록됨
 - 국제표준 제정 절차 : 신규작업항목 제안 (NP) → 국제표준초안(WD) → 위원회안 (CD) → 국제표준안(DIS) → 최종국제표준안(FDIS) → 국제표준(ISO)
- ISO 26000이 비관세 무역장벽으로 대두될 가능성이 큰 만큼 이에 대한 적극적인 대비가 필요하며 특히 해외에서 경쟁해야 하는 우리나라의 처지에서는 사전준비를 하지 않으면 수출에 타격을 받을 수 있는 상황임
- 그러나 대한상공회의소 지속가능경영원이 최근 국내 매출액 100대 기업을 대상으로 벌인 '신 무역장벽 ISO 26000에 대한 기업 인식조사' 결과에 따르면 'ISO 26000 대응전략을 갖추고 있다'는 기업은 4.9%에 불과함
- 향후 수입상이 이러한 인증서를 요구할 가능성이 높아 수출기업을 대상으로 사전에 이를 준비해야 할 것임



제 2 장

ISO 26000의 의의

1. ISO 26000의 전개 과정

- 2001년 4월 ISO이사회 (Council) 는 ISO/COPOLCO 에게 당시에 “기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)” 이 라고 불리던 분야에 대한 국제표준 제정의 타당성을 검토하도록 요청
 - 2001년 5월 COPOLCO는 이 작업을 진행 시키기로 결정하고 2002년 6월 COPOLCO 는 ISO 이사회에 ISO가 이 문제를 보다 깊이 조사하기 위하여 모든 주요 이해당사자를 포함하는 자문그룹을 구성하도록 하는 권고
- 2003년 초 ISO는 SR 분야에 관한 ISO의 관여가 기존의 노력과 프로그램에 가치를 더 하는지를 결정하기 위해 사회적 책임에 관한 전략적 자문그룹(SAG)을 구성
 - SAG는 세계 각국의 기업, 정부, 노동자, 소비자, 비정부기구(NGO)를 포함하는 폭넓은 이해당사자 대표들로 구성
 - 18개월간의 집중적인 토론과 개발을 통해 SAG 는 전세계적인 SR 노력의 개관을 포함하여 ISO 가 고려해야 하는 이슈들을 찾아낸 종합보고서를 작성
- SAG의 작업은 2004년 6월 21일 에서 22일 까지 스웨덴 표준원(SIS)이 스톡홀름에서 개최한 사회적 책임에 관한 ISO국제회의의 주요 관심사
 - 이 국제회의의 목적은국제사회로부터 SR 표준화 작업을 계속 진행시켜야 하는지에 관한 ISO의 결정에 기여할 추가적 의견을 구하는 것이었음
 - 이 회의는 66개국으로부터 주요 이해당사자 그룹을 대표하는 355명이 참석하였고 여기서 제기된 이슈들과 문제점들은 놀라우리만큼 SAG보고서에서 확인된 사항과 맥을 같이 함
- 국제회의에서 얻은 긍정적이고 일관된 의견과 함께 SAG 보고서와 권고사항을 감안하여 ISO/TMB는 국제표준을 마련하기 위한 새로운 작업반 설립
 - TMB는 또한 이 작업반의 의장직을 브라질과 스웨덴의 국가표준기관(각각 ABNT와 SIS)에 공동으로 주어 157개 ISO의 현재 회원 기관 중 110개를 차지하는 개도국의 참여를 강화하려는 목적에서 TMB가 도입한 조치
- 2005년 1월, 37개 ISO회원국들이 사회적 책임에 관한 신규작업항목제안서(NWIP, New Work Item Proposal)를 통과시킴

- NWIP는 새 표준을 개발하는데 핵심 지침을 제공하는 기초 문서
- 최종국제표준안에 대한 77개 개발참여국의 투표에서 93%의 찬성표를 얻어 「사회적 책임 국제표준 (ISO 26000 Guidance on Social Responsibility)」는 2010년 10월 국제표준으로 제정되었음
- 2010년 11월 1일 ISO26000 발효

2. ISO 26000의 내용

- '사회적 책임에 대한 지침'이라는 새로운 표준을 개발하겠다는 국제표준화기구(ISO)의 2004년 제안서에서부터 시작되어 2010년 11

월 1일부로 최종안이 발효됨

- 이 지침은 기업은 물론 정부와 NGO에 지배구조 개선, 인권 신장, 노동 관행 개선, 환경 보호, 공정거래 등을 통해 소속 사회에 도움이 되도록 노력하라고 요구하고 있음
- 사회적 책임 국제표준은 조직이 사회적 책임을 이행하는데 필요한 행동지침 안내서로서, 세계인권선언, ILO협약, 기후변화협약, UN소비자보호가이드라인, UN글로벌콤팩트의 국제지침들을 총망라한 사회적책임 국제이행지침의 종합판이라 할 수 있음
- 기업, NGO, 정부 등 사회를 구성하는 모든 조직이 인권, 환경 등 핵심주제에 대하여 소속된 사회에 이익이 되도록 노력할 것을 요구하고 있음



〈표 1〉 ISO26000 SR의 핵심 주제

핵심주제	쟁점사항
지배구조 개선	<ul style="list-style-type: none"> • 의사결정과정 및 구조, 권한의 위임 <p>*투명성 및 윤리성 보장 환경 조성, 현재와 미래의 시대적 요구의 균형 유지</p>
인권	<ul style="list-style-type: none"> • 비차별 및 취약집단 고려, 인권유린 공모 회피 • 정치·경제·사회·문화적 권리, 직장에서의 기본권 <p>*공무원과 민간인 차별 금지, 인권유린 동조 금지, 표현의 자유 존중, 혼인 및 가정을 이룰 권리 보장, 물과 같은 필수 자원의 접근제한 금지</p>
노동 관행	<ul style="list-style-type: none"> • 고용 및 고용관계, 사회적 보호 및 사회적 대화 • 직장보건·안전, 인적개발 <p>*불법 노동관행에 의한 혜택 수혜 금지, 외국기업은 진출국의 고용상황 우선 고려, 노조대표의 작업장·노동자·조직정보 접근 보장, 스트레스의 위험성 인식</p>
환경	<ul style="list-style-type: none"> • 오염방지 및 지속가능한 자원 사용 • 기후변화 완화 및 적응, 환경보호 및 복원 <p>*폐기물 감소, 독성화학물질 사용 공개, 재생자원 활용방안 마련, 온실가스 대책, 환경재해로 인한 손실의 보상, 풍토종 및 멸종위기종 보호</p>
공정운영 관행	<ul style="list-style-type: none"> • 부패방지, 책임있는 정치참여, 공정경쟁 및 재산권 존중 <p>*부패·뇌물·갈취 행위 저지, 보복의 두려움 없는 고발제도 마련, 투명한 로비, 윤리·환경·평등에 관한 기준을 구매·분배·계약정책에 통합</p>
소비자 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 공정한 마케팅·정보 및 계약관행, 소비자보건 및 안전 • 소비자 서비스 및 문제 해결, 소비자정보 및 사생활 보호 <p>*위조·표절 금지, 상품가격의 구성 정보 제공, 리콜, 지속가능한 소비 지향, 합리적인 유지·보수 서비스 제공, 소비자정보 보호, 적절한 소비자 교육</p>
공동체의 사회·경제 발전	<ul style="list-style-type: none"> • 지역공동체 참여, 고용창출과 기술 개발 • 부와 소득 및 책임있는 투자, 교육, 문화, 보건 <p>*지역발전 모임에 참여, 정부관계자와 투명관계 유지, 고용확대 가능한 기술개발, 준법업체와 도급계약, 조세의무 준수, 문맹타파, 문화장려, 지속가능한 역량강화</p>

3. ISO 26000의 영향

(1) 비관세장벽화 가능성 높음

- ISO 26000은 요건이 아닌 지침서이므로, ISO 9001(품질경영시스템)이나 ISO 14001(환경경영시스템) 표준처럼 인증 표준으로 활용되지는 않을 전망이다이나 하나의 큰 무역장벽으로 작용할 것이라는 데는 이견이 적음
- 최근 국내 경제계는 ISO 26000을 두고, 강제 집행 사항은 아니지만 보이지 않는 '무역 장벽'이 될 수 있다는 데 의견을 모으고 있음
 - ISO 26000 권고 사항을 따르지 않고 '이윤만 추구하는 기업'이라는 낙인이 국제사회에 찍히면 주요 바이어들로부터 외면 받을 수 있다는 우려 때문임

- 품질경영 인증인 ISO 9000의 경우 국제 표준이 제정된 후 EU 수입상 대부분이 이 인증서를 요구하고 있어 보이지 않는 관세장벽으로 자리 잡는 선례가 있는 만큼, ISO 26000에 대한 대책마련 필요

(2) 내수소비 패턴 변화의 촉매제 역할 할 것으로 예상

- 국제 무역기준의 강화는 국내 소비자의 소비 결정 요인에도 영향을 미칠 것으로 예상
 - 현재의 공정무역에 대한 인식의 제고와 같은 기업의 사회적 책임을 강조하는 소비운동이 확대되고 있음
 - ISO 26000의 시행은 이러한 현상을 가속화 시키는 촉매역할을 할 것으로 예상되어 수출업체 뿐 아니라 내수업체에도 파급효과가 클 것임



제 3 장

정부 및 타 지자체의 동향

1. 정부의 대응

- 지식경제부 기술표준원은 사회적책임 국제표준의 인식 및 보급·확산을 위하여 설명회 등을 지속 개최하고 하반기부터 교육을 실시계획
- 대한상의 지속가능경영원은 산업계의 ISO 26000 적용 수준을 높이기 위한 각종 보고서 발간과 교육을 추진할 계획

2. 타 지자체의 대응

1) 경남 창원시 “사회공헌우수기업 인증마크제”

- 창원시는 기업의 사회공헌 활동 확산을 유도하고 ISO 26000에 대비하기 위한 시 자체적인 대책 마련에 나서 지역 내에서 사회공헌활동을 펼치는 기업을 '사회공헌 우수 기업'으로 선정해 인증마크를 부여하고 각종 인센티브를 지원하는 내용의 '사회공헌 우수기업 인증마크제'를 시행하기로 함
- ISO 26000 국제 표준안을 바탕으로 관내 기업들이 적용할 수 있는 지표를 개발해 적극적인 참여를 유도하는 한편, 지속적인 사회공헌 활동을 유도
 - 무엇보다 ISO 26000 인증 획득에 드는 비

용 일부를 지원하는 방안을 검토하는 등 실효성 있는 지원정책을 개발

3. 기업의 사회적 책임 수행 사례

1) 대기업은 규모의 차이는 있으나 대부분 사회적 책임을 실천

- 대기업은 다양한 형태, 분야로 사회적 책임을 실현하고 있음
 - ISO 26000에 무관하게 일부 대기업들은 장학재단의 설립, 환경운동, 봉사활동 등을 통하여 사회적 책임을 실현하고 있음

2) 유한킴벌리

- 유한킴벌리는 내부통제 제도의 개선과 관리를 담당하는 내부통제실을 별도로 운영하는 한편 정기적으로 외부감사를 받아 투명성과 도덕성을 제고시킴
- 사업 파트너와 기업 경쟁력의 동반 제고를 도모하는 상생경영 추구
 - 원부자재 공급업체 등을 선정할 때 종업원 처우 및 교육, 작업장 환경개선 등 윤리·인권 분야 평가와 아울러 환경경영 실천 여부도 면밀히 따짐
 - 자사가 추구하는 원칙을 협력업체들도 함께

지킬 것을 요구하는 것인데, 이를 통해 사회적 책임 의식이 관련업계로 전파되는 효과

- 지역사회와 호흡을 함께 하고 이익을 환원하는 사회공헌 활동도 다양하게 전개하고 있으며 1984년부터 시작된 ‘우리강산 푸르게 푸르게’ 캠페인은 이 회사의 대표적 사회공헌 활동
 - 자라나는 청소년들을 대상으로 한 환경체험 교육의 장(場)인 ‘그린캠프’, 전국적인 숲 조성사업, 환경 관련 연구 및 조사 활동 등의 프로그램이 환경보호에 꾸준히 기여해 오고 있음

3) STX엔진

- STX 엔진은 지난 2007년부터 지속가능보고서를 발행해 경제, 사회, 환경 부문 지표를 공표
 - 이 같은 활동이 인정을 받아 다우존스 지수(DJSI Korea) 지속가능 경영 지수에 편입되면서 산업 엔지니어링 부문에서도 최우수 기업으로 선정됨

4) 대기업들도 그룹차원의 대책마련 중, 중소기업은 방향설정 어려움

- 두산중공업과 현대 등은 그룹 차원의 대책 마련하고 있으며 세부 활동 계획이 확정되는 대

로 계열사별로 공동 추진할 계획

- ISO 26000의 최종 발효 내용을 주시하며 세부 프로그램 확정에 심혈을 기울임

- 중소기업들은 아직도 뚜렷한 방향을 설정하고 있지 못함

- 수출 중소기업들은 ISO 26000에 대한 정보 부재와 사회공헌 활동에 대한 경험 부족 등으로 뚜렷한 방향 설정을 하지 못하는 상황

5) 사회적기업 지원 대기업

- 기업의 사회적 책임이 강조되고 있고 이에 부응하여 사회적기업을 통한 사회적 책임을 실현하는 기업들이 출현

- SK의 경우 그룹차원에서 다양한 사회적기업 지원활동을 하고 있으며 특히 방과후학교의 지원사업은 큰 호응을 얻고 있으며 교보생명보험의 교보다솜이 또한 성공적인 모델로 인식됨

- 사회적 기업의 지속가능성을 담보하기 위한 가장 현실적인 대안으로 기업의 사회화를 꼽고 있음



〈표 2〉 대기업의 사회적기업 지원 사례

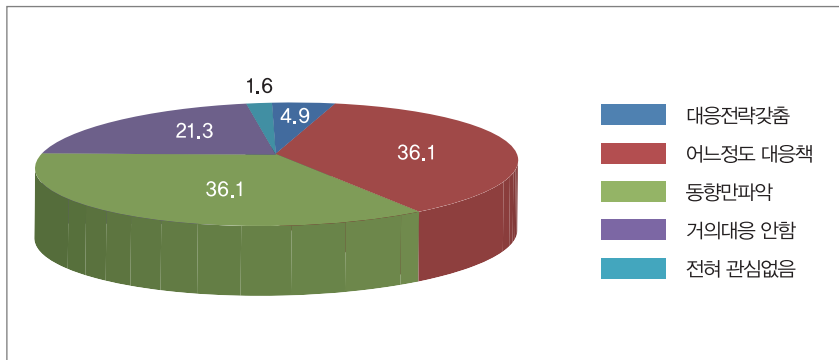
기업명	〈예비〉 사회적기업	지원내용
교보생명보험(주)	교보다솜이	사회공헌활동으로 교보다솜이 간병봉사단 설립 재정 및 경영 지원
삼천리	아름다운가게	의류와 도서, 잡화 등 임직원 기증품 판매
소셜컨설팅그룹(SCG)	바리의 꿈, 이로운물 페어트레이드코리아 등	컨설턴트, 회계사, 변호사, 애널리스트, 마케터가 경영전반에 걸친 무료컨설팅 제공
수출입은행	오가니제이션 요리	결혼이민자 가정이 경제적으로 자립할 수 있도록 창업 지원
시만텍코리아	행복도시락	결식 이웃을 위한 무료 급식
이스트소프트	컴윈	해외 기증용 PC에 소프트웨어 알툴즈 통합팩 영문판 기증
하이원리조트	정선재활용센터 신재 생에너지 사업단	신재생에너지 분야 사회적기업 육성사업(협력모델 개발)
현대기아차 그룹	(사)안심생활	재정지원과 함께 차량 및 홍보 지원 사회적기업 육성기금 조성, 지점망 확대 및 사업 다각화 지원
BAT코리아	착한여행, 공부의신	신규사업개발비, 시설 투자비, 종사자 교육훈련비
KT	아름다운가게	임직원들이 협력사 등으로부터 받은 선물을 전국 15곳에서 상시 운영 중인 선물반송센터를 통해 아름다운가게에 기부
SK에너지	메자닌 아이팩 메자닌 에코원	사회적기업 설립 지원 재정 지원 및 구매 지원
SK텔레콤 행복나눔재단	행복도시락	전국 29개소 행복도시락 센터 설립 사회적기업 컨설팅 봉사단 사회적기업가 아카데미 및 온라인 강좌 및 교육, 국외연수

제 4 장 ISO 26000 대응방안

1. ISO 26000 대응 문제점

1) 전반적인 대비 미흡

- 대한상공회의소 지속가능경영원이 최근 국내 매출액 100대 기업을 대상으로 벌인 '신 무역장벽 ISO 26000에 대한 기업 인식조사' 결과에 따르면 'ISO 26000 대응전략을 갖추고 있다'는 기업은 4.9%에 불과
- 대부분의 기업이 중소기업인 현실에서 중소기업은 대응방안 마련 못하고 있는 실정이며 이를 고려할 때 지방의 중소기업은 더욱더 대응방안을 마련하지 못하고 있는 것임



〈그림 1〉 기업들의 ISO26000 대응 여부

2) 지방정부 차원의 대책마련 미비

- ISO 26000 인증시기가 임박했음에도 불구하고 지자체에서의 기업, 특히 수출기업에 대한 홍보 및 준비성 제고를 위한 노력이 매우 부족
- 경남의 경우만 발 빠르게 대응하고 있으며 타 지자체에서는 대응을 하지 못하고 있는 상황임

3) 생산자에 맞추어진 대응

- ISO 26000 대응이 기업에 초점이 맞추어져 있으나 소비측면에서도 고려가 되어야 함
- 소비자 차원의 쟁점분야 (공정마케팅, 정보 및 계약관행, 소비자의 건강 및 안전보호, 지속가능한 소비, 소비자서비스 지원 및 분쟁해결, 소비자정보보호, 필수서비스에 대



한 접근, 교육 및 인식 등)에서 쟁점 별 대응 방안 마련

- 기업 뿐 아니라 공공기관 및 NGO등의 단체에도 적용 준비
 - 공공기관에도 도입필요
 - 심지어 일부 종교단체에 도입을 준비하는 곳도 있음

2. 대응 방안

1) ISO 26000의 제안 내용에 맞는 전략 수립

- ISO 26000의 새로운 사회적 책임 요소의 수용 방향 검토 필요
 - ISO 26000은 기존의 기부행위 보다는 직접 지역사회 발전 프로그램의 운영을 권고하고 있음
 - 기존의 사회투자를 실행함에 있어 기업의 일방적 의사결정 보다는 지역사회의 다양한 관련 단체들과 함께 거버넌스를 구축하는 것을 제안하고 있음
 - 이에 따라 기업들이 ISO26000의 새로운 방향을 인식시키고 이에 맞추어 전략을 수립하도록 권고
- ISO 26000에 대한 전북기업의 수용태세 조사
 - ISO 26000에 대해 전북기업들이 얼마나 준비를 하고 있는지에 대한 조사를 통해 보다 적극적인 대응방안 마련

2) 전북 기업·단체에 대한 대응방안의 매뉴얼화 작업 수행

- ISO 26000에 대응 위한 구체적 추진방안 마련
 - 국내 대기업의 ISO 26000 대응 수준이 낮은 이유로는 '구체적인 추진 방법을 몰라서'라는 응답이 27.8%로 가장 높았으며, '경영층의 관심이 적어서(16.7%)', '시간과 예산이 부족해서(16.7%)', '효과에 대한 의문이 들어서(5.6%)' 등이 뒤를 이었음
 - 하지만, 86.9%의 기업이 '추진되고 있는 것을 알고 있다'고 답해 높은 관심을 보였으며, 앞으로 기업에 미칠 영향에 대해서는 59.0%가 '사회적 책임 활동에 긍정적 영향을 미칠 것'이라고 답함

●●체계적 추진 매뉴얼 작성

- ISO 26000에 기업들이 관심 및 필요성은 인식하고 있으므로 기업들이 체계적으로 대응할 수 있는 방법을 매뉴얼화 하여 제공

3) 전라북도 “착한기업(가칭)인증제도” 도입

- ISO 26000에 대한 이해의 증진 및 관심의 고조를 위한 홍보 필요
 - ISO 26000에 대한 기업의 관심을 유발하기 위한 홍보물 제작, 기업들에 대한 설명회 개최
- “착한기업 인증제도(가칭)”도입
 - 사회공헌우수기업에 대하여 전라북도에서 전라북도의 “착한기업 인증”실시를 통하여 적극적인 참여를 유도하고 인증기업에 대하여 사회적 인증 뿐 아니라 재정적인 인센티브도 갈 수 있도록 마련
 - “착한 기업(가칭)”에 대해 공공기관에서 발주하는 사업은 가점부여, 행정적인 편의의

제공, 기타 마케팅 지원등 실시

- 기업 뿐 아니라 사회 전반적인 공정성 확보의 초석
 - ISO 26000이 기업 뿐 아니라 사회전반적인 투명성과 윤리성 확보, 그리고 공정사회를 이끄는 계기 마련

4) 사회적기업 육성의 기회로 삼아

- ISO 26000의 기준을 충족시키는 사회적기업 육성 모델개발
 - 대기업에서 자회사 형태로 사회적기업을 설립할 수 있는 여건의 조성을 통해 안정적 사회적기업의 확보할 수 있도록 기업에 대한 지원 강화
 - 지역사회발전을 위해 기여하는 기업을 사회적기업으로 운영할 수 있도록 기업연계형 사회적기업의 모델 제시
 - 직접적인 운영은 아니지만 지역의 사회적기업을 위한 사회적기업펀드에 투자 유도

5) 전북도정의 시책과 연계 시행

- ISO 26000에 맞추어 전라북도의 정책을 수립하여 수주 등 발주체계에 대한 방향을 설정할 것을 검토
 - 지자체의 주요 시책과 연계하여 기업들이 적극적으로 참여할 수 있는 다양한 방법과 인센티브를 제시함으로써 정책의 성과 제고 및 기업의 사회참여를 달성
- ISO 26000을 도정 시책과 연계하여 원원 방법 모색
 - ISO 26000에 포함되어 있는 기업의 사회

적책임 항목 가운데 공동체의 사회경제발전 실현을 도에서 중점적으로 추진하고 있는 사업과 연계할 수 있는 방안 모색

- 각 분야별로 ISO26000 적용가능 주요시책에 대한 검토를 통해 적용방안 모색

6) 지역 현안문제를 ISO 26000 적용

- 다국적기업 내에서도 부도적인 기업가들만 배 불리는 시대라고 사람들이 이해하도록 해서는 곤란하다는 자성의 목소리 표출
 - 착한기업, 윤리적 기업 등과 같은 개념이 현실적으로 다가오기 시작하였음
- 올해 롯데마트 통큰치킨 사건과 SSM 사건을 ISO26000을 통하여 설득하는 방법을 마련할 필요 있음
 - 기업에게 조레나 규제를 통한 정책은 또 다른 규제를 양산하게 되며 규제를 피해갈 수 있는 다른 대안의 모색으로 무용지물화 될 수 있는 가능성 높음
 - 지자체 및 정부 차원에서 법적인 조절을 통해 해결하는 것은 갈등의 소지를 계속 잉태하고 있는 것이며 단기적인 처방도 필요하지만 이에 대한 근본적인 해결이 필요
 - 국제적인 트렌드가 기업의 사회적책임을 강조하고 있으며 이에 순응하는 것이 당연하다는 것을 설득하여 기업이 사회적으로 지탄을 받는 사업영역을 확대하지 않도록 회유하는데 활용



제 5 장 기대효과

1. 기업의 ISO 26000 수용태세 증대

- CSR은 기업의 경영활동에 선택이 아닌 필수 상황이 되고 있으며 사회적책임투자펀드 시장이 확대되고 있으므로 글로벌 트렌드에 대한 대응 필요
 - 글로벌 투자의 흐름이 기업의 재무적 성과에서 기업의 지속성장 가능성에 더 큰 무게를 두고 있음
 - 미국 SRI펀드시장 규모: 1조1215억달러('02)→2조7110억달러('07)
- ISO 26000은 향후 대외교역에 영향을 미칠 정도로 영향이 크며 기업의 이미지와 직접적인 연관이 될 수 있으므로 기업에서는 ISO 26000에 대한 수용태세를 증대시켜야 함
 - ISO 26000를 정책과 연계하여 추진함으로써 지역의 기업과 사회가 새로운 기준인 ISO 26000에 대한 수용태세를 증대시킬 수 있음
 - 일반 도민들에 대한 홍보로 ISO 26000의 취지를 알려 사회참여를 통한 커뮤니티 조성에 긍정적인 영향을 미치도록 함

2. 도 정책과 연계한 상승작용

- ISO 26000의 위기를 기회로 전환하여 기업

의 사회참여를 독려하여 지역기업의 활성화와 전북정책의 효과성 제고를 달성할 수 있음

- 기업과 전북형사회적기업이 서로 윈윈(win-win) 할 수 있는 모델 개발을 통해 지역의 사회적 자본 축적에 기여

3. 사회적자본에 대한 지역의 인식 고취

- 착한기업, 착한소비, 공정사회 등 사회적 자본에 대한 지역의 관심을 고취시켜 사회적자본 인프라 확충
 - ISO 26000은 기업 뿐 아니라 공공기관까지 적용이 확대될 것이므로 사회적인 파장이 클 것이며 소비자들이 이들을 인식하고 행동함으로써 지역사회의 갈등요소를 최소화 하고 상생 협력하는 사회의 조성

■ ■ 참고문헌 ■ ■

지속가능경영연구원, 2009, 사회적책임 국제표준(ISO 26000)논의 현황 및 산업계에 대한 시사점, BISD 제 20호
 KOTRA, 2010, 주요국 기업의 CSR활동 사례, Global Issue Report.
 ISO, 2008, ISO and Social Responsibility,

JDI  Issue Briefing

