제15권 제1호(2017) 211-242

일반논문

한국과 일본 CSR의 제도적 배태 비교연구

이상민(한양대 사회학과)

본 연구는 한국과 일본에서 현대적 CSR의 개념이 제도적으로 배태되는 과정에 대한 사회학적 분석을 시도하였다. 본 연구는 경제학 교과서에 나오는 깨끗한 모형으로서의 CSR이 아닌, 현실에서 작동하는 실재로서의 CSR의 실체를 밝히고자 하였다. 본 연구는 이를 위해 CSR 개념을 이중적 의미와 이중적 분석수준으로 각각 분리한 뒤 이들을 다시 유형화한 이념형적 분석틀을 도입하였다. 이를 바탕으로 일본과 한국의 현대사에 적용하여 제도적으로 배태된 CSR이 사회적으로 만들어지는 과정을 밝히고자 하였다. 연구결과 이들 두 나라의 CSR이란 문화와 제도적 틀과 같은 내부적 요인과 나라밖으로부터 기원하는 외부적 요인들 사이의 이중적인 상호작용의 결과이며 시점에 따라 변화하는 동태적인 개념이었다. 구체적으로 한국과 일본에서 CSR 개념은 기업 비판에 대한 반성의 징표, 표지로서 행하는 수동적 대응 행위였으나 2000년대 이후 세계화의 영향으로 점차 미국식 CSR의 특성들이 강화되고 있음을 알 수 있었다.

주제어: 기업의 사회적 책임, 제도적 배태, 재벌, 계열, 한국, 일본

1. 문제제기

최근 국내 기업들이 경쟁적으로 기업의 사회적 책임(corporate social responsibility, 이하 CSR) 활동에 나서고 있다. 실례로 최근 기업들이 사회공헌활동에 지출한 총액이 매년 3조원을 넘어서고 있다. 더욱이 세전이익 대비 지출은 3.76%로 이는 미국이나 일본 등 선진국 기업들을 능가하는 수준이다(전경련, 2014). 하지만 문제는 매년 이 3조원에 이르는 거대자본이 보이지 않는 시장에서 철저하게 소모되며 낭비되고 있다는 사실이다. 실제로 일반 국민들은 이 정도의 대규모 시장이 존

www.kci.go.kr

재한다는 사실 자체를 알지 못한다. 이 시장의 규모는 시간이 지남에 따라 계속 커지고 있지만 결과는 기업에 대한 신뢰나 존경은 불구하고 거꾸로 반기업정서만 깊어져 가고 있다. 이는 '한국 CSR의 역설'라고 칭할 수 있다.

최근 CSR에 대한 사회적 관심이 증대하면서 학계에서도 많은 관련 연구들이 수행되고 있다. 경영학을 중심으로 하는 이러한 연구들의 대부분은 CSR 실행과 기업성과 사이의 상관관계 분석과 같은 도구주의적인 방법론 혹은 미시적인 사회공헌 전략과 기법 등에 초점을 맞추어 왔다(위평량 2006; 김동주 2009; 허미옥·정기한 2010; 변선영·김진욱 2011; 한경희·이계원 2013). 이들은 CSR을 서구로부터 수입된 이미 '주어진' 상수로 간주하고 연구를 진행하기 때문에 CSR을 하나의 단일한 개념으로 간주하는 경향이 있다. 이에 따라 CSR을 기업 가치를 증대시키는 도구적 수단으로 여기고 미시적인 마케팅 기법들을 발굴하는 것을 주요 목표로 한다. 이러한 실용적 연구들이 CSR이란 주제에 사회적, 학문적 관심을 증대시킨 공로는 부정할 수 없다. 과거 기업윤리론이라는 이름으로 사실상 경영학의 변방에 위치하였던 주제를 많은 이들이 관심을 가지는 중심부로 이끌어 낸 점이 바로 그것이다. 하지만 이러한 연구결과들이 개별기업의 미시적 CSR 전략 수립에 도움이 되겠지만, 한국 CSR의 역설과 같이 사회 현상으로서 전체 기업군(群)을 대상으로 하는 거시적 CSR 정책 수립에는 한계를 보일 수밖에 없다.

따라서 이 지점이 본 연구의 출발점이다. 본 연구는 현대적 CSR의 개념이 제도적으로 배태되는(embedded) 과정에 대한 사회학적 분석을 시도하고자 한다. 방법론적으로 한국과 유사한 대기업 집단을 운용하고 있는 이웃나라 일본의 경험을 비교, 분석할 것이다. 구체적으로 본 연구는 경제학 교과서에 나오는 깨끗한 모형(clean model)으로서의 CSR

www.kci.go.kr

이 아닌, 현실에서 작동하는 실재(dirty hands)로서의 경험적 CSR의 실체를 밝히기 위해 한국과 일본의 현대사를 통하여 제도적으로 배태된 CSR이 어떻게 '사회적으로 만들어졌는지'(socially constructed)에 초점을 맞추고자 한다.

2. CSR의 이념형 분류

CSR의 정의는 통일된 하나가 존재하는 것이 아니라 학자나 기관, 시대, 그리고 지역에 따라 각기 다르다. 단일한 개념 정의가 없기 때문에 이를 사용하는 사람에 따라 분명히 같은 단어를 쓰고 있음에도 불구하고 뜻하는 바는 각기 다른 딜레마가 발생한다. 다소 추상적이지만 일반적으로 많이 인용되는 유럽연합(EC)의 정의마저도 CSR이란 "기업들이 자발적으로 그들의 사업 영역에서 이해관계자들의 사회적 그리고 환경적 관심사들을 수용해 적용함으로써 이해 당사자들과 지속적인 상호작용을 이루는 것"(European Commission 2011)과 같이 다소 추상적이다. 이렇듯 CSR에 대한 다양한 정의들의 혼재와 추상적 설명으로부터 제기되는 모호함 등을 제거하기 위해 본 연구는 사회학자 막스 베버의 이념형분류를 적용하고자 한다. 베버의 이념형은 실제 존재하는 현상의 가장 핵심적인 특징을 부각시켜 뭉뚱그려 놓은 개념틀이자, 이를 통해 실제 현상과의 비교를 위한 준거틀로 작동한다. 또한 이념형은 순수형(pure type)이며 이를 통해 생성된 일정한 이미지는 현실의 복잡성이 분석될 수 있도록 하는 개념적 명료성을 제공해 준다(Weber 1978). 다음 단계로 본 연구는 CSR 개념을 이중적 의미와 이중적 분석수준으로 각각 분리한 뒤 이들을 다시 합체하여 이중적으로 유형화한 이념형적 분석틀을 도입하고자 한다.

www.kci.go.kr

1) 이중적 의미

이념형적 분류의 첫 단계는 경제인류학자 칼 폴라니가 일찍이 '경제적'(economic)이란 개념의 의미를 형식적-실질적이라는 두 가지 이념형으로 구별하였던 방법론을 활용하고자 한다. 폴라니는 주류경제학에서 당연하게 받아들이는 '경제적' 이란 개념의 의미가 18세기 산업혁명 이후에 와서야 탄생한 자기조절적 시장체제에 기반하고 있으며 이는 수요-공급과 같이 지극히 형식적인 의미만을 담고 있다고 주장하였다. 그는 보다 더 보편적인 실질적 의미를 주목해야 하며 이를 통해 경제란 인간과 사회환경 사이의 상호작용을 통해 제도화되는 하나의 과정으로 이해할 것을 주문하였다. 특히 실질적 의미의 경제에서는 호혜성, 재분배, 규범 등과 같은 사회학적 개념들이 중요한 부분을 차지한다(Polanyi 1968). 이에 따라 본 연구는 'CSR의 의미'를 형식적과 실질적이라는 두 가지의 이념형으로 분류하고자 한다.

첫째는 '형식적(formal) 의미'로서의 CSR이다. 이는 영미식 자본주의 체제의 틀 내에서 적절히 작동하며 기업의 경영전략 중 일부로 간주된다. 주로 경영학의 CSR 관련 연구에서 사용되는데, 개념 자체를 글자 그대로 간단하고 좁게 해석하는 것이다. 즉 CSR이란 기업의 경영전략의 일환으로 기업 가치를 증대시키는 도구적 수단들 중 하나로 사회책임경영 혹은 기업사회공헌과 동의어로 사용된다(이상민·최인철 2002). 이는 자연스럽게 수요-공급, 투입-산출, 그리고 비용-효과라는 시장경제 체제의 기본 원칙에 근거하여 이루어진다. 실제로 기업들은 경기가 호황일 경우 잉여이윤을 기부하면서 스스로를 기업시민이라 칭하지만, 불황의 경우 관련 전담부서와 예산이 가장 먼저 삭감되는 모순적 사례가 흔히 발생한다.

둘째는 '실질적(substantive) 의미'로서의 CSR이다. 이는 CSR을 보다

www.kci.go.kr

더 폭넓게 해석하는 것으로 기업(인)과 사회환경 간의 상호작용을 통해 제도화된 과정(instituted process)으로 이해하는 것으로 역사적, 경험적 CSR의 실체를 파악할 수 있다는 장점을 가지며 앞선 형식적 의미보다 광의의 해석을 가능하게 한다. 예를 들면 여기서 CSR이란 산업화 시기에는 양질의 상품을 값싸게 공급하는 것이 될 수도 있으며, 경제위기에는 정부정책에 발맞추어 인력 구조조정을 자제하고 고용을 늘리는 것일 수도 있는 것이다. 이러한 시각은 전통적으로 동아시아 기업들에게서 발견되는데 특히 사업보국 혹은 부의 사회환원과 같이 국가주의적, 애국적 차원에서 되갚음의 규범이 강조된다(이상민 2016).

2) 이중적 분석수준

다음 단계는 'CSR의 분석수준'을 두 가지의 이념형으로 분류하는 것이다. 이는 이중 노동시장론(Dual Labor Market Theory)에서 노동시장을 내부와 외부로 나누는 것과 유사한 접근으로(Berger and Piore 1980), CSR도 내부적 CSR과 외부적 CSR로 구분된다는 개념으로 '이중적 CSR 체제'로 부른다(이상민 2008).

첫째는 '외부적 CSR'로 제도적 동형화(DiMaggio and Powell 1983)로 확산, 수렴된다. 이는 국제기구들이 주도하는 외부적 압력과 깊은 관련을 가지는데, UN의 Global Compact나 GRI, 국제표준협회(ISO)의 ISO26000, 그리고 DJSI나 FTSE4GOOD 같은 사회책임투자(SRI) 인덱스 등이 대표적인 예이다. 기업들은 이러한 압력에 순응하여 강제적으로라도 CSR을 채택하고 따르게 된다.

둘째는 '내부적 CSR'이다. 모든 국가에는 역사적으로 배태되어온 그들만의 독특한 정치, 금융, 교육노동, 그리고 문화 등의 체제로 구성된 하나의 커다란 제도적 틀이 존재하는데 이는 이들 국가의 기업지배구

www.kci.go.kr

조, 정부-기업관계, 노사관계 등에 직간접인 영향을 미친다. 이를 '국가경제체제(national business system)' 혹은 '생산의 사회체제(social system of production)'라고 부르는데(Hollingsworth and Boyer 1997: Maurice and Sorge 2000), 각국의 CSR 역시 많은 부분 이로부터 영향을 받는다. 따라서 내부적 CSR을 작동시키는 동력은 국가마다 역사적으로 배태되어져 온 문화와 제도적 틀이며 제도적 배태(Brinton and Kariya 1998)로 다양화 양상을 보이는데 기업을 둘러싸고 있는 제도와 문화, 그리고 역사에 의해서도 다르게 해석된다.

이러한 이중적 체제에서는 CSR이 관심을 가지는 분야 역시 이중적으로 공존한다. 즉, 내부적 CSR에서는 주로 사회 고유의 내재된 문제를 해결하기 위해 기업에 기대하는 고용문제와 같은 현안들이 관심을 받는 반면, 외부적 CSR에서는 주로 지구환경·생태계나 지속가능성, 아동, 인권문제 등과 같은 글로벌 주제들이 관심을 받는다(이상민 2008).

3) 이중적 CSR 체제의 이념형

아래 <그림 1>은 이러한 네 가지 이념형적 유형들 간의 상호작용을 구체화하기 위해 이중적 CSR을 유형화한 이념형적 분석틀이다.

첫째, A의 경우 CSR 개념이 형식적으로 해석되는 동시에 외부적 분석수준이 중시되는 유형이다. 주로 영미식 주주자본주의를 기반으로 작동하며 CSR의 경영전략화와 국제표준화 작업, 그리고 사회책임투자 등을 주축으로 구성되는 'CSR의 미국화(Americanization)' 추세가 이에 해당된다(Whittington and Mayer 2000). 세계화와 신자유주의의 영향으로 미국 기업 이외에도 전 세계를 대상으로 영업하는 다국적기업들이 공통적으로 지향하는 지점이다.

둘째, B의 경우 CSR 개념이 형식적으로 좁게 해석되는 것은 A 유형

www.kci.go.kr

과 유사하지만 내부적 분석수준이 중시되는 유형이다. 대표적으로 이해관계자 자본주의를 기반으로 하는 지역의 기업들이 모국에서 취하는 지점이 여기에 해당된다. 실례로 독일에서의 CSR은 사회적 연대(solidarity)라는 동기를 가지고 사회적 시장경제 체제와 노동자 경영참여라는 제도적 틀을 바탕으로 법과 규칙에 의한 강제되는 행위로 배태되어져 왔다(Hofielen and Schau-Larsen 2006). 따라서 전통적으로 기업들은 교육, 예술부문에 대한 기부를 자신들이 아닌 정부가 해야 할 일로 인식하며 노조 역시 근무여건, 노조결성과 단체교섭권 확보에 대한 투쟁에 주력하지, CSR에는 개입하길 꺼려한다(Matten and Moon 2004).

셋째, C는 CSR 개념이 외부적 분석수준이 중시되지만 동시에 보다 넓은 실질적인 해석이 주가 되는 유형이다. 주로 UN난민기구와 같은 국제기구와 글로벌 NGO들이 지향하는 위치이자 다국적기업들이 표면적이나마 대외적으로 지향하는 지점이다. 예를 들어 빌게이츠 회장이 유엔과 협력하여 자신의 돈을 아프리카 아동을 위한 백신개발에 투입하는 사례가 여기에 해당된다(이상민 2000).

마지막으로, D의 경우 CSR 개념이 실질적으로 해석되면서 내부적 분석수준이 중시되는 유형이다. 전통적으로 한국과 일본 같은 동아시아 지역의 대기업들이 특히 모국에서 취하는 지점이 여기에 해당된다. 이들 두 나라에서 대기업이란 서구의 시각에서 바라보는 이윤 극대화만을 추구하는 경제적 주체만을 의미하지 않는다. 그 보다는 국가의 고용을 책임지고 경제 전반을 선두에 서서 이끄는 수출전사로까지 인식되는 사회적, 문화적 존재로 폭넓게 해석된다(이상민 2012). 더불어 전통적으로 종신고용제와 연공서열제, 가족경영(한국)과 같은 요소들이 제도적으로 깊숙이 배태되어 있기 때문에 내부적 CSR이 발달한 유형이다. 이러한 특성들로 인해 CSR의 질적, 심층적 해석을 필요로 하

www.kci.go.kr

며 보다 더 사회학적인 분석이 요구되는 유형이기도 하다.

〈그림 1〉 이중적 CSR 체제의 유형화

한편 베베의 이념형 개념을 활용한 CSR의 이념형적 분류작업은 다음과 같은 특징을 내포한다. 이들 네 가지 이념형은 실제에서 존재하는 CSR 유형의 모든 것을 총망라한 것이 아니다. 본 연구의 의도는 사회학적으로 중요한 몇 가지 유형들을 개념적으로 정확한 형태로 구성하는 것이다. 더욱이 베버의 의도처럼 이들 CSR의 순수유형들이 추상적인 구성물이라는 점을 고려해야 한다. 즉, CSR의 구체적인 체제들은 네 가지 유형 중 두 가지 이상의 요소들을 포함할 수 있는 것이다. 따라서 형식적 유형을 가진 나라의 CSR도 때때로 실질적 특징을 가질 수 있다. 다시 말해 그만큼 순수형이라는 의미라는 사실을 이해해야 한다.

따라서 이러한 CSR의 네 가지(형식적-실질적, 외부적-내부적) 이념형적 유형들은 지역이나 시기에 따라 각각의 상대적 비중은 변화하지만 상호 배타적이지 않고 중첩되어 나타날 수 있다. 따라서 CSR의 이념형이란 문화와 제도적 틀과 같은 내부적 요인과 나라밖으로부터 기원하는 외부적 요인들 사이의 이중적인 상호작용의 결과이며 시점에 따라 변화하는 동태적인 개념으로 간주할 수 있게 된다. 실제로 삼성

www.kci.go.kr

전자 CSR의 경우 해외에서 거두는 영업이익만을 고려한다면 A 유형에 충실해야 하지만 동시에 국내에서 차지하는 사회, 문화적 존재로서 D 유형을 비중 있게 고려하여 전개되고 있다. 마찬가지로 폭스바겐에게도 독일 사회에서 차지하는 정치경제적 위상을 바탕으로 전개하는 B 유형과는 별개로 미국을 비롯한 전 세계 시장에 공통으로 적용되는 A 유형의 CSR이 이중적으로 공존한다.

사실 CSR을 정의하는데 따르는 근본적인 문제점 중 하나는 그 주체인 기업이 국가마다 서로 다른 정치적, 문화적 그리고 역사적 맥락에서 만들어진 존재라는 점이다. 이는 국가마다 서로 다른 맥락의 CSR 체제를 발전시켜 왔다. 그럼에도 불구하고 최근 세계화 요인들에 의해 전 세계의 CSR 개념은 A 유형을 중심으로 서로 비슷해져 가는 추세이다. 따라서 다음 장에서는 지역-특수적인 한국과 일본의 CSR 역사를 D유형에 기반하여 비교 분석하고, 다음으로 최근 A유형이 새롭게 등장하는 제도적 과정을 밝히고자 한다.

3. 현대 일본과 한국 CSR의 제도적 배태 과정[1)]

1) 실질적-내부적 유형(D): 일본

(1) 종전 후~1970년대

1932년 3월 5일 청년 장교들을 중심으로 결성된 우익 정치단체인 혈맹단이 미츠이 재벌(三井財閥)의 총수 단 타쿠마를 살해하는 사건이 발생하였다. 미츠이 은행이 미국 달러를 사재기 해 폭리를 취하여

1) 본 연구 분석의 주요 목적은 경험적 증거를 제시하는 작업의 바로 전 단계의 기초 작업이라고 할 수 있다. 이를 위해 방법론적으로 역사적, 연대기적 기술 방식이 선택적으로 사용되었고, 향후 추가 연구에서 이러한 이념형을 바탕으로 보다 더 체계적으로 경험적인 증거들에 초점을 맞출 수 있으리라 판단된다.

www.kci.go.kr

서민경제에 피해를 끼쳤다는 이유였다. 이 사건 직후 재벌들에 대한 반기업정서가 팽배하였고 미츠이 재벌은 가족대표인 당주를 제외한 모든 가족이 경영일선에서 물러나는 개혁안을 발표하게 된다(김성국 2016). 이러한 반재벌 분위기 속에서 두 달 뒤인 5월 5일 파나소닉사의 창립자 마쓰시타 고노스케는 모든 제품을 수돗물처럼 싼 값에 풍족하게 공급하는 것이 기업(가)의 사회적 책임이라는 이른바 '수도철학(水道哲學)'을 발표하였다(Panasonic 2014).

하지만 이후 2차 세계대전 발발과 패전 그리고 미군정 시기 재벌기업들이 전범으로 처벌받는 과정에서 CSR 개념은 싹트지 못하였다. 1956년 일본 경제동우회가 '경영자의 사회적 책임에 대한 자각과 실천'이라는 결의사항을 발표하면서 CSR에 대한 최초의 현대적 개념규정을 시도하였지만 이는 레토릭에 불과하였다. 사실 일본에서는 전후 50년간에 거의 10년 주기로 대규모 기업 불상사나 기업비판이 일어나 그때마다 CSR 논의가 재연되어 기업이 반성과 자숙하는 유형이 반복되어 왔다(Kawamura 2004). 즉 실질적 의미의 이념형으로 볼 때 일본에서의 CSR 문제는 대부분 기업불상사 직후에 반드시 등장하는 익숙한 개념으로, 기업 스스로 도덕적 유대관계를 추구하거나 또는 기업의 부정적인 측면이 사회로부터 엄격한 비판을 받을 경우 반성하는 행위로 규정할 수 있다.

일본은 1960년대부터 고도의 경제성장을 경험하면서 실질적 의미의 CSR의 중요성을 인식하기 시작하였다. 1968년에 이르러 일본의 GNP는 미국 다음으로 세계 2위를 기록하게 된다. 하지만 이러한 급속한 경제적 발전은 동시에 심각한 사회문제를 야기하였다. 당시 중화학공업을 중심으로 급성장하고 있던 기업들은 오로지 사적 이익 추구에만 몰두하면서 심각한 환경오염을 발생시켰고 이에 따른 카드뮴 오염, 납중독, 스모그 현상 등 공해문제가 빈번히 발생하였다. 가장 대표적인

www.kci.go.kr

사례가 교과서에도 기록되는 미나마타병과 이타이이타이병이다. 이에 대한 일본 사회의 분노는 항의시위와 공해반대 운동으로 분출하였다 (Kawamura 2005).

1970년대에 들어오면서 일본기업들의 기업이익 지상주의는 CSR 문제와 법적으로 맞닥뜨리게 된다. 실례로 1960년대 말부터 진행되어오던 공해병과 환경 관련 법적 소송들의 최종판결이 재벌기업들의 패소로 결정되고 거액의 배상금을 지불하게 되었다. 이로써 기업들은 경제성장의 주역으로부터 이제는 환경파괴의 주범으로 전락하게 된다. 이러한 상황에서 1973년 불어 닥친 석유위기는 반기업정서의 불을 붙이는 결과를 가져왔다. 석유가격이 대폭으로 인상되면서 생활물가 역시 급등하였는데 이 과정에서 대형 종합상사들의 매점매석으로 생필품 부족 현상까지 초래되어 대기업에 대한 반기업정서가 급증하였다. 더욱이 1973년 일본의 전국 평균 지가는 전년 대비 33.3%로 대폭 상승하였는데 대기업들은 업무와 무관한 부동산을 대량으로 취득함으로써 투기의 원흉이라는 국민 인식에 확신을 심어주게 된다. 이는 급기야 '상사성악론(商事性惡論)'으로 발전하여 대기업이 사회악으로 치부되었다(Demise 2006; KLI 2006).

이러한 상황전개에 위기감을 느낀 기업들은 최초로 공식적인 CSR 정책을 마련하기 시작하였다. 기업들은 회사 내에 공해부를 설치하기 시작하였고 기부활동에 점차 관심을 가지기 시작하였다. 사회복지와 교육문화 사업에 대한 기부 건수가 증가하고 이를 위한 재단 설립이 활발해졌다. 더불어 일본 경단련은 1974년에 '기업의 사회성부회'를 조직 내에 신설, 기업과 사회의 관계에 대한 전반적인 검토를 실시하였고, 1976년 2월에는 '기업과 사회의 새로운 관계 확립을 위해'라는 종합보고서를 작성하였는데 여기에는 지역 사회와의 마찰을 미연에 방지하기 위한 기업의 보다 적극적인 노력 필요하며 기업의 사회적 책

www.kci.go.kr

임 확립이 무엇보다 요구된다는 내용이 포함되었다(Aoki 2002; 전경련 2004; Kawamura 2005).

이러한 일련의 친사회적 시도에도 불구하고 고도의 경제성장 과정에서 대부분의 일본기업들은 CSR 자체에 큰 관심을 가지고 있지 않았다. 대부분의 기업과 국민들은 기업의 실적이 좋다면 공식적인 책임을 다한 것으로 간주하였다(Lewin, Sakano, Stephens and Victor 1995). 전통적으로 양질의 제품공급, 고용 및 소득창출 등과 같은 기업 본연의 기능수행과 환경에 대한 공헌을 강조하였다. 더욱이 고도 경제성장 과정에서 CSR의 문제는 경제발전이라는 거대한 구호 앞에서 큰 의미를 가지지 못하였다. 즉, '수도철학'과 같이 싸고 질 좋은 제품을 만들어 수출하는 것이 가장 존경받는 기업인의 표상이었고, 기업시민의 의미는 안정적인 직장의 제공과 세금납부를 의미하였다(Wokutch and Shepard 1999; Yotsumoto 2002; Kurihama 2005).

(2) 1980년대~2000년대 초

일본의 1980년대는 버블경제의 시대였다. 이 시기 일본 CSR의 가장 큰 특징은 버블경제를 바탕으로 전개된 보여주기 식, 즉 과시성의 극대화라 할 수 있다. CSR은 '좋은 기업'을 상징하는 것으로 간주되었고 자연스럽게 기업들의 CSR 예산 규모가 사상 최고를 기록했는데(5조2천5백만 엔) 이는 이후 현재까지도 깨지지 않은 기록이다. 특히 이 시기 일본 기업들 CSR 예산의 상당부분은 클래식 콘서트나 미술 전시회 등의 후원과 같은 메세나 프로그램 또는 가난한 이들을 위한 거액의 현금 기부에 대거 투입되었다(Murakami 2009). 예를 들면 1986년 산토리 음료가 일본 도쿄에서 땅값이 가장 비싸기로 유명한 아카사카에 최고급 심포니 전용홀인 산토리홀을 개관하는 방식이다.

하지만 이는 형식적 의미의 CSR로 볼 때 예산의 투입 대비 효과를

www.kci.go.kr

고려하지 않은 일방적인 '과시적 소비'이기도 하였다. 당시 일본기업들에겐 CSR이란 경쟁사와의 경쟁에서 사회적 지위를 구별지어주는 파티나(patina)와 같은 가시적 증거물이기도 하였다. 실례로 일본 경단련은 1990년 경상이익의 1%를 CSR에 사용할 것을 약정하는 기업들의 모임인 '1% 클럽'을 발족시켰고 대기업 대부분이 경쟁적으로 참가하였다(Demise 2006). 이러한 CSR의 과시적 모습은 1980년대 말 부동산 가격이 일본 열도 사상 최고로 급등할 때에 최고조에 이르렀다.

하지만 1991년에 들어서면서 급격한 지가 하락이 시작되며 거품이 붕괴되었다. 거품의 붕괴는 수많은 일본기업들의 도산을 불러 일으켰고 특히 이 과정에서 증권사나 은행들의 파산, 건설업계의 담합 사건 등이 빈번하게 발생해 사회 전반에 반기업정서를 증폭시켰다. 이러한 기업 불신 증가에 대응하여 경단련은 1991년 현대 일본기업 CSR의 원형이라고 볼 수 있는 '기업행동헌장'을 발표하였지만 여전히 선언적 레토릭에 불과하였다(Kawamura 2005).

2000년대에 들어와서도 일본기업들은 일련의 기업 불상사를 경험하였다. 대표적으로 2002년에는 유키지루시 식품과 니혼햄의 미국산 소고기 위장 판매, 동경전력의 원자력 발전소 문제 은폐 등 10여건의 대형 불상사가 잇달아 발생하였고, 2003년에는, 니혼TV의 시청률 매수, 2004년에는 미쓰이 물산의 DPF 데이터 날조, 세이부 철도의 주주 허위보고 등 불미스러운 사건들이 연이어 일어났다. 이들 기업들은 전통이 있으면서 평소 경영이 안정되어 있던 소위 명문 대기업들이었다. 하지만 이들 기업들은 성역화된 조직부분이 비대해지고, 내부감사는 형식적으로만 진행되었으며, 관료집단과의 유착이 증대되었다는 공통점을 가지고 있었다(삼성경제연구소 2002).

이 당시 일본기업들의 기업문화와 윤리기준으로 볼 때 비리를 주도한 경영진들은 자신들의 행위가 범죄라고 깨닫지 못하였고 조직원들

www.kci.go.kr

역시 이는 회사를 위해 충성을 다 하는 과정에서 발생한 안타까운 일로 간주되었다(Wokutch and Shepard 1999; Kurihama 2005). 반대로 이러한 불상사들은 대부분 내부 고발자에 의해 외부로 밝혀졌다. 하지만 이들은 회사에 종사하고 있다는 소속감(従業) 없이 조직의 문제를 내부에서 해결하지 않고 외부로 발설한 배신자로 간주되었다(Demise 2006). 이렇듯 내부고발이 조직에 대한 배신 혹은 산하 협력업체까지 문을 닫게 만드는 비정한 행동으로 간주된다는 점은 일본 CSR이 지니는 한계이기도 하다(ICMR 2004; CHUchan 2008).

이렇게 기업에 대한 신뢰가 흔들리는 상황에서 일본기업들은 법령준수(compliance) 체제를 강화하기 시작하였다. 미쓰비시상사와 미츠이물산은 내부감사 강화를 위해 감사인력을 확충하였고, 노무라증권과 미쓰비시자동차 등은 내부고발제도를 도입하였다. 하지만 이러한 일본기업들의 시도는 형식적인 체제와 제도 구축에 머물 뿐 실질적으로 부정과 비리를 방지하는 시스템을 갖추는 데는 이르지 못하였다(삼성경제연구소 2002).

2) 실질적-내부적 유형(D): 한국

(1) 해방 후~1960년대

한국에서는 1945년 해방 이후 정치, 사회적 혼란과 연이어 발발한 1950년 한국전쟁을 치르면서 상당 기간 밀수품의 범람으로 상거래 질서가 땅에 떨어졌다. 1950년대 전후 복구와 경제부흥 계획에 따라 새로운 기업들이 형성되기 시작하였는데 이들은 귀속사업체 및 국유재산 불하, 원조물자 및 자금의 불하와 환차익, 특혜융자와 금리차익 등과 같은 각종 특혜를 바탕으로 성장하였다. 이 시기 기업들은 기업가정신이 희박하여 정부로부터 보조금과 같은 특혜를 받지 않으면 사업

www.kci.go.kr

을 하려 하지 않는 타성에 젖어 있었고 주요 관심은 외자도입 사업에 적격자로 선정되어 자금을 지원 받는데 있었다(경향신문 1962.1.25).

이렇듯 원조경제와 정부의 특혜를 중심으로 한 정경유착이 가장 큰 산업자본 축적의 계기가 됨에 따라 기업과 기업인은 산업화 초기부터 부정적 이미지로 각인되었다. 이는 기업(가)과 사회 사이의 상호작용이라는 실질적 의미의 차원에서 한국의 CSR이 매우 부정적인 시각이 비등한 상태에서 시작되었음을 시사한다. 이러한 상황에서 이후 지속적으로 터져 나온 기업 불상사는 일반 국민들로부터 CSR에 대한 회의감이 깊게 배태되는 계기가 되었다.

1961년 5.16 군사쿠데타를 거치면서 재벌은 부정축재자의 대명사로 불리었다. 이에 대해 기업인들은 1961년 8월 이병철 삼성회장을 초대 회장으로 전국경제인연합회(이하 전경련)의 전신인 한국경제인협회를 발족하여 집단적 대응을 모색하기 시작하였다. 당시 이병철 회장을 포함하여 많은 기업인들은 사업을 통해 국가에 보답한다는 뜻의 '사업보국'(事業報國)을 최고의 경영철학으로 삼았다(동아일보 1965.2.6).

하지만 역설적으로 1964년 1월 삼분폭리사건(三粉暴利事件)이 발발하면서 기업의 사회적 책임이라는 개념이 국내 언론에서 최초로 등장하게 된다. 삼분폭리사건은 세 가지 주요 생활 물자인 설탕, 밀가루, 시멘트를 생산하는 재벌 기업들이 가격조작과 세금포탈 등을 통해 폭리를 취한 사건이다. 이 사건은 먹고 사는 문제가 당시 가장 중요한 경제현안이었던 만큼 국민의 원성이 집중되었다(경향신문 1964.2.18). 특히 설탕의 경우 당시 제일제당이 약 60%를 점하고 있던 현실을 감안할 때 삼성의 문제로 간주되었다. 이 사건 이후 이병철 회장은 자신의 재산 10억원을 출연하여 삼성문화재단을 설립하고 육영과 문화 사업에 힘쓰겠다고 발표한다. 이 당시 10억원이라는 액수는 일반이 상상할 수 없을 정도로 상당히 컸기에 일시적이지만 성난 여론을 잠재울

www.kci.go.kr

수 있었다(동아일보 1965.2.6).

하지만 2년 뒤 1966년 9월에 60년대 가장 큰 기업 불상사 중 하나로 기록되는 사카린 밀수사건이 터진다. 이 사건 역시 삼성그룹의 한국비료주식회사가 사카린을 밀수하려다 적발된 사건이다. 이 사건은 삼성이 이전 삼분폭리사건으로 사회적 비판을 경험하고도 여전히 반성하지 않고 있다는 오만함으로 국민들에게 비추어졌다. 결국 사태가 심각해지자 이 회장은 한국비료를 국가에 헌납하고 모든 사업에서 손을 떼고 물러났다(동아일보 1966.9.22).

⑵ 1970년대～외환위기

1970년대 본격적인 경제성장기에 들어서면서 특징 중 하나는 실질적 의미로서의 CSR 개념에 애국주의와 민족주의와 같은 국가주의적 색채가 혼합되기 시작하였다는 점이다. 즉, 기업의 '사회적' 책임이 이제는 기업의 '국가적' 혹은 '민족적' 책임과 동일한 의미로 사용되었다. 실례로 1972년 1월 대통령의 신년사에 기업의 사회적 책임이 최초로 등장하였다(경향신문 1972.1.6). 이후 박대통령은 "기업의 사회적 책임은 기업인이 새마을 운동에 적극 참여하여 새마을 정신을 함양하는데 있다"고 역설하였다. 이제 새마을운동에 적극적으로 참여하는 것이야말로 기업인에게 요구되는 사회적 책임이 된 것이다(경향신문 1972.8.14). 이러한 국가주의적 CSR은 1972년 10월 유신 선포 이후 더욱 강화되어 기업은 '경제유신의 역군'으로서의 역할을 부여받는데(매일경제 1972.11.9), 이 역할 수행에서 일탈할 경우 국가는 직접 이들을 '반사회적 기업인'으로 낙인을 찍어 처벌하였다. 이는 조국 근대화에 온 국민이 노력하고 있는 마당에 기업인들도 사회적 책임을 다해야 한다는 강한 암묵적 규범으로 사회 전반에 전파되었다. 따라서 1970년대 내내 기업인의 탈세, 외화은닉·도피, 위장이민, 도덕적 탈선 등 비

www.kci.go.kr

리가 밝혀지면 이 암묵적 규범을 깨트린 대가로 여론의 질타와 국가의 제재가 이어졌다.

한편 1980년대 초 등장한 군사정권은 또 다른 버전의 국가주의 CSR을 선보인다. 경제계는 과거 5.16 직후의 부정축재자 축출을 경험했기 때문에 발 빠른 움직임을 보였다. 경제4단체는 기업풍토 쇄신대회를 열고 자신들의 과거를 참회하고 반성하는 기업인 윤리강령 선언을 하였다. 그 주된 내용은 자신들이 그동안 지나친 기업집중, 중복투자나 불공정거래 등 경제질서를 교란하고 사회적 낭비를 몰아왔다고 반성하고 앞으로는 기업의 사회적 책임을 다하여 '정의사회 구현'에 매진할 것을 밝히는 것이었다(경향신문 1980.7.16). 개별 기업 차원에서는 총수 개인재산의 사회환원 방법이 애용되었다. 실례로 대우그룹 김우중 회장과 정주영 현대그룹 회장은 기업의 사회적 책임을 강조하면서 소유재산 모두를 사회사업에 환원하겠다고 발표하였다(동아일보 1980.8.29; 매일경제 1981.9.14).

이 시기 전두환 대통령은 "기업인은 사회적 책임을 깊이 자각하여 기업보국의 신념으로 부조리 추방과 건전한 기업윤리 확립에 배전의 노력을 기울일 것"을 지시하는데(동아일보 1983.7.5), 이는 기업비리를 사회 안정을 해치는 악으로 추방해야 되는 것이고 정의사회 구현을 위해 이를 거부하는 경우 사정(司正) 작업에 나서겠다는 의미였다. 이는 이후 CSR이 기업풍토의 쇄신이라는 명목으로 사정의 대상으로 전환되는 계기가 되었다. 이러한 강압적 분위기 하에서 기업들에게 CSR이란 실질적 의미의 차원에서 정부의 눈 밖에 나지 않는 대관(對官)업무를 의미하였고, 정치자금 제공, 인맥관리 등과 같은 그룹 비서실이 관장하는 업무가 주를 이루었다(김용철 2010).

이후 일련의 기업 불상사가 발생하면 CSR의 수요는 촉발되고 그에 따른 기업의 반성 표명과 가시적 조치 등이 뒤따랐다. 1989년 11월의

www.kci.go.kr

삼양라면 우지 파동과 1991년 3월 두산전자의 페놀 유출 사태 모두 마찬가지였다. 이후 1994년 11월 발생한 성수대교 붕괴 사고와 1995년 6월의 삼풍백화점 붕괴 사고는 예외 없이 다시 사회적 비난과 CSR에 대한 수요를 증대시켰다. 성수대교 사건의 경우 동아건설 최원석 회장은 반성하고 사회에 보상한다면서 다리를 다시 시공해서 헌납하겠다고 선언하였다(경향신문 1994.11.11). 곧이어 1995년 11월에는 노태우 전 대통령의 비자금 사건이 폭로되어 오랜 관행이었던 정치자금 조성과 정경유착 문제가 사회적으로 큰 이슈가 되었다. 기업들은 역시나 재빠른 보여주기 식 반성 국면으로 전환을 시도하였는데, 비자금 수사를 받던 현대그룹이 가장 먼저 기업윤리강령을 선포하였고 뒤이어 1996년 2월 전경련이 일본 경단련의 기업행동헌장을 그대로 베낀 기업윤리헌장을 공표하였다(동아일보 1996.2.8).

한편 1997년 말 발발한 외환위기는 현대 한국 CSR에 있어서 일대 전환을 가져오는 계기가 되었다. 외환위기를 거치면서 기업인에 대한 부정적 시각이 최고로 비등하게 되면서 사회 전반에 전면적인 재벌체제의 변화를 요구하는 내부적 CSR의 압력이 크게 증가하였다. 특히 외환위기 시절 가장 큰 사회적 이슈는 노동시장의 유연화, 즉 구조조정 문제였다. 따라서 이 시기에 최고의 CSR을 실천하는 기업은 해고나 감원을 안 함으로써 사회적 고통을 분담해주는 기업들이었다. 같은 논리로 신입사원 채용을 늘리는 기업 역시 가장 사회적으로 책임 있는 기업으로 간주되었다(동아일보 1998.12.1; 경향신문 1998.12.2). 이러한 사회적 분위기 속에서 김대중 정부는 재벌개혁에 나서면서 기업의 사회적 책임 수행을 그 대의명분으로 내세웠고, 산업 구조조정 작업에 적극적으로 협조하는 기업이 가장 사회적으로 책임 있는 기업으로 간주하였다. 실제로 당시 김대중 대통령은 기업이 사회적으로 책임을 다한다는 것은 곧 구조조정과 빅딜에 협조하는 것이라며 기업들을

www.kci.go.kr

압박하였다(동아일보 1999.8.26).

3) 형식적-외부적 유형(A): 일본과 한국

2000년대 들어와 한국과 일본 모두 미국식 CSR의 영향을 본격적으로 받기 시작하였다. 특히 CSR에 있어 세계화의 압력은 기업이나 국가들이 글로벌 시장 환경에 노출이 많이 될수록 강하게 작용하였다. 따라서 세계시장을 상대로 활동하는 다국적기업을 다수 보유하고 있는 양국의 CSR은 상대적으로 다른 국가들에 비해 국제적 표준에 부응하는 형태가 될 가능성이 커졌다. 실제로 해외직접투자(FDI)의 비율이 높은 국가나 기업들이 CSR에 더 적극적이라는 연구결과(Preuss, Haunschild and Matten 2006)에 부합하듯이, 일본 기업들의 해외투자액은 2002년 304백만 불에서 2010년 831백만 불로, 한국의 경우 같은 기간 20백만 불에서 139백만 불로 급속히 증가하였다(한국은행 2011). 따라서 최근 한일 양국에서는 기존의 내부적 CSR 특성에 더하여 소위 글로벌 스탠더드라는 국제적 표준화 작업에 의해 그 기제가 서로 비슷해져가는 외부적 CSR의 특성이 급속히 융합되고 있다(이상민 2008, 235; 2012, 154-155).

일본에서는 앞서 기술한 2000년대 초반 발생한 대형 기업 불상사 이후 경제단체, 금융기관, 기관투자가, NPO들이 기업에 대한 시각을 구조적으로 전면 재검토해야 할 필요성을 인식하였다. 이에 따라 2003년 리코를 시작으로 선진기업들이 미국식 CSR 경영으로 전환했고 평가기관들은 사회책임투자를 본격화시켰다. 또한 경제동우회가 CSR 기업백서와 자기평가기준을 공표하였고 NPO들은 GRI에 의한 제삼자 평가기준을 제시하는 등 사회 전반에 미국식 CSR 논의가 봇물을 이루게 된다. 따라서 일본에서는 2003년을 'CSR 경영 원년'으로 부르고 있

www.kci.go.kr

다(Kawamura 2005). 한편 1990년대 일본 경제에서 거품이 붕괴되고 난 뒤 외국인들의 일본 국내 주식시장에의 투자가 급증하게 된다. 실례로 1990년 그 비율이 4%에 불과했지만 2004년에는 그 비율이 22%로까지 증가하였고 대부분 우량기업들의 경우 외국인 주식보유 비율이 50%를 넘어가는 상황이 도래하였다. 또한 연기금과 같은 기관투자가들이 주총에서 적극적으로 발언하게 되어 결과적으로 형식적 의미-외부적 수준의 CSR 특성이 강화되고 있다(Economist Intelligence Unit 2005).

최근 일본 기업들의 CSR에 나타나는 특징은 패러다임의 전환이다. 일부 대기업을 중심으로 시도되고 있는 CSR 정책의 전환이 그것인데, 기존에는 CSR을 기업 불상사를 대비하는 위기관리 혹은 기업 홍보를 위한 수단의 차원에서 접근하였다면, 이제는 경제적 이익과 사회적 책임을 동시에 고려하는 전략적 차원으로 간주하기 시작했다는 점이다. 예를 들어 제품을 처음 기획하는 단계부터 환경을 고려하는 기술을 함께 담아 궁극적으로 두 마리 토끼를 한꺼번에 잡는 방식이다. 일본 자동차 업계의 하이브리드 차량 생산이 대표적인 사례이다(Pfitzer, Bockstette, and Stamp 2013).

사실 일본 기업들에게 환경문제는 일찍이 1960년대 미나마타병과 같은 공해병 발생으로까지 거슬러 올라가는 CSR의 발원지와 마찬가지로 사회적으로 매우 민감한 문제이다. 여기에 1997년 자국에서 발효된 교토의정서 역시 환경문제에 대한 대중적 관심도를 높였다. 이러한 사회적 분위기를 바탕으로 도요타자동차는 프리우스 모델의 생산을 통해 온실가스 감축을 고려한 친환경 자동차 생산이라는 대의적 명분을 얻는 반면 소비자들은 연비절감이라는 경제적 이익을 각각 얻게 되는 따라서 궁극적으로 회사가 경제적 이익을 가져가는 방식을 비즈니스 모형으로 완성시켰다(Murakami 2009). 이러한 도요타의 사례는 이제 CSR의 개념 자체를 한 단계 더 진화시킨 CSV(Creating Shared Value), 즉

www.kci.go.kr

기업의 경제적 가치와 사회 전반의 사회적 가치를 조화시키는 경영을 의미하는 공유가치 창출(Porter and Kramer 2011)로 확산되고 있다.

한편 한국의 경우에도 2000년대 초반 외환위기 극복 이후 점차 색다른 변화가 시작되었다. 한국기업들은 이 시기 미국에 현지 생산공장을 대거 구축하면서 미국식 CSR을 배우기 시작하였다. 더불어 해외시장 매출 비중이 매우 높은 한국기업들에게 CSR의 국제 표준화 추세는 강한 외부적 압력으로 작용하였다. 이에 따라 재벌 기업들은 미국식 CSR 프로그램을 경쟁적으로 도입하기 시작하였는데 2003년 삼성 SDI를 필두로 현대, 기아자동차 등이 GRI 기준에 근거하여 지속가능성 보고서를 발간하기 시작하였다. 또한 일본처럼 대기업을 중심으로 외국인 주식보유 비율이 급격히 높아지면서 주주의 역할이 주목받기 시작했다. 더불어 소액주주운동을 통해 시장 감시자로서의 NGO들의 활동이 급격히 증가하였고, 이들은 GRI와 같은 CSR의 국제적 표준화 작업에 적극적으로 참여함으로써 기업들에게 내부적 압력을 가중시켰다(이상민 2006).

이러한 추세에 적극적으로 대응한 기업이 삼성그룹이었다. 삼성은 삼성경제연구소(SERI)를 중심으로 CSR에 대한 구체적인 논리와 이념 그리고 프로그램 개발과 사회 전파에 나섰다. 하지만 이 과정에서 광의의 기업의 사회적 책임 개념이 사회공헌활동과 윤리경영이라는 두 가지만으로 대폭 축소되는 결과가 초래되었다. 기업사회공헌이란 본래 일본의 경단련이 미국에서 전통적으로 사용되어 온 'Corporate Philanthropy'라는 개념을 글자 그대로 '기업 자선활동'으로 번역하지 않고 '사회에 공헌'(social contribution)한다는 개념으로 바꿔 부른 것이 국내에도 그대로 번역되어 사용되었다(이상민·최인철 2002). 명칭에 있어서도 그만큼 CSR의 실질적 의미가 강조되었던 것이다. 따라서 기업사회공헌이란 본래 기부금을 내거나 자원봉사활동을 하는 것을 의미

www.kci.go.kr

하는 좁은 형식적 의미의 CSR이지만 일본을 거쳐 국내에 들어오는 과정에서 의미만 허구적으로 커진 결과를 낳았다. 이는 이후 전경련 산하에 사회공헌위원회와 윤리경영위원회가 설치되는데 직접적인 영향을 주었고 다른 재벌 기업들 역시 이를 모델링하여 제도적으로 동형화되어 현재에 이르게 된다.

실제로 현재 한국의 재벌기업들에게 기업의 사회적 책임이란 사회공헌과 윤리경영 두 가지만을 의미한다. 즉 CSR 개념이 이제는 좁은 의미인 형식적 의미로 국한되어 사용되는 것이다. 따라서 한국의 기업 생태계에서 CSR이란 기업 내부에서는 윤리경영 실천으로, 기업 외부로는 기부 중심의 사회공헌활동을 수행하는 것으로 단순하게 정리된다. 그 결과 한국의 재벌 기업들은 애당초 경제, 사회, 노동, 인권, 환경 등의 다양한 주제로 확산되고 있었던 실질적 의미 차원에서의 사회적 책임 부담을 크게 덜게 된다. 즉 이제는 기업들이 윤리경영헌장을 제정하고, 사회책임보고서를 발간하고, 연말에 사회복지공동모금회에 기부금을 내면 기업의 사회적 책임 모두를 다한 것으로 스스로 내재화 해버리게 된 것이다.

하지만 형식적 의미와 외부적 CSR이 발달하였다고 일본식 CSV 개념으로 발전한 것은 아니다. 반면 한국의 경우 일본과 다른 점은 소수 재벌기업들의 경제력 집중도가 높고 이에 따라 반기업정서가 강하다는 점이다. 따라서 기업총수의 사회적 책임과 사법적 책임을 정치적으로 교환하는 '정치적 시장'이 서는 사례가 증가하고 있다는 점이 특징이다. 즉 CSR이 총수의 비리가 불거져 나올 경우 여론을 잠재우기 위한 보석금과 같은 수단으로 활용되거나 미래를 대비한 보험금으로서의 역할을 수행하는 것이다.

실례로 이건희 삼성 회장과 정몽구 현대차 회장은 2005년과 2006년 비리로 재판을 받는 과정에서 각각 7천억 원에서 8천억 원에 이르는

www.kci.go.kr

거액의 사회공헌기금을 출연한다고 발표하고 사법처리를 면제받았다. 이러한 시도는 현재에도 기업 불상사에 연루된 기업총수들의 재판 과정에서 그대로 재현되고 있다. 문제는 재판과정에서 이들의 사회공헌기금 출연이 실재 양형에 비중 있게 반영된다는 점이다. 이는 마치 형사사건에서 피의자가 피해자와 합의가 되지 않을 경우 공탁금을 걸면 나름의 성의표시를 한 것으로 인정받아 처벌의 강도를 낮춰주는 법적 방법이 이런 식으로 악용되는 것이다. 이는 어찌 보면 이제 CSR도 벌금으로 구매할 수 있는 일종의 '허구적 상품'(Polanyi, 1968)으로 변모하고 있다는 의미이기도 하다.

4. 결론

한국과 일본은 대기업의 비중이 크기 때문에 원천적으로 이들과 관련한 불상사가 주기적으로 발생할 수밖에 없다. 이는 기업문제가 곧바로 사회문제로 비화할 수밖에 없는 구조적 요인을 가지고 있기에 이들 두 나라에서 현대적 의미의 CSR 개념은 잠재적으로 항시적 수요를 가지고 있다.

일본 CSR의 경우 1970년대까지 고도의 산업화 과정을 거치면서 국가와 사회에 보답하는 공적 특성을 보였다. 1980년대 중반 이후에는 거품경제의 도래로 주체할 수 없는 엔화를 CSR 부문에 과시적으로 소비하는 모습을 보이기도 하였다. 하지만 현재 일본의 CSR은 자본주의 시장원리를 충실히 반영하고 있다. 즉 경제적 CSR의 정착이라 할 수 있다. 한편 한국의 경우에도 1980년대까지 산업화 과정을 거치면서 사업보국의 원리가 CSR의 핵심이었다. 하지만 이는 실제 현장에서는 무의미한 레토릭 수준으로 변질되었고 그 틈을 정부가 기업을 규제하는 강력한 수단으로 활용되었다. 특히 1970년대부터 1980년대에 이르기

www.kci.go.kr

까지 CSR은 유신, 새마을운동, 사회정화 등과 같은 국가의 이념적 캠페인과 맞물려 국가주의적 성격이 강하게 배태되게 된다. 외환위기 이후 새롭게 나타나는 추세는 CSR의 미국화인데 이는 한국에서 CSR 개념이 역사적으로 오랜 기간 동안 실질적 의미로 사용되었지만 현재는 형식적 의미로 축소되는 추세가 나타나고 있다는 점을 내포한다. 더불어 최근 한국 CSR의 특징은 일본식 CSV와 구별되는 정치적 교환과 거래가 가능한 정치적 CSR이 발달하고 있다는 점이다.

본 연구를 통해 한국과 일본에서 CSR이란 사회적으로 만들어지고 제도적으로 배태된 개념임을 알 수 있었다. 먼저 실질적 의미-내부적 수준의 CSR(D 유형)이란 사회로부터 분출되는 기업 비판에 대한 반성의 징표, 표지(mark)로서 기업(인)이 행하는 수동적 대응 행위이다. 구체적으로 기업의 사회적 책임이란 용어는 사회적으로 레토릭 혹은 덕담으로 구성되어진다. 즉, 평상시(휴지기)에는 산업역군과 수출전사에게 부여하는 레토릭과 덕담, 미사여구 등과 같은 의미로 사용된다. 따라서 '양질의 제품을 생산하여 싸게 파는 것'과 같이 지극히 보편적인 것이다. 하지만 기업비리가 발생하는 비상시(활동기)에 그 의미의 반경이 급속히 확장되면서 사안에 따라 구체화된다. 즉, 환경오염, 임금체불, 감원·해고문제, 가격조작, 불량상품 생산, 세금탈루, 산업재해, 부동산 치부, 밀수 등 그 사안이 무엇이든지간에 사회적 물의를 일으킨데 대한 글자그대로의 사회적 책임을 망각한 악덕기업인으로 낙인이 찍힌다. 이 과정을 요약하면 다음과 같다: 기업 불상사가 발생하면 CSR에 대한 사회적 수요가 급증하고 → 사회적 물의를 빚은데 대한 기업의 자숙과 반성이 공표되고 → 사회적 책임의 준수라는 차원에서 구체적인 해결책이 제시되고 → 이에 곧 잠잠해지는 여론과 뒤이은 CSR의 휴지기가 도래하며 → 마지막으로 이 CSR의 휴지기는 또 다른 기업 불상사가 발생할 때까지 지속된다.

www.kci.go.kr

여기까지는 한국과 일본이 유사하다. CSR의 실질적 의미가 비슷하기 때문이다. 하지만 이후 해결 단계에서 차이를 보인다. CSR의 내부적 수준을 결정하는 제도적 틀에 있어 차이를 보이기 때문이다. 즉 한국에서는 이후 과정에 정부가 개입하여 포청천과 같이 벌을 주는 심판관의 역할을 수행하여 일반 국민들에게 대리만족을 제공한다. 반면 일본의 경우 소비자단체와 같은 NGO들이 개입하여 소비자들이 불매운동에 직접 참여하여 시장원리로 대응한다. 따라서 한국의 특징은 시장원리에 따른 소비자들로부터의 심판이 아니라 비시장적 정치기제에 따른 정부 규제가 주를 이룬다는 점이다. 문제는 해당 기업 제품을 구매해온 직접적 이해당사자인 소비자가 주체가 아니기 때문에 해당 기업의 지속적인 매출 하락에 별 영향을 못 미치고 단기적인 감정적 카타르시스 해소에만 머무르게 된다는 점이다.

이러한 D 유형 중심의 CSR은 최근 급속히 변모중이다. 두 나라 모두 형식적 의미-외부적 수준의 CSR(A 유형)이 강화되고 있는 추세이다. 일본의 경우 거품이 꺼진 2000년대 이후부터 비용 대비 효과를 따지는 시장원리와 시장규범의 특성이 강조되고 있다. 이는 기존의 사업보국과 같은 관념적, 문화적 차원의 사훈 중심이 아닌 가치증대와 같이 실질적 이윤추구를 궁극적으로 꾀하고 있다는 점이 특징이다. 한국에서도 외환위기 이후 CSR의 미국화 추세가 강조되고 있고 동시에 CSR을 정치적으로 거래하는 정치경제적 현상이 나타나고 있다. 이는 다른 한편으로 민간 기업부문이 급성장하면서 정부에 대한 시장의 우위 추세 속에 나타나는 자연적인 현상으로도 해석된다. 다만 사회로부터의 기업비판에 대응하는 과정에서 CSR이 타의적으로 등장했다는 점에선 일본과 한국이 유사하지만, 기업(법인)과 기업총수(자연인)의 사회적 책임 문제가 혼재되어 있다는 점은 여전히 두 나라 사이에 정치경제적 차원에서 차이가 있을 수밖에 없다는 사실을 함의한다.

www.kci.go.kr

마지막으로 본 연구결과는 국내 CSR 정책 수립에 다음과 같은 정책적 시사점을 가진다. 즉 CSR이란 본래 기업들이 사회의 일원으로써 사회 전체 발전에 함께 책임을 져야 한다는 다분히 규범적이고 윤리적인 성격을 가지는 개념이다. 하지만 이 개념 자체가 가지는 광범위한 개념 정의로 인해 '모두가 이야기하는, 하지만 모두의 의미가 다 제각기인' 기형적인 형태가 되어버렸다. 현재 한국사회에서 발견되는 CSR과 기업신뢰 사이의 불일치가 발생하는 가장 큰 이유도 사실상 CSR에 대한 이상적인 총론(기업의 역할)-현실적인 각론(개별 정책) 사이의 차이, 그리고 제도-관행 사이의 차이가 크기 때문이다. 먼저 CSR에 대한 '총론과 제도'는 외형적으로 영미식의 '자본주의 시장경제 체제 아래 기업의 자율적 판단'에 따르는 형식적 의미의 CSR과 외부적 분석수준(A 유형)을 기준으로 구성되어진다. 이에 따르면 CSR을 행하는 주체는 상법상 법인으로서의 기업이다. 따라서 CSR은 감성적인 나눔이나 자선을 베푸는 것이 아니라 기업법인의 재무적 경영상황에 따라 그 정도가 결정되어져야 한다. 예를 들어 망해가는 기업이 CSR을 행한다는 것은 모순이 되는 것이다.

하지만 CSR에 대한 우리 국민들의 이해방식은 되갚음의 규범과 같이 이념적이고 감성적이다. 따라서 CSR에 대한 '각론과 관행'은 철저히 한국식이다. 재벌그룹들이 이만큼 성장하게 된 데에 따른 감성적 보답을 요구하며 여기에서 자본주의 시장경제 체제의 원리는 그리 중요하지 않다. CSR은 광범위한 실질적 의미로 확대 해석되며 역사적으로 배태되어져 온 문화적, 사회적 차원의 내부적 분석수준(D 유형)을 기준으로 삼는다. 결국 개별기업들의 경영이념이나 사훈은 자연스럽게 (보답하는) '사업보국'이 주를 이루며, CSR을 행하는 주체는 법인으로서의 기업보다는 개인으로서의 기업총수가 중심이 된다. 따라서 전형적인 CSR의 개별정책으로 기업총수의 사재출연, 국가헌납의 관행

www.kci.go.kr

등이 이러한 맥락에서 수용되는 것이다. 결국 제도는 오랜 기간에 걸쳐 미국식으로 정착되었는데, 실제로 이 제도에 참여하는 사람과 관행이 여전히 한국식이기 때문에 제도와 관행 사이의 차이가 발생하고 있는 것이다. 따라서 향후 국내 CSR의 정책 수립 과정에 A 유형과 D 유형 사이의 지속적인 상호작용을 이해하고 제도와 관행 사이의 차이를 메꾸는 노력이 필요하다고 판단된다.

(2017년 2월 24일 접수, 5월 6일 심사완료, 5월 18일 게재확정)

www.kci.go.kr

참고문헌

경향신문. “外資導入 適格者 選定과 韓國 企業人精神의 低調.” 1962.1.25.

경향신문. “企業人들은 자기 姿勢를 自省하라.” 1964.2.18.

경향신문. “倫理化된 精神生活로 人間關係의 幅을 넓히자.” 1972.1.6.

경향신문. “8.3契機…朴大統領 새使命 촉구 企業의 새마을運動.” 1972.8.14.

경향신문. “企業人 倫理綱領의 宣言.” 1980.7.16.

경향신문. “企業人의 司法처리 문제.” 1994.11.11.

경향신문. “반가운 신입사원 채용.” 1998.12.2.

김동주. 2009. “이해관계자 관점에서 본 기업의 외부적 CSR 활동과 종업원 및 주주의 이익.”『인적자원관리연구』. 제16권 특별호: 29-47.

김성국. 2016. “폭풍의 언덕과 기업 지배구조.” 중앙SUNDAY 제498호. 2016. 09.25.

김용철. 2010.『삼성을 생각한다』. 사회비평: 서울.

동아일보. “三星財閥의 總帥 李秉喆씨 文化財團 設立의 안팎.” 1965.2.6.

동아일보. “모든事業서 손 떼고 韓肥 國家에 바칠 터.” 1966.9.22.

동아일보. “大宇그룹 金宇中 회장 私財 200億 社會환원.” 1980.8.29.

동아일보. “全大統領, 司正協 지시 안정 害치는 非理 과감히 추방.” 1983.7.05.

동아일보. “전경련 기업윤리헌장 내용 확정.” 1996.2.8.

동아일보. “LG 신입사원 1천명 月內 채용.” 1998.12.1.

동아일보. “金대통령 재벌개혁은 船團式경영 종식.” 1999.8.26.

매일경제. “經濟維新의 役軍 되라.” 1972.11.9.

매일경제. “鄭周永 現代그룹 회장 所有財産 모두 社會事業에.” 1981.9.14.

변선영·김진욱. 2011. “한, 일 기업의 전략적 CSR 활동과 기업성과.”『국제경영연구』. 22(1): 83-110.

삼성경제연구소, 2002. “일본 名門기업들의 잇달은 불상사와 교훈.” CEO Information.

위평량. 2006. “상장기업의 사회공헌과 기업가치 관계에 대한 실증분석.”『경영

www.kci.go.kr

연구』. 21(4): 97-125.
이상민. 2000. “기업의 사회적 공헌.” 연구보고서. 삼성경제연구소.
이상민·최인철. 2002. “재인식되는 기업의 사회적 책임.” 연구보고서. 삼성경제연구소.
이상민. 2006. “기업의 사회적 책임과 주주행동주의: 미국과 한국의 소액주주운동 비교.”『한국사회학』 40(5): 99-136.
이상민. 2008. “이중적 CSR 체제의 기원: 미국, 독일, 일본, 한국의 국제비교 연구."『한국사회학』 42(7): 215-253.
이상민. 2012. “동아시아 CSR의 사회적 구성.”『한국사회학』 46(5): 139-174.
이상민. 2016. “한국 CSR의 역사.”『시민사회와 NGO』 14(1): 93-140.
전경련. 2004. “일본의 반기업 정서 배경과 대응.” CEO REPORT ON CURRENT ISSUE.
전경련. 2014.『2014 기업·기업재단 사회공헌활동백서』. 전국경제인단체연합회.
한경희·이계원. 2013. “기업의 사회적 책임활동에 따른 이익지속성과 기업가치.”『기업경영연구』. 52권, 단일호: 251-272.
한국은행. 2011. 한국은행경제통계시스템. http://ecos.bok.or.kr/.
허미옥·정기한. 2010. “CSR성과와 기업가치에 관한 연구- 기업명성의 매개효과를 중심으로.”『산업경제연구』. 23(2): 749-771.
Aoki, T. 2002. “Corporate Philanthropy and CSR Based on a Comparative Study on Japanese and American Corporate Philanthropy.” Japan International Institute for Volunteering Research.
Berger, S. and M. Piore. 1980. *Dualism and Discontinuity in Industrial Societies*. Cambridge: Cambridge Univ. Press: 1-81.
Brinton, C. M. and Kariya T. 1998. “Institutional Embeddedness in Japanese Labor Markets." in Brinton, C. M. and Victor Nee (eds.) *The New Institutionalism in Sociology*: Stanford Univ. Press.
CHUchan. 2008. “Business Ethics.” Blog by Miho. Retrieved August 2014, from http://mgt3120newyork.blogspot.kr/2008/02/business-ethics.html.
Demise, N. 2006. “CSR in Japan: A Historical Perspective.” Eighth World Congress

www.kci.go.kr

of the International Federation of Scholarly Association of Management. September 28-30, Berlin.

DiMaggio, P. and W. W. Powell. 1983. “the Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields." *American Sociological Review*. 48: 147-160.

Economist Intelligence Unit. 2005. “The Way of Merchant: Corporate Responsibility in Japan.” The Economist.

European Commission. 2011. Corporate social responsibility. Retrieved August 2016, from https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en

Hofielen, G. and B. Schau-Larsen. 2006. “CSR in Germany.” DISCOVERY.

Hollingsworth, J. R. and R. Boyer. 1997. “Coordination of Economic Actors and Social Systems of Production.” in J. R. Hollingsworth and R. Boyer (eds.) *Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.

ICMR. 2004. “Snow Brand’s Unethical Practices at Japan.” Center for Management Research. Retrieved August 2014, from http://www.icmrindia.org/casestudies/catalogue /Business%20Ethics/BECG039.htm.

Kawamura. M. 2004. “The Evolution of Corporate Social Responsibility in Japan(1)-Parallels with the History of Corporate Reform." NLI Research Institute.

Kawamura. M. 2005. “The Evolution of Corporate Social Responsibility in Japan(2) -How CSR Swells Have Impacted Corporate Values.” NLI Research Institute.

KLI, 2006. “일본기업의 사회적 책임: 동향과 과제.” 김명중. 국제노동브리프 4(4): 19-27.

Kurihama, R. 2005. “Corporate Social Responsibility, Corporate Governance and Auditing in Japan.” Asia in Extenso March 2005.

Lewin, A. Y., T. Sakano, C. U. Stephens, and B. Victor. 1995. “Corporate Citizenship in Japan: Survey Results from Japanese Firms.” Journal of Business Ethics 14(2): 83-101.

www.kci.go.kr

Matten, D. and J. Moon. 2004. “Implicit and Explicit CSR: A Conceptual Framework for Understanding CSR in Europe." ICCSR Research Paper Series.

Maurice M. and A. Sorge. 2000. *Embedding Organizations: Social Analysis of Actors, Organizations and Socio-Economic Context*. Amsterdam: John Benjamins.

Murakami, K. 2009. “Strategic CSR in Japan.” Nomura Research Institute, Ltd.

Panasonic. 2014. “The Founder Konosuke Matsushita.” Retrieved August 2014, from http://panasonic.net/history/founder/chapter2/story2-06.html.

Pfitzer, M. Bockstette, V. and Stamp, M. 2013. “Innovating for Shared Value.” Harvard Business Review. September 2013.

Polanyi, K. 1968. “The Economy as Instituted Process." pp. 139-174 in G. Dalton(ed.). *Primitive, Archaic and Modern Economies: Essays of Karl Polanyi*. Boston: Beacon Press.

Porter, E. C. and Kramer, R. M. 2011. “Creating Shared Value.” Harvard Business Review. January–February 2011.

Preuss, L., A. Haunschild and D. Matten. 2006. “Trade Union and CSR: A European Research Agenda.” *Journal of Public Affairs* 6:256-268.

Weber, M. 1978. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. (eds.) G. Roth and C. Wittich. Berkeley: University of California Press.

Whittington, R. and M. Mayer. 2000. *The European Corporation: Strategy, Structure, and Social Science*. Oxford: Oxford Univ. Press.

Wokutch, R. E. and J. M. Shepard. 1999. “The Maturing of the Japanese Economy: Corporate Social Responsibility Implications.” Business Ethics Quarterly 9(3): 527-540.

Yotsumoto, Y. 2002. Corporate Social Responsibility of Japanese Manufacturing Companies in a Kentucky Community." Ph.D. Dissertation. Univ. Kentucky.

www.kci.go.kr

Abstract

Institutional Embeddedness of Corporate Social Responsibility in Korea and Japan

Lee, Sang Min

Today corporate social responsibility(CSR) is increasingly emerging as an issue that demands a response both from business and academic communities. In this study, I seek to explain the history of CSR in Korea and Japan. This study aims to understand how CSR is defined in these two countries, both in terms of its conceptualization and the level of analysis. This study utilized a dual CSR perspective in order to explain the nature of CSR in Korea and Japan in terms of institutional embeddedness. Comparative study of institutional arrangements and CSR in Japan and Korea reveals that the form and function of their CSR institutional arrangements may differ in terms of how businesses adopt and respond to them: in Japan, companies have tried to implement strategic CSR as a means of gaining profit, while in Korea, companies remain in a stage of political exchange of CSR for the sake of legitimacy.

Key Words: corporate social responsibility, CSR, institutional embeddeness, chaebol, keiretsu Korea. Japan

www.kci.go.kr