



## 기업의 사회적 가치 창출을 위한 기업법의 과제

### CSR 이론에서 CSV 개념의 수용 가능성을 중심으로

Tasks of Corporation Law to Create Social Values of the Corporations : Attempt to Apply CSV Concept in CSR Theory

---

|                    |   |
|--------------------|---|
| 저자<br>(Authors)    | 송인방<br>In-Bang Song   |
| 출처<br>(Source)     | <a href="#">기업법연구 32(3)</a> , 2018.9, 9-34(26 pages)<br><a href="#">BUSINESS LAW REVIEW 32(3)</a> , 2018.9, 9-34(26 pages)                      |
| 발행처<br>(Publisher) | <a href="#">한국기업법학회</a><br>Korea Business Law Association   |
| URL                | <a href="http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07541046">http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07541046</a> |
| APA Style          | 송인방 (2018). 기업의 사회적 가치 창출을 위한 기업법의 과제. 기업법연구, 32(3), 9-34   |
| 이용정보<br>(Accessed) | 이화여자대학교<br>211.48.46.***<br>2020/04/29 15:39 (KST)  |

---

#### 저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

#### Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

## 기업의 사회적 가치 창출을 위한 기업법의 과제\*

- CSR 이론에서 CSV 개념의 수용 가능성을 중심으로 -

송 인 방\*\*

### 〈 目 次 〉

|                        |                            |
|------------------------|----------------------------|
| I. 들어가며                | III. 사회적 가치 창출을 위한 기업법의 과제 |
| II. 기업의 사회적 책임과 사회적 가치 | IV. 마치며                    |

#### [국문초록]

지금까지 상법 분야에서 기업의 사회적 책임에 관한 논의가 지나치게 주주중심주의와 이해관계자이론에 치중하여 이루어지다 보니 정작 중요한 사회적 책임의 본질, 그리고 그것을 구성하는 사회적 가치에 관한 검토가 상대적으로 부족하였다고 본다. 이러한 점을 고려하여 본고는 기업의 사회적 책임(CSR)에 관한 지금까지의 연혁적 고찰을 바탕으로, 경영학 분야에서 주장되고 있는 공유가치창출(CSV) 개념을 기업법 영역에서 전략적 CSR로서 차용할 수 있는지를 검토한 결과 다음과 같은 시사점을 찾을 수 있었다.

기업은 법적으로 구성원과 독립되어 별개로 활동하는 주체이지만, 사회적 존재인 점에서 기업 구성원의 이익과 사회적 이익은 서로 연동되고 있으므로 기업의 사회적 가치 창출과 경제적 가치 창출은 서로 대립하는 관계가 아니라 양립할 수 있는 존재이다. 이러한 면에서 CSV의 시각 즉, 기업이 사회적 가치의 창출을 통해 기업 및 그 구성원의 이익을 동시에 증가시킬 수 있다는 주장은 충분한 설득력이 있다. 그렇다면 종래 CSR을 둘러싸고 벌였던 주주중심주의와 이해관계자이론의 논쟁은 수정이 불가피할 것이다. 따라서 CSV에서 제시되고 있는 사회적 가치문제에 관하여는 이제 기업법 영역에서도 논의가 불가피할 것으로 본다.

\* 이 논문은 2018년 한국기업법학회·한국상사판례학회 공동주최 하계학술대회에서 발표한 내용을 수정 보완한 것임.

\*\* 경남과학기술대학교 창업대학원 교수, 법학박사

## I. 들어가며

미국 경제학자 하워드 보웬(Howard Bowen)은 1953년 본인의 저서에서 “기업가의 사회적 책임은 사회 전체의 목적이나 가치에 알맞게 기업가들이 의사결정을 해서 사회에 바람직한 방향으로 행동에 옮기는 의무”라고 정의했고,<sup>1)</sup> 피터 드러커(Peter Drucker)는 1954년 “기업은 지역사회에서 경제적 이익을 추구할 뿐만 아니라 사회적 단위로 권력(Social Power)을 행사하는 만큼 그에 따른 책임도 있다”고 밝혔다.<sup>2)</sup>

반세기가 지나 21세기의 기업에 사회적 책임 문제는 다시 중요한 화두다. 불과 얼마 전까지만 해도 이익실현을 최고 목적으로 하는 기업에 있어서 사회적 책임(Corporate Social Responsibility, 이하 CSR로 함) 문제는 단순한 비용 문제로 치부되었으나, 최근 많은 기업들이 스스로의 가치를 끌어올려 소비자로부터 존경과 사랑을 받는 기업이 되기 위해 사회적 가치 창출에 힘쓰고 있다. 한편, 최근 정부가 스튜어드십 코드(Stewardship Code)의 도입을 적극 검토하고 있는 가운데<sup>3)</sup> 사회적 책임과 사회적 가치를 실현하는 기업을 정량적 지표로 평가하는 ESG(환경, 사회, 지배구조) 문제가 투자자의 투자여부를 결정하는 주요 요소가 될 개연성이 있어 이제 영리 기업에 있어서 사회적 가치의 문제는 선택적 행동 이상의 의미를 갖게 되었다.

그동안 국내에서는 법학적 관점에서 기업의 사회적 책임에 관하여 적지 않은 연구가 있었지만 이를 상법에 입법하는 데 대해서는 부정적 기조가 강했다고 할 수 있다. 그러나 기업이 갖는 공공성과 사회성까지 부정하지 않았다.<sup>4)</sup> 최근 들어 젊은 학자들을 중심으로 보다 적극적으로 CSR 문제를 다루는 연구가 부쩍 늘고 있는 것은 CSR에 관한 글로벌 스탠다드가 속속 등장하고,<sup>5)</sup> 또 기업 경영 현장에 지속가능경영(Corporate Sustainability Management) 문제가 대두된 것과 무관하지 않다고 본다.

새로운 기업환경의 변화를 반영하듯 최근 논문에서는 기업의 사회적 책임을 수용하자

---

1) Howard R. Bowen, “Social Responsibilities of Business,” University of Iowa Press, Foreword by Peter Geoffrey Bowen, 2013. p.6.

2) 중소기업 <사회적 책임경영> 홈페이지(<https://www.csr.go.kr/>), 2018. 7. 26 방문.

3) 원종현, “우리나라 스튜어드십 코드 도입 현황과 과제,” 현안보고서 Vol. 315, 국회입법조사처, 2017.12, 10-14면.

4) 최기원, 『신회사법론』, 박영사, 2012면; 정찬형, 『상법강의(상)』, 박영사, 2015, 432면; 권기범, 『현대회사법론』, 삼영사, 2015, 7면.

5) 기업의 사회적 책임에 관한 글로벌 스탠다드는 주로 연성규범(soft law) 형태로 존재하고 있다. UN Global Compact; OECD의 Principles of Corporate Governance, Guidelines for Multinational Enterprise; ISO의 Guidance on Social Responsibility 26000; Global Reporting Initiative 등이 그것이다.

는 의견이 다수인데, 종래 CSR에 소극적일 수밖에 없었던 주주중심주의(Shareholder Primacy Theory)를 비판하면서 기업의 존재 가치를 이해관계자주의(Stakeholder Theory) 관점에서 조망한 것들이 많다.<sup>6)</sup> 그러나 기업법 분야의 CSR 논의가 지나치게 주주중심주의와 이해관계자주의라는 서로 대립하는 입장에서 다루어지다보니, 정작 기업이 부담해야 할 사회적 책임과 사회적 가치의 본질에 대한 논의는 상대적으로 부족하지 않았나 생각한다. 기업 자체(Unternehmen an sich)가 주주와 다양한 이해관계자의 혼합체인 점을 고려하면<sup>7)</sup> 주주의 이익과 이해관계자의 이익이 서로 양립할 수 있는 개념임에도 불구하고 너무 대립하는 시각에서 조망해온 것은 아닌가? 기업이 법적으로 구성원과 독립된 하나의 사회적 존재로서, 주주의 이익이 사회적 가치와 연동되어 있다는 사실<sup>8)</sup>에 너무 둔감했던 것은 아닐까?

이상과 같은 시각에서 본고는 CSR을 재조명하고, 기업에 부여된 사회적 가치문제를 기업법이 어떻게 받아들여야 하는지를 검토해보고자 한다. 특히 경영학에서 논의되고 있는 공유가치창출(Creating Shared Value, 이하 CSV라 함) 이론에 의하면 기업의 경제적 가치와 사회적 가치는 서로 양립할 수 있고, 오히려 사회적 가치를 실천하는 과정에서 기업의 경제적 이익이 커진다고 한다.<sup>9)</sup> 그래서 만일 CSR 논의에서 CSV 개념을

6) 최근 10년 내에 기업의 사회적 책임(CSR)에 관하여 법학적 관점에서 연구한 논문으로는 한철, “기업의 사회적 책임(CSR)과 기업지배구조,” 『상사판례연구』 제22집 제3권, 2009; 장덕조, “회사의 사회적 책임 -회사본질론을 중심으로-,” 『상사법연구』 제29권 제2호, 2010; 송호신, “기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 배경과 회사법적 구현,” 『한양법학』 제18권 제1집, 2010; 고재중, “사회적 이익을 추구하는 영리회사의 도입 방안에 대한 고찰,” 『기업법연구』 제31권 제2호, 2017; 성승제, “지속가능한 발전과 기업의 사회적 책임의 통합과 법적 쟁점,” 『증권법연구』 제14권 제2호, 2013; 하영태, “기업의 사회적 책임(CSR) 제고를 위한 상법상 일반규정화 검토,” 『경제법연구』 제13권 제1호, 2014; 서의경, “기업의 사회적 책임(CSR) 확산을 위한 입법적 검토,” 『상사판례연구』 제27집 제4권, 2014; 이유민, “기업의 사회적 책임(CSR)과 기업지배구조 관계의 회사법적 검토,” 『기업법연구』 제31권 제4호, 2017; 이동승, “사회적 가치의 회사법적 수용 방안 -계몽적 주주가치 개념을 중심으로-,” 『기업법연구』 제31권 제1호, 2017; 정응기, “주식회사 사회적 책임 재론,” 『법학연구』 제28권 제1호, 충남대학교 법학연구소, 2017; 곽관훈, “기업의 사회적 책임(CSR) 논의의 최근 동향,” 『경영법률』 제27권 제2호, 2017; 서완석, “상법 개정안에서의 소수과주주 보호 및 이해관계자 참여,” 『경영법률』 제29집 제4권, 2016 등이다.

7) 大隅健一郎, “株式會社における企業自體の思想,” 『法學論叢』 第47卷 第4号, 明治大學法律研究所, 1974, 193면; 서완석, 앞의 논문, 351면.

8) 대한항공의 경우 조현민 전무의 광고대행사 갑질 의혹에 관한 뉴스가 보도된 2018년 4월 12일 이후 주가가 지속해서 하락하여 7월 2일 기준 연중 최저가인 26,600원까지 급락하면서 보도 시점(2018년 4월 12일 기준 대비) 이후 시가총액이 약 6,592억 원 증발하는 상황이 발생하였다(한국거래소(KRX) 일차별 시세(<http://marketdata.krx.co.kr/mdi#document=040204>)), 2018.7.31. 방문.

차용할 수 있다면 CSR의 실천을 기업의 비용으로 여겨왔던 인식들을 상당수 불식시킬 수 있지 않을까.<sup>10)</sup> 또 지나치게 대립적 양상으로 발전해온 CSR 논의에 공유가치라고 하는 보다 가치중립적 요소를 활용하게 됨으로써 CSR의 이론적 발전에 기여할 수 있지 않을까 하는 기대가 있다.

## II. 기업의 사회적 책임과 사회적 가치

### 1. 기업의 사회적 책임론(CSR)

전통적 기업의 사회적 책임론은 기업과 사회와의 관계를 의무적인 측면으로 설정한다. 그 결과 기업으로서는 CSR을 비용으로 인식하게 되어 이익창출을 제약하는 요인으로 받아들인다. 이러한 상황에서 기업 경영진으로서는 기업경영의 방향을 설정하면서 주주 이익 극대화에 초점을 맞출 것이냐 아니면 종업원을 포함한 회사의 이해관계자 혹은 사회적 공헌까지 고려할 것인지를 놓고 고민하게 될 것이고, 이는 기업 내부에서는 이사의 충실의무 위반에 따른 법적 책임 문제로 확장될 수 있다. 이러한 관계로 기업의 사회적 책임론에 관한 출발선을 주주중심주의 대 이해관계자이론에 두고 있다. 그 유명한 벌리(Adolf A. Berle) 대 도드(E. Merrick Dodd)의 논쟁은 벌리의 논문인 '위탁된 권한으로서의 회사의 권한'<sup>11)</sup>에 대해 도드가 '회사의 경영자는 누구를 위한 수탁자인가'<sup>12)</sup>라는 논문에서 반박 의견을 피력하며 시작되었다. 여기서 벌리(Berle)는 기업은 주주(Shareholder)의 소유이므로 기업이 주주를 위하여 운영되어야 하고, 기업 경영진은 주주에 대한 수탁자 혹은 대리인 지위에서 주주이익의 극대화를 위해 힘써야 한다고 보았다. 반면에 도드(Dodd)는 기업이 법에 의해 허용되는 것은 사회에 대한 기여를 하기 때문이므로 기업은 주주의 이익만이 아닌 이해관계자(Stakeholder) 이익을 고려해야 하고, 더 나아가 기업 경영자는 공익을 고려한 의사결정을 하여야 한다고 주장하였다.<sup>13)</sup>

9) Michael E. Porter & Mark R. Kramer, "Creating Shared Value," Harvard Business Review, January-February, 2011, p.7.

10) 이규명·곽재성, "기업의 사회적 책임(CSR)개념의 재정립과 구조화," 『사회과학연구』 제41권 제3호, 125면.

11) Adolf A. Berle Jr., "Corporate Powers as Powers in Trust," 44 HARV. L. REV. 1049, 1931.

12) E. Merrick Dodd, "For Whom Are Corporate Managers Trustees?," 45 HARV. L. REV. 1145, 1932.

주주중심주의(Shareholder Primacy Theory)의 대표적 학자는 시카고 대학의 프리드먼(Milton Freedman) 교수이다. 그는 신문기고에서 “기업의 사회적 책임 주장은 자유시장경제에 대한 오해에서 비롯된 것이다. 자유기업, 사유재산제도 내에서 회사의 집행기관은 그 기업 종업원의 하나에 불과하므로 자기 고용주에 대하여 직접 책임을 진다. 그리고 그 책임은 법으로 구체화한 것과 윤리적 관습으로 구체화한 사회의 기본원칙을 지키면서, 가능한 한 많은 돈을 번다는 그들의 열망에 맞게 기업을 운영하는 것이다”라 하여 회사의 유일한 사회적 책임은 오로지 수익의 극대화에 있음을 주장하며 CSR에 반대했다.<sup>14)</sup> 그 밖에 주주에 고용된 종업원의 지위에 있는 경영진에게 사회적 책임을 위해 행동하라는 것은 소유주의 이익을 위하지 말라는 것과 같다는 견해, CSR을 인정하면 기업가의 관심이 분산되어 효과적인 경영활동이 방해받는다라는 견해 등은 모두 CSR에 반대하는 견해이다.<sup>15)</sup> 즉, 여기서는 경영자의 기업에 대한 의무를 주주에 대한 의무라고 봄으로써 경영자들은 주주이익 극대화를 방해하지 않는 범위 내에서만 이해관계자의 이익을 고려할 수 있게 된다.<sup>16)</sup>

반면에, 이해관계자이론(Stakeholder Theory)에서는 기업은 기업과 관련된 사회적 이해관계자의 이익을 배려하여 운영되어야 한다면서 CSR을 긍정한다. “주주는 회사를 소유하는 것이 아니라 주식을 소유할 따름이다.” “주주권은 일반적 소유권과 달리 회사법상 제한적 범위 내에서 회사에 대한 청구권에 불과하여 직접 자산을 관리하거나 경영에 참여할 권리가 아니다.” “이사는 주주의 종업원이 아니라 회사의 종업원이어서 주주의 직접적 지배 대상이 아니다.”라는 주장은 모두 CSR을 긍정하는 견해들이다.<sup>17)</sup> 이해관계자이론에서는 경영자가 자발적 혹은 비자발적으로 이해관계자들에게 의무를 부담한다고 보며, 그렇기 때문에 경영진은 기업 운영과정에서 이들 이해관계자의 권리가 침해받지 않도록 배려할 필요가 있고, 의사결정 과정에서 각 이해관계자들의 합법적 이해관

13) 이후 벌리(Berle)는 사회공익을 위하여 경영진에게 재량을 허용하는 도드(Dodd)의 견해를 일부 수용하였다고 하는데(Adolf A. Berle Jr., “The Twentieth(20th) Century Capitalist Revolution,” New York: Harcourt, Brace and Company, 1954, p.169., 서의경, 앞의 논문, 7면 각주 12번 재인용), 이는 당시부터 ‘사회적 가치’는 주주의 이익보다 우선되는 점을 긍정한 것으로 볼 수 있다.

14) Milton Freedman, “The Social Responsibility of Business Is to Its Profits,” The New York Times Magazine, 1970.9.13., at 13(김두진, “주식회사의 사회적 책임론과 그 법제화방안,” 『외법논집』 제42권 제1호, 2018, 129-130면 재인용).

15) Keith Davis & William C. Frederick, Business and society: management, public policy, ethics, 5th ed., McGraw-Hill, 1984, pp.37-38, 40.

16) 정연희, “주주이익우선이론의 재검토-영국 회사법상 이사의 의무 조항을 중심으로,” 『홍익법학』 제15권 제4호, 2014, 757면.

17) 김두진, 앞의 논문, 133면.

계가 균형을 이루어야 한다는 것이다. 동 이론에 대해서는 이해관계자를 누구로 할 것인지를 놓고 논란이 있을 수 있고,<sup>18)</sup> 주식회사 내부적 측면의 사회적 책임의 의미와 내용을 분명히 드러내지 못한다는 지적도 있으나,<sup>19)</sup> 주주, 고객, 종업원, 공급업자, 그리고 지역사회 등이 여기에 포함된다는 것에 대해서는 큰 이견이 없는 듯하다.

## 2. 기업의 사회적 책임론의 발전과 ‘전략적 CSR’의 등장

### 2.1. 기업의 사회적 책임론(CSR)의 발전

기업의 사회적 책임론(CSR)은 법학, 경영 경제학, 심지어 사회학 분야에서조차 오랫동안 담론으로 논의되어 왔다. 그러나 CSR이 정확하게 무엇이고 사회의 어떠한 가치에 기여하느냐에 대해서는 이론이나 체계, 개념, 범위가 명확히 규명되지 못한 채 오늘에 이르고 있다. 초기의 학자 중에는 기업의 사회적 책임을 ‘기업가의 책임(Social Responsibilities of Business)’이라 하여 조직을 운영하는 기업인 개인에 따라 기업의 활동이 좌지우지된다고 보는 경우도 있었고,<sup>20)</sup> 신자유주의 경제학자인 프리드먼(Milton Freedman)처럼 기업은 인간과 같은 유기체가 아니므로 기업의 사회적 책임은 기업이 아닌 기업가의 책임으로 본 경우도 있었다.<sup>21)</sup> 그러나 사회적 책임을 기업인의 책임이 아닌 기업의 책임으로 인식하는 학자들(예컨대 McGuire, Davis, Sethi 등)이 등장하면서 CSR이 기업의 사회에 대한 경제적·법적 의무를 넘어 추가적으로 부담하는 책임으로 인식되기 시작하였다. 즉, 기업이 이익을 추구하면서 사회적·환경적 문제를 해결하고 윤리원칙을 준수하는 것처럼 경제적·법적 의무를 넘어 부담하게 되는 사회규범이나 가치, 그리고 사회적 기대와 조화를 이루기 위한 일체의 기업 활동을 기업의 사회적 책임으로 보았다. 이에 따라 CSR은 기업가 개인의 사회에 대한 책임이 아니라 기업이 사회에 대하여 부

18) 서완석, 앞의 논문, 351면(오늘날 기업들은 극단적으로 한 가지 형태를 띠지 않는 혼합된 모습을 보이는 결과 이해관계가 누구인지에 대한 논란이 일 수 있으므로 기업으로서는 자신의 존속과 번영에 가장 중요한 영향을 미치는 중심적 이해관계자(Key Stakeholder)를 특정할 필요가 있다고 한다).

19) 정웅기, 앞의 논문, 298-299면(이해관계자이론이 회사의 내부 구성원인 근로자를 외부의 이해관계자와 동일하게 취급하는 경우가 많아 사회적 책임이 마치 회사로 하여금 근로자에게 추가적인 배려나 의무를 부담하는 것처럼 보이게 한다는 것이다. 정웅기 교수는 이러한 문제를 해결하기 위해서는 주식회사의 존립 목적인 영리성의 의미와 내부 구성원의 개념을 분명히 할 필요가 있다고 한다).

20) Howard R. Bowen, op. cit. p.6.

21) Milton Freedman, op. cit. at. 13.

담하는 책임이라는 관계가 정립된다.

비록 경영학 분야에서의 논의지만 CSR을 보다 체계적으로 정리한 것은 미국 조지아 대학의 캐롤(Archie B. Carroll) 교수이다. 그는 1979년 기업의 사회적 책임을 경제적 책임(이익극대화), 법률적 책임, 윤리적 책임, 자의적(Discretionary) 책임으로 분류하는 4단계 책임론을 제시하면서, 기업의 이윤창출과 자선을 서로 다른 것으로 구분하지 않고 경제적 책임을 바탕으로 한 윤리적 책임과 자선적 책임을 CSR이라 주장하였다.<sup>22)</sup> 캐롤 모형은 CSR을 단계론적으로 제시함으로써 마치 CSR 영역에 순위가 존재하는 듯한 오해를 불러일으키기도 하였으나 CSR 영역에 영향력, 사회적 임팩트 체계, 전략이라는 개념을 최초로 접목하는 계기를 만들었다는 평가를 받고 있다.<sup>23)</sup>

한편, 윌리엄(Oliver F. Williams)은 CSR이 기본적으로 전략, 운영, 이해관계, 기업문화 및 기업의 정체성을 변화시키는 작업으로서 단순한 자선 이상의 활동을 의미한다면서 이를 3단계로 구분하였다.<sup>24)</sup> 첫 번째 단계의 자선활동(Philanthropic)에는 기부, 자선, 금전지원 등의 사회공헌활동이 포함되고, 두 번째 단계인 규범준수(Compliance)는 인권, 노동, 환경, 부정에 대한 전략이, 그리고 세 번째 단계의 CSR에서는 사회적으로 기여할 수 있는 혁신 전략이 요구된다고 하였다. 그 밖에 사울(Saul. Jason)은 CSR을 3단계로 구분하여 CSR 1.0은 자선활동이나 기부이고, CSR 2.0은 전략적 자선과 지속가능경영 단계, 그리고 CSR 3.0은 기업사회혁신(Corporate Social Innovation)을 지향하는 단계로 보아 이제 기업들도 CSR을 사업기회로 인식할 필요가 있다고 주장하였다.<sup>25)</sup> 이러한 논의 과정을 거쳐 탄생한 것이 마이클 포터 교수 등에 의해 제시된 공유가치창출(Creating Shared Value, CSV) 전략이다.

## 2.2. ‘전략적 CSR’ 개념의 등장

기업의 사회적 책임론(CSR)은 1990년대에 이르러 기업윤리론(Business Ethics Theory), 더 나아가 기업시민론(Corporate Citizenship)에 기초한 논의가 전개되었고, 이러한 과정을 거치면서 기업의 사회공헌 책임도 기업의 기본적 기능을 대상으로 하는 CSR로

22) Archie B. Carroll, "A Three-Dimensional Conceptual Model Corporate Performance," The Academy of Management Review, Vol. 4, No. 4. 1979, p.499.

23) 이규영 · 박재성, 앞의 논문, 121면.

24) Oliver F. Williams, Corporate Social Responsibility: the role of business in sustainable development, Routhledge, 2013, p.26.

25) Saul. Jason, Social Innovation, Inc.: 5 Strategies for Driving Business Growth through Social Change. Jossey-Bass, 2010, p.88.



그 개념이 변화하였다.<sup>26)</sup> 그 결과 더 이상 CSR을 기업의 사회에 대한 시혜적인 자선으로 보지 않고 기업의 기본적 기능과 관련이 있는 소비자, 종업원, 지역사회 등을 구체적인 항목에 포함시켜 논의하게 된 것이다.

그 후 2000년대에 들어오면서 CSR은 다시 중대한 변곡점을 만나게 되는데, 소위 '전략적 CSR(Strategic CSR)'의 등장이다. 기업의 장기적 목표 달성을 위해 전략적 관점에서 사회공헌활동이 필요하다는 시각이다.<sup>27)</sup> 즉 기업이 혁신을 통해 사회문제를 적극적으로 해결하는 과정에서 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 추구해야 한다는 마이클 포터의 CSV 개념이 CSR 영역에 들어오게 된 것이다. CSV는 기업이 수익을 창출한 후에 사회공헌활동에 참여하는 것이 아니라 기업 활동 자체를 사회적 가치와 경제적 가치로 연동시켜 기업으로 하여금 사회적 문제에 선제적으로 대응할 수 있도록 하는 면에서 이를 전략적 CSR이라 할 수 있을 것이다.<sup>28)</sup> 여기서는 이윤극대화와 더불어 기업의 장기적 존속을 중요시하는데, 기업이 지속가능한 기업(Sustainable Corporation)이 되기 위해서는 경제적·환경적·사회적 측면에서 전략적 접근이 필요하다는 시각이다.

이처럼 기업의 사회적 책임론에 전략적 CSR 개념이 등장하면 기업가들은 이제 기업의 경제적 가치를 높임과 동시에 사회의 지속가능성을 배려할 책무 앞에 서게 되었다고 할 수 있다. 따라서 CSR에 대한 인식 자체를 바꿀 필요가 있을 것으로 보이는데, 기업들이 기부와 자선적 활동을 기업 홍보가치를 높이는 수단으로 삼았던 것에서 탈피하여 이윤을 추구하는 전 과정에서 법령과 윤리를 준수하고 사회적 가치에 배려하는 것이 기

26) 서의경, 앞의 논문, 9면.

27) Geoffrey P. Lantos, "The boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility," Journal of Consumer Marketing, Vol. 18, Issue 7, 2001(서의경, 앞의 논문, 10면 재인용. Lantos는 Carroll이 제시한 4가지 CSR 측면을 각각 윤리적·이타적·전략적 CSR로 분류함으로써 전략적 CSR 개념을 도입한다).

28) CSV가 새로운 개념의 CSR이라는 것에 대해 부정적 시각도 많다. 마이클 포터 교수 등이 주장한 CSV 개념은 독창성 결여, 사회적 목표와 경제적 목표 간의 갈등 무시, 기업의 법규 준수 도전에 대한 순진한 접근, 사회 속에서 기업의 역할에 대해 너무 얕은 인식에 근거한 것이라는 비판이 있고(김종대 외, "성공적 CRS 전략으로서 CSV에 대한 평가," KBR 제20권 제1호, 2016, 291면 이하), CSV는 미국의 CSR이 자선행위 중심의 사회공헌활동에 그치고 있다는 반성에서 제안되었으나 미국과 달리 유럽에서의 CSR은 사회적 문제 해결에 초점이 맞추어져 있었기 때문에 CSV를 새로운 형태의 CSR로 보기보다는 사회적 문제를 해결할 수 있는 제품 및 서비스의 개발을 통해 이익을 추구하는 비즈니스 전략에 불과하다는 비판도 있다(곽관훈, 앞의 논문, 211면). 그러나 기업들이 CSR의 책임성을 전적으로 부정하고 경영전략으로만 취급하는 것에는 문제가 있으나 오늘날의 CSR 개념에 기업의 지속가능성을 높이기 위한 경영전략 요소가 포함되어 있음은 부정할 수 없는 점에서 CSV와 같은 개념은 기업들이 전력적 CRS를 효율적으로 추진하기 위한 방법론으로서 의미가 있다는 견해(서의경, 앞의 논문, 각주 24)가 있는바 필자도 이 견해에 동조한다.

업의 장기적 발전에 보탬이 된다는 사실을 인정할 필요가 있다고 본다.

### 2.3. CSR과 CSV의 개념상 비교

기업의 사적 이익이라는 경제적 가치와 사회 구성원의 이익 혹은 공적 이익인 사회적 가치를 일치시키려는 CSV 개념은 현대사회에서의 기업에 대한 요구와 부합하는 측면이 있다. 그리고 CSV는 기업과 지역사회의 생산성을 높여 효율적 기업생태계를 구축함으로써 기업의 지속가능한 발전을 도모한다는 점에서 기업발전과 사회발전을 상호 대가(Trade Off)관계가 아닌 상호 보완관계로 의제한다.<sup>29)</sup> 또한, CSV는 기업혁신을 통해 사회적 문제를 적극적으로 해결하고 경제적 가치와 사회적 가치의 총량을 확대하려 시도한다. 기업혁신을 통해 낮은 가격에 질 좋은 제품을 생산할 수 있게 하여 소비자 잉여를 창출하고 그 과정에서 다양한 이해관계자에게 혜택을 준다. 종업원에게 높은 임금과 더 나은 복지혜택을, 지역사회 주민에게는 고용 기회를, 그리고 지역 사회에 대한 기여를 통해 기업 자신도 사회로부터 양질의 노동력을 확보함은 물론 지역사회와의 연계를 강화함으로써 기업 생산성을 더 높일 수 있다.

하지만 마이클 포터에 의해 제시된 공유가치창출(CSV) 이론이 기존의 CSR과 어떠한 관계에 있는지에 관해서는 논란이 있을 수 있다. 즉, 전자가 후자를 대체하는 새로운 CSR의 탄생을 의미하는지, 아니면 CSR 개념 속에 이미 공유가치 개념이 내포되어 있어서 새로운 CSR로서의 가치는 없는 것인지를 놓고 견해가 갈린다. 먼저 CSV에서 말하는 공유가치란 특정한 의미의 공유가치가 아니라 기업의 구성원 또는 이해관계자 간 가치의 일치(Value Congruence)로 보는 입장에서는 따르면 CSV에서 내세우는 배려(Consideration), 공정성(Fairness), 도덕적 진정성(Moral integrity), 사회적 평등(Social equality) 개념은 이미 CSR에서 다루고 있는 개념과 일치할 가능성이 크기 때문에 CSV를 새로운 CSR로 볼 가치가 없다고 한다.<sup>30)</sup> 반면에 마이클 포터에 의하면 전통적인 CSR에서는 사회적 이슈를 핵심이 아닌 주변적인 것으로 다루어왔으나, CSV에서는 사회적 이슈를 기업의 핵심 성장 동력으로 인식하고 있는 점에서 전통적 CSR과 차이가 있다고 한다. 이에 따라 이제 기업도 이익 그 자체보다는 사회적 욕구를 해결하는 과정에서 이익을 창출하는 것으로 목표를 재설정할 필요가 있고, 종래의 CSR처럼 외부적 압력에 응하여 기업 평판을 향상시키기 위한 수동적 행동을 지양하고 전략적 수단으로 CSV를 선택하여 사회적 가치를 추구하는 쪽이 오히려 주주의 이익과 부합한다

29) 김갑래, “기업의 사회적 책임에 관한 미국 판례 분석-한국에 대한 정책적 시사점,” 『증권법연구』 제13권 제1호, 2012, 25면.

30) 김종대 외, 앞의 논문, 294면 참조.

는 사실을 인식해야 한다는 것이다.<sup>31)</sup> 일반적으로 알려진 CSR과 CSV의 관계는 아래 <표1>과 같다.

<표 1> CSR과 CSV 비교-Porter and Kramer(2011)

| 비교항목        | CSR                          | CSV                   |
|-------------|------------------------------|-----------------------|
| 목표 가치       | 선행하는 것                       | 비용대비 경제적 및 사회적 가치     |
| 핵심 개념       | 기업 시민, 자선, 지속가능성             | 기업-지역사회의 공동 가치 창출     |
| 동기          | 재량적이거나 외부 압력에 대응하기 위한 동기     | 경쟁력 확보의 핵심요소          |
| 경제적 이익과의 관계 | 기업의 이익극대화와 별개의 동기            | 기업의 이익극대화 위한 핵심요소     |
| 내용(agenda)  | 외부보고 목적, 혹은 개인적 선호에 따라 결정    | 기업실정 고려하여 내부적으로 결정    |
| 영향 범위       | 기업의 환경 및 사회성과와 CSR 예산에 따라 제약 | 기업 전체 예산 재조정          |
| 사례          | 공정무역                         | 품질과 수익향상을 위한 구매과정의 전환 |

자료 : 김종대 외 앞의 논문, 295면 <표1> 내용을 재구성함

## 2.4. 기업의 사회적 책임론에서 CSV의 가치

기업의 사회적 책임론은 기업에게 기업윤리, 환경과 인권보호, 사회공헌처럼 사회적으로 가치가 있는 행동을 함으로써 기업 이해관계자는 물론 지역사회, 더 나아가 사회 전체의 이익에 부합할 것을 요구한다. 그런데 ‘사회적 이익’이라는 의미가 너무 광범위하고 포괄적이다. 그래서 그 책임의 태양은 소비자, 노동자, 협력기업, 지역사회, 국가 등 여러 사회적 실체들과의 관계 속에서 윤리, 노동, 복지, 환경, 경제 질서 등 다양한 방면으로 발현될 것이다. 이렇게 보면 CSR에 있어서는 매우 넓은 스펙트럼이 필요하지만, 전통적 CSR에서는 주주중심주의와 이해관계자이론이라는 매우 한정된 범주에서 논의가 이루어진 면이 있다. 그 결과 양자의 관계가 마치 제로섬게임(Zero-Sum Game) 같아서 주주의 이익을 극대화하면 이해관계자의 이익이 희생되고, 주주의 희생이 있어야만 이해관계자의 이익이 확대되는 듯한 양상을 보이고 있다. 그러나 CSV 이론에 의하면 기업이 사회적 가치를 추구하는 과정에서 동시에 경제적 가치를 추구하고 또 어느 하나의 가치를 위해 다른 가치의 희생을 요구하지 않는다는 점에서 양자의 관계가 상호의존적이다. 그리고 외부적으로 사회적 가치를 실현하고 내부적으로 이해관계자의 이익에 배려하는 것이 오히려 주주 이익과 연결되는 점에서 전략적이다.

31) Michael E. Porter & Mark R. Kramer, op. cit. p.7.

전략적 CSR로서의 CSV는 오늘날 기업 활동에서 점점 더 그 요구가 거세지고 있는 사회적 문제에서 기회를 발견하고 이러한 문제를 해결하는 과정에서 경제적 욕구도 충족할 수 있음을 전제로 한다. 그러므로 CSR의 개념을 자선적, 비전략적인 것이 아닌 전략적 CSR 개념으로 전환하는 효과가 있다. 그리고 CSV는 주주와 이해관계자간의 관계를 상호의존적인 관계로 설정함으로써 한 쪽의 부(Wealth)를 다른 쪽으로 이전하는 것이 아니라 가치사슬(Value Chain)의 전 과정에서 기업의 총량적 가치의 합을 증대시키는 역할을 한다.

그밖에 CSV는 기업으로 하여금 CSR에 대하여 전향적으로 대응하도록 유도함으로써 CSR의 실천력을 높이는 효과가 있다. 즉, CSV에서는 기업이 사회적 압력에 소극적으로 대응하기보다는 적극적으로 사회적 욕구를 찾아내고 그것을 기업 성장의 기회로 삼을 수 있다는 점에서 CSR의 실천력이 높아질 것이다. 또한 기업이 사회적 욕구를 사회적 책임으로서 명시적으로 받아들이는 과정에서 경제적 목적도 충족하게 되는 점에서 CSV는 CSR의 부족한 부분을 보충해주기도 한다.<sup>32)</sup> 결국 CSV는 기업의 사회적 책임론에서 사회와 공유될 수 있는 가치를 중심으로 기업과 사회공동체의 번영이 상호의존적이라는 인식을 심어주게 됨으로써 그 논의의 지평을 더 넓혀줄 수 있다고 본다.<sup>33)</sup>

### 3. 기업에 의한 사회적 가치 실현

#### 3.1. 사회적 가치문제의 등장

기업이 어떠한 사회적 가치를 창출해야 하는지는 개인과 사회에 관한 철학적 담론과 관련이 있다. 기업이 자유주의적 가치로부터 유래한 개별적 개인인지, 아니면 구성원, 지역사회 등과 결속되고 거기서 유래하는 의무를 부담해야 하는 사회적 존재인지라는 명제와 관련이 있을 것이다.<sup>34)</sup> 이러한 면에서 자유시장주의 입장에서는 기업에게 이윤 획득 이상의 가치실현을 요구하는 것은 거추장스러운 것이 되는 반면, 공동체주의에 의하면 기업은 기업시민(Corporate Citizen)으로서 공동체 이익을 위해 덕성을 발휘해야 할 사회적 책무를 부담하기 때문에 기업이 사회적 가치 실현을 위해 노력해야 하는 것

32) 김종대 외, 앞의 논문, 310~311면(이 논문에서는 CSR의 개념적 구분을 전략적인 것과 비전략적인 것, 배분적인 것과 과정적인 것, 반응적인 것과 전향적인 것, 암묵적인 것과 명시적인 것으로 분류하면서 전략적 CSR로서의 CSV의 가치에 대하여 상세히 설명하고 있다. 그러나 이는 본 고의 논의를 벗어나는 것이므로 여기서는 전략적 CSR로서의 CSV의 가치만을 발췌하였다).

33) 임종혁·전달영, “공유가치창출(CSV)에 관한 국내 문헌 분석 및 제언,” 『사회적경제와 정책연구』 제8권 제1호, 2018, 58면.

34) 이동승, “기업의 사회적 책임-기업이론을 중심으로,” 『상사판례연구』 제26집 제2권, 2013, 112면.

은 당연시 된다.<sup>35)</sup>

오늘날 기업에 의한 사회적 가치 실현 문제는 기업도 이제 지속적 이윤추구를 위해서는 새로운 수익모델을 창출하는 것만으로는 부족하고, 윤리경영과 친환경 경영, 사회공헌활동 등을 통해 기업에 대한 사회의 신뢰를 지속적으로 확보하지 않으면 기업의 존립 기반을 위협받을 수 있다는 기업환경의 변화에서 기인한다.<sup>36)</sup> 지금까지 자본주의 경제 발전과정에서는 경제적 가치와 사회적 가치가 서로 분리되는 것으로 다루어지면서 이윤을 추구해야 하는 영리기업이 사회적 가치를 추구하는 것은 기업 경쟁력을 저하시키는 요인으로 간주되었다. 하지만 최근 들어 기업이 사회적 가치를 창출해야 경쟁력이 높아진다는 인식이 강해지면서 기업에 있어서 사회적 가치실현 문제가 더 이상 부차적 활동으로 다루어질 수 없게 되었다. 특히 앞서 살펴본 CSV이론에서는 사회혁신(Social Innovation)을 기업 전략으로 수용하여 사회문제를 해결하는 것이 기업 영리활동과 서로 배척되지 않는다는 사실을 증명함으로써 사회적 가치문제가 자연스럽게 기업경영 영역으로 들어오게 되었다고 보아야 할 것이다.

### 3.2. 사회적 가치 개념에 관한 법적 근거

‘사회적 가치(Social Value)’ 개념을 직접적으로 정의한 현행 국내 법률은 없는 것 같다. 다만 중소기업기본법, 중소기업진흥에 관한 법률, 지속가능발전법 등에 사회적 책임에 관한 규정이 있고 그 속에 ‘사회적 가치’ 개념이 내포된 것으로 볼 수 있으나 그 의미가 명확하지는 않다. 한편, 현재 입법을 논의 중이거나 국회에 계류 중인 사회적경제 기본법안, 공공기관의 사회적 가치실현에 관한 법률안 등에 ‘사회적 가치’에 관한 정의 규정을 두고 있으며, 영국에서 2012년 입법된 사회적 가치법(The Public Services (Social Value Act 2012))이 사회적 가치라는 용어를 사용하고 있어서 그 개념을 추론해볼 뿐이다.<sup>37)</sup>

박광온 의원이 대표 발의하여 현재 국회에 계류 중인 「공공기관의 사회적 가치 실현에 관한 기본법안」(2017.10.26. 의안번호 9920)에 ‘사회적 가치’를 정의하고 있다. 먼저 제안이유에서 ‘사회적 가치’란 “인권, 안전, 환경, 사회적 약자 배려, 양질의 일자리

35) 이동승, 앞의 논문, 116면.

36) 고동현 외, 사회적 경제와 사회적 가치, 한솔아카데미, 2018, 17면.

37) 영국의 사회적 가치법에서도 사회적 가치(Social Value)에 대한 명시적인 정의가 없으나 동법에서의 사회적 가치란 어떠한 지역의 경제적·사회적·환경적 후생(well-being)을 증진시키는 행동을 지칭하는 것으로 해석되고 있다(전재경, “영국의 사회적 가치법,” 『맞춤형법제정보』, 2015., 1면 각주 1. 참조).

창출, 상생협력 등 공공의 이익과 공동체 발전에 기여하는 가치로서 - 중략 - 고용불안과 양극화 등으로 국민의 삶의 질이 악화되는 상황에서 국민적 불안을 해소하고 사회통합을 이루어 나가기 위해서 추구해야 할 핵심 가치”라고 정의하고 있다. 그리고 안 제2조(기본이념)는 사회적 가치를 “공공의 이익과 공동체의 발전에 기여하는 중요한 가치”로, 이어서 제3조에서는 사회적 가치 개념을 구체적으로 열거하고 있다.<sup>38)</sup> 또한 윤호중 의원이 대표 발의하여 현재 국회에 계류 중인 「사회적경제기본법안」(2016.8.17. 의안번호 1641)의 제2조(기본원칙)에는 사회적 가치를 “사적 자본의 이윤창출과 축적보다 공동체 구성원의 공동이익과 사회적 목적을 우선시하는 것”이라 정의하고 있고 제5조 제5항에서는 공공기관에 의한 사회적 가치 실현 책무가 있음을 명시하고 있다.

한편, 「지속가능발전법」 제2조(정의)에서는 ‘지속가능성’ 속에 사회적 가치 개념을 내포하고 있는 것으로 볼 수 있을 것이고, 「중소기업진흥에 관한 법률」에서도 ‘사회적 책임경영’ 개념을 도입하면서 중소기업이 회사의 종업원, 거래처, 고객 및 지역사회 등에 대한 사회적 가치를 실천할 책무를 지고 있음을 명시하고 있으며, 「사회적기업육성에 관한 법률」은 사회적 가치 창출을 직접적 목적으로 제정된 법률이라 할 수 있다.<sup>39)</sup>

### 3.3. 사회적 가치 실현 수단으로서의 CSV

38) 안 제3조(정의) 1호 각목에서 예시적으로 열거하고 있는 ‘사회적 가치’ 내용은 다음과 같다.

- 가. 인간의 존엄성을 유지하는 기본 권리로서 인권의 보호
- 나. 재난과 사고로부터 안전한 근로·생활환경의 유지
- 다. 건강한 생활이 가능한 보건복지의 제공
- 라. 노동권의 보장과 근로조건의 향상
- 마. 사회적 약자에 대한 기회제공과 사회통합
- 바. 대기업, 중소기업 간의 상생과 협력
- 사. 품위 있는 삶을 누릴 수 있는 양질의 일자리 창출
- 아. 지역사회 활성화와 공동체 복원
- 자. 경제활동을 통한 이익이 지역에 순환되는 지역경제 공헌
- 차. 윤리적 생산과 유통을 포함한 기업의 자발적인 사회적 책임 이행
- 카. 환경의 지속가능성 보전
- 타. 시민적 권리로서 민주적 의사결정과 참여의 실현
- 파. 그 밖에 공동체의 이익실현과 공공성 강화

39) 이들 법률들 대부분이 기업 관련법과는 그 이념이나 목적이 서로 다르다는 점에서 이를 영리 기업을 대상으로 하는 기업법 영역의 논의에서 다루는 것은 신중할 필요가 있을 것이다. 그러나 만일 법률들이 국내에 입법될 경우 ‘사회적 가치’ 개념은 어떠한 방식으로든 영리기업에도 영향을 미치게 될 것이라는 점에서 본고의 논의 범주에 포함시켰다. 참고로 「공공기관의 사회적 가치 실현에 관한 기본법안」의 제안이유를 보면 ‘공공부문에서 먼저 사회적 가치가 실현되도록 선도를 하고 이를 점차적으로 민간부문으로 확산시킨다’는 것을 밝히고 있다.

전략적 CSR로서의 CSV의 개념을 수용하는 것에 대해서는 이미 살펴본 바와 같이 비판적 시각이 있는 것이 사실이다. 그러나 전통적 CSR 이론에 의하면 주주이익과 이해관계자이익의 대립이 첨예하고, 또 영리기업에게 사회적 이익을 위해 투자자에게 배분할 몫을 내 놓으라할 마땅한 명분도 없다고 본다. 그러나 CSV 이론에서 주장하듯이 만일 기업이 사회적 책임 문제에 전략적으로 접근하여 사회적 욕구와 도전에 응하여 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 창출한다는 명제가 참일 수 있다면 전략적 CSR로서의 CSV는 다음과 같은 역할을 하게 될 것이다.

먼저 CSV를 이해관계자와 잘 연계된 기업과 지역사회의 공동 가치창출로 보는 견해<sup>40)</sup>에 따르면 기업의 공유가치창출은 이해관계자이론에서의 이해관계 공동성(Jointness of Interests)과 다르지 않은 것으로 해석된다. 또한 최소생존기준(Triple Bottom Line, TBL)은 자본주의의 새로운 형태에서는 기업이 경제적 이익과 사회적 가치의 조화를 이루는 방향으로 지속가능성을 실천하기 위해 이익(Profit)뿐 아니라 사람(People), 지구(Planet)에 관련된 생태를 동시에 개선해야 한다고 보는 점,<sup>41)</sup> 그리고 혼합가치이론이나 지속가능가치 이론에 의하더라도 사회적 가치와 경제적 가치의 공동성을 긍정하고 있는 점 등을 고려할 때 CSV에 의한 이해관계 공동성은 충분한 설득력을 갖게 된다.<sup>42)</sup> 현대의 기업 경영에서 조직과 자본에 의한 기업 가치창출은 사회, 경제 및 환경이라는 세 가지 기본적 최소생존기준(TBL)들의 상호작용을 통해 이루어지는 점에서 CSV를 통해 추구하려는 가치가 결국은 CSV 이론에서 이루고자 하는 사회적 가치와 강한 연관성을 갖고 있다는 것은 부인할 수 없는 사실이다. 따라서 CSV 영역에서 그 실현수단으로 CSV를 수용하는 것은 주주, 이해관계자, 사회 간의 이해 조정에 유리하고 비즈니스 활동과 사회적 책임을 상호보완관계로 설정함으로써 CSV의 실천력을 높이게 될 것이다.

### III. 사회적 가치 창출을 위한 기업법의 과제

#### 1. 사회적 가치의 법적 수용 문제

40) R. Ed. Freeman, J. E. Harrison and A. C. Wicks, *Managing for Stakeholders: Survival, Reputation and Success*, New Haven, CT, Yale University Press, 2007 (김종대 외, 앞의 논문, 304면 재인용).

41) John Elkington, *Carnivals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capston Oxford, 1997.

42) Stuart Hart, *Capitalism at the Crossroad*, Wharton School Publishing, 2005.

기업의 사회적 책임 자체의 인정 여부를 놓고 긍정론과 반대론이 오랫동안 대립하고 있는 가운데, 정도의 차이는 있으나 각 국가마다 입법 혹은 연성규범 형태로 이를 수용하기 위해 노력하고 있다. 그러므로 이제는 우리나라에서 CSR 자체에 대한 찬반 논의보다는 이를 우리 법제에서 어떻게 수용하고 또 CSR의 핵심 명제인 '사회적 가치' 개념을 어떻게 정립할 것인지를 놓고 고민해야 할 시점이라고 본다.

기업의 존립기반은 투자자이며 그들은 경제적 이득을 목적으로 기업에 투자를 한다. 그렇기 때문에 기업이 투자자의 경제적 가치를 추구해야 하는 것은 당연한 책무일 것인데, 기업이 사회적 존재로서 사회적 이익을 추구해야 하는 당위성을 어떻게 설명해야 할까?

기업은 누구를 위해 존재하는지에 대하여는 앞서 살펴본 주주중심주의와 이해관계자 이론의 오랜 논쟁이 있어왔지만, 오늘날 기업의 사회적 존재성을 자체를 부인하는 주장은 없는 듯하다. 기업은 그 탄생 및 존재 자체가 이미 그 사회를 구성하는 일원인 것이며, 기업 활동 자체가 그 사회의 다른 구성원과의 관계 속에서 이루어지기 때문이다.<sup>43)</sup> 이렇게 보면 CSR에는 기업이 사회와 그 구성원을 위해 실천해야 할 사회적 가치의 의미가 내재된 실천 책무로서의 성질을 내포되어 있다고 보아야 한다.<sup>44)</sup> 따라서 본고는 기업의 경제적 가치와 사회적 가치가 반드시 구별되는 것은 아니라는 시각, 즉 CSV 관점에서 사회적 가치 개념을 기업법 영역에 수용할 가치가 있는 것인지를 검토한 것이다. 먼저 현재까지 논의되어 온 CSR에 관한 입법 문제를 간략히 소개하고, 향후 CSV 이론이 기업의 사회적 책임론에 어떠한 시사점을 주게 될 것인지를 살펴볼 것이다.

## 2. CSR의 상법상 일반규정화 논의

### 2.1. 회사 총칙편에 규정하는 방안

국내외적으로 CSR에 관한 입법논의가 활발한 가운데 국내에서도 기업이 영리성뿐만 아니라 사회성·공공성을 위해서도 존재한다는 점을 분명히 하기 위하여 상법에 일반규정으로 이를 명시할 필요가 있다는 견해가 있다.<sup>45)</sup> 그러나 종래 우리나라 상법학자 다

43) 김광록, “기업의 사회적 가치 창출을 위한 기업법의 과제에 대한 토론편,” 『한국기업법학회·한국상사판례학회 하계공동학술대회 발표자료집』, 2018, 162면(김광록 교수님은 본고에 대한 토론편에서 현대사회에서 기업의 역할과 그 지위를 판단함에 있어 기업은 이미 유기적인 조직체로서의 지위를 갖는다는 것에 특별한 이견이 없기 때문에 이를 ‘사회관계론’으로 명명할 필요가 있다는 의견을 제안하였는바, 본고에서 설명하고자 하는 기업에 의한 사회적 가치 실천의 당위성을 상당히 함축적으로 표현한 것이라 본다).

44) 성승제, “지속가능한 발전과 기업에 사회적 책임에 관한 통합과 법적 쟁점,” 『증권법연구』 제14권 제2호, 2013, 12면.



수는 CSR 개념의 모호성, 책임 대상의 불확정성, 기업의 순수이익단체성과 배치되는 점 등을 들어 CSR을 법적 개념으로 받아들이거나 상법에 일반 규정화하는 것에 소극적이었다.<sup>46)</sup>

그런데 최근에 일부 학자들 가운데 CSR을 상법의 총칙에 일반규정화 할 필요가 있다는 주장이 늘고 있다.<sup>47)</sup> 기업이 주주의 전유물일 수 없는 점, 과거 CSR 개념에 대해 가해졌던 비판들 예컨대, 개념의 모호성 문제는 이미 다른 법문에서 사용되고 있는 공공 복리, 신의칙, 권리남용금지 등에 비추어 문제되지 않는 점, 그리고 여타 기업관련 법률들이 이미 기업의 이해관계자 보호 규정을 두고 있으므로 모범이라 할 수 있는 상법에 근거가 있어야 한다는 점 등을 논거로 한다.<sup>48)</sup>

기업이 사회적 존재로서 기업 활동이 그 사회의 구성원과의 관계에서 이루어지므로 그가 속한 사회에 대하여 책무를 부담해야 한다는 것에 필자도 동의한다. 그러나 국내 기업이 처한 특수한 상황을 고려할 때 CSR을 상법에 일반규정화 하는 문제는 신중히 접근할 필요가 있다고 본다. 특히 국내 기업의 지분구조상 단기주(株) 비율이 상당히 높아 경영진이 대내외적으로 단기간에 주가 가치를 증대시킬 것을 요구받고 있는 상황에서는 기업의 지속적인 성장이나 장기적 이익은 부차적인 것으로 취급될 수밖에 없다.<sup>49)</sup> 이러한 상황에서 만일 상법에 CSR에 관한 일반규정을 두게 된다고 하더라도 실효성을 기대하기 어려울 것이다. 그밖에 사회적 책임의 대상 및 개념의 모호성으로 인해 집행력이 확보되기 어려운 것도 선결 과제로 남을 것이다.

## 2.2. 이사의 의무 규정에 CSR을 포함하는 방안

주식회사에서 CSR을 구체적으로 실행하는 것은 이사이므로 이사의 선관주의의무 규정(상법 제382조 제2항)과 충실의무 규정(상법 제382조의 3)에 CSR 관련 조항을 추가하자는 견해가 있다.<sup>50)</sup> 즉, 주주중심주의 하에서 이사는 주주 이익의 극대화를 위해

45) 정희철, “주식회사법의 개정방향,” 『기업법의 전개』, 박영사, 1979, 225-227면.

46) 손주찬, “기업의 사회적 책임,” 『법조』 제25권 제11호, 1976, 21면 이하; 최준선, “기업의 사회적 책임론,” 『성균관법학』 제17권 제2호, 2005, 502면 등.

47) 송호신, 앞의 논문, 158면; 하영태, 앞의 논문, 285-286; 정웅기, 앞의 논문, 312-313면; 김두진, 앞의 논문, 146면 등.

48) 송호신, 앞의 논문, 158면.

49) 이동승, 앞의 논문, 124면.

50) 하영태, 앞의 논문, 284(상법 제283조의 3(이사의 충실의무) 규정을 개정하여 제1항에 동조의 종전 내용을 규정하고 제2항을 신설하여 “이사는 전항의 직무를 수행할 때, 회사의 장기적인 이익 관점에서 주주뿐만 아니라 회사 종업원·거래처 및 고객, 지역사회 및 환경을 고려하

최선을 다할 의무를 부담할 터이지만, 만일 상법을 개정하여 이사의 의무 범주에 CSR이 포함되는 것으로 명시할 경우 선관주의의무 범위가 확대됨으로써 CSR의 실천력이 제고될 수 있다는 주장이다.

이상의 주장처럼 이사의 의무에 CSR을 포함하게 될 경우, 이사가 이해관계자 이익에 대한 배려의무를 위반하면 이해관계자 등에게 손해배상책임을 부담하게 된다,<sup>51)</sup> 그러나 현실적으로 그 의무위반을 입증하기 곤란할 것이고, 또 이사들이 이해관계자에 대한 배려의무를 내세워 자신에게 부과될 법적 책임을 회피하기 위한 수단으로 이를 악용할 가능성도 배제할 수 없다고 본다. 그 밖에 상법 제382조 제2항 및 제382조의3 해석상으로도 이사의 직무집행 범위에 이해관계자에 대한 배려의무가 이미 포함되어 있다는 견해,<sup>52)</sup> 본래 상법이 이사에게 의무를 부과한 취지는 주주 이익극대화만을 의도한 것은 아니므로 이미 이사에게 사회적 이익을 위해 회사의 이익을 희생할 재량권을 부여한 것으로 보아야 하므로 별도의 개정이 필요 없다는 견해<sup>53)</sup> 등 반론이 제기되고 있는 상황에서 입법이 쉽지는 않아 보인다.

### 3. CSR의 개별 규정화 검토

#### 3.1. 개별 규정화의 필요성

상법에 CSR을 일반규정화 하는 문제는 앞서 살펴본 바와 같이 여러 가지 제약이 있으나 CSR에 대한 자율적 규제와 법적 규율이 그리 멀리 떨어져 있는 것은 아닐 것이다. 마찬가지로 이유에서 상법에 CSR에 관한 일반규정을 두고 있지 않다고 하여 우리 법 질서에서 CSR이 완전히 외면되어 있다고 할 수 없다. 하지만 이를 상법상 일반규정화 하는 문제는 이미 설명했듯이 당장은 실현 가능성이 낮아 보인다.

그런데 국내외적으로 CSR을 요구받고 있는 상황에서 이미 국내 상당수 기업은 CSR을 위해 적지 않은 노력과 재무적 투자를 하고 있는 것으로 알려져 있다. 이러한 상황에서 국내에서 CSR에 관한 아무런 법적 근거가 마련되지 않으면 분명 혼란이 가중될 것으로 보인다. 따라서 상법상 일반규정으로 입법하는 것과는 별개로 우선 개별 규정으로써 기업이 수용 가능한 수준에서 CSR에 대한 명시적 기준을 제시해줄 필요가 있다고 본다. 이에 관해서는 현재 다양한 방안이 제시되고 있지만, 본고에서는 사회책임정보공

여야 한다"라는 방식으로 입법할 필요가 있다고 한다).

51) 하영태, 앞의 논문, 286면.

52) 서의경, 앞의 논문, 24면.

53) 최준선, 앞의 논문, 496면.

시와 사회책임위원회제도에 한정하여 살펴보고자 한다.

### 3.2. 사회책임정보공시제도의 도입

기업의 사회적 책임 문제는 원칙적으로 기업의 자율에 맡겨 실행토록 하는 것이 가장 바람직할 것이다. 하지만 기업의 이익 극대화에 대한 부담을 안고 있는 경영진에 대하여 사회적 가치를 고려하여 업무를 집행할 것을 기대하는 것은 무리라고 본다. 그러므로 사회적 가치실현을 촉구할 수 있는 효율적 수단의 하나로서 기업의 사회적 가치 실현에 관한 사회책임정보를 외부에 공시하도록 법제화하는 것이다. 여기서 사회책임정보란 기업의 비재무정보 가운데 기업이 사회와 지속적인 관계를 맺는 과정에서 파생되는 정보의 총체를 의미하는 것으로 볼 필요가 있다.

사회책임정보공시는 이해관계자들로 하여금 기업의 CSR 실천 상황을 수시로 모니터링하게 하여 기업이 비재무적 리스크에 의한 이미지 실추로 손실을 입는 것<sup>54)</sup>을 미연에 방지하려는 목적을 갖고 있다. 또한 사회책임정보공시는 사회적 책임투자(Social Responsibility Investment, SRI)를 위해서도 필요한데, SRI는 환경·노동·인권·반부패·투명한 지배구조·지역사회에 대한 공헌 등 사회적 가치 실현을 통해 지속가능한 경영을 실천하는 기업을 대상으로 이루어지는 투자를 말한다. SRI가 일반 투자보다 더 높은 수익률을 내는 것으로 알려지면서 각국의 자본시장에서 사회책임정보의 중요성이 날로 커지고 있으므로 이를 법제화할 필요성이 있을 것이다. 그밖에 최근 들어 국제적으로 GRI(Global Reporting Initiative) 가이드라인, ISO26000 등 글로벌 CSR 기준이 마련되고 있어서 이제 국내에서도 사회책임정보공시를 무시할 수 없게 된 것도 법제화기 필요한 이유가 될 것이다.

아직 국내에서 사회책임정보공시제도가 마련되지 않은 가운데 기업이 자발적으로 CSR 보고서, 사회공헌보고서, 환경보고서 등을 필요에 따라 작성하여 공개하고 있는 것으로 알려져 있다. 그러나 그 내용이 통일적이지 못하고 또 기업이 이것을 외부에 알리기를 꺼려 실효성이 없다고 한다. 따라서 어떠한 방식으로든 사회책임정보공시의 제도화는 필요할 것인데, 현재 국내에서는 다음 2가지 방안이 유력하게 검토되고 있다.

첫째, 이미 발의된 바 있는 「자본시장과 금융투자에 관한 법률」을 개정하여 기업이 매년 공시하는 사업보고서에 사회책임정보를 공시하도록 하는 것이다. 모든 기업을 공시대상으로 하는 것에는 무리가 따를 것이므로 우선 상장기업을 대상으로, 그리고 공시의 범위를 '사회책임정보'로 한정해야 한다는 견해가 유력하다.<sup>55)</sup> 여기서 말하는 '사회책임정

54) 인도네시아 나이키사에서 의 아동노동착취 사건 및 애플 팩스콘 생산 공장에서의 근로자 투신 자살 사건으로 해당기업의 이미지가 실추되어 손실이 발생한 것은 잘 알려진 사례이다.

보'에는 지배구조에 관한 사항, 노사관계, 지역사회 참여, 환경 영향, 인권 등 사회적 가치와 관련된 항목이 포함될 수 있을 것인데, 이들 정보 계량화 및 객관화가 가능한 것을 공시대상으로 해야 할 것이다. 그러나 비재무적 정보가 서술식으로 기술되기 때문에 여기에 가치판단의 요소가 지나치게 많이 개입될 소지가 있으므로 ESG(Environment, Social, Governance)정보의 공시부터 추진하자는 견해도 있다.<sup>56)</sup>

둘째, 공적자금 관련 법률에 사회책임투자 조항을 설치하는 방안이다. 오늘날 전 세계적으로 자본시장을 움직이는 큰 손은 공적자금이며 이는 사회책임투자(SRI)영역에서도 마찬가지다. 따라서 국내 공적 연기금 중 가장 큰 규모를 규율하는 「국민연금법」을 개정하여<sup>57)</sup> 국민연기금이 사회책임투자에 더 많은 부분을 할애하도록 하거나, 사회책임정보를 공시한 기업에게 일정 비율 우선 투자를 하도록 유도하는 방향으로 입법이 이루어진다면 SRI가 활성화될 수 있으리라 본다. 그렇게 되면 사회책임투자를 염두에 두고 사회적 가치 실현에 더 적극적인 기업들이 늘어날 수도 있다고 본다.

### 3.3. 사회적 가치 실현을 위한 책임위원회 설치

앞에서 살펴 본 것처럼 이사의 의무에 CSR을 포함하는 것만으로는 한계가 있어 기업 내에 독립기구인 사회책임위원회를 설치하여 CSR업무를 전담시키는 방안을 고려해볼 필요가 있다.<sup>58)</sup> 이미 실무에서는 기업 내에 CSR 담당 부서를 설치하고 그로 하여금 사회 공헌 활동을 전담하도록 한 기업이 적지 않은 것으로 알려져 있다. 그러나 기업 내에서 CSR 업무들은 부수적인 업무로 인식되는 경향이 강하여 이것이 이사회에 보고되거나 전사적 차원에서 대응하는 경우는 드물다고 한다. 따라서 효율적인 CSR 관리를 위해 이사회 내에 사회책임위원회를 별도 설립하여 기업 차원에서 CSR을 컨트롤하게 하는 것은 의미가 있다고 본다.

비교법적으로는 인도 회사법이 2013년 개정을 통해 일정 규모<sup>59)</sup> 이상의 기업이 이

55) 서의경, 앞의 논문, 33면.

56) 현재 한국기업지배구조원은 2011년부터는 사회책임과 환경경영이 포함된 ESG 평가를 통해 매년 국내 상장회사의 지속가능경영 수준을 평가하고 있는데, ESG 평가모형은 OECD 기업 지배구조 원칙, ISO26000 등 국제 기준에 부합되도록 설계하여 반영된 모형이라 한다(김선민, 유럽연합(EU)의 비재무적 정보 공시현황 및 시사점, 한국기업지배구조원(<http://www.cgs.or.kr/main/main.jsp>) 2018.8.14. 방문).

57) 이미 한국증권선물거래소가 사회책임투자(SRI) 지수를 개발하여 이를 활용한 펀드 발매를 추진한 바 있고 2006년 하반기부터 국민연금이 사회책임투자 펀드를 설정한 바 있어서 국민연기금에 의한 사회적 책임투자가 가장 무난할 것이다.

58) 이유민, 앞의 논문, 241면.

사회 내에 사회책임위원회(CSR Committee)를 설치하도록 의무화 하였다. 위원회의 주요 업무는 CSR 정책 수립 및 이사회 보고, CSR 비용의 지출 권고, 기업 CSR 정책의 감시이다(제135조 제1항~제4항). 한편, 중국 회사법에는 사회책임위원 규정을 직접 갖고 있지 않으나 〈上海公司治理準則〉에 이사회 내에 전문위원회제도를 두도록 하고 있어서 이를 이용하면 사회책임위원회를 설치할 수 있는 것으로 해석되고 있다.<sup>60)</sup>

검토하건대 CSR 활동이 효과적으로 수행되기 위해서는 관련 업무를 독립적으로 담당할 수 있는 위원회의 설치가 필요할 것이고, 이것은 적어도 이사들로 구성된 기관이어야 그 효율성을 보장할 수 있다고 본다. 이미 우리 상법은 제399조의2에 이사회 내 위원회제도를 규정하고 있으므로 정관의 규정에 따라 위원회 안에 사회책임위원회를 두도록 하는 것이 자연스러워 보인다. 다만 모든 기업에게 그러한 위원회를 설치하도록 하는 것은 부담이 될 것이므로 우선 상장회사부터 시행할 필요가 있는 점은 사회책임정보공시의 경우와 같다.

## 4. CSR와 CSV의 접목을 위한 시론

### 4.1. CSR에서의 가치중립적 기준 설정

상법에 CSR 개념을 받아들이는 문제는 주주중심주의와 이해관계자이론으로 다시 회귀하여 그 입장을 달리하게 될 수밖에 없기 때문에 CSR을 상법상 일반 규정으로 입법하는 것은 쉽지 않아 보인다. 그렇다고 CSR 문제를 온전히 기업의 자율에 맡기는 것은 국제적 흐름과도 맞지 않을 뿐더러 국내 기업이 처한 상황에서 실현 가능성도 높지 않아 보인다. 그렇다면 어떻게든 현행법 테두리 안에서 CSR의 실행력을 높이고 사회적 가치를 무리 없이 구현할 수 있는 대안을 찾아야 할 것인데, 그 대안은 가급적 주주와 이해관계자 모두가 수긍할 수 있을 만큼 가치중립적일수록 실현 가능성이 높을 것이다.

기업은 분명 영리단체지만 동시에 사회적 존재이므로 기업의 수익은 모두 사회와의 관계 속에서 창출된다. 그럼에도 불구하고 기업들이 이익극대화만이 '최대의 선'인 것처럼 행동하면서 사회 공헌, 근로자의 보호, 지역사회에 대한 기여를 무시한 것에 대한 반작용으로 CSR이 탄생되었다. 기업이 무엇을 위해 존재하는가? 기업이 경제적 가치를 추구하기 위해 존재하는 면에서 영리단체이고, 사회에 대한 기여 책무를 부담하는 면에서 사회성을 가진 단체라 할 것이다. 그런데 기업에 대한 가치의 우선순위를 어디에 두

59) 해당 회계연도 기준으로 순자산액 50억 루피 이상 또는 매출액 100억 루피 이상, 또는 순이익이 5천만 루피 이상인 기업을 말한다.

60) 서의경, 앞의 논문, 35면.

느냐에 따라 기업이 추구해야 할 가치가 달라지게 되어 주주중심주의에서는 경제적 가치를, 반대로 이해관계자이론에서는 사회적 가치를 중시하게 됨으로써 가치중립적 기준을 찾기 어려운 면이 있다. 이러한 점에서 CSV는 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 추구하는 공유가치를 제안함으로써 이를 CSR 논의에서 차용할 경우 보다 가치중립적 관점에서 CSR을 조망해보는 계기가 마련될 것으로 본다.<sup>61)</sup>

#### 4.2. CSV에 의한 CSR의 실천력 제고

CSV 관점에서는 기업이 사회적 가치를 추구하는 과정에서 경제적 가치를 동시에 충족하는 것으로 봄으로써 기업의 지속가능성을 높일 수 있다고 본다. 즉, 기업에서 주주의 이익인 경제적 이익과 사회적 이익이 서로 분리되지 않기 때문에 이들 이익이 서로 유기적으로 결합되는 불가분 관계에 서게 된다. 특히 오늘날과 같이 급변하는 기업 환경 하에서 기업은 기업혁신을 통한 사회적 문제해결의 책무를 지며, 이러한 사회 문제를 해결하는 것으로부터 경제적 수익을 창출하여 경제·사회적 가치의 총량을 확대하게 된다는 것이다. 즉, 기업이 사회 문제를 해결하는 것으로부터 경제적 수익을 얻고 또 이 과정에서 주주, 근로자, 지역 사회에게 경제적 편익을 제공하게 된다고 봄으로써 CSR의 실천력이 제고된다. 특히 CSV가 중시하는 가치는 특정한 의미의 공유가치가 아니라 기업의 구성원, 이해관계자 간의 가치의 일치를 의미하고 그 안에 배려, 공평성, 도덕적 진정성, 사회적 평등 개념이 내포되어 있다고 볼 수 있다. 이러한 점에서 CSV에서의 사회적 가치는 CSR이 목표로 하고 있는 가치와 이념적 동질성을 갖고 있으므로 CSV가 전략적 CSR로서 활용되는 것을 방해하지 않는다.

이상 검토한 결과 기업은 사회적 책임 실행 문제를 CSV의 관점 즉, 사회적 가치 실천을 부담으로 받아들이는 것이 아니라 이를 통해 기업의 경제적 가치를 향상시키는 방향으로 CSR의 방향을 재설정할 필요가 있다고 본다. 이렇게 되면 기업은 종래 부담으로 여겨졌던 사회적 책임 실행 책무에서 벗어나 주주와 이해관계자 모두를 만족시킬 수 있는 경영전략으로서 CSR을 선택적으로 활용할 수 있을 것이다.

61) 여기서 말하는 CSV에서의 가치중립적 기준이란 주주의 경제적 가치와 이해관계자의 사회적 가치 중 공유가치 영역에 해당하는 항목을 선별하는 문제로 귀착될 것이다. 따라서 비재무적 요소보다는 재무적이고 측정 및 평가가 가능한 항목을 포함하는 것이 유리할 것이므로 CSV에서의 가치중립적 기준이란 CSV에서 제시하는 가치 가운데 객관적으로 평가가 가능한 항목을 중심으로 논의될 수밖에 없을 것이다.

#### IV. 마치며

기업의 사회적 책임은 법학적 관점에서 적지 않은 연구가 있어왔고 대부분의 교과서에 다루고 있는 주제이다. 기업이 누구의 것이고 또 경영진은 누구의 이익을 위해 활동하는지에 관해서는 서로 다른 시각을 갖고 있으나, 어느 견해에 의하든 기업이 사회에서 갖는 공공성 내지 사회성을 부정하지는 않는다. 그러나 종래 CSR에 관한 논의가 지나치게 주주중심주의와 이해관계자이론을 중심으로 이루어지다 보니 기업이 무엇을 위해 존재하는지에 대하여는 상대적으로 논의가 부족했고 그 결과 CSR의 본질과 그것이 추구해야 하는 사회적 가치를 검토해볼 충분한 기회를 갖지 못했다고 본다. 이러한 점을 고려하여 본고는 CSR에 대해 검토하면서 특히 기업이 전략적 CSR로서 CSV를 차용할 수 있다면 주주의 이익과 이해관계자 이익이 서로 대립하는 것이 아니라 상호보완적일 수 있다는 것을 규명함으로써 CSR 논의의 스펙트럼을 넓혀보고자 하였다.

기업은 법적으로 구성원과 독립되어 별개로 활동하는 주체이지만 사회적 존재인 점에서 그 구성원의 이익이라는 것이 사회적 가치와 연동된다고 보아야 한다. 그러한 관점에서 보면 CSV의 시각 즉, 기업이 경제적 가치와 아울러 사회적 가치를 동시에 추구하는 존재로서 이들 가치가 서로 보완적일 때 기업의 지속가능 경영이 가능하다는 시각은 CSR 논의에 시사하는 바가 적지 않다고 본다. 왜냐하면 오늘날처럼 빠르게 변하는 기업 환경 하에서는 CSR에 관하여도 전략적 수정이 불가피하다면 그 일환으로 CSV이 추구하는 가치를 적절히 활용하는 것은 종래 기업법 분야에서 CSR을 둘러싸고 벌여온 이해대립관계를 해소하고 새로운 가치중립적 시각에서 CSR을 조망해보는 계기를 마련할 수 있기 때문이다.

다만, 경영학 분야에서 발전한 이론인 CSV 개념을 기업법 영역에서 어떻게 수용할 것인지에 관해서는 아직 구체적 논의가 부족한 상황이고, 본고에서 다루고자 하는 '사회적 가치'는 법학적 관점에서 보면 개념의 모호성이 있어서 이를 기업법 이론에서 직접 다루는 데에는 한계가 있는 것도 사실이다. 그렇게 때문에 본고는 사회적 가치를 기업법적 개념으로 정립하거나 기업법 조항으로 직접 규정화자는 주장이라기보다는, 기존의 주주중심주의와 이해관계자이론 중심으로 전개되어온 CSR논의에 보다 가치중립적인 CSV 개념의 차용가능성이 있을지를 검토한 것에 지나지 않는다. 향후 규범적 측면에서 사회적 가치를 어떻게 개념정립하고 법 정책적으로 어떻게 입법에 반영할지에 관해서는 추후 연구를 기대해본다.

## ♣ 參考文獻

- 고동현 외, 사회적 경제와 사회적 가치, 한솔아카데미, 2018.
- 고재중, “사회적 이익을 추구하는 영리회사의 도입 방안에 대한 고찰,” 『기업법연구』 제3권 제2호, 2017.
- 곽관훈, “기업의 사회적 책임(CSR) 논의의 최근 동향,” 『경영법률』 제27권 제2호, 2017.
- 권기범, 『현대회사법론』, 삼영사, 2015.
- 김갑래, “기업의 사회적 책임에 관한 미국 판례 분석 -한국에 대한 정책적 시사점,” 『증권법연구』 제13권 제1호, 2012.
- 김선민, “유럽연합(EU)의 비재무적 정보 공시현황 및 시사점,” 한국기업지배구조원(<http://www.cgs.or.kr/main/main.jsp>) 2018.8.
- 김두진, “주식회사의 사회적 책임론과 그 법제화방안,” 『외법논집』 제42권 제1호, 2018.
- 김종대 외, “성공적 CRS 전략으로서 CSV에 대한 평가,” 『KBR』 제20권 제1호, 2016.
- 서완석, “상법 개정안에서의 소수과주주 보호 및 이해관계자 참여,” 『경영법률』 제29집 제4권, 『경영법률』 제27권 제2호, 2016.
- 서의경, “기업의 사회적 책임(CSR) 확산을 위한 입법적 검토,” 『상사판례연구』 제27집 제4권, 2014.
- 성승제, “지속가능한 발전과 기업에 사회적 책임에 관한 통합과 법적 쟁점,” 『증권법연구』 제14권 제2호, 2013.
- 손주찬, “기업의 사회적 책임,” 『법조』 제25권 제11호, 1976.
- 송호신, “기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 배경과 회사법적 구현,” 『한양법학』 제18권 제1집, 2010.
- 원종현, “우리나라 스톡어십 코드 도입 현황과 과제,” 현안보고서 Vol. 315, 국회입법조사처, 2017.12.
- 이규명·곽재성, “기업의 사회적 책임(CSR)개념의 재정립과 구조화,” 『사회과학연구』 제41권 제3호, 2014.
- 이동승, “사회적 가치의 회사법적 수용 방안 -계몽적 주주가치 개념을 중심으로-,” 『기업법연구』 제31권 제1호, 2017.
- 이유민, “기업의 사회적 책임(CSR)과 기업지배구조 관계의 회사법적 검토,” 『기업법연구』 제31권 제4호, 2017.
- 임종혁·전달영, “공유가치창출(CSV)에 관한 국내 문헌 분석 및 제언,” 『사회적경제와 정책연구』 제8권 제1호, 2018.
- 장덕조, “회사의 사회적 책임 -회사본질론을 중심으로-,” 『상사법연구』 제29권 제2호, 2010.



- 정연희, “주주이익우선이론의 재검토-영국 회사법상 이사의 의무 조항을 중심으로,” 『홍익법학』 제15권 제4호, 2014.
- 정응기, “주식회사 사회적 책임 재론,” 『법학연구』 제28권 제1호, 충남대학교 법학연구소, 2017.
- 정찬형, 『상법강의(상)』, 박영사, 2015.
- 정희철, “주식회사법의 개정방향,” 『기업법의 전개』, 박영사, 1979.
- 최기원, 『신회사법론』, 박영사, 2012면
- 최준선, “기업의 사회적 책임론,” 『성균관법학』 제17권 제2호, 2005.
- 하영태, “기업의 사회적 책임(CSR) 제고를 위한 상법상 일반규정화 검토,” 『경제법연구』 제13권 제1호, 2014.
- Adolf A. Berle Jr., “Corporate Powers as Powers in Trust,” 44 HARV. L. REV. 1049, 1931.
- Archie B. Carroll, “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders,” Business Horizons, Vol. 34, Issue 4, 1991.
- E. Merrick Dodd, “For Whom Are Corporate Managers Trustees?,” 45 HARV. L. REV. 1145, 1932.
- Howard R. Bowen, “Social Responsibilities of Business,” University of Iowa Press, Foreword by Peter Geoffrey Bowen, 2013.
- John Elkington, Carnivals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business, Capston Oxford, 1997.
- Michael E. Porter & Mark R. Kramer, “Creating Shared Value,” Harvard Business Review, January-February, 2011.
- Milton Freedman, “The Social Responsibility of Business Is to Its Profits,” The New York Times Magazine, 1970.9.13.
- Oliver F. Williams, Corporate Social Responsibility: the role of business in sustainable development, Routhledge, 2013.
- Saul. Jason, Social Innovation, Inc.: 5 Strategies for Driving Business Growth through Social Change. Jossey-Bass, 2010.
- 大隅健一郎, “株式會社における企業自體の思想,” 『法學論叢』 第47卷 第4号, 明治大學法律研究所, 1974.

〈Abstract〉

## **Tasks of Corporation Law to Create Social Values of the Corporations :**

**- Attempt to Apply CSV Concept in CSR Theory -**

**In-Bang Song**

Since the discussion on the corporate social responsibility (CSR) in Commercial Law had been held mainly on the shareholder primacy theory and stakeholder theories too much, few reviews were performed on the nature of the corporate social responsibility and the social values to organize this. Therefore, the following implications could be found in the review whether the concept of creating shared value (CSV) which was suggested in Business Administration was applied as the strategic CSR in the corporations based on the historical review results to date on CSR considering these in this article. Corporation is a legally independent body from the organization members, however, the benefits of corporate members and the society are connected mutually. Therefore, creations of social and economic values in the corporation are the relations of not confrontation but coexistence. In this regard, it is persuasive to argue that the benefits of the corporation as well as the members could be enhanced simultaneously by creating social values, in view of CSV. Then, it is inevitable to amend the argument on the shareholder primacy theory and stakeholder theories with respect to CSR previously. Hence, it is high time to review the social value issues which have been suggested in CSV in view of Corporation Law.

🔑 주제어(Key Words)

기업의 사회적 책임, 공유가치 창출, 전략적 CSR, 기업법, 사회적 가치, 주주중심주의

BCorporate social responsibility(CSR), Creating shared value(CSV), Strategic CSR, Corporation law, Social values, Shareholder primacy theory

논문투고일자 : 2018년 9월 6일

심사의뢰일자 : 2018년 9월 10일

게재확정일자 : 2018년 9월 28일

DOI : 10.24886/BLR.2018.9.32.3.9