

국내 주요 기업의 기부 현황 및 개선 방안

오 덕 교 연구위원

- ▶ 기업의 사회적 책임활동은 사회적 중요도가 커짐으로 인하여 뚜렷한 증가세를 보이고 있으며, 이 추세에 힘입어 기업의 기부 또한 증가하고 있음
- ▶ 그러나 세부적으로 기업의 기부를 살펴보면 아직도 출연재단으로의 기부가 가장 큰 부분을 차지하고 있어 '기부 몰아주기' 현상이 대기업을 중심으로 현저히 발생함
- ▶ 대기업을 출연재단 뿐만 아니라 외부 공익재단으로의 기부를 확대할 필요가 있고 또한 다소 역량이 부족한 외부 공익재단에 대해서는 역량 강화를 시킬 필요가 있음
- ▶ 정부 또한 공익재단의 역량 확충을 위한 제도적 정비가 필요하고 아울러 복잡하게 얽혀 있는 기부 관련 법률을 하나의 기본법으로 제정하여 단순 명료화할 필요가 있음

최근 들어 기업의 사회적 책임활동(Corporate Social Responsibility, CSR)에 대한 관심이 커지고 있다. 전경련의 보고서¹⁾에 의하면, 설문 응답자의 78%가 제품 구매 시, 기업의 CSR 활동을 고려하겠다고 답변하였다. 소비자들이 구매활동에 있어 CSR을 적극 고려한다는 점은 기업들이 CSR에 노력해야 하는 이유이기도 하다. 본 고에서는 CSR의 한 방편인 기업의 기부 현황에 대해 살펴보고 아울러 나아가 기업 기부를 활성화시킬 수 있는 방안에 대해 검토해 보고자 한다.

기업의 기부 현황

전경련의 2010년 사회공헌백서에 따르면, 2011년 국내 매출액 상위 500대 기업을 대상으로 실시한 설문조사에서, 설문에 응답한 220개 기업의 사회공헌비용이 총 2조8,700억원에 이르는 것으로 조사되었다. 이는 2004년 1조2284억 원에 비해 약 2.3배의 규모로, 기업들이 사회 공헌 활동에 적극적으로 임하고 있음을 보여준다.

매출액 대비 사회공헌비용의 비중을 보면, 최소 0.1%에서 최대 0.3%까지 분포되어 있고 평균 0.21%이다. 경상이익 대비 비중은 평균 3.01%이

1) 「기업 사회공헌에 대한 국민 인식」설문조사 결과, 2009, 전경련

〈표 1〉 사회공헌비용 추이

년도	사회공헌비용(백만원)	매출액 대비 비율(%)	경상이익 대비 비율(%)	기부액(백만원)	기부액 비중(%)
2004년	1,228,432	0.2	1.9	-	-
2005년	1,402,510	0.2	2	741,086	52.8%
2006년	1,804,816	0.3	2.7	1,022,430	56.7%
2007년	1,955,642	0.2	2.5	1,047,832	53.6%
2008년	2,160,641	0.1	4	938,009	43.4%
2009년	2,651,756	0.23	4.8	1,331,010	50.2%
2010년	2,873,505	0.24	3.2	1,251,545	43.6%

출처 : 2004~2010 사회공헌백서, 전경련

고 1.9%에서 4.8%까지 비교적 넓게 분포되어 있는데, 이는 신용위기에 따른 매출원가의 상승으로 인한 경상이익의 감소에 따른 것으로 판단된다.

사회공헌비용은 2004년 이후 꾸준히 증가하고 있으나 기업의 기부액 추이는 다소 증가세와 감소세가 함께 보이고 있다. 2008년과 2010년에 다소 감소하였지만, 2005년의 기부액에 비해 증가하였다. 이는 기부가 사회공헌활동에 비해 상대적으로 경기에 민감하게 반응하고 있음을 보여준다. 사회공헌비용 대비 기부액의 비중은 43.4%에서 56.7%를 보이고 있고 평균 49.3% 수준이다.

기부 분야를 살펴보면, 2010년에는 사회복지 분야가 가장 큰 부분을 차지하였고, 교육·학교·학술연구가 다음으로 크게 차지하고 있다. 이 두 분야는 2007년까지는 교육·학교·학술연구가 가장 큰 부분을 차지하였으나 2008년을 기점으로 사회복지에 대한 기부가 크게 증가하였다. 의료보건 분야는 2009년까지는 어느 정도 기부가 이루어졌으나 2010년에는 기부가 크게 줄어든 것으로 나타났다. 이러한 추세는 2008년 이후 제기되고 있는 고령화 사회 문제의 대두에 따라 사회복지에 대한 관심이 커졌기 때문으로 판단된다.

〈표 2〉 기부분야별 기부비율

분야	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	평균
교육, 학교, 학술연구	42.6	45.1	34.8	36.4	20.6	25.5	21.3	32.3
사회복지	41	37.2	9.6	29.9	43.2	53.9	38.9	37.7
문화예술 및 체육	9.1	7.4	13.8	14.9	12.3	8.7	10.9	11.0
의료보건	2.2	2.1	12.1	9.1	4.3	5.9	0.4	5.2
농촌지원	0	0	9	0.6	1.5	0	1.3	1.8
환경보전	0.7	1.6	2.7	0.9	1.7	2.5	1.6	1.7
응급 재난구호	1.3	1.5	2.3	1.3	0.5	0.1	0.5	1.1
국제구호	0.6	2.3	0.3	0.7	3.2	0.5	8.2	2.3
기타	2.4	2.8	5.3	6.2	12.7	2.9	17	7.0

출처 : 2004~2010 사회공헌백서, 전경련

기부처 별 기부비율을 보면, 자사출연재단에 대한 기부가 가장 많은 부분을 차지하고 있다(7개년 평균 40.6%). 비록 2004년보다 감소하였다고 해도 아직도 가장 많은 부분을 차지하고 있다. 기업이 출연한 재단의 경우 법적으로도 특수관계인의 범주에 포함된다(상법 시행령 제13조제4항제2호). 이러한 재단에 기부를 많이 한다는 것은 좋은 의미로 보면 기부 활성화에 대한 기여이지만, 지배주주의 친족 등의 관계인이 재단 운영에 참여하도록 하고 보유 주식을 통한 의결권 행사를 함으로써 기업집단 내 지배력을 보다 견고히 하고 계열사들은 자사출연재단에 대한 기부를 타 재단으로의 기부보다 많이 함으로써 통하여 소위 '기부 몰아주기'가 발생할 가능성이 농후하다고 볼 수 있다. 이는 공익법인의 빈익빈 부익부 현상을 낳고 더욱 두드러지게 하는 작용을 한다.

현행 기부의 문제점 및 개선방안

먼저 아래 <표 3>에서 보듯, 대부분의 기부가

기업집단과 관계되어 있는 재단에 기부하고 있는데 이러한 행태를 개선해야 한다. 이 재단들이 지분을 보유하고 있는 경우에는 상법상 특수 관계인에 해당되기 때문에 순수한 기부로 받아들여지는 어렵고, 기부라는 명목으로 관계 재단을 지원하는 것으로 볼 수 있다. 물론 이러한 재단들이 주로 계열사인 대기업들의 기부 행위를 보다 보편화하였다는 순기능이 있고 예전에 비해 지배구조 상에서 관계 재단들의 역할이 많이 축소된 것이 사실이나²⁾, 여전히 소유주의 우호지분으로서 계열사 및 자회사에 대한 지배력을 강화할 수 있는 하나의 방편인 것이 현실이다³⁾. 이러한 오해를 불식시키기 위해 기업들은 관계 재단으로의 기부보다는 기부의 취지에 맞는 외부 공익재단 및 공익단체로의 기부가 일반화되도록 노력하여야 할 것이다. 외부 공익재단들 또한 역량 확충에 더욱 노력하여 기업들이 선뜻 기부할 수 있도록 하여야 할 것이다⁴⁾. 재단들의 역량 확보 및 투명성 강화를 위하여 운영실태에 대한 공시를 의무화하는

<표 3> 기부처별 기부비율

(단위 : %)

기부처	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	평균
자사출연재단	57.1	57.9	37.6	43.4	28.8	22	37.6	40.6
주요 모금단체	21.7	20.4	12.7	12.8	9.1	8.5	17.3	14.6
국가지방자치단체	6.2	3.9	5.5	7.3	10.8	5.4	4.8	6.3
NGO	6.4	7.7	12.3	14.2	23.7	28	13.8	15.2
기타	8.6	10.1	31.9	22.3	27.6	36.1	26.5	23.3
계	100	100	100	100	100	100	100	

출처 : 2004~2010 사회공헌백서, 전경련

2) 주식 취득시 일반공익법인은 5%, 성실공익법인은 10% 제한이 있으며, 계열사 주식 보유의 경우 일반공익재단은 30%, 투명성을 갖춘 공익재단인 50% 제한이 있음 (김진수, 2009, 공익법인의 주식취득·보유 제한에 대한 타당성 검토, 재정포럼 현안분석, pp. 49-65)

3) 이승희, 재벌소속 공익법인의 계열사 주식의 보유현황 및 지배구조 (2010), 경제개혁연구소, 2010.6. 재벌소속 공익법인 운영실태 분석, 2011, 경제정의실천시민연합

4) 기업설문 결과, 설문자 중 23%가 기업의 사회공헌활동을 저해하는 외적 요인 중의 하나로서 공익재단의 역량 부족이라고 응답함 (2010 기업 사회공헌 실태조사 보고서, 아름다운 재단)

방안 또한 고려할 수 있을 것이다. 기부를 하고자 하는 기업들이 공시된 자료를 바탕으로 재단의 역량을 판단하여 기부에 대한 결정을 할 수 있는 제도적 틀을 마련함으로써 재단들 스스로 역량 확보에 노력할 것으로 보인다.

또 하나의 방편으로, 기업집단 내 계열사들의 기부를 통한 재단 운영보다는 기업집단 총수들의 사재출연을 통한 재단 설립 및 운영을 들 수 있다. 진정한 사회공헌활동을 하고 있다고 판단하기 위해서는 재벌들이 아무런 편익을 취하지 않고 순수한 의미를 가지고 기부하는 게 중요하다. 미국의 워렌 버핏(Warren Buffett)과 빌 게이츠(Bill Gates)는 2010년 'The Giving Pledge' 라는 기부 서약 운동을 전개하여 많은 억만장자들이 자기 재산의 50% 이상을 기부하겠다고 공개적으로 선언하였다⁵⁾. 아직까지 국내에서는 미국과 같은 자발적인 기부노력이 부족한 게 안타까운 현실이다. 한국의 재벌들은 대부분 일회성 이벤트로 기부를 하고 있으며, 재산의 50% 이상을 기부하겠다는 공언은 거의 없는 실정이다⁶⁾. 기부로 인한 효과 및 영향을 따지기 보다는 스스로 만족하는 기부를 통하여 진정한 기업가의 사회적 공헌이 활성화되어야 한다.

마지막으로 현재 기부 전반에 관하여 체계적으로 다루는 법률이 없고 각종 법률에 산재되어 있는 실정인지라 기부에 관련한 법적 사항을 파악하기 위해서는 여러 법률들을 살펴보아야 하는 불편이 있다⁷⁾. 이를 해결하기 위해서 기부에 관한

법적 내용을 총망라하고 정비하여 기본법을 제정할 필요가 있다.

결론

기업의 사회적 책임 활동은 정부에서 하지 못하거나, 할 수 없는 부분을 기업이 대신해 주는 역할도 수행한다. 비관론자들은 이를 정부의 부담을 기업에게 전가시키는 것이라고 혹평을 하지만 정부가 모든 부분에서 역할을 다할 수 없는 현실 속에서 기업이 일정 부분 정부를 대신해 역할을 수행하는 것은 사업을 영위하는 사회 속에서 기업이 감내해야 할 몫일 것이다. 그렇다고 정부는 아무런 조치 없이 감내하라고만 할 게 아니라 기업들이 노력한 만큼의 혜택을 볼 수 있도록 시스템을 확충해야 한다. 특히 우리나라처럼 사회 공헌활동이 확실히 일반화 또는 정립되지 못한 환경에서는 이러한 시스템의 확충을 통하여 기업들이 사회공헌활동을 열심히 할 수 있도록 할 필요가 있다. 기업의 사회적책임이 확실히 정립된다면 사회공헌활동은 선택이 아닌 필수적인 사업요소로서 자리잡을 수 있을 것이다.

강요하기보다는 자발적으로 참여할 수 있게끔 유도하는 것이 정부의 역할인 만큼 정부는 기업기부를 유도하고 활성화하는 데 주력할 필요가 있으며, 기업들은 회사의 이익을 위한 기부보다는 순수한 기부에 적극 동참하여 기부문화를 발전시키는 데 한 몫을 하여 정부, 기업, 사회 등 모든 이해관계자들이 모두 윈-윈하도록 했으면 한다.

5) "외국의 기부 문화...록펠러부터 빌 게이츠까지", 중앙일보, 2011.8.16

6) 미국과 일본에 비해 기업기부(경상이익대비 기부금 비율)는 뒤지지 않으나(전경련, 2010 사회공헌백서), GDP 대비 기부비율은 현저히 낮아 재벌들의 자발적인 기부가 필요하다 (이재화, 2011, 한국의 기부문화, Great Challenge (한화그룹 사보), pp. 43-47)

7) 기부 활성화를 위한 법제 개선안 연구발표회, 아름다운 재단, 2012. 5