

한국과 일본 기업의 사회공헌활동에 관한 연구

김교정*
iwtbp@tu.ac.kr

<目次>

- | | |
|--------------------------|---------|
| 1. 문제제기 및 연구목적 | 3. 연구방법 |
| 2. 이론적 배경 | 4. 연구결과 |
| 2.1 기업의 사회적 책임과 사회공헌 | 5. 결론 |
| 2.2 한국과 일본 기업의 사회공헌활동 분야 | |

주요어: 사회적 책임(Corporation Social Responsibility), 사회공헌활동(Corporate Philanthropy Activity), 비교 사례분석(comparative case study), 사회복지분야(social welfare field), 지원시스템(support system), 직원인센티브제도(employee Incentive)

1. 문제제기 및 연구목적

본 연구는 기업의 사회적 책임 중 자선적 책임과 가장 밀접한 관련이 있는 사회공헌활동을 비교적 기준에서의 현황과 사회복지분야로의 집중성 측면에서 파악해 보고자 한다. 특히 기업의 사회공헌활동에서 유사한 기업의 발달과정과 문화를 가진 일본과의 비교분석을 바탕으로 현재 한국기업의 사회공헌활동 위치 파악을 통해 우리가 가질 수 있는 전략적 시사점을 도출해 보고자 한다.

아직까지 기업 사회공헌활동에는 사회복지적 자선활동이 진존하고 있다. 이와같은 자선활동의 대상자들이 누구인지, 그리고 어떤 서비스를 원하는지에 대해서 그 누구보다도 잘 알고 있는 곳이 이미 지역사회에서 자리매김하고 있는 복지기관들이다. 이러한 이유로 기업의 사회공헌활동이 복지영역과 지속적으로 연계되고 있다. 기업의 욕구와 민간의 자원동원을 통해서 보다 향상된 서비스를 제공하고자 하는 복지현장의 욕구가 결합되어 공동사업이 진행되고 있다.

* 동명대학교 사회복지학과 교수

기업 사회공헌활동의 대표적 국제적 경향은 기업의 장기적 전략과 비전을 중심으로 지역특성을 살리면서 개발 할 수 있는 활동으로 변화되고 있는 추세이다. 실제 세계적 대기업들의 구체적인 예로서 미국의 월트디즈니, 티엔티, 구글등을 들 수있다. 이들 기업은 각 기업의 특성을 살려서 지역사회에 공헌하고 있다. 또한 지역의 개발과 지역사회의 역량을 키우는 유니레버와 네슬레 등의 활동은 기업이 특별히 자금을 투입하는 기업홍보활동이 아니라도 입에서 입으로 소문이 퍼져 기업의 브랜드와 가치를 높이고 있다. 뉴욕의 센트럴파크 컨저번시는 민간재단의 성격으로 지역사회의 공공장소인 공원에 다양한 기업과 지역사회의 시민들이 참여할 수 있는 기회와 참여자 스스로의 역량증진을 콘텐츠로서 제공하고 있다

국내 기업의 사회공헌활동 역시 국제적 수준에 비하면 상대적으로 조금 늦은 감이 있기는 하지만 자선중심에서 전략적 활동으로 변화되고 있다. 그리고 기업이 추진하는 각 실천프로그램에 적합한 비영리 조직과 연계하여 파트너십으로 사업을 전개하는 방식이 강조되고 있다. 주요 지출 분야로 사회복지분야가 선호되어왔다) 최근 우리나라 기업사회공헌 활동의 특징 중 하나는 비영리조직과 파트너십을 형성하여 사업을 전개하는 기업이 증가하고 있다.2) 기업의 사회공헌 담당자들은 점진적으로 사회복지 관련조직과 협력하여 사업의 목표달성에 접근하려는 시도를 지속하고 있다. 기업들은 사회복지조직과 파트너십 관계를 맺음으로서 좀 더 쉽게 이윤과 자원을 사회에 확보할 수 있는 이점도 얻게 된다.3) 사회복지현장 역시 이와같은 기업과의 파트너십 관계에 관심을 집중하고 있다. 왜냐하면 이를 통해 사회복지기관은 기업으로부터 다양한 물적인적 자원을 확보할 수 있는 기회를 갖게 됨으로써 재정의 안정성 확보 및 질 높은 서비스 제공을 추구할 수 있기 때문이다. Convey와 Brown(2001)은 비영리조직과 기업 이 둘 간의 적절한 상호작용이 보다 생산적 관계의 가능성을 증가시킨다고 주장하며, 가장 중요한 요소가 파트너십이라고 정의하였다.4)

본 연구는 사회복지분야의 재정적 지원에서 기업 사회공헌활동이 해마다 증가세를 보이고 있는 반면 아직까지 이에 대한 연구는 부족한 현 상황에서 기본적 현황분석을 진행하고자 하였다. 또한 사회복지분야에 대한 기업 사회공헌 참여의 전반적인 추이와 관심분야, 자체 시스템 구축 활동 등에 대한 일본과의 비교분석을 통해 국내공헌활동의 전망과 비전등과 같은 전략적 시사점을 도출해 보고자 하였다.

1) 박경수(2009) 「사회복지분야의 기업 사회공헌활동에 대한 사회복지사의 주관적 인식 유형 연구」 『한국 사회복지학』61(4), pp.109-136

2) 전국경제인연합회(2010) 『기업.기업재단 사회공헌 백서』

3) 이한준·정무성(2005) 「기업사회공헌에 관한 소비자 인식」 『한국비영리연구』4(2), pp.101-154

4) Covey, J., and L. D. Brown. 2001. "Critical cooperation: an alternative from of civil society-business engagement", Report No 17(1). Boston: Institute for Development Research.

2. 이론적 배경

2.1 기업의 사회적 책임과 사회공헌

기업 사회공헌활동(Corporate Philanthropy)은 광범위한 개념인 사회적 책임, 기업시민으로부터 지역사회 관계, 기부, 기업자선, 자발적 봉사활동 등 좁은 의미를 가진 용어들까지 혼용되고 있다. 기업 사회공헌활동은 “사회가 기업에 기대하는 법적·경제적 역할 수행의 차원을 넘어서 기업이 보유하고 있는 자원을 적극 활용하여 윤리적이고 재량적인 차원에서 사회와 바람직한 관계를 형성하기 위해 수행하는 활동”이라고 정의할 수 있다. 즉, 기업의 사회적 책임이 사회에 영향을 미치는 기업의 의무와 책임을 강조하는 용어라면, 기업의 사회공헌활동은 기업의 사회적 책임 중 자선적 책임 부분을 강조한 표현으로 기업의 사회적 책임이 사회공헌활동을 포괄하는 상위개념이라고 할 수 있다.⁵⁾

기업의 사회적 책임은 광범위한 개념이어서 연구자마다 조금씩 다른 의견을 제시하고 있다. 이 개념은 1930년대 몇몇 학자들에 의해 처음으로 제시되었고, 1960년대 사회 환경 및 사회적 가치의 변화로 인해 구체화되었다. 특히 1953년 Bowen의 [기업 사회적 책임(Social Responsibility of the Businessman)]이 출간된 후 본격적인 논의가 진행되었다⁶⁾ 이 책에서 Bowen은 기업의 사회적 책임을 사회적 목표나 가치의 관점에서 바람직한 정책을 추구하고, 그러한 방향으로 의사결정을 하거나 행동해야 하는 기업인의 의무‘라고 정의하였다.

1960년대 서양에서는 기업시민정신으로 널리 알려져 있었다. 당시 Elles 와 Goyder는 기업시민정신을 강하게 지지하기도 하였다. Elles는 이윤을 추구하는 기업의 사회성 또는 사회관계를 중시하는 ‘metro corporation’이라는 개념을 제시한다. ‘metro corporation’은 한 시민으로서 기업의 권리와 의무‘를 강조하며, 경영자가 기업시민의 대표자로서 역할뿐만 아니라 정치사회의 한 시민으로서 역할을 담당해야 한다고 지적하고 있다. Elles는 ‘the Corporation as a Citizen’이나 ‘Corporation Citizen’이라는 표현을 통하여 경영자가 기업시민의 대표자임과 동시에 한 사회의 시민임을 강조하고 있다.⁷⁾ Goyder는 기업의 경제적 기능에 수반되는 이윤추구의 권리를 긍정적으로 보고 기업이 사회의 이익에도 공헌해야 한다고 지적하고 있다.⁸⁾

5) 신지숙(2009) 「사회공헌활동을 통한 삼성의 사회적 책임활동에 대한 사적 고찰」『경영사학』 24(2), pp.9-43

6) 加賀田和弘(2006) 「企業の社会的責任(CSR-その歴史的展開と今日的課題-」『KGPS review : Kwansei Gakuin policy studies review』7, p.47

7) 梅澤正(2000) 『企業と社会：社会学からのアプローチ』京都、ミネルヴァ出版, p.261

8) 葉山彩蘭,(2008) 『企業市民モデルの構築』東京、白桃書房, p.54

이와 같은 기업의 사회공헌활동은 영리기업의 매출이나 수입의 성장에 긍정적 상관관계로, 기업구성원 즉 직원들의 기부나 자원봉사의 참여를 통해서 구성원의 성장과 조직몰입에도 효과가 있음을 다양한 선행연구들에서 제시하고 있다. 이와 같이 직원의 참여는 단순하게 직원의 개인적 활동이라기 보다는 기업의 입장에서 성과를 이끌어 낼 수 있는 조직적 활동으로 인식된다. 이때문에 기업들은 직원들의 기부 및 자원봉사 참여를 조직적 차원에서 지원하는 노력을 기울여 왔다.⁹⁾ 2012년부터 국제표준화기구(ISO)는 기업의 사회적 책임활동 인증을 위해 국제표준 ISO26000을 공표하였다. ISO 26000은 WTO, OECD등 많은 국제기구들이 참여할 뿐만 아니라 금융기관들의 투자 및 기업평가 시 중요한지표로 사용될 것이며, 향후 기업의 사회책임 준거 틀로 작용할 전망이다. 그러나 우리나라는 이러한 세계적 추세에 전혀 대응하지 못하고 있는 실정이다. 최근에서야 학회를 중심으로 기업의 사회적 책임활동을 지표들을 만들어 가야 한다고 논의되고 있는 실정이다. 이로써 우리나라의 기업들도 하나둘씩 해당 부서를 신설해나고 있는 것이다. 또한 기업의 지속적인 성장은 매출 확대와 더불어 다양한 이해관계자의 욕구를 충족시키지 않으면 안 되게 되어 있다. 즉, 기업의 운명은 자신을 둘러싸고 있는 이해관계자와의 신뢰 관계 형성이 중요하다는 것이다. 정부, 언론, NGO(NPO) 등 기업을 둘러싼 외부 환경과의 우호적인 관계형성은 기업 이미지 및 제품구매 결정에 중요한 관건이 되고 있다. 기업이 법적으로 아무런 문제가 없는 경영활동이라 하더라도 이해관계자의 예기치 못한 반발에 부딪치는 경우도 있게 되는데, 특히 성공적인 기업으로 자리매김하기 위해서는 지역사회와 NGO와의 협력관계는 필수적인 시대가 도래 하였다.

2.2 한국과 일본 기업의 사회공헌활동 경향

일본 기업들은 80년대부터 서서히 다양한 사회공헌 활동을 수행하게 된다. 특히 1985년에 프라자 합의가 실행된 이후에는 급격한 엔고현상으로 해외에 진출한 많은 일본 대기업이 유럽과 미국에서 이미 실천되고 있던 문화지원 활동, 사회공헌 활동과 같은 개념을 도입하였다. 위에서 서술하였듯이 미국 기업들은 좋은 기업시민으로서 커뮤니티에 공헌한다는 경영이념 속에서 기업 활동을 실시하고 있었는데 일본 기업들도 현지 사회에서 인정을 받기 위해 커뮤니티의 일원으로서의 책임을 가지게 되었던 것이다.¹⁰⁾

한국은 OECD 국가 중 공공복지가 가장 취약한 나라¹¹⁾로서, 공공복지가 충족시키지 못하는

9) Newell, P., and J. G. Frynas. 2007. "Beyond CSR? Business, poverty and social justice: an introduction", *Third World Quarterly*, 28(4), pp.669-681

10) 森本三男(1994) 『企業社会的責任の経営学的研究』東京、白桃書房, p.80

복지수요에 대해 일찍부터 민간부문의 비중이 상대적으로 높다고 하겠다. 그 중 기업의 사회적 책임 수행 또는 사회공헌활동은 1990년대 말부터 본격적으로 강조되기 시작하였다. 이 시기부터 다수의 기업들이 사회공헌 전담팀을 기업내부에 설립하기 시작하고 동시에 물적 기부는 물론 임직원의 자원봉사를 체계적으로 운영하고 관리하기 시작하였다.¹²⁾

일본에서 특히 더 주목할 만한 것은, 바로 중소기업의 지역사회공헌이다. 일본 기업의 대부분을 이루는 것이 중소기업이며, 대기업이 한정된 장소에만 입지하는 것에 비하면 중소기업은 전국 도처에 입지해 있어 지역사회와 긴밀한 관계를 맺고 있다. 분명 많은 산업 분야에서 대기업은 중요한 역할을 수행하고 있지만, 지역에 있어 중소기업의 존재를 무시하기는 어렵다. 중소기업은 지역에 있어 중요한 생활 기반을 형성하고 있으며 지역사회의 형성자로서 역할을 담당하고 있기 때문이다. 일본의 경우 조세지원제도에 있어서 우리나라와 크게 다르지는 않지만 기부금 혜택을 지원 받는 NGO에 선정되기 위해서는 까다로운 등록 제도를 가지고 있는 것이 특색이다. 이는 기부 받는 단체의 난립을 방지하여 건전하고 투명한 NGO가 활성화 되도록 하는 것이다. 이로써 국민들에게 자신들이 기부한 돈이 좋은 곳에 잘 쓰여 지고 있다는 신뢰를 형성하여 더 많은 참여를 유도해 내기 위한 것이다.

2000년대 들어 한국 기업의 사회공헌활동은 더욱 활발해지고 있는 추세인데, 우선 기업의 사회공헌비용 총지출 규모가 매년 급격히 늘어나고 있다. 2010년 현재 총 기부금액은 1조 2,515억 4,500만원으로 응답기업 1사당 평균 66억 9,300만원을 기부한 것으로 조사되었다. 특히 2011년에는 일본에서 발생한 대규모의 지진 피해복구를 위해 국제구호 성금 모금도 활발하게 이뤄져 기업의 기부금 지출이 한층 더 증가한 것으로 평가된다. 2008년 우리나라 최대 민간 사회복지모금기관인 사회복지공동모금회의 총 모금액 중 기업이 차지하는 몫이 70%에 이른다는 사실 역시 기업의 사회공헌활동의 양적증가를 잘 말해준다 하겠다.¹³⁾ 물적 기부의 양적 증가뿐만 아니라 사회공헌활동의 유형 역시 점차 다양해지고 있다. 초기 사회공헌활동 형태인 일시적, 자선적 기부에서 벗어나면서 현재는 정기적, 제도적 기부의 방향으로 그 특징이 변하고 있고 동시에 그 형태가 물적 기부, 즉 현금 및 현물 기부(기술지원 및 시설제공 포함)와 자원봉사 등 점차 다양해지고 있다. 더욱이 시민사회조직(civil social organization)과의 다양한 유형과 파트너십 형성, 기업의 일방적이고 자의적인 사회공헌 활동에서 벗어나

11) OECD Factbook(2010) : Economic, Environmental and Social Statistics에서 한국은 OECD 국가 중 공공사회복지 지출이 GDP대비 6.9%(2005)로 가장 낮은 것으로 나타났다. 공공사회복지 지출이 가장 많은 스웨덴(GDP대비 29.4%)과는 4배정도의 차이가 난다.

12) 조대엽(2007) 「공공성의 재구성: 기업의 시민성」 조대엽 외 『21세기 한국의 기업과 시민사회』 굿인포메이션, pp.99-126

13) 시사저널. 2008년 1월 2일자(950호)

국가와 지역사회 단위의 다양한 시민사회조직과의 협력적 사회공헌활동까지 포함하기에 이르렀다.¹⁴⁾

3. 연구방법

본 연구에서는 앞서 논의된 기업의 사회적 책임에 대해 검증해 보고자 한다. 실제 기업들이 어느 정도 사회공헌활동에 참여하고 있으며, 어떤 분야에, 어떤 방법으로 참여하고 있는지에 대한 심층적인 연구가 부족한 현실이다. 따라서 이를 살펴보기 위해서 본 연구에서는 한국과 일본기업의 사회공헌활동에 대해 분석하고, 비교해 보고자 한다.

한국기업과 일본기업의 사회공헌활동 실천 내용에 있어서 차이가 있을 것이라 생각되는데, 시대적 상황에 따라서 기업의 사회공헌활동이 어떻게 변화되었는지를 파악하고, 최근 사회공헌활동의 현황 및 추이에 대해 네 가지로 구분해서 보고자 한다. 첫째, 사회공헌활동의 집행액의 추이는 어떠한가, 총 집행액에서 직접운영 프로그램의 비율은 어느 정도인지 확인한다. 둘째, 사회공헌활동의 분야별 참여현황을 통해 각국의 사회공헌활동의 흐름을 분석한다. 셋째, 사회공헌활동 참여형태의 차이를 파악한다. 넷째, 기업 내의 사회공헌활동과 관련된 시스템은 어떻게 구성되었는지를 파악한다.

위와 같은 비교연구의 목적과 논제를 중심으로 한국과 일본 기업들의 사회적 책임 및 사회공헌활동을 비교 연구하기 위해서 본 연구에서 사용한 방법은 2차 자료를 통한 문헌조사연구이다. 우선 한국과 일본 기업의 사회공헌활동의 현황을 분석하기 위하여 한국 기업의 사회공헌활동에 관한 자료의 경우 전국경제인연합회에서 매년으로 발간되고 있는 기업 및 기업재단 사회공헌 백서 「2010. 기업·기업재단 사회공헌 백서」(2011)의 220개(응답률 44.0%)분석을 통해 기업의 사회공헌활동의 추이를 살펴보고, 일본 기업 사회공헌활동의 경우 2010년 일본경제인단체연합회(이하 경단련)에서 경단련 회원기업 중 2011년 조사에 응답한 425개(응답률 32.6%) 법인회원을 대상으로 실시한 조사 결과를 활용하였다. 분석방법은 우선 한국과 일본의 현황자료를 분석틀에 의해 기업의 사회공헌에 대해 기술하고, 후반부에 이 내용을 통해 한국과 일본 기업에 대해 종합적인 비교를 하였다.

14) 김경희(2007) 「여성운동과 기업의 파트너십-한국여성재단의 사례」조대엽 외『21세기 한국의 기업과 시민사회』굿인포메이션. pp.133-158

4. 연구결과

4.1 한국과 일본 기업의 사회공헌활동 지출현황

사회공헌비용 총 지출규모는 2조 8,735억 500만원 규모로 평균 130억 6,100만원 사회공헌 지출비용과 매출액 대비 사회공헌 지출배율은 전년대비 0.01% 소폭 상승했다. 글로벌 금융위기 이후 매출액 대비 기업사회공헌 지출비용은 지속적 증가추세를 보이고 있다.

반면 경상이익대비 사회공헌 지출 전년대비 감소추세를 보이고 있다. 다음 표 1은 한국과 일본의 사회공헌활동지출 전년대비 비율을 나타내고 있다. 한국과 일본의 엔화대 원화의 비율과 총 금액의 단순비교는 사회공헌활동에 특별한 의미를 가지고 있지 않으므로 기업공헌 활동의 전년대비 지출비율을 비교해 보았다. 2010년 응답 기업들의 경상이익 대비 사회공헌활동 지출은 3.2%를 기록하여, 2009년 4.8%에 비해 감소한 것으로 나타났다. 이는 글로벌 금융위기 이후 세계경기 회복에 따른 수출증가와 함께 기업들의 원가절감 노력으로 매출액 대비 영업이익률이 크게 상승했기 때문인 것으로 분석된다.

표 1. 한국과 일본의 경상이익대비 사회공헌활동지출 전년대비 비율

전년도 대비 증가율(%)	'05년도	'06년도	'07년도	'08년도	'09년도	'10년도
일본	0.9% 증	28.2% 증	3.1% 증	0.6% 감	5.2% 감	12.7% 감
한국	0.1% 증	0.7%증	0.2% 감	1.5% 증	0.8% 증	0.4% 감

4.2 한국과 일본 기업의 사회공헌활동 기부유형과 분야별 현황

일본 기업의 기부형태별 기부내역을 보면, 금전형태로 지출한 기부금이 '2010년에는 총 기부의 79.7%를 차지하였으며, '09년에 비해 10.7% 감소한 것으로 나타났다. 현물기부의 경우 반면 자율 프로그램에 대한 지출 비율은 2.1%에서 동일한 것으로 나타났으며, 시설개방의 경우 5.1%로 0.1% 감소, 사원들의 자원봉사활동 또한 7.7%에서 0.4% 감소한 7.3%로 나타났다.

한편 한국 기업의 경우 기부형태별 기부내역을 보면, 금전형태로 지출한 기부금이 '10년에는 총 기부의 96.85%, '09년 전년대비 1.9% 증가하여 절대적으로 높은 비중을 차지하고 있는데, 이는 한국의 경우 실제 금전형태의 기부가 가장 많이 차지하고 있기도 하지만 자원봉사 및

현물기부에 대해서는 기업들이 나름대로 참여하고 있으나 많은 경우 이에 대한 금액환산이 이루어지지 않고 있기 때문이다.

기업 시설개방영역 부문이 일본에 비해 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 이는 한국 기업의 사회공헌활동이 기업 개방적 프로그램 운영보다는 외부기관과의 연계를 통한 봉사활동 중심의 공헌활동 양상을 추측할 수 있다. 현재 임직원이 참여하고 있는 봉사활동거리의 대부분은 기업 외부의 지역 사회복지기관과의 연계를 통해 기관에서 또는 지역 대상자에게 직접 서비스를 제공하는 것에 국한되어 참여가 이뤄지고 있다. 이와 같은 외부연계기관과의 활동 중심, 특히 비영리 조직인 사회복지기관과의 파트너십의 중요성이 제기 된다. 또한 임직원 참가형 기부에 대한 참여는 100%로 조사되어 기업 사회공헌활동에 대한 임직원관심과 참여가 지속적으로 증가하고 있음을 시사한다.

표 2. 한국과 일본의 사회공헌활동 기부유형 다중응답분석 결과

기부유형	일본		한국	
	2010년도	전년대비	2010년도	전년대비
현금기부	97.5	0.8감	100	1.9증
현물기부	41.5	0.6증	61.4	2.1 감
시설개방	36.1	1.8감	32.1	7.2증
직원참여 임직원 참가	43.7	1.7감	100	0.6증

일본기업의 사회공헌에 대한 분야별 활동 내용은 다음과 같이 정의되고 있다¹⁵⁾.

첫째, 사회복지분야의 경우 사회적 약자의 자립 지원, 사회참여 촉진, 장애요인제거 및 대처방안 제시를 의미한다. 둘째 건강·의학·스포츠 영역으로 연구활동에 대한 기부, 환자나 투병을 지지하는 가족에 대한 케어, 건강증진으로 이어지는 활동, 해외 역병근절지원, 각종 스포츠 활동 기금의 지원 또는 청소년 선수육성에 대한 협력 등으로 규정하고 있다. 셋째, 학술연구장학금 사업이다. 넷째, 교육·사회교육 분야로 교재만들기, 학교에 교사 파견, 기업시설견학의 수용 등이 해당된다. 다섯째, 문화·예술분야로 협찬과 기부, 예술가와 시민의 교류 촉진 등이 포함된다. 여섯째, 환경 영역으로 청소와 나무심기 등의 지역환경 보전, 생물 다양성의 보호, 환경학습, 사업활동에 의해 강화된 기술을 살린 환경개선활동 등을 의미한다. 일곱째 지역활동으로서 지역주민 활동에 참가하고 협찬, 시설 개방, 지역 주민을 초대한 이벤트의

15) 일본의 경단연 기업행동헌장실행지침 제6판에서 참조

개최, 사적·전통문화의 보존 등을 의미한다. 여덟째, 국제교류 협력으로 청소년 교류 사업, 난민지원, 감염증 박멸, 평화구축, 개발도상국에 대한 사회개발 등이 해당된다. 아홉째, 재해피해지 지원항목으로 피해자에게 직접 분배되어지는 후원금의 출자, 현지에서 활동하는 재해봉사자의 활동 지원 등이다. 열째, 방재마을 조성지원·방법 사업으로 물자시설 제공에 대한 지역과의 협정체결과 지역 재해훈련에 대한 협력, 지역 방법 활동에의 참가협력 등이 포함된다. 열한번째, 인권, 휴먼 시큐리티로 인권에 대한 의식 계발, 장벽 제거 사회를 만들기 위한 교재제공 등이 해당된다. 열두번째로 NPO·NGO의 기반 형성 항목이다. 이는 ICT를 활용한 조직관리, 매력적인 홍보 방법의 노하우 제공 등을 의미한다. 열세번째 채용창출 및 기능개발, 노동지원 항목으로 빈국의 완화와 경제개발을 위한 기술 습득·실습의 프로그램 실시 등이 포함된다.

한국과 일본 기업의 사회공헌활동에 있어서 어떤 분야에 지원을 하고 있는지를 알아보기 위해 분야별 지출비율을 살펴보았다. 다음 표 4는 총 15개 분야의 각 나라의 사회공헌활동 지출 분야이다. 항목면에서 한국은 일본보다 6개 분야가 적은 9개 항목에 출현되고 있는 것으로 나타났다. 이러한 이유는 한국의 경우 일본의 지출분야에서 분리한 항목들이 합쳐지기 때문이다. 일본에서 지역사회의 활동의 경우는 한국에서는 사회복지분야로, 전통문화보전은 일부 문화·예술분야로 포괄적으로 구성되어 있기 때문이다. 방재마을 조성지원의 경우 기업의 정기적 사회공헌분야라기 보다는 범국가적 차원의 국민성금과 국민참여의 접근으로 진행이 되고 있어 실제 이뤄지기는 하지만, 카운트 되지 못하고 있는 실정이기도 하다. 예를 들자면 태안반도 석유유출사고, 구제역과동 등이 그 예가 될 수 있다. 실제 이를 위해서 많은 기업들이 공식적·비공식적 봉사활동참여와 지원을 제공하였으나 사회공헌활동의 영역으로 포함되지 못했다. 그 외의 세 가지 항목인 인권, 휴먼시큐리티, NPO 기반 형성, 채용창출 및 기능개발·노동지원의 경우는 앞으로 보다 적극적 관심과 개발 분야로 볼 수 있을 것이다. 실제 한국 기업 사회공헌활동 중 다문화, 사회적기업 등과 같은 일부 유사사업들이 진행되고 있으나 초기 진행중인 이유로 이에 대한 정확한 데이터 자료수집 및 축적이 이뤄지지 않고 있기도 하다.

지출분야에 있어서 일본의 경우 가장 많은 지원을 하고 있는 분야는 교육, 사회교육 분야와 학술, 연구 분야로 전년대비 각각 0.2% 감소, 2% 증가하여 1, 2 순위를 차지하고 있다. 그 다음으로 환경, 문화 및 예술, 건강·의학·스포츠 분야로 나타났다. 반면 한국의 경우 분야별 기부현황에 대해 응답한 기업들을 대상으로 살펴본 결과, 2010년의 경우 사회복지분야가 38.9%로 가장 높게 나타났으며 교육·학교·학술연구가 21.3%로 둘째 순위를 보였으며, 기타부분이 17.0%, 문화·예술이 10.9% 국제구호활동이 8.2%의 순으로 나타났다.

표 3. 한국과 일본의 분야별지출비율

분야별 지출비율(일본/한국항목)	일본		한국	
	'10년도	전년비교	'10년도	전년비교
1. 사회복지	4.9	0.4감	38.9	15.0감
2. 건강·의학·스포츠/ 의료보전	11.4	1.3감	0.4	5.5감
3. 학술·연구/교육, 학교, 학술연구	16.8	2.0증	21.3	4.2감
4. 교육·사회교육/교육, 학교, 학술	18.7	0.2감	21.3	4.2감
5. 문화·예술/문화 예술 및 체육	12.6	1.0증	10.9	2.2증
6. 환경/ 환경보전	13.9	1.5증	1.6	0.9감
7. 지역사회의 활동· 전통문화보전	8.4	2.5감	-	-
8. 국제교류/국제구조활동	2.1	0.9감	8.2	7.7증
9. 재해피해지원/응급 및 재난구호	1.4	0.9감	0.5	0.4증
10. 방재마을 조성지원·방법	0.3	0.1증	-	-
11. 인권·휴먼시큐리티	0.2	0.1증	-	-
12. NPO 기반형성	1.0	0.5증	-	-
13. 채용창출 및 기능개발·노동지원	0.5	0.1증	-	-
14. 정치기부	0.8	0.1감	-	-
15. 기타	7.1	1.1증	17.0	14.1증

우리 기업은 환경이나 유적·전통문화 보전 등 새로운 사회공헌 영역보다는 사회복지와 교육 등 기존에 중요하게 여겨왔던 분야에 여전히 집중적 기부가 유지되고 있는 것으로 나타났다. 사회복지분야에 대해서 가장 많은 비율로 나타난 것은 글로벌 금융위기 이후 더욱 힘들어진 저소득층 지원에 대한 기업의 수요가 증가했기 때문이라고 판단된다. 아울러 미소금융 등 서민경제 활성화를 위한 기업단위의 현금지원이 증가한 것도 중요한 원인으로 볼 수 있다. 이에 반하여 채용창출 및 기능개발, 노동지원 등을 사회공헌활동으로 간주하기보다는 정부주도의 공공영역의 사업으로 인식하는 우리의 경제사회적 인식에서 비롯된다고 볼 수 있다.

하지만 2009년에 비해서 사회복지와 교육분야로 집중투자되었던 것이 각각 15.0%와 4.2% 감소하였으며 다양한 분야로 점차적으로 확대되고 있는 실정이다. 대표적으로 국제구조활동 영역이 상대적으로 높은 증가세를 보이고 있다. 이는 2010년 발생한 다수의 국제적 재난재해에 대한 피해복구 지원성금이 증가했기 때문으로 파악된다. 일본과의 비교항목에는 포함되어 있지 않지만 농촌지원활동에 대한 기부금이 크게 증가하였다. 이는 국내에서 발생한 구제역 파동으로 막대한 피해를 입은 축산 농가를 위한 기업들의 지원으로 파악될 수 있다.

일본의 시대적 흐름에서 나타난 것처럼 우리 기업도 한 분야의 집중지원에서 벗어나 다양한 분야에 대한 지원이 이뤄질 것이라 기대된다. 이를 위해서는 기업 CEO 및 임직원들의 의식변화가 요청된다. 이와 함께 자선활동에 국한된 프로그램에 참여뿐만 아니라, 기업의 기반이 되는 지역의 특성을 살릴 수 있는 프로그램을 직접 개발 운영하는 노력들도 시도되어야 할 것이다. 또한 비영리 단체들 역시 단순 기업을 자원동원을 위한 자원처로서 만이 아니라 함께 발전 상생할 수 있는 지속가능한 파트너로서 인식하고 기업이 더 다양한 분야에 관심을 가질 수 있도록 지원이 필요한 각 분야에 대한 정보를 제공하는 등의 노력을 기울여야 할 것이다.

4.3 한국과 일본 기업의 사회공헌활동 지원시스템 현황

2010년 사회공헌활동 추진을 위한 사내제도 정비비율을 살펴보면, 65%이상이 관련제도의 도입 및 정비를 완료한 것으로 나타났다. 사내제도 정비는 2002년부터 급속히 성장한 것으로 나타났다. 한국의 응답기업 중 사회공헌 전담부서 설치가 가장 높이 정비된 제도로 95.0% 나타났으며, 일본의 경우 사회공헌에 관련한 기본적 방침을 법률화 한 것이 가장 높은 응답순위로 68.0%를 차지하고 있다. 한국과 일본의 가장 큰 격차를 보이는 항목으로는 예산제도의 도입으로 39.9%의 격차를 보이고 있다. 수치적인 측면에서 한국의 사내제도 정비의 높게 나타나고 있으나, 실제 사회공헌활동을 위한 다양한 측면의 지원에 있어서는 일본이 보다 합리적 체계를 갖추고 있는 것으로 나타나고 있다. 한국에는 마련되어 있지 않는 사업소마다의 사회공헌담당, 금액환산규칙 등을 정비하고 있는 상황이다.

표 4. 한국과 일본의 사회공헌활동실시를 위한 사내제도 정비현황 (다중응답분석 %)

일본의 사내제도/한국의 유사사내제도	일본	한국
1. 사회공헌에 관련한 기본적인 방침을 법률화 한국 경영방침에 명문화	68.0	81.9
2. 사회공헌담당임원 임명 사회공헌 추진관련 사내위원회 등 설치	58.0	65.8
3. 전문부서 또는 사회공헌담당 설치 전담 또는 담당자의 구성	64.0	95.0
4. 사업소마다 사회공헌담당 설치 없음	26.0	-
5. 전사적 추진조직 설치 전사적봉사조직 설치	42.0	86.3
6. 외부전문가를 포함한 조직 설치 전담자의 전문성 제고 프로그램	7.0	69.3
7. 예산제도의 도입 사회공헌활동에 대한 예산제도	50.0	89.9
8. 금액환산 규칙 설정 없음	19.0	-
9. 기타 기타제도의 도입	4.0	36.2

각 기업마다 봉사활동의 금액환산 규칙에 대한 제도도입은 일본이 응답기업의 19.0%로 나타났으나, 우리나라에서는 아직 없는 것으로 나타났다. 또한 사업소마다 사회공헌담당 설치 항목에는 일본이 26.0%, 우리나라의 경우 응답항목 자체가 없었다. 그러나 실제 우리나라 기업의 경우 그 지사의 규모에 따라서 사회공헌 담당을 두는 경우가 많다.

다음 표 5는 우리나라 기업의 사회공헌관련 재단을 가진 기업들의 응답에 대한 추가적 이차 자료분석의 결과이다. 명문시기와 전담시기 모두 2006년에서 2010년 사이의 응답률이 가장 높게 나타나고 있다. 각각 응답기업의 55.10%와 52.6%로 나타났다. 한국의 경우 2006년에서 이후 사회공헌활동이 정착화 된 것으로 볼 수 있다. 그리고 전담구성인력으로는 평균 3.63(sd=2.86)으로 분석되었다. 전담구성인력이 가장 많은 기업은 12명까지 두고 있는 것으로 나타났다.

표 5 기업·기업재단 사회공헌 주요제도

문항	대상	빈도(%)
명문시기	1995년 이전	6(7.70)
	1996년 ~ 2005년	26(33.30)
	2006년 ~ 2010년	43(55.10)
	2011년 이후	3(3.80)
전담시기	1995년 이전	1(1.30)
	1996년 ~ 2005년	33(42.30)
	2006년 ~ 2010년	41(52.60)
	2011년 이후	3(3.80)
전담구성 평균(표준편차), 최소값, 최대값	3.63(2.86), 1, 12	

다음 표 6은 전담 교육시기에서는 ‘2006년 ~ 2010년’의 항목에서 가장 높은 응답률을 차지하고 있으며 그에 대한 빈도는 23(11.40%)이 가장 빨리 시작한 시기를 의미하는 최소값은 1984년으로 나타나고 있다. 교육명은 총 4개의 항목으로 분류되고 있는데 가장 높은 응답률을 차지하는 것은 ‘외부교육’으로 빈도는 55(59.80%)를 나타내고 있다.

표 6 기업·기업재단 전담인력과 교육

문항	대상	빈도(%)
전담교육시기	1995년 이전	2(6.10)
	1996년 ~ 2005년	7(3.50)
	2006년 ~ 2010년	23(11.40)
	2011년 이후	1(0.50)
평균(표준편차) / 최소값, 최대값	2.70(.64)/1984, 2011	
교육명	기업사회	5(5.40)
	외부교육	55(59.80)
	내부교육	21(22.80)
	기타	11(12.00)

다음 표 7은 한국과 일본기업의 사원참여를 위한 지원제도의 도입현황이다. 사원참여를 위한 지원제도 역시 한국의 경우 약 60%이상 도입 정비된 것으로 나타나고 있다.

표 7. 한국과 일본 기업의 사원참여를 위한 지원제도 도입현황 (다중응답분석 %)

일본의 사원 사회공헌활동 지원 한국의 사원 사회공헌활동 지원	일본	한국
1. 봉사활동 휴직제도 /휴가제도	20.0	60.9
2. 청년해외협력대 참가휴가제도	21.0	
3. 봉사활동 휴가제도	48.0	
4. 봉사활동 표창제도	20.0	66.5
5. 봉사활동자 등록제도	13.0	65.0
6. 봉사 연구제도/교육프로그램	5.0	58.4
7. 퇴직자 봉사활동 지원제도	5.0	
8. 매칭기프트 자금 지원제도	23.0	78.4
9. 지역 공헌활동 촉진운동	46.0	78.4
10. 기타	6.0	64.0

한국의 경우 가장 높은 응답률을 보이고 있는 것은 매칭 기프트 제도로서 78.4%로 지역사회 공헌활동 촉진과 동일한 비율로 동일 일순위로 나타나고 있다. 일본과 비교하여 퇴직자 봉사활동 지원제도는 아직까지 전무한 것으로 나타나 차이를 보이고 있다. 일본의 경우 가장 높은 비율을 차지하는 것으로 봉사활동 휴가제도로 48.0%로 나타나고 있다.

다음 표 8에서는 기업·기업재단 사회봉사활동 봉사조직을 나타내고 있다. 봉사유무는 ‘유’가 높은 응답률을 차지하고 있는데 빈도는 137(68.20%)를 나타내고 있고, 봉사시기는 총 4개의 항목으로 분류되어 있는데 가장 높은 응답률을 차지하는 것은 ‘1996년 ~ 2005년’으로 빈도는 52(48.10%)를 나타내고 평균은 2.53, 표준편차는 .62, 최소값은 1994, 최대값은 2011을 나타내고 있다. 봉사단장은 총 7개의 직책으로 나뉘어져 있는데 ‘기타’가 가장 높은 응답률로 빈도는 68(60.2%)를 나타내고 있다. 봉사조직수는 평균 72.84, 표준편차 405.17, 최소값 1, 최대값 3751을 나타내고 있다.

표 8. 기업·기업재단 사회봉사활동 촉진제도 (봉사조직)

문 항	대 상	빈 도(%)
봉사시기	1995년 이전	2(1.90)
	1996년 ~ 2005년	52(48.10)
	2006년 ~ 2010년	49(45.40)
	2011년 이후	5(4.60)
봉사단장	회장	4(3.5)
	사장	17(15.0)
	이사	11(9.7)

	부장	3(2.7)
	은행장	5(4.4)
	상무	5(4.4)
	기타	68(60.2)
봉사조직수 평균(표준편차), 최소값, 최대값	72.84(405.17), 1, 3751	

이처럼 기업의 사회봉사활동에 대한 관심과 참여가 지속적으로 증가하는 이유는 기업사회 봉사활동이 나눔을 실천하여 기업의 이미지를 제공할 수 있다는 외부적 효과뿐만 아니라 임직원 소통 강화 및 역량 개발에도 도움이 되기 때문으로 추측 할 수 있다.

5. 결론

한국 기업 사회공헌활동은 일본과의 상대적인 비교에서 사회복지적 자선활동에 집중되고 있는 것으로 나타났다. 이러한 이유는 기업의 사회공헌활동이란 것이 기업자체의 노력과 함께 지역사회와 기업내부 및 법적·제도적 균형발전이 필요함에도 불구하고 그러한 상황이 제대로 이뤄지지 못하고 있기 때문이라고 해석할 수 있다. 아직까지 한국 기업의 사회공헌활동은 2차 추가 자료분석 에서 나타났듯이 양적·질적 측면에 있어서 지속적인 성장의 모습을 보이고 있으나 동시에 함께 발전해야하는 다른 두 가지 영역의 발전양상이 일본에 비해 상대적으로 적극성과 다양성 면에서 낮게 나타나고 있다.

실제 지역사회에서 이와같이 대상측면이 아니라 지역사회의 변화 즉 커뮤니티 임팩트의 중요성에 대한 관심을 갖게 된 것이 불과 10여년이 되지 않는 상황이며 정책적 차원의 패러다임 전환 역시 마찬가지이다. 이러한 현 상황에서 이미 지역사회에서 빈곤과 심리사회적 결핍대상자들에 대한 서비스로 자리매김하고 있는 복지기관들과의 기업 사회공헌활동의 지속적 연계는 너무나 자연스러운 현상이라고 보여진다.

연구결과 요약은 다음과 같다. 첫째, 한국과 일본기업의 사회공헌활동 2009년과 2010년도의 경향은 다소 감소되는 것으로 나타났다. 이전의 지속적인 성장세가 있었음에도 2010년 글로벌 경제위기로 인해서 두 나라 모두 기업의 사회적 책임인 사회공헌활동에 대한 지출비용이 전년에 비해 상대적으로 감소한 것으로 나타났다.

둘째, 한국과 일본기업의 사회공헌활동 기부유형으로 현금기부가 가장 높은 것으로 나타났

다 분야별 지출비율로 일본의 경우 교육과 사회교육의 비율이 가장 높은 것으로 한국의 경우 38.99%의 집중적인 사회복지분야의 투자를 보여주고 있다. 사회공헌활동 분야에 있어서 일본의 경우 다양한 영역에 대한 전반적 지원이 이뤄지고 있는 반면 한국은 아직도 다양한 영역을 감당하기 보다는 사회복지분야에 집중적으로 투자되고 있다. 앞으로 기업의 사회공헌영역 확대추세와 발맞추어 기업재단의 사업영역 또한 다양화 될 것으로 보인다.

셋째, 한국과 일본기업의 사회공헌활동 지원시스템 현황으로 두 국가 모두 사회공헌활동 추진을 위한 사내제도 정비노력이 꾸준히 지속되고 있는 것으로 볼 수 있다. 또한 전사차원의 봉사조직 도입과 인센티브제도등이 꾸준히 마련되고 있는 것으로 나타나고 있다.

본 연구는 일본과의 절대적 비교에 초점을 두고자 한 것이 아니라, 비슷한 지정학적 위치에 기업의 발달과정과 역사적 흐름을 함께 하고 있는 양국의 상대적 비교를 통해서 우리의 사회공헌활동의 위치와 이를 전제로 앞으로의 발전방향을 모색하고자 진행되었다. 연구결과를 통해서 제시하고자 하는 제언은 우리나라의 사회공헌분야의 사회복지투자 집중의 효과성을 극대화하기 위해서는 서로간의 이해와 정보교류 등을 전제로 하는 파트너십 구축이 무엇보다도 절대적으로 요청된다고 볼 수 있다. 둘째는 기업내 사회공헌활동의 지속적인 지원으로 일정 수준의 지원시스템이 갖춰진 것은 사실이나, 보다 자원가로서 참여하는 직원들의 욕구와 이에 대한 전문적 피드백 등이 적극적으로 이뤄져야 할 것이다. 회사의 또 다른 일로서 어쩔 수 없이 참여하는 것이 아니라, 참여를 통해서 개개인의 구성원이 역량을 증진시키고 회사에 대한 소속감을 확실하게 가질 수 있는 공동체 의식의 향상의 성과를 가질 수 있는 기회로 구성될 수 있도록 고려되어야 할 것이다. 또한 기업역시 이러한 성과를 가질 수 있도록 합리적인 계획들과 업무분장, 전담인력의 전문성 확보 등의 노력도 동시에 추구해야 할 것이다. 셋째, 기업과 지역사회의 역할 이외에도 정부의 제도적 노력등도 요청된다. 물론 그간의 물품과 시간기부 등에 대한 인센티브제도등이 마련되어 왔으나 영리목적으로 기업에 보다 적극적으로 참여 할 수 있는 세금혜택의 범위와 종류를 확대해야 할 것이다.

본 연구는 기업의 사회적 책임으로서 사회공헌활동에 대해 한국과 일본을 살펴보았다. 문헌연구와 2차 자료분석 이라는 방법론상의 한계와 한국과 일본의 사회경제적인 맥락을 다루지 못했다는 한계를 가지지만 우리나라 기업의 사회공헌활동이 국제적 비교를 통해서 어떤 수준인지를 살펴보았다는 점에서 의미를 둘 수 있다. 하지만 앞으로 이 분야에 대해서 정치·경제·사회·문화 등 다양한 맥락의 전개를 고려할 수 있는 종단적 조사방법을 적용한 연구가 수행될 필요가 있다. 그리고 추가적으로 우리나라의 경우 사회복지영역에 집중적인 사회공헌 투자현상이 있다. 이를 긍정적 작용으로 이끌어 내기 위해서라도 기업의 사회공헌과 비영리 기관인 사회복지 기관들 간의 파트너십에 대한 연구가 필수적으로 수행이 필요할 것이다.

【参考文献】

김경희(2007) 「여성운동과 기업의 파트너십-한국여성재단의 사례」조대엽 외『21세기 한국의 기업과 시민사회』굿인포메이션. pp.133-158

박경수(2009) 「사회복지분야의 기업 사회공헌활동에 대한 사회복지사의 주관적 인식 유형 연구」『한국사회복지학』61(4), pp.109-136

시사저널(2008) 1월 2일자(950호)

신지숙(2009) 「사회공헌활동을 통한 삼성의 사회적 책임활동에 대한 사적 고찰」『경영사학』24(2), pp.9-43

이한준-정무성(2005) 「기업사회공헌에 관한 소비자 인식」『한국비영리연구』4(2), pp.101-154

전국경제인연합회(2010) 『기업. 기업재단 사회공헌 백서』

조대엽(2007) 「공공성의 재구성과 기업의 시민성」조대엽 외『21세기 한국의 기업과 시민사회』 굿인포메이션, pp.99-126

Covey, J., and L. D. Brown(2001) 「Critical cooperation: an alternative from of civilsociety-business engagement, Report No 17(1). Boston『Institute forDevelopment Research』p, 101

Newell, P., and J. G. Frynas(2007) 「Beyond CSR? Business, poverty and social justice: an introduction」『Third World Quarterly』28(4), pp.669-681

OECD Factbook(2010) 『Economic. Environmental and Social Statistics』

加賀田和弘(2006) 「企業の社会的責任(CSR)－その歴史的展開と今日的課題－」関西学院大学『KGPS review:Kwansei Gakuin policy studies review』7, p.47

梅澤正(2000) 『企業と社会：社会学からのアプローチ』京都:ミネルヴァ出版, p.261

葉山彩蘭(2008) 『企業市民モデルの構築』東京:白桃書房, p.54

森本三男(1994) 『企業社会的責任の 経営学的研究』東京:白桃書房, p.80

논문투고일 : 2012년 03월 10일
 심사개시일 : 2012년 03월 20일
 1차 수정일 : 2012년 04월 10일
 2차 수정일 : 2012년 04월 16일
 게재확정일 : 2012년 04월 20일

 < 要 旨 >

한국과 일본 기업의 사회공헌활동에 관한 연구

본 연구는 사회적 책임으로서 강조되고 있는 기업의 사회공헌활동 민간비영리 사회복지조직의 자원동원에 주요한 역할을 하고 있는 것으로 보고 있다. 이에 한국과 일본 두 나라의 2009년과 2010년의 사회공헌활동 현황분석을 통해서 한국 기업이 가져야 할 시사점을 획득하고자 하는 목적으로 진행되었다.

연구는 크게 세 가지 영역으로 진행되었다. 첫째는 두 나라의 사회공헌활동 지출액이다. 2010년 글로벌위기로 감소세를 보이고 있으나 크게 변화사항은 없으며 2005년 이후 꾸준한 추세를 보이고 있다. 둘째, 기업의 사회공헌활동의 유형과 분야로서 현금기부유형이 가장 많으며, 일본의 경우 교육 분야가 한국의 경우 사회복지분야가 가장 높은 응답률을 나타냈다. 셋째, 기업의 지원체계로서 두 나라 모두 꾸준히 체제정비를 준비하고 있는 것으로 나타났으며 넷째는 전사적 사회봉사 활동이 진행되고 있는 것으로 나타났다. 이를 위해 봉사활동을 위한 등록, 휴가, 휴직제도등 일본은 그 체제정비 수준은 한국에 비해서 낮게 나타났지만, 보다 실질적 다양성 측면을 갖춘 것으로 나타났다.

이와 같은 연구결과를 통해서 한국의 기업은 앞으로 더욱더 사회적 책임으로서 사회공헌활동에 장 단기적 계획을 통해서 전략적으로 진행하여야 할 것이다. 또한 기업의 사회공헌활동 활성화를 위해서는 봉사대상영역의 다양화 그리고 참여자들에 대한 인센티브시스템 등의 기업의 적극적지지, 정부의 법적·제도적 지원과 책임이 뒤따라야 할 것이다.

The Social Contribution Activities of Korean and Japanese Enterprises

The procurement of social welfare resources can be one of the most important parts to solve increasing demand of welfare system. This study proceeded that Korean enterprises obtain suggestive point by analysing both of the countries activities.

There are three parts to compare social contribution activities of Korean enterprises with Japanese enterprises of them. Most of all The sum of cash related two countries's activities has been constantly increasing from 2005 to overcome global finance crisis. Secondly, The most popular type of contribution activities is cash donation and the main field are social welfare in korean enterprises and educational system in japan. Thirdly, Both of country consecutively prepared for their support systems. The finally Both of country also try to participate in volunteering.

As a result of this study korean enterprises try to do best in order to prepare for their long term plan and to make a incentive systems for their participator and to increase partnership with social welfare field and organization. The government is also responsible to make low and institution which is related to social contribution activities.