

지속가능 경영을 위한 기업전략



이 재 현

환경부 환경경제과장

- 한양대학원(산업대학원)
- 기술고등고시 23회 합격('88)
- 환경부 교통공해과장('97-'00)
- UNEP 근무('00.6-'03.6)
- 환경부 환경경제과장('03.7-)

I. 21세기 새로운 패러다임 : Sustainable Development

지난 20세기 인류는 눈부신 과학기술혁명에 의해 사상 유래없는 물질적 풍요를 누렸지만, 자원의 고갈

과 자연훼손, 환경오염의 심화 등 엄청난 반대급부를 치루었다. 이에 대한 반성으로 1987년 "세계환경개발 위원회(WCED)"의 보고서에서 「지속가능한 발전」이라는 새로운 패러다임이 제시되었으며, 1992년 "유엔 환경개발회의(UNCED)"의 '리우선언', 2002년 "지속가능발전 세계정상회의(WSSD)" 등을 거쳐 구체적인 실천방안이 마련되었다. "미래세대가 그들의 필요를 충족시킬 능력을 손상시키지 않으면서, 현세대의 필요를 충족시키는 것"으로 정의되고 있는 「지속가능한 발전」이라는 개념은 이렇게 하여 21세기 인류 미래를 담보하는 패러다임으로서 반드시 구현되어야 할 숙명적인 과제가 되었다.

II. 기업경영 여건의 변화

지속가능발전의 이행을 위한 노력은 모든 부문에 걸쳐 경주되고 있다. 국제적으로는 220여개의 환경협약이 체결되고 있고, 실제로 무역통상 부문에서도 선진국은 지속가능발전의 구현을 명분으로 수입품에 대한 다각적인 환경성 검증을 강화하는 추세이다.

도하개발아젠다(DDA)의 협상과정에서는 예를 들면 '환경상품'에 대해서는 일반상품보다 낮은 관세를 부과하거나 또는 무관세로 하자는 논의가 전개되면서, 환경선진국은 에너지 절약상품 등을 '환경상품'의 범

주에 포함하자는 주장을 펴고 있다. 또한, 유럽연합(EU)에서는 각종 지침을 제정하여 제품생산자로 하여금 폐기물을 일정비용 회수·재활용하도록 하고, 납·수은·카드뮴 등 유해물질을 사용한 제품은 아예 수출, 판매조차 하지 못하도록 하고 있다. 또한 세계산업경제의 일대충격으로 다가올 것으로 예견되는 기후변화협약을 중심으로 국제환경협약은 기존의 경제활동을 더욱 조여올 것으로 예상된다.

이러한 환경기준 설정을 통한 무역장벽은, 그 당위성과 명분에도 불구하고, '환경'이라는 변수에 의해 자연스럽게 개발도상국의 상품이 선진국의 시장접근에 제한을 주게 되고, 더욱이 이미 거대한 하나의 시장으로 연결된 21세기 상황에서 이런 변수가 기업경영에 미치는 충격은 클 수밖에 없다.

그리고 기업의 경영과 관련하여 기업의 사회적 책임론, 녹색형 금융시장, 소비자의 소비패턴의 변화 등 모든 부문에서 변화할 것을 압박하는 상황을 빚고 있다. 과거 기업은 이윤 추구가 가장 중요한 목표이었으나, 현재는 기업의 소비자에 대한 신뢰성, 환경보전 및 사회복지에의 기여 여부 등 기업의 사회적인 책임과 윤리경영이 강조되고 있다. 또한, 금융시장에서는 기업의 환경성과와 위험요인 등이 기업의 주요 가치요인으로 평가되는 경향을 보이고 있어 금융시장의 녹색화가 가시화되고 있으며, 환경의식 확산에 따른 녹색소비자층의 확대로 기업경영과 상품의 환경친화성이 구매 기준에서 주요 요소가 되고 있다.

이러한 새로운 변화는 기업으로 하여금 환경이슈에 대하여 더욱 진보적인 대응을 하도록 만들고 있으며, 이러한 요구에 대한 적절한 대응 여부가 기업의 경쟁력을 좌우할 수 있는 시대로 바뀌고 있다.

III. 정부와 기업의 대응노력

정부는 이러한 변화추세에 맞추어 사회 각 부문의 지속가능발전을 위한 정책적 노력을 기울이고 있고, 기업부문에서도 일부 선도적 노력이 가시화되고 있다.

환경부는 정책목표를 지속가능한 녹색국가의 건설

로 설정하고 이를 실현하기 위한 정책을 역점적으로 추진하고 있다. 특히, 기업의 환경친화적인 기업경영을 촉진하고 지속가능한 생산·소비체제를 구축하기 위한 다양한 시책을 마련하여 추진중이다.

기업의 자율적인 환경개선을 도모하기 위해 '환경친화기업 지정제', '자발적 환경협약제도'를 활성화하고, 정부와 산업계가 협력하여 '기업환경보고서', '환경원가회계' 및 '환경성과평가지표' 등 다양한 선진경영기법의 개발과 보급을 본격화하고 있다.

또한, 지속가능한 생산체제의 구축을 유도하기 위하여 '환경마크제', '환경성적표지 인증제' 등 환경라벨링 제도를 시행하고 있으며, 제품의 설계단계에서부터 환경성(環境性)을 고려할 수 있도록 에코디자인(DFE: Design for Environment)보급과 '친환경 원·부자재 공급망관리(Eco Supply Chain Management)' 구축사업 등을 지원하고 있다.

기업도 대기업을 중심으로 환경경영에 적극 나서고 있다. 최근 현대·기아자동차 등이 '글로벌 환경경영'을 선언하고, 137개 환경친화기업으로 구성된 전국환경친화기업협의회('00. 5월 설립)를 중심으로 공정개선과 청정기술개발, 환경경영기법 개발·보급 등 국내 기업의 환경경영을 선도하고 있는 것은 대표적인 사례이다. 2002년에는 전국경제인연합회 주도로 22개 대기업 최고경영자들이 참여하는 '지속가능발전기업협의회(KBCSD)'를 설립, 기업의 환경친화성을 제고하기 위한 공동의 자발적 노력을 기울이고 있어 환경경영 촉진의 앞날에 기대를 걸게 한다.

IV. 지속가능 경영을 위한 기업 전략

그러나 전반적으로 지속가능경영이 구현되기에는 상당한 기간이 걸릴 것으로 보인다. 정부로서는 단기적으로 나타날 가능성이 있는 기업경쟁력 약화를 보강하면서 중소기업까지 환경경영이 확산되도록 정책 지원을 해야 하는 것이 과제인데, 이들 대책이 결코 단순하지 않기 때문이다. 그리고 이들 시대변화에 따르는 환경압력에 능동적으로 대응하여 경쟁력 강화의

계기로 만드는 일에는 기업 스스로의 의식 전환과 특히 CEO의 강력한 실천의지가 뒷받침되지 않으면 안된다는 것도 환경경영 성공의 주요 변수라 할 것이다.

그렇다면, 21세기 선도적 기업이 갖추어야 할 '지속가능경영'의 새로운 좌표설정과 패러다임 전환을 위한 필수적인 대책은 어떤 것일까.

첫째, 기업경영의 투명성과 윤리성을 확보하여야 한다. 사회정의와 기업의 사회적 책임을 실현하는 차원에서 기업경영의 투명성과 윤리성을 확보하고, 종업원, 지역주민, 소비자 등 다양한 이해관계자들의 환경권, 안전·보건을 함께 고려하려는 노력이 요구된다.

둘째, '환경-경제 효율성 제고(Eco-Efficiency)'를 통해 기업가치를 제고하고 새로운 국제 무역환경질서에 적극 대응할 수 있는 경영전략을 수립해야 한다. 예컨대 개발도상국 산업부문의 에너지 효율이 매우 낮다는 취약성을 극복해야 하고, 자동차, 전자제품 등 유럽 연합으로 수출되는 대부분의 제품이 환경규제에 걸리고 있는 상황을 타개해야 한다.

셋째, 청정생산과 회수재활용 체제를 구축하여야 한다. 생산관리방식 개선, 환경친화적 생산기법 도입, 청정생산기술개발 등으로 사전에 오염물질 배출을 최소화하고, 폐자원의 회수와 재활용을 확대하여야 한다. 그러써 생산성 제고, 생산 소요 비용 절감을 이루어 경쟁력 제고가 가능하기 때문이다.

넷째, 제품과 서비스의 지속가능성 제고에 노력하여야 한다. 최근의 제품에 대한 환경규제 강화에 대응하기 위해서는 제품의 환경영향에 대한 전과정평가(LCA: Life Cycle Assessment), 에코디자인, 환경친화적인 공급망 구축 등 제품의 원료와 자재의 환경성을



전경련, 기업경영 성공사례 발표회

높이는 노력이 필요하다.

다섯째, 기업의 환경성적을 적절히 평가할 수 있는 체계를 갖추어야 한다. 환경보고서, 환경회계 등의 작성으로 환경성적을 관리·평가하고 지속적으로 보완 개선하여 최적 환경경영을 도출해 나가야

한다.

여섯째, 그린마케팅과 녹색구매를 활성화하여야 한다. 그린마케팅으로 환경친화제품 기업의 이미지를 창출하고, 환경친화적인 원료 사용, 청정생산기술에 의한 제품 개발, 환경상품 구매 등 생산과 소비를 연계해야 한다.

일곱째, 국내·외 환경변화에 능동적으로 대처하여야 한다. 새로이 적용되는 국제 환경협약이나 환경규제, 지속가능한 생산과 소비를 유도하기 위한 환경친화적 조세제도 도입, 자원순환형 사회체제 구축 등 국내 환경정책의 변화에 능동적으로 대처하고 이를 새로운 기회로 활용하는 전략이 필요하다.

21세기 인류사회는 일찍이 유례를 찾을 수 없는 사회변동의 물결을 타고 있다. 이 급변하는 변화의 소용돌이에서 그 변화에 적절히 대처하지 못한다면, 치열한 경쟁 속에서 살아남기가 힘들다. 기업도 결코 예외가 될 수 없을 뿐만 아니라 오히려 앞서가지 않고서는 경쟁력 대열에서 낙오되기가 십상이다. 자원의 효율적 운영으로 비용을 절감하고, 기업가치와 사회적 평가, 기업경쟁력을 높여 나가야 한다. 결코 쉬운 일은 아니지만, 세계적인 환경규제 강화 추세를 바로 읽고 그것을 '기회'로 포착하려는 보다 능동적이고 공격적인 경영전략을 수립 추진해야 한다. 거기에 바로 21세기 지속가능하고 경쟁력 있는 기업경영의 지름길이 있기 때문이다.