

기업을 바꾸는 변화의 시작, ESG 경영	
01차시	ESG 정의와 현황

1. ESG 정의와 경영변화

가. ESG란?

ESG의 사전적 정의는 기업의 사회·환경적 활동까지 고려하여 기업의 성과를 측정하는 기업 성과지표를 뜻한다. 한국산업인력공단(2021)은 기존의 재무적 수익만을 추구하던 경영에서 벗어나 기업의 존속과 지속가능성을 확보하기 위해 비재무적 요소인 환경(environment), 사회(social), 지배구조(governance)를 추구하는 경영전략이라고 한다. 종전에는 한 해 동안 얼마나 더 많이 팔았는지와 그 결과 얼마나 많이 남았는지가 경영을 잘 하는 지 여부의 판단 기준이었으나 최근에는 경영에 직접적인 이해관계자 뿐 아니라 간접적 이해관계자까지 포함해서 '더불어 함께 잘 사는' 가치를 실현해야 하는 보이지 않는 의무가 생겼다. ESG 경영은 한 마디로 표현하면 지구를 보호하고 착한 기업이 되겠다는 뜻이다.

ESG는 2003년 UN에서 처음 사용되었다. 유엔환경계획 금융이니셔티브(UNEP FI)에서 사용한 ESG가 지금은 투자와 소비 모든 면에서 중요한 척도로 자리매김하고 있다. 투자자나 소비자가 ESG를 왜 기준으로 삼았을까? 산업혁명이 거듭되면서 일상의 편리함은 그 어느 때와 비교할 수 없을 만큼 발전했다. 반면에 환경은 극도로 파괴되고 있으며, 사회는 구조적으로 양극점을 향해 치닫고 있다. 아울러, 지켜져야 할 사회적 합의가 이행되지 않는 경우도 언론에 자주 노출될 뿐 아니라 부의 세습 등 공정성이 상실되면서 초심으로 돌아가기 위한 조치가 필요해졌다. 이에 등장한 것이 ESG이다.

ESG는 새로운 것이 아니다. 꽤 오래전부터 사회운동으로 시작되어 지금도 지속되고 있다. 자연보호헌장은 1979년도에 공포되었다. 기업들은 가까운 산을 깨끗이 정화하기 위해 「1사(社) 1산(山)」운동을 전개했다. 매월 1회씩 토요일에 쓰레기를 주우면서 자연보호운동을 전개했다. 캠페인도 함께 병행했다. 국민소득 증가와 더불어 여가생활을 즐기려는 국민들이 많아지면서 등산인구도 빠르게 증가했다. 등산로가 훼손 정도가 심해지면서 등산로 「자연휴식년제」가 도입되었다. 이 제도 또한 자연과 더불어 함께 공존하기 위한 운동이다. 자연휴식년제는 지금도 시행되고 있으며, 자연 복원에 상당한 성과를 거둔 효율성이 높은 운동이다. 산에서 취사가 전면금지된 것도 불필요한 쓰레기 발생을 줄일 뿐 아니라, 산불예방을 통해 산림자원을 보호하기 위함이다. 국립공원관리공단은 국내 국립공원 중 최초로 한라산 등반을 사전 예약제로 운영하고 있다. 모든 코스를 예약제 대상은 아니다. 훼손이 심하거나 예상되는 2개 코스만 대상으로 하고 있다. 1인 예약가능 인원과 예약가능 횟수를 제한하면서 자연보존을 위해 다양한 활동을 전개하고 있다.

이처럼 ESG가 새롭게 전개되는 특별한 것이라기 보다 지금까지 해 왔던 다양한 운동이 환경, 사회, 지배구조라는 틀 속에서 체계적이며 명확하고 구체화하였다는 것에 더 의미가 있다고 볼 수 있다. 다만, 단순한 봉사활동이 아니라는 점은 명심해야 한다. 자선활동이라는

개념적 접근은 시대착오적 인식이다. ESG는 봉사활동, 기부활동, 이타적 배려와 같은 것이 아니다. 기업은 지속 가능한 성장을 전제로 해야 한다. 사회 구성원 모두가 책임성과 투명성을 지키면서 실천과 점검을 강화해서 이해관계자의 가치를 극대화하는 것이 ESG이다. 이처럼 체계적이면서 사회 일부가 아닌 사회 전체가 동참하는 것으로 변환되었다는 점을 인지해야 한다.

정부가 정책으로 주도하고 기업과 시민이 참여자로 일관되어 온 사회운동과는 차이가 있다. ESG는 정부와 기업, 시민이 모두 참여하는 형태로 바뀌었다. 특히 기업 주도적이라는 점이 종전과 확연한 차이점이다. 기업이 제품생산에서부터 판매, 소비 폐기까지 일련의 공정 전체를 환경과 사회를 배려하고, 지배구조의 준법정신을 지키는 파수꾼이 되었다는 점이 종전과 큰 차별점이라 할 수 있다.

ESG 경영의 궁극적 종착지는 '지속 가능한 성장'이다. 기업이던 사람이던 생명체라고 한다면 '영생불멸(永生不滅)'을 꿈꾼다. 기업은 계속기업(going concern)으로 존속하기를 희망한다. 지속 가능성이란 두 가지를 전제한다. 하나는 존속이다. 또 하나는 성장이다. 결국 '지속 가능한 성장'이란 지속적으로 성장하면서 존재적 가치를 찾아 가는 것이라 정의할 수 있다. 이러한 지속 가능한 성장의 키워드가 ESG이다.

나. 지속가능경영(corporate sustainability management)이란?

ESG의 출발점이자 종착지는 지속가능경영(corporate sustainability management)이다. 지속 가능이란 단어가 뜻하는 바는 그렇게 어렵지 않다. 관계를 끊거나 흐름이 이어지지 않는다는 단절의 반대 의미로 연속의 성격을 갖는다. 끊기지 않고 연속할 수 있도록 경영이 이어져야 한다는 것을 단어만 봐도 해석이 가능하다.

지속가능경영은 종전에는 '나홀로형'이었다면, CSR에 이어 ESG가 경영전략의 한 요소가 되면서 '어울림형'으로 전환되었다. 성장 일변도에서 벗어나, 생산자로 인하여 고통받는 이해관계자를 두루 보살피며 함께 성장 발전하자는 취지이다. 기업의 지속가능성은 중국의 진시황이 불로초(不老草)를 찾아 다닌 것에 비유할 수 있다. 지금 영위하고 있는 경영 활동이 미래에도 지속 가능한 지 여부를 확률로 이해하는 것이다. 지속가능성 판단기준도 시간이 흐르고 산업의 변화 주기에 따라 진화했다. 얼마 전까지만 해도 보이는 것이 전부였다. '결과' 중심이었다. 매출액과 당기순이익, 투자수익율(ROI)과 같이 재무 중심의 현금흐름이 기업의 생사를 결정짓는 요소였다.

ESG 중심의 지속 가능성은 '과정'이다. 수익을 창출하는 과정에서 환경 피해는 최소화하려고 노력했는지, 내부 이해관계자인 구성원의 인권 등을 보장하고 보호하려는 최선의 노력을 기울였는지, 경영 의사결정권자인 이사회와 민주적 운영, 각종 내외규의 준법 준수 등 비재무적 요소가 포함된 반사회적 행위 여부에 투자자, 소비자 등의 이해관계자 판단의 기준이다.

특히, MZ세대는 가치를 중시하는 진화된 소비자이다. 인구통계학적으로 MZ세대를 무시할 수 없다. 10명 중 3명이 MZ세대이자 사회인으로 진출하기 시작했다. 보조적 소비자에서 주 소비자로 발돋움하기 시작한 것이다. '돈꿀'이 '혼꿀'이 되지 않기 위해서는 공존, 공생, 공정

이라는 세가지 화두를 잘 준수하려는 노력이 뒷받침되어야 모두가 바라고 희망하는 지속가능경영으로 이어질 수 있다.

글로벌 투자자들은 이미 수익보다 ESG에 더 큰 가치를 부여하고 있다. 특정 기업이나 산업군을 배제하는 부정적 배제(negative screening) 방식은 이미 1970년대부터 시작되었다. 마약, 대량 살상무기 제조 기업은 투자 대상에서 배제했다. '덜 나쁜 기업'을 선별하는 방식이었다. 특히 담배제조업은 투자자에게는 가장 매력있는 캐시카우(cash cow)였지만, 글로벌 투자자는 투자를 포기하거나 이미 투자원금도 회수하였다. 산업환경이 크게 바뀌었다는 알 수 있다. 1970년대 시작된 부정적 배제는 1990년대 들어서면서 환경적으로 사회 공헌, 컴플라이언스 관점에서 주도적이고 상대적으로 우수한 기업에 투자의 기회를 확대하는 긍정적 선별(positive screening)방식으로 선회했다. 결론은 지속가능경영은 ESG와 불가분의 관계이며 떼려야 뗄 수 없다는 점이다. 지속가능경영을 바라보는 이해관계자 또한 내부에 국한되었으나 이제는 외부 환경단체까지 포함하는 전방위적으로 확산되었다는 것도 잊지 말아야 할 것이다.

다. 경영환경 변화와 ESG

2022년도 대기업 신년사 메시지는 예전과 다르다는 것을 한 눈에 알 수 있다. 대부분 대기업 신년사에 빠짐없이 등장하는 것이 ESG 경영 또는 ESG 선도이다. ESG 시대가 활짝 열린 것이다. 피한다고 피할 수 있는 대상이 아니다. 정면으로 맞서 철저하게 준비하지 않으면 기업의 흥망성쇠가 달라질 수 있을 만큼 소비시장에 미치는 영향이 커졌다. 아울러 고객에 관한 내용도 전년에 이어 2022년도에도 중요한 화두로 자리매김하고 있다. ESG가 전진 배치된 것은 세계적으로 추진되고 있는 기후변화에 적극적으로 대응하려는 본격적 탄소중립시대에 대비한 것으로 볼 수 있다. 또한 소비시장이 공급자 중심에서 소비자 중심으로 전환된 소비 트렌드 변화에 선제적 전략구축을 위한 고객중심 체제 구축의 필요성을 인지한 결과이다. 그 결과 대부분 기업이 고객 중심의 경영을 강조하고 있다.

라. ESG의 작동 원리

ESG 작동원리는 무엇일까? ESG는 경영 관점에서 바라본다면 돈도 벌고 환경과 사회문제도 해결하는 일석삼조의 획기적인 경영 패러다임이라는 점에 부인할 수 없다. 기업, 금융기관, 소비자 등으로 구분하여 작동원리를 간단히 살펴보자. 기업은 기존의 사업을 영위한다. 기존 경영전략에 ESG 요소를 반영한 ESG 경영전략을 수립하고 진행한다. 자국의 기준을 따를 수도 있다. 수입국의 기준에 따라 기업마다 진단평가를 추가하여 별도 운영할 수 있다. 이렇게 만든 ESG 경영전략 결과는 회계단위로 공시한다. 의무 공시는 공시기준에 알맞도록 공개한다. 'ESG 위상'은 피해야 한다. '괜찮겠지?'와 같은 안일한 대처는 회피해야 한다. 전문 평가기관으로 ESG 공시 내용을 기준으로 평가를 받는다. 시장에서는 수시로 언론에 노출된 정보를 기초로 제품의 평가가 실시간으로 이루어진다.

기업이 산업 영역을 확장하고, 생산을 증가시키고, ESG 관련 설비를 신설 또는 개보수하기 위해서는 자금이 필요하다. 자금은 내부유보자금 또는 외부자금으로 충당한다. 외부자금 조달에 있어서 금융기관은 평가기관의 평가결과와 소비자들의 시장에서 평가 결과, 금융회사 자체적으로 수집 분석한 자료 등을 종합하여 대출 여부를 결정한다. 또한, 금융회사는 기업

에 대출하기 위해 재원 마련을 해야 한다. 재원 마련은 ESG 관련 신상품을 개발해야 한다. 금융소비자는 금융상품이 주로 어느 산업에 어느 기업에 지원되었는지 확인하고 투자 여부를 결정한다. 이렇듯 금융회사와 금융소비자는 ESG 평가결과와 공개된 정보 등에 민감하게 반응한다.

소비자는 공개된 정보에 민감하다. 특히 MZ 세대의 소비 성향에 '공정'이라는 가치는 중요한 기준으로 등장했다. 오너 일가의 독단 또는 부당이익 추구 등에 대한 언론 보도가 나오면 거의 실시간으로 불매운동을 전개한다. 그 만큼 발빠르게 대응한다. '돈쪼', '혼쪼'이라는 신조어가 생성된 배경이기도 하다. 디지털의 힘을 실시간으로 느끼는 시대에 살고 있다. 소비자는 가격보다 ESG와 '공정'의 가치를 우선한다. ESG 위배한 경우 즉시 인정하고 사후대책을 마련하지 않으면 소비자들로부터 어떤 조치가 취해질지 알 수 없는 상황에 이르렀다. 온실가스 배출량을 감소시키지 못한다면 행정 규제 등이 뒤따를 것이다. 기업은 영속성이 중요하다. 영속성은 매출과 직결된다. 행정 규제는 영속성을 가로 막을 수도 있다. 특히, 영업정지가 된다면 치유할 수 없을 수도 있다. 그 만큼 제재 조치가 무서울 수 있다.

2. ESG 등장 배경

ESG 경영은 짧지만 긴 역사를 갖고 있다. ESG는 대기업에 국한된 짐도 의무도 아니다. 가치사슬관계에 얽혀 있는 중견·중소기업까지 총체적으로 아우르고 있다. 이 흐름에 편승하지 못하면 기업의 존폐를 논할 수도 있을 만큼 거역할 수 없는 사회적 흐름이다. 당장 소비자가 ESG에 적극적인 기업의 제품을 찾고 있다. 미래 소비자인 MZ세대가 합류했다는 것은 생존과 직결된다고 해도 과언이 아니다. 또 한 축은 투자자와 관련된 자금조달이다. 이와같이 기업의 생사여탈권을 쥐고 있다고 해도 무방할 만큼 ESG는 피할 수 없는 트렌드이다.

ESG 경영은 2020년 초 세계 최대 자산운용사 블랙록의 래리 핑크 CEO가 보낸 한 해 인사를 담은 편지에서 촉발되었다. 투자 최우선 순위에 '기후변화와 지속가능성'에 두겠다는 내용이였다. 2021년도 편지에는 한 걸음 더 진일보한 메시지를 담았다. '기업의 경영전략과 사업구조가 탄소중립과 상호 보완하면서 존재할 수 있다는 향후 계획을 공개하라'로 요구했다. 2022년도 연초 서한에는 ESG가 단순한 의제 수준이 아니라 자본주의 수단으로서 주주와 기업 상호 유의미한 관계를 추구하기 위한 것이라고 역설했다.

ESG가 공식적으로 탄생한 것은 대개 2005년도로 보고 있다. UN사무총장 코피 아난(Kofi Annan)이 주도하여 2005년 초에 발표한 「UNGC: The Global Compact」의 "Who Cares Wins-Connecting Financial Markets to a Changing World" 보고서에서 처음 사용된 것이 계기가 되었다. 속내를 들여다보면 없던 내용을 창의적으로 새롭게 만들어진 개념은 아니다. 1990년대 초 사회적 변화의 바람을 담아 투자자 관점으로 의사결정하자는 의미로 공표한 사회책임투자(Socially Responsibility Investing)운동이 근간이 되었다고 해도 무방할 정도이다. '주주' 자본주의 한계를 인정하는 신호탄으로 볼 수 있다.

사회적 변화도 한 몫 거들었다. 수익 중심의 경영을 독촉하고 끊임없이 발생하는 환경과 인권문제 등 사회적 가치에는 관심이 없을 뿐 아니라 반사회적 행동을 서슴치 않고 하는 기존

주주, 성과와 이익 가치 중심적 '주주 자본주의'로 인한 사회적 양극화와 갈등을 촉발에 대한 회의감, 예상치 않았던 팬데믹으로 지속 가능성에 대한 불안감이 팽배하면서 수면 아래에서 진행되어 오던 사회운동이 4차 산업혁명의 비기(祕器)인 '디지털'에 힘입어 빠르게 확산되고 있다.

ESG 경영 한 가운데에는 기업이 있다. 그 기업을 둘러싸고 있는 것은 소비자인 개인이다. 사회 곳곳에 피폐화되고 흠집이 난 사회문제의 정상화는 기업에게는 책임 수준을 떠나 일말의 의무가 되었다. MZ세대가 가세하면서 사회적 관심은 한층 더 고조되었다. 한 편에서는 글로벌 투자사와 연금 운용사 등이 투자 기준으로 ESG 평가 결과를 반영하겠다고 선언했다. 높아진 사회적 관심은 각 국의 ESG 관련 지원과 함께 탄소국경세 등 수입품에 대한 각종 규제 강화에 앞장서고 있다.

ESG는 새로운 것이 아니다. 기업 경영활동은 기업도 살고 사회에도 보탬이 되는 윈윈전략이 기본이다. 허나 현실은 교과서대로 움직이지 않는다. 경영활동에서 고의적이던 무의식적이던 환경과 사회에 크고 작은 피해 사례는 끊임없이 이어져 왔다. 이러한 폐단을 막아 보고자 예방 차원에서 부르짖었던 것이 윤리경영이자 사회적 책임(CSR)이었다. ESG는 CSR를 근간으로 하여, 보다 제도적으로 체계적이며 규범화 방향으로 진화했다. 이제는 ESG에 대해 기업이 선택할 수 있는 것이 아니다. 필연적으로 보듬어 안고 가야 할 경영전략 중 하나가 되었다.

가. 사회적 책임의 진화

ESG라는 단어가 생성된 것은 그렇게 오래되지 않았다. 이전에는 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)이 현재의 ESG 자리를 대신해 왔다. 종전에 기업의 역할은 단편적이었다. 이윤 창출의 극대화였다. 창출된 수익은 주주와 임직원이 나눠 가졌다. 사회에는 일자리 제공이라는 명분으로 역할을 다 한 것으로 인식했다. 하지만 이제는 기업과 사회의 관계가 바뀌었다. 이익의 일부를 이익 창출에 기여한 소비자에게 환원해야 한다는 목소리가 커지고 있다. 이익에 앞서 원료 조달에서부터 생산, 소비, 폐기까지 일련의 과정을 총망라해서 환경과 사회적 책임에 자유롭지 않게 되었다. 그 시발점이 사회적 책임(CSR)이다. 환경과 지배구조는 2000년대 들어서서 포함되었다.

CSR의 역사는 꽤 길다. 1921년 미국 국세청이 만든 세제 감면혜택이 발단이 되었다. 기업이 사내 유보된 이익의 일부를 사회에 환원하는 등 기부행위가 종업원의 니즈와 부합하는 경우 세제 혜택을 주었다. 이 제도는 기업의 자발적인 사회 기부 또는 사회공헌으로 이어지는 계기가 되었다. 다만, 내부 이해관계자 중 하나인 주주에게 직접적으로 수익 창출 기회가 되지 않는다는 이유로 1950년대까지는 기업의 전폭적 호응을 얻는데 실패했다.

일각에서는 산업혁명시대에서 그 뿌리를 찾는다. 산업화가 거듭되면서 생산 수단도 진화했다. '인간의 노동(power)'이 생산 수단이었던 시대에서 산업화는 '에너지' 중심으로 변모했다. 이 변화 과정에서 환경은 서서히 파괴되기 시작했고, 성과 중심의 자본주의가 극성을 부리면서 아동노동에 대한 인권탄압까지 다양한 이슈가 사회적 문제로 불거졌다. 이러한 문제의식은 기업의 책임론으로 번졌고, 기업경영이 반환경적 반사회적이 되어서는 안된다는 사

회적 자성의 목소리가 조성되었다. 결국 한 단계 발전한 것이 환경과 윤리경영, 지속가능경영 등이 강조되었다. 지속가능 경영은 앞서서 설명했다. 지속가능 경영은 ESG보다 선행적 개념으로 ESG와 불가분의 관계이다. 땀해야 땀 수 없는 관계이다. 앞서서도 설명했지만 ESG는 생소한 개념이 아니라 지속가능경영에 사회적 책임(CSR)이 버무려져 진화한 것이다. 아울러 범 세계적 모범 기준으로 거듭나기 위해 규범화 체계화를 거쳐 지금 모습으로 재탄생한 것이다.

ESG가 사회적 책임(CSR)과 유사성을 갖고 있지만, 다른 영역도 많다. 사회적 책임 이외에 환경(E)과 지배구조(G)는 새롭게 추가되었다고 보는 것이 타당하다. 아울러, ESG는 법률적 근거를 갖고 있기에 준법경영 등 법령을 준수해야 하는 의무사항이라는 점에서 사회적 책임(CSR)과는 다소 차이가 있다. 또한, 사회적 책임(CSR)은 기업 평가에서 가산점 방식이라면, ESG는 감점 방식이기에 더 치명적일 수 있다. 잘못하면 소비자로부터 외면받을 수 있다. 적정 수준의 평가를 받지 못하면 투자자로부터 따돌림 받을 수 있다. 기업의 생존과 관련된 ESG는 기업의 당연히 지켜야 할 일로 자리매김하기 시작했다.

사회책임투자(SRI)가 있다. 사회적책임(CSR)의 실천 방법 중 하나이다. 투자하는 방법에는 스크리닝(screening)이 있다. 스크리닝에는 두 가지가 있다. 첫째, '부정적 스크리닝(negative screening)'이다. 투자하지 않을 곳을 찾아 배제하면서 '덜 나쁜 기업'을 선택하는 방법이다. 총기류, 담배, 마약과 같은 사회적 문제를 야기하는 제품을 생산하는 기업은 투자대상에서 제외하는 방식이다. 둘째, '긍정적 스크리닝(positive screenign)'이다. 부정적 스크리닝의 반대적 개념으로 '우수 기업'을 선정하는 것이다. 환경적·사회적·윤리적으로 적격성 심사에서 우수하거나 모범적인 기업을 투자 대상으로 결정하는 방식이다. 사회책임투자는 불을 쫓는 불나방처럼 수익만 쫓는 기업은 사회적 존재 가치가 없다는 인식이 서서히 확산하는 계기가 되었다. '주주 자본주의'에서 '이해관계자 자본주의'로 범위가 확장되기 시작했다.

ESG로 한 단계 격상하게 된 계기는 2001년 엘론사태의 분식회계라고 보는 견해가 다수론이다. 이 사건은 2005년 초 UN으로 하여금 지배구조 지표의 국제화 표준모델을 만드는 계기가 되었을 뿐 아니라, 기후변화와 같이 시급한 현안을 경영전략에 포함해야 한다는 목소리를 담아 환경적, 사회적, 지배구조 관점에서 ESG가 전면에 나서게 되었다.

이처럼 ESG는 기존의 재무정보에 비재무적 사항을 함께 고려하는 것이다. 특히 투자자가 기업 투자를 결정할 때나, 이미 투자한 기업의 경영 관련 주요 의사결정을 할 때 재무정보와 비재무적 사항까지 함께 판단의 기준으로 삼고 있다. 비재무적 사항이 의사결정 판단에 포함되는 것은 투자자의 갑질이 아니다. 장기적 관점에서 이익을 지속적으로 창출할 수 있는 방안을 마련코자 하는 것이다. 그 결과 지속가능 경영을 이루겠다는 목표가 근간에 깔려 있다. 이익 추구를 방해하고자 각종 자료 공개를 의무화하는 것이 아니다. 단기 시안적 판단보다 장기적 관점에서 보완할 것이 무엇인지 찾아내고 해결책을 제시하기 위함이다. 그 과정에서 친환경적이며 친사회적으로 변화시키려는 것이 ESG가 추구하는 것이다.

나. ESG = 리스크 관리

사회는 점점 복잡해지고 있다. 사회의 기능은 다원화되고 있다. 복잡다기(複雜多岐)하면 할

수록 지켜야 할 규제도 많아진다. 특히, 온난화가 예상보다 빠르게 진행되거나, 사회적 문제가 심각화될수록 규제의 강도가 횡수는 점점 세질 것이다. ESG는 미래에 강화될 것으로 예상되는 환경적·사회적 부분에 대해 선제적으로 대응하는 것이다. 즉, 미래에 발생할 리스크를 사전에 예방함으로써 규제 속도를 완화시키겠다는 의미로 해석할 수 있다. 그런 관점에서 ESG는 리스크 관리라고 정의할 수 있다.

ESG에서 오해하면 안되는 것이 있다. 특히 사회적 책임에 관한 부분에서 일어날 빈도가 높을 뿐 아니라 실질적으로 나타나고 있다. 이미 관련 법령으로 지켜야 할 규칙이 많이 있다. 예를 들면, 남녀고용차별금지법·공정거래법·자본시장법·노동법·상법·고령자고용촉진법·환경법 등 다양한 법률에서 지켜야 할 부분을 제시하고 있다. ESG가 아니더라도 이 부분은 준수해야 한다. 위반할 경우 과징금뿐 아니라 민형사 책임까지 부과될 수 있을 만큼 제재 수준이 높다. 기존에 지켜왔던 부분이 ESG로 둔갑되는 경우가 왕왕 발생한다. 광의적으로 해석하면 ESG가 맞다. 허나 당연히 했어야 하는 내용이다. 지키도록 이미 법령화된 영역을 ESG화하여 홍보한다면 이해관계자 기망행위로 볼 수 있다.

ESG는 기존 법률에서 다루고 있지 않는 새로운 내용을 국제적으로 협의하고 협업할 수 있는 방안을 마련하고 있다. 대체적으로 2023년도부터 대기업을 중심으로 시작할 것으로 예상된다. 기업은 이미 적용하고 있는 법률을 준수하는 것은 당연하다. 의무사항을 지키는 것은 홍보 대상이 아니다. 개인이 신호등을 잘 지켰다고 국가 또는 지방자치단체에서 어떤 보상도 하지 않는 것과 같은 이치이다. 기존 법률이나 규제가 해결하지 못하는 환경·사회 문제를 의결권 행사를 통해 해결하려고 시도하거나, 기업의 미래지향적 관점에서 법률에서 요구하는 것 이상으로 환경·사회 문제를 연구하고 대처하기 위한 노력이라는 점에서 기존 준법경영 또는 컴플라이언스와는 구별된다.

지금까지는 국가 정책이 입안되면 수동적으로 대처하는 것이 기업의 행동 패턴이었다면, ESG는 미래에 발생할 위험을 미리 예견하고 스스로 진단항목을 수립하여 대처한다는 부분에서 차이가 있다. 사전적 대응이라는 부분에서 '리스크 관리'라고 볼 수 있다. 기존의 대응 방식과는 완전한 차이가 있다. 적극적이며 선제적으로 대처한다는 것이 기존의 패턴과는 차이가 있다.

ESG는 사회적 책임(CSR)에 근간을 둔다고 설명했다. 사회 영역에서 바라보는 관점은 유사할 수 있지만 훨씬 포괄적이다. 또한, 사회를 대하는 방법론에 있어서도 차이가 있다. 사회적 책임(CSR)은 기업 입장에서 '이익 분배'에 집중되어 있다. 즉, 창출한 이익이 중심이다. 결과 중심적 행위이다. ESG는 과정 중심적이다. '이윤 추구'인 것이다. 선제적으로 리스크를 관리함으로써 이해관계자와 다양한 소통, 공유를 통해 기업의 이미지를 제고할 뿐 아니라 매출과 수익을 높일 수 있는 수단으로 활용할 수 있다. 이제는 사회적 책임(CSR)이 ESG에 포함되는 방향으로 흘러 갈 것이라 예상된다. 기업에 따라 사회적 책임과 ESG는 중첩되는 영역이 많을 수 있다. 별도로 구분하기 보다는 ESG 경영전략에 '과정과 결과'를 모두 포함하는 방향이 바람직하다.

따라서 ESG는 친환경적 친사회적 행동을 함으로써 더불어 함께 잘 살 수 있는 환경을 조성

하기 위해 선제적 리스크 관리를 하는 것이라 개념 정립하는 것이 맞다. 전 세계의 ESG 열풍은 뜨겁다. 어떤 부분은 예상하지 않았던 영역으로 확장되는 경향도 보이고 있다. 그렇다고 무작정 펼치는 것도 바람직하지 않다. 미래에 예측 가능한 위험이 있을 지에 대한 연구가 선행되어야 한다. 또 하나 간과하면 안될 것은 기업은 지속 가능한 경영을 위해 이윤 추구라는 본래의 목적을 상실하면 안된다는 점이다. 리스크 관리는 기업의 지속 가능 경영이 목표라는 것을 잊어서는 안된다.