

| 기업을 바꾸는 변화의 시작, ESG 경영 | |
|------------------------|-------------------|
| 03차시 | 국가별 정책 동향과 ESG 실천 |

1. 국가별 정책 동향

가. 미국의 실험적 도전

미국의 ESG 관련 정책은 부침이 심했다. 행정부가 바뀌면서 정책이 변했다. 2021년 바이든 행정부는 '그린 뉴딜(Green New Deal)' 경제 정책을 추진한다. 약 3조 달러 규모이다. 우리나라 약 5개년 예산규모이다. ESG가 기업뿐 아니라 국가적 어젠다가 되었다는 실감할 수 있다. 새롭게 발돋움하는 미국 경제 혁신을 위해 몇 가지 주제를 담고 있다. 친환경 지속가능 성장의 기반 마련과 함께 관련 일자리를 창출하고자 한다. 사회적 평등 수준을 향상시켜 아직도 존재하는 성, 성적 지향, 성 정체성 등 다양한 차별 요인을 제거할 뿐 아니라, 다양성과 차이를 새로운 창의적 동력으로 활용한다는 계획이다. '다름의' 원천인 인적자원은 적재적소에서 역량을 발휘하도록 기회를 제공하여 미국 경제의 또 한번의 도약에 디딤돌로 활용하고자 한다.

미국 정책 중 가장 눈여겨 봐야 할 것은 '파리 기후변화협약' 복귀이다. 전 정부였던 도널드 대통령이 탈퇴했던 '파리 기후변화협약' 복귀 행정명령에 서명했다. 미국의 협약 복귀는 의미하는 바가 남다르다. 총탄소배출량이 중국에 이어 2위이다. '파리 기후변화협약'은 5년 주기로 온실가스 감축에 대한 점검받아야 한다. 그 내용은 국가가 얼마나 열심히 노력했는지에 관한 '국가결정기여(NDCS: Nationally Determined Contribution)'의 점검이다. 국가결정기여는 공개 발표가 원칙이다. 협약에 서명한 국가들이 자발적으로 총탄소배출량 감축방안을 제시해야 한다. 온실가스를 단계별로 얼마나 감축할 지에 대한 목표와 그 시기가 언제가 될 것인지 등 구체적이면서 목표 달성 가능한 계획을 공개해야 한다. 미국의 '파리 기후변화협약'은 GDP의 상당부분이 수출에서 발생하는 우리나라로서는 신경을 써야 할 부분이다. 탄소배출 규제보다는 '에너지 대전환'을 예고했다. RE100과 같은 재생에너지에 대해 국가적으로 사회적으로 인프라 구성을 위해 다각도로 접근해야 한다.

ESG의 또 하나의 축인 사회(S) 및 지배구조(G)이다. 미국은 특히 인권에 관심이 높다. 인종 차별은 예나 지금이나 늘 있어 왔다. 앞으로도 있을 것이다. 그것을 없애겠다는 것이 바이든 행정부의 정책 중 하나이다. 인종간 '공정과 공평'이 조화롭게 만들겠다는 것이 목표이다. 인종간 균형감있는 형평성 관련 부분을 제도화하고, 인종간 존재해 왔던 차별이나 기회박탈과 같은 불공정한 부분을 제거해서 다양성을 수용하고 포용하는 한 단계 성숙하고 발전한 미국 사회를 만들려는 것이다. 이민정책 철회도 같은 맥락이다.

미국은 자본주의에서는 매력적인 시장이다. 누구도 포기할 수 없는 거대한 시장임에 틀림없다. 미국 시장이 변하고 있다. 철저한 성과 중심의 자본주의가 '이해관계자 자본주의'로 변하고 있는 것이다. 소비시장은 더 이상 국지적이 아니다. 글로벌 시장으로 하나로 엮여 있다. 미국의 ESG 관련 정책 변화와 기조는 우리에게 주는 시사점이 크다.

나. ESG의 선구자 유럽연합(EU)

유럽연합(EU)은 2014년 10월 「비재무적 보고지침(NFRD)」을 제정했다. 유럽 내 소재하고 있는 기업을 대상으로 하는 국지주의를 채택하고 있다. 근로자수는 500명 이상이다. 정기 보고 대상은 '환경, 사회·고용, 인권, 부패' 등 리스크 관리 방안이다. 2021년 3월에는 유럽 금융기관을 대상으로 한 ESG 공시(公示)를 법적으로 제도화하였다. '지속가능금융 공시규제(SFDR)'이다.

유럽연합은 2050년 탄소중립 목표 달성을 위해 2019년 '그린 딜(Green Deal)'을 발표했다. 그린 딜은 가이드라인 성격이 짙다. 사회 모든 분야를 망라해서 환경정책과 전략을 담았다. 또한 실행을 위해 필요한 법 제정 또는 개정해야 할 관련 법률 또한 제시하고 있다. 그 중 하나가 '기후법' 제정이다. 2030년까지 온실가스 감축목표를 종전 40%에서 최고 55%까지 상향 조정하는 등 발빠르게 대응하고 있다. 이 또한 평가를 받지만 특이한 점은 이행 여부가 아니다. 이행에 동반된 수단이 탄소중립에 부합하는지가 평가 대상이다. 이와 같이 유럽연합은 기후 대환란(大患亂)을 사전에 예방하기 위해 전방위적이며 다각도로 노력하고 있다. 그 일환으로 탄소국경세, 탄소노미 규정, 넥스트 제너레이션 EU, SRRE 플랜 등 다양한 제도를 실행하거나 계획하고 있다.

다. 중국의 탄소중립 목표

2000년 이후 중국의 이산화탄소 배출량은 중국 경제발전과 궤를 같이 한다. 이산화탄소 배출이 지속적으로 증가해 왔다. 2003년도가 이산화탄소 배출 증가율이 가장 높았고, 그 이후 증가세가 둔화되고 있다. 중국은 2021년 10월 탄소배출에 대한 의견과 행동방안을 발표했다. 제26차 유엔기후변화협약 당사국총회(COP 26) 개최를 앞둔 시점이었다. 발표 내용으로는 '새로운 발전 이념의 완전·정확·전면적 관철을 통한 탄소피크(탄소 배출정점 도달) 및 탄소중립 작업에 관한 의견'과 '2030년 이전 탄소피크 행동 방안'이었다. 중국의 탄소중립 목표는 2060년이다. 그 이전인 2030년까지 탄소피크(탄소 배출정점 도달) 실현을 위한 목표, 추진계획, 전략 등을 포함하고 있다.

'의견'에는 탄소중립을 세 단계(2025년, 2030년, 2060년)로 로드맵이 구성되어 있으며, '행동 방안'은 두 단계(2025년까지 제14차 5개년, 2030년까지 제15차 5개년) 로드맵이 제시되었다. 제시한 목표는 GDP 대비 에너지 소비 감축을 2025년까지 13.5% 감축(2020년 대비), 이산화탄소 배출량은 2030년까지 GDP 대비 18% 감축(2020년 대비), 65% 이상 감축(2005년 대비)이다. 비화석에너지 소비 비중을 확대하는 계획도 있다. 2025년 20%, 2030년 25%, 2060년 80% 이상으로 확대하겠다는 목표이다. 그 일환으로 탄소중립을 위한 온실가스 흡수량 증대 방안으로 삼림 면적을 확대하고 삼림 축적량에 대한 목표도 포함되어 있다.

중국은 이러한 목표 달성을 위해 세부적인 계획도 발표했다. 2025년까지 향후 5년간 저탄소 경제 기초 구축을 위한 산업 및 에너지 구조조정을 실시한다. 중점 업종 중심으로 에너지 이용 효율성을 극대화할 계획이다. 아울러 녹색 저탄소 발전체계 확립계획도 있다. 제조업 탄소중립은 산업구조의 최적화를 통해 달성하고자 한다. 에너지·철강·비철금속·석유화학·건축자재 등 세부업종에 대한 탄소피크 실시방안 마련과 산업구조조정 방안도 마련할 계획이다. 제조업의 저탄소 공정 혁신, 디지털화 전환을 가속화하고 녹색제조와 저탄소 기술개발을

추진할 예정이라고 밝혔다. 이처럼 중국은 제조업의 산업경쟁력을 고려한 산업구조조정과 경쟁력 제고를 위한 중장기적 관점이 탄소중립 로드맵에 포함되어 있다.

우리나라는 중국과 수출입 관계에 있어서 밀착관계나 다름없다. ESG에 관한 중국의 국가 정책은 우리나라 기업에게는 상당한 파급효과가 있다. 아직 유럽연합 이외에는 탄소국경세를 논의하는 곳은 없지만, 자국내 기업이 탄소국경세로 피로감이 누적될 경우 여타 국가도 자국 기업과 산업을 보호하기 위해 징벌적 관세를 논의할 수 있다. 국내경기의 상당부분을 차지하는 우리나라는 국가도 기업도 외국의 ESG 정책 변화에 발 빠르게 대응할 필요가 있다.

2. 4차 산업혁명과 탄소중립

4차 산업혁명은 기존의 패러다임을 송두리째 바꿔 놓았지만, 에너지 소비량은 그 어느 때보다 커졌다. 산업화가 거듭될수록 탄소배출량이 문제가 되고 있다. 탄소배출량은 '노동(power)'이 생산동력이었던 아날로그 시대에는 걱정할 대상이 아니었으나, 생산 동력이 '에너지(energy)'로 전환되면서 기후위기의 주범으로 지목받기 시작했다. 한 때 생산 동력으로 활용되었던 가축은 한가로이 풀을 뜯으며 세상을 즐기고 있다. 사람이 있던 자리에는 기계가 대체했고, 사람이 기계 작동하던 그 자리에는 디지털이 대신하고 있다. 사람은 모니터만 쳐다 본다. 디지털이 생산라인 자동화와 사무자동화를 이뤄냈다. 주목할 부분은 바로 이 대목이다. 4차 산업혁명의 발달이 ESG에 어떻게 영향을 미쳤는지 알아본다.

제1차 산업혁명은 '증기기관 기반 기계화혁명', 제2차 산업혁명은 '전기 기반 대량생산혁명', 제3차 산업혁명은 '컴퓨터와 인터넷 기반 지식정보혁명'으로 분류한다. 지금까지의 산업혁명은 사람의 근력, 즉 노동(power)을 중심으로 발전하였다. 200여년 전 전 세계 인구의 95%가 농업에 종사하였다. 1차 산업혁명과 2차 산업혁명 결과로 이제는 5%만이 농사에 전념하고 있다. 유형적 관점에서 물질이 변화한 것이다. 눈에 보이는 것들이 바뀐 것이다. 4차 산업혁명은 '제3차 산업혁명 기반 지능정보혁명'이다. 일상의 편리함은 그 어느 때와 비교할 수 없을 만큼 성장했다. 편리함은 에너지 사용을 극대화한다. 에너지 사용량과 탄소배출량은 비례한다. 탄소중립을 위해서는 에너지 사용을 최소화해야 한다. 디지털을 필요에 따라 아날로그로 바꿔야 한다는 의미이다. 다소 불편함을 인내해야 한다는 것인데 설득력을 얻기가 쉽지 않다. 당장 눈 앞에 벌어지는 위험이 아니기 때문이다. 표는 3차 산업혁명과 4차 산업혁명을 비교하여 설명한 자료이다. 얼마나 차이가 있는 지 한 눈에 알 수 있다.

| 3차 산업혁명 | 4차 산업혁명 |
|---|-------------------------------------|
| 근육(힘) 중심 | 두뇌(지능) 중심 |
| 제조업 등 특정 영역 | 모든 산업 |
| 자동화하는 시대(생각) | 세상을 이해하는 시대(맥락) |
| 무어법칙에 따라 성능 급속도로 증가 (컴퓨터 기술, 정보통신기술) | 데이터 통해 인간 이해, 문제점에 대한 해결책 스스로 강구 |
| 유형적 관점에서 물질적 변화 | 무형적 관점에서 정신적 변화 |
| 산술급수적 변화 | 기하급수적 변화 |
| 디지털 적용시대 | 디지털 융합시대 |

4차 산업혁명시대는 한마디로 '불확실성' 시대이다. 광범위하면서 빠른 변화로 예측이 어렵다. 예전에는 과거의 트렌드를 읽고 미래를 점칠 수 있었다. 이제는 쉽지 않다. 과거의 경험과 사고로 미래상을 감지한다는 것이 너무 어려운 일이 되었다. 점점 커지고 있는 불확실성 때문이다. 초연결과 초지능을 기반으로 한 4차 산업혁명시대의 특징은 크게 세 가지이다. 공유, 기하급수적 변화, 융합이다.

가. 디지털과 탄소중립

디지털은 보이지 않는다. 무형이다. 그런데 기존의 유형보다 훨씬 많은 양을 훨씬 더 빠른 속도로 처리할 뿐 아니라 제한적 공간과 시간의 장벽을 훌쩍 뛰어 넘어 전 세계를 한 공간으로 재편했다. 그 중 하나가 메일이다. 메일은 시간을 필요로 하는 우편을 대신하는 것으로서 발송과 동시에 수신자에게 도착하는 특징이 있다. 메일은 인터넷 사용자라면 대부분 이용한다. 메일은 기존의 연락 체계를 완전히 바꿔 놓았다. 파발, 봉수대, 전보, 우편 등 기존의 연락수단을 대체한 것이 바로 오늘날의 메일이다. 기존의 통신 수단은 시간이 소요될 뿐 아니라 장소적 제한과 이동을 겸하고 있었다. 메일은 인터넷만 된다면 발송과 동시에 도착한다. 실시간 소통의 수단이다. 공간과 시간적 제약은 걸림돌이 안된다.

다만, 문제라고 한다면 에너지이다. 파발이나 봉수대, 전보나 우편은 사람에 의해 전달된다. 메일은 인터넷을 통해 전 세계에서 동 시간대에 공유 가능하다. 편리함은 반대 급부인 비용을 치러야 한다. 바로 에너지이다. 간단한 사례를 보자. 정부는 지구를 위한 작은 실천으로 스팸이나 상업성 광고 등 불필요한 이메일 삭제 운동을 전개하고 있다. 그 이유는 저장 데이터 양이 늘어나면 날수록 데이터 수요에 필요한 데이터 센터의 증가로 전력 소비도 증가하기 때문이다. 데이터 센터는 서버, 네트워크 설비 등을 갖추고 방대한 양의 데이터를 보관·처리하는 컴퓨터를 갖춘 시설로 열을 식히기 위한 냉방설비, IT 장비 가동 등에 따라 많은 양의 전력이 소모된다. 이메일 한 통을 삭제하면 탄소 4g이 감소한다. 하루에 얼마나 많은 양의 메일이 쌓이는가? 그 중 필요한 것은 얼마나 될까? 받은 메일 중 불필요한 것은 삭제해야겠지만, 발송할 때부터 선별할 수 있다면 더 효과적일 것이다. 말처럼 쉽지는 않겠지만 말이다.

기후변화에 적극적으로 동참하기 위한 다양한 시도가 각국에서 진행되고 있다. 대표적인 것 중 하나가 화석연료 대체이다. 'RE 100'도 같은 맥락이다. 전기자동차, 수소자동차 개발은 휘발유와 경유를 대체하면서 공기 오염을 최소화하려는 노력의 일환이다. 풍력발전, 태양광발전, 원전 등도 화석발전의 빈공간을 채우기 위함이다. 이러한 발전에는 디지털이 한 몫 거두고 있다. 메일은 디지털의 음지라고 한다면 화석연료를 대체하기 위한 노력은 디지털의 양지바른 부분이다.

디지털의 시작은 불편하거나, 불만스럽거나, 불안한 부분에 집중하여 우리에게 편리함을 가져다 준다. 편리함은 생활에서 여유 시간과 공간을 만든다. 지금까지 그렇게 발전해 왔고 가사노동 대체는 삶의 여유로움을 가져다 줬다. 그런 면에서 디지털의 발전은 삶의 풍족함을 채워주기에 충분한 자격을 갖고 있다. 다만, 그 편리함에 훼손이라는 부분만 최대한 줄일 수 있다면 디지털의 발전을 막을 이유가 없다. '훼손'이라는 부분을 축소하고 '공존, 공생, 공정'하기 위해 ESG가 전면에 나섰다. 들불처럼 번진 것은 2020년도부터라고 봐야 할 것이다. 디

지털과 ESG는 불가분의 관계로 대체제는 아니겠지만 서로 보완재로서 자리매김할 때이다

나. 산업의 변화 : 생존형 → 재미(fun) 중심으로

산업혁명이 거듭할수록 우리의 일상은 큰 변화를 가져왔다. 전 세계에서 가장 짧은 시간에 농업사회에서 지식정보사회로 진입한 국가는 한국이 유일하다. 한 세대 내에서 이 모든 과정을 경험한 국가는 지구상에 유일무이하다. 1960년대에는 생존형 생활필수품 위주였다면 지금은 여유롭고 풍요로움을 즐길 수 있는 산업으로 확산되었다. 한강 요트장에는 외국의 그 어느 계류장도 부럽지 않을 만큼 요트가 정박해 있는 모습을 쉽사리 찾아 볼 수 있다. KS레저개발 발표에 의하면 18홀 기준 2019년도 골프장이 541개에 이른다. 먹고 살기 위함에 치중했던 1960~70년대와는 확연한 차이를 보인다.

TV 보급이 마을에 1대 정도였던 시대에 엔터테인먼트 산업을 활성화한다고 가정해 보자. 어느 누가 투자할 것인가? 소비시장의 전체 구매력이 낮고 매출의 대부분이 생활필수품이 차지하는 시절에는 환경, 사회 등에 눈 돌릴 여유가 없었다. 사람이 먼저 살아야 하기에 더욱 그랬다. 우리나라 1970년대에 ESG가 의무사항으로 규정되었다면 어떻게 되었을까? 과연 지킬 기업이 몇 개나 될까? 선진국도 별반 다를 것이 없었을 것이다. 먹고 산다는 매슬로우 욕구 단계설의 가장 기초적인 욕구인 '생존 욕구'단계에서는 주변을 둘러 볼 여력이 없다. 이것이 현실이다.

이제는 달라졌다. 농업사회에서 산업사회로, 산업사회에서 지식사회로, 지식사회에서 지식정보사회로 거듭하면서 국민소득은 증가하였고 생활도 윤택해졌다. 베이비부머 세대는 학창시절과 지금 생활을 비교한다면 격세지감을 느낄 것이다. 산업이 변화했다. 생존형 산업에서 재미가 추구되는 여가산업으로 확장되면서 확장성이나 깊이 면에서 엄청난 변화를 가져왔다. 산업 확장에는 4차 산업혁명이 한 몫 거들었다. 당장 일상에서 자주 접하는 TV 채널을 보자. 예전에는 지상파 3개 채널에 교육방송 정도였다. 지금은 유료 채널까지 포함한다면 100여개가 훌쩍 넘는다. 인터넷이 연결된 곳이라면 어디라도 이 많은 채널을 시청할 수 있다. 지금처럼 다양해진 것도 불과 얼마 되지 않았다.

3차 산업혁명이 불을 지폈다면 4차 산업혁명이 기름을 부은 격이다. 온라인 동영상 서비스(OTT)는 어떠한가? 단순히 TV 시청만 하는 시대는 지나갔다. 인터넷만 있다면 방송 프로그램, 영화, 교육 등 각종 동영상 콘텐츠를 제공하는 서비스이다. 소비자는 맞춤형으로 콘텐츠를 소비할 수도 있다. 영상 제작과 운영이 방송사에 국한되었던 시대에서 소비자가 직접 주연배우가 되고 PD가 되어 영상물을 제작하고 배급하는 시대가 되었다. 유튜브가 대표적이다. 기업도 홍보물을 자체적 제작해서 활용한다. 유튜브가 활성화된 계기도 4차 산업혁명이라 할 수 있다. 유튜브, 넷플릭스, 훌루, 올레TV, 티빙, 왓챠, 웨이브 등과 같은 온라인 동영상 서비스(OTT)는 시간과 공간의 제약을 훌쩍 뛰어넘는 인터넷에 다양한 채널과 콘텐츠를 실어 나르며 일상의 풍요로움을 양산하고 있다.

산업혁명이 거듭할수록 일상은 재미(fun)를 찾아 성장하고 있다. 디딤돌이 바로 4차 산업혁명의 대명사인 디지털 기반의 '공유', '융합', '기하급수적 변화'이다. 이와 같은 4차 산업혁명의 초연결과 초지능은 디지털 원주민과 디지털 원시인으로 구분하는 등 양극화로 치닫고 있

을 뿐 아니라, 인권 경시 풍조까지 만연하는 등 새로운 사회문제를 양산하고 있다. 아울러 정보의 쓸림으로 빚어진 정보 양극화는 부의 쓸림을 심화시키면서 더불어 함께 공생의 걸림돌이 되고 있다. 기업의 이익은 근로자, 국가, 주주, 기업이 적절히 배분하는 것이 교과서적 근거이다. 이제는 소비자와 사회적 역할도 포함되어야 한다. 소비자에게는 이익보다는 가치가 반영된 더 높은 질적 제품을 제공하고, 이익의 일부를 사회에 환원하는 것이 사회가 바라보는 21세기 기업의 모습이다.

다. 미래기술과 ESG

미래는 '원유'보다 더 비싼 것이 '데이터'라고 한다. 데이터는 일명 '전기 먹는 하마'라고도 불리운다. '클라우드(cloud)'는 인터넷에서 빼 놓을 수 없는 감초와 같은 역할이다. 클라우드는 데이터 저장공간이다. 인터넷에서 발생한 다양한 데이터를 중앙컴퓨터에 저장했다가 언제 어디서든지 이용할 수 있도록 하는 기능이다. 문서, 사진, 그림 등 다양한 형식의 자료를 저장할 수 있다. 클라우드의 장점은 또 하나 있다. 개인이나 기업이 별도의 저장공간을 마련할 필요가 없다. 클라우드 기술 개발 이전까지는 개인 컴퓨터나 USB에 저장하던 것을 클라우드가 대신한다. 저장된 컴퓨터를 찾아 다니는 불편함도 USB를 소장하거나 분실할까 전전긍긍할 필요도 없다. 인터넷만 가능하면 시간과 장소는 문제가 되지 않는다. 스마트폰이 컴퓨터 역할을 대신하기에 반드시 컴퓨터가 있어야 하는 것도 아니다. 이처럼 4차 산업혁명은 더욱 편리한 세상을 한걸음 더 가깝게 만들어 줬다.

문제는 에너지이다. 클라우드는 이용자가 원하는 모든 데이터를 저장할 뿐 아니라 365일 24시간 쉬지 않고 서버를 운영해야 한다. 이용자가 언제 원할지 모르기 때문이다. 그 만큼 전력 소모량은 상상 이상이다. '전기먹는 하마'라는 별명을 갖는 이유를 짐작할 수 있다. 일상에서 컴퓨터를 사용하면 열이 많이 발생하는 것을 느낀다. 중앙처리장치(Central Processing Unit)가 집중되어 있는 IT센터는 방대한 열을 식히기 위해 대용량의 냉방시설을 가동한다. 이 또한 전력소모량이 어마어마하다. 디지털이 주는 편리함은 거대한 탄소배출로 환경을 침해하고 기후 위기로 이어지는 환경적 악순환과 맞바꾸는 것이다. ESG 경영 실천에 걸림돌이 기도 하다.

4차 산업혁명시대에 '디지털'을 제외하고는 얘기가 되지 않는다. 만약 인터넷이 없는 세상을 상상해 보자. 스마트폰이 없다면 우리의 일상은 어떻게 될까? 수십년 전으로 되돌아가야 할 것이다. 그 만큼 디지털이 가져다 준 편리성은 일상을 변화시킨 중심축이며 무시할 수 없는 수준으로 발전했다. 편리함 대신 지불한 환경 훼손도 엄청난 비용이다. 이제는 할 수 있는 범주 내에서 최선을 다해야 한다. 국제에너지기구(IEA)에 따르면 2019년 데이터센터 전력소모량은 남아프리카공화국 연간 전력 소모량과 맞먹는 수준이다. 다양한 기술을 개발하고 재생에너지를 활용하여 환경 훼손을 최소화하면서 더불어 살아가는 방안을 강구할 때이다. 4차 산업혁명이 짐이 되어서는 안된다. 가사노동과 일터 작업을 대신함으로써 우리에게 워라벨을 선물하는 디지털은 분명 포기할 수 없는 문명이기이다. 편리함을 누릴 권리만큼이나 환경을 보존하기 위한 의무도 게을리하지 말아야 한다.

3. ESG는 꼭 실천해야 하는가?

가. 투자자의 척도

ESG의 발단은 투자자 관점에서 비롯되었다. 사회적 책임투자도 투자자 의사결정에 반사회적 행위를 가려내겠다는 국제적 의지를 표명한 것이다. 비록 투자자의 의사결정인 비재무적 요소의 총합인 ESG에 의존하는 것은 아니다. 투자는 재무적 요인을 무시할 수 없다. 현금 흐름(cash flow)을 도외시킬 수 없다. 계속기업(going concern)은 ESG로 영위되는 것이 아니라 창출된 수익과 기업내 유보자금으로 가능해지기 때문이다. 다만, 재무적 요소가 창출된 과정에서 반사회적 행위를 유발했거나 직접 관여한 정황이 있는 지 여부가 ESG 보고서에 담겨져 있으므로 재무와 비재무 요인을 모두 함께 고려한다는 의미에서 ESG는 재무적 요인에 준해서 의사결정의 한 축을 담당하는 것임에는 틀림없다.

나. 간접금융의 조건

국내 금융권은 ESG의 선봉 주자이다. 친환경, 상생, 신뢰를 바탕으로 한 '그린금융'의 ESG 관련 신상품을 개발하여 보급하는데 앞장서고 있다. 아울러 국내 금융권도 외부 평가기관으로부터 ESG 평가를 받는 대상자이다. 기업을 대상으로 ESG가 빠르게 정착될 수 있도록 금융상품을 운용하는 시장의 이해관계자이자 촉진자 역할을 함과 동시에 평가 대상자이기에 대출과 투자 적격기업 선정에 있어서 기록하지 않은 것이 현실이다.

디지털은 그 어느 때보다 객관성과 투명성을 담보하고 있다. 금융권이 단순히 이자수익만을 추구하기 위해 사회적 관심을 회피할 수는 없다. 기업이 반사회적 행위를 하는 것을 눈감아 줄 방법이 없다는 것이다. 기업의 자금은 매출을 통해 얻는 수익도 있지만 상당 부분 타인 자본 의존도가 높다. 신용도가 높은 경우에는 직접금융으로 조달할 수 있지만, 우리나라 상장기업 중 직접금융으로 필요자금을 적기에 조달할 수 있는 기업이 얼마 되지 않는다. 특히 요즘같이 저성장시대에는 더욱 그렇다. 이 상황에서 간접금융을 포기할 수 없다. 어항에 있는 물고기가 적기에 물갈이를 하지 않을 경우 병이 들거나 생명을 잃을 수 있다. 기업도 마찬가지이다. 각자도생이 가능하다면 문제될 것이 없다. 다만, 자금흐름이 언제나 양호할 수 없다. 언제라도 긴급 수혈이 필요할 때가 있게 마련이다. 간접금융이 막힌다는 것은 정말 큰 물줄기가 메마른 것과 같은 이치이다.

다. 기업 성패를 좌우하는 ESG

투자자뿐 아니라 소비자 또한 ESG를 눈여겨 보고 있다. 특히, 미래 소비집단인 MZ세대는 'ESG 가치'에 지대한 관심을 보이고 있다. 이제는 소비 판단 기준이 가격만 고려하지 않는다는 점이 기업으로서는 부담스러운 부분이다. 비재무적 요인의 중요성이 부각된다는 것은 이윤 추구라는 재무적 부분이 힘을 잃을 수도 있다는 반증이기도 하다. 성과중심의 인사관리, 조직관리, 더 나아가 경영관리 패러다임이 변해야 한다는 것을 예시한다.

ESG가 자리매김하면서 착한 소비가 빠르게 확산하고 있다. 3차 산업혁명시대까지는 대량생산과 대량공급이라는 정부와 기업 주도의 소비시장에서 소비자가 '선택권'이 제한적이었던 반면, 4차 산업혁명시대는 소비자가 소비시장을 주도하고 있다. 사회 분위기도 '우리'라는 공동체 의식보다 '진정한 나를 찾아서'라는 개인주의적으로 빠르게 안착하고 있다. 다만, 사회적 공감대가 무너졌다고 보다 각자의 철학과 가치관으로 판단하되 유사한 가치관이 모였을 때 집단지성의 힘은 그 어느 때보다 큰 돌파력으로 기업에게 보이지 않는 압박으로 작용하고

있다.

대표적인 사례가 '불매운동'이다. 2021년 초에 방송인이 GS홈쇼핑 쇼호스트를 진행 하면서 사회적 관심이 집중되었던 '정인이 사건' 후속편을 다룬 SBS '그것이 알고 싶다'의 후속편 보도에 '그것이 중요한 게 아니에요'라고 생방송 중에 말을 했다가 시청자와 소비자로부터 거센 비난을 받았던 적이 있었다. 결국 GS 홈쇼핑은 그 방송인이 출연한 프로그램을 잠정 중단하는 것으로 사건을 마무리하였다. 단순히 방송 중단하는 차원을 넘어 대표이사 명의 사과문까지 게재하면서 일파만파로 번지는 사태를 수습하기에 안간힘을 썼던 사례를 기억할 것이다.

라. 수출기업은 필요충분조건

해외는 ESG가 우리나라보다 조금 더 앞서서 시작되었고 발전 속도 또한 더 빠르다. 지속가능경영보고서 발행 기업 비율도 우리나라보다 더 높게 나타나고 있다. 외국은 환경만큼이나 인권도 중요하게 본다. 경영의 투명성과 객관성도 높은 점수를 부여할 만큼 소중한 척도로 간주하고 있다. 업종마다 차이가 있겠지만 '저(低)탄소, 탈(脫)석탄' 산업군에 속해 있는 기업은 특히 환경부문에 각별한 신경을 써야 한다.

수출기업은 환경부문에 이어 구성원과 이해관계자에 대한 갑질과 같은 인권 침해사례 방지를 위한 다양한 장치 마련이 수반되어야 한다. 기존 CSR를 비롯한 사회적 역할을 강화할 필요도 있다. '더불어', '아우름'이라는 말로 대신할 수 있는 사회적 역할에 대해 심도있는 논의와 기업이 잘할 수 있는 부분을 찾아 내 일회성 '연기'가 아닌 시스템적으로 '내재화' 단계로 발전할 수 있도록 해야 한다. 또한, 경영의 투명성도 중요하다. 소수자가 정보 독점과 의견권을 남발하는 비민주적인 행태에 대해 외국은 굵지 않은 시선으로 바라본다. 의사결정의 객관성과 투명성이 담보될 때 '지배구조'의 평가는 양호하게 나올 수 있다.

문제는 ESG 경영을 실천할 수 있는 기업자원을 둘러싼 환경적 요인이다. 나름 인적자원과 물적자원에 여유가 있는 대기업은 그나마 상황이 나은 편이다. ESG 경영 평가지수가 다소 낮더라도 앞으로 나아질 수 있다는 믿음이 있기에 자금조달이나 여론이 우호적일 수 있지만, 문제는 중소기업이다. ESG 경영 실천을 위한 구축의 몫은 오로지 수출기업에게 남는다.

현재는 정부도, 수입 의뢰 기업도 도와 줄 수 있는 방법이 많이 없다. 공급망 사슬에 의해 수출기업은 ESG 경영을 가능한 지켜야 하나, 수입의뢰 기업이 부담 경감차원에서 분담할 의사가 없다는 것이 현실이다. 준비가 늦을수록 부담은 커질 수 밖에 없다. 미국, 캐나다, 유럽 연합(EU)에서의 요구 수준은 시간이 지날수록 높아지고 있다. 요구 강도도 점차 강해지고 있다. 유예기간도 짧아지거나 없는 경우도 있다. 수출국의 ESG를 면밀히 검토하면서 할 수 있는 것을 단기, 중기, 장기로 구분하여 진솔하게 임하는 자세가 그 무엇보다 중요하다.

4. ESG가 어려운 이유는 뭘까?

가. 막대한 자본력과 시간의 뒷받침

ESG는 당장 할 수도 있는 것도 있지만 온실가스 감축, 에너지 등 자원소비 절감 등 환경 분

야에 대비하는 것에 가장 큰 어려움을 겪고 있다. 환경(E) 부문은 막대한 자금이 수반되어야 가능한 프로젝트가 많기 때문이다. 아울러 공사 기간도 길고 현실화되기 까지도 꽤 많은 시간을 요하는 경우가 다수이다. 그렇기에 자본력이 풍부한 대기업만을 위한 잔치라는 얘기가 나온다. 점점 더 심화되는 양극화에 불멘소리도 들린다. 중소기업 설문조사에서도 ESG 경영 도입할 때 비용부담(37.0%), 인적자원 부족(22.7%), 가이드라인 부족(16.3%) 등의 순으로 애로사항을 토로하고 있다.

선진국과 유럽연합(EU)은 해당 기업뿐 아니라 공급망까지 ESG 경영 실천을 요구하고 있다. 이제는 더불어 상생해야 한다. 나 혼자 잘 살면 된다는 고립된 이기주의는 설 땅이 없다. 투자자도 소비자도 외면한다. 막대한 자본력을 가진 대기업이 사회적책임(CSR) 차원에서 나설 때이다. 실질적으로 공급망과 지속가능경영을 실천할 수 있도록 전략을 수립하고 실행해야 한다. '공익'이라는 친사회적 가치에서는 '공동 대응'과 '협업'이 중요하다. ESG 경영이 친사회적 가치인 '공익'에 해당된다. '주주 자본주의'에서 '이해관계자 자본주의'로 전이되는 작금의 상황을 고려한다면 충분히 가치있는 일이다. 기업 이미지 개선에도 도움이 될 것이다.

나. 적극적 홍보와 체계적 교육 지원시스템 미흡

중소기업 애로사항 중 하나이다. ESG 경영은 기업의 건강함을 유지하고 발전시키는 경영전략 중 하나이다. 이러한 주요한 ESG 경영을 체계적·구체적으로 교육 받기가 용이하지 않다. 파편식의 흩어진 정보는 많다. 이것을 모아 하나의 줄거리로 엮고 체계화시켜서 기업에 맞도록 수정 보완하기에는 많은 시간과 인력이 요구된다. 중소기업은 하루 하루가 전쟁터이다. 늘 납품 시간에 쫓기고 원자재 대금 납부로 자금난에 허덕이고, 잉여인력이라고는 눈 씻고 봐도 찾아 볼 수 없다. 산업별 협회 또는 환경부, 중소벤처기업부 등이 직접 나서서 적극적으로 동참할 것으로 홍보하고 체계적 교육을 지원하는 시스템이 필요하다.

중소벤처기업부(이하 '중기부'라 한다) 중심으로 '중소기업 ESG 실무협의회'가 구성되어 있다. 2022년 7월에 제3차 실무협의회가 열렸었다. 실무협의회는 2021년 11월 발족되었고 정책·혁신·경영지원·금융 등 4개 분과로 구성되어 있다. 늦었지만 환영할 만한 일이다. 중기부는 수출기업들에 대한 ESG 요구가 많아져 어려움을 겪는 중소기업들을 적극 지원하고자 국가별 ESG 요구 특성 등을 정리한 '중소기업 ESG 경영안내서(수출편·업종편)'를 2022년 하반기에 발간할 예정이다.

그럼에도 불구하고 적극적 홍보가 필요하다. 홍보의 목적은 두 가지이다.

첫째, 기업 대상이다. 아직 중소기업은 ESG 전반에 대한 이해가 부족하다. ESG 경영은 누구만의 의무가 아니라 모두가 지키고 실천해야 한다는 인식 확산을 위해서라도 적극적 홍보는 필요하다. 자칫 오해하기가 쉽다. 소비자와 접점에 있는 등 이해관계가 깊은 대기업이 부담해야 할 의무로만 이해할 소지가 많다. 이해관계자 범주에 공급망까지 아우르고 있어 공급망 사슬에 포함되어 있는 중소기업도 자유로울 수가 없다는 것을 알려야 한다. 국제적으로 기업뿐 아니라 국가도 ESG 경영을 실천해야만 하도록 국제기준이 강화되고 있음을 널리 홍보해야 한다. 소 잃고 외양간 고친다는 것은 시간과 자본이 당초보다 더 많이 소요된다. 이미지가 나락으로 떨어진 이후에 원상복구한다는 것은 여간 어려운 것이 아니다. 소비자도 예전과 달라졌다. 자신의 의사를 분명히 밝히는 경향이 강해지고 있다. SNS는 언제 어디서

든지 하고 싶은 얘기를 할 수 있도록 도와주는 적극적인 수단으로 활용되고 있다.

둘째, '소비자'이다. 막연하지만 'ESG는 착하다', 'ESG는 좋은 것이다' 정도는 안다. 다만, 구체적으로 환경, 사회, 지배구조가 무엇을 의미하고 왜 하는 것인지 등 구체적인 내용을 모른다. 소비자가 가장 잘 아는 분야는 환경(E)이다. 지금도 실천하고 있다. '분리수거'가 대표적이다. 일회용 대신 '다회용기, 다회용컵' 사용하기, 자가용 대신 대중교통 이용하기, 엘리베이터 대신 계단 이용하기 등이 일상에서 알게 모르게 ESG를 실천하고 있다. 더 적극적으로 동참하도록 홍보가 필요하다. ESG는 제품 원재료 생산에서부터 소비자의 소비, 폐기까지 포함한다. 소비와 폐기는 소비자의 행동 패턴이 중요하다. 정부의 절대적 홍보가 필요한 부분이다

우리나라 기업의 99%가 중소기업이다. 중소기업이 실질적으로 ESG 경영에 동참할 때 국가 ESG 평가도 상향 조정된다. 그 만큼 중소기업의 실천은 개별 기업차원에서도 국가 차원에서도 중요하다. 결국 시간과 자금력이 뒷받침되지 않기에 엄두를 내지 못하고 있다. 그 부분을 협회 또는 정부가 가이드라인을 제시하면 된다. 복잡하게 이론적 접근보다는 현실적으로 산업별로 환경, 사회, 지배구조에서 문제시되는 부분을 사례집으로 발간하고, 대안 제시 수준에서 교육을 진행한다면 짧은 시간에 효율적 성과를 낼 수 있을 것이다.

다. 소비자 인식과 실천의 간극

우리나라 소비자가 ESG 가치에 대해 생각하는 수준은 높다. ESG를 지켜야 한다는 인식은 높은 수준이나 실행은 낮다. 친환경 소비 활동 중 '제로웨이스트' 운동에 대한 소비자 인식과 구매시 영향 정도를 살펴 본 설문조사가 있다. 소비자 10명 중 3명(38.9%)은 일상생활에서 제로웨이스트 운동이 필요하다고 공감하고 실천중이다. 허나 소비자 10명 중 6명(59.9%)은 운동의 필요성에 공감하나 실천하지 못하고 있다고 나타났다.

전국경제인연합회가 조사한 '소비자의 ESG 개념 인식도' 결과에서 소비자 10명 중 6명이 ESG 경영 자체를 모르는 것으로 응답했다. 소비자가 친사회적 가치에 중심을 둔 '착한 소비'로 기업의 반환경적 행위에 '흔썸'을 낸다는 것과는 다소 거리감이 있어 보인다. ESG 경영 용어가 생소한 것이 아니다. 명확하고 구체적으로 타인에게 설명하고 설득할 자신이 없다는 것을 표현한 것이다. 범 사회운동으로 자리매김하기 위해서는 적극적 홍보가 필요하다. 위에서 설명했기에 추가적 기술은 생략한다.

라. '내 일'이 아닌 '남의 일'이라는 인식

'ESG는 나에게 주어진 의무가 아니다. 나는 즐길 권리가 있다. 지켜야 할 의무는 나 아닌 다른 사람이다.' 안일한 의식과 대처는 기후위기와 같은 현실적으로 닥쳐 온 다양한 위기를 이겨낼 수 없다. '나만 아니면 되'라는 TV 예능프로그램처럼 사회가 움직인다면 얼마나 슬프고 무서움이 가득할까 싶다. 모든 것의 출발점은 '자아'이다. 자신이 존중받기 위해서는 다른 사람을 먼저 존중해야 하듯이, 공정하고 공생하며, 공존할 수 있는 삶을 위해서는 스스로 지켜야 할 의무를 이행해야 한다.