

제 11 장. 메타버스와 ESG = M-SG

학습목표
<ul style="list-style-type: none">▪ 학습내용: 해당 차시에서 학습할 학습주제(목차)를 제시해 주세요.▪ 학습목표: 해당 차시 학습을 통해 <u>학습자들이 달성해야 할 목표</u>를 학습내용과 연계하여 작성해 주세요.

▶ 학습내용

1. ESG의 이해
2. 메타버스와 ESG 상관관계 및 활용 이해

▶ 학습목표

1. ESG의 이해하고 설명할 수 있다
2. 메타버스와 ESG 상관관계 및 활용을 이해하고 설명할 수 있다.

1. ESG의 이해

1) ESG의 필요성 인식

기업의 목적은 이윤 자체가 아니라 '지속가능성'이다. 그래서 좋은 기업, 착한 기업의 이미지를 갖고 싶어 한다. 그런데 좋은 이미지, 착한 이미지를 갖는 것에 만족하거나 '그런 척' 하는데 그쳐서는 안 된다.

오늘날의 기업은 실제로 좋거나 착하지 않으면 경쟁력이 떨어지고 심지어 기업이 망할 수도 있다는 것을 인지해야 한다. 그렇다면 착하고 좋은 기업이란 무엇이고 그 기준은 무엇일까? 사람들은 간혹 '착하다'는 것을 '선하고 약하다'로 바꾸어서 생각한다.

그래서 좋은 기업은 몰라도 착한 기업은 돈을 잘 벌지 못할 것이라는 착각을 한다. 이 애매모호한 질문에 누군가는 앞장서서 '이렇게'라고 하는 뚜렷한 목표와 기준을 제정하고 권고할 필요가 있게 되었다. 기업의 재무 보고서가 말해주지 않는 것들이 너무 많기 때문이다.

2) ESG 개념과 역사

ESG란 기업의 비재무적 요소인 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)를 뜻하는 용어로 영문 첫 글자를 조합한 단어이다. 과거 기업은 재무적인 이익, 즉 눈에 보이는 숫자로 평가되고 인정받았다.

세계 최대 규모의 자산운용사인 블랙록의 CEO 래리 핑크는 2018년 1월 자신의 포트폴리오에 들어있는 모든 기업의 CEO에게 편지를 보냈다. "공기업·사기업을 막론하고 모든 기업은 사회적 목적에 봉사해야 한다." 한마디로 ESG 성과를 관리하라는 것이었다. 그때까지 주주가치를 극대화하는데 전심전력하던 CEO들은 본격적으로 조직을 정비하고 비즈니스 모델을 재편하기 시작했다.

ESG라는 용어는 2003년 유엔환경계획 금융이니셔티브(UNEP FI)에서 처음 사용했다. UNEP FI는 유엔환경계획(UNEP)과 주요 금융기관들이 결성한 국제 파트너십이다. UNEP FI에서 탄생한 ESG가 공식적으로 사용된 것은 2004년과 2005년 유엔글로벌콤팩트(UNGC)와 국제금융공사(IFC), 스위스 정부 등이 함께 진행한 'Who Cares Wins(돕는 자가 이긴다)'회의에서다.

ESG라는 용어가 등장하기 전에 학계와 기업은 유사한 개념으로 사회책임투자(SRI), 기업의 사회적 책임(CSR), 지속가능경영 등의 용어를 사용해 왔다.

ESG가 의도하는 것은 '지속가능성'이고, SDGs에도 '지속가능'이라고 하는 의미가 들어가 있다. ESG 투자는 기업을 SDGs로 향해 달려가게 하는 원동력이 된다. SDGs 목표이고 ESG는 수단이다.

3) CSR, CSV, ESG 개념 이해

SRI(사회적책임투자)Social Responsible Investment : 투자자들도 주식이나 채권매매 여부를 판단할 때 기업의 사회적 책임에 대해 고려하게 되었다. 요즘은 ESG 투자로 일컬어 지지만, 1980년대 당시에는 SRI(사회적책임투자)로 불렸다. SRI와 ESG는 전혀 별개라고 생각하는 사람들도 많다. 그러나 ESG의 기본 사상은 SRI의 정신을 그대로 계승했다. 환경문제의 심각성이 더욱 심화된 지금 ‘SRI’의 진화형이 ESG라고도 볼 수 있다.

가) CSR(기업의 사회적 책임) Corporate Social Responsibility

ESG와 유사한 개념 혹은 그 전신 격으로 CSR이 거론되고 있다. SDGs의 맥락 앞에는 CSR이라는 이념이 있다. CSR은 기업의 사회적 책임·책무라는 뜻이다. 기업의 재무 활동으로 벌어들인 재화를 사회에 환원하는 등 주로 ‘선한이미지’를 브랜딩 하는데 사용되었다. 일종의 홍보전략 내지 비용이었던 셈이다.

나) CSV(공유가치창출) Creating Shared Value

CSV는 마이클 포터 교수가 2011년에 제창한 것으로 자선 활동이 아닌 기업의 본업을 통한 사회문제 해결이 가치를 낳는다는 생각인데, 이는 ESG와 공통분모를 가진다. CSV는 직역하면 공유가치의 창조, 즉 사회적 가치와 경제적 가치 모두를 실현 시킨다는 생각이다.

4) ESG 항목별 개념 이해

가) Environmental (환경)

ESG는 ‘착한 기업’만 하는 전유물처럼 여겨졌던 때가 있다. 이제는 지키지 않으면 안 되는 규범으로 성격이 변하고 있다. 바로 기후변화, 기후위기와 관련해서다. 과거 2~30년 동안 들어왔던 기후변화가 사회를 변화시키는 순간을 우리는 눈으로 보고 있다.

어떤 일이 처음에는 아주 미미하게 진행되다가 어느 순간에 전체적인 균형이 깨지면서 예기치 못한 거대한 일이 한순간에 폭발적으로 일어나는 바로 그 시점을 ‘Tipping Point’라고 한다. 학계에서는 주요 기후변화 티핑 사건을 다음의 5가지로 본다.

1. 대서양 해류 순환 붕괴
2. 보다 강력하고 지속적인 엘니뇨 현상
3. 아마존 열대 우림 파괴
4. 서남극 빙상 붕괴
5. 그린란드 빙상 붕괴

이것은 대기 중 온실가스에도 큰 변화가 나타나면서 세계 곳곳에서 기상이변이 발생한다는 것을 의미한다. 더 심각한 것은 여러 기후변화 티핑 사건이 서로 별개가 아니라는 것이다. 인류가 현재의 기후변화를 제대로 관리하지 못하면 상상을 초월하는 엄청난 대가를 치러야

한다는 뜻이다. 영화가 현실이 되지 않게 즉각적인 행동을 해야 하는 이유다.

ESG 경영에 있어서 세계적으로 관심을 많이 보이는 분야는 환경이다. 지금까지 기업은 각자의 방식으로 환경보존을 위해 노력해왔다. 그러나 기업의 노력에 대해 구체적이고 정량적인 성과를 요구하기 시작했다.

‘위장 환경주의’를 가리키는 그린워싱이라는 비판으로부터 자유로워지기 위해서 어떤 노력을 했고 어떤 성과가 있었는지 투명하게 공개할 필요가 있다. 투자자와 소비자는 겉은 친환경으로 포장하고 속은 친환경이라고 할만한 것이 없는 허울뿐인 기업을 잘 거를 수 있는 안목을 키울 필요가 있다. 이제 탄소중립은 시대적 목표이며 국제사회의 규범이 되었다.

나) Social (사회)

국민권익위원회의 공식 블로그에서 ‘착한 소비란 개별 소비자가 자신의 소비행위가 다른 사람이나 사회에 어떤 영향을 미칠 것인지를 고려하여 소비자 자신에게 요구되는 사회적 책임을 다하는 의식적인 소비행위’라고 하였다.

착한 소비는 친환경 소비, 사회적 약자를 배려하는 소비, 지역공동체의 이익향상을 위한 소비, 간소한 삶의 가치를 실현하는 등의 모습으로 소비자 자신을 중심에 두기보다는 남과 더불어 함께하는 소비 가치를 실천할 때 쉽게 확인된다. 지속가능성을 중요하게 생각하는 기업 경영이 자리 잡으면서 이러한 소비자의 반응 또한 일반적인 모습이 되었다.

사람들은 ‘친환경’이 ESG의 전부인 줄 아는데 ‘S’와 ‘E’도 너무나 중요하다. 여기서 ‘S’는 상생+협력을 말한다. 이것을 못해서 나락으로 떨어진 기업들이 많다.

앞에서 착한 기업, 좋은 기업을 ESG를 잘하는 기업이라고 하였다. 특히 사회적 약자에게 도움을 주는 기업이라면 ESG 경영을 잘하고 있다고 할 수 있다. 기관투자자들은 ESG를 기반으로 종합적으로 기업을 평가하고 투자를 결정한다. 따라서 ESG 관련 항목에 대한 MRV(측정·보고·검증)의 중요성을 강조한다.

1990년대 아동 노동력을 착취해서 제품을 생산한다는 비난을 받던 기업 나이키는 ‘S’의 대명사로 거듭났다. 모두가 알고 있고 나이키에 위기를 가져온 사진 한 장이 있었다. 하루 6센트(70원)를 받으며 나이키 축구공을 바느질하는 파키스탄 소년의 사진 한 장이 1996년 ‘라이프’지의 표지에 실렸다.

참고로 전 세계적으로 2억 명이 넘는 아이들이 생계를 위해 어려서부터 강제 노역을 하고 있다. 당시 나이키는 하청 업체의 문제로 우리가 따로 개입하거나 할 수 없기에 우리 책임이 아니라며 문제를 회피하였다.

이후에도 소비자의 인기를 등에 업은 오만한 회사의 태도와 모르쇠로 일관하는 태도에 소비자들은 분노하였고 ‘나이키 불매운동’을 벌였다. 이 일로 나이키와 아동 노동력 착취 등과 관련 짓는 보도가 급증했고 잘나가던 나이키의 상승 곡선은 꺾이고 매출에 큰 타격을 입게 되었다. 1998년 5월 회사가 망할 수도 있다는 위기감을 느낀 나이키는 사회적인 영역에 더욱 많은 신경을 써야 한다는 걸 비로소 느끼게 된다.

다) Governance(지배구조)

투자자들에게 ‘지배구조’는 너무 중요하다. 아무리 좋은 기업에 투자했다 해도 그 회사의 지배구조가 엉망이면 주가가 한순간에 나락으로 떨어질 수가 있다.

거버넌스의 사전적 개념은 공동의 목표를 달성하기 위하여, 주어진 자원 제약하에서 모든 이해 당사자들이 책임감을 갖고 투명하게 의사결정을 수행할 수 있게 하는 제반 장치(체제)이다.

통치 방식이라고 하는 곳도 있고 ‘지배구조’, ‘협치’등으로 풀이해 놓은 곳도 있다. 주어가 누구냐에 따라 강조하는 것과 정의가 달라진다. 집단의 문제를 소수가 참여하고 결정하는 것이 아니라 많은 사람들이 참여해 민주적이고 협력적으로 해결한다는 것이다.

투명한 소통이 중요하다고 기업의 모든 것을 알려야 하는 것은 아니다. 그들의 의사결정과 활동으로 인해 이해관계자와 사회·경제·환경에 미치는, 혹은 미칠지도 모르는 영향에 대해서는 숨김없이 공개하는 진정한 용기가 필요하다.

기업 경영에 있어 ESG는 선택이 아닌 필수가 되고 있는 시대이다. 이렇게 기업들은 올바른 ESG 경영을 위해 다양한 방법을 적용해 진정한 ESG 경영을 실천하는 많은 노력을 기울이고 있다. 여기 최근 급부상하고 있는 디지털 트렌드, 새로운 세계를 창출하고 있는 메타버스를 통해 실천할 수 있는 ESG 경영 방법을 메타버스 플랫폼인 ZEP을 통해 제시하고자 한다. 특히 최근 글로벌 기업들로 부터 출발해 국내 기업에 까지 번지고 있는 디지털 트랜스포메이션(Digital transformation), 이른바 DX라고도 불리우는 변화의 흐름을 통해 지금껏 지켜온 기업의 시스템과 과거 오프라인 환경을 통해 진행했던 경영방식이 온라인 기반의 방식으로 빠르게 변화하고 있다.

2. 메타버스와 ESG 상관관계 / 활용

1) 메타버스와 ESG 상관관계 이해

ESG에서 추구하는 환경, 사회, 지배구조의 실천을 위해서는 기존의 방식이 아닌 새로운 방식으로 적용이 필요한데 그러한 실천 방안에 있어 최적화된 도구가 바로 메타버스 플랫폼이다.

이러한 메타버스 플랫폼에는 2004년 출시된 게임 기반의 로블록스를 비롯해, 전 세계 3억 명의 사용자를 확보하고 있는 2018년 출시된 제페토와 코로나 펜데믹으로 인해 우리에게 너무나 가깝게 다가온 줌 화상회의 시스템, 이러한 줌 화상회의 시스템의 불편함을 극복하기 위해 2019년 탄생된 게더타운, 그리고 이러한 게더타운을 보완한 한국형 게더타운이라 불리우는 켄(ZEP) 등이 대표적인 메타버스 플랫폼이라 소개할 수 있다.

2) 메타버스 ESG 실천 사례

가) 환경분야(Envioronmant)

‘환경 분야에서 가장 먼저 고려되고 있는 문제가 탄소 발생이다. 하지만 우리가 오프라인

활동을 통해 회의, 발표, 행사, 출장이란 다양한 활동을 통해 탄소 발생을 하고 있어 이제는 온라인 활동으로 변화 할 수 밖에 없는 상황에 놓여있는데 다음의 사례는 지금껏 오프라인에서만 할 수 있었던 회의, 행사, 교육 등을 온라인 메타버스 플랫폼에서 구현해 탄소발생, 즉 환경문제를 줄여가는 실천을 할 수 있도록 돕고 있다.

다) 사회 분야(Social)

사회분야에서는 기존의 현장 중심으로 이어온 기업의 사회적 활동을 온라인 메타버스 플랫폼으로 세대와 지역의 격차없이 광범위하게 지원하고, 특히 MZ세대 직원의 인적자원개발 관리(HRD)에 적용하는 사례를 찾아 볼 수 있었다.

다) 지배구조 분야(Governance)

지배구조 분야에서는 기업의 경영기반을 디지털 전환을 통해 지배구조 지표 개선에 효과적이고 투명성 있는 경영, 스마트한 중앙관리, 경영관리 공백 최소화를 기대할 수 있는데 특히 최근 환경(E) 사회공헌(S) 지배구조(G) 개선까지 디지털 전환으로 중무장한 글로벌 IT 기업들이 ESG 등급에서 상위권에 랭크되는 사례들을 볼 수 있다.

3) ZEP이란?

젠펙은 2021년 11월 30일 슈퍼켓(도트 그래픽 제작)과 네이버 제트가 합작해 만든 메타버스 플랫폼으로, 주로 의사소통 기반의 메타버스(문자 채팅, 음성, 화상채팅)를 지향하고 있으며, 웹 기반(다운로드 필요 없음)의 게더타운과 거의 흡사하다.

가) 주요 특징

- ① 카메라, 마이크, 화면 공유 등 온라인 회의에 특화
- ② 별도 비용 지불없이 한 공간에 5만 명 동시 접속 가능
- ③ 모바일, 데스크탑 모두 사용 가능
- ④ 직접 메타버스 공간 제작 가능(기본 템플릿 활용 맵 제작 가능)
- ⑤ 다양한 목적의 온라인 활동: 회의, 이벤트, 교육, 전시회, 홍보활동, 실시간 라이브행사 가능

나) ESG의 ZEP 활용 제안

(1) 환경분야

(가) 친환경 실천 온라인 캠페인 개최 및 홍보 플랫폼으로 ZEP 활용

(나) 활용사례

- ① ZEP+Spatial 공동 개최 : 친환경 실천 공간 크리에이트 및 홍보 플랫폼 활용

② 한국전력 숲 살림 메타버스 맵 활용 환경 캠페인 개최

<한국전력(숲살림 메타버스 맵)>



(출처 : 주식회사 ZEP 홈페이지)

(2) 사회분야

(가) 채용설명회, 직원교육, 인적자원개발관리(HRD)관리시 ZEP 공간을 활용할 수 있다

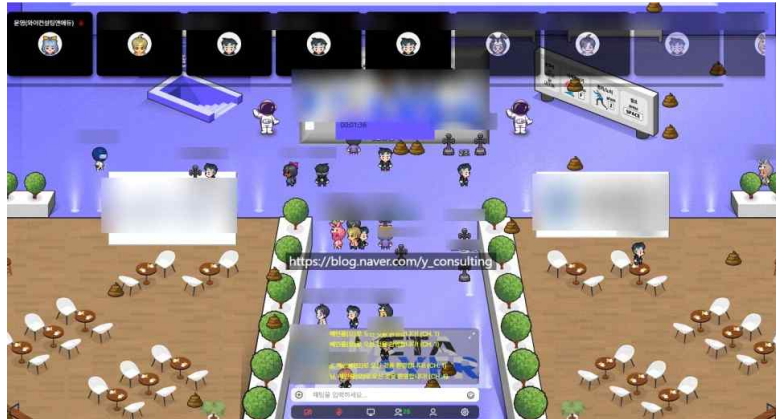
(나) 활용사례

① 대구 수성구청 ZEP으로 구축한 가상 대강당에서 직원 교육(4차산업 신기술교육)



(출처 : B베타뉴스 2022.8.20. 기사)

② 와이컨설팅앤에듀가 기업대상으로 ZEP 워크숍 개최



(출처 : 와이컨설팅앤에듀 블로그 2022.5. 3. 포스팅)

③ 롯데백화점 직원 채용설명회 플랫폼 구축



(출처 : 취업대학교 카페 2022.5.16. 소식)

④ 현대자동차, 기아자동차 사내 임직원 교육 ZEP 플랫폼 구축



(출처 : 디어빌리티그룹 블로그 2022.6.14. 포스팅)

(3) 지배구조 분야

(가) 기업의 투명한 경영회의, 전략토의, 기업정보 공개, 각종 사업설명회 공간으로 ZEP을 활용 할 수 있다

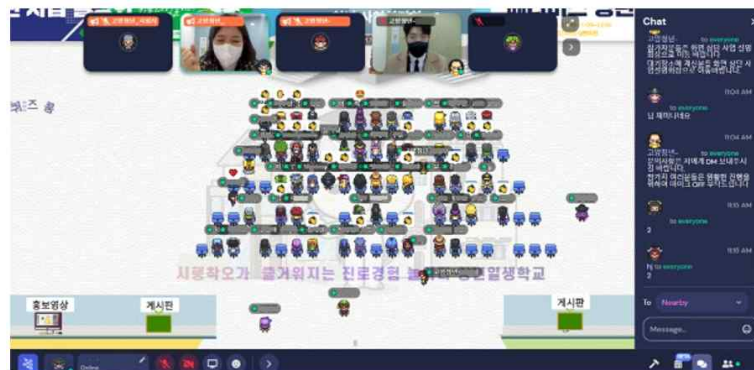
(나) 활용사례

① 교보문고 공개 경영전략 라이브 미팅을 통해 300명 임직원들의 전략적 커뮤니케이션의 장으로 ZEP 활용



(출처 : 파이낸셜뉴스 2022.3.14. 기사)

② 경기도 고양시 청년일생학교 사업설명회 개최



(출처 : Queen 2022. 4. 5. 기사)