

세계는 지금 ESG 혁신 중! 기업의 ESG경영

과거 기업의 경영방식은 재무적 성과에 초점이 맞춰져 있었다. 하지만 기업이 양질의 성장을 거듭함에 따라 '지속가능경영'에 대한 내외부적 요구가 강해지며 'ESG'가 뜨거운 감자로 급부상했다. 사회적 책임과 이윤 추구 두 마리 토끼를 잡는 것을 목표로 하는 ESG는 이제 뜬구름 잡는 이야기가 아닌, 기업의 장기적 유지·성장을 위한 필연적 선택이 됐다.

글: 편집부 자료출처: 트렌드인사이트



국내외 주요 기업들의 ESG경영 사례

1. 탄소배출 '0'에 도전하는 '마이크로소프트'

마이크로소프트(Microsoft)는 10억 달러의 '기후 혁신 펀드(Climate Innovation Fund)'를 조성해 향후 4년간 탄소 제거 기술 개발을 지원할 예정이며, 최근에는 '탄소 네거티브(Carbon Negative)'를 도입, 2030년부터 이산화탄소 흡수량을 배출량보다 더 늘린 후, 2050년까지 창사 이래 배출한 모든 이산화탄소를 회수하겠다고 밝혔다.

2. 옷을 물려 입을 것을 권장하는 의류 브랜드 '파타고니아'

미국의 아웃도어 전문 의류 브랜드 파타고니아는 다양한 환경 캠페인에 앞장서는 것은 물론, 실제로 자신들의 제품을 새로 사서 입기보다 중고 거래를 독려하고, 고객들에게 반질고리를 무료 배포하며 의류 수선 방법을 영상으로 공유하는 등 따뜻한 아이디어들을 끊임없이 실천하고 있다. 또한, 생산협력업체를 선정하는 기준에 'Social'과 'Environmental' 기준을 더해, 협력업체 선정 시 직접 현장에 가서 실사를 하고 선정하는 과정을 거치고 있다.

3. 클린뷰티 선도하는 '올리브영'

올리브영은 클린뷰티 캠페인과 생분해(완전분해) 플라스틱 저감 친환경 모델로 주목받았다. 이 회사는 2020년 6월부터 클린뷰티 기준을 정하고 이에 맞는 브랜드와 제품을 소개하고 있다. 유해 의심 성분을 배제하고 친환경이나 동물보호 브랜드에 마크(엠블럼)를 부여해 국내 클린뷰티 시장을 주도하고 있다. 화장품 즉시 배송 서비스인 '오늘드림'의 포장재도 재활용 가능한 크라프트지로 교체했다.

4. 모두와 아름다움을 공유하기 위한 노력, '로레알'

로레알은 상품 디자인, 유통, 생산과정, 원재료 조달 등 가치사슬의 전 단계에서 지속가능성 달성을 위해 노력해왔다. 신규 출시, 또는 리뉴얼된 모든 제품이 환경 및 사회적으로 미치는 영향을 최소화하고자 했으며, 제품의 생산 및 운송 과정에서 배출되는 온실가스와 폐기물을 감축했다. 또한, 취약계층을 위한 일자리 창출, 공급업체 관리, 직원복지 향상 등 지역사회·공급업체·직원의 발전을 위해 꾸준히 노력하고 있다. 🌱

기업의 장기적 성장을 위한 필수 덕목, ESG

'ESG'란 Environmental(환경), Social(사회), Governance(지배구조)의 앞글자를 딴 약자로, 기업의 비재무적 성과를 판단하는 기준을 의미한다. 좋은 일을 해야 한다는 당위가 아니라 ESG를 추구함으로써 기업의 지속가능성을 개선한다는 실증론적 기준으로 2005년 처음 등장했다. 2018년부터는 ESG 활동을 하는 기업에만 투자하는 'ESG 투자'가 전체 운용자산의 20~40%를 차지하는 일이 벌어지기도 했으며, 최근에는 '그린'과 '환경'이라는 단어로 대표되는 공생의 가치를 중시하고 지구를 위한 좋은 제품을 골라 쓰려는 고객이 늘고 있다. 더 좋은 근로환경(Work Environment)을 제공하고 사회에 공헌하는 기업과 일하려는 구성원과 파트너도 늘고 있다.

이처럼 비즈니스를 둘러싼 이들의 의식이 전반적으로 변화함에 따라, 이제 우수 인재나 알찬 사업 기회를 잡기 위해서는 사회문제에 관심을 두고 이를 앞장서 해결하는 보람을 줄 수 있어야 한다. ESG는 고객, 구성원, 파트너 등 기업의 모든 이해관계자의 요청을 반영하고 있다고 해도 과언이 아니다. 실제로 장기적 성장 가능성을 가진 기업들은 대부분 ESG에 적극적이다. 예전에는 ESG가 우선순위에서 밀리는 형국이었다면, 이제는 기업이 신경 써야 할 장기적인 전략 혹은 투자라는 시각이 지배적이다.