

해외 기업의 환경주의 경영

崔周燮*

국제적인 환경 의식 시대의 돌입

환경 문제는 통상적으로 3단계로 구분되어 대처되고 있다. 맨 먼저 자연에 대한 애정의 성격이 강한 보전 단계이다. 풍치 지구의 설정, 자연보호 등에 그 초점이 두어진다. 2단계는 도시 환경, 산업 공해에 초점이 모아져서 수질 오염, 대기 오염이 주요 문제가 되며 국가 단위로 문제 해결을 추구한다. 3단계로 들어 가면 산성비, 해양 오염, 오존층 파괴, 기후 변화 등 지구 차원의 환경 문제가 중심이 되어 국제적인 환경 의식하에 문제 해결을 추구해야만 한다. 선진국을 중심으로 하는 자원 소비형 경제 활동의 확대, 개발 도상국의 빈곤과 인구 급증으로 인한 자연 자원의 고갈 그리고 세계 경제의 국제적인 상호 의존 관계의 심화가 환경 문제를 지구 환경 문제로 확대하여 왔으며 이것이 인류의 생존 기반에 심각한 영향을 주고 있는 것이다. 이를 해결하기 위하여 작년 6월 브라질 리우에서 개최된 유엔 환경 개발 회의에 126 개국의 정상급 대표단이 참석하여 지구 환경 보호라는 공동 목표를 위한 구체적인 논의를 가속화 시켰고, 금년 4월 일본 교토에서 열린

환경 문제 글로벌 포럼에 50여 개국의 종교 지도자, 국회의원, 과학자, 언론인, 환경 운동가 등 300여 명이 모여 세계 민간 기구로서 「국제 녹색자」를 창설함으로써, 지구와 인류의 미래를 위한 가치 전환에 역점을 둔 범세계적인 환경 보전 운동에 큰 진전을 이룩했다.

환경 보전형 사회로의 지향

지구 환경 문제를 풀어 가기 위해서는 자원 소비를 전제로 하는 선진국 경제 사회 발전 방향을 수정하고 경제 활동 확대의 배경인 경제 효율과 편리성에 중점을 두는 국민의 생활 습성을 수정 해야 한다. 환경을 배려한 혁신적인 기술 및 사회 체제로의 전환 없이는 지구 규모의 위기적 상황을 풀어 나갈 수 없는 것이다. 지구 환경 부하를 적게하는 경제 사회 활동의 전개 즉 “지속 가능한 개발”이 가능하기 위해서는 지금까지의 환경 규제 중심의 정부 주도의 역할 가지고는 풀어나갈 수가 없다. 또한 환경 오염의 주범은 기업이다 하면서 그 책임의 대부분을 기업에 지울 수 만은 없다. 그렇다고 국부와 경제 발전의 혜택을 전 국민이 공유한다 하여 국민 모두에게 환경 문제의 책임을 분산시킬 수만

* 수석연구원, 태국 AIT 환경공학석사, 폐기물 관리

은 더욱 없을 것이다. 작년 6월 세계 환경의 날을 전후하여 정부는 「환경 보전을 위한 국가선언」을 발표하였고 경제 5단체는 「기업인 환경선언」을 한바 있다.

환경주의 기업 경영의 태동

기업 활동으로 인한 환경 문제는 종래의 공장 폐수, 유해 배출 가스, 산업 쓰레기 뿐만 아니라 지구 온난화 등 광범한 지구 환경 문제와 관련되어 있다. 따라서 기업의 환경에 대한 의식 그리고 지구 환경 보전을 위한 참여와 대응은 문제 해결의 중심이라 할 수 있다. 수 년전 두산 그룹 공장의 낙동강 폐놀 유입 사건을 계기로 기업의 환경에 대한 관심이 소극적인 태도를 벗어 나고 있다. 한편 기업의 환경 활동과 관련한 외부 여건도 달라지는 징후가 나타나고 있다. 먼저 환경에 친화적인 상품과 서비스를 우선적으로 구입코자 하며 또한 기업에게도 이를 요구하는 「녹색 소비자 운동(Green Consumerism)」이 구미, 일본등 선진국으로 부터 일기 시작하고 있다. 상품과 서비스 뿐 만 아니라 제조, 판매, 기타 모든 기업 활동이 환경 보전 관점에서 문제가 없는지 평가하여 소비 행동, 투자 행동 또는 홍보 활동을 통하여 영향력을 행사하는 소비자 행동이 활발해지고 있는 것이다. 그리고 기업의 환경 리스크가 높아 가는 것이다. 소비자와 민간 환경 단체의 환경 보전에 대한 관심과 입김이 세지면서 환경 문제를 경시하는 기업에 대한 제품 불매 운동의 전개로 기업 경영을 악화 시키고 있다. 또

한 과실 등으로 인한 환경 오염 사고는 피해 보상 뿐 아니라 기업 이미지에 커다란 타격을 주고 있다. 환경 관련 국내법 및 국제협약의 강화도 기업 활동에 상당한 환경 리스크를 주기도 하나 그 반대로 새로운 비즈니스의 기회가 되기도 한다. 이에 따라 구미 등의 환경 친화 기업들은 환경 리스크로 인한 기업 이미지 저감을 피해 나가는 것부터 시작하여 환경에 공헌하는 기업으로의 이미지 제고에 노력하고 있다. 외국 기업의 환경주의 경영 사례를 아래 소개한다.

사회적 책임을 완수하고 있는 「보디 샵」

이 회사는 1976년 영국에서 태어나 피부 보호제, 머리털 보호 제품을 제조, 판매하는 국제적인 화장품 회사로서 현재 41 개국에 870 개 이상의 점포망을 갖고 있다. 회사 설립 당초부터 경영 이념 중에 “인간을 존중하고, 동물을 해치지 아니하며, 지구를 지키기 위해 노력하고, 자기가 살고 있는 환경에 대한 배려를 한다”라는 환경주의에 입각하여 경영을 추구하는 것을 포함하였다. 1992년 6월 「보디 샵」은 “The Green Book”이라는 지침서를 마련하여 환경 보전에 대한 의지와 방침을 재확인 하였다. 실천적인 예로서 제품 배송용 차량에 이산화탄소 발생을 최대한 억제하기 위하여 3원 촉매식 배기 가스 정화 장치를 도입하고 무연 휘발유를 사용하고 있다. 또한 출퇴근용 자전거 500 대를 구입 대출하거나 싼 가격으로 알선하여 본사 총 1200 명 종업원 중 600여 명이 자전거로 출퇴근하고 있다. 350 종 이상에 이르는 제품에

재생이 쉽게 되든가 멸종 위기에 처하지 아니한 천연 재료를 사용하고 있으며 포장은 2 중 상자를 사용치 않고 라벨만 부친다. 또한 소비자가 한번 사용한 용기에 내용물만 덜어서 파는 알뜰 판매로 용기의 재사용을 권장하고 있다.

지구환경 문제를 고려하는 「IBM」

미국의 세계적인 컴퓨터, 반도체, 사무기기 회사인 「IBM」은 1990년 11월에 발간한 *Policy Letter*를 통해 회사의 환경 지침을 시달하였다. 구체적인 목표 설정으로 5 개년간 에너지 소비를 연 4%씩 삭감하고, 1993년까지 특정 푸레온을 전폐할 것을 정하였다. 목표 달성을 위한 업무 규정으로 상품 개발 제조 부문의 환경 평가 계획, 환경 보전 시설 규정, 에너지 절약 시설 규정, 리사이클 규정 등을 정하였다. 실천 예로서 반도체 제조 공정에서 푸레온 가스를 대체한 순수 세정 방식을 개발하여 순차 도입할 계획이다. 화학약품과 폐액 등의 보관 탱크와 환경 보전 설비를 공장 부지 중앙에 집중 시키고 탱크는 지상화, 高床化하고 주위에는 액체 유출 예방턱을 건설하였다. 1991년 부터는 「IBM」 환경 보전상을 창설하여 사원 대상으로 기술상에 연 6명과 사업소 대상 회장상을 2 개소 표창하고 있다.

책임있는 자원 관리자를 표방하는 「RTZ」

동, 금, 철광석 등의 광산 사업을 전세계적으로 전개하는 기업이다. 전 세계적인 사업 활동을 위해서는 환경보전이 불가결하다고

판단하여 구체적 지침에 환경, 건강, 안전에의 최대한 배려와 자원 산출국의 지역 사회에의 기여 증진이 포함되어 있다. 본사 이사회가 환경 대책을 수립하고 환경위원회가 관련 시책을 추진한다. 환경 시책 추진 총책임자는 기술 이사가 담당하고 본사에는 사무국과 환경 실무팀을 설치하여 정기적인 환경 감사를 담당한다. 세계 각국의 현지 법인은 환경 보전 시책을 집행하며 부장급이 업무를 총괄한다. 실천 사례로서 첫째, 광산 개발을 위한 본격 탐사에 앞서 환경 보호를 위해 대형 차량의 출입을 최대한 억제한다. 둘째, 개발, 채굴 단계에서 사전 환경 영향 평가를 실시하고, 폐수 재이용 및 유출 감시, 광석 수송에 디젤 차량을 이용치 않도록 수송 수단 이용을 전환한다. 셋째, 채굴 후 폐광 지역의 원상 회복을 위해 안정된 표토를 채워 식목 등으로 삼림, 농지, 목장으로 이용토록 한다.

오염 물질 배출을 자각하는 「볼보」

스웨덴의 「볼보」는 세계적인 자동차 회사 중의 하나이다. 이 회사는 안전성을 중시하는 웨미리 카 사용자가 지구 환경 문제에 높은 인식을 갖고 있다고 판단하여 자사 제품이 공해 등을 유발하고 있다는 것을 자각하고 지구 환경 보전에 적극적인 대응을 하고 있다. 구체적인 실천 성과로는 디젤 엔진의 개량에 있어 3원 촉매 컨버터 등의 연구 개발을 행하고 있고, 1970년 이래 질소 산화물 배출량의 85% 절감에 성공하였고, 대형 트럭에 있어서는 1970년 이래 미립자 필터와 환경 보전 디젤 엔진에 의해 대폭적인 질소 산화

물의 삭감의 길을 열었다. 제조 공정에 있어서는 수성 도료를 채택하여 휘발성 용제를 함유한 공기를 감용, 소각 처리하는 새로운 도장 공정을 1991년부터 가동함으로써 탄화수소 등을 휘발하는 유기 용제류 사용을 대폭 삭감하는 데 성공하였다. 「볼보」는 1988년 5월에 「볼보 환경상」을 제정하여 연 1회 상금 550만 크로네를 수여하여 환경 보전에 대한 연구를 장려하고 있다.

소비자에게 최대의 만족을 주려는 「피엔지」

「피엔지(P&G)」는 세계 소비자의 요구를 최고로 만족시키는 우수한 품질과 가치를 갖는 제품을 제공한다는 기업 방침의 일환으로 제품, 포장, 사업 활동의 분야에서 환경 문제를 대처하고 있다. 구체적인 실천 지침은 7 가지로 명시되어 있다. 실천 면에 있어서는 종이 기저귀에 고분자 흡수체를 채택하므로서 필요한 천연 펄프량을 반감하고, 세제 등의 제품을 콤팩트화하여 포장 재료를 절약하고 있다. 원료의 재생과 유지를 위해서 종이 기저귀와 생리용품에 사용하는 종이, 펄프의 반 이상을 북미에 보유한 자사 소유의 320만 ha의 삼림에서 조달하고 있다. 자사 삼림은 수목 1 그루를 벌채하고 3 그루를 식수하는 등 유지 관리를 철저히 하고 있다. 제품 용기의 리사이클링을 위해 내용물을 덜어 파는 알뜰 상품도 개발하였고 회수된 용기의 재생과 쓰고 난 종이 기저귀의 퇴비화에 관한 시험도 진행 중에 있다.

재자원화 우수 기업 “도요다”

1992년 1월 “도요다”는 새로운 기업 이념을 확립하였다. 그 기본 이념은 사람과 사회와 환경과의 조화를 도모하고, 국제 사회에 공존 공영을 지향하며, 살기 좋은 지구와 풍요한 사회 조성에 공헌함을 골자로 하고 있다. 이를 기초로 하여 “도요다 지구 헌장”을 제정하였다. 그 행동 방침으로 첫째, 종합적인 환경 문제 대응. 둘째, 배출물이 최대한 나오지 않는 생산 활동. 셋째, 자원 절감과 재이용. 넷째, 관계 회사와의 협력. 다섯째, 해외에의 전개. 여섯째, 환경 정책에의 협력. 일곱째, 적극적인 사회 공헌 활동. 여덟째, 적극적인 정보 제공 및 계몽 활동. 아홉째, 도요다 환경위원회 설치 등을 통하여 전사적인 대응을 하고 있다. 생산 활동에 있어 환경 감사는 대기 오염, 수질 오염, 악취, 소음, 폐기물 처리와 재이용, 녹화 추진 상황을 대상으로 하고 있다. 차량 개발에 있어서는 배출 가스, 차량 소음, 석면 재료, 프레온 가스 등 연구에 심혈을 기울이고 있다. 아울러 사회 전체의 교통 환경의 개선 활동에도 공헌하고 있다. 금년 초에는 일본 통상산업성이 정한 “92년도 재자원화 기업”중 최우수 업체로 선발되어 표창장을 받았다. 구체적인 공적을 보면 폐기물의 저감과 재자원화를 전사적으로 추진하는 “5R 활동”이다. 우선 질 변환(Refine)이다, 이는 폐기물이 나오지 않거나 재자원화가 쉬운 원재료를 선택하여 제품 설계 및 공정 설계를 행하는 것이다. 다음은 폐기물 저감(Reduce)이다. 불량품 저감을 포함하여 근본적으로 폐기물이 발생치 않도록 하

는 것이다. 다음은 재사용(Reuse)이다. 나온 폐기물은 같은 공정에서 재사용하는 것이다. 여기에서 사용되지 못하는 폐기물은 재이용(Recycle)한다. 즉 다른 공정에서 이용하거나 타산업의 자재로 활용한다. 끝으로 폐기물을 에너지 자원으로 활용하는 에너지 회수(Retrieve Energy)활동이다. 그래도 남게되는 실제 폐기물은 자사 처분장에서 위생 매립한다. 5R 활동 결과 1974년에 폐기물 리사이클을 38.8%에서 1991년에는 98.0%로 증가하였다.

「미그로스」의 포장 쇠신 캠페인

스위스의 대규모 슈퍼마켓 「미그로스」가 1985년부터 시작한 포장 용기의 쇠신 캠페인은 각국의 유통업체에 파문을 일으켰다. 야채류와 과일은 포장하지 않은 채로 팔며 치약상자도 추방했다. 초코렛 포장에 사용되었던 알미늄 상자의 은박지도 없었다. 알미늄 상자의 제조에는 다량의 전력이 소모되고 쓰레기가 되어 소각할 때에도 고열을 필요로 하기 때문에 에너지를 낭비한다는 이유로 폴리 에틸렌으로 교체하였다. 「미그로스」에서는 배기 가스 대책으로 트럭에 의한 상품 수송의 50%를 철도 편으로 바꾸었다. 또한 화물 포장 용기는 골판지에서 재생 플라스틱 용기로 바꾸었는데 이는 플라스틱을 사용하면 20년간 계속 사용할 수 있으며 6만 톤의 종이도 절약된다는 것이다. 또한 금속, 유리, 펠트 병, 폐지, 건전지의 회수도 실시하고 있다.

세계를 앞서가는 「이또추」

종합상사인 이 회사는 매상고 205,959억 엔,

종업원 7,108 명으로 지구 환경 위원회(책임자 부사장)와 지구 환경실(책임자 실장)을 두고 있다. 본사 건물은 빗물 이용 화장실 용수를 도입하였고, 1층부터 22층까지 빌딩 중앙의 통풍 구조로 자연 채광을 할 수 있어 에너지 절약을 실천하고 있다. 주요 대책으로는 첫째, 모든 신청서와 품의서에 지구 환경 문제에 관한 의견을 기입한다. 둘째, 환경 학습실을 설치하여 환경 세미나 등을 개최하여 사원들에 계몽 활동을 실시한다. 20 개월간 120 회 세미나를 개최하여 총 5,000여 명이 수강하였다. 셋째, 지구 환경 기초 연구 사업 지원으로 도쿄대학 기후 시스템 연구 센터에 연간 5,000만 엔씩 5년간 연구 기금을 기부하고 있다. 넷째, 사회적 협력과 시민 활동으로 세계 자연 보호 기금 등에 지원하고, 다섯째, 재단 법인 지구 산업 문화 연구소와 재단 법인 지구 환경 산업 기술 연구 기구 등에 출자, 협력 등 환경 정책에 관여하고 있다.

지구에 친화적인 「이세땅」

일본의 유명 유통 기업인 「이세땅」은 1991년 2월에 백화점 업계로서는 제일 먼저 환경 대책 담당실을 설치하여 행정, 업계, 지역과의 연대를 도모하면서 대책을 추진하고 있다. 주요 대책 방침으로는 첫째, 환경 상품의 연구 개발과 판매. 둘째, 포장 적정화의 추진. 셋째, 폐기물의 감량과 리사이클의 추진 등이다. 최근 지구 환경 문제에 대한 사회적 관심이 높아짐에 따라 환경에 친화적인 상품 개발과 간이 포장을 추진하는 등 다각적인 환경 프로그램을 전개하고 있다. 오렌지를 원료

로 하는 천연 세정 성분으로 만든 환경 보전형 세제를 오리지날 상품으로 내놓았고 비목재 펄프로 만든 간이 포장지를 도입키로 결정하였다. 천연 세제는 유해한 화학 성분이 안들어 있는 천연 소재 100%의 무공해 세제로 손에 부드럽고 폐수로 된 후에 물에 녹아 재빨리 분해되는 특징을 갖고 있다. 또한 환경에 친화적인 우산 봉지를 사용하기 시작하였다. 우산 봉지의 소재를 폴리 에틸렌에 탄산 칼슘을 혼합한 것을 사용하였다. 이것은 소각 처리시 열량이 적어 소각로에의 부담이 적다.

앞서가는 환경 기술의 「시카시마 건설」

일본의 대 건설 회사인 「시카시마」는 매상고 17,016억 엔, 사원 수 13,452 명이다. 전사적인 환경 대책 조직으로 지구 환경 문제 연구회가 부사장 책임으로 운영되고 있다. 이 회사는 디프 샤프트라는 水處理 시스템을 개발하였다. 이 시설은 깊이 40-150m의 深井戸型 瀑氣槽에서 오수 처리하는 것으로 시설 설치 면적이 적게 소요되고, 동력비가 감소되며, 고농도의 오수 처리 실적을 쌓고 있다. 그 외에 링레스 접촉 폭기 처리 시스템과 에스지엔 고정상식 메탄 발효 프로세스, 회분식 활성 오니법 등 기술을 보유하고 있다. 자연 에너지의 이용에 있어 냉난방 급탕 시스템에 태양열 뿐만 아니라 복사방열을 병용한 공기 열원식 히트 펌프 시스템을 개발하였다. 이는 전전기식 히트 펌프 시스템으로 보조 보일러가 없으므로 연소에 의한 배기 가스도 발생치 아니하며, 소음원으로 문제가 되는 옥외

팬이 없는 등 이점이 있다. 건설 분야에 있어 열대 목재로 사용하던 거푸집을 철근 콘크리트 부재로 대체 사용하고 있다. 산업 폐기물은 소량화와 재이용화가 최종 목표가 되고 있지만 당장 중간 처리업자의 불법 투기를 방지하기 위하여 처분장의 전표 확인부터 시작하여 담당자가 현지까지 가서 최종 처분을 직접 확인까지 하고 있다.

국내 기업도 환경 파고에 대처를

모든 기업 활동이 환경 보전과 조화를 이루어 가도록 환경 보전을 기업의 주요 책임의 하나로 하겠다는 의지를 내용으로 하는 "기업인 환경선언"이 작년 6월에 공표되었지만 이에 대한 개별 기업의 구체적인 실천 전략은 아직 눈에 띄지 않는다. 대부분의 기업이 환경 문제에 대한 방어적 대응에 급급하고 있다. 그러나 국제 무역에 있어서 그런 라운드의 물결과 녹색 소비자 운동의 파고는 우리의 현실로 바뀔 때가 머지않을 것이다. 이제 대기업부터 환경주의 경영의 도입을 서두를 때다. ♣

참고문헌

- 野村總合研究所, 「環境主義 經營と 環境 ビジネス」, 1991.
 リサイクル文化社, 「リサイクル 文化」, 第36號, 1991.