

우리 가치 시작해요,
사회적 가치

사회적 가치론





**본 강의(교과목)는 SK그룹이 설립한
재단법인 사회적 가치연구원의 사회혁신교육자네트워크
(ENSI: Educator's Network for Social Innovation)에 등록되어 연구지원을 받은 강의(교과목)입니다.**

ESG

(ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE)

ESG는 환경(Environmental), 사회(Social) 그리고 기업 지배 구조 (Governance) 의 약어로, 기업의 성과를 측정함에 있어 기업의 재무적 성과를 제외한 **친환경(environmental), 사회적 기여(social), 투명한 지배 구조 (governance) 등의 분야에서의 기업성과**를 가리킨다.

재무적인 요소에서 드러나지 않는 기업의 사회적 활동을 계량화해 기업의 지속 경영 가능성을 평가하기 위해 개발한 지표이다.



밀턴 프리드먼

Milton Friedman

1912. 7. 31 ~ 2006. 11. 16

기업의 사회적 책임은
주주를 위해서
열심히 돈을 버는 것이다



스파이스모델(SPICE MODEL)

Society:

지역사회, 정부

Partner:

협력사

Investor:

주주, 투자자

Customer:

고객

Employee:

직원

BRT (BUSINESS ROUND TABLE)

- 미국의 200대 기업으로 구성된 협의체.
- 2019년 8월 19일, BRT는 기업의 목적에 대한 새로운 패러다임을 담은 선언문 발표.
- 이 선언문에 애플, 아마존, 월마트 등 세계적인 기업의 CEO들이 서명.
- 내용 :<기업의 목적에 대한 선언문>

첫 번째 우리는 **고객**들에게 가치를 전달합니다.

두 번째 우리는 **직원**들에게 투자합니다.

세 번째 우리는 **협력사**를 공정하고 윤리적으로 대합니다.

네 번째 우리가 속한 **지역사회**를 지원합니다.

다섯 번째 우리는 **주주**를 위해 장기적인 가치를 창출합니다.

지속가능발전(SUSTAINABLE DEVELOPMENT, SD)

- 지속가능발전(Sustainable Development, SD)이란 개념은 1987년에 개최된 세계환경개발위원회(World Commission on Environment and Development, WCED)에서 제시된 「우리들 공동의 미래(Our Common Future)」(브룬트란트 보고서)를 통해서 처음으로 알려졌다.
- 지속가능발전(Sustainable Development, SD)이란 미래세대가 그들의 욕구를 충족할 수 있는 기반을 저해하지 않는 범위 내에서 현세대의 요구를 충족시키는 발전이다. 이는 현세대의 필요를 충족하되 미래세대의 가능성을 파괴하지 않고, 인간사회가 주변 환경과 조화를 이루며 자유롭게 발전의 기회를 갖는 것을 의미한다.

ESG 란?

환경(Environmental)

- 기후변화 및 탄소배출
- 대기 및 수질오염
- 생물의 다양성
- 삼림벌채
- 에너지효율
- 폐기물 관리
- 물 부족

사회(Social)

- 고객만족
- 데이터 보호 및 프라이버시
- 성별 및 다양성
- 직원참여
- 지역사회 관계
- 인권
- 노동기준

지배구조 (Governance)

- 이사회 구성
- 감사위원회 구조
- 뇌물 및 부패
- 임원 보상
- 로비
- 정치 기부금
- 내부 고발자 제도

블랙록 래리 핑크회장



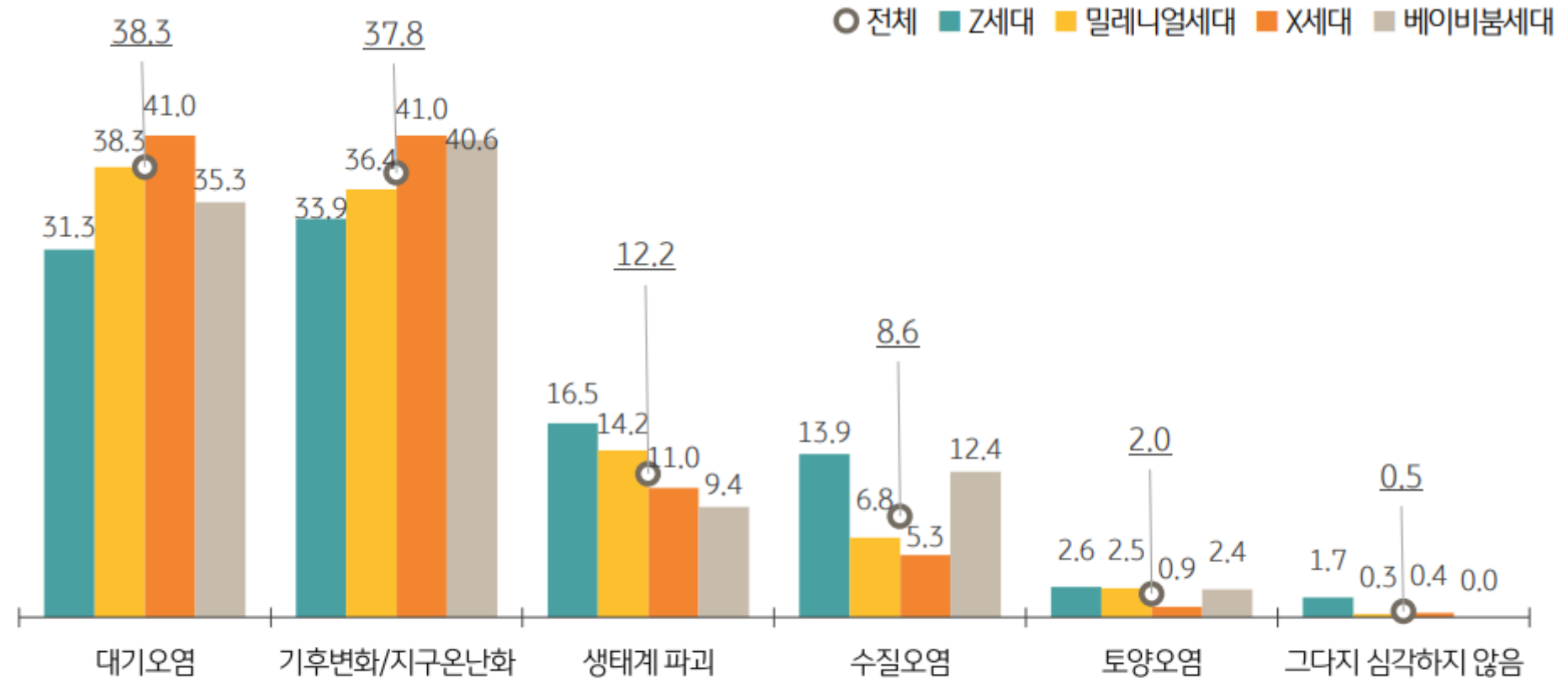
2018년 CEO에게 보내 연례 서한

“시간이 지나도 기업이 계속 번영하려면, 모든 기업은 재무적으로 훌륭한 성과뿐만 아니라 사회에 작용하는 긍정적 기여도도 함께 보여줘야 한다.”

2020년 1월 자신이 투자한 회사 CEO에게 보낸 메시지

“기후변화에 제대로 대응하지 못하는 기업에는 투자하지 않겠다” 고 선언,
“ ESG 경영실적을 공개하지 않으면 투자금도 회수할 수 있다”고 강력하게 전함.

소비자가 생각하는 가장 심각한 환경문제는?



주1) 베이비붐세대는 1955~1963년생으로 2021년 현재만 58~66세, X세대는 1970~1980년생으로만 41~51세, 밀레니얼세대는 1981~1996년생으로만 25~40세, Z세대는 1997~1999년생으로만 20~24세를 의미함. 삼성KPMG경제연구소 2019년 5월 연구 결과와 퓨리서치센터 2019년 1월 연구 결과를 반영

주2) 전체 n=1,000, Z세대 n=115, 밀레니얼 세대 n=324, X세대 n=227, 베이비붐 세대 n=170



출처: 나무위키 마이크로소프트 캡처

- 10억 달러의 '기후 혁신 펀드(Climatic Innovation Fund)'를 조성해 향후 4년간 탄소 제거 기술 개발을 지원하고 있으며, 최근에는 '탄소 네거티브(Carbon Negative)'라는 개념도 들고나왔다. '탄소 중립(Carbon Neutral)'만으로는 충분치 않으니 배출량 이상으로 흡수량을 늘리자는 것. 이와 관련해 2030년부터 이산화탄소 흡수량을 배출량보다 더 늘린 후, 2050년까지 창사 이래 배출한 모든 이산화탄소를 회수하겠다는 계획을 세움.
- 2030년까지 폐기물 제로를 목표로 하는 새로운 이니셔티브를 발표했다. 고형물, 퇴비, 전자제품, 건설 및 철거, 유해 폐기물 등을 재사용·용도변경·재활용하면서 발생하는 폐기물 양을 줄이고, 포장재에서 일회용 플라스틱을 모두 없애는 것을 목표로 함.
- 새로운 '100/100/0' 비전을 발표했다. 전력 소비량의 100%를, 100%의 시간 동안, 어떠한 탄소에너지 구매도 없이 충당하고 2025년까지 전 세계 건물과 데이터 센터를 100% 재생에너지로 전환하겠다는 목표.

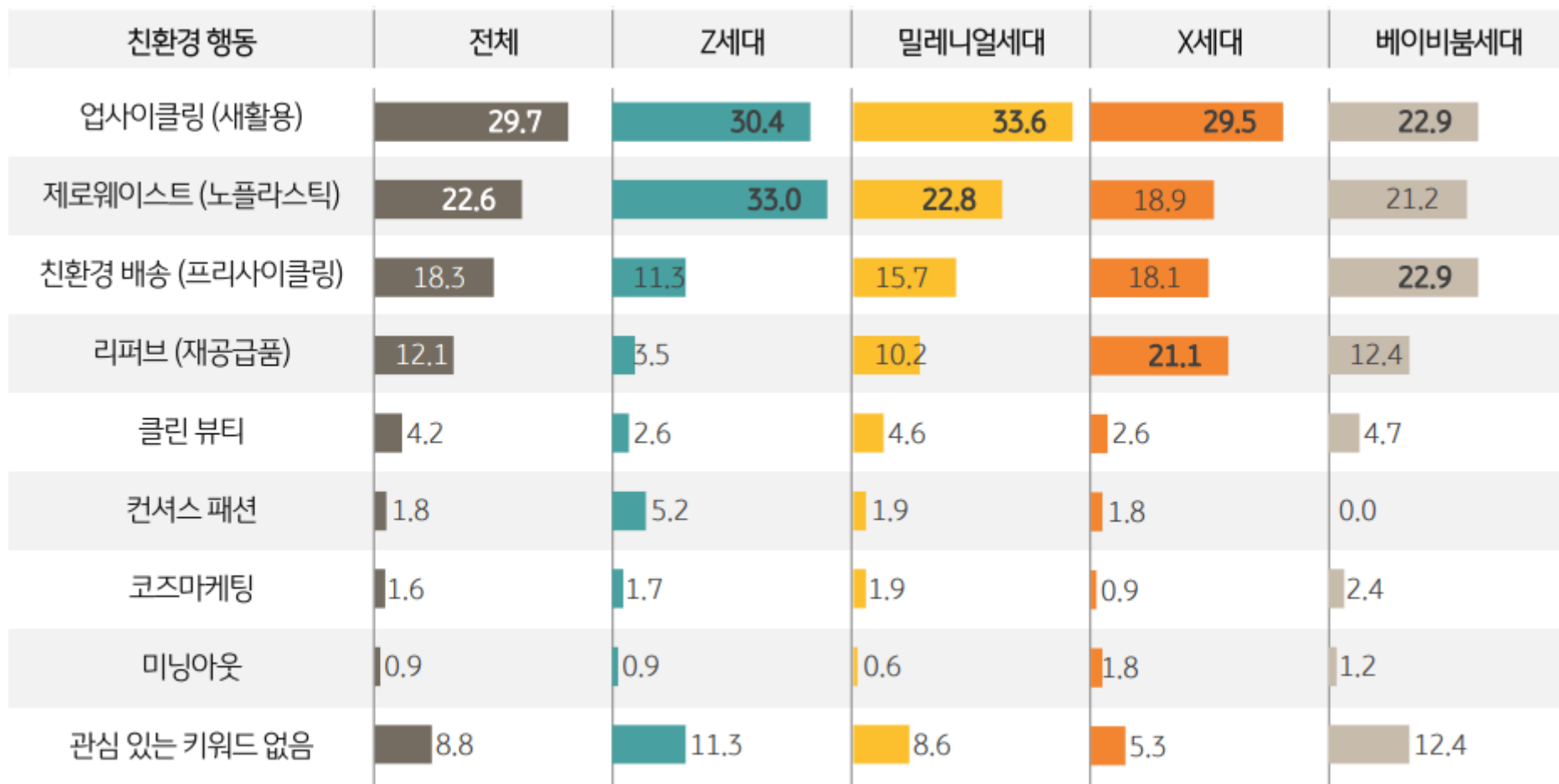
일상에서 가장 많이 실천하는 친환경 행동은?

친환경 행동	전체	Z세대	밀레니얼세대	X세대	베이비붐세대
일회용 봉지 대신 장바구니 이용하기	63.7	40.0	61.1	70.5	70.6
절전을 위한 노력(콘센트 뽑기, 소등 습관)	54.4	40.9	52.2	58.6	57.1
일회용품 대신 개인컵 사용하기	49.6	56.5	46.6	47.6	55.3
절수를 위한 노력(양치·면도·세안 시)	48.1	37.4	43.5	46.3	61.2
자가용 대신 대중교통 이용하기	34.2	41.7	29.3	24.2	40.0
배달음식 주문 시 일회용품 안 받기	28.3	44.3	33.0	25.1	22.9
환경오염이 덜한 친환경 세제 사용하기	26.8	7.8	18.5	27.8	41.8
친환경 빨대 사용하기(종이, 녹말 등)	24.7	31.3	25.6	22.5	21.2
환경마크가 부착된 친환경 제품 구매하기	13.6	5.2	9.6	13.2	22.4

주) 전체 n=1,000, Z세대 n=115, 밀레니얼세대 n=324, X세대 n=227, 베이비붐세대 n=170

우리가 살아남기 위해 반드시 지켜야 하는 환경 소비 필환경

소비자가 가장 관심있는 친환경 소비 키워드는?



주) 전체 n=1,000, Z세대 n=115, 밀레니얼세대 n=324, X세대 n=227, 베이비붐세대 n=170



오리지널 언페어팩트 매장 모습(사진 출처: 오리지널 언페어팩트 홈페이지 <https://original-unverpackt.de/>)

프리사이클링[Pre-cycling]

‘Pre’와 ‘Recycling’의 합성어.

물건을 구매하기 전 미리 환경을 생각해 폐기물을 최대한 줄이는 소비를 하는 것을 의미



인터넷 최저가와 비교해 더 싼 리퍼브 제품을 고르는 모습 (왼). 리퍼브 매장에서 쇼핑을 하고 있는 고객(오) | 출처 : 동아닷컴

리퍼브 [Refurb]

‘재공급품’을 뜻하는 단어 ‘Refurbished’의 약자. 제조 공정에서 흠집 등 하자가 발생한 제품을 잘 손질해 소비자에게 정품보다 저렴한 가격으로 되파는 제품



출처: 올리브영 홈페이지 캡처

클린 뷰티

본래는 피부에 안전하고 순한 성분으로 만들어진 화장품을 의미했으나 생산과 소비 과정에서 지구 환경에 미칠 영향을 최소화한 화장품으로 개념이 확장



출처: 자주 홈페이지 캡처

컨셔스 패션 [Conscious Fashion]

‘Conscious(의식있는)’와 ‘Fashion(패션)’의 합성어

소재부터 제조 과정까지 친환경적이면서 윤리적으로 만들어진 의류를 선호하는 트렌드



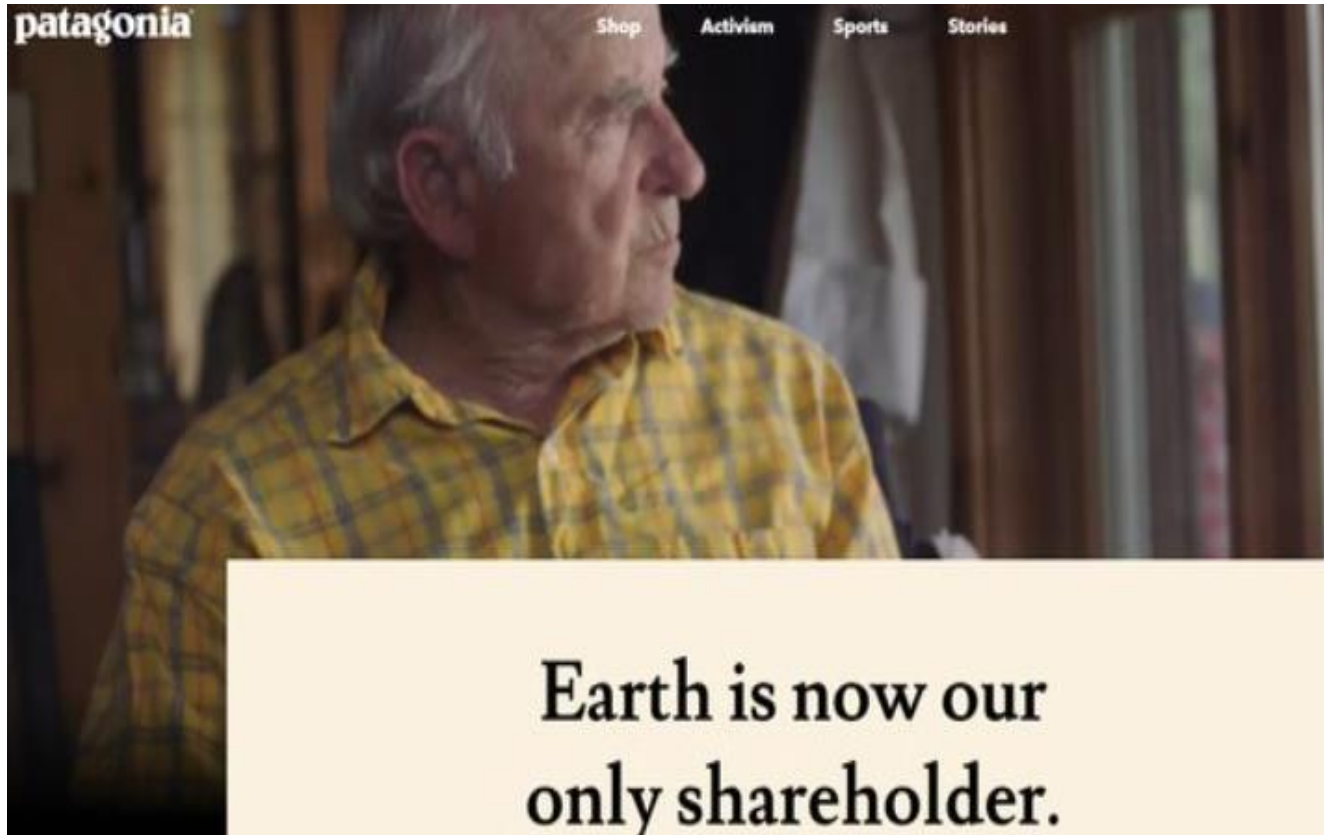
출처: 랄프 로렌 홈페이지 캡처

코즈 마케팅 [Cause marking]

기업이 환경·보건·빈곤 등 사회문제를 해결하면서 이를 기업의 이익 추구에 활용하는 것으로, 소비자와 함께 기부 등 공익활동에 힘을 보태고 매출 증대를 이루는 마케팅 전략

- 2000년부터 '핑크 포니(Pink Pony)' 캠페인 진행
- 세계적인 암 기관 후원
- 전 세계적인 암 퇴치 프로젝트를 전개하는 캠페인
- 2021년 캠페인에서는 핑크 포니 컬렉션 전체 판매 금액의 25%, 그중 핑크 포니 플리스 후디 판매 금액의 100% 기부

파타고니아



“선한 일을 할 수 있는 기회와 능력이
있는 데도 하지 않는다면,
악한 것이나 다름 없다.”

- “파타고니아 창업주 이본 쉬나드”-

“지구는 우리의 유일한 주주” 이기에 소중히 해야 한다는 의미



크랩 [*klab*]

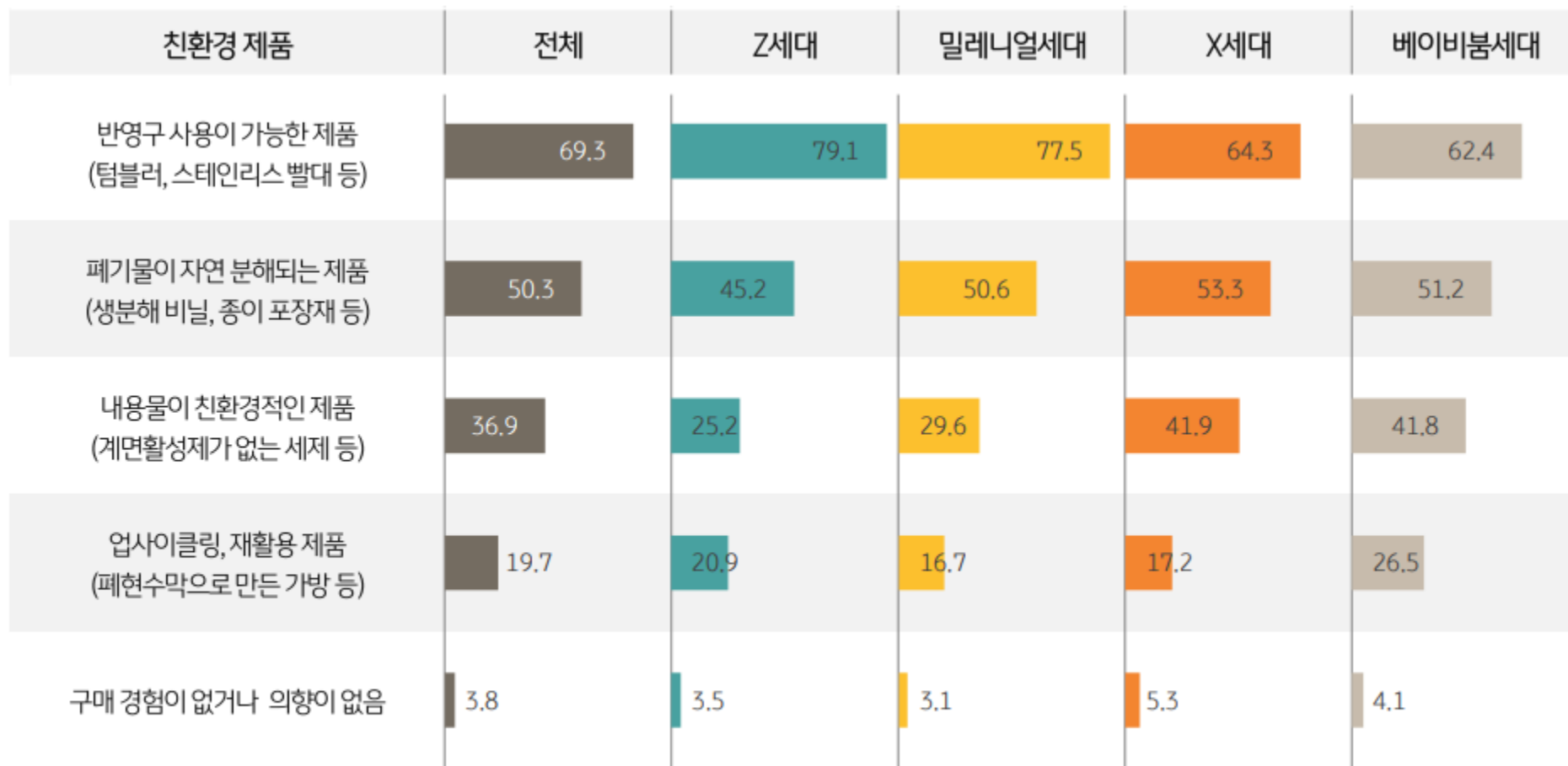


출처: 크랩 KLAB 유튜브채널 캡처

[10, 000켈레를 환경적 임팩트로 계산한 결과]

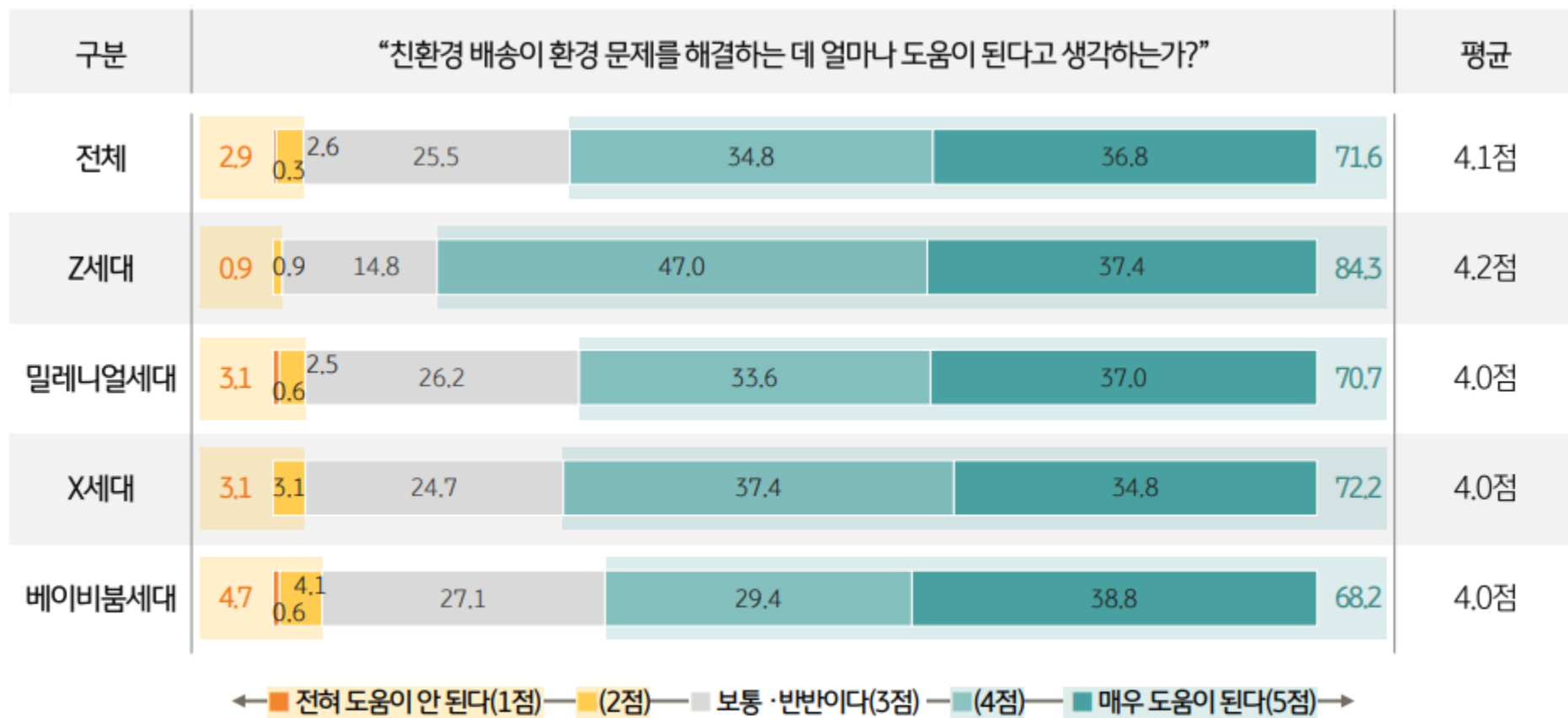
- 자투리 가죽 재활용: 소 500마리 가죽 대체
- 패트병: 5만개 재활용
- 코르크나무: 10그루정도의 나무껍질

소비자의 구매경험이 가장 많은 친환경 제품은?



주) 전체 n=1,000, Z세대 n=115, 밀레니얼세대 n=324, X세대 n=227, 베이비붐세대 n=170

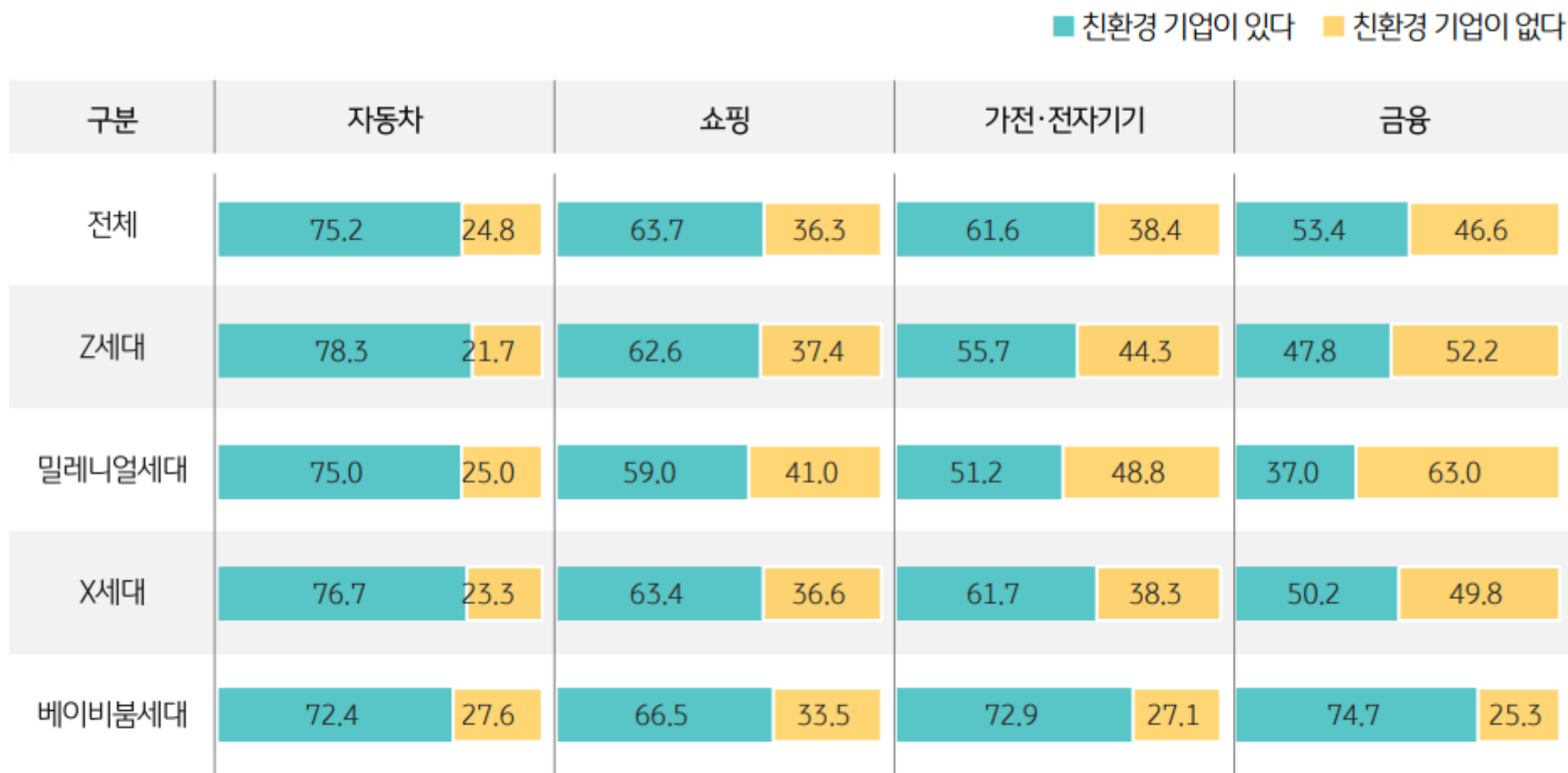
친환경 배송이 환경 문제 해결에 도움이 되는가?



주1) '전혀 도움이 안 된다(1점)'에서 '매우 도움이 된다(5점)'의 리커트 척도로 측정

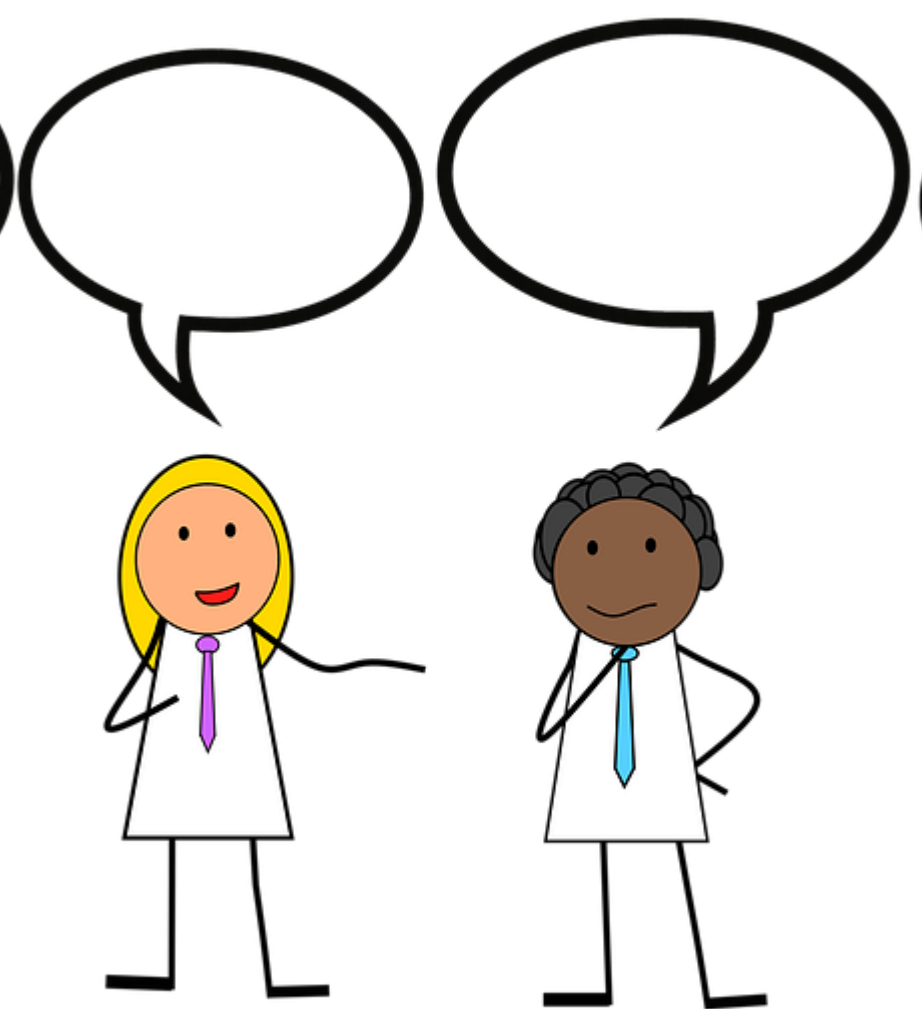
주2) 전체 n=1,000, Z세대 n=115, 밀레니얼세대 n=324, X세대 n=227, 베이비붐세대 n=170

소비자 관점에서 친환경을 가장 잘 실천하는 산업은?



주) 전체 n=1,000, Z세대 n=115, 밀레니얼세대 n=324, X세대 n=227, 베이비붐세대 n=170

토론주제



2025년 말부터 플라스틱이 포함된 물티슈를 식당에서 찾아보기 힘들 것으로 예상됩니다. 환경부가 플라스틱 소재로 만들어진 물티슈가 환경에 부담을 준다는 지적을 받아들여 관련 조치를 시행하려고 준비중이기 때문.

식당에서 일회용 물티슈
사용 금지 찬반 토론

참고자료

- <https://www.youtube.com/watch?v=ruAOR5Xxl9c>
- <https://blog.naver.com/rboder/222777356439>
- <https://www.youtube.com/watch?v=ruAOR5Xxl9c>
- <https://thenewspaper.tistory.com/54>
- <https://m.blog.naver.com/businessinsight/221899328857>
- <https://www.allurekorea.com/2021/03/27/%ED%81%B4%EB%A6%B0-%EB%B7%B0%ED%8B%B0%EC%9D%98-%EA%B8%B0%EC%A4%80/>
- <https://www.meconomynews.com/news/articleView.html?idxno=67434>
- [<https://www.youtube.com/watch?v=0YWCrpEunuU>]
- <https://v.daum.net/v/5fa8e40ca437ca6e4f2053f6>
- <http://www.iconsumer.or.kr/news/articleView.html?idxno=23288>

A photograph of a dense forest with tall, thin trees and a floor covered in thick green moss. A person wearing a light-colored poncho is walking away from the camera in the lower center of the frame. A thin yellow line starts from the left edge of the image and points diagonally upwards towards a tree trunk in the upper left quadrant.

THANK YOU