

ESG는 대기업의 전유물이 아니다!

중소·중견기업으로 확산하는 ESG

과거에는 기업의 비재무적 요소에 대한 고려가 대기업에게 주로 해당되는 추가적인 개념이었다면, 이제 ESG는 모든 기업에게 필수적인 요소로 자리 잡고 있다. 그렇다면 중소기업이 비용 부담, 체계 부족과 같은 역량 부족을 직면하고 있음에도 불구하고 ESG 대응을 해야 하는 이유는 무엇일까? 해당 이유를 3가지의 측면에서 살펴보고자 한다.

첫 번째로는 **대기업**과의 연결고리 속에 존재하는 중소기업의 특징이다. 많은 국내 및 해외 대기업들은 기업이 사용하는 모든 전력을 재생에너지로 만든다는 목표의 캠페인인 RE 100에 동참하고 있으며, 이를 대기업 공급사와 같은 협력사에게도 확대하여 요구하고 있다. 더 나아가, M&A를 위한 가치 산정 과정에서도 역시 ESG를 중요한 요소로 고려하고 있다. 이와 같은 대기업의 움직임은 중소기업에게 상당한 영향을 끼친다. 중소 제조기업의 42.1%는 위탁기업에게 높은 매출 의존도를 보여주는 수급기업이기에, ESG 경영을 확대하려는 대기업의 요구 사항에 대응할 수밖에 없는 상황에 놓인 것이다.

두 번째로는 **금융권**과의 연결고리이다. 대기업뿐만 아니라 금융권 역시 ESG의 중요성을 강조하고 있다. 글로벌 은행 184개 중 67%가 투자 및 대출 심사 시 ESG 요소를 고려하는 등 기업의 자금 조달 및 금융 서비스 이용에 있어서 ESG의 대응 정도가 반영됨을 확인할 수 있다. 이는 대출이 점점 늘어나는 중소기업 현황을 고려했을 때 ESG 대응의 필요성이 점점 부각되고 있다는 의미이다.

마지막으로는 **소비자**이다. 소비자들이 '무엇'이 아닌, '어떻게'와 '왜'까지 확 사이넥의 발언과 같이 ESG 경영에 대한 게 증가하고 있다. IBM과 전미유통협회 여명의 소비자들을 대상으로 한 소비자는 높은 가격을 지불하더라도 환경 보호 밝혔다. 이와 같이 중소기업의 입장에서의 니즈를 만족시킴으로써 지속가능성을 것이다. 즉, 대기업, 금융권, 소비자와의 긴밀한 연결고리 속에 존재하는 중소기업에게 있어서 ESG 대응의 중요성이 증대되고 있다.

“사람들은 ‘당신이 무엇을 했는가’로 제품을 구매하지 않는다. 그들은 ‘당신이 왜 그것을 했는가’로 제품을 구매한다.”

- 사이먼 사이넥 -

제품 구매 시 고려하는 요소 장되었음을 언급한 사이먼 소비자들의 니즈 역시 빠르게 전 세계의 1만 9,000 동향 연구에 따르면 약 70% 브랜드에 대한 구매의사를 ESG 경영은 결국 소비자들 보장해 주는 필요조건이라는

중소기업의 ESG 대응 필요성



중소기업의 주요 협력사인 대기업, 자금조달의 주체가 되는 금융권, 그리고 기업의 핵심인 소비자와의 긴밀한 연결고리 속 중소기업의 ESG 대응의 중요성이 증대되고 있음

그림 32 중소기업의 ESG 대응 필요성

중견 및 중소기업 ESG 대응 사례

유한양행은 의약품, 건강 기
품, 치과 용품의 제조 및 매
2021년 1월 '매경·지속가능발
위를 차지하는 등 국내기업
에 위치하고 있다. E, S, G
ESG 대응 사례는 다음과 같

1) 환경: 환경 관련 데이 경영시스템을 구축함으로

- 환경경영: 오창공장에
ISO14001을 구축함으

자 하며, 2009년 환경부로부터 녹색기업으로 인증을 받아 저탄소 실현을 위한 녹색경
영 활동을 수행하고 있다.

- 안전보건 경영: 오창공장은 안전보건경영시스템인 ISO45001 인증 사업장으로, 안
전한 작업 환경을 위해 노력하고 있으며 이와 관련된 여러 안전보건 활동을 수행하고
있다. 이를 통해 무재해 21년이라는 대기록을 가지고 있다.

2) 사회: 구조화된 기업 이윤 사회공헌시스템을 통해 기업의 이익을 사회에 환원하고자 하는 창업정신을 이어 나가고자 하며, 이는 ① 사회 환원, ② 사회공헌, ③ 자원봉사로 이루어져 있다.

- 사회 환원: 공익적 지배구조를 가짐에 따라 기업의 이윤이 자연스럽게 사회로 환원

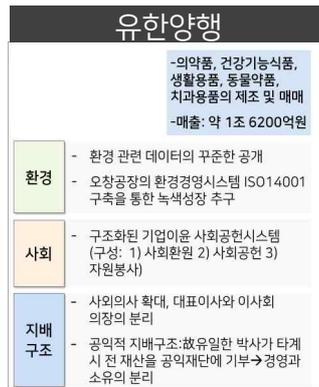


그림 33 유한양행 ESG

능 식품, 생활용품, 동물 약
매를 주로 다루고 있으며,
전소 ESG 평가'에서 통합 1
ESG 경영 평가에서 상위권
각각 분야에서 유한양행의
다.

터를 꾸준히 공개하고 환경
써 녹색 성장을 추구한다.

환경 경영 시스템 인
로써 환경경영을 실현하고

되는 시스템을 가진다(주주의 51%가 비영리단체).

- 사회공헌: 국민건강, 행복사회, 미래희망이라는 3가지 주제를 바탕으로 사회공헌 활동 및 사업을 전개해 나가고 있다.

- 자원봉사: CSR 캠페인 등의 '나눔 참여', 임직원 봉사단 등의 '나눔 실천', 그리고 봉사자 교육 등의 '나눔 확대'를 바탕으로 나눔 문화 조성을 위해 노력하고자 한다.

3) 지배구조: 사외 이사 확대, 대표이사와 이사회 의장과의 분리 및 공정거래 자율준수 프로그램의 운영을 통해 공정성을 확보하고자 하며, 부패 방지 경영 시스템의 운영을 통해 부패 방지 문화의 정착을 위해 노력하고 있다. 더 나아가, 사회 분야와 관련하여 공익적인 지배구조를 형성하였다.

중견기업의 모범 ESG 대응 사례로 유한양행을 통해 살펴보았으며, 중견기업의 ESG 대응 방식은 대기업과 전반적으로 유사한 방식을 보이나 지배구조보다는 환경과 사회적인 측면에 집중하고 있음을 확인할 수 있다. 그뿐만 아니라 비용 부담에 따른 ESG 대응의 규모에 대한 차이는 불가피하다고 판단된다.

중소기업 지속 성장을 위한 ESG 가이드

대기업, 금융권, 소비자와의 연결고리 속 중소기업의 ESG 대응의 중요성 증대는 불가피한 트렌드이지만, 전환 역량 부족으로 인해 지속가능경영 평가 점수 및 이행 현황의 경우 중소기업이 대기업에 비해 크게 뒤처지는 현황을 살펴볼 수 있다. 이와 같은 ESG 대응 필요성과 중소기업이 마주한 문제점을 고려했을 때 중소기업의 ESG 내재화를 위해서는 다음과 같은 실행 방안이 요구된다.¹⁾

1) 중소기업 ESG 가이드라인 제정

중소기업의 ESG 대응의 방향성을 잡고 지속적으로 해당 기업의 ESG 대응 현황을 평가할 수 있도록 중소기업 ESG 가이드라인을 제정해야 한다. 구체적으로는 중소기업의 특성을 고려한 ESG 평가지표 개발 및 자가 진단 서식의 제작 및 배포 등이 있다. 이와 같은 가이드라인은 중소기업의 ESG 대응의 방향성을 잡아 주는 동시에 ESG 경영 수준 평가와 컨설팅의 기초 자료로 활용될 수 있다는 이점이 있다.

2) 중소기업 ESG 인증제도 도입

앞서 제시된 ESG 평가지표를 바탕으로 한 자가 진단 결과를 정부가 사후에 확인하고, 해당 인증 절차를 거친 중소기업에게는 금융 혜택이나 제품 우선 구매, 지원사업 우선 시행 등의 정부 지원을 강화할 수 있다. 더 나아가, 인증 절차를 끝내지 못한 중소기업을 대상으로 ESG 컨설팅을 일부 지원해 줌으로써 개별 기업의 특성 및 핵심 사업과 연계 가능한 ESG 추진 계획 수립을 지원할 수 있도록 한다.

3) 중소기업 ESG 경영성과 확산

중소기업의 ESG 경영성과를 평가하고 우수 사례를 포상하며, 이를 바탕으로 우수기업을 멘토로 선정한 중소기업 ESG 멘토-멘티 프로그램을 신설한다. 이를 통해 중소기업의 ESG 대응

1) 중소기업연구원, '해외 중소기업 정책동향'

전략을 공유하고, ESG 생태계 형성을 추진한다.

4) 중소기업 인력의 ESG 역량 강화

ESG 대응을 위해서는 추진 전략이 필요하고, 이를 위해서는 기업 내 ESG 전문 인력 양성이 필수적이다. 따라서 전문 인력 양성을 위해 민간 전문기관을 활용할 수 있도록 하며, 정부 차원에서 'ESG 아카데미(가칭)'를 운영하는 등 중소기업 실무자의 전문성을 강화할 수 있는 방안을 마련한다.

5) ESG 생태계 참여 주체 간 협업 촉진

ESG 생태계 조성을 위해서는 ESG 확산을 위한 대기업과 중소기업 간의 연대 네트워크가 요구되며, 더 나아가 지방 자치 단체, 유관기관과의 협력 체계 역시 강화되어야 한다. 이와 같은 연결고리를 바탕으로 ESG 인식을 확산하고 추진 방안을 활발하게 공유할 수 있도록 해야 한다. 예를 들면, 위탁기업은 수탁기업의 ESG 성과를 기준으로 기술 및 인력 지원한다면, 정부는 위탁기업을 대상으로 지원 정도에 따라 인센티브를 부여하는 등 모든 주체가 ESG와 관련하여 상호작용하는 생태계를 형성하는 것이다.

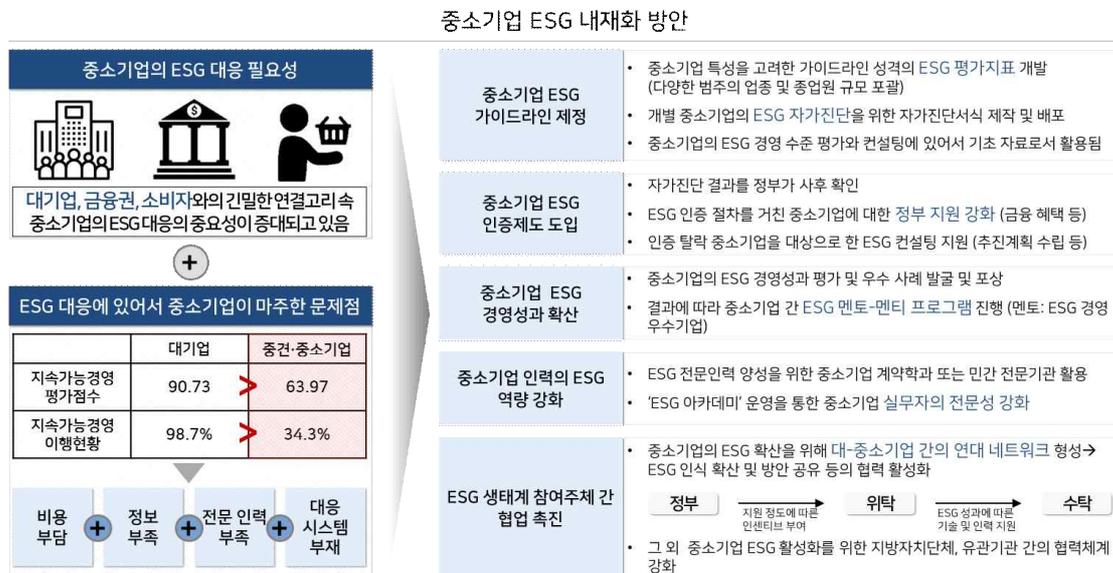


그림 35 중소기업 ESG 내재화 방안