

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구

2022-17

정책연구

A Study of Policy Measures on the
Creation of ESG Business Environment
for Tourism Corporates

송수엽
박상곤
박효연
황지영



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구

A Study of Policy Measures on the Creation of ESG Business Environment
for Tourism Corporates

송수엽·박상곤·박효연·황지영



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

연구책임

송수엽 한국문화관광연구원 부연구위원

공동연구

박상곤 한국문화관광연구원 연구위원
박효연 전남대학교 문화관광경영학과 부교수(외부)
황지영 하이콘티 대표(외부)

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구



연구개요

1. 서론

가. 연구 배경

- 전통적인 기업의 경영방식은 재무적 성과에 초점이 맞춰져 있었지만, 기업 규모가 커질수록 기업과 관련된 투자자, 경영자, 소비자들로부터 요구되는 기대수준과 기업의 지속가능성이 중요시되기 시작하며 기업들이 장기적인 시각을 가지고 경영전략 수립에 대한 사회적인 요구가 증가하고 있음
- ESG는 기업 환경 변화의 중심 개념으로 자리잡으며 국제사회에서 반드시 필요한 전략으로서의 가치를 인정 받고 있으며 기업의 사회적 가치 추구에 대한 정부의 관심이 증대되고 있음
- WTTC(World Travel & Tourism Council, 세계관광여행협회)는 관광기업의 ESG 정보공시 현황 조사를 통해 업종별 주요 공시 내용을 모니터링 하고 있으며 관광기업들은 ESG 경영을 강화하는 등 ESG 경영의 중요성을 인식하고 활동을 이어나가는 중임
- ESG 경영 활동에 있어서 관광기업들의 분야별 실천 활동과 그에 따른 기대효과에 따른 정부의 관광기업 대상의 정책 마련에 대한 논의가 필요한 시점으로 관광분야에서의 ESG 관련 활동 및 정책 검토를 통해 관광기업 대상 ESG 정책 방향 설정이 필요함

나. 연구 목적

- 첫째, 관광분야에서의 ESG 경영의 필요성 확인함
- 둘째, 현재 추진되고 있는 ESG 관련 정책들을 살펴보고 관광기업들의 ESG 경영 추진 방향을 위한 정부의 역할을 탐색함
- 셋째, 관광기업들의 ESG 경영을 통한 가치 추구의 형태와 방법을 파악함
- 넷째, 관광기업의 ESG 경영 실천을 위한 정책 방향을 설정함

2. 연구 범위 및 방법

가. 연구 범위

- (대상적 범위) 관광진흥법에 따라 여행업, 관광숙박업, 관광객이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업, 관광편의시설업 및 문화체육관광부에서 관장하고 있는 관광벤처기업을 포함함
- (시·공간적 범위) ESG 경영 인식과 활동 형태를 파악하기 위한 자료 구득의 시점을 기준으로 2022년으로 설정, 전국에 위치한 기업을 대상으로 함
- (내용적 범위) ESG의 개념과 정책 추진현황을 살피고 관광기업들 대상 관련 정책 수요파악을 통해 ESG 경영 환경 조성을 위한 지원 정책 방향을 포함함

나. 연구 방법

- 문헌 연구, 사례연구, 인터뷰, 조사연구 방법을 활용함

[그림 1] 연구내용 및 수행방법

단계	주요 내용	연구 방법
1단계 [연구설계]	제I장 서론 연구 배경 및 목적 연구 범위 및 방법	-
2단계 [정책현황]	제II장 ESG 경영의 이해 ESG 경영의 출현 배경 ESG 경영의 유사 개념	문헌연구
	제III장 ESG 관련 정책 동향 국내외 ESG 정책의 목표 및 방향 국내 기업 대상 ESG 정책 지원 현황 조사	문헌연구
3단계 [조사분석]	제IV장 관광기업 ESG 실천 사례 분석 국외 주요 관광기업 ESG 실천 사례 분석 국내 주요 관광기업 ESG 실천 사례 분석	문헌연구 기업인터뷰
	제V장 관광기업 ESG 인식 및 정책 수요 조사 조사 개요 및 방법 설정 ESG 인식 조사 ESG 경영 지원 정책의견 조사	설문조사, 기업인터뷰
4단계 [정책과제]	제VI장 관광기업 ESG 경영 환경 조성을 위한 정책 방안 정책 방향 설정 정책 과제 제안	전문가/정부 /수행기관 회의
	제VII장 결론 및 제언	

3. ESG 경영의 이해

가. 기업의 경영환경과 ESG

- ESG는 정부, 기업, 시민사회 등 국제사회 구성원들에게 부여된 지속가능한 목표를 달성하기 위한 수단 중의 하나로 인식되며 ESG 경영의 출현은 지속발전가능성에 대한 국제적인 담론들을 현실화 시킬 수 있는 실현적 방법의 발견으로 볼 수 있음
- 투자원칙, 금융의사결정에 관한 특징을 가지고 있는 이니셔티브들의 주요 내용을 미루어 볼 때 금융기관과 투자 등 기업 자금과 관련된 영역에서의 활발한 움직임을 중요하게 파악할 필요가 있음
- 이러한 동향은 ESG 경영활동을 기업경영문화로서 자리잡게 함으로써 기본적인 기업 경영 사항으로 정착시키는 데 그 목적이 있는 것으로 파악됨
- ESG 경영이 기업의 외부적 경영환경의 변화와 함께 기업들의 주체적인 대응과 관련 경영전략 수립을 유도하며, 내외부 자원을 적극 활용하여 기업의 경영방식에 대한 변화를 촉구하는 환경변화를 이끌어내고 있음

나. 기업의 수익과 ESG 경영

- ESG 경영을 새롭게 나타난 개념이 아닌 기존의 기업의 사회적 책임(CSR), 공유가치창출(CSV), 사회적책임투자(SRI)의 목적과 방법을 이어가는 점을 미루어 볼 때 ESG 경영활동이 투자를 이끌어내고, 기업에 대한 투자는 기업의 생존의 지속성을 담보하며, 기업이 ESG 경영활동을 지속하는 순환구조를 형성한다는 데 중요한 시사점을 가짐
- 기업의 ESG 경영은 정성적 가치 추구뿐만 아니라 재무적 성과와 직접적으로 연결되어 있으며 기업이 ESG 활동을 실천하고, 성과를 홍보하게 되면 소비자들의 인식에 긍정적 영향을 미치며 소비로 이어지는 순환구조를 만들어 가게 됨
- ESG 경영은 어떠한 형식으로든 발현되는 조직의 이윤추구를 위한 활동으로 이해될 수 있음

4. ESG 관련 정책 동향

가. ESG 경영환경 조성을 위한 정부의 역할

1) ESG 경영 정착을 위한 지원

- EU를 비롯한 해외 정부에서는 ESG 정보공개제도와 같은 규율체계를 마련하고 있으며, 점차 법적 책임 부여와 기후변화의 재무적 영향 관련 공시체계 마련 등을 통한 금융당국의 감독체계를 강화하는 추세에 있음
- 우리나라의 경우에도 실질적인 ESG 이행을 요구받고 있는 상황에서 국제적 목표 및 표준에 부합하면서 국내 실정을 반영한 ESG 정책을 마련하고 제도정비에 착수하는 등 발 빠르게 대응하고 있으며 광의적 시각에서 현재 정부의 모든 정책은 ESG 개념을 모두 포괄하고 있으며, K-SDGs 및 한국판 뉴딜정책 등은 세계적으로 확산되고 있는 ESG 논의와 대체적으로 부합되는 것으로 볼 수 있음
- ESG는 기업의 비재무적 가치 및 투자 관점에서 시장의 자율성을 기반으로 작동하고 있기 때문에, 정부의 지나친 개입에 대해 회의적이지만 ESG라는 새로운 생태계가 구축되고 있는 상황에서 사회의 모든 구성원이 새로운 생태계에 적응하고 혼란을 최소화하기 위한 가이드라인이 필요하며, 국내 기업이 국제적 리스크에 대응할 수 있도록 지원하는 것이 정부의 역할이라 할 수 있음

2) 정부 차원의 ESG 경영 가이드라인 설정

- 현재 경영공시/보고 기준으로 우리나라는 한국거래소의 ESG 정보공개 가이드스, 금융위원회의 SASA 기준 국문 번역, 한국기업지배구조원의 ESG 모범규준 개정판, 산업통상자원부의 K-ESG 가이드라인, 환경부의 녹색채권가이드라인 및 한국형 녹색분류체계(K-Taxonomy) 등이 활용되고 있음
- 기업들에게 스스로 ESG 이행수준을 진단하고 평가에 대비할 수 있는 기준을 정부에서 제시할 필요성이 제기되고 있으며 비용, 인력, 시간 등의 제한으로 ESG 경영 도입이 어려운 중소기업들에게 ESG 경영도입 및 지표설정에 대한 지원이 필요함

나. 관광분야에서의 적용

- ESG 경영에 대한 국제적 논의 과정에서 관광산업까지 포괄하고 있지 않으나 공공 기관, 협회 등을 중심으로 ESG에 대한 업계의 관심 유도 및 확산을 위한 기초적인 활동을 시작하고 있음
- 다만, ESG 개념이 확산되고 생태계가 구축되기 시작한 것은 불과 2-3년이라고 해도, ESG 자체가 지속가능성에 기반을 둔 오랜 역사를 배경에 두고 있는 것과 마찬가지로 관광산업에서도 지속가능관광, 공정관광, 책임관광 등 유사한 추진 사례를 찾아볼 수 있음
- 정부에서는 지금까지 관광산업 내에서 이루어진 지속가능성에 대한 다양한 논의 및 가이드라인을 종합하고 수정·보완하면서 관광기업의 ESG 경영 확산 정책으로 연결시키는 것이 필요함
- 관광기업의 ESG 경영 도입을 위해서는 변화의 주체로서 관광객을 변화시키려는 노력이 보다 적극적으로 필요하며, 이는 기업을 포함하여 정부의 역할이 필요한 부분임

5. 관광기업 ESG 경영 실천 사례

- ESG 경영 활동을 외부적으로 공시하고 있는 국내외 관광기업을 대상으로 여행업, 숙박업, 유원시설업, 국제회의업 등으로 구분하여 사례조사를 실행함

가. 환경(E) 영역 실천활동

- 관광산업분야 환경영역의 추구가치(에너지, 탄소절감, 재활용 등)는 타 산업의 환경 영역의 추구가치와 일치하지만 실천활동에는 차별성을 가지고 있음
- 관광기업은 고객이 지속가능한 여행 상품을 소비함으로써 온실가스 배출 저감을 추구하고, 친환경 서비스를 이용함으로써 친환경 자원 선순환 추구에 동참할 수 있도록 관광서비스를 제공하고 있음

- 고객의 지속가능한 관광 서비스 구매를 이끌어내기 위해 환경 및 기후변화, 오버투어리즘 등과 같은 문제를 관광객이 지각함으로써 관광객의 행동변화를 유도할 수 있도록 관광객 인식 개선에 관한 가치 실천을 실행 중임

나. 사회(S) 영역 실천활동

- 사회 분야의 내부 고객의 관점에서 살펴본 활동은 직원들의 역량 증진, 복지 제도, 근무환경, 인권 문제등이 중심을 이루고 있음. 또한 협력사/파트너와의 협력을 통해 지속가능한 동반성장을 꾀하는 모습이 나타남
- 지속가능한 관광 및 유산 보존을 위한 다양한 협약을 통해 관광목적지의 지역문화 보존을 전제로 지역 경제 활성화에 기여하는 것으로 나타남
- 관광기업은 고객들이 여행 중 겪게 되는 인권 침해 및 고위험 지역 여행에 대한 정보를 제공하고 교육을 실시함으로써 인권 보호를 실천하는 것으로 나타남

다. 경영구조(G) 영역 실천활동

- 거버넌스 분야의 내부 고객 관점에서 살펴본 활동은 ESG 경영 구조를 구축하고 인권 경영/예방/차별/교육을 실시하며 준법 및 윤리팀 운영을 통해 다양한 정책을 강화하는 등의 활동이 중심을 이루고 있음
- 관광산업분야 거버넌스 영역의 추구가치는 타 산업의 거버넌스 영역의 추구가치와 동일한 것으로 나타나며, 그에 따른 실천행동도 유사한 것으로 조사됨

라. 관광기업 실천 주요 ESG 경영 요소

- 환경영역에서의 우선 요소 ESG 요소는 대부분 온실가스 저감에 초점이 맞추어져 있으며 이에 따른 정책적 지원으로 탄소배출량 측정 시스템 구축 지원, 온실가스 저감 인센티브 지원 등과 연계될 수 있음
- 사회영역에서 살펴보면 직원들의 근무환경, 인종의 다양성 및 포용성, 인재경영등

기업 내부의 사회적 환경등이 주요 ESG 경영 요소로 대표됨

- 지배구조 영역에서 가장 먼저 필요한 것은 관광기업이 ESG 경영구조를 갖추고 있는지에 대한 유무 판단이며 ESG 경영구조 확립 이후 필요한 ESG 경영 관리 요소는 법률 준수, 윤리경영, 인권경영 등을 추구해야 할 것으로 판단됨

6. 관광기업 ESG 인식 및 정책 수요 조사

- 관광 관련 업종에 종사하고 있는 기업을 대상으로, 조사 모집단은 관광산업조사의 결과를 활용하여 명부를 구축한 후 32,850개 중 400개 업체에 대해 면접조사를 실행함
- 조사 항목은 기업 정보, ESG 인식, ESG 활동, ESG 조직, ESG 지원정책 중요도로 구분함

가. 관광기업의 ESG 경영 인식과 활동

- ESG에 대한 관심을 가지고 있는 기업이 25.5%로 나타났으나 ESG 중요도에 있어서는 중요하다고 응답한 기업은 48.3%로 ESG가 가진 가치는 인정하고 있으나 기업 운영에 있어서 업무적 관심이 상대적으로 낮음
- ESG 경영 필요성에서는 중요도 인식과 유사하게 나타났으며 기업이미지 제고와 수익 창출을 위한 역할을 주 이유로 들고 있어 ESG 추구로 인한 최종 가치 창출에 앞서 기업의 생존과 연결지어 인식하는 것으로 나타남
- ESG 경영활동을 실행중인 기업들이 응답한 매출 증감 수준에 있어서 과반수 이상이 큰 차이를 보이지 않는다고 응답했으며, 미활동 기업들 또한 ESG 경영을 실행하더라도 매출 증감에 대한 기대가 높지 않은 것으로 나타나 단기적 수익 증가에 대한 기대는 저조한 것으로 나타남
- 관광기업들은 ESG 경영 실천을 통해 사회적 공통가치 추구에 기여할 것으로 기대하며 기업이미지, 기업평판 향상에서 기대효과가 나타날 것으로 생각함

나. ESG 경영 관련 정책 수요

- 중요도와 시급성에서 높은 순위를 보인 항목은 ‘ESG 경영장려 경제적 지원’, ‘관광 기업 특성을 반영한 ESG 경영 도입 지침서 및 가이드라인 제공’, ‘ESG 우수기업에 대한 인증 및 홍보 강화’ 등 ESG 경영 도입 및 진입을 위한 정책 중요도가 높은 것으로 나타남

7. 관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안

7.1 정책 추진 방향

가. 추진방향

- 실질적인 ESG 이행을 요구받고 있는 상황에서 대부분이 중소기업인 관광기업의 경우 ESG 도입에 상당히 소극적인 상황으로 관광기업들이 ESG 경영 도입에 대해 관심을 갖고 이를 성과로 활용할 수 있도록 하는 지원책이 요구되고 있음
- ESG 확산은 관광기업 뿐만 아니라 관광객들의 관광소비 행태에도 변화를 요구하고 있으며 효과적인 ESG 확산을 위해 관광객들의 관심을 제고하고 ESG 경영활동의 참여자 및 감시자 역할을 할 수 있는 지원이 필요함

〈표 1〉 정책적 시사점

구분	내용
ESG 경영의 역할과 효과	<ul style="list-style-type: none"> • 국제사회 추구 가치 실현을 위한 실제적 행동 • 기업-투자자-소비자 생태계 순환을 위한 기본적인 경영문화 정착 유도 • B2C 수익 창출을 위한 필요요건
국내외 정책 사례	<ul style="list-style-type: none"> • ESG 경영 촉진 및 정책적 조정자 역할 • 단일화된 가이드라인 제시 필요 • 산업 특성 반영한 정책 설계 요구
관광기업 ESG 경영 실천 사례	<ul style="list-style-type: none"> • ESG 경영 추진을 위한 기반 마련 • 인증제, 교육, 컨설팅 등 ESG 경영도입을 위한 지원 우선 • 지속적인 ESG 경영 추진을 위한 관리 필요
관광기업 인식 및 정책 수요조사	<ul style="list-style-type: none"> • 관광기업 ESG 경영 인식 제고 • ESG 경영 추진을 위한 기반 마련 • 금융 지원, 홍보, 교육 지원 우선

나. 정책방안

- 관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 지원정책의 목표를 관광기업의 ESG 경영 문화 진입을 위한 환경 마련으로 설정하고 관광분야 ESG 경영 정책 기반 구축, 관광기업 ESG 경영 도입 지원, ESG 관광 가치소비 확산 등 3개의 영역으로 구분하여 정책방안을 제시함

〈표 2〉 관광기업 ESG 경영환경 조성 지원 정책 추진 방향

관광기업의 ESG 경영 문화 진입을 위한 환경 마련	
추진방향	실행 방안
관광분야 ESG 경영 정책 기반 구축	관광분야 ESG 경영 기업 대상 금융 지원 체계 구축
	관광기업 ESG 경영 가이드라인 마련
	관광 ESG 경영 협력체계 구성
관광기업 ESG 경영 인식 확산 및 도입 지원	관광기업 대상 ESG 교육 및 컨설팅 지원
	관광 ESG 경영혁신 바우처 제도 신설
	우수 ESG 기업 인증을 통한 인센티브 제공
ESG 관광 가치소비 확산	관광소비자 ESG 인식 제고
	관광 소비를 위한 금융상품 다양화 지원

7.2 부문별 추진 방안

가. 관광분야 ESG 경영 정책 기반 구축

1) 관광 분야 ESG 경영 기업 대상 금융 지원 체계 구축

- ESG 경영-투자 선순환 확산을 유도하고 관광기업들의 ESG 경영 전략 적용 및 성과, K-ESG 평가 결과 등을 통해 ESG 투자 활성화 제고 등 ESG 경영도입을 위한 금융지원 체계 구축이 필요함

〈표 3〉 관광 분야 ESG 경영 기업 대상 금융 지원 체계 구축(안)

구분	내용
목적	관광기업의 ESG 경영 도입
주요내용	ESG 추진 기업에 대한 관광진흥기금 활용 용자 프로그램 추가 관광벤처기업 투자 중 ESG 투자 분야 추가
기대효과	관광기업의 ESG 경영 추진을 위한 초기 비용 부담 완화

2) 관광 분야 ESG 경영 기업 대상 금융 지원 체계 구축

- 관광기업·금융기관 등이 활용할 수 있도록 ESG 평가를 위한 지표·산식 등을 제시하는 가이드라인 마련을 통해 관광기업 ESG 영역별 가치와 연계 가능한 다양한 국제기준, 정부 기준들의 목표·실행·보고 관점에서 체계화를 통해 ‘관광 ESG 경영 가치 지표 풀’을 구축하고, 이를 활용하여 관광기업별 운용 특성에 맞는 맞춤형 지표체계 구축지원이 요구됨

〈표 4〉 관광기업 ESG 경영 가이드라인 추진(안)

구분	내용
목적	관광기업 ESG 경영 도입
주요내용	K-ESG 기반 관광기업 적용을 위한 가이드라인 구축 업종별 ESG 경영 추진 방식 유형 및 실천 과제 설정에 따른 가이드라인 세분화 관광기업별 ESG 추진 체계 구성 및 활용 절차 안내
기대효과	관광기업의 ESG 경영 문화 정착 및 활성화 유도

3) 관광 ESG 경영 협력체계 구성

- 관광분야에서의 ESG 관련 이니셔티브의 구성이 시작되고 있는 시점에서 관광분야의 상장기업을 시작으로 ESG 경영 문화가 중소기업으로 확장되는 프로세스를 구성하기 위해 타분야 대기업-관광중소기업, 관광대기업-관광중소기업들을 연결 해 줄수 있는 마중물 역할이 요구됨

〈표 5〉 관광 ESG 경영 협력체계 구성(안)

구분	내용
목적	기업중심의 관광분야 ESG 창출을 위한 협력 네트워크 구성
협력내용	기업상생 : ESG 경영 미추진 기업을 대상으로 대기업 등 ESG 경영 추진 중인 기업들에게 교육 및 컨설팅 지원 협력 수익활동 : ESG 가치 추구 가능한 관광상품 구성 협력
기대효과	기업을 중심으로 하는 자생적 ESG 경영 추진 문화 정착

나. 관광기업 ESG 경영 도입 지원

1) 중소관광기업 대상 ESG 교육 및 컨설팅 지원

- 대부분의 관광기업들에게 ESG는 중요하지만 막연한 개념이므로 교육을 통해 ESG 경영에 대한 실재를 인식시키고 중요성 및 필요성에 대한 업계의 확산 도모가 필요함

〈표 6〉 중소관광기업 대상 ESG 교육 및 컨설팅 지원 추진(안)

구분	목적
관광 ESG 교육프로그램 개발 및 운영	<ul style="list-style-type: none"> - 단계별/분야별 관광 ESG 교육과정 개발 및 운영 - 교육과정 <ul style="list-style-type: none"> · 관광 ESG 경영자/관광창업자/실무자 과정 · 호텔업/여행업/유원시설업/국제회의업 등 분야별 ESG 확산 과정 등
관광기업 ESG 맞춤형 컨설팅 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 컨설팅 대상: 관광사업체 내 중소기업 - 컨설팅 내용(안) <ul style="list-style-type: none"> · ESG 경영전략 수립 지원 · ESG 기반 비즈니스 모델 및 관광상품 개발 지원 · ESG 성과 및 마케팅 활용 · ESG 평가 및 인증 지원

2) 관광 ESG 경영혁신 바우처 제도 신설

- 중소 관광기업 대상 ESG 경영혁신 바우처 제도를 신설하여 기업이 ESG 경영도입에 있어 경제적인 부담을 줄일 수 있는 지원책을 마련할 필요가 있으며 기존에 추진 중인 사업을 벤치마킹 또는 연계 형식으로 추진될 수 있으나 관광산업 특성을 고려한 ESG 경영혁신 바우처제도가 필요함

〈표 7〉 관광 ESG 경영혁신 바우처 제도(안)

구분	내용
목적	관광기업의 ESG 경영 활동 도모
주요내용	관광기업의 ESG 경영 추진을 위한 자율성을 담보한 관광 상품 개발 및 활동 지원 중소기업 혁신바우처 제도, 관광기업 혁신바우처 제도 연계한 ESG 경영분야 신설 - ESG 관광상품, ESG 경영 추진 분야로 구분, 기업의 ESG 전략 역량 강화 및 경영문화 정착을 위한 바우처 지원
기대효과	ESG 경영 도입 비용 부담 완화

3) 우수 ESG 관광기업 인증을 통한 인센티브 제공

- 관광기업의 ESG에 대한 인식 제고를 위해 ESG 관련 정부 포상인증 제도 등을 활용하여 관광기업의 관심을 제고하고 자발적으로 ESG 활용에 참여할 수 있도록 인센티브를 제공하는 것이 중요하며 인증제 운영의 경우에도 신규 도입 및 기존 제도(예, 관광품질인증)에 연계하는 방안으로 검토될 수 있음

〈표 8〉 우수 ESG 관광 기업 인증제(안)

구분	내용
목적	관광기업의 ESG 경영 인식 확산
추진방식	(신규 인증) 관광 ESG 경영활동 인증 기준 마련, 자유공모 형식으로 기업의 대표 ESG 경영활동에 대한 인증 절차 마련 (연계 인증) 한국관광품질인증에 ESG 분야 추가, ESG 관광상품 및 ESG 경영 추진 성과를 중심으로 부가 기준 마련
인센티브	인증 홍보물(인증현판, 인쇄물, 웹이미지 등) 제작, 홍보마케팅(부처 및 인증 기관) 등
기대효과	관광기업의 ESG 경영 추진 활성화

다. ESG 관광 가치소비 확산

1) 관광소비자 ESG 인식 제고

- 관광산업에서의 패러다임 변화에서 관광객의 행동지침이 필수적으로 관광객들이 주 목적으로 ESG를 알고 관광활동 내에서 실천하도록 하는 인식 제고 활동이 필요함
- ESG 관광을 위한 가이드북 제작·배포(동영상, 카드뉴스, 웹툰 등)
- 관광 가치소비 선언 등 관광을 통한 사회적 가치 실천 캠페인
- ESG 관광 아이디어 공모전
- 관광객 탄소발자국 측정 프로그램 개발 및 참여 우수자 시상, 마일리지 제도 운영을 통한 입장권/숙박권 할인 제공

2) 관광소비를 위한 금융상품 다양화 지원

- ESG 자체가 투자/금융과 연관성이 높고, 이미 여행과 관련한 다양한 금융상품이

개발되어 있어 정부에서 이를 잘 활용하여 소비자들을 대상으로 하는 ESG 연계 여행 금융상품을 개발·운영하도록 지원하는 것이 필요함

- ESG 금융상품은 새로운 ESG 여행상품을 개발하거나, 현재 금융기관들이 운영하고 있는 ESG 활동을 실천하는 소비자에게 주는 인센티브를 관광상품과 연계하는 방식, 반대로 현재 여행관련 금융상품에 ESG를 접목하는 방식 등으로 이루어질 수 있음

8. 결론 및 제언

- 지속가능성으로부터 시작된 ESG에 대한 사회적 현상은 단순히 기업의 선택에 의해 실행할 수 있는 범주를 벗어나 국제사회의 요구, 소비자들의 요구가 결합되어 있어 기업들의 적응 속도가 중요한 시점임
- 대기업이 선도적으로 추진해가고 있는 ESG 경영은 중소기업으로 확대될 전망이며, 범정부차원에서 중소기업대상 ESG 정책을 통해 기업 전반의 경영에 ESG 요소를 추가하고 있는 등 국내 전기업으로의 확장을 목표로 하고 있음
- 관광분야에서도 ESG 경영 실천이 필수적인 요소로 대두되고, 기본 경영 문화로 자리잡아야 하는 상황에 들어서며 급격히 변화하는 기업 경영환경에 적응할 수 있도록 관광기업에 대한 정부의 정책 고민이 필요한 상황임
- 향후 관광기업들에게 ESG 경영 인식이 확립되고, 기업들이 주체적으로 ESG 경영 추진을 시작할 때를 대비하여 업종별 접근이 이루어져야 할 것으로 예상됨
- ESG 경영이 포함하고 있는 영역별 가치는 산업별 특성으로 구분되지 않으나 상품, 소비자 행태 등 기업의 업역과 수익구조에 따라 실현 방법이 달라지기 때문임
- 따라서 초기의 ESG 경영 문화가 확산된 이후 세부 분야별 ESG 경영 추진 방법 및 추구 형태 파악을 통해 맞춤형 지원정책을 계획 실행해야 할 것으로 판단됨
 - 향후 관광분야에서의 ESG 경영 효과에 대한 실증적인 연구와 함께 업종 및 규모를 고려한 지속적인 연구 및 관심이 필요함

목차

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	5
제2절 연구 범위 및 방법	6
1. 연구 범위	6
2. 연구 방법	7
제2장 ESG 경영의 이해	9
제1절 ESG 경영의 개념	11
1. ESG 경영의 출현 배경	11
2. MDGs, SDGs, ESG	15
3. ESG 경영의 유사개념	16
제2절 ESG 이니셔티브	21
1. ESG 이니셔티브 개요	21
2. 주요 이니셔티브	22
제3절 ESG 경영의 효과	30
1. ESG 경영의 재무적 성과	30
2. ESG 경영과 소비자 인식	31
제4절 소결	33
1. 기업의 경영환경과 ESG	33
2. 기업의 수익과 ESG 경영	36
제3장 ESG 관련 정책 동향	39
제1절 해외 정책 동향	41
1. 유럽연합(EU)	41
2. 미국	48

3. 일본	51
제2절 국내 정책 동향	54
1. 국가지속가능발전목표(K-SDGs)	54
2. 한국판 뉴딜종합계획	56
3. 한국형 녹색분류체계(K-Taxonomy)	58
4. K-ESG 가이드라인	60
5. 국내 관광 ESG 관련 정책	67
제3절 소결	68
1. ESG 경영환경 조성을 위한 정부의 역할	68
2. 관광분야에서의 적용	72
제4장 관광기업 ESG 실천 사례 분석	75
제1절 사례분석 개요	77
1. 관광기업 활동영역과 ESG	77
2. 사례 분석의 틀	78
제2절 관광기업 ESG 경영 실천 사례	79
1. 여행업	79
2. 숙박업	90
3. 국제회의업	96
4. 유원시설업	102
제3절 소결	108
1. 환경(E) 영역 실천활동	108
2. 사회(S)영역 실천활동	111
3. 경영구조(G) 영역 실천활동	113
4. 관광기업 실천 주요 ESG 경영 요소	114
제5장 관광기업 ESG 인식 및 정책 수요 조사	117
제1절 조사 개요	119
1. 조사 설계	119
2. 조사 항목	120
3. 응답 기업 특성	121
제2절 조사결과	122
1. ESG 인식	122

2. ESG 활동	129
3. ESG 조직	142
4. 관광기업 ESG 지원정책 중요도 및 시급성	146
제3절 소결	148
1. 관광기업의 ESG 경영 인식과 활동	148
2. ESG 경영 관련 정책 수요	150
제6장 관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안	151
제1절 정책 추진 방향	153
1. 추진방향	153
2. 정책방안	156
제2절 부문별 추진 방안	157
1. 관광분야 ESG 경영 정책 기반 구축	157
2. 관광기업 ESG 경영 도입 지원	161
3. ESG 관광 가치소비 확산	165
제7장 결론 및 제언	169
제1절 결론	171
제2절 제언	172
 참고문헌 /	 175
 ABSTRACT /	 179
 부록 /	 181

표 목차

〈표 1-1〉 관광산업별 기업의 주요 공시내용(2017년)	4
〈표 2-1〉 CSR에 대한 정의	16
〈표 2-2〉 CSR과 CSV의 차이	18
〈표 2-3〉 UN Global Compact 10대 원칙	23
〈표 2-4〉 GRI Standards Index	24
〈표 2-5〉 Equator Principles 10원칙	27
〈표 2-6〉 PRI 6대 책임투자원칙	28
〈표 2-7〉 유엔환경계획 금융이니셔티브 지속가능보험원칙(PSI)	29
〈표 2-8〉 ESG 경영의 효과 연구	30
〈표 2-9〉 기업의 경영환경	33
〈표 2-10〉 글로벌 주요 이니셔티브	34
〈표 2-11〉 산업별 주요 이니셔티브	35
〈표 2-12〉 CSR, CSV, SRI, ESG 비교	36
〈표 3-1〉 유럽연합(EU)의 주요 ESG 정책 및 입법활동	46
〈표 3-2〉 미국의 환경(E) 관련 정책	48
〈표 3-3〉 미국의 사회(S) 관련 정책	49
〈표 3-4〉 일본의 정보공시 및 환경(E) 관련 정책	51
〈표 3-5〉 일본의 사회(S) 관련 정책	52
〈표 3-6〉 일본의 지배구조(G)정책	53
〈표 3-7〉 녹색경제활동 분류기준	58
〈표 3-8〉 K-ESG 가이드라인 진단항목	61
〈표 3-9〉 중소·중견기업을 위한 K-ESG 가이드라인	63
〈표 3-10〉 국내 ESG 평가기관별 평가절차, 척도, 방법 및 지표	64
〈표 3-11〉 관광분야 ESG 관련 정책	67
〈표 3-12〉 국내외 ESG 정책사례 비교	68
〈표 3-13〉 국내 ESG 주요 정책 요약	70
〈표 4-1〉 사례 분석의 틀	78

〈표 4-2〉 익스피디아 ‘Global Impact Report 2020’ 하이라이트	81
〈표 4-3〉 부킹홀딩스 ‘Sustainability Report 2020’ 하이라이트	84
〈표 4-4〉 하나투어 ‘지속가능경영보고서(2020-2021)’ 하이라이트	88
〈표 4-5〉 메리어트 인터네셔널 ‘2021 Serve 360 report’ 하이라이트	91
〈표 4-6〉 2020 SK네트웍스 지속가능경영보고서 중 워커힐 ESG 경영활동 하이라이트	95
〈표 4-7〉 MCI group ‘Sustainability Annual Report 2020’ 하이라이트	98
〈표 4-8〉 messe frankfurt CSR 활동 하이라이트	101
〈표 4-9〉 월트 디즈니 ‘2021 CSR Report’ 하이라이트	103
〈표 4-10〉 롯데월드 ‘2021 롯데월드 ESG 경영 결과’ 하이라이트	107
〈표 4-11〉 환경영역에서의 활동과 대상	108
〈표 4-12〉 환경영역에서의 활동과 대상(내부)	110
〈표 4-13〉 환경영역에서의 활동과 대상(외부)	110
〈표 4-14〉 사회영역에서의 활동과 대상	111
〈표 4-15〉 사회영역에서의 활동과 대상(내부)	113
〈표 4-16〉 사회영역에서의 활동과 대상(외부)	113
〈표 4-17〉 경영지배구조 영역에서의 활동과 대상	114
〈표 4-18〉 관광기업 주요 ESG 경영 요소	115
〈표 5-1〉 조사 설계	119
〈표 5-2〉 표본 배분	120
〈표 5-3〉 조사항목	120
〈표 5-4〉 응답기업 특성	121
〈표 5-5〉 업종별 ESG 개념 인지 수준	123
〈표 5-6〉 업종별 ESG 관심도	124
〈표 5-7〉 업종별 ESG 중요도	125
〈표 5-8〉 업종별 ESG 경영 필요성	126
〈표 5-9〉 업종별 ESG 경영 필요 이유	127
〈표 5-10〉 업종별 ESG 경영 불필요 이유	128
〈표 5-11〉 업종별 ESG 경영 수준	129
〈표 5-12〉 업종별 ESG 경영 수준(환경)	130
〈표 5-13〉 업종별 ESG 경영 수준(사회)	130
〈표 5-14〉 업종별 ESG 경영 수준(지배구조)	131
〈표 5-15〉 업종별 ESG 경영 실행 여부	132
〈표 5-16〉 업종별 매출 증감 수준	133

〈표 5-17〉 업종별 매출 증감 예상	134
〈표 5-18〉 업종별 환경 분야 관심도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)	135
〈표 5-19〉 업종별 사회적 가치 활동 대상 중요도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)	136
〈표 5-20〉 업종별 지배구조 대상 중요도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)	137
〈표 5-21〉 업종별 ESG 경영전략 수립 난이도(‘어려움’+‘매우 어려움’ 비율)	138
〈표 5-22〉 업종별 ESG 경영성과 목표 수립 여부	139
〈표 5-23〉 ESG 경영 추진 요인(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)	140
〈표 5-24〉 업종별 ESG 경영 기대 효과(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)	141
〈표 5-25〉 업종별 ESG 전담 조직 여부	142
〈표 5-26〉 업종별 ESG 전담 인력 여부	143
〈표 5-27〉 업종별 ESG 전문가 채용 계획	144
〈표 5-28〉 업종별 ESG 담당자 채용 시 고려 역량	145
〈표 5-29〉 지원정책 중요도 및 시급성(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)	146
〈표 6-1〉 정책적 시사점	155
〈표 6-2〉 관광기업 ESG 경영환경 조성 지원 정책 추진 방향	156
〈표 6-3〉 사회책임투자(SRI)채권과 지속가능연계채권(SLB)	157
〈표 6-4〉 관광 분야 ESG 경영 기업 대상 금융 지원 체계 구축(안)	158
〈표 6-5〉 관광업종별 ESG 실천과제	159
〈표 6-6〉 관광기업 ESG 경영 가이드라인 추진(안)	160
〈표 6-7〉 관광 ESG 경영 협력체계 구성(안)	161
〈표 6-8〉 중소관광기업 대상 ESG 교육 및 컨설팅 지원 추진(안)	162
〈표 6-9〉 관광 ESG 경영혁신 바우처 제도(안)	163
〈표 6-10〉 우수 ESG 관광 기업 인증제(안)	165
〈표 6-11〉 ESG 및 여행관련 소비자 금융상품	167

그림 목차

[그림 1-1] 연구내용 및 수행방법	7
[그림 2-1] CSR 피라미드	17
[그림 2-2] 착한 소비 인식과 동참의향, 소비자의 ‘착한 소비’의 의미	31
[그림 2-3] ESG 경영의 순환 구조	37
[그림 3-1] K-SDGs 비전 및 전략	55
[그림 3-2] 한국판 뉴딜 1.0 → 2.0 추진과제 변화	56
[그림 3-3] 한국판 뉴딜 2.0 구조	57
[그림 3-4] 녹색분류체계 적합성 판단절차	59
[그림 4-1] ‘지속 가능 여행상품: 스위스’ 환경지키기 활동	87
[그림 5-1] ESG 개념 인지 수준	122
[그림 5-2] ESG 관심도	123
[그림 5-3] ESG 중요도	124
[그림 5-4] ESG 경영 필요성	125
[그림 5-5] ESG 경영 필요 이유	126
[그림 5-6] ESG 경영 불필요 이유	128
[그림 5-7] ESG 경영 수준(‘다소 높음’+‘매우 높음’ 비율)	129
[그림 5-8] ESG 경영 여부	131
[그림 5-9] 매출 증감 수준	132
[그림 5-10] 매출 증감 예상	133
[그림 5-11] 환경 분야 관심도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)	134
[그림 5-12] 사회적 가치 활동 대상 중요도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)	135
[그림 5-13] 지배구조 대상 중요도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)	136
[그림 5-14] ESG 경영전략 수립 난이도(‘어려움’+‘매우 어려움’ 비율)	137
[그림 5-15] ESG 경영성과 목표 수립 여부	138
[그림 5-16] ESG 경영 추진 요인(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)	139
[그림 5-17] ESG 경영 기대 효과(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)	141
[그림 5-18] ESG 전담조직 여부	142

[그림 5-19] ESG 전담 인력 여부	143
[그림 5-20] ESG 전문가 채용 계획	144
[그림 5-21] ESG 담당자 채용 시 고려 역량	145
[그림 5-22] 중요도-시급성 IPA	147

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구

제1장

서론

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

가. 기업 지속가능성을 위한 정부의 ESG 경영 논의 증가

COVID-19 위기로 기업 가치의 평가에 있어 기후 환경 리스크, 인권 및 안전·환경에 연계된 위기관리가 중대 이슈로 부각되고 있다. 전통적인 기업의 경영방식은 재무적 성과에 초점이 맞춰져 있었지만, 기업 규모가 커질수록 기업과 관련된 투자자, 경영자, 소비자들로부터 요구되는 기대수준과 기업의 지속가능성이 중요시되기 시작하며 기업들이 장기적인 시각을 가지고 경영전략 수립에 대한 사회적인 요구가 증가하고 있다.

ESG는 기업 환경 변화의 중심 개념으로 자리잡으며 국제사회에서 반드시 필요한 전략으로서의 가치를 인정 받고 있다. 우리나라는 지속가능발전법을 통해 “현대 세대의 필요를 충족시키기 위하여 미래 세대가 사용할 경제 사회 환경 등의 자원을 낭비하거나 여건을 저하시키지 아니하고 서로 조화와 균형을 이루는 것”으로 지속가능성을 정의하고 있으며, 지속가능성을 염두에 둔 경영전략으로 ESG 경영을 내세우고 있다. 그 실제적인 행동으로서 2025년부터 상장회사를 대상으로 ESG(환경·사회·지배구조) 활동내역을 의무적으로 공시하는 등 기업의 사회적 가치 추구에 대한 정부의 관심이 증대되고 있다.(금융위원회, 2021)

기업들의 자체적인 노력뿐만 아니라 정부의 정책적 개입이 활성화 되는 움직임을 보이고 있다. 현재 국가차원에서 추진되고 있는 주요 ESG 정책들은 “K-SDGs 및 한국판 뉴딜정책”으로 투자와 경영 측면에서 환경(E)과 지배구조(G) 개념이 많이 강조되고 있으나, 국가전략 차원에서는 S 개념을 중요시하고 있다. 국가는 포용적 제도를 통해 ESG 가치체계를 정착시키고 국정운영의 궁극적인 가치체계로 작동해야 하는 국가정책의 목적을 가지고 있어 실용적 관점에서의 국가와 시장의 협력이 필요한 시점이다.

나. 관광분야에서의 ESG 경영 중요성 부각

지속가능한 관광, 책임관광, 공정관광 등으로 표방되는 관광분야에서의 사회적 가치의 창출과 미래세대를 위한 관광자원 보호, 보존하는 친환경 관광 활동이 지속되는 가운데, ESG 경영이 화두로 떠오르면서 관광분야에서의 움직임도 활발해지고 있다.

WTTC(World Travel & Tourism Council, 세계관광여행협회)는 관광기업의 ESG 정보공시 현황 조사를 통해 업종별 주요 공시 내용을 모니터링 하고 있으며 호텔신라, 롯데호텔, 조선폰텔앤리조트 등 주요 브랜드에 이어 한화호텔앤드리조트, 파라다이스호텔·리조트, 코오롱 계열 리조트·호텔 등이 ESG 경영을 강화하고 하나투어가 ESG 경영을 도입하는 등(여행신문, 2021) 관광분야에서 ESG 경영의 중요성을 인식하고 활동을 이어나가고 있다.

또한, 전국관광기관협의회는 ESG 경영 실천을 위한 친환경‘착한여행’릴레이 캠페인을 추진하고 있으며 2050년을 목표로 하고 있는 탄소중립 전환은 최근에 논의되고 있는 ESG 경영 강화와 연계되어 관광기업의 ESG 정보공시 및 보고지표 관리체계 점검이 요구되고 있다(안희자·김송이, 2021).

〈표 1-1〉 관광산업별 기업의 주요 공시내용(2017년)

구분	주요 보고 지표
관광산업	에너지 사용/절감, 온실가스 배출/저감, 환경 영향 저감, ESG 인력 현황, 아동 노동 근절/방지를 위한 노력, 기후변화 리스크 등
여행업	임직원 교육, 자본지출, 고객만족도, 서식지 보호 및 복구를 위한 노력, 임직원의 다양성 존중 등
호텔업	주요 투자 및 성과, 공급망 관리, 지역사회 교류 활동, 임직원의 다양성 존중 등
크루즈업	공공 정책, 임직원 부패 방지 교육, 제품/서비스 영향에 대한 LCA 평가, 임직원 성과, 고객 정보 보호, 서식지 보호/복구를 위한 노력, 폐기물 관리 등
항공업	강제 노동 근절 및 방지를 위한 노력 임직원 복리 후생 혜택 임직원 다양성 폐기물 관리 퇴직 및 이직률 등

자료: 김정남(2021). 관광산업의 ESG 정보공시 현황과 대응방안. 한국관광정책 제84호. 한국문화관광연구원

다. 관광기업의 ESG 경영 도입을 위한 정부 정책 방향 설정 필요

국제적으로 ESG 경영에 대한 관심이 높아지며 여러 국가에서 정책 기반을 마련하고 있다. 국내의 경우 초기단계로 기업의 ESG 경영 도입을 위한 다양한 정책을 마련하고 있다. 기존 관광 분야에서는 지속가능한 개발, 탄소중립 등 환경 분야에서의 활동이 주로 이루어 졌으나 ESG 경영 실천을 통해 전방위적인 가치 창출 중요성이 높아지고 있다. ESG 경영 활동에 있어서 관광기업들의 분야별 실천 활동과 그에 따른 기대효과에 따른 정부의 관광기업 대상의 정책 마련에 대한 논의가 필요한 시점으로 ESG가 추구하려는 본연적 가치에 대한 탐색과 함께 각 주요 요인별 관광분야 활동 특성을 찾아내는 것이 우선되어야 할 것으로 보인다.

따라서, 관광분야에서의 ESG 관련 활동 및 정책 검토를 통해 관광기업 대상 ESG 정책 방향 설정이 필요하다.

2. 연구 목적

본 연구는 상기의 연구 배경하에 네 가지의 연구목적을 설정하였다.

첫째, 관광분야에서의 ESG 경영의 필요성을 확인하고자 한다.

둘째, 현재 추진되고 있는 ESG 관련 정책들을 살펴보고 관광기업들의 ESG 경영 추진 방향을 위한 정부의 역할을 탐색하고자 한다.

셋째, 관광기업들의 ESG 경영을 통한 가치 추구의 형태와 방법을 파악하고자 한다.

관광기업들의 ESG 경영 사례를 통해 추구가치와 실천 방법을 파악하고 기업의 ESG 경영에 대한 자발적 참여 요인에 대한 기업 조사를 통해 현시점에서 관광기업의 ESG 인식 수준을 살펴 봤다.

넷째, 관광기업의 ESG 경영 실천을 위한 정책 방향을 설정하고자 한다.

관광기업의 ESG 경영의 도입과 실천을 통해 ESG 가치 추구를 위한 정책 방향 및 추진 과제를 제안하였다.

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

가. 대상적 범위

본 연구는 관광기업의 ESG 경영 환경 조성을 위한 정책 대응방안을 설정하기 위해 진행되었다. 이에 따라 정책 대상을 관광진흥법에 따라 여행업, 관광숙박업, 관광객이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 유원시설업, 관광편의시설업 및 문화체육관광부에서 관장하고 있는 관광벤처기업을 포함하였다.

나. 시·공간적 범위

시간적 범위로는 현재 ESG 경영 인식과 활동 형태를 파악하기 위한 자료 구득의 시점을 기준으로 2022년으로 설정했으며, 전국에 위치한 기업을 대상으로 설정하였다.

다. 내용적 범위

내용적 범위로는 관광기업의 ESG 경영 실천을 위한 정책 대응 방안을 설정하는 연구로 진행됨에 따라 ESG의 개념과 정책 추진현황을 살펴보고 관광기업들 대상 관련 정책 수요파악을 통해 ESG 경영 환경 조성을 위한 지원 정책 방향을 포함하였다.

2. 연구 방법

본 연구는 문헌 연구, 사례연구, 인터뷰, 조사연구 방법을 통해 실행되었다.

ESG 경영에 대한 개념과 효과, 경영환경에 대한 ESG의 영향 및 관광분야에서의 ESG 경영의 필요성을 고찰하고, ESG 경영에 대한 정부의 역할을 살펴보기 위하여 ESG의 출현 배경 및 기업의 ESG 경영과 관련한 국내외 정책 문헌 조사를 실행하였다.

관광기업들의 ESG 경영 사례를 통해 추가 가치와 실천 방법을 파악하고자 했으며, 기업의 ESG 경영 인식 수준 파악을 위한 관광 기업 대상 조사를 실행하였다.

또한 관광기업의 ESG 경영 실천을 위한 정책 수요를 파악하고 정책 방향 및 추진 과제를 도출하기 위한 설문조사를 실행하였다.

[그림 1-1] 연구내용 및 수행방법

단계	주요 내용	연구 방법
1단계 [연구설계]	제I장 서론 연구 배경 및 목적 연구 범위 및 방법	-
2단계 [정책현황]	제II장 ESG 경영의 이해 ESG 경영의 출현 배경 ESG 경영의 유사 개념	문헌연구
	제III장 ESG 관련 정책 동향 국내외 ESG 정책의 목표 및 방향 국내 기업 대상 ESG 정책 지원 현황 조사	문헌연구
3단계 [조사분석]	제IV장 관광기업 ESG 실천 사례 분석 국외 주요 관광기업 ESG 실천 사례 분석 국내 주요 관광기업 ESG 실천 사례 분석	문헌연구 기업인터뷰
	제V장 관광기업 ESG 인식 및 정책 수요 조사 조사 개요 및 방법 설정 ESG 인식 조사 ESG 경영 지원 정책의견 조사	설문조사, 기업인터뷰
4단계 [정책과제]	제VI장 관광기업 ESG 경영 환경 조성을 위한 정책 방안 정책 방향 설정 정책 과제 제안	전문가/정부 /수행기관 회의
	제VII장 결론 및 제언	

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구

제2장

ESG 경영의 이해

제1절 ESG 경영의 개념

1. ESG 경영의 출현 배경

전 세계적으로 돌풍을 일으키고 있는 ESG 경영은 기업경영의 지향점을 주주들의 이익이 아닌, 다양한 이해관계자를 포용할 수 있는 환경(Environment), 사회(social), 지배구조(Governance)에 두는 개념으로서, 어떤 회사에 투자를 해야 하는지를 판단하는 투자측면의 지표로 사용되고 있다(신지영, 2022:18). 더불어, 국가전반의 지속발전가능성 확보라는 측면에서 국가정책 차원의 ESG에 대한 논의가 활발하게 이루어지고 있으며, 우리나라의 경우 국가지속가능목표(K-SDGs), 한국형 뉴딜정책, K-ESG 가이드라인 등이 대표적이다.

경영 관점 이전의 ESG는 최근에 탄생한 개념이 아닌 국제사회의 필요성에 의해 탄생한 오랜 배경이 존재한 개념으로서, 그 시작은 환경문제에 기초한 “UN 세계환경개발위원회(WCED: World Commission on Environment and Development)”의 설립으로 볼 수 있다. 세계환경개발위원회(WCED)는 산업화로 인한 환경문제의 심각성을 국제적 차원의 논의로 확대시켰으며, 소위 브룬트란트 보고서라 불리는 “Our Common Future” 보고서 발간을 통해 ‘지속가능발전(Sustainable development)’이라는 단어를 탄생시켰다. 브룬트란트 보고서는 지속가능발전이라는 목표를 달성하기 위하여 환경친화적 정책의 필요성을 강조하였으며, 정부, 개인, 민간분야의 참여를 제고하였다는 점에서 ESG 활동의 시작점으로 평가받고 있다(한상범 외, 2021:27). 지속가능발전에 대한 논의는 전 UN 사무총장 코피아난(Kofi Atta Annan)에 의해 이어지게 되는데, 1999년 다보스포럼에서 코피아난은 “글로벌 시장에서 인간의 얼굴을 부여하는 공유가치와 원칙에 대한 전자구적 약속을 시작” 할 것을 제안하였다. 코피아난의 제안은 2000년 UN본부에서 UN Global Compact를 발족시키는 것으로 결실을 맺게 되었으며, 전세계 기업들이 지속가능하고 사회적으로 책임 있는 정책을 채택하도록 장려하고 그 이행에 대해 보고하도록하지만 구속력 없는 유엔 산하기구로 활동하였다. UN Global Compact는

회원 기업들에 10개 원칙을 준수할 것을 요청하는데, 이는 인권(Human Rights), 노동(Labour), 환경(Environment), 반부패(Anti-Corruption)의 4개 범주로 요약되며, 회원 기업들에 10개 원칙 준수에 대한 연차보고서를 제출할 것을 권유하였다(한상범 외, 2021:28).

브룬트란트 보고서의 지속발전가능성이 환경분야에 초점이 맞추어져 있었다면, UN Global Compact는 환경뿐만 아니라, 인권, 노동, 반부패 분야까지 포함한다는 점에서 차이가 있다. 하지만, UN Global Compact는 국제적 원칙에 기반한 규칙체계로서 법적 강제력과 기업을 감시하거나 비자발적 순응을 강요할 수단이 없었다는 점에서 10대 원칙의 실질적인 실천 측면에서의 한계가 노출되었다. 더불어, 지속가능발전을 확보하고 환경과 사회문제를 해결하는 이니셔티브가 산업자본인 기업에게 있었다는 점도 한계로 지적되었다.

이에 코피아난은 지속가능발전의 이니셔티브를 산업자본에서 기관투자가, 즉 금융자본으로 이동시키려는 공식적인 행보를 보였으며, 2004년 UN Global Compact를 기반으로 「Who Cares Win Initiative」를 출범으로 이어지게 되었다. 동 이니셔티브는 자산관리, 유가증권 중개, 관련 투자 연구 등 금융투자업 전반에 지속발전가능성 기반의 투자를 위한 가이드라인과 권고안을 만드는 것을 목적으로 하였다. 스위스 정부와의 협력을 통해 코피아난 유엔 사무총장과 UN Global Compact가 만든 조직으로 창립시점에 약 6조 달러 이상의 자산을 대표하는 23개 금융기관의 지지를 받았으며 이 중에는 국제금융공사(International Financial Corporation)와 세계은행도 포함되어 있었다.

동 이니셔티브는 2004년 6월 “Who Cares Wins-Connecting financial markets to a changing world” 라는 보고서를 발간하였으며, “ESG”가 공식적으로 언급된 최초의 보고서로 평가받고 있다. 해당 보고서에는 ESG관련 이슈의 관리가 기업의 리스크를 적절히 관리하고, 규제조치를 예상하거나, 새로운 시장에 접근함으로써 주주가치를 증대하는 동시에 그들이 활동하는 사회의 지속가능한 발전에 기여 할 수 있음을 명시하였다.

이러한 노력은 결국 2006년 ESG 총본부라 할 수 있는 PRI(Principles for Responsible Investment) 설립으로 이어지게 되었다. PRI는 “자본시장을 통해 기업의 ESG 활동에 동기를 부여하려는 움직임”으로써 “투자자들이 기업의 ESG 활동을 기업에 대한 투자 시 중요사항으로 고려하도록 함”으로써 재무적 성과만을 나타내는 것이 아니라 ESG 활동을 촉진 자체에 관심을 두는 것을 목적으로 하고 있다.

2005년, UN 코피아난 사무총장은 ESG와 관련된 책임투자 원칙을 세계의 주요 기관

투자자들을 대상으로 제안해 달라고 요청하였다. 이에 투자기관(세계 12개국)에서 선발된 투자전문가(20인), 투자기관과 국제기구, 시민사회 등 각 분야의 전문가들(70인)에게 도움을 받아 책임투자원칙을 완성하였다.

PRI는 6개 원칙으로 구성되며, 투자분석과 의사결정(원칙 1), 기업에 대한 투자자 입장(원칙 2), 수탁책임에 대한 공시(원칙 3)와 관련하여 ESG를 고려하게 하였다. PRI 적용의 확산의 원칙 4, PRI의 효율적 적용을 위한 협업의 원칙 5, PRI 적용을 위한 노력과 진행 상황 보고의 원칙 6을 들고 있다. PRI는 주주자본주의의 틀에서 이해관계자 자본주의를 실현하는 형태로 주주를 중심으로 하는 자본주의의 개념 하에 기업에게 가장 큰 영향을 미치는 투자자들의 의견을 대변하고 있다. PRI는 기업에 가장 직접적이고 큰 영향력을 행사하는 대규모 투자자들에게 ESG 활동을 고려할 것을 요청한다는 점에서 기업과 경영자의 인센티브를 정확하게 파악하고 효과적인 접근법을 선택한 것으로 판단된다(한상범 외, 2021:30).

하지만, PRI 원칙도 강제성이 없고, 투자자들의 자발적 참여와 양심에 의존했다. PRI 원칙에 동참하기로 한 투자자들의 결의와 실제 PRI 원칙을 현실에서 활용하는 것은 차이점이 있기 때문이다. 다행히 현재 자본시장에서는 ESG 요소를 투자에서 중요하게 평가하는 흐름이 점차 강화되고 있어 이러한 한계점은 다소 극복된 것으로 보인다(한상범 외, 2021:30)

이와 더불어, 기관투자자가 ESG에 기초해 투자를 할 때 충분한 수익률을 창출할 수 있는지에 대한 연구도 진행되고 있다. 전통경제에서의 기관투자자들은 전반적으로 특정 투자 대상을 배제하여 투자범위를 축소하는 ‘착한’ 투자들은 본질적으로 투자성과가 낮을 수밖에 없다는 고정관념이 강했으며, 실질적으로도 특정 투자대상을 포트폴리오에서 배제하는 ‘SRI(Socially Responsible Investment)의 배제(divestment)’기법은 성과가 전반적으로 낮았다. 이로 인해 ESG 기초한 투자가 수익률이 낮다면 법률적으로도 기관투자자가 ESG 기초한 투자를 할 경우 수탁자 의무위반으로 판단될 여지가 있었다. 이러한 고정관념을 깨기 위해 기관투자자들을 대상으로 ESG 투자를 유도하기 위해서는 투자성과가 전통적인 투자기법과 최소한 대등하다는 것을 보여주어야 할 필요가 있었다.

이를 증명한 최초보고서는 UN EPFI가 2004년 6월 발표한 『The Materiality of Social, Environmental, and Corporate Governance Issues to Equity Pricing』이다. 이는 2003년 UNEPFI의 의뢰로 12개 자산운용사로 구성된 AMWG(Asset management working group)이 수행하였던, ESG 이슈를 통합한 투자방식과 투자성

과 간의 관계성에 대한 연구이며 주요 결론은 다음과 같다. ① ESG기준은 장/단기적으로 주주가치에 영향을 미치며, ② 정부는 국가 및 국제금융(재무정보) 공시프레임워크에 이러한 기준을 포함하도록 의무화하고 표준화하여 ESG의 장벽을 낮출 수 있어야 하며, ③ 증가하는 투자자 수요에 대응하여 ESG 기준의 재무분석을 수행하기 위한 혁신적인 기법이 개발되고 있다는 점이었다. 결국, ESG 기준을 적절한 방식으로 재무분석에 반영하면 장단기적으로 주주 가치상승에 기여할 수 있으며, 이를 위해서 재무정보 공시프레임워크의 표준화 및 의무화가 필요하다는 것이었다.

주주자본주의에서 이해관계자 자본주의로 변화하는 점은 기업 CEO들 가운데서도 확인된다. “비즈니스 라운드테이블(Business Roundtable)”은 2019년 ‘Statement on the Purpose of a Corporation’이라는 제목의 성명서를 발표하였다. 이 성명서는 “기업이 그들의 주주만을 위해서 봉사해서는 안 되며, 그들의 고객에게 가치를 전달하고, 직원들에게 투자하며, 공급자를 정당하게 대하고 공동체를 지원해야 한다”고 선언하였다. 이는 프리드먼 독트린¹⁾ 이후 “기업의 최대 사명으로 이견 없이 받아 들여지던 주주자본주의의 관점에서 벗어나 이해관계자 모두를 기업활동에서 고려해야 한다는 점”을 공식적으로 천명한 것이다. 약 20년 전인 1997년, “주주의 이익극대화가 기업의 목적”으로 선언 했던 비즈니스라운드테이블은 선언서를 고려하면 상당히 극적인 관점의 전환이 아닐 수 없다. 물론 이 성명이 강제력이 없고, 정부가 이해관계자에 포함되지 않는다는 점, 선언이 주장하는 주체의 대상이 기업이 아닌 정부라는 점도 비판을 받고 있다. 그러나 CEO 모임에서 공식적으로 “기업활동의 최대 사명을 다르게 인식하게 되었다는 점”에서 큰 변화가 확인된다.

이후 ESG 개념은 2020년 초 래리 핑크(블랙록 CEO)가 투자자들에게 보낸 연례 서한을 통해 급격한 관심을 끌기 시작했다. 이 서한에서 그는 “블랙록이 지속가능성을 투자에서 최우선적으로 고려할 것”임을 공개적으로 밝혔다. 이후 2021년, 탄소중립을 달성할 수 있는 사업구조를 투자대상 기업들에게 공개할 것을 요구하는 등 ESG 활동에 기업들이 적극적으로 동참할 것을 요청하였다.

1) 미국의 경제학자 밀튼 프리드먼(Milton Friedman)이 1970년 뉴욕타임즈의 기고문을 통해 한 ‘기업의 사회적 책임은 이윤을 늘리는 것’이라는 주장

2. MDGs, SDGs, ESG

브룬트란트 보고서에서 지속가능발전이라는 단어가 언급된 이래, 1992년 소위 리우 회의(Rio Summit)로 알려진 유엔환경개발회의(UNCED)에서 기후변화, 생물다양성, 사막화방지 등 환경의 지속발전가능성에 대한 활발한 논의가 이루어졌다. 이후 2000년 UN 총회에서 절대빈곤, 보건, 환경, 교육 및 환경 등 8가지 목표로 구성된 '새천년개발 목표(MDGs: Millennium Development Goals)' 의제가 채택되었다. MDGs는 모든 국가가 2015년까지 달성할 목표 8가지와 21개 세부목표로 구성되어 있었으나, 실제적으로는 개발도상국가의 빈곤과 환경 개선에 초점이 맞추어진 의제로 평가받고 있다.

2015년 MDGs의 이행기간이 종료됨에 따라 UN은 2012년 리우+20회의를 통해 전 세계적으로 새로운 지속발전가능성 확보를 위한 전략을 마련하였는데, 이것이 지속가능 개발목표(SDGs: Sustainable Development Goals)이다. SDGs는 2015년부터 2030년까지 전 세계가 달성해야할 사람(people), 지구환경(Planet), 번영(Prosperity), 평화(peace), 파트너십(partnership)관련 17개 목표 및 169개의 세부목표로 구성되어 있다.

SDGs는 개발도상국의 사회발전에 초점을 맞추었던 MDGs와는 달리, 모든 국가의 지속가능발전을 목표로 한다는 점, 이행 주체가 정부, 기업, 과학자, 시민사회 등 다양한 이해당사자의 협력을 전제로 한다는 점, '어느 누구도 뒤에 남겨두어서는 안 된다(Leaving No One Behind)'라는 포용성 원칙을 내세우고 있다는 점, 제도 및 파트너십 기반아래 사회, 경제, 환경의 모든 영역의 통합발전을 지향한다는 점에서 차이점을 발견할 수 있다(박영실, 2019:26-27). 또한 SDGs는 국가가 처해있는 다양한 상황에 따라 맞춤형 세부지표를 구축할 수 있는 유연성을 지닌 것이 특징이며, 우리나라도 SDGs를 바탕으로 17개 분야 122개 세부목표 및 214개 지표로 구성된 국가 지속가능발전목표(K-SDGs)를 수립하였다(한상범 외, 2021:34).

ESG의 SG는 기업의 이해관계자를 고려하여 기업가치의 개선 효과를 창출한다는 점에서 SDGs와 그 시각을 공유하고 있다. 또한 SDGs는 기업뿐만 아니라, 국가, 국제사회 등의 지속발전가능성을 고려한다는 점에서, 기업의 ESG 경영이 결과적으로는 SDGs의 성취로 이어질 수 있는 연계성을 엿 볼 수 있다.

3. ESG 경영의 유사개념

가. 기업의 사회적 책임(CSR, Corporate Social Responsibility)

기업의 사회적 책임(CSR)에 관한 개념은 1889년 발표된 카네기의 저서인 “부의 신탁원리(The Gospel of Wealth)”의 신탁원리(trusteeship)에 사상적 기초를 두고 있다고 인식된다. 여기서 부(Wealth)는 “신으로부터 신탁 받은 것”에 불과하기 때문에 “신의 의사에 따라 신탁된 재산은 사회에 배분 및 환원하는 것이 기업의 의무”라는 것이다(이은선 외, 2021).

CSR에 관한 최초의 학문적 논쟁은 1930년 대공황시기 경영자는 기업의 주주에 대해서만 책임을 지닌다고 주장한 콜롬비아 대학의 아돌프 벌리(Adolf Berle) 교수와, 경영자의 책임범위를 넓게 주장한 하버드 대학의 메릭 도드(Merrick Dodd) 교수에 의해 이루어졌다. 도드 교수는 기업이 근원적으로 법에 의해 허가되고 장려되는 이유는 경영자가 주주에 대한 경제적 책임뿐만 아니라 공적 의무 내지 사회적 책임도 지기 때문이라고 주장하며, CSR에 관한 이론적 기초를 만들었다(노희진, 2009). 이후 자코비(Jacoby) 사회적 책임이론(1973년), 캐롤(Caroll)의 사회적 책임이론(1979년), 1990년대 이해관계자이론(Stakeholder theory), 기업윤리론(Business ethics theory) 등 다양한 이론적 논의를 거쳐 기업과 지역사회 협력, 기업의 봉사활동 등이 기업의 사회적 책임 활동으로 부각되기 시작하였다(송호신, 2010).

CSR은 기업의 사회적 책임을 뜻하는 용어로 사용되고 있으나, 그 개념에 대해서는 다양하게 정의되고 있다. OECD, 국제상공회의소(ICC)는 “사회적(Social)”이라는 단어의 사용은 기업책임이 사회문제로 국한될 수 있기 때문에, “CR(Corporate Responsibility)”이라는 용어를 사용하며, ISO의 경우 사회적 책임 범위에 기업과 더불어 일반 조직, 정부를 포함하여 CSR에서 기업(Corporate)을 제외한 SR(Social Responsibility)이라는 용어를 사용하고 있다.

〈표 2-1〉 CSR에 대한 정의

기관	용어	정의
OECD (경제개발협력기구)	CR	“기업과 사회와의 공생관계를 성숙시키고 발전시키기 위해 기업이 취하는 행동”

기관	용어	정의
ICC (국제상공회의소)	CR	“기업이 책임 있는 방식으로 기업활동을 하고자 하는 자발적인 의지”
ISO (국제표준화기구)	SR	“조직이 경제·사회·환경문제를 사람·지역공동체 및 사회에 혜택을 줄 수 있는 목적으로 다루기 위한 균형 잡힌 접근 방법”
EU (유럽연합)	CSR	“기업이 자발적으로 사회·경제적 문제를 기업활동 및 이해관계자와 상호작용에 통합하는 개념”
UNCTAD	CSR	“기업이 사회의 요구사항과 목표에 어떻게 대응하고 영향을 미치는가에 관한 것”
ILO (국제노동기구)	CSR	“기업이 법적 의무를 넘어 자발적으로 전개하는 이니셔티브이며, 기업활동이 모든 이해관계자에게 미치는 영향을 검토할 수 있는 방식”

자료: 고동수(2006), p.4 재인용.

1979년 아치 캐롤(Archie Carroll)은 “CSR은 특정 시점에 사회가 조직에 대해 갖는 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 기대치”라고 주장하며 CSR 피라미드를 제시하였다. 이후 1998년 기업시민의 네가지 얼굴을 통해 “좋은 기업시민은 경제적 측면에서 이익을 창출해야 하고, 이익을 창출하는 과정에서 법을 준수해야 하며, 윤리적으로 행동하고, 창출된 기업의 이익을 사회를 위해 재투자하는 기업을 의미한다”고 주장하며 CSR을 체계화시켰다. CSR의 성과는 점차 국제기구 등에서 제시하는 일정한 가이드라인에 의해 측정하고 보고되는 방식으로 확산되었으며, 대표적으로 활용되는 가이드라인은 GRI 가이드라인이다.

[그림 2-1] CSR 피라미드



자료: Carroll, Archie B. (2016). "Carroll's pyramid of CSR: taking another look", International journal of corporate social responsibility, p.5 재인용.

나. 공유가치창출(CSV, Creating Shared Value)

CSR 활동이 기업의 사회공헌활동(Corporate Social Contribution)으로 축소되어 이해되는 경향이나 상황이 발생하면서, CSR을 기업의 수익활동과 무관한 CSC(Corporate Social Contribution, 기업사회공헌)로 구현되는 CSR의 측정 및 평가, 성과 보고가 기업에 부담을 주며 주주들의 반대에 부딪히는 등 CSR이 가진 목적의 구현에 한계가 발생하였다. 이에 “기업의 가치사슬에서 사회적 성과 창출이 가능한 부분을 찾아 사업화”하는 ‘전략적 CSR’이 논의되기 시작하였다.

공유가치창출(CSV, Creating Shared Value)은 전략적 CSR과 동일한 개념으로 2006년 네슬레(Nestle)의 CSR 보고서에 명시된 이후 2011년 마이클 포터(Michael Porter) 교수와 마크 크레이머(Mark Kramer) FSG²⁾ 대표가 사용하기 시작하면서 전 세계로 확산되었다(이은선 외 2021). 또한 이 논문이 Harvard Business Review 논문을 수상하면서, EU의 공식적인 CSR 전략에 ‘공유가치(Shared Value)’가 명시될 정도로 주목을 받았다(김종대 외, 2016). 마이클 포터가 제시한 CSV의 세 가지 방법인 ‘제품과 시장의 재인식’, ‘가치사슬에서 생산성의 재정의’, ‘지역클러스터 개발’을 설명하기 위한 사례들은 기존의 CSR에서 전략적 CSR의 성공사례로 제시한 예시와 동일하다. 그러나 기업들은 CSV를 마이클 포터와 네슬레에 의한 하나의 성공사례로 간주하며, 실제로 CSR 선도 기업 중 CSV 개념을 사용하는 기업은 거의 없는 것으로 분석되었다³⁾.

〈표 2-2〉 CSR과 CSV의 차이

구분	CSR	CSV
목표 가치	선한 일을 하는 것	비용 대비 경제적·사회적 가치
핵심 개념	지속가능성, 기업시민, 자선,	기업과 지역사회의 공동가치창출
동기	재량적 또는 외부적 압력에 대한 대응	경쟁력 확보의 핵심요소
경제적 이익과 관계	이익극대화와 구별	이익극대화의 핵심요소
내용	외부보고 및 개인적 선호에 의한 아젠다 결정	기업 특성 및 내부적 합의에 의한 아젠다 결정
영향범위	기업의 환경·사회성과 및 CSR 예산에 의한 제한적 영향	기업 전체 예산 재조정
예시	공정무역구매	품질 및 수익 증대를 위한 구매과정 전화

자료: Porter, Michael E., and Mark R. Kramer. (2011). “Creating shared value”, Harvard Business Review, p.16., 이은선 외(2021). p.19 재인용.

2) 비영리 기업 컨설팅 기관

3) 김종대, “선진기업을 언급조차 안하는 CSV - 한국은 왜 열광하는가”, 조선일보(2015. 4. 14.). https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2015/04/13/2015041302040.html(최종방문일 2022. 5. 30.)

다. 사회적책임투자(SRI, Socially Responsible Investment)

사회적 책임 투자(Socially Responsible Investments)란 도덕적인 기업, 투명한 기업, 환경 친화적인 기업만을 투자 대상으로 삼는 것을 뜻한다(한경 경제용어사전). 반면 담배, 술 등을 판매하는 비도덕적인 기업이나 반윤리적 기업 등은 투자 대상에서 제외된다(네이버 지식백과, 2022.05.30.). SRI는 CSR 수행기업대상 투자를 통해 “투자자를 위한 기업의 책무를 다하는 투자”라고 할 수 있다. 즉, 투자 결정시 기업의 재무적 수익 이외에 ESG 요소 등 기업의 장기 존속 가능성에 영향을 미치는 위험 관련 요소를 동시에 고려하여 장기적인 관점에서 투자하는 진보적 투자방식으로, SRI의 유형은 크게 사회적 선별 투자(screening), 주주행동주의(shareholder advocacy) 그리고 저소득지역이나 지역 개발을 위한 지역공동체 투자(community investment)로 구분된다(노희진, 2009).

재무성과 자체만을 평가하는 것이 아닌 사회적 선별투자는 기업의 주주, 소비자, 종업원 등 이해관계자와 지역사회와 환경 등 관련 사항을 평가하여 투자하는 것으로 “Negative screening”과 “Positive screening”으로 구분된다. “Negative screening”은 사회적 책임을 위반하는 무기, 주류, 유해물 제조 등을 다루는 기업을 투자 대상에서 배제하는 기준으로 투자하는 방식이며, “Positive screening”은 지속가능경영에 충실한 기업을 대상으로 하여 투자하는 방식을 말한다. 주주행동주의는 “기업의 사회적 책임과 환경 문제에 대해 주주로서 대화를 요구하거나 의결권과 주주제안권을 행사하는 것”으로 “지속가능경영을 하는 기업을 선별하여 투자하는 것에 그치지 않고 주주가 기업의 지속가능경영을 유도하는 역할을 수행하는 것”을 의미한다. 지역사회투자는 주류 금융의 혜택에서 소외된 사람들인 소수인종과 저소득층 등에게 혜택을 주기 위한 지역사회개발금융기관에 대한 지원과 투자이다.

SRI는 종교계를 중심으로 반사회적, 윤리 및 환경에 부정적 영향을 미치는 기업에 투자하지 않는 사회운동의 일환으로 시작되었다. 이후 1990년대에 들어서며 사회·윤리·환경(Social, Ethical, Environment)을 중심으로 투자 기준을 강조하기 시작했다.

UN은 SRI에 대하여 “ESG(Environment, Social and Governance) 측면을 고려한 투자로 인식”하고 있다.

시대가 변화함에 따라 투자방식의 세분화와 새로운 투자방식의 등장 및 신념에 따라

그 정의가 다른 이유로 SRI 개념을 정의 내리기란 쉽지 않다. 실제 유럽 사회책임투자포럼과 미국 사회책임투자포럼(이하 US SIF)을 비롯한 SRI 연구기관들은 SRI에 대한 정의를 내리지 않고 있다. SRI는 역사적 배경, 가치, 문화, 신념에 따라 윤리적 투자, 녹색투자, 책임투자, 지속가능한 투자 등으로 다양하게 불리고 있다. SRI의 투자 원칙은 유엔책임투자원칙(UN PRI)이 대표적이다.

제2절 ESG 이니셔티브

1. ESG 이니셔티브 개요

ESG 이니셔티브는 기업의 사회적 책임과 관련한 이해관계자들 간의 협력 및 네트워크 확산, 기업 운영에서의 사회적 책임 또는 사회책임투자에 관한 규정과 원리를 개발하기 위해 등장하게 되었다. 초기에는 시민단체 중심으로 시작되어 다양한 이해관계자들의 참여에 따라 네트워크가 확산되어 투자자들을 중심으로 기업의 사회적 책임이나 기후변화, 물에 대한 대응전략을 요구하는 이니셔티브가 발생했다.

UN, 산하기관, 국제표준화기구(ISO), OECD 세계경제포럼, 산업협회(EICC) 등이 주요 주체로 다양한 목적의 이니셔티브가 존재하며(규정·원리를 공유, 파트너십 참여, 인증 부여 등), 사회 및 환경에 대한 특정 이슈를 타겟으로 세밀한 행동을 추구하는 움직임과 다양한 ESG 관련 문제를 포괄하는 트렌드가 양립한다. 강제적인 의무를 부여하거나 감시를 위한 메커니즘이 존재하지 않지만, 관련 성과에 대한 보고를 요구하거나 이니셔티브에서의 의사결정권을 나눔으로써 기업들의 적극적인 참여와 책임의식을 촉구하고 있다.

이런 이니셔티브는 주요 이슈들을 논의할 수 있는 공동의 장으로 리더십을 가지고 의제 주도가 가능하고, 다양한 이해관계자들의 참여로 균형적인 논의가 가능하다. 또한, CSR/SRI 정보 공유와 확산 매개체의 기능을 통해 규모의 경제-공동 대응을 통한 변화 촉진을 추구하며, 모니터링, 검증, 인증, 보고에 대한 시스템 구축 가능과 함께 개별 기업이 대응할 때보다 용이한 고객 확산 또는 브랜드 리스크 관리가 가능하다.

대다수 이니셔티브는 CEO 서명을 통한 참여를 표현하며, 규정 또는 원리 이행에 대한 모니터링이 부족해 실질적인 변화를 주도하는 데 한계가 있다. 한국기업의 경우 Global Compact와 UN PRI를 중심으로 참여하고 있다. 이는 강제 사항이 있는 이니셔티브를 기피하고 이니셔티브에 무임승차하려는 유인이 내재한다. 또한, 유사한 이니셔티브가 다수 존재하고(예: UN PRI와 UNEP/FI), 특히 CSR에 대한 원리나 규정을 제시하

는 경우 관련도나 다른 이니셔티브의 규정 원리와 연계성이나 기능적 차이 등을 구별하기 어려운 것을 한계로 가지고 있다.

2. 주요 이니셔티브

다양한 기업·투자자 이니셔티브의 등장은 다수의 표준을 제시하고 있는 현상을 취하고 있다. 2020년 9월에는 글로벌 지속가능보고 이니셔티브(GRI), 지속가능성 회계기준 위원회(SASB) 등을 중심으로 국제표준화에 착수했다.

가. 글로벌 이니셔티브

① UN Global Compact (2000)

UN Global Compact는 기업의 지속가능경영, 사회적 책임을 강조하는 기구로 UN 과 기업 간 협력을 통해 유엔이 추진하는 지속 균형 발전에 기업의 동참을 장려하고 국제사회 윤리와 국제 환경을 개선하려는 목적으로 코피아난 UN 사무총장의 주도로 발의하고 2000년에 출범한 UN 산하 전문 기구이다.

기업의 10가지 운영원칙(인권, 노동권, 환경, 반부패 등) 제시, 이사회 승인과 Global Compact 원칙을 지지한다는 CEO 성명의 신청서를 제출하면 회원 자격이 부여된다.

기업 활동에 있어서 10대 원칙으로 친인권·친환경·노동 차별반대·반(反) 부패 등의 준수를 핵심으로 하고 있으며, 기업들에게 인권, 노동, 환경, 반(反)부패 분야의 10대 원칙을 기업의 운영과 경영 전략에 포함시켜 지속 가능성과 기업 시민의식 향상과 연차 보고서 제출에 동참할 것을 지속가능발전목표(SDGs) 등 포괄적인 UN 목표 달성도 지원하고 있다.

지속가능발전목표(SDGs)는 인류의 보편적 문제(질병, 빈곤 난민, 성평등, 교육, 분쟁 등)와 지구 환경문제(기후변화, 환경오염, 에너지, 생물다양성, 물 등), 경제 사회문제(주거, 기술, 고용, 노사, 법, 사회구조, 생산 소비, 경제)를 17가지 주목표와 169개 세부 목표 구분하여 2030년까지 해결하고자 하는 국제사회 최대 공동목표이다.

〈표 2-3〉 UN Global Compact 10대 원칙

분야	구분	내용
인권 (Human Right)	원칙1	기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 하고, (Business should support and respect the protection of internationally proclaimed human rights)
	원칙2	기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다. (Make sure that they are not complicit in human rights abuses)
노동 (Labour)	원칙3	기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고, (Businesses should uphold the freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining;)
	원칙4	모든 형태의 강제노동을 배제하며 (the elimination of all forms of forced and compulsory labour)
	원칙5	아동노동을 효율적으로 철폐하고, (the effective abolition of child labour)
	원칙6	고용 및 업무에서 차별을 철폐한다. (the elimination of discrimination in respect of employment and occupation.)
환경 (Environment)	원칙7	기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고, (Businesses should support a precautionary approach to environmental challenges;)
	원칙8	환경적 책임을 신장하는 조치를 수행하며 (undertake initiatives to promote greater environmental responsibility)
	원칙9	환경친화적 기술의 개발, 확산을 촉진한다 (encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies.)
반부패 (Anti-corruption)	원칙10	기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다. (Businesses should work against corruption in all its forms, including extortion and bribery)

출처: 〈글로벌컴팩트네트워크코리아 홈페이지, 2022.04.25.〉

② GRI(Global Reporting Initiative) (1997)

GRI는 기업의 지속가능보고서에 대한 가이드라인을 제시하는 국제기구이다. 지속가능 보고서란 환경과 사회문제에 대해 책임을 다하겠다는 기업의 계획을 담은 보고서이다. GRI는 1989년 미국의 대형 유조선 엑슨 발데스호가 22만 톤의 원유를 싣고 가던 중 알래스카 프린스윌리엄사운드 해안에서 암초에 부딪혀 좌초되면서 무려 4만 톤의 원유가 알래스카 해안에 유출되면서 극심한 환경오염을 유발했던 사고 이후에 이 같은 사고의 재발을 막기 위해 미국의 환경단체인 세리즈(CERES: Coalition for Environmentally Responsible Economics)가 1997년 국제연합환경계획(UNEP)과 협약을 맺고 설립됐다.

GRI의 주요 업무는 지속가능 보고서에 대한 가이드라인을 정하고, 이를 발표해 각 나라 기업에게 보고서를 작성할 것을 권하는 일이다. GRI의 검증은 크게 4단계로 구분할 수 있으며, 문서검토, 현장검증, 확인심사, 검증의견서 발행의 프로세스로 진행된다.

GRI의 지속가능 보고서는 각 기업들이 작성하지 않는다고 해서 불이익을 받는 일도 없으며, 의무사항도 아니다. 전세계적으로 환경문제에 대한 관심은 GRI를 통해 보고서를 낸 기업으로 이에 대한 국제적인 평가가 높아 지고 있다. 이러한 이유로 보고서를 제출하는 기업은 설립 첫해 10개에서 2009년에는 1400개로 증가했으며, 보고서를 제출하는 기업들은 가이드라인 준수를 위해 막대한 자금을 투자하여 외부 컨설팅을 받는 등의 노력을 기하고 있다.

국내에서는 현대자동차가 최초로 가이드라인에 부합하는 지속가능 보고서를 발간했으며, 같은 해 포스코와 삼성 SDI를 시작으로, 지속적으로 보고서를 발간하는 기업들이 증가하고 있다.

〈표 2-3〉 GRI Standards Index

구분	세부내용
경제	경제성과, 시장현황, 간접 경제 영향, 조달 관행, 반부패, 반 경쟁행위, 세금
환경	원재료, 에너지, 용수, 생물다양성, 배출, 폐수 및 폐기물, 환경적 컴플라이언스, 공급업체 환경평가, 석유 및 가스부분, 석탄부분
사회	고용, 노사관계, 산업안전보건, 훈련 및 교육, 다양성과 기회균등, 차별금지, 결사 및 단체 교섭의 자유, 강제노동, 아동노동, 인권평가, 원주민 권리, 지역사회, 공급망 관리, 공공정책, 보안관행, 고객 안전보건, 마케팅 및 라벨링, 고객정보보호, 사회적 컴플라이언스

자료: 한국거래소(2021). ESG 정보 공개 가이드스.

③ ISO26000 (2010)

2010년 11월 1일 발표한 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 국제표준이다. 사회의 모든 조직 및 기업이 의사결정이나 활동 등을 할 때 소속된 집단에 이익이 될 수 있도록 하는 책임을 규정하고 있다.

산업계를 비롯한 정부, 소비자, 노동계, 비정부기구(NGO) 등의 7개 경제주체를 대상으로 공정거래, 공동체 참여 및 개발, 노동관행, 소비자 이슈, 지배구조, 인권, 환경 등 7대 의제를 사회적 책임 이슈로 규정했으며, 이에 관한 실행지침과 권고사항 등을 담고 있다. 2005년부터 추진된 이 기준은 2010년 국제표준으로 최종결정 됐다.

기업의 사회적 책임을 “투명하고 윤리적 행태를 통해 사회와 환경에 관한 결정과 활동의 영향에 대한 조직의 책임으로 정의”하며, 7대 핵심 주제(공정운영 관행, 지역사회 참여 및 발전, 조직 거버넌스, 인권, 노동 관행, 소비자 이슈 등)와 37개 평가 영역으로 구성되어 있다.

ISO 인증은 권고 및 고려 형식으로 기술되지만, 국제 입찰이나 외국 대기업과 거래할 경우 반드시 요구되어 사실상 강제 인증으로도 통하고 있다.

④ CDP(Cardon Disclosure Project) (2000)

CDP는 전 세계 약 91개국 주요 상장 기업을 대상으로 이산화탄소(CO2), 온실가스(green house gases) 배출 정보와 쟁점에 관해 장기적, 단기적 관점의 경영 전략을 요구 및 수집하여 분석, 연구, 평가하는 범세계적 비영리 기구이다.

기후변화와 관련된 기업의 위기와 기회요인을 분석하고 정보수집 및 투자 반영 목적을 가진 투자자 이니셔티브이다. 주요 기업들이 공개한 탄소정보를 CDP 사무국이 계량화하여 국가별·지역별 리포트를 발간하고 있으며 금융기관에서 활용할 수 있는 데이터베이스를 구축하고 있다. 2000년 유럽 권역 투자자들의 후원으로 영국에 본사를 두고 있다. CDP 한국위원회에서는 200대 기업(시가총액 기준)의 온실가스 배출량과 기후변화에 대한 환경 전략 및 탄소 경영 전략을 조사하며, 투자자들의 신뢰성 확보를 위한 CDP 보고서에 대한 검증 제도를 2017년부터 도입하였다.

CDP는 기후변화와 관련한 기업 정보를 전 세계 금융기관 및 기관투자자들에게 제공하여 체계적으로 투자 위험도, 투자 기회를 측정하고 반영할 수 있도록 하고, 국제적인 주요 상장 기업의 경영진에게 기후변화가 미치는 기업의 가치 및 방향성에 대한 영향력

에 큰 관심을 지니고 있다는 점을 금융기관 및 기관투자자에게 인식시키는 것을 목표로 하고 있다. CDP가 지향하는 모든 행동 양식은 지속가능경영(corporate sustainability management, CSM) 방식이다. 이를 통해 보다 쾌적한 환경을 조성하고, 지속적인 미래세대로의 유지를 이어나가고자 한다.

⑤ OECD MNEs Guideline 2000 (2000)

‘OECD 국제 투자 및 다국적 기업의 선언’(1976년)의 일부로, 다국적 기업의 사회적 책임을 위한 가이드라인이다.

‘가이드라인’은 법적 구속력이 없으나, ‘가이드라인’의 준수를 통해 다국적기업의 진출국 정착과, 높은 경영성공에 기여할 수 있는 수단으로 작용한다. 각 국가들은 설립한 연락사무소(NCP: National Contact Point)를 통해 ‘가이드라인’ 이행에 관한 문제 해결 및 홍보를 통해 가이드라인 이행력을 확보하고 있다.

한국 NCP는 국내에서 활동하고 있는 다국적기업과 해외 진출기업들의 자발적이고 적극적인 가이드라인 이행을 기대하고 있다. OECD MNEs 가이드라인은 OECD 회원국 간의 Peer pressure(사회적 압력) 기능을 한다.

‘OECD MNEs Guideline 2000’은 “1) 개념 및 원칙, 2) 일반정책, 3) 정보공개, 4) 인권, 5) 고용 및 노사관계, 6) 환경, 7) 뇌물공여, 뇌물청탁 및 강요 방지, 8) 소비자 보호, 9) 과학 및 기술, 10) 경쟁, 11) 조세” 등 11개 장에서 광범위한 기업윤리 분야를 포괄하고 있다.

나. 산업별 주요 이니셔티브

① RBA(Responsible Business Alliance) (2004)

RBA는 전자산업의 행동규범으로 공급기업의 근로조건과 환경 의무를 개선하고자 마련된 EICC(Electronic Industry Code of Conduct)의 변경된 명칭이다(2017년 10월). RBA는 산업 전반에 걸쳐 긍정적인 변화를 주도하고 효율성을 높이기 위해서 통합된 접근방식을 만들고, 공급업체가 공통 표준을 준수하도록 하고 있다.

RBA는 글로벌 공급망 전반에 걸쳐 근로자, 환경 및 비즈니스를 위한 지속 가능한 가치를 주도하고자 하는 기업 연합으로 회원, 공급업체 및 이해관계자들은 표준 및 관행을 통해 작업, 환경조건, 비즈니스 성과를 개선하기 위해 협력하고 있다.

② Equator Principles (2003)

EP는 “대규모 개발사업이 환경파괴 또는 인권침해 문제가 있는 경우 금융지원(대출)을 하지 않겠다는 전 세계 금융기관 간 자발적 행동협약”이다.

EP는 2003년 6월 최초 글로벌 민간은행의 주도로 채택되었으며, 국제금융공사(IFC)와 세계 10개 금융회사 대표가 미국 워싱턴에 모여 발표한 프로젝트 파이낸싱 원칙이다. 프로젝트 파이낸싱(PF)이란 ‘대규모 자본이 필요한 사업⁴⁾들에 금융회사가 자금을 지원하는 금융기법이다. 기업의 신용이나 물적 담보보다는 사업 자체의 수익성을 담보로 장기간 대출해준다.’에 대한 원칙이다.

EP는 환경 및 사회정책 기준을 바탕으로 정해진 것으로 국제금융공사가 수립했다. 사실 2003년 6월 EP의 선언의 목적은 개도국을 대상으로한 대형 개발프로젝트 금융지원 시 대출금 회수를 원활하게 하기 위한 대비책이었다.

미화 1000만 달러 이상인 프로젝트 파이낸싱(PF) 및 미화 5000만 달러 이상인 기업을 대상으로 대출 지원을 하고 있다. 기존에는 자본비용 5,000만 달러 이상의 개도국 대상의 대형 개발사업에 적용하였으나 2006년 7월 개정안을 통해 1,000만 달러가 넘는 개발사업, 대상도 개도국 및 선진국으로 확장하여 적용되기 시작했다.

2020년 2월 말 기준으로 전세계 37개국 115개 금융기관이 이 원칙을 공식적으로 채택하고 있으며, 전세계 주요 개발프로젝트를 평가하는 금융사 및 투자자를 위한 사실상 표준으로 자리매김했다.

〈표 2-4〉 Equator Principles 10원칙

구분	내용	구분	내용
1	검토 및 분류	6	고충처리제도
2	E&S 평가 (환경 및 사회)	7	독립적인 검토
3	적용 가능한 E&S 기준	8	성약
4	E&S 관리 시스템 및 EP Action Plan(적도원칙 실행계획)	9	독립적인 모니터링 및 보고(검토)
5	이해관계자 참여	10	보고 및 투명성

자료: Equator Principles 홈페이지(<https://equator-principles.com/>)

4) 석유개발·탄광채굴, 조선소·발전소 건설, 사회 간접자본 건설 등

③ UN PRI (2006)

UN PRI는 전세계 기관투자자들의 책임투자 흐름을 이끌고 있는 가장 큰 이니셔티브로 2006년 UN이 주도해 만들어졌다. 기업의 ESG요소가 기업의 장기 존속을 위한 주요 변수로 작용한다고 보는 원칙으로 금융기관의 투자 의사결정 시 투자대상 기업의 재무적 측면뿐 아니라 비재무적인 기업의 ESG까지 고려해야 한다는 내용을 담고 있다.

UN PRI에 가입 서명한 기관은 2021년 1월 현재 3,615곳에 달하며, 한국에서는 국민연금을 포함해 11개사가 가입되어 있다.

UN PRI (유엔 책임투자원칙)은 6개의 투자원칙과 33개의 행동지침으로 이루어져 있다.

〈표 2-5〉 PRI 6대 책임투자원칙

구분	내용
원칙1	우리는 ESG 이슈들을 투자분석 및 의사결정 과정에 반영한다 (We will incorporate ESG issues into investment analysis and decision-making processes.)
원칙2	우리는 능동적인 투자자가 되며, ESG 이슈들을 소유권 정책 및 실행에 반영한다. (We will be active owners and incorporate ESG issues into our ownership policies and practices.)
원칙3	우리는 피투자기업에게 ESG 이슈에 대한 적절한 정보공개를 요구한다 (We will seek appropriate disclosure on ESG issues by the entities in which we invest.)
원칙4	우리는 본 원칙들에 대한 금융산업 내의 수용 및 실행을 촉진한다 (We will promote acceptance and implementation of the Principles within the investment industry)
원칙5	우리는 본 원칙시행의 효과성 증진을 위해 상호 협력한다 (We will work together to enhance our effectiveness in implementing the Principles.)
원칙6	우리는 본 원칙에 관한 우리 각자의 활동과 진전상황을 보고한다 (We will each report on our activities and progress towards implementing the Principles.)

출처: PRI 홈페이지 <https://www.unpri.org/about-us/about-the-pri> (접속일: 2022.04.25.)

④ UNEP/FI (1992)

환경과 지속가능한 발전에 대한 전세계적 합의가 형성이 되면서 선진금융기관의 제안으로 1992년 리우정상회담에서 설립됐다. UNEP FI는 금융기관이 지속가능발전의 중요

한 기여자임을 인식하여 “환경과 지속가능한 발전에 대한 금융기관과 보험사의 자발적 참여를 유도하는 성명서(UNEP Statement by Financial Institutions/Insurance Industries on the Environment & Sustainable Development)”를 공표하고 지속적인 업데이트를 진행하며, 성명서에는 다양한 지속가능경영 프로그램 수행과 지속가능경영 홍보 노력을 기울일 것을 다짐하는 내용이 담겨있다.

많은 금융기관들은 성명서에 서명을 한 후 자체적인 환경방침, 환경리스크평가 등을 도입하는 행동을 통해 금융산업의 지속가능경영 확산에 기여하고 있으며, 국내에서도 다양한 금융기관들이 지속가능경영 확산을 위해 UNEP FI에 가입하여 활동하고 있다.

〈표 2-6〉 유엔환경계획 금융이니셔티브 지속가능보험원칙(PSI)

구분	세부내용
원칙 1	보험사의 의사 결정시 환경, 사회, 거버넌스를 고려한다.
원칙 2	고객과 비즈니스 파트너의 환경, 사회, 거버넌스에 대한 의식 고양 및 위험관리에 대한 솔루션 개발을 같이한다.
원칙 3	정부 등 주요 이해 관계자들과의 협력으로 환경, 사회, 거버넌스와 관련된 전사회에 걸친 광범위한 활동을 촉진한다.
원칙 4	정기적으로 원칙의 이행 성과를 대중에게 공개하여 신뢰성과 투명성을 확보한다.

자료: UNEP FI 홈페이지(<https://www.unepfi.org/>)

제3절 ESG 경영의 효과

1. ESG 경영의 재무적 성과

기업의 ESG 경영과 기업의 이윤과의 상관관계를 분석한 연구는 매우 활발하게 진행되고 있다. 이은정·이유경(2021)은 COVID-19 팬데믹과 같은 위기 상황시 ESG활동 등이 주가에 미치는 영향을 분석하였다. 분석결과, 위기상황에는 ESG 성과와 주가간의 상관관계는 없는 것으로 나타났으나, 정상기간에는 ESG 성과와 기업의 주가간의 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다(이은정·이유경, 2021:63). 오상희(2021)는 신용평가 정보와 ESG 정보 중 기업가치에 더 많은 영향력을 주는 것이 무엇인지 확인하였다. 분석결과 신용평가 및 ESG 정보 모두 기업가치에 정(+)의 영향력을 미쳤으며, 신용평가 정보가 ESG 정보보다 영향력이 큰 것으로 확인되었다(오상희, 2021: 125). Friede et al(2015)은 1970년 이후 발표된 2,000여개 ESG관련 연구문헌 중 90%에서 ESG 활동과 기업의 재무성과간의 유의미성이 있음을 확인하였으며, 임옥빈(2019)의 연구에서도 ESG 등급이 높을수록 기업가치가 증가한다는 것을 확인하였다. 나영·임옥빈(2011)은 지속가능경영보고서 공시 기업 분석을 통해 “ESG 정보를 공시하는 기업이 공시하지 않는 기업보다 기업가치가 더 높게 평가되고 ESG 정보가 공시된 후 해당 기업의 주식거래량이 증가”했음을 확인하였다.

〈표 2-8〉 ESG 경영의 효과 연구

연구자	주요 내용
Friede et al(2015)	ESG 활동과 기업의 재무성과간의 유의미성 확인함
임옥빈(2019)	ESG 등급이 높을수록 기업가치가 증가함
나영·임옥빈(2011)	ESG 정보를 공시하는 기업이 공시하지 않는 기업보다 기업가치가 높게 평가됨
이은정·이유경(2021)	ESG 성과가 높으면 기업의 주가가 높아짐을 확인

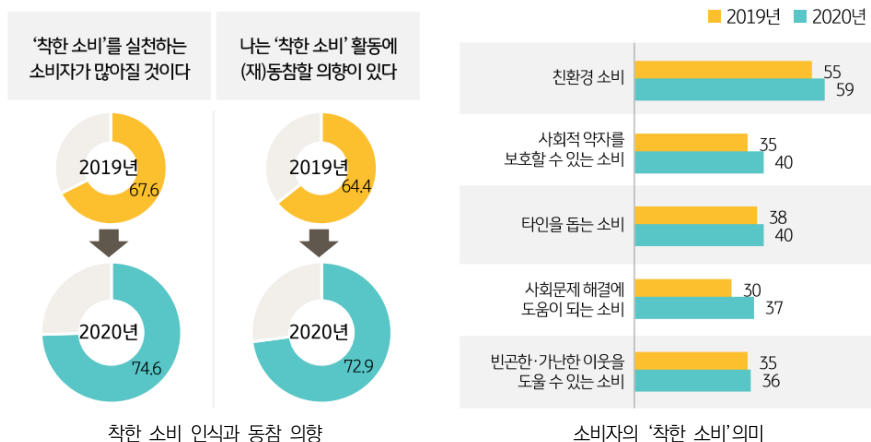
2. ESG 경영과 소비자 인식

ESG 경영확산은 소비자의 소비행태와 기업 및 제품에 대한 요구를 변화시키고 있다.

소비행태의 변화를 나타내는 신조어인 ‘미닝아웃(Meaning Out)’은 소비를 통해 자신의 가치관이나 신념을 표출하는 행위를 뜻하며 ‘착한 소비’와 연결되어 있다. 소비자가 구매하는 제품을 만들거나, 공급하는 기업이 환경 보호에 기여하는지, 제품이 윤리적으로 생산되는지 등을 고려한다는 것이다.

대한상공회의소의 ‘ESG 경영과 기업 역할에 대한 인식’에 대한 설문조사 결과 응답자의 63%가 ‘기업의 ESG 활동이 제품 구매에 영향을 준다’고 응답했고, ‘ESG 활동에 부정적인 기업의 제품을 의도적으로 구매하지 않은 경험이 있다’고 응답한 비율이 70.3%로 나타났다. 이러한 결과들은 ESG의 개념이 ‘착한 소비’에 결합되며 점차 ESG 소비문화가 정착되기 시작하는 것을 나타내고 있다. 때문에 기업들은 ESG 활동을 소비자에게 효과적으로 전달하고 공감을 얻는 소통 전략의 중요성이 강조되고 있다(손광표·황원경, 2021).

[그림 2-2] 착한 소비 인식과 동참의향, 소비자의 ‘착한 소비’의 의미



자료 : 손광표·황원경(2021). 소비자가 본 ESG와 친환경 소비행동

유현경·이성호·남정민(2021)의 연구에서 MZ세대 ESG 경영에 대한 소비자 요구가 ESG 경영지수에 미치는 영향을 분석해 ESG 경영에 대한 소비자의 요구는 ESG 경영을 지지하는 행동인 소비, 투자, 입사 등으로 이어지므로 기업의 ESG 경영을 촉진시키기 위한 사회적 노력이 필요한 것을 밝혔다. 특히 ESG 경영에 대한 소비자의 요구가

환경비용을 감수하는 친환경 소비, ESG 실천 기업에 대한 주식투자, ESG 실천 기업에 대한 취업 선호 등의 행동으로 이어진다는 것을 찾아냈다.

자용빈·서영욱(2022)은 기업의 ESG 활동이 소비자의 심리적 메커니즘에 미치는 영향을 분석한 결과, 기업의 ESG 활동 인식이 소비자의 심리적거리에 정(+)의 영향을 미쳐 결국에는 구매의도 또한 높아지는 것을 확인하였다.

제4절 소결

1. 기업의 경영환경과 ESG

기업의 경영환경은 내부환경과 외부환경으로 구분될 수 있으며 내부환경은 기업 문화, 물적/인적 자원을 포함하고 있다. 외부환경은 경제적 환경, 국가 및 정치적 환경, 기술적 환경, 사회문화적 변화 등의 일반 환경과 소비자, 경쟁자, 공급자, 대체품 등의 과업환경으로 구분된다. 일반환경의 경우 광범위한 개념을 가지며 간접적인 영향을 미치는 반면, 과업환경은 기업의 전략 수립과 목표 달성에 관한 의사결정에 직접적인 영향을 미친다.

〈표 2-10〉 기업의 경영환경

구분		주요 내용
일반환경	경제적환경	<ul style="list-style-type: none"> 기업경영활동에 영향을 미치는 국민 경제적 환경 재화 및 서비스의 생산과 분배에 관한 지역, 국가, 국제적 상태 또는 여건
	글로벌환경	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌화로 인해 기업의 경영활동 영역이 한 국가 또는 한 지역에서 전세계로 확대 기업의 생존을 위해 세계적으로 경쟁력 있는 상품이나 서비스, 경영관리, 연구개발, 마케팅 기능 등의 핵심역량 요구
	국가 및 정치적 환경	<ul style="list-style-type: none"> 정치적 환경, 법률적 환경 등
	기술적 환경	<ul style="list-style-type: none"> 생산과정, 기능과 지식을 적용하는 방식 및 이론 등 총체 정보통신기술의 급속한 발달로 기술적인 환경 변화의 다양성 발생
	사회문화적 환경	<ul style="list-style-type: none"> 개인의 행위에 영향을 미치는 집단이나, 문화·가치관·전통 혹은 관습과 같은 사회제도 및 사회적 태도
과업환경	주주	<ul style="list-style-type: none"> 개인이나 투자집단 또는 투자기관
	소비자	<ul style="list-style-type: none"> 기업이 생산한 제품이나 서비스를 반복하여 구매하는 개인 또는 사회의 여러 기관과 같은 소비주체
	근로자	<ul style="list-style-type: none"> 노동조합과 근로자 집단, 사용자 집단 등 기업 조직을 구성하는 집단
	정부	<ul style="list-style-type: none"> 국가 행정 기관
	지역사회	<ul style="list-style-type: none"> 기업을 둘러싼 이익집단 중 산발적이고 조직화 되지 못한 형태

자료: 문헌 자료를 토대로 연구자 정리

ESG는 정부, 기업, 시민사회 등 국제사회 구성원들에게 부여된 지속가능한 목표를 달성하기 위한 수단 중의 하나로 인식되기 시작하고 있다.

다시 말해 그간 선언적으로 제시되었던 목표들을 현실화 시키고, 기업을 중심으로 현실화 시키겠다는 국제사회의 의지에서 기업들의 ESG 경영을 활용하겠다는 의지가 나타난 것이다. 때문에, ESG 경영의 출현은 지속발전가능성에 대한 국제적인 담론들을 현실화 시킬 수 있는 실현적 방법의 발견으로 볼 수 있다.

〈표 2-10〉 글로벌 주요 이니셔티브

이니셔티브	년도	특징
UN Global Compact	2000	<ul style="list-style-type: none"> 기업의 10가지 운영원칙 제시(인권, 노동권, 환경, 반부패) 기업의 CEO가 Global Compact를 지지한다는 성명의 신청서를 제출하고 이사회 승인을 얻으면 회원자격 부여
GRI (Global Reporting Initiative)	1997	<ul style="list-style-type: none"> 2016년 GRI Standards 공개 경제적 성과, 환경, 사회 정보 공개에 대한 가이드라인 제시 중요성, 이해관계자 참여, 지속가능성, 완전성을 보고원칙으로 제시
ISO26000	2010	<ul style="list-style-type: none"> 사회적 책임에 대한 가이드라인(개념, 정의, 평가방법 등) 기업, 정부, NGOs 등 다양한 조직에 적용 가능 인증 목적의 표준, 자격요건은 아님
CDP (Carbon Disclosure Project)	2000	<ul style="list-style-type: none"> 투자자 이니셔티브로 기후변화와 관련된 기업의 위기, 기회요인 분석을 위해 정보수집, 투자 반영을 목적으로 함 CDP 사무국에서 금융기관에서 활용할 수 있도록 주요 기업들이 공개한 탄소정보 계량화, 국가별·지역별 리포트 발간 및 DB구축
OECD MNEs Guideline 2000	2000	<ul style="list-style-type: none"> 1976년 제정되었다가 2000년에 수정 발표된 '다국적 기업의 사회적 책임을 위한 가이드라인' 법적 구속력은 없지만, OECD 회원국 사이 사회적 압력 기능을 함

자료: 문헌 자료를 토대로 연구자 정리

또한, 전자산업, 금융 산업별 이니셔티브의 구성을 시작으로 산업별 이니셔티브가 구성되기 시작했고, 가치를 공유하는 이해관계자들의 공동 목표는 기업들의 생존전략의 기초로서 ESG 경영을 중심으로 하는 기업들의 출현을 지속적으로 유도하고 있다.

투자원칙, 금융의사결정에 관한 특징을 가지고 있는 이니셔티브들의 주요 내용을 미루어 볼 때 금융기관과 투자 등 기업 자금과 관련된 영역에서의 활발한 움직임을 중요하게 파악할 필요가 있다.

이러한 동향은 ESG 경영활동을 기업경영문화로서 자리잡게 함으로써 기본적인 기업 경영 사항으로 정착시키는 데 그 목적이 있는 것으로 파악된다.

〈표 2-11〉 산업별 주요 이니셔티브

이니셔티브	년도	특징
RBA (Responsible Business Alliance)	2004	<ul style="list-style-type: none"> 전자기업과 공급업체의 표준 단일화를 위해 마련됐던 EICC(Electronic Industry Code of Conduct)의 변경된 명칭 공급업체의 근로조건·환경의무를 개선하기 위한 전자산업 행동규범 노동·건강, 안전·환경기준, 경영시스템, 기업윤리에 대해 실행, 준수, 심사, 보고 지침 제시
Equator Principles	2003	<ul style="list-style-type: none"> 개도국에 대한 1천만 달러 이상 프로젝트에 있어 사회적 리스크 평가 및 관리를 위한 금융산업 표준 금융기관: 프로젝트의 환경영향평가·행동조치 계획제시 사업시행자: 시행조치·이행여부 모니터링 실시
UN PRI	2006	<ul style="list-style-type: none"> 6개 투자원칙, 33개 행동지침으로 구성 금융 의사결정 과정에 책임투자원칙을 수탁자 책무 차원에서 인식하고 ESG 이슈가 반영될 수 있도록 투자원칙제시
UNEP/FI	1992	<ul style="list-style-type: none"> 지역별 모임, 국제 컨퍼런스를 통해 정보·B/P공유 금융기관운영의 모든 수준에서 발생 가능한 환경·지속가능성 사례를 개발, 촉진하기 위한 UN과 금융기관의 자발적 파트너십

자료: 문헌 자료를 토대로 연구자 정리

특히, 투자자 관점으로 전환되며 기업에 대한 투자요건이 ESG 관련 지표화를 통해 관리 체계를 구성하고 있다는 점에서 그 역할이 명확해 질 수 있다.

지속가능한 성장의 주요 주체로서의 기업의 위치와 역할의 크기가 중요시 되고 있으며, 기업들의 ESG 경영활동의 효과는 기업의 활동을 통한 국제사회의 지속가능성을 확보하고, 구성 영역 모두에 영향을 미치는 중심주체로서의 기업의 역할이 본격적으로 부여되고 있는 것으로 이해할 수 있다.

이는 ESG 경영이 기업의 외부적 경영환경의 변화와 함께 기업들의 주체적인 대응과 관련 경영전략 수립을 유도하며, 내외부 자원을 적극 활용하여 기업의 경영방식에 대한 변화를 촉구하는 환경변화를 이끌어 내고 있는 것으로 볼 수 있다.

때문에, 국제사회에서 요구되는 ESG의 가치추구와 전세계적으로 제도화 되고 있는 ESG 경영의 촉진은 기업들의 내외부 경영환경에 전반적으로 영향을 미치며, 기업들의 자발적 참여가 유도되는 환경을 구성하고 있다.

2. 기업의 수익과 ESG 경영

ESG 경영을 새롭게 나타난 개념이 아닌 기존의 기업의 사회적 책임(CSR), 공유가치 창출(CSV), 사회적책임투자(SRI)의 목적과 방법을 이어가는 방법론적 측면에서 강화된 개념으로 접근했을 때 기업의 생존과 직접적으로 연결이 된다는 점, 다시 말해 기업의 ESG 경영활동이 투자를 이끌어내고, 기업에 대한 투자는 기업의 생존의 지속성을 담보 하며, 기업이 ESG 경영활동을 지속하는 순환구조를 형성한다는 데 중요한 시사점을 가지고 있다.

〈표 2-12〉 CSR, CSV, SRI, ESG 비교

구분	CSR	CSV	SRI	ESG
개념	기업의 사회적 책임	공유가치창출	사회적책임투자	환경, 사회 및 지배구조에 관한 비재무적 요소
목적	기업의 책임이 주주만이 아닌 기업활동에 관계된 이해관계자까지 인식 자발적인 기업활동을 촉구	기업의 가치사슬 내에서 사회적 가치를 창출 할 수 있는 사업 아이템을 발굴하고 이를 기업의 경영전략에 반영 함으로써, 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구	사회적 책임을 다하는 기업에게 투자하여 투자자를 위한 수탁자의 책무를 다하는 투자. 여기서 사회적 책임과 같은 비재무적 요소는 주로 ESG가 거론됨	장기적 관점에서 기업이 안정적으로 수익 창출을 하기 위해 환경, 사회, 지배구조의 비재무적 요소를 관리하는 기업의 장기 투자 리스크 관리 전략
관점	기업의 이해관계자	기업, 지역	투자자	투자자
동향	·(해외)다층적 차원에서 CSR의 개념을 논의하나, 실제로사회공헌활동이 다수 ·(국내)CSR을 기업의 사업과 별도로 사회공헌활동으로 인식	·(해외)전략적 CSR을 지칭하는 용어.,기업에서 먼저 사용함 미국 경영학에서 각광 받았으나, CSR과 차이점이 없어 지지 받지 못함 ·(국내)CSR과 다른 혁신적 개념으로 CSV를 논의함	·(해외)SRI를 지속가능한 책임투자로서 확대하기 시작함. 미국과 유럽을 중심으로 공적연금 등 기관투자자들의 적극적인 참여로 주류 투자방식으로 자리잡았으며, 개인투자자도 SRI 투자에 나섬 ·(국내)현재는 초기단계이나 점차 국내자본시장에서 주류 투자방식으로 자리 잡을 것으로 인식	·(해외)2006년부터 단계적으로 확산되어 큰 이슈가 아니며, 관련 연구도 풍부함 ·(국내)ESG를 새로운 개념으로 인식, 2025년부터 상장사의 ESG 공시 의무화

구분	CSR	CSV	SRI	ESG
특징	·실제 기업의 수익 추 구와 무관한 경우 다수 ·보고양식: GRI ·실행지침: ISO 26000	·기업의 신규사업 아이 템 발굴 등 전략 수립 모델로 활용	·2006년 UN PRI가 발표되고, 2020년부터 PRI 본격화	·ESG 지표를 수립, 평 가, 데이터를 제공하는 글로벌 평가기관이 존 재 ·지속가능경영 차원에 서 논의

자료: 이은선 외(2021), p.20 및 문헌을 참고하여 연구자 재작성.

또한 ESG 경영을 통해 기업의 가치가 증가하였다는 것은, 그만큼 기업의 제품에 대한 소비자의 구매의도가 높아졌다는 것을 의미한다고 볼 수 있다.

기업의 ESG 경영은 정성적 가치 추구뿐만 아니라 재무적 성과와 직접적으로 연결되어 있다. 활발하게 진행되고 있는 ESG 경영의 효과와 관련된 연구들에서 나타나듯, 기업이 ESG 활동을 실천하고, 성과를 홍보하게 되면 소비자들의 인식에 긍정적 영향을 미치며 소비로 이어지는 순환구조를 만들어 간다는 것이다.

[그림 2-3] ESG 경영의 순환 구조



자료 : <https://live.lge.co.kr/why-esg-01/>

기업이 왜 ESG 경영을 실천해야 하는가에 대한 문제는 분야를 막론하고 ESG 경영 실천을 통해 과연 우리가 얻을 수 있는 것이 무엇인지에 대한 고민이다. 이러한 고민은 한동안 관심이 집중되었던 사회적 책임(Corporate Social Responsibility: CSR)과

ESG 개념과의 비교를 통해 생각해볼 수 있다. 사회적 책임(CSR)은 기업과 지역사회의 협력, 기업의 봉사활동 등 윤리적 차원에서 논의가 되었다면, ESG는 자본시장 중심의 시각이나 투자자의 관점으로 분류할 수 있는 개념으로, 투자 자체를 사회적 가치 실현의 방향으로 전환시키려는 것이라 할 수 있다(한동숙, 2021:33). 즉, 사회적책임 활동은 기업이 일방적으로 호혜를 베푸는 것이라면, ESG 경영은 어떠한 형식으로든 발현되는 조직의 이윤추구를 위한 활동으로 이해될 수 있다.

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구

제3장

ESG 관련 정책 동향

제1절 국외 정책 동향

1. 유럽연합(EU)

유럽연합(EU)은 ESG 정책의 확산과 법제화를 매우 적극적으로 주도하고 있다. 지속가능한 ESG 경제 체제로의 전환을 위한 인프라를 구축하기 위해 최근 EU가 진행하는 주요 정책 및 입법활동은 크게 다음의 여섯 가지를 들 수 있다.

1) EU 녹색분류체계규정(Taxonomy Regulation)

EU의 녹색분류체계규정(Taxonomy Regulation)은 지속가능한 프로젝트 및 활동에 대한 투자 촉진에 있어 환경 관점에서 지속가능한 경제활동이 무엇인지 분류하고 판별하고자 하는 수단과 기업의 그린워싱(green washing, 위장 친환경 행위)을 걸러내고 친환경 성장동력 개발 독려를 위해 제정되었다.

본 규정은 환경 관점에서 6개 목표와 4개 판단기준에 대한 프레임을 제시하고 있다. 먼저 6개의 목표는 “1. 온실가스 감축, 2. 기후변화 적응, 3. 수자원 및 해양생태계 보호, 4. 자원순환 경제로 전환, 5. 오염물질 방지 및 관리, 6. 생물다양성 및 생태계 복원”의 목표이다. 목표별 4개 판단기준은 1. 6개 환경목표 중 하나 이상에 대해 상당히 기여할 것, 2. 기여한 환경목표 외에 다른 목표에 중대한 피해를 주지 않을 것, 3. 최소한의 사회적 안전기준(OECD 다국적기업 가이드라인, ILO 협약, UN 인권과 기업 책임에 대한 지침 등)에 부합하는 경제활동일 것, 4. 기술심사기준(TSC: Technical Screening Criteria)에 부합할 것 등이다(한상범, 2021).

녹색분류체계규정을 위한 첫 번째 법안은 2021년 12월 발표한 비즈니스, 투자 또는 대출 활동에서 환경적으로 지속가능한 경제활동 비율 등 비재무적 정보를 외부에 표시하는 것이었다. 이 법안이 2022년 1월부터 적용됨에 따라 국내에도 많은 영향을 주었는데, 대표적으로 기업들의 ESG 정보공시이다. 두 번째 법안은 2022년 2월에 발표한 지

속가능한 경제활동 목록이며, 이 활동에는 원자력 및 가스 에너지 활동이 포함되어 있다.

2) 지속가능금융공시규정(SFDR: EU Sustainable Finance Disclosure Regulation)

SFDR은 EU 소재의 금융기관이 투자 또는 금융상품 판매 지속가능성의 고려사항에 대한 정보를 공개하도록 의무화하는 규정이다. 2021년 3월에 1단계가 발표되었고, 발표된 ‘지속가능성 관련 부정적 영향(PAIs: Principal Adverse Sustainability Impacts)’의 18개 지표에 대해 2021년 6월부터 직원 500명 이상인 대형 금융회사에 정보공시의 의무가 적용되었다. 2022년부터는 1단계에 발표된 18개 PAIs지표에 대한 정보공시가 의무화되는 2단계 규제가 시행됐다. 지속가능금융공시로 인해 EU 금융기관이나 EU에 금융상품을 판매하는 비EU 금융기관은 아래의 2가지 형태의 의무공시를 수행해야 한다.

- 금융회사 차원: 금융회사가 투자결정 시 고려하는 지속가능성 관련 위험을 식별하고 평가하며, 해당 리스크가 투자판단에 반영되는 방법 등을 설명
- 금융상품(투자상품) 차원: ESG를 표방하는 개별 금융상품에 대해 지속가능성 관련 정보 공개
- 18개 지표의 범주: 크게 투자국가, 부동산, 투자기업의 3개 대분류
 - 투자국가 범주(2가지): 온실가스배출, 사회 관련 국제규범 위반
 - 부동산 범주(2가지): 에너지 비효율 부동산 익스포저⁵⁾, 화석연료 관련 부동산 익스포저
 - 투자기업 범주(2가지): 기후·환경(9개 지표), 사회·노동자(5개 지표)

EU의 녹색분류체계 및 지속가능금융 입법안은 한국의 녹색금융 제도 마련에 시사하는 바가 큰 편으로 한국 정부도 2021년 EU 녹색분류체계를 바탕으로 국내 제조업 및 금융산업 여건과 상황을 고려한 한국형 분류체계(K-Taxonomy)를 마련하였다.

3) EU 비재무정보보고지침(NFRD: EU Non-Financial Reporting Directive)

NFRD는 EU 소재 대기업을 대상으로 사회·환경 영향을 비재무제표를 통해 공개하도록 하는 것이다. 2017 회계연도부터 근로자 500명 이상의 상장법인, 은행 보험회사를 상대로 시행했으며, 약 11,700개의 기업과 단체가 적용대상이었다. 이후 EU집행위원회는 2021년 4월 적용대상 기업 범위를 확대하고, 정보보고에 대한 감사 의무 및 상세

5) 신용사건 발생시 특정 기업 또는 국가가 거래상대방으로부터 받기로 약속된 대출 및 투자금액 뿐만 아니라 파생상품 등 연관된 모든 거래에서 발생할 수 있는 손실 금액(네이버 지식백과)

비재무정보보고지침 등을 담은 수정안을 제안했다. EU집행위는 의회와의 합의를 거쳐 개정안을 확정하고 2023회계연도부터 시행, 2024년 기업공시부터 반영할 예정이다.

4) 기업지속가능성공시지침(CSRD: Corporate Sustainability Reporting Directive)

CSRД는 NFRD의 개정안들이 담고 있는 공시정보가 기업의 지속가능성을 판단하기에 충분하지 않다는 지적에 의해 제안되었다. 2021년 4월 발표된 CSRД개정안은 기존의 비재무보고지침을 보완·개정하면서, 적용대상의 확대와 보고 표준 도입, 공시에 대한 감사, 지속가능성 정보의 디지털화 등이 포함되었다.

CSRД의 주요 내용을 NFRD와 비교해 보면,

첫째, NFRD와 달리 CSRД는 대기업뿐 아니라 상장 중소기업에도 적용된다. 또한, 비상장 대기업과 비EU 기업의 EU 자회사에도 적용된다.

둘째, 공시내용 확장을 통해 지속가능성이 기업 성과에 미치는 영향 뿐만 아니라 기업이 미치는 사회 영향을 동시에 파악할 수 있는 이중 중요성(double materiality)을 더욱 강조하였다. “지속가능성 관련 사업모델과 전략, 지속가능성 목표의 설정과 시행절차, 지속가능성 관련 경영진과 이사회 의 역할과 책임, 공급망에 대한 실사 절차, 공시항목과 관련된 측정지표, 지적재산, 인적자본 및 사회자본 등의 무형적 정보에 대한 공시 등의 내용”을 포함한다.

셋째, 기업 공시 정보를 이용하는 수요자들의 접근성 제고를 위해 디지털 표준 포맷인 XHTML 포맷으로 제공되는 지속가능 사업보고서 및 재무제표를 공시하도록 했다, 또한 분류체계에 의한 태그를 달도록 하였다.

넷째, 회원국 자율에 의해 지속가능성 정보 및 공시 준수 여부가 결정됐던 NFRD와 다르게 CSRД의 경우 검증과 미준수에 대한 제재를 강제할 예정으로 후속 입법을 준비하고 있다.

5) 공급망 실사제도(EU system of due diligence for supply chains)

EU집행위는 지속가능성을 기업의 생산활동에 투영하기 위해 공급망 전반에 걸쳐 실사를 의무화하는 지침(Directive on corporate sustainability due diligence) 초안을 2022년 2월에 발표했다. 기업이 납품·협력기업의 인권과 환경 침해 여부에 대한 조사 후, 문제점을

해결하고 관련 내용을 공시하는 제도이다.

종업원 500명 이상, 순매출 1억5000만 유로 이상의 기업을 적용대상으로 하며 공급망 실사 의무화 대상 기업(그룹1), 종업원 250~500명 및 순매출 4000만~1억 5000만 유로인 기업 중 고위험 부문⁶⁾ 매출이 최소 50% 이상인 기업(그룹2)이다. 그룹2 대상에 대해서는 완화된 실사 의무를 적용할 예정이며, 추가로 유럽에서 비즈니스를 영위하는 제3국 기업에 대해서는 유럽 내 순매출이 1억5000만 유로가 넘는 경우 그룹1의 기준으로, 유럽 내 순매출이 4000만~1억5000만 유로 기업 중 고위험 부문에서 전체 매출이 50% 이상 발생하는 경우 그룹2의 기준에 상응하는 실사 의무가 부여될 예정이다. 해당 경우 종업원 기준은 적용되지 않는다.

중소기업의 경우 지침 적용대상에서 제외되지만, 대기업 협력업체의 형태로 간접적 영향을 받게 되며, 실사의 범위로는 지침 적용대상 기업 자사의 활동, 자회사 및 공급망 전체에 대한 실사 의무를 이행해야 한다. 지침 적용대상 기업이 수행할 실사 의무내용은 기업정책에 공급망 실사 의무 통합, 부정적 영향의 인권 및 환경에 대한 파악과 평가, 실질/잠재 영향의 예방·제거·최소화, 피해 구제절차 마련 및 유지, 실사 정책 및 조치 효과 모니터링, 실사 의무 이행 내용 공개 등이다. 실사 의무 정책의 내용에는 “종업원, 자회사들이 지켜야 할 행동강령, 실사절차, 행동강령 준수 측정 방법, 협력사 적용방안” 등이 포함되어야 하며, 적용대상 기업은 “직접적 비즈니스 관계가 있는 기업으로부터 인권 및 환경 침해 발생을 예방하기 위한 행동강령, 예방조치 등의 준수를 내용으로 하는 계약 보증”을 요구할 수 있고, 중소기업에 대한 투자 및 자금을 지원해야 한다. 특히, 그룹1의 기업들은 “파리 기후협정에 따라 지구 온난화를 1.5°C 이하로 유지하는데 기여하기 위한 자사의 비즈니스 전략을 수립”해야 한다.

6) EU 탄소감축 입법안(Fit for 55)⁷⁾

EU집행위원회는 ‘유럽 그린딜(Euroean Green Deal)’의 2050년 탄소중립 목표 달성을 위한 정책수단으로 2021년 7월, ‘Fit for 55’라고 하는 포괄적 탄소감축 입법안을 발표하였다. 이 법안은 2030년까지 온실가스 배출량을 55% 감축하기 위한 12개 실행

6) 섬유·가죽 생산 및 도매, 농림어업, 식품제조, 기초 농산물 도매, 동물, 목재, 식음료, 광업 채굴 및 무역, 금속, 비금속 합금 제조, 기초 및 중간 광물 원자재 교역 등

7) 장영욱, 오택현. (2021). EU 탄소감축 입법안(‘Fit for 55’)의 주요 내용과 시사점. KIEP 세계경제 포커스. 한상범·권세훈·임상균(2021.1), 「글로벌 ESG 동향 및 국가의 전략적 역할」, 세종시: 대외경제정책연구원.

법안(탄소 가격결정 관련 입법안 4개, 감축목표 설정 관련 입법안 4개, 규정 강화 관련 입법안 4개)과 사회적 공정 전환을 위한 지원 대책을 포괄하는 패키지 입법안이다.

‘Fit For 55’의 주요 내용은 다음과 같다.

① 배출권거래제 신설/강화

기존 EU 온실가스 배출권거래제(ETS: Emissions Trading Scheme)의 온실가스 배출 업종(철강, 전기, 알루미늄, 화학, 시멘트, 역내 항공 등)을 대상으로 하고 있으며, 2005년 첫 시행 후 온실가스 배출량이 42.8% 감소했다. EU ETS의 적용대상 업종의 온실가스 배출량은 EU 전체 배출량의 40%를 차지한다. 이번 입법안에는 항공부문에 주어진 무상할당을 2026년 말까지 단계적 폐지하는 계획을 포함했으며, UN 산하 국제 민간항공기구(ICAO: International Civil Aviation Organization)가 2016년 이행 결의한 국제항공 탄소 상쇄 및 감축제도(CORSIA: Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation)와 보조를 맞추며 진행할 예정이다.

② 탄소국경조정제도(CBAM: Carbon Border Adjustment Mechanism) 도입

CBAM은 온실가스 감축 노력이 미흡한 국가에서 수입되는 제품을 대상으로 EU ETS와 연계하여 비용을 부담시키는 방식이다. EU가 배출권 거래제를 강화할 경우 역내 기업의 가격경쟁력 약화 우려와 느슨한 환경 기준을 가진 타지역으로 생산설비를 이전할 가능성 및 국내 정책의 탄소감축 효과가 반감될 수 있는 부분을 방지하기 위해 도입되었다.

2023년 잠정 발효를 통해 EU 지역내 수입품에 대한 온실가스 배출량을 신고하게 하고, 실제 비용 부과는 2026년부터 시행하는 것을 계획 중으로 EU 수입업체는 매년 5월 말일까지 전년도에 수입된 상품의 탄소배출량을 신고하고, CBAM 인증서(CBAM Certificate)를 구매해야 한다. 배출량 검증이 어려울 경우 EU가 제시하는 기준값(default value)을 적용⁸⁾해야 한다.

8) CBAM 적용대상은 시멘트, 철강 및 철, 알루미늄, 비료 및 전기이며, 당초 계획과 달리 제조공정에서 사용된 전기를 생산할 때 발생한 탄소 배출량(간접배출량)은 일단 제외된다.

③ 에너지 관련 지침 개정

역내 단일시장을 보호하는 동시에 녹색 전환을 지원하기 위해 에너지 조세지침, 재생 에너지지침 및 에너지효율지침 등 개정을 통해 탄소 감축 목표를 상향 조정하고 친환경 에너지로의 전환에 대한 인센티브를 부여할 예정이다. 특히 조세지침 개정을 통해 청정 기술 사용을 장려하고, 화석연료 사용에 혜택을 주는 세금유예를 폐지해나가기로 하였으며, 실제 에너지 함량에 따라 에너지 제품 세율을 결정하도록 개정되었다.

〈표 3-1〉 유럽연합(EU)의 주요 ESG 정책 및 입법활동

구분	목적	주요내용
EU 녹색분류체계규정 (Taxonomy Regulation)	- EU의 기후 및 에너지 목표와 유럽 그린딜 목표달성을 위해 환경관점에서 지속가능한 경제활동을 분류·판별 및 그린워싱 근절	- 환경관점 6개 목표, 4개 판단기준에 대한 프레임 제시 - 2022년 1월부터 적용되며, 국내에서 기업들이 ESG 정보공시를 시작하도록 영향을 미침
지속가능금융공시규정 (SFDR: EU Sustainable Finance Disclosure Regulation)	- EU 소재 금융기관이 투자 또는 금융상품 판매 시 지속가능성을 어떻게 고려하는지에 대한 정보를 공개하도록 의무화하는 규정	- 지속가능성 관련 부정적 영향 18개 지표 제시 - 금융회사 차원: 금융회사가 투자결정 시 고려하는 지속가능성 관련 위험을 식별하고 평가하며, 해당 리스크가 투자판단에 반영되는 방법 등 설명 - 금융상품(투자상품) 차원: ESG를 표방하는 개별 금융상품에 대해 지속가능성 관련 정보 공개
EU 비재무정보보고지침 (NFRD: EU Non-Financial Reporting Directive)	- NFRD는 EU소재 대기업을 대상으로 사회·환경 영향을 비재무제표를 통해 공개하는게 핵심	- 2017년부터 실시 - 2021년 4월 적용대상 기업 범위를 확대하고, 정보보고에 대한 감사 의무 및 상세 비재무정보보고 지침 등을 담은 수정안 제출
기업지속가능성공시지침 (CSRD: Corporate Sustainability Reporting Directive)	- CSRD는 NFRD의 개정안들이 담고 있는 공시정보가 기업의 지속가능성을 판단하기에 충분하지 않다는 지적에 제안된 새로운 공시규정	- NFRD 적용대상의 확대와 보고 표준 도입, 공시에 대한 감사, 지속가능성 정보의 디지털화 등이 포함
공급망 실사제도 (EU system of due)	- 지속가능성을 기업의 생산활동에 투영하기 위해 공급망 전반에 걸쳐 실사를	- 지침 적용대상 기업이 수행할 실사 의무내용으로 기업정책에 공급망

구분	목적	주요내용
diligence for supply chains)	의무화하는 지침 초안	실사 의무 통합, 인권 및 환경에 대한 부정적 영향의 파악 및 평가, 실질적 및 잠재적 영향의 예방·제거·최소화, 피해 구제절차 마련 및 유지, 실사 정책 및 조치 효과 모니터링, 실사 의무 이행 내용 공개 등 포함
EU 탄소감축 입법안 (Fit for 55)	<ul style="list-style-type: none"> - 유럽 그린딜의 2050년 탄소중립 목표 달성을 위한 정책수단으로 2021년 7월 14일 포괄적 탄소감축 입법안을 발표 	<ul style="list-style-type: none"> - 2030년까지 온실가스 배출량을 55% 감축하기 위한 12개 실행 법안(탄소 가격결정 관련 입법안 4개, 감축목표 설정 관련 입법안 4개, 규정 강화 관련 입법안 4개)과 사회적 공정전환을 위한 지원 대책까지를 망라한 패키지 입법안

자료: 문헌 자료를 토대로 연구자 정리

2. 미국

미국은 바이든 대통령 당선 이후 기후변화 적극 대응·청정에너지 확대, 민주주의 회복·인권 강화, 재정지출 확대·부자 증세, 디지털 혁신·불평등 해소, 지역사회 발전, 교육 불평등 해소, 다양성 확대·평등 실현, 기업투명성·기업 책임의 확대 등을 강조하며 국가적 정책들이 ESG 확산에 크게 이바지하는 방향으로 추진되고 있다.

1) 환경(E) 관련 정책

미국 바이든 행정부는 트럼프 행정부에 의한 파리협정 탈퇴를 취소하고, 2050년 탄소 중립 달성을 목표로 화석연료 보조금 폐지, 기후변화 대응 인프라 구축을 위한 2조 달러 투자 확대 등을 추진 중이다. 바이든 대통령은 2021년 취임 이후 기후변화·에너지 관련 주요 공약을 실현하기 위해 행정명령을 발동하였으며, 이에 따라 기후변화 대응을 위한 과학 복원, 국내외 기후 위기 대응, 기후 관련 금융위험 대응, 탄소국경세 도입 등 다양한 정책들을 검토·추진하고 있다. 이를 정리하면 <표 3-3>과 같다.

<표 3-2> 미국의 환경(E) 관련 정책

구분	날짜	주요내용
공중보건 및 환경 보호, 기후변화대응을 위한 과학 복원 행정명령 (EO13990)	2021.1.	<ul style="list-style-type: none"> - Keystone XL 파이프라인 사업 허가취소, 북극 보호 - 지역의 석유 시추 중단 - 온실가스배출에 따른 사회적 비용 추산
국내외 기후위기 대응을 위한 행정명령(EO 14008)	2021.1.	<ul style="list-style-type: none"> - 기후변화 대응·국제협력 관련 전권을 행사할 기후특사직 신설 - 연방정부 차원의 정책총괄을 위해 백악관 내 국내기후정책실 설치 - 청정에너지산업 활성화 촉진을 위한 연방정부기관들의 저탄소전력, 전기자동차 우선구매 추진 - 기후재정계획 수립(국가온실가스 감축목표개발, 감축전략) - 화석연료에 대한 보조금 폐지, 공유지내 신규 채굴 금지, 진행중인 임대 및 허가 재평가
기후관련 금융위험 행정명령(EO 14030)	2021.5.	<ul style="list-style-type: none"> - 기후변화가 정부에 초래할 재무적 위험 파악 및 정보 공개, 위험 완화 전략 개발 - 금융규제 기관의 역할 강조, 기후변화 관련 금융위험 평가 권고 - 기후변화 관련 금융위험정보를 연방정부 대출프로그램, 정부조달, 정부 계약과 통합하는 방법 강구 - 연방정부 예산 계획 수립에서 기후 관련 위험 반영
탄소국경세 도입 검토 (Carbon Border Adjustments)	2024년 시행예정	<ul style="list-style-type: none"> - 탄소집약적 수입제품에 세금을 부과하는 「Fair, Affordable, Innovative, and Resilient (FAIR) Transition and Competition Act」를 발의

자료: 한상범·권세훈·임상균(2021.1), 「글로벌 ESG 동향 및 국가의 전략적 역할」, 세종시: 대외경제정책연구원.

2) 사회(S) 관련 정책

미국은 환경 문제뿐 아니라 사회적 가치(S)도 중요한 정책과제로 인식하며 사회의 다양성, 형평성, 포용성·접근성에 대한 연방정부 책임을 강조하고 있다. 바이든 행정부는 취임 초부터 노조·노동권 강화, 임금 차별금지, 인종 형평성 향상, 최저임금 인상, 산업 안전 보건 강화, 성별에 따른 임금 차별금지, 작업장 안전 확보 등과 관련된 정책 및 입법조치들을 적극적으로 수행하면서 소득 양극화와 사회적 갈등 해소를 통한 사회·경제적 인 지위 향상을 위해 노력하고 있다. 더불어 지역사회 재투자법(CRA: Community Reinvestment Act)을 개혁하고 지역사회개발 금융기관(CDFI: Community Development Financial Institutions) 역할을 강화하는 정책을 시행하고 있다.

〈표 3-3〉 미국의 사회(S) 관련 정책

구분	날짜	주요내용
인종 형평성 행정명령(EO 13985)	2021.1.	<ul style="list-style-type: none"> - 인종 형평성 확보·증진을 위한 연방정부 정책을 제도화하여 인종차별 문제 방지 - 연방정부기관 프로그램과 정책 수혜와 기회에서 구조적인 인종차별적 요인이 있는지 조사, 공평한 분배 여부 분석 등 진행
연방정부 계약직 노동자 최저임금 인상 행정명령(EO 14026)	2022.1.	<ul style="list-style-type: none"> - 연방정부 계약직 노동자 최저임금 기존 \$10.95(시간당)에서 15\$로 인상 - 약 500만명 이상 계약직 노동자에게 혜택

자료: 한상범·권세훈·임상균(2021.1), 「글로벌 ESG 동향 및 국가의 전략적 역할」, 세종시: 대외경제정책연구원.

3) ESG 정보공시 확대

2021년 3월 미국 증권거래위원회(SEC)는 기후변화 관련 정보공시 확대에 대한 이해관계자들의 의견을 반영해 기업들의 기후변화 관련 공시 규정을 개정하는 작업을 진행했다. 또한 2021년 6월 하원에서 'ESG 공시 및 단순화법(ESG Disclosure Simplification Act of 2021)'이 통과됐는데, 해당 법안은 상장기업들이 각기 다른 기준으로 ESG 정보를 자율적으로 공시하던 관행에 대한 이해관계자들의 불만사항을 반영해 ESG 공시 범위 확대와 의무화를 규정한 법안이다.

미국의 공시 규제와 관련해서 주목할 부분은 기후공시, ESG 공시의 표준을 어떻게 설정할지에 대한 것이다. 현재 국제적으로 3, 4개의 공시 표준이 통용되는데 '기후변화 관련 재무정보공개협의체(TCFD: Task Force on Climate-related Financial

Disclosures)’로 공시 표준을 단일화하기로 밝힌 국가는 3개국(영국, 뉴질랜드, 스위스)이며, 국제회계기준재단(IFRS)의 ‘국제지속가능성기준위원회(ISSB; International Sustainability Standards Board)’가 개발한 ESG 표준도 미국이 채택할 가능성이 높다. IFRS 표준은 EU, 세계경제포럼 및 국제증권감독기구 등이 지원하며 MSCI, S&P 등 주요 글로벌 기업들이 많이 활용하고 있다.

3. 일본

1) 정보공시 및 환경(E) 관련 정책

일본은 경제산업성을 중심으로 해외투자자들을 비롯한 이해관계자들의 증가하는 기후변화 관련 기업정보 공시에 대한 요구를 반영해 기후변화 관련 정보공시 지침을 마련했다. 일본의 정보공시 관련 지침은 TCFD 권고안을 바탕으로 해설, 업종별 지침, 사례 소개 등으로 구성되어 있다. 일본은 2019년 5월 기업의 효과적인 공시를 돕기 위한 민간 주도 TCFD 컨소시엄을 설립하여 운영중이다.

또한, 일본은 2020년 12월, '2050년 탄소중립 실현을 위한 녹색성장전략 초안'을 발표하고 2021년 6월 이를 확정하였다. 본 정책은 기후변화 대응을 경제성장의 새로운 성장의 기회로 삼아 산업구조 및 사회경제적 변혁을 도모하려는 산업전략이다. 녹색성장 전략에는 예산지원, 세제개혁, 금융지원, 규제개혁 및 표준화, 국제협력, 인력양성 등의 정책이 종합적으로 포함되어 있다. 이러한 내용을 가이드라인 중심으로 정리하면 <표 3-5>와 같다.

<표 3-4> 일본의 정보공시 및 환경(E) 관련 정책

구분	날짜	주요내용
기후 관련 재무정보 공시에 관한 TCFD 지침	2018.12.	- TCFD 권고안의 해설, 주요업종인 자동차, 철강, 화학, 전기·전자, 에너지의 각각의 지침, 사례 소개 등을 담음
TCFD 지침 2.0	2020.7.	- 경제산업성, TCFD 컨소시엄이 함께 식품, 은행, 생명보험, 손해보험 업종 각각의 지침을 추가
TCFD 시나리오 분석 실천가이드	2021.3	- 2018년부터 환경성에서 실시한 기후변화 영향을 받기 쉬운 업종을 중심으로 한 'TCFD에 따른 기후관련 리스크 및 기회에 관한 시나리오 분석 지원사업'의 성과물 - 2021년 3월 현재 ver 3.0까지 발표
부동산분야 TCFD 대응지침	2021.3.	- 부동산분야 중사기업, 기관투자자 등을 대상으로 한 일본 부동산 분야 특화 대응지침 - 기후리스크가 큰 편인 일본 부동산의 고유한 상황을 반영하여 수립
2050년 탄소중립 실현을 위한 녹색성장전략	2021.6	- 2050년 탄소중립 실현을 위해 에너지 정책·수급목표를 안전(Safety)을 대전제로 하고, 에너지 안정(Energy Security), 경제성(Economy), 친환경(Environment)을 달성하는 S+3E 설정 - S+3E 설정하에 성장이 기대되는 산업(14개분야)도출, 세부목표 설정하여 정책대응 방안 제시하는 녹색성장전략 마련

구분	날짜	주요내용
기후 및 전환금융에 대한 기본지침	2021.5	<ul style="list-style-type: none"> - 녹색성장전략의 일환으로서 저탄소화·탈탄소화 전환을 위한 혁신적인 기술 보유 기업에 대한 금융지원 촉진 지원 지침 - 지역금융기관에 의한 ESG 금융활동 촉진
시장형성능력 지표 Ver1.0	2021.4.	<ul style="list-style-type: none"> - 녹색성장전략의 일환으로서 기업이 새로운 시장창출로 이루어지도록 각 기업 프로젝트에 대해 시장의 창조·확대에 대한 잠재능력인 '시장형성력'을 객관적 지표로 경제산업성이 만들어 배포 - '의제 구상력', '사회문제 해결력', '규칙 형성력'으로 구성

자료: 한상범·권세훈·임상균(2021.1), 「글로벌 ESG 동향 및 국가의 전략적 역할」, 세종시: 대외경제정책연구원.

2) 사회(S) 관련 정책

중장기적 기업가치 창출을 위해 일본의 경제산업성은 ESG 사회적 가치(S) 측면에서 기업이 추구할 여러 방향을 제시하고 있다. 다양성 경영의 방향을 제시하는 'Diversity 2.0 행동지침'을 비롯해 다양한 업종에서 다양성 경영으로 높은 성과를 보인 기업의 모범사례들을 소개하는 여러 제도(100대 우수사례선정 및 표창제도, 나데시코, 건강경영, 건강경영 우량법인 인증제도 등)를 운영하고 있으며, <표 3-6>과 같다.

<표 3-5> 일본의 사회(S) 관련 정책

구분	날짜	주요내용
Diversity 2.0 행동지침	2017.3.	<ul style="list-style-type: none"> - 다양성 경영을 위한 기업 CEO의 강한 리더십 강조 - 7개 행동원칙과 구체적 사례 제시 - 기업의 다양성을 평가할 수 있는 핵심성과지표 소개 및 기업 공개 요구
100대 우수사례선정 및 표창 제도	2012~	- 다양성 경영을 통한 경영성치가 우수한 모범사례를 소개
나데시코 종목 제도 (なでしこ銘柄)	2012~	- 도쿄증권거래소 상장기업 업종별로 여성의 활약이 뛰어난 기업을 선정
건강경영 종목 제도 (健康経営銘柄)	2015~	- 경영적 관점에서 직원의 건강관리와 증진을 전략적으로 실천하는 기업을 선정
건강경영 우량법인 인증제도 (健康経営優良法人認定制度)	2017~	<ul style="list-style-type: none"> - 중소기업을 포함하는 모든 기업을 대상으로 선정 - '일본보건회의(日本健康会議)'에서 기업 부문, 중소기업 부문으로 분류하여 우량법인 인증

자료: 한상범·권세훈·임상균(2021.1), 「글로벌 ESG 동향 및 국가의 전략적 역할」, 세종시: 대외경제정책연구원.

3) 지배구조

일본은 기업지배구조 강화를 경제부흥전략의 하나로 채택하고 있으며, 지배구조 개선으로 일본기업의 공격적 경영을 뒷받침하고 글로벌 경쟁우위를 확보하고자 ESG 정책의 하나로 추진 중이다. 세부적인 내용은 <표 3-7>과 같다.

〈표 3-6〉 일본의 지배구조(G)정책

구분	날짜	주요내용
기업지배구조코드	2015.3.	<ul style="list-style-type: none"> - 금융청, 도쿄증권거래소가 상장기업이 준수해야 할 5가지 지배구조 원칙제시 - 5가지 기본원칙 : '주주의 권리·평등성의 확보', '주주 이외 이해관계자와의 소통', '적절한 정보공시 및 투명성 확보', '이사회 등의 책무', 그리고 '주주와의 대화'
CGS 지침(개정판)	2018.9.	<ul style="list-style-type: none"> - 2017.3 「기업지배구조시스템에 관한 실무지침(CGS 지침)」의 개정판 - 사장·CEO 지명과 후계자 계획, 사외이사의 이사회 의장 역할 수행 의의·환경정비 방안, CEO 지명위원회와 보수위원회의 독립성 확보·활용방안, 사외이사의 자질과 배경 요건·활용방안, 상담역과 고문의 역할 등 구체적인 기업지배구조 구축 및 운용 방안
사외이사 본연의 자세에 관한 실무지침(사외이사 지침)	2020.7.	<ul style="list-style-type: none"> - 사외이사의 역할 및 자세, 구체적 대처 방안, 기업 사외이사 지원체계 구축 등 우수사례 소개 및 성과 정리
기업지배구조코드 및 투자자·기업 간 대화 지침(개정안)	2021.6.	<ul style="list-style-type: none"> - 이사회의 원활한 기능 수행방안, 지속가능성 과제 대응방안, 기업의 핵심인력 다양성 확보, 도쿄증권거래소 프라임시장관련 지배구조 과제 등의 내용

자료: 한상범·권세훈·임상균(2021.1), 「글로벌 ESG 동향 및 국가의 전략적 역할」, 세종시: 대외경제정책연구원.

제2절 국내 정책 동향

1. 국가지속가능발전목표(K-SDGs)

2015년 UN의 SDGs 채택 이후, 우리나라도 지속가능발전목표를 수립할 필요성이 제기됐다. 우리나라는 외형적으로 높은 경제성장에도 소득의 양극화, 미세먼지 등 환경 악화, 양질의 일자리 부족 등 국민 삶의 질은 실질적으로 나아지지 않았고, OECD 삶의 질 지수도 매년 후퇴하는 양상을 보였다. 이러한 상황 속에서 정부는 지속가능발전 강화를 2018년도 국정과제로 설정하고, 제3차 기본계획을 보완하는 K-SDGs를 수립했다.

지속가능발전 기본계획은 국제적 합의 이행과 국가의 지속가능발전 추진을 위해 5년마다 수립되는 기본계획이다. 제3차 지속가능발전 기본계획은 2016년부터 2035년까지 20년의 기간으로 수립되었고, 환경 분야 내용의 비중이 높다고 판단되어 '제3차 기본계획 변경계획'으로 한차례 수정되었다. 국가지속가능발전목표(K-SDGs: Korean Sustainable Development Goals)는 가장 최근인 2021년 수립된 4차 기본계획(2021~2040)에 잘 반영되어 있다.

K-SDGs는 국내 여건을 반영 및 보완하면서 UN-SDGs와 연계하여 지속가능발전을 위한 인류 공동의 목표를 추구하고자 하는 데 의의가 있다. 또한, 각 계층을 대표하는 이해관계자 그룹(K-MGoS : Major Groups and other Stakeholders), 민간전문가 중심의 공동작업반이 참여하여 상향식으로 수립되는 국민과 함께 만드는 목표라는 의미가 있다.

제4차 기본계획에서 K-SDGs의 비전은 포용성을 강조했던 정부의 지향점 및 코로나19, 기후 변화 등의 위협 속에서 미래 한국의 지속가능성장을 추동할 핵심 가치로 '혁신'을 반영하여 수립됐다. 따라서 기존의 '모두를 포용하는 지속가능국가'에서 '포용과 혁신을 통한 지속가능국가 실현'으로 변경됐다. 제3차 기본계획에서 수립되었던 5대 전략에서 핵심 가치인 '사람', '변영', '환경', '평화', '협력'은 계승하고, 평화와 협력을 통합하여 4대 전략으로 변경해 수

립됐다. 17개 목표 내용은 유지하지만, 의미의 명확성을 위해 일부 표현을 조정했으며, 세부목표의 의미 명확성 등을 위해 29개를 보완하고, 기존에 다루지 못한 이슈관리를 위해 2개를 신설했다(세부목표 122개→119개로 조정). 지표에서는 측정 가능성과 대표성 강화 등을 위해서 75개 지표를 보완하고, 정책부합성과 시의적절성이 높은 지표 등 72개를 신설했다 (지표 314개→236개로 조정).

[그림 3-1] K-SDGs 비전 및 전략

비전					
포용과 혁신을 통한 지속가능 국가 실현					
전략	사람	번영	환경	평화·협력	
	사람이 사람답게 살 수 있는 포용사회	혁신적 성장을 통한 국민의 삶의 질 향상	미래 세대가 함께 누리는 깨끗한 환경	지구촌 평화와 협력 강화	
K-SDGs 17개 목표	[목표1] 빈곤층 감소와 사회안전망 강화	[목표8] 좋은 일자리 확대와 경제성장	[목표6] 건강하고 안전한 물관리	[목표16] 평화·정의·포용	
	[목표2] 식량안보 및 지속 가능한 농업 강화	[목표9] 산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회 기반시설 구축	[목표7] 에너지의 친환경적 생산과 소비	[목표17] 지구촌 협력 강화	
	[목표3] 건강하고 행복한 삶 보장	[목표10] 모든 종류의 불평등 해소	[목표13] 기후변화와 대응		
	[목표4] 모두를 위한 양질의 교육	[목표12] 지속가능한 생산과 소비	[목표14] 해양생태계 보전		
	[목표5] 성평등 보장		[목표15] 육상생태계 보전		
	[목표11] 지속가능한 도시와 주거지				

자료: 관계부처합동(2021), 「제4차 지속가능발전 기본계획 2021~2040」, 제1부, p.20.

2. 한국판 뉴딜종합계획

한국판 뉴딜종합계획은 코로나19로 인해 최악의 경기침체와 일자리 충격 등에 직면한 상황에서, 위기를 극복하고 코로나 이후 글로벌 경제를 선도하기 위해 2020년 마련된 국가발전전략이다.

혁신적 포용국가를 지향하기 위하여 한국판 뉴딜 정책이 발표된 이후, 1년간 대내외적 환경이 급격하게 변화하였고, 새로운 대응방안 마련의 필요성이 제기됐다. 또한 코로나19 충격에 따른 양극화 심화 현상도 나타났다.

이에 2021년 7월 제4차 한국판 뉴딜 전략회의를 통해 ‘한국판 뉴딜 2.0’ 추진계획이 발표됐다. 뉴딜 2.0에서는 포스트코로나 변화에 대비한 선제적·능동적 대응체계 구축하고 디지털 그린뉴딜을 뒷받침하던 ‘안전망 강화’의 역할을 대폭 확대해 기존의 2+1+1 체제(디지털/그린뉴딜 + 안전망강화 + 지역균형 뉴딜)에서 3+1 체제(디지털/그린/휴먼 뉴딜 + 지역균형 뉴딜)로 개편하였다.

[그림 3-2] 한국판 뉴딜 1.0 → 2.0 추진과제 변화



자료: 대한민국정책브리핑 홈페이지, 「한국판 뉴딜」.

[그림 3-3] 한국판 뉴딜 2.0 구조



자료: 대한민국정책브리핑 홈페이지, 「한국판 뉴딜」.

3. 한국형 녹색분류체계(K-Taxonomy)

환경부는 2021년 4월 13일자로 개정된 「환경기술 및 환경산업 지원법」에 따라 한국형 녹색분류체계(K-Taxonomy)를 수립하였다.

한국형 녹색분류체계(K-Taxonomy)에는 3개의 원칙과 6대 환경목표가 있다. 먼저, 녹색경제활동은 과학적 근거를 기반으로 환경개선에 기여해야 하며, 사전 예방적 환경 관리 및 사회적 공감대를 기본으로 다음 3가지 원칙을 준수해야 한다.

- “① 환경목표에 기여할 것: 6대 환경목표 중 하나 이상의 환경목표 달성에 기여해야 함”
- “② 심각한 환경피해가 없을 것: 환경목표 달성 과정에서 다른 환경목표에 심각한 피해를 주지 않아야 함(DNSH; Do No Significant Harm)”
- “③ 최소한의 보호장치: 인권, 노동, 안전, 반부패, 문화재 파괴 관련 법규를 위반하지 않아야 함”

또한 6대 환경목표는 EU Taxonomy, ISO Taxonomy 등 국제동향의 6대 환경목표를 준용하여 온실가스 감축, 기후변화 적응, 물의 지속가능한 보전, 자원순환, 오염방지 및 관리, 생물다양성 보전으로 설정되었다.

1) 녹색경제활동 분류기준

한국형 녹색분류체계는 환경목표에 기여하는 세부 경제활동으로 구성되어 있다. ‘녹색부문’과 ‘전환부문’으로 구성되어 있으며 이 중 일부 경제활동에 대해서는 국제표준화 기구나 유럽연합에서 고려하고 있는 전과정평가(LCA; Life Cycle Assessment)의 기준을 적용하고자 했다.

〈표 3-7〉 녹색경제활동 분류기준

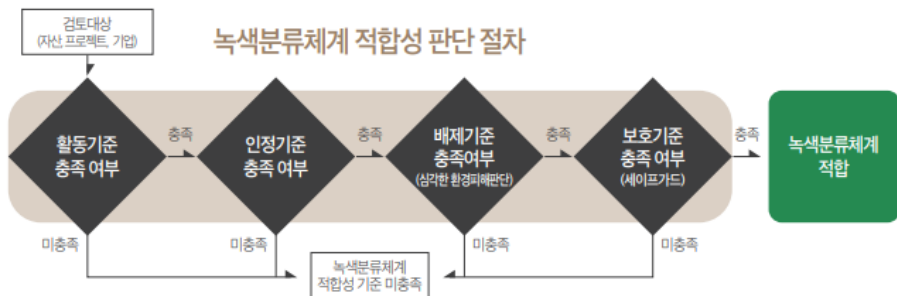
부문	내용
녹색 부문	<ul style="list-style-type: none"> - 온실가스 감축(산업, 발전·에너지, 수송, 도시·건물, 농업, 이산화탄소 포집, 연구개발), 기후변화 적응, 물, 순환경제(자원순환, 메탄가스 활용), 오염(대기오염 방지 및 처리, 해양오염 방지 및 처리), 생물다양성 분야로 구분 - 탄소중립 및 환경개선에 기여하는 진정한 녹색경제활동을 제시했으며, 화석연료를 100% 활용하는 경제활동 및 이와 연계된 경제활동은 배제함 - 제조 및 서비스업의 온실가스 감축 활동을 폭넓게 인정하기 위해 별도로 온실가스 감축 설비 구축·운영 기준을 마련하여 ‘녹색부문’에 포함함
전환 부문	<ul style="list-style-type: none"> - 중소기업 사업장 온실가스 감축 활동, 액화천연가스(LNG) 및 혼합가스 기반 에너지 생산, 블루수소 제조, 친환경 선박 건조, 친환경 선박 운송등의 경제활동 포함 - 화석연료를 일부 포함하지만, 중간단계로서 과도기적으로 필요한 경제활동이므로 한시적으로 녹색분류체계에 포함함 - 블루수소 제조 등 기포화된 경제활동이라 할지라도 기술개발 동향 등을 감안하여 온실가스 감축 수준을 강화해 나간다는 방침 제시

자료: 환경부 보도자료(2021.12.30.). 한국형 녹색분류체계 제시..녹색금융 활성화 기대

2) 판단 프로세스

기업이나 금융기관, 또는 이들을 지원하는 전담기관은 녹색채권, 녹색여신, 녹색펀드 등 녹색 금융 활용을 위해 경제활동이 녹색분류체계에 해당하는지 충족 여부를 판단할 필요가 있다. 이에 녹색분류체계의 적합성은 활동기준, 인정기준, 배제기준, 보호기준의 네 가지 기준을 모두 충족하는 경우 적합한 것으로 판단한다.

[그림 3-4] 녹색분류체계 적합성 판단절차



자료: 환경부(2021). 한국형 녹색분류체계(K-Taxonomy) 가이드라인. p. 15.

3) 활용방안 및 기대효과

기업과 금융기관이 보유한 자산, 프로젝트, 기업 활동에 대해 한국형 녹색분류체계의 적합성 여부를 판단하여 그 결과를 대외에 공개할 수 있다. 기업의 사업 부문 중 특정 사업이 한국형 녹색분류체계의 적합성 기준을 만족한다면, 해당 사업의 매출 비중 정보를 공개할 수 있다.

금융기관은 금융상품별(채권, 여신, 펀드 등)로 한국형 녹색분류체계의 적합성 판단기준에 적합한 녹색금융상품 비중 정보를 대외공개할 수 있고, 한국형 녹색분류체계 적합성 판단기준을 충족하는 전체 자산 대비 비중을 공개할 수 있다.

단, 적합성 판단 결과 및 비중 정보공개는 기업이나 금융기관 간의 객관적인 비교가 가능해야 한다.

4) 향후 계획

한국형 녹색분류체계는 녹색위장행위(그린워싱)를 예방하면서 국내 탄소중립과 지속

가능발전목표에 기여할 수 있는 명확한 방향을 제시해야 한다. 따라서 환경부는 국내 정책, 국제동향, 기술개발 수준 등을 고려하고, 다양한 이해관계자의 의견을 수렴하여 본 가이드라인을 2~3년 주기로 지속적으로 보완해 나갈 예정이다.

또한, 한국형 녹색분류체계의 본격 적용에 앞서 시장 수용성과 적용 가능성을 높이기 위해 기업, 금융기관 등과 함께 시범사업을 추진하고 그 결과를 토대로 미흡한 점은 수정·보완할 예정이며 녹색금융에 본 가이드라인이 활용될 수 있도록 안내할 계획이다.

한국형 녹색분류체계는 프로젝트 중심의 녹색채권과 녹색 프로젝트 파이낸싱에 먼저 적용될 것으로 예상되며, 녹색여신·녹색펀드 등으로 확대 적용될 것으로 전망된다.

4. K-ESG 가이드라인

국내외 기업의 평가기준 및 투자의 기준으로 ESG의 중요성이 높아지고, 공급망 실사 등의 협력사들에 대한 ESG 준수 요구가 지속적으로 확산되고, 주요 선진국들을 중심으로 ESG 공시에 대한 규범화가 이루어지는 등 기업의 ESG 경영의 필요성이 증대하고 있다.

반면 ESG 도입 필요성 증대로 인한 국내기업의 ESG 경영에 대한 애로사항이 증가하고 있다. 기업에서 체감하는 ESG 경영의 필요성은 높아지고 있지만, ESG 경영 착수, 목표 설정, 구체적 실천 등에 대해 경험 및 정보가 부족한 실정이다. 이러한 문제는 특히, 중소·중견기업의 경우 시간, 비용 등과 같은 현실적인 어려움까지 더해져 ESG 경영의 도입 및 추진에 더 어려움을 겪고 있다.

또한, 국내외에서 ESG 관련 600여개 이상의 평가지표가 개발되어 있으나, 기업별 평가기준 및 방식을 파악하기 어려운 실정이다. 글로벌 ESG 평가기관들은 기관별 고유한 평가지표, 프로세스, 측정방식 등을 기반으로 하고 있어, 기업 입장에서는 일관된 평가 대응이 어려운 상황이다.

이에 K-ESG 가이드라인은 국내 기업이 우선적으로 고려해야 하는 ESG 경영의 요소와 평가기관에서 가장 많이 다루는 평가항목 제시를 위해, 국내외의 주요 평가지표와 공시 기준 등을 분석하여 공통적이고 핵심적인 61개 사항을 마련했다. 주요 평가기관들이 사용하는 공시방법, 사용단위 등 항목별 평가기준 기반의 항목해설서를 제공하여 기업에서

의 이해도를 제고하고자 했으며, 각 분야별 전문가, 기관, 관계부처 등의 의견을 반영하여 글로벌 기준에 부합하면서 국내기업에서 활용 가능한 항목들로 구성했다. 또한, 글로벌 기준 기본 진단항목과 글로벌 기준에서 일부 사용되거나 국내에서 중요시하는 ESG 경영 요소를 추가 진단항목으로 구분하여 제시했다.

1) K-ESG 주요내용

K-ESG는 정보공시와 E, S, G 등 총 4개 영역에서 27개 범주, 61개의 기본 진단항목으로 구성되어 있다.

〈표 3-8〉 K-ESG 가이드라인 진단항목

영역	범주	진단항목
정보공시(P)	정보공시 형식	ESG 정보공시 방식
		ESG 정보공시 주기
		ESG 정보공시 범위
환경(E)	정보공시 내용	ESG 핵심이슈 및 KPI
	정보공시 검증	ESG 정보공시 검증
	환경경영 목표	환경경영 목표 수립
		환경경영 추진체계
		원부자재 사용
	원부자재	재생 원부자재 비율
		온실가스 배출량 (Scope1 & Scope2)
	온실가스	온실가스 배출량 (Scope3)
		온실가스 배출량 검증
	에너지	에너지 사용량
		재생에너지 사용 비율
	용수	용수 사용량
		재사용 용수 비율
	폐기물	폐기물 배출량
	오염물질	폐기물 재활용 비율
		대기오염물질 배출량
사회(S)	환경 법/규제 위반	수질오염물질 배출량
		환경 법/규제 위반
	환경 라벨링	친환경 인증 제품 및 서비스 비율
	목표	목표 수립 및 공시
	노동	신규 채용 및 고용 유지
		정규직 비율
		자발적 이직률
		교육훈련비
		복리후생비
	다양성 및 양성평등	결사의 자유 보장
		여성 구성원 비율

영역	범주	진단항목
	산업안전	여성 급여 비율(평균 급여액 대비)
		장애인 고용률
		안전보건 추진체계 산업재해율
	인권	인권정책 수립
		인권 리스크 평가
	동반성장	협력사 ESG 경영
		협력사 ESG 지원
		협력사 ESG 협약사항
지배구조(G)	지역사회	전략적 사회공헌
		구성원 봉사참여
	정보보호	정보보호 시스템 구축
		개인정보 침해 및 구제
	사회 법/규제 위반	사회 법/규제 위반
	이사회 구성	이사회 내 ESG 안건 상정
		사외이사 비율
		대표이사 이사회 의장 분리
		이사회 성별 다양성
	이사회 활동	사외이사 전문성
		전체 이사 출석률
		사내이사 출석률
		이사회 산하 위원회
	주주권리	이사회 안건 처리
		주주총회 소집 공고
		주주총회 집중일 이외 개최
	윤리경영	집중/전자/서면 투표제
		배당정책 및 이행
	감사기구	윤리규범 위반사항 공시
		내부감사부서 설치
	지배구조 법/규제 위반	감사기구 전문성(감사기구 내 회계/재무 전문가)
		지배구조 법/규제 위

출처: 관계부처합동. (2021). K-ESG 가이드라인.

2) K-ESG 가이드라인의 활용

① 중소·중견기업의 활용

중소·중견기업의 ESG 경영 추진은 현실적인 어려움으로 실질적 정보 및 노하우 확보에 어려움이 존재하고, 부담이 될 수 있으며, ESG 경영 수준 확인을 위한 진단항목 및 진단 기준에 대한 정보가 없어 ESG 관련 성과 데이터의 체계적 관리가 필요한 실정이다.

K-ESG 가이드라인에서는 중견·중소기업의 ESG 경영 추진을 위한 기본 점검 진단항목을 선별하여 제시하였으며, 과도한 투자비용(설비·인력 투자비용 등)이 발생하지 않는 범위 내에서 ESG 경영 추진 및 개선 가능한 기본진단항목을 제시함으로써 중견·중소기

업의 ESG 대응역량을 강화할 수 있도록 하였다. 향후 중견·중소기업을 위한 K-ESG 가이드라인이 별도 개발될 예정이며, 기업 현실을 고려하여 진단항목 및 단계별 기준 수정·보완 예정이다. 중소·중견기업의 ESG 경영 추진을 위한 기본 진단항목은 총 4개 영역, 17개 범주, 27개 진단항목으로 구성되어 있다.

〈표 3-9〉 중소·중견기업을 위한 K-ESG 가이드라인

영역	범주	진단항목
정보공시(P)	정보공시 형식	ESG 정보공시 방식
		ESG 정보공시 주기
		ESG 정보공시 범위
	정보공시 검증	ESG 정보공시 검증
환경(E)	환경경영 목표	환경경영 추진체계
	원부자재	원부자재 사용량
	온실가스	온실가스 배출량 (Scope1 & Scope2)
		온실가스 배출량 검증
	에너지	에너지 사용량
	용수	용수 사용량
	폐기물	폐기물 배출량
	오염물질	대기오염물질 배출량
		수질오염물질 배출량
사회(S)	노동	정규직 비율
		결사의 자유 보장
	다양성 및 양성평등	여성 구성원 비율
		여성 급여 비율(평균 급여액 대비)
	산업안전	장애인 고용률
		안전보건 추진체계
	동반성장	산업재해율
		협력사 ESG 경영
		협력사 ESG 지원
	지역사회	협력사 ESG 협약사항
전략적 사회공헌		
지배구조(G)	이사회 구성	구성원 봉사참여
	이사회 활동	이사회 내 ESG 안건 상정
		전체 이사 출석률
		이사회 안건 처리
	주주권리	주주총회 소집 공고
윤리경영	윤리규범 위반사항 공시	

자료: 관계부처합동(2021.12), 「K-ESG 가이드라인」.

② 국내 ESG 평가/검증기관의 활용

K-ESG는 기존의 ESG 평가를 담당했던 기관들은 기존 평가지표를 개발하는 데 활용할 수 있고, 신규 기관의 경우 새로운 평가지표를 개발하면서 자율적인 참고자료로써 활용할 수 있다. 국내에서는 현재 한국기업지배구조원, 서스틴베스트, 대신경제연구소의 한국 ESG 연구소 3개 기관이 ESG 평가를 진행하고 있는데, 평가절차, 평가척도, 평가방법, 평가항목 및 지표는 각 기관별로 차이가 있다. 또한 대신경제연구소의 경우 평가 지표나 결과보고서에 대해서 개별적으로 기업에 전달할 뿐 공개하지 않고 있다.

〈표 3-10〉 국내 ESG 평가기관별 평가절차, 척도, 방법 및 지표

구분		한국기업지배구조원		서스틴베스트			
평가절차		① 평가준비 (평가기업선정, 기초 데이터 수집)		① 평가 모형개선 및 업데이트			
		▼		▼			
		② 평가수행 (기본 및 심화평가, ESG 평가 피드백)		② 데이터 수집			
		▼		▼			
		③ 등급부여 (우수기업 인터뷰, 정기 등급부여)		③ ESG 평가 (지표평가, Controversy 평가, 대규모 기업집단 리스크 평가)			
평가척도		▼		▼			
		④ 결과분석 및 등급조정 (기본·요약보고서 발간, 등급조정)		④ Verification			
		▼		▼			
				⑤ 점수 산출 및 등급부여			
				▼			
평가방법				⑥ 등급조정 (ESG 영역별 성과 미흡 기업, 재무이슈 발생 기업)			
		S ~ D		AA ~ E			
		기업 공시자료		기업 공시자료			
		평가 지표	환경 (E)	① 환경 경영	목표 및 계획 수립	① 혁신 활동	친환경 혁신역량
					친환경공급망 관리		환경성 개선성과
청정생산 시스템							
환경위험관리	② 생산 공정				환경사고 예방 및 대응		
환경회계					공정관리		
환경성과관리					온실가스		
환경감사				③ 공급망 관리	친환경공급망 관리		
② 환경 성과	자원						
	기후변화						
	환경법규 및 규제						
	친환경 제품 및 서비스						

구분	한국기업지배구조원		서스틴베스트	
사회 (S)	③ 이해 관계자 대응	환경보고	④ 고객 관리	그린 마케팅
		이해관계자 대응 활동		
	① 근로자	고용 및 근로조건	① 인적 자원 관리	근로조건
		노사관계		고용 평등 및 다양성
		직장 내 보건 및 안전		노사관계 관리
		인력개발 및 지원		근로자 보건 및 안전
	② 협력사 및 경쟁사	공정거래	② 공급망 관리	공정거래
		부패방지		상생협력
	③ 소비자	사회적 책임 촉진	③ 고객 관리	공급사슬관리
		소비자 공정거래		고객정보보호
		소비자 안전 및 보건		소비자 만족 경영
		소비자 개인정보 보호		품질관리
	④ 지역 사회	소비자와의 소통	④ 사회 공헌 및 지역 사회	국제 이니셔티브
		지역사회 참여 및		가입 및 활동
		사회공헌		사회공헌활동
지배 구조 (G)	① 주주 권리 보호	지역경제 발전	① 주주의 권리	지역사회와 소통
		지역사회와의 소통		경영권 보호장치
	② 이사회	주주권리의 보호 및 행사 편의성	② 정보의 투명성	주주총회
		소유구조		주주가치 환원
	③ 감사 기구	경영과 실배분		공정공시
		계열회사와의 거래		공시위반
	④ 정보 공개	이사회 구성 및 운영	③ 이사회 구성과 활동	회계 투명성
		이사회 평가 및 보상		이사의 선임
	⑤ 지속 가능 경영 인프라	이사회 내 위원회		이사회 구성
		감사기구 구성		이사회 활동
		감사기구 운영		검사 및 감사위원회
		공시 일반	④ 이사의 보수	이사 보수의 적정성
	⑥ 지속 가능 경영 인프라	홈페이지 공시		보상위원회
				관계사 우발채무
				관계사 거래
				내부거래 위반

자료: 문헌 자료를 토대로 연구자 정리

③ 투자기관의 활용

다양하게 운영되고 있는 ESG 평가기준으로 기업의 ESG 경영성과 수준의 직접적인 비교가 어려운 실정에서 공통의 ESG 경영성과 평가기준을 도입하게 되면 국내기업 간

의 ESG 경영성과 수준의 직접 비교의 가능성을 확보할 수 있을 것이다. 이렇게 되면, 공적자금의 운용을 위한 평가기관을 선정하거나 투자여부를 결정하는 데 ESG 평가의 신뢰성을 확보하여 근거로 활용할 수 있다.

또한, 민간금융의 투자를 하는 데 자체적인 ESG 평가시스템을 구축하면서 K-ESG 가이드라인의 데이터 원천, 진단항목, 단계별 기준 등 정보를 활용할 수 있어 ESG 경영 평가체계나 진단항목을 개발하기 위한 노력과 비용을 절감할 수 있다.

5. 국내 관광 ESG 관련 정책

국내 관광분야 ESG 경영 관련 정책은 아직 공식적으로 추진되고 있는 것은 없으나 관광 주무부처인 문화체육관광부 기존 정책 중 ESG 관점에서 접근 가능한 정책들이 실행 중에 있다. 그러나 ESG 경영 관점에서의 정책이 부재하고, 기업들의 ESG 경영 추진을 위한 정책적 접근은 초기단계로 범정부 차원에서 설정한 기본적인 정책 방향을 이어가며, 관광기업들에 대한 연계 및 추가 지원 정책 마련이 필요할 것으로 판단된다.

〈표 3-11〉 관광분야 ESG 관련 정책

관리과제	년도	내용
국민 문화복지 증진	2017	<ul style="list-style-type: none"> - 경제적 여건으로 문화향유가 어려운 소외계층을 대상으로 문화예술여행·체육 활동기회를 제공하여 계층 간 문화 양극화를 해소하고 국민 문화복지 증진에 기여 - 국민들의 인식제고를 위한 교육, 캠페인 및 소수자 문화표현 기회 확대와 문화 주체 간 소통의 장 마련 및 문화예술교류 등으로 국민의 문화권리 확장과 문화적 자존감 고취
한국형 관광콘텐츠 육성	2017	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 체험관광 프로그램 확충(생태관광, 지역문화관광, 전통문화 체험관광, 둘레길 걷기 등)
협치가 있는 관광여가 사회 실현	2017~2021	<ul style="list-style-type: none"> - 여행주간 사업을 활용한 관광 취약계층 접근성 제고를 위한 열린 관광지 조성, 국내관광 활성화, 근로자 휴가지원 사업 제도 도입 및 예산 확보 등의 국민 관광복지 확대 - 관광산업 일자리 창출에 기여하기 위한 혁신적 관광벤처기업 육성 및 관광 두레 사업 추진 - 여행주간, 근로자 휴가지원제, 열린관광지 사업 등 추진 - 관광취약계층의 접근성 제고를 위한 무장애 관광환경 조성 - 생애주기별 맞춤형 여행지원 - 범부처 협의체인 국가관광전략회의 개최를 통한 관광활성화 - 4차 산업 혁명 관련 첨단기술을 관광분야에 적극적으로 도입하여 관광산업 혁신성장 기반 마련 및 스마트관광 생태계 조성
지속가능한 관광개발 추진	2017~2021	<ul style="list-style-type: none"> - 지역별 특화된 관광개발 사업을 통해 지역 관광명소 집중 육성으로 지역 균형발전과 지역경제 활성화에 기여 - 지역 관광개발 사업에 대한 추진 단계별 평가를 통해 개발사업의 성공적 시행 지원 및 재정 건전성 강화 - 기업도시 민간투자 활성화 및 경쟁력 있는 관광자원 확충
관광산업 발전기반 조성	2018~2021	<ul style="list-style-type: none"> - 지속적인 관광산업 일자리 창출 및 기업 육성 지원을 위한 관광산업 발전 기반조성(일자리 창출, 창업지원 및 육성, 취업지원) - 전통한옥, 안전민박, 야영장 등과 같은 다양한 관광숙박시설의 확충 및 지원, 강화를 통해 관광객 만족도 제고 및 지역관광활성화 - 혁신적 ‘관광벤처기업’을 발굴하여 성장단계별 맞춤형 지원을 통한 관광사업체 육성 및 일자리 창출을 통한 관광산업 성장기반 조성 - 지역 관광산업 성장 도모(관광두레 확대, 지역관광기업지원센터 조성, 관광산업 규제혁신 방안 발표) - 관광기업 발굴 및 육성, 지역관광산업 선순환 기반 조성, 관광산업 위기극복 지원 등 진행

자료: 문화체육관광부, 각년도 자체평가 결과보고서

제3절 소결

1. ESG 경영환경 조성을 위한 정부의 역할

1) ESG 경영 정착을 위한 지원

ESG 논의는 사회적 담론을 넘어 기업 및 투자자의 자발적 행동변화를 촉진하며, 메가트렌드로 부상하였다. 국제적으로 지속가능성을 위한 규제가 강화되면서 ESG 경영, 투자가 확산되고 있으며, ESG 기준에 대한 국제 표준화 작업에 착수하고 있다. EU를 비롯한 해외 정부에서는 ESG 정보공개제도와 같은 규율체계를 마련하고 있으며, 점차 법적 책임 부여와 기후변화의 재무적 영향 관련 공시체계 마련 등을 통한 금융당국의 감독체계를 강화하는 추세에 있다. 그동안은 EU가 글로벌 ESG 관련 정책을 선도해왔지만, 미국도 바이든 행정부에 들어오면서 정책 방향을 선화하여 ESG 정책에 적극적인 모습을 보이고 있다. 일본은 ESG 각각의 분야에서 고른 정책을 추진하고 있는 것이 특징이라고 할 수 있다.

〈표 3-12〉 국내외 ESG 정책사례 비교

	국내	EU(유럽연합)	미국	일본
정책	〈국내 ESG 대표정책〉 ①K-ESG 가이드라인 ②국가지속가능목표(K-SDGs) ③한국형 뉴딜종합계획 ④한국형 녹색분류체계(K-Taxonomy)	①EU 녹색분류체계규정(Taxonomy) ②지속가능금융공시규정(SFDR) ③EU 비재무정보보고지침(NFRD) ④기업지속가능성 공시규정(CSRD) ⑤공급망 실사제도(EU system of due diligence for supply chains) ⑥EU 탄소감축 입법안(Fit for 55)	〈미국의 E(환경)관련 대표정책〉 ①공중보건 및 환경 보호, 기후변화 대응을 위한 과학 복원 행정명령 ②국내외 기후위기 대응을 위한 행정명령 ③기후관련 금융위험 행정명령 ④탄소국경세 도입 검토(Carbon Border Adjustments)	〈일본의 E(환경)관련 대표정책〉 ①기후 관련 재무정보 공시에 관한 TCFD 지침 ②TCFD 지침 2.0 ③TCFD 시나리오 분석 실천 가이드 ver 3.0 ④부동산 분야 ⑤TCFD 대응지침 ⑥2050년 탄소중립 실현을 위한 녹색성장전략 ⑦기후 및 전환금융에 대한 기본지침 ⑧시장형성능력 지표
	〈윤석열 정부의 ESG 정책공약〉 ①탄소중립 이행방안 마련을 통한 녹색경제 전환 - 탄소중립 이행방안 조정, 탄소무역장벽 대응, 지역 및 국민 탄소			

	국내	EU(유럽연합)	미국	일본
	<p>중립 실천, 녹색분류체계의 보완, 녹색산업과 기술의 육성</p> <p>②기후위기에 강한 물 환경과 자연생태계 조성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 안전한 스마트 물 관리, 물서비스 품질 제고, 환경시설 현대화, 생물다양성 보전 <p>③미세먼지 걱정없는 푸른하늘</p> <ul style="list-style-type: none"> - 초미세먼저 국내 감축, 고농도 미세먼지 대응, 초미세먼지 국외 유입 저감, 실내 공기질 관리 강화 <p>④재활용을 통한 순환 경제 완성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 발생량 저감, 화수 선별 고도화, 고부가가치 재활용, 바이오가스 확대 		<p>〈미국의 S(사회)관련 대표정책〉</p> <p>①인종 형평성 행정 명령 (racial equity)</p> <p>②연방정부 계약직 노동자 최저임금 인상 행정명령</p>	<p>Ver1.0</p> <p>〈일본의 S(사회)관련 대표정책〉</p> <p>①Diversity 2.0 행동지침</p> <p>②100대 우수사례선정 및 표창 제도</p> <p>③나데시코 종목</p> <p>④건강경영 종목</p> <p>⑤건강경영 우량법인 인증제도</p>
			<p>〈미국의 공기관 관련 대표 정책〉</p> <p>①ESG 공시 및 단순화법(2021년 6월 통과)</p>	<p>〈일본의 G(지배구조) 관련 대표정책〉</p> <p>①기업지배구조코드 CGS 지침(개정판)</p> <p>②사외이사 본연의 자 세에 관한 실무지침 (사외이사 지침)</p> <p>③기업지배구조코드 및 투자자·기업 간 대화 지침(개정안)</p>
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 ESG 논의 가속화에 따라 국내 ESG에 대한 정부와 기업의 적극적인 활동을 보임 - EU의 입법활동과 정책을 반영하여 수립이 이루어지는 편 - 2022년 5월 새정부 출범으로 ESG 정책에서 E가 강조되는 양상을 보이고 있으며, S,G의 경우 기업의 자율성이 증대됨 	<ul style="list-style-type: none"> - EU는 ESG 정책의 확산과 법제화를 매우 적극적으로 주도 - EU의 주요 정책 및 입법활동으로 EU뿐 아니라 국제적으로 타 국가 및 기업들의 정책에 영향 - 공급망 실사를 의무화하는 법안을 발표 (2022년 2월) - 리스크 억제에 중점을 두는 양상을 보임 	<ul style="list-style-type: none"> - 미국은 바이든 대통령 집권 이후 적극적인, 공격적인 ESG 정책수행 - 기후변화, 청정에너지, 불평등해소, 기업의 책임확대 및 투명성 증대, 인권강화 등 - 코로나 이후 S측면 특히, 직원들의 안전, 건강에 대한 관심이 증대 - 유럽과 마찬가지로 리스크 억제에 중점을 두는 양상 	<ul style="list-style-type: none"> - 일본은 E와 G에 중점을 둔 정책을 진행해왔지만, 코로나 팬데믹 이후 S측면에 대한 관심증가 - 일본 정부의 경우 G(지배구조)측면에서 글로벌 경쟁대응을 위해 기업지배구조 강화와 이사회 역할 강화 등을 추진 - 일본정부는 의무화보다는 기업이 참고 대응하도록 하는 실무 지침서 역할을 제공

자료: 문헌 자료를 토대로 연구자 정리

우리나라의 경우에도 실질적인 ESG 이행을 요구받고 있는 상황에서 국제적 목표 및 표준에 부합하면서 국내 실정을 반영한 ESG 정책을 마련하고 제도정비에 착수하는 등 발 빠르게 대응하고 있다. 광의적 시각에서 현재 정부의 모든 정책은 ESG 개념을 모두 포괄하고 있으며, K-SDGs 및 한국판 뉴딜정책 등은 세계적으로 확산되고 있는 ESG

논의와 대체적으로 부합되는 것으로 볼 수 있다.

일반적으로 ESG는 기업의 비재무적 가치 및 투자 관점에서 시장의 자율성을 기반으로 작동하고 있기때문에, 정부의 지나친 개입에 대해 회의적이다. 그럼에도 불구하고 ESG라는 새로운 생태계가 구축되고 있는 상황에서 사회의 모든 구성원이 새로운 생태계에 적응하고 혼란을 최소화하기 위한 가이드라인이 필요하며, 국내 기업이 국제적 리스크에 대응할 수 있도록 지원하는 것이 정부의 역할이라 할 수 있다.

〈표 3-13〉 국내 ESG 주요 정책 요약

구분	목적	주요내용
K-ESG 가이드라인	<ul style="list-style-type: none"> - ESG의 중요성이 높아지고, 주요 선진국들을 중심으로 ESG 경영의 필요성이 증대되면서 국내기업의 ESG 경영에 대한 애로사항 증가 - 국내외 600여개 이상의 평가표가 개발되어 있으나, 기업입장에서 일관된 대응체계수립을 위한 평가기준 및 방식이 필요 	<ul style="list-style-type: none"> - K-ESG는 총 4개 영역, 27개 범주, 61개의 기본 진단항목으로 구성 - 중견·중소기업의 ESG 경영 추진을 위한 기본 점검 진단항목 선별하여 제시 - 기업, 국내 ESG 평가·검증기관, 투자기관 등에서 활용 가능
국가지속가능목표(K-SDGs)	<ul style="list-style-type: none"> - K-SDGs는 사회, 환경, 경제 등 전 분야를 포괄하여 17개의 목표를 수립 - 특정 분야에 치우침 없이 골고루 수립하게 됨으로써 균형적 수립을 목표로 함 	<ul style="list-style-type: none"> - 국제사회와 연계한다는 의미와 각 계층을 대표하는 이해관계자 그룹, 민간전문가 중심의 작업반이 참여하여 상향식으로 수립되고 있어 국민과 함께 만드는 목표라는 의미가 있음 - 지속가능발전 기본계획은 국제적 합의 이행과 국가의 지속가능발전 추진을 위해 계획 기간을 20년으로 하고, 지속가능발전 기본계획을 5년마다 수립
한국형 뉴딜종합계획	<ul style="list-style-type: none"> - 코로나 19뿐 아니라 기후변화로 인한 위기로 저탄소, 친환경 경제에 대한 요구가 증대되면서 그린 경제로 전환이 촉진되고, 그린 경제는 국민 삶의 질을 개선, 전 세계적 투자 확대 등에 따라 일자리나 신산업 창출의 기회를 줌 - 국제적인 그린 경제 전환 가속화 속에서 글로벌 시장 내 경쟁우위 상실을 피하기 위해서는 국내에서도 속도를 내야함 	<ul style="list-style-type: none"> - 혁신적 포용국가를 지향하기 위하여 한 국판 뉴딜정책이 발표 - 디지털뉴딜, 그린뉴딜, 안전망강화 3대 분야에 대해 다음 10대 대표과제를 중심으로 총 28개 과제(디지털 뉴딜 12개, 그린 뉴딜 8개, 안전망 강화 8개)를 추진 중
한국형 녹색분류체계(K-Taxonomy)	<ul style="list-style-type: none"> - 진정한 녹색경제 활동인기에 대한 명확한 원칙과 기준을 제시함으로써 더 많은 녹색 자금이 녹색 프로젝트나 녹색기술로 흘러 들어갈 수 있도록 지원하기 위해 개발 	<ul style="list-style-type: none"> - 환경부는 2021년 개정된 「환경기술 및 환경산업 지원법」에 따라 한국형 녹색 분류체계를 수립 - 녹색채권을 발행하는 기관들은 한국형 녹색분류체계를 활용하여 진정한 녹색경제 활동에 해당하는 프로젝트를 선정하여 투자자들의 신뢰를 증진할 수 있음

자료: 문헌 자료를 토대로 연구자 정리

또한, ESG가 제조(공급) 기반의 대기업을 중심으로 한 산업 생태계에 초점이 맞춰져

있는 것은 서비스업 등 소비자 중심의 산업 및 중소기업으로의 확산을 어렵게 한다. 예를 들어, 전체 기업의 99.9%를 차지하는 중소기업의 입장에서는 ESG 경영이 자칫 비용 부담으로 인식될 수 있고, 공급망에 속해 있지 않거나 직접 투자 대상이 중소기업이 아닌 경우 도입 필요성에 대한 인식이 매우 낮을 수 있다. 더불어 서비스업 등 소비자 중심의 산업의 경우 현재 논의되고 있는 다양한 ESG 지표들과의 정합성이 매우 낮은 상황으로 ESG 확산을 위한 시장의 메커니즘이 잘 작동하지 않을 수 있다. 따라서 정부는 ESG 생태계에 존재하는 기업, 투자자, 정부, 금융기관 등 다양한 이해관계자들 간에 발생할 수 있는 불균형의 문제를 완화시킬 수 있는 역할과 함께 전산업에서 ESG 경영문화가 정착될 수 있는 지원마련이 요구되고 있다.

2) 정부 차원의 ESG 경영 가이드라인 설정

ESG 분야에 정부의 역할이 필요한 또 하나의 이유는 ESG에 대한 국제사회의 합의가 이루어지지 않았다는 점에서 찾아볼 수 있다. 이러한 다양한 ESG경영 관련 기준 및 가이드라인에 대한 비판의 목소리와 업계 도입의 어려움이 나타나고 있는데, Berg et. al.(2019, 2021)의 연구에서는 공신력 있는 평가기관 6개의 평가지표를 분석한 결과, 상관계수가 0.54에 불과하였으며, 기업성과에 따른 평가기준 사후조정에 대한 현상도 발견되었음을 지적하였다. OECD(2020)의 연구에서도 기존의 신용평가 점수와 달리 기관별 편차가 매우 심각한 것으로 조사되었다.

현재 경영공시/보고 기준으로는 국제적으로 GRI기준, TCFD기준, SASB기준, ISSB 기준(예정) 등이 있으며, 평가기준은 MSCI, Sustainalytics, Refinitiv 등 평가기관별로 고유한 모델을 사용하고 있다. 우리나라의 경우 한국거래소의 ESG 정보공개 가이드라인, 금융위원회의 SASA 기준 국문 번역, 한국기업지배구조원의 ESG 모범규준 개정판, 산업통상자원부의 K-ESG 가이드라인, 환경부의 녹색채권가이드라인 및 한국형 녹색분류체계(K-Taxonomy) 등이 활용되고 있다.

이에 기업들에게 스스로 ESG 이행수준을 진단하고 평가에 대비할 수 있는 기준을 정부에서 제시할 필요성이 제기되었고, 그 대표적인 결과물이 산업통상자원부의 K-ESG 가이드라인이라 할 수 있다. K-ESG 가이드라인을 통해, 기업들은 자율적인 ESG 진단 및 평가가 가능하며, 특히, 비용, 인력, 시간 등의 제한으로 ESG 경영 도입이 어려운

중소기업들에게 ESG 경영도입 및 지표설정에 큰 도움이 될 것으로 판단된다. 물론, ESG 분야에 대한 정부의 개입자체가 사실상의 강제효과를 유발할 수 있다는 점, K-ESG 지표의 적절성 및 국내 지표들과의 중복성 등에서 문제가 발생할 수 있다. 하지만, 국제적으로 합의가 이루어지지 않은 상태에서도 기업들은 ESG 경영을 실천해야 하는 상황이기 때문에, 일정수준 합의된 ESG 경영 가이드라인의 필요성이 높다고 할 수 있다. 이러한 정부의 역할은 현재로서는 가이드라인에 대한 업계의 니즈가 가장 높을 수 있겠으나, 향후에는 다양한 측면에서 정부차원의 신뢰성 있고 표준적인 정보를 제공해야 할 상황이 발생할 수 있을 것으로 보이며 이에 대한 정부의 선제적인 역할이 필요할 것으로 판단된다.

2. 관광분야에서의 적용

한편, ESG 경영에 대한 국제적 논의 과정에서 관광산업까지 포괄하고 있지 않다. 또한, 정부 정책 등에서 체계적인 ESG 관련 정책을 찾아보기는 어려운 실정이며 공공기관, 협회 등을 중심으로 ESG에 대한 업계의 관심 유도 및 확산을 위한 기초적인 활동을 시작한 것으로 보인다.

다만, ESG 개념이 확산 되고 생태계가 구축되기 시작한 것은 불과 2-3년이라고 해도, ESG 자체가 지속가능성에 기반을 둔 오랜 역사를 배경에 두고 있는 것과 마찬가지로 관광산업에서도 지속가능관광, 공정관광, 책임관광 등 유사한 추진 사례를 찾아볼 수 있다. 다음은 책임관광의 특징으로 ESG 개념이 잘 반영되어 있음을 알 수 있다(Harold Goodwin, 2002).

- 부정적인 환경적, 사회적, 문화적 영향을 최소화한다.
- 현지인들에게 더 많은 경제적 이익을 주고, 산업의 노동조건과 접근성을 개선하여 현지 사회의 행복을 증진시킨다.
- 현지인들의 삶에 영향을 주는 결정에는 그들을 참여시킨다.
- 자연 문화 유산을 보호하고 세계의 다양성을 유지하는 데 기여한다.
- 현지인들과의 더 의미 있는 관계를 통해, 그리고 현지의 문화적, 환경적 문제에 대한 더 많은 이해를 통해 관광객에게 보다 즐거운 경험을 제공한다.

- 문화적으로 섬세하며 관광객과 현지인 사이의 존중을 이끌어낸다.

따라서, 정부에서는 지금까지 관광산업 내에서 이루어진 지속가능성에 대한 다양한 논의 및 가이드라인을 종합하고 수정·보완하면서 관광기업의 ESG 경영 확산 정책으로 연결시키는 것이 필요하다. 구체적으로는 관광산업의 특성을 반영한 ESG 경영 가이드라인을 마련하는 등 관광기업들이 ESG 경영에 대한 이해도를 높이고 실천할 수 있도록 지원할 필요가 있다.

더불어 관광산업의 특성 상 관광주체로서 관광객의 활동이 매우 중요한 산업이다. 관광객의 ESG 경영에 대한 관심과 참여는 관광산업의 ESG 경영 확산에 중요한 영향요인이 될 것이다. 최근 기후변화의 물리적 위험을 체감하고 ESG 경영에 대한 다양한 정보를 접하게 되면서 소비자의 소비행태 및 기업에 대한 요구가 변화하고 있고 대표적인 사례가 ‘착한소비’ 트렌드라고 할 수 있다.

관광산업에서도 이러한 트렌드가 이미 많은 관광객들의 행동에 영향을 미치고 있는 것은 사실이다. 그러나 일탈성으로 대표되는 관광활동의 경우, 관광객의 윤리적 기준과 실천율 사이에 괴리가 더 크게 나타날 가능성이 높다. 따라서 ESG 도입을 위해서는 변화의 주체로서 관광객을 변화시키려는 노력이 보다 적극적으로 필요하며, 이는 기업을 포함하여 정부의 역할이 필요한 부분이라고 할 수 있다.

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구

제4장

관광기업 ESG 실천 사례 분석

제1절 사례분석 개요

1. 관광기업 활동영역과 ESG

가치소비를 지향하는 소비자의 증가는 구매로부터 추구되는 경제적 가치를 넘어서 사회·회적가치를 창출할 수 있는 제품 구매 의향을 높여 오고 있으며 특히, ‘미닝아웃’(소신소비)이 사회적 가치에 관심이 높은 MZ 세대를 주축으로 확산되고 있다. 이에 따라 기업들도 제품의 생산과 유통, 소비 단계에서 가치 지향적 마케팅이 이루어지고 있다.

관광에서의 가치소비에는 역사문화의 보존, 지역 생태계의 보호 등 공정관광, 책임관광, 지속가능한 관광의 개념이 부여되며 관련 여행상품의 구매로 이루어지고 있다.

정부의 규제에 따라 2022년부터는 50실 이상 숙박업소에서는 일회용 위생용품 무료 제공이 없어지는 등 관광소비자들의 구매 및 이용 환경이 변화하고 있는 상황이다.

관광에서의 ESG 가치추구는 기준 지표로서의 ESG 활용뿐만 아니라 관광기업의 수익 활동과 연계되어 이루어질 수 있음을 내포하고 있다.

따라서 소비자 가치소비에 대한 인식을 파악해서 이를 포함할 수 있는 기업의 가치추구 활동을 유도, 평가하고 기업 입장에서 근본적인 경제적 가치 창출, 즉 수익창출로 이어질 수 있는 선순환구조 구성이 필요하다.

소비중심의 관광산업의 특성상 ESG 경영을 통해 추구하고 있는 영역이 단순히 기업의 운영 영역이 아닌 관광객들의 관광상품 이용에 따른 가치 추구 방법이 설정되어 있을 것으로 예상된다.

본 연구에서 탐색하고자 하는 사례들은 현재 지속가능보고서를 발간하는 등 ESG 경영 활동을 외부적으로 공시하고 있는 국내의 기업을 중심으로 선정하였으며, 여행업, 숙박업, 유원시설업, 국제회의업 등으로 구분하여 사례를 제시하였다.

2. 사례 분석의 틀

기업 운영의 영역은 종사원을 중심으로 하는 내부 고객과 소비자를 중심으로 하는 외부 고객으로 구분할 수 있으며, ESG 추구방향에 있어 기업 운영 측면과 상품 측면으로 구분 될 수 있다.

친환경 목재 활용 사무실 구성, 인신매매 피해 생존자를 채용하여 야생 탐험 가이드 활동을 지원하는 유형들은 내부 고객 대상 추구 사례로 볼 수 있으며, 여행자가 인도 산악 마을에서 탐험대가 되어 자연을 탐사하고 각 가구에 태양광 패널과 전구를 설치하는 자원봉사 프로그램을 운영하는 것은 외부 고객 대상 추구 사례로 볼 수 있다.

따라서 기업의 활동영역을 내/외부 고객을 중심으로 이원화하고, ESG 영역별 중심가치에 대한 경영활동의 방향 및 활동 유형 등을 구조화하여 사례를 검토하였다.

먼저 ESG 경영활동의 사례를 가지고 있는 관광산업에서 활동 중인 기업들을 선정하였다. 선정한 기업들의 ESG 경영사례를 검토하고, 각 활동들을 환경(E), 사회(S), 기업지배구조(G)로 구분하여 정리하였다.

마지막으로 각 분야별 활동의 대상을 기업 내부와 외부로 구분하여 ESG 분야와 활동 영역에 따른 실천 활동들을 도출하였다.

〈표 4-1〉 사례 분석의 틀

구분	추구 가치	기업 활동 대상	
		내부(기업 운영 측면)	외부(기업 고객 측면)
환경(E)	에너지, 온실가스, 탄소 절감, 재활용	-	-
사회적 가치(S)	인권, 지역사회 기여 등	-	-
지배구조(G)	의사결정, 기업구조, 인사, 경영 정책 등	-	-

제2절 관광기업 ESG 경영 실천 사례

1. 여행업

가. 익스피디아 그룹

익스피디아 그룹은 호텔·항공권 등 여행에 관한 온라인 예약 처리, 예산 맞춤 여행 서비스, 각종 액티비티를 제공하고 있으며, 웹사이트 및 응용 프로그램을 개발하여 서비스하고 있는 기업으로 같은 이름의 온라인 여행사(Online Travel Agency, OTA)를 운영하고 있다.

2020년부터 글로벌 임팩트 보고서와 포용성·다양성 보고서를 발간하며 ESG경영 실천에 동참하기 시작했다. 글로벌 임팩트 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative), 탄소정보공개프로젝트(CDP), 지속가능성 회계 기준위원회(SASB)등과 같은 프레임워크를 따라 작성되었다.

익스피디아는 지난 몇 년 동안 고객, 직원, 지역사회, 그리고 익스피디아가 지원하는 전 세계 여행지 등을 고려하여 주요 이해 관계자들에게 미치는 영향을 파악하고 우선순위를 평가하였는데, 이에 따라 보고서에서 ESG 우선 영역을 「Environment」, 「Responsible Tourism」, 「Our People」, 「Community」, 「Governance」의 5분야로 나누고 그에 따른 활동 내용 및 성과를 기술하고 있다.

「Environment」는 온실가스배출과 에너지 영역에 주목하고 있다. 여행자에게 더 나은 정보를 제공하고 여행 제공업체가 상품의 지속가능성을 개선하도록 장려하기 위해 Travalyst Coalition에 가입했으며, 글래스고 관광 기후 행동 선언에 서명하였으며, 향후 십 년 동안 배출량을 절반으로 줄이고 2050년 이전에 Net Zero 배출량에 도달하기 위한 계획을 수립했다. 본사는 LEED certified, Salmon-Safe headquarters와 같이 친환경 관련 인증을 획득하였으며, 녹색 업무공간을 늘리고 온실가스 배출량 감소를 위

한 온실가스 배출 작업 공간을 마련하였다. 에너지 효율성 최적화 및 탄소발자국 줄이기 위한 활동도 활발히 전개하고 있다.

「Responsible Tourism」은 지속가능한 관광과 재해 복구 영역에 초점을 두고 있다. 유네스코와 지속 가능한 관광 및 유산 보존을 위한 글로벌 협약에 서명하여 책임 있는 관광 산업을 가속화하는 데 중점을 두고 있다. 또한 재해 복구를 위한 다양한 활동을 전개하고 있는데 그 예로 허리케인 마리아로 피해를 입은 카리브해의 피해복구를 위해 파트너십을 체결하였으며, 카리브해 관광산업 회복을 위해 국제 재난 구호 활동에서 태양열 및 탄소 음극 솔루션 제공, 나무심기 등 지역사회 복원을 위한 활동을 지원하고 있다.

「Our People」은 편익 및 포용과 다양성 영역에 주목하고 있다. 직원에게 복리후생 혜택을 제공하고 있으며, 코로나19로 인한 의료보험 확대, 정신건강을 위한 복지 확대, 유연근무제등을 시행하고 있다. 직원편익을 위한 또 다른 활동으로 평생학습 수강료 지원, 커리어 지원, 여가 보상, 출산 혜택등도 지원하고 있다. 다양성 관점에서는 직원 중 여성과 타 인종이 차지하는 비율을 확대할 예정이며, 포용과 다양성을 지원하는 다양한 교육 및 협의체를 운영하고 있다.

「Community」는 커뮤니티 참여 및 직원 매칭에 주목하고 있다. 글로벌 돌봄의 날을 지정해서 지역사회에 환원하는 활동을 전개하고 있다. 60개국, 246개의 오피스에서 8,900명의 직장인이 500개 이상의 프로젝트에 참여하고, 260만 달러를 기부(2019년, 2020년 통합데이터)했다. 또한 암만의 난민촌에 있는 교육센터 정원에서 식물심기, 서울의 장애인 지역센터에서 자원봉사, 두바이에서 사막 클린업 주최, 해변에서 바다거북과 알을 구조하는 푸켓의 해양생물학센터 지원등 해외 여러곳에서 다양한 봉사 활동을 전개하고 있다. 코로나19 구호 활동에도 참여하였는데 코로나19 위기로 인해 관광 파트너에게 27,500만 달러를 지원하고, 코로나19위기 동안 1,600명의 자원봉사자들이 지역사회를 지원하기 위해 참여하였으며, 35,000시간 자원봉사를 실천하였다. 또한 글로벌 앰배서더 프로그램을 통해 직원들을 관광목적지 문화에 몰입시켜 그 지역의 관광과 지속가능한 생활을 지원하는 데 영향을 미치고 변화를 주도하는 데 노력을 기울이고 있다.

「Governance」는 윤리, 개인정보 보호 및 보안 영역이다. 행동강령 및 법에 대한 이해 및 준수, 인권보호, 개인정보 보호 및 보안, 기업의 책임 감독에 대한 활동을 통해

강력한 거버넌스를 구축하고 있다.

〈표 4-2〉 익스피디아 ‘Global Impact Report 2020’ 하이라이트

구분	중심 내용	주요활동	성과	ESG 구분
ENVIRONMENT	온실가스배출 에너지	<ul style="list-style-type: none"> 기후변화협약 본사 친환경 관련 인증서 보유 녹색 업무공간 온실가스 배출량 감축 에너지 효율성 최적화 탄소발자국 줄이기 	<ul style="list-style-type: none"> LEED certified 및 Salmon-Safe headquarters 인증 온실가스 배출량 감소를 위한 고객 지원 이니셔티브(Egencia 온실가스 배출 작업 공간, 탄소 계산 및 예약 옵션 디스플레이) 등 데이터 센터와 연계된 탄소 배출량 69% 감소 등 본사 통근 1인 차량 24% 감소 (2018-2019) 등 	E
RESPONSIBLE TOURISM	지속가능한 관광 재해 복구	<ul style="list-style-type: none"> 관광산업의 지속가능 활동 	<ul style="list-style-type: none"> UNESCO와 지속가능한 관광 및 유산 보존을 위한 글로벌 협약 체결 허리케인 마리아로 피해를 입은 카리브해의 피해복구를 위해 파트너십 체결 카리브해 관광산업 회복을 위해 지역사회 복원 참여 국제 재난 구호 활동에서 태양열 및 탄소 음극 솔루션 제공 나무심기 	S
OUR PEOPLE	편익 포용과 다양성	<ul style="list-style-type: none"> 포용과 다양성 포용과 다양성 지원 코로나19로 인한 직원 배려 직원 편익 	<ul style="list-style-type: none"> 모든 직원(100%)에게 복리후생 혜택 제공 전체 직장의 51%가 여성(2020년 12월 기준) 인권 캠페인 재단의 ‘2021년 기업 평등 지수’에서 만점(100점) 획득 2025년 말까지 모든 레벨에서 여성이 차지하는 비율 50%까지 확대 2025년 말까지 미국인 이외의 타 인종(민족) 고용률 25%까지 확대 포용과 다양성 자문위원회 운영 포용 비즈니스 그룹 운영 포용과 다양성 교육 의료보험 확대 정신건강을 위한 복지 확대 일과 삶의 균형을 위한 유연근무제 시행 직장&일 이니셔티브: 트랜스젠더 서비스 지원, 입양 지원 프로그램, 예비 교육, 출산 혜택 등이 포함 평생학습 수강료 환급 프로그램 커리어 맵핑 세션 여가(여행) 보상(연간 최대 \$1,250) 	S

구분	중심 내용	주요활동	성과	ESG 구분
COMMUNITY	커뮤니티 참여 직원 매칭	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 돌봄의 날: 지역사회에 환원 선물 및 자원봉사 시간 매칭 지역사회 자원봉사 위원회 코로나19 구호 	<ul style="list-style-type: none"> 60개국, 246개의 오피스, 8,900명의 직장인이 500개 이상의 프로젝트에 참여하고, \$260만 기부(2019년, 2020년 통합데이터) 암만의 난민촌에 있는 교육센터 정원에서 식물심기 서울의 장애인 지역센터에서 자원봉사 두바이의 사막 클린업 주최 해변에서 바다거북과 알을 구조하는 푸켓의 해양생물학센터 지원 외 해외 여러 곳에서 다양한 봉사 활동 \$1,090만 기부, 85,600시간 자원봉사 푸드뱅크, 어린이 프로그램을 지원, 멘토십과 기술 기반 이니셔티브에 기여 - 코로나19 위기로 인해 관광 파트너에게 \$27,500만 지원 약속 코로나19 위기 동안 1,600명의 자원봉사자들이 지역사회를 지원하기 위해 참여 코로나19와 같은 여건 속에서도 35,000시간 자원봉사 글로벌 앰배서더 프로그램: 직원들을 관광목적지 문화에 몰입시켜 그 지역의 관광과 지속가능한 생활을 지원할 수 있는 방법 모색 	S
GOVERNANCE	윤리 개인정보 보호 및 보안	<ul style="list-style-type: none"> 행동강령 및 법에 대한 이해 및 준수 인권보호 개인정보 보호 및 보안 기업의 책임 감독 	<ul style="list-style-type: none"> Code of Conduct 이행 Vendor Code of Conduct 서명 global Modern Slavery Statement 서명 개인보호 정책 실시 	G

나. 부킹홀딩스

부킹홀딩스는 여행 및 레스토랑 온라인 예약 및 관련 서비스를 제공하는 부킹닷컴(Booking.com), 렌탈카닷컴(Rentalcars.com), 프라이스라인닷컴(priceline.com), 카약(KAYAK), 아고다(agoda), 오픈테이블(OpenTable)의 브랜드를 소유하고 있다. 부킹홀딩스는 지속가능한 관광산업에 관심을 갖고 ESG경영 활동을 꾸준히 실천해온 회사이며, 2016년부터 5년간 꾸준히 지속가능경영보고서(Sustainability Report)를 발간하고 있다. 2020년 지속가능경영보고서는 GRI(Global Reporting Initiative)의 기준을 토대로 작성되었으며, 중요성 평가를 수행하였다.

보고서는 지속가능성을 토대로 「Sustainable Travel」, 「Sustainable Operation」, 「Taking Care of Our People」, 「Business Excellence Foundation」의 4분야로 나누고 그에 따른 활동 내용 및 성과를 기술하고 있다.

「Sustainable Travel」은 지속가능한 여행 프로그램과 안전한 여행 영역에 주목하고 있다. 여행자를 위한 지속가능한 여행 옵션을 개발(탄소저감 버스, 하이브리드 렌터카, 그린택시 상품, 탄소발자국 기준 항공편 카테고리 추가)하고 여행제공업체 파트너사가 활용할 수 있는 지속 가능성 핸드북을 제작하였다. ‘여행 지속가능 배지’를 출시하여 심사를 통해 여행 숙박시설 및 관광부문에서 온실가스 배출에 크게 기여한 파트너사에게 배지를 제공 함으로써 지속가능한 숙박시설 인증 및, 잠재고객 참여를 유도하는 데 노력하고 있다. 팬데믹 기간 동안 고객이 안전하게 지낼 수 있도록 검역 또는 대체 숙박을 위한 검색 및 예약 옵션 제공하고 있다.

「Sustainable Operation」은 환경적 책임(탄소배출량 감소)과 지역사회참여에 초점을 맞추고 있다. 환경분야에서는 지속가능한 항공 연료 개발 기술에 투자하고, 하이브리드 작업방식을 통한 출퇴근을 통해 자동차 배기가스 배출량 감소에 기여하고 있다. 데이터센터, 브랜드 마케팅, 전문 서비스 및 소프트웨어 영역에서 공급업체와 협력을 통해 에너지 소비 감소를 주도하고 있다. 지역사회 분야에서는 자원봉사 프로그램을 통해 지역사회를 지원하고 코로나19로 타격을 받은 지역사회를 지원하고 있다. 또한 자연재해로 피해를 입은 전세계 사람들을 위한 기부활동 및 해변청소, 필리핀 고래 상어 및 서식지 보존 프로그램에 기부하는 등 환경보전에 힘쓰고 있다.

「Taking Care of Our People」은 직원과의 소통과 다양성, 포용 및 소속, 웰빙과 건강, 지속적인 학습 문화 제공과 같은 활동에 주목하고 있다. 직원들의 복지 향상을 위해서 팬데믹 기간에 가상 작업 환경을 마련하여 재택 근무가 가능하게 하였으며, 유연하게 근무할 수 있는 모델을 모색하고 있다. 또한 직원들의 사회적 고립에 맞서기 위해 웰빙과 직원 참여 프로그램을 개발하였다. 다양성 및 포용성 운영 위원회 운영하여 각종 차별로부터 직원들을 보고하고 있다. 특히 헬프라인을 운영하여 직장내 괴롭힘, 차별 징후를 보고할 수 있도록 하였다.

「Business Excellence Foundation」은 기업 지배구조, 규정 준수 및 윤리, 인권 프로그램 운영, 고객 개인 정보 및 데이터 보호에 주목하여 활동을 전개하고 있다. 그 결과 ESG 경영 구조를 조직하였고, 준법 및 윤리팀을 운영하여 임직원 대상 윤리대사 프로그램

램을 운영하고 있다. 또한 글로벌 윤리의 날, 이해상충의 날(Conflicts of Interest) 이벤트를 개최하여 직원들의 인권 보호에 앞장서고 있다. 인권 관련 UN 가이드 원칙 이행 을 통해 성희롱, 젠더 기반 폭력, 차별, 괴롭힘 등으로부터 직원을 보호하고 고객에게 인권 및 고위험 지역 여행에 대한 정보를 제공하는 등의 활동을 전개하고 있다.

〈표 4-3〉 부킹홀딩스 ‘Sustainability Report 2020’ 하이라이트

구분	활동내용	성과	ESG 구분
지속가능한 여행	<ul style="list-style-type: none"> 지속가능한 여행 프로그램 안전한 여행 	<ul style="list-style-type: none"> 여행자를 위한 지속가능한 여행 옵션 개발 (탄소저감 버스, 하이브리드 렌터카, 그린 택시 상품, 탄소발자국 기준 항공편 카테고리 추가) 여행제공업체 파트너사가 활용할 수 있는 지속 가능성 핸드북 제작 ‘여행 지속가능 배지’ 출시: 심사를 통해 여행 숙박시설 및 관광부문에서 온실가스 배출에 크게 기여한 파트너사에게 배지 제공 (지속가능한 숙박시설 인증 및, 잠재고객 참여 유도) 팬데믹 기간 동안 고객이 안전하게 지내수 있도록 검역 또는 대체 숙박을 위한 검색 및 예약 옵션 제공 폭력, 차별 안전 위험 등 전 세계 안전문제에 대해 모니터링 및 분석하여 직원들에게 긍정적이고 안전한 작업 환경 제고, 고객과 비즈니스 파트너의 신체적, 정신적 웰빙 보호 목표 	S
지속가능한 운영	<ul style="list-style-type: none"> 환경적 책임(탄소배출량 감소) 지역사회참여 	<ul style="list-style-type: none"> 비즈니스 여행 최적화 지속가능한 항공 연료 개발 기술 투자 하이브리드 작업방식을 통한 근무(자동차 배기가스 배출량 감소) 데이터센터, 브랜드 마케팅, 전문 서비스 및 소프트웨어영역에서 공급업체와 협력을 통해 에너지 소비 감소 주도 자원봉사 프로그램을 통한 지역사회 지원 Covid-19 대응 지역사회 지원 자연재해로 피해를 입은 전세계 사람들을 위한 기부활동 환경 보존(해변청소, 세계자연기금과 함께 나무심기, 여행자 환경인식 개선과 예방접종 장려: 예방접종을 받은 여행자가 예약할 경우, 그 여행자 이름으로 세계자연기금에 기부 	E, S

구분	활동내용	성과	ESG 구분
		<ul style="list-style-type: none"> 필리핀 고래 상어 및 서식지 보존 프로그램에 기부, 리사이클링: 플라스틱 병, 유리병 교환금 기부) 	
직원케어(Taking Care of Our People)	<ul style="list-style-type: none"> 직원과의 소통 다양성, 포용 및 소속 웰빙과 건강 지속적인 학습 문화 제공 	<ul style="list-style-type: none"> HR 리더와 학습 개발에 대한 협업을 통한 인재 관리 팬데믹 기간에 가상 작업 환경과 재택 근무 사무실 사회적 고립에 맞서기 위해 웰빙과 직원 참여 프로그램에 집중 원격 근무 방식을 채택하고 재택 근무가 재개될 때 유연하게 근무할 수 있는 모델을 모색 사무실 및 재택 플렉스 프로그램의 하이브리드 작업실 운영 1개월 재택 근무와 같이 인력을 지원하기 위해 고안된 활동 및 정책 다양성 및 포용 운영 위원회 운영 규정준수 헬프라인 운영(괴롭힘, 차별 징후 보고) 성별, 인종, 민족에 관계없는 평등한 임금 지불 격년으로 급여 형평성 연구 다양한 외부 파트너와 협력을 통해 교육 및 자원 파트너십 체결 하이브리드 작업장 지원 글로벌 정신 건강 이벤트 직원 건강 및 안전 추가 직원 복리 후생(휴가 정책, 육아 휴직, 보너스 휴가 등) 	S
비즈니스 엑셀런스 파운데이션	<ul style="list-style-type: none"> 우리 기업 지배구조 우리의 규정 준수 및 윤리 인권 프로그램 운영 고객 개인 정보 및 데이터 보호 	<ul style="list-style-type: none"> ESG 경영 구조 준법 및 윤리팀 운영 임직원 대상 윤리대사 프로그램 운영 글로벌 윤리의 날 개최 이해상충의 날(Conflicts of Interest) 이벤트 개최 공급업체 행동 강령(Supplier Code of Conduct) 제시 인권 관련 UN 가이드 원칙 이행 성희롱, 젠더 기반 폭력, 차별, 괴롭힘 등으로부터 직원 보호 고객에게 인권 및 고위험 지역 여행에 대한 정보 제공 	G

나. 하나투어

하나투어는 국내 7개 계열사와 720개의 공식인증예약센터를 보유하고 있으며, 다양하고 전문화된 여행상품과 서비스를 제공하는 여행기업이다. 하나투어는 사회적 책임을 실천하며, 다양한 이해관계자들과의 소통을 위해 ESG 경영을 도입하고 지속가능경영보고서를 발간하고 있다.

하나투어의 지속가능경영보고서는 국제 지속가능성 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards의 가이드라인을 기준으로 GRI Index에 기초하였고, 재무 성과는 K-IFRS(한국채택국제회계기준) 연결기준으로 작성되었다.

하나투어는 핵심 가치인 「Shape Everyday Dreams: 매일 꿈을 열다. 설레는 꿈을 잇다」 아래 「안전 보건», 「공정거래», 「고객경영», 「동반성장», 「인권 경영», 「인재 경영», 「환경경영», 「사회 공헌」 측면에서 ESG경영 활동 성과를 취합하여 기술하고 있다.

「안전 보건」 영역에서는 안전과 건강을 위해 안전 보건을 경영 목표로 정하고 그에 따른 안전보건 방침을 세우고 담당부서 및 교육활동을 통해 직원들의 안전 보건 교육을 진행하고 있고 현지 협력사들에게는 고객 안전의 필수 요소인 CPR 교육을 진행하여 안전사고에 대비할 수 있도록 노력하고 있다. 또한 임직원 건강 및 보건 관리, 산업재해 발생이 없도록 노력하고 있다.

「공정거래」 영역에서는 소비자, 경쟁사, 협력사와 함께 공정거래를 이룩하기 위해 ‘공정거래자율준수프로그램(CP: Compliance Program)’을 도입하고, 공정하고 자유로운 시장경제 질서에서 신뢰와 협력관계를 강화하는 등 상호발전을 위한 노력을 실천하고 있다. 이에 공정거래 자율준수 원칙, 공정거래 모니터링 프로세스, 자율준수 프로그램, 부패 방지 프로세스, 임직원 부패 방지 교육을 진행하고 있다.

「고객경영」 영역에서는 다양한 여행 상품의 개발, 고객 안전관리, 피해보상, 고객정보 보호등을 통해 고객의 니즈에 적합한 다양한 상품을 제공, 안전한 여행이 될 수 있도록 시스템을 마련하고 있다. 특히 고객들이 여행 통해 환경을 보호하고 탄소저감 활동을 하며 지역 경제에 활성화에 영향을 줄 수 있도록 지속 가능 여행상품 개발에 노력하고 있다.

[그림 4-1] '지속 가능 여행상품: 스위스' 환경지키기 활동

책임감 있는 지속 가능 여행 Sustainable Tourism

- ① 스위스 패스를 활용하여 기차, 버스, 유람선, 대중교통 이용으로 CO2 저감효과
- ② 숲속 오두막에서 먹는 신선하고 풍성한 식자재를 활용한 스위스 정통 풍류
- ③ 루체른 호수 지역에서 생산된 육류, 채소류를 사용한 BBQ 체험
(현지에서 제철에 나는 농산물을 이용하여 정성스럽게 차려진 밥 한끼로도 탄소 중립 프로그램에 도움을 줄 수 있습니다. 현지 식물을 즐기면 탄소 배출량을 약 7%까지 줄일 수 있다고 합니다.)
- ④ 탄소저감 프로그램 참여하는 항공사/호텔 사용
- ⑤ 트럭의 방수포, 자전거 바퀴속의 튜브, 자동차 안전벨트를 재활용해 가방을 제작하는 프라이탁 플래그십 스토어 방문.

환경을 지키는 Eco Challenge

- ① 일정중에 개인 쓰레기 분리수거를 철저히 합니다.
- ② 플라스틱 배출을 줄이기 위해 일정 중 텀블러를 사용합니다.
- ③ 담배꽂초로 인한 해양 오염을 막기 위해 일정 중 금연을 합니다.

「동반성장」은 하나투어와 현지 여행지에서 함께 업무를 수행하는 협력사와 상생에 초점이 맞추어진 활동이다. 책임있는 공급망 관리를 실현하고, 동반성장 프로그램을 운영하며, 협력사 교육을 통해 업무 경쟁력을 높이는 데 노력하고 있다.

「인권 경영」 영역에서 하나투어는 모든 임직원의 안전과 건강을 위한 활동에 중점을 두고 있다. 인권 경영 방침, 인권 경영 세부 지침, 인권 예방 프로세스, 인권 예방 추진 과제, 인권 침해 예방 프로그램, 인권 교육과 같은 활동을 포함하고 있다.

「인재 경영」 영역에서 하나투어는 임직원 개인의 역량이 기업의 경쟁력을 좌우한다는 인식하에 글로벌 인재육성을 위한 교육체계를 강화하고 있다. 아울러 노동환경 변화에 적극적으로 대응하며 육아 휴직 및 유연근무제 장려, 임직원 복리 후생 제도 강화, 임직원 소통 강화에 선제적으로 대응하고 있다.

「환경경영」 영역에서 하나투어는 환경경영을 전사적인 차원에서 체계적으로 추진하고자 환경 경영 방침을 세우고 환경 경영 의사 결정 조직을 구축하였으며, 환경 평가 체계 및 목표를 수립하고 실천활동에 참여하고 있다. 사내 캠페인과 환경 교육, 법인 차량 교체, 폐기물 배출 감소, 임직원 봉사활동등이 이에 포함된다.

「사회 공헌」 영역에서 하나투어는 활발한 활동을 전개해 나가고 있다. 업계 최초로 'CSR(Corporate Social Responsibility)팀'을 조직하고 수익의 일부를 적립해 소외계층 다양한 여행 프로젝트 및 문화예술 프로젝트를 진행하고 있다. 또한 사회봉사활동 및 기부 활동을 통해 글로벌 CSR의 비전을 확장해 나가고 있다.

〈표 4-4〉 하나투어 '지속가능경영보고서(2020-2021)' 하이라이트

구분	성과	ESG 구분
고객 경영	<ul style="list-style-type: none"> 패키지 여행상품의 변화 다양한 테마의 접목 경쟁력 있는 결합 상품 실시간 판매 Live 커머스 여행 일정 설계 플래너 하나 Original 꿈을 담은 특별한 여행 지속 가능 여행상품: 스위스, 제주 웰니스 산업 연수 프로그램 개발 고객 안전 관리 여행지 안전 관리 프로세스 여행지 안전 대진단 하나투어 안심여행 "safety&Joy" 여행자 보험 보상범위 확대 소비자 피해보상 및 처리기구 고객 정보 보호 	S
안전 보건	<ul style="list-style-type: none"> 안전보건 방침 담당부서 및 교육활동 임직원 건강 및 보건 관리 산업 재해율 	S
공정 거래	<ul style="list-style-type: none"> 공정거래 자율준수 원칙 공정거래 자율준수 조직도 공정거래 모니터링 프로세스 자율준수 프로그램 부패 방지 프로세스 임직원 부패 방지 교육 	S
동반 성장	<ul style="list-style-type: none"> 공급망 관리 동반성장 상생요소 동반성장 프로그램 <ul style="list-style-type: none"> - 정기 간담회 - 정기 방문 교육 및 특화 프로그램 - 정기 평가 협력사 교육 <ul style="list-style-type: none"> - 교육 프로그램 - 메타버스 교육 진행 협력사 프로그램 업그레이드 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 교육 프로그램 업그레이드 협력사 뉴스 레터 정기 발송 협력사 교육 훈련 체계 협력사 교육 결과 	S
인권 경영	<ul style="list-style-type: none"> 인권 경영 방침 인권 경영 세부 지침 인권 예방 프로세스 인권 예방 추진 과제 인권 침해 예방 프로그램 인권 교육 	G

구분	성과	ESG 구분
인재 경영	<ul style="list-style-type: none"> • 인재 육성 방침 • 임직원 역량 강화 -신입사원 입문 교육 -부서, 계층별 교육 -글로벌 인재 육성 교육 • 자율 복장 운영 • 임직원 교육 체계 • 육아 휴직 및 유연근무제 장려 • 임직원 복리 후생 제도 • 임직원 소통 강화 - 대표이사 간담회 - 전체 워크샵 	S
환경 경영	<ul style="list-style-type: none"> • 환경 경영 방침 • 환경 경영 의사 결정 조직 • 환경 평가 체계 • 환경 목표 수립 • 환경 목표 달성 계획 • 환경 목표 실천 활동 - 사내 캠페인과 환경 교육 - 법인 차량 교체 - 폐기물 배출 감소 - 임직원 봉사 활동 - TCFD 가입 • 지속가능한 여행 상품 개발 	E
사회 공헌	<ul style="list-style-type: none"> • 하나투어 문화재단 - 희망여행 - 문화예술희망여행 - 볼런투어 - 투어챌린저 - 투어챌린저하이スクール - 글로벌프렌즈 - 희망봉사단 - GW프로젝트 - 지역기부활동 - 마일리지기부 • 희망 나눔 기부금 • 사회 봉사 활동 -[지구별 여행학교] 커피로 하나되는 우리들의 희망 - [일사일동 지역 봉사 활동] • 기부 활동 	S

2. 숙박업

가. 메리어트 인터내셔널

메리어트 인터내셔널(이하 메리어트)은 당사가 사업을 운영하는 모든 지역에서 긍정적이고 지속가능한 영향을 주고자 지속가능성 및 사회 공헌 프로그램인 Serve 360을 운영하고 있다. Serve 360 플랫폼은 2030년의 글로벌 목표인 유엔 지속가능발전목표(UN-SDGs)에 대응하는 목표를 설정하고 긍정적인 변화를 주도하기 위해 전 세계에서 강력하고 영향력 있는 이니셔티브를 적극적으로 실행하고 있다. 또한 목표 달성을 위한 ESG경영 활동을 매년 Serve360 리포트를 통해 공개하고 있다.

메리어트의 Serve 360 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) 공개 프레임워크를 따르며, 이해 관계자에게 당사의 운영, 전략 및 거버넌스에 대한 정보를 제공할 뿐만 아니라 이해 관계자 참여에 대한 접근 방식과 환경, 사회 및 거버넌스(ESG) 주제에 대한 보고를 목표로 한다.

메리어트의 Serve 360 은 「Doing Good in Every Direction: 모든 방향에서 선을 행함」이라는 목표 아래 「Nurture」, 「Sustain」, 「Empower」, 「Welcome」의 핵심축을 세우고 전 세계적으로 긍정적인 변화를 주도하기 위해 강력하고 영향력 있는 이니셔티브를 적극적으로 실행하고 있다.

「Nurture」는 메리어트가 사업을 하는 지역 사회의 회복력과 지속 가능한 개발을 포함하고 있다. 코로나 19 지원하고 지역사회 자원봉사와 투자를 하고 있으며, 30년 동안 전 세계 어린이들을 위해 주요 비영리 단체를 후원하고 있다. 재해가 발생하면 지역 호텔 및 설립된 구호 단체와 협력하여 지역 사회의 요구 사항을 평가하고 대응하며, 개발 및 회복력을 위한 자금을 지원함으로써 동료 및 지역 사회에 선한 영향력을 미치고 있다. 2020년에는 삼림 벌채, 부수어획, 산호초 황폐화 등에 이르기까지 환경 문제에 초점을 맞추고 세계의 천연 자본 자원을 지원하기 위해 다양한 프로젝트에 투자하고 있다.

「Sustain」은 책임 있는 운영 유지에 관한 영역이다. 가치 사슬 전반에 걸쳐 지속 가능성을 통합하고 기후 관련 위험을 완화하는 동시에 환경 영향을 줄이고 지속 가능한 호텔을 건설하고 운영하며, 책임감 있는 소신을 위한 활동을 지속하고 있다. 물 사용량과 탄소저감을 위해 노력하고 있으며, 폐기물 처리를 위한 방법론 개발 및 업계 회원들

과 협력하고 있다. 전력 소비량의 일정부분을 재생 에너지로 조달하고 있으며, 환경관련 한 다양한 인증에 따라 호텔을 경영하는 데 힘쓰고 있다. 또한 공급업체와 상생하기 위해 환경 및 비즈니스 측면을 평가하고 전사 현지 소싱 가이드를 개발하고 있다.

「Empower」는 기회를 통한 권한 부여에 관한 영역이다. 다양한 인구, 여성, 장애인, 재향군인 및 난민에 초점을 맞춘 공급망을 포함하여 사업장의 준비와 사업 기회의 접근을 보장하기 위해 선도적인 비영리 단체와 협력하는 등의 활동을 진행하고 있다. 지역 사회에서 접객 기술과 기회를 개발하기 위해 2010년부터 800만 달러 이상 투자하고 있으며, 2020년 말 기준 메리어트 글로벌 임원의 44%가 여성, 유색인종은 미국 경영진의 20.5%를 차지하는 것으로 나타나 다양성 및 기회를 확대해 나가고 있다.

「Welcome」은 인권교육 및 옹호에 관한 영역으로 메리어트는 모두를 위해 안전하고 환영하는 세상을 만드는 것을 목표로 친여행 정책을 지지하고 사람들이 다른 문화를 경험하고 이해할 수 있는 프로그램을 지원하고 있다. 또한 비즈니스 전반에 걸쳐 인권을 교육하고 옹호하며 존중하기 위해 선도적인 비영리 단체와 협력하고 있다. 그 결과 2016년부터 약 5,000명의 직원이 인신매매 인식 교육을 이수하였다. 인권 기준이 포함된 메리어트의 중앙 조달 그룹에 의해 91개 계약 협상 및 서명이 이루어졌다. 또한 청년 인권문제에 선도적인 역할을 하는 미국 평화연구소 청년 평화 구축 기금을 지원하고 있다.

〈표 4-5〉 메리어트 인터내셔널 '2021 Serve 360 report' 하이라이트

구분	중심 내용	활동 내용	성과	ESG 구분
Nurture	지역 사회의 회복력과 지속 가능한 개발	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나 19 지원 • 지역사회 자원봉사 및 투자 • 아이들의 활력(Vitality of Children) • 재해구호 • 자연자본 	<ul style="list-style-type: none"> • 2016년 이후 550만 시간* 이상의 동료 자원 봉사 시간 기부 • 2016년 이후 자원봉사 시간의 32.6%가 아동 및 청소년 대상 • 2017년 이후 자원봉사 활동의 29.2%가 기술 기반 	S
Sustain	책임있는 운영 유지	<ul style="list-style-type: none"> • 지속가능한 건물과 적응적 재사용 • 에너지 및 배출 • 물 • 폐기물 	<ul style="list-style-type: none"> • 물 사용량 2016년 기준 대비 38% 증가 • 탄소저감 2016년 기준에서 32% 감소 • 폐기물 추적 및 보고 방법론을 개발하기 위해 세계자연기금(WWF) 및 호텔 업계 회원들과 협력 	E

구분	중심 내용	활동 내용	성과	ESG 구분
		<ul style="list-style-type: none"> 책임있는 소싱 	<ul style="list-style-type: none"> 전력 소비량의 0.8%를 재생 에너지로 조달 자산의 32% 지속가능성 표준인증 245개 호텔이 LEED®, BREAM® 또는 Estidama 인증을 받았거나 이를 준수 184개의 오픈 어댑티브 재사용 호텔 약 100개의 기존 공급업체의 환경 및 사회적 비즈니스 측면 평가 전사 현지 소싱 가이드 개발 평가된 제품 중 38%가 최상위 "리더" 카테고리에서 점수 획득 	
Empower	기회를 통한 권한 부여	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 다양성, 형평성 및 포용성 장애인 재향군인 난민 청소년 	<ul style="list-style-type: none"> 지역 사회에서 접객 기술과 기회를 개발하기 위해 2010년부터 800만 달러 이상 투자 2020년 말 기준 메리어트 글로벌 임원의 44%가 여성 2020년 말 기준 유색인종은 미국 경영진의 20.5%를 차지 	S
	인권교육 및 옹호	<ul style="list-style-type: none"> 인권 평화&문화 이해 	<ul style="list-style-type: none"> 2016년부터 약 5,000명의 직원이 인신매매 인식 교육 이수 5,000명 이상의 직원이 구매 교육 이수 인권 기준이 포함된 메리어트의 중앙 조달 그룹에 의해 91개 계약 협상 및 서명 미국 평화연구소 청년 평화 구축 기금 지원 	S
Welcome	직원케어 (Taking Care of Our People)	<ul style="list-style-type: none"> 직원과의 소통 다양성, 포용 및 소속 웰빙과 건강 지속적인 학습 문화 제공 	<ul style="list-style-type: none"> HR 리더와 학습 개발에 대한 협업을 통한 인재 관리 팬데믹 기간에 가상 작업 환경과 재택 근무 사무실 이용 가능 사회적 고립에 맞서기 위해 웰빙과 직원 참여 프로그램에 집중 원격 근무 방식을 채택하고 재택 근무가 재개될 때 유연하게 근무할 수 있는 모델을 모색 사무실 및 재택 플렉스 프로그램의 하이브리드 작업 1개월 재택 근무 정책 다양성 및 포용성 운영 위원회 운영 규정준수 헬프라인 운영(괴롭힘, 차별 징후 보고) 성별, 인종, 민족에 관계없는 평등한 임금 지불 격년으로 급여 형평성 연구 다양한 외부 파트너와 협력을 통해 교육 및 자원 파트너십 체결 하이브리드 작업장 지원 글로벌 정신 건강 이벤트 직원 건강 및 안전 추가 직원 복리 후생(휴가 정책, 육아 휴직, 보너스 휴가 등) 	S

구분	중심 내용	활동 내용	성과	ESG 구분
	비즈니스 엑셀런스 파운데이션	<ul style="list-style-type: none"> • 우리 기업 지배구조 • 우리의 규정 준수 및 윤리 • 인권 프로그램 운영 • 고객 개인 정보 및 데이터 보호 	<ul style="list-style-type: none"> • ESG 경영 구조 • 준법 및 윤리팀 운영 • 임직원 대상 윤리대사 프로그램 운영 • 글로벌 윤리의 날 개최 • 이해상충의 날(Conflicts of Interest) 이벤트 개최 • 공급업체 행동 강령(Supplier Code of Conduct) 제시 • 인권 관련 UN 가이드 원칙 이행 • 성희롱, 젠더 기반 폭력, 차별, 괴롭힘 등으로부터 직원 보호 • 고객에게 인권 및 고위험 지역 여행에 대한 정보 제공 	S,G

나. 위커힐 호텔 앤 리조트(SK 네트워크)

SK네트웍스는 지속가능한 기업으로 전환하기 위해, 2018년부터 기업 활동의 전반에서 발생된 사회적 가치를 정량적으로 측정하고 구성원과 이해관계자의 지속가능성을 확대해 나갔다. 또한, 2018년부터 매년 지속가능경영보고서를 발간하고 있다. 2020년 보고서에는 중대성 평가를 통해 도출된 ESG 이슈에 대한 전반적인 대응 방안을 E/S/G 관련 챕터들로 구성하여 SK네트웍스 및 자회사의 세부적인 활동과 성과를 공시하였다. 따라서 2009년 SK네트웍스에 인수합병된 위커힐 호텔앤리조트의 ESG 경영활동 성과를 본 보고서에서 확인할 수 있었다.

ESG 경영활동 중 환경(Environment) 분야에서 위커힐은 순환경제체계를 구축하고 기후변화에 대응하기 위해 노력하고 있다. 2021년에 국내 최초의 친환경 호텔 운영을 선언하고, 일회용품 사용 제로화, 환경오염 최소화, 신규 건축물 친환경 인증 추진 등 ESG 활동을 이행하고 있다. SK종합화학과의 MOU 체결을 통해 친환경 플라스틱 소재를 도입하는 기술 협력을 진행하고 있으며, 객실에 사용하는 제품을 친환경 제품으로 전환시키고 있다. 특히 객실 운영에 있어서는 PET-LESS(Paper/Energy/Trash 사용량 감축) 프로그램을 통해 호텔에서 사용하는 종이, 에너지, 폐기물을 감축하고 있다. 또한, 식음료에 사용되는 포장재, 제품들을 재활용 및 생분해 되는 재질로 변경하였으며 조리 메뉴는 친환경 식자재를 이용하여 개발하고 있다. 대외지원에 있어서는 ‘Zero Waste’ 챌린지, 친환경 대나무 칫솔을 판매하고 있다. 이외에도 위커힐은 세탁 업체 선정시

ESG 요소들을 평가에 반영하도록 구매 과정을 개선하는 등 환경 친화적인 경영을 실천하고 있다.

위커힐은 친환경 호텔의로의 전환을 목표로 온실가스 감축과 환경영향 저감을 위해 적극적으로 대응하고 있다. 2020년에는 노후한 조명 및 냉난방 장비를 에너지 고효율 제품으로 교체하여 온실가스 배출을 2년 전보다 10% 이상 감축하였으며, 광진구청 ‘에코 마일리지 우수 단체’로 선정되었다. 이외에도 태양광 발전시설을 운영해 하루에 LED 램프 약 1천 2백 개에 달하는 전력을 생산하고, 해마다 에너지 절약을 위한 글로벌 기후변화 캠페인 ‘어스 아워(Earth Hour)’에 참여하고 있다. 2012년 연간 약 3만 톤의 온실가스를 배출하여 온실가스 할당 대상업체로 지정된 위커힐은 온실가스 배출량과 에너지 사용량을 지속해서 모니터링하고, 배출량을 줄이기 위해 보일러 설비 개선, 태양광 발전 시설 설치 및 LED 전구 교체 등 다양한 저감 활동을 수행하고 있다. 그 결과 2020년 21,002톤의 온실가스를 배출하였고, 2012년 대비 배출량을 약 30% 감축하여 목표관리제 대상으로 변경되었다. 나아가 잔여 할당량을 매도함으로써 부가 수익을 창출하는 성과를 달성하였다. 이와 같이 위커힐은 친환경 경영 전략을 기반으로 지속가능경영을 강화하고 있다.

사회(Social) 분야는 제품 및 서비스 혁신, 구성원 행복, 지속가능한 공급망, 지역사회 기여에 관한 내용을 포함하고 있다. 제품 및 서비스 혁신영역에서는 온라인 고객관리 시스템을 도입하고 투숙 고객을 대상으로 만족도 조사를 실시하여 각 시설에 대한 항목별 만족도를 파악하고 있다. 2021년부터는 고객관리 시스템을 도입하여 위커힐 서비스를 이용하는 고객 프로필 및 현재 트렌드에 대해 면밀히 분석하고 이에 따른 맞춤형 서비스를 개발하기 위해 노력하고 있다.

구성원 행복 영역에서는 전 사업장 건물과 부근 지역에 대해(호텔 內) 자체적인 안전 리스크 평가를 실시하고 있다. 2020년에는 호텔 주변 난간대와 도로표지판, 도로방지턱 등 사고 발생이 가능한 시설물에 대한 도로 안전 리스크 평가를 실시하였다. 이외에도 2020년 작업환경점검 평가를 실시하여 시설 난간대 추락, 바닥 넘어짐, 화재 등 14개의 위험요인을 파악하였으며, 이 중 단기간 내 실행 가능한 조치(전체 과제의 42%)를 실행하고 남은 과제는 지속적으로 개선해 나가고 있다. 또한 위커힐 식품안전경영시스템 ISO22001 인증 지속을 유지하고 있어 체계적인 식품안전 및 위생관리를 실천하고 있다. 코로나19에 대응하기 위해 사내 구성원 건강감시 체계를 운영하고 감염유입경로를

차단하여 리스크 최소화, 감염인과관계 분석, 워커힐 비상대책기구 운영, 고객 점점 다중이용장 QR코드 운영 및 모바일 방명록 시스템 운영, 전 영업장 비대면 열화상 카메라를 도입하는 등 코로나19를 사전 차단하기 위해 노력하고 있다.

지속가능한 공급망 영역에서는 협력사와 동반 성장하기 위한 활동에 중점을 두고 있다. 협력사 선정 ESG 평가를 실시하여 환경에서는 폐수배출 시험성적서 및 특정 폐수배출 기준을 적용하고 사회분야에서는 장애인고용 우수 사업장 또는 관련 공공기관 MOU 체결 기준을 적용하고 있다. 또한 공급망 ESG 프로젝트를 통해 협력사의 ESG 시행가능 여부를 논의하고 있다.

지역사회 기여 영역에서는 지역사회와의 행복한 상생을 위해 한 끼 나눔 온(溫)택트 프로젝트를 진행하였다. 지방 자치 단체 및 소상공인과 협업하여 코로나19로 인한 매출 감소 타격을 입은 소상공인과 취약계층을 지원하는 도시락 나눔 프로젝트다. 코로나19 확산으로 인해 광진구 복지관 무료급식소 운영이 중단됨에 따라, 복지관 지정기탁금 기부 방식을 통해 소상공인이 제작한 도시락을 지역 독거노인에게 전달하였다. 도시락은 코로나19로 매출이 감소한 광진구 내 도시락 업체가 제작하였으며, 워커힐 조리팀이 해당 업체에 위생 및 메뉴 관련 컨설팅을 제공하였다. 2021년 1월부터 약 세 달간 총 2,940개의 도시락을 전달하였다.

〈표 4-6〉 2020 SK네트웍스 지속가능경영보고서 중 워커힐 ESG 경영활동 하이라이트

구분	활동내용	성과	구분
순환경제	<ul style="list-style-type: none"> • 워커힐 친환경 호텔 선언 	<ul style="list-style-type: none"> • 워커힐 친환경 상품 및 서비스 - 워커힐 객실 ✓ PET-LESS 프로그램 ✓ 터치프리 키 ✓ 어메니티 교체 ✓ 지류 사용 최소화 - 워커힐 식음료 ✓ 친환경 재생봉투 ✓ 종이 박스대이프 ✓ 유리잔 교체 - 대외지원 ✓ 'Zero Waste' 챌린지 ✓ 친환경 대나무 칫솔 판매 	E
기후변화	<ul style="list-style-type: none"> • 워커힐 '에코 마일리지' 우수단체 선정 	<ul style="list-style-type: none"> • 노후 조명 및 냉난방 장비를 에너지 고효율 제품으로 교체 • 태양광 발전시설을 운영해 하루에 LED 램프 약 1천 	

구분	활동내용	성과	구분
	<ul style="list-style-type: none"> 워커힐 온실가스 모니터링 	2백 개에 달하는 전력을 생산 <ul style="list-style-type: none"> 해마다 에너지 절약을 위한 글로벌 기후변화 캠페인 '어스 아워(Earth Hour)'에 참여 보일러 설비 개선 	
제품 및 서비스 혁신	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 고객관리 시스템(*U (당신/고객) Customer Relations System) 	<ul style="list-style-type: none"> 고객가치(CV)보드 운영 <ul style="list-style-type: none"> 고객 커뮤니케이션 채널 현황 ✓ 홈페이지/Mobile 앱 ✓ SNS ✓ 고객 접점(호텔내/외부) ✓ 투숙 고객 만족도조사 	
구성원 행복	<ul style="list-style-type: none"> 사업장 안전 보건 	<ul style="list-style-type: none"> 워커힐 자체 안전 리스크 평가 및 관리 워커힐 식품안전경영시스템 ISO22001 인증 지속 유지 코로나19 대응 ✓ 사내 구성원 건강감시 체계 ✓ 감염유입경로 차단하여 리스크 최소화, 감염인과관계 분석 ✓ 워커힐 비상대책기구 운영 ✓ 고객 접점 다중이용장 QR코드 운영 및 모바일 방명록 시스템 운영 ✓ 전 영업장 비대면 열화상 카메라 도입 	S,G
지속가능한 공급망	<ul style="list-style-type: none"> 협력사 동반 성장 	<ul style="list-style-type: none"> 협력사 선정 ESG 평가 실시 <ul style="list-style-type: none"> E: 폐수배출 시험성적서 및 특정 폐수배출 기준 적용 S: 장애인고용 우수 사업장 또는 관련 공공기관 MOU 체결 기준 적용 공급망 ESG 프로젝트: 협력사의 ESG 시행가능 여부 논의 	
지역사회 기여	<ul style="list-style-type: none"> 행복한 상생 	<ul style="list-style-type: none"> 한 끼 나눔 온(溫)택트 프로젝트 <ul style="list-style-type: none"> 광진구 독거노인 도시락 전달(3개월 총 2,940개) 	

3. 국제회의업

가. MCI group

MCI group은 스위스 제네바에 본사를 두고 전 세계 30개 국가에 60개지사를 두고 활동하고 있는 글로벌 국제회의 기획 기업이다.

MCI group은 Sustainability Annual Report(지속가능성 연차보고서)를 발간하고 있다. 지속가능보고서는 글로벌 보고 이니셔티브(Global Reporting Initiative) 지침을 따르며, 유엔지속가능개발목표(UN-SDGs)를 준수하고 있다. 또한 EcoVadis에 의한

보고서를 검증받고 있다

MCI는 「To bring people together and create a positive impact on our world: 사람들을 하나로 모으고 세상에 긍정적인 영향 미치기」라는 목표를 성취하기 위해 「피플 & 컬처」, 「안전보안」, 「책임 있는 사업」, 「고객 및 업계」, 「환경 영향」, 「커뮤니티 및 환원」, 「거버넌스」의 포커스 영역에서 기업으로서의 사회적 책임을 실천하고 있다.

「피플 & 컬처」 영역에서는 인간을 우선으로 하는 조직을 만들기 위해 건강한 근무환경을 위해 노력하고 있다. 2020년도 MCI 직원들의 총 온라인 학습 시간은 4,241시간으로 나타났다. 글로벌 CEO와 직원들과의 원활한 소통을 위해 4회 타운홀미팅을 개최한 것으로 나타났다. 또한 처음 Virtual Global Academy를 오픈하여, 887명 직원이 참여하였다. 직원들을 대상으로 한 설문조사에서 근무 만족도는 8.17점(10점 기준)으로 높게 나타난 것을 확인할 수 있었다.

「안전보안」 영역에서는 직원, 고객 및 참석자를 주의깊게 돌보며 안전 우수성 문화를 조성하는 데 초점을 두고 있다. 코로나19 관련 보건 안전 교육에 총 318시간을 투자하였으며, ‘코로나19 코디네이터’ 교육도 실시하였다. 가상 이벤트용 데이터 프라이버시 핸드북을 제작하고 직원 1,258명을 대상으로 데이터 보호(GDPR) 교육을 실시하였다.

「책임 있는 사업」 영역에서는 지속 가능성을 고객 가치 제안의 핵심 부분으로 만드는 데 노력을 기울이고 있다. 지속 가능성에 대한 클라이언트 프로젝트가 27개 진행되었으며, 89%의 고객이 MCI가 제공한 지속 가능성 솔루션을 통해 목표를 달성했다는 데 동의하였다. 책임 있는 소싱, 운영 및 판매 관행, 이벤트 제작을 다룬 온/오프라인 ‘지속 가능성 및 안전 교육’ 프로그램을 35회 실시하였다.

「고객 및 업계」 영역에서는 윤리적인 비즈니스 문화를 구축하고 정직하고 청렴하게 비즈니스를 수행하며 공급망과 업계 내에서 긍정적인 변화를 주도하는 데 중점을 두고 있다. 그 결과 내부고발자 제보는 0건으로 나타났으며, 직원, 클라이언트, 공급업체 및 업계 동료들을 포함하는 1,000명 이상이 지속가능성에 대한 교육을 받았다.

「환경 영향」 영역에서는 환경에 관한 지속가능성의 원칙을 회사 운영의 일상 업무에 일관되게 통합하는 데 중점을 두고 있다. 제네바에 위치하고 있는 MCI의 시청각 경험 디자인 에이전시인 Dorier는 ISO 14001 인증을 받았다. 또한 11,625그루의 나무를 보호하여 열대 우림을 살리는 데 노력하고 있다. 그 결과 12,595t의 CO2를 저장하는 효과를 거둘 수 있었다.

「커뮤니티 및 환원」 영역에서는 지역사회를 위한 가치를 창출하기 위해 책임과 배려의 문화를 구축하는 데 집중하고 있다. 38개의 커뮤니티 프로젝트를 지원하고 있으며, 지역사회에 기부하거나 무료 봉사한 시간은 1,435시간으로 조사되었다. 또한 +2,800만 달러 자선기금을 모금하여 지역사회를 위해 사용하고 있다.

「거버넌스」 영역에서는 MCI 그룹의 자문 위원회, 집행 위원회, 그룹 관리 팀 및 지역 리더십 팀을 통해 좋은 거버넌스와 지속 가능성을 실천하고 있다. 또한 자발적 보고를 통해 이해관계자들의 이익 개선을 위해 노력하고 있다.

〈표 4-7〉 MCI group ‘Sustainability Annual Report 2020’ 하이라이트

구분	활동내용	성과	ESG 구분
피플 & 컬처	<ul style="list-style-type: none"> 피플 퍼스트(사람이 먼저다) 책임감 있는 고용주 다양성을 통한 번영 학습문화 조성 인재양성 	<ul style="list-style-type: none"> 직원 온라인 학습 시간: 4,241시간 글로벌 CEO와의 타운홀미팅 4회: 직원과 소통하는 새로운 창구 Virtual Global Academy오픈: 직원 887명 참여 근무 만족도 평균 8.17점(10점 기준) 	S
안전보안	<ul style="list-style-type: none"> 안전한 작업 환경 클라이언트 프로젝트 평가 케어 의무(Duty of care) 데이터 및 정보 보안 사이버 보안 비즈니스 연속성 및 위기 관리 	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19 관련 보건안전교육 318시간 '코로나19 코디네이터' 교육 가상 이벤트용 데이터 프라이버시 핸드북 제작 데이터 보호(GDPR) 교육: 직원 1,258명 참여 	S
책임 있는 사업	<ul style="list-style-type: none"> 기업 윤리 공급망 관리 및 조달 	<ul style="list-style-type: none"> 지속 가능성에 대한 클라이언트 프로젝트가 27개 진행 89%의 고객이 MCI가 제공한 지속 가능성 솔루션을 통해 목표를 달성 지속 가능성 및 안전 교육 프로그램 35회를 실시(책임 있는 소싱, 운영 및 판매 관행, 이벤트 제작 관련) 	S
고객 및 업계	<ul style="list-style-type: none"> 책임감 있는 경험 만들기 협회의 지속 가능성 전략 기술 및 혁신 파워링 체인지(강력한 변화) 	<ul style="list-style-type: none"> 내부고발자 제보는 0건 직원, 클라이언트, 공급업체 및 업계 동료들을 포함하는 1,000명 이상이 지속가능성에 대한 교육 받음 	S
환경 영향	<ul style="list-style-type: none"> 지속 가능한 작업 환경 탄소 발자국 측정 배출량 감소 	<ul style="list-style-type: none"> MCI의 시청각 경험 디자인 에이전사인 Dorier는 ISO 14001 인증 11,625그루의 나무를 보호하여 열대 우림을 살리는 데 노력(=12,595tCO2 저장) 	E
커뮤니티 및 환원	<ul style="list-style-type: none"> 선을 위해 전문지식 사용 	<ul style="list-style-type: none"> 38개의 커뮤니티 프로젝트 지원 1,435 시간을 지역사회에 기부하거나 무 	S

구분	활동내용	성과	ESG 구분
	<ul style="list-style-type: none"> 환원 커뮤니티 인게이지먼트 어워드 	<ul style="list-style-type: none"> 료 봉사 시간을 제공 +2,800만 달러 자선기금 모금 	
거버넌스	<ul style="list-style-type: none"> 전담 지속 가능성 팀 및 오피스 챔피언 규정 준수 	<ul style="list-style-type: none"> 자문위원회 실행위원회 그룹 관리 브랜드 대행사 및 글로벌 리더십 팀 2007년부터 유엔글로벌콤팩트 가입 UN SDGs 통합 EcoVadis 평가 자발적 보고 	G

나. Messe Frankfurt

Messe Frankfurt(이하 메세)는 독일 프랑크푸르트에 위치한 전시장으로 글로벌 전시회를 기획, 개최하는 기업이다. 우리나라에도 지사가 있으며 메세가 주최하는 무역박람회 마케팅을 실행하고 있다.

메세의 CSR 전략적 방향⁹⁾은 수십 년 동안 지속가능성과 지속 가능한 비즈니스 원칙에 기반을 두고 있다. 이와 같은 메세는 지속가능한 전략적 방향을 수행하기 위해서 파트너십이 중요하다는 인식하에 2010년부터 유엔 글로벌 콤팩트의 회원으로 활동하고 있다. 또한 지속 가능한 비즈니스를 위해 유엔지속가능한개발목표(UN-SDGs)의 17개 아젠다를 실천하고 있다.

메세의 CSR 포커스 영역은 「사회적 책임」, 「환경 및 지속 가능성」, 「교육 및 과학」, 「문화와 스포츠에 대한 헌신」과 같이 4가지로 나뉜다.

「사회적 책임」 영역에서는 직원이 가장 중요한 회사의 자산이라는 인식하에 가족과 직장 생활의 균형을 유지할 수 있도록 위해 경쟁력 있는 근무조건을 보장하며, 책임감 있고 광범위한 건강 관리 시스템을 갖추기 위해 노력하고 있다. 이와 관련한 성과는 다음과 같다. 메세는 우수한 근무조건 및 직업안정성을 인정받아 CRF Institute로부터 여러차례 우수 고용주(TOP EMPLOYERS) 인증을 획득했으며 했으며 편견과 배제없는 근무환경을 만들기 위해 2011년부터 Charter of Diversity initiative 회원으로 활동하고 있다.

9) <https://www.messefrankfurt.com/frankfurt/en/company/corporate-social-responsibility.html>

또한 어린이와 청소년들을 위한 사회적 책임에 앞장서고 있다. 어린이 자선 단체 Children for the Better World 회원으로 활동하며, 2010년부터 기부금을 모으고 프랑크푸르트 근처의 지역 프로젝트(보육 시설, 교육 지원, 지도 서비스, 숙제 지원 및 패밀리 레스토랑)를 지원하고 있다. 또한 독일 전역의 청소년 고용 이니셔티브 Joblinge 회원으로 메세는 기업 및 고등 교육 기관의 품질 기준을 설정하는 이벤트 부문 100pro.org 의 교육 코드를 준수하며, 젊은이들에게 실무교육을 제공한다.

산업 보건 및 안전은 건강 관리 활동의 핵심으로 건강을 유지하고 증진하기 위한 적극적인 조치를 취한다. 정기적인 건강의 날, 인플루엔자 예방 접종 및 결장암 검진을 할 수 있도록 하며, Messe Vital 예방 프로그램의 일환으로 워크샵, 강의 및 다양한 교육 세션을 진행하고 있다. 또한 글로벌 사회 프로젝트의 일환으로 인도에 깨끗한 식수 제공을 위해 Planet Water Foundation과 협력하고 있다.

「환경 및 지속 가능성」 영역에서 메세는 끊임없이 자원을 보호하기 위해 노력하고 있다. 주요 활동 분야는 에너지 및 폐기물 관리, 이동성, 물류 및 그린 푸드 서비스, 녹색 공간 구축의 활동 내용을 포함하고 있다. 재생 에너지 사용, 재사용 가능한 스탠드 건축 자재 또는 효과적인 폐기물 관리에 관한 GreenCheck 브로셔를 무역 박람회 출품사에 게 제공하고 있다. 무역 박람회 스탠드(부스), 홀, 및 부지의 부지 전원 공급 장치를 녹색 전기로 완전히 전환했다. 또한 객 및 메세 서비스 차량을 위한 22개의 자동차 전기 충전소를 설치하였으며, 전시장 이동을 위한 140대의 자전거를 제공하고 있다. 또한 메세 무역 박람회의 모든 입장권 소지자가 지역 대중 교통을 무료로 이용할 수 있도록 하였다.

무역 박람회, 대회 또는 기타 행사와 같은 대규모 행사에서의 취사를 위해 그린 케이터링을 이용할 수 있도록 하였다. 현지에서 재배된 신선한 제철 농산물과 유기농 식품, 불필요한 포장재를 최소화한 서비스를 제공하는 업체를 이용하고 있다.

전시장 외부에는 잔디밭, 관목 및 890그루의 나무가 어우러진 녹색공간을 제공하고 있어 전시회에 참가하는 사람들에게 녹색공간을 제공하고 있다.

「교육 및 과학」 영역에서는 사회적 책임을 다하기 위한 핵심 도구로 스폰서십, 멤버십, 기부에 초점을 맞춰 활동하고 있다. 그 결과 프랑크푸르트 응용 과학 대학과의 협력과 같은 장기 프로젝트에 참여하고 있으며, 프랑크푸르트 응용 과학 대학(UAS)에서 부동산 및 시설 관리 / 부동산 및 통합 건축 기술 분야의 학사 학위(B.A.) 프로그램을 후원하고 있다.

「문화와 스포츠에 대한 헌신」 영역에서는 스포츠와 미술과 관련된 문화기관 및 이벤트를 지원하고 있다. 수년 동안 Schirn Kunsthalle Frankfurt 미술관과 긴밀한 관계를 유지해 왔으며, 독일에서 가장 큰 달리기 이벤트 중 하나인 프랑크푸르트 마라톤의 파트너로 활동하고 있다.

〈표 4-8〉 messe frankfurt CSR 활동 하이라이트

구분	내용	성과	ESG 구분
사회적 책임	<ul style="list-style-type: none"> 경쟁력 있는 근무 조건을 보장 책임감 있고 광범위한 건강 관리 시스템 	<ul style="list-style-type: none"> "TOP EMPLOYERS"품질 인증(우수한 근무조건 및 직업안정) 편견없는 근무환경: Charter of Diversity initiative 회원 (2011년부터) 어린이 자선 단체 Children for the Better World 회원 전국 청소년 고용 이니셔티브 Joblinge 회원 산업보건 및 안전에 따른 건강 관리 시스템 인도에 깨끗한 식수 제공을 위해 Planet Water Foundation과 협력 	S
환경 및 지속 가능성	<ul style="list-style-type: none"> 에너지 및 폐기물 관리, 이동성, 물류 및 그린 푸드 서비스, 녹색 공간 	<ul style="list-style-type: none"> GreenCheck 브로셔 제공(재생 에너지 사용, 재사용 가능한 스탠드 건축 자재 또는 효과적인 폐기물 관리) 에너지 최적화된 전시건물: 태양광 발전 시스템 적용, 독일 지속 가능한 건축 협의회로부터 플래티넘 인증 스탠드, 홀 및 부지 전원 공급 장치를 녹색 전기로 완전히 전환 고객 및 메세 프랑크푸르트 서비스 차량을 위한 22개의 자동차 전기 충전소 설치 전시장 이동을 위한 140대 자전거 제공 그린푸드 서비스 잔디밭, 관목 및 890그루의 나무가 어우러진 전시장 외부 녹색공간 제공 	E
교육 및 과학	<ul style="list-style-type: none"> 사회적 책임을 다하기 위한 핵심 도구: 스폰서십, 멤버십, 기부 	<ul style="list-style-type: none"> 프랑크푸르트 응용 과학 대학과의 협력과 같은 장기 프로젝트에 참여 프랑크푸르트 응용 과학 대학(UAS)에서 부동산 및 시설 관리 / 부동산 및 통합 건축 기술 분야에서 두 개의 학사 학위(B.A.) 프로그램 후원 무역 박람회 산업에 초점을 둔 연구 프로젝트 참여 학생 지원 	S
문화와 스포츠에 대한 헌신	<ul style="list-style-type: none"> 스포츠와 미술과 관련된 문화 기관 및 이벤트 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 프랑크푸르트의 Schirn Kunsthalle 아트갤러리 후원 프랑크푸르트 마라톤 파트너 	S

4. 유원시설업

가. 월트 디즈니

월트 디즈니는 2016년부터 CSR 보고서를 발간해왔으며, ESG경영 활동의 주제는 CSR 보고서에 담겨있다. 보고서는 지속가능성 회계 기준위원회(SASB), 글로벌 보고 이니셔티브(GRI) 기준에 부합하도록 작성되었으며, 유엔 지속가능발전목표(SDGs)를 달성하기 위한 지표를 활용한다. 또한 ESG 공시 표준인 탄소정보공개프로젝트(CDP), 기후 변화 관련 재무정보 협의체(TCFD)의 권고사항을 보고하고 있다.

월트 디즈니는 「Inspiring a better world through the power of stories: 이야기의 힘으로 더 좋은 세상 만들기」라는 슬로건 아래 「World of belonging», 「World in balance», 「World of Hope», 「Investing in Our People», 「Operating Responsibly」의 5가지 전략을 세워 기업으로서의 사회적 책임과 ESG경영을 실천하고 있다.

「World of belonging」 전략은 다양성, 형평성 및 포용성을 포함하고 있다. 진정한 이야기, 경험, 제품, 그리고 새로운 Reimagine Tomorrow 디지털 목적지를 통해 미디어 및 엔터테인먼트에서의 대표성을 옹호하고 다양한 커뮤니티를 위한 기회를 제공하며, 다양하고 포용적인 근무환경을 만들기 위해 노력하고 있다. 대표적인 사례로 다양성 대시보드를 운영함으로써 근로자의 성별, 인종 또는 민족적 다양성을 투명하게 확인할 수 있게 되었다. 또한 Disney Company에서 일하는 HBCU(Historically Black Colleges and Universities) 졸업생을 위한 커뮤니티를 구축하고 학생들에게 의미 있는 기회를 제공하는 데 전념하고 있다. 전국의 HBCU와 협력하여 HBCU 졸업생 및 흑인 인재를 위한 인턴십, 멘토십 프로그램 및 경력성장개발을 실천하고 있다.

「World in balance」 전략은 환경지속가능성 영역을 나타내며, 탄소배출, 폐기물 줄이기, 자연보호와 같은 활동에 집중하고 있다. 캐스트어웨이 케이, 홍콩디즈니랜드에 태양 전지판을 설치하는 등 친환경 에너지 생산을 통해 탄소중립을 향해 나아가고 있다. 또한 디즈니 클래식 인형 생산 시, 플라스틱이 없는 포장을 도입하고 있다.

「World of Hope」 전략은 디즈니의 직원들의 재능을 활용해서 전 세계 커뮤니티를 지원하는 활동을 포함한다. 어린이병원을 통해 환아들을 지속적으로 지원하고 임직원으

로 구성된 봉사단을 운영하는 등 적극적인 사회공헌활동을 이어가고 있다. 2021년도에는 지역사회에 1억 5천만 달러 이상을 포함하여 총 2억 9000만 달러를 자선 기부하였다. 또한 코로나19로 영향을 받은 지역사회를 돕기 위해 디즈니 파크는 320톤(54만 끼 식사) 이상의 음식을 지원하였다.

「Investing in Our People」 전략은 인적 자본 관리를 포함한다. 직원들의 건강, 안전 및 전반적인 웰빙에 투자하고, 포용적 문화를 조성하며, 성장, 개발 및 경력몰입을 위한 기회를 제공하는 데 초점을 두고 있다. 현장에서 일하지 않는 직원을 위해 Flexibility@Disney 프로그램을 운영하여, 하이브리드 및 원격으로 근무할 수 있도록 하였다. 코로나19 감염자에 대한 복리후생을 강화하고, 해고된 직원에 대한 지속적인 보험료를 보장하고 있다. 또한 직원들의 정신건강을 위해 Talkspace, Headspace, Unmind 및 Grokker와 같은 앱을 사용할 수 있도록 지원하고 있다. 나아가 직원교육에 대한 투자 및 멘토링 프로그램을 운영하는 등 창의적인 조직, 인재를 양성하기 위해 다양한 지원을 하고 있다.

「Operating Responsibly」 전략은 거버넌스, 감독 및 규정 준수에 관한 내용을 포함하고 있다. 기업 윤리 기준에 따른 사업 수행과 관련 법률, 규칙 및 규정 준수에 대한 활동에 집중하고 있다. ESG 경영의 추진을 강화하기 위해 이사회의 감독을 강화하고, 이해관계자의 이익에 보다 효과적으로 대응하기 위한 방법으로 지속적으로 이해관계자의 의견을 청취하며 주요 관심사항을 파악하고, 이에 따른 ESG경영 활동 내용 공개를 강화하고 있다. 또한 근무조건을 개선하기 위한 다양한 지원, 소비자들의 건강과 안전을 위한 규정을 준수하고 있다.

〈표 4-9〉 월트 디즈니 '2021 CSR Report' 하이라이트

구분	중심 내용	활동 내용	성과	ESG 구분
World of belonging	다양성, 형평성 및 포용성	<ul style="list-style-type: none"> 미디어 및 엔터테인먼트에서의 대표성을 옹호 다양한 커뮤니티를 위한 기회를 촉진 다양하고 포용적인 근무환경 	<ul style="list-style-type: none"> 다양성 대시보드 운영함으로써 D&I 투명성 향상 직원의 46%가 유색인종으로 구성 직원의 50%가 여성으로 구성 회장 및 위원회 의장을 포함하여 11명 중 7명의 이사회 구성원이 성별, 인종 또는 민족적 다양성을 대표 HBCUs(Historically Black Colleges and Universities)를 통해 인턴십, 멘토십, 장학금 제도 심화 	S

구분	중심 내용	활동 내용	성과	ESG 구분
World in balance	환경 지속 가능성	<ul style="list-style-type: none"> 탄소배출, 폐기물 줄이기 자연보호 	<ul style="list-style-type: none"> 캐스트어웨이 케이, 홍콩디즈니랜드에 태양 전지판 설치 Walt Disney World와 Reedy Creek Improvement District가 지역 유틸리티 파트너와 협력하여 2개의 새로운 75MW 태양광 시설 개발 착수(2023년에 가동 예정) 클래식 인형 라인에 플라스틱이 없는 포장 도입 전체 회사 운영 폐기물의 61% 또는 80,000톤 이상이 매립지에서 전용됨 미국의 공원, 리조트 및 크루즈 라인에서 제공되는 해산물의 95%는 지속 가능한 해산물로 구성 	E
World of Hope	지역 사회	<ul style="list-style-type: none"> 디즈니의 스토리, 캐릭터, 플랫폼, 직원 및 캐스팅 멤버들의 재능을 활용한 전 세계 커뮤니티 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 지역사회에 1억 5천만 달러 이상을 포함하여 총 2억 9000만 달러 자산 기부 미국 및 캐나다의 어린이 병원 500곳 이상에 400,000개 이상의 디즈니 테마 제품 전달 환자경험 개선을 위해 병원 직원들에게 디즈니 인스티튜트 교육 제공(미국의 어린이 병원 4곳, 싱가포르의 어린이 병원 1곳) 코로나19로 영향을 받은 지역사회를 돕기 위해 디즈니 파크 320톤 이상의 음식(=54만 끼 식사) 지원 Disney VoluntEARS(임직원 사회봉사단)은 34만 시간 이상 봉사 	S
Investing in Our People	인적 자본 관리	<ul style="list-style-type: none"> 건강, 안전 및 전반적인 웰빙에 투자 포용적 문화 조성 성장, 개발 및 경력몰입을 위한 기회 제공 	<ul style="list-style-type: none"> Flexibility @ Disney 시작: 현장에 있을 필요가 없는 직원을 위한 새로운 하이브리드 및 원격 작업 옵션 제공 건강 & 웰니스: 코로나19 감염자에 대한 복리후생 강화, 해고된 직원에 대한 지속적인 보험료 보장 등 정신건강을 위해 Talkspace, Headspace, Unmind 및 Grokker에 대한 액세스 우선순위 지정 12,500명 이상의 직원이 교육 투자 및 경력 개발 프로그램인 Disney Aspire에 등록(2021년 말 기준) 9,700명 이상의 직원이 멘토링 프로그램 참여 직원들은 디즈니의 내부 학습 플랫폼인 D Learn 콘텐츠를 150만번 이상 소비 	S
Operating Responsibly	거버넌스, 감독 및 규정 준수	<ul style="list-style-type: none"> 높은 수준의 기업 윤리 기준에 따른 사업 수행 관련 법률, 규칙 및 규정 준수 	<ul style="list-style-type: none"> ESG 우선 순위 문제에 대한 이사회 감독 강화 의무의 분리: 회장에 대한 이사회 의장 의무 부여 이해관계자 이익에 보다 효과적으로 대응하기 위해 ESG 공개 강화 근무 조건 개선을 위해 2012년부터 SCIP(공급망 투자 프로그램)을 통해 2,300만 달러 이상의 지원 제공 어린이와 가족을 대상으로 한 미디어 플랫폼에서의 음식 광고의 100%가 2021년 영양 지침 충족 투숙객과 캐스팅 멤버의 건강과 안전을 위해 파크 앤 리조트에서 코로나19 보건 및 안전 조치 시행 	G

나. 롯데월드

롯데지주는 지속가능한 성장과 사회 가치 창출을 위한 ESG 활동 성과와 이를 달성하기 위한 노력을 이해관계자들과 공유하고자 2021년 11월에 첫 번째 지속가능경영보고서를 발간하였다. 이 보고서는 롯데지주와 롯데그룹 차원에서 추진한 활동 및 성과를 통합적으로 포함하고 있어, 롯데월드의 ESG 경영 활동을 독립적으로 확인하기는 어렵다.

그러나 롯데월드는 2021년 3월 국내 유원시설업 최초로 ESG경영을 선포하고 경영 결과를 2021년 11월에 롯데 공식블로그¹⁰⁾에 포스팅하였다. 「A Better World: 더 좋은 세상을 위하여」라는 슬로건 아래 「Green», 「Together», 「Fair」 3가지 전략적 키워드를 내세우며 ESG경영 활동을 추진하고 있다.

환경(Environment) 분야에서는 「Green」 World라는 전략적 키워드를 내세우며 자원 재활용 및 친환경 사업 강화, 에너지 사용 최소화, 생태 및 환경 보존을 추진과제로 삼으며, 자원의 선순환을 통한 녹색가치를 창출하는 데 노력하고 있다. 롯데어드벤처를 장식했던 가로등 배너를 활용하여 업사이클링 미니 크로스백을 제작하였고, 테마파크에서 발생한 페페트병을 수거해 만든 업사이클링 친환경 필통을 출시하였다. 이와 같은 친환경 상품 판매 수익금은 환경보호기금으로 적립되고 있다. 롯데어드벤처 내 식음 매장에서는 친환경 생분해성 빨대를 사용하고 있으며, 상품 매장에서는 친환경 생분해성 쇼핑 봉투를 사용하는 등 저탄소 친환경 테마파크 조성을 위해 노력하고 있다.

현재 테마파크에서는 각종 오·폐수를 정화하여 사용하는 증수 플랜트를 운영하고 있으며 아쿠아리움 내 수조의 해수용수를 재활용하여 연간 평균 30만 톤의 물을 절약하고 있다. 2010년부터는 전력 효율이 좋은 발광다이오드(LED)로 조명을 교체하여 전력 소모량을 줄였으며, 2019년부터는 음식물 쓰레기 미생물 발효 소멸기를 도입해 연간 약 2톤의 온실가스 발생 저감 효과를 거두고 있다. 또한 롯데월드 아쿠아리움에서는 2021년 7월부터 생태계 보전 캠페인과 종 다양성 보호를 위한 활동으로 멸종위기 해양생물 보전 인식 제고를 위한 「보호해」 캠페인을 시행하고 있다.

롯데월드는 녹색경영과 관련하여 국제표준화기구(ISO)가 공인하는 국제 에너지경영 시스템인 「ISO50001」 인증을 획득하였다. 「ISO50001」은 2011년 제정된 제도로 기업의 에너지 절약을 위한 경영 계획, 실행, 운영 등 에너지경영시스템에 대한 국제인증표

10) <https://blog.lotte.co.kr/40945>

준으로, 이에 따른 에너지경영시스템 도입으로 보다 효율적인 에너지 사용이 가능해지고, 온실가스 배출량도 감소시킬 수 있을 것으로 판단된다.

사회(Social) 분야에서는 「Together」 World라는 전략적 키워드를 내세우며 지역사회 및 파트너사와의 상생, 직원들의 다양성 존중에 관심을 집중하고 있다. 롯데월드는 취약계층의 꿈을 응원하는 「드림업(Dream Up)」 캠페인을 통해 나눔 활동을 지속하고 있다. 2021년 5월에는 임직원들이 제작한 드림아트 선물박스를 서울대학교 어린이병원 환아 100명에게 전달했으며, 성년이 된 아동복지시설 보호종료아동을 서울 스카이브릿지로 초청하는 등 연간 약 1만 5,000명의 취약계층을 롯데월드 사업장으로 초청했다.

또한 환아들을 위한 「찾아가는 테마파크」, 소아암 어린이들을 위한 「드림 Stage」를 진행하고 있다. 최근 코로나19 상황으로 인해 랜선 공연 및 비대면 봉사활동과 같이 다양한 언택트 방식으로 CSR 프로그램을 운영하고 있다.

롯데월드는 파트너사와의 동반 성장을 위해 우수 파트너사 인증제를 시행하고 있으며 롯데그룹 내 계열사 네트워크를 활용한 영업 지원을 확대해 나갈 계획이다. 또한 구성원 간에 자유로운 의사 교류 분위기를 조성하기 위해 직원 간의 호칭을 ‘님’으로 통일하는 등 직원 다양성 존중을 위한 활동을 지속적으로 확대해 나갈 계획이다. 또한 대표이사와의 직접적인 소통을 통해 MZ세대의 목소리를 반영하기 위한 「기업문화 TFT」를 신설하는 등 다양한 활동도 진행 중이다.

거버넌스(Governance) 분야에서는 「Fair」 World를 키워드로 투명하고 공정한 지속가능경영 실천을 위한 제반 마련에 힘쓰고 있다. 2021년에는 「ESG경영 추진 TFT」를 신설하여 ESG경영 실천을 위한 기반을 마련하였고, 이를 토대로 지속가능경영을 전담하는 「ESG경영팀」을 만들었다. ESG경영 팀은 ESG전략 수립 및 실행을 총괄하고 있으며, 연 1회 지속가능경영보고서를 발간해 ESG경영 및 성과를 평가할 계획이다.

〈표 4-10〉 롯데월드 '2021 롯데월드 ESG 경영 결과' 하이라이트

구분	활동 내용	성과	구분
Green	<ul style="list-style-type: none"> • 자원 재활용 및 친환경 사업 강화 • 에너지 사용 최소화 • 생태 및 환경 보존 	<ul style="list-style-type: none"> • 배너를 활용하여 업사이클링 미니 크로스백을 제작 • 테마파크에서 발생한 페펫병을 수거해 만든 업사이클링 친환경 필통을 출시 • 친환경 상품 판매 수익금은 환경보호기금으로 적립 • 식음 매장에서는 친환경 생분해성 빨대를 사용 • 상품 매장에서는 친환경 생분해성 쇼핑 봉투를 사용 • 각종 오·폐수를 정화하여 사용하는 중수 플랜트를 운영(연간 평균 30만 톤의 물을 절약) • 조명을 교체하여 전력 소모량을 줄임 • 음식물 쓰레기 미생물 발효 소멸기를 도입해 연간 약 2톤의 온실가스 발생 저감 효과 • 롯데월드 아쿠아리움에서는 생태계 보전 캠페인과 종 다양성 보호를 위한 활동으로 멸종위기 해양생물 보전 인식 제고를 위한 「보호해」 캠페인을 시행 • 국제 에너지경영시스템인 'ISO50001' 인증을 획득 	E
Together	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회 및 파트너사와의 상생 • 직원들의 다양성 존중 	<ul style="list-style-type: none"> • 취약계층의 꿈을 응원하는 「드림업(Dream Up)」 캠페인 • 드림아트 선물박스를 서울대학교 어린이병원 환아 100명에게 전달 • 약 1만 5,000명의 취약계층을 롯데월드 사업장으로 초청 • 환아들을 위해 직접 병원을 방문해 공연을 선사하는 「찾아가는 테마파크」, 무대 공연이 꿈인 소아암 어린이들의 소원을 이뤄주는 「드림 Stage」를 진행 • 우수 파트너사 인증제를 시행 • 구성원 간에 자유로운 의사 교류 분위기를 조성하기 위해 직원 간의 호칭을 '님'으로 통일 • 대표이사와의 직접적인 소통을 통해 MZ세대의 목소리를 반영하기 위한 「기업문화 TFT」를 신설 	S
Fair	<ul style="list-style-type: none"> • 투명하고 공정한 지속가능 경영 	<ul style="list-style-type: none"> • 「ESG경영팀」을 신설 - ESG전략 수립 및 실행을 총괄 - 연 1회 지속가능경영보고서를 발간 	G

제3절 소결

1. 환경(E) 영역 실천활동

앞의 사례분석을 토대로 기업의 활동영역을 내/외부 고객을 중심으로 이원화하고, ESG 영역별 중심가치에 대한 경영활동의 방향 및 활동 유형 등을 구조화하여 살펴봤다.

먼저 환경 분야의 내부 기업 운영 측면에서 살펴본 활동은 노후한 시설물을 교체하여 에너지 및 탄소 배출 절감, 폐수기물 관리, 지속가능한 연료 개발에 투자가 중심을 이루고 있다. 또한 임직원들은 하이브리드 작업방식, 출퇴근 시 대중교통 및 카풀 등을 이용하여 탄소절감에 동참하고 있다. 또한 해변청소, 나무심기, 서식지 보존, 글로벌 기후변화 캠페인 등에 참여하여 환경보전을 실천하고 있다. 협력사 및 공급업체와 협력을 통해 환경에 긍정적인 영향을 미치기 위한 활동을 실천하고 있는 것으로 나타났다.

외부 고객의 관점에서 살펴본 활동은 기본적으로 기업에서 제공하는 친환경, 지속가능한 상품을 소비함으로써 친환경 활동에 동참하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 4-11〉 환경영역에서의 활동과 대상

추구 가치	기업 활동 대상	
	내부(기업 운영 측면)	외부(기업 고객 측면)
에너지, 온실가스, 탄소 절감, 재활용	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 친환경 관련 인증서 획득(친환경 건물, 지속가능성 표준 인증, 에너지경영시스템, ISO 14001 인증 등) 시설물의 에너지 최적화로 인한 탄소배출 절감(태양판 설치, 노후한 조명 및 냉난방 장비를 에너지 고효율 제품으로 교체, 보일러 설비 개선, 재생에너지 조달 등) 각종 오·폐수를 정화하여 사용하는 중수 플랜트를 운영(연간 평균 30만 톤의 물을 절약) 	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 여행 및 환경 보호 여행 등 지속가능한 여행 상품 개발 여행자를 위한 지속가능한 여행 옵션 개발(탄소저감 버스, 하이브리드 렌터카, 그린택시 상품, 탄소발자국 기준 항공편 카테고리 추가) 온실가스 배출량 감소를 위한 고객 지원 이니셔티브(온실가스 배출 작업 공간, 탄소 계산 및 예약 옵션 디스플레이) 등 여행자 환경인식 개선과 예방접종 장

추구 가치	기업 활동 대상	
	내부(기업 운영 측면)	외부(기업 고객 측면)
	<ul style="list-style-type: none"> 폐기물 관리, 추적 및 보고 방법론을 개발 지속가능한 항공 연료 개발 기술 투자 출퇴근 시 대중교통, 카풀 등을 이용해 자동차 배기 가스 배출량 감소 하이브리드 작업방식을 통한 근무(자동차 배기가스 배출량 감소) 환경 보존 활동(해변청소, 나무심기, 서식지 보존, 글로벌 기후변화 캠페인 'Earth Hour'에 참여 등) 공급업체의 환경 및 사회적 비즈니스 측면 평가 전사 현지 소싱 가이드 개발 	<p>려: 예방접종을 받은 여행자가 예약할 경우, 그 여행자 이름으로 세계자연기금에 기부</p> <ul style="list-style-type: none"> 배너를 활용하여 업사이클링 미니 크로스백을 제작 테마파크에서 발생한 페페트병을 수거해 만든 업사이클링 친환경 필통 제작 식음 매장에서 친환경 생분해성 빨대를 사용 상품 매장에서 친환경 생분해성 쇼핑봉투를 사용 친환경 상품 판매 수익금은 환경보호기금으로 적립 롯데월드 아쿠아리움에서는 생태계 보전 캠페인과 종 다양성 보호를 위한 활동으로 멸종위기 해양생물 보전 인식제고를 위한 「보호해」 캠페인을 시행 미국의 공원, 리조트 및 크루즈 라인에서 제공되는 해산물의 95%는 지속가능한 해산물로 구성 워커힐 친환경 상품 및 서비스 <ul style="list-style-type: none"> 워커힐 객실(PET-LESS 프로그램, 터치프리 키, 어메니티 교체, 지류 사용 최소화) 워커힐 식음료(친환경 재생봉투, 종이 박스테이프, 유리잔 교체) 대외지원('Zero Waste' 챌린지, 친환경 대나무 칫솔 판매)

관광산업분야 환경영역의 추구가치(에너지, 탄소절감, 재활용 등)는 타 산업의 환경영역의 추구가치와 일치하지만 실천활동에는 차별성을 가지고 있다. <표 4-11>을 토대로 관광산업 환경영역에서 돋보이는 실천 가능한 활동을 도출하여 <표 4-12, 13>과 같이 구성하였다.

코로나19 이전 전 세계는 오버투어리즘으로 인해 환경문제뿐 아니라 지역사회가 파괴되는 등 다양한 부작용에 직면하게 되었다. 관광객은 저가항공과 저렴한 숙박업을 이용하고 관광 경비를 절감하게 되면서 세계 유수의 관광지로 이동할 수 있었고, 이는 오버투어리즘 현상을 더욱 심화하였다. 그러나 코로나19 발생 이후, 바이러스의 감염 방지를 위해 지역 간 이동 및 외국인 입국 제한 등, 강력한 봉쇄정책이 지속되면서 오버투어

리즘으로 인해 발생하는 대기오염, 지역사회의 다양한 민원들이 모두 감소하게 되었고, 이러한 시점에서 환경영역의 지속 가능한 관광에 대해 더욱 주목하게 되었다.

이와 맥을 같이 하여 관광분야 기업 운영에서는 항공 연료 개발 투자와 같이 지속가능한 관광 개발 기술의 투자를 통해 온실가스 배출 저감을 추구하고 있는 것으로 나타나는 등 관광개발과 관리에 대한 대비책이 마련되고 있는 것으로 보인다.

〈표 4-12〉 환경영역에서의 활동과 대상(내부)

추구 가치	대상 기업 활동 대상
	내부(기업 운영 측면)
온실가스 배출 저감	<ul style="list-style-type: none"> 지속가능한 관광을 위한 개발 기술 투자 (항공 연료 개발 등)

관광기업은 고객이 지속가능한 여행 상품을 소비함으로써 온실가스 배출 저감을 추구하고, 친환경 서비스를 이용함으로써 친환경 자원 선순환 추구에 동참할 수 있도록 관광 서비스를 제공하고 있다. 또한 관광기업은 고객의 지속가능한 관광 서비스 구매를 이끌어내기 위해 환경 및 기후변화, 오버투어리즘 등과 같은 문제를 관광객이 지각함으로써 관광객의 행동변화를 유도할 수 있도록 관광객 인식 개선에 관한 가치를 실천하는 것으로 나타났다.

〈표 4-13〉 환경영역에서의 활동과 대상(외부)

추구 가치	기업 활동 대상
	외부(기업 고객 측면)
온실가스 배출 저감	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 여행 및 환경 보호 여행 등 지속가능한 여행 상품 개발 여행자를 위한 지속가능한 여행 옵션 개발(탄소저감 버스, 하이브리드 렌터카, 그린택시 상품, 탄소발자국 기준 항공편 카테고리 추가) 온실가스 배출량 감소를 위한 고객 지원 이니셔티브(온실가스 배출 작업 공간, 탄소 계산 및 예약 옵션 디스플레이) 등
친환경 자원순환	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 객실, 식음료(지속가능한 레스토랑 메뉴 제공. 예: 95%는 지속 가능한 해산물로 메뉴 구성) 서비스
인식 개선	<ul style="list-style-type: none"> 여행자 환경인식 개선과 예방접종 장려: 예방접종을 받은 여행자가 예약할 경우, 그 여행자 이름으로 자연보호단체 기부

이와같이 관광기업 환경영역에서는 온실가스 배출 저감, 친환경 자원순환, 인식개선 가치를 추구하기 위한 활동을 하고 있으며, 이러한 활동이 지속적으로 이루어지기 위한 다각도에서 관광관련 친환경 프로젝트를 지원하고 관광객을 위한 환경인식 교육 프로그램 지원과 같은 정책적 지원이 필요한 것으로 판단된다.

2. 사회(S)영역 실천활동

사회 분야의 내부 고객의 관점에서 살펴본 활동은 직원들의 역량 증진, 복지 제도, 근무환경, 인권 문제등이 중심을 이루고 있다. 또한 협력사/파트너와의 협력을 통해 지속가능한 동반성장을 꾀하는 모습을 볼 수 있다.

외부 고객의 관점에서 살펴본 사회활동은 관광상품 소비 시, 고객의 인권을 보호하고, 관련 정보를 제공하는 활동, 고위험 지역 여행에 대한 정보를 제공하는 활동이 중심을 이루고 있는 것으로 나타났다. 고객 안전에 관한 이슈, 고객 커뮤니케이션을 위한 다양한 활동이 중심을 이루고 있었다. 또한, 자원봉사, 기부, 프로젝트 지원 등 지역사회를 위한 관광기업의 사회 참여 활동이 고객에게 환원되는 선순환적 기능을 하는 것으로 판단된다.

〈표 4-14〉 사회영역에서의 활동과 대상

추구 가치	기업 활동 대상	
	내부(기업 운영 측면)	외부(기업 고객 측면)
인권, 지역사회 기여 등	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 협약 체결(UNESCO와 지속가능한 관광 및 유산 보존등) • 직원 복리후생 혜택 제공(트랜스젠더 서비스 지원, 입양 지원, 예비 보육, 출산 혜택, 휴직, 보너스 휴가 등) • 직원 건강 및 안전 관리(의료보험, 정신건강을 위한 복지 확대) • 직원교육 및 경력 개발(온라인 콘텐츠 강의, 평생학습 수강료 환급등, 커리어 맵핑, 멘토링, 인재관리 프로그램 등) • 평등한 임금 지불, 급여 형평성 • 유연근무제, 하이브리드 작업장 지원) • 임직원 구성원의 다양성(인종, 젠더, 민족 등) 	<ul style="list-style-type: none"> • 자원봉사(지역사회, 환경관련, 어린이 (환아 등)/청소년, 취약계층, 기술관련, 코로나19관련) • 인턴십, 멘토십, 장학금, 프로젝트 지원 • 수익 일부 지역사회를 위한 기부 / 기금 마련 • 자원봉사 결합 행동 • 고객에게 인권 침해 대응 및 고위험 지역 여행에 대한 정보 제공

추구 가치	기업 활동 대상	
	내부(기업 운영 측면)	외부(기업 고객 측면)
	<ul style="list-style-type: none"> • 편견없는 근무환경: 임직원간의 자유로운 소통 • 포용과 다양성 교육/ 위원회 운영 • 규정준수 헬프라인 운영(괴롭힘, 차별 징후 보고) • 협력사/파트너와의 지속가능한 성장 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 외부 파트너와 협력을 통해 교육 및 자원 파트너십 체결 (교육지원, ESG 시행가능 여부 평가 실시, 우수 파트너사 인증제를 시행, 파트너사 활용할 수 있는 다양한 핸드북 제작) - 여행 지속가능 배지' 출시: 심사를 통해 여행 숙박시설 및 관광부문에서 온실가스 배출에 크게 기여한 파트너사에게 배지 제공 (지속가능한 숙박시설 인증 및, 잠재고객 참여 유도) - 비즈니스 파트너의 신체적, 정신적 웰빙 보호 	

관광산업분야 사회영역의 추구가치 또한 타 산업의 사회영역의 추구가치와 맥을 같이 한다. <표 4-14>를 토대로 추구가치에 따라 관광산업 사회영역에서 돋보이는 실천 가능한 활동을 도출하여 <표 4-15, 16>과 같이 구성하였다.

관광분야 사회영역의 기업 운영 측면을 살펴보면, 지속가능한 관광 및 유산 보존을 위해 다양한 협약을 체결하는 것으로 나타났다. 관광기업은 이러한 협약을 통해 관광사업을 진행 함에 있어 관광목적지의 지역문화 보존을 전제로 지역 경제 활성화에 기여하게 된다.

또한 파트너사와의 동반성장을 위해 숙박시설 및 관광부문에서 온실가스 배출에 기여한 파트너사에게 '지속가능한 숙박시설 인증 배지' 제공하는 활동을 하고 있는 것으로 나타났다. 지속가능한 숙박시설인증은 가치소비를 지향하는 잠재 관광객을 유도할 수 있을 것으로 판단된다.

〈표 4-15〉 사회영역에서의 활동과 대상(내부)

추구 가치	기업 활동 대상
	내부(기업 운영 측면)
지역사회 기여	<ul style="list-style-type: none"> 지속가능한 관광 및 유산 보존을 위한 다양한 협약 체결(예: UNESCO와 지속가능한 관광 및 유산 보존등)
파트너사와의 동반성장	<ul style="list-style-type: none"> 지속가능한 숙박시설 인증 배치: 여행 지속가능 배치' 출시: 심사를 통해 여행 숙박시설 및 관광부문에서 온실가스 배출에 크게 기여한 파트너사에게 배치 제공

관광분야 사회영역의 기업 고객 측면을 살펴보면, 기업은 고객들이 여행 중 겪게 되는 인권 침해 및 고위험 지역 여행에 대한 정보를 제공하고 교육을 실시함으로써 인권 보호를 실천하는 것으로 나타났다.

〈표 4-16〉 사회영역에서의 활동과 대상(외부)

추구 가치	기업 활동 대상
	외부(기업 고객 측면)
인권 보호	<ul style="list-style-type: none"> 여행중 겪게 되는 인권 침해 대응 고위험 지역 여행에 대한 정보 제공 및 교육 실시

이와같이 사회영역에서는 지역사회 기여, 파트너사와의 동반성장, 인권 보호를 추구하기 위한 활동을 하고 있다. 지역이 상생할 수 있는 관광 프로그램 인증제, 파트너사와 동반성장을 추구하는 책임 있는 관광기업을 위한 인증제 및 특히 외국인 관광객이 관광목적지에서 경험하게 되는 인종차별 등 인권 침해 방지를 보호를 위한 정책적 기반이 마련되어야 할 것이다.

3. 경영구조(G) 영역 실천활동

거버넌스 분야의 내부 고객 관점에서 살펴본 활동은 ESG 경영 구조를 구축하고 인권 경영/예방/차별/교육을 실시하며 준법 및 윤리팀 운영을 통해 다양한 정책을 강화하는 등의 활동이 중심을 이루고 있다.

관광산업분야 거버넌스 영역의 추구가치는 타 산업의 거버넌스 영역의 추구가치와 동일한 것으로 나타나며, 그에 따른 실천행동도 유사한 것으로 조사되었다.

우리나라의 사례를 살펴보면 ESG 경영 구조를 구축하고 있는 관광기업이 글로벌 기업에 비해 미흡한 것으로 나타났다. 중소 관광기업은 ESG 경영 구조를 구축하지 못한 것으로 조사되고 있다. 따라서 우리나라의 중소 관광기업은 ESG 경영활동의 중요성을 인식하고 ESG 경영 구조를 구축하려는 노력이 시급한 것으로 판단된다.

또한 정부는 중소 관광기업에게 ESG 경영의 필요성을 인식할 수 있도록, ESG 평가지표 개발 지원, 평가 지원, 컨설팅 지원등과 같은 정책적인 지원을 확대해야 할 것이다.

〈표 4-17〉 경영지배구조 영역에서의 활동과 대상

추구 가치	기업 활동 대상
	내부(기업 운영 측면)
의사결정, 기업구조, 인사, 경영 정책 등	<ul style="list-style-type: none"> • ESG 경영 구조 구축 • ESG 경영에 대한 이사회 감독 강화 • ESG 경영 공개 강화(자발적 보고) • ESG 경영 활동을 위한 다양한 기준 준수 • ESG 경영 활동 평가 • 인권 경영/예방/차별/교육 • 개인보호 정책 실시 • 직원보호 정책 실시 • 준법 및 윤리팀 운영

4. 관광기업 실천 주요 ESG 경영 요소

관광 기업들이 실천하고 있는 주요 ESG 요소의 내용을 살펴보면 〈표4-18〉과 같다. 아래와 같이 각 영역별 실천 항목을 도출하였다.

환경영역에서 살펴보면 친환경 사업, 상품, 서비스 제공이 우선시되어야 할 것으로 판단된다. 친환경 상품 인증제, 환경(생태)보호 캠페인, 지속 가능한 사업공간 인증제와 같은 정책적 지원이 우선적으로 필요하다.

환경영역에서의 ESG 요소는 대부분 온실가스 저감에 초점이 맞추어져 있는데 이에 따른 정책적 지원으로 탄소배출량 측정 시스템 구축 지원, 온실가스 저감 인센티브 지원 등과 연계될 수 있다.

사회영역에서 살펴보면 직원들의 근무환경, 인종의 다양성 및 포용성, 인재경영 등 기업 내부의 사회적 환경등이 주요 ESG 경영 요소로 대표된다. 근무환경 개선 지원 사업, 다양성 및 포용성 프로그램 개발 지원, 인재 진단 평가 지원, 인재경영 전략 교육사업 등의 정책적 지원이 마련되어야 할 것으로 판단된다. 또한 지역사회 기여, 동반성장, 인권보호 등으로 구성되어 있는 것을 미루어 볼 때 지역사회 환원 봉사활동 지원, 지역 상생관광 프로그램 인증제, 동반성장 관광기업을 위한 인증제 및 관광객 인증차별 등 인권 침해 방지를 보호를 위한 정책적 기반이 마련되어야 할 것이다.

지배구조 영역에서 가장 먼저 필요한 것은 관광기업이 ESG 경영구조를 갖추고 있는 지에 대한 유무 판단이다. 대부분 관광기업의 규모는 중소기업으로 현재 ESG경영 구조를 갖추고 있는 중소 관광기업은 전무하다. 따라서 ESG 경영 구조 신설을 위한 평가지표 개발 지원, 컨설팅 지원이 필요한 것으로 판단된다. ESG 경영구조 확립 이후 필요한 ESG 경영 관리 요소는 법률 준수, 윤리경영, 인권경영 등을 추구해야 할 것으로 보인다. 이에 관광기업의 윤리경영 및 인권경영 평가지원 및 인증제와 같은 정책적 지원이 필요한 것으로 판단된다.

〈표 4-18〉 관광기업 주요 ESG 경영 요소

ESG분류	항목
환경(E)	환경 경영(운영 및 성과 관리), 자원 재활용 및 친환경 사업 강화, 친환경 상품 및 서비스, 에너지 사용 최소화, 지속 가능한 작업 환경, 이동성, 물류 및 그린 푸드 서비스, 녹색 공간, 온실가스 모니터링, 온실가스(탄소배출) 감소, 지속가능한 건물 유지 및 폐기물 관리, 생태 및 환경 보존, 에너지 및 폐기물 관리
사회(S)	제품 및 서비스 혁신, 기회를 통한 권한 부여, 구성원 행복 인권교육 및 옹호, 지속가능한 공급망, 지역사회 기여, 직원의 다양성, 형평성 및 포용성 존중, 인적자원관리(건강 안정, 복리후생 등) 사회적 책임경쟁력 있는, 안전한 근무 조건 보장 학습문화 조성, 건강 관리 시스템, 지역사회 및 파트너사와의 상생 데이터 및 정보 보안/ 사이버 보안, 비즈니스 연속성 및 위기 관리 클라이언트 프로젝트 평가, 커뮤니티 및 환원(스폰서십, 멤버십, 기부)
지배구조(G)	기업 지배구조 (ESG 경영구조), 투명하고 공정한 지속가능경영(ESG 경영 신설) 법률(규정) 준수, 윤리경영, 이사회 감독, 높은 수준의 기업 윤리 기준에 따른 사업 수행 관련 법률, 규칙 및 규정 준수, 인권 경영, 규정 준수

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구

제5장

관광기업 ESG 인식 및 정책 수요 조사

제1절 조사 개요

1. 조사 설계

본 조사의 조사 대상은 관광 관련 업종에 종사하고 있는 기업이며, 조사 모집단은 관광산업조사의 결과를 활용하여 명부를 구축하였다. 모집단에 포함된 기업의 수는 총 32,850개이며, 이 중 400개 업체에 대해 면접조사를 진행하였다.

〈표 5-1〉 조사 설계

구분	내용
목표 모집단	관광 관련 업종에 종사하고 있는 국내 모든 기업
조사 모집단	관광사업체기초통계조사 데이터를 활용한 32,850개 기업 명부
표본 크기	400개
조사 방법	구조화된 설문을 통해 일대일 면접 조사
표본 배분	업종별 제1급 비례배분
조사 기간	2022년 07월 27일 ~ 2022년 08월 16일

본 조사의 표본 추출 단위는 업종을 기본으로 설정하였으며, 업종별로 분석이 가능한 표본 수를 최대한 확보하기 위해 제1급 비례배분을 진행하였다. 업종별 모집단 수와 표본 배분 현황은 〈표 5-2〉와 같다. 단, 관광벤처 업종의 경우, 관광기업기초통계조사에 포함되지 않음에 따라 통계적으로 분석이 가능한 최소표본인 30개 표본을 할당했으며, 조사 명부는 한국관광공사가 선정한 벤처기업리스트(342개)를 활용하였다.

〈표 5-2〉 표본 배분

업종	모집단	표본 수
여행업	17,085	119
관광숙박업	2,372	44
관광객이용시설업	6,397	73
국제회의업	1,201	32
카지노업	17	4
유원시설업	2,453	45
관광편의시설업	3,325	53
관광벤처	342	30

2. 조사 항목

본 조사의 항목은 기업 정보, ESG 인식, ESG 활동, ESG 조직, ESG 지원정책 중요도로 구분하였다.

ESG 인식 부문에서는 ESG 개념 인지 수준, ESG 관심도, ESG 중요도, ESG 필요성 및 이유 등을 통해 관광기업들의 ESG에 대한 인식 수준을 파악하고자 했으며 ESG 활동과 ESG 조직 부문에서는 실제 활동 여부와 기대효과, 관련 조직 운영여부 등에 대한 실태를 파악하고자 했다. 마지막으로 ESG 지원정책 중요도에서는 관광기업들이 ESG 경영을 추구하고자 할 때 필요한 지원정책을 파악할 수 있는 항목으로 구성하였다.

〈표 5-3〉 조사항목

구분	세부 문항
기업 정보	설립연도, 주요 상품/서비스, 종사자 수, 매출구조
ESG 인식	ESG 개념 인지 수준, ESG 관심도, ESG 중요도, ESG 필요성 및 이유
ESG 활동	ESG 경영 수준, ESG 경영 실행 여부, (예상)매출증감수준, 환경 부문 관심도, 사회적 가치 활동 대상 중요도, 지배구조 대상별 중요도, 경영전략 수립 어려움 정도, ESG 경영성과 목표 수립 여부, 수립계획시점, ESG 경영 추진 이유, 기대 효과
ESG 조직	실무 전담조직 여부, 전담인력 여부, 추가 채용 계획, 채용시 고려 역량
ESG 지원정책 중요도	지원정책 중요도, 지원정책 시급성

3. 응답 기업 특성

응답한 기업의 업종별 분포는 여행업 29.8%, 관광숙박업 11.0%, 관광객이용시설업 18.5%, 국제회의업 8.0%, 카지노업 1.0%, 유원시설업 11.3%, 관광편의시설업 13.0%, 관광벤처기업 7.5%로 구성되어 있다.

종사자 규모는 5인 미만 24.8%, 10인 미만 19.8%, 20인 미만 15.8%, 50인 미만 17.8%, 50인 이상 17.8%로 구성되어 있다.

〈표 5-4〉 응답기업 특성

구분		사례수(개)	비율(%)
전체		(400)	100.0
업종	여행업	(119)	29.8
	관광숙박업	(44)	11.0
	관광객이용시설업	(74)	18.5
	국제회의업	(32)	8.0
	카지노업	(4)	1.0
	유원시설업	(45)	11.3
	관광편의시설업	(52)	13.0
	관광벤처기업	(30)	7.5
종사자 규모 (상시 근로자 기준)	5인 미만	(99)	24.8
	5인 이상~10인 미만	(79)	19.8
	10인 이상~20인 미만	(63)	15.8
	20인 이상~50인 미만	(71)	17.8
	50인 이상	(72)	18.0
	무응답	(16)	4.0
ESG 경영	실행중	(77)	19.3
	미실행	(323)	80.8
ESG 전담 조직	보유	(21)	5.3
	미보유	(379)	94.8

제2절 조사결과

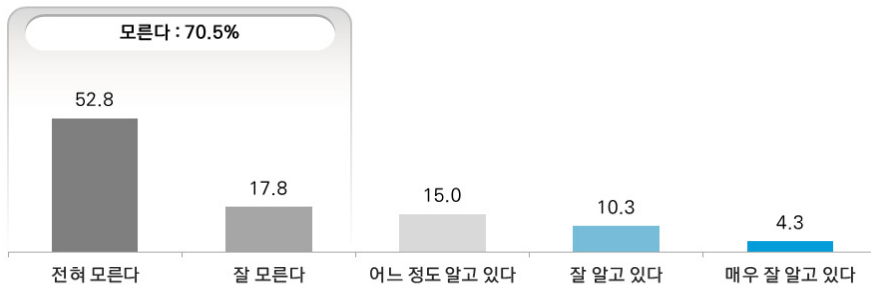
1. ESG 인식

가. ESG 개념 인지 수준

기업에서 ESG 개념에 대해 어느 정도 알고 있는지 물었을 때, ‘전혀 모른다’ (52.8%)는 응답의 비율이 과반 이상을 차지했으며, 전체 기업의 70.5%가 ESG 개념에 대해 모른다고 응답을 하였다. 전반적으로 ESG 개념 자체에 대한 이해 수준이 낮은 것으로 나타났다.

[그림 5-1] ESG 개념 인지 수준

[base: 전체, 단위: %]



업종별로 살펴 봤을 때, 관광객이용시설업(86.5%), 관광편의시설업(78.9%), 유원시설업(73.4%)의 ESG 인지수준이 상대적으로 낮게 나타났으며 관광벤처기업(46.7%), 관광숙박업(61.4%), 국제회의업(62.6%)이 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

〈표 5-5〉 업종별 ESG 개념 인지 수준

[단위 : %]

구분	전혀 모른다	잘 모른다	어느 정도 알고 있다	잘 알고 있다	매우 잘 알고 있다
여행업	52.1%	16.0%	20.2%	7.6%	4.2%
관광숙박업	20.5%	40.9%	15.9%	11.4%	11.4%
관광객이용시설업	83.8%	2.7%	5.4%	5.4%	2.7%
국제회의업	31.3%	31.3%	21.9%	12.5%	3.1%
카지노업*	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
유원시설업	55.6%	17.8%	11.1%	8.9%	6.7%
관광편의시설업	63.5%	15.4%	13.5%	7.7%	0.0%
관광벤처기업	26.7%	20.0%	20.0%	30.0%	3.3%
소계	52.8%	17.8%	15.0%	10.3%	4.3%

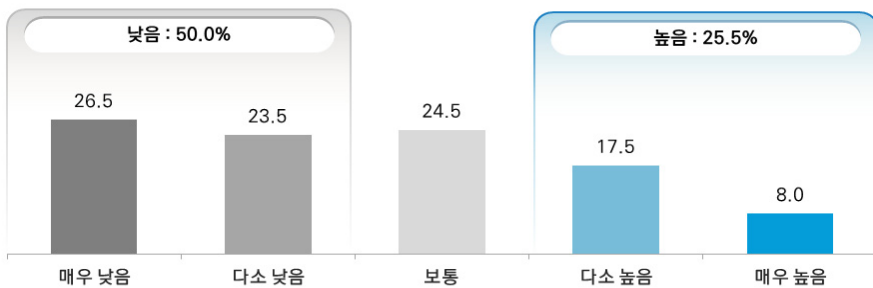
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

나. ESG 관심도

기업의 ESG에 대한 관심도를 물었을 때, 관심도가 낮다(‘매우 낮음’+‘다소 낮음’)는 응답이 50.0%, ‘보통’이라는 응답이 24.5%, 높다(‘다소 높음’+‘매우 높음’)는 응답이 25.5%로 나타났다. 관심도가 낮은 기업이 높은 기업 대비 많은 것으로 나타나, ESG에 대한 관심도 역시 비교적 낮은 수준을 기록했다.

[그림 5-2] ESG 관심도

[base: 전체, 단위: %]



업종별 ESG 관심도에 있어서는 관광편의시설업(61.5%)과 국제회의업(59.4%), 관광 숙박업(59.05)이 상대적으로 낮게 나타났으며 관광벤처기업(40.0%), 유원시설업 (31.8%), 관광객이용시설업(29.8%)등이 관심도에서 높은 것으로 나타났다.

〈표 5-6〉 업종별 ESG 관심도

[단위 : %]

구분	매우 낮음	다소 낮음	보통	다소 높음	매우 높음
여행업	42.0%	15.1%	22.7%	12.6%	7.6%
관광숙박업	4.5%	54.5%	18.2%	15.9%	6.8%
관광객이용시설업	28.4%	6.8%	35.1%	20.3%	9.5%
국제회의업	21.9%	37.5%	21.9%	3.1%	15.6%
카지노업*	0.0%	50.0%	0.0%	25.0%	25.0%
유원시설업	17.8%	20.0%	31.1%	24.4%	6.7%
관광편의시설업	25.0%	36.5%	15.4%	21.2%	1.9%
관광벤처기업	16.7%	16.7%	26.7%	30.0%	10.0%
소계	26.5%	23.5%	24.5%	17.5%	8.0%

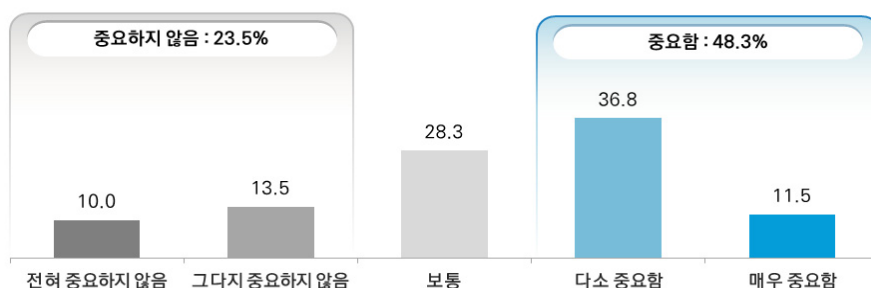
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

다. ESG 중요도

ESG가 실제 기업을 경영하는 데 있어서 얼마나 중요한지 물었을 때, 중요하다(‘다소 중요함’+‘매우 중요함’)는 응답이 중요하지 않다(‘전혀 중요하지 않음’+‘그다지 중요하지 않음’)는 응답 대비 높았다. 인지 수준과 관심도 대비 중요도는 상대적으로 높았다.

[그림 5-3] ESG 중요도

[base: 전체, 단위: %]



업종별로는 유원시설업, 관광편의시설업, 관광숙박업이 ESG의 중요도에 대한 인식이 높은 것으로 나타났다.

〈표 5-7〉 업종별 ESG 중요도

[단위 : %]

구분	전혀 중요하지 않음	그다지 중요 하지 않음	보통	다소 중요함	매우 중요함
여행업	22.7%	13.4%	34.5%	20.2%	9.2%
관광숙박업	0.0%	25.0%	18.2%	45.5%	11.4%
관광객이용시설업	9.5%	4.1%	32.4%	41.9%	12.2%
국제회의업	0.0%	18.8%	37.5%	31.3%	12.5%
카지노업*	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%	0.0%
유원시설업	6.7%	11.1%	17.8%	46.7%	17.8%
관광편의시설업	1.9%	17.3%	19.2%	48.1%	13.5%
관광벤처기업	6.7%	10.0%	33.3%	43.3%	6.7%
소계	10.0%	13.5%	28.3%	36.8%	11.5%

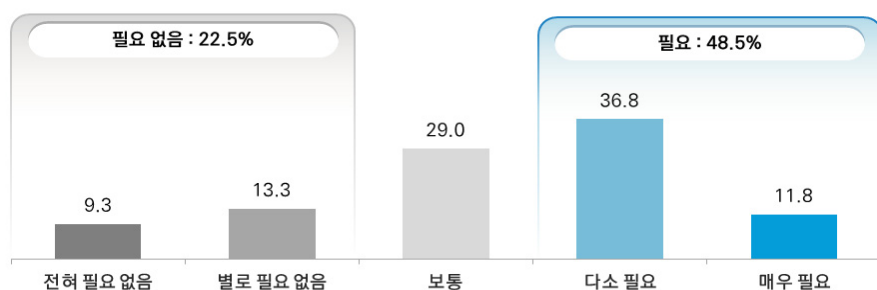
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

라. ESG 경영 필요성

ESG 경영에 대해 필요 없다(‘전혀 필요 없음’+‘별로 필요 없음’)는 응답 대비 필요 하다(‘다소 필요’+‘매우 필요’)는 응답이 높으며, 필요성 역시 비교적 높은 수준인 것으로 나타났다.

[그림 5-4] ESG 경영 필요성

[base: 전체, 단위: %]



업종별 ESG 경영 필요성에 대한 인식에서는 유원시설업, 관광숙박업, 관광편의시설업 순으로 나타났으며, 여행업의 경우 30.3%가 필요하다고 응답하여 상대적으로 ESG 경영 필요성에 대한 인식이 낮은 것으로 나타났다.

〈표 5-8〉 업종별 ESG 경영 필요성

[단위 : %]

구분	전혀 필요 없음	별로 필요 없음	보통	다소 필요	매우 필요
여행업	22.7%	10.1%	37.0%	20.2%	10.1%
관광숙박업	0.0%	22.7%	18.2%	47.7%	11.4%
관광객이용시설업	9.5%	4.1%	33.8%	37.8%	14.9%
국제회의업	0.0%	25.0%	34.4%	37.5%	3.1%
카지노업*	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
유원시설업	4.4%	11.1%	15.6%	46.7%	22.2%
관광편의시설업	0.0%	23.1%	21.2%	44.2%	11.5%
관광벤처기업	3.3%	10.0%	33.3%	46.7%	6.7%
소계	9.3%	13.3%	29.0%	36.8%	11.8%

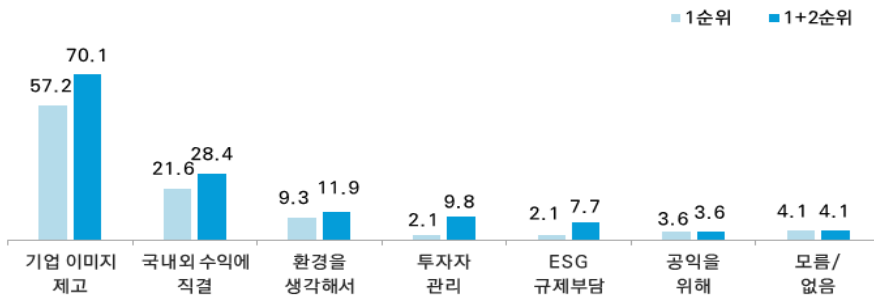
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

마. ESG 경영 필요 이유

ESG가 필요하다고 응답한 기업들을 대상으로 그 이유를 물었을 때, ‘기업 이미지 제고’(1순위 57.2%, 1+2순위 70.1%)가 가장 높으며, ‘국내외 수익에 직결’(1순위 21.6%, 1+2순위 28.4%)이 두 번째로 높았다.

[그림 5-5] ESG 경영 필요 이유

[base: ESG 경영 필요 기업, 단위: %]



업종별 ESG 경영 필요이유에 대한 응답이 가장 높은 것은 ‘기업 이미지 제고’로 나타났다. 대부분의 업종이 국내외 수익에 직결됨을 ESG 경영 필요이유로 들고 있었으며, 관광객이용시설업과 유원시설업의 경우에는 ‘환경을 생각해서’라는 이유가 두 번째로 높게 나타났다.

〈표 5-9〉 업종별 ESG 경영 필요 이유

1+2 순위 [단위 : %]

구분	국내외 수익에 직결	기업 이 미지 제 고	투자자 관리(개 인/기관)	ESG 규 제부담	기타	환경을 생각해서	공익을 위해	모름 /없음
여행업	47.2%	58.3%	16.7%	13.9%	0.0%	8.3%	0.0%	8.3%
관광숙박업	42.3%	88.5%	11.5%	7.7%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%
관광객이용시설업	15.4%	61.5%	5.1%	2.6%	0.0%	23.1%	5.1%	2.6%
국제회의업	15.4%	100.0%	30.8%	23.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
카지노업*	25.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
유원시설업	12.9%	71.0%	6.5%	0.0%	0.0%	19.4%	0.0%	3.2%
관광편의시설업	20.7%	65.5%	3.4%	3.4%	0.0%	17.2%	13.8%	3.4%
관광벤처기업	50.0%	75.0%	6.3%	18.8%	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%
소계	28.4%	70.1%	9.8%	7.7%	0.0%	11.9%	3.6%	4.1%

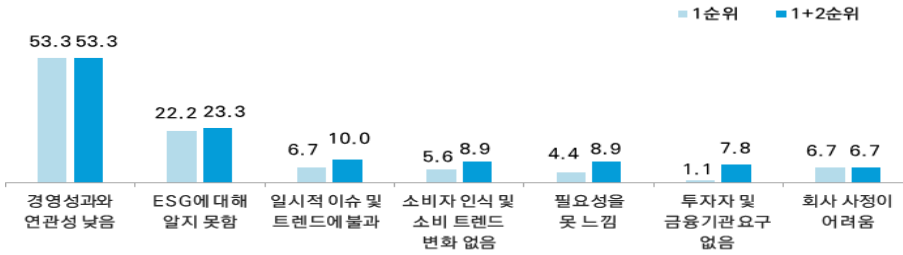
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

바. ESG 경영 불필요 이유

반면, ESG가 필요하지 않다고 응답한 기업들을 대상으로 그 이유를 물었을 때, ‘경영성과와 연관성 낮음’(1순위 및 1+2순위 각각 53.3%), ‘ESG에 대해 알지 못함’(1순위 22.2%, 1+2순위 23.3%), ‘일시적 이슈 및 트렌드에 불과’(1순위 6.7%, 10.0%) 등의 순으로 높았다.

업종별로 살펴 봤을 때에도 전반적인 응답형태와 유사하게 나타나고 있으나, 국제회의업과 유원시설업의 응답자들은 ESG 경영이 일시적인 이슈 또는 트렌드에 불과하다는 이유가 두번째로 나타나며, ESG 경영이 한시적으로 이루어질 수 있음을 감안하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-6] ESG 경영 불필요 이유



〈표 5-10〉 업종별 ESG 경영 불필요 이유

1+2 순위 [단위 : %]

구분	경영성과와 연관성 낮음	일시적 이슈 및 트렌드에 불과	소비자 인식 및 소비 트렌드 변화 없음	투자자 및 금융기관 요구 없음	기타	회사 사정이 어려움	ESG에 대해 알지 못함	필요성을 못 느낌
여행업	35.9%	5.1%	5.1%	5.1%	0.0%	15.4%	33.3%	15.4%
관광숙박업	60.0%	10.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	10.0%
관광객이용시설업	60.0%	10.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	30.0%	0.0%
국제회의업	62.5%	25.0%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%
카지노업*	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
유원시설업	57.1%	28.6%	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%
관광편의시설업	91.7%	0.0%	8.3%	8.3%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%
관광벤처기업	50.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%
소계	53.3%	10.0%	8.9%	7.8%	0.0%	6.7%	23.3%	8.9%

*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

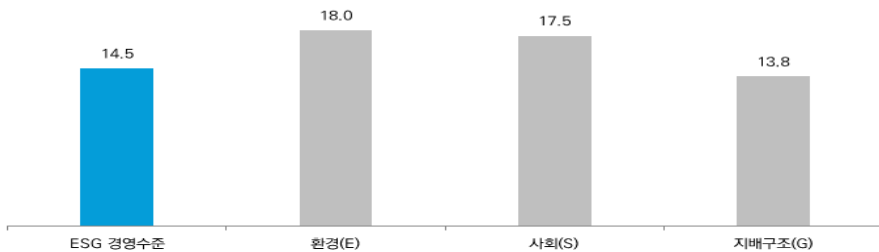
2. ESG 활동

가. ESG 경영수준

기업의 ESG 경영수준에 대해 물었을 때, 경영수준이 높다(‘다소 높음’+‘매우 높음’)는 응답의 비율은 14.5%로 다소 낮은 수준을 보였다. 각 분야별 경영 수준 또한 낮은 수준이었으며, 높다는 의견의 비율은 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)의 순이었다.

[그림 5-7] ESG 경영 수준(‘다소 높음’+‘매우 높음’ 비율)

[base: 전체, 단위: %]



업종별로 기업의 ESG 경영 수준에 대한 응답에서 상대적으로 높게 응답한 업종은 유원시설업, 관광객이용시설업, 관광편의 시설업으로 나타났다. 여행업과 관광숙박업, 국제회의업의 경우에는 9% 정도의 응답자들의 ‘다소 높음’으로 응답한 것으로 나타났다.

〈표 5-11〉 업종별 ESG 경영 수준

[단위 : %]

구분	매우 낮음	다소 낮음	보통	다소 높음	매우 높음
여행업	36.1%	22.7%	32.8%	6.7%	1.7%
관광숙박업	9.1%	54.5%	27.3%	9.1%	0.0%
관광객이용시설업	12.2%	12.2%	56.8%	13.5%	5.4%
국제회의업	18.8%	40.6%	31.3%	9.4%	0.0%
카지노업*	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%	0.0%
유원시설업	8.9%	22.2%	40.0%	22.2%	6.7%
관광편의시설업	7.7%	36.5%	38.5%	15.4%	1.9%
관광벤처기업	30.0%	23.3%	36.7%	6.7%	3.3%
소계	19.8%	27.5%	38.3%	11.8%	2.8%

*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

환경 분야에서의 ESG 경영 수준에 대한 응답 결과 유원시설업, 관광편의 시설업, 관광벤처기업 순으로 '다소 높음' 이상의 응답을 나타냈으며, 여행업, 국제회의업에 포함된 기업들의 환경 분야의 경영수준이 상대적으로 낮은 것으로 조사되었다.

〈표 5-12〉 업종별 ESG 경영 수준(환경)

[단위 : %]

구분	매우 낮음	다소 낮음	보통	다소 높음	매우 높음
여행업	31.1%	19.3%	40.3%	6.7%	2.5%
관광숙박업	6.8%	43.2%	38.6%	9.1%	2.3%
관광객이용시설업	13.5%	6.8%	59.5%	13.5%	6.8%
국제회의업	21.9%	15.6%	53.1%	9.4%	0.0%
카지노업*	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%	0.0%
유원시설업	8.9%	24.4%	35.6%	22.2%	8.9%
관광편의시설업	7.7%	26.9%	36.5%	25.0%	3.8%
관광벤처기업	13.3%	26.7%	33.3%	26.7%	0.0%
소계	17.3%	21.5%	43.3%	14.3%	3.8%

*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

사회 분야에서의 ESG 경영 수준에 대한 응답 결과 유원시설업, 관광벤처기업, 관광편의 시설업 순으로 '다소 높음' 이상의 응답을 나타냈으며, 전반적으로 10%이상의 응답자들이 기업들의 사회분야 ESG 경영 수준을 높게 인식하는 것으로 조사되었다.

〈표 5-13〉 업종별 ESG 경영 수준(사회)

[단위 : %]

구분	매우 낮음	다소 낮음	보통	다소 높음	매우 높음
여행업	31.1%	20.2%	37.8%	7.6%	3.4%
관광숙박업	4.5%	43.2%	40.9%	11.4%	0.0%
관광객이용시설업	13.5%	8.1%	60.8%	9.5%	8.1%
국제회의업	18.8%	12.5%	53.1%	12.5%	3.1%
카지노업*	0.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%
유원시설업	6.7%	28.9%	33.3%	24.4%	6.7%
관광편의시설업	5.8%	32.7%	42.3%	15.4%	3.8%
관광벤처기업	13.3%	23.3%	40.0%	20.0%	3.3%
소계	16.3%	22.8%	43.5%	13.0%	4.5%

*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

지배구조 분야에서의 ESG 경영 수준에 대한 응답 결과에서는 유원시설업, 관광편의 시설업, 여행업 순으로 ‘다소 높음’ 이상의 응답이 나타났다. 관광숙박업과 국제회의업, 관광벤처기업의 경우 10% 미만의 응답자들이 기업의 지배구조 분야에서 ESG 경영 수준을 높게 인식하는 것으로 조사되었다.

〈표 5-14〉 업종별 ESG 경영 수준(지배구조)

[단위 : %]

구분	매우 낮음	다소 낮음	보통	다소 높음	매우 높음
여행업	29.4%	19.3%	39.5%	8.4%	3.4%
관광숙박업	4.5%	50.0%	36.4%	9.1%	0.0%
관광객이용시설업	13.5%	9.5%	66.2%	8.1%	2.7%
국제회의업	18.8%	21.9%	50.0%	9.4%	0.0%
카지노업*	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%	0.0%
유원시설업	11.1%	24.4%	37.8%	22.2%	4.4%
관광편의시설업	7.7%	36.5%	38.5%	15.4%	1.9%
관광벤처기업	10.0%	36.7%	46.7%	6.7%	0.0%
소계	16.3%	25.3%	44.8%	11.5%	2.3%

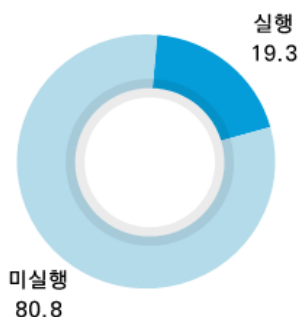
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

나. ESG 경영 실행 여부

현재 ESG 경영을 실행하고 있는 기업의 비율은 전체의 19.3%에 불과하며, 실제 ESG를 실천 중인 기업은 많지 않았다.

[그림 5-8] ESG 경영 여부

[base: 전체, 단위: %]



업종별로는 관광편의시설업이 34.6%, 관광벤처기업이 33.3%로 상대적으로 높은 ESG 경영 실행 현황을 보여주고 있으며, 국제회의업(12.5%), 관광객이용시설업(13.5%) 등이 상대적으로 낮은 ESG 경영 실행 현황이 조사되었다.

〈표 5-15〉 업종별 ESG 경영 실행 여부

[단위 : %]

구분	예	아니오
여행업	14.3%	85.7%
관광숙박업	15.9%	84.1%
관광객이용시설업	13.5%	86.5%
국제회의업	12.5%	87.5%
카지노업*	50.0%	50.0%
유원시설업	20.0%	80.0%
관광편의시설업	34.6%	65.4%
관광벤처기업	33.3%	66.7%
소계	19.3%	80.8%

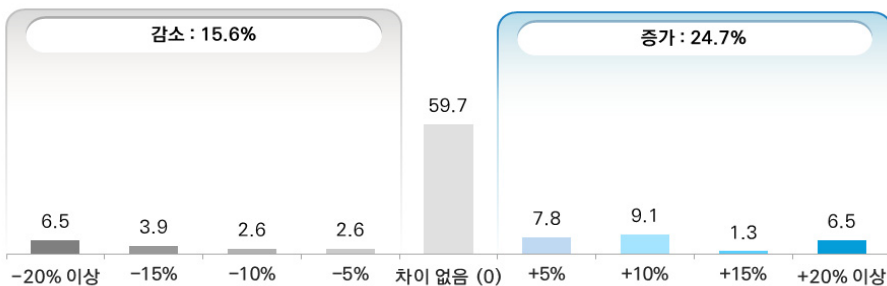
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

다. 매출 증감 수준

ESG 경영을 실행 중인 기업을 대상으로 전년 대비 매출 증감 수준을 물었을 때, '차이 없음'으로 응답한 기업의 비율이 59.7%로 과반 이상을 차지했다. 매출이 증가했다는 응답이 감소했다는 응답 대비 많았다.

[그림 5-9] 매출 증감 수준

[base: ESG 실행 기업, 단위: %]



〈표 5-16〉 업종별 매출 증감 수준

[단위 : %]

구분	-20% 이상	-15%	-10%	-5%	차이 없음 (0)	+5%	+10%	+15%	+20% 이상
여행업	17.6%	5.9%	0.0%	0.0%	52.9%	0.0%	5.9%	0.0%	17.6%
관광숙박업	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	71.4%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%
관광객이용시설업	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	60.0%	0.0%	10.0%	0.0%	20.0%
국제회의업	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%
카지노업*	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
유원시설업	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
관광편의시설업	5.6%	5.6%	0.0%	0.0%	66.7%	11.1%	11.1%	0.0%	0.0%
관광벤처기업	0.0%	0.0%	10.0%	10.0%	50.0%	10.0%	20.0%	0.0%	0.0%
소계	6.5%	3.9%	2.6%	2.6%	59.7%	7.8%	9.1%	1.3%	6.5%

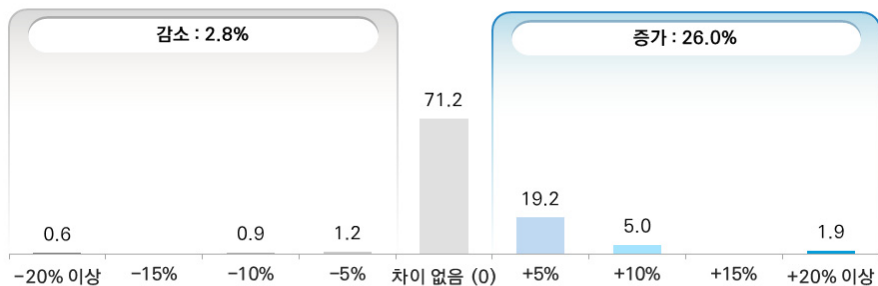
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

라. 매출 증감 예상

반대로 ESG 경영을 실행하고 있지 않은 기업들을 대상으로 ESG 경영 도입 후 예상하는 매출 증감 정도를 물었을 때, ‘차이 없음’이 71.2%로 대부분을 차지했으며, 증가할 것이라는 예상이 26.0%, 감소할 것이라는 예상은 2.8%에 불과했다.

[그림 5-10] 매출 증감 예상

[base: ESG 미실행 기업, 단위: %]



업종별 매출 증감 예상에 대한 응답 역시 차이가 없을 것으로 응답한 기업들이 과반수 이상으로 나타나 ESG 경영으로 인한 직접적인 매출 기대는 낮은 것으로 조사되었다.

〈표 5-17〉 업종별 매출 증감 예상

[단위 : %]

구분	-20% 이상	-15%	-10%	-5%	차이 없음 (0)	+5%	+10%	+15%	+20% 이상
여행업	2.0%	0.0%	1.0%	0.0%	80.4%	10.8%	4.9%	0.0%	1.0%
관광숙박업	0.0%	0.0%	0.0%	2.7%	54.1%	32.4%	8.1%	0.0%	2.7%
관광객이용시설업	0.0%	0.0%	1.6%	1.6%	76.6%	10.9%	4.7%	0.0%	4.7%
국제회의업	0.0%	0.0%	0.0%	3.6%	64.3%	25.0%	7.1%	0.0%	0.0%
카지노업*	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
유원시설업	0.0%	0.0%	0.0%	2.8%	72.2%	19.4%	5.6%	0.0%	0.0%
관광편의시설업	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	58.8%	38.2%	2.9%	0.0%	0.0%
관광벤처기업	0.0%	0.0%	5.0%	0.0%	70.0%	20.0%	0.0%	0.0%	5.0%
소계	.6%	0.0%	.9%	1.2%	71.2%	19.2%	5.0%	0.0%	1.9%

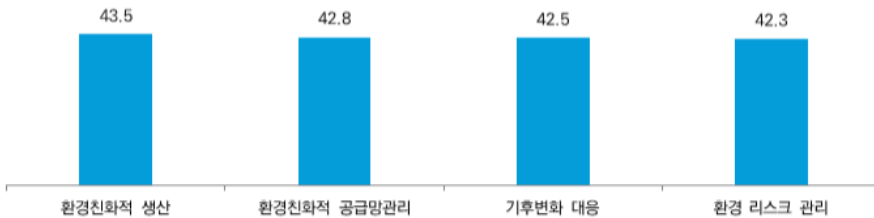
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

마. 환경 분야 관심도

ESG 분야 중 환경(Environmental) 부문에 대한 관심도를 물었을 때, 높다(‘높음’+ ‘매우 높음’)는 응답의 비율은 ‘환경친화적 생산’(43.5%), ‘환경친화적 공급망관리’(42.8%), ‘기후변화 대응’(42.5%), ‘환경 리스크 관리’(42.3%)의 순으로 높았다.

[그림 5-11] 환경 분야 관심도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)

[base: 전체, 단위: %]



관광벤처기업의 경우 ‘높음’ 이상으로 응답한 비율에 있어서 ‘환경친화적 생산’, ‘환경 친화적 공급망 관리’ 항목이 ‘기후변화 대응’, ‘환경 리스크 관리’ 항목보다 높은 응답률을 나타냈다. 국제회의업의 경우 ‘환경친화적 생산’, ‘기후변화 대응’에 대한 응답이 ‘환경친화적 공급망 관리’, ‘환경 리스크 관리’ 항목보다 높게 나타나며 전반적인 응답 현황과 다른 결과를 나타내는 것으로 조사되었다.

〈표 5-18〉 업종별 환경 분야 관심도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)

[단위 : %]

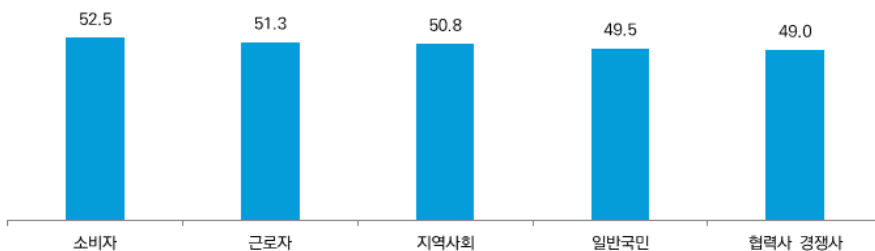
구분	환경친화적 생산	환경친화적 공급망 관리	기후변화 대응	환경 리스크 관리
여행업	28.6%	26.1%	29.4%	28.6%
관광숙박업	47.7%	47.7%	45.5%	47.7%
관광객이용시설업	59.5%	59.5%	58.1%	58.1%
국제회의업	40.6%	37.5%	40.6%	34.4%
카지노업*	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%
유원시설업	53.3%	53.3%	53.3%	53.3%
관광편의시설업	38.5%	38.5%	38.5%	38.5%
관광벤처기업	53.3%	56.7%	43.3%	46.7%
소계	43.5%	42.8%	42.5%	42.3%

*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

바. 사회적 가치 활동 대상 중요도

ESG 분야 중 사회적 가치(Social) 활동 대상의 중요도로는 ‘소비자’(52.5%)가 가장 높았고, 그다음으로 ‘근로자’(51.3%), ‘지역사회’(50.8%), ‘일반국민’(49.5%), ‘협력사 경쟁사’(49.0%)의 순을 보였다.

[그림 5-12] 사회적 가치 활동 대상 중요도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)



관광숙박업의 경우 사회적 가치 활동 대상 중요도 응답 순서에서 근로자, 소비자, 협력사 경쟁사, 지역사회, 일반 국민 순으로 나타났으며, 유원시설업의 경우 협력사 경쟁사의 중요도가 가장 높게 나타났다.

〈표 5-19〉 업종별 사회적 가치 활동 대상 중요도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)

[단위 : %]

구분	소비자	근로자	지역사회	일반국민	협력사 경쟁사
여행업	36.1%	34.5%	33.6%	32.8%	31.1%
관광숙박업	65.9%	68.2%	63.6%	63.6%	65.9%
관광객이용시설업	55.4%	55.4%	54.1%	54.1%	55.4%
국제회의업	40.6%	37.5%	40.6%	34.4%	34.4%
카지노업*	100.0%	100.0%	100.0%	75.0%	100.0%
유원시설업	55.6%	53.3%	55.6%	55.6%	57.8%
관광편의시설업	67.3%	65.4%	67.3%	67.3%	65.4%
관광벤처기업	66.7%	63.3%	60.0%	56.7%	46.7%
소계	52.5%	51.3%	50.8%	49.5%	49.0%

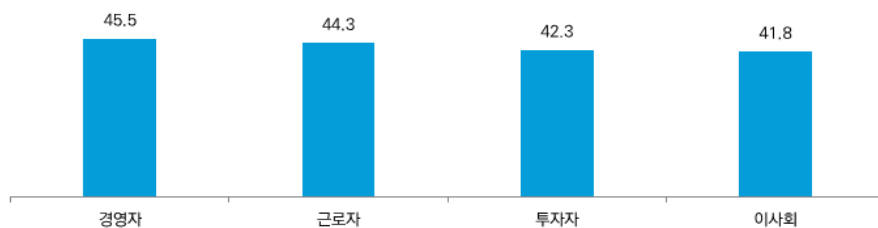
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

사. 지배구조 대상 중요도

ESG 분야 중 지배구조(Governance) 측면에서 대상별 중요도로는 ‘경영자’(45.5%)가 가장 높았고, 그다음으로 ‘근로자’(44.3%), ‘투자자’(42.3%), ‘이사회’(41.8%)의 순으로 나타났다.

[그림 5-13] 지배구조 대상 중요도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)

[base: 전체, 단위: %]



업종별로 살펴봤을 때, 전반적인 응답 비율의 순서와 유사하게 나타나고 있다.

〈표 5-20〉 업종별 지배구조 대상 중요도(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)

[단위 : %]

구분	경영자	근로자	투자자	이사회
여행업	38.7%	37.0%	32.8%	32.8%
관광숙박업	52.3%	50.0%	52.3%	50.0%
관광객이용시설업	39.2%	39.2%	37.8%	37.8%
국제회의업	46.9%	46.9%	43.8%	37.5%
카지노업*	75.0%	75.0%	75.0%	75.0%
유원시설업	48.9%	48.9%	48.9%	48.9%
관광편의시설업	44.2%	44.2%	44.2%	44.2%
관광벤처기업	70.0%	63.3%	56.7%	60.0%
소계	45.5%	44.3%	42.3%	41.8%

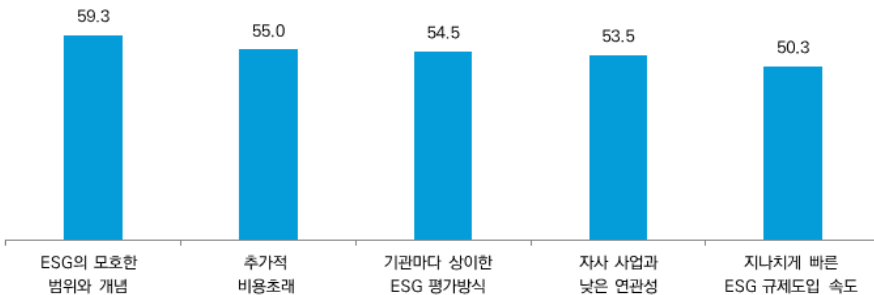
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

아. ESG 경영전략 수립 난이도

ESG 경영전략 수립에 어려움을 느끼는 정도를 물었을 때, ‘ESG의 모호한 범위와 개념’ (59.3%)에 대해 어려워하는 비율이 가장 높으며, 그다음으로 ‘추가적 비용초래’(55.0%), ‘기관마다 상이한 ESG 평가방식’(54.5%) 등의 순을 보였다.

[그림 5-14] ESG 경영전략 수립 난이도(‘어려움’+‘매우 어려움’ 비율)

[base: 전체, 단위: %]



관광숙박업, 관광객이용시설업, 국제회의업, 관광편의시설업, 관광벤처기업들은 ‘ESG의 모호한 범위와 개념’이 가장 높은 비율을 나타냈으며, 여행업의 경우 ‘기관마다 상이한 ESG 평가방식’이, 유원시설업의 경우 ‘추가적 비용초래’와 ‘지나치게 빠른 ESG 규제도입 속도’가 높은 비율로 나타났다.

〈표 5-21〉 업종별 ESG 경영전략 수립 난이도(‘어려움’+‘매우 어려움’ 비율)

[단위 : %]

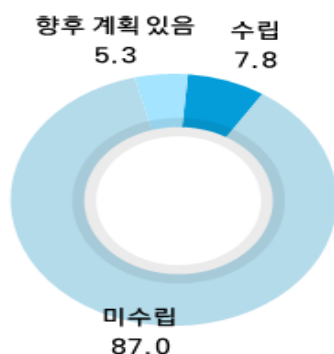
구분	ESG의 모호한 범위와 개념	추가적 비용초래	기관마다 상이한 ESG 평가방식	자사 사업과 낮은 연관성	지나치게 빠른 ESG 규제도입 속도
여행업	65.5%	66.4%	67.2%	65.5%	59.7%
관광숙박업	77.3%	59.1%	61.4%	63.6%	52.3%
관광객이용시설업	51.4%	50.0%	51.4%	51.4%	51.4%
국제회의업	59.4%	46.9%	50.0%	50.0%	43.8%
카지노업*	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%
유원시설업	37.8%	40.0%	33.3%	28.9%	40.0%
관광편의시설업	51.9%	50.0%	46.2%	50.0%	44.2%
관광벤처기업	73.3%	56.7%	53.3%	43.3%	40.0%
소계	59.3%	55.0%	54.5%	53.5%	50.3%

*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

자. ESG 경영성과 목표 수립 여부

2022년 ESG 경영성과에 대한 구체적인 연간 목표를 수립했는지 물었을 때, 전체 기업의 7.8%만이 계획을 수립했다고 응답했다. 대다수(87.0%)는 계획을 수립하지 않은 것으로 보이며, 향후 계획이 있다는 응답 역시 5.3%에 불과했다.

〔그림 5-15〕 ESG 경영성과 목표 수립 여부



ESG 경영성과 목표를 수립한 비율이 상대적으로 높은 비율이 나타난 업종은 유원시설업(15.6%), 관광숙박업(11.4%) 등으로 나타났으며, 타 업종의 경우 10% 미만의 ESG 경영성과 목표 수립 비율로 나타났다.

〈표 5-22〉 업종별 ESG 경영성과 목표 수립 여부

[단위 : %]

구분	수립	미수립	향후 계획 있음
여행업	2.5%	88.2%	9.2%
관광숙박업	11.4%	84.1%	4.5%
관광객이용시설업	8.1%	89.2%	2.7%
국제회의업	6.3%	84.4%	9.4%
카지노업*	50.0%	50.0%	0.0%
유원시설업	15.6%	84.4%	0.0%
관광편의시설업	7.7%	90.4%	1.9%
관광벤처기업	6.7%	86.7%	6.7%
소계	7.8%	87.0%	5.3%

*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

차. ESG 경영 추진 요인

ESG 경영을 추진하고자 하는 이유와 관련하여 ESG 경영 추진에 끼친 영향 수준은 ‘경영자 요구’(25.8%), ‘ESG 정부정책 영향’(21.5%), ‘ESG 경영문화의 확산’(19.3%) 등의 순으로 높았다.

[그림 5-16] ESG 경영 추진 요인(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)



업종별로 ESG 경영 추진에 끼친 영향 수준을 살펴봤을때에도 주로 '경영자 요구', 'ESG 정부정책 영향', 'ESG 경영문화의 확산' 등이 상위권으로 나타났다.

〈표 5-23〉 ESG 경영 추진 요인('높음'+ '매우 높음' 비율)

[단위 : %]

구분	경영자 요구	ESG정부 정책 영향	ESG 경영 문화의 확산	시민사회 요구	소비자의 요구	지역사회 요구	내부 임직원 요구
여행업	21.0%	10.1%	10.1%	10.9%	11.8%	10.1%	5.0%
관광숙박업	29.5%	25.0%	27.3%	27.3%	25.0%	27.3%	25.0%
관광객이용시설업	20.3%	29.7%	12.2%	12.2%	12.2%	12.2%	13.5%
국제회의업	28.1%	18.8%	18.8%	9.4%	6.3%	9.4%	18.8%
카지노업*	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
유원시설업	28.9%	24.4%	24.4%	24.4%	22.2%	24.4%	24.4%
관광편의시설업	26.9%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	26.9%
관광벤처기업	43.3%	33.3%	43.3%	40.0%	43.3%	40.0%	43.3%
소계	25.8%	21.5%	19.3%	18.5%	18.3%	18.3%	18.0%
구분	글로벌 ESG 규제	이사회 요구	경쟁기업의 ESG 활동	투자기관 요구	금융기관의 요구	관련단체 요구	
여행업	7.6%	4.2%	5.9%	4.2%	5.0%	5.9%	
관광숙박업	25.0%	29.5%	25.0%	25.0%	22.7%	20.5%	
관광객이용시설업	12.2%	13.5%	13.5%	12.2%	12.2%	10.8%	
국제회의업	15.6%	9.4%	12.5%	15.6%	12.5%	12.5%	
카지노업*	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	
유원시설업	24.4%	24.4%	24.4%	22.2%	22.2%	22.2%	
관광편의시설업	25.0%	26.9%	25.0%	26.9%	28.8%	25.0%	
관광벤처기업	30.0%	33.3%	33.3%	36.7%	33.3%	30.0%	
소계	17.0%	16.8%	16.8%	16.5%	16.3%	15.3%	

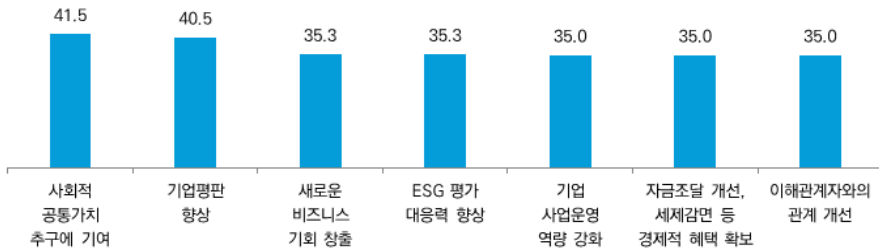
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

카. ESG 경영 기대 효과

ESG 경영을 통해 기대되는 효과에 대해 물었을 때, ‘사회적 공통가치 추구에 기여’(41.5%), ‘기업평판 향상’(40.5%), ‘새로운 비즈니스 기회 창출’(35.3%), ‘ESG 평가 대응력 향상’(35.3%) 등의 순으로 기대하는 수준이 높은 것으로 나타났다.

[그림 5-17] ESG 경영 기대 효과(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)

[base: 전체, 단위: %]



〈표 5-24〉 업종별 ESG 경영 기대 효과(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)

[단위 : %]

구분	사회적 공통가치 추구에 기여	기업평판 향상	새로운 비즈니스 기회 창출	ESG 평가 대응력 향상	기업 사업운영 역량 강화	자금조달 개선, 세제 감면 등 경제적 혜택 확보	이해관계자와의 관계 개선
여행업	26.1%	25.2%	24.4%	20.2%	21.0%	21.0%	18.5%
관광숙박업	54.5%	56.8%	50.0%	47.7%	54.5%	52.3%	52.3%
관광객이용시설업	35.1%	36.5%	33.8%	33.8%	35.1%	32.4%	33.8%
국제회의업	34.4%	37.5%	28.1%	34.4%	34.4%	25.0%	37.5%
카지노업*	100.0%	75.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	75.0%
유원시설업	46.7%	46.7%	37.8%	42.2%	40.0%	40.0%	40.0%
관광편의시설업	51.9%	48.1%	38.5%	46.2%	38.5%	44.2%	40.4%
관광벤처기업	73.3%	63.3%	56.7%	50.0%	46.7%	56.7%	53.3%
소계	41.5%	40.5%	35.3%	35.3%	35.0%	35.0%	35.0%

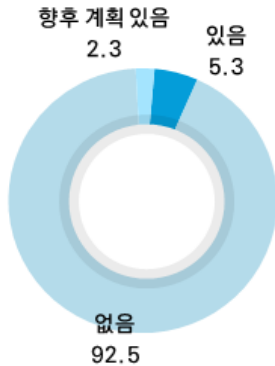
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

3. ESG 조직

가. ESG 전담조직 여부

전체 기업 중 별도의 ESG 실무 전담조직이 마련되어 있는 기업의 비율은 5.3%에 불과하며, 향후 마련할 계획이 있다는 기업도 2.3%에 그쳤다.

[그림 5-18] ESG 전담조직 여부



유원시설업(11.1%), 관광숙박업(9.1%) 등이 ESG 전담 조직 설치 여부에 상대적으로 높은 응답률을 보이고 있으나 전반적으로 ESG 전담조직 설치 등 기업차원에서의 ESG 관련 활동을 위한 전문 조직 설치가 미비한 것으로 파악되었다.

〈표 5-25〉 업종별 ESG 전담 조직 여부

[단위 : %]

구분	있다	없다	향후 계획이 있다
여행업	0.8%	97.5%	1.7%
관광숙박업	9.1%	88.6%	2.3%
관광객이용시설업	4.1%	94.6%	1.4%
국제회의업	3.1%	87.5%	9.4%
카지노업*	50.0%	50.0%	0.0%
유원시설업	11.1%	88.9%	0.0%
관광편의시설업	7.7%	92.3%	0.0%
관광벤처기업	3.3%	90.0%	6.7%
소계	5.3%	92.5%	2.3%

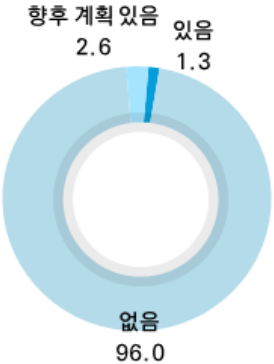
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

나. ESG 전담인력 여부

ESG 전담조직을 보유하고 있지 않은 기업을 대상으로 전담인력이 별도로 있는지 물었을 때, 전담인력을 보유한 기업은 1.3%로 극히 일부였다.

[그림 5-19] ESG 전담 인력 여부

[base: 전담조직 미보유 기업, 단위: %]



〈표 5-26〉 업종별 ESG 전담 인력 여부

[단위 : %]

구분	있다	없다	향후 계획이 있다
여행업	0.0%	98.3%	1.7%
관광숙박업	2.5%	95.0%	2.5%
관광객이용시설업	1.4%	97.2%	1.4%
국제회의업	0.0%	90.3%	9.7%
카지노업*	0.0%	100.0%	0.0%
유원시설업	5.0%	95.0%	0.0%
관광편의시설업	0.0%	100.0%	0.0%
관광벤처기업	3.4%	86.2%	10.3%
소계	1.3%	96.0%	2.6%

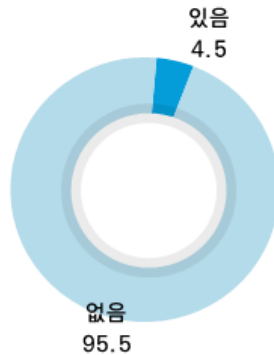
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

다. ESG 전문가 채용 계획

올해 ESG 전문가 인력을 추가로 채용할 계획이 있는지 물었을 때, 채용 계획이 있다고 응답한 기업의 비율은 전체 중 4.5%에 불과한 것으로 나타나, 인력 수요는 높지 않은 것으로 조사되었다.

[그림 5-20] ESG 전문가 채용 계획

[base: 전체, 단위: %]



〈표 5-27〉 업종별 ESG 전문가 채용 계획

[단위 : %]

구분	있다	없다
여행업	0.8%	99.2%
관광숙박업	2.3%	97.7%
관광객이용시설업	6.8%	93.2%
국제회의업	3.1%	96.9%
카지노업*	25.0%	75.0%
유원시설업	8.9%	91.1%
관광편의시설업	1.9%	98.1%
관광벤처기업	13.3%	86.7%
소계	4.5%	95.5%

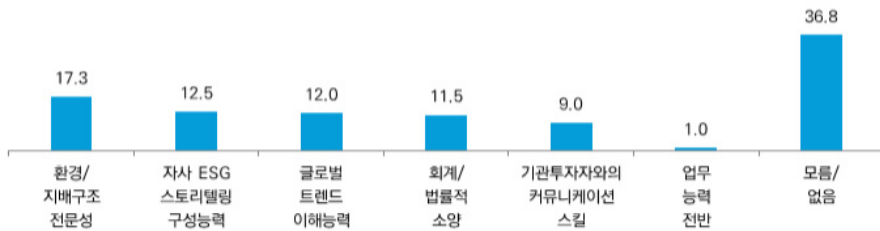
*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

라. ESG 담당자 채용 시 고려 역량

ESG 업무 담당자를 채용할 때, 가장 중요하게 고려하는 역량을 물었을 때, 전체 기업의 36.8%가 ‘모름/없음’으로 응답하여 가장 높았다. 그다음으로는 ‘환경/지배구조 전문성’(17.3%), ‘자사 ESG 스토리텔링 구성능력’(12.5%) 등의 순을 보였다.

[그림 5-21] ESG 담당자 채용 시 고려 역량

[base: 전체, 단위: %]



〈표 5-28〉 업종별 ESG 담당자 채용 시 고려 역량

[단위 : %]

구분	환경/지배구조 전문성	자사 ESG 스토리텔링 구성능력	글로벌 트렌드 이해능력	회계/법률적 소양	기관투자자와의 커뮤니케이션 스킬	업무 능력 전반	모름/없음
여행업	10.9%	10.1%	12.6%	10.1%	9.2%	2.5%	44.5%
관광숙박업	13.6%	18.2%	11.4%	11.4%	15.9%	0.0%	29.5%
관광객이용시설업	16.2%	9.5%	4.1%	4.1%	6.8%	0.0%	59.5%
국제회의업	25.0%	9.4%	18.8%	12.5%	6.3%	0.0%	28.1%
카지노업*	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%
유원시설업	31.1%	13.3%	11.1%	13.3%	2.2%	0.0%	28.9%
관광편의시설업	17.3%	7.7%	19.2%	19.2%	13.5%	0.0%	23.1%
관광벤처기업	16.7%	30.0%	13.3%	20.0%	6.7%	3.3%	10.0%
소계	17.3%	12.5%	12.0%	11.5%	9.0%	1.0%	36.8%

*표본수가 적어 해석에 유의가 필요함

4. 관광기업 ESG 지원정책 중요도 및 시급성

ESG 관련 지원정책의 중요도와 시급성을 물었을 때, 중요도와 시급성 모두 ‘ESG 경영장려 경제적 지원’ 및 ‘관광기업 특성을 반영한 ESG 경영 도입 지침서 및 가이드 라인’이 높았다. 반면, ‘관광분야 ESG 평가기관 지정’과 ‘ESG 평가기관 일원화’는 중요도와 시급성 모두 낮은 것으로 나타났다.

〈표 5-29〉 지원정책 중요도 및 시급성(‘높음’+‘매우 높음’ 비율)

NO	지원정책	중요도(%)	시급성(%)
1	ESG 경영장려 경제적 지원	49.8	35.8
2	ESG 도입 및 실천 의무화	44.3	32.3
3	ESG 성과에 따른 정책금융 확대	46.3	33.3
4	ESG 우수기업에 대한 조달 및 공모선정 가점, 공공구매 확대	44.5	32.3
5	ESG 우수기업에 대한 인증 및 홍보 강화	46.8	33.8
6	ESG 교육 기회 및 정보자료 제공 확대	46.8	33.8
7	관광기업 특성을 반영한 ESG 경영 도입 지침서 및 가이드라인 제공	49.0	35.8
8	ESG 경영 컨설팅 지원강화	46.3	33.0
9	ESG 기업 협력 활성화 정책	44.5	33.0
10	ESG 지원 산관학 협력체계 구축	42.8	30.8
11	법제도 근거 마련	42.5	31.8
12	관광 ESG 경영 관련 조사통계 인프라 구축	45.5	33.5
13	ESG 평가기관 일원화	40.8	30.0
14	관광 ESG 평가 기준 마련	41.0	31.8
15	관광분야 ESG 평가기관 지정	39.3	30.8
16	관광 ESG 공정거래 기준 마련	41.8	32.3

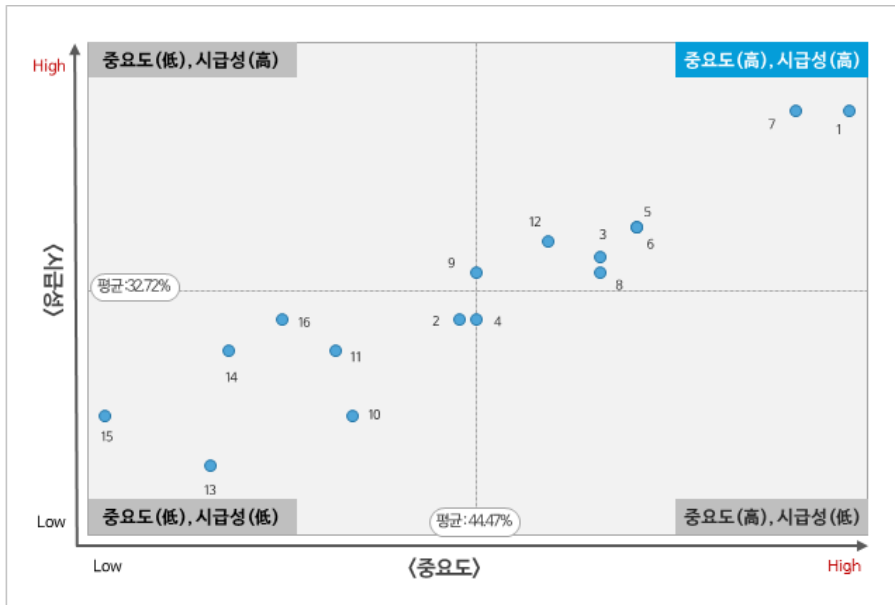
제안된 16개의 정책 영역중 가장 높은 중요도를 보인 것은 'ESG 경영장려 경제적 지원'으로 ESG 경영 추진으로 인한 추가 비용발생에 대한 부담으로 판단된다.

'관광기업 특성을 반영한 ESG 경영 도입 지침서 및 가이드라인 제공'이 두 번째로 높게 나타났으며 관광기업들의 ESG에 대한 낮은 이해 수준과 ESG 경영의 추진의 어려움이 반영된 것으로 볼 수 있다.

ESG 관련 지원정책의 중요도와 시급성을 함께 분석했을 때, 중요도가 높은 정책은 시급성 또한 높은 경향을 보였다.

중요도가 높게 조사된 항목인 'ESG 경영장려 경제적 지원'과 '관광기업 특성을 반영한 ESG 경영 도입 지침서 및 가이드라인'은 중요도와 시급성이 모두 높게 나타났으며 'ESG 성과에 따른 정책금융 확대', 'ESG 우수기업에 대한 인증 및 홍보 강화', 'ESG 교육 기회 및 정보자료 제공 확대', 'ESG 경영 컨설팅 지원강화' 등이 중요도와 시급성이 모두 높은 정책으로 조사되었다.

[그림 5-22] 중요도-시급성 IPA



제3절 소결

1. 관광기업의 ESG 경영 인식과 활동

2021년, 대한상공회의소에서 실행한 ESG 확산 및 정착을 위한 기업 설문조사 결과 중 81.7%가 보통의 인식수준을 가지고 있는 반면 관광기업을 대상으로 한 본 연구의 설문결과에서는 ESG 인식 정도에 대해 29.5%가 어느 정도 알고 있는 것으로 응답하였다. 2021년 조사 대상 중 34%가 대기업임을 감안하더라도 관광기업의 ESG 경영 인식이 낮음을 파악 할 수 있다.

ESG에 대한 관심을 가지고 있는 기업이 25.5%로 나타났으나 ESG 중요도에 있어서는 중요하다고 응답한 기업은 48.3%로 ESG가 가진 가치는 인정하고 있으나 기업 운영에 있어서 업무적 관심이 상대적으로 떨어지는 것으로 유추해 볼 수 있다.

ESG 경영 필요성에 있어서는 중요도와 비슷하게 48.5%로 나타났으며 기업이미지 제고와 수익 창출을 위한 역할을 주 이유로 들고 있어 ESG 추구로 인한 최종 가치 창출에 앞서 기업의 생존과 연결지어 인식하는 것으로 판단된다. 앞서 관광기업들의 ESG 추구 이유는 기업의 수익과 연결될 것이라는 예상을 통해 국내 ESG 정책이 추구하고 있는 투자와 관련된 정책과는 다른 방향의 결과를 나타내고 있다.

그러나 ESG 경영이 필요없다고 응답한 기업 중 그 이유를 경영성과와의 연관성이 낮기 때문이라고 대해 과반수 이상이 응답한 조사 결과는 ESG 경영의 중요성에 대한 인식 부재와 연결지어 생각해 볼 수 있다.

전반적인 인식 수준이 낮아 관광기업을 대상으로 하는 인식확산이 시급한 것으로 판단되는 결과를 보여주고 있다.

한편, ESG 경영을 실행하는 기업은 19.3%로 인식 수준보다 낮은 결과를 나타냈으나, 기업의 ESG 경영수준에 대해서는 14.5%의 기업이 높음 이상을 응답하였다.

ESG 경영활동을 실행중인 기업들이 응답한 매출 증감 수준에 있어서 과반수 이상이 큰 차이를 보이지 않는다고 응답했으며, 미활동 기업들 또한 ESG 경영을 실행하더라도 매출 증감에 대한 기대가 높지 않은 것으로 나타나 단기적 수익 증가에 대한 기대는 저조한 것으로 판단 할 수 있다.

반면 투자자관리, ESG 규제 부담은 상대적으로 적게 나타나 중소기업이 대부분으로 구성되어 있는 관광산업의 특성상 투자보다는 매출 수익의 우선과 대기업 중심으로 추진되고 있는 정책 환경에서 벗어나 있을 것으로 예상된다.

현시점에서의 관광분야 ESG 정책은 투자보다는 수익과 연결된 현실적인 측면에서의 관점으로 접근해야할 필요성이 보인다. 앞서 논의된 소비자들의 윤리적 소비 행태와 행보를 같이하는 결과로 유추된다.

ESG 경영을 실행하는 기업이 20%임에도 불구하고 ESG 경영성과 목표 수립은 7.8%로 수립 계획이 있는 기업(5.3%)을 감안하더라도 실제 목표 설정이 되지 않은 것은 관광기업의 ESG 경영 수준이 초기단계에 위치 한 것으로 예상되며, ESG 경영 정착을 위한 지원이 필요한 것으로 판단된다.

사회적 가치 활동 대상 중요도에서 소비자에 대한 중요도 인식이 높은 것으로 파악되며 가치소비를 추구하는 소비자들에 대한 관광기업의 인식이 형성되어 있는 것을 발견하였다. 이는 관광소비자들의 ESG 경영을 실행중인 관광기업에 대한 이미지 인식을 제고 시키고, 소비행동을 이끌어내는 흐름으로 이해 해볼 수 있다. 지배구조 대상 중요도에서는 경영자가 가장 높으며 근로자, 투자자, 이사회 순으로 나타났다.

관광기업들은 ESG 경영 실천을 통해 사회적 공통가치 추구에 기여할 것을 가장 높게 응답했으며, 기업이미지, 브랜드와 연결되는 기업평판 향상에서 기대효과가 나타날 것으로 생각하고 있다. 하지만, ESG 담당자 채용시 고려역량에서 모름/없음 응답이 가장 높게 나온 것을 감안한다면 관광기업 경영진의 ESG 경영에 대한 이해 수준이 낮아 적합한 직무 설정에 어려움이 있을 것으로 판단된다.

2. ESG 경영 관련 정책 수요

관광분야에서의 ESG 경영 도입은 초기단계로 정책 수요 조사 결과에서도 찾아 볼 수 있다. 중요도에서 높은 순위를 보인 항목은 ‘ESG 경영장려 경제적 지원’, ‘관광기업 특성을 반영한 ESG 경영 도입 지침서 및 가이드라인 제공’, ‘ESG 우수기업에 대한 인증 및 홍보 강화’, ‘ESG 교육 기회 및 정보자료 제공 확대’, ‘ESG 경영 컨설팅 지원강화’ 등 ESG 경영 도입 및 진입을 위한 정책 중요도가 높은 것으로 나타났다.

시급성에 있어서도 ‘ESG 경영장려 경제적 지원’, ‘관광기업 특성을 반영한 ESG 경영 도입 지침서 및 가이드라인 제공’, ‘ESG 교육 기회 및 정보자료 제공 확대’, ‘ESG 우수기업에 대한 인증 및 홍보 강화’ 등에 대한 정책이 우선적으로 실행되어야 한다는 의견들이 동일하게 나타났다. 다만 시급성에 있어서 ‘관광 ESG 경영 관련 조사통계 인프라 구축’ 항목이 높은 요구를 나타내 정부의 지속적인 정책적 지원을 위한 기반마련이 중요하다는 점을 시사한다.

상대적으로 낮은 중요도와 시급성을 나타낸 ‘ESG 지원 산관학 협력체계 구축’, ‘법제도 근거 마련’, ‘관광 ESG 공정거래 기준 마련’ 등은 장기적인 관점에서 관광기업들의 ESG 경영 문화가 정착된 이후 진행되어야 할 정책 지원으로 판단된다.

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구

제6장

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안

제1절 정책 추진 방향

1. 추진방향

국제사회에서 요구되는 ESG의 가치추구와 전세계적으로 제도화 되고 있는 ESG경영의 촉진은 기업의 경영환경의 변화를 이끌어 내고 있다. 현재 주요 논의가 되고 있는 제도적 관점에서의 정부의 ESG 경영과 관련된 개입은 어느 때보다 조심스러운 입장을 취해야 할 시점으로 보인다. 지속가능성을 중심으로 하는 투자원칙의 실제적 적용을 위한 정부의 제도는 기업의 자율성과 과도한 정부의 시장개입이 우려되고 있기 때문이다. 다만 ESG 경영의 본질은 국제사회의 요구와 그에 따른 정부의 기업경영의 변화 촉진이 우선되는 환경속에서도 기업의 이윤추구가 우선적으로 전제되어 있다는 점에서 기업이 ESG 경영 추구의 이유로서는 충분할 것으로 생각된다. 기업의 ESG 경영 활동을 통해 가치소비를 추구하는 소비자들의 니즈를 충족 시키고, 나아가 소비자 인식에 긍정적인 영향을 통해 소비로 이어지는 순환구조가 만들어지고 있기 때문이다.

앞서 살펴본 현 정부의 ESG 경영관련 정책을 살펴본 결과 정부의 역할이 기업의 ESG 활동 공시, 투자 기준으로서의 ESG 활용 등으로 나타나고 있기는 하나, 방향성에 있어서 기업경영문화로서의 ESG 정착을 위한 지원책들도 함께 이루어지고 있음을 확인하였다. 기업들에게 스스로 ESG 이행수준을 진단하고 평가에 대비할 수 있는 기준을 정부에서 제시할 필요성이 제기되고 그에 따른 가이드라인이 구성되는 등 정부차원에서의 노력이 지속되고 있는 시점이다. 따라서 관광분야에서도 정부의 개입을 최소화하되, 초기 단계인 ESG 경영의 도입과 확산을 위한 지원이 우선시 되어야 할 것이다.

한편, 전체적인 정책 흐름에 있어서 ESG가 가진 본연적인 추구 가치나, ESG 경영이라는 기업의 활동을 통한 가치 창출에 있어서 공감대를 형성하는 것이 주 목적이 되고 있다. 때문에, ESG 경영은 산업별로 추구하는 가치가 다르거나, 목표설정에 있어서 방

향의 차이를 보이고 있지는 않은 것으로 보인다.

ESG 경영 추진을 위한 중심 요인인 ESG 평가 지표, ESG 가이드라인은 기업의 업역의 문제보다는 경영측면에서의 활동을 강조하기 때문에 산업마다 다른 평가지표와 가이드라인이 생성되기에는 한계가 있을 것으로 사료된다. 또한 평가 기관마다 다른 평가지표의 설정이 혼란을 야기하는 점보다는 기업의 자율성을 담보한다는 점에서는 분야별 세부지표들의 설정보다는 기업의 접근이 더 용이 할 수 있는 점을 갖고 있다.

따라서, 관광분야의 기업들을 대상으로 하는 ESG 평가지표의 개발 등 자체적인 정책 추진보다는 현재 구축되어 있는 평가지표의 해석과 활용 방법, 또는 기업이 ESG 경영전략 수립 과정에 있어 활용할 수 있는 방법을 만들어 주는 것이 현실점에서 관광기업의 ESG 경영 도입을 위한 1차적인 접근이 되어야 할 것으로 보인다.

다만 관광산업의 경우 타산업에 비해 관광소비자들의 역할이 중요하기 때문에 ESG 도입을 위한 변화의 주체로서 관광객을 중요하게 생각하고, 관광소비자들의 변화가 함께 이루어져야 할 것으로 판단된다.

ESG경영의 도입속도가 빠른 환경속에서 관광기업들의 ESG 경영에 대한 전반적인 인식 수준이 낮은 것을 확인하였다. 관광기업을 대상으로 하는 인식확산 등 ESG 경영 정착 및 확산을 위한 정부의 역할이 시급한 것으로 조사되는 등 관광분야에서의 정부의 역할은 범정부적으로 추진되고 있는 ESG 관련 정책에 대한 이해와, ESG 경영 도입을 통한 기업의 경영전략 수립을 위한 역량 강화에 대한 지원이 우선적으로 실행 되어야 할 것으로 판단된다.

우리나라는 중기부와 산업부를 중심으로 기업에 대한 ESG 경영 관련 정책을 펼치고 있어 산업별 접근보다는 기업 단위로 접근하고 있는 실정이다. 관광분야에서도 ESG를 통한 가치 창출 방향과 전반적인 목적은 유사할 것이나, 가치창출을 위한 방법에서 관광산업의 특성이 일부 포함되어 있는 것을 사례조사를 통해 확인하였다.

실질적인 ESG 이행을 요구받고 있는 상황에서 관광산업에서는 공공기관, 대기업을 중심으로 ESG 경영이 점차 확산되고 있다. 대부분이 중소기업인 관광기업의 경우 ESG 도입에 상당히 소극적인 상황이며, 관광기업들이 ESG 경영 도입에 대해 관심을 갖고 이를 성과로 활용할 수 있도록 하는 지원책이 요구되고 있다. 특히, 호텔, 여행사, 국제회의 등 분야별로 매우 다른 성격의 기업들이 복합적으로 하나의 산업을 구성하고 있는 산업의 특성상, 종합적인 관점에서 관광산업 전반에 ESG를 확산시킬 수 있는 방향을 제시하고

기업들이 자발적으로 참여할 수 있는 다양한 유인정책이 뒷받침되어야 한다.

다양하게 펼쳐지는 정책들을 관광기업들이 수혜를 받기 위한 중간역할이 요구되는 시점으로 관광분야에서 정부의 ESG 경영 정책을 활용하면서, 관광기업들의 ESG 경영 정착을 위한 기반을 조성하는 것이 필요하다.

ESG 확산은 관광기업 뿐만 아니라 관광객들의 관광소비 행태에도 변화를 요구하고 있다. 이에 관광산업 내 효과적인 ESG 확산을 위해서는 관광기업을 지원하는 정책 외에도 관광객들의 관심을 제고하고 행동을 변화시키며 관광기업이 추진하는 ESG 경영활동의 참여자 및 감시자 역할을 할 수 있도록 지원이 필요하다. 특히, 미래 관광을 책임질 MZ세대의 경우 지속가능소비에 대한 소비자책임 및 사회적 가치 실천을 크게 인식하고 있다. 또한 이러한 소비자 책임 인식은 소비자교육을 통해 강화(김미예·옥경영, 2021)되는 것이 일반적이다. 따라서 관광객들을 대상으로 하는 ESG 지원 정책 또한 관광기업의 ESG 경영 확산을 위해 필요한 부분이다.

〈표 6-1〉 정책적 시사점

구분	내용
ESG 경영의 역할과 효과	<ul style="list-style-type: none"> • 국제사회 추구 가치 실현을 위한 실제적 행동 • 기업-투자자-소비자 생태계 순환을 위한 기본적인 경영문화 정착 유도 • B2C 수익 창출을 위한 필요요건
국내외 정책 사례	<ul style="list-style-type: none"> • ESG 경영 촉진 및 정책적 조정자 역할 • 단일화된 가이드라인 제시 필요 • 산업 특성 반영한 정책 설계 요구
관광기업 ESG 경영 실천 사례	<ul style="list-style-type: none"> • ESG 경영 추진을 위한 기반 마련 • 인증제, 교육, 컨설팅 등 ESG 경영도입을 위한 지원 우선 • 지속적인 ESG 경영 추진을 위한 관리 필요
관광기업 인식 및 정책 수요조사	<ul style="list-style-type: none"> • 관광기업 ESG 경영 인식 제고 • ESG 경영 추진을 위한 기반 마련 • 금융 지원, 홍보, 교육 지원 우선

2. 정책방안

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 지원정책의 목표를 관광기업의 ESG 경영 문화 진입을 위한 환경 마련으로 설정하고 관광분야 ESG 경영 정책 기반 구축, 관광기업 ESG 경영 도입 지원, ESG 관광 가치소비 확산 등 3개의 영역으로 구분하여 정책방안을 제시하고자 한다.

우선, 범정부 차원에서 실행, 계획 되고 있는 ESG 정책들과의 연계 및 활용을 위한 관광분야 ESG 경영 정책 기반 구축 정책 방안을 제안하였다.

다음으로는 ESG 개념 인식 및 ESG 경영의 필요성에 대한 이해가 부족한 관광기업들의 ESG 경영의 도입을 위한 지원 정책 방안을 제안하였다.

마지막으로 관광산업 특성상 관광소비자들로부터 발생되는 ESG 가치 추구하고 기업의 수익이 연결되는 점을 고려하여 ESG 관광 가치 소비확산을 위한 지원 정책 방안을 제안하였다.

〈표 6-2〉 관광기업 ESG 경영환경 조성 지원 정책 추진 방향

관광기업의 ESG 경영 문화 진입을 위한 환경 마련	
추진방향	실행 방안
관광분야 ESG 경영 정책 기반 구축	관광분야 ESG 경영 기업 대상 금융 지원 체계 구축
	관광기업 ESG 경영 가이드라인 마련
	관광 ESG 경영 협력체계 구성
관광기업 ESG 경영 인식 확산 및 도입 지원	관광기업 대상 ESG 교육 및 컨설팅 지원
	관광 ESG 경영혁신 바우처 제도 신설
	우수 ESG 기업 인증을 통한 인센티브 제공
ESG 관광 가치소비 확산	관광소비자 ESG 인식 제고
	관광 소비를 위한 금융상품 다양화 지원

제2절 부문별 추진 방안

1. 관광분야 ESG 경영 정책 기반 구축

가. 관광 분야 ESG 경영 기업 대상 금융 지원 체계 구축

환경 분야에서는 EU, ISO 등 해외 분류체계를 바탕으로 국내 경제산업 여건을 고려한 한국형 녹색 분류체계를 마련하고 있다. 한국형 녹색분류체계에서는 탄소중립을 중심으로 환경보전(자원순환, 물 등)을 위한 경제활동의 녹색여부에 대한 적합성 평가기준을 제시하고 민관합동 협의체 운영을 통해 이해관계자 의견수렴 및 금융·실물부문에 미치는 영향에 대한 시뮬레이션 작업을 추진하고 있다.

사회 분야에서는 민간의 사회적채권 발행 촉진 등을 위해 발행절차, 대상사업, 사회적효과 산정방안 등을 제시하는 가이드라인 마련의 움직임을 보이고 있다. 국제자본시장협회(ICMA) 가이드라인, EU 소셜 택소노미 논의 동향 등을 바탕으로 국내 법제도 등을 반영하고자 하며, 녹색채권 및 사회적채권 가이드라인을 바탕으로 녹색채권과 사회적채권의 적합성을 모두 갖추어야 한다는 지속가능채권 원칙을 제시하는 등 ESG 채권 가이드라인을 정비하는 노력을 기하고 있다.

〈표 6-3〉 사회적책임투자(SRI)채권과 지속가능연계채권(SLB)

사회책임투자 채권(SRI)	▶ (현행) 발행자금이 친환경·사회적 이득을 창출하는 프로젝트에 사용되는 녹색사회적책임채권 포함 → (개선) 프로젝트 단위가 아닌 기업의 ESG 성과와 연계하여 발행하는 지속가능연계채권(SLB)까지 포함
지속가능연계채권(SLB) 사례	▶ '19년 이탈리아 전력회사 Enel이 15억 달러 규모로 최초 발행 (청정에너지 발전 용량 비중 상향 목표 제시 + 미달성시 이자율 0.25%p 상향 조건)

자료: 관계부처합동(2021). 친환경·포용·공정경제로의 대전환을 위한 ESG 인프라 확충 방안. p. 13

이러한 정책환경 내에서 관광기업을 위한 금융지원 체계 구축이 요구된다.

관광진흥기금 투자폴 운용 시 ESG 투자를 촉진할 수 있도록 관련 평가항목을 확대 신설하고, 관광진흥기금을 통한 투·융자 정책 실행시 'ESG 경영 성과'에 대한 별도 배점을 신설하는 등 향후 추진성과 등을 반영할 수 있는 제도적 뒷받침이 요구된다.

한편, 중기부에서는 ESG 벤처투자 표준가이드라인을 마련하는 등 ESG 활동 중심 투자체계를 구축하고 있다. 이러한 정책 흐름에 적응 할 수 있는 환경마련을 위한 관광 ESG 지수 개발과 활용 등 ESG 경영-투자 선순환 확산을 유도하고 관광분야 투자자들의 투자의사결정을 위한 재무분석 프로세스에 ESG요소를 체계적이고 명시적으로 융합하는 관광기업들의 ESG경영 전략 적용 및 성과, K-ESG 평가 결과 등을 통해 ESG 투자 활성화 제고가 필요하다.

〈표 6-4〉 관광 분야 ESG 경영 기업 대상 금융 지원 체계 구축(안)

구분	내용
목적	관광기업의 ESG 경영 도입
주요내용	ESG 추진 기업에 대한 관광진흥기금 활용 융자 프로그램 추가 관광벤처기업 투자 중 ESG 투자 분야 추가
기대효과	관광기업의 ESG 경영 추진을 위한 초기 비용 부담 완화

나. 관광기업 ESG 경영 가이드라인 마련

관광기업·금융기관 등이 활용할 수 있도록 ESG 평가를 위한 지표·산식 등을 제시하는 가이드라인 마련이 필요하다.

K-ESG에서 추구하는 방향 하에 관광기업들의 행동으로 실천할 수 있는 과제들을 도출하고, 실천단위와 K-ESG 지표간의 매칭을 통해 관광기업들이 경영전략으로 ESG를 활용하여 정부가 요구하는 수준의 경영활동을 수반할 수 있는 가이드라인 제공이 필요하다. 또한 관광기업들의 ESG 추구를 통해 창출하는 영역별 가치와 연계 가능한 다양한 국제기준, 정부 기준들의 목표실행보고 관점에서 체계화를 통해 '관광 ESG 경영 가치 지표 풀'을 구축하고, 이를 활용하여 관광기업별 운용 특성에 맞는 맞춤형 지표체계 구축지원이 요구된다.

현재 정부는 ESG 평가기관이 준수해야 할 최소한의 자격요건(평가 독립성 등)을 규정

하는 ‘ESG 평가기관 가이드스’를 마련하고 있다. 특히, 평가방식, 평가결과 등에 대한 정보공개 활성화 등을 통해 평가결과의 공정상신뢰성을 제고하기 위한 노력을 진행중으로, 관광기업들이 필요로 하는 ESG 평가 지표들에 대한 세부적 실천과제를 제안하여 자율성 있는 적용 환경을 만들어 주는 것이 중요한 문제다.

〈표 6-5〉 관광업종별 ESG 실천과제

공통	<p>(환경보전)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 업무 환경 속 일회용품 사용 줄이기 E 2. 에너지/용수 사용량 절감 목표 수립 및 실천 E <p>(안전여행고객보안 강화)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 소비자 안전 여행 환경 조성(위생 등) S 2. 무장애 관광 인프라/서비스 제공 S <p>(상생 및 윤리 경영)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 협력사와의 계약, 업무 추진 시 공정거래 준수 S 2. 양질의 일자리 창출 및 근로 환경 조성 S (표준 근로시간 준수, 육아휴직 후 복직 및 근속 보장 등) 3. 임직원이 함께 하는 사회공헌활동 확대 S 4. 윤리규정 제정 및 준수 G
여행업	<ol style="list-style-type: none"> 1. 자연친화적 여행상품 개발 및 운영 E 2. 지방 중심 신규 여행지 발굴 및 상품 개발 노력 S 3. 시니어 및 관광 약자를 위한 관광 환경조성 확대 S
숙박업 (호텔, 휴양 콘도미니엄)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 일회용アメニ티 용기를 다회용으로 교체 E 2. 객실 내 그린카드 운영(이불 등 교체 없이 재사용) E 3. 전자영수증 시스템 구축 E
카지노업	<ol style="list-style-type: none"> 1. 영업장 게임기구 및 시설 비품 등에 재활용 및 친환경 소재 사용 E 2. 코로나19 등 전염병 확산 대비 비대면 게임 도입 S 3. 종사자 및 대학생 대상 인적자원 개발교육 기회 제공 확대 S (종사자 대상 실습 및 실무 교육, 대학생 서포터즈 활동 확대 및 경진대회 개최) 4. ‘관광산업 카지노 포럼(가칭)’ 비정기 개최 S
국제회의업 (MICE)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 디지털 기술 활용 종이 없는(paperless) 회의 개최 E 2. 에코백, 텀블러 등 친환경 기념품 제공 E 3. 지역 친환경 농산물 활용 참가자 오·만찬 제공 E S 4. MICE 분야 공정거래 가이드라인(2018, 문체부) 준수 S 5. ISO 20121 기준 ‘Green MICE 가이드라인(가칭)’ 준수(관광공사 개발 중) S
유원시설업	<ol style="list-style-type: none"> 1. 버려진 페트병 등 업사이클링 제품 활용 E 2. 모바일 이용권으로 종이 사용 절감 E 3. 유원시설 안전관리 기술 지원 재능기부 S 4. 지역사회 취약계층 무료 초청행사 확대 S
캠핑장업	<ol style="list-style-type: none"> 1. 지역 경제에 도움이 되는 캠핑문화 조성 S (지역 소비 활성화를 위한 캠핑장과 주변 관광지, 지역 소상공인 연계 강화) 2. 사회적 약자의 야영장 이용 활성화 추진 S 3. 안전하고 쾌적하게 이용할 수 있는 캠핑장 환경조성 S (등록 야영장 이용 장려, 야영장 안전점검)

자료: 한국관광공사(2021.12.22.). “관광 부문에도 ESG 적극 실현합시다” 보도자료.

또한 관광 업종별 활동 유형, 방법론이 상이하기 때문에 업종별 맞춤형 실천과제를 제시해 기업의 수익과 ESG 경영 가치 추구가 동시에 이루어질 수 있는 기반 마련이 요구된다.

〈표 6-6〉 관광기업 ESG 경영 가이드라인 추진(안)

구분	내용
목적	관광기업 ESG 경영 도입
주요내용	K-ESG 기반 관광기업 적용을 위한 가이드라인 구축 업종별 ESG 경영 추진 방식 유형 및 실천 과제 설정에 따른 가이드라인 세분화 관광기업별 ESG 추진 체계 구성 및 활용 절차 안내
기대효과	관광기업의 ESG 경영 문화 정착 및 활성화 유도

다. 관광 ESG 경영 협력체계 구성

대기업의 공급망 ESG 관리 강화를 통해 중소기업의 ESG 경영을 촉진을 유도하기 위한 대·중소 ESG 협업 및 지원사업이 활성화 되고 있다. ‘협력사 ESG 지원사업’ 참여 활성화를 위한 인센티브 확대로 상생협력기금을 활용하여 협력 중소기업에게 ESG 교육, 역량진단, 컨설팅 등을 지원하고자 하고 있다. ESG 경영 이행을 위해 대·중소 협력이 필요한 분야를 분석하고, ESG 산업 네트워크를 확대하여 기업 간 협력을 강화하려는 움직임을 보이고 있다.

소상공인시장진흥공단은 소공인 디지털·ESG경영 지원 상생 협력체계 구축 업무협약을 통해 관·산·학 기관의 ESG 경영 협력 체계를 구축하는 등 ESG 경영 요구 대응을 위한 노력이 지속적으로 진행되고 있다.

때문에 대·중소기업 협업을 확산할 수 있도록 세제 등 인센티브 강화로 협력 중소기업에 대한 ESG 경영 지원과 관련된 협력 중소기업 임직원 대상 ESG 경영 협력 체계 구축이 필요하다.

관광 분야의 경우 관광상품의 공급망이 제조업과 다른 형태를 가지고 있지만, 상품의 구성과 협력에 있어서 필수적인 관계를 맺고 있다.

현재 관광분야에서는 ‘지속가능여행 ESG 캠페인’을 진행하거나, 관광유관협회 및 민간기업들과 ESG 확산을 위한 협의체를 구성하고 관광업계 전반에 ESG 경영 도입 확산

을 위해 노력하고 있다. 관광분야에서의 ESG 관련 이니셔티브의 구성이 시작되고 있는 시점에서 관광분야의 상장기업을 시작으로 ESG 경영 문화가 중소기업으로 확장되는 프로세스를 구성하기 위해 타분야 대기업-관광중소기업, 관광대기업-관광중소기업들을 연결해줄 수 있는 마중물 역할이 요구된다.

〈표 6-7〉 관광 ESG 경영 협력체계 구성(안)

구분	내용
목적	기업중심의 관광분야 ESG 창출을 위한 협력 네트워크 구성
협력내용	기업상생 : ESG 경영 미추진 기업을 대상으로 대기업 등 ESG 경영 추진 중인 기업들에게 교육 및 컨설팅 지원 협력 수익활동 : ESG 가치 추구 가능한 관광상품 구성 협력
기대효과	기업을 중심으로 하는 자생적 ESG 경영 추진 문화 정착

2. 관광기업 ESG 경영 도입 지원

가. 중소관광기업 대상 ESG 교육 및 컨설팅 지원

중소 관광기업 대상 ESG 교육 및 컨설팅 지원을 통해 ESG 경영 도입을 활성화하는 방안이 고려될 수 있다. 현재 대부분의 관광기업들에게 ESG는 중요하지만 막연한 개념이다. 따라서 교육을 통해 ESG 경영에 대한 실재를 인식시키고 중요성 및 필요성에 대한 업계의 확산을 도모해야 할 것이다. 특히, E(환경) 중심으로 진행되고 있는 ESG 정책 및 사례들에서 S(사회), G(거버넌스)까지의 균형된 관점의 정보제공과 교육이 중요할 것으로 보인다. 또한, 실제 ESG 경영 도입을 위한 맞춤형 컨설팅을 제공함으로써 최대한 시행착오를 줄이면서 효과적으로 ESG 경영에 착수할 수 있도록 지원할 필요가 있다. 여기에는 ESG 경영을 도입하는 것에서부터 ESG 성과 활용 및 마케팅에 적용하는 구체적인 방안까지 포함되어야 한다. 컨설팅 업무를 맡게 될 전담기관 지정과 참여기업 발굴도 고려해야 할 부분이다.

〈표 6-8〉 중소관광기업 대상 ESG 교육 및 컨설팅 지원 추진(안)

구분	목적
관광 ESG 교육프로그램 개발 및 운영	<ul style="list-style-type: none"> - 단계별/분야별 관광 ESG 교육과정 개발 및 운영 - 교육과정 <ul style="list-style-type: none"> · 관광 ESG 경영자/관광창업자/실무자 과정 · 호텔업/여행업/유원시설업/국제회의업 등 분야별 ESG 확산 과정 등
관광기업 ESG 맞춤형 컨설팅 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 컨설팅 대상: 관광사업체 내 중소기업 - 컨설팅 내용(안) <ul style="list-style-type: none"> · ESG 경영전략 수립 지원 · ESG 기반 비즈니스 모델 및 관광상품 개발 지원 · ESG 성과 및 마케팅 활용 · ESG 평가 및 인증 지원

나. 관광 ESG 경영혁신 바우처 제도

중소 관광기업 대상 ESG 경영혁신 바우처 제도를 신설하여 기업이 ESG 경영도입에 있어 경제적인 부담을 줄일 수 있는 지원책을 마련할 필요가 있다.

중소기업혁신바우처사업(2022)

- 사업목적 : 기업 성장 가능성 높은 중소기업을 대상으로 진단을 통한 기업 특성별 맞춤형 지원으로 중소기업의 경쟁력 강화
- 사업내용 : 성장 가능성이 높은 중소기업을 대상으로 수행기관이 제공하는 분야별 서비스(컨설팅, 기술 지원, 마케팅)를 이용할 수 있도록 바우처* 형태로 제공(기업별 50백만원 이내**)
- 사업분야: 일반바우처, 탄소중립바우처, 재기컨설팅바우처
- 세부 지원대상 및 내용(일반바우처사업 기준)
 - 지원대상: 「중소기업기본법」 제2조에 따른 중소기업으로, 제조업을 영위하며 평균(3년) 매출액 120억 이하의 소기업
 - 지원내용: 컨설팅, 기술지원, 마케팅 분야, 16개 프로그램을 이용할 수 있도록 바우처 형태로 제공

관광기업혁신바우처사업(2022)

- 사업목적 : 관광분야 특화 서비스 제공을 위한 지원을 통해 관광 중소기업의 성장기반 구축 및 혁신활동 기반 중견기업 성장 유도
- 사업내용 : 바우처 서비스 선택 후 공모를 거쳐 대형·중형 바우처(대형 1억 원, 중형 5천 만 원) 및 소형 바우처(2천만 원)로 구분하여 지원
- 사업분야: 관광특화 혁신지원, 컨설팅 및 자문, 마케팅
- 세부 지원대상
 - 지원대상: 「중소기업기본법」 제2조에 따른 중소기업 중 관광관련 업종, 관광융복합 업종, 관광고나련 업종 등록 기업, 융복합 관광 기업
 - 지원내용: 관광특화 혁신지원, 컨설팅 및 자문, 마케팅 등 6개 프로그램, 13개 바우처 서비스 제공

이러한 사업들은 지속가능경영확산(산업부), 탄소중립ESG 산업생태계 조성 및 중소기업 혁신바우처(중기부) 사업 등 기존에 추진 중인 사업을 벤치마킹 또는 연계 형식으로 추진될 수 있을 것이나, 대부분의 사업들이 제조업 중심으로 지원책이 마련되어 있어 실제 관광사업체들이 참여하기에는 한계가 있다. 따라서 연계방안은 고려하되, 관광산업(서비스업)을 위한 ESG 경영혁신 바우처제도가 필요하다.

〈표 6-9〉 관광 ESG 경영혁신 바우처 제도(안)

구분	내용
목적	관광기업의 ESG 경영 활동 도모
주요내용	관광기업의 ESG 경영 추진을 위한 자율성을 담보한 관광 상품 개발 및 활동 지원 중소기업 혁신바우처 제도, 관광기업 혁신바우처 제도 연계한 ESG 경영분야 신설 - ESG 관광상품, ESG 경영 추진 분야로 구분, 기업의 ESG 전략 역량 강화 및 경영문화 정착을 위한 바우처 지원
기대효과	ESG 경영 도입 비용 부담 완화

다. 우수 ESG 관광기업 인증을 통한 인센티브 제공

관광기업의 ESG에 대한 인식 결과를 통해 미루어봤을 때, ESG 관련 정부 포상인증 제도 등을 활용하여 관광기업의 관심을 제고하고 자발적으로 ESG 활용에 참여할 수 있도록 인센티브를 제공하는 것이 중요하다. 인증제 운영의 경우에도 신규 도입 및 기존 제도(예, 관광품질인증)에 연계하는 방안으로 검토될 수 있다.

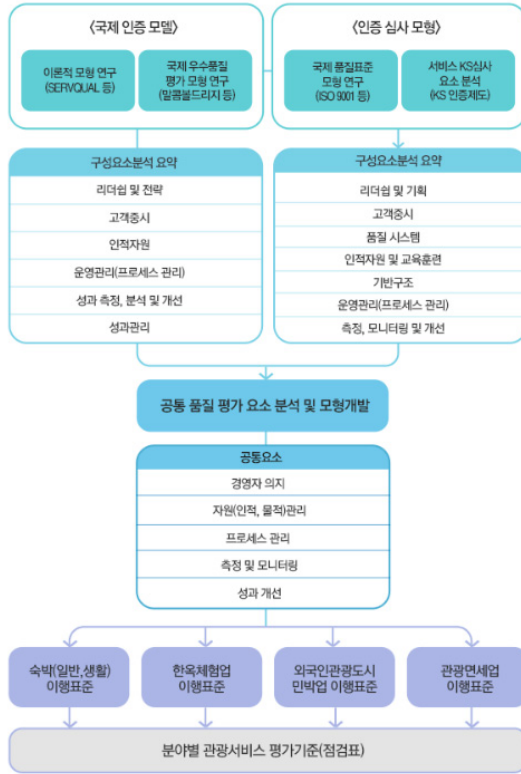
인증제의 경우, 형식적 인증이 아니라 큰 틀에서 방향성을 제시하고 표준적 기준(지표)을 통해 기업들이 인증에 참여하는 것으로도 ESG 경영에 참여 또는 확대할 수 있도록 하는 유인제도로 활용하는 것이 필요하다. 또한, 인증을 통해 실제적 효과가 창출될 수 있도록 하고 관광기업이 필요로 하는 혜택과 지원을 제공하도록 설계해야 할 것이다.

이를 위해 ESG 국내외 동향 및 가이드라인에서 제시된 추진 방향 및 운영 전략, 지표 등을 다각적으로 검토하고 이를 바탕으로 관광기업들이 쉽게 동참할 수 있도록 경영/상품 등 실천적 활동유형과 지침, 정보를 제공하는 것이 필요할 것이다. 특히, 인증을 마케팅 등 커뮤니케이션 활동에 적극적으로 활용하게 함으로써 인증의 의미를 확대하며, 우수기업에 대한 재정사업 우대 및 조달금융상 혜택을 제공하고, ESG 관련 정부 포상을 확대하는 등 인센티브를 강화한다. 또한 인증 이후에도 모니터링 등 사후관리가 가능하도록 지원한다.

참고 : 한국관광품질인증

□ 평가모형: 관광사업자의 서비스 이행표준을 제시하고 이를 토대로 평가기준 표준화

[국내·외 품질평가모형]



□ 인증기업 인센티브



〈표 6-10〉 우수 ESG 관광 기업 인증제(안)

구분	내용
목적	관광기업의 ESG 경영 인식 확산
추진방식	(신규 인증) 관광 ESG 경영활동 인증 기준 마련, 자유공모 형식으로 기업의 대표 ESG 경영활동에 대한 인증 절차 마련 (연계 인증) 한국관광품질인증에 ESG 분야 추가, ESG 관광상품 및 ESG 경영 추진 성과를 중심으로 부가 기준 마련
인센티브	인증 홍보물(인증현판, 인쇄물, 웹이미지 등) 제작, 홍보마케팅(부처 및 인증 기관) 등
기대효과	관광기업의 ESG 경영 추진 활성화

3. ESG 관광 가치소비 확산

가. 관광소비자 ESG 인식 제고

관광산업에서의 패러다임 변화에서 관광객의 행동지침이 필수적으로 관광객들이 주도로 ESG를 알고 관광활동 내에서 실천하도록 하는 인식 제고 활동이 필요하다. 이를 통해 바람직한 관광문화를 통해 기업의 ESG 경영 확산에 영향을 주거나, 그린워싱이 아닌 실제 ESG 우수 관광기업(상품)을 선택하는 데 도움이 되도록 해야한다. 관광객을 위한 ESG 인식제고 활동의 유형은 아래와 같은 활동이 포함될 수 있다.

- ESG 관광을 위한 가이드북 제작·배포(동영상, 카드뉴스, 웹툰 등)
- 관광 가치소비 선언 등 관광을 통한 사회적 가치 실천 캠페인
- ESG 관광 아이디어 공모전
- 관광객 탄소발자국 측정 프로그램 개발 및 참여 우수자 시상, 마일리지 제도 운영을 통한 입장권/숙박권 할인 제공

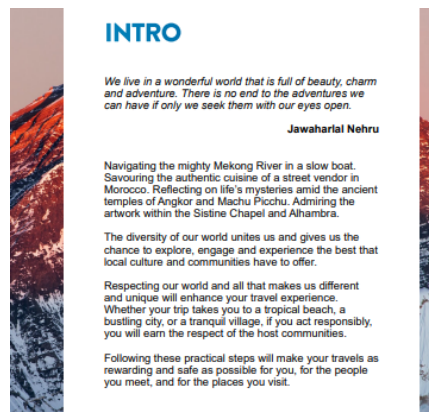
책임관광을 위한 가이드북 사례

관광 국제기구 및 국가, 관광지에서는 자주 관광객을 위한 가이드북을 만들어 배포하고 있다. UNWTO 산하 세계관광윤리위원회의 '책임있는 관광객을 위한 팁'으로 이는 관광객이 세계 관광 윤리 강령의 원칙을 쉽게 이해할 수 있도록 하고 안전한 여행을 보장하는 동시에 책임관광을 위한 관광객의 권장 행동에 대한 내용을 담고 있다. 2020년에는 코로나19 이후 대응과 관련한 내용을 포함하여 업데이트를 진행하였다.

□ 책임있는 관광객을 위한 팁

- 호스트와 공동유산을 존중하라(HONOUR YOUR HOSTS AND OUR COMMON HERITAGE)
- 지구를 보호하라(PROTECT OUR PLANET)
- 지역경제를 지원하라(SUPPORT THE LOCAL ECONOMY)
- 안전하게 여행하라(TRAVEL SAFELY)
- 정보에 입각한 여행자가 되어라(BE AN INFORMED TRAVELER)
- 디지털플랫폼을 현명하게 사용하라(USE DIGITAL PLATFORMS WISELY)
- 관광으로 선한 영향력을 만들고 다른 관광객들에게 좋은 본보기가 되어라(MAKE TOURISM THE FORCE FOR GOOD AND SET A GOOD EXAMPLE FOR OTHER TRAVELERS!)

책임관광을 위한 가이드북 사례



자료: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-07/Tips-for-Responsible-Traveller-WCTE-EN.pdf>. (자료검색일: 2022.08.28.)

나. 관광소비를 위한 금융상품 다양화 지원

현재 ESG 투자활성화를 위한 ESG 금융상품이 다양하게 개발·운영되고 있다. 또한 정책금융 지원시에도 ESG 평가요소를 활용하거나 ESG 우수기업에 대해 대출지원, 금융인센티브 지원 등 맞춤형 상품을 제공하고 있다. ESG 자체가 투자/금융과 연관성이 높고, 이미 여행과 관련한 다양한 금융상품이 개발되어 있어 정부에서 이를 잘 활용하여 소비자들을 대상으로 하는 ESG 연계 여행 금융상품을 개발·운영하도록 지원하는 것이 필요하다.

ESG 금융상품은 새로운 ESG 여행상품을 개발하거나, 현재 금융기관들이 운영하고 있는 ESG 활동을 실천하는 소비자에게 주는 인센티브를 관광상품과 연계하는 방식, 반대로 현재 여행관련 금융상품에 ESG를 접목하는 방식 등으로 이루어질 수 있을 것이다. 이를 통해 관광산업 ESG 확산에도 기여할 수 있을 것이다.

〈표 6-11〉 ESG 및 여행관련 소비자 금융상품

ESG 관련 금융상품	<ul style="list-style-type: none"> - 농협카드: 대중교통, 공유차량, 전기차 이용시 청구할인 - KB 정기예금 계좌 기부금으로 전기차 충전기 시설 구축 지원 - 우리종합금융: ESG 정기적금으로 가입/납부시 일정금액 기부금 적립 후 지정 단체에 기부
여행비 마련 및 여행상품 구매 혜택 제공	<ul style="list-style-type: none"> - 하나의 여행적금: 금리 중 1%를 하나투어 전용여행 상품을 이용시 받을 수 있도록 함 - KB 두근두근 여행적금: 납입 횟수에 따라 사용가능한 노랑풍선 할인쿠폰 제공 - 우리여행드림적금: 가입후 3개월안에 50만원 이상 적립하면 국내여행 상품 지원
해외여행 현지결제 혜택	<ul style="list-style-type: none"> - 토스뱅크 체크카드: 해외결제금액에 대한 캐시백, 해외자동화기기 출금 수수료 면제 - KT뱅크 KT멤버십 더블혜택 체크카드: 해외결제 및 자동인출 수수료 면제

자료: 파이낸셜뉴스(2022.05.28.), '기다렸던 해외여행, 유용한 금융상품은' 등 언론자료를 바탕으로 작성.

결론 및 제언

제1절 결론

코로나 19 상황을 기점으로 급속하게 추진되고 있는 ESG 경영은 위기관리의 방법으로서 기업의 지속가능성을 위한 필수적 경영전략으로 자리매김하고 있다.

본 연구는 ESG의 개념으로부터 출발하여 ESG 경영의 의미, 국내외 ESG 관련 정책, 관광기업의 ESG 경영 실천 사례, 관광기업의 ESG 경영 인식 및 수요조사를 통해 관광분야의 ESG 경영 환경 조성을 위한 정책을 제안하 는데 목적을 두었다.

국내외 정책들을 살펴본 결과 기업들의 ESG 경영을 통해 비재무적 가치를 파악하고, 장기적인 관점에서의 기업의 생존가능성을 높이는 데 주력하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 대기업 중심으로 설정된 ESG 관련 정책들의 대상이 중소 기업으로 확장되며 기업 규모, 업역에 상관없이 기본적인 경영 문화이자 필수적인 기업의 생존전략으로의 역할을 기대하고 있음을 확인하였다.

ESG 경영을 실천하고 있는 관광기업들은 ESG가 내포한 가치들을 대부분 포함하고 있었으며, 외부고객인 소비자에게 공급되는 기업의 상품에 따라 접근방법의 차이를 보이고 있었다.

그러나 중소기업을 대부분인 관광기업들은 ESG 경영에 대한 인식과 관심이 낮게 나타났다으며, 필요성을 인지하고 있음에도 불구하고 실제 실행에 어려움을 겪는 것으로 조사되었다.

이에 따라 본 연구에서는 관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 지원 정책을 통해 관광기업들이 범정부차원의 ESG 경영 정책의 연계 및 활용을 유도하고 관광기업의 ESG 경영 인식 확산과 도입을 위한 정책들을 제안하였다.

마지막으로 소비자 중심의 수익구조를 고려한 ESG 관광 가치소비 확산을 위한 정책을 제안하였다.

제2절 제언

지속가능성으로부터 시작된 ESG의 개념은 오래된 것 같지만 새로운 개념처럼 받아들여지고 있다. 단순히 기업의 선택에 의해 실행할 수 있는 범주를 벗어나 국제사회의 요구, 소비자들의 요구가 결합되어 있어 기업들의 적응 속도가 중요한 시점이다.

ESG는 기업의 사회적책임에 대한 논의였던 CSR, CSV, SRI와 연결되며 지속가능한 사회 유지를 위한 기업의 역할이 조금 더 명확해지고 의무가 강해지고 있다. 그 안에서 ESG 경영이 추구하고자 하는 바는 기업의 수익 증가, 투자를 통한 기업의 지속성 담보 등으로 나타나고 있기 때문이다.

현재 ESG 경영에 대한 정부의 추진 정책들은 대기업을 중심으로 공시제도를 통해 ESG 경영을 선도하는 것을 유도하고 있으며, 기업들은 투자자 및 소비자의 선택을 받기 위해 여러 가지 노력을 실행 중에 있다.

그러나, ESG 경영전략으로 보는 시각에서는 정부의 개입에 대한 우려를 안고 있고 ESG에 대한 기업 자율성 보장 부분에 있어 정부의 간섭을 배제해야 한다는 주장이 나올 정도로 정부의 개입을 조심스럽게 접근하고 있다. 정부가 기업의 ESG 경영의 점수를 주고, 등급을 부여하는 방식은 부작용만 불러일으킬 수 있다는 우려를 그 배경으로 하고 있기 때문이다.

때문에 기업의 생존논리 안에서 정부가 개입해야 할 부분에 대한 지속적인 고민을 통해 기업간 상생, 소비자와 기업과의 상생 구조를 파악하여 정책을 설정하는 것이 필요하다.

대기업이 선도적으로 추진해가고 있는 ESG 경영은 중소기업으로 확대될 전망이다. 중소벤처기업부는 중소기업대상 ESG 정책을 통해 기업 전반의 경영에 ESG 요소를 추가하고 있으며, ESG 벤처기업 투자지침을 만드는 등 국내 전기업으로의 확장을 목표로 하고 있다. 중소기업이 대부분인 관광산업의 구조상 ESG 경영에 대한 요구는 생각보다 빠르게 다가오고 있으며, 이에 대응할 수 있는 기업의 역량 강화에 초점을 두어야 한다.

관광분야에서도 ESG 경영 실천이 필수적인 요소로 대두되고, 기본 경영 문화로 자리 잡아야 하는 상황에 들어서며 급격히 변화하는 기업 경영환경에 적응할 수 있도록 관광 기업에 대한 정부의 정책적 지원이 필요한 상황으로 관련부처의 정책 실행이 필요한 시점은 분명하다.

하지만 관광기업들의 ESG 경영인식은 초기단계로, 타산업에 비해 상대적으로 낮은 인식 수준과 실행 실태를 보이고 있다. 인식 측면에서도 추진 중인 ESG 정책의 방향이 투자를 통한 지속적인 기업의 생존으로 설정되어 있지만 관광기업들은 수익을 위한 전략으로 ESG 경영을 인식하고 있는 차이를 보이고 있어 범정부적으로 추진중인 정책들을 활용할 수 있는 중간 정책이 계속 제안되어야 할 것으로 판단된다.

향후 관광기업들에게 ESG 경영 인식이 확립되고, 기업들이 주체적으로 ESG 경영 추진을 시작할 때를 대비하여 업종별 접근이 이루어져야 할 것으로 예상된다.

ESG 경영이 포함하고 있는 영역별 가치는 산업별 특성으로 구분되지 않으나 상품, 소비자 행태 등 기업의 업역과 수익구조에 따라 실현 방법이 달라지기 때문이다.

최근 가치소비에 대한 소비자 인식이 확산되면서 ESG 경영을 실천 중인 기업의 제품을 구매하는 의향이 높아지는 등 기업의 ESG 경영 추진에 있어서 소비자의 역할이 중요해지며 소비행태에 대한 기업의 대응도 다양해질 것으로 예상된다.

따라서 초기의 ESG 경영 문화가 확산된 이후 세부 분야별 ESG 경영 추진 방법 및 추구 형태 파악을 통해 맞춤형 지원정책을 계획하고 실행해야 할 것으로 판단된다.

특히 관광산업은 서비스 산업 중에서도 소비자 중심의 산업으로 인식되고 있어 경영 전략으로서의 ESG 활동에 있어서 관광소비자를 반드시 포함시켜야 할 부분이다.

본 연구는 ESG의 개념과 ESG 경영을 이해하고, 관광기업들의 ESG 경영 활동 사례와 인식을 파악하는 초기연구로 진행되었다. 조사를 통해 전반적인 ESG 경영 인식 수준을 파악하였으나, 향후 관광기업들의 세부업종 및 매출액, 종사자규모, 업력 등을 고려한 세부적인 접근을 통해 기업 규모별/유형별 특성에 따른 접근이 필요하다.

또한 국제사회의 지속가능성 요구에 부응하는 관광분야의 활동인 지속가능한 관광, 탄소저감 관광 등 정부차원에서 접근해야하는 정책적 시각을 연계하여 관광기업들의 ESG 경영환경을 구성해야 할 것으로 생각된다.

참고문헌

- 관계부처합동(2020.7.14.), 「『한국판 뉴딜』 종합계획」.
- 관계부처합동(2021), 「제4차 지속가능발전 기본계획 2021~2040」, 제1부.
- 관계부처합동(2021), 「제4차 지속가능발전 기본계획 2021~2040」, 제2부.
- 관계부처합동(2021.8.26.), 「친환경·포용·공정경제로의 대전환을 위한 ESG 인프라 확충 방안」.
- 관계부처합동(2021.12), 「K-ESG 가이드라인」.
- 고동수(2006). 「기업의 사회적 책임(CSR): 국제논의 동향 및 우리의 대응방안」. 산업연구원.
- 김도연, “EU 집행위, 기업 공급망 실사법안 초안 공개”, Kotra 해외시장뉴스, 2022.3.28.
- 김선민(2006). 「해외 사회책임투자(SRI) 현황과 시사점」. 한국기업지배구조원
- 김효정·이준석(2021). 기업의 ESG 실행과 평가의 괴리 가능성 연구: ESG 평가지표 분석을 중심으로. 국가정책연구, 35(4), 199-225.
- 강성진(2021). 「ESG 미래, 현황과 과제」. 한반도선진화재단 2021.04.15.
- 노희진(2009). 「기업의 사회적 책임과 사회책임투자」. 기업지배구조리뷰 주요토픽분석2.
- 대한무역투자진흥공사(2022). 글로벌 공급망 인사이트 제2호
- 문화체육관광부(2018.1), 2017년 자체평가 결과보고서(주요정책 부문).
- 문화체육관광부(2019.1), 2018년 자체평가 결과보고서(주요정책 부문).
- 문화체육관광부(2021.1), 2020년 자체평가 결과보고서(주요정책 부문).
- 문화체육관광부(2022.1), 2021년 자체평가 결과보고서(주요정책 부문).
- 박영실(2019). 「한국의 SDGs 이행현황 분석: 교육, 성평등, 에너지, 도시 부문을 중심으로」. 통계개발원 이슈분석 여름호3
- 산업자원부(2001.6), 「OECD 다국적기업 가이드라인은 무엇인가?」.
- 손광표·황원경(2021.9). 「소비자가 본 ESG와 친환경 소비행동」. KB 트렌드 보고서.
- 송지혜(2019). 지속가능금융 정책 현황과 시사점: EU 사례를 중심으로, KIEP 기초자료, 대외경제정책연구소.

- 신지영(2022), 「지금 당장 ESG 전 직원이 함께하는 ESG 실무 교과서」, 서울:천그루숲
- 오상희(2021), 「신용등급 및 ESG 등급이 기업가치에 미치는 영향에 관한 연구」, 세무회계 연구, 제69권, pp. 125~144.
- 오태현.(2021). EU 지속가능금융 입법안의 주요 내용과 전망. KIEP 세계경제 포커스.
- 유현경·이성호·남정민(2021.12). 소비자의 ESG 경영 요구가 ESG 경영 지지에 미치는 영향, Entrepreneurship&ESG연구 제1권2호: pp. 1-24
- 이은선·최유경(2021). 「ESG 관련 개념의 정리와 이해」. 한국법제연구원.
- 이은정·이유경(2021), 「ESG 경영이 주가수익률에 미치는 영향: COVID-19 확산에 따른 위기기간을 중심으로」, 금융연구 제35권 제3호., pp. 63~91.
- 장영옥, 오태현. (2021). EU 탄소감축 입법안('Fit for 55')의 주요 내용과 시사점. KIEP 세계경제 포커스.
- 장윤제(2021), ESG 평가기관의 현황과 문제점 및 규제 방향, 상사판례연구, 34(3), 423-471.
- 최현선. (2021.6.30.), 「행정기획론: 공공부문의 전략기획과 성과관리」, 서울: 박영사.
- 하나투어(2021), 지속가능 경영 보고서.
- 한국거래소(2021). ESG 정보 공개 가이드선.
- 한국생산성본부(2021), '지속가능경영보고서 작성 실무 교육' 교재 발취
- 한상범·권세훈·임상균(2021), 「글로벌 ESG 동향 및 국가의 전략적 역할」, 세종:대의경제정책연구원
- 환경부(2019), 「국가 지속가능발전목표 수립 보고서 2019」,
- 환경부(2021.12), 「한국형 녹색분류체계(K-TAXONOMY) 가이드라인」.
- KDB 산업은행 미래전략연구소, “EU 공급망 실사 지침 주요내용과 시사점”, Weekly KDB Report, 2022.3.14.
- SK네트웍스(2021), 2020 SK네트웍스 지속가능경영보고서
- Booking Holdings(2021), Sustainability Report 2020.
- Expedia Group(2021), Global Impact Report 2020.
- G. Friede, T. Busch, A. Bassen,(2015), ESG and financial performance: Aggregated evidence from more than 2000 empirical studies, Journal of Sustainable Finance and Investment, 5(4):210-233
- Marriot International(2021), 2021 Serve 360 Report.
- MCI Group(2021) Sustainability Annual Report 2020.

- Pilip Kotler(2015). 필립 코틀러의 다른 자본주의 서울: 더난출판사
- Porter, Michael E.,and Mark R. Kramer. (2011). “Creating shared value”, Harvard Business Review.
- The Walt Disney Company(2022), 2021 Corporate Social Responsibility Report.
- Wook-Bin Lim, “Effect of Non-Financial Information on Firm Performance : Focusing on ESG Score”, Korea International Accounting Review, 86, pp.119-144, 2019.

〈보도자료〉

- 김수연(2021), EU의 ESG 규제 주요 내용: Taxonomy, NFRD, CSRD를 중심으로, BFL, 109.
- 산업통산자원부(2021.4.21.), 산업부, 한국식 환경·사회·지배구조[ESG] 지표 정립 본격 착수(보도자료).
- 한국관광공사(2022.1.18.), ‘ESG 관광’ 해외 성공사례 배워본다.-한국관광공사, ‘뜨는 관광에는 이유가 있다-ESG 관광의 모든 것’ 출간-(보도자료).
- 환경부 보도자료(2021.12.30.). 한국형 녹색분류체계 제시..녹색금융 활성화 기대.

〈홈페이지〉

- 대신경제연구소 홈페이지 (<http://www.deri.co.kr/index.php>)
- 롯데 공식블로그(2021.11.16.) [롯데의 ESG경영] 롯데월드, 「A Better World」 ESG 경영활동으로 사회적 가치 실천. URL : <https://blog.lotte.co.kr/40945>
- 서스틴베스트 홈페이지 (<https://sustainvest.com/>)
- 유엔글로벌콤팩트 홈페이지(<http://unglobalcompact.kr/about-us/10point/>)
- 지속가능발전포털 (<http://www.ncsd.go.kr/>)
- 한국기업인증원 공식블로그(<https://blog.naver.com/koci3995>)
- 한국기업지배구조 홈페이지 (<http://www.cgs.or.kr/main/main.jsp>)
- 한국에너지정보문화재단 공식블로그 에너지 정보광장 (<https://blog.naver.com/energyinfoplaza>)
- 한국 ESG 연구소 홈페이지 (<http://www.kesgresearch.com/>)
- CDP 홈페이지(<https://www.cdp.net/en>)
- Equator Principles 홈페이지(<https://equator-principles.com/>)

- EU 홈페이지(https://ec.europa.eu/info/index_en)
- EU Taxonomy 홈페이지(<https://eu-taxonomy.info/>)
- GRI 홈페이지(<https://www.globalreporting.org/>)
- ISO 국제표준화기구 홈페이지(<https://www.iso.org/home.html>)
- Messe Frankfurt 홈페이지
<https://www.messefrankfurt.com/frankfurt/en/company/corporate-social-responsibility.html>
- RBA 홈페이지(<https://www.responsiblebusiness.org/>)
- UN PRI 홈페이지(<https://www.investopedia.com/>)
- UNEP FI 홈페이지(<https://www.unepfi.org/>)

ABSTRACT

A Study of Policy Measures on the Creation of ESG Business Environment for Tourism Corporates

Sooyeop Song

ESG management, which is being promoted rapidly in the wake of the COVID-19 situation, is establishing itself as an essential management strategy for corporate sustainability as a method of crisis management.

Starting from the concept of ESG, this study proposes policies to create an ESG management environment in the tourism sector through the meaning of ESG management, domestic and foreign ESG-related policies, examples of ESG management practices of tourism companies, and ESG management awareness and demand surveys of tourism companies.

As a result of examining domestic and foreign policies, it was found that companies are concentrating on identifying non-financial values through ESG management and enhancing the viability of companies from a long-term perspective. In addition, it was confirmed that the target of ESG-related policies set centered on large enterprises is expanded to small and medium-sized enterprises, and it is expected to play a role as a basic management culture and an essential survival strategy for enterprises regardless of the size of the enterprise or industry.

Most of the tourism companies that practice ESG management include the values of ESG, and their approach differs depending on the company's products supplied to consumers who are external customers.

However, tourism companies, which are mostly small and medium-sized enterprises (SMEs), showed low awareness and interest in ESG management, and

although they recognized the necessity, it was found that they had difficulties in implementing them.

Accordingly, in this study, tourism companies are encouraged to link and utilize pan-government ESG management policies through support policies to create an ESG management environment for tourism companies, and policies for spreading and introducing tourism companies' ESG management awareness are suggested.

Lastly, a policy was proposed to spread the value of ESG tourism consumption in consideration of the consumer-oriented profit structure.

Keywords

ESG Management, ESG Business Environment, Tourism Corporates

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구

부록

설문지

부록 : 관광기업 대상 ESG 인식 및 정책 수요조사 설문지

SQ. 응답자 정보

SQ1. 귀 사업체의 **설립연도는 언제**입니까? **사업자등록증**에 기반하여 작성해 주십시오.

			-			-					
--	--	--	---	--	--	---	--	--	--	--	--

SQ2. 귀 사업체의 **주요 상품/서비스**는 무엇입니까? **매출이 높은 순으로 3개까지 기재**해 주십시오.

1순위	
2순위	
3순위	

SQ3. 귀 사업체의 **종사자 수는 총 몇 명**입니까? 정규직과 비정규직을 구분하여 응답해 주십시오.

정규직	명
비정규직	명
전체	명

SQ4. 귀 사업체의 **매출 구조**는 어떻습니까? **매출이 높은 순서대로 3개만 선택**해 주십시오.

1. 대기업 또는 소속사
2. 대기업 연결 1,2차 벤더(협력업체)
3. 중소기업 및 벤처 기업
4. B2C(소비자 매출)
5. B2G(정부 매출)
6. 해외시장
7. 기타()

A. ESG 인식

A1. 귀 사업체는 ESG개념에 대해 어느 정도 알고 있습니까?

전혀 모른다	잘 모른다 (ESG 기본개념을 알고 있음)	어느 정도 알고 있다 (기본 개념 및 내용을 알고 있음)	잘 알고 있다	매우 잘 알고 있다
①	②	③	④	⑤

A2. 귀 사업체의 ESG에 대한 관심도는 어느 정도라고 생각하십니까?

매우 낮음	다소 낮음	보통	다소 높음	매우 높음
①	②	③	④	⑤

A3. 귀 사업체는 ESG가 실제 기업을 경영하는데 있어 중요하다고 생각하십니까?

전혀 중요하지 않음	그저 중요하지 않음	보통	다소 중요함	매우 중요함
①	②	③	④	⑤

A4. 귀 사업체는 ESG가 경영하는데 있어 필요하다고 생각하십니까?

전혀 필요 없음	별로 필요 없음	보통	다소 필요	매우 필요
①	②	③	④	⑤

A4-1. ESG 경영이 필요하다고 생각하는 이유는 무엇입니까? 우선순위로 2개만 선택해 주십시오.

1. 국내외 수익에 직결
2. 기업 이미지 제고
3. 투자자 관리(개안·기관)
4. ESG 규제부담
5. 기타()

A4-2. ESG 경영이 필요하지 않다고 생각하는 이유는 무엇입니까? 우선순위로 2개만 선택해 주십시오.

1. 경영성과와 연관성 낮음
2. 일시적 이슈 및 트렌드에 불과 (CSR, 투명윤리경영 등)
3. 소비자 인식 및 소비 트렌드 변화 없음
4. 투자자 및 금융기관 요구 없음
5. 기타()

B. ESG 활동

B1. 귀 사업체의 **ESG 경영 수준은 어느 정도**라고 생각하십니까?

매우 낮음	다소 낮음	보통	다소 높음	매우 높음
①	②	③	④	⑤

B2. 그렇다면 **ESG 경영 각 분야별로 경영 수준이 어느 정도**라고 생각하십니까?

구분	매우 낮음	다소 낮음	보통	다소 높음	매우 높음
환경(E)	①	②	③	④	⑤
사회(S)	①	②	③	④	⑤
지배구조(G)	①	②	③	④	⑤

B3. 만약 내년부터 귀 사업체에 ESG 경영을 도입한다면 매출은 전년 대비 어느 정도 증감할 것으로 예상하십니까?

-20% 이상	-15%	-10%	-5%	차이 없음 (0)	+5%	+10%	+15%	+20% 이상
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨

B4. **ESG 분야 중 환경(Environmental) 부문**에서 귀 사업체가 **관심이 있는 부문**은 무엇입니까? **1개**만 선택해 주십시오.

1. 환경친화적 생산
2. 기후변화 대응
3. 환경친화적 공급망관리
4. 환경 리스크 관리
5. 기타()

B5. **ESG 분야 중 사회적 가치(Social) 활동**에서 귀 사업체가 **주요하게 생각하는 대상**은 누구입니까? **1개**만 선택해 주십시오.

1. 근로자
2. 협력사 경쟁사
3. 소비자
4. 지역사회
5. 일반국민
6. 기타()

B6. ESG 분야 중 지배구조(Governance) 측면에서 귀 사업체가 주요하게 생각하는 대상은 누구입니까? 1개만 선택해 주십시오.

1. 근로자 2. 투자자 3. 이사회 4. 경영자 5. 기타()

B7. 귀 사업체가 ESG 경영전략을 수립하는 데 있어 가장 큰 애로사항은 무엇입니까? 1개만 선택해 주십시오.

1. ESG의 모호한 범위와 개념
2. 기관마다 상이한 ESG 평가방식
3. 자사 사업과 낮은 연관성
4. 추가적 비용초래
5. 지나치게 빠른 ESG 규제도입 속도
6. 기타()

B8. 귀 사업체에서는 올해(2022년) ESG 경영 성과에 대한 구체적인 연간 목표를 수립했습니까?

1. 예 → B9로 이동
2. 아니오 → B9로 이동
3. 향후 수립 계획이 있다 → B8-1로 이동

B8-1. 향후 (5년 내) 수립 계획이 있으십니까?, 있으시다면 언제로 예상하고 계십니까?

1. 예 → B9로 이동 2. 아니오 → B9로 이동
() 년도

B9. 귀 사업체에서 ESG 경영을 추진하고자 하는 이유는 무엇입니까? 다음 각 항목별로 ESG 경영 추진에 끼친 영향(이유) 정도를 평가해 주십시오.

구분	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
	1	2	3	4	5
이사회 요구					
경영자 요구					
내부 임직원 요구					
투자기관 요구					
금융기관의 요구					
소비자(관광객)의 요구					
경쟁기업의 ESG 활동					
시민사회 요구					
지역사회 요구					
ESG 경영문화의 확산					
글로벌 ESG 관련 규제					
ESG 관련 정부정책 영향					
협회, 연합, 포럼 등 관련 단체 요구					

B10. 귀 사업체에서 ESG 경영을 통해 기대되는 효과는 무엇입니까? 각 항목별로 기대하는 정도를 응답해 주십시오.

구분	매우 낮음	낮음	보통/반반	높음	매우 높음
	1	2	3	4	5
새로운 비즈니스 기회 창출					
기업 사업운영 역량 강화					
자금조달 개선, 세제감면 등 경제적 혜택 확보					
ESG 평가 대응력 향상					
기업평판 향상(브랜드, 이미지 등)					
이해관계자와의 관계 개선					
사회적 공통가치 추구에 기여					

C. ESG 조직

C1. 귀 사업체에는 별도의 ESG 실무 전담조직이 마련되어 있습니까?

1. 있다 → C2로 이동
2. 없다 → C1-1로 이동
3. 향후 계획이 있다 → C1-1로 이동

C1-1. 귀 사업체에는 ESG 전담 인력이 있습니까?

1. 있다
2. 없다
3. 향후 배치 계획이 있다

C2. 귀 사업체는 올해 ESG 전문가 인력을 추가로 채용할 계획이 있으십니까?

1. 예
2. 아니오

C3. ESG 업무 담당자를 채용할 때 귀 사업체에서 중요하게 고려하는 역량은 무엇입니까? 1개만 선택해 주십시오.

1. 회계/법률적 소양
2. 환경/지배구조 전문성
3. 기관투자자와의 커뮤니케이션 스킬
4. 글로벌 트렌드 이해능력
5. 자사 ESG 스토리텔링 구성능력
6. 기타()

D. 관광기업 ESG 지원정책 중요도

D1. 귀 사업체에서는 다음 사항에 대해 **얼마나 중요하고, 또한 시급하다고 생각하십니까?**

구분	중요도					시급성				
	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ESG 경영장려 경제적 지원										
ESG 도입 및 실천 의무화										
ESG 성과에 따른 정책금융 확대										
ESG 우수기업에 대한 조달 및 공모선정 가점, 공공구매 확대										
ESG 우수기업에 대한 인증 및 홍보 강화										
ESG 교육 기회 및 정보자료 제공 확대										
관광기업 특성을 반영한 ESG 경영 도입 지침서 및 가이드라인 제공										
ESG 경영 컨설팅 지원강화										
ESG 기업 협력 활성화 정책										
ESG 지원 산관학 협력체계 구축										
법제도 근거 마련										
관광 ESG 경영 관련 조사통계 인프라 구축										
ESG 평가기관 일원화										
관광 ESG 평가 기준 마련										
관광분야 ESG 평가기관 지정										
관광 ESG 공정거래 기준 마련										

D2. 제시된 정책 외에 필요하다고 생각되는 지원 정책 및 개선을 위한 의견을 자유롭게 기술해 주시기 바랍니다.

집필내역

연구책임

송수엽 한국문화관광연구원 부연구위원: 제1장, 제2장, 제3장, 제4장, 제5장, 제6장, 제7장, 연구총괄

연구진

박상곤 한국문화관광연구원 연구위원: 제1장 제1절 일부, 제5장 제2절, 제3절 일부

박효연 전남대학교 문화관광경영학과 부교수: 제3장 제1절-제2절 일부, 제3절, 제6장 제2절 일부

황지영 하이콘티 대표: 제4장 제1절-제3절, 제4절 일부

연구 참여

박범준 건양대학교 ESG 연구소 연구교수: 제2장 제1절, 제3절 일부, 제3장 제3절 일부

이새미 경희대학교 관광학 석사: 제3장 제1절, 제2절 일부

관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구

발행인 류광훈

발행처 한국문화관광연구원

서울시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880

<http://www.kcti.re.kr>

인쇄일 2022년 10월 21일

발행일 2022년 10월 21일

인쇄인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 978-89-6035-939-0 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2022.e21>

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.

송수엽·박상곤·박효연·황지영(2022), 관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구,
한국문화관광연구원

한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800

팩스 02-2669-9880

www.kcti.re.kr



아래의 DOI 또는 QR코드를 통해
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.
<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2022.e21>



9 788960 359390
ISBN 978-89-6035-939-0