

기업의 사회적 책임과 녹색금융

노희진 · 안승광 · 송홍선
임대응 · 임영화 · 정수영 · 한병욱

1

序 言

1992년 기후변화협약이 채택된 이후, 1997년 교토의정서를 거치면서, 지구온난화에 대응하고 온실가스를 저감하기 위한 국제사회의 협력과 경쟁은 날로 치열해지고 있습니다. 우리나라에서도 2008년 하반기 이후 정부를 주축으로 하는 저탄소녹색성장(Low Carbon, Green Growth)에 대한 관심이 고조되고 있습니다. 이는 성장이 환경을 보호하고 환경이 성장을 이끄는 녹색강국을 구현하는데 그 목표가 있다고 할 수 있습니다.

이러한 정부차원의 추진전략 수립에 발맞추어 자연스럽게 저탄소녹색 비즈니스에 대한 니즈가 산업계 전반으로 확대되고 있습니다. 이는 기후변화를 포함한 환경문제가 개인뿐만 아니라 기업과 국가 모두가 풀어가야 할 공동의 문제로 인식되고 있기 때문입니다.

한편, 이러한 움직임의 범위를 금융산업으로 좁혀보면, “녹색금융”이라는 키워드가 대두되고 있습니다. 녹색금융 개념을 정립하려는 시도를 비롯하여 녹색금융상품 개발을 추진하는 등 정부, 산업계, 투자자들의 관심이 증가하고 있습니다.

금융업은 직접적으로 오염을 일으키는 산업이 아니기 때문에 환경과 관련이 없다고 생각하기 쉽습니다. 하지만 자본의 흐름은 국가경제와 산업, 기업과 개인의 생명을 유지해주는 중요한 기능을 하고 있습니다. 금융은 이 모든 자본흐름을 변화시키는데 기여할 수 있으며, 이를 통하여 지속가능한 경제로 나아갈 수 있습니다. 바로 이러한 지속가능성을 고려한 금융활동이 사회책임투자 혹은 지속가능투자입니다.

본 자료집은 자본시장연구원이 주관하는 사회책임투자연구회에서 2008년 하반기에서 2009년 상반기에 걸쳐 논의된 주요 연구결과와 자료들을 중심으로 작성한 여섯 번째 자료집입니다.

이번 자료집에서는 “기업의 사회적 책임과 녹색금융”이라는 주제 하에 CSR의 개념과 인식, 기업의 녹색 커뮤니케이션과 마케팅 및 녹색 금융 관련 사항을 담고 있습니다. 앞으로도 사회책임투자 연구회에 많은 참여와 관심을 기울여 주시기 바랍니다.

2009년 4월

자본시장연구원

원장 김 형 태

목 차

序言	i
I. CSR의 개념과 담론	3
1. 지속가능성, 기업의 사회적 책임과 환경적 정의 (Discourses of Sustainability in Today's Public Sphere)	3
2. 지속가능한 발전에 대한 담론(Sustainable Development Discourse and the Global Economy)	20
3. CSR에 대한 인식(Corporate Social Responsibility and Public Relations: Perceptions and Practices in Singapore)	40
II. 기업의 녹색 커뮤니케이션과 마케팅	65
1. 기업의 녹색 커뮤니케이션 (Greening of Corporation?)	65
2. 녹색마케팅과 녹색광고(Green Marketing and Advertising)	80
III. 해외 녹색금융 동향	95
1. 녹색금융 상품과 서비스(Green Financial Products and Services) ..	95
2. 기후변화와 금융산업의 역할(Climate change & Financial Services Industry)	112
IV. SRI 및 환경지수 동향	137
1. 국내외 SRI시장 동향	137
2. 해외 SRI 및 환경지수 동향	144

V. 녹색금융의 발전방향	169
1. 녹색금융 개념의 명확화	169
2. 녹색금융 인프라 구축	170
3. 녹색성장을 위한 금융 지원 활성화 및 녹색금융 정책수립	173
4. 녹색금융 발전을 위한 해외 협력 강화	175
부록. 사회책임투자연구회 참여회원 명단	179

표 목 차

<표 IV-1> 유럽 국가별 SRI시장 규모	139
<표 IV-2> 미국 SRI 시장규모	141
<표 IV-3> 사회책임투자 관련 펀드 현황	142
<표 IV-4> 기타국가 SRI시장 규모	142
<표 IV-5> 해외 주요 SRI지수 현황	147
<표 IV-6> DJSI 지속가능성 평가기준	148
<표 IV-7> FTSE4Good 지수의 산업별 환경영향 분류	153
<표 IV-8> Global Clean Energy Index 해당 산업군	162
<표 IV-9> 클린에너지 사업영위수준 평가표	162
<표 IV-10> S&P ESG India의 지배구조 평가요소	164
<표 IV-11> S&P ESG India의 환경 및 사회측면 평가요소	165

그 립 목 차

<그림 III-1> 기후변화의 금융산업별 영향	114
<그림 III-2> 탄소의 가격형성 과정	116
<그림 III-3> 온실가스저감 프로젝트 수행단계	122
<그림 IV-1> Global SRI 시장규모	138
<그림 IV-2> 2002~2007년 유럽 SRI 시장규모 추이	140
<그림 IV-3> 2002~2007년 MSCI Europe vs SRI시장 성장률 비교	140
<그림 IV-4> WilderHill Clean Energy Index의 구성 비율	155
<그림 IV-5> Climate Change Benchmark Index의 국가별 편입비중 ·	157
<그림 IV-6> Climate Change Benchmark Index의 Sub-Index별 비중	157
<그림 IV-7> FTSE ET50의 국가별 편입비중	159
<그림 IV-8> FTSE ET50의 5년간 성과	160
<그림 IV-9> S&P Global Thematic Index Series	160
<그림 IV-10> S&P ESG India사업 범주별 지수구성비율	166

발간 참여자의 역할

기획 및 편집	노희진 안승광
I. CSR의 환경적 측면	
1. 지속가능성, 기업의 사회적 책임과 환경적 정의	정수영
2. 지속가능한 발전에 대한 담론	노희진
3. CSR에 대한 인식	한병욱
II. 기업의 녹색 커뮤니케이션과 마케팅	
1. 기업의 녹색 커뮤니케이션	안승광
2. 녹색마케팅과 녹색광고	송홍선
III. 해외 녹색금융 동향	
1. 녹색금융 상품 및 서비스	임대웅
2. 기후변화와 금융산업의 역할	송홍선
IV. SRI 및 환경지수 동향	
1. 국내외 SRI시장 동향	임영화
2. 해외 SRI 및 환경지수 동향	임영화
V. 녹색금융의 발전방향	노희진
1. 녹색금융 개념의 명확화	
2. 녹색금융 인프라 구축	
3. 녹색성장을 위한 금융 지원 활성화 및 녹색금융 정책수립	
4. 녹색금융 발전을 위한 해외 협력 강화	

약 어 집

CDM	Clean Development Mechanism
CSR	Corporate Social Responsibility
EJ	Environmental Justice
FTSE	Financial Times Stock Exchange
GHG	Green House Gas
JI	Joint Implementation
NGO	Non-Government Organization
PRI	Principles for Responsible Investment
SRI	Socially Responsible Investment (Sustainable & Responsible Investment)
SD	Sustainable Development
UNCED	United Nations Conference on Environment and Development
UNEP	United Nations Environmental Programme
UNEP FI	United Nations Environmental Programme Finance Initiative
WBCSD	World Business Council for Sustainable Development
WSSD	World Summit for Sustainable Development

I . CSR의 개념과 담론

1. 지속가능성, 기업의 사회적 책임과 환경적 정의
2. 지속가능한 발전에 대한 담론
3. CSR에 대한 인식

I. CSR의 개념과 담론

1. 지속가능성, 기업의 사회적 책임과 환경적 정의 (Discourses of Sustainability in Today's Public Sphere¹⁾)

- 본 연구에서는 지속가능성을 정의하고, 사회경제적 실천이라고 할 수 있는 사회적 책임을 통합시킴으로써 지속가능성을 강화할 수 있는 가능성을 제시하고자 함

- SD(지속가능한 발전)과 CSR(기업의 사회적 책임)의 관계뿐만 아니라 EJ(환경적 정의) 운동과의 연계를 통하여 살펴보았음

- 이러한 논의에 대한 결론은 지속가능성이 효과적으로 방어할 수 없는 단기적 이익에 중점을 두는 민간시스템일지라도 적절한 공공부문과 민간부문의 통합은 SD(지속가능한 발전)를 촉진시킬 수 있다는 것임

가. 지속가능한 발전: 만병통치약 아니면 판도라의 상자인가?

- 1987년 세계환경개발위원회 “Our Common Future” 발간, 1992년 리오 데 자네이로에서 열린 환경과 개발에 관한 UN컨퍼런스, 2002년 요하네스버그에서 열린 지속가능발전정상회의 등을 통하여 지속가능한 발전(Sustainable Development, 이하 SD) 개념이 주목을 받게 됨

1) Tarla Rai Peterson and Todd Norton, “Discourses of Sustainability in Today's Public Sphere”, *The Debate over Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, 351-364의 요약정리

4 기업의 사회적 책임과 녹색금융

- 세계위원회에서는 SD를 “미래세대의 필요를 충족시킬 수 있는 능력을 손상시키지 않는 범위에서 현재의 필요를 충족시키는 것”이라고 정의하고 있음
- SD정의의 가장 큰 장점이자 약점은 모호성임
 - SD를 포함하는 공동체가 지속가능성과 개발사이의 관계에 직접적으로 공헌해야 되겠지만 또한 세대와 국제적으로도 지속가능성의 실행과 운영 정의를 수립해야 함
 - 현재 SD의 수정된 정의는 “공정하고 공평한 수단”(Agyeman et al.2003)의 개념으로 인식되고 있음

□ SD에 대한 인식의 혼란은 가치와 믿음에 대한 갈등에서 발생함

- SD의 정의는 환경보호와 경제발전을 동시에 인정함으로써 정부, 산업, 자원기관, 전문종사자, 많은 환경보호자 단체 모두를 포괄하는 지지자를 확보하고 있음
- 가치와 정치학과는 관계없었던 도덕적 감정에 근간을 둔 지속가능성의 의미는 다양하게 변화되었음
- 이해관계자는 지속가능성의 의미를 적절히 이용하고 있음
 - 기업 이해관계자는 수준 높은 브랜드의 건축자재, 식품, 화장품, 다른 제품의 구입이 소비자와 관련된 환경문제를 해결을 확신시키기 위하여 SD를 이용한 마케팅 캠페인을 활용함
 - 예를 들면, 15ml 작은 플라스틱 병에 담긴 화장품은 재활용 포장지로 포장되었기 때문에 소비자는 지구를 살리는 일에 동참한 것으로 봄

- 많은 SD옹호자들은 SD가 “지속적 성장이 기업-정치-미디어의 세계적 네트워크를 통하여 세계 공동체를 지탱한다”는 것을 알았을 때 이러한 개념을 부정하게 됨
 - 미국 에너지부서의 국가에너지 정책 사무국은 적대적 시각의 SD를 “민을만하고 환경적 책임 있는 제품, 배송, 에너지 사용”으로 표현하고 이를 독려함
 - 이때 책임이란 “안정적이고 지속가능한 에너지 미래”와 “지속가능한 발전의 파트너십을 위한 효율적인 에너지 사용”을 말함
 - 그러나 생태학자는 세계위원회의 애매한 자연주의를 정의를 반대하였으며, 많은 환경윤리학자는 “생태계 지속가능성”을 찬성하며 SD를 반대하였음
 - 환경관리에 대한 개념 구조로 SD의 비판적 평가는 긍정적으로 말하면 아직 입증되지 않은 개념이고, 부정적으로 본다면 생명체의 건강을 유지시키는데 필요한 환경의 파괴 속도를 지연시키는데 실패하였다고 할 수 있음

나. SD와 CSR의 관계

- SD(지속가능한 발전)와 CSR(기업의 사회적 책임)의 관계는 최근 발전하기 시작하였으며, CSR의 정의는 다음과 같음
 - 기업의 활동은 사회에 보다 큰 영향을 주는 것으로 인식됨
 - 사회발전은 다시 기업이 추진하는 사업을 성공으로 이끌게 하는 능력에 영향을 미침
 - 경제, 사회, 환경, 인권을 활발하게 다루는 것은 전 세계적으로 기업 활동에 영향을 미침

6 기업의 사회적 책임과 녹색금융

- 이러한 기본원칙이 국제적 가치에도 적용될 때 기업이 속한 공동체뿐만 아니라 기업의 운영과 명성에도 큰 이익을 가져다줌
 - 지역공동체, 시민사회, 다른 사업, 현지 정부와 같은 다른 조직과 가까이 일하면서 이익을 창출할 수 있음
- CSR은 부정, 시장실패, 국제적 개발 실패에 대한 방어적 수준에 머물 수도 있지만 이러한 작용을 넘어선 잠재력을 지니고 있음
- SD와 CSR은 사회적 책임과 지속가능성을 수용하는 기업의 운영 원칙의 수준에 따라 다양하게 통합되고 있음
- 1995년 설립된 지속가능한 발전을 위한 세계기업위원회(WBCSD)는 SD가 사업에 이익이 되며 다양한 이해관계자에게 신뢰를 줄 수 있다고 주장함
- 이는 환경과 산업의 관심이 결합하여 형태로 세계자원기구에서 국제적 산림 및 제지 협회 위원회의 범위에 이르는 다양한 이니셔티브로 발전하였음
 - 교토의정서나 온실가스규제를 지지하는 환경보호에 중점을 두는 그룹은 신뢰를 구축하였음
 - 민간부문에서의 신뢰는 고객 창출과 경쟁적 브랜드 혁신을 위한 SD를 이용하기 위한 훈련프로그램과 멤버십에서 기인함
- 이러한 조직들은 사회적 책임 기업에 대한 인증과 포상의 지원자 역할을 하고 있음
- Ceres의 경우, (a)경제, 환경, 사회의 성과와 지속가능성을 보고할 수 있도록 기업 독려, (b)우수 수행기업에 대한 보상, (c)기업에게

새로운 모델 제시, (d)기업과 이해관계자간의 투명성 제고 등을 유도하기 위하여 상을 수여하고 있음

□ 21세기 다국적기업의 상대적 힘과 영향이 커짐에 따라 CSR은 SD를 성취하는 데 필수적임

- 동시에 지속가능성을 기반으로 하지 않는 CSR은 단지 greenwash²⁾ 수준에 그칠 수밖에 없음
- 세계적으로 CSR를 추구하는 것이 필요함에 따라 이러한 관계는 자연적 방향의 운영원칙을 제시해 주고 있음
- 자연적 방향을 지속가능성의 원칙에 적용한 몇 가지 사례는 다음과 같음
 - 희소성이 있는 어떤 광물을 풍부한 다른 자원으로 대체하는 것은 화석 연료의 의존성을 감소하고 효율적으로 자원을 사용한다는 것임
 - 어떤 지속적이고 비자연적 합성물을 풍부하거나 자연적으로 분해될 수 있는 것으로 대체하는 것을 말함
 - 잘 관리된 생태계에서의 자원을 수확하고, 자원을 가장 생산적이고 효율적으로 사용하며, 자연의 변이에 대한 주의를 기울이는 것을 말함
 - 현재 영향을 받는 모든 사람들과 미래 세대의 요구를 가장 이상적으로 맞추기 위하여 모든 자원을 효율적이고 공정하며 책임성 있게 사용하는 것을 말함

2) 환경 보호에 힘쓰고 있는 듯이 말하거나 인상을 주면서 실상은 환경을 파괴하고 있는 현실을 숨기려고 하는 기업의 홍보선전 활동

다. 환경적 정의와의 관계

□ 환경적 정의(Environmental Justice, 이하 EJ)는 SD와 CSR간의 중요한 관계를 제공하고 있음

— Agyeman의 EJ의 정의에 따르면 “건강을 위협하는 외부요인에 대한 공동체의 작용은 유색인종과 낮은 수입 계층에 불평등하게 나타난다.”라고 말하고 있음

— 환경적 정의는 계층을 평가할 수 있는 이론적, 실제적인 기반을 제공할 수 있음

— McGoldrick은 SD에 대해 가장 비판적 시각으로 “신뢰할만하고 수용할 수 있는 규범적 계층제”를 발전시킨다는 점을 제기하였음

— 이는 자본 창출을 위한 대상으로 인간 노동을 개념화하고, 극소수 개인의 희생을 통한 사회적 후생 극대에 대한 논의를 정당화시키는 지속가능한 사회로 발전할 가능성이 커진다는 것을 말함

- 예를 들면, 국가의 안전과 시민의 보호라는 명목아래 인간의 거주지를 플루토늄 생산, 테스트, 오염된 토양의 저장소로 이용할 수 있는 희생적 핵무기 지역을 지정하게 됨

- 그러나 사람들은 자신과 그의 아이들의 삶의 기본적인 권리를 위해서 단기적 경제적 발전을 희생하려고 하지는 않음

□ EJ운동가는 과학적 사실에 기초하지 않고 정치적 권력을 얻기 위해 사회적 약자의 노력을 무시한 것에 대해 비판하고 있음

— “사회적 약자가 거주하는 지역에 독성 폐기물을 처리하자”라고 기업 관리자가 결정하는 동안 의사결정은 사회적 약자의 참여절차 없이 경제적 비용과 효용에 의해 결정됨을 지적하였음

- 반면 EJ운동에 대한 비판은 과학적 사실보다 정치적 목표에 기반을 두는 것으로 아이러니하게도 지속가능성과 사회적 책임을 연계할 수 있는 가능성을 지니고 있음
 - 미국 EPA에서는 영향을 받을 수 있는 모든 그룹에 대한 “공정한 대우”와 “의미 있는 포함”을 EJ의 정의로 보고 있음
 - 사회경제적으로 다른 그룹은 부정적 환경영향에 대한 이해구조도 다름
 - 현재 사회경제적 상황에서는 기업 활동의 비용과 이익이 정당하게 분배되거나 정치적 접근이 광범위하게 허용된다고 주장하기는 어려움

- Walzer의 자유무역, 책임, 보상에 대한 범주화 체계는 과거와 현재의 분배적 정의를 설명하는 기술체계로 활용하고 있음
 - 예를 들면 시간과 비용의 투자 수준에 따라 공평한 환경의 질을 받는 자유무역의 공정성이 존재한다는 것임
 - 반대로 책임적 측면에서 공정성을 볼 때 오염된 환경에서 사는 사람들을 위하여 예외적인 노력을 지불하는 것을 말하며, 부유층이 빈곤층을 위한 수도시설을 공급을 위한 예산을 제공해야 한다고 할 수 있음
 - 보상시스템에서는 주지사 재선출에 많은 자원을 기부함으로써 유해폐기물의 노출로부터 보호받을 권리를 보상받음

- Agyeman et al(2003)은 공평한 대우는 필수적이거나 EJ은 만족스럽지 않으며, “의사결정과 정책결정 과정의 접근”을 요구함
 - EJ는 다양하게 정의되지만 분배정의를 공정하지 않은 공동체에서의 접근은 일부 사람을 배제시킴

10 기업의 사회적 책임과 녹색금융

- 자유민주주의 체제 내에서 공정성을 얻기 위한 제도적 접근은 부족하지만, 공정성은 민주적 패러독스를 해결해야 함
 - 패러독스란 개인적 자유를 최대화하는 것은 정치적 공평성을 해치며, 반대로 정치적 공평성을 최대화하는 것은 개인의 자유를 억압하는 것을 말함

- 공평성과 개인의 자유간의 상호작용의 복잡성은 어려운 문제를 발생시킴
 - 예를 들면, 개인적 자유를 보장하는 것은 환경적 유해성에 노출되는 영향을 결정하는 것과 이러한 결정을 실천할 수 있는 능력간의 차이가 있음
 - 내가 독성이 있는 쓰레기 지역에서 멀리 떨어져 살고 싶어도 나의 수입이 충족되지 않으면 그 지역에 사는 것을 받아들여야 함
 - 이러한 공정성에 대한 접근은 생산 방법보다도 생산품의 결과에 중점을 두는 것으로 제한적임

라. 기업의 책임성

- CSR의 잠재적 가치는 책임성을 지닌 기업에 대부분 의존하고 있음
 - 책임성의 목적을 좁게 정의 한다면, CSR은 SD를 강화하는데 아주 미세한 작용만을 할 것이나 넓게 정의 한다면 CSR은 SD의 기반이 될 것임
 - 사실 CSR의 실천은 EJ운동의 효과적인 보완이 될 수 있음

- EJ분석가와 옹호자들은 자연 과정과 사회적 실천과 비교하여 환경적 불공정성의 결과에 집중하였음
 - 문화정치학분야에서는 의사결정 과정에서 사회적 약자의 목소리를 배제한 사례에 대한 연구를 시작하였음
 - Maantay(2002)는 어떤 지역의 인구가 덜 건강한 환경에 사는가를 연구하였고, Pezzullo는 환경적 독소와 유방암의 관계에서 자원을 전환하고 대처 할 수 있는 효과적인 수단을 연구함
 - Agyeman은 미리 계획된 행동은 상대적으로 반응하기 쉽기 때문에 해결방안에 대한 조사가 부족하다고 언급함
 - 이러한 해결책은 정치적 비중을 주고 사회경제적 실천과 물질적 과정과 통합되어야 한다고 봄

- EJ가 환경적 해악의 불평등한 분배에 대한 현재의 단일한 관점에서 벗어나려면, 사회적 공정성과 지속가능성의 차이점뿐만 아니라 다른 공정성의 개념의 차이에 대한 논쟁이 있어야 함
 - 어떤 비평가는 EJ와 SD가 기본적으로 양립할 수 없음을 밝히고 있음
 - Dobson(2003)은 EJ와 지속가능성에 대한 요구는 서로 필요하지만 단지 일시적이라고 주장하고 있음

- 그러나 지속가능성은 최종적인 상태가 아니라 사회적 실천의 가이드가 되는 과정이라 할 수 있음
 - 예를 들어, 필수적인 생태학적 과정과 인간지원 시스템은 국제적 무역을 통해 강화되거나 쇠퇴할 수 있음
 - 동시대의 사회경제적 실천은 기업 이익에 영향을 주며, 기업의 행동을 포함하지 않고는 나아갈 수 없음

12 기업의 사회적 책임과 녹색금융

- 기업의 협력 없이는 환경을 파괴하는 가장 큰 부분을 차지하는 사회경제적 활동을 조사할 수 없음
- 이러한 조사를 할 수 없다면 환경적 불공정과 결합된 지속가능하지 않은 발전을 해결할 수 있는 기대도 할 수 없음

마. 영역과 조직의 경계

- 지속가능하지 않은 발전과 환경의 불공정성은 만성적으로 부유한 국가와 가난한 국가 간에 나타나고 있음
 - 예를 들면 미국과 멕시코의 관계로 급속하게 증가한 멕시코 이민자는 다른 정치적 시스템, 공정성의 개념으로 다른 대우를 받고 있음
 - 이러한 관계가 사회적, 기술적, 물질적 영역은 발전의 형태를 지닐지라도 가난한 국가와 부유한 국가 간의 경계에서는 문제가 발생하고 있음
 - 국경지역의 장애인, 노인, 실업자 집단은 살기 힘들거나 경제적 능력이 없음
 - 이러한 상황에서 소위 자유무역 정치학적 구조는 다국적 기업이 노동과 자원의 교환을 강화시키기 위한 통신, 교통, 기술을 사용하도록 허용함
- 2005년 여름 미국과 멕시코 사이의 동서쪽 국경지역에 400명의 주민(Cameron과 Hidalgo 주민, 연간 일만 달러 생활비)을 인터뷰
 - 그들은 비슷한 환경의 친구와 친척들과 강력한 지원 네트워크를 형성하고 있었음

- 사례로 Alejandra는 이 지역에 친척이 있다는 것은 캘리포니아의 Buttonwillow에서 이동하여 “독성 화학물과 무뇌증 아기”와 같은 공포를 피할 수 기회를 가질 수 있는 감사한 일이라고 말하고 있음
- 그러나 사회적 관계와 경제적 상황은 또 다른 희생적 지역으로 이동한 것이었음
- 그녀의 친한 친구의 아기는 1992년 신경관 결함으로 태어나 Buttonwillow에서 죽었고, 이와 비슷한 시기에 Cameron카운티의 보건 전문가는 텍사스 보건국과 중앙 정부의 질병관리 예방국에 이러한 출산유형이 비정상적으로 증가하고 있다고 알렸음
- Buttonwillow와 Cameron의 사례에 대한 공식적 보고서는 크실렌과 톨루엔과 같은 산업폐기물에 노출된 임산부와 관련되었다는 것을 알지 못하고, 다이어트와 같은 개인적 생활습관을 탓하며 문제의 심각성을 경시하였음
- Alejandra는 Matamoros의 Maquiladoras에서 연기와 Reynosa에서 흐르는 물의 영향을 직접적으로 받으면 살고 있었음
- Maquiladoras는 미국과 멕시코 사이의 국경에 위치한 멕시코 공장으로, 공장에서는 원자재와 부품을 수송하여 완제품을 만들고 이는 다시 미국 시장으로 보냄(General Motors, AT&T, Fisher Price, Nike, QuimicaFlor 기업이 포함)
- 기업 관리자는 국민 건강과 EJ를 주장하지만 20년 넘게 소송 중에 있으며, 일반적으로 공장과 지역주민의 건강 문제는 연관성이 없다는 판결로 끝나는 경우가 많음
- 의학인류학자인 Antonio Zavaleta의 역사적으로 국민 참여가 부족한 지역이었다는 주장함
- 이러한 주장에 반대한 사람들은 유해폐기물의 생산과 처리에 대한 정보의 불균형에도 불구하고 1980년 중반 이래로 유해폐기물은 처리는 여전히 심각한 문제라고 여김

14 기업의 사회적 책임과 녹색금융

- Matamoros와 Reynosa와 같은 국경지역에서 생산된 폐기물은 멕시코와 미국 어느 곳에서도 처리되도록 허가되지 않았음
- 어떠한 폐기물이 발생되지는 아무도 몰랐지만 물리적 법칙으로 실존하고 있는 것을 의미함

□ 다른 공동체 조직에서는 산업이 지역에 심각한 환경파괴를 주는 것은 물론 공장 내의 환경에도 관심을 가졌음

- 1998년 연구에 따르면 83% 노동자들의 불충분한 안전장치를 가지고 있으며, 60%는 화학 방출, 먼지, 소음 등의 환경적 오염물질에 노출되어 안전수준을 위협받고 있음
- 물론 정치적, 사회경제적 구조는 이를 입증하기 어려움이 있으며 국가 안전성을 세분화하는 것만큼이나 환경의 불공정성을 주장하기는 어려운 일임
- 국가환경정의자문위원회(NEJAC)에서 연구한 미국과 멕시코 국경지역의 발전에 대한 보고서는 국민 참여 향상, 환경보호프로그램 확대, 국경을 넘는 강화 메커니즘, SD와 EJ를 확신을 주장하고 있음
- 그러나 실질적으로는 NEJAC의 보고서는 EPA에 공식적으로 기록되지 않음

바. 지속가능성 토론(촉진/억제)

□ 세계적 책임감에 의해 영향을 받지 않는다면 지속가능한 발전의 실패는 생태적 파괴와 결합될 것임

- 즉, 우리는 지구의 비전을 확대하고 우리를 지속가능하도록 하는 세계적 생태학적 과정을 넘어 EJ의 개혁을 위하여 사회적 관심을 시간적, 공간적으로 넓혀야 함

□ 지속가능성은 정적인 상태라기보다는 진화하는 것임

- 진화는 지역사회 구성원이 참여할 수 있는 토론에 대한 사회적 실천에 의해 영향을 받음
- 다국적 기업의 자유로운 의사소통을 강화하는 것이지만 의미 있는 SD토론에 대한 개방적 참여를 어떻게 이끌지 개념화하는 것은 어려움
- 우리는 공동체의 관심사에 모든 것을 포함하는 방법을 발견해야 함
- Peter(1999)는 개방성을 바탕으로 한 토론의 개념은 동시대의 사회적 상호작용을 통하여 가장 적절한 모델을 제공하는 것으로 봄. 대상에 대한 생각과 감정에 대한 확산은 우리가 속해있는 정당한 사회를 개념화하는 가능성을 열어줌

□ 사실상 책임성 있는 조직 시민이 정당하다고 생각하는 규제를 강화하기 위하여 민간과 공공이 서로 협력적 사업을 추진할 때 CSR은 가장 잘 유지됨

- 인간문화는 환경적 이슈를 인식하고 규제과정에 참여하려는 요구를 표현하며, 통합된 공공의 이익에 대한 구조화된 문제는 정부, 민간기업, 이익집단의 중점 관심사가 됨
- 환경개발에 대한 참여확대를 지지하는 사람들은 공공의 판단이 최선이며 국민의 이익을 대변할 수 있다고 보았으며, 참여는 민주주의에 참여할 수 있는 공공의 능력을 향상시키고 사회적 약자를 감소시키며 정부의 합법성을 증가시킨다고 봄

16 기업의 사회적 책임과 녹색금융

- 개발 결정에 공공참여의 확대는 공공의 가치를 반영하고 개인과 조직에 권한을 줄 수 있는 정책을 형성함으로써 사회에 이익이 된다는 가정임

- 의사결정과정에 공공참여는 참여자에게 과학적/기술적 정보를 검토할 수 있는 충분한 기회를 준다면 일반적으로 수용할 수 있는 합리적 결과에 도출할 수 있음
 - 이러한 논의가 개발정책에 적용됨에 따라 공공참여는 더 경쟁적이고 협력적으로 될 것임
 - 희소성 있는 재생되지 않는 자원은 모든 이해관계자의 상호이익이나 만족스러운 결정을 이끌기보다는 “고정된 자원을 공평하게 분배하는 것에 중점”을 논쟁으로 하는 협상구조 과정을 거치게 됨. 교환 가치, 경제 그리고 정치의 우위는 공정하거나 지속가능한 사회를 조성할 수 있는 능력이 없음
 - 인간과 조직은 개선에 대한 믿음을 가질 때 행동을 변화할 수 있지만, 관성은 강하게 작용됨
 - 사람들은 원상태를 유지하려고 고집하며 변화는 그들의 권력을 위협하는 것으로 인식함

- 정부는 피할 수 없는 비용 상승의 변화에 균형을 유지해야 하기 때문에 느리고 계속적인 조심스러운 단계를 통하여 정책을 개발함
 - 적절한 규제체계는 사회적 책임이 있는 기업에게 경제적 생존력을 유지하면서 EJ와 지속가능성에 동의할 수 있는 개발을 북돋을 수 있는 기회를 제공함

- 환경적 규제는 현재의 정치적 실천에 동의하며 SD이니셔티브의 실행을 촉진함
 - 정부는 비용을 증가함으로써 개발을 성공적으로 다룰 수 있음을 증명함
 - 예를 들면 1982년 미국 의회는 Coastal Barrier Resources Act를 제정하였는데 이는 미국 연안지역에 건설비용을 증가시키는 것으로 개발을 위한 모기지, 대부, 보험의 정부보조금 지급을 감소시키는 것임
 - 최근 정치적 보수주의의 환경적 규제의 채택은 사회적 규범이 양립할 수 있도록 해줌
 - 이러한 규제는 지속가능하지 않은 발전을 완화하는데 긍정적인 영향을 미침

- 개방적인 공정한 사회는 물질적 것과 사회적 실천의 요구 사이의 갭을 줄일 수 있는 지속가능성을 촉진할 수 있음. 우리는 공정하고 지속가능한 사회를 설계하며 그 속에서 살 수 있음

- CSR운동은 우리가 더욱 지속가능한 방식을 배울 수 있는 가능성이 감소되고 있는 현재 상황을 변화시킬 잠재력을 가짐. 협력적으로 국내외 규제지역을 강화하고 기업 이해관계자간의 진정한 민주적 지배구조에 대한 기회의 확대를 통하여 잠재력을 실현할 수 있음

Reference

- Aguirre, B. E. (2002). "Sustainable development" as collective surge. *Social Science Quarterly*, 83, 101-118.
- Amnesty International & Sierra Club. (2000). *Environmentalists under fire: 10 urgent cases of human rights abuses*.
- Bowen, W. M., & Wells, M. V. (2002). The politics and reality of environmental justice: A history and considerations for public administrators and policy makers. *Public Administration Review*, 62, 688-698
- Bradbury, H., & Lichtenstein, B. M. (2000). Relationality in organizational research: Exploring "the space between." *Organization Science*, 11, 551-564.
- Cole, L. W., & Foster, S. R. (2001). Button-willow: Resistance and disillusion in rural California. In L. W. Cole, and S. R. Foster(Eds.), *From the ground up: Environmental racism and the rise of the environmental justice movement* (pp. 80-102). New York: New York University Press.
- Leopold, A. (1949). *A sand County almanac and sketches here and there*. London: Oxford University Press.
- Peters, J. D. (1999). *Speaking into the air: A history of the idea of communication*. Chicago: University of Chicago Press.
- Susskind, L., Levy, P. F., & Thomas-Larmer, J. (2000). *Negotiating environmental agreements: How to avoid escalating confrontation, needless costs, and unnecessary litigation*. Washington, DC: Island Press.

Walzer, M. (1983). Spheres of justice: A defense of pluralism and equality. New York: Basic Books.

World Commission on Environment and Development. (1987). Our common future. Oxford: Oxford University Press

2. 지속가능한 발전에 대한 담론(Sustainable Development Discourse and the Global Economy³⁾)

□ CSR문제의 다양한 평가의 영역 확대 목적

- 모든 관련 문제가 경제-사회 영역 간 관계를 확립하는 것에 초점을 맞추고 있는데, 본 논문은 1980년대 초반 이후 세계경제 발전에 주요한 화두였던 ‘지속가능한 발전(sustainable development)’ 측면에서 접근함
 - CSR문제가 지속가능한 발전의 문제와 어떻게 연관되어 있는지에 대한 이해
 - 이러한 문제에 대한 어떠한 전통적 이해가 근본적 구조 변화(structural transformation) 대신 변화(change)를 가져오는데 도움이 되는지 여부
 - CSR과 지속가능한 발전 사이의 관계를 어떻게 생산적으로 계획할 수 있는지 여부

가. A Brief history of Sustainable Development Discourse

- “발전(development)”이란 단일하게 이념과 믿음이 응집된 구조가 아님
 - “발전”을 하나의 통일된 관념 조직(scheme)으로 생각하기 어려우며, 다양한 의미와 함축을 지님

3) Shiv Ganesh, “Sustainable Development Discourse and the Global Economy”, *The Debate over Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, 379-390의 요약정리

- 현대 개발도상국은 정치적으로 자유화를 향하여 나아가는 추세이며, 국가의 책임(state responsibility)은 감소하는 추세임 (Chakravaratty, 2004)
- 비전(vision)을 발전과 연관시키는 근본주의가 발생하는 추세임
- 현대 인도에서는 발전이 각기 다른 그룹에 다른 의미로 이용되는데, 발전이라는 개념 형성은 정치적 엘리트, 산업, 중간계급, 농민 등의 특정 계급의 이익을 반영함(D'Souza, 1990; Omvedt, 1995)

□ “발전”이라는 용어의 다양한 함의에도 불구하고, 발전은 문제를 제기하기도 함

— 인간과 사물간의 유한적인 관계를 명확히 설정하는데 도움을 줌

- Arturo Escobar(1995)의 발전의 범위에 관한 논쟁은 제 3세계의 빈곤 문제가 어떻게 세계 경제적 처방과 일치될 수 있으며 변화하고 문제가 되는 중요한 것으로 구성되고 정의되는 주장함
- Escobar는 지속가능한 개발이 완전히 새롭고 중요한 것을 제공하기 때문이 아니라 빈곤과 같은 발전경제학의 전통적 문제에 대한 환경적 관리주의(Managerialism)이므로 이는 주요한 발전적 문제로 등장한다고 주장함

□ “지속가능한 발전(sustainable development)”의 어원 및 발생

— 발전에 대한 국제적 논의는 1972년 스톡홀름에서 인간환경에 대한 UN 컨퍼런스(United Nations Conference on the Human Environment)에서 시작함

- 그러나 본 선언은 환경과 발전과의 관계를 정의하는 요소로 “유지(conservation)이라는 용어 사용
- “지속가능한 발전“은 1970년대 회자되고, 1980년 UNEP와 International Union for the Conservation of Nature and Natural Resource과 협력하여 만든 World Conservation Strategy에서 주요한 화두로 부각됨
 - 본회에서는 유지(conservation)와 개발(development)이 서로 상반된 것이 아니라 상호의존적이라는 개념이 시도됨
 - 유지가 反성장(anti-growth)적이라는 기존 개념으로부터 탈피하고, 다국적 자본주의적 생산 시스템을 변형시키지 않고 수정함으로써 환경을 유지할 수 있다는 세계적 공감대를 불러일으킴
- 1987년 World Commission on Environment and Development는 도쿄 선언을 통하여 “미래 세대가 그들의 필요를 충족시킬 능력을 저해하지 않으면서 현 세대의 필요를 충족시키는 발전⁴⁾”이라는 시각에 입각하여 지속가능한 발전을 정의함
 - 도쿄 선언은 모든 국가가 지속가능성의 목표를 개별 국가 및 전 세계 정책의 시험과제이자 목적으로 명백하게 채택하도록 요구하였음
 - 관련 보고서는 지속가능한 발전이라는 개념을 모든 국가의 목적으로 통합하기 위한 원칙들을 권고함
- 이후 개념적으로 지속가능한 발전이라는 개념은 어떠한 발전의 개념과 형성보다 광범위하게 거론됨
 - 1980년대 이후 지속가능한 개발의 개념은 통합되어 현재 “개발”이라는 용어에 포함된 모든 형태의 사회적 행위와 분리될 수 없음

4) “Development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”

- 이는 1992년 Rio de Janeiro에서의 Earth Summit에서 가장 광범위하게 형성되었고, 이후 1997년 뉴욕에서의 Earth Summit Plus Five 및 2002년 요하네스버그에서의 WSSD(World Summit for Sustainable Development)에서 확실해졌음
- 무엇이 지속가능한 발전의 실천(practice)인지에 대하여 의미 있고 다양한 논의들이 있었음(Peterson, 1997)
 - 무엇이 지속가능한 발전인지를 형성하는 것은 반드시 공식적인 역사와 분리된 것은 아니지만, 용어 자체가 다양한 의미를 수반하고 있고, Brundtland 보고서가 광범위하게 설정되었기에 다양성이 존재함
 - 지난 5~10년간 지속가능한 개발 분야에서 실천주의와 연구자가 지속가능한 개발을 달성하고자 CSR을 언급하기 시작했음
- CSR은 발전 기구(development apparatus)에서 실천주의자(Frame, 2005)와 연구자(Young, 2004) 모두가 지속가능성에 도달하는 수단으로 지지하고 있음
 - 노골적으로 이러한 지지는 지속가능한 발전이라는 목표를 추구하고 책임감 있게 행동하는 기업 조직에 대한 청원으로 연결되지만, CSR과 지속가능한 발전 사이 관계는 그리 조악하지는 않음
 - 실제로, 사업에서 지속가능성에 대한 문제를 측정하는데 매우 다양하고 복잡한 방식이 있음(Labuschagne, Brent, & von Erck, 2005)
 - 예를 들어, 1997년 UNEP는 사회, 환경 및 경제적 측면에서 주요 자료를 수집할 목적으로 Global Reporting Initiative를 시작하였음

- 또한 두 문제사이의 연관관계는 때로 대중적이고 학문적인 문제에서 목적 달성을 위한 수단적인 관계 이상임
 - 광범위한 의미에서 CSR과 지속가능한 발전 사이의 중복된 부분은 그것들이 서로를 형성하기 시작하는 것보다 중요해지고 있음
 - 1991년 설립된 World Business Council for Sustainable Development는 지속가능한 발전이라는 용어에서 CSR을 “노동자, 그들의 가족, 지역사회 및 사회가 생활의 질이라는 관점에서 지속가능한 경제 발전에 기여하는 기업의 사명”이라고 정의함
 - 여기서 CSR은 단순한 방법이 아니라 지속가능한 발전이라는 의미로 이해된 정신이며 의무임
- 다른 예로, 지속가능한 발전은 CSR이라는 용어로 설명됨
 - 이는 외부적 조직 영향력을 중시하는 만큼 내부적 조직 과정을 중시하는 지속가능한 발전 방식에 반영됨⁵⁾
- 전 세계 지속가능한 발전이라는 문제와 지속가능한 발전과 CSR과의 연관에 대한 문제가 우세해지고 있는데, 이는 적절한 비판과 평가를 받고 있음
 - 발전에 대한 최근 문제는 CSR을 발전으로 고쳐 쓸 수 있는가 여부임(Harcourt, 2004)
 - CSR의 개념이 명백하게 지지하거나 또는 암묵적으로 공적 구조 파산을 의미하고 사적 부문이 어떠한 실질적 발전과 변화의 유일한 수단임을 가정해서 공적 발전이라는 개념을 깎아내리는 것인지에 대한 비판도 있음(Blowfield, 2004; Fox, 2004)

5) 예를 들어, Wuppertal 지속가능발전 지표 구조는 United Nations Commission on Sustainable Development를 따르도록 되어 있는데, 이는 지속가능한 발전의 지표가 어떤 기관이 참여적인 구조로 고용 하고, 공정과 성평등 문제를 고려하는지 정도를 포함하도록 명문화하여 지속가능성의 제도적 측면을 평가함 (Lasuschnage et al., 2005)

- 또한 일부 NGOs는 CSR에 대하여 반대를 하며, 일부 기업이 CSR을 window dressing으로 이용한다고 지적함⁶⁾
- 이러한 담론이 어느 정도 통합되고, 진보적으로 전 세계 사회적 변화의 공동의 개념을 위하여 영향을 미쳐야 하는지 고려해야 함
 - 평가를 위한 첫 번째 방법은 기존 지속가능한 발전에 대하여 3가지 가정을 기초하여 탐구하는 것임
 - David Korten(1996)을 따르면 지속가능한 발전에 대한 전통적인 지식은 UN, World Bank, IMF 등과 같은 기관에 의해 공언되었으며, 그는 교환방식, 생활방식, 인구 등과 같은 영역에서 전통적-대안적 연출간 차이를 중시함
- 본고는 전통적 처방에 있는 세 가지 가정 근거를 제시함
 - 첫째, 지속가능한 발전의 담론의 첫 번째 가정은 인류애에 대한 은유를 기원한다는 점임
 - 둘째, 현재 경제 성장의 변수들 내에서 성취할 수 있는 목표만큼 환경보호가 지지된다는 점임
 - 셋째, 지속가능한 발전이 직시하는 국가와 시민사회 사이의 관계에 놓여있음

6) 예를 들어, 영국은 BAT(British American Tobacco)에 BAT가 CSR을 이용하는 것은 순전히 친환경도색(greenwashing)적인 전략이라고 설명하기 위해 메모, 이메일 등을 전송하였고, 담배 생산량을 줄이기 위한 어떠한 수단도 실제로 실행하지 못함. 여기서 친환경도색이란 회사, 정부, 또는 특정 단체들이 겉으로는 환경 친화적인 정책 또는 환경 친화적인 이미지를 내세우거나 홍보하면서, 실제로는 환경을 파괴하고 있거나, 또는 이들이 이야기하는 정책과는 다른 방향의 행위를 하는 것을 말함

나. Sustainable Development Discourse and Metaphors of Family

- 환경정치학이 남북 간 경제적 마찰에 대한 핵심 분야로서 생긴 반면, 지속가능한 발전에 대한 전통적 어구는 세계 교류를 위한 기초에 대한 다른 전제를 가지고 있음
 - 1987년의 Brundtland report는 종족(family)으로서 함께 하는 인류애에 대한 은유를 불러일으킴
 - 이는 환경 문제가 지구의 모든 거주자가 비슷한 형태의 사회 활동에 참여해서 함께 해야 할 것이라는 것을 제안해주었음
 - 이로부터 우주에 매달려있는 연약한 생태계인 하나의 지구라는 개념을 불러일으키고, 이는 구(球)라는 이미지로 포착되었음
 - Meister(1999)는 이러한 이미지는 인류 보호와 안정이라는 불문명한 주제에 집중하도록 한다고 지적함
 - 이후 1992년 UNCED(United Nations Conference on Environment and Development)의 공식 출범 분위기로 확실해졌음⁷⁾
 - 일부 종교기구는 영성의 개념과 지속가능한 발전의 개념을 명백하게 연관시키기 시작했음
 - 지속가능한 발전 담론에서 인류애라는 비유는 어떻게 그리고 왜 이것이 가능해지는지 이해하게 도와줌

7) 이는 “Keep the Promise~For a Better World for All the Children“이라는 배너를 달고 Rio de Janeiro로 향해하며, 전 세계 어린이로 가득한 배로 시작하였으며, 2002년 요하네스버그 컨퍼런스에서는 세계 우정(global friendship)이라는 주제로 역대 음악가와 서구 주요 팝 가수들에 의한 콘서트로 막이 올랐음

- 미국에서 1994년 Baha'is의 National Spirituality Assembly는 “그러나 지속가능한 발전의 형태는 사회관습의 내재된 가치의 체계적 변화 없이 발생할 수 없고, 반대로 이는 개인의 가치와 태도의 변화를 필요로 한다. 인간 생활과 생물권 간의 근본적인 상호의존성을 인식하는 것이 새로운 인식을 창조하기 위한 첫 번째 과제이다. 생태적으로 지속가능한 문명은 내외적인 재분배를 포함하고, 이러한 재분배는 인간 마음이 변화될 때만 일어날 수 있다. 지속가능한 발전을 향한 길은 인간의 영적 실체에 대한 깊은 이해만으로 이루어질 수 있다”라는 선언을 하였음

— 이러한 선언은 지속가능한 성장에 도달하기 위해서 철학적이고 단일한 영적인 인간 본성을 이해해야 하며, 이용해야 한다는 것을 제시함

- 협회에 대하여 진정으로 관심 있는 것은 종교적 담론의 동시적 세속화이고 지속가능한 발전의 세속적 문제의 복음 전도임
- 이러한 두 가지 흐름은 지속가능한 발전과 Baha'i의 담론에서 이미 보인 개별 인간성의 비유를 가능하게 하며, 비슷한 흐름이 가톨릭교회와 성공회교회를 포함한 몇몇의 기독교 및 다른 교회에서도 나타남⁸⁾
- 단일의 통합된 영성의 의미에서 환경과 종교적 담론이 함께 하는 것을 보았고, 이러한 통합이 전 세계 종교적 근본주의의 돌발과 전 세계적인 환경 문제에 있어서 원인-결과 관계라는 사실로부터 다른 증거들이 정확하다는 것을 보여줌

8) 예를 들어 2002년 지속가능한 발전에 대한 요하네스버그 정상회담 이전 성공회는 “우리의 지구 위기는 환경적이지만, 그 이상으로 정신과 육체의 위기이다. 마음으로부터 변화는 정신적인 문제이다. 즉, 이는 우리 삶의 모든 부분을 포함한다. 성공회의 구성원으로서 우리 삶의 모든 수준에서 지속가능한 미래를 향한 이러한 변화를 위한 역할을 수행해야 한다. 이제는 우리의 믿음에 기초하여 기도할 때이다”라고 선언함

- 예를 들어, 북쪽에서 뿌리의 하나가 지난 세기에 걸쳐 환경적 퇴화를 가져오며, 그 반이 공업 오염과 쓰레기였던 반면, 남쪽에서는 역사적으로 주요한 문제가 현재 직면하고 있는 산업 오염 문제보다 앞서 천연자원의 과잉 개발로부터 발생해왔음 (Thomas, 1992)
 - 결과적으로 지속가능한 개발에 도달하기 위해서 해야 하는 것은 전 지구적으로 동일하며, 개별 정치경제 내에서 종단적으로 이루어져야 함
- 또한 학자들이 이러한 통합된 인성의 형상이 보호를 필요로 하는 연약한 여성성으로 “본성”이라는 범주에서 확실하다고 정하는 것은 말할 가치가 있음(Shiva, 1989, 1991)
- 이러한 측면에서 지속가능한 개발은 지구를 솔직한 남성우월 주위적이며 가부장적 담론이 보수적이며 완전히 이성애적 시각으로 만들 수 있도록 하기 위하여 인간 집단이 함께 일하고 돌보는 것을 강조함
 - 결과적으로 국가의 단위(family of nation)가 부모, 자식, 고령자 및 연소자를 가지고, 남성 우월적·여성 주의적 역할이 전통적 지속가능한 개발이라는 담론에 의해 그럴싸하게 얼버무리게 됨
- 이러한 모든 것에 기초하여, 조직의 늘어난 사람들이 지속가능한 개발의 도달 수단으로서 전통적 가족의 가치에 대한 보상을 요구하는 것은 당연함
- 예를 들어, Family Unity for Sustainable Development Foundation이라고 불리는 크리스천 NGO가 나이지리아에서 통신과 건강 증진 캠페인을 하고, 결핵과 같은 가족 건강 향상이라는 명백한 전제를 가지고 있으면 예방은 가정에서 일하는

여성들을 교육시킴으로써 달성될 수 있고, 반대로, 이는 가족의 건강에 주요 책임이 여성의 역할을 사유화시킴

- 남쪽에서 미국은 국제 모임에서 보수적인 친족(pro family) NGO를 위한 기반을 위해 로비를 하는데, 이는 Family Research Council과 World Family Policy Center와 같은 보수적 기독교 기구가 2002 요하네스버그 정상회담에서 주요한 자문 역할을 했다는 데서 확실함
- 이러한 최근의 움직임은 전통적으로 중요한 발전의 담론에서 단일 인성의 명료화에 존재하고 있는 잠재적인 보수주의를 나타냄

다. Relationships between Economy and Ecology in Sustainable Development Disclosure

- 현재 전통적으로 주요한 발전 문제의 일반화된 범위는 특정 발전 프로젝트가 지속적인지 여부에 대한 모호함을 동반함(Ganesh, 2005)
 - 또한 이는 지속가능성이 경제 성장에 포함된 것이 아니라 이를 수정함으로써 도달할 수 있다는 의견을 지지함(McMichael, 1006; Meister & Japp, 1998)
 - 지속가능한 개발이라는 용어는 비현실적이고 반성장적으로 여겨진 환경 보전이라는 개념으로부터 탈피하기 위한 노력으로 1980년대 미국에서 나타남
 - Christine Oravec(1984)의 에세이에서 20세기 초반 환경적인 담론에서 “보존(conservation)”이라는 용어 자체가 어떻게 “유지(preservation)”이라는 용어를 대체했는지 주장함

- preservation은 반대중적이고, 반경제적으로 여겨진 반면, conservation은 그러지 아니함
- 시초부터 보존적으로 중요한 발전 문제는 친환경적인 다국적 자본주의의 전개가 생산의 현 상태에서 환경적 외부성을 다룰 수 있다는 가정을 가짐
- Paul Hawken은 이러한 입장에 대하여 정교한 설명을 하고 있는데, 그는 자본주의 시스템이 적정한 가치가 천연자원에 있고 금속, 석유 에 대한 의존성을 줄이면, 자본주의 시스템이 그 자체로 안정화되며, 장기간의 안정성을 준비할 수 있다는 것을 주장하면서 자연스러운 자본주의(natural capitalism)의 비전을 제시함(Hawken, 1994; Hawken, Lovins, & Lovins, 1999; Lovins, Lovins, & Hawken, 1999)

— 그러나 이러한 논의는 비판되었음

- 지속가능한 성장에 대한 비판은 그 이외의 가정들에 보다 집중하였는데, 비판 그 자체가 분명하지 않고 다양한 입장을 반영함
- 일부 비판은 탈 식민지적 관점으로 접근하여, Vandana Shiva(1999)의 경우 친환경적 세계 자본주의를 선호한 논의는 서구 자본주의 확장과 환경 보호에 대한 지역적 윤리 사이의 기본적 압력을 감추는데 도움이 됨. 전자의 경우 지속적 증가하는 천연자원 기반이 현존의 필수 조건이고, 후자의 경우 문제의 본질이 인간과 세계의 공생관계를 유지하는 것임
- 다른 탈 식민주의적 비판은 지속가능한 성장의 개념이 서구적이고, 제 3세계의 빈곤과 인구이동에 의한 환경 붕괴를 비난하는 방식으로 이루어져왔다는 시각을 포함함

— 친환경적이거나 자연스러운 자본주의 시각의 비판은 명백하게 사회주의적 입장에서부터 야기됨

- 이러한 시각에서 지속가능한 성장 문제로 설명되지 못하는 환경 보호와 자본주의 공업의 확대 사이에 기본적인 모순이 존재함(Hove, 2004)
 - John Bellamy Foster(2003) 역시 Hawken에 대한 비판에서 모순점을 지적하는데, 특히 Foster는 미국과 일본의 에너지 소비 데이터를 근거로 인용하고 이 국가들이 효율적인 에너지 소비에 참여하지 못함을 주장하면서 에너지와 자원에 대한 자본주의 경제의 필요성을 간과했다고 Hawken을 비판함
 - 결국, 지속가능한 발전에 대한 비판적 분석은 자본주의 축적의 고유의 영역으로서 환경 위기로 봐야함
 - 또한 환경 그 자체 범주는 세계 경제가 운용되는 기초로서 주어졌던 것을 대신하여 노동의 세계적 배분 뒤의 가치, 관심과 원동력이라는 의미로 파악해야함
- 종합적으로 경제에 대한 생태적 영향력보다 경제적 노력에 대한 생태적 강조의 관점에서 지속가능한 발전을 논의하는 경향은 전통적 지속가능한 발전에 대한 중요 가정을 반영함
- 환경 위기는 현재의 세계 정치경제의 한계 내에서 해결될 수 있고, 그렇게 할 때 미래에 대한 다양한 집합적 비전을 보다 급격히 변화시킬 것임

라. Sustainable Development Disclosure and States, Markets, and Civil Society

- 전통적 지속적 발전 문제에 대한 세 번째 가정은 국가, 시장 및 시민 사회사이의 관계에 대한 서술에 대한 것이고, 이는 자본주의 성장의 본질에 대한 가정과 관계됨

- 국가와 시장간 관계에 대한 이러한 관점은 지난 12년간 UNCED에서 WSSD등 UN의 지원을 받은 많은 회의에서 선언됨
 - 시장은 이러한 성장을 촉진시키기 위해 국가존재(nation state being)의 책무를 지니고 지속가능한 성장을 추진시키는 주요한 원동력임
- UNCED의 아젠다에서 시장을 지속가능한 성장의 주요 기반으로 여기는 생각이 명백히 드러남
 - “지속가능한 성장은 대량의 빈곤이 존재하는 한 전 세계 도달하수는 없다. 지속적인 경제 변화와 금융 자원 이동의 증가, 부유국에서 빈곤국으로의 기술 이전을 동반한 무역으로부터 창출되는 부는 지속가능한 성장에 도달하기 위한 주요한 수단이다. 국내의 환경 정책은 지속가능한 발전의 모든 측면을 위해서 가장 중요하다. 이러한 정책이 효율적일 수록 무역과 발전과 같은 경제적 행위가 환경 파괴에 미칠 위험성이 감소된다. 무역 장벽은 특히 개발도상국에서 지속가능한 성장 도달에 방해가 될 수 있고, 무역 자유화는 모든 국가가 지속가능한 개발을 향해 나아가는데 중요한 요소이다”
- 즉, 자유롭고 규제가 없는 무역이 전 세계의 지속가능한 발전을 이끌 수 있는 수단임
 - 코펜하겐에서 1995년 World Summit on Social Development의 기초한 UN 보고서 역시 자유시장의 장점에 대하여 주장하여, 국가의 역할은 자유 시장의 발전을 촉진하는 것이며, “국가의 업무는 시장에 개입할 필요가 있다고 하더라도, 일정 부분까지 역동적이고, 열려져있고 자유로운 시장을 촉진하는 것”이라고 언급함(World Summit on Social Development, 1995)
 - 요하네스버그의 2002년 WSSD 역시 자유로운 무역이 지속가능성을 실현할 주요한 수단이라고 언급함

- NGO와 같은 기타 기구의 주요한 역할을 규정하는 것 역시 중요함
 - 예를 들어 지속가능한 성장을 촉진하기 위해 NGO의 역할이 증대되는 것에 대하여 IISD(International Institute for Sustainable Development)는 Summary of IISD's Principle for Trade and Sustainable Development(1995)에서 “비정부기관과 기구는 지속가능한 역할을 규정하여 지속가능한 발전의 원칙을 실천하는데 주요한 역할을 담당해야 한다.”고 설명하고 있음
- 지속가능한 발전 노력을 주요한 원동력으로 NGO를 인정하고 있음
 - 1980년대와 1990년대 UN은 NGO를 공동으로 일할 뿐만 아니라 NGO를 통하여 일하고 있으며(Butler, 2002), 정부가 공식적으로 NGO를 지속가능한 발전의 주요 역할자로 언급하기 시작하며, 동반자(partnership)이라는 용어를 쓰며 이러한 기관의 주요한 역할을 언급함⁹⁾
- 국가로서 미국은 독특한 책임을 가지고 있음
 - USAID에 따르면 민주주의 국가 자체를 지원하는 명시적 약속보다 지역 기구와 사회를 발전시킴으로써 파괴된 세상을 회복시키고 민주주의를 장려하는 것임

9) 국제발전기구에서도 정부가 동반자적인 관계로 NGO를 통하여 일하고 있는데, USAID(U. S. Agency for International Development)는 1995년 “USAID's Strategy for Sustainable Development: An Overview“에서 “미국은 세계를 치유할 이상, 관대함 그리고 인도주의를 적용하여 장기적 국가 이익을 구할 역사적 기회를 가지고 있다. 미국은 지속가능한 발전을 위한 전략을 명백히 해야 하며, 국가와 국민들과 함께 협력해야한다. 가장 도움을 필요로 하고 가장 차이가 나는 나라에 집중해야한다. 따라서 USAID 프로그램의 기본 취지는 고유의 역량을 맞들고, 참여를 높이며 지역과 개인의 책임, 탈 중심화를 장려하는 것이다. USAID의 프로젝트는 자족적인 시민 사회의 요소를 강화하고 포함하는 것이다.”라고 언급함

- 이러한 접근은 정부 승인 하에 국가별 또는 지역별 NGO에 자금이 공급되어 사회 변화보다는 특별한 네트워크를 창출하는 결과를 가져온 USAID의 다양한 업적으로 특징됨
- 종합적으로 지속가능한 발전의 전통적 이해는 국가, 시장 및 시민 사회의 관계에 대한 신자유주의적 이해로 파악됨
 - 특히 신자유주의적 처방은 탈규제화, 사유화 및 시민 차원의 책임성과 정부 통제력의 포기과 같은 정치적 이행을 포함함
 - 이러한 정치학은 시민 사회에서의 중심 유통자로서의 국가 대신 시장을 자원하고 NGO를 파악하는 시민사회, 국가, 시장의 지속가능한 발전 개념의 문제로 확실해짐

마. Revisiting the CSR Connection: Promoting Accountability

- 전통적 지속가능개발 문제에 대한 세 가지 기본 가정에 대한 정리
 - 첫째, 이러한 가정은 전통적 지속가능한 발전의 문제가 전 세계적 관점의 문제라는 점을 주장함
 - 보편적인 가족의 비유를 불러일으키고, 경제와 생태계간의 잠재적 모순점을 숨기고, NGO 업무의 지원과 시장의 발전을 언급하고 있음
 - 더 넓게는, 이는 경계 자체가 없어야 하는 문제임
 - 둘째, Aihwa Ong(1999)와 Nokola Roesse(1996)과 같은 학자는 신자유주의는 경제적 문제일 뿐만 아니라 정치적인 문제이며, 결국 정신적 관념이라고 주장함
 - 이러한 관점에서 전통적 지속가능한 발전 문제는 가족(family)의 개념을 시장 우월주의 및 사유화 문제로 합치는 한 정신적 차원을 당대의 신자유주의로서 파악한 것임

- 또한 이러한 문제를 신자유주의 자체의 주요 윤리로 나타낸 것으로 생각하는 것은 확대해석이 아님
- 셋째, 이러한 세 가지 가정은 이를 발생시키는 것만큼 근본적인 변화를 포함함
 - 지속가능한 발전의 전통적 이해조차도 에너지 생성 및 재생의 대안적 형태인 오염물질 감소의 형태에서 물질적 변화에 영향을 미칠 잠재성을 가지고 있음
 - 그러나 후기 자본주의에 존재하거나 NGO, 정부 및 시장 이외 집합 공동 기구를 위해 가능성을 표현하는 사회적 변화의 비전이 명확하지 않다면, 사회적 변화의 비전은 종결될 것임
- 노동조합, 사회운동 및 소수운동은 지속가능한 발전 도달을 위한 유효한 수단이 되지 않는 것임
 - 또한 인간애 주제나 가족의 비전은 전통적인 힘으로 쉽게 이용할 수 있음
- 지속가능한 발전 문제를 해결하기 위해 시간을 소비할 때, CSR과 지속가능한 발전 사이 관계를 재검토해야 함
 - 즉, CSR이 증진된다고 해도, CSR 관행이 실제로 큰 범위로 적용되지 않고 기업 관행의 작은 부분으로 남아있음
 - Frame(2005)는 “그러나, CSR 관행 실행에 있어 진보는 국가 및 지역 정책을 공언한다 해도 OECD 사이에서 천천히 진행되어 왔다. CSR은 PR의 한 가지에 불과하고, 현실과는 동떨어진 것으로 사용되어지고 있다”고 언급함
 - 왜 CSR이 제대로 작동되지 않는지에 대한 많은 설명이 있지만, CSR의 자발적인 특성을 고려해야 함

- 일부 학자는 CSR이 책임의 구조 보다 책무(responsibility)를 내세우기 때문에 CSR에서 대상의 자발적 속성이 작동하지 않는다고 주장하는데(Lund-Thomsen, 2005), 결국 이는 환경적 위험을 제어하기 위한 규정의 구조를 논의하는 것임

— 반대로 C. K. Prahalad(2004)의 경우 기업 중심적 시각을 가지고 대기업은 가난을 근절하고자 하는 반면, 지속가능성 도달을 맨 아래에서 추가(add-on)하는 것으로 보고 단순히 이익을 내하고자 하는 기업과는 다른 목표를 지니기 때문에 CSR은 저절로 이를 해결할 수 없다고 주장함

- Prahalad의 시각은 기업이 수익을 위하여 참여할 필요는 없으므로 CSR은 자발적이라는 것을 내포함
- 대신 대기업은 지속가능성 자체를 이익을 내게 만들고, 미개척 시장에서 영업하고, 피폐한 지역을 소비자 그룹으로 변모시킴으로써 상향식(bottom up)으로 일함

□ 기업 책무라는 개념의 자발적 속성에 대하여 일부 학자는 환경적 통제 의미에서 CSR은 책임이라는 개념 내에서만 실현될 수 있다고 주장함(Hamann, Acutt, & Kapelus, 2003; Lund-Thomsen, 2005; Shrivastava, 1995)

— 전통적 지속가능한 개발의 개념과 CSR에 대한 전통적 이해가 뒤섞인 상태에서 지속가능성의 대안을 정립하고자 하는 행동주의자는 책무(responsibility)대신 기업책임(corporate accountability)의 측면에서 기업 윤리를 논의하는 것임 중요함

— Lund-Thomsen(2005)은 기업 책임의 개념은 기업 위법을 방지하기 위해 국제 기업 책임협정을 제정하고 국가정부에 의한 보다 강력한 규제를 원하는 지역 기반 기구와 국제 NGO 연합과 연관됨

- 그러나 규제 형태는 시민 사회에서의 운동을 보완할 필요가 있음
 - Schwarze(2003)는 시민이 기업-국가에 책임이 없으며, 결과적으로 기업 책임을 지키기 위해 정부 규제에 의존하지 말아야 하며, 대신 권력에 대한 의문 제기로 비판적 공표(critical publicity)를 사용해야 한다고 주장함
- 따라서 지속가능성에 대한 대안을 의미 있게 만들려면, 행동주의자들이 책임의 구조에 대하여 문제를 제기하여 집중시키고 비판적인 감독자 역할을 수행해야 함
- 또한 이러한 문제가 달성되고 평가되는 한 보기로 제시됨
 - 지속가능한 발전이라는 점에서 국가와 시민 규제 방식으로 이해되는 책임의 전면적 구조를 확보한다면, 전통적 지속가능한 개발의 주요 가정에 대한 비판적 공동 인식이 매우 필수적임
 - 이러한 인식은 가족의 기반이 되고 지역적이며 대안적인 개념을 명확히 하고자 하는 노력으로 구성됨
 - 우리가 이러한 시각으로 공간을 구성하는 것은 지구와 다양한 사람을 위하여 잠재적 미래를 보다 깊게 이해하는 것임

Reference

- Banerjee, S. B. (2003). Who sustains whose development? Sustainable development and the reinvention of nature. *Organization Studies*, 24, 143-180.
- D'Souza, V. (1990). *Development planning and structural inequalities: The response of the underprivileged*. New Delhi: Sage.
- Escobar, A. (1995). *Encountering development: The making and*

- unmaking of the third world. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Fox, T. (2004). Corporate social responsibility and development: In quest of an agenda. *Development*, 24(3), 29-37.
- Gupta, A. (1998). *Postcolonial developments: Agriculture in the making of a modern India*. London: Duke University Press.
- Hamann, R., Acutt, N., & Kapelus, P. (2003). Responsibility vs. accountability: Interpreting the World Summit for Sustainable Development for a synthesis model of corporate citizenship. *Journal of Corporate Citizenship*, 9(10), 20-36
- Henderson, S. (2002). Selling civil society: Western aid and the nongovernmental organization sector in Russia. *Comparative Political Studies*, 35(2), 139-167.
- Korten, D. (1996). *Sustainable development: Conventional versus emergent alternative wisdom*. Washington, DC: Office of Technology Assessment.
- Malkki, L. (1994). Citizens of humanity: Internationalism and the imagines community of nations. *Diaspora*, 3(1), 41-68.
- Palacios, J. J. (2004). Corporate citizenship and social responsibility in a globalized world. *Citizenship Studies*, 8(4), 383-402.
- Saurin, J. (1996). International relations, social ecology and the globalization of environmental change. In J. Vogler & M. Imber(Eds.), *the environment and international relations* (pp. 77-98) London: Routledge.
- Thomas, C. (1992). "And a little child shall lead them": Children and images of children at the UN Conference on Environment

and Development. Dragvoll, Norway: Norwegian Center for Child Research.

World Commission on Environment and Development. (1987). Our common future. London: Oxford University Press.

World Summit on Social Development. (1995). Copenhagen declaration on social development: Part C. Commitments. Copenhagen: United Nations.

3. CSR에 대한 인식(Corporate Social Responsibility and Public Relations: Perceptions and Practices in Singapore¹⁰⁾)

□ 싱가포르 개요

- 싱가포르는 아시아 호랑이중의 하나로 인식
- 1965년 독립이후 2세대에 걸쳐 빠른 도시국가로 발전
- 현재 아시아에서 일본, 홍콩에 이은 3번째 높은 GDP규모로 성장
- 천연자원도 없으면서 국가경쟁력을 제고한 것은 CSR에 기인
- 정부는 CSR의 후원자이면서 실행자로서의 역할을 담당
- 기업은 CSR의 리소스 배분 역할

가. 아시아와 싱가포르에서의 CSR

□ CSR 활동은 선진국에 비해 아시아 국가의 인식수준이 낮은 상황

- 급속도의 Globalization으로 아시아기업들은 CSR의 Global Standard을 요구받고 있는 상태 (특히 Global 투자자들로부터 CSR Standard에 대한 개선요구를 받고 있는 상태)
- CSR은 각 나라의 문화, 종교, 정치 그리고 사회경제적 상황에 따라 형성되기 때문에, 싱가포르는 싱가포르만의 사회정치적 환경으로 인해 세계 어느 국가와는 다른 차별화된 CSR 활동이 전개되고 있음

10) Krishnamurthy Sriramesh et al, "Corporate Social Responsibility and Public Relations", The Debate over Corporate Social Responsibility, Oxford University Press, 119-134의 요약정리

- 싱가포르는 2003년 CSR을 위한 비영리기관이 설립된 이후 관심이 증가했으나, 대중매체나 학계, 정부기관, 기업 등에서의 개념인식은 낮은 상태
 - 싱가포르의 CSR에 대한 많은 초기연구들은 정보공개보고서를 이용 즉, 주로 연간보고서나 웹사이트를 통한 기업의 CSR 활동보고서를 통한 분석이 일반적
 - Tsang,1998: 1986년 ~ 1993년까지 싱가포르의 은행, 음식료 기업에 대한 연구
 - 총33개 기업 중 16개 기업은 사회적 책임 또는 지역적 활동에 대한 자료가 전혀 없었고, 나머지 17개 기업은 CSR 보고서에 종업원관련 문제만 초점을 맞추었음
 - Edelman, 2004: 싱가포르를 포함한 9개 아태국가들의 투자자들(소비자 또는 회사경영진)을 대상으로 한 인터뷰 연구
 - 투자자의 CSR 수요보다 지역사회의 CSR 수요가 2003년 29%에서 2004년 36%로 비약적인 증가를 보임
 - 인터뷰한 투자자 중 65%는 기업들의 사회적 책임 활동이 필요하다고 느끼고 있었음(2003년 35%와 비교할 때)
 - 인터뷰한 사람들의 가장 낮은 선호는 지역사회 복지로 뽑았고, 최상 품질의 상품제공과 서비스를 가장 중요한 요인으로 인식
 - 그러나 Edelman의 연구는 예상투자자들에게 좋은 시사점을 제공했지만, 싱가포르가 경제발전과 문화적인 면에서 다른 나라와 비교할 때 특별하지도 중요한 차이점도 없었음
 - Hung와 Ramasamy(2004)는 CSR인지도에 상당한 연구 성과를 냈지만, 단지 한 투자자와 종업원들만 분석했다는 한계를 가지고 있음
 - Clarkson(1995)의 연구는 투자자 만족이 CSR 평가측정의 기준으로 이용된다고 밝힘

□ 학자들과 매체들로부터 관심이 증폭되면서, 싱가포르는 CSR Conference 개최회수가 크게 증가하였음

- 2004년에는 3개의 중요한 CSR Conference가 개최됨 (the British High Commission, Centre for CSR, United Nations Global Compact)
- 이러한 회의들에는 다국적 기업 및 국내기업, 중소기업과 개인투자자, 시민단체의 최고경영진들이 참석하였음
- 이것은 싱가포르에서 폭 넓은 다양한 기업들에게 CSR의 관심을 증대시키는 계기가 됨

□ the British High Commission에서 Nottingham Univ.는 참석대표들을 조사한 결과

- 절반이상이 CSR의 책임 있는 조직의 구성원으로, 80%이상은 업무수행시 CSR관련 고려가 필요 언급
- 이러한 결과는 긍정적인 가능성을 나타내고 있으나, 샘플은 왜곡되어 있음 (이런 회의에 참석한 사람들은 높은 관심을 나타낼 수 있고, 출세지향적인 사람들로 관찰되었다.)
- Nottingham Univ. 연구는 싱가포르에서 소비자들, 투자자들과 종업원들이 중요한 투자자로 인식되는 반면 공급자들, 경쟁자들, NGOs들은 덜 중요하다고 인식되고 있음
- 조사자들은 응답자들이 기업의 명성에 해를 주는 것에는 충분한 비용지불을 하지 않는 것으로 나타났음
 - 예를 들어 나이키는 공급자들의 노동착취 활동을 지속할 수 있다는 믿음으로 인해 함정에 빠지면서 협력자들로부터 외면당함

□ CSR은 법원의 요구사항을 넘어 법규준수와 윤리적 습관을 준용하면서 정확히 측정할 수 있는 기업의 활동 또는 내외부적 투자자들과의 사회적 계약으로 인식

— Bowd et al(2003)의 윤리적 습관(ethical manner)

- 예를 들면 선제적인 지역사회 활동, 자선행사, 기업지배구조, 환경활동과 같은 윤리적인 활동을 지칭
- 측정할 수 있는 활동을 포함하며 조직에서는 반드시 평가를 해야 하며,
- 또한 조직에서는 투자자들에게 지속적인 이익을 창출하는데 초점을 맞추는 CSR의 전략, 목표, 원칙을 감사해야 함
- Bowd et al의 정의를 채택한 이유는 CSR에 대해 포괄적이고 지배적인 학설로서 산업관점에서 보았기 때문임

나. Business and Society Approach

□ 기업들은 작은 사회적 책임을 실행하면서 발생하는 전례 없는 수준의 파워를 향유함과 동시에 선진사회에 대한 의무를 가지고 있음

□ CSR의 Carroll 모델(1979): 1970년대 유행했던 모델

— 4가지 구성의 미라미드 형태로 구성되어 있는데 가장 기초적 기능부터 살펴보면 단계적으로 보면 다음과 같다

- 1. economic performance
- 2. legal
- 3. ethical

• 4. philanthropic

- Carroll의 CSR 피라미드에서 사회적 책임 기업이란 이익창출에 주력하고 법과 윤리를 준수하는 훌륭한 기업체를 말한다.
- 또한 자선과 윤리적 책임의 구별은 지역사회에서 좋은 기업체로서 사회적 책임을 수행하는지에 따라 정해진다.
- 몇몇 학자들은 자선행위를 기업의 정당한 행위로 보지 않기도 한다.(Friedman,1970: Lantos,2001) Carroll은 가장 높은 욕구로서의 자선을 CSR의 다른 세 가지 구성요소보다 덜 중요한 것으로 기술했으며, 비록 네 가지 구성요소를 별개의 구성요소로 논의했지만 결코 상호배타적이지는 않다고 강조

□ Lantos의 CSR 세 가지 분류(2001)

- ethical CSR: 최소한으로 해야 하는 것으로 인식, 기업의 경제적, 법적, 윤리적 책임은 필수적인 이행으로 인식하고 있다.
- altruistic CSR: 투자자가 지불 가능한 비용범위 내에서 자선행위를 하는 것
- strategic CSR: 자선행사에 참여하는 기업들은 결국 긍정적인 홍보와 평판을 얻게 되게 됨
- Lantos는 altruistic CSR은 기업의 정당한 행위로 간주하지 않았는데 그 이유는 기업이 존재하는 한 사회와 격리되어 운용될 수 없다는 일반적인 사항에 초점을 맞추고 있기 때문임
- 결국 기업과 사회는 별개의 개체로서 보다는 함께 섞여 있다는 것으로 귀결됨(Wood, 1991)

다. Economic Approach

- business와 society approach 지지자들과는 반대로 전통적인 경제학자들은 사업이란 사주와 주주의 최대한 이익을 만들어 내야하는 기본적인 책임이 있다고 간주, 경제적 기능과 사회적 기능은 분리하여 고려함
 - 경제학자인 아담스미스(1863 ; 최초의 시장가치극대화를 주장)는 자본시장의 보이지 않는 손(invisible hand)에 의해 사회적 문제들이 해결되기 때문에 기업은 최고의 사회적 제품을 생산해서 이익을 추구해야 한다고 주장
 - Lantos(2001)는 수익지향적인 CSR활동에 근거하여 economic CSR을 사용하였는데, 이는 기업들이 세금을 내고 종업원들에게 급여를 지급하기 때문에 사회공헌으로부터 기업은 면제되어야 한다고 주장
 - 몇몇 경제학자들은 단지 사회적 책임기업은 해당국가의 법규를 준수하는 것이라고 주장
 - Carr과 노벨수상자인 경제학자 Milton Friedman은 “business of business is business”를 강조하면서 business function으로부터 social function을 분리하면서 다수의 잘 알려진 economic Approach를 나타내는 의견을 제시하였음
 - Friedman은 도덕과 윤리적 책임을 인정하면서 “기업의 사회적 책임은 법과 윤리적 관습 등 기본적인 사회적 규칙을 준수하면서 가능한 돈을 많이 벌어야 한다고 주장

라. Stakeholder Approach

- economic approach는 수익극대화의 노력과정으로 고찰, 기업은 다양한 투자자들에 의해 영향을 받고 있음

- CSR의 Stakeholder Approach에서
 - Rowley(1997)는 기업들은 개인들과 개인집단 사이의 직간접적인 관계들로 연결된 세트로 봄
 - Freeman(1984)은 조직의 목표달성에 의해 영향을 주거나 영향을 받을 수 있는 사람을 포함
 - Clarkson(1995); stakeholder approach의 구분
 - Primary stakeholder: 종업원, 고객, 공급자
 - Secondary stakeholder: 미디어, NGOs
 - Boehm(2002), Freeman(1984)등은 기업이란 다양한 투자자들의 관심에 구현할 책임이 있으며, 이는 다양한 수준의 기업목표에도 불구하고 기업에서는 이러한 투자자들을 무비용 투자로 만들 수 있기 때문임

- 리서치 질문에 의한 싱가포르 기업의 CSR(싱가포르식 기업 활동의 CSR)
 - CSR 활동 관련 동기부여
 - CSR과 동일시하는 기업의 다양한 투자자
 - CSR 활동 관련 의사결정과정
 - 투자자에게 보내는 CSR 관련 기업 홍보방법

- 어떻게 CSR 활동을 평가할 건지와 CSR에 의해 얻을 수 있는 성과는 무엇인지 통찰해야 하며. 그리고 자발적 정보공개와 부족으로 인해 정보공개방법보다는 투자자 분석을 이용

- 싱가포르에서의 포괄적인 CSR 이해를 구하기 위해서는 CSR 활동에 참여하는 기업뿐만 아니라 참여하지 않는 기업의 데이터를 기초로 함
 - 이러한 다양한 정보는 SMEs(중소기업)와 대기업, 공공기업 및 개인기업, 지방과 지역기업, 다국적기업들로부터 얻으며 모든 경영자들이 CSR을 인식하지 않는다고 가정
 - CSR에 대한 정의를 가지고 있는 경영자들의 개념에 영향을 주지 않는 질문들로 구성
 - 많은 기업들은 “corporate citizenship”을 사용하며, 이는 미국과 유럽에서는 CSR과 동일하게 사용되기도 함
 - 미국의 연구에서 인터뷰한 기업의 최고경영진들은 훌륭한 corporate citizenship이란 수익창출 기업, 납세, 일자리 제공, 윤리적 운영, 종업원복지, 믿을 수 있는 제품 생산, 좋은 환경기록, 사회구조 개선 등으로 정의하고 있다. 응답자에 의해 인지되는 corporate citizenship의 요소는 CSR을 둘러싸고 있는 것과 유사
 - 싱가포르에는 비록 두 가지 개념에 있어 약간 문어적 차이가 있다 하더라도 많은 미국과 유럽의 다국적기업 본사가 있기 때문에 데이터를 수집하는 동안 두 용어를 같이 사용하기로 결정

- 자체 관리되는 웹베이스의 질문과 데이터 수집을 위해 개별 인터뷰를 진행
 - 288개 기업방문

48 기업의 사회적 책임과 녹색금융

- 응답자의 26% 즉, 74개 기업의 사용가능한 데이터 접수
- 대기업과 중소기업의 수는 거의 동일하게 구성
- 싱가포르 국내기업 39%와 다국적 기업 60%로 구성
- 다양한 산업으로 구성 즉, 주요구성은 서비스산업 20%, 정보통신 산업 18%, 은행 및 파이낸스산업 16%
- 2개월에 걸쳐 513명의 추가적인 기업 경영진들로부터 snowball sampling을 사용
- 21세~30세 사이의 주요 기업경영진으로 남녀비율은 51:49임. 이들은 서비스업 23%, 은행 및 파이낸스 18%, 정보통신업 14%와 같은 다양한 산업을 대표
- 대기업 경영진과 중소기업 경영진의 비율은 53:47
- 주요 기업 경영진의 60%는 아세안지역 또는 다국적 기업에서 근무
- CSR 활동에 대한 관심을 갖고 있는 19명의 기업경영진에 대해 대면 인터뷰 진행
- NGOs 매니저와 지역대표자, 무역협회 그리고 대중매체도 인터뷰함
- “elite interview” 방법 즉, 싱가포르에서 CSR 상황에 대해 자세히 설명 할 수 있는 시니어 매니저들을 대상으로 했음

마. Finding

- 회사 경영자의 대부분은 CSR 에 대하여 대강의 개념을 인식하고 있다는 것과 CSR이 법적, 윤리적 그리고 자선의 면모를 가지고 있음을 인식하고 있다는 사실이 밝혀짐

- 서베이 응답자들은 서베이 질문지에 제시되었던 각각의 다른 기준들 (반부패, 보건, 안전, 경영윤리)을 기업의 사회적 책임 요소로서 인식하고 있음
- 인터뷰 대상자들은 CSR을 폭넓게 설명할 수 있었으며, 기업의 지속가능성을 필수요소로 보고 있음
- CSR 기준으로서의 기업수익성은 논란거리였으며, 기업의 이익창출이 CSR인가에 대하여는 응답자들은 답변이 갈림
 - 그러나 많은 응답자들이 CSR은 기업의 주된 목표가 되기 전에 기업은 먼저 이익창출이 필요하다고 생각함
- CSR에 대한 높은 인지도(응답자의 69%)는 연구기간 중 싱가포르에서 있었던 최근의 미디어노출 증가와 CSR 촉진을 위한 몇몇 initiative의 시작이 있었기 때문임
- 회사 경영진 응답자들은 우리가 열거했던 CSR의 기준들이 싱가포르에서 모두 중요하며 적절하다고 인식하고 있었음
 - 특히 응답자들이 CSR측면에서 가장 중요한 기준이라고 여겼던 것들은 부정이 없는 것, 기업윤리 준수, 직장에서의 보건 및 안전 준수, 환경보호, 책임 있는 노조활동 준수로 나타남
- 싱가포르는 공화국으로 출범 당시부터 집권하였던 PAP가 정부활동에 있어 부정부패 척결의 필요성을 강조. 같은 맥락에서 윤리적 활동

준수, 근로자 복지, 환경보호, 사회 환원은 CSR의 일반적인 주제로 인터뷰를 통해 드러남

- 다른 모든 기준 중에 가장 낮은 평균점을 보인 기업의 수익창출은 경영자 샘플에는 여전이 CSR의 중요한 요인으로 여겨짐. 기업의 수익성에 대해서는 “기업의 수익성은 기업이 존재하는 가장 기본적인 요소”라는 논리와 “수익성은 CSR에 핵심요소”라는 논리가 혼조세
- 기부행위 및 지역 활동은 기업의 수익성 다음으로 낮은 중요도를 보였음
 - 41% 경영자들이 기부행위를 CSR로 보는데 반대했고 29%는 중립 의견
 - 어떤 답변자는 “CSR의 의미는 기업이 CSR을 일상적 운영의 주된 것으로 삼는 것”임
 - 자원봉사 및 기업의 자선행위가 개입되는 것과는 별개“라 주장
- CSR의 해석에는 차이를 보임
 - 많은 응답자가 CSR의 기준은 기업의 성격, 기업의 중요한 이해관계자들에 의해 다양한 정도를 보이면서 해석되고 있음
 - 대다수의 경영자 응답자들은, 기업은 기업이 속하고 있는 사회와 전혀 관련이 없다는데 반대함
 - 이는, 기업은 사회를 행하여 어떤 책임이 있고, 기업과 사회를 각각 별개의 것으로 보는 것이 아니라 밀접하게 관련된 것으로 보는 시각이 있음을 시사하고 있음

- 절반이상의 경영자들이 CSR은 핵심 경영 기능으로 여기고 있으며, 3/4이상은 회사가 전략을 세울 때 CSR을 꼭 고려하여야 한다고 응답
- 과반수이상은 CSR이 회사의 경영성과에 긍정적인 역할을 한다고 답변
- 절반이상이 CSR을 회사의 경영에 통합하여야 한다고 응답함
- 한편 CSR이 홍보 이슈라는 응답이 절반 이상의 답변을 보이면서, CSR을 해야 한다는 선언적인 인식과 CSR 활동을 어떻게 인식하는 가에 대한 격차를 보여줌
- CSR을 홍보중대 목적으로 사용하는 것이 적절한가에 대하여, 홍보 목적으로 활용해서는 안 된다는 입장과 CSR활동에서부터 얻어지는 홍보효과가 원래 그런 활동의 의도된 동기보다 더욱 중요하다는 입장이 있음
- CSR을 규제해야 하는가에 대하여 “CSR은 자원해서 하는 것이지 법이나 규정에 의할 것은 아니다”라는데 46%가 동의
- 대부분은 CSR을 사회에 약속하기 이전에 기업 수익성은 전제조건이라고 답변. 그러나 반대하는 답변도 있음
- 어떤 다국적 기업의 경영인은, CSR은 국가가 옳다 그르다 판단하는 대상이 아니라면서 “국가가 해야 하는 활동이 아니라 기업이 해야 하는 일이다... 규제를 위한 행위는 아니다.”라고 언급
- 응답자의 대다수는 기업의 수익성이 기업이 CSR을 사회에 약속하기 이전에 갖추어야 할 선결조건이라고 여기고 있음. 그러나 일각에서는 CSR이 기업의 수익성에 반드시 뒤따라야 한다고 생각하지 않음
- 서베이 대상 74개 기업 중 72개가 그들 나름대로의 CSR 활동을 수행중이라고 답변

- 응답 기업들이 가장 흔히 수행하는 활동은 기부행위, 사원 복지 및 연수 프로그램, 그리고 지역사회 공헌활동임. 이러한 조사결과는, 질문자의 유도 없이도 자선활동이 CSR 활동이라고 여기고 있는 많은 답변자들로부터 확인된 사실
- 어떤 답변자들은 CSR을 전통적으로 기업이 수행하고 있는 자선활동을 달리 부르는 말이라고도 응답함
- 일부의 답변자들은 자선활동이 싱가포르에서 전통적으로 행하여져 왔다고 인정하더라도 CSR활동의 중심이 자선활동이 되어야 한다는 것에는 반대
 - CSR활동의 타입은 수행하는 기업의 속성과 매우 관련이 깊다고 판단하고 있음
- 기업의 규모와 기업이 속해 있는 산업이라는 요인도 수행되는 CSR활동에 있어서 중요한 요소라고 응답
 - 어떤 중소기업 관련 답변자는, 사회공헌활동이나 세계적 활동 규모에 있어서 작은 기업들은 열세에 있기 때문에 동일한 CSR 기준을 소규모 기업에 적용하는데 유려 표명
 - 또한 B2B 기업들은, 고객들이 기업들의 CSR투자를 달가워하지 않을 것이기 때문에 CSR수행의 인센티브가 작다고 답변
- 서베이 조사결과, 열거된 CSR동기 리스트는, 회사평판제고, 장기적인 기업의 지속가능성 그리고 지역사회로부터의 신뢰 및 후원을 가장 중요한 세 가지 요소로 하면서 중요한 요인으로 여겨짐.
- 단 한 가지 예외는 “규제회피”로서 샘플 응답자들은 CSR활동 수행의 목적이 규제를 피하기 위함이라고 생각하지 않음
- CSR 동기부여요소로서의 “정부의 규제”에 대한 응답은 갈림
- 절반가량의 답변이 정부 규제에 대하여 중립 표명

- 다른 절반가량의 설문대상 기업들은 정부의 규제가 동기를 유발하는 요인으로 여기기 않음
 - 어떤 답변자들은 싱가포르 정부가 CSR 활동을 드라이브 하는데 매우 중요한 기능을 해야 한다고 답변. 이유는 정부가 강력한 재정, 미디어, HR 능력 및 대규모 정부유관기관을 가지고 있으며 규제권을 가지고 있기 때문
- 결과적으로, 설문에 참여한 기업들은 CSR활동을 기업의 생존에 필수적인 요소로 생각. 회사 평판제고와 지역사회의 후원에 대해 초점을 맞추는 사실은 설문에 참여한 기업들이 상기 리뷰한 Business & Society approach에 대한 수용성을 암시
- 재미있게도, 응답자들은 “소비자 압력“, “정부의 가이드라인“ 및 “위기에방“등과 같은 외부의 가치들 및 재제 동기요소들에 더욱 끌림을 보임. 응답자들은 기업이 작건 크건 소속된 지역사회와 동떨어져 있다고 여기지 않음
- 경제적 동기는 기업의 CSR 활동과 잠재적인 금전적 대가회수 가능성을 연결하고 있음
- 투자자 유치, 거래 및 파트너십 활성화, 이윤증대 등을 경제적 동기로 열거
 - 대부분의 회사가 기업의 재무적 이유로 CSR 활동을 하고 있지는 않음
 - 비록 열거된 모든 동기들이 중요하다고 여겨지고 있으나 기업의 주된 이윤활동과 연결되는 동기들은 그 중요도가 가장 낮게 조사됨

- 어떤 응답자는 CSR 활동들에 대해 회의적으로 생각하여 상기의 조사결과에 대하여 의심하기도 함

□ 기업내부에서 CSR활동의 의사결정자는 누구인가에 대하여

- CEO, HR Director, Director, 그리고 Corporate Communication 담당자가 주로 결정
- 절반에 가까운 기업들이 몇 개 관련부서의 통합된 의사로 결정된다고 함
- 이 조사결과가 암시하는 바는, CSR 결정은 Top Down으로 이루어진다는 점 (다국적 기업은 지역 및 본사에서, 중소기업은 사장)

□ 조직에서 CSR과 이해관계가 있는 당사자가 누구이고 그들 서로 간에는 어떻게 의사소통하는가 알아봄

- 조사대상 기업들은 우리가 제시한 “기본 이해관계 당사자 리스트”를 가장 우선시
- Top two 는 고객과 직원
 - 직원이 중요하게 여겨진 것은, 직원복지가 CSR의 중요한 부분으로 밝혀진 이전의 조사결과와도 일맥상통. 인터뷰 응답자들로 부터도 이 두 그룹이 가장 CSR 에 영향력 있는 그룹으로 밝혀짐
 - 어떤 응답자들은 미국의 소비자이익단체들이 어떤 상품에 대한 반 구매 활동을 하면서 기업들에게 CSR 에 대한 주의환기를 촉구하는 것을 예로 들었음
 - “기본 이해관계 당사자 리스트”에서 부품공급자들은 가장 하위. 부품공급자들에게 점점 더 많은 관심이 필요하다는 의견

있었음. 어떤 응답자는 부품공급자들의 윤리성에 대하여 개별 기업들이 모니터 하거나 조사하여야 한다고 주장

- NGO가 가장 중요도가 낮은 이해관계당사자로 밝혀짐
 - NGO관계자가 이런 결과에 대하여 놀라지도 않음
 - NGO들은 직접 CSR에 대한 활동단체라기 보다는 조력자로서 역할을 싱가포르에서 하고 있다고 언급
 - NGO의 파워가 제한적, 문화적 정치적 이유로 싱가포르 및 여타 아시아 국가에서 NGO의 활동성이 상대적으로 낮음 것에 원인 있음

□ 대다수는 이러한 이해관계당사자들과 소통하고 있음

- 서베이 대상기업 내에서 가장 빈번하게 의사소통이 일어나는 이해관계당사자들은 고객과 직원
- 주된 소통도구는 회사 리플렛, 포스터, 웹사이트와 연간 보고서
- 샘플기업들은 기대보다 낮은 빈도로 매스미디어와 CSR을 놓고 의사소통하고 있음
- 매스미디어는 샘플기업들이 CSR에 대한 정보를 확대하는 도구로 사용하지 않고 있으며, 기업들은 CSR을 언론노출목적으로 활용한다는 이미지를 우려하고 있음
- 23%의 샘플기업이 CSR전담부서를 가지고 있음
- 10%정도는 상황에 따라 프로젝트성으로 처리하고 있음
- 42%가 연간 예산을 CSR에 할당하고 있음. 많은 응답자들이 응답하기를 CSR예산이 이익마진, 활동의 규모에 따라 변동이 심하다고 응답

- HR측면에서 보면 절반가량이 전문 담당자를 두고 있고, 40% 이상은 8명 이상을 두고 있음. 30% 정도는 전문담당자를 찾기 어려울 정도로 인식이 낮다. 어떤 경우는 프로젝트의 규모가 다양하기 때문에 어떤 경우는 여러 개 부서가 함께 프로젝트를 진행하므로 정확한 인원의 산정이 불가하다는 답변도 있었음

□ 활동의 평가적 측면

- 61%의 기업은 CSR활동에 대해 평가하지 않음. CEO들의 인터뷰에서도 이를 확인. 원인은 CSR 활동의 novelty 때문
- 많은 응답자들이 기업이 CSR 활동에 대해 목표나 타겟을 설정하지 않는다고 답변
- 평가방법은 서베이 대상자들에 따라 다름
- 평가수단의 다양성에서도 상기의 내용을 확인할 수 있음 (미디어 노출 조사부터 포커스 그룹 인터뷰까지)
- 답변자들은 평가가 되어야 한다고 주장
- 현재의 문제는 적정 평가방법의 부재, CSR 활동 결과가 주로 보이지 않는 활동임, CSR 리포팅에 대한 낮은 중요도임
- 서베이를 통해 본 결과, 구두상 보고 평가방법을 가지고 있는 몇몇 기업들의 주된 방법이었음
- 29개 응답기업 중 오직 5개만이 수익성을 기준으로 평가하고 있음
 - 이러한 결과는 이전 조사에서 밝혀진 “CSR 활동으로 인해 수익성이 좋아질 수 있다는 인지“와는 다른 결과임
 - 이의 원인은 CSR 활동과 수익성의 상관관계를 측정하기 어렵기 때문으로 유추됨
- CEO들도 마찬가지로, CSR이 기업 수익성에 긍정적인 효과를 가져 오지만, 그 효과를 측정할 방법이 없음을 인정

- 다른 평가방법으로는, 자원봉사자 인원, 수혜자로 부터의 사후의견, 자원봉사를 위하여 신청한 휴가의 일수 등이 있음
- 절반수의 응답 기업들이 평가를 위한 자료를 어떻게 수집하는지 확실하지 않음. 절반수의 응답 기업들은 홈페이지나 연간보고서에 설명

□ CSR 활동을 통해 얻은 이익은 어떤 것이었는지에 대한 설문

- 가장 빈번히 꼽힌 것은 개선된 고객의 충성도, 향상된 기업문화, 인력 유인 및 유지
- 이러한 것들은 가장 중요한 이해관계당사자로 꼽힌 고객과 직원들과 연관된 것들임
- 추가적으로 일관된 인력, 제고된 이미지, 운영비용 감소를 CSR이 가져오는 이익으로 언급함
- 개선된 이미지가 언급된 빈도수가 가장 낮은 것은, 기업의 CSR 동기요소 중 평판제고가 가장 빈번히 언급된 사실과 맞지 않음
- 기업 샘플들은 기업의 평판을 측정하기가 어렵기 때문에 CSR이 평판에 미치는 영향을 측정하기 어려웠을 것으로 판단됨

바. CSR Activities

- CSR 활동은 자선적인 측면(Philanthropic aspects)으로 이해되기도 함. 고용지원, 기업의 사회기부, 기타 자선활동처럼 CSR을 박애주의와 동등하게 간주. 법과 윤리에 반하는 활동과 그렇지 않은 활동을 구분하기 더 쉽다는 한계에서 기인

- 기업의 홍보와 평판 등을 만들기 위해 기업들은 선호. 하지만, 이것은 실제와 많이 동떨어져 있지만, 싱가포르에서는 대중적임

사. Discussion

- CSR활동은 조사 대상 기업들 사이에서 넓게 퍼져 있음
 - Top-down 접근방식이 CSR에 대한 의사결정을 할 때 이상적인 방법임
 - 기업CEO의 약 3분의 1이 CSR에 대한 의사결정을 함

- 기업들이 CSR에 대한 의사결정을 할 때 3가지의 중요한 접근방법
 - 혁신적(Proactive), 조화적(Accommodative), 재반응(Reactive) Proactive corporation
 - CSR을 위해 기업의 가치와 행동강령 그리고 기업 전략을 조화 시킴
 - 전형적인 대기업 또는 다국적 기업
 - Accommodative corporation
 - 최소한의 CSR기준 충족을 위해 기존 가이드라인이나 규범을 따름
 - 주주로부터 피드백을 중요시, 주주들의 CSR에 대한 기대를 충족시키기 위해 노력
 - Reactive corporation
 - 특별한 상황에서 CSR을 실행 및 반응하는 경향

- 모든 조직에 기업 가치가 중요할지라도, CSR을 위해서는 최소한이어야 함. 기업의 CSR을 평가하는 데 있어 근본적인 어려움이자 하나의 장애물임

- 기업들은 CSR 프로젝트를 수행하기에 앞서 목표를 설정하지 않으며, CSR 활동을 평가하기 위해 이들 기업의 벤치마크가 없음

- CSR에 영향을 끼치는 7개의 이해관계자
 - Drivers: 싱가포르 정부, NGO, 매스미디어, 기업, 무역협회, 소비자, 고용자
 - 이들 주체(Drivers)들의 효율성 측정을 위해, 각각의 주체들의 현재 활동 수준 및 잠재적 영향을 분석
 - 활동수준과 잠재적 영향, 모두에서 강하게 나타난 주체들은 기업과 정부임

- CSR에 대한 높은 수준의 관심과 활동에도 불구하고 NGO의 영향은 미약함
 - 싱가포르의 시민운동가들이 상대적으로 조용함
 - NGO의 영향력을 확대시키기 위해 다른 주체, 무역협회 등과 협력을 강화 필요
 - 이것의 한 예가 NTI(National Tripartite Initiative)임
(NTI: 노동자, 정부대표, 자원봉사자, 소비자 그리고 무역협회 등이 만든 단체)

- 싱가포르에서 CSR을 위한 NGO 역할이 아니라 정부의 강한 역할 존재.
 - 도시국가 형태기 때문(협동조합주의)
 - 싱가포르의 국가 시스템은 국가, 기업, 노동자들이 강하게 연결. 예를 들면, NTUC(National Trades Union Congress)
 - NTUC와 정부의 공생적인 관계는 정부, 기업, 노동자 이 3자간의 협력체로 발전. 이 3자 협력은 싱가포르 경제와 사회 발전에 큰 힘
 - 싱가포르 정부는 정부와 연결된 많은 기업 또한 통제
 - NTUC로 인한 정부, 기업, 노동자 각 주체 사이의 모호한 경계는 전 세계 특이한 문화

- Alegret는 4가지 관점에서 협동조합주의를 정의
 - 싱가포르는 사회적 결정을 위해서 다른 그룹의 폭력적 충돌을 없애기 위해 technocratic or neocorporatism을 추구

- 협동조합주의 시스템을 추구하는 싱가포르는 또한 공동체주의와 공산주의
 - Garfinkle는 건강한 사회는 개개인의 자율성과 사회적인 결집력의 균형 강조
 - 다민족 사회에서 인종화합 및 GLCs(국가 연계 기업) 강조와 21세기 싱가포르 프로그램은 공산주의적 이념 표현의 방법
 - 이기적인 인간들이 긍정적인 가치를 기초로 한 사회 목표를 성취하고 협력한다면 공산주의 사고방식은 인간의 욕망을 바탕으로 한 좋은 사회를 만들 수 있음

Reference

- Alegret, J. (1998). Politics and economy: Corporatism and democratic participation in the fishermen's confraries in Catalonia. Girona: University of Girona.
- Boehm, A. (2002). Corporate social responsibility: A complementary perspective of community and corporate leaders. *Business and Society Review*, 10(2), 171-194.
- Bronn, P. S., & Vrioni, A. B. (2001). Corporate social responsibility and cause-related marketing: An overview. *International Journal of Advertising*, 20(2), 207-222.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505.
- Clarkson, M. B. E. (1995). A stakeholder framework for analysing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20, 92-117.
- Freeman, E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman.
- Khanna, V. (2004b, March 20). Singapore companies heeding the CSR call. *Business Times Singapore*. Retrieved June 11, 2004, from Factiva database(<http://business-times.asiaone.com/>).
- Macleod, S. (2001). Why worry about CSR? *Strategic Communication Management*, 5(5), 8-10.
- Rowley, T. J. (1997). Moving beyond dyadicties: A network theory of stakeholder influences.

United Nations Global Compact. (2004, October). Corporate social responsibility and the Global Compact. Unpublished presentation at United Nations Global Compact Singapore Network Inaugural Workshop, Singapore.

Welford, R. J. (2003). Corporate social responsibility in Europe and Asia: Critical elements of best practices. *Journal of Corporate Citizenship*, 13, 31-47.

II. 기업의 녹색 커뮤니케이션과 마케팅

1. 기업의 녹색 커뮤니케이션
2. 녹색마케팅과 녹색광고

II. 기업의 녹색 커뮤니케이션과 마케팅

1. 기업의 녹색 커뮤니케이션 (Greening of Corporation?¹¹⁾)

가. Corporate Eco-Talk and the Performance of Sustainable Development

- 80년대 말 90년대 초 Exxon Valdez의 기름 유출, 인도에서의 가스유출 사고 이후, 기업의 잘못과 과실에 대한 변화하는 사회적 인식 및 기대에 부응하고자 기업들은 eco-talk를 시작하게 됨
 - 기업의 새로운 eco-talk은 지속가능한 개발 개념을 선택하고 적용한 것으로 이해당사자들과의 대화, 나아가 인권과 환경관련 NGO들과 환경협력(eco-collaboration)하는 것을 말함
 - 이러한 노력은 규제를 피하거나 비판을 완화하기 위한 홍보 전략으로 취해질 수도 있으나 본 논문에서는 원래 목적이 무엇이었던 간에, 언어와 상징적 행동이 어떻게 구조적인 영향을 미치는지에 대해 알아봄
 - 기업의 eco-talk는 회사를 (재)창조하고 회사와 자연과의 관계를 (재)구성하는데 역할을 했으며, 이러한 새로운 기업의 행동과 내/외부 이해관계자들과의 관계는 CSR에 대한 사회 전반의 변화로서 필수적이고 구성적이었음

11) Sharon M. Livesey and Julie Graham, "Greening of Corporations?", *The Debate over Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, 336-350의 요약정리

□ 내용 구성

- Royal Dutch/Shell Group과 나이지리아 환경과 인권에 대한 논쟁
- 담화의 실행적(performative)영향
 - 기존의 발전 모델을 위협하는 사회적 가치 규범의 변화 및 새로운 사회적 가치와의 단절
- 쉘의 eco-talk의 실행성
 - 비판과 수사적 약속으로부터 생겨난 새로운 조직 관행
- 사회적 가치의 변화로 인한 기업과 NGO의 협력: 윈윈 환경보호 주의의 좋은 본보기
 - 예: 맥도널드, 캘리포니아 쌀농사

나. Framing the Contest: language/performance/environment/development

- 1995년 전 세계에서 가장 큰 정유회사 중 하나인 쉘은 나이지리아의 사업 파트너인 나이지리아 정부가 오고니 운동가들을 사형 집행한 것에 대해 공공연하게 반대하지 않은 것에 대해 전 세계로부터 항의와 보이콧 위협을 받음
- 이 사건은 쉘과 비판자들 사이의 자연환경과 인권에 대한 기업의 책임에 대한 복잡한 논쟁을 촉진시켰음
 - 오고니 사람들의 생존을 위한 운동(MOSOP), 그린피스, 시에라 클럽, 인터내셔널 엠네스티, 휴먼 라이트 와치 등으로부터의 항의 목소리는 쉘의 제도화된 관행과 믿음을 붕괴하고 쉘이 스스로 기업문화의 “transformation”이라 부르는 이미지, 근대적인 합리성에 이의를 제기함(Knight, 1998)

- 셸은 당연히 여겨왔던 경제적 성장이라는 언어와 관행을 지속가능한 발전 쪽으로 신중하게 옮겨감
- 또한 셸이 경제, 환경, 사회적 책임간의 균형을 맞추려 함에 따라, 커뮤니케이션 관행을 더 민주화 하는 등(예: 이해당사자 참여, 대화, 사회적 보고서 및 기업경제, 환경, 사회적 성과를 고려한 보고서) 스스로를 더 개방하게 됨 (Elkington,1998)
- 본 논문은 셸의 기업 아이덴티티의 변화의 역동성과 지속가능한 발전의 기업의 새로운 관행을 추적함

1) Shell's Green Talk as Corporate Discursive Performance

□ 셸의 기업의 eco-talk은 실행적이었음

- 나이지리아 사건 -> 기업의 활동이 자연에 미치는 영향 및 자연과의 관계 재구성 -> 기업의 환경책임의 새로운 관행 창조-> 외부 이해당사자와의 관계, 기업의 책임에 대한 자각 변화
- 그러나 셸의 이러한 변화는 사회 경제적 패러다임 또는 역사적으로 진화된 담화의 변화운명과 묶여있는 것으로 봐야 함

2) Changing social discourses of development and environment

- 담화란 사회에서 널리 수용되는 의미, 사회적 관습, 제도적 형태를 갖지만, 매우 복잡적이고 애매함
- 광범위한 분산은 조직들이 끊임없이 특정 책임과 아이덴티티를 재생산하고 진보와 발전의 정의와 그들의 스토리를 유지하고, 회사의 법적 활동과 경계를 재구성하는데 애써야 함을 의미

- 개인과 조직의 퍼포먼스가 대립할 때, 하나의 담화가 우세하여 실행적일 때 (즉, 특정 제도와 관행, 법제정 및 집행, 주류와 파생을 야기하는 것) 통합의 과정이 일어남
 - 1960년대: 급진적인 환경보호주의 담화가 지배적인 개발발전 담화를 분열시키기 시작
 - 1980년대: 환경 보호주의적 움직임 싹터, 자연의 환경중심적인 관점을 가진 그룹들은 생산과 소비패턴의 변화 요구, Brundtland 보고서는 환경문제에 대한 전 지구적 접근 요구, 그러나 지속가능성을 광범위하고 모호하게 정의하여 해석의 논란 야기

다. Contending Voice in Nigeria

- 나이지리아 정부 세수입의 80%, 외환수입의 90%가 외국정유회사가 차지
 - Shell은 나이지리아에서 가장 큰 정유회사로 셸 나이지리아 (SPDC)는 자회사의 전 세계 생산량 중 14% 차지
 - 셸과 비판론자 사이의 갈등: 기업의 책임, 인간과 자연의 관계, 자연자원에 대한 기본 권리에 대한 다른 이해
 - 비판론자: 약한 환경규제로 인해 원주민들이 경제적, 환경적 고충 및 건강 악화시킬 뿐만 아니라 그들의 땅에서 생산되는 석유에 대한 이익을 갖지 못함

- 1995년 75%의 석유 채굴 시 생기는 가스 부산물을 공기 중에 태움 (전 세계 평균은 5%미만, 미국 1%미만)

- 이는 지역에 오염뿐만 아니라 지구 온난화 유발(Essential Action & Global Exchange, 2000)
- 82~92년 동안 쉘의 전체 석유 유출의 40%가 나이지리아에서 일어났으며, 이는 쉘의 환경적 책임 기준이 특히 나이지리아에서 해이했음을 보여줌(Rowell, 1994, Oil Spill Intelligence Report)
- 석유 유출은 농업, 수산업을 위협할 뿐 아니라 전 세계 최대 규모인 델타유역 맹그로브 습지에 악영향

□ 풀뿌리 환경주의: 오고니 사람들의 생존을 위한 운동(MOSOP), NGOs, 마을의 부족장들 정유회사의 환경파괴는 “환경적 전쟁”이라 불렀으며, 쉘의 기업 활동은 경제적 불평등과 원주민들의 생계위협

- MOSOP(1993)의 추정치에 따르면, 90년 까지 300억 원 가량의 석유가 오고니 영토에서 채굴되었음에도 불구하고, 오고니 사람들은 로열티, 지역경제 활성화, 지역사회 support structure 등의 혜택을 거의 또는 아예 받지 못함
- 그곳에 오랫동안 살아왔던 오고니 사람들이 아닌 법적 소유권이 자연의 경제적 이익에 흐름을 결정함에 따라 아이러니한 상황이 됨
- “검은 황금”은 “다른 사람들을 살찌우는 대신 원주민들에게 저주가 되었다”(Ekeocha, 1993)
- Siro-Wiwa는 오고니 사람들의 경제적 탈취, 불이익의 이유로 부패한 정부와 자본주의자의 공모를 지적
- 1993년, MOSOP 대규모 비폭력 시위로 인해 쉘은 오고니땅에서의 운영을 철수. 이에 나이지리아 독재자 Sani Abacha 장군은 MOSOP 주동자들을 탄압, 94년 Siro-Wiwa와 다른 MOSOP 지도자들을 체포 사형

- 쉘의 비난을 잠재우기 위한 Abacha의 의도는 사형을 선고함에 따라 오히려 국제적으로 큰 반항을 일으키며 나이지리아에서 쉘의 입지를 치명적으로 악화시킴

- 전 세계적으로 환경, 인권 단체, 진보적 회사들, 교회, 작가단체, 사회 책임 투자 펀드 등 쉘의 기업 구조를 바꾸고, 환경관리 관련 새로운 정책을 실행하고, 인권 보호 절차 개발 및 사회적 환경적 퍼포먼스의 투명성에 대한 강력한 요구 압력 및 불매운동이 일어남
 - 월드뱅크 프로젝트 철수
 - 메트로 토론토 위원회 계약 거부
 - 자선단체들의 쉘의 공헌금 거절

- 쉘은 '쉘 나이지리아 보고서'에서 사형결정에 대한 '놀람'과 '슬픔'을 표명하면서도, 석유오염과 건강과의 관계 경시하며 환경파괴에 대한 자신들의 책임을 최소화하고, 나이지리아의 환경규제와 낙후된 시설을 탓하며, 오고니 사람들에 대한 동정을 표하면서도 나이지리아 정부에 대한 자신들의 영향력이 없음 등을 언급하며 자신들의 입장 합리화
 - 보고서를 통해 관료주의적 기업성향과 정치적으로 무관하고자 하는 기업문화를 알 수 있음

라. Corporate Reflexivity and Chance

- 방어적 태도에도 불구하고 쉘의 대응태도와 기업문화를 바꾸게 됨
 - 외부 관점 수용, 사회적 환경적 퍼포먼스 등

- 쉘의 사회적 환경적 책임 수용 움직임은 부서에 따라 다른 비율로 이루어졌으며, 나이지리아에서 즉각적이고 통일된 사회 환경적 책임을 갖기 제일 어려웠음 (wheeler, Fabig & Boele, 2002)

- 1996년 Herkstroter회장의 연설내용
 - 새롭게 떠오르는 사회적 가치를 인지하지 못해 문제가 있었으며, 정부와 기업과 같은 전통적인 구조들이 적응하는데 실패함에 따라 NGO가 도덕적 권위의 공백을 채우고 있음
 - 기업 문화와 직원들의 과학적, 기술적 배경 탓을 하며 기술적 오만함의 결과라 봄. “기술적 문제에는 정답이 있지만, 사회적 정치적 딜레마에는 가능한 답(타협안)의 범위가 있다.”
 - 자연환경과 인권의 문제는 기술적 전문가, 관료주의를 통해 만족될 수 없으며, 사회적 협의와 대화를 필요로 하는 윤리적 문제임
 - “우리 혼자서는 절대 올바른 방식에 접근할 수 없다.... 우리는 받아들일만한 해결책을 도출하기 위해 개방적이고 솔직한 토론을 했었어야 했다”

- 1997년 Watts의 연설문에서도 느리지만 전과 다른 가치와 관행의 변화가 반영됨
 - 기존의 전통적인 방식의 개발 발전(경제 자유화)에 지속가능한(장기적 가치를 제공하기 위한)이라는 용어가 함께 쓰임
 - Brundtland보고서를 참조하여, 쉘의 지속가능한 발전을 “경제적 발전, 인간 개발, 환경적 지속가능성” 이라 정의(Watts, 1997연설)

□ 97년 쉘 그룹은 일반 사업원칙을 수정

- 좁은 의미의 개발이 더 이상 적합하지 않으며, 새로운 방식의 환경적 사회적 책임을 정의해야 함을 인식
- 결론적으로 쉘은 기술적 문제 해결은 윤리적 관습과 함께 고려되어야 함을 깨닫게 됨
- 언어뿐만 아니라 행동양식 또한 수정
 - 나이지리아 환경문제 추적 및 보고
 - 시설 업그레이드
 - 향후 채굴 활동으로 인한 영향 최소화 등의 노력 시행
- 지속가능한 개발과 유엔인권선언과의 약속을 지키기 위해 기업구조 변화, 환경정책과 프로그램 개발, 인권 보호를 위한 정책 채택, BP와 함께 미국의 anti-Kyoto Global Climate Coalition에서 탈퇴
- Communication 측면에서, 쉘의 리더들이 공공연히 기업의 사회적 환경적 책임 포럼 지지, 이는 회사의 기존의 폐쇄적이고 내부 중심적 문화를 바꾸고, 더 투명성 있는 운영을 가능케 함

□ 쉘은 다양한 범위의 이해당사자들과 대화하고, 비판자들의 의견에 귀 기울이며, 새롭고 민주적인 커뮤니케이션을 실험 노력함

- 쉘에 따르면, 이전의 정책입안과정 DAD(decide, announce, deliver 결정, 선언, 실행)에서 DDD(dialogue, decide, deliver 대화, 결정, 실행)로 바뀜
- 그러나 이러한 움직임은 지속가능한 개발의 '환경 중심적' 비전을 적용했다기보다 지속가능성 담화 내에서 개발의 담화를 활성화하기 위함으로 보임

마. From Dialogue to Eco-Collaboration: Odd Alliances of Sustainable Development

- 채굴 산업계에서는 쉘의 이러한 운동은 차별성을 가졌지만, 다른 산업섹터에서는 (특히 소비자 집약적인 산업) 이미 환경 NGO들과 파트너십을 하는 등 적극적인 활동을 해옴
- 기업과 옹호 그룹간의 환경 협력(Eco-collaboration)
 - 환경보호주의와 CSR을 제도화하는 새로운 조직 형성, 윈윈 환경보호주의(win-win environmentalism) 모델에서 지속가능한 개발은 마켓 인센티브(시장유인)를 통해 greening corporations 을 진작함
- 환경적 책임행동은 회사의 이미지 쇄신뿐만 아니라 혁신적인 상품 개발, 비용을 줄이고, 생산성을 높이는 프로세스, 시장에서 다른 경쟁적 이점을 제공함으로써 이익을 향상시킴
- 1990년대 이전, 기업들은 일반적으로 환경그룹에 기부하거나, 그들의 운영의 환경적 영향을 줄이기 위한 일방적인 행동을 취하거나, 환경 성과기준을 개발하기 위해 마음이 맞는 기업들과 협력하는 형태에 머물렀음
- 이와 달리, 환경 파트너십 또는 환경 협력은 회사의 내부 정책에 외부 비판자들이 직접적으로 참여. 전의 “적”들과 협력하여 해결책을 찾고 실행하는 것. 즉, 혁신적인 대안 점을 찾기 위해 다른 점을 이용하는 것을 필요로 함

- 맥도널드는 89년부터 친환경적 이미지 제고를 위해 환경교육 프로그램 후원, 재활용품 구매 등 환경관련 활동을 했으나 환경단체로부터 햄버거 용기로 인한 오염으로 계속 비판을 받음
- 이에 따라 90년도 맥도널드는 이를 기회로 삼아 환경보호펀드(EDF)와 함께 비용 효율적이고 친환경적인 용기를 개발. 이는 대기업과 NGO의 협력의 본보기가 됨
- Sacramento valley 농부들을 대표하는 캘리포니아 쌀 산업 연합(CRIA)은 환경주의자 Reisner, 두 개의 물새보존그룹과 함께 논서식지 파트너십(RHP) 형성
- 맥도널드와 마찬가지로 RHP에 가입하기 이전, 캘리포니아 쌀 산업은 추수 후 벼 그루터기를 태워 공기를 오염시키고, 캘리포니아 내 부족한 용수를 과다 사용한다는 이유로 환경보호주의자들로부터 많은 비난을 받아왔음. 1987년부터 6년간 가뭄은 용수 사용자(농부, 연어 양식업자, 도시개발자, 환경보호주의자) 사이의 경쟁을 심화
- 물새 NGO들과 Reisner는 농부들과 함께 겨울에 논에 관개하기 위한 프로젝트를 개발함. 이 프로젝트는 멸종위기의 물새들에게 좋은 서식지를 제공하고, 농부들에게 그루터기를 없애는 데 대안이 됨. 이 프로젝트는 주 연방 프로그램 펀드를 받고 친환경적 농업관행을 격려하며 쌀 산업의 환경적 이미지 강화

□ 쉘, 맥도널드-EDF, RHP사례들의 중요한 공통점

- 기업들은 그 동안 당연시 여겼던 사업 관행을 더 이상 용인할 수 없게 하는 Discursive Shift(변화하는 사회적 기대)로 유발로 인해 환경협력을 지향함
- 이러한 discursive shifts는 공공 protest에 대응하여 법안을 통과시킴

- 맥도널드의 햄버거 용기사용 및 처리에 관한 주 법안, Sacramento valley 농부들 야생 서식지 보호법과 그루터기 태우는 것을 금지하는 환경적 제제를 받음
- 파트너십을 통해 발생한 해결책은 사업적 환경적 문제를 동시에 해결
- 기업과 환경론자들이 함께 참여한다는 상징적 차원에서 환경적 협력은 더욱 강력하게 윈-윈 환경보호주의와 환경적 경제적 이익을 통합하는 실행가능성을 가능케 함
 - 전통적으로 대립하던 그룹들이 결합함으로써 환경 파트너십은 기업과 NGO모두에게 참신하고 혁신적인 공약 - 특히 환경책임과 지속가능한 발전에 대한- 을 보여줌
 - 상징적 결과는 환경에 긍정적인 영향(쓰레기 감소, 매연 감소, 더 많은 조류 서식지 등)을 주는 혁신적인 사업관행과 같은 “현장”에서의 변화에 부응함
- 무엇이 적절한 조치를 구성하는가에 대한 개념 또한 바뀜
- RHP는 “compromise habitat”, 논경지의 “dual use”와 같은 새로운 개념과 방법을 알리게 됨
 - 뿐만 아니라 농부들이 사리를 떠나 협력을 하게 되었으며, 즉, 환경협력은 참가자들의 의도를 초월하는 실행적인 효과를 가졌음
 - 환경협력의 윈-윈 결과에 대한 스토리와 스토리텔링은 constitutive 효과를 넓히고, 법제정에 있어 필수 요소였음
 - 스토리텔링을 통해 지역적 이니셔티브는 윈윈 환경보호주의와 환경협력을 법제화하고 제도화하는 데 좋은 본보기로 변환됨 (Bendell,2000)

바. Performing Sustainability: rhetoric/discourse/conflict/transformation

- PR이론은 전통적으로 기업의 위기관리 또는 이슈 변호를 통해 외부 환경의 상징적 경영에 개입된 과정을 설명하기 위한 전통적 수사법 (classical rhetoric)에 의존해옴(Cheney & Vibbert, 1987)
 - 이러한 방식은 선의를 창출하거나 회복함으로써 대중을 관리하는 회사로 개념화. 그러나 이는 기업 담화의 reflexivity와 구성적 성격을 완전히 설명하지 못함

- Cheney 와 Christensen(2002)에 따르면 기업의 사회적 실재는 언어와 상징적 행동을 통해 창조되고 유지됨
 - 이러한 구조적 과정은 넓은 의미의 사회적 화자(또는 공개)와 지역적 법제정 사이의 역동적인 교류를 포함시킴으로써 이해함

- 쉘의 경우, CSR 담화를 전개했기 때문에, 회사는 자신의 이미지를 지키고 신뢰를 입증해야만 했으며 또한 상품과 서비스의 생산뿐만 아니라 활동으로 인한 리스크와 유해성 역시 고려해야 했음(Beck, 1992)
 - 지속적인 발전의 언어를 채택하고 적응함으로써, 쉘은 그들 고유의 정체성과 기업과 자본주의 경제를 받치는 진보 신화를 바꾸는데 기여

- 또한 사회 규범의 변화가 회사의 기존의 운영방식을 위협하는 환경법을 주도하며, 미국 패스트푸드산업과 쌀 생산 산업에도 영향을 미침

— 이들 회사들은 단지 비판을 듣는 것이 아니라, 사업과 환경문제를 동시에 해결할 수 있는 해결책을 찾기 위한 환경적 협력을 통해 정책 입안과정에 참여

□ 파트너십에 대한 스토리는 커뮤니케이션과 환경문제 해결의 새로운 형태를 합법화를 통해 사회적 영향력을 넓히기 위해 없어서는 안 될 부분임. 그린 파트너십은 윈-윈 환경보호주의를 구체화하고 상징화함

□ 쉘, 맥도널드-EDF, RHP 참가자들의 언어적 실천은 지역 기업과 NGO의 아이덴티티뿐만 아니라 환경적 움직임에 영향을 미침. 이야기, 대화, 발간물 등은 헤게모니와 제도 관행의 큰 패턴을 구성

□ 때로 논쟁적이고, 진부하게 반복되는 기업의 환경담화와 환경협력 스토리는 그들이 말하는 세계를 되게 하고, 담화가 규제하고 제한하는 현상을 야기하는 담화의 힘을 보여줌

— 이는 지속가능한 발전이 절대 완전하거나 영원히 실현될 것이라는 것을 의미하지 않으며, 모든 퍼포먼스는 개입의 대상으로 계속적으로 범률의 재정립이 필요함

□ 스토리텔링의 정치적 윤리적 영향

— 지속가능한 발전은 틀에 박힌 설명과 보편적으로 적용되는 측정 가능한 지표를 갖는 목표나 기술이 아닌 정치적 윤리적 실천으로 이해되어야 함

Reference

- Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a new modernity*. London: Sage
- Cheney, G., & Christensen, L. T. (2000). Identity at issue: Linkages between “internal” and “external” organizational communication. In F. M. Jablin & L.L. Putnam (Eds.), *New handbook of organizational communication* (pp. 231-269). Thousand Oaks, CA: Sage
- Dowie, M. (1995). *Losing ground: American environmentalism at the close of the twentieth century*. Cambridge, MA: MIT press
- Egri, C., & Pinfield, L. (1996). Organizations and the biosphere: Ecologies and environments. In S. Clegg, C. Hardy, & W. Nord(Eds.), *Handbook of organization studies* (pp. 459-483). London: Sage.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Gabriola Island, BC: New Society Publishers.
- Gibson-Graham, J.K. (1996). *The end of capitalism (as we knew it): A feminist critique of political economy*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Gladwin, T. N., Kennelly, J. J., & Krause, T. (1995). Shifting paradigms for sustainable development: Implications for management theory and research. *Academy of Management Review*, 20, 874-907.
- Krupp, F. (1986, November 20). New environmentalism factors in

economic needs. Wall Street journal, p. 34.

- Livesey, S. M. (2002). The discourse of the middle ground: Citizen Shell commits to sustainable development. *Management Communication Quarterly*, 15, 309-343.
- Meadowcroft, J. (2000). Sustainable development: A new(ish) idea for a new century? *Political Studies*, 48, 370-387
- SPDC (Shell Petroleum Development Company of Nigeria Ltd.). (1997a). *People and the environment: Annual report 1997*. Lagos, Nigeria: Author.
- Waddell, S. (2000). Complementary resources: The win-win rationale for partnership with NGOs. In J. Bendell (Ed.), *Terms for endearment: Business, NGOs and sustainable development* (pp. 193-206). Sheffield, UK: Greenleaf.

2. 녹색마케팅과 녹색광고(Green Marketing and Advertising¹²⁾)

가. 서론

- 약 10년 전부터 green marketing은 붐을 이루기 시작하였으며, 기업들은 기업이미지 재고의 수단으로 이를 활용하였음

- 최근의 자연재해현상들(2000년 동남아시아의 쓰나미, 2005년 미국 허리케인 카트리나 등)은 환경적 측면에서의 이슈가 되었을 뿐만 아니라 environment marketing의 중요성을 재고하는 계기가 됨
 - 북미지역의 소비자들의 경우 1993년 조사에서 소비자의 29%가 기업의 환경관련 활동 증대가 필요하다고 여겼던 것이 1996년에는 35%로 증가함
 - Roper센터의 환경태도조사에 따르면 미국인의 상당수가 대부분의 환경이슈에 대해 “매우 심각함(very serious)”을 표명하였으며,
 - 또 다른 조사에서는, 조사에 참여한 많은 사람들이 기업들이 이러한 문제들의 해결에 있어 주역으로 참여해야한다고 생각함
 - 환경의 질적 수준이 범죄에 이어 두 번째로 개선이 필요한 주요 이슈로 랭크됨

- 환경에 대한 관심은 green product의 비약적인 생산증가를 가져왔으며, 마케터들은 환경에 대한 책임이 기업의 마케팅 소스의 주요 원천이 될 수 있을 것으로 판단, 활용하기 시작함

12) Worawan Yim Ongkrutraksa, “Green Marketing and Advertising”, *The Debate over Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, 365-378의 요약정리

- 그들의 제품에 environment claims 포함
 - 소비자들의 회의적인 시선에도 환경관련 활동에 참여
- 이러한 관심을 바탕으로 1995년 19.8억 달러 규모였던 green marketing시장은 2000년에는 300억 달러의 시장으로 크게 성장함
- General Electric의 경우 생태-친화적 기업 활동(eco-stance)과 관련하여 9,000만 달러의 예산을 책정
- 본 연구에서는 green marketing에 대한 개괄적인 사항들을 살펴보기로 함
- green marketing과 관련된 용어들의 정의를 살펴보고, 이어 green advertising, green washing의 개념을 이해함
 - 일본, 태국, 중국의 green advertising을 살펴봄
 - 마지막으로 green marketing과 green advertising의 미래에 대해 논함

나. Green Marketing

- (도입배경 1) 전 세계적으로 기업 간 경쟁이 심화되면서 보다 획기적인 마케팅전략이 요구되었으며, 마케터들은 공적 관심이 증대되고 있는 환경문제에 관심을 두게 됨
- 그 결과 마케터들은 environment marketing 또는 green marketing 이라는 새로운 개념의 마케팅전략을 개발함
 - green(또는 environment) marketing의 정의 1(Polonsky, 1994): “환경문제를 최소화하면서 인간의 필요를 충족시키는 상품이나 서비스의 거래를 활성화하는 모든 인간의 활동”

- green marketing의 정의 2: 미국 마케팅연합: the marketing of products that are presumed to be environmentally safe [retailing definition], the development and marketing of products designed to minimize negative effects on the physical environment or to improve its quality[social marketing definition], and the efforts by organizations to produce, promote, package, and reclaim products in a manner that is sensitive or responsive to ecological concerns
- green marketing은 마케터들에게 있어 위기를 기회로 바꿀 수 있게 하였음
- 마케터들은 green marketing의 철학과 이론을 그들의 마케팅 전략에 이용
 - 마케터들은 회사를 green organization으로 재편
- (도입배경 2) 기업들은 green marketing이 기업목표 달성을 위한 중요 수단이 될 수 있음을 깨달았으며, 또한 자신들이 사회적 책임에 있어 도덕적 의무가 있다고 생각함
- 이러한 생각들은 기업의 사회적 책임에 점차적으로 큰 비중을 부여하고 있는 정부의 입장과의 일치함
- (도입배경 3) 경쟁업체의 환경운동도 기업들이 green marketing을 도입·활성화 하는데 중요한 역할을 함
- (도입요건 1) 기업들은 그들의 green marketing이 소비자나 산업을 현혹하거나(misleading) 법적 문제가 없음을 확실히 해야 하며, 그들의 상품이 환경적으로 이득이 있음을 구체적으로 설명할 수 있어야함

- (도입요건 2) 기존 마케팅과 green marketing간의 성격의 차별화(정의, 환경 친화적 상품 개발 등)를 규명할 수 있는 새로운 마케팅전략이 요구됨

다. Green Consumer

- green consumer란 자신들이 환경적 위기의 시대에 살고 있음을 인식한 사람들을 의미함
 - 이들은 또한 새로운 트렌드에 민감하며, 실천형 인물들임
 - Mintel International Group의 1991년 연구에 따르면 미국 전체 국민의 20% 가량이 활동적인(active) green consumer로 여겨지며, 이들은 green product에 평균 7%를 더 지불할 의향이 있는 것으로 조사됨
 - 또 다른 연구에서는 green consumer에 대한 심리학적 분석이 이루어짐
 - 이들은 환경문제 해결을 위해 개개인이 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 생각함(Straughan&Roberts, 1999)
- Roper organization은 소비자의 환경태도(environment attitude)를 5개의 카테고리로 분류
 - true-blue greens: 환경에 대한 관심에 있는 선구자적인 미국 시민
 - greenback greens: 적정수준의 환경활동
 - sprouts: 환경문제에 관심을 두고는 있지만 그 이상의 활동을 하지 않음

- grousers: 환경문제는 나 아닌 다른 사람의 문제로 생각
- basic brown: 개인이 환경문제 해결에 그 어떠한 해결책을 제시할 수 없다고 생각하며, 문제해결을 위한 노력을 하지 않음

라. Green Advertising

- green marketer는 green consumer와의 효과적인 의사소통수단이 필요하며, 광고는 green marketer가 green consume를 조종(manipulate)할 수 있는 강력한 수단임
- Iyer, et al(1995)의 정의에 의하면 environment(또는 green) advertising은 다음 중 한 가지 이상을 포함하는 모든 광고를 의미함
 - 직·간접적으로 판매상품과 생물학적 환경간의 연관성
 - 그린 라이프스타일을 강조
 - 환경문제에 책임감을 가진 기업이미지
- 국제상공회의소(The International Chamber of Commerce: ICC)는 소비자와 공동체에 대한 사회적 책임의 일환으로 ICC International Code of Environmental Advertising Publication을 제정함
 - 본 규약은 environment claims가 담긴 모든 형태의 광고(상품생산, 포장, 유통, 소비에 이르는 전 물류단계)에 적용됨
 - 본 규약을 통해 green advertising의 적법성, 사회 통념적 성격, 정직, 믿음을 유지하고자 함

□ Eco-labelling을 통한 자율규제

- Eco-labelling은 구속력 있는 요건을 수반하지 않은 자율적인 제도
- 상품과 서비스의 라이프사이클 단계에서의 전반적인 환경 친화적 수준을 나타냄
- ISO는 3개의 카테고리 상품과 서비스를 분류하여 Eco-labelling함
 - type 1: 제3자기관의 인증에 의거하여 부착하게 되는 라벨
 - type 2: 자기선언(self-declaration claim) 라벨
 - type 3: 제품의 전 과정에서 발생하는 환경정보, 즉, 환경관련 자료를 정량화된 제품정보의 형태로 소비자에게 제시

마. 선행연구

1) 미디어의 콘텐츠분석

- 1991년~1995년의 연구는 다양한 미디어에서의 green advertising을 연구하였으며, 1995년~2000년의 연구는 green advertising 및 green advertising의 부작용으로 볼 수 있는 greenwashing¹³⁾에 대해 논함
 - Peterson의 연구(1991년): environment advertisement가 1979년 전체 광고의 5.8%였던 것이 1989년에는 6.9%로 증가
 - Carlson의 연구(1993년): 5개 유형의 environment claims를 확인하였으며, 소비자를 현혹시킬 수 있는 claims를 4개 유형으로 분류함
 - Iyer, Barnerjee의 연구(1993년): 광고 스폰서, 기업광고 혹은 상품 광고여부, 광고의 깊이에 따라 green advertising을 분류

13) greenwashing이란 소비자들이 green advertising을 진실이라고 생각하지 않는 것을 의미한다.

- McGowan의 연구(2000년): 가치와 실용성 측면에서 green advertising 연구
- Kärnä, Juslin, Ahonen, Hansen의 연구(2001년): 기업의 환경운동과 environment advertising의 관계에 대해 연구. 소비자들은 기업의 마케팅전략과 전략실행 사이에 적절한 연관관계가 없을 경우 greenwashing이라 여긴다는 견해를 제시함

2) Green advertising에 대한 설문조사

- 환경적 메시지가 담긴 광고에 대한 사람들의 반응에 대한 연구는 많이 이루어지지 않았음
 - Balderjahn의 연구(1988년): 독일소비자를 대상으로 환경 지향적 소비행태에 기여하는 인성변수 규명에 관한 연구를 실시. 소비행태는 생태의식과 관련이 있으며, 에너지절약습관, 환경에 대한 관심, 재활용 정도 등이 소비행태를 예측하는 주요지표.
 - Schwepker, Cornwell의 연구(1991년): Balderjahn의 연구를 미국 소비자에 적용
 - Ellen, Wiener, Cobb-Walgren의 연구(1993년): 자기 스스로가 환경 친화적이라 인지한 사람들과 환경활동 참여여부 사이에 양의 관계가 있음을 규명함
 - Scammon, Mayer의 연구(1993년): greenlabelling의 전 세계적인 확대 가능성에 대해 연구
 - Davis의 연구(1994년): green advertising을 이용한 소비증진에 관해 실증분석
 - Obermiller의 연구(1995년): 효과적인 메시지 전달방식에 대한 연구(sick-baby vs well-baby)

- Schuhwerk, Lefkoff-Hagius의 연구(1995년): 일상생활에서 환경에 대한 관심이 적은 소비자일수록 제품 선택에 있어 환경관련 광고의 영향력이 더 커짐을 보여줌
- Mohr, Eroglu, Ellen의 연구(1998년): 마케터의 커뮤니케이션에서의 environment claims에 대한 회의적 성향에 대해 연구
- Straughan, Roberts의 연구(1999년): 인구통계학적 정보보다는 소비자의 심리학적 정보가 소비자를 분류하는데 더 유용함을 연구
- Trent의 연구(2000년): environment advertising 및 관련기업에 대한 소비자의 태도를 결정하는 요인을 확인함

바. 일본, 태국, 중국의 Green Advertising

- 일본의 경우 미나마타현의 수은중독 사건으로 인해 환경에 대한 관심이 크게 증대된 바, 강력한 환경오염 관련 규제가 존재하고 있으며, 광고업계도 광고 전략에 green advertising을 자주 이용하고 있음
- 태국은 도심지역의 심각한 공기오염과 관련된 green advertising이 이루어짐
 - 대중에 공기오염의 심각성을 알리고자 다국적 석유회사들(Caltex, Shell 등)과 태국 석유청(petroleum authority)은 자동차회사들(Bens, Honda 등)과 합작으로 광고 캠페인을 벌인바 있음
 - 이 외에도 바다 살리기 캠페인, 친환경 쇼핑백 사용 등이 있었음
- 중국은 빠른 경제성장을 보이고 있는 나라이면서 또한 다량의 이산화탄소를 배출하는 나라이기도 함

- 기업과 정부가 협력하여 green advertising을 실시하고 있으며, 그 빈도도 증가하고 있음
- 태국과 중국은 green advertising이 이루어지고는 있지만 아직은 시작단계에 불과함

사. Greenwashing과 Green Advertising의 미래

- greenwash란 실제로는 환경 친화적 행위를 하지 않음에도 환경에 유익한 일을 하고 있음을 사람들에게 확신시키려 노력하는 것을 의미함
 - 작금의 대부분의 소비자들은 사회적 인식과 정보능력에서 크게 앞서기 때문에 누가 green advertising으로 소비자를 기만하는지를 정확히 알고 있음

- Green Life는 매년 America's 10 Worst Greenwashers를 발표함
 - 2006년 자료에 수록된 America's 10 Worst Greenwashers
 - 1. Ford Motor Company
 - 2. BP
 - 3. United States Forest Service
 - 4. ChevronTexaco
 - 5. General Motors
 - 6. Nuclear Energy Institute
 - 7. Alliance of Automobile Manufacturers
 - 8. TruGreen ChemLawn
 - 9. Xcel Energy

• 10. National Ski Areas Association

- GM의 경우 hybrid power차량 제조에 미온적임을 지적하며, 최대 스모그 제조업체라고 규정함
- BP는 2억 달러를 태양에너지 연구에 투자하고 있다고 광고하고 있으나, 실상은 로고디자인 및 관련 광고에 사용하고 있었으며, 이와 별도로 수억 달러 규모의 자금을 석유관련 회사들을 사들이는데 사용하고 있었음

greenwasher가 되지 않기 위해서는 소비자들의 권고를 심각하게 받아들여야 함

- 광고는 환경문제의 해결책을 고객에게 제시할 수 있는 수단이므로 광고주들은 green advertising에 보다 신중함을 가져야 하고,
- 실제로 기업에서 수행하고 있는 환경운동을 표현해야 하며,
- 전달하려는 메시지는 지역시장에 적합한 것이어야 함

아. 향후과제

(소비자) 지속적으로 환경운도에 동참하도록 하며, 소비자 감시단체는 기업의 환경활동에 보다 더 주의를 기울이도록 함

(연구자) 보다 효과적인 green advertising 방법을 강구하고, 전 세계 시장에서 통용될 수 있는 전략을 수립함

(마케터) 정직에 기반을 둔 활동을 함으로써 greenwasher로 선정되는 일이 없도록 함

Reference

- Advertising Age. (1998). Green consumers' influence grows. Dentsu reports.
- Bahn, K. D., & Wright, N. D. (2001). A model of green product purchase behavior. *Academy of Marketing Studies*, 4, 74-79.
- Balderjahn, I. (1988). Personality variables and environmental attitudes as predictors of ecologically responsible consumption patterns. *Journal of Business Research*, 17(1), 51-56.
- Coddington, W. (1993). *Environmental marketing: Positive strategies for reaching the green consumer*. Washington, DC: McGraw-Hill.
- Davis, J. J. (1994). Consumer response to corporate environmental advertising. *Journal of Consumer Marketing*, 11(2), 25-37.
- Frith, K. T. (Ed.). (1995). *Advertising in Asia, communication, culture and consumption*. Ames: Iowa State University Press.
- Iyer, E., & Barnerjee, B. (1993). Anatomy of green advertising. *Advances in Consumer Research*, 20, 494-501.
- Koranteng, J. (2000, May). Ranking the top global ad markets. *Advertising Age International*, 17, 17-20.
- McDonald's Corporation. (1990). *McDonald's and the environment*. Oakbrook, IL: Association for Consumer Research.
- Nihon Keizai Shimbun, Advertising Section. (1994). *Read business from newspaper advertising*. Tokyo: Nihon Keizai Newspaper Publishing.

Peterson, R. T. (1991). Physical environment television advertisement themes: 1979 and 1989. *Journal of Business Ethics*, 10(3), 221-228.

Reitman, V. (1995, May 10). Green product sales seem to be wilting. *Wall Street Journal*, 220, 135-148.

Wasik, J. (1996). *Green marketing and management: A global perspective*. Cambridge, MA: Blackwell Publishers.

III. 해외 녹색금융 동향

1. 녹색금융 상품과 서비스
2. 기후변화와 금융산업의 역할

III. 해외 녹색금융 동향

1. 녹색금융 상품과 서비스(Green Financial Products and Services¹⁴⁾)

□ 주요 내용

- 녹색금융 상품 및 서비스 개발의 동인
- 녹색금융 상품 및 서비스의 분류 및 우수사례
- 녹색금융의 주요 기회
- 녹색금융 벤치마크의 교훈
- 녹색금융 향후 성과 평가 시 고려해야 할 점

가. 녹색금융 상품 및 서비스 개발의 동인

□ 대중매체 등을 통한 환경지식 확산

- 정보화 시대에 접어들며 대기오염, 토양침식, 식수부족 등 환경 문제에 대한 지식과 공감대가 사회 일부 계층에서 대중으로 확산됨
- 이는 지역에 따라 차이는 있으나 소비자 및 각종 이해관계자들이 환경 친화적 행동을 보이기 시작하며, 환경 규제 요구 목소리를 점차 높여가기 시작함

14) "Green Financial Products and Services: Current Trends and Future Opportunities in North America", UNEP Finance Initiative, 2007의 요약 정리

□ 환경 문제에 대한 인식 증대

- 유럽의 환경 친화적 상품 및 서비스에 관한 수요 증대는 상대적으로 높은 수준의 환경 문제 인식과 정부 지원을 반영하고 있음
- 북미의 경우 여전히 유럽에 뒤처지고 있으나 최근의 각종 설문조사나 기업 또는 주주의 행동들은 환경 문제에 대한 자각이 가속화되고 있음을 시사

□ 환경 관련 법률 및 규제 증가

- 환경 친화적 시장에 가격/판매의 확실성을 더해주거나, 지속가능하지 않은 관행을 제약하는 각종 법률 및 규제의 증가는 모든 형태의 이해관계자들 사이에서 녹색 상품 및 서비스에 대한 수요를 크게 진작시키고 있음
- 유럽의 EU Emission Trading Scheme, 독일의 신재생에너지 발전 차액지원제도(feed-in-tariffs), 네덜란드의 녹색펀드 등은 더 환경 친화적인 상품 및 서비스 개발 및 이에 대한 수요를 촉진시켰음
- 반면, 미국의 교토의정서 비준 거부, 캐나다의 교토의정서 감축 목표 달성 포기 등은 북미의 각종 기후변화 대책 움직임을 둔화시킴

나. 녹색금융 상품 및 서비스의 분류 및 우수사례

□ 녹색금융 상품 및 서비스의 조건

- 금융은 환경에 영향을 미칠 수 있는 활동에 자금을 제공한다는 측면에서 환경 문제에 간접적인 책임이 있음

- 따라서 녹색금융은 소비자에게 환경에 악영향을 미치는 활동을 간접적으로 줄이거나 환경 친화적인 활동을 간접적으로 촉진시킬 수 있는 투명한 옵션을 제공해야 함

□ 녹색금융 상품 및 서비스 리뷰는 다음과 같이 분류함

- 소매금융(Retail Banking)
- 기업 및 투자금융(Corporate and Investment Banking)
- 자산관리(Asset Management)
- 보험(Insurance)

□ 소매금융(Retail Banking)

상품 및 서비스	연구 은행	지역	핵심 상품 및 결과 (예상)
Home Mortgage	네덜란드 은행	네덜란드	<ul style="list-style-type: none"> • 정부 주도의 '그린 모기지' 이니셔티브 • 출범 초기에는 반응이 좋지 않았음 • 그러나 상품이 오래 지속되면서 네덜란드 내의 그린 모기지 수요는 증가함
Home Mortgage	CFS	영국	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 무료로 주택 에너지 사용등급 측정 • 탄소 배출량을 상쇄 • 2005년에만, 5만 톤 이상의 이산화탄소를 상쇄 • 앞으로 포트폴리오에 새로운 사항을 추가할 예정
Home Mortgage	Abbey, HBOS, Halifax 외 기타	영국	<ul style="list-style-type: none"> • 영국 내 이 은행들만이 그린 모기지를 발표했으며, 이 중 몇몇 은행은 자국 최대 규모의 모기지 제공자임

Home Mortgage	Bandigo Bank	호주	<ul style="list-style-type: none"> • Generation Green™ Home Loan
Home Mortgage	VanCity	캐나다	<ul style="list-style-type: none"> • Climate Change Mortgage • 잠재적 환경 이득이 높음
Energy Efficient Mortgage	Citigroup	미국	<ul style="list-style-type: none"> • 중·저소득층 고객을 대상으로 Fannie Mae가 개발한 상품 • 에너지 효율이 높아 절약한 전력은 빌리는 사람의 소득으로 들어오도록 설계 • Citi는 상품의 수요 증가를 위해 상품의 질을 개선하고, 판로를 늘릴 예정임
Power-Oriented Home	N/A	N/A	<ul style="list-style-type: none"> • 주택소유자에게 재생 가능 전력을 사용하도록 인센티브를 제공함 • 주택의 물리적인 면보다는 지속가능성 고객 자체에 초점을 맞추고 있음
Commercial Building Loan	NRB, Wells Fargo, TAF/Tridel	북미	<ul style="list-style-type: none"> • 새 콘도 건설을 위한 Green loan • 이 프로젝트는 물, 공기, 에너지, 폐기물 처리, 스마트 빌딩 기술과 같은 혁신을 모두 포함 • 기존의 건물보다 25% 정도의 에너지가 절약됨을 보여줄 수 있어야 함
Home Equity Loan	Citigroup, NRB, Bendigo, Wainwright Bank & Trust, CFS, VanCity	Various	<ul style="list-style-type: none"> • NRB One-Step Solar Financing • 만료 기간이 태양 전지판 보증기간과 동일 • Citigroup은 가정용 태양력 시스템 구축이라는 목표를 갖고 solar home equity loan을 2006년에 발표
Home Equity Loan	Bank of America	미국	<ul style="list-style-type: none"> • Environmental Home Equity Program • Visa Access Credit을 사용하는 고객에 한해 은행은 NGO에 기부
Auto Loan	Mecu	호주	<ul style="list-style-type: none"> • goGreen Auto Loan은 성공적인 “그린” 상품으로 세계적으로 주목 받음 • 개설 이래 은행의 자동차 담보 대출이 45%나 증가

Auto Loan	VanCity	캐나다	<ul style="list-style-type: none"> • 저조한 실적을 보완하기 위해 하이브리드 자동차용 상품에서 배출량이 낮은 모든 차량으로 대상을 전환하여 Clean Air Auto Loan을 출시 • 비록 Hybrid Loan 옵션이 “고객 유치 및 관계 강화”라는 결과를 가져왔지만, 상품 자체는 많이 팔리지 않음
Fleet Loan	Bank of America	미국	<ul style="list-style-type: none"> • Small Business Administration Express Loan은 인가 절차가 신속하고, 담보가 필요하지 않으며 만기가 유연함 • 주로 연료 효율이 좋은 기술에 자금을 조달하기 위해 트럭수송업체에 제공됨 • SmartWay Upgrade 설비를 구매하도록 도와서 연비를 15% 향상시킴
Credit Card	CFS, MBNA (BOA), Shore bank Pacific	Various	<ul style="list-style-type: none"> • Affinity Cards • 연율 15-22%에 대부분이 연회비가 있다. MBNA의 Sierra Club Card은 특별히 성공적이었음1994년부터, 4만5천명의 회원들이 Sierra Club Visa에 가입 • 결과적으로 40만 달러의 기부금이 환경 NGO에 전달됨
Credit Card	Rabo bank	유럽	<ul style="list-style-type: none"> • Climate Credit Card • 은행은 카드로 구매한 상품과 서비스의 에너지 집약성에 따라 정해진 금액을 WWF에 기부함
Credit Card	Tendris Holding B.V.	네덜란드	<ul style="list-style-type: none"> • GreenCard Visa는 배출 상쇄 프로그램을 제공하는 세계 최초의 신용카드임 • 2004년부터 2만 명 이상의 가입자 유치 • 곧 독일과 스칸디나비아에 판매 예정 • 2007년, 미국 시장에 출시할 예정

Credit Card	Barclays	영국	<ul style="list-style-type: none"> • Barclays Breathe Card는 고객이 “그린” 상품과 서비스를 구매할 때 마다 할인과 저이자 혜택을 제공함 • 카드 수익 중 50%는 세계적인 배출 절감 프로젝트에 투자됨 • 영국의 8개 대기업이 참여하는 “We’re in this together” 캠페인과 관련되어 있음
Credit Card	Bank of America	미국	<ul style="list-style-type: none"> • 기존의 카드소유자들은 Visa World Points를 온실가스 저감에 투자하는 기관에 기부하거나 친환경 상품으로 되돌려 받을 수 있음
Deposit	Shore bank	미국	<ul style="list-style-type: none"> • EcoDeposit은 쓰레기와 오염을 줄이기 위해 노력하거나 천연자원을 보존하는 해당 지역의 회사들을 지원하기 위해 예금의 특정 비율을 따로 구분하여 자금을 조달 • EcoCash™ Checking Account는 매달 무료로 5장의 수표를 제공하되, 이 이상은 장당 3달러의 수수료를 받음 • 이 수수료의 일부는 The Climate Trust로 기부함
Deposit	Westpac	호주	<ul style="list-style-type: none"> • Landcare Term Deposit • 호주 최초의 환경 예금 상품; 1달러가 사용될 때마다 은행은 이와 동일한 금액을 지속가능 농업에 지원
Sales	Barclays, HSBC	유럽	<ul style="list-style-type: none"> • Barclays의 고객들은 은행에 돈을 예금할 필요 없이 비행과 관련된 이산화탄소 배출을 상쇄할 수 있음 • 이 새로운 이니셔티브는 상쇄 전문 기관 Climate Care와의 제휴 하에 이뤄지고 있음

□ 기업 및 투자금융(Corporate and Investment Banking)

상품 및 서비스	연구 은행	지역	핵심 상품 및 결과 (예상)
Project Finance	Rabo bank, Barclays, BNP Paribas, Fortis, Standard Chartered Bank, Citigroup	글로벌	<ul style="list-style-type: none"> • 대규모 재생 가능 에너지 프로젝트 파이낸싱만을 담당하는 특화된 서비스 부서나 TFT가 있음 • 일부 은행은 BNP Paribas (풍력), WestLB (바이오연료와 풍력) 등과 같이 한 가지 또는 여러 가지 재생 가능 에너지 기술에 특화함
Project Finance	Dexia	미국	<ul style="list-style-type: none"> • 포트폴리오 파이낸싱 기법 • 풍력 에너지 프로젝트를 담은 포트폴리오 파이낸싱과 풍력 발전소와 관련 있는 건설 위험을 결합
Partial Credit Guarantees	IFC	글로벌	<ul style="list-style-type: none"> • IFC는 환경 프로젝트에 자금을 조달하기 위해 지방당국이 발행한 채권을 제공
Securitization	IFC	글로벌	<ul style="list-style-type: none"> • 환경 프로젝트를 위한 증권화 거래 • IFC는 위험성의 중간 단계에서 보증인이나 투자가의 역할을 수행 • 위험 분담 조정을 통해 고객의 위험이 IFC로 이전됨
Securitization	IFC와 DFID.	글로벌	<ul style="list-style-type: none"> • Eco-Securitization은 자원의 지속가능경영을 자금동원 능력과 자산지원 증권화의 요건과 연결함으로써 “자연 인프라” 파이낸스의 실행 가능성을 시험

Securiti- zation	N/A	N/A	<ul style="list-style-type: none"> • Green Mortgage Backed Security는 에너지 사용과 환경적 기준을 따르는 건물의 모기지를 하나로 묶음 • 그린 건물의 운영비 절약으로 인한 수익 덕분에 더 높은 신용등급을 받을 수 있음
Bond	Various	파나마	<ul style="list-style-type: none"> • Forest Bond는 파나마의 대규모 삼림화를 지원하기 위해 고안됨 • 채보험업자는 25년 만기 채권을 인수하고 파나마 운하의 투자자 및 운하를 자주 이용하는 운송업체들이 이 채권을 구입 • “Forest Bond의 장기적인 특성이 장기 자산에 대한 투자자들의 필요를 충족시켜 줌”
Bond	BNP Paribas, Goldman Sachs, Lehman Brothers	글로벌	<ul style="list-style-type: none"> • Cat Bond는 자연 재해의 위험성에 대비한 보조적 자본을 제공함 • Cat Bond는 평균보다 높은 이율을 제공하며 투자자의 포트폴리오를 다양화하고 예비금을 보완
Tech- nology Leasing	Rabo bank	유럽	<ul style="list-style-type: none"> • 2005년 동안 Rabobank는 green lease 제도로 1억300만 유로를 조달
IPO Support	ABN AMRO, Citigroup ,CIBC	글로벌	<ul style="list-style-type: none"> • Citigroup은 Brasil Ecodiesel의 언더라이터로서 1억7700만 달러 규모의 IPO를 인수하여 브라질과 국제 시장에 매각 • 2003년에 창립된 이 회사는 현재 남미 최대의 바이오 디젤 생산자임

Private Equity	Bank of America	북미	<ul style="list-style-type: none"> • 산림 보호를 목적으로 하는 최초의 사모펀드 • 6500만 달러 규모의 사모펀드는 산림 보호, 생물다양성 보호, 이산화탄소 억제에 초점을 맞춤 • 생물학적으로 민감한 토지와 지속가능 산림의 유지·경영을 지향하는 비영리 단체들이 필요한 자금의 100%를 할인된 금리로 대출해 줌 • 비영리 단체들은 미국의 목재회사로부터 토지를 구입한 후, 보존지역권을 판매하여 산림이 보존되도록 함 • 지역권을 판매하여 받은 금액으로 BOA 채무를 갚음 • 이와 같은 유연한 금융제도를 통해 벌목 작업을 연간 산림의 최대 3%로 제한하여 지속가능한 벌목을 가능하게 함 • 목재 판매로 얻은 수익은 지역 경제에 재투자됨
SRI Equity Research	WestLB	글로벌	<ul style="list-style-type: none"> • WestLB의 SRI Equity Research 상품은 현재까지 이 상품을 책임지고 있는 자본전략팀의 분석가들에 의해 생성된 상향(bottom up) 이니셔티브임 • 2001년에 WestLB는 판매 분야에 처음 발을 들이면서 선구자적 역할을 수행 • 조사주제의 분야에서 전문가적인 식견과 명성을 쌓아 오늘날 이 분야의 선두를 지키고 있음; 경쟁사들은 이런 WestLB의 전문성을 모방할 수 없음 • 오직 극소수의 브로커들만이 독립적으로 SRI 상품을 제공하고 있음

<p>SRI Equity Research</p>	<p>JP Morgan</p>	<p>글로벌</p>	<ul style="list-style-type: none"> • JPMorgan은 고객에게 기후 변화와 관련된 사업 위험성과 기회성에 대한 투자조사 결과를 제공함 • JPMorgan은 탄소배출권의 잠재적 의무, 지속가능 청정에너지의 개발, 탄소 포집, 탄소배출권 거래 등의 분야에 진출하기 위한 리서치를 수행 • 특히 이 기업은 현재 운영되고 있는 탄소 억제 제도를 고려한 경제, 입법, 사업 개발 및 회사 가치에 중점을 둠 • 2007년 JPMorgan은 기후변화에 의해 발생하는 위험성에 대한 체계적인 설명을 제공하는 최초의 기업채권지수인 JENI Bond Index 상용화
<p>Eco- Indices</p>	<p>ABN AMRO</p>	<p>유럽</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ABN AMRO의 Private Investor Products 사업은 창의적인 에코상품을 여러 종류의 자산에 맞춰 개발 • 은행들은 물과 재생 가능 에너지와 같은 상품을 거래할 수 있는 구조를 개발하는데 중요한 성공을 이룸 • ABN AMRO는 이 분야에서만 10억 유로 이상의 개인 고객의 자산을 관리하고 있음 • 이 상품은 높은 수익률을 보이고 있음; 예를 들어, ABN AMRO의 water index의 가치는 개설된 지 18개월 만에 평균 시장 상승률(10-12%)보다 훨씬 높은 50%를 기록 • Solar energy index는 작년 보다 30% 상승했고 지난 3년간 300%의 상승률을 기록

Carbon Commodity Products	Barclays Capital, HSBC, Fortis, ABN AMRO, BNP Paribas, JP Morgan, Goldman Sachs, Citigroup 등	유럽 (북미 소수 지역)	<ul style="list-style-type: none"> • 은행들은 CDM과 JI 프로젝트로부터 탄소배출권을 얻기 위해 주식, 대출 등을 제공함 • 대부분의 은행들은 고객의 필요에 맞춰 탄소 배출권을 따내고, 은행의 트레이딩 데스크에서 거래될 수 있도록 공급하며, 배출 수당과 탄소 배출권을 근거로 대출 상품을 개발함
Allowance Trading Products	Barclays Capital, HSBC, Fortis, ABN AMRO, BNP Paribas, JP Morgan, Goldman Sachs, Citigroup 등	유럽	<ul style="list-style-type: none"> • Allowance Trading Products에는 다음과 같은 상품이 있음 • 물리적 순서의 신중한 배치, 고정 또는 변동 스왑, 조정 매매, 옵션, 배출권 재 구매, 현물과 선물 거래를 위한 시장 조성, 교차상품에 기초한 가격 헤징

□ 자산 운용(Asset Management)

상품 및 서비스	연구 은행	지역	핵심 상품 및 결과 (예상)
Green Fund	네덜란드 은행	네덜란드	<ul style="list-style-type: none"> • Dutch Green Funds의 지분을 구매하거나 투자할 때 고객은 소득세 감면 혜택을 받음; 그 대신 은행은 투자액에 대한 이자를 낮춰서 지급 • 이렇게 이자비용을 절약한 은행은 절약한 만큼 녹색 프로젝트에 조달되는 대출금에 낮은 금리를 적용할 수 있음 • 2005년에 Rabobank의 Green Fund는 6만3천 명의 투자자를 유치하고, 총 20억 유로의 용자를 제공함
Green Fund	UBS	유럽	<ul style="list-style-type: none"> • UBS (Lux) Equity Fund - Eco Performance는 세계 최대 규모의 “그린” 펀드 • 개설 후 4년 만에 총 자산이 2억5000만 달러에 이르렀고, 이중 80%는 환경/사회 분야의 주요업체에게, 20%는 “에코혁신기술업체”에게 지원됨 • 후발 상품인 UBS (Lux) Equity Fund - Future Energy는 “실질적인 시장 가치가 있는” 4대 핵심 사업 분야 중 청정 에너지 투자 부문에 초점을 맞추고 있음
Cat Bond Fund	Credit Suisse	유럽	<ul style="list-style-type: none"> • Leu Prima Cat Bond Fund • 재해 채권(Cat Bond)을 위한 세계 최초의 공공 기금 • 이 펀드는 부분적으로 기후 변화와 관련된 자연 재해를 대상으로 하고 있음 • 초기 수요가 매우 높아 2002년 말에 모두 판매되었고, 2003년에 새로운 펀드가 개설됨 • 펀드의 초기 모형은 2억4300만 달러의 수익을 달성

□ 보험(Insurance)

상품 및 서비스	연구 은행	지역	핵심 상품 및 결과 (예상)
Auto Insurance	Aviva, GMAC Insurance	영국, 독일, 캐나다	<ul style="list-style-type: none"> • Pay As You Drive™ Insurance: 주행거리에 기반을 둔 보험
Auto Insurance	Co-operative Insurance Services	영국	<ul style="list-style-type: none"> • 하이브리드 차량과 연료 효율이 높은 차량에게 10% 할인혜택을 제공 • 은행은 차량의 연간 배출량의 20%를 상쇄하기 위해 25파운드(47달러)를 Climate Care에 기부함
Building Insurance	California Firemen Fund	미국	<ul style="list-style-type: none"> • Green Building Replacement and Upgrade Coverage • 이 상품은 지속가능한 건축업과 관련된 환경 위험에 적용이 가능
Home Insurance	ETA	영국	<ul style="list-style-type: none"> • “Climate Neutral” Home Insurance Policy
Commodity Insurance	Swiss Re	유럽	<ul style="list-style-type: none"> • Emissions Reduction Trade를 위한 Contingent Cap Forward
Commodity Insurance	AIG and Marsh	유럽	<ul style="list-style-type: none"> • 탄소배출권 보증

다. 녹색금융의 주요 기회

□ 녹색금융 상품 및 서비스의 기회는 다음과 같이 분류함

- 신흥 기회(Emerging Opportunities)
- 선발자의 기회(“First Mover” Opportunities)

- 이해관계자 연계 기회(Stakeholder Alignment Opportunities)
- 마케팅 및 전략 기회(Marketing and Strategy Opportunities)

□ 신흥 기회(Emerging Opportunities)

- 친환경 건축, 청정 기술, 탄소 시장과 같이 최근 부상하는 녹색금융 관련 분야는 놀라운 속도로 발전하고 있음
 - 북미 상업건물의 1%에 미치지 못했던 녹색 건물의 수가 2006년에는 6%(약 150억 달러)로 증가
 - 2005년에 475억 달러였던 북미 내 친환경 기업의 자산 규모가 2006년에는 1200억 달러에 달함; 2010년까지 환경산업에 조달될 투자금액이 1000억 달러를 초과할 것이라고 예견
(New Energy Finance)
- 탄소 규제가 아직 불확실한 국가의 금융기관은 유럽의 선진 금융기관의 경험과 선진사례를 참고하여 녹색금융의 신흥 기회를 극대화 시킬 수 있음

□ 선발자의 기회("First Mover" Opportunities)

- 북미 녹색금융의 선발자는 주로 탄소중립 사업에 초점을 두고 있고, 상품 또는 기업 수준에서 탄소중립을 달성하는 것이 점차 수용 가능한 관행이 되어가고 있음
- 탄소 상쇄와 관련된 혁신적인 상품 및 서비스를 조기에 제공하는 기업은 좋은 평가, 방송 매체의 긍정적인 관심 등의 이익을 얻을 수 있음

□ 이해관계자 연계 기회(Stakeholder Alignment Opportunities)

- 친환경 기술 개발·제조업체와의 제휴관계를 통해 녹색금융 상품을 기획 과정에서 친환경 상품의 가치 사슬·구조에 대해 더욱 깊이 알게 됨
- 따라서 은행은 고객의 장기적인 필요와 목표에 맞춰 상품을 제공할 수 있고, 고객과의 관계도 강화
- 정부가 주도하는 환경 및 에너지 정책, 장려제도에 맞춰 그린 금융 및 서비스를 개발
- 녹색금융 상품과 서비스의 개발을 위해 환경관련 NGO나 환경 문제를 연구하는 기구와 협력

□ 마케팅 및 전략 기회(Marketing and Strategy Opportunities)

- “녹색금융 상품에 대한 이해관계자(직원, 주주, 고객, 공급업체, 지역사회)의 태도에 영향을 주는데 있어서 브랜딩은 매우 중요.” (Alessandro Profumo, UniCredit의 CEO)
- 따라서 혁신적인 상품과 서비스에 어울리며 통일성 있는 브랜드를 부여한다면 녹색금융 상품에 대한 편견 극복 가능
- 고객과 직원을 “그린” 세미나, 워크숍, 산업 토론회에 초청하는 등 이해관계자들의 적극적인 참여를 유도하여 장애요소를 식별·해결; 녹색금융 상품과 서비스의 원활한 운용을 도움
- 창의적이고 교육적인 마케팅 캠페인으로 녹색상품에 대한 고객의 편견을 극복하고 상품의 수요를 활성화 함

라. 녹색금융 벤치마크의 교훈

□ 소매금융(Retail Banking)

- 북미의 소매금융 분야에서는 아직 환경 부문에 대한 리더십이나 인지도가 아직 부족함
- 녹색금융의 기회는 소매금융 분야에서 가장 다양함
- 다수의 기업이 “그린” 모기지 상품을 통해 에너지 절약을 실천할 수 있었던 반면, 기대했던 재정적 이득은 얻지 못함

□ 기업 및 투자금융(Corporate and Investment Banking)

- 북미 은행들은 대규모 재생 에너지를 위한 혁신적인 녹색 프로젝트 파이낸스 제도에 적극적으로 기여
- 자연 친화적 인프라 파이낸스의 가능성을 측정하는 “에코증권화”와 같이 은행계 외에서도 녹색 파이낸스의 기회가 주어짐
- 배출권 트레이딩 데스크 설립, 탄소 자산에 기초한 최신 파생상품의 개발, 배출권 투자 및 매매, 은행의 GHG 배출량 최소화 등의 사업이 향후 2-3년 안에 유럽의 주요 금융 상품으로 부상할 것
- 하지만, 단지 친환경 프로젝트에 자금을 조달한다고 해서 혁신적인 은행으로 인정받는 것이 아니라, 자금을 조달 받은 프로젝트가 은행의 포트폴리오를 차지하는 비율에 따라 혁신성을 인정

□ 자산관리(Asset Management)

- 기업의 사무 위험 및 준법 위험만큼 시장 위험과 신용 위험에 신경 쓰는 등 위험관리의 범위가 계속 확장되고 있음

— 특히, 청정 기술 및 탄소 배출권 개발 기업뿐만 아니라, 일반 기업에 자금을 조달할 때도 환경 위험에 신경 쓰는 금융 기관이 증가

보험(Insurance)

- 투자 펀드와 비슷하게 보험 역시 크게 성장할 수 있는 분야로써 현재는 다음과 같은 녹색 상품을 제공; 보험료가 자동차 주행거리와 비례하는 보험, LEED 인증 건물에 적용되는 보험, 재생 가능 및 청정에너지 프로젝트를 위한 특별 보험
- 곧 기후관련 손해에도 보험이 적용되는 상품 출시 예정

마. 녹색금융 향후 성과 평가 시 고려해야 할 점

- 높은 수준의 재무성과를 달성했는가?
- 성공적으로 고객을 유치했는가?
- 장기적으로 존속이 가능하며 매년 사용이 가능한가?
- 모든 이해관계자의 환경 인식을 개선하는가?
- 방송 매체나 환경 NGO로부터 긍정적인 관심을 받는가?
- 기타 환경 상품 및 서비스 고안을 추구하는가?

브랜드 인지도나 기업 이미지를 향상 시키는가?

2. 기후변화와 금융산업의 역할(Climate change & Financial Services Industry¹⁵⁾)

가. 기후변화와 금융산업의 역할

1) 서론

여러 과학기술보고서들은 인재(人災; human-induced)로 인한 기후변화 증거를 제시

— 자연재해로 인한 경제적 손실이 십년마다 두 배로 증가하여 지난 15년 동안 1조 달러로 추산하고 있으며, 온실가스(greenhouse gas: GHG) 배출량이 당장 제로로 줄어들더라도 지금까지 누적된 환경오염으로 향후 100년간은 지구온난화가 지속될 것으로 예측

이에 따라 GHG 배출규제 움직임과 배출권거래움직임이 활발해짐

— 이런 움직임은 회사 경영, 투자정책, 대출정책에 상당한 변화를 야기하는 위험요인이자 기회요인이 될 것으로 보이나, 구체적으로 어떤 모습으로 다가올지는 명확하지 않다는 불확실성이 존재함

15) Innovest Strategic Value Advisors, "Climate Change & The Financial Services Industry", UNEP Finance Initiative, 2002의 요약정리

- 이러한 불확실성의 지속은 금융산업 플레이어가 소극적인 대처한 데도 원인이 있지만, 글로벌 이슈에 대한 정치권의 망설임과 대책 부족도 주요 원인이었음
 - 다행이 기후변화에 대한 정치적 인식이 높아지면서 기업들도 전략적으로 이 문제에 적극적으로 접근하기 시작하고 있음

2) 금융산업의 역할

- 역사적으로 볼 때 GHG와 같이 '정부주도'의 시장시스템이 효과적으로 기능하기 위해서는 금융회사들이 중요한 역할을 수행해야 함
- CCWG에서 GHG관련 금융회사의 역할은 대체로 다음과 같음
 - 거래소, 계리사, 회계사 등과 협조하여 GHG 시장의 효율적인 설계 및 모니터링체계 구축
 - 법적 책임(statutory responsibilities)과 자발적 참여(voluntary commitments)를 통해 기후변화가 사회/환경적으로 주요 이슈임을 부각
 - 효율적인 배출권거래시장 발전을 위해 상품 표준 제정, 거래특성 확정, 조직인프라 구축 등을 준비
 - 날씨파생, CAT bond 등 GHG 감축 및 위험헤징을 위한 상품서비스 개발
 - 기후변화에 따른 risk factor를 신인의무 및 의결권대리행사 등에 반영할지 검토
 - 금융회사 자신의 기후변화이벤트에 위험관리체계 구축 및 energy efficiency를 추구하는 자산포트폴리오 추구

<그림 III-1> 기후변화의 금융산업별 영향

금융산업 분야	기후변화 잠재적 영향
Providers of Capital * 개인 * 기업 * 외국인 투자자	- 글로벌 경제 충격 - 투자심리 위축
Advisors * 컨설턴트 * 애널리스트 * 신용평가회사	- 주식채권 가치평가
Investors * 펀드매니저 * 투자은행 * PF	- 투자실적 악화 - GHG 시장 창출 - 신인의무 재정의
Lenders * 은행(기업금융) * 모기지 * 상업차관	- 기업 신용도 악영향 - 실물자산 손실위험 증가 - GHG 시장 창출
Insurers * 재보험 * 언더라이터 * 브로커	- 신용/유동성 문제 - 위험전가상품 수요 증가 - GHG 시장 창출
Brokers/Dealers * 딜러 * 상품거래자 * 브로커	- GHG 관련 배출권거래 증가 - 위험관리필요성 증가
Users of Capital * 개인 * 기업 * 정부	- 컴플라이언스비용 증가 - Tail event 손실 증가 - 민관 파트너십 증가
Regulators * 상장/ 기업공개 * 회계 * 은행법	- 기후 관련 공시 확대 - 회계 가이드라인 변경 - 투자자 신뢰 하락

3) 금융산업의 한계

□ 금융산업은 기후변화와 관련한 거대한 어젠다에서 하나의 도구이지 어젠다 자체의 이니셔티브를 가질 수는 없으며 금융회사들이 그렇게 생각하지도 않음

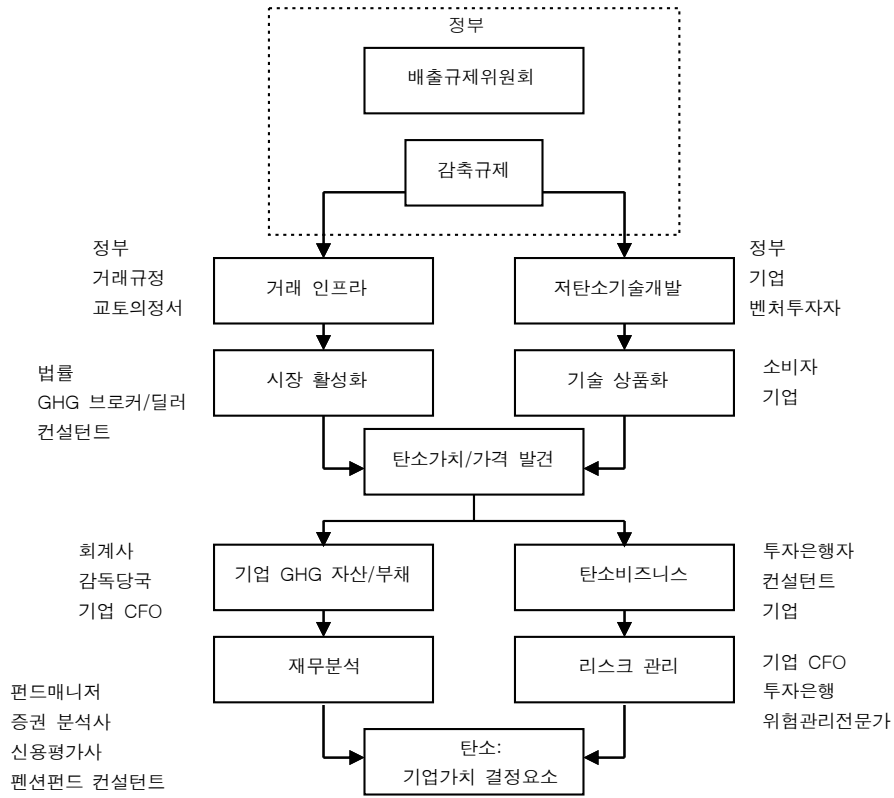
— 금융기관들은 관련 상품의 거래를 촉진하는 등 기후변화 관련 시장 발전으로 재무이득이 발생하는 분야에 한해 정책입안자와 공조하기를 원함

- 가령, 드래스트너은행은 EU Scheme이 나오기 전에 이미 독일정부에 배출권거래 도입 스킴을 제시함
 - 공동노력과 관련해서, 여러 금융기관들은 산업은 상업적 수준에서 발생하는 집단적인 행동을 매우 우려하고 있다고 생각함
 - 기후변화와 같은 산업전반에 영향을 주는 이슈들에 대한 집단행동을 두려워한다고 여김
- 또한 금융기관, 특히 보험회사에게 무한책임과 계량화가 불가능한 위험까지 커버하라고 할 수는 없음
- 가령, 생물다양성(biodiversity)이 기후변화의 주요 이슈이지만, 그에 따른 손실을 보험으로 헤지하는 것은 물리적으로 불가능

4) 행동원칙

- 환경이슈가 대중화하며 부각되기 위해서는 이해관계자간의 협력이 필수적이며, 이를 위해서는 이해당사자간의 이해관계의 정렬이 매우 중요함
- 금융회사의 경우 기후변화 이슈들이 가치를 새롭게 창출할 수 있고, 수익 창출이 실현가능하도록 이해관계의 정렬이 이루어져야 함
- 금융회사의 이해관계 정렬을 통해 가치창출의 모멘텀으로 작용한 기후변화 관련 이벤트들은 다음과 같음
- 기후변화 우려 여론 확산, EU와 일본의 교토의정서 비준, GHG 감축에 대한 정치권 공감대 제고

<그림 III-2> 탄소의 가격형성 과정



— Carbon disclosure project

- GHG 관련 투자정보 공개를 위한 기관투자가연합의 공동보조

— Dutch ERUPT 프로그램의 성공, World Bank Prototype Carbon Fund, 관련헤지상품(weather hedging product) 등장

— 그린에너지인증서(green energy certification)거래(호주), 기업지배 구조와 회계측면에서 기후변화에 대한 관심 증대

— 배출권 거래시장의 지속적인 성장

나. GHG 감축 관련 금융 비즈니스 현황

- 기후변화에 대한 금융회사의 현재 인식수준은 4개의 카테고리로 분류가능
 - Unaware: 금융 비즈니스 관점에서 기후변화의 중요성을 인식 못함
 - Wait and See: 관심은 있으나 상품화를 하지 못함
 - Proactive: 관련 신상품 개발 및 판매 전략 수립
 - Leader: GHG 분야의 시장 선점

- 조사결과 대부분의 금융회사들은 'Unaware' 또는 'Wait and See' 에 속함
 - 몇몇 회사들은 'Proactive' 또는 'Leader' 카테고리에 속함
 - 주로 GHG 거래 관련 브로커/딜러들, 재보험회사들, 사회책임적인 투자그룹 또는 자연자원 관련 투자에 관심 있는 자산운용회사들임

1) 보험회사

- 다른 금융업종보다 기후변화의 비즈니스 중요성을 인식하고 있음
 - 영국 Chartered Insurance Institute의 2001년 조사에 따르면 조사 대상자의 77%가 향후 20년 안에 기후변화에 따른 기후손실(weather losses)이 시장에 중요한 영향을 미칠 것이라고 응답
 - 기후변화에 따른 해수면 상승, 폭풍 등에 주목
 - 이들 현상은 손해보험의 비용증가, 보상범위 논란, 수익 감소, 재보험 가입 여부 논란, 고위험지역에서의 사업철수 등을 발생시킬 수 있음

— 재보험회사, 특히, Swiss Re와 Munich Re는 “Leader” 카테고리
에 속함

□ 지역과 비즈니스 라인에 따라 다양한 전략적 양상을 보임

— 영국과 일본의 보험회사는 기후변화 관련 전략수립을 시작했고,
미국의 보험 및 재보험회사들은 기후변화 문제를 광고에 활용하
거나, 기후관련 연구의 스폰서로 참여

— 그럼에도 기후이벤트의 발생빈도 등에 대한 데이터 부재, 불확실성
등으로 비즈니스로 연결하는데 기본적인 어려움이 있음(보험계리)

□ 그럼에도 보험회사들은 기후변화 위험을 언더라이팅과정에 고려

— 영국의 경우 가뭄과 홍수에 대해서만 고려한 일괄적인 상품을 소
개했던 것에서 점차 기후변화 위험을 상품구조에 반영하기 시작함
• 그러나 대부분의 보험업자들은 아직 이를 인식하지 못함

□ 한편 재보험회사들은 전통적인 보험만으로는 자연재해의 다양한 위
험을 커버하지 못함

— catastrophe bond와 같은 위험전가상품(risk transfer instrument)
이나 기후관련 파생상품을 제공하는 회사들의 출현이 문제해결을
가능하게 할 것임

2) 소매은행

□ 은행 경영진의 기후변화 관련 인식은 대체로 낮은 수준이나 대출결
정 및 신용리스크에 영향을 주는 기후변화와 GHG 경감 규정에 관
심이 있음

- 상업은행에 속한 환경전문가들은 기후변화가 기업고객영업에 영향을 줄 것으로 인지하고 있으나, 대부분의 상업은행들은 대책 없이 'Wait and See' 함
- 가장 큰 문제는 기후변화에 따르는 위험을 측정하고 신용평가할 수 있는 방법론이 부재하다는 점
 - 기후변화 위험을 측정하고 평가하는 표준화된 방법론이 개발되지 못함에 따라 은행마다 독자적인 방법을 사용
- GHG 신용거래, 'energy efficient'대출 및 이와 유사한 영역에서 지속적으로 기회를 추구하고 있음
 - Deutsche Bank와 Rabobank는 이들의 자산운용부문이 World Bank Prototype Carbon Fund에 참여함으로써 탄소금융에 관련된 경험을 가질 수 있었고 이번 조사에서 'Leader'그룹에 속하게 됨
 - green home loan과 모기지를 잠재적인 새로운 상품라인으로 볼 수 있음

3) 자산운용회사

- 많은 자산운용회사들은 아직까지 기후변화를 새로운 투자요소로 인식하지 못하는 가운데 몇몇 운용사들이 GHG 관련 투자 상품을 개발
 - UBS는 고객에게 탄소펀드를 제공하고 있으며 영국대학연금기금(USS)은 기후변화와 연금, 기후변화와 자산운용 등 기후변화 관련 교육 및 커뮤니케이션에도 관심을 보임
 - 또한 기후변화는 사회책임투자의 주요 대상이 됨

- 자산운용 측면에서 가장 큰 애로는 데이터의 부재로 주식평가에 기후변화 요소를 합리적으로 반영하기 어렵다는 점
 - Carbon Disclosure Project, Institutional Investors Group on Climate Change 등이 GHG 및 기후변화 인식 향상, 탄소관리 관련 기업과의 거래에 관한 가이드라인 개발을 위해 노력

- 자산운용회사들은 부동산 관련 포트폴리오 구성에 있어 기후변화 관련 이슈를 반영하고자 다각적으로 연구하고 있음
 - 영국의 부동산 회사들은 이미 탄소관리와 배출권 거래와 관련하여 과거에 비해 더 많은 관심을 보이고 있음

- 잠재적인 시장규모에 비해 투자규모는 크지 않은 수준
 - 주요 기관투자자들과 연기금펀드들은 경험부족과 고위험에 대한 부담으로 투자가 미흡하며, 벤처투자자들은 SI 자격으로 투자
 - 점차 본 영역을 투자기회로 생각하는 회사들이 늘어나고 있으며, 청정기술관련 펀드상품들도 다양해지고 있음
 - IMPAX Capital의 environmental technology fund, UBS의 fuel cell baskets and Future Energy equity funds 등의 사례
 - 다른 펀드매니저들도 기후 관련 펀드상품 개발을 시작함
 - Friends, Ivory & Sime의 environmental technology funds 판매
 - Hancock Group은 산림산업에 주로 투자하여 'clear leadership'의 입지를 확보함

4) 프로젝트파이낸스

- 약 2년 전부터 청정기술(clean technology), 탄소파이낸스에 투자하는 프로젝트금융과 벤처캐피탈펀드들이 등장
 - World Bank의 조사에 따르면 25~40억 달러 규모의 탄소관련펀드와 10억 달러 규모의 임업펀드(forestry fund)가 조성된 것으로 추정됨
 - 탄소배출권에 주로 투자하는 pure carbon fund(예: World Bank Prototype Carbon Fund: PCF)
 - 탄소금융에 부수적으로 투자하는 private equity/project fund(예: FondElec의 Latin American Clean Energy Services Fund, Black Emerald Group의 innovative lease financing)

- 초기의 펀드들은 투자자의 관심을 얻지 못했으나, 최근에는 투자자의 관심을 일으키고 있음
 - 초기 탄소펀드인 UBS의 탄소펀드는 투자자 모집 실패로 중단
 - G-8 Renewable Energy Task Force에 따르면 향후 2~5년 동안 100~150억 달러 규모의 자금이 재생에너지부분에 투자될 것이며, 매년 최대 15억 달러가 개발도상국 재생에너지 프로젝트에 사용되고 있음

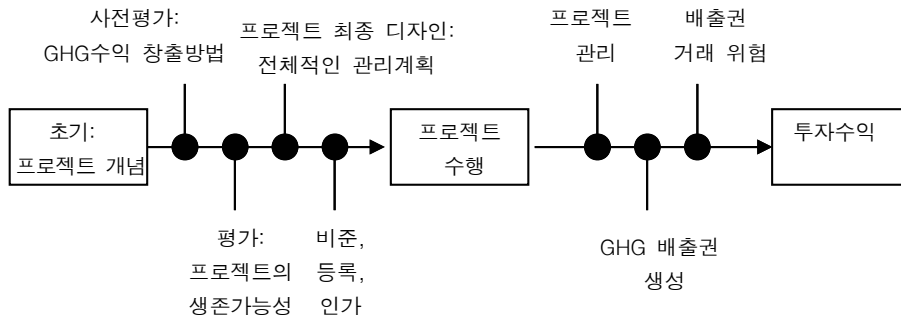
- 개발은행, 상업/투자은행, 시행사간의 전략적 제휴를 통해 이상적인 펀딩 해법을 찾을 수 있음
 - 예: World Bank PCF와 다국적 은행 간의 파트너십

- PCF는 그들의 파트너 은행을 통해 프로젝트 제안자에게 대출금을 지급함으로써 정치 및 환위험을 최소화할 수 있음
- 프로젝트 제안자들은 이러한 방법으로 정상적으로는 얻을 수 없었던 장기 차입금을 확보할 수 있게 됨

□ 카본 관련 프로젝트파이낸스는 재무적 이익만을 목적으로 하는 재무적 투자자에게는 크게 호응을 얻지 못하고 있으며, 주로 전략적 투자자가 대부분임

- 프로젝트 규모가 작고, 복잡해서 효율적인 수익창출구조를 만들기 어려움. 그래서 자본, 기술, 회사 등을 한곳에 풀링하는 추세
- 다른 에너지관련 프로젝트파이낸스와 비교할 때 배출권 관련 규제정책의 변화, 거래위험 등과 같은 추가적인 위험에 노출
- 다른 투자프로젝트보다 관료주의, 정치적 불확실성 등으로 투자기간이 길다고 할 수 있음
- 그래서 대부분의 기관투자자들은 감독의 어려움, 정치적 위험, 명성의 손실 등을 우려해 개발도상국으로의 투자를 두려워하고 있음

<그림 III-3> 온실가스저감 프로젝트 수행단계



5) 배출권거래 시장

- 금융회사들은 두 가지 이유에서 Emissions Trading Schemes에 관심이 있는 것으로 보임
 - GHG 관련 주식거래
 - 기업고객에게 배출권거래의 중요성을 이해시킬 필요

- 이 같은 관심에도 불구하고, 배출권거래시장은 크게 발전하지 못하고 있음
 - 예: UK Carbon Trading Scheme에 금융회사들은 참여하지 않음. 세 가지 문제점이 지적됨
 - 위험요소: 금융회사들은 투자포트폴리오를 밝힐 것을 요구
 - 비용요소: 검증비용이 이득보다 크다고 여겨짐
 - 기타: Scheme의 복잡성, 법률처리에 따르는 시간적, 비용적 요소들

- 긍정적인 시장상황이 마련되고는 있지만 아직까지 거대 규모의 배출권 구매자들의 수는 그리 많지 않음
 - 환경금융회사인 Ecoscurities는 구매자/투자자들을 5개의 그룹으로 분류하고 있음
 - Institutional Multilateral: World Bank PCF, IFC, Asian Development Bank
 - Public Sector Unilateral: Dutch ERUPT programme, UK Climate Challenge Fund, Australia GGAP GHG Tender 등
 - Private Sector Funds: Edison Electric Institute, Fondelec, Black Emerald
 - Bilateral transactions: 대기업(OPG, TransAlta, Shell 등)

— Green Certificate Buyers: 구조화된 거래를 원하는 이질적인 시장

□ GHG 시장 활성화를 위한 기준들이 만들어지고 있음

— 구매자와 판매자의 책임, 배출권의 가치평가 등이 주요 이슈

— 배출권을 프로젝트와 분리시켜 개별적으로 판매하는 것도 시장 활성화의 한 방법

— 로펌들에 의해 탄소 배출권 계약서를 표준화하는 작업도 GHG 거래비용 절감방법 중 하나임

□ Renewable Obligation Certificates(ROCs)에서의 시장은 청정기술 발전의 요소로 매우 중요함

— 호주와 영국에서 ROC scheme을 성공하였으나 여전이 많은 문제점들이 존재함

- 높은 거래비용, 거래 협정의 비표준화 등

6) 전문서비스

□ (계리사) 기후변화 요소를 상품개발자 혹은 투자자가 상품구성에 포함할 때 어떻게 반영할지를 결정하는데 중요

□ (회계사) GHG 관련 거래의 표준화된 회계기법을 지속적으로 발전시키고 있음

□ (신용평가회사) 자산 및 부채 평가 등에 강력한 영향력을 행사

다. 실행과정의 장애물

1) 금융업종별 장애물

이슈간 경쟁

- 기후변화는 기업 가치에 영향을 주는 여러 가지 요인들 중 하나
 - 원유가격, 테러위험, 기업지배구조 문제 등 여러 이슈들과 경쟁해야 함

문화적 충돌(culture clash)

- 제도권 금융전문자에게 기후변화는 새로운 재무위험요소로 인식되기 보다는 NGO의 환경운동 정도로 생각

중요성(Materiality) 인식 부족

- 기후변화는 기업의 금융행위와 관계가 없거나 심지어는 해가 될 수 있다는 잘못된 인식을 가짐

신인의무에 대한 편협한 해석

- 기업의 환경 및 사회책임 활동을 과거에는 전혀 중요하지 않다고 생각했기 때문에 신인의무로 간주하지 않았음
- 최근에는 이런 좁은 이해방식이 완화되고 있으며, 유럽의 연금규정들은 기업의 사회책임 및 환경활동을 기업의 재무성과와 밀접한 관련이 있는 것으로 투자자에게 인지시키고 있음

□ 기후위협 속성

- 기후변화는 석면이나 유전자변형식품과는 달리 무형의 현상이며, Y2K처럼 시작일을 정의할 수 없다는 한계가 있음
- 기후변화는 모든 금융서비스에 공통적으로 나타날 수 있다는 특성 때문에 공동책임의식이 강하며, 그래서 특정 금융주체가 주도권을 잡기가 쉽지 않음

□ 탄소의 저가치성

- 기후변화와 재무위험간의 연관성에 대한 믿음 부족, 불완전한 탄소가격 발견 등으로 금융플레이어들이 기후관련 비즈니스에 큰 가치를 부여하는 것을 어렵게 함
- 그래서 GHG 규정들에도 불구하고 금융회사들은 금전적 이익이 발생하는 경우에만 관심을 가짐

2) 정치적, 제도적 장애물

□ 정치적 리더십 부족 및 규제기관의 인식부족

- 이번 조사에서 압도적인 숫자의 응답자들이 강력한 정부리더십이 중요한 요소라고 대답함

□ 장기적 관점에서의 규제기구에 대한 불확실성

- 교토 의정서 이후(2012년 이후) 정책에 대한 불확실성

□ 배출권 거래시스템의 국제규범 및 기준 보완

- 전 세계적으로 통용 가능한 배출권거래시스템이 필요

- 미국기업의 참여, 다른 시장간 거래 등이 요구됨

□ 기후예측 정보 부족 및 모델링위험

□ 청정기술의 상업화에 대한 정부의 인식 부족

- 기술개발자와 수혜자 모두가 공감하는 재생에너지 공급을 위한 정확한 정책목표의 부재로 잠재적 투자자를 이끌어내는데 어려움

3) 분석적 장애물

□ 기후변화, 탄소규제, 가치창출간의 명확한 관계를 규명하기 위한 계량분석이 부족함

- 자산운용회사, 애널리스트, 보험 언더라이터 및 개별기업의 주주들은 위험과 기회요인을 계량적으로 처리하기를 원함
 - GHG 규정과 기업이윤과의 관계를 규명할만한 모델을 개발하는 것이 필요

□ 전통적인 투자은행 행위에서 탄소금융에 대한 분석이 불충분함

- 탄소리스크 분석 또는 증권가격결정, 자산배분, M&A, 기타 투자 의사결정에서의 탄소가치에 대한 고려는 탄소의 가치가 상승할 경우 발생할 수 있는 이슈들
- 이러한 시장상황이 발생할 경우 각각에 상황에 적용할 수 있는 모델구축이 요구됨

□ 데이터 부족

- 기업의 기후변화전략 및 GHG 배출관리에 대한 데이터 부족은 기관투자자 확보에 장애가 되며, 또한 회사의 잠재적 위험을 분석하는 데에도 어려움이 있음

4) Market operation 측면의 장애물

□ 많은 벤처투자자들은 청정기술지원에 대한 보다 강력하고 뚜렷한 시그널을 원함

- 세제혜택, 최소가격 및 시장점유율, 그린 인증거래와 같은 상업적 요소들에 관심이 있음
- 규제체제가 정비되어 환경기술 투자에서 이익을 발생시키고, GHG 거래 메커니즘이 효율화된다면 금융회사들의 활동이 증가하게 될 것이며, 이들로부터 질적으로 향상된 상품과 서비스가 제공될 것임

□ 온실가스 거래시장특성(비효율성)이 성장을 저해할 수도 있음

- 온실가스 배출권거래시장은 경제학에서의 효율적 시장 조건을 만족시키지 않을 수 있음

□ 복잡한 시장상황

- 관료주의적인 배출권 거래시스템은 GHG 배출권 창출 및 거래 시스템, 기후관련 파생상품시장, Renewables Obligation Certificate(ROC) 시장, CAT bond에 보다 폭넓은 금융기관의 참여를 방해함

□ 규모의 문제

- 투자펀드들이 대부분 적어도 medium-size인 것과 비교했을 때 대다수의 clean development mechanism(CDM), joint implementation(JI) 프로젝트, 청정에너지 관련 프로젝트들은 소규모임
 - 높은 수준의 경상비 및 거래비용 지출이 발생하고 있음

라. 제안사항

1) 모든 참여자에 대한 제안

- 경영진과 투자자에 대한 수익모델로서 기후변화의 중요성 교육

- 모든 상품과 서비스 생산에서 Sustainability 전략 채택
 - 자율적인 배출관리
 - 탄소 중립적 상품과 서비스 개발

2) 정부에 대한 제안

- 산업과의 협의체계, 배출권거래시장 활성화, 청정기술 개발에 대한 인센티브 제공

- 금융시장에서 GHG 이슈에 대한 정보공개 및 투명성 증진

- LDC에 대한 기술 및 재정지원

3) 규제당국에 대한 제안

- 기후변화 관련 위험을 투자자에게 정확히 공개하고, 상장기업에게는 GHG 관련 채무, 자산 등을 공개하는 체계 마련

4) 전체 금융기관에 대한 제안

- 새로운 GHG 시장 및 관련 상품과 서비스 개발에 적극 동참

5) 소매금융에 대한 제안

- 비즈니스 행위에 기후변화 관련 이슈들을 적용함
 - 탄소위험관리 및 벤치마킹 틀에 소액금융지원
 - 프로젝트, 기업, 섹터 및 지역별 기후변화 시나리오 개발

- LDC에 대한 지원
 - LDC와 개발도상국가의 기후변화에 대한 적응과 탄소배출 절감을 위해 소액금융지원 및 지식이전을 실행함

6) 보험에 대한 제안

- 연구에서 발견한 위험을 널리 알려야 함
 - 기후변화 위험을 고려하여 상품과 서비스를 개선함
 - GHG 시장 발전에 기여할 수 있도록 보험상품 개선

- LDC에 소액의 재정지원 서비스 제공

7) 자산운용회사에 대한 제안

- 주식의 가치평가와 자산배분에 있어 기후변화 위험요소를 적용함

- 청정기술개발 관련분야로의 투자처 확대

8) 프로젝트파이낸스에 대한 제안

- GHG 시장 거래를 활성화 하도록 함

- GHG 시장 또는 그린마켓을 통해 프로젝트의 현금흐름과 수익성을 향상시킴
 - 구조화된 현금흐름(structured cash flow)
 - 배출권 확립(credit building)
 - 배출권 분리(credit strips)
 - 탄소가격 인덱스 개발
 - 배출권 청산소(clearing house) 설립

9) 전문서비스에 대한 제안

- (회계사) 기업의 재무제표에 GHG 배출권을 명기할 수 있는 표준화된 회계기법을 개발함

- (신용평가기관) GHG 관련 자산 및 부채가 debt quality 및 신용등급에 미치는 영향에 대한 보다 폭넓은 이해가 요구됨

— 배출권거래 신용등급 결정 등을 통해 배출권 거래시장 활성화에 기여할 수 있음

(조사기관) 판매브로커 또는 신용평가기관들이 기업에게 영향을 줄 위험과 기회를 측정하기 위해 이용할 수 있는 기후관련 정보를 제공함

(계리사) 보험상품 개발에 있어 기후변화 이벤트를 고려할 수 있는 계리 가이드라인을 확보하도록 함

10) 비금융회사에 대한 제안

투자자들에게 GHG 배출 및 기후변화 전략에 대한 데이터를 제공

저탄소기술 제공에 주도적인 역할을 담당함

— 점차적으로 많은 벤처캐피탈들이 환경과 무관 없이 지속될 수 있는 기술에 관심을 보이고 있음

배출권 거래 및 탄소금융 전문가들과 파트너십 형성

— 금융기관 또는 개발은행들이 주요 전문가그룹들임

11) 당면 과제

금융권별 경영진으로 구성된 태스크포스 구성

— UNEP FI CCWG의 권고사항과 관련 활동을 구체화

- UNEP Finance Initiatives의 회원들로 조직된 프로젝트팀 구성
 - 기후변화 관련 가치를 계량화할 수 있는 분석모델 개발
 - 증권 분석 및 가치평가에서 GHG 관련 이슈들의 영향에 대한 이해, 탄소가격과 투자 포트폴리오간의 민감도 측정에 이용

- 다수의 프로젝트팀을 구성하여 최적화할 수 있는 방법을 조사하고, 재무이익 창출가능성을 검토

IV. SRI 및 환경지수 동향

1. 국내외 SRI시장 동향
2. 해외 SRI 및 환경지수 동향

IV. SRI 및 환경지수 동향

1. 국내외 SRI시장 동향

가. 개념

□ SRI(Socially Responsible Investment) 정의

- 투자 의사 결정 시 재무 지표 뿐 아니라 환경·사회·지배구조(ESG: Environmental, Social, Governance) 등 기업의 지속가능성에 영향을 미치는 요소를 동시에 고려하여 장기적인 관점에서 투자하는 진보된 투자 방식
 - 90년대에는 사회·윤리·환경(SEE, Social, Ethical, Environmental)을 기준으로 하는 투자가 강조되었으나, '02년 엔론, 월드콤 등의 회계 추문이 터지면서 지배구조가 윤리를 대체
- 최근에는 수탁자의 책무를 강조하며 개념이 “사회에 대한 책임”에서 “투자자에 대한 책임”으로 바뀌고 있음
 - SRI를 S(Social)를 제외한 RI(Responsible Investment)로 표기하기도 함
- 사회책임은 기업의 지속가능성이라는 개념과 함께 쓰이며, SRI는 지속가능과 책임경영투자(Sustainable & Responsible Investment)로 통용

□ SRI(Socially Responsible Investment)의 원칙들

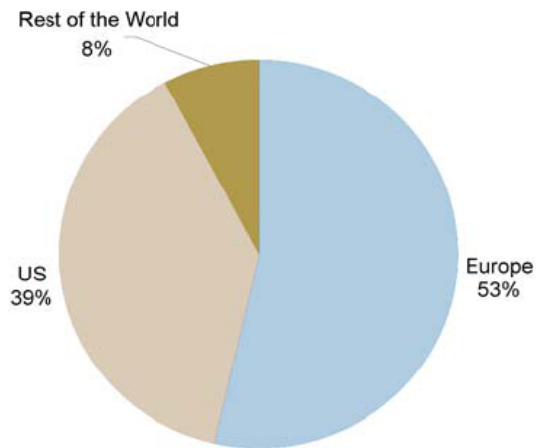
- UN PRI(Principles for Responsible Investment)

- PRI 제정 및 확산을 위하여 UNEP/FI 산하 AMWG(Asset Management Working Group)에서 각 산업별 ESG 이슈 발굴 및 기업 가치와의 상관관계 분석 등 다양한 연구 수행
 - 개별 금융기관들의 자체 RI(Responsible Investment)
- 글로벌 금융기관들이 환경 및 사회적 이슈의 비재무적 요인을 투자 의사결정의 요소로 고려

□ SRI(Socially Responsible Investment)의 규모

— SRI시장은 약 5조 유로 시장(2008년 9월 기준)으로 유럽 53%, 미국 39%, 나머지국가 8%를 차지

<그림 IV-1> Global SRI 시장규모(2008년 9월 기준)



나. 시장현황

1) 유럽의 SRI시장

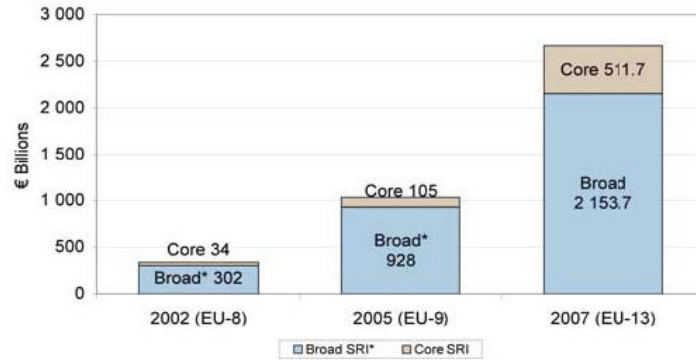
- 2007년 말 핵심 SRI(Core SRI) 규모는 5,117억 유로이며, 넓은 의미의 SRI(Broad SRI) 규모는 2조 유로를 초과
 - 同규모는 스칸디나비아 국가가 포함되지 않은 수치로 2002년 이후 급속히 성장한 SRI시장의 단면을 나타냄
 - 2002~2007년간 SRI시장의 연평균성장률(CAGR)도 42%로 동기간 MSCI Europe의 성장률 7.8%에 비해 월등히 높은 수치를 기록
 - Core SRI의 개념
 - 담배, 무기 등 부정적 기준에 해당되는 기업을 제외하고, 환경/윤리 등 사회책임 분야에 부합하고 선도하는 기업을 포함하는 좁은 의미
 - Broad SRI의 개념
 - Core SRI에 더하여 OECD, UN 등 국제적 기준에 부합하는 기업 포함, 부정적 기준 어느 한 가지만 제외한 펀드도 모두 포함하는 등 보다 광범위한 의미

<표 IV-1> 유럽 국가별 SRI시장 규모

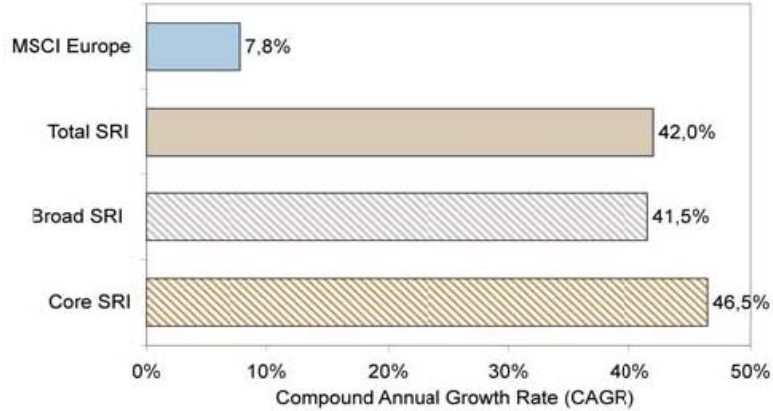
(단위: 유로)

구분	영국	벨기에	프랑스	독일	이탈리아	네덜란드	스페인	스위스
Core SRI	674억	234억	285억	457억	32억	694억	13억	568억
Broad SRI	8,908억	2,604억	701억	688억	2,400억	3,660억	295억	1,343억

<그림 IV-2> 2002~2007년 유럽 SRI 시장규모 추이



<그림 IV-3> 2002~2007년 MSCI Europe vs SRI시장 성장률 비교



2) 미국의 SRI시장

- 2007년 말 전체자산 중 사회책임투자 관련 투자규모는 2조7천억 달러로 '95년도에 6천4백억 달러에 비하여 약 4.2배 성장

- SRI 투자자산은 Social Screening, Shareholder Advocacy, Community Investing의 방식으로 뮤추얼펀드, ETF, 개별 주식 등에 투자하는 것을 모두 집계
- 전체 미국시장 투자규모 25.1조 달러의 11%를 차지

□ SRI시장을 세분화하면 Social Screening(74.6%), Shareholder advocacy (24.5%), Community Investing(1%)로 구분

- Social Screening: 사회책임투자기업을 positive와 negative 방식을 이용하여 분류하여 투자하는 방법(기업행동 감시/감독)
- Shareholder Advocacy: 주주 대리권 행사시 기업의 사회책임을 지지하는 방향으로 행동하는 방식(주주행동주의)
- Community Investing: 전통적 금융기관으로부터 투자서비스를 충분히 받지 못하는 공동체에 투자하는 방식(지역사회 투자)

<표 IV-2> 미국 SRI 시장규모

(단위: 십억 달러)

구 분	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Social Screening	162	529	1,497	2,010	2,143	1,685	2,098
Shareholder Advocacy	473	736	922	897	448	703	739
Screening and Shareholder	N/A	(84)	(265)	(592)	(441)	(117)	(151)
Community Investing	4	4	5	8	14	20	26
합 계	639	1,185	2,159	2,323	2,164	2,290	2,711

<표 IV-3> 사회적책임투자 관련 펀드 현황

(단위: 십억 달러)

구분	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
펀드수	55	144	168	181	200	201	260
자산규모	12	96	154	136	151	179	202

3) 기타국가 SRI시장

- SRI시장 또한 금융시장 인프라 발전에 따라 성장할 것으로 전망
 - 호주의 SRI 시장규모는 2005년 말 135억 호주달러에서 2007년 말 722억 호주달러로 급성장
 - 일본은 2005년 말 SRI 시장규모가 약1,400억 엔에서 2007년 말 8,400억 엔으로 '99년 도입이후 지속적으로 증가
 - 캐나다 SRI시장은 2002년 말 514억 캐나다달러에서 2006년 5,036억 캐나다달러 규모로 약 10배가량 급성장

<표 IV-4> 기타국가 SRI시장 규모

(단위: 십억)

국가 (기준년도)	SRI 구분	2007년	Total SRI	Total SRI (유로화)
캐나다 (2006)	Core SRI	Cnd\$57.4	Cnd\$503.6	€ 333.6
	Broad SRI	Cnd\$446		
호주& 뉴질랜드(2007)	Core SRI	Au\$19.4	Au\$72.2	€ 41.4
	Broad SRI	Au\$52.8		
일본 (2007.9월)	구분 없음	¥840	¥840	€ 5.5

4) 국내시장

- 펀드투자, 장기투자문화의 확산으로 SRI시장 발전 예상
 - SRI펀드는 2000년대 초 시장에 등장하였으나, 낮은 성과로 실패
 - 최근 기업의 사회적 책임을 강조하면서 SRI펀드가 재등장하여 현재 광의의 국내 SRI펀드는 약 9,400억 원 수준
 - 국내투자대상(13개)은 3,800억 원, 해외투자대상(15개)은 5,557억 원
 - 국내 10개는 ESG펀드, 3개는 지배구조펀드
 - 해외 3개는 ESG펀드, 12개는 환경펀드
 - 최근 CSR에 대한 요구가 증대됨에 따라 2003년 2개사에 불과했던 지속가능경영 보고서 발간기업수가 2008년 57개사로 증가
 - 아직 SRI에 대한 국내기업의 인식 수준이 낮고, 기존 재무제표 이외에 SRI와 관련 정보 공개를 기피하여 SRI에 관한 참고지표 및 투자모형 개발이 어려운 상황
 - 국민연금이 SRI펀드에 5,000억 원을 투자하는 등 SRI시장에 대한 관심은 고조되고 있음
 - 하지만, SRI에 대한 투자자인식 부족, 인프라 및 제도 미비, 신뢰성 있는 SRI지수의 부재 등으로 활성화되지 못하는 상황임

- ETF 및 파생상품시장의 성장으로 SRI지수 관련 금융상품의 수요 예상
 - 우선적으로 신뢰성 있는 SRI지수 개발로 새로운 금융상품 출현이 용이하도록 하는 인프라 구축이 시급함
 - SRI지수는 투자를 위한 포트폴리오와 벤치마크 대상

2. 해외 SRI 및 환경지수 동향

가. 해외 SRI지수 개발 현황

- SRI지수 산출 목적: SRI산업에 대한 Benchmark 및 상품성 목적
 - SRI펀드의 실적비교를 가능하게 할 뿐만 아니라, 선물·옵션·ETF 등의 기초자산으로 사용
 - 현재, NYSE, AMEX, TSX등에 SRI ETF가 상장되어 거래

- 최초의 SRI 지수는 '90년 KLD Research & Analytics가 산출한 Domini 400 Social Index
 - KLD Research & Analytics社: '88년에 설립된 리서치 전문회사로 기관투자자에게 사회책임조사와 SRI 인덱스 등 서비스를 제공
 - KLD가 지수독점권을 소유하며, S&P가 지수를 산출하여 제공
 - NYSE 및 AMEX에 ETF가 1종목씩 상장

- 지수산출기관 중 Dow Jones가 '99년 최초로 DJSI(Dow Jones Sustainability Index)를 산출하였으며, 거래소 중 요하네스버그 증권거래소가 2004년 최초로 SRI지수 산출
 - Dow Jones는 지속가능성 측면의 전문투자회사인 SAM과 공동으로 지수를 개발
 - SAM(Sustainable Asset Management)社: '95년 스위스에 본사를 둔 자산운용회사 및 리서치회사로 지속가능경영 관련 리서치·투자 등에 특화

- 요하네스버그 증권거래소는 지속가능성을 조사하는 전문회사인 EIRIS에서 자료를 제공받아 지수 개발
 - EIRIS(Ethical Investment Research Service)社: '83년 설립된 윤리적 투자를 지원하는 회사로 지수구성을 위한 조사·분석을 담당

- 이후 FTSE(2001년), Deutsche Börse(2006년) 등이 SRI지수 개발
 - FTSE는 EIRIS의 자료로 SRI지수인 FTSE4Good지수를 산출하고 있으며, 2008년 말 현재 총9개의 FTSE4Good Index Series 산출
 - Deutsche Börse는 Bank Sarasin의 지속가능성 측정 수단을 이용해 SRI지수를 산출
 - Bank Sarasin社: 1841년 설립된 은행으로 스위스에 본사를 두고 있으며, 1989년부터 SRI 분야에 진입하여 유럽에서 SRI Research와 자산관리에 선도적인 역할을 함

- SRI지수도 환경관련 사업에 대한 수요가 늘면서 투자대상으로 다양한 환경지수 산출
 - Wildershires LLC에서 WilderHill Clean Energy Index(ECO)를 2004년 산출한 이후 다양한 환경관련 Index를 개발 후 ETF와 파생상품 지수로 활용
 - PowerShares WilderHill Clean Energy Portfolio(PBW,2005)
 - Global Energy Innovation Index(GEIX, 2005)
 - WilderHill New Energy Global Innovation Index(NEX,2006)
 - WilderHill Progressive Energy Index(WHPRO,2006) 등

- 신용평가회사인 S&P에서 청정에너지 분야의 30대 기업을 대상으로 2007년 8월 클린에너지 지수(Clean Energy Index)를 발표
- HSBC는 2007년 9월 기후변화에 대처해 이익을 내는 전 세계 300여개 기후변화 관련기업의 주식시장성과를 추적할 수 있는 글로벌 기후변화 지수(Climate Change Benchmark Index)를 산출
- FTSE와 IMPAX과 함께 2008년 환경과 관련한 기술개발이나 시설을 운영하는 회사를 중심으로 FTSE ET50(Environment Technology) 지수를 산출
 - IMPAX社: 1994년 설립된 투자회사로 영국에 본사를 두고 있으며, 에너지·물·폐기물 등 환경개선과 관련된 기업에 투자하는 환경투자그룹임

나. 해외 주요 SRI지수 개요

1) DJSI(Dow Jones Sustainability Index)

- 1999년 기업지속성 관점에서 각 산업에서 상위 10%의 선도적인 기업의 지속가능경영의 성과측정을 위해 개발
 - DJSI의 하부지수는 Global Indexes, European Indexes, North American Indexes구성 (구성종목에 따라 구분)
- 기본개념
 - 장기적인 가치를 극대화하기 위하여 경제·환경·사회적 측면을 기준으로 지속가능성 기준에 부합하는 상위종목들의 선정하여 지수를 구성

- Dow Jones World Index의 2,500개 기업 중 상위 10%를, 유럽지수는 STOXX SM 600 index의 상위 20%를 구성종목으로 선정
- SAM의 기업지속가능성 평가에 의하여 산업별로 종목 선정

<표 IV-5> 해외 주요 SRI지수 현황

국 가	지수산출기관	지 수 명	비고
미국	KLD Research & Analytics Inc. + S&P	Domini 400 Social Index 등	ETF 상장
	Wildershires	ECO, GEIX, NEX, WHPRO 등	ETF 상장 (NEX, ECO, WHPRO) ECO ⇒ CCFE에 상장
	S&P	Clean Energy Index ESG India	ETF -
	Dow Jones + SAM(스위스)	DJSI Family	뮤추얼펀드 Dow Jones Sustainability Index ⇒ CCFE에 상장
영국	FTSE + EIRIS	FTSE4Good Index	ETF 상장
	FTSE + IMPAX	FTSE ET50	ETF 상장
	HSBC	Climate Change Benchmark Index	뮤추얼펀드
독일	Deutsche Börse + Bank Sarasin(스위스)	DAXglobal Sarasin Sustainability Index	-
남아공	요하네스버그증권거래소 + FTSE	JSE SRI Index	-

□ 평가기준 및 비중

- 평가기준을 경제·환경·사회적 측면으로 구분하되, 각 기준에 대하여 일반 지속가능성과 산업별 지속가능성 기준을 구분
- 세부항목의 경우 모든 산업에 적용되는 공통기준과 산업별 고유별로 고유한 기준으로 구분하여 산업별로 지속가능 이슈에 대한 중요도를 달리 반영
- 일반기준과 산업별기준의 평가비중은 각각 50%임

□ 정보원천

- 기업질의서, 기업자료, 언론/이해관계자평가, 기업면담 등
- 종목선정을 위한 기업의 평가는 SAM Research의 ‘지속가능성 평가 기준’과 설문조사의 결과가 중심

<표 IV-6> DJSI 지속가능성 평가기준

구분	평가기준	비중
경제(Economic)	지배구조	6.0
	위험·위기관리	6.0
	규약·부패·뇌물	6.0
	산업별 평가	산업별로 다름
환경(Environment)	환경적 보고서	3.0
	산업별 평가	산업별로 다름
사회(Social)	인적자원	5.5
	인재 유인 및 유지	5.5
	노동력 지표	5.0
	기업시민/자선사업	3.0
	사회적 보고서	3.0
	산업별 평가	산업별로 다름

□ DJSI World지수 선정 절차

- ① 투자가능 후보군 구성
 - DJGI(Dow Jones Global Index) 구성종목 중 유동성 기준을 충족하면서, 시가총액이 큰 2,500종목과 現 DJSI World 기업 중 후보군을 구성
- ② 기업평가&점수화&산업군내 순위화
 - 지속가능성 평가기준에 따라 평가하고 점수화, 분석된 기업들을 산업군내에서 순위화
 - 4개 정보원천에서 수집된 정보를 토대로 사전에 정의된 점수와 비중으로 SAM의 SIMS(Sustainability Information Management System)를 이용하여 기업 지속가능성 종합점수를 산출
- ③ 구성종목의 산업별 편입
 - 투자가능 후보군내의 후보군을 기업의 주요 수익원천에 따라 ICB 기준 58개 산업들에 편입
 - ICB(Industry Classification Benchmark, 산업분류벤치마크): 산업분류기준으로 전 세계적으로 GICS와 ICB가 주로 통용, GICS는 S&P, MSCI, 토론토거래소, 호주거래소 등에 사용, ICB는 다우존스, 나스닥, 런던증권거래소, 유로 STOXX에 사용
- ④ 적격산업 선별
 - 술, 도박, 담배와 관련된 기업은 배제하고, 군수물자로부터 5% 이상의 매출을 내는 기업을 제외
 - 산업 내 가장 높은 지속가능성 점수를 가진 기업이 전체 산업에서 가장 높은 점수를 가진 기업의 20% 이상을 얻은 산업만이 DJSI World 지수 내 편입 가능
- ⑤ 적격산업 내 적격기업 선별

- 각 산업별로 각 산업 내에서 최고 점수를 얻은 기업의 점수 50%이상을 얻은 기업만을 선별
- ⑥ 적격산업 내 구성종목 선택
 - 각 적격산업에서의 선택기업 수는 적격산업 내의 투자가능종목 안에 있는 기업의 10%

2) FTSE4Good Index

- 2001년 EIRIS와 FTSE그룹에 의해 사회책임투자자들에게 기업의 사회적 책임에 대한 이행 정도를 평가하고 재무수단으로 기준을 제공하기 위해 개발
 - 4개의 Tradable Index와 5개의 Benchmark Index로 구성
- 기본개념
 - 환경, 이해관계자와의 관계, 인권보호, 공급처 노동기준, 반부패 등 기준을 충족하는 기업을 중심으로 지수 산출
 - 전 세계 모든 상장기업 중 시가총액 상위 95%, 기업규모 1억 달러 이상, 유동성, 유동주식수 등의 기초 요건을 충족시키는 기업을 대상
 - 담배·핵무기·군수품 제조업, 원자력발전 운영/소유 및 우라늄 추출 또는 가공 등 관련기업은 대상기업에서 제외
 - 지속가능성 지표를 산출하기 이전에 유해산업에 속해있는 기업을 배제하는 negative screening을 실시
- 정보출처
 - 질의서 응답/직접 접촉, 기업보고서, 웹사이트, 기타 수집 가능한 정보 등을 통해 관련정보 수집

□ FTSE4Good Index 선정 절차

- FTSE4Good Index는 배제기준과 평가기준에 따라 Benchmark Index를 선별하고 최종적으로 FTSE 4Good UK 50 Index, FTSE4Good US 100 Index, FTSE4Good Global 100 Index를 선정
 - DJSI와 달리 FTSE에서는 재무적 관점은 FTSE100에 반영되어 있어, FTSE4GOOD에서는 경제적 관점을 배제하였음

□ FTSE All World Developed Index

- 선진국의 상장기업 중 시가총액기준으로 평가하고 순위를 매겨 기업의 규모, 유동성, 유동주식수 기준으로 후보군으로 스크리닝 (Screening)

□ FTSE All World Benchmark Index

- FTSE All-World Developed Index 내 구성종목을 대상으로 FTSE4Good Index 적용과 배제기준을 검토하여 선택
- 선택된 기업들로 FTSE4Good Global Benchmark Index를 구성
 - 기업의 사업적 책임은 5가지 분야로 구분하여 환경, 사회, 인권, 노동, 부패와 관련한 평가를 한 후, 각 분야를 다시 정책 (Policy), 시행(Management), 보고(Reporting)로 세분화하여 평가

□ FTSE4Good Index 평가기준

- 환경적 기준: 산업별로 환경에 미치는 영향을 High · Medium · Low Impact 섹터로 구분하여 High일수록 높은 환경적 기준을 적용함

- 정책, 관리, 보고 등 3개 분야에 대하여 핵심지표(core indicator)와 권고지표(desirable indicator)를 설정하여 일정 수준 이상을 충족하도록 하고 있음
- 사회적 기준: 정책, 관리, 보고 등에 설정된 총 7개 지표 중 최소 2개 이상을 충족해야 함(모든 산업의 기업들에 일괄 적용)
- 인권 기준: 전체 기업을 '세계 자원 섹터'와 '인권유의국가 관련 기업'으로 구분한 후, 일정 기준을 충족하도록 함
 - 자원 섹터: 석유, 가스 및 광산업 등으로 분류된 기업에 대하여 인권기준에서 일정 기준 이상 충족할 것을 요구
 - 인권유의국가 관련기업: 인권유의국으로 지정된 국가에 1천명 이상 고용, 1억 파운드 이상 투자 혹은 해당국 자회사에 20% 이상 지분을 보유한 경우 일정 기준을 충족하도록 요구
- 공급처 노동관계 기준: 공급처의 노동관계를 기준으로 위험도가 높은 기업으로 분류될 경우 일정기준을 충족하도록 함
 - 커피·설탕·차류 등 농산품과 섬유·장난감 등 소비재를 판매하는 기업과 노동관계가 좋지 않은 국가에 공급처를 두고 있는 등의 기업에 대하여 높은 기준을 적용
- 반부패 기준: 뇌물의 가능성이 높은 산업과 국가 및 공공접촉이 높은 사업에 관련된 기업에 대하여 특정기준을 충족하도록 요구

<표 IV-7> FTSE4Good 지수의 산업별 환경영향 분류

환경영향	High	Medium	Low
산업군	농업 항공 운송 공항 운영 건설 자재 화학 및 제약 건설 시스템 엔지니어링 패스트푸드 체인점 음료료품 임업 및 제지 광업 및 금속관련 석유가스 발전 도로 운송 슈퍼마켓 자동차 폐기물 처리 수자원 해충방제	DIY 전자 및 전자장비 에너지연료 유통 기계 호텔, 케이터링 제조업 항구 운영 인쇄 및 신문발행 부동산 개발 소매유통 자동차 임대 대중교통	IT 미디어 금융 부동산 투자 R&D 레저 통신 도매유통

3) WilderHill Clean Energy Index (ECO, 청정에너지 지수)

- 2004년 사회책임투자에 적극적인 투자방법으로 환경보호와 에너지 효율을 개선하는 대체에너지(풍력, 에탄올, 수소전지 등) 관련 기업을 평가하여 투자수단으로의 기준을 제공
- 기본개념
 - 환경 친화적인 청정에너지 개발 및 오염물질을 저감하는 기술을 보유하거나 운영하는 기업들로 구성

- ECO지수는 ETF와 CCFE(Chicago Climate Futures Exchange)의 기초자산으로 사용

□ WilderHill Clean Energy Index(ECO) 선정 절차

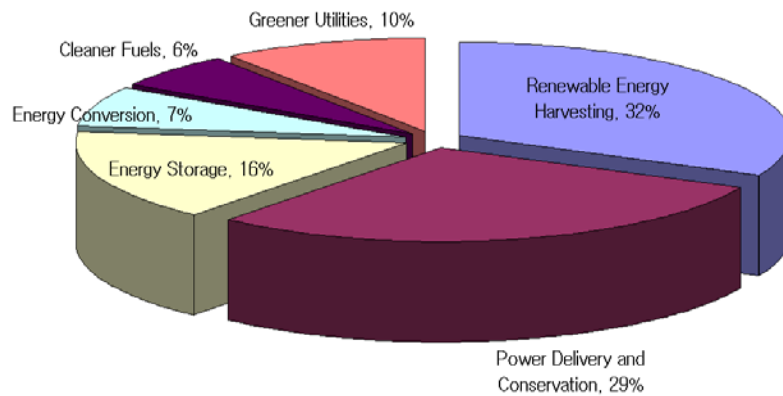
- ECO 지수는 환경, 청정에너지 개발 등 질적 측면을 중시
- 청정에너지, 기후변화에 있어 적합성, 오염방지, 기술적 발전, 지적재산권, 생물학적 다양성을 보전하거나 환경보전에 두드러진 활동 등
- ① 지수구성비율
 - ECO 지수는 각 개별종목의 비중이 4%를 초과하지 않도록 분기별로 재조정
- ② 지수구성종목 선정
 - 지수구성종목은 적어도 청정에너지 사업을 영위하거나, 청정에너지 진보에 공헌하거나, 청정에너지 개발에 중요한 역할을 하는 등 한 가지 기준을 충족해야 함
 - 신재생에너지 사업을 영위하고, 이에 환경보전 및 경제적 실익을 확보한 기업
 - 이산화탄소(CO₂), 질소산화물(NO_x), 황산화물(SO_x), 탄소(Carbon) 등과 바다, 땅, 대기, 생태계를 오염시키는 공해물질 저감에 노력을 한 기업
 - 에너지 사용 중 오염물질 발생 방지와 예방을 위해 노력한 기업
- ③ 시가총액 기준
 - 지수구성종목에 포함되는 기업의 시가총액은 2억 달러 이상
 - 그러나 청정에너지 사업 등에 현저한 역할을 하는 소규모 회사의 경우 5천만 달러~2억 달러의 시가총액도 편입 가능

(이 경우 지수비중은 0.5%를 밴드로 설정)

— ④ 지수구성종목의 편입 가이드라인

- 3개월 평균 시가총액이 5천만 달러 이상
- 3개월 평균 증가가 1달러 이상
- NYSE, AMEX, NASDAQ 등 주요거래소에 상장되어 있어야 하며, 외국기업의 경우 해당거래소에 ADR이 상장되어 있어야 함
- 효율적 거래를 위해 최소 유동성 기준을 충족

<그림 IV-4> WilderHill Clean Energy Index의 구성 비율



4) Climate Change Benchmark Index

- HSBC가 2007년 기후변화에 대처함으로써 이익을 내는 주요기업들의 주식시장 성과를 반영한 지수산출로 다양한 투자수단의 벤치마크 대상으로 활용

□ Climate Change Benchmark Index는 기후변화(온실가스, 청정에너지, 오염물질) 등과 관련한 기업들로 구성되며, Sub-Index로 4개의 글로벌 기후 변화 지수로 구성됨

— 기후 변화지수(Climate change index)

- 탄소 배출권 거래회사 및 투자회사 등

— 저탄소 에너지 생산지수(Low carbon energy production index)

- 태양열, 풍력, 원자력, 바이오연료, 지열 등

— 에너지 효율 및 에너지 관리지수

(Energy efficiency and energy management index)

- 바이오연료 자동차, 연료전지, 에너지효율 솔루션 등

— 물관리, 폐기물 및 공해 관리지수

(Water, waste and pollution control index)

- 용수 재활용, 폐기물 관리, 환경오염 관리 등

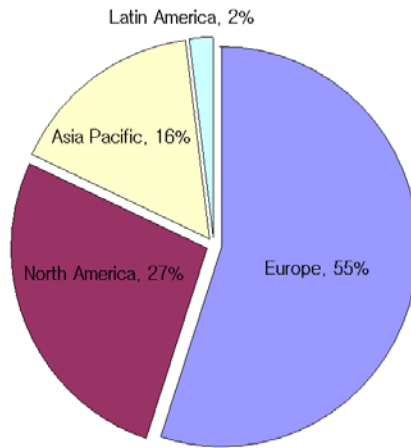
□ Climate Change Benchmark Index 구성

— 34개국의 태양열, 풍력, 에너지 효율 솔루션, 전력저장, 바이오연료, 배출권거래, 재생에너지 투자 등을 하는 300개 기업주식들로 구성

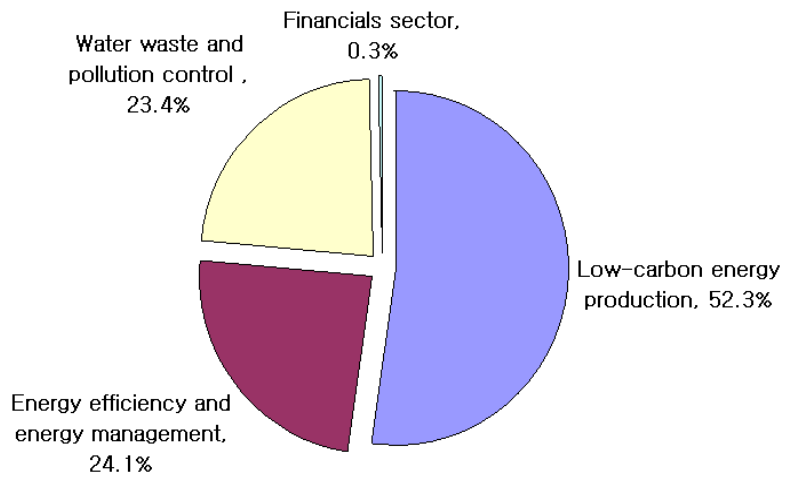
— 지수 편입 요건

- 이익요건: 기업의 전체수입 중에 10%이상이 기후변화와 관련된 활동에서 발생
- 시가총액기준: 5억 달러 이상
- 유동성기준: 일평균거래량이 시가총액의 0.02%이상
- 지수구성비율: 전체 주식유동성 비중과 해당사업의 노출정도를 반영하여 선정

<그림 IV-5> Climate Change Benchmark Index의 국가별 편입비중



<그림 IV-6> Climate Change Benchmark Index의 Sub-Index별 비중



5) FTSE ET50 Index (FTSE 환경50지수)

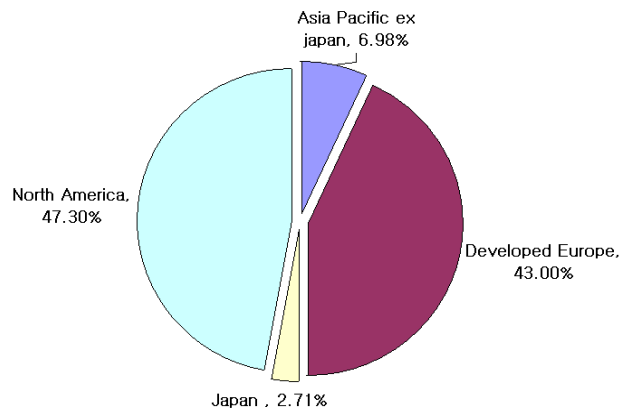
- 2008년 IMPAX와 FTSE는 협력하여 환경관련기술(재생에너지, 대안에너지, 에너지 효율성 제고, 환경오염방지 등)을 보유한 전 세계 주요 50개 회사로 지수를 구성

- 기본개념
 - 대안에너지, 에너지 효율성, 오염물질 통제, 쓰레기처리 기술 등 환경관련 사업이나 기술을 보유한 기업으로 구성
 - 1994년 설립된 환경전문투자회사인 IMPAX가 FTSE와 협력하여 지수를 산출

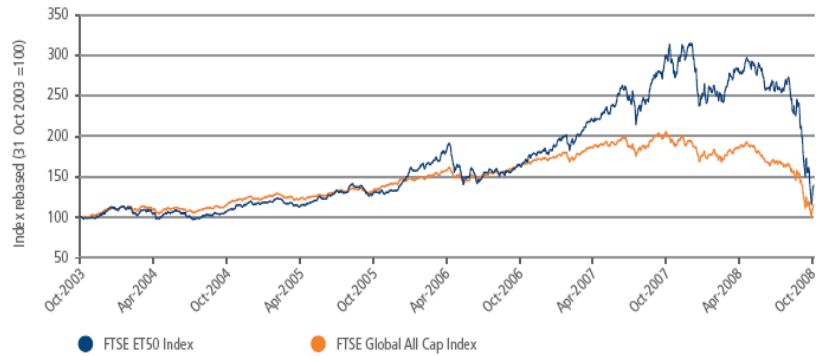
- FTSE ET50지수 선정 절차
 - ① 종목선정: 전 세계 환경관련 기술보유회사 중 아래 3가지 조건을 충족
 - 대체에너지 및 에너지 효율 개선회사(풍력터빈, 태양광 등)
 - 물관리 및 공해관리 회사(오염 여과, 정화, 분리회사 등)
 - 폐기물 처리기술 및 관리회사(재활용회사 등)
 - ② 지수편입 후보군 평가: 3가지 재무적 지표를 토대로 회사를 선정 (IMPAX社)
 - 전체 수입 중 환경기술 관련 사업이 차지하는 수입 비중(ET revenues/total revenues)
 - 전체투자금액 중 환경기술관련 투자의 비중(ET invested capital/total invested capital)

- 순수입(Net Income) 중 환경기술사업이 차지하는 순수입의 비중 (ET EBITDA/total EBITDA)
- ③ 적격기업 선정: 위의 3가지 재무적 지표기준으로 어느 한 가지라도 50%가 넘는 요건을 가진 기업을 FTSE Environmental Technology Index 후보군으로 선정하여 적격기업으로 선정
 - 후보군 중 FTSE의 유동성 조건을 충족한 적격기업을 선정
- ④ 최종 지수편입종목 선정: 적격기업 중 시가총액 순으로 상위 50개 종목으로 지수를 구성 (시가총액비율로 구성 비율을 결정)
 - 상위 10개 기업의 지수구성비율이 49.6%에 달함

<그림 IV-7> FTSE ET50의 국가별 편입비중



<그림 IV-8> FTSE ET50의 5년간 성과



6) S&P Global Clean Energy Index (S&P 클린에너지 지수)

□ 2008년 S&P에서 클린에너지사업을 하는 전 세계 30개 기업을 대상으로 지수를 산출

□ 기본개념

- 클린에너지 생산, 클린에너지 기술, 클린에너지 장비제공회사 등 청정에너지 관련기술을 보유한 기업으로 구성
- S&P Global Thematic index 시리즈 중 하나임

<그림 IV-9> S&P Global Thematic Index Series



□ S&P Global Thematic indices의 하위 지수들

- S&P Emerging Markets Infrastructure Index
 - Emerging Market의 30개 인프라관련회사로 구성
- S&P Global Alternative Energy Index
 - 30개의 대안에너지 관련회사로 구성
- S&P Global Eco Index
 - 40개의 친환경 관련회사로 구성
- S&P Global Infrastructure Index
 - 전 세계의 75개 인프라관련 회사로 구성
- S&P Global Nuclear Energy Index
 - 20개의 원자력발전과 관련된 회사로 구성
- S&P Global Timber & Forestry Index
 - 25개의 산림과 관련된 회사로 구성
- S&P Global Water Index
 - 50개의 물산업과 관련된 회사로 구성

□ Global Clean Energy Index 선정 절차

- ① 종목 선정: 해당기업은 클린에너지사업이 두 가지 범주 중에 포함되어야 함

<표 IV-8> Global Clean Energy Index 해당 산업군

클린에너지 생산	클린에너지 기술보유 및 장비제공
폐기물 에너지 생산	폐기물 에너지 기술 및 장비
에탄올& 연료 알코올 생산	연료전지 기술 및 장비
지열에너지 생산	수력발전 터빈 및 장비
수력발전	태양광 전지 및 장비
태양열발전	풍력터빈 및 풍력에너지 관련 장비
풍력발전	

- ② 기업 평가: 클린 에너지 사업영위 정도에 따른 기업 평가 (0~1점)
 - 평가점수가 0.5~1인 기업을 대상으로 후보를 선정

<표 IV-9> 클린에너지 사업영위수준 평가표

구 분	내 용	점 수
Primary	클린에너지 사업이 주된 사업	1
Secondary	중요한 클린에너지 사업이 여러 개 사업 중 하나	0.5
Eliminated	클린에너지 사업이 비중이 미미	0

- ③ 적격기업 지수 편입 요건(3가지)
 - 시가총액 기준: 3억 달러 이상

- 유동성 기준: 3개월 일평균거래량이 3백만 달러 이상
- 상장 기준: 선진국 시장(Developed market)에 상장되어 있어야 함
- ④ 지수 구성: 시가총액방식으로 산출되며, 개별주식의 비중은 5%를 초과하지 못함
- 지수편입요건에 해당하는 기업 중 기업평가점수가 1인 기업 30개를 선정하여 구성(상위 10개 기업의 지수구성비율이 50.7%에 달함)
- 기업평가점수가 1인 기업이 30개 미만일 경우 기업평가점수가 0.5인 기업을 포함하여 30개 기업 구성
- 사업 범주별 지수구성비율: Clean Energy Producer(78%), Clean Energy Technology & Equipment Provider(22%)

7) S&P ESG(environmental, social, governing) India

□ 2008년 S&P, CRISIL KLD과 공동으로 환경적, 사회적, 지배구조를 충족시키고 비즈니스 전략과 성과가 좋은 NSE거래소에 상장된 50개 기업을 대상으로 SRI지수를 산출

□ 기본개념

- 인도주식시장(NSE¹⁶⁾)에 상장된 상위 500개 기업을 대상으로 ESG(환경, 사회, 지배구조 등)요소를 반영하여 성과가 우수한 50개의 기업으로 구성
- 일반적 SRI지수가 Global 지수화 된 데 반해, S&P ESG India 지수는 인도지역을 대상으로 함(지역 섹터 성격)
- S&P Asian index 시리즈 중 하나임

16) National Stock Exchange of India Ltd.

□ 정보출처

— 기업연차보고서, 웹사이트, 홍보물, 거래소 공시 자료 등

□ S&P ESG India Index 선정 절차

— ① 종목 선정

- NSE에 상장된 기업 중 시가총액 상위 500개 기업을 대상

— ② 대상기업의 양적 점수(Quantitative Score) 평가

- 기업의 공개된 정보(published information)를 근거로 지배구조 (Governance)와 환경적, 사회적 측면(E&S)을 나누어 평가

<표 IV-10> S&P ESG India의 지배구조 평가요소

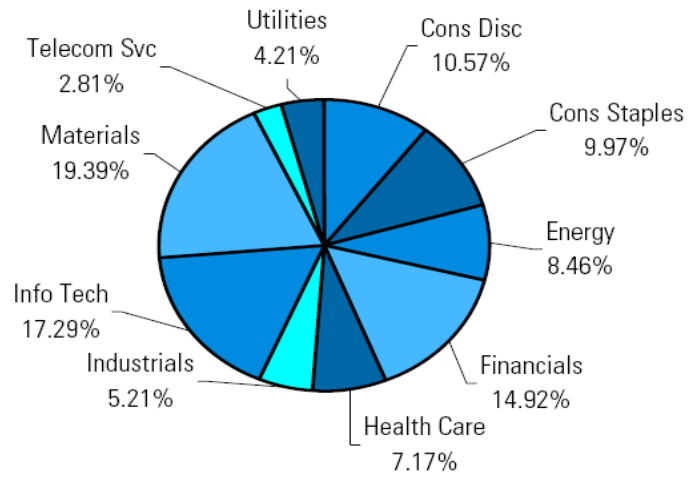
구 분	내 용
주주구성 및 주주권리	- 주주이익 - 주주권리
재무 및 경영정보	- 재무정보 - 경영정보
이사회 & 경영진 구성 및 의사결정	- 이사회 및 경영진 정보 - 이사회 및 경영진 보수
기업윤리와 기업책임	- 기업 지배구조 - 부정행위 - 리더십 - 기업윤리

<표 IV-11> S&P ESG India의 환경 및 사회측면 평가요소

구 분	내 용
환 경	- 환경오염 - 천연원료 사용 - 정책 및 성과측정 지표로 사용
고 용	- 고용관계 및 일자리 창출 - 노동권익 - 동등한 기회 제공 - 노사관계
의사소통	- 인권 - 의사소통에 대한 투자
고객 및 생산	- 생산의 안정성 - 반-독점 - 고객 의견 수렴 및 품질 보증

- ③ 양적 점수를 바탕으로 상위 150개 기업의 질적 점수 (Qualitative Score) 평가
 - 기업의 개별자료(independent sources of information)를 근거로 질적인 부분을 평가(뉴스, 웹사이트, CSR자료 등)
- ④ 합산 점수(Composite Score) 산정
 - 양적점수와 질적 점수를 고려하여 점수 산정
 - 투자가능성과 유동성을 고려하여 1년간 최소 200억 루피의 거래실적이 필요

<그림 IV-10> S&P ESG India사업 범주별
지수구성비율



V. 녹색금융의 발전방향

1. 녹색금융 개념의 명확화
2. 녹색금융 인프라 구축
3. 녹색성장을 위한 금융 지원 활성화 및 녹색금융 정책 수립
4. 녹색금융 발전을 위한 해외 협력 강화

V. 녹색금융의 발전방향

1. 녹색금융 개념의 명확화

- 녹색금융에는 환경위험에 대한 리스크 관리 개념과 녹색성장 지원의 개념이 혼재되어 있음
 - 저탄소 녹색성장기본법에서는 녹색성장을 지원하는 수단으로 녹색금융이 인식됨
 - 외국의 경우 환경위험을 억제하기 위한 강력한 법안이 제정됨
 - 1980년 미국의 환경오염에 대한 대부과 책임법(CERCLA법)이 제정되어 환경 오염에 대한 금융기관의 부담이 법제화되어 금융이 환경을 직시하지 않을 수 없게 됨

- SRI의 경우에도 국내외적으로 개념에 관한 논란이 있었음
 - UN에서 의도적으로 SRI 중 S(Social)를 제외하고 RI로 표기하자는 것은 사회책임투자가 사회운동의 성격을 넘어 투자기법으로 자리잡기 시작했다는 것을 의미함
 - 그러한 배경은 SRI 투자를 투자자들이 장기적으로 바람직한 수익률을 얻을 수 있다는 수년간의 연구결과에 바탕
 - 우리나라의 경우 사회책임투자 확산의 추진과정에 있어 사회운동으로 SRI를 인식하는 경향도 있음
 - 우리나라도 수탁자의 책무를 강조하는 투자기법으로서의 SRI를 발전시키기 위한 노력 필요

2. 녹색금융 인프라 구축

가. 기업의 ESG요소에 관한 정보 공개 방안 마련

□ 기업의 ESG 요소에 관한 자발적 정보 공개 활성화

- 지속가능경영 보고서 등을 통해 기업이 자발적으로 ESG 관련 정보를 공개하는 방안 마련
- 기업의 자발적 관련 정보 공개를 위한 유인책 마련
- 투자자는 증권회사에 ESG요소를 고려한 리서치 정보 요구, 자산관리자는 투자의사결정에 ESG리서치 정보 통합시키고 더 나은 리서치 정보 제공을 촉구
- 투자자나 자산관리자는 ESG 이슈에 대한 대리투표 전략과 가이드라인을 명백히 하며 의결권 행사 전략 개발, 기업과의 커뮤니케이션 강화

□ ESG관련 기업의 정보 획득 및 SRI 지수

- GRI(Global Reporting Initiative)는 ESG 이슈들에 대한 정보 제공에 대하여 기업에 가이드를 제공
- Dow Jones Sustainability Indexes 및 FTSE4Good Index 등이 SRI 관련 주가지수 발표

□ ESG요소의 투자반영에 대한 각국 현황

- 많은 입법례의 경우 특히 연기금과 관련한 투자의사결정가로 하여금 ESG 사항 고려 여부 및 정도를 공시하도록 입법 조치

나. 투자분석 기관의 분석 체계 확립

- 투자분석 기관은 투자 및 분석 프로세스에 ESG 이슈를 체계적으로 통합하도록 노력
 - ESG분석에 대한 장기적 목표 설정, 애널리스트에 대한 트레이닝과 적절한 인센티브 시스템 마련
 - 실질적인 SRI 방침과 절차 수립

- Innovest, Strategic Value Advisors(미국), Sustainable Asset Management(스위스), EIRIS(영국)등이 RI를 위해 기업의 ESG를 평가

다. 녹색투자자의 육성

- 녹색 성장에 내재하는 리스크 리턴 프로 파일에 적합한 투자자 육성
 - Energy & Environmental Hedge Fund의 육성

라. 증권 유관기관주도의 SRI지수(환경지수포함) 개발

- 증권거래소 또는 자산 운용사 등의 주도로 SRI 지수개발 필요

- 다우존스 지속 가능성 지수(Dow Jones Sustainability Indexes: DJSI)
 - 스위스의 SAM(Sustainable Asset Management)사가 다우존스사와 공동으로 1999년 세계 최초로 개발하여 발표

- 다우존스 글로벌지수(DJGI: Dow Jones Global Indexes) 2500에 포함되는 기업의 지속가능성을 평가하여 산업별(18개 섹터, 60개 산업)로 상위 10%(약 300개)를 추려 지수 구성
 - 대상기업의 지속가능성보고서, 환경보고서, 사회보고서, 재무보고서, 연차보고서와 언론에 노출된 지속가능성 이슈 및 설문지 조사 등을 종합하여 정보를 평가지수를 산출
- DJSI는 금융기관에서 투자대상을 선정하는데 주로 활용됨

□ FTSE4Good지수

- 영국의 주가지수 전문기관인 FTSE인터내셔널이 SRI의 실적을 평가하고 이에 대한 투자를 촉진할 목적으로 2001년 7월 개발하여 발표
- 기존의 FTSE지수에 포함된 757개의 기업을 대상으로 환경, 인권, 사회적책임의 3가지 항목을 조사해 상위기업만 포함
 - 담배제조업, 우라늄추출업, 핵무기제조 관련업, 무기류 제조업, 발전소 운영기업 등은 원천적으로 배제

□ Domini Social 400 Index(DSI400)

- DSI400은 다양한 사회적 스크리닝에 의한 주식 포트폴리오 최초의 벤치마크
- 윤리적 기준으로 선별된 미국의 400개 기업들로 편성
 - 지역사회와의 관계, 노사관계, 다양성, 인권, 생산의 질, 안전 등의 요소를 고려하여 사회적·환경적으로 기여하는 기업을 선별
 - 시장 전체 뿐만 아니라 산업과 섹터의 내용도 고려하여 평가

- 주류, 담배, 도박, 핵 및 군사산업에 속한 기업들은 배제
- 현재 S&P 기업 약 250여개, 섹터 다양화와 시가총액 등의 요소에 의한 비S&P 기업 100여개 및 대표적 사회환경적 실적을 가진 50개 기업으로 지수 구성
 - DSI400 Committee에서 지속적으로 평가
 - 기업이 반사회적, 반환경적, 비윤리적 행위시 DSI400에서 제외

3. 녹색성장을 위한 금융 지원 활성화 및 녹색금융 정책 수립

가. 녹색성장을 위한 금융지원 활성화

- 금융기관
 - 녹색금융 상품의 개발 및 보급 확산
 - 녹색경영 보고서 발간
 - 글로벌 이니셔티브 참여: UN PRI, UN Global Compact, UNEP/FI, CDP 가입 등
 - 지속가능경영 리스크와 여신성과(회수율 및 부도율 등)DB 구축 및 인과관계 리서치
 - 지속가능 은행여신 시스템 구축: 스크리닝 또는 유의미한 가중치/가산점으로 반영

- 중소기업 및 오염산업의 스크리닝 보다는 경쟁력 강화 인센티브 관점의 여신연계 체제구축
- 환경심사역 육성
- CDP 등 글로벌 이니셔티브 참여
- 기후변화에 대한 조사 및 리서치
- 기후변화에 따른 개별 금융기관의 사업전략 재설계 및 정책통합
- 기후변화 관련사업투자 활성화 방안 마련

나. 녹색금융 정책수립

□ 정부/금융감독기관

- 녹색금융을 통한 금융 선진화 전략 및 로드맵 수립
- BaselII와 연계 대응
- 정부부처간 DB통합 및 기업정보공개: 사업장 및 기업단위 데이터 제공(미국 EPA 등)
- 은행여신관리에 비재무적 리스크를 반영하는 제도적 기반구축(인도네시아 등)
- 대부자 책임 등 법적 기반구축(미국, 캐나다 등)
- 대출심사시 기업의 지속가능경영 정보공개 제출요구 제도화(캐나다)
- 국내 및 주요 아시아 국가들의 온실가스 저감사업(CDM: Clean Development Mechanism)개발 촉진
- 탄소 배출권의 자산가치화
- 세계 배출권 거래 시장 대응

4. 녹색금융 발전을 위한 해외 협력 강화

- 증권 유관기관은 해외 협력 강화를 통해 녹색금융에 대한 해외조류를 국내에 전파시키는 역할을 수행 할 필요가 있음
 - UN Global Compact 또는 UNEP/Finance Initiative (UNEP/FI: UN Environmental Programme/Finance Initiatives)에 가입 또는 교류 강화

- UNEP FI Korea Group
 - UNEP/FI는 UNEP 산하기구로 전세계 금융권의 지속가능경영에 대한 논의를 주도하고 있으며, 지난 10여년 간 환경과 지속가능 발전을 위해 금융기관들이 수행할 역할과 방법론을 제시
 - UNEP/FI는 금융기관의 자발적 참여를 유도하기 위해 성명서 채택과 현재 기후변화, 자산관리(investment), 지속가능경영 및 보고기준(Sustainability Management and Reporting) 에 대한 Working Group
 - 전체 가입 금융기관은 총 161개사이며 이 중 아시아 지역이 42개사
 - UNEP FI Korea Group은 UNEP FI의 지속가능금융 선언을 구현 하기 위한 구체적이며 발전적인 실천 방안 모색 위해 2006년 7월 설립
 - 설립 이후 분기별 서명기관 교류 및 현재 온실가스 정보공개 프로젝트 CDP5참여 및 GRI 금융산업 가이드 교육 등의 활동 수행

부록. 사회책임투자연구회 참여회원 명단

〈부록〉 사회책임투자연구회 참여회원 명단

성 명	기 관 명	직 책
김형태 (연구회주관)	자본시장연구원	원장
노희진 (연구회실무주관)	자본시장연구원	선임연구위원
임대웅 (연구회실무간사)	에코프론티어	상무
곽관훈	선문대학교	교수
김병연	건국대학교	교수
김영준	NHCA자산운용	본부장
김형남	금융감독원	대전지원장
류영재	서스틴베스트	대표
박주원	기업책임시민연대	사무차장
박현섭	금융감독원	선임조사역
박훤일	경희대학교	교수
송홍선	자본시장연구원	연구위원
안병훈	KAIST테크노경영대학원	교수
안수현	한국외국어대학교	교수
안승광	에코프론티어	책임연구원
안춘엽	한국증권선물거래소	팀장
유상현	국민연금관리공단	차장

<u>성명</u>	<u>기관명</u>	<u>직책</u>
이경숙	머니투데이	기자
이기환	코스모투자자문	상무
이장원	한국노동연구원	선임연구위원
이종오	한국사회책임투자포럼	팀장
이주영	이화여자대학교	
이철영	Lee&Kim 투자자문	대표이사/회장
이혜영	이화여자대학교	
임영화	한국증권선물거래소	팀장
장영옥	기업책임시민연대	사무국장
장지인	중앙대학교	교수
정수영	에코프론티어	센터장
정현	코스모투자자문	이사
최재혁	마이다스에셋자산운용	이사
한병욱	산은자산운용	팀장
황은경	에코프론티어	선임연구원
황지환	NHCA자산운용	운용역