

환경문제와 기업의 대응전략

“
기업의 전략이 변화하기 위해서는
무엇보다 ‘환경관리’가 주요한
경영기능의 하나로
당당히 추가되어야 하며,
바로 최고경영자가
환경보호의 최고책임자로서
그 역할을 담당하여야 한다.

”



윤종연 / 삼성경제연구소 선임연구원

환경시대

바야흐로 환경의 전성시대가 도래한 느낌이다. 국내외의 언론에서 환경에 관한 보도가 빠지는 날이 없고, 사업기회의 포착에 탁월한 감각을 지닌 각 기업에서는 이러한 관심을 새로운 사업으로 연결시키기 위해 동분서주하고 있다. 성장과 개발이라는 명분에 밀려 늘 ‘소수’에 지나지 않던 환경보호론자, 환경관련 정책담당자, 환경학자들의 주장이 커지고, 업적부진으로 사기가 저하되어 있던 환경사업회사, 환경사업부는 모처럼 밝은 분위기에서 인력충원과 조직확대로 즐거운 고민이다.

환경문제에 대한 일반의 관심이 크게 확대된 것은 인도 버팔시의 화학공장사고('84)나 체르노빌原電사고('86)가 있는 다음인 '80년대 후반으로 볼 수 있는데, 특히 '80년대를 마감하는 '89년에 환경문제에 대한 언론의 관심이 집중되었다. 세계적 시사주간지인 TIME誌가 '89년 첫號('89.1.2)에 “뱃줄에 꿰뒀힌 지구”를 표지에 등장시켜 환경오염으로 인한 지구의 위기를 경고하면서 부터, 다가오는 '90년

“ ”

**단순히 오염배출량을 줄여 환경규제를 피하는
소극적 대응에서 탈피하여 제품·공정상의 오염원을
사전에 제거하는 한편, 환경적합제품의 생산,
환경오염 파괴가 없는 신물질이나
신소재의 개발 등으로 보다 쾌적한 환경을 창조하는
선도적 전략으로 과감히 전환되어야 한다.**

대는 우리가 원하던 원치않던 「환경시대」가 될 수 밖에 없으리라는 것을 감지할 수 있었던 것인데, 공교롭게도 '89년 4월 알래스카 해안에서 있었던 유조선 사고와 그로 인한 대규모의 해양오염이 지구환경문제에 대한 일반의 관심을 새삼 증폭시켰던 것이다. 결국 '89년말에 각 언론이 선정한 소위 「'80년대의 10대 사건」에도 환경오염문제는 예외없이 上位에 랭크된 바 있으며, G7회담('89.4) 등 주요 국제회의에서도 지구환경문제는 가장 커다란 이슈의 하나로 등장하였다.

이러한 가운데서 時流의 흐름에 누구보다 민감한 日本은 '89년, 즉 平成元年을 “環境元年”이라고 재빨리 선포하고 지구환경문제의 해결을 위해서는 자기들의 기술과 자본이 절대적으로 필요하며 또 그것을 기꺼이 제공할 용의가 있다고 豪言하고 있는 실정이다. 새로운 사업기회를 포착하고 시장을 조기에 先占하는 일본의 탁월한 감각이 환경문제의 경우에서도 여실히 드러나고 있음을 보여준다. 국내의 경우에도 '89년말 보사부 환경청에서 승격된 環境處가 '90년을 “環境保全元年”으로 선포하여 환경관련법규를 확대 재정비하였고 이와 때를 같이하여 소비자나 일반대중의 反公害 및 환경보전을 위한 운동이 확산되기 시작하였다.

CEO=CEO

기업의 입장에서는 환경문제를 자꾸 들먹이는 것이 그다지 달가운 일은 아닌데, 오염방지시설의 구입·설치비에서부터 환경관리기사의 인건비에 이르기까지의 직접적인 코스트 부담은 물론, 신규사업의 전개나 공장부지의 확보 등에도 환경문제가 상당한 제약요인으로 작용하고 있기 때문이다. 더구나 기업으로서 가장 곤혹스러운 것은 모든 기업을 환경문제의 주범視하는 듯한 언론이나 여론의 따가운 눈초리이다. 과거의 경험으로 보더라도 환

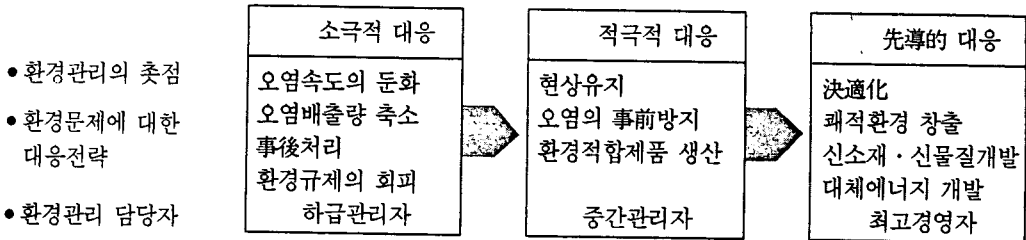
경보전 및 오염방지는 정부가 규제와 기준을 설정하고 기업은 이에 대응하여 소극적·수동적으로 따라가는 ‘정부주도-기업추종’의 형태가 대부분이었으며, 그 결과 “기업은 환경문제의 加害者”라는 인식을 拂拭시키기 어려웠던 것이 사실이다.

그러나 환경문제가 지구적 규모로 표출되고 환경권의 요구 증대, 소비자의 환경적합제품 선호, 공해지역 주민들의 집단행동 등이 빈번히 나타남에 따라 과거와 같은 소극적 대응만으로는 기업활동 자체가 위협받기에 이르렀다. 듀폰의 이산화티타늄 공장이나 군산의 TDI 공장이 정부의 인가를 받고서도 주민의 반대로 계속 지연되고 있는 것이나, 영국 제일의 화학기업인 ICI가 대만의 투명플라스틱 공장을 폐기물문제로 인해 폐쇄한 것 등은 그 일례에 불과하다. 올해 연초에 산업계를 강타하였고 아직도 우리들의 기억에 생생한 폐놀방류사건 역시 그 전말이야 어찌됐건 국내 굴지의 재벌그룹도 환경문제에 死活이 걸릴 수 있음을 보여준 것이었다.

따라서 환경문제에 대한 기업의 대응전략은 단순히 오염배출량을 줄여 환경규제를 피하는 소극적 대응에서 탈피하여 제품·공정상의 오염源을 사전에 제거하는 한편, 환경적합제품(소음없는 세탁기)의 생산, 환경오염·파괴가 없는 新물질(프레온대체 가스)이나 신소재(분해성 플라스틱)의 개발 등으로 보다 쾌적한 환경을 창조하는 先導的 전략으로 과감히 전환되어야 한다. 이러한 전략의 변화로 기업은 환경문제의 가해자가 아니라 오히려 쾌적한 환경을 창출하는 공로자로서 인식될 수 있을 것이다.

그런데 이처럼 기업의 전략이 변화하기 위해서는 무엇보다 ‘환경관리’가 주요한 경영기능의 하나로 당당히 추가되어야 하며, 바로 최고경영자(CEO: Chief Executive Officer)가 환경보호의 최고책임자(CEO: Chief Environment Officer)로서 그 역할을 담당하여야 한다.

환경문제에 대한 기업전략의 변화

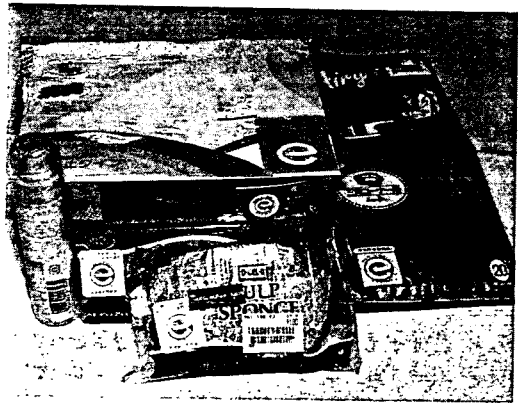


위기를 기회로 만드는 환경사업

환경문제가 크게 대두됨에 따라 기업의심리적 부담과 실질적인 코스트가 높아지고 사업여건도 어려워지는 것은 사실이지만, 선도적 대응전략과 思考의 전환으로 위기를 기회로 역전시킬 수 있어야 한다. 환경오염없는 Clean 제품·Clean 기업이 그 어느 때보다도 강조되는 지금이야말로 기업이미지를 높이고 한걸음 더 나아가 新사업의 찬스를 포착할 수 있는 좋은 기회이다. 여기서 말하는 新사업이란 소위 에코-비즈니스 즉 환경사업으로서, 환경오염의 방지·처리 혹은 새로운 환경창출과 관련된 모든 사업을 총칭하는 것으로 이해할 수 있다. 지금까지 기업은 환경보전보다는 환경의 효율적 이용에만 주력하였으며 기업의 생산활동은 환경을 훼손·오염시키기 마련이었으나, 환경사업은 오히려 환경오염의 사전방지 혹은 事後治療를 통하여 보다 쾌적한 공간을 제공한다는데 그 의의가 있다.

新事業으로서 환경사업이 지니는 매력으로는 우선 성장가능성이 크다는 점을 들 수 있다. 최근 오염현상의 가속화와 정부의 규제강화로 공해방지설비의 주문이 급증하고 있고 환경에 대한 의식향상과 소비자의 요구증대로 환경적합제품의 수요도 크게 늘고 있다. 일본에서는 '70년대 후반에 환경규제가 대폭 강화되었는데 석유화학산업의 경우 '74~'80년간 업계의 공해방지비용은 연평균 20% 이상 늘어났던 것이다. 한편 환경사업은 公益事業의 성격이 큰 만큼 정부수요의 비중이 매우 높고 정책이나 예산규모에 따라 시장상황이 크게 변화하게 된다. 공해방지장치의 경우 정부수요의 비중은 한국

이 76%('88), 일본이 66%('87)에 달한다. 또한 환경사업은 오염을 배출하기 마련인 기존사업과는 달리 기업의 이익과 사회적 이익이 조화될 수 있는 몇 안되는 사업분야의 하나이므로 정부가 각종 이익단체의 지원과 지지를 기대할 수도 있다. 그러나 환경사업이란 아직 국내에서는 그다지 익숙한 용어가 아니며, 독립된 고유의 사업영역을 지칭한다기 보다는 기존사업의 범위내에 포함되어 있는 경우가 많아 별도의 시장전망이 어렵다는 것이 단점이다. 예컨대 현재 국내의 대표적인 환경사업으로 볼 수 있는 폐수처리설비나 집진기의 제작·설치 등은 기계산업으로 분류되고, 저소음세탁기는 가전산업에서 다루어질 것이며, 프레온대체물질이나 분해성 플라스틱의 개발 등은 화학산업의 영역에 포함될 것이기 때문이다.



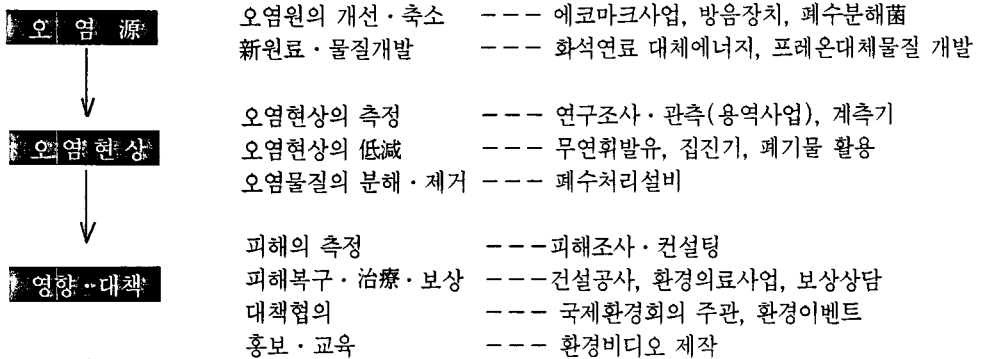
에코마크가 붙은 일본의 환경적합상품

환경사업에의 접근방법

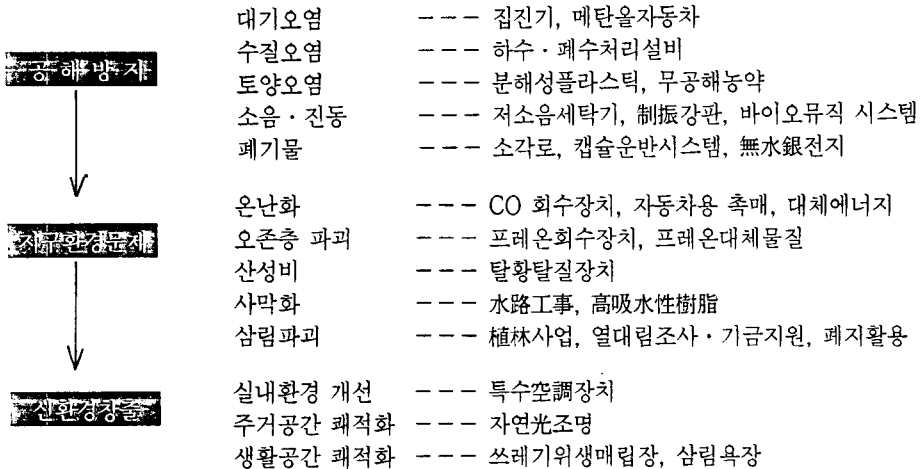
환경사업의 범위가 이처럼 넓고 다양한 산업분야와 연계되어 있는 만큼 同사업의 유형이나 참여 방법 역시 매우 다양해 진다. 환경사업의 유형이나

예를 일일이 열거하자면 한이 없으므로 여기서는 환경문제를 새로운 비즈니스의 기회로 인식하여 환경사업을 탐색하고자 할 경우에 참고할 만한 접근 방법을 예시하고자 한다.

(1) 오염체계에 따른 접근



(2) 환경문제의 성격에 따른 접근



(3) 신환경창출을 위한 감각적 접근

- 시각 --- 자연光 集光장치, Implanter System (室內인공공원)
- 청각 --- 바이오뮤직, Sound Masking System
- 취각 --- 삼림욕空調시스템
- 촉각 --- 자연質感, 가구·사무용품
- 감각 --- 인테리어, 조경