

한화그룹의 녹색구매¹⁾ 실행 전략 및 사례



기준학
(한화환경연구소 환경경영연구팀)

1. 한화그룹의 환경경영체제

가. ECO-2000 (이코-2000 : Environment Clean Operations-2000)

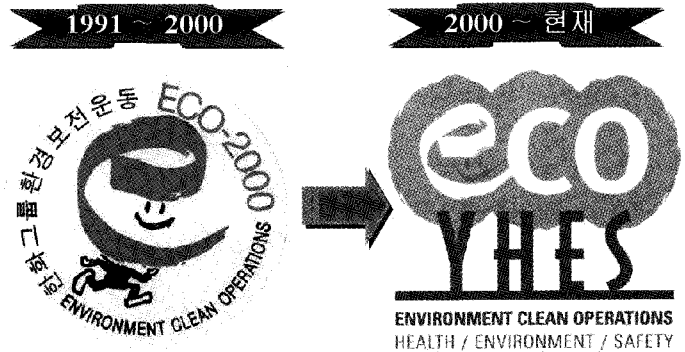
- 국내에서는 최초로 시행된 그룹 차원의 기업환경보전 운동임
 - 낙동강 폐놀사건이 발생하기 전인 1991년 3월초부터 시작되어 2000년 5월까지 지속됨

- 환경보전주의 이념 하에 인간과 자연의 조화, 환경보호 참여, 쾌적하고 풍요로운 생활환경 창조를 목표로 추진되었음
 - 세부 실천사항으로는 생산과정에서의 오염물질 배출 최소화, 천연자원의 고갈을 방지하기 위해 자원 재활용 극대화, 근원적인 오염원을 제거하기 위한 청정 공정 도입, 전과정에서 환경부하가 적

거나 없는 청정제품 개발 등을 추진하였음

- 임직원의 환경인식을 보다 효과적으로 제고하기 위해 환경경영 운동의 엠블럼을 제작해 활용하고 있음(그림1)

〈그림 1〉 한화그룹 환경경영 운동을 나타내는 엠블럼 변화



1) 생산, 유통, 사용, 사용 후 폐기단계에 이르는 전과정에 걸쳐 보다 적은 자원과 에너지가 소요되며 인체와 자연 생태에 영향이 적거나 없는 환경친화적인 제품이나 서비스를 구매하는 것을 의미함

나. ECO-YHES (이코-에스 : Environment Clean Operations-Yes for Health, Environment, Safety)

- 21세기를 맞아 기업에게 주어지는 사회적 소명을 보다 적극적으로 추진하기 위해 환경, 안전, 보건을 한 시스템으로 통합해 level-up 시킨 한화그룹의 환경경영체제임
 - 2000년 6월부터 시작되어 현재 추진 중에 있음
- 사회·생태·경제의 지속성을 위한 新경영이라는 명제 하에 21세기에 도 지역 사회, 시민과 정부로부터 계속해서 신뢰받는 기업을 목표로 환경·안전·보건 방침과 16가지의 실천지침을 마련해 준수하고 있음
 - 실천지침은 각 사별, 업종별 특성에 맞게 수정·적용하고 있지만 그룹 방침에 따라 통일된 정책과 방향을 유지함

〈표 1〉 한화그룹의 환경·안전·보건 방침

- ◆ 우리의 제품 및 서비스에 대해 고객의 기대와 요구에 충족시킴은 물론 안전하고 환경친화적인 제품 생산 및 서비스의 제공에 최선을 다한다.
- ◆ 우리는 제품의 개발과 제조, 판매, 서비스 제공에 이르기까지 모든 단계에서 지역사회와 근로자에게 인명사고와 재산손실이 없도록 안전과 보건을 확보한다.
- ◆ 환경보전과 쾌적한 근로환경의 조성을 위하여 환경경영체제를 구축하고 운영하여 기업경영의 모든 단계에서 오염방지 및 지속적 개선활동을 실시한다.
- ◆ 경영활동 전과정에서 소요되는 모든 자원과 에너지의 근원적 제어를 통하여 자원과 에너지의 효율적 이용과 절감에 노력한다.

2. 한화그룹의 환경·안전·보건 방침

가. 방침 제정 목적

- 환경 안전 보건을 기업경영의 고유가치로 인정함으로써 고객, 근로자, 사회와 더불어 한화그룹의 건전한 발전을 도모함은 물론 기업의 사회적 책임을 완수하기 위해 네 가지 주요 방침을 설정함

나. 주요 4 방침

- 환경친화적인 제품 생산과 서비스 제공, 안전과 보검 확보, 환경경영체제 강화, 자원 및 에너지의 효율적 이용 등을 위한 기업경영의 추진 방향을 규정하고 있음(표 1)
 - 특히 경영 전반에서 자원과 에너지의 근원적 제어를 통한 효율적인 이용을 규정한 방침은 한화그룹이 녹색구매를 추진하는 근거가 되고 있음

3. 한화그룹의 녹색구매 추진 목적과 전략

가. 녹색구매 추진 목적

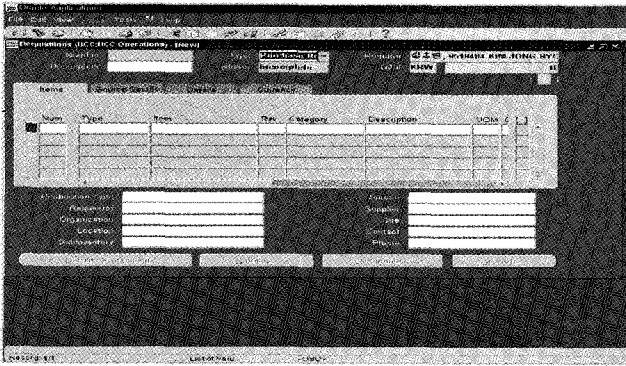
- 1) 환경·안전·보건 방침의 준수와 함께 기업의 사회적 인 역할을 강화하기 위한 노력의 일환으로 한화그룹이 환경친화적인 재화와 서비스 구입에 앞장섬으로써 사회 전반의 생산·유통 체계의 환경성을 고양하는 데 기여하기 위함
- 2) 기업시민으로서 사회의 지속 가능 발전을 위한 역할을 증진하는 데 있음
- 3) 환경경영체제를 지속적으로 강화하기 위한 기업 내 수단의 하나로 활용하기 위함

나. 실행 전략

- 1) 전 그룹사에 e-구매체제를 구축해 녹색구매를 효율적으로 추진할 수 있는 실행기반을 구축함

가) 2000년에서 2001년까지 한화그룹 전사에 ERP (전자자원관리) 체계를 구축, 운영하여 e-구매 체계로 전환(그림 2)

〈그림 2〉 한화그룹 ERP 체제 화면



나) 통합구매본부 조직 및 운영
 ○ 대량 구매에 따른 경제성 확보는 물론 물류 효율화에 의한 녹색유통 체계 수립을 위해 2000년에 그룹 통합구매본부를 설치해 운영 중임

2) 원부자재보다 소비재 중심 녹색구매 실행
 ○ 최종 소비재를 중심으로 녹색구매를 실천함으로써 관련 제품 생산, 유통 전과정으로의 파급효과를 극대화하기 위함
 - 최종 제품 관련 생산, 유통 전과정의 녹색화 유도대상 제품 확대 검토 중(인쇄 및 사무용 지류, 복사기 등)
 - 녹색생산업체 활성화 지원에너지 효율화 및 재활용 생산 업체 중심 구매

3) 녹색상품 개발, 생산을 통한 녹색소비 진작
 ○ 녹색구매뿐만 아니라 자체적으로 녹색생산을 확대해 시민들에게 녹색구매 기회를 확대 제공하기 위함

- 휘발성유기화합물을 함유하지 않은 수용성 수지(솔루빌) 생산(그림 3)
- 페인트, 잉크, 접착제 등에 활용
 - 인쇄 용지의 재활용성 고양
- 환경친화적인 반도체 연마제 생산유해 중금속 함 유량 대폭 저감
- 간벌목을 이용한 건축자재 생산벤처, 옥조 등 제조 (팀버드)

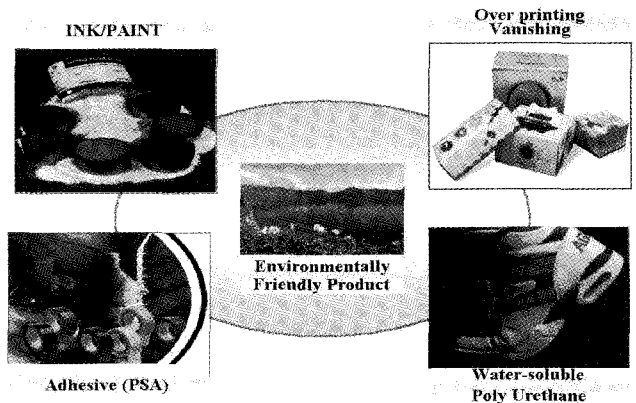
4. 한화그룹의 환경상품 증진 활동

가. 추진 연혁

○ 1992년 환경친화제품 사내 전시회 개최로 환경상품 활성화를 위한 그룹 차원의 노력을 본격적으로 구체화하였으며 주요 사례는 (표 2)와 같음

나. 환경보전 및 녹색구매 확대를 위한 가이드 북 발간
 ○ 1996년 3월에 한화그룹 ECO-2000 추진본부는 그린머천izer 생활 길잡이를 발간해 임직원에게 배포함 (그림 4)

〈그림 3〉 수용성 수지의 활용 사례



- 직장에서의 그린 멋쟁이 실천 지침을 통해 녹색구매 실행 방안 제시종이 사용, 설비와 부품, 에너지, 제품 디자인, 포장지, 원재료 분야로 나누어 녹색구매 실천 방법을 전파하였음

〈 표 2 〉 한화그룹의 환경상품 증진을 위한 주요 활동

| | |
|------|--|
| 1992 | 한화 그룹사 환경친화제품 사내 전시회 개최 |
| 1993 | 그룹사 환경통계 시스템에 환경친화제품 개발, 생산, 판매 항목 반영 |
| 1994 | 그룹사 환경경영 성과 평가시 환경마크, 재활용마크 제품 구매 항목 반영 |
| 1995 | 한화유통 매장에 환경상품코너 신설, 무포장고객 우대 계산대 운영 |
| 1996 | 녹색구매 홍보 책자 그린멋쟁이 생활 길잡이 발간 |
| 1996 | 한화소재, 자동차 부품업체 최초 전제품 환경마크, 재활용마크 획득 |
| 1999 | 제2회 일본 Ecoproduct 전시회 한국 참관단 구성 및 참가(한화그룹 5개 계열사 참여) |
| 2000 | 환경마크협회/GPN 주관 환경상품 전시회 지원 및 그룹 전시관 운영 |

〈 그림 4 〉 녹색구매 실천 방법을 담은 한화그룹의

그린멋쟁이 생활 길잡이 표지



5. 한화그룹의 주요 녹색구매 사례

- 환경·안전·보건 방침에 근거하여 에너지 효율화 및 자원 절감을 도모하면서 파급효과를 극대화할 수 있도록 에너지 절감형 및 재활용형 최종 제품 중심으로 녹색구매를 실행하고 있음

가. 에너지 절감형 제품

- 1999년도에 그룹 사옥을 에너지 절감형 건물로 전환 하면서 에너지 효율이 높은 조명 램프와 안정기를 다량 구매한 것을 비롯해 개인용 컴퓨터와 모니터 등도 모두 에너지 절감형 제품으로 교체하였음

〈 표 3 〉 에너지 절감형 제품 구매 사례

| 제품 | 구매수량 | 구매비용 |
|-----------|--------------|----------------|
| 고효율 조명 램프 | 17,500 개/99년 | 4,800만 원/99년 |
| 고효율 안정기 | 21,600 개/99년 | 1억5,000만 원/99년 |
| 개인용 컴퓨터 | 7,038 대/00년 | 75억 원/00년 |
| 모니터 | 2,281 대/01년 | 5억200만 원/01년 |

나. 재활용 제품

- 현재 프린터용 제품을 중심으로 녹색구매를 수행하고 있으며 인쇄 및 사무용 용지류의 도입을 검토 중에 있음

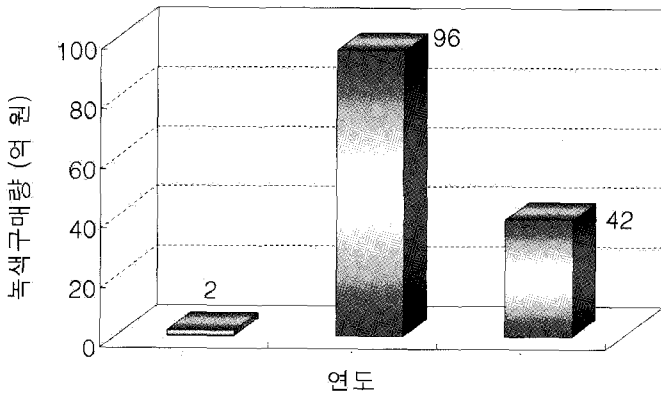
〈 표 4 〉 재활용 제품 구매 사례

| 제품 | 구매수량 | 구매비용 |
|-------------|----------|---------------|
| 레이저 프린터 드럼 | 70개/01년 | 4,800만원/99년 |
| 레이저 프린터 토우너 | 660개/01년 | 1억5,000만원/99년 |
| 잉크젯 프린터 잉크 | 890대/01년 | 75억원/00년 |
| 30%재활용 A4용지 | 시범적용/02년 | 1억원 예정/02년 |

다. 연도별 녹색구매 실적

- 에너지 절감 및 재활용 제품을 중심으로 녹색구매 물량은 2000년에 98억 원이었으며 2001년에는 42억 원 을 기록하였음(그림 5)

〈그림 5〉 한화그룹의 연도별 녹색구매 실적



주 : 1999년도 통계에는 녹색조명 자료만 포함됨

라. 향후 녹색구매 보완 방향

1) 협력업체 녹색화 구현 강화

- ISO 14001 환경경영체제 적용 권고 및 수립·운영 지원 활성화
 - 현재 반영 중인 협력업체 선정과 관리 기준을 강화, 운영함으로써 녹색생산을 장려하고 녹색제품 및 서비스 납품 유도 재활용과 재이용이 용이한 제품, 설

비 유지·보수시 환경친화적인 서비스 제공을 위한 지원 강화녹색 원부자재 사용 대상 지속 확대

2) 녹색상품 판매를 통한 녹색구매력 확대

- 한화유통을 중심으로 유통 녹색화 추진
 - 녹색제품 디자인 향상을 유도하고 매장 고급화로 소비를 증진함으로써 한화유통의 녹색상품 구매력을 확대
 - 현재 재생화장지, 재생물비누, 공예품을 중심으로 22종을 판매하고 있으나 제품 질을 향상시키고 판매 전략을 강화해 품목 및 수량을 대폭 높일 계획임
 - 포장재 감량화를 유도하는 녹색포장 확대

추진

- 녹색소비자연대 등 시민단체와 협력체제를 강화
 - 소비자 참여도를 높이고 자체 실행 추진력을 고양시킬 수 있을 것으로 기대됨
 - 또한 소비자의 구매 취향을 조사, 분석하는 과학적인 마케팅 방법도 활용할 예정임



「환경기술인」을 읽으면 환경보전이 빨라집니다