

**선진 경영 사례 :
친환경은 돈이 된다**



III 선진 경영 사례 : 친환경은 돈이 된다

‘Green is green’. 무슨 말일까? 녹색은 녹색이다? 단순 동어반복일까? 아니다. green이라는 단어에는 ‘녹색의, 환경의’ 등의 뜻도 있지만, 시쳇말로 ‘돈’이라는 뜻도 있다. 한국에서 만 원짜리 지폐를 ‘배춧잎’에 비교하는 것과 비슷한 의미일 것이다. 즉, 이 말은 ‘친환경이 돈이 된다.’는 정도로 해석할 수 있을 것이다.



환경친화적 경영이 비용만을 의미하는 시대는 이미 지났다. “친환경이 밥 먹여 주냐.”고 항변하는 시대는 이미 아니라는 것이다. 기업의 친환경 경영은 비용이 아니라 소비자의 마음을 움직이고 그들의 충성심을 강화할 수 있는 투자라는 인식을 더욱 적극적으로 확장할 필요가 있다. 즉 “친환경이 밥 먹여주는” 시대라는 발상이 필요하다.

본 장에서는 “친환경으로 밥 먹고 사는” 기업들을 소개한다. 이들의 사례는 우리 기업에도 많은 시사점을 제공할 수 있을 것이다. 특히 소개되는 기업들이 대기업만이 아니라는 점에서 친환경 경영을 위한 노력이 일부 대기업이나 일부 업종에만 국한될 문제가 아니라는 점이 무엇보다 우리에게 주는 의미가 클 것이다.

1 벨기에 Colruyt 그룹의 Green Line 프로그램

Colruyt 그룹은 프랑스계 대형 매장인 까르푸와 함께 벨기에 내 유통시장을 주도하고 있는 그룹으로 벨기에 전역에 300개 이상의 매장을 보유하고 있으며 유통분야 총매출의 약 23%를 점유하고 있다. “친환경경영”, “그린경영”이라는 용어조차 생소하던 1990년, 그룹 자체의 “그린 헌장”을 선언하였으며, “Green Line 프로그램”을 채택하여 헌장의 정신을 실천하고 있다. 벨기에 친환경경영의 선구자적 기업인 Colruyt 그룹의 행보는 이후 많은 벨기에 기업들의 주목을 받았으며, 벤치마킹의 대상이 되고 있기도 하다.

[Colruyt 매장 외부 모습]



■ 기업경영과 친환경 관점을 이룬 시기부터 결합시킴

‘90년대 환경경영의 많은 사례들에서 알 수 있듯이, 초기 친환경경영의 특징은 삼림, 녹지 가꾸기 등 이윤의 사회 환원이라는 관점에서 진행된 측면이 크다. 즉, 친환경“경영”이라는 측면보다는 “환경보호 활동에의 참여”라는 측면이 더 강하다고 볼 수 있다.

그러나 Colruyt 그룹은 일찍이 환경문제를 기업의 경영전략으로 도입하여 모든 비즈니스 과정에 환경 개념을 통합시키는, 당시로서는 파격적인 친환경경영 행보를 보이고 있었다. 즉, 기업경영과 환경문제가 별개의 문제가 아니라는 인식을 초기부터 확고히 하고 있었던 것이다. 이를 집대성한 프로그램이 바로 “Green Line” 프로그램이다.

■ 프로그램 개요

“Green Line” 프로그램은 판매상품의 전 과정, 즉, 생산, 재활용, 폐기물처리 뿐 아니라 원자재, 에너지, 서비스, 물류 과정에서도 환경 개선에 기여할 수 있는 방법을 추구하고 실행함으로써 실질적인 환경개선을 실현하도록 하는 것을 목적으로 하고 있다.

이 프로그램은 경영진을 포함한 모든 직원이 참여하도록 하였으며, 이사회는 Green Line 프로그램을 적극적으로 장려, 지원하였다. 일회적인 사업으로 끝나는 것이 아니라 정기적으로 환경보고서를 작성하여 Green Line 사업 수행 상황과 향후 사업 계획을 발표하도록 하는 등 장기적인 계획 하에 진행한 점에서 큰 의미를 가지고 있다고 평가된다.

■ 안팎으로 친환경

기업 내부적으로는 안전운송, 에너지 효율성 제고, 폐기물 분리 처리 및 재활용, 친환경적 포장자재 사용, 소음예방 및 제한, 오염물 질 발생 감소 등을 추진하였다.

또한 판매상품 입점 기준에 납품사의 친환경 경영 실시여부를 포함시켰는데, 품질, 가격 등의 측면에서 유사한 상품이 있다면 환경친화적 제조 방식을 활용하고 있는 제품을 우선 입점 시켰다.

이와 함께 자사의 고객들에게 제품별로 환경정보를 제공하여 사회적인 공감대를 형성시켜 나간 점은 주목할 만하다. 자사의 홈페이지를 통해 고객들에게 어떠한 제품이 친환경 제품인지를 안내하였으며, 친환경 제품에 대해서는 자체적으로 제작한 그린 라벨을 부착하였다. 또한 라벨 부착이유를 설명함으로써 자사의 친환경경영만을 부각시킨 것이 아니라, 납품 업체들의 친환경경영 측면까지 함께 홍보하는 두 가지 효과를 동시에 가지고 와, Colruyt 매장 납품 열풍이 일기도 하였다.

■ 상점 설비

먼저 상점 설비 측면부터 살펴보자. 신규 상점을 건축하기 위해 기존 건물을 철거, 보수할 때 폐기물 배출을 최소화하기 위한 시간이 걸리더라도 기존의 벽돌이나 자재의 형태를 최대한으로 유지시켜 재활용하였다. 또한 재활용이 불가능한 자재의 경우라 하

더라도 현장에서 잘게 부수어 활용하였다. 실제 2007년 Marchienne-au-Pont에 신규 상점 건축 당시 5000톤의 건축 폐기물을 잘게 부수어 건물 대지 조성 작업에 모두 사용한 바 있다.

또한 자재, 장비 도입 시에도 가장 우선적으로 고려한 것이 바로 에너지 절약효과였다. 냉동 창고를 건축할 때에는 태양열이 냉동 창고 벽을 덥히는 것을 방지하기 위해 남향에 위치한 벽이 없도록 하는 등 매우 세심하게 신경을 쓴 면이 두드러진다.

또한 에너지 효율성이 높은 축전기를 이용한 상품 운반차를 사용하였으며, 전력 소모가 낮은 밤에 충전하여 연간 750,000KW의 전기를 절약하였는데, 이는 약 2000가구의 연간 전력 소비량에 육박하는 수치이다.

[고효율 축전지 이용 차량]



한편 Colruyt사는 자체적으로 필요한 전력을 전량 자체 조달하기 위해 풍력 발전기 2대를 설치하였고, 최근에는 브뤼셀 근교의 Hall에 소재한 동 그룹 유통 창고 지붕에 약 6m² 크기의 태양 광판 12,000개를 설치하여 연간 250,000KW의 전력을 자체 생산하였다. 약 78톤의 이산화탄소 배출을 절감한 것도 사실이다.

■ 친환경 제품 전문 체인 "Bio-Planet" 개점

2001년 Colruyt사는 순수 Bio 식품과 환경 제품을 전문으로 판매하는 체인인 'Bio-Planet'을 개점하였다. 현재 매장은 4곳에 소재하고 있으며, 이곳에서는 7000점 이상의 친환경 제품이 판매되고 있다.

[Bio Planet 상점 내부 광경]



주요 상품들은 유기농 농산물, 재생지 제조품, 재활용 유리병에 담은 음료수, 용제 비사용 제품, 바이오 제품, 천연비료 등이다. Colruyt사는 앞으로 매년 1개씩의 신규 상점을 개점할 계획이다.

■ 주요 성과

이러한 노력으로 인해 Colruyt 그룹은 1992년 이후 벨기에에서 여러 차례 대표적인 친환경경영 모범기업으로 선정됨으로써 그 노력을 보상받고 있다. 1992년 벨기에 기업 협회 환경상, 2002년 최고 지속가능발전관리상, 2007년 Holcim Business Environment Award 등을 수상한 바 있으며, 친환경 이미지와 최저가 정책 도입에 힘입어 소비자들에게도 상품 품질과 서비스가 좋은 기업으로 이미지를 확고히 수립하고 있다.

2 이탈리아 환경우수 기업 Formula Servizi

이탈리아 에밀리아 로마냐 주 포를리 지역에 위치한 Formula Servizi사는 청소용역 협동조합으로서 주로 병원과 건물 사무소 청소를 대행해주고 있다. 세심한 기업 경영으로 다양한 환경문제에 효율적으로 대처해나가고 있으며, 이탈리아 정부가 후원하는 환경기업 최고경영상을 수상하기도 하였다.

[Formula Servizi사의 직원들]



■ 쉬운 일부터 시작하다

거창하게 어려운 일부터 시작하지 않았다. 한 임원이 직원들의 평균 출퇴근 시간 조사 결과를 통해, 집과 서비스 고객사 간의 거리가 고려되지 않은 지나치게 긴 출퇴근 거리로 인해 연료가 불필요하게 낭비되고 있다는 사실을 알게 된 것이다. 그로 인해 Formula Servizi 사는 1999년부터 100여 고객사를 지역별로 나누어 자사 종업원들을 거주지에서 가장 가까운 작업장으로 출퇴근할 수 있도록 하였다. 이로 인해 900명에 달하는 종업원들은 더 이상 불필요한 연료낭비를 할 필요가 없게 되었다. 또한 사무실 직원의 퇴근 시간을 한 시간씩 앞당김으로써 연간 5,000kwh의 전기를 절약하고 연료비를 절감할 수 있었다.

■ 자원 절약을 위한 작업 방법 조정

2002년부터는 극세사로 된 청소타월을 사용함으로써 청소의 질을 높이고 연간 32,279,406리터에 달하는 물과 256,950리터의 세제를 절약할 수 있게 되었다. 또한 2006년부터 세제보급을 위해 200리터 용량의 드럼을 자사 창고에 설치하여 일회용 플라스틱 용기사용을 연간 13,258kg이나 감소시킬 수 있었다.

■ 재생에너지 활용

1997년부터 회사 차량 운행 연료로 100% 유채유 바이오 디젤을 사용하다가, 2007년부터는 새로운 Euro4 엔진에 맞춰 25%의 유채유와 75%의 경유 바이오디젤을 사용하고 있다. 또한 2006년부터 개인차량을 친환경 연료 이용 차량으로 교체하고자 하는 직원에게는 금전 지원을 실시함으로써 직원의 부담을 최소화시킬 수 있었다.

본사 건물 지붕에는 태양열 광전지 판넬을 2005년에 설치하여 연간 22,000kwh의 전력을 생산하고 있으며, 이는 연간 약 16,000kg의 이산화탄소 배출을 절감시키는 효과를 가져 온다. 또한 차량 세척수 정화시설과 액화보일러 및 공기정화 시설을 완비하였고, 99년부터는 4개 사무소에서 발생하는 폐지를 재활용하여, 협동조합이 운영하는 정신 요양원 환자들의 성탄절 카드 제작 활동, 각종 인쇄물 제작, 고객용 달력 생산 등에도 사용하고 있다. 이렇게 재활용되는 종이는 연간 약 1.5톤에 육박한다.

또한 조합 외부 도로는 광기전성 재질로 이루어져 있는데, 이 포장도로는 태양열에 노출 시 식물의 광합성과 유사한 반응을 일으키면서 오염된 공기 중 입자를 질산이온으로 변환시키는 활성 산소를 생산해내고 있다.

■ 시사점

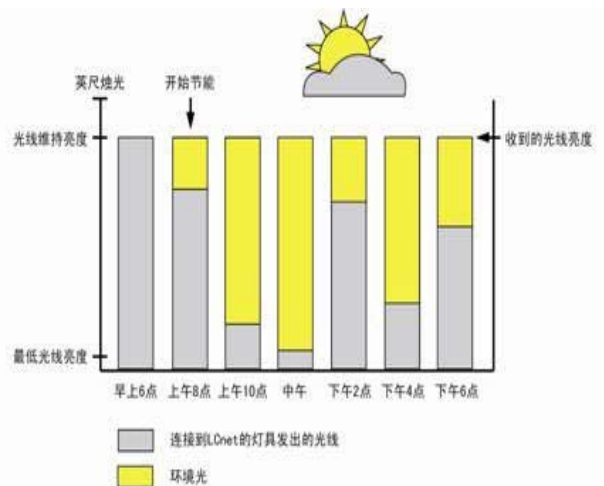
Formula Servizi 협동조합은 인사관리부터 작업방식, 자원 재활용에 이르기까지 세심한 친환경경영으로 작은 실천이 큰 효과를 가져 올 수 있다는 전형을 보여준다. 특히 이는 친환경경영이 거창한 문제부터 먼저 떠올리는 것이거나 많은 비용을 투입해야 하는 것이 결코 아니라는 점을 알려주는 작지만 소중한 사례이다.

3 중국의 각종 친환경 경영 기업들

가. 월마트 : 중국 최초의 에너지 절약 마트

2008년 10월, 중국 최초의 에너지 절약 마트가 개장되었다. 바로 베이징 왕징(望京)의 월마트이다. 에너지 절약 마트란 과연 무엇이며, 어떻게 이루어져 있을까? 아래에서 살펴보자.

동 매점에서는 조명, 냉장고 등에 사용되는 조명으로 LED 에너지 절약형 조명등을 이용하여 타 매점 대비 전기사용량과 물 사용량을 각각 23%, 17%씩 절감하고 있다.



자료원 : 千家照明网

왕징 마트뿐만 아니라 중국 내 월마트 중 약 80%는 에너지 절약을 위한 매장 개조를 완성하여 15%에 달하는 에너지를 절약하고 있으며 향후 2012년까지 전국 110개 마트 개조가 모두 완성될 예정이다.

또한 월마트는 마트뿐만 아니라 선전(深圳)에 위치한 중국 본부 사무실의 조명도 에너지 절약 LED 조명등으로 교체하여 총 에너지 소모량의 38%를 차지하는 조명 에너지 소모량을 절감하고 있다.

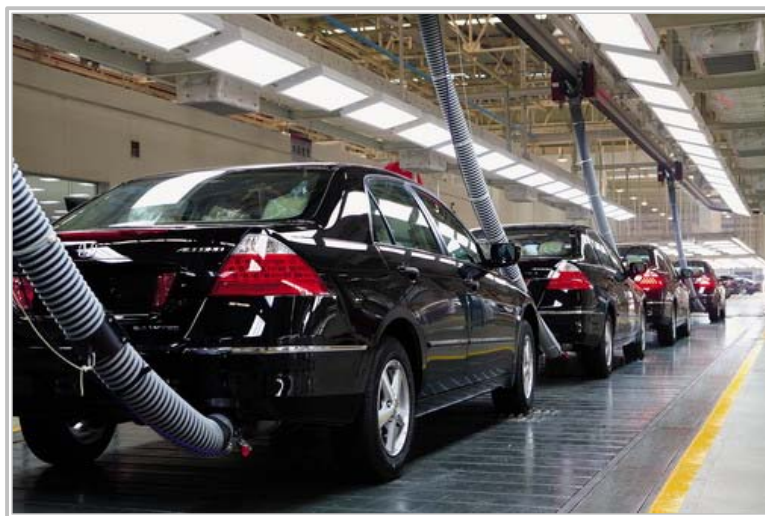
나. 광저우 혼다(本田)의 “Green Production System”

[쑹청 혼다사 건물 외부]



광저우 혼다 쑹청(增城) 공장은 생산 과정에서 발생한 오수와 생활 폐수 전량을 회수·이용하는 등 오수 배출이 거의 없는 자동차 제조 공장이다. 회수된 오수는 설비 냉각, 작업장 냉각, 녹화 등에 사용될 뿐만 아니라, 수돗물 표준보다 높은 수준으로 처리된 오수는 생산에 재활용된다.

[측정 배출가스 회수 장면]



또한 증청 공장에서는 자동차 조립 완성 후, 측정 시 배출되는 가스를 직접 회수하고 화중이공대학(華中理工大學)과 합작하여 공기 청결기술을 개발하며 용접 과정에서 생산되는 연기를 처리하여 작업장의 경기 청정상태를 유지하고 있다.

한편 제조공장에서는 생산 과정에서도 무독, 무해, 무오염 원자재 구매를 선호하고 있다. 특히 자동차 페인트도 수용성 제품을 사용하고 있는데 VOC(휘발성 유기 화학물) 배출량이 20g/m²으로 유럽 표준보다 더 적은 수치이자 세계 최저 수준을 기록하고 있다.

이러한 노력에 힘입어 2001년 11월 광저우 혼다사는 ISO 14001 환경관리시스템 인증을 받았으며, 2007년에는 상당수의 납품사들도 동 인증을 획득할 수 있었다. 뿐만 아니라, 2006년에는 전국에 '녹색특약점(綠色特約店)'을 설치하여 일상 운영 중에 발생하는 유해폐기물 관리를 강화하고 친환경 설비 사용 확대를 통해 에너지 사용량 절감을 추진하고 있다.

다. 중국 올림푸스의 환경 경영 관리

2000년부터 중국 올림푸스 그룹은 'Annual Environment Report'를 발간하여, 환경 경영 관리와 친환경 계획 진행 상황을 대외적으로 공개하기 시작했다. 아래에서는 해당 보고서 중 주요 내용을 소개한다.

[중국 올림푸스 외부 경관]



중국 올림푸스 제조공장은 생산 과정에서 발생하는 오수 처리를 위해 3,000만 위안 이상의 자금을 투자하였으며, 카메라 부품 생산 과정에서 발생하는 플라스틱 회수를 위한 전문 회수 작업장을 건설하여, 2006년에는 274톤에 달하는 플라스틱을 회수하여 재활용하였는데 이로 인해 절약된 금액은 약 925만 위안에 달한다.

또한 조명 시스템을 에너지 절약형 조명 시스템으로 개조하여 조명 전력 사용량을 이전에 비해 1/6로 절감하였으며, 월평균 2,700kg 가량 생산되는 폐수 처리를 위해 전문 회수설비를 구매하여 현재 재활용율은 약 90%에 달하고 있다.

[제조설비 현황]

