

# 기업의 ESG 캠페인 전략 접근법과 ESG 실천 사례

글 남석현 | 파이브세컨즈 CEO  
nam@5seconds.tv



지난 7월 12일부터 15일까지 대한상의 제46회 제주 포럼이 제주 해비치 호텔&리조트에서 개최되었다. 한국 경제와 기업의 미래를 모색하는 제주포럼에는 최태원 대한상의 회장을 비롯 추경호 경제부총리, 한화진 환경부장관, 이창용 한국은행 총재, 한동훈 법무부장관이 연사로 나섰다. 1974년 시작된 경제계 최초·최대인 제주포럼답게 기업인들이 모여 새로운 미래를 모색하는 자리였다. 그런 제주포럼의 메인 행사장 앞에는 기존에는 진행되지 않았던 부스 형태의 전시가 진행되었다.

ERT 신기업가정신에 대한 내용이었다. 지난해 5월 대한상의가 중심이 되어 76개의 회원사로 ERT 신기업가정신협의회가 출범되었고, 1년 사이 회원사가 10배로 늘었다.

ERT에는 ①기업의 혁신·성장, ②윤리 경영, ③조직 문화, ④친환경 경영, 그리고 ⑤지역 사회 발전이라는 기업이 앞으로 나아가야 할 역할을 5대 명제로 담고 있다. 이 키워드들이 현재와 미래의 ESG를 대표하고 있다고 해도 과언이 아니다. 그렇기에 ESG 생태계에서 가장 리스크를 낮추는 커뮤니케이션 방식을 선정하자면 다각적인 컨설팅과 분석 툴, 그리고 트렌드를 기반으로 한 설계가 아니라, 유관 담당자들이 ERT 신기업가정신의 스토리를 살펴보는 것이 ESG 캠페인 전략의 새로운 해답이 될 수 있다.

우리 기업의 제품과 서비스를 고객에게 전달할 때 ESG를 입히는 것에는 한계가 있기 때문이다. 그 가까운 사례가 ERT 다함께 나눔프로젝트다. 기업들이 자율적으로 사회공헌 분야, 지역, 기부내용 등을 선택해 프로젝트를 제시한다. 그러면 해당 취지에 공감하는 ERT의 다른 멤버사들은 이에 대해 자율적으로 동참할 수 있다. ESG 커뮤니케이션에서 가장 중요한 근간은 트렌드가 아니라, 기존에 유지되던 진정성의 발현이기 때문이다.

기업은 CSR, 사회적 책임, 사회 공헌, 사회적 가치, 임팩트 창출 등의 역할과 함께하는 시대를 거처왔지

만, ESG만큼 적극적으로 전방위적으로 기업의 대외 커뮤니케이션에서 타이틀을 거머쥔 것은 없었다. 그렇기에 기업의 커뮤니케이션에는 ESG가 필수가 되었다. 그러나 ESG 시대 4년 차에 접어들면서 그린워싱 이슈가 더욱 빈번하게 수면 위로 올라오게 된다. 커뮤니케이션 분야는 ESG와 가까워야 하지만 여전히 거리감있는 조심스러운 존재일 수 밖에 없다. 그도 그럴 것이 트렌드와 제품·서비스를 매칭하고, 단기간에 성과를 창출해야 하는 광고, 캠페인이 단계적으로 경영 전반에 걸쳐져야 하는 ESG와 동화되기 어렵기 때문이다.

필자가 몸을 담고 있는 파이브세컨즈는 ESG 마케팅&커뮤니케이션 컨설팅 그룹이다. ESG·탄소중립 프로젝트를 컨설팅 및 시행하면서 만난 클라이언트는 모두 같은 목소리였다. 이미 커뮤니케이션 방식은 보편화되어 있는데 다양한 ESG 영역, 그리고 실천 사례들을 다 파악하고 벤치마킹하기가 물리적으로 어렵다. 그리고 새로운 담당자가 ESG 생태계에 대해 좁게 알고 있을 경우, 추후 받는 스트레스도 가중된다. 그렇기에 파이브세컨즈는 클라이언트들의 공통된 의견들을 반영해, 올해 초부터 'RE: THE NEW'라는 다시 새롭게 ESG를 바라보기 위한 뉴스레터를 발행하기 시작했다. 각 분야 기업들의 다양한 ESG 실천 사례들의 공유가 실무자에게 새로운 전략을 구상하기 위한 인사이트를 전해준다는 평가를 받고 있어, 다음과 같은 8가지의 사례를 공유한다. ESG 생태계에서 외줄타기를 하며 그 선을 지키며 나아가는 관계자들의 노력과 비록 외부에서는 모르겠지만 오늘도 ESG 연계 전략을 구상하는 이들에게 찬사를 보낸다. 🌍





### 오리온 안산공장의 플렉소 인쇄

- 오리온은 ESG가 사회적 화두로 떠오르기 전인 2014년부터 윤리경영의 일환으로 다양한 친환경 활동을 꾸준히 펼쳐오고 있음
- 오리온은 국내 제과 업체 중 최초로 친환경 포장재 생산이 가능한 플렉소 인쇄 설비를 도입. 플렉소 인쇄는 기존 그라비아 인쇄 방식과 달리 양각 인쇄 방식을 통해 잉크와 유해 화학물인 유기용제 사용량을 대폭 줄일 수 있는 환경친화적 포장재 생산방식
- 오리온 제품의 80%까지 플렉소 인쇄 방식으로 포장재 생산이 가능하고, 현재 포카칩, 썬, 오감자 등에 적용하고 있으며, 잉크와 유기용제 감축량이 연간 최대 800톤에 달함



### GS25

- 탄소 배출량을 줄일 수 있는 발포용 폴리프로필렌(PP)을 일부 간편식 용기로 사용. 기존 용기를 사용했을 때와 비교하면 탄소 배출량을 최대 25%까지 절감
- 발포용 PP란, 경량화 기술을 적용해 용기의 무게를 원천적으로 줄여 단위 무게당 온실가스 방출량을 낮춘 플라스틱
- 발포 용기는 전자레인지로 조리 후에도 용기 표면이 뜨겁지 않아 화상 방지 효과도 있으며, 고온, 고압, 충격에 강하고 내구성이 높아 여러 번 세척해 사용가능한 장점이 있음



### CJ대한통운

- CJ대한통운이 재생용지를 사용한 택배 박스를 도입하고 친환경 포장을 확대. 제작은 전국 CJ대한통운 물류센터에서 나오는 연간 5,000톤가량의 포장 박스와 서류를 활용하여 진행
- 물류 업계 최초로 '완결적 순환체계'도 구축(자체 발생하는 폐기물을 활용하여 재활용품을 생산, 자원 절약 및 탄소 배출 감소 효과를 내는 자원순환 체계)



### 오뚜기의 헬로베지

- 오뚜기는 비건 전문 브랜드 헬로베지를 론칭. 10가지 채소를 담은 비건라면 채황, 오뚜기 카레/짜장의 비건 버전인 채소가득 카레/짜장을 출시
- 100% 식물성 재료를 사용하고 영국 비건 소사이어티 인증도 받았음. 식물성 대체육으로 만든 최초의 컵밥도 출시



### SKT의 녹색프리미엄 계약

- SKT는 한국전력공사와 2021년 44.6GWH에 이어 2022년 연 120.1GWH의 재생에너지 전력을 조달하는 녹색프리미엄 계약을 체결(이는 2022년 총 예상 전력 사용량의 5%에 해당하는 수준)
- 녹색프리미엄은 국내기업이 재생에너지 사용을 인종하고 RE100 이행 사실을 증명할 수 있도록 하는 제도



### KB국민은행 'KB유니콘클럽'

- KB국민은행은 2021년부터 3년차 이하의 혁신기술 기반 스타트업을 대상으로 맞춤형 엑셀러레이팅 및 직접투자까지 실행하는 초기 스타트업 성장 지원 프로그램을 실행중
- KB유니콘클럽에 선정된 스타트업 10개사에게는 판교테크노밸리 내 워킹스페이스 무상지원, 정기 IR연계 및 스타트업과 투자자 간 네트워크 구축, 글로벌 진출 지원 등을 지원
- 3년차 이상 사회혁신 스타트업 성장 프로그램의 일환으로 'KB 금융캠퍼스 S.I.N.G 프로젝트'도 운영 중으로, 금융 및 경영 멘토링을 지원하는 것



### 나이키의 나이키 그라운드 프로젝트

- 나이키는 운동화 밑창을 재활용하여 나이키 그라운드라는 소재로 재생. 경기장의 트랙, 농구장 코트, 인조 잔디 필드 등 운동장 바닥이 고무로 되어있는 것을 착안하여 운동장 바닥에 나이키 그라운드 재료가 활용되고 있음
- 이 외에도 핸드폰 케이스, 보드, 의자 등에도 나이키 그라운드 재료가 사용되며, 나이키 그라운드는 폼, 가죽, 섬유 자투리까지 사용하여 소재영역을 확장하는 중
- 기후변화에 대비해 지구를 보호하는 것이 스포츠의 미래를 보호하는 것이라는 나이키의 신념으로 자리매김 중



### SK C&C 탄소중립실천 앱 '행가래'

- 행가래는 일상 속 탄소중립 실천을 위해 제작된 앱으로 조직과 구성원이 탄소중립실천 활동을 습관화할 수 있도록 도와주는 역할
- 현재까지 118개 기업, 기관, 학교에서 매일 평균 4,600명이 사용
- 연 참가 인원 4만 6천여 명, 1천 2백만 회 실천으로 누적된 탄소 절감 효과는 무려 3,227톤. 나무 13만 4,000그루를 심은 것과 같은 효과
- 일상 속 실천 활동을 50여개 제시하며, 이를 실천하고 사진으로 인증하면 보상 리워드를 받고, 사회적 기업의 물건을 구매하거나 기부하는데 사용할 수 있음

