

통신사업자에게 환경경영이 왜 필요한가?

Why is the Environmental Management necessary for Telecommunication Operators?

박태동*, 강왕규, 고영근, 김보겸, 이원형
(Park Tae-Dong, Kang Wang-Gyu, Go Young-Keun, Kim Bo-Gyeom, Lee Won-Hyeong)

Abstract: Concerns on environmental issues and global warming are increasing worldwide. Environmental regulations such as Tokyo Protocol, RoHS, WEEE are also getting harder and harder and used as trade barriers. Different from other manufacturing industries, information and communication industry is basically environment friendly-low emission of harmful materials and little consumption of energy. But information and communication industry can contribute to world environment by recycle articles in disuse and properly process discarded trash. Furthermore, by using more renewable energy, it can reduce the CO₂ emission, one of the major the green house gas.

Keywords: environment, recycle, CO₂

I. 서론

이전에는 기업들이 시장에서 생존하고 경쟁자를 따돌리는데 관심을 많이 가지고 있었지만, 최근 세계적인 일류기업들은 고객과 사회로부터 존경을 받을 만한 기업으로 인정받기 위해서 노력하고 있다. 그 이유는 기업이 단기간 반짝했다가 사라지는 것이 아니라 장기간 아니 영속적으로 생존하기 위해서는, 경제적 이익만 추구하기 보다는 고객과 사회로부터 인정받고 존경받을 만한 수준이 되어야 한다는 당위성 때문이다. 즉, 기업의 지속가능성(sustainability)의 중요성 때문이다.

존경받는 기업을 선정하는 기준이나 평가기관이 많지만, 2007년 Fortune이 선정한 세계에서 비즈니스맨 들에게 가장 존경받는 50대 기업에 대한민국에서는 삼성전자가 유일하게 이름을 올렸으며, GE는 작년에 이어 1위를 차지했다.

“영혼이 있는 기업”(Saving the Corporate Soul, David Batstone)이라는 책에서 제시하는 존경받는 기업의 8가지 조건을 보면, ①리더쉽과 지배구조 ②투명성과 윤리 경영 ③지역사회와 소속감 ④고객 만족과 신뢰 ⑤사원 존중과 인정 ⑥환경보호와 책임 ⑦평등과 다양성 ⑧세계화와 인권 존중 등이다. 이 조건을 보면 환경보호에 관심을 가지고 책임을 다하는 것이 존경받는 기업이 되는데 매우 중요 요소 중의 하나라는 것을 알 수 있다.

GE는 2005년 에코매지네이션 (Ecomagination, Ecology + Imagination)이라는 환경경영 정책을 선포하고, 온실가스 배출량을 줄여서 환경보전을 실천하는 데 그치지 않고, 다양한 환경관련 제품생산에 나서 2010년 200억 달러 매출을 달성한다는 전략을 세웠다. 또 존경받는 기업 2위에 랭크되어 있는 도요타가 세계 최대 자동차 업체로 성장할 수 있었던 것은 1997년에 세계 최초로 선보인 친환경 하이브리드카 '프리우스' 덕분이라고 한다. 경쟁 업체보다 앞서 하이브리드카를

개발한 도요타의 사례는 환경경영이 곧 '돈'과 직결된다는 사실을 여실히 보여준다.

국내기업으로는 1996년 '녹색경영'을 선포한 삼성전자가 친환경적인 생산공정 및 제품의 개선에 지속적인 노력을 한 결과 상당한 성과를 거두었으며, 환경캠페인 '우리강산 푸르게 푸르게'로 유명한 유한킴벌리는 윤리경영과 환경경영을 실천하는 대표적인 기업으로 꼽힌다. 또 1994년부터 국내 최초로 환경보고서를 발표하고 있는 포스코는 환경경영 면에서 국내기업을 선도하고 있는데, 자원재활용과 친환경제품 개발에 가장 많은 관심을 가지고 있으며 최근에는 획기적인 친환경 제철 공법으로 인정받는 소위 "파이넥스" 공법을 개발하여 본격가동에 돌입하였다.

이와 같이 환경경영을 능동적이고 적극적으로 실천하는 기업이 존경받는 기업의 상위에 랭크되는 것은 전혀 이상한 일이 아니다. 그런데 여기에 중요한 포인트가 있다. 올해 1월에 열렸던 다보스 포럼에 참석한 CEO들이 21세기 기업경영의 최대 도전으로 꼽은 것이 "환경"이라는 것이다. 또한 대다수 글로벌 기업인들은 환경은 더 이상 기업이 치러야 할 어쩔 수 없는 비용이 아니라 적극 활용해야 할 차세대 유망 비즈니스라는 인식을 하고 있으며, 환경 경영을 얼마나 잘 하느냐가 기업 경쟁력을 좌우하는 시대가 눈앞에 다가왔다고 생각하고 있다. 따라서 대다수 글로벌 기업들은 환경을 차세대 핵심 사업으로 삼고 역량을 집중하고 있다.

순 위	회 사
1	GE(미국)
2	도요타(일본)
3	P&G(미국)
4	존슨앤드존슨(미국)
5	애플(미국)
6	버크셔 해서웨이(미국)
7	피덱스(미국)
8	MS(미국)
9	BMW(독일)
10	멕시코(미국)
34	삼성전자(한국)

(그림 1) 세계에서 가장 존경받는 기업 (Fortune, 2007)

*박태동: KT, 책임저자(Corresponding Author)
강왕규, 고영근, 김보겸, 이원형: KT 인프라연구소

이와 같이 세계적인 대기업들이 존경받는 기업으로 인정을 받고 있는 것을 거울 삼아서, 정보통신, 미디어, 콘텐츠 등의 분야를 주 사업으로 영위하는 국내외 통신기업들에 있어서 환경경영은 어떤 의미를 가지고 있는지를 고찰해 보고자 한다.

II. 환경경영

글로벌 환경규제

얼마 전 발표된 유엔산하 “정부간 기후변화위원회(IPCC)”의 지구온난화보고서를 계기로 환경경영이 기업에 발등의 불로 떨어졌다. 보고서에 따르면 “2100년이 되면 지구의 기온이 지금보다 최고 4도까지 올라 북극의 빙산과 태평양 섬나라들이 사라지는 환경재앙을 맞을 것”이라고 경고하면서 지구온난화의 주범으로 온실가스를 배출하는 석유, 석탄, 천연가스 등 화석연료를 지목, 결국 인간이 환경 재앙을 몰고 왔다고 밝혔다.

이에 앞서 유엔 IPCC는 1992년 지구온난화 방지를 위한 기후변화협약을 채택한 데 이어 1997년 3차 당사국 총회에서 각 국가에 구속력 있는 온실가스 배출 목표를 설정한 교토의정서(Kyoto Protocol)를 채택하였다. 이후 55개국 이상의 비준과 의무감축 대상국(교토의정서 상의 부속서 I 국가)의 1990년 온실가스 배출량의 합이 전체의 55%를 초과하여야 한다는 두가지 의정서 발효조건이 충족된 2004년 11월부터 90일이 경과된 2005년 2월 16일 공식적으로 의정서가 발효되었다

환경경영의 당위성

점차 강화되고 있는 각종 환경규제는 이를 이행하지 않고서는 더 이상 기업활동을 영속할 수 없는 모든 기업의 기본적인 규범으로 자리잡아 가고 있음을 알 수 있었다. 더구나 금융권에서 조차 환경경영의 이행여부를 기업의 재무적인 건전성을 평가하는 자료로 활용하는 사례가 늘고 있으며, 결과적으로 기업의 환경경영 이행이 주주뿐 아니라 고객, 정부 및 NGO를 포괄하는 기업 이해당사자를 만족시키게 되어 기업 지배구조를 개선하는 효과를 가져 오게 되는 것이다. 즉, 환경경영은 국내외적인 환경규제에 대한 대응, 기업활동의 기초가 되는 재무적 건전성의 확보, 기업 지배구조의 개선 등에서 그 당위성을 찾을 수 있다.

NTT의 환경경영

NTT는 지구환경보호의 중요성과 기업의 환경에 대한 책무수행을 위해 1991년 “NTT지구환경헌장”을 제정하였으며 환경보호 체계를 확립한바 있다.

1999년 그룹 재편에 따라 NTT그룹 지구환경헌장, 환경에 대한 지역공헌 및 환경기술 연구개발의 세가지 기조를 한 “NTT그룹 Ecology Program21”을 제정하고, 이 프로그램에 따라 NTT그룹 지구환경보호추진위원회와 각 그룹사의 환경담당부서가 연계하여 각종 시책을 전개하고 있다(그림 2). 환경

기술 연구개발의 경우 정보유통기반기술종합연구소 산하에 환경경영 추진 프로젝트와 NTT 환경에너지연구소를 두고 이곳이 중심이 되어 핵심기술개발부터 기술지원까지를 수행하고 있다.

NTT에서는 전화번호부, 광케이블, 배터리, 휴대전화 단말기 등의 리사이클링 뿐만 아니라 풍력발전 플랜트, 연료전지 플랜트 외에 95개의 태양광발전 플랜트를 보유하고 있다. 이러한 노력 이외에도 NTT는 ICT서비스가 얼마나 환경보호에 기여하는지를 지속적으로 평가하고 그 결과를 홍보하고 있다.

BT의 환경경영

BT에서 환경경영 차원으로 중점 추진하는 분야는 ①에너지, 연료, 물 ②폐기물 ③운송수단 ④배기가스 ⑤물품조달과 환경 ⑥제품책임주의(Product stewardship) ⑦국지적 환경영향 ⑧환경효익(Environmental Benefit) 등 8 가지이다. 이 중에서 특히 에너지와 폐기물에 대한 관심이 매우 높다. 첫번째 에너지, 연료, 물에 대한 태스크는 다시 에너지 소비, 에너지 효율, 재생에너지, 건물에너지, 장비운용에너지, 연료저장, 물 사용 등으로 나눌 수 있다. BT가 사용하는 전기는 대부분 재생에너지와 열병합 에너지로 구성되며, 풍력발전기와 태양광발전 시설도 지속적으로 건설하고 있다.

BT의 환경에 관한 KPI(Key Performance Indicators)는 크게 두가지로 나뉘는데, 첫째는 온난화가스인 CO₂ 배출량인데 2006년도에는 64만톤을 배출하여 1996년(160.5만톤) 대비 60%를 절감하였으며, 2010년에는 배출량을 1996년 대비 75% 수준으로 정하였다. 두번째 KPI는 폐기물의 매립과 재활용인데 2006년까지는 6만톤(59%)을 매립하고 4.2만톤(41%)을 재활용하였으나 2007년에는 폐기물 매립량을 5% 감축하는 것을 목표로 하고 있다.

이산화탄소 배출량은 1996년 이후 지속적으로 감소하고 있는데, 이는 기존의 전력 사용을 줄이고 재생에너지의 사용을 지속적으로 늘려왔기 때문이다.

KT의 환경경영

KT의 경우 2006년 6월에 최초로 CSR 보고서를 발간한 데 이어, 2007년에는 CSR 실행 아이템 발굴을 위한 CFT를 가동하여 환경경영 체계를 확고히 하고자 노력하고 있다. 2007년 5월 전사 환경경영추진위원회가 발족되어, 환경친화적 기업 문화 조성, 환경기반의 자원효율화, 쾌적한 생활환경 창조 및 친환경 기술개발 등 4개 분야의 활동을 지속하고 있다.

이중, 인프라연구소에서 수행하는 친환경 기술개발 분야는 크게 친환경 인프라 구축분야, 전자파 민원 대응분야 및 환경 모니터링 분야로 나누어 추진하고 있다. 2007년도에는 인프라 구축분야에서 통신 케이블의 리사이클링 체계개선과, 통신장비 폐열활용기술 연구를 수행하고 있으며, 전자파 민원 대응분야는 표준화 및 기반기술 연구를 위주로 진행하고 있다.

중장기적으로 인프라 구축 분야에서는 폐 전주 등 버려지는 통신자재 전 반에 관한 리사이클링 기술연구, 신재생에너

지 분야별 사업적용방안 연구를 목표로 하고 있으며, 옥외 전기통신설비의 전자파 민원 대응 분야에서는 통신시설 접지체계 정립, 낙뢰대책 기술 연구, 통신단말장치의 전자파영향 기반기술 연구, 구내 무선환경 연구, 기술분야별 환경개선을 위한 기술을 개발할 예정이다.

또한 자연재난 예지를 위한 환경모니터링 연구개발 분야는 유무선 네트워크를 이용한 서비스 모델 개발, 자연재해 감지용 센서기술개발, 네트워크 아키텍처 연구를 통하여 시제품을 개발 하고 시범 적용하는 것을 목표로 추진 중이다.

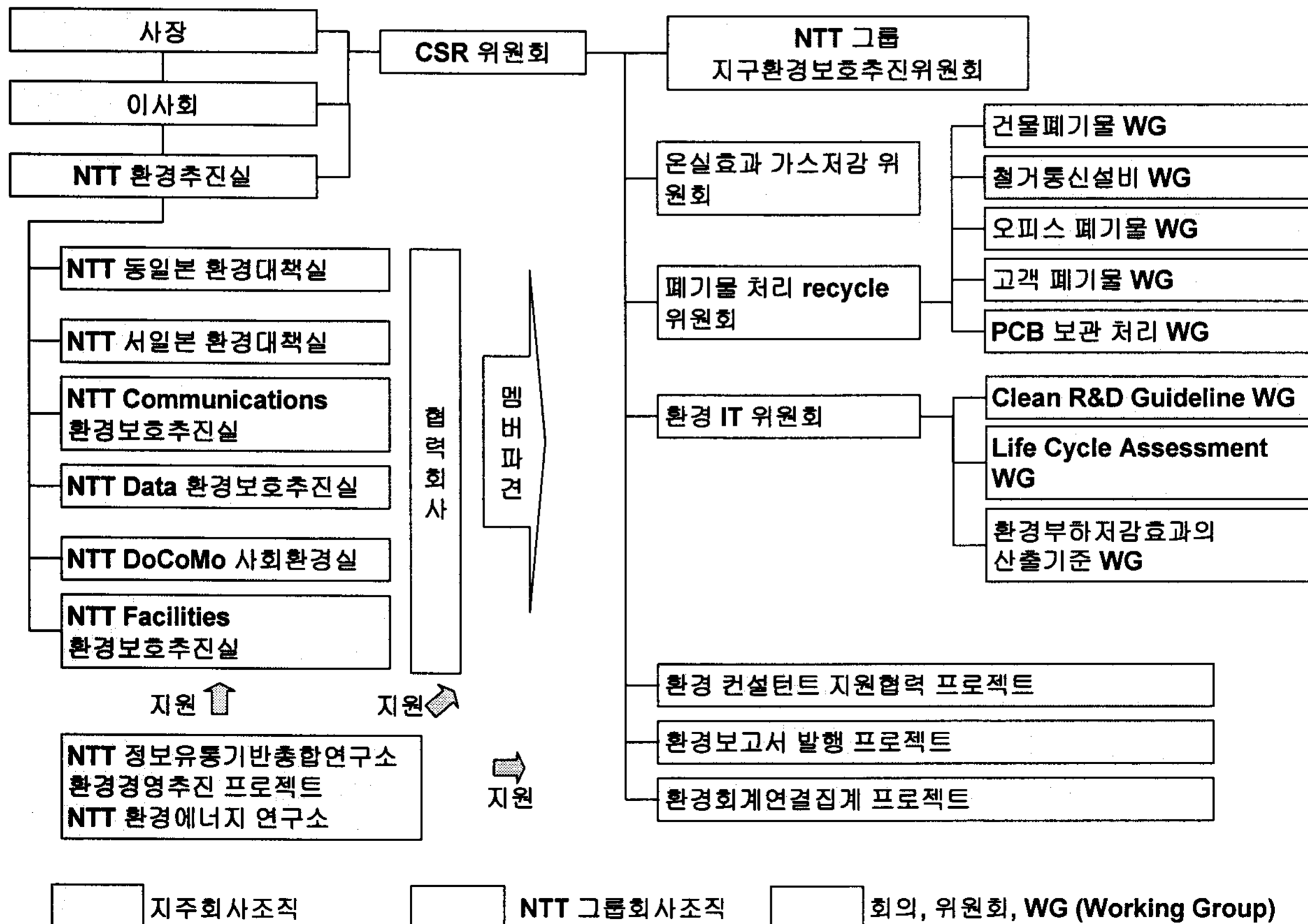
VI. 결론

존경받는 기업으로서 환경경영의 중요성을 살펴 보았다. 세계적으로 초 우량기업들은 기업가치 향상을 위하여 매출 및 수익 증대를 위한 직접적인 활동에 많은 노력을 기울이기도 하지만, 주주, 고객, 사회 구성원들로부터 긍정적인 기업 이미지를 구축하기 위해 다양한 노력을 하는데 환경경영도 이러한 CSR (Corporate Social Responsibility) 이행의 관점에서 이루어지고 있다.

지구환경보호와 신재생에너지의 적극적인 이용을 통해서 몇몇 통신기업이 사회적 책임을 다하고 존경받는 기업으로서 인정받기 위해서 노력하고 있다. 그러나 국내 통신 산업에서의 환경경영 활동은 아직도 미흡한 것으로 보이며, 친환경 통신인프라구축/운용/폐기와 신재생에너지에 좀더 관심을 갖는다면 기업홍보 뿐만 아니라 미래산업으로서의 사업기회까지 있을 것으로 생각하며 관련기업의 적극적인 활동을 기대한다.

참고문헌

- [1] KT, "CSR report", 2006.
- [2] NTT, "CSR report", 2006.
- [3] BT, "CSR report", 2006.
- [4] 박태동, 고영근, "글로벌환경규제 및 비즈니스 트렌드와 KT에의 시사점", KT Webzine, 2007



(그림 2) NTT의 환경경영 시스템