

기업의 사회적 책임에 대한 환경경영
-삼성SDI지속가능성경영전략-
Environment Management for corporate social responsibility
-Sustainability management policies of Samsung SDI-

최영태 · 조재립
경희대학교 산업공학과
Young-Tae, Choi · Jai-Rip, Cho
Dept. of Industrial Engineering, Kyung Hee University

Abstract

No matter what Corporate Social Responsibility has been discussed, that has been indifferent. But, new concept of Corporate Social Responsibility, Socially Responsible Investment is attracted recently and these come to the front with management strategy or policy in 2004.

Corporate Social Responsibility is progressing toward direction of standardization over dimension of simple discussion.

Continuance possibility Management is gathering strength by supplement method that limitation of Environment Management and Ethics Management are emphasized.

How does corporation cope with change of business environment?

I. 서론

21세기에 들어와 국제사회에서 가장 많이 회자되는 화두 중 하나가 지속가능성이다. 지난 세기에 인류는 폭발적인 인구증가와 함께 급격한 산업화와 도시화를 겪으면서 인류의 지속가능성에 대한 의문을 가지게 되었기 때문이다. 이렇게 국제적 이슈로

부각한 지속가능성이 기업경영에도 많은 영향을 미치고 있다. 기존의 기업경영은 경제적 측면에 초점이 맞추어져 있었다면 이제는 환경적 그리고 사회적 측면도 고려하여야 하는 시점에 와 있는 것이다. 즉, 기업이 글로벌 경영시대에 살아남기 위해서는 경제적, 환경적, 사회적 성과에 대한 최소한의 기본요건(Triple Bottom Line)을 갖추어야 한다.

최근에 기업의 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility), 사회책임투자(SRI: Socially Responsible Investment)와 같은 새로운 개념들이 주목을 받고 있으며 이들은 2004년 기업경영의 키워드로서 경영전략이나 기업정책의 핵심과제로 대두되고 있으며, 기업의 사회적 책임은 지속가능성이라고 하는 큰 틀 안에서 이해되어야 한다.

Brundtland 보고서¹⁾와 리우선언²⁾을 거쳐 탄생한 지속가능발전의 개념이 지속가능한 개발을 위한 세계기업위원회(WBCSD: World Business Council for Sustainable Development)를 통해 지속가능발전을 가능케 하는 기업의 지속가능경영 또는 지속가능성장의 개념으로 범위가 확장되고 있다. WBCSD는 지속가능경영의 전략목표로 기업의 사회적 책임, 생태효율성, 생물다양성, 기술혁신, 위험관리, 개방경쟁시장의 여섯 가지를 들고 있다.

1) 1987년 세계환경개발위원회(WCED)가 인류가 나아가야 할 미래기본전략보고서로 발표한 「Our Common Future」 안에 'Sustainable Development' 개념을 제시하면서 부터이다. 이 보고서는 브룬트란트 전 노르웨이 수상이 제안하여 이루어졌다하여 브룬트란트(Brundtland)보고서라고도 한다.

2) 1992년 6월 3일부터 14일까지 브라질의 수도 리우데자네이루에서 '지구를 건강하게, 미래를 풍요롭게'라는 슬로건 아래 개최된 지구 정상회담에서 환경과 개발에 관한 기본원칙을 담은 선언문

지속가능성이 전세계 기업의 공통 관심사로 떠오르게 됨에 따라 선진 기업들은 기존의 환경보고서에서 더 나아가 사회적 책임, 경제적 책임을 포함하는 지속가능성 보고서를 발간하고 본격적인 지속가능 경영을 추진하게 되었다. 2003년 11월말 현재 31개국 314개 기업이 지속가능성 보고서(GRI)를 발간한 것으로 집계되었고, 우리나라의 경우 지난 12월 삼성SDI는 현대자동차와 더불어 지속가능성 보고서를 발간하였다.

II. 본론

1. 지속가능 발전

1) 지속가능 발전의 개념

브룬트란트(Brundtland)보고서에 따르면 '지속가능한 발전'이란 '미래세대의 필요를 충족할 능력에 손상을 주지 않으면서 현재대의 필요를 충족시키는 발전'으로 설명하고 있다.

즉 이 개념은 지속성, 형평성, 효율성에 기초하고 있는 것으로서, 현재에서 자원과 환경의 개발이 과도하게 이루어지게 되면 후세대의 후생에 위협이 될 것이라 우려 하에, 모든 분야의 정책수립 시 가장 우선적으로 고려해야 할 중심개념임을 강조하였다. 또한 이 말은 1992년 브라질의 리우에서 열린 지구정상회담에서 채택한 「의제21」(Agenda 21)에 의해 세계 모든 나라들의 가장 중요한 발전의 가이드라인으로 제시되었다. 「의제21」의 제38장 규정 에 근거하여 1992년 말 유엔은 경제사회이사회(ECOSOC)산하에 '지속가능발전위원회'(United Nations Committee on Sustainable Development; UNCSO)를 설치하였다. 이 위원회에서는 세계 각국에 지속가능한 발전을 위한 국가보고서를 작성하여 UN에 제출하도록 촉구하였다.

이에 따라 세계 각국은 국가지속발전위원회(NCSD)를 구성하고 21세기 지속가능한 사회를 만들기 위한 실질적이고 체계적인 활동을 전개하게 되었다. 2000년 현재 전세계 약 150개 국가에서 이와같은 국가발전의 지속성을 조정하는 기구를 갖고 있는 것으로 파악되고 있으며, 이중 약 70여개국에서는 다양한 이해당사자들로 구성된 NCSD가 설립되어 활동하고 있는 것으로 조사되고 있다.

2) GRI(Global Reporting Initiative)

(1) GRI의 개요

지속가능성 개념을 구체적 활동으로 연계시키기 위하여 만들어진 기구가 GRI이다. GRI는 1997년

UNEP(United Nations Environment Program)와 CERES(Coalition for Environmentally Responsible Economies)가 협력하여 창설한 기구로 장기적 안목을 가지고 다양한 이해관계자들이 참여하는, 그리고 국제화 과정을 가지고 있는 단체이다. 주요 업무는 세계적으로 적용 가능한 지속가능성 보고서 가이드라인을 개발하여 보급하는 일이다. 세계 각 조직들이 자체활동, 제품 및 서비스의 경제적환경적사회적 측면들에 대한 보고를 자발적으로 할 수 있도록 유도하고 있다. 기본적으로는 GRI는 모든 형태의 조직에 적용할 수 있도록 하는 것을 장기적인 목표로 하고 있으나, 현재에는 기업에 의한 지속가능성 보고를 주된 대상으로 하여 개발 작업을 진행하고 있다. 2002년 9월 네덜란드 암스테르담에 GRI 상설 사무국이 설치되었다. GRI는 세계적으로 지속가능성에 대한 기업 책임을 더 강화할 자세로 있다. GRI가 제시하고 있는 지속가능성 보고서 가이드라인에 따라 기업 책임이 국제사회에서 전에 없이 더욱 커지게 되었다. GRI는 기업, NGO, 연구기관, 회계기관, 경제인 연합, 대학 및 기타 이해관계자들의 적극적인 참여를 토대로 하여 2000년 6월에는 지속가능성 보고서 가이드라인 초판을 발표하여 기업의 경제적, 환경적, 사회적 성과를 지속가능성 관점에서 보고할 수 있도록 하였다. 그 이후 2년에 걸쳐 기업들에 대한 적용 경험과 25개국에서 참가한 130명의 전문가들의 협력에 의해 2002년에 수정판이 나오게 되었다. 2002년에는 GRI 보고서 가이드라인에 의해 21개국의 130여 기업이 지속가능성 보고서를 발간하였다.

(2) GRI보고서 발간 의미와 효과

국제적으로 인류의 지속가능성에 대한 기업의 책임이 강화되는 추세이다. GRI가 지속가능성 보고서 가이드라인을 제정하여 공표하면서 기업의 지속가능 경영이 더욱 강조되고 있다. 또한 GRI와 함께 UNEP Finance Initiatives, WBCSD 등과 같은 국제 기구에서 기업의 지속가능성 평가관련 선행 지표를 개발하여 내놓고 있다. 그리고 선진국 금융기관들은 기업의 지속가능성 평가 방법을 개발하여 실제로 기업 평가에 적용하고 있다.

예를 들면 Dow Jones Sustainability Group 지수, FTSE 4 Good 지수 등에 의해 주식시장에서 기업의 지속가능성이 평가되고 있으며 UBS, Credit Suisse 등과 같은 은행에서는 기업의 대출에 있어 지속가능성 평가 결과를 반영하고 있다. 아울러 선진국에서는 각종 에코펀드들이 조성되어 있다. 우리나라에서도 2001년부터 삼성증권과 삼성투신운용이 에코펀드 상품을 개발하여 운영하고 있다. 이와 같

이 기업의 지속가능성이 강조되면서 GRI 보고서의 발간은 매우 중요한 의미를 가지게 되었으며 발간에 따른 기대효과도 점차 증대하고 있다.

구체적인 GRI 보고서의 발간 의미와 기대 효과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, GRI 보고서 발간을 통해 해당 기업의 지속가능경영체제를 구축해 갈 수 있다. 사실 지속가능성 보고서 발간에 있어 중요한 것은 발간 그 자체보다는 그 내용들이다. 기업의 경제적, 환경적, 사회적 활동들에 대한 성과들이 좋아야 지속가능성 보고서 내용도 좋게 되는 것이다. 이러한 과정을 거치다 보면 자연스럽게 기업의 지속가능경영체제가 구축될 수 있을 것이다.

둘째, GRI 보고서 발간으로 기업 가치를 제고할 수 있다. 즉, 지속가능성과 관련된 기업의 성과를 공개하면서 금융기관, 투자자 등으로부터 좋은 평가를 받을 수 있다. 그것은 바로 투자결정이나 주가 상승, 여신금리 등에서 혜택을 받을 수 있다.

셋째, 기업들은 GRI 보고서 발간을 통해 기업의 리스크를 저감시킬 수 있다. 즉, GRI 가이드라인에 의해 경제적, 환경적, 사회적 측면을 조사하고 분석하다보면 리스크관리가 가능하게 된다. 결국 이것은 기업활동에 따른 문제 지점을 알게 되어 기업의 리스크를 저감시킬 수 있는 계기가 되는 것이다.

넷째, 기업을 둘러싸고 있는 이해관계자와의 지속적인 대화의 창구 역할을 수행한다. 즉, GRI 보고서는 이해관계자 참여의 틀을 구성하고 유지하며 지속적으로 개선하는 핵심 요소이다. 정보가 인터넷 속도로 움직이는 글로벌 경제에서 체계적인 대화 창구의 개설은 매우 중요한 경영기업이다.

다섯째, GRI 보고서 발간을 통해 경영층이 자연, 인적, 사회 자원에 대한 조직의 기여를 평가할 수 있는 능력을 키워 준다. 즉, 경영층이 조직의 활동에 대해 지속가능성 가치를 부여할 수 있게 된다. 결국 기업이 세계화시대에 살아남기 위해서는 글로벌 기업시민 자격요건을 갖추어야 할 것이다.

2. 삼성SDI

("True Leader for Sustainable World")

삼성SDI는 지속가능한 세상을 위한 진정한 리더가 되기 위해 경제와 환경, 그리고 사회 세부분(Triple Bottom Line)에 대해 목표(Goal)를 정하였다. 경제부분의 목표는 지속가능한 성장(Sustainable Growth)으로 Technology Driven Company와 고객감동을 통하여 지속가능한 성장과 이익을 창출하는 것이다. 환경부분의 목표는 환경가치 창출

(Eco-Value Creation)으로 제품과 서비스의 전과정에서 환경 친화적인 방법으로 더 많은 가치를 창출하여 인류의 삶의 질을 향상시키는데 기여하는 것이다. 사회부분의 목표는 모든 이해관계자와의 윈-윈 파트너십(Win-Win Partnership)으로 다양한 이해관계자와 상호 이익이 되며 신뢰할 수 있는 균형된 파트너십을 구축하는 것이다.

1) Sustainable Growth(경제)

삼성SDI는 지속가능한 성장을 위해서 두 가지 전략을 채택하고 있다. 첫 번째는 기술혁신을 통한 리더십 확보로 연구개발에 대한 과감한 투자와 글로벌 경쟁력을 갖춘 인재양성을 하고 있으며 삼성SDI 경쟁력의 원천인 생산기술 역량을 강화하고 있다. 두 번째는 고객관계경영이다. 고객감동경영을 통하여 고객의 니즈를 사전에 파악하고 만족시켜 줌으로써 지속적으로 고객관계를 유지하고 글로벌 네트워크를 통한 신규고객 확대에 주력하고 있다.

이러한 기술 리더십과 고객관계경영 전략을 실천하여 기술, 품질 및 시장에서 리더십을 강화하여 매출액 기준으로 2010년까지 현재의 4배 이상 성장하는 회사로 발전시킬 계획이다.

(1) 경제적 성장과 기술혁신을 통한 가치창출

- 사업 포트폴리오를 CRT중심에서 LCD, PDP, 2차전지, 유기EL 등의 다양한 제품군으로 지속가능한 제품 포트폴리오로 전환

- FED, Digital Paper 등 미래형 디스플레이에 대한 연구를 강화하고 디지털.모바일 시대에 대비하여 현재 전체 임직원 중 34%에 해당하는 2천5백여 명의 R&D 전문인력을 보유하고 있어 Technology Driven Company 실현

(2) 이해관계자에 대한 경제적 책임(2002년 기준)

- 국내 사업장에 근무하는 임직원은 총 7,368명이고, 직군별로는 기능직 약 45%, 연구.개발 직 34%, 사무직 21% 이다.

- 총 매출액의 62%인 2조8천4백억원을 외부에서 부품이나 서비스 등을 구매하는데 사용하였다.

- 1,634억원을 세금으로 납부하였고, 이 중 1,271억원을 법인세로 납부하였고, 종업원의 소득세가 363억원을 차지하였다.

- 매년 100억 이상의 금액을 사회에 기부하고 있으며, 개안수술, 장학재단, 문화재단, 수재의연금 등으로 총 154억원의 금액을 기부하였다.

- 주식가치가 99년말 대비 45%가 증가하였다. 이는 3년간 시장 평균 수익률보다 약 84% 높은 성과이다.

2) Eco-Value Greation(환경)

삼성SDI는 환경가치 창출을 위하여 생산하는 전 제품에 대한 전과정에서 환경영향을 줄이고 가치를 극대화하기 위해 다섯 가지의 전략을 채택하였다. 첫 번째는 환경가치를 지속적으로 높일 수 있도록 통합된 환경경영시스템과 업무프로세스를 구축하고 글로벌 환경이슈에 미리 대응할 수 있는 환경적 리더십을 구축하는 것이다. 두 번째는 이해관계자에 대한 적극적인 환경정보 공개와 다양한 협력활동을 통하여 신뢰와 리더십을 기반으로 하는 그린 네트워킹을 구축하고, 세 번째는 협력업체의 환경성과를 높이고 환경친화적인 원부자재 구매를 촉진하는 그린 파트너십을 구축하여 공급사슬에서 환경가치를 창출하고자 한다. 네 번째는 환경친화적인 생산방식과 기술개발, 지속적인 개선을 통하여 자원 사용과 오염배출을 최소화하고 생산성을 극대화한다. 마지막으로 제품과 포장재의 설계단계부터 환경을 고려하는 환경 친화적인 미래 기술개발에 앞장서 고객과 시장에서의 환경가치 창출을 주도하는 것을 목표로 하고 있다.

(1) 전체 가치사슬을 고려한 통합환경경영

- 환경비전과 목표를 가지고 전략적이고 능동적인 환경경영을 실천하고자 전과정경영(LCM: Life Cycle Management)은 일반 경영 프로세스와 환경이 통합되고 고객과 협력업체를 포함한 가치사슬과 삼성SDI의 제품, 생산 과정이 유기적으로 통합되는 것을 의미한다.

(2) 환경가치를 높이는 제품과 기술

- 환경을 고려한 설계(DfE: Design for Environment)로 제품 개발단계에서부터 자연스럽게 환경성을 고려할 수 있도록 개발체계를 갖추어 나갈 계획이다.

(3) 최소의 부하로 최대의 생산성 추구

- 청정에너지와 재생 가능한 에너지를 적극적으로 사용하여 어떠한 오염물질도 배출하지 않고, 최소한의 자원만을 사용하면서 제품을 생산해내는 closed loop system을 추구하고 있다.

(4) 친환경 제품의 시작, 친환경 공급망

- 그린구매를 통한 협력업체들의 친환경경영을 유도하고 제품의 환경성을 향상시켜 전과정경영을 추진하기 위하여 협력업체에 대한 환경성 평가를 수행

3) Win-Win Partnership(사회)

삼성SDI는 이해관계자와의 파트너십을 강화하여 사회에 대한 책임을 다하기 위해 2003년 6가지 추

진전략을 수립하였다. 첫 번째로 국내외 사업장과 협력업체 임직원들의 인권보호와 다양성을 촉진하는 체계를 정착시키고 있고, 두 번째로 장기적인 파트너십을 지향하여 협력업체의 지속가능성 역량을 높일 수 있는 체계를 구축하고, 세 번째로는 지속적으로 사회공헌활동을 확대하여 지역사회와 국가, 인류의 삶의 질 향상에 기여하는 것이다. 네 번째는 임직원의 능력과 삶의 가치를 높일 수 있도록 입사부터 퇴직 후까지 직무수행주기 전체를 고려한 경력개발을 지향하고, 다섯 번째로 고객을 최우선으로 생각하며 최고품질의 제품과 서비스를 통하여 고객 혜택을 높여나가고자 한다. 마지막은 투명하고 정직한 경영활동과 프로세스를 구축하여 임직원의 일상 업무 뿐 아니라 삶 속에 정착될 수 있도록 지향하는 것이다.

(1) 가장 소중한 자산, 임직원

- 노사협의회를 통해 노사 신뢰와 협력관계를 지속함으로써 임직원에게 가장 우수한 복지를 제공하고 회사의 생산성은 극대화하는 상생의 문화 구축 (2000년 신노사문화 대통령상 수상)

- 기업이 달성한 성과를 PS(Profit Sharing, 이익 배분제)를 통해 공유

- 핵심 연구인력 양성을 위한 학술연수, 지역전문가 등 인재 육성 프로그램 운영

- 전 임직원을 대상으로 SDI Campus를 통한 사이버 교육 시스템 구축

(2) 지속가능성을 통한 고객만족 확대, 고객사

- 일반소비자 및 구매 기업체에서 요구하는 지속가능성 경영을 실천하고, 제조물 책임법(PL: Product Liability)를 철저히 준수하며 배상 및 리콜 대책 보험가입 등의 대비체계를 갖춘

(3) 지속가능한 파트너십 강화, 협력업체

- SGP(SDI Good Partner)관리체계 구축, A~E의 5단계로 평가하여 A등급 협력업체를 중심으로 6시그마 교육 등 다양한 협력활동 수행

- 모든 신규거래는 구매정보시스템인 '열린구매 시스템'을 통하여 공정하고 투명하게 관리

(4) Clean Company, 투명. 윤리경영

- 2002년 투명한계대상, 2003년 경제정의기업인상 대상 수상 등 투명. 윤리경영 실천

(5) 사회공헌과 지역사회 활동

- 실로암 안과병원과 연계하여 영세민과 소외계층 대상의 '무료 개안(開眼)사업' 실시

- 시각장애우의 교육재활 국제학술대회 후원

- 사랑의 빛 펀드 운영 - 임직원 85% 가입(임직원 기부+동일금액 회사 기부)

(6) 이해관계자 목소리의 겸허한 경청

- 중앙정부와 NGOs와의 협력관계를 강화하고 활동을 보다 활발히 알림

III. 결론

오래 전부터 기업의 사회적 책임에 대한 논의가 이어져 왔으나 별다른 관심을 끌지 못하였는데 최근 들어 큰 반향을 불러일으키고 있다. 이렇게 된 이유로는 엔론, 월드컴 등의 사태로 윤리경영이 강조되기에 이르렀고 환경경영의 한계를 보완하는 수단으로 지속가능경영이 대두되었다는 점을 들 수 있다. 연이은 회계부정 및 파산사태로 경제적 피해뿐 아니라 사회적 파장이 야기됨으로써 기업의 사회적 역할에 관심이 집중되었고, 환경경영의 성과에 대한 의문이 제기됨에 따라 경제적 수익성, 사회적 윤리성, 환경적 건전성 등 세 가지 기본축(triple bottomlines)으로 구성되는 지속가능경영이 대안으로 제시되고 있다. 이에 본문에서 지속가능경영의 구체적 전략을 삼성SDI의 사례를 통해 살펴보았다.

기업의 사회적 책임은 단순한 논의의 차원을 넘어 규범화의 방향으로 진행되고 있다. 기존의 ISO 9000(품질경영기준), ISO 14000(환경경영기준)으로 규범화 동향의 접목여부와 기업의 전략이 내부적 프로세스에 의해 구체적으로 실행되는 과정과 그에 따른 성과를 연구하여 적용한다면 기업의 글로벌 경쟁력강화에 크게 도움이 될 것으로 생각된다.

참고. 글로벌 환경규제 동향

1) 글로벌 환경규제 동향

제품이 유해물질을 포함하고 있는지, 제품이 재활용이 잘 되는지, 제품이 환경친화기준에 맞게 만들어 있는지(Eco-design of End-use Equipment: EuE) 등의 규제가 제품중심으로 바뀌고 환경제품 또는 환경친화제품의 수출을 촉진하면서(DDA) 환경을 무역장벽으로 활용하면서 세트메이커가 책임을 공급사에 전가하고 위험관리 차원에서 더 엄격한 기준을 적용하는 등 선진기업의 대응이 가시화된다.

2) 주요 환경규제

① 유해물질 사용 금지 지침-EU전체 적용, 페닐티는 각 국가별로 제정

(directive on the Restriction of the use of

certain Hazardous Substances in electrical and electronic equipment: RoHS)

- 2006년 7월 1일부터 EU시장에서 판매되는 전기전자제품에는 납, 수은, 카드뮴, 6가크롬 중금속 4종과 폴리브로모비페닐(PBB), 폴리브로모디페닐에테르(PBDE) 브롬계 난연제 2종의 6가지 물질이 포함되면 안 된다.

- 적용대상 제품군은 대, 소형 가전, IT통신기기, AV기기, 조명관련기기, 전동공구, 완구, 자동판매기

② 전기전자제품 폐기물 처리 지침(directive on Waste Electrical and Electronic Equipment: WEEE)

- 2006년 12월 31일까지 생산자는 사용 후 제품의 정해진 재생³⁾ 또는 재활용⁴⁾ 비율을 준수해야 한다

- 제품군별 기준

.냉장고, 세탁기 등 대형가전, 자동판매기: 재생비율(80%), 재활용비율 (75%)

.컴퓨터 등 정보통신 장비, TV, 오디오: 재생비율(75%), 재활용비율 (65%)

.진공청소기, 소형가전제품, 조명기구: 재생비율(70%), 재활용비율(50%)

- 현재 규제대상은 아니나 향후 가장 먼저 논의 대상이 될 제품: 휴대 전화용 인쇄회로기판, LCD

③ 전기전자제품 친환경설계 규정(Framework for Eco-design of Energy Use Product: EuP)

- 환경친화적으로 설계되지 않은 전기전자제품은 EU시장에서 판매를 금지하는 법안 (2006. 7. 1)으로 핵심사항은 설계단계에서 제품 전과정 환경성을 고려하도록 유도하는 지침으로 전과정에 걸친 환경영향 평가 의무화 설계 반영된 내용 보고, 부품제조업체 환경성 정보 제공 및 물질조성, 에너지/자원소모량, 환경성평가결과, 사용 및 폐기 사례 연구결과, 최종생산업체 환경성 정보 제공 의무화하는 것이다.(LCA 정보 + 유해물질 정보 공개)

2) 주요 환경정책 변화: 제품통합정책 (Integrated Product Policy:IPP)

제품중심의 환경규제 정책으로 전환하기 위하여 EU에서 2001년 2월 공식적으로 채택된 의제로 주요 방향은 제품의 전과정(원료채취-제조-유통-사용-폐기)에 걸친 환경영향과 자원소모를 저감시키는 제품을 설계하고 제조하도록 생산자와 소비자를 유

3) 재생(recovery): 재활용과 소각을 통한 열에너지로의 회수

4) 재활용(recycling): 원자재로의 재활용과 부품의 재사용

도하기 위한 정책 (환경친화제품 시장의 활성화)이다.

3) 국제 환경이슈

:도하 개발 의제(Doha Development Agenda:DDA)
새로운 다자간 무역협상 출범을 위한 WTO각료 회의로 환경의제의 무역협상 포함여부에 대한 마찰을 해소하기 위한 다양한 의제의 일괄타결 협상(2005년 11월 예정) 되었다. DDA의 환경의제로는 환경상품 및 서비스 교역 자유화, 각국 정부가 정한 친환경제품의 요건을 벗어난 제품의 수입 금지, 친환경제품의 비관세 무역화이다. 제품의 전과정(life cycle)에 걸친 환경영향을 분석하여 제품 라벨에 붙이는 방향으로 환경목적의 라벨링 요건 논의되고, 공정 및 생산방법PPMs (process and production methods)에 근거한 무역조치 가능성이 있다. 향후 글로벌 환경규제는 제품의 환경친화설계, 전과정평가, 환경정보공개를 강화하는 방향으로 진행될 예정이다.

참고 문헌

- [1] Sean Gilbert(2003.4) The Global Reporting Initiative: 지속가능성 보고를 위한 새로운 모델, KNPC
- [2] 미하엘 폰 하우스(2000.3) 환경경영체제가 '지속가능한 개발'에 미치는 기여
- [2] 김용열(2004.1) 기업의 사회적 책임과 사회적 투자, 산업연구원 산업경제정보 제 182호
- [3] 정희성 외(2002.12) 지속가능성 평가를 위한 지역 생태-경제모형 개발 연구(1), 한국환경영정책.평가연구원 연구보고서 KEI/2002/RE-01
- [4] Sustainability Reporting Guidelines, (<http://www.globalreporting.org>)