

환경교육
The Environmental Education
2006. 19권 2호 pp. 159~171

환경교육에 관한 일본기업의 동향

남상민

(나고야 대학)

The Trend of Japanese Enterprise on the Environmental Education

Sang-Min Nam

(Nagoya University)

Abstract

A benefit-oriented socio-economic system causes environmental problems that become obvious and more serious on the earth. Therefore, every country in the world is making various efforts to solve serious environmental issues for making the sustainable society. And it is thought that environmental education should play a key role to make the efforts fruitful. Especially, enterprises should be given an important role on environmental education in the future society.

This study inquires present activities done by enterprises on environmental education analyze their achievement and aims to clarify the role and prospects on environmental education in the future that the enterprise should carry out.

The major results of this research are as follows;

First, The approach form of the enterprise concerning environmental education can be classified into four stages, namely "beginning stage", "evolution stage", "development stage" and "partnership stage". Present activities on environmental education have not been reached there though "partnership stage" will be necessary for the sustainable society.

Second, In the execution of environmental education, it independently works on environmental education in the enterprise that strongly recognizes the importance of environmental communication with citizens. In other words, it can be said a leading enterprise concerning environmental education,

Third, Recognition of the enterprise concerning the importance of environmental education again and the establishment of the positive posture are important.

Key words : environmental education, partnership, enterprise

* 2006. 7. 7 접수, 8. 22 심사 완료, 8. 28 게재 확정

** 본 논문은 남상민 (나고야 대학 박사과정)의 석사논문을 기초로 한 것임.

I. 서론

지구적인 규모로 확산되는 환경 문제를 해결하기 위한 세계의 노력은 계속되고 있고 그 해결 방법에 있어서 주목을 받고 있는 것이 환경교육이다. 지금까지 환경 문제를 해결하기 위한 방법으로 주로 법적·제도적 규제가 시행되어져 왔다. 그러나 복잡화·다양화되어 가는 환경 문제에는 법적·제도적 시행뿐만 아니라 환경 문제 해결을 위한 근본적 방법으로서의 교육적 방법이 필요하게 되었고 그러한 교육적 방법이 환경교육이다.

환경교육에 대한 세계적 논의는 1972년 스톡홀름에서 개최된 인간 환경 회의 (United Nations Conference on the Human Environment)에서 처음으로 시작되었다. 그 후 1975년 베오그라드 회의(Belgrade Conference)나 1977년 트빌리시 회의(Tbilisi Conference) 등에서 환경교육에 대한 개념과 목표가 설정되는 등, 환경교육에 대한 논의는 계속되어 2002년 요하네스부르크에서 개최된 「환경 서밋」(Environment Summit)에서 일본이 제안한 「지속 가능한 개발을 위한 교육의 10년」(UNDESD: United Nations Decade of Education for Sustainable Development)이 채택, 전 세계적으로 환경교육이 실시되고 있다.

환경교육의 실시에 있어서 중요한 것은 참가이다(The Belgrade Charter, 1975: Tbilisi Declaration, 1977). 특히 어느 한 사람, 한 분야만의 참가가 아닌 지역 및 사회 전체의 참가가 중요하다(사치마, 1992). 일본의 환경교육은 개념이나 목표에 있어서 세계 환경교육의 영향을 받았으며(사치마, 1995), 그것은 「환경교육 추진법」에서도 나타나고 있다. 일본은 「지속 가능한 개발을 위한 교육의 10년」의 제안을 계기로 「환경교육 추진법」(환경성 a, 2003)을 제정하였는데 「환경교육 추진법」에서 강조하고 있는 것이 각 주체자(행정·지역·기업·학교·환경단체 등)의 자발적 참가 및 협동적 환경교육의 실시이다(환경성 b, 2003). 특히 「환경교육 추진법」에서 추진하는 주체자의 자발적 참가 및 협동적 환경교육 실시에 있어서 주목되는 것이 기업의 역할이다. 이와

같이 환경교육 실시에 기업의 역할이 기대되고 있는 것은 기업이 가지고 있는 인재(人才)·자금(資金)·자원(資源) 등을 환경교육 실시에 원활하게 활용할 수 있으며, 기업이 가지고 있는 환경 문제에 대한 지식과 문제 해결에 대한 노하우를 적극 활용하여 환경교육 발전에 기여할 수 있기 때문이라고 생각된다. 실제로 환경교육 실시에 인재 부족이나 프로그램 부족 및 정보 제공, 장소 부족, 기회 부족 등의 여러 가지 문제점이 지적되고 있는 상황에서(환경성, 1992), 기업의 주도적 참여는 필수 불가결한 것이 되어 가고 있다. 그러한 기업의 주도적 참가로 성공적인 환경교육을 실시하고 있는 지역을 보면(西宮市の 환경교육), 기업의 주도적 참가가 지역 전체, 넓게는 사회 전체로 확대되어 가는 환경교육 실시에 커다란 영향을 미치고 있으며, 그것으로 기업의 주도적 참가의 중요성을 알 수가 있다. 따라서 환경교육 실시에 있어서 기업의 주도적 참여를 적극적으로 유도하기 위해서는 기업의 환경교육 활동에 사회전체가 높은 관심을 가짐과 동시에 그에 따른 연구도 활발히 이루어져야 한다고 본다. 그러나 지금까지 환경교육에 대한 연구는 프로그램 개발 및 실천 사례, 환경교육을 실시함에 있어서의 자세 등을 중심으로 한 일반적인 연구(기요사도 환경교육 포럼 실행 위원회, 1992: 야마가와 다카시, 1993)가 주로 이루어져 왔으며, 각 주체가 행하는 환경교육에 대한 연구는 아직도 미흡한 실정이다. 또한, 기업이 실시하는 환경교육, 즉 시민을 대상으로 한 기업 환경교육에 관한 연구는 거의 보여 지지 않고 있다. 따라서 기업의 환경교육 활성화를 위해 본 연구가 필요하게 되었으며, 환경교육에 관한 기업의 실태파악을 위한 본 연구가 보다 발전된 환경교육을 실시함에 있어서 기초적 자료로서 활용되는데 기여하고자 한다.

II. 연구 목적 및 방법

1. 연구 목적

본 연구는 환경교육을 실시함에 있어서 기업이 안고 있는 문제점 등 그 실태를 파악함과 동시에 지속 가능한 사회를 향한 환경교육의 실시에 있어서 기대되어지는 기업의 주도적 역할과 과제에 대해 고찰하는 것을 연구의 목적으로 한다.

2. 연구 방법 및 내용

가. 연구대상

연구대상 기업에 있어서는 먼저, 일본 경제신문사가 기업을 대상으로 하는 환경 경영도 조사(일본 경제신문사, 2003)에서 1위부터 100사의 기업을 선정하였고, 두 번째는 이들 기업 중에서 환경 보고서를 출판하고 있는 기업을 대상으로 하였다. 이와 같이 대상 기업을 선정한 이유는 일본 경제신문사의 높은 사회적 인지도에 의한 신뢰성을 근거로 한 것에 있다. 셋째, 기업의 환경교육 실시 대상에 있어서 시민 환경교육을 대상으로 분석하고, 사원을 대상으로 한 기업의 환경교육은 연구 대상으로 하지 않았다. 그 이유는 사원 대상의 환경교육은 현재 모든 개업에서

실시하고 있고(환경 보고서 참조) 그 내용이냐 형태에 있어서 변화가 보이지 않기 때문이다.

나. 방법 및 분석 요소

환경 보고서의 분석 내용은 환경 보고서 안의 목차 내용을 이용하였고, 그 내용의 분석 기준은 첫째, 환경교육을 위한 활동일 것(자연보호 운동을 포함) 둘째, 사회·시민과 관계 할 것, 두 가지로 정하여 분석하였다. 양케이트 조사는 위에서 선정한 100사를 대상으로 우송방법을 이용하였으며, 100사중 61개 기업으로부터 질문지를 회수하여 통계처리를 하였다. 질문지 조사 내용은 <표 1>과 같다.

3. 연구의 제한

현재, 환경교육을 실시하는 기업은 대기업뿐만 아니라 환경에 대한 의식이 깊은 기업이라면 중소기업이라도 환경교육 활동을 실시하고 있다고 본다. 그러나 본 연구에서 대기업만을 대상으로 제한한 것은 그러한 전체 기업을 대상으로 조

<표 1> 조사 내용

영역	조사내용
1. 환경 문제에 대한 기업의 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 환경 문제 해결에 대한 기업 활동의 형태 · 환경 문제에 대한 기업 활동에 대한 견해 및 자세
2. 환경교육의 실시	<ul style="list-style-type: none"> · 환경교육을 실시하는 기업의 의미 · 환경교육의 실시 형태 · 환경교육의 홍보 활동 및 대상자, 모집 방법 · 환경교육의 담당자 · 환경교육의 실시 장소 · 출장 강의 및 내용, 장소
3. 환경교육의 실시에 관한 협력 관계	<ul style="list-style-type: none"> · 행정·지역 단체·학교·타 기업·NPO 등과의 협력 상황 · 타 분야와의 협력이유
4. 기업의 환경교육 실시 효과	<ul style="list-style-type: none"> · 참가자의 반응 및 의식 변화 · 기업의 환경교육에 관한 시민 의식 · 참가자의 의식 변화에 따른 기업의 견해
5. 환경교육의 실시상의 문제점	<ul style="list-style-type: none"> · 환경교육 실시에 있어서의 문제점 · 행정·NPO·타 기업에 대한 기대
6. 앞으로, 환경교육 실시에 대한 기업의 자세	<ul style="list-style-type: none"> · 환경교육 실시에 대한 기업의 방향 · 기업 내의 환경교육 담당 부서의 설치

사, 분석하여 일반화하기에는 여러 가지 제약이 따르기 때문이다. 또한 조사내용의 기준에 있어서 지금까지 환경교육의 실시에 대한 기업의 생각 및 활동에 대한 선행 연구가 보여지지 않고 있기 때문에 여러 문헌조사에 의한 환경 교육 개념을 기초로 하여 단순히 기업 환경교육의 실태를 파악하는데 그친 것이 본 연구의 제한점이라고 할 수 있다.

III. 연구 내용 및 분석 결과

1. 환경교육에 관한 각 분야의 실태

가. 행정

환경교육에 관한 정책에 의해 각 분야의 환경교육 활동은 다양한 형태를 이루며 실시되고 있다. 그 중에서도 행정은 「지속 가능한 사회」를 향해 스스로가 책임 의식을 가지고 행동할 수 있는 사람을 기르는 것을 목표로 환경교육·환경학습(環境教育·環境學習)을 추진하고 있다. 실제로 「환경교육 추진법」에는 환경교육·환경학습을 실시함에 있어서의 기본적인 시점으로 「종합적일 것」, 「목적은 명확히 할 것」, 「체험학습을 중요시 할 것」, 「지역을 바탕으로 전개해 갈 것」 등을 명기하고 있다(환경성, 2003). 또한 그 같은 환경교육의 실시를 추진하기 위해서 강화해야 할 부분으로 인재 육성이나 프로그램의 정비, 정보 제공, 환경교육의 실시 장소나 실시 기회의 확대, 각 주체의 연계 추진(시민, 기업, 행정의 협동(協働) 방법) 등을 지적하면서 그 부분을 중심적인 정부의 시책으로 전개해 나가고 있다. 환경청이 실시하고 있는 환경교육 프로그램은 어린이 에코클럽이나 어린이 환경 백서, 환경 카운슬러 사업, 환경교육 리더 양성 강좌, 환경교육에 관한 심포지움, 환경 가계부 등이다. 또한 인터넷을 통한 정보 제공도 하고 있다.

나. 학교

환경교육의 실시에 있어서 문무과학성은 「문무과학성에 관한 환경 배려의 방침」(이하, 환경 배려의 방침이라고 함)(문부성, 평성 15년)을 책정하고 학교 측에 학교 교육에 있어서의 환경교육의 추진 및 체험적인 학습과 문제 해결형 학습을 통해 보다 나은 횡단적·종합적인 학습(橫斷·綜合的學習)을 실시하도록 하기 위해 「종합적인 학습시간」(綜合的學習時間)을 이용해 환경교육을 행할 것을 명기하고 있다(학습지도 요령, 평성 7년). 「종합적인 학습시간」을 이용하여 행하는 수업의 목표는 각 분야에 있어서 학생들이 스스로 생각하고 스스로 배우며 몸에 익히는 것이다. 따라서 「종합적인 학습시간」내에서 행해지는 다양한 형태의 학습 형태는 환경교육의 실시뿐만 아니라 지역 시민의 참가와 지역 시민과의 원활한 커뮤니케이션을 이루는 것에 대한 효과를 기대하고 있다. 「종합적인 학습 시간」에서 이루어지는 학교 환경교육의 형태를 보면 자연 체험이나 사회 체험 학습, 봉사 활동 등을 중심으로 이루어짐과 동시에 기업으로부터의 협력을 얻어 환경 문제와 기업과의 관계에 대해서 연간의 스케줄을 세워 환경교육을 실시, 동물의 사육이나 식물 재배를 통한 교육 형태 등 다양하게 이루어지고 있다.

다. NPO(Non Profit Organization) 단체 등

민간 단체의 환경 활동은 더욱 더 활동 범위가 넓어져가고 있으며 환경 보전 활동으로의 환경 단체수의 증가와 새로운 환경 분야로의 실천 확대, 국제적인 환경 활동으로의 적극적 참가, 정부에 대한 제안 등, 환경교육 실시에 대한 자세는 실천 못지않게 행정적인 면에 있어서도 적극적인 자세를 취하는 것으로 바뀌어가고 있다. 정부는 그러한 민간단체를 지원하기 위해 「특정 비영리 활동 촉진법(NFO)」(환경성, 평성 12년)을 제정하여 민간 단체의 활동에 관한 기반을 정비했다. 그러한 정부의 지원 속에서 민간 단체에 기대되어지는 것은 스스로 펼치는 환경 활동에 대한 적극적인 행위뿐만 아니라 정부나 기업, 개인 등의 환경 활동에 대한 평가, 전문적인 지식을 알기 쉽게 전달할 수 있도록 각 주체자를 연계하는 연계 역할이다. 특히 「환경교육 추진법」

에서의 환경교육에 관한 각 주체의 역할, 연계, 학교의 「종합적인 학습시간」을 이용한 환경교육의 실시에 대한 강조는 시민단체의 환경교육 활동에 박차를 가하고 있다.

라. 환경교육 실시에 관한 각 분야의 문제점

일본 환경 협회가 실시한 「일본의 환경 보전 단체의 상황에 관한アンケート」¹⁾의 조사 결과에 의하면, 환경교육을 실시함에 있어서 「정보·자금·인재」부족 등의 문제점이 지적되고 있다. 더욱이 NPO 단체는 정부나 기업과 비교해서 단체에 대한 인지도가 낮아 더욱 확대된 활동의 전개에는 많은 제약이 따른다. 환경교육에 관한 각 분야의 문제점은 <표 2> 와 같다.

2. 환경교육에 관한 기업의 실태

가. 환경교육의 활동에 대한 기업의 자세

현재 기업이 실시하는 환경교육 활동에는 사원을 대상으로 하는 기업 내의 환경교육과 시민을 대상으로 한 환경교육의 2가지 유형으로 나뉘어진다. <그림 1>은 각 기업의 환경 보고서에 쓰여진 환경교육에 관한 타이틀이다.

기업은 환경교육을 환경보전 활동의 하나로 생각하고 있다. 그로 인하여 환경 보고서에는 「환경교육」이라는 타이틀로만 쓰여져 있는 것이 아니라 <그림 1>처럼 다양한 타이틀로서 쓰여져 있다. <그림 1>을 보면 기업은 환경교육을 다각적인 시점에서 실시하고 있는 것을 알 수 있다. 과연 시민을 대상으로 하는 환경교육의 실시가

기업에게는 어떠한 의미가 있는 것일까? 그에 관한 공통적 시점을 3가지로 정리했다.

1) 사회적 책임 (CSR, Corporate Social Responsibility)

현재의 기업 활동은 단순한 이익 창출만을 위한 것에 그치는 것이 아니라 다방면으로 사회와의 밀접한 관계를 가지고 그 관계를 유지하면서 사회적 책임을 다하는 것에 기업의 존재감과 가치가 있다고 지금의 기업들은 인식하고 있다. 그러한 기업들의 인식에는 기업과 환경 문제의 깊은 관계를 생각하고 기업에 대해 사회적 책임을 묻는 소비자·시민들의 새로운 견해가 늘고 있고, 환경 문제에 대한 관심 등 시민의 환경 의식이 나날이 높아져가고 있는 것을 기업들이 무시할 수만은 없게 된 현대 사회의 현상이 저변에 깔려 있기 때문이라고 해석된다. 왜냐하면 시민의 환경 의식과 행동에 대한 기업의 반응이 기업 활동에 커다란 영향을 미치기 때문이다.

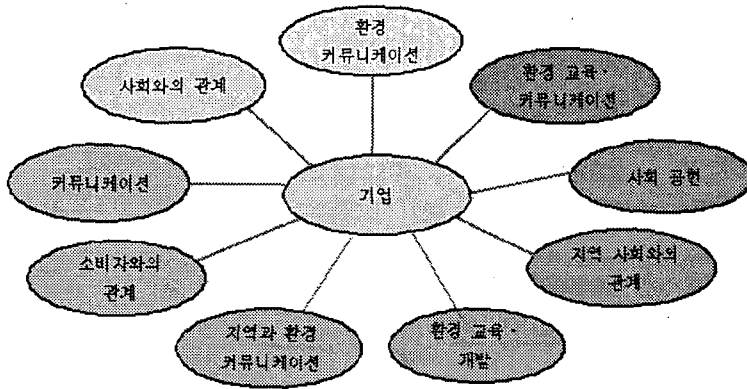
2) 사회와의 환경 커뮤니케이션 (Environment Communications with society)

전부터 기업은 다양한 활동을 통해 사회와 관계를 맺어가면서 커뮤니케이션을 이루어 왔다. 그러나 그에 있어서의 범위는 넓지가 않았고 그 대상도 단순히 기업 상품에 대한 소비자, 또는 일반 시민에 불과했다. 또한 커뮤니케이션의 발신도 기업이 일방적으로 보내는 행위가 많았다. 그러나 현지는 환경을 둘러싼 사회와 기업의 환경 커뮤니케이션이 쌍 방향의 정보 교환이나 의견 교환의 형태로 변화하고 있다. 그러한 사회의

<표 2> 환경교육 실시의 문제점

행 정	학 교	NPO 단 체
환경교육 실천 방법의 인식	종합적 학습 시간의 활용 방법	재정적 제약
인재의 활동 장소 제공	장소·장소·프로그램 부족	정보 부족
각 주체자와의 연결	경제적 문제	환경 기술·전문가 활동 기회
재정적 지원	협력 체제의 미약	타 단체·기업과의 협력 관계

0) 일본 환경협회 홈 페이지 <http://www.jeas.or.jp/disc/index.html>



〈그림 1〉 환경교육에 관한 기업의 생각

변화에 따라서 기업은 행정, 소비자, NGO·NPO 단체 등 각 주체와의 커뮤니케이션을 중요하게 인식하게 되었다.

3) 환경으로의 실천 (Practice to Environment)

기업의 환경 문제의 해결에 대한 실천 활동은 최근의 일이 아니라 미약하나마 일반화 되어져 왔다. 환경 경영이나 환경 매니지먼트, ISO14001 취득, 환경 회계, 환경 감사, 환경 보고서 발행 등 환경에 관한 모든 기업의 활동이 환경으로서의 실천 활동에 속한다. 그러나 지금은 그러한 것 이외의 환경 커뮤니케이션도 기업에게는 환경 경영의 일부분이 되어가고 있고 환경교육도 환경 커뮤니케이션과 같이 환경 경영의 일부분으로서 중요한 위치를 차지해 가고 있다.

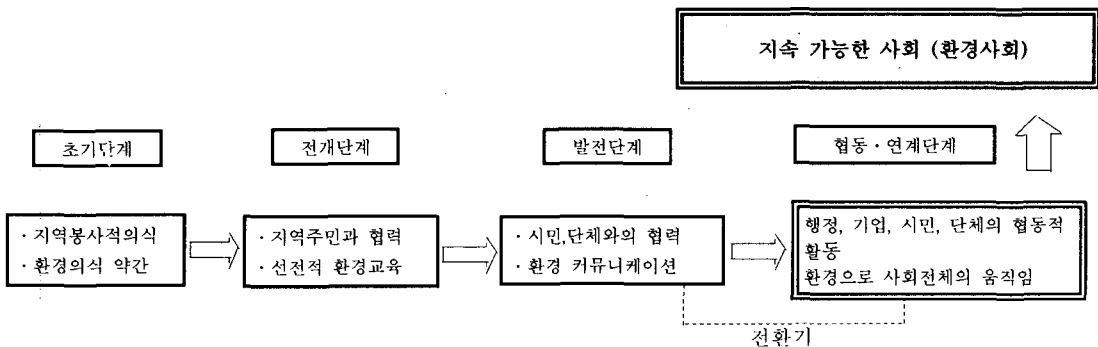
나. 환경교육 활동에 관한 분류·특징

기업이 실시하는 환경교육은 어린이부터 어른까지 사회의 각 계층을 대상으로 하고 있기 문에 환경교육의 대상이나 범위는 넓고 사회 전체가 환경교육의 대상이 되면서 실시하는 장소가 된다. 지금까지 기업이 행하여 온 환경교육·환경보전 활동·환경 커뮤니케이션을 발전단계로서 분석 하면 〈그림 2〉, 〈표 3〉, 〈표 4〉와 같다.

3. 기업이 실시하는 환경교육에 관한 법적위치 및 문제점

가. 「환경보전 활동·환경교육 추진법」을 기초로 한 기업의 역할

「환경보전 활동·환경교육 추진법」의 정식명은



〈그림 2〉 환경교육의 실천 단계

〈표 3〉 환경교육의 단계별 내용

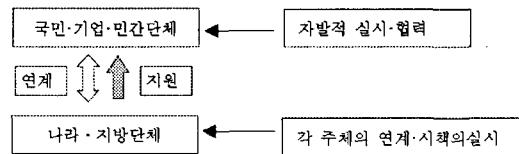
초기 단계	전개 단계	발전 단계	협동·연계 단계
<ul style="list-style-type: none"> · 공장 주변 청소 · 공장 견학(견학만) · 전시회(사원만) · 사원 교육 (사내 안전 교육) 	<ul style="list-style-type: none"> · 공장 주변 녹화 · 공장 견학(전시물 견학) · 전시회 (지역에 공개) · 환경 강연회 · 환경 세미나 · 사원 교육 (사원에의 의식 교육) 	<ul style="list-style-type: none"> · 지역의 녹화 활동 · 공장 견학 (실험·관찰) · 환경 프로다즈 (환경 활동 공개) · 어린이 에코 클럽 지원 · 사원 교육 (사원에서 가족, 시민으로) · 출장 강의 · 환경 사이트 운영 · 환경에 관한 국제 협력 	<p>NPO·기업·지역·학교와의 연계</p> <p>지역 에코 카드, 에코 머니 (지역 발전과의 연계)</p>

〈표 4〉 환경교육의 단계별 특징

	초기단계	전개단계	발전단계	협동·연계단계
대상자	초등학생·사원	초등학생·공장 주변 주민·사원	지역주민·사원·학생	연령층 관계없이 전부
활동 영역	기업 내	공장 주변·기업 내	기업 내·학교·지역	사회 전체
참가 의식	자주적	자주적	반 의무적, 반 자발적	주체적
협력 관계	없음	약간 있음	기업과행정·기업·NPO	사회 전체
협동 방법	일방적	수동적	수동적이면서 쌍방적	협력·협동
실천 의식	사회 봉사	자연 환경 문제로의 관심	환경 실천의 일환	기업 시민
기업의 이점		공장 주변 주민과의 커뮤니케이션	시민·스테이크홀더와의 커뮤니케이션 기업 이미지 향상 기업 경쟁력 고조	경영 전략의 일환 사회의 주도적 역할

「환경보전을 위한 의욕의 증진과 환경교육 추진에 관한 법률」이다(이하, 「환경교육 추진법」이라고 함). 동법에서는 국민 한 사람 한 사람이 「지속 가능한 사회」의 구축을 위해 환경 문제에 관한 깊은 이해를 가지고 필요한 지식과 태도 등을 학습하여 스스로 선택·행동할 수 있도록 하는 모든 환경에 관한 보전 활동을 의미한다. 또한 각 주체자의 주체적 역할 및 각 분야(행정·자치체·기업·학교·단체 등)가 협동(協働)하여 환경교육을 실시할 것, 더욱이 환경교육 실시에 관해 기업이 적극적 자세를 취하고 실천할 것을 제시하고 있다. 그것을 나타낸 것이 〈그림 3〉이다.

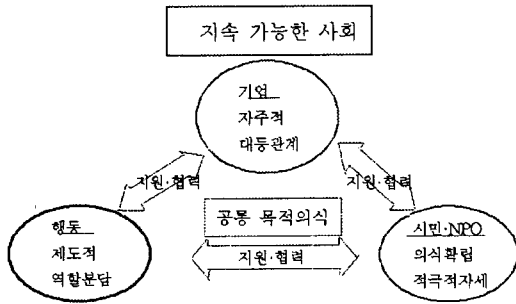
나. 협동형(協働型) 환경교육의 필요성



〈그림 3〉 환경교육에 대한 각 주체의 책무 (법률 제4조~제6조)

환경교육「협동(協働)」이 강조되어 있는 것처럼「지속 가능한 사회」를 구축하기 위하여는 각 주체자의 협동적인 실천을 필요로 하고 있다. 특히, 환경교육의 실시에 있어서는 사회 전체의 협동이 필수 불가결한 것이다.

환경교육의 실시에 있어서 협동적 파트너십, 혹은 협동형 환경교육이 의미하는 것은 무엇인



〈그림 4〉 협동형(協働型) 환경교육

가? 그것을 나타내는 것이 〈그림 4〉이다. 즉 현재의 환경교육에 대한 실시형태를 보면, 완전한 협동형 환경교육까지는 이르지 않고 있다. 따라서 '앞으로의 환경교육의 실시 형태에 있어서 기업과 NPO와의 협동 관계로부터 시작하여 각 분야와의 협동관계로 넓게 전개되어가는 형태를 생각할 수 있다.

4. 기업에 대한 앙케이트 조사 결과

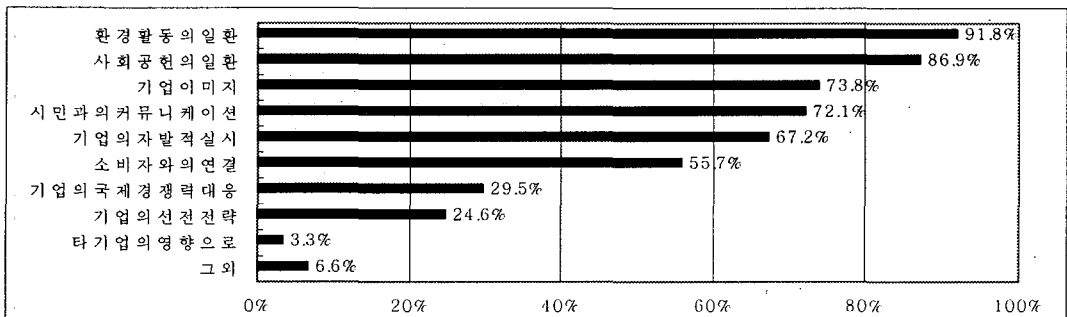
환경교육에 관한 기업의 앙케이트 조사 결과, 환경교육의 실시에 관한 기업의 생각은 상당히 긍정적이고 기업이 안고 있는 문제점을 해결한다면 환경교육 실시를 위한 기업의 적극적 참여를 유도할 수 있다는 것이 조사 결과 밝혀졌다.

기업이 환경교육을 실시하는 의미로서 91.8%의 기업이 환경 활동의 일환으로 또한, 86.0%의 기업이 사회 공헌의 일환으로 생각하고 있는 것으로 나타났다. 또한 시민과의 커뮤니케이션에 대

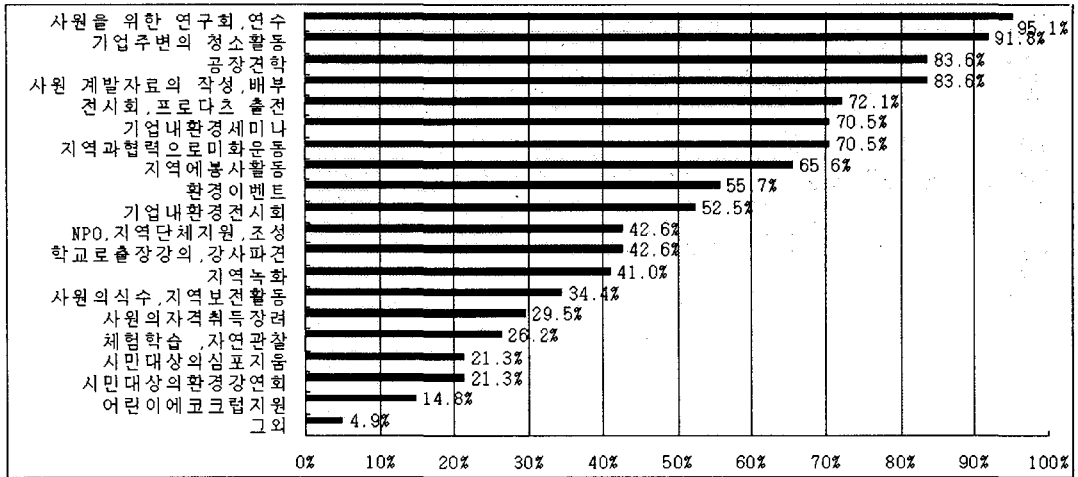
한 중요성을 72.1%의 기업이 인식하고 있었다. 아래 〈그림 5〉의 결과에서 주목해야 할 것은 자발적으로 환경교육을 실시하는 기업이 67.2%나 차지한다는 것이다. 그것은 기업이 환경교육에 대한 참여를 긍정적으로 생각한다는 것을 의미하며, 그러한 기업의 자세를 실천면에 잘 활용한다면 환경교육을 실시하는 기업이 늘어날 것으로 기대된다.

〈그림 6〉을 보면, 환경교육의 실시 형태가 그 대상에 있어서 사원과 시민으로 명확하게 나누어져 있음을 알 수 있다. 먼저, 사원 대상의 환경교육은 사원을 위한 연구회·연수가 95.1%, 사원을 위한 계발 자료의 작성·배포가 83.6%로 나타났다. 이것은 사원 대상의 환경교육이 이미 기업 내에 정착되어 있다는 것이며, 사원에 대한 자격 취득의 장려 29.5%는 사원의 환경교육이 앞으로도 더 적극적으로 실시될 것을 의미하고 있다. 다음으로, 시민 대상의 환경교육은 일반적인 공장 주변 청소 91.8%, 공장 견학 83.6%, 지역의 미화 운동 70.5%, 지역 녹화 41.0% 등으로 나타났으며, 그러한 것들은 기업의 환경교육의 실시가 자연 보호나 실천하기 쉬운 주변 활동부터 실시 문제의 해결에 도움이 된다. 또한 환경 이벤트 55.7%, 환경 세미나 70.5% 등도 기업 자체로 간단히 행할 수 있기 때문에 그러한 것도 일반적인 형태로 자리 잡아 가고 있다.

협력 형태로 실시하는 형태로서 NPO·지역 단체의 지원·조성 42.6%, 학교로의 출장 강의나 강사 파견 42.6% 등의 비율은 기업의 환경교육이 전개되어 가고 있는 현재 상황에서 적은 비율



〈그림 5〉 환경교육 실시 의미



〈그림 6〉 실천하기 쉬운 주변 활동

이라고는 볼 수 없으며, 연구내용에서 전술한 것과 같이 환경교육의 형태가 폭 넓게 전개되어 가고 있다고 볼 수 있다.

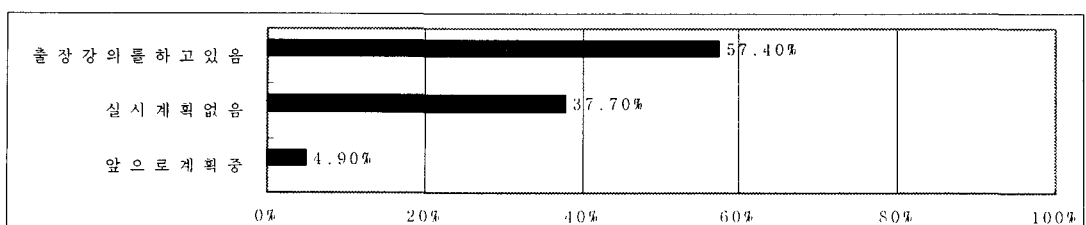
출장 강의란 기업의 사원이 학교나 외부에 나가서 환경교육 활동을 하는 것을 말하며, 다른 분야와의 협력 관계에서 자주 보이는 실시 형태이다.

그러한 출장 강의에 대한 기업의 견해를 물었다(그림 7). 출장 강의를 실시하고 있는 기업이 57.4%이며 계획 중인 기업이 4.9%의 비율로 나타났다. 또한 계획하고 있지 않은 기업이 37.7%로 나타났다. 여기에서 주목할 것은 출장 강의에 대해 계획이 없는 기업보다는 실시하고 있는 기업이다. 그러한 기업이 50%를 넘고 있다는 것은 실시하고 있는 기업을 포함하여 그러한 기업이 늘어날 전망이다. 기업의 출장 강의는 협력 관계로 이어지는 하나의 방법이라고 할 수 있으며, 기업이 안고 있는 환경교육 실시 문제의 해결에 도움이 된다.

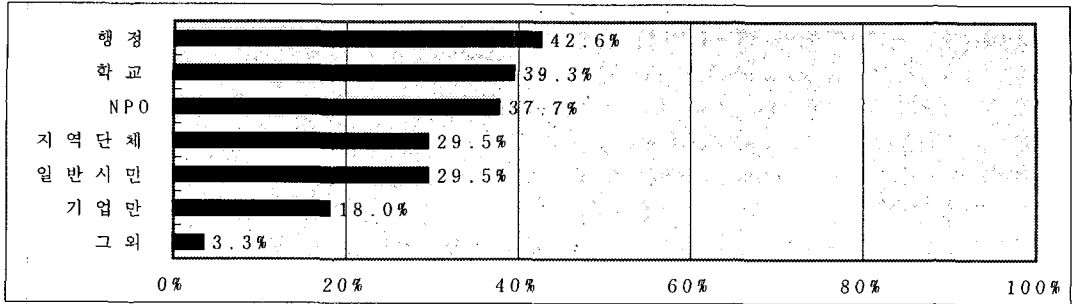
나. 환경교육 실시의 협력관계

〈그림 8〉은 타 분야와의 협력 형태이다. 행정 42.6%, 학교 39.3%, 타 기업 37.7%로 비슷한 비율이기는 하나 협력 관계가 이루어지고 있었다. 그러나 「환경교육 추진법」에서 강조하는 각 분야와의 협력 관계에는 아직 미치지 못하는 상태이며, 하나의 분야만이 아니라 2, 3개의 분야가 같이 협력관계를 맺으면서 실시해 나가는 것이 중요하다. 행정, 타 기업, 학교와의 협력관계에 비해서 NPO 단체와의 관계가 29.5%로 아직도 미흡한 상태이며, NPO 단체가 가진 환경 활동의 노하우를 활용, 전개하기 위해서는 NPO와의 협력 관계도 적극적으로 추진할 필요가 있다.

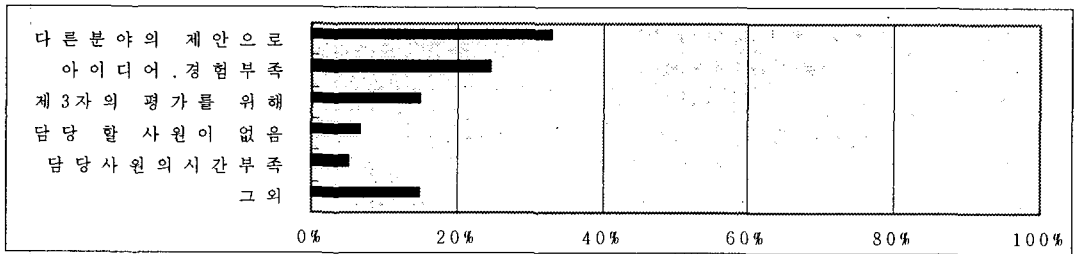
〈그림 9〉와 같이 기업이 타 분야와 협력하면서 환경교육을 실시하고 있는 이유는 「환경교육 추진법」이 추진하는 것에 대한 대응만이 아니라, 실제로 환경교육 실시 면에서 기업이 여러 문제점에 부딪치고 있기 때문이다. 그것이 적은



〈그림 7〉 출장 강의 상황



〈그림 8〉 타 분야와의 협력



〈그림 9〉 타 분야와의 협력 이유

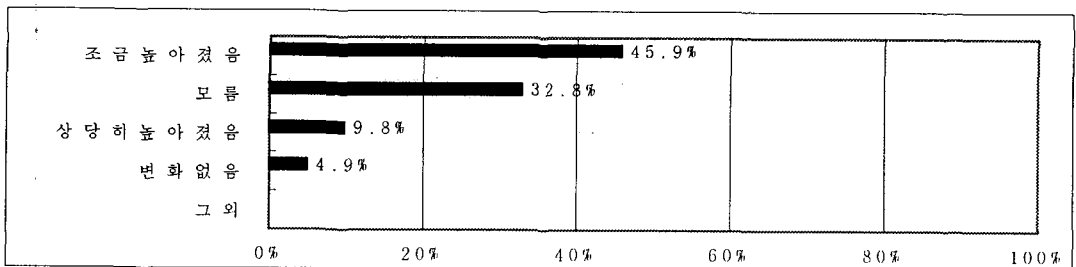
비율이기는 하나 24.6%의 아이디어나 경험 부족으로 나타났다. 6.6%의 비율도 마찬가지로 환경교육을 담당하는 기업 내의 책임자가 없기 때문에 환경교육 실시에 대한 프로그램 작성부터 실시장소, 대상 등을 선정하는데 대한 어려움으로 타 분야와의 협력 관계를 원하는 것으로 나타났다. 그러한 이유로 타 분야로부터 제안이 있으면 응하는 경우로서 32.8%로 나타났다.

다. 기업의 환경교육 실시효과

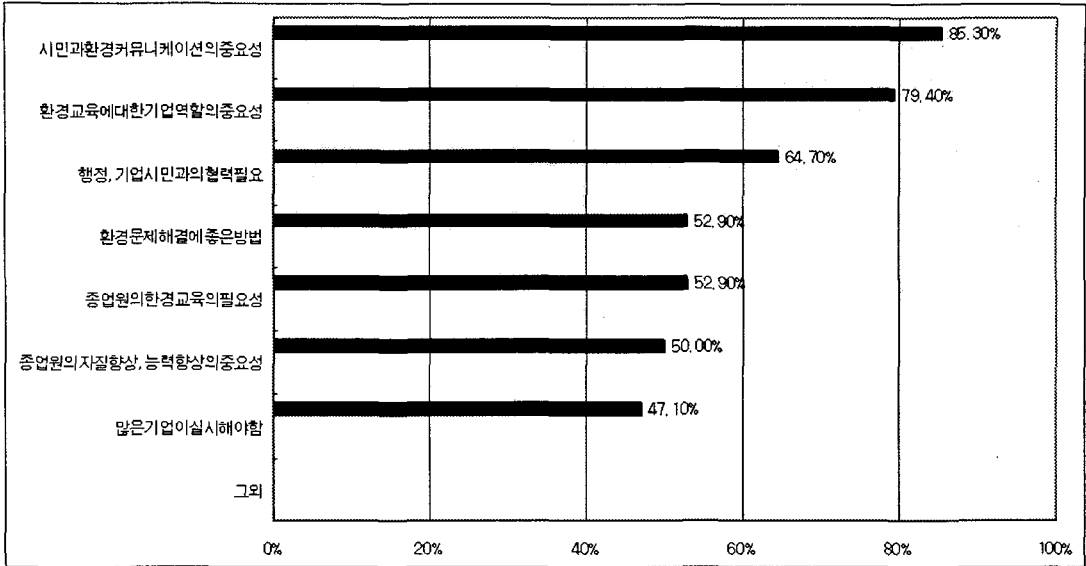
〈그림 10〉은 기업의 환경교육 실시에 의한 시민 의식의 변화를 나타낸 것이다. 의식 변화는 상당히 높아졌다가 9.8%, 조금 높아졌다가 45.9

%로 기업이 실시하는 환경교육으로 인해 시민의 의식이 크게 변화한 것을 나타내고 있다. 시민의 의식 변화가 50.0% 이상을 나타내는 것은 기업이 실시하는 환경교육의 중요성을 입증하는 것이며, 기업의 환경교육에 대한 끊임없는 관심과 참여, 개발이 필요함을 절실히 느끼게 한다. 또한, 변화 없음의 4.9%의 비율은 사람의 의식 변화는 금방 나타나는 것이 아니므로 환경교육을 받은 시민은 환경 의식이 저변에 깔려 있다고 보아야 한다.

〈그림 11〉에서 주목해야 할 것은 두 가지이다. 첫째가 환경교육 실시에 대한 기업의 역할이다. 환경교육을 실시한 기업이 〈그림 11〉에서 나타난 것처럼 시민 의식의 변화를 느끼고 기업



〈그림 10〉 기업의 환경교육 실시에 의한 시민 의식의 변화



<그림 11> 시민의 의식 변화에 따른 기업의 견해

스스로가 기업의 역할에 대한 중요성을 느낀 것은 매우 고무적인 일이다. 두 번째 많은 기업이 환경교육을 실시해야 할 것이라고 47.5%가 응답함으로써, 기업의 환경교육 실시를 중요하게 인식하고 있다는 것이다. 또한, 시민과의 환경 커뮤니케이션의 중요성을 나타내는 85.5%의 비율은 환경교육을 시민과의 커뮤니케이션의 수단으로 중요하게 생각한다는 것이다. 그리고 환경 문제를 해결하기 위한 좋은 방법으로 환경교육을 중요하게 생각하고 있음이 52.9%로 나타난 것은 그의 중요성을 다시 한 번 인식하게 하는 결과이다.

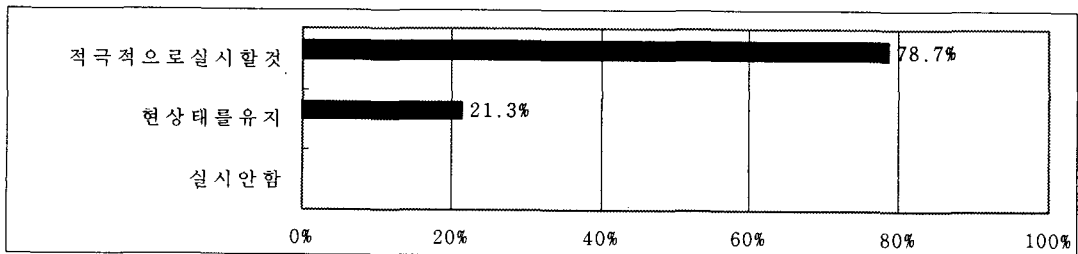
육의 중요성이 더욱 더 높아져 갈 것임을 의미하는 것이며, 그에 대한 기업의 역할도 중요함을 나타냈다고 본다. 현재를 유지하겠다는 기업이 21.0%이지만, 그러한 기업은 환경교육의 중요성을 인식하고 있다고 보여지기 때문에 환경교육 실시에 대한 문제점을 해결한다면 적극적 자세로 바뀔 수 있다고 보여진다.

라. 환경교육 실시에 관한 기업의 자세

<그림 12>는 앞으로의 환경교육 실시에 관해 질문한 것이다. 78.8%의 기업이 더욱 적극적으로 실시할 것을 나타내고 있다. 그것은 환경교

IV. 결론 및 제안

현재 환경교육의 중요성에 대한 인식과 함께 환경교육 활동이 급속히 전개되고 있다. 그에 따라 본 연구는 보다 발전된 환경교육의 전개를 위



<그림 12> 앞으로의 환경교육 실시에 관한 기업의 방침

해서 기업의 주도적 역할이 중요하다고 보고, 기업의 환경교육 실태를 파악하는 것을 연구 목적으로 하였다.

본 연구를 통하여 얻어진 결과는 다음과 같다. 첫째, 「환경교육 추진법」제정에 의해 정부를 비롯한 학교, 지역 단체들과 함께 기업의 환경교육 활동은 활발하게 전개되고 있는 것을 알 수 있다. 그리고 위의 양케이트 조사 결과에 의해 환경교육 실시에 대한 기업의 자세도 상당히 긍정적이며 적극적인 것으로 나타났다(그림 5 참고). 기업이 환경교육 실시에 적극적인 자세를 취하고 있는 것은 기업 활동을 감시하는 사회적 변화에 대응하려는 것과, 환경교육을 통하여 시민과의 커뮤니케이션을 이루려는 의도를 근거로 하고 있다. 따라서 기업은 환경교육이라는 수단을 이용하여 사회적 공헌 및 기업 선전을 함으로써 기업 이미지를 향상시키고, 국내외적으로 기업 경쟁력을 높이려는데 그 실시의 의미를 두고 있었다. 그러한 의미에서 환경교육은 기업 활동을 펼쳐나가는데 중요한 수단이며, 앞으로 환경교육을 실시하는 기업이 더욱 더 늘어날 것이라고 예측된다. 둘째, 환경교육 실시에 있어서, 변화 과정 및 내용을 보면 발전 단계에서 협동·연계단계로 바뀌는 전환기에 있었으며, 내용면에서도 사원이 학교에 출장 강의를 나가는 등 그 실시 형태가 다양하였다. 또한 타 분야와의 협력 관계에 있어서도 기업과 학교, 기업과 지역단체, 기업과 NPO 등의 협력관계가 보이고 있었다. 이러한 협력 관계의 형태는 「환경교육 추진법」에서 말하는 협동·연계형 환경교육 실시의 일부분을 보여주고 있는 것이기는 하나, 그 형태의 전개에 있어서는 아직 부족한 상태였다. 셋째, 환경교육의 실시에 있어서 기업 역할의 중요성을 기업 스스로가 인식하고 있었다. 이것은 앞으로의 기업의 환경교육 전개에 있어서 대단히 중요한 요소이다. 왜냐하면, 기업의 환경교육 실시가 전환기에 놓여 있는 만큼, 적극적인 기업과는 반대로 반 강제적, 반 자발적으로 실시하는 기업과 환경교육 실시가 미진한 기업도 있다. 그러한 기업들에게 다른 기업들의 환경교육의 중요성 인식은 매우 중요한 자극이 될 것이며, 그러한 기업들은

적극적 자세로 유도 할 수 있는 원동력이 되기 때문이다. 넷째, 환경교육 실시 면에 있어서 몇 가지 문제점이 있었다. 기업이 적극적인 자세를 보이는 것과는 달리, 프로그램이나 정보 부족 문제 및 실시 장소, 대상 등을 결정하는데 있어서 부딪치는 문제점들이다. 또한 환경교육 내용과 기업 활동의 연결 문제이다. 예를 들면, 기업들은 환경교육을 실시할 때 교육 내용과 기업 활동을 연결시켜서 하기를 원하나, 그러한 연결 방법에 대한 경험 부족으로 곤란을 겪고 있었다.

이상의 연구 결과에 따라서 기업의 환경교육 실시에 대해 몇 가지 제안을 하고자 한다.

환경교육 실시에 있어서 기업이 주도적 역할을 하기 위해서는 환경교육의 중요성에 대한 재인식과 주체성 확립이 요구된다. 환경교육을 실시함에 있어서 타 분야와의 협력 관계는 중요하다. 타 분야와의 협력관계를 계속적으로 유지해 나가기 위해서는 타 분야에 이끌려 하는 환경교육이 아닌 기업 스스로의 주체적인 자세가 필요하다. 또한 환경교육에 대한 기업 방침과 자세 확립 및 체계화가 요구된다. 기업 방침과 자세 확립은 기업의 환경교육 실시에 직접적인 영향을 미친다. 바꾸어 말하면 그것은 기업 경영자의 기업방침과 사고, 자세와 연결된다고도 말할 수 있다. 따라서, 기업 경영자의 환경교육의 중요성 인식, 사고, 자세의 확립이 필요하며, 그에 따른 기업 내 환경교육의 체계화가 필요하다.

〈참고 문헌〉

- 環境省, (1992). “環境保存團體常況に関するアンケート調査”報告書.
- 環境省 (2002). “環境基本計劃法”ぎょうせい.
- 環境省, (2003) “環境教育推進法”.
- 環境省, “環境白書 平成14, 15年度版”.
- 各企業の環境報告書多數.
- 川島 宗繼 市川 智史, 今村 光章 (2002). “環境教育への招待”, ネルウェア書房.
- 清里環境教育フォーラム實行委員會 (1992). “日

本型環境教育の提案-自然との共生にむけて”,小學館.

佐島 群巳編 (1992). “環境問題と環境教育”, 國土社.

佐島 群巳著 (1995). “感性と認識を育てる環境教育”, 教育出版.

臼井 久和, 高瀬 幹雄 (2002). “環境問題と地球社會”, 有新堂舎.

地球環境戰略研究機關 (IGES) 關西センター (2004).

“日本企業の環境報告”.

松下和夫 (2002). “環境ガバナンス-市民・企業・自治制・政府の役割”, 岩波出版.

文部省 (平成 7年) “環境教育指導資料小學校編”.

山極隆 (1993). “環境教育實踐實例集”, 第一法規出版.

井原 宏 (2003). “グローバル企業化-グローバル企業の法的責任”, 青林書院.