

# 중소기업의 새로운 키워드, '녹색'

글 삼성경제연구소 도건우 수석연구원

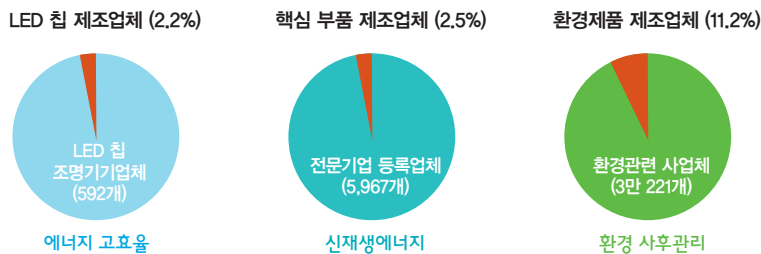
## 1. 녹색의 도전에 직면한 중소기업

국내외적으로 강조되고 있는 온실가스 감축 및 환경규제 강화 등이 중소기업들에게도 새로운 경영환경의 변화요인으로 다가오고 있으며, 결국 기업의 부담 증가로 이어질 가능성이 커지고 있다. 국가적으로 추진하고 있는 목표관리제, 탄소배출권거래제 등의 대상은 주로 대기업이지만 중소기업들에게도 에너지 가격 상승, 환경규제 강화 등의 형태로 조만간 영향을 미치게 될 것으로 보인다.

최근에 중소기업중앙회가 녹색성장 정책에 대해 중소기업의 실태조사를 실시한 결과 129개 업체 중 51.2%가 녹색성장 정책이 기업 경영에 큰 영향을 미칠 것이라고 답했으며, 비용이 상승하고, 규제가 더욱 강화될 우려와 관련 정보, 전문 인력 등의 부족 등의 이유로 적절하게 대응하기 어려울 것이라고 하였다.

따라서 환경적으로 부하가 크거나 에너지 다소비 산업의 경우 선제적으로 대응하지 못하면 중장기적으로 심각한 경영상의 위기로 귀결될 가능성도 있다. 반면에 환경성과가 뛰어나고, 또 이를 적극적으로 활용하는 기업에게는 매출액 증가의 기회로 작용할 수도 있다.

그런데 국내의 녹색중소기업이 주로 진출한 영역은 부가가치가 낮은 설비·설치 분야로서 영세한 사업체가 대부분이며, 핵심 부품·소재 전문기업이 부족한 실정이다. 즉 만성적인 자금 및 인력의 부족, 기존 업종 내의 치열한 경쟁구조, '녹색'과 관련된 정보의 부족 등으로 환경경영에 대한 여력이 부족한 상황이다. 따라서 부품·소재 등 중소기업 분야의 녹색기술력 없이는 녹색산업은 단순히 해외 주요 기업의 조립 산업으로 전락할 가능성이 크다.



자료: 중소기업청 (2010), "녹색성장, 일자리 창출의 주역: 녹색중소기업 창업·성장 지원방안." 『제8차 녹색성장위원회 보고대회』(pp. 1-13), 7월 13일, 서울: 대한상공회의소.



## 2. '녹색' 도전 극복의 지름길

### ① 고객 및 이해관계자들과 함께 노력하라

B2B 중소기업은 대기업의 '녹색 동반성장' 프로그램에 적극 호응하여 대응역량을 강화시켜 나갈 수 있다. 중소기업은 생산비용 중 에너지 비용의 비중이 대기업에 비해 높아 녹색 경영에 상당히 취약한 구조이다. 생산액 대비 에너지 비용 비중은 대기업이 6.8%인 반면, 중소기업은 11.8%로 대기업에 비해 1.7배나 높다. 따라서 자금, 기술, 인력 등의 부족으로 온실가스 감축이나 에너지 효율화 관련 투자가 어려운 중소기업이라면 대기업과의 상생협력 방안을 모색할 필요가 있다. 정부는 대기업이 중소기업의 에너지 절약과 온실가스 감축을 위해 출연한 자금에 대한 세액공제(7%), 자금과 기술을 제공하고 감축 실적의 일부를 이전받는 '그린크레딧' 등의 프로그램을 시행하고 있다. 자금, 기술, 정보, 인력 등이 부족하여 온실가스 감축이나 에너지 효율화 관련 투자가 어려운 중소기업은 대기업과의 상생협력 방안을 모색하는 것이 좋은 전략이 될 수 있다.

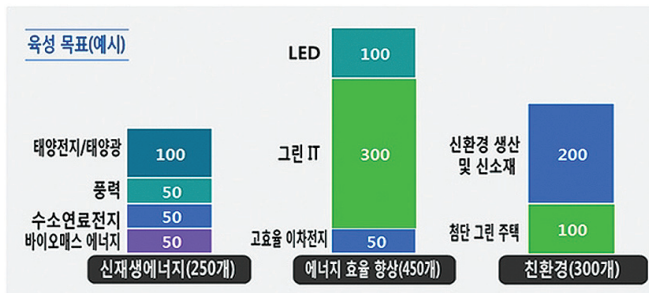
일례로 몇 년 전 대기업인 삼성석유화학이 잉여 스팀을 중소기업인 한국알콜산업에 공급하는 시스템을 구축하는데 40억 원을 투자했다. 기존에 삼성석유화학은 잉여 스팀을 그냥 대기 중으로 방출했고, 한국알콜산업은 화석연료로 생산된 스팀을 외부 업체로부터 구입을 했다. 그러나 두 기업의 협력 결과 연평균 2.8만 톤의 온실가스 배출을 감축했고, 한국알콜산업은 연간 에너지비용 30억 원을 절감하게 되었다. B2C 중소기업은 제품이나 기업의 환경 정보 및 성과에 더욱 민감해지는 소비자와 이해관계자들의 니즈에 부응할 필요가 있다. 중소기업이 주로 생산하는 재활용 제품과 친환경 소비재 및 식료품 등에 대한 소비자들의 선호가 증가하는 소비행태의 변화에 선제적으로 대응하고, 주주, 지역사회, NGO 등의 이해관계자들도 환경과 관련하여 중소기업에게도 적극적인 사회적책임 수행을 요구하는 경향에 적극적으로 대비해야 할 것이다. 비교적 규모가 큰 기업들은 사회적책임투자(SRI) 실시, 사회적책임 국제표준(ISO 26000) 획득, 지속가능 보고서 발간 등의 노력을 보여줄 필요가 있다.

### ② 국내외의 정책 방향에 관심을 가져라

정부는 2013년까지 핵심 기술을 기반으로 하는 '녹색전문 중소기업' 1,000개 육성 계획을 선언했다. 이를 위하여 중소기업의 정책자금과 보증 규모 확대, 신규인력 양성, 해외시장 진출 지원 등의 각종 지원정책을 내놓았다. 따라서 중소기업은 이러한 정부의 정책방향에 관심을 가지고, 이를 활용할 준비를 하여야 할 것이다.



녹색전문 중소기업 1,000개 육성 계획



자료: 중소기업청 (2010). "녹색성장, 일자리 창출의 주역: 녹색중소기업 창업·성장 지원방안."  
 『제8차 녹색성장위원회 보고대회』(pp. 1-13), 7월 13일, 서울: 대한상공회의소.

또, 신성장동력 산업의 경쟁력 강화를 위해 정부가 시행하는 녹색 중소기업 해외진출 지원 사업을 적극 활용하여 글로벌화 역량을 강화할 수 있다. 정부는 신성장동력 산업에 대해 대기업 및 중소기업이 신제품을 공동 개발하고, 해외 프로젝트를 함께 수주할 수 있도록 부처간 연계를 통해 지원하고 있다. 2011년 3월, KE&S홀딩스와 9개 중소기업이 컨소시엄을 구성해 러시아 바시 키르공화국에 4년간 1조 원 규모의 LED 부품공급 계약을 성사시킨 바가 있다. KOTRA도 주요 해외 무역관에 '녹색수주지원센터'를 설치하여 해외 녹색사업 발주정보 제공, 프로젝트 수주 및 글로벌 기업의 벤더 참여 지원 등 중소기업의 해외진출을 일괄 지원하고 있다.

2001년 작은 벤처기업으로 출발한 중국의 태양전지 생산업체 선태파워(Suntec Power)는 창업한지 10년도 되지 않은 2009년에 세계 2위 업체로 부상했다. 그 비결은 바로 2004년에 독일이 태양광 발전사업에 대해 발전차액지원제도(FIT)를 도입한다는 사실을 알고 선제적으로 대규모 투자를 한 데 있다. 이후에 스페인과 이탈리아도 이 제도를 도입하면서 수출이 급증을 하게 되었다. 이처럼 중소기업들도 정부 정책의 흐름과 방향을 미리 포착해 남들보다 먼저 투자에 나서 는 지혜를 발휘할 필요가 있다.

③ 블루오션은 남아 있다

선진국 기업 및 대기업과의 녹색경쟁(Green race)에서 뒤처지거나 기술력 격차가 있더라도 녹색 분야에서는 여전히 블루오션은 남아있다는 것을 인식할 필요가 있다. 녹색산업은 태양광, 풍력 등 일부 분야를 제외하고는 대부분 세계적으로도 초기 단계이기 때문에 아직도 중소기업의 진



입 여지가 상당히 큰 편이다. 또 이미 범용화 된 녹색기술이라도 이를 인접한 다른 분야에 적용하면 새로운 수요 창출이 가능하기도 하다.

그 좋은 예로 중국의 지방 중소기업인 저장창링을 들 수 있다. 1994년에 설립된 오토바이 제조 회사 저장창링은 2000년대에 들어 이미 레드오션이 되어버린 오토바이 시장의 한계를 직감하고, 대기업들이 전기자동차 개발에 열중을 할 때 전기오토바이로 눈을 돌렸다. 그리고 중국 최초로 EU 환경기준에 부합하는, 한 번 충전으로 100km를 갈 수 있는 전기오토바이를 생산해 유럽으로 수출을 했다. 그 결과 연간 3,000만 달러의 수출을 자랑하는 녹색 강소기업으로 자리를 잡게 되었다. 현 단계에서 상용화되지는 않은 기술이지만 중장기적으로 준비해서 향후 시장 선점이 가능해 보이는 선박용 연료전지, 목질계 및 해조류 바이오에탄올, 탄소포집 및 저장(CCS) 등의 분야를 공략하는 전략이 바람직하다. 그리고 IT, BT 등 기존에 경쟁력을 가지고 있는 분야의 기술을 녹색 분야로 응용할 경우 새로운 시장 개척이 가능할 것이다.

#### ④ 기존 업종의 전환을 두려워하지 말라

토머스 프리드먼은 <코드 그린(Code Green)>에서 '돌이 없어져서 석기시대가 끝난 것이 아니다'라고 언급하며 새로운 '에너지 기후 시대'에 미리 대비할 것을 주문하였듯이 기존 사업 분야가 쇠퇴기에 있거나 사업의 구조조정이 필요하다고 판단되면 향후 발전가능성이 큰 녹색산업으로 과감한 업종 전환을 시도하는 것도 좋은 전략이다.

풍력발전 터빈 세계 1위 업체인 베스타스(덴마크)는 19세기 말 대장간에서 출발하여 1950년대에 농기구 제조업체로 성장했다가 1970년대 석유파동 이후 대체에너지 개발의 필요성을 인식하고 풍력발전 터빈 개발로 사업을 전환해서 현재에 이르게 되었다. 또, 19세기에 말의 장식품과 마구를 제작했던 에르메스(프랑스)는 자동차가 등장하자 사양산업이 될 것을 예상하고 피혁제품과 여행용가방, 핸드백류로 사업 방향을 전환하여 성공하였다. 개별 기업들은 기존에 영위하고 있는 사업 분야를 녹색산업화(Green transformation) 하여 새로운 녹색산업 분야로의 진출을 모색할 수 있다. 자동차, 조선, 기계 분야의 중소기업은 전기자동차, 친환경 플랜트, 청정생산설비 등의 부품 개발 추진이 가능하며, 반도체, 디스플레이, 가전 분야는 저전력 고효율 반도체, 스마트그리드, 에너지 절약형 가전제품 관련 부품 개발에 주력하는 것이 효과적이다.

게이오대학 교수이면서 30년간 전기자동차를 개발해온 심-드라이브(SIM-Drive)의 시미즈 히로시 사장은 '모든 신기술은 양산 후 7년 내에 신상품으로 교체된다'라는 흥미로운 이야기를 한 적이 있다. 유선전화에서 휴대전화로, 필름카메라에서 디지털 카메라로 전환됐듯이, 전기



자동차가 본격적으로 보급되고 7년 후가 되면 가솔린자동차가 자취를 감출 수 있으므로 발 빠른 업종 전환이 필요하다는 이야기이다. 또, 전기자동차 벤처기업 피스커 오토모티브(Fisker Automotive, 미국)의 헨리크 피스커(Henrik Fisker) CEO는 "아프리카에서 유선전화보다 휴대 전화가 먼저 보급된 것처럼 중국과 인도에서 가솔린자동차 시대를 건너뛰고 전기자동차 시대가 도래할 가능성이 있다"고 주장한바 있다.

⑤ 진정한 녹색기업으로 각인을 시켜라

제품, 소재, 생산공정, 사용 등 전과정에 있어서의 환경성 및 유해정보 등에 대한 정보 공개 요구가 늘어나면서 환경표지제도(에코라벨링), 에너지 소비효율등급표시제, 탄소·환경성적표지제도(탄소라벨링), 녹색인증제 등 인증제도가 활성화되는 상황이다.

인증제도는 제품의 환경 속성에 대한 잠재적인 평가가 시장을 통해 이루어지도록 해 친환경 제품에 대한 소비자의 선택이 확대되고, 생산자도 새로운 소비문화에 적극 동참할 것을 유도하는 것이 목적이다. 중소기업이 현재 대표적인 인증제도인 녹색기술 또는 녹색사업으로 인증을 받을 경우 융자 지원, 판로·마케팅 지원, 사업화 기반 조성 등의 분야에서 26가지 종류의 다양한 지원혜택을 받을 수가 있고, 기업의 평판도 향상되는 효과를 기대할 수 있다. 물론 중소기업의 입장에서 보면 100만원에 이르는 인증비용을 비롯해 검사비, 컨설팅비 등의 부담이 있으나 인증을 획득하면 이를 충분히 상쇄할 수 있을 것이다.

녹색인증 신청 및 인증 현황 (2011년 12월 15일 현재) (단위 : 건)

구분	인증 신청	서류 검토	평가 진행	인증 심의 결과	
				적합	부적합
녹색기술 인증	1,183	376	131	476	200
녹색사업 인증	95	62	5	12	16
녹색전문기업 확인	90	24	6	58	2
계	1,368	462	142	546	218

자료 : 녹색인증제도 홈페이지 (www.greencertif.or.kr)

3. 시사점

중소기업에게 새로운 사업기회가 될 수 있는 '녹색'

중소기업 입장에서는 온실가스 감축, 환경 개선, 녹색산업화 등의 '녹색화'를 새로운 사업 기회 모색의 계기로 삼을 수 있다. 에너지 절감 및 고효율화, 친환경 부품·소재·장치 등의 유망 녹





색사업에 과감하게 투자하면 대기업의 수직계열화에 예속되지 않고 스스로 국내의 시장 개척이 가능한 기업으로 발전할 기회가 될 수도 있다. 따라서 기존에 영위하고 있는 업종의 사이클을 면밀히 분석한 후 쇠퇴기에 있거나 구조조정이 필요하다고 판단되면 녹색산업으로 과감하게 업종 전환을 고려할 필요가 있다. 또 변화하는 소비행태에 부응할 수 있도록 기업의 사회적 책임과 평판 관리도 중시할 필요도 있다. 이를 위해 '녹색'이라는 소비 트렌드에 맞는 제품과 서비스 개발에 주력하고, 개별 기업 차원에서 활용 가능한 에너지 절약, 조명 교체 등 사업장 내의 녹색화, 차량운행 단축, 조림사업, 재활용사업, 환경보호운동, 환경단체 후원 등을 적절하게 조합하는 녹색 마케팅 전략을 체계적으로 수립하여야 할 것이다. 아울러 기업들이 열심히 노력하여 녹색인증, ISO 26000, 환경표지 등 각종 환경 관련 인증을 획득한 후에 그 효과를 극대화하기 위하여 자사 홈페이지, 사업장 내외부 시설, 옥외 광고 등의 수단을 다양하게 이용하여 대고객 홍보 노력을 강화하여야 할 것이다.

#### 정부 차원의 적극적인 지원이 필요

정부는 현재 육성하고자 하는 의지가 큰 녹색전문 중소기업에 R&D 자금을 대폭 지원하여 자생력을 키워주는 것이 중요하다. 기존 사업의 구조조정이 필요하면서 녹색산업에 관심이 큰 중소기업에 R&D 자금을 제공하여 녹색전문 중소기업으로 전환하도록 유도하여야 할 것이다.

녹색전문 중소기업이 새로운 중소기업 발전모델로 정착되면 고급인력을 구하기 어려운 중소기업에 우수인재가 지원하여 자연스럽게 건강한 중소기업 생태계가 조성될 수 있을 것이다. 전 산업 종사자 중 중소기업 종사자가 87.7%임을 감안하면 중소기업의 일자리 창출이야말로 국가적으로도 중요한 과제임에 틀림없다.

또, 대기업이 중소기업에게 자금과 기술 등을 지원하는 성공적인 상생협력 모델이 정착될 수 있도록 정부의 제도적인 지원과 정책의지를 보여줄 필요가 있다. 대기업과 중소기업이 온실가스·에너지 감축을 공동 추진하고, 중소기업이 대기업으로부터 온실가스·에너지 동반 감축사업의 발굴, 감축설비 투자자금과 감축 이행을 위한 전문기술 등을 지원받을 수 있도록 제도화하거나 대·중소 기업의 온실가스 감축 협력, 녹색 노하우 전수 등에 대한 다양한 인센티브 제공 방안을 마련할 수 있다. 대기업이 상생협력 차원에서 중소기업의 온실가스 감축과 녹색산업화를 지원한다면 보다 풍부한 중소기업 생태계 조성이 가능할 것이다. 또한 인력, 정보 등이 부족한 중소기업에 대해 업종별·규모별로 녹색산업화 지원센터를 설치하여 관련 정보를 지속적으로 제공하는 것도 효과적일 것이다.

