

기초연구

2024-01

# 콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구

A Study on ESG Application Strategies  
for the Sustainable Development of the Content Industry

채지영·양지훈·홍무궁



한국문화관광연구원  
Korea Culture & Tourism Institute



# 콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구

A Study on ESG Application Strategies  
for the Sustainable Development of the Content Industry

채지영·양지훈·홍무궁



한국문화관광연구원  
Korea Culture & Tourism Institute



### 연구 책임

---

채지영 한국문화관광연구원 선임연구위원  
양지훈 한국문화관광연구원 부연구위원  
홍무궁 한국문화관광연구원 부연구위원

### 공동 연구

---

오현주 대신경제연구소 본부장  
박지혜 홍익대학교 문화예술경영학과 박사과정

### 연구 참여

---

장유진 한국문화관광연구원 위촉연구원



콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구



## 연구 개요





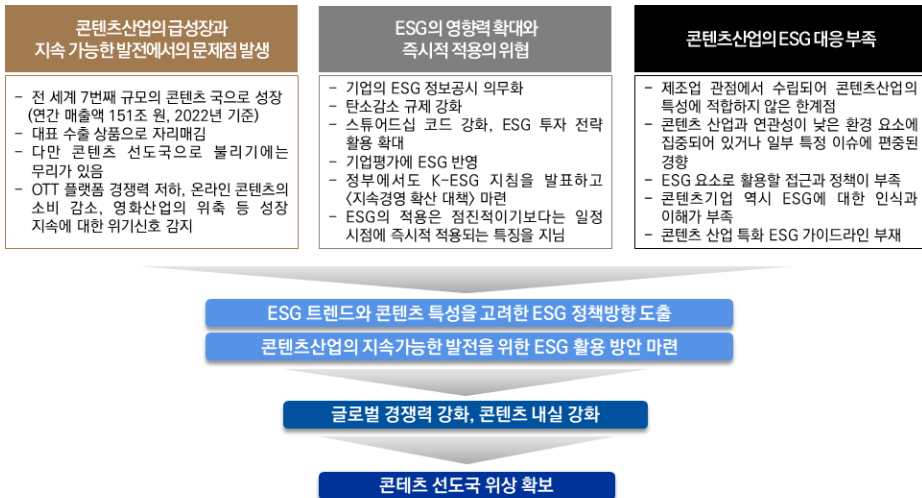
# 1. 서론

## 가. 연구 배경 및 목적

### ■ 연구 배경

- (콘텐츠산업의 급성장) 국내 콘텐츠산업은 급속한 발전을 이루며, 연간 매출 151조 원, 수출 132억 달러를 기록하는 세계 7위 규모의 콘텐츠 강국으로 성장
- (지속 발전에 대한 위험신호 발생) 다만, 특정 창작자에 의존하는 구조와 양극화 심화, 주요 콘텐츠기업의 지배구조 관련 갈등, 온라인 콘텐츠의 성장세 둔화 등 콘텐츠 선도국 진입을 앞두고 그 지속성에 대한 우려가 제기
- (ESG 영향력 확대와 즉시적 적용의 위협) ESG는 모든 산업의 필수 요건으로 자리 잡으며, 투자자 요구와 무역장벽으로 작용할 가능성이 커지고 있음
- (콘텐츠산업의 ESG 대응 부족) 국내 콘텐츠산업은 ESG 정책에 대한 인식과 준비가 부족하며, 제조업 중심의 ESG 가이드라인이 산업 특성과 부합하지 않아 대응 과정에서 어려움을 겪고 있음

[요약 그림 1] 연구의 배경 및 목적



### ■ 연구 목적

- 국내 콘텐츠산업의 현황 및 특성을 반영한 ESG 정책 방향과 실용적 활용 방안을 제시하여, 콘텐츠산업의 글로벌 경쟁력 강화와 지속가능한 발전에 기여

## 나. 연구 범위 및 방법

### ■ 연구 범위

- (시간적 범위) ESG 개념의 효시인 브룬트란트 보고서(Brundtland Report)가 발표된 1987년부터 현재까지
- (공간적 범위) 정책적 공간 범위는 국내 콘텐츠산업으로 한정하였고, 사례 및 동향분석의 경우 전 세계 주요국 포함하는 것으로 확대

### ■ 연구 방법

- (문헌 연구) 콘텐츠산업과 ESG 관련 논문, 연구보고서, 증권 리포트, 민간기관 리포트 등 기관자료, 통계자료, 기업자료 등 다양한 데이터와 문헌들을 분석
- (전문가 및 종사자 FGI, 심층인터뷰) ESG 전문가 및 콘텐츠산업 종사자(기업실무자, 교수, 애널리스트, 정책사업 담당자, 협회, 연구원 등)를 대상으로 FGI와 심층인터뷰를 진행
- (콘텐츠산업 종사자 설문조사) 콘텐츠산업 ESG 항목의 중요도 및 적합성 파악을 위한 콘텐츠산업 종사자 설문조사 실시(4개 장르 각 50명씩 진행)
- (사례 분석) 국내외 주요 콘텐츠 기업(영상, 게임, 음악, 만화웹툰)을 선정하여 각 지속가능경영 보고서를 분석

[요약 그림 2] 연구 방법



## 2. 콘텐츠산업과 지속가능한 발전

### 가. 국내 콘텐츠산업 현황과 특성

#### 1) 국내 콘텐츠산업 성장과 글로벌 영향력 확대

- K-콘텐츠는 양적 성장과 질적 성장을 동시에 이루며, 글로벌 콘텐츠 시장에서 인지도와 충성도를 높임
  - 그간 한국 콘텐츠산업은 유례를 찾아보기 어려울 정도로 빠르게 성장함(10년 동안 1.8배 이상 성장하며 전 세계에서 7번째로 큰 시장으로 자리매김)
  - K-콘텐츠들의 연속적인 성공으로 인해 한국 콘텐츠에 대한 높은 충성도(loyalty)와 글로벌 팬덤이 형성
  - 국내 콘텐츠들이 글로벌 플랫폼에 유통되며, 글로벌 표준과 수요에 부합하기 위한 질적 노력이 함께 이루어짐
  - 한국 콘텐츠는 상대적으로 낮은 제작비로 높은 품질을 유지하며, 글로벌 시장에서 '가성비'가 뛰어난 콘텐츠 공급처로 주목받고 있음

#### 2) 국내 콘텐츠산업의 특성과 한계점

- (창작인력 중심 산업) 콘텐츠산업은 창작 인력의 창의성을 핵심 동력으로 삼으며, 기술, 창의성, 문화적 요소가 융합된 지식기반 산업으로, 창작자의 브랜드 가치와 고도의 전문성이 산업 성과에 중대한 영향을 미침
  - (한계점) 콘텐츠산업은 창작자들이 과도한 노동 강도와 열악한 노동환경에 시달리는 문제가 지속적으로 지적되고 있음
- (프로젝트 기반 제작 및 투자 체계) 콘텐츠산업은 효율성과 유연성 극대화를 위해 개별 콘텐츠 단위로 프로젝트 중심의 제작 및 투자 체계를 운영하며, 단기 목표 지향적 구조를 취함
  - (한계점) 프로젝트 완료 후 고용 불안정, 수익 배분, 계약 투명성 부족 등으로 인해 고용 안정성과 공정성에 대한 이슈가 발생
- (대형 콘텐츠기업 주도와 중소 콘텐츠기업의 영세성) 국내 콘텐츠 산업은 대기업이 시장 지배력을 강화하며 주도하는 반면, 중소기업은 종사자와 매출 규모 면에서 영세성을 보이며 양극화된 구조를 형성

- (한계점) 대기업은 자본과 네트워크를 통해 독점적 지위를 강화하는 반면, 중소기업은 자금 부족, 수익 배분 불균형, IP 의존성 등으로 경쟁력이 약화되는 경향, 일부 콘텐츠 주도 기업의 비투명한 지배구조 문제
- (수출이 중요한 산업) 콘텐츠산업은 K-콘텐츠의 글로벌 인기로 2018년부터 2022년까지 연평균 8.3% 성장하며, 수출 주력 산업으로 자리 잡았으며, 국가 브랜드 제고와 소비재 수출 증가에 기여하는 핵심 수출전략 산업
- (한계점) 글로벌 시장의 지속가능성과 책임 있는 성장을 이루기 위해 각국의 무역장벽과 가치소비 트렌드에 대응해야 하며, 과잉 소비를 유도하는 비즈니스 모델은 환경 문제와 소비자 신뢰 약화로 이어질 위험이 존재

## 나. 지속가능한 발전과 콘텐츠산업 간 연관성

### 1) 지속가능한 발전(SD)의 개념과 지속가능발전 목표(SDGs)

- (지속가능한 발전(SD)) 지속가능한 경제 성장과 포용적 사회, 그리고 깨끗하고 안정적인 환경이 지속가능성을 바탕으로 조화와 균형을 이루는 발전
- (지속가능발전목표(SDGs)) UN은 뉴욕에서 열린 제70회 유엔 개발정상회의에서 지속가능발전 목표(Sustainable Development Goals, SDGs)를 발표하고, 사회 발전, 경제발전, 환경보호 등의 큰 3개의 주제를 축으로 17개 목표와 169개의 세부 목표를 제시
  - SDGs는 모든 국가와 산업에 적용 가능한 보편성을 가지며 경제·사회·환경 문제의 통합성과 정부·민간·시민사회의 협력을 강조하는 참여적 접근을 기반으로 함

### 2) 현 콘텐츠산업과 지속가능한 발전 간의 연관성

- 국내 콘텐츠산업은 성장보다 지속가능한 발전을 추구해야 할 시점
  - 국내 콘텐츠산업은 급격한 성장 과정에서 여러 가지 성장통이 발생했고, 산업 내부의 구조적 한계가 점차 드러남
  - 단기적인 '성장' 보다는 장기적인 '발전'에 초점을 둔 방향성이 요구되며, 이 점에서 지속가능한 발전의 관점이 필요

- UN이 제시한 지속가능발전 목표(SDGs)에는 콘텐츠산업과 밀접하게 연관된, 시급히 해결하고 공유해야 할 목표들이 대다수를 차지
  - 콘텐츠산업은 이들 목표와 밀접하게 연관되어 있으며, 특히 창의성과 문화적 가치를 활용해 다양한 고질적 문제와 글로벌 경쟁력 강화에 기여 가능

[요약 그림 3] UN의 SDGs의 콘텐츠산업 적용 예시



#### 다. 소결

- 콘텐츠 선도국으로 가기 위한 과도기
  - 그동안 개선 과정을 거치면서 국내 콘텐츠산업은 지금의 성공과 위상을 만들었지만 그에 걸맞는 고도화된 산업 체계 구축되지 못하고 그 저변과 기반이 뒷받침 되지 않는다면 지속적인 발전을 보장할 수 없음
  - K-콘텐츠는 선도국으로 가는 과도기에 어떻게 대응하느냐에 따라 콘텐츠 강국의 위치를 확립할지, 아니면 일시적인 유행(Fad)으로 끝날지가 결정되는 중요한 시기
- 콘텐츠 선도국이 되기 위해 요구되는 지속가능한 발전
  - 중장기적 관점에서 지속가능한 발전을 이루기 위해 노력한다는 것은 콘텐츠 선도국이 되기 위한 과정과 같은 지향점과 방향성을 지님
  - 따라서 국내 콘텐츠산업의 지속가능한 발전에 초점을 두고 정책 방향을 수립하고, 관련 지표와 체계, 기준점을 바탕으로 산업의 발전을 유도 필요

- 콘텐츠산업의 체질을 개선하고 건전한 생태계를 구축하여 콘텐츠 선도국 위상에 맞는 기반과 저변을 자연스럽게 갖출 수 있음
- 또한 지속가능성에 대한 글로벌 요구가 높아지고 있는 상황에서 콘텐츠 수출의 지속적 발전을 위해서 향후 무역장벽이 될 수 있는 리스크 극복 필요

### 3. ESG의 중요성과 정책 동향

#### 가. ESG 개념 및 현황

- ESG는 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)를 통합한 용어로 기업의 재무적 요소와 함께 비재무적 가치의 중요성을 강조하는 개념
  - ESG라는 용어는 2004년 UN Global Compact가 「Who Cares Win Initiative」를 출범시키면서 처음 등장
  - 2020년 1월 세계경제포럼(World Economic Forum) 행사에서 채택된 ‘2020 다보스 성명서’에 이해관계자 자본주의 비전이 공식적으로 선언되며 시대적으로 중요성이 더욱 부각
  - 초기에는 투자 자본에 수동적으로 실천(ESG 1.0)되었다가, 비즈니스로 전환되어 새로운 기업 경쟁력으로 부각(ESG 2.0)되었고, ESG 중심의 비즈니스로 발전되는 단계(ESG 3.0)를 거침
- ESG와 관련하여 기업에 직접적이고 구조적인 영향을 미치는 다양한 이해관계자에는 ‘ESG 정책수립 기관(UNGC, UN PRI)’, ‘ESG 정보공시 기준 제공 이니셔티브’, ‘ESG 정보 분석/평가 기관’, 그리고 ‘투자자’ 등이 포함
  - 그 간 ESG 정보공시가 규제가 아닌 기업의 자발적인 활동으로 출발하였기 때문에 매우 다양한 이니셔티브들이 조성(GRI, SASB, TCFD, CDP, IIRC 등)
- ESG에 대한 관심이 급격히 높아지며 전 세계적으로 ESG 평가기관이 600개 이상 형성될 정도로 평가기관이 급증하였고, 평가주체별 상이한 평가기준, 동일 기업에 대한 전혀 다른 평가 등 여러 비판도 제기
  - ESG 평가기관은 ESG 등급산출 외 ESG 데이터 판매, ESG 지수 산출, 자문,

투자 솔루션 제공 등 광범위한 서비스를 제공하며 수익을 창출

- 글로벌 투자자들에게 ESG는 이제 중요한 투자 기준이 되면서, 재무적 성과를 보이는 기업이라도 ESG를 관리하지 않는 기업이라면 투자 대상에서 제외할 정도로 영향력이 커짐
  - 국내 ESG 투자 규모는 2018년 51조 원, 2020년에는 200조 원, 2022년에는 558조 원으로 급증하며 가파른 상승세를 보이고 있음

## 나. 국내외 ESG 정책 동향

### 1) 해외 정책 동향

- (유럽) 환경, 사회뿐만 아니라 데이터까지 포함하여 지속가능성을 위한 다양한 지침과 규정이 담은 법안을 발의하며, 강제성과 영향력을 높이고 있음
  - (EU 지속가능성정보 공시지침(CSRD)) 대기업 및 상장 회사가 사회 및 환경 문제에서 발생하는 위험과 기회, 그리고 이들의 활동이 사람과 환경에 미치는 영향에 대한 정보를 공개하도록 요구하는 EU의 법률
  - (EU의 기업 지속가능성 실사지침(CSDDD)) 인권과 환경에 대한 기업의 실사 및 정보공개 책임을 의무화하는 EU의 법적 프레임워크로서 EU 역내외 기업에게 공급망 내 강제노동, 삼림 벌채 등의 인권·환경에 대한 문제를 예방하고 해결할 의무를 부여
  - (EU 데이터 규정(EU Data Act)) EU 역내 데이터 단일시장 조성 및 데이터에 대한 공정한 접근·활용 권한을 부여하기 위한 EU의 법안
- (미국) 유럽보다는 강제성이 낮지만 환경을 중심으로 법안들을 발의
  - (인플레이션감축법(IRA)) 2030년까지 온실가스 40% 감축을 목표로 대기업에 최소 15%의 법인세를 부과하여 에너지 안보와 기후변화 등에 대응하는 내용으로 미국 역사상 단일 규모로 가장 큰 기후 입법안이며 2022년 8월 발효
  - (미국 증권거래위원회(SEC) 기후공시) 미국 증권거래위원회(SEC)는 상장기업의 온실가스 배출량 정보 및 기후 관련 리스크에 대한 이사회와 경영진의 역할 및 책임, 기후변화에 따른 위험 등을 사업보고서에 공시하도록 규정

- (일본) 일본은 정부와 기업, 연기금, 금융사가 함께 기업지배구조 개선을 중심으로 하는 ESG 강화 정책을 10년 넘게 추진
  - (이토 리포트) 자기자본수익률(ROE)에 ESG를 곱한 ROESG 개념을 처음으로 제시했으며, 이를 기반으로 일본 증시 부양 정책이 입안, 경제산업성 주도로 2014년 발표
  - (ESG 평가등급 제공업체들을 위한 행동규범) 일본에서 활동하는 ESG 평가 및 데이터 제공업체들은 자격을 갖춘 애널리스트들을 충분히 보유하고 있는지 밝혀야 하며, 해당 기업에게 공개된 ESG 정보의 오류를 검토할 시간을 주도록 요구

## 2) 국내 정책 동향

- (ESG 인프라 고도화 방안) 급변하는 글로벌 ESG 환경에 대비하고, ESG 인프라 확충방안을 구체화하기 위해 2022년 12월에 관계부처 합동으로 발표
  - 정부의 지원 강화와 인프라 구축을 통해 민간 중심의 자생적인 ESG 생태계를 조성하는 목표로 하며, 대기업뿐만 아니라 중소기업까지 대상의 범위를 확장
  - 구체적으로 ESG 공시제도 정비, 중소·중견기업 ESG 경영지원 강화, ESG 투자 활성화, ESG 정보·인력 지원체계 구축, 공공부문 ESG 선도, 민관 합동 ESG 협의회 구성 등을 세부 정책과제로 제시
- (ESG 공시 의무화 논의) 국제적 흐름에 대응하기 위해 우리나라는 코스피 상장사를 중심으로 ESG 공시 의무화를 대비
  - 일반적으로 ESG 공시로 이해되는 지속가능경영 보고서에 앞서, 기업지배구조 보고서 공시를 2019년부터 시행
  - 자산 총액 2조 원 이상의 코스피 상장사는 기업지배구조 핵심 정보를 투자자에게 의무적으로 공시했으며, 2022년 1조 원 이상 기업으로 단계적으로 확대
  - 금융위원회는 ESG 책임투자 활성화를 위한 제도적 기반 마련 차원에서 ESG 정보의 자율공시를 활성화하고 단계적 의무화 추진 방안을 발표(2021)

## 3) 지속가능성 보고 기준 사례

- (GRI 표준) GRI는 전 세계 기업과 기관의 지속가능경영 보고서를 작성할 때 사용



하는 최초의 글로벌 지속가능경영 보고 표준

- 주제별 표준을 수립하여 보고 기관이 중요한 이슈를 직접 선정하는데, 여기에는 이해관계자, 경제, 사회, 환경에 끼치는 영향 정도를 중심으로 선정
- GRI 표준은 산업 부문에 상관없이 적용 가능한 범용 표준(GRI1, GRI2, GRI3)과 산업별 표준(순차적으로 40개 부문으로 확대) 및 주제별 표준으로 구성

■ (국제지속가능성기준위원회(ISSB) 공시기준) 국제회계기준(IFRS) 재단이 운영하는 ISSB에서는 2023년 6월 IFRS 지속가능성 공시기준 최종안을 발표

- ISSB 공시기준은 일반적 지속가능성 관련 재무정보 공시 요구안(이하, IFRS S1)과 기후 관련 재무정보 공시 요구안(이하, IFRS S2)으로 구성되며, 거버넌스, 전략, 위험관리, 지표 및 목표 등 네 가지 핵심 요소에 따른 정보 공시를 요구

■ (ESRS(EU Sustainability Reporting Standards)) CSRD가 요구하는 공시 항목은 유럽 지속가능성공시기준(European Sustainability Reporting Standards, ESRS)을 따름

- ESRS는 일반적 기준인 First Set과, 특정 업종 및 EU 상장 중소기업과 Non-EU 기업에 적용되는 Second Set로 구성

■ (K-ESG 가이드라인) 국내 상황을 고려한 ESG 요소와 산업 전반의 ESG 수준 제고를 위한 가이드라인 제시의 필요성이 높아짐에 따라 개발

- 산업발전법 제18조에 근거하여 지속가능한 산업발전의 평가기준 및 지표와 국제표준 및 규범화의 대응책을 마련
- 총 4개 영역, 27개 범주, 61개 기본 진단 항목을 포함
- 이후 EU 등 주요국의 공급망 실사 법제화 및 글로벌 ESG 이니셔티브를 중심으로 한 공급망 실사 확산에 대응하기 위해 2022년 산업통상자원부와 한국생산성본부는 「공급망 실사 대응을 위한 K-ESG 가이드라인」을 추가적으로 발표
- 또한 업종의 특성을 반영한 업종별 K-ESG 가이드라인 역시 발표되었으나, 자동차, 철강, 석유화학 등 제조업 관련 사업들이었고, 아직 콘텐츠산업에 특화된 K-ESG 가이드라인은 발표되지 못함

#### 4) 콘텐츠산업 특화 지속가능성 기준 주요 사례

- (E지속가능성회계기준위원회(SASB) 미디어 및 엔터테인먼트 기준) SASB는 지속가능성 산업 분류체계(Sustainable Industry Classification System, SICs)에 따라 분류된 총 77개 산업별 지속가능성회계기준을 개발, 이중 미디어 및 엔터테인먼트 분류가 콘텐츠산업에 해당
  - 미디어 다양성, 저널리스트의 무결성 및 스폰서십 식별, 지적재산 보호 및 미디어 저작권 침해 등 세 가지로 나누어짐
  - 다만, 해당 기준에 적용될 수 있는 장르가 미디어 영역에 한정되어 범위가 좁고, 인종 다양성 등 국내 산업 환경에 그대로 적용하기 어렵다는 한계점이 있음
- (ECP 이니셔티브) 한국콘텐츠진흥원과 CJ ENM은 2022년 12월 지속가능한 콘텐츠산업 조성을 위한 ESG 이니셔티브로 에코 콘텐츠 프로덕션(Eco-Balanced Content Production, 이하 ECP) 이니셔티브를 발족
  - ECP 이니셔티브는 자연 환경 부문과 산업 생태계 부문 등 2개 부문으로 구성되어 있으며, 각 부문별 6개의 표준이 포함
  - ECP 이니셔티브는 발족 후 CJ ENM과 한국콘텐츠진흥원을 포함해 총 23개 기업과 단체가 참여
  - 그러나 아직 지속가능성 기준에 대한 구체적 기준이 공개되지 않았고, 기업들의 채택 사례가 없어 시작 단계

### 다. 소결

#### 1) ESG 경영의 중요성 증가 : 선택이 아닌 필수

- EU를 중심으로 전 세계에서 ESG 요구와 강제력이 높아지고 있으며, 이는 투자와 수출을 위한 필수적 전제 사항이 될 가능성이 높음
  - 지속가능발전과 ESG 정책을 주도하고 있는 EU는 EU 지속가능성정보 공시지침(CSRD)에 이어 EU 기업 지속가능성 실사지침(CSDDD)까지 법제화하며, ESG 경영의 의무화를 더욱 강화
  - EU 지역에 수출하려는 일정 규모 이상의 기업은 물론 공급망에 연계되는 협력업체의 ESG 경영 준수를 요구(공급망 실사 의무 추진 중)

- 미국 증권거래위원회(SEC)의 기후공시, ISSB 공시기준, ESRS 등은 모두 기업에 지속가능발전 요소를 공시하도록 규정하고 있으며, 기준에 부합하지 않을 경우 투자 등 자금조달이 이루어지지 않는 생태계가 구축
- ESG의 발전과 국내외 정책을 종합하면, ESG 경영은 더 이상 회피하거나 미룰 수 있는 요소가 아니며, 자금조달과 판로확보 등 기업 생존에 직결

## 2) 산업 특화 지속가능성 기준에 대한 필요성 확대

- 국내 콘텐츠산업의 특성을 고려한 가이드라인 개발의 적극적인 검토가 필요한 시점
  - 국내외적으로 산업 특화 가이드라인에 대한 필요성이 높아지고 있으며, 특화 지표의 개발도 활발하게 진행하고 있지만, 아직 콘텐츠 분야 지표개발은 비활성화
  - 기존 업종별 ESG 가이드라인 개발 시도는 제조업을 중심으로 이루어지고 있으며, 콘텐츠 분야에서는 서구권 환경 중심의 지표가 개발되어 국내 산업 환경과 괴리감이 발생

# 4. 콘텐츠산업 장르별 ESG 사례 분석

## 가. 게임기업 ESG 사례 분석

- (엔씨소프트) 엔씨소프트는 2021년 국내 게임업계 최초로 ESG경영위원회를 신설하고, 지속가능경영보고서를 발간하며 ESG경영체계를 구축
  - ‘즐거움으로 연결된 새로운 세상’이라는 기조아래 ‘함께 만드는 즐거움’, ‘디지털 책임’, ‘사회 질적 도약’의 가치를 지속가능경영의 핵심 가치로 규정하고, ESG경영위원회 및 실무 조직을 중심으로 체계적인 ESG경영을 추진
- (넷마블) 넷마블은 2022년 국내 게임업체 최초로 UNGC(UN Global Compact, 유엔 글로벌 콤팩트)에 참여하여 ESG 경영을 강화
  - UNGC의 핵심 가치인 인권·노동·환경·반부패 4개 분야 10대 원칙을 준수하기 위해 인권경영도 강화하였다. 기업의 지속가능성 측면에서 가장 중요한 이슈로 ‘인재 확보 및 육성’을 선정

- (블리자드) 액티비전 블리자드의 2017년 ‘글로벌 다양성·포용성 이니셔티브 (GDII)’라는 부서 신설 이후 적극적으로 추진
  - 2021년 첫 ESG 보고서를 발표하여 다양성·형평성·포용성 전략을 구체화하고 국제적인 ESG 경영 흐름의 맞춰 탄소배출 및 환경보호를 위한 활동을 추진
- (소니 인터랙티브 엔터테인먼트) 2018년부터는 ESG와 관련된 내용을 추가하여 지속가능경영보고서인 ‘Sustainability’ 보고서를 발행
  - "Road to Zero"라는 장기적인 환경 계획을 통해 2050년까지 환경 발자국을 제로로 줄이는 것을 목표로 하고 있으며, 이를 위해 중기 환경 목표인 "Green Management 2025"를 설정

〈요약 표 1〉 게임 기업 ESG경영 주요 활동

기업	구분	전략
엔씨소프트	환경	환경경영 도입 기후변화 대응 온실가스 배출 관리 오피스 에너지 효율화 재생에너지 활용 및 확대 환경 영향 저감 활동 환경 친화적 제품
	사회	콘텐츠 내 다양성 제고 차별 없는 게임 이용 환경 제공 개인정보보호 AI 윤리 시스템 구축 유연한 근무제도 및 복리후생 안전보건 정책 수립 협력사 선정 및 관리
	지배 구조	이사회 다양성 이사회 전문성
넷마블	환경	환경경영 거버넌스 구축 환경경영 전략 구축 환경경영 활동 수행 친환경 게임문화 조성
	사회	게임 내 다양성 및 포용성 사회공헌 지역사회 기여 평등 기회 보장 건강한 조직문화 조성 열린협의회 운영 구성원 친화적 근무환경 조성 파트너사 관리
	지배 구조	ESG 전담 조직 운영 리스크 관리

기업	구분	전략
블리자드	환경	환경 목표 설정 온실가스 저감 폐기물 감소 공급업체 에너지 저감
	사회	DE&I 전략 공정한 채용 프로세스 콘텐츠의 다양성 및 포용성 콘텐츠 접근성 개선 게임 커뮤니티 구축 및 보호 다양성 금융 영향 투자 글로벌 직원 네트워크 그룹 운영 직원 대상 다양성 및 포용성 프로그램 제공 개인정보 보호 정보보호 원칙 윤리 및 규정 준수 교육
	지배 구조	지배구조의 다양성 ESG 운영위원회
소니 인터랙티브 엔터테인먼트	환경	전력 소비 감소 기후변화 관리 게임 내 환경 요소 포함 환경 경영
	사회	포용적 접근성 지역사회 참여 다양성, 형평성, 포용성 및 소속감 전략 외부 파트너십 공급망 관리 부정부패 및 자금세탁 방지
	지배 구조	이사회 구성 및 책임

## 나. 영상기업 ESG 사례 분석

- (넷플릭스) 2019년부터 〈Netflix Environment, Social & Governance Report〉 발간하며 지속가능경영을 실천 중
  - 환경, 사회 및 거버넌스(ESG) 프레임워크는 SASB(지속 가능성 회계 표준 위원회), GRI(Global Reporting Initiative) 및 TCFD(기후 관련 재무 정보 공개 태스크 포스)를 기준으로 구성

- (디즈니) 2021년 '사회적 책임'(CSR)과 ESG(환경·사회·지배구조) 역량을 강화하기 위해 CSR과 ESG 역량을 통합하는 업무를 주도하였으며 이를 통해 지역사회에 긍정적인 영향을 주기 위한 이니셔티브와 프로그램을 마련
  - 2023년부터는 S&SI 리포트(2023 Sustainability & Social Impact Report)로 명칭을 변경해 발행
- (CJ ENM) CJ ENM은 2021년 국내 미디어 업계 최초로 ESG 리포트를 발간한 기업이며, 전략적이고 체계적인 지속가능경영을 위해 미디어엔터테인먼트 산업과 컴플라이언스 및 사회정책의 전문가들로 ESG위원회를 구성하여 ESG를 실천
  - ESG의 핵심 축인 지구(PLANET), 비즈니스(BUSINESS), 사람(PEOPLE)은 각각 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)와 연관되는 가치로 중장기적 계획을 제시

〈요약 표 2〉 영상 기업 ESG경영 주요 활동

기업	구분	전략
넷플릭스	환경	지속가능성 전략 구축, 온실가스 순배출 제로, 청정기술 사용, 진행 상황 추적
	사회	콘텐츠 다양성 및 포용성 투자, 다양성 및 포용성 문화조성
	지배구조	이사진 구성, 주주 참여, 거버넌스 전략, 윤리 강화
디즈니	환경	탄소배출 감소, 재생 가능 에너지 사용, 수자원 보호 전략, Disney Planet Possible
	사회	인재 고용의 다양성 및 포용성, 다양성 및 포용성 문화조성 콘텐츠 다양화, 공동체 다양성 기여, 인권, 공급망, 국제노동 표준
	지배구조	이사회 구성, 윤리
CJ ENM	환경	탄소 발자국 감소, 자원순환 모델 구축
	사회	콘텐츠의 선한 영향력 지표 (G.I.C. Index) 연구, 배리어프리 서비스 인권 경영, 인적 자원 확보, 안전보건 경영, 정보보안 및 개인정보보호 동반성장(공급망 관리), 지역사회 공헌
	지배구조	윤리 경영

## 다. 음악기업 ESG 사례 분석

- (하이브) ESG위원회와 ESG팀을 설립, ESG위원회는 지속가능경영과 관련된 전략 및 주요 경영 정책 사항을 관리 감독하고 성과 검토를 수행하며, ESG팀은 레이블 솔루션 플랫폼별 담당자로 구성된 ESG실무협의체 운영을 통해 지속가능경영 현황을 관리
  - 지속가능경영 목표를 ‘팬들의 라이프스타일을 풍성하게 할 생각의 진보’, ‘공동체와 함께 만들어가는 엔터테인먼트 산업의 미래’, ‘엔터테인먼트 산업의 기준이 되는 거버넌스’ 세 가지로 구성
- (SM엔터테인먼트) 지속가능경영 목표와 전략을 이행하기 위해 지속가능경영 거버넌스를 구축, 지속가능경영과 관련된 주요 안건을 정기적으로 검토하고 승인하며, 각 사업과 연계한 지속가능경영 활동을 추진하기 위해 ESG 실무협의체를 구성
  - ‘환경경영 체계 구축’, ‘일하기 좋은 기업’, ‘GOOD 콘텐츠 제공, 재창조 확산’, ‘지속가능경영체계 완성’이라는 네 가지 핵심 목표를 설정하여 ESG 활동을 수행
- (JYP엔터테인먼트) JYP엔터테인먼트(이하 JYP)는 환경 및 사회적 책임 활동 전반에 대한 방향을 논의하고 결정하는 협의체로서 이사회 산하에 ESG위원회를 신설
  - ‘Leader of Change’라는 ESG 비전을 수립하여 가치실현의 기회 제공, 성장 기반 마련, 기후변화 대응, 친환경 가치 확산, 소셜 콘텐츠 제작, 파트너 동반성장 지원 등의 ESG 활동을 수행
- (Warner Music Group) 최고 경영진과 이사회는 ESG경영위원회를 구성하여 ESG 목표를 추진
  - UN 지속가능발전목표와 회사 가치를 고려하여 미래의 ESG 방향을 결정
  - 2022년부터 ESG 보고서를 통해 인재, 직장, 다양성 및 포용성과 관련된 ESG 활동 현황과 새로운 ESG 목표를 발표하고 있으며, 보고서는 SASB 및 GRI 기준에 따라 작성

〈요약 표 3〉 음악 기업 ESG경영 주요 활동

기업	구분	전략
하이브	환경	친환경 제품 및 서비스 기후변화 대응 환경 프로젝트 수행
	사회	인적자원 관리 안전 및 보건 고객만족 및 품질경영 협력사 관리 사회공헌
	지배구조	준법·윤리경영 주주친화 경영 이사회의 투명성 및 전문성 강화
SM 엔터테인먼트	환경	환경경영 전략 수립 친환경 제품 및 서비스 기후변화 대응 자연생태계 보호
	사회	인적자원 관리 안전 및 보건 사회공헌
	지배구조	준법·윤리경영 주주친화 경영 이사회의 투명성 및 전문성 강화
JYP 엔터테인먼트	환경	환경경영 전략 수립 친환경 제품 및 서비스 기후변화 대응 친환경 가치 확산
	사회	인적자원 관리 안전 및 보건 고객만족 협력사 관리 사회공헌
	지배구조	준법·윤리경영 주주친화 경영 이사회의 투명성 및 전문성 강화
Warner Music Group	환경	환경경영 전략 수립 친환경 제품 및 서비스 기후변화 대응
	사회	인적자원 관리 안전 및 보건 협력사 관리 사회공헌
	지배구조	이사회의 투명성 강화



## 라. 만화/웹툰기업 ESG 사례 분석

- (네이버 웹툰) 네이버 웹툰은 ESG 경영에 있어 별도의 지속가능성 보고서를 발행하지 않고 있어 웹툰엔터테인먼트의 모기업인 네이버의 ESG전략에 따라 유기적인 활동을 전개
  - 네이버의 ESG 7대 전략은 ESG 가치창출 플랫폼 구축, 구성원 성장 및 만족, 파트너 성장 지원 및 지역사회 상생, 지배구조 투명성 유지 및 선진화, 2040 Carbon Negative 달성, 프라이버시 권리보장 확대 및 사이버 보안 리스크 최소화, 책임있는 비즈니스 운영
- (카카오엔터테인먼트) 카카오엔터테인먼트의 모기업인 카카오는 2020년 첫 ESG 보고서를 발행한 이후 다양한 ESG 관련 활동을 발표
  - 보고서는 국제 지속가능성 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021과 미국 지속가능성 회계기준인 SASB의 Internet Media & Services 산업 표준에 따라 작성

〈요약 표 4〉 만화/웹툰 기업 ESG경영 주요 활동

기업	구분	전략
네이버 웹툰	환경	온실가스 배출 저감
		환경영향 저감
	사회	배리어프리 서비스
		창작자 지원 서비스
		구성원 역량 개발과 인재 육성
		사람중심 정책
	지배구조	ESG 위원회 운영
		이해관계자 중심 대응
카카오 엔터테인먼트	환경	환경경영 방침
		액티브 그린 이니셔티브
		글로벌 재생 표준 'GRS' 인증 획득
	사회	이해관계자 중심 성장
		그룹 AI 윤리 원칙 제정
		그룹 기술윤리위원회 운영
		콘텐츠 다양성 확보
		창작자 지원
		정보보호 관리체계
	지배구조	ESG 거버넌스 구축

## 마. 소결

- 사회(S), 지배구조(G) 영역의 명확한 기준 부재
  - 국내외 콘텐츠 기업의 ESG 경영 보고서를 분석한 결과, 모든 ESG 영역에서 다양한 전략이 구축
  - 그러나, 대부분의 사회(S)와 지배구조(G) 항목은 명확한 기준이 드러나 있지 않으며, 목표 역시 불분명
  - 많은 기업은 사회(S)와 지배구조(G)의 성과지표로 사내 정책수립 여부, 교육 프로그램 신설, 복지제도 운영 등 행위 여부 자체에 초점
  - 이렇게 명확한 기준이 부재한 상황에서 ESG 경영 활동과 평가가 지속될 경우, 사회(S)와 지배구조(G) 영역 가이드라인의 실효성은 하락할 것이며, 기업들은 형식적인 대응에 그칠 위험성 존재
  - 따라서 사회 및 지배구조 부문에 대한 명확한 기준과 목표를 설정할 필요가 있으며, 활용할 수 있는 평가인증제도에 대해 논의할 시점
- 주요한 산업 이슈가 반영되지 않아 가이드라인의 실효성 하락
  - 콘텐츠기업들은 ESG 경영 활동을 위해 GRI 표준, ISSB 기준과 같은 국제적인 ESG 이니셔티브 기준을 활용하고 있었지만, 국제적 기준들은 제조업 중심으로 구성되어 콘텐츠산업의 특성을 반영하지 않았다는 한계점 존재
  - 콘텐츠산업은 측정되지 않는 장시간 노동, 최저임금 지급위반, 계약미비 등 다수의 노동문제가 여전히 발생하고 있으며, 거대 플랫폼과 개별 창작자 사이에 정보 데이터의 불균형, 창작자의 IP보호도 주요한 이슈 중 하나
  - 일부 기업은 창작자 제작 지원과 공정한 정산 시스템 등 창작자 권리 보호를 위한 프로세스를 구축하고, 아티스트나 연습생 보호를 위한 프로그램을 운영하고 있었지만 소수 기업에만 해당
  - ESG 가이드라인의 기준이 콘텐츠산업의 특성을 반영하고 이슈와 연계된다면 오히려 콘텐츠 기업들의 참여 요인을 높일 수 있는 기회가 될 수 있음
  - 투자와 수출에 직결되는 ESG 경영과 가이드라인 준수는 콘텐츠 기업에 필수불가결한 요소

## 5. 콘텐츠산업 장르별 ESG 이슈 및 특성 분석

### 가. 산업 전문가 FGI

- 콘텐츠산업이 직면한 지속가능한 발전과 ESG 관련 이슈를 파악하기 위해 산업 전문가들을 대상으로 FGI를 실시
  - (기간) 2024.03.13.~2024.8.28.
  - (자문회의 차수) 8차에 걸쳐 전문가 14명을 대상으로 인터뷰
  - (대상) 금융투자자와 콘텐츠 기업(게임, 영상, 음악, 만화/웹툰) 대표 및 지속가능경영(ESG) 관련 직무의 담당자로 구성
  - (방법) 전문가들은 다양한 지속가능경영 관련 이슈들을 도출하고, 콘텐츠산업과의 연관성이나 업계 내 중요도 등을 평가

〈요약 표 5〉 산업 전문가 FGI 결과

시사점: 주요 의견	세부 내용
콘텐츠 산업계의 ESG 인식 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (대형 기업과 중소형 기업의 ESG 인식 차이 존재) 일부 대형 콘텐츠 기업에서는 ESG를 적극적으로 지지하는 분위기가 형성된 반면, 중소형 기업에서는 ESG에 대한 인식이 상대적으로 낮고, 대형 기업이 먼저 대응해야 할 사안으로 여기는 경향</li> <li>- (ESG의 강제성 부족에 따른 낮은 시급성) 현재까지는 ESG가 법적 또는 규제적 강제성을 가지지 않고 있으며, 향후 강제 의무로 전환될 시기가 아직 확정되지 않은 상황</li> </ul>
ESG 실행의 한계 및 문제점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (콘텐츠 산업에 적합하지 않은 가이드라인과 지표) 현재 콘텐츠 기업이 준수하는 가이드라인과 평가지표는 대부분 전통적인 제조업을 기준으로 하고 있어, 콘텐츠 기업들은 산업 특성과 큰 연관성이 없는 활동을 평가 기준에 맞추어 수행하는 경우가 많음</li> <li>- (일관되지 않은 가이드라인으로 인한 혼란 발생) 현재 기업들이 참고하는 ESG 가이드라인과 평가지표가 기관마다 다소 상이해, ESG 경영 실천 과정에서 혼란이 발생</li> <li>- (사회(S) 영역의 대응 어려움) 많은 기업들이 글로벌 가이드라인을 따르며 ESG를 추진하고 있지만, 추상적이고 모호하거나 국내 환경에 맞지 않는 기준으로 인해 구체적인 활동을 수행하는 것이 쉽지 않음</li> </ul>
콘텐츠 산업에 적합한/필요한 ESG 항목	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (환경) 영상, 미디어 산업에서는 촬영장과 세트장 제작 및 폐기 과정에서 상당한 탄소 배출과 폐기물이 발생한다고 지적</li> <li>- (사회) 근로환경, 제작사/유통사/창작자 권리, 데이터 보호, 다양성 및 접근성, 콘텐츠의 사회적 영향력, 이해관계자 정보 공개 등</li> <li>- (지배구조) 콘텐츠 산업에서는 대기업 산하 자회사로 설립된 스튜디오나 기업 설립자가 옌나 의장 등의 형태로 있는 경우가 많다는 점에서 비윤리적 지배구조 이슈가 발생할 가능성이 있다는 의견이 존재</li> </ul>
콘텐츠 산업 ESG 활성화 정부의 역할 및 지원방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 산업의 특성이 반영된 명확한 ESG 가이드라인을 정부 차원에서 제시해야 함</li> <li>- 지원 사업을 통해 콘텐츠 기업이 인증서를 취득하는 것이 효과적</li> <li>- 콘텐츠 기업을 대상으로 ESG 관련 컨설팅 및 바우처 지원을 고려</li> </ul>

〈요약 표 6〉 산업 전문가 FGI 결과를 통한 콘텐츠산업 ESG 항목 도출(안)

구분	환경(E)	사회(S)	지배구조(G)
영상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소품/세트 제작시 자원 남용</li> <li>• 촬영현장 탄소배출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 스태프 노동 착취</li> <li>• IP 수익의 공정한 배분</li> <li>• 콘텐츠 다양성</li> <li>• 사회공헌활동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대기업 지배구조 이슈</li> <li>• 중소기업 자체 감사기구 전 문성</li> </ul>
게임	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서버 증설 등 탄소배출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 데이터 활용 투명성</li> <li>• 확률형 아이템 등 소비자 보호</li> <li>• 크런치모드 등 노동자 권리 침해</li> <li>• 콘텐츠 다양성 및 배리어프리</li> <li>• 데이터 보안</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대기업 지배구조 이슈</li> <li>• 중소기업 자체 감사기구 전 문성</li> </ul>
음악	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음반 사재기 등 자원활용 문제</li> <li>• 굿즈 제작시 자원활용 문제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아티스트 불공정 계약</li> <li>• 스태프 노동환경 문제</li> <li>• 연습생 인권 보호 이슈</li> <li>• 선한 영향력, 사회적 기여</li> <li>• 저작권(노래, 안무 등) 분쟁</li> <li>• 데이터의 무분별한 활용 및 활용 투명성</li> <li>• 공연장 안전</li> <li>• 협력사 및 레이블 관리 (저작권문제 포함)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지배구조 불투명성</li> <li>• 투자 투명성 및 정보공개</li> </ul>
만화/웹툰	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 친환경 인증 굿즈</li> <li>• 에너지 사용량 이슈</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콘텐츠 다양성</li> <li>• 작가 IP 침해 이슈</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대형 플랫폼사 지배구조 이슈</li> </ul>



콘텐츠 산업 ESG 항목	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 지속가능 원자재 사용</li> <li>2) 제작사 탄소배출 관리</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 공정한 계약</li> <li>2) 공정한 IP 수익배분</li> <li>3) 콘텐츠 다양성</li> <li>4) 창작자/노동자 근로환경</li> <li>5) 데이터 활용 투명성</li> <li>6) 정보보안</li> <li>7) 선한 영향력과 사회적 기여</li> <li>8) 레이블, 자회사, 협력사 등 공급망 관리</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 기업의 지배구조 투명성</li> <li>2) 투자 투명성 및 정보공개</li> </ol>
------------------------	--	--	---

## 나. 산업 종사자 설문조사

- FGI 조사를 통해 도출한 콘텐츠산업 이슈들의 중요성과 ESG 항목으로서의 적절성을 파악하기 위해 콘텐츠산업 종사자들을 대상으로 설문조사를 실시
  - (조사기간) 2024. 10.15 ~ 10.28
  - (조사대상) 게임, 영상, 게임, 음악, 만화/웹툰 등 4개 장르 콘텐츠 산업 종사자, 장르(영상, 게임, 웹툰, 음악)별 50개 등 총 200개
  - (조사방법) 구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사
- 조사 결과: ESG 항목의 적합성

〈요약 표 7〉 ESG 항목 적합성 조사 전체 결과

구분		평균 점수 (5점 척도)
1	콘텐츠 창작자에게 공정한 보상을 제공한다.(S)	4.03
2	저작권 수익 배분이 투명하게 이루어진다.(S)	3.97
3	근로자의 권리를 보호하고 법적 안정성을 강화하기 위해 표준근로계약서를 활용한다. (S)	3.95
4	초과근로 발생 시 그에 따른 적절한 보상을 제공한다.(S)	3.94
5	2차적 저작물, IP 라이선스 계약 등과 관련하여 기업의 IP를 보호하기 위한 내부 규정을 마련한다.(S)	3.93
6	협력업체와 거래 시 불공정거래 행위를 방지하기 위해 노력한다.(S)	3.91
7	임직원의 사익편취, 횡령, 뇌물수수 및 청탁 등 비윤리적 이슈관리 기준을 마련하고 준수한다.(G)	3.91
8	비윤리적 이슈 발생 시 적법하게 처리하고, 내부 이해관계자 공유를 통해 개선사항을 반영하여 관리한다.(G)	3.90
9	기업의 정보 공시 의무를 충실히 이행한다.(G)	3.90
10	직장 내 괴롭힘, 차별 등 인권 문제를 관리하기 위한 시스템을 구축한다.(S)	3.89
11	지속적인 콘텐츠 개발을 통해 사회에 양질의 콘텐츠를 제공한다.(S)	3.89
12	콘텐츠 제공자에게 해당 콘텐츠로 발생한 매출 및 수익 등 소비 데이터를 명확하게 제공한다.(S)	3.89
13	근로자(아티스트 및 연습생 포함)의 신체적 안전과 심리적 안정이 보장된 근무환경을 제공한다.(S)	3.87
14	임금체계와 계산 방식이 투명하다.(S)	3.86
15	청소년 근로자(미성년자 연습생, 배우 등 포함)의 권리보호(학습권, 수면권)와 안전을 위한 조치를 마련한다.(S)	3.86

구분		평균 점수 (5점 척도)
16	신체 능력, 장애 여부와 무관하게 누구나 불편함 없이 콘텐츠를 이용할 수 있도록 접근성을 강화한다.(S)	3.86
17	소비자의 개인정보와 프라이버시가 보호될 수 있도록 데이터를 안전하게 관리한다. (S)	3.84
18	기업의 내부 정보와 데이터를 보호하기 위해 해킹, 네트워크 침입 등 외부공격에 대비한 대응 체계를 갖춘다.(S)	3.79
19	성별, 소수계층, 사회적 취약계층에 대한 차별 없이 조직구성원의 다양성을 포용한다. (S)	3.78
20	사회적 콘텐츠를 제작하여 선한 영향력을 확산한다.(S)	3.70
21	세트장 등에 사용되는 자원을 절약하여 폐기물 발생을 최소화한다.(E)	3.69
22	장르/주제의 다양성을 반영한 콘텐츠를 제작한다.(S)	3.69
23	영세한 하도급 업체와의 상생협력을 위한 프로그램을 운영한다.(S)	3.68
24	친환경 앨범, 굿즈 등 친환경 소재의 제품을 제공한다.(E)	3.64
25	동일한 가치를 지닌 업무를 수행하는 직원들에게 차별 없이 공정한 임금을 제공한다. (S)	3.64
26	기부, 봉사활동 등 기업의 자원을 활용해 지역사회 문제 해결에 기여한다.(S)	3.57
27	사무실, 데이터 센터 등에서 발생하는 전력 소비량을 줄이기 위해 재생에너지를 도입하고, 에너지 효율을 높이는 방안을 실행한다.(E)	3.55
28	환경경영을 위한 목표를 설정하고, 환경성적을 측정하여 주기적으로 보고 및 관리한다. (E)	3.50
29	콘텐츠 내 등장인물을 다양한 인종 및 성별로 구성한다.(S)	3.38

## 다. 소결

- 콘텐츠산업에서 상대적 효용이 높은 사회(S)와 지배구조(G)
  - 전문가 FGI 및 종사자 설문조사 결과 콘텐츠산업은 여타의 제조업과는 달리 환경(E)보다는 상대적으로 사회나 지배구조 측면의 이슈가 중요
  - 콘텐츠산업에서의 ESG는 자연스럽게 사회(S)와 지배구조(G)에 집중할 필요가 있음
  - 지금까지 콘텐츠산업에 대한 사회(S)와 지배구조(G)에 대한 집중적인 검토가 없었으며 콘텐츠산업 특성을 반영한 별도 항목 개발도 이루어지지 않았기 때문에 이에 대한 연구·개발이 시급

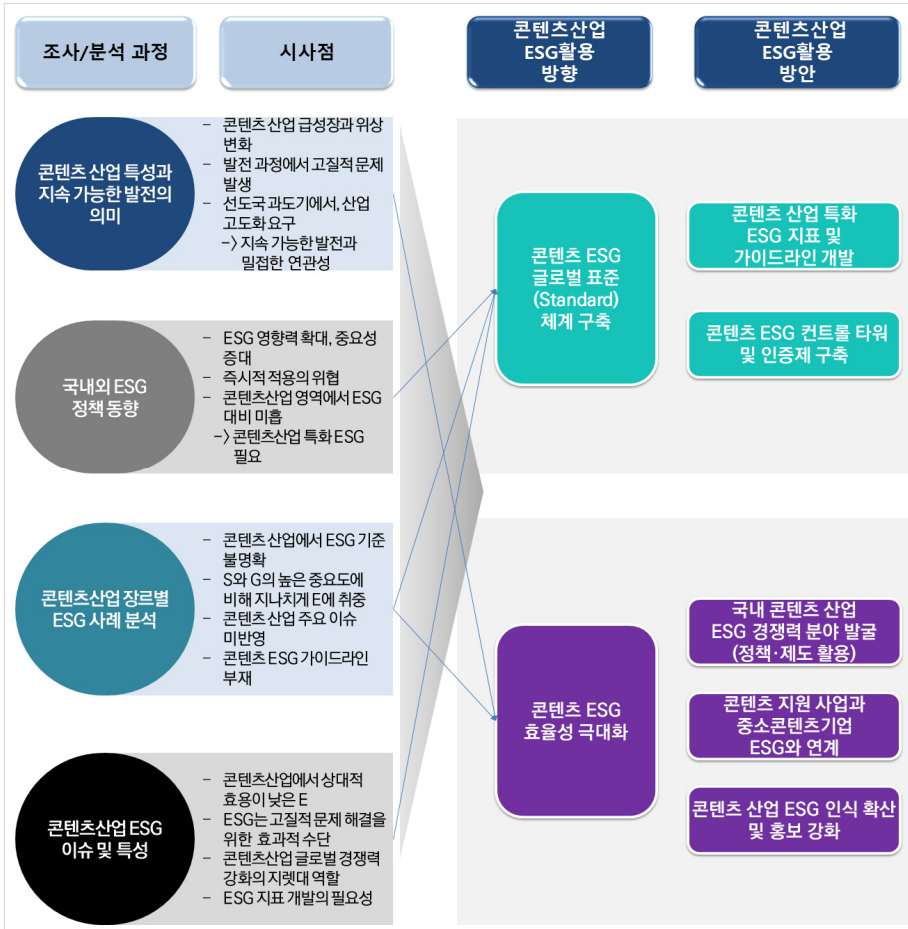
- ESG는 콘텐츠산업의 고질적인 문제 해결을 위한 당근이자 채찍
  - 다른 기간산업처럼 국가가 거대 자금을 투입하거나 미래 방향을 제시하고 선도하는 기능을 갖지 못하는 콘텐츠산업의 특성상, 산업 고도화를 유도하는 정책 당국의 당근과 채찍은 항상 부족
  - 전 세계적으로 의무화되는 ESG 기준 준수는 그동안 우리 콘텐츠산업이 당면했던 문제를 한결 신속하고 강력하게 해결하는데 큰 역할을 할 것으로 기대
- 콘텐츠산업 글로벌 경쟁력 강화의 지렛대
  - 수년 내에 제조업과 마찬가지로 콘텐츠 수출기업에 대해서도 ESG 평가가 의무화 될 것이 예측되고 있어, 글로벌 시장을 타겟으로 하는 한국 콘텐츠 기업으로서 ESG 공급망 실사에 대한 대비가 시급
  - 우리의 콘텐츠가 지속적으로 해외시장에 진출하기 위해서는, 즉 콘텐츠기업의 글로벌 경쟁력을 갖추기 위해서는 ESG 대비가 필수적
- 콘텐츠산업 ESG 사회(S)', '지배구조(G)' 지표 개발을 위한 정부 역할
  - 한국 콘텐츠산업의 지속적인 발전을 위해서는 효용이 낮은 환경(E)보다는 사회(S) 평가 지표와 지배구조(G)에 대한 평가가 강화되어야 함

## 6. 지속가능한 발전을 위한 콘텐츠산업 ESG 활용 방안

### 가. 종합 분석 및 정책 방향

- 분석 결과를 통해 정리한 시사점을 바탕으로 지속가능한 발전을 위한 콘텐츠산업에서의 ESG 활용 방향과 방안을 도출과정을 정리하면 다음의 <요약 그림 4>와 같음
  - 국내 콘텐츠산업 현황 및 특성과 글로벌 ESG 동향, 정책 동향을 고려하여 두 가지 주요 정책 방향을 설정
  - 첫째는 콘텐츠산업에 적합한 글로벌 표준(Standard) 체계 구축이고, 둘째는 ESG 활용 효율성 극대화

[요약 그림 4] 콘텐츠산업 ESG 활용 방향 및 방안 도출과정



## 나. 콘텐츠산업 ESG 활용 방안

### 1) 국내 콘텐츠산업 ESG 경쟁력 분야 발굴(정책·제도 활용)

- 국내 콘텐츠산업에서 ESG 요구 관련하여 정책이나 제도를 통해 준수 중이거나 준수하기에 큰 어려움이 없는 영역을 발굴하여 ESG 지표화 시도
  - 표준계약서, 주 52시간제, 최저 시급제 등 이미 잘 시행되고 있는 부분을 ESG 지표와 연계하여 ESG 요구가 진입 장벽이 되기보다 오히려 유리한 장점이 되도록 유도하는 효과 창출



## 2) 콘텐츠산업 특화 ESG 지표 및 가이드라인 개발

- 국내 콘텐츠산업의 특성과 글로벌 ESG 표준을 동시에 관통하는 최적화된 콘텐츠 산업 ESG 지표 및 가이드라인 개발
  - 전 세계적으로 콘텐츠산업 특화 ESG 지표가 구체화되지 않은 상황에서 선제적으로 이를 개발하고 구체화하여 전 세계적인 우수 선례로 인정받고 공감대를 형성하며 글로벌 콘텐츠 ESG 표준 선도

## 3) 콘텐츠 지원 사업과 중소 콘텐츠 기업 ESG 연계

- 이미 정부가 운영 중인 콘텐츠 지원 사업 중에는 ESG와 연관성을 가진 프로그램들을 활용하여 중소 콘텐츠 기업의 ESG 경영 활성화에 기여
  - ESG에 대한 글로벌 수요는 강하게 증가하고 있으나, 중소 콘텐츠 기업의 ESG 실천 역량은 부족해 이를 적용할 수 없는, ESG 수요와 공급이 불균형 (mis matching)을 해결

## 4) 콘텐츠 ESG 대응 강화를 위한 조정 기구 설립 및 인증제 구축

- 핵심 조정 기구에서 글로벌 지표의 흐름에 부합하면서도 국내 콘텐츠산업의 특성을 반영한 지표를 개발하고 동시에 간편하게 인증해주는 전문적인 제도를 운영
  - 콘텐츠 기업의 ESG 활동에 대한 맞춤형 지원을 함으로써 지표의 개발 및 평가 방안을 관리함으로써, 콘텐츠 기업의 ESG 신뢰를 제고하고, 국제적으로 콘텐츠 산업 ESG 경영 체계를 선도

## 5) 콘텐츠산업 ESG 인식 확산 및 홍보 강화

- 콘텐츠 업계 구성원 모두가 ESG의 시급성과 필요성을 인식하고, 적극 동참시키기 위해서 관련 행사와 인센티브, 캠페인 등을 진행, 적극적인 홍보와 인식 확산 시도
  - 콘텐츠 ESG 우수 사례를 발굴하고 이를 격려하기 위한 포상 제도를 마련하고 높은 평가를 받은 기업을 대상으로 다양한 콘텐츠 관련 지원사업의 수혜를 입을 수 있도록 인센티브를 제공



---

# 목차

<b>제1장 서론</b> .....	<b>1</b>
제1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구 배경과 필요성	3
2. 연구 목적	6
제2절 연구 범위 및 방법	7
1. 연구 범위	7
2. 연구 방법	8
<b>제2장 콘텐츠산업과 지속가능한 발전</b> .....	<b>11</b>
제1절 국내 콘텐츠산업 현황과 특성	13
1. 국내 콘텐츠산업 성장과 글로벌 영향력 확대	13
2. 국내 콘텐츠산업의 특성과 한계점	16
제2절 지속가능한 발전과 콘텐츠산업 간 연관성	26
1. 지속가능한 발전(SD)의 개념과 지속가능발전 목표(SDGs)	26
2. 콘텐츠산업과 지속가능한 발전 간의 연관성	28
제3절 소결	30
1. 콘텐츠 선도국으로 가기 위한 과도기	30
2. 콘텐츠 선도국이 되기 위해 요구되는 지속가능한 발전	32
<b>제3장 ESG의 중요성과 정책 동향</b> .....	<b>33</b>
제1절 ESG 개념 및 현황	35
1. ESG의 개념 및 발전과정	35
2. ESG 경영의 구조	40

제2절 국내외 ESG 정책 동향	46
1. 해외 정책 동향	46
2. 국내 정책 동향	56
3. 지속가능성 보고 기준 주요 사례	59
4. 콘텐츠산업 특화 지속가능성 기준 주요 사례	67
제3절 소결	71
1. ESG 경영의 중요성 증가 : 선택이 아닌 필수	71
2. 산업 특화 지속가능성 기준에 대한 필요성 확대	72
<b>제4장 콘텐츠산업 장르별 ESG 사례 분석 .....</b>	<b>75</b>
제1절 게임기업 ESG 사례 분석	77
1. 엔씨소프트	77
2. 넷마블	80
3. 블리자드(Blizzard)	82
4. 소니 인터랙티브 엔터테인먼트	84
제2절 영상기업 ESG 사례 분석	86
1. 넷플릭스	86
2. 디즈니	88
3. CJ ENM	90
제3절 음악기업 ESG 사례 분석	92
1. HYBE(하이브)	92
2. SM엔터테인먼트	94
3. JYP엔터테인먼트	96
4. Warner Music Group(워너뮤직그룹)	98
제4절 만화/웹툰기업 ESG 사례분석	100
1. 네이버웹툰	100
2. 카카오엔터테인먼트	102
제5절 소결	104
1. 사회(S), 지배구조(G) 영역의 명확한 기준 부재	104
2. 산업특성을 고려한 가이드라인 부재	106

**제5장 콘텐츠산업 장르별 ESG 이슈 및 특성 분석 ..... 109**

제1절 산업 전문가 FGI	111
1. 조사 개요	111
2. 조사 결과	112
3. FGI 결과 종합 및 ESG 항목 도출	125
제2절 산업 종사자 설문조사	128
1. 조사 개요	128
2. 조사 결과	131
제3절 소결	139
1. 콘텐츠산업에서 상대적 효용이 높은 사회(S)와 지배구조(G)	139
2. ESG는 콘텐츠산업의 고질적인 문제 해결을 위한 당근이자 채찍	140
3. 콘텐츠산업 글로벌 경쟁력 강화의 지렛대	141
4. 콘텐츠산업 ESG ‘사회(S)’, ‘지배구조(G)’ 지표 개발을 위한 정부 역할	142

**제6장 지속가능한 발전을 위한 콘텐츠산업 ESG 활용 방안 ..... 145**

제1절 종합 분석 및 정책 방향	147
1. 분석결과 정리	147
2. 정책 방향	148
3. 정책 방안 도출 과정	150
제2절 콘텐츠산업 ESG 활용 방안	153
1. 국내 콘텐츠산업 ESG 경쟁력 분야 발굴(정책·제도 활용)	153
2. 콘텐츠산업 특화 ESG 지표 및 가이드라인 개발	156
3. 콘텐츠 지원 사업과 중소콘텐츠기업 ESG와 연계	159
4. 콘텐츠 ESG 대응 강화를 위한 조정 기구 설립 및 인증제 구축	162

**참고문헌 / 169**

**ABSTRACT / 173**

**부록 설문조사지/ 175**

---

## 표 목차

〈표 2-1〉 벤처투자조합 투자유형별 투자건수 및 비중(2007-2021, 누적)	19
〈표 2-2〉 콘텐츠산업 매출액 규모별 매출액 현황(2022년)	21
〈표 2-3〉 콘텐츠산업 수출액 현황	23
〈표 2-4〉 지적재산권 무역수지	24
〈표 3-1〉 ESG 1.0과 2.0 비교	39
〈표 3-2〉 ESG 주요 글로벌 이니셔티브	41
〈표 3-3〉 국내외 ESG 분석/평가기관	44
〈표 3-4〉 EU 기업 지속가능성 실사지침 주요 내용	49
〈표 3-5〉 실사 의무화 관련 EU 내 개별 법률	49
〈표 3-6〉 EU 데이터 규정(EU Data Act) 주요 내용	51
〈표 3-7〉 미국 증권거래위원회 주요 공시 일정	53
〈표 3-8〉 미국 증권거래위원회(SEC) 기후관련 일반공시 요구사항	54
〈표 3-9〉 일본 'ESG 평가 및 데이터 제공기관 행동규범' 주요 내용	55
〈표 3-10〉 GRI Standards 주요 내용	60
〈표 3-11〉 ISSB ESG 공시기준 주요 내용	62
〈표 3-12〉 EU ESRS 공시 기준 구성	63
〈표 3-13〉 K-ESG 가이드라인 진단 항목 체계	64
〈표 3-14〉 공급망 K-ESG 가이드라인 기초 진단 항목	66
〈표 3-15〉 SASB 미디어 및 엔터테인먼트 지속가능성 공시 주제 및 회계 지표	68
〈표 4-1〉 엔씨소프트 ESG경영 주요 활동	78
〈표 4-2〉 넷마블 ESG경영 주요 활동	81
〈표 4-3〉 블리자드 ESG경영 주요 활동	83
〈표 4-4〉 소니 인터랙티브 엔터테인먼트 ESG경영 주요 활동	84
〈표 4-5〉 넷플릭스 ESG경영 주요 활동	86
〈표 4-6〉 디즈니 ESG경영 주요 활동	88
〈표 4-7〉 CJ ENM ESG경영 주요 활동	91
〈표 4-8〉 하이브 ESG경영 주요 활동	93

〈표 4-9〉 SM엔터테인먼트 ESG경영 주요 활동	95
〈표 4-10〉 JYP엔터테인먼트 ESG경영 주요 활동	97
〈표 4-11〉 Warner Music Group(워너뮤직그룹) ESG경영 주요 활동	98
〈표 4-12〉 네이버웹툰 ESG경영 주요 활동	101
〈표 4-13〉 카카오엔터테인먼트 ESG경영 주요 활동	103
〈표 4-14〉 콘텐츠기업 ESG 영역별 평가 기준 및 인증 수단	105
〈표 5-1〉 산업 전문가 FGI 대상	111
〈표 5-2〉 콘텐츠산업 ESG 항목 도출(안)	127
〈표 5-3〉 산업 종사자 설문조사 개요	128
〈표 5-4〉 조사 항목	129
〈표 5-5〉 응답자 특성	131
〈표 5-6〉 ESG에 대한 인식 조사 결과	132
〈표 5-7〉 ESG 경영의 중요성 조사 결과	133
〈표 5-8〉 ESG 준비 및 대응 현황 조사 결과	134
〈표 5-9〉 환경 항목 적합성 조사 결과	135
〈표 5-10〉 사회 항목 적합성 조사 결과	135
〈표 5-11〉 지배구조 항목 적합성 조사 결과	136
〈표 5-12〉 ESG 항목 적합성 조사 전체 결과	137
〈표 6-1〉 시행 중인 ESG 관련 정책/제도 예시	155
〈표 6-2〉 국내 콘텐츠산업 ESG 주요 이슈 예시	157
〈표 6-3〉 ESG와 연계 가능한 콘텐츠 지원사업 예시	161

---

# 그림 목차

[그림 1-1] 연구의 배경 및 목적	6
[그림 1-2] 연구의 범위	7
[그림 1-3] 연구 수행방법 및 과정	9
[그림 2-1] 콘텐츠산업 매출액 및 수출액 규모 성장	13
[그림 2-2] K-콘텐츠들의 전 장르에 걸친 글로벌 메가 히트	14
[그림 2-3] UN의 SDGs에서의 17대 목표	27
[그림 2-4] UN의 SDGs의 콘텐츠산업 적용 예시	29
[그림 2-5] 개선과 혁신 관점에서 본 국내 콘텐츠산업의 현 위치	31
[그림 3-1] ESG의 주요 요소	35
[그림 3-2] UN PRI 6대 원칙	37
[그림 3-3] 지속가능경영 패러다임의 변화	38
[그림 3-4] ESG 생태계	40
[그림 3-5] ESG 정보공시의 주요 기준	42
[그림 3-6] 연도별 ESG 투자 규모 추이	45
[그림 3-7] EU 기업 지속가능성 보고 지침(CSRD)에 따른 공시 의무화 시기	47
[그림 3-8] 2022년 IRA 세부 투자계획	52
[그림 3-9] ESG 인프라 고도화 방안	57
[그림 3-10] EU 지속가능성 보고 표준 ESRS 공시기준의 구조	63
[그림 3-11] ECP 12개 표준	69
[그림 4-1] 엔씨소프트 ESG 핵심가치	78
[그림 4-2] 넷마블 ESG 경영체계	80
[그림 4-3] CJ ENM ESG 미션	90
[그림 4-4] 하이브 지속가능경영 체계	92
[그림 4-5] SM엔터테인먼트 지속가능경영 거버넌스 구조	94
[그림 4-6] ESG 관리조직 체계	96
[그림 4-7] 카카오 ESG 전략	102
[그림 6-1] 콘텐츠산업 ESG 활용 방향 및 방안 도출과정	148



콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구

제1장

서론



# 제1절 연구 배경 및 목적

---

## 1. 연구 배경과 필요성

### 가. 콘텐츠산업의 급성장과 지속가능한 발전에서의 문제점 발생

콘텐츠산업은 한류라는 현상을 만들며 지난 30여 년간 급속히 발전해 왔다. 연간 매출액 151조 원으로 전 세계에서 7번째로 큰 규모를 자랑하며, 연간 132억 달러의 수출을 기록해 대표적인 수출 산업으로 자리 잡았다. 또한, <기생충>, <오징어 게임>과 같은 영상 콘텐츠는 물론, <BTS>와 같은 글로벌 스타를 배출하기도 했으며 웹툰 등 새로운 플랫폼을 구축하여 온라인 마켓을 선도하는 사례도 등장했다. K-콘텐츠가 양적·질적 성장을 이루며 글로벌 팬덤을 형성하게 되면서, 어느새 한국의 콘텐츠산업은 글로벌 선도국 진입을 앞두고 있다.

그러나, 콘텐츠 선도국 진입을 앞두고 현재의 성장이 지속될 수 있을지에 대한 의문이 제기되고 있다. 이는 콘텐츠산업의 성공이 산업 전반의 성장과 저변의 확장에서 이루어졌다고보다는 두드러진 특정 창작자나 아티스트의 역량에 의지하여 글로벌 메가 히트들이 발생했고, 그로 인해 양극화가 심화되고 있기 때문이다. 게다가 한국 콘텐츠산업에 대한 지속가능성에 대한 위험신호가 다양하게 감지되고 있기도 하다. 예를 들어 국내 OTT 플랫폼은 지속적으로 적자를 기록하며 향후 더 큰 글로벌 영상 콘텐츠 시장이 될 OTT 플랫폼 주도권 싸움에서 경쟁력을 잃고 있다. 또, 코로나19 특수를 누리며 두드러진 성장세를 보여 온 온라인 콘텐츠의 이용자와 시장 규모가 엔데믹을 기점으로 처음으로 둔화 및 감소세를 보이며 위기에 대한 우려 목소리가 높아지고 있다. 게다가 그 과정에서 콘텐츠 제작비는 상승하면서 큰 비용이 들어간 작품에 흥행 경향이 집중되는 쏠림 현상이 발생하면서 양극화 역시 심화되고 있기도 하다. 따라서, 콘텐츠 선도국으로 올라서기 위해 장기적인 관점에서의 지속가능한 발전에 대한 고민이 필요한 시점이 되었다.

## 나. ESG의 영향력 확대와 즉시적 적용의 위험

이러한 상황에서, 지속가능한 발전 패러다임을 이끄는 ESG 경영에 대한 사회적 공감대가 전 세계적으로 확산되며, 이에 따른 사회적 요구도 증대되고 있다. 모든 산업에서 ESG 도입 움직임이 활발해지고 있으며, 기업 규모에 따라 2025년부터 ESG 공시가 단계적으로 의무화 될 예정이다. 또한 책임투자원칙이 수립되어 연기금, 자산운용사 등 투자자의 ESG 요구가 높아지고 있으며 기업평가에 ESG 관련 지표가 반영되어 그 강제성과 요구 강도가 증대될 것으로 예상되고 있다. 특히 수출에 있어서도 ESG 공급망 실사가 강화되면 관련 기업의 인권과 환경 등 ESG 관련 이슈가 일종의 새로운 무역장벽의 역할을 할 것으로 예측되고 있으며, ESG가 간접적인 사회적 요구에서 점차 제도화되며 사회적 압력이 높아져 선택사항이 아닌 지속적 가능한 발전에 있어서 필수사항으로 그 영향력 확대될 것이 전망되고 있다.

국내에서도 정부를 중심으로 높아지고 있는 글로벌 ESG 경영 요구에 대응하기 위해 K-ESG 지침을 발표하고, 코스피 상장사 ESG 공시 의무화 등 ESG 경영 확산을 위한 다양한 정책을 추진하고 있다. 정부는 <지속경영 확산 대책>(’20, 산업부)을 마련하고 국내 실정에 맞게 K-ESG 지침(가이드라인), 중소기업 ESG 점검표(체크리스트) 등을 발표하였고 이러한 기조 속에서 문체부와 한국콘텐츠진흥원은 콘텐츠산업 ECP 이니셔티브를 발족하며 표준 가이드라인을 수립하기도 하였다. 그러나 정책적으로 콘텐츠산업 특성을 고려한 구체적 접근이 부족하여 ESG에 대한 전반적 이해도와 인식이 낮고, 업계에서는 ESG 도입 과정에서 시행착오를 겪고 있는 실정이다. 특히 현 ESG 관련 정책은 환경보호 중심의 제조업 관점에서 수립되어 다양성, 저작권, 노동환경 등 사회적 요소의 비중이 높은 콘텐츠산업의 특성에 부합하지 않은 한계점이 분명하게 나타나고 있다. 기존에 제시된 콘텐츠 관련 ESG 가이드라인을 살펴보면, 콘텐츠산업과 연관성이 낮은 환경 요소에 집중되어 있거나 일부 특정 이슈에 편중된 경향을 보이고 있다. 게다가 콘텐츠 기업은 ESG에 대한 인식과 이해가 부족한 상황이며, 규제의 확대로 받아들여 심리적 저항감이 발생하고 있어 당장 공시화 의무와 더불어 하청 업체의 공급망 실사로 이어지는 제재가 발생하면 대형 콘텐츠 기업뿐 아니라 중소 콘텐츠 기업에 이르기까지 이에 대비하지 못한 콘텐츠 기업의 치명적인 위기가 예견되는 상황이다. ESG의 적용은 점진적이기보다는 일정 시점에 적용되는 즉시적 특성을 지니기 때문이다.

#### 다. 콘텐츠산업에 필요한 ESG 대비와 지속가능한 발전

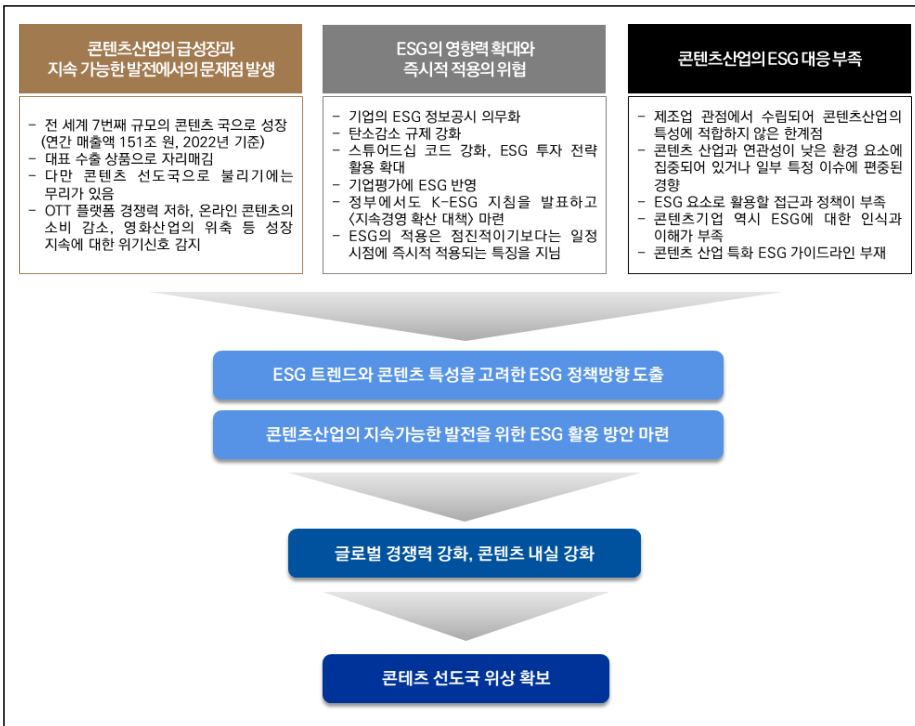
국내 콘텐츠산업은 산업적 구조와 특성 상 이러한 변화에 더 큰 영향을 받을 가능성이 높다. 콘텐츠는 수출 의존도가 높은 산업으로, ESG 관련 자격 요건을 충족하지 못하면 수출이 제한될 가능성이 있다. 특히, 콘텐츠의 높은 사회적 영향력으로 인해 사회적 책임과 관련된 ESG 요구가 더욱 강화될 수 있다. 또한, 프로젝트 중심의 산업 및 투자 구조로 인해 글로벌 자본과 국내 자본의 유입을 위해 정보의 투명성과 건전한 지배구조에 대한 요구에 대한 압박은 더 강해질 것이다. 아울러, 창작 인력 중심의 산업이기 때문에 노동환경과 불공정 이슈에 대해 자유롭기 어렵고 더 높은 기준과 ESG 관점에서의 평가가 요구되어질 것으로 예상된다.

따라서 본 연구에서는 ESG의 흐름과 콘텐츠산업 현황의 연결점을 파악하여, 지속가능한 콘텐츠산업의 중장기 발전 방향을 제시하고자 한다. 특히, 그동안 콘텐츠산업의 고질적인 문제를 해결하기 위한 정책적 수단이나 강제력이 부족한 상황에서 ESG를 통한 수출 제재, 투자 제재와 같은 강력한 강제력은 콘텐츠 선도국을 앞두고 있는 국내 콘텐츠산업의 체질을 개선하고 산업을 고도화할 수 있는 효과적인 수단이 될 수 있다. 여기에 더해 글로벌 ESG 표준에 적합한 콘텐츠 특화 ESG 가이드라인과 관련 국내 콘텐츠 기업이 쉽게 활용할 수 있는 구체적인 평가 기준을 제시하여 콘텐츠 기업의 ESG 경쟁력 제고 시키면서 결과적으로 수출과 글로벌 투자를 더 원활하게 유도하여 콘텐츠산업의 글로벌 경쟁력을 높이는데 기여하고자 한다.

## 2. 연구 목적

본 연구의 목적은 콘텐츠 선도국으로 도약을 앞둔 국내 콘텐츠산업의 현황과 특성을 파악하여 이를 반영한 ESG 정책방향을 마련하는 것이다. 구체적으로는 ESG 관련 주요 이슈를 분석하여 장르별 콘텐츠업계에서 활용 가능한 실용적 ESG 활용방안을 마련하고 세부 추진 방안을 제시하고자 한다. 이 과정에서는 콘텐츠산업 특화 ESG 기준이 부족한 상황에서 선제적으로 표준을 제시하고 국내 실정에 맞는 ESG 성과를 창출하여 대규모 사업자뿐 아니라 중소 콘텐츠기업에 이르기까지 수출과 투자 등 글로벌 경쟁력을 강화할 수 있다. 또한, 그동안 해결하지 못했던 고질적 문제들을 ESG를 통한 강제력을 바탕으로 요구하여 콘텐츠 내실을 강화하여 지속가능한 발전의 토대를 구축할 수 있다. 궁극적으로 국내 콘텐츠산업의 ESG 접근을 통해 글로벌 경쟁력과 콘텐츠 내실을 동시에 강화하여 지속가능한 발전을 이루고 콘텐츠 선도국 위상을 확보하는 데 기여하고자 한다.

[그림 1-1] 연구의 배경 및 목적



## 제2절 연구 범위 및 방법

### 1. 연구 범위

본 연구는 다음과 같은 범위를 설정하였다. 우선 시간적 범위는 콘텐츠산업과 ESG 각 주제에 따라 범위를 설정하였다. ESG의 경우에는 ESG 개념의 효시인 브룬트란트 보고서(Brundtland Report)가 발표된 1987년부터 현재까지로 설정하였으며 콘텐츠산업은 '문화산업진흥기본법'이 제정되어 시행되기 시작한 1999년부터 현재까지로 설정하였다.

공간적 범위는 정책적 범위와 동향/사례분석의 범위가 각각 다르게 적용되었다. 정책적 공간 범위는 국내 콘텐츠산업으로 한정하였고, 사례 및 동향분석의 경우 전 세계 주요국 포함하는 것으로 확대하였다.

[그림 1-2] 연구의 범위



## 2. 연구 방법

본 연구는 연구목적을 달성하기 위해 다양한 연구방법론을 활용하고자 했다. 구체적으로 활용한 연구방법은 문헌 연구, ESG 전문가 및 콘텐츠산업 종사자 인터뷰, 콘텐츠산업 종사자 설문조사, 콘텐츠 ESG 정책 및 기업 사례분석이다. 인터뷰와 사례 분석 등 정성적 방법론과 설문조사 등 정량적 방법론을 모두 활용하여 종합 결론을 체계적으로 제시하고자 했다.

### 가. 문헌 연구

본 연구에서는 콘텐츠산업과 ESG 관련 논문, 연구보고서, 증권 리포트, 민간기관 리포트 등 기관자료, 통계자료, 기업자료 등 다양한 데이터와 문헌들을 확보하였다. 그리고 축적한 자료의 검토를 통해 문헌 연구를 진행하여 콘텐츠산업 및 ESG의 주요 현황을 면밀히 파악하였다.

### 나. ESG 전문가 및 콘텐츠산업 종사자 FGI, 심층인터뷰

다음으로, ESG 전문가 및 콘텐츠산업 종사자를 대상으로 FGI와 심층인터뷰를 진행하였다. 구체적으로 영상(방송/영화) 콘텐츠, 게임 콘텐츠, 음악 콘텐츠, 만화웹툰 콘텐츠 종사자 및 전문가(기업실무자, 교수, 애널리스트, 정책사업 담당자, 협회, 연구원 등)를 대상으로 선정하여 인터뷰를 진행하였다.

### 다. 콘텐츠산업 종사자 설문조사

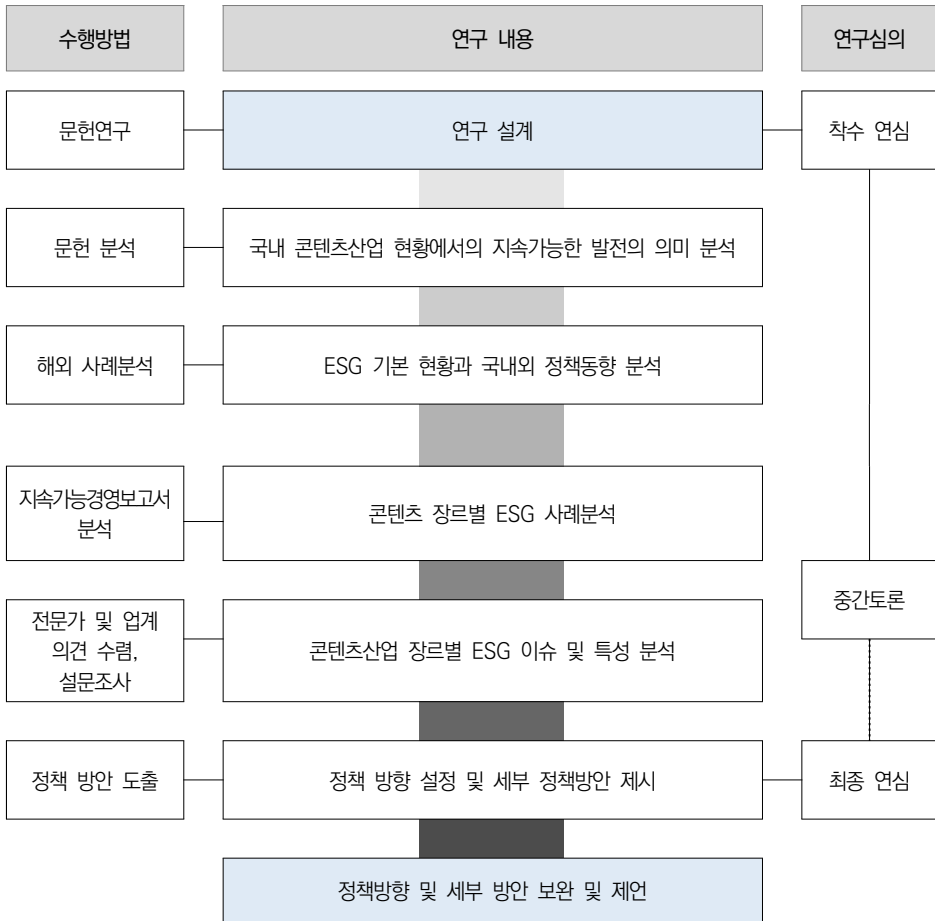
콘텐츠산업 ESG 항목의 중요도 및 적합성 파악을 위한 콘텐츠산업 종사자 설문조사 실시하였다. 설문 대상은 영상(방송/영화) 콘텐츠, 게임 콘텐츠, 음악 콘텐츠, 만화웹툰 콘텐츠 등 네 장르로 분류하여 각 장르별로 50명씩 설문을 진행하였다.

### 라. 콘텐츠 ESG 정책 및 기업 사례 분석

기업 사례분석은 국내외 주요 콘텐츠 기업(영상, 게임, 음악, 만화웹툰)을 선정하여 각 지속가능경영 보고서를 분석하였다. 또한 정책 사례분석은 주요국의 콘텐츠 ESG 관련 가이드라인 및 정책 사례를 면밀히 분석하였다.



[그림 1-3] 연구 수행방법 및 과정





콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구

## 제2장

# 콘텐츠산업과 지속가능한 발전

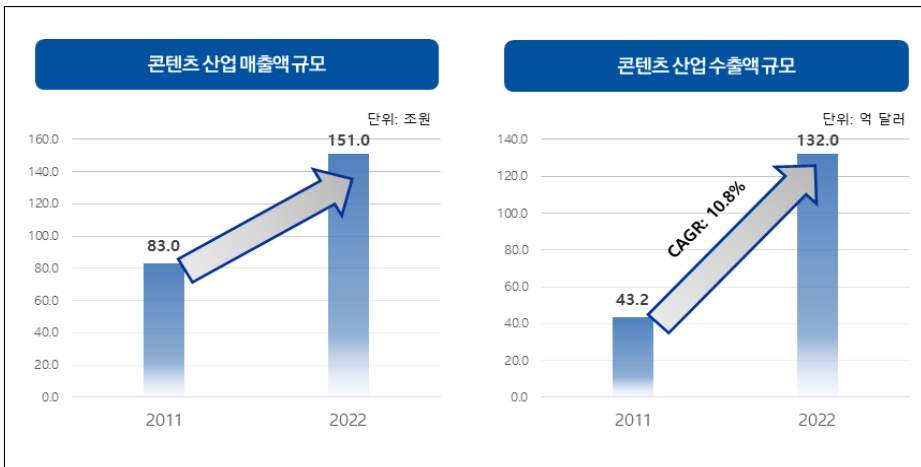


## 제1절 국내 콘텐츠산업 현황과 특성

### 1. 국내 콘텐츠산업 성장과 글로벌 영향력 확대

한국의 콘텐츠산업은 그동안 유례를 찾아보기 힘들 정도로 큰 성장을 거듭해왔다. 2022년 기준 한국의 콘텐츠산업 매출액은 151조원 규모로 2011년의 83조원 규모에 비해 약 10여 년 만에 1.8배 이상 성장하며 전 세계에서 7번째로 큰 시장이 되었다(한국 콘텐츠진흥원 2024). 수출액의 증가는 이보다 더 급격한 증가세를 보이며 2022년 기준 132억 달러의 성과를 달성하는 등 2011년부터 연평균 10.8%를 기록하며 3배가 넘는 규모의 성장을 이루었다.

[그림 2-1] 콘텐츠산업 매출액 및 수출액 규모 성장



여기에 더해 한국영화 <기생충>의 아카데미 시상식 4관왕 수상, K-pop 아이돌 그룹 <BTS>의 빌보드 차트 1위 차지, <오징어 게임> 에미상 6관왕 수상 등 국내 콘텐츠들의 가시적인 해외성과들이 모든 장르에 걸쳐 동시다발적으로 발생하며 그 위상을 높였다.

[그림 2-2] K-콘텐츠들의 전 장르에 걸친 글로벌 메가 히트



K-콘텐츠들의 동시 다발적 성공은 자연스럽게 한국 콘텐츠에 대한 높은 충성도 (loyalty)와 글로벌 팬덤을 형성하도록 만들어 그 영향력이 증대되고 있다. 대표적으로 2012년만 해도 전 926만 명에 불과했던 전 세계 K-콘텐츠 동호인 수는 2023년에는 2억 2,500만 명 규모로 증가하여 무려 24배의 증가를 나타냈다(한국콘텐츠진흥원, 2024). 또한 한국 콘텐츠에 대한 관심과 호감은 자연스럽게 한국의 국가 브랜드에 있어서도 긍정적인 역할을 하고 있다. 해외홍보원의 25개국을 대상으로 진행한 국가 이미지 조사 결과에 따르면, 응답자 중 한국에 대해 77.5%가 긍정적으로 평가를 했는데 이들 중 긍정적 이미지에 영향을 미치는 요인으로 대중문화가 65.9%로 가장 높은 영향력 요소로 나타났다(해외문화홍보원, 2023).

한편, K-콘텐츠의 양적인 확장뿐 아니라 질적인 성장 역시 동시에 이루어지고 있다. 질적인 성장을 이루는 과정 가운데에는 국내 콘텐츠들이 글로벌 플랫폼에 유통되면서 글로벌 표준과 수준에 맞추려는 질적인 노력이 수반되었기 때문이다. 전 세계적으로 글로벌 플랫폼이 콘텐츠 유통의 주된 경로로 자리 잡으며, 한국 콘텐츠 제작사들에게 새로운 기회가 열리게 되었다. 넷플릭스, 유튜브, 스포티파이와 같은 대형 플랫폼은 글로벌 네트워크를 통해 동시다발적으로 콘텐츠를 배포할 수 있는 환경을 제공하며, 한국 콘텐츠 제작사들은 이러한 플랫폼을 통해 해외 소비자들에게 직접적으로 콘텐츠를 노출시킬 수 있게 되었다. 특히, 디지털 교역이 콘텐츠 수출의 주된 경로로 자리 잡았다.

기존에 한국 콘텐츠의 수출에서 가장 큰 걸림돌로 지적되었던 현지 유통업체와의 협상력 부족 문제는 글로벌 플랫폼을 통한 동시 공개 방식으로 상당 부분 해소되었다. 글로벌 플랫폼은 현지 유통업체를 거치지 않고도 콘텐츠를 전 세계에 직접 배포할 수 있는 길을 열었으며, 이는 콘텐츠 경쟁력을 중심으로 시장에서 평가받을 수 있는 환경을 조성했다. 또한, 글로벌 플랫폼의 네트워크 효과(network effect)로 인해 전 세계 소비자들이 소수의 대형 플랫폼으로 집중되면서, 콘텐츠 유통 경로와 비즈니스 모델이 단순화되었다. 이는 한국 콘텐츠 제작사들에게 해외 진출의 문턱을 만들어 주었으며, 소비자들이 콘텐츠 질에 따라 능동적으로 선택할 수 있는 환경을 만들어 주었다.

한편 한국 콘텐츠는 상대적으로 제작비가 저렴하면서도 높은 품질을 유지해 글로벌 시장에서 ‘가성비’가 높은 콘텐츠 수급처로 급부상하고 있다. 예를 들어, 2022년 9월 넷플릭스 TV 부문 Top10에서 전체 1위를 차지한 <이상한 변호사 우영우>는 약 200억 원 이하의 제작비로 만들어졌다. 이는 2위를 기록한 미국의 <샌드맨>이 2,000억 원 이상의 제작비가 투입된 것과 비교할 때 약 10분의 1 수준으로, 매우 효율적인 제작 환경을 보여준다. 또한, VFX 기술이 헐리우드 수준에 가깝다는 평가를 받은 한국의 SF 영화 <승리호>는 약 240억 원의 제작비가 소요되었으며, 이는 미국 SF 콘텐츠 제작비와 비교해볼 때 많게는 10배 이상의 차이를 보인다. 이러한 제작비 대비 높은 품질은 글로벌 OTT 플랫폼들에게 한국 콘텐츠를 매우 매력적인 투자 대상으로 만들었다. 글로벌 플랫폼들은 한국 콘텐츠 제작사와 창작자에 적극적으로 투자하며, 콘텐츠 수급 경쟁에 나서고 있다. 이는 한국 콘텐츠가 글로벌 시장에서 질적 경쟁력을 유지하며, 창작 환경을 지속적으로 개선할 수 있는 선순환 구조를 형성하고 있다.

## 2. 국내 콘텐츠산업의 특성과 한계점

### 가. 창작인력 중심 산업

#### 1) 특성

콘텐츠산업은 대표적인 지식기반 산업으로, 창작 인력의 창의성이 산업에 핵심적인 원동력으로 작용한다. 콘텐츠산업은 기술, 창의성, 문화적 요소들이 융합되어 새로운 가치를 창출하며, 특히 창의적 기획이 콘텐츠산업의 성패를 결정짓는 가장 중요한 요인 중 하나이다. 이는 단순히 흥미로운 아이디어를 넘어, 소비자와 시장 트렌드에 대한 철저한 이해와 이를 반영한 콘텐츠로 재구성하는 작업을 포함한다. 이러한 과정을 통해 탄생한 콘텐츠는 국내뿐만 아니라 글로벌 시장에서도 높은 경쟁력을 가지며, K-POP, 웹툰, 드라마, 영화 등 다양한 장르에서 성공 사례를 만들어냈다. 여기에 더해 킬러 콘텐츠가 제작하기 위해서는 스토리텔링과 문화적 요소의 독창성을 요구한다. 창작자가 단순히 흥미로운 이야기를 구상하는 것을 넘어, 지역적 특성과 글로벌 시장의 취향을 결합하여 보다 보편적이면서도 차별화된 스토리를 만들어야 한다. 이에 K-콘텐츠의 글로벌 성공 요인 중 하나로 주목하는 것이 글로벌 팬덤과의 소통을 반영한 기획과 소재나 이야기의 글로벌 보편성 토대 내에서 K-콘텐츠만의 특성을 추가한 제작 경쟁력이다.

콘텐츠산업은 또한 산업 가치사슬 전반에서 전문 인력의 역할이 중요하다. 기획, 제작, 유통, 서비스의 각 단계는 고도의 전문성을 요구하며, 각 과정이 유기적으로 연결되어야만 고품질의 콘텐츠가 탄생한다. 예를 들어 기획 단계에서는 창의적 발상과 스토리텔링 기술이 필요하며, 이는 작품의 방향성과 잠재적 시장 가치를 결정한다. 제작 단계에서는 감독, 작가, 배우, 기술 스태프 등 다양한 인력이 협력하여 콘텐츠의 완성도를 높이고 이 과정에서 영상미, 음향 효과, 시각적 특수효과(VFX)와 같은 요소들이 결합되어 콘텐츠의 몰입감을 극대화한다. 유통 단계에서는 플랫폼에 적합한 포맷과 전략이 요구된다. OTT 플랫폼, 소셜 미디어, 극장 등 다양한 채널별로 최적화된 콘텐츠 유통 전략을 통해 시장 도달성을 극대화할 수 있다. 또한 소비 단계에서는 소비자와의 상호작용이 중요하다. 콘텐츠의 후속 상품(굿즈, 라이선싱 제품) 개발, 팬 커뮤니티 관리 등 부가가치 창출 활동이 이뤄진다.



한편, 콘텐츠산업은 창작자나 아티스트의 브랜드 가치가 매우 높으며 이들의 성과가 콘텐츠 전체에 큰 영향을 미치는 특성을 지닌다. 예를 들어 K-pop 아티스트나 웹툰 작가, 영상콘텐츠에 주연 배우나 감독 등은 그 이름과 IP만으로도 엄청난 경제적 가치를 만들어 낼 수 있다. 따라서 이들이 프로젝트나 콘텐츠에 참여했다는 것만으로도 상당한 브랜드 효과를 발생시킨다. 하지만 이러한 특성을 반대로 이야기하면 강력한 브랜드 효과로 인해 통제하지 못하는 리스크가 크다고도 말할 수 있다. 이들 창작자나 아티스트가 스캔들이나 건강상 문제 등 외부 변수에 의해 가치가 하락할 경우 콘텐츠 자체에 영향을 미치는 리스크를 지니기 때문이다. 따라서 콘텐츠산업은 그 어떤 산업보다 창작인력에 대한 리스크 관리가 중요한 산업이다.

## 2) 한계점: 높은 창작자 노동 강도와 열악한 노동 환경

콘텐츠산업이 인적 자본 중심의 산업이라는 점은 단순한 강점으로만 작용하지 않는다. 창작 과정에서 과도한 노동 강도와 스트레스를 유발하며, 장기적으로는 산업 경쟁력에도 부정적인 영향을 미칠 수 있다. 예로 들어 과거 한국 드라마는 사전제작보다는 생방송에 가까운 제작 환경에 가까웠다. 대부분의 드라마가 촬영이 완료되기 전에 TV 방송이 시작되고 촬영과 방송이 동시에 진행되는 것이 보통이었다. 드라마라는 콘텐츠를 이용할 수 있는 미디어 환경이 빠르게 변화하고 채널 간 경쟁이 심화되면서 비정규직 고용으로 구축되는 인력활용방식은 더 다양해지고 일반화되고 있다. 국내 드라마 제작환경은 대체로 도제식 인력고용과 인력양성이 고착화되어 있다. 비정규직 노동의 경우 초기에는 적은 임금을 제안 받지만 이를 거절할 수 없는 이유는 열악한 근무환경을 견디고 버텨내면 스타작가나 PD 혹은 참여 분야의 전문가가 될 수 있다는 지배적인 담론을 거부하기 어렵기 때문이다(이종임, 2018).

영화 부문에서는 최근 콘텐츠 제작사들이 노동권 보호가 취약한 OTT 제작을 선호하는 경향이 증가하고 있다. 영화제작 현장에서 거의 사라진 토크 계약 관행이 새로 형성된 OTT 제작산업에서 부활했다고 업계 관계자들의 주장이다. ‘토크계약’은 제작사가 개별 스태프와 근로계약을 맺지 않고, 감독급 스태프와만 위탁계약한 뒤 감독에게 산하 스태프와 계약을 맡기는 고용 형식이다(미디어오늘, 2023.12.27.). 영화진흥위원회의 ‘OTT 영화영상콘텐츠 제작 스태프의 노동환경 개선방안 연구’에 따르면 급여수준은

OTT 제작작의 경우 더 높았으나 장시간 노동에 처하거나 최저임금 지급 위반 빈도가 더 높은 것으로 나타났다. 연구에 따르면 이러한 스태프의 노동조건은 제작사의 열악한 재정 상황 때문이라기보다는 노사정협의체 및 단체교섭 마련 없이 진행되면서 제도적 논의과정의 부족이 주요한 원인으로 보고 있다(영화진흥위원회, 2023).

## 나. 프로젝트 기반 제작 및 투자 체계

### 1) 특성

콘텐츠산업은 타 산업과 달리 제품 자체가 개별 콘텐츠 단위로 생산되며, 기획 및 배포하는 과정 역시도 개별적인 프로젝트 단위로 운영된다. 이러한 체계는 콘텐츠의 창의성과 유연성을 극대화하는 데 도움을 준다. 특히, 콘텐츠 제작은 단기간 내에 특정 목표(작품 완성, 출시 등)를 달성하기 위해 기획 및 제작 인력을 조직화하는 방식으로 운영되며, 단기적이고 목표 지향적인 구조를 갖는다. 예를 들어 드라마, 영화, 음악 앨범 등 콘텐츠는 특정 기간 동안 집중적으로 제작되며, 제작이 완료되면 프로젝트 팀이 해산되는 구조가 일반적이다. 프로젝트 제작 과정에는 작가, 감독, 배우, 기술 스태프, 마케팅 전문가 등 다양한 분야의 인력이 참여하며, 이들의 협업이 콘텐츠의 완성도를 결정한다. 각 프로젝트는 개별 콘텐츠의 성격에 맞게 맞춤형으로 운영되며, 기술적·창의적 실험을 통해 시장 트렌드에 부합하는 결과물을 도출할 수 있다.

이러한 콘텐츠산업의 프로젝트적 특성은 콘텐츠 투자 방식에도 큰 영향을 미쳐왔다. 콘텐츠 제작이 개별 프로젝트 단위로 이루어진다는 점이 투자자들에게 단기적 목표 지향성과 고위험-고수익의 구조라는 특징을 그대로 반영하여 투자하도록 유도하기 때문이다. 이에 따라 단기적인 프로젝트 단위의 투자가 콘텐츠 산업 투자에 있어서는 일반적인 형태로 자리 잡고 있다. 실제로 2006년부터 조성되어 콘텐츠산업 투자의 기반을 확보한 모태펀드 문화계정을 살펴보면, 2007년부터 2021년까지 총 4,673 건의 투자 중 81.7%의 비중이 프로젝트 투자로 진행된 것으로 나타났다.

〈표 2-1〉 벤처투자조합 투자유형별 투자건수 및 비중(2007-2021, 누적)

(단위 : 건)

투자유형	투자건수	비중
프로젝트	3,819	81.7%
우선주	523	11.2%
보통주	186	4.0%
BW	26	0.6%
CB	117	2.5%
약정투자	1	0.0%
창업자대여금	1	0.0%
합 계	4,673	100%

## 2) 한계점: 고용 불안정과 불공정 관행

프로젝트 기반의 제작 및 투자 체계는 개별 콘텐츠의 품질을 높이는 데 효과적이지만, 동시에 고용 안정성과 재정적 지속가능성 측면에서 여러 도전과제를 동반하는 특성을 만들기도 했다. 프로젝트 단위로 운영되는 제작 체계는 제작 완료 후 팀 해산이 일반적이며, 이에 따라 참여 인력의 고용 안정성이 보장되지 않는다. 즉 프로젝트가 종료되면 관련 인력이 고용 상태를 유지하지 못하고 해산되며, 재고용 보장이 이루어지지 않는다. 특히 프리랜서 비율이 높은 콘텐츠 제작 환경에서 경제적 불안정성을 유발하며, 창작자와 제작 인력이 산업 내에서 지속적으로 활동하기 어렵게 만든다. 현재 많은 창작자가 단기 계약이나 프리랜서 형태로 고용되며, 고용 안정성과 복지 혜택이 부족한 환경에서 일하고 있다.

한편 국내 콘텐츠산업에서 장르를 불문하고 가장 많은 갈등과 문제를 일으키고 있는 이슈 중 하나는 수익 배분 관련 내용이다. 프로젝트 기반 체계는 개별 콘텐츠 제작에 초점이 맞춰져 있어, 이해관계자 간의 수익 배분이나 계약의 투명성 측면에서 다양한 불공정 관행을 초래한다. 특히 콘텐츠 제작 및 배포 과정에서 가장 빈번히 발생하는 갈등은 수익 배분 문제이다. 플랫폼과 제작사 또는 제작사와 창작자 간의 계약에서 수익 분배 조건이 불명확하거나 비대칭적으로 이루어지는 경우가 많다. 플랫폼사가 제작 과정에서 기여하는 비율과 수익 분배를 과도하게 가져가는 경우, 창작자와 제작사 사이에서 불만이 발생한다. 예를 들어 신인 창작자나 제작사는 계약 조건을 검토하거나 협상할

여력이 부족해 불리한 상황에 놓이기 쉽다. 수익 배분, 권리 귀속, 추가 비용 부담 등의 요소가 계약에 포함되어 있어도 이를 인지하지 못하거나 대응하지 못하는 경우가 많다. 콘텐츠 플랫폼이 진행하는 이벤트나 프로모션의 비용이 제작사 또는 창작자에게 전가되는 사례 등이 대표적인 예이다. 또한, 복잡한 콘텐츠 제작 계약은 창작자와 제작사의 책임 및 권리 구분을 모호하게 만든다. 콘텐츠 제작에 투입된 비용이나 시간에 비례한 적정 수익 배분 기준이 명확히 제시되지 않아 분쟁이 자주 발생한다. 법적 대응을 위한 제도적 지원이 부족해, 소규모 제작사나 신인 창작자들이 부당한 조건을 감내하는 일이 빈번하다.

## 다. 대형 콘텐츠기업 주도와 중소 콘텐츠기업의 영세성

### 1) 특성

국내 콘텐츠산업은 대기업 주도의 구조와 중소기업의 영세성이 공존하는 양극화된 특성을 보인다. 2022년 콘텐츠산업 조사 통계자료(2024)에 따르면, 국내 콘텐츠 기업은 전체 114,698개의 업체 중에서 종사자가 10인 미만인 사업체가 91.9%(105,460개)이며, 매출액이 10억 미만인 사업체가 88.3%(101,272개)를 차지해 대다수가 영세한 구조를 지니고 있다. 반면, 매출액 10억 원 이상인 기업이 전체 콘텐츠산업 매출액의 88.2%를 차지하는 등 소수의 대형 콘텐츠 기업은 콘텐츠산업에서의 시장 지배력은 매우 크다. 즉, 전체 콘텐츠 사업체 중 그 수가 11.7% 밖에 차지하지 않는 연간 10억 이상의 매출액 기업이 전체 매출액의 88.2%를 책임지는 구조를 가지고 있다. 대형 콘텐츠 기업은 매출 뿐만 아니라 콘텐츠 개발에서부터 제작, 유통, 소비까지 이어지는 가치사슬 전반을 통합적으로 관리하여 시장 내 지배력을 확대하고 있다. 이처럼, 대형 콘텐츠 기업은 수직 계열화를 통해 시장 경쟁력을 강화하고 있는 것이다.

〈표 2-2〉 콘텐츠산업 매출액 규모별 매출액 현황(2022년)

(단위 : 건)

산업 <sup>58)</sup> \ 매출액 규모	10억 원 미만	10억 원 이상	합계
출판	6,750,431	18,441,271	25,191,702
만화	403,369	2,220,635	2,624,004
음악	1,997,099	9,012,525	11,009,624
영화	1,042,900	6,326,300	7,369,200
게임	1,868,407	20,346,479	22,214,886
애니메이션	145,281	675,558	820,839
방송	142,628	25,962,090	26,104,717
광고	1,558,323	18,107,816	19,666,138
캐릭터	708,242	4,664,546	5,372,788
지식정보	2,737,943	18,755,124	21,493,067
콘텐츠솔루션	523,737	8,586,360	9,110,097
합계	17,878,359	133,098,703	150,977,062
비중(%)	11.8	88.2	100.0

자료: 한국콘텐츠진흥원(2024), 「2022년 기준 콘텐츠 산업조사」.

## 2) 한계점: 비선진적 지배구조와 양극화

대기업과 중소기업 간의 격차가 점점 더 커지면서 콘텐츠산업 전반에서 양극화 현상이 뚜렷하게 나타나고 있다. 이러한 양극화는 콘텐츠 제작, 유통, 그리고 수익 배분의 전 과정에서 구조적 문제를 야기할 수 있다. 먼저, 자본과 자원의 집중화는 대형 콘텐츠 기업의 독점적 지위를 강화하는 요인으로 작용한다. 대형 기업들은 막대한 자본력과 글로벌 네트워크를 기반으로 콘텐츠 제작, 유통, 소비에 이르는 전 과정을 통합 관리하면서 시장에서 강력한 지배력을 발휘하고 있다. 반면, 중소기업은 제한된 자본과 기술력으로 인해 독립적으로 콘텐츠를 제작하거나 유통할 역량이 부족하다. 결과적으로, 중소기업은 대기업의 하위 협력사로서 역할을 수행하며, 대기업의 투자 없이는 콘텐츠 제작을 시작하거나 유지하기 어려운 구조적 문제에 직면한다. 특히, 콘텐츠 지적재산권(IP)의 소유권을 대기업에 의존적으로 제공해야 하는 상황이 빈번히 발생하며, 이는 중소기업의 자율성과 경쟁력을 약화시키고 있다.

수익 배분의 불균형 또한 산업 내 양극화를 심화시키는 중요한 요인이다. 대형 기업들은 자체 플랫폼을 통해 콘텐츠의 수익 구조를 독점하거나, 중소기업에 불리한 조건으로 수익을 배분하면서 경제적 격차를 더욱 확대하고 있다. 예를 들어, 웹툰 플랫폼에서는 창작자와 플랫폼 간 수익 배분 비율이 불공정하게 설정되는 경우가 많아, 창작자가 얻는

수익이 상대적으로 적다. OTT 플랫폼과의 계약에서도 대기업은 높은 수익을 확보하는 반면, 중소기업은 플랫폼에 의존적인 구조로 인해 제한적인 수익만을 얻고 있다. 글로벌 시장 진입에 있어서도 대기업과 중소기업 간의 차이는 뚜렷하다. 대형 콘텐츠 기업은 자본력을 바탕으로 글로벌 유통 네트워크를 확보하며, 해외 OTT 플랫폼과의 협력을 통해 높은 수익을 창출하고 있다. 반면, 중소기업은 자금 부족과 유통망 부재로 인해 글로벌 시장에서의 성장 기회를 충분히 누리지 못하고 있다. 대기업이 글로벌 콘텐츠 제작 및 유통을 선도하는 동안, 중소기업은 제작비를 충당하기조차 어려운 현실에 직면해 있다. 이러한 양극화는 콘텐츠의 다양성에도 부정적인 영향을 미친다. 대형 기업은 자본 집종의 효율성을 극대화하기 위해 흥행 가능성이 높은 콘텐츠에 우선적으로 투자하며, 실험적이거나 독창적인 콘텐츠에 대한 투자는 점차 줄어들고 있다. 결과적으로, 시장 내 콘텐츠의 다양성이 감소하고, 중소기업의 창의적 시도는 위축되는 상황이 반복되고 있다. 이러한 흐름은 산업의 장기적인 발전 가능성을 저해하고, 콘텐츠 생태계의 균형을 위협하는 요인으로 작용하고 있다.

한편 국내 콘텐츠산업은 창업자 중심의 기업 운영 구조와 비선진적 지배구조로 인해 여러 한계를 노출하고 있다. 대형 기업조차도 체계적인 경영 시스템보다는 창업자나 소수 경영진에 지나치게 의존하는 경우가 많다. 이로 인해 기업 경영의 주요 의사결정이 창업자나 특정 경영진에 집중되면서, 이들의 윤리적 문제, 법적 분쟁, 경영 실패가 곧 기업 전체의 위기로 이어지는 경우가 많다. 예를 들어 대형 엔터테인먼트사의 창업자가 법적 문제에 휘말리거나, 비윤리적 행동으로 논란이 발생하면, 기업 이미지가 훼손되고 주가 하락 및 투자 유치의 어려움을 초래할 수 있다. 게다가 경영진 중심의 의사결정 구조는 투명성을 저해하며, 종종 이해관계자(소액주주, 직원, 협력사 등)의 의견이 배제되는 문제를 초래한다. 일부 기업에서는 창업자 일가가 경영권을 지나치게 독점하여 내부 견제와 감시 기능이 약화되었다는 비판을 받기도 했다. 글로벌 시장에서 활동하는 대형 기업조차도 경영 투명성 확보와 선진적 지배구조 구축에 대한 인식과 노력이 부족하다. 이는 국제적 투자자들로부터 신뢰를 얻는 데 걸림돌로 작용하며, 투자매력도를 떨어뜨리는 요인이 되기도 한다.

## 라. 수출이 중요한 산업

### 1) 특성

K-콘텐츠의 글로벌 인기는 수출 성과로도 이어졌으며 콘텐츠산업은 한국의 대표적인 수출 분야로 자리매김하고 있다. 드라마, 영화, K-POP, 게임, 웹툰 등 전 영역에서 수출이 확대되며, 콘텐츠산업 수출은 2018년 96억 달러에서 2022년 132억 달러 규모로 연평균 8.3%나 증가했다.

〈표 2-3〉 콘텐츠산업 수출액 현황

(단위: 천 달러)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	비중 (%)	전년 대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
출판	248,991	214,732	345,960	428,379	375,083	2.8	△12.4	10.8
만화	40,501	46,010	62,715	81,980	107,635	0.8	31.3	27.7
음악	564,236	756,198	679,633	775,274	927,613	7.0	19.6	13.2
영화	41,607	37,877	54,157	43,033	71,440	0.5	66.0	14.5
게임	6,411,491	6,657,777	8,193,562	8,672,865	8,981,751	67.8	3.6	8.8
애니메이션	174,517	194,148	134,532	156,835	159,355	1.2	1.6	△2.2
방송	478,447	539,214	692,790	717,997	948,045	7.2	32.0	18.6
광고	61,293	139,083	119,935	258,167	327,748	2.5	27.0	52.1
캐릭터	745,142	791,338	715,816	412,990	390,399	2.9	△5.5	△14.9
지식정보	633,878	649,623	691,987	660,850	701,400	5.3	6.1	2.6
콘텐츠솔루션	214,933	227,881	233,196	244,527	252,535	1.9	3.3	4.1
합계	9,615,036	10,253,881	11,924,284	12,452,897	13,243,006	100.0	6.3	8.3

자료: 한국콘텐츠진흥원(2024), 「2022년 기준 콘텐츠 산업조사」.

이에 따라 콘텐츠산업이 우리 경제를 이끄는 수출의 주력 상품으로 주목받기 시작했다. 2021년 기준 콘텐츠산업 수출액은 124.5억 달러를 기록하며 한국의 대표 수출품이라고 할 수 있는 디스플레이패널(36억 달러), 가전제품(86.7억 달러), 전기차(86.7억 달러)를 넘어서기도 했다. 여기에 더해 콘텐츠산업은 수출 성과 자체뿐 아니라 한국이라는 국가 브랜드와 이미지를 긍정적으로 제고하는 효과를 가지고 있을 뿐 아니라 이 효과가 실질적으로 한국 상품의 소비를 이끄는 견인 효과를 창출하기도 한다. 문화체육관광부(2023)에 따르면 2021년 K-콘텐츠로 인해 창출된 소비재(식료품, 화장품, 의류 등)의 수출액은 43.91억 달러에 이르는 것으로 나타났다.

‘K-콘텐츠’ 수출 호조의 영향으로 2022년 한국의 지식재산권 무역수지는 역대 최대

흑자를 기록했다. 특히 문화예술 저작권의 무역수지 흑자는 처음으로 연간 10억달러를 넘어서며 연간 기준 최대의 흑자폭을 기록하였다. 한국은행이 2023년 발표한 ‘지적재산권 무역수지’ 통계를 보면, 지식재산권 무역수지(잠정)는 1억8천만 달러 흑자를 기록했다. 특허권·상표권 등 산업재산권 부문에서는 적자가 지속됐지만, 음악·영상 등 문화예술 저작권 부문의 거둔 흑자가 전체 지식재산권 흑자를 이끌었다(한겨레, 2024.3.20.).

〈표 2-4〉 지적재산권 무역수지

(억 달러)

	2021	2022r	상반	하반	2023p	상반	하반
수출	242.0	244.6	128.7	115.9	263.2	130.0	133.2
저작권	178.0	182.4	91.4	91.0	193.0	94.2	98.8
문화예술저작권	23.7	29.7	12.5	17.2	33.6	16.4	17.2
연구개발 및 SW 저작권	154.3	152.7	79.0	73.8	159.4	77.8	81.6
기타지식재산권	1.0	1.1	0.7	0.4	1.8	0.9	0.9

자료: 한국은행 보도자료(2024.3.20.), 2023년 지적재산권 무역수지(잠정).

## 2) 한계점: 가치소비 확산과 K-콘텐츠의 책임감 있는 성장

K-콘텐츠가 성장기를 거쳐 본격적인 성숙 단계에 진입한 만큼 추가 시장 확장성에 대한 고민이 필요하다. 과거 일본, 중국 등 아시아국가 중심으로 K-콘텐츠가 영향력을 발휘했다면 최근에는 북미, 유럽, 중남미 등 K-콘텐츠가 확산되고 있으므로 수출 성과로도 이어지기 위해서는 각 시장에서 요구하는 기준을 충족시킬 필요가 있다. 특히, 유럽이 탄소 국경조정제도(CBAM)를 도입하고, 미국이 인플레이션 감축법(IRA)을 마련하는 등 유럽과 미국이 지속가능한 발전을 명분으로 한 무역장벽을 더욱 강화하는 상황에서 수출을 지속하기 위해서는 이에 대한 대비가 필요하다.

콘텐츠산업이 팬덤을 중심으로 이루어지는 비즈니스 모델이 운영되면서, 콘텐츠 업계에서는 팬덤의 지나친 소비 유도를 통해 수익을 극대화하고자 한다는 자성의 목소리가 발생하고 있다. 가장 대표적인 사례는 K-pop 팬덤을 대상으로 한 굿즈 판매이다. 예를 들어 포토카드는 현재 K팝 업계에서 음반 판매량을 견인하는 핵심 상품이다. 포토카드는 아이돌 그룹 멤버의 사진이 담긴 명함 크기의 카드다. 실물 음반을 구매하면 한두 장이 랜덤하게 들어있어 팬들의 수집 욕구를 자극한다. 앨범 종류별로 다른 포토 카드가 들어있거나, 특정 유통사가 판매하는 음반에서만 얻을 수 있는 한정판 카드가 들어있는



경우도 잦다. 문제는 포토카드 마케팅이 과열되면서 이를 얻으려고 한 사람이 같은 앨범 수십에서 수백 장을 구매하고, 포토카드만 챙긴 뒤 나머지는 버리는 일이 빈번하다는 것이다. 이러한 비즈니스 모델은 음반 차트를 교란하고, 재활용 불가능한 쓰레기를 양산한다는 지적에서 자유로울 수 없다.

게임 업계도 비슷한 상황이다. 당첨률이 매우 낮은 수준인 확률형 아이템에 매달 수천만 원에서 수억 원을 쓰는 '고래' 유저들의 가능성을 보고 혁신을 시도하기보다는 유저를 쥐어짜는 비즈니스 모델 개발에 집중했다. 소위 리니지라이크(리니지류)라는 별칭으로 불리는, 유사한 페이투윈(돈을 쓸수록 강해지는 구조) 게임들이 국내 게임업계를 장악하기 시작했다. 이러한 비즈니스 모델은 단기적으로 수익을 창출할 수 있을지 모르지만, 장기적으로는 콘텐츠 소비자의 등을 돌리게 하는 결정적인 요인이 될 수 있다.

최근 유럽에서는 '가치소비'가 확산하며 착한기업과 친환경 제품이 주목받고 있다. 가치소비는 기업의 광고나 브랜드, 가격보다 소비자 자신의 가치판단에 따라 제품을 구매하는 소비방식을 말한다. KOTRA가 12월 27일 발간한 '유럽 소비재 유통시장 진출 가이드'에 따르면 코로나19 경제위기를 겪으면서 지갑이 얇아진 유럽 소비자들은 저렴한 제품을 찾으면서도, 사회적 책임을 다하는 기업의 제품이나 친환경 제품은 가격이 좀 더 높더라도 과감히 구매하고 있는 것으로 나타났다. 이에 따라 많은 브랜드가 지역사회 발전을 위한 기업 활동을 전개하거나 예상치 않은 방식으로 소비자에게 도움을 줄 수 있는 방법을 제시하며 커뮤니케이션을 시도하고 있다.

특히 코로나 팬데믹 이후 기후변화에 대한 경각심이 한층 높아지면서 유럽에서는 환경보호를 중시하는 '그린슈머(Greensumer)'가 주요 소비계층으로 부상했다. 그린슈머는 환경을 상징하는 '그린(Green)'과 소비자를 뜻하는 '컨슈머(Consumer)'를 합친 신조어로, 친환경 제품을 선호하는 소비자를 가리킨다. 맥킨지(McKinsey & Company) 조사 결과 유럽 소비자의 33% 이상이 브랜드가 추구하는 가치를 중요하게 생각하는 것으로 나타났으며, 대부분 국가에서 여성, 젊은 소비자일수록 가치 중심 브랜드에 더욱 관심을 가지는 경향을 보였다. 또, 글로벌 컨설팅 기업 Ernst & Young(Ernst & Young)이 작년 5월 독일 소비자 2500명을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 응답자의 67%는 지속가능한 소비를 위해 돈을 더 지불할 용의가 있다고 답했다. 이러한 경향을 반영하듯 유럽 소비자들 사이에서는 플라스틱 포장재 대신 유리, 나무, 종이 등을 용기로 사용한 제품이 인기를 끌고 있다(한국무역신문, 2021.12.30.).

## 제2절 지속가능한 발전과 콘텐츠산업 간 연관성

---

### 1. 지속가능한 발전(SD)의 개념과 지속가능발전 목표(SDGs)

「지속가능발전기본법」은 지속가능발전을 지속가능한 경제 성장, 포용적 사회, 깨끗하고 안정적인 환경이 조화와 균형을 이루는 발전으로 정의하고 있다. 지속가능성이란 특정한 비율이나 수준을 계속해서 유지할 수 있는 능력이다. 비즈니스 관점에서는 환경의 영향을 최소한 받으면서 수익성을 유지하거나 개선한다는 의미로 사용되기도 한다. 즉 단기적인 관점에서의 재무경제적 ‘성장’에만 치중하기보다는 장기적인 관점에서 산업 자체와 생태계를 균형 있게 만드는 ‘발전’에 초점을 두는 접근이다.

지속가능성 관련 논의는 과거에는 주로 기후 변화를 늦추고, 다음 세대를 위해 지구의 천연 자원을 보존하는 데 치중되어 있었다. 하지만 최근의 지속가능성은 다양한 경제, 사회, 기업 거버넌스 관련 문제를 포괄하는 개념으로 발전하고 있다. 특히, 콘텐츠가 속한 문화영역의 지속가능한 발전은 인권, 평화, 안전, 양성평등, 문화적 다양성, 문화 간 이해 등 다양한 분야에 걸쳐 있다.

한편, UN은 뉴욕에서 개최된 제70회 유엔 개발정상회의에서 지속가능발전 목표(Sustainable Development Goals, SDGs)를 발표하고, 사회발전, 경제발전, 환경보호 등의 큰 3개의 주제를 축으로 17개 목표와 169개의 세부 목표를 제시하였다. SDGs의 17개 목표는 각각 독립적으로 존재하지만, 그 내용은 상호 연결되어 있고 해당 목표를 달성하기 위해서는 협력이 필요한 유기적 구성을 이루었다. 이 회의에 참석했던 회원국인 한국도 지속가능발전 관련 국제적 합의 이행과 국가 지속가능발전을 촉진하기 위하여 20년 계획기간으로 지속가능발전 기본계획을 5년마다 수립하고 있다. 그리고 그 일환으로 국제적 정세에 대응하면서 국내 여건도 반영할 수 있도록 K-SDGs 마련하여 지속적으로 수정 및 개선해 발표하고 있다.

[그림 2-3] UN의 SDGs에서의 17대 목표



자료: UN SDGs 협회 홈페이지, <https://asdun.org/>.

지속가능발전목표(SDGs)는 보편성, 통합성, 참여적 접근의 세 가지 방향성을 기반으로 구성하였다. 먼저 보편성은 모든 국가와 산업에 적용 가능하다는 것으로 선진국에서부터 개발도상국까지 모두 달성해야 할 수 있는 목표로 설정하고자 하였다. 통합성은 경제, 사회, 환경 문제를 단일 목표가 아닌 상호 연관된 체계로 접근한 것을 의미한다. 마지막으로 참여적 접근은 정부뿐만 아니라 민간, 시민사회, 기업 등이 모든 주체가 협력하여 목표를 달성해야 하는 것을 추구한다. 결국 지속가능발전목표는 전 세계 구성원이 공감하고 참여하는 보편적, 통합적, 참여적 목표라고 정리할 수 있다.

## 2. 콘텐츠산업과 지속가능한 발전 간의 연관성

### 가. 국내 콘텐츠산업은 성장보다 지속가능한 발전을 추구할 시점

국내 콘텐츠산업은 지난 30여 년 동안 급속한 성장을 이루며 경제적·문화적 영향력을 확대해 왔다. 하지만, 그 과정에서 성장통이 발생했고, 산업 내부의 구조적 한계가 점차 드러나고 있다. 이제 국내 콘텐츠산업은 단기적인 성과나 수익 중심의 접근에서 벗어나, 장기적이고 균형 잡힌 발전을 추구해야 할 시점에 도달했다. 즉 국내 콘텐츠산업은 단기적인 ‘성장’ 보다는 장기적인 ‘발전’에 초점을 둔 방향성이 요구된다는 점에서 지속가능한 발전의 관점이 요구된다고 할 수 있다.

이는 선도국 위상을 향하고 있는 국내 콘텐츠 산업에게 있어서 시사하는 바가 크다. 열악한 노동 환경과 산업 생태계, 불공정한 산업 구조와 같이 앞서 제시되었던 콘텐츠산업의 한계와 과제들이 대부분 장기적인 관점에서의 ‘발전’을 위해 해결되어야 할 요소들이기 때문이다. 콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 추구하는 것이 국내 콘텐츠산업의 체질을 개선하고 산업 생태계를 건강하게 이끌 수 있는 토대가 마련되며 장기적인 발전을 목표로 삼아야 산업 종사자와 생태계 전체의 건강한 발전을 도모할 수 있다.

### 나. 지속가능발전 목표의 콘텐츠산업 활용 가능성

UN이 제시한 지속가능발전 목표(SDGs)에도 콘텐츠에서 현재 시급하게 해결하고 공유해야 하는 연관성 높은 목표들이 대다수를 차지하고 있다. 이들 목표와 밀접하게 연관되어 있으며, 특히 창의성과 문화적 가치를 활용해 다양한 고질적 문제와 글로벌 경쟁력 강화에 기여할 수 있다.

먼저, ‘건강과 복지’라는 목표는 콘텐츠산업 종사자들의 노동 환경 개선과 정신적·육체적 건강 보장은 지속가능성을 확보하는 핵심 요소가 될 수 있다. 건강한 창작 환경 조성은 콘텐츠 품질과 산업 경쟁력 강화로 이어진다. 다음으로 ‘양질의 일자리와 경제 성장’은 산업 종사자들에게 고용 안정성과 공정한 보상을 제공함으로써 지속가능한 일 자리를 창출하는 것과 밀접한 관련이 있다. 이를 통해 창작자 및 제작 인력의 역량 강화를 통해 경제 성장을 도모할 수 있다. ‘책임 있는 소비와 생산’이라는 목표는 콘텐츠산업의 팬덤 중심 비즈니스 모델은 과잉 소비를 유발할 수 있어 지속가능한 소비·생산 체계를

구축의 내용으로 연결된다. 과도한 마케팅을 지양하고, 콘텐츠 제작 과정에서 윤리적 기준을 준수하는 방향성을 제시할 수 있다. ‘산업, 혁신, 인프라 구축’이라는 목표는 혁신적인 기술 도입과 글로벌 스탠다드에 부합하는 제작 및 유통 인프라를 구축하는 것과 밀접한 관련성을 지닌다. 글로벌 플랫폼과의 협력을 통한 시장 확대와 상생 모델 개발하는 것은 효과적인 접근이 될 수 있다. 마지막으로 ‘문화적 다양성과 포용성 강화’라는 목표는 다양한 문화적 배경과 사회적 가치를 반영한 콘텐츠 제작은 글로벌 소비자와의 공감대 형성을 가능하게 한다. 글로벌 시장에서 포용적이고 창의적인 콘텐츠를 통해 사회적 메시지를 전달하는 데 기여할 수 있다.

[그림 2-4] UN의 SDGs의 콘텐츠산업 적용 예시



## 제3절 소결

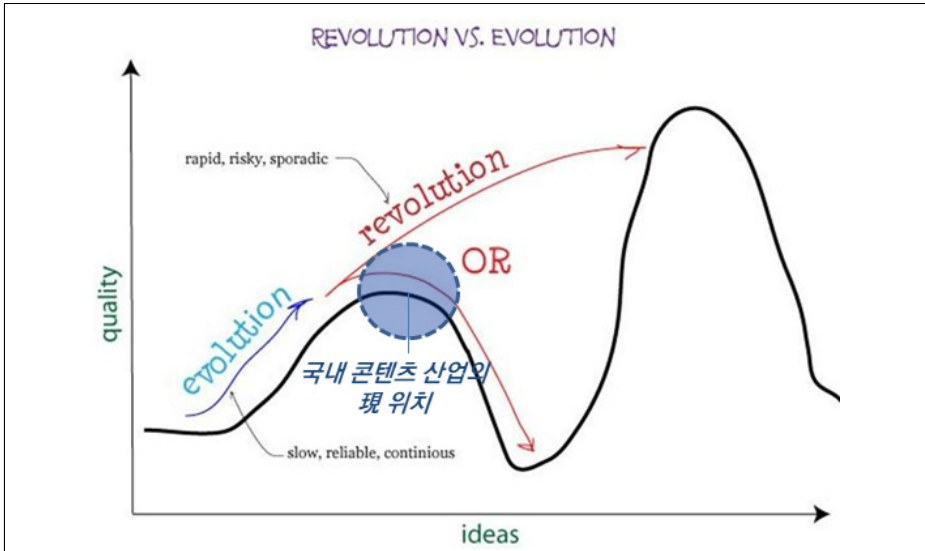
---

### 1. 콘텐츠 선도국으로 가기 위한 과도기

콘텐츠산업의 눈부신 성장과 많은 성공에도 불구하고 한국이 콘텐츠 선도국이라고 불리기에는 아직 부족함이 있다. 이는 단편적인 성공 외에 산업 생태계를 움직이는 동력과 기반이 시스템적으로 뒷받침되지 못했기 때문이다. 문제는 개별 콘텐츠나 두드러지는 창작자의 성과와 더불어 산업 전체가 선진화되고 구조와 시스템이 고도화되는 기반을 갖추지 못한다면 지금의 위상과 성장이 지속되지 않을 수 있다. 미국의 경제학자 래리 그라이너(Larry Greiner)는 산업이나 조직이 지속적으로 성장하고 발전하기 위해서는 개선(evolution)에 이어 혁신(revolution)의 과정이 필요하다고 주장했다. 여기에서 개선은 조직이나 산업의 안정성을 유지하면서 지속적으로 성장하는 것을 의미하고, 혁신은 조직이나 산업의 존속이 흔들리는 근본적인 변화와 혼란이 야기되는 위기를 이겨내는 것을 의미한다(Greiner, L. E., 1998). 그리고 위기는 과거에는 유용했지만 현재는 적합하지 않은 전략, 구조, 경영방식을 혁신하지 않기 때문에 발생하며, 지속적인 성장을 위해서는 혁신의 과정이 필수적이라고 래리 그라이너는 주장했다.

특히 외부환경보다 내부역량을 중시해야 함을 피력했는데, 이는 변화에 대응하기 위한 체계와 구조, 방식 등 내부적 기반이 뒷받침 되어야 함을 강조한 것이다. 래리 그라이너의 개선과 혁신 모델을 기반으로 콘텐츠산업의 현 위치를 살펴보면 [그림 2-2]와 같다.

[그림 2-5] 개선과 혁신 관점에서 본 국내 콘텐츠산업의 현 위치



20여 년 동안의 개선 과정을 거치면서 국내 콘텐츠산업은 지금의 성공과 위상을 만들었지만 그에 걸맞는 고도화된 산업 체계 구축되지 못하고 그 저변과 기반이 뒷받침 되지 않는다면 쇠락할 위험이 있다. 반면, 저변과 기반, 체계 등 근본적인 체질에서 혁신을 통해 산업고도화를 이루면, 중장기적 발전 지속성을 더 확장할 수 있을 것이 기대된다. 현재 K-콘텐츠는 선도국 과정의 과도기에 어떻게 대처하느냐에 따라 콘텐츠 강국 반열에 오르게 될지 또는 한 때 잠깐 뜨거운 인기를 얻다가 사그라지는 패드(Fad)성 문화에 머무르게 될지가 달라지는 매우 중요한 시기를 지나고 있다.

## 2. 콘텐츠 선도국이 되기 위해 요구되는 지속가능한 발전

본 장에서는 콘텐츠산업의 현황을 살펴보면서 콘텐츠산업이 성장을 거듭해 왔지만 콘텐츠 선도국으로 가기위한 과도기를 거치고 있으며, 성장이 지속될 수 있을지에 대한 여러 도전을 받고 있음을 살펴봤다. 또한, 한계와 과제가 지속가능한 발전 목표와 깊은 연관성이 있음을 확인했다. 결국, 중장기적 관점에서 지속가능한 발전을 이루기 위해 노력한다는 것은 콘텐츠 선도국이 되기 위한 과정과 같은 지향점과 방향성을 지니고 있다. 따라서 국내 콘텐츠산업의 지속가능한 발전에 초점을 두고 정책 방향을 수립하고, 관련 지표와 체계, 기준점을 바탕으로 산업의 발전을 유도한다면 궁극적으로 콘텐츠산업의 체질을 개선하고 건전한 생태계를 구축하여 콘텐츠 선도국 위상에 맞는 기반과 저변을 자연스럽게 갖추게 될 수 있다. 예를 들어 열악한 노동 환경, 불공정 관행, 비선진적 지배구조, 과도한 소비 의존 비즈니스 등 콘텐츠산업의 고질적인 문제들도 지속가능한 발전에 맞닿아 있는 주제이며, 이를 해결하기 위한 접근들이 체계적으로 제시되어 있다.

따라서 다음 장부터는 환경, 사회, 지배구조, 이렇게 세 가지로 크게 분류하여 전 세계적인 공감대와 영향력을 행사하고 있는 대표적인 지속가능한 발전 관련 개념인 ESG에 대해 설명하고, ESG 관련 체계와 접근을 통해 어떻게 콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 이끌 수 있을지에 대해 논의하고자 한다.



콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구

## 제3장

# ESG의 중요성과 정책 동향



# 제1절 ESG 개념 및 현황

## 1. ESG의 개념 및 발전과정

### 가. ESG의 발전과정

ESG는 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)를 합친 용어로 기업의 재무적 요소와 함께 비재무적 가치의 중요성을 강조하는 개념이다.

E는 환경(Environment)의 약자로 기후변화 및 탄소배출, 환경오염, 환경규제, 생태계 변화와 생물 다양성, 자원고갈, 청정기술개발 등의 요소를 포함한다. S는 사회(Social)의 약자로 데이터 보호, 프라이버시, 인권, 성평등, 다양성, 지역사회, 노동환경 등을 문제를 포괄한다. G는 지배구조의 약자로 기업 경영에 필요한 이사회 및 감사위원회 구성, 기업윤리, 뇌물 및 반부패 등을 다룬다.

[그림 3-1] ESG의 주요 요소



자료: 삼정KPMG 경제연구원(2021)

ESG는 최근의 트렌드가 아닌 오래전부터 논의되어 온 개념이다. 대다수의 연구는 1987년 세계환경개발위원회(WCED: World Commission on Environment and Development)에서 발간한 “Our Common Future”라는 보고서를 ESG 개념의 시작으로 보고 있다. 소위 브룬트란트 보고서로 명칭되는 이 보고서는 ‘미래세대의 수요를 만족시키는 능력을 훼손하지 않으면서 현재의 수요를 만족시키는 것’을 지속가능발전으로 정의하였는데, 이는 지속가능성에 대한 최초의 공식적인 정의라고 알려져 있다. 동 보고서는 지속가능발전을 달성하기 위하여 장기 환경정책이 필요함을 주장하였고, 환경 문제는 국제적 의제로 부상하게 되었다.

기업 차원에서의 지속가능발전에 대한 논의는 UN이 UN Global Compact를 발족하며 논의가 이어진다. 1999년 세계경제포럼에서 UN 코피 아난 사무총장은 범세계적인 문제를 해결하고 지속가능발전을 이어가기 위하여 기업에 사회적 책임 이행에 참여할 것을 요청한다. 이 요청을 실천하기 위해 설립된 UN 산하 기구가 UN Global Compact이다. UN Global Compact는 회원 기업들에 10개 원칙을 준수할 것을 요청하는데, 이는 인권(Human Rights), 노동(Labour), 환경(Environment), 반부패(Anti-Corruption)의 4개 범주로 요약된다. 또한, 회원 기업들에 10개 원칙 준수에 대한 연차보고서를 제출할 것을 권유하였다(한상범 외, 2021). UN Global Compact 10대 원칙의 세부내용은 오늘날 ESG 개념을 상당 부분 포괄하고 있다. 이전의 브룬트란트 보고서가 환경문제에 집중한 것과 비교하면, S 및 G에 해당되는 내용이 상당부분 포함되어 있다는 점에서 한층 더 진일보한 것으로 평가된다.

ESG라는 용어는 2004년 UN Global Compact가 「Who Cares Win Initiative」를 출범하면서 등장하였다. 기존의 10대 원칙의 해결 주체가 산업자본인 기업에게 있다는 점이 한계로 지적되어, 산업자본이 아닌 금융자본 중심의 행보를 목표로 금융투자업 전반에 지속발전가능성 기반의 투자를 위한 가이드라인과 권고안 제약을 추진하였다(송수엽 외, 2022). 동 이니셔티브는 〈Who Cares Wins-Connecting Financial Markets to a Changing World〉라는 보고서를 통해 ESG를 언급하여 최초로 ESG 개념을 소개한 보고서로 평가받고 있다. 본 보고서를 통해 기업 및 투자가치에 영향을 미치는 요소 중 전통적으로 중요시된 재무적 지표 외에 기업을 판단하는 새롭고도 중요한 지표로 비재무적 지표인 ESG를 제시하였다(김용섭, 2022).

이러한 UN Global Compact의 활동에 힘입어 2006년 UN은 책임투자원칙(PRI: Principles for Responsible Investment)을 설립하게 된다. 전 세계 주요 금융기관들과 함께 만든 UN PR는 투자자들이 환경, 사회, 기업 거버넌스 문제를 고려한 책임 있는 투자를 위한 6가지 대원칙을 제시하였다. 이는 투자자가 투자 대상 기업의 재무적 측면 뿐 아니라 비재무적 지표인 ESG까지 고려해야 한다는 내용을 담고 있다. UN PRI의 원칙 제정 이후 전 세계적으로 ESG에 대한 관심 및 관련 투자가 본격적으로 확산되었다(삼성SDS, 2021).

[그림 3-2] UN PRI 6대 원칙

1	We will incorporate ESG issues into investment analysis and decision-making processes. (ESG 이슈를 투자분석 및 의사결정에 적극 반영한다)
2	We will be active owners and incorporate ESG issues into our ownership policies and practices. (기업의 ESG 이슈를 자산 보유정책 및 실천에 적용한다)
3	We will seek appropriate disclosure on ESG issues by the entities in which we invest. (투자대상에 ESG 이슈들에 대한 적절한 정보공개를 요구한다)
4	We will promote acceptance and implementation of the Principles within the investment industry. (투자 산업 내에서 원칙의 도입과 이행을 촉진한다)
5	We will work together to enhance our effectiveness in implementing the Principles. (원칙 이행에 대한 효과 개선을 위해 협력한다)
6	We will each report on our activities and progress towards implementing the Principles. (원칙 이행을 위한 활동 및 진척사항을 보고한다)

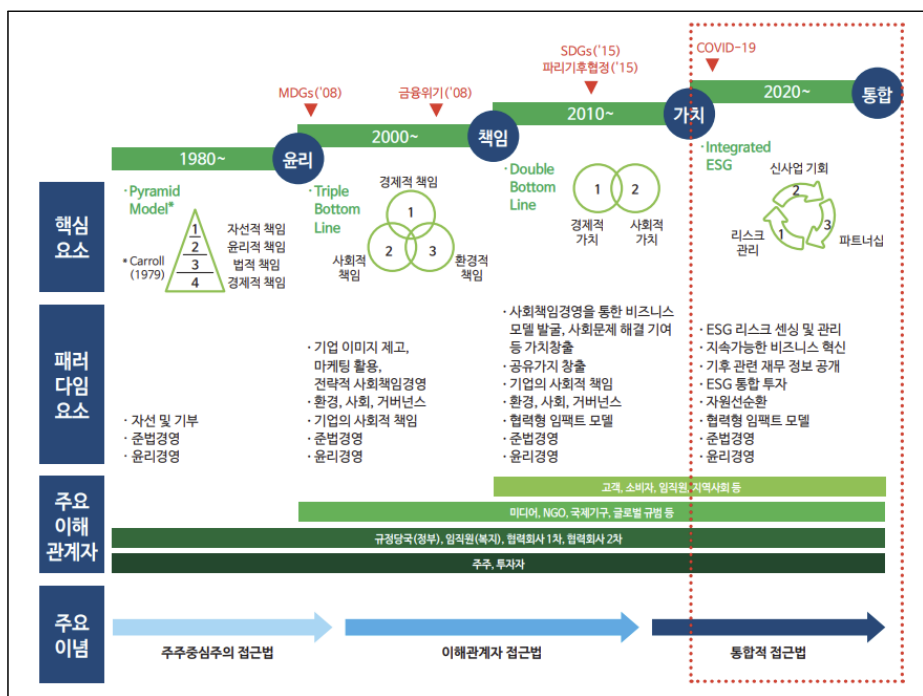
자료: 삼성SDS(2021), 기업 생존의 해답, 디지털 ESG 경영.

## 나. ESG의 개념 : 주주 자본주의에서 이해관계자 자본주의로의 전환

ESG는 지속가능한 발전을 위해 주주 자본주의를 넘어 사회의 다양한 이해관계를 포용해야 한다는 이해관계자 자본주의 담론에서 강조된 개념이다. 투자와 기업경영 의사결정에서 고려되는 이해관계 범위를 확장하고 궁극적으로는 공동체 전체의 편익과 비용에 도달하는 것을 추구한다(한상범 외, 2021). 주주 자본주의에서 기업은 가용 가능한 모든 자원을 이용하여 최대 이익을 얻고, 이를 통해 주주의 이익을 극대화해 국가 경제에 도움을 주는 역할을 한다. 그러나 이해관계자 자본주의에서 기업은 주주만이 아닌 다른 이해당사자인 직원, 소비자, 지역사회, 환경문제까지 고려하여 경영한다는 차이점이 있다.

2020년 1월 세계경제포럼(World Economic Forum) 행사에서 채택된 ‘2020 다보스 성명서’에 이해관계자 자본주의 비전이 공식적으로 채택되며 시대적으로 중요성이 더욱 부각되었다. 이해관계자 자본주의는 1970년대에 이미 대두된 적이 있지만 기업들의 과도한 단기이익 실현으로 이익실현 과정에서 발생한 인류 공동의 문제는 외면했다는 시각이 주목을 받으며, 최근 주요한 의제로 부상하였다(강성진 외, 2021). 이처럼 자본주의 체제에 대한 시각 변화는 기업의 사회적 역할(corporate social responsibility)에 대한 변화에도 영향을 미쳤다. 주주 자본주의 체제에서 기업의 사회적 역할은 주주이익 극대화를 통한 경제성장의 기여 정도로 여겨졌다. 그러나 이해관계자 자본주의 체제에서는 기업의 사회적 역할이 더욱 확대되는데, 즉 기업은 단기차익이 아닌 지속가능발전을 추구하는 것으로 사회 및 환경문제를 고려하고 이해관계자들과 통합시키는 것으로 고려될 수 있다. 기업의 사회적 책임은 단순 주주이익의 극대화라는 차원을 넘어 기업경영 과정에 연관된 다양한 이해관계자를 고려해야 한다는 것이 최근 기업의 사회적 책임에 대한 폭넓은 해석이다(강성진 외, 2021).

[그림 3-3] 지속가능경영 패러다임의 변화



자료: 이준희(2020), 한국기업들의 ESG 경영을 위한 변화.

이러한 관점에서 ESG 경영을 ESG 개념과 전략을 기반으로 기회요인과 위협요인을 분석하여 기업경영에 적용하는 것으로 정의할 수 있다. 기업가치를 평가할 때 철저하게 투자자 관점으로 접근하며, 기업의 경영활동 관련 리스크와 기회요인을 파악할 때 ESG를 지속적이고 전략적인 모니터링 요소로 활용한다. ESG 경영에는 투자에 대한 리스크, 계약 관계에서의 비즈니스 거래에 대한 철저한 관리와 비즈니스 가치를 지속적으로 창출하고자 하는 근원적인 목표가 있다. 또한 ESG 경영은 재무적 가치에 대한 ‘건강한 약속 이행’에 대한 엄격하고 투명한 잣대로 기업가치에 연계된 투자자들이 요구하는 사항이기도 하다(이준희, 2020).

ESG 경영의 발전 단계를 구분하여 정의하는 시각도 존재한다(김용섭, 2022). 초기 ESG 경영은 투자자본에 의해 주도되었는데, 기업들은 투자를 받기 위해 수동적으로 ESG를 실천해 나갔다. 이를 ESG 1.0이라 명명할 수 있는데, 이 단계의 기업은 경영진의 ESG의 이해도가 낮으며 CSR의 연장선에서 ESG를 다룬다. 경영진의 수동적인 입장으로 인해 지속가능경영보고서 역시 형식적으로 발간할 가능성이 높으며, ESG에 소요되는 예산을 비용으로 여기는 단계로 ESG의 쇼잉, ESG워싱이 나타날 수 있는 경영환경이다.

ESG 2.0은 본격적 ESG 투자가 이루어지고 비즈니스로 전환되는 단계다. 기업간 ESG 격차가 새로운 기업 경쟁력으로 부각되는 단계이다. 탄소배출 감축 대상이 직접배출량(Scope 1)과 간접 배출량(Scope 2)을 넘어 간접 총배출량(Scope 3)까지로 확대된다. 경영진이 ESG에 대한 중요성을 인식하고 실질적 비즈니스 모델을 발굴 하는 등 적극적인 ESG 경영이 시작되는 단계로 볼 수 있다.

ESG 3.0은 ESG 중심의 비즈니스 단계로 정의할 수 있다. ESG 2.0이후의 발전단계로 경영진 및 이사회에서 ESG에 대한 책임감을 갖고 경영활동의 중요 요소로 인식하고 경영활동 및 사업에 내재화하는 단계다. ESG가 비즈니스의 중심이 되는 단계로 ESG의 궁극적인 방향이라 볼 수 있다.

〈표 3-1〉 ESG 1.0과 2.0 비교

시기	ESG 1.0	ESG 2.0
단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESG 개념 이해와 체계구축</li> <li>목표선언 단계</li> <li>방어적 ESG 경영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>본격적 ESG 투자와 비즈니스 전환 단계</li> <li>공격적, 선제적 ESG 경영</li> </ul>
주요특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>투자자본이 주도하는 ESG</li> <li>기업은 방어와 리스크대응 차원으로만 접근</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업(경영)이 ESG 주도권에 다가감</li> <li>(선제적이고 전방위적인 리스크 관리)</li> </ul>

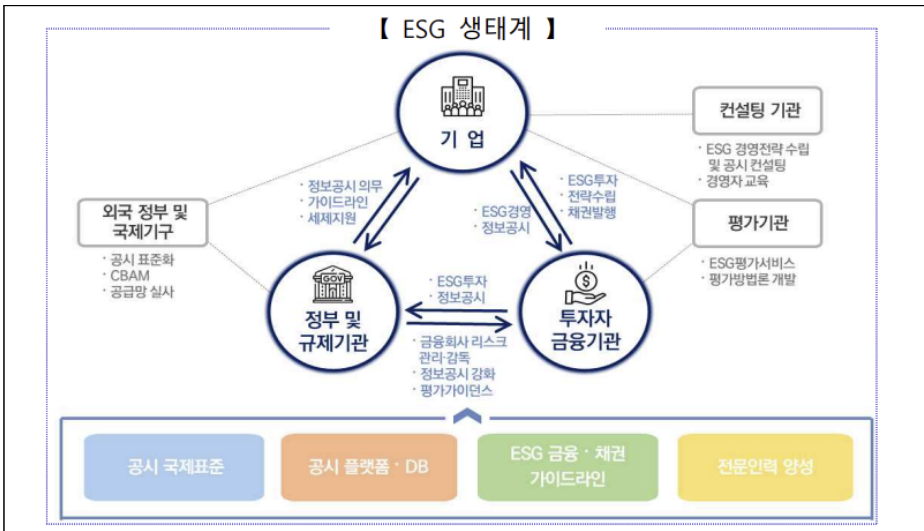
시기	ESG 1.0	ESG 2.0
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESG를 하지 않으면 위기라고 인식</li> <li>• ESG 중 E에 편중</li> <li>• 탄소배출량 Scope 1, 2 단계 관리</li> <li>• 소극적 공시</li> <li>• 형식적 지속가능보고서 발간</li> <li>• ESG 예산을 비용으로 인식</li> <li>• 경영진과 이사회 ESG 이해도가 낮음</li> <li>• ESG 부서 신설 (CSR부서가 ESG부서로 전환)</li> <li>• ESG 워싱, ESG 쇼잉발생</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESG를 하면 기회라고 인식</li> <li>• ESG중 S,G의 중요성이 커지고 E는 확대</li> <li>• 탄소배출량 Scope 1, 2, 3단계 모두 관리</li> <li>• 체계적 공시 시스템 구축</li> <li>• 실질적인 지속가능보고서, ESG 보고서 발간</li> <li>• ESG 예산을 투자로 인식</li> <li>• 경영진과 이사회가 ESG를 비즈니스 모델로 인식 (ESG 전문성 높은 경영진 포함)</li> <li>• ESG부서의 위상, 영향력 증대 (전사적 ESG 체제)</li> <li>• ESG워싱, ESG 쇼잉 지양, 근절</li> </ul>

자료: 김용섭(2022), ESG 2.0.

## 2. ESG 경영의 구조

ESG와 관련하여 기업에 직접적이고 구조적인 영향을 미치는 다양한 이해관계자들은 ‘ESG 정책수립 기관(UNGC, UN PRI)’을 포함하여, ‘ESG 정보공시 기준 제공 이니셔티브’, ‘ESG 정보 분석/평가 기관’, ‘투자자’ 등으로 구성된다(삼성SDS, 2021.4.14.).

[그림 3-4] ESG 생태계



자료: 관계부처 합동(2022.12.27.). 기업 경쟁력 제고와 지속가능 경제구축을 위한 ESG 인프라 고도화 방안.



## 가. ESG 정보공시 기준 이니셔티브

ESG 정보공시는 기업이 경영활동에 대한 재무적 성과를 재무제표를 통해 공시하는 것과 같이 기업의 ESG 성과와 같은 비재무적 정보를 ‘지속가능경영 보고서’에 효과적으로 반영하고 자본시장에 공시하는 개념을 말하며, 투자자는 지속가능경영 보고서를 통해 투자여부를 결정할 수 있다. 투자와 같은 자금조달에 직접적인 영향을 미치기 때문에 어떠한 기준에 따라 ESG 정보를 공시하는지가 기업 입장에서는 중요한 요소이다.

그 간 ESG 정보공시가 규제가 아닌 기업의 자발적인 활동으로 출발하였기 때문에 매우 다양한 이니셔티브들이 조성되었다. 대표적으로 GRI(Global Reporting Initiative), SASB(Sustainability Accounting Standards Board) 및 환경관련 정보 공개 지침을 제공하는 TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 등이 있으며, 이들은 초기 글로벌 이니셔티브로 ESG 정보공시를 이끌어왔다. 이외에도 CDP(탄소 공개프로젝트), CDSB(기후정보공개표준위원회), IIRC(국제통합보고위원회) 등의 이니셔티브가 국제적인 ESG 정보공시 기준으로 인정받았다.

〈표 3-2〉 ESG 주요 글로벌 이니셔티브

명칭	설립연도	특징	역할
SASB (지속가능회계기준 위원회)	2011년	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '미국 증권거래위원회(SEC)에 제출할 기업의 비재무 평가지표 개발을 위해 설립</li> <li>• ISSB 설립 이후 SDSB, IIRC와 조직 합병됨</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지속가능성 보고서 재무적 성과와 연계된 ESG 요소를 중심으로 간결한 세부 지침 제공</li> </ul>
CDP (탄소정보 공개 프로젝트)	2000년	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기후변화 관련 정보공개 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전 세계 9,600여 개 기업의 기후변화 대응 및 환경 경영 관련 정보 공개 요구</li> </ul>
CDSB (기후정보표준 위원회)	2007년	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세계경제포럼(WEF)에서 기후 변화 관련 정보공개에 대한 국제 표준화의 필요성에 따라 만들어진 컨소시엄 조직</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업이 재무정보 공시 수준으로 환경 정보를 엄격하게 보고하는 프레임워크를 제공</li> </ul>
GRI (글로벌 보고 이니셔티브)	1997년	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지속가능 보고를 위한 글로벌 프레임워크</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전 세계 1만 5,402개 조직이 GRI 가이드라인에 따라 지속가능 경영 보고서 발간</li> </ul>
IIRC (국제통합보고 위원회)	2010년	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 재무/비재무 정보 통합 공시(유럽 기업 중심)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영국 The Prince's Accounting for Sustainability(A\$S와 GRI가 설립한 위원회로 ESG를 포함한 6가지 자본 개념이 포함된 통합 보고 제공</li> </ul>

자료: 국회예산정책처, 하이투자증권, 언론보도 종합

그러나 최근 분산되어있던 ESG 공시기준을 통합하고 제정기관 간의 경쟁구도에서 협업구도 구축을 통해 공시기준을 일치시키고자 하는 노력의 일환으로 글로벌 이니셔티브들의 통합 움직임이 나타나고 있다(삼정KPMG, 2023). 서로 다른 목적과 관점을 가진 다양한 이니셔티브 및 기준 제정기관들이 자신들이 지향하는 목표에 따라 ESG 개념을 해석하고 여러 ESG 공시 요구사항을 제정하면서 복잡한 ESG 공시기준이 양립하게 되었다. ESG 공시기준이 혼재하는 상황에서 기업들은 이해관계자들에게 신뢰 가능한 ESG 정보를 공개하는 것에 한계를 겪었으며, 이를 보완하기 위해 ESG 공시 생태계가 간소화되고 있는 추세이다.

2023년 기준 주요 ESG 정보공시 기준으로 IFRS(International Financial Reporting Standards, 국제회계기준) 재단 산하 ISSB(International Sustainability Standards Board, 국제지속가능성기준위원회)<sup>1)</sup> 공시기준, 미국 SEC(증권거래위원회)의 기후공시 의무화 법안, 유럽 EFRAG(European Sustainability Reporting Advisory Group, 유럽재무보고자문그룹)의 ESRS(European Sustainability Reporting Standards, 유럽지속가능성 보고기준)를 꼽을 수 있다(삼정KPMG, 2023).

[그림 3-5] ESG 정보공시의 주요 기준

	내용	규제 시점	의무화	중요성	공시 주체	제3자 검증
 IFRS ISSB 글로벌	글로벌 지속가능성 정보공시 기준 (단계적 美 SASB 기준 흡수)	2023년 6월 확정, 국가별 적용	각 국가별 적용	재무적 (투자자 관점)	채택 국가 기업	각 국가별 정책
 US SEC 미국	SEC 상장사 기후 정보공시	2023년 (or 2024년)	의무	재무적 (투자자 관점)	SEC 상장사	일부 의무
 EFRAG <sup>4)</sup> EU 국가	Taxonomy ESRS <sup>1)</sup> , SFDR <sup>2)</sup>	2022년 2024년	의무	환경·사회 + 재무적 (다중 이해관계자 관점)	EU 역내 대기업 & 해외 기업 <sup>3)</sup>	의무
 대한민국	ESG 정보공시  지배구조 보고서	2025년~  2019년~	의무	재무적 (투자자 관점)	국내 기업 (자산 규모별 단계적)	단계적 의무화 예상

자료: 삼정KPMG(2023), ESG 정보공시 의무화 시대, 기업은 무엇을 준비해야 하는가?

1) ISSB는 설립 이후 기존의 주요 제정기관인 가치보고재단(Value Reporting Foundation, SASB1), IIRC2)\*, CDSB(Climate Disclosure Standards Board, 기후정보공개표준위원회)등과 물리적인 합병을 완료하였으며, TCFD(Task Force on Climate Related Financial Disclosures, 기후변화 관련 재무정보공개 TF), WEF(World Economic Forum, 세계경제포럼) 등의 기준서와도 통합을 이루며 대표적인 글로벌 기준이 되었다.(삼정KPMG, 2023)

## 나. ESG 평가기관

ESG 평가는 기업의 ESG 관련 위험 및 기회에 대한 노출 또는 관리 정도를 종합적으로 평가하여 투자 결정 시 기업의 잠재적 리스크 판단을 위한 중요한 자료로 활용된다. 최근 ESG 투자 활성화, 평가등급의 활용도 증가 등에 따라 투자자의 ESG 평가 의존도 및 평가기관의 역할이 확대되는 추세이다. ESG 평가 시장규모는 2022년 기준 13억 달러를 상회할 것으로 추산되고 있으며, 2025년에는 시장규모가 2배 이상 증가할 전망이다(금융위원회, 2023.5.24).

ESG 평가기관은 ESG 등급산출 외 ESG 데이터 판매, ESG 지수 산출, 자문, 투자 솔루션 제공 등 광범위한 서비스를 제공하며 수익을 창출하고 있다. 대표적인 글로벌 ESG 평가기관으로는 MSCI, S&P Global, Sustainalytics 등이 있다. 이 중 MSCI는 ESG 평가기관 중 선도적인 모습을 보여주고 있는데, ESG 등급을 총 7단계(AAA~CCC)로 구분한 ESG Ratings라는 지표를 구축하였다. 이들은 총 35개의 이슈로 이루어진 평가지표를 바탕으로 약 8,500개 기업의 ESG 경영을 평가한다. 또 다른 대표적 평가기관으로 S&P Global이 있다. S&P Global은 세계 3대 신용평가회사로 인정받고 있으며, 2020년부터 S&P Global ESG Score라는 평가체계를 출시하여 ESG 평가를 진행하고 있다. 이들은 전 세계 시가총액의 95%에 해당하는 약 7,300여 개 기업의 ESG 점수를 제공한다. 또 다른 글로벌 평가기관으로는 유럽의 Sustainalytics가 있으며, 약 16,000개 이상의 기업을 포괄하는 광범위한 평가 범위를 지니고 있다. 이외에 CDP, ISS 등이 글로벌 평가기관으로 인정받고 있다.

국내의 ESG 평가기관은 한국ESG기준원, 서스틴베스트, 한국ESG연구소 등을 대표적으로 꼽을 수 있다. 이들은 대기업이나 상장사를 중심으로 평가를 제공하고 있으며, 최근 ESG 이슈 확대에 따라 중견·중소 기업으로 평가의 대상을 확대하고 있다. 평가기관 별로 독자적인 평가지표를 활용하고 있으며, 코스피 상장사 전체에 대해 평가등급을 부여하거나 기관투자자, 기업 등의 의뢰를 받아 평가업무를 수행하고 있다. ESG 평가 시장의 규모가 확대되며, 기존 평가기관 외에도 언론사, CB사, 데이터 분석업체도 평가서비스를 제공 중인 상황이다.

다만, ESG에 대한 관심이 급격히 높아지며 전 세계적으로 ESG 평가기관이 600개 이상 형성될 정도로 평가기관이 급증하였고, 평가주체별 상이한 평가기준, 동일 기업에

대한 전혀 다른 평가 등 여러 비판도 제기되고 있다. 이러한 문제로 인해 국내의 경우, 금융위원회를 중심으로 「ESG 평가기관 가이드스」를 수립하는 등 정책적 보완을 위해 움직이고 있다.

〈표 3-3〉 국내외 ESG 분석/평가기관

해외 평가기관		국내 평가기관	
MSCI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Morgan Stanley 자회사로 전세계 8,500개 이상 상장사 ESG평가</li> <li>• 글로벌 ESG 평가기관 중 선도적인 역할을 하고 있음</li> </ul>	서스틴베스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESG Integration을 추구하는 기관 고객사에 ESG 평가와 데이터, 펀드 운용 전략과 수탁자 책임 활동을 위한 종합 리서치 &amp; 자문 서비스를 제공</li> </ul>
S&P Global	<ul style="list-style-type: none"> <li>• S&amp;P Global은 ESG 평가 표기 방식을 수치에서 문구로 조정</li> <li>• 정보제공을 목적으로 한 분석적 서술을 제공</li> </ul>	한국ESG 연구소	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESG, ESG평가, 의안분석, 책임투자, 수탁자 책임 활동 지원 및 리서치 전문기관</li> <li>• 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 성과와 리스크를 당사의 평가 모형(KRESG)으로 평가</li> </ul>
Sustanalytics	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16,000개 이상의 기업을 포괄하며 가장 광범위한 ESG 등급 적용 범위를 보유</li> <li>• 공공 및 민간기업, 채권 발행자 및 중국 상장 기업이 포함</li> </ul>	한국 ESG 기준원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KCGS는 자본시장 발전을 위한 주요 Code(기준)를 제·개정하고 이의 활성화를 위한 ESG평가,의안분석서비스, 정책연구 등을 제공하는 공익 추구 기관</li> </ul>

자료: 금융위원회(2023.5.24.) 및 언론보도 종합.

## 다. ESG 투자자

글로벌 투자자들에게 ESG는 이제 중요한 투자 기준이 되면서, 재무적 성과를 보이는 기업이라도 ESG를 관리하지 않는 기업이라면 투자 대상에서 제외할 정도로 영향력이 커지고 있다. 미국의 세계 최대 자산운용사인 블랙록(Blackrock)<sup>2)</sup>은 매년 국내 삼성전자, 네이버 등을 포함한 전 세계 주요 기업 CEO에게 보내는 연례서한을 통해, 2050년까지 온실가스 배출을 제로로 하는 ‘탄소중립’을 달성하기 위한 전략을 공개할 것을 요구하고, ESG가 기업가치에 매우 중요한 요소로 부각될 것임을 강조하며, 투자의 새로운 기준으로 지속가능성을 선언하고 있다.

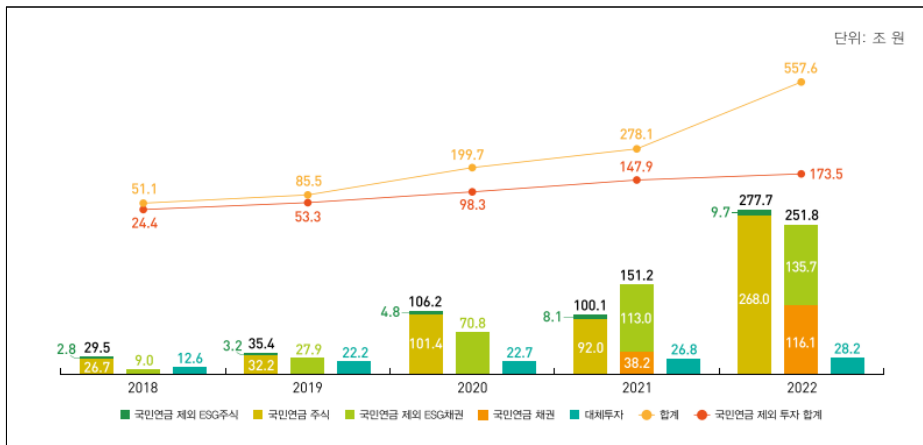
사회 및 환경에 선한 영향력을 끼치는 동시에 우수한 펀드성적을 창출하는 것이 자산 운용 시장의 핵심 목표로 자리잡기 시작함에 따라, 글로벌 자산운용의 ESG 의무조항을

2) 블랙록: 총 운영자산 8.7조(2020.12월말 기준) 규모의 전세계 1위 자산운용사

가진 자산규모는 2015년말 23조 달러, 2018년 33조 달러까지 성장하였으며, 2025년 까지는 전체 자산시장의 50% 수준으로 증가할 것으로 전망되고 있다(삼성SDS, 2021).

국내 ESG 투자 규모와 투자자도 증가하고 있다. 국내 ESG 투자 규모는 2018년 51조 원, 2020년에는 200조 원, 2022년에는 558조 원으로 나타나 가파른 상승세를 보이고 있다. 이중 상당수가 책임투자형 자산을 운용하는 국민연금의 투자이며, 그 외 민간금융 기관이 운용하는 펀드의 규모 역시 지속적으로 증가하고 있는 추세이다.

[그림 3-6] 연도별 ESG 투자 규모 추이



자료: 한국사회책임투자포럼(2023), 2022 한국 ESG 금융백서

## 제2절 국내외 ESG 정책 동향

### 1. 해외 정책 동향

#### 가. 유럽(EU)

- 1) EU 지속가능성정보 공시지침(Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD)

EU 지속가능성정보 공시지침(Corporate Sustainability Reporting Directive)은 대기업 및 상장 회사가 사회 및 환경 문제에서 발생하는 위험과 기회, 그리고 이들의 활동이 사람과 환경에 미치는 영향에 대한 정보를 공개하도록 요구하는 EU의 법률로 통상 CSRD라고 지칭된다. 2023년 1월 6일 발효되었으며, EU 회원국들은 18개월 이내에 CSRD 내용을 자국 법률에 통합한 후 시행해야 한다. CSRD는 기업의 행동 변화를 만들고, 장기적으로는 지속가능성 보고를 재무보고와 동등한 수준으로까지 발전시키는 것을 목표로 하고 있다.

CSRD는 이중 중요성(double materiality) 즉, 지속가능성 이슈가 회사 성과와 성장에 미치는 영향(외부적 관점) 및 기업이 사람과 사회에 미치는 영향(내부적 관점)을 강조하면서, 제3자를 통한 검증(감사)<sup>3)</sup>을 의무화하고 표준화된 디지털 포맷(European Single Electronic Format)에 맞춰 정보를 공개한다는 특징이 있다. 즉, 투자자 등 이해관계자가 기업이 사람과 환경에 미치는 영향을 평가하고 기후 변화 및 기타 지속가능성 문제로 인해 발생하는 재정적 위험 및 기회를 평가하는 데 필요한 정보에 접근할 수 있도록 하고 있다.

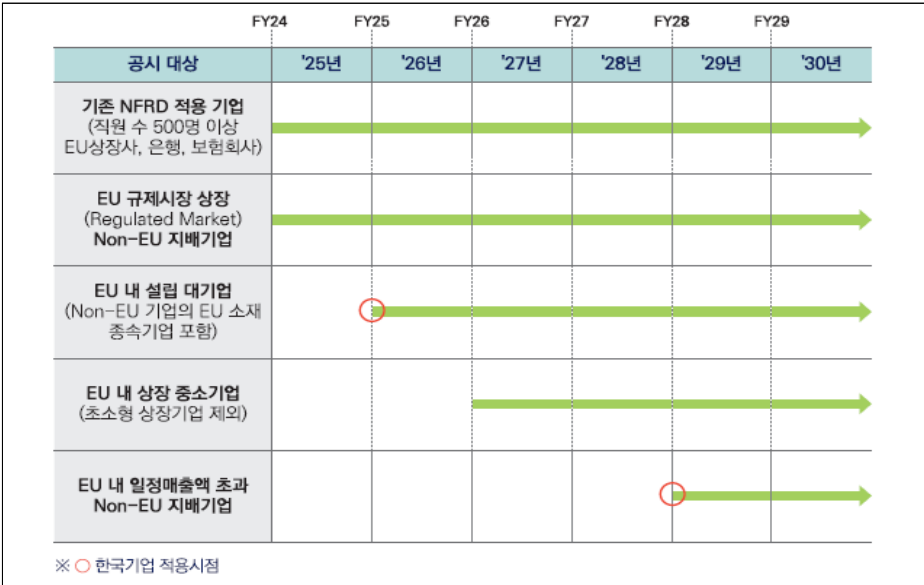
---

3) EU 집행위원회는 2026년 10월 이전까지 CSRD 공시 내용에 대한 제3자 제한적 검증(limited assurance, 중대한 위반 사항이 발견되지 않았다는 정도의 인증) 관련 기준을 마련할 예정이며, 늦어도 2028년까지 합리적 검증(reasonable assurance, 연결재무제표 감사(audit)에 준한 수준의 인증으로 Limited assurance 보다 강화된, 긍정적 의사 표시 형태의 인증) 기준을 채택할 계획이다.

유럽 각국은 2024년부터 ESG 공시를 법제화하여 2025년부터는 기업 규모에 따라 순차적으로 공시가 이루어지도록 할 것을 요구하고 있으며, 기존 EU 비재무정보 공시지침(Non-Financial Reporting Directive, NFRD)의 적용을 받던 EU기업은 2025년에 공시를 진행할 예정이다(법무법인 세종, 2024.1.18). EU 내 약 50,000여 개 기업이 CSRD에 따라 지속가능성 보고서를 작성하여 해당 기준을 준수해야 할 것으로 예상되며, 대상 기업들의 총 매출은 EU 기업 전체 매출의 75%에 해당된다(한국무역협회, 2024.1.20).

한국 기업도 EU에 일정 규모 이상의 자회사 또는 지점이 있을 경우, EU가 정한 공시 기준에 따른 지속가능성 보고서를 제출해야 한다. 우리나라 지배기업의 의무공시 도입 시점은 2029년부터이다. 비EU 모기업의 공시 요건은 연결 혹은 별도기준으로 지난 2개년 회계연도 연속 EU내에서 1.5억 유로(약 2,000억 원) 이상의 순 매출 초과 기업이면서 다음 두 가지 요건 중 최소 한 가지를 만족해야 하는데, 1개 자회사가 일반공시 요건<sup>4)</sup>을 만족하거나 또는 1개 지점의 전년도 순 매출액이 5천만 유로(약 700억 원)를 초과하는 경우이다(ESG경제, 2024.2.22.).

[그림 3-7] EU 기업 지속가능성 보고 지침(CSRD)에 따른 공시 의무화 시기



4) EU CSRD의 일반공시 요건: 다음 3가지 기준 중 2개 이상을 충족하는 EU자회사. ▲직원수 250명 초과 ▲순매출액 5천 유로(약 700억원) 초과 ▲총 자산 규모 2500만 유로(360억원) 초과

CSRD는 미준수에 대한 페널티를 명확히 정의하지 않고 있다. CSRD의 회원국 내 자국법 전환 과정에서 회원국에 따라 처벌 규모는 상이할 수 있으며, 독일의 경우 '1천만 유로/연간 총매출액의 5%/미준수로 인하여 얻은 이익 또는 회피한 손실의 2배' 세 가지 경우 중 최고액을 미준수에 따른 벌금으로 부과할 수 있다(한국무역협회, 2024.1.20).

## 2) EU 기업 지속가능성 실사지침(Directive on Corporate Sustainability Due Diligence, CSDDD)<sup>5)</sup>

EU의 기업 지속가능성 실사지침(CSDDD)은 인권과 환경에 대한 기업의 실사 및 정보공개 책임을 의무화하는 EU의 법적 프레임워크로서 EU 역내외 기업에게 공급망 내 강제노동, 삼림 벌채 등의 인권·환경에 대한 문제를 예방하고 해결할 의무를 부여한다. CSDDD는 원래 프랑스(기업감시의무법), 독일(공급망실사법), 네덜란드(아동노동실사의무법) 등 EU 회원국 중심으로 공급망 실사 관련 개별법 시행 중, EU 차원의 통합적 기준 마련 필요성이 제기되며, 본격적으로 논의되었다. EU집행위원회와 이사회 및 유럽 의회의 3자 최종합의안에 대해 독일과 이탈리아 등 주요국이 반대하였지만, 의장국인 벨기에가 수정안을 제시하여 2024년 3월 EU 이사회가 승인하였고, 4월 의회가 승인하였다. 의회 승인 이후 EU 회원국은 2년 이내에 별도로 국내법을 제정해야 하며, 회원국의 국내법 입법 과정에서 EU 지침보다 높은 수준으로 규제가 가능하다는 특징이 있다.

EU 역내 기업의 경우 직원 수 1천명 및 전 세계 순 매출액 4억5천만 유로, 역외의 경우 직원 수 기준 없이 EU내 순 매출액 4억5천만 유로를 초과하는 기업이 공급망 실사의무 대상에 해당한다. 이는 2022년 EU 집행위원회가 제안한 초안인 1억 5천만 유로에 비해 대상기업의 범위가 크게 축소된 방안이며, 패션·식품·원자재 등 환경이나 인권에 미치는 영향이 큰 산업은 중기업까지 적용 대상으로 둔다는 규정도 삭제되었다. 이와 함께 인권 및 환경에 대한 부정적 영향을 방지하고 관련 내용을 모니터링 해야 하는 의무 조항도 신설되었다. 법안에 따르면, 일정 조건 이상 기업은 기업 실사 의무를 준수하기 위해 실사를 기업의 정책에 통합하고, 경영 과정상 실제적이거나 잠재적인 인권 및 환경에 대한 부정적 영향을 식별하며, 확인된 잠재적 영향은 예방/완화하고 실제적 영향

5) KOTRA(2022). EU 공급망실사법 주요 내용 및 사례. Global Market Report 22-013.



은 종식/최소화해야 한다. 또한, 불만 처리 절차를 수립하고 운영해야 하며, 실사 정책 및 조치의 효과성을 모니터링해 연 1회 이상 점검 결과를 회사 홈페이지에 공개해야 한다.

〈표 3-4〉 EU 기업 지속가능성 실사지침 주요 내용

구분	내용			
적용 대상	(1) EU 기업: 직원수 1천명 초과 & 전세계 순매출액(전년도 기준)이 4.5억 유로 초과하는 EU 역내 기업 및 그 모기업 (2) 비EU 기업: EU 역내 순매출액(전전년도 기준)이 4.5억 유로 초과하는 역외 기업 및 그 모기업			
단계적 적용	적용시기	역내 기업	역외 기업	공시 의무
	3년 후	• 직원 수 5천명 초과 & • 전세계 연간 순매출액 15억 유로 초과 역내 기업	EU 역내 연간 순매출액 15억 유로 초과	2028~
	4년 후	• 직원 수 3,000명 초과 & • 전세계 연간 순매출액 9억 유로 초과	EU 역내 연간 순매출액 9억 유로 초과	2029~
	5년 후	• 직원 수 1,000명초과 & • 전세계 연간 순매출액 4.5억 유로 초과	EU 역내 연간 순매출액 4.5억 유로 초과	2029~
의무	(1) 실사의무 내재화(실사정책 수립 등), (2) 부정적 영향 확인/평가/우선순위 지정, (3) 잠재 부정적 영향 예방·완화 및 실제 부정적 영향 제거·최소화, (4) 불만접수 절차 구축, (5) 모니터링, (6) 공시 의무			

EU 회원국은 기업의 실사 의무 준수 여부 감독해야 하고, 기업에 매출액에 비례한 과징금 부과 혹은 실사 의무 준수 명령 처분이 가능하며, 민사책임 부과도 가능하다. 이러한 강제성으로 인해 EU 기업들은 협력사를 선정할 때 실사 준수계약 등을 요구할 가능성이 있으므로 EU로 수출하는 한국 대기업과 중소기업에 영향을 미칠 것으로 예상되고 있다. 동 지침은 각 회원국의 실사법을 일원화하는 효과가 있지만, 의무 위반 사항에 대한 구체적인 집행 및 제재 방식은 각 회원국의 국내법에 따라 상이할 것으로 예상되기 때문에 각 회원국 국내법에 대한 지속적인 모니터링 필요성이 제기되고 있다.

〈표 3-5〉 실사 의무화 관련 EU 내 개별 법률

〈영국〉, 현대판 노예방지법(2015)

- (의의) 기업활동 과정에서 발생할 수 있는 현대판 노예 및 인신매매를 방지하고 법집행을 강화하기 위하여 현대판 노예방지법 제정
- (의무) 자국 기업과 공급망을 대상으로 강제노동을 방지하기 위한 회사 정책, 실사 프로세스, 리스크 관리 절차, 효과성 평가 결과, 임직원 교육 등을 실시하고 실사 내용을 매년 공개(실사 성명서 발표)할 것을 의무화
- (대상) 영국에서 기업의 전체 또는 일부가 운영되고 있는 경우와 연간 매출액이 3,600파운드 이상인 경우 등에 적용됨

**〈프랑스〉, 실사의무화법(2017)**

-(의의) 2017년 프랑스는 실사의무화법(French Duty of Vigilance Law)을 제정함으로써 최초로 실사 자체를 의무화함

-(의무) 프랑스 기업들을 대상으로 공급망 내 인권 현황을 모니터링하고 인권 침해 방지 대책을 공개하도록 함

**〈네덜란드〉, 아동노동방지 실사법(2019)**

-(의의) 2019년 네덜란드는 아동노동실사법을 제정하여 아동노동 근절 위한 실사를 의무화

-(의무) 기업들은 제품이나 서비스가 아동노동으로 생산되었다는 합리적 의심이 있는지 판단하기 위한 실사를 실시하고, 그 결과 및 사업장과 공급망에 대한 아동노동 근절·예방 성명서를 네덜란드 정부에 제출해야 함

-(대상) 규모나 등록지에 상관없이 네덜란드 소비자에게 상품 및 서비스를 판매 또는 공급하는 모든 회사에 적용하도록 함으로써 매우 광범위하게 그 적용대상을 설정함

3) EU 탄소국경조정제도(Carbon Border Adjustment Mechanism: CBAM, 2023)<sup>6)</sup>

EU 탄소국경조정제도(CBAM)는 EU에서 발생하는 탄소누출(carbon leakage)로 인한 제조업 경쟁력 약화 문제를 해결하기 위해 EU가 도입한 무역관세의 일종으로 2023년 5월 17일 발효되었다. 탄소 규제 없이 생산된 수입 제품과 탄소 비용을 지불해 생산 단가가 높은 유럽 제품이 유럽 시장에서 경쟁하는 것은 불공정하다는 인식에서 출발하였으며, 적용품목은 철강, 알루미늄, 비료, 시멘트, 전력, 소수 및 대상 품목군 내 특정 전구체(핵심 중간재) 등으로 설정되었다. EU 집행위는 유기화학, 플라스틱 등으로 적용대상을 확대 검토할 예정이다.

EU 탄소국경조정제도(CBAM)는 제품의 수주기에 걸친 탄소배출량을 확인하여 보고해야 한다. 수입신고자는 CBAM 적용 대상 수입품목에 내재된 탄소배출량만큼 CBAM 인증서를 구매해야 하지만, 수출국에서 탄소를 배출하는 대가로 이미 지불한 경제적 비용(탄소가격)이 있을 경우 차감받을 수 있다. 다만, 실질적으로 지불된 경우에만 차감 가능하므로 지불한 탄소가격의 형태와 금액, 원산지 국가명, 보조금, 관련 법조항, 탄소 가격에 포함된 내재배출량 등을 보고해야 한다.

2023년 10월부터 전환기간(준비기간)이 시작되었으며, 적용대상 기업은 전환기간 내 분기 종류 후 1개월 내에 수입제품 총량, 내재 탄소배출량, 원산지에서 이미 납부된 탄소가격 정보 등이 포함된 CBAM 보고서를 제출해야 한다. 전환기간이 종료되는 2026년 1월부터는 확정기간으로, CBAM 신고서 제출과 연 1회 이상 현장검증 및 신고, 검증보고서 제출, 배출량에 상응하는 CBAM 인증서 제출이 의무화될 예정이다.

6) 한국무역협회(2024.1.18.), 2024년 주요 EU 통상규제 핵심 내용.

#### 4) EU 데이터 규정(EU Data Act, 2024)<sup>7)</sup>

EU 역내 데이터 단일시장 조성 및 데이터에 대한 공정한 접근·활용 권한을 부여하기 위한 EU의 법안으로 제품 생산과 사용자의 사용 과정에서 제품 및 네트워크를 통해 수집·생성된 데이터에 대해 사용자(B2C, B2B)와 서비스 제공업체의 접근 권한을 법적으로 부여하는 내용을 담고 있다. 2024년 1월 법안이 발효되었으며, 2025년 9월 시행될 예정이다.

이 법안의 대상은 데이터를 획득·생성·수집하고 전자통신서비스(IoT 등)를 통해 해당 데이터를 전달할 수 있는 물리적 제품 및 장치에 적용된다. 클라우드·엣지 서비스, 스마트폰 및 노트북 등 디바이스, 소비자가전, 자동차, 게임, 산업제품(농업기계, 공장기계, 운송장비 등), 반도체 제조사 등 광범위한 산업에 영향을 미칠 것으로 예상된다.

〈표 3-6〉 EU 데이터 규정(EU Data Act) 주요 내용

구분	내용
사용자의 데이터 접근·공유 보장	사용자가 네트워크 연결 장비 및 서비스를 통해 생성한 데이터를 쉽고 안전하고 무료로 직접 접근할 수 있도록 제품 설계 및 제조 사용자는 특정 목적으로 데이터 사용이 가능하며 이를 위해 제 3자에게도 데이터 제공이 가능. 특히 네트워크 연결 제품의 수리와 같이 서비스 제공을 위해 사용하는 것은 명시적으로 허용(* 단, 경쟁 제품 제조에 사용되는 것은 금지) 데이터에 대한 직접 접근이 불가능할 경우, 사용자는 데이터 소유자*에게 데이터 접근 요구 가능(* 데이터 사용/제공 권한이나 의무가 있는 개인 또는 기업(주로 제조사))
데이터 공유 불공정 계약 제한	제조자가 사용자에게 데이터 접근 관련 불공정한 계약을 요구하지 못하도록 법적 근거 마련 제조사와 사용자간 공정하게 데이터를 공유할 수 있는 환경을 조성하여 중소 서비스 제공자(수리서비스 등)의 시장 참여기회를 확대
데이터 공공목적 사용	홍수나 산불 등 공공의 위기 발생 시 공공기관이 공무 수행을 위해 민간이 보유한 데이터에 대한 접근·활용을 가능케 하는 법적 근거 마련
클라우드서비스 환경 개선	소비가 클라우드 서비스 사업자를 쉽게 변경할 수 있도록 소비자의 특정 클라우드 서비스 고정(lock-in)을 방지하고 서비스 경쟁 환경을 조성
데이터 공유 표준 수립 및 보호장치 강화	데이터 공유 및 처리에 관한 상호호환성 표준 개발을 촉진하고 불법적 데이터 전송을 차단

7) 한국무역협회(2024.1.18.), 2024년 주요 EU 통상규제 핵심 내용.

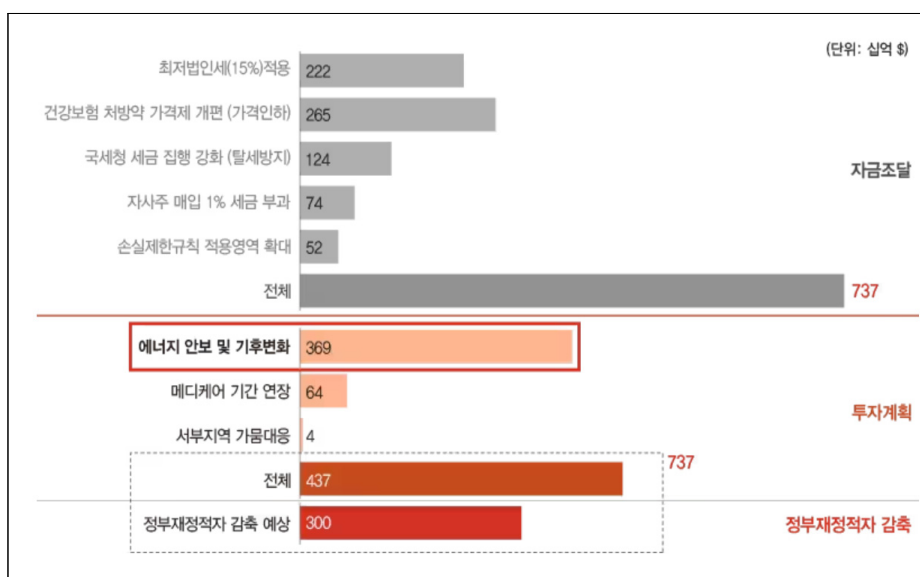
## 나. 미국

### 1) 인플레이션감축법(Inflation Reduction Act, 이하 IRA)<sup>8)</sup>

미국 역사상 단일 규모로 가장 큰 기후 입법안으로 2022년 8월 발효되었으며, 2023년 12월 IRA 시행지침이 발표되었다. 2030년까지 온실가스 40% 감축을 목표로 대기업에 최소 15%의 법인세를 부과하여 에너지 안보와 기후변화 등에 대응하는 내용을 골자로 하고 있다. 법인세를 통해 마련한 재원을 에너지 안보와 기후 위기, 서민 의료지원 등에 집중 투자해 치솟는 에너지 비용과 의료서비스 가격을 억제하는 것이 주요 목적이다.

IRA 법안에 따라 에너지 안보 및 기후 변화 대응 부문에 지출이 집중 편성되는데, 전체 조달자금의 절반 수준인 3,690억 달러(49.9%)가 할당될 예정이다. 친환경 에너지 지원의 2/3가량이 세액공제 형태로 진행되며, 10년에 걸쳐 진행, 장기 인센티브 보장으로 향후 관련 기업들의 설비투자 확대 유인 가능성이 높다는 특징이 있다.

[그림 3-8] 2022년 IRA 세부 투자계획



자료: 상원 민주당(US Senate Democrats); PwC([www.pwc.com/kr/ko/insights/insight-flash/ira-2208.html](http://www.pwc.com/kr/ko/insights/insight-flash/ira-2208.html)) 재인용

8) 삼일PwC 경영연구원(2022), 미국 IRA(인플레이션 감축법안) 시행에 따른 영향 점검, 황경인(2022), 미국 인플레이션 감축법(IRA)의 국내 산업 영향과 시사점-자동차와 이차전지산업을 중심으로, 한국무역협회 (2023.3.31.), 인플레이션감축법(IRA) 시행지침 주요 내용, 내외일보(2023.4.4.), “미국 재무부 IRA 시행 지침, 우리 업계 대응에 융통성 제공, 2023년 4월18일부터 인도되는 북미산 전기차에 보조금 지급” 참고

## 2) 미국 증권거래위원회(SEC) 기후공시

2022년 3월 미국 증권거래위원회(SEC)는 지속가능성 이슈 중 최우선 과제로 거론되는 기후와 관련된 공시 규칙안을 발표하여, 상장기업의 온실가스 배출량 정보 및 기후 관련 리스크에 대한 이사회와 경영진의 역할 및 책임, 기후변화에 따른 위험 등을 사업 보고서에 공시하도록 규정하였다(법무법인 세종, 2024). 이후, 2024년 3월 초안보다 완화된 규칙 최종안을 통과시켰다. 기후공시 규칙에 따르면 대상 기업들은 2026년부터 온실가스 직접배출 및 간접배출량을 보고해야 한다(삼일PWC, 2024). 관련 정보는 재무제표 주석에도 기재되므로 내부통제와 외부감사의 대상이 된다(비즈조선, 2024.3.14.).

〈표 3-7〉 미국 증권거래위원회 주요 공시 일정

법인 구분	재무제표 주석	기후관련 지출 및 재무적 영향 (1502조)	Scope 1&2 배출량 (1505조)
상장대기업	'25년 정보 ( '26년 공시)	'26년 정보 ( '27년 공시)	'26년 정보 ( '27년 공시)
상장중견기업 (SRC, EGC 제외)	'26년 정보 ( '27년 공시)	'27년 정보 ( '28년 공시)	'28년 정보 ( '29년 공시)
상장소기업, SRC, EGC	'27년 정보 ( '28년 공시)	'28년 정보 ( '29년 공시)	해당사항 없음

\* 상장 대기업: 시총 \$7억 이상

상장 중견기업: 시총 최소 \$0.75억 ~ \$7억 이상 + 연 매출 \$1억 이상

상장 소기업: 시총 \$0.75억 미만 또는 시총 \$0.75억 이상 ~ \$7억 미만 + 연 매출 \$1억 미만

SRC(Smaller Reporting Company), EGC(Emerging Growth Company)

미국 증권거래위원회(SEC)는 기후 관련 재무정보 공개 TCFD(Task Force on Climate-Related Financial Disclosures)<sup>9)</sup>와 GHG 프로토콜에 따라 기후공시 사항을 제시하였다. 미국 상장기업(해외기업의 미국 상장사 포함)은 온실가스 배출량 정보 및 기후 관련 리스크에 대한 이사회와 경영진의 역할 및 책임, 기후변화에 따른 위험 등의 사항을 정기보고서, 증권신고서 그리고 재무제표 주석에 공시해야 한다(법률신문, 2024.1.18.).

기업은 비즈니스 전략, 운영 또는 재무에 중대한 영향을 미치는 기후 관련 위험, 기후 관련 위험을 완화하거나 적응하기 위한 계획의 중대한 지출 또는 재무 영향에 대한 양적

9) TCFD는 G20의 요청에 따라 금융안정위원회(FSB)가 기후변화 관련 정보의 공개를 위해 2015년 설립한 글로벌 협의체. 2017년 TCFD 권고안 발표해 기후변화 리스크에 대한 정보공시 토대 마련. ([www.fsb-tcfd.org/publications/#recommendations](http://www.fsb-tcfd.org/publications/#recommendations))

및 질적 설명, 기후 관련 위험에 대한 이사회의 감독 및 위험 평가와 관리에 대한 경영진의 역할, 회사가 중대한 기후 관련 위험을 식별, 평가 및 관리하기 위해 보유한 모든 프로세스를 보고하도록 규정되어 있다. 특히, 기업은 허리케인, 산불, 홍수, 가뭄 등 악천후 및 기타 자연 조건으로 인한 비용과 손실, 탄소 상쇄 및 재생에너지 크레딧이 회사의 기후 관련 목표 달성 계획에서 중요한 요소로 사용되는 경우 관련 비용에 대해서도 보고해야 한다.

〈표 3-8〉 미국 증권거래위원회(SEC) 기후관련 일반공시 요구사항

영역	내용
기후 관련 거버넌스 (지배구조)	기후 관련 위험을 평가하고 관리하는 경영진 역할의 성격과 범위, 위험에 대한 이사회의 감독에 대한 설명
전략, 비즈니스 모델 및 전망	기업의 전략, 비즈니스 모델, 전망에 실제적이고 잠재적으로 중요한 영향을 미쳤거나, 향후 영향을 미칠 것으로 예상되는 기후 관련 위험(단기: 12개월 이내, 장기: 12개월 후) 기후 관련 위험을 완화하거나 적응하기 위한 활동: 지표와 목표를 포함한 전환계획, 시나리오 분석, 내부탄소세 등
위험 관리	중요한 기후 위험 관리 절차와 해당 절차가 기업 전체 위험 관리 절차에 통합되는 방법, 위험 관리 전략의 일부로서 전환 계획 공개
지표 및 목표	기업의 비즈니스 및 재무상태에 실질적으로 영향을 미쳤거나 합리적으로 영향을 미칠 가능성이 있는 기후 관련 지표 및 목표 탄소상쇄 및 재생에너지크레딧(RECs) 활용 여부 지표 및 목표 이행 경과

자료: 삼일PwC(2024.03), 「미국 SEC 기후 공시 규칙 최종안」.

## 다. 일본

일본은 정부와 기업, 연기금, 금융사가 함께 기업지배구조 개선을 중심으로 하는 ESG 강화 정책을 10년 넘게 추진해 오고 있다. 선제적으로 기업가치 제고(밸류업) 정책을 도입한 일본의 경우 PBR/ROE/COE 개선뿐 아니라 ESG 관점에서 기업지배구조(G)에 대한 개선을 요구해 왔다. 대표적인 정책으로 경제산업성 주도로 2014년 발표된 ‘이토 리포트’가 있다. 자기자본수익률(ROE)에 ESG를 곱한 ROESG 개념을 처음으로 제시하였는데, ROESG는 기업이 지속가능한 성장을 위해 수익성과 ESG를 동시에 강화해야 한다는 의미로, 이에 기초해 일본 증시 부양 정책이 입안되었다.

ESG 공시 의무화 역시 적극적인 움직임을 보여주고 있다. 일본공적연금(GPIF)은 2017년부터 투자에 ESG를 반영하기 시작했고, 일본 기업은 투자 유치를 위해 ESG 정

보를 공시하게 되었다. 기업지배구조 보고서를 통한 기후분야 ESG 공시 의무화도 함께 진행되고 있는데, 2021년 6월, 기업지배구조 보고서를 통해 ‘기후’ 분야에 대한 ESG 공시를 의무화하였다. 국제지속가능성표준위원회(ISSB)가 결성된 지 한 달 만인 2021년 11월, 일본은 ESG 공시 기준 제정기구인 SSBJ(Sustainability Standard Board of Japan)를 설립했고, 2025년 3월까지 ISSB 기준에 기초한 일본의 지속가능성 공시 표준안을 확정할 계획이다.

더 나아가, 일본은 2022년 7월, 세계 최초로 ‘ESG 평가등급 제공업체들을 위한 행동규범’을 발표하였다. 규범에 따르면 일본에서 활동하는 ESG 평가 및 데이터 제공업체들은 자격을 갖춘 애널리스트들을 충분히 보유했는지 밝혀야 하며, 해당 기업에게 공개된 ESG 정보의 오류를 검토할 시간을 주도록 요구받게 된다(임팩트온, 2022.7.21.). 총 6개 원칙과 31개의 하위 가이드라인으로 구성된 ‘ESG 평가 및 데이터 제공기관 행동규범’은 원칙 준수·예외 설명 방식을 통해 ESG 평가 및 데이터 제공기관이 자율적으로 준수 현황을 웹사이트에 공개하도록 규정하고 있다(박지영, 2023).

〈표 3-9〉 일본 ‘ESG 평가 및 데이터 제공기관 행동규범’ 주요 내용

원칙	구분	내용
1	품질보장	ESG 평가 및 데이터 제공기관은 ESG 평가와 데이터의 품질을 보장해야 함 동 목적을 달성하기 위해 필요한 기본 절차를 수립해야 함
2	인적자원 개발	ESG 평가 및 데이터 제공기관은 ESG 평가와 데이터의 품질을 보장하기 위해 핵심 전문인력을 확보하고 그들의 전문역량을 개발해야 함
3	독립성 보장 및 이해상충 관리	ESG 평가 및 데이터 제공기관은 조직 및 소유구조, 사업, 투자 및 자금조달, 임직원 원에 대한 보상 등으로 발생할 수 있는 이해상충을 적절하게 관리하고 독립적인 의 사결정을 할 수 있도록 효과적인 정책을 수립해야 함 이해상충과 관련하여 ESG 평가 및 데이터 제공 기관은 사업의 독립성, 객관성, 중 립성을 약화시킬 수 있는 활동과 상황을 식별하고 잠재적인 이해상충을 회피하거 나 이해상충의 위험을 감소시키고 적절히 관리해야 함
4	투명성 보장	ESG 평가 및 데이터 제공기관은 투명성 보장이 필수적이고 우선적인 사항임을 인 식하고 목적, 평가방법론 등 기관의 기본적인 접근법을 명확히 공개해야 함
5	기밀유지	서비스를 조직하기 위한 방법론과 절차는 충분히 공개되어야 함
6	기업 커뮤니케이션	ESG 평가 및 데이터 제공기관은 사업 과정에서 습득한 비공개 정보를 적절히 보호 하기 위한 정책과 절차를 수립해야 함 ESG 평가 및 데이터 제공기관은 평가과정이 서비스 제공기관과 평가대상 기업에 모두 효율적일 수 있도록 또는 필요한 정보를 충분히 습득할 수 있도록 정보 수집 방식을 고안 및 개선해야 함 평가대상 기업이 정보 원천과 관련하여 중요하거나 합리적인 이슈를 제기하는 경 우, ESG 평가 및 데이터 제공기관은 적절히 대응하여야 함

자료: 박지영(2023.). 국내외 ESG 평가기관 규제 동향

## 2. 국내 정책 동향

### 가. ESG 인프라 고도화 방안

유럽연합의 ERS(유럽지속가능성보고기준) 적용, ISSB(국제지속가능성표준위원회)의 ESG 공시 국제표준화, 미국 SEC(증권거래위원회)의 기후공시 의무화 등 전 세계적으로 ESG 공시 규율이 강화되고 있는 상황 속에서 한국 정부는 2022년 12월 ESG 인프라 고도화 방안을 관계부처 합동으로 제안하였다. 이는 2021년 8월 발표한 ESG 인프라 확충 방안의 연장선상으로 급변하는 글로벌 ESG 환경에 대비하고, ESG 인프라 확충방안을 구체화하기 위한 목적을 지니고 있다. 또한, 국가지속가능발전목표(K-SDGs), 한국형 녹색 분류체계(K-Taxonomy) 등 ESG 관련 기존 정책의 흐름을 강화하는 역할을 하고 있다.

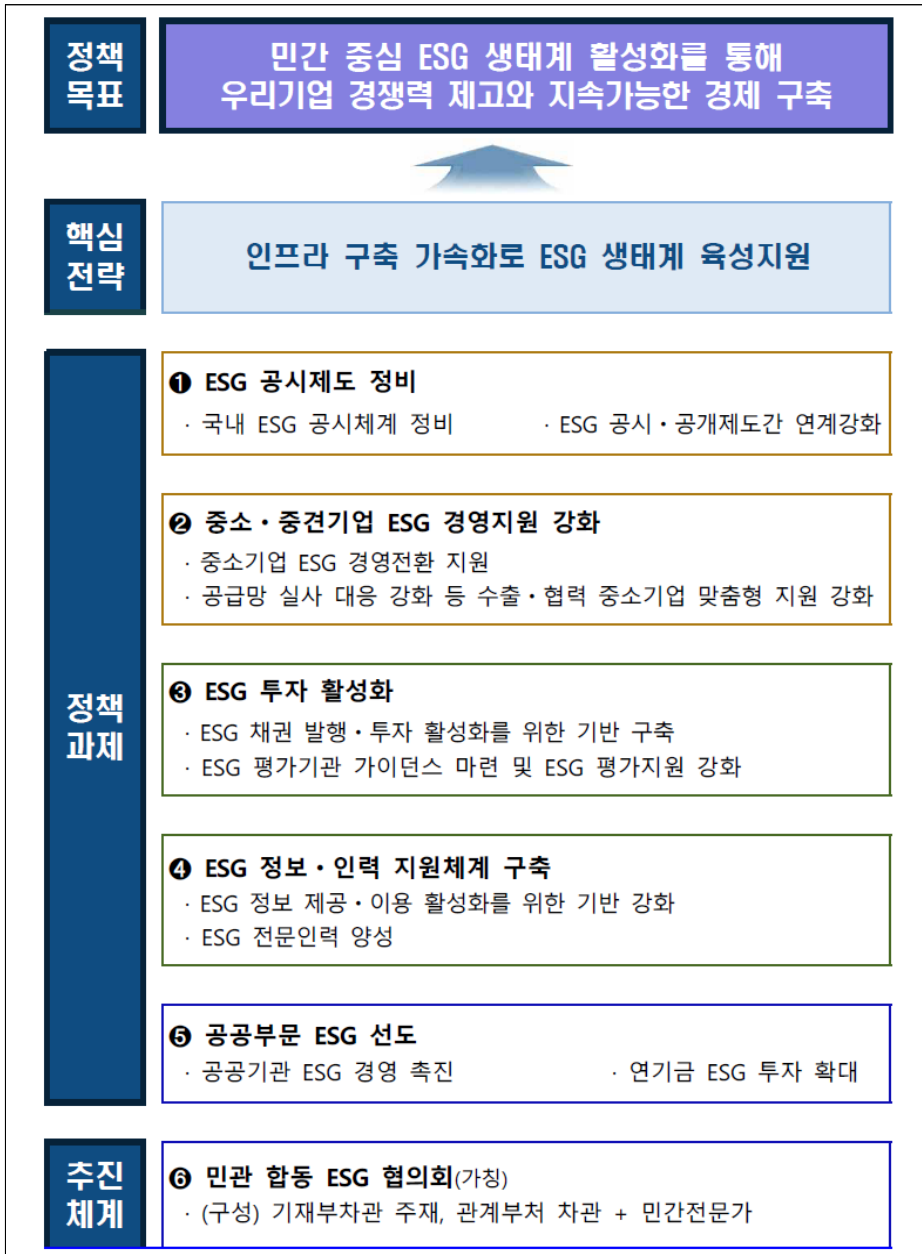
정부의 ESG 인프라 고도화 방안은 정부의 지원 강화와 인프라 구축을 통해 민간 중심의 자생적인 ESG 생태계를 조성하는 것이 목적인데, 대기업뿐만이 아닌 중소기업까지 대상의 범위를 확장하였다는 점에서 의의를 지닌다. 그간, EU와 국제기구 등의 글로벌 ESG 제도화 움직임이 빠르게 확산되고 있고, 이에 맞추어 민간 부문에서 ESG 경영 및 투자가 확대되고 있다는 공감대에서 정책이 수립되었지만, 일부 대기업 중심의 전략을 중심으로 대응방안이 논의되었다는 한계점을 지니고 있었다. 그러나 EU의 탄소국경제도(CBAM), 공급망 실사지침(CSDDD) 시행으로 거래기업 공급망에 포함된 모든 협력사까지 ESG 제도를 준수해야 하는 상황으로 변화하였기 때문에 중소·중견기업의 ESG 경영 전환을 지원하고 있다.

ESG 인프라 고도화 방안은 이외에도 ESG 인프라 구축과 관련한 여러 정책 과제를 제안하였다. 먼저, 글로벌 공시 표준화 등에 대비한 공시체계정비이다. ESG 공시제도 의무화를 검토하는 동시에, ISSB 국제표준을 참고하여 국내 ESG 공시기준 마련을 추진하고 있다. 투자 측면에서도 ESG 투자 활성화를 위한 기반 구축을 지원하고 있다. 특히, ESG 채권을 발행하여 투자자를 유인하고, ESG 평가기관의 가이드스를 발표하여 ESG 평가의 공정성·투명성 제고를 통한 평가 활성화를 추진하고 있다. 연기금 등 공적자금을 활용해 ESG 분야에 대한 선도적 투자도 함께 이루어지고 있다. 또한, ESG 정보를 이용할 수 있도록 플랫폼을 구축하여 기업의 ESG 경영 평가, 투자 동향 파악, 관련 정보 공개를 통합적으로 제공하는 방안을 추진 중에 있다.



이러한 ESG 정책을 효과적으로 지원하기 위해 정부는 기재부 주관 민관합동 ESG 협의회를 정기적으로 개최하여 산업 수요에 맞는 ESG 정책을 발굴하고자 노력하고 있다.

[그림 3-9] ESG 인프라 고도화 방안



자료: 관계부처합동(2022), 기업 경쟁력 제고와 지속가능 경제구축을 위한 ESG 인프라 고도화 방안

## 나. ESG 공시 의무화 논의

ESG 공시에 관한 국제적 움직임에 대응하기 위해 우리나라는 코스피 상장사를 중심으로 ESG 공시 의무화를 대비해 왔다. 통상 ESG 공시로 의미되는 지속가능경영 보고서에 앞서 기업지배구조 보고서 공시를 2019년부터 시행해오고 있다. 이에 따라 자산 총액 2조원 이상의 코스피 상장사는 기업지배구조 핵심정보를 투자자에게 의무적으로 공시하였으며, 22년 1조 원 이상 기업으로 단계적으로 확대되었다. 2024년에는 자산 총액 5천억 원 이상, 2026년부터는 코스피 상장사 전체를 대상으로 기업지배구조 보고서 공시제도를 확대할 계획이다.

이와 함께, 지속가능경영 보고서 등 ESG 공시 의무화도 추진되고 있다. 2021년 1월 14일 금융위원회는 ESG 책임투자 활성화를 위한 제도적 기반 마련 차원에서 ESG 정보의 자율공시를 활성화하고 단계적 의무화 추진 방안을 발표했다. 이에 따르면 크게 3단계 접근으로 1단계(현재~2025년)에서는 자율공시를 활성화하고 2단계(2025~2030년)에는 일정 규모 이상(예: 자산 2조 원 이상) 기업에게 ESG 공시를 의무화하였으며, 3단계(2030년 이후)에서는 전 코스피 상장기업들을 대상으로 지속가능경영 보고서 공시를 의무화한다(삼정KPMG 경제연구원, 2021). 2021년 금융위원회의 ESG 공시 의무화 계획이 발표되고 2023년 6월 IFRS의 지속가능성 공시기준이 확정되자, 국내에서는 2025년부터 순차적으로 ESG 공시 의무화가 적용될 예정이었다. 그러나 2023년 10월, 금융위원회는 주요국 ESG 공시 일정을 고려하고 기업들에게 충분한 준비기간 부여를 위해 ESG 공시 도입 시기를 2026년 이후로 연기할 것임을 ESG 금융추진단 제3차 회의에서 밝혔다.

그러나 대한상공회의소의 조사 결과, 대기업 등 국내 125개 상장사의 58.4%가 ESG 공시 의무화의 적정시기를 2028~2030년이라고 응답하여, 산업계에서의 ESG 공시 의무화 연기 요구는 더욱 거세질 전망이다. 또한, 협력사의 탄소배출까지 공시하는 방안인 스코프 3에는 응답 기업의 56.0%가 반대하였으며, 유예가 필요하다는 응답 기업 역시 40%에 달하였다.

투자시장에서의 ESG 공시기준 제도화도 별도로 논의되고 있다. 금융감독원은 2023년 10월 ESG 펀드에 대한 공시기준을 마련하였다. 이에 따르면 향후 펀드 명칭에 ESG를 포함하고 있거나, 투자설명서상 투자목적·전략 등에 ESG를 고려하고 있음을 표시·기

재하는 펀드는 앞으로 증권신고서에 투자목적·전략, 운용능력, 투자위험 등 중요정보와 ESG 연관성을 사전 공시하고 자산운용보고서를 통해 정기적으로 운용경과를 보고해야 한다. 증권신고서의 경우 2023년 12월부터 시행하여 시행일로부터 2개월간 정정공시 신고에 대한 ‘집중심사기간’이 운영될 예정이며, 자산운용보고서의 경우 기존 펀드의 증권신고서 정정공시가 완료되는 2024년 2월 이후 작성기준일이 도래하는 보고서부터 개정 서식에 따라 제출해야 한다(법률신문, 2024.1.20.).

### 3. 지속가능성 보고 기준 주요 사례

#### 가. GRI(Global Reporting Initiative) 표준

GRI는 전 세계 기업과 기관의 지속가능경영보고서 작성 가이드라인으로 기능하는 최초의 글로벌 지속가능경영 보고 표준이다. 1997년 비영리 단체 세리즈(Ceres)는 기업이 환경 및 사회에 미치는 영향을 적극적으로 공개해야 한다는 시대적 요구에 따라 사회 및 환경 연구기관인 텔루스 연구소(Tellus Institute) 및 UNEP(유엔환경계획)와 함께 GRI를 설립했다. 2015년 GRI는 지속가능성 표준 개발을 전담하는 GSSB(글로벌 지속가능성 표준위원회)를 설립하였으며, 가장 최근인 2021년 10월에 새로운 지침을 개정하여 2023년 1월 1일부터 발간되는 보고서에 적용을 시작했다.

GRI 표준은 기업의 자발적 공개가 원칙이지만 기본적으로 다음 사항의 공개를 요구한다. 주제별 표준을 수립하여 보고 기관이 중요한 이슈를 직접 선정하는데, 여기에는 이해관계자, 경제, 사회, 환경에 끼치는 영향 정도를 중심으로 선정한다. 보고 기관이 이해관계자들을 파악해 이들에 끼치는 영향을 평가하되, 이해관계자 파악 과정, 목록, 교류 방식의 설명까지 요구된다. 또한, 지표 외에 의사결정 과정, 사후 평가, 내부 지침 및 원칙 등의 배경 상황과 세부 설명도 함께 요구되어진다.

GRI 표준은 산업 부문에 상관없이 적용 가능한 범용 표준(GRI1, GRI2, GRI3)과 산업별 표준(순차적으로 40개 부문으로 확대) 및 주제별 표준으로 구성된다.

〈표 3-10〉 GRI Standards 주요 내용

구분			내용
범용 표준	GRI1	Foundation	GRI Sustainability Reporting Standards의 목적 및 시스템 소개 조직이 GRI 표준에 따라 보고하기 위해 준수해야 하는 사항과 보고원칙 명시
	GRI2	General Disclosures	조직이 보고 관행과 활동, 거버넌스, 정책 같은 조직의 세부 사항 정보를 제공하기 위해 사용하는 공시 포함 - 조직 프로필 및 보고서 작성 - 사업과 노동자 - 지배구조 - 전략, 정책 및 실행 - 이해관계자 참여
	GRI3	Material Topics	중대 이슈 결정방법에 대한 지침 중대 이슈 결정 과정, 중대 이슈 목록 및 각 이슈 관리 방법(중대 이슈 선정, 이슈 리스트, 이슈 관리 등)
섹터 표준	GRI 11~14	석유 및 가스 산업, 석탄 산업, 농업/양식/어업, 광물업 표준안 발표 (식품, 섬유 및 의류 산업, 금융, 자산운용사, 재생에너지, 임업 등 40개 부문 개발 중)	
주제별 표준	GRI 201~207		경제성과, 시장지위, 간접 경제적 영향, 조달 관행, 반부패, 반경쟁행위, 세금
	GRI 301~308		원재료, 에너지, 용수/폐수, 생물다양성, 대기배출, 폐기물, 공급업체 환경 평가
	GRI 401~418		고용, 노사관계, 산업보건안전, 교육훈련, 다양성/기회균등, 차별금지, 결사 자유, 아동노동, 강제노동, 보안 관행, 원주민 권리, 지역사회, 공급망 사회평가, 공공정책, 고객 건강안전, 마케팅 및 라벨링, 고객 개인 정보

2024년 1월 25일에는 이전 기준을 보완한 새로운 생물다양성 공시 기준(GRI 101: Biodiversity 2024)을 발표되었다(임팩트온, 2024.1.26.). 이 기준은 기업 공급망 전반이 생물다양성에 미치는 영향에 대한 투명하게 공시하는 것을 표방한다. 사업장의 규모와 위치 등에 대한 상세 정보를 포함한 위치별 영향과 토지 이용, 과도한 개발, 환경 오염 및 외래종 유입 등 생물다양성 손실의 직접적 원인에 대한 정보 공개 등의 내용이 포함되어 있다. 또한, 기업 활동이 지역사회 및 원주민에 미치는 영향과 생태계 복원에서 지역 단체와 어떻게 협력하는지 등 사회적 영향에 관한 정보도 함께 요구되어진다.

## 나. 국제지속가능성기준위원회(ISSB) 공시기준

국제회계기준(IFRS) 재단은 국제회계기준위원회(International Accounting Standards Board, IASB)와 별도로 단일의 글로벌 지속가능 보고기준 제정 목적, 국제표준으로 활

용될 지속가능성 공시기준 제정 및 관리를 위해 국제지속가능성기준위원회(ISSB)를 2021년 설립하였다. ISSB는 2023년 6월 IFRS 지속가능성 공시기준(이하 'ISSB 공시기준')의 최종안을 발표하였다.

ISSB 공시기준은 일반적 지속가능성 관련 재무정보 공시 요구안(이하, IFRS S1)과 기후 관련 재무정보 공시 요구안(이하, IFRS S2)으로 구성되며, 거버넌스, 전략, 위험 관리, 지표 및 목표 등 네 가지 핵심 요소에 따른 정보 공시를 요구한다. 일반적 지속가능성 관련 재무정보 공시 요구안인 IFRS S1은 기업이 지속가능성 관련재무공시를 작성 및 보고할 때 적용한다. 거버넌스는 기업이 지속가능성 관련 위험 및 기회를 모니터링하고 관리하기 위해 사용하는 거버넌스 프로세스, 통제 및 절차를 이해할 수 있도록 하는 정보로 정의할 수 있다. 전략은 지속가능성 관련 위험 및 기회를 관리하기 위한 기업의 전략을 이해할 수 있도록 하는 정보로, 재무상태와 재무성과 및 현금흐름에 미치는 영향에 대한 내용을 담아야 하는데, 현재의 재무적 영향뿐 아니라 예상 영향에 대해 양적 및 질적 정보를 공시한다. 위험관리는 기업이 지속가능성 관련 위험 및 기회를 식별, 평가, 우선순위 설정 및 모니터링하기 위해 사용하는 프로세스를 이해할 수 있도록 하는 정보이다. 지표 및 목표는 지속가능성 관련 위험 및 기회와 관련된 기업의 성과를 이해할 수 있도록 하는 정보를 의미한다. IFRS S1은 기본적으로 위험 및 기회의 식별과 적용가능한 공시 요구사항의 식별시 고려해야 하는 지침의 원천을 제공해야 하며, 일반 목적 재무보고서의 일부로서 제공되어야 한다. 또한, 재무제표와 동일 보고기간에 대해 동시 보고가 이루어져야 하며, 보고기간 공시되는 모든 값에 대한 전기 비교정보를 공시해야 한다.

기후 관련 재무정보 공시 요구안인 IFRS S2는 기업의 기후 관련 위험 및 기회에 대한 정보를 기업이 공시하도록 요구한다. IFRS S2에서는 모든 기업에 Scope 1, 2 배출량과 Scope 3 배출량 공시를 의무화하고 있다. 다만, Scope 3 배출량 공시에 대해 많은 기업들이 부담을 호소함에 따라 공시 의무를 1년 유예할 예정이다. IFRS S2의 핵심 요소 역시 IFRS S1가 유사한 내용을 담고 있다.

〈표 3-11〉 ISSB ESG 공시기준 주요 내용

구분	내용	
시행	공시기준은 24년 1월 1일부터 적용 2025년 ISSB 기준에 따른 첫 공시 예정	
기본 원칙	기후공시를 포함한 ESG 공시와 사업보고서를 통한 재무제표를 동시에 공시함이 원칙 단, S1 공시 및 Scope3 배출량 공시 의무에 1년의 유예기간 적용	
내용	1. 일반적 지속가능성 공시(S1)	지속가능성 관련 위험과 기회에 대한 정보 제공 지속가능성 관련 재무정보를 재무제표와 함께 공시 기업의 가치사슬 관련 정보 공시 등
	2. 기후공시(S2)	기후 관련 공시 요구사항 제시 산업 공통의 Scope 1, 2, 3 온실가스 배출량 공시 의무화 SASB 기준을 활용한 산업별 온실가스 배출량 공시는 금융배출량만 의무화

ISSB는 기업들이 기후정보에 치우친 공시를 할 것을 우려, S1 공시에 SASB 기준이 제시하는 다음 공시 주제를 우선 고려해 보완할 것을 권고하고 있다.

- 기업윤리 및 데이터 보안	- 종업원 보건 및 안전
- 온실가스 배출량 및 물 관리	- 제품안전
- 토지이용 및 생태학적 영향 등	- 금융포용 및 역량 구축

ISSB는 추후 생물다양성, 생태계와 생태계 서비스, 인적자원, 공급망의 인권 문제 등을 추가적인 공시기준으로 제정할 예정이다. 생물다양성 손실이 금융안정성에 중대한 위협이 될 것으로 예상되며, 근로자 복지와 다양성, 평등과 포용, 인적자본에 대한 투자와 재교육을 포함한 인적자본 공시도 기업의 잠재력과 리스크를 보여준다고 판단한다. 특히 공급망의 인권 문제에 관한 공시는 기업 가치와 평판, 사업 인허가에 영향을 미칠 수 있다고 보기 때문에 기후 외 공시 기준이 강화될 것으로 예상된다.

#### 다. ERSR(EU Sustainability Reporting Standards)

CSRD에서 요구하는 공시 항목은 유럽 지속가능성공시기준(European Sustainability Reporting Standards, ERSR)을 따른다. ERSR는 일반적 기준인 First Set과, 특정 업종 및 EU 상장 중소기업과 Non-EU 기업에 적용할 Second Set로 구성된다.

First Set는 2023년 이미 발표되었으며, 공통 기준 2가지(ESRS 1, ESRS 2)와 10가지 주제별 기준(환경, 사회, 지배구조)을 포함한 총 12개 기준으로 구성되어 있다. 공통

기준은 일반원칙, 주제별 기준은 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 분야에서 공개해야 할 지속가능성 관련 주제를 제한하며, 기업의 정책과 목표, 실행계획, 자원뿐만 아니라 성과 측정에 관한 내용을 포함한다. 당초 2024년 6월까지 입법화할 예정이었던 Second Set 채택은 2026년으로 연기된 상황이다.

〈표 3-12〉 EU ESRS 공시 기준 구성

구분		내용
공통 기준	ESRS 1	CSRD에 따른 지속가능성 보고 시 적용되는 필수 개념과 원칙 기업 지속가능성에 영향을 미치는 중대한 정보 공개 요구
	ESRS 2	기업의 일반적 특성 및 사업개요, 지속가능성 측면에서의 전략과 지배구조, 중대한 평가 등 규정
주제별 기준	환경	기후, 환경오염, 물과 해양자원, 생물다양성과 생태계, 자원과 순환경제
	사회	공시기업의 근로자, 공시기업의 공급망에 속한 기업의 근로자, 공시기업이 영향을 미치는 지역사회에 관한 공시, 소비자 및 최종사용자
	지배구조	기업 문화 및 정책, 사업 수행의 전략, 부패 및 뇌물 사건 등의 정보를 포함한 기업 전반적 운영과 사업 수행

[그림 3-10] EU 지속가능성 보고 표준 ESRS 공시기준의 구조



자료: ESG경제(2023.8.1.), EU, 유연성 높은 ESRS 공시기준 확정.

## 라. K-ESG 가이드라인

K-ESG 가이드라인은 국내 상황을 고려한 ESG 요소를 정의하고, 산업 전반의 ESG 수준 제고를 위한 가이드라인 제시의 필요성이 높아짐에 따라 개발되었다. 산업발전법 제18조에 근거하여 지속가능한 산업발전의 평가기준 및 지표와 국제표준 및 규범화의 대응책을 마련하였다.

K-ESG 가이드라인은 2019년~2021년 상반기 글로벌 ESG 지표 정합성을 검토하여 K-ESG 기본 진단항목정의서를 도출하였다. 이후 국내 산업계, 금융계, 연기금, 경제단체, NGO, 학계, 평가기관, 언론사 등의 의견을 수렴하여 국내 산업의 특수성을 반영한 작업을 수행하였다. 이어서 국내 정책 및 제도와의 정합성을 검토하여 K-ESG 기본 진단항목을 보완하고 추가지표를 구성하였다.

K-ESG 가이드라인의 분류 체계는 ESG 정의를 기반으로 ESG와 관련된 정보공개 여부를 측정하는 항목을 추가하여 정보공시(Public), 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance) 4개 영역을 기준으로 설정하였다. 가이드라인의 범주는 국내외 ESG 공시기준 및 평가기준에서 공통적으로 제시하고 있는 이슈들을 기반으로 ESG 경영을 통해 추구해야하는 사회적 가치로 설정하였으며, 가이드라인 각 범주에서 추구하고 있는 사회적 가치를 정성적/정량적으로 진단하기 위한 세부지표를 설정하였다. 총 4개 영역, 27개 범주, 61개 기본 진단 항목을 포함한다.

〈표 3-13〉 K-ESG 가이드라인 진단 항목 체계

영역	범주	진단항목	분류번호
정보공시(P) 5개 문항	정보공시 형식	ESG 정보공시 방식 ESG 정보공시 주기 ESG 정보공시 범위	P-1-1 P-1-2 P-1-3
	정보공시 내용	ESG 핵심이슈 및 KPI	P-2-1
	정보공시 검증	ESG 정보공시 검증	P-3-1
환경 (E) (17개 문항)	환경경영 목표	환경경영 목표 수립 환경경영 추진체계	E-1-1 E-1-2
	원부자재	원부자재 사용량 재생 원부자재 비율	E-2-1 E-2-2
	온실가스	온실가스 배출량(Scope1&Scope2) 온실가스 배출량(Scope3) 온실가스 배출량 검증	E-3-1 E-3-2 E-3-3



영역	범주	진단항목	분류번호
	에너지	에너지 사용량 재생에너지 사용 비율	E-4-1 E-4-2
	용수	용수 사용량 재사용 용수 비율	E-5-1 E-5-2
	폐기물	폐기물 배출량 폐기물 재활용 비율	E-6-1 E-6-2
	오염물질	대기오염물질 배출량 수질오염물질 배출량	E-7-1 E-7-2
	환경 법/규제 위반	환경 법/규제 위반	E-8-1
	환경 라벨링	친환경인증 제품 및 서비스 비율	E-9-1
사회(S) (22개 문항)	목표	목표 수립 및 공시	S-1-1
	노동	신규 채용	S-2-1
		정규직 비율	S-2-2
		자발적 이직률	S-2-3
		교육훈련비	S-2-4
		복리후생비	S-2-5
		노동조합 조직률	S-2-6
	다양성	여성 구성원 비율	S-3-1
		여성 급여 비율(평균 급여액 대비)	S-3-2
	산업안전	장애인 고용률	S-3-3
		안전보건 추진체계 산업재해율	S-4-1 S-4-2
지배구조(G) 17개 문항	인권	안전보건 추진체계 산업재해율	S-5-1 S-5-2
		협력사 ESG 경영 협력사 ESG 지원 협력사 ESG	S-6-1 S-6-2 S-6-3
	동반성장	전략적 사회공헌 구성원 봉사참여	S-7-1 S-7-2
		정보보호 시스템 구축 개인정보 침해 및 구제	S-8-1 S-8-2
	지역사회	사회 법/규제 위반	S-9-1
	이사회 구성	이사회 내 ESG안건 상정 사외이사 비율 대표이사 이사회 의장 분리 이사회 성별 다양성 사외이사의 전문성	G-1-1 G-1-2 G-1-3 G-1-4 G-1-5
		이사회 활동	G-2-1 G-2-2 G-2-3 G-2-4
		전체 이사 출석률 사내이사 출석률 이사회 산하 위원회 이사회 안건 처리	G-2-1 G-2-2 G-2-3 G-2-4

영역	범주	진단항목	분류번호
	주주권리	주주총회 소집 공고	G-3-1
		주주총회 집중일 이외 개최	G-3-2
		집중/전자/서면 투표제	G-3-3
		배당정책 및 이행	G-3-4
	윤리경영	윤리규범 위반사항 공시	G-4-1
	감사기구	내부감사부서 설치	G-5-1
		감사기구 전문성(감사기구 내 회계/재무 전문가)	G-5-2
	지배구조 법/규제 위반	지배구조 법/규제 위반	G-6-1

자료: 산업통상자원부 지속가능경영지원센터 홈페이지.

이후 EU 등 주요국의 공급망 실사 법제화와 글로벌 ESG 이니셔티브를 중심으로 한 공급망 실사 확산에 대응하기 위해 2022년 산업통상자원부와 한국생산성본부는 「공급망 실사 대응을 위한 K-ESG 가이드라인」을 추가로 발표하였다. 여러 기관에서 제시하는 ESG 진단 및 실사 지표와 기준은 산업 특수성에 따라 세부 지표의 차이가 존재하고 특히 중소·중견 기업은 실사 대응 인프라가 부족하다는 한계점이 있다. 따라서 중소·중견기업의 현황을 고려하여 진단항목을 이원화하고 기업 규모에 따라 최소 항목으로 공급망 ESG 진단/실사를 진행하는 체계를 구축하였다.

〈표 3-14〉 공급망 K-ESG 가이드라인 기초 진단 항목

영역	범주	진단항목	분류번호
환경 (E) (10개 문항)	환경경영 체계	환경정책 수립	E-1-3
		환경 인허가 획득	E-1-4
	자원	원부자재 사용량	E-2-2
	에너지 및 온실가스	에너지 사용량	E-3-2
		온실가스 배출량(Scope1&Scope2)	E-3-3
	유해물질	제품 내 유해물질 관리	E-4-1
		사업장 내 화학물질 관리	E-4-2
		폐기물 배출량	E-4-3
사회(S) (11개 문항)	대기오염	대기 및 소음 관리	E-5-1
	수질오염	용수 및 폐수 관리	E-6-1
	노동	단체교섭 및 집회 참여	S-1-3
	인권	강제근로 금지	S-2-2
		아동노동 금지	S-2-3
		근무시간 준수	S-2-4
		임금산정 및 지급	S-2-5
	안전보건 체계	안전보건 인허가 획득	S-4-3

영역	범주	진단항목	분류번호
	작업환경 개선	작업환경 측정	S-5-1
		설비기계 안전 사용	S-5-2
		산업재해율	S-5-4
	산업재해 예방	비상상황 대응체계 소방안전 관리	S-6-1 S-6-2
지배구조(G) 17개 문항	윤리경영	윤리현장 및 실천규범	G-1-1
		비윤리 행위 예방 조치	G-1-2
		반경쟁 행위 예방 조치	G-1-3
		공익제보자 보호	G-1-4

업종 특성을 반영한 글로벌 ESG 평가지표가 발표됨에 따라, K-ESG 가이드라인 역시 업종별 특화 지표를 구축하였다. 업종별로 중요성이 높은 특화 이슈에 대해 추가 항목을 개발하여 국내 산업계의 실제 ESG 대응 역량을 제고하고자 하였다. 이를 위해 자동차, 철강, 석유화학, 반도체 등 주요 산업별 가이드라인을 발표하고 업종별 진단항목 정의를 제시하고 있다.

## 4. 콘텐츠산업 특화 지속가능성 기준 주요 사례

### 가. 지속가능성회계기준위원회(SASB) 미디어 및 엔터테인먼트 기준

미국 지속가능성회계기준위원회(SASB, 이하 SASB)의 가이드라인은 산업별 지속가능성 고시 주제 및 회계 지표를 공개하고 있다. SASB는 지속가능성 산업 분류체계 (Sustainable Industry Classification System, SICs)에 따라 분류된 총 77개 산업별 지속가능성회계기준을 개발하였으며, 콘텐츠산업의 경우 미디어 및 엔터테인먼트로 분류되어 특화지표가 구성되어 있다.

미디어 및 엔터테인먼트 분야의 기준은 미디어 다양성, 저널리스트의 무결성 및 스폰서십 식별, 지적재산 보호 및 미디어 저작권 침해 등 3가지로 나누어져 있다. 미디어 다양성은 미디어 소유권, 독립적 편집위원회, 채널, 제목 또는 프로그램을 의미하는 외적 다양성과 미디어 콘텐츠가 대표하는 사회적, 인종/민족, 정치적 다양성을 의미하는 내적 다양성을 모두 포함한다. 다양성의 정도를 판단하기 위해 임직원의 성별, 인종, 민족 구성비를 측정해야 하며, 종업원의 대표성을 조성하기 위한 정책 및 프로그램의 제시가 요구되어진다.

저널리스트의 무결성 및 스폰서십 식별은 정확성, 공정성, 피해의 최소화, 독립성, 책임감 및 투명성 등 저널리즘의 원칙이 포함된다. 이에 따라 서면 또는 구두 명예훼손과 관련된 법적 절차의 결과 발생한 금전적 손실 총액, 간접 광고로 인한 수익, 저널리스트의 무결성을 보장하기 위한 관련된 접근법에 대한 설명 제시가 요구되어진다.

마지막으로 지적재산 보호 및 미디어 저작권 침해는 자사의 IP를 보호하는 것과 미디어에 대한 접근을 보장하고 공정한 사용을 허용하는 것 간의 균형을 의미한다. 기업은 자사의 지적재산(Intellectual property, IP) 보호를 위한 접근법을 제시해야 하는 동시에, 구독 또는 직접 구매 없이 미디어 전달을 가능하게 하고, 방송 전송은 사적 실연(private performance)(예: 개인적 사용을 위해 신호를 수신하는 고객 소유의 안테나)이어야 한다는 지적재산권법의 요구사항을 충족하는 기술 개발과 관련된 위험 및 기회를 설명해야 한다(지속가능성회계기준위원회, 2018).

SASB의 기준은 주요 글로벌 지속가능성 기준 중 미디어 및 엔터테인먼트 특화 지표를 제시하였다는 점에서 의의가 있다. 미디어 및 엔터테인먼트 산업의 구조와 특성을 고려하여 다양성, 저널리즘, IP 보호 등의 기준을 개발하고 세부 지표를 도출하였다. 다만, 해당 기준에 적용될 수 있는 장르가 미디어 영역에 한정되어 범위가 좁고, 인증 다양성 등 국내 산업 환경에 그대로 적용하기 어렵다는 한계점도 있다.

〈표 3-15〉 SASB 미디어 및 엔터테인먼트 지속가능성 공시 주제 및 회계 지표

구분	회계지표	범주	측정단위	코드
미디어 다양성	(1) 경영진, (2) 전문직, 및 (3) 기타 모든 종업원의 성별 및 인종/민족 구성비	정량적	백분율(%)	SV-ME-260a.1
	뉴스 미디어 콘텐츠의 다양성 보장을 위한 정책 및 절차 설명	논의 및 분석	해당없음	SV-ME-260a.2
저널리스트의 무결성 및 스폰서십 식별	서면 또는 구두 명예훼손과 관련된 법적 절차의 결과 발생한 금전적 손실 총액	정량적	보고통화	SV-ME-270a.1
	간접 광고로 인한 수익	정량적	보고통화	SV-ME-270a.2
	뉴스 프로그램 편성 시 저널리스트의 무결성을 보장하기 위한 다음과 관련된 접근법 설명: (1) 진실성, 정확성, 객관성, 공정성 및 책임감, (2) 콘텐츠의 독립성 및/또는 잠재적 편향에 대한 투명성, (3) 프라이버시 보호 및 피해의 제한	논의 및 분석	해당없음	SV-ME-270a.3
지적재산 보호 및 미디어 저작권 침해	지적재산(Intellectual Property, IP) 보호를 보장하기 위한 접근법에 대한 설명	논의 및 분석	해당없음	SV-ME-520a.1

자료: SASB(2022), 미디어 및 엔터테인먼트 지속가능성회계기준

## 나. ECP 이니셔티브

한국콘텐츠진흥원과 CJ ENM은 2022년 12월 지속가능한 콘텐츠산업 조성을 위한 ESG 이니셔티브로 에코 콘텐츠 프로덕션(Eco-Balanced Content Production, 이하 ECP) 이니셔티브를 발족하였다. ECP 이니셔티브는 지속가능한 콘텐츠산업 조성을 위한 개방형 협의체로, 자연 환경 생태계를 보호하고 산업 생태계의 균형 있는 발전을 도모하는 것을 목표로 갖고 있다(CJ ENM, 2022.12.1).

ECP 이니셔티브는 자연 환경 부문과 산업 생태계 부문으로 나뉘며, 각 부문별 6개의 표준이 포함되어 있다. 자연 환경 부문에는 삼림 보호, 수자원 보호, 동물 복지, 에너지 효율, 탄소 발자국, 자원 순환이 기준으로 제시되었다. 산업 생태계 부문은 안전 관리, 근로 환경, 다양성, 창작자 권리, 콘텐츠 저작권, 공정거래에 대한 내용을 포함되며, 콘텐츠산업의 주요 가치사슬 중 하나인 창작과 그 권리에 대한 기준이 제시되는 것이 특징이다.

[그림 3-11] ECP 12개 표준



자료: 한국콘텐츠진흥원 홈페이지

ECP 이니셔티브는 발족 이후 CJ ENM과 한국콘텐츠진흥원을 포함해 총 23개 기업과 단체가 참여하고 있다. 영상제작사 및 관련 협회 등 주로 영상 분야 기업들이 참여하며, ESG 문화 확산을 위한 서약 형태로 이니셔티브에 참여하고 있다. 참여 기업들은 콘텐츠의 다양성과 확장성, 선한 영향력 등 타산업과 다른 차별성에 초점을 맞춘 지속가능성 기준이 필요하다는 점에 공감을 하고 있으며, 기준 수립을 통해 업계 전반이 동참할 수 있는 선순환 체계가 만들어져야 한다고 주장한다.

그러나 아직 지속가능성 기준에 대한 구체적인 내용이 공개되지 않았고, 기업들의 채택 사례가 없어 시작 단계로 판단된다. 향후, 한국콘텐츠진흥원과 CJ ENM.이 공동으로 기준 개발에 지속 참여하고 있어, 세부 기준 및 지표에 대한 공개가 기대되고 있다.

## 제3절 소결

### 1. ESG 경영의 중요성 증가 : 선택이 아닌 필수

1987년 처음 개념이 제시된 지속가능발전은 ESG라는 구체적 형태로 발전하였으며, 글로벌 금융위기와 코로나 팬데믹을 거쳐 그 흐름이 가속화되었다. 기후위기의 심각성이 주요국의 탄소중립 선언으로 촉진하고 거대 투자사들이 ESG 투자를 표방하며, 국내외적으로 ESG 이니셔티브가 본격적으로 제도화되었다.

지속가능발전과 ESG 정책을 주도하고 있는 EU는 EU 지속가능성정보 공시지침(CSRD)에 이어 EU 기업 지속가능성 실사지침(CSDDD)까지 법제화하며, ESG 경영의 의무화를 더욱 강화하고 있다. EU는 기본적으로 역내에 있거나 또는 EU 지역에 수출하고자 하는 일정 규모 이상의 기업은 물론 공급망에 연계되는 협력업체의 ESG 경영 준수를 요구한다. ESG를 선도하는 EU의 기조는 전 세계적으로 확대될 가능성이 높다.

기업의 성장에 있어 지속가능발전과 ESG가 핵심 요소로 부상하면서 ESG 경영은 자금조달의 핵심 기준이 되고 있다. 미국 증권거래위원회(SEC)의 기후공시, ISSB 공시기준, ESRS 등은 모두 기업에 지속가능발전 요소를 공시하도록 규정하고 있으며, 기준에 부합하지 않을 경우 투자 등 자금조달이 이루어지지 않는 생태계가 구축되고 있다. 국내에서도 상장사 중심으로 공시 의무화 논의가 이어지고 있으며, 적용 유예가 될 뿐 피할 수 없을 것이라는 데 다수가 동의하고 있다.

#### 사례 : MS, 삼성전자, SK하이닉스에 100% 무탄소 전기 사용 요구

- MS는 대규모 공급업체들을 대상으로 2030년까지 원자력발전 등을 포함한 100% 무탄소 전기를 쓰도록 요구
  - 스코프 1, 2에 해당하는 직접적인 탄소 배출량은 2020년 대비 6.3% 줄었으나, 스코프 3(공급망)의 간접 배출량에서 30.9%가 급증한 것이 정책변화의 원인으로 추측되고 있음
  - 2025 회계연도 시작 시점부터 공급업체의 행동강령을 전반적으로 개정하면서 관련 내용을 넣을 것이라고 예고
- MS의 요구와 삼성전자와 SK하이닉스 등 협력업체가 스스로 설정한 목표에는 큰 차이가 있음
  - 삼성전자는 재생에너지로 100% 전환하는 목표 시점을 2050년으로 세웠으며, SK하이닉스 2030년까지 재생에너지 전기 사용량을 33%로 설정하여 MS의 요구와 큰 차이를 보이고 있음

이러한 국내외적 정책의 변화는 시사하는 바가 크다. EU와 같은 ESG 경영 지침이 강력한 지역에 위치하지 않은 기업이라든가 협력업체로 공급망에 포함된다면 동일한 가이드라인 준수를 요구받을 수 있다. 따라서 그 간 ESG 경영 준수에 직접적인 영향을 받지 않은 국내 기업들 그리고 특히 플랫폼 기반 수출에 특화된 국내 콘텐츠 기업들에게는 더 이상 ESG 경영이 선택이 아닌 필수요소로 여겨질 수밖에 없다.

ESG 경영이 법제도화되면서 국내 기업이 글로벌 지침과 가이드라인을 준수하지 못하였을 경우, 투자 중단으로 인한 자금조달 문제와 경쟁력 약화 문제도 발생할 수 있다. 이에 따라 글로벌 ESG 제도화 움직임이 빠르게 확산됨에 따라 정부 역시 ESG 인프라 고도화 방안 등 다양한 정책 방안을 제시하고 있다.

ESG의 발전과 국내외 정책을 종합하면, ESG 경영은 더 이상 회피하거나 미룰 수 없는 요소이며, 자금조달과 판로확보 등 기업 생존에 직결된다. 더욱 범위를 좁혀본다면, K-콘텐츠가 진출하여 눈부신 성과를 거두었던 미국과 유럽 등 주요 해외시장은 ESG 경영이 시장진출의 전제조건이 될 수 있다. 앞서 언급한 바와 같이, 콘텐츠산업은 수출이 매우 중요한 산업인 동시에 높은 사회적 영향력을 지니고 있기 때문에 ESG의 요구가 더욱 높을 수밖에 없다. 자금조달 측면에서도 정보의 투명성과 건전한 지배구조에 대한 국제적 요구는 더욱 강화될 것이다. 따라서 국내 콘텐츠기업은 적극적으로 지속가능경영과 ESG를 도입할 수밖에 없을 것으로 보인다.

## 2. 산업 특화 지속가능성 기준에 대한 필요성 확대

ESG 가이드라인의 적용범위와 강제성이 확대되면서 기업의 비재무적 요소의 중요성이 높아지고 있다. 이러한 비재무적 요소가 주목받으며 기업가치 평가와 투자 관점에서 기업의 ESG 성과를 상대 비교할 필요성 역시 더욱 부각되고 있다.

그러나 지속가능성과 관련한 다양한 국제적 기준은 제조업과 일정 규모 이상의 기업을 대상으로 개발되었기 때문에 영세 규모의 기업에게는 현재의 가이드라인과 기준을 준수하기에 현실적으로 어려운 상황이며, 경영 활동의 부담이 가중될 위험성이 높은 한계점이 존재한다. ESG 경영 도입이 기업의 단기적이 수익성을 하락시킬 수 있기 때문에 중소기업 입장에서는 쉽게 수용하기 힘든 지점이다. 특히, 콘텐츠산업은 대부분의 기업



이 영세규모이기 때문에 이러한 ESG 가이드라인과 기준에 대한 거부감이 더욱 높을 수 있다.

국내의 주요 지속가능성 기준은 이러한 산업적 특성으로 인한 지표의 한계점을 보완하기 위해 산업 특화 가이드라인 개발을 시도하고 있다. 앞서 언급한 것처럼, 미국 지속가능성회계기준위원회(SASB)의 가이드라인은 산업별 지속가능성 고시 주제 및 회계 지표를 공개하였으며, 콘텐츠산업의 경우 미디어 및 엔터테인먼트로 분류되어 특화지표가 구성되어 있다. 최근, 유럽재무보고자문그룹(EFRAG)은 EU 지속가능성정보 공시지침(CSRD)과 관련하여 2024년 업종별 특화를 고려한 추가지표를 발표할 예정이며, GRI 표준 역시 40개 업종으로 세분화한 기준을 개발할 예정이다. 이처럼 업종의 특성을 반영한 글로벌 ESG 평가기준이 확대되며, K-ESG 가이드라인 역시 업종별 특화 지표를 구축하였다. 현재 자동차, 철강, 석유화학, 반도체 등 주요 산업의 가이드라인을 발표하고 업종별 진단항목 정의서를 제시하고 있으며, 산업별 특화 지표를 더욱 확대할 계획을 갖고 있다.

종합하면, 국내외적으로 산업 특화 가이드라인에 대한 필요성이 높아지고 있고, 특화 지표의 개발도 활발하게 진행되고 있다. 그러나 대부분의 시도는 제조업을 중심으로 이루어지고 있으며, 콘텐츠 분야에서는 서구권 환경 중심의 지표가 개발되어 국내 산업 환경과 괴리감이 발생하고 있다. 따라서 국내 콘텐츠산업의 특성을 고려한 가이드라인 개발의 적극적인 검토가 필요한 시점이다.



콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구

제4장

## 콘텐츠산업 장르별 ESG 사례 분석



## 제1절 게임기업 ESG 사례 분석

---

### 1. 엔씨소프트

#### 가. 추진 현황

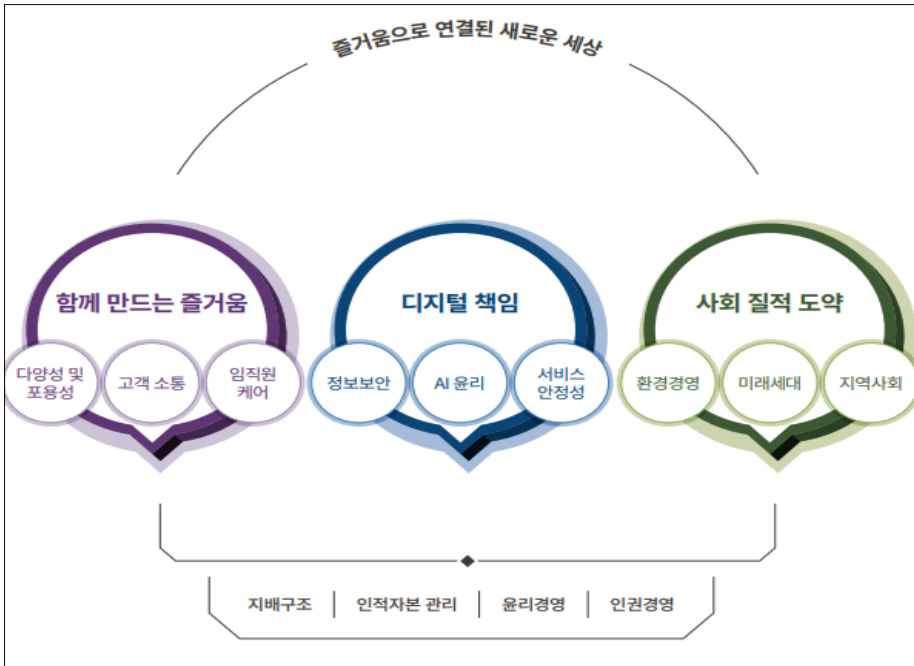
엔씨소프트는 2021년 국내 게임업계 최초로 ESG경영위원회를 신설하고, 지속가능경영보고서를 발간하며 ESG경영체계를 구축하였다. 이러한 노력으로 엔씨소프트는 3년 연속 게임업계 최고 등급을 획득하였다. 글로벌 ESG 평가기관인 모건스탠리캐피털인터내셔널(MSCI)에서 국내 게임사 중 유일하게 AA등급을 받으며 ESG경영 리더 그룹으로 분류되었다.

또한 엔씨소프트는 아시아태평양 기업 중 ESG경영 상위 기업에만 주어지는 지수인 'DJSI Asia Pacific'에 2023년 12월 국내 게임사 중 유일하게 포함되었다. 이는 글로벌 무대에서 지속가능경영 경쟁력을 인정받은 것으로 게임업계의 ESG경영을 선도하는 기업으로 평가되는 것으로 해석된다(뉴스투데이, 2024.2.3).

엔씨소프트의 지속가능경영보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) 표준과 K-IFRS(한국채택국제회계기준)에 근거하여 작성되었다. 또한, 산업 특화 이슈를 고려해 SASB(Sustainability Accounting Standards Board) 정보공개 표준을 적용하고, 기후변화 관련 정보 공개를 위해 TCFD(Task Force on Climate related Financial Disclosures) 공시 권고안을 반영하였다

엔씨소프트는 '즐거움으로 연결된 새로운 세상'이라는 기조아래 '함께 만드는 즐거움', '디지털 책임', '사회 질적 도약'의 가치를 지속가능경영의 핵심 가치로 규정하고, ESG경영위원회 및 실무 조직을 중심으로 체계적인 ESG경영을 추진하고자 하였다.

[그림 4-1] 엔씨소프트 ESG 핵심가치



자료: 엔씨소프트, 2022 ESG Playbook

## 나. 주요 내용

〈표 4-1〉 엔씨소프트 ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	환경경영 도입	환경경영 전담 조직으로 ESG경영실을 지정하고, 환경경영 전략 및 정책의 수립과 이행, 전사 환경 데이터 관리 등의 업무를 수행
	기후변화 대응	TCFD 프레임워크를 기반으로 25개의 기후변화 관련 전환 위험, 물리적 위험 및 기회 요인들을 식별하고 NC에 중요한 위험 및 기회 요인들을 선별·관리
	온실가스 배출 관리	국내 게임업계 최초로 온실가스 배출량 보고 범위를 연결기준으로 확대하였으며, 온실가스 관리대상을 공급망 전반으로 확대하고자 관리대상 Scope 3 카테고리 범위를 5개로 확대
	오피스 에너지 효율화	주요 오피스의 에너지 환경 분석 및 형광조명의 LED조명 교체 추진
	재생에너지 활용 및 확대	2027년 준공 예정인 신사옥 설계 단계부터 재생에너지 도입, 에너지 절약, 공조 부하 저감 등 친환경 건축물을 최우선으로 고려하여 진행 중
	환경 영향 저감 활동	노후 보일러를 고효율 저녹스(저NOx) 보일러로 교체하여 오염물질 방출량 저감 및 인공지능 자원순환 자판기 도입을 통한 재활용 비율 증가
	환경 친화적 제품	환경 영향을 줄인 친환경 제품 패키지 사용 확대

구분	전략	주요 내용
사회	콘텐츠 내 다양성 제고	1) 컬처럴라이제이션 : 세계 각국의 표면적 다양성(성별, 연령, 인종, 신체적 장애 등)과 문화적 다양성(언어, 의상, 전통, 도덕 관념 등)을 이해하고 적용하여, 모두가 공감하고 몰입할 수 있는 콘텐츠를 만들 수 있도록 리뷰하는 활동 2) 콘텐츠 내 혐오와 차별 예방 QA(Quality Assurance) : 콘텐츠가 다양성 및 포용성 관점에서 개발되었는지를 QA 프로세스를 통해 검수 3) 콘텐츠 내 다양성 및 포용성 적용 프로세스 구축
	차별 없는 게임 이용 환경 제공	1) 이용자의 게임 이용 접근성 제고 : 접근성 옵션 표준항목들을 정의하고, 항목별로 상세 구현방법을 정리한 접근성 옵션 개발 가이드를 마련 2) 오픈형 콘텐츠 개발 문화 조성 : 개발 단계의 신규 게임과 프로젝트를 소개하고, 개발 현황과 과정을 공유 3) 커뮤니티와 미래 세대 지원 : NC 문화재단을 설립하여 미래 세대를 위한 창의적인 프로젝트를 지원
	개인정보보호	정보자산의 안전성 확보를 위해 정보보안 규정을 수립·이행하고 있는데, 해당 규정은 계약직을 포함한 임직원, 파견직, 방문객, 협력사(NC와 계약을 맺고 업무를 수행하는 업체 및 개인)와 국내외 자회사를 포함하여 적용
	AI 윤리 시스템 구축	1) AI 윤리 프레임워크 개발 : AI 기술이 ‘인간 중심의 AI’로 지속 성장할 수 있도록 Data Privacy(데이터 보호), Unbiased(편향되지 않는), Transparency(투명성) 등 세 가지 핵심가치를 검토할 수 있도록 마련된 일종의 가이드라인 2) AI 기반 개인정보보호 : 종합적인 비식별화 체계를 구축하고 지속 개선 3) 비윤리 발화 탐지 기술 개발 : AI 서비스 개발을 위해 사용되는 대화 데이터상의 비윤리성 및 편향성을 제거하기 위해 관련 표현의 유형을 정의 4) 비윤리적 발화 생성 방지 시스템 구축 : 욕설을 포함한 차별적 발언 방지를 넘어 사용자가 무례함을 느끼지 않도록 확장된 개념의 비윤리 발화 생성 방지 시스템을 구축 및 활용
	유연한 근무제도 및 복리후생	포괄임금제 전면 폐지(2019년) 및 직원들의 근무시간 자율성을 위한 선택적 근로 시간제(완전 자율 출퇴근제)를 운영
	안전보건 정책 수립	안전보건 경영방침을 수립하고, 매년 하반기 위험성 평가를 통해 위험요인 진단 및 개선
	협력사 선정 및 관리	협력사 선정 시 모든 참여사로부터 필수적으로 청렴서약서를 받고 있음
지배 구조	이사회 다양성	이사 선임 시에는 성별, 인종 및 국적, 종교, 문화적 배경 등에 따른 차별을 두지 않으며, 전문분야, 경험, 다양성 등을 종합적으로 고려
	이사회 전문성	경영, 투자, 재무 및 회계, 법률, 리스크 관리, 산업기술, 인사, ESG 등에 관한 전문가들로 구성

## 2. 넷마블

### 가. 추진 현황

넷마블은 2022년 국내 게임업체 최초로 UNGC(UN Global Compact, 유엔 글로벌 콤팩트)에 가입하며 ESG 경영을 강화하고 있다. 넷마블은 UNGC의 핵심 가치인 인권·노동·환경·반부패 4개 분야 10대 원칙을 준수하기 위해 인권경영도 강화하였다. 기업의 지속가능성 측면에서 가장 중요한 이슈로 '인재 확보 및 육성'을 꼽았다. 우수 인재 확보를 통한 기업 경쟁력 강화를 당면한 과제로 분석하며 채용뿐만 아니라 구성원들의 인권 보호, 조직문화 관리 등 성장 지원을 위한 다양한 방안을 마련하고 있다.

[그림 4-2] 넷마블 ESG 경영체계



자료: 넷마블 홈페이지.

넷마블의 지속가능경영보고서는 국제 공시 기준 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021 (in accordance with Core Option)에 따라 작성되었으며, SASB(Sustainability Accounting Standards Board)의 산업 분류에 의거, 자사가 속한 Technology & Communications 영역의 Software & IT Services 산업군의 공개



권고 사항을 따르고 있다. 또한, UNGC 10대 원칙과 UN SDGs(Sustainable Development Goals) 이행현황을 포함하고, TCFD(Task Force on Climate-Related Financial Disclosures)의 가이드라인을 반영하여 기후변화와 관련된 기업의 활동을 공개하였다.

## 나. 주요 내용

〈표 4-2〉 넷마블 ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	환경경영 거버넌스 구축	ESG위원회는 기후변화와 연계된 입법 동향을 검토하며, 국내외 환경 이니셔티브의 적용 여부와 관련 제도에 대한 이해를 바탕으로 비즈니스 모델에 미치는 환경적 영향을 다각적으로 파악하고 환경 경영 전략을 수립
	환경경영 전략 구축	친환경 경영을 위한 3가지 전략 과제를 구축, 1) 에너지 효율 향상 및 전력원 전환을 통한 기후변화 대응 강화, 2) 폐기물 축소 및 재활용률 향상, 3) 외부 이해관계자와의 적극적인 소통으로 환경영향 확대
	환경경영 활동 수행	1) 에너지 관리 : 전력 소비량을 감축하기 위해 구역별 제어가 가능한 냉난방 및 조명 시스템을 구축 2) 기후 관련 위기 및 기회 대응 : ESG경영실과 환경경영 협의체를 중심으로 기후 관련 리스크와 기회를 식별하며, 리스크 혹은 기회의 발생가능성과 위험영향도에 따라 검토 진행 3) 온실가스 관리 : 직접 및 간접배출(Scope1, Scope2)에 해당하는 온실가스 배출량을 보고 4) 폐기물 관리 : 배출되는 재활용품은 재활용 업체를 통해 전량 재활용될 수 있도록 조치 5) 친환경 빌딩 운영 : 고효율 기자재 및 KS인증자재, 유해화학물질 측면에서 환경표지마크 인증을 획득한 친환경 기자재를 활용해 탄소 저감 최대화 추진
	친환경 게임문화 조성	1) 친환경 게임 제작 : 친환경 세계관을 담은 신작, '머지 쿤야 아일랜드' 출시 2) 게임 이용 에너지 효율 제고 : 환경영향 저감을 목적으로, 게임 절전 모드 도입
사회	게임 내 다양성 및 포용성	국가별 콘텐츠 가이드를 수립하였으며, 가이드는 게임 장르 및 특성에 부합하는 문화적 배경에 대한 내부 구성원의 이해도를 증진하고, 다양성 저해 이슈를 예방하기 위한 목적으로 추진
	사회공헌	사회공헌의 지속성과 영향력을 높이기 위해 2018년 넷마블문화재단 설립
	지역사회 기여	한국산업단지공단 등의 오픈 이노베이션 프로그램에 참여 대화형 AI 플랫폼, 게임 디스커버리 플랫폼 개발 스타트업 등과 함께 5개월간 기술 개발 과제 선정 및 검증, 사업화를 진행하는 엑셀러레이팅 추진
	평등 기회 보장	취업규칙을 통해 성별, 연령, 종교, 사회적 신분, 출신 지역, 출신 학교, 혼인, 임신 등에 의한 채용 및 근로조건의 차별을 금지하고, 윤리강령을 통해 다양성 존중, 차별금지, 프라이버시 존중 약속
	건강한 조직문화 조성 열린협의회 운영	열린협의회는 각각 5명의 근로자위원과 사용자위원으로 구성되어 구성원과 경영진의 소통 활성화
	구성원 친화적	구성원의 임신, 출산, 육아를 적극적으로 지원하기 위한 다양한 모성보호 제도를

구분	전략	주요 내용
	근무환경 조성	운영하고 있으며, 법에서 정한 제도를 남녀 구성원 모두 자유롭게 활용할 수 있도록 보장
	파트너사 관리	공급망 유통구조의 자체점검활동을 시행하고 있으며, 이를 바탕으로 실제 기술력을 제공하는 파트너사와 직거래를 통해 신뢰를 구축하고 서비스의 안정성 향상을 추구
지배 구조	ESG 전담 조직 운영	이사회 산하의 ESG위원회와 전담조직, ESG협의체 등 체계적인 ESG 거버넌스 운영
	리스크 관리	1) 리스크 거버넌스 구축 : 감사실은 정기 경영진단 및 제보조사를 통해 파악된 주요 리스크 사안 및 개선활동 이행현황을 이사회 산하 감사위원회에 보고 2) 리스크 관리 전략 구축 : 매년 게임사업영역과 비 게임사업영역 전반에 걸쳐 기업활동에 영향을 미치는 주요 리스크를 철저히 파악하며 선제적으로 관리

### 3. 블리자드(Blizzard)

#### 가. 추진 현황

블리자드의 ESG 경영은 액티비전 블리자드의 2017년 ‘글로벌 다양성·포용성 이니셔티브(GDII)’라는 부서 신설 이후 적극적으로 추진됐다. 해당 이니셔티브를 통해 인권 정책의 강화, 환경 개선, 어린 여학생 대상 코딩 교육 등을 실시하고 있다.

블리자드는 2021년 첫 ESG 보고서를 발표하여 다양성·형평성·포용성 전략을 구체화하고 국제적인 ESG 경영 흐름에 맞춰 탄소배출 및 환경보호를 위한 활동을 추진하고 있다.

게임제작에 있어서 게임 팀과 게임 경험에서 DE&I 작업에 대한 혁신, 우선 순위 지정, 존엄성 및 인식을 위한 기회를 늘리기 위해 현지 스튜디오 홍보대사 프로그램을 시작하였다. 환경 부문에서는 경우 SBTi(과학 기반 목표 이니셔티브)에 따라 2050년까지 탄소 순배출 제로 달성을 목표로 하며, 2019년을 기점으로 향후 5년간 포장 폐기물 50% 감축을 목표로 제시하며 포괄적인 로드맵을 개발하였다.

## 나. 주요 내용

〈표 4-3〉 블리자드 ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	환경 목표 설정	데이터센터 선정 시 환경 영향과 에너지 효율성을 최우선 기준으로 설정
	온실가스 저감	2050년까지 Net Zero 목표를 지원하기 위해 Scope 1, 2, 3에 대한 단기 목표 설정하고, SBTi 검증을 위해 단기 CO2 감소 및 장기 Net Zero 목표 제출
	폐기물 감소	패키지 게임 등의 포장 폐기물을 축소를 목표로 하며, 2019년 대비 폐기물의 70%가 감소
	공급업체 에너지 저감	모든 데이터 센터 제공업체에 에너지, 배출량, 폐기물 및 물 발자국에 대한 설문 조사를 요청하며, 공급업체 포트폴리오 내에서 데이터 센터 운영을 개선함으로써 비즈니스 효율성을 높이고 환경에 미치는 영향을 줄이고자 함
사회	DE&I 전략	조직 내에서 다양성, 형평성, 포용성을 증진하기 위해 각 사업부 내에 전략적 DE&I 리더를 파견
	공정한 채용 프로세스	채용 공고에 대한 지원자 풀을 확대하기 위해 직무 설명이 포괄적이고 성별 중립적임을 보장하는 데 도움이 되는 작성 도구인 Textio를 구현
	콘텐츠의 다양성 및 포용성	성별, 성소수자 (LGBT+), 군인/참전 군인, 다문화, 장애 (differing abilities) 및 세대 등 크게 여섯 가지의 주요 부문에 중점을 두며, 포용적 게임 디자인(IGD) 팀을 운영
	콘텐츠 접근성 개선	게임의 접근성을 다양한 기술을 활용하여 개선하고자 하며, 일부 게임에서는 장애가 있는 플레이어의 요구 사항을 이해하고 접근성을 고려한 팀의 접근 방식을 알리기 위해 플레이어의 접근성 기능 사용을 분석
	게임 커뮤니티 구축 및 보호	게임 커뮤니티에서 부정 행위, 파괴적인 행위, 증오심 표현, 차별, 괴롭힘 등 유저의 부적절한 행동을 줄이기 위한 노력 진행
	다양성 금융 영향 투자	다양하고 포용적인 커뮤니티 지원을 위해 선정된 머니마켓 펀드에 2억 5천만 달러 투자
	글로벌 직원 네트워크 그룹 운영	글로벌 직원 네트워크 그룹(ENG)은 연결, 성장, 학습 및 리더십을 위한 안전한 공간을 제공하며, 문화적 인식, 전문성 개발, 네트워킹, 커뮤니티 참여 및 플레이어 연결을 위한 기회를 제공
	직원 대상 다양성 및 포용성 프로그램 제공	포괄적인 표현, 캐릭터 묘사 및 게임 내 경험(애플럼, 캐릭터 스킨6 및 문화 작품 포함)을 만드는 데 도움이 되는 게임 개발 통찰력과 피드백을 제공하며, 포용성을 기념하고 이해도를 높이기 위한 문화 행사 개최
	개인정보 보호	직원, 소비자 및 팬에게 개인 정보(광고 목적 포함)를 수집, 사용 및 공유하는 방법을 공개하고 수집된 정보에 대한 그들의 데이터 개인 정보 보호 권리와 선택을 존중
	정보보호 원칙	위험 기반 보안 프로그램을 사용하여 데이터, 인프라, 사람 및 플레이어에 대한 위험을 평가하고 분류하며, 위험을 관리하는 포괄적인 보안 정책 프레임워크를 보유하
지배 구조	윤리 및 규정 준수 교육	모든 직원은 고용 시 행동 강령의 주요 개념을 다루는 대화형 온라인 과정을 통해 Way2Play 교육을 받음
	지배구조의 다양성	책임 있는 환경을 조성하고 이해관계자의 장기적인 이익을 증진하기 위해 이사회 의장과 CEO는 별도의 직책을 맡고 있으며 수석 사외이사를 두고 있음
	ESG 운영위원회	ESG 운영 위원회와 ESG 실무 그룹은 회사 전체의 ESG 전략을 관리

## 4. 소니 인터랙티브 엔터테인먼트

### 가. 추진 현황

소니그룹은 1997년부터 기업의 사회공헌 전략과 실천 내용을 담은 CSR 보고서를 발행해 왔으나 2018년부터는 ESG와 관련된 내용을 추가하여 지속가능경영보고서인 'Sustainability' 보고서를 발행하고 있다. "Road to Zero"라는 장기적인 환경 계획을 통해 2050년까지 환경 발자국을 제로로 줄이는 것을 목표로 하고 있으며, 이를 위해 중기 환경 목표인 "Green Management 2025"를 설정하고, 재활용 플라스틱 사용 확대, 제품 전력 소비 감소, 소형 제품 포장에서 플라스틱 제거, 재생 가능 에너지 도입 등을 추진하고 있다. 또한 글로벌 차원의 평등과 정의를 추구하는 "Global Social Justice Fund"를 운영하며 사회적 책임을 다하기 위한 활동을 추진 중이다.

소니 인터랙티브 엔터테인먼트는 소니그룹의 자회사로 가정용 게임기와 게임 소프트웨어의 개발 및 판매하는 회사로서 본사의 Sustainability 보고서 이외에 별도의 지속가능경영보고서를 발간하지는 않으나 웹페이지를 통해 ESG 경영의 목표와 실천 전략, 세부 프로그램들을 소개하고 있다.

### 나. 주요 내용

〈표 4-4〉 소니 인터랙티브 엔터테인먼트 ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	전력 소비 감소	효율적인 에너지 기술을 사용하여 콘솔의 전력 소비를 줄이고자 노력하며, 플레이스테이션 5에 효율적인 전원 공급 장치 및 저전력 모드를 탑재
	기후변화 관리	1) 플래닛 얼라이언스 : 2019년 뉴욕 유엔 본부에서 열린 기후 정상회담에서 출범한 P4P( Playing for the Planet Alliance )의 창립 멤버로, 게임 업계 회원간 자발적이고 구체적인 기후 변화, 생태계 복원, 플라스틱 감소 등을 실천 2) UNEP(유엔 환경 계획)가 4가지 핵심 목표를 지원하기 위해 2019년 9월 출범한 동맹인 Playing for the Planet에 참여
	게임 내 환경 요소 포함	2022년 출시한 Horizon Forbidden West는 UN-REDD 이니셔티브의 지원을 받으며, 자연, 생물 다양성, 기후 변화의 중요성을 상기시켜 주는 내용을 포함
	환경 경영	환경경영시스템 규격인 ISO14001 인증을 획득하였으며, 주요 사무실에서는 100% 인증된 재생 가능 전기 사용

구분	전략	주요 내용
사회	포용적 접근성	장애가 있는 게이머의 피드백을 받으며 콘솔과 게임에 대한 새로운 액세스 가능한 기능을 구축함으로써 접근 가능성을 높임
	지역사회 참여	1) 자선기부 : PlayStation Cares라는 업 기부 플랫폼으로 직원들의 기부금을 매년 특정 한도까지 자선 단체에 연결함으로써 직원들의 기부 노력을 증가 2) 교육 및 파트너십 : 게임 산업의 차세대 인재에게 영감을 주기 위해 다양한 글로벌 STEAM(과학, 기술, 엔지니어링, 예술, 수학) 프로그램을 지원 3) 독립 개발자 지원 : PlayStation Indies를 통해 게임 커뮤니티의 독립 개발자에게 창의적이고 독창적인 게임 경험을 제공하여 독립 타이틀을 제작하도록 유도
	다양성, 형평성, 포용성 및 소속감 전략	1) 인력 다양성을 고려한 채용 프로세스를 통해 인재를 발굴 2) 포용적인 직장문화 조성을 위해 성과 기대치에 포용적인 행동을 포함 3) 게임의 다양성과 제품의 접근성을 높이기 위해 장학금 프로그램, 멘토링, 노출 기회를 제공함으로써 게임 산업에서 경력을 쌓을 수 있는 소외된 인재를 준비하고 육성
	외부 파트너십	파트너, 공급업체, 이해관계자와 협력하여 보다 접근하기 쉽고 포용적인 게임 커뮤니티를 구축
	공급망 관리	소니그룹 행동 강령 및 윤리적 비즈니스 관행에 의해 설정된 소니그룹 공급망 규정을 공급업체 및 하청업체가 준수하도록 협력하며, 환경보호 인권, 노동조건, 건강 및 안전을 포함
	부정부패 및 자금세탁 방지	모든 비즈니스 관계의 파트너는 뇌물 수수 및 부패 방지 법률 및 규정을 준수해야 하며, 준수 여부를 확인하기 위한 모니터링 및 집행 절차를 구현
지배 구조	이사회 구성 및 책임	소니 인터랙티브 엔터테인먼트의 사장 겸 CEO, 부사장, 유럽 사업 운영 책임자 및 부사장으로 구성되며, 자체적인 행동 강령을 준수하여 윤리적, 전문적 기준에 따라 비즈니스를 수행하도록 요구

## 제2절 영상기업 ESG 사례 분석

### 1. 넷플릭스

#### 가. 추진 현황

넷플릭스의 ESG 노력은 환경 영향을 줄이고, 사회적 형평성과 포용을 촉진하며, 장기적 지속가능성과 윤리적 비즈니스 관행을 보장하기 위한 지배구조를 강화하는 데 중점을 두고 있다. 환경, 사회 및 거버넌스(ESG) 프레임워크는 SASB(지속 가능성 회계 표준 위원회), GRI(Global Reporting Initiative) 및 TCFD(기후 관련 재무 정보 공개 태스크 포스)를 기준으로 정보를 제공한다. Netflix 이사회는 회사의 ESG 노력을 감독하고 이러한 분야의 경영진으로부터 정기적인 보고를 받고 있다. 넷플릭스는 2019년부터 〈Netflix Environment, Social & Governance Report〉 발간하여 지속가능경영을 실천하고 있다.

#### 나. 주요 내용

〈표 4-5〉 넷플릭스 ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	지속가능성 전략 구축	국제 표준화 기구(International Organization for Standardization)가 개발한 ISO Net Zero 지침(IWA 42:2022)을 따르고 있으며 세부적으로는 네 가지 주요 수단에 중점을 두고 있음 1) 기후 전환 계획 에너지 효율성으로 사무실과 스튜디오에서 사용되는 에너지에 대한 비용의 효율성 개선 2) 화석 연료를 사용하는 차량에서 완전 전기 및/또는 수소 구동을 대안으로 제시 3) 청정 모바일 전력으로 생산 시 디젤 발전기에 대한 대안 사용 제언 4) 재생 가능 전기 및 연료 사용 권장 넷플릭스는 지속가능을 위한 네 가지 전략을 실천하기 위해 OED 프레임워크를 활용하고 있는데, 최적화(O), 전기화(E), 탈탄소화(D)로 구성

구분	전략	주요 내용
	온실가스 순배출 제로	2019년 기준에서 2030년까지 배출량을 절반으로 줄이려는 목표를 설정하였으며, scope 1, 2, 3의 순 배출량을 0으로 만들고자 추진
	청정기술 사용	전기차 등 직접 관리하는 제작물의 60% 이상에 청정 기술 사용
	진행 상황 추적	탄소 저감 목표에 제시한 배출량 수치를 사용하여 scope 1 및 2의 배출 목표에 대한 진행 상황 추적
사회	콘텐츠 다양성 및 포용성 투자	1) 다양성을 위한 창작기금 조성 : 크리에이티브 에퀴티 펀드(Netflix Fund for Creative Equity)는 2021년에 시작된 1억 달러 규모의 이니셔티브로, 엔터테인먼트 산업에서 다양성과 포용성을 촉진하는 것을 목표로 조성 2) 콘텐츠 제작의 다양화 : 주연 등 출연진과 콘텐츠 제작인력의 성별, 인종 다양성을 장려
	다양성 및 포용성 문화조성	1) 임직원 구성의 다양성 : 글로벌 직원 중 여성은 약 50% 이상을 차지하며, 이사급 이상의 리더십 직위에서도 절반 이상을 차지 2) 글로벌 포용성 강화 : 프랑스어, 이탈리아어 등을 비롯해 다양한 언어로 된 현지 프로그램을 제작하고, 인도, 일본, 싱가포르, 멕시코, 브라질 등의 리더를 포함해 전 세계적으로 관련 직원 확충 3) 포용성과 소속감 문화의 증진 : 포용적인 채용 관행을 마련하여 보상, 온보딩, 피드백, 성장 및 발전 등을 포함해 넷플릭스 내의 모든 시스템과 실무에 포용과 평등의 관행이 자리잡을 수 있도록 인사팀과 협력
지배구조	이사진 구성	지배구조 위원회는 잠재적인 이사회 후보를 평가할 때 성별, 민족 또는 인종 배경, 국적 등의 특성뿐만 아니라 아래에 설명된 요소를 포함한 다양한 요소 고려
	주주 참여	이사회와 경영진은 주주들과 직접적이고 정기적으로 소통하며, 이사회와 위원회는 보상 프로그램을 포함한 지배 구조를 평가할 때 주주들의 피드백을 고려
	거버넌스 전략	1) 이사회의 경영진 회의 참석 : 이사회 구성원이 정기적으로 다양한 성격의 경영진 회의에 참여 2) 메모 및 데이터에 대한 공개 접근 : 이사회 구성원은 메모를 통해 중요한 주제나 문제에 대해 검토하고, 이사회 메모를 사내 인트라넷에 공개하며 분석 및 지원 링크를 포함시켜 공유된 내용을 운영팀 전체가 확인하게 함
	윤리 강화	윤리 강령은 직원과 이사회 구성원 간의 행동에 대한 기대치를 명시한다. 강령 위반 또는 비윤리적이거나 부적절한 행위를 최고 법무 책임자에게 보고하도록 유도

## 2. 디즈니

### 가. 추진 현황

디즈니는 2017년부터 CSR 보고서를 매년 발간해오고 있으며 ESG의 각 영역을 포함하는 내용을 다루고 있다. 2021년 '사회적 책임'(CSR)과 ESG(환경·사회·지배구조) 역량을 강화하기 위해 CSR과 ESG 역량을 통합하는 업무를 주도하였으며 이를 통해 지역사회에 긍정적인 영향을 주기 위한 이니셔티브와 프로그램을 마련하였다. 디즈니는 지속가능경영보고서를 2022년까지 CSR 리포트(Corporate Social Responsibility Report)로 발간하였으나, 2023년부터는 S&SI 리포트(2023 Sustainability & Social Impact Report)로 명칭을 바꾸어 발행하고 있다.

디즈니는 "Disney Planet Possible"을 통해 전 세계 커뮤니티와 협력하여 자연을 보호하고 환경 문제를 해결하며, 더 지속 가능한 미래를 위해 지속적으로 노력하고 있다.

### 나. 주요 내용

〈표 4-6〉 디즈니 ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	탄소배출 감소	온실가스 배출을 넷 제로(Net Zero)로 달성을 목표로 2030년까지 모든 직접 운영에서 100% 탄소 중립 전기 사용을 표방
	재생 가능 에너지 사용	파리, 올란드, 상하이 및 홍콩의 공원과 리조트에서 태양광 발전에 대한 대규모 투자를 포함하여 글로벌 포트폴리오 전반에 걸쳐 재생 가능한 전기 프로젝트에 대한 지속 연구, 투자 및 개발
	수자원 보호 전략	글로벌 공원, 리조트, 기업 캠퍼스 등 영향이 큰 현장에서 현장별 수자원 보호 전략을 계속해서 구현
	Disney Planet Possible	디즈니 보전 기금(Disney Conservation Fund)을 조성하여, 1995년 이후 1,000여 종 이상의 종을 보호하고 전 세계 아이들에게 자연 경험을 제공하는 데 1억 2천만 달러 이상을 투자
사회	인재 고용의 다양성 및 포용성	1) 다양한 기술 인재 양성 : 여성에게 기술을 개발하고 경력 개발 기회를 탐색할 수 있는 기회를 제공하는 것을 목표로 사내 개발 프로그램인 코드:로지(CODE:Rosie) 제공 2) 다양한 학문 기관과의 파트너십 : 학생들에게 개발 기회를 제공하고 인재 다양한 인재 파이프라인을 가능하게 하기 위해 다양한 학문 기관과의 파트너십 형성
	다양성 및 포용성 문화조성	1) 직원 주도 그룹 : 직원 친화 그룹과 100개 이상의 비즈니스 직원 리소스 그룹을 지원하여 동료 네트워크를 형성하고 봉사 활동 및 멘토링 기회에 참여하며 경력 개발에 도움이 되는 새로운 기술과 리더십 역량을 구축하도록 장려



구분	전략	주요 내용
		2) 헤리티지 & 아이덴티티 기념 : 인종적 정체성을 위한 특별한 순간에 이들의 문화를 기념하기 위한 다양한 프로그램을 제공 3) 장애 접근성 향상 : 청각 장애인 스토리텔링, 혁신적인 캡션, 직장 내 불안과 같은 주제를 다루는 내부 행사를 통해 장애 자부심의 달을 기념
	콘텐츠 다양화	1) 세계관 반영 콘텐츠 제작 : 영화 제작자 및 창의적인 인재들과 협력하여 개인, 가족 및 커뮤니티를 대상으로 진정성 있고 접근 가능한 콘텐츠를 제작 2) 콘텐츠제작 인재 개발 및 포용 : 크리에이티브 인재 개발 및 포용 팀은 감독, 작가, 제작 보조원, 제작진 등을 위한 전문 개발 프로그램을 통해 소외된 지역 사회에서 떠오르는 인재들에게 기회 제공 3) 콘텐츠 접근 가능성 개선 : 오디오 설명, 폐쇄 자막, 키보드 내비게이션, 인기 화면 판독기와와의 상호 운용성과 같은 도구 이용
	공동체 다양성 기여	1) 공급업체 다양성 : 다양한 공급업체와 연간 10억 달러를 지출한다는 목표를 2023년 달성 2) 비영리 단체 협력 : 비영리 단체와의 협력과 헌물 및 재정적 기부를 통해 전 세계의 커뮤니티에 긍정적 영향을 주고자 함 3) 차세대 리더 구축 : LGBTQIA+ 청소년들의 업무 준비 상태와 미래 직업 기회에 대한 연결을 증가시키기 위해 프로그램 운영
	인권	직원, 손님, 고객, 지역 사회, 비즈니스 파트너의 인권을 존중하기 위해 인권 웹 페이지를 통해 인력, 콘텐츠, 제품 및 공급망, 커뮤니티, 아동, 개인정보 보호 등의 영역에서의 주요 인권 문제를 식별
	공급망	부정적인 인권 영향을 예방, 완화, 해결하고 당사 운영, 제품 및 서비스가 환경에 미치는 영향을 줄이기 위한 노력의 일환으로 전 세계 공급업체와 협력
	국제노동 표준	디즈니 국제 노동 표준(ILS) 프로그램은 디즈니 브랜드 소비자 제품에 대한 광범위한 공급망 전반에 걸쳐 노동 표준 준수를 관리
지배 구조	이사회 구성	이사는 회사의 주주, 직원, 고객, 손님 및 지역 사회의 다양성을 반영하며, 후보 12명 중 6명은 다양한 성별, 민족 또는 인종을 대표
	윤리	이사회가 이사의 업무 행동 및 윤리 강령에 대해 책임을 가지며, 비즈니스 행동 표준은 직원에게 적용

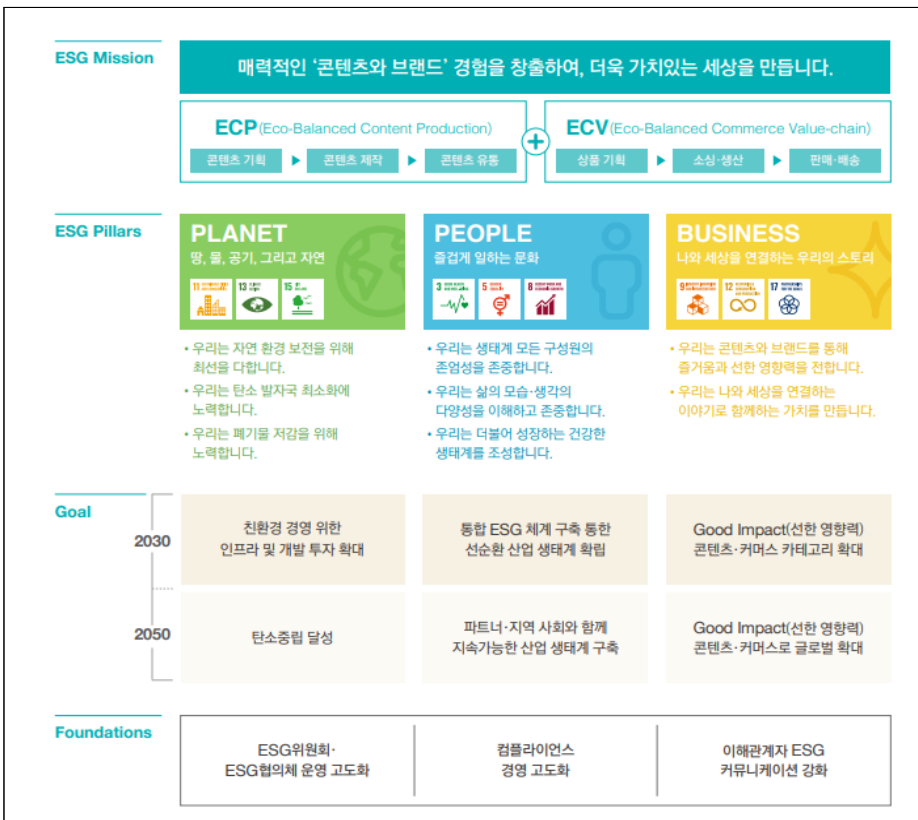
### 3. CJ ENM

#### 가. 추진 현황

CJ ENM은 2021년 국내 미디어 업계 최초로 ESG 리포트를 발간한 기업이다. 또한 전략적이고 체계적인 지속가능경영을 위해 미디어엔터테인먼트 산업과 컴플라이언스 및 사회정책의 전문가들로 ESG위원회를 구성하여 ESG를 실천하고 있다. ESG의 핵심 축인 지구(PLANET), 비즈니스(BUSINESS), 사람(PEOPLE)은 각각 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)와 연관되는 가치로 중장기적 계획을 제시한다.

영상 콘텐츠를 제작하면서 차별을 없애고 다양성을 적극적으로 표현하는 ‘콘텐츠의 선한 영향력’을 확대하고 있다. 에너지 효율을 끌어올린 ‘CJ ENM 스튜디오 센터’도 대표적인 ESG 경영 전략을 바탕으로 운영되는 곳이다.

[그림 4-3] CJ ENM ESG 미션



## 나. 주요 내용

〈표 4-7〉 CJ ENM ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	탄소 발자국 감소	온실가스 SCOPE 1,2,3 배출량 모니터링, 친환경 스튜디오 운영, 환경 교육 강화 등 2050 탄소중립을 목표로 환경경영시스템 구축
	자원순환 모델 구축	환경경영 시스템(ISO14001) 운영 및 인증 취득, 설비활용, 점검, 신축을 통한 부정적 환경영향 저감, 친환경 패키징과 생활 및 산업 폐기물 분리 배출을 통한 자원순환 모델 구축
사회	콘텐츠의 선한 영향력 지표 (G.I.C. Index) 연구	콘텐츠가 사회에 기여하는 영향력 및 가치를 측정하기 위해 콘텐츠가 시청자에게 미치는 영향 정도를 측정하는 '콘텐츠의 선한 영향력 지표(Good Impact of ContentIndex)'를 연구
	배리어프리 서비스	장애인과 디지털 취약계층의 편의성을 강화하고, 콘텐츠를 자막으로 즐기고 싶은 이용자의 니즈를 충족하고자 배리어프리 자막 서비스를 제공
	인권 경영	인권경영 중장기 로드맵을 수립하여 임직원, 고객, 협력사, 지역사회에서 발행할 수 있는 편견, 차별 등을 철폐하고자 프로세스를 구축하고 인권영향평가를 실시
	인적 자원 확보	1) 다양성&포용성 조직문화 : 다양성과 포용성 가치를 반영하여 채용 과정에서 성별, 출신, 경력에 따른 차별을 두지 않고 장애인과 외국인 등 종사자의 다양성을 고려 2) 일과 삶의 균형 : 유연근무제 도입 확대 및 주요 복지제도 시행 3) 인재 육성 : 신규 입사자 교육 프로그램 강화 및 직무별 역량강화 프로그램 운영
	안전보건 경영	안전보건 경영 방침을 수립하여 협력사를 포함한 전 분야의 안전보건 관리를 모니터링 하고 안전위험성 평가를 실시
	정보보안 및 개인정보보호	최소한의 필요 정보만 수집하며, 협력사 보안 관리까지 적용 대상을 확대
	동반성장 (공급망 관리)	파트너들이 안전, 보건, 환경, 윤리 등 분야에서 법규 및 사회적 책임을 준수할 수 있도록 협력사와 협약을 체결하고 교육 및 R&D를 지원
	지역사회 공헌	지역사회 나눔 활동을 비롯해 생물다양성 보전을 위한 다양한 활동 수행
지배 구조	윤리 경영	컴플라이언스 경영시스템 인증을 취득하고 준법경영위원회를 운영하여, 임직원의 윤리 인식을 고취하고 리스크 관리를 수행

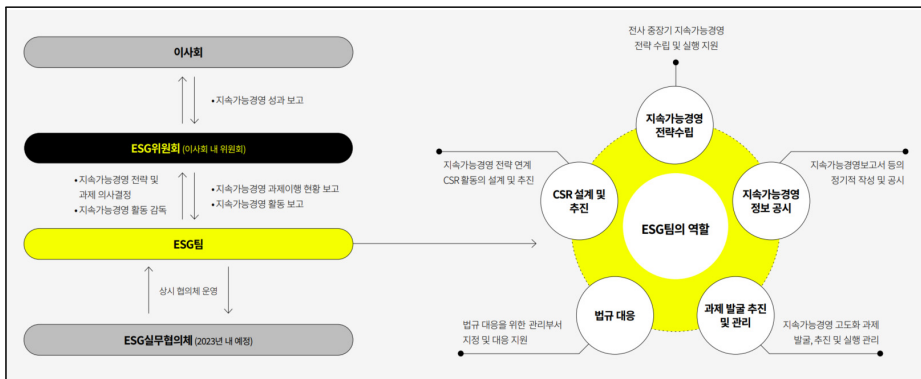
## 제3절 음악기업 ESG 사례 분석

### 1. HYBE(하이브)

#### 가. 추진 현황

하이브는 ESG 경영의 방향성과 전략 수립을 위해 ESG위원회와 ESG팀을 설립하였다. ESG위원회는 지속가능경영과 관련된 전략 및 주요 경영 정책 사항을 관리·감독하고 성과를 검토하며, ESG팀은 레이블·솔루션·플랫폼별 담당자로 구성된 ESG실무협의체 운영을 통해 지속가능경영 현황을 관리한다.

[그림 4-4] 하이브 지속가능경영 체계



자료: 하이브(2023). 2022 지속가능경영보고서.

하이브는 ‘지속가능한 엔터테인먼트를 위하여(For Sustainable Entertainment)’를 지속가능경영 비전으로 내세우고 있다. 이 비전 아래 세운 지속가능경영 목표는 ‘팬들의 라이프스타일을 풍성하게 할 생각의 진보’, ‘공동체와 함께 만들어가는 엔터테인먼트 산업의 미래’, ‘엔터테인먼트 산업의 기준이 되는 거버넌스’ 3가지로 구성되어 있으며 이를 바탕으로 중점 추진 ESG 과제를 설정하였다. 2023년에 첫 지속가능경영보고서를 발간하였으며, GRI Standards 2021의 보고 방식에 따라 작성되었다.

## 나. 주요 내용

〈표 4-8〉 하이브 ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	친환경 제품 및 서비스	앨범 및 상품에 친환경 소재 사용을 장려하기 위한 가이드라인을 도입하여, 범 내 지류 구성품(화보집, 가사집, 포토카드 등)은 산림관리협의회(FSC)의 인증을 받은 'FSC 인증 종이'를 사용하며, 제품 인쇄에도 'Soy-Ink' 인증을 받은 잉크를 사용
	기후변화 대응	사내에서 플라스틱 사용량 및 폐기물 저감 캠페인을 실시하고 있는 동시에, 온실가스 감축을 위해 Scope1, Scope2 온실가스 배출량 산정 체계를 구축하여 관리하고 있으며, 향후 Scope3 배출량 관리 전략을 구체화할 예정
	환경 프로젝트 수행	환경재단과 협업하여 방글라데시 맹그로브 숲에 에코빌리지를 조성하는 조림사업을 진행하고 있으며, 지속적으로 지방자치단체 및 국제기구와의 파트너십을 맺어 조림사업을 통한 탄소 감축 목표를 추진 중
사회	인적자원 관리	1) 인권 경영 : 인권규범 지침을 마련하고, 전 구성원을 대상으로 인권교육을 실시하고 있으며, 인권침해 행위가 발생할 경우 제보할 수 있는 신고채널 운영 2) 다양성 제고 : 구성원의 다양성을 고려하여 게임, 크리에이티브, 마케팅 세일즈 등 다양한 직군과 직무의 전문가를 채용 3) 역량 개발 및 강화 : 신규 구성원의 업무 적응을 돕는 온보딩 프로그램이 있으며, 직무 및 리더십 교육, 사내 교육 컨설팅, 언어 교육 등 다양한 역량 강화 프로그램을 제공 4) 조직문화 및 복리후생 : 유연한 조직문화를 지향하며 수평적 호칭 제도인 '님 문화'가 있으며, 가족친화제도 등 업무방식과 연계된 복리후생 제도 운영 중 5) 아티스트 양성 : 연습생들은 음악 활동을 위한 레슨뿐만 아니라 심리 지원, 성인지 감수성 향상, 기후와 환경, 언어교육 등 다양한 교육 프로그램 이수
	안전 및 보건	사내 간호사가 상주하는 건강관리실을 운영하고 있으며, 응급 상황에 신속한 대처를 위해 응급환자 경보 시스템 구축
	고객만족 및 품질경영	1) 팬 경험 개선 : 위버스 플랫폼에서는 글로벌 팬들을 위한 자동번역 서비스를 제공하고, 공연장 내 휠체어석 운영과 수어 통역사 지원 등을 통해 신체적 제약이 있는 팬들의 접근성 향상 2) 제품 안전 및 품질관리 : 제품의 안전과 품질관리를 위한 방침을 마련하고, 품질 사전관리부터 사후관리, 역량강화 실시
	협력사 관리	'협력업체 선정 및 운용 가이드라인'을 준용하고 있으며, 또한 파트너사와 거래 시 양측 모두 윤리실천협약서에 서약
	사회공헌	BTS의 LOVE MYSELF, 세븐틴의 Going Together와 같은 사회공헌 캠페인 추진
지배 구조	준법·윤리경영	법무관리시스템을 구축하여 계약, 소송, 공문 등 법률 사항을 전사적으로 관리하고 있으며, 윤리규범 위반 제보 프로세스를 마련하여 모니터링 중
	주주친화 경영	기업의 주요 경영 정보를 공개하고, 주주의 다양성과 편의를 고려하여 경영 설명회의 온라인 스트리밍 및 녹음파일, 국·영문 통역 서비스 제공
	이사회의 투명성 및 전문성 강화	독립된 의사결정과 경영활동을 위해 대표이사와 이사회 의장을 별도로 두어 소유와 경영 분리

## 2. SM엔터테인먼트

### 가. 추진 현황

SM엔터테인먼트(이하 SM)는 지속가능경영 목표와 전략을 이행하기 위해 지속가능경영 거버넌스를 구축하였다. 이사회 산하 거버넌스위원회에서 지속가능경영과 관련된 주요 안건을 정기적으로 검토 및 승인하며, 각 사업과 연계한 지속가능경영 활동을 추진하기 위해 실무 부서 책임자와 담당자로 이루어진 ESG 실무협의체를 구성하였다.

[그림 4-5] SM엔터테인먼트 지속가능경영 거버넌스 구조



자료: SM Entertainment(2023). 2022 에스엠엔터테인먼트 지속가능경영보고서.

SM은 'Global No.1 Sustainable Culture Technology Leader'라는 지속가능경영 비전을 제시하였다. 이러한 비전 아래 '환경경영 체계 구축', '일하기 좋은 기업', 'GOOD 콘텐츠 제공, 재창조 확산', '지속가능경영체계 완성'이라는 4가지 핵심 목표를 설정하여 ESG 활동을 수행하고 있다. 특히 SM은 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact) 가입 기업으로 인권, 노동, 환경, 반부패 분야의 10대 원칙을 기업의 운영과 활동에 내재화하고 실질적 실천 방안을 제시하고 있다. 2022년부터 지속가능경영보고서를 공개하고 있으며 GRI Standards 2021, 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact) 10대 원칙, 유엔 지속가능발전목표(UN SDGs)를 기준으로 보고서를 작성하고 있다.

## 나. 주요 내용

〈표 4-9〉 SM엔터테인먼트 ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	환경경영 전략 수립	환경경영 시스템 ISO 14001 인증을 취득하여 체계적인 운영 시스템을 구축하고 주기적 평가를 실시
	친환경 제품 및 서비스	FSC 인증 종이를 사용한 앨범과 굿즈 제품을 확대하고 있으며, 앱과 NFC 기능을 통해 음원과 서비스를 이용할 수 있는 플랫폼 앨범 출시
	기후변화 대응	1) 사내 에너지 저감 : SM 사옥은 녹색 건축 인증과 에너지 효율 1등급 인증을 취득하였으며 태양광, 지열 시스템, 연료 전지 등 신재생 에너지 활용 2) 음반 폐기물 재활용 : 음반 폐기물을 소재별로 분류하고 종이를 재활용하여 재생지를 생산하고 있으며, 이 과정에서 발생하는 온실가스 배출량을 최소화하기 위해 모니터링 체계 구축
	자연생태계 보호	자연생태계 보호를 위해 기금을 조성하고 임직원 및 아티스트들은 자연생태계 보호 캠페인과 자원봉사에 참여
사회	인적자원 관리	1) 인권 경영 : 아티스트와 연습생의 인권 이슈를 중요하게 다루고 있으며, 기업 전략에 아티스트 및 연습생에 대한 인권 보호 강화를 포함하였는데, 아동과 청소년 연습생의 인권을 보호하기 위해 노동권, 생존권, 보호권, 참여권, 학습권 항목에 대한 구체적인 인권보호 내용을 구성하여 연습생의 인권 존중 추구 2) 다양성 제고 ; 다양성을 존중하고 국적, 성별, 장애 유무에 상관없이 차별 없는 평등한 고용 추진 3) 역량 개발 및 강화 : 신규입사자 지원 및 임직원 실무능력 향상을 위한 전문 교육 지원 4) 복리후생 : 하이브리드 근무제, 자율좌석제를 도입하였으며, 공연/ 전시 관람, 도서 구매, 동호회 지원과 같은 임직원의 문화활동 지원 5) 아티스트 양성 : 연습생 개인의 성향과 상황에 맞는 담당 직원을 배정하는 '담당 직원 제도' 운영
	안전 및 보건	법규에 따른 안전보건관리 시스템과 실행조직을 구축하였으며, 임직원 대상 건강검진, 심리상담, 보건상담 등을 운영 중
	사회공헌	'SMile'이라는 사회공헌 브랜드를 출범하였는데, UN SDGs(지속가능발전목표)에 명시된 포용적이고 공평한 양질의 교육을 보장하기 위해, 국내 및 아시아를 중심으로 아동, 청소년을 대상으로 한 음악교육을 비롯하여 다양한 사회공헌 활동 추진
지배구조	준법·윤리경영	임직원 준법 역량 강화와 윤리 인식 함양을 위해 준법·윤리교육 실시
	주주친화 경영	'제작 역량 강화', '배당 정책', '주주의견 수렴', '내부감사'라는 4가지 핵심 과제를 설정하고 이에 대한 구체적인 계획을 주주에게 공시
	이사회와 투명성 및 전문성 강화	기존 1명의 사외이사를 5명으로 확대하여 이사회 50%를 사외이사로 구성하였으며, 이사회 의장도 사외이사로 선정하여 의사결정 과정의 투명성 제고

### 3. JYP엔터테인먼트

#### 가. 추진 현황

JYP엔터테인먼트(이하 JYP)는 환경 및 사회적 책임 활동 전반에 대한 방향을 논의하고 결정하는 협의체로서 이사회 산하에 ESG위원회를 신설하였다. ESG위원회는 JYP의 중장기 ESG 전략 방향을 설정하며 주요 의사결정에서 중추적인 역할을 담당한다. ESG 협의체는 중장기적 ESG 방향을 기반으로 한 ESG 경영계획 수립 및 모니터링, ESG 관련 위험 최소화 및 신규 비즈니스 기회 창출 방안을 모색한다. 기능 단위의 인력으로 구성된 ESG TF(실무협의체)는 ESG 전략의 실행을 담당하여 ESG 목표가 실질적으로 달성되도록 노력하고 있다.

[그림 4-6] ESG 관리조직 체계



자료: JYP엔터테인먼트(2023). 2022 JYP 지속가능경영보고서.

‘Leader of Change’라는 ESG 비전을 수립하여 가치실현의 기회 제공, 성장 기반 마련, 기후변화 대응, 친환경 가치 확산, 소셜 콘텐츠 제작, 파트너 동반성장 지원 등의 ESG 활동을 수행하고 있다. 2022년부터 지속가능경영보고서를 공개하고 있으며 GRI Standards 2021과 SASB의 Service 영역 내 Internet Media & Services 및 Media & Entertainment 산업 기준으로 보고서를 작성하고 있다.



## 나. 주요 내용

〈표 4-10〉 JYP엔터테인먼트 ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	환경경영 전략 수립	ESG협업체 산하 환경 TF를 구성하여 운영하고 있으며, 최경영진의 KPI에 환경성과목표를 반영하여 환경 TF는 이사회 내에서 연 1회 정기적으로 환경경영 성과를 보고하고 환경경영에 대한 관리 및 감독 시행
	친환경 제품 및 서비스	FSC(국제산림관리협회) 인증을 받은 종이를 사용하고, 화학 폐기물을 배출하지 않는 무현상 판재 방식을 사용하여 친환경 인쇄 기술 이행
	기후변화 대응	1) 사내 에너지 저감 : 사용 전력을 100% 재생에너지로 대체하는 친환경 미니 서티브 RE100 이행 2) 온실가스 배출 : 온실가스 인벤토리 구축을 위한 로드맵을 수립하고, 온실가스 디지털 관리 프로그램을 활용하여 Scope 1, 2의 온실가스 인벤토리 구축
	친환경 가치 확산	친환경 콘텐츠 제작 및 아티스트와 함께하는 환경 캠페인 참여를 주도하고 있으며, 국내외 환경 관련 기관들과 연대
사회	인적자원 관리	1) 인권 경영 : 인권경영을 강화시키기 위해 독립된 CEO 직속의 감사실을 신설하였으며, 이해관계자의 인권보호를 위해 익명성이 보장된 공익신고시스템 '휘슬블로우' 운영 2) 다양성 제고 : 여성 인재가 성장 가능한 환경을 조성해 가고 있으며, 인력 구성의 다양성을 제고하기 위해 국가보훈자 및 외국인에 대한 채용도 적극적으로 확대 중 3) 역량 개발 및 강화 : 6,000여 가지 이상의 교육과정이 포함된 러닝 플랫폼을 제공하여 직무, 외국어, 교양 등 본인의 역량 강화에 필요한 과정을 자기 주도로 수강할 수 있도록 지원 4) 평가 및 보상 : 목표에 의한 관리(MBO, Management By Objectives) 인사제도를 도입하였으며, 하향식인사체계를 개선하기 위하여 리더십 다면평가 시행 5) 조직문화 및 복리후생 : 사내 제안제도인 'CHANGE'를 도입 및 다양한 복리후생 제도 확대 중 6) 지속가능한 창작자 발굴 : 퍼포먼스 창작 부서인 '퍼포먼스디렉팅 LAB'을 구성하고, 창작자 권리 보장을 위해 표절 모니터링 시스템을 도입하였으며, 자체 콘텐츠 정산 시스템을 통해 창작자 권리 보장 7) 아티스트 양성 : 담당 레이블은 아티스트가 원하는 방향성과 개성을 이해하고 이에 맞추어 트레이닝 프로그램을 지원하며 외국어, 사회, 문화 등 다양한 분야의 교육 프로그램을 마련하여 운영
	안전 및 보건	산업재해 발생 ZERO 등 안전보건 추진 목표를 달성하기 위해 전문 안전관리 업체를 통해 매년 1회 이상 위험성 평가 진행
	고객만족	1) 이용자 접근성 제고 ; 거동이 불편한 장애인 이용자를 위한 휠체어석을 마련하고 있으며, 동행하는 활동 지원인 좌석도 함께 제공 2) 개인정보보호 : 로운 보안기술 습득 및 개인정보보호 의무 등에 관해 정기적인 사내 교육 또는 외부 위탁 교육을 실시하여 이용자의 개인정보 유출 등 관리상의 리스크 최소화 추진 중
	협력사 관리	파트너사를 대상으로 윤리교육, 공연 안전관리 지침 및 가이드라인 등을 교육하고 있으며, 전 임직원을 대상으로 연 1회 전사 공정거래 교육을 진행하고, 신규 입사자 교육과정에는 공정거래 교육이 필수 과정으로 포함되어 있음

구분	전략	주요 내용
	사회공헌	JYP는 'Every Dream Matters!: 세상의 모든 꿈은 소중하다'라는 비전 아래 사회공헌 활동을 전개하고 있으며, 국내외 어린이 치료비 지원 사업을 진행 중
지배 구조	준법·윤리경영	2022년 준법지원인을 선임하여 법적 리스크를 예방·관리
	주주친화 경영	2018년 이후 배당정책을 제도화하였으며 홈페이지를 통해 주가정보, 재무정보, 공시정보, 내부정보관리규정, 윤리규정 등을 공개
	이사회의 투명성 및 전문성 강화	이사회는 사내이사 4명과 사외이사 4명으로 구성되어 있으며, 사외이사 비율을 50%로 유지하는 동시에 산하 감사위원회는 전원 사외이사로 구성되어 독립적으로 운영

## 4. Warner Music Group(워너뮤직그룹)

### 가. 추진 현황

Warner Music Group(이하 WMG)의 최고 경영진과 이사회는 ESG경영위원회를 구성하여 ESG 목표를 추진하고 있다. 세부 ESG 활동은 내부 및 외부 이해관계자들의 의견을 반영한 ESG 중대성 평가에 기반하며, UN 지속가능발전목표와 회사 가치를 고려하여 미래의 ESG 방향을 결정하고 있다. 2022년부터 ESG 보고서를 통해 인재, 직장, 다양성 및 포용성과 관련된 ESG 활동 현황과 새로운 ESG 목표를 발표하고 있으며, 보고서는 SASB 및 GRI 기준을 기반으로 작성되고 있다.

### 나. 주요 내용

〈표 4-11〉 Warner Music Group(워너뮤직그룹) ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	환경경영 전략 수립	Universal Music Group, Sony Music Group과 협력하여 2023년에 Music Industry Climate Collective(음악 산업 기후 협의회, MICC)를 설립하였는데, MICC의 첫 번째 이니셔티브는 음악 산업의 Scope 3 온실가스 배출을 측정하기 위한 시스템 개발과 실행에 초점
	친환경 제품 및 서비스	제품 제작에 있어 재활용이 어려운 소재의 사용은 배제하고 친환경 소재를 적극적으로 활용하고 있으며, 파트너 네트워크를 구축하여 공급 측면에서도 온실가스 배출 영향을 줄이기 위해 노력
	기후변화 대응	1) 사내 에너지 저감 : 2030년까지 사무 공간의 사용 전력을 100% 재생에너지로 대체하는 것이 목표 2) 온실가스 배출 : 온실가스 감축을 위해 Scope 1, 2에서의 감축 목표를 1.5℃로 설정하고, Scope 3 배출에서는 2℃ 이하로 설정

구분	전략	주요 내용
사회	인적자원 관리	1) 인권 경영 : 종사자는 차별, 괴롭힘, 이해관계 충돌 등 기업의 인권경영 가치와 충돌하는 행위를 식별하고 보고하는 방법에 대한 필수 교육을 받음 2) DEI(다양성·형평성·포용성) 제고 : DEI 기초 과정을 개설하여 10개국의 직원들을 교육하고 DEI 계획을 수립하였다. 이를 위해 자발적 자기 식별 프로세스인 'Count Me In' 캠페인을 통해 직원들의 DEI 데이터 수집 3) 역량 개발 및 강화 : 전 세계 리더들에게 맞춤형 경영 코칭을 제공하는 시니어 리더십 프로그램을 제공하고 있으며, 멘토링 프로그램, 성장 마인드셋 개발 및 커뮤니케이션 교육 프로그램 등 운영 4) 조직문화 및 복리후생 : 사무실을 도심에 위치시켜 직원, 아티스트 및 작곡가와의 접근성을 높였으며, 작업 공간은 자연 채광, 도시 전망 및 야외 공간을 결합하여 웰빙과 생산성을 증진시키는 창작 영역을 제공 5) 아티스트 및 작곡가 지원 : 공정한 보상을 위해 2000년 이전에 WMG와 계약을 맺은 아티스트와 작곡가들의 미지급된 로열티를 받을 수 있는 프로그램을 마련하였으며, 티스트들이 자신의 음악을 독립적으로 배포할 수 있는 Level이라는 온라인 플랫폼을 개발
	안전 및 보건	직원 및 가족을 대상으로 포괄적인 무료 의료 지원을 제공하고 있으며, 미국 및 유럽 일부 사무실에서는 정신 건강 지원 프로그램 제공
	협력사 관리	인권 및 아동 노동법을 포함하여 국내 또는 국제적 법률을 준수하지 않는 업체에 대해 제로 tollerance(zero tolerance) 정책을 시행하고 있으며, 협력사 관리 프로세스를 자동화하여 협력사가 행동강령을 준수하는 것을 확인하는 절차를 구축
	사회공헌	음악산업 내의 불평등을 해소하고자 소외된 지역사회의 예술가들을 위한 기회를 제공하고 있으며, 멘토링 프로그램 등 교육의 형태로 운영 중
지배 구조	이사회 투명성 강화	새로운 이사를 임명할 때는 성별, 연령, 인종 및 기타 요인을 고려하여 이사회 내의 다양성을 확보하기 위해 노력 중

## 제4절 만화/웹툰기업 ESG 사례분석

---

### 1. 네이버웹툰

#### 가. 추진 현황

네이버웹툰의 모회사인 웹툰엔터테인먼트는 글로벌 콘텐츠 시장에서의 성과를 토대로 미국 나스닥 상장에 도전하는 등 글로벌 브랜드로 성장하고 있다. 웹툰엔터테인먼트는 글로벌 창작 생태계를 조성하여 지속가능성을 실현시키고자 하였다. 그러나 ESG 경영에 있어 별도의 지속가능성 보고서를 발행하지 않고 있어 웹툰엔터테인먼트의 모기업인 네이버의 ESG전략에 따라 유기적인 활동을 전개하는 것으로 파악된다.

네이버는 2020년 ESG 추진전략을 수립하며 ESG경영을 실천하고 있다. 2022년에는 2020년 수립한 기존의 ESG 추진전략 체계를 새롭게 개편하여 중장기 ESG 추진전략을 도출하였다. ESG 전략 고도화를 위해 빠르게 변화하는 사업 환경과 ESG 규제 강화 동향을 파악하고, 지속가능성 내재화에 수반되는 기회와 리스크 분석을 실시하여 7대 전략을 도출하였다. ESG 7대 전략은 ESG 가치창출 플랫폼 구축, 구성원 성장 및 만족, 파트너 성장 지원 및 지역사회 상생, 지배구조 투명성 유지 및 선진화, 2040 Carbon Negative 달성, 프라이버시 권리보장 확대 및 사이버 보안 리스크 최소화, 책임있는 비즈니스 운영이다. 네이버 대외/ESG 정책 조직 산하 Green Impact팀은 네이버 ESG 경영 추진의 핵심 부서로서 전사적 ESG 전략과 방향을 설정하고, 이를 실행하기 위한 개선과제의 성과를 관리하고 있다.

ESG 정보는 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021, SASB(Sustainability Accounting Standards Board)에 따라 작성되었다. 재무성과는 K-IFRS(한국채택국제회계기준) 연결기준이 적용되었으며, 재무·비재무 성과의 통합적 기술 방식은 VRF(Value Reporting Foundation)가 제시하는 Framework의 원칙과

내용을 준수하여 작성되었다.

## 나. 주요 내용

〈표 4-12〉 네이버웹툰 ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	온실가스 배출 저감	온실가스 배출량보다 더 많은 양을 감축하여 상쇄(Offset)함으로써 순 배출량을 0 이하로 만드는 '2040 Carbon Negative' 전략 수립
	환경영향 저감	사옥 및 데이터센터 운영 상의 환경영향 저감을 위해 노력하고 있는데, 한국전력 및 엔라이트와 제3자간 전력거래계약을 체결하여, 연간 전력의 약 15%를 재생 에너지로 충당할 예정
사회	배리어프리 서비스	시각장애인의 웹툰 감상을 돕는 인공지능(AI) 기술을 개발하여, 약 18만개의 웹툰에 대체 텍스트를 적용해 서비스를 시작하였고 2023년 이후 대사의 음성서비스를 제공
	창작자 지원 서비스	창작 생태계 플랫폼을 국내외에 지속적으로 구축하고 있으며, 작가들이 보다 안정적 수익을 창출할 수 있도록 지원하는 '웹툰위드(WEBTOON With)' 프로그램을 운영
	구성원 역량 개발과 인재 육성	현장 요구에 기반한 교육 프로그램을 신설하고, 구성원들이 스스로 필요한 교육을 적기에 받을 수 있는 자기주도 성장지원 프로그램 지원
	사람중심 정책	국내외 주요 인권 규범과 이해관계자별 잠재 리스크 분석을 기반으로, 10대 인권 지침을 마련하여 모든 사업 운영 과정에서 잠재적 인권 리스크 관리
지배 구조	ESG 위원회 운영	전사 ESG 리스크 관리와 비즈니스 기회 확대를 추진하는 최고 협의체인 ESG위원회를 운영 중이며, ESG 워킹그룹 운영을 통해 중요 주제에 대응
	이해관계자 중심 대응	6대 이해관계자를 이용자, 구성원, 투자자 및 주주, 파트너, 지역사회, 정부로 설정하여 이해관계자별 주요 관심사를 기반으로 네이버 사업 운영 상의 리스크와 기회를 파악해 관리하고, 투명한 정보 공시를 표방

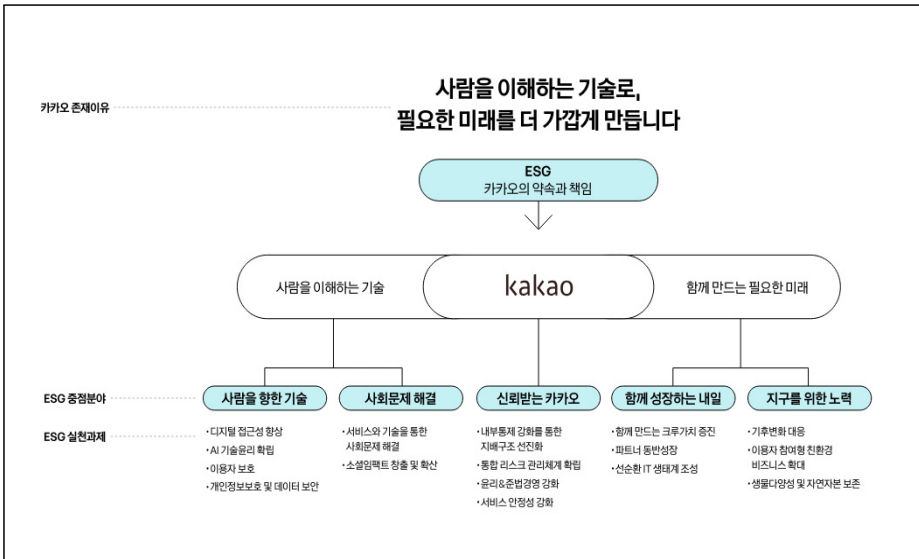
## 2. 카카오엔터테인먼트

### 가. 추진 현황

카카오엔터테인먼트의 모기업인 카카오는 2020년 첫 ESG 보고서를 발행한 이후 다양한 ESG 관련 활동을 발표하였다. 보고서는 국제 지속가능성 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021과 미국 지속가능성 회계기준인 SASB의 Internet Media & Services 산업 표준에 따라 작성되었으며, 재무 성과는 한국채택국제회계기준(K-IFRS) 연결 기준으로 작성되었다. 카카오는 UN Global Compact 회원사로 인권·노동·환경·반부패 분야의 10대 원칙 준수와 지속가능발전목표(SDGs, Sustainable Development Goals) 달성을 위한 이 행 활동을 반영하고 있다.

카카오는 새로운 미션을 바탕으로 ESG 경영전략을 수립하고자 '사람을 이해하는 기술'과 '함께 만드는 필요한 미래'를 중심으로 ESG 중점분야 및 실천과제의 틀을 정비하였다. 2023년 ESG 보고서를 통해 5개의 중점분야를 선정하여 세부사업들을 추진하였다.

[그림 4-7] 카카오 ESG 전략



자료: 카카오(2023), 2023 Kakao ESG Report.

## 나. 주요 내용

〈표 4-13〉 카카오엔터테인먼트 ESG경영 주요 활동

구분	전략	주요 내용
환경	환경경영 방침	2021년에 환경경영 이행의 기반이 되는 환경 방침을 최초로 수립하였으며, 2023년에는 환경 방침 내에 전사적인 추진을 위한 환경경영 거버넌스에 대한 내용을 추가하여 최고 의사결정 기구인 이사회에서 환경 성과에 대한 감독 및 리스크에 대한 의사결정을 진행한다는 점을 규정
	액티브 그린 이니셔티브	2040 Net Zero 달성을 목표로 재생에너지 비중을 점차 확대하기 위한 전략으로 2040년까지 기업 운영 과정에서 발생하는 Scope 1+2 배출량을 0톤까지 감축하고 이와 더불어 가치사슬에서 간접적으로 배출되는 Scope 3 배출량을 최소화하고자 함
	글로벌 재생 표준 'GRS' 인증 획득	2024년 친환경 인증기관 '컨트롤 유니온'으로부터 글로벌 재생표준 인증인 'GRS(Global Recycled Standard)'를 취득하였는데, GRS 인증은 재생원료를 20% 이상 포함하고, 사용 현황을 추적할 수 있는 제품 대상으로 부여
사회	이해관계자 중심 성장	주요 이해관계자인 크루, 파트너, 이용자, 지역사회와 함께 성장하는 것을 핵심 가치로 추구하고, 콘텐츠 제작자, 제휴사, 협력사 등 카카오의 파트너들이 경쟁력을 강화할 수 있도록 다양한 제도를 운영
	그룹 AI 윤리 원칙 제정	AI 서비스 및 제품이 사회 전반에 미치는 영향을 고려하고 모든 구성원의 윤리 의식을 갖추도록 유도하기 위해 윤리헌장을 제정하여 운영하였으며, 최근에는 보다 개선된 AI 윤리 원칙인 '카카오 그룹의 책임있는 AI를 위한 가이드라인'을 제정
	그룹 기술윤리위원회 운영	월간회의를 진행하여 카카오 그룹 전반의 서비스 안전성을 기술 윤리 관점에서 검토하며, 알고리즘 윤리헌장 준수 여부 및 위험성 점검, 기술 투명성을 강화하는 등 개선 업무를 수행
	콘텐츠 다양성 확보	이용자들이 다양한 콘텐츠를 접할 수 있도록 서비스 운영정책을 수립하고 '출신(국가, 지역 등)·인종·외양·장애 및 질병 유무·사회 경제적 상황 및 지위·종교·연령·성별·성 정체성·성적 지향 또는 기타 정체성 요인 등을 이유로 인간으로서 존엄성을 훼손하거나, 폭력을 선동하거나, 차별·편견을 조장하는 행위'를 금지
	창작자 지원	카카오창작재단을 설립하여 일반인과 창작자 대상의 무료 강의 및 창작과정 전반에 관한 지원 중
	정보보호 관리체계	국제규격 인증인 ISO/IEC 27001에 더불어 ISO 27701, ISO 27017 및 ISO 27018 인증을 획득
	ESG 거버넌스 구축	2021년부터 운영 중인 ESG위원회는 연 4회 개최하여 전사 ESG 전략 방향성을 점검하고 환경·사회 등 비재무 리스크 검토 및 대응, ESG 경영 성과 관리감독 등 최고 의사결정 기구로서 기능 수행

## 제5절 소결

### 1. 사회(S), 지배구조(G) 영역의 명확한 기준 부재

국내외 콘텐츠 기업의 ESG 경영 보고서를 분석한 결과, 다수의 기업이 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 등 모든 영역에서 다양한 전략을 구축하고 목표 달성을 위해 고민하고 있는 것을 알 수 있다. 주요 기업들은 각 영역별로 전략 체계와 경영방침을 구축하고 있으며, 기술, 교육, 문화조성, 거버넌스 구축 등 여러 활동을 진행 중이다. 또한, 환경(E)에 치중되어 있는 타 산업과 달리 상대적으로 콘텐츠산업의 기업들은 사회(S)와 지배구조(G) 영역에 여러 활동을 포함하며 환경 외 요소의 중요성을 강조하고 있다.

그러나 세부 전략의 내용과 그 기준을 살펴보면, 영역별 차이를 확인할 수 있다. 환경(E) 활동에서는 대부분의 기업이 기준과 목표를 비교적 명확하게 수립하고 있는 것으로 확인되었다. Scope1·2 온실가스 배출량, RE100, 친환경 소재 가이드라인 준수, ISO 인증 등과 같이 글로벌 이니셔티브가 제정한 기준 혹은 전 세계적으로 통용되는 인증제도를 활용해 적극적으로 목표를 수립하고 있다.

반면, 대부분의 사회(S)와 지배구조(G) 항목은 명확한 기준이 드러나 있지 않으며, 목표 역시 불분명하다. 안전 보건과 정보보호 등 일부 분야에서 ISO 인증과 같은 국제표준과 인증 제도를 활용하고 있고, 다양성 항목에서는 구성원 및 콘텐츠 내용의 다양성을 수치화하여 목표를 제시하고 있지만 그 외의 항목은 뚜렷한 기준과 목표를 확인할 수 없다. ESG 경영 사례분석 결과, 다수의 기업은 사회(S)와 지배구조(G)의 성과지표로 사내 정책수립 여부, 교육 프로그램 신설, 복지제도 운영 등 활동의 실행 여부 자체에 초점을 맞추고 있었다.

또한, 활동 내용에 대한 외부 평가는 거의 이루어지고 있지 않다. 지속가능경영 보고서를 공시하고 있는 기업을 포함해 콘텐츠산업에 속한 여러 기업들에서는 다양한 이슈와 문제들이 발생하고 있다. 소속사와 아티스트 간 공정한 보상과 관련한 분쟁, 불투명



한 지배구조를 둘러싼 내외부 이해관계자간 갈등, 불합리한 근무환경으로 인한 노동조합 증가 등 현재에도 수많은 콘텐츠 기업에서 지속가능발전과 맞닿아 있는 이슈들이 상존하고 있고 문제로 불거지고 있다. 그럼에도 불구하고, 지속가능경영 보고서를 비롯한 기업이 자체적으로 공시하는 ESG 경영 활동 내용의 대부분은 이러한 문제를 드러내지 않고 있으며, 외부의 평가 또한 시행되지 않고 있는 것이 현실이다.

이렇게 명확한 기준이 부재한 상황에서 ESG 경영 활동과 평가가 지속될 경우, 사회(S)와 지배구조(G) 영역 가이드라인의 실효성은 하락할 것이며, 기업들은 형식적인 대응에 그칠 위험성이 높다. ESG 경영 도입이 더 이상 선택이 아닌 생존을 위한 의무가 되고 있으며, 경쟁력 강화를 위한 조건임을 고려할 때 사회(S)와 지배구조(G) 영역의 평가 기준과 방식에 대해 적극 검토가 필요하다고 볼 수 있다.

〈표 4-14〉 콘텐츠기업 ESG 영역별 평가 기준 및 인증 수단

환경	사회	지배구조
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 온실가스(SCOPE 1, 2, 3)</li> <li>- 재생에너지(RE 100)</li> <li>- 환경경영(ISO 14001)</li> <li>- 친환경제품, 산림(FSC 인증)</li> <li>⋮</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정보보호(ISO 27701 등)</li> <li>- 안전보건(외부 위험성 평가)</li> </ul>	

물론, 콘텐츠산업 뿐 아니라 타 산업에도 사회(S)와 지배구조(G)를 명확하게 평가하는 기준이 부족한 것이 현실이다. 그러나 콘텐츠산업은 사회(S) 및 지배구조(G) 영역의 중요성이 상대적으로 높다는 산업적 특수성을 지니고 있다. 해당 영역에 대한 명확한 기준과 목표가 부재할 경우 기업은 ESG 활동을 효과적으로 평가하고 개선하는데 어려움을 겪을 것으로 예상된다. 따라서 사회 및 지배구조 부분에 대한 명확한 기준과 목표를 고민할 필요가 있으며, 활용할 수 있는 평가인증제도에 대해 논의할 시점이다.

## 2. 산업특성을 고려한 가이드라인 부재

### 가. 사회(S) 영역에서의 항목 불균형

많은 이니셔티브와 기업들은 ESG 중 사회(S)의 핵심가치로 다양성을 꼽고 있으며, 최근에는 더 나아가 다양성, 형평성, 포용성을 뜻하는 DEI로 개념이 확장되었다. DEI 개념을 중심으로 많은 기업들이 콘텐츠 제작에서부터 인적관리와 사회공헌 활동까지 다양성, 형평성, 포용성의 가치를 확산하려고 노력하고 있다.

다만, 국내 콘텐츠 기업의 경우 주로 다양성에 초점을 맞추고 있는 경우가 많으며, 이 중에서도 성별 다양성만을 강조하고 있다. 또한 이러한 다양성이 임직원 고용, 이사회 구성 등에 한정되는 경향을 보이는 등 적용 범위가 협소하다는 한계점이 드러난다. 글로벌 콘텐츠 기업의 경우 DEI 가치를 통해 직원의 구성 뿐 아니라 공급, 내용, 이용의 측면을 모두 고려하고 있는 점을 고려할 때, 다양성 등 소수 항목 중심의 가이드라인은 직원 구성비율의 기계적인 평가를 초래할 수 있다.

또한 본질적으로 사회(S) 영역은 다양성 외에 인권, 창작자 권리 보호, 노동환경 등 여러 항목이 있으며, 콘텐츠산업이 내재하고 있는 다양한 이슈를 포함하고 있다. 따라서 다양성 외에 콘텐츠산업 특성을 고려한 다양한 항목 개발이 필요한 시점이다.

### 나. 주요한 산업 이슈가 반영되지 않아 가이드라인의 실효성 하락

콘텐츠기업들은 ESG 경영 활동을 위해 GRI 표준, ISSB 기준과 같은 국제적인 ESG 이니셔티브 기준을 활용하고 있다. 다만, 국제적 기준들은 제조업 중심으로 구성되어 콘텐츠산업의 특성을 반영하지 않았다는 한계점이 있다. 앞서 기술한 것처럼, 콘텐츠산업은 측정되지 않는 장시간 노동, 최저임금 지급위반, 계약미비 등 다수의 노동문제가 여전히 발생하고 있으며, 거대 플랫폼과 개별 창작자 사이에 정보 데이터의 불균형, 창작자의 IP보호도 주요한 이슈 중 하나이다. 제조업 중심의 기존 기준을 활용할 경우, 콘텐츠산업이 당면한 주요한 이슈와 ESG 경영 전략이 연결되지 않는다는 문제점이 발생한다.

ESG 경영 보고서 사례를 보면, 일부 기업들은 창작자 제작 지원과 공정한 정산 시스템 등 창작자 권리 보호를 위한 프로세스를 구축하고, 아티스트나 연습생 보호를 위한 프로그램을 운영하고 있다. 그러나 이러한 사례는 일부 기업에만 해당되며, 다수의 기업

을 유인할 기준과 목표가 제시되고 있지 않다. 많은 콘텐츠 기업이 여전히 자사가 당면하고 있는 여러 이슈와 관련성이 낮은 ESG 기준을 충족하기를 요구받고 있으며, 결과적으로 ESG에 대한 콘텐츠산업의 거부감을 유발할 수 있다.

그러나 ESG 가이드라인의 기준이 콘텐츠산업의 특성을 반영하고 이슈와 연계된다면 오히려 콘텐츠 기업들의 참여 요인을 높일 수 있는 기회이다. 투자와 수출에 직결되는 ESG 경영과 가이드라인 준수는 콘텐츠 기업에게 필수불가결한 요소이기 때문이다. 산업별 ESG 가이드라인을 제공하는 SASB의 미디어 & 엔터테인먼트 산업 가이드라인이 IP 보호 및 미디어 저작권 보호를 주요 ESG 이슈로 제시하고 있는 것처럼 ESG 가이드라인에 산업 특성을 고려한 이슈와 기준을 개발하여 실효성을 높이고 기업들을 유인할 필요가 있다.



콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구

제5장

콘텐츠산업 장르별 ESG 이슈  
및 특성 분석



## 제1절 산업 전문가 FGI

### 1. 조사 개요

콘텐츠산업이 직면한 지속가능한 발전과 ESG 관련 이슈를 파악하기 위해 산업 전문가들을 대상으로 FGI를 실시하였다. 참여 전문가들은 금융투자사와 콘텐츠 기업(게임, 영상, 음악, 만화/웹툰) 대표 및 지속가능경영(ESG) 관련 직무의 담당자로 구성되었다. 전문가들은 다양한 지속가능경영 관련 이슈들을 도출하고, 콘텐츠산업과의 연관성이나 업계 내 중요도 등을 평가하였다.

〈표 5-1〉 산업 전문가 FGI 대상

전문가	소속	인터뷰 일시
A	자산운용사	2024. 03. 13.
B	영상 관련 기업	2024. 03. 17.
C	게임 관련 기업	2024. 03. 18.
D	게임 관련 기업	2024. 03. 18.
E	게임 관련 기업	2024. 07. 02.
F	게임 관련 기업	2024. 07. 23.
G	게임 관련 기업	2024. 07. 25.
H	영상 관련 기업	2024. 08. 27.
I	만화/웹툰 관련 기업	2024. 08. 27.
J	음악 관련 기업	2024. 08. 28.
K	음악 관련 기업	2024. 08. 28.
L	음악 관련 기업	2024. 08. 28.
M	영상 관련 기업	2024. 08. 28.
N	영상 관련 기업	2024. 08. 28.

FGI의 주요 내용은 크게 5가지 부문으로 구조화하였다. 첫째, ‘콘텐츠산업계의 ESG 인식 현황’에 대해 조사하였다. 이를 통해 업계에서 인지하는 ESG의 필요성, 시급성, 중요성 등을 파악하고자 하였다. 둘째, ‘ESG 준비 및 대응 현황’을 조사하였다. 기업들

이 ESG 추진을 위해 어떠한 준비를 하고 있으며, 내부적으로는 어떤 활동을 중점적으로 수행하고 있는지를 살펴보았다. 셋째, ‘ESG 실행의 한계 및 문제점’에 대해 질문하여 ESG 경영을 가로막는 요인들을 확인하였다. 넷째, ‘콘텐츠 산업에 적합한/필요한 ESG 항목’을 조사하였다. 콘텐츠산업과 연관된 환경, 사회, 지배구조 각각에 대한 주요 이슈를 파악하고 이를 항목화할 수 있는 사안들을 살펴보았다. 다섯째, 마지막으로 ‘콘텐츠 산업 ESG 활성화를 위한 정부의 역할 및 지원 방향’에 대해 질문하였다.

## 2. 조사 결과

### 가. 콘텐츠 산업계의 ESG 인식 현황

#### 1) 대형 기업과 중소형 기업의 ESG 인식 차이 존재

ESG가 기업계에 확산된 지 오래 되지 않아 전반적으로 구체적인 ESG 개념에 대한 인지도는 아직 높지 않은 상황이다. 그러나 일부 대형 콘텐츠 기업에서는 투자 유치, 기업 평가 등을 위해 ESG를 적극적으로 지지하는 분위기가 형성되고 있다. 반면, 중소형 기업에서는 ESG에 대한 인식이 상대적으로 낮고, 대형 기업이 먼저 대응해야 할 사안으로 여기는 경향이 있다.

*“ESG가 환경과 사회적 약자를 보호하자는 취지인 것 같은데, 구체적인 실천 방안은 모르겠다.”(G)*

*“ESG를 떠올리면 대기업에서 추진해야 하는 일 같이 느껴진다.”(H)*

*“ESG 개념이 한국에 도입된 지 얼마 안 되어 회사 내부에서도 잘 모르는 분들이 꽤 많다. 그러나 ESG에 대한 설명과 필요성을 말했을 때는 적극적으로 참여하고 도와주는 분위기다.”(B)*



## 2) ESG의 강제성 부족에 따른 낮은 시급성

현재까지는 ESG가 법적 또는 규제적 강제성을 가지지 않고 있으며, 향후 강제 의무로 전환될 시기가 아직 확정되지 않은 상황이다. 이러한 이유로 많은 기업들은 ESG를 즉각적으로 해결해야 할 시급한 과제로 인식하고 있지 않다. 이에 ESG를 장기적 과제나 선택적 참여의 영역으로 보고 있어 기업 내 우선순위에서 뒤로 미루는 경향이 있다.

*“ESG가 글로벌 서비스를 위해 당장 필요하면 회사에서 바로 추진을 할 것이다. 그러나 현재는 강제성이 없기 때문에 우선순위가 낮다.”(E)*

## 3) ESG의 긍정적 영향에 따른 중요성 인지

기업들은 당장의 시급성은 느끼지는 않더라도 ESG가 노동환경 개선 등 긍정적인 영향을 미친다는 점을 체감하고 있다. 이에 따라 콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위해 ESG가 중요한 역할을 할 것이라는 인식이 확산되고 있다.

*“ESG가 강조되면서 전반적으로 노동환경이 개선되는 추세다. 경영진은 이를 긍정적으로 평가하고 중요하다고 생각하고 있다.”(G)*

*“ESG가 인재 확보나 대외적 이미지 제고에 긍정적인 영향을 미치고 있어 지속적으로 추진해야한다는 인식이 생겼다”(C)*

# 나. 콘텐츠 산업계의 ESG 준비 및 대응 현황

## 1) 대기업을 중심으로 ESG 수행 확산

ESG 평가기관의 평가, 투자자의 요구, 수출 규제, 유럽연합(EU)의 ESG 실사 의무화 등의 영향으로 대형 기업들은 ESG 실천과 관리의 필요성을 체감하고 있다. 이에 따라 일부 대형 콘텐츠 기업들은 ESG 경영에 대비해 별도의 관련 부서를 신설하는 등 ESG 경영을 적극적으로 준비하고 있다. 반면, 비상장 중소기업의 경우 아직 ESG의 필요성을 크게 느끼지 않으며, 법적 규제 이외에는 자발적인 ESG 활동을 활발히 진행하지 않는 상황이다.

“사회적 차원의 ESG 활동보다는 투자자들의 요구나 규제에 대응하는 측면이 크고, 특히 상장 기업들은 일부 평가기관에서 실시하는 ESG 평가에 민감하다보니 이에 맞추어 ESG를 관리하고 있다.”(I)

“회사 매출의 95%가 해외에서 발생하지만, 기업 규모가 작다보니 아직 ESG를 요구받은 경험은 없다.”(F)

## 2) 환경 중심의 ESG 활동

대형 콘텐츠 기업들은 지속가능경영 보고서를 발간하며 ESG 요구에 대응하고 있다. 주로 보고서 작성을 위한 ESG 활동에 주력하며, 특히 측정과 실행이 용이한 환경 분야의 활동을 적극적으로 추진하고 있다. 이들은 환경과 관련된 인증서를 취득하거나 온실가스 및 탄소 배출량을 측정 및 관리하고, 탄소발자국 계산기 연구에 참여하는 등의 환경 활동을 수행하는 것으로 나타났다. 반면, 사회와 지배구조 영역에서는 법적 준수 사항 외에 명확한 측정 기준이 부족하여 체계적인 대응이 미흡한 상황이다. 이로 인해 기업들은 구체적인 목표와 기준을 스스로 설정하지 못하고 있으며 실행 방안도 미비한 실정이다.

“공시를 위해서는 탄소 배출량 측정을 필수적으로 해야 한다. 다른 기관의 콘텐츠 기업 ESG 체크리스트에서도 분리수거, 전력 사용 등 환경 측면을 중요시하고 있다.”(H)

“글로벌적으로 환경이 중요한 이슈로 떠오르면서, 기업들은 이러한 흐름을 따를 수밖에 없다. 이에 따라 대기업의 한 사업 부문인 콘텐츠 사업에서도 기업 전체와 발맞춰 환경 관련 프로젝트를 크게 수행하고 있다.”(B)

## 다. ESG 실행의 한계 및 문제점

### 1) 콘텐츠산업에 적합하지 않은 가이드라인과 지표

현재 콘텐츠 기업이 준수하는 가이드라인과 평가지표는 대부분 전통적인 제조업을 기준으로 하고 있어, 콘텐츠 기업들은 산업 특성과 큰 연관이 없는 활동을 평가 기준에 맞추어 수행하는 경우가 많다. 이로 인해 콘텐츠 기업의 ESG 활동에는 산업 특성이 충분히 반영되지 않는 한계가 존재한다.

*“기업 입장에서 높은 ESG 평가를 받는 것이 목표인 만큼 기준을 최대한 맞추려고 하나, 콘텐츠 산업을 위한 기준이 아니기 때문에 산업과 동떨어져 있는 부분들이 많다. 콘텐츠 산업에 특화된 글로벌 기준이 필요하다.”(C)*

*“제조업의 경우 가이드가 명확하게 제시되어 있다. 그러나 이를 기준으로 콘텐츠 업에 맞게 적용하는 것이 쉽지 않다. 현재 콘텐츠 산업에 특화된 명확한 ESG 기준이 국내외에 없다.”(B)*

### 2) 일관되지 않은 가이드라인으로 인한 혼란 발생

현재 기업들이 참고하는 ESG 가이드라인과 평가지표가 기관마다 다소 상이해, ESG 경영 실천 과정에서 혼란이 발생하고 있다. 이는 기업의 ESG 목표 설정과 달성에 어려움을 주고, 업무의 효율성을 저해하는 요인으로 작용한다. 따라서 표준화된 가이드라인 제공의 필요성이 제기되고 있다.

*“ESG 지표를 표준화하여 기업이 ESG 보고서 초안을 쉽게 작성할 수 있도록 지원하는 것이 필요하다. 현재 ESG 보고서 작성에는 많은 시간과 노력이 소요되고 있어 명확하고 일관된 지침을 통해 업무 효율성을 높이는 방향으로 발전하는 것이 바람직하다.”(D)*

### 3) 과도한 친환경 활동 요구

콘텐츠 기업들은 ESG 활동을 수행하는 과정에서 환경 문제에 과도하게 집중하는 상황에 직면해 있다. 탄소중립과 온실가스 저감이 세계적인 ESG 과제로 떠오르면서, 콘텐

츠 기업들도 친환경 활동에 대한 압박을 받고 있다. 그러나 콘텐츠산업이 환경에 미치는 영향이 다른 산업에 비해 상대적으로 크지 않다는 것이 공통된 의견이다. 그럼에도 불구하고, 제조업 수준의 엄격한 환경 기준이 콘텐츠 기업에도 적용되고 있으며, 전문가들은 콘텐츠 기업에 적합한 친환경 기준의 적용을 촉구하고 있다.

*“현재 친환경 경영 요구에 대응하고 있으나, 콘텐츠와 미디어 분야는 환경과 거리가 있어 수용에 어려움이 존재한다. 따라서 콘텐츠 산업에 적합한 기준을 제시하여 과도한 친환경 요구를 완화할 필요가 있다.”(B)*

*“웹툰 기업에서는 환경문제가 거의 발생하지 않는다고 볼 수 있지만, 외부에서는 출장 시 저탄소 차량 사용이나 식사 시 쓰레기 배출 등에 대한 문제를 제기한다. 그러나 이러한 기준을 웹툰 기업에게 적용하는 것은 현실적으로 적절하지 않은 것 같다.”(I)*

*“콘텐츠 기업은 환경 문제와 관련해 과도한 요구를 받고 있다. 많은 기업이나 개인들이 NFT를 발행하고 있으나, 아이돌이 NFT를 발행할 때에는 이산화탄소 배출 증가에 대한 비판이 집중된다. 또한 환경을 고려해 앨범 발매를 줄이라는 요구가 잦다. 그러나 이는 자유경쟁과 콘텐츠 비즈니스의 발전을 저해할 수 있으며, 특히 앨범 문제는 단순히 기획사의 문제가 아니라 음악 차트 등 생태계 전반에서 함께 해결할 부분이다.”(K)*

#### 4) 사회(S) 영역의 대응 어려움

콘텐츠 기업들은 사회(S) 영역의 사안에 적절하게 대응하지 못하고 있는 상황이다. 많은 기업들이 글로벌 가이드라인을 따르며 ESG를 추진하고 있지만, 추상적이고 모호하거나 국내 환경에 맞지 않는 기준으로 인해 구체적인 활동을 수행하는 것이 쉽지 않다.

*“다양성 지표가 강조되고 있지만, 글로벌 기준에서는 주로 인종에 포커스가 되어 있다. 그러나 이는 다민족국가인 아닌 국내 상황과 맞지 않고, 국내에 적합한 다양성 지표나 목표에 대한 가이드를 정부 측에서 제공해 주면 좋겠다.”(B)*

또한, 콘텐츠 업계의 관행으로 굳어진 크런치 모드나 낮은 보수 체계와 같은 문제는 기업들이 공개하는 것을 꺼리며 지속가능경영 보고서에도 정규직 비율, 이직률, 교육 훈련비 등의 지표만을 공개하는 데 그치고 있다. 따라서 근로시간 등의 정보 공개가 콘텐츠 기업의 문제점을 개선하는 역할을 할 수 있을 것이라는 의견이 제기되었다.

*“노사 관계나 근무 시간 등에 대한 지표는 기업들이 잘 공개하지 않는다. 보여주지 않으니 ESG가 아닌 산업이 실질적으로 개선될 수 있는 평가 기준이 필요하다고 생각한다.”(E)*

#### 5) 중소기업의 비용적 부담

다음은 현실적으로 대형 기업 수준에서만 ESG를 시도할 수 있다는 한계점이 존재한다. 기업이 ESG를 수행하는 데 있어 컨설팅, 실사 등에 따른 비용이 발생하는데, 이는 중소기업에게 부담으로 작용한다. 특히 ESG 수행 기준의 문턱이 높다는 점에서 현재 ESG 활동을 중소기업이 자발적으로 수행하는 것에는 무리가 있으며, 이에 대한 지원이 필요한 실정이다.

*“콘텐츠 산업에는 소규모 업체들이 굉장히 많다. 영세한 콘텐츠 기업은 인적, 비용적 측면에서 ESG 업무를 담당할 여건이 되지 않는다.”(B)*

*“유럽 수출에 있어 까다로운 기준들이 많아지다 보니 거기에 맞추려면 컨설팅이 필요하다. 그런데 ESG 컨설팅 비용이 비싸기 때문에 중소기업의 경우에는 큰 부담이 될 것이다.”(D)*

#### 6) ESG 수행 시 따르는 보상 및 홍보 부족

ESG가 아직 법적 의무 사항이 아니다 보니, ESG 활동이 가져오는 긍정적 효과가 뚜렷하지 않아 특히 중소형 기업들은 ESG 활동의 필요성을 충분히 체감하지 못하고 있다. 한편, 영화 산업에서는 벡델데이와 같은 성평등 관련 시상식을 통해 미디어 성평등 인증을 받은 사례들이 긍정적으로 평가되고 있으며, 이러한 인증이 ESG 평가 등급 향상과 대중에게 긍정적인 기업 이미지를 구축하는 데 기여할 수 있다는 점에서 중요하게 여겨

지고 있다. 따라서 ESG 활동에 따른 인증과 홍보가 활성화될 필요성이 있다는 의견이 제시되고 있다.

*“ESG가 아직 법적 의무가 아니고 ESG 활동에 따른 인센티브가 명확하지 않다 보니 일정 수준의 ESG를 수행한 기업에게 정부 기관이 인증을 부여하는 것은 좋은 것 같다. 다만, 수출이나 투자에 있어 ESG 평가가 중요한데, 이러한 인증이 평가기관의 인정을 받을 수 있는지, 글로벌 인증서를 대체하는 역할을 할 수 있는지에 대한 고려가 필요하다.”(D)*

*“백텔데이 수상은 미디어 분야에서 성평등을 실천하고 있다는 인증서로 볼 수 있다. 이러한 맥락에서 ESG 관련 활동에 대해 인증서를 부여하고 이를 홍보하는 것은 긍정적 효과를 가져올 것 같다”(N)*

## 라. 콘텐츠산업에 적합한/필요한 ESG 항목

### 1) 환경(E)

세계적으로 환경 규제가 강화되면서 콘텐츠 기업들도 온실가스 배출량 공시 등 환경 관련 요구에 대응하고 있다. 전문가들은 전반적으로 콘텐츠산업이 환경에 큰 영향을 미치지 않지만 영상, 미디어 산업에서는 촬영장과 세트장 제작 및 폐기 과정에서 상당한 탄소 배출과 폐기물이 발생한다고 지적한다. 이에 따라 관련 기업에서는 탄소 배출과 폐기물 처리에 대한 지침과 관리가 필요하다는 의견이 제기되고 있다.

*“세트장 자원 낭용 문제는 업계에서도 우려가 크다. 예를 들어 뮤직비디오 촬영 예산 중 80%가 세트 제작에 소요된다. 대부분 촬영 후에 폐기되는 이 자재들은 상당한 자원 낭비를 초래한다.”(M)*

*“BBC에서는 콘텐츠 수급을 할 때 그들이 촬영 현장에서 발생한 탄소 배출량을 Albert 탄소계산기를 통해 측정해서 BBC에 제출하게끔 제도화가 되어 있다. 지금은 BBC에서만 실행하고 있지만, 나중에 넷플릭스나 파라마운트 같은 다른 OTT 플랫폼으로도 넘어갈 수 있고 실제로 그렇게 될 가능성이 매우 크다.”(C)*

또한, 게임산업의 경우 중견 이상의 기업에서 방대한 전력 사용과 데이터 센터 운영으로 인한 탄소 배출이 주요 환경 문제점으로 지적되고 있다. 이에 따라 대형 게임 기업들은 데이터 센터의 에너지 효율성을 높이고 재생에너지를 도입하는 등의 방안을 마련하고 있다.

*“일반적으로 게임 기업은 사람과 PC만 있으면 운영이 가능하기 때문에 환경에 큰 영향을 미치지 않는다고 생각할 수 있지만, 실제로 서버를 구축하고 관리하는데 막대한 전기가 소모된다.”(D)*

## 2) 사회(S)

### ① 근로환경

콘텐츠산업은 인적자원의 의존도가 높으며, 내부 종사자들의 처우 개선은 매우 중요한 사안으로 간주된다. 업계에서는 장시간 근무, 인권 보호, 정신 건강 관리, 공정한 보수 체계 및 인사평가 등에 대한 문제를 지적하고 있다. 그러나 근로환경 문제는 콘텐츠 산업 내에서도 업계별, 직군별로 차이가 있으며 특히 콘텐츠 제작 현장에서는 현실적으로 휴식을 보장하기 어려운 상황들이 존재해 복잡한 양상을 보인다.

*“인사평가가 수직적으로 이루어지는 곳이고 비밀 연봉제 환경 아래에서는 같은 가치의 업무를 수행하고도 인사 평가에 따라 연봉에 차이가 나는 경우가 있다. 평가와 연봉테이블 기준을 명확하게 설정하는 것이 필요하다.”(E)*

*“직장 내 괴롭힘에 대한 판단을 회사 내부에서 진행하다 보니 명백한 괴롭힘 사례임에도 불구하고 명확한 판정이 내려지지 않는 경우가 많다. 이를 판단하는 객관적인 기준이 필요하다.”(E)*

*“직원들의 워라밸을 보장하고 싶어도 업계 특성상 아티스트의 일정에 맞추다 보니 주말이나 새벽 근무가 불가피한 상황이다. 이에 최대한 휴식시간을 보장하려 노력하고 있지만, 현실적으로 어려움이 있다. 그래도 대형 기업들이 앞장서 근무환경을 개선하면서 중소형 기업들도 이에 맞추어 발전해가고 있다”(L)*

“웹툰 작가들은 프리랜서로 근무하여 일반적인 근로자와 같은 기준이 적용되지 않기 때문에 이들의 근무환경이 좋다고 보기는 어렵다. 특히 마감이 다가오면 야근을 통해 작업 시간이 많이 투입되는데, 이는 자신의 창작활동이라는 이유로 회사의 문제보다는 개인의 일로 여겨지는 경향이 있다.”(I)

한편, 국내 콘텐츠산업에서는 일부 ESG 평가항목에서 높은 평가를 받을 만큼 잘 관리되고 있는 부분도 존재하며, 이는 산업 경쟁력 요소로 볼 수 있다. 우선, 표준근로계약서 도입률이 상당히 높아 근로자의 권리 보호와 안정성을 강화하고 있다. 또한 아이돌 연습생, 미성년 배우 등에 대한 권리 보호와 안전 조치도 과거에 비해 크게 개선되었다.

“근로환경이 많이 개선되어 주 52시간 근무제가 잘 지켜지고 있다. 촬영 시간 역시 주 52시간을 넘길 수 없고, 하루 최대 14시간으로 제한되어 종료 10분 전부터 주의를 주며 시간을 관리한다. 밤샘 작업도 거의 없고, 만약 밤샘 작업이 발생할 경우에는 추가 임금이 지급된다. 표준계약서도 특수한 상황을 제외하고는 거의 100%에 준하게 도입되어 있다. OTT, 방송사와 같은 대기업에서는 근로조건을 계약 사항으로 강하게 요구하고 있어 제작자들은 이를 준수할 수밖에 없다”(H)

“연습생 관리와 지원이 매우 잘 이루어지고 있다. 교육, 건강검진, 균형 잡힌 식사 제공은 물론이고, 밤 10시 이후에는 연습을 금지하는 등 체계적으로 관리하고 있다. 특히 대형 회사일수록 이러한 부분을 지키지 않을 경우 데미지가 크기 때문에 더욱 신경을 쓰고 있다”(J)

## ② 제작사, 유통사, 창작자 권리

콘텐츠산업에서 제작사와 방송사(유통사), 작가(창작자)의 권리 문제는 중요한 사회 이슈로 자리 잡았다. 과거에는 창작자의 권리가 충분히 보장되지 못한 다수 사례들이 발생하여 문제점이 제기되었으나, 최근에는 저작권 및 소유권이 공정하게 관리되고 있는 상황이다. 특히, 오늘날에는 저작권 문제가 발생할 경우 인터넷 환경에서 사회적 논란으로 이어지기 쉬워 기업 이미지에 큰 영향을 미칠 수 있으며, 이러한 이유로 기업들은 창작자의 저작권을 인정하고 보호하는 데 더욱 신중을 기하고 있다. 오히려 제작사는



창작자에게 과도하게 소유권을 부여하는 상황이 발생해 어려움을 겪고 있다고도 한다. 따라서 창작자에게 공정한 보상을 제공하는 것도 중요하지만, 저작권 수익 배분이 모든 이해관계자들이 납득할 수 있는 수준에서 이루어지고 있는지를 점검하고, 2차적 저작물과 라이선스 계약에 대한 IP 소유권 규정을 명확히 마련하는 것도 중요한 과제이다.

“최근 드라마 업계에서 이슈는 제작사와 작가 간 소유권 문제와 관련된 판결이다. 예를 들어, 제작사와 작가가 2년 계약을 체결했다고 가정하면(작가 협회에서 일반적으로 2년 계약을 권고), 2년이 지난 후에 이 작품의 소유권은 누구에게 있는가에 대한 문제가 발생한다. 그동안 업계에서는 함께 드라마를 개발한 입장으로서 제작사도 일정 부분 소유권을 가질 수 있다고 보았지만, 최근 판결에서는 2년이 지나면 해당 작품의 소유권은 100% 작가에게 돌아간다고 결정되었다. 이러한 판결은 새로운 갈등을 야기할 수 있다.”(H)

“드라마가 제작된 이후의 저작권 소유 문제도 존재한다. 드라마 영상에 대한 저작권은 제작사나 방송사가 가지고 있으나, 대본 저작권은 작가에게 있다. 이는 해외에서 드라마 리메이크 제의가 들어왔을 때 협의 대상이 불분명해지는 상황이 발생할 수 있다. 현재 이에 대한 명확한 가이드라인이 아직 한국에는 마련되지 않아, 저작권 문제가 반복적으로 발생하고 경우에 따라 협상이 결렬되기도 한다.”(H)

### ③ 데이터 보호

기업의 정보가 데이터화되면서 데이터 보호가 기업의 주요 과제로 떠오르고 있다. 특히 IT와 밀접한 관련이 있는 게임 기업들은 유저의 개인정보보호를 최우선 과제로 삼고 있으며, 이를 중대 이슈로 관리하고 있다. 개인정보 유출은 기업의 신뢰도와도 직결되는 문제로 기업들은 데이터 보안을 강화하고 보안 정책을 지속적으로 개선하여 유저 정보 보호에 최선을 다하고 있다.

“게임 기업은 유저의 개인정보 데이터를 많이 수집하게 된다. 이용자 개인 정보가 유출될 경우 매출에 큰 영향을 미칠 수 있기 때문에, 게임을 포함한

*IT 기반 콘텐츠 기업들은 유저 데이터 보호와 정보 보안을 중요한 사안으로 인식하고 있다.”(D)*

#### ④ 다양성 및 접근성

최근 ESG의 사회(S) 항목에서 가장 강조되는 부분은 다양성이다. 기업 조직 구성원의 다양성뿐만 아니라, 콘텐츠산업에서는 대중에게 공개되는 콘텐츠에 다양한 사회 구성원을 반영하려는 움직임이 나타나고 있다. 특히 인종, 성소수자 등 다양한 집단을 포함함으로써 긍정적인 다양성 평가를 받으려는 시도가 늘어나고 있으나, 이러한 글로벌 기준이 한국의 사회·문화적 환경에 적합한지에 대한 논의가 이루어졌으며, 국내 콘텐츠산업에의 다양성 요구 대응책을 모색하는 것이 필요한 상황이다.

*“해외 지표를 보면 콘텐츠 제작자들의 성별과 인종 비율의 다양성을 중점적으로 평가하지만, 성별을 제외하고는 한국 상황과는 맞지 않는 부분이 있는 것 같다. 또한 콘텐츠에 다양한 사회 구성원을 등장시키는 것은 긍정적으로 보고 있으나, 이를 지표화하는 것은 다소 무리일 것 같다.”(N)*

콘텐츠의 접근성도 중요한 사안으로 다루어지고 있으며 공연, 방송, 온라인 콘텐츠 등의 분야에서 모든 관객과 이용자가 차별 없이 콘텐츠를 즐길 수 있도록 지원하는 방향으로 나아가고 있다. 예컨대 공연에서는 휠체어석, 자막, 수화 통역 지원 등을 제공하며 영상 콘텐츠에서는 자막, 음성 해설 등을 도입하는 사례가 늘고 있다. 전문가들은 이러한 움직임을 긍정적으로 평가하고 있으나, 접근성 강화를 위해서는 기업뿐만 아니라 공연장 같은 물리적 환경의 개선도 함께 이루어져야 한다고 강조하였다.

*“접근성 측면에서 가이드라인이 마련되면 좋을 것 같다. 그러나 접근성 관련 문제는 기획사만의 문제가 아니라 공연장 시설 조건에 따라 달라질 수 있다. 휠체어 접근이 어려운 공연장의 경우 항의를 받는 경우가 있는데, 공연장의 물리적 한계도 함께 고려되어야 한다.”(J)*

#### ⑤ 콘텐츠의 사회적 영향력

기업차원에서 수행하는 봉사나 기부와 같은 활동뿐만 아니라, 콘텐츠가 대중에게 미치는 사회적 영향력 역시 중요한 부분이다. 사회적 가치를 담은 콘텐츠는 대중에게 선한 영향력을 전달할 수 있다는 점에서 큰 의미가 있다. 이에 환경 보호, 인권 등의 메시지를 포함한 콘텐츠가 만들어지고 있다. 한편, 꼭 사회적 메시지를 지닌 콘텐츠가 아니더라도 지속적으로 양질의 콘텐츠를 개발하고 제공하는 것도 산업의 지속가능한 발전을 위해 필수적이다.

*“환경 보호를 주제로 한 유튜브 콘텐츠들이 제작되고 있다. 대중들에게 이러한 작은 영향이라도 줄 수 있는 콘텐츠를 만들어서 아티스트와 접목할 수 있는 방안을 모색하고 있다.”(L)*

#### ⑥ 이해관계자 정보공개

웹툰, 드라마, 영화 등은 다양한 콘텐츠가 디지털 플랫폼을 통해 유통되는 구조가 확대되면서 플랫폼의 역할과 정보공개的重要性이 더욱 부각되고 있다. 콘텐츠 제작자들이 지속적인 콘텐츠 개발과 품질 향상을 위해서는 플랫폼에서 자사 콘텐츠의 소비 데이터를 신속하고 원활하게 제공받을 수 있는 시스템이 필수적이다. 전문가들은 영화관입장권 통합전산망 사례를 좋은 예시로 언급하며, 해당 시스템처럼 누구에게나 공개되지 않더라도, 필요 시 회사의 요구에 따라 관련 정보를 투명하게 제공할 수 있는 체계가 필요하다고 강조했다.

*“극장에서 상영되는 영화는 통합전산망을 통해 매출액과 관객 수 등이 집계되어 정보를 얻을 수 있다. 반면 OTT 플랫폼에서는 이러한 정보를 얻는 것이 어려운 실정이다.”(M)*

*“웹툰 매출 정보가 유통 플랫폼에서 콘텐츠 제작사로 전달되는 데 시간이 오래 걸리는 편이다. 시청자들의 반응을 바로 확인할 수 있다면 콘텐츠의 방향성을 설정하는 데 도움이 될 텐데 이 부분이 다소 아쉽다. 또한 수익성 산 방식이 명확하게 공개되지 않는 점도 개선이 필요하다고 생각한다.”(I)*

### 3) 지배구조(G)

지배구조 측면에서는 기업 자산 규모에 따라 법적으로 준수해야 할 사항들이 존재한다. 이에 대형 기업은 ESG와 무관하게 이사회 운영, 감사 현황 등을 공시를 통해 공개할 수밖에 없다. 그러나 법적인 의무 외에도 비윤리적인 지배구조 문제는 보이지 않는 곳에서 발생할 가능성이 있다. 특히 콘텐츠산업에서는 대기업 산하 자회사로 설립된 스튜디오나 기업 설립자가 오너나 의장 등의 형태로 있는 경우가 많다는 점에서 비윤리적 지배구조 이슈가 발생할 가능성이 있다는 의견이 제기되고 있다.

*“방송사 및 유통사 산하에 있는 스튜디오들이 상장 준비를 하게 되면 독립 제작사들이 경쟁에서 불리해질 수 있다. 특히 이러한 스튜디오의 경우 오너 일가와 후계자들이 대표거나 주요 주주로 있는 경우가 많다는 점에서 특정 이해관계에 치우친 지배구조가 형성될 위험이 있다.”(H)*

*“대형 기업의 경우 지배구조 자체는 과거에 비해 매우 좋아졌다. 그러나 기업 설립자가 내부에 있는 경우에는 이들의 영향력이 여전히 크게 작용할 수 있다.”(J)*

### 마. 콘텐츠산업 ESG 활성화를 위한 정부의 역할 및 지원방향

전문가들은 콘텐츠산업 ESG 활성화를 도모하기 위한 정부의 역할 및 지원방향에 대해 다음과 같이 제언하였다. 먼저, 콘텐츠산업의 특성이 반영된 명확한 ESG 가이드라인을 정부 차원에서 제시해야 한다는 의견이다. 전문가들은 현행 ESG 가이드라인이 콘텐츠 기업과 연관성이 부족하여 불필요한 ESG 활동을 수행하는 것에 대해 지적하고 있다. 또한 추상적이고 구체적이지 않은 기준으로 ESG 목표를 설정하고 성과를 평가하는 데 어려움을 겪고 있다. 따라서 정부는 콘텐츠 기업에서 실현 가능한 명확한 가이드라인을 제시함으로써 콘텐츠산업에 특화된 ESG 기준을 세우는 것이 필요할 것이다.

또한, 높은 ESG 평가 점수 및 등급을 받는 데 있어 국제표준인증(ISO 등)이 중요하게 작용함에 따라, 지원 사업을 통해 콘텐츠 기업이 이러한 인증서를 취득하는 것에 대한 지원을 제공해야 한다는 필요성을 제기하였다. 더불어 이와 비슷한 효과를 가지거나 콘텐츠산업에서 중요한 ESG 항목에 대해서는 대체 인증서 발급을 지원할 수 있다는 의견

이다. 일정 수준의 ESG를 수행하는 기업에게는 인증을 부여하고, 이에 대한 홍보 지원 체계가 마련된다면 중소형 기업들의 ESG 경영 참여를 촉진할 수 있다는 의견이다.

마지막으로 콘텐츠 기업을 대상으로 ESG 관련 컨설팅 및 바우처 지원을 고려할 수 있다. 콘텐츠 기업들은 ESG 수행에 있어 긍정적인 태도를 보이며 그 필요성을 분명히 인식하고 있다. 그러나 ESG의 명확한 개념에 대해 충분히 이해하지 못해 구체적인 수행 방안을 마련하는데 어려움을 겪고 있다. 많은 콘텐츠 기업이 외부 컨설팅사의 도움을 받아 ESG 활동을 수행하고 있는 실정을 감안하여, 콘텐츠산업의 ESG 초기 확산을 위해 정부는 콘텐츠 기업에게 ESG 컨설팅 및 바우처를 지원할 수 있다.

### 3. FGI 결과 종합 및 ESG 항목 도출

콘텐츠산업 전문가 FGI를 통해 장르별 주요 이슈와 ESG 기준 설정 가능성을 탐색하였다. 장르마다 당면하고 있는 현안과 이슈는 다양하였지만, 지속가능발전이라는 측면에서는 동일한 방향성을 가지고 있었다. 특히, 콘텐츠산업은 전반적으로 환경과 지배구조 이슈보다는 사회 영역의 이슈가 많은 것으로 드러났다. 기업-창작자 간 공정한 계약과 수익배분, 콘텐츠의 사회적 가치와 영향력, 창작자/노동자의 근로환경, 레이블, 자회사, 협력사 등의 공급망 관리 등이 모든 장르에서 주요한 이슈로 도출되었다.

본 연구에서는 콘텐츠산업 전문가 FGI 결과와 문헌연구 결과를 종합하여 콘텐츠산업 ESG 항목을 도출하였다. 앞서 언급한 것처럼, 콘텐츠산업의 지속가능발전이라는 측면에서 장르별 방향성의 차이가 크지 않아 콘텐츠산업이라는 범주로 통합하고 장르를 구분하지 않았다.

먼저, 환경에서는 지속가능 원자재 사용, 제작사 탄소배출 등 2가지 항목을 도출하였다. 지속가능 원자재 사용은 콘텐츠 제작에 필요한 자재 및 소모품의 친환경적 조달을 의미하며, 제작사 탄소배출 관리는 제작 과정에서 발생하는 탄소 배출량을 모니터링하고 줄이기 위한 노력을 의미한다.

사회 영역에서는 총 8개 항목을 도출하였다. 먼저, 공정한 계약은 창작자와 기업 간의 계약이 공정하게 체결되었는지를 의미하며, 공정한 IP 수익배분은 IP에서 발생한 수익 배분이 창작자에게 공정하게 배분되었는지를 설명한다. 콘텐츠 다양성은 다양한 문화와

사회적 배경을 콘텐츠에 반영하였는지에, 창작자와 노동자의 근로환경은 노동자들이 안전하고 건강한 환경에서 근무하고 있는지를 설명한다. 데이터 활용 투명성은 콘텐츠 이용자와 관련된 데이터를 수집 및 활용할 때 투명성을 확보하고 개인정보를 보호하고 있는지를 의미하며, 정보보안은 보안 침해로부터 보호하는 정보보안 정책의 여부이다. 선한 영향력과 사회적 가치는 사회에 긍정적 영향을 미치고 사회적 가치를 증대시킬 수 있는 콘텐츠를 생산하는지를 의미하며, 레이블, 자회사, 협력사 등 공급망 관리는 협력 업체와의 관계에서 ESG 기준을 준수하도록 관리함으로써 전체 공급망의 지속가능성을 확보하였는지를 설명한다.

지배구조 영역에서는 총 2개 항목을 도출하였다. 기업의 지배구조 투명성은 투명한 지배구조를 통해 주주 및 이해관계자와의 신뢰를 증대하는지를 의미하며, 투자 투명성 및 정보공개는 투자의 투명성을 확보하고 필요한 정보들을 이해관계자에게 공개하는지를 의미한다.

〈표 5-2〉 콘텐츠산업 ESG 항목 도출(안)

구분	환경(E)	사회(S)	지배구조(G)
영상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소품/세트 제작시 자원 낭용</li> <li>• 촬영현장 탄소배출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 스태프 노동 착취</li> <li>• IP 수익의 공정한 배분</li> <li>• 콘텐츠 다양성</li> <li>• 사회공헌활동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대기업 지배구조 이슈</li> <li>• 중소기업 자체 감사기구 전 문성</li> </ul>
게임	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서버 증설 등 탄소배출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 데이터 활용 투명성</li> <li>• 확률형 아이템 등 소비자 보호</li> <li>• 크런치모드 등 노동자 권리 침해</li> <li>• 콘텐츠 다양성 및 배리어프리</li> <li>• 데이터 보안</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대기업 지배구조 이슈</li> <li>• 중소기업 자체 감사기구 전 문성</li> </ul>
음악	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음반 사재기 등 자원활용 문제</li> <li>• 굿즈 제작시 자원활용 문제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아티스트 불공정 계약</li> <li>• 스태프 노동환경 문제</li> <li>• 연습생 인권 보호 이슈</li> <li>• 선한 영향력, 사회적 기여</li> <li>• 저작권(노래, 안무 등) 분쟁</li> <li>• 데이터의 무분별한 활용 및 활용 투명성</li> <li>• 공연장 안전</li> <li>• 협력사 및 레이블 관리 (저작권문제 포함)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지배구조 불투명성</li> <li>• 투자 투명성 및 정보공개</li> </ul>
만화/웹툰	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 친환경 인증 굿즈</li> <li>• 에너지 사용량 이슈</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콘텐츠 다양성</li> <li>• 작가 IP 침해 이슈</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대형 플랫폼사 지배구조 이슈</li> </ul>

↓

콘텐츠 산업 ESG 항목	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 지속가능 원자재 사용</li> <li>2) 제작사 탄소배출 관리</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 공정한 계약</li> <li>2) 공정한 IP 수익배분</li> <li>3) 콘텐츠 다양성</li> <li>4) 창작자/노동자 근로환경</li> <li>5) 데이터 활용 투명성</li> <li>6) 정보보안</li> <li>7) 선한 영향력과 사회적 기여</li> <li>8) 레이블, 자회사, 협력사 등 공급망 관리</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 기업의 지배구조 투명성</li> <li>2) 투자 투명성 및 정보공개</li> </ol>
---------------	--	--	---

## 제2절 산업 종사자 설문조사

### 1. 조사 개요

#### 가. 조사 목적 및 대상

FGI 조사를 통해 도출한 콘텐츠산업 이슈들의 중요성과 ESG 항목으로서의 적절성을 파악하기 위해 콘텐츠산업 종사자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사 결과는 콘텐츠산업에 특화된 ESG 평가 항목 선정의 기준으로 활용하였다.

설문조사의 대상은 전문가 FGI와 마찬가지로 콘텐츠산업을 게임, 영상, 웹툰, 음악 등 4개의 장르로 구분하여 각 장르별 종사자 50명씩 총 200명을 대상으로 진행하였다. 단, 기업 규모에 따라 ESG 실천 및 종사자 인식이 상이할 수 있기 때문에 종사자 수를 기준으로 콘텐츠 기업을 구분하였으며, 종사자 수는 5인 미만, 50인 미만, 50인 이상으로 세분화하였다.

설문조사는 2024년 10월 15일부터 28일까지 약 2주 간 진행하였으며, 데이터 정제 과정을 거쳐 총 200개의 응답 데이터를 분석에 활용하였다.

〈표 5-3〉 산업 종사자 설문조사 개요

구분	내용
조사목적	- 콘텐츠산업 이슈들의 업계 내 중요도 파악 - ESG 항목으로서 각 이슈들의 적절성 파악
조사대상	- 게임, 영상, 게임, 음악, 만화/웹툰 등 4개 장르 콘텐츠 산업 종사자
조사방법	- 구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사
유효 응답 수	- 장르(영상, 게임, 웹툰, 음악)별 50개 등 총 200개
조사기간	- 2024. 10.15 ~ 10.28



## 나. 조사 내용

조사문항은 크게 네 가지로 구분하였다. 첫 번째로, 응답자의 특성을 살피는 문항을 제시하였다. 성별, 직급, 직무, ESG 수행여부 등을 통해 응답자 정보를 파악하였으며, 주 사업 분야, 종사자 수 항목을 통해 종사자가 소속된 기업의 특성을 파악하고자 하였다.

두 번째로, 종사자의 ESG 인식 현황을 조사하였다. ESG에 대한 종사자 인식 정도를 파악하기 위해 ESG 인지 여부 문항을 제시하였다. 또한, ESG 관련 키워드를 기입하는 문항을 제시하여 ESG에 대한 종사자의 주관적 개념을 파악하고자 하였다. 그리고 E, S, G 각 요소별로 종사자가 생각하는 중요도, 적합도 비중을 기입하는 문항을 포함하였다. 이와 함께 ESG 경영에 대한 중요성을 조사하는 문항도 함께 설계하였다. 기업들의 ESG 활동이 사회의 지속가능한 발전에 중요한 역할을 하는지, 콘텐츠산업의 지속가능한 발전에 중요한 역할을 하는지에 대한 중요도를 포함하여 평소 종사자가 인식하고 있는 ESG 경영의 중요성을 파악하고자 하였다.

세 번째로, ESG 준비 및 대응 현황에 대해 조사하였다. 이를 위해 소속기업의 ESG 활동 여부를 묻는 문항을 제시하였으며, ESG 활동을 하는 경우 E, S, G별 활동 비중을 조사하였다. 또한, 종사자의 ESG 교육 여부를 묻는 문항도 제시하였다.

마지막으로 ESG 항목의 적합성을 조사하였다. 앞선 FGI 결과를 통해 도출한 콘텐츠 산업의 주요 이슈를 구조화하여 해당 이슈들이 콘텐츠산업의 지속가능한 발전에 도움 되는 정도를 측정하였다.

〈표 5-4〉 조사 항목

구분	조사 항목
I. 응답자 정보	
응답자 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성별</li> <li>• 직급</li> <li>• 직무</li> <li>• ESG 업무 수행 여부</li> </ul>
기업 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주 사업 분야</li> <li>• 종사자 수</li> </ul>
II. ESG 인식 현황	
ESG에 대한 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESG 인지 여부</li> <li>• ESG 관련 키워드</li> <li>• 콘텐츠 ESG 중요 요소</li> <li>• 콘텐츠 산업에 적합한 ESG 비중</li> </ul>
ESG 경영의 중요성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESG 활동이 사회의 지속가능한 발전에 중요한 역할 여부</li> <li>• ESG 활동이 콘텐츠산업 지속가능한 발전에 중요한 역할 여부</li> </ul>
III. ESG 준비 및 대응 현황	
ESG 준비 및	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소속기업의 ESG 활동 여부</li> </ul>

구분	조사 항목
대응 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소속기업의 ESG 활동 비중(ESG 활동 기업 종사자만)</li> <li>• ESG 교육 여부</li> </ul>
IV. ESG 항목의 적합성	
환경(E)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 환경경영을 위한 목표를 설정하고, 환경성과를 측정하여 주기적으로 보고 및 관리한다.</li> <li>• 친환경 앨범, 굿즈 등 친환경 소재의 제품을 제공한다.</li> <li>• 사무실, 데이터 센터 등에서 발생하는 전력 소비량을 줄이기 위해 재생에너지를 도입하고, 에너지 효율을 높이는 방안을 실행한다.</li> <li>• 세트장 등에 사용되는 자원을 절약하여 폐기물 발생을 최소화한다.</li> </ul>
사회(S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동일한 가치를 지닌 업무를 수행하는 직원들에게 차별 없이 공정한 임금을 제공한다.</li> <li>• 임금체계와 계산 방식이 투명하다.</li> <li>• 초과근로 발생 시 그에 따른 적절한 보상을 제공한다.</li> <li>• 근로자의 권리를 보호하고 법적 안정성을 강화하기 위해 표준근로계약서를 활용한다.</li> <li>• 청소년 근로자(미성년자 연습생, 배우 등 포함)의 권리보호(학습권, 수면권)와 안전을 위한 조치를 마련한다.</li> <li>• 직장 내 괴롭힘, 차별 등 인권 문제를 관리하기 위한 시스템을 구축한다.</li> <li>• 근로자(아티스트 및 연습생 포함)의 신체적 안전과 심리적 안정이 보장된 근무환경을 제공한다.</li> <li>• 2차적 저작물, IP 라이선스 계약 등과 관련하여 기업의 IP를 보호하기 위한 내부 규정을 마련한다.</li> <li>• 저작권 수익 배분이 투명하게 이루어진다.</li> <li>• 콘텐츠 창작자에게 공정한 보상을 제공한다.</li> <li>• 기업의 내부 정보와 데이터를 보호하기 위해 해킹, 네트워크 침입 등 외부공격에 대비한 대응 체계를 갖춘다.</li> <li>• 소비자의 개인정보와 프라이버시가 보호될 수 있도록 데이터를 안전하게 관리한다.</li> <li>• 협력업체와 거래 시 불공정거래 행위를 방지하기 위해 노력한다.</li> <li>• 영세한 하도급 업체와의 상생협력을 위한 프로그램을 운영한다.</li> <li>• 성별, 소수계층, 사회적 취약계층에 대한 차별 없이 조직구성원의 다양성을 포용한다.</li> <li>• 콘텐츠 내 등장인물을 다양한 인종 및 성별로 구성한다.</li> <li>• 장르/주제의 다양성을 반영한 콘텐츠를 제작한다.</li> <li>• 신체 능력, 장애 여부와 무관하게 누구나 불편함 없이 콘텐츠를 이용할 수 있도록 접근성을 강화한다.</li> <li>• 기부, 봉사활동 등 기업의 자원을 활용해 지역사회 문제 해결에 기여한다.</li> <li>• 사회적 콘텐츠를 제작하여 선한 영향력을 확산한다.</li> <li>• 지속적인 콘텐츠 개발을 통해 사회에 양질의 콘텐츠를 제공한다.</li> <li>• 콘텐츠 제공자에게 해당 콘텐츠로 발생한 매출 및 수익 등 소비 데이터를 명확하게 제공한다.</li> </ul>
지배구조(G)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 임직원의 사익편취, 횡령, 뇌물수수 및 청탁 등 비윤리적 이슈관리 기준을 마련하고 준수한다.</li> <li>• 비윤리적 이슈 발생 시 적법하게 처리하고, 내부 이해관계자 공유를 통해 개선사항을 반영하여 관리한다.</li> <li>• 기업의 정보 공시 의무를 충실히 이행한다.</li> </ul>

## 2. 조사 결과

### 가. 응답자 특성

조사에 참여한 응답자 성별은 남성 52.5%, 여성 47.5%로 큰 차이가 없었다. 직급의 경우, 팀원/사원급이 32.5%로 가장 많았으며, 그 뒤를 이어 임원/경영진이 31.0%인 것으로 나타났다. 종사자 직무는 기획·제작이 56%로 경영·전략 44%보다 다소 높게 나타났다. 종사자의 ESG 업무 수행 여부는 전혀 관련이 없다는 응답자가 60.5%로 가장 높게 나타났다. 반면, ESG 업무를 일부 지원한다는 응답자는 32%, 현재 ESG 업무를 담당한다는 응답자는 7.5%로 과반수 이상의 응답자가 ESG 업무와 관련이 없는 것을 알 수 있다.

기업 규모는 종사자 5~49인 기업에 소속된 종사자가 38%로 가장 높았으며, 5인 미만 32.5%, 50인 이상 29.5%로 나타났다.

〈표 5-5〉 응답자 특성

구분		사례 수	비율(%)
성별	남성	105	52.5
	여성	95	47.5
직급	임원/경영진	62	31.0
	부서장/팀장	37	18.5
	시니어/선임	36	18.0
	팀원/사원	65	32.5
직무	경영·전략	88	44.0
	기획·제작	112	56.0
ESG 업무 수행 여부	ESG 업무와 관련 없음	121	60.5
	ESG 업무를 일부 지원함	64	32.0
	현재 ESG 업무 담당	15	7.5
주 사업 분야	음악	50	25.0
	영상	50	25.0
	웹툰/만화	50	25.0
	게임	50	25.0
종사자 수	5인 미만	65	32.5
	5~49인	76	38.0
	50인 이상	59	29.5
전체		200	100.0

## 나. ESG 인식 현황

종사자의 ESG 인지 여부를 조사한 결과, 어느 정도 알고 있다 43.5%, 매우 잘 알고 있다 13%로 절반 이상의 종사자가 ESG를 인지하고 있는 것을 알 수 있다. 그러나 매우 잘 알고 있다는 응답자는 13%에 불과하여 ESG를 정확히 인지하고 있는 종사자는 매우 드문 것으로 나타났다.

종사자에게 ESG와 관련하여 가장 먼저 떠오르는 키워드를 조사한 결과, 환경이 33%로 가장 높게 나타났다. 그 외에 지속가능성 9%, 친환경 7%, 사회적 책임 3% 순으로 조사되었으며, 모름(12%) 혹은 없음(6.5%)의 응답 비율도 비교적 높게 조사되었다.

종사자가 인식하는 콘텐츠 ESG의 요소별 중요도와 콘텐츠산업에서의 적합도를 조사한 결과, 모두 사회(S)가 가장 높은 것으로 조사되었다. 중요도의 경우, 사회 58.5%, 환경 21.5%, 지배구조 20%, 적합도의 경우, 사회 39.1%, 환경 30.9%, 지배구조 30%로 나타났는데, 종사자들은 사회 요소를 콘텐츠산업 ESG의 중요하면서도 가장 적합한 분야로 보고 있는 것으로 파악할 수 있다.

〈표 5-6〉 ESG에 대한 인식 조사 결과

구분		비율(%)
ESG 인지 여부	들어본 적 없다	23.5
	들어본 적은 있으나 잘 모른다	20.0
	어느 정도 알고 있다	43.5
	매우 잘 알고 있다	13.0
ESG 관련 키워드	환경	33.0
	지속가능성	9.0
	친환경	7.0
	사회적 책임	3.0
	사회공헌	2.5
	경영	1.5
	상생	1.5
	탄소중립	1.5
	환경 지배구조	1.5
	기타	21.0
	모름	12.0
	없음	6.5
콘텐츠 ESG 중요 요소	환경(E)	21.5

구분		비율(%)
콘텐츠산업에 적합한 ESG 비중	사회(S)	58.5
	지배구조(G)	20.0
	환경(E)	30.9
	사회(S)	39.1
	지배구조(G)	30.0

ESG 경영의 중요성을 조사한 결과, ESG 활동이 사회의 지속가능한 발전에 중요한 역할인지에 대해서는 71%의 종사자가 중요하다고 응답하여, 대부분의 종사자는 ESG 활동 자체가 향후 사회 발전에 큰 영향을 미칠 것으로 판단하고 있었다. 반면, 중요하지 않다고 응답한 비율은 5%에 그쳤다.

ESG 활동이 콘텐츠산업 지속가능한 발전에 중요한 역할인지에 대해서는 62.5%의 종사자가 중요하다고 응답하였으며, 보통이다 31%, 중요하지 않다 6.5% 순으로 제시되었다. 앞선 조사항목과 마찬가지로 대부분의 종사자들은 ESG 활동이 콘텐츠산업 발전에 긍정적 영향을 미칠 것으로 인식하는 것으로 드러났다.

〈표 5-7〉 ESG 경영의 중요성 조사 결과

구분		비율(%)
ESG 활동이 사회의 지속가능한 발전에 중요한 역할 여부	중요하지 않다	5.0
	보통이다	24.0
	중요하다	71.0
ESG 활동이 콘텐츠산업 지속가능한 발전에 중요한 역할 여부	중요하지 않다	6.5
	보통이다	31.0
	중요하다	62.5

#### 다. ESG 준비 및 대응 현황

ESG 준비 및 대응 현황에 대한 인식을 조사하기 위해 소속기업의 ESG 활동 여부를 제시하였다. 조사 결과, 거의 수행하고 있지 않다 30.5%, 보통 28.5%로 나타나 콘텐츠 기업 대부분은 ESG 활동에 소극적인 것을 알 수 있다. 매우 잘 수행하고 있다고 응답한 기업은 7.5%에 머물러 적극적으로 ESG 활동을 수행하고 있는 기업은 매우 소수임이 확인되었다.

소극적이거나 ESG 활동을 수행하는 기업의 종사자를 대상으로 소속 기업의 ESG 활동 비중을 요소별로 조사하였다. 조사 결과, 사회 42.2%, 지배구조 30.5%, 환경 27.3%로 사회의 비중이 가장 높게 조사되었으며, 환경의 비중이 가장 낮은 것으로 나타났다.

종사자의 ESG 교육 여부의 경우, 정기적으로 받고 있다고 응답한 종사자는 4%에 불과하였으며, 받은 적이 없다 68%, 가끔 받은 적 있다 28%로 대부분의 종사자가 ESG 교육경험이 거의 없는 것을 알 수 있다.

〈표 5-8〉 ESG 준비 및 대응 현황 조사 결과

구분		비율(%)
소속기업의 ESG 활동 여부	전혀 수행하고 있지 않다	14.5
	거의 수행하고 있지 않다	30.5
	보통이다	28.5
	약간 수행하고 있다	19.0
	매우 잘 수행하고 있다	7.5
소속기업의 ESG 활동 비중 (N=171)	환경(E)	27.3
	사회(S)	42.2
	지배구조(G)	30.5
ESG 교육 여부	받은 적 없다	68.0
	가끔 받은 적 있다	28.0
	정기적으로 받고 있다	4.0

## 라. ESG 항목의 적합성

콘텐츠산업의 지속가능한 발전에 영향을 미칠 수 있는 ESG 항목의 적합성을 조사한 결과, 환경 항목은 대체로 낮은 결과 값이 도출되었다. 환경경영 설정 및 관리 3.50점, 전력소비량 감축을 위한 재생에너지 도입 방안 3.55점 등의 점수가 낮게 조사되었으며, 친환경 소재 제품 제공 3.64점, 세트장 폐기물 최소화 3.69점 등도 상대적으로 낮은 조사 값으로 도출되었다.

다만 일부 항목에서 장르별로 다른 결과가 나타났다. 음악 종사자 대상으로는 친환경 소재 제품 제공(4.0점)이 높게 조사되었으며, 영상 종사자 대상으로는 세트장 폐기물 최소화(3.92점)가 높게 나타났다. 이는 장르별 제작·유통 및 비즈니스 구조가 상이함에 기인한 것으로 해석할 수 있다.

〈표 5-9〉 환경 항목 적합성 조사 결과

구분		평균 점수 (5점 척도)
1	환경경영을 위한 목표를 설정하고, 환경성표를 측정하여 주기적으로 보고 및 관리한다.	3.50
2	친환경 앨범, 굿즈 등 친환경 소재의 제품을 제공한다.	3.64
3	사무실, 데이터 센터 등에서 발생하는 전력 소비량을 줄이기 위해 재생에너지를 도입하고, 에너지 효율을 높이는 방안을 실행한다.	3.55
4	세트장 등에 사용되는 자원을 절약하여 폐기물 발생을 최소화한다.	3.69

사회 항목은 대체로 모든 항목에서 높은 결과 값이 도출되었다. 이 중 상대적으로 점수가 높은 항목을 범주화하면, 노동환경, 공정거래로 구분할 수 있다. 노동환경 분야에서는 근로자 권리 보호를 위한 표준근로계약서 활용이 3.95점으로 가장 높았으며, 초과근로 발생에 따른 보상 제공이 3.94점으로 그 뒤를 이었다.

공정거래 분야에서는 콘텐츠 창작자 대상 공정한 보상 제공이 4.03점으로 가장 높게 나타났다. 그 뒤를 이어 저작권 수익 배분의 투명성 3.97점, IP 보호를 위한 내부 규정 마련 3.93점, 협력업체 거래 시 불공정거래 행위 방지 노력 3.91점 순으로 조사되었다.

반면, 콘텐츠 내 등장인물의 인종 및 성별 등 다양성 구성 노력은 3.38점으로 가장 낮게 나타났다. 이는 창작물로서의 콘텐츠 내용에 ESG 기준 충족을 위해 인위적인 압력이 가해지는 상황에 콘텐츠산업 종사자들이 부정적으로 판단하고 있으며, 국내 콘텐츠산업 환경에 적합하지 않다고 인식하는 것으로 해석할 수 있다. 이와 함께 기업 자원을 활용한 지역사회 문제 해결 기여도 3.57점으로 낮게 나타나 종사자들이 ESG를 통한 기업의 외부 영향력 확대보다 노동환경, 공정거래와 같은 내부 영향력 확대를 더욱 중요하게 여기는 것으로 조사되었다.

〈표 5-10〉 사회 항목 적합성 조사 결과

구분		평균 점수 (5점 척도)
1	동일한 가치를 지닌 업무를 수행하는 직원들에게 차별 없이 공정한 임금을 제공한다.	3.64
2	임금체계와 계산 방식이 투명하다.	3.86
3	초과근로 발생 시 그에 따른 적절한 보상을 제공한다.	3.94
4	근로자의 권리를 보호하고 법적 안정성을 강화하기 위해 표준근로계약서를 활용한다.	3.95
5	청소년 근로자(미성년자 연습생, 배우 등 포함)의 권리보호(학습권, 수면권)와 안전을 위한 조치를 마련한다.	3.86

구분		평균 점수 (5점 척도)
6	직장 내 괴롭힘, 차별 등 인권 문제를 관리하기 위한 시스템을 구축한다.	3.89
7	근로자(아티스트 및 연습생 포함)의 신체적 안전과 심리적 안정이 보장된 근무환경을 제공한다.	3.87
8	2차적 저작물, IP 라이선스 계약 등과 관련하여 기업의 IP를 보호하기 위한 내부 규정을 마련한다.	3.93
9	저작권 수익 배분이 투명하게 이루어진다.	3.97
10	콘텐츠 창작자에게 공정한 보상을 제공한다.	4.03
11	기업의 내부 정보와 데이터를 보호하기 위해 해킹, 네트워크 침입 등 외부공격에 대비한 대응 체계를 갖춘다.	3.79
12	소비자의 개인정보와 프라이버시가 보호될 수 있도록 데이터를 안전하게 관리한다.	3.84
13	협력업체와 거래 시 불공정거래 행위를 방지하기 위해 노력한다.	3.91
14	영세한 하도급 업체와의 상생협력을 위한 프로그램을 운영한다.	3.68
15	성별, 소수계층, 사회적 취약계층에 대한 차별 없이 조직구성원의 다양성을 포용한다.	3.78
16	콘텐츠 내 등장인물을 다양한 인종 및 성별로 구성한다.	3.38
17	장르/주제의 다양성을 반영한 콘텐츠를 제작한다.	3.69
18	신체 능력, 장애 여부와 무관하게 누구나 불편함 없이 콘텐츠를 이용할 수 있도록 접근성을 강화한다.	3.86
19	기부, 봉사활동 등 기업의 자원을 활용해 지역사회 문제 해결에 기여한다.	3.57
20	사회적 콘텐츠를 제작하여 선한 영향력을 확산한다.	3.70
21	지속적인 콘텐츠 개발을 통해 사회에 양질의 콘텐츠를 제공한다.	3.89
22	콘텐츠 제공자에게 해당 콘텐츠로 발생한 매출 및 수익 등 소비 데이터를 명확하게 제공한다.	3.89

지배구조 항목은 모든 항목에서 높은 결과 값이 도출되었다. 비윤리적 이슈관리 기준 마련 3.91점, 비윤리적 이슈에 대한 적법 처리 및 내부 공유 3.90점, 기업 정보 공시 의무 이행 3.90점으로 매우 높게 조사되었다. 다수의 콘텐츠산업 종사자는 지배구조 개선을 위해 체계적인 관리 기준을 수립하고 관련 데이터를 공시 등을 통해 공개해야 한다는데 공감하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 5-11〉 지배구조 항목 적합성 조사 결과

구분		평균 점수 (5점 척도)
1	임직원의 사익편취, 횡령, 뇌물수수 및 청탁 등 비윤리적 이슈관리 기준을 마련하고 준수한다.	3.91
2	비윤리적 이슈 발생 시 적법하게 처리하고, 내부 이해관계자 공유를 통해 개선사항을 반영하여 관리한다.	3.90
3	기업의 정보 공시 의무를 충실히 이행한다.	3.90



ESG 항목 적합성 결과를 종합해보면, 적합성 점수가 높은 항목에는 주로 사회(S)와 지배구조(G) 항목이 위치하였다. 앞서 기술한대로, 노동환경 및 공정거래 관련 항목과 지배구조 항목의 적합성 점수가 높게 나타나 콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위해 이러한 이슈들을 적극적으로 검토할 필요가 있다는 점을 도출하였다. 반면, 대부분의 환경(E) 항목은 적합성 점수가 상대적으로 낮은 것으로 드러나, 콘텐츠산업 종사자들은 환경(E) 이슈보다는 사회(S)와 지배구조(G) 이슈를 콘텐츠산업에 적합한 지속가능경영 요소로 판단하고 있는 것으로 나타났다.

다만, 사회(S) 항목의 경우, 모든 항목의 적합성이 높은 것은 아니었다. 콘텐츠 등장인물의 다양성, 기업 자원을 활용한 지역사회 문제 해결 기여는 상대적으로 낮은 적합성을 가지고 있는 것으로 조사되어, 콘텐츠산업과 관련된 모든 사회(S) 이슈가 ESG 항목에 적합하지 않음을 확인하였다.

〈표 5-12〉 ESG 항목 적합성 조사 전체 결과

구분		평균 점수 (5점 척도)
1	콘텐츠 창작자에게 공정한 보상을 제공한다.(S)	4.03
2	저작권 수익 배분이 투명하게 이루어진다.(S)	3.97
3	근로자의 권리를 보호하고 법적 안정성을 강화하기 위해 표준근로계약서를 활용한다.(S)	3.95
4	초과근로 발생 시 그에 따른 적절한 보상을 제공한다.(S)	3.94
5	2차적 저작물, IP 라이선스 계약 등과 관련하여 기업의 IP를 보호하기 위한 내부 규정을 마련한다.(S)	3.93
6	협력업체와 거래 시 불공정거래 행위를 방지하기 위해 노력한다.(S)	3.91
7	임직원의 사익편취, 횡령, 뇌물수수 및 청탁 등 비윤리적 이슈관리 기준을 마련하고 준수한다.(G)	3.91
8	비윤리적 이슈 발생 시 적법하게 처리하고, 내부 이해관계자 공유를 통해 개선사항을 반영하여 관리한다.(G)	3.90
9	기업의 정보 공시 의무를 충실히 이행한다.(G)	3.90
10	직장 내 괴롭힘, 차별 등 인권 문제를 관리하기 위한 시스템을 구축한다.(S)	3.89
11	지속적인 콘텐츠 개발을 통해 사회에 양질의 콘텐츠를 제공한다.(S)	3.89
12	콘텐츠 제공자에게 해당 콘텐츠로 발생한 매출 및 수익 등 소비 데이터를 명확하게 제공한다.(S)	3.89
13	근로자(아티스트 및 연습생 포함)의 신체적 안전과 심리적 안정이 보장된 근무환경을 제공한다.(S)	3.87

구분		평균 점수 (5점 척도)
14	임금체계와 계산 방식이 투명하다.(S)	3.86
15	청소년 근로자(미성년자 연습생, 배우 등 포함)의 권리보호(학습권, 수면권)와 안전을 위한 조치를 마련한다.(S)	3.86
16	신체 능력, 장애 여부와 무관하게 누구나 불편함 없이 콘텐츠를 이용할 수 있도록 접근성을 강화한다.(S)	3.86
17	소비자의 개인정보와 프라이버시가 보호될 수 있도록 데이터를 안전하게 관리한다. (S)	3.84
18	기업의 내부 정보와 데이터를 보호하기 위해 해킹, 네트워크 침입 등 외부공격에 대비한 대응 체계를 갖춘다.(S)	3.79
19	성별, 소수계층, 사회적 취약계층에 대한 차별 없이 조직구성원의 다양성을 포용한다.(S)	3.78
20	사회적 콘텐츠를 제작하여 선한 영향력을 확산한다.(S)	3.70
21	세트장 등에 사용되는 자원을 절약하여 폐기물 발생을 최소화한다.(E)	3.69
22	장르/주제의 다양성을 반영한 콘텐츠를 제작한다.(S)	3.69
23	영세한 하도급 업체와의 상생협력을 위한 프로그램을 운영한다.(S)	3.68
24	친환경 앨범, 굿즈 등 친환경 소재의 제품을 제공한다.(E)	3.64
25	동일한 가치를 지닌 업무를 수행하는 직원들에게 차별 없이 공정한 임금을 제공한다.(S)	3.64
26	기부, 봉사활동 등 기업의 자원을 활용해 지역사회 문제 해결에 기여한다.(S)	3.57
27	사무실, 데이터 센터 등에서 발생하는 전력 소비량을 줄이기 위해 재생에너지를 도입하고, 에너지 효율을 높이는 방안을 실행한다.(E)	3.55
28	환경경영을 위한 목표를 설정하고, 환경성적을 측정하여 주기적으로 보고 및 관리한다.(E)	3.50
29	콘텐츠 내 등장인물을 다양한 인종 및 성별로 구성한다.(S)	3.38

## 제3절 소결

### 1. 콘텐츠산업에서 상대적 효용이 높은 사회(S)와 지배구조(G)

현재까지 ESG의 논리와 측정 항목은 환경(E)에 과도하게 집중되어 있는 것이 사실이다. 이는 ESG 출발 초기 논리가 환경 및 탄소중립에 집중되었으며, 이것이 일반 제조업의 지속가능성에는 많은 효용을 갖고 있었으며, E 요소들은 구체적인 수치로 명확히 측정될 수 있어 실행의 용이성이 담보되었기 때문이다.

하지만 콘텐츠산업은 여타의 제조업과는 달리 환경(E)의 문제가 가장 시급한 이슈는 아니다. 콘텐츠산업에서 환경보다는 사회나 지배구조 측면의 이슈가 중요하다는 본 연구의 전문가 FGI 및 종사자 설문조사 결과는 이를 뒷받침하고 있다. 따라서 현재의 ESG 기준을 준수함으로써 얻어지는 가치도 타 제조업에서 얻을 수 있는 가치에 비해 매우 작은 비중일 수밖에 없다. 물론 콘텐츠산업의 모든 공급망에서 온실가스 배출량이나 에너지 사용량, 재생에너지 사용량, 폐기물 배출량 등 환경 관련 항목을 측정하고 준수하는 일은 빠르게 진행될 것이다. 하지만, 이로 인해 얻어지는 효용이 '콘텐츠산업의 지속 가능한 성장과 발전'이라는 ESG의 궁극적인 목적에 기여하는 바를 보면, 사회(S)와 지배구조(G)에 비해 상대적으로 작을 수밖에 없다.

따라서 콘텐츠산업에서의 ESG는 자연스럽게 사회(S)와 지배구조(G)에 집중될 것이다. 지금까지 콘텐츠산업에 대한 사회(S)와 지배구조(G)에 대한 집중적인 검토가 없었으며 콘텐츠산업 특성을 반영한 별도 항목 개발도 이루어지지 않았기 때문에 이에 대한 연구·개발이 시급한 상황이다. 사회(S)와 지배구조(G)의 평가 항목을 개발하기 위해서는, 콘텐츠산업의 당면하고 있는 구조적인 문제를 꺼내어 세상에 드러내고 이를 해결하기 위한 방향에 맞추어 지표를 개발해야 하는데, 이를 기업 스스로 나서서 시작하기는 어려울 것이다. 따라서 공공의 영역에서 ESG 평가가 콘텐츠산업의 지속적인 성장·발전에 기여할 수 있도록 산업 현장의 특수성을 반영한 사회(S)와 지배구조(G) 평가 항목을 제시·활용 할 수 있도록 해야 한다.

## 2. ESG는 콘텐츠산업의 고질적인 문제 해결을 위한 당근이자 채찍

한류로 인해 급속히 성장한 콘텐츠산업이지만, 사실 한류 초기의 콘텐츠산업 상황은 매우 영세하고 체계를 갖추지 못했다. 이후 외형적인 성장과 해외진출의 성과에도 불구하고 여전히 많은 구조적 문제가 산적해 있다. 다른 기간산업처럼 국가가 거대 자금을 투입하거나 미래 방향을 제시하고 선도하는 기능을 갖지 못하는 콘텐츠산업의 특성상, 산업 고도화를 유도하는 정책 당국의 지원과 규제는 항상 부족하였다.

일반 제조업과는 달리 프로젝트 베이스의 사업 진행이 많은 콘텐츠산업은 측정되지 않는 장시간 노동, 최저임금 지급위반, 계약미비 등 다수의 노동문제가 여전히 발생하고 있으며, K-콘텐츠 참여 아티스트의 연령이 낮아지면서 아동·청소년 노동, 교육, 인권, 정신건강 등의 문제가 한류 확산에 장애로 작용하기도 한다. 플랫폼이 기반이 된 콘텐츠 시장에서 거대 플랫폼과 개별 창작자 사이에 정보 데이터의 불균형도 심각한 상황이다. 당근과 채찍이 부족한 정부 당국으로서는 콘텐츠산업 현안 문제 대응에 많은 어려움을 겪고 있다.

하지만, 전 세계적으로 의무화되는 ESG 기준 준수는 그동안 우리 콘텐츠산업이 당면했던 문제를 한결 신속하고 강력하게 해결하는데 큰 역할을 할 것으로 기대된다. ‘기존 산업의 논리상’, ‘아직 영세한 구조라서’, ‘거대 글로벌 플랫폼에 대응할 힘이 없어서’ 해결하지 못했던 콘텐츠산업의 문제들이, 향후 ESG 평가 항목에 포함되어 콘텐츠산업 현장의 감시자의 역할을 할 것이다. 더욱이 콘텐츠산업에 투입될 ‘투자’가 기업의 ESG 실행여부를 고려함에 따라 이들의 실천을 유도하고 촉진시킬 것이다. 즉, ESG가 콘텐츠 산업 이슈 해결의 당근이자 채찍의 양면적 역할을 모두 수행하면서, 콘텐츠산업의 고질적 문제 해결과 산업 선진화를 앞당기는데 기여할 것이다.

그러나 아직까지 영세한 콘텐츠 기업들은 혁신적인 ESG 조항을 소화하기 어려운 상황을 토로하고 있다. 이미 어려운 상황에 놓인 기업들은 ESG가 비용과 시간 부담을 가중시킨다고 토로한다. 당장의 수익창출에 급급한 중소기업에서는 장기적 관점에서 지속가능한 성장·발전을 추구하는 ESG의 취지와 역할을 쉽게 체감하지 못하고 ESG 평가 자체에 대해 부정적 시각을 갖기도 한다. 다만, 본 연구는 전문가 FGI를 통해 노동환경이나 종사자 처우와 같이 ESG 영역에서 법 준수 혹은 자생하기 위한 노력의 일환으로 이미 많은 기업들이 ESG 기준을 준수하고 있음을 확인하였으며, 이는 영세 콘텐츠 기업

에게도 해당된다. ESG에 대한 부정적이고 부담스러운 의견을 제시하고 있지만, 정작 현재 기업활동을 통해 ESG 기준을 일부 충족하고 있는 것이다.

이에, 정부는 콘텐츠 기업들이 ESG에 대해 부정적 시각을 갖지 않도록 ESG의 목적과 취지에 대한 홍보를 적극 전개해야 한다. 또한 산업 현장과 괴리되지 않도록 콘텐츠산업 특성을 반영한 ESG 평가 항목을 개발함으로써, 기존 제조업에 최적화된 ESG 평가 항목을 그대로 차용함으로써 벌어지는 비효율을 방지하고, 콘텐츠산업의 구조 개혁과 선진화에 기여할 수 있도록 해야 한다.

### 3. 콘텐츠산업 글로벌 경쟁력 강화의 지렛대

아시아를 넘어 미국이나 유럽 등 전 세계적으로 확산되고 있는 한국 콘텐츠는 이제 한국을 대표하는 주요 수출품으로 자리 잡았다. 최근 많은 영상콘텐츠들이 넷플릭스나 디즈니, 애플 등 글로벌 OTT로부터 투자를 받아 제작되고, 이들을 통해 전 세계 소비 시장으로 공급되고 있다. 웹툰이나 K-pop도 다양한 공급망을 통해 해외 현지에서 판매가 되고 있다. 이제 한국의 콘텐츠산업의 생존은 한국 시장이 아니라 글로벌 시장에서의 성공에 달려 있다고 해도 과언이 아니다.

수년 내에 제조업과 마찬가지로 콘텐츠 수출기업에 대해서도 ESG 평가가 의무화 될 것이 예측되고 있어, 글로벌 시장을 목표로 하는 한국 콘텐츠 기업으로서는 ESG 공급망 실사에 대한 대비가 시급하다. 콘텐츠 제작을 위해 해외 투자를 유치할 때나 완성된 상품을 세계 시장에 공급하고자 할 때, ESG 실천 여부가 주요한 평가 기준이 되며, ESG 공급망 실사를 받지 않는 경우 수출 자체가 불가능할 수도 있기 때문이다. 따라서 우리의 콘텐츠가 지속적으로 해외시장에 진출하기 위해서는, 즉 콘텐츠기업의 글로벌 경쟁력을 갖추기 위해서는 ESG 대비가 필수적인 것이다.

최근 한류의 인기는 단순한 수출상품을 넘어, 글로벌 유행을 선도하는 트렌드 세터, 새로운 세대의 핵심 문화코드로 발전하고 있다. 이런 때 한국 콘텐츠 제작 현장에서 발생하는 문제들은 한류 이미지에 큰 손상을 입히고 경쟁력을 저하시킨다. K-pop 연습생의 인권침해, 연예인 자살, 콘텐츠 창작자에 대한 불공정한 대우, SM이나 하이브 사태와 같은 조직의 문제 등의 이슈가 불거질 때마다 한국 콘텐츠 파워에 상당한 타격을 받게

된다. 콘텐츠기업의 ESG 실천은 위와 같은 문제를 사전에 차단하고 기업 경쟁력을 유지하는데 도움이 될 것이다. 더 나아가 아직 논의 중인 콘텐츠 기업의 ESG 실천 항목들을 선제적으로 제안하고 실행한다면 글로벌 문화 선도자로서의 이미지가 더욱 공고해질 것이다.

#### 4. 콘텐츠산업 ESG ‘사회(S)’, ‘지배구조(G)’ 지표 개발을 위한 정부 역할

ESG 평가지표 개발은 점차 구체화되고 세분화되는 추세에 있으나, 여전히 콘텐츠산업에 특화된 지표는 국내외에서 부족한 상황이다. 한국 콘텐츠산업의 지속적인 발전을 위해서는 효용이 낮은 환경(E) 지표에 집중하기보다, 콘텐츠산업의 고질적인 문제인 노동환경, 인권, 청소년 노동, 정신건강, 저작권, 정보공개, 표준계약 등의 사회(S) 평가 지표와 지배구조 등과 관련된 지배구조(G)에 대한 평가가 강화되어야 한다.

그러나 기업들은 스스로 이러한 문제를 드러내기를 주저하고 있다. 현재 지속가능경영 공시를 수행 중인 상장사 규모 이상의 콘텐츠 기업들의 ESG 활동 대부분은 E에 집중되어 있으며, 사회(S)나 지배구조(G)의 경우 본질적인 문제 해결보다는 대외적인 사회활동 등에 치우쳐져 있는 상황이다.

또한, 콘텐츠산업의 지속가능발전 및 ESG를 평가할 수 있는 표준화된 기준의 부재라는 문제점도 상존하고 있다. 본 연구는 문헌 연구를 통해 SASB 등 일부 기준에서 미디어 및 엔터테인먼트 산업의 지표를 구축하였으며, 여러 민간 평가기관에서 각자의 가이드라인을 활용하여 콘텐츠 기업들의 ESG 경영 활동을 평가하고 있는 것을 확인하였다. 그러나 해당 기준들은 국내 콘텐츠산업의 환경적 특성을 고려하지 않았으며, 평가기준이 상이하여 기업들의 혼란을 가중시킬 우려가 있다. K-ESG 가이드라인의 산업별 특화 가이드라인, UN 산하 국제지속가능관광위원회(GSTC)의 지속가능한 여행과 관광에 대한 국제 표준인 GSTC 기준 등 전 세계적으로 산업 특화 ESG 가이드라인 개발에 대한 움직임이 증가하고 있다는 점을 고려한다면, 콘텐츠산업의 지속가능발전을 평가할 수 있는 신뢰성 높은 지표 개발이 요구되어지는 시점이다.

이에 콘텐츠산업의 노동환경이나 지배구조, 저작권 보호 등에 대한 획기적인 개선을 개선하고 콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 생태계 구축을 위해 콘텐츠산업 ESG 지표 개발에 정부가 나서야 한다. 공공 영역에서 산업계의 이슈를 ESG 항목과 연계하여 콘텐츠 장르별로 특화된 평가지표를 제시함으로써, ESG를 콘텐츠산업 체질 개선 및 지속가능한 발전을 위한 토대로 삼아야 한다.





콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구

제6장

지속가능한 발전을 위한  
콘텐츠산업 ESG 활용 방안



# 제1절 종합 분석 및 정책 방향

---

## 1. 분석결과 정리

본 연구에서는 설정한 연구방법론에 맞춰 각 과정에서 시사점들을 도출하였고, 각 시사점들을 종합하여 정책방향을 설정하였다. 각 분석과정과 결과를 정리하면 다음과 같다. 먼저 제2장에서는 콘텐츠산업의 현황과 특성을 진단하고, 콘텐츠산업에서 ‘지속가능한 발전’이 가지는 의미를 파악해보았다. 분석 결과, 국내 콘텐츠산업은 지속적으로 성장해 왔으나, 콘텐츠 선도국으로 도약하기 위한 과도기를 겪고 있으며, 성장이 지속될 수 있을지에 대한 다양한 도전을 받고 있음을 살펴봤다. 그리고 그 한계와 과제가 지속가능한 발전과 지속가능발전의 목표와 깊은 연관성이 있음을 확인했다. 결국, 중장기적 관점에서 지속가능한 발전을 이루기 위해 노력한다는 것은 콘텐츠 선도국이 되기 위한 과정과 같은 지향점과 방향성을 지니고 있음을 발견할 수 있었다.

제3장에서는 지속가능한 발전(SD)의 대표적인 프레임워크인 ESG에 대해 살펴보고, 콘텐츠산업에 있어서 ESG가 왜 필요한지 그 중요성에 대해 파악해보았다. 그 결과 ESG 경영은 전 세계적 흐름으로 회피할 수 없는 기업 생존에 직결되는 요소이며, ESG에 대한 글로벌 요구와 압박은 더 높아질 전망이기 때문에 콘텐츠산업도 적극적인 대응이 필요한 상황이다. 그렇기 때문에 콘텐츠산업에 특화된 ESG적 접근이 요구되는 시점이다.

제4장에서는 실제 콘텐츠 기업들에서는 ESG에 어떻게 대응하고 있는지 장르별로 기업 사례분석을 진행하였다. 그 결과 아직 콘텐츠산업에 있어서 ESG는 명확한 기준이 부재하고 산업의 특성을 고려한 가이드라인이 제시되지 않아 ESG 추진의 실효성이 낮은 상황임을 알 수 있었다.

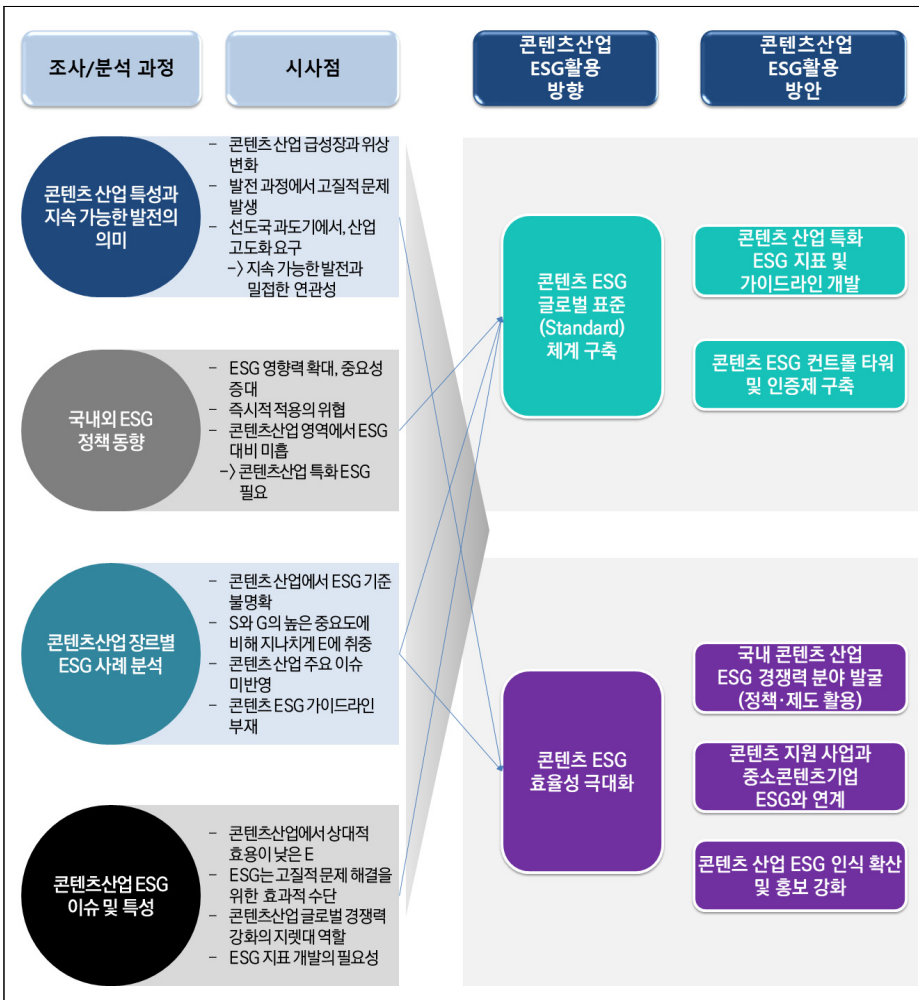
제5장에서는 전문가 자문과 설문조사를 통해 콘텐츠산업 장르별 ESG 이슈와 특성을 도출하고 콘텐츠 관련 ESG 정책의 추진 방향성을 설정하고자 하였다. 그 결과 콘텐츠산업은 E요소 보다는 S와 G의 파급력이 높음에도 관련 접근이 부족한 문제점이 지적되었

다. 또, ESG는 콘텐츠산업의 고질적인 문제점을 해결할 수 있는 중요한 수단이 될 수 있으며 동시에 글로벌 경쟁력을 강화할 수 있는 지렛대임을 확인할 수 있었다.

## 2. 정책 방향

분석 결과를 통해 정리한 시사점을 바탕으로 지속가능한 발전을 위한 콘텐츠산업에서의 ESG 활용 방향과 방안을 도출과정을 정리하면 다음의 <그림 6-1>과 같다.

[그림 6-1] 콘텐츠산업 ESG 활용 방향 및 방안 도출과정



국내 콘텐츠산업 현황 및 특성과 글로벌 ESG 동향, 정책 동향을 고려하여 두 가지 주요 정책 방향을 설정하였다. 첫째는 콘텐츠산업에 특화된 글로벌 표준(Standard) 체계 구축이고, 둘째는 ESG 활용 효율성 극대화이다. 이 두 방향을 통해 콘텐츠산업이 ESG 경영을 실천하고, 궁극적으로는 중장기적 산업의 내실을 강화하고 글로벌 경쟁력을 확보하는 데 기여할 수 있을 것이다.

구체적으로 설명하면, 콘텐츠 ESG 글로벌 표준 체계 구축은 콘텐츠산업 특화 ESG 표준을 글로벌 수준에서 인정받을 수 있는 체계로 개발하고 선도적으로 제안하여 신뢰도와 공신력을 확보하는 방향이다. 콘텐츠산업은 제조업과는 달리 창작과 유통 과정에서의 사회적 책임(S)과 지배구조(G) 요소가 더 핵심적인 요소이다. 따라서 환경(E) 요소를 포함하되, 창작자의 권리 보호, 공정 계약 및 수익 배분, 데이터 관리와 정보 보안, 윤리적 경영과 같은 콘텐츠산업 특유의 요구사항을 반영하는 ESG 표준이 필요하다. 이러한 기준을 정립함으로써 콘텐츠산업에서 중요한 가치들이 실질적으로 반영되도록 할 필요가 있다. 한국이 ESG 분야에서 선도적으로 콘텐츠 특화 표준을 제안하고 체계를 구축할 경우, 글로벌 콘텐츠산업 ESG 모범 국가로 자리매김할 수 있다. 이는 단순히 한국 내 콘텐츠 기업들만을 위한 것이 아니라, 글로벌 콘텐츠 업계에 ESG의 중요성을 확산시키고 표준을 정착시키는 역할을 한다. 이를 통해 한국은 글로벌 콘텐츠 ESG 논의에서 중심적인 역할을 할 수 있게 되며, 국제 무대에서 정책 리더십을 강화할 수 있다.

다음으로 콘텐츠 ESG 효율성 극대화는 콘텐츠산업 내에서 ESG 경영이 실질적으로 작동하고 효과를 발휘할 수 있도록 체계를 최적화하는 것을 목표로 한다. 콘텐츠산업은 프로젝트 기반의 유연한 작업 구조와 다양한 협력 형태로 인해 기존의 제조업 중심 ESG 모델을 적용하기 어려운 특성이 있다. 따라서 콘텐츠산업에 맞춘 효율적인 ESG 관리 체계를 구축함으로써, 각 기업들이 자신의 상황과 여건에 맞는 ESG 활동을 실천할 수 있도록 지원하는 것이다. 이를 통해 중소 콘텐츠 기업들도 ESG 요구에 대응하는 부담을 덜고 ESG 경영을 보다 손쉽게 실천할 수 있게 되며, ESG 인증을 받은 기업들은 이를 대외적으로 홍보하고 신뢰를 쌓는 기회를 얻을 수 있다. 궁극적으로 콘텐츠산업 전반의 ESG 경영 효율성을 높여 산업 경쟁력을 강화하고, 지속가능한 발전과 글로벌 시장에서의 경쟁력 확보라는 두 가지 목표를 동시에 달성할 수 있을 것이다.

### 3. 정책 방안 도출 과정

#### 가. 국내 콘텐츠산업 ESG 경쟁력 분야 발굴(정책·제도 활용)

국내 콘텐츠산업은 이미 표준계약서, 주 52시간제, 최저임금제 등 성숙한 정책과 제도를 통해 ESG 경영에 필요한 기반을 갖추고 있다. 이런 기존 정책을 ESG 지표로 연계하면, 기업들이 부담 없이 ESG를 실천할 수 있을 뿐 아니라, 글로벌 ESG 평가에서 유리한 위치를 선점할 경쟁력을 확보할 수 있다. 이 방안은 다음의 연구 결과들을 토대로 정리하였다. 먼저 2장에서 콘텐츠 선도국으로 가기 위한 과도기를 거치고 있음을 확인하면서 국내 콘텐츠산업은 이미 성숙한 정책과 제도를 도입하고 있고, 이를 ESG와 연결하면 글로벌 시장에서 요구되는 지속가능성 기준을 충족할 수 있음을 확인할 수 있었다. ESG를 경쟁력으로 전환함으로써 콘텐츠 선도국으로 도약하는 계기를 마련할 수 있다. 또한 3장에서 ESG 경영의 중요성이 증대하고 있음을 확인하면서 ESG 준수는 수출과 투자를 위한 필수 조건임을 확인했다. 따라서 이미 구축된 국내 정책과 제도를 ESG 지표로 전환하면, 글로벌 ESG 평가에서 높은 점수를 받을 가능성이 높아지고, 콘텐츠 기업들의 수출 및 투자 유치 역량을 강화할 수 있다. 또한 4장에서 논의한 바와 같이 사회(S), 지배구조(G) 영역의 명확한 기준이 부족한 상황에서 표준계약서, 주 52시간제 등 콘텐츠산업에서 이미 잘 시행되고 있는 정책들을 ESG 평가 기준으로 활용하면, 사회(S)와 지배구조(G) 영역의 명확한 기준을 강화하고, 콘텐츠산업의 고질적인 문제 해결에 기여할 수 있는 대안이 된다. 결국 5장에서 서술한 바와 같이 국내 강점 분야를 발굴해서 ESG 지표로 제시하면, 글로벌 시장에서 콘텐츠산업의 경쟁력을 강화하고, ESG를 콘텐츠산업 발전의 효과적인 도구로 활용되어 콘텐츠산업 글로벌 경쟁력 강화의 지렛대 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다. 한편, 설문조사 결과에서도 그 근거를 찾아볼 수 있는데 설문조사 결과 응답자 다수는 ESG의 필요성을 인정했지만, 구체적인 실행 방안이나 기존 제도와의 연결성에 대해 부족함을 느낀 것으로 나타났다. 특히 일부 응답자들은 표준계약서, 주 52시간제와 같은 기존 정책을 기반으로 ESG를 도입하는 방식이 현실적이고 효과적이라고 응답하기도 하였다.

## 나. 콘텐츠산업 특화 ESG 지표 및 가이드라인 개발

콘텐츠산업은 제조업 중심으로 설계된 기존 ESG 지표와는 다른 특성을 가진다. 프로젝트 기반의 구조, 창작자 중심의 특수성, 고용 안정성 문제 등 콘텐츠산업에 맞는 특화된 ESG 지표와 가이드라인을 개발하면, 콘텐츠 기업들이 ESG 경영을 효과적으로 도입하고 글로벌 ESG 요구에 부합하는 체계를 마련할 수 있다. 이 방안은 다음과 같은 근거를 바탕으로 도출하였다. 먼저 2장에서 확인할 수 있듯이 콘텐츠산업은 창작자 중심의 구조와 프로젝트 단위의 특수성을 가진다. 기존 제조업 중심의 ESG 지표로는 이러한 특성을 충분히 반영할 수 없으므로, 산업 특화된 ESG 지표 개발이 필수적이다. 또한 3장과 4장에서 지적한 바와 같이 콘텐츠산업 특화 지표가 부재하고 특히 사회(S), 지배구조(G) 영역의 명확한 기준 제시되지 못한 상태이기 때문에 이를 선도적으로 제안하여 글로벌 표준을 선점하는 전략이 필요하다. 한편 5장의 설문조사에서도 응답자 다수는 현재 콘텐츠산업에서의 ESG 평가 기준은 모호하고 콘텐츠산업 특성을 반영하지 못한다고 지적했다. 특히 프로젝트 기반의 구조와 창작자 중심 특성을 반영한 ESG 지표가 필요성이 강하게 제기되었다.

## 다. 콘텐츠 지원 사업과 중소 콘텐츠 기업 ESG 연계

중소 콘텐츠 기업이 ESG를 부담 없이 도입할 수 있도록 정부 지원 사업을 효과적으로 활용하며, 이를 통해 산업 전반의 ESG 확산과 글로벌 경쟁력 강화를 이루고자 하는 방안이다. 해당 방안은 다음과 같은 근거를 토대로 도출되었다. 먼저 2장 콘텐츠산업의 특성과 문제점에서 지적된 바와 같이 중소 콘텐츠 기업은 글로벌 ESG 요구에 대응할 자원이 부족하다. 따라서 정부 지원 사업과 ESG를 연계하면, 중소기업이 경쟁력을 갖추고 동시에 산업 생태계의 균형적 발전을 유도할 수 있다. 한편 3장 ESG 정책 동향을 분석하면서 중소기업의 ESG 이행 역량을 강화하면, 글로벌 ESG 요구에 대응할 수 있어 수출과 투자 확대에 기여할 수 있음을 파악했는데, 이를 실질적으로 진행하기 위해서는 4장에서 강조한 바와 같이 대형 기업 중심으로 설계된 ESG 요구를 중소기업에 적용하려면 맞춤형 지원 사업과 정책이 필요하다. 이러한 의견은 5장 설문조사에서도 동일하게 나타났는데, 설문조사 결과, 중소 콘텐츠 기업 소속 응답자들은 자금과 인프라 부족이 ESG 도입의 가장 큰 장애물이라고 지적했다. 또한 많은 응답자가 정부 지원 사업을 활

용해 ESG와 관련된 활동을 지원받는 방안을 선호한다고 응답하기도 했다.

## **라. 콘텐츠 지원 사업과 중소 콘텐츠 기업 ESG 연계**

컨트롤 타워와 인증제는 콘텐츠 기업들이 국제적 ESG 요구를 효과적으로 대응하며, 지속가능한 발전을 체계적으로 이루기 위해 고안한 방안이다. 해당 방안은 다음과 같은 근거를 통해 도출하였다. 먼저 3장에서 강조한 바와 같이 ESG가 글로벌 시장에서 필수로 되는 상황에서, 컨트롤 타워는 콘텐츠 기업의 ESG 경영 방향성을 제시하며, 신뢰를 높이는 평가 체계를 마련할 수 있다. 또한 4장에서 콘텐츠기업 ESG 경영 추진에서 한계점으로 지적된 운영 체계의 부족 문제 역시 컨트롤 타워와 인증제를 통해 극복이 가능하다. 한편 5장 설문조사에서도 ESG 지원 체계가 부재하다는 의견이 지배적이었다. 응답자들은 ESG 경영 실천의 방향을 제시할 전문적인 지원 체계가 부족하다고 응답했으며, 많은 응답자가 ESG 활동의 결과를 객관적으로 평가받고 활용할 수 있는 인증 시스템의 필요성에 동의하였다.

## **마. 콘텐츠 ESG 인식 확산 및 홍보 강화**

ESG 인식 확산과 홍보는 콘텐츠산업 전반에 걸쳐 ESG 경영의 중요성을 알리고, 중소기업 및 창작자들의 참여를 유도하기 위한 필수적인 전략이다. 해당 방안의 도출 근거는 다음과 같다. 먼저, 2장에서 확인된 바와 같이 콘텐츠산업의 장기적인 발전 필요성과 3장에서 강조한 ESG 경영의 중요성이 높아지고 있는 상황에서 실질적인 ESG의 인식은 높지 않은 것으로 나타났다. 특히 4장에서 나타난 바와 같이 ESG는 일부 대기업에 국한된 경영 전략으로 인식되고 있어, 중소기업과 창작자들도 실천할 수 있는 분위기 조성이 필수적인 과제가 되고 있다. 설문조사에서도 ESG 개념과 중요성에 대한 이해가 부족하다는 응답이 많았으며, 특히 중소기업과 창작자들은 ESG를 대기업만의 의무로 간주하는 경향을 보였다. 또한 응답자 다수는 ESG의 필요성과 구체적인 실행 방안에 대한 교육과 홍보를 요구하고 있는 것으로 나타나 콘텐츠 ESG에 대한 올바른 인식과 홍보가 필수적으로 요구되고 있는 상황임을 파악할 수 있었다.



## 제2절 콘텐츠산업 ESG 활용 방안

### 1. 국내 콘텐츠산업 ESG 경쟁력 분야 발굴(정책·제도 활용)

#### 가. 배경 및 필요성

국내 콘텐츠산업은 그 영향력을 전 세계로 확대하면서 유례를 찾기 힘들 정도의 양적 성장을 이루었고, 그 과정에서 시행착오를 겪으면서 질적인 부분도 함께 성장했다. 이 질적인 성장은 국내의 콘텐츠 자체의 품질향상뿐만 아니라 콘텐츠산업 시장 성숙에 대한 질적 성장까지 포함한다. 예를 들어, 급격한 발전 이면에 발생했던 스태프의 열악한 노동 환경, 불공정한 계약 관계와 수익 배분, 다양성 부족, 아티스트·창작자의 인권 침해 등과 같은 콘텐츠산업의 치명적인 문제들은 시장이 성숙해지면서 점차 표면에 드러나게 되었고 사회적 지탄과 자성의 목소리를 받아들이게 되었다. 결국 고질적인 콘텐츠산업의 문제들을 극복하기 위한 정책과 제도적 장치들이 요구되었고 이러한 노력들이 콘텐츠산업의 부정적 관습과 한계점을 상당부분 개선하는데 기여하였다.

이와 같이 국내 콘텐츠산업은 이미 환경, 사회, 지배구조 전반에 걸쳐 정착되고 필수적으로 수행하고 있는 제도 및 정책들이 다수 존재하고 있는 상황이다. 표준계약서 활용, 주 52시간제와 같이 해외의 다른 나라에서는 없지만 시행착오를 거치면서 국내 산업에서 적극적으로 활용되고 있는 정책들이 많이 구축되어 있다. 법과 규제를 통해 국내에서는 자연스럽게 지켜지는 영역들이기 때문에 ESG와 연계하여 요구를 할 경우 큰 저항감이 없을 뿐만 아니라 다수의 콘텐츠 기업들이 관련 ESG 평가를 받게 되었을 때 자동적으로 높은 점수를 받을 수 있는 이점을 지닐 수 있다. 게다가 이미 제도와 정책으로 지켜온 항목 같은 경우 사회적으로 많이 논의되었고 일정 정도의 합의가 이루어져 있기 때문에 자발적 개선 의식까지 축적되어 있기도 하다. 예컨대 과거 콘텐츠산업에서 자발적으로 추진해 온 노동 환경 개선 및 창작자 권익 보호 사례가 많아, ESG 지표로 활용할

수 있는 자산이 충분하다고 할 수 있다. 대중과 사회의 압박을 받아 이루어진 개선이 아닌, 산업 내부의 성숙도가 높아진 결과이기 때문에 그 의미가 더 크다.

따라서 국내 콘텐츠산업에서 ESG 요구 관련하여 정책이나 제도를 통해 이미 지켜오고 있거나 지키는데 큰 어려움이 없는 영역을 발굴하여 정리하는 것은 가장 효과적인 ESG 대응 방안중 하나가 될 수 있다. ESG 준수에 유리한 평가 지표들이 국제 기준에 부합하여 요구될 경우 이를 받아들이는 콘텐츠 기업 입장에서는 저항감이 낮기 때문에 ESG 확산에 기여할 수 있다. 또한 결과적으로 해당 항목들은 ESG에 높은 평가를 받으며 신뢰를 형성할 수 있어서 해외진출 시 경쟁력을 작용할 수 있다.

## 나. 세부 추진 방안

국내 콘텐츠산업의 경쟁력 있는 ESG 분야를 발굴하는 것은 ESG 준수와 평가에 유리한 위치를 차지할 수 있을 뿐 아니라, ESG 요구 당사자인 콘텐츠 기업과 종사자의 거부감을 낮추고 ESG 인식 확산에도 기여할 수 있는 효과적인 수단이다. 이를 구체화하기 위해서는 다음의 두 가지 단계에서의 접근이 가능하다. 먼저 첫 번째 단계는, 실제로 국내 콘텐츠산업의 특성을 조사하여 환경, 사회, 지배구조와 관련해 잘 지켜지고 있는 경쟁력 분야가 무엇인지 파악하는 것이다. ESG 관련 국제 표준에서 요구하는 요건 가운데 국내 콘텐츠산업에서 현재 잘 이루어지고 있는 분야를 파악하면, 국내 콘텐츠 기업에서 적극적으로 지속가능 보고서나 ESG 평가에서 활용해야할 분야를 제안할 수 있으며, 업계 전반에서 긍정적 영향을 미칠 수 있는 요소들을 경쟁력 분야로 선정하여, 지표 개발의 기초 자료로 활용이 가능하다. 따라서 국내 콘텐츠산업에서 이미 경쟁력 있게 이루어지고 있는 ESG 사례와 관행을 구체적으로 살펴볼 필요가 있다.

다음 단계에서는 국내에서 이미 정책이나 제도로 정착되어서 일반적으로 지켜지고 있는 ESG 분야를 확인하는 단계이다. 이를 위해 환경, 사회, 지배구조 각 분야에 따라 세부적으로 콘텐츠 관련 정책과 제도를 살펴보는 과정이 선행될 필요가 있다. 예를 들어 환경의 친환경 이슈에서는 국내에서 많은 정책과 지원으로 운영되고 있는 콘텐츠 관련 친환경 인프라를 살펴 보면서 이곳에서 생산되는 친환경 콘텐츠를 ESG와 연결하는 것은 효과적인 접근이 될 수 있다. 에너지 절약이나 오염물질 최소화 같은 환경 이슈에서는 탄소중립기본법에 의거하여 일정 기준에 따라 정부에서 인증을 해주고 있는 녹색인증제

도를 활용하여 이 인증과 ESG 지표와 연계를 고려할 필요가 있다. 한편, 콘텐츠산업에서 사회 관련해서는 특히 다양한 이슈와 정책이 이루어지고 있다. 불공정 계약에 관련해서는 계약일이나 계약 조건과 같은 다양한 문제를 미연에 방지하기 위해 표준계약서를 개발하여 제공하고 있는데, 이 역시 ESG와 연계할 사항들이다. 주 52시간제나 최저시급제와 같이 이미 콘텐츠산업계에서 통용되고 있는 제도 역시 적극적으로 ESG 항목으로 추가해야할 요인 중 하나이다.

〈표 6-1〉 시행 중인 ESG 관련 정책/제도 예시

문제/이슈	정책/제도적 장치	활용 세부 내용 및 효과
친환경	친환경 인프라(공연장, 스튜디오) 운영	친환경 공연장 및 스튜디오에서 제작된 콘텐츠를 통해, 에너지 절약 및 오염물질 최소화 노력 인정
에너지 절약, 오염물질 최소화	녹색인증제도	탄소중립기본법에 따른 인증을 통해 ESG 기준을 충족한 콘텐츠 및 친환경 기업으로 객관적 검증 가능
불공정 계약	표준 계약서	표준계약서 사용으로 불공정 계약 방지 및 투명한 수익 배분, 사회적 책임 준수 노력 인정
열악한 노동 환경	주 52시간제	노동 환경 개선 및 근로자 복지 강화 노력으로 인정
	최저 시급제	
	여가친화 인증	여가친화 환경 조성을 통해 근로자의 삶의 질 향상에 기여하는 기업으로 검증
창작자/아티스트 인권	교육 의무제(학습권 보장)	교육 의무 준수로 사회적 책임 인식 확산 노력 인정
	예술인 산재보험	콘텐츠 창작자 안전망 노력 인정
	예술인 고용보험	

위와 같이 현재 국내 콘텐츠산업에서 ESG 이슈에 잘 대응하는 분야가 무엇인지 발굴하고 직접적으로 ESG 지표에 활용이 가능한 정책 기반의 우수 사례를 제시하는 것은 국내 콘텐츠 기업의 ESG 역량을 강화에 기여할 수 있다. 나아가 궁극적으로 해외진출에 있어서 ESG 요구가 진입 장벽이 되기보다 오히려 유리한 장점이 되도록 유도하는 효과적인 방안이 될 것으로 기대가 된다.

## 2. 콘텐츠산업 특화 ESG 지표 및 가이드라인 개발

### 가. 배경 및 필요성

앞서 살펴본 바와 같이 ESG 경영의 중요성이 높아지면서 다양한 산업에 걸쳐 특화된 ESG 가이드라인이 요구되고 있으며, 콘텐츠산업도 글로벌 기준에 부합함과 동시에 콘텐츠산업의 특성을 반영한 ESG 지표의 개발이 요구되고 있는 상황이다. 미국의 지속가능성회계기준위원회(SASB)의 가이드라인을 살펴보면, 산업별 지속가능성 고시 주제 및 회계 지표를 공개하였으며, 미디어 및 엔터테인먼트를 분류하여 관련 지표의 구성을 시도하고 있다. 유럽재무보고자문그룹(EFRAG) 역시 EU 지속가능성정보 공시지침(CSRD)과 관련하여 업종별 특화를 고려한 추가지표를 발표할 예정이며, GRI 표준 역시 40개 업종으로 세분화한 기준을 개발할 예정이다. 국내의 K-ESG 가이드라인 역시 업종별 특화 지표 구축을 시도하고 있다. 현재 자동차, 철강, 석유화학, 반도체 등 주요 산업의 가이드라인을 발표하고 업종별 진단항목 정의서를 제시하고 있으며, 그 외에 콘텐츠산업을 비롯한 산업별 특화 지표는 더욱 확대될 전망이다.

다만, 본 연구의 콘텐츠 기업 지속가능경영보고서 분석에서도 나타났듯이 콘텐츠산업은 사회와 지배구조가 특히 중요함에도 불구하고 그동안 사회(S)와 지배구조(G) 항목은 명확한 기준이 드러나 있지 않으며, 목표 역시 명확하지 않았다. 안전 보건과 정보보호 등 일부 분야에서 ISO 인증과 같은 국제표준과 인증 제도를 활용하고 있고, 다양성 항목에서는 구성원 및 콘텐츠 내용의 다양성을 수치화하여 목표를 제시하고 있지만 그 외의 항목은 뚜렷한 기준과 목표를 확인할 수 없었기 때문이다. 이렇게 명확한 기준이 부재한 상황에서 ESG 경영 활동과 평가가 지속될 경우, 사회(S)와 지배구조(G) 영역 가이드라인의 실효성이 떨어질 것이며, 기업들은 형식적인 대응에 그칠 것이라는 우려의 목소리가 높다. 즉 글로벌과 국내의 콘텐츠산업을 관통하는 주요한 산업적 이슈가 지표나 가이드라인에 깊게 반영되지 않아 실효성이 낮을 수 있다는 것이다. 국제적 기준들은 제조업 중심으로 구성되어 콘텐츠산업의 특성을 반영하지 않았다는 한계점이 있다. 앞서 기술한 것처럼, 콘텐츠산업은 측정되지 않는 장시간 노동, 최저임금 지급위반, 계약미비 등 다수의 노동문제가 여전히 발생하고 있으며, 거대 플랫폼과 개별 창작자 사이에 정보 데이터의 불균형, 창작자의 IP보호도 주요한 이슈 중 하나이다. 제조업 중심의 기존 기준을

활용할 경우, 콘텐츠산업이 당면한 주요한 이슈와 ESG 경영 전략이 연결되지 않는다는 문제점이 발생한다.

따라서 국내 콘텐츠산업의 특성과 글로벌 ESG 표준을 동시에 관통하는 최적화된 콘텐츠산업 ESG 지표 및 가이드라인이 필요하다. 또한 전 세계적으로 콘텐츠산업 특화 ESG 지표가 구체화되지 않은 상황에서 선제적으로 이를 개발하고 구체화하여 전 세계적인 우수 선례로 인정받고 공감대를 형성하며 글로벌 콘텐츠 ESG 표준 선도를 시도해야 할 시점이다.

## 나. 세부 추진 방안

콘텐츠산업에 특화된 ESG 지표와 이를 설명하는 가이드라인을 체계적이고 실현 가능하도록 구축하기 위해서는 먼저 콘텐츠산업의 ESG 주요 이슈를 발굴하고 관련 국제 표준이 어떻게 구성되어 있는지 사전 연구 과정이 필요하다. 산업 현황과 국제 ESG 동향 분석 단계에서는 국내외 ESG 동향을 전반적으로 분석하여 콘텐츠산업에서 중점적으로 다뤄야 할 ESG 요소를 파악해야 한다. 특히, SASB, GRI, CSRD 등 국제 표준에서 미디어 및 엔터테인먼트 분야의 주요 지표와 요구 사항을 조사하여 글로벌 흐름과 국내 콘텐츠산업 간의 차이를 분석해야 한다. 또한 정책 일관성을 위해 K-ESG 가이드라인의 지표와 방향성 역시 고려하여 이 지표의 연장선상에서 콘텐츠산업에 특화된 지표가 필요한 구체적인 이유와 배경을 도출해야 한다. 한편 콘텐츠산업의 ESG 주요 이슈를 발굴하는 단계에서는 국내 콘텐츠산업의 ESG 관련 주요 이슈를 파악하기 위해 종사자, 학계 전문가, 정책 연구자, 업계 대표자 등을 대상으로 심층 인터뷰를 진행하거나 관련 문헌을 분석하는 연구과정이 선행되어야 한다. 특히 업계 내 공감대가 높은 이슈들을 우선적으로 선정하고 조사 결과를 바탕으로 콘텐츠산업이 당면한 구체적인 ESG 문제를 규명하고, 그 해결 방안을 모색할 수 있도록 연구 자료를 축적한다.

〈표 6-2〉 국내 콘텐츠산업 ESG 주요 이슈 예시

구분	환경(E)	사회(S)	지배구조(G)
콘텐츠 산업 ESG 이슈	1) 지속가능 원자재 사용 2) 제작사 탄소배출	1) 불공정 계약 2) 공정한 IP 수익배분 3) 콘텐츠 다양성 4) 창작자/노동자 근로환경	1) 대형 기업의 지배구조 불투명성 2) 투자 투명성 및 정보공개

구분	환경(E)	사회(S)	지배구조(G)
		5) 데이터 활용 투명성 6) 정보보안 7) 선한 영향력과 사회적 기여 8) 레이블, 자회사, 협력사 등 공급망 관리	

다음으로 사전 연구 결과를 종합하여 조사한 내용을 바탕으로 K-ESG 가이드라인 및 국제 표준의 요구사항과 일치하는 콘텐츠산업 특화 ESG 지표를 설계한다. 이 과정에서 국제 지표와 K-ESG 지표를 기반으로 국내 콘텐츠산업의 특성에 맞게 세부 지표를 수정하고 보완한다. 국내 콘텐츠산업에 적합한 정량적, 정성적 지표를 균형 있게 개발하고, 기존의 글로벌 지표와 연계 가능한 통합적 가이드라인을 마련할 필요가 있다.

한편 대형 콘텐츠 기업에 집중된 세부 지표와 중소 콘텐츠 기업이 적용가능한 지표, 이렇게 두 가지를 구분하여 지표를 작성해야 한다. 중소 콘텐츠 기업이 과도한 부담을 느끼지 않도록, 이들을 위한 ‘기본 준수’ 수준의 필수 지표를 마련하여 ESG 가이드라인을 이원화할 필요가 있다. 예를 들어, 창작자와의 공정 계약 여부, 환경친화적 자원 사용 노력 등 중소기업의 콘텐츠 기업이 감당할 수 있는 핵심 지표를 최소 기준으로 제시하는 방식 등이다. 최소 기준과 우수 기준의 이원화된 지표 체계를 통해, 기업의 규모와 특성에 맞춘 ESG 경영이 가능하도록 유연성을 부여한다.

마지막은 콘텐츠산업 ESG 지표의 적용과 평가 체계를 구축하는 단계이다. 개발된 콘텐츠산업 특화 ESG 지표를 바탕으로 각 지표별 세부 평가 기준과 가이드라인을 문서화하여, 모든 콘텐츠 기업이 이해하고 활용할 수 있도록 제공한다. 환경, 사회, 지배구조 항목별로 구체적인 목표치, 평가 방법, 자료 제출 요건 등을 명확히 규정하여 ESG 평가에서 일관성을 유지해야 한다. 지표 및 평가 기준을 지속적으로 개선할 수 있도록, 피드백 시스템을 포함한 유연한 관리 체계를 마련하는 것 역시 마련해야 한다. 한편 각 기업의 ESG 지표 준수 현황을 주기적으로 모니터링하며, 산업 전반에서 ESG 성과를 추적해야 하며, 특히 중소 콘텐츠 기업이 ESG 기준을 효과적으로 이행할 수 있도록 교육 프로그램, 가이드북 제공 등 지원 방안을 병행하여, 실질적 ESG 확산이 이루어지도록 유도해야 한다.

### 3. 콘텐츠 지원 사업과 중소콘텐츠기업 ESG와 연계

#### 가. 배경 및 필요성

대부분의 중소 콘텐츠 기업들은 자원과 인프라가 제한적이기 때문에 ESG 요건을 독립적으로 충족하기 어려운 상황이다. ESG 경영은 대규모 투자와 인적 자원이 필요한 항목에 집중되어 있어 죽음의 골짜기(death valley)를 거치고 있는 스타트업이나 기업의 생존을 위해 단기적 목표를 당장 이루어야 하는 중소 규모의 콘텐츠 기업 입장에서는 지속가능성에 대한 관심과 ESG 도입 가능성이 낮은 실정이다. 부족한 중소 콘텐츠 기업의 자금이나 자원을 활용하여 ESG 관련 활동을 하는 것은 매우 제한적일 수밖에 없다는 것이다. 게다가 전담 조직을 갖출 여력이 없기 때문에 ESG 관련 내용을 중소 콘텐츠 기업에서 관리한다는 것은 무리한 요구일 수 있다. 예를 들어 중소 콘텐츠 업체에게 성폭력 예방 교육, 정보보안 시스템 구축, 공정 계약 체계 도입과 같은 ESG 실천을 시행을 요구하면 현실적으로 이행하기 어려울 수밖에 없다.

하지만 글로벌 시장에서 ESG 요구가 강화되면서, 대규모 콘텐츠 기업이나 유통사들은 자사의 공급망에 속한 모든 파트너와 협력사들까지 ESG 기준을 준수하도록 하는 요구할 것으로 예상된다. 특히 유럽연합(EU)과 같은 주요 시장에서는 공급망 실사 법안이 본격적으로 시행되고 있어, 향후 콘텐츠산업에서도 공급망 전반에 ESG 요건 준수를 요구할 수 있다. 이러한 상황에서 공급망에서의 공정 계약, 창작자 권리 보호, 데이터 투명성 등이 요구될 때, ESG 요건을 충족하지 못한 국내 제작사는 대형 플랫폼이나 유통사로부터 배제될 위험이 존재한다. 예컨대 넷플릭스와 같은 글로벌 OTT가 유럽시장에 국내 콘텐츠를 방영하려고 할 때, 공급망 전반에 ESG 요구를 강화하여 제작사들이 ESG 제약을 통해 유럽시장에 진출이 어려워 질 수 있다는 것이다.

결국, ESG에 대한 글로벌 수요는 강력하게 증가하고 있으나, 중소 콘텐츠 기업의 ESG 실천 역량은 부족해 도저히 이를 적용할 수 없는, ESG 수요와 공급이 불균형한 상태(mis matching)에 놓여 있는 것이다. 이 간극(gap)을 해결하지 않는다면, 국내 중소 콘텐츠 기업들은 갑작스럽게 해외진출이 막히거나 시장에서 도태될지 모르는 위험에 직면할 수 있다. 그렇기 때문에 ESG 요구와 중소 콘텐츠 기업의 공급 역량 간의 미스매칭을 해소하기 위해 정부의 정책 개입이 필요하다.

앞서 설명한 ESG 수요와 공급 간극을 메우기 위한 가장 효과적이고 최적의 방안 중 하나가 콘텐츠 지원 사업 활용하는 것이 될 수 있다. 이미 정부가 운영 중인 콘텐츠 지원 사업 중에는 ESG와 연관성을 가진 프로그램들이 다수 존재한다. 예를 들어, 성폭력 예방 교육, 정보보안 지원 등은 ESG 요건을 충족할 수 있는 주요 요소로 기능할 수 있다. 따라서, 정부 지원 사업 중 ESG와 연관성 있는 사업들을 발굴하고, 이를 중소 콘텐츠 기업들이 효과적으로 활용하도록 지원하면, 별도의 추가 자원 투입 없이도 ESG 실천의 기초 마련이 가능하다. 이는 기존 공공 자원을 최대한 활용하여 ESG 경영을 도입할 수 있도록 돕는 효율적인 정책적 접근이다.

## 나. 세부 추진 방안

중소 콘텐츠 기업들은 대체로 영세하여 자원이나 인프라가 부족하며 이에 따라 독립적으로 ESG 요건을 충족하기 어려운 구조를 가지고 있다. 따라서 이미 정부에서 진행되고 있는 콘텐츠 관련 지원 사업을 ESG 자원화하고, 이를 전략적으로 ESG 지표와 연계하는 효과적인 구조가 필요하다. 이 구조는 중소기업들이 별도의 비용이나 자원을 추가적으로 투입하지 않고도, ESG 경영 요소를 내재화할 수 있기 때문이다.

콘텐츠 관련 지원사업은 현재 문화체육관광부와 산하 기관들을 통해 다양하게 진행되고 있다. 이들을 효과적으로 중소 콘텐츠 기업의 ESG로 연계하기 위해 우선 ESG 관련한 콘텐츠 지원 사업이 무엇이 있는지 조사해야 한다. 예를 들어, 정부가 주관하는 성폭력 예방 교육, 정보보안 교육, 계약 상담 지원 등의 사업은 각각 ESG의 사회(S) 항목 중 근로 환경 개선, 데이터 투명성, 공정 거래와 같은 요소를 충족하는 데 활용이 가능하다. 중소 콘텐츠 기업이 이러한 지원 프로그램에 참여할 경우, 기업의 ESG 실천 기록으로 인정될 수 있다. 결국 해당 기업의 ESG 평가가 강화되며, 별도의 비용없이 대외적으로 책임 있는 기업 이미지를 구축하는 효과를 거둘 수 있다.

다음으로 ESG 평가와의 연결고리를 강화할 필요가 있다. ESG와 콘텐츠 지원사업과 연계하는 방안의 핵심은 정부의 기존 지원 사업을 통해 축적된 성과가 실제 ESG 평가 항목에서 긍정적으로 반영될 수 있도록 설계하는 것이다. 정부는 각 지원 사업과 연계되는 ESG 성과 항목을 미리 설정하여, 중소 콘텐츠 기업들이 지원 사업에 참여함으로써 평가 항목을 자연스럽게 충족시켜야 한다. 이로 인해 기업들은 인증이나 평가를 위해



별도의 준비가 필요 없이, 정기적으로 참여한 사업 활동만으로 ESG 평가에서 경쟁력을 확보하게 된다.

〈표 6-3〉 ESG와 연계 가능한 콘텐츠 지원사업 예시

지원 사업명	예산 (백만원)	기본 사업 내용	ESG 연계 방안 예시
대중문화예술 지원 센터의 교육 및 상담 사업	1,500	대중문화예술 종사자 교육 및 정책 연구, 법률상담 제공, 성폭력 예방 교육 및 상담 제공	성폭력 예방 교육 및 법률 상담을 통해 사회적 책임과 공정 계약 측면에서 중소 콘텐츠 기업의 ESG 실천 역량 강화 가능
노무 종합 컨설팅 및 상담 지원	233	콘텐츠 기업 종사자 대상 인사노무 컨설팅 및 상시 노무 상담 제공, 근로환경 개선을 위한 교육 캠페인 운영	중소 콘텐츠 기업의 근로 환경 개선과 공정 노동 관행 구축을 위해 ESG 지표의 노동 환경 관련 요소로 연계 가능
콘텐츠 분쟁 해결 지원	442	콘텐츠 이용자 및 사업자 간의 분쟁 조정, 사전 예방 상담 제공 및 분쟁 해결 지원 시스템 운영	콘텐츠 거래의 투명성과 신뢰성 확보를 통해 ESG의 지배구조 요소에서 투명한 분쟁 해결 및 책임 경영과 연계

여기에 더해 콘텐츠 기업들의 ESG 실천 과정에서 필요한 사항을 공공 기관이 정기적으로 수요 조사하여, 기업들이 실질적으로 필요로 하는 것들 중 공공에서 단체로 해결해 줄 수 있는 지원사업이나 교육을 여는 것도 병행할 필요가 있다. 이를 통해 실제 기업들이 당면한 문제와 필요를 반영한 맞춤형 ESG 지원 사업을 기획할 수 있기 때문이다. 예를 들어, 많은 중소 콘텐츠 기업들이 창작자 권리 보호와 공정 계약 교육, 데이터 보안 체계 마련에 대한 지원을 필요로 한다면, 이에 맞춰 공정 계약 체결 교육, 정보보안 시스템 구축 지원 사업 등을 추진할 수 있다. 수요조사 결과를 바탕으로, 필요한 ESG 교육 및 지원을 단체로 제공할 수 있는 프로그램을 마련하여 콘텐츠 기업들의 공동 수요를 반영한 교육 사업으로 발전시키는 방향으로 나아가야 한다. 개별 기업들이 각자 교육을 마련할 필요 없이 공공에서 단체로 제공하는 교육을 쉽게 활용하는 효과를 거둘 수 있다.

## 4. 콘텐츠 ESG 대응 강화를 위한 조정 기구 설립 및 인증제 구축

### 가. 배경 및 필요성

콘텐츠산업의 ESG 지표는, 그 특성상 환경 등에 치중된 제조업 지표와는 달리 사회(S) 및 거버넌스(G)와 관련된 지표의 중요도와 비중이 더 높을 필요가 있으며, 세부 문항도 콘텐츠산업에 특화되어야 한다. 콘텐츠기업들이 ESG 경영 도입을 활성화하고 효율적으로 ESG 활동을 실천하고 평가받기 위해서는, 콘텐츠산업 ESG 전반을 총괄하는 거버넌스 구축이 필요하다.

콘텐츠산업은 작업 특성상 한 장소에서 일괄적으로 진행되는 경우보다 프로젝트 기반으로 작업이 이루어지고, 프리랜서나 다수의 협력업체가 모였다 흩어지기를 반복하며 이루어지기도 하는 등 다양한 작업 형태 및 조직 구조로 구성되어 있다. 최근 한류로 인하여 콘텐츠 상품의 해외 수출이 급증하고 있으나 아직까지 영세한 중소기업들이 많아, 해외 수출을 위한 기본 요건인 ESG 평가를 스스로 대비하기도 어렵다. 향후 국제적으로 콘텐츠 기업에 요구될 ESG 평가에 대응하기 위해서는 콘텐츠산업에 대한 이해가 높은 전문적인 조정 및 표준화 추진 기구의 설립이 시급한 이유이다.

많은 콘텐츠 기업들이 이미 다양한 사회 및 거버넌스 ESG를 수행하고 있음에도 불구하고, 기업은 이것이 ESG 지표가 될 수 있는지도 인식하지 못하는 경우도 많다. 특히 일반 제조업과는 달리 저작권이나 창작 관련 사항 등 콘텐츠산업에서 중요시 하는 이슈에 기업들이 많은 노력을 기울이고 있는데, 이러한 특수 상황을 지표화하고 인증함으로써 콘텐츠 기업들이 효율적으로 ESG 경영을 실천하도록 하는 방안도 필요하다.

핵심 조정 기구에서 이러한 기업 활동을 지표화함과 동시에 간편하게 인증해주는 전문적인 제도를 운영함으로써, 콘텐츠산업의 ESG 평가의 지향점을 가시화하고 실천의 용이성을 제고한다면 콘텐츠산업 전반의 ESG 대응 효율을 높일 수 있을 것이다.

## 가. 세부 추진 방안

### 1) 콘텐츠산업 ESG 조정 및 국제 표준화 추진 기구 설립

콘텐츠산업 ESG 조정 기구에서는 콘텐츠 기업의 ESG 활동에 대한 맞춤형 지원을 함으로써 기업들이 ESG 경영을 체계적으로 실행하고, 콘텐츠산업 특화 ESG 평가 시스템을 운영하여 기업들이 ESG 경영에 부담을 줄이고 기업의 지속가능성을 높이는 것을 목표로 한다. 이 기구는 콘텐츠기업의 ESG 경영의 방향성을 제안하고 지표의 개발 및 평가 방안을 관리함으로써, 콘텐츠 기업의 ESG의 신뢰를 제고하고, 국제적으로 콘텐츠산업 ESG 경영을 선도하도록 이끈다. 이를 위해 콘트롤 타워 조직은 정부 산하 연구원 또는 진흥원에 설립할 것을 제안한다.

주요 역할은 콘텐츠산업 ESG 가이드라인 제공, 평가 및 인증기관, 홍보 및 교육, 정책 개발 및 연구, 국제화 작업 등으로 구분된다.

첫 번째는 콘텐츠 기업의 특성을 반영한 ESG 표준과 지침을 수립하고, 기업들이 ESG 경영을 효율적으로 추진할 수 있도록 “ESG 가이드라인을 제공”하는 역할이다. 환경, 사회, 거버넌스 측면에서 콘텐츠산업에 맞는 구체적인 목표와 방향을 설정하고, 기존의 제조업 및 타 산업 가이드라인과 차별화해 콘텐츠 기업의 ESG 경영을 활성화하고 지속가능성을 추구할 수 있도록 돕는다.

두 번째는 ESG 경영을 도입하고 있는 콘텐츠 기업에 대한 “평가 및 인증 시스템”을 통해 기업의 ESG 성과를 가시적이고 효율적으로 보여주는 역할이다. 콘텐츠 기업 ESG 평가 지표를 기반으로 평가의 방향과 실행 가이드라인을 제공하고, 민간 실사 기업이 이를 활용하여 평가를 진행할 수 있도록 지원한다. 또한 민간 기업들의 실사 결과를 검증함으로써 콘텐츠 기업 ESG 평가의 신뢰도를 높이도록 한다. 평가 결과에 대해서 콘텐츠 기업 ESG 인증을 부여함으로써 해외 수출이나 기업 홍보 등에 이를 활용할 수 있도록 한다.

세 번째, “교육 및 홍보”를 통해 콘텐츠 기업들이 효율적이고 실질적으로 ESG 경영을 실천할 수 있도록 필요한 내용을 기업에 전달한다. 이를 위해 콘텐츠 기업 임직원 대상 교육 및 워크숍을 운영하여 실질적인 ESG 실행 능력을 향상시키며, 콘텐츠 기업 ESG 네트워크를 구축하여 상호 정보 교류 및 모범 사례 공유 등을 실천하도록 돕는다. 특히 아직까지 ESG의 필요성에 대한 인식이 낮거나 실천이 어려운 소규모 기업들에게 수출

및 투자를 위한 ESG의 필요성 및 활용방안을 집중 홍보함으로써, 영세 기업들의 ESG 환경에서 소외되지 않도록 지원한다.

넷째, 콘텐츠 기업의 ESG 경영을 활성화하고 체계적으로 발전시키기 위한 다각적인 연구를 수행하며, 관련 법규 및 정책 방안을 제안하는 “정책 개발 및 연구”의 역할이다. 콘텐츠산업에 새로운 이슈가 발생할 경우 ESG와 관련한 실천 가능성, 지표화 가능성 및 교육-홍보와의 연계 방안 등을 검토하고 필요시 새로운 지표와 활동 방안을 제안하는 역할을 수행한다. 이를 통하여 콘텐츠산업의 ESG 활동이 정체되지 않고, 새로운 이슈와 트렌드에 적절히 대응하며 성장할 수 있도록 돕는다.

다섯째, “국제화”에 대한 노력이다. 한류 확산으로 인하여 콘텐츠의 해외 수출이 급증하고 국제적 위상이 높아지고 있는 현재, 우리 콘텐츠산업은 글로벌 콘텐츠 ESG를 선도해야 할 위치에 올라있다. 아직까지 국제적으로 통용되는 콘텐츠산업 ESG 지표가 미비하기 때문에, 콘트롤 타워에서 선도적으로 콘텐츠산업 특화 ESG 지표를 제안하고 이를 국제적인 표준으로 활용할 수 있도록 적극적인 활동을 전개할 필요가 있다.

## 2) 인증제 구축 및 운영

K-ESG 발표 후 업종별, 규모별 다양한 ESG 지표가 개발되고 있으나, 아직까지 콘텐츠 기업 특화 ESG 평가 지표는 국내는 물론 해외에도 표준화된 것이 없다. 한류 등으로 해외 수출이 급증하고 있는 국내 콘텐츠기업을 위해, ESG 경영을 실천하고 있는 콘텐츠 기업에 대한 인증제를 설립하고 이를 콘트롤 타워에서 운영한다면, 국내외 콘텐츠 기업 ESG 활성화에 크게 기여할 것으로 보인다.

콘텐츠 기업의 주요 이슈들은 저작권, 공정 계약 및 수익 배분, 데이터 활용, 근로 환경 등에 집중되어 있는 바, 콘텐츠 기업 이슈를 전문적으로 측정·평가하는 (가칭) “공정 가치 콘텐츠 기업”, “창작 친화 콘텐츠 기업” 과 같은 인증제를 설립하고, 콘트롤 타워에서 세부 지표 및 실행 가이드 라인을 제안하고, 실사를 통해 ‘인증’을 받을 수 있도록 인증 시스템을 운영한다.

“공정가치 콘텐츠 기업”은 저작권 수익 배분, IP 보호 노력, 창작자에 대한 공정한 보상, 협력업체와의 공정거래 등 콘텐츠 기업 활동에 집중한 인증이며, “창작 친화 콘텐츠 기업”은 창작자 보호, 근로자의 신체적·정신적 안정, 청소년 근로자 권리 보호, 표준계약

서 활용 등 창작자 및 근로자 노동 환경과 관련한 기업 활동에 특화된 인증이 될 수 있다.

인증제는 콘텐츠 기업 특유의 일상적인 기업 활동을 손쉽게 ESG 활동으로 인증받을 수 있도록 함으로써, 콘텐츠 기업의 ESG 활동을 독려하고 평가의 효율성을 제고하며, 이를 수출 및 글로벌 기업 활동에 활용할 수 있도록 지원하는 시스템이 될 수 있다.

## 5. 콘텐츠산업 ESG 인식 확산 및 홍보 강화

### 가. 배경 및 필요성

ESG에 대한 요구는 콘텐츠산업뿐 아니라 모든 산업에서 이제 선택이 아닌 필수로 그 강제성이 높아지고 있다. 특히 향후 ESG 공시 의무화에서부터 시작해 수출에 있어서도 ESG 공급망 실사가 강화되면 관련 기업의 인권과 환경 등 ESG 관련 이슈가 일종의 새로운 무역장벽의 역할을 할 것으로 예측되고 있다. 글로벌 시장에서 ESG 경영은 기업의 필수 요건이자 경쟁력의 중요한 요소로 자리 잡아가면서 ESG 실천은 콘텐츠산업의 국제적 진출을 위해 반드시 필요한 요소로 떠오르고 있다.

그럼에도 불구하고 여전히 국내 콘텐츠 업체는 ESG에 대한 인식이 매우 부족한 것으로 나타나고 있다. 특히 콘텐츠산업은 다양한 규모의 기업과 창작자로 구성되어 있어, ESG에 대한 인식 수준과 준비가 기업마다 큰 차이를 보이고 있으며, 중소 콘텐츠 기업은 ESG 개념과 관련 제도에 대한 인식이 낮아 실천에 어려움을 겪는 경우가 많다. 산업 전반에서 ESG 인식을 확산하고 실천을 지원하는 교육 및 홍보가 이루어지지 않으면, ESG 경영 도입은 일부 대기업에만 국한될 가능성이 크다. 이는 ESG의 형식적 도입에 그칠 위험을 초래하며, 급작스럽게 해외 진출의 길이 ESG 요구로 막힐 때 대응이 매우 어렵게 되는 위험이 기다리고 있다.

ESG에 대한 즉시 도입 위협에 대응하고 전 세계적인 흐름에 대한 공감하기 위해서는 산업 종사자의 ESG 수용도를 높여야 한다. 국내 콘텐츠 기업의 영세성과 비정규직과 프리랜서 종사자가 다수를 차지하고 있는 구조는 콘텐츠산업 구성원의 대다수가 ESG를 본인의 일이 아닌 피상적인 인식을 갖도록 만들고 있다. ESG 정책이 도입되더라도 현업에서는 추가적인 업무 부담으로 인식될 수 있어, 반감을 줄이고 긍정적 인식을 확산시키기 위한 노력이 필요하다.

따라서 콘텐츠 업계 구성원 모두가 ESG의 시급성과 필요성을 인식하고, 단기적인 발전이 아닌 콘텐츠산업 전반의 중장기적인 발전을 위한 필수적인 수단으로 ESG에 적극 동참시키기 위해서는 적극적인 홍보와 인식 확산 노력이 필요하다.

## 나. 세부 추진 방안

본 연구에서는 콘텐츠산업의 ESG 인식을 확산하기 위해서 다음과 같은 세부 추진 방안을 제안하고자 한다. 먼저, 콘텐츠 ESG 우수 사례를 발굴하고 이를 복돋기 위한 포상 제도를 마련할 필요가 있다. 콘텐츠산업 내 ESG를 적극적으로 실천하고 성과를 달성한 우수 기업과 프로젝트를 발굴하여 포상하고 홍보 자원이 되도록 만드는 방식이다. 연례 시상식이나 언론 미디어를 통한 다양한 인터뷰 등을 통해 ESG 활동 자체를 알릴뿐 아니라 포상된 기업의 콘텐츠에 대한 추가적인 홍보까지 지원한다. 이를 통해 콘텐츠 기업이 ESG 경영에 자발적으로 참여할 수 있는 동기를 제공하고, 모범 사례를 참고할 수 있도록 하여 ESG 경영의 추구 방향성을 제시할 수 있다. 또한 포상 관련 행사와 더불어 콘텐츠 ESG 성과 홍보를 위한 국제 포럼이나 박람회를 개최하는 것도 시너지 효과를 창출할 수 있다.

다음으로 ESG 경영 관련 높은 평가를 받은 기업을 대상으로 다양한 콘텐츠 관련 지원 사업의 수혜를 입을 수 있도록 인센티브를 제공하는 방안이 있다. 앞서 제시한 공정가치 콘텐츠 기업, 창작 친화 콘텐츠 기업 인증과 같이 공인된 ESG 노력 콘텐츠 기업에 대해서 다양한 정책적 인센티브를 제공하는 방식으로, 국가 관련 입찰 참여, 정부지원 사업 참여 시에 가점을 주는 방식을 고려할 수 있다.

콘텐츠산업계를 대상으로 한 ESG 교육 프로그램을 개발하여 운영하는 방법 역시 시차를 두고 진행할 필요가 있다. 콘텐츠 ESG 가이드 라인이나, 관련 인증제 등 콘텐츠 ESG에 대한 정책이 구성되면 콘텐츠 기업의 경영 담당자뿐 아니라 산업 종사자를 포괄하여 해당 정책에 대한 교육뿐 아니라 다른 콘텐츠 ESG 교육 프로그램을 덧붙여 개발하여 보다 실질적이고 효과적인 교육이 이루어질 수 있도록 할 필요가 있다.

마지막으로 콘텐츠산업 내 ESG 인식 개선을 위한 공동 캠페인이나 이니셔티브를 구성하고 참여를 유도하는 것도 효과적인 확산 방안이다. 콘텐츠산업 내 주요 기업 및 협회와 연계하여 ESG 공동 캠페인을 진행하고, 이를 통해 ESG 관련 이니셔티브에 참여하

도록 유도하는 방식이다. ‘친환경 콘텐츠 제작 캠페인’, ‘공정한 콘텐츠 환경 조성 공약’ 등 ESG 관련 핵심 가치를 다루는 주제로 공동 이니셔티브를 추진하고, 공동 서약, 공동 선언식 개최, ESG 활동 성과 공유 등의 협력 체계 구축한다. 이를 통해 기업들이 자발적으로 참여하고 ESG 실천 공감대 형성은 물론 실질적인 ESG 성과를 촉진한다.





---

## 참고문헌

### [국내외문헌]

- 강성진, 김태황, 오형나, 정태용, 김용건, 김현제, 박주현, 유창조, 신현한, 조성봉, 김영신, 하윤희, 박은경(2021), 「ESG 제대로 이해하기」, 자유기업원.
- 관계부처 합동(2022), 「기업 경쟁력 제고와 지속가능 경제구축을 위한 ESG 인프라 고도화 방안」.
- 금융위원회(2023.5.24.), 「ESG 평가시장의 투명성·신뢰성 제고방안」.
- 김용섭(2022), 「ESG 2.0」, 퍼블리온.
- 박지영(2023), 「국내외 ESG 평가기관 규제 동향」, KCGS Report, 13(12).
- 법무법인 세종(2024.1.18.), 「주요 글로벌 ESG 규제 동향과 2024년 전망」.
- 삼성SDS(2021.4.14.), 「기업 생존의 해답, 디지털 ESG 경영」, 인사이드리포트.
- 삼일PwC 경영연구원(2022), 「미국 IRA(인플레이션 감축법안) 시행에 따른 영향 점검」.
- 삼일PwC(2024.03), 「미국 SEC 기후 공시 규칙 최종안」.
- 삼정KPMG 경제연구원(2021), 「ESG의 부상, 기업은 무엇을 준비해야 하는가?」, Samjong Insight, 74.
- 삼정KPMG 경제연구원(2023), 「ESG 정보공시 의무화 시대, 기업은 무엇을 준비해야 하는가?」, Samjong Insight, 86.
- 송수엽, 박상곤, 박효연, 황지영(2022), 「관광기업의 ESG 경영환경 조성을 위한 정책 방안 연구」, 한국문화관광연구원.
- 영화진흥위원회(2023), 「영화와 OTT영상물 제작인력의 근로환경 연구」.
- 엔씨소프트, 「2022 ESG Playbook」.
- 이종임(2018), 「국내 방송드라마산업의 제작구조와 노동환경에 관한 연구」, 인문사회 21, 9(3).
- 이준희(2020), 「한국기업들의 ESG 경영을 위한 변화」, Deloitte Insights.
- 카카오(2023), 「2023 Kakao ESG Report」.
- 하이브(2023), 「2022 지속가능경영보고서」.

- 한국무역협회(2023.3.31.), 「인플레이션감축법(IRA) 시행지침 주요 내용」, 위싱턴통상정보.
- 한국무역협회(2024.1.18.), 「2024년 주요 EU 통상규제 핵심 내용」, EU 통상정보.
- 한국사회책임투자포럼(2023), 「2022 한국 ESG 금융백서」.
- 한국은행(2024.3.20.), 2023년 지적재산권 무역수지(잠정)(보도자료).
- 한국콘텐츠진흥원(2024), 「2022년 기준 콘텐츠 산업조사」.
- 한상범, 권세훈, 임상균(2021), 「글로벌 ESG 동향 및 국가의 전략적 역할」, 대외경제정책연구원.
- 해외문화홍보원(2023), 「2023년 국가이미지 조사 보고서」.
- 황경인(2022), 「미국 인플레이션 감축법(IRA)의 국내 산업 영향과 시사점-자동차와 이차전지산업을 중심으로」, 월간 KIET 산업경제, 288, 7-19.
- CJ ENM(2022.12.1.), CJ ENM-한국콘텐츠진흥원, ECP 이니셔티브 공동 발족 개방형 ESG 협의체로 지속가능한 콘텐츠 산업 조성 나선다(보도자료).
- Greiner, L. E. (1998). Evolution and revolution as organizations grow. Harvard business review, 76(3), 55-64.
- JYP엔터테인먼트(2023), 「2022 JYP 지속가능경영보고서」.
- KOTRA(2022), 「EU 공급망실사법 주요 내용 및 사례」, Global Market Report.
- SASB(2022), 「미디어 및 엔터테인먼트 지속가능성회계기준」.
- SM Entertainment(2023), 「2022 에스엠엔터테인먼트 지속가능경영보고서」.

## [기사자료]

- 뉴스투데이(2024.2.3.), ESG 경영 사례분석] 엔씨소프트, 게임업계 ESG 경영리더.. 글로벌 수준 겨냥한 '환경 경영' 박차, <https://www.news2day.co.kr/article/20240201500038>.
- 내외일보(2023.4.4.), 미국 재무부 IRA 시행 지침, 우리 업계 대응에 융통성 제공, 2023년 4월18일부터 인도되는 북미산 전기차에 보조금 지급, <https://www.naewoeilbo.com/news/articleView.html?idxno=698469>.
- 미디어오늘(2023.12.27.), OTT 영상콘텐츠 제작 현장이 영화판보다 힘들 수밖에 없는 이유, <https://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=314723>
- 법률신문(2024.1.20.), 주요 글로벌 ESG 규제 동향과 2024년 전망, <https://www.lawtimes.co.kr/LawFirm-NewsLetter/195210>.

- 임팩트온(2022.7.21.), 일본, 세계 최초로 ESG 평가등급 제공업체 위한 행동규범 발표, <https://www.impacton.net/news/articleView.html?idxno=4584>.
- 임팩트온(2024.1.26.), GRI, 새로운 생물다양성 보고 표준 출시, <https://www.impacton.net/news/articleView.html?idxno=10748>.
- 한겨레(2024.3.20.), ‘K-콘텐츠’의 힘 문화예술 무역흑자 10억달러 첫 돌파, [https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy\\_general/1133103.html](https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/1133103.html).
- 한국무역신문(2021.12.30.), 가치소비 뜨는 유럽… 사회에도 ‘착한 제품’이 인기, <https://www.weeklytrade.co.kr/m/content/view.html?section=1&category=3&no=78039>.
- 한국무역협회(2024.1.20.), 유럽 CSRD에 대하여 2024년에 반드시 알아야 할 것들, [https://www.kita.net/board/overseasMarketNews/overseasMarketNewsDetail.do?postIndex=1839853&boardType=0&ContentsID=KI\\_overseasMrktNews\\_01\\_1839853&query=CSRD](https://www.kita.net/board/overseasMarketNews/overseasMarketNewsDetail.do?postIndex=1839853&boardType=0&ContentsID=KI_overseasMrktNews_01_1839853&query=CSRD).
- ESG경제(2023.8.1.), EU, 유연성 높은 ESRS 공시기준 확정..."ISSB와 상호운용성 확보", <https://www.esgeconomy.com/news/articleView.html?idxno=4259>.
- ESG경제(2024.2.22.), 유럽 현지법인 없는 국내 기업도 EU ESG 공시..."간접 영향 대비해야", <https://www.esgeconomy.com/news/articleView.html?idxno=5882>.

#### [웹페이지]

- 넷마블 홈페이지, <https://esg.netmarble.com/ko/29/51>.
- 산업통상자원부 지속가능경영지원센터 홈페이지, [http://www.k-esg.or.kr/sub/?p=sub\\_04\\_01\\_01](http://www.k-esg.or.kr/sub/?p=sub_04_01_01).
- 한국콘텐츠진흥원 홈페이지, <https://www.kocca.kr/kocca/main.do>.
- UN SDGs 협회 홈페이지, <https://asdun.org/>.



---

# ABSTRACT

## **A Study on ESG Application Strategies for the Sustainable Development of the Content Industry**

JeeYoung Chae, JiHoon Yang, MooGoong Hong

The Korean content industry has grown rapidly to become the world's 7th largest market. However, concerns about its sustainability have been raised due to its reliance on specific creators, deepening polarization, governance conflicts, and a slowdown in growth. Additionally, as ESG has become a mandatory requirement and poses potential challenges such as increased investor demands and trade barriers, the content industry faces difficulties in addressing ESG due to a lack of awareness, insufficient preparation, and the misalignment of manufacturing-oriented ESG guidelines with industry-specific characteristics.

This study aims to propose ESG policy directions and practical applications tailored to the current state and unique characteristics of the Korean content industry, contributing to its global competitiveness and sustainable development. The research employs methodologies such as literature review, expert and practitioner FGIs, in-depth interviews, surveys of content industry professionals, and case analyses. Based on the findings, the study suggests two key policy directions: the establishment of a global standard system suited to the content industry and the maximization of ESG utilization efficiency.

Given that content-specific ESG evaluation metrics have yet to be widely adopted globally, this study aspires to enhance the ESG credibility of content companies and lay the foundation for Korea to lead the global ESG management framework in the content industry.

**Keywords:** Contents ESG, ESG, K-Contents, Sustainable Development, SDGs, Contents Industry



콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구

부록

## 콘텐츠산업 종사자 설문조사





## I. 기본 정보

### Q1. 응답자 정보

#### Q1-1. 성별

- ① 남성 ② 여성

#### Q1-2. 직급

- ① 임원/경영진 ② 부서장/팀장 ③ 시니어/선임 ④ 팀원/사원

#### Q1-3. 직무

- ① 경영·전략  
② 기획·제작 (PD, 감독, 개발자, 디자이너, 작가, 편집자 등)  
③ 기타 ( )

#### Q1-4. 귀하께서는 ESG 관련 업무를 수행하고 있습니까?

- ① ESG 업무와 관련 없음  
② ESG 업무를 담당하지는 않지만, 일부 지원하고 있음  
③ 현재 ESG 업무를 담당

### Q2. 기업 정보

#### Q2-1. 근무 중인 회사의 주 사업 분야는 무엇입니까?

- ① 음악 ② 영상(영화, 드라마 등) ③ 웹툰/만화 ④ 게임

#### Q2-2. 근무 중인 회사의 종사자 수는 어느 정도입니까?

- ① 5인 미만 ② 5~49인 ③ 50~99인 ④ 100~299인 ⑤ 300인 이상

## II. ESG 인식 현황

Q3. ESG에 대해 들어본 적이 있습니까?

- ① 들어본 적 없다    ② 들어본 적은 있으나 잘 모른다    ③ 어느 정도 알고 있다  
④ 매우 잘 알고 있다

Q4. ESG와 관련하여 가장 먼저 떠오르는 키워드를 하나 적어주시기 바랍니다.

( )

다음은 콘텐츠 산업에서의 ESG 경영과 관련된 설명이오니 참고하시기 바랍니다.

## ● 콘텐츠 산업의 지속가능한 발전과 ESG 경영

- 콘텐츠 산업은 지난 20여 년간 급속한 발전을 이루어왔지만 노동환경, 불공정 이슈 등 여전히 해결이 필요한 문제들이 존재함
  - 콘텐츠 산업의 지속적인 발전을 위해서는 산업 전반에 걸친 지속가능경영이 필요하며, 이를 실천하는 데 ESG가 중요한 역할을 하고 있음
- \* ESG란? 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)의 영문 첫 글자를 조합한 단어로, 기업의 지속가능한 발전을 위한 3가지 핵심 요소

● ESG의 영향력 확대와 콘텐츠 산업의 대비 필요성

- 글로벌 ESG 공시 강화에 따라 수출과 투자에 ESG가 중요한 기준이 될 전망이며, 수출 의존도가 높은 콘텐츠 산업에 큰 영향을 미칠 것으로 보임
- ESG는 콘텐츠 산업의 고질적 문제를 해결하고, 국내 콘텐츠 산업의 경쟁력 강화와 산업 고도화에 효과적인 수단이 될 것임

### Q5. ESG 경영의 중요성

Q5-1. 콘텐츠 기업의 ESG 활동이 우리 사회의 지속가능한 발전에 중요한 역할을 한다고 생각하십니까?

- ① 전혀 중요하지 않다 ② 중요하지 않다 ③ 보통이다 ④ 중요하다 ⑤ 매우 중요하다

Q5-2. 콘텐츠 기업의 ESG 활동이 콘텐츠 산업(음악, 게임, 영상, 웹툰 등)의 지속가능한 발전에 중요한 역할을 한다고 생각하십니까?

- ① 전혀 중요하지 않다 ② 중요하지 않다 ③ 보통이다 ④ 중요하다 ⑤ 매우 중요하다

### Ⅲ. ESG 준비 및 대응 현황

Q6. 근무 중인 회사는 ESG 관련 활동을 하고 있습니까?

- ① 전혀 수행하고 있지 않다    ② 거의 수행하지 않고 있다    ③ 보통이다    ④ 약간 수행하고 있다  
⑤ 매우 잘 수행하고 있다

Q7. 근무 중인 회사의 현재 ESG 활동 비중은 어떻습니까? (총합 100%)

1) Environmental(환경)	%
2) Social(사회)	%
3) Governance(지배구조)	%
합계	100.0

Q8. 귀하는 ESG 활동과 관련된 교육을 받은 적이 있습니까?

- ① 받은 적 없다    ② 가끔 받은 적 있다    ③ 정기적으로 받고 있다

### Ⅳ. ESG 항목의 적합성

Q12. 다음은 콘텐츠 산업과 관련된 ESG 항목들입니다. 각 항목이 콘텐츠 산업의 지속가능한 발전에 도움 되는 정도를 표시해주시기 바랍니다.

(전혀 도움 되지 않는다 ~ 매우 도움 된다 5점 리커트 척도로 측정)

	전혀도움 되지 않는다	도움되지 않는다	보통	도움된다	매우 도움된다
1. 동일한 가치를 지닌 업무를 수행하는 직원들에게 차별 없이 공정한 임금을 제공한다.	①	②	③	④	⑤
2. 임금체계와 계산 방식이 투명하다.	①	②	③	④	⑤
3. 초과근로 발생 시 그에 따른 적절한 보상을 제공한다.	①	②	③	④	⑤
4. 근로자의 권리를 보호하고 법적 안정성을 강화하기 위해 표준근로계약서를 활용한다.	①	②	③	④	⑤
5. 청소년 근로자(미성년자 연습생, 배우 등 포함)의 권리보호(학습권, 수면권)와 안전을 위한 조치를 마련한다.	①	②	③	④	⑤
6. 직장 내 괴롭힘, 차별 등 인권 문제를 관리하기 위한 시스템을 구축한다.	①	②	③	④	⑤
7. 근로자(아티스트 및 연습생 포함)의 신체적 안전과 심리적 안정이 보장된 근무환경을 제공한다.	①	②	③	④	⑤
8. 2차적 저작물, IP 라이선스 계약 등과 관련하여 기업의 IP를 보호하기 위한 내부 규정을 마련한다.	①	②	③	④	⑤

	전혀 도움 되지 않는다	도움되지 않는다	보통	도움된다	매우 도움된다
9. 저작권 수익 배분이 투명하게 이루어진다.	①	②	③	④	⑤
10. 콘텐츠 창작자에게 공정한 보상을 제공한다.	①	②	③	④	⑤
11. 기업의 내부 정보와 데이터를 보호하기 위해 해킹, 네트워크 침입 등 외부공격에 대비한 대응 체계를 갖춘다.	①	②	③	④	⑤
12. 소비자의 개인정보와 프라이버시가 보호될 수 있도록 데이터를 안전하게 관리한다.	①	②	③	④	⑤
14. 협력업체와 거래 시 불공정거래 행위를 방지하기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
15. 영세한 하도급 업체와의 상생협력을 위한 프로그램을 운영한다.	①	②	③	④	⑤
16. 성별, 소수계층, 사회적 취약계층에 대한 차별 없이 조직구성원의 다양성을 포용한다.	①	②	③	④	⑤
17. 콘텐츠 내 등장인물을 다양한 인종 및 성별로 구성한다.	①	②	③	④	⑤
18. 장르/주제의 다양성을 반영한 콘텐츠를 제작한다.	①	②	③	④	⑤
20. 신체 능력, 장애 여부와 무관하게 누구나 불편함 없이 콘텐츠를 이용할 수 있도록 접근성을 강화한다.	①	②	③	④	⑤
21. 기부, 봉사활동 등 기업의 자원을 활용해 지역사회 문제 해결에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
22. 사회적 콘텐츠를 제작하여 선한 영향력을 확산한다.	①	②	③	④	⑤
23. 지속적인 콘텐츠 개발을 통해 사회에 양질의 콘텐츠를 제공한다.	①	②	③	④	⑤
24. 환경경영을 위한 목표를 설정하고, 환경성과를 측정하여 주기적으로 보고 및 관리한다.	①	②	③	④	⑤
26. 친환경 앨범, 굿즈 등 친환경 소재의 제품을 제공한다.	①	②	③	④	⑤
27. 사무실, 데이터 센터 등에서 발생하는 전력 소비량을 줄이기 위해 재생에너지를 도입하고, 에너지 효율을 높이는 방안을 실행한다.	①	②	③	④	⑤
28. 세트장 등에 사용되는 자원을 절약하여 폐기물 발생을 최소화한다.	①	②	③	④	⑤
29. 임직원의 사익편취, 횡령, 뇌물수수 및 청탁 등 비윤리적 이슈관리 기준을 마련하고 준수한다.	①	②	③	④	⑤
30. 비윤리적 이슈 발생 시 적법하게 처리하고, 내부 이해관계자 공유를 통해 개선사항을 반영하여 관리한다.	①	②	③	④	⑤
31. 기업의 정보 공시 의무를 충실히 이행한다.	①	②	③	④	⑤
32. 콘텐츠 제공자에게 해당 콘텐츠로 발생한 매출 및 수익 등 소비 데이터를 명확하게 제공한다.	①	②	③	④	⑤

## 집필 내역

---

### 연 구 책 입

채지영 한국문화관광연구원 선임연구위원: 연구총괄, 제1장, 제2장, 제5장, 제6장  
양지훈 한국문화관광연구원 부연구위원: 연구총괄, 제1장, 제2장, 제5장, 제6장  
홍무궁 한국문화관광연구원 부연구위원: 연구총괄, 제3장, 제4장, 제5장

### 공 동 연 구

오현주 대신경제연구소 본부장: 제3장 제1절~제2절  
박지혜 홍익대학교 문화예술경영학과 박사과정: 제3장 제1절~제2절

### 연 구 참 여

장유진 한국문화관광연구원 위촉연구원: 제4장, 제5장 제1절~제2절

## 콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구

---

발 행 인 김 세 원

발 행 처 한국문화관광연구원

서울시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880

<http://www.kcti.re.kr>

인 쇄 일 2024년 12월 23일

발 행 일 2024년 12월 23일

인 쇄 인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 979-11-7198-044-4 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2024.e36>

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.

채지영·양지훈·홍무궁(2024), 콘텐츠산업의 지속가능한 발전을 위한 ESG 적용 방안 연구,  
한국문화관광연구원



아래의 DOI 또는 QR코드를 통해  
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.  
<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2024.e36>



[www.kcti.re.kr](http://www.kcti.re.kr)

**한국문화관광연구원**

서울특별시 강서구 금남화로 154

**전화** 02-2669-9800

**팩스** 02-2669-9880

