

ESG 인식에 대한 세대별 비교 연구 : Borich 요구도와 The Locus for Focus 모형 활용

김윤희*, 남정민**

[국문요약]

본 연구는 세대가 바라보는 ESG 경영과 기업의 효율적인 사회적 가치 실현을 파악하기 위해 Z세대, M세대, X세대로 구분하여 각 세대가 가지고 있는 ESG 인식의 공통점과 차이점을 살펴보고 세대의 특성에 따른 요구도를 파악하는 데 목적을 두고 있다.

설문 문항은 ESG 요인의 중요도와 성취도 항목을 나누어 총 26 설문 문항으로 구성되었으며 수집된 데이터는 빈도분석, 대응표본 t-검정, Borich 분석, The Locus for Focus Model을 적용하여 분석되었다. 연구결과 첫째, 세대별 ESG 인식에 대한 공통점과 차이점이 있음을 알 수 있었다. ESG 요인에 대해 인식하는 단계별 프로세스의 중요도와 성취도 차이가 있는지 대응표본 t-검정한 결과 모든 항목에서 유의한 차이가 있었으며 중요도가 성취도보다 모두 높게 나타났다. 둘째, Borich 요구도 분석 결과 t-검정과 같은 ESG 하위요인의 결괏값이 동일하게 나타났다. 셋째, 세대별로 ESG 요인에 대한 요구도가 차이가 있음을 알 수 있었는데 Z세대는 환경(Environment), M세대는 사회(Social), X세대는 지배구조(Governance)로 요구도가 높음을 알 수 있다.

본 연구를 통해 지속가능성을 위한 기업의 실천에 있어 ESG에 대한 세대별 인식을 조망해 보았다. ESG 경영전략과 비전을 수립하기 위해 세대별 특성에 따른 ESG 인식의 차이점과 세대별로 중요도와 성취도의 우선순위를 알아보고 세대별 인식에 대한 요구도를 도출하였다. 기업은 세대별 ESG에 대한 인식의 차이를 이해하고, 효과적인 기업문화로 정착 가능한 방안을 모색하고 성공적인 ESG 전략을 구축하길 기대한다.

핵심주제어 : ESG, ESG경영, 세대별 ESG 인식, Borich 요구도, The Locus for Focus Model

1. 서 론

사회와 경제의 발전으로 고도화된 문명과 생활 수준은 매우 높아졌지만, 그 이면에 고려하지 못했던 환경적, 사회적 문제들은 코로나19 팬데믹을 겪으면서 건강, 인류에

대한 문제를 절실히 보여주었고 기후 변화 대응 및 근로 환경, 임금정책 등에 관한 관심이 높아지면서 지속가능한 미래 사회의 실현에 대한 중요성은 지속적으로 증가하고 있다. 사회적 양극화가 확대되고 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance) 요소를 고려한 지속 가능 경영에 대한 사회적 요구가 커지면서 소비자들의 기업

* 제1저자, 단국대학교 일반대학원 미래ICT융합창업학과 박사과정, 116minerva@gmail.com

** 교신저자, 단국대학교 일반대학원 미래ICT융합창업학과 교수, namjm@dankook.ac.kr

에 대한 인식 평가 또한 중요해지고 있다.

박윤나·한상린(2021)에 의하면 ESG 활동이 기업 이미지 구축에 영향이 있는 것으로 나타났으며 최근 국내에서도 ESG가 기업경영의 화두로 자리 잡아 가고 있다. ESG 경영은 거스를 수 없는 시대적 요구이자 기업의 생존을 위해 서라도 ESG 경영은 필수적이다.

유현경·이성호·남정민(2021)의 연구에 따르면 ESG 경영에 대한 인식은 세대 간 차이가 있었고 X세대가 MZ세대보다 ESG 경영에 대해 요구도와 지지하는 정도가 높았다. M세대나 Z세대의 경우 기성세대와 비교하면 디지털에 친숙하다는 공통점으로 SNS의 사용이 활발하여 그 속에서 자신을 표현하고 자신의 가치관을 공유하기도 한다.

허은정·김우성(2012)은 20대보다는 50대 이상의 집단에서 윤리적 소비 행동에 영향을 준다는 결과를 제시하였다. 많은 기업 또는 조직의 ESG 경영에 있어 핵심적인 의사결정을 하는 세대들의 ESG 인식을 비교해 보는 것은 다양한 광고, 디자인, 홍보, 캠페인 등 기업의 경영 기획에 있어 필수적인 분석의 자료가 된다.

ESG 경영이 사회적으로 화두가 되면서 ESG 경영의 소비자 관련 연구들은 활발하지만, ESG 경영에 대해 기업의 사회적 책임과 소비자 인식을 실증하고 ESG 요구도를 파악하는 논의는 아직 부족하다.

전유정·유현정(2018)의 연구결과, 기업의 환경보호 책임, 사회공헌활동, 기업의 사회적 책임은 소비자의 기대와 실제 평가 결과가 소비 의사결정에 영향을 미친다. 이처럼 최근 기업활동에 적극적 참여와 함께 소비자들로부터 요구되는 기대 수준이 높아지면서, 기업의 ESG 경영 활동에 관심이 높아지고 있다.

환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance) 요소들이 기업의 지속가능한 성장과 연결될 수 있다는 인식이 높아지고 있으며 기업들은 브랜드 가치와 평판에 대한 미래 전략 방향을 위해 ESG 경영을 강화하고 있다.

ESG 경영에 적극적인 기업은 새로운 시장 선점의 기회가 되지만 환경기준, 안전, 소비자 인식변화에 따라가지 못하는 기업은 도태되는 계기가 된다. Hanson(2013)은 기업의 지속가능한 경쟁 우위를 평가하기 위해서는 비재무적 자산인 고객, 기업문화, 직원, 거래처와의 관계 등의 분석이 필요하다고 하였다. ESG가 사회경제 전반에 확산하면서 기업의 ESG 실천에 관한 관심과 인식도 변화하고 있다. 본 연구를 통해 지속가능성을 위한 기업의 실천에 있어 ESG에 대한 세대별 인식을 조망해 볼 필요가 있다.

본 연구는 ESG 경영전략과 비전을 수립하기 위해 세대별 특성에 따른 ESG 인식의 차이점과 세대별로 중요도와 성

취도의 우선순위를 알아보고 세대별 인식에 대한 요구도를 측정하고자 한다. ESG 요구도를 측정, 관리하는 것은 미래의 수익창출 가능성을 결정짓는 ESG 경영의 사회적 책임 강화와 지속가능한 발전 가능성을 높일 수 있기 때문이다.

II. 이론적 배경

2.1.1 ESG

ESG는 2006년 前 UN 사무총장이 금융업계에 제안한 이니셔티브(UNEP FI)인 사회책임투자원칙(PRI, Principles for Responsible Investment)에서 시작되었다.

PRI 이전에는 경제가 발전할수록 환경 파괴는 물론 사회 질서 교란과 빈부 격차 문제들이 나타나면서 이런 위기에 대응하기 위해 각국의 주요 금융기관 등이 모여 논의한 결과 사회적, 환경적 측면에서 기업을 평가하는 것이 투자 수익성은 물론 기업의 장기적 성장의 발판이 될 수 있다는 관점에서 ESG가 시작된 것이다.

윤리학에 기반을 둔 기업의 사회적 책임 CSR(Corporate Social Responsibility)과 비교해 보면 CSR은 이윤을 만드는 과정에서 사회(Social)에 초점이 맞춰져 있어 ESG와 비교하면 그 범위가 제한적이다.

<표 1> CSR과 ESG 경영 비교

구분	CSR_사회적 책임 (Corporate Social Responsibility)	ESG 경영
개념	사회적 책임을 적극적으로 수행함으로써 기업은 장기 경제적 가치가 높아지는 자발적 성격이 강한 경영 활동	기업의 목적을 경제적 가치는 물론 사회적 가치의 공동 제고로 설정하고 투자자가 요구하는 비재무적 성과를 평가하는 지표
전략	장기 경제적 가치 제고를 위하여 근로 복지 개선, 환경보험, 협력회사 상생 관계 유지 등에 자원의 배분을 더욱 많이 하는 전략으로 기부 등 소득의 재분배	이해관계자의 효용 증대를 목표로 사회 및 경제적 가치 사이에 인적, 물적 자원을 효율적이고 적절한 균형을 찾아 배분하는 전략
	주주 자본주의를 추구하는 과정에서 이해관계자 니즈 만족을 도구로써 사용하는 전략이며 이익을 창출하는 과정이 ESG보다 상대적으로 덜 중요함	이해관계자 자본주의의 완성을 위해 이해관계자들의 효용 제고를 목표로 경제적 가치와 경제적 가치 사이에 균형을 찾는 전략으로 이익을 창출하는 과정도 중요

출처: 기업의 ESG 경영 촉진을 위한 금융의 역할(박영석·이효섭, 2021) 연구자 재구성

ESG는 금융에서 파생된 용어로 기업의 지속가능한 성장을 위해 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance) 등 ESG의 핵심요소를 통하여 기업의 지속가능성을 평가하는 프레임이다(UNEP FI, 2005).

과거에는 재무적 가치에 기준을 두었다면 현재는 기업의 사회적 책임에 대한 담론이 형성되며 소비자나 투자자들도 기업을 평가하는데 비재무적 가치를 중시하고 ESG 실행과 성과를 지켜보고 있다. 기업은 전통적 재무 리스크 관리와 더불어 직간접적으로 발생하고 있는 부정적인 환경·사회·지배구조의 비재무적 리스크 관리를 최소화하기 위한 전략이 핵심이 되고 있다.

ESG를 이해하기 위해서는 지속가능성(Sustainability)이라는 개념에 대한 이해가 필요하다. 1987년 UN의 세계 환경 개발위원회(World Commission on Environment and Development)의 브룬트란드 보고서(The Brundtland Report)를 계기로 국제사회는 환경과 사회적 문제에 대한 고민이 시작되었고 인류사회가 지속적으로 성장하고 공존하기 위해 17개 목표, 169개의 구체적인 과제를 제시하였는데 이를 달성하기 위해서는 선진국과 개발도상국의 협력이 중요하며 지속가능한 경제 성장을 촉진하는 전략으로 인류 공동의 목표가 SDGs이다. SDGs가 각국의 정부는 물론 기업의 장기목표 설정에 영향을 주기 시작하였으며 ‘지속가능발전’이 ESG 개념으로 구체화하기 시작하였다.

2020년을 지나면서 ‘지속가능성’은 세계인들의 아젠다가 되었으며 세계적인 자산운용사 블랙록(BlackRock)의 Larry Fink 회장의 연례 서한에서 지속가능성과 기후 변화 리스크는 투자 리스크로 이어지는 것으로 ESG 중요성을 강조하며 기업은 기후 변화에 대응할 수 있는 장기 전략 공개, ESG 정보 공시, ESG 경영전략을 촉구하면서 세계적인 관심을 받고 확산하게 된 계기가 되었다. 기업은 장기적 가치를 위해서라도 신의성실의 의무는 물론 사회적 역할에 대해 강조하고 있다(BlackRock, 2022).

2.1.2 ESG 경영의 필요성

경제학적 관점에서 ESG 경영이란 기업의 경영 활동 과정에서 나타난 환경, 사회문제 등 부정적 외부효과를 기업 스스로 내재화한 경영전략(박영석·이효섭, 2021)으로 기업경영에서 필수적 요소로서 ESG에 대한 사회적 관심이 높아지고 있는 만큼 주주는 물론 직원, 소비자 등 다양한 이해관계자 모두 사회적 책임의식과 함께 사회적 공헌 노력도 중요하다. ESG 경영 활동은 기업가치에 유의한 상관관계를 가지며(정무권·강원, 2020), ESG 성과가 강할수록

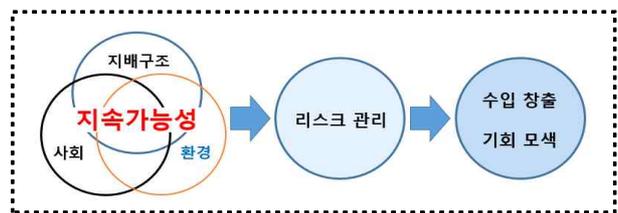
경영의 효율성은 물론 기업가치가 증가한다(Gillan et al., 2010).

임종욱(2016)은 ESG 평가와 관리는 기업가치의 긍정적 효과를 준다고 하였다. ESG 경영 성과가 우수할수록 기업의 평판에 긍정적 영향을 얻게 된다(Greening & Turban, 2000). 자금 조달에서도 비용감소는 물론 자금 조달의 제약이 적다는 것으로 나타났다(Cheng, Ioannou & Serafeim, 2014).

급변하는 글로벌 환경 속에서 기업의 지속적 성장의 경쟁력은 주주, 직원, 소비자, 지역사회 등 다양한 이해관계자의 신뢰 구축이 필요하다(정무권·강원, 2020). 네덜란드 공적연금 운용사 ABP는 국내 기업에 탄소 배출 감축을 촉구하며 투자를 철회했으며 유럽연합의 경우 탄소 규제가 적은 국가로 분류된 곳은 유럽에 물품을 수출할 때 관세를 부과하는 ‘탄소 국경세(Carbon Border Tax)’를 추진하고 있다. 따라서 무역 의존도가 높은 한국 기업은 이러한 새로운 세계 흐름에 철저히 대비하지 못하면 ESG는 신 ‘무역장벽’으로 국가 간의 새로운 갈등은 물론 국내 기업과 경제에 큰 위기로 대응책을 마련해야 한다.

반면 올바른 ESG 경영전략 실천은 ESG 성과가 긍정적이고, 평가가 좋은 기업들에는 새로운 기회가 되고 있다. 2030년까지 ‘탄소 제로 (Carbon Zero)’완성을 선언한 애플은 자사 모든 제품의 생산 공정에 청정에너지 사용을 약속했다(Apple, 2022).

2019년 ‘책임투자 활성화 방안’을 발표한 국내의 국민연금 역시 투자 의사결정에 있어 기업의 ESG 수준을 평가하는 데 적극적으로 반영하고 있다. 2050년까지 재생에너지 100% 사용을 목표로 형성된 친환경 재생에너지 캠페인 ‘RE100’의 참여 기업은 지속적으로 증가하고 있으며 기업의 경쟁력 강화를 위한 중요한 시기이다. 대한상공회의소(2021)는 기업의 ESG 활동이 제품 구매 영향조사에 미치는 결과를 살펴보면 전체의 63% ‘영향이 있다’라고 했으며 ESG에 부정적인 기업의 제품은 구매하지 않는다는 70.3%, ESG 우수기업제품의 경우 동일 제품으로 추가 비용 발생 시 더 지급할 의사가 있다는 응답도 88.3%에 달했다.



<그림 1> ESG 경영의 도식화

2.1.3 ESG 국제적 비교

전 세계적으로 ESG는 중요한 하나의 트렌드로 자리 잡고 있으며 새로운 경영 패러다임으로 부각되면서 글로벌 선진 기업들의 자발적인 참여 증가는 물론 다양한 규제화 방안들도 모색 중이다.

대표적 규제로 기후변화대응 관련으로 복잡한 글로벌 환경 속에서 여러 가지 한계점으로 2015년 모든 국가가 참여하는 신기후체제로서 파리 기후 협정을 채택하게 되었다.

기상이변이나 기후 변화에 대한 위기의식을 느낀 국제사회는 유럽을 중심으로 본격화되고 있으며 해결방안으로 모색해 오던 ESG는 미국의 바이든 대통령 취임 후 첫 번째 과제로 파리 기후 협정 복귀를 공언한 바 있으며 탄소 중립(Carbon Neutral)과 넷 제로(Net Zero)를 달성하기 위해 범세계적으로 정부와 민간은 정책적 노력과 방안을 제시하고 있다.

유럽연합의 경우 500인 이상을 고용하는 기업은 기업의 환경정보 등 '비재무 정보'에 대한 공시를 2018년부터 의무화하고 있으며 'Green washing' 즉 '위장 환경주의'의 기업은 배제하고 지속가능경영 기업에 자금이 집중될 수 있도록 산업과 기업이 기후변화문제 해결을 위해 녹색산업 인지 아닌지를 분간할 수 있는 'EU-택소노미(EU-Taxonomy)'가 실시되고 있다.

2019년 글로벌 3대 신용평가사인 미국의 무디스와 스탠더드앤드푸어스(S&P), 피치는 기업 신용평가를 할 때 ESG 요소를 적극적으로 활용하고 있으며, 런던 거래소의 경우 기후 변화 완화를 위해 자국 내 우량기업을 대상으로 환경정보의 공개대상을 구체화하는 방안을 추진하고 있다.

노르웨이의 경우 ESG 평가 기준에 따라 환경오염을 일으키는 기업이나 담배, 석탄, 핵무기를 생산하는 기업, 인권을 침해하고 부패한 기업은 투자 대상에서도 제외하고 있다.

한국도 2020년 7월 한국판 뉴딜 종합계획(기획재정부, 2020)을 제시했고 2021년 7월에는 한국형 뉴딜 2.0을 추진하고(기획재정부, 2021), 2050 탄소 중립위원회에서는 2030년까지 국가 온실가스 감축 목표(NDC)를 2018년 총배출량 대비 40%로 상향하였다(외교부, 2021).

2025년부터 자산 2조 원이 넘는 코스피 상장기업은 ESG 활동 내용을 담은 '지속가능 경영 보고서'를 공시해야 하고, 2026년에는 의사결정 체계와 방식을 담은 '기업 지배구조 보고서'를 공개해야 한다(천상은·박희태, 2021). 국내외 금융기관이나 자산관리자들도 기업의 가치평가와 투자지표로 ESG 성과를 가장 중요한 판단자료로 활용하며 투자유치에서도 핵심 요인이 되고 있다. 곽배성·이재혁

(2021) 연구에 따르면 외국인 투자자는 다른 조건이 같다면 ESG 수준 진단평가가 높은 기업에 투자 비중이 높은 것으로 나타났다.

기업으로서 ESG 경영 활동을 강화하는 것은 선택이 아니라 필수적인 상황이다. 전 세계적으로 ESG 경영의 중요성이 강조되면서 관련 산업 경쟁력 강화는 물론 신산업 창출 지원을 위해서 다양한 정책 추진 및 ESG 정보 공시의무 규정도 마련하고 있다. ESG 정보공개제도가 자율적 공사에서 의무적으로 공시로 가시화되면서 이제는 'ESG는 선택이 아닌 필수'적인 생존 전략과 장기적인 기업가치로 필수 불가결한 요소로 자리 잡고 있다.

국민 역시 이러한 흐름에 맞추어 기업의 ESG 활동에 매우 높은 관심을 보인다. 미국, 영국 등 주요 국가의 다양한 소비자 리포트를 살펴보면 기성세대와 비교했을 때 M세대나 Z세대가 기업이 표방하는 가치를 보고 구매하는 성향이 뚜렷하다.

세계 각국의 ESG 중요성과 시급성에 대한 인식이 변화하면서 빠르게 규제화, 규범화되어 가고 있고 기업은 이제 ESG를 고려하지 않으면 기업의 존폐 위기와도 직결될 수 있으므로 ESG에 대한 인식변화의 이해와 세대별 특징의 흐름을 파악하고 기업은 적극적인 대처 방법도 강구되어야 한다.

2.2 세대별 개념과 특성

세대란 같은 시대에 사는 비슷한 연령층의 사람들로 같은 문화를 경험하고 심리적, 사회적으로 동질성을 보이며 공통의 가치관을 가지는 모든 사람을 뜻한다.

성별이나 다양한 계층처럼 또 하나의 범주로 인식되고 있고 사회문제들을 인식하는 관점에서 세대를 구별하는 것은 의미가 있다.

한국 사회의 세대 구분을 살펴보면 386세대, 베이비붐, X세대, MZ세대, N포 세대 등 다양한 세대로 혼용되어 사용되고 있다. 전상진(2002)은 한 세대는 경제적 연관이나 문화적, 정치적 등 사용 맥락에 따라 다양한 특징을 가질 수 있으며 여러 이름으로 불리는 것은 정당하다 하였다.

전상진(2009)의 연구를 보면 세대의 귀인 이론적(attribution-theoretical) 사용법으로 정치적 사건이나 특정 변동 발생을 특정 세대와 연결하는 것은 거의 자동적 반응이다.

세대 구분은 공통적인 경험을 통해 이전 세대와 차별화 되는 고유한 특징을 갖게 되는 데서 출발하게 되는데 세대 구분 방법과 기준에 따라 세대 간의 차이점이나 공통점을 파악할 수 있다.

David Kertzer(1983)는 세대는 생애주기 단계(life stage), 친족 계보(kinship descent), 역사적 시대(historical period), 코호트(cohort)로 4가지 개념으로 구분되며 ‘역사적 경험’과 유년기, 사회진출, 결혼, 출산 등 생애 주기적 변화에 영향을 받는 ‘연령 효과’는 세대를 구분하는 데 큰 영향을 미친다고 보았다.

김서윤(2021)에 따르면 어떠한 문제를 위해서는 그 연령대를 이해하고 무엇이 다른지에 대해서 세대 구분이 필요하다 하였다. 이처럼 세대를 묶는 이유는 각 연령대에서 나타나는 공통적인 행동이나 세계관, 문제의식 등을 이해하기 위해서다.

한국 사회 세대 구분 방식으로 살펴보면 일반적으로 1995~2004년을 Z세대, 1980~1994년을 M세대, 1965~1979년을 X세대로 정의하는 것이 일반적이다.

기존의 연구를 보면 MZ세대를 하나의 세대로 묶어서 같은 경향으로 설명하는 연구를 다수 볼 수 있다. 하지만 M세대와 Z세대는 서로 다른 시기에 태어난 세대로 역사적이나 사회적 배경이 다르며 그에 따른 경험과 특성도 다르다.

본 연구에서는 인구, 문화, 경제, 사회, 시대 등 여러 분야에서 경험한 사건이 다르고 그로 인해 생성된 가치관이나 라이프스타일의 차이점으로 M세대와 Z세대를 구분하여 분석하였다.

<표 2> 세대 구분 및 특징

구분	출생 시기	2022년 기준 나이	특징
Z세대	1995~2004	만 18~27세	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 네이티브 (김수정, 2021) X세대의 자녀세대 가장 편견 없고 평등을 중시하는 세대(박해숙, 2016)
M세대	1980~1994	만 28~42세	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 1세대 SNS 보편화 ‘나 자신’을 중요시하며 소유보다는 경험을 중시함
X세대	1965~1979	만 43~57세	<ul style="list-style-type: none"> 문화개방 1세대 깁 세대 세대 간 가교역할

출처: 선행연구를 바탕으로 연구자 정리

2.2.1 ESG 경영에 대한 세대별 인식 비교

향후 10년간 경제 활동의 주력 소비층으로 M세대와 Z세대를 언급하고 있으며 대한상공회의소(2022) 조사에 의하면 새로운 소비 주체로 부상한 MZ세대들은 제품을 구매할 때 기업의 ESG 경영 실천 여부를 중요하게 인식하며 MZ

세대는 사회적 물의를 일으킨 기업엔 ‘불매운동’, ‘캔슬 컬처(Cancel Culture)’, 착한 기업·가게에는 ‘돈꿀’이라는 방식으로 메시지를 전달한다.

Gleibner & Romeike(2020)에 의하면 ESG 리스크는 기업의 경영에 상당한 영향을 끼치고 있다. 최근 불거진 SPC 사건에서 알 수 있듯이 경제적 가치 창출만을 생각하는 기업의 ESG 경영 리스크는 불매운동은 물론 장기적인 수익성 악화에서 기업의 존폐까지도 연결될 수 있다.

M세대와 Z세대는 현재 개인의 삶을 중요하게 생각하고 사회적 가치를 중요시한다(Luna-Cortes et al, 2019). MZ세대는 SNS를 통해 긍정적 정보는 물론 기존 세대가 주저했던 조직의 부정적인 정보도 거리낌 없이 외부에 적극적으로 전달하고 있다는 점은 주목할 필요가 있다.

Kstat(2022)의 ESG 경영에 대한 국민 인식 연구에 의하면 미국, 영국 등 주요 국가의 MZ세대는 기성세대보다 기업이 표방하는 가치를 보고 구매하는 성향이 뚜렷하지만, 국내의 경우 외국과 달리 ESG에 관한 관심이 낮음을 알 수 있다. McKinsey & Company(2020)의 글로벌 조사 결과, 한국의 청년들은 친환경 제품에 구매 영향은 크지만, 더 비싼 경우 구매 의사는 중국, 태국, 인도네시아보다도 낮게 조사됐다. ESG에 관한 기존의 연구나 각종 언론 보도들을 보면 한국 기업이 ESG 경영에 성공하기 위해서는 MZ세대와 소통해야 한다고 강조하고 있지만, 미국, 유럽 등 ESG 선도국의 글로벌 국가와의 ESG 인식의 차이점을 이해할 필요가 있다.

III. 연구 방법

3.1 연구문제

본 연구는 역사적 경험이나 사회적 배경, 문화 등 세대의 특성이 다름에도 기존의 선행연구가 MZ세대를 묶어서 연구하는 것을 한계점으로 보았으며 기존의 연구는 비재무적 활동의 ESG, 투자자 입장의 ESG 등 ESG 효과를 실증하는 연구는 많았으나 세대별로 ESG 인식 차이를 실증하고 요구도를 파악하는 논의는 매우 부족하다.

ESG에 맞는 경영은 이해당사자 간의 강한 관계를 형성할 수 있다(Tarmuji, I., Maelah, R., & Tarmuji, N. H., 2016).

Z세대와 M세대의 특성이 서로 다름에도 하나의 집단으로 인식되어 다양한 분야에서 적용되기도 한다.

하지만 세대별 특성을 구체적으로 살펴보는 것은 ESG 경영 설정은 물론 ESG 정책 입안의 측면에서도 중요한

의미가 있고 ESG 경영과 기업의 역할에 대해 ESG 인식을 좀 더 명확히 파악하기 위해 세대별로 세분화하였다.

t-검정을 통해 이들이 가지고 있는 ESG 인식의 공통점과 차이점을 살펴보았으며 Borich 분석을 통해 세대별로 중요도와 성취도의 우선순위를 파악하고 ESG 요인별 요구도를 측정하는 데 목적을 두고 있다.

세대별 ESG 인식에 따른 ESG 요인별 요구도를 살펴봄으로써 지속가능성을 위한 기업의 ESG 실천과 효율적인 경영전략 방향 설정을 할 수 있도록 하였으며 연구문제는 다음과 같다.

- 첫째, ESG 인식은 세대별 차이가 있는가?
- 둘째, ESG를 구성하는 하위요소 가운데 중요도와 성취도의 우선순위는 무엇인가?
- 셋째, 세대별로 ESG 요인에 대한 요구도가 차이가 있는가?

3.2 조사 및 분석 도구

3.2.1 분석 도구의 정의

요구(Needs)는 현재 조건(What is)과 희망 조건(What should be)의 격차(Gap)를 말하며(Borich, 1980), 요구를 분석하기 위해 가장 중요한 것은 자료 수집으로 요구 분석을 위한 방법 중 설문조사 방법이 가장 많이 사용된다(오인경 · 최정임, 2005; Witkin & Altschuld, 1995).

요구분석의 핵심은 중요도(요구되는, 필요, 바람직한)와 현재 수준 간의 차이를 분석하여 최적의 해결 방안을 모색하는 것이다(길대환, 2009; 신주연 외, 2020; Borich, 1980).

가장 많이 사용되고 있는 요구분석 방법인 설문조사를 우선순위 결정방법인 t-검정을 통해 각 항목의 현재 수준과 바람직한 수준 사이의 평균 차이를 검정한다(조대연, 2009).

하지만 t-검정은 두 수준 평균 사이의 단순 차이만 나타내어 바람직한 방향성을 설정하는데 한계점이 존재하기 때문에 Borich 요구도, The Locus For Focus Model을 고찰함으로써 단점은 극복하고 장점을 극대화하여 더욱 체계적인 우선순위를 결정할 수 있다(조대연, 2009).

Borich(1980)는 설문조사로 확보된 데이터는 우선순위 결정 과정에 활용되어야 한다고 주장하였으며 중요도(요구되는, 필요, 바람직한)와 현재 수준을 확인하여 중요도에 가중치를 주어 곱값을 순위별로 나열하는 요구도 공식을 제시하였다. Zarafshani & Baygi(2008)는 Borich 요구도가 설문 응답자의 인식을 강조하는데 타당성을 높이는

방법이라고 평가하였다.

The Locus for Focus 모델은 4분면을 기준으로 나열된 항목과 도출된 변수 중 우선으로 고려되어야 할 순위를 시각적 정보로 제공해준다는 것이다(Mink, Shultz & Mink, 1991).

3.2.2 표본 설계 및 자료 수집

본 연구는 국내 ESG 평가기관 한국ESG기준원(2021)의 지표를 바탕으로 설문항목을 구성한 연구(남정민·박준혁·이소정, 2022)를 참고하여 ESG 요인의 환경(Environment) 4문항, 사회(Social) 5문항, 지배구조(Governance) 4문항으로 중요도 13항목과 성취도(현재 수준) 13항목을 나누어 총 26 설문 문항을 구성하였다.

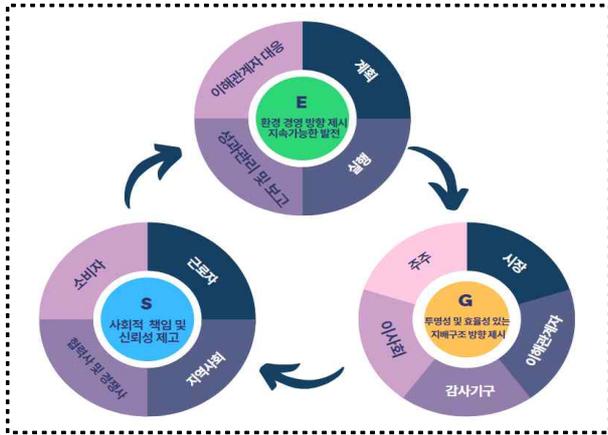
5점 Likert scale를 이용했으며 응답자의 인구통계학적 사항을 알아보고자 성별, 연령, 결혼 여부, 거주지역, 최종 학력, 창업 여부를 명도 척도로 구성하였다.

3.2.3 자료 분석

설문조사를 통해 수집된 데이터는 IBM SPSS 23.0 통계 프로그램과 MS Office Excel을 사용하여 분석하였다.

통계의 추론을 위한 자료수집방법은 세대 구분을 위해 1965~2004년생을 기준으로 한 일반인을 대상으로 구글 설문지를 통해 온라인으로 실시하였다. 회수된 설문지 378명에서 세대 분류에 맞지 않는 응답자 33명을 제외하여 표본 총수 345명이 최종 분석에 활용되었다.

세대별 인식하는 ESG 요인별 중요도와 성취도 차이를 분석하기 위해 대응표본 t-검정을 통해 두 수준 간의 단순 차이 비교를 극복하고 우선순위 도출을 위해 Borich 요구도 분석을 진행하였다. 요구도 분석 결과를 The Locus for Focus 모델을 활용하여 도식화하였다. The Locus for Focus에서 ESG 요인별 중요도와 성취도(현재 수준)의 차이를 규명하고자 가로축은 중요도 값, 세로축은 중요도와 성취도(현재 수준)의 차이 값으로 4사분면을 기준으로 하여 우선순위를 확인할 수 있다(Mink, Shultz & Mink, 1991).



<그림 2> 설문구성 도식화

IV. 분석 결과

4.1 표본의 특성

본 연구는 일반인을 대상으로 Z세대 1995~2004년 [(만) 18세~ 27세], M세대 1980~1994년 [(만) 28세~ 42세], X세대 1965년~1979년 [(만) 43세~ 57세]로 세대 구분하였다. 표본의 조사된 인구통계학적 정보는 <표 3> 응답자 일반적 특성과 같다.

<표 3> 응답자 일반적 특성

N (%) : 345명(100.0)			
변수	집단	빈도	%
성별	남성	193	55.9
	여성	152	44.1
세대 구분	Z세대 (만 18세~27세)	64	18.6
	M 세대 (만 28세~42세)	154	44.6
	X세대 (만 43세~57세)	127	36.8
결혼 여부	미혼	164	47.5
	기혼	181	52.5
학력	고등학교 재학 및 고등학교 졸업	22	6.4
	대학재학 및 대졸	170	49.3
	석사 과정 및 석사	108	31.3
	박사 과정 및 박사	45	13.0
창업 여부	현재 창업자	170	49.3
	창업경험자 (현재 창업 중이 아님)	66	19.1
	창업 미경험자	109	31.6

거주지역	서울, 인천, 경기	250	72.5
	대전, 세종, 충남, 충북	58	16.8
	부산, 대구, 울산, 경남, 경북	10	2.9
	광주, 전남, 전북	25	7.2
	강원	2	.6

4.2 성별에 따른 ESG 인식 차이 분석

성별에 따른 ESG 인식의 평균 차이를 분석한 결과 ESG 중요도의 평균과 ESG 성취도의 평균은 유의미한 차이가 존재하지 않았다. 하지만 여성이 남성보다 ESG 요인의 중요도가 높았으며 성취도 부분은 더 낮다는 결과가 나타났다. Cornwall & Anyidoho(2010)의 연구에 의하면 여성들은 환경 및 사회, 경제 분야 등에서 지속가능성에 이바지한다. 미국의 세룰리 어소시에이츠(Cerulli Associates)의 조사에서 남성보다는 여성의 투자 성향을 보면 환경이나 사회에 긍정적 영향을 주는 회사에 투자하는 거로 나타났으며 S&P 글로벌이 11개 국가의 투자자 대상으로 조사한 결과에서도 기업에 투자할 때 남성보다 여성이 사회, 환경 이슈에 대한 부분은 매우 중요한 기준이 된다고 밝혔다(이진원, 2022).

또한, Gillan, S. L., Koch, A., & Starks, L. T.(2021) 연구에 의하면 여성이 기업의 CEO 이거나 이사회 구성원일수록 ESG/CSR 점수가 높다고 하였다.

<표 4> 성별에 따른 ESG 인식 차이

범인		전체 (N=345)	남자 (N=193)	여자 (N=152)	t(p)
ESG 요인	중요도	4.19 (.657)	4.13 (.707)	4.26 (.591)	1.765 (.079)
	성취도	3.35 (.872)	3.44 (.871)	3.22 (.861)	-2.363 (.019)*

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4.3 대응표본 t 검정

세대별로 ESG 요인에 대해 인식하는 단계별 프로세스의 중요도와 성취도 차이가 있는지 대응표본 t-검정하였다. <표 5>에서 제시한 바와 같이, 모든 항목에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며 중요도가 성취도보다 모두 높게 나타났다.

[사회(Social)] 기업경영 부패 방지, [지배구조(Governance)] 기업 공시 투명성, [환경(Environment)] 환경경영 전략 및 방침, 환경보호 활동, [사회(Social)] 직장 내 안전 및 보건 순으로 중요도와 성취도의 평균차가 높은 거로 나타났다.

<표 5> 세대 전체 ESG 요인별 중요도-성취도 t-검정 결과

상위 요인	하위요인	중요도 평균 (표준편차)	성취도 평균 (표준편차)	중요도 성취도 평균차	t
환경	최고경영자의 실천 의지	4.36 (0.898)	3.52 (1.068)	.832	.000
	환경경영 전략 및 방침	4.22 (0.857)	3.26 (1.097)	.959	.000
	환경친화적 생산	4.16 (0.888)	3.27 (1.083)	.890	.000
	환경보호 활동	4.06 (0.928)	3.14 (1.102)	.913	.000
사회	직장 내 안전 및 보건	4.36 (0.784)	3.45 (1.025)	.913	.000
	직장 내 기본권 보호	4.36 (0.805)	3.50 (1.1)	.852	.000
	기업경영 부패 방지	4.38 (0.795)	3.41 (1.14)	.977	.000
	소비자 개인 정보 보호	4.35 (0.804)	3.47 (1.097)	.878	.000
	지역사회 공헌 및 봉사	3.93 (0.922)	3.22 (1.088)	.710	.000
지배 구조	주주의 권리 보호	4.09 (0.849)	3.41 (0.991)	.678	.000
	이사회의 기능 활성화	3.96 (0.877)	3.35 (1.024)	.609	.000
	외부감사인 도입 및 운영	3.96 (0.887)	3.18 (1.048)	.774	.000
	기업 공시 투명성	4.26 (0.868)	3.30 (1.106)	.962	.000

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4.3.1 세대별 비교 대응표본 t-검정 분석 결과

Z세대의 ESG 요인에 대해 인식하는 단계별 프로세스의 중요도와 성취도 차이가 있는지 대응표본 t-검정 결과 모든 항목에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며 중요도가 성취도보다 모두 높게 나타났다. [사회(Social)] 기업경영 부패 방지, [환경(Environment)] 환경경영 전략 및 방침, [사회(Social)] 직장 내 기본권 보호, 소비자 개인 정보 보호, [환경(Environment)] 환경친화적 생산 순으로 중요도와 성취도의 평균차가 높은 거로 나타났다.

또한, M세대나 X세대와 비교하면 중요도와 성취도(현재 수준) 평균 차이는 [지배구조(Governance)] 기업 공시 투명성, 외부감사인 도입 및 운영을 제외하면 [지배구조(Governance)] 요인은 다른 요인들보다 낮은 것을 알 수 있으며 [사회(Social)] 하위요인에 중요도가 높은 것을 확인할 수 있다.

M세대의 ESG 요인에 대해 인식하는 단계별 프로세스의 중요도와 성취도 차이는 모든 항목에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며 중요도가 성취도보다 모두 높게 나타났다. [사회(Social)] 기업경영 부패 방지, [환경(Environment)] 환경경영 전략 및 방침, [지배구조(Governance)] 기업 공시 투명성, [사회(Social)] 직장 내 안전 및 보건, [환경(Environment)] 환경보호 활동 순으로 중요도와 성취도의 평균차가 높은 거로 나타났다.

<표 6> 세대별 비교 중요도-성취도 t-검정 결과

상위 요인	구분 하위요인	Z세대			M세대			X세대		
		중요도 평균 (표준편차)	성취도 평균 (표준편차)	중요도 성취도 평균차	중요도 평균 (표준편차)	성취도 평균 (표준편차)	중요도-성취도 평균차	중요도 평균 (표준편차)	성취도 평균 (표준편차)	중요도-성취도 평균차
환경	최고경영자의 실천 의지	4.52 (0.666)	3.36 (1.06)	1.156	4.31 (0.924)	3.56 (0.99)	.740	4.34 (0.961)	3.56 (1.159)	.780
	환경경영 전략 및 방침	4.45 (0.711)	3.20 (1.211)	1.250	4.12 (0.917)	3.25 (1.074)	.877	4.21 (0.832)	3.30 (1.071)	.913
	환경친화적 생산	4.39 (0.748)	3.19 (1.139)	1.203	4.03 (0.935)	3.21 (1.021)	.818	4.20 (0.873)	3.38 (1.126)	.819
	환경보호 활동	4.11 (0.911)	3.05 (1.188)	1.063	3.94 (1.005)	3.12 (1.072)	.825	4.17 (0.824)	3.22 (1.098)	.945
사회	직장 내 안전 및 보건	4.55 (0.733)	3.36 (1.06)	1.188	4.28 (0.796)	3.44 (1.023)	.838	4.37 (0.785)	3.50 (1.015)	.866
	직장 내 기본권 보호	4.56 (0.774)	3.34 (1.237)	1.219	4.30 (0.833)	3.52 (1.074)	.779	4.32 (0.775)	3.57 (1.059)	.756
	기업경영 부패 방지	4.55 (0.775)	3.19 (1.111)	1.359	4.30 (0.818)	3.38 (1.15)	.916	4.40 (0.769)	3.54 (1.132)	.858
	소비자 개인 정보 보호	4.50 (0.777)	3.28 (1.133)	1.219	4.20 (0.866)	3.41 (1.094)	.792	4.45 (0.709)	3.64 (1.067)	.811
	지역사회 공헌 및 봉사	3.95 (0.881)	3.25 (1.069)	.703	3.85 (0.975)	3.14 (1.099)	.708	4.02 (0.873)	3.30 (1.086)	.717
지배 구조	주주의 권리 보호	4.11 (0.857)	3.44 (0.941)	.672	4.01 (0.855)	3.39 (0.992)	.623	4.17 (0.837)	3.43 (1.02)	.748
	이사회의 기능 활성화	4.05 (0.862)	3.41 (1.035)	.641	3.81 (0.906)	3.35 (0.994)	.461	4.10 (0.825)	3.33 (1.062)	.772
	외부감사인 도입 및 운영	4.06 (0.852)	3.14 (1.067)	.922	3.84 (0.946)	3.17 (1.04)	.669	4.05 (0.815)	3.22 (1.053)	.827
	기업 공시 투명성	4.38 (0.882)	3.28 (1.091)	1.094	4.16 (0.882)	3.29 (1.084)	.870	4.33 (0.836)	3.32 (1.147)	1.008

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

M세대의 경우 ESG 요인의 중요도와 성취도 부분의 차이가 크지는 않았지만, [지배구조(Governance)]의 기업공시 투명성을 제외하고는 낮게 나타났다.

X세대의 ESG 요인에 대해 인식하는 단계별 프로세스의 중요도와 성취도 차이가 있는지 대응표본 t 검정 결과 모든 항목에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며 중요도가 성취도보다 모두 높게 나타났다.

X세대에서는 [지배구조(Governance)] 기업 공시 투명성의 중요도와 성취도의 평균차가 두드러지게 차이 나는 것을 확인할 수 있으며 [환경(Environment)] 환경보호 활동, 환경경영 전략 및 방침, [사회(Social)] 직장 내 안전 및 보건, 기업경영 부패 방지 순으로 중요도와 성취도의 평균차가 높은 거로 나타났다.

X세대의 경우 M세대나 Z세대와 비교하면 [환경(Environment)], [사회(Social)], [지배구조(Governance)] 요인별로 고루 분포되어 결괏값에 나타난 것을 확인할 수 있다. 분석 결과는 <표 6> 세대별 비교 중요도-성취도 t-검정 결과와 같다.

4.4 Borich 요구도 분석

Borich 요구도 분석은 대응표본 t-검정을 통해 도출된 현재 수준(What is)과 기대 수준(What should be)의 차이에 가중치를 두어 계산된 값의 크기로 우선순위를 결정하는 방법으로 IPA 방법론의 한계인 중요도와 현 수준 간 단순 차이나 단순 대응표본 t 검정의 단점을 극복하였다는 점에서 긍정적으로 평가된다(조대연, 2009; 김명문·강태균, 2022). Borich 요구도는 보통 교육프로그램 효과성, 정책요구도 분석에 주로 활용되고 있다.

본 연구에서는 Borich 요구도를 통해 도출된 결괏값은 ESG 요인 중 어떤 요인을 우선으로 집중하고 개선해야 하는지 결정할 수 있는 틀을 제공한다.

$$Borich \text{ 요구도} = \frac{\sum(RL - PL) \times \overline{RL}}{N}$$

- RL : 중요도
- PL : 성취도(현재 수준)
- \overline{RL} : 중요도 평균
- N : 전체 표본 수

<그림 3> Borich 요구도 공식

4.4.1 Borich 요구도 분석 결과 비교

Borich 요구도 계산식에 따라 결괏값을 산출하면 <표 7>과 같은 결과가 나타난다.

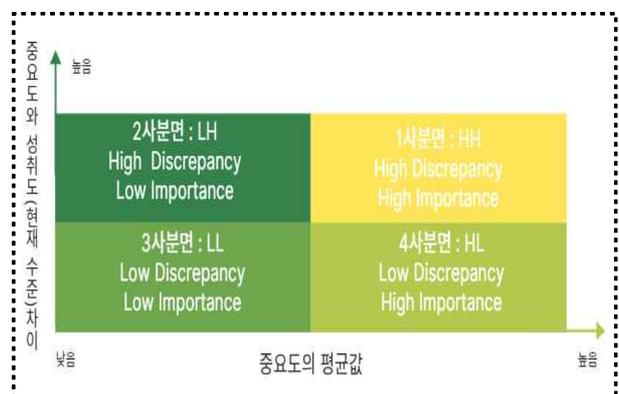
ESG 인식에 대한 하위요인에 대한 대응표본 t-검정의 결괏값과 동일하게 [사회(Social)] 기업경영 부패 방지, [지배구조(Governance)] 기업 공시 투명성, [환경(Environment)] 환경경영 전략 및 방침, [사회(Social)] 직장 내 안전 및 보건의 순은 공통으로 요구가 높은 영역이었으며 [사회(Social)] 소비자 개인 정보 보호가 차순위로 나타났다.

4.5 The Locus for Focus Model 분석

The Locus for Focus 모델은 중요도인 요구수준과 현재 수준 사이의 차이를 도출하고 중요도에 가중치를 부가하여 요구도를 산출한다는 점에서 Borich 요구도 분석과 유사하다(변수연·한우진, 2022). The Locus for Focus 모델은 좌표평면을 사용하여 4사분면에 항목들을 우선순위로 결정하는 방법으로 도식화하여 시각적 정보로 제공한다(Mink, Shultz, & Mink, 1991).

The Locus for Focus 모델의 특징은 가로축은 ‘바람직한 수준(중요도)’으로 가로축 중앙값은 ‘바람직한 수준(중요도)’의 평균값이 된다. 세로축은 ‘바람직한 수준(중요도)과 현재 수준의 차이(성취도)’로 차이값을 의미하며 세로축의 중앙값은 ‘바람직한 수준(중요도)’과 ‘현재 수준의 차이(성취도)’의 평균값을 의미한다(Mink, Shultz, & Mink, 1991).

이 모델은 ‘바람직한 수준(중요도)’과 ‘바람직한 수준(중요도)’과 ‘현재 수준의 차이(성취도)’를 이용해 4사분면 그래프를 작성하게 되며, 이 그래프를 통해 최우선으로 충족해야 할 사항들을 명시적으로 볼 수 있다(조대연, 2009).



<그림 4> The Locus for Focus Model

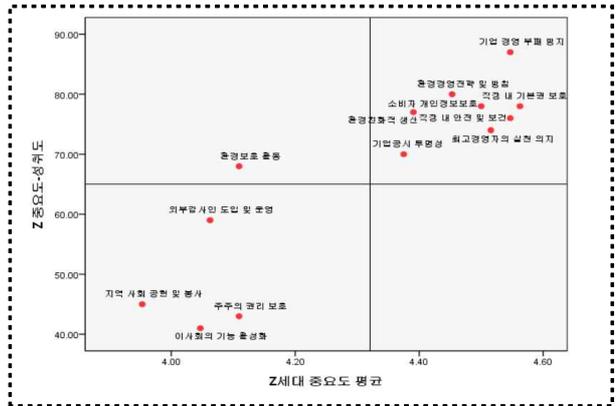
<표 7> Borich 요구도 분석 결과 비교

구분	상위요인	하위요인	Z세대		M세대		X세대		세대 전체	
			borich 요구도	RANK						
환경 (Environment)		최고경영자의 실천 의지	0.93	5	1.31	9	1.18	9	3.62	9
		환경경영 전략 및 방침	1.02	1	1.55	4	1.35	4	4.05	3
		환경친화적 생산	0.97	3	1.56	3	1.19	8	3.70	8
		환경보호 활동	0.77	9	0.00	13	1.49	2	3.70	7
사회 (Social)		직장 내 안전 및 보건	0.90	6	1.61	2	1.37	3	3.98	4
		직장 내 기본권 보호	0.90	7	1.43	6	1.20	7	3.71	6
		기업경영 부패 방지	1.00	2	1.65	1	1.33	5	4.28	1
		소비자 개인 정보 보호	0.96	4	1.39	7	1.15	10	3.82	5
		지역사회 공헌 및 봉사	0.00	13	1.35	8	1.06	12	2.79	11
지배구조 (Governance)		주주의 권리 보호	0.54	11	1.20	11	1.05	13	2.77	12
		이사회 기능 활성화	0.49	12	0.88	12	1.09	11	2.41	13
		외부감사인 도입 및 운영	0.69	10	1.25	10	1.27	6	3.06	10
		기업 공시 투명성	0.80	8	1.50	5	1.61	1	4.10	2

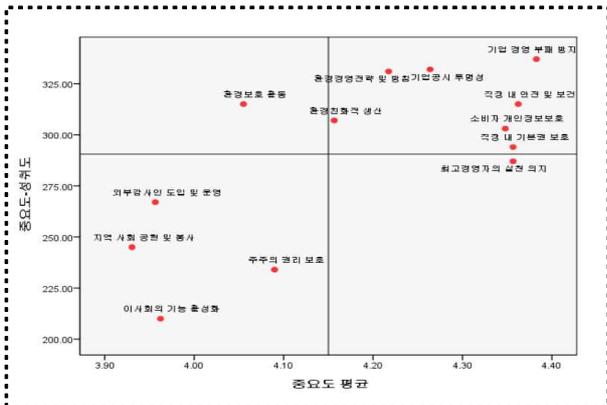
4.5.1 The Locus for Focus Model 분석 결과

Borich 요구도와 The Locus for Focus model의 분석 결과를 보면 공통으로 요구도가 높은 영역은 [사회 (Social)] 기업경영 부패 방지, [지배구조(Governance)] 기업 공시 투명성, [환경(Environment)] 환경경영 전략 및 방침으로 나타났으며 대응표본 t-검정과의 결괏값과도 같다.

하위요인의 요구도가 높은 것을 알 수 있다. Z세대의 경우 4사분면은 나타나지 않았다.



<그림 6> Z세대 The Locus for Focus model 분석 결과



<그림 5> 세대 전체 The Locus for Focus model 분석 결과

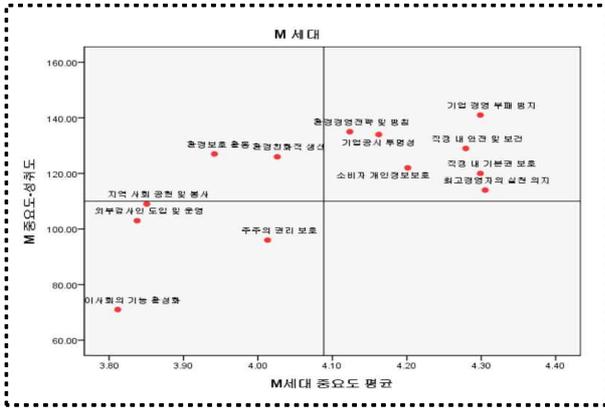
4.5.2 Z세대 The Locus for Focus Model 분석 결과

Borich 요구도와 The Locus for Focus model의 분석 결과를 보면 공통으로 요구도가 높은 영역은 [환경 (Environment)] 환경친화적 생산, [사회(Social)] 기업경영 부패 방지, [환경(Environment)] 환경경영 전략 및 방침으로 Z세대는 [환경(Environment)]과 [사회(Social)]

4.5.3 M세대 The Locus for Focus Model 분석 결과

Borich 요구도와 The Locus for Focus model의 분석 결과를 보면 공통으로 요구도가 높은 영역은 [사회 (Social)] 기업경영 부패 방지, 직장 내 기본권 보호의 요구도가 높은 것을 알 수 있다.

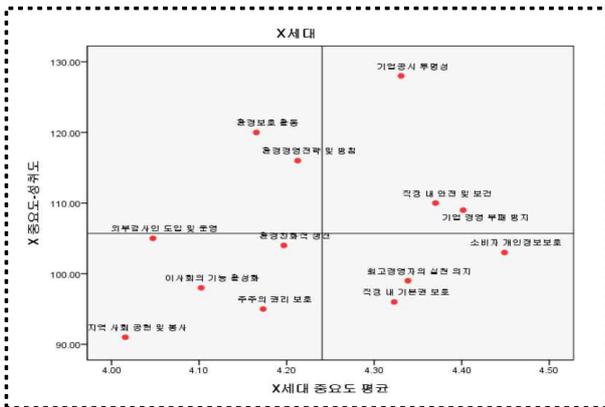
M세대의 경우 [사회(Social)] 하위요인에 요구도가 높으며 Z세대와 공통점으로 4 사분면은 나타나지 않았다.



<그림 7> M세대 The Locus for Focus model 분석 결과

4.5.4 X세대 The Locus for Focus Model 분석 결과

Borich 요구도와 The Locus for Focus model의 분석 결과를 보면 공통으로 요구도가 높은 영역은 [지배구조(Governance)] 기업 공시 투명성의 요구도가 높은 것을 알 수 있다.



<그림 8> X세대 The Locus for Focus model 분석 결과

4.6 세대 전체의 ESG 인식 하위요인에 대한 요구도 우선순위 결정

세대 전체의 ESG 인식 하위요인에 대한 Borich 요구도 우선순위를 보면 전체적으로 보았을 때 [사회(Social)] 기업경영 부패 방지, [지배구조(Governance)] 기업 공시 투명성, [환경(Environment)] 환경경영 전략 및 방침 순으로 나타났다.

Z세대의 경우 [환경(Environment)] 환경경영 전략 및 방침, [사회(Social)] 기업경영 부패 방지, [환경(Environment)] 환경친화적 생산의 우선순위를 나타내고 있으며 Z세대는 [환경(Environment)] 요인에서 요구도가

높음을 알 수 있다. M세대의 경우 [사회(Social)] 기업경영 부패 방지, 직장 내 안전 및 보건, [환경(Environment)] 환경친화적 생산의 우선순위로 나타났으며 [사회(Social)] 요인에 요구도가 높다.

X세대는 [지배구조(Governance)] 기업 공시 투명성, [환경(Environment)] 환경보호 활동, [사회(Social)] 직장 내 안전 및 보건의 우선순위가 나타났으며 ESG 요인별로 나타남을 알 수 있다. 공통점으로는 Z세대와 M세대의 경우 [지배구조(Governance)] 주주의 권리 보호, 이사회회의 기능 활성화, 외부감사인 도입 및 운영의 요구도가 같은 순위로 낮음을 알 수 있다.

<표 8> 세대 전체의 ESG 인식 하위요인에 대한 요구도 우선순위 결정

상위 요인	하위요인	세대별 Borich 요구도 순위			
		Z	M	X	전체
환경 (E)	최고경영자의 실천 의지	5	9	9	9
	환경경영 전략 및 방침	1	4	4	3
	환경친화적 생산	3	3	8	8
	환경보호 활동	9	13	2	7
사회 (S)	직장 내 안전 및 보건	6	2	3	4
	직장 내 기본권 보호	7	6	7	6
	기업경영 부패 방지	2	1	5	1
	소비자 개인 정보 보호	4	7	10	5
지배 구조 (G)	지역사회 공헌 및 봉사	13	8	12	11
	주주의 권리 보호	11	11	13	12
	이사회회의 기능 활성화	12	12	11	13
	외부감사인 도입 및 운영	10	10	6	10
	기업 공시 투명성	8	5	1	2

V. 결론

본 연구에서는 연구의 대상을 X, M, Z 세대 구분을 통해 기업의 효율적인 ESG 경영과 사회적 가치 실현을 위하여 ESG 인식의 공통점과 차이점을 알아보고 세대의 특성에 따른 요구도를 확인할 수 있다.

첫째, 세대별로 ESG 요인에 대해 인식하는 단계별 프로세스의 중요도와 성취도 차이가 있는지 대응표본 t-검정하였다. 그 결과 모든 항목에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며 중요도가 성취도보다 모두 높게 나타났다.

둘째, Borich 분석 결과 t-검정과 같은 ESG 하위요인의 결과값이 동일하게 나타났으며 세대별로 기업의 ESG 경영 기획 설정에 있어 세대별 요구도가 높은 것이 무엇인지에 알 수 있었다. 셋째, 세대별로 ESG 요인에 대한 요구도가 차이가 있음을 알 수 있었는데 Z세대는 환경(Environment), M세대는 사회(Social), X세대는 지배구조(Governance)요

인의 요구도가 높음을 알 수 있다.

본 연구를 통해 도출한 분석 결과를 기반으로 세대별 영향요인을 연구하고 ESG 요인별 우선순위를 확인할 수 있으며 세대별 인식에 따라 ESG 경영 활동을 강화하고 ESG 경영 기획 설정에 효과성과 질적 향상을 위한 방향성을 설정할 수 있는 시사점을 제공하였다. 또한, 본 연구가 세대별 ESG 인식에 따라 ESG 경영을 이행하고자 하는 기업들에 효율적인 ESG 경영기반에 실질적 도움이 되고자 한다.

친환경 제품에 대한 고객의 요구도 증가와 SNS 등으로 정보가 빠르게 공유되면서 가치 소비, 착한 소비에 대한 인식이 확산하고 있고(김이진·류현정, 2021), 안동휘·서용구(2022)는 사회가 발전하기 위해서는 기업의 이익은 사회 전체에 돌아가게 해야 하고 이는 다시 기업에 간접적으로 돌아온다고 보았다. 기업의 이익만을 위한 경영방식은 환경오염, 사회적 불평등 등 사회문제를 초래하고 기업의 부정적 인식을 높인다(이슬기·강재형·남정민, 2022)

X세대에서 가장 요구도가 높은 지배구조(Governance)는 ESG 경영 및 투자를 위해서는 지배구조가 강조되는데 이는 지속가능성을 추구하기 위해 의사결정 체계가 중요하기 때문이다(김이진·류현정, 2021). 기업 투명성은 기업의 사회적 책임과도 관련이 깊으며 기업가치에 영향을 미친다(박헌준 외, 2006). 고경선·남정민(2022)은 기업의 지속적인 성장을 위해서는 기존의 경쟁 중심, 자원 중심에서 가치 중심이 되는 경영전략으로 변화해야 한다고 하였다. Ben-Amar et al.(2017)은 기업의 경영 활동에 ESG를 효과적으로 반영함으로써 기업의 지속가능성을 증가시킨다고 제시하였다. 기업의 ESG 전략과 목표, 구체적인 성과와 개선을 위해서는 매우 중요한 의미를 가지며 기업의 ESG 경영 활동을 강화하는 것은 필수불가결한 상황으로 지속성장을 위한 방향성을 설정하는 데 의의가 있다. EU 집행위원회는 환경을 위해서는 제품의 설계 단계에서부터 자원순환과정을 고려하는 것이 ESG 시작으로 보고있다(박희주, 2020; 유수현, 2021).

ESG에 대한 열기는 뜨겁지만, ESG에 대한 개념이나 정확한 이해도 부족으로 ESG 실천에 있어 기업은 물론 이해관계자 모두 ESG에 대한 이해 향상과 체계적인 분석, 방향성을 정립할 필요가 있다. ESG 경영을 적극적으로 도입하기 위해서는 ESG 경영을 올바르게 이해해야 하며 다양한 관점에서 지속적인 실천 가능한 방향과 가치 창출을 위한 내재화가 필요하다.

ESG 생태계 조성을 위해 ESG 시대의 혁신을 강화하고 기업은 세대별로 요구되는 ESG 요인별 요구도를 통해 지

속가능하고 가치있는 ESG 경영 활동으로 의미있는 변화와 적극적인 기업의 역할이 모색되어야 한다.

중소벤처기업부와 창업진흥원(2022)은 창업기업의 ESG 경영에 대한 인식과 역량을 강화할 수 있도록 ‘창업기업 ESG 스케일업 프로그램’이 신설되었으며 스타트업의 초고속 성장을 지원하는 매스챌린지(MassChallenge)의 Cait Brumme는 스타트업의 ESG 경영은 생존을 위한 필수 전략으로 스타트업은 기회와 위기를 모두 파악해야 한다고 주장하였다. 스타트업이 생존하기 위해선 ESG 전략을 추구해야 하며 우선 창업 목적부터 확인한 다음, 그것을 ESG 요소와 통합하여야 한다(이진원, 2022).

정부는 산업별, ESG 경영 활동, 기업의 규모에 따라 서로 차별화된 기준점을 제시하고 실천 가능한 가이드라인을 기업에 제공해야 한다. 또한, 모든 국민이 ESG 실천을 위해 서로 이해하기 쉬운 내용으로 콘텐츠를 제공하고 ESG 실천 기업에 대한 인증제도를 도입하여 관련된 데이터를 공개함으로써 참여율을 제고해야 한다.

본 연구의 한계점 및 향후 과제는 다음과 같다.

시대에 따라 사회가 기업에 요구하는 사항이나 ESG 요인의 요구도는 가변적일 수 있고, 글로벌 국가와 ESG 인식은 상이할 수 있다. 산업화로 미세먼지, 수질오염 관리 등 환경오염에 관한 관심은 모든 국가가 직면해야 하는 공통 과제이며 기후, 문화, 정책 등의 차이로 인해 국가마다 ESG 요인들의 중요도와 성취도는 다를 수 있다. 특히 ESG 요인의 중요도는 산업별, 업종별 특성에 따라 다르게 관찰되고 있으며 이해관계자의 요구도가 높은 이슈가 무엇인지 전략적 ESG 경영에 대한 이해가 필요하다. 예를 들면, 운송산업은 온실가스 배출량의 관리가 중요하지만, 금융 업종은 해당 이슈가 크게 중요하지 않다. 또한, 서비스 산업은 다양한 산업이 포진되어 있으므로 ESG 요인을 좀 더 세부적으로 살펴볼 필요가 있다. 즉 국제적으로 정합성을 갖춘 ESG 요인들을 찾아 표준화하고 계량화하는 작업을 추진하되 국내 상황에 맞추어 산업별, 업종별 특성을 반영한 ESG 요인들의 중요도를 판단하고 체계화하는 작업이 필요하다. 또한, 창업자와 미 창업자의 ESG 인식의 차이점 역시 연구의 주제가 될 수 있다. 본 연구결과에서도 창업 여부에 따른 ESG 인식의 평균 차이를 분석한 결과 창업 미경험자가 창업자와 창업경험자보다 ESG 요인의 중요도가 높았으며 성취도 부분은 더 낮다는 결과가 나타났다.

끝으로 창업 초기기업과 성장기업을 대상으로 한 ESG 지표 개발 및 적용, 정책지원에 관한 연구가 요구된다. 창업기업의 ESG 경영 확산을 위한 정책적 지원과 대·중소 협력사업이 활성화되고 있는 상황에서 ESG 경영 도입 및

성과 창출 확대를 희망하는 창업기업에게 좋은 기회가 될 수 있다. 특히 창업 초기부터 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)에 관한 관심과 경영 내재화는 창업기업의 지속가능한 성장에도 큰 영향을 줄 수 있으므로 향후 업종 및 성장단계별 ESG 경영지표 개발 및 적용의 필요성이 대두되는 시점이다.

참고문헌

고경선·남정민(2022). 창업가적 경영전략이 기업성장에 미치는 영향: 블루오션과 퍼스트무버 중심으로. **한국진로창업경영학회지**, 6(4), 141-160.

곽배성·이재혁(2021). 기업의 ESG 수준과 외국인 투자자 비중과의 관계: 규제위험 노출 수준에 따른 투자자 민감도. **전략경영연구**, 24(1), 35-66.

길대환·김진모(2009). 기업체 HRD 담당자의 직무교육 요구분석. **농업교육과 인적자원개발**, 41(2), 153-175.

김서윤(2021). “우리는 생존주의자” MZ세대 가르는 분기점은?, 주간조선, Retrieved (2022.10.12) from <https://url.kr/w1dbqy>.

김수정(2021). Z세대가 생각하는 ‘전문가’와 ‘인플루언서’의 특성에 관한 연구: 인플루언서는 뉴 노멀(New Normal) 시대의 전문가인가?. **문화와 사회**, 29(3), 173-245.

김영문·강태균(2022). Borich 요구도와 Locus for Focus Model을 이용한 창업교육 지원서비스 개선방안 연구. **경영교육연구**, 37(2), 289-316.

김이진·류현정(2021). *ESG 평가체계 현황 분석 연구: 환경영역(E)을 중심으로*. 기초연구보고서, 2021, 1-86.

남정민·박준혁(2022). 벤처기업의 ESG 경영전략 도출을 위한 계층분석과정(AHP) 적용. **Entrepreneurship&ESG 연구**, 2(1), 1-25.

대한상공회의소(2021). ESG경영과 기업의 역할에 대한 국민인식 조사. Retrieved (2022.09.18.) from <https://url.kr/12b8vg>. 대한상공회의소.

대한상공회의소(2022). MZ세대가 바라보는 ESG경영과 기업인식 조사. Retrieved (2022.09.18.) from <https://url.kr/hawkqm>. 대한상공회의소.

박영석·이호섭(2021). *기업의 ESG 경영 촉진을 위한 금융의 역할*(21-10), 서울: 자본시장연구원.

박윤나·한상린(2021). 기업의 ESG 활동이 기업 이미지, 지각된 가격 공정성 및 소비자 반응에 미치는 영향. **경영학연구**, 50(3), 643-664.

박헌준·신현한·강동관·권인수(2006). 기업투명성과 기업 가치. **경영학연구**, 35(5), 1361-1391.

박혜숙(2016). 신세대 특성과 라이프 스타일 연구 - Z세대를 중심으로 -. **인문사회** 21, 7(6), 753-767.

박희주(2020). EU의 신 순환경제실행계획의 주요 내용과 시사점. **소비자정책동향**, (105), 1-21.

변수연·한우진(2022). 미래 대학의 핵심역량 교육에 대한 대학생 교육요구도 분석. **교양교육연구**, 16(3), 101-116.

신주연·김진선·정윤경(2020). 역량기반 교양교육에 대한 대학교학부생의 교육요구도 분석. **교양교육연구**, 14(3), 39-54.

안동휘·서용구(2022). MCM의 ESG 경영과 여성 역량 강화: 사회 공헌에 관한 사례 연구. **상품학연구**, 40, 15-25.

유수현(2021). 소비자 관점에서 본 기업 ESG 경영의 미래. **소비자정책동향**, (113), 1-20.

유현경·이성호·남정민(2021). 소비자의 ESG 경영요구가 ESG 경영지지에 미치는 영향. **Entrepreneurship&ESG 연구**, 1(2), 1-24.

이슬기·강재형·남정민(2022). 창업자의 창업생태계 인식이 ESG 경영을 매개로 기업성장에 미치는 영향. **한국진로창업경영학회지**, 6(4), 43-73.

이진원(2022). 스타트업에도 ESG가 필수 생존 전략인 까닭. ESG 경제, Retrieved (2022.11.29) from <https://url.kr/4h2auz>

이진원(2022). 여성이 남성보다 ESG 기업 투자 더 선호해 - 조사 결과. ESG 경제, Retrieved (2022.11.10) from <https://url.kr/bvr68t>.

임종욱(2016). ESG 평가정보 및 이익관리가 기업가치에 미치는 영향. **경영교육연구**, 31(1), 111-139.

외교부(2021). 상향된 ‘2030 국가 온실가스 감축목표(NDC)’ 유엔기후변화협약 사무국 제출. Retrieved (2022.10.11.) from <https://url.kr/khprvi>. 외교부.

전상진(2002). 세대사회학의 가능성과 한계: 세대개념의 분석적 구분. **한국인구학**, 25(2), 193-230.

전상진(2009). 2008년 촛불 현상에 대한 세대사회학적 고찰. **현대정치연구**, 2(1), 5-31.

전유정·유현정(2018). 사회적 책임 관련 특성이 소비자 의사결정에 미치는 영향. **소비문화연구**, 21(2), 145-174.

정무권·강원(2020). ESG 활동의 효과와 기업의 재무적 특성. **한국증권학회지**, 49(5), 681-707.

조대연(2009). 설문조사를 통한 요구분석에서 우선순위 결정 방안 탐색. **교육문제연구**, 35, 165-187.

창업진흥원(2022). 이제는 창업기업도 ESG(환경·사회·지배구조) 경영이 대세. Retrieved (2022.11.03.) from <https://url.kr/62zfts>. 창업진흥원.

천상은·박희태(2021). HRM 관점의 ESG 평가 지표 비교분석 연구. **인적자원관리연구**, 28(5), 133-148.

한국ESG기준원(2021). 한국기업지배구조원 - ESG 모범기준 개정판. Retrieved (2022.08.20) from <https://url.kr/u4tkp3>. KCGS.

허은정·김우성(2012). 소비자의 윤리적 소비 행동과 관련 요인 분석. **소비자학연구**, 23(4), 105-130.

Apple(2022). Apple, 글로벌 공급망에 2030년까지 탈탄소화

- 추구. Retrieved (2022.10.28) from <https://url.kr/io5cnj>. Apple.
- Ben-Amar, W., Chang, M., & P. McIlkenny (2017). "Board Gender Diversity and Corporate Response to Sustainability Initiatives: Evidence from the Carbon Disclosure Project", *Journal of Business Ethics*, 7(2): 369-383.
- BlackRock. (2022). Chairman Larry Fink's 2022 CEO Annual Letter the power of capitalism. Retrieved (2022.10.19.) from <https://url.kr/j3u645>
- Borich, G.(1980). A needs assessment model for conducting follow-up studies. *Journal of Teacher Education*, 31(1), 39-42.
- Cheng, B., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic management journal*, 35(1), 1-23.
- Cornwall, A., & Anyidoho, N. A. (2010). Introduction: Women's empowerment: Contentions and contestations. *Development*, 53(2), 144-149.
- Gillan, S., Hartzell, J. C., Koch, A., & Starks, L. T. (2010). Firms' environmental, social and governance (ESG) choices, performance and managerial motivation. Unpublished working paper, 10.
- Gillan, S. L., Koch, A., & Starks, L. T. (2021). Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance. *Journal of Corporate Finance*, 66, 101889.
- Gleißner, W., & Romeike, F. (2020). ESG-Risiken und ihre Quantifizierung. Social Credit Rating: Reputation und Vertrauen beurteilen, 391-433.
- Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000). Corporate Social Performance As a Competitive Advantage in Attracting a Quality Workforce. *Business & Society*, 39(3), 254-280.
- Hanson, Dan(2013). ESG Investing in Graham & Doddsville (Summer 2013). *Journal of Applied Corporate Finance*, Vol. 25, Issue 3, pp. 20-31.
- Kertzer, D. I. (1983). Generation as a Sociological Problem. *Annual Review of Sociology*, 9, 125-149.
- Kim, A., McInerney, P., Smith, T. R., & Yamakawa, N. (2020). What Makes Asia-Pacific's Generation Z different. *McKinsey & Company*, 1-10.
- Kstat(2022). ESG 경영에 대한 국민인식, "한국인 사회의식 심층분석 보고서". 44호, Retrieved (2022.09.30.) from Kstat.
- Luna-Cortés, G., López-Bonilla, J. M., & López-Bonilla, L. M. (2019). Self-Congruity, Social Value, and the Use of Virtual Social Networks by Generation Y Travelers. *Journal of Travel Research*, 58(3), 398-410. <https://doi.org/10.1177/0047287518755502>
- Mink O. G. Shultz J. M. Mink B. P. & Formosa A. R. (1991). Developing & managing open organizations : a model and methods for maximizing organizational potential; Somerset consulting group. Inc.: Austin, TX, USA.
- Tarmuji, I., Maelah, R., & Tarmuji, N. H. (2016). The impact of environmental, social and governance practices (ESG) on economic performance: Evidence from ESG score. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 7(3), 67.
- UNEP FI. (2005). UNEP FI 2005 Overview, UNEP Finance Initiative. Retrieved (2022.10.11) from <https://url.kr/ofc8mt>. UNEP FI.
- Witkin, B. R., & Altschuld, J. W. (1995). Planning and conducting needs assessments: A practical guide. Sage.
- Zarafshani, K., & Hossein Ali Baygi, A. (2008). What can a Borich needs assessment model tell us about in-service training needs of faculty in a college of agriculture? The case of Iran. *Journal of agricultural education and extension*, 14(4), 347-357.

[abstract]

A Comparative Study on ESG Perception by Generation: Using Borich's Needs and The Locus for Focus Model

Yunhui Kim*, Jungmin Nam**

The purpose of this study is to classify Z, M, and X generations to achieve efficient social value realization of corporations in ESG management, which the generations look at, and to examine the commonalities and differences in ESG perception by generation and to identify the demands according to the characteristics of each generation.

The survey questions consisted of a total of 26 questionnaires by dividing the importance and achievement items of ESG factors, and the collected data were analyzed by applying frequency analysis, response sample t test, Borich analysis, and The Focus for Focus Model.

As a result of the study, first, it was found that there are commonalities and differences in ESG perception by generation. Second, a response sample t-test to see if there is a difference in the importance and achievement of the step-by-step process recognized for ESG factors showed significant differences in all items, and importance was higher than achievement. Third, Borich needs analysis showed that the results of sub-factors of ESG such as t-test were the same. Fourth, it was found that there was a difference in demand for ESG factors by generation, and it was found that Generation Z had high demand for environment, Generation M for social, and Generation X for governance.

Through this study, it is necessary to look at the generational perceptions of ESG for corporate practices for sustainability. In order to establish ESG management strategies and visions, it is necessary to identify the differences in ESG perception according to the characteristics of each generation, the priority of importance and achievement by generations, and to derive the needs for generational awareness.

Companies expect to understand differences in perceptions of ESG by generation, seek ways to settle into an effective corporate culture, and build successful ESG strategies.

KeyWord: ESG, ESG perception by generation, Borich needs analysis, The Locus for Focus model.

* First Author, Dankook University Graduate School of future ICT Convergence and start-up, 116minerva@gmail.com

** Corresponding Author, Dankook University Graduate School of future ICT Convergence and start-up, namjm@dankook.ac.kr