

유럽 식품시장 ESG 경영 동향 분석

2022.12.09

[목 차]

I. ESG 관련 식품시장 이슈 및 트렌드	4
II. ESG 관련 주요 정책 동향	8
1. 환경(E)	8
2. 사회(S)	12
3. ESG 전반	14
III. 식품 기업의 ESG 경영 적용 사례	15
1. 환경(E)	15
2. 사회(S)	18
3. 지배구조(G)	20
IV. 요약 및 결론	21
1. 이슈 및 트렌드	21
2. 정책 사례	22
3. 기업 사례	23

EU 식품시장 ESG 경영 동향분석

1. ESG 관련 식품시장 이슈 및 트렌드

- 친환경·지속가능한 식품에 대한 소비자·식품 기업의 인식 제고
 - * 지속가능한 식품인 식물성 대체 식품에 대한 소비자 선호도가 증가
 - * 포장 폐기물·식품 폐기물을 줄이는 제로 웨이스트(Zero Waste)
 - * 친환경적으로 재배되는 유기농 식품을 선호하는 소비자 증가
 - * 사회적·윤리적 기업 경영 인증을 취득하려는 식품 기업 증가
 - * 친환경 식품 포장을 선호하는 소비자 증가

2. ESG 관련 주요 정책 동향

- **(환경)** 탄소배출량·제품 순환주기를 규제하는 정책을 시행
 - * 책임있는 식품사업 및 마케팅 실천을 위한 EU 행동강령, 탄소국경조정제도, 신순환경제행동계획, 지속가능한 제품정책 등을 시행
- **(사회)** 주로 강제노동 문제에 대한 정책을 시행
 - * 유럽연합은 강제 노동이 동원된 제품 수입을 금지하는 규제를 시행,
 - * 영국은 개별적으로 현대판 노예법 등을 시행하고 있음
- **(지배구조)** 지배구조에 대한 직접적인 정책은 시행된 바 없음
 - * 주로 기업 주도하에 경영 측면의 투명성·다양성 개선이 이루어지고 있음
- **(ESG 전반)** 기업의 지속가능성 실사 지침 채택
 - * 기업 공급망 내에서의 인권·환경 보호를 위한 지침으로, 대상 기업은 근로자 인권·환경 보호·지배구조에 대한 실사를 진행해야 함

3. 식품 기업의 ESG 경영 적용 사례

- **(환경)** 탄소 중립, 친환경 포장, 폐기물 감축, 환경 보호 사례
- **(사회)** 기업 내 다양성·평등, 지역사회와 상생, 공급망 관리 사례
- **(지배구조)** 경영 투명성 강화, 이사회의 다양성 강화 사례

I. ESG 관련 식품시장 이슈 및 트렌드

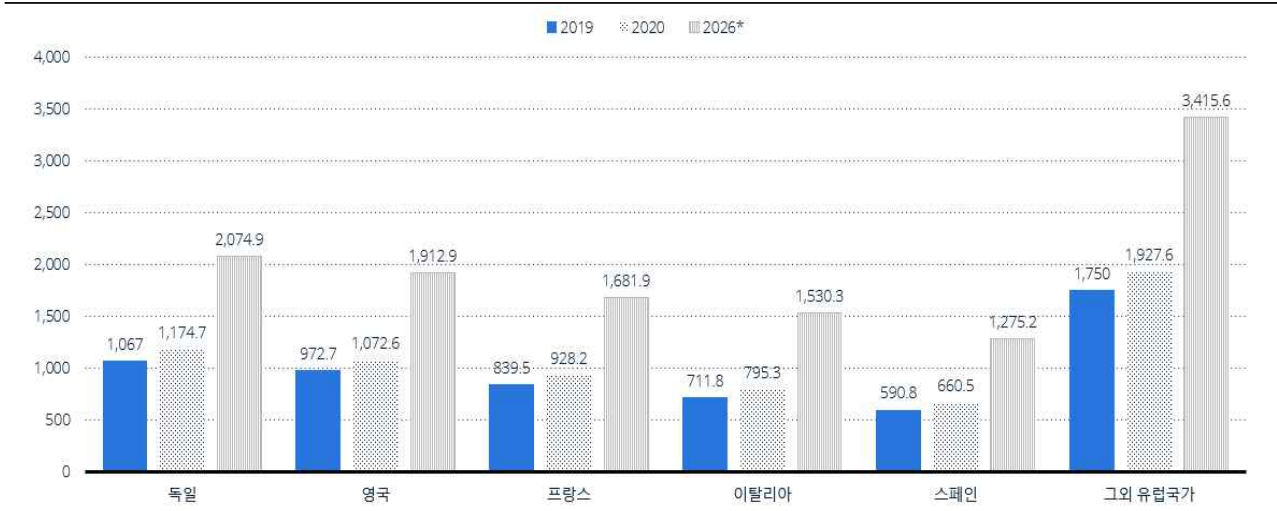
- 지속가능한 식생활의 중요성에 대한 소비자의 인식이 높아지며 환원주의·기후주의가 부상함에 따라, 식물성 대체 식품을 찾는 소비패턴이 발생함
 - 환원주의(Reductarianism)란 육류·유제품 소비를 줄이고 지속가능한 식물성 식품을 섭취하며 최종적으로 완전한 채식을 지향하는 소비 성향을 뜻함
 - 탄소 발자국¹⁾을 줄이는 식생활을 지향함에 따라, 지속가능한 식생활을 추구하는 기후주의(Climatarianism)가 부상함
 - 식생활에서 배출되는 이산화탄소 절감에 대한 중요성이 부상하며, 지속가능한 식생활을 추구하는 경향이 확산
 - 탄소 발자국을 줄이기 위해 친환경적인 방법으로 생산되는 식품 선호가 증가하며, 친환경적인 방법으로 생산되는 식물성 대체 식품에 대한 소비자 수요가 증가함
 - 식물성 고기는 일반 육류보다 온실가스 배출량이 최대 90% 적고, 식물성 우유는 일반 우유보다 온실가스 배출량이 최소 2kg/ℓ 적음
 - 스태티스타에 따르면, 2020년 유럽의 식물성 식품 시장규모는 65억 5,890만 달러(한화 약 9조 4,382억 5,710만 원)²⁾로, 전년 대비 10.6% 성장
 - 2026년까지 유럽의 식물성 식품시장의 규모는 118억 9,080만 달러(한화 약 17조 1,108억 6,120만 원)로 2020년 이후 7년간 연평균 10.4% 성장할 것으로 추정
 - 동년 유럽의 주요 국가인 독일, 영국, 프랑스, 이탈리아, 스페인의 식물성 식품 시장규모 역시 전년 대비 상승했으며, 2026년에도 성장할 것으로 전망

1) 탄소 발자국: 개인 또는 단체가 직접 발생시킨 온실 기체의 총량

2) 2022.10.25.일자 환율 적용(1 USD = 1,439 KRW)

<그래프 I -1> 유럽의 식물성 식품 시장규모(2019~2020, 2026)

(단위: 100만 달러)



*주: 2026년 데이터는 추정치임

*출처: statista.com

□ 포장 폐기물 및 버려지는 식품 쓰레기를 최소화하기 위한 제로 웨이스트(Zero Waste) 소비 트렌드가 확산

- 과대 포장된 식품 구매를 지양하고 남겨진 음식과 재료를 최대한 활용하는 방법을 공유하고자 함
 - 음식물 쓰레기로 집 안을 청소하는 방법, 식품을 오래 보관하는 방법 등 음식 쓰레기를 배출하지 않는 방법들이 현지 매체를 통해 소개·공유됨
- 식당·식료품 판매점에서도 식품 폐기물을 줄이기 위해 유통기한이 임박한 상품을 대상으로 할인행사를 진행하거나, 저소득층을 대상으로 무료로 제공하기도 함

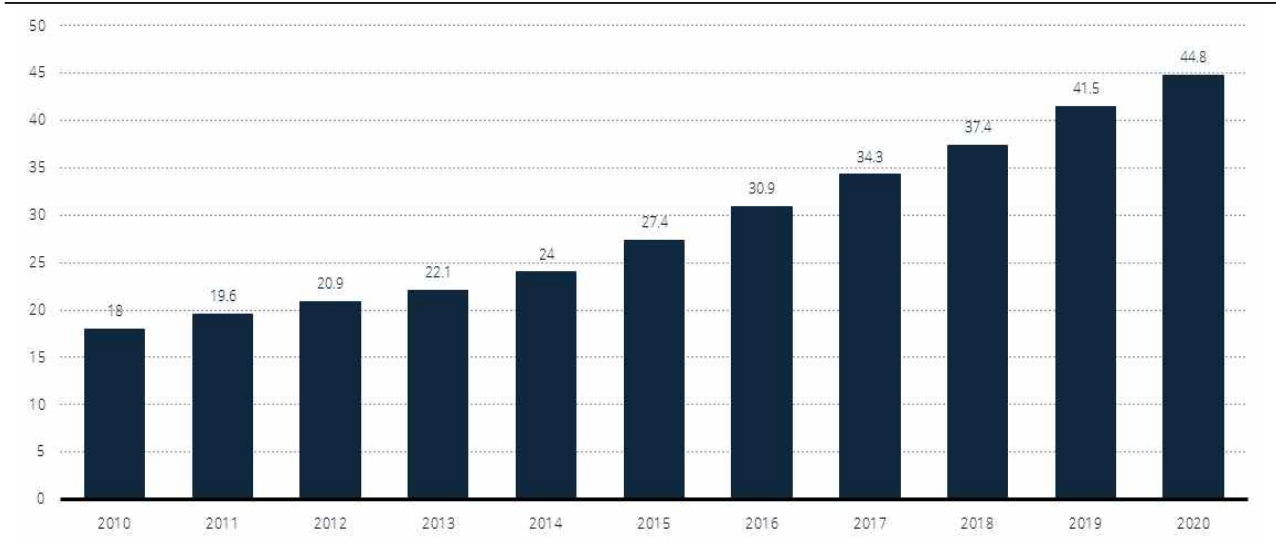
□ 지속가능성에 대한 인식이 제고되며, 친환경적인 방법으로 재배되는 유기농 식품을 선호하는 소비자가 증가함

- 유럽 소비자는 합성 살충제, 화학비료 등을 사용하지 않는 유기농법으로 식품을 생산할 경우 토양·수질 오염을 방지할 수 있을 뿐만 아니라, 농지 근처에 서식하는 동물과 거주하는 사람들에게도 좋다고 인식함

- 2020년 유럽연합의 유기농 식품 소매 매출액 규모는 448억 유로(한화 약 63조 5,519억 3,600만 원)³⁾로, 2010년 이후 11년간 연평균 9.5%로 꾸준히 성장

<그래프 1-2> 유럽연합의 유기농 식품 소매 매출액 규모(2010~2020)

(단위: 10억 유로)



*출처: statista.com

□ 사회적 책임과 윤리적인 경영을 하는 기업에 대한 선호도가 증가하며, 비콥(B Corp) 인증을 취득하는 기업이 늘어남

- 비콥 인증은 직원의 복리후생 및 자선활동, 공급망 관리 등 기업이 투명하고, 사회적 책임을 이행하고 있음을 인증함
- 2021년 기준 3,000개의 기업이 비콥 인증을 취득하기 위해 인증 신청서를 제출했고 이 중 1,200여 개 기업이 인증을 취득함
 - 2020년~2021년 기준 6,000개 이상의 기업이 인증 신청서를 제출했고, 이는 2018년~2019년 대비 38% 증가한 수치임
- 식품 기업으로는 영국의 슈퍼마켓 체인인 Waitrose, 온라인 유기농 식품 유통채널인 벨기에의 Kazidomi, 수익의 5%를 식량 빈곤 퇴치 단체에 기부하는 농산물 배송서비스 기업 Oddbox 등의 식품 기업이 비콥 인증을 취득함

3) 2022.10.25.일자 환율 적용(1 EUR = 1,418.57 KRW)

<그림 1 -1> 비콥(B Corp) 인증

	
<p>비콥(B Corp) 인증 마크</p>	<p>비콥 인증을 취득한 식품</p>

*출처: usca.bcorporation.net, thegrocer.co.uk,

□ 친환경적인 포장재를 사용한 식품 소비의 중요성이 부상하며, 플라스틱 포장재 대신 친환경 소재를 사용한 식품 포장에 소비자의 이목이 쏠

- 2021년 재활용 포장재 기업 Trivium Packaging이 발표한 보고서에 따르면 유럽·남미·북미의 1만 5,000명의 소비자 중 57%의 소비자가 친환경 소재로 포장되지 않은 제품을 덜 구매한다고 응답함
 - 54%의 소비자는 식품을 구매할 때 포장재의 지속가능성 여부가 영향을 미친다고 응답함
 - 응답자의 70%는 지속가능한 포장에 된 제품을 구매할 경우 더 많은 비용을 지불할 의사가 있다고 응답했고, 특히 44세 이하인 응답자는 83%가 더 많은 비용을 지불해도 친환경 포장제품을 구매할 의사가 있다고 응답

<그림 1 -2> 친환경 포장제품 예시

		
<p>종이박스로 포장한 파프리카</p>	<p>플라스틱 용기 대신 골판지 용기로 포장한 버섯</p>	<p>비닐 대신 종이로 묶음 포장하고 라벨을 제거한 생수</p>

*출처: 유럽의 친환경 포장업체 홈페이지(karlknauer.com)

II. ESG 관련 주요 정책 동향

1. 환경(E)

□ 2021년 7월, 유럽연합은 탄소 중립을 위해 ‘책임 있는 식품사업 및 마케팅 실천을 위한 EU 행동강령(EU Code of Conduct for Responsible Food Business and Marketing Practices)’ 을 발표

<표 II -1> EU의 식품사업 및 마케팅 실천을 위한 행동강령 목표와 내용

구분	목표	내용
1.	유럽 소비자들을 위한 건강하고 균형 잡힌 지속가능한 식단을 제공	- EU 내 영양실조와 식사와 관련한 비전염성 질병의 역전 - 2030년까지 식품 소비의 환경발자국 ⁴⁾ 절감
2.	식품 폐기물과 손실의 방지 및 감축	- 소매 및 소비자 단계에서 발생하는 1인당 식품 폐기물의 50% 절감 - EU 식품 생산 및 공급사슬의 식품 손실 절감
3.	2050년까지 유럽 내 식품 체인의 기후 중립 달성	- 2030년까지 자체 운영으로 발생하는 순 배출량 절감 - 2030년까지 EU 식품사슬의 온실가스 배출량의 55% 절감 목표
4.	유럽 내 식품 체인의 순환과 자원효율성 최적화	- 자체 운영의 자원 효율성을 제고하고, 2030년까지 에너지 및 천연자원의 지속가능하고, 효율적인 사용 및 관리에 기여 - 2030년까지 식음료 포장의 지속가능성을 높이고, 모든 식음료 포장의 순환경제 달성을 위해 노력
5.	모두를 위한 지속가능한 경제성장, 일자리, 적절한 근무환경을 일관적이고 포용적으로 보장	- 2030년까지 식품가치사슬에 속해있는 기업의 회복력과 경쟁력 향상 - 모두를 위한 양질의 일자리, 숙련된 직원, 안전하고 포용적인 근무환경 달성
6.	파트너십을 통한 유럽 식품공급사슬의 지속가능한 가치 창출	- 2030년까지 식품가치사슬에 속해있는 기업의 회복력과 경쟁력 향상 - 2030년까지 지속가능한 생산을 위한 지속적인 발전, 지속가능한 경영과 천연자원의 효율적인 사용에 기여 및 동물복지 제고
7.	식품공급사슬에서 지속가능한 재료 조달	- ‘생태계와 생물다양성 보존을 위한 산림벌목 및 황폐화, 자연 서식지 파괴 등에 영향을 미치지 않는 상품 공급사슬로의 전환 달성 - 글로벌 식품공급사슬에서의 사회적인 성과 향상

*출처: 「Launch of EU Code of Conduct on Responsible Food Business and Marketing Practices」, USDA

4) 제품의 생애 주기에서 발생하는 환경 영향 및 부하 정도를 나타내는 것으로, 사업자의 환경 대응을 평가하는 지표 중 하나

□ 2022년 5월, 유럽연합은 탄소국경조정제도(CBAM, Carbon Border Adjustment Mechanism)의 수정안을 발표

- 탄소국경조정제도란 역외에서 생산한 고탄소 배출 제품에 대해서도 탄소세를 부과하는 제도
- 기존 유럽연합 집행위원회가 2021년 발표했던 입법안에서 규제가 더욱 강화되는 방향으로 수정됨

〈표 II -2〉 탄소국경조정제도 개정 사항

구분	기존 사항	개정 사항
도입 시기	2023년~2025년 시범 적용 후 2026년 시행	2023년~2024년 시범 적용 후 2025년 시행
적용품목	철강, 알루미늄, 전기, 비료, 시멘트	철강, 알루미늄, 전기, 비료, 시멘트 (유기화합물, 수소, 암모니아, 플라스틱 추가)
배출범위	직접배출	간접배출 포함 (제품 생산과정에서 사용되는 전기 등)
역외국 제도 인정 여부	별도 조건 없음	명시적인 탄소가격제도만 인정함
집행기구	각 회원국별 집행기구 설치	중앙 집행기구 설치(단일 기구)

*출처: Update: Newly proposed amendments to the CBAM, 회계법인 딜로이트(deloitte)

□ 2020년 3월, 유럽연합은 깨끗하고 경쟁력 있는 유럽을 위해 지속가능한 제품정책체계를 위한 신순환경제행동계획(New Circular Economy Action Plan)을 발표

- 지속가능한 제품과 서비스, 소비패턴의 변화를 통한 생산 단계에서의 폐기물 절감 등을 위한 강력하고 일관성 있는 제품정책
- 일반적인 제품의 수명주기인 자원의 생산→소비→폐기의 선형적인 구조를 탈피하기 위한 방안으로, 지속가능한 제품 설계, 소비자 권한 강화를 통한 생산의 순환성을 제시

- 설계 단계에서부터 제품이 환경에 미치는 영향을 고려해 제품의 재사용·수리·재활용·내구성 등을 규제할 수 있는 적절한 방법을 검토 중
 - 탄소 및 환경 발자국의 저감, 제품의 성능·내구성·수리·재활용, 에너지 및 자원 효율성 향상, 제품 안전 및 성능의 동시 보장 등이 대상
 - 지속가능한 제품 생산을 위한 원칙은 아래와 같음

〈표 II -3〉 지속가능한 제품 생산을 위한 원칙

구분	지속가능한 제품 설계 원칙
1.	- 제품 내구성·재사용성·재활용성·수리성을 개선하고 유해한 잔류 화학 물질 문제를 해결하며 에너지 효율성 및 자원 효율성을 제고해야 함
2.	- 제품의 성능과 안전을 보장하며 제품 생산 시 사용되는 재활용 물질 함유량을 늘려야 함
3.	- 높은 수준의 재활용과 수리가 가능하게 설계해야 함
4.	- 탄소 및 환경발자국을 감축할 수 있도록 설계해야 함
5.	- 일회성으로 사용되는 설계를 제한하고, 제품이 빠르게 노화되는 상황에 대응해야 함
6.	- 판매되지 않은 내구소비재 ⁵⁾ 의 폐기를 금지하는 법안을 도입해야 함
7.	- 생산자가 판매한 제품의 수명주기 동안 제품 고장 수리 서비스와 같은 성능에 대한 책임을 유지하고 이에 관한 서비스를 제공해야 함
8.	- 디지털 제품 여권 ⁶⁾ , 태그, 워터마크 등으로 제품 정보의 디지털 제공을 촉진해야 함
9.	- 높은 수준의 인센티브를 지급하는 등의 방식으로 제품의 다양한 지속가능성 성과를 보상해야 함

*출처: 「Circular Economy Action Plan-For a cleaner and more competitive Europe」, European Commission

- 소비자에게 비용 절감의 기회를 제공하는 것이 지속가능한 제품정책 실현의 핵심임
 - 소비자는 제품 구매하는 시점에 제품 수명, 수리 서비스의 제공 여부, 수리 매뉴얼과 부품 판매 등과 같은 제품에 대한 믿을 수 있는 정보를 제공받아야 함
 - 지속가능성 라벨 및 로고 등으로 정보를 제공할 수 있는 수단을 마련해 그린 워싱, 빠른 제품 노후 등에서 소비자를 보호해야 함

5) 내구소비재(Durable Goods): 일상생활에서 직접 쓰게 되는 소비재 가운데 텔레비전, 냉장고, 라디오 등과 같이 오랜 기간 사용할 수 있는 기구
 6) 디지털 제품 여권(Digital Product Passport): 전자제품에 발급되는 것으로, 해당 전자제품의 부품 원산지과 구성, 수리 및 해체 가능 여부, 수명 정보 등의 정보를 기재

□ 2022년 3월, 신순환경제 행동계획의 일환으로 지속가능한 제품정책(Sustainable Product Policy)이 시행

- 유럽연합 역내에서 생산되거나 판매되는 모든 제품의 지속가능성을 위한 기술 표준을 제시
 - 제품의 생산부터 폐기까지의 모든 단계의 지속가능성을 규제하는 정책들의 일관성 개선을 목표로 함
- 또한, 친환경디자인 지침(Ecodesign Directive)을 발표, 회원국 간의 환경 디자인 및 에너지 라벨링에 대한 통일된 표준을 발표
 - 위 표준의 요구사항을 충족한 제품만이 유럽연합 역내에서 판매될 수 있음
 - 컴퓨터, 냉장고, 건조기 등의 에너지 사용량이 높은 가전제품에 주로 적용되는 표준이며, 2022년 10월 기준 식품에 관한 표준은 존재하지 않음

2. 사회(S) · 지배구조(G)

- 2022년 9월 유럽연합 집행위원회는 강제 노동이 동원되어 생산된 제품의 수입을 금지하는 규제안(2022/0269)⁷⁾ 제시
 - 강제 노동을 통해 생산된 제품의 유럽 내 판매 · 수출을 금지함으로써 유럽뿐만이 아닌 공급망 전체의 노동자 인권을 규제 · 보호해 세계적인 노동자 인권 향상에도 기여하고자 함
 - 역내 · 외를 불문하고 EU 시장에서 판매 · 수출되는 모든 제품과 그 부품까지 적용 대상
 - 제품과 관련된 가공 등의 작업을 포함해 생산, 제조, 수확 및 추출 등의 모든 제품 생산 단계에서 강제 노동이 적용된 제품의 수입을 금지해야 한다고 명시
 - 신발, 의류, 목재, 코코아, 생선 등이 규제 대상으로 지목됨
 - 강제 노동 제품의 수입규제안은 유럽연합 의회 · 의사회를 거쳐 2025년 말에서 2026년 초에 시행될 것으로 예상
 - 각 회원국이 강제 노동으로 생산되었을 것이라고 우려되는 제품에 대해 별도의 조사 과정을 거쳐 강제 노동 여부를 판단하고 금지 조치를 시행함
- 또한, 영국은 2015년부터 노동자의 인권 보호를 위한 현대판 노예법(Modern Slavery Act)을 시행 중
 - 영국 현대판 노예법(Modern Slavery Act)의 대상은 연간 매출액이 3,600만 파운드(한화 약 587억 2,248만 원)⁸⁾ 이상인 모든 회사

7) Proposal for a Regulation of the Europe Parliament and of the Council on Prohibiting products made with forced labour on the Union market

8) 2022.10.25.일자 환율 적용(1 GBP = 1,631.18 KRW)

- 조직 운명 및 공급망에서의 현대판 노예 제도⁹⁾를 식별하기 위한 노력, 예방 및 완화를 위해 취한 조치를 연간 현대판 노예 선언문을 통해 발표해야 함

〈표 II-4〉 기업의 현대판 노예 선언문 구성 내용

구분	현대판 노예 선언문에 포함되어야 하는 내용
1	- 조직 구조 및 공급망 구조
2	- 현대판 노예와 인신매매 방지에 관한 정책
3	- 실사 프로세스
4	- 위험 평가 및 관리 방안
5	- 현대판 노예를 방지하기 위해 취한 조치
6	- 현대판 노예 및 인신매매에 대한 직원 교육

*출처: sedex.com

- 유럽 내에서 지배구조(G)에 대한 직접적인 정책은 시행된 바 없으며, 주로 기업 주도하에 경영 측면의 투명성 개선·다양성이 있는 이사회 구성 등이 이루어짐

9) 현대판 노예: 강제 가사노동, 성매매, 강제노동, 보세노동, 아동노동, 강제결혼 등으로 피해를 입은 사람

3. ESG 전반

□ 2022년 2월 유럽위원회는 기업 공급망 내에서의 인권 보호와 환경 보호를 위해 기업의 지속가능성 실사 지침(Directive on Corporate Sustainability Due Diligence)을 채택

- 기업의 지속가능성 실사 지침은 기업 경영, 자회사 및 공급망 전반에 적용됨
- 위 지침의 적용 대상이 되는 기업의 기준은 다음과 같음

〈표 II -5〉 기업의 인권 · 환경 · 지배구조 실사 내용

그룹 1 (일반 기업)	- EU 내 기업 중 유럽 역내 · 역외를 포함한 근로자가 500명 이상인 기업
	- EU 내 기업 중 유럽 역내 · 역외를 포함한 매출 규모가 1억 5천만 유로(한화 약 2,127억 8,550만 원) 이상인 기업
그룹 2 (섬유 · 농업 · 광물추출과 같은 고위험 산업 기업)	- EU 내 기업 중 유럽 역내 · 역외를 포함한 근로자가 250명 이상인 기업
	- EU 내 기업 중 유럽 역내 · 역외를 포함한 매출 규모가 4천만 유로(한화 약 567억 4,280만 원) 이상인 기업
그룹 3	- 그룹 1, 그룹 2의 조건을 만족하면서 EU에서 활동하는 비 EU 기업

*출처: 유럽연합 홈페이지(ec.europa.eu)

- 실사 대상은 인권, 환경, 지배구조로 규정되어있으며, 인권, 환경, 지배구조의 평가 내용은 아래와 같음

〈표 II -6〉 기업의 인권 · 환경 · 지배구조 실사 내용

1.	- 인권 · 환경 · 지배구조에 대한 부정적인 영향을 확인 및 평가해야 함
2.	- 인권 · 환경 · 지배구조에 대한 부정적인 영향을 예방, 완화 및 중단하는 조치를 시행해야 함
3.	- 실시 정책 및 관련 조치의 효과를 모니터링
4.	- 부정적 영향과 이를 위한 조치 내용, 조치의 효과를 공개적으로 보고 · 설명해야 함
5.	- 적절한 대응 및 피해 구제를 위한 조치를 취해야 함

*출처: 유럽연합 홈페이지(ec.europa.eu)

III. 식품 기업의 ESG 경영 적용 사례

1. 환경(E)

□ 탄소 배출량 절감과 탄소 중립을 선언한 기업 사례는 아래와 같음

- 세계 최대의 프리미엄 주류회사인 DIAGEO(디아지오)는 제품의 생산·유통·판매과정의 탄소 배출량을 50% 감축
 - 제품 용기의 무게를 16.2% 줄여 운송 시 발생하는 탄소 배출량을 줄임
- 영국의 다국적 식품 기업 Unilever(유니레버)는 2030년까지 온실가스 배출량 제로(Zero)를 달성하겠다는 목표를 발표
 - 2021년 기준 온실가스 배출량의 64% 감축에 성공함
- 글로벌 제과 회사인 MARS(마즈)는 2025년까지 공장·사무실에서 배출하는 탄소량을 42% 줄이고, 2040년까지 순 탄소 배출량 제로(Zero)를 달성, 탄소 중립을 이루겠다고 선언
 - 이를 위해 전체 공급망에 혁신이 필요하다고 판단, 탄소 발자국을 줄이며 원재료를 효율적으로 생산하기 위해 공급 사슬에 있는 농부들의 지속가능한 농업 관행 개선 등을 위해 노력함
- 축산기업 Dawn Meat(던미트)는 육류 가공 시 발생하는 탄소 배출량 감축을 위해 신기술을 도입
 - 새로운 기술의 도입으로 운송과정에서 발생하는 탄소배출량 역시 감축되어, 연간 온실가스 감축 목표의 20%를 신기술 도입을 통해 감축할 수 있다고 발표
- 주류회사인 Heineken(하이네켄)은 맥주 양조에 사용되는 연료를 재생에너지로 대체해 탄소 배출량을 절감함
 - 2018년 160만 톤이었던 탄소 배출량을 2021년 130만 톤으로 2018년 대비 18.7% 감축했으며, 2018년 기준 16%였던 재생에너지 사용 비중을 2021년 27%까지 확대해 2018년 대비 재생에너지 사용 비중이 68.7% 증가함

- 글로벌 식품 기업인 DANONE(다논)은 재생 농법을 활용하는 농가의 납품 비중을 늘림
 - 2021년, 목표였던 15%의 납품 비중을 초과 달성해 재생 농법 활용 농가로부터의 납품 비율 19.7%을 달성함

□ 친환경 포장을 자사 제품에 적용한 기업 사례는 다음과 같음

- 다국적 식품 기업 Unilever(유니레버)는 2025년 재활용 플라스틱 사용 비중을 50%까지 확대하고, 플라스틱 포장에 100% 재사용·재활용이 가능하거나 생분해되는 플라스틱을 사용하겠다고 발표
- 글로벌 식품 기업인 DANONE(다논)은 불필요하거나 문제가 있었던 포장을 줄이고 재생 플라스틱의 사용을 늘려 포장 폐기물을 단계적으로 줄임
 - 2025년까지 지속적인 모니터링을 통해 재활용·재사용할 수 있거나 생분해되는 포장으로 전환을 이룰 것이라고 발표
- 글로벌 식품 기업인 Ferrero Group(페레로 그룹)은 2025년까지 재사용·재활용 가능 포장재, 생분해 포장재 등의 친환경 포장재 사용률 100%를 달성하겠다고 발표
 - 2021년 재사용·재활용 포장재 및 생분해 포장재 사용률 83%를 달성함

<그림 III-1> 친환경 포장제품 예시

		
<p>Unilever의 친환경 포장제품</p>	<p>Danone의 친환경 포장한 생수</p>	<p>Ferrero Group의 친환경 소재로 포장한 초콜릿</p>

*출처: packaging-360.com, aqua.co.id, ferrero.com

- 세계 최대의 프리미엄 주류회사인 DIAGEO(디아지오)는 제품 용기에 사용되는 재사용 물질의 비율을 60%까지 확대하고 2025년까지 플라스틱 재활용률 100%를 달성하겠다고 발표
 - 2021년 기준 디아지오의 플라스틱 재활용률은 72.0%를 기록함

□ 폐기물 감소 목표를 제시한 기업 사례는 다음과 같음

- 다국적 식품 기업 Unilever(유니레버)는 공장에서 발생하는 무해한 매립 폐기물 배출을 중단하고 기업 운영과정에서 발생하는 음식물 쓰레기의 50%를 2025년까지 절감하겠다고 발표
- 세계 최대의 프리미엄 주류회사인 DIAGEO(디아지오)는 2030년까지 공급망에서 발생하는 매립 폐기물과 회사의 직접 운영과정에서 발생하는 폐기물을 없애겠다는 목표 발표
 - 2021년 공급망에서 발생하는 매립 폐기물과 직접 운영과정에서 발생하는 폐기물을 90.6% 줄임

□ 환경 보호의 목표를 제시한 식품 기업 사례는 다음과 같음

- 다국적 식품 기업 Unilever(유니레버)는 2030년까지 150만 ha의 육지, 숲, 바다를 보호하고 재생하도록 지원하며, 주요 공정에 필요한 농작물을 모두 지속가능한 방법으로 조달하겠다는 목표를 설정
- 글로벌 제과 회사인 MARS(마즈)는 2025년까지 코코아를 산림파괴 없이 공급하겠다고 지속가능한 공급망으로 전환할 것을 발표
- 다국적 식품 기업 Nestle(네슬레)는 재생 농업 시스템을 구축한 First Milk와 납품 계약을 체결함
 - First Milk는 잣소들 일반적인 풀과 클로버로 구성된 목초지보다 다양한 식물로 구성된 초원의 풀을 먹이로 주어 질소 비료 사용량을 줄이고 토양의 질을 높임

2. 사회(S)

□ 공급망에서 발생하는 노동자 인권 침해를 보호하기 위한 기업 사례는 다음과 같음

- 영국의 제빵회사인 Greggs(그렉스)는 공정 무역으로 원재료를 공급해 지역 간 불균형 해소에 기여하고자 함
 - 그렉스는 커피콩, 사과 주스, 오렌지 주스, 바나나, 사탕수수 등을 공정 무역 제품으로 공급해왔으며, 이로 인해 17년간 160만 파운드(한화 약 26억 988만 8,000원) 이상의 가치가 발생했다고 발표
- 독일의 슈퍼마켓 체인인 LIDL(리들)은 헤이즐넛 생산 공급망에서 아동 노동자의 권리 강화를 위해 ‘We Stop Child labour’ 캠페인을 진행함
 - 리들은 아동노동에 대해서 무관용 원칙을 적용, 공급망에서 아동권리 위반이 발생할 시 협력사에 즉각적인 문제 해결을 요구하고 협력사와 협력해 사태 해결을 위해 노력함

□ 지역사회와 상생하기 위한 식품 기업의 사례는 다음과 같음

- 영국의 식품 기업 Compass Group(컴패스 그룹)은 잉여 식품을 지역사회에 기부
 - 코로나19로 생계가 어렵거나 병동에 근무하는 근무자·자원봉사자, 노숙자 보호소 등에 25톤의 식품을 기부함
- 벨기에의 주류회사인 AB InBev(앤하이저 부시 인베브)는 지역 농가·노동자와 상생하고자 함
 - 2022년 유럽에 찾아온 가뭄으로 농업용수가 부족해지자 양조 과정에서 사용되는 물을 정수하여 2,000만 리터의 정제수를 지역 농가에 농업용수로 기부해 지역사회와 상생하고자 함
 - 또한, 기술과 지식을 공유해 협력업체의 발전을 지원하고 공급망 구성원들 간의 관계를 강화함으로써 생산성과 효율성을 증대함

<그림Ⅲ-2> 지역사회와 상생하는 식품 기업의 사례



Compass Group의 잉여 식품 기부



2,000만 리터의 물을 농업용수로 제공한 AB InBev

*출처: compass-group.co.uk, brewing4.eu

□ 식품 기업 내의 평등, 다양성 제고를 위해 노력한 사례는 다음과 같음

- 주류회사인 Heineken(하이네켄)은 2025년까지 임원진 내 여성의 비율을 40%까지 달성하겠다는 목표를 설정
- 글로벌 식품 기업인 DANONE(다논)은 여성 임원 비율을 늘리고, 성별에 따른 임금 격차 지수를 줄여 기업 내 양성평등을 실현하고자 함
 - 2021년 기준 여성 임원진의 비율은 전년 대비 8% 증가한 25%를 기록
 - 2021년 성별 임금 격차 지수는 3.1로, 전년 대비 3.1%로 감소
- 다국적 식품 기업 Unilever(유니레버)는 2025년까지 기업의 다양성과 평등, 단합을 위해 연간 20억 유로(한화 약 원)를 예산으로 편성하겠다고 발표함
- 글로벌 제과 회사인 MARS(마즈)는 코코아 농장에서 일하는 여성 노동자의 사회적인 지위 향상을 위한 ‘Women for Change 프로그램’ 을 운영
 - 전통적으로 남성 위주의 의사결정이 내려지는 코코아 농장에서 여성 노동자가 사업과 지역 사회 개발에 참여할 수 있는 권한을 부여, 여성 노동자의 사회적·경제적 권한을 강화함

3. 지배구조(G)

- 구성원의 의견을 효율적으로 반영하고 투명한 경영구조를 만들기 위해 노력한 식품 기업의 사례는 다음과 같음
 - 덴마크의 식품 기업인 Danish Crown(데니쉬 크라운)은 협업 관계에 있는 농부들과 회사의 지분을 분담함으로써 건전한 회사 경영과정을 확립하고자 함
 - 5,620명의 농부들이 데니쉬 크라운에 대한 지분을 보유하고 있으며, 주주총회에서 투표권을 행사해 회사 운영에 참여함
 - 덴마크의 식품 기업인 Arla Foods(알라 푸드)는 협력 관계에 있는 낙농업자의 의견을 대변할 수 있는 경영구조를 확립함
 - 알라와 협력하는 8,956명의 낙농업자에게 지분을 분배함으로써 주주총회에서 이사회 선출에 투표권을 행사해 낙농업자의 의견을 표출할 기회를 제공함
 - 글로벌 식품 기업인 DANONE(다논)은 투명한 로비 시스템을 구축하기 위한 Responsible Lobbying¹⁰⁾을 이행함으로써 경영의 투명성을 확보하고 기업의 경영구조를 개선하고자 함

10) 조직이 로비를 투명하게 하기 위해 취해야 하는 원칙과 단계

IV. 요약 및 결론

1. 이슈 및 트렌드

- **친환경·지속가능성에 대한 인식이 높아지며 유럽 소비자는 식품의 맛과 품질뿐만 아니라 환경에 미치는 영향까지 고려**
 - 식품의 탄소 발자국을 줄이고 식물성 대체 식품을 선호하는 지속가능한 식생활에 대한 소비자 수요가 증가
 - 2020년 식물성 식품의 시장규모는 65억 5,890만 달러(한화 약 9조 4,382억 5,710만 원)로, 전년 대비 10.6% 성장함
 - 제로 웨이스트(Zero Waste)를 추구해 포장 폐기물과 버려지는 잉여 식품 폐기물을 남기지 않으려는 소비 트렌드가 발생
 - 소비자의 지속가능성에 대한 인식이 제고되며, 유기농 식품이 친환경적인 재배 방식으로 인해 선호됨
 - 2020년 유럽의 유기농 식품 소매 매출액은 448억 유로(한화 약 원)로, 2010년 이후 연평균 9.5%로 꾸준히 증가하는 추세
 - 친환경적인 식품 포장을 선호하는 소비자가 증가
 - 많은 소비자가 식품 포장을 고려하여 구매 결정을 하며, 포장 폐기물을 배출할 우려가 있는 식품 구매는 기피함
- **식품 기업 또한 강화되는 유럽의 규제와 소비자 선호에 맞추어 지속가능성에 초점을 맞춘 제품을 출시하는 추세**
 - 기업의 윤리적·사회적 경영을 중요시하는 소비자가 증가하며 사회적·윤리적 기업 경영을 인증해주는 인증을 취득하고자 하는 기업이 증가
 - 사회적 책임을 다하고 직원의 복리후생, 자선활동, 공급망 관리 등을 충실히 운영하고 있으며 투명하게 경영되는 기업임을 인증하는 B Corp(비콕) 인증을 취득하고자 하는 기업이 증가함

2. 정책 사례

- 유럽연합은 환경 부문과 사회 부문에 초점을 맞춰 정책을 수립하고 있으며 국제 통상정책을 강화하여 세계 ESG 정책의 방향을 선도하고자 함
 - 2021년 7월 ‘책임 있는 식품사업 및 마케팅 실천을 위한 EU 행동강령’ 을 발표해 식품산업 종사자에게 ESG 경영을 권고함
 - 2022년 5월, 탄소국경조정제도(CBAM) 수정안을 통해 탄소 배출 규제를 더욱 강화함
 - 적용품목의 간접적인 탄소 배출까지 규제하며 본격적인 도입 시기를 단축하고 적용 품목을 확대하는 등 탄소배출량이 많은 품목에 대한 규제를 더욱 강화함
 - 2022년 3월, 지속가능한 제품 순환 경제 시스템 확립을 위한 신순환경제행동계획을 발표
 - 이는 자원의 생산→사용→폐기로 이루어진 기존 구조와 다른 자원의 생산→사용→재사용·재활용으로 이루어진 순환하는 제품정책 체계임
 - 제품의 재사용·내구성·수리가능여부 등을 규제하기 위해 지속가능한 제품 생산을 위한 원칙을 제시함
 - 유럽 역내에서 생산·판매되는 모든 제품의 지속가능성을 확보하기 위해 ‘지속가능한 제품정책’ 이 시행
 - 품목별 기술 표준을 제시해 제품의 지속가능성을 규제하는 정책들의 일관성 개선을 목표로 함
 - 2022년 9월, 강제 노동이 동원되어 생산된 제품의 수입을 금지하는 규제안을 제시함
 - 2022년 2월, 기업 공급망 내에서의 인권·환경 보호를 위한 ‘기업의 지속가능성 실사 지침’ 이 채택
 - 적용 대상 기업은 기업 공급망 내 근로자의 인권·환경 보호·지배구조에 대한 실사를 진행해야 함

3. 기업 사례

〈표Ⅳ-1〉 EU 식품 기업 분야별 ESG 경영사례(요약)

구분	기업명	ESG 경영사례
E	DIAGEO	· 제품 용기의 무게를 줄여 탄소배출량을 50% 감축 · 2025년 플라스틱 재활용률 100% 달성 예정 · 2030년 공급망을 포함한 기업 운영 시 발생하는 폐기물 제로 달성 예정
	Unilever	· 2030년 온실가스 중립 달성 예정 · 2025년 재활용 플라스틱 사용 비중을 50%까지 확대 · 2025년 기업 운영 시 발생하는 음식물 폐기물 50% 절감 예정 · 2030년 주요 공정에 필요한 농작물을 지속가능한 방법으로 조달 예정
	MARS	· 2025년 탄소배출량 42% 감축 및 2040년 탄소 중립(Net Zero) 달성 예정 · 2025년 산림파괴 없는 코코아 공급망으로 완전 전환 예정
	Dawn Meat	· 제품 가공 시 발생하는 탄소배출량을 줄이기 위한 신기술 도입
	Heineken	· 맥주 양조과정에서 사용되는 연료를 재생에너지로 대체해 탄소 배출을 2018년 대비 18.7% 감축
	DANONE	· 재생 농법을 활용하는 농가로부터 납품받는 비중을 확대함 · 포장을 간소화하고 재생 플라스틱 사용을 늘려 포장 폐기물 절감
	Ferrero Group	· 2025년 친환경 포장재 사용률 100% 달성 예정
	Nestle	· 목초지 보호를 위해 재생 농업 시스템을 구축한 기업과 협력 체결
S	Greggs	· 공정 무역 원재료 수급으로 지역 간 불균형 해소 노력
	LIDL	· 공급망 내에서 아동 노동자의 권리 강화를 위한 캠페인 진행
	Compass Group	· 잉여 식품을 지역사회의 병원, 학교, 노숙자 보호소 등에 기부
	AB InBev	· 가공용 물을 정화해 지역 농가에 농업용수로 무료 제공함
	Heineken	· 2025년 임원진 내 여성 임원 비율 40% 달성 예정
	DANONE	· 기업 내 양성평등 실현을 위해 성별에 따른 임금 격차 해소 노력
	Unilever	· 2025년 기업의 다양성·평등을 위한 연간 20억 유로의 예산 편성
MARS	· 공급망 내 여성 노동자의 사회적·경제적 지위 향상을 위한 프로그램 운영	
G	Danish Crown	· 협업 관계의 농부에게 지분 부여, 기업 운영에 참여하도록 함
	Arla Foods	· 주요 공급망인 낙농업자의 의견을 대변할 수 있도록 경영구조 확립
	DANONE	· 경영 투명성 확보와 경영구조 개선을 위한 프로그램 운영 중

※ 참고문헌 및 참고사이트

1	Food trends: what we' ll be eating in 2022(THE WEEK, 2022.01.21.)
2	스태티스타(statista.com)
3	「Plant-based meat for a growing world」, Good Food Institute,
4	An Environmentally Friendly Food Trend You Should Explore This Year(In Fitness And In Health, 2021.08.31.)
5	지난해 3000개 기업 도전... '비콥 인증' 이 뭐길래(한경 ESG, 2022.02.15.)
6	비콥 인증 사이트(bccorporation.net)
7	친환경포장업체 Karlknauer 사이트(karlknauer.com/en)
8	Consumer demand for sustainable packaging holds despite pandemic(Food dive, 2021.04.27.)
9	유럽연합, 2050 탄소중립 위해 '책임 있는 식품사업 및 마케팅 실천을 위한 EU 행동 강령' 발표 (FoodICON, 2021.10.12.)
10	「European Union: Launch of EU Code of Conduct on Responsible Food Business and Marketing Practices」, USDA
11	Update: Newly proposed amendments to the CBAM (Deloitte)
12	「Circular Economy Action Plan- For a cleaner and more competitive Europe」, European Commission
13	「Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on prohibiting products made with forced labour on the Union market」, European Commission
14	「DIAGEO Annual Report 2022」, DIAGEO
15	「Unilevert Annual Report amd Accounts 2021」, DIAGEO
16	식품 기업 페레로그룹 홈페이지(ferrero.com)
17	식품 기업 MRAS 홈페이지 (mars.com)
18	Dawn Meats and Dunbia sign agreement to minimise carcass waste, (Agriland, 2022.02.03.)
19	「DANONE Integrated Annual Report 2021」, DANONE
20	식품 기업 First milk 홈페이지(firstmilk.co.uk)
21	식품 기업 Nestle 홈페이지(Nestle.co.uk)
22	「Heineken N.V. Annual Report 2021」, Heineken
23	식품 기업 Compass Group 홈페이지(compass-group.co.uk)
24	식품 기업 AB In Bev 홈페이지(ab-inbev.com)
25	비영리 공정무역 재단 The Fairtrade Foundation 홈페이지(fairtrade.org.uk)
26	UN Global Compact 홈페이지(http://unglobalcompact.kr/)
27	「Danish Crown Annual Report 20/2021」, Danish Crown