



# 팜유 바이어 스코어카드

팜유 구매 기업의 지속가능성 평가 보고서:  
자연을 위한 10년의 시작

(2021년 판) 요약본



### WWF(World Wide Fund for Nature, 세계자연기금)

WWF는 1961년 설립된 세계 최대 비영리 국제 자연보전기관으로, 세계 100여개 국가에서 글로벌 네트워크를 통해 500만 명 이상의 후원자와 함께 활발히 활동하고 있습니다. WWF는 인간과 자연이 조화롭게 살아가는 미래를 만들고자 합니다. 이를 위해 생물다양성을 보전하고, 재생 가능한 자연자원을 지속가능한 이용 방식으로 유도하며, 환경오염 및 불필요한 소비를 줄이고자 인식 증진 활동에 힘쓰고 있습니다. WWF-Korea(세계자연기금 한국본부)는 지난 2014년 공식 설립되었습니다. 더 많은 정보는 [wwf-korea.or.kr](http://wwf-korea.or.kr)에서 확인할 수 있습니다.

WWF는 이번 보고서에 재정 지원을 한 지구환경금융(Global Environment Facility) 측에 감사를 표합니다.



### 국문 발간 관련 내용

**발행인:** 홍윤희  
**발행처:** WWF-Korea (세계자연기금 한국본부)  
**발행일:** 2020년 10월  
**번역 감수:** 황주원, 박민혜, 권연주

### 스코어카드

스코어카드는 지속가능한 팜유를 목표로 제조기업과 유통기업, 숙박 및 식음료 서비스기업이 이행 중인 선언과 행동을 평가함으로써 팜유 사용에 있어 투명한 문화를 조성하는 데 일조합니다.

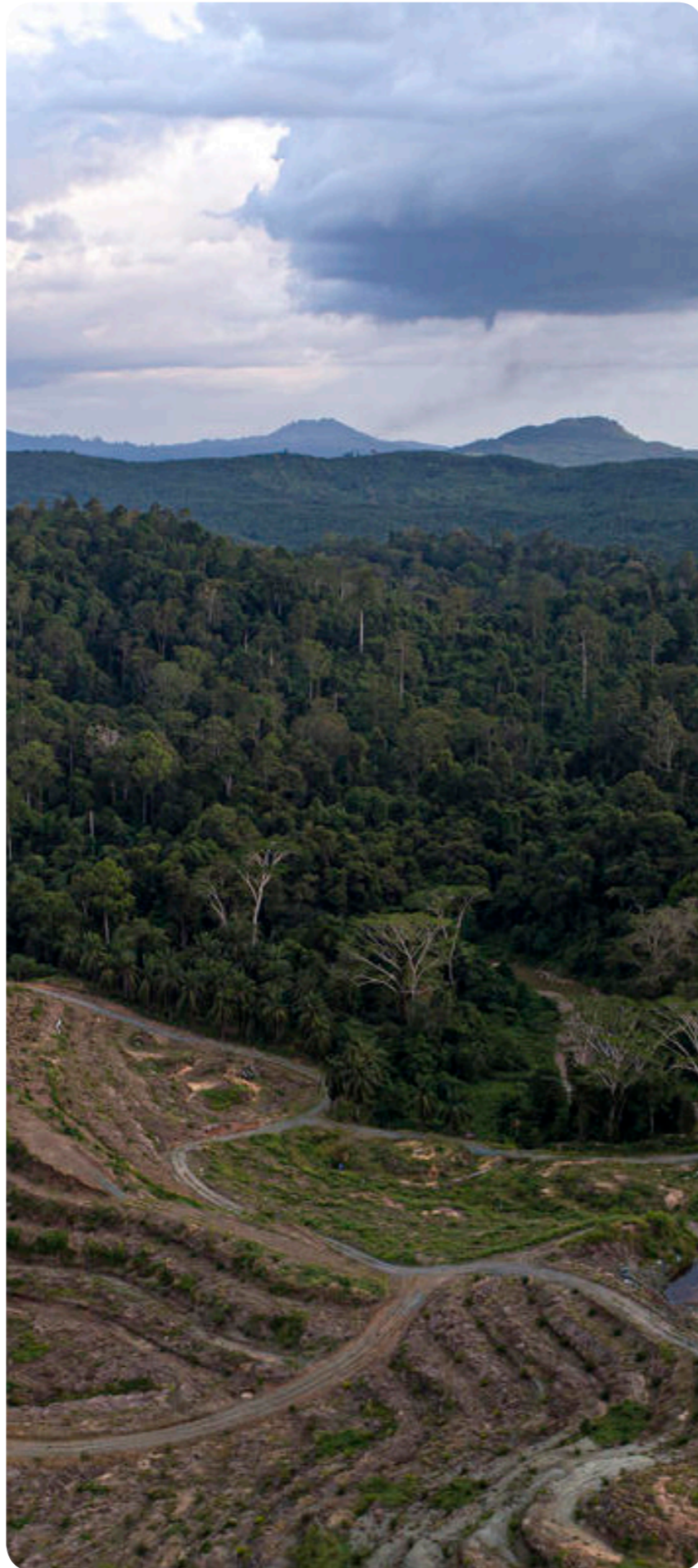
[palmoilscorecard.panda.org/](http://palmoilscorecard.panda.org/)

### 유의사항

이 PDF에 기록된 정보는 2021년 9월 27일 기준 스코어카드의 데이터를 반영합니다. 최신 데이터는 온라인 스코어카드를 참조하시기 바랍니다.

스코어카드를 만들기 위해 WWF는 모든 평가 기업을 대상으로 광범위한 설문지 작성을 요청했습니다. 기업의 답변에 대해서는 기업별로 공개된 정보 및 조달 정책, 지속가능성 보고서를 통해 입증하도록 체계적으로 요구했습니다. WWF는 기업들이 '지속가능한 팜유 협의회(RSPO)'로 보고한 연례 보고서(ACOP)와 대조해 응답을 검증하는 등 모든 정보의 정확성과 명확성을 보장하기 위해 최선의 노력을 다하였으나, 정보의 정확성과 명확성은 기업의 투명하고 진실한 응답 태도에 달린 것이기도 합니다. 따라서 보고서에 담긴 성과는 기업 차원의 자체 보고일 뿐 WWF의 보증 또는 후원, 추천으로 이루어지거나 이를 의미하지 않습니다. 스코어카드 사용자는 직접 데이터를 확인하시고 오류 발견 시 WWF 및 관련 기업에 반드시 공유해 주시기 바랍니다.

2021년 10월 WWF 발행.  
 전체 또는 일부 복제 시 제목을 언급하고 상기 발행인을 저작권자로 명시할 것.



## 자연과 인간 모두에게 이로운 시장을 위해



WWF-Korea  
 사무총장  
 홍윤희

올해 기록적인 폭염으로 세계 곳곳에서 발생한 자연 산불이 연일 이슈가 되었습니다. 화재로 인해 자연이 훼손되고 수 많은 야생동물들과 지역사회가 목숨의 위협을 받는 등 측정할 수 없을 정도로 막대한 경제적, 환경적 피해가 발생했습니다.

우리 지구의 숲과 산은 자연 발생 산불뿐 아니라 삼림 벌채와 화전 등의 인간 활동으로 인해 매년 대규모로 파괴되고 있습니다. WWF에서는 연구 결과를 통해 인간 유래 산림 파괴의 큰 부분이 농산물(Agricultural Commodity)의 생산에서 비롯된다는 것을 사실을 밝혔습니다.

대표적인 농산물 중 하나인 팜유는 생물다양성 보전의 가치가 높고 기후회복력(Climate Resilience)을 유지하는 데 중요한 역할을 합니다. 그러나 팜유가 주로 생산되는 동남아시아 열대우림 지역에서는 지속가능하지 않은 팜유 생산방식으로 인한 산림 파괴와 생태계 전환 그리고 인권 침해 등의 피해가 심각한 수준입니다. WWF는 2009년부터 지속적으로 '팜유 바이어 스코어카드' 보고서를 발간하고, 지속가능한 팜유 시장을 만들기 위해 활동해왔습니다. 이에 국제 사회의 관심과 노력이 더해지면서 지난 10년 동안 전 세계 많은 기업들이 2020년까지 100% 지속가능한 팜유 조달과 산림파괴 근절을 약속하는 선언을 내놓았습니다.

이번 2021년도 '팜유 바이어 스코어카드' 보고서에서는 그 기업들의 약속 이행과정을 살펴보고, 한국을 비롯하여 수요가 급증하고 있는 신흥 시장의 팜유 구매 기업들의 지속가능한 팜유 관련 활동과 지속가능성 목표 등을 분석했습니다. 또한, 시장을 이루는 생산자, 수요자 그리고 최종 소비자에게 이르기까지 자연과 인간에게 이로운 시장 변화를 위해 함께 노력할 수 있는 내용까지 담았습니다.

이름은 낯설지만, 팜유는 음식부터 화장품, 자동차 연료에 이르기까지 우리 일상생활에 깊숙이 연관된 있는 중요한 자원입니다. 팜유의 지속가능한 전환을 통해 우리가 현재 직면한 지구적 비상사태에 대응할 수 있도록 기업을 비롯한 정부기관, 금융기관, 소비자가 모두 함께해야 합니다. 기업들이 앞장서서 약속을 강화하고 신속한 이행 계획을 수립해야 하며, 다자간 협력으로 확대해 시스템 차원의 변화를 만들어가야 합니다. 이를 달성할 때 자연과 지역사회가 보호되고, 나아가 자연이 발전을 이끄는 세상이 가능할 것입니다. 감사합니다.

# 서론

2021 WWF 팜유 바이어 스코어카드'는 지속가능한 팜유 산업에 대한 서약과 지지표명, 그리고 반드시 이뤄내야 하는 핵심 행동과 관련하여 총 227개의 주요 유통기업, 제조기업, 서비스 기업이\* 이뤄낸 진전과 성과를 평가한 것이다. 2009년 첫 스코어카드 발행 이후로 큰 진전이 있었으나, 아직 많은 부분이 이전과 다른없는 모습을 보였다. 이들 기업의 노력은 세계에서 가장 귀중한 산림과 자연 생태계가 겪고 있는 피해에 대응하기에는 역부족이다.

지난 10년간 수백 개의 기업이 2020년까지 자사 공급망에서 산림 파괴를 근절하겠다는 서약을 발표해 주목을 받았다. 그러나 2020년이 끝나갈 무렵까지도 지구상에서 가장 귀중한 자연 생태계(특히 산림, 이탄지, 초원, 사바나 등)는 계속해서 급속도로 파괴되었다.<sup>1, 2</sup> 자연과 인간의 웰빙(well-being)에 있어 매우 중요함에도, 2004년과 2017년 사이 4,300만 헥타르(ha) 이상이 손실된 산림 파괴 전선(Deforestation Fronts; 산림 파괴 고위험 지역을 연결한 전선)만 해도 24개 전선에 달하는 등 상당수의 생태계가 여전히 위기에 처해 있는 것으로 나타났다.<sup>3</sup> 그중에서도 11개 전선에서는 팜유가 산림 손실 및 서식지 파괴의 주요 원인으로 밝혀졌다.

팜유는 용도가 광범위하고 상대적으로 합리적인 가격 때문에 '세계에서 가장 많이 소비되고 거래되는 식물성 기름'이라는 타이틀을 얻은 것과 같이, 연간 세계 식물성 기름 소비량의 40%, 거래량의 60% 이상을 차지한다.<sup>4</sup> 기름야자 재배지 확대는 전 세계적으로 여러 열대지방의 경제와 지역 공동체, 특히 전 세계 팜유의 85%를 생산하는 인도네시아와 말레이시아에 상당한 경제적, 사회적 혜택을 제공해 왔다. 그러나 팜유 생산은 산림 파괴와 생태계 전환, 생물다양성 손실<sup>6</sup> 및 온실가스<sup>7</sup> 배출의 주요 동인이 된다. 또한 재배지 확대는 토지 수탈, 강제 이주, 인권 침해의 형태로 팜유 생산 지역 내 거주민이나 노동자의 생명을 위협하기도 한다.<sup>8, 9</sup>

팜유 수요는 머지않아 4~6배 증가하여 2020년 7,380만 메트릭 톤(MT)이었던 것이 2050년이 되면 2억 6,400만 MT~4억 4,700만 MT까지 급증할 것으로 예상된다.<sup>10</sup> 이러한 기하급수적 증가는 동남아시아 및 다른 여러 지역(아프리카, 라틴아메리카, 파푸아뉴기니 등)에서 벌어지는 기름야자 개발 및 확장이 지금까지 경험한 환경적, 사회적 영향을 더욱 악화할 것이라는 우려를 낳고 있다. 이러한 리스크를 피하기 위해서는 팜유 바이어 모두의 신속하고 단결된 행동이 필요하다.

## 산림 파괴와 자연 생태계 전환의 차이\*

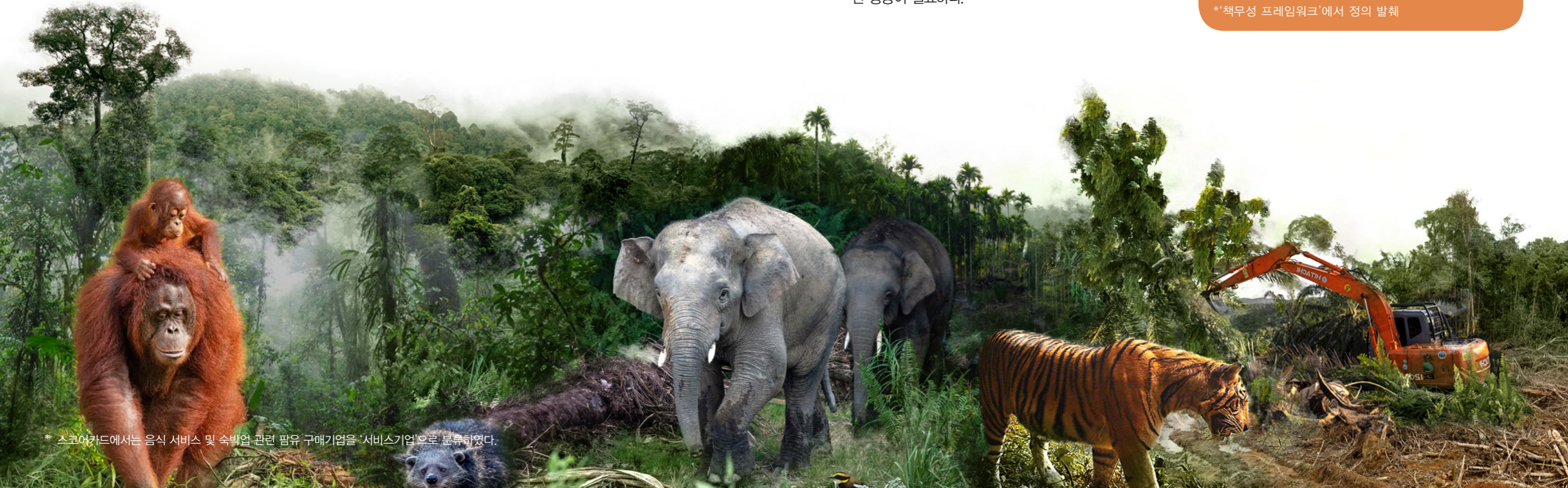
산림 파괴는 산림을 농경 또는 산림 목적 이외의 토지로 변경하거나 산림 생태계를 심각한 수준으로 혹은 지속적으로 황폐화한 결과 발생하는 자연 산림의 손실을 말한다.

자연 생태계 전환은 자연 생태계(산림 외에도 사바나 및 초원, 습지와 같은 생태계로 확장 가능)를 다른 용도의 토지로 변경하거나 생태계 내 생물종의 구성과 구조 또는 기능에 중대한 변화를 가져오는 것을 의미한다.

산림을 비롯한 자연 생태계는 탄소 저장, 생물다양성 보호, 물 공급, 자연재해 완화, 기후변화 적응, 원주민 및 지역 공동체의 웰빙(well-being)을 유지하는 데 있어 매우 중요하다.

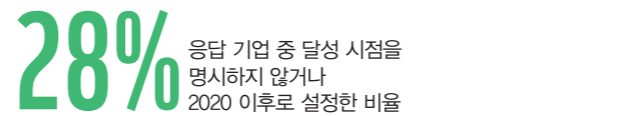
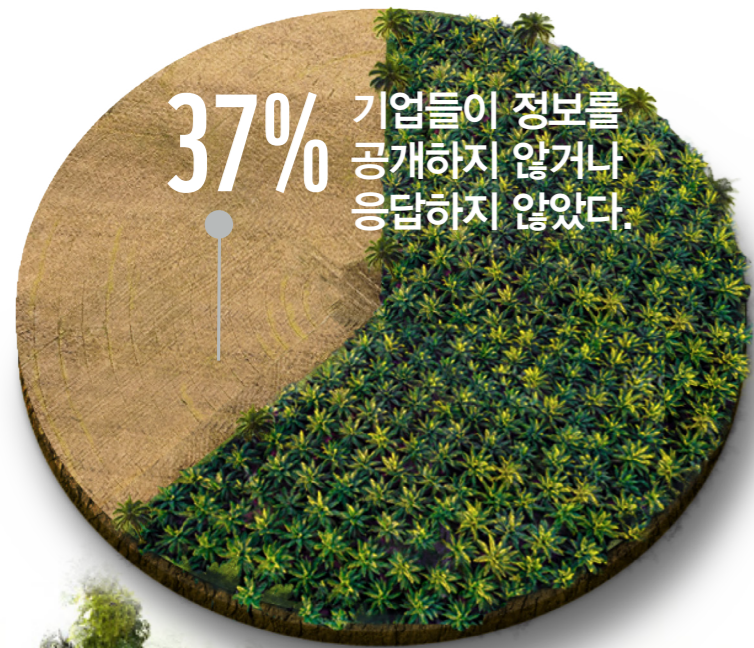
\*'채무성 프레임워크'에서 정의 발췌

\* 스코어카드에서는 음식 서비스 및 숙박업 관련 팜유 구매기업을 '서비스기업'으로 분류하였다.

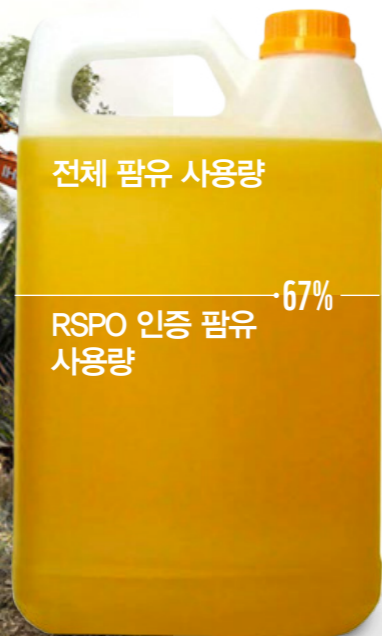


# 227 팜유 바이어 스코어카드 2021의 대상 기업 수

\* RSPO CSPO = RSPO인증 지속가능한 팜유



## 9.7 백만 메트릭톤(MT)



응답 기업의 절반만이 100% RSPO 인증 지속가능한 팜유를 조달

### 지속가능한 플랫폼

94% 응답 기업이 RSPO 멤버

52% 응답 기업이 행동지향적 플랫폼에 참여하고 있었다.



### 공급업체 책무관련

55% 응답 기업은 공급망 내 협력사들에게 산림 파괴 근절 정책을 갖출것을 요구했으나, 단 7%만이 자연 생태계 전환 근절 정책도 요구했다.

85% 응답 기업이 공급망 내 기업들에게 인권 관련 정책 수립을 요구했고, 13%만이 관련된 이해당사자 모두의 인권보호 정책을 요구했다.

26% 응답 기업이 공급망 내 환경적 사회적 약속에 대한 모니터링 시스템을 갖추고 있었다.

37% 응답 기업이 공급업체들에게 공장 혹은 플랜테이션까지의 추적성을 요구했다.

현장 기반 행동  
기업의 비율

30% 소규모  
자작농 지원



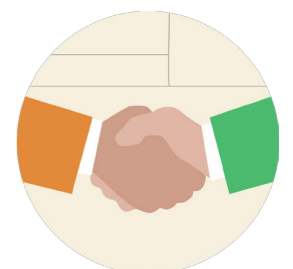
12% 자연 보전  
프로젝트



17% 산림 보호와  
복원 수행



14% 지역 또는 관할권  
중심의 접근 행동



# 주요 조사 결과: 팜유 바이어의 성과

세계적으로 가장 대중적인 식물성 기름인 팜유를 사용하는 바이어들은 글로벌 공급망에서 산림 파괴와 자연 생태계 전환을 근절하는 데 있어 특별한 역할을 한다. 그럼에도 불구하고 WWF의 '2021 팜유 바이어 스코어카드'에 따르면 팜유 바이어는 전 세계적으로 가장 중요한 산림과 자연 생태계의 파괴를 멈추는 데 필요한 변화가 부족한 상황이다. 24점 만점에 평균 13.2점을 받은 기업들은 더욱 진지하고 적극적인 자세로 지속가능한 팜유 시장을 만드는데 기여할 필요가 있다.

올해 스코어카드에서 만점을 받은 기업은 없지만, 응답 기업 중 일부가 지속가능한 팜유 조달과 산업 전반의 변화 주도에 리더십을 보였다. 이는 후 순위 주자들이 본받을 만한 모범 사례가 되고 있다. 올해 평가에서 1위를 차지한 기업은 쿵 스위스(Coop Switzerland) (22.4점)로, 24점 만점에 22점 이상을 얻은 유일한 기업이다. 공급망 안팎에서 지속가능한 팜유 지원에 앞장서고 있는 또 다른 기업들로는 페레로 그룹(Ferrero Group) (21.7점), 이케아(IKEA) (21.6점), 존 루이스 파트너십(John Lewis Partnership) (21.3점), 마즈 주식회사(Mars Inc.) (21.1점)가 있다.

## 일부 기업들은 산업에 광범위하고 긍정적인 영향을 미치는 리더로 자리매김할 가능성을 증명했다.

올해 스코어카드의 응답 기업 중에는 2020년 평가 이후 순위가 급격히 상승한 4개 기업이 포함되어 있다. 이는 후 순위 주자들이 참고할 만한 모범 사례로 동기 부여에 도움이 되고 있다. 과거 '평균적(middle of the pack)' 순위에 머물렀던 존 루이스 파트너십 (21.3점), 바이어스도르프(Beiersdorf) AG (20.2점), 알라 푸드(Arla Foods) (19.9점), 에스티 로더 컴퍼니즈(Estée Lauder Companies Inc.) (19.6점)가 이제 '선도적(leading the way)' 단계로 진입하면서, 이제 지속가능한 조달 및 부문 전반의 변화를 향해 상당한 진전을 이룰 수 있다는 점을 입증했다. 이들 기업은 공급망 안팎에서 좀 더 큰 영향력을 발휘하여 해당 부문 전반을 광범위하게 변화시킬 수 있는 산업 리더가 되기까지 몇 걸음 남지 않은 상황이다. 스코어카드 응답 기업의 최대 66%가 '우수함(well on the path)' 또는 '평균적' 단계에 순위를 올렸기 때문에, 지속가능한 팜유를 위한 행동을 가속화할 가능성이 그 어느 때보다 분명해졌다.

이처럼 성장세를 보이고 있는 기업이 있는 반면, 스코어카드를 통해 많은 기업이 계속해서 모든 책임과 책무를 회피하고 있다는 점 또한 드러났다. 올해 WWF가 접근한 227개 기업 중 3분의 1 이상(85개 기업)이 팜유 사용량과 지속가능성 노력에 대한 정보를 제공하지 않은 것을 예시로 볼 수 있다.

## 지금 바로 팜유 바이어들이 '자연을 위한 행동 10년'을 시작하기 좋은 시기이다.

지속적인 개선 노력은 지속가능성을 향한 여정의 본질에 해당하며, 팜유 바이어들은 산림과 생태계, 그리고 인권을 보호하는 지속가능한 공급망을 달성할 수 있는 수단을 그 어느 때보다도 많이 가지고 있다. 전 지구적으로 적용 가능한 로드맵인 '책임성 프레임워크(Accountability Framework)'는 자원 구매자가 산림 파괴와 자연 생태계 전환을 발생시키지 않고 인권을 존중하는 윤리적 공급망을 구축하여 이를 확장할 수 있도록, 합의에 기반한 일련의 국제 규범과 관행 및 지침을 제공한다. 책임성 프레임워크에는 '지속가능한 팜유 협의회(Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO)', '팜유 혁신 그룹(Palm Oil Innovation Group, POIG)'을 비롯하여 현재 산업의 변화를 위해 작동 중인 기타 다자간 이니셔티브 등 신뢰할 만한 인증 표준도 포함되어 있다.

## 기초 행동 분야에서의 성과

### 선언(commitment)

대부분의 기업들이 팜유 공급망의 모든 환경 및 사회적 리스크에 효과적이고 시의적절한 방식으로 대응할 뚜렷한 목표를 갖추지 못한 상황이다. 그렇기 때문에 많은 서식지와 지역 공동체가 현 조달 관행에 따른 부정적 혹은 의도치 않은 영향에 취약하게 된다.

팜유 바이어 대다수가 산림 파괴와 인권 침해 없는 팜유 조달을 서약한 반면, 산림 이외의 자연 생태계 전체를 보호하는 데 해당 서약의 범위를 적용한 경우는 9%에 불과했으며, 팜유 생산으로 부정적 영향을 받을지도 모르는 이해당사자 모두의 권리를 아우르는 조달을 선언한 기업 역시 13%에 그쳤다.\* 한편, 100% RSPO인증받은 지속가능한 팜유의 조달을 선언한 86% 가운데 4분의 1 이상이 2020년 이후를 목표 시점으로 정하거나 목표 시점을 아예 명시하지 않았다.

100% RSPO인증받은  
지속가능한 팜유만  
조달하겠다고 선언한  
86%의 기업

# 4개중 1

기업은 2020년 이후를  
목표 시점으로 정하거나  
목표 시점을 아예 명시하지  
않았다.

대부분의 기업들이  
팜유 공급망의  
모든 환경 및 사회적  
리스크에 대응할  
뚜렷한 목표를  
갖추지 못한 상황이다.

\* '책임성 프레임워크'에 따르면, 윤리적인 팜유 공급망은 팜유 생산 및 거래에 관여하고 영향을 받는 모든 이들의 인권을 존중해야 한다. 여기에는 공급망 전체의 노동자를 비롯해, 팜유 생산으로 인해 토지와 생계 또는 자원이 영향을 받을 수 있는 원주민 및 지역 공동체가 포함된다.



## 지속가능한 팜유 구매

많은 응답 기업이 눈에 띄는 진전을 이루었지만 100% RSPO 인증된 지속가능한 팜유(RSPO CSPO)를 조달하는 것은 여전히 부족한 부분이다. 응답 기업의 절반만이 100% RSPO CSPO를 구매했다고 밝혔다. 이는 여러 공급망 모델의 가용성과 100% RSPO CSPO의 즉시 공급 가능성을 고려할 때 변명의 여지가 없는 결과이다.

모든 시장에서 팜유 바이어들은 인증된 지속가능한 팜유의 조달을 시급히 늘리고 인증 격차를 줄여야 한다. 응답 기업이 보고한 팜유 구매량 970만 MT 중 67%만이 인증받은 지속가능한 팜유였다. 북아메리카와 오스트레일리아\* 기업들이 보고한 RSPO 인증을 받은 지속가능한 팜유의 사용 비중이 가장 높았으며, 각각 83%와 84%에 달했다. 이는 유럽 기업의 비율이 65%인 것과 비교하면 훨씬 높은 수준이다. RSPO 인증을 받은 지속가능한

**응답 기업의  
단 1.4%만이**

100% IP 또는  
SG 인증 팜유를 조달

**MB 공급망 모델이  
53%차지**

응답 기업이 공개한  
RSPO 인증받은 지속가능한  
팜유 사용량 중

**IP와 SG 구매량  
(23%)은**

MB 구매량의 절반 정도밖에  
되지 않는다.



\* 주: 오스트레일리아에 본사를 둔 기업 중 단 3곳만이 올해 WWF 설문에 응했다.

팜유의 활용 수준을 각각 22% 및 47%로 보고한 아시아 및 아프리카 지역의 기업들은 가장 큰 진전이 필요한 것으로 나타났다.

팜유 바이어들은 또한 강력한 환경적, 사회적 보호 장치를 제공하는 공급망 인증 모델을 통해 지속가능한 팜유 조달 속도를 높일 필요가 있다. 응답 기업들이 공개한 RSPO 인증을 받은 지속가능한 팜유 구매 량에서 Mass Balance (MB) 인증 량이 절반 이상(53%)을 차지한다. 기업의 지속가능한 팜유의 출처를 명확히 추적할 수 있는 RSPO 공급망 인증 모델은 Identity Preserved(IP)와 Segregated (SG) 단 2가지 임에도, MB의 비중은 IP및 SG 구매량(28%)의 약 2배에 달한다.

**응답 기업의  
절반만이 100%  
RSPO 인증 지속가능한  
팜유를 조달**

**환경적 · 사회적 리스크  
배제가 어려움에도  
여전히 MB 공급망 모델이  
가장 선호되는 것으로  
나타났다.**

## 공급업체의 책무

팜유 바이어의 상당수가 공급업체에 책무를 부과할 수 있는 적절한 정책과 메커니즘을 갖추지 못한 상황이다. 다시 말하면 여전히 수많은 팜유 공급업체가 팜유 공급망 내에서 산림 파괴나 자연 생태계 전환, 인권 침해 배제를 보장할 수단이 없다는 뜻이다. 마찬가지로 응답 기업 중 85%가 공급업체의 인권 존중 정책을 기대한다고 답했지만, 팜유 생산으로 인해 부정적 영향을 받을 수도 있는 이해당사자 모두의 권리를 보호하도록 공급업체 측에 요구하는 '책무성 프레임워크'의 지침에 부응하지 못한 응답 기업은 무려 72%에 달했다.\*

### 응답기업의 단 7%만이

공급망 내 기업들에게 자연 생태계 전환 없는 팜유 조달을 요구

### 응답기업의 단 13%만이

공급망 내 기업들이 팜유 생산으로 인해 피해를 입을 수 있는 모든 이해당사자를 포함한 인권존중 정책을 기대한다고 응답



\* 기업의 선언 항목에서 정한 바와 같이, 여기에는 기업 활동으로 영향을 받을 수 있는 원주민과 지역 공동체, 그리고 그 외 집단의 권리가 포함된다. 보다 자세한 내용은 "기업이 인권 관련 서약에서 다루어야 하는 내용은?"이라는 제목의 콜아웃 상자를 참조할 것.

게다가 대부분의 팜유 바이어는 공급업체의 지속가능한 조달 정책을 준수하지 않는 경우를 식별, 완화 및 해결할 수 있는 장치가 부족한 실정이다. 공급업체가 환경적, 사회적 약속을 준수하는지 확인하기 위해 모니터링 및 검증 시스템에 투자했다고 보고한 기업은 전체의 26%에 그쳤다. 또한 공급업체에 대해

팜유 공장이나 플랜테이션까지 추적성 확보를 요구한 기업은 37%에 불과했다. 추적성만으로는 팜유의 지속가능성을 보장할 수 없으나, 추적성을 확보한 기업은 공급망 내의 모든 사회적, 환경적 리스크를 보다 효과적으로 식별, 평가 및 해결할 수 있다.

### 응답 기업의 단 37%가

공급업체들에게 공장 혹은 플랜테이션까지의 추적성을 요청했다.

### 응답 기업의 단 26%가

공급망 내 환경적 사회적 약속에 대한 모니터링 시스템을 갖추고 있었다.





## 지속가능성 플랫폼

팜유 산업의 대대적인 변화는 기존의 팜유 생산을 특징짓는 시스템적 지속가능성 과제를 해결하기 위한 다자간 행동과 제언(advocacy) 활동을 통해서만 도모할 수 있다. 따라서 팜유 바이어 대다수가 행동 지향적 지속가능성 플랫폼에 참여함으로써 각자의 책임을 다하고 있다는 사실은 고무적이다. 응답 기업의 94%가 RSPO 회원사라고 답변하여 RSPO 가입이 일반적인 흐름으로 자리 잡은 것을 확인할 수 있었다. 한편, 절반을 조금 넘는(52%) 응답 기업이 POIGN나 국제 소비재 포럼(Consumer Goods Forum), 산림 포지티브 연합(Forest Positive Coalition), 고탄소 이니셔티브(High Carbon Stock Initiative), 팜유 투명성 연합(Palm Oil Transparency Coalition)을 비롯한 국가 및 지역 차원의 구매 협의체와 같은 행동 지향적 플랫폼에 참여 중인 것으로 나타났다.

30%  
의 응답 기업이



소규모  
자작농 지원

12%  
의 응답 기업이



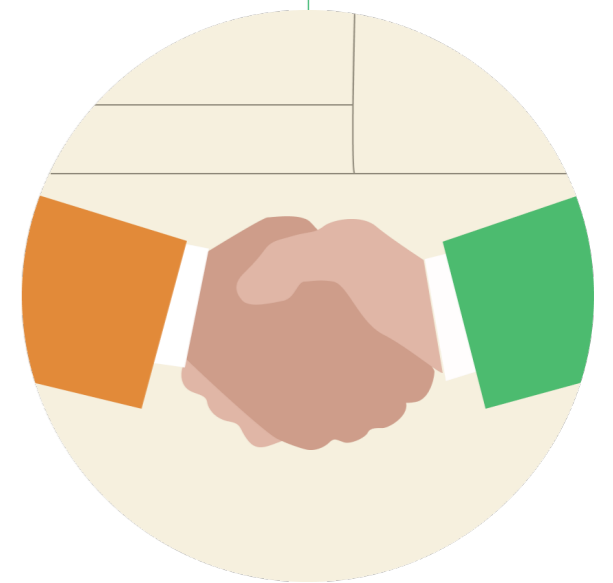
자연 보전  
프로젝트 수행

17%  
의 응답 기업이



산림 보호와  
복원 수행

14%  
의 응답 기업이



지역 또는 관할권  
중심의 접근 행동

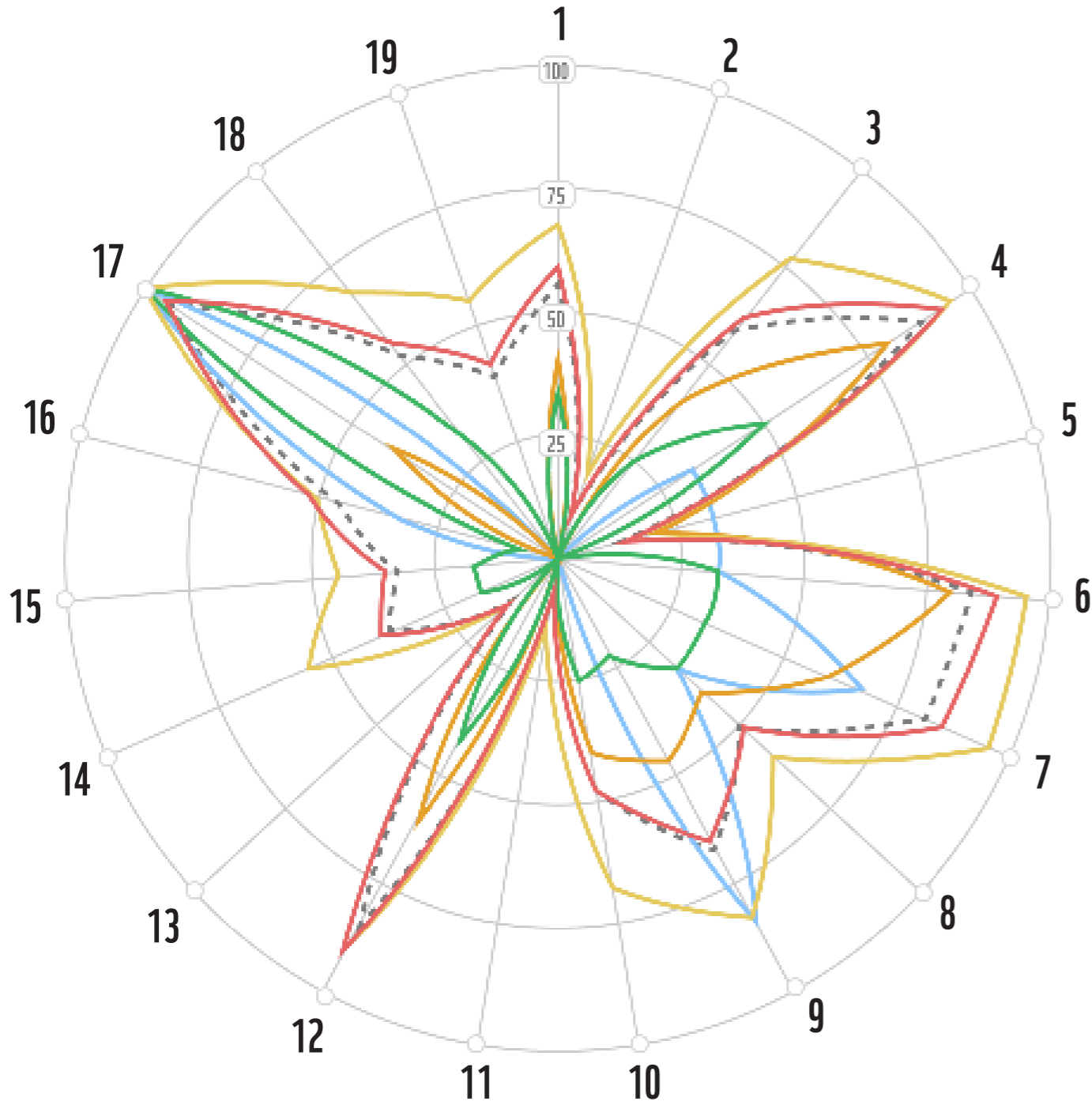
## 현장 기반 행동

‘선도적’단계 기업들은 팜유 생산 지역 내 프로젝트를 지원함으로써 현장 기반 행동을 취하고 있는데, 응답 기업의 39%가 자연 보전 및 산림 보호 프로젝트, 소규모 자작농의 역량 강화, 지역 또는 관할권 중심의 접근을 통해 팜유 생산지에 투자하고 있다고 보고했다.

수많은 기업이 지난 10년간 아무런 조치도 취하지 않던 끝에 일어난 변화인데, 이는 모든 팜유 바이어가 가장 중요한 부분의 변화를 위해 참여 및 가속해야 할 긍정적인 변화로 평가 된다.

팜유 산업의 대대적인 변화는 팜유 생산을 특징짓는 시스템적 지속가능성 과제를 해결하기 위한 다자간 행동과 제언(advocacy)을 통해서만 도모할 수 있다.

## 지역별 성과



9번을 제외하고 표시된 데이터는 각 번호의 기준을 충족하는 지역별 스코어카드 응답자 비율을 나타냅니다.

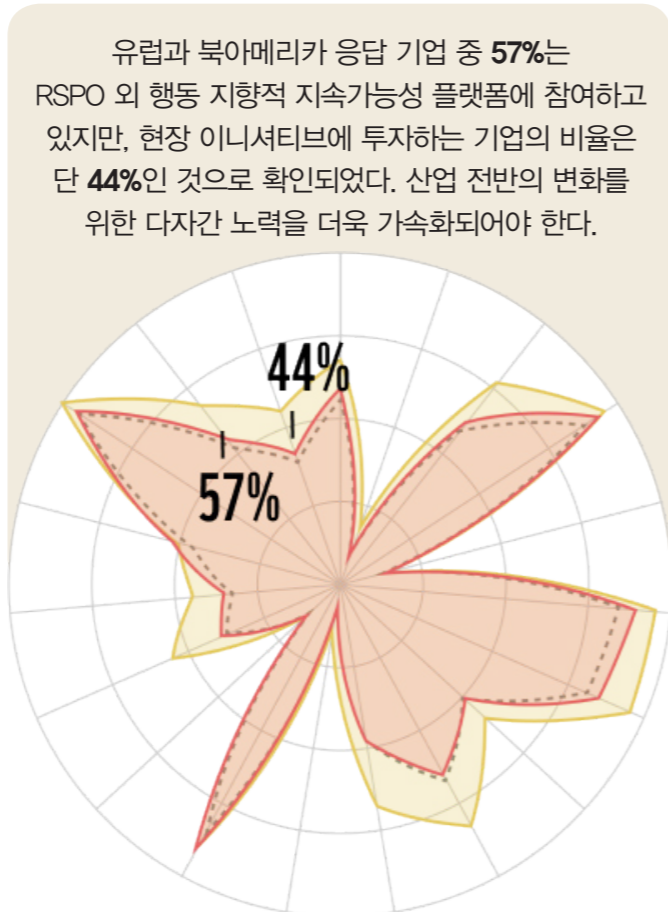
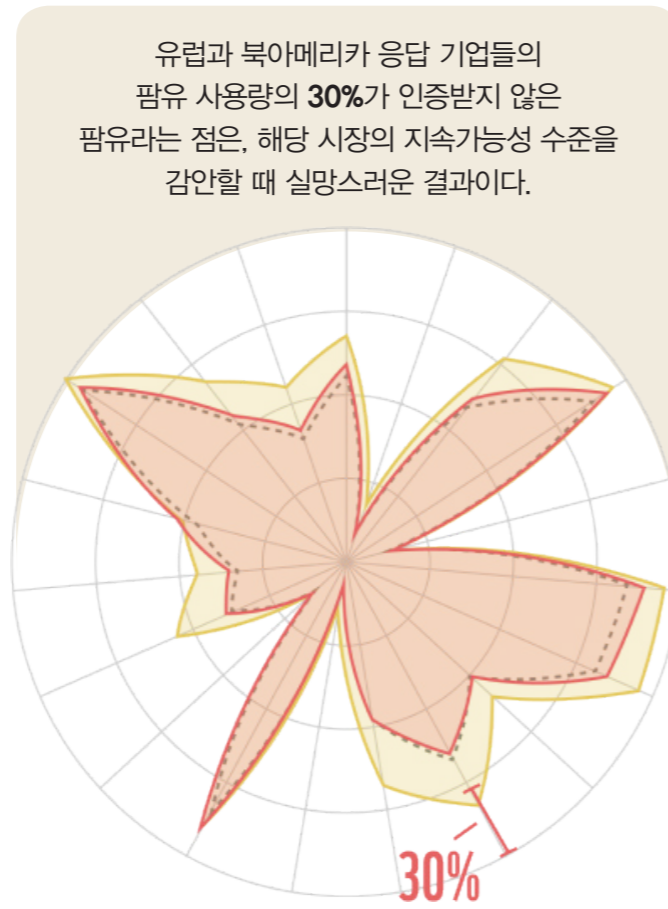
● 유럽 ● 북아메리카 ● 아시아 ● 아프리카 ● 오스트레일리아 ---- 평균

- 1 산림 파괴 근절 선언
- 2 책임성 프레임워크 이니셔티브와 부합하는, 자연 생태계 전환 근절 선언
- 3 산림 파괴 그리고/혹은 자연 생태계 전환 근절의 정책을 설정하고 전체 기업 그룹에 적용
- 4 인권 관련 선언
- 5 책임성 프레임워크 이니셔티브와 부합하는 인권 관련 서약
- 6 인권 관련 정책을 설정하고 전체 기업 그룹에 적용
- 7 목표 시점이 명시된 100% RSPO 인증 지속가능한 팜유 조달 선언
- 8 100% RSPO 인증 지속가능한 팜유 조달
- 9 RSPO 인증 지속가능한 팜유의 평균 사용 비중
- 10 공급망 내 기업들에게 산림 파괴 근절 정책 설정을 요구
- 11 공급망 내 기업들에게 책임성 프레임워크 이니셔티브에 부합하는 자연 생태계 전환 근절 정책 설정을 요구
- 12 공급망 내 기업들에게 인권 관련 정책을 설정하도록 요구
- 13 공급망 내 기업들에게 책임성 프레임워크 이니셔티브에 부합하는 인권 관련 정책을 설정하도록 요구
- 14 공급망 내 기업들에게 공장 및 플랜테이션까지 추적성을 확보하도록 요구
- 15 공급망 내 기업들의 산림 파괴 그리고/혹은 자연 생태계 전환 근절 정책에 대한 모니터링 시스템 보유
- 16 공급망 내 기업들의 인권 관련 정책에 대한 모니터링 시스템 보유
- 17 지속가능한 팜유 협의회 (RSPO) 멤버십 가입
- 18 다른 행동 지향적인 지속가능성 플랫폼 멤버십 가입
- 19 팜유 생산 지역 현장 프로젝트 지원

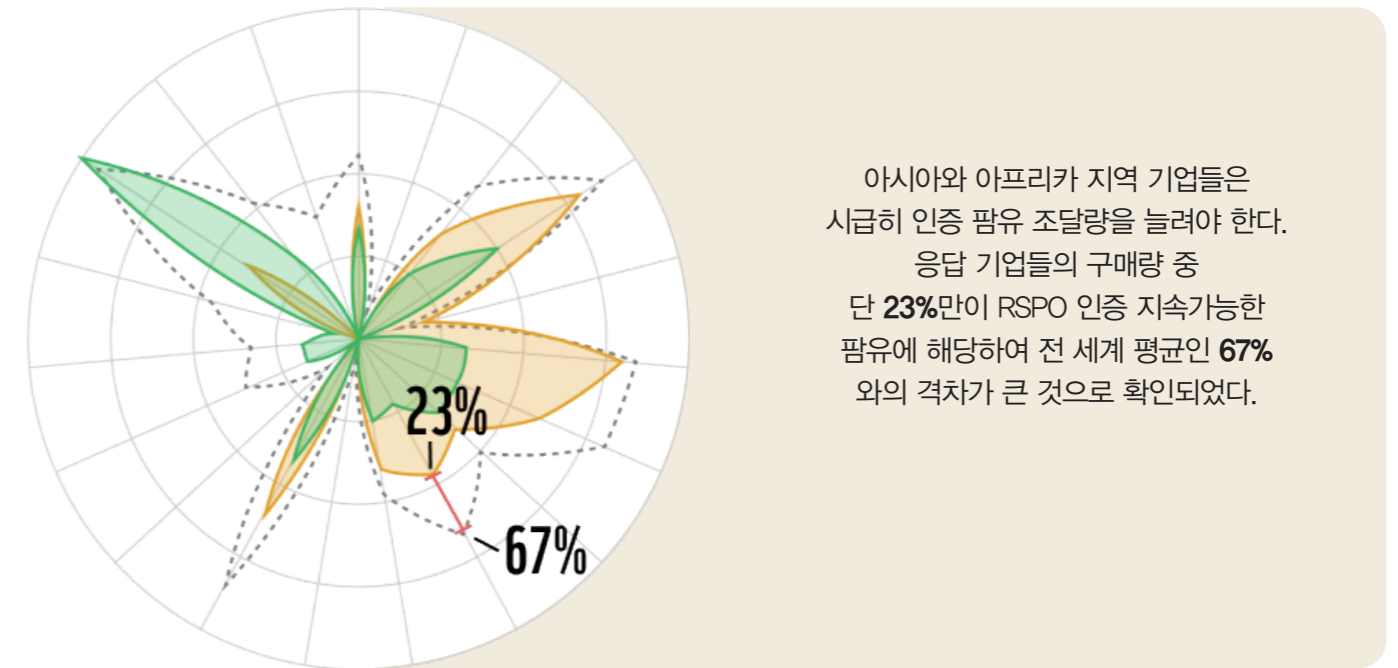
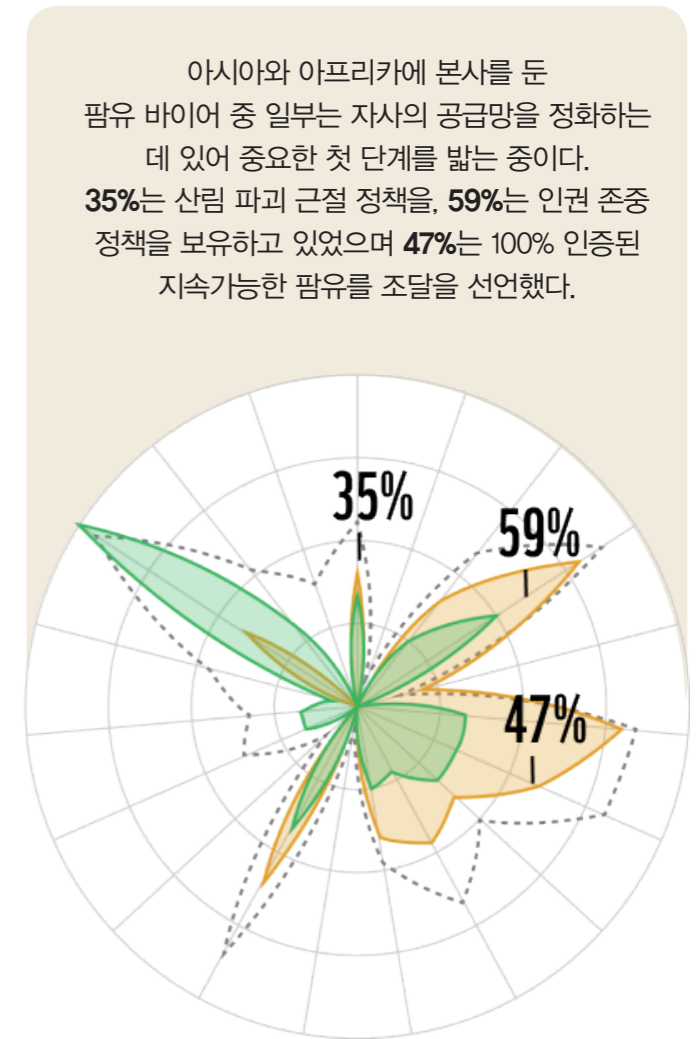
글로벌 평균 점수를 웃도는 유럽 및 북아메리카의 팜유 바이어들은 팜유 부문에서 지속가능성 활동의 최전선에 위치해 있다. 그러나 이들 기업이 자신들의 포부와 그 이행 사이의 격차를 줄이기 위해서는 훨씬 더 많은 노력을 해야 한다.

예를 들면 유럽과 북아메리카에서 100% RSPO 인증을 받은 지속가능한 팜유만을 구매했다고 밝힌 기업의 수는 절반을 조금 넘었으나(52%), 이들 기업의 구매량 중 30%는 여전히 인증받지 않은 팜유인 것으로 나타났다. 또한 공급업체에 대해 공장 및 플랜테이션까지의 추적성을 요구하는 기업이 42%에 불과한 데서도 알 수 있듯이 책임 있는 공급망 구축에 있어서 아직 진전을 이룰 여지가 상당한 것으로 보인다.

공급망을 넘어서는 조치와 관련하여 유럽과 북아메리카에 본사를 둔 기업들은 팜유 산업 전반의 변화에 대한 지원을 점차 강화하고 있는 것으로 확인되었다. 이제 이러한 진전과 행동을 보다 가속화해야 한다. 유럽 및 북아메리카 지역의 응답 기업 중 96%는 RSPO 회원이지만, 현장 이니셔티브에 투자하는 기업의 비율은 44%로 절반에도 미치지 못했다.



스코어카드에는 지속가능성이 중요시 되면서 아시아 및 아프리카 지역의 기업들도 관련된 비즈니스 기회를 활용하기 위한 움직임이 시작된 걸 알 수 있는데, 해당 지역에 본사를 둔 기업 중 일부는 자사 공급망을 정화하는 데 있어 중요한 첫 단계를 밟는 중이다. 절반에 가까운(47%) 기업이 100% RSPO 인증 지속가능한 팜유 조달을 선언하였고, 35%는 산림 파괴 그리고/혹은 자연 생태계 전환 없는 구매를, 59%는 인권 존중을 서약하였다. 일부 아시아 및 아프리카 기업이 보여준 훌륭한 진전은, 지속가능성 여정의 시작 단계에 있는 기업의 경우에도 지속가능한 조달 관행으로의 전환이 즉시 달성 가능하다는 점을 분명하게 보여준다.

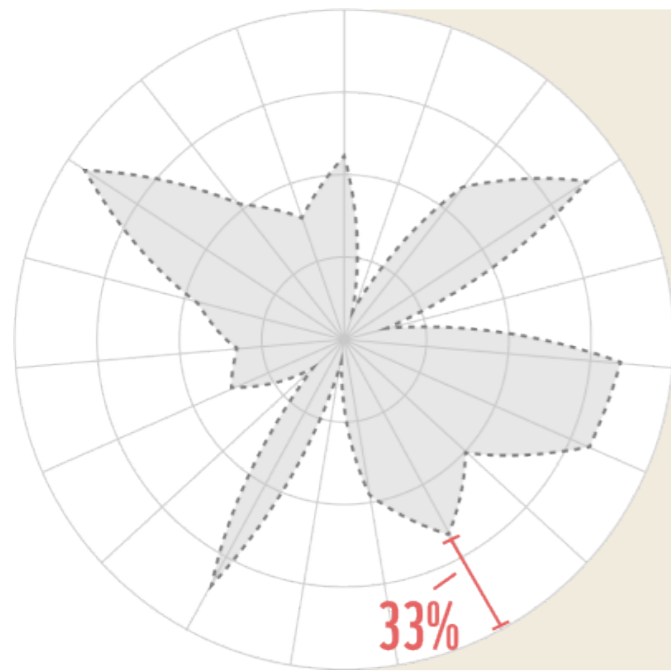


\* 올해 스코어카드 작성에 응한 아프리카 기업은 모두 남아프리카 공화국에 본사를 두고 있다.

그러나, 아시아와 아프리카 기업들은 31%라는 실망스러운 정도로 낮은 응답률을 기록했다. 이는 신흥 시장의 구매기업들이 팜유 사용량과 조달 정책을 공개함으로써 지속가능성 여정의 첫 걸음을 내딛는 일이 시급하다는 사실을 보여준다.

아시아 및 아프리카의 팜유 구매기업은 윤리적 공급망으로의 전환을 앞당기기 위해 다양한 기회를 최대한 활용해야 한다. 예컨대 해당 지역 응답 기업의 35%가 이미 100% RSPO 인증 지속가능한 팜유를 조달하고 있음에도, 이 지역 기업이 보고한

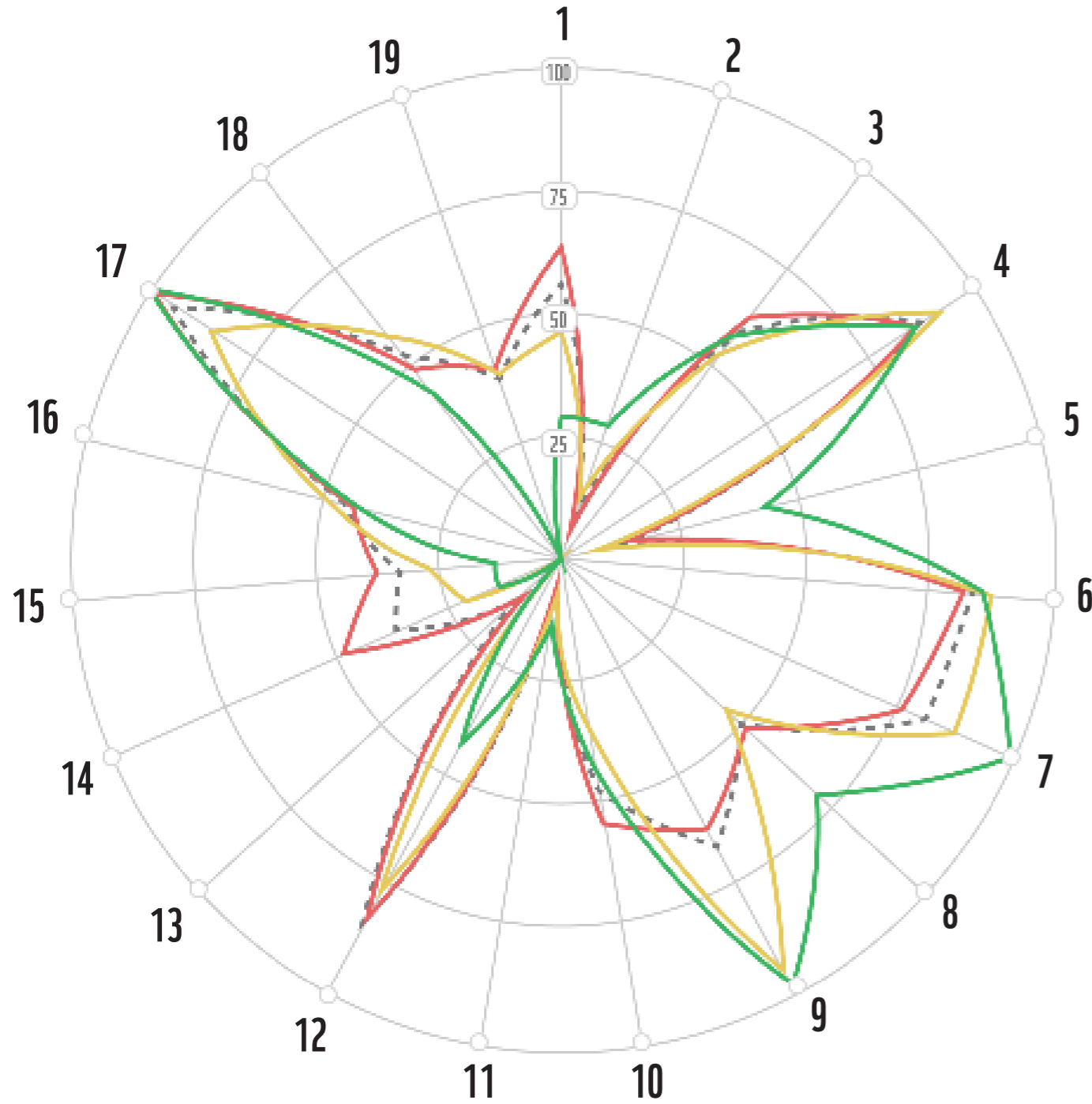
구매량 중 23%만이 현재 RSPO 인증을 받은 지속가능한 팜유이며 이는 전 세계 평균인 67% 와의 격차가 큰 수치이다. 아시아와 아프리카 지역의 기업들은 공급망 안팎으로 좀 더 적극적인 변화를 시작할 필요가 있다. 공급업체에 대하여 팜유 공장과 플랜테이션까지의 추적성을 요구하는 기업은 12%에 불과한 데다 팜유 생산 지역에 투자한 기업은 단 한곳도 없기 때문이다.



전 세계 9.7백만 MT 중 67%만이 인증된 지속가능한 팜유였다. 기업들은 시급히 인증된 지속가능한 팜유의 조달량을 늘리고 지속가능한 팜유 인증간 격차를 줄여야 한다.



## 사업 부문별 성과



9번을 제외하고 표시된 데이터는 각 번호의 기준을 충족하는 부문별 스코어카드 응답자 비율을 나타냅니다.

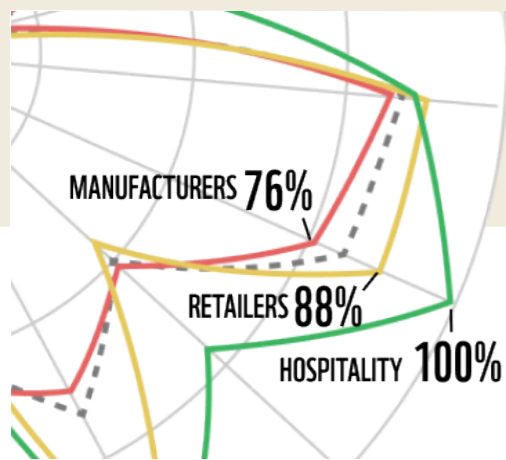
● 제조기업    ● 유통기업    ● 숙박 및 식음료 서비스기업    ---- 평균

- 1 산림 파괴 근절 선언
- 2 책임성 프레임워크 이니셔티브와 부합하는, 자연 생태계 전환 근절 선언
- 3 산림 파괴 그리고/혹은 자연 생태계 전환 근절의 정책을 설정하고 전체 기업 그룹에 적용
- 4 인권 관련 선언
- 5 책임성 프레임워크 이니셔티브와 부합하는 인권 관련 서약
- 6 인권 관련 정책을 설정하고 전체 기업 그룹에 적용
- 7 목표 시점이 명시된 100% RSPO 인증 지속가능한 팜유 조달 선언
- 8 100% RSPO 인증 지속가능한 팜유 조달
- 9 RSPO 인증 지속가능한 팜유의 평균 사용 비중
- 10 공급망 내 기업들에게 산림 파괴 근절 정책 설정을 요구
- 11 공급망 내 기업들에게 책임성 프레임워크 이니셔티브에 부합하는 자연 생태계 전환 근절 정책 설정을 요구
- 12 공급망 내 기업들에게 인권 관련 정책을 설정하도록 요구
- 13 공급망 내 기업들에게 책임성 프레임워크 이니셔티브에 부합하는 인권 관련 정책을 설정하도록 요구
- 14 공급망 내 기업들에게 공장 및 플랜테이션까지 추적성을 확보하도록 요구
- 15 공급망 내 기업들의 산림 파괴 그리고/혹은 자연 생태계 전환 근절 정책에 대한 모니터링 시스템 보유
- 16 공급망 내 기업들의 인권 관련 정책에 대한 모니터링 시스템 보유
- 17 지속가능한 팜유 협의회 (RSPO) 멤버십 가입
- 18 다른 행동 지향적인 지속가능성 플랫폼 멤버십 가입
- 19 팜유 생산 지역 현장 프로젝트 지원

제조기업, 유통기업, 서비스 기업을 막론하고 산업의 전 부문에서 상당한 진전의 여지가 존재한다. 팜유 바이어들은 몇 가지 기초 분야에서 영향력 있는 조치를 취하긴 했지만, 여전히 산업 전반에 걸쳐 대대적이고 신속한 영향을 미치기 위해 노력을 배가할 필요가 있다.

제조기업, 유통기업, 서비스기업의 성과를 비교해 보면 이들 기업은 선언 내용에 있어 유사점을 보이는데, 각 그룹의 대다수는 생산과정에 산림 파괴와 자연 생태계 전환을 근절하고 인권을 존중하며 100% RSPO 인증을 받은 지속가능한 팜유만을 조달하겠다고 선언했다. 하지만 뚜렷한 차이점도 존재한다. 서비스기업과 유통기업은 RSPO 인증을 받은 지속가능한 팜유의 비중이 더 높다는 점에서 두드러진다. 제조기업은 팜유 가치사슬에서 차지하는 중심적 위치와 생산 및 무역에 대한 근접성을 반영하여, 공급업체의 책무를 강화하기 위한 정책과 시스템을 갖추는 데 있어 최고의 성과를 거두고 있다. 공급망을 넘어선 행동의 경우 유통기업과 제조기업은 동등한 수준으로 잘 이행하는 반면, 서비스기업은 뒤처지는 편이다.

제조기업, 유통기업, 서비스기업 세 부문 모두 과반수가 넘는 기업들이 시간 제한이 있는 100% RSPO CSPO 조달 선언을 했다.

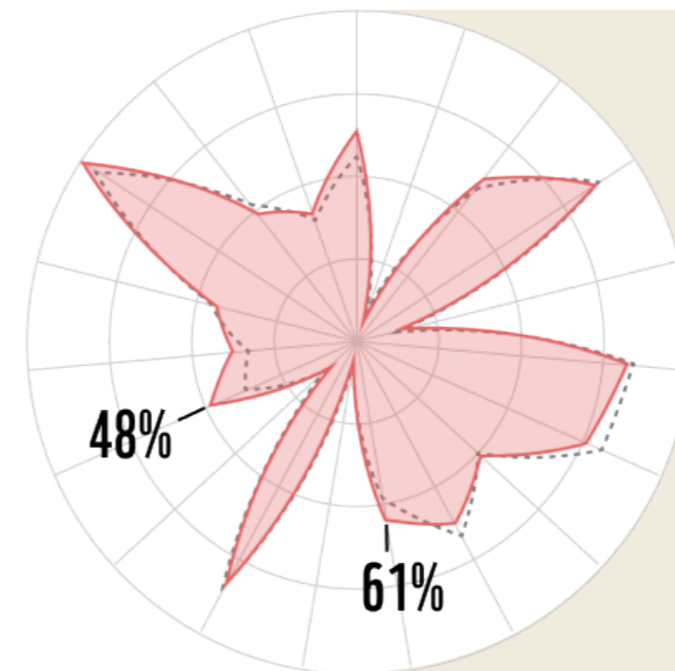
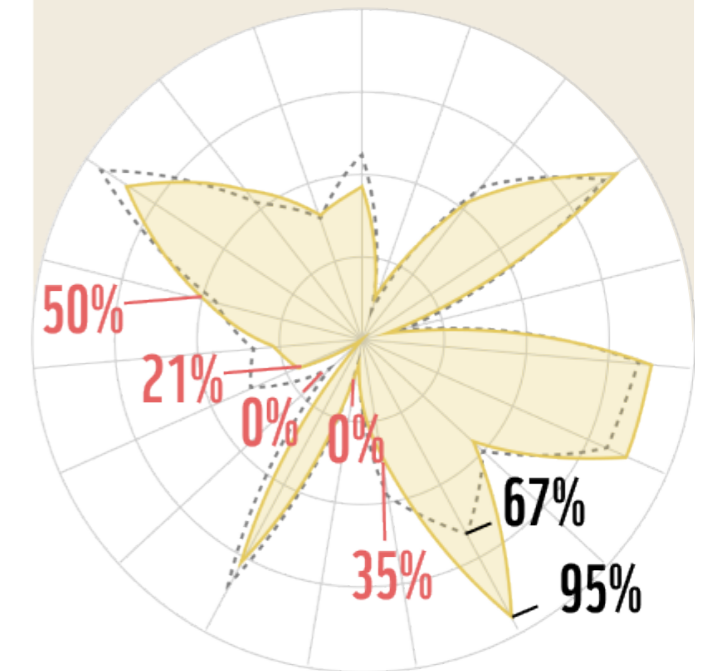


## 유통기업과 서비스기업은 선언 내용에 있어 유사점을 보인다.

12개 사료 제조기업이 보인 실망스러운 성과에서 알 수 있듯이, 팜유 사용 및 생산에서 지속가능성 원칙을 수용하려는 기업 차원의 노력이 팜유 산업 전 부문에서 추진력을 얻지는 못한 상황이다. 사료 제조기업 중 5곳만이 WWF 설문에 응하였다.

응답 기업 중 동물 사료 제조 기업은 특히 공급망 정확화를 목표로 하는 기초 행동에 있어서 글로벌 평균 및 부문별 평균보다도 낮은 성과를 보였다. 사료 기업 중 100% RSPO 인증을 받은 지속가능한 팜유만을 구매하기로 선언한 기업은 40%에 불과했으며, 이들 중 목표를 달성한 기업은 아직까지 한 군데도 없는 상태다. 또한 사료 기업은 RSPO 인증된 지속가능한 팜유 사용에 있어 전 부문 가장 낮은 평균치인 24%를 기록했다.

유통기업은 다른 참여 부문들 중 두 번째로 RSPO 인증 팜유를 많이 쓰고 있다. 인증받은 팜유 조달 비중은 95%이며, 이는 전체 평균인 67%를 훨씬 웃도는 결과이다. 하지만, 공급망 내 기업들의 추적성, 모니터링, 요구사항 면에서는 평균보다 부족한 것으로 확인되었다.



제조기업은 공급망 내 기업 관리 면에서 평균을 웃도는 점수를 받았는데, 공급망 내 기업들에게 산림 파괴 및/혹은 자연 생태계 전환을 근절하는 정책 설정을 요구한 기업은 61%, 공급망 내 기업들에게 공장 혹은 플랜테이션으로의 추적성 확보를 요구한 기업은 48%였다.

# 기업 평가 방법

‘WWF 팜유 바이어 스코어카드’ 시리즈는 주요 기업 및 브랜드의 오로지 팜유에 한하여 설정하고 이행한 선언과 행동만을 분석하며, 기업들이 구매하는 그 밖의 자원 또는 원료와 관련 있는 리스크는 평가 대상으로 두지 않았다.

당면한 자연 및 기후 위기를 고려하여, 2021년도 스코어카드에서는 윤리적 공급망을 지원하기 위한 핵심 행동을 평가하는 데 목표를 두고 ‘책임성 프레임워크’의 지침대로 포괄적인 기준에 따라 기업을 평가했다. 그러나 스코어카드의 기준이 지속가능한 팜유 증진을 위해 기업이 취할 수 있는 조치 전부를 보여주는 것은 아니라는 점을 밝혀 둔다.

팜유 바이어 평가를 위해 WWF는 광범위한 설문을 통해 수집한 데이터를 사용했는데, 이러한 데이터에는 RSPO 회원사들이 ‘2020 연간 이행 성과 보고서(Annual Communication of Progress, ACOP)’로 공개한 정보도 들어 있다. 수집된 모든 데이터는 해당 기업의 2020년도 팜유 구매 현황을 비롯해 지속가능성과 관련하여 현재까지 기업이 취한 행동을 나타낸다.

스코어카드에는 WWF 설문지 상에서 기업이 공개한 모든 정보가 정확하고 최신 정보임을 확실히 하기 위한 엄격한 검증 프로세스와 시스템이 포함되었다. 기업들에게는 RSPO ACOP 보고서, 기업별 조달 정책, 지속가능성 보고서와 대조하여 검증하는 등 답변 입증을 체계적으로 요구하였다. 또한 이들 답변이 불명확 또는 불완전하거나, 부정확해 보이는 경우 답변을 명확히 하도록 기업 측에 요청하였다.

WWF는 독립적인 제3자 컨설팅을 계약하여 WWF와의 협의하에 데이터 수집 프로세스 및 채점을 관리하도록 하였다. 기업 데이터의 정확성, 독립성 및 명확성을 확보하기 위해 최선의 노력을 다했으며 스코어카드 설문조사에 기업이 내놓은 모든 답변은 공개된 정보들과 비교하여 검증되었다. 그러나 정확성과 명확성은 여전히 기업의 투명하고 진실한 응답 태도에 달린 것이기도 하다. 그러므로 스코어카드에 제시된 기업의 성과는 기업의 자체 보고일 뿐 WWF의 보증이나 후원, 추천을 의미하거나 구성하지 않는다. WWF는 스코어카드 사용자는 데이터를 직접 확인하고, 오류 발견 시 WWF 및 관련 회사에 공유할 것을 요청한다.

2021년 스코어카드에서 기업들을 다음과 같이 구분하여 평가 후 총 24점을 만점으로 채점했다.

## 기업 공급망 내 기준

처음 18점은 기업의 팜유 공급망 내 산림 파괴, 자연 생태계 전환 및 인권 침해의 배제 여부와 지속가능성을 보장하기 위해 기업이 취한 행동과 관련이 있다.

## 기업 공급망 외 기준

나머지 6점은 기업이 자체 공급망을 넘어 지속가능한 팜유를 증진하고 그에 따라 팜유 산업의 지속가능한 변화에 기여하기 위해 취한 행동과 관련이 있다. 산업계가 처한 당면 과제의 시급성을 감안할 때, WWF는 지속가능성에 진정성을 보이는 기업이라면 자체 공급망에서 잘못된 관행을 제거하는 최소한의 요건뿐 아니라, 산업 전반에 대대적으로 영향을 미칠 수 있는 통합적 접근 방식에 기여하여 각자의 책임을 다해야 한다.



# 핵심 권고사항: 향후 지향점

지구는 더 이상 팜유 바이어가 선언한 내용을 행동으로 옮기기를 기다릴 수 없다. 산림 파괴에서부터 생물다양성 손실과 지구 온난화에 이르기까지, 팜유 산업의 지속가능하지 않은 관행은 현재 우리가 직면한 기후 위기 및 자연 위기 발생의 주요 원인이기도 하다. 이러한 문제에 대응하려면 산업 전반의 변화를 주도하는 데 있어 효과적인 실행과 더 넓은 관리를 보장할 수 있는 시스템 및 관행을 갖춘, 신속하고 단결된 기업 행동이 필요하다. 팜유 생산국과 소비국 정부기관은 금융 부문과 함께 산림, 자연 생태계 및 지역 공동체를 보호하는 팜유 공급망을 증진하는 데 있어 중요한 역할을 한다.

1

## 기업은

자체 팜유 공급망에서 산림파괴 및 자연 생태계 전환, 인권 침해가 없음을 확실히 하고 검증 가능한 방식으로 입증한다. 또한 공급 업체에 대해, 공장 또는 플랜테이션까지의 추적성을 담보하는 지속가능한 팜유만을 구매하고 전체 운영에 걸쳐 행동을 취하도록 요구한다. 나아가 지속가능성 플랫폼에 적극적으로 참여하고, 팜유 생산 지역 내에서 현장 기반 활동을 추진하여 산업 전반의 변화를 지원한다.

## 2 정책 입안자는

소비국 및 생산국 모두에서 구속력 있는 법안을 채택 및 시행하여 모든 농산물 공급망에서 산림 파괴와 자연 생태계 전환, 인권 침해의 배제가 가능하도록 하고 또한 이를 사업 요건으로 정한다.



3

## 금융 기관은

자체 포트폴리오에서 평가된 팜유 구매기업에 대한 산림 파괴, 자연 생태계 전환, 인권 침해 리스크를 확인 및 검토하기 위해 스코어카드를 사용한다. 또한 스코어카드에서 다루지 않은 기업에도 스코어카드 방법론을 적용한다.

4

## 소비자는

스코어카드를 사용하여 자신이 선호하는 브랜드가 지속가능한 팜유와 관련하여 얼마만큼 성과를 내고 있는지 확인하고 SNS 공유 등을 통해 인식을 제고하는 한편, 스코어카드에서 제공하는 정보를 토대로 책임 있는 소비 및 구매 결정을 내린다.

지속가능하지 않은 팜유의 흐름을 바꾸는 데 도움이 될 수 있는 정책 입안자와 금융 기관, 소비자를 위한 더 자세한 권고사항들은 보고서 전문을 읽거나 [palmoilscorecard.panda.org/recommendations](https://palmoilscorecard.panda.org/recommendations)를 방문하여 확인할 수 있다.





## 참고 문헌

- <sup>1</sup> Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) (2020). *The State of the World's Forests*. Available at: <http://www.fao.org/state-of-forests/en/>
- <sup>2</sup> Global Forest Watch (GFW) (2020). GFW map. Available at: <https://www.globalforestwatch.org/map/>
- <sup>3</sup> WWF (2020). *Deforestation Fronts: Drivers and Responses in a Changing World*. Available at: [https://wwf.panda.org/discover/our\\_focus/forests\\_practice/deforestation\\_fronts/](https://wwf.panda.org/discover/our_focus/forests_practice/deforestation_fronts/)
- <sup>4</sup> United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service (USDA FAS) (2020). *Production, Supply and Distribution database*. Available at: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/advQuery>
- <sup>5</sup> World Resources Institute (2020). *Estimating the Role of Seven Commodities in Agriculture-Linked Deforestation: Oil Palm, Soy, Cattle, Wood Fiber, Cocoa, Coffee, and Rubber*. Available at: <https://www.wri.org/research/estimating-role-seven-commodities-agriculture-linked-deforestation-oil-palm-soy-cattle>
- <sup>6</sup> Meijaard, E., Garcia-Ulloa, J., Sheil, D., Wich, S.A., Carlson, K.M., Juffe-Bignoli, D., and Brooks, T.M. (2018). *Oil palm and biodiversity. A situation analysis by the IUCN Oil Palm Task Force*, xiii, p. 116. Available at: <https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/2018-027-En.pdf>
- <sup>7</sup> Vijay, V., Pimm, S.L., Jenkins, C.N., Smith, S.J. (2016) *The Impacts of Oil Palm on Recent Deforestation and Biodiversity Loss*. PLoS ONE 11 (7), e0159668. Available at: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0159668>
- <sup>8</sup> Pacheco, P. (2012). *Soybean and oil palm expansion in South America: A Review of Main Trends and Implications*. CIFOR Working Paper 90. Available at: [https://www.cifor.org/publications/pdf\\_files/Wpapers/WP90Pacheco.pdf](https://www.cifor.org/publications/pdf_files/Wpapers/WP90Pacheco.pdf)
- <sup>9</sup> Pacheco, P. (2012). *Soybean and oil palm expansion in South America: A Review of Main Trends and Implications*. CIFOR Working Paper 90. Available at: [https://www.cifor.org/publications/pdf\\_files/Wpapers/WP90Pacheco.pdf](https://www.cifor.org/publications/pdf_files/Wpapers/WP90Pacheco.pdf)
- <sup>10</sup> USDA FAS (2020). *Production, Supply and Distribution database*. Available at: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/advQuery>

## 사진자료 저작권

Cover	© Chris J Ratcliffe   WWF-UK © naturepl.com   Fiona Rogers   WWF © James Morgan   WWF-International © Aaron Gekoski   WWF-US
Pg. 2	© Chris J Ratcliffe   WWF-UK
Pg. 3	© Des Syafriza   WWF-US
Pg. 11	© Chris J Ratcliffe   WWF-UK
Pg. 14	© WWF-Malaysia   Mazidi Abd Ghani
Pg. 23	© Aaron Gekoski   WWF-US
Pg. 37	© Chris J Ratcliffe   WWF-UK
Back	© James Morgan   WWF-International
Cover	

© 1986 Panda symbol WWF – World Wide Fund For Nature (Formerly World Wildlife Fund)

® “WWF” is a WWF Registered Trademark.  
WWF, Rue Mauverny, Gland, Vaud, Switzerland –  
Tel. +41 22 364 9111  
Fax +41 22 364 0332.

For contact details and further information, please visit our international website at [wwf.panda.org](http://wwf.panda.org)



Working to sustain the natural world for the benefit of people and wildlife.

together possible™ panda.org