

차례

⊕ 발간사 _ 3

⊕ 머리말 _ 5

제1부
소비자 관점

제1장 기후위기 I: • 15



지구 열대화 시대, 미룰 수 없는 지금의 과제

1. 뜨거워진 지구, 편리함이 재앙으로 _ 15
2. 기후변화와 기후위기 _ 17
3. 맺음말 _ 47

제2장 기후위기 II: • 53



기후변화를 넘어 기후위기, 그리고 소비자의 지속가능성

1. 들어가며 _ 53
2. 핵심 내용 _ 57
3. 논의 및 제언 _ 80

제3장 윤리적 소비 • 85



-
1. 들어가며 _ 85
 2. 윤리적 소비 _ 86
 3. 윤리적 소비의 유형 _ 93
 4. 향후 전망 _ 112

제4장 MZ세대와 기업의 친환경 활동 • 117



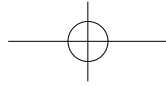
-
1. 들어가며 _ 117
 2. 요즘 집중 관심의 대상 MZ세대 _ 121
 3. 기업의 활동과 MZ세대의 반응 _ 138
 4. 전망 및 결론 _ 153

제5장 ESG 내 다양성의 중요성: • 161



관심이 필요한 다문화 이슈

-
1. 들어가며 _ 161
 2. 한국의 다문화 _ 163
 3. ESG 활동과 다문화 _ 178
 4. 맺음말 _ 190



제2부
실무 관점

제6장 누구를 위한 환경인가: • 199



그린워싱과 광고의 역할 그리고 ESG

1. 그린워싱 _ 199
2. 광고에서 살펴본 그린워싱 _ 206
3. 국내 사례 및 전망 _ 215

제7장 기업행사 시 ESG 활용 방안 및 성과 도출 • 227



1. ESG 경영은 규제 아닌 브랜딩 전략, 발상의 전환이 필요하다 _ 228
2. ESG 경영을 통해 실제로 기업이 성과를 창출할 수 있을까 _ 230
3. 기업이 ESG 경영을 잘하고 있다는 것을 어떻게 홍보할 수 있을까 _ 235
4. PR을 잘못하면 오히려 기업이미지를 망칠 수 있는 그린워싱을 조심하자 _ 247
5. 기업행사를 통해 ESG 경영 실천을 소비자와 커뮤니케이션하라 _ 250

제8장 지속가능경영을 위한 기업의 9가지 과제 • 255



-
1. 지속가능함에 대한 꾸준한 관심 _ 256
 2. 지속가능경영을 위한 기업의 9가지 실행과제 _ 259
 3. 사회와 공존하는 포용적 성장 _ 268
 4. 변화 대응 체계 구축 _ 274