

# 환경마크제도 시행현황과 문제점

60개사 147품목 부여, 홍보강화·법적근거 마련 시급

## 목 차

1. 머리말
2. 환경마크 제도의 의의 및 도입 배경
3. 환경마크 제도란?
  - 3-1 환경마크 부여 과정
4. 각국의 환경마크제도 운영현황
5. 국내 환경마크제도 현황
  - 5-1. 환경마크 부착제품의 판매현황
  - 5-2. 환경마크 제도에 대한 기업의 인식
  - 5-3. 소비자의 인식
6. 환경마크제도 운영상의 문제점
  - 6-1. 홍보부족
  - 6-2. 법적장치 마련
  - 6-3. 부여절차 상의 문제
  - 6-4. 사용료 과다
7. 맺음말

### 1. 머리말

대량생산과 대량소비의 경제체제가 이루어지면서 소비생활을 풍요롭고 편리하게 할 수 있게 되었다. 이러한 소비생활의 변화는 자원 에너지의 소비를 가속화 시켰으며 자원의 재생한계를 넘어서게 되었다.

한편 사용되거나 폐기되므로써 발생하게 되는 환경오염의 배경으로 자원의 재생능력을 초과하게 되었으며, 이렇게 되므로써 환경 파괴문제, 그리고 생태계 파괴문제 등을 초래하고 있다.

환경문제는 개개인의 소비생활과 깊은 관계가 있고 일반 소비자는 환경오염을 일으키는 가해자 인 동시에 그 피해를 받는 피해자이기도 하다.

이러한 환경문제를 해결하기 위한 하나의 방안으로 소비자들이 환경을 덜 오염시키는 상품을 선택하여 사용할 수 있도록 하기 위해 환경마크제도를 시행하게 되었다.

비교적 짧은 역사를 가지고 있는 이 제도의 시행실태가 어떠한지, 또한 시행상의 문제점을 살 펴보고 앞으로의 방향을 모색해 보기로 한다.

### 2. 환경마크 제도의 의의 및 도입배경

환경마크제도의 의의는 환경오염

의 많은 부분이 상품의 소비로부터 발생하는데 환경오염과 환경파괴를 사후에 대응한다는 것은 많은 비용을 수반하고 환경보호 효과도 떨어지므로 상품의 소비시 또는 폐기시 환경오염을 줄임으로서 비용을 적게 들이고 환경보존의 효과도 높일 수 있다.

또한 소비자로서 하여금 환경 친화적인 제품을 선택할 수 있는 기회를 부여함으로써 환경보존 실천운동을 스스로 하게끔 하고 환경보존 의식도 높일 수 있다는 것이다. 소비자들은 환경 보존의 중요성은 알고 있지만 실행방식을 모르고 있는 경우가 많아 환경마크가 부착된 제품을 구입하도록 하므로써 환경보존을 실천할 수 있는 기회를 제공해 주기도 한다.

환경마크는 상품에 부여사유가 명시되어 환경정보를 알리는데도 도움이 되며 기업에게는 기업체 스스로 무해한 제품이라고 주장, 판매하는 것을 객관화 시킴으로써 소비자들의 혼돈을 막을 수 있다. 즉 환경마크제도는 강제적인 규제없이도 소비자와 생산자의 자발적 협력에 의해 그리고 시장원리에 의해 환경보존을 할 수 있는 합리적인 방법이다.

국내에는 폐물사건 이후 환경문제에 대해 국민들의 관심이 고조되어 각종 기초시설의 확충과 함께 소비자단체 등을 중심으로 한 홍보활동이

전개되고 있으나 시행상의 여러가지 문제들이 야기되고 있다.

최근 국내에도 환경의식이 크게 높아졌고 기업들도 상품 이름에 '바이오' '저 공해' 등의 문구를 붙이는 등 환경마크 지정 제도가 조금씩 활기를 띄고 있다. 특히 부존자원이 부족한 우리나라의 경우 폐자원의 재활용을 촉진하고, 저공해 상품개발을 촉진하기 위한 간접적인 수단으로서 환경마크제도의 활성화가 절실하다.

60,70년대 개발위주에서 80년대부터 환경문제에 대한 관심을 가지면서 환경에 대한 투자와 기업의 노력이 증가하였으나 실제로 상당량의 환경오염은 소비자들과 더 많은 관련을 가지고 있다. 예를들어 수질오염의 60% 이상이 가정에서 발생하는 생활하수이고 요즘은 크게 문제가 되고 있는 폐기물의 경우도 상당량이 가정에서 발생하는 가정쓰레기임을 가정해 볼때 소비자의 능동적 태도가 가장 중요함을 알 수 있다. 그러므로 이 제도도 소비자의 노력 없이는 눈에 띄는 효력을 거두지 못할 것이 분명하다.

### 3. 환경마크 제도란?

그러면 환경마크제도란 무엇인가? 같은 종류의 다른 제품에 비해 생산 사용 폐기 과정에서 환경오염을 덜 시키거나 에너지 및 자원절약과 관련 있는 저공해 상품에 공인기관이 일정마크를 부여 하여 다른 상품과 구별하여 줌으로서 저공해 상품기술 개발을 촉진하는 제도다. 또한 정부가 간접적으로 간여하면서 소비자단체 생산업체 학계대표 등 전문가 그룹이 주관이 되어 저공해 상품을 소

비자에게 알림으로서 환경보존에 이바지하는 간접적인 규제수단이다. 또한 소비자들 스스로 선택한다는 면에서 이 제도는 '녹색 소비자 파워'라고 불리기도 한다.

#### 3-1. 환경마크 부여과정

환경마크는 대상상품 선정 및 부여기준을 마련하는 제1단계와, 제1단계에서 결정된 사항을 집행하는 제2단계로 나눌 수 있다.

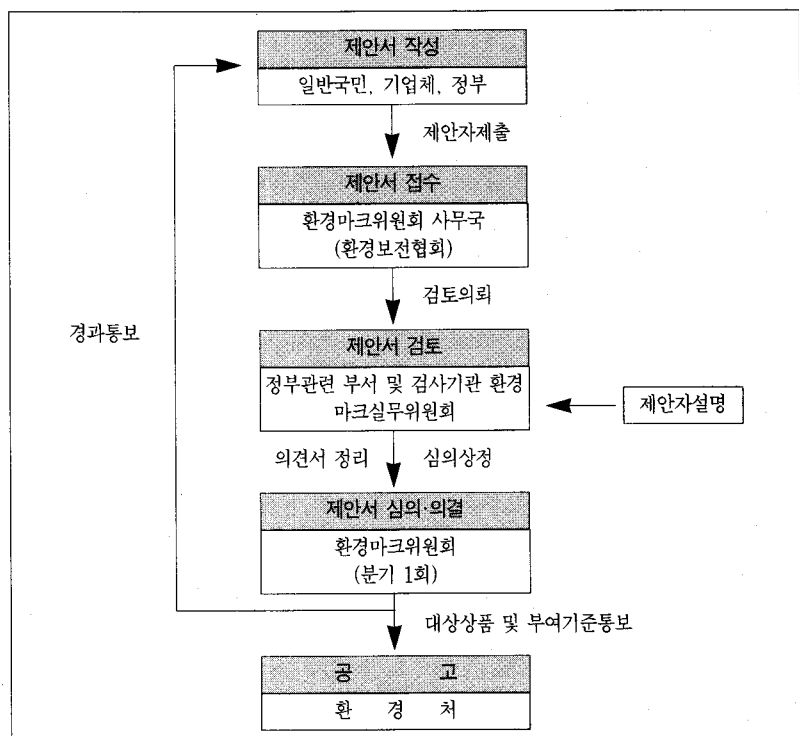
누구든지 환경마크 부여대상 상품으로 제안할 수 있으며 제안서는 별지 제1호 서식(제7항 참조)에 따라 작성되며, 해당상품이 동일종류의 다른 제품에 비해 생산·유통·사용 및 폐기과정에서 환경오염을 적게 시키거나, 에너지 또는 자원절약형임을 상세히 설명하여야 하고 필요한 경우

상품설명서, 시험성적서 등을 제출하여야 한다. 환경마크 부여심사에서 적합통보를 받은 자는 적합판정 통보일로부터 1개월 이내에 환경마크 사용 계약체결을 요청해야 한다. 환경마크 사용계약 체결시 사용자는 환경마크

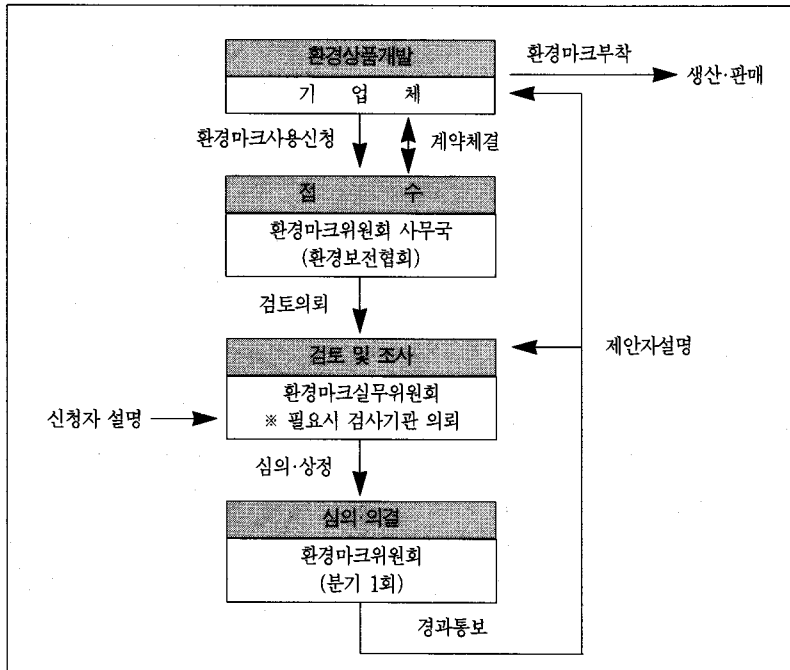
(그림1) 환경마크



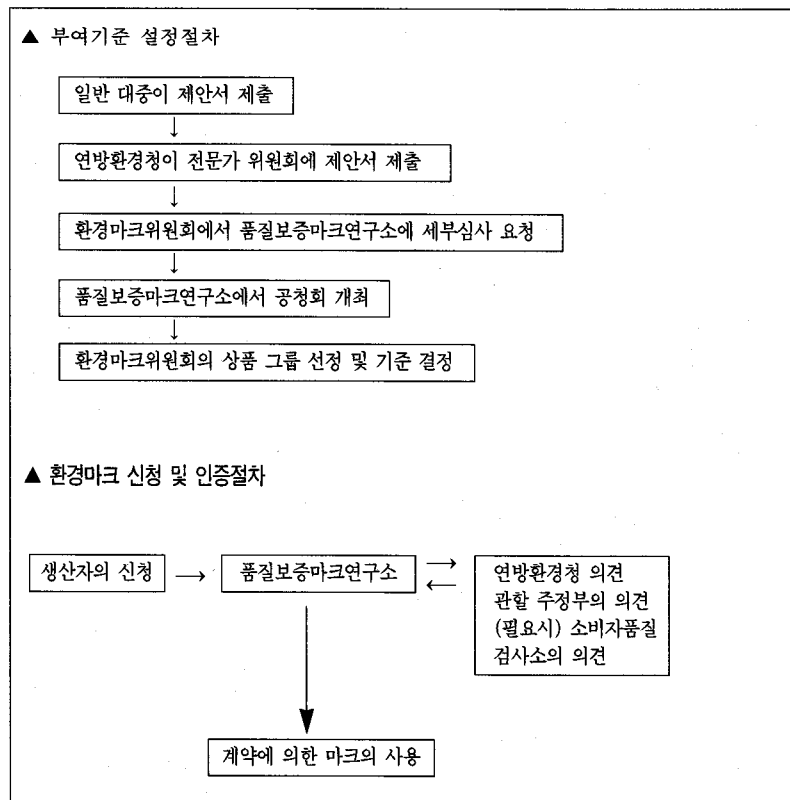
(그림2) 제1단계 : 대상상품선정 및 부여기준 결정 등



[그림3] 제2단계 환경마크 사용신청(기업체)



[표1] 독일의 환경마크 기준의 수립 및 환경마크 신청 절차



크 운영기금을 내야 하는데 그것은 상품의 소매가를 기준으로 하고 있으며 이것은 환경마크제도 운영경비로 사용되고 있다.

#### 4. 각국의 환경마크제도 운영현황




환경마크제도는 1979년 독일에 의해 최초로 실시되었는데 그 이후 일본, 캐나다, EC회원국, 호주, 뉴질랜드, 싱가포르 등으로 확대되어 현재는 전 세계적으로 20여개 이상의 국가에서 이 제도를 실시하고 있다.

세계적으로 가장 먼저 이 제도를 실시한 독일은 'Blue Angel'이라는 마크를 운영하여 현재 75개 상품분야에 3325종이나 되는 상품이 개발되어 있다. 1989년에 이 제도를 시작한 일본은 'Eco-Mark'라는 이름으로 운영하는데 출범한 4년동안 55개 분야에 2450종의 상품이 개발되어 있다.

대부분의 국가에서는 이 제도를 정부주도 또는 공공기관에서 운영하고 있는데 독일은 연방 환경청이 이 제도를 직접 운영하고 있으며 캐나다의 경우도 연방 환경부에서 직접 관장하고 있다. 스웨덴·핀란드 및 프랑스는 정부표준화기구에서 관장하고 있으며, 일본은 환경청의 지원하에 재단 법인 환경협회에서 '환경마크 사무국'을 두어 운영하고 있다. EC도 93년 3월부터 환경마크제도를 시행하고 있다.

미국의 경우는 국가전체의 통일적인 환경마크가 아직 없고 그 대신 민간단체에 의한 '그린실' '그린 크로스' 두가지 마크가 운영되고 있다. 국가적인 환경마크의 채택에 관한 움직임도 있으나 아직 실현되지는 못하고

[표2] 외국의 환경마크 운영사례

구분	독일	캐나다	일본
도입시기	1979년	1990년	1989년
마크도안			
문자표시 - 위 - 아래	환경마크 사유기재 예)주의를 새롭게 하기 때문에	환경의 선택	지구를 깨끗이 사유기재 예)오존층 보호
제도총괄관리	연방환경청	연방환경부 (별도사무국설치)	환경협회(재) (민간단체)
대상상품 및 기준설정	환경마크위원회	환경마크위원회	환경마크위원회
마크부여설정	품질보증 및 마크연구소	표준협회	환경협회(재)
업체사후관리	품질보증 및 마크연구소	표준협회	환경협회(재)
부여상품현황	66종 3,800상품	19종 270상품	47종 2,100상품
사용료	연간 매출액을 기준으로 부과	연간 매출액을 기준으로 부과	상품의 소매가격을 기준으로 부과

\* 우리나라는 독일의 제도를 골격으로 마크표기는 캐나다 방식, 수수료는 일본방식을 도입하였음.

자료 : 환경처

있다. 각국이 공통으로 환경마크의 기준수립과 상품의 선정은 환경전문가, 산업계 대표, 소비자 대표 등으로 구성되는 환경마크위원회에서 이를 담당하고 있다. 한편 환경마크제도의 선진국인 독일의 환경마크 신청절차는 [표1]과 같다.

### 5. 국내 환경마크제도 현황

우리나라도 환경마크제도를 시행한지 2년이 되고 있다. 그러나 아직까지 소비자들에게 친숙하지 못하고 백화점, 슈퍼, 가게에서 환경마크가 부착된 상품을 쉽게 발견할 수 없다. 우리나라에서 유통되는 수천, 수만가지 상품중 23개 품목만이 시행되고 있으니 그럴수 밖에 없을 것이다. 여러가지 측면에서 본 국내 환경마크제도의 현황을 살펴보면 다음과 같다.

#### 5-1. 환경마크 제품의 판매현황

현재까지 환경마크 상품의 판매현황이 매우 부진한 것으로 나타나고 있는데 아직까지는 환경마크의 부착이 소비자 구매에 큰 의미를 주지 않고 있고 품목에 따라서는 환경마크 부착이 오히려 판매에 부정적 효과를 주고 있다는 주장도 있다.

환경마크 제도가 가장 앞서 있다고 할 수 있는 독일의 경우는 마크부착 이후 시장점유율이 큰 폭으로 상승한 것으로 나타났는데 우리나라는 일부품목을 제외하고는 아직까지 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

한국소비자보호원에 따르면 환경마크 부착업체중 매출에 도움이 되었다고 하는 업체는 16.2%에 불과한 것으로 나타났고 환경마크의 승인후에도 환경마크를 미부착하는 업체도 19개나 되었다.

이를 품목별로 보면 스프레이, 캔 제품 등은 일반제품과 판매에 있어서는 차이가 없으며 현재까지 판매에 있어 가장 문제가 되는 것은 재생제품이다. 재생노트의 1993년 판매상황을 보면 1992년 보다 오히려 줄었으며 유통업체 등에서는 실질적 판매가 잘 되지 않고, 학교나 관청 등에서 행사 사례품으로 주로 사용되고 있는 것으로 나타났다.

재생화장지의 판매는 1992년 보다 조금 늘어나고 있으나 이것도 전자와 비슷한 경우가 상당부분을 차지하며 재생화장지에 대한 소비자의 위생적 이해 부족으로 판매가 되지 않고 있는데 그 이유로 최근 환경마크를 부착하지 않고 판매를 하는 업체가 19개나 되며 모두 재생제품 업체이다. 환경처는 환경마크 부여사유를 1993년 8월부터 '재생지 사용'에서 '산림보존'으로 모두 바꾸었다.

#### 5-2. 환경마크제도에 대한 기업의 인식

환경마크를 부착하고 있는 기업들은 판매부진의 가장 큰 이유로 소비자의 인식과 홍보부족을 들고 있으며 그 다음으로 유통업체에 납품이 어렵다는 것으로 보고 있다. 항간에서 제기되는 제품의 품질문제나 가격문제는 중요 요인으로 보고 있지 않다. 왜냐하면 환경마크를 부여받으려면 절 차상 품질에 대한 면도 고려되고 있기 때문이다. 최근 한국생활용품시험연구소는 환경보존협회의 의뢰를 받아 신문용지, 재생화장지, 재생노트에 대한 동일 제품과 비교검사를 실시한 결과 품질면에서 전혀 뒤지지 않는다는 결과를 얻었다.

(표3) 환경마크대상상품 및 부여기준

대 상 상 품	부 여 기 준	부여사유표시내용
1. 재생종이를 포함한 종이 및 그 제품류	- 재생용지 50%이상을 포함하여 제조되어야 함 - 50%이상의 재생종이에는 최소한 30%의 저급지, 중급지, 크라프트지가 섞여 있어야 함 - 해당제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함	산림보호
2. 재생종이를 포함한 화장지류	- 재생용지의 90% 이상을 포함하여 제조되어야 함 - 해당제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함	산림보호
3. 페플라스틱 재생제품류	- 혼합제 및 강화제를 제외한 나머지 원료의 60%이상이 페플라스틱 혼합물이어야 함 - 해당제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함	자원재활용
4. 염화불화탄소(CFCs)를 사용하지 않는 스프레이류	- 오존층보호를 위한 특정물질의 제조규제 등에 관한 법률시행령 별표의 I군 및 II군에 속하는 물질의 분사제도 사용하지 않는 것으로 다음 사항을 만족하여야 함 · 약사법의 규정에 의한 화장품(머리용스프레이, 면도용 포말)으로서 품목허가를 받은 제품일 것 · 공산품품질관리법에 의한 품질검사를 받은 제품(방취용 스프레이로 방향제품) 또는 품질검사가 면제된 제품(공업진흥청고시 공산품품질면제대상 등에 관한 규정)일 것 · 고압가스 안전관리법이 적용되는 경우 관련규정에 의한 시험·검사 및 표시 등을 만족해야 하는 제품일 것	지구오존층 보호
5. 유아용 천기저귀	- 기저귀 재질은 면이 100%이어야 함 - 해당제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함 - 형광증백제를 사용하지 않아야 함 - 공업진흥청고시 '유해물질 함유 섬유제품 품질검사기준' 중 기저귀류에 대한 유해물질 규제사용을 만족하여야 함 - 사용중 쉽게 재봉솔기등이 풀리거나, 실이 뽑히지 않아야 함 - 50회 이상 사용가능할 것	재사용 가능
6. 비석면 브레이크라이닝 (패드포함)	- 라이닝 또는 패드의 마모되는 부분 및 단열층부분에는 석면을 사용할 수 없음 - 산업안전보건법에 의해 분류된 발암성 성분을 함유하지 않아야 함 - 해당제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함	석면을 사용하지 않음
7. 부엌싱크대용 걸름망 (일회용 제외)	- 걸름망의 메시는 1.5mm이하이어야 함(여기서 메시란 체 눈의 크기를 말함) - 망체형의 경우 선의 지름은 체눈의 크기가 동일하거나 그 이하이어야 하고, 판체형의 경우 체눈의 중심거리는 체눈크기의 3배이하이어야 함	물을 깨끗이
8. 마개부착형 알미늄캔 용기	- 캔의 마개(마시는 구멍)가 통상의 방법으로 사용된 경우 음료캔의 본체로 부터 분리되지 않을 것 - 음료캔의 크기가 다르더라도 상표가 동일하면 같은 상품으로 인정함 - 식품위생법 또는 기타 관계법령등의 규정에 따라 허가를 받은 제품을 담은 용기일 것	마개가 떨어지지 않음
9. 무표백·무염색 타올	- 소재가 100% 목면인 타올이며, 무표백 무염색일 것 - 형광증백제를 사용하지 않을 것 - 해당제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함	무표백·무염색
10. 물절약형	- 수도물을 사용하지 않을 때는 즉각 자동적으로 단수되어야 함 - 누전에 따른 안전사고 예방을 위하여 거리감지 및 전자작동을 위한 전원의 전압은 24Volt를 넘지않아야 함 - 해당제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함 - 제품설명서상에 제품의 성능보증기간은 3년이상이어야 함	물을 절약할 수 있음
11. 폐면을 이용한 포장재	- 국내에서 발생하는 폐면을 99%이상 사용하여 제조되어야 함 - 동 용도에 해당되는 종이제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에도 동 기준에 적합하여야 함	자원재활용
12. 폐식용유 재생비누	- 비누의 원료로서 폐식용유를 전유지의 50%이상 사용하여야 함. 단, 폐식용유는 국내에서 발생하는 것에 한함	자원재활용

13. 폐석회를 이용한 벽돌	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 폐석회 또는 폐석회 슬러지 90%이상을 사용하여 제조할 것</li> <li>- 해당제품 또는 유사제품에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함</li> </ul>	자원을 절약함
14. 폐유리를 이용한 건축자재 (유리대리석, 타일)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 폐유리를 무게비로 80%이상 사용하여 제조할 것</li> <li>- 해당제품 또는 유사제품에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함</li> </ul>	자원을 절약함
15. 페타이어 등을 이용한 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 페타이어, 페우레탄 또는 페고무 85%이상을 사용하여 제조할 것</li> <li>- 사용중 마찰에 의해 중금속 성분이 노출되지 않을 것</li> <li>- 해당제품 또는 유사제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함</li> </ul>	폐기물 발생 감소에 기여함
16. 비석면 클러치 페이싱	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 클러치페이싱의 마모되는 부분 및 단열층 부분에는 석면을 사용할 수 없음</li> <li>- 산업안전보건법에 의해 분류된 발암성 성분을 함유하지 않아야 함</li> <li>- 해당 제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함</li> <li>- 공산품품질관리법에 의한 품질검사기준이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함</li> </ul>	석면을 사용하지 않음
17. 교체형 전구식 형광등	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유통되고 있는 백열전구에 비하여 전력 소모량을 75%이상 절감할 것(50 l m/W이상의 효율이 있어야 한다)</li> <li>- 전구를 사용하도록 되어 있는 장치에 별도의 설치와 부속품이 없이도 전구대신 사용할 수 있을 것</li> <li>- 전기용품안전관리법에 의한 형식승인을 받은 품목일 것</li> <li>- 소비전력에 대해서는 공인기관의 성적서가 첨부되어야 함</li> <li>- 해당제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함</li> </ul>	전력소비량 75% 이상 절감
18. 천 장바구니	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 재질은 면 60% 이상이어야 함</li> <li>- 형광증백제를 사용하지 않아야 함</li> <li>- 공업진흥청고시 '유해물질 함유 석유제품 품질검사기준'의 유해물질 규제사항을 만족하여야 함</li> <li>- 질기고 내구성이 있어야 하며, 크기는 감자, 양파 등을 5kg이상 (인장강도 KS K 0520, 그레브법에 의한 5Kgf)담을 수 있어야 함</li> <li>- 집에서 세탁이 가능하여야 함</li> <li>- 접었을 때 부피가 크지 않아야 함</li> <li>- 염색상태가 견뢰하여야 함 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 세탁견뢰도 (KS K 0430) 4급 이상</li> <li>· 마찰견뢰도 (KS K 0650) 4급 이상</li> </ul> </li> <li>- 해당제품 또는 유사제품에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함</li> </ul>	비닐쓰레기 감소에 기여함
19. 폐석분을 이용한 건축자재	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 폐석분을 무게비로 40% 이상 사용하여 제조할 것</li> <li>- 해당제품 또는 유사제품에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함</li> </ul>	자원절약
20. 생분해성 해상용 2Cycle 엔진오일	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생분해도는 CFC(구주규격자문위원회)</li> <li>- 해당제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함</li> </ul>	자연에서 분해가 잘됨
21. 생분해성 유압작동유 (건설장비, 해상유압장비 농기계등에 사용되는 야외용 유압작동유)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생분해도는 CFC(구주 규격자문위원회) 규격 L-33-T-82에 규정한 방법으로 80% 이상일 것</li> <li>- 어독성시험을 하여 LC50)2.0 mg/L이어야 함</li> <li>- 석유사법법 시행규칙에 의한 '석유제품 품질기준' 중 유압작동유 품질기준에 적합하여야 함</li> <li>- 해당제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합하여야 함</li> </ul>	자연에서 분해가 잘됨
22. 무기성 폐수처리 오니를 이용한 벽돌	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 폐수처리오니는 무게비로 8% 이상 사용제조할 것</li> <li>- 사용중 유해 중금속성분이 노출되지 않을 것</li> <li>- 해당상품 또는 유사제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합할 것</li> </ul>	자원재활용
23. 폐목재를 이용한 팔레트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 폐목재는 무게비로 80% 이상 사용하여 제조할 것</li> <li>- 사용중 인체에 영향을 미치는 요소 수지의 원료가 노출되지 않을 것</li> <li>- 해당제품 또는 유사제품의 품질에 대한 한국산업규격이 있을 경우에는 동 기준에 적합할 것</li> </ul>	자원재활용

### 5-3. 소비자의 인식

소비자보호원의 조사에 의하면 녹색상품 용어에 대한 소비자들의 이해도는 40.6%의 응답자만이 알고 있다고 응답했고 환경마크제도를 안다고 응답한 소비자는 전체의 71%정도 되나 제도에 대한 인지도가 외국에 비해 낮은 수준이다.

소비자들은 환경마크 상품의 판매부진 이유로 상품의 질보다는 소비자의 인식부족과 정부의 홍보부족을 들었다. 환경마크 상품에 대한 소비자의 사용경험은 재생화장지가 46%로 가장 많은데 그 이유는 최근 구청에서 우유팩과 교환으로 재생화장지 등을 많이 제공했기 때문이며 그의

재생노트와 천기저귀의 사용율은 32%다.

## 6. 환경마크제도 운영상의 문제점

### 6-1. 홍보부족

환경마크제도는 성격상 소비자와 기업의 적극적인 참여가 있어야만 제대로 효과를 거둘 수 있는 제도이므로 소비자와 기업의 참여의식 제고를 위한 홍보와 제도 자체에 대한 마케팅이 필요하다. 현재 환경처와 환경보존협회에서 환경마크의 홍보를 위해 노력하고 있으나 역부족이다.

1992년에 출범한 환경마크 제도에 대해 소비자의 인지도도 낮고 기업의

참여도 아직 미약한 것이 홍보부족 때문이라고 생각하는 것은 제조업체나 소비자 모두의 의견이다. 현재 상품중에서 10개 품목은 참여기업이 하나도 없고 그의 천기저귀와 캔음료수도 이 제도를 몰라서 참여하지 못해 왔다.

### 6-2. 법적장치 마련

우리나라의 환경마크는 그 실시가 법적인 근거를 두고 있는 것이 아니라 환경처 고시(제92-22호)에 의해 운영되고 있고 환경마크는 상표로서 등록이 되고 있지 않아 불법사용에 대응하는데 어려움이 있다.

환경마크 불법사용의 문제는 우리나라의 경우 아직 제도의 초창기여서 별로 관심을 두고 있지 않지만 독일의 경우는 연간 70여건의 문제가 발생하고 있는데 우리나라도 사전에 이에 대한 제도적 장치를 마련해 두어야 한다. 참고로 우리나라에서 시행되고 있는 주요마크는 모두 법적 근거를 두어 마크의 불법사용을 금하고 있으며 불법사용에 대한 벌칙도 두고 있다.

### 6-3. 부어절차상의 문제

모든 제도는 운영상의 효율성, 절차의 번거로움이 가능한 적어야 하므로 환경마크의 신청, 계약 절차가 불필요하게 복잡하여 환경마크를 업체가 꺼려하고 있다면 시정되어야 할 것이다. 한국소비자보호원의 조사에 따르면 총 10개 업체가 절차가 복잡하다고 지적했는데 절차와 관련된 문제를 품목별로 보면 재생제품 업체들이 주로 제기하고 제출서류의 과다는 대형 제조업체에서 제기했다. 이러한 제출서류는 현재 우리나라

(표4) 환경마크 상품에 대한 판매실적 비교

대상품목	판매량 비교		
	부착전(91.8-12)	부착후(92.8-12)	증감%
재생화장지	3,190천개	4,226천개	32%
재생노트	-	140천개	-
CFC미사용 스프레이류	288천개	234천개	△19%

자료 : 환경처

(표5) 환경마크가 기업의 매출 등에 미친 영향

( ) : %

	재생노트	재생화장지	페플라스틱	프레온가스	천기저귀	캔	비누	계
도움이 안됨	5(41.7)	2(25.0)		1(11.1)			1(50.0)	9(24.3)
그저 그렇다	1(8.3)		1(50.0)	3(33.3)		2(66.7)		7(18.9)
도움이 된다	6(5.0)	6(75.0)	1(50.0)	5(55.6)	1(100.0)	1(33.3)	1(50.0)	21(56.8)
계	12	8	2	9	1	3	2	37

자료 : 한국소비자보호원

(표6) 기업 업종별 환경마크 상품의 품질에 대한 인식

품목	재생노트	재생화장지	페플라스틱	프레온가스	천기저귀	캔	비누	계
관련있다	5(45.5)			9(22.5)		1(100.0)		6(24.0)
그저 그렇다	1(9.1)	2(50.0)						3(12.0)
관련없다	6(54.6)	2(50.0)			6(100.0)		2(100.0)	16(64.0)
계	11	4			6		2	

자료 : 한국소비자보호원 기업실태조사, 1993년 7월

라에서 운영되는 다른 제도의 제출 서류와 비교해 볼 때 매우 많은 양이다.

#### 6-4. 사용료 과다

환경마크의 사용에 따라 사용료를 징수하고 있는데 우리나라가 독일이나 일본에 비해 사용료의 수준이 높은 편이며 사용료의 부담은 곧 원가 상승의 원인이 되어 소비자의 부담을 가중시키는 결과를 초래하고 있다.

#### 7. 맺음말

현재까지 환경마크 사용이 승인된 상품은 총 60개업체, 147개(1994.3월 현재 품목이다. 점차 그 수가 늘어날 것으로 기대되며 지금까지 환경마크제도가 활성화 되지 못한 이유를 국민에 대한 홍보전이 부족했던 탓이라고 지적하는 여론이 지배적이다.

환경처는 앞으로 홍보를 강화하기 위해 소비자 및 친숙한 TV나 라디오 광고를 통해 효과를 높일 것이며 주요 백화점, 지하철에 환경마크 상품 전시대를 설치하고, 환경 관련 단체나 관공서에도 안내문을 배포해 홍보효과를 늘릴 계획들을 추진중에 있다.

또한 97년도까지 환경마크가 국제 규격의 하나가 되도록 준비중이며 ISO인증기관에 우리나라의 제도를 소개할 것이라고 환경처는 밝히고 있다.

현재 환경마크 제도는 별도의 법적 근거없이 환경처장관의 고시에 근거하여 운영하고 있는데 제도의 활성화와 함께 환경마크 취득상품에 대한 정부조달 물품 우선구매 등 인

(표7) 환경마크 제도의 홍보현황

(1993년 11월 현재)

홍보방법	내 용
환경마크 포스터 자료	관련단체·업체에 27,000부 배포
환경마크안내서 자료	관련 단체 및 업체에 3,500부 배포
상설전시관 운영	서울시 재활용품 전시관 등 3개소
환경마크전시대 운영	백화점 및 지방 환경청에 순회 전시
보도자료 및 방송	방송 4회 신문, 잡지 136회

자료: 환경처

(표8) 외국의 환경마크 사용료 비교

▲ 일본

▲ 한국

(1993년 11월 현재)

제품가격	연간사용료	표준스매기	사용료(엔)
0~7\$(5,761원까지)	\$278(22만원)	500원 미만	300,000원
7~70\$(5,761원~57,610원)	\$417(343,191원)	500~1000원 미만	500,000원
70~700\$(57,610원~576,100원)	\$556(457,588원)	1000~5000원 미만	700,000원
700\$이상(576,100원 이상)	\$700(576,100원)	5000~10,000원 미만	900,000원
		10,000원 이상	1,000,000원

자료: Ibid.

센티브를 부여하기 위하여 별도의 법적근거를 마련해 두는 것이 바람직하다.

환경정책기본법에 환경마크제도에 대한 법적 근거를 두고자 작년부터 정기국회에 상정하겠다는 환경처의 말과는 달리 아직도 언제쯤 법안이 통과될지 확실치 않다. 환경처와 관련단체는 하루속히 이 문제가 국회에 상정되도록 해야 한다.

제도의 사후관리에 대한 논란도 적지 않아 환경마크의 불법시행과 부적합 제품의 유통문제가 벌써 야기되고 있다. 앞으로 정기적으로 환경마크 부착상품을 채취하여 적합유무를 철저히 검사하여 환경마크의 불법사용을 강력히 규제하고 소비자의 품질에 대한 불신을 해결하기 위해 정기적으로 관련 연구기관에 동일제품과의 비교실험을 의뢰해야 할 것이다.

이 제도를 시행했던 외국의 몇몇

나라들이 얼마간의 과도기를 거쳐 현재의 상태로 정착한 것과 같이 우리도 제도적 문제점을 점차 해결해 나간다면 환경마크 상품을 부착한 업체들이 급격히 늘 것이며 효과도 클 것이라 믿는다.

환경마크제도가 활성화되지 못하는 이유가 여러분야에서 지적되고 있지만 무엇보다도 소비자들의 호응, 그것이 해결의 열쇠가 아닐까 생각한다.

이선하 기자