

# 환경라벨링과 환경광고



박 룡  
환경보전협회 총무부 과장

(연재)

## I. 환경라벨링제도 개요

### 1. 정의

환경마크제도 즉, Eco-labelling은 해당제품이 동종의 다른 제품에 비해 보다 더 환경친화적(environmental friendly)임을 제3자가(정부나 기타 공인기관)이 인증해주는 표시제도를 말한다.

### 2. 목적

환경라벨링제도는 제품이 환경에 미치는 영향에 대한 정보를 소비자들에게 알려주어 소비자들은 물론 생산자들도 환경친화적인 제품과 기술을 선호하도록 행태를 변화시킴으로써 궁극적으로는 환경을 보호한다는 데에 그 목적을 두고 있음.

소비자들이 “환경친화적”이거나 “그린(green)”제품들을 선호하는 시장에서 환경라벨링제도는 해당제품의 판매를 촉진하는 하나의 마케팅 수단으로 작용할 수 있는데, 이러한 요인은 생산자들로 하여금 제품의 환경적 측면을 개선시키게 하는 인센티브로 작용하고 있음.

### 3. 시행절차

제1단계(대상품목과 환경기준 결정) : 담당기관이 환경라벨링 적용대상품목을 선정하고 환경마크 부여기

준을 설정함.

제2단계(사용신청 및 환경마크 부여) : 제조업자나 공급업자들이 자발적으로 환경마크 사용을 신청하면 담당기관이 특정 심사절차를 거쳐 환경라벨링을 부여하게 됨.

사용허가를 받은 신청자들은 인증수수료 및 환경라벨링 사용료를 납부하고 일정기간동안 환경라벨링을 사용할 수 있음.

### 4. 환경라벨링제도의 종류(ISO14000시리즈의 분류)

Type I(제3자 인증 프로그램) : 정부기관이나 민간단체 등의 제3자가 설정한 기준에 근거하여 시행되는 것으로서, 가장 일반적인 의미로 사용되는 환경라벨링제도임.

Type II(환경성 자기주장과 환경광고) : 제품을 생산하는 회사 또는 산업 단체의 자체환경주장에 근거한 것으로서 해당제품이 “미생물로 분해”되거나 “재활용 가능”하다는 주장 등이 그 전형적인 예임.

Type III(정량적 환경표지제도) : 기설정된 각종 지표를 사용하여 제품에 대한 정보를 표시한 것으로서, 현재 미국의 “과학적 인증시스템(Scientific Certification System)”이 동유형의 정의에 부합되는 유일한 제도임.

〈표 1〉 주요국의 환경라벨링제도

| 국 가   | 제 도 명                     | 도입연도 | 국 가   | 제 도 명                    | 도입연도 |
|-------|---------------------------|------|-------|--------------------------|------|
| 독 일   | Blue Angel                | 1977 | 오스트리아 | Austrian eco-label       | 1991 |
| 캐 나 다 | Environmental choice      | 1988 | 호 주   | Environmental choice     | 1991 |
| 일 본   | EcoMark                   | 1989 | 한 국   | 환경마크(E-Mark)             | 1992 |
| 북구제국  | White Swan                | 1989 | 싱 가 폴 | Green Label Singapore    | 1992 |
| 미 국   | Green Seal                | 1991 | 프 랑 스 | NF-Environment           | 1992 |
| 스 웨 덴 | Good Environmental Choice | 1990 | 네델란드  | Stichting Milieukeur     | 1992 |
| 뉴질랜드  | Environmental Choice      | 1990 | E U   | European flower          | 1992 |
| 인 도   | EcoMark                   | 1991 | 크로아티아 | Environmentally friendly | 1993 |

5. 환경마크제도 시행 현황

현재 전세계적으로 약25개 정도의 환경라벨링제도가 시행되고 있음. 선진국들이 거의 대부분이나, 최근들어 개도국으로까지 확산되고 있는 추세임.



[그림 1] 세계각국의 환경마크

## II. 국제환경라벨링 표준(ISO Environmental Labelling)제정 동향

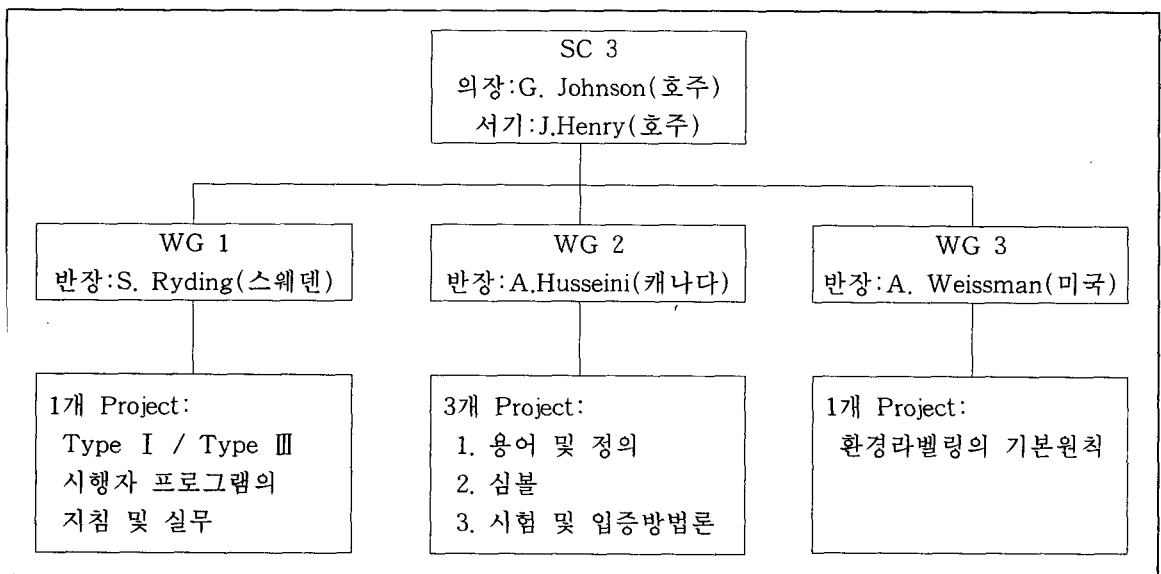
ISO/TC 207은 국제 표준화 기구의 환경경영 표준화 기술위원회를 지칭하며, 그산하에 6개의 분과(sub committee:SC)가 있다. 이중 하나가 환경라벨링분과이며 이를 SC 3라 한다. SC 3의 작업범위는 환경라벨링 분야의 지침(guiding principle)과 실무(practice)를 표준화하는 것을 포함한다. 구체적인 작업 대상은 제3자 인증 프로그램, 당사자 주장의 환경 크레임 및 환경라벨링의 기본원칙이다.

SC 3의 조직은 [그림 1]에 나타낸 바와 같이 3개의 소그룹(WG: Working Group)으로 구성되어 있다. WG 1과 WG 3에는 각각 1개씩의 과제(Project)가, WG 2에는 3과제가 부여되었다. WG 1은 환경라벨링 시행자(practitioner)프로그램의 지침과 실무를 표준화하는 작업을 하는데 시행자 프로그램은 Type I 과

Type III이 있다. 이들 프로그램은 상호 그 내용에 있어서 차이가 크기 때문에 WG 1은 3개의 특별위원회로 세분되어 과제를 수행중에 있다. WG 2는 당사자가 환경크레임을 주장하는 경우(Type II 프로그램) 사용될 수 있는 용어와 그 정의, 사용될 수 있는 환경심볼 및 주장을 입증할 수 있는 시험방법등에 관한 표준화 작업을 수행한다. WG 3는 환경라벨링 일반에 대한 기본 원칙을 규정하는 작업을 한다.

### 1. Type I 프로그램

Type I 프로그램이란 객관적인 기준에 근거하여 제3자가 인증하여 주는 환경라벨링 프로그램으로 인증절차에 따라 합격이 되면 환경마크를 부여한다. 환경마크를 부여받는 제품은 원료 취득, 생산, 판매, 사용 및 폐기물처분시까지 제품의 전생애(LC : Life Cycle)동안에 걸쳐 동종의 제품부류 중에서 환경에 미치는 영향이 적은 제품임을 입증받는 것이다. 따라



주 : WG 1 : 환경라벨링시행자(practitioner) 프로그램 및 시스템에 관한 지침  
 WG 2 : 환경크레임 및 마케팅(Type II)  
 WG 3 : 모든 환경라벨링의 기본원칙

[그림 2] SC 3 조직표

서 환경마크를 부착한 제품은 환경친화적인 제품임을 소비자들은 손쉽게 판단할 수 있다. 80년대 이후 급증하는 환경보호 추세에 힘입어 독일, 일본, 캐나다 등 세계 22개국에서 제3자 인증 환경라벨링 프로그램이 실시되고 있다. 한국은 1992년부터 환경보전협회가 제3자로 작용하여 환경라벨링 프로그램을 실시하였고 현재 환경마크협회에서 동제도를 운영중이다. 환경보호의식이 강한 소비자일수록 품질과 가격이 유사할 경우 환경마크가 부착된 제품의 구입을 선호한다. 그러나 환경마크가 엄격한 기준에 의하여 공정하게 부여되지 않고 또한 당사자가 직접 주장하는 환경주장이 과대선전으로 포장되는 현실하에서는 환경마크의 부착 여부가 제품의 판매고 제고에 기여할 수 없다. 즉 소비자는 환경친화적이라는 제품의 과대선전에 식상해 있기 때문이다. 따라서 제3자 환경라벨링 프로그램이 엄격한 기준하에서 공정하게 부여되고 또한 당사자가 주장하는 환경크레임의 남용을 규제할 경우 소비자는 환경마크에 대한 신뢰성을 갖게 되며 그 결과 환경마크 부착 제품의 소비는 증가된다. 제품 판매를 증가시키기 위하여 제조자는 환경마크 획득에 노력하게 되며 이를 위하여 제품의 전생애에 걸쳐 환경에 최소의 영향을 주는 공정채택과 환경경영을 하게되며, 궁극적으로 제품과 관련된 환경에 미치는 영향이 감소하게 된다.

### 주요운영지침

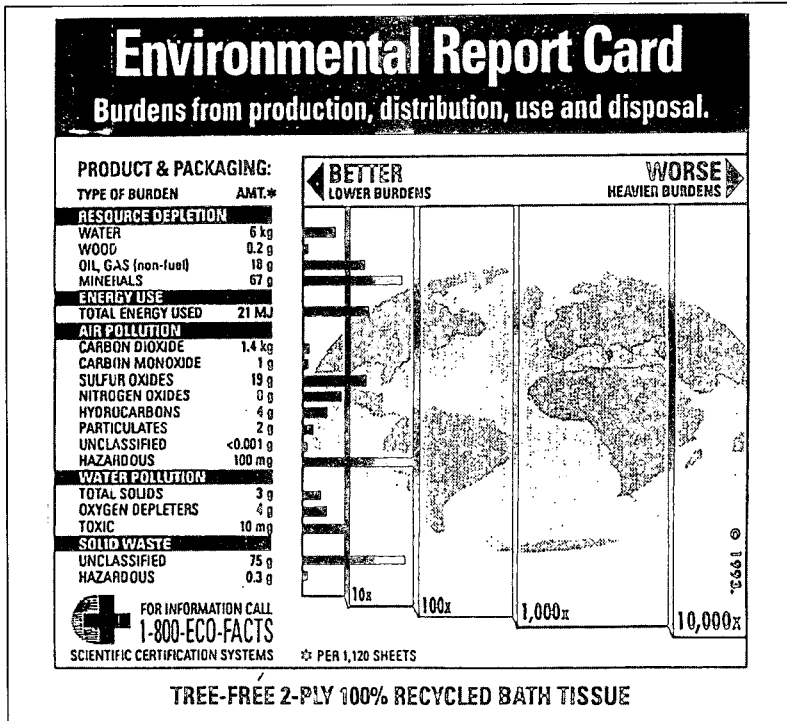
- i) Type I 프로그램은 자발적인 것이므로 신청자가 원하는 경우에만 이 프로그램의 적용을 받는다.
- ii) 환경마크를 부착한 제품의 시장성을 높이기 위하여 동종부류의 제품중에서 환경에 미치는 영향이 가장 적은 제품  $x\%$ 만 마크를 부여한다.(캐나다의 Environmental Choice 프로그램의 경우  $x = 20\%$ ). 따라서 나머지 80%(캐나다의 경우)의 제품은 환경마크를 받을 수 없다.
- iii) 환경마크제도의 투명성(transparency)을 기하기 위하여 환경마크 제도의 시행자는 모든 관련 당사자의 질의에 답변해야 한다.

- iv) 신청자가 환경마크를 부여받아 발생하는 수입과 환경마크 관련비용(신청비, 검사비, 감시비 등)간의 균형을 유지할 수 있도록 한다.

### 2. Type III 프로그램

Type III 프로그램은 정량화된 제품정보(QPI:Quantified Product Information)라고 칭한다. 이는 제3자인 시행자(practitioner)가 제품의 전생애(원료구득, 수송, 제품생산, 판매, 사용 및 폐기처분)동안 배출되는 오염물의 양과 에너지 사용량등을 기선정된 지표(pre-set indices)별로 숫자화하여 제품카드(prodout card)로 나타내는 제도이다. 참고로 Type I 프로그램에서는 제품의 환경친화성을 평가하여 환경마크를 주거나 안주거나 하는 평가제 즉 pass-fail 시스템인데 반하여, Type III는 있는 사실을 그대로 보고하는 프로그램으로써 pass-fail 시스템이 아니다. Type III는 미국에서 시행되는 식료품라벨에 붙은 영양소 정보와 동일한 개념이다.

Type III 프로그램을 위해 기선정된 지표(pass-set indices)는 자원 및 에너지 사용량과 오염물배출량으로 구분되며, 자원 및 에너지 사용에는 천연자원과 재생불가능한 에너지 사용을 포함한다. 오염물 배출에는 대기오염배출량, 수질오염배출량 및 고형폐기물 발생량을 포함하고 있다. 여기서 국가간의 법률의 차이 때문에 표준화에서 조정되어야 하는 항목은 독성물질에 관한 정의이다. 기선정된 지표를 숫자화하고 또한 가로막대 그래프로 구성된 제품카드를 [그림 3]에 도시하였다. [그림 3]에 의하면 각 오염물질별 배출량 및 자원 사용량이 숫자와 막대 크기로 표시되어 있다. 그러나 [그림 3] 자체만으로 소비자들은 이 제품이 환경에 미치는 영향을 평가할 수 없다. 따라서 두 종류의 동종의 제품을 비교할 경우, 소비자는 어느 제품이 환경에 덜 영향을 미치는지 판단할 수 있다. 물론 소비자에 대한 상당한 교육이 필요한데 이는 환경보호 노력과 병행하여 장기적으로 추구해야 할 과제라고 판단된다.



[그림 3] Type III 프로그램의 예

<표 2> Type I 과 Type III 프로그램의 장단점

| Type I   | Type III   |
|--|--|
| <p>장점 - 소비자의 선택용이(소비자에게 쉽게 appeal됨)</p> <p>단점 - 환경마크 획득 까다로움</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Selectivity 원칙에 따라 동일 상품 group 중 x%만 상표를 부여받음(보통 10 ~ 20%)</li> <li>- 환경마크 취득 관련 비용이 과다하게 소요됨</li> <li>- 국가간의 일률적인 상호인증 불가. 따라서 A국에서 환경마크를 획득하여도 B국에서 인정하지 않을 경우 B국의 환경마크를 새로이 획득해야 함</li> <li>- 독일, 프랑스, 영국 등 환경경영 수준이 높은 국가에게 유리하고 환경경영수준이 상대적으로 낮은 국가(한국, 개도국, 미국등)에는 불리하여 잠재적인 무역 장벽으로 작용할 수 있음</li> </ul> | <p>장점 - LCA* 개념에 의한 과학적인 접근방법</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pass-fail 시스템이 아님</li> <li>- 개도국등 환경경영 수준이 상대적으로 낮은 국가에 유리함</li> </ul> <p>단점 - 소비자 교육이 필요함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- LCA program에 대한 미국의 독점과 미국 이외에는 운영경험이 없음</li> </ul> |

\*LCA : Life Cycle Assessment or Analysis

< 계속 >