



환경마크제도 발전방안

신 현 국 / 환경처 특정폐기물과 과장

1. 환경에 대한 품질인증제도, 지난해 6월부터 시행

환경마크제도는 환경에 대한 품질인증제도이다. 공해를 적게 일으키는 제품에게 일정한 표시를 해 줌으로써 소비자들에게는 어떤 것이 저공해제품인지를 알리고, 기업에게는 저공해상품 기술개발에 앞장서도록 하므로써 간접적으로 환경보전에 이바지하는 제도이다.

이 제도는 1979년 독일에서 처음 시작해서 일본, 스웨덴, 노르웨이, 캐나다, 호주등 10여개국에서 시행중이며, 우리나라도 지난해 6월부터 재생화장지 등 12개 품목에 대하여 실시하고 있다. <표 1>

<표 1> 현재 시행하고 있는 환경마크제도의 대상품목

대상상품	주요부여기준
-재생종이 제품류	-재생용지 50%이상 사용할 것
-재생종이 화장지류	-재생용지 90%이상 사용할 것
-재생플라스틱류	-폐플라스틱 60%이상 사용할 것
-염화불화탄소(CFCs)를 사용하지 않는 스프레이류	-오존층파괴물질(CFCs)를 사용하지 않을 것
-유아용 천기저귀	-100% 면사용(1회용이 아닐 것)
-비석면 브레이크라이닝	-석면을 사용하지 아니할 것
-마개부착형 알미늄캔제품	-알미늄을 사용하고, 마개부착형 일 것
-부엌싱크대용 걸림망	-걸림망의 간격이 1.5mm이하일 것
-무표백·무염색타올	-무염색·무표백일 것
-물절약형 수도꼭지	-사용을 중단할시 즉시 단수될 것
-폐면을 이용한 포장재	-100% 폐면을 사용할 것
-폐식용유 재생비누	-유지의 50%이상을 폐식용유로 사용할 것

우리나라의 환경마크는 우리나라를 상징하는 태극마크를 배경으로 하고 있고, 깨끗한 환경을 상징하는 푸른나무, 맑은 하늘과 아름다운 새를 담고 있다. <그림 1>

<그림 1> 우리나라의 환경마크



2. 홍보부족등으로 당초 기대에 못미친다는 지적

'93년 6월로 이 제도를 시행한지 1주년을 맞이하게 된다. 제도시행 1년을 되돌아 보면서 아직은 소비자들에게 친숙치 못하고, 백화점, 슈퍼, 가게에서 환경마크가 부착된 상품을 쉽게 접할 수가 없는게 사실이다. 우리나라에서 유통되는 상품의 종류가 수천가지나 되고 그중 12개품목을 시행하니 그도 그럴 수 밖에 없는지도 모른다.

지난 연말 환경처에서 실시한 자체 조사결과도 환경마크부착상품에 대한 인기도가 저조한 것으로 나타났다. 작년 연말까지 환경마크부착상품의 매출액을 동일기간의 '91년도의 것과 비교한 결과 일부 품목을 제외하고는 큰 차이가 없는 것으로 나타났다. <표 2> 재생화장지류는 환경마크부착후 판매량이 32%가 증가하였으나, 염화불화탄소(CFC)를

사용하지 아니한 스프레이류는 오히려 감소하였다. 재생화장지류가 증가한 것과 CFC를 사용하지 아니한 스프레이류의 판매량 감소가 반드시 환경마크부착과 직접 연관이 있다고 보기는 어렵다. 한가지 분명한 것은 환경마크제도 시행기간이 짧았고, 아직 제도의 홍보미흡으로 판매량에 영향을 미치지 못하고 있다는 사실이다.

〈표 2〉 환경마크부착상품에 대한 판매실적 비교

대 상 품 목	판 매 량 비 교		
	부착전(91.8-12)	부착후(92.8-12)	증감(%)
1) 재생종이제품(노트)	-	140천개	-
2) 재생화장지류	3,190천개	4,226천개	32%
3) CFC미사용 스프레이류	288천개	234천개	△19%

금년초에 접어들면서 여러 언론사에서도 환경마크제도의 실효성이 의심스럽다는 내용의 보도가 있었다. 지난 4월에는 일부 민간단체 중심으로 별도의 환경마크를 시행하겠다는 발표도 있었다. 시행 1년째를 맞이하면서 뿌리도 채 내리기 전에 환경마크제도의 위기라고 표현할 만큼 사면초가에 봉착하였다.

그동안 이 제도의 운영과 관련한 지적내용을 정리하면 첫째, 제도운영의 주요사항을 결정하는 결정기구인 환경마크위원회의 구성이 소비자단체, 환경운동단체등을 폭넓게 수용하지 못하였다는 지적이 있었으며, 둘째, 환경마크제도의 활성화를 위한 금융·세제지원등 인센티브에 대한 제도적 뒷받침이 부족하였다는 지적이 있었고, 셋째, 체계적인 홍보가 이루어지지 못하였다는 점등이 그것이다.

그동안 지적내용의 상당한 부분은 환경처의 자체 분석에서도 지적되었고 환경단체, 소비자단체, 유통·생산업체들과의 공청회, 간담회에서도 밝혀졌다.

3. 독일에서는 소비자 장비구니까지 뿌리내려




환경마크제도가 가장 잘 시행되고 있는 나라가 이 제도를 처음 시행한 독일이다. 독일에서는 가정주부에서부터 어린국민학생에 이르기까지 일상생

활 문화에 뿌리내려져 있다.

일례로 재생종이를 사용한 공책이 가격도 비싸고(기존 제품보다 약 10%), 제품의 색깔도 기존제품보다 누렇게 되어 있는데도 거의 모든 학생들이 문방구에서 누가시키지 않아도 재생종이를 사용한 환경마크가 부착된 공책을 사용하고 있다.

독일의 경우 도산직전에 처한 어떤 환경관련 업체가 환경마크를 획득함으로써 소비자들의 적극적인 지원으로 회생하였다고 한다. 지금, 독일에서는 소비자를 중심으로 일고 있는 조용한 환경운동과 함께 푸른천사의 독일환경마크가 환경상품시장의 지표로서 도시지역은 물론 농·어촌지역까지 확산되고 있다.

〈표 3〉 외국의 사례

구분	독 일	캐 나 다	일 본
도입시기	1979년	1990년	1989년
마크도안			
문자표시	-위 환경마크 -아래 사유기재 예)주의를 새롭 게 하기 때문에	환경의 선택	지구를 깨끗이 사유기재 예)오존층보호
제도총괄 관 리	연방환경청	연방환경부 (별도사무국설치)	환경협회(재) (민간단체)
대상상품및 기준설정	환경마크위원회	환경마크위원회	환경마크위원회
마크부여 설 정	품질보증 및 마크연구소	표준협회	환경협회(재)
업 체 사후관리	품질보증및 마크연구소	표준협회	환경협회(재)
부여상품 현 황	66종 3,800상품	19종 270상품	47종 2,100상품
사 용 료	연간매출액을 기준으로 부과	연간매출액을 기준으로 부과	상품의 소매가격 을 기준으로 부과

※우리나라는 독일의 제도를 골격으로하여 마크표기는 캐나다 방식, 수수료는 일본방식을 도입하였음.

4. 다시 태어난다는 자세로 환경마크제도 운영개선

환경마크제도의 획기적인 개선책을 마련하기 위하여 공청회도 개최하였으며, 민간환경운동단체 및 소비자단체 대표들과 실무적인 접촉을 가졌었다.

여러기관에서 개선하는 내용을 토대로 겸허한 자세로 받아들일 것은 과감히 받아들이고자 한다. 환경문제에 관한한 여도 야도 없으며, 그동안 주요 의사결정과정에서 가능한 배제하였던 소위 「반공해단체」 관계자들의 얘기도 귀를 기울여야 된다고 여겨진다.

가. 환경마크위원회 재구성







환경마크위원회는 환경마크제도운영에 대한 최고의 의사결정 기구이다. 환경마크위원회의 구성을 국민들로부터 신뢰를 받을 수 있고 각종 홍보활동에 적극참여할 수 있는 인사들로 재구성하고자 한다. '93년 4월 공청회에서 개선되었던 의견을 바탕으로 소비자단체와 환경운동단체대표가 전체 15명의 반이상을 차지하도록 하고 학계, 언론계, 법조계, 제조·유통업체 관계자들이 참여하도록 전면 재구성하고자 한다.

나. 법 제 화

현재의 환경마크제도는 별도의 법적근거없이 환경처장관의 고시에 근거하여 운영하고 있다. 제도의 활성화와 함께 환경마크 취득상품에 대한 정부 조달물품 우선구매등의 인센티브를 부여하게 하기 위하여는 별도의 법적근거를 두는 것이 바람직하다는데 의견이 모아졌다. 기존의 공산품 품질마크인 K.S. 품, 전등의 마크들도 대부분 별도의 법적근거를 두고 운영하고 있다. <표 4>

환경정책기본법에 환경마크제도에 대한 법적근거를 두고자 하며, 금년 정기국회에 상정코자 한다. 환경마크제도의 법제화와 관련하여, 향후 국제간의 무역불균형등의 걸림돌이 되지 않도록 세심한 배려를 기울이고자 한다.

<표 4> 주요품질 보증마크의 법제화 현황

구분	주관부서	주요 기준	법적근거
	공업진흥청	공산품의 품질, 재질, 치수, 등급, 성분, 성능등의 표준화 관련사항	공업표준화법
	공업진흥청	공산품의 성분, 성능, 규격, 용도등의 품질관련 사항(품질관리, 등급사정표시)	공산품품질관리법
	공업진흥청	인명피해, 화재발생의 원인이 되는 공산품의 성분, 성능, 규격, 용도등의 품질관련 사항(사전검사 합격표시)	공산품품질관리법
	6개시험기관(한국화학시험검사소등)	공산품의 품질, 재질, 디자인, 기능등의 품질보증 관련사항	상 표 법
	공업진흥청	전기용품의 품질, 재질등의 기준관련 형식승인	전기용품안전관리법
	동력자원부	에너지제품의 품질, 재질등의 기준 관련 형식승인	에너지이용합리화법

다. 환경마크제도 홍보강화

금년에는 환경마크제도를 소비자, 기업인에게 알리는 홍보활동에 역점을 두고자 한다. 특히, TV, 라디오를 통한 지속적인 홍보와 함께 사람들이 많이 모이는 주요 백화점, 지하철역등에 환경마크상품 전시대를 설치하고, 주요 백화점에 환경상품코너를 설치하고자 한다. 대전 엑스포에서도 환경상품 전시대를 별도로 마련하고자 한다.

라. 환경마크제도 사후관리 강화

환경마크제도 시행 1년째를 맞아하면서 이 제도의 사후관리 문제가 적지 않게 대두되고 있다. 환경마크의 불법사용 문제며, 환경마크 부적합제품의 유통문제등이 그것이다. 앞으로 정기적으로 환경마크부착상품을 채취하여 적합유무를 철저히 검사하여 환경마크 불법사용을 강력히 규제하고자 한다. 주요검사 항목에 대한 분석은 국립환경연구원등 전문연구기관을 활용하고자 한다.

마. 대상품목의 단계적 확대운영

독일의 현재 66개상품에 환경마크를 부여하고 있으며, 이웃 일본도 47개품목에 대하여 시행하고 있다.

환경마크대상품목으로 지정시에는 환경오염에 미치는 영향과 함께 기존 제품과 어떠한 차이를 두고 정할 것인가에 대한 전문적인 연구검토가 필요하다고 보여진다.

대상품목을 확대하여 환경상품을 기존제품과 구별하겠다는 뜻은 좋으나, 대상품목과 기준을 잘못 정하는 경우 부작용 또한 크다고 여겨진다.

외국의 사례와 함께 대상상품의 국내유통현황, 환경에 미치는 영향등을 전문적으로 검토하고 필요한 경우 공청회를 거쳐 주민의견 수렴까지 최대한 반영하고자 한다. 금년중에 7-8개 품목을 추가로 확대하여 시행하고자 한다.

5. 환경상품도 넘치면 공해

기업의 환경인식이 달라지고 있다. 매우 고무적인 일이나 특히 기업의 인식이 환경시설에 「투자를 해야하나」에서 「투자하는 것이 득이다」로 바뀌었으며, 이는 폐놀사건의 교훈이기도 하다. 또 최근에는 대기업이 중심이 돼 그룹차원의 환경캠페인, 환경심포지엄, 전시회등을 주도하고 있고 환경관련 신제품개발에도 노력하고 있다.

또 제품의 이름에도 「그린」, 「녹색」, 「무공해」, 「바이오」 등을 앞다투어 사용하면서 정부와 소비자들로부터 환경문제로 눈밖에 나지 않으려고 노력하고 있는 듯하다. 소위 「그린마케팅」이라 표현해도 좋을 정도의 새로운 시장우위 확보를 위한 기업이 미지 색인에 총력을 기울이고 있다.

그러나 「과유불급」이라고나 할까, 지나침이 문제다. 소위 「무공해」, 「녹색」, 「바이오」로 선전하는 제품이 과연 우리환경에 전혀 문제가 없는 것일까. 이 세상 어디에도 무공해제품은 없다고 해도 지나친 표현은 아닐 것이다. 어떤 제품도 그 제품을 생산하고 유통시키고 폐기하는 과정에서 오염물질을 발생시키게 마련이다. 요즘 신문, TV를 보면 온통 「녹색」으로 갈아버릴만큼 기업광고가 「녹

색」과 「무공해」를 부르짖고 있으며, 선명한 소비자는 현혹되고 있다.

6. 환경상품시장 조기정착

환경마크제도를 조기에 뿌리내려 기업의 녹색과 대 광고를 추방함으로써 소비자들을 보호하고, 환경상품의 제조·유통·폐기에 노력하는 기업에게 도움이 되도록 하며, 불법·과대 녹색광고를 하는 유사업체를 고발하여 옥석을 가리는데 제 역할을 하도록 추진하고자 한다.

생활수준의 향상과 함께 생활이 윤택해지고 소비생활이 다양해지면서 소비생활에서 오는 환경문제가 무시할 수 없을만큼 커지고 있다. 1회용품의 과다사용으로 인한 생활폐기물문제, 합성세제등으로 인한 생활하수문제가 그것이다.

최근에는 일부 대기업을 중심으로 기업의 녹색창고가 홍수를 이루고 있다. 업체별로 자사제품의 저공해제품임을 강조한다. 소비자들은 혼란스럽다. 환경상품을 공식적으로 인정해주는 것이 환경마크제도이다.

환경상품이란 항상 「상대적인 개념」으로 이해하여야 한다. 즉 기존의 다른 제품보다 「상대적으로 생산·유통·폐기과정에서 오염물질발생이 적다」는 것이다. 이점 환경마크부여상품도 마찬가지다.

이런 점에서 보면 「가장 좋은 환경상품」은 「근검절약」이라고 표현해도 좋을 것이다. 그러니까 환경상품이라도 꼭 필요한 만큼 사서 쓰는 알뜰한 지혜가 필요하다. 기업도 이제 더 이상 「무공해」, 「녹색」이라는 표현을 남발해서는 안될 것이다.