보도자료

담당자: 기후솔루션 커뮤니케이션 담당 김원상
010-2944-2943, Wonsang.kim@forourclimate.org

SFO°C 기후솔루션 Solutions for Our Climate

2022년 11월 8일 (오전 11시 이후 보도 가능)

‘탄소중립 상품’ 그린워싱 재발 막으려면 공정위와 기업 모두 노력해야

기후솔루션·소비자시민모임, ‘탄소중립 윤활유’ 공정위 신고 관련 기자회견 개최
“공정위는 상쇄배출권 감독에 철저하고, 기업은 투명한 정보 공개 필요해”

탄소중립과 온실가스 저감·감축 등 국내 기업들이 기후와 관련된 상품들이 잇달아 출시하고 있다. 그러s나 정말 기후 친화적인 상품인지에 대한 검증과 감독이 부족한 가운데 기업을 대상으로 법적 공방을 비롯해 다양한 제동이 걸리고 있다. 지난달 27일 기후솔루션은 SK부브리컨츠의 ‘탄소중립 윤활유제품’이 허위, 과장된 표시·광고라며 이를 공정거래위원회(이하 공정위)에 신고했고, 소비자단체인 사단법인 소비자시민모임은 광고 자체의 중단을 구하는 임시중지명령을 요청했다. 최근 환경부도 위 제품을 비롯해 SK에너지의 ‘탄소중립 석유제품’, 포스크의 ‘탄소중립 LNG’를 대상으로 실증 조사를 진행했고 사실 확인을 거쳐 각 제조사에 시정명령 등 후속조치를 할 계획인 것으로 알려졌다.

기후솔루션과 소비자시민모임은 8일 서울 중구 모임공간 상연재에서 기자회견을 열고, SK루브리컨츠의 ‘탄소중립 윤활유제품’을 포함해 기업들의 그린워싱 사례를 예방할 조처들을 국가당국과 기업들에 제안했다.

소비자시민모임의 윤명 사무총장은 기자회견을 열며 공정위에는 탄소중립 제품 표시, 광고의 감독을 철저히 하도록, 기업에는 정확한 정보제공을 촉구하기 위함이라고 취지를 소개했다. 윤 사무총장은 친환경 인증 식품 같은 규제와 감독처럼 탄소중립 제품에도 구체적인 규제와 감독이 필요하며 또한 헌법과 법률이 보장하는 대로 소비자들이 정확한 정보를 제공받고, 선택할 권리는 언제나 존중되어야 한다고 덧붙였다.

SK루브리컨츠의 ‘탄소중립 윤활유제품’에 어떤 표시광고법 위반 사항이 있어 공정위에 신고

됐는지, 신고 결과에 따라 어떤 처분이 있을 수 있는지 등 신고 건에 대해서 기후솔루션 하지현 변호사가 설명했다. SK루브리컨츠는 보도자료와 광고 등에서 윤활유 생산과 소비까지 전 과정에서 발생하는 온실가스 배출을 국제적 신뢰도가 높은 자발적 탄소배출권 인증기관인 미국의 베라(Verra)로부터 탄소배출권을 구매해 상쇄하는 방식으로 탄소중립이라고 명시했다. 그러나 민간 기반 배출권 시장은 통일된 규범과 모니터링 체계가 부재하여, 그러한 인증만으로 SK루브리컨츠가 구매하는 배출권의 유효성과 합리성을 검증할 수는 없다. 베라가 판매하는 배출권은 과나레 조림 프로젝트에 기초하며, 이 프로젝트로 총 온실가스 780만 톤(tCO2e)이 감축된다고 설명됐다. SK루브리컨츠가 실제 구매한 배출권은 이 중 일부분에 불과하지만, 자사 홈페이지에서는 구체적인 감축량을 공개하는 대신, 780만 톤이라는 프로젝트 총량만을 홍보하여 소비자들에게 마치 이 배출권 구매로 780만 톤이 감축되는 듯한 인상을 유발한다.

기후솔루션 김건영 변호사는 두 단체가 요구하는 4가지 구체적인 제안을 발표했다. 우선 공정위는 상쇄배출권을 이용하는 탄소중립 표시, 광고를 감독해야 한다. 공정위는 상쇄배출권에 익숙하지 않은 소비자들에게 탄소배출이 없거나 석유제품이 아닌 것으로 오인하게 하지 않도록 하며, 진정으로 탄소중립을 달성했는지를 기업이 실증할 수 있게 관련 규정을 정비하고 철저한 감독을 수행해야 한다. 두 번째로는 기업이 상쇄배출권의 한계를 설명해야 한다. 기업이 직접 소비자에게 상쇄배출권의 한계를 인지할 수 있게 설명하고 상쇄배출권으로 영구적이고 완전한 탄소중립이 어렵다는 정확한 정보를 전달해야 한다. 세 번째로는 기업이 온실가스 배출량을 정확한 수치로 공개해야 한다는 점이다. 제품의 전 과정에서 구체적으로 얼마나 배출되는지, 배출권으로 상쇄할 감축량은 어떻게 되는지 명확한 수치로 산정하고 알릴 필요가 있다. 마지막으로는 기업이 배출권의 유효성을 신중히 살펴 구매해야 한다. 자발적 배출권 시장과 민간 인증기관에 대한 신뢰성과 객관성에 대한 의문 제기가 끊이지 않고 있다. 이에 기업은 신중을 다해서 자발적 시장과 거기서 거래되는 배출권의 유효성을 검토해야 한다.

소비자시민모임은 탄소중립이라고 홍보하거나 기타 기후환경 친화성을 강조해 광고되는 제품들에 대한 지속해서 모니터링할 예정이다. 기후솔루션은 공정위와 환경부 등 그린워싱을 판단하고 감독할 역할을 할 기관들의 대응을 지켜보고 합리적인 감독이 충실히 이뤄질 때까지 관련 활동을 이어나갈 계획이다.