



환경부·한국환경산업기술원의 친환경 경영활동 표시·광고 가이드라인

2023.11.08

최근 그린워싱에 대한 규제가 국제적으로 강화되고 있습니다. 이에 발맞추어 국내에서도 지난 9월에 공정거래위원회가 「환경 관련 표시·광고 심사지침」을 개정하였고, 특히 2023. 10. 31.에는 환경부와 한국환경산업기술원이 친환경 위장 표시·광고(이른바 “그린워싱”) 예방을 위한 친환경 경영활동 표시·광고 가이드라인(이하 “환경부 가이드라인”)을 발표하였습니다.

환경부 가이드라인에 따르면 기업은 환경 관련 표시·광고 시 부정확한 표현 사용을 주의해야 합니다. “친환경”, “지속 가능”, “최초” 등의 표현은 명확한 근거 또는 설명을 포함하여 구체적인 범위로 한정하여 사용해야 합니다. 또한 온실가스 배출량 감축 광고의 경우, 기업의 온실가스 감축에 대한 투명성 확보를 위해 구체적인 온실가스 배출량과 감축 목표량, 목표연도를 설정하고, 목표 설정값은 공신력 있는 기관의 기준을 토대로 검증완료 후 홍보해야 합니다. 아울러 자원 사용 및 폐기물 발생 절감 등에 대한 환경성과를 표시·광고하는 경우, 절감량을 확인할 수 있도록 비교 대상이 되는 기준연도와 달성연도, 유의미한 절감량을 함께 제시해야 하며, 이러한 절감이 환경에 미치는 영향의 정도가 미미함에도 마치 환경에 큰 영향을 미친 것처럼 표현하지 않아야 합니다.

본 뉴스레터에서는 환경부 가이드라인 등장 배경으로서 국내외 그린워싱 규제 강화 동향과 환경부 가이드라인의 주요 내용을 소개하고, 그 시사점에 관하여 알려 드립니다.

I. 국내외 그린워싱 규제 강화 동향

해외 각국에서는 그린워싱을 방지하기 위한 규제를 강화하고 있습니다. EU 의회, 이사회, 집행위원회는 2023년 9월 그린워싱 방지를 위해 제품의 친환경성, 지속가능성 표시와 관련한 일련의 행위를 금지하는 법안에 합의하였습니다. 또한 미국 연방거래위원회(FTC)는 기업이 소비자를 오도하는 환경적 주장(environmental claims)을 하지 못하도록 Green Guides를 발표한 바 있으며 현재 그 개정을 검토 중입니다.

또한 그린워싱과 관련한 소송 및 정부당국의 제재도 증가하고 있습니다. 2023년 6월 발간된 ‘기후소송 글로벌 트렌드 2023’ 보고서에 따르면 전 세계적으로 기업을 대상으로 한 ‘기후워싱(Climate Washing)’ 소송이 급격히 증가하고 있으며, 환경부에 따르면 국내에서도 ‘부당 환경성 표시·광고’로 적발된 기업이 2019년 45개 사에서 2022년 2,676개 사로 급증하였고, 2023년에는 8월까지 1,388개 사에 달하고 있습니다.

이처럼 그린워싱 적발 사례가 해마다 증가함에 따라, 환경성 표시·광고에 대한 관리 감독 강화의 필요성이 높아지고 있으며 우리나라에서도 환경부 가이드라인이 제정되었습니다.

II. 환경부 가이드라인 주요 내용

1. 표시·광고의 기본원칙

환경부 가이드라인은 표시·광고의 목적, 대상, 용어 정의와 더불어 기본원칙을 제시하고, 사례별로 기본원칙의 어떠한 항목에 위반된 것인지 제시하고 있습니다.

<표1> 표시·광고의 기본원칙

진실성	환경성 표시·광고의 내용과 표현 및 방법은 사실에 근거하고 명료·정확하여 직·간접적으로 국민을 기만하거나 오인시킬 우려가 없어야 함
표현의 명확성	광고 문구(슬로건)·도안·색상의 위치와 크기 등 내용과 표현 및 방법이 정확하고 명료하여야 하며, 그러한 내용 등이 직·간접적으로 국민을 기만하거나 오인시킬 우려가 없어야 함
대상의 구체성	표시·광고의 대상이 기업의 전체 또는 일부, 혹은 제품 전체 또는 일부 중 어떠한 부분에 관한 것인지 명확하게 국민이 인식할 수 있도록 구체적으로 표기해야 함
상당성	기업 이미지광고에 사용된 환경성 주장을 실제로 개선된 정도보다 과장하지 않아야 하며, 국민에게 환경성 개선의 정도에 대하여 수치적으로 유의미한 구체적 근거를 제시할 수 있어야 함
자발성	관련 법률에 따라 의무적으로 준수해야 하는 사항을 마치 자발적으로 환경성을 개선한 것처럼 표시·광고하지 않아야 함
정보의 완전성	국민의 판단에 필요한 중요한 정보를 누락·은폐 또는 축소함으로써 직·간접적으로 국민을 오인시킬 우려가 없어야 함
관련성	경영활동과 직접적으로 관련되지 않아 환경부하가 미미한 사안에 관하여 국민의 오인성 없이 표시·광고하여야 함
실증 가능성	표시·광고를 정확하고 재현 가능한 최신의 객관적이고 과학적인 근거로 실증할 수 있어야 함

2. 친환경 표시·광고의 유형

환경부 가이드라인은 친환경 표시·광고를 8개 유형으로 구분하여 표시·광고 방법 및 실증 세부사항을 제시하였으며 유형별 ‘잘못된 예시’ 또는 ‘좋은 예시’를 수록하여 독자의 이해를 돕고 있습니다.

<표2> 친환경 표시·광고 8가지 유형에 대한 준수사항 및 주요 예시

구분	준수사항	‘좋은 예시’ 주요 사례
환경 경영 의지 표명에	<ul style="list-style-type: none"> 기업의 환경경영 방침 및 목표 등 환경경영 의지 표 	<ul style="list-style-type: none"> 2030년까지 온실가스 배출량을 2020년

<p>대한 표시 · 광고</p>	<p>명에 대한 표시 · 광고 시, 달성될 시점을 구체적으로 명시하고, 기간별/단계별 구체적인 목표계획을 함께 제시</p> <ul style="list-style-type: none"> 기업의 미래 목표 및 의지는 기업의 실질적인 노력과 비례해야 하며, 세부 이행 추진계획 등 이를 뒷받침하는 실증자료가 필요 	<p>대비 50% 감축: (2024) 20% → (2026) 30% → (2030) 50%</p>
<p>환경 관련 인증 등의 획득에 관한 표시 · 광고</p>	<ul style="list-style-type: none"> 환경과 관련된 인증 · 선정 · 특허 · 수상 등은 획득 사실(내용) 또는 인정 범위(가치) 등을 사실 그대로 표시 · 광고해야 하며, 해당 내용을 인정하는 주체 기관을 함께 기재 기간이 제한된 인증 · 특허 등의 표시 · 광고를 할 때에는 유효 기간 내에서만 해당 내용을 표시 · 광고 	<ul style="list-style-type: none"> ○○리조트는 사업장 재활용률 95% 달성을 통해 폐기물 매립 제로(ZWTL) 인증(골드등급)을 2022년에 취득하였습니다. * ZWTL 인증 등급: 실버(재활용률 90~94%), 골드(95~99%), 플래티넘(100%)
<p>온실가스 배출량 감축에 대한 표시 · 광고</p>	<ul style="list-style-type: none"> 온실가스 배출량 감축에 대한 미래 계획을 표시 · 광고할 때에는 온실가스 배출량 및 감축 목표량, 목표연도(단기, 중기 및 장기) 등을 설정하여 제시 온실가스 의무 감축량 할당 대상인 기업은 법적 의무사항 준수에 관한 사항과 자발적 환경성 개선에 관한 사항을 구분하여 표시 · 광고 	<ul style="list-style-type: none"> 온실가스 감축 목표연도 기준연도 2018년, 중기목표 2030년, 최종(장기)목표 2050년 온실가스 감축 목표 2018년 대비 2050년까지 75% 감축
<p>탄소중립 주장에 대한 표시 · 광고</p>	<ul style="list-style-type: none"> 탄소중립 주장에 대해 탄소배출 감축(직접 및 간접)인지, 또는 상쇄를 기반으로 주장하는지에 대한 정확한 정보를 제공 상쇄를 기반으로 하는 주장인 경우 신뢰할 수 있는 과학적인 상쇄 체계에 대한 정보를 제공 <ul style="list-style-type: none"> ※ 표시 · 광고 내 구체적인 세부내용 기재가 어려운 경우, 일반 국민이 모두 확인할 수 있는 출처(홈페이지, QR 코드 등)로 대체할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> CO2 배출량 보상 비행 시(김포-제주, 2023년), 배출되는 탄소 120만 톤에 대해 ○○프로젝트를 활용하여 상쇄 * 제3자검증 완료 * 프로젝트 관련 자세한 정보는 자사 홈페이지에서 확인 가능
<p>신재생에너지 이용 확대에 대한 표시 · 광고</p>	<ul style="list-style-type: none"> 신 · 재생에너지 총사용량만을 제시하는 것이 아닌 조직의 총에너지 사용량 대비 신 · 재생에너지가 차지하는 비율을 제시 	<ul style="list-style-type: none"> 총에너지 사용량 내 신 · 재생에너지의 비율 (2020년) 5% → (2021년) 9% → (2022년) 20%
<p>원 · 부자재 및 용수 사용 절감에 대한 표시 · 광고</p>	<ul style="list-style-type: none"> 용수 사용량 절감을 통한 수자원 보호 활동, 재활용을 통한 원 · 부자재 절감 등 기업 활동에 따른 환경에 미치는 영향에 대해 유의미한 성과와 함께 구체적인 수치로 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 청정공정용법을 이용하여 2020년 대비 2021년에 동일 양의 제품 생산 시 사용되는 원 · 부자재 사용량 20% 절감
<p>폐기물 발생 저감에 대한 표시 · 광고</p>	<ul style="list-style-type: none"> 비교 대상이 되는 기준연도를 구체적으로 명시하고, 기준연도와 합리적으로 비교할 수 있는 동일한 기준에서 산출된 수치(생산량, 매출액 등 조직 특성이 고려된 원단위)로 표시 · 광고 <ul style="list-style-type: none"> ※ 폐기물 재활용 비율을 표시 · 광고할 경우, “폐기물 재활용 비율 = 재활용량(재사용량 포함) ÷ 폐기물 발생량” 등으로 산정하여 표기 	<ul style="list-style-type: none"> 폐기물 재활용률 2022년 목표: 36.0 2022년 실적: 39.1 2023년 목표: 34.7 2023년 실적: 36.6 * 단위: % * 생산량 대비 폐기물 재활용 비율
<p>협력업체 환경경영 지</p>	<ul style="list-style-type: none"> 협력업체의 환경경영 지원을 위해 노력한 내용(교 	<ul style="list-style-type: none"> 임직원과 협력사를 대상으로 대중교통

원에 대한 표시·광고	육지원, 기술 지원, 금융지원, 설비지원 등 구분)을 명확하게 표시·광고 ※ “환경 분야의 상생 협력을 위한 00개 사에 대해 00억 원 금융 지원” 등 국민에게 알리는 데 필요한 중요한 정보를 세부적으로 기재	탑승 캠페인을 통해 온실가스 감축을 도모하고 있습니다. 주 3회 대중교통 탑승을 인증하는 경우, 복지 포인트 지급 혜택을 제공하고 있습니다
-------------	--	--

III. 시사점

최근 그린워싱 규제 및 논란은 제품 광고 뿐만 아니라 기업 공시자료, 기업의 탄소중립 선언 등으로 확장되고 있으며, 이에 관한 투자자 및 소비자들의 소송 등 문제 제기 가능성도 높아지고 있습니다. 이러한 상황에서 이번에 발표된 환경부 가이드라인은 기업들이 관련 문제점을 진단하고 친환경 경영활동의 방향성을 명확히 하는데 큰 도움이 될 것입니다.

특히, 환경부 가이드라인에는 각 세부사항별 실제 기업 광고 사례를 각색한 <잘못된 예시>, <좋은 예시> 및 <표시·광고 기본원칙 위반항목> 등이 수록되어 있고 또한 자가진단표도 제공되어 있기 때문에 기업의 표시·광고 관련 실무에 바로 적용할 수 있을 뿐만 아니라 이를 통해 기업 스스로 환경성 표시·광고의 문제점을 파악하여 보완하는 것이 가능합니다.

아울러 환경부 가이드라인에 따르면, 탄소중립 달성 등 환경 관련 목표에 대한 표시·광고의 경우, 목표 달성에 대한 검증 가능한 전략과 함께 구체적인 실행 계획을 홈페이지 등의 채널을 통해 소비자가 확인할 수 있도록 하여야 합니다. 기업은 환경부 가이드라인에 대한 충실한 이해 및 그 이행을 통해 향후 기후공시 의무화를 준비하고 환경 경영 및 활동 수준을 향상시킬 수 있을 것입니다.

그린워싱에 대한 문제 제기는 ESG 공시뿐만 아니라 경영활동에 관한 표시 및 광고 전반에서 검토가 필요합니다. 법무법인 세종 ESG센터는 환경경영/ESG경영 관련 대외 커뮤니케이션에 대한 점검 및 취약점·우려사항 도출, 그린워싱 리스크 기반의 관리체계 구축 자문을 통해 그린워싱 우려를 최소화하고 원활한 친환경 경영활동을 지원하고 있습니다.

관련구성원

이용우

대표변호사

02-316-4007

ywlee@shinkim.com

송수영

변호사

02-316-1636

sysong@shinkim.com

백규석

고문

02-316-4207

gsbaek@shinkim.com

Copyright SHIN & KIM LLC. All rights reserved.