

Samil PwC ESG Newsletter

Vol.19 | May 2024

‘그린워싱’ 글로벌 규제 강화, 기업 대응 방안은?

그린워싱(Green Washing)은 환경을 뜻하는 그린(Green)과 씻는다는 뜻의 워싱(White Washing)을 합친 말로, 기업이 실제로 친환경 경영을 하고 있지 않으나 마치 친환경 경영 활동을 하는 것처럼 이미지를 내세우는 것을 뜻합니다.

이는 환경에 관한 대중의 관심이 늘어나고 친환경 제품에 대한 선호가 높아지며 생겨난 현상으로, 환경친화적인 이미지를 상품 제작에서부터 광고, 판매 등 전과정에 걸쳐 적용·홍보하는 그린 마케팅(Green Marketing)을 기업의 마케팅 전략 중 하나로 활용하는 경우가 생기고 있습니다. 이러한 영향으로 실제로는 환경에 이롭지 않은 제품이나 서비스를 환경에 이로운 것처럼 홍보해 이익을 얻으려는 행위가 생겨났고, 이를 방지하기 위해 국가별 규제가 도입되고 있습니다. 이번 뉴스레터는 그린워싱 규제 현황과 기업의 대응 방안에 대해 알아봅니다.

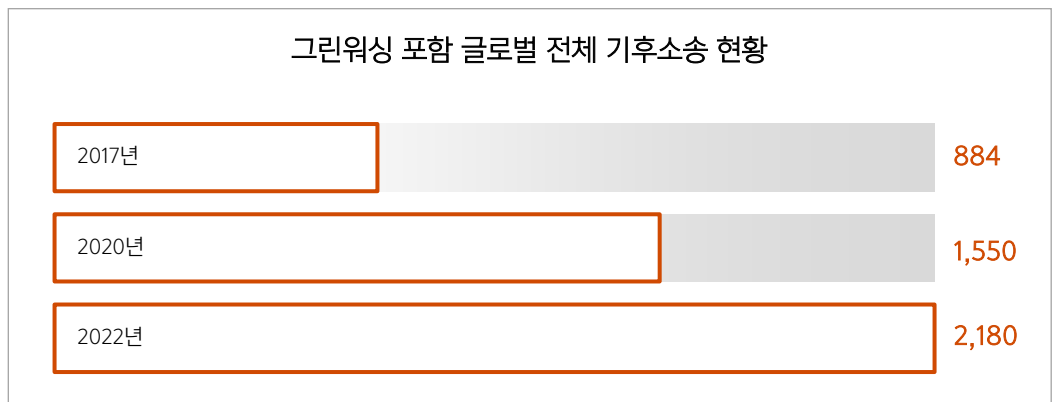
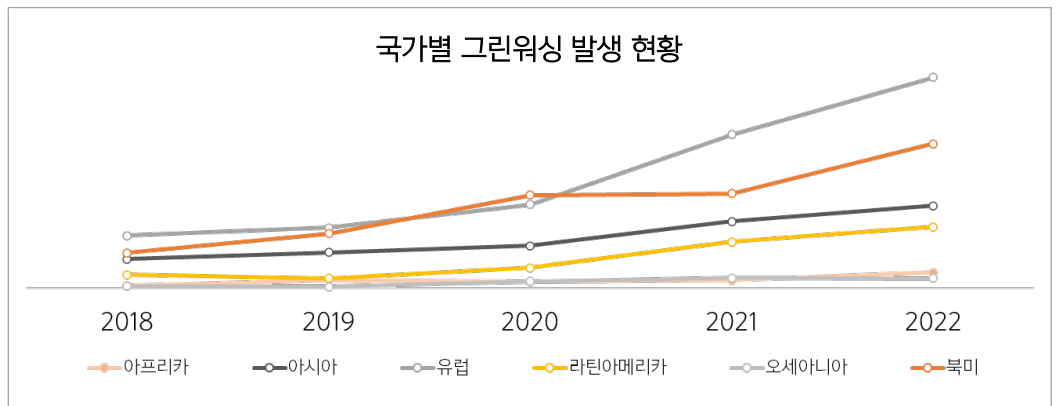


Sustainability Platform
이보화 파트너



글로벌 그린워싱 증가세... 소송 대상도 다양화

글로벌 ESG 데이터 리서치 기업인 [렙리스크\(RepRisk\)의 조사](#)에 따르면 2018년 이후 그린워싱 사례가 지속적으로 늘고 있으며, ESG 관련 리스크 4분의 1 가량이 그린워싱과 관련이 있었습니다. [유엔환경계획\(UNEP\)의 조사 결과](#)도 마찬가지입니다. 2022년 기준으로 그린워싱 관련 글로벌 기후소송 건수는 2017년보다 약 2배 이상 늘어난 것으로 나타났습니다. 그린워싱 소송 대상도 다양해지고 있습니다. 예전에는 소송 대상이 전통적인 화석연료 기업 위주였다면 이제는 [금융기관 및 소비자 관련 기업](#)으로 범위가 확대되고 있으며, [기업 간 소송 사례](#)도 발생하고 있습니다.



@출처: Reprisk.com, On the rise: navigating the wave of greenwashing and social washing, 2023.10

@출처: UNEP, Global Climate Litigation Report, 2023.7



그린워싱 원인은 빠른 시장의 변화

그린워싱이 발생하는 주요 원인은 기업의 경영 활동이나 제품 및 서비스가 친환경적인지 판단할 수 있는 기준과 정보가 없기 때문으로 분석되었습니다. [PwC가 글로벌 투자자](#) 및 [소비자](#)를 대상으로 한 설문조사에 따르면, 글로벌 투자자의 75%가 기업의 지속가능성(ESG) 관련 기회와 위험 관리 방안이 투자 의사 결정에 주된 요소라고 답했고, 글로벌 소비자의 80%는 친환경 및 지속가능한 상품에 더 큰 비용을 지불할 의사가 있다고 밝혔습니다.

이렇게 투자자와 시장의 높아진 기대에 부응하기 위해 기업들은 친환경 정책과 제품, 서비스를 속속 선보이고 있습니다. 동시에 기업 간 친환경 경쟁도 심화되다 보니, 그린 워싱 리스크에 노출될 확률도 높아지고 있습니다. [PwC 조사 결과](#)에 따르면, 그린워싱 문제가 발생한 대부분의 원인이 친환경에 대한 판단 기준과 정보 부족으로, 기업이 의도치 않게 잘못된 정보를 제공했기 때문이었습니다. 이는 규제보다 시장의 변화 속도가 더 빨라 발생한 과도기적인 현상이라 할 수 있습니다.



‘진짜 친환경’ 가려내는 그물망...

국가별 규제 강화

이에 따라 국가별로 기업의 그린워싱을 방지하기 위한 관련 규제들이 도입되고 있습니다. 규제 위반 시 제재 수위가 높은 유럽연합(EU), 미국, 호주와 달리, 한국은 실제로 규제 위반 발생시 행정지도 또는 시정 명령 등의 처분을 받은 것으로 나타났습니다.

→ 국가별 그린워싱 규제 현황

국가	규제 현황
EU	<p>그린 클레임 지침(Green Claims Directive)</p> <ul style="list-style-type: none"> 2024년 1월 EU 의회 통과, EU 이사회 최종 승인 대기 친환경 주장을 하는 기업은 전과정평가(LCA)를 통해 입증, 제3자 인증 필요 위반 시 연간 매출액의 4% 벌금 부과 등 EU 역외기업도 같은 규제 대상이 될 것으로 예상
미국	<p>연방거래위원회(FTC), 그린가이드(Green Guides) 개정 예정</p> <ul style="list-style-type: none"> 1992년 첫 공개 후 세 차례 개정, 2023년 3월 개정 계획 발표 환경이익에 관한 표시, 재활용 정보, 탄소 상쇄 및 인증 등 규제 강화 위반 시 벌금 부과 (*예: 월마트(Walmart) 합성 레이온으로 만든 제품을 친환경 대나무로 제작했다는 허위 정보로 300만 달러(약 41억 원) 벌금 부과)
호주	<p>경쟁규제기관(ACCC), ‘환경 및 지속가능성 주장(Environmental and sustainability claims)’ 지침</p> <ul style="list-style-type: none"> 2023년 7월 초안 발표 후, 공개 의견 수렴 거쳐 2023년 12월 최종안 발표 기업이 환경 및 지속가능성을 주장할 때 준수해야 하는 8가지 원칙 위반 시 5천만 호주 달러(약 450억 원) 또는 평가가치의 3배 달하는 벌금 부과(*예: 보츠와나에서 에너지 개발과 전력 공급을 하면서 탄소중립 전기를 생산한다고 홍보한 ‘틀루(Tlou) 에너지’에 벌금 부과)
한국	<p>공정거래위원회 ‘표시광고의 공정화에 관한 법률(표시광고법)’, 환경부 ‘환경기술 및 환경산업지원법(환경기술산업법)’</p> <ul style="list-style-type: none"> 표시광고법: 제품 표시에 대한 허위·과장광고 규제 환경기술법: 제품의 제조·소비·폐기하는 전 과정에서 친환경성 정보를 소비자에게 잘못 전달하거나, 소비자의 오인을 불러 일으킬 만 한 행위 규제 두 현행법 모두 위반 시 징역형 및 과태료 등 제재가 있으나, 실제 위반 사항에 대해 행정지도 또는 시정 명령 등 처분



그린워싱 방지할 수 있는 방안은?

기업이 그린워싱 리스크를 효과적으로 관리하기 위해서는 우선 자사 제품과 서비스의 친환경성을 입증해야 합니다. 이를 위해 국가별 관련 규제에 대한 이해도를 높이고, 자사에 어떤 그린워싱 리스크가 있을 수 있는지 식별하여야 합니다. EU 분류체계(EU Taxonomy), 한국형 녹색분류체계(K-Taxonomy) 등 친환경 판단 기준에 따라 제품과 서비스를 관리하고, 제품과 서비스에 대한 전과정 평가(LCA) 및 제3자 인증을 통해 친환경성을 입증하고, 이를 근거로한 마케팅·홍보가 이뤄져야 합니다.

또한, 앞으로 시행될 지속가능성 공시 의무화를 이행하는 것이 그린워싱 리스크를 방지할 수 있는 최소한의 수단이 될 수 있습니다. 지속가능성 공시를 위해 기업은 리스크 식별 단계부터 그린워싱 소송 리스크를 감지하고, 해당 리스크가 클 경우 발생할 수 있는 비즈니스 및 재무적 영향도를 파악하는 과정을 거칩니다. 이 과정에서 기업은 그린워싱 리스크를 식별할 수 있으며 이에 대한 해결 방안을 통합적으로 관리할 수 있습니다. 주요 공시 지표가 될 온실가스 배출량의 경우, 배출량 산정부터 공시까지 제3자 인증을 요구해 이를 준비하는 과정에서 그린워싱 노출 리스크를 줄일 수 있습니다.



ESG

- ["자의적으로 분류한 ESG 금융 상품, 그린워싱 우려...검증제도 있어야"](#), 아주경제, 2024.5.24
- [韓, ESG 인증 실태 점검..."인증 아닌 검증부터" VS "시기 신중해야"](#), 아이뉴스 24, 2024.5.22
- ["ESG 공시, 기업 부담 줄이려면 법적제도 있어야"](#), 한경ESG, 2024.5.17

E NVIRONMENT

- [구글, 일본서 처음으로 재생에너지 구매 계약 체결](#), 2024.5.28, ESG경제
- [MS, 공급업체에 100% 무탄소 전기 사용 요구...삼성전자, SK하이닉스 주요 대상](#), 임팩트온, 2024.5.21

G OVERNANCE

- [삼일PwC "지속가능경영과 지배구조 개선, 이사회가 이끌어야"](#), 매일경제, 2024.5.24

*모바일 환경에 따라 기사 바로가기 클릭이 지원되지 않는 경우가 있습니다.
기사 확인을 원하시면 첨부된 PDF 파일을 확인해주세요.

Contacts

삼일PwC Sustainability Platform Partner

Sustainability Platform
Assurance Partner

권미엽

miyop.kwon@pwc.com

+82-2-709-7938

Sustainability Platform
Tax Partner

이혜민

hye-min.lee@pwc.com

+82-2-3781-1732

Sustainability Platform
Deal Partner

곽윤구

yun-goo.kwak@pwc.com

+82-2-3781-2501

거버넌스센터 Managing Director

하미혜

mihye.ha@pwc.com

+82-2-709-8599

ESG 통합정보플랫폼 'SamilESG.com'



SamilESG 회원가입

Samil ESG

사이트
바로가기



PC접속

www.samil.com

© 2024 Samil PricewaterhouseCoopers. All rights reserved. "PricewaterhouseCoopers" refers to Samil PricewaterhouseCoopers or, as the context requires, the PricewaterhouseCoopers global network or other member firms of the network, each of which is a separate and independent legal entity