

## 저탄소 녹색성장을 위해 제품의 탄소 발생량에 초점을



안중우 박사  
유한킴벌리(주) 상무

탄소발자국으로 통용되고 있는 Carbon Footprint란 이산화탄소로 지구온난화 가스의 발생량을 표현하여 환경에 대한 인간 활동의 영향을 측정하는 것으로 지구온난화에 기여하는 개인 또는 조직의 영향을 개념화하는 차원에서 탄생하였다. 이것은 태양/풍력 에너지 또는 재조립과 같이 대체 프로젝트를 통하여 탄소배출량을 벌충하거나 상쇄하려는 시도에 대응하는 개념으로서, 선진국, 특히 유럽을 중심으로 발전되어 왔으며, 이에 대하여 국제사회는 매우 발 빠른 움직임을 보이고 있다. 국제표준화기구인 ISO (International Standards Organization)는 기업이나 프로젝트 단위에서의 지구온난화 가스 배출과 저감에 대한 정량화와 보고, 그리고 그에 따른 실증과 인증에 대한 규격인 ISO 14064와 지구온난화 가스 관련 인정, 인증업무를 담당하는 기관에 대한 규격인 14065를 이미 2007년에 공표하였고, 지구온난화 가스 실증/인증 담당자의 자격 요건인 ISO 14066을 만들기 위한 작업에도 착수했다. 또한 국내 기관들도 이러한 세계적인 추세에 발맞추어 활발한 활동을 전개하고 있다. 환경부 산하 한국환경산업기술원(구 친환경상품진흥원)에서 운영하는 탄소성적표지제도는 2008년 시범사업을 통해 이미 10개 제품을 인증했고, 이제 막 본격적인 태동을 시작했다고 볼 수 있다.

Carbon Footprint의 실질적 정착을 포함하여 저탄소 녹색성장을 이룩하기 위하여 몇 가지 주의할 점이 있다.

첫째, 정부에서는 각 부처간의 업무 영역 확대를 위한 무분별한 예산 투입이나 중복 배정, 그리고 필요 이상의 비건설적 경쟁 등으로 정부 부처의 움직임을 예의 주시하고 있는 민간 부문을 혼란스럽게 해서는 안 될 것이다.

민간 부문에서는 인적 투자를 포함한 환경과 에너지에 대한 투자에 적극적으로 나서야 한다. 이미 세계는 녹색 경제로 향해 뛰고 있고 거기에는 기후변화에 대한 적극 대응이라는 큰 흐름이 존재하고 있다. 이에 앞장서 가거나 최소한 함께하지 않고서는 우리나라의 선진국 진입은 그 문턱에서 좌절하고 말 것이다.

둘째, 소비자의 역할도 그 어느 때보다 중요하게 되었다. 기업이나 정부는 최종 소비자이자 고객인 국민의 눈치를 살피지 않을 수 없다. 따라서 국민들은 환경친화적 제품 생산하고 기후변화에 효과적으로 대응하는 기업의 노력에 대하여 관심을 갖고 지속적으로 관련 정보를 요구하며, 이에 걸맞은 제품과 서비스를 구매하여야 한다. 그리고 정부의 정책이 과연 세계적 흐름에 맞춰 가고 있는지 혹시 일부 기업과 정치가의 이기적 판단에 의해 역행하는 것은 아닌지 유심히 살펴야 한다. 소비자 즉, 국민이 선 순환의 고리를 유지하는 가장 중요한 열쇠를 가지고 있는 것이다.

셋째, 기업에서는 저탄소 생산, 소비 촉진을 통해 이산화탄소 발생을 줄이는 데 기여하여야 한다. 이미 스위스의 한 유통업체에서는 환경문제에 대한 소비자의 관심에 따라 같은 군의 상품 가운데 이산화탄소 발생량이 가장 적은 제품을 뽑아 소비자들이 인지할 수 있게 하고 있다.

이제 포장재를 포함한 일반 제품 제조업체, 재활용업체, 수송업체, 유통업체 등도 이러한 저탄소 사회로의 전환에 발맞추어 제품의 탄소 발생량에 초점을 맞추는 전략을 개발하고 시행하는 방향으로 한발 더 나아가야 할 때가 된 것이다.