



‘친환경인쇄’ 피할 수 없는 이슈

흐름임고 적극 대처해야

= 201×년, 환경인증을 획득하지 못하고 친환경 인쇄공정 관리기술도 보유하지 못한 인쇄업체 A사는 더 이상 주문을 받지 못하고 있다. 더욱이 오랜 고객사이던 C사로부터 친환경 인쇄공정 기술을 보유하지 못했기 때문에 더 이상 인쇄물을 발주할 수 없다는 “통보”를 받았다. 또한 탄소배출권을 확보하지 못했기 때문에 이를 구매하기 위한 비용이 증가해 생산비용의 증가로 가격경쟁력이 악화되어 어려움이 가중되고 있다. 이에 비해 서울 근교의 다른 인쇄사인 B사는 계속되는 인쇄물 발주에 응하느라 바쁘다. 귀찮기는 했어도 친환경인쇄 공정기술을 획득한데 이어 환경인증도 일찌감치 받아 놓았기 때문이다. 또한 다른 업체들에 앞서 한발 빠르게 탄소배출권을 충분히 확보해 가격경쟁력에서도 앞서고 있다. =



이런 상황은 가상이지만 가까운 미래에 현실이 될 수도 있다. 이제 더 이상 환경문제에 대한 논의는 몇몇 공무원과 환경단체만의 문제가 아닌 산업계 전반에 걸친 현실의 문제가 되고 있기 때문이다. 지난해 연말, 세계적인 관심을 모으며 코펜하겐에서 개최되었던 기후협약 정상회의의 여러 논의들도 결국에는 친환경으로 귀결되며 그 영향은 인쇄업계를 비롯한 산업계에 어떤 형태로든 추가적인 대응과 적응이 불가피하게 따르게 될 전망이다. 특히 지난해 기후협약 정상회의가 타결에 실패함에 따라 강제성 있는 조치들이 나오지는 않았지만 세계 각국들은 올해도 지속적으로 기후협약의 타결에 노력하고 있어 합의가 이뤄질 경우, 탄소 및 유해가스의 배출량 감축에 대해 강제성 있는 조치가 뒤따르게 되며 이는 산업계 전반에 걸쳐 어떤 형태로든 큰 영향을 미치게 될 것으로 예상된다.

물론 현재도 여러 가지, 다양한 형태로 친환경 제품이 쏟아져 나오고 있으며 다양한 환경관련 인증이 관심을 모으고 있다. 뿐만 아니라 이전에 비해 환경오염을 크게 줄였다는 친환경 장비와 기계들도 잇달아 선을 보이고 있는 실정이다. 또한 환경문제에 대한 인식이 크게 확산되고 관련 규정들이 강화되는 추세를 보이고 있어 앞으로의 대응은 지금까지에 비해 더욱 철저한 대응이 필요하게 될 전망이다. 가장 큰 차이는 선택적이고 자율적인 대처방식이 필수적이고 법규에 의해 강제되는 방식으로 전환될 것으로 예상되고 있는 것이다.

그러나 무계획한 대응으로는 효율적인 친환경 경영을 하는 것도 어려울 뿐 아니라 애써 투자한 것도 무용지물이 될 수 있다. 이를 예방하기 위해서는 환경과 관련된 정책과 법규 및 인증 등이 갖는 의미와 이에 대한 거시적인 흐름이 어떻게 진행되어 왔는가를 파악하는 것이 매우 중요한 의미를 갖게 된다.

탄소배출권과 온실가스 감축은 세계적 추세

지난해 연말 세계적인 관심을 모으며 덴마크 코펜하겐에서 열렸던 기후변화 협약 총회의 공식 “유엔기후변화협약 당사국총회(UNFCCC COP: Conference of the Parties under the United Nations’ Climate Change Convention)이며 이 회의는 기후변화 협약에 관련된 최종 의사 결정 기구로 통상적으로 1년에 한 번씩 전 세계 주요 도시에서 개최되고 있다. 가장 최근에 코펜하겐에서 열린 회의는 15차 총회였으며 결론적으로 이 회의는 2012년 이후의 환경협약 이행에 대한 합의를 도출하는데 실패했다. 그러나 탄산가스 등의 감축을 의무화하는데 있어 많은 국가들이 공감대를 형성한 것은 사실이며 앞으로 있을 회의나 흐름의 대체가 감축으로 가고 있음을 부정할 수는 없게 되었다. 간단하게 말하면 유엔기후변화협약이라고 하지만 세부적으로 보면 6개의 하위 기구로 구성되어 있다.

첫째, 이행자문 부속기구인 SBI(Subsidiary Body for Implementation)는 기후변화협약의 이행과 관련된 문제에 관한 논의와 분석을 담당하고 조언하는 전문가 그룹이다. 둘째, 과학기술자문 부속기구, SBSTA(Subsidiary Body for Scientific and Technological Advice)는 전문가 그룹으로 주로 과학기술면에서 이뤄진 논의와 권고안을 제출하는 보조 기관이다. 셋째, 선진국 추가감축공약 특별작업반 회의인 AWG-KP(Ad Hoc Working Group on Further Commitments for Annex 1 Parties under the Kyoto Protocol)는 교토 의정서 효력이 다 하는 2012년 이후(포스트 교토, Post Kyoto)에 Annex 1에 속하는 국가들(선진국)의 온실가스 감축의무에 대한 논의가 이뤄지는 장이다. 넷째, 장기협력행동 특별작업반 회의인 AWG-LCA(Ad Hoc Working Group on Long-term Cooperative Action)는 Annex 1에 속하는 선진국들과 개도국들, 모든 당사국의 중·장기적인 온실가스 감축계획에 대한 논의를 진행한다. 비준국 총회(KP당사국회의)인 CMP(Conference of the Parties/Meeting of Parties)는 교토의정서와 관련된 최종 의사 결정을 하는 모임이다. 당사국 총회인 COP(Conference of the Parties)는 모든 기후변화협약에 관련된 최종 의사 결정을 하는 기구이다.

보기에 따라서는 별다른 연결고리가 없을 것 같은 인쇄산업과 기후협약이라고 생각할 수도 있으나 온실가스 감축 목표 제시와 선진국 및 개도국의 중·장기 의무감축량 부여와 이를 실천이 거부할 수 없는 흐름이 되고 있다. 또한 배출권 거래제의 시행과 확대도 15차 회의에서는 합의를 이끌어내지 못했으나 거스를 수 없는 전체적인 분위기가 형성되어 있음을 부정할 수는 없는 상황이 되고 있다.

이에 따라 2013년 이후 온실가스 감축의무국으로 지정되거나 온실가스 감축에 대해 높은 이행 노력을 요구받게 될 것이 확실시 되고 있기 때문에 최초의 국제탄소거래시장인 EU의 배출권 거래제를 적극적으로 참고해야 할 것으로 보인다. 그리고 국제협약에 의한 의무감축국으로 지정이 되면 온실가스 배출상한은 교토의정서에서와 마찬가지로 경제성장률을 감안한 상대적 상한이 아닌 절대적 상한으로 주어지게 될 가능성이 높는데 이는 우리나라처럼 아직 경제성장률이 높은 국가들에게 있어서는 지속적인 성장에 부담으로 작용할 가능성이 크다. 인쇄산업에 적용한다면 인쇄업계 전체에 탄소배출허용량이 주어지고 그 수준에 맞춘 각종 온실가스 저감장치의 저감에 대한 의무가 강하게 주어지거나 허용량이 넘어서는 배출에 대해서 부과금 또는 추가적인 비용을 투입하여 구매하게 되는 상황을 가정할 수 있게 된다. 한마디로 말한다면, 수익성이 더욱 악화될 수 있는 상황이 될 수 있는 것이다.

제도화 되고 있는 환경정책

사실 환경의 중요성에 대한 강조는 하루아침에 주요 이슈로 부각된 것이 아니다. 본격적으로 환경에 대한 인식이 확산된 것은 지난 1990년대에 들어서면서부터이다. 당시 오존층 파괴, 온실 효과 및 산성비 등으로 인한 생태계 파괴가 두드러짐에 따라 지구환경의 위기의식이 고조되었고 동시에 선진국들은 환경오염을 유발하는 국가에 대한 국제적인 제재조치를 구상하게 되어 환경과 관련된 규제와 논의는 크게 강화되어 왔다. 그 방향성은 자율적인 규제와 강제성을 갖는 규제가 병행되어 왔다. 이에 따라 환경에 대한 다양한 정책과 제도들이 정비되고 활성화 되었으며 주로 환경인증, 환경라벨, 환경마크 등에 의해 유지, 발전되어 오고 있다. 이에 따라 기업들은 자사의 경영환경과 여건에 맞는 환경인증이나 환경라벨을 취득해야 하는 상황이 되었으며 아무런 조치를 취하지 않을 경우에는 각종 규제의 대상으로 전락하게 될 위험성이 커졌다. 예를 들면, 대기업은 국제적으로 무역제재 조치를 받게 되고 중소기업은 국내 지자체로 부터의 엄격한 규제와 제재를 받게 되는 상황이 전개될 수 있다는 것이다.

한편, 세계적으로 처음으로 환경제품 라벨링 제도를 도입해 시행한 국가는 독일이다. 오염원에 대한 직접적 규제와 단속만으로는 근본적인 환경문제 해결과 환경개선이 어렵다고 판단하고 이를 보완하기 위한 발전적인 대안으로써 지속가능한 생산, 소비시스템 구축으로 관심을 확대한 것이다. 우리나라도 이런 배경에서 환경부와 환경마크협회를 중심으로 지난 1992년부터 환경성에 대한 정보를 제품에 표시하고 소비자가 친환경 상품을 선택, 사용하고 기업으로 하여금 환경 친화적 제품의 개발 및 생산을 촉진하게 하는 환경라벨링제도를 도입, 시행하고 있다. 이 제도는 1979년 독일에서 처음 시행되어 현재 유럽연합, 북유럽, 캐나다, 미국, 일본 등 40여개 국가에서 성공적으로 시행되고 있다.

환경 라벨링제도는 3가지 유형으로 분류되어 있다. 그중 Type I 이 잘 알려진 환경마크제도이다. 국내에서는 '환경기술개발 및 지원에 관한 법률'에 근거를 두고 시행중에 있다. type II는 생산자 자신이 제품의 환경성을 주장할 수 있는 방법, 조건 등을 규정하는 제도(제품의 환경성 자기 주장제도)로 소비자 기만방지를 위해 공정거래위원회에서 '표시광고의 공정화에 관한 법률'에 근거해 시행중이다. type III(환경성적표시제도)는 제품이나 서비스의 전 과정에서의 자연자원의 사용과 오염물질 배출이 지구환경(자원소모, 지구온난화 등)에 미치는 잠재적인 환경영향을 계량화 하여 도표나 그래프로 표시하는 제도로서 '환경기술개발 및 지원에 관한 법률'에 근거하고 있다.



한편, 환경정책은 소비자 측에서의 접근과 지원도 활발해지고 있다. 상대적으로 늦기는 했지만 최근 들어 국제적으로 공공기관의 친환경제품 구매를 의무화하는 법률의 제정이 활발해지고 있으며 유럽, 일본, 대만 등에서는 공공기관의 친환경제품 의무구매를 촉진하는 법령 제정이 이뤄지거나 제정을 추진하고 있다.

특히 유럽연합은 지난 2003년 6월 '통합제품정책(IPP)'을 채택하고 회원국의 공공기관 녹색구매 행동계획 입안을 추진했으며 EU 차원에서 녹색구매 영향평가를 실시하고 회원국은 행동계획을 수립해 3년마다 수정토록 권고하고 있다. 또한 공공기관 조달기준 등을 담은 친환경상품 데이터베이스를 구비하고, 온라인을 통한 공공기관 녹색구매 활성화 사업도 추진하고 있다. 일본의 경우, 지난 2000년 5월 환경성에서 '환경물품조달추진등에 관한 법률'을 제정, 지난 2001년 시행한 이후 중앙부처 및 자치단체의 참여율이 증가, 한 조사 결과에 따르면 약75%의 기업에서 친환경상품 브랜드 및 매출이 증가한 것으로 나타나기도 했다.

대만은 '정부구매법'에서 친환경상품에 대한 우선조달과 가격차등제 등을 규정하는데 이어 1999년 440개였던 환경표시제품을 1200여개 이상으로 늘려 오는 등 지속적인 증가세를 보이고 있다.

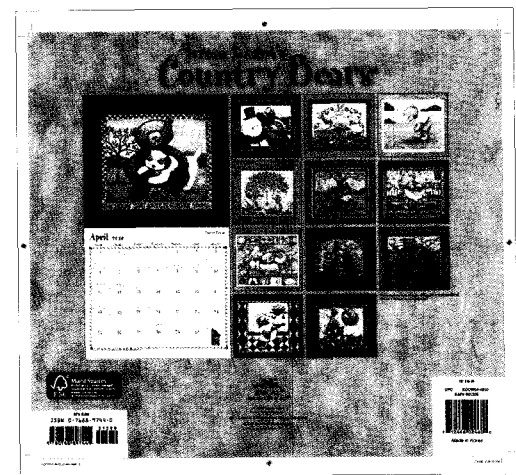
한국도 환경친화기업지정제 등 도입

한국은 지난 1995년에 환경친화기업지정제도 도입을 위한 '환경친화기업지정제도운영규정'을 제정함으로써 법규에 의한 환경 대응을 본격화 했다. 그해 12월 대기수질환경보전법 제10조의 2항에 제도운영에 대한 근거를 마련해 1996년 7월1일부터 시행해오고 있으며 그 동안 수차례에 걸쳐 제도개선을 단행해 왔다.

지난 1999년에는 호텔, 병원, 백화점 등 서비스업종을 환경친화기업 대상에 포함시키고 평가기준을 별도로 마련했으며 2001년에는 지정신청 대상을 국내에서 해외 소재 기업으로까지 확대하고 재지정 신청기업에 대한 심사내용을 간소화하는 조치를 취했다. 또한 지정신청 자격 및 지정취소요건을 완화를 비롯해 평가항목 및 평가기준의 조정 등 광범위한 개정작업이 이뤄졌다. 2001년에는 전국의 환경친화기업이 가입된 '전국환경친화기업협의회'가 구성됐으며 네트워크가 개설, 운영되기도 했다. 정부는 2001년 당시 환경친화기업 지정을 확대하고 인센티브를 늘리는 등 환경친화기업지정제도를 더욱 발전시켜 국제적인 환경규제에 신속히 대응하고 선진 환경경영기법을 도입해 국내 산업계에 확산시키는 통로로서 이용해 나간다는 방침을 천명한 바 있다. 이후 전국환경친화기업협의회와 전국 네트워크의 운영을 활성화해 환경오염 저감기술 개발 및 생산공정 개선 등 환경개선성과에 대한 기업간 환경정보 교류를 전개한데 이어 중소기업에 대한 기술지원 및 지정신청업체에 대한 컨설팅 제공 등으로 중소기업의 참여를 적극 유도해 왔다.

한편으로 '친환경상품구매촉진에 관한 법률'을 세계적으로 처음 시행해 공공기관의 친환경상품 의무구매제도를 규정한 첫 번째 나라가 되기도 했다. 환경부는 공공기관의 친환경상품 의무구매를 촉진시키기 위해 구매 실적을 기관업무 평가 항목에 반영하기로 하는 한편으로 지자체의 친환경상품 구매 지원을 위한 표준조례안을 보급하고, 4대강 특별법과 상수원보호구역에 의한 주민 지원 사업 시에도 친환경상품 보급정책과 연계키로 했다.

환경부는 친환경상품 정보를 종합적으로 제공하는 정보시스템을 구축, 향후 '친환경상품 전자거래시스템'으로 발전시킨다는 계획도 검토하고 있는 것으로 알려져 있다. 이 계획안에는 인쇄서비스업의 녹색구매 확대가 포함되어 있어 민간분야의 친환경상품 구매 확산을 위해 공공기관의 구매력이 큰 인쇄서비스업에 녹색구매를 확대하여 적용한다는 내용이 포함되어 있다.



유럽, 미국 등에서는 인쇄물에도 환경친화적인 공정을 거쳤다는 인증을 받는 표기가 일반화되어 있다.

부품, 소재에 이르기까지 친환경의 범위 확대

제품에 유해물질을 사용하지 않기 위해서 제품 제조과정뿐만 아니라 부품에 대한 더욱 자세하고 많은 유해물질 정보가 필요해지면서 친환경 부품·소재를 사용해 제품을 제조하는 '친환경 부품·소재 공급망(Eco-Scm)'도 예전에 비해 활성화되고 있다. 부자재 부품이 제품의 전 과정에서 어떤 환경적 영향을 미치는가를 평가·분석해 제품의 환경성을 확보하기 위한 원·부자재 공급업체와 완제품 생산업체간의 공급망 관리 시스템으로 최종제품 설계단계부터 환경에 영향을 미치지 않는 친환경 부품과 자재만을 최우선으로 고려하여 구매 사용하도록 하는데 초점을 맞추고 있는 것이다.

국내에서도 2004년부터 친환경 원·부자재 공급망 관리의 필요성을 홍보하고 구축방안에 대한 지침을 발표했다. 주요 내용으로 친환경 부품·소재 공급망 구축을 통한 국내기업의 제품 환경성 관련 국제 규제 대응 기반 마련, 친환경 제품 생산·촉진의 환경표지제도 활성화, 산업 전반에 활용 가능한 Eco-Scm 구축을 목적으로 하고 있다. 국내에서는 현재 전기·전자업종을 중심으로 제품 환경성 관련 국제규제 대응을 위한 원·부자재 친환경 공급망구축이 적극적으로 진행되고 있다.

민간의 자율적 환경대응 중요

정부와 지자체의 규제일변도의 명령통제방식의 환경관리는 다양하고 복잡한 국제적 환경규제 및 경제여건의 변화에 효율적으로 대처하기 어렵고 오염물질의 저감에도 한계가 있다는 한계를 갖고 있다. 이에 따라 규제를 중심으로 하는 법령 및 제도는 행정상의 비효율과 업계에 부담으로 작용하고 있다.

이에 대해 세계적으로 각국은 지역별 자율환경관리제를 일찌감치 시행해오고 있으며 우리나라도 크게 다르지 않다. 이는 기업과 정부 간의 협력과 파트너십 형성을 전제로 기업의 자율을 보장하고 창의성과 다양성을 최대한 활용해 최소비용으로 환경오염을 관리하기 위해 추진되고 왔다.

미국, 일본 등 선진국에서는 1960년대부터 이 제도가 도입, 운영되어 오고 있으며 대기, 수질, 폐기물 분야뿐 아니라 온실가스 감축, 환경경영 등에 이르는 다양한 분야에서 활용되고 있다. 자율적인 환경관리제는 개별 국가별로 목표하는 특성에 따라 여러 형태로 운영되고 있는데 우리나라는 지난 1999년 12월 관계전문가와 이해관계자의 의견수렴을 거쳐 자율환경관리제 추진계획을 수립, 지침서를 발간하는 등 추진기반을 마련했다. 또한 환경정책 기본법에 국가 및 지방자치단체로 하여금 자발적으로 환경관리를 추진하는 사업자에게 재정적, 행정적 지원을 할 수 있는 근거(1999.12월 환경정책기본법 제34조 규정 신설)도 마련되어 있다. 2002년에는 '자율환경관리협약 운영규정'을 제정, 고시함으로써 협약대상자를 대기, 수질, 폐기물 등 좁은 의미에서 규정되었던 오염물질 배출업소 위주에서 실제 오염물질을 배출하는 자 또는 단체로 확대했다. 협약대상 분야도 지구환경에 영향을 미치는 오염물질 등을 추가, 복잡다기해지는 현실을 최대한 반영했다.

세부적으로는 자율환경관리협약을 체결한 사업장에 대해서 환경개선자금(환경오염방지시설치자금, 환경기술개발및사업화자금)과 재활용산업육성자금을 우선적으로 지원하는 등의 지원을 펼치고 있다. 또한 환경친화기업을 지정받고자 할 경우에는 가산점을 부여, 환경관리공단의 기술 지원을 받도록 하고 있다. 사업장이 소재한 자치단체와 협약을 체결하고 자율환경관리제를 추진하는 기업들이 증가하고 있다.

국내외 주요 환경 인증제도

국내에서 운용되고 있는 환경마크제도는 지난 1990년 말 환경마크 도안 공모를 시작으로 1992년 4월 '환경마크제도운영에 관한 규정' 제정을 통해 그해 6월부터 시행됐다. 1994년 12월에 '환



경기술개발 및 지원에 관한 법률'을 제정해 정부, 지방자치단체, 정부투자기관 등에서 환경 마크 인증제품을 우선 구매하도록 하는 등 환경마크제도의 법적 근거를 마련한 것을 계기로 우선 구매 제도도 시행중에 있다.

그러나 기존의 환경마크가 친환경적이며 품질도 우수한 상품이라는 환경마크상품 본래의 이미지를 정확하게 전달하지 못하고 있다는 지적이 잇따르고 있으며 디자인 면에서도 세련미가 떨어진다. 지적에 따라 2004년에 새로운 환경마크의 도안으로 변경하기도 했다. 새 환경마크는 환경을 지키는 형상을 상징한 도안으로, e를 상징적으로 시각화해 환경적이며 경제적인 이미지를 나타내고 있으며 자원순환을 형상화해 상징적 의미를 강조하고 있다. 환경부는 환경마크를 국제적으로도 인정받아 국내 제품의 해외진출 시 선진국의 무역차별화 조치에서 벗어나는 것을 목표로 환경마크 인증기준을 국제적인 수준으로 강화하는데 노력을 기울이고 있다. 이와 함께 환경마크 대상제품을 지속적으로 확대해 나가고 인증기준의 합리성과 과학성을 높이는데 주력하고 있다. 아울러 국내 환경상품의 해외 시장 개척을 지원하기 위해 외국과 상호인정협정을 위한 법적 근거를 마련하고 해외 환경상품 전시회 출품 등을 적극적으로 지원하고 있다.

이처럼 환경마크제도 운영은 환경부에서 관련법령의 제정, 관련기관과의 협의 등 제도의 전반적인 사항을 관장하고, 민간단체인 환경마크협회에서는 대상제품 선정, 환경마크 사용의 인증, 인증제품의 사후관리 등 이원화되어 있으나 유기적인 협력 체제를 구축하는 방향으로 업무를 수행하고 있다. 환경마크 대상제품은 제도가 처음 시행된 1992년에 재생종이제품류, 재생 종이를 이용한 화장지류 등 4개 제품군을 선정한 이래 대상제품을 꾸준히 확대해 오고 있으며 현재 총 100여개 대상제품이 선정, 관리되고 있다.

일본은 비영리 재단법인 일본환경협회에서 지난 1989년 도입하여 운영하고 있는 일본의 대표적 친환경상품 인증제도로 세계에서 가장 활발한 운영성과를 기록하고 있는 에코라벨링 제도로 환경과 관련된 자국 내 인증 제도를 운용하고 있다. 지난 2000년에 제정된 일본의 그린구입법에서 정한 품목별 그린구매기준과 연계하여 인증기준을 설정하고 있으며 그린구매 활성화를 위한 일본녹색구매네트워크(GPN)의 공동사업을 운영하는 등 일본 소비자 인지도가 90%에 달할 정도로 잘 홍보되어 있다.

중국은 중국환경표지제도 시행고시에 의거, 중국 환경표지제도가 도입 되었으며 국가환경보호총국, 국가품질검사총국 등 11개 관련부처가 참여하여 환경표지상품인증위원회 구성하였다. 지난 2003년부터 국가환경보호총국 산하 中環聯合認證中心有限公司(CEC)가 설립되어 중국 환경표지 인증기준 제정 및 인증업무를 담당하고 있다. 대만은 그린마크 인증제를 환경서에서 도입, 친환경상품 인증제도로 활용하고 있다. 기준개발 및 인증업무는 대만환경개발재단(EDF)에 위임하여 운영되고 있으며 1999년 도입된 대만 조달법상 그린조달기준에서 대만 공공기관이 Green Mark 인증제품을 구매하도록 규정함에 따라 인증제품 수가 급격히 증가하였다. 태국은 순수민간단체인 태국환경연구원(TED)이 산업부(Ministry of Industry)의 후원으로 친환경상품 인증 제도를 운영하고 있으며 주로 페인트, 형광램프, 사무기기 품목에 인증이 집중되어 있다.

호주의 환경라벨링제도는 2001년 민간 비영리 제품환경성 평가전문기관인 호주환경라벨링협회(AELA)에 의해 도입되었으며 호주 민간사회공헌활동 지원기금의 지원으로 운영되고 있다. 대상제품은 화장품, 화장지, 접착제, 재활용제품 등이다. 뉴질랜드 환경라벨링제도는 1992년 도입



탄소배출거래는 앞으로 보편화될 가능성이 높다.

되어 정부 프로그램로서 민간기관에 위탁되어 운영되고 있다. 2005년부터 환경부 주도로 정부 녹색구매 프로그램을 도입해 환경라벨링 인증제품을 우선적으로 구매하도록 유도하고 있다. 대상 제품군은 페인트, 화장지, 재활용 플라스틱제품 등이다.

대표적 환경인증제도 ISO14001과 FSC

환경과 관련된 다양한 정책과 규제의 대부분은 환경인증제도를 통해서 반영되고 있다. 이에 따라 주요 인증제도를 잘 이해하는 것이 친환경경영의 출발점인 동시에 핵심적인 과제로 대두되고 있다. 현재 국내외에서 널리 인정되고 그 효용성을 인정받고 있는 환경관련 인증제도는 ISO14000과 GR마크 및 친환경마크 등을 들 수 있다. 그중 GR(Good Recycled Product)인증제는 기술개발을 통해 품질이 우수한 재활용제품의 수요기반 확충을 위해 실시하는 제도로 품질이 좋은 재활용제품을 소비자가 안심하고 사용할 수 있도록 추천하고 인증평가결과 품질이 낮은 재활용 제품은 품질향상을 유도하여 국내 자원재활용 활성화를 그 목적으로 하고 있다.

GR 인증제는 법률에 의거 우선 재활용제품의 규격·품질기준을 제정하고 그 규격에 따라 인증 평가하는 것이 다른 인증제와 가장 큰 차이점이라고 할 수 있다. 한편 규격의 제정에는 지식경제부, 환경부 등 관계부처와 자원재생공사, 조합 등의 관련단체, 학계, 소비자단체의 전문가들이 참여하고 있다.

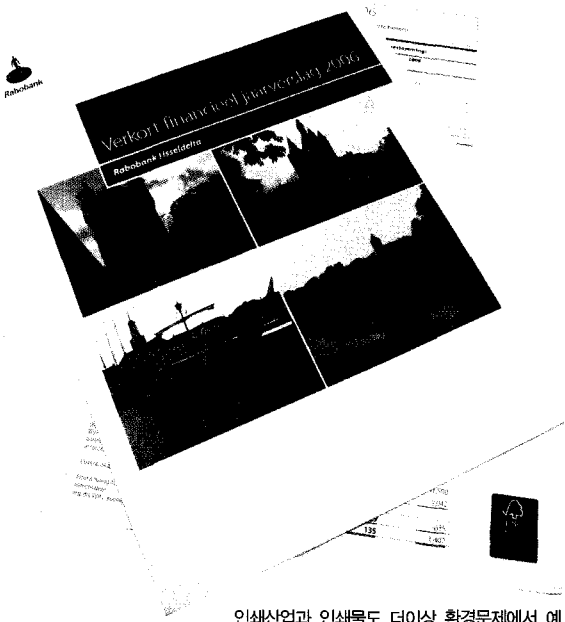
한편, 환경경영규격 국제표준인 ISO 14001 인증제는 가장 널리 알려지고 그 권위를 인정받고 있는 환경과 관련된 최고의 인증이라고 해도 과언이 아니다. 특히 최근 들어 사회적인 요구와 동의에 따라 환경경영의 중요성이 부각됨에 따라 그 중요성을 더하고 있다.

이처럼 환경경영에 관한 국제표준인 ISO 14000 시리즈는 환경경영시스템에 관한 규격과 환경심사, 환경레이블과 선언, 환경성과평가, 전 과정평가, 환경 친화적 제품설계, 환경의사소통, Greenhouse Gas 등으로 구성되어 있다. 이 표준들은 크게 조직을 평가하는 영역과 제품 및 공정을 평가·분석하는 영역으로 구별할 수 있는데, 환경경영시스템, 환경심사, 그리고 환경성과평가 등은 조직의 환경경영에 대한 평가를 위한 표준이며, 환경레이블과 선언, 전과정평가 등은 생산제품과 생산공정의 환경성에 관한 평가표준이라고 할 수 있다.

환경경영시스템이란 환경 방침을 개발, 실행, 달성, 검토 및 유지관리 하기 위한 조직 구조, 계획 활동, 책임, 관행, 절차, 공정 및 자원 등을 포함하는 전체 경영시스템의 일부로서 품질경영시스템이 고객의 요구가 주요 관심인 반면, 환경경영시스템은 광범위한 이해관계자의 요구와 환경보호에 대한 사회의 집진적인 요구를 다룬다.

환경경영시스템은 최고 경영자의 의지에 기반을 둔 환경방침의 개발 및 이행이 가능하도록 하는 PDCA 프로세스로 이루어져 있다. 먼저 ISO 14001인증 취득하면 국제적으로 공인된 국제표준화기구에 의한 ISO 14001인증 취득은 환경보호 및 국제 교역관계에서 고객 및 이해관계자에게 신뢰를 줄 수 있는 도구로 사용되고 있다. 또한 환경경영시스템 인증기업이 생산한 제품이라는 신뢰성을 확보할 수 있다. 이는 이미 선진국을 중심으로 실시되고 있는 환경배상책임에 대한 대응체제 확립 가능하다는 것을 뜻하며 인증을 받지 않은 기업과의 경쟁에서 환경 친화적 이미지를 통해 경쟁력을 확보할 수 있다는 것을 의미한다.

ISO 14001 인증은 해당 기업의 환경 개선의 성과를 평가하는 것이 아니라 그 기업이 환경경영시스템을 운영할 수 있는 체계를 구축하였는지를 확인하는 것이다. 이에 따라 환경시스템 인증이란 환경보호를 잘하고자 하는 기업에게만 주는 것이 아니고 ISO 14001요건에 언급되어있는 요구사항을 준수하여 환경보호를 실시하면서 사업 활동을 행하는 모든



인쇄산업과 인쇄물도 더이상 환경문제에서 예외될 수 없다. 친환경 공정을 거친 인쇄물들



기업이 인증을 받을 수 있다.

인증 획득하기 위해서는 시스템구축 - 신청 및 계약체결 - 인증심사 - 부적합의 시정 및 인증의 결정 - 사후 관리 심사 등의 과정을 거치게 된다. 세부적으로 보면, 시스템 구축에 앞서 자사의 시스템을 점검해 해당 시스템을 ISO 규격의 요구사항에 따라 문서화 하고 문서화된 자사의 시스템을 운영해 본 후 그 결과를 내부 감사 및 경영자검토를 통해 평가/개선한 후에 인증기관에 인증을 신청하는 과정을 거쳐야 한다. 인증의 신청 및 계약체결 단계에서는 인증기관을 선택하여 인증을 신청해야 한다. 이 경우 인증기관은 인증계약서를 제시하고 해당 기업과 인증절차 인증범위 및 비용 등에 대한 합의와 인증기업이 준수해야 할 사항들을 알려주도록 되어 있다. 인증심사일수는 정해진 기준 내에서 인증기관이 해당기업의 품질시스템 구축 정도 및 준비상태를 고려하여 산정한다.

인증계약이 체결되면 인증기관이 인증심사반을 구성하고 해당기업의 문서를 심사하여 경영시스템이 국제기준에 적합하게 구축되어 있는지 여부를 심사하고 기업이 신청한 인증범위가 적절한지 확인한다. 현장을 방문하여 심사하는 도중 기업이 신청한 인증범위가 사실과 다르거나 적용 불가능할 경우 해당 심사반은 이를 인증기관에 보고하고 해당 기업과 적절한 인증범위를 협의하여 인증계약을 갱신 체결하게 된다. 인증을 받는 것으로 모든 것이 끝나는 것은 아니다. 인증조직의 시스템 유지 및 개선을 위해 주기적으로 진행되는 사후관리 심사를 받아야 한다. 인증조직은 최초 인증서 발급 후 3년간 6개월 또는 1년을 주기로 사후 심사를 받아야 한다. 유효기간인 3년마다 인증기관과의 계약을 갱신해야 하며 이때에 실시되는 심사를 갱신 심사라고 부른다. 통상적으로 그 심사규모는 최초인증의 2/3이상이며 절차는 최초인증절차와 동일하다. 최초로 인증을 획득한 날로부터 3년 이내에 갱신을 하지 않으면 그 인증은 자동으로 효력을 상실하게 된다.

GR 마크와 환경마크는 GR 마크가 제정된 규격에 따라 시험·분석·평가하고 생산 현장을 실사하여 기술력과 품질이 우수한 재활용제품임을 인증하는 제도인 반면에 환경마크는 신청기업이 제시하는 시험성적서 등을 판단근거로 하여 환경 친화성과 환경부하의 정도를 주평가항목으로 하는 환경상품 인증제도라는 차이점이 있다.

재활용제품을 구매하는 소비자에게는 일반 공산품 구매의 경우와 같이 좋은 품질이 구매판단의 중요한 척도가 될 수 있으며 폐기물을 이용하여 품질이 우수한 재활용제품을 만들면 소비가 촉진되고 그 결과 국가적으로 추진하는 자원 절약 과 환경보호 효과가 달성되는 것으로 분석되고 있다.

FSC인증은 비교적 늦게 출발한 인증제도이다. 지난 1993년에 설립된 국제 비정부기구(NGO)인 산림협의회가 구축한 산림경영 인증시스템이다. 산림경영(Forest Management)은 멕시코에서 시작되었으며 가공유통관리인증(Chain of Custody)은 미국에서 처음 시작되어 2009년 현재, 1만개가 넘는 기업들이 인증을 받고 있다.

FSC인증제도는 산림훼손 및 지구 환경파괴를 막기 위한 대응책으로서 산림자원을 보호하고 지속가능한 산림경영을 실천하기 위해 제정되었다. 쉽게 말하면 조성림과 여기에서 생산된 목재로 생산된 제품의 지속적인 관리 시스템을 구축, 경제와 사회, 환경에 이바지하는 것을 목표로 하고 있는 것이다. FSC인증의 장점은 체계화되어 있는 세계적 인증이라는 점이다. 인증표준의 수립에서 시행에 이르기까지 유엔 및 국제기구의 지원이 이뤄지고 세계적 전문가들이 인증에 참여하고 있다. 현재 전세계적으로 FSC에서 인정한 32개의 인증기관들이 활동하고 있으며 컨트롤유니온씨티피케이손을 비롯한 6개 정도의 업체들이 세계적인 네트워크를 갖추고 활동하고 있다.

FSC인증이 인쇄 및 출판업계에 관심을 끌고 있는 것은 CoC(가공유통관리인증) 때문이다. 간단히 말하면 조성림에서 벌목된 목재를 이용하여 생산된 종이를 사용해 제조, 가공, 유통 및 판매하는 과정에 관련된 인증이기 때문에 인쇄 및 출판업계와 관련성이 크다는 것이다.

향후 최대 관심사 탄소배출거래권

최근 들어 '온실가스 라벨'을 제품에 부착할 수 있는 '탄소성적표지제도'가 국내외적으로 많은 관심을 끌고 있다.

탄소성적표지제도가 도입된 것과 큰 관심을 끌고 있는 것은 유엔이 지난 2009년을 '기후 변화의 해'로 지정한데서 비롯되었다. 지구온난화가 몰고 올 재앙을 막기 위해 세계인이 역량을 모아야 할 때임을 강조한데 따른 것이다. 탄소성적표지제도는 기업의 자발적인 신청을 받아 한국환경산업기술원이 CO₂ 배출량을 조사해 인증을 내주는 방식을 하고 있다. 온실가스 라벨을 부착하려면 CO₂ 배출량과 구체적인 감축 계획을 제출하는 등 기후 변화에 대한 적극적인 대응이 필요하다. 소비자들은 라벨만 보고도 손쉽게 친환경 소비에 동참할 수 있어 온난화 방지에 효과적인 것으로 평가받고 있다.

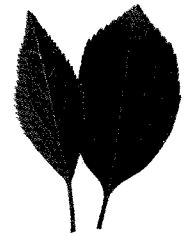
이미 유럽과 북미, 일본 등의 선진국에서는 '친환경·저탄소' 정책을 기업의 생존 전략으로 인식해 대처하고 있다. 지난 2007년 세계 최초로 탄소 발자국(carbon footprint) 표시를 시작한 영국은 세제, 전구, 감자, 오렌지주스, 의류 등 다양한 제품에 탄소 감축 라벨을 부착하고 있다. 운반 과정에서 비행기가 사용된 제품은 따로 표시할 정도이다. 배나 자동차를 이용한 것보다 탄소 배출량이 훨씬 많기 때문에 비행기 마크가 붙은 제품은 소비자들이 선호하지 않는다. 프랑스도 정부 차원에서 탄소 라벨 부착을 적극 준비하고 있다. 일본은 식재료의 생산·운송·소비되는 과정에서 배출된 이산화탄소의 양을 표시하는 '푸드마일리지 라벨 제도'를 시행하고 있다. 환경 전문가들은 당초 기후변화에 대한 국민의 인식이 높아 온실가스 라벨의 파급 효과가 클 것으로 예상했으나 쌀이나 과일, 고기 등 소비자 반응이 민감한 농·축산품이 제외되어 기대치에는 미치지 못하고 있는 실정이다.

그럼에도 불구하고 온실가스 과다배출로 인한 폐해에 대해 세계 각국이 인식을 함께 함에 따라 선진국들에게 온실가스 감축의무를 강제 부여함과 동시에 신축적인 이행을 유도하기 위해 배출권 거래제(Emissions Trading)는 실시 시기의 문제일 뿐 그 시행이 확실시되고 있다. 배출권 거래제는 온실가스를 배출할 수 있는 권리를 사고 팔 수 있도록 한 제도이다. 즉 어떤 국가가 자국에 부여된 할당량 미만으로 온실가스를 배출하게 되면 그 여유분을 다른 국가에 돈을 받고 팔 수 있고, 반대로 할당량을 넘겨 온실가스를 배출할 수밖에 없는 국가는 초과분에 해당하는 배출권을 다른 국가로부터 사들이도록 한 것이다.

온실가스 가운데 배출량이 가장 많은 것은 이산화탄소(CO₂)이기 때문에 통상 배출권은 '탄소 배출권'으로 불린다. 아울러 배출 할당량은 국가별로 주어지지만 실제로 배출에 제약을 받는 것은 산업 활동을 하는 일선 기업들이어서 탄소배출권 거래는 주로 기업들 사이에서 이뤄지게 될 것으로 예상되고 있다.

국내 인쇄업도 환경경영 서둘러야

아직까지 국내 인쇄업계가 체감하고 있는 환경경영은 제지부와 잉크 부문을 제외하면 단편적이고 산발적인 상황 발생과 대처에 머무르고 있다는 인식이 강하다. 거기에 더해 이런 변화를 주도하는 것도 인쇄업계의 주도보다는 대형 유통업체 등 수요측면에서 이끈다는 느낌을 주고 있다. 수년전부터 대형유통업체를 중심으로 콩기름을 사용한 전단을 발행하는가 하면 점포내 안내문을 '재생용지'로 변경해 사용하는 사례가 심심찮게 발생하고 있으며 최근 들어서는 홍보전단을 더 이상 사용하지 않는 대형유통업체도 등장하고 있어 실제적인 영향은 거의 없다고 하더라도 상징적이고 심리적인 면에서 인쇄업계에 부담이 되고 있다. 거기에 더해 초중고 학생들이 사용하는 교과서도 올해부터는 병행해서 사용한다는 조건이 붙기는 했으나 책자형 교과서와 CD형 교과서가 함께 사용된다는 것은 인쇄업계에 던지는 의미는 결코 적지 않을 전망이다. 이런 변화에 대해 인쇄업계도 적극적인 관심을 기울여야 할 것을 요구받고 있다. 다행스럽게 그동안 인쇄업은 타



업종에 비해 오염물질 배출량이 상대적으로 적다는 인식이 있어 집중적인 감시 대상에서는 제외되어 왔다.

그러나 환경대응에 대한 논의가 본격화되고 인쇄관련 산업은 환경 규제의 대상에서 자유로울 수 없는 상황이 되고 있다.

이에 따라 대부분의 인쇄업 종사자들은 환경의 중요성을 공감하고 있다. 그러나 이러한 흐름에 어떻게 대처해야 하는가에 대해서는 현실적인 제약과 한계에 부딪쳐 있다. 가장 큰 문제는 자금 여력이 없다는 점이다. 소수의 대규모 회사를 제외하고는 충분한 자본력을 갖춘 업체가 거의 없다는 점에서 시설투자를 의미하는 환경경영은 결국 돈과 직결되기 때문에 많은 인쇄업체로서는 실질적인 대처방안을 마련하는데 어려움을 겪고 있는 것이다.

외국의 사례를 통해 본 인쇄업에 대한 환경 경영 요구

우리나라에 비해 앞서가고 있는 선진국 인쇄산업의 환경경영 사례를 보면 앞으로 우리나라가 취해야 할 방향을 가늠해 볼 수 있을 것이다. 이웃 일본의 경우에는 최근 실시한 조사 결과에 의하면 환경보고서 등에 의해 정보공개 실시하고 있는 고객은 60%선으로 집계됐으며 그 중 환경방침에 관해서는 모든 기업이 공개하고 있는 것으로 알려졌다. 구체적인 노력 내용 및 행동계획, 환경목표, 환경부하량, 환경에 관한 봉사활동상황의 순으로 공개가 많이 되고 있는 것으로 나타났다. 일본의 경우, 인쇄사에서 상대하는 고객사의 환경관리시스템 도입이 4/5를 넘어서는 것으로 파악되고 있으며 앞으로의 도입계획을 포함할 경우에는 90%를 넘어선 것으로 파악되기도 했다. 주로 이용한 환경관리시스템은 ISO 14001이 가장 많은 것으로 드러났다.

한편, 일본의 경우이기는 하지만 고객사들은 인쇄사를 선정하는데 있어 '환경관리시스템의 도입 유무' 및 '명확한 그린기준의 유무'를 고려한다는데 긍정적인 대답을 했다. 이는 고객들이 환경대응에 대해 관심을 갖고 있다는 것을 뜻하는 것이다. 고객이 중요시하는 인쇄사의 환경대응 노력에 대한 항목으로 '공해방지에 노력하고 있는 경우' 및 '폐기물사감, 리사이클에 노력하고 있는 경우'와 '환경부하가 낮은 공정을 이용하고 있는 경우'를 중요시 하는 것으로 드러났다. 일본인쇄산업연합회에서 실시한 한 설문조사 결과에 따르면, 인쇄사의 환경대응은 아직까지 미흡한 수준에 머물러 있는 것으로 드러났다. 개별사업소마다 환경을 배려한 방침 및 규정이 있는 인쇄사의 비율이 절반을 넘고 있으며 환경관리시스템을 도입한 인쇄기업도 전체의 20%수준에 그치는 것으로 드러났다.

환경 문제와 인쇄업계의 당면과제

녹색성장은 인쇄업계에도 피할 수 없는 과제가 되고 있다. 정부와 지자체에서 이미 리플릿, 홍보물 등 모든 인쇄물을 친환경제품으로 사용하는 행사를 시범적으로 실시하는 등 국내 인쇄업계도 친환경이라는 물결은 이미 피해갈 수 없는 대세가 되었다. 그러나 인쇄산업은 세계적으로 낮은 수익성과 전자책의 대두에 따른 사양 산업이라는 인식이 더욱 커지고 있다. 특히, 인쇄 작업중 사용되는 증크롬산, 초산, 염산, 염화철, 크로헷산, 벤젠 등의 화학약품이 오염을 유발하는 것으로 인식되어 있어 인쇄산업에 대한 친환경의 부담은 더해지고 있다. 앞으로 인쇄기업이 지속적인 성장을 하기 위해서는 어떻게 친환경 인쇄를 실현하느냐 하는 것에 모든 것이 달려있다고 해도 과언이 아니게 되었다.

결론적으로 정부와의 긴밀한 커뮤니케이션을 통해 인쇄산업에 대한 정책·제도적 지원을 원활하게 끌어내고 구성원들의 자발적인 실천으로 환경에 대한 인식과 의식수준을 끌어올리는 것이 인쇄업계가 당면한 환경문제를 풀어나가는 첫 걸음이 될 것이다. 환경의 문제는 단발성 구호만으로 해결될 수 없는 중장기적인 과제이자 시대적인 과제이기 때문이다. ☺