

속도,편리 < 가치소비



#탈팡 #쿠팡탈퇴 17만건
나흘간 47만명 감소 (24% MZ세대)

가치소비

나의 소비가 다른 사람에게 좋은 영향을 줄 수 있는가?

MZ 미닝아웃
“나는 가치소비자”

Q. 나는 가치소비자다



소비는
가치관과 사회적 신념을 드러내는
‘미닝 아웃’의 수단
(Meaning + Coming out)

돈으로 혼나봐라, 이 착한 가게들!

■ 강원도 소재의 닭갈비 업체

2019년 산불 진화에 힘쓰는 소방관들에게 익명으로 닭갈비 전달

■ 서울시 소재의 파스타 식당

결식아동 급식카드를 소지한 아동에게 무상으로 식사를 제공

■ 서울시 소재의 치킨집

치킨을 먹고 싶어하는 형제에게 무상으로 치킨을 제공

보이콧 (**BOYCOTT**)

바이콧(**BUYCOTT**)

소비자가 바라는 환경경영

1. 그린워싱을 하지 않는 기업
2. 온실가스감축(탄소중립)을 실천하는 기업
3. 제조를 넘어 사용과정의 건강도 챙기는 기업
4. 소비자도 환경경영에 동참하게 해주는 기업
5. 제품 전과정을 고려하는 기업

출처: ESG생활연구소

그린워싱 사례

제품광고, 기업이미지 홍보, 라벨 및 인증

상충효과 감추기	AMOREPACIFIC	 STARBUCKS®				
증거불충분	 Santos We have the energy.	 RYANAIR				
애매모호한 주장		adidas®				
허위라벨 부착		 scJohnson A family company at work for a better world	 THE ORIGINAL OATLY!			
관련성 없는 주장		 Apple				
차선악 선택	 Shell					
거짓말	 Cargill®	 Volkswagen	 innisfree	 BURGER KING	 Tide	

1.

그린워싱을 하지않는 기업

애매모호한 주장



하지만 실제로는
종이로 만든 게 아니라
플라스틱 사용을 절감해
만든 용기였어.

친환경인 '척'하는 그린워싱

상충효과 감추기



그린워싱 광고 -클린 디젤

**VOLKSWAGEN'S CLEAN
DIESEL SCANDAL**



국내외 그린워싱 관련 규제

국가	법률 및 지침(연도)	주요 내용
	환경 기술 및 환경산업 지원법 (‘15년 개정)	- 친환경 광고, 표시의 경우 용어 또는 라벨 사용에 있어 ‘환경성’을 기준으로 “거짓 또는 과장 표시·광고”, “기만적인 표시·광고”, “부당 비교 표시·광고”, “비방적인 표시·광고” 금지 규정.
	캘리포니아주 사업 및 전문직업법 및 공공자원법 (‘21년 개정)	- 제품 또는 포장의 재활용 가능성에 대한 광고를 위하여 거짓되거나 기만적 또는 오해의 소지가 있는 환경마케팅 금지. - 포장 용기에 표시 가능한 친환경 관련 문구 및 라벨 종류 규정. - 정보공개 의무화. - 재활용 가능성 기준 규정.
	에코라벨 제도 (‘20년 개정)	- ‘새로운 소비자 의제(New Consumer Agenda)’ 발표하며 그린워싱으로부터 소비자를 보호하기 위하여 ‘에코라벨’ 제도 규정. - 정부 또는 국가에서 인정한 공인기관이 상품이 친환경적임을 인증해주는 표시이며 인증된 기준에 따라 제조된 상품임을 증명함.
	소비자보호법 (‘21년 개정)	- 상품 또는 서비스의 환경적 평가 기준 제시하며, 기준에 따른 정보제공 의무 이행 못하는 경우 친환경 홍보 불가능. - 환경에 영향을 미치는 상품의 경우 환경과 관련하 정보 제공하는 라벨링 의무화.
	Green Claims Code (‘21년 발표)	- 기존의 ‘소비자 보호 규정’에서 금지하는 허위 또는 과장된 정보의 기준과는 별도의 친환경을 주장하는 경우 고려해야할 사항 규정함 (진실하고 정확한 주장, 명확하고 모호하지 않은 주장, 정보의 공시, 공정하고 의미있는 비교, 제품 또는 서비스의 전체 생산주기를 고려한 주장, 입증할 수 있는 주장). - 지침의 내용은 영국의 ‘적합성 평가(UK Conformity Assessment) 기관의 인증을 받기 위한 기준이 됨.

그린워싱 유형_ TerraChoice의 그린워싱 7가지 유형

terrachoice
environmental marketing

- (회사소개) TerraChoice는 캐나다 글로벌 친환경 컨설팅 기업으로 출발하여 현재 미국 UL이 인수한 글로벌 친환경 기업
- (가이드라인) '07년 그린워싱 6대 죄악을 발표했고, '09년 7대 죄악으로 업데이트함
- (주요 연구) '07년, '09년 2차례에 걸쳐 미국, 캐나다, 영국 호주 시장을 대상으로 환경성 조사를 한 결과 '07년의 경우 98%, '09년의 경우 95%의 상품이 적어도 하나 이상의 그린워싱에 속한 것으로 나타남

7 Sins of greenwashing

1. 상충효과 감추기
(Sin of the hidden trade-off)

일부 속성에 기초하여
환경친화적이라고 주장 행위

2. 증거불충분
(Sin of no proof)

쉽게 접근할 수 있는 정보 또는 신뢰할 수 있는 제3자 인증으로 입증되지 않은 환경적 주장

3. 애매모호한 주장
(Sin of vagueness)

너무 포괄적이거나 제대로 이해할 수 없는 용어 사용으로 소비자가 의미를 오해할 수 있는 주장

4. 허위라벨 부착
(Sin of worshipping false labels)

단어 또는 이미지를 통해 제3자의 인증 또는 검증을 가지고 있다는 인식을 주는 제품

5. 관련성 없는 주장
(Sin of irrelevance)

친환경적 제품을 찾는 소비자에게 중요하지 않거나 도움이 되지 않는 환경적 주장

6. 차선악 선택
(Sin of lesser of two evils)

범주가 전체적으로 환경적이지 않지만, 그 범주에 있는 다른 제품 보다 환경적이라고 주장

7. 거짓말
(Sin of fibbing)

사실이 아닌 점을 광고

2009년도에 추가된 그린워싱 항목

2.

온실가스감축(탄소중립)을 실행하는 기업



배출된 온실가스의 대기중 수명은 100년



이것이 바로 오늘날 우리가 처해 있는 현실이다.

연평균
약 510억톤
온실가스 배출

BILL GATES



코로나 여파로 플라스틱 쓰레기 급증_ 일회용 쓰레기산

환경부에 따르면 2020년 택배는 20.2% 증가, 플라스틱은 13.7% 증가
생활쓰레기 발생량은 11.2% 증가

환경스페셜 옷을 위한 지구는 없다

KBS

흰색 면 티셔츠 1개를
만드는 데 드는 물의 양



1000L

1000L

700L

한 사람이 3년 7개월간 마실 물

의류/신발 산업의 온실가스 배출량



의류 생산 방법이
변하지 않는다면

출처: 콰티스, 기후사업재단



패션산업

전 세계
산업용 물 중

20%

사용

전 세계
탄소 배출량 중

10%

자료: 유엔유럽경제위원회

청바지 한 벌을 만들 때



물 7000L 필요
이산화탄소 32.5kg 배출
(자료: 그린피스)

국내 하루 평균 의류 폐기물량

(단위: t)



자료: 환경부



패션산업

코로나 팬데믹 이후 환경에 대한 관심

더 관심을
갖게 됐다

48%

비슷하다

46%

덜 관심을
갖게 됐다

7%

자료: 글로벌 컨설팅 기업 커니

제품 구매 시 '지속 가능성'을 고려한다

66%

자료: 맥킨지 뉴 에이지 컨슈머 설문조사





**전 세계에서 나오는
온실가스의 17%는
가축을 키우면서 나온다!**

소고기 > 돼지고기 > 닭고기 > 채소



전세계 온실가스 배출량 중 음식쓰레기가 10% 미국과 유럽 자동차의 2배

음식물 쓰레기를 하나의 국가로 본다면,
세계에서 세 번째로 큰
온실가스 배출원 될 것

- 잉거 안데르센(Inger Andersen) UNEP사무총장

3.

제조를 넘어 사용과정의 건강도 챙기는 기업

환경부가 친환경 제품에 부여하는 인증 로고



탄소발자국 인증 1단계(왼쪽부터)와 2단계, 환경성적표지 기본형. <2019 한국환경산업기술원>

99.9% 손세정제



아기피부 순한 물티슈



전기집진기 99%냄새, 미세먼지 해결



**세상을 바꾸는 막강한 힘
그게 바로 소비자의 선택!**