그린워싱이란 영어로 Green과 White washing의 합성어입니다. 실제로는 친환경적이지 않음에도 친환경적인 것 처럼 홍보한다는 뜻입니다.

지구온난화와 환경문제 등으로 무분별한 쓰레기와 환경 오염물질을 생산해 내는 기업들의 책임론이 높아지면서, 기업들은 생분해 제품, 플라스틱을 대체할 다른 제품, 여러 생분해성 재료 등을 이용한 각종 제품을 내놓으면서 친환경적인 이미지를 쌓거나 홍보하게 된다. 그러나 실제로는 전체 생산 제품이나 생산 과정의 극히 일부분밖에 해당하지 않는 친환경 노력을 과도하게 내세우고 과장할 때, 또는 해당 친환경 제품을 무분별하게 생산하거나 자사의 다른 제품에는 친환경 정책을 적용하지 않을 경우 그린워싱 논란이 발생한다.

기업이 시장 이윤만 추구하지 말고 환경과 사회에 지속 가능한 기여를 해야 한다는 ESG 흐름에 기업들이 빠르게 적응하려다 나타나는 역효과 중 하나로 꼽힌다.

Starbucks

환경을 위해 종이 빨대를 도입했으나, 스타벅스는 다양한 플라스틱 MD 제품을 판매하고 있다.

텀블러에 주문한 음료를 담아주는 서비스를 도입했으나, 음료 계량을 위해 각 고객 별로 일회용 플라스틱 컵을 사용한다.

SPA fashion brands

fast fashion은 쓰레기 배출과 환경 문제에 있어 가장 큰 이슈 중 하나이다. SPA 브랜드, 유니클로, H&M, Zara 등은 패스트 패션을 이끄는 리더 그룹이다.

이들도 친환경 제품을 출시하고 환경 문제에 대한 그들의 노력을 드러내고 있다.

그러나 패스트 패션이 그들의 사업 분야인 만큼 그들의 노력이 진심일지라도 친환경 기업이라는 이미지를 만들기에는 역부족이다.

Electronics Companies such as Apple (ZD Net)

아이폰 12시리즈 이후부터 기존의 번들 5W 충전기와 이어팟을 제공하지 않고 있다.

그 이유로 아이폰의 박스 크기가 작아져 발생하는 물류 과정 속에서 탄소발자국이 감소한다는 것을 들었다.

또한 이미 많은 사용자가 충전기와 이어폰이 있기 때문에 추가적인 충전기와 이어폰 제공은 불필요한 원자재 낭비와 쓰레기 배출 증가로 이어질 수 있다는 것이 애플의 주장이다.

하지만, 애플은 대중적으로 사용되는 USB-C 타입의 충전방식을 여전히 아이폰에 적용하고 있지 않다. 그들의 독자 규격인 lightening을 고수하고 있다

환경을 생각했다면 더 많은 사용자가 사용하는 USB-C 타입의 충전 방식을 지원했어야 한다.

독자 규격으로 인해 발생하는 추가적인 케이블 생산 또한 충전기와 마찬가지로 환경에 좋지 않은 영향을 끼칠 것이다.

애플은 의도적인 기기의 성능 저하를 실행한 적이 있고, 기기의 수리 비용이 높은 것으로 유명하다.

더 많은 제품 판매를 위해 성능을 저하시킨 '배터리 게이트'는 애플이 진정 환경을 생각하고 있는지 의심하게 된다.

또한, 애플의 높은 수리 비용은 소비자가 갖고 있는 제품을 고쳐서 오래 쓰기 보다는 새 제품을 사도록 만든다.

Cosmetics

많은 화장품 회사들이 친환경 제품과 포장을 선보이고 있다. 그렇지만 일부 기업들에서는 종이 용기에 담긴 화장품을 출시했으나, 용기를 분해해보니 안에 플라스틱이 있던 사례가 있다.

Coca-Cola (GreenPeace)

재활용 플라스틱 병 캠페인.

그러나 코카 콜라는 세계 최대 일회용 플라스틱 병 생산주체 (약 100 Billion 병 생산). 코카콜라 플라스틱 병의 회수율을 9%에 불과하다.

일회용 플라스틱 병은 심각한 환경오염을 초래하고 있는데, 코카콜라의 친환경 병 캠페인은 위선적이다.

Solution

fake green product guideline

신고포상금

정부의 가이드라인 제공

그린워싱에 대한 사회적 인식과 관련 시민운동

관련 인증제도의 확충과 친환경 제품에 대한 인센티브 확보