

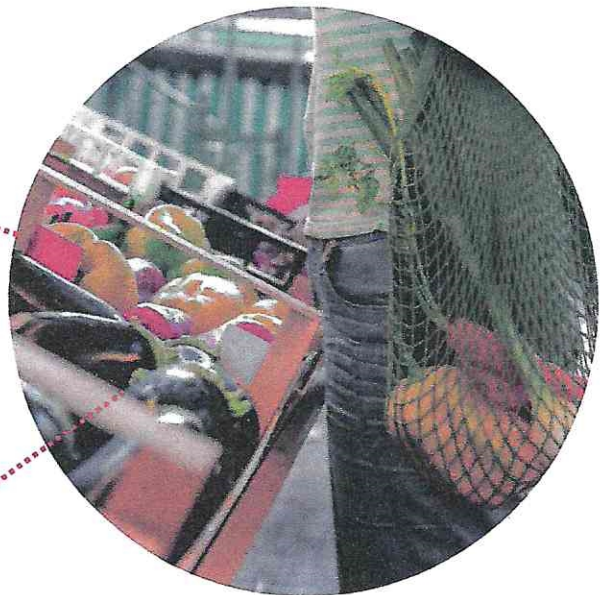
CONSUMERS INTERNATIONAL

WORLD CONSUMER RIGHTS DAY 2020



지속가능한 소비

2020년 3월 15일은 세계소비자권리의 날(World Consumer Rights Day)이다. 국제소비자기구(Consumers International)는 2020년 세계소비자권리의 날 주제를 “지속가능한 소비”로 정하고 전 세계 소비자단체들이 연대하여 기후 변화와 생물의 다양성 감소라는 글로벌 위기를 해결하기 위한 소비자 운동을 전개한다.



지속가능성의 문제

현재 우리의 경제 성장은 화석 연료를 기반으로 하는, 낭비가 심한 자원소비모델에 의존해서 이루어지고 있다. 소비에 대한 글로벌 모델을 바꾸는 것이 중요하다. 그 동안의 소비는 빈곤, 기아, 불평등, 건강에 대한 악영향, 부적합한 주택 등에 대한 기존의 문제를 완화하기보다는 악화시키는 방식으로 진행되었다. 이 같은 문제는 전 세계의 지역 사회에 피해를 발생시켰다. 이는 개발도상국(the global south: 아프리카, 남아메리카, 개발도상국 아시아 등)에서 더 심각하며, 이런 곳은 기후 변화에 의해서도 엄청난 피해를 입고 있다.

글로벌 공약

전 세계의 지도자가 기후 위기와 생물 다양성 손실 문제에 대처하기 위해 함께했다. 이 같은 글로벌 공약에서 가장 중요한 의제는 다음과 같다.

- 기후 변화 협약(2015년 파리) - 파리 기후 변화 협약은 이번 세기 동안 전 세계의 온도 상승을 산업화 이전 수준과 비교하여 섭씨 2도에 크게 미달하도록 유지하고, 더 나아가 섭씨 1.5도 이하까지 온도 상승 제한 노력을 지속하는 것을 목표로 한다.
- 지속 가능 개발 목표 2030(SDG) - SDG는 2030년까지 달성할 17개의 전 세계적인 목표를 지니고 의욕적으로 출발했다. 여기에는 경제적, 사회적 개발에 대한 새로운 패러다임과 함께 환경 변화와 관련된 수많은 목표가 포함되어 있다.

그러나 지금과 같은 생활방식을 유지한다면 모든 지속 가능 개발 목표와 파리 기후 변화 협약은 실패할 것으로 예상된다. 이 같은 실패를 방지하려면 신속함, 다자간 협력, 더욱 강화된 전 세계적인 노력이 필요하다.

지속가능한 소비는 무엇인가?

지속가능한 소비는 자원 효율성과 공정한 거래 확대를 목표로 하는 동시에, 빈곤이 완화되도록 노력하며 모든 사람이 식품, 식수, 에너지, 의료 등의 사용과 관련하여 양호한 삶의 질을 누릴 수 있도록 한다.

지속가능한 소비는 미래 세대를 위해 이 세상의 지속을 보장할 뿐만 아니라, 보다 단기적인 혜택도 제공할 수 있다. 예를 들어, 사람들이 낮은 품질의 안전하지 않은 바이오매스 연료를 사용하지 않도록 계도하면 환경뿐만 아니라 사람들의 건강에도 도움이 된다.

올바른 전환

지속가능한 경제적 모델로의 전환은 공정한 또는 공정하지 않은 방법으로 이루어질 수 있다. 전환과정에서 중요한 천연자원을 보호함과 동시에 사회정의, 인권 및 인간의 필수적인 요구조건(needs)을 동시에 충족해야 한다. 모든 미래의 시스템은 핵심 소비자 권리 및 요구 조건에서 표현된 바와 같이 공정한 가격, 안전하고 우수한 품질의 제품, 제한 없는 접근성, 인간의 존엄성에 대한 존중 및 사생활 보호를 반드시 보장해야 한다.

절대로 어떠한 불공정한 방법, 공평하지 않은 보상이나 처벌 조항이 있어서는 안되며, 지속가능성을 쉽고 올바르게 선택할 수 있도록 소비자를 위한 노력과 동기 부여가 대안으로 제시되어야 한다. 이런 방법을 따르지 않는다면 지속가능성을 향한 우리의 노력은 비판을 받을 것이고 소비자들의 외면을 받을 것이다.



점차 커지는 문제, 과잉소비

모든 사람들이 평균적인 서유럽인의 생활 방식으로 산다면, 이를 지속하기 위해서는 지구가 3개나 필요하며, 미국인의 생활 방식으로 산다면 지구가 5개나 필요할 것이다.

신흥 국가에서 사람들의 가처분 소득이 증가하면서, 지구의 미래 자원을 사용하는 소비재에 대한 수요가 증가하고 있다. 그 해에 지구의 모든 자원을 소비하는 날짜인 지구 생태용량 초과¹의 날은 점차 빨라지고 있다. 2019년에는 7월 29일이었다. 우리는 소비의 양을 줄여야 하며 소비의 방식을 바꾸어야 한다.

저에너지, 순환경제로의 전환

과잉 소비의 문제에 대한 한 가지 해결책은 순환 경제모델이다. 이는 “채취, 제조, 폐기” 모델에서 탈피하여 시스템 내에서 폐기물을 고려하여 재사용 및 재생산 모델을 사용하는 것이다. 이는 적게 사용하고, 효율을 높이며, 수리하거나 다시 사용하거나 다시 만들 수 있는 제품을 설계하는 것을 의미한다.

이 같은 모델을 사용한다면, 기후 변화를 줄이고 생물 다양성 손실 복구에 도움이 될 것이다. 기업에서 이 모델을 사용한 좋은 사례가 이미 몇 개 있다. 예를 들어, 팀버랜드(Timberland)는 재활용한 타이어 고무로 신발을 제작하고 있으며, 다이쿠(DyeCoo)는 염료 이외의 화학 물질을 전혀 사용하지 않으며 물도 사용하지 않고 천을 염색하는 방법을 개발했다.

소비자의 역할

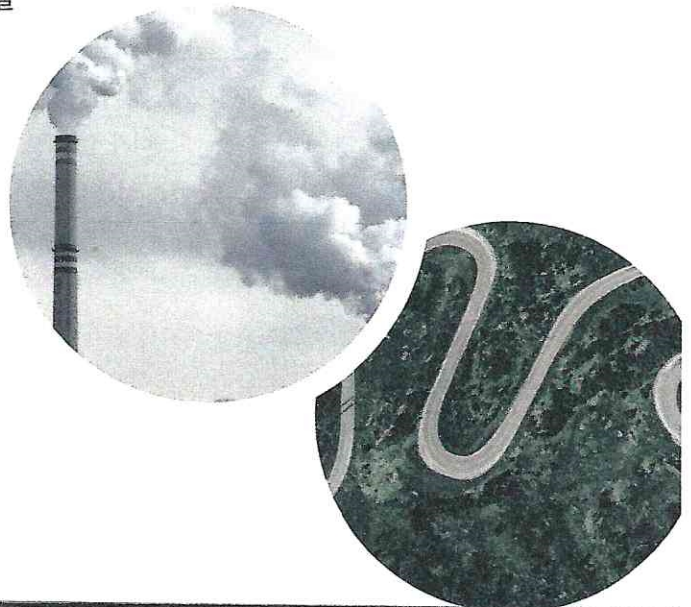
전 세계 사람들이 환경 위기의 긴급성을 이해하기 시작했으며, 이미 자신의 국가에 대한 주요 위협 중 하나로 생각하고 있으며, 이런 우려는 2013년 이후 크게 증가했다.

소비자는 모든 생산 및 소비 시스템*의 핵심 요소이며, 변화의 성공에 있어서 중요한 요소이다.

여러분이 소비자로서 내리는 선택이 전 세계에 영향을 미치고 변화를 이끄는 기회가 된다. 소비자가 전 세계에 영향을 미칠 수 있는 중요한 방법 중 일부는 다음과 같다. 즉, 어떤 제품과 서비스를 사용할 것인가, 어떻게 사용할 것인가, 사용 수명이 다하면 어떻게 폐기할 것인가, 시스템의 공급망 변화와 규제 변화를 어떻게 주도할 것인가 등에 대한 선택이다.

그러나 현재 모델내의 강력한 경제적 집단으로서도 소비자들은 시스템에 필요한 규모의 영향력을 항상 발휘할 수 있는 것은 아니다. 시스템에 영향을 미치는 소비자의 역량을 잘 이해하고 소비자가 자유롭게 역량을 발휘할 수 있도록 한다면 더욱 빠르고 더욱 유의미한 변화를 이끌어낼 수 있을 것이다.

*시스템은 생산, 소매, 소비에서 폐기에 이르는 산업의 모든 부문을 의미한다. 이는 다양한 지점의 연결 고리 뿐만 아니라 전체 과정을 아우르는 개념이다.



1. 소비자의 선택

지속가능한 제품에 대한 수요는 특히, 젊은 소비자 사이에서 증가하고 있다. 전 세계 대상 조사에서 66%의 소비자가 지속가능한 제품을 더 많이 구매할 것이라고 답변했다.

그러나 다양한 조사에 따르면 지속가능한 제품의 실제 구매율은 20~30% 범위였다(hbr.org 사이트 및 nielsen.com 사이트 참조).

일반적으로, 지속 가능성은 소비자가 손쉽게 할 수 있는 선택이 아니며, 올바른 구매를 위한 소비자의 조사 또는 탐색, 행동 변화 또는 더 많은 비용 지출 등의 노력이 필요하다.

소비자의 선택은 실제 구매밖의 영역에서도 영향력을 발휘한다. 지속가능한 구매를 위한 더욱 나은 사회기반시설에 대한 요구를 통해 지속가능한 제품을 더 많이 접할 수 있는 기회를 확대시킬 수 있다. 예를 들어, 재사용 가능한 물병을 구입하는 경우, 이 물병에 마실 물을 지방 정부 또는 기업에게 무료로 공급하라고 요구하는 것이다. 마실 물이 더 많이 제공되면, 더 많은 사람들이 재사용 가능한 물병을 구입한다. 소비자는 순환 경제의 강력한 구성 요소이다.

접근성 저하, 가격 상승, 소비자 요구 조건 불충족 등 소비자의 지속가능한 옵션 선택을 가로막는 요소는 반드시 제거되어야 한다.

2. 소비자가 제품과 서비스를 사용하는 방법

에너지

에너지에 대한 접근성은 포용적 성장의 중요한 원동력 중 하나이지만, 에너지의 생산과 사용은 온실가스 배출 및 기후 변화의 핵심 원인 중 하나이기도 한다.

전 세계의 수많은 저개발 국가에서 일부 소비자는 에너지를 전혀 사용하지 못한다. 아프리카의 경우 사용률은 40%를 조금 넘으며, 전 세계적으로 30억 명의 사람들이 건강에 악영향을 미치는 연료를 사용하고 있다. 중요한 문제는 공급과 가격의 불확실성이며 특히, 에너지 수입 의존도가 높은 곳이나 극한의 기후의 위험성이 있는 곳이 문제이다.

그러나 재생가능 에너지가 확대되고 있다(2018년 7.9%). 현재 전 세계 전력 용량의 1/3은 재생가능 에너지를 기반으로 한다. 그러나 소비자가 재생가능 에너지로 전환하는 것은 엄청나게 어려운 과정일 수 있다.

소비자는 에너지 사용을 절감할 수 있는 방법에 대해서 명확한 정보를 제공받은 상태에서 안전하고 지속 가능하며 저렴한 에너지를 손쉽게 사용할 수 있어야 한다.

식품

식품 제조업은 전 세계 온실 가스 발생 중 최대 37%를 차지한다. 식품 제조업(특히, 작물 재배와 가축 사육을 결합한 유축 농업)은 엄청난 에너지 소비, 산림 파괴, 온실 가스 발생, 과도한 물 사용 등을 유발하고 있다. 우리의 플라스틱 중 60%(이 중 많은 양이 식품 제조업에서 발생)는 매립하거나 환경에 폐기된다. 축산업과 농업은 가축 품종과 곡식에 발생한 유전자 다양성 및 토양 생물 다양성에 엄청난 손실을 가하는 하나의 축이었다. 식품용으로 경작되는 6,000개의 식물 품종 중 9개 품종이 전체 곡식 생산의 66%를 차지하고 있다. 이 같은 문제는 2030년까지 전 세계는 십억 명분의 식품을 추가로 공급해야 한다는 사실을 고려하면 더욱 심각하다.

소비자는 제철에 인근에서 생산한 식품을 섭취하고, 동물성 제품을 줄이며, 지속가능한 원칙을 잘 지키는 생산자의 식품을 구매함으로써 영향을 미칠 수 있다. 예를 들어, 육류제품 섭취와 비교할 때 식물 기반 식품은 토지 사용을 76% 절감할 수 있으므로, 섭취하는 육류 제품의 분량만큼 대체 단백질로 바꾸는 것은 지속 기능을 위한 좋은 방법 중 하나이다.

그러나 세계의 일부지역에서는 육류소비가 증가하고 있다. 아시아의 경우, 2050년까지 78%가 증가할 것으로 예측된다. (그러나 육류 소비가 이렇게 증가해도 현재의 복미 수준과 비슷한 정도가 될 뿐이다)

3. 소비자가 제품을 폐기/재사용하는 방법

평균적으로 한 사람이 하루 0.74킬로그램의 폐기물을 만들며, 이는 수프 2통에 해당하는 무게이다. 소득이 높은 국가(전 세계 인구의 16%)에서 전체 폐기물의 34%를 배출한다.

- 2050년 전 세계 폐기물은 34억 톤으로 증가될 것으로 예상되며, 이와 동시에 인구는 2배 이상 증가될 것이다.
- 전 세계에서 생산된 모든 식품 중 30~40%가 낭비 또는 폐기된다.
- 전 세계적으로 지금까지 생산된 모든 플라스틱 중 9%만 재활용되었으며, 79%가 매립, 폐기 또는 투기되었으며 12%는 소각되었다.

전자폐기물

매년 5천만 톤의 전자 폐기물이 생산된다. 이는 2050년 1억 2천만 톤으로 증가될 것으로 예측된다. 전자 폐기물은 수많은 고독성 화학물질을 배출하여, 보관된 장소와 처리를 담당하는 사람에게 영향을 미친다. 최근 연구에 따르면 거주자들이 폐기물을 해체하여 철물을 회수하는 가나의 수도 아크라 소재 아그보그블로시(Agbogbloshie)지역의 닭이 낳은 계란에서 기타 다른 유해한 물질과 함께 염소화다이옥신이 유럽식품안전청 기준의 220배 검출된 것이 확인되었다.

전자 폐기물의 재활용에 대한 효율성을 높인다면, 사용이 완료된 장치로부터 심각한 환경 오염원을 제거할 수 있을 뿐만 아니라, 자체 비용의 일부도 회수할 수 있을 것이다. 이 금액은 전 세계적으로 625억 달러에 이른다.

“5천만 톤이라는 크기는 가능하기 힘들지만, 이 물량은 에펃탑 4,500개와 같은 무게이며, 맨하탄 정도의 면적을 덮을 수 있으나, 이는 단지 1년 동안 생산되는 전자 폐기물의 양일뿐이다.”

* 출처: 국제노동기구(ILO) 사무총장 가이 라이더(Guy Ryder), 국제전기통신연합(ITU) 사무국장 자오 하우린(Zhao Houlin)가 작성한 세계경제포럼의 블로그

4. 변화에 대한 요청

73%의 소비자가 환경에 대한 영향을 줄이기 위해 소비 습관을 확실히 바꿀 것이라고 답변했지만, 이같이 하려면 가격, 접근성, 정보 과다 등의 수많은 문제를 해결해야 한다. 소비자는 이 같은 문제에 대한 변화를 요청할 수 있고, 공급망의 투명성 강화를 요구할 수 있으며, 입법을 시행하거나 더욱 나은 정책을 장려하도록 정부에 압력을 넣을 수 있다. 소비자는 환경 문제에 대해 기후 파업(climate strikes)과 지속 불가능한 제품에 대한 불매 운동 등으로 이미 매우 적극적으로 대처하고 있으며, 이는 엄청난 미래 잠재력을 지니고 있다.

소비자가 정말 원하는 것

모든 사람이 원하는 것처럼 환경을 바꿀 수 있으려면, 소비자에게 접근성과 정보가 제공되어야 한다. 또한 소비자가 기여하는 노력에 부합하는 사회기반시설이 있어야 한다. 지속가능한 소비가 손쉬운 선택이 되어야 한다.

생산자, 소매자, 정책 입안자는 각자 최선을 다해 제품을 안전하고, 지속 가능하며, 자원 효율적으로 만들어서 지속가능한 구매 방법에 대한 혼란이 줄어들도록 노력해야 한다. 그 후, 소비자의 선택을 도울 수 있는 명확하고 신뢰할 수 있는 정보를 제공해야 한다.

새로운 기술

큰 도전 과제가 다가오고 있으며 이에 올바르게 대처하려면 새로운 기술이 필요하다. 여러 방법 중 기술은 더욱 지속가능한 소비에 도움이 된다.

- 배양육 또는 식물성 고기 대안 제시
- 스마트 전력량계를 사용하여 개별 사용자와 도시 전체의 에너지 소비 모니터링
- 전기자동차
- 에너지기업의 배출가스 감소(및 이와 동시에 판매용 가스의 폐기물 제거)에 도움이 되는 IoT센서.

소비자 단체의 역할

소비자 보호, 소비자 운동은 더욱 지속가능한 세상을 만드는 데 중요한 역할을 수행할 수 있다.

소비자 보호 및 권리 증대는 언제나 기본적으로 소비자인 사람들을 위해 운영되는 건강하고 지속가능한 환경, 공정한 자원 분배 및 경제 시스템 확보와 관련되어 있다.

또한 UN이 정의하는 소비자 원칙은 지속가능한 순환 경제 모델로의 바람직한 전환이 필요하다고 주장할 때 유용한 도구가 될 수 있다. 이들 중 일부는 지속가능한 소비를 분명하게 언급하지만, 그렇지 않더라도 SDG와 순환적 접근법을 충족한다는 점에서 다른 것도 매우 중요하다.

- 중요한 물품과 서비스에 대한 접근성
- 취약하며 혜택을 받지 못한 소비자 보호
- 건강과 안전 유해성으로부터 보호
- 소비자의 경제적인 혜택 증진 및 보호
- 정보를 기반으로 하는 선택을 가능하게 하는 적절한 정보 접근성
- 환경, 사회 및 경제 교육 등 소비자가 주제를 선택하는 교육
- 효과적인 분쟁 해결 및 보상 대책 제공
- 소비자 그룹 및 조직 결성을 위한 자유와 의사 결정 과정에서 의견을 표현할 자유
- 지속가능한 소비 패턴 권장
- 전자 상거래에서 다른 형태의 상거래에서 제공하는 수준 이상의 보호 제공
- 개인정보보호 및 전 세계적인 정보의 자유로운 흐름 보장

