

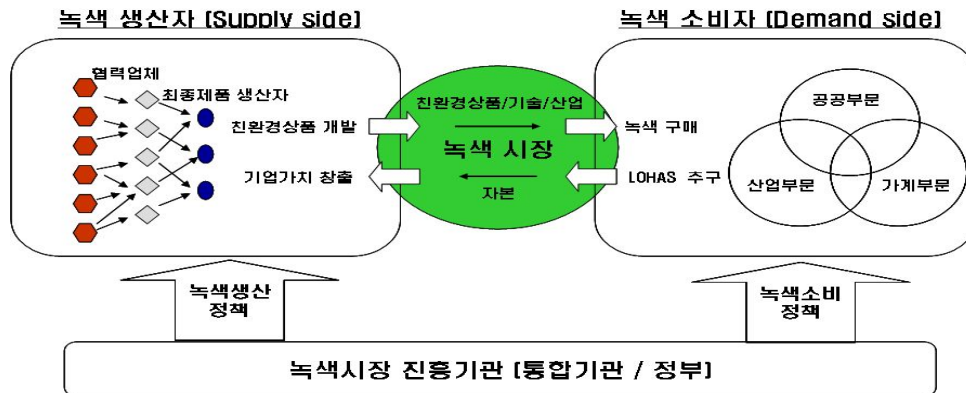
< 제9장 · 환경시장 및 녹색소비 활성화 I >

가. 국내의 녹색소비·생산정책 현황

가. 1) 녹색소비·생산정책의 필요성

- 이명박 대통령이 8.15 광복절 경축사에서 제시한 저탄소 녹색성장의 비전은 저탄소 녹색생산과 저탄소 녹색소비가 균형 있게 발전해 나갈 때 달성 가능함
 - 정부는 녹색성장을 위하여 총 50조원의 예산을 투입할 계획으로 있으며, 대부분의 예산이 녹색기술개발 등에 투자할 계획임
 - 그러나 녹색기술개발을 통해서 친환경상품을 만들더라도 시장에서 이를 외면한다면 그 기술개발 투자효과는 저감됨. 반면, 아무리 구매자들이 저탄소 친환경 기술과 상품을 구매·사용하고 싶어도 연구기술개발이 이를 뒷받침 해주지 못한다면 녹색시장은 창출될 수 없음
- 따라서, 저탄소 자원순환형 녹색산업을 육성하려면 통합적 시각에서 녹색생산 정책과 녹색소비 정책을 수립하고 일관되게 추진해 나가야 함
- 저탄소 녹색생산, 즉 공급측면의 정책방향은 저탄소 환경산업·기술 및 친환경상품 생산 업체에 대한 「친환경 원부자재 개발지원 → 친환경 기술개발지원 → 그린 SCM(supply chain management) 등 친환경 상품·설비 생산지원 → 친환경 물류·유통 지원 → 그린마케팅 및 국내외 판로개척 지원」 등 그린 가치사슬(green value chain) 강화가 필요함
 - 녹색공급 측면 대책으로는 핵심 녹색기술 및 녹색제품 개발과 인력양성 등을, 녹색수요 측면 대책으로는 가격체계 개편, 합리적 규제와 산업표준 개발, 공공구매 등을 들 수 있음
- 특히 저탄소 녹색수요를 창출하려면 경제 3주체인 공공부문, 산업부문 및 가계부문 모두가 녹색구매 등 환경과 건강을 고려하는 로하스적인 삶을 추구하는 녹색사회 형성을 통해 녹색자본을 확대 필요함
 - 녹색구매 활성화로 규모가 커진 녹색자본은 기업에 투하되어 기업의 녹색가치를 창출하고, 이들 기업은 다시 녹색기술·상품개발과 생산을 촉진하는 선순환 녹색시장을 형성할 수 있음

〈그림 5-11〉 저탄소 녹색생산과 녹색소비 체계



나. 2) 녹색소비·생산정책 추진현황

1) 가) 녹색소비·생산정책 및 활동 개관

- 최근 웰빙 트렌드 확산으로 소비자 생활양식이 건강과 환경을 중시하는 방향으로 전환되면서 친환경상품에 대한 관심과 실제 소비가 크게 증가하고 있음
 - 특히, 먹을거리 관련 대형 사고들이 심심치 않게 발생하면서, 먹거리 전반에 대한 소비자 불안감이 높아지면서 친환경농산물 선호가 증대
 - 2007년 기준 친환경농산물 시장규모는 전년대비 약 45% 증가한 1조 9천억원으로 전체 농산물시장의 6.2%를 차지(한국농촌경제연구원, 2008)
- 정부는 1990년대 초반부터 친환경상품에 대한 소비와 생산촉진을 위한 다양한 인증제도를 도입·시행하고 있음
 - 1992년에 환경마크제도를 세계에서 5번째로 도입하였고, 재활용제품의 품질경쟁력을 확보하기 위하여 우수재활용제품(GR) 인증제도를 1997년에 도입하였음
 - 에너지절약제품에 대한 인증제도를 1999년에 도입하였고, 기후변화에 능동대응하기 위하여 탄소라벨링제도를 2008년에 도입하여 시행하고 있음
- 정부는 친환경상품에 대한 공공기관 우선구매제도를 도입, 수요촉진을 통한 친환경상품 기술개발과 생산촉진을 지원하여 왔음
 - 환경마크·GR마크제품은 의무구매제(환경부)를 도입하였고, 에너지효율등급제의 경우, 3등급 이하의 제품에 대하여는 조달청 입찰자격을 제한(조달청)하고 있음
 - 친환경 부품·소재에 대한 연구개발지원(환경부), 에너지절약제품에 대한 기술개발 및 생산지원제도(지식경제부)를 시행하고 있음
- 이와 함께, 정부와 지방자치단체는 소비자들의 녹색제품 소비촉진을 위한 정보망의 구축, 교육·홍보, 캠페인 등을 실시하여 왔음
 - 녹색서울시민위원회(서울시), 푸른경기21(경기도), 그린스타트(환경부), 행정안전부,

저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

- 여성부 등은 민간단체 공모사업을 통해 녹색소비지도자 양성, 친환경상품 모니터링 등을 지원
- 과천시 등 일부 지자체는 시민회관 등에 시민들의 재활용품 교환·판매장소(녹색가게) 개설·운영을 지원
 - 시민단체들의 경우, 녹색소비자연대 등 1990년대 중반부터 녹색소비활동을 전문으로 수행하는 소비자단체가 출현하였고, 여성·시민·종교단체들의 녹색소비 관련 워크숍, 캠페인도 증가하고 있음
 - 친환경상품 구매촉진을 위한 녹색구매네트워크(GNP) 결성(1998)하여 녹색구매 지도자양성, 친환경상품 모니터링, 녹색구매법 제정 캠페인 활동을 전개하였음
 - 반면, 국민들의 녹색소비문화 확산에 편승한 제품·서비스의 환경성 허위·과대광고 사례도 증가하고 있음
 - 개별 기업뿐 아니라 사업자단체에서 시행하는 친환경인증제도의 경우 객관성, 과학성 결여로 소비자 피해 발생
 - 공정위는 한국공기청정협회의 친환경건축자재인증제(HB마크)에 사용한 ‘친환경’ 관련 문구를 허위광고로 판정(2008.7)
 - 2) 나) 친환경상품 의무구매제도
 - 의무구매제도 개요 및 대상기관
 - 친환경상품 의무구매제도는 녹색수요 창출을 통한 녹색생산을 유도하기 위한 대표적인 정책임. 환경부는 2004년 12월에 「친환경상품 구매촉진에 관한 법률(이하 친환경상품법)」을 제정, 2005년 7월부터 본격적으로 시행하고 있음
 - 이 법의 주요내용은 공공기관에 친환경상품의 구매의무를 부여하고, 공공기관이 스스로 책임감을 갖고 친환경상품 구매를 이행하도록 매년 기관별 친환경상품 구매계획과 실적을 공표토록 하였음
 - 이 법의 적용을 받은 공공기관은 법률 제정 당시는 707개 기관이었으나, 2008년에는 827개 기관으로 확대되었음. 국·공립학교, 하위 자치단체 등 산하기관을 모두 포함시킬 경우 2만6천7백여개 기관임

〈표 5-35〉 의무구매 대상 공공기관 현황

구분	국가 기관	자치단체		공기업				지방 공사 공단	지자체 출연 연구원	계
		지방	교육	시장 준시장형	기금 관리형	위탁 집행형	기타			
상위기관	46	248	196	24	16	64	193	25	15	827
소속기관	3,319	7,279	12,955	941	334	770	274	23	13	25,908
계	3,365	7,527	13,151	965	350	834	467	48	28	26,735



자료 : 한국환경산업기술원(2009)

저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

□ 의무구매 대상 친환경상품

- 이 법에서는 현저한 품질저하나 공급불안 등 불가피한 경우를 제외하고는 공공기관은 구매하고자 하는 품목에 친환경상품이 있는 경우, 친환경상품 구매를 의무화하였음
- 이 법에서 정하고 있는 친환경상품의 범위를 환경마크, 우수재활용(GR) 인증제품, 환경부장관이 지식경제부장관과 협의하여 고시한 친환경상품 판단기준에 적합한 상품으로 규정하고 있음

〈표 5-36〉 친환경상품법에 의한 친환경상품의 종류

구 분	환경마크	우수재활용(GR마크)
대상품목	사무용기기, 건설용 자재, 생활용품 등 137개 품목	폐지, 폐유리 등 17개 분야 223개 품목
인증제품수	1,527개 업체 6,152개 제품 (2009.3월말 기준)	184개 업체 223개 품목 (2009.3월말 기준)
로고		
인증기관	환경부 / 한국환경산업기술원	지식경제부 기술표준원

□ 공공기관 녹색구매 교육 및 조례지원

- 환경부는 친환경상품법 제정단계부터 공공기관 구매담당자를 대상으로 매년 집중적인 친환경상품 구매에 필요한 교육을 실시하고 있음
- 구매교육의 내용은 친환경상품법에 따른 구매계획수립과 구매실적 집계 및 수범사례 전파, 전자상거래 소개 등으로 구성되어 있음

〈표 3-37〉 공공기관 대상 친환경상품 구매교육 추진실적

구 분	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
교육회수	3회	21회	29회	34회	44회
교육대상자	395명	3,600명	6,407명	6,568명	6,061명

자료 : 한국환경산업기술원(2009)

- 지자체 녹색구매 촉진 위해 「친환경상품 구매 조례 표준안」을 지자체에 권고하여 2009년 5월말 현재 106개 광역 및 기초지자체에서 조례를 제정·시행하고 있음
 - 표준안의 주요 내용은 구매실적 집계 및 공표, 지자체 차원의 친환경상품 생산업체 지원근거, 수범구매담당자에 대한 포상 등을 규정

〈표 5-38〉 친환경상품 구매촉진 조례제정 현황

구 분	광역시자체	기초지자체	합계
총 지자체 수	16	232	248
제정 지자체 수	16	90	106
제정율(%)	100.0	38.7	42.7

자료 : 한국환경산업기술원(2009)

□ 친환경상품 종합정보망 및 구매추적 시스템 구축·운영

- 공공기관 구매담당자들에게 그들이 구매해야 하는 친환경상품을 안내하기 위하여 종합정보망을 구축하여 운영하고 있음. 현재 친환경상품 정보망에는 2만여종의 친환경상품 정보가 수록돼 있으며, 매일 업로드하고 있음
- 공공기관의 친환경상품 구매실적을 추적하기 위하여 2006년부터 조달청의 나라장터와 연계하여 운영하고 있음. 공공기관이 조달청을 통해 구매하는 비율은 63% 수준으로, 나머지 37%는 자체적으로 구매하고 있음
 - 친환경상품 구매실적의 정확성을 높이기 위하여 2006년부터 정부의 전자결재망과 연계작업 추진하여 왔으며, 2008년부터는 이 전자결재망을 통하여 구매실적을 접수 받고 있음

〈표 5-39〉 정부 전자결재망 기관연계 추진현황

구분	중앙행정기관 (기재부)	지자체 (행안부)	교육기관 (교과부)	국방부	정부투자기관
기관수	국가기관(51개) 산하기관(92개) 국공립대학(218개)	동·면사무소 등 (8,700여개)	시·도 교육청, 국·공립 학교 (10,000여개)	본부, 군사령부, 예하부대 등 (552개)	시장·준시장형공 기업(24개)
구성비	30%	32%	33%	1%	4%
추진일정	'09년 시범집계 '10년 자동집계	'09년 시범집계 '10년 자동집계	'09년 연계개발	'09년 연계추진 '10년 시범연계	'09 ~ '11년 단계별 기관연계 진행

자료 : 한국환경산업기술원(2009)

□ 공공녹색구매 성과와 녹색상품 산업 육성 효과

- 공공기관의 친환경상품 구매금액은 괄목할만한 신장세를 보이고 있음. 친환경상품법 시행 전인 2004년에는 2천6백억원 수준이었으나, 2008년도 친환경상품 구매 금액은 1조5천8백억원으로 6배 이상 증가하였음

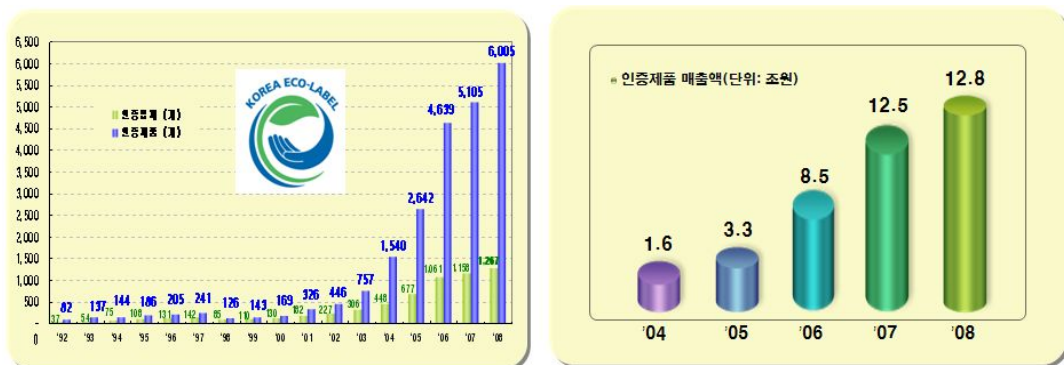
〈표 5-40〉 공공기관의 친환경상품 구매실적

구 분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
친환경상품 구매실적(억원)	2,099	2,626	2,549	7,870	8,616	13,437	15,798
자체 구매실적	-	2,069	1,789	3,530	2,943	4,357	6,571
조달청 구매실적	-	557	760	4,340	5,673	9,080	9,227
친환경상품 구매율(%)		30.8	31.1	43.3	58.3	69.3	50.3

자료 : 한국환경산업기술원(2009)

- 이와 같은 공공기관의 강력한 녹색수요에 부응하여 산업계의 친환경상품 생산도 비약적으로 증가추세에 있음
- 환경마크 인증제품은 법 시행 전인 2004년 1,540개에서 2008년에는 6,005개로 약 4배 증가하였고, 친환경상품 생산규모는 2004년 1조6천억원에서 2008년에는 12조 8천억원으로 8배 이상 신장

〈그림 5-12〉 환경마크 인증 및 환경마크제품 생산규모 추이



자료 : 한국환경산업기술원(2009)

- 한편, 친환경상품 구매촉진을 효과적으로 추진하기 위하여 2007년부터 친환경상품에 대한 환경·경제적 편익을 분석하고 있음
- 법률이 시행된 2005년 7월부터 2008년 말까지 조달청 구매분을 갖고 온실가스 저감효과를 분석한 결과, 약 150만톤의 이산화탄소를 줄인 것으로 분석됨. 이는 10년생 소나무 약 11백만 그루가 흡수하는 이산화탄소 양과 같으며, 경제적 편익도 230억원이 넘는 것으로 조사

〈표 5-42〉 공공구매를 통한 이산화탄소 저감효과

구분	계	2005.7-12	2006년	2007년	2008년
CO2 저감(톤)	1,518,555	108,475	315,862	495,096	599,122
나무식재 효과(그루)	13,681,090	977,300	2,845,641	4,460,357	5,397,792
경제적 편익(백만원)	22,969	1,641	4,778	7,488	9,062

자료 : 한국환경산업기술원(2009)

3) 다) 산업부문의 녹색구매 유도

- 기업은 녹색생산자이면서 동시에 녹색구매자가 될 수 있음. 즉, 녹색생산자로서 제품 책임주의 구현을 위한 기술개발과 친환경상품을 생산·보급하고, 건전한 기업소비자로서 친환경상품 구매·사용을 통해 지속가능한 소비문화 확산에 중추적 역할을 담당할 수 있음
- 산업계의 녹색구매 촉진을 위하여 환경부와 산업계간 녹색구매 자발적 협약을 추진, 2008년 현재 총 102개사가 이 협약에 참여하고 있음. 협약의 이행성과를 높이기 위하여 「산업계 녹색구매 표준지침」 및 「유통업체용의 녹색구매 가이드라인」 개발·진과
- 자발적 협약 기업이 2007년에 구매한 환경마크 인증제품은 2,060억원으로 전년 구매 금액 1,682억원보다 20% 증가. 이들 기업이 구매한 친환경 원부자재는 약 15조원으로 조사되어 산업계 녹색구매의 잠재력이 매우 큰 것으로 파악

〈표 5-43〉 산업계 녹색구매 자발적 협약 이행성과

구분		2006년	2007년
친환경 원·부자재		122,073	151,329
기업 소모성 (MRO) 자재	친환경상품(환경마크, GR마크)	1,682	2,060
	에너지 절약마크 인증제품	146	377
	기타 환경친화적 제품	24,015	33,822
합 계		147,916	187,588

자료 : 한국환경산업기술원(2009)

4) 라) 일반 소비자의 녹색소비 문화 확산

- 녹색유통 매장 확대
 - 일반소비자의 녹색구매 촉진을 위해서는 친환경상품 판매처를 확보하는 것은 매우 중요. 이를 위해 정부는 1998년부터 「자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률」에 근거하여 운영되던 대형유통매장의 재활용제품 판매코너를 2006년에는 친환경상품법으로 이관, 3,000㎡ 이상의 대형유통매장은 10㎡ 이상의 친환경상품 판매코너를 의무적으로 설치·운영토록 하고 있음. 2008년말 현재 이 법의 적용을 받는 유통매장은 총 387개로 파악되었음
 - 2008년부터 대형유통매장에서 취급하기 적당한 세제류 등 일반소비자용품을 환경마크 대상제품으로 선정하는 한편, 「친환경상품 유통촉진 가이드라인」을 개발하여 유통업체에 보급하고 있음.
 - 일부 시민단체들은 유통업체의 친환경상품 판매코너 설치 여부와 개선사항 등을 모니터링하여 제도개선을 요구하고 있음

저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

- 온라인 구매촉진을 위하여 2006년에 친환경상품 전문 E-마켓플레이스 구축사업 기본 계획 수립 후 2008년부터 민간사업자와 BTO(Build-Transfer-Operate) 방식으로 친환경상품 전문쇼핑몰 운영하고 있음.

□ 일반소비자 녹색소비 교육

- 친환경상품법의 제정은 공공기관 녹색구매를 지렛대로 삼아 산업계와 일반소비자 등 사회 전반에 걸쳐 녹색구매 확산이 궁극적 목표하고 할 수 있음
- 일반소비자들의 녹색구매 분위기를 확산시키기 위하여 한국녹색구매네트워크(GPN), 환경재단 시민단체들과 협력하여 다양한 녹색소비 교육사업 실시

□ 친환경상품 전시회 개최

- 친환경상품의 생산자와 녹색구매자의 서로 만나 정보를 교류하고 활용하기 위하여 2000년부터 친환경상품전시회를 개최하고 있음
- 전시회 개최기간에 친환경상품 구매촉진대회, 공공기관 구매담당자 교육, 산업계 대상의 각종 세미나, 일반 소비자 대상의 아토피 강좌, 쿨비즈 패션쇼, 에코마술쇼 등 다양한 행사도 병행

다. 3) 녹색소비·생산정책의 미비점

1) 가) 경제주체별 녹색소비 촉진

□ 공공부문의 녹색구매 촉진

- 친환경상품법의 경우, 친환경상품 구매실적이 중앙행정기관에서 제외되어 있으며, 구매담당자의 잦은 인사이동(통상2년)에 따른 의무구매제 조기정착에 어려움이 있음
- 공공기관 구매품목이 '사무기기 및 사무용품'에 집중되어(57.3%), 친환경 건축자재 등으로 구매품목 다양화 필요함. 토목·건축자재류가 친환경상품의 42%를 차지하고 있으나, 공공기관의 토목·건축자재 구매율은 19% 수준에 머물고 있는 실정임
- 공공구매자에 대한 경제적 유인수단이 거의 없음. 친환경상품 보급촉진을 통해 저탄소 녹색성장에 기여한 유공자에 대한 자긍심을 고취할 수 있도록 포상 훈격을 격상하고, 경제적 유인수단에 대한 정책연구와 예산확보가 필요함

□ 산업부문의 녹색구매 촉진

- 업종별 특성을 고려한 녹색구매 지원 및 녹색구매 이행에 따른 경제적 유인수단이 거의 없음. 녹색구매 이행성과 미흡기업에 대한 체계적인 지원 및 녹색구매 이행에 따른 다양한 인센티브(정부포상 등) 개발이 필요함
- 자발적 협약 대상이 현재는 제조업 및 유통업 위주로 운영되고 있으나, 향후 대학·병원·금융권 등 준공공기관과 비제조업으로 확대가 필요함

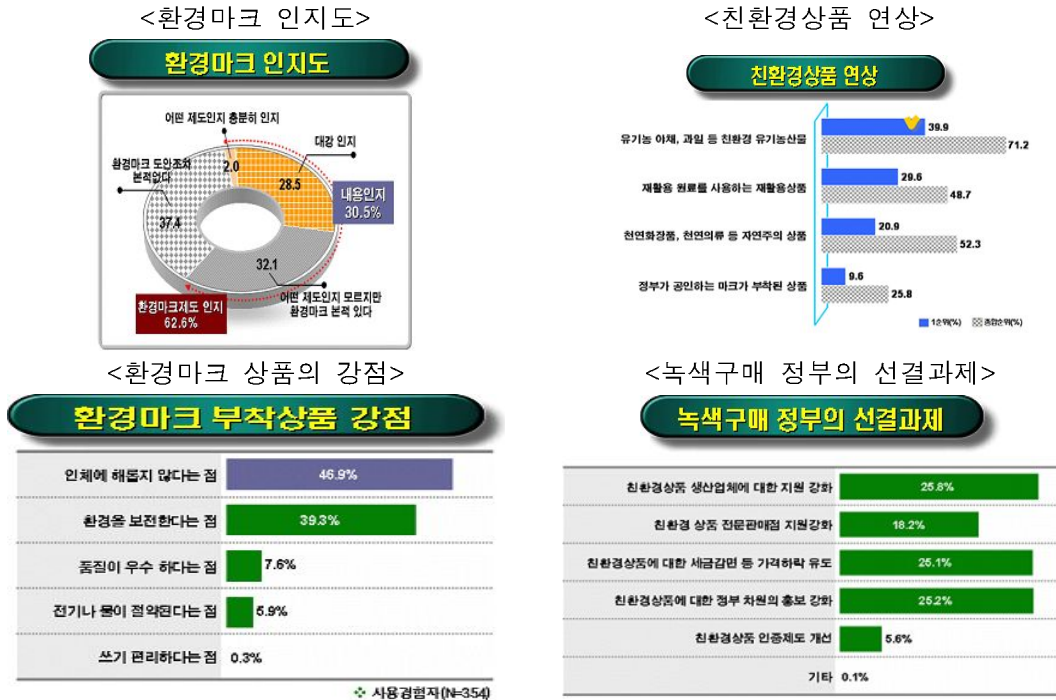
□ 민간부문의 녹색소비 촉진

- 일반 소비자들이 주변에서 쉽게 구매가능한 생활 공감형 친환경 소비재 품목이 부족한 실정임. 환경마크에 대한 소비자 인지도('07년 31%)가 낮아 환경마크 부착제품이 친환경상품임을 제대로 인식하지 못하고 있음

저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

- “친환경상품 = 유기농산물”이라는 인식과 가격이 비싸다는 인식이 형성되어 있음. 재활용품의 경우 일반제품보다 품질이 떨어져 소비자들이 구매를 기피하는 경향

〈표 5-44〉 환경마크 인지도 조사결과



자료 : 국정홍보처(2007)

□ 녹색소비 행동변화 연구 및 홍보 측면

- 친환경상품 구매정책을 공공기관에서 민간으로 확산시키기 위해서는 소비자 구매패턴과 소비행태 변화를 위한 실증적 연구가 선행돼야 하나, 이에 대한 연구사례는 거의 없는 실정임. 소비자
 - 유형별 구매패턴과 녹색소비생활을 실천하는데 걸림돌이 되는 법률이나 제도개선 등에 대한 전문연구를 강화해야 함
- 환경마크제도의 경우, 고품질의 친환경 포지셔닝 확보 등 장기적인 마케팅 전략에 근거한 체계적 홍보 부족함. 친환경상품 중 재활용제품 비중이 40%를 상회하여 친환경상품의 이미지 개선을 위한 다각적 노력이 필요함
- 녹색소비 민간단체와의 네트워크와 파트너십을 강화하고, 생활문화와 접목된 녹색소비 교육홍보 등 다양한 사업 개발이 필요함

2) 나) 녹색유통 분야

- 최근에는 일부 대형 유통매장에 친환경상품 매장을 법정 규모보다 크고 취급제품도 다양하게 구비하는 등 소비자의 접근성이 높아지고 있으나, 아직까지 많은 유통업체는 판매코너를 외진 곳에 설치하여 소비자들의 접근성을 떨어뜨리거나 취급품목도 다양하지 못한 실정
 - 취급품목의 품질과 가격도 일반제품보다 경쟁력이 약하다는 지적을 받고 있음
- 친환경상품 판매장소 의무설치 대상 이외의 친환경공산품을 취급하는 전문 유통업체는 매우 부족한 실정임. 반면, 유기농산물 판매점은 800여개 성업 중이며, 연간 2조 원의 시장을 형성하고 있음

3) 다) 녹색제품 생산분야

- 친환경상품법은 공공기관에 대한 친환경상품 의무구매만 규정하고 있을 뿐, 친환경상품 기술개발, 운전자금 지원, 생산설비 교체 등 생산지원이 미흡함
 - 국민 4명 중 1명은 소비자들은 친환경상품업체 세금감면 등 경제적 인센티브를 통한 가격하락을 기대하고 있음(국정홍보처, 2007년)
 - 친환경상품 가격하락 유도를 통한 녹색시장 확대를 위해서는 친환경부품·소재 등 기술개발, 친환경상품 생산공정 개선 등 운전자금을 필요로 하고 있음
- 친환경상품 생산업체가 1,500여개에 이르고 유통업체도 증가추세에 있어 친환경상품 사업자들의 권익증진과 육성전략이 필요함
 - 현재 환경마크제품 생산업체는 “친환경상품제조협회”를, GR제품 생산업체는 “한국자원순환진흥재단”을 결성하였으나 단체규모가 영세하고 대기업들이 참여하지 않아 대표성이 떨어짐

나. 해외 녹색구매정책 현황

라. 1) 일본의 녹색구매정책

- 일본은 세계 최초로 중앙정부 및 공공기관에 대한 친환경상품의 의무구매제도인 그린구입법을 2001년부터 시행하고 있음. 의무구매 대상품목은 147개 품목으로, 건축자재를 제외한 대부분의 품목이 95%이상 녹색상품을 구매하고 있음
 - 또한 녹색구매를 통한 온실가스 저감효과를 분석하고 있는데, 2007년에 녹색구매를 통한 이산화탄소 저감효과는 8만9천톤으로 집계하였음
- 일본은 1996년부터 시민-산업계-공공기관의 녹색구매 거버넌스인 녹색구매네트워크(GPN) 구축·운영하고 있음. 2009년 5월말 현재 일본GPN 회원은 총 2,929개로, 기업회원이 2,393개로 80%를 차지하고 있고, 공공기관(264개), 시민단체(272개)도 참여하고 있음

저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

- 일본GPN은 그린구입 가이드라인 책정, 각종 제품·서비스의 데이터베이스 구축, 포럼·세미나 개최, “그린구입대상” 표창, 국제 네트워크 만들기 등 다양한 사업을 전개하고 있음
- 최근 일본GPN은 환경부하가 큰 소비 활동에서 벗어나 “소비활동 그린화”를 통해 환경오염 문제 발생의 사전 예방적 해결 방안 모색하고 있음. 이에 따라 탄소발자국(carbon footprint), 에너지절약 네비게이션(전기사용량 화폐환산), 푸드 마일리지(food milage) 등 제품 구입시 필요한 정보를 간소화하여 제공하고 있음
- 일본 정부는 정부물자와 에너지 구입시 온실가스 저감을 기율이는 기업과 사업자를 우대하는 정책을 추진하고 있음
 - 일본 정부는 산업계의 녹색구매와 프레온가스 배출억제를 위하여 냉동·냉장·공조기기 교체비용 지원(냉동공장, 슈퍼마켓, 편의점 등)
 - 일본은 2030년 대비 50%의 이산화탄소 저감목표를 달성하기 위하여 2004년부터 “환경배려촉진법”에 따라 공공기관의 운영과정에서 발생하는 이산화탄소 배출량 등을 공개하고 있음

〈표 5-45〉 공공기관 환경정보 공개제도와 녹색구매 사례(일본 환경성)

구분	주요목표	주요실적
목표1	녹색구매	녹색구매법 철저 이행
목표2	재생용지 사용	녹색구매법 철저 이행
목표3	저공해자동차 구입	총 구매차량 23대 모두 저공해차 구매
목표4	전기사용량 저감	CO2 환산 : '02년 343톤 → '07년 192톤
목표5	Cool-biz, Warm-biz	난방운전 정지, 냉방운전 억제
목표6	프레온계 냉매 배출억제	냉장고 5대(구입2, 폐기3) 적절 조치
목표7	연료사용량 저감	CO2 환산 : '02년 59톤 → '07년 42톤
목표8	택시사용 억제	CO2 환산 : '02년 308톤 → '07년 161톤
목표9	쓰레기 배출량 저감	쓰레기 총량 : '03년 42.6톤 → '07년 30.3톤
목표10	이벤트의 환경고려	- 주최행사 : 친환경 이벤트 지침적용 - 후원행사 : 친환경 이벤트 지침 준수 권고
목표11	용지사용 저감	용지 사용량 : '04년 43톤 → '07년 70톤
목표12	상수절감	절수기 설치 등 추진
목표13	용역발주	입찰 특수조건 명기
목표14	직원들의 환경보전 활동	- 직원들의 환경보전 활동지원 - 시민단체 활동을 환경성에서 홍보

자료 : 일본 환경성(2008)

- 일본은 환경관련 표시광고에 대한 규제도 강화, 2006년 그린구입법에 근거하여 친환경상품과 관련한 정보제공 가이드를 규정하고 있음

(가) 1) 「국가 등에서의 온실가스 등의 배출액감을 배려한 계약의 추진에 관한 법률」

저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

- 국제적으로는 국제표준화기구(ISO)에서 1996년에 환경성 자기선언(TypeⅡ)에서 환경성주장과 관련한 국제표준을 마련하였고, 미국 공정거래위원회(FTC)도 1990년대 초반부터 제품의 환경성 주장에 대한 표시·광고 지침을 마련, 시행하고 있음
- 일본 정부와 지자체는 저탄소 녹색소비 교육 촉진을 위하여 생활에 밀착된 소재를 중심으로 실제 체험을 유도할 수 있는 교육 프로그램 개발하고, 체험 교육장을 설치·운영하고 있음

〈그림 5-13〉 일본 기후변화 체험학습장 교육사례



- 일본은 세계 최대 규모의 친환경상품 전시회(Eco-product fair)를 통해 국민교육의 장으로 활용하고 있으며, 공정무역(fair trade) 제품에 대한 선호도 높아지고 있음.
- 지구온난화를 막기 위하여 “We Can Do It! Eco-lifestyle with a 50% CO2 Reduction”을 테마로 하여 이산화탄소 50%를 저감할 수 있는 에코상품, 에코기술 등 다양한 해결책과 미래의 저탄소 비전을 제시하였음
- 일본 시민단체들은 제철음식 먹기, 地産地消 운동을 통하여 먹거리의 온실가스 배출 최소화를 추진하고 있음.
- 유기농 푸드 코트, 에코 여가활동(등산·여행 등), 환경 비즈니스 취직 코너 등 다양한 탄소상쇄 프로그램과 동남아시아, 남미 등에서 생산한 공정무역 커피나 의류 취급업소도 지속 증가하고 있음

마. 2) EU의 녹색구매정책

- EU의 주요 국가들은 일찍부터 환경마크제도를 도입하여 시행하고 있고, 공공부문의 녹색구매제 이외에도 민간의 녹색제품 구매·사용촉진을 위한 인센티브제공, 소비행태 변화연구 등 다양한 정책을 도입하여 시행하고 있음
- 카 셔어링 등 제품의 구매·소유가 아니라 제품의 기능(function)을 점유·사용하는 제품의 서비스화(sustainable products servicing)를 위한 제도·시스템을 강화하고 있음
- 소비자는 제품을 소유하지 않고 빌려 쓰되, 생산자는 제품 기능을 판매하는 방식으로 전환하여 자원소비량을 줄이고 생태효율성(eco-efficiency)을 높이고 있음

〈표 5-46〉 EU 및 주요 유럽국가의 대표적 그린구매 정책

국가	주요 내용
EU 차원	<ul style="list-style-type: none"> - 각 회원국 조달기관간의 그린구입 네트워크 운영 - EU 에코라벨(26품목, 534개사 인증) 실시 및 각종 EU내 전시회 등에서 적극 홍보 - 정책예산 중 20%를 환경기술 개발 및 혁신프로그램에 할당
네덜란드	<ul style="list-style-type: none"> - 그린에너지 구매촉진 보조금 및 세제 감면 혜택 - CO2 배출량 감축촉진을 위한 자동차세 및 도로세 차등적용 - 지속가능 공공구매 추진('07-'10년까지 100% 그린구매)
덴마크	<ul style="list-style-type: none"> - 친환경 승인기업에 대한 녹색회계제도 적용 - 노르딕 국가들과 공동으로 환경마크제(White Swan) 운영
독일	<ul style="list-style-type: none"> - 에너지효율등급제, 자동차 배출가스 정보제도 시행 - 태양열 발전 설비 구매시 인센티브 제공 - 세계 최초의 환경마크제(Blue Angel) 시행 - 공공구매시 다양한 환경기준 및 인증적용
벨기에	<ul style="list-style-type: none"> - EU 에코라벨제품의 홍보사이트 운영 - 에너지 절약형 건축자재 사용시 보조금 지급
스웨덴	<ul style="list-style-type: none"> - 친환경 차량 및 대체에너지 사용 주택 구매시 보조금 부여 - 공공그린구매를 장려하기 위한 액션플랜('07-'12) 시행
스위스	<ul style="list-style-type: none"> - 태양열 집열기 설치 등 재생에너지 사용 활성화 - 고효율에너지용 가전제품 및 차량구매시 조세감면 - 제품·서비스의 공공조달시 제품통합정책(IPP)에 입각한 환경영향 최소화
영국	<ul style="list-style-type: none"> - 시장변화 프로그램(MTS)을 통한 에너지 라벨링, 에너지효율성 요구 및 자발적 조치 등 유도 - '친환경 개발전략', '정부 친환경 조달이행안' 시행

자료 : KOTRA(2008)

- EU의 일반 소비자들은 농산물·식음료, 전기·전자제품, 건축자재, 섬유·의류, 차량 등에서 녹색구매 경향이 높음
 - 유기농제품의 유럽내 매출규모는 2006년에 143억 유로이며, 특히 서유럽의 경우 연평균 10%의 성장세를 보이고 있음
 - 냉장고, 세탁기 등 전기·전자제품은 에너지효율등급 표시제가 적용되는 품목 위주로 에너지 고효율 제품을 선호하는 것으로 알려졌음
 - 건축자재의 경우, CO₂ 배출감축 장려를 위한 세제혜택과 장려금 조치와 고유가 영향으로 태양열 집열판 사용이 증가하고 있음
 - 또한, 섬유·의류의 경우 천연소재 의류에 대한 소비증가하고 있으며, 하이브리드, 천연가스 등 CO₂ 배출이 적은 친환경 승용차의 수요증가로 독일, 프랑스, 스위스 등에는 최근 매년 50% 판매량 증가하고 있음
 - 그 밖에도 절전형 전구, 천연화장품 등의 수요도 꾸준히 증가하는 것으로 알려졌음
- EU 각 회원국가들은 친환경제품 생산자와 구매자에 대한 경제적 인센티브 강화
 - 독일은 1999년부터 오염물질을 많이 배출하는 화석연료에 대한 과세강화로 재생에너지

저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

지를 상대적으로 저렴하게 만들어 소비를 촉진

- 프랑스는 2007년 12월부터 신규차량 구입시 자동차의 이산화탄소 배출량이 130kg/km 이하이면 200~5,000유로의 보조금을 지급하고, 160kg/km이상이면 200~2,600유로의 부과금을 징수. 프랑스 환경부는 2009년부터 이 제도를 텔레비전, 컴퓨터, 타이어, 냉장고 등 소비량이 많은 20여개 품목에 확대 실시 예정
- 2007년에 프랑스 사르코지 대통령과 영국 브라운 총리는 친환경상품에 대한 부가가치세를 EU차원에서 5% 경감하자고 제안

- EU 각국은 녹색구매정책을 기후변화 대응 및 CO₂저감과 연계하여 다양한 정책수단을 개발하고 있는 추세임
- 영국, 독일, 프랑스 등에서 탄소라벨제도를 도입하고 있고, 영국 정부투자기관인 Carbon trust사는 탄소라벨링제품 생산업체에 대한 인증소요비용을 제공하고 있음
- 영국의 경우, 2050년까지 1990년 대비 80%의 이산화탄소 저감 목표아래 녹색구매의 일환으로 공공기관별로 탄소배출량 감축목표를 설정·운영하고 있음

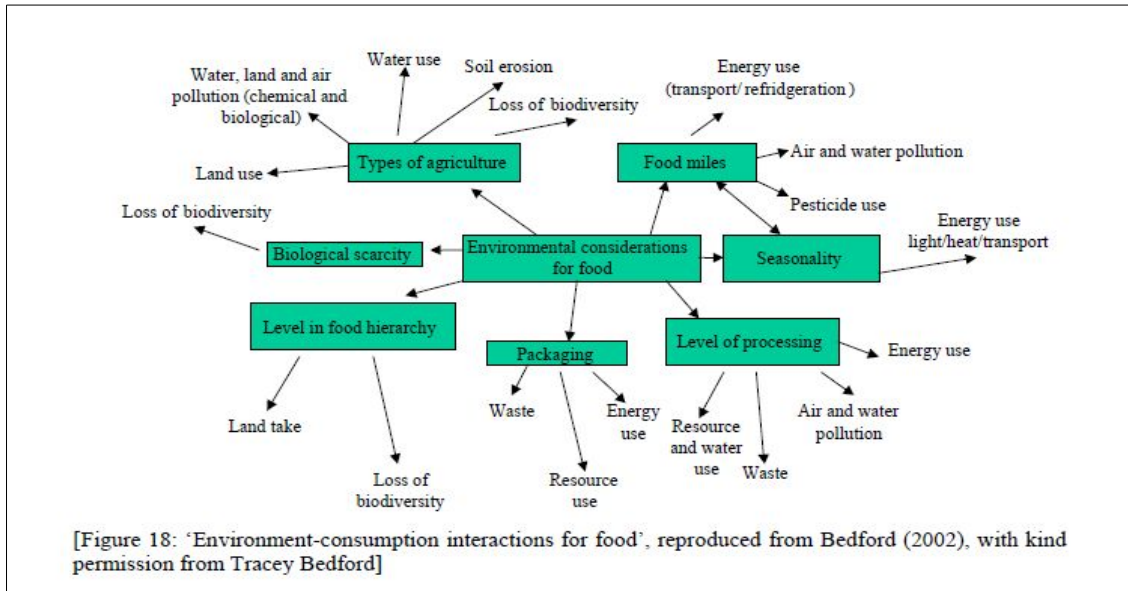
〈표 5-47〉 영국의 온실가스 저감대책과 녹색구매 정책

구분	감축분야	감축목표
기후변화와 에너지	CO2 저감 (사무실)	- 2010년까지 2000년 대비 12.5% 감축 - 2020년까지 2000년 대비 30% 저감
	CO2 저감 (자동차)	- 2010년까지 2005년 대비 15% 저감
	탄소중립	- 2012년까지 공공기관 사무실의 탄소배출 중립
	에너지 효율제고	- 2010년까지 1999년 대비 평방미터당 15% 향상 - 2020년까지 1999년 대비 평방미터당 30% 향상
지속가능 소비생산	폐기물 발생	- 2010년까지 2004년 대비 5% 감축 - 2020년까지 2004년 대비 25% 감축
	재활용	- 2010년까지 발생폐기물의 40%까지 재활용 - 2020년까지 발생폐기물의 75%까지 재활용
자연환경 보호	생물종 다양성	- 2010년까지 특정보호종 95% 보호
	물 절약	- 2020년까지 2004년 대비 사무실 물 사용량 25% 감축

자료 : 영국 환경식품농촌부(Defra, 2008)

- 또한, 국민들의 녹색소비 촉진을 위하여 소비자 행동변화 연구 등 체계적으로 추진하고 있음. 영국 환경식품농촌부(Defra)는 녹색구매 5개년 전략인 ‘삶의 본질적 요소 전파(Delivering the Essentials of Life)’에서 환경리더십 활동을 촉진하기 위한 다양한 계층들의 친환경 행동변화 유도를 지원하고 있음
- 이를 위해 사회적 마케팅(social marketing) 기법을 적용한 소비자의 세분화(segmentation), 세분시장별 소비행태 변화를 위한 정책수단을 개발하고 있음

〈그림 5-14〉 개인행동 변화 모델 예시 : 식품구매시 환경문제 고려사항



자료 : 영국 환경식품농촌부(Defra, 2008)