

< 제10장 · 환경시장 및 녹색소비 활성화 II >

가. 3) 국제기구의 녹색구매정책

- OECD는 녹색구매를 지속가능 소비·생산정책의 가장 실효성 있는 정책으로 판단하고, 공공기관의 친환경상품 구매의무제 강화 추세임
  - OECD는 1996년부터 회원국들에게 공공지출을 활용한 정부의 녹색화(Greening of Government) 정책과 녹색구매 정책을 권고하고 있음
  - OECD는 2006년에 실시한 한국의 환경성과평가에서 공공기관 의무구매제도의 확대를 권고
  
- UN은 각국 정부에 2002년 지속가능발전을위한세계정상회의(WSSD)에서 합의한 지속가능 소비생산(SCP; Sustainable Consumption & Production) 10개년 국가이행계획의 수립을 권고
  - UNEP는 각국의 SCP 이행계획 수립을 지원하기 위하여 Marrakech process를 출범, 7개 작업반을 구성·운영하고 있음
    - 7개 작업반은 아프리카 협력, 지속가능 소비교육, 지속가능 빌딩·건설, 지속가능 라이프스타일, 지속가능제품, 지속가능 공공구매, 지속가능 관광 등임
  - Marrakech process는 격년으로 녹색소비·생산 전문가 회의를 개최하여 각국의 SCP 진행상황을 공유하고, 총 13회에 걸쳐 SCP 국제컨퍼런스 개최
    - 각국은 SCP에 대하여 2009년까지 진행사항을 사무국에 보고하고 2010년에 리뷰 및 2011년 채택을 목표로 작업 중에 있음
  
- UN, 국제소비자기구(CI)는 지속가능소비 정책을 소비자정책에 반영
  - 국제소비자기구(CI)는 1997년 제15회 세계소비자권리의 날에 소비자 8대 권리중 환경에 관한 권리를 선언
  - UN는 1999년 소비자보호지침을 개정, 지속가능소비촉진에 관한 규정을 동 지침에 추가하여 소비자정책 차원에서 지속가능소비를 시행토록 권고
  
- ICLEI(국제지방자치환경협의회)는 1990년대 중반부터 지방정부의 녹색구매 확산을 위한 정책보고서 발간 및 녹색구매 가이드라인을 개발·보급하고 있음
  - 지자체의 지속가능 구매촉진을 위한 정보사이트(Procura + Exchange) 운영하고, 담당자간 녹색구매 이행방안 등을 공유하고 있음
  - 1996년부터 세계 최대 규모의 녹색구매 국제컨퍼런스(Eco-Procura)를 정기적으로 개최하여 지속가능 소비와 녹색구매, 녹색구매와 기후변화 대응관련 아이디어와 경험을 공유하고 있음
    - 아이슬란드에서 개최된 2009년도 회의에서는 녹색구매를 통한 온실가스 저감 사례를 중점조명하고, 지방정부 공공구매담당자에 대한 트레이닝 등을 실시하였음

### 나. 4) 해외 녹색구매정책의 시사점

#### □ 제품 중심의 녹색구매에서 기관운영의 녹색화로

- 단순히 친환경상품을 구매하는 것에서 이제는 사용-폐기과정까지 아우르면서 기관운영 전 과정에 걸쳐 이산화탄소 저감과 그린구입을 연계하고 있음. 즉 기관운영의 녹색화(greening of operations)라는 차원에서 녹색구매를 접근하고 있음
- 환경마크제도 이외에 최근에는 탄소라벨링제도의 도입이 확산되고 있고, 녹색구매와 온실가스 저감효과 등을 분석하여 제공하고 있음

#### □ 친환경 공산품 뿐 아니라 유기농 식품도 중요하게 취급

- 대부분의 국가들이 녹색소비를 가정, 식품, 교통, 여가 등 생활 전반에 걸쳐 녹색구매와 녹색소비로 인식하고 있음
- 최근에는 공정무역(fair trade) 등 제3세계 생산자와의 연계 및 지원활동도 활발함

#### □ 녹색소비 촉진을 위한 민관 거버넌스 강화

- 대부분의 선진국들이 국민들의 저탄소 녹색소비 활동을 지원하기 위한 다양한 시책 및 캠페인 활동
  - 녹색소비는 소비자의 의식 및 태도에만 머물러 있는 것이 아니라, 소비생활시 자발적인 참여와 실천을 통해 소비생활과 생활양식을 변화시키는 동력으로 인식
- 유럽, 미국 등은 다 쓴 물건을 나눠 쓰거나 바꿔 쓰기 운동(아나바다) 단체들에 대한 사무공간을 지원하거나 나눔장터 개설 등 편의시설 제공

#### □ 세제혜택, 보조금 등 경제적 인센티브 강화

- 친환경상품 생산자뿐만 구매자, 유통사업자에게 친환경상품 생산·구매 관련 세제지원, 보조금 지급 등
- 친환경상품 정보제공, 친환경 전시회를 통한 사회 이슈화 추진

#### □ 소비행태 변화에 대한 전문연구 강화

- 일반 소비자들의 녹색소비 촉진을 위하여 계층별, 부문별 소비행태 변화에 대한 전문적인 연구와 녹색소비생활 지침을 개발·보급하고 있음

### 다. 저탄소 녹색소비·생산정책 방향

#### 다. 1) 경제주체별 녹색소비 생활문화 확산

##### 1) 가) 공공부문의 녹색구매 촉진

#### □ 공공녹색구매 교육 강화 및 실적집계 편의성 증진

- 공공기관 구매담당자의 잦은 인사이동(통상2년)에 따른 의무구매제 조기정착에 애로가 있는 바, 구매담당자를 대상으로 하는 지속적인 녹색구매 교육 실시 필요

## 저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

- 공공기관 구매담당자는 퇴근 후 일반 소비자가 되기 때문에 공공부문의 녹색구매교육은 사회 전반의 녹색소비생활 촉진에 중요한 역할을 담당
- 공공녹색구매 실적집계 편의성 증진 및 탄소저감 실적분석
  - 공공기관 예산집행 시스템과 녹색구매 실적 집계 시스템을 연계하여 구매실적 자동합산 기능강화
  - 녹색구매에 따른 환경·경제편익(Life cycle costing) 분석대상 확대 및 기관별 녹색구매를 통한 CO<sub>2</sub> 저감효과 분석·제공
- 녹색구매와 온실가스 저감대책 연계 강구
  - 구매품목을 기존의 환경마크, 우수재활용(GR)제품 이외에도 고효율제품, 탄소라벨제품, 하이브리드 자동차, LED, ITC, 녹색서비스로 확대
  - 공공기관이 2007년에 조달청을 통해 구입한 친환경 에너지제품은 금액기준으로 7,400억원으로 총 구매금액의 33% 수준. 이를 전량 친환경상품으로 대체구매시 연간 약 150만톤의 이산화탄소 저감가능

〈표 5-48〉 조달청의 에너지 관련제품의 친환경상품 구매현황

구분	총 에너지관련 제품구매(A)	환경마크 품목		비율 (C/A)
		구매가능규모(B)	녹색구매실적(C)	
금액(억원)	24,860	22,290	7,400	33%
품목(개)	83	31	23	28%

자료 : 조달청, 친환경상품진흥원(2008)

- 기존의 녹색제품 구매 뿐 아니라 사용·폐기단계의 환경배려, 에너지·물사용 저감, 폐기물 감량 등 공공청사 운영 전반의 그린화 유도
  - 출장 및 운행차량 CO<sub>2</sub> 저감, 그린이벤트, 탄소중립 등 저탄소 생활(에코오피스 운동) 콘테스트 등을 통한 수범사례 발굴·전파
- 지자체의 녹색구매 조례제정 확대하고, 지역 여건을 반영한 녹색품목 추가, 탄소포인트제 등 강화
- 공공구매 실적이 상대적으로 저조한 녹색건축자재 활성화 추진
  - 건축·건설 공사 규모가 큰 의무구매 대상기관과 협력강화, 지자체 건축자재 관련 조례 연계, 건축·건설과 담당자 대상 간담회 등을 통한 친환경 건축자재 구매 활성화 추진
    - 정부의 그린빌딩 인증기준 중 친환경 건축자재 사용 가산점 반영
  - 녹색구매 자발협약 기업과 친환경 건축자재 확산을 위한 공동 시범사업(에코오피스, 에코하우스) 추진

### 2) 나) 산업부문의 녹색구매 촉진

## 저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

- 녹색구매 자발적 협약의 대상 업종을 지속적으로 넓혀가는 한편, 고품질 환경신기술의 녹색구매자가 될 수 있도록 유도
  - 제조·유통업 이외에 사회적 영향력이 큰 의료법인, 교육기관, 종교시설 등으로 중점 확대
- 녹색구매 가이드라인 개발, 업종별 물품구매서 등 내부규정 개정지원 및 구매시스템 정비, 녹색구매 평가 및 개선방안 마련
  - 녹색구매 뿐 아니라 사용·폐기단계까지 그린화를 촉진하여 그린오피스 운동으로 확대 발전 유도
- 녹색구매 참여기업에 대한 인센티브 강화 및 수범사례 전파
  - 기존제품을 녹색제품으로 교체구매시 가격보조 등 지원제도 강화
  - 협약사간 공동 이행과제 선정·추진, 이행성과 평가강화, 녹색구매 수범사례 발굴 및 포상 등 홍보강화
  - 기업소모품(MRO) 전문업체에 대한 정보제공 및 시스템 구축 지원

### 3) 다) 일반소비자의 녹색소비 촉진

- 환경마크 인지도 제고
  - 매년 정기적인 환경마크 인지도 조사 및 소비자 트렌드 분석 실시
    - 환경마크 인증제품 대리점에 환경마크제품 판매처임을 알리는 표지 부착
  - 환경마크제품에 대한 브랜드마케팅 강화를 위한 종합대책 마련 필요
    - 브랜드마케팅을 강화하여 마크도안 인지도를 높임과 동시에 ‘환경마크는 고품질 친 환경상품’이라는 포지셔닝 확보
- 공산품뿐 아니라 농산품까지 녹색제품 범위 확대
  - 일반소비자의 녹색소비 촉진을 위하여 친환경상품 범주에 유기농산물 등 식음료를 포함시키는 한편, 식품의 소비과정에서 이산화탄소를 줄일 수 있는 정책방안 마련
    - 환경부는 공산품 위주의 녹색소비를, 농림부는 유기농산물 위주의 녹색소비를 권장하고 있으나, 소비자의 입장에서는 친환경 공산품뿐 아니라 안전한 먹을거리도 중요
    - 도시 가계의 소비지출 구성비 중 25%가 식료품을 구입하는데 쓰고 있어, 식품분야는 녹색소비 시장에 매우 중요
  - 이산화탄소를 줄이기 위한 녹색소비 실천 활동으로 푸드 마일리지(food miles)를 의식하고 제철 과일이나 음식을 찾는 소비자들이 늘어나고 있는 바, 이를 탄소성적표지 제도와 연계 검토
- 녹색소비 교육 강화
  - 소비생활 전반에 걸친 저탄소 녹색소비 교육과 홍보를 강화해야 함. 소비자의 로하스적인 삶에 대한 인식의 전환 없이 저탄소 기술개발만으로는 기후변화나 지구환경위기에 제대로 대처할 수 없음.
    - 예를 들면, 자동차 회사가 막대한 연구비를 들여 연비를 20% 개선한 하이브리드카를 개발하여도 소비자들이 자동차를 30% 더 타고 다닌다면 기술개발 효과는 무용지

## 저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

### 물

- 물건을 소유하고 빠르게 소모해버리는 것보다는 유지·보관·공유하는 데 가치를 두도록 함으로서 저탄소 녹색사회 분위기 조성
  - 리스나 렌탈, 카셰어링 등 제품의 서비스화를 촉진하는 방안 마련
- 질 높은 녹색소비문화 확산을 위해 녹색소비지도자 양성교육 강화
  - 교육수요에 따라 분야별·대상별 녹색소비자 교육강사 양성·발굴을 지속하고, 에코맘 교실, 에코리더 양성 등 녹색소비교육
  - 저탄소 녹색구매를 촉진하기 위한 다양한 대국민 캠페인을 전개할 필요가 있음
- 저탄소 녹색소비를 체험할 수 있는 체험학습장의 건립을 비롯한 다양한 교육프로그램을 개발하여 보급
  - 소규모의 다양한 자연친화적인 체험환경학습 프로그램 개발·보급을 통해 환경보전의 중요성을 일깨울 뿐만 아니라, 새로운 일자리도 창출

### □ 녹색구매네트워크의 구축·운영

- 녹색구매네트워크, 지역시민단체, 친환경상품 제조업체, 공공기관 등이 참여하는 전국 단위의 “전국 녹색살림 네트워크” 구성
  - 지역실정에 맞는 녹색소비생활 시책이 추진될 수 있도록 지자체의 역량제고 및 지원을 강화
  - 녹색소비 촉진 인프라 구축을 위하여 「친환경상품 구매촉진 표준조례(안)」을 개정, 지자체의 녹색소비 정보제공·녹색소비교육 등에 대한 지원 강화
  - 녹색소비 교육 콘텐츠 및 강사지원, 지자체에 대한 보조금 지급 확대
- 유통업체, 시민, 시민단체 등이 참여하는 녹색소비 한마당 등 개최
  - 대형 유통업체와 ‘녹색소비주간’ 선포 및 그린 캠페인 개최 및 그린마일리지 적립행사, 친환경상품 증정행사, 녹색소비 광고 등을 통한 녹색소비 확산
- 친환경 녹색소비생활 박람회 개최
  - 기후변화 대응 및 녹색소비 확산을 위한 녹색상품·기술, 에너지 등 저탄소 녹색성장 박람회 개최 및 민간소비문화 확산과 친환경상품 구매 촉진
  - 박람회를 통하여 정부·지자체·공공기관의 친환경상품 보급 및 저탄소 녹색소비정책, 기후변화 적응정책을 일반 시민이 공감하고 실천할 수 있도록 홍보

### 라. 2) 녹색구매 인프라 확충 및 인센티브 개발

#### 1) 가) 친환경상품 판매처 확대 등 그린유통 활성화

- 친환경상품법에 따라 대규모 점포에 설치·운영 중인 친환경상품 판매장소의 운영 내실화
  - 친환경상품 코너 로고 개발, 생활공감형 제품 보급, 일반매장내 친환경상품 표시제 마련 등을 통한 운영의 내실화
  - 현행 “친환경상품 판매장소 설치·운영 의무제”를 녹색상품 유통촉진 “그린스토어(Green Store) 인증제”로 개편 운영 검토

## 저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

- ☐ 친환경상품 매장을 전국단위로 확산시켜 그린유통망 구축
  - 전국에 6백여 개로 추정되는 유기농매장에 친환경상품도 취급할 수 있도록 용자지원과 친환경상품 정보제공
  - 유기농산물 매장에서 친환경상품 취급·확대를 통한 녹색소비 거점화
  - 친환경상품 e-마켓플레이스 운영, 홈쇼핑의 녹색상품 취급확대 유도
- ☐ 일반소비자의 친환경 건축자재 구매 확산을 위하여 “에코인테리어 사업자” 양성
  - 실내 인테리어 사업자(전국 약 4,000개)들을 친환경건축자재 보급거점으로 육성하여 저탄소 건축자재 보급 활성화
  - 일정 자격요건을 갖춘 리모델링 사업자를 에코인테리어 사업자로 지정 및 용자지원, 친환경 자재정보 제공, 친환경 DIY 교실운영지원 등
- ☐ 녹색가게 등 지역 그린커뮤니티(green community) 지원 확대
  - 재활용매장 및 녹색장터, 알뜰시장, 중고장터 벼룩시장 설치·운영 지원

### 2) 나) 녹색소비 정보망 확충

- ☐ 소비자들이 친환경상품뿐 아니라 녹색소비에 대한 정보를 한 곳에서 얻어갈 수 있는 종합정보망 구축
  - 현행 환경부에서 구축하여 운영중인 “친환경상품 정보망”에 친환경상품 이외에도 저공해자동차, 바이오연료, 유기농산물, CO<sub>2</sub>저감제품, 친환경목재, Eco-tourism 등을 포함하는 “녹색제품 종합정보망”으로 확대개편
  - 지역네트워크와 연결하여 지역중심의 콘텐츠가 자체적으로 생성되는 유기적 공간 구성
- ☐ 공공기관 구매정보 수집·분석을 위한 Data Warehouse를 구축하여 데이터마이닝(data mining) 능력을 제고하고, 고객관계관리(CRM; Customer relationship management) 강화
  - 공공기관, 산업계, 일반 소비자의 구매 트렌드 분석을 통해 차별화된 정보를 최종구매자에게 제공하고, 구매자의 구매정보를 친환경상품 생산업체에 제공
  - 조달청 입찰정보, 광역·기초지자체 및 공공기관 입찰정보 데이터 마이닝을 통한 맞춤형 녹색입찰 정보 서비스

### 3) 다) 녹색소비 저해요인 대책 마련 및 녹색생활 지표개발·보급

- ☐ 녹색제품 부당광고 등에 대한 제제조치 강화 및 관련 법률 개정
  - 녹색제품의 정보를 소비자에게 정확히 제공하여 소비자의 합리적인 의사결정이 가능하도록 돕고, 시장에서 녹색제품에 대한 허위과장광고행위를 방지함으로써 공정경쟁을 촉진시키기 위한 지침 강화
- ☐ 녹색구매 촉진을 위한 롤 모델 개발



## 저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

- 경제 주체별(가계, 산업 및 정부) 녹색소비 제약요소 분석 및 개선방안을 도출하고, 모범사례를 발굴하여 전파·확산
- 사회적 마케팅(social marketing) 기법을 활용한 소비자 유형구분(segmentation) 및 녹색소비행태 변화모델 제시

### □ 녹색소비생활을 진단할 수 있는 지표개발 및 보급

- 경제주체별 저탄소 녹색소비 저해요인(법·제도·시스템) 진단 및 개선방안 마련
- 경제주체별 저탄소 녹색소비생활 기준개발 보급(예, 에코웨딩, 저탄소 회식문화, 저탄소 캐터링, 녹색이벤트 가이드 등)

### 4) 라) 경제적 인센티브 개발 및 지원촉진

### □ 탄소포인트제, 온실가스 할당시장 민간부분 인센티브 제공을 통해 자발적 녹색소비생활 실천 장려

- 유통업체, 지자체, 금융사 등과 협력하여 가정의 에너지·물절약 등 온실가스 감축활동에 대한 탄소포인트제 강화하고, 소규모 감축활동을 정부구매로 탄소시장 연계대응

### □ 저탄소 배출 등 환경성 우수 건축자재의 공공기관 우선구매, 세제 감면 등 인센티브 강화

### 마. 3) 녹색제품 산업 육성으로 녹색생산 촉진

### 1) 가) 저탄소제품 생산지원

### □ 기후변화 대응 및 환경·경제적 파급효과가 높은 국가 전략품목을 위주로 환경마크 대상품목 제·개정 확대

- 대량 소비재 품목(완구, 세정제, 유통업체 PL 제품 등), 에너지효율·대체에너지 이용 상품(LED, 태양전지상품 등), 친환경서비스(유통, 운송, 숙박) 등
- Eco-office, Eco-house 컨설팅 창출 서비스, 친환경 용역서비스(청소, 인쇄서비스 등) 사업 등 추가

### □ 제품의 서비스화 등 그린혁신제품(green innovation products)을 적극 발굴 및 의무구매 대상으로 편입시켜 초기시장을 창출

### □ 기후변화 대응 탄소라벨링제도(Carbon Footprint Labelling) 제도운영 기반 강화

- 현재 환경부장관 고시로 운영중인 탄소라벨링제도의 법적 근거 및 지원근거 마련
- 저탄소 인증제품은 친환경상품으로 인정하여 공공구매 촉진

### 2) 나) 친환경상품 제조업체에 대한 R&D 지원강화

### □ 친환경제품 기술개발 로드맵 수립하고 이에 따른 미래 유망 환경신기술을 적용한 환경

## 저탄소 자원순환형 사회 구축을 위한 환경정책

- 혁신제품 개발 R&D 지원 등 연구개발 투자와 시범 보급사업에 보조금 지급
  - 대체에너지기술, 바이오기술, 나노클린기술, 자원순환기술, 에코디자인기술 등을 적용한 첨단 친환경제품 R&D 사업단 추진
  - 우수 친환경부품·소재를 최종제품 생산자가 활용할 수 있도록 기술정보거래망 구축
- 친환경제품 설계기법(에코디자인) 현장진단·지도사 양성, 중소기업 현장진단·지도 사업 등 전문인력 양성
  - 품목별 기업·전문가가 참여하는 친환경제품설계 시범사업 추진하여 Best Practice 도출 및 전파
  - EU 수준의 에코디자인 기준 적합제품 설계기술 확보 및 우수 친환경제품 수출기반 마련
- 선진국의 제품환경 규제대응을 위한 무역관련 환경규제, 환경표준과 국제 환경협약 및 무역환경 협상정보를 수집·분석, 산업계 제공
  - 주요국별 현지 환경규제·시장전문가 네트워크 구축하여 실시간 정보 공유 및 현지 기업활동 지원체계 구축

### 3) 다) 부가세 감면 등 경제적 인센티브 제공

- 가칭 ‘탄소세’를 도입하여 이를 기후친화적인 세제로 개편하고, 녹색제품과 서비스에 대한 보조금 등의 인센티브를 부여
  - 환경마크, GR 마크 등 친환경상품에 대한 부가가치세 감면
  - 녹색제품 구매시 세액공제 등 세제 및 금융지원, 녹색기술 투자펀드 조성 등
  - 중소 유통사업자의 녹색제품 판매매장 설치 자금 및 경영안정자금 지원

### 4) 라) 녹색제품 사업자단체 등 육성

- “녹색제품협회” 등 녹색제품 생산과 유통업체를 아우르면서 대표할 수 있는 사업자단체 결성지원
  - 사업자단체 설립 법적 근거 마련, 녹색제품 생산·유통 공제사업, 녹색유통촉진, 녹색제품 생산기법 개발·보급 및 교육사업, 녹색산업 육성 대정부 건의 등
- 소비자 접점의 주요 기업의 그린마케팅 및 사회적 마케팅 활동 활용
  - 각 기업체들이 전개하고자 하는 녹색 마케팅 활동을 정부 차원에서 제도적으로 지원하고 후원하는 윈-윈(win-win) 전략개발



〈표 5-49〉 주요 그린마케팅 성공사례

회사명	주력 상품	매출액(백만달러)	시장점유율	성장률('00-'04)
파타고니아	의류(미국)	230	-	19%
아메리카 어패럴	의류(미국)	150	0.02%	900%
바디샵	화장품(전세계)	1,331	0.5%	11%
Natura	화장품(브라질)	956	9.9%	36%
Stonyfield	요구르트(미국)	181	5%	109%

자료 : 영국 환경식품농촌부(Defra, 2006)

바. 4) 녹색소비·생산 국제협력 강화

- ☐ 녹색소비·생산 관련 Marrakech process 참여 및 지속가능 소비·생산(Sustainable Consumption & Production) 국가이행계획 수립
- ☐ 동아시아 및 개도국을 대상으로 국내 녹색구매법제 및 친환경상품 인증제도 등을 전수 하여 아시아지역의 공공·산업·민간의 녹색소비문화 선도
  - 환경마크제도 등 친환경상품 상호인정(MRA) 확대시행, 탄소라벨링제도(Carbon Footprint), 녹색구매제도 운영 노하우 전파로 동아시아의 저탄소 소비생산문화 확산에 기여
- ☐ UNESCAP, UNEP, ICLEI 등 국제기구들과 협력하여 우리의 녹색구매 우수사례를 세계적인 지속가능 성장 모델로 보급
  - UNESCAP 녹색성장을 위한 서울이니셔티브 사업으로 국내기업의 해외법인 중심 녹색생산 지원 프로젝트 지원
  - 개도국 녹색소비 및 친환경상품 관련 환경교육 연수 및 전문가 포럼 등 정보공유
- ☐ 공정무역(fair trade) 촉진 등 민간차원의 국제협력 증진 지원 강화
  - Fair trade 운동·제품소개, 생산지 방문 및 지원프로그램 개발