



환경마크제도와 환경마크제품

2015.06

I. 환경마크제도	4
1. 도입 배경	5
2. 환경마크	6
3. 환경마크 인증절차 및 방법	7
4. 환경마크제품 및 구매방법	8
II. 외국의 환경마크제도 및 국제협력	9
1. 외국의 환경마크제도	10
2. 외국과의 국제협력	13
III. 공공부문의 환경마크제품 소비 활성화	14
1. 환경마크제품 의무구매제도	15
2. 환경마크제품 구매실적	16
IV. 민간부문의 환경마크제품 소비 활성화	17
1. 녹색매장	18
2. 대한민국 친환경대전	19
3. 친환경소비 페스티벌	20
V. 환경마크 운영성과	21
1. 환경마크제품 소비 · 생산 확대	22
2. 환경마크제품 소비에 따른 편익 증가	23
3. 친환경소비에 관한 인식 제고	24
VI. 환경마크 보완계획	26
1. 프리미엄 환경마크 신설	27
2. 환경인증 로고 통합	27
3. 환경마크 체험시설 설치	27
4. 올해의 환경마크제품 선정	28
5. 친환경위장제품(그린워싱) 근절	28
[부 록]	
환경마크제품 목록	30
용어 해설	33



환경마크제도

1. 도입 배경

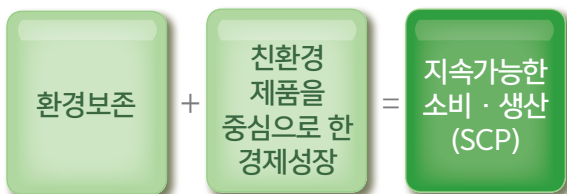
지속가능발전과 지속가능소비 · 생산

인간은 물질적으로 풍요롭고 쾌적한 환경에서 주위 사람과 어울려 오랫동안 살 수 있는 환경을 꿈꾸고 있습니다. 이러한 환경은 현재세대와 미래세대의 욕구를 모두 충족할 수 있는 지속가능한 발전 위에서 가능합니다.

유럽공동체(EU)를 포함한 여러 선진국들은 지속가능한 발전을 이루기 위한 해법의 하나로써 지속가능한 소비 · 생산(SCP)이라는 정책을 제시하고 있습니다.

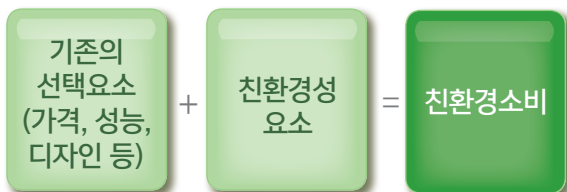
* SCP : Sustainable Consumption and Production

UN은 제품의 생산 · 소비 · 폐기 전 과정에서 천연자원의 사용을 줄이고 독성물질, 오염물질, 폐기물의 발생을 최소화하는 동시에 인간의 기본적인 욕구와 풍요로운 삶의 질을 유지하는 범위 내에서 제품과 서비스를 사용하는 것을 지속가능한 소비 · 생산이라고 정의하고 있습니다.



지속가능한 소비

지속가능한 소비를 하기 위해서는 제품 구매 시 가격, 성능, 디자인 등 기존의 선택요소 외에 제품의 친환경성 여부를 고려하는 소비를 말합니다.



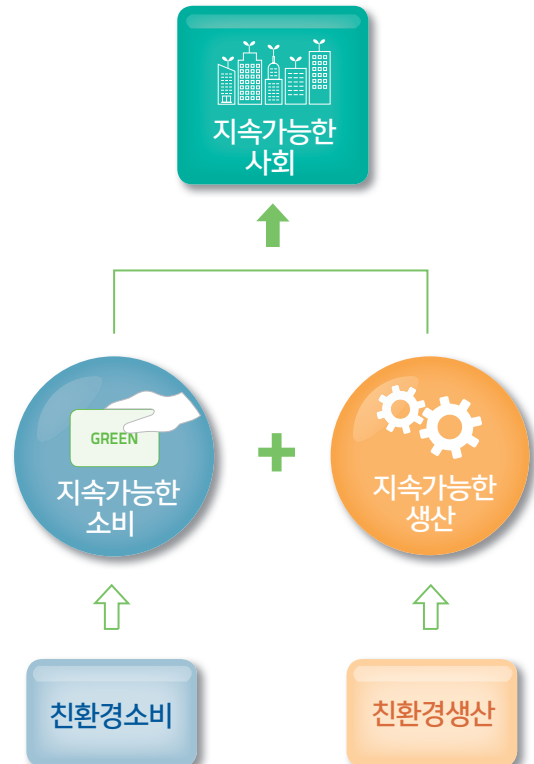
지속가능한 생산

지속가능한 생산은 설계 단계에서 생산 · 유통 · 소비 · 폐기 등의 전과정(Life Cycle) 평가를 거쳐 가장 환경 친화적인 제품을 생산하는 것을 말합니다.



지속가능한 사회

환경마크제품 구매와 같은 지속가능한 소비가 사회 전체로 확대되는 것이 우리 사회가 지속가능한 사회로 나아가는 지름길입니다.



2. 환경마크

법적근거

「환경기술 및 환경산업 지원법」 제17조(환경표지의 인증)에 따라 같은 용도의 다른 제품에 비하여 제품의 환경성을 개선한 제품에 환경부장관이 환경마크를 부여합니다.

‘환경성’이란?

재료와 제품을 제조·소비·폐기하는 전 과정에서 오염 물질이나 온실가스 등을 배출하는 정도, 자원과 에너지를 소비하는 정도와 같이 환경에 미치는 영향력을 말합니다.

환경마크 표시



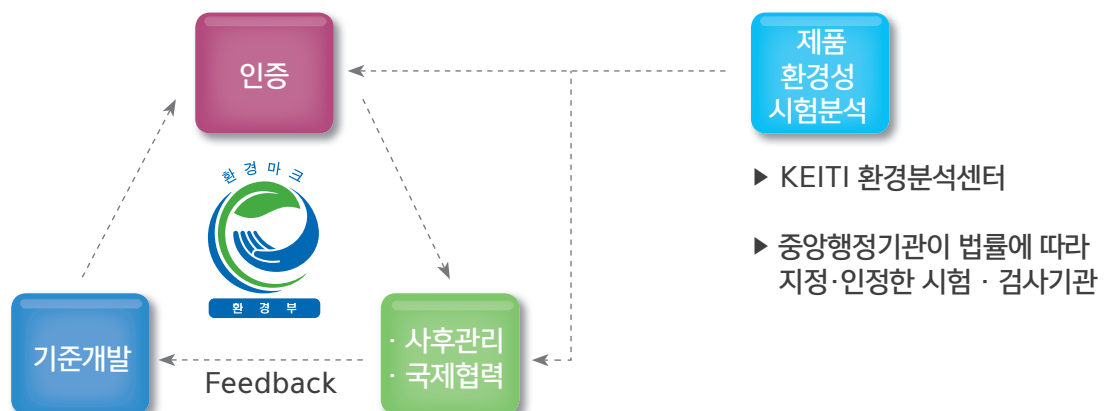
환경마크의 ‘e’는 환경적 (Environmental), 경제적 (Economic)이란 뜻을 나타내고 있습니다.

환경마크제도의 그간 추진경과



환경마크 인증제도 운영체계

환경부 / 한국환경산업기술원(KEITI)



*법적근거 : 「환경기술 및 환경산업 지원법」 제17조(환경표지의 인증)

3. 환경마크 인증절차 및 방법

인증기준

환경부에서 제품별로 환경마크 인증기준을 정하여 고시하고 있습니다. 인증기준은 환경마크 안내 홈페이지 (<http://el.keiti.re.kr>)에서 확인하실 수 있습니다.

1

환경마크 인증신청서 제출

신청업체 : 신청서 제출
한국환경산업기술원(이하 기술원) : 신청서 접수

2

서류 검증

기술원 : 제출 서류에 대한 서류 심사

3

현장 심사계획 통보

기술원 : 현장 심사일정 및 심사원 배정 알림

4

현장심사

기술원 : 제출서류와 현장의 일치 여부 확인
신청업체 : 시험기관에 시험분석 의뢰 / 시험기관 : 시험분석

5

시험성적서 수령

시험기관 : 시험성적서 발송
기술원 : 성적서 수령 및 자료 검토

6

인증 심의위원회 개최

기술원 : 심의위원회에서 인증기준 적합여부 판정

7

인증 심의 결과 통보

기술원 : 심의결과 통보 및 사용료 안내

8

인증서 교부

신청업체 : 사용료 납부 / 기술원 : 환경마크인증서 교부

9

환경마크 사용

신청업체 : 환경마크 사용

시험검사 및 현장실사

한국환경산업기술원 실무자가 시중 또는 생산현장에서 시료를 채취·봉인하여 신청인은 봉인된 시료를 시험기관에 의뢰하여 성적서 원본을 한국환경산업기술원에 제출합니다.

사후관리

환경마크제품에 대한 소비자 신뢰도를 확보하고 인증제품이 환경마크기준을 지속적으로 유지하고 있는지를 여부를 확인하기 위해 연 1회 생산 기업에 사전예고 후 현장조사를 실시합니다.

환경마크 신청 수수료

항목	산출기준
기본 수수료	제품당 50,000원 (부가세 별도)
인증 심사비	고급기술자 1일 사업대가 기준 × 소요일수
출장비	공무원 여비기준에 의한 여비

환경마크 사용료

인증제품의 연간매출액	연간사용료
10억원 미만	100만원
10억원 이상 ~ 50억원 미만	200만원
50억원 이상 ~ 100억원 미만	300만원
100억원 이상 ~ 500억원 미만	400만원
500억원 이상 ~ 1,000억원 미만	500만원
1,000억원 이상 ~ 2,000억원 미만	700만원
2,000억원 이상 ~ 3,000억원 미만	900만원
3,000억원 이상	1,100만원

※ 중소기업의 인증 수수료 감면혜택 : 매출액에 따라 30%~90% 감면

4. 환경마크제품 및 구매방법

환경마크 인증제품

사무용 기기, 건설용 자재, 생활용품 등 153개 품목

분 야	합 계	사무용 기기	건설용 자재	생활용품	가정용 기기, 가구	교통, 여가 제품	산업용 제품	복합용도 제품
이미지	-							
품목수	153	20	43	21	13	12	15	29
인증제품수	14,026	2,939	6,427	778	335	29	398	3,120

구매방법

■ 녹색매장 방문 구매 (오프라인)

전국 264개 지정매장(2015년 6월 기준)에서 원하는 제품을 직접 눈으로 확인하고 구매할 수 있습니다.

■ 온라인매장을 이용한 구매

일반 온라인 쇼핑몰과 같이 원하는 환경마크제품을 인터넷으로 구매할 수 있습니다.



[온라인 쇼핑몰]

녹색장터
<http://shop.greenproduct.go.kr>

그린카드 쇼핑몰
www.ecomoney.co.kr

구매혜택 : 그린카드 사용 시

친환경제품 구입할 때, 그린카드를 사용하면 최대 24% 포인트를 적립할 수 있습니다.

※ 적립된 포인트는 제품구매 시 현금처럼 사용하거나 휴대폰요금이나 관리비 결제에 사용할 수 있습니다.





외국의 환경마크제도 및 국제협력

1. 외국의 환경마크제도

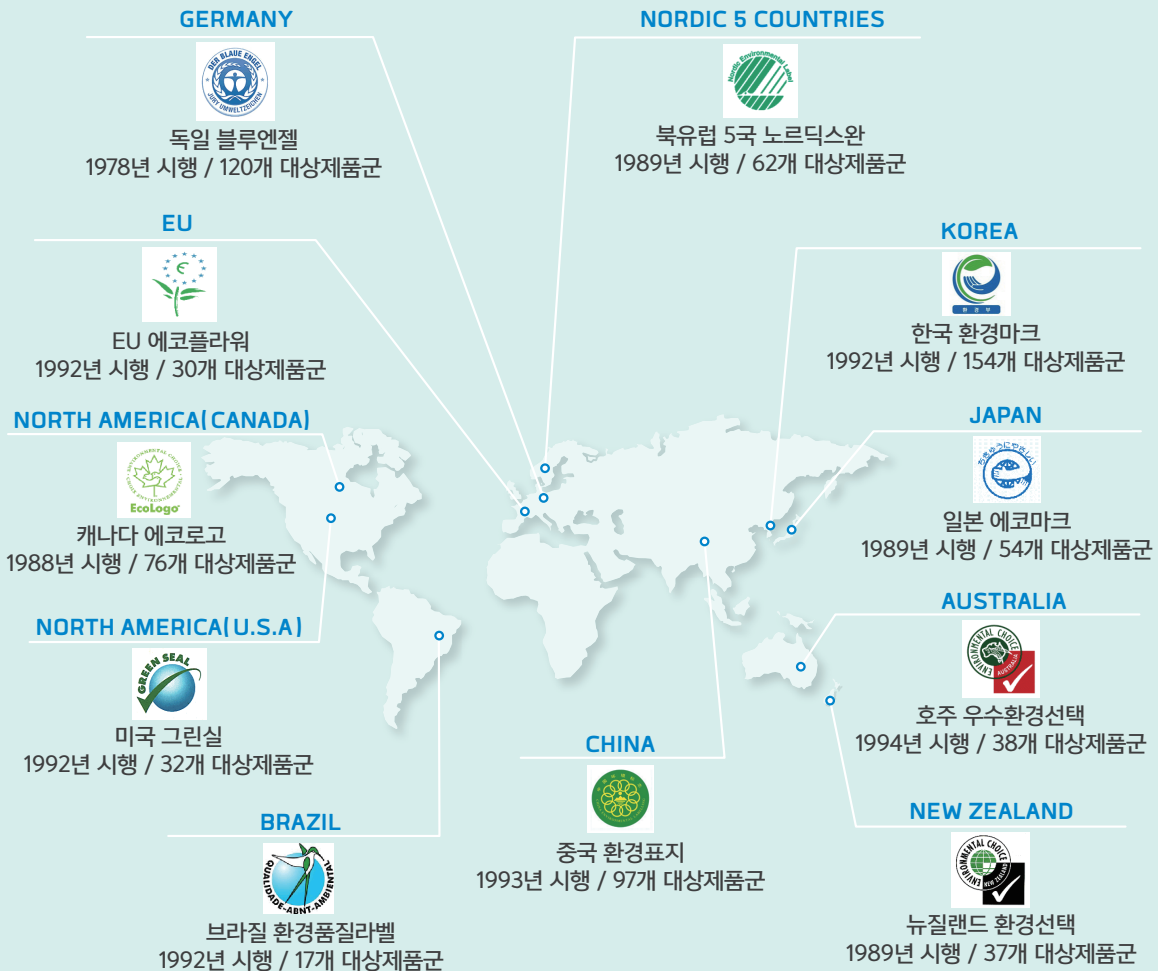
국제환경라벨링네트워크(GEN)

■ 전 세계 47개국에서 27개 환경라벨링 제도를 시행하고 있으며, 특히 EU와 북유럽 5개국은 환경라벨링을 공동으로 운영하고 있습니다.

■ 국제표준화기구(ISO)에서는 환경정보의 전달방식에 따라 환경라벨 유형을 세 가지로 구분하고 각 유형별로 환경라벨이 갖추어야 할 최소요건을 ISO 14024 시리즈로 규정하고 있습니다.

* GEN : Global Ecolabelling Network

주요국가의 환경마크 ISO 14024(제1유형 환경라벨링) 기반 환경마크제도



국제환경라벨링네트워크(GEN)

우리나라를 포함하여 유럽연합, 독일, 북유럽, 일본 등 전 세계 47개 국가의 라벨링 세계협의의 기구(1994년 설립)

외국의 환경마크제품 소비 현황

글로벌

아시아 지역의 친환경제품 소비의지가 가장 높은 것으로 나타나고 있습니다.

2014년 닐슨(Nilsen)의 조사결과 추가적인 비용 부담에도 불구하고 친환경제품을 구매하겠다는 소비자의 비율은 전체 55%로 2011년 대비 10% 증가한 모습을 보여주고 있습니다.

지역별로는 아시아가 64%로 가장 높고, 북아메리카 42%, 유럽은 40%로 그 뒤를 잇고 있습니다.

또한 제품 구매 시 포장용기에 부착된 라벨이나 친환경 정보를 확인하는 소비자는 아시아 지역이 60%를 상회하며, 유럽은 36%, 북미는 32% 수준을 보이고 있습니다.

EU

소비자의 높은 환경의식과 엄격한 환경규제를 배경으로 친환경소비가 활성화되어 있으며, 친환경과 웰빙 제품의 수요는 지속적인 성장 추세에 있습니다.

재생과 웰빙은 유럽의 환경트렌드 중 하나로 이러한 제품에 대한 수요는 연평균 약 9%대로 성장 중입니다.

일례로 프랑스 친환경 천연화장품 시장은 2012년 3억 3천만 유로로 연평균 10%이상 성장하고 있으며 2015

년은 5억 유로 규모로 예상됩니다. 또한 독일은 2012년 유럽 친환경시장 매출액의 30%를 점유하고 있습니다.

일본

탈원전 계획에 따른 에너지 소비 최적화 상품이 유행하고 있습니다.

가정에서 전력수요를 조절할 수 있는 친환경 스마트 하우스나 에너지 제로하우스 보급이 확대되고 있고 일본 최대 편의점 체인인 세븐일레븐은 5,000개 점포 조명을 LED로 교체하는 등 2011년 대지진 이후 '전력 사용 제한령'에 따라 에너지소비 최적화 상품 소비가 증가하고 있습니다.

중국

중국의 4대 소비 트렌드에 '친환경 녹색소비'가 포함되었습니다.

2014년 11월 Mintel사 조사결과 2015년 중국의 4대 소비 트렌드는 1) 스마트소비, 2) 친환경녹색소비, 3) 온·오프연계 소비, 4) 소비자 참여형 소비로 전망됐습니다.

응답자 중 47%가 환경오염이 호흡기질환 등 질병을 유발하고, 56%가 식품안전에 우려를 표시하고 있는 것으로 볼때 중국의 친환경제품 시장은 크게 성장할 것으로 예상됩니다.



www.enviro-choice.org.nz
(New Zealand's first net zero energy commercial building)



www.svanen.se/en
(Ecolabelling Sweden)

참고 : 국제표준화기구(ISO)에 따른 환경라벨링 분류

제1유형(ISO 14024)

제품의 전 과정에 걸친 환경영향을 제3자가 평가하여 친환경제품임을 인증하고 부착한 로고입니다.

■ 사례



환경마크의 'e'는 환경적(Environmental), 경제적(Economic)이란 뜻을 나타내고 있습니다.

■ 특징

제3자인 공인기관에 의한 인증이므로 객관적인 신뢰성을 보장할 수 있습니다.

제2유형(ISO 14021)

제품의 친환경성을 생산자가 스스로 주장하기 위해 부착하는 로고나 문구입니다.

■ 사례



Ricoh사의 재활용 제품선언

■ 특징

제조사가 스스로 주장해 부착한 라벨이므로 그에 따른 책임이 필요합니다.
(제조사의 무분별한 주장에 따른 가이드라인이 필요함)

제3유형(ISO 14025)

제품의 전 과정에 환경성가를 계량적으로 산출하고 그 결과를 제품에 표시합니다.

■ 사례



탄소성적표지

■ 특징

소비자에게 계량적인 정보를 제공함으로써 수요에 맞는 선택적 구매를 유도할 수 있습니다.

* 국제표준화기구(ISO)

물자와 서비스의 국제간 교류를 용이하게 하고
지적·과학적·기술적·경제적 분야에서
국제간의 협력을 도모하기 위하여 세계적인
표준화와 그와 관련한 활동을 하는 비정부 기구

2. 외국과의 국제협력

환경마크 상호인정협정(MRA)

우리나라는 1997년 ‘국제환경라벨링 운영기구 협의체 (GEN)’에 가입하여 국가 간 상호인정협정(MRA)을 체결하고 공동기준개발 등 국가 간 교류를 활발히 추진하고 있습니다.

* MRA : Mutual Recognition Agreement

상호인정협정(MRA)은 상대국과 상호 환경라벨제도 및 검증방법의 신뢰성을 상호 인정하고, 인증제품의 상대국 인증취득 신청 시 검증협력 등을 약속하는 협정입니다.

특히, 한·중·일 3개국은 PC, 사무용복합기, 비디오 재생·기록기, TV 등 4개 품목에 공통기준개발과 이에 대한 상호인정협정이 체결되어 있습니다.

이에 따라 3개국 간에는 상대국가의 환경마크를 취득하고자 할때 공통기준 항목에 대한 재검증을 면제하고 있습니다.

상호인정협정 체결현황 (2015년 6월 기준)

국 가	환경라벨 로고	MRA 체결 연도	환경라벨 제도명
대 만		2002	Green Mark
태 국		2002	Green Label
일 본		2003	Eco Mark
호 주		2004	Good Env. Choice
중 국		2005	環境標志
뉴질랜드		2006	Env. Choice

국 가	환경라벨 로고	MRA 체결 연도	환경라벨 제도명
북유럽		2010	Nordic Swan
미 국		2012	Green Seal
캐나다		2012	Eco Logo
독 일		2013	Blue Angel
대 만		2013	Green Building Material



공공부문의 환경마크제품 소비 활성화

1. 환경마크제품 의무구매제도

법적근거

「녹색제품 구매촉진에 관한 법률」 제6조(공공기관의 녹색제품 구매의무)에 따라 공공기관의 장은 상품을 구매하고자 하는 경우 환경마크제품을 우선적으로 구매하여야 합니다.

대상기관은 같은 법 제2조(정의)에 따라 국가기관, 지방자치단체, 공기업, 준정부기관 등 883개 공공기관이 해당됩니다.

의무구매제도의 목적

공공기관으로 하여금 환경마크제품을 의무적으로 구매·사용하도록 함으로써 환경마크제품 시장기반 마련 및 지속가능 소비·생산을 활성화 하기 위함입니다.

제도의 효과

정부는 환경마크제품 의무구매를 통해 제품 및 서비스의 구입 - 이용 - 폐기 전과정에 걸쳐 가격대비 합리적인 소비(Value for money)를 하며, 국가차원에서는 자원절약, 환경보전 등의 효과를 누릴 수 있습니다.

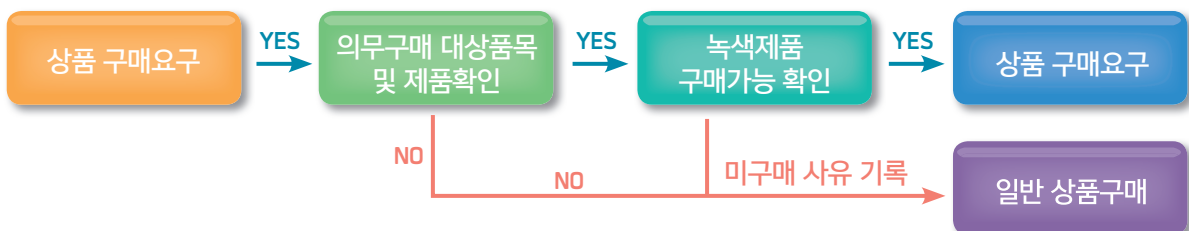
공공기관의 역할 및 의무

공공기관의 장은 매년 당해 연도의 녹색제품 구매이행계획을 수립·공표(법 제8조)하여야 하고, 녹색제품 구매실적을 집계·제출(법 제9조)하여야 합니다. 또한 녹색제품 구매의무를 효율적으로 수행하기 위해 녹색제품 구매 업무를 총괄하여 관리하는 녹색제품 구매담당관(법 제6조의2)을 지정하여야 합니다.

구매방법 및 절차

- ① 정부에서 운영하는 포털사이트에서 구매하고자 하는 환경마크제품을 검색합니다.
 - 녹색구매정보시스템 www.greenproduct.go.kr (모바일 기기에서도 검색 가능)
 - 나라장터 종합쇼핑몰 <http://shopping.g2b.go.kr>
- ② 공공기관이 직접 구매하는 경우(직접구매)와 제3자와 계약에 의해 피계약자가 구매하는 경우(간접구매)에 따라 아래와 같은 절차를 따릅니다.

■ 직접 구매절차



■ 간접 구매절차



2. 환경마크제품 구매실적

공공기관별 환경마크제품 구매실적

(단위: 억원)

구 분		2009년도(A)	2013년도(B)	증감액(B-A)
계		16,296	20,431	4,135
중앙행정기관		2,887	3,308	421
지 자 체		5,428	6,498	1,070
교육자치단체		5,481	5,795	314
공기업	시장형	134	891	757
	준시장형	601	1,616	1,015
준정부기관	기금관리형	137	369	232
	위탁집행형	513	959	446
지방공기업		480	446	△34
지자체출연연구원		8	10	2
기타 공공기관		120	539	419

품목별 환경마크제품 구매실적

(단위: 억원)

구 분	2009년도(A)	2013년도(B)	비 고 (B-A)
계	16,296	20,431	4,135
토목/건축	3,795	8,634	4,839
전기/시험/계측	283	1,668	1,385
기계/설비	281	158	△123
전자/정보/통신	5,578	4,632	△946
섬유/고무/위생/여가	712	607	△105
사무/교육/영상/가전	4,793	3,724	△1,069
원부자재/기타	126	98	△28
화학/소방/안전	385	624	239
차량/운반	92	59	△33
도로시설/용품	251	227	△24



민간 부문의 환경마크제품 소비 활성화

1. 녹색매장

법적근거

「녹색제품 구매촉진에 관한 법률」 제18조(녹색제품 판매 활성화)에 따라 환경부장관은 녹색제품의 구매 촉진을 위하여 녹색매장을 지정할 수 있습니다.

녹색매장은 방문고객의 친환경적인 소비와 생활을 유도하고 매장 내 친환경시설 설치와 운영을 통해 온실가스 및 에너지를 절감, 지속가능한 소비생산에 기여하는 매장을 말합니다.

녹색매장 지정목적

- 소비자들이 친환경제품을 쉽게 접할 수 있도록 전국 규모의 녹색유통망을 구축하고자 합니다.



친환경제품 판매 촉진



친환경소비생활 홍보

- 유통매장 시설과 운영의 녹색화로 친환경소비 확산을 유도하고자 합니다.



친환경적 시설 설치



친환경적 매장 운영

녹색매장 지정 현판



녹색매장 지정대상

- 대규모 점포로서 대통령령으로 정하는 할인점·백화점·쇼핑센터
- 농수산물종합유통센터로 매장면적이 3,000㎡ 이상인 센터
- 「소비자생활협동조합법」 제21조에 따라 설립된 소비자생활협동조합 판매매장
- 환경표지 인증기업에서 운영하는 판매매장
- 한국표준산업분류에 따른 음·식료품 위주 종합 소매업 판매매장

녹색매장 지정기준

- 「녹색제품 구매촉진에 관한 법률 시행규칙」 제5조에 의거하여 다음의 기준을 충족해야 합니다.
 - 환경목표를 수립하는 등 환경경영시스템을 갖출 것
 - 녹색제품의 판매 확대 및 홍보 등 녹색제품의 보급을 위한 방안을 마련할 것
 - 오염저감 및 에너지관리 조치를 하는 등 환경 친화적으로 매장을 운영할 것
 - 환경경영에 대한 고객과의 인식 공유, 고객 참여 촉진 등 고객지향적인 경영방안을 마련할 것

녹색매장 지정현황 (2015년 6월 기준)

전국 264개 유통매장을 녹색매장으로 지정하여 운영하고 있습니다.

기대효과

- 국민들이 친환경소비를 할 수 있는 유통매장이 확대되어 친환경 소비정책 확산하는 계기가 되었습니다.
- 가전업체, 유기농 매장 등 다양한 유통업체가 신규로 참여하였습니다.
- 녹색매장 제도를 활용한 유통업체 상생의 기반이 마련되었습니다. (대형 녹색매장 인근 골목상권 지원을 유도하여 중소형 매장 자생력 강화)

2. 대한민국 친환경대전

개최 목적

대한민국 친환경대전은 녹색구매 정책을 공공시장 뿐만 아니라 민간과 산업계로 확산하기 위해 각 분야의 추진 활동들을 소개하고 공유할 수 있는 자리를 마련하기 위해 개최하기 시작했습니다.

슬로건



'Be Green, Go Green'은 지속가능한 발전과 친환경 사회 구현을 위해 친환경 생활을 실천하자는 의미의 범국민적 슬로건입니다.

기대효과

범국민을 대상으로 친환경소비·생산기업과 제품의 홍보, 친환경교육·체험 등을 통해 친환경소비 동참을 유도함으로써 환경보전 문화를 확산시키며, 기후변화 대응을 위한 친환경제품과 기술의 보급을 촉진시키고, 친환경기업의 판로개척 지원을 통해 대외 경쟁력을 강화시킬 수 있습니다.

2005년부터 2014년까지 총 10회 개최하여 참가기업 수 1,657개사(누적), 관람객 수 30만명(누적)이 참여하는 명실공히 국내 최대 환경박람회로 발돋움하였습니다.

전시분야



친환경제품



친환경건축



정부·지자체
공공기관



친환경기술



친환경 관련 협회
시민단체 등



친환경교통
수송



친환경에너지



친환경유통
서비스

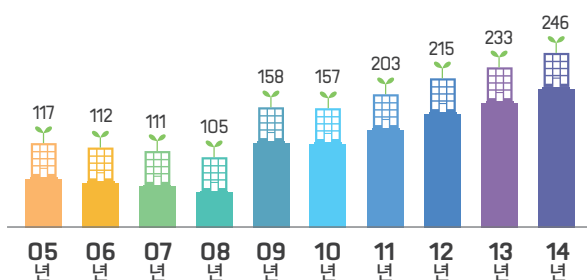


환경교육·체험



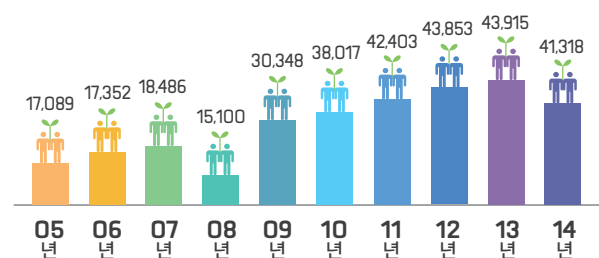
■ 참가업체 수

(단위: 개)



■ 관람객 수

(단위: 명)



3. 친환경소비 페스티벌

개최목적

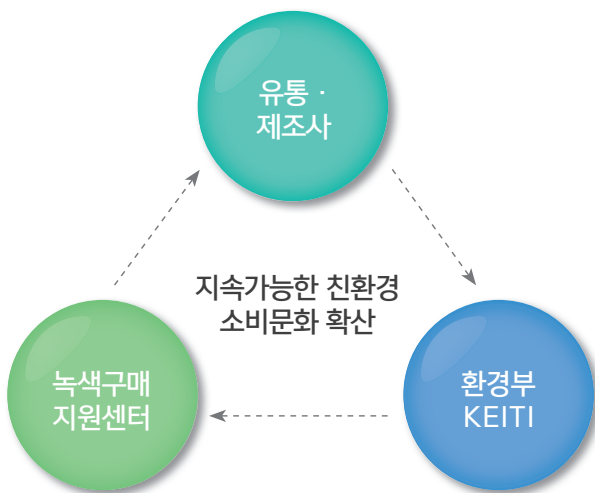


“국민행복 출발! 생활 속 친환경소비로 시작하세요”

친환경제품의 생산·유통·구매를 유기적으로 연결하는 범국민캠페인으로서 매년 환경의 날(6월 5일)을 전후로 ‘친환경소비주간’을 제정하여 친환경소비에 관한 인식을 바로하고 실천을 촉진하는 행사입니다.

지속가능한 친환경 소비문화가 확산되고 친환경 소비와 생산이 선순환 체계를 구축하기 위해서는 소비자와 점점에 있는 유통사의 역할이 중요합니다.

이점을 인식하여 친환경제품 유통촉진 자발적 협약을 체결(2007년)하고, 유통업계와 친환경소비 공동 캠페인을 개최하고 있습니다.



친환경소비페스티벌 참여 유통사

갤러리아백화점, 롯데백화점, 신세계백화점, AK플라자, 롯데마트, 이마트, 홈플러스, 이랜드리테일, 무공이네, 올가홀푸드, 초록마을, BGF리테일, GS리테일, 코리아세븐

주요 내용

■ 유통사 점포 친환경제품 모음전



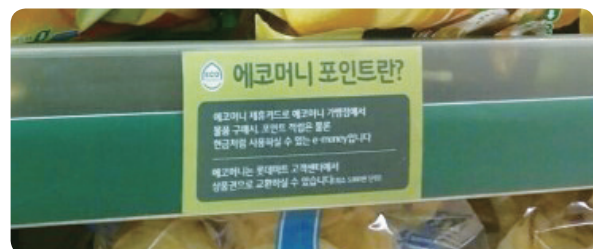
■ 친환경소비 체험교육



■ 그린카드 특별적립행사



■ 에코머니 포인트 적립



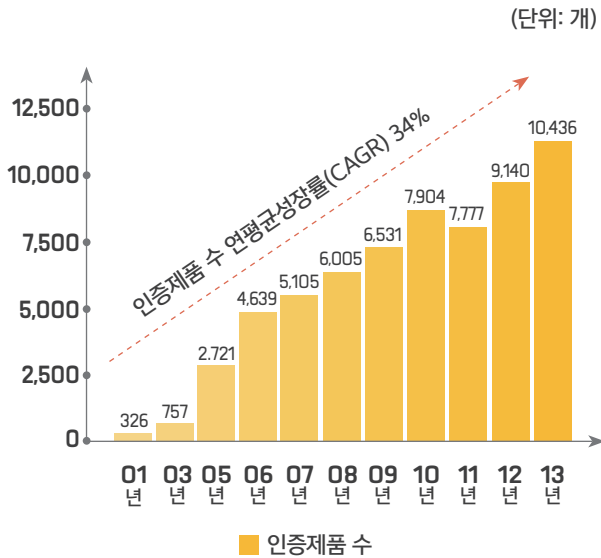


환경마크 운영성과

1. 환경마크제품 소비 · 생산 확대

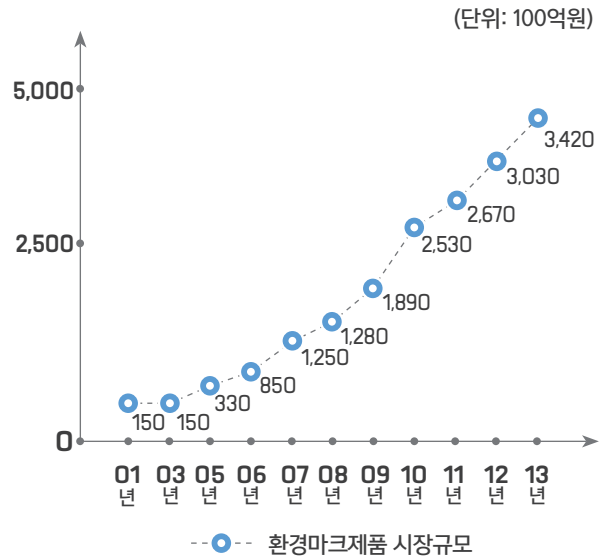
환경마크제품 품목

1992년 환경마크제도를 도입한 이후 인증제품은 2001년 326개 제품에서 2015년 6월 현재 14,026개 제품으로 연평균 34% 증가율을 보이고 있습니다.



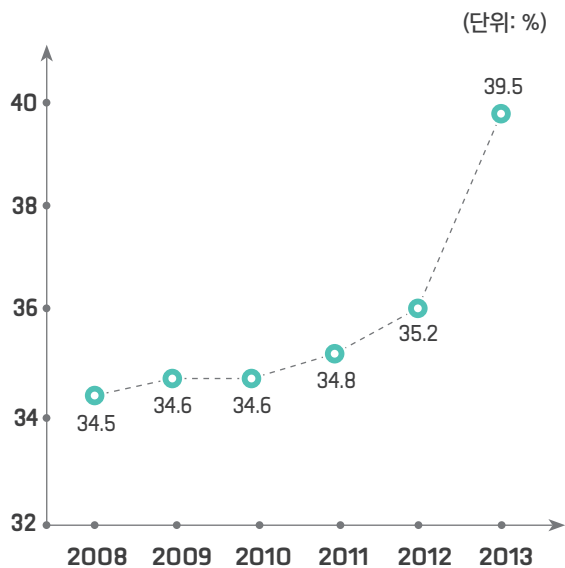
환경마크 시장규모

환경마크제품의 국내시장 규모는 2001년 1.5조원에서 2013년 34조원으로 약 22배 성장하였습니다.



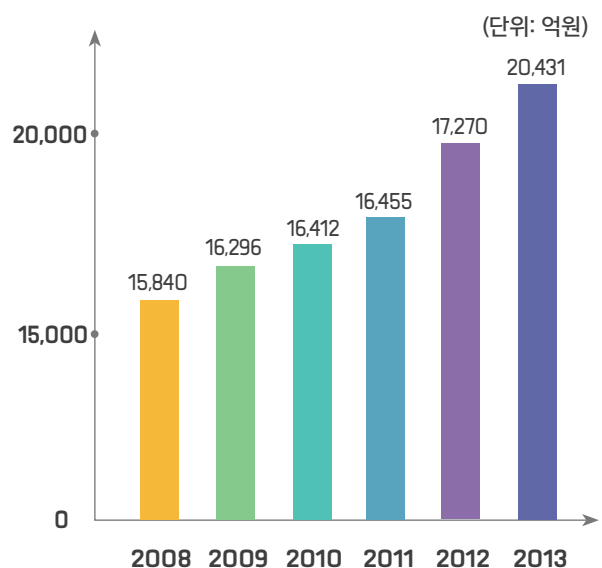
인증적용대상(coverage)

2013년 기준으로 조달청 물품분류코드(G2B) 및 한국 공통상품코드(KAN) 전품목(2,770개)대비 환경마크 인증대상품목 비율은 40%(1,093개)로 확대되었습니다.



공공기관 환경마크제품 구매실적

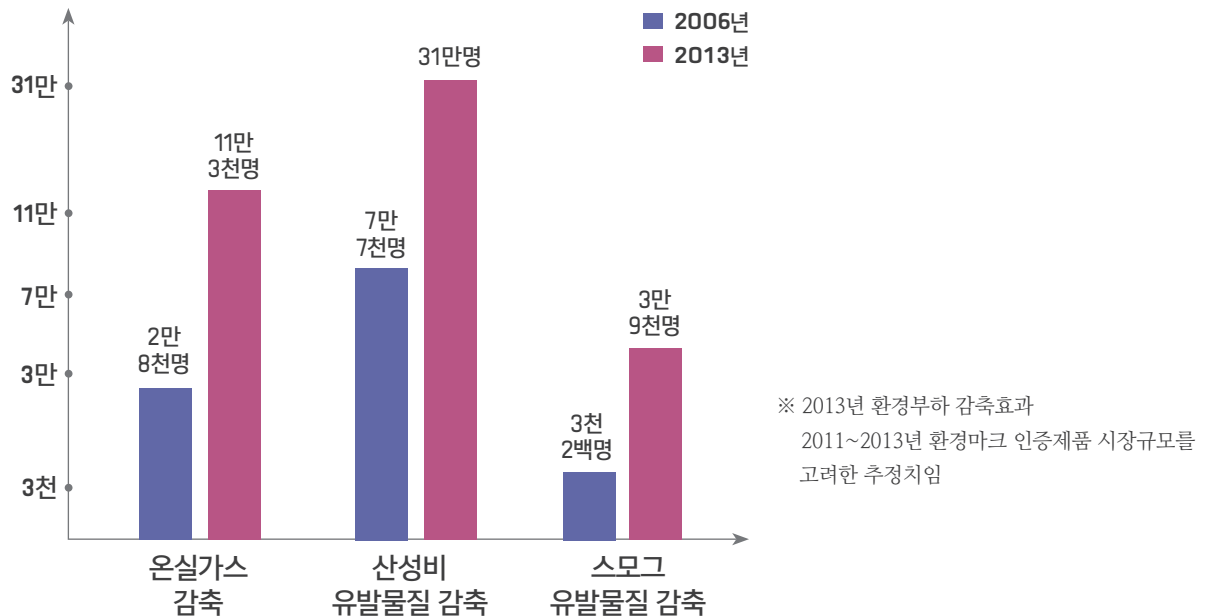
공공기관 환경마크제품 의무구매는 제도를 시행한 2005년부터 꾸준히 증가하여 2013년 2조 원을 달성 하였습니다.



2. 환경마크제품 소비에 따른 편익 증가

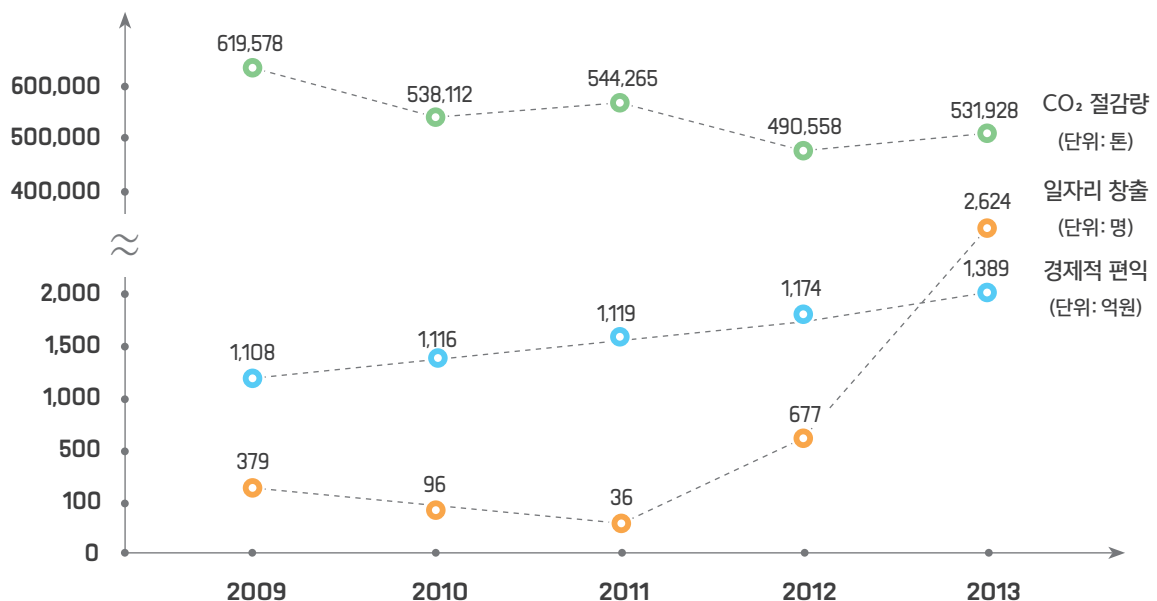
환경마크제품 소비 편익(공공부문+민간부문)

환경마크제품 사용에 따른 환경개선효과는 2013년 기준 온실가스 11만3천명, 산성비 유발물질 31만명, 스모그 유발물질 3만9천명의 배출분 감소효과가 있습니다.



환경마크제품 소비 편익(공공부문)

전기·전자제품 등 19개 품목을 구매 사용하여 2009년부터 2013년까지 총 272만톤의 온실가스 감축, 5,906억원의 경제적 편익 및 3,812명의 일자리 창출 효과가 발생하였습니다.



3. 친환경소비에 관한 인식 제고

환경마크 인증에 대한 국민 인식과 태도를 파악, 친환경 소비문화 확산을 위한 홍보방안과 제도개선 방안 마련을 위해 설문조사를 실시하였습니다.

조사설계

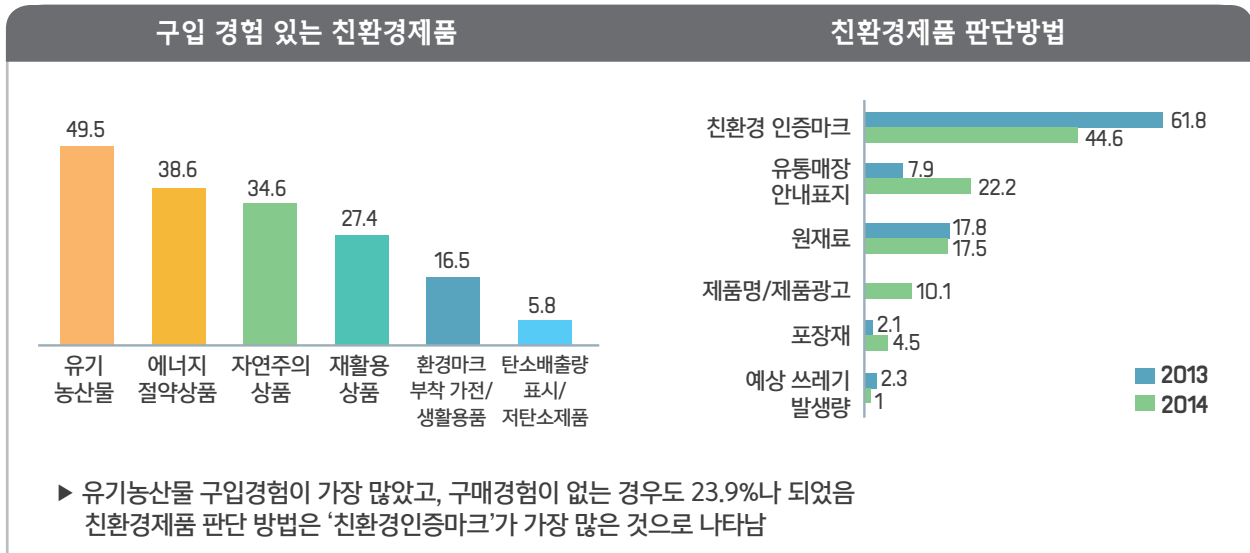
- 조사대상 : 전국의 만 19세 ~ 60세 일반국민
(제주도 제외)

- 표본크기 : 전체 1,000명
안전행정부 주민등록인구통계 2014년 8월 말 기준, 성, 연령별, 지역별 인구수 비례 할당 추출법(Quota sampling)
- 신뢰수준 : 95% 신뢰수준에서 최대 $\pm 3.10\%p$
- 조사기간 : 2014년 10월 8일 ~ 10월 20일
- 조사기관 : (주) 중앙일보

2014년 친환경소비 인식변화 결과(2012년, 2013년도 대비)

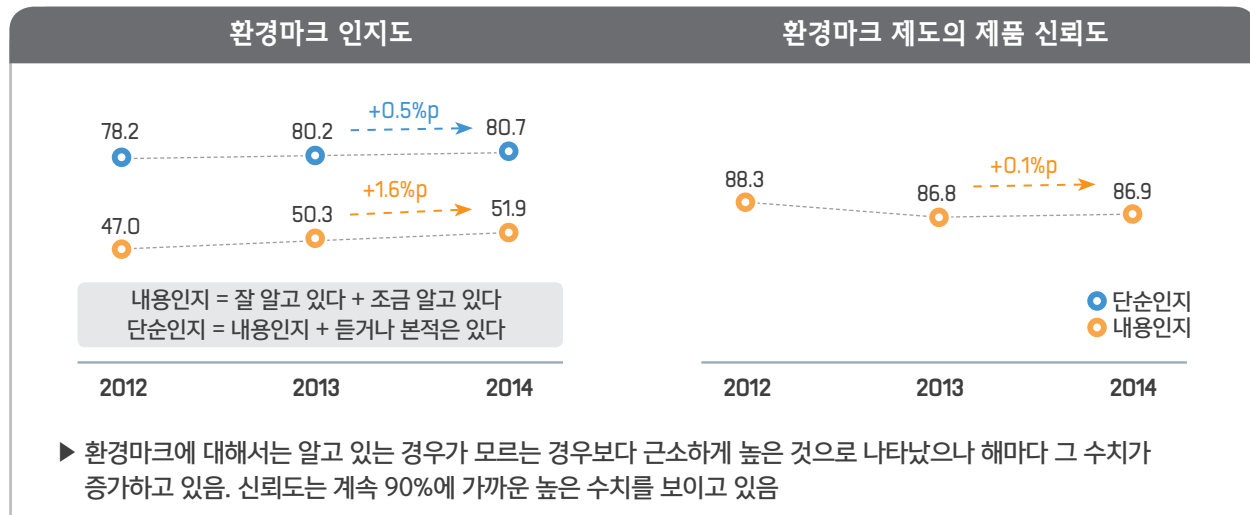
- 결과1. 구입경험이 있는 친환경제품과 친환경제품 판단방법

[단위:%]



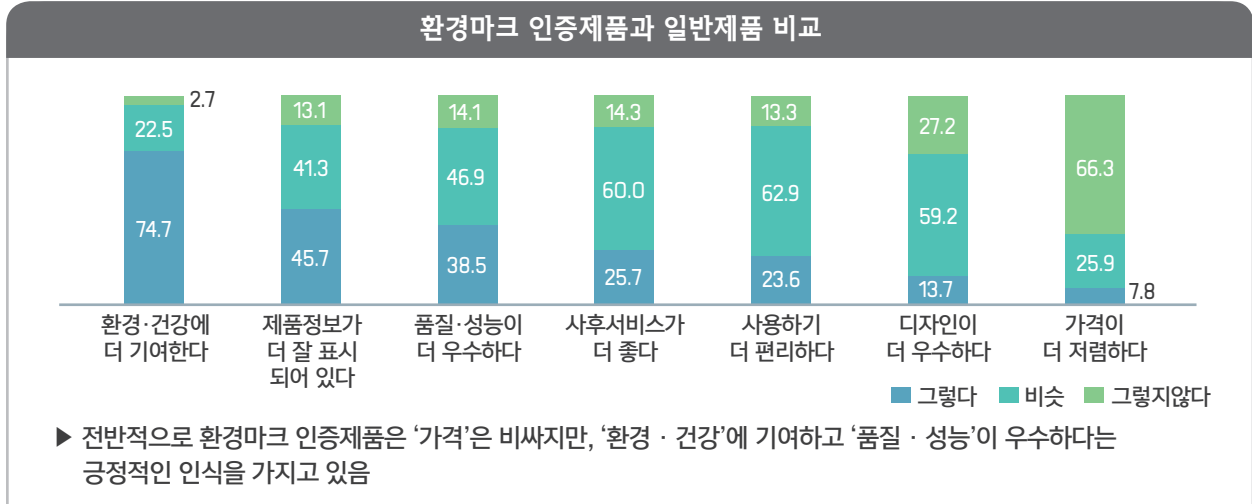
- 결과2. 환경마크 인지도와 신뢰도

[단위:%]



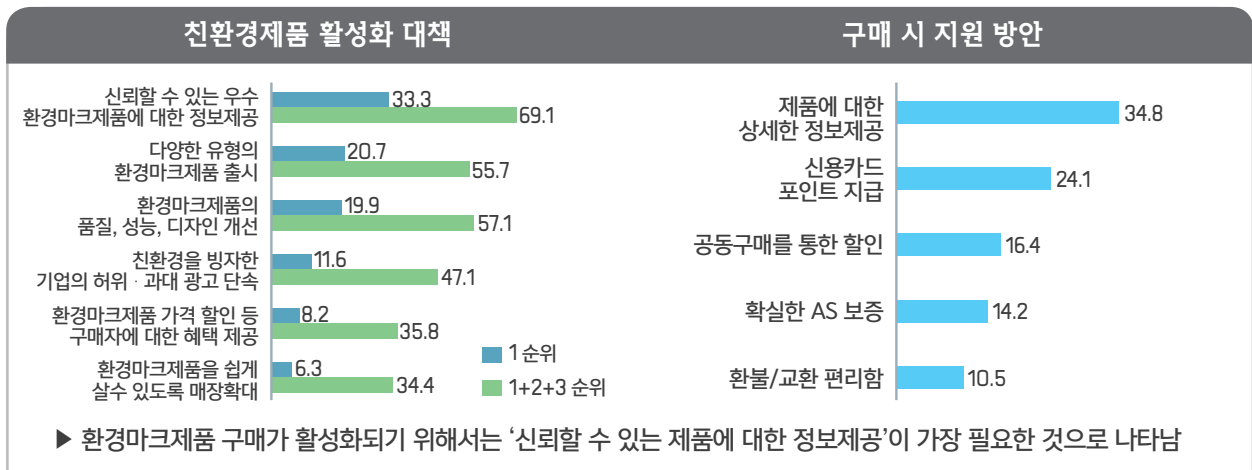
■ 결과3. 환경마크 인증제품과 일반제품 비교

[단위:%]

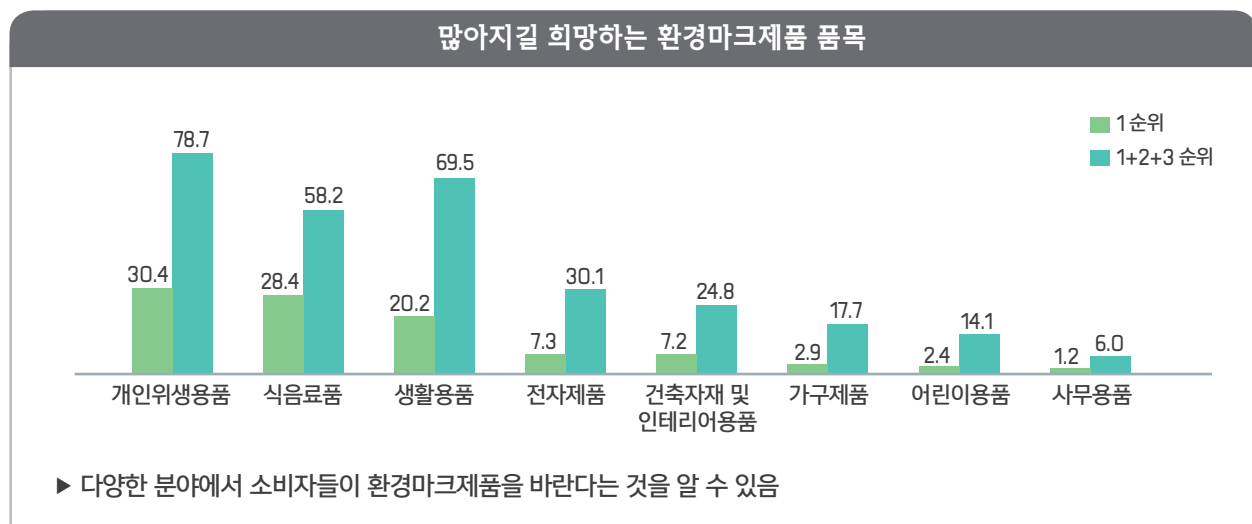


■ 결과4. 환경마크제품 활성화대책과 구매 시 지원방향

[단위:%]



■ 결과5. 많아지길 희망하는 환경마크제품 품목





환경마크 보완계획

1. 프리미엄 환경마크 신설

소비자는 제품의 품질·성능, 환경성·안전성 등을 종합적으로 고려해 제품을 선택하게 됩니다. 이러한 점에 착안해 같은 환경마크제품이라도 환경성·안전성·경제성이 상대적으로 더 우수한 제품을 ‘프리미엄 환경마크제품’으로 구분하여 소비자의 선택의 폭을 넓히도록 하겠습니다.

이를 위해 2016년부터 민간부문의 구매수요가 많은 생활밀착형 제품군 중에서 3가지 제품군을 선별하여 시범적으로 적용할 계획입니다.

환경마크제품인증기준(예)

구 분	일반제품	환경마크 제품	프리미엄 환경마크제품
어린이 놀이매트	인체유해 화학 물질 미검증	비스, 납 등 유해원소 0.2mg/kg 이하	가소제 등 유해 물질 무첨가, 휘발성유기 화합물 불검출
가스 보일러	질소산화물 (NOx) 발생량 미검증	질소산화물 (NOx) 발생량 40ppm 이하	질소산화물 (NOx) 발생량 20ppm 이하
초절수형 양변기	물사용량 10~14ℓ	물사용량 6ℓ 이하	물사용량 4ℓ 이하

2. 환경인증 로고 통합

환경부가 운영하는 다양한 인증으로 인한 소비자의 혼란을 막고 환경인증제도의 인지도를 높이기 위하여 인증제도에서 활용하는 로고를 하나의 디자인으로 통합할 계획입니다.

이제 환경부가 인증하는 제품은 한가지 디자인만 알고 계시면 믿고 살수 있게 됩니다.

① 환경마크



② 환경성적표지



③ 탄소성적표지



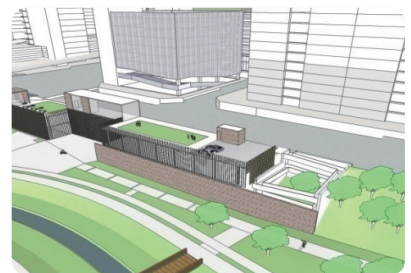
3. 환경마크 체험시설 설치

국민의 환경마크제품과 친환경소비의 관심도는 지속적으로 증가하고 있습니다.

정부에서는 실생활에서 환경마크제품을 직접 사용해 보고 몸으로 체득함으로써 환경마크제품의 우수성을 알리고 소비인식이 확산될 수 있도록 환경마크제품 체험시설을 확대 설치할 계획입니다.

환경마크제품 체험시설

■ 동탄2 신도시 자전거보관소



■ 지리산국립공원홍보실



4. 올해의 환경마크제품 선정

2015년부터 소비자의 관심이 높은 스타 환경마크제품을 발굴하여 ‘올해의 환경마크제품 대상’을 선정할 계획입니다.

기업에는 선정된 제품에 대해 전문가 컨설팅을 통해 유통망 확보 등 판로를 지원하고 소비자에게는 우수한 환경마크제품을 알리는 좋은 기회가 될 것으로 기대됩니다.

5. 친환경위장제품[그린워싱] 근절

법적근거

「환경기술 및 환경산업 지원법」 제16조의10(부당한 표시·광고 행위의 금지)에 따라 제품의 환경성과 관련하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 거짓·과장, 기만, 부당비교, 비방 등의 행위를 하여서는 아니됩니다.

※ 2015년 4월부터 시행

환경마크제품과 그린워싱

환경마크제도는 제품 환경성을 판단시 소비자에게 정보 전달 기능을 하며, 제품 환경성에 대한 올바른 표시·광고가 시장질서 확립에 매우 중요한 역할을 합니다.

반면, 친환경위장 표시·광고의 경우 거짓·과장, 기만, 부당비교, 비방 등으로 소비자가 오인할 수 있는 주장이나 표현을 사용함으로써 선의의 친환경제품 생산기업 매출에 부정적인 영향을 줄 뿐만 아니라 환경마크제품과 같은 친환경제품 생산기업의 의욕 감소와 친환경제품에 대한 소비자 신뢰도 저하를 유발하여 친환경제품 생산 기업에게 큰 피해를 주게 됩니다.

친환경위장제품 관리 협의체 운영

정부 - 관계기관 - 소비자 등 각계 전문가 15명으로 ‘친환경위장제품 관리 협의체’를 발족하여 친환경위장제품이 시장에 발붙이지 못하도록 과대광고와 위장친환경제품 근절에 나섭니다.

협의체는 기업이 제품 환경성 표시·광고를 올바르게 시행할 수 있도록 구체적 지침을 제공하여 자발적인 개선을 이끌어내고, 소비자에게도 친환경위장제품에 대한 경각심을 갖도록 다양한 홍보·교육활동을 벌일 계획입니다.

부당한 표시 광고 행위에 대한 과징금

부당한 표시·광고 행위를 한 자는 「환경기술 및 환경산업 지원법」 제34조(벌칙)에 따라 2년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금에 처하게 됩니다.

또한 부당한 표시·광고 행위를 한 자가 제품의 환경성 실증자료 제출 요구에 응하지 않았을 경우는 같은 법 제37조(과태료)에 따라 300만원 이하의 과태료를 부과하게 됩니다.

기대효과

제조사, 판매자가 올바른 방법으로 제품의 환경적 속성 또는 효능을 표시·광고하도록 유도하여 환경마크제품의 시장질서를 확립하고 최종적으로 올바른 친환경소비문화를 정착시킬 수 있습니다.

부록



- 환경마크제품 목록 (2015년 6월 기준)
- 용어 해설

환경마크제품 목록 (2015년 6월 기준)

대분류	중분류	품목
합계		153개 제품
사무용 기기 · 가구 및 사무용품	문구류	· 인쇄용지 · 사무용지 · 종이 점착테이프 및 종이 점착시트 · 토너카트리지 · 사무용 종이 제품 · 문서파일류 · 문구
	사무용 기기류	· 복사기 · 프린터 · 팩시밀리 · 개인용 컴퓨터 · 노트북 컴퓨터 · 디지털 프로젝터 · 컴퓨터용 모니터
	사무용 가구 등	· 전기 냉온수기 · 가구 · 가스 캐비닛 히터 · 사무용 칸막이 · 사무·학습용 의자 · 학생용 책상 및 의자
주택 · 건설용 자재 · 재료 및 설비	전기 자재류	· 형광램프 · 형광램프용 안정기 · 안정기 내장형 램프 · 방전램프용 안정기 · 전선케이블 · 전기 손 건조기 · 일반조명용 LED 램프 · LED 등기구 · LED 광원 패키지 모듈
	수도 · 배관 자재류	· 절수형 수도꼭지 · 샤워헤드 및 수도꼭지 절수 부속 · 절수형 양변기 · 양변기용 부속 · 수도 계량기 · 난방용 자동온도 조절장치 · 수도용 급수관 · 소변기 · 비데
주택 · 건설용 자재 · 재료 및 설비	기타 자재류	· 페인트 · 벽지 · 보온 · 단열재 · 건설용 방수재 · 투수 콘크리트 제품 · 실내용 바닥 장식재 · 조립식 바닥 난방 시스템 · 벽 및 천장 마감재 · 층간 소음 방지재 · 창호 · 점착제 · 장식용 합성수지 시트 · 이중 바닥재 · 장식용 섬유 제품 · 초배지

대분류	중분류	품목
주택 · 건설용 자재 · 재료 및 설비	기타 자재류	· 장식용 인조피혁 · 인조잔디 · 바닥데크용 방부목재
개인용품 및 가정용품	설비류 등	· 가스 보일러 · 히트펌프 시스템 · 열 회수 환기 장치 · 소방용 스프링클러헤드 · 발광다이오드 전광판 · 산업용 가스보일러 · 무정전전원장치
	세제류	· 세탁 주방용 비누 · 분말 세탁용 세제 · 주방용 세제 · 업소용 식기세척기용 세제 · 다목적 세정제 · 섬유유연제 · 액상 세탁용 세제 · 샴푸 · 린스 · 화장비누 · 바디워시
	섬유 · 가족류	· 의류 · 가방 · 신발 · 직물 · 편물 원단 및 단순가공품 · 침구류 · 가족제품
	기타 잡화류	· 화장지 · 방향제 · 모조 귀금속 · 유아용 기저귀 · 완구
가정용 기기 · 가구	전기 기기류	· 에어컨디셔너 · 세탁기 · 식기세척기 · 냉장고 · 김치냉장고 · 전기 진공청소기 · 공기청정기 · 전기 주전자 및 전기 커피제조기 · 멀티에어컨디셔너
	전자 기기류	· 텔레비전 · 비디오 재생 · 기록기 · 휴대전화기
	가구류	· 침대
교통 · 여가 · 문화 관련 제품	자동차 관련 제품류	· 승용차용 타이어 · 트럭·버스용 타이어 · 가솔린 자동차용 엔진오일 · 디젤 자동차용 엔진오일 · 2사이클 엔진오일 · 자동차용 부동액 · 비석면 운송부품 · 공기청정기용 여과재 · 자동차용 창유리 세정액
	여가 · 문화 관련 제품류	· 낚시 추 · 낚시 미끼 · 인쇄물

대분류	중분류	품목
산업용 제품 및 장비	원료 · 자재류	· 산업용 축전지 · 수산양식용 부자 · 산업용 세정제 · 포장재 · 수처리제 · 탈취제 · 제설제 · 윤활유 · 인쇄용 및 필기용 잉크 · 산업용 리튬이온전지 · 냉동 · 냉장 쇼케이스
	조립 제품 · 장비	· 냉 · 온 음료 자동판매기 · 저소음 건설기계 · 레디믹스트콘크리트 회수수처리 시스템 · 부품 · 장치 세척기
복합 용도 및 기타	에너지 및 대체에너지 사용 제품류	· 유류 · 태양열 온수기 · 태양전지 및 자가발전 장치 사용 제품 · 전기 이륜자동차
	플라스틱 · 고무 · 목재 제품류	· 합성수지 제품 · 고무 제품 · 목재 성형 제품 · 생분해성 수지 제품 · 구조재용 합성수지 성형 원료 · 목재 · 합성수지 복합 성형 제품 · 바이오매스 합성수지 제품
	금속 · 무기재료 · 요업 제품류	· 단련용 동 합금 · 주물용 동 합금 · 무기성 토목 · 건축 자재 · 슬래그 가공제품 · 블록 · 타일 · 판재류 · 골재 및 미분말
	기타	· 재보충 제품 · 폐기물 감량 · 감용화 기기 · 전기 · 전자 제품용 부품 · 전지 · 소화기 · 종량제 쓰레기 봉투 · 음식쓰레기 감량화 기기 · 포소화약제
서비스	서비스	· 호텔 서비스 · 자동차 보험 · 휴양콘도미니엄서비스 · 카셰어링 서비스

용어 해설 [Glossary]

환경마크 제품	같은 용도의 다른 제품에 비하여 제품의 환경성을 개선하여 환경부 장관이 부여하는 인증마크를 받은 제품
지속가능소비 · 생산 (SCP)	- SCP : Sustainable Consumption and Production - 서비스와 제품의 사용이 기본적 요구에 부응하고 생활의 질을 높이되 서비스와 제품의 전주기(Life Cycle)에 걸쳐 자연자원과 유해물질을 덜 사용하고 폐기물과 오염물질의 배출을 줄임으로써 미래세대의 요구 충족이 위협받지 않도록 하는 활동을 말함
친환경소비	- 생활의 기본욕구를 충족시키면서도 제품과 서비스의 구매 - 사용 - 처분 전 과정에서 탄소배출과 자원사용을 최소화함으로써 미래세대의 요구 충족을 저해하지 않는 소비양식 - 환경마크제품을 구매하고 사용하는 것이 대표적인 친환경소비
공공녹색구매 (GPP)	- GPP : Green Public Procurement - 중앙정부, 지방정부, 기타 공공기관이 자발적으로 혹은 의무적으로 정부 조달과정에서 친환경제품과 친환경 서비스를 구매하는 제도
녹색매장	녹색제품 구매 촉진에 관한 법률에 따라 환경마크제품의 보급망 구축, 환경마크제품 판매 확대, 환경친화적 매장 운영 등을 실천하는 경우 환경부 장관이 녹색매장을 인증함
친환경위장 (Green washing)	- 제품의 환경성과 관련하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 거짓 · 과장, 기만, 부당비교, 비방 등의 부당한 표시 · 광고를 하는 행위 「환경기술 및 환경산업 지원법」 제16조의10(부당한 표시 · 광고 행위의 금지)에 따라 친환경위장 행위를 금지하고 있음.



발행 : 환경부 대변인실 044-201-6061
(우)339-012 세종특별자치시 도움6로 11
정책담당 : 환경부 환경기술경제과 044-201-6669

이 발행물은 국민들에게 환경정책을 알리고 정책의 발전을
함께 고민하고자 하는 목적으로 발행한 홍보물입니다.