
제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획

- 계획기간 : 2021~2025 -



목 차

I. 기본계획 개요	1
II. 국내·외 동향	2
III. 그간성과 및 개선방향	6
IV. 비전과 전략	9
V. 전략별 추진과제	11
[붙임1] 전략별 세부 추진과제 목록	50
[붙임2] 재정투입계획	51
[붙임3] 성과지표	52

I. 기본계획 개요

□ (법적 근거) 「녹색제품 구매촉진에 관한 법률」 제4조

※ 「녹색제품 구매촉진에 관한 법률」 제4조에 따라 환경부 장관은 5년마다 녹색 제품의 구매촉진을 위한 기본계획을 수립하여야 함

□ (주요 내용) 녹색제품의 구매촉진을 위한 정책 방향 제시

- 녹색제품의 구매촉진을 위한 정책방향 및 추진계획
- 녹색제품 대상품목과 판단기준에 관한 중요사항
- 공공기관의 녹색제품 구매실적에 대한 분석과 개선방안
- 녹색제품 관련 국제협력에 관한 사항
- 그 밖에 녹색제품의 구매촉진을 위하여 필요한 사항

□ 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획

- (계획기간) 2021년~2025년, 5개년
- (수립절차) 환경부장관이 관계 중앙행정기관의 장과 협의한 후 중앙환경정책위원회의 심의를 거쳐 수립

<참고> 이전 계획의 비전 및 중점과제

○ 1~2차 기본계획은 제도기반 마련, 3차 기본계획은 제도 활성화에 중점

구분	기간	비전, 중점과제
1차	2006 ~ 2010	- (비전) 공공기관의 녹색구매와 민간분야의 녹색소비 확산을 통한 녹색성장 달성 - (중점과제) 친환경상품 개발 확대, 녹색제품 보급 촉진사업, 녹색구매 자발적 참여 증진
2차	2011 ~ 2015	- (비전) 범국민 녹색소비 실천을 통하여 온실가스 감축 및 저탄소 녹색성장 사회 구현 - (중점과제) 권역별 녹색구매지원센터 설치 운영, 그린카드 제도 운영, 녹색매장지정제도 운영
3차	2016 ~ 2020	- (비전) 녹색소비 실천기반 확대와 녹색제품 시장경쟁력 제고로 선순환 경제·사회 견인 - (중점과제) 소비자 친화형 녹색제품 인증 확대, ICT 기반 녹색제품 정보 접근성 제고, 공공분야 녹색구매 정책기반 강화, 녹색제품 시장경쟁력 강화

II. 국내외 동향

1. 해외 동향

□ COVID-19 대유행으로 인한 온라인 소비시장 확대

- 코로나19의 전세계 유행은 국가간 인적·물적 교류가 위축되는 등 경제, 산업 및 생활 전반에 큰 영향을 미침
- 비대면 수요증가 등으로 디지털 경제로의 전환이 가속화됨에 따라 각국은 위기극복 및 국가경쟁력 제고를 위해 디지털 투자 확대
 - ※ (미국) 국립과학재단(NSF)를 국립과학기술재단(NSTF)로 변경하고, 10대 첨단기술분야에 5년간 120조원(1,000억 달러) 투자 발표('20.7)
 - ※ (EU) EU회복기금 창설 및 친환경·디지털 전환사업을 위해 676조원(5,000억 유로) 투자 발표('20.5)

□ 글로벌 의제로서 녹색생산·소비 등장

- 제70차 UN총회('15)에서 세계 각국은 지속가능발전의 이념을 실현하기 위한 SDGs 17개 목표 채택
 - 12번째 목표(지속가능한 소비와 생산 양식의 보장)의 세부목표 (7번) '지속가능한 공공조달 시행 촉진'을 규정
 - ※ UN 지속가능발전목표(UN-SDGs) 12 : .지속가능한 소비와 생산 양식의 보장

□ 미국, 유럽 등 각국은 녹색생산·소비 촉진을 위한 그린뉴딜 정책 추진

- (미국) 기후변화에 효과적으로 대처하기 위해 불평등 해소와 포용성장이 뒷받침되어야 한다는 '그린뉴딜'을 발표(뉴욕시, '19)
 - 온실가스 감축, 미국 경제의 탈탄소화, 경제불평등, 인종차별과 같은 다양한 사회문제 해결을 위해 분야별 주요 사업 제시

<미국 그린뉴딜 중 녹색생산·소비 관련 정책>

핵심목표	주요 내용
온실가스 제로 배출	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 전력수요를 재생에너지로 충족 • 자원효율적인 건물 구축, 저탄소 녹색자재 활용 • 소형빌딩 대상 녹색지붕 확장 • 녹색지붕 세제감면(부동산세 감면)
지속가능성 인프라 및 산업 투자	<ul style="list-style-type: none"> • 탄소 중립을 위한 청정생산 확산(태양광 패널, 풍력 터빈 공장, 배터리 및 저장 등) • 오염과 온실가스 배출이 없는 저탄소 교통체계 수립 및 내연기관 차량 대체 • 청정하고 합리적 가격의 대중교통 인프라 투자
지속가능 환경접근권 보장	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 유해폐기물로 버려진 땅을 전환해 경제적으로 활용하여 지속가능한 생산 증진 • 농민·목장주와 협력해 친환경 먹을거리 생산할 수 있는 식량 시스템 구축 • 기후변화와 오염으로 인한 장기 건강 영향 완화

- (유럽) EU집행위는 최초의 기후 중립 대륙이 되겠다는 비전과 함께, 새로운 성장전략으로 '유럽 그린딜' 발표('19)
 - 탄소중립(저탄소 실현) 및 지속가능생산·소비 등을 통하여 EU의 경제적 번영 실현

<유럽 그린딜 중 녹색생산·소비 관련 정책>

구분	주요 내용
온실가스	<ul style="list-style-type: none"> • (목표) 2050년 기후중립 달성 및 2030년 온실가스 배출저감 목표 강화 - (녹색생산·소비) 2050년까지 온실가스 순배출 0 달성
에너지	<ul style="list-style-type: none"> • (목표) 청정에너지, 적정가격에 안정적으로 공급 - (녹색생산·소비) 청정에너지 사용 확대
산업	<ul style="list-style-type: none"> • (목표) 청정순환경제로의 산업 전환 - (녹색생산·소비) 재사용·재활용 확대, 2차원료 활용 관련 법·제도 수립
건물	<ul style="list-style-type: none"> • (목표) 에너지 효율적인 건물의 건축 및 리모델링 - (녹색생산·소비) 탄소저감 및 고효율 건축자재 사용
식품	<ul style="list-style-type: none"> • 농장에서 식탁까지-공정하고 건강하고 친환경적인 식품체계 구축 - (녹색생산·소비) 식품의 운송·보관·포장·폐기물 처리 전과정의 EU환경표준 준수

<참고> 녹색생산·소비 지원정책 해외사례

□ 미국

- **(절전형 가전제품 구매 환급제)** 절전형 가전제품을 구매한 소비자에게 가정용 기기 하나당 50~300달러 정도를 환급해주는 제도
 - ※ 환급 대상제품은 일반 제품보다 10~30% 정도 에너지 효율성이 높은 ‘에너지스타’ 라벨 부착 제품
- **(그린워싱 인덱스)** 상품이나 용역의 환경적 속성 또는 효능에 관한 표시·광고가 허위 또는 과장되어 이익을 보는 경우를 모니터링
- **(EPP, Environmental Preferable Purchasing)** 가이드라인을 통하여 녹색구매의 원칙을 규정

<EPP 가이드라인 5가지 원칙>

구분	주요 내용
제1원칙	일반 구매과정 중의 일부분으로 환경 고려
제2원칙	구매과정 초기에 오염 방지 강조
제3원칙	상품 또는 서비스의 수명주기에 대한 복합적인 환경영향 분석
제4원칙	상품과 서비스를 선정할 때 환경에 미치는 영향 비교
제5원칙	환경성과에 관련된 정확하고 중요한 정보를 수집하여 구매결정에 활용

□ EU(유럽연합)

- **(온라인 지속가능한 커뮤니케이션 정책)** 온라인 플랫폼에서 소비자가 친환경 상품을 구입할 수 있도록 상품 판매 및 제조업체에 대한 DB를 제공
- **(Bonus-Malus)** 신차 구매시 자동차의 이산화탄소 배출량에 따라 보너스를 지급하거나 부과금을 징수

□ 일본

- **(에코액션21)** 「환경배려촉진법」에 따라 중소기업의 자발적 환경 경영활동을 유도하기 위한 녹색경영인증제도
- **(에코포인트 제도)** 친환경상품 구입에 대해 구입금액의 일부를 포인트로 환급해주는 제도

<일본의 에코포인트 제도의 효과>

구분	세부내용
자발적인 친환경행동을 유인하는 지원중심	친환경 가전 보급 확대 → 온실가스 배출량 감축 → 교토의정서 성실 이행
소비환대에 상당부분 기여 (경제적 효과)	에코포인트 적립 → 소비 확대 → 경기 회복
기업의 친환경기술 개발에 대한 투자여력 확대	친환경 가전 판매 확대 → 기업의 친환경기술개발 유인 → 신성장 산업 육성

2. 국내 동향

- (녹색제품 민간소비 저조) 의무구매제도 운영으로 공공기관이 녹색 시장의 대부분을 점유(86.9%)하고 있으나, 민간부문은 소비저조(13.1%)

(단위 : 억원)

구분		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
공공 부문	금액	21,618	25,025	30,704	31,108	38,189
	비중	92.1%	91.9%	90.7%	87.6%	86.9%
민간 부문	금액	1,858	2,197	3,148	4,388	5,769
	비중	7.9%	8.1%	9.3%	12.4%	13.1%
※계		23,476	27,222	33,852	35,496	43,958

※ 공공부문 : 공공기관이 중앙조달 또는 자체구매한 녹색제품 총 구매금액

※ 민간부문 : 녹색매장 및 그린카드 제도 참여 유통사에서 판매한 녹색제품 매출액

- (생활밀착형 인증제품 부족) 일반소비자가 구매할 수 있는 소비재 보다 산업재에 인증제품 집중(산업재 65.1%)

- (인식 부족) 녹색소비·문화 확산을 위한 교육, 다양한 매체를 통한 홍보에도 불구하고 녹색제품에 대한 국민 인식 부족

- 녹색제품에 대한 인식으로서 환경표지에 대해 정확하게 인지하고 있는 국민은 약 16%에 불과

- 녹색제품을 구매하지 않는 이유로 인증제도 인지 부족, 인증제품의 다양성 부족, 비싼 가격 등이 주요 원인

※ 출처 : 2019년 친환경제품 및 정책 국민인지도 조사결과 (환경부)

- (국제협력을 통한 성과 미흡) 국제기구 및 국가와의 네트워크를 통한 국제협력 기반은 마련되었으나, 가시적인 성과는 미흡한 실정

III. 그간성과 및 개선방향

1. 주요 성과

◆ 녹색제품 생산·유통 활성화, 공공 녹색구매액의 점진적 성장, 국내 기업의 해외진출을 위한 기반 등

① 소비자 중심 녹색제품 생산·유통 활성화

○ 환경성적표지 및 저탄소 인증제품 증가('16년, 2건 → '20.9월, 396건)

구 분	'16	'17	'18	'19	'20
환경성적표지(제품수)	2	39	79	269	396
저탄소(제품수)	53	55	36	51	74

○ 친환경제품 보급 촉진을 위한 에코인테리어 지원사업 시행('16~'19, 136개사)

○ 사업화 가능성이 높은 에코디자인 아이템 개발

- 신규 아이템 발굴 및 시제품 개발('16~'19년, 41개 기업), 「대한민국 친환경대전」과 연계하여 우수제품 홍보(50개 기업) 지원

② 민간부분 녹색소비 실천기반 확대

○ 녹색소비 활성화 및 문화정착을 위한 녹색매장 지정 건수 증가('16년 395개소 → '20.10월 639개소)

구 분	'16	'17	'18	'19	'20
당해(지정수)	79	74	59	58	53
누적(지정수)	395	469	528	586	639

○ 환경성 표시·광고 위반행위에 대한 모니터링 실시('16~'19)

구분	'16	'17	'18	'19
환경성 표시·광고 위반행위(수)	556	607	700	2,200

※ '16~'18년 모니터링 결과 가장 많이 적발되는 분야(친환경실리콘, 친환경유리 등)를 대상으로 '19년에 집중 모니터링한 결과 2,200건 위반행위 적발

○ 타 분석기관 시스템과 환경표지인증 온라인 시스템 간 메일 코드 연계 방식으로 시험분석정보 실시간 연계

- 5개 시험기관과의 시험분석정보 연계 업무협약(MOU) 체결('16~'19)

③ 공공분야 녹색제품 구매율 향상

- 공공기관의 녹색제품 구매액 증가('16년 2.5조 → '19년 3.8조)

구분	'16	'17	'18	'19
녹색제품 구매액(억원)	25,025	30,704	31,108	38,189
구매율(%)	46.1	47.5	50.3	54.4

- 매년 공공기관의 구매·회계·토목·건축 담당자 대상 컨설팅 및 구매교육 실시('19년 2,446명)
- 지방자치단체의 녹색제품 구매촉진을 위한 조례 제·개정
 - 245개 지자체(광역시·도) 중 243개에서 녹색제품 구매촉진 조례 운영 중

④ 녹색제품 시장경쟁력 및 국제협력 강화

- 기업의 해외진출 시 인증절차 간소화 지원을 위한 상호인정협정(MRA) 체결
 - '16년 이후 한·중·일 공통기준 제·개정 6회 진행
 - ※ MRA 체결 현황(9건) : 북유럽(노르딕스완), 독일(블루엔젤), 태국(그린라벨), 대만(그린마크, 녹색 건축자재), 일본(에코마크), 중국(환경표지), 호주(환경라벨), 뉴질랜드(환경라벨), 미국(그린실)
- 공공녹색구매 및 환경표지 제도의 운용 경험 전수를 통한 협력 국가의 역량 강화 도모
 - 예비타당성 조사 수행('17~'18) 및 협력국가 선정(베트남, 태국), 국가별 이행지원 컨설팅 및 후속 사업 제시('19~)
- 아시아 태평양 지역의 지속가능소비생산(SCP)을 위한 10YFP(지속가능 소비·생산 10개년 계획) 이행 확대 사업 추진
 - 10YFP 로드맵 수립 지원 및 워크숍, 기업의 사회적책임 활동(CSR)연계 10YFP 참여방안 마련, 10YFP 지속가능공공구매 뉴스레터 발간 등

2. 개선방향

- (민간시장 활성화) 안정화 단계에 들어간 공공시장에 비해 정책 목적에 부합하고 성장잠재력이 큰 민간시장 활성화 필요
 - (사회·환경변화 대응) 코로나19, 그린뉴딜, 탄소중립과 같은 다양한 환경 변화에 대응할 수 있는 지속가능 생산·소비 제도 필요
 - (친환경 신시장 창출) 저탄소 등 미래 환경에 적합한 신산업 적극 육성을 통해 양질의 일자리 창출 등 정책에 부합하는 계획 수립

- (인지도 향상) 국민들의 녹색소비 실천을 위해서 녹색제품 제도에 대한 인식 제고
 - (녹색제품 가치제고) 녹색제품 인지도 제고를 위해 환경·사회적 가치에 대한 신뢰도를 높이는 작업이 선행되어야 함
 - (제도홍보 및 교육 강화) 변하는 트렌드에 맞춘 다양한 매체·방법을 활용한 홍보 및 주부·학생·공직자 등 연령·역할에 맞는 교육 실시

- (인증제품 확대) 사회구조 및 소비트렌드 변화에 부합하는 생활밀착형 제품의 녹색제품 인증 취득 유도
 - (녹색제품 범위확대) 일반소비자가 많이 찾는 제품·서비스 위주로 녹색제품 인증기준 제·개정
 - (다소비제품 인증유도) 기업의 인증을 유도할 수 있는 인센티브를 마련하여 녹색제품의 품목 다양화 추진

- (국제협력 실효성 강화) 기 구축된 네트워크 등을 통하여 녹색제품이 국제사회에 진출할 수 있는 여건 조성 및 성과 도출
 - (MRA를 통한 인증 여건 조성) MRA 3단계 대상 국가 확대 등을 통해 녹색제품 생산기업의 해외환경마크 인증 취득 지원
 - (해외 판로개척 지원) UN·미국 정부 등 해외조달 및 원조시장 (ODA), 해외민수시장 진출을 위한 참여 지원

IV. 비전과 전략

비전	친환경소비 생활화로 녹색사회로의 전환 촉진	
목표	환경적 가치를 소비하는 친환경문화 확산	지속가능 녹색사회를 위한 정책기반 강화
전략	1. 녹색소비 인프라 강화	2. 수요자 중심 녹색제품 확대
세부 전략	<ul style="list-style-type: none"> ① 시장참여자 중심 협력기반 마련 ② 녹색소비 인센티브 확대 ③ 공공 녹색구매 안정화 ④ 녹색소비 촉진 법·제도 기반 구축 	<ul style="list-style-type: none"> ① 생활밀착형 녹색제품 확대 ② 사회환경변화 대응 녹색제품 인증 개선 ③ 서비스분야 녹색제품 인증 활성화
전략	3. 친환경 착한소비 생활화	4. 녹색 신시장 창출
세부 전략	<ul style="list-style-type: none"> ① 녹색소비 교육 확대 ② 녹색소비 홍보 강화 ③ 녹색소비 문화 형성 	<ul style="list-style-type: none"> ① 신경제(구독공유) 활용 녹색제품 체험 확대 ② 소비트렌드 맞춤형 유통채널 제공 ③ 녹색제품 국제협력 및 해외진출 지원

참고

제4차 기본계획 5년동안 달라질 우리 사회의 모습

[목표1] 환경적 가치를 소비하는 친환경문화 확산



(현재) 16.5% → ('25) 50%

녹색제품 인지도



(현재) 1,063개 → ('25) 3,000개
생활밀착형 녹색제품수



(현재) 2,000만좌 → ('25) 2,500만좌
그린카드 발급좌수

[목표2] 지속가능 녹색사회를 위한 정책기반 강화

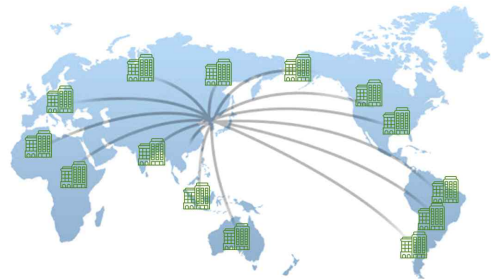


(현재) 4조3,958억 → ('25) 6조4,440억

녹색제품 총(공공+민간) 거래액



(현재) 620개소 → ('25) 850개소
녹색매장 지정수



(현재) 0개 → ('25) 30개
해외녹색시장 진출 지원 기업수

V. 전략별 추진과제

전략1 녹색소비 인프라 강화

1 시장참여자 중심 협력기반 마련

- ◆ 지자체 중심의 협력기반 조성으로 지역단위 민간·공공 녹색 소비 활성화 추진
- ◆ 녹색구매지원센터 연계사업 확대, 거버넌스 모델 개발·적용으로 민간 녹색소비활동 확대

① 공공녹색구매 선도도시 모델 확산

□ 공공녹색구매 선도도시 확대 지정

- 공공녹색구매 선도도시 네트워크* 운영을 위한 참여 지자체 선정
 - 현재 구매력 및 향후 기대효과가 큰 지자체 위주로 참여 유도(매년 3개 지자체)
 - * 공공기관 중 가장 구매력이 큰 지자체의 녹색구매 이행제고를 위한 광역시도 위주 네트워크(20)

□ 공공녹색구매 이행기반 강화

- 참여 지자체별 공공녹색구매 목표를 설정하고, 모니터링을 정기적으로 실시하여 이행 제고

□ 공공녹색구매 선도도시 지원 및 우수사례 발굴

- 중점 녹색구매 품목 선정 및 이행제고 방안 컨설팅, 담당부서 대상 역량강화 강의 제공 등 지원
- 제도개선 과제 도출·이행 및 녹색구매 우수사례 발굴

□ 우수모델 확산

- 선도도시 이행 성과분석을 통한 제도 개선방안 도출
- 국내·외 컨퍼런스와 연계한 행사에 참여하여 사업성과 전파 및 홍보
 - ※ 국제환경산업기술&그린에너지전, 아태 환경장관회의, UN환경총회 등 활용

② 지역 단위 녹색구매지원센터 운영 활성화

□ 녹색구매지원센터 확대·운영

- 전국 광역시·도에 녹색구매지원센터 운영('20년 8개→'25년 17개) 및 기초자치단체로 확대 추진

□ 지역단위 녹색소비 활성화 방안 마련

- 녹색구매지원센터를 중심으로 지역공감대에 기반한 지역과제 설정, 지역주도 네트워크에 근간한 실천기반 마련, 지역 의지에 따른 센터의 자율·주체적 활동 등 추진

□ 지자체·지역단체·지역행사와의 연계 사업 확대

- (친환경 소비자 양성) 미래세대 친환경 소비생활 교육, 녹색소비 전문가 양성 등
- (친환경 소비문화 형성) 친환경소비 캠페인, 온라인 홍보, 지역 내 생산·유통·소비 관련 기관·단체와 협력 네트워크 구축 등
- (녹색제품 생산지원) 지역 내 기업의 인증 지원, 인증제품 수요처 발굴 및 구매연결, 사후관리 모니터링 등
- (녹색제품 유통활성화) 녹색매장 지정제도 참여 유도, 녹색제품 판매장소 설치·운영 등

□ 커뮤니티 비즈니스 모델 발굴

- 녹색구매지원센터와 지역공동체(전문가, 지역단체 등)가 함께 협력하는 커뮤니티 비즈니스 모델 발굴 및 운영 추진

③ 녹색소비 활성화 거버넌스 모델 개발·구축

□ 시민주도형 녹색소비 거버넌스 모델 개발

- 제로웨이스트 매장 활성화를 위해 국내 도입 가능 모델 개발

* (예 : 레인보우 그로서리, 미국) 1960년대 대형매장 판매 먹거리의 질에 불만을 가진 시민들이 조합을 만들어 농산품 직거래 및 제로웨이스트 매장 운영

□ 녹색소비 거버넌스 모델 운영·보급

- 지자체, 지역주민들과 공동으로 제로웨이스트 매장 등 시범운영

- 시범 운영과정에서 나타난 문제점을 보완하여 새로운 녹색소비 거버넌스 모델 개발·적용

□ 친환경 유통시스템 유도 캠페인 추진

- 제로웨이스트 매장 등 친환경 유통시스템을 유도하기 위한 시민 주도형 교육, 홍보 추진

- 소비자 대상 친환경 유통 및 소비 교육, 시민참여 확대를 위한 캠페인 등

□ 산업계 녹색소비 활성화 추진

- 산업계 대상 녹색제품의 안정적 소비기반 마련

- 산업계 녹색소비 활성화 추진을 위해 '산업계 녹색제품 구매 가이드 라인' 마련 및 배포

- 주요기업의 생산시설 투입 및 소비재 등에 녹색제품 구매 활성화 방안 마련 및 추진

④ 환경표지 무단사용 시장감시단 역할 강화 및 모니터링 운영

□ 환경표지 무단사용 모니터링

○ 온·오프라인 환경표지 무단사용 시장감시 강화

- 무단사용 의심제품 조사 및 후속조치 추진 ('25년까지 18,500건 점검)
- 온·오프라인 시장감시단을 운영하여 기업 홈페이지, 오픈마켓 등 온라인 시장 및 전국 대·중·소형 매장 대상 모니터링

<참고> 환경표지 무단사용 모니터링 개요

구분		주요내용
모니터링 대상		1) 환경표지 인증 취소·종료 제품 2) 既무단사용 의심제품(기업) 사후모니터링 3) 온·오프라인 유통매장에서 환경표지 도안을 사용하고 있는 제품
모니 터링 방법	온라인	기업 홈페이지, 국내 대형 오픈마켓*(소셜커머스) 내 온라인 사업자** 대상 모니터링 * 쿠팡, 11번가, 인터파크, 위메프, 티몬, G마켓, 옥션 등 ** 온라인 내에서 광고를 목적으로 환경표지 인증을 활용하는 자
	오프라인	전국권 대·중·소형 매장 유통제품 조사(할인매장, 시장 등 포함)
모니터링 내용		1) 조사대상 제품의 제조 및 판매업자 정보, 소비자 정보 2) 환경표지 도안 활용 제품의 도안 표시·광고 적정 여부 확인 3) 환경표지 인증 현황 비교·대조 및 인증서 내 정보 표기내역 확인

□ 무단사용 예방교육 및 홍보

- 제조·판매·유통업체를 대상으로 환경표지 무단사용 사전예방 제도 안내 및 교육
 - 영업형태 및 제품군별 제도 홍보자료 및 안내 리플렛 제작·배포
 - 환경표지 인증업체, 무단사용 업체 대상 교육 확대(연 3회 이상)

2

녹색소비 인센티브 확대

- ◆ 생산자, 유통사에 대한 적극적인 인센티브 제공으로 녹색소비 및 생산·유통 활동 촉진

① 녹색제품 생산업체 인센티브 확대

□ 녹색제품 공공시장 진입장벽 완화

- 계약이행 능력 심사 및 다수공급자계약 경쟁평가 시 우대 추진
 - 정부발주 공사 및 물품 입찰에서 계약이행 능력 적격심사*, 다수공급자계약** 2단계 경쟁평가 시 녹색제품에 대한 가점부여 추진
- * 계약이행능력 심사(적격심사) : 입찰자의 계약이행능력(납품실적, 경영상태, 기술등급, 신인도) 및 입찰가격을 심사하여 낙찰자를 결정하는 제도
- ** 다수공급자계약(MAS, Multiple Award Schedule) : 각 공공기관의 다양한 수요를 충족하기 위하여 품질·성능·효율 등에서 동등하거나 유사한 종류의 물품을 공공기관이 선택할 수 있도록 2인 이상을 계약상대자로 하는 계약

□ 환경표지·환경성적표지 인증 취득 지원

- 환경표지·환경성적표지 인증 취득을 위한 컨설팅 비용 지원
- 환경표지·환경성적표지 인증기업 대상 설명회 및 상담 프로그램 운영 실시

□ 각 기관별 지원사업 연계 판로확대 컨설팅 제공

- 수출·금융·사업화 등을 지원해 주는 공공사업들에 녹색제품 인증 영세업체들이 참여할 수 있도록 지원
 - 인증업체가 가진 역량과 현황에 맞는 지원사업을 매칭하여 컨설팅 실시

<참고> 공공 지원사업 현황

구분	부처	기관명	지원사업
금융	환경부	환경부	환경산업육성자금 융자
	산업통상 자원부	한국무역보험공사	수출기업의 유동성 지원을 위한 수출신용보증
	기획 재정부	한국수출입은행	대출-수출촉진자금, 해외사업자금, 중소기업 우대 프로그램
	관세청	관세청	수출입화물 검사비용 지원사업
사업화	환경부	환경부	환경기술 국제공동현지사업화 지원사업, 해외 환경산업협력센터 운영
	산업통상 자원부	대한무역투자 진흥공사	해외수요처 연계 기술개발사업 R&D자금 지원, 신규수출기업화 사업
		한국무역협회	지역특화 청년무역전문가 양성사업(GTEP)
		세계한인무역협회	해외지사화사업
	관세청	관세청	전략적 AED 상호인정약정(MDA) 체결
수출	환경부	환경부	우수 환경기업 해외수출기업화 지원사업
	산업통상 자원부	대한무역투자 진흥공사	해외진출 상담, 이동KOTRA, 글로벌 역량 진단(GCL)
	특허청	특허청	해외지식재산센터(IP-DESK) 운영, 국제 지재산 분쟁 대응 전략 지원
	중소벤처 기업부	중소벤처기업 진흥공단	지역중소기업 수출마케팅지원 사업, 수출바우처사업, 수출인큐베이터
		중소기업중앙회	해외민간대사제도

② 녹색매장 인센티브 제공

□ 지자체 합동평가에 녹색매장 지표 반영 추진

- 녹색매장 지정 관련 지표를 지자체 평가지표에 반영하여 지역 내 녹색유통 활성화에 대한 지자체의 노력 측정 유도

※ 지자체 합동평가 5대 국정목표 중 '내 삶을 책임지는 국가'에 관련 지표 반영 추진

□ 녹색매장에 대한 세제 혜택 부여 방안 마련

- 녹색매장 지정점포에 대한 재산세 감면 혜택 부여 방안 검토

※ (예시) 「지방세특례제한법」 제47조의2를 개정하여 녹색매장의 재산세를 100분의 5에서 100분의 15 범위에서 경감하는 방안 부처협의 등

<재산세 감면에 따른 감면 효과(업체당)>

감면 비율	대규모 지정 점포당 감면 금액(천원)	중소규모 지정 점포당 감면 금액(천원)
3%	4,313	55
4%	5,750	73
5%	7,188	91

출처 : 녹색매장 활성화를 위한 인센티브 도입 방안, 환경정책 제24권 제1호, 2016

- 녹색매장에 대한 법인세 감면 방안 검토

※ (예시) 「조세특례제한법」 제85조의11를 개정하여 녹색매장의 3년간 소득에 따른 법인세 3% 경감하는 방안 부처협의 등

□ 녹색매장 의무휴일 면제 방안 마련

- 녹색매장으로 지정받은 유통사의 영업권 보장을 위해 녹색제품의 매출액 비중이 일정규모 이상인 대규모 점포를 대상으로 의무휴일 면제 방안 검토

※ (참고) 「유통산업발전법 제12조의2」에 대형마트의 연간 총 매출액 중 농수산물 매출액 비중이 55% 이상인 대규모 점포의 경우 의무휴일 대상에서 예외

3 공공 녹색구매 안정화

- ◆ 공공구매 우수사례 전파, 녹색제품 구매실적의 평가 반영, 가이드라인 제작·배포를 통한 공공녹색구매 확대

① 녹색제품 구매실적 평가대상기관 확대 및 평가지표 강화

□ 녹색구매실적 평가 반영 추진

- 공공기관 유형별 녹색구매실적 평가 반영 현황 조사 및 평가지표 개발('21)
 - 평가대상 반영 및 평가지표 강화 협의
- 미반영 되어 있는 기관평가에 대해 주관부처와 협의를 거쳐 녹색구매 실적 반영 추진('22~)

<기관 유형별 녹색구매실적 평가 반영 현황>

구분	중앙행정 기관	지방자치 단체	교육자치 단체	공기업·준정부 기관	지방 공기업
평가주체	국무총리실	행정안전부	교육부	기획재정부	행정안전부
근거법률	정부업무평가 기본법	정부업무평가 기본법	초·중등교육법	공공기관의 운영에 관한 법률	지방공기업법
반영연도	- 05~07년 - 10~11년 - 미반영	- 07년~	미반영	- 공기업(09년~) 준정부기관(09년~)	- 10년~
평가지표	지표없음	((기술개발제품 구매액+녹색제품 구매액)/중소기업물품 구매액) × 100	지표없음	-녹색제품 구매 비율(70점) -녹색제품 구매 비율 증감분(30점)	(x+2y)×0.5점 x=녹색제품 구매 비율 y=전년대비 구매 비율 증가율

② 녹색제품 공공구매 활성화 추진

□ 지역 녹색제품 녹색구매 가이드라인 개발·보급

- 지자체별로 구매비중은 크지만 녹색구매율이 저조한 품목 위주로 녹색제품 구매 가이드라인 개발(연 2개 이상)하여 보급
 - 해당품목에 대한 인증제품의 환경성 정보, 해당품목을 생산하는 지역별 관내 기업 리스트 등 제공

□ 공공구매 우수사례 전파를 위한 교육·홍보 확대

- 기관 부서평가에 녹색제품 구매실적 반영 등 녹색제품 구매·소비 우수사례 공유 및 전파

③ 녹색제품 의무구매 이행 강화

□ 공공기관 대상 녹색제품 구매 교육·홍보 강화

- 공공기관 녹색구매제도 상시교육(사이버환경실무교육 플랫폼) 및 녹색제품 구매지침 교육(구루미 플랫폼) 등 비대면 교육 확대
- 조달청 등 협업을 통하여 저탄소제품 인증정보 제공 및 구매실적 반영을 위한 시스템 간(녹색구매정보시스템-나라장터·녹색장터) 연계 강화
- 공공기관의 녹색제품 구매실적 추이 분석하여 구매이행계획 대비 실적이 저조한 기관 모니터링 및 구매 협조 요청(분기별)

④ 인증취소 녹색제품 관리

□ 인증취소 녹색제품 정보 제공으로 녹색구매 유도

- 공공기관의 인증취소 녹색제품 구매방지를 위해 인증 취소제품 및 취소사유 정보 제공
 - 조달청 '공공 녹색구매 통합 정보망'에 인증취소 제품정보 게시 및 공공기관 통보('21~)
- 공공기관 대상 녹색구매 교육에 인증취소 제품과 대체가능 녹색제품 안내 및 녹색제품 구매지침에 반영

4 녹색소비 촉진 법·제도 기반 구축

◆ 녹색제품 보급 및 녹색소비 촉진을 위해 연계 분야 확대를 위한 법·제도적 기반 마련

① 온라인 녹색매장 지정제도 도입

□ 온라인 녹색매장 지정 세부평가 기준 마련

- 온라인 쇼핑의 특성에 맞는 온라인 녹색매장 지정 기준 수립
 - 구매제품 배송시 발생하는 환경영향을 최소화할 수 있는 평가항목 구성 등

<온라인 녹색매장 지정기준 수립을 위한 평가 기준 일부 (예)>

구분	고려사항	
기준수립시 고려사항	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 녹색제품 게시공간 운영 ▪ 녹색제품 게시 수 ▪ 녹색제품의 환경정보 게시 ▪ 녹색제품 거래액 비율 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 녹색제품 인센티브 ▪ 녹색제품·소비 인식제고 프로그램 ▪ 녹색제품 접근성 ▪ 친환경 유통방식

□ 온라인 녹색제품 판매공간 설치 기준 마련

- 대상사업자, 매출액 기준, 판매공간 등을 고려하여 설치기준 마련

<온라인 녹색제품 판매공간 설치 기준 (예)>

구분	세부내용	
	제1안	제2안
대상사업자	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 통신판매업자 및 통신판매 중개업자 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 통신판매업자
매출액 기준	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 직전 사업연도 매출액(거래액) 1천억 원 이상 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 직전 사업연도 매출액(거래액) 5천억 원 이상
온라인 녹색제품 판매공간 설치	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (분리형) 녹색제품 판매를 위한 메뉴를 표시하여 별도 페이지를 설치(녹색제품만 별도로 모아서 게시·판매하는 페이지 설치) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (혼합형) 기존화면 활용(일반상품과 함께 해당 제품군 판매페이지에 녹색제품을 게시하여 판매)
온라인 녹색제품 판매공간 진열·판매	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (분리형) 녹색제품 판매 장소에는 녹색제품만 제시 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 해당 제품군을 판매하는 첫 화면 또는 제품 검색결과 첫 화면의 가장 상위에 녹색제품을 1개 이상 게시

② 제로웨이스트를 활용한 녹색제품 활성화

□ 제로웨이스트 매장 활성화를 위한 기반 구축

- 국내·외 사례를 검토하여 '제로웨이스트' 정의·종류·범위 등 근거 규정 마련

<국외 제로웨이스트 마켓 동향조사 (예)>

구분	세부내용
제로마켓(미국)	▪ 신선식품과 세제, 비누 등을 포장없이 판매하며 지역사회에 되도록 쓰레기를 남기지 않는다는 미션 아래 운영
오리지널 언페어팩트(독일)	▪ 곡물, 과일, 음료 등 식품부터 생활용품까지 총 400여 가지 상품들을 손님들이 장바구니나 용기를 직접 챙겨와 원하는 만큼 제품을 덜어 구입
장부테유(프랑스)	▪ 식초, 와인, 맥주 등 액체류를 '장 부테유(Jean Bouteille)'에서는 플라스틱 병으로 포장하는 대신 병을 판매

□ 제로웨이스트 매장을 통한 녹색제품 활성화

- 기운영되고 있는 제로웨이스트 매장에 녹색제품 입점 확대 등을 통해 판매 활성화
- 제로웨이스트 매장 확대 방안 마련
 - 매장 인센티브 제공, 참여 기업 교육, 유통사 대상 MOU 체결 등

□ 제로웨이스트 확산을 위한 규제 합리화

- 국민의 안전보건에 영향이 없는 범위 내에서 부처간 협의를 통해 제로웨이스트 규제 법령개정 추진
 - 액체류 소분판매에 대한 매장 형태 한정 등 규제 합리화 방안 마련

< 제로웨이스트 관련 규제 법령 >

규제 사항	미포장 소분 금지제품
- 관련 법 : 위생용품관리법, 화장품관리법 - 제품 판매 시 최소 단위별 용기 포장에 개별표시사항 및 표기기준에 따른 표시 필수	- 식품위생법 : 어육제품, 특수의료용도식품, 통/병조림제품, 레토르트식품, 전분, 식초, 알가공품, 유가공품 - 위생용품관리법 : 주방세제, 행굼보조제, 위생물수건 - 화장품 관리법 : 화장품류, 샴푸류

③ 녹색제품 일자리 창출

□ 녹색제품·소비 일자리를 통한 녹색경제 활성화

- 녹색제품 민간시장의 진출확대를 위한 녹색제품 관련 창업 지원
 - 창업자를 대상으로 시제품 제작 및 개선, 창업사업화 소요자금 지원, 네트워킹 프로그램 및 전문가 멘토링 등 지원
- 업사이클 기업이 모여 성장하는 거점형 업사이클센터 설치 확대 정책에 맞춰 관련 전문가 양성
 - 대기업-업사이클 창업기업 매칭 및 운영협의회 구성(환경부-지자체-업사이클 협회) 등을 통하여 업사이클 전문가 양성 추진
 - 업사이클센터를 중심으로 청년 창업공간 제공, 역량강화, 지역주민 참여형 교육제공, 홈페이지·앱 구축, 홍보 등 지원

④ 녹색제품 사용 표시제도 도입·운영

□ 녹색제품 사용 표시제도 추진

- 실내 인테리어 등에 일정기준 이상을 녹색제품으로 사용한 경우 '녹색제품 사용 표시제도' 참여 업체로 지정('21년, 시범사업)
 - 녹색제품 사용 표시제도 도입을 위한 인증 기준 제정 및 인센티브 방안 등 기반마련
 - 어린이집, 유치원 등을 우선대상으로 시행하고, 공공기관 등으로 점진적 확대 추진

전략2 수요자 중심 녹색제품 확대

1 생활밀착형 녹색제품 확대

- ◆ 녹색제품 중 일상생활용품의 확대를 위한 합리적인 인증기준 개선·도입
- ◆ 녹색제품의 다양화 및 기업의 원활한 인증취득을 위한 지원책 마련

① 인증기준 개선을 통한 다소비 일상생활 용품 인증 유도

□ 다소비 일상생활용품 인증기준 개선

- 일상에서 많이 소비되는 품목을 중심으로 인증기준 개선 추진
 - 개인 위생용품, 생활용품, 유아·어린이용품, 가전제품 등 인증기준 개선으로 일상생활용품의 인증 유도(연 2건 이상)

※ 수요가 많은 친환경제품은 개인위생용품(25.7%), 생활용품(24.3%), 유아·어린이용품(17.3%) (출처 : 소비자중심 환경표지 운영방안 연구, 2019.12)

- 국민체감 가능 품목을 중심으로 인증기준 제정 추진
 - 성인용 기저귀, 방진망, 가정용 레인지후드 등 생활용품 및 개인 위생용품 등에 대한 인증기준 마련

<신규 인증기준 도입 필요 품목군 (예)>

품목	주요 검토 내용
성인용 기저귀	▪ 유해물질 함량, 흡수시간, 누출량 등
방진망	▪ 미세먼지 차단성능, 가스교환성 등
가정용 레인지 후드	▪ 연소가스 및 냄새 배출율 및 소음 등
모바일기기 케이스	▪ 중금속 관련 유해물질 제한, 재활용 재료 사용, 유해물질 사용 저감 등
온수매트	▪ 프탈레이트 등의 가소제 관련 물질, 유해원소 함량 등

② 환경표지 인증기준 제·개정 관련 이해관계자 연계강화

□ 녹색제품 인증 관심기업과의 소통 강화

- 인증기업 및 학계, 공공기관 등 전문가로 구성된 '녹색제품인증 위원회(가칭)' 구성·운영으로 수요자 의견 수렴 및 반영
 - 인증기준에 대한 소비자 의견 정기적 수집 및 제도마련
- 녹색제품 정보시스템 내 인증 관련 게시판 개설
 - 인증기준에 대한 소비자 및 기업의 의견 수렴을 위한 게시판(제안 게시판, 리뷰게시판 등)을 개설하여 상시적 수요조사 실시
- 제품군별 협회 연계를 통해 기업대상 의견수렴 확대(연 4회)
 - 인증수요가 있는 미인증기업 대상 인증기준에 대한 건의 및 애로 사항 청취 등을 위해 관련 협회와의 의견수렴 채널 마련

□ 민간단체와의 연계강화 방안 마련

- 사회정세 변화에 따른 국민들의 기준치에 대한 요구를 즉각적으로 반영할 수 있도록 민간단체와의 소통 채널 구축
- 인증기준 제·개정 시 민간단체 의견 수렴 결과가 반영될 수 있는 환류체계 마련

③ 기업의 인증 취득 여건 조성

□ 환경표지 인증 취득비용 및 사용료 체계 개선

- 다소비 제품에 대한 인증유도를 위해 인증 취득 및 유지비용 경감 추진
- 중소기업 대상 환경표지 사용료 부담 경감
 - 현재 사용료부가 체계인 매출액 구간 또는 연간사용료 등을 변경하여 인증 사용 비용 납부 부담 경감 추진

□ 중소기업 대상 인증 취득 지원

- 중소기업 대상 제품 및 제조공정 개선 지원
 - 중소기업 생산제품의 환경성(원료, 공정 분석 등)을 진단 및 분석하여 개선사항(원자재 사용량, 유해물질, 재활용성 등) 도출
- 환경표지 인증 지원을 통한 인증제도 활성화
 - 환경·품질기준 적합성 검토, 서류 작성 등 인증 신청 지원
- 전문 컨설팅기관 매칭을 통한 원스탑 서비스 지원
 - 환경표지 인증심사원을 보유한 전문 컨설팅 기관을 통해 인증 취득 상담 및 서류작성 대행 등 지원
 - 인증신청 부결 기업의 인증신청 부결원인 파악 및 인증 취득을 위한 개선방안 등 자문

□ 녹색제품정보 관리체계 및 정보서비스 품질 향상

- 녹색제품 정보시스템 개선을 통하여 녹색제품 판로 활성화 지원
 - 기업제공 제품정보를 녹색제품 정보시스템에서 쉽게 확인 가능하도록 상호 연계
 - 제품목록정보 시스템, 인증마크 시스템, K-에듀파인 등 타 제품정보 시스템 간 상호연계하여 기업의 정보 편의성 제공

- ◆ 환경성 정보에 대한 소비자 접근성 강화 및 이해도 제고
- ◆ 녹색제품의 범위확대 및 안전관리를 통한 친환경소비 정착

① 저탄소제품 인증지원 확대

□ 생활밀착형 저탄소제품 컨설팅 지원 강화

- 저탄소제품이 녹색제품에 신규 편입(20.7)됨에 따라, 저탄소제품 인증 활성화를 위한 컨설팅 지원 강화
 - ※ 대통령 2050년 탄소중립 목표 선언(20.11.3)으로 인한 저탄소제품의 중요성 증대
 - 환경성적표지 인증을 취득한 중소기업, 사회적기업 및 공익추구 기업 대상 저탄소 인증에 필요한 컨설팅 지원
 - 저탄소 제품의 소비자 접근성 제고를 위하여 생활밀착형 제품 위주로 컨설팅 비용지원 대폭 확대

□ 저탄소제품 홍보 지원

- 저탄소제품 인증 활성화를 위한 기업대상 지원
 - 환경성적표지 금형 제작, 인증도안을 활용한 현판 제작, 제품소개 브로슈어 제작 지원

□ 저탄소제품 이해관계자 교육 확대

- 저탄소제품의 녹색제품 제도 내 연착륙을 위해 소비자, 인증 수요 기업 등 제도 이해관계자 대상 교육
 - 저탄소제품 관련 녹색제품 구매촉진법 개정사항, 이해하기 어려운 환경성 정보 등에 대한 교육 실시

② 녹색제품 위해성 관리체계 마련

□ 녹색제품의 위해성 관리 방안 마련

- 생활환경 및 인체에 중대한 위해를 끼칠 우려가 있다고 인정되는 녹색제품의 인증 사용 중지 검토
 - 위해성 우려가 있으면 공공기관 구매 의무 한시적 유예 등
 - ※ 「녹색제품 구매촉진에 관한 법률」 제6조(공공기관의 녹색제품 구매의무) 제3호 개정 추진
- 위해성 우려 등으로 인증 취소된 제품에 대한 공공기관 대상 정보 제공 확대 추진

③ 녹색제품 범위 확대

□ 다양한 친환경 인증제도를 녹색제품 범주로 확대 추진

- 재활용·탄소저감 등 친환경 요소를 가진 인증제도를 녹색제품 범위 내로 편입 검토
 - ※ 부처별 인증제도는 총 181개이고, 환경·저탄소제품 관련 인증은 3개 부처, 5개 인증(환경부 제외)

<친환경·저탄소제품 관련 인증>

No	부처	인증명	관련법령
1	산업통상 자원부	재제조제품품질인증 (REMAN마크)	환경친화적 산업구조로의 전환촉진에 관한 법률
2		녹색인증	저탄소 녹색성장 기본법
3		고효율에너지기자재인증	에너지이용합리화법
4	산림청	산림탄소흡수량인증	탄소흡수원 유지 및 증진에 관한 법률
5	국토교통부	순환골재 품질인증	건설폐기물의 재활용 촉진에 관한 법률

3 서비스분야 녹색제품 인증 활성화

- ◆ 제조업의 비즈니스 모델이 제품 중심에서 '제품+서비스' 또는 '서비스' 중심으로 전환되는 융합환경 변화추세 가속
- ◆ 서비스 분야의 '친환경' 도입으로 녹색소비생활 영역 확대

① 유통·포장 서비스 인증 도입

□ 유통·포장 서비스 관련 인증기준 관련 조사·분석

- 유통·포장 서비스 산업·시장 현황, 온라인 유통 환경, 국내외 해외 유통 포장 폐기물 지침, 유사사례 등 분석

□ 유통·포장 서비스 인증기준 마련

- 환경개선 시급성, 계량측정 가능성, 환경정보 왜곡성, 이해관계자 의견 등을 반영하여 인증기준 마련

※ 유사 인증제도 : 우수물류기업 인증, 우수녹색물류실천기업 지정제도 등 기운영 중

<유통·포장 서비스 인증기준 수립을 위한 조사분석 항목 (예)>

평가항목	내 용
환경개선 시급성	환경부하 정도
	환경개선 효과
	시장규모
계량 측정 가능성	인증기준으로의 개발 가능성
	개량적 측정 가능성
	품질 요소의 기준 개발 가능성
환경정보 왜곡성	서비스 유통과정에서 환경정보 왜곡 가능성 유무
이해관계자	제조사(서비스 제공자), 소비자, 관련 단체 의견

② 실내청소 서비스 인증 도입

□ 실내 청소 서비스 인증기준 조사·분석

- 가정, 다중이용시설(사무실, 항공기, 차량 등)에 대한 청소 서비스 산업에 대한 시장조사 수행
- 국외 유사인증(EU Eco-Label 등) 현황을 조사·분석하여 제도 도입 방안 검토

□ 실내청소 서비스 인증기준 마련

- 친환경 청소공법 도입 여부, 세제 성분식별, 유해성분 포함 화학세제 사용 여부, 서비스 품질 등을 고려하여 인증기준 마련(23)

<실내 청소서비스 인증기준 일부 (예)>

구분	주요 내용	
청소계획	<ul style="list-style-type: none"> • 식품, 원재료의 오염을 막기 위하여 모든 장비와 기구는 일별·주별·월별·연간으로 청소 계획을 수립하여 정기적으로 실시하며 청소와 소독과정에 대한 작업기록을 작성함 	
청소방법	내부 바닥	<ul style="list-style-type: none"> • 청소장비: 수세미, 대걸레나 자루 각솔, 물통, 쓰레기통, 빗자루 • 세척제: 중성세제, 차아염소산나트륨(락스) • 청소주기: 매일 1회 그리고 필요시
	세면대	<ul style="list-style-type: none"> • 청소장비: 수세미, 물통, 쓰레기통, 물바가지 • 세척제: 중성세제 등 • 청소주기: 매일 1회 그리고 필요시
	배수구	<ul style="list-style-type: none"> • 청소장비: 수세미, 물호스, 고무장갑, 쓰레기통 • 세척제: 중성세제, 차아염소산나트륨(희석락스) • 청소주기: 매일 1회 • 특별지시: 세척하기 전에 반드시 고무장갑 착용
	유리창/창틀	<ul style="list-style-type: none"> • 청소장비: 청소용 행주, 수세미 • 세척제: 중성세제 • 청소주기: 월 2회
	천정	<ul style="list-style-type: none"> • 청소장비: 특별청소, 청소용 행주 • 세척제: 중성세제 • 청소주기: 매 3개월마다
	환기 후드	<ul style="list-style-type: none"> • 청소장비: 수세미, 청소용 행주 • 세척제: 일반세척용, 기름때 제거용 세제 등 • 청소주기: 주 1회

③ 여행 서비스 인증 도입

□ 여행 서비스 인증기준 조사·분석

- 여행산업 및 숙박시설 현황, 국내(굿스테이, 우수여행상품 인증제 등) 및 국외(ISO14001, Green Globe, ECOTEL 등) 유사사례 검토 등

□ 여행 서비스 인증기준 마련

- 온실가스 감축, 쓰레기 및 폐기물 관리, 재활용 및 재사용, 친환경 교통수단, 생태계 및 경관 보전 등을 고려하여 인증기준 마련('24)

<여행 서비스 인증기준 일부(예)>

평가 영역	세 부 내 용
온실가스 감축	온실가스 감축 및 관리를 위한 프로그램이 존재한다.
	냉난방 사용을 최소화하고 있다.
	기계 및 장치 등의 탄화수소 배출을 제한하고 있다.
	직원/고객에게 온실가스 감축을 위한 동참을 유도한다.
쓰레기 및 폐기물 관리	쓰레기 감축/폐기물 관리 프로그램이 존재한다.
	쓰레기 배출량을 정기적으로 체크한다.
	일회용품 사용을 제한한다.
	음식물 쓰레기 감소 노력을 실시한다.
재활용 및 재사용	직원/고객에게 쓰레기 감축에 관한 정보를 제공한다.
	재활용 및 재사용 프로그램이 존재한다.
	재활용 쓰레기통을 사용한다.
	재활용 물품을 구매/사용한다.
	고객에게 비품 또는 제품 재사용을 권장하고 있다.
친환경 교통수단	직원/고객에게 재사용 및 재사용에 관한 정보를 제공한다.
	직원/고객의 대중교통 이용을 장려한다.
	사업장/관광지에서 자전거 대여/사용이 가능하다.
	이동/여행 시 경로를 최소화하기 위해 노력한다.
환경교육 및 해설	친환경 연료(경유, LPG 등)를 사용한다.
	고객을 위한 환경교육 및 해설프로그램이 존재한다.
	환경교육을 이수한 가이드/해설인력을 고용하고 있다.
	환경정보 관련 정보를 누리집 등을 통해 홍보하고 있다.
생태계 및 경관 보전	기업의 환경개선 노력에 관한 고객설문 등이 마련되어 있다.
	생태계 및 경관 보전을 위한 프로그램이 존재한다.
	자연환경보호를 위한 지원활동/기부를 실천하고 있다.
생태계 및 경관 보전	직원/고객에게 야생동식물 보호에 관한 정보를 제공한다.

전략3 친환경 착한소비 생활화

1 녹색소비 교육 확대

- ◆ 공공기관 구매자 대상 교육에서 공직자, 일반 소비자로의 녹색 소비 교육대상 확대
- ◆ 공공기관 대상 '녹색소비 및 구매'에 대한 비대면 교육 프로그램 확대로 교육의 효과성 제고

① 생애주기별 녹색소비교육 강화

□ 소비자 생애주기별 녹색소비 교육 다양화

- 국가·지역환경교육센터, 지자체, 민간 단체 등 다양한 기관을 활용하여 연령별 맞춤 녹색소비 문화 정착을 위한 교육 실시
 - (어린이집·유치원) 녹색어린이집 운영, 녹색소비실천교육 실시
 - (초·중·고등학교) 방과후 교실, 아이디어 경진대회, 친환경 실천활동 동아리 운영
 - (대학교(원)) 환경 관련 학과 및 특성화 대학원 과목 내에 녹색제품 및 녹색소비를 주제로 교육내용을 포함
 - (일반) 생활 속 녹색소비 방법*, 녹색제품의 정의, 국내외 환경이슈·정책 등 기초지식과 심화 주제에 대한 교육교재 및 과정개발 운영

* '녹색제품 확인방법', '녹색매장 찾는 방법', '올바른 분리배출습관 기르기', '부당한 환경성 표시·광고 구별방법' 등 구체적 실천방안 개발

[참고] '찾아가는 녹색소비학교' (녹색구매지원센터)

- (운영목적) 건강한 생태환경과 지속가능한 부산을 위한 친환경적 실천활동 유도
- (대상) 부산지역 관내 초등학교
- (교육내용) 미래세대에게 일상생활에서의 소비생활이 환경과 기후에 미치는 영향 및 친환경적 소비생활의 중요성·필요성 교육
- (프로그램 세부내용)
 - (이론교육) 환경마크, 착한소비에 대해 알아보기, 우리가 꿈꾸는 그린스쿨 만들기
 - (체험교육) 에코백 만들기, 에코 필통 만들기
 - (활동교육) 친환경소비생활 실천을 위한 그린스쿨 만들기 교육, 친환경소비생활 실천을 위한 그린스쿨 만들기 교육



□ 지역 환경교육계획 내 녹색제품·소비 연계

- 지자체 환경교육계획 수립시 학교환경교육, 사회환경교육 범위에 녹색제품 구매·소비 과정 포함 추진
 - ※ 공공기관 구매 담당자 녹색소비 교육, 청소년 녹색소비지도자 양성교육, 마트·백화점 등과 연계한 주부대상 녹색소비 교육 등
- (학교환경교육) 자라나는 미래세대의 녹색소비, 녹색제품 사용 활성화를 위해 학교 교과과정에 반영
 - ※ (예) 녹색소비생활 실천을 위한 에코백 만들기, 녹색소비 습관진단, 친환경을 주제로 한 퀴즈·미션 등
- (사회환경교육) 일반 성인들을 대상으로 녹색소비 생활실천을 유도할 수 있는 교육과정 등 반영
 - ※ (예) 직장인 대상 녹색제품 환경성 교육, 주부 대상 생태육아·환경보건 교육, 어린이집·유치원 교사 대상 녹색소비지도자 교육 등

② 공직자 교육과정에 녹색제품·구매 내용 반영

□ 공직자 대상 녹색구매 교육과정 신설

- (고위공직자) 녹색제품 구매 관심도 제고를 위해 공직자리더십 교육과정(국가공무원인재개발원)에 '녹색제품 구매·소비교육' 추가
 - (일반공직자) 직무/전문성 교육(국가공무원인재개발원)에 '녹색제품 공공구매 과정' 신설 추진
 - 공공녹색구매 제도의 법적 근거 및 취지, 녹색제품의 정의 및 범위, 구매방법 안내 등을 통하여 구매·계약 담당자의 녹색구매 인식 고취
- ※ 국가공무원인재개발원 직무/전문성 교육 36개 과정 중 환경 관련 과정은 기후변화 위주의 교육과정이 운영되고 있음

③ 녹색소비·구매 온라인 교육 프로그램 개발·활성화

□ 공공기관 대상 온라인 교육 강화

- 국립환경인재개발원 및 「사이버 환경 실무교육」 플랫폼(한국환경산업기술원) 교육과정에 '녹색구매' 과정 추가
 - 비대면 사회 지속이 예상됨에 따라 대면접촉 없이 상시로 학습 가능한 온라인교육 과정 강화 운영
- ※ 녹색제품 구매제품 전국 순회 교육 '16년~'19년 총 52회 실시 하였으나, '20년부터는 코로나19로 인한 대면교육 대폭 감소로 온라인교육 확대 필요

2 녹색소비 홍보 강화

- ◆ 홍보활동 성과분석, 다양한 매체 활용으로 소비자가 공감할 수 있는 홍보를 통해 녹색제품 가치 제고
- ◆ 환경성 표시·광고 모니터링 및 자율시정 프로그램의 활성화로 부당한 환경성 표시·광고의 근절

① 다양한 홍보를 통한 녹색제품 가치 제고

□ 다양한 매체를 활용한 녹색제품 및 인증기업 홍보

- 녹색제품 브랜드 가치 제고를 위해 국민이 공감하고 참여 가능한 콘텐츠를 제작하고 다양한 채널을 활용하여 홍보 실시
 - 방송매체, 생활매체, 교통매체, 녹색제품 정보시스템 등 활용
 - 젊은층 대상 「모바일게임 인앱 광고*」 등 활용
 - * 모바일게임 인앱 광고 : 게임의 정체성을 잃지 않으면서 유저들의 거부감을 최소화하기 위하여 광고를 게임의 일부로 만든 형태
- 기존 환경표지 인증기업·제품 홍보의 주요성과 분석을 통해 효율성 우선순위의 홍보 지속 실시
 - 환경이슈 연계 대국민 홍보, 환경표지 인증 기업제품 온라인 홍보, 환경표지 인지도·이해도 제고를 위한 홍보 등 실시

□ 홍보 성과분석을 통한 홍보 효과 극대화

- 유튜브, 인스타그램, 블로그 등 SNS 채널의 구독자수 등을 분석하여 홍보효과 극대화 방안 마련

② 녹색제품 · 소비를 상징하는 인기 캐릭터 매칭 · 활용

□ 기존 개발 캐릭터 활용 홍보

- 그린카드 캐릭터(물범이), 환경성적표지 캐릭터(프록티) 등 기존 캐릭터를 활용한 친환경 홍보상품 제작·배포 ('21~)
 - 재생종이 다이어리, 에코백 장바구니, 머그컵, 텀블러 등 친환경 제품에 캐릭터 디자인이 삽입된 홍보상품 제작
 - 그린카드 가입·사용, 녹색특화매장 이용 등 녹색소비를 이행하는 장소에서 홍보상품을 배포하여 친환경소비생활 실천 유도

<기존 개발 캐릭터>



<친환경 홍보상품>



그린카드 캐릭터 '물범이' 환경성적표지 캐릭터 '프록티'

재생종이 다이어리

에코백 장바구니

□ 인기 캐릭터 활용 콜라보 마케팅

- 유명 스타 캐릭터를 활용한 친환경 소비생활 홍보로 관심도 증대
 - 인기 캐릭터를 활용한 콜라보레이션을 통해 광고에 대한 거부감을 낮추고 소장하고 싶은 홍보제품 등 개발·제작

<스타캐릭터를 활용한 친환경생활 홍보 (예)>



코로나예방 '핑수와 함께하는 손씻기와 기침예절'



한국동서발전 '친환경에너지'

③ 4차 산업 기술을 활용한 홍보 활성화

□ 사물인터넷(IoT)·빅데이터 활용 홍보

- 녹색제품 생산기업-유통사-소비자간 IoT 인프라 구축
 - 유통매장 내 녹색제품의 입출고 및 재고현황, 판매상황 등을 실시간으로 정보를 제공하는 어플리케이션 개발
 - 이용자의 위치를 파악해 녹색제품을 판매하는 백화점, 대형마트, 나들가게 등 최근접 유통매장의 위치 정보 제공
- 빅데이터를 활용한 소비자 개인 취향 분석
 - 소비자별 쇼핑정보에 대한 빅데이터를 분석하여 소비자 니즈에 맞는 녹색제품을 PC, 모바일 어플리케이션을 통해 송출

□ 가상현실(VR)·증강현실(AR) 활용 홍보

- 녹색제품 체험형 VR·AR 콘텐츠 제작
 - 물품 구매에 대한 소비자의 의사결정 과정 중 위치나 크기, 색상 등 많은 고민이 필요한 부분을 VR·AR 기술을 통해 미리 확인 가능
 - 사용자가 있는 공간을 스마트폰 카메라로 스캔한 후, 제품을 원하는 위치에 두었을 때 모습을 가상으로 확인하여 구매욕 자극

<AR·VR을 활용한 녹색제품 홍보 콘텐츠 (예)>



출처 : IKEA Place앱

④ 제품의 부당한 환경성 표시·광고 모니터링 및 정보 접근성 제고

□ 부당한 환경성 표시·광고 모니터링

○ 환경성 표시·광고 모니터링 및 자율시정 프로그램 운영

- 환경성 표시·광고 모니터링(연 600건 이상) 시 위반행위에 대해 자발적으로 시정할 수 있도록 유도 후 재차 위반시 고발 등 행정 처분 조치
- 환경성 표시·광고 위반제품 자율시정 권고, 참여사 실무자 대상으로 환경성 표시·광고제도 안내 교육

□ 부당한 환경성 표시·광고 사례 홍보

- 정기적(월별, 분기별 등)으로 녹색제품정보시스템 및 미소이야기 블로그에 관련 사례 업데이트 실시 (월 1회)

<부당한 환경성 표시·광고 업데이트>

The image shows two screenshots. On the left is the GPIS (Green Product Information System) website interface. The search results for '부당한 환경성 표시·광고' (Unfair Environmental Claims) show a table with columns for '번호' (No.), '제품군' (Product Category), and '제목' (Title). One entry is visible: '295 문구, 완구' (Stationery, Toys) with a title mentioning '세면필, 국내 유통을 위해 의무적으로 준수해야 하는 법적 최소 기준을 절대적 표현에 의해서 그 적용이 모든 경우에 있어 특성상 불노출과 무관하다고 소비자가 인식할 수 있는 계란인 것 처럼 표기'.

On the right is a screenshot of the '미소 이야기' (Miso Story) blog. The header features the title '미소 이야기' in a stylized font. Below the header, there are social media icons and a navigation bar with 'GREEN' logos for '뉴스', '스토리', '라이프', '다이아리', and '미소짓는 이벤트'. At the bottom, there are five 'Green Story' icons with sub-headers: '전국 녹색제품 안내', '서울지역 녹색제품 안내', '경기지역 녹색제품 안내', '충북지역 녹색제품 안내', and '영남지역 녹색제품 안내'.

녹색제품정보시스템 내 부당한 환경성 표시·광고

미소이야기 내 Green 스토리

□ 환경성 표시·광고 가이드 제작·배포

- 제작된 가이드를 환경성 표시·광고 사전검토 요청기업에 배포
- 녹색제품정보시스템 등 관련 시스템에 가이드 업로드를 통하여 기업들의 부당한 환경성 표시·광고 사전예방

3 녹색소비 문화 형성

- ◆ 소비자 참여가 가능한 캠페인, 콘테스트 등의 행사로 녹색소비가 실생활에 자리매김 할 수 있는 환경 조성
- ◆ 소비자의 친환경소비활동을 구현할 수 있도록 그린카드의 제도 개선·서비스 확대 및 에코머니 실효성 강화

① 녹색소비 장려 캠페인 실시

□ 녹색생활 체험 캠페인

- 소비자 참여 체험활동, 이벤트 시행으로 녹색제품 친밀도 향상
 - 국민들에게 익숙하고 긍정적인 이미지를 활용한 매체광고로 환경표지 친밀도 제고
 - 녹색소비 영화제, 친환경 일상용품(천연치약, 에코백 등) 만들기, 녹색제품 알아보기 게임 등 실시

□ 녹색제품 알리기 캠페인

- 녹색제품 제조사 상품 홍보·전시 및 일일 판매 행사 추진 ('21~)
 - 지역별 녹색구매지원센터와 녹색제품 제조사 연계로 행사기업 모집
 - 생활밀착형 제품(탈취제, 주방세제, 샴푸, 화장지 등) 중심으로 녹색제품 홍보 및 판매(연 1회 이상) 등

□ 우수 녹색제품·소비 홍보 활성화

- 녹색소비 관련 시민단체* 등과 연계하여 우수 녹색제품, 우수 녹색소비 기관 선정 등으로 녹색소비 홍보 활성화 추진
 - * (예) 녹색소비자연대, 녹색구매네트워크 등 소비자 단체
 - 친환경대전, 온라인 녹색매장 등과 연계하여 홍보 추진

② 그린카드 제도개선 및 서비스 확대

□ 그린카드 발급확대 및 홍보

- 녹색소비 실천기반 마련을 위한 그린카드의 대중화(~25, 누적 2500만좌)
 - 일반소비자가 친환경소비생활을 손쉽게 실천할 수 있도록 그린카드의 발급 확대
- 그린카드를 통한 친환경생활 홍보 활성화(연 2회 이상)
 - 그린카드 연계 은행, 유통사, 제휴사의 온·오프라인 채널을 통해 그린카드 및 녹색소비 홍보
 - 그린카드와 연계하여 매체(TV·라디오 등), 뉴미디어(SNS 등) 활용 홍보, 유통사 프로모션 등을 추진하여 녹색소비 유도

□ 온·오프라인 그린POS 설치 확대

- 오프라인 그린POS* 확대와 온라인 그린POS 개발·구축 추진
 - 오프라인 그린POS 설치 매장 확대를 통한 에코머니 포인트 적립 활성화
 - 온라인 그린POS 개발을 통한 온라인 에코머니 포인트 적립 환경 구축 추진
- * 그린POS(Point of Sales) : 그린카드의 매출을 등록하고, 등록된 매출자료의 자동정산 및 집계를 가능하게 해주는 프로그램 및 장치

□ 그린카드의 대중화 촉진

- 친환경 서비스와의 제휴 확대, 고객관리시스템의 자료를 분석하여 개인 맞춤형 친환경제품 추천 등 그린카드 대중화 방안 마련
- 그린카드 관련 다양한 인센티브 제공
 - 그린카드 제휴 관광시설 대상 무료입장 및 할인혜택 제공, 친환경농산물 구매액의 1.5% 포인트 제공 등

③ 녹색소비 아이디어 콘테스트 개최

□ 녹색소비 실천기반 확립에 관한 공모

○ 녹색소비 문화형성, 친환경생활의 일상화 등 녹색소비를 위한 실천 기반이 확립될 수 있도록 공모 실시(격년)

- 친환경생활 실천수칙, 녹색제품 소비 장려, 녹색매장·특화매장 위치 및 정보 제공 등 신규 정책·제도·기술 등을 주제로 활용

※ (예) 그린카드 이용 녹색소비 생활화, 1회용품 용기 재활용 방안 및 녹색 서비스 연계 방법, 친환경 캐릭터(물범이, 프록티)의 대중화 방안 등

<친환경소비 관련 콘테스트 (예)>



친환경 소비 그림 공모전
'내가 GREEN 세상' 수상작 전시회 (2017)



내 옆에 소비자원 찰칵(feat.친환경소비)
사진공모전 (2019)

□ 다양한 방법으로 활용가능한 작품형식 채택

○ 녹색제품 관련 정책, 기술 등 아이디어를 포함한 실물자료

- 시제품, 사진, 포스터, PPT, 도안 디자인, 보고서, 리플릿, 브로슈어, 카드뉴스 등 전시 가능한 실물 자료

○ 온라인(유튜브, 페이스북 등)으로 활용 가능한 시각적 콘텐츠

- 어플리케이션, 애니메이션, 그래픽, UCC, 전자책, 홍보문구 등

□ 콘테스트 참여 유도를 위한 수상작 적극 활용

○ 실제 녹색소비 문화확산을 위한 홍보 도구로 수상작 활용

- 수상내역은 기관 누리집, 녹색제품 정보시스템, 미소이야기 등에 게재하여 콘테스트 결과 홍보

전략4 녹색 신시장 창출

1 신경제(구독·공유) 활용 녹색제품 체험 확대

◆ 신경제체제와 녹색제품의 연계로 환경보전활동과 녹색제품의 시장 확대를 동시에 도모

① 공유경제와 녹색제품 간 연계 사업 발굴

□ 친환경 공유경제 활성화를 위한 사업방향 도출

- 국내외 우수 친환경 공유경제 정책·사업·산업 동향 조사
- 공유경제 활동의 친환경성, 친환경 실현 가능성, 공유경제 내 녹색제품 활용도 등 현황 조사 및 지원정책 마련

□ 공유경제 및 녹색제품 연계 비즈니스 모델 개발

- 친환경 공유경제와 녹색제품을 결합한 신규 사업분야 발굴, 지원 체계 구축을 통해 경제발전과 녹색제품 활성화 도모
 - 공유경제 서비스 제공자와 녹색제품 생산자 간의 이해관계를 충족하는 비즈니스 모델 발굴을 통한 시범사업 추진
- ※ (예) (미국 에어비앤비&테슬라 협력 모델) 에어비앤비에 등록된 시설 중 이용자에게 추천을 받은 시설에 전기차 충전소 무상 제공

□ 녹색공유경제 실현을 위한 사업화 지원

- 녹색공유경제 비즈니스(숙박, 교통, 공간, 금융·지식 등) 사업화 대상 선정 및 지원체계 구축
- 녹색공유경제의 사업 활성화를 위한 우수 사업자 인센티브 제공

② 녹색제품 구독을 위한 온라인 플랫폼 활용

□ 녹색제품의 구독서비스를 위한 사업방향 도출

- 국내·외 현황 및 실태조사를 기반으로 신규 사업방향 도출
- 신규사업의 구독경제 진출로 인한 규제·정책 개선(안) 도출, 기술 및 마케팅 지원 방안 도출

□ 구독중개 플랫폼을 통한 녹색제품 활성화 비즈니스 모델 개발

- '소비자-구독중개 플랫폼-환경부' 간 구독서비스 비즈니스 모델 구축

(예시) 구독서비스 비즈니스 모델

- ◆ (환경부) 녹색제품 브랜드 이미지 제공, 전문컨설팅을 통한 녹색제품 구독 비즈니스 모델 제공, 에코머니 적립
- ◆ (구독 중개 플랫폼) 다양한 녹색제품 구독 서비스 제공
- ◆ (녹색제품 제조·생산) 녹색제품 제품 제공, 판로 확대



□ 구독서비스를 위한 구독 중개 플랫폼 선정 및 운영

- 소비자의 원활한 녹색제품 구독을 위하여 활용도 높은 구독 중개 플랫폼을 선정
- 녹색제품의 크기·용도 등에 따라 정기배송, 대여·렌탈 등의 다양한 방법으로 구독서비스 구현

2 소비트렌드 맞춤형 유통채널 제공

◆ 소비트렌드에 맞는 녹색제품 유통 채널의 변화로 소비자 접근성 제고 및 신규 인프라 구축

① 온라인 플랫폼 내 녹색제품 전용관 개설·운영

□ 온라인 플랫폼 녹색매장 운영 계획 수립

- 온라인 플랫폼 활용을 위한 사전조사를 실시하여 가장 효과성 높은 활용방안 마련
 - 민간 온라인 플랫폼 유형 및 녹색제품 종류, 기업규모 등 여건에 따른 온라인 플랫폼 전시방법·기간 등 결정

□ 온라인 쇼핑몰 연계 녹색제품 전용 카테고리 및 전용 홍보관 운영

- 녹색제품 우선 노출되도록 메인화면 내 녹색제품 카테고리를 신설하여 소비자의 접근성 강화
- 온라인 쇼핑몰 내 키워드광고, 배너광고 및 모바일앱 푸쉬 등 주기적인 제품 홍보활동을 통해 소비자 관심 제고

□ 녹색제품 매출액 및 소비자 데이터 DB구축

- 녹색제품 전용관의 제품별 거래액, 제품군, 소비액수 등의 녹색 소비 주요 데이터를 수집·분석하여 온라인 녹색소비 마케팅 등에 활용

② 녹색(특화)매장 개선·확대 운영

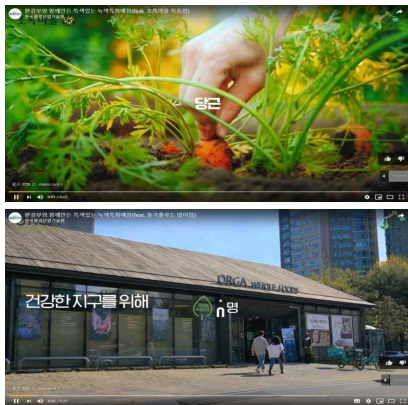
□ 소비자 접근이 쉽도록 녹색매장의 질적·양적 확대

- 기업형 슈퍼마켓 및 편의점 업계의 녹색매장 참여를 촉진하여 녹색제품 구매 편의성 및 접근성 증진
- 녹색제품 판매 제품의 다양화, 판매장소 면적 확대 등 녹색매장 지정 기준을 보완하여 녹색매장의 질적 성장 도모

□ 녹색특화매장 확대 운영으로 녹색소비 문화 확산

- 비포장 소분판매, 상품 포장재 최소화, 친환경 소비 캠페인 등을 도입한 녹색특화매장의 확대 운영 추진('25년 20개소)
- 민간에서 자발적으로 운영되고 있는 제로웨이스트 매장에 녹색제품 입점 추진
- 식재료 위주 판매에서 포장재를 최소화한 공산품까지 취급대상 확대

<홍보 예시>



<유튜브 홍보>



<버스홍보>

③ 녹색제품 무인판매 서비스 도입

□ 녹색제품 자동판매기 시스템 구축방안 마련

- 자동판매기(그린셀러(가칭))로 판매 가능한 녹색제품 선정
 - ※ (녹색제품만 구성) 녹색제품의 종류에 대해 소비자 대상 홍보효과 제고, 무인판매 서비스를 통해 원하는 제품 판매
 - ※ (녹색제품과 일반제품 구성) 편의성을 제공할 수 있는 기존제품과 혼합하여 녹색제품과 함께 구성
- 자동판매기 설치·운영시스템 설계
 - 자동판매기로 판매 가능한 녹색제품군별 최적화된 시스템 설계 및 녹색제품에 맞는 공간 디자인 구축
 - 용기를 가져오는 경우 원하는 만큼 제품을 구매할 수 있는 시스템 개발(주방용·세탁용 세제, 샴푸·린스 등 액상, 분말로 판매 가능한 제품)

□ 녹색제품 자동판매기 시범사업 추진

- 녹색구매지원센터 근처 및 스터디카페, 학원, 키즈카페, 빨래방, 병원 등 시범설치 장소 선정
- 무인자동판매기의 소비 패턴을 분석하여 점진적 확대 운영 추진

<녹색제품 자동판매기 ‘그린셀러’ 설치장소 및 제품 구성(안)>

구분	스터디카페, 학원	키즈카페	빨래방	병원
녹색 제품	문구류(필기도구, 지우개 등), 문서파일류	유아용 완구류, 유아용 기저귀·휴지	세탁용 세제, 섬유 유연제	치솔, 치약, 여행용 키트(샴푸, 바디워시 등), 휴지
일반 제품	스낵류(과자, 껌, 카라멜, 초콜릿 등)	유아용 스낵류	스낵류(과자, 껌, 카라멜, 초콜릿 등), 음료(커피 등)	스낵류(즉식식품, 과자 등)

3

녹색제품 국제협력 및 해외진출 지원

- ◆ 해외 온라인 플랫폼 입점 지원 등 녹색제품의 새로운 판로 및 시장개척 추진
- ◆ 국가간 협업 체계 구축으로 한국형 공공농산물구매 제도 전파 및 국내기업의 해외 공공조달시장 진출

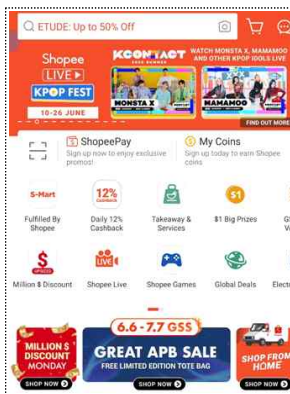
① 동남아 시장 녹색제품 진출 지원

□ 해외 온라인 플랫폼 입점 지원

○ 동남아국가 주요 온라인 플랫폼에 녹색제품 입점 지원

- ※ (라자다, Lazada) 필리핀, 베트남, 태국, 싱가포르, 말레이시아 등 동남아시아의 전자상거래 시장을 주도하고 있는 이커머스 플랫폼
- ※ (쇼피, Shopee) 2015년 6월 동남아시아 6개국(인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남)과 대만을 중심으로 시작한 플랫폼

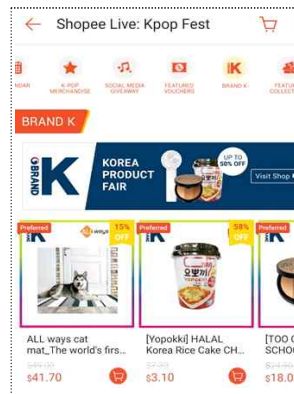
<주요 플랫폼의 프로모션>



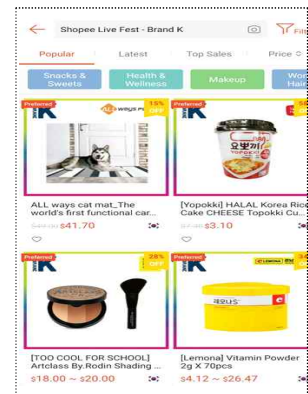
< 쇼피 >



< KPOP FEST >



< 브랜드 K >



< 상세페이지 >

□ 국내 역직구몰 입점 지원

- 해외 소비자가 온라인상에서 국내 제품을 구매할 수 있는 역직구몰을 통한 녹색제품 활성화 지원

<참고> 주요 국내 역직구몰('20.12월 현재)

구분	명칭	서비스 개시	운영 형태	배송국가	특징
국내 온라인 쇼핑몰의 글로벌 사이트	글로벌 G마켓	2011	국내 쇼핑몰 상품과 연동하여 해외샵에 노출, 해외고객 상담 및 판매는 업체 진행, 일부 배송 서비스 지원	중화권, 미국 등	국내 마켓 최초로 글로벌 사이트를 운영하여 매년 두 자릿수 성장세 기록
	글로벌 11번가	2012		영어권 100여개국	국가별 매출 비중은 중국(35%), 미국(18%), 호주(17%), 캐나다(15%) 순이며 아시아 지역 비중 증가
	글로벌 인터파크	2014		중국, 동남아, 북미	총 600만 여종의 상품을 판매, 동남아시아의 다국적 온라인 쇼핑몰 '위샵(WeShop)'과 업무 제휴를 맺고 '위샵 베트남'에 인터파크 전용관 오픈
	글로벌 롯데닷컴	2014		미국, 중국 등	100여개의 프리미엄 브랜드와 우수 중소기업 상품을 28개국에 판매
해외 직판 전문몰	더제이미닷컴	2009	상품 등록, 해외 고객상담(CS), 마케팅, 배송, 사후관리까지 원스톱 지원	중국	온라인 수출 중계기업 (주)에이컴메이트코리아가 운영하는 한국 의류 브랜드의 B2BC 온라인 플랫폼
	OKdgg	2014		영어·중화권, 일본	전자상거래 솔루션 및 해외직구 배송 대행 전문기업 (주)코리아센터닷컴이 운영하는 역직구몰
	판다코리아닷컴	2014		중국	(주)판다코리아닷컴이 운영하는 중화권 전문 해외직판 쇼핑몰
	Kmall24	2014		영어·중화권, 일본	수출지원기관인 한국무역협회에서 개통한 중소기업 전용 온라인 해외 직판 쇼핑몰

② 해외 공공조달시장 녹색제품 진입 컨설팅

□ 녹색제품의 해외 공공조달시장 진출 지원('21~)

- 해외 공공조달시장별 환경정책, 입찰공고 분석을 통하여 녹색제품 진출 유망시장 및 유망 품목 도출
- 유망품목 생산기업의 해외조달 수요 및 역량 검토를 통한 지원 대상 기업 선정

<참고> UN·미국 공공조달시장의 환경정책

구 분	세 부 내 용
UN	<ul style="list-style-type: none"> ● UN 지속가능발전목표(SDGs) <ul style="list-style-type: none"> - 지속가능발전목표는 2015년 채택된 UN의 새천년개발 목표로 사회적 포용, 경제성장, 지속가능한 환경의 3대 분야로 구성 ● UN Global Compact <ul style="list-style-type: none"> - UN 주요 산하기관들은 공공조달에 참가하는 벤더들에게 UNGC 원칙을 수용해야함을 명시함 ● 지속가능한 공공조달(Sustainable Public Procurement) <ul style="list-style-type: none"> - UNEP에서 수립한 환경목표로 환경, 사회, 경제 3가지 요소들은 UN 조달 전과정에서 기관별로 요건에 반영이 확산되고 있음
미국	<ul style="list-style-type: none"> ● 연방 녹색구매프로그램(Federal Green Purchasing Program) <ul style="list-style-type: none"> - 재활용제품, 환경친화적제품, 에너지 고효율제품 등의 사용을 장려하는 프로그램으로 환경보호국, 농무부, 에너지부 등의 행정부에서 시행중 ● 친환경 구매프로그램(Environmentally Preferable Purchasing) <ul style="list-style-type: none"> - 미국 정부 조달 시 다양한 제품에 적용되는 환경인증 기준을 설정하여 해당 인증을 요구하도록 권장하는 환경보호국에서 시행하는 프로그램 ● Green Seal <ul style="list-style-type: none"> - 환경보호국은 Green Seal 인증을 받은 제품을 친환경 구매프로그램과 연계하여 연방정부 및 공공기관에서 친환경제품을 구매할 수 있도록 함 ● 포괄적 구매가이드라인(Comprehensive Procurement Guideline) <ul style="list-style-type: none"> - 환경보호국의 지속 가능한 자재관리 이니셔티브의 일환으로 자재 사용 및 자재 수명 주기와 관련한 환경영향을 줄이기 위해 고품폐기물에서 회수된 재료로 만든 제품에 대한 구매를 권장하는 자재관리 가이드라인

- 역량강화 및 컨설팅을 통한 해외조달시장 진출 지원
 - 발주기관, 입찰유형 등 목표시장에 맞는 진출 전략 수립
 - 발주기관별 조달 입찰 서류 충족 등 행정사항 전반, 제안서 작성 등 컨설팅을 통해 목표시장 진입 추진

③ 상호인정협정(MRA)을 통한 국외 인증 취득 지원

□ 국외 인증 취득을 통한 녹색제품 해외 판로 개척

- 해외 환경표지(마크) 취득 희망기업 대상 국외인증 취득 지원
 - 녹색제품 생산기업 중 해외환경표지(마크) 취득 희망기업 도출
 - MRA 체결기관과 상호검증 대행·재검증 면제 등을 통한 인증 취득 지원
 - ※ 환경표지(마크) MRA 체결 현황 : 북유럽(노르딕스완), 독일(블루엔젤), 태국(그린라벨), 대만(그린마크, 녹색건축지재), 일본(에코마크), 중국(환경표지), 호주(환경라벨), 뉴질랜드(환경라벨), 미국(그린실)
- 상호인정협정(MRA) 실효성 강화
 - MRA 3단계(공통기준 인정) 대상 국가 확대를 통한 해외인증 취득장벽 완화

<MRA 인정단계별 지원내용 ('20)>

지원국가 및 인정단계	지원내용
북유럽 (1단계-제도인정)	상호 제도의 신뢰성을 인정하고 자국업체의 인증 취득을 위한 협조·지원
대만, 태국, 호주, 독일, 뉴질랜드, 미국 (2단계-인증절차 및 시험방법 인정)	상호 검증방법을 신뢰하고 자국 업체의 상대국 환경라벨 취득을 원할 경우 검증대행 가능
중국, 일본 (3단계-공통기준 인정)	일부 품목의 공통기준 개발 및 재검증 면제를 통한 인·검증 절차 최소화

④ UN SDGs 12 목표 달성을 위한 국가간 협업 체계 구축

□ 한국형 공공녹색구매 및 환경표지 제도 개도국 전수

- 공공녹색구매 및 환경표지 제도 전수 대상국가 선정을 위한 타당성 조사, 공공녹색구매 이행기반 마련 및 이행촉진 지원 등 컨설팅 범위 설정
- 대상국가의 공공녹색구매 관련 법률, 환경표지(마크) 인증기준 등 검토를 통한 제도 권고안 도출

□ 우수 정책사례 공유를 위한 국가간 네트워크 강화

- EU 등 선진국의 친환경제품·소비 관련 선진 정책사례 교류를 통한 국내 제도 개선 기반 마련

붙임1

전략별 추진과제 목록

전략	세부전략	추진과제
1. 녹색소비 인프라 강화	① 시장참여자 중심 협력기반 마련	공공녹색구매 선도도시 모델 확산
		지역 단위 녹색구매지원센터 운영 활성화
		녹색소비 활성화 거버넌스 모델 개발·구축
		환경표지 무단사용 시장감시단 역할 강화 및 모니터링 운영
	② 녹색소비 인센티브 확대	녹색제품 생산업체 인센티브 확대
		녹색매장 인센티브 제공
	③ 공공 녹색구매 안정화	녹색제품 구매실적 평가대상기관 확대 및 평가지표 강화
		녹색제품 공공구매 활성화 추진
		녹색제품 의무이행 강화
		인증취소 녹색제품 관리
	④ 녹색소비 촉진 법제도 기반 구축	온라인 녹색매장 지정제도 도입
		제로웨이스트를 활용한 녹색제품 활성화
녹색제품 일자리 창출		
녹색제품 사용표시제 도입·운영		
2. 수요자 중심 녹색제품 확대	① 생활밀착형 녹색제품 확대	인증기준 개선을 통한 다소비 일상생활 용품 인증 유도
		환경표지 인증기준 제·개정 관련 이해관계자 연계강화
		기업의 인증 취득 여건 조성
	② 사회·환경변화 대응 녹색제품 인증 개선	저탄소제품 인증지원 확대
		녹색제품 위해성 관리체계 마련
		녹색제품 범위 확대
	③ 서비스분야 녹색제품 인증 활성화	유통·포장 서비스 인증 도입
		실내청소 서비스 인증 도입
		여행 서비스 인증 도입
3. 친환경 착한소비 생활화	① 녹색소비 교육 확대	생애주기별 녹색소비교육 강화
		공직자 교육과정에 녹색제품·구매 내용 반영
		녹색소비·구매 온라인 교육 프로그램 개발·활성화
	② 녹색소비 홍보 강화	다양한 홍보를 통한 녹색제품 가치제고
		녹색제품·소비를 상징하는 인기 캐릭터 매칭·활용
		4차 산업 기술을 활용한 홍보 활성화
		제품의 부당한 환경성 표시·광고 모니터링 및 정보 접근성 제고
	③ 녹색소비 문화 형성	녹색소비 장려 캠페인 실시
		그린카드 제도개선 및 서비스 확대
		녹색소비 아이디어 콘테스트 개최
4. 녹색 신시장 창출	① 신경제(구독공유) 활용 녹색제품 체험 확대	공유경제와 녹색제품 간 연계 사업 발굴
		녹색제품 구독을 위한 온라인 플랫폼 활용
	② 소비트렌드 맞춤형 유통채널 제공	온라인 플랫폼 내 녹색제품 전용관 개설·운영
		녹색(특화)매장 개선·확대 운영
		녹색제품 무인판매 서비스 도입
	③ 녹색제품 국제협력 및 해외진출 지원	동남아 시장 녹색제품 진출 지원
		해외 공공조달시장 녹색제품 진입 컨설팅
		상호인정협정(MRA)을 통한 국외 인증 취득 지원
		UN SDGs 12 목표 달성을 위한 국가간 협업 체계 구축

붙임2

재정투입계획

(단위 : 백만원)

세부추진과제	예산소요(추정)					
	총계	'21	'22	'23	'24	'25
1. 녹색소비 인프라 강화	18,580	3,030	3,520	3,740	4,070	4,220
① 시장참여자 중심 협력기반 마련	17,270	2,970	3,250	3,450	3,750	3,850
② 녹색제품 인센티브 확대	230	30	30	50	50	70
③ 공공 녹색구매 안정화	185	25	35	35	45	45
④ 녹색소비 촉진 법·제도 기반 구축	895	5	205	205	225	255
2. 수요자 중심 녹색제품 확대	4,831	827	953	953	1,044	1,504
① 생활밀착형 녹색제품 품목 확대	1,446	272	283	283	304	304
② 사회·환경변화 대응 녹색제품 인증 개선	2,635	405	520	520	590	600
③ 서비스분야 녹색제품 인증 활성화	750	150	150	150	150	150
3. 친환경착한소비 생활화	13,455	2,419	2,669	2,719	2,799	2,849
① 녹색소비 교육 확대	835	55	185	185	205	205
② 녹색소비 홍보 강화	6,620	1,264	1,264	1,314	1,364	1,414
③ 녹색소비 문화 형성	6,000	1,100	1,220	1,220	1,230	1,230
4. 녹색 신시장 창출	6,670	1,030	1,360	1,410	1,410	1,460
① 신경제(구독·공유) 활용 녹색제품 체험 확대	850	-	100	250	250	250
② 소비트렌드 맞춤형 유통채널 제공	2,894	594	750	500	500	550
③ 녹색제품 국제협력 및 해외진출 지원	2,926	436	510	660	660	660
계	43,536	7,306	8,502	8,822	9,323	9,583

※ 예산규모 등 구체적인 사항은 당해 연도 예산안 편성과정에서 협의

붙임3

성과지표

세부추진과제	성과지표				
	'21	'22	'23	'24	'25
1. 녹색소비 인프라 강화					
① 시장참여자 중심 협력기반 마련					
공공녹색구매 선도도시 네트워크 참여 지자체 수	3	3	3	3	3
녹색구매지원센터 확대(누적)	10개소	13개소	15개소	17개소	17개소
환경표지 무단사용 위반행위 적발건수	3,000	3,500	3,500	4,000	4,500
② 녹색제품 인센티브 확대					
인센티브 수혜자	10	10	12	12	12
③ 공공 녹색구매 안정화					
녹색제품 구매실적 평가 대상 기관 유형 수	3	3	3	4	5
④ 녹색소비 촉진 법·제도 기반 구축					
환경표지 및 환경성적표지 인증심사원 양성교육 인원	115	120	150	160	160
온라인 녹색매장 지정 기준 제정 및 지정기업 선정	기준제정	지정기업 선정 2개	지정기업 선정 3개	지정기업 선정 4개	지정기업 선정 5개
2. 수요자 중심 녹색제품 확대					
① 생활밀착형 녹색제품 품목 확대					
생활밀착형 녹색제품의 개선된 인증기준수	2	2	2	2	2
② 사회·환경변화 대응 녹색제품 인증 개선					
환경성적표지 환경성 정보 산정 컨설팅 비용 지원 제품 수	75	80	80	85	85
③ 서비스분야 녹색제품 인증 활성화					
서비스분야 인증기준 수립	-	-	1건 (실내청소)	1건 (여행서비스)	1건 (유통서비스)

세부추진과제	성과지표				
	'21	'22	'23	'24	'25
3. 친환경착한소비 생활화					
① 녹색소비 교육 확대					
녹색제품·소비·구매교육 수료인원	800	800	850	850	900
② 녹색소비 홍보 강화					
녹색제품 가치제고를 위한 홍보 횟수	12	12	12	12	12
부당한 표시광고 위반행위 적발 건수	600	600	600	600	600
③ 녹색소비 문화 형성					
그린카드 발급(누적)	2,100만좌	2,200만좌	2,300만좌	2,400만좌	2,500만좌
4. 녹색 신시장 창출					
① 신경제(구독공유) 활용 녹색제품 체험 확대					
신경제 활용 녹색제품 Biz모델 개발 및 사업운영	2	2	2	2	2
② 소비트렌드 맞춤형 유통채널 제공					
녹색특화매장(누적)	4호	8호	12호	16호	20호
③ 녹색제품 국제협력 및 해외진출 지원					
해외시장 진출 기업 지원수	5	6	6	6	7
UN SDGs12 목표 달성을 위한 국가간 협업체계(컨설팅 수진국(누적))	3개국	4개국	5개국	6개국	7개국

