

제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획의 주요내용과 소비자정책에서의 시사점

저자 (Authors)	허민영
출처 (Source)	소비자정책동향 , (110), 2021.2, 1-21 (21 pages)
발행처 (Publisher)	한국소비자원 Korean Consumer Agency
URL	http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE10547038
APA Style	허민영 (2021). 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획의 주요내용과 소비자정책에서의 시사점. 소비자정책 동향, (110), 1-21.
이용정보 (Accessed)	세종대학교 222.111.17.*** 2022/01/20 11:55 (KST)

저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획의 주요내용과 소비자정책에서의 시사점

목 차

1. 서론	/ 02
2. 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획 주요내용	/ 05
3. 제5차 소비자정책기본계획에서의 녹색소비 관련 주요 내용	/ 13
4. 시사점	/ 17

허민영 연구위원 | minnahuh@kca.go.kr

1. 서론

- 2020년 코로나19 유행으로 국가간 인적·물적 교류의 위축과 더불어 경제, 산업 및 생활 전반에 걸쳐 큰 변화가 생겼으며, 이에 따라 소비생활 전반에 걸쳐서도 비대면 방식의 거래 활성화 등이 촉진됨
 - 이는 전세계적으로 나타나는 공통적인 현상으로 특히 디지털 전환과 그린전환의 가속화가 이루어지고 있음
- 우리나라는 같은 해 7월 14일 제7차 비상경제회의를 통해 ‘한국판 뉴딜’을 발표하였고, 이어서 10월 28일 2050년 탄소 중립을 선언함
 - 이 일환으로 2021년 환경부는 ‘국민이 체감하는 성과, 미래를 준비하는 탄소중립’을 내세우면서 첫째, 탄소중립 이행 기반 마련, 둘째, 그린뉴딜 체감성과 창출, 셋째, 국민안심 환경안전망 구축을 3대 부문 과제로 선정하고 이에 대한 세부계획을 마련함
 - 특히 탄소중립 이행 기반 마련에서 2050년 탄소중립을 위한 시나리오 마련과 이행점검·평가체계를 구축하는 한편, 과대포장 사전검사 등을 통한 일회용품·재 사용 감축, 페트병 투명 재질 의무화와 같은 탈플라스틱 제도는 소비생활과도 밀접한 관련이 있는 핵심 추진과제임
- 소비생활에 있어서도 환경이슈는 일상 소비생활에서 핵심으로 부상되고 있으며, 소비자기본법에서도 소비자의 기본적 권리로써 ‘안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리’로 규정하고 있음
 - 또한 소비자의 기본적 권리와 더불어 “소비자는 자주적이고 합리적인 행동과 자원 절약적이고 환경 친화적인 소비생활을 함으로써 소비생활의

향상과 국민경제의 발전에 적극적인 역할을 다하도록 하여야 한다.”고 규정하는 소비자의 책무에 따라 녹색소비문화 확산이나 소비자역량에 주로 초점을 둔 정책들이 추진되어 옴

□ 그러나 그간 환경정책에서의 녹색소비 촉진은 주로 공공부문에 초점을 두거나 녹색구매지원센터 확대 등 녹색소비 촉진을 위한 인프라 마련에만 중점을 두고 있다는 한계가 있으며,

○ 소비자정책을 수립·추진함에 있어서도 녹색소비문화 확산이나 소비자책무 등 친환경소비를 위한 소비자역량 강화에만 주력해 옴

○ 이에 양 정책의 근간이 되는 각 기본계획에서의 녹색소비와 관련된 소비자접점 정책과제들을 검토하여 소비자 관점에서 녹색소비 촉진을 위한 보다 다각적이며, 구체적인 실행방안을 검토하고 양 정책의 연계점을 진단할 필요가 있음

□ 그린 뉴딜 정책 추진의 핵심은 앞서 밝힌 바와 같이 탄소중립(Net-zero)을 향한 경제, 사회의 녹색전환 가속화를 통해 ‘그린선도국가’로서의 미래상을 정립하는데 목표를 두고 있음

○ 이를 달성하기 위해 소비자 관점에서는 1)환경 친화적 소비를 증가시키는 것과 2)환경 오염을 감소시키기 위한 자원순환 참여 노력의 확대를 들 수 있음¹⁾

□ 최근의 한국 그린 뉴딜 정책의 일환으로 추진되는 다양한 정책에서

1) 이동학(2020)은 지구 온난화와 기후변화의 주범을 폐기물(쓰레기)로 보고, 이를 해결하기 위한 방안으로 첫째, 환경-비친화적 제품에 대한 소비를 줄이는 방법과 둘째 원천적으로 재활용, 재사용이 불가한 폐기물 생산의 전면 금지를 제안한 바 있음

녹색소비를 촉진하고 자원순환 등에서의 소비자인식제고 등을 대표적으로 정책과제로 담고 있는 녹색제품 구매촉진 기본계획과 소비자정책기본계획에서는 어떤 정책과제들을 구체적으로 추진하고 있는지 진단할 필요가 있음

- 본고는 2021년 첫 시행되는 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획과 제5차 소비자정책기본계획을 살펴보고, 일상에서의 녹색소비, 녹색생활을 활성화 시키는데 정책적 연계점을 모색하는데 기여하고자 함
- 이를 위해 첫째, 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획에서의 소비자접점 내용과 제5차 소비자정책기본계획에서의 녹색소비 관련 내용을 구체적으로 살펴보고자 함
- 아울러 이를 통해 양 정책영역에서 소비생활영역에서 혹은 소비단계별로 소비자의 녹색소비를 활성화하고 자원순환을 촉진할 수 있는 포인트를 찾아 긴밀하게 협력하여 그린 뉴딜을 추진하는데 소비자정책이 기여할 수 있는 방안을 모색하는데 기초자료를 제공하고자 함

2. 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획 주요내용

2.1 녹색제품 구매촉진 기본계획 개괄

- 녹색제품 구매촉진 기본계획은 ‘녹색제품 구매촉진에 관한 법률’에 따라 5년마다 수립·시행되는 법정계획으로 지난 2006년 제1차 기본계획이 수립·시행된 이래 2021년은 제4차 기본계획이 시행되는 첫 해임
- (법적 근거) 녹색제품 구매촉진에 관한 법률 제4조
- (계획 기간) 2006년 이래 5년 마다 수립·시행
- (수립 절차) 환경부 장관이 관계기관의 장과 협의한 후 중앙환경정책위원회 심의를 거쳐 수립
- (주요 내용) 녹색제품의 구매촉진을 위한 정책 방향을 제시하는데 중점을 두고 있으며, 녹색제품 대상 품목과 판단기준에 관한 중요사항, 그리고 공공기관의 녹색제품 구매실적에 대한 분석과 개선방안, 녹색제품 관련 국제협력에 관한 사항, 그리고 기타 녹색제품 구매촉진을 위한 사항들에 대해 계획을 수립
- 제1차~2차는 녹색제품 구매촉진에 관한 제도 기반 마련 단계이며, 제3차는 제도 활성화 단계로 녹색제품 구매촉진을 활성화할 수 있는 다양한 정책과제들이 수립·이행됨

<표 2-1> 제1차~제3차 녹색제품 구매촉진 기본계획 비전 및 주요 추진 과제

구 분		비전	주요 추진과제
제도 기반 마련 단계	1차 (’06~’10)	공공기관의 녹색구매와 민간분야의 녹색소비 확 산을 통한 녹색성장 달성	<ul style="list-style-type: none"> · 공공부문의 녹색구매 기반 구축 구축 · 친환경상품 개발 확대 · 녹색제품 유통·판매 지원 확대 · 녹색구매 자발적 참여 증진
	2차 (’11~’15)	범국민 녹색소비 실천을 통하여 온실가스 감축 및 저탄소 녹색성장 사회 구현	<ul style="list-style-type: none"> · 권역별 녹색구매지원센터 설치 및 운영 · 녹색소비 교육·홍보 강화 · 공공 녹색제품 의무구매 제도 강화 · 녹색소비·생산 국제협력 증진 및 제품 환경성 규제 대응
제도 활성화 단계	3차 (’16~’20)	녹색소비 실천기반 확대와 녹색제품 시장경쟁력 제고로 선순환 경제·사회 건인	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자친화형 녹색제품 인증 확대 · 인증기업 및 재활용 산업 대상 제도적 지원 강화 · ICT 기반 녹색제품 정보 접근성 제고 · 부당한 환경성 표시·광고 관리 강화 · 공공분야 녹색 구매 정책 기반 강화 · ICT 기반 공공기관의 녹색구매 · 녹색제품 시장경쟁력 강화

- ☐ 공공기관 중심의 녹색제품 의무구매 제도 강화 등에 보다 역점을 두
고 있어 오히려 민간부문의 소비 촉진은 저조한 것으로 평가되고 있음
- ☐ 또한 녹색소비나 녹색제품에 대한 소비자 인식 부족²⁾, 국제협력의
기반은 조성되었으나 그 활동이나 성과는 아직 미흡한 것으로 나타
나고 있어 이에 대한 보완이 제4차 기본계획 수립에 반영됨

2) 지난 2019년 환경부가 실시한 2019년 친환경제품 및 정책 국민인지도 조사결과에 따르면, 녹
색제품에 대한 인식으로서 환경표지에 대한 정확하게 인지하고 있는 국민은 약 16%에 불과한
것으로 나타남

2.2 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획의 주요내용

□ 「제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획」은 그린 뉴딜, 탄소중립과 같은 다양한 정책환경 변화에 맞추어 민간소비 영역의 일상생활에서 녹색제품을 통해 친환경소비를 실천할 수 있는 방안을 중점적으로 다루고 있음

○ (계획기간) '21~'25

○ (주요내용) 기존의 정책과제들이 공공시장에서의 녹색제품 의무화 등 공공부문의 녹색소비를 촉진시키는 것에 주안점을 두었다면 제4차 기본계획에서는 1)민간시장의 활성화, 2)소비자들의 녹색소비 실천을 위한 녹색제품 제도에 대한 인식제고, 3)소비트렌드 변화에 부합하는 생활밀착형 제품의 녹색제품 인증 유도 4) 국제협력의 실효성 강화 등에 초점을 두고 있음

- '친환경소비 생활화로 녹색사회로의 전환 촉진'을 비전으로 하고 있으며, 2개 목표, 4개 추진전략, 13개 세부전략. 그리고 42개 추진과제로 구성되어 있음

<표 2-2> 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획 주요 추진내용

비전	친환경소비 생활화로 녹색사회로의 전환 촉진	
목표	환경적 가치를 소비하는 친환경문화 확산	지속가능한 녹색사회를 위한 정책기반 강화
전략	1. 녹색소비 인프라 강화	2. 수요자 중심 녹색제품 확대
세부전략	① 시장참여자 중심 협력기반 마련 ② 녹색소비 인센티브 확대 ③ 공공녹색구매 안정화	① 생활 밀착형 녹색제품 확대 ② 사회·환경변화 대응 녹색제품 인증 개선 ③ 서비스 분야 녹색제품 인증 활성화

	④ 녹색소비 촉진 법·제도 기반 구축	
전략	3. 친환경 착한소비 생활화	4. 녹색 신시장 창출
세부전략	① 녹색소비 교육 확대 ② 녹색소비 홍보 강화 ③ 녹색소비 문화 형성	① 신경제 ^(구독·공유) 활용 녹색제품 체험 확대 ② 소비트렌드 맞춤형 유통채널 제공 ③ 녹색제품 국제협력 및 해외진출 지원

□ 각 세부전략을 달성하기 위한 세부 정책과제들 가운데 소비자 접점이 있는 정책과제들을 선별하면, <표 2-3>에 나타나는 바와 같음

○ 총 42개 추진과제 가운데 소비자접점 주요내용을 담고 있는 추진과제는 23개이며, 이중 직접적으로 성과지표와 연계되어 있는 정책과제는 11개임³⁾

<표 2-3> 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획내 소비자접점 주요 정책과제

세부전략 및 추진과제	소비자접점 주요 정책과제 및 내용	성과지표와의 연계
1-1 시장참여자 중심 협력기반 마련		
② 지역 단위 녹색구매지원센터 운영 활성화	<input type="checkbox"/> 지자체·지역단체·지역행사와의 연계 사업 확대 - 친환경 소비자양성, 친환경 소비문화 형성	녹색구매지원센터 확대 (누적)
③ 녹색소비 활성화 거버넌스 모델 개발·구축	<input type="checkbox"/> 시민주도형 녹색소비 거버넌스 모델 개발, 운영, 교육 추진 - 제로웨이스트 매장 활성화를 위한 국내 모델 개발, 적용, 교육·홍보 <input type="checkbox"/> 산업계 녹색소비 활성화 추진	-
④ 환경표지 무단사용 시장감시단 역할 강화 및 모니터링 운영	<input type="checkbox"/> 환경표지 무단사용 모니터링	환경표지 무단사용 위반 행위 적발 건수

1-4 녹색소비 촉진 법·제도 기반 구축

3) 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획에 수립되어 있는 42개 추진과제 가운데 성과지표와 연계되어 있는 과제는 총 17개임

세부전략 및 추진과제	소비자접점 주요 정책과제 및 내용	성과지표와의 연계
① 온라인 녹색매장 지정제도 도입	<input type="checkbox"/> 온라인 녹색매장 지정제도 도입 <input type="checkbox"/> 온라인 녹색제품 판매공간 설치 기준 마련	온라인 녹색매장 지정 기준 제정 및 지정기업선정(건수)
② 제로웨이스트를 활용한 녹색제품 활성화	<input type="checkbox"/> 제로웨이스트 매장 활성화 기반 구축 <input type="checkbox"/> 제로웨이스트 매장을 통한 녹색제품 활성화 <input type="checkbox"/> 제로웨이스트 확산을 위한 규제 합리화	-
2-1 생활밀착형 녹색제품 확대		
① 인증기준 개선을 통한 다소비 일상생활 용품 인증 유도	<input type="checkbox"/> 다소비 일상생활용품 인증기준 개선 - 일상에서 다소비되는 품목을 중심으로 인증기준 개선 - 국민체감 가능 품목을 중심으로 인증기준 마련	생활밀착형 녹색제품의 개선된 인증기준 건수
② 환경표지 인증기준 제·개정 관련 이해관계자 연계 강화	<input type="checkbox"/> 녹색제품 정보시스템 내 인증 관련 게시 판 개설 - 인증기준에 대한 소비자의견 수렴 및 상 시적 수요조사 <input type="checkbox"/> 민간단체와의 연계강화 방안 마련 - 인증기준 제개정시 국민들의 요구 반영 및 소통 채널 구축	-
2-2 사회·환경변화 대응 녹색제품 인증개선		
② 녹색제품 위해성 관리 체계 마련	<input type="checkbox"/> 녹색제품 위해성 관리 방안 마련 - 생활환경 및 인체에 중대한 위해를 끼칠 우려가 있다고 인정되는 녹색제품의 인증 사용 중지 검토	
2-3 서비스 분야 녹색제품 인증 활성화		
① 유통·포장 서비스 관련 인증 도입	<input type="checkbox"/> 유통·포장 서비스 관련 인증기준 관련 조 사·분석 <input type="checkbox"/> 유통·포장 서비스 인증기준 마련	서비스 분야 인증기준 수립
② 실내청소 서비스 인증 도입	<input type="checkbox"/> 실내청소 서비스 인증기준 마련	

세부전략 및 추진과제	소비자접점 주요 정책과제 및 내용	성과지표와의 연계
③ 여행 서비스 인증 도입	<input type="checkbox"/> 여행 서비스 인증기준 마련 - 쓰레기 및 폐기물 관리, 친환경 교통수단 이용 등	
3-1 녹색소비 교육 확대		
① 생애주기별 녹색소비 교육 강화	<input type="checkbox"/> 소비자 생애주기별 녹색소비 교육 다양화 - 취학 전~일반에 이르기까지 전 생애주기별 교육 프로그램 마련 <input type="checkbox"/> 지역 환경교육개학 내 녹색제품·소비 연계 - 녹색소비, 녹색제품 사용 활성화를 위해 학교 교과과정에 반영 등	녹색제품·소비 구매교육 수료인원
3-2 녹색소비 홍보 강화		
① 다양한 홍보를 통한 녹색제품 가치 제고	<input type="checkbox"/> 녹색제품에 대한 환경이슈 연계 대국민 홍보, 환경표지 인지도 제고	녹색제품 가치제고를 위한 홍보 횟수
② 녹색제품·소비를 상징하는 인기 캐릭터 매칭·활용	<input type="checkbox"/> 캐릭터를 활용한 홍보 - 기존 캐릭터 및 인기 캐릭터를 활용하여 녹색제품·소비에 대한 홍보상품 제작 배포를 통한 홍보 강화	-
③ 4차 산업 기술을 활용한 홍보 활성화	<input type="checkbox"/> 사물인터넷(IoT)·빅데이터 활용 홍보 - 이용자 위치를 파악해 녹색제품 유통·판매 매장 위치정보 제공 - 소비자 니즈에 맞는 맞춤형 녹색제품 분석 제공 <input type="checkbox"/> 가상현실·증강현실을 통한 활용 홍보 - 녹색제품 체험형 VR·AR 콘텐츠 제작	-
④ 제품의 부당한 환경성 표시·광고 모니터링 및 정보 접근성 제고	<input type="checkbox"/> 부당한 환경성 표시·광고 모니터링 - 환경성 표시·광고 자율시정 프로그램 운영 및 홍보 등	부당한 표시광고 위반행위 적발 건수
3-3 녹색소비 문화 형성		
① 녹색소비 장려 캠페인 실시	<input type="checkbox"/> 소비자 참여 체험 활동, 이벤트 시행 등을 통한 녹색제품 친밀도 향상 <input type="checkbox"/> 우수 녹색제품·소비 홍보 활성화	-

세부전략 및 추진과제	소비자접점 주요 정책과제 및 내용	성과지표와의 연계
② 그린카드 제도개선 및 서비스 확대	<input type="checkbox"/> 그린카드 발급 확대 및 홍보 <input type="checkbox"/> 그린카드의 대중화 촉진 - 그린카드 제휴 시설 확대 및 다양한 인센티브 제공	그린카드 발급(누적)
③ 녹색소비 아이디어 콘테스트 개최	<input type="checkbox"/> 녹색소비 실천기반 확립에 관한 공모 <input type="checkbox"/> 콘텐츠 제작	-
4-1 신경제(구독·공유) 활용 녹색제품 체험 확대		
② 녹색제품의 구독을 위한 온라인 플랫폼 활용	<input type="checkbox"/> 구독중개 플랫폼을 통한 녹색제품 활성화 비즈니스 모델 개발 - 소비자-구독중개 플랫폼-환경부 간 구독 서비스 비즈니스 모델 구축	신경제 활용 녹색제품 Biz모델 개발 및 사업운영
4-2 소비트렌드 맞춤형 유통채널 제공		
① 온라인 플랫폼 내 녹색제품 전용관 개설·운영	<input type="checkbox"/> 온라인 쇼핑몰 연계 녹색제품 전용 카테 고리 및 전용 홍보관 운영	-
② 녹색(특화)매장 개선·확대 운영	<input type="checkbox"/> 소비자 접근용이성을 고려한 녹색매장의 질적·양적 확대 - 녹색제품 구매 편의성 및 접근성 증진 <input type="checkbox"/> 녹색특화매장 확대 운영으로 녹색소비 문화 확산 - 비포장 소분판매, 상품 포장재 최소화, 친 환경 소비 캠페인 등을 도입한 녹색특화 매장 확대 운영 추진	녹색특화매장(누적)
③ 녹색제품 무인판매 서비스 도입	<input type="checkbox"/> 녹색제품 자동판매기(그린셀러(가칭)) 시스 템 구축 및 시범사업 추진 - 학원 키즈카페, 빨래방, 병원등 시범장소 선정 및 점진적 확대 운영 추진	-

※ 자료 : 환경부(2021), 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획(2021~2025)

☐ 녹색소비 인프라 강화를 위해 시민주도형 녹색소비 거버넌스 모델 개발·운영·교육 추진, 온라인 녹색매장 지정제도 도입, 제로웨이스트 매장 활성화 등 소비자의 참여나 일상생활에서 녹색제품·소비의 접근성 강화를 위한 정책과제들이 새롭게 수립됨

- 특히 녹색소비 촉진에서 다소 소홀할 수 있는 제품의 소비 및 처분단계에서 발생하는 폐기물(쓰레기)을 감축하기 위한 정책과제를 녹색소비 문화 확산의 한 축으로 편입시키고 있음
 - 다만, 이러한 정책과제가 성과지표와 연계되지 못하는 미흡성이 있어 향후 지속적인 정책과제로 고려하면서 보완할 점으로 보임
- 제4차 기본계획의 두드러진 특징중 하나는 일반 소비자들이 손쉽게 녹색제품을 만나볼 수 있도록 일상생활에서 많이 사용하는 제품의 녹색제품 인증을 확대하는 것과 서비스 분야에서의 녹색제품 인증을 고려한다는 점임
- 즉, 개인위생용품, 생활용품 등 생활밀착형 제품에 대한 인증을 확대하고, 소비자 체감 가능 품목을 중심으로 인증기준을 제정하는 등의 수요자 중심 녹색제품 확대를 추진하고 있음
- 또한 녹색소비생활 영역 확대를 위해 유통·포장서비스, 실내청소서비스, 여행서비스 등 생활과 밀접한 서비스를 대상으로도 인증기준 마련을 추진하고 있음
- 마지막으로 녹색 신시장 창출에 대한 전략을 추진함에 있어서 소비 트렌드 맞춤형 유통채널 제공과 녹색제품 국제협력에 있어서도 소비자의 정보탐색 비용을 줄일 수 있는 차원에서의 검토가 필요
- 즉, 환경인증표지에 대한 소비자 인지도가 높지 않은 상황에서 온라인 플랫폼에서의 녹색특화매장 운영을 통한 친환경 제품 구매촉진의 노력은 소비자가 녹색제품에 대한 정보탐색 비용을 줄이는데 기여할 수 있는 반면, 자칫 부당한 환경성 표시·광고에 대한 노출의 위험이 커질 수 있

는 점을 고려해야 함

- 아울러 온라인 플랫폼상의 거래에서 사업자의 책임, 중개업자의 책임 등을 모두 고려한 상태에서 친환경제품에 대한 중요정보나 필수정보를 소비자에게 정확히 제공할 수 있는 방안 모색도 필요

3. 제5차 소비자정책기본계획에서의 녹색소비 관련 주요내용

- 제1차~제4차에 이르는 소비자정책기본계획에서의 녹색소비 관련 정책과제들은 대부분 소비자인식제고나 녹색소비촉진을 위한 제도 마련과 소비자 선택권 강화 및 알권리 충족 측면에서 정보제공을 강화하는 것에만 역점을 두었다는 점에서 한계가 있음
- 특히 자원순환·관리에 대한 소비자정책과제는 거의 보이지 않고 있으며, 녹색소비 촉진과 더불어 일회성 이벤트나 캠페인성 과제로 그치는 경우가 대부분이었다는 것에 미흡한 점이 있었음
- 2021년 첫 시행되는 제5차 소비자정책기본계획('21~'23)은 지난 4차 기본계획의 한계를 보완하여 수립되었는데, 코로나19로 인한 비대면 거래 증가 등 변화된 소비환경을 반영하여 향후 3년간 정부의 소비자정책의 방향을 제시하고 있음
- 또한 코로나19 이후 디지털 전환 가속화에 따른 소비자권익 증진을 위해 소비자정책 강화 요구, 그린 전환 가속화에 따른 지속가능한 소비환경 조성등과 같은 정책환경을 반영하고 있음

□ 특히 제5차 소비자정책기본계획에서는 녹색소비와 관련한 정책과제와 관련하여, ‘지속가능한 소비생태계 구축’이라는 추진전략 하에 1) 지속가능하고 책임있는 소비·경영 활성화 2) 자원순환 소비문화 촉진이라는 2가지 축의 중점과제 수립·이행될 예정

○ 그 외에도 다른 정책 목표 하에 녹색소비와 관련 있는 정책과제도 다수 있으며, 총 141개의 세부정책계획 가운데 녹색소비 관련 세부정책계획은 총 14개임

<표 2-4> 제5차 소비자정책기본계획 내 녹색소비 관련 주요 정책과제

세부전략 및 추진과제	녹색소비 주요 정책과제 및 내용	추진 주체
1.3 소비자거래 시장 개선 및 법 집행 강화		
1.3.2 온라인·신유행 표시·광고 감시 및 시정 강화	1.3.2.1 부당한 친환경성 표시·광고 감시 및 관리 강화	환경부
1.5 기업의 소비자중심경영 문화 확산		
1.5.2 소비자중심의 중소기업·소상공인 상생 기반 구축	1.5.2.1 지속가능한 상생을 위한 에코디자인 개발 지원 - 혁신형 에코디자인 시제품 개발을 지원, 소비자지향적 시장 진입을 위한 인증, 제품 홍보 등을 지원 1.5.2.2 친환경가치 창출을 위한 제품·포장재 분리배출 개선 - 소비자가 제품·포장재를 쉽게 분리배출 할 수 있도록 재질 중심에서 배출방법 중심으로 분리배출 표시 개선, 올바른 분리배출 방법 홍보	환경부
2.3 지속가능한 소비생태계 구축		

세부전략 및 추진과제	녹색소비 주요 정책과제 및 내용	추진 주체
2.3.1 지속가능하고 책임 있는 소비·경영 문화 활성화	2.3.1.1 바른 식생활·식문화 확산을 위한 생애주기별 맞춤형 식생활 교육 추진 2.3.1.2 친환경 농산물 소비자 신뢰 제고 및 소비 확대 2.3.1.3 푸드플랜 기반의 로컬푸드 활성화와 농산물 인증 관리로, 소비자 선택권 및 먹거리 접근성 제고 - 로컬푸드 활성화, 지역 자급 기반을 통한 소비 확대 - 친환경 농산물·GAP 인증제도 내실화 추진으로 소비자 신뢰 제고, 유통구조 개선 및 소비채널 다양화	농식품부
	2.3.1.4 지속가능하고 책임있는 소비문화 활성화 - 친환경 기술 체험, 친환경 제품 판매전, 친환경 정책 홍보관 운영 등을 통한 친환경 소비문화 촉진 2.3.1.7 지속가능한 소비 및 윤리적 소비 확산을 위한 친환경 교육 강화 - 지역 밀착형 녹색구매지원센터의 전국적인 육성을 통하여 친환경소비생활 교육 강화 등 - 코로나19 등 비대면 강화로 인한 학령별로 체계적이고 효과적인 교육프로그램 운영 및 다양한 콘텐츠 개발	환경부, 지자체
	2.3.1.5 지속가능한 소비문화 활성화 - 지속가능한 소비생태계 구축 및 책임 있는 소비문화 정착을 위한 범국민 캠페인 등 수행 - 자원의 재사용성 강화를 위한 지역커뮤니티 활성화 및 온라인플랫폼 등을 활용한 친환경소비문화 확산 및 공유경제 활성화	공정위 (한국소비자원)
	2.3.1.6 소비자편익제고 관점의 지속가능한 관광 촉진 - 소비자편익제고 관점의 지속가능한 지역 관광 자원 개발 활성화	문체부
	2.3.1.8 협동조합 등 사회적 경제기업에 대한 소비자 정보제공 강화	기재부

세부전략 및 추진과제	녹색소비 주요 정책과제 및 내용	추진 주체
2.3.2 자원순환 소비문화 촉진	2.3.2.1 자원순환 친환경소비 촉진 강화 - 일회용품 및 과대포장의 관리대상 확대 등 2.3.2.2 친환경소비를 위한 친환경제품 정보제공 - 친환경제품 정보 제공 및 구매를 유도할 수 있는 온라인 플랫폼 구축 - 온라인 녹색매장 시범사업을 연중 운영하여 친환경제품 판매 지원	환경부
	2.3.2.3 지속가능한 자원순환 소비문화 촉진 - 소비자정책지표와 연계한 평가 항목 발굴 등	공정위(한국 소비자원), 지자체

※ 출처: 「황미진·지광석·허민영(2020) 제5차 소비자정책 기본계획 수립 연구, 한국소비자원 정책연구보고서 및 공정위, 제5차 소비자정책 기본계획 발표자료, 2021.1.7」의 내용을 연구자가 재작성

□ 소비자정책기본계획 내 녹색소비 관련 정책과제들은 14개 과제 가운데 7개가 환경부가 추진 주체로 있으며, 그 외 농식품부, 공정위, 문체부, 기재부, 지자체 등이 주체 혹은 참여하고 있음

○ 특히 환경부가 주체하고 있는 정책과제는 앞서 분석한 제5차 녹색제품 구매촉진 기본계획에서 확인되는 과제들임

○ 이는 녹색소비 관련 정책과 소비자정책이 상당한 연계성을 가지고 추진할 때 보다 시너지효과가 날 수 있음을 보여주는 예라고 볼 수 있음

□ 또한 그간 지속가능한 소비, 친환경 소비 등 다양한 명칭으로 녹색소비 관련 정책이 수립되고 지속되는 와중에 자원순환 및 관리에 대한 내용이 제5차 기본계획 내에 주요 세부계획으로 위치했다는 것에 큰 의미가 있음

○ 이로써 소비자정책에서도 녹색소비 뿐만 아니라 쓰레기(폐기물) 생산과 재사용, 자원의 재활용 등의 측면을 고려한 정책과제를 추진함으로써 기

후변화와 탄소중립을 달성하고자 하는 그린 뉴딜을 추진하는데 다각적이며 보다 적극적으로 기여할 수 있을 것으로 기대

4. 시사점

- 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획과 제5차 소비자정책기본계획 수립의 기반인 정책환경은 코로나19 대유행으로 온라인 소비시장의 확대, 디지털 전환과 그린 전환으로 대표되는 한국판 뉴딜 정책 추진 등과 같은 공통의 요소를 가지고 있음
- 더군다나 전세계적으로 환경적 관심이 크게 증가하고 그린 뉴딜이 글로벌한 의제로 부상하면서, 제5차 소비자정책기본계획에서는 ‘지속 가능한 소비 활성화’와 ‘자원순환 소비문화 촉진’이 제4차 녹색소비 구매촉진 기본계획에서는 ‘민간 녹색소비 시장 활성화를 위한 인프라 강화’, ‘녹색소비 교육 확대’, ‘녹색소비 문화 형성’, ‘온라인 플랫폼을 활용한 녹색신시장 창출’ 등에서 연계점을 가지고 있음
- 이에 양 정책과제를 효율적으로 추진하면서 보다 시너지 효과를 갖기 위해 1) 소비자편익 제고, 2)정보탐색 비용 감축 노력, 3)온라인 플랫폼 시장 등 신경제 시장에서의 소비자신뢰 구축 4)녹색제품·소비의 국제협력 등과 같은 노력이 필요한 것으로 보임
- 첫째, 생활밀착형 제품 및 서비스에 대한 새로운 녹색제품 인증 기준을 마련할 경우에는 그간 관련 제품 및 서비스에서의 소비자불만 및 피해 등을 분석하는 시장에 미치는 영향평가와 소비자편익을 제

고한 인증기준 마련 등의 세심한 고려가 요구됨

□ 둘째, 녹색제품·소비에 대한 정보탐색 비용 감축 노력이 필요

- 앞서 밝힌 바와 같이 환경인증표지에 대한 소비자인식이 저조는 동 시장에서 소비자정정보가 왜곡되거나 표시·광고상 소비자로 하여금 오인케 하는 요소가 매우 많음을 의미할 수 있음
- 이에 대한 대응으로 환경부는 꾸준히 부당한 환경인증 표지에 대한 시장 모니터링을 실행하고 있으나 녹색전환이 급부상되고 신경제 시장이 확대됨에 따라 시장 모니터링만으로는 한계가 있음
- 따라서 녹색제품·소비가 자연스럽게 일상으로 확산되기 위해 해당시장에서의 환경성 정보가 적절하게 제공됨으로써 소비자의 정보탐색 비용을 줄이고 소비자신뢰가 제고될 수 있도록 하는 노력이 필요

□ 셋째, 코로나19로 가속화된 녹색소비와 비대면 거래 증가는 녹색제품·소비의 활성화를 위해 온라인 플랫폼에서의 녹색제품 유통 등의 방안을 모색하도록 함

- 다만, 온라인 플랫폼에서의 사업자 책임과 중개업자의 책임을 모두 고려한 상태에서 녹색제품·소비에 대한 중요정보, 필수정보 등을 소비자에게 정확하게 제공할 수 있는 방안이 동반되어야 하며 이를 통해 온라인 시장에서의 소비자신뢰 구축을 같이 염두해야 할 것임

□ 마지막으로 녹색제품·소비에서의 국제협력네트워크 강화가 있음

- 환경영역에서 그간 녹색소비에 관한 국제협력 네트워크 구축과 각종 의

제 논의는 지속적으로 이루어져옴

- 다만, 국제거래가 지속적으로 증가하고, 녹색제품에 대한 다양한 수요로 인해 부당한 환경성 표시(그린워싱)에 대한 문제는 국제적으로 공유되어야 할 문제로 보임
- 따라서 제품의 부당한 환경성·표시 광고에 대한 시장 모니터링 국제공조를 위해 각 국의 환경당국, 소비자정책당국 등과의 협력체계를 구축하고 시장 모니터링을 지속적으로 실시함으로써 소비자에게 정보를 제공할 수 있는 방안을 강구
- 녹색소비를 활성화하기 위한 전략과 목표를 수립하여 정책과제를 이행할 때 우선적으로 녹색 소비시장이 현황을 파악하고, 정책이행을 강화함으로써 각 정책 목표들이 효율적으로 달성되기 위해 양 정책 간 연계는 매우 중요한 노력임

[참고 목록]

- 배순영(2021), 개인·가정의 녹색소비 활성화 방안, ‘녹색전환정책포럼’ 제6차 회의 자료(‘21.1.22, 미간행)
- 환경부(2021), 제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획(2021~2025)
- 공정거래위원회(2021), 제5차 소비자정책기본계획(2021~2023)
- 허민영·황미진(2020), 소비자정책과 친환경정책 연계 강화 방안, 정책연구보고서 20-01, 한국소비자원
- 이동학(2020), 쓰레기책-왜 지구의 절반은 쓰레기로 뒤덮이는가, 오도스

*본 연구의 내용은 연구자 개인의 견해이며 공식 견해가 아닙니다.