

올해 리우에서는 지속가능한 성장을 위해 전 세계가 하루빨리 녹색경제로 이행할 것을 촉구했다. 녹색경제의 혈관은 생산과 유통, 그리고 소비의 선순환 구조다. 우리는 녹색공공구매로 생산과 소비의 혈액 순환을 가져왔고, 그린카드로 소비활동의 새로운 패러다임을 제시했다.

## 녹색생활을 즐기는 문화를 만든다.



### 윤 승 준 | 한국환경산업기술원장

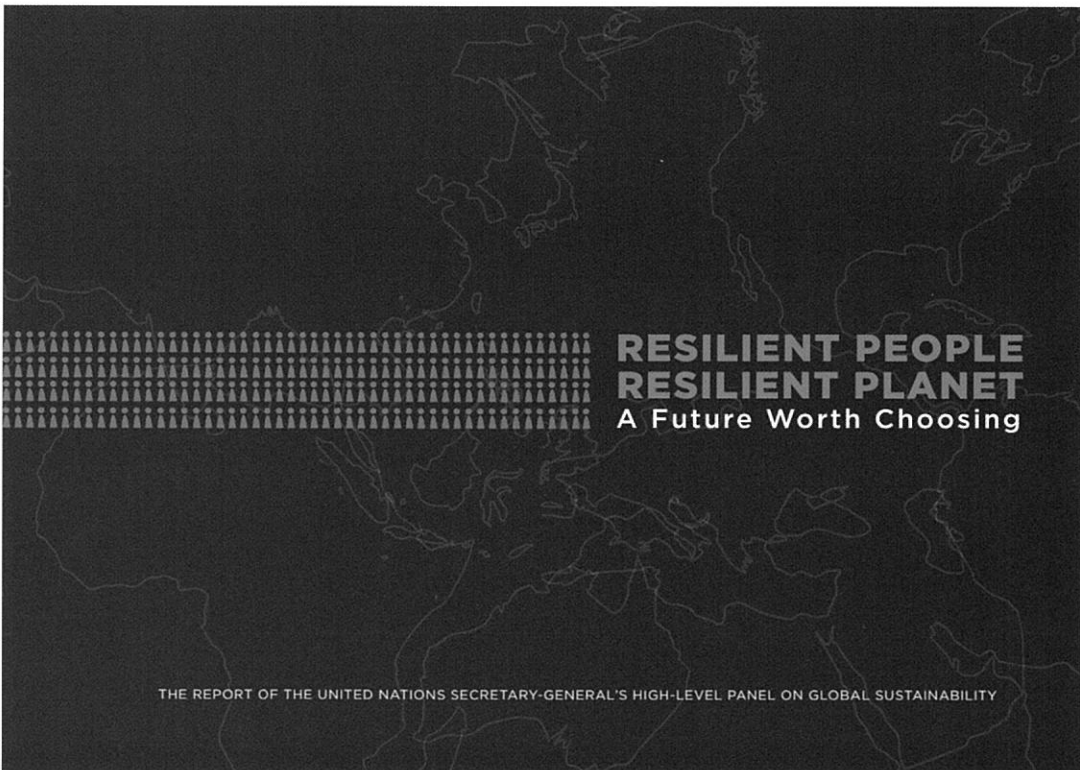
한양대 기계공학, 미국 일리노이대 석사, 한양대 박사(환경공학)

경제협력개발기구(OECD) 대표부 환경 컨설턴트, 환경부 정책기획관, 물환경정책국장

국립환경과학원장, 현) 한국환경산업기술원장(2011. 8~), 유엔환경계획(UNEP) 국제환경기술센터(IETC) 자문위원(2012. 11~)

홍조근정 훈장(2009), 한-EU 협력상 최고효율화상(2011)

tel. 02-3800-501 | yoonsj@keiti.re.kr



**국제뉴스를** 보면 유럽 발 금융위기는 아직도 진정되지 않은 것 같다. 경제 전문가들은 그 여파가 우리 경제의 장기적 성장에도 적지 않은 영향을 미칠 것이라고 분석한다. 우리나라 좁은 땅에 앉아서도 세계 경제의 동향에 관심을 가져야 하는 이유가 바로 이런 직간접적 영향 때문이다.

환경 분야도 마찬가지다. 기후변화와 같은 환경 이슈는 지역을 넘어 전 세계적인 영향을 낳는다. 홍수, 폭설, 가뭄과 폭염, 초대형 태풍 등으로 세계 곳곳이 동시다발적인 이상 기후에 시달리고 있다. 이미 환경 문제는 지역 내 환경 보존의 범위를 넘어서서 전 세계적인 대응이 필요한 상황이 되었다.

지난 6월에는 브라질 리우에서 이러한 문제를 논의하는 모임이 열렸다. 지구정상 회의라는 자리에서다. 20년 전에 그랬던 것처럼, 전 세계 150여 나라의 정상들과 전문가들이 머리를 맞대고 해법을 고민했다.

나도 이곳에서 우리의 경험을 바탕으로 몇 가지 실천방안을 제시했다. 그 첫 번째가 유엔환경계획(UNEP)이 주관한 '지속가능 공공구매 컨퍼런스'에서 소개한 녹색구매 제도다. 녹색제품을 확산하는 가장 확실한 방법은 무엇일까? 소비자가 앞장서서 녹색 제품을 구매하면, 기업은 신나서 제품 생산에 나설 것 아닌가? 소비를 촉진하여 생산을 자극한다는 역발상이 바로 녹색구매 제도다.

우리는 2004년에 이 제도를 도입했다. 공공부문이 솔선하도록 했다. 그 결과 지난 2010년에는 1조 6천억 원 어치의 공공구매 실적을 냈다. 일본, 미국, 그리고 유럽의 환경선진국들에게도 귀감이 되는 실적이다.

이 뿐만이 아니다. 공공부문은 지난 5년간 더 나아가 에너지 절약 제품, 절수 제품을 자발적으로 사용해서 예산을 418억 원 절감하고 이에 따라 온실가스 발생량도 276만 톤을 줄였다. 어린 소나무를 2천 5백만 그루 심은 것과 같은 효과다.

이런 우리의 활동과 녹색제품 구매 성과는 국제적으로도 꽤 반향을 불러 일으켰다. 지난 2월에 발간된 유엔의 고위급 패널 보고서에 한국의 녹색 공공구매제도가 모범 사례로 소개되기도 했던 것이다. 우리의 제도가 국제적으로 인정받은 셈이다.

우리가 지난 50년 간 경제개발의 과정에서 해외 선진국의 원조에 크게 도움을 받았던 사실을 생각해보면, 우리의 정책과 제도가 다른 나라의 모범으로 꼽히는 점에서 달라진 우리의 위상을 실감한다. 그런데 여기가 끝이 아니다.

#### ◀ < 사진설명 >

유엔 고위급 패널 보고서 표지.  
이 보고서에 우리나라의 녹색제품 공공구매제도가 모범 사례로 소개되었다.

다른 사례로 그린카드를 들 수 있다. 우리는 지난해에 녹색문화의 효과적인 실천 도구로 그린카드를 도입했다. 그린카드는 보편적 결제 수단으로 쓰이는 신용카드를 이용해서 녹색생활을 실천하도록 만든 인센티브 제도다.

그린카드를 이용해 녹색제품을 구매하거나 대중교통을 이용하거나 아니면 에너지를 절약하면, 정부와 지자체, 그리고 기업이 포인트를 지급한다. 제공된 포인트는 언제든지 현금처럼 사용할 수 있으니, 그린카드는 환경도 지키고 가정 경제에도 도움이 되는 일석이조의 똑똑한 카드다.

조사에 따르면 우리 국민의 90% 이상이 녹색생활의 중요성을 인식하고 있지만 녹색생활 실천지수는 30%에 불과하다고 한다. 그 이유로 녹색생활은 번거롭고 어렵다는 생각, 녹색 제품은 비싸고 구매할 곳이 부족하다는 생각이 팽배하기 때문이라고 했다.

그렇다면 쉽게 실천할 수 있고 녹색 실천을 유인할 수 있는 보상 제도가 마련된다면, 녹색 생활을 방해하는 장애물을 뛰어 넘을 수 있을 것 아닌가? 바로 이 지점이 그린카드의 출발점이다.

지난해 7월에 첫 선을 보인 후, 출시한 지 6개월 만에 이용자 수가 100만 명을 넘었다. 금융권에서도 놀라운 속도라고 했다. 국무총리실 녹색성장 평가 우수사례 선정, 금융감독원 신용카드 부문 최우수상 수상 등 굵직한 상도 많이 받았다.

지난 6월 리우에서 제시한 실천방안의 두 번째가 바로 이것, 그린카드다. 코피아난 전 유엔사무총장이 주도해서 만든 유엔글로벌컴팩트(UNGC) 포럼에서 나는 그린카드를 소개했다. 사이먼 업론 경제협력개발기구(OECD) 환경국장은 소비자의 참여를 이끌어 낸 혁신적인 메커니즘이라며 호평했다. 브라질 환경부 국장은 자기들도 그린카드를 도입하고 싶다는 뜻을 보였다.

보스턴컨설팅그룹(BCG)의 조사에서도 실천 방법의 부재가 소비자들의 녹색생활에 가장 큰 걸림돌이라고 했다. 유럽이나 미국 등의 환경 선진국도 우리나라와 마찬가지로였다. 이 점은 그린카드의 국제화 가능성을 높여준다. 앞서 OECD와 브라질 등의 외국에서 그린카드에 관심을 보인 것도 같은 맥락일 것이다.

출시 1년을 즈음해 그린카드의 비즈니스 모델이 특허를 받는 경사도 있었다. 사업 모델로서 독창성을 공인받았으니 지속적으로 성장할 수 있도록 잘 다듬어야 할 것이다. 지금은 국제 특허도 출원한 상태다. 그린카드는 기후변화를 이겨낼 수



있는 유일한 실천 모델로서 명실상부한 국제적 대표 선수가 될 것 같다. 그리고 그린카드는 우리의 금융서비스 제도도 국제무대에서 통할 수 있음을 여실히 보여 준다.

올해 리우에서는 지속가능한 성장을 위해 전 세계가 하루빨리 녹색경제로 이행할 것을 촉구했다. 녹색경제의 혈관은 생산과 유통, 그리고 소비의 선순환 구조다. 우리는 녹색공공구매로 생산과 소비의 혈액 순환을 가져왔고, 그린카드로 소비 활동의 새로운 패러다임을 제시했다.

여기에 덧붙여 녹색매장과 녹색구매지원센터 등으로 유통 부문에도 혈액을 공급할 수 있게 했다. 그야말로 생산 - 유통 - 소비의 삼박자를 갖춘 것이다. 6월에 열린 녹색소비 페스티벌에는 백화점 4개사와 대형 할인점 3개사, 유기농 매장과 편의점 등 총 1만 4천 여 곳의 점포가 동참해 한바탕 축제로 진행되었다.

### 녹색 생활은

지구환경의 악화에 책임있는

사람들이 무거운 마음으로 빛을 갠 행위가 아니다.

누구나 일상 속에서 남들보다 한발 먼저 조금 더  
자연친화적인 생활에 동참하는 일이다.

선량한 시민들이 이런 문화적 여유를 누릴 수 있도록  
인프라를 갖추는 일, 우리가 하고자 하는 일이다.

