

기능과 친환경성은 제품의 양날개

소비자 10명중 6~7명,
제품구매시 “기능, 환경성 동시 고려”

우리나라 소비자들은 전자제품 구매시 제품의 기능 뿐 아니라 친환경성 여부에 대한 정보도 원하는 것으로 조사되었다.

산업자원부가 지난 2개월에 걸쳐, 인터넷을 통해 실시한 「전자제품의 기능과 환경성 정보에 대한 소비자 설문조사」 결과, 대부분의 소비자들이 제품 구매시 기능과 환경성을 동시에 고려한다고 대답해, 이제 우리나라의 소비자들도 제품의 친환경성에 대한 요구수준이 높아지고 있는 것으로 나타났다.

설문조사 결과, 소비자 10명중 6~7명이 전자제품 구매시 제품의 기능과 환경성에 대한 정보를 동시에 요구하고 있었으며, 구모델과 신모델을 비교하여 구매할 경우에도, 응답자 70% 이상이 두 모델간의 성능 향상과 환경성 향상에 대한 정보를 동시에 원하는 것으로 나타났다. 특히, 10명중 4명의 소비자는 제품의 성능과 환경의 개선 정도를 나타내는 지수인 ‘환경경제효율지표’와 같은 표시정보를 원한다고 응답하였다.

한편, 이번 조사와 별개로 환경부가 지난해 9월 실시한 「친환경상품 구매에 대한 여론조사」결과, 친환경상품에 대한 불만족 요인중 품질 불만이 84.4%에 이르는 것으로 조사되어, 소비자의 올바른 선택을 위해서는 단순히 환경성 정보만을 제공하는 것이 아니라, 제품의 품질에 대한 정확한 정보도 함께 제공되어야 할 필요성이 있는 것으로 나타났다.

최근 이러한 친환경제품에 대한 소비자의 관심은 국제적인 추세로, 이는 곧 친환경제품 생산기업의 매출증대로 연결되고 있다. 가까운 일본의 경우, '03년 722개 기업을 대상으로 조사한 결과 전체의 58%가 전년에 비해 친환경상품 매출이 증가한 것으로 나타났으며, 녹색구매를 추진한 기업수도 1996년 109개에서 1,128개로 크게 늘어난 것으로 집계되었다. 한편, 미국의 경우도 지속가능한 제품에 20%의 사회·환경비용을 추가로 지불할 의사가 있는 로하스(LOHAS)족이 소비자의 32%에 달하고 있는 것으로

조사되었다.

산업자원부는 이러한 소비자의 성향 및 시장의 흐름에 발맞춰, EU 및 일본 등 선진국에서 실시하고 있는 “환경경제효율 지표”를 국내 실정에 맞게 개발하기 위한 사업에 착수하였다. 향후 환경경제효율지표 개발이 완료되면 다 소비 전자제품에 시범적용할 예정이며, 이를 통해 기업이 소비자의 요구에 부응할 수 있는 기능성과 환경성이 우수한 제품 개발에 박차를 가할 수 있도록 할 예정이다.

전자제품의 기능과 환경성 정보에 대한 소비자 수요 조사 결과

- 조사기간 : '06. 2 ~ 3월
- 조사대상 : 냉장고, 세탁기, 노트북 등 3개 전자제품 별 전국의 구매 경험자 성인(20~40대) 각 500명씩 (총 1,500명)
- 조사방법 : 인터넷 설문조사(실시기관 : 폴에버)

□ 전자제품 구매시 희망하는 정보의 종류

- 냉장고 구매시 희망하는 정보의 종류
 - 냉장고의 경우 기능과 환경성 정보를 모두 원하는 소비자가 전체 500명중 352명으로 70%를 차지해, 기능(135명, 27%)이나 환경성(13명, 3%)을 한쪽만 고려한다는 대답을 크게 앞섰다.
- 세탁기 구매시 희망하는 정보의 종류
 - 세탁기의 경우 기능과 환경성 정보를 모두 원하는 소비자가 전체 500명중 306명(61%)을 차지해, 기능(169명, 34%)이나 환경성(25명, 5%)을 한쪽만 고려한다는 것을 크게 앞섰다.
- 노트북 구매시 희망하는 정보의 종류
 - 노트북의 경우 제품 구매시 기능과 환경성 정보를 모두 원하는 소비자가 전체 500명중 293명(59%)이었으며, 기능 정보를 원하는 소비자가 181명(36%), 환경성 정보 26명(5%)으로 조사됐다.