

# 일본의 에너지 효율화를 위한 에코포인트 제도 시행 및 시사점

2009. 5

- 
- 지난주 일본 에코포인트 제도가 본격 시행됨(5/15)
    - o 소비자가 탄소배출량이 적은 친환경 가전제품을 구입할 경우 정부예산으로 구입금액의 5%를 차후 현금처럼 사용가능한 포인트로 환원해주는 제도임
    - o 이는 탄소배출량 절감을 통한 교토의정서 이행, 심각한 내수 부진 타개를 위한 소비유인책, 위기극복 후를 대비한 신성장 산업 육성 등 3가지의 효과가 기대됨
  - 본 보고서에서는 동 제도의 주요 내용 및 기대효과, 시사점에 대해 분석하였음
- 

국제무역연구원  
지역연구팀

(작성: 박기임 수석연구원(5177))

## 1. 일본 에너지 효율화를 위한 정책 동향

□ 일본은 가전제품에 에너지절약 성능을 소비자가 알기 쉽도록 마크로 표시한 「에너지절약 라벨링」 제도를 2000년 8월부터 실시하고 있음

- 소비자들에게 에너지절약 제품의 보급을 확대하는 동시에, 제조업체에게 에너지 효율 개선노력을 촉진할 목적임

<에너지절약 라벨>

○ 당초 에어컨, 냉장공, 냉동고, TV, 형광등기기 등 5개 품목을 대상으로 시작, 현재 16개 품목으로 확대시행중임

○ 에너지절약 기준을 달성한 제품은 녹색마크, 기준을 달성하지 못한 제품은 오렌지색 마크로 표시

※ 단, 소비자가 녹색라벨이 부착된 제품 구입시 보조금 지급 등의 혜택은 없음



□ 「통일에너지절약 라벨」 제도를 2006년 10월부터 시행

- 소매업자가 에어컨, TV, 냉장고 3개 품목에 대해 에너지절약 성능에 관한 정보를 알기 쉽도록 표시하게 하는 제도로써 「통일에너지 절약 라벨」을 부착하도록 함

<통일에너지 절약 라벨>

[다단계평가제도]

○ 에너지절약 성능이 가장 우수한 등급에 속한 제품은 별 5개, 가장 열등한 등급에 속한 제품은 별 1개로 표시 ⇒

[에너지절약 라벨링]

○ 에너지절약 기준을 달성한 것은 녹색 달성하지 못한 것은 오렌지색 ⇒

[연간 예상전기요금]

○ 에너지소비효율을 알기 쉽도록 1년간 예상 전기요금을 표시. 낮은 금액일수록 우수 ⇒



□ 금년 5월 15일부터 소비자가 에너지 효율성이 높은 가전제품 구입 시 차후 현금처럼 사용할 수 있는 포인트를 적립해주는 「에코포인트」 제도를 시행

※ 단, 본 제도는 국회에서 금년도 추경예산이 통과될 경우에 시행되며, 작년 7월부터 시행되고 있는 「에코액션 포인트\*」 사업과는 별개임

\* 사업자가 회원기업을 모집, 지구온난화 대책상품 및 서비스 등을 구입한 고객에게 포인트를 부여함. 사업자는 회원기업으로부터 이용료를 받고, 회원기업은 이미지 제고와 포인트를 부여함으로써 고객의 충성도를 높일 수 있음

— 대상 품목은 에너지절약 성능을 표시한 「통일에너지절약 라벨」의 별표시 4개 이상을 얻은 「에어컨」, 「냉장고」, 「지상파디지털방송TV」 3개 품목의 총 2천개종임(시판중인 전기종의 63~76% 해당)

○ 동 3대 품목이 가정에서 배출하는 CO2양의 50%를 차지

<에코포인트>

○ 포인트 금액: 에어컨, 냉장고(구입가격의 5% 정도), 지상파디지털방송TV(구입가격의 10% 정도), 신제품 구입과 함께 사용하던 구형제품 반납(재활용 요금의 상당분)



예) 화면사이즈 46V 이상의 디지털방송TV를 구매하면서 기존 TV를 재활용으로 내놓는 경우 총 39,000엔(1Point=1엔) 상당의 포인트가 적립됨

<대상품목과 포인트 점수>

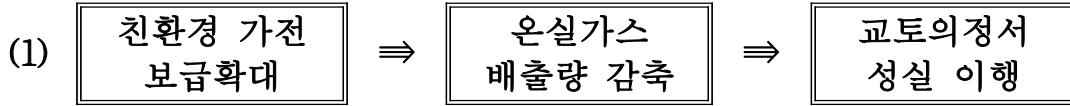
(단위: 천점)

에어컨		냉장고		지상파디지털방송TV	
냉방능력	포인트	내용량	포인트	화면사이즈	포인트
3.6kW ~	9	501L~	10	46V ~	36
2.8kW, 2.5kW	7	401L~500L	9	42V, 40V	23
~ 2.2kW	6	251L~400L	6	37V	17
		~ 250L	3	32V, 26V	12
				~ 26V	7
리사이클	추가 3	리사이클	추가 3	리사이클	추가 3

— 적립된 포인트로는 열차 승차권(승용차 배기가스 배출량 감소에 효과)과 차후 에너지절약과 환경배려에 우수한 상품, 지역경제 진흥에 유용한 상품 등을 구매할 수 있음

○ 포인트로 구매가능한 품목은 추경예산(2,950억엔)의 국회통과를 가정한다면 6월 이후에 확정될 예정

## 2. 에코포인트 제도 시행의 기대효과



□ 에코포인트 제도는 소비자의 친환경 가전구입과 행동에 대해 경제적으로 보상을 해주는 제도로서 이는 일본내 온실가스 배출량 감축과 나아가 교토의정서의 성실한 이행에 효과적일 것으로 기대

— 가정과 일반 사무실 등 민간부문의 전력 소비량이 증가하는 상황에서 특히 가정내 전력 소비량이 가장 높은 3대 품목인 에어컨(25.2%), 냉장고(16.1%), TV(9.9%)의 에너지 효율화가 급선무

□ 세계 주요국들의 탄소배출량 삭감 정책이 기업들에 대한 규제중심(deincentive)인데 반해, 일본의 에코포인트 제도는 기업과 소비자들의 자발적인 친환경 행동을 유인하는 지원중심(incentive)임

— EU 등 정부주도의 환경규제 및 정책시행은 에너지 효율화를 위한 막대한 비용을 기업에게 부담하게 한다는 점에서 끊임없이 정부-업계간 마찰을 초래하고 있음

사례) - EU집행위는 2012년부터 EU공항에 도착하거나, EU항공에서 출발하는 항공기에게 온실가스 배출량을 배분함

- 할당량은 2004~2006년 사이의 평균 탄소 배출량을 기준으로 97~95% 수준이 될 계획이며, 이중 15%는 유상화될 전망

- 이에 대해 국제항공협회(ICAO) 총회는 상호 합의없는 일방적 조치라며 반대의사를 표명함

— 에코포인트 제도는 기업의 자발적인 친환경 기술개발을 유인하는 동시에, 범국민차원의 일반 소비자들이 거부감 없이 에너지 효율화 운동에 동참할수있게 하여 에너지 효율화 정책의 실효성을 높임

사례) 소비자들이 전력 소비량이 적은 형광등을 사용하도록 하기 위해 EU는 전구유형별 판매금지 법규\*를 도입한데 반해, 일본은 소비자가 적립한 에코포인트로 형광등을 구입할 수 있도록 함

※ EU 집행위는 유럽내 백열등 판매를 2009년 9월부터 단계적으로 금지하여 2012년에는 완전히 금지하는 법규를 도입 (2009/03/18)

<참고: 일본의 교토의정서 이행 상황>

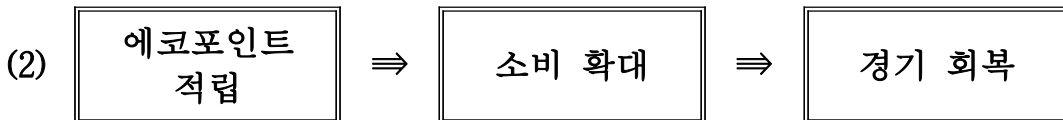
- 일본은 2012년까지 온실가스 배출량 감축목표를 위해 노력 중이나, 현재 목표치에 근접하지 못하고 있음

※ 주요 선진국들이 교토의정서 1차 의무이행 기간(2008-2012)내 평균온실가스 배출량을 1990년대비 최소 5%이상 감축한다는데 합의, 일본 6%, EU 8%, 캐나다 6% 등의 목표치를 설정하였음

- 이에 일본은 목표치를 초과한 온실가스 배출을 위해 2005년부터 예산의 상당부분을 해외로부터의 배출권 구입에 배당해 오고 있음

o 2006년 122억엔, 2007년 407억엔, 2008년 836억엔 등

자료) 환경재단 도요새, 「탄소가 돈이다」



□ 본 제도는 일본 내각부가 지난달 발표한 「경제위기대책\*」(4/10일) 안에 포함되어 있으며, 당초 7월부터 시행할 계획이었으나, 이번 5/15일로 두 달 앞당겨 시행하게 되었음

※ 경제위기대책은 a.일본경기 악화에 대한 긴급대책, b.위기극복 후의 신성장 전략, c.사회안전망 확충, d.세제 개정 등 크게 4가지로 요약되어 있는데, 에코포인트 제도는 신성장전략 중 저탄소혁명 중 저연료차 및 에너지절약제품 보급추진을 위한 구체적 시책으로 명시되어 있음

- 정부는 4월 경제위기대책이 발표되면서 에코포인트제가 시행될 때까지 동 가전제품의 구매를 유보하겠다는 소비자들로 인해 경기회복이 지연된다고 판단

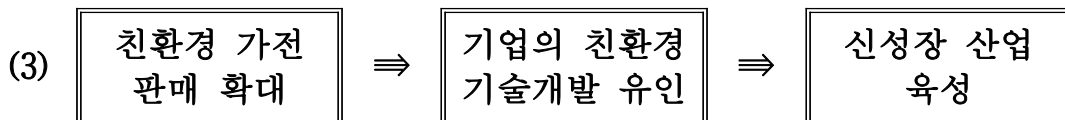
— 최근 디지털방송TV, 냉장고 등 에코포인트 제도 대상이 되는 가전의 판매가 큰 폭으로 증가하는 등 동 제도가 소비확대에 상당부분 기여하는 것으로 평가됨

○ 일본 최대 가전 양판 체인점 야마다전기는 에코포인트 시행 직후인 15~17일 판매액이 전년동기비 액정TV 및 냉장고는 50%, 에어컨은 35% 증가(한국일보 5/27일자 신문)

\* 동 제도 관련 소비자 설문조사 (일본경제유통신문 5/27일자 신문)

— 「동 제도 시행까지 디지털방송 TV 구입을 유보」 (전체응답의 4.0%)

— 「동 제도를 계기로 디지털방송 TV 구입을 검토」 ( ··· 39.7%)



□ 에코포인트 제도로 인해 다소 고가격이라도 에너지 효율성 높은 제품을 구입하려는 소비자들이 늘어나면 정부와 기업은 친환경 기술 개발에 대한 투자여력이 확대될 것임

— 소비자는 제품 구입시 제품가격과 연간 예상전기요금을 함께 고려할 수 있어 고가의 친환경 가전 구매를 전향적으로 검토

○ 기존의 에너지절약 마크에는 에너지절약 기준 달성률과 연간소비전력량만 표기되어 있는데 반해,

○ 통일에너지절약 라벨에는 소비자가 에너지 효율화 정도를 쉽게 알도록 연간 예상전기요금도 함께 표기

□ 일본은 신성장 동력산업인 환경·의료산업 등에 대한 지원을 확대함으로써 경제위기 극복 이후의 시대를 대비한다는 전략

— 현재의 경제 위기로 세계경제의 대조정이 불가피하며, 위기 극복 후 세계경제는 환경, 의료 등이 공통된 과제로서 그 대응의 중요성이 한층 증가할 것을 전망

### 3. 결론 및 시사점

□ 일본은 에코포인트 제도는 소비확대를 통한 경기회복, 교토의정서 이행, 신성장 산업 육성 등 3가지 분야에서 효과가 기대됨

- 친환경 가전 보급확대 → 온실가스 배출량 감축 → 교토의정서 성실 이행
- 에코포인트 적립 → 소비확대 → 경기회복 가속
- 친환경 가전 판매확대 → 기업의 친환경 기술개발 유인 → 신성장 산업 육성

□ 그러나 본 제도시행을 위한 막대한 예산확보 문제와 실효성 등에 대한 비판 의견도 적지 않음

- 정부는 본 제도시행을 위해 2,950억엔의 추경 예산안을 국회에 제출, 심의를 기다리고 있음. 만약 국회에서 부결될 경우 전면 백지화될 수 있으며, 가결된다고 해도 이는 결국 국민의 세 부담이 가중됨
- 세계적 경제학자인 폴 크루그먼(2008년 노벨상 수상자)은 에코포인트 제도의 경기부양 효과에 부정적 의견
- 한편 이 같은 정부의 특정산업(가전)에 대한 지원책은 타업계와의 공평성 시비를 초래할 수 있다는 지적도 있음

□ 또한 본 제도는 일본시장에 진출하고자 하는 외국기업들에게 있어 비관세장벽으로 작용할 가능성이 높음

- 일본정부는 그 동안 수입품에 대한 JIS 외 규격인증 등 일본 업계에 대해 보이지 않는 지원을 해왔으며, 우리 정부는 한일 FTA 논의 등에서 이러한 상관행에 대해 지속적으로 개선을 요구해왔음

「... 에코포인트 대상제품은 에너지 효율화 기준 요건을 충족해야 하나, 현재 대부분이 일본제품이다. 이는 정부에게 그러한 의도가 없다고 하더라도, 해외로부터는 보호주의적인 정책이라고 보일 수 있다...」 (아사히신문 2009/05/23일자 사설)

※ 현재 에코포인트 적립대상이 되는 품목에는 한국 제품으로는 대우의 소형냉장고(140L이하)의 7개 모델만이 포함되어 있음

□ 본 제도가 우리에게 시사하는 바는,

- 녹색성장 정책을 위해서는 에너지 절감, 친환경 제품사용 등에 대한 범국민적 공감대 확보가 중요하다는 점, 위기일수록 미래의 신성장 산업 육성에 주력해야 한다는 점임

※ 참고: 「에코포인트」와 유사한 소비자에게 친환경 제품 소비 및 행동을 유도하는 기업사례 (kotra, 「Green Report 2009년 봄호」)

>> 한국

- 삼성  
: 옥수수를 소재로 한 레진으로 휴대폰 케이스를 만들고 포장박스는 재생용지를 사용한 모델 출시
- 롯데백화점 「에코숍」(친환경소재의 문구류, 인형 등 판매)  
: 1천원 물건 구매시 이산화탄소 마일리지 10포인트 적립
- 환경부 & 홈플러스 「2009 그린 데이! 그린 페스티벌!」  
: 자전거를 타고 오는 고객에게 50원의 그린마일리지 적립

>> 글로벌 기업

- 테스코(영국 최대 유통업체)  
: 일회용 비닐봉지에 요금을 부과하는 대신, 재활용 쇼핑백 사용 고객에게 포인트를 제공
- JCB(일본 신용카드 기업)  
: 에코액션포인트 사업을 실시. 고객의 친환경제품 구매를 유도하고, 포인트지급 시스템 이용료를 포인트 사업 참여기업으로부터 받아 이익을 창출
- 베트스바이(미국 전자제품 전문유통체인)  
: 폐전자제품 트레이드 인(trade-in) 프로그램을 통해 재활용에 솔선수범함
- interspar(오스트리아 유통업체)  
: 전분이 주원료여서 자연분해가 가능한 바이오봉지를 활용
- 대만 7-eleven  
: 유통기한이 지난 식품을 회수, 유기비료로 재생산하여 소비자에게 무료 제공