



2021 녹색구매지원센터  
성과조사 연구

2022. 05.



# 제 출 문

한국환경산업기술원장 귀하

본 보고서를 “2021 녹색구매지원센터 성과조사 연구” 과제의 최종보고서로 제출합니다.

2022년 05월 30일

연구기관명 : 리셋컴퍼니(주)

○ 연구기간 : 2021.11. ~ 2022.05

○ 연구책임자 : 윤대희

○ 참여연구원

◦ 연구원 : 이승일

◦ 연구원 : 박지은

◦ 연구원 : 이현정

◦ 연구원 : 정다운

◦ 연구원 : 박장환

◦ 연구원 : 김동환

◦ 연구원 : 김정윤

◦ 연구원 : 박지현



# 목 차

<b>I. 2022 녹색구매지원센터 평가편람 편찬</b> .....	<b>1</b>
1. 2022 녹색구매지원센터 평가체계 개요 .....	1
2. 2021 녹색구매지원센터 평가체계 문제점 .....	3
3. 2022 녹색구매지원센터 평가체계 개선방안 .....	5
<b>II. 2022 녹색구매지원센터 평가편람</b> .....	<b>17</b>
1. 2022 평가개요 .....	17
2. 평가지표 .....	21
3. 평가기준 .....	37
4. 평가배점 .....	39
5. 평가유형 .....	65
6. 평가결과 종합과 조치 .....	66
<b>III. 2021 녹색구매지원센터 사업성과</b> .....	<b>71</b>
1. 개요 .....	71
2. 경기안산녹색구매지원센터(종합) .....	73
3. 부산녹색구매지원센터(종합) .....	83
4. 제주녹색구매지원센터(정기) .....	92
5. 충북녹색구매지원센터(정기) .....	98
6. 대전녹색구매지원센터(정기) .....	104
7. 세종녹색구매지원센터(정기) .....	110
8. 광주녹색구매지원센터(정기) .....	116
9. 인천녹색구매지원센터(정기) .....	122



# 2021 녹색구매지원센터 성과조사 연구

<b>IV. 2021 녹색구매지원센터 평가</b> .....	<b>131</b>
1. 평가체계 및 절차 .....	131
2. 합동평가단 구성 및 오리엔테이션 .....	132
3. 현장방문 .....	134
4. 심의위원회 .....	167
5. 이의접수 및 처리 .....	168
6. 결과통보 .....	170
<b>V. 녹색제품 인식도 설문조사</b> .....	<b>173</b>
1. 설문조사 개요 .....	173
2. 설문조사 결과 .....	174
3. 시사점 도출 .....	186
<b>VI. 사업운영 기여효과</b> .....	<b>191</b>
1. 녹색구매지원센터 정책사업 성과 분석 .....	191
2. 사업 추진 기여효과 분석 .....	198
<b>VII. 사업비 차등 지급방안</b> .....	<b>205</b>
<b>VIII. 제언 및 시사점</b> .....	<b>211</b>



# 표목차

[표 1] 지원센터 평가개요 .....	2
[표 2] 센터 운영 평가 지표 예, 녹색구매지원센터 평가편람('21) .....	3
[표 3] 2022 녹색구매지원센터 평가편람 주요 변경사항 .....	5
[표 4] 2022 녹색구매지원센터 평가체계 변경 세부내용 .....	6
[표 5] 센터별 양성 목표 평가기준(안) .....	8
[표 6] 연령별 교육시간 .....	8
[표 7] 연령 구간별 최대 구성 비율 .....	9
[표 8] 센터별 목표인원에 따른 연령구간별 최대 인정 가능 인원 .....	9
[표 9] 정기·종합평가 일정 .....	18
[표 10] 합동평가위원의 자격 권고기준 .....	19
[표 11] 녹색구매지원센터 정책사업 .....	71
[표 12] 사업 성과별 핵심 지표 .....	71
[표 13] 녹색구매지원센터별 정책사업 실적 .....	72
[표 14] 2021년 경기안산 녹색구매지원센터 운영 추진전략 .....	73
[표 15] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황 .....	74
[표 16] 2019~2021년 유치원·어린이집 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황 .....	74
[표 17] 2019~2021년 유치원·어린이집 녹색소비 생활교육 사업추진내용 .....	74
[표 18] 2019~2021년 초·중·고등학교 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황 .....	75
[표 19] 2019~2021년 초·중·고등학교 녹색소비 생활교육 사업추진내용 .....	75
[표 20] 2019~2021년 성인 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황 .....	75
[표 21] 2019~2021년 성인 녹색소비 생활교육 사업추진내용 .....	76



## 2021 녹색구매지원센터 성과조사 연구

[표 22]	2019~2021년 대면 홍보 사업추진 실적 현황	78
[표 23]	2019~2021년 대면 홍보 사업추진내용	78
[표 24]	2019~2021년 비대면 홍보 사업추진 실적 현황	79
[표 25]	2019~2021년 비대면 홍보 사업추진내용	79
[표 26]	2019~2021년 녹색제품 생산지원 사업추진 실적 현황	80
[표 27]	2019~2021년 녹색제품 생산지원 사업추진내용	80
[표 28]	2019~2021년 녹색제품 유통 활성화 사업추진 실적 현황	81
[표 29]	2019~2021년 녹색제품 유통 활성화 사업추진내용	82
[표 30]	2021년 부산녹색구매지원센터 운영 추진전략	83
[표 31]	2021년 부산녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황	84
[표 32]	2019~2021년 유치원·어린이집 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황	84
[표 33]	2019~2021년 유치원·어린이집 녹색소비 생활교육 사업추진내용	84
[표 34]	2019~2021년 초·중·고등학교 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황	85
[표 35]	2019~2021년 초·중·고등학교 녹색소비 생활교육 사업추진내용	85
[표 36]	2019~2021년 성인 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황	85
[표 37]	2019~2021년 성인 녹색소비 생활교육 사업추진내용	86
[표 38]	2019~2021년 대면 홍보 사업추진 실적 현황	87
[표 39]	2019~2021년 대면 홍보 사업추진내용	87
[표 40]	2019~2021년 비대면 홍보 사업추진 실적 현황	88
[표 41]	2019~2021년 비대면 홍보 사업추진내용	88
[표 42]	2019~2021년 녹색제품 생산지원 사업추진 실적 현황	89
[표 43]	2019~2021년 녹색제품 생산지원 사업추진내용	89
[표 44]	2019~2021년 녹색제품 유통 활성화 사업추진 실적 현황	90
[표 45]	2019~2021년 녹색제품 유통 활성화 사업추진내용	90



## 2021 녹색구매지원센터 성과조사 연구

[표 46] 2021년 제주녹색구매지원센터 운영 추진전략 .....	92
[표 47] 2021년 제주녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황 .....	93
[표 48] 2021년 충북녹색구매지원센터 운영 추진전략 .....	98
[표 49] 2021년 충북녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황 .....	99
[표 50] 2021년 대전녹색구매지원센터 운영 추진전략 .....	104
[표 51] 2021년 대전녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황 .....	105
[표 52] 2021년 세종녹색구매지원센터 운영 추진전략 .....	110
[표 53] 2021년 세종녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황 .....	111
[표 54] 2021년 광주녹색구매지원센터 운영 추진전략 .....	116
[표 55] 2021년 광주녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황 .....	117
[표 56] 2021년 인천녹색구매지원센터 운영 추진전략 .....	122
[표 57] 2021년 인천녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황 .....	123
[표 58] 합동평가 위원의 자격기준(권고) .....	132
[표 59] 2021 합동평가단 명단 .....	133
[표 60] 합동평가 현장방문 일정 .....	134
[표 61] 녹색구매지원센터 위치 .....	134
[표 62] 심의위원회 구성 .....	167
[표 63] 2021년 녹색구매지원센터별 평가결과 및 등급(정기평가) .....	168
[표 64] 2021년 녹색구매지원센터별 평가결과 및 등급(종합평가) .....	168
[표 65] 후속조치 절차 .....	169
[표 66] 설문조사 개요 .....	173
[표 67] 설문조사 항목 .....	174
[표 68] 녹색제품 구매 경험 .....	176
[표 69] 녹색제품 인식도 향상 및 보급화 대책 .....	177



## 2021 녹색구매지원센터 성과조사 연구

[표 70] 녹색매장 인지 경로 .....	178
[표 71] 녹색매장 장소 .....	179
[표 72] 녹색매장 판매 제품 .....	180
[표 73] 녹색구매지원센터 인지 여부 .....	181
[표 74] 녹색매장 인지 경로 .....	182
[표 75] 녹색구매지원센터 확대 여부 .....	183
[표 76] 녹색구매지원센터 인식도 향상 .....	185
[표 77] 전국 녹색매장 지정 현황('21.06 기준) .....	197
[표 78] 지역환경교육센터의 세부기능 .....	198
[표 79] 녹색소비자 양성효과 .....	199
[표 80] '21년도 녹색구매지원센터 주요 구매 연계 실적 .....	200
[표 81] 경기안산센터 녹색구매 사용표시제 3개년 실적 현황 .....	201
[표 82] '21년도 녹색구매지원센터 일자리 창출 현황 .....	202
[표 83] 소비자물가 상승률('13~'21년) .....	205
[표 84] 센터별 사업비 차등지급 방안(1안) .....	206
[표 85] 센터별 사업비 차등지급 방안(2안) .....	207
[표 86] 센터 개소시기에 따른 평가 구분 .....	211
[표 87] 녹색구매지원센터 종합평가 개선(안) .....	212
[표 88] 평가편람 편찬 및 성과평가 일정 변경(안) .....	213



# 그림목차

[그림 1] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동	77
[그림 2] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동	78
[그림 3] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동	79
[그림 4] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동	81
[그림 5] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동	82
[그림 6] 2021년 부산녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동	86
[그림 7] 2021년 부산녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동	87
[그림 8] 2021년 부산녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동	89
[그림 9] 2021년 부산녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동	90
[그림 10] 2021년 부산녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동	91
[그림 11] 2021년 제주녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동	94
[그림 12] 2021년 제주녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동	95
[그림 13] 2021년 제주녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동	95
[그림 14] 2021년 제주녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동	96
[그림 15] 2021년 제주녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동	97
[그림 16] 2021년 충북녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동	100
[그림 17] 2021년 충북녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동	101
[그림 18] 2021년 충북녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동	101
[그림 19] 2021년 충북녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동	102
[그림 20] 2021년 충북녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동	103
[그림 21] 2021년 대전녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동	105



## 2021 녹색구매지원센터 성과조사 연구

[그림 22]	2021년 대전녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동	106
[그림 23]	2021년 대전녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동	107
[그림 24]	2021년 대전녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동	108
[그림 25]	2021년 대전녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동	109
[그림 26]	2021년 세종녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동	112
[그림 27]	2021년 세종녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동	113
[그림 28]	2021년 세종녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동	114
[그림 29]	2021년 세종녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동	115
[그림 30]	2021년 세종녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동	115
[그림 31]	2021년 광주녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동	118
[그림 32]	2021년 광주녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동	119
[그림 33]	2021년 광주녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동	119
[그림 34]	2021년 광주녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동	120
[그림 35]	2021년 광주녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동	121
[그림 36]	2021년 인천녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동	124
[그림 37]	2021년 인천녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동	125
[그림 38]	2021년 인천녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동	126
[그림 39]	2021년 인천녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동	127
[그림 40]	2021년 인천녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동	127
[그림 41]	정기·종합평가 체계	131
[그림 42]	정기·종합평가 절차	131
[그림 43]	경기안산녹색구매지원센터 현장방문 사진	138
[그림 44]	부산녹색구매지원센터 현장방문 사진	142
[그림 45]	제주녹색구매지원센터 현장방문 사진	146



## 2021 녹색구매지원센터 성과조사 연구

[그림 46] 충북녹색구매지원센터 현장방문 사진 .....	150
[그림 47] 대전녹색구매지원센터 현장방문 사진 .....	154
[그림 48] 세종녹색구매지원센터 현장방문 사진 .....	158
[그림 49] 광주녹색구매지원센터 현장방문 사진 .....	162
[그림 50] 인천녹색구매지원센터 현장방문 사진 .....	166
[그림 51] 평가결과서 통보 .....	170
[그림 52] 정기·종합평가 체계 .....	173
[그림 53] 응답자 성별 및 연령 .....	175
[그림 54] 응답자 지역 .....	175
[그림 55] 녹색제품 구매 경험 .....	176
[그림 56] 녹색제품 인식도 향상 및 보급화 대책 .....	177
[그림 57] 녹색매장 인지 경로 .....	178
[그림 58] 녹색매장 인지 장소 .....	179
[그림 59] 녹색매장 판매 제품 .....	180
[그림 60] 녹색구매지원센터 인지 여부 .....	181
[그림 61] 녹색매장 인지 경로 .....	182
[그림 62] 녹색구매지원센터 확대 여부 .....	183
[그림 63] 녹색구매지원센터 인식도 향상 여부 .....	184
[그림 64] 녹색구매지원센터 인식도 향상 .....	185
[그림 65] `19~`21년도 교육 추진 현황 .....	191
[그림 66] `21년도 연령구간별 교육 추진 현황 .....	192
[그림 67] `21년도 센터별 교육 추진 현황 .....	193
[그림 68] `19~`21년도 홍보·캠페인 추진 현황 .....	194
[그림 69] `21년도 센터별 홍보·캠페인 추진 현황 .....	195



## 2021 녹색구매지원센터 성과조사 연구

[그림 70] `19~`21년도 제품지원 추진 현황 .....	196
[그림 71] 환경표지 인증제품 시장규모 및 인증제품 현황 .....	196
[그림 72] `19~`21년도 유통활성화 추진 현황 .....	197
[그림 73] 녹색구매지원센터의 녹색구매 연계를 통한 기여효과 확산(안) .....	201









I

## 2022 녹색구매지원센터 평가편람 편찬

1. 2021 녹색구매지원센터 평가체계 개요
2. 2021 녹색구매지원센터 평가체계 문제점
3. 2022 녹색구매지원센터 평가체계 개선방안
4. 2022 녹색구매지원센터 평가편람(개정안)





## I. 2022 녹색구매지원센터 평가편람 편찬

### 1 2022 녹색구매지원센터 평가체계 개요

- 본 녹색구매지원센터(이하 지원센터) 평가편람은 「녹색구매지원센터 설치·운영 지침」 제26조에 따른 지원센터 평가를 위하여 작성된 편람임
- 「녹색제품 구매촉진에 관한 법률」(이하 녹색제품구매법) 제17조의3에 근거한 정책사업을 지원센터를 통해 추진하도록 하고 있으며, 센터의 운영과 성과관리를 위해 지침을 마련함
- 지침 제26조 ①항에 따라, 사무국(한국환경산업기술원)에서는 매 회계연도 개시 전까지 사업평가에 관한 편람을 작성·제공하고 있음

#### 지침 제 26조

##### ■ 제26조(평가방법, 평가기준 및 평가시기)

- ① 사무국은 제6조제2항에 따라 지원센터의 사업 성과목표 설정, 평가기준과 방법 및 평가 결과에 따른 조치사항 등을 고려하여 매 회계연도 개시 전까지 사업 평가에 관한 편람을 작성하여야 한다.
- ② 사무국은 제6조제2항에 따라 지원센터의 사업평가를 위하여 합동평가위원회를 구성하여야 한다.
- ③ 사무국은 합동평가의 평가편람 및 합동평가의 일정, 세부절차 등을 마련하여 환경부장관의 승인을 받아야 한다.
- ④ 합동평가위원회는 평가를 하려는 경우 평가의 기준, 시기 등을 미리 평가대상 지원센터에 통보하여야 한다.

- 2022년 평가편람에서는 사업실적 바탕에 파급력·기여도 중심으로 평가 범위를 재편하였으며, 정책사업별로 정량화된 단일지표 체계로 개편함
- 사업운영에 따른 사회적 가치 창출을 포함하여 민간소비자 만족도, 사회 기여도 등에 초점을 두고, 각 사업별 대표적인 성과를 설정하고 이의 정량적 산정방법을 제시하고 있음
- 평가유형은 정기평가(1년 주기)와 종합평가(3년 주기)로 구분되며 정기평가 체계를 기준으로, 종합평가 시 추가적인 분석 및 지표가 포함됨
- (정기평가) 핵심지표를 정량적으로 측정하기 위해 각각의 산정방법을 설정

하고 있으며, 객관적 산출을 위한 증빙 요건 등을 제시하고 있음

- **(종합평가)** 지원센터의 센터운영 및 활동성과 중 예산 집행, 지원센터 주요 성과, 지적사항 이행정도 등 3개년 단위로 평가하여 지원센터 운영의 안정성을 확보함

[표 1] 지원센터 평가개요

구분	내용
목적	정책사업에 대한 지원센터 성과에 대한 정기적 점검 및 평가
근거	녹색구매지원센터 설치·운영 지침 제26조
기간	차년도 1~3월(3개월 간)
대상	지역별 녹색구매지원센터 (설립연도에는 평가대상 제외)
평가	합동평가단을 통한 정기·종합 평가 (서면, 현장, 심의 평가)

**정기 및 종합평가 배점**

■ 평가배점은 총 100점 만점으로 평가지표 간 편중되지 않도록 배점

- **정기평가:** 정량적 수치에 의해 평가되는 배점은 총 45점, 정성적인 성과에 의해 평가되는 배점은 총 55점으로 지원센터의 성과(정량)는 물론 활동(정성)에 대한 평가반영
- **종합평가:** 정량적 수치에 의해 평가되는 배점은 총 50점, 정성적인 성과에 의해 평가되는 배점은 총 50점으로 지원센터의 성과(정량)는 물론 활동(정성)에 대한 평가반영

정기평가		종합평가	
내용	배점	내용	배점
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 센터운영                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 센터비전·추진전략 설정 및 계획의 이행정도, 구성원 역량강화 활동내역, 현장평가(발표평가) 등</li> </ul> </li> </ul>	10점 (정성 10점)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 센터운영                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 센터비전·추진전략 설정 및 계획의 이행정도, 구성원 역량강화 활동내역, 현장평가(발표평가) 등</li> <li>- 3개년 예산집행률</li> </ul> </li> </ul>	10점 (정성 5점, 정량 5점)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 친환경 소비자 양성</li> <li>- 친환경 소비문화 형성</li> <li>- 녹색제품 생산지원</li> <li>- 녹색제품 유통 활성화</li> <li>- 지역특화 사업</li> </ul> </li> </ul>	75점 (정성 30점, 정량 45점)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 친환경 소비자 양성</li> <li>- 친환경 소비문화 형성</li> <li>- 녹색제품 생산지원</li> <li>- 녹색제품 유통 활성화</li> <li>- 지역특화 사업</li> </ul> </li> </ul>	75점 (정성 30점, 정량 45점)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 활동성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 성과달성 노력, 유관기관 및 지역사회 협력 등</li> </ul> </li> </ul>	15점 (정성 15점)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 활동성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 성과달성 노력, 유관기관 및 지역사회 협력 등</li> <li>- 3개년 지원센터 주요성과 및 이행정도 등</li> </ul> </li> </ul>	15점 (정성 15점)

## 2 2021 녹색구매지원센터 평가체계 문제점

- 지원센터의 제도적 현황과 기준(21) 평가편람의 부족한 부분의 개선에 집중, 향후 녹색구매지원센터의 비전 및 목표에 맞는 성과달성을 위한 사회적 가치 분야 관점의 지표체계로 개선·보완함
- (센터장 리더십 평가 미흡) 센터 운영 지표는 지원센터의 효율적 운영을 위한 노력에 대하여 인력 구성 및 운영, 리더십, 구성원 역량 강화로 구분하여 각각의 성과와 우수성을 정성적(비계량)으로 평가함
  - 센터의 비전과 추진전략, 지역사회 협력사업, 지원센터장의 조직 운영 노력, 인력역량 강화에 대하여 사업계획서, 조직도, 구성원 면담 및 업무지침, 협력 현황을 점검하는 비정량적 활동을 통해 평가 진행
  - 센터장의 리더십 평가에 대한 점검 지표 미흡

[표 2] 센터 운영 평가 지표 예, 녹색구매지원센터 평가편람(21)

평가지표	평가기준
센터 비전과 핵심가치 설정	• 지원센터 설립목적에 부합하는 비전과 핵심가치 설정 및 대내외 공유 등 전략적 체계의 통합성 정도
지역 상생협력	• 지자체 및 지역기업과 협력사업 발굴
리더십	• 센터장의 사업추진 의지 • 신규사업 발굴을 위한 노력과 성과 • 그간의 활동 • 조직관리 활동
역량강화	• 구성원의 지속적인 역량강화 방안 • 센터의 업무 역량 강화방안(센터 내외부 교육프로그램 참여, 업무처리 절차, 숙달도 등)

- (사회적 가치 분야 관점 기준 강화) 친환경 소비자 양성을 위한 민간 녹색 소비 확산에 초점을 맞춘 정량적 평가 기준 강화 필요함
  - 녹색소비 확산을 위해 친환경 소비자 중 ‘유아·청소년’ 대비 실제 녹색 소비를 실현할 수 있는 ‘성인’에 대한 평가 기준의 가중치를 두는 방향으로의 조정이 필요함
  - 신규 교육 프로그램 발굴을 위한 센터의 노력도에 대한 정성적 평가 반영이 필요함

- **(정량적 지표 현실화)** 지역 내 녹색제품생산지원을 위한 미인증제품 발굴은 지역별 편차를 고려해 현실성 있는 지표 개선을 위해 발굴건수 하향 조정 필요(60건→50건)
- **(추가지표 검토)** 지역 내의 녹색소비 활성화를 위한 협력 사업으로 친환경 소비문화 형성을 위한 구매 실적 핵심지표 반영
  - 그린오피스, 녹색 어린이집, 숙박업소 등 지원센터 추진사업과 연계된 지역 사회의 구매연계 실적
- **(배점기준)** 정량적 수치에 의해 평가되는 배점은 총 45점, 정성적인 성과에 의해 평가되는 배점은 총 55점으로 지원센터의 성과(정량)는 물론 활동(정성)에 대한 평가반영
  - (기존, 정기) 정성 60%, 정량 40% ⇒ (개선, 정기) 정성 55%, 정량 45%
  - (기존, 종합) 정성 55%, 정량 45% ⇒ (개선, 종합) 정성 50%, 정량 50%

### 3 2022 녹색구매지원센터 평가체계 개선방안

□ 주요 변경사항

[표 3] 2022 녹색구매지원센터 평가편람 주요 변경사항

구분	2021 평가편람	2022 평가편람																																																																							
평가 방식	<ul style="list-style-type: none"> <li>센터 운영에 대한 지원센터장의 운영 노력, 직원 역량 강화 등의 지표 평가</li> <li>사업계획서, 조직도, 구성원 면담 및 업무 지침, 협력 현황을 점검하는 비정량적 활동을 통해 평가 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지원센터장의 리더십 평가지표 마련</li> <li>현장평가 시 <b>센터장의 직접발표</b>를 통해 비전·추진전략 설정 및 계획의 이행 정도, 구성원 역량강화를 위한 활동내역 등 정성적 평가 진행</li> </ul>																																																																							
평가 기준	<p>친환경 소비자 양성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>유아·청소년, 성인으로 구분한 교육 실적 평가</li> <li>유아·청소년 중심의 점수 배분</li> <li>성인 대상에 교육(500명)</li> <li>성인 교육시간(90분)</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="5">친환경 소비자 양성</th> </tr> <tr> <th rowspan="2">지표</th> <th colspan="2" rowspan="2">평가 내용</th> <th colspan="2">배점</th> <th rowspan="2">정량</th> </tr> <tr> <th>총점</th> <th>정성</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">핵심 지표</td> <td rowspan="2">녹색소비 생활교육 (유아청소년)</td> <td>유치원·어린이집</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>초등학교</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>중·고등학교</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td></td> <td>녹색소비 생활교육(성인)</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	친환경 소비자 양성					지표	평가 내용		배점		정량	총점	정성	핵심 지표	녹색소비 생활교육 (유아청소년)	유치원·어린이집	-	-	6	초등학교	-	-	2	중·고등학교	-	-	2		녹색소비 생활교육(성인)	-	-	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>실녹색소비 대상 교육 실적 평가 강화</li> <li>성인 대상 점수 배분 강화</li> <li>성인 대상에 교육 확대(<b>700명</b>)</li> <li>성인 교육시간 단축(<b>60분</b>)</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="5">친환경 소비자 양성</th> </tr> <tr> <th rowspan="2">지표</th> <th colspan="2" rowspan="2">평가 내용</th> <th colspan="2">배점</th> <th rowspan="2">정량</th> </tr> <tr> <th>총점</th> <th>정성</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">핵심 지표</td> <td rowspan="2">녹색소비 생활교육 (유아청소년)</td> <td>유치원·어린이집</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>초·중·고등학교</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>녹색소비 생활교육(성인)</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table>	친환경 소비자 양성					지표	평가 내용		배점		정량	총점	정성	핵심 지표	녹색소비 생활교육 (유아청소년)	유치원·어린이집	-	-	3	초·중·고등학교	-	-	5	녹색소비 생활교육(성인)	-	-	7												
	친환경 소비자 양성																																																																								
지표	평가 내용		배점		정량																																																																				
			총점	정성																																																																					
핵심 지표	녹색소비 생활교육 (유아청소년)	유치원·어린이집	-	-	6																																																																				
		초등학교	-	-	2																																																																				
	중·고등학교	-	-	2																																																																					
	녹색소비 생활교육(성인)	-	-	5																																																																					
친환경 소비자 양성																																																																									
지표	평가 내용		배점		정량																																																																				
			총점	정성																																																																					
핵심 지표	녹색소비 생활교육 (유아청소년)	유치원·어린이집	-	-	3																																																																				
		초·중·고등학교	-	-	5																																																																				
	녹색소비 생활교육(성인)	-	-	7																																																																					
녹색제품 유통 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>녹색소비 생활교육을 위한 추진노력, 사업 관리, 성과확산 활동 중심의 정성적 지표 평가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>신규 교육프로그램 개발 노력 평가 반영</li> <li>기존 항목 외에 <b>교육프로그램 개선도</b>에 대한 정성적 지표 추가 마련</li> </ul>																																																																							
평가배점	<ul style="list-style-type: none"> <li>시장모니터링에 대한 정량적 평가지표와 그에 따른 추진노력, 사업관리, 성과확산활동 및 녹색매장 지정제도 참여 유도 등 정성적 평가 지표로 구성</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">녹색제품 유통 활성화</th> </tr> <tr> <th rowspan="2">핵심 지표</th> <th rowspan="2">시장 모니터링</th> <th rowspan="2">평가 내용</th> <th colspan="2">배점</th> </tr> <tr> <th>총점</th> <th>정성</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">부가 지표</td> <td rowspan="2">시장 모니터링을 위한 추진노력, 사업관리, 성과 확산 활동</td> <td>녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>	녹색제품 유통 활성화			핵심 지표	시장 모니터링	평가 내용	배점		총점	정성	부가 지표	시장 모니터링을 위한 추진노력, 사업관리, 성과 확산 활동	녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>핵심지표에 구매실적에 대한 평가 항목 추가</li> <li><b>세부항목(구매 품목 수, 구매연계 건수, 구매금액)별 합산을 통한 점수 배정</b></li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">녹색제품 유통 활성화</th> </tr> <tr> <th rowspan="2">핵심 지표</th> <th rowspan="2">시장 모니터링 녹색소비 실천 구매실적(지역사회, 그린오피스, 어린이집, 숙박업소 등) 계량화(품목수, 구매연계건수, 구매금액)</th> <th rowspan="2">평가 내용</th> <th colspan="2">배점</th> </tr> <tr> <th>총점</th> <th>정성</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">부가 지표</td> <td rowspan="2">시장 모니터링을 위한 추진노력, 사업관리, 성과 확산 활동</td> <td>녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>	녹색제품 유통 활성화			핵심 지표	시장 모니터링 녹색소비 실천 구매실적(지역사회, 그린오피스, 어린이집, 숙박업소 등) 계량화(품목수, 구매연계건수, 구매금액)	평가 내용	배점		총점	정성	부가 지표	시장 모니터링을 위한 추진노력, 사업관리, 성과 확산 활동	녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도	-	-																																									
	녹색제품 유통 활성화																																																																								
핵심 지표	시장 모니터링	평가 내용	배점																																																																						
			총점	정성																																																																					
부가 지표	시장 모니터링을 위한 추진노력, 사업관리, 성과 확산 활동	녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도	-	-																																																																					
		녹색제품 유통 활성화																																																																							
핵심 지표	시장 모니터링 녹색소비 실천 구매실적(지역사회, 그린오피스, 어린이집, 숙박업소 등) 계량화(품목수, 구매연계건수, 구매금액)	평가 내용	배점																																																																						
			총점	정성																																																																					
부가 지표	시장 모니터링을 위한 추진노력, 사업관리, 성과 확산 활동	녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도	-	-																																																																					
		<ul style="list-style-type: none"> <li>평가지표의 정성적 평가 비중이 높음 (정기 : 정성 60%, 정량 40%) (종합 : 정성 55%, 정량 45%)</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">범주</th> <th rowspan="2">지표</th> <th colspan="2">배점</th> </tr> <tr> <th>정성</th> <th>정량</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">센터운영</td> <td>조직운영</td> <td>5</td> <td></td> </tr> <tr> <td>사업비관리</td> <td>5</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="5">정책성과</td> <td>친환경 소비자 양성</td> <td>5</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>친환경 소비문화 형성</td> <td>5</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>녹색제품 생산지원</td> <td>10</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>녹색제품 유통 활성화</td> <td>5</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>지역특화 사업</td> <td>10</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">활동성과</td> <td>성과·환류</td> <td>10</td> <td></td> </tr> <tr> <td>우수성과</td> <td>5</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	범주	지표	배점		정성	정량	센터운영	조직운영	5		사업비관리	5		정책성과	친환경 소비자 양성	5	15	친환경 소비문화 형성	5	10	녹색제품 생산지원	10	10	녹색제품 유통 활성화	5	5	지역특화 사업	10	0	활동성과	성과·환류	10		우수성과	5		<ul style="list-style-type: none"> <li>정량적 평가 배점 상향 (정기 : 정성 55%, <b>정량 45%</b>) (종합 : 정성 50%, <b>정량 50%</b>)</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">범주</th> <th rowspan="2">지표</th> <th colspan="2">배점</th> </tr> <tr> <th>정성</th> <th>정량</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">센터운영</td> <td>조직운영</td> <td>5</td> <td></td> </tr> <tr> <td>사업비관리</td> <td>5</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="5">정책성과</td> <td>친환경 소비자 양성</td> <td>5</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>친환경 소비문화 형성</td> <td>5</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>녹색제품 생산지원</td> <td><b>5</b></td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>녹색제품 유통 활성화</td> <td>5</td> <td><b>10</b></td> </tr> <tr> <td>지역특화 사업</td> <td>10</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">활동성과</td> <td>성과·환류</td> <td>10</td> <td></td> </tr> <tr> <td>우수성과</td> <td>5</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	범주	지표	배점		정성	정량	센터운영	조직운영	5		사업비관리	5		정책성과	친환경 소비자 양성	5	15	친환경 소비문화 형성	5	10	녹색제품 생산지원	<b>5</b>	10	녹색제품 유통 활성화	5	<b>10</b>	지역특화 사업	10		활동성과	성과·환류	10		우수성과
범주	지표	배점																																																																							
		정성	정량																																																																						
센터운영	조직운영	5																																																																							
	사업비관리	5																																																																							
정책성과	친환경 소비자 양성	5	15																																																																						
	친환경 소비문화 형성	5	10																																																																						
	녹색제품 생산지원	10	10																																																																						
	녹색제품 유통 활성화	5	5																																																																						
	지역특화 사업	10	0																																																																						
활동성과	성과·환류	10																																																																							
	우수성과	5																																																																							
범주	지표	배점																																																																							
		정성	정량																																																																						
센터운영	조직운영	5																																																																							
	사업비관리	5																																																																							
정책성과	친환경 소비자 양성	5	15																																																																						
	친환경 소비문화 형성	5	10																																																																						
	녹색제품 생산지원	<b>5</b>	10																																																																						
	녹색제품 유통 활성화	5	<b>10</b>																																																																						
	지역특화 사업	10																																																																							
활동성과	성과·환류	10																																																																							
	우수성과	5																																																																							

□ 평가항목 및 배점 변경 세부내용

[표 4] 2022 녹색구매지원센터 평가체계 변경 세부내용

2021									
평가지표			평가 내용		정기평가		종합평가		
					정성	정량	정성	정량	
센터운영	종합	정기	핵심	• 센터 비전 및 추진전략, 상생협력, 리더십, 역량강화 등 센터운영 활동	5	-	3	-	
				• 사업비 관리	5	-	2	-	
		결과	• 예산 집행률(3년간)	-	-	-	5		
활동성과	종합	정기	핵심	• 성과달성 노력, 유관기관 및 지역사회 협력, 녹색제품 인식제고 성과 등	10	-	5	-	
				부가	• 정책사업 중 우수성과	5	-	-	-
		결과	• 지원센터 주요성과 • 지적사항 이행정도 등	-	-	5	-		
정책성과	친환경 소비자 양성	핵심	핵심	• 소비자 생활교육 (유아·청소년)	-유치원·어린이집	-	6	-	6
				-초등학교	-	2	-	2	
				-중·고등학교	-	2	-	2	
		• 소비자 생활교육(성인)	-	5	-	5			
		부가	• 녹색소비 생활 교육을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동 • 녹색소비 교육 전문가 양성	5	-	5	-		
	친환경 소비문화 형성	핵심	핵심	• 각종 캠페인, 전시회 참가 등 오프라인 활동	-	5	-	5	
				• 홈페이지, 블로그, SNS 매체 등 홍보 활동	-	5	-	5	
		부가	• 홍보 캠페인을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동 • 지역 내 유관기관 협력 네트워크 구축	5	-	5	-		
	녹색제품 생산지원	핵심	핵심	• 미인증제품 발굴(설명회, 기업방문 등)·지원(상담, 자문 등)	-	10	-	10	
				• 미인증제품 발굴·지원에 대한 추진노력 사업관리 성과확산 활동	4	-	4	-	
부가		• 인증제품 수요처 발굴 및 구매연결	6	-	6	-			
녹색제품 유통 활성화	핵심	핵심	• 시장 모니터링	-	5	-	5		
			부가	• 시장 모니터링을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동 • 녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도	5	-	5	-	
지역특화 사업	핵심	핵심	• 시상식, 체험단, 견학, 그린카드 홍보·보급 등 센터별 자체적 시행사업	10	-	10	-		
전체 합계					60	40	55	45	

2022									
평가지표			평가 내용		정기평가		종합평가		
					정성	정량	정성	정량	
센터운영	종합	정기	핵심	• 비전·추진전략 설정 및 계획의 이행정도, 구성원 역량강화 활동내역, <b>현장평가(발표평가)</b>	5	-	3	-	
				• 사업비 관리	5	-	2	-	
		결과	• 예산 집행률(3년간)	-	-	-	5		
활동성과	종합	정기	핵심	• 성과달성 노력, 유관기관 및 지역사회 협력, 녹색제품 인식제고 성과 등	10	-	5	-	
				부가	• 정책사업 중 우수성과	5	-	-	-
		결과	• 지원센터 주요성과 • 지적사항 이행정도 등	-	-	5	-		
정책성과	친환경 소비자 양성	핵심	핵심	• 소비자 생활교육 (유아·청소년)	-유치원·어린이집	-	3	-	3
				-초·중·고등학교	-	5	-	5	
				• 소비자 생활교육(성인)	-	7	-	7	
		부가	• 녹색소비 생활 교육을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동, <b>교육프로그램 개선도</b> • 녹색소비 교육 전문가 양성	5	-	5	-		
		친환경 소비문화 형성	핵심	핵심	• 각종 캠페인, 전시회 참가 등 오프라인 활동	-	5	-	5
	• 홈페이지, 블로그, SNS 매체 등 홍보 활동				-	5	-	5	
	부가		• 홍보 캠페인을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동 • 지역 내 유관기관 협력 네트워크 구축	5	-	5	-		
	녹색제품 생산지원	핵심	핵심	• 미인증제품 발굴(설명회, 기업방문 등)·지원(상담, 자문 등)	-	10	-	10	
				• 미인증제품 발굴·지원에 대한 추진노력 사업관리 성과확산 활동	5	-	5	-	
		부가	• 인증제품 수요처 발굴 및 구매연결	-	5	-	5		
녹색제품 유통 활성화	핵심	핵심	• 시장 모니터링 • <b>녹색소비 실천 구매실적(지역사회, 그린오피스, 어린이집, 숙박업소 등) 계량화(품목수, 구매연계건수, 구매금액)</b>	-	5	-	5		
			부가	• 시장 모니터링을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동 • 녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도	5	-	5	-	
지역특화 사업	핵심	핵심	• 시상식, 체험단, 견학, 그린카드 홍보·보급 등 센터별 자체적 시행사업	10	-	10	-		
전체 합계					55	45	50	50	

가. 센터운영

조직운영

- 지원센터의 설립목적 달성을 위한 **비전과 추진전략 수립** 등에 대한 **센터장의 리더십 및 직원 역량강화**에 대한 평가(**현장 발표평가**)
  - 지원센터의 인력, 사업추진 계획 등 사업추진을 위한 기반 또는 사전적 활동
- 정기평가지 정성지표 점수표
  - (평가기준) 센터 비전과 핵심가치 설정, 지역 상생협력, 리더십, 역량강화

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

사업비 관리

- 합리적이고 효율적인 **사업비 편성과 집행**에 대한 노력과 성과평가
  - 지원센터의 사업비 운영 계획 및 투명한 집행 등 사업추진을 위한 재정적 활동
- 정기평가지 정성지표 점수표
  - (평가기준) 사업비 배분의 적절성, 사업비 진행

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

예산 집행률

- 기준연도부터 당해연도까지 **3개년** 간 지원센터의 **예산 집행률**에 대한 성과평가
- 종합평가지 정량지표 점수표
  - (평가기준) 사업비 배분의 적절성, 사업비 진행

93% 미만	93% 이상 ~ 95% 미만	95% 이상 ~ 97% 미만	97% 이상 ~ 99% 미만	99% 이상
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

## 나. 친환경 소비자 양성

### □ 녹색소비 생활 교육(유아·청소년)

#### ○ 지원센터 관할 지역별 유아·청소년 연령별 인구 비중을 고려한 양성 목표 인원 차등 산정

- 기준인원은 직전년도 혹은 직전 3개년 평균 실적치 대비로 설정하였으나, 직전년도 전체 센터 평균 실적치(2,500명)에 해당하는 인구대비 비중의 평균값(0.945%, 최저·최고값 제외)을 가중치로 산정하여 센터별 기준인원 차등 산정 방식으로 변경

※ 전체 센터 평균 실적치(2,500명) 대비 목표인원에 따라 만점 기준 가중치 차등 적용

[표 5] 센터별 양성 목표 평가기준(안)

센터명	유아·청소년 총 인구수 <sup>1)</sup> (A)	평가기준(안)	
		가중치 산정 지수 (B)	기준인원 (C=A×B)
경기안산녹색구매지원센터 <sup>2)</sup>	311,924	0.0094	2,930
부산녹색구매지원센터	456,577		4,290
제주녹색구매지원센터	119,420		1,120
충북녹색구매지원센터	246,937		2,320
대전녹색구매지원센터	236,254		2,220
세종녹색구매지원센터	83,276		780
광주녹색구매지원센터	250,843		2,360
인천녹색구매지원센터	455,977		4,290
경남녹색구매지원센터	540,093		5,080
서울녹색구매지원센터	1,265,040		11,890

1) '20년도 주민등록인구통계

2) 경기 전체 지역이 아닌 해당 관할구 및 인근 자치구(시흥시, 안양시 및 군포시)의 해당 연령구간 인구수로 설정

3) 기준인원 : 끝자리 반올림

#### ○ 연령구간별 현행 교과시간을 반영한 교육시간 차등 적용

- 유아 주의집중 시간 및 교육기간별 교과시간을 고려한 현실적인 교육시간 배분으로 차시별 교육 개념 적용 필요

[표 6] 연령별 교육시간

구분	유치원·어린이집	초등학교	중학교	고등학교
차시별 교육시간	30분	40분	45분	50분

#### ○ 센터별 목표인원 대비 연령 구간별 최대 구성 비율을 적용하여 실적 인정

- 교육기관별 균등한 교육기회 제공 및 교과시간 반영에 따른 유아 대상 교육의 편중 방지

[표 7] 연령 구간별 최대 구성 비율

유치원·어린이집	초·중·고등학교
30%	50%

○ 센터별 양성 목표인원을 기준으로 평가 점수 부여 방식 설정

- 센터별 기본 목표인원을 기준으로 만점 기준 산정

[표 8] 센터별 목표인원에 따른 연령구간별 최대 인정 가능 인원

구분	지역별 목표인원 산정		연령구간별 최대 인정 가능 인원	
	기준인원	목표인원	유치원·어린이집	초·중·고등학교
경기안산지원센터	2,930	3,000	1,125	1,875
부산지원센터	4,290	4,300	1,612	2,688
제주지원센터	1,120	1,200	450	750
충북지원센터	2,320	2,400	900	1,500
대전지원센터	2,220	2,300	862	1,438
세종지원센터	780	1,000	375	625
광주지원센터	2,360	2,400	900	1,500
인천지원센터	4,290	4,300	1,612	2,688
경남지원센터	5,080	3,000	1,125	1,875
서울지원센터	11,890	3,000	1,125	1,875

\* 신규로 개소한 경남, 서울센터 첫째('22년도)는 안산센터 기준적용, 차년도('23년도)부터는 최대목표인원(인천,부산) 기준 적용

○ 정기평가지 정량지표 점수표

- (유아·청소년) 유치원·어린이집 교육양성 인원

20% 미만	20% 이상 ~ 40% 미만	40% 이상 ~ 60% 미만	60% 이상 ~ 80% 미만	80% 이상 ~ 100% 미만	100% 이상
0.5	1.0	1.5	2.0	2.5	3.0

- (유아·청소년) 초등학교, 중·고등학교 교육양성 인원

40% 미만	40% 이상 ~ 70% 미만	70% 이상 ~ 100% 미만	100% 이상
1.5	2.5	3.5	5.0

□ 녹색소비 생활 교육(성인)

○ 민간 녹색소비 확산에 초점을 맞춘 성인 대상에 교육 확대

- 동일 목표인원을 700명 기준으로 만점 기준 산정
- 차시별 60분 기본 교육시간으로 설정

○ 정기평가시 정량지표 점수표

- (성인) 교육양성 인원

150명 미만	150 이상 ~ 300명 미만	300명 이상 ~ 500명 미만	500명 이상 ~ 700명 미만	700명 이상
1.5	2.5	4.5	5.5	7.0

다. 친환경 소비문화 형성

□ 친환경 소비문화 형성 정량평가기준

○ 대면 정보노출량 및 비대면 정보노출량 평가로 세분화하여 정보전달 실적 (건)을 고려한 정량적 목표 기준 일괄 설정

○ 정기평가지 정량지표 점수표

- (대면 정보 노출량) 캠페인

2,500명 미만	2,500 이상 ~ 3,000명 미만	3,000명 이상 ~ 3,500명 미만	3,500명 이상 ~ 4,000명 미만	4,000명 이상
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

- (비대면 정보 노출량) 홍보

5,000명 미만	5,000 이상 ~ 7,500명 미만	7,500명 이상 ~ 10,000명 미만	10,000명 이상 ~ 12,500명 미만	12,500명 이상
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

□ 녹색제품 생산지원 정량평가기준

○ ‘미인증제품 발굴’과 ‘인증지원’ 활동으로 구분하여 정량적 목표 기준 일괄 설정

\* 인증제도, 지원사업 등 제도 소개 및 참여 유도를 위한 설명회, 간담회, 기업방문 등

\*\* 발굴 또는 인증을 요하는 기업을 위한 문의, 상담 및 컨설팅 등

- 단, 미인증제품 발굴을 위한 저변확대 활동 및 실질적 인증지원 활동별 가중치 차등 적용 (인증지원 인정 실적 = ∑ 미인증제품 발굴(건) + ∑ (인증지원(건) × 5))

○ 정기평가지 정량지표 점수표

- (인증지원 활동)

20건 미만	20건 이상 ~ 30건 미만	30건 이상 ~ 40건 미만	40건 이상 ~ 50건 미만	50건 이상
2.0	4.0	6.0	8.0	10.0

## 라. 녹색제품 유통 활성화

### □ 녹색제품 유통 활성화 정량평가기준

○ 기존 정량지표 평가기준(녹색매장 지정 수)을 시장 모니터링\* 평가로 확대하여 정량적 목표 기준 일괄 설정

\* 일정규모 이상 녹색매장·특화매장 모니터링, 녹색제품 취급매장 모니터링 활동 포함

- 일정규모 이상(백화점, 대형마트, 대형 슈퍼마켓 등)으로 대상으로 한 녹색매장 관리, 인증제품 사후 모니터링 등의 활동

- 향후 녹색매장의 지정확대를 위하여 녹색매장·녹색특화매장 이외 녹색제품을 취급하는 매장에 대한 모니터링 활동도 인정

\*  $\sum \{ \text{녹색매장} \cdot \text{녹색특화매장 모니터링(개소)} + \text{녹색제품 취급매장 모니터링(개소)} \cdot 0.5 \}$

○ 정기평가지 정량지표 점수표

- (모니터링 수)

9개소 미만	9개소 이상 ~ 12개소 미만	12개소 이상 ~ 15개소 미만	15개소 이상 ~ 18개소 미만	18개소 이상
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

## 마. 활동성과

### □ 성과 및 환류

○ 정책사업 추진을 위한 지원센터의 성과·환류에 대한 우수성 평가

- 성과달성 노력, 지원센터의 유관기관 협력, 지역사회 협력, 녹색제품 인식 제고 등 사업추진 성과에 대한 활동

○ 정기평가지 정성지표 점수표

- (평가기준) 성과달성 노력, 유관기관 및 지역사회 협력성과, 녹색제품 인식제고

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
2.0	4.0	6.0	8.0	10.0

### □ 우수(초과)성과

- 정책사업 중 **우수한 실적·성과**를 나타낸 지원센터에 한하여 부여되는 성과
  - 지속적인 성과창출과 노력을 독려하기 위해 **5개 정책성과 실적·성과**를 비교하여 상대적으로 우수한 지원센터에 부여

○ 정기평가지 정성지표 점수표

- (평가기준) 초과성과

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

◆ **활동성과(성과·환류) 종합평가지 평가배점**

○ **성과 및 환류 (핵심지표, 비계량산정, 5점)**

- 정기평가와 동일한 방식으로 지원센터의 성과·환류에 대한 성과평가 수행

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

○ **지원센터 주요 성과 (결과지표, 비계량산정, 5점)**

- 기준연도부터 당해연도까지 3개년 간 지원센터의 주요 성과에 대한 평가
- (평가 기준) 지자체 예산 추가 배정, 유관기관 협력, 센터 이전 등 핵심(부가)지표 외 지원센터의 운영 효율성 제고를 위한 활동 성과

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

○ **지적사항 이행정도 등 (결과지표, 비계량산정, 5점)**

- 기준연도부터 당해연도까지 3개년 간 지원센터 평가 시 지적사항에 대한 개선 이행 정도를 평가

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0





## II

# 2022 녹색구매지원센터 평가편람

1. 2022 평가개요
2. 평가지표
3. 평가기준
4. 평가배점
5. 평가유형
6. 평가결과 종합과 조치





## II. 2022 녹색구매지원센터 평가편람

### 1 2022 평가개요

#### 1.1 평가체계 및 절차

- 평가는 주관부처(환경부) 승인을 득한 평가편람을 기준으로, 사무국을 통해 지원센터의 성과취합과 합동평가위원회 평가가 이루어짐
- 사무국에서는 해당연도 평가편람을 지원센터, 합동평가위원회에 공유하고, 이에 근거하여 성과의 취합과 평가 등 일련의 평가 절차를 조율·진행

<정기·종합평가 체계>



- 평가편람에 기초하여, 사업계획서 작성, 정책사업 추진, 결과보고서 제출이 요구되며, 이에 근거하여 합동평가위원회의 서면, 현장, 심의회의가 추진\*

\* 본 평가편람은 2023년 정기·종합평가 시 평가기준으로, 2022년 평가는 2021년 평가편람을 기준으로 진행

<정기·종합평가 절차>



[표 9] 정기·종합평가 일정

일정		내용		비고
		2021년 평가편람	2022년 평가편람	
2021년	12월	-	2022 평가편람 공유	사무국
	12월 ~ 1월	-	사업계획서 작성 및 제출	지원센터
	12월	합동평가위원회 구성	-	사무국
2022년	1월 (2주)	지원센터 결과보고서 취합	-	지원센터
	1월 (3주) ~ 2월 (1주)	서면 / 현장평가	-	합동평가 위원회
	2월 (2주)	1차 심의평가	-	합동평가 위원회
	2월 (3주)	검토결과 통보 및 이의접수	-	사무국
	3월	이의조정 및 최종심의	-	합동평가위원회 (사무국)
	3월	평가결과 확정 및 통보	-	사무국
	12월	-	합동평가위원회 구성	사무국
2023년	1월 (1주)	-	지원센터 결과보고서 취합	지원센터
	1월 (2주 ~ 4주)	-	서면 / 현장평가	합동평가 위원회
	2월 (1주)	-	1차 심의평가	합동평가 위원회
	2월 (2주)	-	검토결과 통보 및 이의접수	사무국
	3월	-	이의조정 및 최종심의	합동평가위원회 (사무국)
	3월	-	평가결과 확정 및 통보	사무국

## 1.2 합동평가단의 구성

- 「녹색구매지원센터 설치·운영 지침」 제26조 ②항에서는 합동평가위원회를 구성을 명시하고 있으며, 적절한 평가를 위한 위원의 적격성을 다음과 같이 설정
  - 합동평가위원회는 오리엔테이션을 통해 녹색구매지원센터의 목적과 역할, 정책사업은 물론 평가체계 및 평가지표에 대한 전반적인 사항 숙지
  - 또한, 지원센터와 기존의 이해관계가 없으며, 모든 심의과정에 참여하고 지원센터와 정보를 전달·공유하지 않음이 원칙

[표 10] 합동평가위원의 자격 권고기준

구분	자격
학력기준	<p><b>석사 이상의 학력 소지자</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책사업은 사회·경제·산업 전반의 활동이 포함 따라서, 인문, 사회, 이·공학 등 계열과 무관하나 전문가의 학력 기준으로써 석사학력 소지자</li> <li>• 기타 이와 유사한 학력기준 소지자</li> </ul>
경력기준	<p><b>관련 분야의 실무경력 유경험자</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 녹색제품 : 환경표지 인증제품, GR마크, 저탄소제품 인증 경력 등</li> <li>녹색매장 : 녹색매장심사원 경력 등</li> <li>녹색정책 : 소비자, 산업 단위 정책 경력 등</li> <li>소비문화 및 소비자 인식 : 홍보, 경영, 소비자학과 등</li> <li>• 기타 이와 유사한 경력기준 소지자</li> </ul>
구성기준	상기 자격기준을 갖춘 전문가 5인 내외

- 평가위원의 적격성을 검토하여 평가단을 구성하고, 오리엔테이션 이후 서면평가를 실시하며, 현장방문을 통해 실태를 파악하고 본 심의에 참여
    - 평가단 구성은 사무국에서 선정하고 환경부와의 협의를 통해 최종 결정되며, 사무국 주최로 오리엔테이션을 실시
    - 서면평가는 평가이전 합동평가위원회 위원들에게 공유하며, 최소 3인\*이상으로 구성하여 현장 실태를 파악하고, 1차 심의 시 관련 성과는 공유
- \* 합동평가위원 3명 이상 및 간사 1명으로 구성 각 지역 지원센터 방문

◆ 서면평가

지원센터에서 제출된 연간 실적·성과 자료를 토대로 합동평가 위원 개별적인 사전 성과점검과 함께 현장평가 이전 확인사항 등을 검토하는 평가

지원센터	사무국	합동평가위원회
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022 평가편람 기준</li> <li>- 정책사업 실적·성과</li> <li>- 보고서 제출 (사업계획서 및 결과보고서)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지원센터별 보고서 취합</li> <li>• 서면평가를 위한 지원센터별 성과정리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책사업 추진성과</li> <li>• 지표별 산출 적절성 (증빙자료 검토)</li> <li>• 문의·확인사항 점검</li> </ul>
지표항목별 증빙자료 첨부	원본 보고서와 함께 성과정리자료 공유	현장평가 시 활용 (점검사항 사무국 통보)

◆ 현장평가

지역별 현장평가팀을 구성(최소 3인), 현장방문을 통해 실적과 성과를 확인하고, 지원센터의 인적·물적 실태와 함께 우수·미흡 사업을 확인하는 평가

\* 현장평가는 확인을 위한 목적에 초점, 점검사항 확인 이외의 지도·지적, 비교 및 불합리한 자료·증빙 요청 등 고압적 행동 금지

지원센터	사무국	합동평가위원회
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022 평가편람 기준</li> <li>- 정책사업 실적·성과</li> <li>- 보고서 준비</li> <li>• 전시장, 제작물 등</li> <li>- 실물 성과 준비</li> <li>• 현장평가팀 확인사항 응대 (관련 자료 및 현장 제시)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지원센터 사전 준비사항 점검·확인</li> <li>• 현장평가 진행</li> <li>• 현장평가 관리 (평가-피평가자 간의 부적절 행위 등 관리)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서면평가 점검사항 확인</li> <li>• 현장 실태 파악</li> <li>• 우수·미흡사업 점검</li> <li>• 개선 계획 점검</li> <li>• 담당자 면담 등</li> </ul>
지표항목별 증빙자료 첨부	평가 관리·감독	현장평가 결과리포트 작성 (심의평가 시 활용)

◆ 심의평가

합동평가위원회의를 통해 서면·현장 평가결과를 공유하고 지역별 지원센터의 성과를 정해진 평가지표와 배점에 따라 심의평가

지원센터	사무국	합동평가위원회
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 필요시 현장평가 문제점 보완 및 제출</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 심의회의 준비·진행</li> <li>• 심의결과 취합</li> <li>• 지원센터별 등급산정</li> <li>• 평가결과 공유 (지자체, 합동평가위원회)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서면·현장평가 결과 공유</li> <li>• 지원센터별 평가</li> <li>• 평가결과 제공</li> </ul>

## 2 평가지표

### 2.1 평가지표 개요

□ 본 평가편람은 「녹색제품 구매촉진에 관한 법률」 과 「지원센터 설치·운영 지침」 에 제시된 지원센터 정책사업(고유업무)을 중심으로, 사업별 정량적인 핵심지표 설정

※ 정책성과 이외, 센터운영 및 활동성과에 대한 평가가 포함됨

#### <녹색구매지원센터 정책사업>

정책사업	정책사업 성과(목표)
녹색제품구매법 (지원센터 사업, 법 제17조의3)	지원센터 설치·운영 지침 (사업운영범위, 지침 제18조제3항)
<ul style="list-style-type: none"> <li>녹색제품 정보제공 사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>친환경 소비문화 형성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>친환경 실천문화 형성을 위한 홍보·캠페인·협력 등의 사업</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>녹색제품 구매 및 소비 등 녹색생활과 관련된 교육사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>친환경 소비자 양성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>지역사회와 개인의 친환경 소비유도를 위한 교육 등의 사업</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>녹색제품 유통촉진을 위한 유통매장 모니터링 사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>녹색제품 유통 활성화</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>녹색매장 확대 및 시장 모니터링 사업</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 녹색제품 사업자와의 협력 사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>녹색제품 생산지원</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>녹색제품 생산 유도 및 환경성 품질 유지 모니터링 등의 사업</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>그 밖에 녹색제품 보급 촉진에 관한 사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>지역 특화사업</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>지침에는 포함되어 있지 않으나, 지원센터에서 추진하고 있는 특화 사업</li> </ul> </li> </ul>

#### 정책사업 내역사업

##### ■ 녹색구매지원센터 사업운영범위(지침 제18조제3항)

정책사업 성과	내역사업(고유업무)
친환경 소비자 양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>녹색소비 생활 교육</li> <li>녹색소비 교육 전문가 양성</li> </ul>
친환경 소비문화 형성	<ul style="list-style-type: none"> <li>친환경소비 캠페인 실시</li> <li>지역 내 생산·유통·소비 관련 기관·단체와 협력 네트워크 구축</li> <li>녹색제품 체험단 운영 및 녹색제품 관련 정보제공</li> <li>녹색제품 소비 관련 온·오프라인, 미디어 등 매체 홍보</li> </ul>
녹색제품 생산지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경표지 인증지원(대상기업 DB구축, 인증설명회, 인증수수료 지원(지자체 연계))</li> <li>인증제품 지역 수요처 발굴 및 구매연결</li> </ul>
녹색제품 유통활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여 유도</li> <li>녹색매장 모니터링(지자체 연계)</li> <li>녹색제품 판매장소 설치운영 모니터링(지자체 연계)</li> </ul>

○ (정기평가) 매년 실시되는 정기평가는 정책사업별로 사업의 목적과 성과에 부합할 수 있도록 핵심지표 설정

- 핵심지표를 정량적으로 측정하기 위해 각각의 산정방법을 설정하고 있으며, 객관적 산출을 위한 증빙요건 등을 제시하고 있음

<정책사업별 정기평가 핵심지표>

정책사업	정책사업의 성과	정기평가 핵심지표
녹색생활과 관련된 교육사업	친환경 소비자 양성	친환경 소비자 양성 (G1)
녹색제품 정보제공 사업	친환경 소비문화 형성	정보 노출량 (G2)
지역 녹색제품 사업자와의 협력사업	녹색제품 생산지원	제품지원건 (G3)
유통매장 모니터링 사업	녹색제품 유통활성화	지역시장 모니터링 개소 (G4)
		녹색소비 실천(구매실적) (G5)
그 밖에 녹색제품 보급 촉진에 관한 사업	지역특화사업	지역별 특화사업 (정성평가)

○ (종합평가) 3년 주기로 실시되는 종합평가는 정기평가 체계를 기준으로 추가적인 분석 및 지표를 포함하여 산정

- 종합평가 시 지원센터의 센터운영 및 활동성과 중 예산 집행, 지원센터 주요성과, 지적사항 이행정도 등 3개년 단위로 평가하여 지원센터 운영의 안정성 확보

<종합평가 결과지표>

정기평가 핵심지표 (정성평가)	평가기준	종합평가 결과지표 (정성·정량 평가)	
센터운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비전·추진전략 설정</li> <li>• 계획의 이행정도</li> <li>• 구성원 역량강화 활동내역</li> <li>• 현장평가(발표평가)</li> </ul>	-	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업비 집행</li> </ul>	정량	예산 집행률
활동성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성과달성 노력</li> <li>• 유관기관 및 지역사회 협력성과</li> <li>• 녹색제품 소비자 인식제고성과</li> </ul>	정성	지원센터 주요성과
			지적사항 이행정도 등

## 2.2 센터운영

### □ 센터운영 지표는 지원센터의 운영과 노력을 평가하기 위한 정성적 평가지표

○ 지원센터의 효율적 운영을 위한 노력에 대해 ‘비전과 핵심가치 설정’, ‘지역 사회 상생협력’, ‘리더십’, ‘역량강화’로 구분하여 각각의 성과와 우수성을 현장평가 시 센터장의 발표평가를 통해 정성적으로 평가

- 센터의 비전과 추진전략, 지역사회 협력사업, 지원센터장의 조직 운영 노력, 인력역량 강화에 대한 평가기준을 설정

### □ 사업비 관리 지표는 지침 제27조에 따라 지원센터 사업비 운영의 합리성 여부를 평가토록 하고 있어 평가지표로 포함되나, 중복적 검토사항으로 간소화

○ 지원센터의 사업비 관리는 지자체\* 현장점검, 지원센터 운영위원회\*\*의 역할과 기능에 포함되어 상시·중복적으로 관리·점검 되고 있는 바

\* 지침 제9조(운영주체별 역할) 2항 4목 : 지원센터 운영 관리 감독 및 지도

\*\* 지침 제20조(운영위원회 기능) 3목 : 연도별 지원센터 사업계획 및 사업예산·결산 등에 관한 사항

○ 정기평가에서는 사업비 관리 지표에 대한 평가를 지자체 또는 운영위원회의 사업비 관리 점검결과로 대체

- 지원센터에서는 사업비 관리에 대한 지자체(또는 운영위원회) 점검 결과 등 운영의 합리성을 입증할 수 있는 자료를 제출\*하고 이를 기준으로 평가

\* 입증자료 부재 시, 합동평가에서 평가할 수 있도록 사업비 관련 서류를 제출

※ 지자체 점검결과(상반기/하반기) 반영

○ 종합평가에서는 3개년 예산집행 결과에 따른 집행률을 정량적으로 평가

#### <센터운영 평가지표>

지표구분	정책사업 부문	평가기준	
핵심지표	• 지원센터 운영과 사업비 관리	정성	비전·추진전략 설정 및 계획의 이행정도, 구성원 역량강화 활동내역, 현장평가(발표평가)
결과지표	• 예산집행	정량	3개년 예산 집행률

## 2.3 정책성과

### ① 친환경 소비자 양성

- 친환경 소비자 양성을 위한 성과로 소비자 교육과 관련하여 양적인 측면의 '교육인원'과 질적인 측면의 '교육시간'을 반영한 '친환경 소비자 양성' 지표
  - 양성교육은 미래세대 친환경 소비자 양성을 위한 '유아·청소년'과 現 소비자의 친환경 소비자로의 전환을 위한 '성인'으로 구분하여 평가
    - 친환경 소비자를 '특정 교육시간을 이수한 교육인원'으로 설정하여, 생성된 교육자(수)는 물론, 교육품질(시간)을 고려하여 성과를 측정

#### 기본 산정식

■ 교육시간과 교육인원을 곱하여 산출된 값에 '특정 교육시간을 이수한 교육인원을 고려한 산정방식

- 교육대상에 따른 교육품질을 반영하기 위해, 대상별 특정 교육시간을 차등 적용하며, 유아·청소년은 교육기관별 차시당 교육시간에 따라 30~50분, 성인은 차시당 60분을 기준으로 기본 교육시간 설정

$$G1 = (Th \times Tp)$$

- G1 : 친환경 소비자 양성(유아·청소년·성인)
- Th : 교육차수, 단위 h(차시)
- Tp : 교육인원, 단위 p(명)

- 또한, 핵심지표의 정성적 성과와 선택적 정책사업 수행에 대한 성과를 평가하기 위해 부가지표를 설정하여 지원센터의 정성적 성과를 반영·평가
  - 핵심지표(사업)와 관련된 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동, 교육프로그램 개선도 등 달리 정량화되지 않는 정성적 성과\*에 대한 평가
    - \* 핵심지표의 정량적 성과와 함께 지원센터의 무형적(정성) 성과를 반영함으로써 정책사업의 목적에 적합하고 고품질의 사업운영 유도
  - 핵심지표로 반영되지 못하는 이외의 정책사업(세부사업) 부문을 평가에 반영, 세부적인 지원센터의 활동과 노력을 평가
    - 친환경 소비자 양성의 세부사업으로는 '녹색소비 교육 전문가 양성'이 포함되며, 활동의 적절성, 사업실적, 성과의 실효성을 중심으로 평가

<친환경 소비자 양성 평가지표>

지표구분	정책사업 부문	평가기준	
핵심지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>친환경 소비생활 교육</li> </ul>	정량	친환경 소비자 양성 (교육시간 대비 양성인력)
부가지표		정성	추진노력, 사업관리, 성과확산, 교육프로그램 개선도
		<ul style="list-style-type: none"> <li>녹색소비 교육 전문가 양성</li> </ul>	정성

□ 명확한 산정을 위해 항목별로 증빙이 필요하며, 기본 정보는 다음과 같음

<지표 산정을 위한 증빙정보>

교육대상 G1	<ul style="list-style-type: none"> <li>유아·청소년 : 교육대상자의 연령을 기준으로 18세 미만 교육 프로그램은 유아 및 청소년 프로그램</li> <li>일반인 : 일반인(소비자)을 대상으로 녹색제품과 친환경 소비에 대한 교육 프로그램</li> </ul>
교육시간 Th	<ul style="list-style-type: none"> <li>교육 프로그램 설계 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공문, 모집공고 내 교육 프로그램 (시간정보 필수)</li> </ul> </li> <li>교육 프로그램 운영 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 교육 책자 인쇄물, 교육 운영 사진 등</li> </ul> </li> <li>교육 프로그램 결과자료                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 교육완료 결과·결재, 관리기관(지자체 등) 보고자료 등</li> </ul> </li> </ul>
교육인원 Tp	<ul style="list-style-type: none"> <li>교육 프로그램 참석자                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- (유아·청소년) 교육 당일 출석기록부 등</li> <li>- (성인) 교육 참석자 서명지, 참석자 이력(신청서류 등)</li> </ul> </li> <li>발급 서류                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- (공통) 교육 이수·수료 발급증 등</li> </ul> </li> </ul>
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>지원센터의 활동임을 증빙 (교육기관 확인서, 외주 계약서, 프로그램 협약서, 등)</li> </ul>

② 친환경 소비문화 형성

□ 소비문화 형성을 위한 성과로 정보가 제공되는 방식에 따른 정보전달 실적 (정보 제공량)을 반영한 '정보 노출량' 지표

- 소비문화 성과를 '지역 주민에게 전달된 정보'로 설정하고, 전달방식에 따라 '대면 정보(현장)'와 '비대면 정보(온라인)'로 구분하여 평가
- 소비문화 형성을 '지원센터의 대민 정보활동'으로 설정하여, 정보가 제공되는 방식(대면, 비대면)과 정보전달 실적(건)을 고려하여 성과를 측정

기본 산정식

■ 지원센터에서 제공한 정보에 접근한 인원을 고려한 산정방식

- 현장(방문자) 상담과 콘텐츠별 조회수(방문자수 X) 등 정보제공이 아닌 정보전달 실적

G2f = Cpf	G2o = Cpo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• G2f : 친환경 소비문화 형성(현장)</li> <li>• Cpf : 제공정보에 접근한 인원, 단위 p(명)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• G2o : 친환경 소비문화 형성(온라인)</li> <li>• Cpo : 제공정보에 접근한 인원, 단위 p(명)</li> </ul>

□ 또한, 핵심지표의 정성적 성과와 선택적 정책사업 수행에 대한 성과를 평가하기 위해 부가지표를 설정하여 지원센터의 정성적 성과를 반영·평가

- 핵심지표(사업)와 관련된 추진노력, 사업관리, 성과확산 등 달리 정량화되지 않는 정성적 성과에 대한 평가
- 핵심지표로 반영되지 못하는 이외의 정책사업(세부사업) 부문을 평가에 반영, 세부적인 지원센터의 활동과 노력을 평가
- 친환경 소비문화 형성의 세부사업으로는 '지역 내 유관기관 협력네트워크 구축'이 포함되며, 활동의 적절성, 사업실적, 성과의 실효성을 중심으로 평가

<친환경 소비문화 형성 평가지표>

지표구분	정책사업 부문	평가기준	
핵심지표	• 친환경 소비 홍보·캠페인	정량	정보 노출량 (정보 제공방식별 전달량)
부가지표		정성	추진노력, 사업관리, 성과확산
		• 지역 내 유관기관 협력 네트워크 구축	정성

□ 명확한 산정을 위해 항목별로 증빙이 필요하며, 기본 정보는 다음과 같음

<지표 산정을 위한 증빙정보>

정보제공 유형 G2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대면(현장 정보) : 각종 캠페인, 전시회 참가 등의 오프라인 활동</li> <li>• 비대면(온라인 정보) : 홈페이지, 블로그, SNS매체 등 홍보</li> </ul>
Cpf	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현장 방문 및 프로그램 참여자 방명록, 서명지(시도군 및 성명표기), 프로그램 참가 신청서 등</li> </ul>
Cpo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인 정보 접근자 게시물 조회 수 (당해연도 게시물별 합산)</li> </ul>
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지원센터의 활동임을 증빙 (기관·단체 협력 협약서, 협력 실적(배너 공유 등) 등)</li> </ul>

③ 녹색제품 생산지원

□ 녹색제품 생산지원을 위한 성과로 ‘미인증제품 발굴’과 ‘인증지원’ 활동을 핵심지표로 설정, 생산지원 활동별로 가중치를 부여한 ‘제품지원’ 지표

○ 제품지원은 실질적인 인증지원 실적은 물론, 저변확대 활동을 포함하여 지역 기업제품의 ‘미인증제품 발굴’과 ‘인증지원’으로 구분하여 평가

- 제품지원은 지역 내 산업, 기업 등 외적 여건을 고려하여 발굴과 지원 활동을 하나의 지표로 통합하고, 가중치를 부여하여 성과를 측정

기본 산정식

■ 지원센터의 인증 관련 저변확대 활동과 인증취득 지원 활동을 고려한 산정방식

- 지역적 산업·기업의 외부여건을 고려하여, 개별활동으로 구분하지 않고 통합하여 지원 센터 목표달성의 유연성을 제공
- 제품지원 활동에 따른 차등적 산정방식(가중화)으로 미인증제품 발굴·지원의 특성을 강화할 수 있으며, 고품질의 제품지원 활동 개발·추진을 유도

$$G3 = EGP + CGP*5$$

- G3 : 제품지원 건수
- EGP : 미인증제품 발굴(설명회 및 간담회, 기업방문 등) 참여기업 수, 단위 건
- CGP : 인증지원 활동(인증을 요하는 기업대상 문의, 상담, 컨설팅 등), 단위 건
- 수요처 발굴을 위한 저변확대 활동과 실질적 인증지원 활동별 차등적인 가중치 적용

미인증제품 발굴	인증지원
1	5

□ 또한, 핵심지표의 정성적 성과와 선택적 정책사업 수행에 대한 성과를 평가 하기 위해 부가지표를 설정하여 지원센터의 정성적 성과를 반영·평가

○ 핵심지표(사업)와 관련된 추진노력, 사업관리, 성과확산 등 달리 정량화되지 않는 정성적 성과에 대한 평가

○ 핵심지표로 반영되지 못하는 이외의 정책사업(세부사업) 부문을 평가에 반영, 세부적인 지원센터의 활동과 노력을 평가

- 녹색제품 생산지원 세부사업으로는 ‘인증제품 수요처 발굴’이 포함되며, 활동의 적절성, 사업실적, 성과의 실효성을 중심으로 평가

<녹색제품 생산지원 평가지표>

지표구분	정책사업 부문	평가기준	
핵심지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경표지 인증지원 (대상기업 DB구축, 인증설명회, 인증수수료 지원(지자체연계) 등)</li> </ul>	정량	제품지원 (미인증제품 발굴·지원활동 건수)
부가지표		정성	추진노력, 사업관리, 성과확산
	<ul style="list-style-type: none"> <li>인증제품 수요처 발굴</li> </ul>	정성	활동의 적절성, 사업실적, 성과의 실효성

□ 명확한 산정을 위해 항목별로 증빙이 필요하며, 기본 정보는 다음과 같음

<지표 산정을 위한 증빙정보>

생산지원 유형 EGP, CGP	<ul style="list-style-type: none"> <li>미인증제품 발굴 : 인증설명회, 기업방문 등</li> <li>인증지원 : 인증상담, 자문, 컨설팅 지원(지자체 프로그램 연계) 등</li> </ul>
EGP	<ul style="list-style-type: none"> <li>미인증제품 발굴 활동                             <ul style="list-style-type: none"> <li>설명회·간담회 등 참여기업 명단 (설명회 참석기업 기준, 서명지, 회의록, 사진 등)</li> </ul> </li> </ul>
CGP	<ul style="list-style-type: none"> <li>인증 지원 활동                             <ul style="list-style-type: none"> <li>인증상담 및 자문·컨설팅 일지 및 결과보고서 (개별 증빙건이 아닌 대상기업 지원 실적일체를 하나로 인정)</li> </ul> </li> <li>※ 지원센터 활동이외의 지역 인증건수는 제외</li> </ul>
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>지원센터의 활동임을 증빙                             <ul style="list-style-type: none"> <li>수요기업처 명단, 활동내역, 결과보고서 등</li> </ul> </li> </ul>

④ 녹색제품 유통 활성화

- 녹색제품 유통활성화를 위한 성과로 '녹색매장 및 녹색제품 판매매장 모니터링'과 '지역사회의 구매실적'을 핵심지표로 설정, 지역 내 관리 대상매장에 대한 '모니터링 건'과 '녹색소비 실천(구매실적) 건' 지표
- 유통 활성화를 위해 지역 내 대상매장을 대상으로 상시 모니터링 체계 조성으로 성과를 측정
  - \* 정책사업 모니터링 목적은 시장의 유통 예방·개선의 특성, 따라서 지역 내 특정수준 이상의 매장을 대상으로 한 모니터링으로 핵심지표를 설정
  - 모니터링 대상을 녹색매장 및 일정규모 이상의 녹색제품 판매매장\*으로 설정하여 지역 내 대상 매장에 대한 모니터링 건수로 성과를 측정
  - \* 백화점, 대형마트, 슈퍼마켓 등 특정규모 이상을 대상으로 한 모니터링
- 지역내 녹색구매실적에 대한 성과 측정을 위해 지역사회, 그린오피스, 녹색 어린이집, 숙박업소 등에서 발생한 녹색제품 구매품목수, 구매연계건수, 구매금액에 대해 실적을 평가

기본 산정식

■ 지원센터의 모니터링 활동과 지역 내 매장현황을 고려한 산정 방식

<b>G4 = GM + SM*0.5</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• G4 : 녹색제품 유통 활성화(모니터링)</li> <li>• GM : 녹색매장 및 녹색특화매장 모니터링 건, 단위 개소</li> <li>• SM : 녹색제품 취급 매장 모니터링 건, 단위 개소</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 실제 녹색매장·녹색특화매장의 모니터링 활동과 단순 녹색제품 취급 매장의 모니터링 활동별 차등적인 가중치 적용</li> </ul>	
녹색매장·녹색특화매장 모니터링	녹색제품 취급 매장 모니터링
1	0.5

■ 지원센터의 녹색소비 실천(구매실적) 관련 활동과 여건을 고려한 산정 방식

- 지원센터가 구매를 연계한 녹색제품 품목수, 구매연계한 기관(혹은 기업)수, 녹색제품 구매금액에 대한 실적 평가

G5p = Cpe	G5c = Ccc	G5m = Cmw
<ul style="list-style-type: none"> <li>• G5p : 녹색제품 구매실적 (품목수)</li> <li>• Cpe : 구매를 연계한 녹색제품 품목 수, 단위 e(개)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• G5c : 녹색제품 구매실적 (구매연계수)</li> <li>• Ccc : 구매를 연계한 기관 및 기업 수, 단위 c(개)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• G5m : 녹색제품 구매실적 (구매금액)</li> <li>• Cmw : 구매를 연계한 총 구매금액 합계, 단위 w(원)</li> </ul>

- 또한, 핵심지표의 정성적 성과와 선택적 정책사업 수행에 대한 성과를 평가하기 위해 부가지표를 설정하여 지원센터의 정성적 성과를 반영·평가
  - 핵심지표(사업)와 관련된 추진노력, 사업관리, 성과확산 등 달리 정량화되지 않는 정성적 성과에 대한 평가
  - 핵심지표로 반영되지 못하는 이외의 정책사업(세부사업) 부문을 평가에 반영, 세부적인 지원센터의 활동과 노력을 평가
    - 녹색제품 유통 활성화의 세부사업으로는 ‘녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여 유도’가 포함되며, 활동의 적절성, 사업실적, 성과의 실효성을 중심으로 평가

<녹색제품 유통 활성화 평가지표>

지표구분	정책사업 부문	평가기준	
핵심지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 녹색매장, 녹색제품 판매장소 설치운영 모니터링</li> <li>• 녹색소비 실천(구매실적) (지역사회, 그린오피스, 녹색어린이집 등)</li> </ul>	정량	모니터링 개소 (지역 내 매장 모니터링 실적)
			녹색소비 구매실적 (품목수, 구매연계건수, 구매금액)
부가지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도</li> </ul>	정성	추진노력, 사업관리, 성과확산
		정성	활동의 적절성, 사업실적, 성과의 실효성

□ 명확한 산정을 위해 항목별로 증빙이 필요하며, 기본 정보는 다음과 같음

<지표 산정을 위한 증빙정보>

<p>녹색매장 및 녹색특화매장 모니터링 GM</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 모니터링</li> <li>- 모니터링 결과보고서</li> </ul>
<p>녹색제품 취급매장 모니터링 SM</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 모니터링</li> <li>- 모니터링 결과보고서</li> </ul>
<p>녹색소비 실천 (품목수) G5p</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 녹색제품 품목수</li> <li>- 구매를 연계한 녹색제품의 품목이 기재된 기관의 구매확인서 혹은 구매의향서</li> </ul>
<p>녹색소비 실천 (구매연계수) G5c</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 녹색제품 구매연계수</li> <li>- 구매를 연계한 녹색제품의 품목 혹은 금액이 기재된 기관의 구매확인서 혹은 구매의향서</li> </ul>
<p>녹색소비 실천 (구매금액) G5m</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 녹색제품 구매금액</li> <li>- 구매를 연계한 녹색제품의 금액이 기재된 기관의 구매확인서 혹은 구매의향서</li> </ul>
<p>기타</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지원센터의 활동임을 증빙</li> </ul>

⑤ 지역특화사업

□ 녹색제품 보급·촉진과 관련된 사업 중 現 법률과 지침에서 달리 정의하지 않은 지역 자체적으로 특화시켜 추진하는 사업에 대한 ‘지역별 특화사업’ 지표

○ 녹색제품 보급·촉진을 위한 사업으로, 정책사업과 직접적인 유사·중복성이 없으며, 정량화 하여 측정·산정할 수 있는 지원센터의 사업 활동

- 서포터즈·기자단 운영, 체험단 및 견학, 시상식, 그린카드 홍보·보급, 녹색 제품 판매, 유관기관 연계·협력 활동 등 정책사업으로 명확히 정의되지 않은 특화사업

- 정책사업 핵심(부가)지표와는 중복산정이 안 되는 독립된 프로그램만 포함

○ 특화사업에 대해 자체적으로 정량화하여 성과를 제시(증빙자료 포함) 해야 하며, 제시된 성과를 근거로 합동평가단에서 정성적으로 평가\*

\* 지역별로 특화사업이 달라, 성과를 비교하여 평가하기 어려움. 따라서 합동평가단의 정성적 판단에 의존하나, 정량적인 성과 제시는 필수

<지역 특화 평가지표>

지표구분	정책사업 부문	평가기준	
부가지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역특화 사업의 설정 (정책사업과 중복성이 없는 지역별 특화사업)</li> </ul>	정성	활동의 적절성, 사업실적, 성과의 실효성

□ 명확한 산정을 위해 항목별로 증빙이 필요하며, 기본 정보는 다음과 같음

<지표 산정을 위한 증빙정보>

지역특화 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>서포터즈, 기자단, 체험단, 시상식, 백일장 등 대민활동</li> <li>그린카드 홍보·보급 등</li> <li>기관협력 사업, 지역 대외활동 등 센터활동 등</li> </ul> ※ 정책사업과의 중복성이 없으며 지원센터에서 추진·참여하는 활동
정성·정량 실적·성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>실적·성과 산정방식 및 근거                             <ul style="list-style-type: none"> <li>제시된 실적·성과의 산정증빙</li> </ul> </li> <li>활동내역                             <ul style="list-style-type: none"> <li>정량화되지 않는 사안들에 대한 활동내역 (결과물, 기사, 공개자료, 기획기안 등)</li> </ul> </li> </ul>

## 2.4 활동성과

### ① 정기평가

□ 활동성과는 개별 정책사업의 실적·성과 이외로, 지원센터의 사업추진 노력·성과를 평가하기 위한 정성적 평가지표

- 지원센터 사업추진 노력에 대해 ‘성과·환류’ 부문의 우수성을 정성적으로 평가
  - 사업계획의 목적과 구체성에 대한 계획·준비, 유관기관 및 지역사회 협력 성과, 성과달성 노력, 녹색제품 인식제고에 대한 성과·환류 평가기준을 설정
  - 지원센터간의 상대적인 성과기준을 바탕으로 평가하며 정책사업 범위 이외 또는 정책사업 범위 내 특정성과가 탁월한 경우 등을 고려한 지표

<활동성과 평가지표>

지표구분	정책사업 부문	평가기준	
핵심지표	• 지원센터의 사업추진 노력 및 성과	정성	성과·환류

### ② 종합평가

□ 3개년도 지원센터별 활동에 대한 종합적인 성과를 평가하며, 지원센터 활동의 우수성, 관심도, 노력도 및 성과를 평가하기 위한 정성적 평가지표

<활동성과 결과지표>

지표구분	정책사업 부문	평가기준	
결과지표	• 활동성과(성과·환류)	정성	3개년도 추진성과
		정성	3개년도 지적사항 이행정도

◆ 증빙자료와 성과인정

과대 성과 측정을 방지하고 지원센터 간의 비교가능성을 높이고자 정책사업 관련 성과의 검토강화(증빙 점검)

- 정기·종합 평가에서 증빙자료는 제3자가 객관적으로 확인 가능한 자료, 공식적으로 인정되는 자료, 추론가능한 자료 등으로 구분
  - 객관적으로 확인 가능한 자료는 실물자료, 복수자료, 수혜자 확인증 등 그 실체가 명확하거나 정황상 객관성을 나타내는 증빙물
  - 공식적 인정 가능한 자료는 각종 공식문서 기록물, 내부 기획·실행 문서, 영상 및 사진(날짜, 시간, 장소 정보 등 포함) 등 정황상 객관성을 나타내는 증빙물
  - 추론가능한 자료는 다양한 기록물들 중 추론을 통해 성과로 인정될 수 있는 증빙물

객관적 확인자료	공식적 인정자료	추론가능 자료
자료상으로 증빙이 가능	정황상으로 증빙이 가능	복수의 자료를 통해 증빙가능
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 실물자료로 그 실체가 확인된 자료 (실물 제작물, 온라인 게재된 기록물과 실적 등)</li> <li>• 한 개의 실적에 다수의 복수 증빙을 갖춘 자료 (교육 개최공문, 참석자 서명지, 참석자 이수 발급증)</li> <li>• 특정 수혜자가 확인한 문서 (협약서, 신청서 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지원센터 공식문서 (외부 확인증, 서명지, 발급증 등)</li> <li>• 지원센터 내부 기획·실행 문서 (결재, 지급내역서, 발송자 명단 등)</li> <li>• 특정 정보가 포함된 영상 및 사진 (플랜카드 포함 사진, 공식 기사 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠페인 및 전시회 사진</li> <li>• 물품구매·사용 내역</li> <li>• 프로그램 진행 기록물 (회의록, 안내책자 등)</li> </ul>
100% 인정	일부 현장평가 점검 및 추가증빙 요청	합동평가단 협의

- 지원센터는 평가지표 산정시 관련 증빙자료와 함께 증빙유형을 표기해야 하며, 사무국은 취합된 결과를 토대로 재산정을 실시 적합여부를 점검해서 합동평가단에 제출

지원센터	사무국	합동평가단
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가지표별 증빙자료 제출</li> <li>• 증빙자료별 유형 확인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 결과보고서 취합</li> <li>• 평가지표별 재산정</li> <li>• 증빙자료의 신뢰성 점검</li> <li>• 재산정 결과 공유 (지원센터, 합동평가단)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 재산정 결과 검토</li> <li>• 증빙인정 여부 협의</li> <li>• 평가지표 결과 확정</li> </ul>

### 3 평가기준

#### 3.1 정량지표 평가기준

□ 평가지표의 정량적 수치가 도출된 이후 이를 점수화 하는 평가기준

- 평가지표 중, 정책사업 내 핵심지표는 객관성이 확보된 정량적 지표로 구성
- 정량화된 결과값을 기준으로 점수를 부여한 방식을 마련하여, 평가 시 지역별 정책사업 성과가 점수화되도록 점수부여 방식 설정
  - 정책사업별 달성목표 기준을 설정\*하고, 이를 기준으로 하위 구간으로 구분한 절대적 점수부여 방식의 평가기준
    - \* 정부지원 예산과 이전 실적을 감안하여 정책사업별 지원센터의 정량적 목표를 설정(절대적 점수부여), 이를 기준으로 하위 구간으로 나눠 점수부여

<정책사업별 달성목표>

친환경 소비자 양성		친환경 소비문화 형성		녹색제품 생산지원	녹색제품 유통 활성화
유아청소년	성인	대면	비대면	제품지원	모니터링
목표인원 센터별 상이	700명	4,000명	12,500명	50건	18개소
구간 설정 센터별 상이	200명 구간	500명 구간	2,500명 구간	10건 구간	3개소 구간

\* 기본목표는 '21년 실적을 기준으로 중간수준의 성과(하위 50% 평균 이하)로 고려하였으며, 증빙 등의 산정체계변경에 따른 성과감소를 고려한 최소기준

\*\* 정책사업별 기본목표는 합동평가 시 설정의 적정성 여부를 검토하여 임의변경가능

### 3.2 정성지표 평가기준

□ 정성지표는 평가자의 주관성이 개입되는 지표로서 일관된 평가를 위해 평가 기준 제시

- 평가지표 중, 센터운영, 정책사업 내 부가지표, 활동성과 등이 정성지표로 구성되어 있음
- 따라서, 각 지표에 대해서는 정성적인 평가기준을 마련하여, 평가 시 일관성과 비교가능성의 보완조치가 필요, 지표별로 검토기준을 마련

<정성적 지표의 평가기준>

평가지표	평가기준		
센터운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업비 운영의 합리성 여부를 정성평가</li> <li>• 5개 구간으로 지원센터의 운영 및 사업비관리 적절성 평가</li> </ul>		
	<b>센터운영</b>	<b>사업비관리</b>	
	지원센터장의 리더십, 직원역량강화	예산배분, 예산집행 적절성	
정책사업 (핵심)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책사업 추진과 관련된 전반적 활동 우수성 평가</li> <li>• 5개 구간으로 지원센터의 핵심사업에 대한 성과평가</li> </ul>		
	<b>추진노력</b>	<b>사업관리</b>	<b>성과확산</b>
	사업추진 의지, 적극성, 프로그램 품질, 신규 발굴 등	사업추진 인력, 예산, 시간 투자 및 관리	사업추진 성과의 확산과 연계
정책사업 (부가)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 추가적 사업활동에 대해 성과 우수성 평가</li> <li>• 5개 구간으로 지원센터의 부가사업에 대한 성과평가</li> </ul>		
	<b>활동의 적절성</b>	<b>성과의 실효성</b>	<b>실적 건수</b>
	사업목적, 사업내용, 추진활동의 적절성	사업에 대한 잠재·예상 효과의 우수성	정량적 실적·성과
활동성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지원센터 활동성과에 대한 우수성 평가</li> <li>• 5개 구간으로 지원센터의 활동성과 평가</li> </ul>		
	<b>성과·환류</b>		<b>정책사업 중 우수(초과)성과</b>
	성과달성 노력, 유관기관 및 지역사회 협력, 녹색제품 인식제고 성과 등		기본 목표(보통) 대비 2배 이상 실적·성과 달성 등

◆ 종합평가 시 정성지표 평가기준

- 센터운영의 경우 3개년 예산 집행률에 대해 종합적으로 평가
- 활동성과(성과·환류)의 경우 사업운영 주요 성과, 지적사항 이행정도 등 3개년의 성과에 대해 종합적으로 평가

## 4 평가배점

### 4.1 정기평가 및 종합평가 평가지표 및 배점

□ (정기평가) 평가배점은 총 100점 만점으로 평가지표 간 편중되지 않도록 배점

※ 지표별 배점 차이가 존재하나, 대략적으로 15점(±5) 이내에서 배점

○ 정량적 수치에 의해 평가되는 배점은 총 45점, 정성적인 성과에 의해 평가되는 배점은 총 55점으로 지원센터의 성과(정량)는 물론 활동(정성)에 대한 평가 반영

<정기평가 평가지표 및 배점>

평가지표	평가 내역	배점		
		총점	정성	정량
<b>1. 센터운영</b>	<b>지원센터 운영 및 사업비 관리 합리성</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>-</b>
핵심지표	• 비전·추진전략 설정 및 계획의 이행정도, 구성원 역량강화 활동내역, 현장평가(발표평가)	-	5	-
	• 사업비 관리	-	5	-
<b>2. 정책성과</b>	<b>지원센터 정책사업 추진 성과</b>	<b>75</b>	<b>30</b>	<b>45</b>
<b>친환경 소비자 양성</b>		<b>20</b>	<b>5</b>	<b>15</b>
핵심지표	• 녹색소비 생활 교육(유아·청소년)	- 유치원·어린이집	-	3
		- 초·중·고등학교	-	5
부가지표	• 녹색소비 생활 교육(성인)	-	-	7
	• 녹색소비 생활 교육을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동, 교육프로그램 개선도	-	5	-
• 녹색소비 교육 전문가 양성		-	-	-
<b>친환경 소비문화 형성</b>		<b>15</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
핵심지표	• 각종 캠페인, 전시회 참가 등 오프라인 활동	-	-	5
	• 홈페이지, 블로그, SNS 매체 등 홍보 활동	-	-	5
부가지표	• 홍보·캠페인을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동	-	5	-
	• 지역 내 유관기관 협력 네트워크 구축	-	-	-
<b>녹색제품 생산지원</b>		<b>15</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
핵심지표	• 미인증제품 발굴(설명회, 기업방문 등) · 지원(상담, 자문 등)	-	-	10
부가지표	• 미인증제품 발굴·지원에 대한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동	-	5	-
	• 인증제품 수요처 발굴	-	-	-
<b>녹색제품 유통 활성화</b>		<b>15</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
핵심지표	• 시장 모니터링	-	-	5
	• 녹색소비 실천 구매실적(지역사회, 그린오피스, 어린이집, 숙박업소 등) 계량화(품목수, 구매연계건수, 구매금액)	-	-	5
부가지표	• 시장 모니터링을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동	-	5	-
	• 녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도	-	-	-
<b>지역특화 사업</b>		<b>10</b>	<b>10</b>	<b>-</b>
핵심지표	• 시상식, 체험단 견학, 그린카드 홍보보급 등 센터별 자체적 시행사업	-	10	-
<b>3. 활동성과</b>	<b>지원센터 사업추진 노력</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>-</b>
핵심지표	• 성과달성 노력, 유관기관 및 지역사회 협력, 녹색제품 인식제고 성과 등	-	10	-
부가지표	• 정책사업 중 우수(초과)성과	-	5	-
<b>합계</b>		<b>100</b>	<b>55</b>	<b>45</b>

\* 부가지표는 핵심지표(정성)와 부가사업 각 4점이 부여, 항목별 합산을 통해 총 8점으로 배정되며 합산결과가 5~8점일 경우, 5점으로 일괄배점

□ (종합평가) 평가배점은 총 100점 만점으로 평가지표 간 편중되지 않도록 배점

- 정량적 수치에 의해 평가되는 배점은 총 50점, 정성적인 성과에 의해 평가되는 배점은 총 50점으로 지원센터의 성과(정량)는 물론 활동(정성)에 대한 평가 반영

<종합평가 평가지표 및 배점>

평가지표	평가 내역		배점		
			총점	정성	정량
<b>1. 센터운영</b>	<b>지원센터 운영 및 사업비 관리 합리성</b>		<b>10</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
핵심지표	• 비전·추진전략 설정 및 계획의 이행정도, 구성원 역량강화 활동내역, 현장평가(발표평가)		-	3	-
	• 사업비 관리		-	2	-
결과지표	• 예산집행률(3년간)		-	-	5
<b>2. 정책성과</b>	<b>지원센터 정책사업 추진 성과</b>		<b>75</b>	<b>30</b>	<b>45</b>
<b>친환경 소비자 양성</b>			<b>20</b>	<b>5</b>	<b>15</b>
핵심지표	• 녹색소비 생활 교육(유아·청소년)	- 유치원·어린이집	-	-	3
		- 초·중·고등학교	-	-	5
부가지표	• 녹색소비 생활 교육(성인)		-	-	7
	• 녹색소비 생활 교육을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동, 교육프로그램 개선도		-	5	-
	• 녹색소비 교육 전문가 양성		-	-	-
<b>친환경 소비문화 형성</b>			<b>15</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
핵심지표	• 각종 캠페인, 전시회 참가 등 오프라인 활동		-	-	5
	• 홈페이지, 블로그, SNS 매체 등 홍보 활동		-	-	5
부가지표	• 홍보·캠페인을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동		-	5	-
	• 지역 내 유관기관 협력 네트워크 구축		-	-	-
<b>녹색제품 생산지원</b>			<b>15</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
핵심지표	• 미인증제품 발굴(설명회, 기업방문 등) · 지원(상담, 자문 등)		-	-	10
부가지표	• 미인증제품 발굴·지원에 대한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동		-	5	-
	• 인증제품 수요처 발굴		-	-	-
<b>녹색제품 유통 활성화</b>			<b>15</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
핵심지표	• 시장 모니터링		-	-	5
	• 녹색소비 실천 구매실적(지역사회, 그린오피스, 어린이집, 숙박업소 등) 계량화(품목수, 구매연계건수, 구매금액)		-	-	5
부가지표	• 시장 모니터링을 위한 추진노력, 사업관리, 성과확산 활동		-	5	-
	• 녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도		-	-	-
<b>지역특화 사업</b>			<b>10</b>	<b>10</b>	<b>-</b>
핵심지표	• 시상식, 체험단 견학, 그린카드 홍보보급 등 센터별 자체적 시행사업		-	10	-
<b>3. 활동성과</b>	<b>지원센터 사업추진 노력</b>		<b>15</b>	<b>15</b>	<b>-</b>
핵심지표	• 성과달성 노력, 유관기관 및 지역사회 협력, 녹색제품 인식제고 성과 등		-	5	-
결과지표 (3개년)	• 지원센터 주요성과		-	5	-
	• 지적사항 이행정도 등		-	5	-
<b>합계</b>			<b>100</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

\* 부가지표는 핵심지표(정성)와 부가사업 각 4점이 부여, 항목별 합산을 통해 총 8점으로 배정되며 합산결과가 5~8점일 경우, 5점으로 일괄배점

① 센터운영 (핵심지표, 비계량산정, 5점)

□ 지표 정의 및 해설

- 지원센터의 설립목적 달성을 위한 비전과 추진전략 수립, 대내외 이해관계자와 비전과 핵심가치 공유, 지역사회와 상생협력, 구성원의 지속적인 역량강화 방안과 신규사업 발굴 등을 통한 센터장의 리더십 및 직원 역량강화에 대한 평가(현장 발표평가)

□ 점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

□ 평가기준

- 센터 비전과 핵심가치 설정 등
  - 지원센터 설립목적에 부합하는 비전과 핵심가치 설정과 대내외 공유 등 전략적 체계의 통합성 정도
- 지역 상생협력
  - 지자체 및 지역기업과 협력사업 발굴
- 리더십
  - 센터장의 사업추진 의지, 신규사업 발굴을 위한 노력과 성과, 그간의 활동, 조직관리 활동
- 역량강화
  - 구성원의 지속적인 역량강화 방안, 센터의 업무 역량 강화 방안(센터 내·외부 교육프로그램 참여, 업무처리 절차, 숙달도 등)

□ 점검사항

- 지원센터의 사업계획서, 조직도, 구성원 면담 및 업무지침, 협력 현황 등 조직 운영에 대해 센터장의 직접 발표
  - 현장방문 구성원 면담 및 업무 처리 체계 점검을 통한 비정량적 활동 점검

② 사업비 관리 (핵심지표, 비계량산정, 5점)

□ 지표 정의 및 해설

○ 합리적이고 효율적인 사업비 편성과 집행에 대한 노력과 성과평가

- 지원센터의 사업비 운영 계획 및 투명한 집행 등 사업추진을 위한 재정적 활동

□ 점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

□ 평가기준

○ 사업비 배분의 적절성

- 사업추진 전략과 전략이행을 위한 사업별 사업비 운영계획 및 산출 근거 등

○ 사업비 집행

- 사업과정에서 사업비 집행의 적절성(집행의 투명성, 집행 시기, 계획대비 실적)

□ 점검사항

○ 지원센터 사업별 운영계획 및 계획대비 예산 집행에 관한 현황정보

- 인건비 및, 사업비 집행의 적절성, 연차별 사업비 투입 비중 점검

◆ 센터운영 종합평가지 평가배점

○ 센터운영 (핵심지표, 비계량산정, 3점)

- 정기평가와 동일한 방식으로 지원센터의 센터운영에 대한 성과평가 수행

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	1.5	2.0	2.5	3.0

○ 사업비집행 (핵심지표, 비계량산정, 2점)

- 정기평가와 동일한 방식으로 지원센터의 사업비집행에 대한 성과평가 수행

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	1.4	1.6	1.8	2.0

○ 예산 집행률 (결과지표, 계량산정, 5점)

- 기준연도부터 당해연도까지 3개년 간 지원센터의 예산 집행률에 대한 성과평가

93% 미만	93% 이상 ~ 95% 미만	95% 이상 ~ 97% 미만	97% 이상 ~ 99% 미만	99% 이상
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

## 4.2 정책성과

### ① 친환경 소비자 양성

#### 가. 녹색소비 생활 교육(유아·청소년) (핵심지표, 계량산정, 8점)

##### □ 지표 정의 및 해설

○ 지원센터에서 운영하는 교육 프로그램을 통해 양성된 친환경 소비자(명) 실적  
으로, 유아·청소년과 성인으로 구분

- 교육 대상은 유아·청소년, 성인으로 구분되며, 교육 프로그램은 친환경 소비와 관련된 교육프로그램 전반\*을 포함

\* 교육형식을 취하는 프로그램으로 시상식, 대회, 전시장 방문 등 비교육 프로그램은 제외

- 유아 및 초·중·고 교육시간은 차시별로 설정

구분	유치원·어린이집	초등학교	중학교	고등학교
차시별 교육시간	30분	40분	45분	50분

- 유아 및 초·중·고 교육의 목표인원은 각 센터 관할 지역별 해당 연령구간 (만1세~18세) 인구 비중을 고려하여 센터별로 차등 설정

※ 기준인원은 직전년도 혹은 직전 3개년 평균 실적치 대비로 설정하였으나, 직전년도 전체 센터 평균 실적치(2,500명)에 해당하는 인구대비 비중의 평균값(0.945%, 최저·최고 값 제외)을 가중치로 산정하여 센터별 기준인원 차등 산정[붙임1 참조]

센터명	유아·청소년 총 인구수 <sup>1)</sup> (A)	평가기준(안)	
		가중치 산정 지수 (B)	기준인원 (C=A×B)
경기안산녹색구매지원센터 <sup>2)</sup>	311,924	0.0094	2,930
부산녹색구매지원센터	456,577		4,290
제주녹색구매지원센터	119,420		1,120
충북녹색구매지원센터	246,937		2,320
대전녹색구매지원센터	236,254		2,220
세종녹색구매지원센터	83,276		780
광주녹색구매지원센터	250,843		2,360
인천녹색구매지원센터	455,977		4,290
경남녹색구매지원센터	540,093		5,080
서울녹색구매지원센터	1,265,040		11,890

1) '20년도 주민등록인구통계

2) 경기 전체 지역이 아닌 해당 관할구 및 인근 자치구(시흥시, 안양시 및 군포시)의 해당 연령구간 인구수로 설정

3) 기준인원 : 끝자리 반올림

※ '코로나-19' 관련 교육부 지침에 따라 감염증의 진행 상황과 여건을 고려해 원격수업 (실시간 쌍방향 수업) 실적 인정

□ 평가기준

○ 교육양성 인원 (교육 1차시 기준)

- $\Sigma$  교육시간(차시) X 교육원수(명)
- 다만, 균등한 교육기회 제공 및 유아 대상 교육 편중 방지를 위하여 목표 총 인원 대비 연령 구간별 최대 구성 비율을 적용하여 실적 인정[붙임2 참조]

유치원·어린이집	초·중·고등학교
30%	50%

□ 점수 부여 방식

○ 센터별 기본 목표인원을 기준으로 만점 기준 산정

<센터별 목표인원에 따른 연령구간별 최대 인정 가능 인원>

구분	지역별 목표인원 산정		연령구간별 최대 인정 가능 인원	
	기준인원	목표인원	유치원·어린이집	초·중·고등학교
경기안산지원센터	2,930	3,000	1,125	1,875
부산지원센터	4,290	4,300	1,612	2,688
제주지원센터	1,120	1,200	450	750
충북지원센터	2,320	2,400	900	1,500
대전지원센터	2,220	2,300	862	1,438
세종지원센터	780	1,000	375	625
광주지원센터	2,360	2,400	900	1,500
인천지원센터	4,290	4,300	1,612	2,688
경남지원센터	5,080	3,000	1,125	1,875
서울지원센터	11,890	3,000	1,125	1,875

\* 신규로 개소한 경남, 서울센터 첫째('22년도)는 안산센터 기준적용, 차년도('23년도)부터는 최대목표인원(인천,부산) 기준 적용

○ 목표인원 달성을 대비 점수표

- 유치원·어린이집

20% 미만	20% 이상 ~ 40% 미만	40% 이상 ~ 60% 미만	60% 이상 ~ 80% 미만	80% 이상 ~ 100% 미만	100% 이상
0.5	1.0	1.5	2.0	2.5	3.0

- 초등학교, 중·고등학교

40% 미만	40% 이상 ~ 70% 미만	70% 이상 ~ 100% 미만	100% 이상
1.5	2.5	3.5	5.0

□ 증빙 (유의사항)

○ 교육시간과 인원이 명시된 공문서 또는 인정할 수 있는 자료

- 시간, 장소, 교육 프로그램(내용), 교육인원·시간 정보 필수
  - 교육과 관련되어 일정한 양식의 관리문서·기록물 관리가 요구되며, 실제 교육인원에 대한 입증(교육 당일 출석기록부 등)이 필요
  - '코로나-19' 등 사회적 여건변화로 인한 원격수업 진행 시 실시간 쌍방향 수업 유형만 인정되며, 실시간 화상 프로그램 등을 활용한 교육생 접속 기록 필수
  - 다만, 개인정보 활용 동의 등 출석부가 외부로 반출되기 어려운 점이 있는 경우, 교육대상 인원의 지도자(선생님 등)가 출석기록부를 근거로 작성한 참석인원 및 시간에 대해 확인하여 기록한 문서도 증빙자료로 인정
- ※ 해당항목에 부합하는 사업과 증빙만이 인정되며, 증빙부재 또는 부재시 실적으로 불인정 될 수 있음 (사무국에서 증빙자료 검토 및 재산정)

나. 녹색소비 생활 교육(성인) (핵심지표, 계량산정, 7점)

□ 지표 정의 및 해설

- 지원센터에서 운영하는 교육 프로그램을 통해 양성된 친환경 소비자(명) 실적  
으로, 유아·청소년과 성인(대학생 이상)으로 구분
  - 교육 대상은 유아·청소년, 성인으로 구분되며, 교육 프로그램은 친환경 소비와 관련된 교육프로그램 전반\*을 포함
    - \* 교육형식을 취하는 프로그램으로 시상식, 대회, 전시장 방문 등 비교육 프로그램은 제외
  - 성인은 차시별 60분 기본 교육시간으로 설정
    - ※ ‘코로나-19’ 관련 교육부 지침에 따라 감염증의 진행 상황과 여건을 고려해 원격수업 (실시간 쌍방향 수업) 실적 인정

□ 점수 부여 방식

- 센터별 기본 목표인원을 기준으로 점수 부여

150명 미만	150명 이상 ~ 300명 미만	300명 이상 ~ 500명 미만	500명 이상 ~ 700명 미만	700명 이상
1.5	2.5	4.5	5.5	7.0

□ 평가기준

- 교육양성 인원 (교육 60분당 1차시 기준)
  - $\sum$  교육시간(차시) X 교육원수(명)

□ 증빙 (유의사항)

- 교육시간과 인원이 명시된 공문서 또는 인정할 수 있는 자료
  - 시간, 장소, 교육 프로그램(내용), 교육인원·시간 정보 필수
  - 교육과 관련되어 일정한 양식의 관리문서·기록물 관리가 요구되며, 실제 교육인원에 대한 입증(서명지 작성 등)이 필요
  - ‘코로나-19’ 등 사회적 여건변화로 인한 원격수업 진행 시 실시간 쌍방향 수업 유형만 인정되며, 실시간 화상 프로그램 등을 활용한 교육생 접속 기록 필수
    - ※ 해당항목에 부합하는 사업과 증빙만이 인정되며, 증빙부재 또는 부재시 실적으로 불인정 될 수 있음 (사무국에서 증빙자료 검토 및 재산정)

다. 녹색소비 생활 교육(정성) (부가지표, 비계량산정, 4점)

지표 정의 및 해설

- 지원센터에서 운영하는 교육 프로그램에 대한 정성적 성과로, 교육사업 추진을 위한 노력, 관리(품질), 무형적 성과

점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
0	1.0	2.0	3.0	4.0

\* 부가지표는 핵심지표(정성)와 부가사업 각 4점이 부여, 항목별 합산을 통해 총 8점으로 배정되며 합산결과가 5~8점일 경우, 5점으로 일괄배점

평가기준

- 추진노력
  - 정책사업 추진을 위한 활동내역(홍보, 지역협력, 참여유도 등)
- 사업관리
  - 정책사업 관리(품질) 제고를 위한 활동내역(교육환경, 맞춤형 교과정, 프로그램 다양성 등)
- 성과확산
  - 정책사업 성과확산을 위한 활동내역(교육 사후관리, 재참여율, 교육자 친환경 소비생활 등)
- 교육프로그램 개선도
  - 교육 프로그램의 개발 및 교육을 받는 대상자의 만족도 향상을 위한 노력도(교구개발, 교육내용 업데이트 등)

증빙 (유의사항)

- 사업 추진노력, 관리, 성과확산에 대한 활동내역
  - 결과보고서 작성 시, 관련 정책사업에 대한 활동내역 기재
  - 현장방문 시 활동내역 정보제공

라. 녹색소비 교육 전문가 양성 (부가지표, 비계량산정, 4점)

□ 지표 정의 및 해설

- 지역 내 친환경 소비자 양성을 위해 교육·정보제공 등의 전문적 활동을 수행할 수 있는 녹색소비 교육 전문가 양성 성과
  - 일반인 대상이 아닌 전문적 교육 프로그램의 운영과 이의 이수를 통해 양성된 인원
    - ※ 친환경 소비자 양성을 위한 성인 교육과는 교육 프로그램에서 차이가 있으며, 교육 목적 또한 정보제공이 아닌 전문지식 습득에 중점

□ 점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
0	1.0	2.0	3.0	4.0

\* 부가지표는 핵심지표(정성)와 부가사업 각 4점이 부여, 항목별 합산을 통해 총 8점으로 배정되며 합산결과가 5~8점일 경우, 5점으로 일괄배점

□ 평가기준

- 활동의 적절성
  - 부가사업활동에 대한 적절성(교육대상, 교육 프로그램 등)
- 성과의 실효성
  - 부가사업성과에 대한 실효성(전문가 경력, 전문가 양성 이후 활동 등)
- 실적건수
  - 부가사업 실적(교육 전문가 양성 수, 최소 15인 이상)

□ 증빙 (유의사항)

- 활동의 적절성, 성과의 실효성, 실적건수에 대한 활동내역
  - 결과보고서 작성 시, 관련 부가사업에 대한 활동내역 기재
  - 현장방문 시 활동내역 정보제공
  - 교육대상자(기준), 시간, 장소, 교육 프로그램(내용) 정보
  - 전문가 양성 위촉장
    - ※ 해당항목에 부합하는 사업과 증빙만이 인정되며, 증빙부재 또는 부재시 실적으로 불인정 될 수 있음 (사무국에서 증빙자료 검토 및 재산정)

② 친환경 소비문화 형성

가. 홍보·캠페인(대면 정보노출량) (핵심지표, 계량산정, 5점)

□ 지표 정의 및 해설

○ 소비문화 형성을 지역 주민에게 전달된 정보로 설정하고, 이중 현장 캠페인 등 대면방식을 통해 정보가 전달된 성과

- 정보제공을 위한 활동 중 전달효과가 높은 대면방식에 대한 성과로, 지원센터 및 지원센터 관계자와의 접촉을 통한 상담, 문의, 정보제공 활동함

※ 고품질의 정보전달에 대한 성과로 단순 제작물 제공, 전시장 참관 등은 제외

□ 점수 부여 방식

2,500명 미만	2,500명 이상 ~ 3,000명 미만	3,000명 이상 ~ 3,500명 미만	3,500명 이상 ~ 4,000명 미만	4,000명 이상
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

□ 평가기준

○ 대면 정보전달

- ∑ 캠페인 대면정보제공 수(명)

□ 증빙 (유의사항)

○ 기본적인 캠페인 정보와 대면자에 대한 정보가 명시된 문서 또는 인정할 수 있는 자료

- 캠페인에 대한 기본 정보(행사명, 시간, 장소 등)

- 대면자 서명지(시·군·동 등 지역정보를 포함한 서명지)

- '코로나-19' 등 사회적 여건변화로 인한 대면 홍보·캠페인 불가 시 대면 홍보·캠페인 수준에 준하는 효과의 비대면 방식 정보노출 범위\* 내에서 인정 가능

\* 비대면 전환 가능 범위는 사업 평가 시 대면 노출 수준에 준하는 효과 입증 시 인정

※ 해당항목에 부합하는 사업과 증빙만이 인정되며, 증빙부재 또는 부재시 실적으로 불인정 될 수 있음 (사무국에서 증빙자료 검토 및 재산정)

나. 홍보·캠페인(비대면 정보노출량) (핵심지표, 계량산정, 5점)

□ 지표 정의 및 해설

○ 소비문화 형성을 지역 주민에게 전달된 정보로 설정하고, 이중 온라인 매체 등 비대면 방식을 통해 정보가 전달된 성과

- 정보제공을 위한 활동 중 전달확산 효과가 높은 비대면 방식에 대한 성과로, 지원센터 홈페이지, 블로그, 영상물 및 기사 등

※ 소비문화 형성을 위한 정보를 담고 있는 기록물로, 단순 행사정보, 이미지, 소식 등은 제외

□ 점수 부여 방식

5,000명 미만	5,000명 이상 ~ 7,500명 미만	7,500명 이상 ~ 10,000명 미만	10,000명 이상 ~ 12,500명 미만	12,500명 이상
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

□ 평가기준

○ 비대면 정보전달

- ∑ 정보유형별 조회수(건)

□ 증빙 (유의사항)

○ 온라인상에 배포된 게시물(문서, 이미지, 영상 등)과 해당 게시물에 접근한 조회수를 정보가 명시된 문서 또는 인정할 수 있는 자료

- 게시물 기본 정보(등록글, 등록 영상 등)

- 조회수(해당 게시물에 대한 연간 조회수)

※ 해당항목에 부합하는 사업과 증빙만이 인정되며, 증빙부재 또는 부재시 실적으로 불인정 될 수 있음 (사무국에서 증빙자료 검토 및 재산정)

다. 홍보·캠페인(정성) (부가지표, 비계량산정, 4점)

지표 정의 및 해설

- 지원센터에서 제공하는 홍보·캠페인 프로그램에 대한 정성적 성과로, 홍보·캠페인 프로그램 추진을 위한 노력, 관리(품질), 무형적 성과

점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
0	1.0	2.0	3.0	4.0

\* 부가지표는 핵심지표(정성)와 부가사업 각 4점이 부여, 항목별 합산을 통해 총 8점으로 배정되며 합산결과가 5~8점일 경우, 5점으로 일괄배점

평가기준

○ 추진노력

- 정책사업 추진을 위한 활동내역(참여·게시횟수, 참여유도 등)

○ 사업관리

- 정책사업 관리(품질) 제고를 위한 활동내역(현장환경, 현장인력역량, 정보 제공의 다양성 등)

○ 성과확산

- 정책사업 성과확산을 위한 활동내역(참여자 사후관리, 재참여율, 참여자 친환경 소비활동 등)

증빙 (유의사항)

○ 사업 추진노력, 관리, 성과확산에 대한 활동내역

- 결과보고서 작성시, 관련 정책사업에 대한 활동내역 기재
- 현장방문 시 활동내역 정보제공

라. 지역 내 유관기관 협력네트워크 구축 (부가지표, 비계량산정, 4점)

□ 지표 정의 및 해설

○ 지역 내 생산·유통·소비 관련 기관, 단체와의 협력네트워크 구축성과

- 지역 협력 네트워크 구축활동으로 유관기관 행사 공동개최·참여 및 업무 협약(MOU) 등 구체적 협력 활동 및 협의 활동

※ 단기 협력(1회성 참여), 물질적 협력(예산 및 물품지원) 등 단순·비정기적 협력활동은 제외

□ 점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
0	1.0	2.0	3.0	4.0

\* 부가지표는 핵심지표(정성)와 부가사업 각 4점이 부여, 항목별 합산을 통해 총 8점으로 배정되며 합산결과가 5~8점일 경우, 5점으로 일괄배점

□ 평가기준

○ 활동의 적절성

- 부가사업활동에 대한 적절성(협력네트워크 대상, 협력사항 등)

○ 성과의 실효성

- 부가사업성과에 대한 실효성(협력계획, 단·중장기 프로그램, 협력활동 등)

○ 실적건수

- 부가사업 실적 (협력 네트워크 수 등)

□ 증빙 (유의사항)

○ 부가사업활동의 적절성, 성과의 실효성, 실적건수에 대한 활동내역

- 결과보고서 작성시, 관련 부가사업에 대한 활동내역 기재
- 현장방문 시 활동내역 정보제공
- 대상기관, 시간, 장소, 협력 프로그램(내용) 정보

※ 해당항목에 부합하는 사업과 증빙만이 인정되며, 증빙부재 또는 부재시 실적으로 불인정 될 수 있음 (사무국에서 증빙자료 검토 및 재산정)

③ 녹색제품 생산지원

가. 제품지원(환경표지 인증지원) (핵심지표, 계량산정, 10점)

□ 지표 정의 및 해설

○ 지역 내 기업(제품)의 인증참여 유도를 위해 지원센터에서 운영하는 제품 지원 프로그램에 대한 성과로 미인증제품 발굴과 인증지원 성과를 포함

- 미인증제품 발굴은 인증제도, 지원사업 등 제도를 소개하고 참여를 유도할 수 있는 설명회 및 간담회, 기업방문 등이 포함
- 인증지원은 발굴 또는 인증을 요하는 기업을 위한 문의, 상담 및 컨설팅 등 지원활동을 포함

※ 지원활동은 연속적인 활동으로 단순 문의상담, 관련기관 연계는 제외

□ 점수 부여 방식

20건 미만	20건 이상 ~ 30건 미만	30건 이상 ~ 40건 미만	40건 이상 ~ 50건 미만	50건 이상
2.0	4.0	6.0	8.0	10.0

□ 평가기준

○ 인증지원활동 수

- $\sum$  미인증제품 발굴(건) +  $\sum$  (인증지원(건) × 5)

□ 증빙 (유의사항)

○ 설명회, 기업방문과 인증지원 활동이 명시된 공문서 또는 인정할 수 있는 자료

- 미인증제품 발굴은 설명회, 대상기업 방문 등의 활동과 해당 활동에 참여한 기업수(인원수 X)로 산정
- 인증지원은 인증을 요하는 제품의 연속적인 지원활동으로 해당제품에 대해 문의·상담내역과 컨설팅 내역 등 중복적 자료로 증빙

- '코로나-19' 등 사회적 여건변화로 인한 대면 제품지원 불가 시 대면 제품 지원 수준에 준하는 효과의 비대면 방식 제품지원 범위\* 내에서 인정 가능

\* 비대면 전환 가능 범위는 사업 평가 시 대면 지원 수준에 준하는 효과 입증 시 인정

※ 해당항목에 부합하는 사업과 증빙만이 인정되며, 증빙부재 또는 부재시 실적으로 불인정될 수 있음 (사무국에서 증빙자료 검토 및 재산정)

나. 제품지원(정성) (부가지표, 비계량산정, 4점)

지표 정의 및 해설

- 지원센터에서 운영하는 제품지원 프로그램에 대한 정성적 성과로, 수요처 발굴과 인증지원 사업 추진을 위한 노력, 관리(품질), 무형적 성과

점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
0	1.0	2.0	3.0	4.0

\* 부가지표는 핵심지표(정성)와 부가사업 각 4점이 부여, 항목별 합산을 통해 총 8점으로 배정되며 합산결과가 5~8점일 경우, 5점으로 일괄배점

평가기준

○ 추진노력

- 정책사업 추진을 위한 활동내역(설명회·기업방문 회수, 참여유도 등)

○ 사업관리

- 정책사업 관리(품질) 제고를 위한 활동내역(문의·상담 내역, 컨설팅 활동 내역, 지원 프로그램(수수료) 연계 등)

○ 성과확산

- 정책사업 성과확산을 위한 활동내역(인증 사후관리, 他제품 인증 등)

증빙 (유의사항)

○ 사업 추진노력, 관리, 성과확산에 대한 활동내역

- 결과보고서 작성시, 관련 정책사업에 대한 활동내역 기재
- 현장방문 시 활동내역 정보제공

다. 인증제품 수요처 발굴 (부가지표, 비계량산정, 4점)

□ 지표 정의 및 해설

- 인증제품의 지역 내 수요·구매 증진을 위한 중개 및 홍보 등의 활동 성과
  - 인증제품의 수요와 구매를 촉진시키기 위한 기업연결, 제품전시, 소비자 홍보 등 전반적 활동 및 발굴 등 포함
  - ※ 수요처발굴 활동으로 실질적 연결되지 않아도 이를 위한 활동들이 모두 포함

□ 점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
0	1.0	2.0	3.0	4.0

\* 부가지표는 핵심지표(정성)와 부가사업 각 4점이 부여, 항목별 합산을 통해 총 8점으로 배정되며 합산결과가 5~8점일 경우, 5점으로 일괄배점

□ 평가기준

- 활동의 적절성
  - 부가사업 활동에 대한 적절성(대상기관, 발굴·연계프로그램, 참석자 등)
- 성과의 실효성
  - 부가사업성과에 대한 실효성(수요 및 인증제품에 대한 지속적 정보제공 활동)
- 실적건수
  - 부가사업 실적(수요발굴 건수)

□ 증빙 (유의사항)

- 활동의 적절성, 성과의 실효성, 실적건수에 대한 활동내역
  - 결과보고서 작성시, 관련 부가사업에 대한 활동내역 기재
  - 현장방문 시 활동내역 정보제공
  - 대상기관, 시간, 장소, 발굴·연계 프로그램(내용) 정보
  - ※ 해당항목에 부합하는 사업과 증빙만이 인정되며, 증빙부재 또는 부재시 실적으로 불인정 될 수 있음 (사무국에서 증빙자료 검토 및 재산정)

④ 녹색제품 유통 활성화

가. 시장 모니터링 (핵심지표, 계량산정, 5점)

□ 지표 정의 및 해설

- 유통 활성화를 위해 지역 내 대상매장에 대한 상시 모니터링 체계조성 성과
  - 일정규모 이상(백화점, 대형마트, 대형 슈퍼마켓 등)으로 대상으로 한 녹색 매장 관리, 인증제품 사후 모니터링 등의 활동
  - 향후 녹색매장의 지정확대를 위하여 녹색매장·녹색특화매장 이외 녹색 제품을 취급하는 매장에 대한 모니터링 활동도 인정

□ 점수 부여 방식

9개소 미만	9개소 이상 ~ 12개소 미만	12개소 이상 ~ 15개소 미만	15개소 이상 ~ 18개소 미만	18개소 이상
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

□ 평가기준

- 녹색매장·녹색특화매장 및 녹색제품 취급매장 모니터링
  - $\sum \{ \text{녹색매장·녹색특화매장 모니터링(개소)} + \text{녹색제품 취급매장 모니터링(개소)} * 0.5 \}$

□ 증빙 (유의사항)

- 기본적인 매장 정보와 모니터링 활동에 대한 정보가 명시된 문서 또는 인정할 수 있는 자료
  - 녹색매장 기본 정보(업체명, 시간, 장소, 방문매장 등)
  - 모니터링 활동내역(시군동 등 지역정보를 포함한 서명지)
    - ※ 모니터링과 일정한 양식의 관리문서·기록물 관리가 필요
    - ※ 해당항목에 부합하는 사업과 증빙만이 인정되며, 증빙부재 또는 부재시 실적으로 불인정 될 수 있음 (사무국에서 증빙자료 검토 및 재산정)

나. 지역사회의 녹색소비 실천(구매실적) 확산 (핵심지표, 계량산정, 5점)

□ 지표 정의 및 해설

○ 지역 내의 녹색소비 활성화를 위해 협력사업을 통한 구매연계실적 성과

- 친환경 소비문화 형성을 위한 그린오피스, 녹색어린이집, 숙박업소 등 지원 센터 추진사업과 연계된 지역사회의 구매연계 실적 인정

□ 점수 부여 방식

○ 구매연계 기관(혹은 기업)에 대한 구매품목 수

3개 이하	4개 ~ 5개	6개 ~ 7개	8개 ~ 9개	10개 이상
1.0	1.5	2.0	2.5	3.0

○ 구매연계 기관(혹은 기업)에 대한 구매연계 건수

3건 이하	4건 ~ 5건	6건 ~ 7건	8건 ~ 9건	10건 이상
1.0	1.5	2.0	2.5	3.0

○ 구매연계 기관(혹은 기업)에 대한 구매금액

500만원 미만	500만원 이상 ~ 2,000만원 미만	2,000만원 이상 ~ 3,500만원 미만	3,500만원 이상 ~ 5,000만원 미만	5,000만원 이상
1.0	1.5	2.0	2.5	3.0

\* 세부항목별 합산을 통해 총 9점으로 배정되며 합산결과가 5~9점일 경우, 5점으로 일괄배점

□ 평가기준

○ 구매연계 기관(혹은 기업)에 대한 녹색제품 구매실적에 대해 해당 구간별로 점수를 부여하고, 이를 합산(품목 수, 건수, 금액)하여 평가

- ∑ 녹색제품 품목 수(개)
- ∑ 녹색제품 구매연계 건수(건)
- ∑ 녹색제품 구매금액(원)

□ 증빙 (유의사항)

- 구매금액과 구매품목, 건수가 명시된 문서 또는 인정할 수 있는 자료
  - 구매확인서(구매품목, 금액을 포함한 구매결산 보고서 등)
  - 구매영수증 및 거래내역서 등

다. 시장 모니터링(정성) (부가지표, 비계량산정, 4점)

□ 지표 정의 및 해설

- 지원센터에서 제공하는 모니터링 프로그램에 대한 정성적 성과로, 모니터링을 위한 노력, 관리(품질), 무형적 성과

□ 점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
0	1.0	2.0	3.0	4.0

\* 부가지표는 핵심지표(정성)와 부가사업 각 4점이 부여, 항목별 합산을 통해 총 8점으로 배정되며 합산결과가 5~8점일 경우, 5점으로 일괄배점

□ 평가기준

○ 추진노력

- 정책사업 추진을 위한 활동내역(모니터링 계획, 사전조사 등)

○ 사업관리

- 정책사업 관리(품질) 제고를 위한 활동내역(모니터링 인력, 모니터링 업무 지침 등)

○ 성과확산

- 정책사업 성과확산을 위한 활동내역(유통매장 이벤트 행사, 모니터링 실적, 사후관리 등)

□ 증빙 (유의사항)

○ 사업 추진노력, 관리, 성과확산에 대한 활동내역

- 결과보고서 작성 시, 관련 정책사업에 대한 활동내역 기재
- 현장방문 시 활동내역 정보제공

라. 녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 참여유도 (부가지표, 비계량산정, 4점)

□ 지표 정의 및 해설

- 지역 내 녹색매장 및 녹색특화매장 확산을 위한 참여확대와 지정유도 활동 성과
  - 녹색매장 및 녹색특화매장 지정제도 소개, 지정제도 참여 독려, 녹색매장 및 녹색특화매장 지정 등 제도 참여와 지정을 위한 전반적 활동
  - ※ 실질적인 녹색매장 및 녹색특화매장 지정은 물론 제도 참여유도를 위한 온·오프라인 활동 포함

□ 점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
0	1.0	2.0	3.0	4.0

\* 부가지표는 핵심지표(정성)와 부가사업 각 4점이 부여, 항목별 합산을 통해 총 8점으로 배정되며 합산결과가 5~8점일 경우, 5점으로 일괄배점

□ 평가기준

- 활동의 적절성
  - 부가사업 활동에 대한 적절성(녹색매장·녹색특화매장 대상, 참여 프로그램 등)
- 성과의 실효성
  - 부가사업성과에 대한 실효성(녹색매장·녹색특화매장 지정지원, 지역 내 녹색매장·녹색특화매장 현황 및 판매제품 규모 등)
- 실적건수
  - 부가사업 실적(녹색매장·녹색특화매장 지정 건, 설명회, 정보제공 등 활동내역)

□ 증빙 (유의사항)

- 활동의 적절성, 성과의 실효성, 실적건수에 대한 활동내역
  - 결과보고서 작성시, 관련 부가사업에 대한 활동내역 기재
  - 현장방문 시 활동내역 정보제공
  - 대상기관, 시간, 장소, 협력 프로그램(내용) 정보
  - ※ 해당항목에 부합하는 사업과 증빙만이 인정되며, 증빙부재 또는 부재시 실적으로 불인정 될 수 있음 (사무국에서 증빙자료 검토 및 재산정)

⑤ 지역특화 사업

가. 달리 정의되지 않는 사업 (핵심지표, 비계량산정, 10점)

□ 지표 정의 및 해설

○ 녹색제품 관련 법률 및 지원센터 지침에 명시되어 있지는 않으나, 특화되었거나 지역적 특색을 살려 추진되고 있는 정책관련 사업

- 시상식, 학생 참여 경시대회, 체험단, 견학 등 지원센터 자체적으로 시행·확대하고 있는 친환경소비 및 녹색제품 관련 사업

□ 점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
2.0	4.0	6.0	8.0	10.0

□ 평가기준

○ 지원센터 자체 산정

- 지역특화 사업의 실적 또는 성과에 대한 자체적인 산정·지시 (회, 건, 수, 명, 금액 등 계량화 할 수 있는 단위로 제시)
- 정량적인 실적·성과는 제시하나, 지원센터간 비교가 불가능하므로 실적을 기반으로 사업의 필요성, 난이도 등을 고려하여 평가
- ※ 정량화 되지 않는 실적에 대해서는 평가제외 될 수 있음

□ 증빙 (유의사항)

○ 지역특화 사업 활동이 명시된 공문서 또는 인정할 수 있는 자료

- 지역특화 사업의 목적과 범위, 활동내역과 실적·성과를 객관적이거나 공식적으로 증빙할 수 있는 단일·중복 증빙문서 제출
- ※ 해당항목에 부합하는 사업과 증빙만이 인정되며, 증빙부재 또는 부재시 실적으로 불인정 될 수 있음 (사무국에서 증빙자료 검토 및 재산정)

### 4.3 활동성과

#### ① 성과 및 환류(핵심지표, 비계량산정, 10점)

##### □ 지표 정의 및 해설

- 정책사업 추진을 위한 지원센터의 성과·환류에 대한 우수성 평가
  - 성과달성 노력, 지원센터의 유관기관 협력, 지역사회 협력, 녹색제품 인식제고 등 사업추진 성과에 대한 활동

##### □ 점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
2.0	4.0	6.0	8.0	10.0

##### □ 평가기준

- 성과달성 노력
  - 정책사업은 물론 지원센터 운영을 위한 구성원 노력도
- 유관기관 및 지역사회 협력성과
  - 지자체, 교육청 등 타 기관과의 협력활동(간접 및 직접 지원 등)성과
  - 지역 내 센터활동, 지역사회 기여 성과
- 녹색제품 인식제고
  - 지역내 녹색제품 인식도 관리 여부(설문 등), 인식제고를 위한 활동성과

##### □ 점검사항

- 구성원 면담 및 유관기관·지역사회 협력 공문서 등 현황정보
  - 현장방문 구성원 면담 및 설문 실시·결과 공유, 지역사회 활동 중심의 비정량적 활동 점검

② 정책사업 중 우수(초과)성과 (부가지표, 비계량산정, 5점)

지표 정의 및 해설

- 정책사업 중 우수한 실적·성과를 나타낸 지원센터에 한하여 부여되는 성과 (정기평가에만 해당)
  - 지속적인 성과창출과 노력을 독려하기 위해 5개 정책사업 실적·성과를 비교하여 상대적으로 우수한 지원센터에 부여

점수 부여 방식

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

평가기준

- 초과성과
  - 기본 목표(보통) 대비 2배 이상의 실적·성과가 나타내거나, 지원센터 간의 성과를 비교하여 성과의 우수성이 있다고 판단되는 지원센터

점검사항

- 지원센터별 5대 정책사업에 대한 실적·성과
  - 가능한 정량적 실적·성과에 기인하여 우수성을 유추
  - 상대적 비교로, 실적·성과가 유사한 경우 동등한 점수 부여가능

◆ **활동성과(성과·환류) 종합평가시 평가배점**

○ **성과 및 환류 (핵심지표, 비계량산정, 5점)**

- 정기평가와 동일한 방식으로 지원센터의 성과·환류에 대한 성과평가 수행

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

○ **지원센터 주요 성과 (결과지표, 비계량산정, 5점)**

- 기준연도부터 당해연도까지 3개년간 지원센터의 주요 성과에 대한 평가

- (평가 기준) 지자체 예산 추가 배정, 유관기관 협력, 센터 이전 등 핵심(부가)지표 외 지원센터의 운영 효율성 제고를 위한 활동 성과

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

○ **지적사항 이행정도 등 (결과지표, 비계량산정, 5점)**

- 기준연도부터 당해연도까지 3개년간 지원센터 평가 시 지적사항에 대한 개선 이행 정도를 평가

매우미흡	미흡	보통	우수	매우우수
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0

## 5 평가유형

### 5.1 정기 및 종합평가 구조

□ 평가유형은 정기평가(1년 주기)와 종합평가(3년 주기)로 구분되며 정기평가 체계를 기준으로, 종합평가 시 추가적인 분석 및 지표가 포함

○ 종합평가에는 예산 관리, 주요 성과, 지적사항 개선 부분에 대한 평가가 강화되며, 지역 인식도에 대한 수준도 반영 종합적인 성과를 검토

<정기 및 종합평가 구조>

정기평가			종합평가	
평가범주	평가지표		평가항목	
사업비 운영 합리성	센터운영	운영 합리성 여부	⇒	운영 합리성 + 종합성과 평가 (예산집행 3개년 성과)
정책성과	친환경 소비자 양성	친환경 소비자 양성	⇒	친환경 소비자 양성
	친환경 소비문화 형성	정보 노출량	⇒	정보 노출량
	녹색제품 생산지원	제품지원건	⇒	제품지원건
	녹색제품 유통 활성화	지역시장 모니터링 지역사회 녹색소비(구매실적) 실천	⇒	지역시장 모니터링 지역사회 녹색소비 실천(구매실적) 확산
	지역 특화사업	지원센터 자율	⇒	지역 특화사업 (지원센터 자율)
정책효과	지역 인식변화	인식도 조사*	⇒	인식도 조사**
활동성과	지원센터 활동 전반	우수성 (사업 우수성)	⇒	우수성 (사업 우수성) + 종합성과 평가 (주요 성과, 지적사항 개선 등 3개년 성과)

\* 사무국에서 지역별 인식도 조사를 실시하며, 평가배점은 없으며 정책참고자료로 활용

\*\* 지표, 표본설계, 설문 설계 등 체계성을 갖춰 3년 단위의 인식도 조사 실시

## 6 평가결과 종합과 조치

### 6.1 평가결과 종합 평가등급

□ 평가결과에 따라 5개 평가등급(S~D 등급)으로 구분하여 최종 평가등급이 부여

<평가등급>

평가 등급	평점	수준정의
우수 (S)	100점 ~ 90점 이상	• 센터 운영이 친환경소비생활 확산을 위한 체계적인 시스템을 갖추고 있으며, 센터설립 목적의 매우 높은 성과를 달성하고 있는 수준
양호 (A)	90점 미만 ~ 80점 이상	• 센터 운영이 친환경소비생활 확산을 위한 양호한 시스템을 갖추고 있으며, 센터설립 목적의 적합한 성과를 달성하고 있는 수준
보통 (B)	80점 미만 ~ 70점 이상	• 센터 운영이 친환경소비생활 확산을 위한 일반적인 시스템을 갖추고 있으며, 센터설립 목적의 평균적인 성과를 달성하고 있는 수준
미흡 (C)	70점 미만 ~ 60점 이상	• 센터 운영이 친환경소비생활 확산을 위한 시스템을 갖추고 있지 않으며, 센터설립 목적의 일부 성과를 달성하고 있는 수준
매우미흡 (D)	60점 미만 ~	• 센터 운영이 친환경소비생활 확산을 위한 시스템을 갖추고 있지 않으며, 센터설립 목적의 성과를 달성하지 못하고 있는 수준

### 6.2 이의제기

□ 지원센터는 평가결과의 오류 또는 증빙자료가 구비되는 경우 등 부적절한 평가 결과에 대하여 이의 제기를 할 수 있음

○ 1차 심의평가 결과에 한하여 이의제기를 신청할 수 있으며, 이의 신청 시 이의사항에 대한 객관적이고 명확한 증빙사항\*에 한하여 2차 심의가 이루어짐

\* 이의 신청 사유가 합당하고, 증빙된 사항에 한하며, 이의 신청접수 및 2차 심의 여부는 사무국과 합동평가위원회(해당 지역 지원센터 현장방문 위원)가 협의하여 결정·통보하고, 재심의 필요시 심의위원회 개최 및 결과 재검토

### 6.3 후속조치

- 지침 별표3(평가결과 조치기준)에 근거하여, 평가결과에 따라 우수 지원센터는 성과금 등의 포상을, 미흡 지원센터는 운영기관 변경 등의 별치를 부여할 수 있음

<평가등급에 따른 후속조치>

구분	후속조치
포상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 실적 최우수 센터 성과금 지급</li> </ul>
별치	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 실적 부진 지자체·센터                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 「정기평가에서 D등급」 또는 「정기·종합 구분 없이 2년 연속 C등급」 센터는 해당 지자체에 운영기관 변경 권고(환경부)</li> <li>- 「종합평가에서 D등급」 일 경우 해당 지자체에 국고지원 중단(환경부) 단, 차년도 1년까지 유예 후 중단</li> </ul> </li> </ul>





### Ⅲ

## 2021 녹색구매지원센터 사업성과

1. 개요
2. 경기안산녹색구매지원센터(종합)
3. 부산녹색구매지원센터(종합)
4. 제주녹색구매지원센터(정기)
5. 충북녹색구매지원센터(정기)
6. 대전녹색구매지원센터(정기)
7. 세종녹색구매지원센터(정기)
8. 광주녹색구매지원센터(정기)
9. 인천녹색구매지원센터(정기)





## Ⅲ. 2021 녹색구매지원센터 사업성과

### 1 개요

- 「녹색제품구매법」과 「지원센터 설치·운영 지침」에 제시된 지원센터 정책 사업을 중심으로, 지원센터별 사업 프로그램을 추진함
- 지원센터에서 추진하고 있는 정책사업에 대한 성과를 중심으로 평가범위를 재편하며 정책사업별로 정량화된 단일지표 체계를 구축하여 관련 실적을 연말에 결과보고서로 제출함

[표 11] 녹색구매지원센터 정책사업

정책사업	정책사업 성과(목표)
녹색제품구매법 (지원센터 사업, 법 제17조의3)	지원센터 설치·운영 지침 (사업운영범위, 지침 제18조제3항)
• 녹색제품 정보제공 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>친환경 소비자 양성</b></li> <li>- 지역사회와 개인의 친환경 소비유도를 위한 교육 등의 사업</li> </ul>
• 녹색제품 구매 및 소비 등 녹색생활과 관련된 교육사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>친환경 소비문화 형성</b></li> <li>- 친환경 실천문화 형성을 위한 홍보·캠페인·협력 등의 사업</li> </ul>
• 녹색제품 유통촉진을 위한 유통매장 모니터링 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>녹색제품 생산지원</b></li> <li>- 녹색제품 생산 유도 및 환경성 품질 유지 모니터링 등의 사업</li> </ul>
• 지역 녹색제품 사업자와의 협력 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>녹색제품 유통 활성화</b></li> <li>- 녹색매장 확대 및 시장 모니터링 사업</li> </ul>
• 그 밖에 녹색제품 보급 촉진에 관한 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>지역 특화사업</b></li> <li>- 지침에는 포함되어 있지 않으나, 지원센터에서 추진하고 있는 특화 사업</li> </ul>

[표 12] 사업 성과별 핵심 지표

구분	정책사업 성과지표	계량지표
정기 평가	친환경 소비자 양성	교육인원수 (명)
	친환경 소비문화 형성	정보노출량 (명)
	녹색제품 생산지원	인증지원 성과 (건)
	녹색제품 유통 활성화	시장모니터링 (건)

[표 13] 녹색구매지원센터별 정책사업 실적

구분	소비자 양성	소비문화형성		생산지원	유통활성화
	교육인원 (목표)	정보노출량 (목표)		인증지원 성과 (목표)	시장모니터링 (목표)
		대면	비대면		
안산	10,967명 (5,220명)	4,061명 (4,000명)	65,345명 (12,500명)	416건 (60건)	115개소 (115개소)
부산	10,863명 (9,470명)	6,090명 (4,200명)	104,153명 (50,000명)	64건 (60건)	29개소 (29개소)
제주	4,694명 (2,410명)	19,539명 (4,000명)	30,971명 (12,500명)	65건 (60건)	18개소 (18개소)
충북	2,884명 (2,650명)	3,078명 (3,000명)	26,074명 (13,000명)	133건 (60건)	31개소 (18개소)
대전	8,961명 (4,700명)	5,285명 (4,000명)	21,874명 (12,500명)	70건 (70건)	20개소 (18개소)
세종	5,721명 (3,750명)	4,598명 (4,000명)	23,137명 (12,500명)	50건 (60건)	40개소 (40개소)
광주	7,920명 (4,395명)	11,758명 (4,000명)	27,684명 (12,500명)	63건 (60건)	26개소 (18개소)
인천	9,959명 (7,580명)	4,900명 (2,000명)	13,366명 (12,500명)	64건 (65건)	22개소 (21개소)
합계	61,969명	59,309명	285,604명	862건	301개소

## 2 경기안산 녹색구매지원센터(종합)

- 경기안산 녹색구매지원센터의 예산관리 및 센터 비전과 핵심가치 설정, 지역 상생협력, 리더십, 역량강화의 적절성은 정성 성과로 구분함
- 경기안산 녹색구매지원센터는 '경기도민의 10%를 녹색소비자로 양성한다'라는 비전을 설정하고, 생활밀착형 녹색소비가이드, 참여형 녹색소비 확대 양성을 추진전략으로 정책사업을 추진함

[표 14] 2021년 경기안산 녹색구매지원센터 운영 추진전략

구분	내용
비전	- 경기도민의 10%를 녹색소비자로 양성한다
목표	- 지속적인 친환경 소비생활이 가능한 마을 - 녹색제품 생산, 유통, 구매 활성화를 위한 지자체와의 협력 - 녹색소비 활성화를 위한 정책제안
추진전략	- 전략1. 세대별 대면·비대면 단계별 녹색소비교육을 통한 녹색소비자양성 - 전략2. 녹색소비생활 지원을 위한 유관기관과의 네트워크 구축 - 전략3. 녹색소비생활지원거점, 생활밀착형 녹색소비실현을 위한 녹색제품사용표시제 - 전략4. 소비자/생활자의 눈으로 녹색제품 판매점 지원 및 모니터링 - 전략5. 녹색제품의 재구매, 선호구매제품으로의 전환을 위한 구독경제

- 2021년도 사업 집행 예산 잔액은 4,560원으로 약 100% 집행함
  - 지난 3년간 2019년 98.9%, 2020년 100%, 2021년 100%의 예산 집행률을 달성함
- 친환경 소비자 양성에서는 10,967명을 양성하였으며, 친환경 소비문화 형성에서 대면·비대면 정보노출량 달성은 각각 4,061명과 65,345명, 녹색제품 생산지원 인증지원 성과 416건, 녹색제품 유통 활성화를 위한 녹색제품 판매장소 시장 모니터링 115개소의 실적을 나타냄

[표 15] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황

구분	계량 지표		달성현황	
			목표	달성
친환경 소비자 양성	교육인원수 달성률 (명)	유치원·어린이집	2,832	7,756
		초등학교	944	1,117
		중·고등학교	944	1,297
		성인	500	797
친환경 소비문화 형성	정보노출량 (명)	대면	4,000	4,061
		비대면	12,500	65,345
녹색제품 생산지원	인증지원 성과 (건)		60	416
녹색제품 유통 활성화	시장 모니터링 (개소)		115	115

① 친환경 소비자 양성

○ 2021년 녹색유아기관 만들기, 앓고있는지구, 약이되는지구(초등학교), 녹색 학교 만들기(중·고등학교), 주부들과 함께하는 녹색소비교육, 녹색유아기관 만들기 학부모 교육, 녹색소비 교육 전문가 양성 프로그램을 수행함

- 2021년 녹색유아기관 만들기는 경기도 내 21개 지역, 50인 이상 111개 유아기관이 참여하였고, 가정과 연계한 교육활동을 진행함으로써 유아뿐만 아니라 가정으로까지 녹색소비교육이 확산됨

[표 16] 2019~2021년 유치원·어린이집 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
참여기관	111개	115개	111개
교육인원수	5,470명	8,604명	7,756명

[표 17] 2019~2021년 유치원·어린이집 녹색소비 생활교육 사업추진내용

년도	내용
2019년	- 경기도 18개 지역, 111개 유아기관 참여 - 녹색소비생활교육 및 캠페인 77개 기관, 4,080명 교육 및 참여 - 손인형극을 제작하여 안산관내 21개 유아기관 1,390명 방문 교육
2020년	- 경기도 19개 지역, 115개 유아기관 참여 - 녹색소비생활교육 133개 기관 6,276명 교육 - 손인형극을 통한 녹색소비교육 80개 기관 2,328명 교육
2021년	- 경기도 21개 지역, 111개 유아기관 참여 - 녹색소비생활교육 157개 기관 7,756명 교육 - 환경부시범사업으로 확대 운영 - 녹색소비실천캠페인 566개 기관 45,969명 참여

- 2021년 앓고있는지구, 약이되는지구는 경기도 내 4개 지역(군포, 부천, 시흥, 용인), 3개 초등학교, 5개 동아리가 참여하였고, 2021 녹색학교 만들기는 경기도 내 5개 지역(군포, 구리, 성남, 시흥, 용인), 5개 중학교와 1개 고등학교, 4개 동아리가 참여함

[표 18] 2019~2021년 초·중·고등학교 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
운영횟수	89회	84회	117회
교육인원수	2,136명	1,946명	2,414명

[표 19] 2019~2021년 초·중·고등학교 녹색소비 생활교육 사업추진내용

년도	내용
2019년	- 경기도 6개 지역, 중·고등학생 대상 89회, 2,136명 대상 교육 실시 - 녹색소비실천 교육 및 활동 캠페인 운영
2020년	- 경기도 7개 지역, 중·고등학생 대상 84회, 1,946명 대상 교육 실시 - 코로나로 인한 등교 및 동아리 활동의 어려움으로 녹색소비 교육키트 및 실천방법 챌린지 등으로 교육 확대
2021년	- 경기도 4개 지역 3개 초등학교, 5개 동아리 1,117명 교육 - 경기도 5개 지역 5개 중학교, 1개 고등학교, 4개 동아리 1,297명 교육 - 경기지역 녹색소비생활 초등학생 확대 교육 실시 - 코로나 19로 인한 대면 교육이 어려운 부분은 비대면 또는 소그룹으로 진행

- 2021년 주부들과 함께하는 녹색소비교육은 경기도 6개 지역 성인대상으로 37회 진행하였고, 생활재 중심의 녹색제품에 대한 교육 및 체험으로 구성함

[표 20] 2019~2021년 성인 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
운영횟수	31회	37회	44회
교육인원수	140명	650명	797명

[표 21] 2019~2021년 성인 녹색소비 생활교육 사업추진내용

년도	내용
2019년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경기도 6개 지역, 성인 대상 31회, 140명 교육 및 생활재 중심의 녹색제품체험</li> <li>- 생활재 중심의 녹색제품체험 4종 : 큐원설탕, 슈가버블 주방세제, 슈가랩 칫솔, 풀필 친환경 세탁세제</li> <li>- 환경마크와 그린워싱에 대한 녹색소비교육을 실시하고 녹색매장에 직접 방문하여 교육과 체험 진행</li> <li>- 녹색기업 생산자의 생각과 제품에 대해 공유할 수 있는 생산자와의 만남 진행</li> </ul>
2020년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경기도 6개 지역, 성인 대상 37회, 650명 교육</li> <li>- 생활재 중심의 녹색제품체험 3종 : 테이크라인 나뭇잎 에센셜 오일 탈취제, 친환경 트리트먼트 바이 네이처, 자연으로 친환경 종이호일</li> <li>- 민간부문 녹색소비 활성화를 위한 녹색소비교육 및 그린카드 교육으로 직접 구매로 연결하여 체험</li> <li>- 생산자와의 만남을 현장에 직접 방문하여 생산과정과 기업가를 만나는 방식으로 진행</li> </ul>
2021년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경기도 6개 지역, 성인 대상 37회, 679명 교육</li> <li>- 생활재 중심의 녹색제품체험 3종 : 베스트비 세정제, 다그루 미용티슈, 에코띠크 다목적세정제(육식.주방용)</li> <li>- 녹색소비교육과 녹색제품을 체험하고 그와 관련된 환경관련활동(녹색매장, 제로웨이스트샵)에 참여할 수 있도록 유도</li> <li>- 생산자와의 만남은 대면에서 비대면으로 진행</li> <li>- 생활재 중심의 녹색제품에 대한 교육과 체험진행</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 녹색유아기관만들기 학부모 대상 7회, 118명 교육</li> <li>- 녹색유아기관에서 진행하는 가정 연계프로그램을 이해하고 가정으로 확대할 수 있도록 교육과정 추가</li> </ul>

녹색유아기관 만들기	맑고있는지구, 악이되는지구	녹색 학교 만들기
 시립덕양어린이집 교육	 태을초등학교 슬기로운 지구생활 교육	 용호중학교 온라인 교육
주부들과 함께하는 녹색소비교육	녹색소비 교육 전문가 양성	
 군포YMCA 주부들과 함께하는 녹색소비교육	 녹색소비 교육 전문가 양성	

[그림 1] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동

② 친환경 소비문화 형성

- 2021년 대면 정보노출량(캠페인)의 경우 녹색제품판매 유통 사회적기업, 관내 협동조합, 마을카페 등과 연계한 캠페인, 공공기관 및 유아기관 등과 함께 녹색제품 홍보전시와 녹색소비캠페인 등을 수행함
  - 경기도 양주 지역에서 녹색제품판매유통 사회적기업과 함께 2회 101명에게 녹색제품 홍보전시 캠페인을 실시함
  - 협동조합 마실, 들꽃피네 카페, 소형녹색매장-나들가게와 협력하여 안산 시민을 대상으로 총 13곳에서 녹색제품 홍보 전시 및 체험행사를 진행함
  - 안산시 공공기관 4곳의 기존 상설전시대 및 협동조합카페, 먹거리 생협 매장 내 신규 상설전시대를 통해 녹색제품의 일상적 홍보를 진행함
  - 유아기관과 함께하는 녹색소비캠페인은 경기도 21개 지역에서 녹색유아기관만들기에 참여한 유아기관을 대상으로 45개 유아기관 학부모 및 지역 주민 3,168명이 참여함

[표 22] 2019~2021년 대면 홍보 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
대면 캠페인 횟수	17회	35회	60회
대면 정보노출량	6,719명	2,446명	4,062명

[표 23] 2019~2021년 대면 홍보 사업추진내용

년도	내용
2019년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경기도 6개 지자체 구매담당자 369명 대상 녹색제품전시 및 캠페인 운영</li> <li>- 경기도 4개지역 시민을 대상으로 11회, 6,350명 참여</li> <li>- 친환경상품지원센터 사회적기업과 협력하여 녹색제품을 구성하고 소비자 환경마크 등을 인식시키기 위한 전시와 캠페인 운영</li> </ul>
2020년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 코로나 확산으로 대면 행사 전면취소로 인한 비대면 방법으로 전환하여 시도</li> <li>- 찾아가는 녹색제품 : 녹색유아기관만들기 참여 유아기관 27개소를 대상으로 녹색제품을 안내하고 개별적인 구매연결유도</li> </ul>
2021년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경기도 양주 지역 녹색제품유통 사회적기업과 연계하여 녹색제품·녹색소비 캠페인 2회 운영</li> <li>- 안산관내 협동조합 및 카페와 연계한 녹색제품·녹색소비 캠페인 3회 운영</li> <li>- 중소형 녹색매장과 협력하여 녹색제품, 녹색매장 홍보 캠페인 11회 운영</li> <li>- 안산시 공공기간 4곳(환경교통국, 상록구청, 상수도사업소, 재활용선별센터) 등 기존 상설전시대</li> <li>- 지역 네트워크와 협동조합 카페와 협력한 신규 상설전시대 설치</li> <li>- 45개 유아기관가 함께하는 찾아가는 녹색제품 홍보캠페인 운영</li> </ul>

사회적기업과 함께하는 녹색소비캠페인	유아기관과 함께하는 녹색소비캠페인
 <p>녹색제품판매유통 사회적기업 홍보부스(기버마켓)</p>	 <p>장호원 어린이집 찾아가는 녹색제품</p>

[그림 2] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동

- 2021년 비대면 정보노출량(홍보)의 경우 소비자에게 녹색제품관련 홍보를 통한 구매 독려를 위해 블로그, SNS를 통한 녹색생활 및 녹색제품 소개, 녹색구매지원센터 활동 알림, 녹색소비 관련 이슈 홍보 등을 수행함
- 경기안산녹색구매지원센터 블로그 및 SNS를 통하여 센터활동 50건, 녹색제품 및 제품정보 72건, 대학생기자 기사 10건, 온라인이벤트 6회 총 138건의 신규정보를 제공하였고, 63,408건의 조회수를 기록함

- 코로나19 상황이 장기화됨에 따라 센터 활동을 집약적으로 홍보하는 ‘온라인박람회’를 신규 기획 추진함
- 환경부 인증마크가 있는 녹색제품 사용을 권장하는 홍보영상 1종을 제작 후 경기도, 안산시 협력으로 경기도 G-버스, 안산시 행정복지센터 24개소, 버스 정류장 옥외전광판을 통해 송출·공개함

[표 24] 2019~2021년 비대면 홍보 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
비대면 정보노출량	25,673회	31,821회	63,408회

[표 25] 2019~2021년 비대면 홍보 사업추진내용

년도	내용
2019년	- 블로그 및 SNS를 통하여 녹색소비실천에 대한 128건의 정보 제공, 25,673회의 조회수 기록 - 소비자, 시민의 참여 유도를 위한 녹색소비실천UCC 공모를 진행, 우수작 10편을 선정·홍보
2020년	- 블로그 및 SNS를 통하여 녹색소비실천에 대한 120건의 정보 제공, 31,821회의 조회수 기록 - 청년들이 생각하고 관심 있는 이슈들을 11건 기사화하고 4,889회 조회수 기록
2021년	- 블로그 및 SNS를 통하여 녹색소비실천에 대한 138건의 정보 제공, 63,408회의 조회수 기록 - 경기도, 안산시 협력으로 경기도 G-버스, 안산시 24곳의 행정복지센터, 안산시 버스정류장 6곳에 녹색소비실천 영상을 제작·송출 - 센터 활동을 집약적으로 알리는 ‘온라인박람회’를 기획·추진

경기안산녹색구매지원센터 블로그	녹색소비 실천 홍보영상
 <p>대학생기자 기사</p>	 <p>홍보영상</p>

[그림 3] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동

③ 녹색제품 생산지원

- 2021년에는 경기도 내 환경표지인증 기간 만료 재인증 기업 및 미인증 기업을 대상으로 환경표지인증관련 정보 제공 및 인증 참여 독려를 위한

생산지원 활동을 진행함

- 경기도 내 환경표지인증 기간 만료 재인증 기업 175개소에 재인증 자료 제공 및 온라인 신청 참여를 유도하고, 신규로 157개 업체에 환경표지인증 제안을 실시함
- 환경표지인증 생산 및 미인증기업 대상 E-maill, 문자를 통해 환경표지인증 자료전달 및 인증관련 질의응답을 위한 비대면 22개, 방문을 통한 대면 13개 기업 컨설팅을 진행함
- 미인증기업 2개 업체에서 2개 제품을 신규로 환경표지인증 취득함
- 환경표지인증 제품 소개 및 녹색제품 생산 기업 소개 책자 제작·배포함

[표 26] 2019~2021년 녹색제품 생산지원 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
설명회/정보제공 활동	1회	4회	416회

[표 27] 2019~2021년 녹색제품 생산지원 사업추진내용

년도	내용
2019년	- 블로그 및 SNS를 통하여 녹색소비실천에 대한 128건의 정보 제공, 25,673회의 조회수 기록 - 소비자, 시민의 참여 유도를 위한 녹색소비실천UCC 공모를 진행, 우수작 10편을 선정·홍보
2020년	- 블로그 및 SNS를 통하여 녹색소비실천에 대한 120건의 정보 제공, 31,821회의 조회수 기록 - 청년들이 생각하고 관심있는 이슈들을 11건 기사화하고 4,869회 조회수 기록
2021년	- 블로그 및 SNS를 통하여 녹색소비실천에 대한 138건의 정보 제공, 63,408회의 조회수 기록 - 경기도, 안산시 협력으로 경기도 G-버스, 안산시 24곳의 행정복지센터, 안산시 버스정류장 6곳에 녹색소비실천 영상을 제작·송출 - 센터 활동을 집약적으로 알리는 ‘온라인박람회’를 기획·추진

인증 지원 대면 컨설팅	인증 지원 비대면 컨설팅
 <p data-bbox="268 651 683 683">녹색제품생산기업 방문 컨설팅</p>	 <p data-bbox="896 651 1337 683">녹색제품생산기업 비대면 컨설팅</p>

[그림 4] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동

④ 녹색제품 유통 활성화

- 2021년에는 녹색제품 판매장소를 대상으로 소비자 입장에서 녹색제품 구매 여건을 갖췄는지를 기초자료, 현장, 인터뷰 등을 통한 모니터링을 진행함
  - 경기도 17개 지역 115개 녹색제품 매장 서면 모니터링을 실시하고, 그 중 우수매장 30개소를 선정하여 현장 모니터링을 진행함
  - 현장 모니터링 실시 매장을 대상으로 24개소에서 녹색매장 담당자 서면 인터뷰를 진행함
  - 녹색제품 판매장소 소비자 구매유형 분석 보고회를 실시하여 3개 대형 유통업체에 매장담당자 및 참여자 22명을 대상으로 대한 소비자가 제시하는 개선점을 제안함

[표 28] 2019~2021년 녹색제품 유통 활성화 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
모니터링 매장수	121개	115개	115개

[표 29] 2019~2021년 녹색제품 유통 활성화 사업추진내용

년도	내용
2019년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 녹색제품 판매장소 모니터링을 위한 3회 간담회 및 본사 담당자 1회 간담회 운영</li> <li>- 모니터링을 위한 모니터링지 개발 및 모니터링원 사전교육 실시</li> <li>- 경기도 25개지역 녹색제품 판매장소 121개 매장 모니터링 실시</li> <li>- 소비자가 뽑은 우수매장 심사 및 13개 선정</li> <li>- 우수매장 담당자 및 관계자 36명과 시상식 및 결과발표회 실시</li> </ul>
2020년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전국 8개 녹색구매지원센터 공동 모니터링 및 소비자인식 조사지 개발</li> <li>- 공동 모니터링지 개발을 위한 간담회 및 설명회 실시</li> <li>- 경기안산녹색구매지원센터 자체적인 모니터링원 교육</li> <li>- 경기도 17개지역, 115개 매장 모니터링 및 경기도 5개거점 163명 소비자인식조사 실시</li> <li>- 경기도 115개 매장 모니터링 심사 후 12개 우수매장 선정</li> <li>- 우수 12개 매장 현판제작 후 전달</li> </ul>
2021년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 전국공동사업으로 진행된 부분 확대를 위한 모니터링지 및 매장 담당자 인터뷰 후 개선방안 도출</li> <li>- 경기도 115개 매장 서면 모니터링, 그중 우수매장 30개 선정 및 현장 모니터링 실시</li> <li>- 현장 모니터링 실시한 30개 매장을 대상으로 녹색매장 담당자 서면 인터뷰 진행</li> <li>- 녹색제품 판매장소 소비자 구매유형 분석 보고회 실시</li> </ul>

녹색매장 서면 모니터링	녹색매장 현장 모니터링
 <p>녹색매장 담당자 사전 인터뷰</p>	 <p>녹색매장 담당자 현장 인터뷰</p>

[그림 5] 2021년 경기안산녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동

### 3 부산녹색구매지원센터(종합)

- 부산녹색구매지원센터의 예산관리 및 센터 비전과 핵심가치 설정, 지역 상생 협력, 리더십, 역량강화의 적절성은 정성 성과로 구분함
- 부산녹색구매지원센터는 ‘시민들의 건강하고 안전한 친환경생활 길잡이’ 라는 비전을 설정하고, 맞춤형 교육 프로그램 강화, 시민참여 프로그램 공간 확장 등을 추진전략으로 정책사업을 추진함
- 구성원의 역량강화를 위하여 사업기획, 계획서 작성, 문서관리, 선진사례 견학 및 벤치마킹, 사업화 기법 등에 대한 자체 기획 및 외부연계 직무역량 강화교육을 진행함

[표 30] 2021년 부산녹색구매지원센터 운영 추진전략

구분	내용
비전	- 시민들의 건강하고 안전한 친환경생활 길잡이
목표	- 시민 누구나 실천가능한 생활밀착형 녹색소비프로그램 운영으로 지역의 녹색소비문화를 선도하는 부산녹색소비네트워크 확대
추진전략	- 전략1. 연령, 생활공간 반영 대상별 맞춤형 교육 프로그램 강화 - 전략2. 코로나 시기 비대면 온라인 기획 활성화로 시민참여 프로그램 공간 확장 - 전략3. 녹색제품 소비촉진을 위한 생산, 소비, 유통 상생 프로그램 운용 - 전략4. 부산녹색소비네트워크 참여프로그램 확대로 지원센터 거점기능 강화

- 2021년도 사업 집행 예산 잔액은 180,110원으로 약 100% 집행함
  - 지난 3년간 2019년 99.9%, 2020년 98.9%, 2021년 99.9%의 예산 집행률을 달성함
- 친환경 소비자 양성에서는 10,863명을 양성하였으며, 친환경 소비문화 형성에서 대면·비대면 정보노출량 달성은 각각 6,090명과 104,153명, 녹색제품 생산지원 인증지원 성과 64건, 녹색제품 유통 활성화를 위한 녹색제품 판매장소 시장 모니터링 29개소의 실적을 나타냄

[표 31] 2021년 부산녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황

구분	계량 지표		달성현황	
			목표	달성
친환경 소비자 양성	교육인원수 달성률 (명)	유치원·어린이집	4,300	4,510
		초등학교	2,420	2,752
		중·고등학교	1,500	1,527
		성인	1,250	2,074
친환경 소비문화 형성	정보노출량 (명)	대면	4,200	6,090
		비대면	50,000	104,153
녹색제품 생산지원	인증지원 성과 (건)		60	64
녹색제품 유통 활성화	시장 모니터링 (개소)		29	29

① 친환경 소비자 양성

○ 2021년 녹색어린이집만들기, 찾아가는 녹색소비학교, 녹색소비생활체험 교육 프로그램을 수행함

- 2021년 녹색어린이집만들기는 부산지역 내 어린이집, 유치원 대상 (민간, 국공립 등) 70개 선정 대상 4,510명이 참여하였으며, 교육, 캠페인, 녹색제품 사용 등 자발적 활동을 통해 보육시설의 녹색생활 환경 조성에 기여하고, 나아가 가정에서도 녹색구매를 실천하도록 확산됨

[표 32] 2019~2021년 유치원·어린이집 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
참여기관	50개	70개	70개
교육인원수	4,815명	7,260명	4,510명

[표 33] 2019~2021년 유치원·어린이집 녹색소비 생활교육 사업추진내용

년도	내용
2019년	- 부산지역 내 50개 어린이집, 4815명 참여
2020년	- 부산지역 내 70개 유아기관, 7,260명 참여 - 부산광역시어린이집연합회와 녹색어린이집과 지속적 협업 - 친환경캠페인, 녹색제품 사용 등의 자발적 활동을 연계 - 교사양성교육으로 교육참여 변화를 통해 비대면시대 교육컨텐츠 개발 및 교구 보급
2021년	- 부산지역 내 70개 유아기관, 4,510명 참여 - 교육, 캠페인, 녹색제품 사용 등 활동 구성 - 가정으로의 교육으로 확대

- 녹색소비학교는 부산광역시 교육청·지속가능발전협의회 공동주관 연계로 부산지역 내 초등학교 대상으로 25개 초등학교 110학급, 2,752명이 참여하였고, 중·고등학교 60학급 1,527명이 참여함

[표 34] 2019~2021년 초·중·고등학교 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황

	2019년	2020년	2021년
운영횟수	40회	172회	170회
교육인원수	1,021명	4,198명	4,279명

[표 35] 2019~2021년 초·중·고등학교 녹색소비 생활교육 사업추진내용

년도	내용
2019년	- 부산지역 내 40학급, 1,0021명 교육
2020년	- 부산지역 내 24개 초등학교, 102학급 2,390명 교육 - 부산지역 내 중·고등학교 및 성인 대상 82회 2,392명 교육 - 녹색소비학교 운영을 위해 부산광역시교육청, 부산지속가능발전협의회, 부산녹색구매지원센터의 지속적 협력체계 마련
2021년	- 부산지역 내 25개 초등학교, 110학급 2,752명 교육 - 부산지역 내 중·고등학교 60학급 1,527명 교육 - 열두달환경기념일, 지속가능한 녹색소비교육 등 미래세대 녹색소비생활 실천 체험 교육

- 2021년 녹색소비생활체험교육은 자발적 시민실천 조직 양성과 함께 지역 녹색소비 문화를 선도하는 녹색소비네트워크 실천 교육 전파를 목적으로 부산지역 내 일반성인 대상 2,074명이 참여함

[표 36] 2019~2021년 성인 녹색소비 생활교육 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
운영횟수	145회	82회	120회
교육인원수	4,412명	2,392명	2,074명

[표 37] 2019~2021년 성인 녹색소비 생활교육 사업추진내용

년도	내용
2019년	-
2020년	- 부산지역 내 중·고등학교 및 성인 대상 82회 2,392명 교육 - 대상별 맞춤형 녹색소비생활실천교육 매뉴얼 보급 - 연제구지역자활센터, 금정노인복지관, 신장장애인 등 시니어·장애인 대상 친환경 소비생활체험교육 보급
2021년	- 부산지역 내 일반 성인 대상 2,074명 교육 - 시민 누구나 실천가능한 생활밀착형 녹색소비프로그램 운영으로 자발적 시민 실천 조직 양성과 함께 지역 녹색소비 문화를 선도하는 녹색소비네트워크 실천 교육 - 지역 내 복지관, 동아리, 학부모, 공공기관을 주로 방문하여 교육 실시

녹색어린이집만들기	찾아가는 녹색소비학교	
		
전담교사 교육	교내 캠페인 활동	체험 활동
녹색소비생활체험교육	녹색소비 교육 전문가 양성	
		
홍보전시관 방문 체험교육	녹색소비 교육 전문가 양성	

[그림 6] 2021년 부산녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동

② 친환경 소비문화 형성

○ 2021년 대면 정보노출량(캠페인)의 경우 지역행사와 연계한 녹색소비캠페인 종합 전시존 설치, 친환경행사 기획 및 생활밀착형 시민참여형 프로그램을 실시함

- 국제환경에너지산업전에서 부산광역시, 벅스코 연계 녹색제품관 협업기관으로 참여하여 녹색구매지원센터 공동(제주·부산·대전·광주·경남)으로 환경표지

인증 제품 60개사 130개 품목 및 생산업체에 대한 홍보전시 및 체험관 부스를 운영, 홍보캠페인 및 상담 컨설팅을 진행함

- 2021 찾아가는 녹색소비 캠페인은 공공기관 및 기업과 협력하여 녹색제품 전시와 체험존 운영을 통하여 50회, 6,090명이 참여함

[표 38] 2019~2021년 대면 홍보 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
대면 캠페인 횟수	28회	30회	50회
대면 정보노출량	41,700명	5,400명	6,090명

[표 39] 2019~2021년 대면 홍보 사업추진내용

년도	내용
2019년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역행사에 참여하여 환경인식, 녹색제품, 녹색소비의 홍보활동 수행</li> <li>- 지역 중심의 행사 홍보로 28회, 41,700명 대상 참여</li> </ul>
2020년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역축제와 연계한 현장캠페인, 국제환경에너지산업전 참여, 녹색 네트워크 구축 및 운영, 등을 수행함</li> <li>- 광안대교 다이아몬드 브릿지 행사를 통해 다양한 친환경캠페인을 기획하여 30회, 5,400명 참여</li> </ul>
2021년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국제환경에너지 사업전 내 녹색소비캠페인 종합 전시존 설치</li> <li>- 환경마크인식조사, 녹색제품 전시 등의 홍보활동 50회, 6,090명 참여</li> </ul>



[그림 7] 2021년 부산녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동

- 2021년 비대면 정보노출량(홍보)의 경우 친환경생활기획에 입각한 시민참여형 프로그램 제공으로 유튜브, 블로그 등을 통한 녹색소비정보를 제공함

- 블로그, SNS를 통한 녹색소비정보제공으로 녹색소비정보 기사 442건을 업로드하였고, 104,153명의 방문조회수를 기록함
- 유튜브 채널 개설을 통해 55건 영상수록, 3,493회의 조회수를 기록함
- 녹색생활우수사례 UCC 공모를 개최함
- 환경기획기사, 녹색소비실천사례, 녹색제품 소개 영상제작 및 배포로 녹색생활정보 뉴스레터를 제공함
- 지역 언론매체와 연계하여 교통방송 등 고청취율 라디오와 지상파 3사 언론보도를 통해 친환경소비 생활 정보를 제공하여 43건의 언론매체를 통한 캠페인 활동을 진행함

[표 40] 2019~2021년 비대면 홍보 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
비대면 정보노출량	67,263명	80,891명	104,153명

[표 41] 2019~2021년 비대면 홍보 사업추진내용

년도	내용
2019년	- 블로그 등 온라인·미디어 홍보활동을 진행
2020년	- 친환경생활정보센터 운영을 통하여 녹색제품·녹색소비에 대한 기본 정보와 대상별 친환경 생활메뉴얼을 제공 - SNS와 연계하여 정보제공 기사 547건 등록, 80,891명 참여
2021년	- 블로그, SNS를 통한 녹색소비정보 홍보 104,153명 참여 - 유튜브 채널 상설운영을 통한 3,493회 조회수 기록 - 녹색생활우수사례 UCC 공모 개최(그린홈, 그린스쿨, 그린오피스 연계) - 환경기획기사, 녹색소비실천사례, 녹색제품 소개 영상 제작



[그림 8] 2021년 부산녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동

### ③ 녹색제품 생산지원

- 2021년에는 부산지역 내 기업을 대상으로 설명회 자료 제공을 통한 수요처 발굴 및 환경표지미인증제품 및 녹색제품인증 기업 대상 컨설팅을 실시함
  - 코로나19 방역지침에 따라 기업대상 설명회 대신 총 64개 기업을 대상으로 온라인 자료를 제공함
  - 환경표지인증 Q&A 대면·비대면 간담회, 기업방문 컨설팅을 통해 인증취득 문의 및 컨설팅을 통한 지속적으로 지원함

[표 42] 2019~2021년 녹색제품 생산지원 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
설명회/정보제공 활동	1회(설명회)	1회(설명회)	64회

[표 43] 2019~2021년 녹색제품 생산지원 사업추진내용

년도	내용
2019년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 환경마크 인증지원 프로그램을 통한 기업설명회 및 기업방문 프로그램 운영</li> <li>- 부산지역 내 기업 대상 제도 설명회 1회 개최</li> <li>- 기업의 인증취득을 위한 수수료 지원 사업 추진</li> </ul>
2020년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산지역 내 예비 녹색제품 생산기업 대상 찾아가는 환경표지인증제도 설명회 1회 실시</li> <li>- 찾아가는 환경표지인증 컨설팅 및 캠페인을 통해 인증 취득 참여 유도 15회 진행</li> </ul>
2021년	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산지역 내 기업대상 64개 기업 환경표지(미)인증 제품관련 자료 제공</li> <li>- 찾아가는 인증 컨설팅 15회 진행</li> </ul>

녹색제품 인증제도 정보 제공	인증 지원 대면 컨설팅
 <p>온라인 인증업무 온라인 인증신청(안규 신청)</p> <p>환경표지 인증 신청 시스템 사용 정보</p>	 <p>기업방문 컨설팅</p>

[그림 9] 2021년 부산녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동

#### ④ 녹색제품 유통 활성화

- 2021년에는 부산지역 내 녹색제품 취급매장과 녹색특화매장의 현장점검을 통한 모니터링을 실시함
  - 부산지역 내 녹색매장 및 녹색특화매장 29개소 현장방문 모니터링 진행
  - 자원순환사회연대와 협업하여 부산지역 내 비지정 녹색제품 취급매장 25개소 현장방문 모니터링을 진행함

[표 44] 2019~2021년 녹색제품 유통 활성화 사업추진 실적 현황

구분	2019년	2020년	2021년
모니터링 매장수	42개	44개	29개

[표 45] 2019~2021년 녹색제품 유통 활성화 사업추진내용

년도	내용
2019년	- 녹색매장 지정제도 프로그램에 1개 매장이 참여하여 지정 진행 - 부산지역 내 42개 매장 대상 모니터링 실시 - 부산지역 내 녹색제품의 판매 실적 정량화를 위한 정보 취합 및 분석 활동
2020년	- 녹색매장 홍보 및 녹색매장 지정절차 컨설팅 진행, 신규 3곳 및 재지정 2곳 지정 - 녹색매장 활성화를 위한 44개 대형유통매장 운영 모니터링 실시
2021년	- 부산지역 내 녹색매장 및 녹색특화매장 현장 점검 29회 - 녹색제품 취급매장 현장 점검 27회



## 4 제주녹색구매지원센터(정기)

- 제주녹색구매지원센터의 예산관리 및 센터 비전과 핵심가치 설정, 지역 상생 협력, 리더십, 역량강화의 적절성은 정성 성과로 구분함
- 제주녹색구매지원센터는 ‘친환경생활 실천으로 녹색제주 실현’ 라는 비전을 설정하고, 맞춤형 교육 추진, 다양한 매체 및 홍보방식을 통한 홍보효과 극대화 등을 추진전략으로 정책사업을 추진함
- 구성원의 역량강화를 위하여 사업 워크숍 및 운영위원회의를 수행하고, 외부교육프로그램에 10회 참여하여 자격증과정 이수함

[표 46] 2021년 제주녹색구매지원센터 운영 추진전략

구분	내용
비전	- 친환경생활 실천으로 녹색제주 실현
목표	- 지역 녹색소비 거점으로서의 위상 강화
추진전략	- 전략1. 생애주기별 맞춤형 교육 추진 - 전략2. 다양한 매체 및 홍보방식을 통한 홍보효과 극대화 - 전략3. 지역특성을 반영한 녹색제품 구매 확대 - 전략4. 녹색제품 유통망 중점관리를 통한 유통 활성화 추진 - 전략5. 지자체·유관기관과의 협력을 통한 사업성과 극대화

- 2021년도 사업 집행 예산 잔액은 0원으로 100% 집행함
- 친환경 소비자 양성에서는 4,694명을 양성하였으며, 친환경 소비문화 형성에서 대면·비대면 정보노출량 달성은 각각 19,539명과 30,971명, 녹색제품 생산지원 인증지원 성과 65건, 녹색제품 유통 활성화를 위한 녹색제품 판매장소 시장 모니터링 18개소의 실적을 나타냄

[표 47] 2021년 제주녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황

구분	계량 지표		달성현황	
			목표	달성
친환경 소비자 양성	교육인원수 달성률 (명)	유치원·어린이집	1,146	1,150
		초등학교	382	1,338
		중·고등학교	382	1,481
		성인	500	725
친환경 소비문화 형성	정보노출량 (명)	대면	4,000	19,539
		비대면	12,500	30,971
녹색제품 생산지원	인증지원 성과 (건)		60	65
녹색제품 유통 활성화	시장 모니터링 (개소)		18	18

① 친환경 소비자 양성

○ 2021년 녹색어린이집만들기, 찾아가는 친환경생활실천 교실, 녹색소비 시민 교육을 수행함

- 녹색어린이집만들기는 제주도 내 어린이집 및 유치원 대상 24개 선정 대상 47회, 1,150명이 참여하였으며, 유아교육기관의 친환경소비생활 유도를 위하여 원아 및 교사, 가정연계 녹색소비생활 교육을 지원하고 녹색소비 유아교육 콘텐츠(교재 및 교구 등)를 개발함
- 찾아가는 친환경생활실천 교실은 제주도 내 초등학교 대상으로 9개 초등학교 20개 학급, 1,338명과 6개 중학교, 1개 고등학교의 27학급 1,481명이 참여하였고, 녹색소비생활 체험교육을 통해 녹색소비 및 녹색제품에 대한 인지도를 증대하고, 녹색소비 활성화를 도모함
- 녹색소비 시민교육은 제주도 내 일반시민을 대상으로 친환경생활실천 교육 프로그램을 운영하여 29개 참여기관에서 35회, 725명이 참여하였음

<p>녹색어린이집만들기</p>  <p>전담교사 교육</p>	<p>찾아가는 친환경생활실천 교실</p>  <p>찾아가는 녹색소비학교</p>	
<p>녹색소비 시민교육</p>  <p>중문마을회 녹색소비 시민교육</p>		<p>녹색소비 교육 전문가 양성</p>  <p>녹색소비 교육 전문가 양성</p>
<p>어린이집 학부모 녹색소비 시민교육</p> 		

[그림 11] 2021년 제주녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동

## ② 친환경 소비문화 형성

○ 2021년 대면 정보노출량(캠페인)의 경우 제주도 내 유관·협약기관과 연계하여 녹색제품 및 녹색소비생활 홍보를 진행하여 19,539명이 참여함

- 전통시장을 중심으로 하는 상권협의체, 제주 입도 관광객, 제주도민 등을 대상으로 홍보캠페인을 9회 운영함
- 녹색관광지(여미지식물원, 김녕미로공원) 확대 및 지원을 위하여 그린카드 제시 관광객을 대상으로 위생키트 및 무릎담요 증정을 통한 홍보 캠페인을 진행함
- 2021 국제환경에너지산업전에서 친환경생활 실천 및 녹색제품 활성화를 위하여 녹색구매지원센터 공동(제주·부산·대전·광주·경남) 홍보활동으로 녹색제품 전시관 및 친환경생활 체험 부스를 운영함

제주시민속5일시장 연계 녹색소비 홍보캠페인	녹색 관광지 연계 녹색소비 홍보캠페인	국제 환경에너지산업전
		
제주시민속5일시장 연계 홍보캠페인	김녕미로공원 그린카드 캠페인	녹색제품관 공동 부스 운영

[그림 12] 2021년 제주녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동

○ 2021년 비대면 정보노출량(홍보)의 경우 블로그 운영을 통하여 센터 소개, 지역 녹색제품 판매 및 유통매장 소개, 친환경생활 카드 뉴스, 녹색소비 관련 최근 동향 등의 정보를 제공함

- 제주녹색구매지원센터 블로그 운영으로 30,971건의 조회수를 기록함
- 기사 및 친환경소비 관련 정보 등 21회, 친환경생활 카드 뉴스 10회 이상, 녹색소비 관련 최근 동향정보 20회 이상 등록함



[그림 13] 2021년 제주녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동

### ③ 녹색제품 생산지원

○ 2021년에는 제주도 내 녹색제품 생산업체 확충을 통한 지역 녹색소비 기틀 마련 및 소비자의 선택 폭 확장을 위하여 지역 내 기업 대상 인증 설명회와 방문 컨설팅을 제공함

- 지역 내 녹색제품 인증 대상 업체 후보군을 발굴하여 녹색제품 인증을

- 위한 설명회와 개별 면담을 진행하여 5개의 신규생산업체와 면담을 진행함
- 녹색제품 환경표지 인증을 위한 컨설턴트 및 심사비 지원을 통하여 녹색제품 인증 희망업체 12곳의 인증과정을 지원함
- 환경표지 인증제도 안내를 위한 안내책자 1,500부를 제작하여 도내 405개 제조업체를 대상으로 배포함

녹색제품 인증제도 정보 제공	인증 지원 대면 컨설팅
 <p style="text-align: center;">환경표지 인증 안내책자</p>	 <p style="text-align: center;">기업방문 컨설팅</p>

[그림 14] 2021년 제주녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동

#### ④ 녹색제품 유통 활성화

- 2021년에는 녹색소비 확산을 위한 녹색매장 활성화를 목표로 제주도 내 녹색매장 운영현황 및 규정 이행사항을 모니터링함
  - 녹색매장을 대상으로 지정신청서 기준 변동사항 및 운영현황 상시 모니터링 체계를 확립하여 녹색매장 14곳의 모니터링을 실시함
  - 제주도 내 대형 유통매장의 녹색제품 판매·설치 운영에 대한 규정 준수 여부를 확인하기 위하여 4곳에 모니터링을 실시함



## 5 충북녹색구매지원센터(정기)

- 충북녹색구매지원센터의 예산관리 및 센터 비전과 핵심가치 설정, 지역 상생 협력, 리더십, 역량강화의 적절성은 정성 성과로 구분함
- 충북녹색구매지원센터는 ‘지속가능한 녹색소비 충북 만들기’ 라는 비전을 설정하고, 올바른 생애주기별 녹색소비 교육을 통한 녹색소비자 양성을 추진함
- 구성원의 역량강화를 위하여 체계적인 교육 프로그램 개발과 질적향상 등을 위한 교육팀장의 외부 교육 수강 및 자격증 취득을 추진하였고, 충북 단재 교육 연수, 충북대 리빙랩 사업, 창체넷 아카데미 사업 등 외부 교육프로그램에 참여함

[표 48] 2021년 충북녹색구매지원센터 운영 추진전략

구분	내용
비전	- 지속가능한 녹색소비 충북 만들기
목표	- 녹색생활 지원과 녹색제품의 생산, 유통, 소비의 전 과정에 대한 주기적인 정보제공, 홍보, 교육, 제조업체 생산지원, 친환경제품 유통활성화 지원을 통해 도민의 녹색 소비 생활에 기여
추진전략	- 전략1. 생애주기별 녹색소비 교육단계 - 전략2. 홍보단계: 온·오프라인 홍보 - 전략3. 생산단계: 제조업체에 대한 정보 제공 및 인증 유도 - 전략4. 유통단계: 지역 내 매장과의 관계 형성 유지 - 전략5. 소비단계: 온라인 플랫폼을 통한 지원

- 2021년도 사업 집행 예산 잔액은 1,267,820원으로 99% 집행함
- 친환경 소비자 양성에서는 2,884명을 양성하였으며, 친환경 소비문화 형성에서 대면·비대면 정보노출량 달성은 각각 3,078명과 26,074명, 녹색제품 생산지원 인증지원 성과 133건, 녹색제품 유통 활성화를 위한 녹색제품 판매장소 시장 모니터링 31개소의 실적을 나타냄

[표 49] 2021년 충북녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황

구분	계량 지표		달성현황	
			목표	달성
친환경 소비자 양성	교육인원수 달성률 (명)	유치원·어린이집	1,350	1,402
		초등학교	500	502
		중·고등학교	500	546
		성인	300	434
친환경 소비문화 형성	정보노출량 (명)	대면	3,000	3,078
		비대면	13,000	26,074
녹색제품 생산지원	인증지원 성과 (건)		60	133
녹색제품 유통 활성화	시장 모니터링 (개소)		18	31

① 친환경 소비자 양성

- 2021년 녹색유아기관 만들기, 녹색학교만들기, 녹색소비자 만들기를 수행함
  - 녹색유아기관만들기는 녹색소비 이론 및 체험 활동 교육을 진행하여 충북 지역 내 유아기관 대상 14개 유아기관, 21학급, 83회, 1,402명이 참여함
  - 녹색학교만들기는 충북지역 내 초등학교 대상으로 8개 초등학교 16학급, 32회, 502명과 4개 중학교 14학급, 28회, 546명이 참여하였고, 충청북도 교육청 미래인재과와 충청북도 자연과학교육원의 업무협조를 통해 녹색 소비 이론 및 체험 활동 교육을 진행함
  - 녹색소비자만들기는 충북 지역 내 청주녹색소비자연대, 제천시종합자원 봉사센터, 청주시서원구청 등 유관기관 성인을 대상으로

녹색유아기관만들기	녹색 학교만들기	
 <p data-bbox="272 486 464 517">환경표지 교육</p>	 <p data-bbox="635 486 959 517">용담초등학교 체험 활동</p>	 <p data-bbox="1114 486 1337 517">덕산중학교 교육</p>
녹색소비자만들기	녹색소비 교육 전문가 양성	
 <p data-bbox="172 934 564 965">충북여성장애인연대 체험 활동</p>	 <p data-bbox="826 920 1193 952">녹색소비 교육 전문가 양성</p>	

[그림 16] 2021년 충북녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동

## ② 친환경 소비문화 형성

- 2021년 대면 정보노출량(캠페인)의 경우 지역 내 행사 및 자체행사를 진행하여 3,078명을 대상으로 친환경생활, 녹색소비에 대한 인식개선 및 녹색제품과 환경표지인증 대면 홍보를 실시함
  - 그린캠퍼스 서명운동을 통해 충북보건과학대학교에서 녹색제품 전시와 체험 활동을 진행함
  - 고등학교, 대학교, 공공기관, 별별농부장터, 생소한박람회, 2021 에코&뮤직 페스티벌 등 지역 행사에 다양한 계층의 소비자를 대상으로 녹색제품 전시 및 친환경소비 홍보 캠페인 및 체험 활동을 진행함

그린캠퍼스 서명운동	친환경소비 홍보캠페인
 <p>충북보건과학대학교 그린캠퍼스 서명운동</p>	 <p>친환경소비 캠페인 활동</p>

[그림 17] 2021년 충북녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동

- 2021년 비대면 정보노출량(홍보)의 경우 블로그, 유튜브, 페이스북, 지역 맘카페 등을 통해 친환경생활, 녹색소비, 녹색제품에 대한 정보제공으로 녹색소비 유도과 녹색제품 체험의 기회를 제공함
  - SNS 홍보를 통해 26,074건의 조회수를 기록함
  - 온라인 생소한박람회를 개최하여 센터와 녹색제품에 대한 소개글을 게시하고 소비자의 신청을 받아 녹색제품 꾸러미를 발송함
  - 녹색소비 인식전환을 유도하기 위하여 충북, 인천, 안산, 세종 등 4개 센터가 공동으로 시리즈 영상을 제작하여 유튜브 및 페이스북 등을 통해 송출

충북녹색구매지원센터 블로그	지역 맘카페	밴드
 <p>친환경 생활 정보 제공</p>	 <p>온라인 생소한박람회 홍보</p>	 <p>한살림청주 밴드 온라인 생소한박람회 홍보</p>

[그림 18] 2021년 충북녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동

③ 녹색제품 생산지원

- 2021년에는 충북지역 내 기업을 대상으로 대면·비대면 컨설팅을 진행하였고, 환경표지 인증에 대한 교육자료를 우편으로 발송하여 정보를 제공함
  - 코로나19 상황에 따라 대면 설명회를 대신하여 인증 설명에 대한 교육 자료를 선별한 127개 기업으로 발송하여 녹색제품 인증제도에 대한 정보를 제공함
  - 환경표지인증 획득을 위하여 기업을 대상으로 6회의 대면 컨설팅을 실시함

녹색제품 인증제도 정보 제공	인증 지원 대면 컨설팅
 <p style="text-align: center;">환경표지 인증 교육자료</p>	 <p style="text-align: center;">기업방문 컨설팅</p>

[그림 19] 2021년 충북녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동

④ 녹색제품 유통 활성화

- 2021년에는 대형유통매장과 중소형 녹색매장에 대하여 모니터링을 실시함
  - 충북지역 내 3,000m<sup>2</sup> 이상 대형유통매장 10개소(녹색매장 3개, 비녹색매장 7개) 모니터링을 실시하여 출입구 녹색매장 안내판 부착 및 식별 용이 여부, 매장 유도안내판 적절성 여부, 제품의 환경표지와 동일 인증표시물 부착 여부 등을 점검함
  - 충북지역 내 중소형 녹색매장 및 녹색제품 판매장소 21개 점포를 모니터링 하여 매장별 환경표지인증제품 품목수 확인 및 리스트 작성을 진행하고 매장 진열 상태, 품목수 확대 계획 여부 등을 점검함

녹색매장 현장 모니터링



대형유통매장 현장 방문 모니터링



중소형 녹색매장 현장 방문 모니터링

[그림 20] 2021년 충북녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동

## 6 대전녹색구매지원센터(정기)

- 대전녹색구매지원센터의 예산관리 및 센터 비전과 핵심가치 설정, 지역 상생 협력, 리더십, 역량강화의 적절성은 정성 성과로 구분함
- 대전녹색구매지원센터는 ‘시민과 함께하는 지원센터’ 라는 비전을 설정하고, 균형있는 교육 사업, 효과적인 대면·비대면 홍보활동 등을 추진전략으로 정책사업을 추진함
- 구성원의 역량강화를 위하여 회의 및 워크숍을 통해 비영리 활동가로서의 비전 찾기, 센터의 역할 이해, 신재생에너지 홍보관 견학 등의 교육 활동을 진행함

[표 50] 2021년 대전녹색구매지원센터 운영 추진전략

구분	내용
비전	- 시민과 함께하는 지원센터
목표	- 녹색사회 창출을 위한 소비자-기업-센터
추진전략	- 전략1. 친환경 소비자 양성을 위한 균형있는 교육 사업 - 전략2. 대면, 비대면으로 진행하는 효과적인 홍보활동 - 전략3. 녹색소비 생태계 형성

- 2021년도 사업 집행 예산 잔액은 543,070원으로 약 100% 집행함
- 친환경 소비자 양성에서는 8,961명을 양성하였으며, 친환경 소비문화 형성에서 대면·비대면 정보노출량 달성은 각각 5,285명과 21,874명, 녹색제품 생산지원 인증지원 성과 7건, 녹색제품 유통 활성화를 위한 녹색제품 판매장소 시장 모니터링 20개소의 실적을 나타냄

[표 51] 2021년 대전녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황

구분	계량 지표		달성현황	
			목표	달성
친환경 소비자 양성	교육인원수 달성률 (명)	유치원·어린이집	2,520	6,604
		초등학교	840	334
		중·고등학교	840	1,487
		성인	500	536
친환경 소비문화 형성	정보노출량 (명)	대면	4,000	5,285
		비대면	12,500	21,874
녹색제품 생산지원	인증지원 성과 (건)		70	70
녹색제품 유통 활성화	시장 모니터링 (개소)		18	20

① 친환경 소비자 양성

○ 2021년 녹색어린이집·유치원만들기, 녹색체험학교만들기, 녹색소비 시민강좌를 수행함

- 녹색어린이집·유치원 만들기는 대전광역시어린이집연합회 및 대전광역시교육청과 협력하여 지역 내 45개 유아기관 6,604명이 참여하여, 녹색어린이집 공동교안 제작 자료 및 센터 자체 교안 프로그램을 바탕으로 친환경 실천 및 녹색체험교육을 실시함
- 녹색체험학교 만들기는 대전광역시 복지정책과와 대전환경운동연합과의 협력을 통해 지역 내 5개 초등학교 334명과 6개 중학교 1,487명이 참여하여, 녹색소비의 이해 및 환경표지, 친환경 제품과 자원순환 등에 대한 전반적인 교육을 진행함
- 녹색소비 시민강좌는 대전지역 내 기관 및 단체, 소그룹 20개소, 536명이 참여하였고, 센터 및 녹색소비에 대한 소개, 환경제도와 그린워싱, 녹색매장 알기 등의 기본적인 개념 이해와 체험활동을 진행함

녹색어린이집·유치원만들기	녹색체험학교만들기	녹색소비 시민강좌
		
대전청사 아람어린이집 교육	동산중학교 교육	온라인 교육

[그림 21] 2021년 대전녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동

② 친환경 소비문화 형성

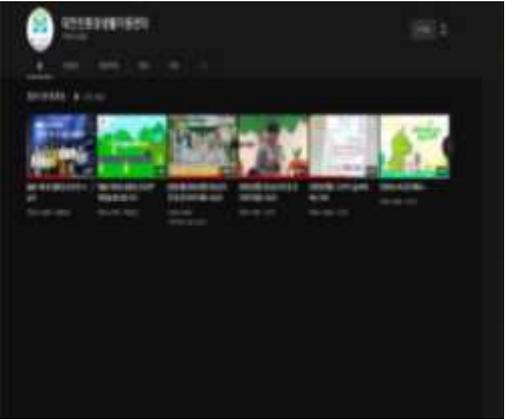
- 2021년 대면 정보노출량(캠페인)의 경우 대전 관내 행사, 또는 타 지역에서 개최하는 캠페인에 참여하여 홍보부스를 운영하거나 친환경제품 홍보 대면 활동을 진행하여 5,285명이 참여함
  - 녹색제품 홍보 및 친환경 홍보물 배포를 위해 2021 환경의 날 행사, 부산 국제환경에너지산업전, 대전시민 NGO 한마당, 대전환경교육한마당 등 행사에서 홍보부스 운영으로 1,674명이 참여함
  - 녹색제품 전시장 상시 운영을 통해 시민을 대상으로 녹색제품에 대한 정보를 제공하여 2,411명이 참여함
  - 그린오피스·그린호스피탈 캠페인을 통해 사무실에서 수행하는 친환경생활 실천수칙, 녹색제품 구매, 그린카드 사용 유도 등의 홍보 활동을 진행하여 1,200명이 참여함

2021 환경의 날 기념행사	국제 환경에너지산업전	대전시민 NGO 한마당
 <p style="text-align: center;">녹색제품 홍보</p>	 <p style="text-align: center;">녹색제품관 공동 부스 운영</p>	 <p style="text-align: center;">친환경제품 홍보 부스 운영</p>
대전환경교육한마당	녹색제품 전시장	
 <p style="text-align: center;">친환경제품 인식도 조사</p>	 <p style="text-align: center;">녹색인증표지 제품 구비·전시</p>	

[그림 22] 2021년 대전녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동

- 2021년 비대면 정보노출량(홍보)의 경우 블로그, 홈페이지, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 다양한 SNS와 뉴스레터 등 소식지 발행을 활용하여 녹색 홍보 활동을 진행하여 21,874명이 참여함

- 블로그, 홈페이지를 통해 센터 추진사업 및 활동내용을 공개하고, 친환경 생활소비 정보를 안내하고, 페이스북, 인스타그램을 통해 블로그와 연동한 각종 친환경 행사 및 캠페인 참여를 독려하여 16,748회의 조회수를 기록함
- 친환경 캠페인 관련 영상 2편을 제작하여 유튜브 채널을 통해 게시하여 229회의 조회수를 기록함
- 센터 활동소식을 전하는 뉴스레터와 녹색어린이집 대상 친환경생활 유인물 발송을 통해 2,214명을 대상으로 녹색소비 정보를 전달함
- 필환경 공모전 등 온라인 공모전을 개최하여 2,433명이 참여함

대전녹색구매지원센터 블로그	대전녹색구매지원센터 페이스북
 <p data-bbox="320 1200 628 1234">친환경 생활 정보 제공</p>	 <p data-bbox="922 1200 1310 1234">친환경 행사 및 캠페인 홍보</p>
대전녹색구매지원센터 유튜브 채널	대전녹색구매지원센터 친환경생활 유인물
 <p data-bbox="268 1727 687 1760">친환경 캠페인 관련 영상 배포</p>	 <p data-bbox="995 1727 1230 1760">친환경생활이야기</p>

[그림 23] 2021년 대전녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동

③ 녹색제품 생산지원

- 2021년에는 대전지역 내 환경표지 인증 대상제품 생산기업을 대상으로 환경표지 인증제도, 지원사업 소개 및 참여 유도를 위한 설명회와 환경표지 인증 컨설팅을 진행함
  - 코로나19 상황에 따라 대규모 설명회 대신 신청 업체를 직접 방문하여 설명회를 2회 실시함
  - 인증대상 기업의 인증 취득을 위해 60회의 컨설팅을 진행하였고, 신규 품목 인증을 위한 소요 비용 일부를 지원함

녹색제품 인증제도 정보 제공	인증 지원 대면 컨설팅
 <p style="text-align: center;">방문 설명회</p>	 <p style="text-align: center;">기업방문 컨설팅</p>

[그림 24] 2021년 대전녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동

④ 녹색제품 유통 활성화

- 2021년에는 대전지역 내 녹색매장 및 녹색제품 판매장소, 신규 녹색매장에 대한 방문 모니터링을 실시함
  - 녹색매장 및 녹색제품 판매장소 18개소, 신규 녹색매장 2개소에 대하여 친환경육구 환기 여부, 정보 탐색의 용이성, 정보전달의 정확성 등을 평가함
  - 방문 고객을 대상으로 녹색제품 판매 장소에 대한 소비자 인식조사를 실시함

녹색매장 현장 모니터링	
 <p style="text-align: center;">현장 방문 모니터링</p>	 <p style="text-align: center;">소비자 인식 조사지</p>

[그림 25] 2021년 대전녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동

## 7 세종녹색구매지원센터(정기)

- 세종녹색구매지원센터의 예산관리 및 센터 비전과 핵심가치 설정, 지역 상생 협력, 리더십, 역량강화의 적절성은 정성 성과로 구분함
- 세종녹색구매지원센터는 ‘지속가능한 녹색소비 사회(친환경 소비10%)’ 라는 비전을 설정하고, 녹색소비 교육프로그램 강화 및 개발, 녹색소비 정보 제공의 효율화 등을 추진전략으로 정책사업을 추진함
- 구성원의 역량강화를 위하여 직원 역량강화를 위한 교육 20회 진행 및 전문 자격증을 1명 취득하였고, 경남, 인천센터와 함께 외부 교육 프로그램에 참여함

[표 52] 2021년 세종녹색구매지원센터 운영 추진전략

구분	내용
비전	- 지속가능한 녹색소비 사회(친환경 소비10%)
목표	- 지역 녹색소비 거점으로서의 위상 강화
추진전략	- 전략1. 녹색소비 교육프로그램 강화 및 개발 - 전략2. 녹색소비 정보제공의 효율화 - 전략3. 기업과의 소통창구 확보로 지속적 관계 - 전략4. 매장모니터링을 통한 관리와 지원 - 전략5. 친절한 아파트 확대시행

- 2021년도 사업 집행 예산 잔액은 466,430원으로 약 100% 집행함
- 친환경 소비자 양성에서는 5,721명을 양성하였으며, 친환경 소비문화 형성에서 대면·비대면 정보노출량 달성은 각각 4,598명과 23,137명, 녹색제품 생산지원 인증지원 성과 50건, 녹색제품 유통 활성화를 위한 녹색제품 판매장소 시장 모니터링 40개소의 실적을 나타냄

[표 53] 2021년 세종녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황

구분	계량 지표		달성현황	
			목표	달성
친환경 소비자 양성	교육인원수 달성률 (명)	유치원·어린이집	1,400	2,343
		초등학교	1,400	2,179
		중·고등학교	450	630
		성인	500	569
친환경 소비문화 형성	정보노출량 (명)	대면	4,000	4,598
		비대면	12,500	23,137
녹색제품 생산지원	인증지원 성과 (건)		60	50
녹색제품 유통 활성화	시장 모니터링 (개소)		40	40

① 친환경 소비자 양성

○ 2021년 세종지역 내 유아기관, 학교, 일반 성인을 대상으로 녹색소비 생활 교육을 진행함

- 세종지역 내 어린이집을 대상으로 2,343명이 참여하여, 기후변화, 탄소 발자국, 자원재활용의 의미를 이해하고, 환경표지를 구별하여 녹색소비 생활 습관화를 조성하기 위한 환경인형극, 빙하놀이 등의 체험활동을 진행함
- 세종지역 내 7개 초등학교 및 동아리 대상 2,179명이 참여하여, 기후위기 대응과 함께 탄소중립이 미치는 영향 및 녹색소비의 역할을 학습하고 저탄소생활 실천방법 교육을 실시하고, 발표 및 체험 활동을 통해 교육의 효율성을 증대함
- 세종지역 내 2개 중학교와 자원봉사센터 대상 630명이 참여하여, 녹색 소비생활을 실천할 수 있도록 디지털 탄소발자국 줄이기, 노패스트패션 등 청소년 맞춤 저탄소생활 방법을 교육함
- 세종지역 내 일반시민을 대상으로 28개 기관, 569명이 참여하여, 가정에서의 에너지절전 방법 및 쓰레기 분리배출 방법, 생활 속 화학물질의 올바른 사용법 등 생활 밀착형 정보를 제고하고, 녹색제품과 녹색매장 안내를 통해 녹색소비 주체로의 역할을 수행할 수 있도록 교육을 실시함

녹색소비 생활교육(유아)	녹색소비 생활교육(초등학교)	녹색소비 생활교육(중·고등학교)
		
유아기관 녹색소비 생활교육	초등학교 녹색소비 생활교육	중학교 녹색소비 생활교육
녹색소비 생활교육(성인)	녹색소비 교육 전문가 양성	
		
성인 녹색소비 생활교육	녹색소비 교육 전문가 양성	

[그림 26] 2021년 세종녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동

## ② 친환경 소비문화 형성

- 2021년 대면 정보노출량(캠페인)의 경우 지역행사 및 자체 친환경소비 캠페인을 통해 10회, 4,449명이 참여함
  - 지구의 날 행사, 환경의 날 행사, 싱싱장터, 세종환경교육한마당 등 지역 행사를 통해 환경표지 및 녹색제품 품목, 녹색매장관련 질문을 바탕으로 향후 소비실천을 위한 정보를 홍보함
  - 세종녹색제품체험단을 운영하여 굿바이(GOOD BUY)녹색체험단 30가족을 모집하고 친환경생활 실천과 녹색소비 환경 개선을 도모함
  - 찾아오는 녹색소비홍보관 운영을 통해 초등학교 8학년 학생 및 교직원 118명의 탐방교육을 실시하여 녹색소비 캠페인을 진행함

환경의 날 홍보캠페인	굿바이 녹색체험단	찾아오는 녹색소비홍보관
		
<p>환경의 날 캠페인 부스</p>	<p>밴드를 통한 녹색체험단 활동</p>	<p>연서초등학교 방문교육</p>

[그림 27] 2021년 세종녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동

○ 2021년 비대면 정보노출량(홍보)의 경우 지역 맘카페를 이용해 환경 소비 실천 캠페인을 실시하고, 블로그, 유튜브 등 SNS 운영을 통해 친환경 소비를 위한 정보를 제공함

- 지역 대표 맘카페 2곳을 통해 친환경소비실천 월별 캠페인을 14회 진행 하여 10,599회의 조회수를 달성하여, 녹색정보를 제공하고 녹색제품을 경품으로 하는 이벤트를 개최하여 홍보 효과를 높임
- 미소나비 기자단 운영, 블로그를 통한 정보 게시 등을 통해 녹색정보채널을 확충하여 8,504회 조회수를 기록함
- 착한소비 뉴스레터를 격월 발행(5회)하여 지속적인 녹색정보를 제공함
- 세종환경교육센터와 공동으로 친환경소비 관련 영상 콘텐츠를 기획·제작 하여 세종환경교육센터 유튜브를 통해 송출하였고, 4개 센터(경기안산,충북, 인천,세종) 연합으로 드라마형식의 녹색소비 홍보 영상을 제작·송출하여 총 4,304회의 조회수를 기록함

지역 맘카페	세종녹색구매지원센터 블로그
 <p>친환경소비실천 캠페인</p>	 <p>친환경 생활 정보 제공</p>
유튜브 채널	
 <p>친환경소비실천 영상</p>	 <p>녹색소비 홍보 영상</p>

[그림 28] 2021년 세종녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동

### ③ 녹색제품 생산지원

- 2021년에는 세종지역 내 신청 기업을 대상으로 환경표지제도 개별 설명회 및 컨설팅을 진행하였고, 환경표지 및 환경성적 표지에 대한 대면설명회를 개최함
  - 지역 내 9개 기업에 대한 개별방문 상담을 진행하여 신규인증 완료 1개 기업, 환경표지 승인 완료 전 1개 기업, 인증 진행 3개 기업 등의 성과를 달성함
  - 지역 내 기업 인증설명회는 5개 기업이 참여하여, 설명 및 질의응답을 통해 정보를 제공함

녹색제품 인증제도 정보 제공		인증 지원 대면 컨설팅
		
환경표지제도 개별 설명회	환경표지 및 환경성적표지 설명회	기업방문 컨설팅

[그림 29] 2021년 세종녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동

#### ④ 녹색제품 유통 활성화

○ 2021년에는 중소형 유통매장에 대한 모니터링을 실시함

- 중소형 유통매장 40개소를 대상으로 판매 녹색제품 종류, 판매장소 면적, 녹색제품에 대한 표찰 설치, 녹색매장 홍보 및 녹색매장에 대한 점주의 관심도 등에 대한 모니터링을 진행함

녹색매장 현장 모니터링	
	
현장 방문 모니터링	

[그림 30] 2021년 세종녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동

## 8 광주녹색구매지원센터(정기)

- 광주녹색구매지원센터의 예산관리 및 센터 비전과 핵심가치 설정, 지역 상생 협력, 리더십, 역량강화의 적절성은 정성 성과로 구분함
- 광주녹색구매지원센터는 ‘시민과 함께 지속가능한 녹색도시 구현’ 라는 비전을 설정하고, 녹색소비교육 활성화, 녹색협력 네트워크 확산 등을 추진전략으로 정책사업을 추진함
- 구성원의 역량강화를 위하여 환경 관련 직무연수 및 사회환경교육지도사 3급 취득, 유관기관과의 교육간담회를 진행하였고, 원활한 사업 진행을 위한 포토샵, 일러스트 프로그램, 동영상제작 프로그램 등의 온라인 학습으로 필요한 도구를 직접 제작함

[표 54] 2021년 광주녹색구매지원센터 운영 추진전략

구분	내용
비전	- 시민과 함께 지속가능한 녹색도시 구현
목표	- 시민과 함께 녹색소비 활성화
4기 추진전략	- 전략1. 녹색소비교육 활성화를 위한 프로그램 개발 - 전략2. 전시관과 온라인을 통한 정보제공 및 홍보강화 - 전략3. 녹색협력네트워크 확산 - 전략4. 유관기관과 협력을 통한 전문기관 역할 구축

- 2021년도 사업 집행 예산 잔액은 469,547원으로 약 100% 집행함
- 친환경 소비자 양성에서는 7,920명을 양성하였으며, 친환경 소비문화 형성에서 대면·비대면 정보노출량 달성은 각각 11,758명과 27,684명, 녹색제품 생산지원 인증지원 성과 63건, 녹색제품 유통 활성화를 위한 녹색제품 판매장소 시장 모니터링 26개소의 실적을 나타냄

[표 55] 2021년 광주녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황

구분	계량 지표		달성현황	
			목표	달성
친환경 소비자 양성	교육인원수 달성률 (명)	유치원·어린이집	2,355	4,079
		초등학교	770	1,720
		중·고등학교	770	1,536
		성인	500	585
친환경 소비문화 형성	정보노출량 (명)	대면	4,000	11,758
		비대면	12,500	27,684
녹색제품 생산지원	인증지원 성과 (건)		60	63
녹색제품 유통 활성화	시장 모니터링 (개소)		18	26

① 친환경 소비자 양성

○ 2021년 녹색유아기관만들기, 캠페인으로 배우는 녹색소비, 환경을 생각하는 녹색제품 교육, 나는 지구지킴이, 찾아가는 자원순환 교실, 찾아가는 녹색소비 학교, 우리는 녹색소비 실천가, 녹색유아기관 부모교육, 함께하는 녹색소비 교육, 온라인으로 만나는 녹색소비를 수행함

- 녹색유아기관만들기는 지역 내 어린이집·유치원을 대상으로 21개 유아기관, 2,634명이 참여하여, 유아기부터 환경문제를 인식하고 건강한 가치관을 형성하여 친환경적 생활태도를 함양함
- 캠페인으로 배우는 녹색소비와 환경을 생각하는 녹색제품 교육은 선정된 녹색유아기관을 대상으로 각각 973명, 472명이 참여하여, 환경 문제 인식 및 녹색소비 실천 방법에 대한 학습과 가정에서의 녹색소비 경험을 통해 미래 녹색소비자를 양성하고자 함
- 나는 지구지킴이는 광주지역 내 초등학생을 대상으로 이론 및 체험교육을 통한 친환경 생활의 기틀 마련이라는 목적을 토대로 28개 지역아동센터 1,046명이 참여하였고, 찾아가는 자원순환 교실은 서구청 청소행정과의 교육 협력을 통해 6개 초등학교, 674명이 참여함
- 찾아가는 녹색소비학교는 환경문제와 녹색소비에 대해 인식하고 업사이클링 체험교육을 통하여 광주지역 내 중·고등학교 6개 학교, 자원봉사센터 등 청소년 관련 기관 828명이 참여하였고, 우리는 녹색소비 실천가는 광주지역내 중학생을 대상으로 2개 중학교, 708명이 참여함

- 18개 녹색유아기관 학부모 311명 및 은암미술관, 월산지역아동센터, 전남대학교 등 6개 협력기관 224명의 성인을 대상으로 녹색소비 문화 전파를 통한 지역 내 지속가능한 녹색생활공동체 형성을 도모함
- 온라인으로 만나는 녹색소비는 광주지역 내 성인을 대상으로 하는 온라인 매체를 활용한 녹색소비교육을 통해 3회, 50명이 참여함

녹색유아기관만들기	캠페인으로 배우는 녹색소비	환경을 생각하는 녹색제품 교육
		
삼성어린이집 활동 교육	꼬마성어린이집 캠페인 활동	그랜드유치원 환경표지 교육
나는 지구지킴이	찾아가는 녹색소비 학교	함께하는 녹색소비교육
		
나는 지구지킴이 체험교육	북구자원봉사센터 체험교육	은암미술관 방문 교육

[그림 31] 2021년 광주녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동

## ② 친환경 소비문화 형성

- 2021년 대면 정보노출량(캠페인)의 경우 지역 행사와 연계한 친환경소비 캠페인 및 홍보를 통해 11,758명이 참여함
  - 시민실천의 날 캠페인, 광주광역시 자원봉사 박람회에 참여한 시민들을 대상으로 녹색소비에 대한 정보를 제공하고 녹색소비문화를 전파하여 368명이 참여함
  - 친환경 명절 보내기 캠페인을 통해 설날과 추석에 실천할 수 있는 친환경 생활 방법을 홍보하여 387명이 참여함
  - 2021 국제환경에너지산업전에서 친환경생활 실천 및 녹색제품 활성화를 위하여 녹색구매지원센터 공동(광주·부산·대전·제주·경남) 홍보활동으로 녹색제품 전시관 및 친환경생활 체험 부스를 운영하여 11,003명이 참여함

시민실천의 날 캠페인	친환경 추석 보내기	국제 환경에너지산업전
		
친환경실천방법 홍보	녹색소비 퀴즈 이벤트	녹색제품 컨설팅

[그림 32] 2021년 광주녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동

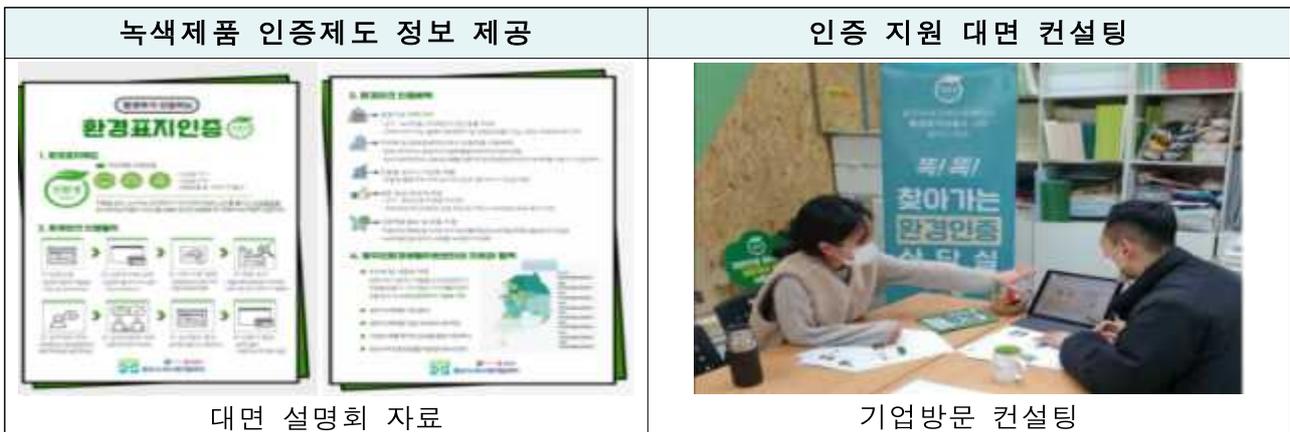
- 2021년 비대면 정보노출량(홍보)의 경우 센터 홈페이지 및 SNS 운영으로 카드뉴스 및 동영상을 제작·배포하고 참여형 이벤트 진행을 통해 27,684명이 참여함
  - 광주녹색구매지원센터 홈페이지와 블로그, 인스타그램, 유튜브를 통해 녹색소비와 친환경 실천을 주제로 제작한 6개 카드뉴스, 11개 동영상을 배포하여 21,878회의 조회수를 기록함
  - 광주녹색구매지원센터 홈페이지 및 SNS를 활용한 4회 온라인 이벤트를 통해 녹색소비에 대한 관심을 유도하고 정보를 제공함

광주녹색구매지원센터 홈페이지	광주녹색구매지원센터 블로그
	
친환경 생활 정보 제공	친환경 생활 정보 제공
광주녹색구매지원센터 유튜브 채널	온라인 이벤트
	
녹색소비 관련 영상 배포	친환경 여름휴가 보내기

[그림 33] 2021년 광주녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동

### ③ 녹색제품 생산지원

- 2021년에는 환경표지인증지원 설명회를 개최하여 수요처 발굴을 진행하였고, 똑똑! 찾아가는 환경인증 상담실 운영을 통해 광주지역 내 기업 대상 1:1 상담을 추진하여 신규 인증을 지원함
  - 광주지역 내 환경표지인증에 관심이 있는 4개 사회적기업을 대상으로 환경표지인증지원 설명회를 개최하여 환경표지인증 절차 및 방법을 소개하고 상담을 진행함
  - 중소기업 ESG·환경표지 설명회를 실시하여 광주광역시 소재 19개 중소기업을 대상으로 온·오프라인 방식을 활용한 맞춤형 설명회를 진행함
  - 광주지역 내 기업 대상 1:1 상담을 12건 추진하고, 7개 기업 제품 신규 인증을 완료함



[그림 34] 2021년 광주녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동

### ④ 녹색제품 유통 활성화

- 2021년에는 녹색제품 활성화를 위한 광주지역 내 녹색매장 및 녹색제품 판매장소 점검을 통하여 모니터링을 실시함
  - 녹색매장 17곳, 녹색제품 판매장소 18곳의 모니터링을 통해 녹색제품 판매 장소 운영·설치 현황, 녹색제품 판매 현황 등 현장방문 조사를 진행함



[그림 35] 2021년 광주녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동

## 9 인천녹색구매지원센터(정기)

- 인천녹색구매지원센터의 예산관리 및 센터 비전과 핵심가치 설정, 지역 상생 협력, 리더십, 역량강화의 적절성은 정성 성과로 구분함
- 인천녹색구매지원센터는 ‘지속가능한 녹색소비도시를 향한 녹색소비·생산 거점도시 인천 견인’ 라는 비전을 설정하고, 다양한 계층에 대한 교육 프로그램 구상과 현장으로의 접목, 우수한 교육홍보 자원의 확충 등을 추진전략으로 정책사업을 추진함
- 구성원의 역량강화를 위하여 대내·외 파트너십 형성을 염두에 두면서 워크숍, 트레이닝, 브레인스토밍 등을 통한 팀워크 극대화를 유도하고, 타지역 선진사례 학습 및 선도사업 벤치마킹을 활성화하며, 연 2회 센터 운영위원회, 4회 정책포럼을 통해 전문가 자문을 청취함

[표 56] 2021년 인천녹색구매지원센터 운영 추진전략

구분	내용
비전	- 지속가능한 녹색소비도시를 향한 녹색소비·생산 거점도시 인천 견인
목표	- 친환경 녹색인천시민 육성과 녹색소비문화 실천토대 강화
4기 추진전략	- 전략1. 다양한 계층에 대한 교육 프로그램의 구상과 현장으로의 접목 - 전략2. 우수한 교육홍보 자원의 확충 및 다각적 협력네트워크의 적극 기동 - 전략3. 우수사례 접목 및 전문가 그룹 연계, 외연확장을 통한 사업 추진력 강화

- 2021년도 사업 집행 예산 잔액은 1,589,420원으로 99% 집행함
- 친환경 소비자 양성에서는 9,959명을 양성하였으며, 친환경 소비문화 형성에서 대면·비대면 정보노출량 달성은 각각 4,900명과 13,366명, 녹색제품 생산지원 인증지원 성과 64건, 녹색제품 유통 활성화를 위한 녹색제품 판매장소 시장 모니터링 22개소의 실적을 나타냄

[표 57] 2021년 인천녹색구매지원센터 사업추진 실적 현황

구분	계량 지표		달성현황	
			목표	달성
친환경 소비자 양성	교육인원수 달성률 (명)	유치원·어린이집	4,200	4,289
		초등학교	1,440	3,654
		중·고등학교	1,440	1,460
		성인	500	556
친환경 소비문화 형성	정보노출량 (명)	대면	2,000	4,900
		비대면	12,500	13,366
녹색제품 생산지원	인증지원 성과 (건)		65	64
녹색제품 유통 활성화	시장 모니터링 (개소)		21	22

① 친환경 소비자 양성

○ 2021년 유아대상 녹색소비교육, 녹색학교만들기, 친환경특별도시 인천 녹색 소비 리더 양성, 친환경 토크콘서트를 수행함

- 유아대상 녹색소비교육은 인천 관내 유아기관을 대상으로 미래세대 친환경 소비생활 실천교육 전파를 위해 24개 어린이집, 4,289명이 참여함
- 녹색학교만들기는 인천 관내 초등학교 9개 33학급, 3,654명과 중·고등학교 및 청소년관련 센터 7개 기관 1,460명이 참여하여, 건전한 소비생활을 위한 친환경 소비와 삶, 녹색제품구매, 자원순환 등 친환경 소비생활 실천 교육을 실시함
- 친환경특별도시 인천 녹색소비 리더 양성은 인천 관내 자원순환강사, 공무원, 인천 시민 등 기관별 다양한 대상자 456명이 참여하여, 녹색소비와 녹색상품, 친환경위장상품 등 친환경 소비문화 확산을 위한 개인의 노력 및 방안을 논의함
- 2021 친환경 토크콘서트를 통해 지역 내 시민, 협력네트워크 회원, 교사 등 100명의 성인을 대상으로 제로웨이스트와 녹색소비를 주제로 이야기하고 친환경소비문화 확산을 위한 체험활동을 진행함

유아대상 녹색소비교육	녹색 학교만들기	녹색소비 교육 전문가 양성
 <p>녹색유아기관 월별 캠페인 활동</p>	 <p>찾아가는 녹색소비학교</p>	 <p>녹색소비 교육 전문가 양성</p>

[그림 36] 2021년 인천녹색구매지원센터 친환경 소비자 양성 주요 활동

## ② 친환경 소비문화 형성

- 2021년 대면 정보노출량(캠페인)의 경우 녹색소비, 친환경 생활실천 서약 캠페인 진행으로 대면 홍보를 실시하여 4,900명이 참여함
  - 지역문화센터, 공원, 지하철역앞 등 다수의 시민들이 방문하는 장소에서 센터 및 녹색제품·녹색소비 홍보, 친환경 생활실천 서약 캠페인 활동 등 50회의 대면 홍보를 진행하여, 3,625명이 참여함
  - 인천상생유통지원센터, 동구자원봉사센터와의 협력을 통해 홍보부스 운영, 2021 인천국제디자인페어 홍보부스 참여를 통해 녹색소비, 친환경 생활실천 서약 캠페인 활동을 9회 진행하였고, 1,275명이 참여함



[그림 37] 2021년 인천녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 대면 활동

- 2021년 비대면 정보노출량(홍보)의 경우 녹색소비 홍보영상, 뉴스레터 제작 및 배포를 통하여 센터 소개 및 녹색소비 정보를 제공하여 13,366명이 참여함
  - 가정 및 교육기관에서 천연재료로 만들 수 있는 친환경 체험공방 영상 5편, 제로웨이스트 리포트 영상 5편, 4개 센터(경기안산,충북,인천,세종) 연합으로 드라마형식의 녹색소비 홍보 영상 3편의 제작을 진행하여 ‘열려라 초록나라’ 유튜브 채널을 통해 송출하여 4,241회의 조회수를 기록함
  - 녹색소비문화 정보제공을 위한 뉴스레터 에코 라이프 리포트를 7회에 걸쳐 제작 및 문자, 메일을 활용하여 7,190명에게 배포함
  - 지구의 날 기념 ‘지구를 위해 내딛는 한걸음 실천서약’을 통해 녹색소비 실천 서약 인증을 통한 상품 이벤트를 진행하여 127명이 참여함
  - 사회적기업 생산제품, 교육기관에서 사용가능한 친환경 녹색제품 등 친환경 제품 추천목록을 제작하여 메일을 활용하여 1,808명에게 배포함

열러라 초록나라 유튜브 채널	지구를 위해 내딛는 한걸음 실천서약
 <p data-bbox="231 683 718 716">친환경 실천 방법 홍보 영상 업로드</p>	 <p data-bbox="1005 689 1220 721">실천서약서 양식</p>

[그림 38] 2021년 인천녹색구매지원센터 친환경 소비문화 주요 비대면 활동

③ 녹색제품 생산지원

○ 2021년에는 환경표지 인증 설명회 및 간담회를 2회 추진하고, 환경표지 인증 신청 수수료 지원과 컨설팅을 통해 16개 기업을 대상으로 64건의 환경표지 인증지원을 실시함

- 녹색제품 생산 및 생산희망기업 및 관련 단체 16개 기관을 대상으로 녹색제품 인증 지원 설명회를 개최하고, 지속적 자료·정보 제공 및 인증 지원을 진행함
- 제로웨이스트 기반 생산기업, 녹색제품 생산 및 생산희망기업 및 관련 단체 10개 기관을 대상으로 환경표지 인증제도 간담회를 세종녹색구매지원센터와 공동 개최하여, 환경표지 인증제도 설명, 제도 및 정책 개선 사항 제안을 진행함
- 기업과의 지속적인 논의를 통해 3개 기업이 환경표지인증을 획득하고, 7개 기업이 2022년 환경표지인증 진행 예정임

녹색제품 인증제도 정보 제공



녹색제품 인증지원 설명회



환경표지 인증제도 간담회

[그림 39] 2021년 인천녹색구매지원센터 녹색제품 생산지원 주요 활동

④ 녹색제품 유통 활성화

○ 2021년에는 녹색매장 및 녹색제품 판매장소를 대상으로 설치·운영 현황에 대한 모니터링을 실시함

- 녹색매장 11개소, 비지정 녹색제품 판매장소 20개소를 대상으로 매장 담당자와 동반한 현장조사 및 피드백, 담당자 인터뷰를 실시함
- 매장담당자 간담회를 통해 모니터링 우수사례를 공유하고, 현장조사 계획 안내와 방문 시 동행 및 인터뷰에 대한 협조 요청을 진행함

녹색매장 현장 모니터링



유통매장 담당자 간담회



매장담당자 인터뷰 결과 반영 홍보물 배포

[그림 40] 2021년 인천녹색구매지원센터 녹색제품 유통 활성화 주요 활동





V

## 녹색제품 인식도 설문조사

1. 설문조사 개요
2. 설문조사 결과
3. 시사점 도출





## V. 녹색제품 인식도 설문조사

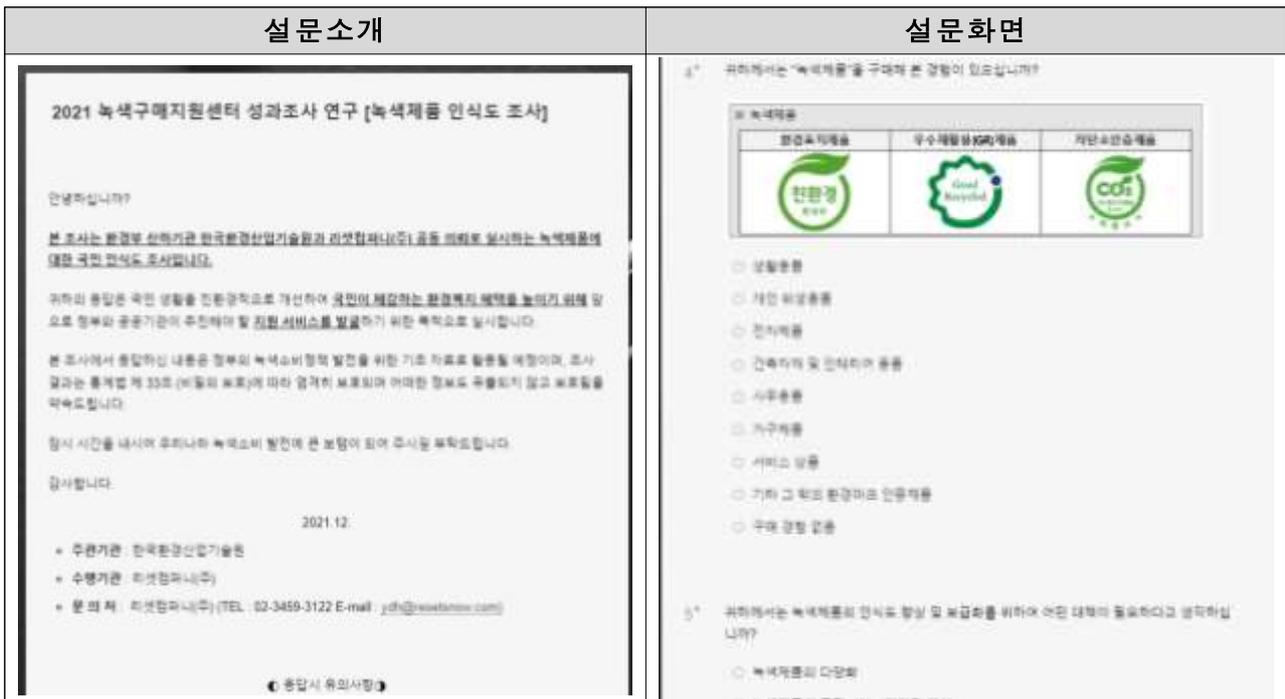
### 1 설문조사 개요

- 녹색구매지원센터 운영의 목적에 따른 성과를 객관적으로 평가하기 위해서 지역별 센터에서 운영 성과지표(결과지표)에 대한 설문을 수행함
- 설문조사 결과는 기존 설문조사 수행결과와 비교하여, 녹색소비 경험 및 인식 증가율, 녹색구매지원센터 인식 증가율에 대한 결과지표 분석을 위해 활용됨

[표 58] 설문조사 개요

구분	세부내용
조사대상	전국 녹색구매지원센터 설치 지역 주민
조사방법	설계된 설문지를 활용한 온라인 설문수행(10문항)
조사기간	2021년 12월 1일 ~ 2022년 2월 28일(3개월)

- 설문조사 접근 가능성의 최대화 및 분석의 용이성 확보를 위하여 전문 온라인 설문시스템을 활용한 설문조사를 수행함



[그림 41] 정기·종합평가 체계

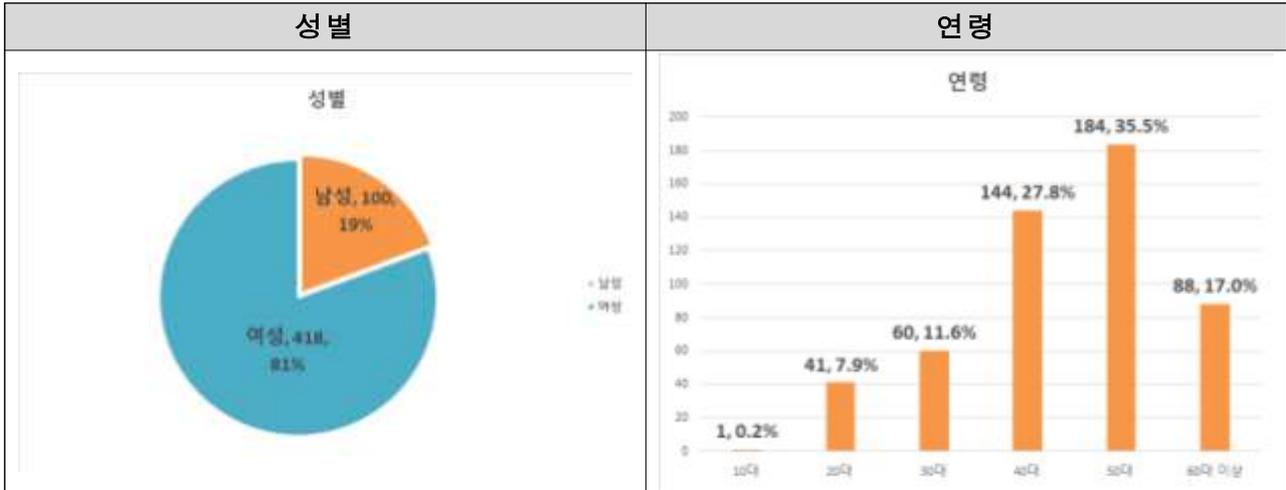
## 2 설문조사 결과

- 녹색구매지원센터 설치 및 미설치 지역 모두 설문조사를 실시하였으며, 지원센터 설치 이후 활동에 대한 성과평가 기초자료로 활용함
- 설문조사는 녹색매장 및 녹색제품 인식도, 녹색구매지원센터(친환경생활지원센터) 인식도로 구분하여 총 10문항 진행함

[표 59] 설문조사 항목

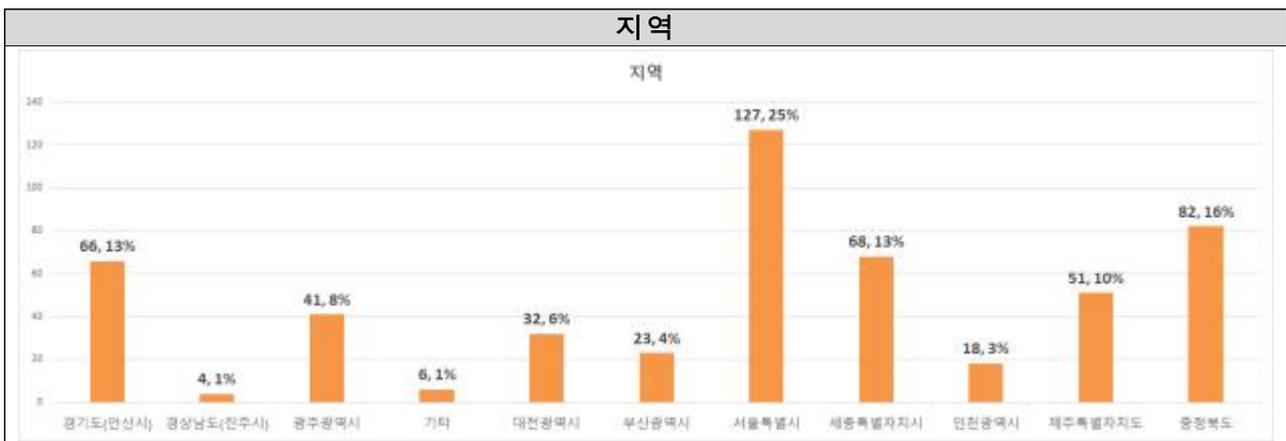
구분	세부내용	
I	응답자 특성(3문항)	성별, 연령, 지역
A	녹색매장 및 녹색제품 인식도 (5문항)	
A1	녹색제품 구매 여부	
A2	녹색제품 인식도 향상 및 보급화 대책	
A3	녹색매장 인지 경로	
A4	녹색매장 인지 장소	
A5	녹색매장 판매 제품	
B	녹색구매지원센터(친환경생활지원센터) 인식도 (5문항)	
B1	녹색구매지원센터 인지 여부	
B2	녹색구매지원센터 인지 경로	
B3	녹색구매지원센터 확대 여부	
B4	녹색구매지원센터의 녹색소비 인식 제고 기여 여부	
B5	녹색소비 인식에 도움이 되는 녹색구매지원센터의 활동	

- 설문조사는 총 518명(남자: 100명, 여자: 418명)을 대상으로 실시되었으며, 주요연령은 50대, 184명으로 전체 설문인원의 35.5%를 차지함
- 응답자 중 81%가 여성으로 418명이 응답하였으며, 연령별로는 50대, 40대, 60대 이상 순으로 나타남



[그림 42] 응답자 성별 및 연령

- 응답자 중 서울특별시가 25%로 가장 높았으며, 충청북도 16%, 경기도와 세종특별자치시 13% 순으로 나타남
- 경상남도가 1%로 응답비율이 가장 낮게 나타남



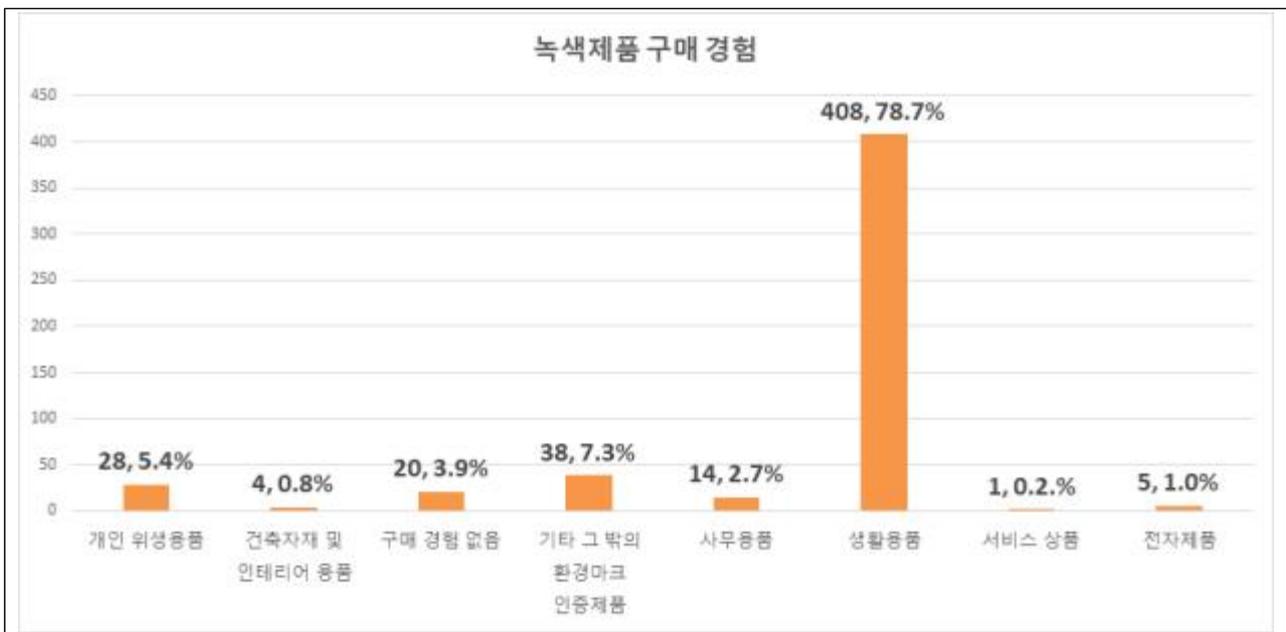
[그림 43] 응답자 지역

**A1. 녹색제품 구매 경험**

- 응답자 518명의 '녹색제품 구매경험'에 대하여 조사한 결과 '생활용품' 구매비율이 78.7%로 가장 높게 나타남
- '생활용품' 다음으로 기타 그 밖의 '환경용품'(7.3%), '개인 위생용품'(5.4%), '사무용품'(2.7%) 순으로 나타남
- '서비스 상품'(0.2%)과 '건축자재 및 인테리어 용품'(0.8%), '전자제품'(1.0%)의 구매 비율은 낮은 것으로 확인됨

[표 60] 녹색제품 구매 경험

구분	응답자 수	백분율
생활용품	408	78.7%
개인 위생용품	28	5.4%
전자제품	5	1.0%
건축자재 및 인테리어 용품	4	0.8%
사무용품	14	2.7%
서비스 상품	1	0.2%
기타 그 밖의 환경마크 인증제품	38	7.3%
구매 경험 없음	20	3.9%
<b>총합계</b>	<b>518</b>	<b>100%</b>



[그림 44] 녹색제품 구매 경험

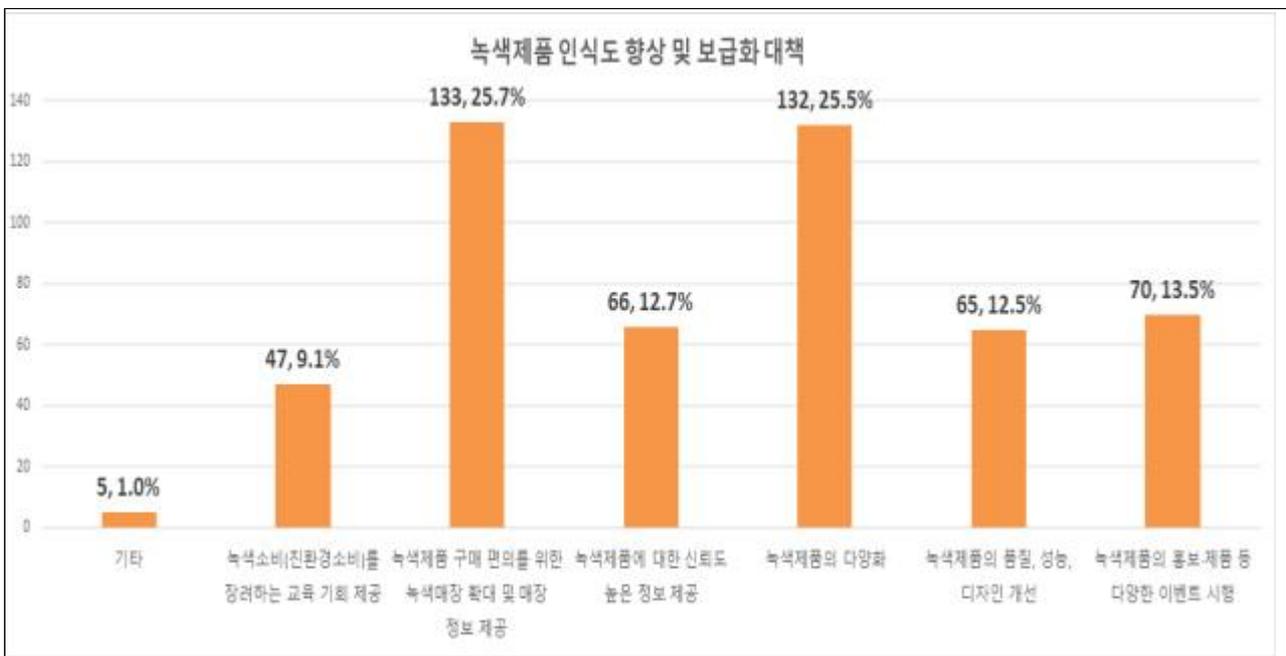
**A2. 녹색제품 인식도 향상 및 보급화 대책**

○ 응답자 518명의 '녹색제품 인식도 향상 및 보급화 대책'에 대하여 조사한 결과 '녹색제품 구매 편의를 위한 녹색매장 확대 및 매장 정보 제공'이 25.7%로 가장 높게 나타남

- '녹색매장 확대 및 정보제공' 다음으로는 '녹색제품의 다양화'(25.5%), '녹색제품의 홍보·제품 등 다양한 이벤트 시행'(13.5%) 순으로 나타남
- 기타의견으로는 '녹색제품의 가격 보편화', '인식 관련 홍보·교육 필요'라고 답변함

[표 61] 녹색제품 인식도 향상 및 보급화 대책

구분	응답자 수	백분율
녹색제품의 다양화	132	25.5%
녹색제품의 품질, 성능, 디자인 개선	65	12.5%
녹색제품에 대한 신뢰도 높은 정보 제공	66	12.7%
녹색제품 구매 편의를 위한 녹색매장 확대 및 매장 정보 제공	133	25.7%
녹색소비(친환경소비)를 장려하는 교육 기회 제공	47	9.1%
녹색제품의 홍보·체험 등 다양한 이벤트 시행	70	13.5%
기타	5	1.0%
<b>총합계</b>	<b>518</b>	<b>100%</b>



[그림 45] 녹색제품 인식도 향상 및 보급화 대책

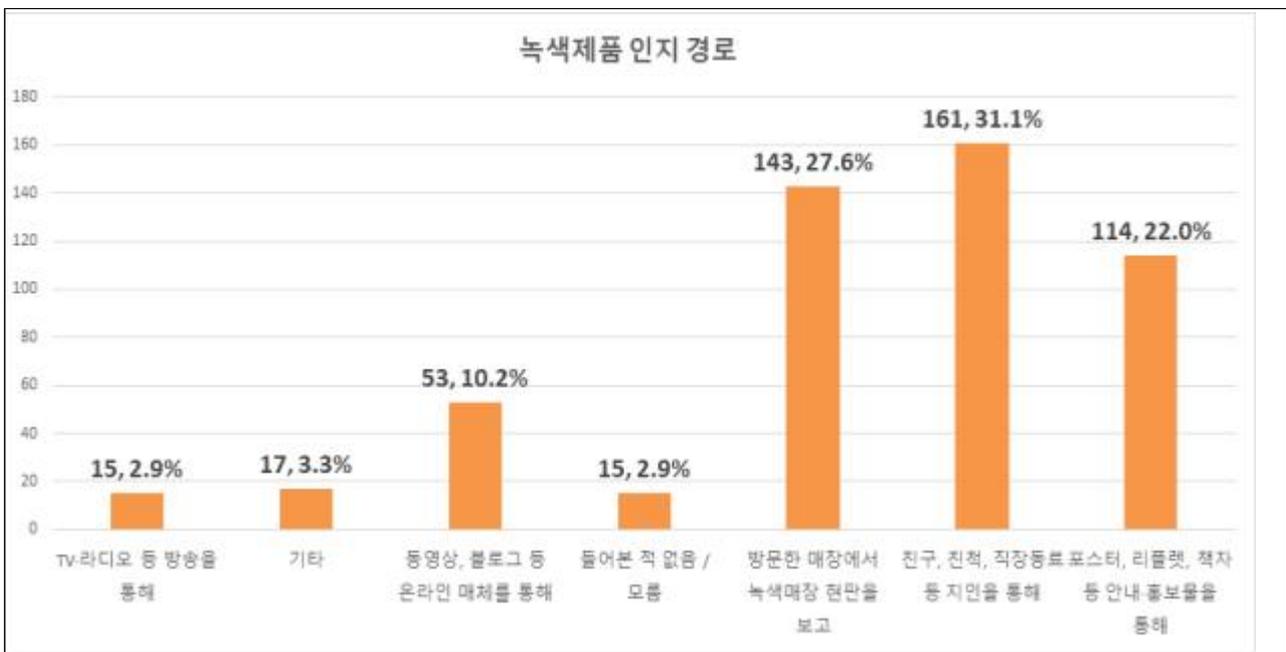
**A3. 녹색매장 인지 경로**

○ 응답자 518명의 '녹색매장 인지 경로'에 대해 조사한 결과 '친구, 친척, 직장 동료 등 지인을 통해'라는 답변이 31.1%로 가장 높게 나타남

- '친구, 친척, 직장동료 등 지인' 다음으로는 '방문한 매장에서 녹색매장 현판을 보고'(27.6%), '포스터, 리플렛, 책자 등 안내홍보물을 통해' (22.0%) 순으로 나타남
- 기타의견으로는 '녹색구매지원센터 및 교육을 통해', '단체활동을 통해', '중소매장 나들가게', '이벤트 참여' 등으로 답변함

[표 62] 녹색매장 인지 경로

구분	응답자 수	백분율
친구, 친척, 직장동료 등 지인을 통해	161	31.1%
방문한 매장에서 녹색매장 현판을 보고	143	27.6%
포스터, 리플렛, 책자 등 안내·홍보물을 통해	114	22.0%
TV·라디오 등 방송을 통해	15	2.9%
동영상, 블로그 등 온라인 매체를 통해	53	10.2%
기타	17	3.3%
들어본 적 없음/모름	15	2.9%
<b>총합계</b>	<b>518</b>	<b>100%</b>



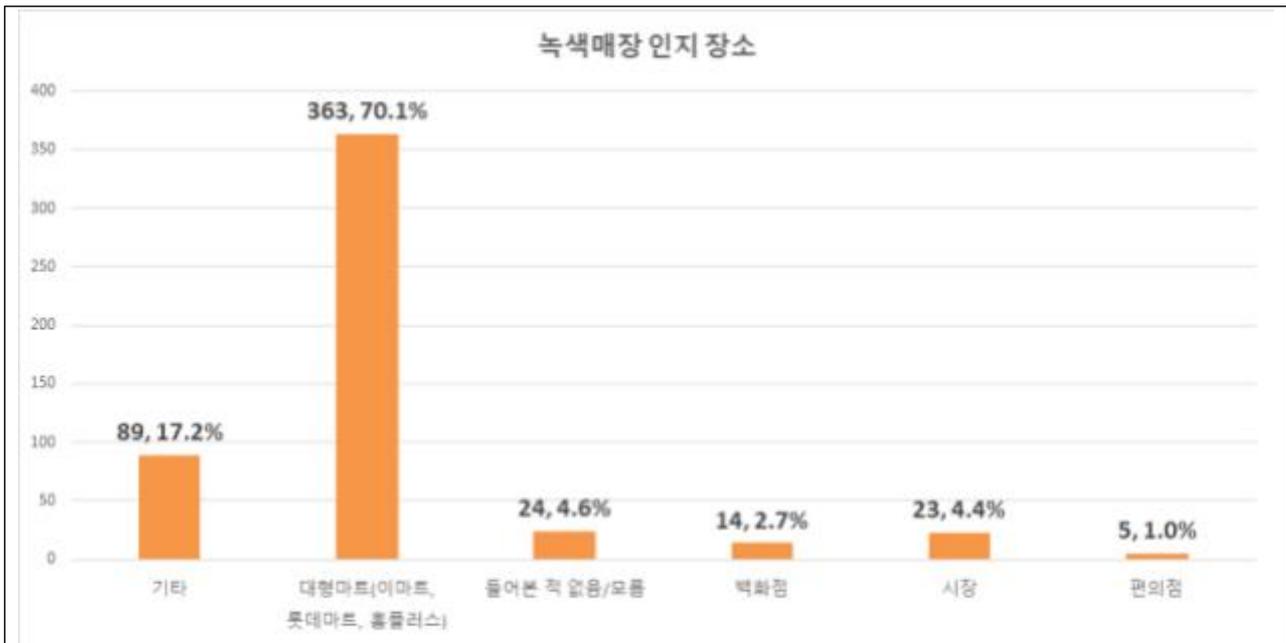
[그림 46] 녹색매장 인지 경로

**A4. 녹색매장 인지 장소**

- 응답자 518명의 '녹색매장 인지 장소'에 대하여 조사한 결과 '대형마트 (이마트, 롯데마트, 홈플러스)'이 70.1%로 가장 높게 나타남
- 기타의견으로는 '온라인쇼핑몰', '나들가게', '초록마을', '로컬푸드 매장' 등으로 답변함

[표 63] 녹색매장 장소

구분	응답자 수	백분율
대형마트(이마트, 롯데마트, 홈플러스)	363	70.1%
백화점	14	2.7%
시장	23	4.4%
편의점	5	1.0%
기타	89	17.2%
들어본 적 없음/모름	24	4.6%
<b>총합계</b>	<b>518</b>	<b>100%</b>



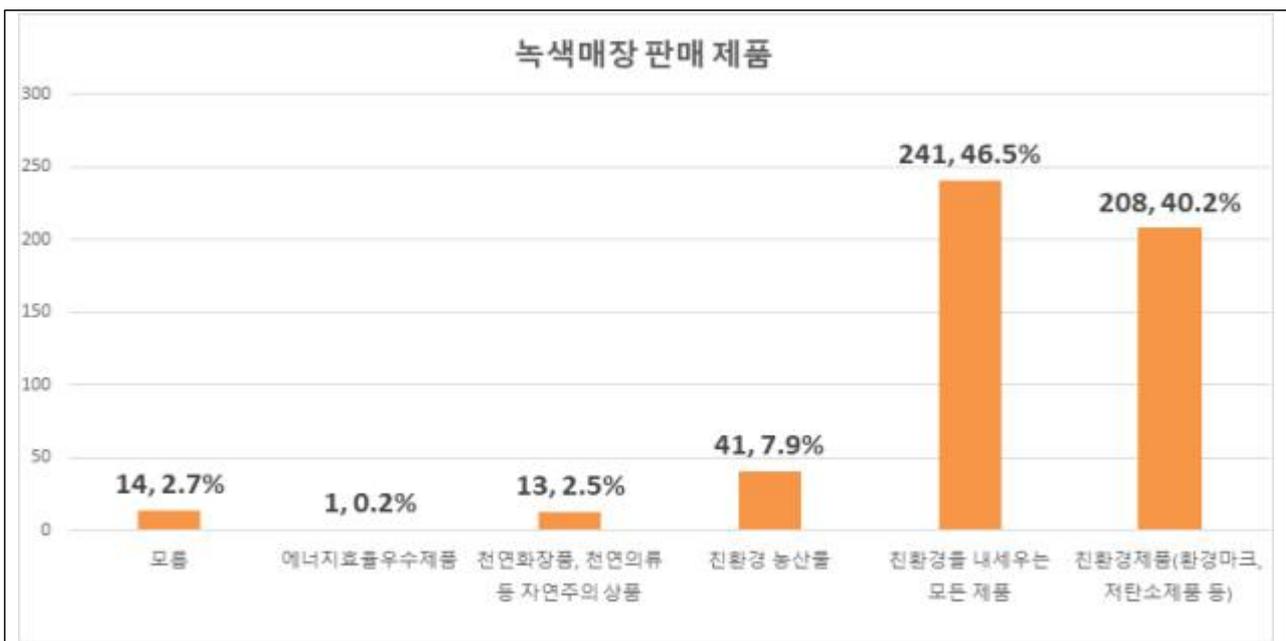
[그림 47] 녹색매장 인지 장소

**A5. 녹색매장 판매 제품**

- 응답자 518명의 '녹색매장 판매 제품'에 대해 조사한 결과 '친환경을 내세우는 모든 제품'이라는 답변이 46.5%로 가장 높게 나타남
- '친환경을 내세우는 모든 제품' 다음으로는 '친환경제품'(40.2%), '친환경 농산물'(7.9%) 순으로 나타남
- '에너지효율우수제품'은 0.2%로 가장 낮게 나타났으며, '천연화장품·천연 의류 등 자연주의 상품'은 2.5%로 두 번째로 낮게 나타남

[표 64] 녹색매장 판매 제품

구분	응답자 수	백분율
친환경을 내세우는 모든 제품 (자연주의, 오가닉, 친환경농산물, 친환경제품, 에너지효율우수 제품 등)	241	46.5%
친환경 농산물	41	7.9%
친환경제품(환경마크, 저탄소제품 등)	208	40.2%
에너지효율우수제품	1	0.2%
천연화장품, 천연의류 등 자연주의 상품	13	2.5%
모름	14	2.7%
<b>총합계</b>	<b>518</b>	<b>100%</b>



[그림 48] 녹색매장 판매 제품

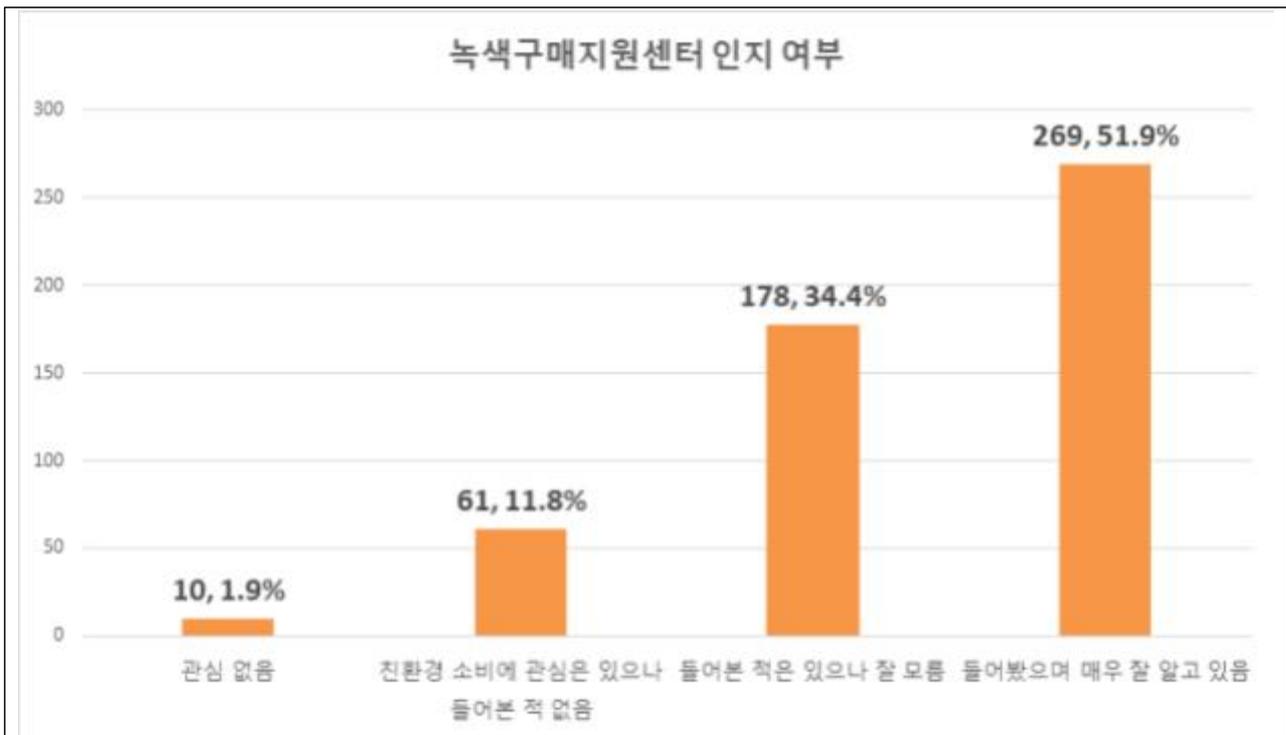
**B1. 녹색구매지원센터 인지 여부**

○ 응답자 518명의 '녹색구매지원센터 인지 여부'에 대하여 조사한 결과 '들어봤으며 매우 잘 알고 있음'이 51.9%로 가장 높게 나타남

- 녹색구매지원센터(친환경생활지원센터)에 대해 들어본 적 있음(들어봤으며 매우 잘 알고 있음, 들어본 적은 있으나 잘 모름)의 비율은 86.3%로 나타남
- 녹색구매지원센터(친환경생활지원센터)에 대해 들어본 적 없음(친환경 소비에 관심은 있으나 들어본 적 없음, 관심없음)의 비율은 13.7%로 나타남

[표 65] 녹색구매지원센터 인지 여부

구분	관심없음	친환경 소비에 관심은 있으나 들어본 적 없음	들어본 적은 있으나 잘 모름	들어봤으며 매우 잘 알고 있음	총합계
응답자 수	10	61	178	269	518
백분율	1.9%	11.8%	34.4%	51.9%	100%



[그림 49] 녹색구매지원센터 인지 여부

**B2. 녹색구매지원센터 인지 경로**

- 응답자 518명의 '녹색구매지원센터 인지 경로'에 대해 조사한 결과 '녹색구매지원센터 방문 또는 간판 등을 보고'라는 답변이 39.0%로 가장 높게 나타남
- '녹색구매지원센터 방문 또는 간판' 다음으로는 '포스터, 리플렛, 책자 등 안내·홍보물을 통해'(29.5%), 'SNS, 동영상, 블로그 등 온라인 매체를 통해'(16.4%) 순으로 나타남
- 기타의견으로는 '지인을 통해', '교육을 통해', '단체활동을 통해', '위탁사업 참여' 등으로 답변함
- '들어본적 없음/모름'이라는 답변은 7.3%로 나타남

[표 66] 녹색매장 인지 경로

구분	응답자 수	백분율
녹색구매지원센터 방문 또는 간판 등을 보고	202	39.0%
포스터, 리플렛, 책자 등 안내·홍보물을 통해	153	29.6%
TV·라디오 등 방송을 통해	12	2.3%
SNS, 동영상, 블로그 등 온라인 매체를 통해	85	16.4%
기타	28	5.4%
들어본 적 없음/모름	38	7.3%
<b>총합계</b>	<b>518</b>	<b>100%</b>



[그림 50] 녹색매장 인지 경로

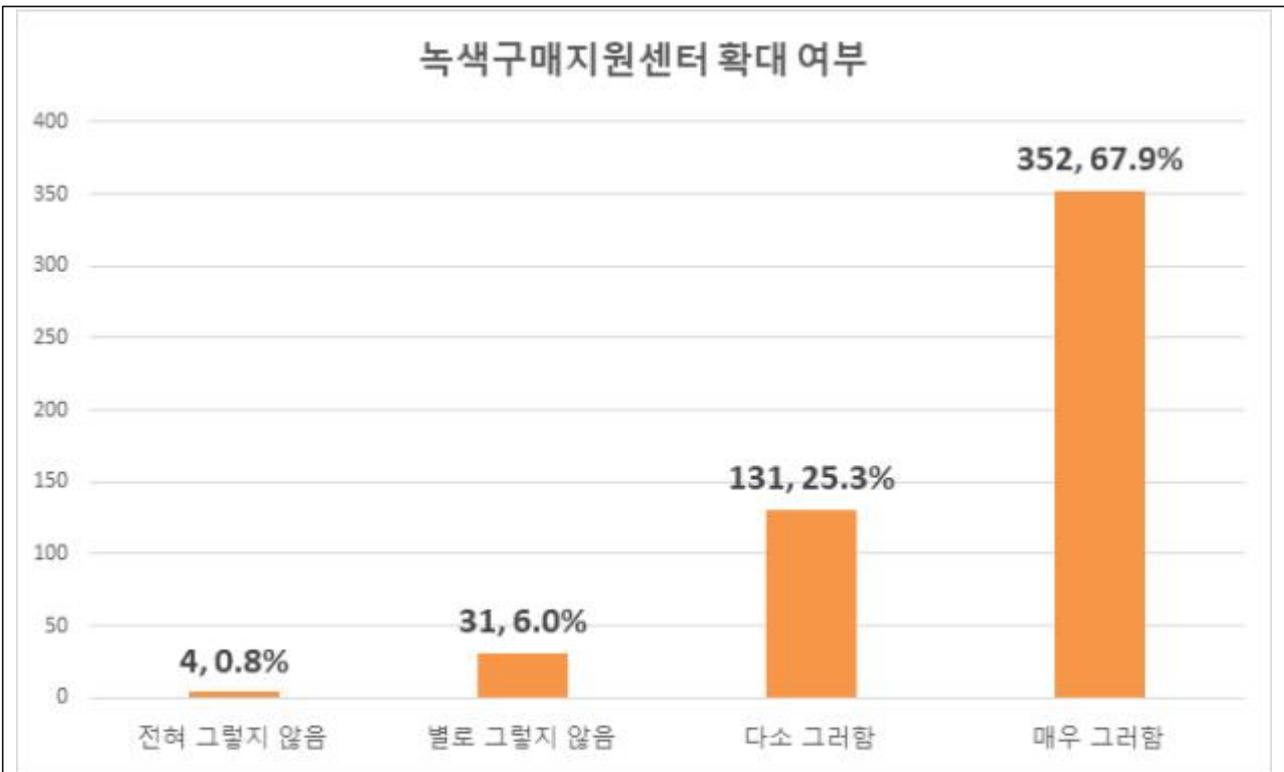
**B3. 녹색구매지원센터 확대 여부**

○ 응답자 518명의 '녹색구매지원센터 확대 여부'에 대하여 조사한 결과 '매우  
그러함'이 67.9%로 가장 높게 나타남

- 녹색구매지원센터(친환경생활지원센터)의 지속적 확대 설치 운영이 필요하다  
(매우 그러함, 다소 그러함)의 비율은 93.2%로 나타남
- 녹색구매지원센터(친환경생활지원센터)의 지속적 확대 설치 운영이 필요  
하지 않다(별로 그렇지 않음, 전혀 그렇지 않음)의 비율은 6.8%로 나타남

[표 67] 녹색구매지원센터 확대 여부

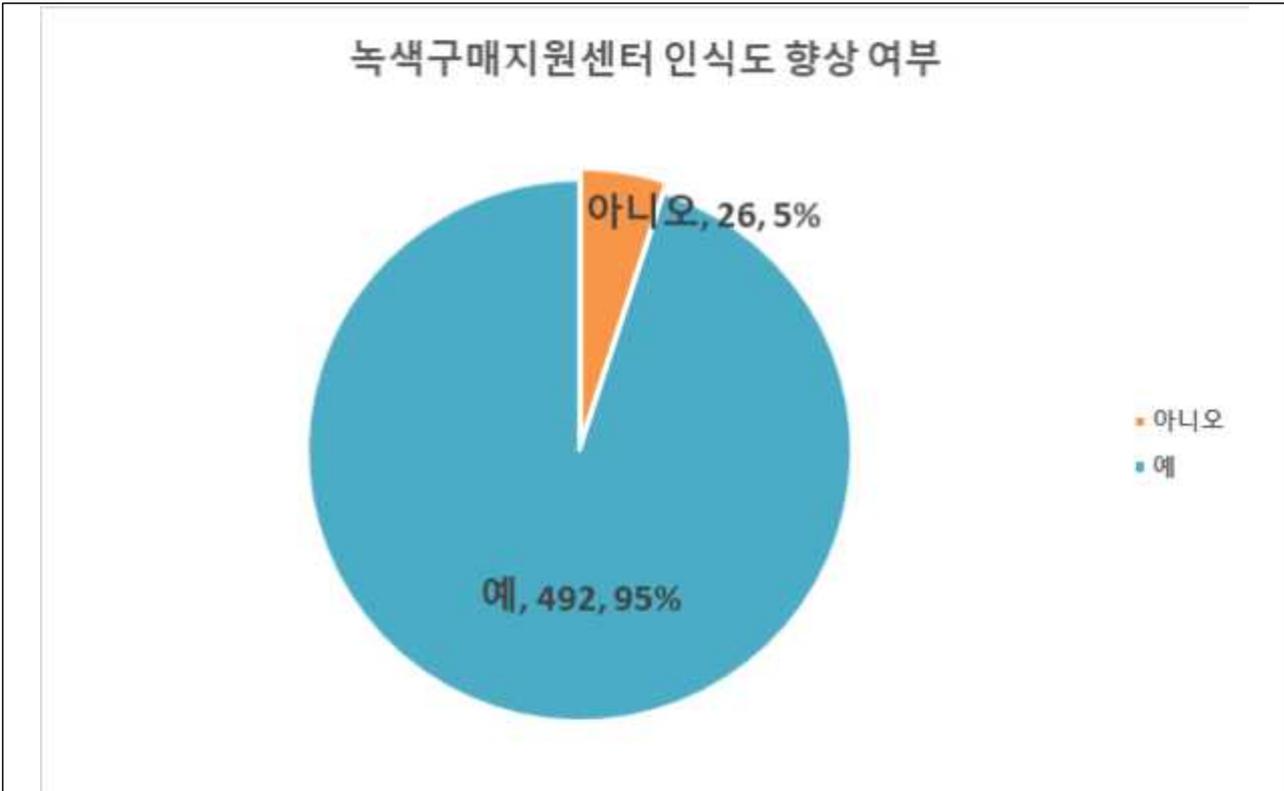
구분	전혀 그렇지 않음	별로 그렇지 않음	다소 그러함	매우 그러함	총합계
응답자 수	4	31	131	352	518
백분율	0.8%	6.0%	25.3%	67.9%	100%



[그림 51] 녹색구매지원센터 확대 여부

**B4. 녹색구매지원센터의 녹색소비 인식 제고 기여 여부**

- 응답자 518명의 ‘녹색구매지원센터의 녹색소비 인식 제고 기여 여부’에 대하여 조사한 결과 ‘녹색소비 인식에 도움이 된다(예)’는 답변이 95%로 나타남
- ‘녹색소비 인식에 도움이 되지 않는다(아니오)’는 답변은 5%로 나타남



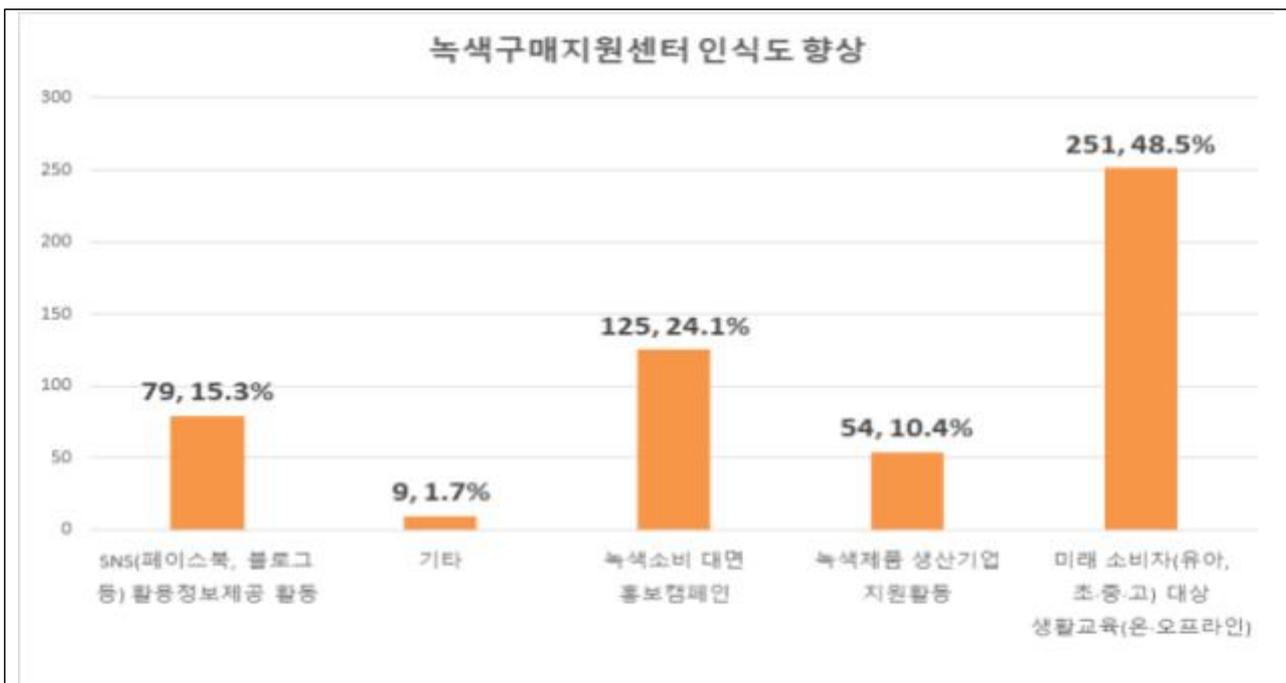
[그림 52] 녹색구매지원센터 인식도 향상 여부

**B5. 녹색소비 인식에 도움이 되는 녹색구매지원센터의 활동**

- 응답자 518명의 '녹색소비 인식에 도움이 되는 녹색구매지원센터의 활동'에 대하여 조사한 결과 '미래 소비자(유아, 초·중·고) 대상 생활교육(온·오프라인)'이 48.5%로 가장 높게 나타남
- '미래소비자 대상 생활교육' 다음으로는 '녹색소비 대면 홍보캠페인' (24.1%), 'SNS(페이스북, 블로그 등) 활용정보제공 활동'(15.3%) 순으로 나타남
- 기타의견으로는 '다양한 물품 및 매장 확충'과 '녹색제품 체험활동', '위 항목 모두에 해당함'이라고 답변함

[표 68] 녹색구매지원센터 인식도 향상

구분	응답자 수	백분율
SNS(페이스북, 블로그 등) 활용정보제공 활동	79	15.3%
녹색소비 대면 홍보캠페인	125	24.1%
녹색제품 생산기업 지원활동	54	10.4%
미래 소비자(유아, 초·중·고) 대상 생활교육(온·오프라인)	251	48.5%
기타	9	1.7%
<b>총합계</b>	<b>518</b>	<b>100%</b>



[그림 53] 녹색구매지원센터 인식도 향상

### 3 시사점 도출

#### □ 녹색매장 및 녹색제품 인식도

- 녹색제품 구매 경험에 대해서 ‘생활용품’ 구매 비율이 가장 높았으며 ‘서비스 상품’ 구매비율이 가장 낮은 것으로 나타났으며, 이는 작년 설문조사 결과와 동일함
  - ‘생활용품’ 다음으로 ‘환경용품’, ‘개인 위생용품’, ‘사무용품’ 순으로 구매 경험 비율이 높으며 일상생활에서 쉽게 접하고 사용할 수 있는 제품의 구매 비율이 높은 것으로 확인됨
  - ‘서비스 상품’, ‘건축자재 및 인테리어 용품’, ‘전자제품’의 구매비율이 낮아 항목별 제품의 다양화 및 지속적인 홍보·체험 등 다양한 이벤트를 진행하여 인식도 향상 및 구매 촉진이 필요함
- 녹색제품 보급화를 위해 ‘녹색제품 구매 편의를 위한 녹색매장 확대 및 매장 정보 제공’의 응답 비율이 작년과 동일하게 가장 높았으며 소비자들이 정보를 쉽게 확인하고 구매하기 위해 제품, 콘텐츠, 유통구조 개발이 필요함
  - 녹색제품 보급을 위한 기타의견으로 ‘녹색제품 가격 보편화’로 이에 따른 녹색제품 적정가격에 대한 논의가 필요해 보임
  - 전년도 결과에 비해 녹색제품 보급화를 위해 녹색소비를 장려하는 교육 기회 제공이 필요하다는 응답은 다소 감소하였으나, 녹색제품의 다양화, 성능 및 디자인 개선, 소비 장려를 위한 이벤트 시행이 필요하다는 응답은 다소 증가함을 확인함
- ‘녹색매장’ 인지 경로에 대해서는 ‘친구, 친척, 직장동료 등 지인을 통해’의 응답 비율이 가장 높았으며 TV·라디오 등 방송을 통해 녹색매장을 알게 되는 비율은 가장 낮은 것으로 나타남
  - 전년도의 경우 ‘녹색매장 현판’, ‘안내홍보물’을 통해 알게된 비율이 가장 높았으며, 올해는 지인을 통해 접하는 비율이 높아진 것으로 확인됨
  - TV·라디오 등 전통적인 방송 매체를 통해 녹색매장 및 녹색제품을 접하는

비율은 약 13%로 낮았으나, 온라인 매체를 통해 접하는 비율은 10.2%로 전년도(7.8%) 대비 소폭 증가하여 온라인 매체를 통한 홍보 효과를 일부 달성한 것으로 보임

- 기타 의견으로는 ‘녹색구매지원센터 교육을 통해’, ‘단체활동을 통해’, ‘이벤트 참여’ 등의 답변이 있으며, 녹색구매지원센터 교육, 녹색매장 및 녹색제품의 소비를 독려하는 이벤트를 진행하는 등 사람들에게 녹색매장에 대한 인식 제고가 필요함

○ 녹색매장을 가장 접하기 쉬운 장소로는 ‘대형마트(이마트, 롯데마트, 홈플러스)’의 응답비율이 높으며 ‘편의점’의 응답비율이 가장 낮은 것으로 확인됨

- 대형마트를 제외한 백화점, 시장, 편의점에서 녹색매장을 접하는 비율이 낮은 것으로 나타나며 녹색제품 생산자의 판로 확대 및 매출 증대를 위해 민간과 공공기업의 연계를 통해 녹색제품 전용관 등 녹색매장의 확대가 필요함

□ 녹색구매지원센터(친환경생활지원센터) 인식도

○ 녹색구매지원센터에 대해 조사 한 결과 ‘들어봤으며 매우 잘 알고 있음’의 응답자가 가장 많았으며, 이에 따라 녹색구매지원센터 확대에 대한 긍정적인 의견이 높게 나타남

- 녹색구매지원센터에 대해 들어본적 있다고 답한 비율은 총 86.3%로, 전년 86.0% 대비 소폭 증가하였으며, 친환경 소비에 관심은 있으나 들어본 적 없다고 답한 비율은 11.8%로 전년 12.5% 대비 감소하였음
- 또, 녹색구매지원센터에 대해 관심이 없거나 들어본 적 없다는 응답자 중 95%이상은 녹색구매지원센터가 녹색소비 인식에 도움이 된다고 답변하여 센터 인지도 제고를 통한 녹색소비 확대 기반 마련 필요

○ 녹색소비 인식에 도움이 되는 녹색구매지원센터활동은 ‘미래소비자(유아, 초·중·고) 대상 생활교육(온·오프라인)’이라는 응답이 높은 것으로 확인함

- 녹색소비 대면 홍보캠페인, SNS 활용정보제공 활동, 녹색제품 생산기업 지원활동 등 전반적인 활동이 도움이 된다는 의견도 확인됨

- ‘녹색구매지원센터’ 인지 경로에 대해서는 ‘녹색구매지원센터 방문 또는 간판 등을 보고’의 응답 비율이 가장 높았으며 TV·라디오 등 방송매체를 통해 녹색매장을 알게 되는 비율은 가장 낮음
  - 다만, 온라인 매체를 통해 알게 되는 비율이 16.4%로 코로나19 사태로 인해 온라인 매체를 통한 홍보가 활성화된 것으로 나타남
- 따라서, 녹색구매지원센터에 대한 인식은 증가하였으나 아직 지원센터에 대해 이해도는 낮은 수준이므로 녹색구매지원센터의 다양한 매체를 통한 홍보 활동으로 지원센터의 이해도 제고가 필요하며, 지원센터를 통해 소비자들이 지속가능한 녹색 소비생활을 할 수 있도록 역할을 다지는 것이 필요함
  - 이를 위해 추후 지원센터 인지도 조사 결과를 평가 요소로 반영하여 센터 자체의 인지도 확대를 위한 활동 유도 필요
  - 단, 현재 설문조사는 지원센터를 통해 유입된 응답자가 대부분이므로, 표본 확보를 위한 설문 대상 확대, 설문 방식 다양화 및 설문 결과의 객관성, 전문성 확보 필요



VI

## 사업운영 기여효과

1. 녹색구매지원센터 정책사업 성과분석
2. 사업 추진 기여효과 분석





## VI. 사업운영 기여효과

### 1 녹색구매지원센터 정책사업 성과 분석

□ 친환경 소비자 양성

○ 지원센터에서 운영하는 교육 프로그램을 통해 양성된 친환경 소비자 실적(인원)으로, 유아(만 1~6세), 초·중·고등학생(만 7~18세), 성인(만 19세 이상)을 대상으로 교육 실시

- '19~'21년간 실시한 친환경 소비자 양성 인원은 목표 대비 평균 143.3%를 달성하였으며, 특히 코로나19 사태로 인한 대면 교육의 한계에도 불구하고 매년 교육 실적 건수가 증가('21년 기준 '19년 대비 136.8% 수준)하고 있는 것으로 나타남

\* '21년 개소한 경남센터 및 서울센터는 각각 269명, 1,035명 대상 교육 실시



주1) '19~'20년 목표값은 기존 실적을 기준으로 설정하였으며, '21년 목표값은 해당년도 편람에 따라 각 센터 소재지별 인구에 대비하여 제시된 값임

주2) '21년도에 개소한 경남센터, 서울센터 실적 제외

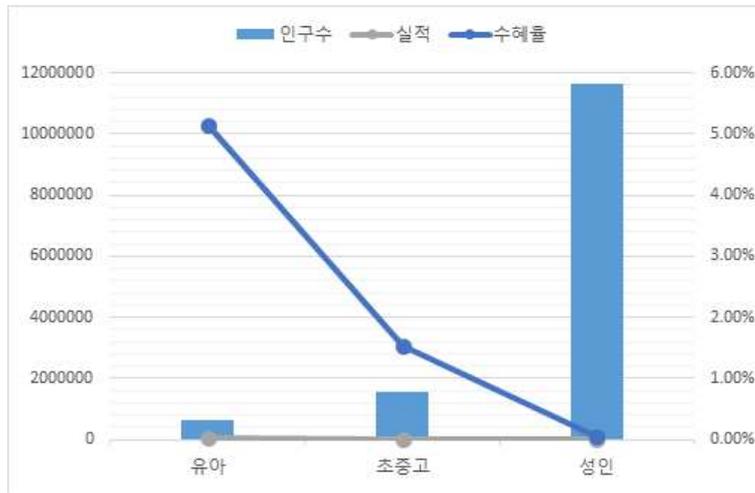
[그림 54] '19~'21년도 교육 추진 현황

○ '21년도부터는 교육인원에 대한 목표량을 각 센터 소재지별 연령구간별 인구 비중을 고려(단, 경기지역은 해당 관할구 및 인근 자치구(시흥시, 안양시 및 군포시) 인구 기준)하여 기존 실적 대비 가중치를 부여해 설정

- '21년도 친환경 소비자 양성 사업 수행 결과, 센터 소재지별 전체 인구(13,859,649명, '20년 말 기준) 대비 0.45%에 해당하는 인원(총 61,969명)을

교육하였으며, 연령구간별로는 유아, 초·중·고등학생 및 성인이 각각 5.14%, 1.53% 및 0.05%에 해당하는 인원을 교육한 것으로 나타남

- 이는 녹색어린이집, 녹색학교 등 미래세대의 녹색 소비 활성화를 위한 유아·청소년 대상 교육이 다수 이루어지고 있으며, 센터별 성인 교육 목표 인원이 500명('21년 기준)으로 상대적으로 교육 비중이 적었기 때문인 것으로 사료됨



주1) '21년도에 개소한 경남센터, 서울센터 실적 제외

[그림 55] '21년도 연령구간별 교육 추진 현황

- '21년 기준 센터별 교육 현황을 살펴보면, 유아 및 초·중·고등학생 인구가 타 지역에 비해 월등히 많은 세종센터의 교육수혜율(센터 소재지별 연령구간별 전체 인구 대비 교육 수)이 2.52%로 가장 높았으며, 유아 및 초·중·고등학생 인구가 타 지역에 비해 적은 부산센터 및 충북센터의 교육수혜율이 각각 0.18% 및 0.32%로 가장 낮은 것으로 나타남을 알 수 있음
- 실질적인 녹색제품 소비자인 성인 대상 교육의 중요성이 지속적으로 대두됨에 따라 '22년도부터는 성인 교육 목표 인원을 700명으로 전년 대비 40% 상향하였으며, 향후 센터별 성인 교육 확대를 위한 네트워크 기반 마련 등 관련 인프라를 확장하도록 유도하여 점차 성인 교육 비중을 확대할 계획임



[그림 56] '21년도 센터별 교육 추진 현황

□ 친환경 소비문화 형성

○ 지역 주민에게 홍보·캠페인 등을 통해 온·오프라인으로 전달된 친환경 소비 관련 정보전달 실적(건)

- '19~'21년간 실시한 친환경 소비문화 형성 건수는 목표 대비 평균 187.3%를 달성하였으며, 특히 코로나19 사태로 인한 대면 정보 노출의 한계에도 불구하고 정보노출량이 증가('21년 기준 '19년 대비 355.3% 수준)하였음
- 다만, 코로나19가 창궐한 '20년도에는 대면 홍보, 캠페인이 전면 불가하여 정보전달 실적이 매우 저조하였으나, 온라인 홍보 확대를 위한 센터별 전략을 수립하여 '21년도에는 총 31만 건 이상의 비대면 정보 노출 실적을 창출함
- \* '21년 개소한 경남센터 및 서울센터는 각각 대면홍보 1,686건, 100건, 비대면홍보 5,236건, 4,720건 수행



주1) '21년도에 개소한 경남센터, 서울센터 실적 제외

[그림 57] '19~'21년도 홍보·캠페인 추진 현황

- '21년 기준 홍보·캠페인 현황을 살펴보면, 센터 소재지별 전체 인구 (13,859,649명, '20년 말 기준) 대비 2.68%에 해당하는 인원(총 371,912명)을 대상으로 정보가 전달되었으며, 상대적으로 인구가 적은 세종센터 및 제주센터의 정보노출률이 각각 7.63% 및 7.49%로 가장 높았고, 실제 정보 전달 건수는 부산센터 및 경기안산센터가 각각 110,243건 및 69,406건으로 가장 많았음
- 센터 전체로 보면 대면 정보노출량은 59,309건, 비대면 정보노출량은 312,604건으로, 전체 홍보·캠페인 실적 중 비대면 정보노출량이 차지하는 비중이 84.05% 수준이었으나, 향후 위드코로나 전환 등 단계적인 일상 회복이 기대됨에 따라 '20년 이후 대폭 축소되었던 대면 노출량이 점차 회복될 것으로 예상됨
- 또, 지역 내 센터 자체의 인지도가 확산될 수 있도록 센터의 적극적인 대외활동을 유도하여 지역 내 소비문화 형성에 기여할 수 있음



[그림 58] '21년도 센터별 홍보.캠페인 추진 현황

### □ 녹색제품 생산지원

○ 지역 내 기업(제품)의 인증참여 유도를 위해 실시하는 지원 프로그램에 대한 성과로, 미인증제품 발굴 또는 인증지원(문의, 상담 및 컨설팅 등) 활동 실적(건)

\* 활동실적=∑미인증제품 발굴(건)+∑(인증지원(건)×5)

- '19~'21년간 실시한 녹색제품 생산지원 건수는 목표 대비 평균 190.0%를 달성하였으며, '20년까지 인증설명회 개최 실적만 인정되었으나 코로나 19 사태 이후 인증지원에 대한 활동까지 실적으로 집계되면서 실적이 대폭 증가('21년 기준 '19년 대비 3,791.0% 수준)하였음

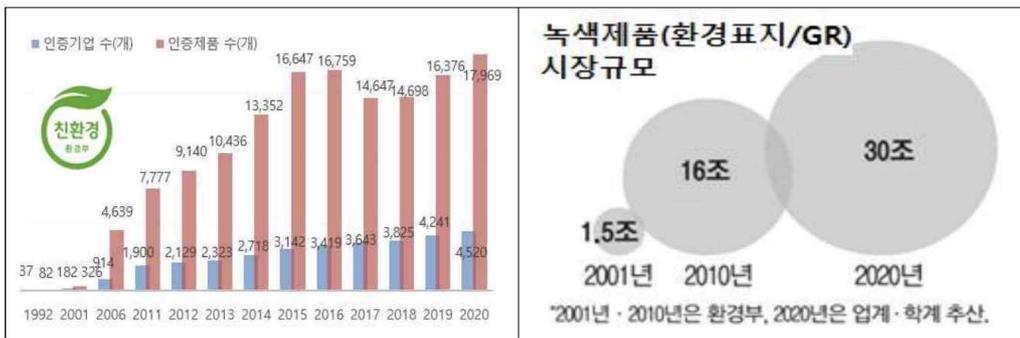
\* '21년 개소한 경남센터는 29건의 인증지원 수행



- 주1) '19~'20년은 환경마크 인증설명회 실적을 기준으로 하며, '21년은 미인증제품 발굴 및 인증지원 실적을 기준으로 함
- 주2) '21년도에 개소한 경남센터, 서울센터 실적 제외

[그림 59] '19~'21년도 제품지원 추진 현황

- '제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획' 등 친환경소비 생활화를 위한 정책 환경 변화 및 소비자 인식 개선 등에 기인하여 녹색제품 시장이 점차 확대되는 추세이며, 그에 따라 지속적인 제품지원을 통한 기업 역량 제고 및 녹색제품 확대가 필요함



출처 : 한국환경산업기술원('20), 환경부유통학회('20)

[그림 60] 환경표지 인증제품 시장규모 및 인증제품 현황

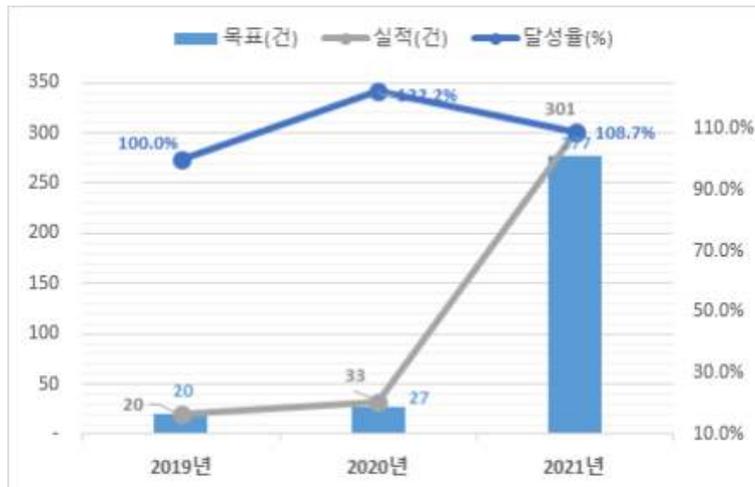
### □ 녹색제품 유통 활성화

○ 지역 내 녹색매장에 대한 상시 모니터링 체계 조성을 위한 녹색매장관리 및 인증제품 사후 모니터링 등의 활동 실적(건)으로, 녹색매장 지정확대를 위한 녹색매장·녹색특화매장 외 녹색제품 취급매장에 대한 모니터링 활동도 인정

- '19~'21년간 실시한 녹색제품 유통 활성화 건수는 목표 대비 평균 109.3%로, '20년까지는 녹색매장 지정 건수만 인정되었으나 녹색매장

관리 및 확대를 위한 모니터링 활동까지 실적으로 집계되면서 실적이 대폭 증가('21년 기준 '19년 대비 1,505.0% 수준)하였음

\* '21년 개소한 경남센터는 4건의 시장모니터링, 5건의 녹색매장 지정 참여유도 수행



주1) '19~'20년은 녹색매장 지정 실적을 기준으로 하며, '21년은 녹색매장·녹색특화매장 및 녹색제품 취급매장 모니터링 건수를 기준으로 함

주2) '21년도에 개소한 경남센터, 서울센터 실적 제외

[그림 61] '19~'21년도 유통활성화 추진 현황

- '20년 말 기준 전체 센터 소재지 내 녹색매장은 150곳으로, 녹색매장 및 녹색특화매장의 지정 확대, 올바른 녹색매장 관리를 위한 지속적인 유통 활성화 도모 필요

[표 69] 전국 녹색매장 지정 현황('21.06 기준)

지역	매장 수	비고
서울지역	80	서울 전체
경기지역	109	경기 전체
중부 지역	84	인천, 강원, 충청, 세종, 대전
영남 지역	80	경상, 부산, 대구
호남·제주 지역	52	전라, 광주, 제주
총계	405	-

## 2 사업 추진 기여효과 분석

### □ 지원센터의 사회적 기여역할

- 지원센터는 녹색소비교육을 통해 녹색제품의 보급을 촉진하고, 민간 소비자들이 녹색소비를 실천할 수 있도록 녹색소비문화를 확산시켜 지속가능한 지역사회를 구성
  - ‘제4차 녹색제품 구매촉진 기본계획’에 따라 친환경소비 생활화를 위한 지원센터의 기능이 점차 강화\*되고 있음
  - \* ‘전략3. 친환경 착한소비 생활화’의 세부전략인 녹색소비 교육 확대, 녹색소비 홍보 강화, 녹색소비 문화 형성 등
- 친환경 소비자 양성을 위한 교육 사업의 경우, 지역환경교육센터와 달리 실질적인 친환경 소비를 유도하기 위한 교육을 실시함으로써 사회적 역할의 차별성 확보
  - 지역환경교육센터는 지역환경교육종합계획에 따라 지역주민이 환경문제를 예방하고 해결할 수 있도록 교육 사업을 추진

[표 70] 지역환경교육센터의 세부기능

구분	광역환경교육센터	기초환경교육센터
위상	광역단위 환경교육 거점기관	기초단위 환경교육 거점기관
운영방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 환경교육 기반 구축</li> <li>- 국가 및 기초센터와의 협력 및 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역의 환경문제 등을 반영한 환경인식 향상 교육프로그램 운영</li> <li>- 환경교육 취약 계층을 포함하여 사각지대 없는 촘촘한 환경교육 추진</li> </ul>
주요기능	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역실정에 맞는 환경교육정책 수립관련 연구 및 조사</li> <li>- 광역단위 환경교육 교재·교구 및 프로그램 개발·보급</li> <li>- 지역환경교육종합계획 관리·지원</li> <li>- 국가환경교육센터와 기초환경교육센터와의 연계·협력·지원</li> <li>- 광역단위의 환경교육 행사 개최 및 홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관할지역내 지역주민 등에 대한 환경교육</li> <li>- 기초단위 환경교육 교재·교구 및 프로그램 개발·보급</li> <li>- 환경교육관련 정보의 수집·제공(지역 환경교육 현황조사 등)</li> <li>- 기초 단위의 환경교육 행사 개최 및 홍보</li> </ul>
기타	광역센터는 직접교육은 가급적 지양 (기초센터가 없을 경우에 한하여 직접교육 실시)	

자료 : 지역환경교육센터 지정운영지침(22.2)

□ 녹색소비자 양성효과

○ 2021년 실시한 친환경 소비자 양성 실적을 기준으로 향후 10년간 녹색소비 교육 수혜 인원을 산출한 결과, 센터 소재지별 전체 인구의 2.7%에 해당하는 인원이 녹색소비자로 양성

- 매년 교육 양성 인원이 증가하고 있고, '22년부터 성인 교육 목표가 700명으로 증가할 예정이므로 실제 수혜율은 더 높을 것으로 예상됨

[표 71] 녹색소비자 양성효과

구분	2021년 녹색소비자 양성 실적				센터 소재지별 인구 <sup>2)</sup>	10년 후 예상 교육수혜율 <sup>3)</sup>
	유아	청소년	성인	합계		
경기안산	7,756	2,414	797	10,967	1,980,469	5.5%
광주	4,510	4,279	2,074	10,863	1,441,611	7.5%
대전	1,150	2,819	725	4,694	1,452,251	3.2%
부산	1,402	1,048	434	2,884	3,350,380	0.9%
세종	2,343	2,809	569	8,961	371,895	24.1%
인천	6,604	1,821	536	5,721	2,948,375	1.9%
제주	4,079	3,256	585	7,920	676,759	11.7%
충북	4,289	5,114	556	9,959	1,597,427	6.2%
경남 <sup>1)</sup>	1,612	2,688	700	5,000	3,314,183	1.5%
서울 <sup>1)</sup>	1,612	2,688	700	5,000	9,509,458	0.5%
합계	35,357	28,936	7,676	71,969	26,642,808	2.7%

1) '21년도에 개소한 경남센터, 서울센터는 목표치(유아·청소년은 '23년, 성인은 '22년 기준)로 계상

2) 2021년 12월 31일 기준

3) 향후 10년간 '21년 교육 실적(유아·청소년, 성인 전체)과 동일한 수준으로 친환경 소비자 양성 시 전체 소재지별 인구 대비 교육 수혜율 계상(중복수혜인원 포함)

□ 실질적 녹색구매 기여효과

○ 지원센터의 정책사업 추진에 따른 녹색소비 실천 성과로 '21년도 지역사회의 녹색제품의 구매 연계 실적을 검토한 결과, 7개 센터에서 총 약 3억 7천 3백만 원의 구매실적 발생

- 녹색어린이집·유치원, 녹색학교, 그린패밀리, 그린오피스 등 지역사회와 다양한 형태의 네트워킹을 형성하여 캠페인 등 사업 추진을 통한 녹색소비 확대에 실질적으로 기여

[표 72] '21년도 녹색구매지원센터 주요 구매 연계 실적

구분	구매연계실적(원)	연관 사업
경기안산	60,922,660	• 녹색제품 사용표시제 사업
광주	미집계	• 가정에서 녹색구매 실천하기(환경마크 모음판) • 녹색제품 체험단 운영(40명) • 한가지 제품을 녹색제품으로 전환사업(11개 기관/단체) • 광주 녹색제품 정보제공서 제작 및 배부(1,000부)
대전	35,305,520	• 그린오피스 캠페인(서구청 친환경 사무용품 구매) • 그린호스피탈 캠페인으로 녹색제품 홍보 및 구매 유도 • 그린패밀리 캠페인으로 친환경생활 실천 유도 • 인증제품 수요처 발굴 및 구매연결(제품지원)(4개 기관) • 녹색어린이집유치원 녹색제품 구매
부산	111,672,848	• 녹색제품 공동구매실적 정량화(녹색어린이집, 그린오피스)
세종	98,485,900	• 그린오피스(녹색제품 한 가지 쓰기) 협력 • 녹색제품 공동구매로 녹색제품 구매 연계 • 삼성전기의 구매 대행 MRO시스템에 친환경제품 등록
인천	14,422,700	• 녹색학교 만들기 사업 추진(8건) • 기관단체 녹색제품 구매연결(19건)
제주	2,609,250	• 녹색어린이집 녹색제품 공동구매
충북	49,833,555	• 녹색어린이집 녹색제품 공동구매(9개 기관 50회) • 그린오피스 업무협약 • 친환경상품지원센터와 협력-생활밀착형 녹색제품을 선정하여 구매력 제고(144건)
총액	373,252,433	-

○ 특히 경기안산센터는 유아 대상 녹색소비 교육 활성화를 통한 관련 기관과의 유기적 네트워킹으로 녹색제품 사용표시제 사업을 지속적으로 추진, 실질적인 녹색구매로 연계

- '21년 기준 경기도 21개 지역 111개 녹색유아기관 대상 녹색제품 사용표시제 운영으로 약 6,100만원의 구매연결 실적을 달성하였으며, 매년 구매연결 실적이 확대되고 있음

[표 73] 경기안산센터 녹색구매 사용표시제 3개년 실적 현황

구분	지역사회 참여 현황		구매연결 실적		
	참여기관(개)	캠페인 참여인원(명)	공동구매(원)	개별구매(원)	총액(원)
2019년	111	-	21,185,200	5,684,935	26,870,135
2020년	115	34,687	48,185,500	-	48,185,500
2021년	111	45,969	31,304,520	29,618,140	60,922,660

○ 세종센터는 총 약 9천 8백만 원의 연계 실적을 달성하였으며, 지역 내 대표 기업인 삼성전기의 기업소모성자재 구매 대행 MRO(Maintenance, Repair, Operation)시스템에 친환경제품을 등록하여 구매연계 실시

- '20년 46,435,000원에서 '21년 58,949,010원으로 구매연계 실적이 확대되고 있으며, 해당 시스템 활용 경험을 기반으로 지역사회 내 녹색소비 실천 확대 가능

○ '22년부터는 지역사회의 녹색소비 실천 확산을 위한 구매연계실적 성과를 평가지표로 추가하였으며, 10개 센터별 5,000만 원 이상의 구매금액 목표치 달성 시 '22년 기준 연간 총 5억 원 이상의 경제성과 달성 가능

- 구매연계 금액뿐만 아니라 구매품목, 구매연계 건수를 함께 평가하도록 하여 각 센터의 지역사회로의 경제적 기여효과를 보다 면밀히 평가할 수 있을 것으로 기대됨
- '27년 기준 17개 모든 광역지자체에 센터 설치 시 연간 총 8억5천만 원 이상의 경제성과 달성 가능



[그림 62] 녹색구매지원센터의 녹색구매 연계를 통한 기여효과 확산(안)

□ 고용 창출 기여효과

○ 지원센터는 평균 4인의 인력으로 구성되어 있어 지원센터의 전국 지자체 확대를 통한 지속적인 신규 일자리 창출이 가능할 것으로 기대되며, 매년 원활한 친환경 소비자의 양성을 위해 녹색소비 교육 전문가를 양성하는 등 지역 일자리 창출을 통한 사회적 기여 효과 달성

- 특히, '21년에는 2개 지원센터의 신설로 7명의 직접 고용 효과를 창출 하였으며 녹색소비 지도자 146명 양성을 통한 간접 고용 효과 창출

[표 74] '21년도 녹색구매지원센터 일자리 창출 현황

구분	지원센터 인력 현황(명)					녹색소비 지도자 양성인원(명)
	총 직원 수	상근	비상근	육아휴직	센터장 상근여부	
경기안산	5	2	2	1	비상근	19
광주	3	3	-	-	상근	15
대전	3	3	-	-	상근	-
부산	4	3	1	-	비상근	20
세종	4	4	0	-	상근	17
인천	5	3	2	-	상근	37
제주	5	3	2	-	비상근	28
충북	4	3	1	-	상근	10
경남	4	3	1	-	비상근	-
서울	3	3	-	-	상근	-
합계	40	30	9	1	-	146



**VII**

**사업비 차등 지급방안**





## Ⅶ. 사업비 차등 지급방안

### □ 개요

- 지원센터의 사업비는 「녹색구매지원센터 국고보조사업 업무처리지침」 제12조제2항에 따라 사업실적에 따라 차등 지급이 가능하도록 규정

#### 녹색구매지원센터 국고보조사업 업무처리지침 제12조제2항

#### ■ 제12조(지원범위)

- ② 환경부장관은 운영비 예산배정 시 「녹색구매지원센터 설치·운영 지침」 제28조의 평가결과에 따라 사업실적에 따른 차등을 둘 수 있다.

- 이에 따라 지원센터 국고보조금 지급 실효성 제고를 위해 센터의 업무량 및 평가결과 등에 따른 사업비 차등지급 방안 마련 필요
- 단, 2013년 개소 이후 10년간 사업비가 동결된 상태에서 보조금 총액을 고정하고 사업비를 차등지급하는 것은 위화감 조성 및 경쟁 심화로 인한 파행 등 부정적인 결과를 야기할 수 있음
- 따라서 물가상승률을 고려하여 전체 보조금 총액의 10%를 증액하여 국비 및 지방비 포함 10개 센터 총 20억 원 지급에서 22억 원 지급으로 증액(총 2억 원 증액) 필요

[표 75] 소비자물가 상승률('13~'21년)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
소비자물가 총지수(2020=100)	93.0	94.2	94.9	95.8	97.6	99.1	99.5	100.0	102.5
소비자물가상승률 (%)	1.3	1.3	0.7	1.0	1.9	1.5	0.4	0.5	2.5

- 다만, 사업비 차등지급의 경우 유예 기간을 두어 운영을 개선토록 우선적으로 유도하고, 충분한 지원센터의 의견수렴이 필요하며, 평가의 투명성 및 공정성이 우선적으로 확보되어야 함

### □ (1안) 센터 업무량 및 전년도 평가결과에 따른 사업비 차등지급 방안

- 센터별 업무량의 경우 지역별 연령별 인구 구성에 따라 유아·청소년 교육 인원 목표가 상이하므로 목표인원이 높은 센터는 타 정책사업에 비하여 운영비가 교육에 치중될 수밖에 없는 구조이며, 이에 따른 사업비 차등이

우선적으로 이루어져야 함

- 증액된 2억 원 중 1억5천만 원의 사업비를 할애하여 센터별 유아·청소년 목표인원에 따라 차등 지급

○ 전년도 평가결과의 경우, 1, 2, 3등에게 각각 추가금액을 지원하여 사기를 고취하고, C등급(미흡) 이하의 평가를 받은 센터는 5%의 사업비를 삭감하여 사업비 지급의 실효성 제고 필요

- 증액된 2억 원 중 5천만 원의 사업비를 할애하여 평가결과 1, 2, 3등 센터에 각각 2천5백만, 1천5백만, 1천만 원의 사업비 추가지급
- 평가 결과 70점 미만으로 C등급(미흡) 이하인 센터는 총 사업비의 5%를 삭감하고, 사업비 삭감에 따라 미교부된 보조금은 차년도 전체 지원센터 내부 인력의 역량 강화 교육 확대를 위해 활용
- \* 녹색환경지원센터는 정기평가 결과에 따라 ‘매우 미흡’ 평가를 받은 센터에 차년도 사업비 5%를 감액하여 지급하고 있으며, 지역아동센터 역시 평가 결과에 따라 차년도 운영비의 10%를 감액하여 지급

[표 76] 센터별 사업비 차등지급 방안(1안)

구분	기존 사업비(원)	업무량에 따른 사업비 차등지급 방안			평가결과에 따른 사업비 차등지급 방안 <sup>2)</sup>	(참고) 사업비 5% 삭감 시 지급액(원)
		유아·청소년 교육목표인원(명)	증액(원) <sup>1)</sup>	총 사업비(원)		
경기안산	200,000,000	3,000	15,000,000	215,000,000	1등 : 25,000,000원,	204,250,000
광주	200,000,000	2,400	12,000,000	212,000,000		201,400,000
대전	200,000,000	2,300	12,000,000	212,000,000		201,400,000
부산	200,000,000	4,300	22,000,000	222,000,000	2등 : 15,000,000원,	210,900,000
세종	200,000,000	1,000	5,000,000	205,000,000		194,750,000
인천	200,000,000	4,300	22,000,000	222,000,000	3등 : 10,000,000원	210,900,000
제주	200,000,000	1,200	6,000,000	206,000,000		195,700,000
충북	200,000,000	2,400	12,000,000	212,000,000		201,400,000
경남	200,000,000	4,300	22,000,000	222,000,000	추가 지급	210,900,000
서울	200,000,000	4,300	22,000,000	222,000,000		210,900,000
합계	2,000,000,000	29,500	150,000,000	2,150,000,000	50,000,000	2,042,500,000
			2,200,000,000			

1) 총 증액금 1억5천만 원을 유아·청소년 교육목표인원에 따라 차등 증액(백만 원 단위 반올림)  
 (센터별 총사업비=(센터별 유아·청소년 교육목표인원)/(전체 유아·청소년 교육목표인원)×(총 증액금))  
 2) 평가결과 C등급(미흡) 이하일 경우 총 사업비의 5% 삭감

□ (2안) 센터 업무량 및 센터장의 상근 여부에 따른 차등지급

- 센터별 업무량의 경우 1안과 동일하게 책정하되, 전년도 평가결과가 아닌 센터장의 상근 여부에 따라 차등지급 실시
  - 따라서, 증액된 2억 원 중 1억5천만 원의 사업비를 할애하여 1안과 동일하게 센터별 유아·청소년 목표인원에 따라 차등 지급
  - 나머지 5천만 원의 사업비를 할애하여 센터장이 상근으로 근무하는 센터에 동일하게 분배하여 추가 지급 실시

[표 77] 센터별 사업비 차등지급 방안(2안)

구분	기존 사업비(원)	업무량에 따른 사업비 차등지급 방안			센터장 상근여부에 따른 사업비 추가지급 방안	
		유아·청소년 교육목표인원(명)	증액(원) <sup>1)</sup>	총 사업비(원)	센터장 상근 여부 <sup>2)</sup>	총 사업비(원)
경기안산	200,000,000	3,000	15,000,000	215,000,000	비상근	215,000,000
광주	200,000,000	2,400	12,000,000	212,000,000	상근	220,333,333
대전	200,000,000	2,300	12,000,000	212,000,000	상근	220,333,333
부산	200,000,000	4,300	22,000,000	222,000,000	비상근	222,000,000
세종	200,000,000	1,000	5,000,000	205,000,000	상근	213,333,333
인천	200,000,000	4,300	22,000,000	222,000,000	상근	230,333,333
제주	200,000,000	1,200	6,000,000	206,000,000	비상근	206,000,000
충북	200,000,000	2,400	12,000,000	212,000,000	상근	220,333,333
경남	200,000,000	4,300	22,000,000	222,000,000	비상근	222,000,000
서울	200,000,000	4,300	22,000,000	222,000,000	상근	230,333,333
합계	2,000,000,000	29,500	150,000,000	2,150,000,000	상근 해당 6개 센터 추가지급	2,200,000,000

1) 총 증액금 1억5천만 원을 유아·청소년 교육목표인원에 따라 차등 증액(백만 원 단위 반올림)  
 (센터별 총사업비=(센터별 유아·청소년 교육목표인원)/(전체 유아·청소년 교육목표인원)×(총 증액금))  
 2) 2021년 기준 총 6개 지원센터의 센터장이 상근으로 근무하므로 1개 센터당 8,333,333원의 사업비 추가 배분  
 (10개 지원센터 모두 상근으로 근무할 경우 1개 센터당 5,000,000원의 사업비 추가 배분)





## VIII 제언 및 시사점





## Ⅷ. 제언 및 시사점

### □ 평가 체계 개선

- 현재 매년 진행하는 정기평가 외에 3년마다 종합평가를 진행하고 있으나, 종합평가 항목과 정기평가 항목 구성이 유사하여 종합평가 변별력 부족
  - '22, '23년 정기 및 종합평가 대상 센터는 각각 7개, 3개, '24년 정기 및 종합평가 대상 센터는 각각 4개, 7개로, 센터 확충에 따른 평가 체계 개선을 통한 변별력 확보 필요

[표 78] 센터 개소시기에 따른 평가 구분

구분	개소연월	사업추진시기별 평가 구분											
		'24년	'23년	'22년	'21년	'20년	'19년	'18년	'17년	'16년	'15년	'14년	'13년
경기	2013.05	종합	정기	정기	종합	정기	정기	종합	정기	정기	종합	정기	
부산	2013.06	종합	정기	정기	종합	정기	정기	종합	정기	정기	종합	정기	
제주	2014.07	정기	정기	종합	정기	정기	종합	정기	정기	종합	정기		-
충북	2014.09	정기	정기	종합	정기	정기	종합	정기	정기	종합	정기		-
대전	2015.06	정기	종합	정기	정기	종합	정기	정기	종합	정기		-	-
세종	2017.11	정기	정기	종합	정기	정기	종합	정기		-	-	-	-
광주	2018.07	정기	종합	정기	정기	종합	정기		-	-	-	-	-
인천	2018.08	정기	종합	정기	정기	종합	정기		-	-	-	-	-
경남	2021.06	종합	정기	정기		-	-	-	-	-	-	-	-
서울	2021.11	종합	정기	정기		-	-	-	-	-	-	-	-
종합평가(개소)		4	3	3	2	3	3	2	1	2	2	-	-
정기평가(개소)		6	7	7	6	5	5	4	4	3	2	2	-
총계		10	10	10	8	8	8	6	5	5	4	2	-

\*  : 설립연도에는 평가대상 제외

- 녹색환경지원센터의 경우 매년 진행하는 정기평가 외 5년마다 종합평가를 실시하고 있으며, 종합평가 시 그간의 정기평가 결과 및 향후 5년간의 운영방안을 포함한 평가항목 구성으로 종합평가의 변별력 강화
- 따라서, 2개년 정기평가 결과 및 향후 3년간의 센터 운영 계획 적정성, 사회경제적 기여효과 등에 따른 종합평가 항목 구성 필요

[표 79] 녹색구매지원센터 종합평가 개선(안)

평가지표		평가 내역	배점	비고																			
2년간 정기평가 결과 (10)		종합평가 이전 2년간의 정기평가 결과	10	정량 10점(전년도 5점, 전전년도 5점)																			
				등급	S	A	B	C	D														
				점수	5	4	3	2	1														
사업추진 성과 (80)	센터운영 (15)	지원센터 운영 및 사업비 관리 합리성	15	정성 10점, 정량 5점																			
		향후 3년간 비전·추진전략 수립 적정성	5	정성지표																			
		센터장 노력도 및 성과	5	정성지표																			
		예산집행률(3년간)	5	정량지표('22년과 동일)																			
	정책성과 (50)	3개년 정책사업 추진 성과	50	5개 지표별 10점(당해연도 5점, 전년도 및 전전년도 각각 2.5점)																			
		친환경 소비자 양성	10	예시) '23년 종합평가 반영 시(각 지표별 점수를 100점 기준으로 환산하여 계상)																			
		친환경 소비문화 형성	10																				
		녹색제품 생산지원	10	<table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>총점</th> <th>'23년</th> <th>'22년</th> <th>'21년</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>환산점수</td> <td>-</td> <td>92.0</td> <td>89.5</td> <td>90.5</td> </tr> <tr> <td>평가점수</td> <td>9.1</td> <td>4.6<sup>1)</sup></td> <td>2.2<sup>2)</sup></td> <td>2.3<sup>2)</sup></td> </tr> </tbody> </table>					구분	총점	'23년	'22년	'21년	환산점수	-	92.0	89.5	90.5	평가점수	9.1	4.6 <sup>1)</sup>	2.2 <sup>2)</sup>	2.3 <sup>2)</sup>
		구분	총점	'23년	'22년	'21년																	
		환산점수	-	92.0	89.5	90.5																	
	평가점수	9.1	4.6 <sup>1)</sup>	2.2 <sup>2)</sup>	2.3 <sup>2)</sup>																		
	녹색제품 유통 활성화	10	1) '23년 평가점수 = (환산점수) x 5.0 / 100																				
	지역특화 사업	10	2) '21, '22년 평가점수 = (환산점수) x 2.5 / 100																				
	활동성과 (15)	지원센터 사업추진 노력	15	정성 15점																			
성과 및 환류		5	정성지표(종합평가 이전 2년 대비 개선도 및 실질적 성과 달성도 등)																				
지원센터 주요 성과		5	정성지표('22년과 동일)																				
지적사항 이행정도		5	정성지표('22년과 동일)																				
사업추진 기여효과 (10)	사회경제적 기여효과 달성 정도	10	정성 10점(직·간접적 기여효과 평가)																				

○ 현재 성과조사 연구는 합동평가 실시 전 차년도 평가편람을 우선적으로 수립하도록 하고 있어 평가편람 수립 시 용역 수행기관이 지원센터별 운영 현황을 현실적으로 반영하기에 어려움 발생

- 합동평가의 우선적인 수행으로 센터별 사업 발전 방향을 점검하고 지원센터의 사업 운영 현실을 파악하여 차년도 편람에 반영하는 것이 바람직함
- 따라서, '2022 녹색구매지원센터 성과조사 연구' 용역을 통해 과년도와 같이 2022년도 4분기에 2023년도 평가편람을 수립한 후 2022년도 사업에 대한 합동평가를 2023년도 1분기에 진행하고, 2분기에 2024년도 평가편람까지 편찬하도록 하여 '2023 녹색구매지원센터 성과조사 연구' 용역부터는 합동평가를 우선적으로 진행한 뒤 후년도 평가편람을 편찬할 수 있도록 일정 조정 필요

※ 단, 센터의 원활한 성과관리 및 사업 수행 일정을 고려하여 사업수행계획서는 종전과 같이 1월에 제출

[표 80] 평가편람 편찬 및 성과평가 일정 변경(안)

일정	내용		비고	
	편람 작성 및 사업계획서 제출	합동평가 실시		
2022년	12월	2023 평가편람 공유	-	사무국
	12월~1월	2023 사업계획서 작성 및 제출	-	지원센터
	12월	-	합동평가위원회 구성	사무국
2023년	1월 (1주)	-	지원센터 결과보고서 취합	지원센터
	1월 (3주) ~ 2월 (1주)	-	서면 / 현장평가	합동평가위원회
	2월 (2주)	-	1차 심의평가	합동평가위원회
	2월 (3주)	-	검토결과 통보 및 이의접수	사무국
	3월	-	이의조정 및 최종심의	합동평가위원회 (사무국)
	3월	-	평가결과 확정 및 통보	사무국
	5월	2024 평가편람 공유	-	사무국
	12월~1월	2024 사업계획서 작성 및 제출	-	지원센터
	12월	-	합동평가위원회 구성	사무국
	2024년	1월 (1주)	-	지원센터 결과보고서 취합
1월 (3주) ~ 2월 (1주)		-	서면 / 현장평가	합동평가위원회
2월 (2주)		-	1차 심의평가	합동평가 위원회
2월 (3주)		-	검토결과 통보 및 이의접수	사무국
3월		-	이의조정 및 최종심의	합동평가위원회 (사무국)
3월		-	평가결과 확정 및 통보	사무국
5월		2025 평가편람 공유	-	사무국
12월~1월		2025 사업계획서 작성 및 제출	-	지원센터
12월		-	합동평가위원회 구성	사무국
2025년		1월 (1주)	-	지원센터 결과보고서 취합
	1월 (3주) ~ 2월 (1주)	-	서면 / 현장평가	합동평가위원회
	2월(2주)	-	1차 심의평가	합동평가위원회
	2월(3주)	-	검토결과 통보 및 이의접수	사무국
	3월	-	이의조정 및 최종심의	합동평가위원회 (사무국)
	3월	-	평가결과 확정 및 통보	사무국

## □ 지원센터 운영 효율화

- 지원센터는 지역 내 네트워킹 구성 및 활용, 연차에 따른 경험 축적 등으로 인해 대부분 안정적인 사업 운영이 가능해졌으나, 보고서 작성 능력 등 센터 내부 인력의 역량 차이로 인해 평가 결과가 상이해지는 상황이 발생할 수 있음
  - 따라서 직원 역량 강화 교육의 의무화 및 확대를 통해 지원센터의 상향 평준화에 기여 필요
- 현재 사업계획서 및 결과보고서 작성 양식은 정기 및 종합평가 지표에 따라 구성되어 있으나, 일부 항목의 경우 중복으로 작성될 여지가 있어 보다 명확하고 효율적인 작성 양식 배포 필요
  - 지원센터 내부 인력의 지속적인 보고서 작성 요령 교육을 통한 보고서 작성 효율성 및 서면평가를 위한 가독성 제고

## □ 성인 교육 확대에 따른 실질적 녹색소비자 양성 효과 제고 방안 마련

- 현재 성인 교육은 유치원·어린이집 등과 연계한 학부모 교육, 녹색제품 체험 프로그램 등 유관기관과 연계한 소극적인 교육 위주로 실시하고 있으나, 실질적 녹색소비자인 성인 교육의 효과성 제고를 위한 계층별 전략적 접근 필요
  - 최근 소비문화의 중심인 MZ세대\*는 환경에 대한 관심이 높아 친환경 소비문화 정착을 위한 교육을 통해 긍정적 가치 창출 결과를 기대할 수 있으므로, 대학교와의 연계 등을 통한 녹색소비 트렌드 교육 확대 방안 마련 필요
- \* 1980년대 초~2000년대 초 출생한 '밀레니얼 세대'와 1990년대 중반부터 2000년대 초반 출생한 'Z세대'를 아우르는 말
- 또, 40~50대 계층을 위한 맞춤형 교육 프로그램 개발 및 확대로 높은 소비 여력을 가진 실질적 소비자들의 녹색제품 구매연계 방안 마련

## □ 국고보조금 운영 체계화를 위한 관리감독 확대

- 현재 센터 사업비 운영 내역은 녹색구매지원센터 설치·운영 지침 제6장에 따라 지자체장에게 제출하는 사업비 사용 실적보고에 의하여 집계 및 관리되고 있음

- 광주센터의 경우 지자체를 통한 회계감사 지원으로 보조금 관리가 체계적으로 이루어지고 있어 이의 확대를 통한 지원센터의 건전한 경영 도모 필요