



기 준 학
현대환경연구소 수석연구원
이학박사

한국인의 환경인식 변화

EXECUTIVE SUMMARY

(1) 조사 목적

- 우리 나라 국민들의 환경에 관한 제반 인식 수준을 시간변화에 따라 비교 분석하고 평가함으로써 환경선진국으로 나아가기 위해 필요한 정책적인 시사점을 찾고자 함

(2) 중점 조사 항목별 설문 분석

- 환경매체별 오염 상황 인식

· 우리 나라 국민 중 96.6%가 수질오염에 대해 우려를 나타내었고, 대기오염에 대해서는 93.2%, 그리고 토양오염에 대해서는 85.0%가 각각 우려를 표명함

- 수돗물의 안전성

· 수돗물에 대해 불안감을 느끼고 있는 우리 국민의 비율은 80.2%로서 '97년의 69.8%에 비해 급증하였고 식수 조달 방법으로는 수돗물을 끓여 사용한다는 비율이 51.0%이고 다음으로는 약수 16.5%, 생수 15.8%, 정수 15.3% 등의 순서이고 지하수를 사용한다는 비율도 1.5%를 나타냄

- 환경문제에 대한 관심 및 실천도

· 우유팩 세척 및 분리수거, 일회용품 안 쓰기 등은 실천도가 77.3~88.6%까지 이르렀으나 자율적인 실천이 기대되는 자가용 이용 자제는 60%에 못 미치고 있음

- 담비현상

· 주거지역에 쓰레기 소각장이 들어설 경우에 적절한 보상이 있어야 동의하거나 무조건 반대한다는 의견은 '97년, 금년 각각 69.0%, 67.6%로 거의 차이가 없게 나타나 개인의 이득이 우선되는 이중적인 환경인식을 나타냄

- 환경상품에 대한 최대 지불의사

· 청정 휘발유의 경우 가격의 11.2% 정도를 더 지불할 용의가 있는 것으로 나타났고 가격이 100만 원인 냉장고와 1,500만 원인 자동차를 구매할 때에는 환경친화적인 제품에 각각 15.4%와 8.6% 정도를 더 지불할 의사가 있는 것으로 조사됨

- 환경정책

· 환경보호와 경제성장 중 환경보호가 우선이라고 응답한 비율은 '97년에 51.6%이었으나 금번 조사에서는 75.2%로 급증하였음

(3) 시사점

- 기업이나 정부 모두 지속 가능한 개발을 혁신적으로 추진할 필요가 있음

- 수동적이고 개인의 이득을 우선하는 성향을 극복하고 환경실천도를 높이기 위해서는 인센티브 제도의 확대와 합리적이고 과학적인 정책 개발이 요구됨

- 흡수환의 환경 질 확보를 위해서는 그린마케팅을 확대하여야 함

(1) 한국인의 환경인식 변화 조사

○ 목적

우리 나라 국민들의 환경에 관한 제반 인식 수준을 시간 변화에 따라 분석하고 환경선진국인 미국 국민이 가지고 있는 인식과 비교 평가함으로써 환경선진국으로 나아가기 위해 필요한 정책적인 시사점을 찾고자 함

○ 중점 조사 항목

- 환경매체별 오염 상황 인식
- 환경문제에 대한 관심 및 실천도
- 남비 현상
- 환경친화상품에 대한 최대 지불의사
- 환경정책 과제

○ 활용 자료 비교

항목	자료	한국인 환경인식	
	미국인 환경인식	1997	2000
연구기관	미국갤럽	현대환경연구소	현대환경연구소
여론조사	미국갤럽	코스모리서치	코스모리서치
조사방법	전화조사	면접조사	전화조사
조사기관	2000. 4. 3~9	1997. 3. 3~13	2000. 5. 29~30
대상 및 표본크기	전국 만 18세 이상 미국 국민 1,004명	전국(제주도 제외) 만 18세 이상 일반 국민 2,000명	전국(제주도 제외) 만 20세 이상 일반 국민 620명
오차	±3%(95% 신뢰수준)	±2.2%(95% 신뢰수준)	±3.9%(95% 신뢰수준)

(2) 중점 조사 항목별 설문 분석

가. 환경매체별 오염 상황 인식

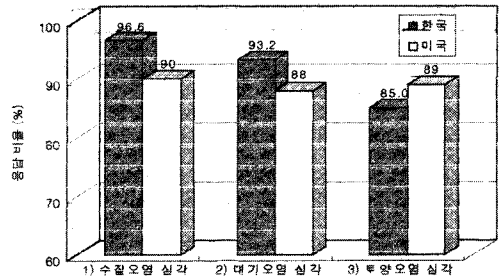
○ 우리 나라 국민들은 수질과 대기환경 오염에 대해 매우 우려하고 있음

- 수질오염에 대해 우려를 표명한 비율은 96.6%, 대기오염에 대해서는 93.2%에 이르렀음
- 이는 미국 국민들이 수질오염과 대기오염 상황에 대해 각각 90%와 88%가 우려를 표명한 것보다 높은 수치로서 우리 나라 국민들이 환경 상황에 대해 매우 우려하고 있음을 나타냄
- 특히 대기오염의 경우에 심각하다는 답변을 한 비율이

대도시(67.3%), 중소도시(58.2%), 읍/면(34.4%) 순으로 나타나 도시의 체감환경이 열악함을 드러냄

- 토양오염에 대해서도 우리 국민 85%가 우려를 나타냄
 - 미국 국민의 89%가 우려를 나타낸 데 비해 다소 낮은 비율을 보임
 - 하지만 이는 토양오염이 비교적 최근에 대두되고 있는 이슈로서 관심도가 덜 반영된 결과로 보임
- 대부분의 항목에서 연령층이 올라갈수록 그리고 남성보다는 여성의 환경인식이 높은 경향을 보임

<그림 1> 2000년 환경오염 상황에 대한 한국인과 미국인 인식비교



나. 수돗물의 안전성

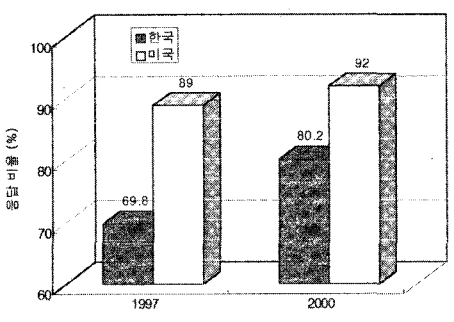
○ 수돗물에 대해 불안감을 느끼고 있는 우리 국민의 비율은 80.2%로서 '97년의 69.8%에 비해 급증함

- 수돗물이 안전하다고 생각하는 비율은 18.2%임
- 환경인식 제고에 따른 기대 수준의 향상과 최근에 바 이러스가 수돗물에 함유되었는지에 대한 이슈가 확산되면서 우려의 수준이 높아진 것으로 보임
- 그렇지만 미국 국민들에 비해 식수에 대한 불신 정도는 아직 상대적으로 낮은 수준이나 빠른 속도로 근접해 가고 있음
 - 식수의 안전성에 대해 불안하게 생각하고 있는 미국 국민들의 비율이 '97년에 89%이었던 것이 금년에 92%로 상승한 것에 비해서는 아직 낮은 수준을 나타냄
- 우리 국민의 절반 정도만이 수돗물을 끓여서 식수로 이용함
 - 식수 조달 방법으로는 수돗물을 끓여 사용한다는 비율

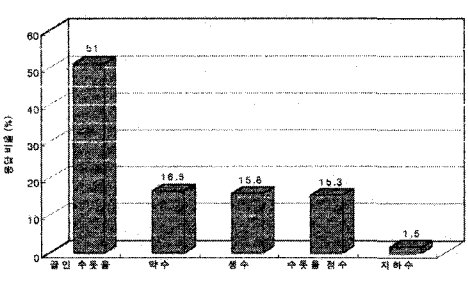
이 51.0%이고 다음으로는 약수 16.5%, 생수 15.8%, 정수 15.3% 등의 순서이고 지하수를 사용한다는 비율도 1.5%를 나타냄

- 보다 객관적이고 과학적인 방법을 이용해 수도물의 안전성을 제고하고 홍보할 필요가 있으며 생수와 정수기를 이용하는 국민들의 비율이 30%를 넘고 있어 이들 생산업체에 대한 철저한 관리가 요구됨

<그림 2> 수도물의 불안전성에 대한 한국인과 미국인의 인식변화 비교



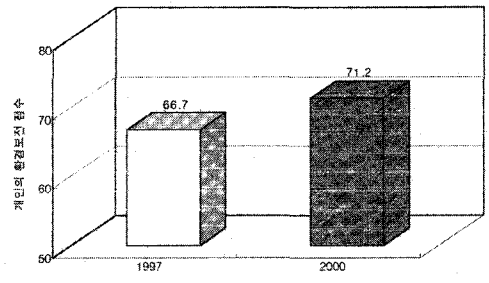
<그림 3> 우리 나라 국민들의 식수 조달 방법



다. 환경문제에 대한 관심 및 실천도

- 우리 국민은 스스로의 환경보전 수준에 대해 비교적 긍정적으로 평가함
- '97년에 66.7점(100점 만점)으로 평가하였으나 금년에는 71.2점으로 상향됨
- 환경인식이 전반적으로 제고된 것을 반영함

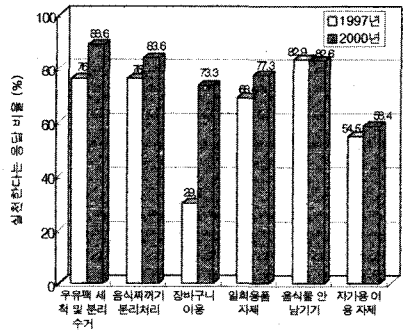
<그림 4> 우리 국민들이 스스로 평가한 개인의 환경보전 실천 점수 변화 (100점 만점, 낮점점 50점 기준)



- 장바구니 사용, 일회용품 사용 금지 등 정부의 환경보호를 위한 규제 조치가 국민들의 환경보호를 위한 실천도를 높이는 효과를 나타냄

- 비닐봉투 사용 금지의 영향으로 '97년에 장바구니를 사용한다는 비율은 29.7%에 불과하였으나 이번 조사에서는 73.3%로 급상승함
- 기타 우유팩 세척 및 분리수거, 음식물 찌꺼기 분리처리, 일회용품 안 쓰기 등 강제적인 요소가 있는 분야에서는 '97년에 68.6~76% 범위이었지만 금년에는 77.3~88.6%까지 참여도가 높아짐
- 반면에 자율적인 실천이 기대되는 음식물 안 남기기와 자가용 이용 자제는 '97년에 각각 82.9%와 54.5%가 실천하고 있다고 응답하였으며 금년에도 여전히 각각 82.6%, 58.4%가 실천하고 있다고 답변해 동일한 수준을 나타냄

<그림 5> 우리 나라 국민들의 환경보호 활동에 대한 실천도 변화

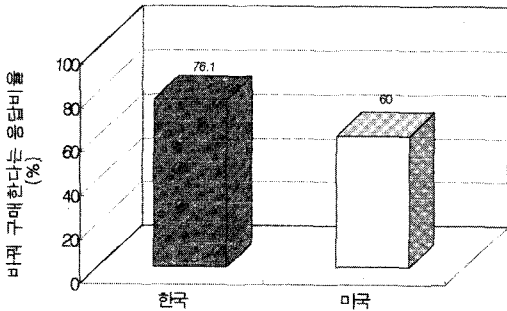


- 환경친화 제품에 대한 우리 국민의 선호도가 미국 국민

에 비해 높은 것으로 나타남

- 가격과 질이 같을 때 환경성이 우수한 제품으로 바뀌
구매하겠다는 우리 국민의 비율은 76.1%로서 미국 국
민의 60%에 비해 높은 경향을 보임

〈그림 6〉 가격과 질이 같을 때 환경성이 높은 제품으로 바뀌 구매하겠다는
한국인과 미국인의 응답비율 비교



○ 대부분의 항목에서 연령층이 올라갈수록 그리고 남성
보다는 여성의 실천도가 높은 경향을 보임

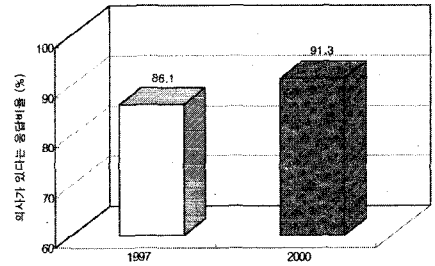
라. 남비현상

○ 환경문제 해결을 위해 고통을 분담할 의사가 있다고 답
변한 비율은 '97년에 86.1%에서 금년에 91.3%로 약
간 상승함

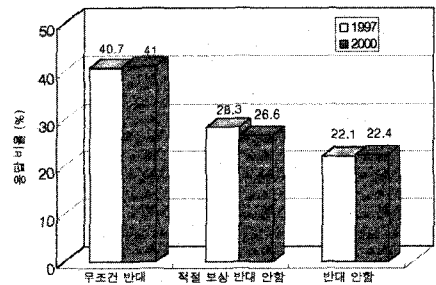
○ 그러나 본인의 이익과 연관된 부분에서는 환경보호보
다는 개인의 이익이 우선되는 경향을 보이며 특히 환경
인식도와 실천도 면에서 높은 수준을 보인 주부층에서
이러한 경향이 뚜렷해 우리들의 이중적인 인식을 나타냄

- 사는 동네에 쓰레기 소각장이 들어설 경우에 적절한
보상이 있어야 동의하거나 무조건 반대한다는 의견은
'97년, 금년 각각 69.0%, 67.6%로 거의 차이가 없음
- 가정주부의 경우 72.8%가 무조건 반대하거나 적절한
보상이 있어야 반대하지 않겠다는 의견을 나타내 가장
높은 반대 수준을 보임

〈그림 7〉 환경문제 해결을 위해 고통을 분담할 의사가 있다는 우리 국민
들의 응답비율 변화



〈그림 8〉 거주 지역에 소각장이 들어서는 것에 대한 우리 국민들의 인식
변화 비교

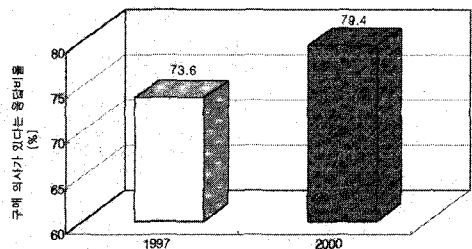


마. 환경상품에 대한 최대 지불의사

○ 우리 국민들은 개인적인 불이익을 감수하더라도 환경
친화제품을 선택하겠다는 높은 환경인식을 나타냄

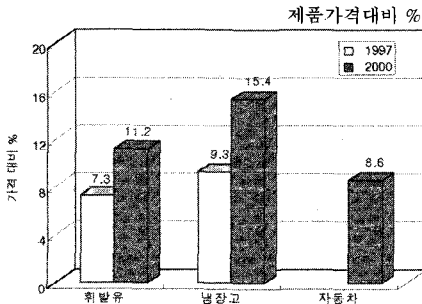
- '97년에 가격이 비싸더라도 환경친화적인 제품을 구
입하겠다는 의사를 밝힌 응답자는 전체의 73.6%이었
고 금년에는 같은 질문에 대해 79.4%가 환경친화제품
구매의사를 밝혀 5.8% 포인트가 증가함

〈그림 9〉 다소 비싸더라도 환경친화제품을 구매하겠다는 우리 국민들의
응답비율 변화



- 환경을 고려한 휘발유 구매에 1 리터당 11.2% 정도를 더 지불할 용의가 있는 것으로 나타나 '97년의 7.3%에 비해 1.5배나 증가함
- 이번 조사 결과로 1 리터 당 1,200원을 기준으로 청정 휘발유를 구매하는데 약 134원 정도를 추가 지불할 의사가 있는 것으로 나타남
- 가격이 100만원인 냉장고를 구매할 때 환경친화적인 냉장고를 구매하기 위해서 15.4% 정도를 더 지불할 의사가 있으며 1,500만원인 자동차를 구매할 때에는 8.6%를 더 지불할 의사를 보이는 것으로 나타남
- 청정휘발유와 마찬가지로 냉장고도 '97년의 9.3%에 비해 1.6 배 이상 증가한 경향을 보여 청정냉장고를 구매하기 위한 추가 지불의사가 매우 높아지는 추세임

<그림 10> 환경친화적인 제품을 구매하기 위해 추가로 지불 가능한 비용에 대한 우리 국민의 지불의사 변화



주: 휘발유는 리터당 1,200원, 냉장고는 100만원, 자동차는 1,500만원 구매 기준

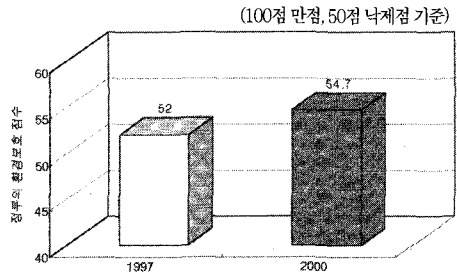
바. 환경정책

- 우리 국민들은 정부의 환경보전 수준에 대해 비판적인 견해를 보임
- 하지만 정부의 환경보전 수준은 '97년에 52.0점(100점 만점)에서 금년에는 54.7점으로 약간 상승하는 추세를 보임
- 이는 전반적으로 누적된 환경문제에 대해서 정부의 가시적인 성과가 부족하였다고 생각하는 하고 있지만 정부의 노력에 대해서는 긍정적인 평가를 보이는 변화임
- 환경보호와 경제성장 중 우리 국민은 압도적으로 환경

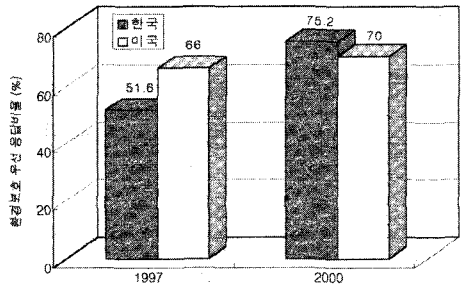
보호가 우선임을 표명함

- '97년에 환경보호가 우선이라고 응답한 비율은 51.6%이었으나 금번 조사에서는 75.2%로 급증하였음
- 이는 미국 국민의 70%가 환경보호를 우선해야 한다는 2000년 조사결과보다도 높은 수치임
- 특히 '97년도에 나타났던 주거 지역별 의식 차이가 금번 조사에서는 거의 드러나지 않아 지역에 관계없이 환경인식에 대한 공감대가 이루어짐
- 환경보호를 우선해야 한다는 비율이 '97년에는 대도시(58.3%)와 중소도시(49.8%), 읍/면(39.1%) 순으로 감소하였으나 금번 조사에서는 각각 74.7%, 76.3%, 74.4%를 기록해 차이를 보이지 않음

<그림 11> 우리 국민들이 평가한 정부의 환경보전 실천 점수 변화



<그림 12> 경제성장에 비해 환경보호가 우선이라는 한국 국민과 미국 국민들의 응답 비율 변화

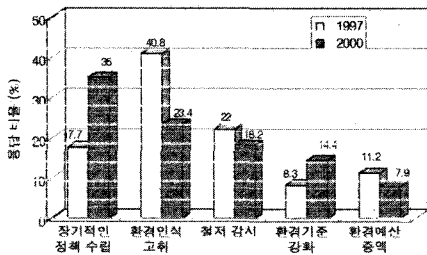


- 환경개선을 위해 정부가 우선적으로 노력해야 할 분야에 대해 '장기적인 안목과 정책 수립' (35.0%)을 지목함
- 환경개선을 위해 정부가 우선적으로 노력해야 할 분야

에 대해 '97년에는 '국민 의식 고취' (40.8%), '철저한 감시' (22%), '장기적인 안목과 정책 수립' (17.7%), '환경예산 증액' (11.2%), '환경기준 강화' (8.3%) 순이었으나 금번에는 '장기적인 안목과 정책 수립' (35.0%), '국민 의식 고취' (23.4%), '철저한 감시' (18.2%), '환경기준 강화' (14.4%), '환경예산 증액' (7.9%) 순으로 우선순위가 바뀌

- 이는 정부, 언론 등에 의한 환경정보의 공개 노력과 개인들의 환경인식 고양에 따라 정책 이해도가 높아지면서 보다 성숙된 환경의식이 반영된 결과임

<그림 13> 정부가 우선적으로 노력해야 할 분야에 대한 우리 국민들의 인식 변화



(3) 시사점

- 가. 기업이나 정부 모두 환경보호를 기초로 한 지속 가능한 개발을 혁신적으로 추진할 필요가 있음
- 우리나라 국민들의 환경인식이 매우 고양됨
 - IMF 한파를 겪었음에도 불구하고 '97년에 비해 훨씬 고양된 환경의식을 나타내었으며 경제성장보다는 환경보호를 절대적으로 지지함
- 환경보호권 확보를 위해 시민들이 적극적인 자세로 전환하고 있음
 - 최근 제주도 송악산 개발 계획을 저지하기 위해 집행 정지 가처분 신청을 내는 등 시민환경단체들의 활동범위가 확대·심화되고 있음
 - 환경친화적인 설계에 기초한 에코아파트가 호평을 받음으로서 환경권 확보를 위한 인식이 일반 국민으로까지 확대되는 경향을 보임

- 나. 수동적이고 개인의 이득을 우선하는 성향을 극복하고 환경실천도를 높이기 위해서는 인센티브 제도의 확대와 합리적이고 과학적인 정책 개발이 요구됨
- 주거지역에 소각시설이 들어서는 것을 반대하는 경향은 '97년과 마찬가지로 68%에 이르러 남비현상이 여전히 전함을 나타냄
- 강제성이 결여된 '음식물 안남기기'와 '자가용 이용자제' 등은 '97년과 비교해 실천율이 높아지지 않았으나 '음식물 찌꺼기 분리수거'나 '장바구니 이용' 등 강제성이 적용된 경우에는 실천도가 높아짐
- 그렇지만 IMF 한파에도 불구하고 합리적인 환경정책에 동조할 의사가 충분히 있는 것으로 나타나 적절한 동기가 주어지면 이를 실천에 옮길 수 있음

- 다. 그린마케팅을 확대하기 위한 정부, 기업, 언론, 교육기관 등의 노력이 확대·지속되어야 함
- 상품의 질과 가격이 같을 때 환경성이 우수한 상품으로 바뀌 구매하겠다는 비율이 79.4%이며 청정한 제품에 대해 품목별로 제품 가격의 8.6~15.4%까지 추가로 지불할 의사가 있는 것으로 나타남
- 정부가 '국민 환경의식 고취'를 위해 노력해야 한다고 응답한 비율이 '97년에 비해 낮아지기는 하였지만 여전히 국민이 지지하고 있음
- 그린마케팅을 고양할 수 있는 의식증진 활동을 통해 환경성이 최고의 상품가치로 자리매김 하게 되면 기업은 마케팅 전략으로서 기업의 환경성을 높이기 위한 제반 투자를 자발적으로 수행하게 됨 ◀