

이슈보고서

2005-131-11

EU의 Green 萬里長城 : EuP지침

2005. 9

金智煥

李起勳

삼성지구환경연구소



I. 서론

- 녹색소비주의, 환경중시 사조 등 1990년대 초반부터 논의되기 시작한 그린라운드는 제품의 환경성에 대해 관심을 집중시켰으며, 급기야 국제 무역의 경쟁 질서를 바꾸어 가고 있음.

- 특히, EU는 그동안 제품의 탄생에서 폐기까지의 수과정에서 발생하는 환경오염을 방지하기 위해 제품관련 환경규제를 실시해 왔음.
 - 전기전자폐기물의 회수 및 재활용을 의무화하는 폐가전 재활용 지침(WEEE, '05. 8月 시행), 제품內 유해물질 함유를 금지하는 유해물질 사용 금지 지침(RoHS, '06. 7月 시행), 모든 화학물질에 대한 등록, 평가, 승인을 의무화하는 화학물질 관리규정(REACH, 제정중) 등은 전세계의 환경규제에 커다란 영향을 미치면서 제품관련 환경규제를 선도하고 있음.

- 최근 가장 근본적이고, 광범위한 제품관련 환경규제로 제품 설계단계부터 친환경성을 강제하는 EuP 지침이 발효됨.

- 이로 인해 소위 「그린라운드」가 비로소 가시화되었으며, 환경을 軸으로 EU시장에 거대하게 펼쳐지고 있는 녹색의 무역장벽, 「Green 萬里長城」이 실체를 나타냄.
 - 이 지침은 자동차를 제외한 에너지를 사용하는 모든 제품은 반드시 에너지효율을 제고하고 환경을 고려한 설계(에코디자인)를 해야 만이 EU에서 유통될 수 있다고 규정함.
 - 친환경적이지 못한 제품은 시장에서 퇴출되고, "환경이 品質"인 시대가 도래함.

□ 앞으로 기업은 제품개발時 에코디자인은 물론 제품이 환경에 영향이 없다는 것을 평가하고, 입증해야 함.

□ EuP지침의 관점에서 현재 국내 전자산업은

- 일부 대기업을 제외하고는 대부분의 기업이 시스템, 인력 등 에코디자인 수행 기반이 열악함.
- 국내 환경마크의 평가항목이 EU에 비해 적어 국내에서 입증된 친환경 제품이라도 EU시장을 공략하기 위해 별도의 환경성 입증과정이 필요
 - 특히 에너지, 리사이클링, 유해물질금지와 관련하여 평가가 국제 수준에 미치지 못하고 있어 국내 기준 만으로는 대응할 수 없음.
- 에코디자인의 국제 표준화가 국내 산업에 큰 영향을 미칠 것임에도 불구하고 전략적인 대응은 미흡한 수준임.

□ 기업은 EuP 지침을 규제가 아닌 제품 개발 프로세스 혁신의 기회로서 활용해야 함. 이를 위해 국내 기업은 다음과 같은 과제를 수행해야 함.

- 첫째, 기업 內的으로
 - 에코디자인 요구사항 만족 여부를 평가하기 위한 시스템구축
 - 부품의 환경경쟁력을 높이기 위해 협력업체와의 친환경 Supply Chain을 구축함.
- 둘째, 기업 外的으로
 - 친환경제품 개발 국제표준화를 리드하고 EuP 시행규칙 제정에 능동적인 참여를 함.
 - 특히 반도체, 휴대폰, LCD 등 세계 시장을 선도하고 있는 제품은 에코디자인 표준 개발을 주도하여, 제품의 시장경쟁력(환경경쟁력)을 더욱 공고히 함.
 - 환경마케팅을 통하여 친환경 제품 시장을 확대함.

II. EuP 지침이란 무엇인가?

1. EuP 지침의 개요

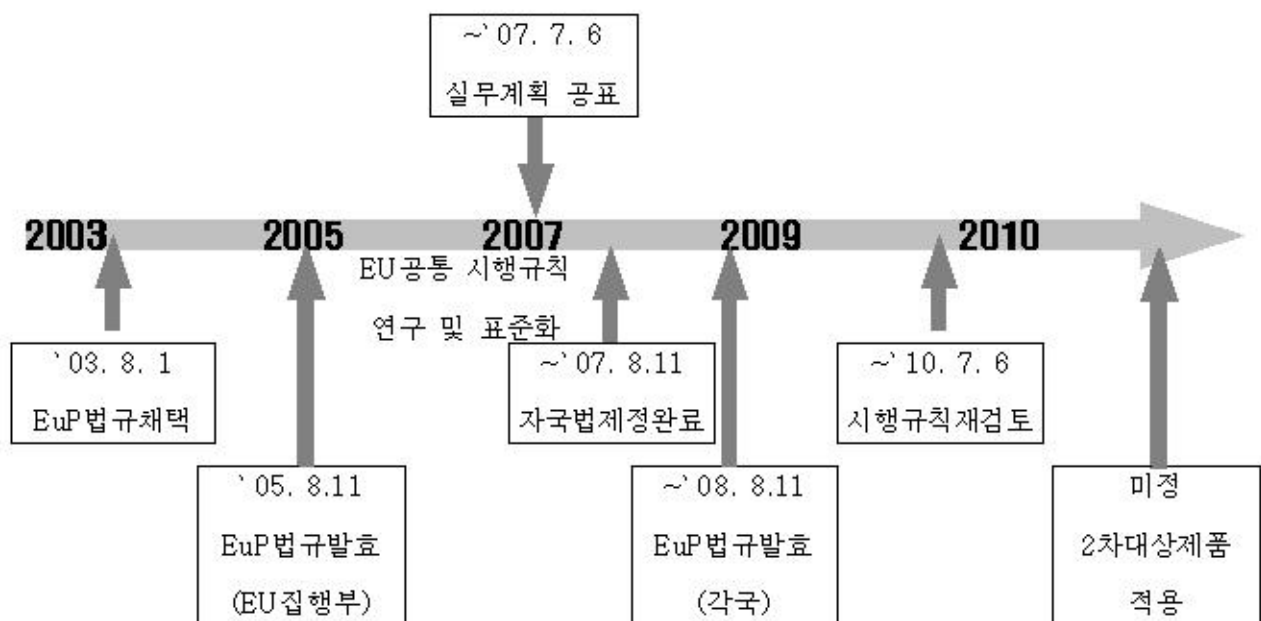
□ EuP지침은 에너지 사용제품에 대한 에코디자인 요구사항을 정립하기 위해 기본체제를 정한 EU의 법령으로서 '05. 8. 11 발효됨

- EuP 지침은 제품디자인에 관한 EEE(Electrical and Electronic Equipment, EU 환경부)지침과 에너지 효율제고에 대한 EER(Energy Efficiency Requirement, EU 산업부)지침이 통합되어 EU위원회의 검토를 거친 것

□ 이 지침은 2년內 EU 공통 시행규칙(Implementing Measures)을 공표하고 그에 따라 자국법이 제정되면, '08. 8. 11부터 적용 예상

- 제품 개발 프로세스에 에코디자인을 통합하는 것이 국내 전자산업전반에 큰 영향을 미칠 것이라는 점을 감안할 때 대응을 서둘러야 함

<그림 1> EuP지침의 진행일정



□ EuP 지침은 기본 틀만 제시할 뿐 상세 기준 등은 시행규칙에서 정하는 Framework Directive의 성격을 가짐.

- 상세 기준은 공인된 표준화 기구에서 제정하여 구체화될 예정

※ 지침에서 말하는 EuP(에너지사용제품, Energy using Product)란?

- 현재 EU내에 20만대 이상 판매, 1,000 kV 이하를 사용하는 운송제품 제외한 전제품으로서 다음과 세가지가 이에 해당

- 작동을 위해 에너지를 사용하는 제품
- 상기 에너지를 만들거나 변환 또는 측정하는 제품 (예: 보일러, Heat Pump 등)
- 시장에서 거래되고 에너지 사용제품에 합체되는 부품으로 단독으로 환경성 평가가 가능한 것 (예: 외장 HDD드라이버 등)

- 모든 전자제품은 이에 해당

2. EuP 지침의 의미

□ 에코디자인이 권고에서 의무로 전환

- 제품 개발時 에코디자인에 필요한 요건을 반드시 충족

□ 제품의 에너지 효율 향상을 통해 에너지 수급 안정성을 보장

- EU의 부족한 에너지 문제 해결을 위한 에너지 自給率 제고의 방편

- 저비용으로 온실가스를 저감하는 효과적인 실천 방안

□ 제품의 전과정 환경부하 저감을 통한 EU 생태계 보전

- EU의 빈약한 천연자원 문제 해결을 위한 자원 확보

- 절대 부족한 매립지 문제 해결

□ EU 域內 시장에서 자유로운 유통 보장

- EU시장에서 「제품 유통의 Visa」인 CE 마킹에 에코디자인과 에너지 효율을 부가
- EU회원국들간 무역장벽, 불공정 경쟁 분쟁의 소지를 에코디자인 요구 사항 만족을 통해 해소

※ EuP, RoHS, WEEE, REACH의 차이점

- REACH는 법률, EuP/RoHS/WEEE는 지침
 - REACH는 EU에서 결정되면 바로 회원국의 법률이 됨
 - EuP/RoHS/WEEE는 EU에서 결정後 회원국의 자국법 전환절차 필요
- 같은 지침이라도

WEEE는 최소 요건 + 회원국 필요시 추가적 조항 삽입 가능한 반면,

EuP/RoHS는 모든 회원국에서 같은 법령으로 적용

법적기반	EC 조약 95조	EC 조약 175조
지침	EuP, RoHS	WEEE

III. EuP 지침은 무엇을 요구하는가?

1. 에코디자인 + 에너지 효율적 제품을 만들어라 (기업)

□ 제조업체는 제품별 주요 환경측면에 대한 성과 개선을 위해 에코디자인 필요 요건(Technical Specification)을 만족하도록 제품을 설계 (제 15조, 제 5조).

2. EuP지침에 의거 EU 회원국은 자국법을 마련, 시행하라 (회원국)

□ EU 회원국은 `07. 8. 11까지 (발효後 24개월 內) 자국법 제정
 - EU집행위가 제시한 공통 시행규칙에 따라 전체 회원국은 동일한 기준을 적용한 자국법 시행
 - 시행규칙 마련을 위해 EU정부의 연구프로젝트가 현재 진행 중

<표 1> 진행중인 프로젝트

프로젝트	평가제품	주관	참여기업
MEEuP	냉장고, 청소기, 복사기, TV, PC, 에어컨	VHK	Philips, IBM, Siemens, Canon, Whirlpool, Daikin, BSHG
EPIC-ICT	PC	-	Dell, Philips, Motorola
TV ecodesign	TV	EICTA	Philips, Panasonic, SONY

<참고> VHK : 산업 제품 디자인 관련 컨설팅사 (네덜란드)

EICTA : EU정보통신기술 제조자 협회

□ 제조업체의 시행규칙 준수여부를 감독하기 위해 각 회원국들은 감독기관을 지정하여 운영

- 감독기관은 제품을 샘플링(Sampling)하여 준수여부를 검사, 감독하고,
 저이행 제품에 대해서는 시장회수 등 강제조치 실시

3. 제품의 에코디자인 평가 시스템을 구축하라 (기업)

□ 관할 운영기관의 정보 제공요청에 대응할 수 있는 시스템 구축

- 기업은 제품을 개선함으로써 에코디자인 필요 요건의 만족 여부(적합성)를 평가할 수 있게 조직, 프로세스, 성과관리 체계 등 시스템을 운영(제 8조, 부속서 IV, 부속서 V).
- 특히 기업은 제품별 관리대장 (기술문서대장)을 구비함으로써 에코디자인 시스템을 갖췄음을 입증해야 함

※ 제품별 기술문서대장 구성

- 제품 및 용도에 대한 일반적 기술
- 제조업체가 제품 설계 대안을 평가, 문서화, 결정 시 사용한 환경성 평가 연구결과 또는 환경성 평가 문헌
- 환경성 분석표 (Ecological Profile)
- 제품의 환경성 측면과 관련된 설계 요소
- 에코디자인 요구조건 만족을 위해 적용된 표준(Harmonized Standard) 목록
- 소비자에게 제공되는 제품 환경성 관련 정보의 사본 (친환경적인 사용, 폐기를 위한 정보/제품 친환경 정보)
- 제품의 친환경관련 사양에 대한 측정값과 시행규칙의 요구값을 비교한 결과

4. CE 마킹을 하고 에코디자인 제품임을 선언 하라 (기업)

- 기업은 에코디자인에 필요한 요건을 충족한 제품에 대해 CE마킹을 하고, 제품이 시행규칙을 준수하였다는 것을 대외에 선언 (제 8조, 제 5조)

※ CE마킹이란

- CE는 Conformance Europeene의 머리글자로서,
- 안전, 건강, 환경 및 소비자 보호와 관련된 제품은 CE 마킹을 의무화 (일종의 EU시장 진출을 위한 상품에 대한 Visa)
- 제조업체에게 자체 선언서 혹은 제품 인증서를 요구
- 현재 CE 마킹 적용 분야
 - 저전압 전기안전 (72/23/EEC, '97. 1. 1)
 - 전자파 양립성 (89/336/EEC, '96. 1. 1)
 - 통신단말기기 (91/263/EEC, '92. 11. 6)
 - 에너지 효율 (96/57/EEC, '00. 1. 1)

5. 제품의 환경성을 소비자에게 제공 하라 (기업)

- 기업은 친환경제품의 사용時 유의사항, 혹은 필요時 제품의 Ecological Profile 및 친환경 특성을 소비자에게 제공 (제 14조)
- 제조업체는 제품의 취급, 사용, 재활용과 관련된 정보를 제공
 - 제품의 환경측면과 관련된 제조공정 정보
 - 소비자가 비교할 수 있는 제품의 주요 환경특성 정보
 - 친환경제품의 설치, 사용, 유지보수, 폐기와 관련된 정보
 - 제품의 해체, 재활용 및 최종처리 時 필요한 정보

IV. EuP 지침의 관점에서 國內 전자산업 診斷

1. 에코디자인 역량이 있는가?

□ EU, 日本, 美國의 선진기업은 이미 에코디자인을 기업 경쟁력의 일환으로서 활용하고 있음.

- 에코디자인이 개발 프로세스에 녹아 있음
 - 에코디자인 지침서外 각 제품별 세부 지침서가 있음
- 기업 고유의 에코디자인 Tool을 개발하여 단계별 에코디자인 활동과 산출물을 파악하고 그 결과를 검토
 - Canon : 제품기획, 개발, 양산의 각 단계별 제품 환경성 평가 실시
 - SONY : 기획 및 설계 단계에서 제품 환경영향의 90%가 결정된다는 것을 전제로 하여 에코디자인에 큰 비중을 둠
 - Electrolux : 자체 인증제도를 실시, 전체 매출 및 이익에서 친환경 제품이 차지하는 비중 증대

<표 2> Electrolux의 매출 및 이익에서의 친환경제품 비중

	'98년	'02년
매출	5%	16%
이익	7%	22%

□ 친환경제품 설계를 통한 제품차별화 및 新시장 개척

- Nokia : 환경리스크저감, 비용절감, 이해관계자 만족을 위해 실시
- Intel : 親환경·보건·안전 제품을 개발하기 위해 '00년부터 에코디자인 프로그램을 도입하여 제조공정 및 제품을 개선
- Philips : 제품중량, 유해물질, 에너지소비, 재활용 및 폐기, 포장에 대한 에코디자인 전략을 적용, 생산제품의 48%가 친환경제품

- 반면, 국내 전자업체는 대기업을 중심으로 에코디자인을 도입해 왔으나, 산발적, 단타적인 적용에 그침
 - 친환경제품 개발이 규제대응을 위한 방어적인 전략 속에서 전개 중
 - 無납, 無할로겐 반도체 개발 등 극소수의 사례를 제외하고는 대부분 선진기업의 우수사례를 모방

- 중소기업은 에코디자인의 시급성을 크게 인지하지 못할 뿐 아니라 대책 마련에도 미진

2. 에코디자인 평가 시스템이 구축되어 있는가?

- EuP 지침에서는 에코디자인의 필요 요건 충족여부를 평가하기 위한 시스템 운영을 요구
 - 내부 설계 관리 시스템 구축 또는 제 3자 인증 환경경영시스템 (Environmental Management System: EMS) 구축 요구

- 선진기업은 자체 또는 제 3자 인증을 통해 전사차원에서 에코디자인 요구사항의 만족여부를 평가하는 활동을 전개
 - Philips : 제품중심의 환경경영 시스템(POEM System)을 개발·적용
 - NEC : 환경경영 시스템을 이용하여 에코디자인 관련 활동을 지원

- 우리 나라는 세계 10위의 ISO 14001 인증기업 보유국으로써 제 3자 인증을 통해 환경경영 시스템을 구축해 옴. 따라서 ISO 14001 인증취득을 통해 에코디자인 평가를 위한 기본적인 시스템을 구축해 옴.
 - 대기업은 대부분 ISO 14001 인증 취득 완료
 - 최근 중소기업의 ISO 14001 인증 취득 증가

- 그러나 取得率은 아직 저조한 실정
- 최근 6년간 인증 취득 연평균 증가율이 全世界 평균보다 낮음.
(전세계 연평균 증가율 53%, 한국 41.6%)
- 중소기업은 대기업에 비해 인증의 중요성에 대한 인식이 부족하고, 인증취득을 위한 노력과 관심이 적은 것이 주된 원인

<표 3> 전세계 ISO 14001 인증취득 현황

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	증가율
일 본	1,542	3,015	5,556	8,123	10,620	13,416	54.1%
영 국	921	1,492	2,534	2,722	2,917	5,460	42.8%
중 국	94	222	510	1,085	2,803	5,064	122.0%
스페인	164	573	600	2,064	3,228	4,860	97.0%
독 일	651	962	1,260	3,380	3,700	4,144	44.8%
미 국	291	636	1,042	1,645	2,620	3,553	64.9%
스웨덴	304	851	1,370	2,070	2,730	3,404	62.1%
이탈리아	123	243	521	1,295	2,153	3,066	90.3%
프랑스	295	462	710	1,092	1,467	2,344	51.4%
한 국	263	309	544	880	1,065	1,495	41.6%
네덜란드	341	403	784	942	1,073	1,162	27.8%
스위스	360	543	690	762	1,052	1,155	26.3%
핀란드	206	470	508	687	750	1,128	40.5%
브라질	88	165	330	350	900	1,008	62.9%
인 도	40	111	257	400	605	879	85.5%
전세계	7,887	14,106	22,897	36,765	49,449	66,070	53.0%

<자료> The ISO survey of ISO 9001-2000 and ISO 14001 Certificate, 2004

3. 국내 환경마크 제품은 국제 경쟁력이 있는가?

EuP 지침에서는 작성 중인 표준을 준수하거나 또는 제 3자 인증을 받은 제품을 에코디자인 요구사항을 만족한 제품으로 간주하고 있어, 앞으로 제품의 환경마크 취득이 활발해 질 전망

- 또한 EU 집행위는 여타 환경마크도 EU Eco-Label처럼 활용되도록 결정할 수 있어, 국가간 환경마크의 상호 인정협정이 늘어날 전망
 - 에코디자인 관련하여 시험결과 및 공통기준에 대한 상호 인정협정이 요구될 것임.

- 그러나 국내 환경마크와 EU의 EU Flower, Nordic Eco-label, 독일 Blue Angel을 비교⁴⁾한 결과 국가간 환경마크의 상호 인정협정이 용이하지 않을 것으로 판단됨.
 - 국내 환경마크의 평가항목이 EU에 비해 적어 국내에서 입증된 친환경 제품이라도 EU시장을 공략하기 위해 별도의 환경성 입증과정이 필요
 - 국내 환경마크 제품은 에너지, 리사이클링, 유해물질금지와 관련하여 평가가 국제 수준에 미치지 못하고 있어 국내 기준 만으로는 EuP에 대응할 수 없음 (표 4 참조).
 - 이에 반해 수선보장, 전기적 안전성, 소음 최소화 등 기타항목은 EU와 비슷함.
 - 국내 환경마크를 부착한 환경 경쟁력이 있는 제품의 경우 마크 평가항목을 확대하고, 부여기준을 높이지 않을 경우 친환경성을 입증하기 위한 추가적인 비용이 발생할 수 있음.

<표 4> EU와 우리나라의 전자제품별 환경마크 항목 비교

범주	TV				VCR				PC		
	EU	Nordic	독일	한국	EU	Nordic	독일	한국	Nordic	독일	한국
에너지	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1
리사이클링	5	3	5	3	5	2	5	2	9	7	4
유해물질사용금지	3	5	6	3	3	5	6	3	7	5	3
기타	3	4	3	3	3	4	2	2	6	5	5

<1> 비록 이 비교가 일부 제품 (TV, VCR, PC)을 비교한 것이고, 한 제품 군에도 다양한 성능 부차적으로 인해 1:1 비교가 용이하지 않지만 마크의 용도가 제품군별로 자국 시장에서 친환경성이 우수하다고 인정된 제품에 부착하기 때문에 이들 마크간에 비교가 각국 시장의 친환경제품에 대한 수준을 비교하는데 있어 의미가 있음.

□ 환경마크 기준간의 종합적인 비교를 통해 국내 기업의 경쟁력 제고에 효과적일 것이라고 판단되는 제품에 대해서는 과감히 국내 환경마크의 부여기준 강화함으로써 EU시장 진출을 지원하는 것이 필요

- 예를 들어 TV와 VCR의 최대 대기전력 소비량은 비교시 국내 환경마크의 부여기준이 약함.

□ 현재 국내 제품이 EuP 지침을 이행하기 위해서는 최소 5%의 제품 단가상승이 예상됨.

<표 5> TV와 VCR의 대기전력 기준 비교

제품군		프로그램	값
TV	아날로그	International Energy Star	<= 1W
	디지털		<= 3W
		GEEA	<= 1W
		한국	<= 3W
	EU, Nordic	<= 1W	
TV/VCR 콤보		International Energy Star	<= 6W
		GEEA	<= 2.5W
		한국	<= 4W
TV/DVD, TV/DVD/VCR 콤보		에너지스타	<= 4W
		한국	<= 4W

참고 : GEEA (Groups for Energy Efficient Appliances)는 스위스, 독일 등 유럽 9개국이 운영하는 대기전력 감소를 위한 에너지절약 보급 프로그램으로 대상품목으로는 PC, 모니터, TV 등 19개임.

<자료> 환경마크협회, 2002

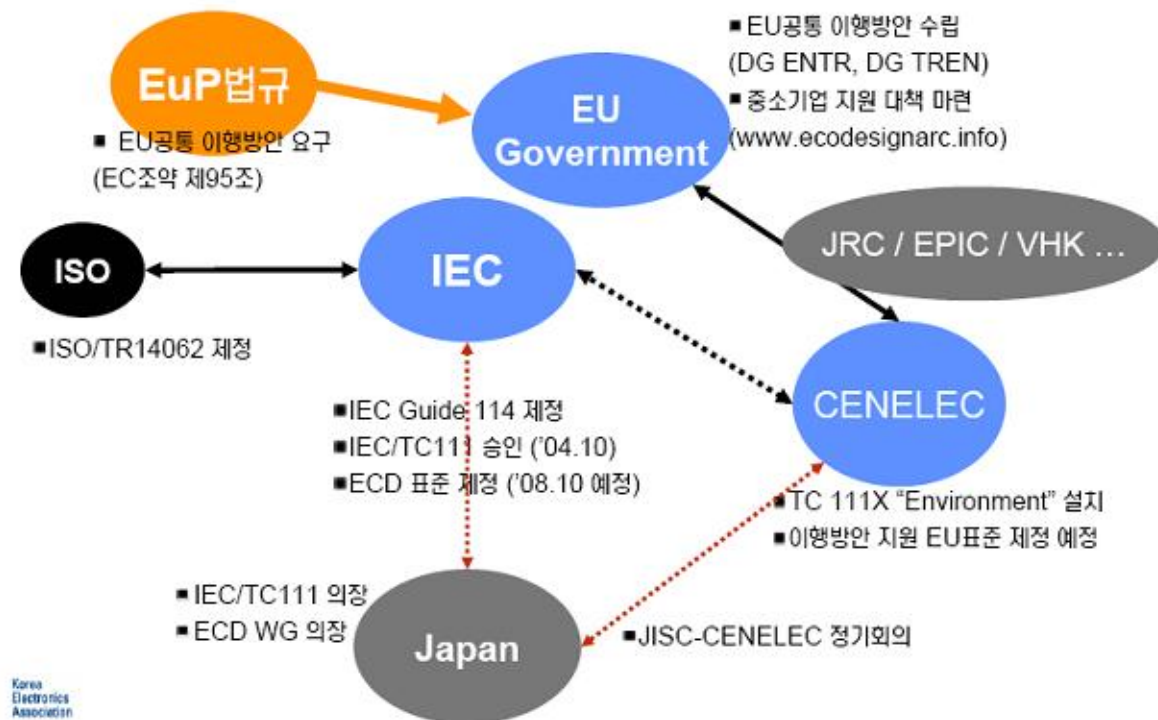
4. EuP 지침 시행규칙 및 표준화 작업 미치는 국내 기업의 영향력은 ?

□ EU 위원회는 시행규칙 마련을 위해 기업들의 Best Practice를 적극 활용할 계획

- 이를 위해 선진기업들은 자사의 Best Practice를 공격적으로 소개하고, 시행규칙 마련에 자사의 의견이 반영될 수 있도록 노력 중

- 또한 현재 국제전자표준회의(International Electrotechnical Commission: IEC)의 기술위원회 (Technical Committee: TC)에서 전기 전자제품 및 시스템의 표준화를 준비 중인데, 기업의 전문가들이 자국의 이익을 대변하기 위해 적극적인 참여를 하고 있음.
- 국제표준에 자국표준을 반영하여 국제표준제정으로 인한 자국 산업계의 충격을 최소화하는 목적
 - 전기전자제품 및 시스템 표준화 기술위원회 의장은 Fujitsu에서 맡음
 - 에코디자인 표준제정 담당 작업반 (WG 2)의 의장은 Hitachi에서 맡음.

<그림 2> EuP 지침 시행규칙 수립관련 국제 네트워크



<자료> 한국전자산업진흥회, 2005

- 이와 관련하여 일본은 日本工業標準調査會(Japan Industrial Standards Committee: JISC, 경제산업성의 공업표준화법 관련 심의회)를 통해 일본의 경쟁 우위 부분(예: 제품별 Eco-profile작성 등)이 국제 표준으로 되도록 총력을 기울이고 있음.
 - 친환경제품 개발에 대한 표준제정을 담당하고 있는 歐洲전기표준화위원회(European Committee for Electrotechnical Standard: CENELEC)와 정례회의를 개최
 - IEC국제표준과 일본국가표준 연계 방침에 따라 日本家電製品協會를 중심으로 소비자 정보를 제공

- 반면, 우리 나라는 에코디자인의 국제 표준화가 국내 산업에 큰 영향을 미칠 것임에도 불구하고 전략적인 대응은 미흡한 수준임.
 - 최근 기술표준원을 중심으로 EU 환경규제 대응을 위한 民官 협력의 장을 구축하기 시작함

<표 6> 기술표준원의 친환경제품 개발 관련 업무분장(案)

구분	목표	내용	지원기관
에코디자인	EuP	-전과정 환경성 고려 -에코디자인	전자산업진흥회
유해물질	RoHS	-무납접합 기술컨설팅 -무납접합 신뢰성평가	전자부품연구원
유해물질 관리시스템		-유해물질관리 DB -친환경 공동선언	전자산업진흥회
시험인증		-분석방법 표준화 -시험, 인증	기술표준원 산업기술시험원
리사이클링	WEEE	-리사이클링센터 확보	전자산업진흥회

V. 국내 전자업체의 과제

1. EuP 지침을 제품 및 시스템 혁신의 기회로 활용(원칙)

□ 기업은 친환경제품 개발이 전세계 전자산업의 주된 흐름이라는 것을 인식하고 EuP 지침을 규제가 아닌 에코디자인 중심의 제품개발 프로세스 혁신을 이루는 기회로서 활용하는 것이 국내 전자산업이 에코디자인 역량을 갖추는 시발점이 될 것임.

□ 일본의 경우 EuP 지침에 대한 대응 전략으로 일본의 新경쟁력 및 부가가치의 원천으로 하기 위해 적극적 정책개발을 도모하기로 하고, 에너지 및 환경정책을 추진한 것이 좋은 시사점이라고 할 수 있음.

2. 제품의 에코디자인 평가 시스템 구축(內的)

□ 기업은 에코디자인에 필요한 요건을 충족했는지 평가하기 위한 시스템을 구축하고 지속적인 정보수집을 통해 시스템을 개선해야 함

- 전과정(Life Cycle) 환경영향 평가 파라미터를 활용 제품평가가 필요
- 환경영향 평가 파라미터의 예

- 제품의 중량 및 부피
- 대기, 수계, 토양배출물량
- 재활용 활동으로 인한 물질의 사용
- 에너지, 물, 기타자원의 소비량
- 유해물질 사용량
- 사용 중 필요한 소모품의 양과 특성
- 재사용 및 재활용 용이성
- 중고부품의 결합
- 제품수명연장
- 폐기물 양, 유해폐기물 양

- 또한 환경경영 시스템을 구축함으로써 전사적인 경영활동에서 에코디자인을 통합시켜 관리해야 함
 - 특히 환경경영 시스템 구축이 미진한 중소기업의 경우 ISO 14001 인증 획득을 위한 경영진의 관심, 전사적 노력이 필요

3. EuP 시행규칙 제정 및 에코디자인 국제표준화에 능동적 참여(外的)

- EuP 지침은 에코디자인을 의무화하기 위한 일련의 밑그림임. 따라서 앞으로 이 밑그림에 어떠한 색이 칠해지는가에 따라 기업에게는 규제도 될 수도 있고 기회도 될 수 있음.
- 친환경제품 개발 국제표준화 작업에 국내 전자업체가 적극적으로 참여하는 것은 직접 이해당사자인 기업에게 기업이 개발하고 사용하고 있는 기준을 국제 표준화에 반영함으로써 국제 표준 제정에 따른 영향을 최소화하기 위한 중요한 기회임
 - 특히 우리 나라가 세계 전자산업을 선도하고 있는 반도체, TFT/LCD, 휴대폰 등은 제품의 시장경쟁력 (환경경쟁력)을 더욱 공고히 하기 위해 에코디자인 국제 표준 개발을 주도해야 함.
 - 이와 관련하여 현재 추진중인 民官 공동대응이 실효를 거두기 위해서는 기업과 기업, 기업과 기관 간의 입장과 역량의 差가 현격하다는 점을 고려하여 각 참여 주체의 적극적인 참여를 이끌어 내고, 참여에 따른 실질적인 이득을 담보할 수 있는 제도적인 뒷받침이 필요
- 또한 EuP 시행규칙에 포함될 대부분 제품의 에코디자인 기준이 현재 준비 중이기 때문에 국내 기업은 자사의 Best Practice를 적극 소개함으로써 EuP 지침의 시행기준이 역시 국내 기업에 유리하게 정해질 수 있도록 해야 함.

- 일본의 경우 기업의 전문가를 日本工業標準調査會에 파견하여 표준화 업무에 기여할 수 있도록 하는 점 등은 국내 기업에 시사하는 바가 큼

4. 협력업체와의 친환경 Supply Chain 구축(內的)

- EuP지침의 파장은 특히 자금, 인력, 정보 등에서 에코디자인 수행에 어려움을 느끼고 있는 국내 중소기업에게 큰 영향을 미칠 것으로 전망
- 대기업은 우수한 협력회사를 확보하고 있다는 것이 중요한 경쟁 요소라는 점을 인식하고, 협력회사의 환경경영 시스템 구축 및 친환경 부품 공급을 위한 지원에 보다 적극적이어야 함.
 - 환경부문의 협력회사 지원은 기업의 책임(Corporate Responsibility) 측면에서 중요한 과제이며,
 - 협력회사의 경쟁력 향상을 통한 상호 Win-win의 기업의 가치창출이 가능한 일련의 블루오션 (Blue Ocean) 전략임.
- 현재 중소기업 지원은 친환경 공급망관리, 업계 공동대응, 정부의 지원 제도 등이 있으며 대기업은 이들 지원 프로그램에 중심에 있음
 - 대기업 : 협력회사 대상 ISO 14001 인증 지원
 - 정 부 : 청정생산기술 이전확산사업, 청정기술개발자금 지원, 친환경 공급망구축 사업지원, 중소기업 무연솔더링 공정기술개발 지원, 유해물질 분석법 표준화사업 지원 등
 - 기 관 : 유해물질관리시스템 개발, 중소기업대상 친환경 순회교육

5. 환경 마케팅을 통한 친환경 제품 시장을 확대(外的)

- 선진기업의 에코디자인 마케팅은 환경보고서, 웹사이트 (홈페이지), 매스미디어, 환경라벨링을 활용함.
 - 환경보고서는 소비자들에게 친환경적인 기업의 이미지를 전달하는 중요한 통로임.
 - 환경 웹사이트 역시 소비자에 대한 기업의 친환경적 이미지 구축에 중대한 기여를 하고 있음.
 - 대중 미디어를 이용한 에코디자인 마케팅 활동은 일종의 對국민 계몽, 계도활동으로 친환경제품의 소비를 촉진하기 위해 매우 어떠한 제도적 장치 보다도 커다란 효과를 볼 수 있음
 - 환경마크를 통한 마케팅 활동은 국내에서 대부분의 가전제품이 대상이 됨. 현재 환경마크 부착은 비 부착제품에 대한 비교우위 보다는 당연히 부착되어야 하는 요식행위로 바뀌어 가고 있음.

- 이러한 활동은 정부차원의 노력도 중요하지만 기업 스스로 소비자에게 적극적으로 다가가 친환경제품의 개발과 홍보를 통해서 소비자의 인식을 전환해야 함.

<참고문헌>

1. The ISO Survey of ISO 9001:2000 and ISO 14001 Certificates, ISO, 2004
2. 유럽연합 에코디자인법규(EuP지침) 분석, 전자산업환경규제대응 전문위원회, 2005. 8. 18
3. 전자산업국제환경규제대응현황, 산자부 디지털전자산업과, 2005. 4
4. Development of Common Core Criteria, EDF, JEA, TEI, KELA, 2004. 7
5. EuP 지침 및 친환경제품설계 대응전략, 전기전자제품 환경규제 및 표준화동향 세미나, 이견모, 2005. 8. 26
6. 국제환경규제와 중기의 대응, 이감열, 디지털타임스, 2005. 8. 1

목차

I. 서론.....	1
II. EuP 지침이란 무엇인가?.....	3
III. EuP 지침은 무엇을 요구하는가?.....	6
IV. EuP 지침의 관점에서 국내 전자산업 診斷.....	9
V. 국내 전자업체의 과제.....	16