|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **(재)환경재단** | **보도자료** | www.greenfund.org **02-2011-4300** |
| ***함께 지키는 아시아, 아시아의 그린허브. 환경재단, 그린리더와 세상을 바꿉니다.*** |
| **배포일시** | **2021년 9월 17일 (금요일)** | **총 매수** | **총 2매** |
| **배포부서** | 그린커뮤니케이션 | 부장 임지은 02-2011-4399, 선임PD 박진희 02-2011-4350 |
| **작성부서** | 그린커뮤니케이션 | 부장 임지은 02-2011-4399, 선임PD 박진희 02-2011-4350 |
| **보도일시** | **즉시 보도 가능합니다.** |

|  |
| --- |
| **환경재단, 닐슨코리아와** **추석 맞이 친환경 소비에 대한 일반 국민 조사 발표****□ 국민의 91.7%, 기후위기의 심각성 체감****□ 친환경 소비를 해야 하는 가장 큰 이유, '탄소 배출량을 줄여 기후위기 대응'****□ 친환경 소비가 어려운 이유, ‘일반소비보다 불편해서’** |

환경재단(이사장 최열)이 글로벌 통합 정보 분석 기업 닐슨IQ코리아와 함께 추석을 맞아 '친환경 소비에 대한 일반국민 조사'를 17일 발표했다.

'친환경 소비에 대한 일반국민 조사' 발표에 따르면 전체의 91.7%가 현재 기후위기 심각성을 체감하고 있으며, 이러한 기후변화가 나의 소비와 상관이 있다고 인식하는 비율도 71.7%로 높게 나타났다. 기후변화와 나의 소비와의 상관성은 남성보다는 여성, 젊은 층 보다는 고연령층에서 높았다.

친환경 소비를 해야 하는 이유로는 △'탄소 배출량을 줄여 기후위기에 대응하기 위해서'(40.5%), △'쓰레기로 인한 토양오염이나 해양오염 등 환경오염을 줄이기 위해서'(38.4%)라고 인식했다

응답자의 55.1%가 친환경 소비를 선호하고 있었으며 실천에 있어서도 자신의 소비 중 절반 이상을 친환경 소비로 한다는 응답이 58.3%로 나타나, 친환경적 소비에 대한 인식이 실천으로도 이어지고 있는 것으로 파악되었다. 친환경적 소비는 연령대가 높을수록, 기혼이며 자녀가 많을수록 빈도가 높았다.

그러나 아직 친환경 소비에 대해 유보적이거나 부정적인 생각을 하는 응답자가 44.9%였으며, 친환경 소비를 거의 하지 못한다는 비율도 14.9%로 나타나, 친환경 소비에 대한 인식 강화가 지속적으로 필요한 것으로 파악되었다.

친환경 소비가 중요함에도 실천하지 못하는 전반적인 이유로는 '친환경 소비를 하는 과정이나 방식이 일반소비보다 불편해서'(32.4%)였으나, 실제 친환경 소비를 하는 사람들의 경우에는 불편성 보다는 비용 부담에 대한 이슈를 제기했다.

가장 시급한 친환경 소비 방식으로 '과대 포장과 같은 제품 포장 자체 축소'(47.1%)를 가장 많이 꼽았으나, 20대의 경우 '음식 배달 시 포장구매 용기 등을 축소'(23.7%)를 보다 시급하게 생각했다.

환경재단은 '친환경 소비에 대한 일반 국민 조사'를 바탕으로 친환경적으로 명절을 보내는 방안들을 제시했다. 실천방안에는 △장 볼 때 장바구니와 에코백 사용하기 △과대 포장 된 명절 선물 사지않기 △성묘 갈 때 일회용품 사용 줄이기 등 이번 명절은 시민들의 환경위기 문제 인식과 탄소 중립 생활 실천 확산으로 더욱 풍요로운 한가위가 될 것을 기대한다.

한편, 환경재단은 2002년 설립된 최초의 환경 전문 공익재단으로 시민사회와 정부, 기업과 손잡고 기후•환경 문제 해결을 주도하는 아시아의 그린허브다. ‘그린리더가 세상을 바꿉니다.’라는 슬로건으로 환경운동가와 시민•환경단체를 지원하고, 기업과 기관의 ESG 경영과 그린 CSR 활동을 촉진하는 프로그램을 운영하고 있다. www.greenfund.org

<끝>

**◆ 첨부**

1. 환경재단 친환경소비에 대한 인식조사
