

글로벌 디자인 인사이드

Vol_2 그린 산업동향과 지속가능 디자인 적용 | _2010.2

Global Design Insight 2010

본 보고서는 지식경제부에서 시행한 디자인기반구축사업 중 디자인전략정보개발사업의 결과물입니다.

주관기관 : 한국디자인진흥원 전략연구실

참여기관 : (주)와이즈유엑스 글로벌

본 보고서의 내용은 한국디자인진흥원이 운영하는 디자인디비(designdb.com)사이트에서 다운로드 받으실 수 있습니다.

목차

1. 21세기 글로벌 메가 트렌드 ‘그린’

1.1. 그린 산업과 그린 디자인의 개념

1.1.1. 그린 산업의 배경과 개념

1.1.2. 그린 디자인 개념

-지속가능 디자인 · 에코 디자인

1.2. 글로벌 그린 산업 육성 정책 동향

1.3. 그린 산업동향과 소비자층의 변화

1.4. 지속가능 디자인을 위한 기업동향

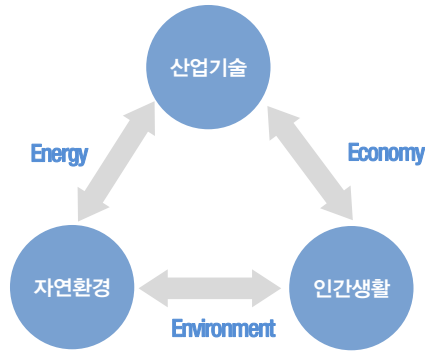
1. 21세기 글로벌 메가 트렌드 ‘그린’

1.1. 그린 산업과 그린 디자인의 개념

1.1.1. 그린 산업의 배경과 개념

세계 기후 변화와 자원 제약에 따른 에너지 고갈에 대한 위기가 확산되면서 각국에서 온실가스 감축, 신 재생 에너지 시장 등 그린 시장이 급격히 성장하고 있음

▪ 경제 성장과 환경 문제 해결이 양립할 수 없다는 낡은 논리는 사라지고, 환경 문제가 산업 정책과 국가 경영, 경제 성장의 중점과제로 부각되며 3E(Economy, Energy, Environment) 이슈가 등장함



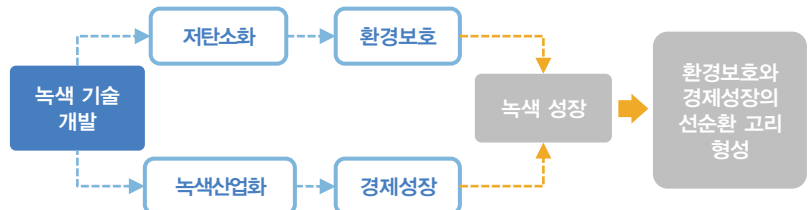
[그림 1] 3E 개념의 환경을 위한 삼각구도 / 출처 : 산업생산에 따른 환경친화적 디자인 개발에 관한 연구, 곽희준

▪ 3E 개념은 경제, 에너지, 환경이 서로 맞물려 있기 때문에 아무리 우수한 산업 기술도 환경에 적합해야 하고, 기술 · 인간 · 자연환경이 조화를 이루어야만 지속적인 발전이 가능하다는 것임

▪ 이와 관련해 최근 각국의 신 성장산업 육성과 맞물려 환경보호를 통해 성장 능력을 확장한다는 ‘녹색성장(Green Growth)’ 개념이 신 성장 개념으로 등장함

▪ 녹색의 개념은 탄소 배출량 감소, 온실가스 배출 감소로 기후 변화에 대응한다는 ‘저탄소화’와 녹색기술, 친환경 비즈니스 관련 新시장을 창출하는 ‘녹색산업화’ 를 중점으로 함¹⁾

▪ 녹색산업은 바이오 기술(BT) 에너지기술 (ET), 나노 기술(NT), 정보기술 (IT) 수자원기술(WT), 인지과학기술 (CT), 우주공학기술 (ST) 등 다양한 기술분야의 융합을 통해 이루어지는 것으로 다양한 분야의 공동연구 개발로 시너지 창출이 중요함.



[그림 2] 디자인 산업의 패러다임 변화 / 출처 : SERI 보고서로 읽는 미래산업, 삼성경제연구소, 2009.08

1) SERI 보고서로 읽는 미래산업, 삼성경제연구소, 2009.08

녹색성장을 이루는 그린 산업은 세계 각국의 경기부양책의 일환으로 빠르게 성장해왔으며, UNEP(United Nations Environment Programme)에 따르면 2009~2012년 사이 전 세계에서 경기부양책으로 제시한 2조 5천억 달러 중 전 세계 GDP의 약 1%에 해당되는 7,500억 달러가 그린 산업에 투입될 전망이다²⁾

1.1.2. 그린 디자인 개념

지속가능 디자인 · 에코 디자인

디자인의 녹색 운동(Green Campaign for the Future)은 70년대 초반에 이미 시작된 반면 당시는 주로 이념에 그쳤으나, 디지털 기술의 발달과 더불어 최근의 ‘그린 디자인’은 전문적인 R&D를 통해 보다 구체적이고 현실 속에 적용 가능한 역할이 요구됨

그린 디자인이란 ‘기업과 디자이너들이 전 세계적인 환경 이슈에 대처 가능한 방법과 대안을 제시하는 것’에 중점을 두며, ‘제품 아이템, 소재, 기술 등을 포함한 디자인 전반의 친환경적 방향 제시뿐만 아니라 환경에 대한 사회적 책임을 지고자 하는 것’으로 볼 수 있음 (오스트리아 출신 제품 디자이너 Victor Papanek의 말 인용)³⁾

- 따라서 그린디자인은 디자인의 특정 분류가 아닌 모든 디자인에 적용되어야 할 당면 이슈이며, 단순히 마켓의 트렌디한 키워드로 인식하기 보다 기업과 디자이너의 환경을 바라보는 시각이 바뀌고 사회적 책임감이 동반되어야 비로소 그 가치 가 발휘될 수 있음.
- 이에 기업과 디자이너는 지구오염을 조장하는 기존의 제품생산 프로세스와 화학적 재료와 소재 등을 적극 개선하며, 환경보호에 기여하는 제품을 생산하고, 의도적으로 과소비를 조장해온 짧은 제품 라이프사이클을 지속 가능한 방향으로 선화하는 노력이 필요함.

에코디자인 (Eco design)

- 에코디자인은 Ecology와 design의 합성어로 기존 제품개발에 환경성을 추가로 고려한 것이다. 제품개발이나 개선 시 설계단계부터 비용, 품질 등과 동시에 환경성을 고려하여 제품의 전 과정(원료채취 및 제조, 수송, 소비, 폐기 등)에 걸친 환경부하를 최소화하면서 제품 기능과 품질 경쟁력을 높이도록 하는 환경친화적 설계기법
- 에코디자인의 특성⁴⁾으로는 첫 번째로 전과정적 접근, 즉 제품생산과 폐기까지 관련된 모든 요소를 고려하는 것, 둘째로 제품개발-과정인 환경,품질, 경제성, 시장성 등 개발단계의 과정에서 다중요소를 고려한다는 것, 셋째로 환경경영시스템을 비롯한 환경 리벨링과 환경보고서 등 홍보하는 다른 환경 활동과의 연계 등을 시스템적으로 모든 부서와 협력한다는 점을 들 수 있음
- 이러한 에코디자인을 수행함으로써 얻어지는 효과로는 궁극적으로는 제품의 환경 성을 개선시켜 지속 가능한 발전을 이룰 수 있으며, 보다 실질적인 이득은 기업차원에서는 제품설계단계에서 각국의 환경규제를 고려하여 제품을 생산함으로써 국제적인 규제에 능동적으로 대처할 수 있는 것임



[그림 3] 에코디자인의 6가지 모형 출처: <환경부>, 에코디자인 일반 지침 및 지원 S/W개발 최종 보고서, 2002

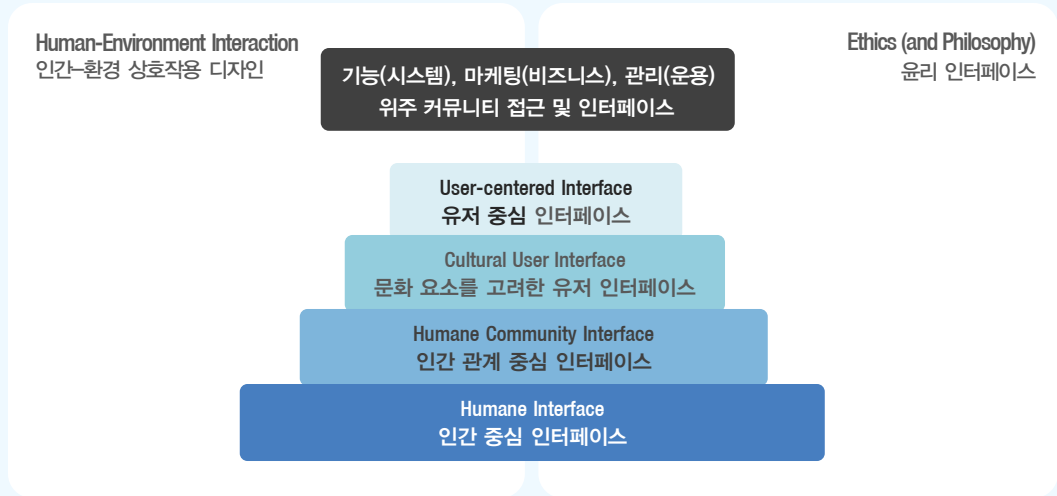
2) A Global Green New Deal, UNEP, 2009

3) Guy Julier, 20th Century Design, Thames and Hudson, 1993

4) 윤양순, <중등교육과정에서 에코디자인 교육의 필요성 및 개선방안연구>, 부경대학교대학원 석사학위논문, (2008)

지속가능 디자인 (Sustainable Design)

- 지속가능 디자인은 에코디자인에 사회성을 추가로 고려한 것으로 현재보다 미래를 내다보는, 인간과 자연의 공존을 추구하는 환경친화적 디자인이다. 1970년대 환경문제에 대한 우려로 시작된 지속가능 디자인은 도덕적, 이념적 차원을 넘어 최근엔 기업의 수익 증대 및 이미지-제고, 소비자들의 친환경제품 수요 증가 등 비즈니스 측면에서도 중요성이 증대되며 더욱 활기를 띄고 있는 추세다.



[그림 4] 지속가능 디자인 개념 / 출처 : 디자인이슈보고서, '07

1.2. 글로벌 그린 산업 육성 정책 동향

그린 산업은 저탄소 산업 구조로의 전환, Value Chain의 그린 산업화, 그린 혁신, 그린 에너지 등 국가 녹색성장정책 비전의 핵심으로, 디자인 업계에서도 틈새시장을 공략하고 새로운 트렌드를 이끌어 갈 메가 키워드로 부상함

- 이에 따라 그린 디자인은 국가 신성장 산업 및 소비자 에코 트렌드와도 맞물린 차별화 요인으로 부상함

일본은 2007년 이후 환경 파괴를 최소화하는 저 탄소 사회 달성을 위한 그린 기술 개발에 주력하고, EU는 온실가스 규제 등 강력한 환경규제를 꾀하는 등 '저 탄소' 사업을 중점으로 추진하고 있음

미국은 일본과 EU에 빼앗긴 저탄소 시장과 녹색 산업의 주도권 획득을 위해 자발적인 CO2 감축, 차세대 기술 분야에 주력하고 있음

[표 1] 세계 주요국의 그린 산업 육성 정책

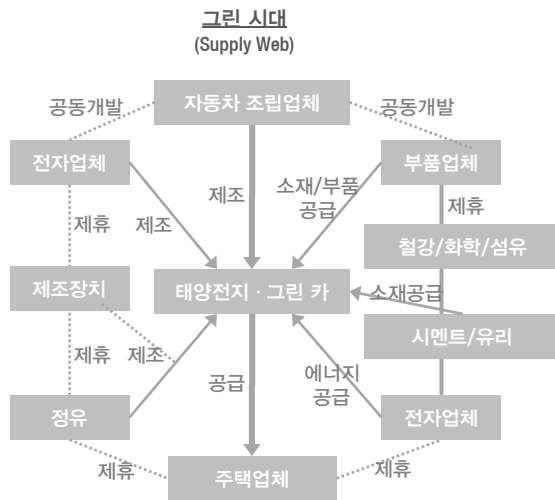
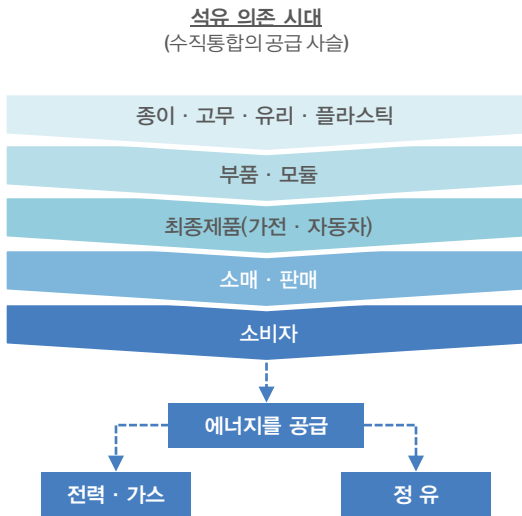
국가	주요 내용
미국	<ul style="list-style-type: none"> 2009~2010년 중 경기부양책의 일환으로 친환경 SOC투자에 290억 달러, 그린 산업 육성에 540억 달러 투자 2009~2018년 중 청정에너지, 그린 카, 그린 홈 등에 1,500 달러 투자
영국	<ul style="list-style-type: none"> 2008~2020년 중 철도, 신 재생 에너지, 전기자동차 등에 100억 파운드 투입
프랑스	<ul style="list-style-type: none"> 2007~2020년 중 철도, 에너지, 절약형 건물 등에 4,000억 유로 투자
일본	<ul style="list-style-type: none"> 2015년까지 그린 산업 시장 규모를 100조엔 수준으로 확대
한국	<ul style="list-style-type: none"> 2009~2012년 중 4대강 살리기, 녹색교통망 구축, 신 재생 에너지 등에 50조원 투자

출처 : SERI 보고서로 읽는 미래산업, 삼성경제연구소, 2009.08

1.3. 그린 산업동향과 소비자층의 변화

탈 석유 시대, 즉 그린 시대로의 산업 패러다임 변화는 아이템, 소재, 부품, 유통 등 다방면에서 새로운 가치사슬구조를 형성하며, 기존 비즈니스를 진화시키고 그린 비즈니스가 주류로 성장하는 기회를 제공함

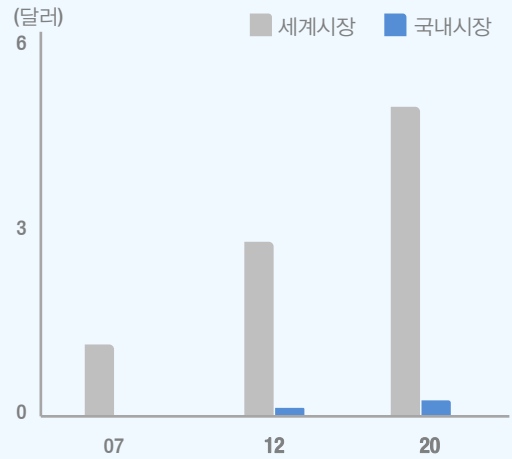
[그림 5] 그린 시대의 산업 패러다임 변화



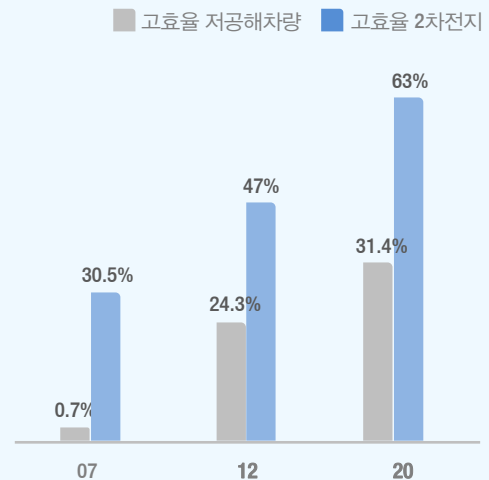
출처: 日 주간 이코노미스트, 2009.07

[그림 6] 녹색기술 산업현황 및 시장전망

- 세계시장규모: 연평균 11.5%로 성장 전망
- '07년 1.1조 → '20년 5.1조 달러
- 국내시장규모: 연평균 13.1%로 성장 전망
- '07년 290억 → '20년 1,800억 달러



- 산업의 녹색화 급진전 전망
- 고효율 저공해 차량(Hybrid, 전기, H2 등)
: '07년 0.7% → '20년 31.4%
- 고효율 2차전지(Li-ion, Redox flow)
: '07년 30.5% → '20년 63.0%



중점 추진 글로벌 그린 산업 분류

- 1 에너지 효율 산업(Energy efficiency)
- 2 지속 가능한 물 관리 산업 (Sustainable water management)
- 3 친환경 운송 산업(Sustainable mobility)
- 4 에너지 발전 및 저장 산업 (Environmentally friendly power generation and storage)
- 5 재료 산업(Material efficiency)
- 6 폐기물 관리 산업 (Waste management and recycling)

출처 : GreenTech made in Germany, 독일연방환경부, 2007

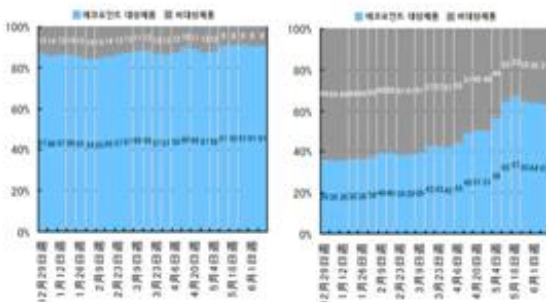
그린 시대의 산업 구조에서 가장 두드러지는 부문은 **그린 에너지와 소재로, 특히 경제적이고 효율적인 에너지 절약형 기술, 신 재생 에너지용 소재 개발 등이 주목 받고 있음**

그린 시대로의 이행으로 기술 개발 측면 외에 소비자 측면에서도 가전, 생활용품, 소비재 등 제품 선택 시 친환경적인 것을 요구하는 **'ECO Friendly' Segment가 유럽, 미국을 중심으로 확산되고 있음**

- ECO Friendly' Segment란 친환경, 웰빙을 중시하는 소비자층으로 이들은 에너지 절약이 가능한 제품이나 환경 파괴를 최소화한 소재를 사용한 제품, 또는 공정 과정이나 기업 공익 사업 등을 통해 그린 컨셉을 실현하는 기업의 제품을 선호함.

일본 에코포인트 대상제품과 비대상 제품 비중 비교

지상파 디지털 방송 대응 TV 냉장고 냉장고

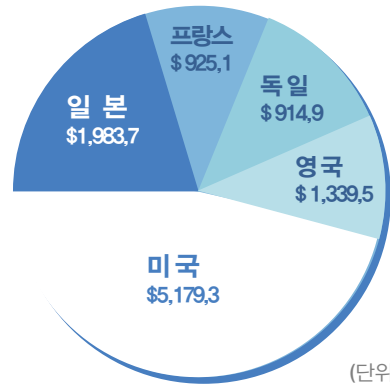


[그림 7] 친환경 가전제품의 판매비중 증가 추이
출처 : GfK Japan, 2009.06

최근에는 'ECO Friendly' (친환경) 컨셉 실현이 내수 부진 타개, 소비 유인, 신성장산업 육성을 꾀하는 국가 정책 과도 맞물려 전개되고 있음

- 실제로 시장조사기관 Deloitte社は 그린 요소를 가격, 품질과 더불어 소비자 구매의 3대 결정 요인으로, 다른 조건이 동일할 경우 이왕이면 친환경 제품을 구매하는 등 최후 의사 결정을 이끄는 3대 결정요인으로 평가함

특히, 친환경 제품 및 천연소재에 대한 니즈는 웰빙 트렌드와 함께 화장품 시장에도 큰 변화를 가져왔으며 천연화장품 시장 규모가 세계적으로 점차 증가 추세에 있음



(단위 : 백만\$)

[그림 8] 주요국의 천연화장품 시장 규모

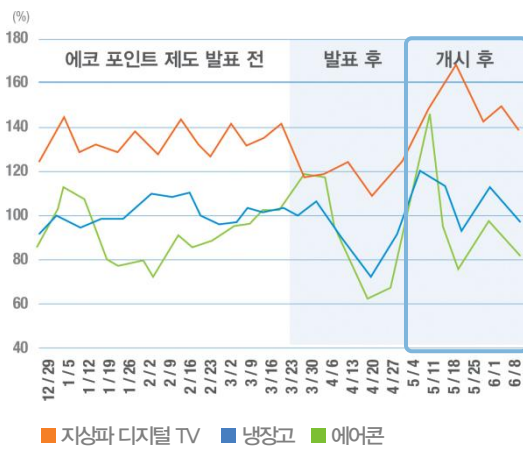
출처 : Natural Personal Care Consumers, Datamonitor, 2007

- 영국 유기농 핸드메이드 화장품 브랜드인 Lush는 무공해 소재로 만든 친환경 자연주의 재료 사용과 고체 샴푸로 제품이 부피를 줄이고, 불필요한 포장을 없앤 패키지로 전 세계적으로 인기를 얻고 있음

[그림 9] 친환경 재료사용 Lush 제품들



- 일본의 경우 정부에서 ‘에코포인트’ 제도를 도입해 가전유통대리점과의 연계로 대대적으로 친환경 가전제품 구매 확대 정책을 펼치고 있음
- 2009년 5월~2010년 3월 말까지 시행되는 에코 포인트 제도는 소비자가 탄소배출량이 적은 친환경 가전제품을 구입할 경우 정부 예산으로 구입 금액의 5%를 차후 현금처럼 사용 가능한 포인트로 환원해주는 제도임
- 이로 인해 2009년 1/4분기 0.4% 증가한 가전 매출은 에코 포인트 제도에 힘입어 2/4분기 1.8%로 성장세가 확대되었으며, 특히 박형 TV는 5월 전년대비 18.7% 증가, 6월 14.4% 증가, 냉장고는 각각 15.1%, 21.0% 증가함



[그림 10] 일본 에코포인트 제도 개시 후 판매량 변화(전년대비) / 출처 : GfK Japan, 2009.06

‘ECO Friendly’ 컨셉은 기업들이 단기적 이윤 추구에서 벗어나 기업의 사회적 책임, 지속 가능한 개발 같은 거시적이고 장기적 관점의 목표를 실현하고 소비자와 접점을 갖는 방식으로 주목 받으며, 소재에서 시작해 패키지, 브랜드, 마케팅 영역에까지 영향을 미치고 있음

1.4 최근 그린기술 동향

그린 디자인은 기본 특성상 GT (Green Technology)와 맞물려 발전될 수 밖에 없으므로 디자이너들에게는 매우 어려운 과제로 여겨질 수 있음. 하지만 전세계적으로 중점 개발되고 있는 기술분야를 제외시키고서는 그린 마켓에 진출하는 데 큰 어려움이 예상되므로 디자인분야와 접점을 이룰 수 있는 기술을 찾아서 그 활용에 대해 고민하고 시도하는 노력이 절실할 때임.

중점 개발 중인 그린 기술

- 태양광 발전 패널(일반 가정 외 타 산업 적용)
- 리튬 이온전지 (하이브리드 자동차 및 전기 자동차 용)
- 유기 재료를 활용한 태양전지
- 휴대용 필름 태양전지
- 나노 기술을 이용한 식물 원료 단열재
- 자연광을 효율적으로 이용하는 新 시스템

[표 2] 녹색기술 산업 현황 및 경쟁력 분석(국내)

구분	중점 육성 기술	기술수준	국산화율
에너지 원 기술	실리콘계태양전지기술, 개량형 경수로 기술, 고효율 수소제조 및 저장 기술 등	55	64
에너지 고효율 화기술	석탄가스화복합발전 기술, 조명용LED, 그린IT 기술 등	55	68
산업, 공 간 녹색화	고효율저공해 차량 기술, 지능형 교통, 물류 기술, 친환경 저 에너지 건축기술 등	50	53
환경보호, 자원순환 기술	기후변화 예측 및 모델링개발 기술, CO2포집, 저장, 처리기술, 대체수자원 확보기술	44	48
무공해 경제활동 기술	가상현실 기술	65	40
평균		51	57

출처 : 녹색성장위원회 및 22개관계기관 공동 발표자료.2009.06

1.4. 지속가능 디자인을 위한 기업동향

친환경 마켓과 소비자층의 확대와 함께 천연재료 사용, 생산공정의 최소화, 생분해성 포장 용기 등 윤리적 소비 트렌드가 부상하였으며, 환경 친화적인 제품의 구매 욕구와 기업의 친환경 브랜드 이미지를 중요시하는 소비자층의 니즈에 부합하는 그린 기업들이 등장하기 시작함.

Nike, The North Face, Timberland 등 시장 영향력이 큰 의류 및 패션 업계 60여개는 'ECO Friendly' 브레인스토밍 모임인 ECO 워킹그룹을 결성하고 공동 전략 수립을 논의하는 등 그린은 기업의 디자인경영 전략 키워드로 부상함

BUILDING



<Miranda Homes>

2009년 Rob Boydston이 세운 Miranda Homes라는 회사는 폐차를 사용하여 집을 지음. 폐차에서 뽑아낸 리사이클 강철로 주택의 프레임을 만드는 방식으로 짓기 때문에 건축에 소요되는 시간이 매우 짧으며 노동력도 3분의 1로 줄어듦.

FASHION



<Simple shoes>

에코인증을 받은 가죽과 스웨이드에 자연에서 얻어진 소재인 고무, 코르크, 대나무섬유를 사용하고 여기에 재활용된 플라스틱, 이너튜브, 페타이어, 종이와 실크, 면의 패브릭만을 사용하여 신발과 가방을 제작. 유행을 타지 않는 무난한 디자인.

(이미지는 women line의 2010년 2월 신상품)



<Earthkeeper>

재활용이 가능한 Earthkeeper 브랜드를 지속적으로 생산하고 있는 팀버랜드사는 기후 변화에 대응하는 'Don't Tell Us It Can't Be Done' 그린 마케팅 캠페인을 진행하며 친환경 공헌에 힘쓰고 있음

FOOD / DRINK



<Coca-cola>

2010년부터 사탕수수를 이용해 만든 친환경 플라스틱 병을 본격적으로 이용. 석유로 만드는 플라스틱병과 달리 PET 제조에 석유 대신 사탕수수를 일부 이용한다는 것이 차이점. 석유대신 사탕수수에서 나오는 에탄올을 이용하기 때문에 탄소배출량이 12~19% 감소.

또한 코카콜라는 냉각제를 기존의 수소불화탄소(HFC)에서 탄산산화물로 바꾼 환경친화적 자판기를 설치하기 시작하여 2008년부터는 기존 HCF 자판기의 사용을 완전 중단한 바 있음.



<Marks & Spencer>

2010년 2월 영국의 막스 앤 스펜서는 World Wildlife Fund (WWF)의 Seafood Charter에 참여하기로 했다고 선언. 지속가능한 수산식품 선택을 장려하고 물고기 남획에 반대하는 이 캠페인에 메이저급 유통업체에서 최초로 참가. 따라서 앞으로 막스앤스펜서는 Marine Stewardship Council (MSC)가 보유하고 있는 야생에서 잡거나 양식한 수산물을 판매하게 됨. 이 캠페인은 어부들의 생활을 돕고 특정 물고기의 멸종을 막는 효과가 있음.

FOOD / DRINK



〈Haagen dazs “Five”〉

2009년 하겐다즈는 천연 식품첨가제로만 만든 아이스크림 라인 Five를 출시. 지방의 함유를 줄이고 들어가는 재료도 우유, 크림, 설탕, 달걀, 천연향 뿐임. 파이버는 하겐다즈 전체 매출의 10%를 차지할 정도로 인기이며 재구매율도 30%에 육박.

FURNITURE / LIGHTING



〈Starbucks Korea〉

스타벅스가 2010년부터 한국 내 전 매장을 LED 조명으로 교체. LED로 교체되는 부분은 메뉴보드와 진열장 램프 등으로 각 점포별로 교체하는 진열장 램프 수는 4~5개 정도. 전국적으로 1500여 개의 램프가 필요. 2008년에는 매장 내 일반 조명을 친환경 고효율 조명으로 전량 교체한 바 있음.

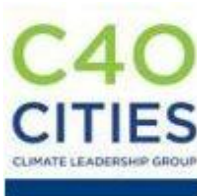
또한 스타벅스는 2010년 오픈하는 삼성역사거리점의 인테리어를 국내 폐교 마루바닥을 인테리어 마감재로 재활용하는 등 친환경 매장 설계 방식을 적용.

LIFE STYLE



〈Audi〉

아우디는 2010년 1월부터 2월 7일까지 소셜 미디어 캠페인인 Green Police를 진행. 유튜브를 통해서 진행되는 이 캠페인은 에너지를 절감하는 방법과 같은 정보를 전달함에 있어서 인터랙티브한 퀴즈를 포함하는 등 정적인 정보전달에서 탈피.



〈C40 Electric Vehicle Network〉

2009년 12월 시카고, 코펜하겐, 홍콩, 런던, 로스엔젤레스 등 14개의 주요 도시는 C40 전기차 네트워크에 합의. 여기에는 BYD, Mitsubishi Motors Corporation (MMC), Nissan, Renault의 제조업체와 Clinton Climate Initiative (CCI)도 참여.

C40 네트워크에 참여한 대도시들은 전기차와 관련된 표준 인프라를 구축. 여기에는 충전과 관련된 안정성 등의 시스템이 포함됨..



〈Greener Gadgets Design Competition〉

Greener Gadget은 그린에너지 디자인에 대한 연구를 하는 학술 세미나 협회로 세계적으로 주목받고 있는 단체. 2008년부터 미국 가전협회(CEA)와 디자인 잡지 ‘코어 77’과 함께 진행하는 컴피션으로 그린에너지를 활용한 아이디어 디자인을 선보이고 상품화를 할 수 있는 기회를 주는 것이 목적. 사이트를 통해 마음에 드는 아이디어에 투표할 수도 있음.



〈Kiehl〉

창업 이래 1세기 이상 다양한 환경 보존 운동에 참여해온 키엘은 ‘울트라 웨이셜 크림’ 패키지에 그린란드 인근 지도를 디자인해 넣고, 판매 수익금 일부를 그린란드 환경 보존에 기부하는 등의 그린 마케팅 활동을 펼침

ECO ELECTRIC HOME APPLIANCE / TECHNOLOGY



〈Honda Solar & Hydrogen Station〉

2010년 혼다는 로스엔젤레스 R&D센터에 태양열 & 수소 스테이션 프로토타입을 운영하기 시작. 야간 시간을 이용해 주차를 겸해서 8시간 정도면 충전을 완료할 수 있음.



〈E2350V〉

2010년 LG는 LED 모니터로 미국 최고 권위의 안전규격 기관 UL(Underwriters Laboratories)사로부터 세계 최초로 친환경 제품 인증(SPC; Sustainable Product Certification)을 받음. 이 상은 유해물질 사용금지, 고효율 성능, 소재, 에너지 소비, 제품 수명 연장의 용이성, 포장, 기업의 친환경 노력 및 성과 등 다양한 항목을 평가.



〈Touch wood〉

샤프, 올림푸스와 함께 'More tree(숲 살리기 프로젝트)'의 일환으로 나무소재 휴대폰 'Touch wood'를 공동으로 개발. 나무의 아름다운 나뭇결과 색상을 실현



〈Washing machine〉

세탁기 시장에서는 수질오염 물질 절감 및 정수처리 기술 발달에 따라 산요전자에서 세계최초 공기로 세탁하는 세탁기 AQUA를, 삼성전자에서 세제와 스팀 없이 물만으로 세탁이 가능한 WF448 세탁기를 선보임



〈VAIO W〉

세계 최대 환경 웹사이트인 'Environmental Graffiti'에서 2009년도를 빛낸 친환경 기업 1위에 선정된 소니는 2010년 CD와 DVD 조각을 재활용한 재생 플라스틱 소재를 활용한 '바이오W' 시리즈를 출시하며 수익금 일부를 소니 환경파트너인 세계자연보호기금에 기부하기로 하는 등, 그린기업에 앞장서고 있음

GREEN IT



〈Nintendo Wii〉

2010년 친환경 단체 그린피스가 '소비자가전전시회(CES) 2010'에서 발표한 '보다 환경 친화적 전자제품에 대한 가이드'에 따르면 닌텐도가 10점 만점에 1.4점을 받아 18개 기업 중 최하위를 기록. 이에 닌텐도는 Wii와 Dsi는 에너지 효율이 뛰어나며 제조 과정에서 위험 물질의 사용을 피하고 안전한 처리 및 재활용을 보장하고 환경에 관한 법률을 준수한다며 언론을 통해 정면 반박. 닌텐도는 2007년 그린피스의 평가에서 0점을 받고 2009년 Wii게임의 패키지를 에코패키지로 전면 교체한 바 있음. 친환경 이미지를 기업이 매우 중요하게 여감을 알 수 있는 사례.



〈IBM Eco Program〉

제품 설계 시 환경성 요건 통합을 지원하는 ECP(Environmentally Conscious Product) 프로그램과 제품의 주요 환경 영향을 추적하고 기록하는 PEP(Product Environmental Profile) system을 가동하여 제품 구성물질, 에너지 사용, 포장, 에코디자인공헌도, 배출, 재활용 및 최종처분에 관련된 정보를 관리

Global Design Insight 2010

기획 / 지식경제부, 한국디자인진흥원

연구 / (주)와이즈유엑스 글로벌
서울특별시 서초구 잠원동 23-3
(T) 02-3442-4198 (F) 02-3471-3361

사업 총괄책임 윤다연

연구책임 정미라 책임 연구원
연구참여 정훈실 선임 연구원
문영곤 연구원
엄혜미 사원

발행인 / 김현태

발행처 / 한국디자인진흥원
경기도 성남시 분당구 야탑동 344-1 코리아디자인센터
(T) 031-780-2035 (F) 031-780-2040

총괄책임 김혜찬
실무책임 손동범
발간진행 조동천
이은선
유영선
박미주
신성은

본 보고서의 내용은 필자의 주관적인 의견이며 활용의 책임은 이용자들에게 있습니다.

Copyright © WiseUX Global Co., Ltd. 2010 All rights reserved

글로벌 디자인 인사이트

Vol_2 **그린 산업동향과 지속가능 디자인 적용 | 2010.2**

본 보고서는 지식경제부에서 시행한 디자인기반구축사업 중 디자인전략정보개발사업의 결과물입니다.
본 보고서의 내용은 한국디자인진흥원이 운영하는 designdb.com에서 다운로드 받으실 수 있습니다.