

미 행정부의 환경규제 강화와 미 기업의 기후변화 대응 동향



CONTENTS



목 차



요 약 / 1

I. 미 기업의 기후변화 대응을 이끄는 요인 / 3

II. 미 기업의 기후변화 대응 동향 / 8

III. 우리기업에의 시사점 / 13

첨부 1. 미 기업 기후변화 대응 대표적 사례 / 16

첨부 2. 미 기후변화 법안 세부 내용 / 21

요 약

1. 미 기업의 기후변화 대응을 이끄는 요인

□ 정부의 환경규제 증가와 녹색구매 지원 정책 실시

- 오바마 정부에서 환경 이슈가 정책의 중심으로 부상
 - 환경규제 적극 도입

규제	내용	비고
포괄적 기후변화 법안	· 배출권 거래제 도입 · 온실가스 배출 상한선 책정 - 2005년 배출량 기준 '20년 17%, '50년 83% 감축	· 온실가스 배출 상한선을 명시한 최초의 법안
자동차 연비규제	· 기업평균 연비를 2016년까지 35.5mpg로 상향 조정	· 2007년 신에너지법에 명시된 기한(2020년)을 4년 앞당김

- 녹색구매 지원 정책 실시
 - 중고차 보상판매 지원, 폐가전제품 교체 시 리베이트 지불

□ 녹색 소비자 및 투자가의 성장

- 환경에 대한 관심 증가로 녹색 소비 확산
 - * 미 소비자 1,087명의 44%, 경기 침체에도 녹색 제품을 지속적으로 구매하겠다고 밝힘
- 기업에 대한 투자결정에서도 녹색기업인지 여부가 중요 기준으로 등장
 - * 녹색 기업에 집중 투자하는 자금 규모가 41조 달러에 달함

2. 미 기업의 기후변화 대응 동향 : BE GREEN, BUY GREEN, SELL GREEN

□ 조직 내부의 녹색화 추진(BE GREEN)

- 회사 차량의 친환경화, 건물 친환경화, 공정 친환경화를 통한 탄소 배출 감축 및 에너지 사용 절약
 - 포드, 공정을 간소화하고 도색시간을 획기적으로 감축한 페인트 도색 기술로 연간 6천 톤의 탄소배출 절감

☐ 녹색구매 강화(BUY GREEN)

- 녹색 구매를 통해 기업 전체의 에너지 사용 및 탄소배출 절감 추진
 - * S&P 500 기업 중 230개 기업 탄소배출의 81%가 공급사슬에서 기인
- 특히 그린 IT 아웃소싱의 성장이 두드러짐
- IBM, 납품기업의 녹색화 달성 정도를 관리해주는 컨설팅 서비스 개시

☐ 제품의 친환경화(SELL GREEN)

- 친환경 제품 비중 확대
 - GE, 에코매지네이션 제품이 '08년 기준 전체 제품의 1/3
 - 월마트, 친환경 제품 판매를 위해 6만 납품업체의 환경등급 평가 계획 발표(2009.7)
- 신규 핵심 친환경 사업 개척
 - 어플라이드 머티리얼, 반도체 장비에서 태양광 전지 장비 시장 진출
 - IBM, 친환경 컨설팅 시장 진출 확대

3. 우리기업에의 시사점

☐ 저탄소 시대, 녹색기업이 우위 차지

- 녹색기업은 탄소 및 에너지 비용 절감이 가능하고 친환경 제품 판매 증가에 따른 수익 확대 가능

☐ 미국 기업의 친환경 전략, 경비 절감과 이익 증대를 목표로 구체화

- 비용 절감을 위해 친환경 납품 업체 발굴 노력이 가속화 될 것
- 또한 친환경 제품 개발 가속화로 친환경 제품 시장에서 경쟁이 치열해질 전망

☐ 우리 기업도 저탄소 시대 대비 위한 중장기 전략 필요

- 녹색 경영을 통한 탄소 배출 감축 및 운영비용 절감, 제품의 친환경화, 지속적 기술수준 향상 노력이 요구됨

I

미 기업의 기후변화 대응을 이끄는 요인

1. 정부의 환경규제 증가로 인한 압박

□ 오바마 정부의 기후변화 정책 방향, 적극적 대응으로 선회

○ 親기업적 성향의 부시 정부 시절 소극적 대응에서 벗어나 **환경 이슈를 정책의 중심으로 부각시킴**

- 이에 따라 국제적으로도 포스트 교토체제 논의 등 다자간 환경 협정에서 미국의 역할 강화 전망

○ 녹색 산업 투자 확대로 **미래 성장 동력 및 에너지 안보 확보**

- 녹색산업 인프라 확대를 통해 일자리 창출 등 경제 효과 기대

· 당선자 시절, 향후 10년간 녹색 에너지에 1,500억 달러 투자 통한 500만 개 일자리 창출 계획을 제시

· 2009. 2월, 941억불에 달하는 대규모 녹색산업 투자 계획을 포함한 경기부양법안(ARRA : American Recovery and Reinvestment Act) 발표

- 동시에 재생 에너지 및 에너지 효율개선 투자로 중동과 베네수엘라에 대한 원유 수입 의존도를 줄이고 에너지 안보도 확보할 계획

□ 오바마 정부의 주요 환경규제 내용

■ 포괄적 기후변화 법안¹⁾ 하원 통과

○ 7표 차이로 하원 통과

- 찬성 219표(민주당 210표/공화당 8표), 반대 212표(민주당 44표/공화당 168표)로 통과(6.29)

1) 정식 명칭은 미국청정에너지안보법(The American Clean Energy and Security Act of 2009), 일명 Waxman-Markey 법이라고 함

○ 배출권 거래제 도입을 통한 온실가스 배출 상한선 책정

- 발전소, 공장, 정유시설 등으로부터 방출되는 이산화탄소 등 7가지 온실가스²⁾의 기준치 이상 배출 금지
- 배출권 거래제를 통해 온실가스 배출을 2005년 온실가스 배출량 기준 2020년까지 17%, 2050년까지 83% 감축

☞ 현재 작성 중인 상원 버전의 기후변화 법 초안에서는 온실가스 배출을 2020년까지 2005년 배출량 기준 20% 감축하도록 강화할 가능성도 제기되고 있음

⇒ 동 법안으로 설립될 미 탄소시장은 '20년 거래규모가 EU ETS의 2배인 1조 달러에 달하는 세계 최대 탄소시장이 될 것으로 분석됨³⁾

◆ 탄소시장 도입 시 톤당 탄소배출권 가격에 대한 기관별 전망

- ▶ 환경청(EPA) : \$16(2020년)
- ▶ 에너지 정보위원회(EIA) : \$32(2020년)
- ▶ 의회 예산국(CBO) : \$15(2011년), \$26(2019년)
- ▶ 전미 제조업협회(National Association of Manufacturers) : \$61(2020년)

○ 재생에너지를 통한 전력 생산 비중 확대

- 전력 회사는 재생에너지를 통한 전력 생산을 2012년 6%에서 2021년 20%까지 확대해야 함

○ 2020년부터 온실가스 배출 규제를 하지 않는 국가의 제품에 대해 국경 조정세 (관세) 도입을 규정, 찬반 논란을 일으키고 있음

2) 이산화탄소, 메탄, 일산화질소, 수소불화탄소, 과불화탄소, 육불화황, 삼불화질소

3) New Carbon Finance

◆ 국경 조정조치 도입에 대한 찬반양론

- ▶ 반대 : 미상공회의소, 전미무역협회 등 관련협회는 녹색무역전쟁에 대한 우려를 표명하며 반대
- ▶ 찬성 : 공화당 및 일부 제조업 집중 주 출신 민주당 의원은 탄소누출로 인한 미국 제조업 타격 보호를 위해 국경세 부과방침 고수

○ 2010년 중 최종 법안 통과 전망

- 2009년 9월 28일까지 환경 및 공공위원회 등 6개 위원회에서 상원 버전의 기후변화 법안 초안을 작성해야 하는데, 최종 통과일정 및 내용은 아직 불투명함
- 상원에서의 법안 통과는 업계 및 소비자에게 전가되는 비용을 우려하는 공화당 및 일부 민주당 의원의 반대가 심한 상황이어서 하원보다 더 어려울 것으로 우려됨
- 상원에서 법안이 통과된 이후에도 하원 법안과의 조율, 양원에서 조율된 법안의 통과, 대통령 비준을 거쳐야 하기 때문에 이 과정에서 법안 내용도 상당 부분 수정될 소지가 커서 최종 법안 통과는 내년 중이나 가능할 전망

◆ 기후변화 법안이 소비자 및 업계에 미치는 영향에 대한 연구결과

- ▶ 환경청(EPA) : 법안 발효 시 소비자에게 추가 비용(연간 \$80-\$111) 야기
- ▶ 의회예산국(CBO) : 법안 발효 시 소비자에게 추가 비용(연간 \$175) 야기
- ▶ 에너지 정보위원회(EIA) : 2030년까지 전기세 20% 상승 가능
- ▶ 전미 제조업협회 : 2030년까지 미국 GDP 1.8%~2.4% 감소
 - 특히 제조업(5.3%~6.5%), 금속 제품(23%~29%)의 피해가 큼
- ▶ PEW Center
 - 톤당 탄소 가격이 \$15일 경우 에너지 집약산업의 연간 생산량 1%가 수입제품으로 대체되는 등 제조업에 미치는 영향이 미미

2 자동차 연비규제 강화 및 배기가스 감축 의무화

- 2016년 까지 기업평균 연비(CAFE) 기준을 35.5mpg(15.08km/ℓ)로 상향 조정하고 배기가스 배출량을 250g/mile(156.25g/km)로 규제(5.19)
- 기존 2007년 신에너지법에 명시된 기한(2020년)을 4년 앞당긴 급진적 조치로, 저탄소 경제 구축을 위한 행정부의 의지를 표명한 중요한 정책

〈강화된 미국 자동차 연비 기준〉

차종	2009년 연비기준	2016년 연비 기준
승용차	27.5마일/1갤런(11.7km/1ℓ)	39마일/1갤런(16.6km/1ℓ)
경트럭	23.1마일/1갤런(9.8km/1ℓ)	30마일/1갤런(12.8km/1ℓ)

자료 : 미 교통부

3 온실가스 위해성 판단(Endangerment finding) 발표

- 미 환경청(EPA)은 이산화탄소 등 온실가스(CO₂, CH₄, NO, PFCs, HFCs, SF₆)가 공중의 보건과 복지에 위해하다는 판단을 9월 중 공식 발표 계획
- 위해성 판단이 공식 발표되면 환경청은 의회의 기후변화 법안 통과 여부에 상관없이 청정대기법(Clean Air Act)에 의거하여 온실가스를 규제할 수 있음

□ 오바마 정부의 주요 녹색구매 지원 정책

- 중고차 보상판매 지원(Cash-for-Clunkers)
 - 7월 1일 이후 연비 18mpg 이상 신차 구입 시, 차종 연비에 따라 3,500~4,500불을 지원. 7월 24일부터 보상을 시작, 예상치 못한 과수요로 당초 기한인 9월 7일보다 이른 8월 24일에 조기 마감됨
- 폐가전제품 교체에도 리베이트 지불
 - 경기 부양 예산 사업의 일환으로 올해 10월부터 실시. 구형 전자제품을 절전형으로 교체 시, 50~200불의 리베이트 제공

2. 녹색 소비자 및 투자가의 성장으로 인한 압박

□ 환경에 대한 관심 증대로 녹색 소비 확산

- 소비자 구매 패턴은 기업의 제품 개발 및 판매의 중요한 기준으로, 녹색 구매 증가는 기업의 친환경 정책 추진의 주요 원인으로 작용

◆ 녹색 구매 및 녹색 소비자 성장 사례

- 환경전문 조사기관인 Cone Consumer Environmental이 2009년 1월 미국 성인 1,087명을 대상으로 실시한 설문조사 결과에 따르면 응답자의 44%가 경기 침체에도 녹색 제품을 지속적으로 구매하겠다고 밝힘
- 또한 응답자의 35%는 작년보다 올해 녹색 제품에 대한 관심이 증가했다고 답변하였으며, 70%는 기업의 친환경 조치에 관심을 가지고 있다고 함

□ 녹색 투자가의 성장

- 기업에 대한 투자가의 투자 결정에 있어서도 녹색 기업인지 여부가 중요한 기준으로 등장
 - CDP⁴⁾에 따르면 녹색 기업에 집중 투자하는 자금 규모가 41조 달러에 달할 정도임
- 기업 경영 중 핵심 영역으로 등장한 친환경 정책
 - IBM이 224개 기업의 CEO를 대상으로 2009년에 실시한 설문조사결과, 응답자의 60%가 환경보호를 중심으로 한 기업의 사회적 책임(CSR) 문제의 중요성이 작년보다 증가했다고 답변
 - 맥킨지가 1,453개의 기업의 CEO를 대상으로 한 설문조사 결과에서는 응답자의 약 50%가 환경 이슈를 기업의 3대 핵심 분야로 지목

4) Carbon Disclosure Project. 전 세계 금융기관이 2000년 자발적으로 설립한 조직이자 프로젝트 이름임. 기후변화와 관련된 기업의 책임과 위험을 조사하여 기업 관리에 반영하고자 하는 프로젝트로 기업에 기후변화 대응에 대한 질문서를 송부하고 그 현황을 투자자에게 공개하는 제도

II

미 기업의 기후변화 대응 동향

1. 조직 내부의 녹색화 추진(BE GREEN)⁵⁾

□ 공정의 친환경화

- 포드(Ford)는 젖은 상태에서도 덧칠이 가능한 도색 기술(3-Wet paint technology)을 개발, 공정 간소화를 통해 연간 6,000 톤의 탄소배출을 줄임

□ 건물의 친환경화

- 인텔, 2001년부터 에너지 절감형 조명으로의 교체, 에어 컨디셔닝 및 환기 시스템 개선 등에 2천 3백만 불을 투자하여 에너지 비용 5천만 불을 절감하였고, 5억 kWh에 달하는 전력을 절약함
- 힐튼 호텔은 본사 건물에 그린 빌딩 인증인 LEED(Leadership in Energy and Environmental Design)를 받아 호텔계의 그린화 선도

□ 생산 및 유통 네트워크의 분산을 통한 탄소 배출 감축

- Seventh Generation⁶⁾, 소매업계로의 유통 거리를 48% 감축시켜 운송비용을 절감하고, 매출액 대비 수송 부문 탄소배출도 2년 전보다 24% 줄임

□ 회사 차량의 친환경화를 통한 에너지 절약 및 탄소배출 감축에 역점

- AT&T⁷⁾는 에너지 절감을 위하여 2019년까지 5억 6천만 달러를 투자하여 15,000대에 달하는 운송 트럭 중 전기 트럭 비중을 늘릴 계획

5) BE GREEN, BUY GREEN, SELL GREEN은 미국 오피스 디포의 친환경 전략이기도 함

6) 친환경 세제 및 세정용품 제조기업

7) 미국 통신회사

2. 녹색 구매 강화(BUY GREEN)

□ 친환경성, 납품업체 선정의 기준으로 부상

- 기업별 완제품 생산을 위한 전체 에너지 사용 및 탄소 배출량 중 아웃소싱 부문이 차지하는 비중이 높은 것으로 드러남
 - 비영리 조사기관 NSF가 S&P 500 기업 중 230개 기업의 탄소 배출 원인을 조사한 결과, 전체 배출의 81%가 아웃소싱에서 발생⁸⁾
 - 이 중 12%는 전력 공급업체, 24%는 1차 공급업체, 45%는 그 밖의 공급업체로부터 발생
- 탄소 배출이 곧 비용으로 연결되는 상황에서, 친환경 기업으로부터의 구매는 탄소구매 비용과 에너지 비용 절약을 통해 비용 절감에 기여하므로 친환경 구매 강화 전망
 - 미국 1,338개 바이어의 98%, 납품업체의 친환경 전략(green strategy)이 향후 2년 내 납품업체 선정의 주요 요소로 작용할 것이라고 응답⁹⁾

□ 친환경 제품에서 친환경 전력까지 다양한 분야에서 친환경 구매

- 제품 뿐 아니라 전력, BPO¹⁰⁾, 컨설팅 서비스 등에서 녹색구매 강화
 - 유통업계에서는 친환경 제품 판매를 위한 녹색제품 구매 선도
- 특히 그린 IT 아웃소싱의 성장이 두드러짐
 - 1,338개 기업을 대상으로 구매 동향을 조사한 The black book of outsourcing에 따르면, IT 제품 구매 시 녹색 기준이 중요하게 작용
 - 그린 IT 아웃소싱은 기업의 경기 침체기 비용 절감 노력, 에너지 비용 상승, 전산화 수요 증가 등과 맞물려 지속 확대 예상

8) NSF International, Carbon Emissions-Measuring the Risk, 2009.7

9) Brown & Wilson, The Black book of Outsourcing 2009

10) Business Process Outsourcing

☞ IT 제품 주요 아웃소싱 대상인 인도계 미국 현지 기업은 그린 IT 데이터 센터, 유해 IT 쓰레기 절감 등 그린 옵션을 활용하여 매출 확대에 주력

〈친환경 구매 관련 사례〉

기업	친환경 구매 관련 내용
인텔	• 총 구매 전력의 48%인 13억 kWh를 친환경 전력에서 구입 • 미 환경청이 지난 7월 발표한 Fortune 500 Challenge¹¹⁾에서 최고 녹색에너지 구매 기업으로 선정됨
김벌리 클락	• 그린피스의 산림인증(FSC : Forest Stewardship Council)을 취득한 티슈 원단 구매 비중을 늘려 2011년 말까지 전체 제품을 FSC 인증 제품 또는 재생용지로 생산할 계획
DELL	• 주요 납품업체에게 탄소배출 자료 요구 • 자료를 바탕으로 탄소배출 삭감을 위해 납품업체와 공동으로 노력
IBM	• 지속가능한 성장을 위한 납품기업 관리 컨설팅 서비스 개시('09.4)
CDP	• 납품기업의 탄소축적을 측정하려는 프로그램(Supply Chain Leadership Program)에 HP, P&G, L'Oreal, Pepsi 등 기업이 참가

11) 포춘 500대 기업의 연간 재생에너지 구매 순위 리스트

3. 제품의 친환경화(SELL GREEN)

□ 친환경 제품 비중 확대

- 친환경 의식 확산 및 에너지 비용 상승에 따른 소비자의 녹색구매 증가, 정부의 녹색 구매 유도는 친환경 제품 증가의 유인으로 작용
 - 특히 자동차 3사는 연비규제 강화에 대응하여 친환경 차량 비중 확대
- 월마트의 납품업체 환경 등급 평가 결정에서 보듯이 유통업체는 친환경 구매를 통한 친환경 제품 판매 비중 확대를 적극 시도 중

〈친환경 제품 비중 확대 사례〉

기업	친환경 제품 비중 확대
GE	• 에코매지네이션(Ecomagination) 제품 포트폴리오 지속 확충 • 2008년 기준 에코매지네이션 제품은 전체 제품의 1/3인 80개에 달함
DELL	• Energy Star 5.0 인증을 모든 제품에 획득할 계획
캐터필러 ¹²⁾	• 하이브리드 중장비 출시로 건설경기 침체에 따른 위기 극복 추진
GM	• 전기자동차 볼트(Volt)를 2010년부터 양산하고 고연비 차량 비율을 2012년 70%, 2014년 80%까지 확대할 계획
포드	• Fusion과 Escape 외에 새로운 하이브리드 모델을 출시할 계획이며, 연비 효율이 10%~20% 높은 EcoBoost 엔진 생산을 시작
크라이슬러	• '10년 Jeep Wrangler, Town and Country 미니밴의 하이브리드 모델 출시
월마트	• 약 6만개에 달하는 납품 업체의 환경 등급을 매기기로 결정(2009.7) • 월마트의 계획에 Costco, Target, Kroger 등 대형유통업체도 월마트와 동참할 가능성이 높아 유통업체 전반으로 확산될 수 있음
오피스 디포	• 친환경 제품 카탈로그인 그린 북 품목 수를 '03년 1,200개에서 '08년 3,000개로 2.5배 확대

12) 세계 최대 중장비 제조기업

□ 신규 핵심 친환경 사업 개척

○ 핵심 사업 영역을 환경 및 재생 에너지 산업으로 확장

- 반도체 장비에서 태양광 전지 장비에 진출한 어플라이드 머티리얼¹³⁾, 곡물 생산에 더해 바이오 연료 및 바이오 플라스틱 생산 기업으로 변신하고 있는 카길¹⁴⁾이 대표적 예

〈신규 핵심 친환경 사업 개척〉

기업	신규 핵심 친환경 사업 개척
어플라이드 머티리얼	• 반도체 장비 생산 기술을 활용, 지속 성장이 예상되는 태양광 전지 장비시장 진출(2006.9) • 총 매출에서 태양광 부문이 차지하는 비중 상승 중 • 리서치 기관인 Risk Metrics Group이 선정한 10대 최고 녹색 기업 중 하나로 선정됨
3M	• 접착제, 방수제 등 소재 산업을 기반으로 2008년 재생에너지 부문(Renewable Energy Division)을 신설하여 재생에너지 사업 진출 • 풍력 발전기의 소재를 제공하며 새로운 시장 창출 기회로 활용 중
엑슨모빌	• 2003년 그린피스 선정 최악의 환경오염 주범이나, 미세 조류를 기반으로 한 바이오 연료 개발 투자 가속화하며 녹색기업으로 변신 시도
Cargill ¹⁴⁾	• 곡물생산을 기반으로 바이오 연료에 10억불을 투자하여 미국 4대 바이오 연료 생산자로 거듭남 • 자회사 NatureWorks를 통해 분해 가능한 바이오 플라스틱까지 사업영역을 확장함
IBM	• 기존 식스 시그마(6 sigma) 경영 혁신 기법에 친환경 경영을 접목한 그린 시그마 프로젝트¹⁵⁾로 친환경 컨설팅 시장에도 진출 • 최근 친환경 공급 사슬 관리 컨설팅 서비스를 통해 시장 확대에 박차

13) 세계 최대 반도체 장비 제조기업

14) 미 최대 농축산품 생산 기업

15) 기업의 경영효율 향상과 비용 절감 등을 실현하기 위해 사업을 분석하고 개선하는 비즈니스 기법인 '린 식스 시그마(Lean Six Sigma)'를 기반으로 탄소 배출량과 물의 이용 상황을 파악, 탄소 배출량, 에너지 사용량 및 물 사용량을 줄이고 결과적으로 관련 경비 절감을 도모하는 서비스

III

우리 기업에의 시사점

□ 저탄소 시대, 녹색 기업이 경쟁력 우위 차지

- 오바마 행정부가 기후변화 문제에 대해 적극적 대응으로 전환하면서 탄소 배출권 거래제 도입이 추진되는 등 환경 규제가 증가하고 있음
 - 또한 폐가전제품 교체지원 정책 등을 통해 소비자의 녹색구매 유도
- 환경 의식이 높아진 녹색 소비자의 성장도 기업의 녹색화를 촉진
- 이에 따라 친환경 전략을 통해 **녹색화에 성공한 기업일수록 경쟁에서 유리한 입지를 차지할 것**
 - 조직 내부의 녹색화와 녹색 구매 강화로 탄소 및 에너지 비용을 절감할 수 있을 뿐 아니라, 제품의 친환경적 차별화에 따른 녹색 제품 판매 증가로 수익 확대가 가능
 - 2008년 GE의 에코매지네이션 제품 판매 수익, 전년 대비 21% 증가

☞ NCF International은 탄소배출로 지불하는 비용이 큰 기업일수록 제품 가격에 탄소 비용을 전가하기가 쉽고, 이에 따른 제품 가격 상승은 시장 점유율 감소로 이어질 것이라고 분석

□ 미국 기업의 친환경 전략, 경비절감과 이익 증대를 목표로 구체화

- 미 기업은 친환경 기업으로의 이미지 구축을 위한 녹색화 추진에서 한 발 더 나아가 실질적 경비절감과 이익 증대를 목표로 친환경 전략을 구체화하여 새로운 성장 기회를 환경에서 찾고 있음

◆ 미 기업의 녹색화 추진 동기(2009년 조사 결과)¹⁶⁾

- 에너지 비용 상승 : 97%(2008년에는 89%)
- 기업 홍보 : 64%(2008년에는 81%)
- 고객의 요구 : 31%(2008년에는 47%)
- 새로운 사업기회 발굴 : 24%(2008년에는 14%)

□ 미 기업의 녹색화, 우리 기업에게 위기이자 기회

- 향후 친환경 납품 업체 발굴 노력이 가속화될 전망
 - 기업 녹색소비자의 성장으로 친환경 납품업체로부터의 구매는 더욱 증가하고, 반대의 경우는 시장 상실 우려
 - 특히 에너지 비용 상승에 따른 그린 IT 아웃소싱 성장이 두드러짐
- 친환경 제품 소매 시장에서의 경쟁도 치열해질 전망
 - 친환경 시장이 확대되는 한편, 미 기업의 친환경 제품 개발 가속화로 경쟁이 심해질 전망
 - 특히 북미 그린 IT 시장은 2008년 약 1억 5천만 달러에서 2013년에는 약 21억 달러로 증가, 세계 최대의 시장으로 부상 전망¹⁷⁾
 - 월마트는 지난 7월 납품업체의 환경 등급을 평가하기로 하였으며, 이러한 움직임은 타겟 등 다른 대형 소매 유통업체로 확대될 전망

□ 저탄소 시대를 대비하기 위한 중장기 전략 필요

- 녹색 경영 통한 탄소배출 감축 및 운영비용 절감
 - 부문별 탄소 배출 수준을 측정, 이를 바탕으로 탄소 절감 가능 기회를 발굴해야 함. 즉, 에너지 절약 대책 수립, 산업 공정 효율화 및 각종 산업 쓰레기 감축 등을 통해 탄소배출을 줄여나가야 함

16) Brown & Wilson, 2009 Green Outsourcing Survey, 1338개 기업을 대상으로 실시한 설문조사 결과

17) Forrester Research

- 일례로 월마트는 매장 운영비 절감을 위해 조명을 LED로 교체하고, 매장 지붕에 태양광 발전 시설을 설치하고 있음
- 친환경 제품 개발은 필수
 - 환경에 미치는 영향을 최소화하고 에너지를 절감할 수 있도록 연구개발
 - 제품의 친환경성에 대한 신뢰 제고를 위해 Energy Star 등 각종 녹색 인증 취득도 필요
- 지속적 기술수준 향상 노력
 - 자사 소속 산업 분야의 기술 변화 동향에 주의를 기울이고 장기적 관점에서 꾸준한 R&D를 통해 선도 기술 개발

[첨부 1] 미 기업의 기후변화 대응 대표적 사례

1 Walmart

☐ 2005년부터 “환경 지킴이(Good steward for the environment)” 표방

- 2005. 10월, 친환경 대책 ‘지속가능한 성장 360(Sustainability 360)’ 발표
 - 환경 정책의 3대 목표 : ① 재생에너지 사용 비율을 100%로 높이기 ② 쓰레기 발생률은 제로로 낮추기 ③ 친환경 제품을 판매하기
- 이후 3대 목표 달성을 위한 다양한 조치가 추진 됨
 - 이러한 노력에 힘입어 매출액 단위당 탄소 배출은 지속 감소
 - 1백만 불 판매 당 탄소 배출량 : ('06) 58톤 → ('07) 55톤 → ('08) 53톤

☐ 재생 에너지 사용 비율 확대를 위한 노력

- 지붕에 태양광 발전 시스템 설치
 - 2009년 4월 캘리포니아 소재 18개 매장 및 2개의 물류 창고에 태양광 발전 시스템을 설치한 데 이어, 추가로 20개 매장에 설치 중
 - 푸에르토리코에서도 5개의 매장에 시스템을 설치 중

☐ 쓰레기 발생률 낮추기 위한 녹색 포장(Green Packaging Initiative)

- 납품업체 대상 포장 점수제(Packaging Scorecard) 실시
 - 2008년 2월부터 녹색 포장 점수를 업체선정의 주요 기준으로 적용
 - 2009년 3월, 납품업체 포장 점수제 확대 실시 발표

○ 자체 포장 전시회 개최

- 납품업체와 포장업체 및 구매 담당 바이어간에 우수 녹색 포장에 대한 이해를 높이기 위한 네트워킹 채널을 마련

☞ 녹색 포장 트렌드, Target, JC Penney 등 다양한 유통 기업으로 확산 추세

□ 친환경 제품 판매를 위해 “환경등급 평가제(Sustainability Index)” 도입¹⁸⁾, 전 세계 6만여 납품 기업과 타 유통기업의 녹색화를 선도

○ 6만 납품 기업의 환경등급 평가 및 제품별 환경 등급 부여 계획

- 환경등급 표준 마련을 위해 대학, 연구소, 경쟁 유통기업(Costco, Target, Kroger) 등으로 구성된 환경 컨소시엄(Sustainability Consortium) 구축
- 공급업체에 제품 생산에 소요된 환경비용 관련 15개 질문을 송부하여 답변을 받아, 월마트 판매 제품에 대한 환경 DB 및 매트릭스 구축
- 환경 DB 및 매트릭스를 바탕으로 소비자가 이해할 수 있도록 월마트가 판매하는 모든 제품별 환경등급(green rating) 부여 계획

☞ 주요 질문 내용은 온실가스 배출량 및 감축 계획 추진 여부, 폐기물 축소 노력, 환경관련 사내 규정 존재 여부, 탄소정보 공개 프로젝트(CDP)¹⁹⁾ 참여 여부 등

○ 미 제조업체와 소매업체에 큰 파장을 가져올 획기적 조치

- 다른 소매유통 기업에게도 확산될 가능성이 높음
- 소매업체에서 환경등급이 높은 제품에 더 큰 매장면적을 부여할 가능성이 높아 경쟁이 치열해진 전망
- ⇒ 환경등급이 뛰어난 녹색 제품은 미국 시장 진출 확대를 위한 새로운 기회를 맞을 수 있을 것

18) 2009.7.16 월마트 보도자료(Walmart announces sustainable product index), 환경등급 평가제 도입을 위한 1단계 조치로 납품업체에게 15개 질문에 대한 답변서를 10월 1일까지 제출토록 요구했으나, 구체적 환경등급 평가제 도입 시기는 미발표

- 한편 제조업계에서는 탄소배출 절감을 위해 제품 생산 계획을 전반적으로 다시 짜야 하므로 비용 인상(1%~3%) 우려

☞ Target에 저가의류를 납품하는 Loomstate 관계자는 이번 조치로 원사업체에서 원단업체로, 원단업체에서 의류업체로 탄소 감축 비용이 이전되어 소매가격이 상승할 것이라고 밝힘

2 GE

□ 친환경 사업전략 Ecomagination으로 녹색 기업으로 탈바꿈

- Ecomagination은 2005년부터 시작된 GE의 친환경 사업 전략으로 새로운 시장 창출이라기보다는 기존 제품을 친환경적으로 개선하여 경쟁력을 높임으로써 해당 제품의 시장을 확대하고자 하는 전략²⁰⁾
 - 2008년 에코매지네이션 제품 및 서비스 판매 수익은 전년대비 21% 증가하여 170억 불에 달할 정도로 성공적임
 - 이에 더해 GE는 이 분야 투자액을 2008년 14억불에서 2010년에는 15억불로 늘릴 계획
- 2000년 기준 미국 4대 대기오염 주범²¹⁾이었던 GE가 친환경 기업으로 탈바꿈하는 계기 제공

□ 확대일로에 있는 GE의 친환경 제품군

- 새로운 사업영역으로 스마트 그리드에 대한 투자를 강화해 옴
 - 스마트 그리드에 대한 투자는 미 정부의 적극적 지원에 힘입어 3~4년 내에 40억불에 달하는 수익을 가져올 전망

20) 삼성지구환경연구소, 기후변화가 비즈니스를 바꾼다

21) Political Economy Research Institute

- 지난 7월, '제로 에너지 가정(Zero Energy Home)' 구상 발표
 - 제로 에너지 가정은 스마트 그리드로 연결된 에너지 효율제품, 에너지 관리제품, 에너지 발전·저장 제품을 통해 에너지 사용을 효율화한 가정
- 하이테크 배터리 생산에 1억불 투자 계획 발표
 - 철도, 해상용, 광산용, 통신용, 유틸리티용으로 모두 사용가능한 高 에너지 집적 나트륨 배터리 등 하이테크 배터리 생산으로 배터리 기술의 전환점을 만들 계획

□ 온실가스 배출량, 획기적으로 감축

- GE는 에너지 절감 조명 및 엔진, 태양광 패널 등 자사의 에코매지네이션 제품으로 운영 과정 등의 에너지 효율성을 높여 '04년 대비 온실가스 배출을 41% 감축
 - 1백만 불 판매 당 탄소 배출량 : ('04) 60.58 톤→ ('08) 35.58톤

3 Applied Materials

□ 반도체 장비에서 태양광 전지 장비 시장으로 진출

- 세계 최대 반도체 장비 생산기업인 어플라이드 머티리얼은 2006년 9월 태양광 전지 장비 시장으로 진출 선언
 - 이는 경제 불황으로 반도체 제조기업의 판매와 수익 감소에 따른 것
- 어플라이드 머티리얼의 전체 매출액 중 태양광 부문이 차지하는 비중은 매년 빠르게 증가하는 추세
 - 2006년 2.4%에서 2008년에는 11.2%까지 상승

□ 태양광 전지 장비의 선도 기업으로 자리매김

- 태양광 관련 제품은 기존 핵심 사업인 평면 패널과 반도체 장비에서 쌓아온 경험과 기술을 활용할 수 있는 영역
- M&A를 통한 사업영역 확장
 - 어플라이드 필름 인수 이후에도 세계 최대 태양광 및 반도체용 웨이퍼 절단 공구 기업인 HCT Shaping System을 인수하는 등 사업영역을 확장함

4 Cargill

□ 농축산품 굴지의 기업, 바이오 연료, 바이오 플라스틱으로 친환경 사업 진출

- 곡물, 축산품, 가공 식품 등 농축산품을 취급하며 세계 식품 시장을 좌지우지하는 미국 최대 비상장 회사(Private Company)로 최근 주요 생산품인 곡물 등을 기반으로 바이오 연료 등 친환경 사업 진출을 추진 중
- 미국 4대 바이오 연료 생산 기업으로 부상
 - 바이오 연료에 대한 미국 정부의 정책적 지원 등과 맞물려 바이오 연료 생산에 10억 불을 투자, 대표적 바이오 연료 생산기업으로 자리매김
- 축사의 메탄가스 및 축산 쓰레기로부터 바이오 가스 생산
 - 카길에서 설비를 지원한 한 목장에서는 축산 쓰레기에서 8천 가구에 공급하기에 충분한 2.4 MWh의 전력 생산
- 환경오염의 주범인 플라스틱을 대체할 바이오 플라스틱 산업에서도 두각
 - 2001년 일본 Teijin과의 합작을 통해 설립된 자회사 NatureWorks에서 카길의 주종품인 옥수수를 활용, 100% 재생 가능한 고성능 플라스틱을 대량 생산

[첨부 2] 기후변화 법안 세부 내용

기후변화법안은 ① 청정에너지 ② 에너지 효율성 ③ 지구온난화 오염방지 ④ 청정 에너지 경제로의 전환 ⑤ 농·산림관련 업종의 총 5개의 장(章)으로 구성

1 제1장 청정에너지

□ 개요

- 재생전력 및 효율성에 대한 연방기준, 신규 화력발전소 운영기준 등이 포함된 탄소 포집 및 저장기술, 전기자동차 기반시설 및 R&D지원 등에 대한 청정 운송, 州에너지환경개발계정(State Energy and Environment Development (SEED) Account), 스마트 그리드 개발확대 지원방안 등에 대해 규정함

□ 재생 에너지

- 전력생산업체들은 재생에너지 사용 및 에너지 효율개선을 통해, 2012년 전력수요의 6%를 시작으로 2014년 9.5%, 2016년 13%, 2018년 16.5%, 2020년부터는 20%를 재생에너지로 충당해야 함
- 재생에너지에는 풍력, 태양열, 지열, 바이오매스 및 매립지가스, 수력, 해양 및 유체동력학(hydrokinetic) 재생에너지가 포함됨

□ 청정 운송수단

- 전기자동차 및 배터리 기술개발과 대규모 자동차 전화(electrification) 프로젝트를 위한 펀드 프로그램 조성함

□ 州에너지 환경개발 계정

- 재생에너지와 에너지 효율화 프로그램 지원을 위하여 각 주정부에 배분된 배출허용권 거래관련 과정을 관리하기 위해 주(州)차원의 공통된 계정인 州에너지환경개발(SEED)계정을 창설하도록 함

☐ 스마트 그리드

- 스마트 그리드를 연방 라벨링 프로그램으로 편입하는 방안을 포함, 개발 및 확대 지원하는 방안 수립함.

2 제2장 에너지효율성

☐ 개요

- 건축물, 조명 및 가전기기, 운·수송 에너지, 산업에너지 효율성 프로그램 등에 대한 조항이 포함됨

☐ 건축물 에너지 효율성 프로그램

- 2010년 30%, 2016년 50%까지 상향된 에너지효율성 확보를 목표로 하는 건축물 관련 법안 수립이 가능토록 에너지보존생산법(Energy Conservation and Production Act)을 개정토록 함
 - 건축물 에너지 효율성 제고를 위한 건물 리모델링(retrofit) 프로그램, 건물 에너지효율성능 라벨 프로그램을 실시함
 - 에너지효율화 주택(Energy Efficient manufactured home) 프로그램을 통해 1976년 이전에 건축된 주택을 소유한 저소득층 가구를 대상으로 에너지스타(Energy Star) 인증을 받은 신규주택구입시, 최대 7,500불 한도의 리베이트를 제공함

☐ 조명 및 전자제품 효율성 프로그램

- 新에너지효율 기준을 제정하고, 워터센스(WaterSense)²²⁾ 프로그램 및 新물효율(Water-efficiency) 구매 의무사항, 리베이트, 라벨링 프로그램을 창설하도록 함

22) 미 환경청의 물 사용 효율과 관련된 인증

□ 운·수송 효율성 프로그램

- ‘자동차 성능기준’ 제정, 운·수송 수단 배출가스 감축 목표를 위한 전략적인 ‘주별 계획’, 에너지 효율적이며 온실가스 배출 감축을 위한 전략적 기술인 ‘스마트웨이 운·수송 효율화 프로그램’을 수립함

□ 산업 효율성 프로그램

- 에너지부에서 산업 플랜트 에너지 효율성 인증기준을 설립하도록 하며, 풍력 터빈, 태양광 패널, 연료전지 등의 청정에너지 기술제품 확대를 위한 펀드를 창설하고, 리베이트 프로그램을 실시함

3 제3장 지구온난화 오염방지

□ 개요

- 온실가스 감축목표 및 규제대상 지정, 온실가스 규제, 배출권 할당제도 등에 대한 조항으로 구성됨

□ 온실가스 감축목표량

- 2005년 배출량을 기준으로, 2012년 3%에서 시작, 2020년 17%, 2030년 42%, 2050년 83%까지 감축하도록 함
- 수소불화탄소의 상업용 생산량 및 수출입량은 별도의 배출권 기준에 따라 규제됨 → 2012년에는 2004년~2006년 미국 수소불화탄소 평균소비량(생산+수입-수출)의 10%, 2020년 33%, 2030년 75%, 2032년 이후에는 85% 이하로 감축해야 함

□ 규제대상 온실가스

- 7가지(이산화탄소, 메탄, 일산화질소, 수소불화탄소, 과불화탄소, 육불화황, 삼불화질소) 배출 규제

- 연간 25,000톤 이상의 온실가스를 방출하는 대형 고정 배출원(large stationery sources), 석유계 연료관련 모든 제조업체(예 : 정유공장) 및 수입업체, 주거시설·상업시설·소형 산업 대상 천연가스 배급업체(예 : 지역 가스 유통업체), 불화가스(F-gases) 생산업체, 기타 지정된 배출원이 규제 대상체로 지정됨
- 각 규제 대상은 매년 미 환경청에서 설정하는 온실가스 배출 허용량 기준에 맞추어, 해당 기준치 이상의 온실가스 배출이 금지됨
 - 2012년에는 전력생산자 및 정유사, 정유수입업체, 불화가스 생산업체에 대해, 2014년에는 연간 25,000톤 이상의 온실가스 방출 대형 고정 배출원, 2016년에는 지역 송전사 및 천연가스 배급업체에 대해 규제 시작

□ 배출권 할당

- 에너지 가격인상으로부터 소비자 보호, 청정에너지로의 산업전환 지원, 에너지 효율 제고, 청정에너지 기술 확산을 주목적으로 하여 온실가스 배출권을 경매 및 무상 할당을 통해 배분하도록 함
- 이 때 온실가스 배출권이란 이산화탄소 톤수로 환산된 온실가스 1톤 배출권을 의미하여, 연간 온실가스 배출 허용치에 상응하여 매년 설정됨
- 경매는 2011년 3월부터 분기별로 실시되며, 이를 통해 배출권 일부가 거래됨
- 온실가스 배출권거래제도 시행 초기에는 배출권의 약 15%에 대해 경매가 이루어지며, 2030년 이후에는 약 70%까지 순차적으로 확대될 예정임
- 경매 참가는 자격 제한 없이 누구나 참여할 수 있으며, 경매유보가격(reserve auction price)은 2012년 10불/톤으로 설정되고 이후부터는 연 인플레이션을 5%가 적용되어 산정되게 됨
- 배출권 할당은 미국 에너지 집적산업이나 수출산업, 정유업체를 대상으로 해당 산업이 탄소기반 연료에서 탈피, 전환이 가능토록 지원하기 위해 제도 시행 초기 무상 할당되며,

- 또한 주정부 및 지방정부 대상으로 주별 에너지 효율성 프로그램 촉진 및 재생에너지 보급 확산을 위해 배출권 할당이 이루어지게 됨
- 전체적으로 배출권 거래를 통해 창출되는 수익의 상당부분은 소비자 보호 및 기술 발전 지원에 배분, 사용되도록 규정됨
- 소비자와 근로자에게 영향을 끼칠 비용을 상쇄하고 청정에너지 기술 전환 관련 기업을 지원하며, 기후변화에 보다 탄력성 갖는 커뮤니티 설립을 위한 활동 지원, 선진 자동차 기술 지원, 신재생에너지와 에너지 효율 프로그램 확대를 위한 州에너지환경개발계정(State Energy and Environmental Development Accounts) 설립 지원 등에 배분되어 사용될 예정임
- 에너지가격 인상으로부터 소비자를 보호하기 위해, 지방 전력, 천연가스 유통업체들에게 제공되는 배출권 판매수익은 소비자 혜택 증진을 위해 사용되도록 명기하고 있으며, 저소득층 가구에 대해서는 환불 가능한 세금 크레딧이나 리베이트를 제공토록 함

■ 제 4장 청정에너지경제로의 전환

□ 개요

- 국내 산업경쟁력 확보, 녹색일자리 지원 및 훈련제공, 소비자 지원, 국내외 청정기술 도입 이니셔티브 지원 및 기금 프로그램 설립 등에 대해 명시됨

□ 배출권 리베이트 프로그램

- 온실가스 배출 감축을 위한 추가비용 부담으로 발생할 ‘탄소누출(carbon leakage, 탄소규제가 미약한 지역, 국가로 제조기반 이탈현상)’로 인해 경쟁력 약화가 우려되는 자국 산업 보호를 위한 ‘리베이트’ 제공 프로그램 시행함

- 이에 따라 에너지, 온실가스 집약도 기준 5% 및 무역 집약도 15%를 보이는 산업 혹은 에너지, 온실가스 집약도 20%를 보이는 산업에 대해 리베이트 제공

☐ 산업계 배출 실질적 감축계획 확립

- 2018년 1월 이전까지 미국의 협상목표와 합치되는 다자온실가스 감축관련 국제협정이 발효되지 않으면 미 대통령은 에너지 집약적 수입제품에 대한 국경세 조치를 위해 국제비축배출(International Reserve Allowance) 프로그램을 수립해야 함

5 제 5장 농·산림관련 옵셋

☐ 개요

- 국내 농·산림 자원에 대한 옵셋 크레딧 프로그램 및 미 농림부 온실가스 배출 감축 및 격리 자문위원회(USDA Greenhouse Gas Emission Reduction and Sequestration Advisory Committee) 설립 등에 대한 조항이 포함됨

☐ 옵셋

- 온실가스 배출 허용량 기준 충족을 위하여 국, 내외 각각 10억 톤씩 총 20톤에 대한 옵셋 프로젝트 및 조기옵셋 크레딧 마련, 국제옵셋 크레딧 배급, 그 외 산림전용 방지를 통한 옵셋 프로그램 수립과 지원 방안이 포함됨
- 개발도상국의 산림전용 감소 및 미국 내 농·임업 조성을 통한 탄소배출 감축 실행프로그램 등에 대한 온실가스 배출권 할당계획이 명시됨

2009년 KOTRA 발간자료목록

● Global Issue Report

번 호	제 목	발간일자
09-001	글로벌 경제위기를 극복하는 기회시장 틈새시장	2009.1
09-002	오바마 정부의 경제·통상정책 방향과 시사점	2009.1
09-003	주요국 경기부양책 및 시사점	2009.2
09-004	美 경기부양법인 분석 및 활용전략	2009.2
09-005	러시아 CIS 수출환경변화와 진출확대방안	2009.3
09-006	한-칠레 FTA 5주년 성과와 시사점	2009.4
09-007	2009 美 USTR 국별무역장벽보고서(NTE) - 주요내용 및 시사점 -	2009.4
09-008	미·중·일 그린뉴딜 정책	2009.4
09-009	금융위기속 CIS 진출 기업 및 바이어 동향	2009.4
09-010	글로벌 경제 위기 속 아프리카 - 중국, 일본, 인도의 진출현황 및 시사점 -	2009.4
09-011	금융위기 이후 한중일 3국의 대아시아 현지진출전략 변화와 시사점	2009.5
09-012	인도 신정부의 경제통상방향과 전망	2009.6
09-013	호주의 기후변화 대응동향	2009.8

● Global Business Report

번 호	제 목	발간일자
09-001	2009년 세계 자동차시장 미리보기	2009.2
09-002	중동의 5대 비즈니스 유망 분야	2009.2
09-003	한-호주, 뉴질랜드 BT산업 협력방안	2009.3
09-004	새롭게 바뀌는 일본의 수입 인증제도	2009.3
09-005	불황기 중국시장, 소비트렌드를 읽어라	2009.3
09-006	일본 소비재 유망상품 및 수출방안	2009.3
09-007	새롭게 주목받는 美 흑인시장	2009.3
09-008	아프리카 전력시장 ON - 전력산업 현황과 진출 방안	2009.3
09-009	중국 내수의 新 블루오션, 유망 2,3선 도시 소비 포인트	2009.3
09-010	세계 전자산업 및 시장의 재편과 우리기업에의 기회	2009.4
09-011	동남아 CDM 시장현황과 기회	2009.4
09-012	중동에 펼쳐지는 친환경 녹색도시 - 그린산업현황과 기회	2009.4
09-013	해외 LED 5大 시장 진출전략	2009.5
09-014	인도 소매시장 현황 및 진출방안	2009.5
09-015	미국의 쿠바 제재조치 완화와 한-쿠바 교역	2009.5
09-016	아세안 휩쓰는 '경제한류'	2009.5
09-017	자동차 부품의 틈새시장, 중동·북아프리카를 가다	2009.5
09-018	미국 新성장 전자부품 시장동향	2009.5
09-019	세계시장을 누비는 한국의 강소제품들	2009.7
09-020	중국 내수시장 진출을 위한 인터넷 홍보 핵심 포인트	2009.7
09-021	중남미 플랜트 시장 진출 방안	2009.7
09-022	동남아 주요국 경기부양책에 따른 한국기업 참여 기회	2009.7
09-023	한국 제품의 중국내 브랜드 인지도 이렇게 높여라	2009.7

번 호	제 목	발간일자
09-023	한국 제품의 중국내 브랜드 인지도 이렇게 높아라	2009.7
09-024	자동차 부품의 틈새시장, CIS를 가다	2009.7
09-025	중동은 이런 의료기기를 원한다	2009.7
09-026	글로벌기업을 누른 신흥시장 토종기업의 성공 전략	2009.7
09-027	한-EU FTA 수출유망품목 및 활용방안	2009.7
09-028	한-인도 CEPA 이후 수출유망품목 및 진출전략	2009.8
09-029	해외 주요국 자전거 산업정책 및 시장동향	2009.8
09-030	중동, 북아프리카 시장 한중일 수출품목 경쟁 동향	2009.8
09-031	동남아 전력 기자재 시장현황과 우리기업 진출전략	2009.8
09-032	심층분석, 러시아의 인증제도 - 새로 도입되는 인증제도와 향후 전망	2009.9

● KOTRA Executive Brief

번 호	제 목	발간일자
09-001	2009년 글로벌 수출시장의 5대 트렌드	2009.1
09-002	최근 글로벌 보호무역주의 동향	2009.2
09-003	동유럽 금융위기와 진출기업 동향	2009.3
09-004	경기침체기 글로벌 기업의 구매정책 변화	2009.3
09-005	세계 유명기업의 그린마케팅	2009.3
09-006	원화약세에 따른 대중수출 영향 및 전망	2009.3
09-007	중동 건설·플랜트 프로젝트 시장동향 및 시사점	2009.4
09-008	美 크라이슬러 파산보호신청과 국내업체 영향	2009.5
09-009	해외시장에서의 한일 수출품목 경쟁동향	2009.5
09-010	동유럽 금융위기 이후 현지시장 점검	2009.6
09-011	미 GM 파산보호신청과 국내업체영향	2009.6
09-012	영국 금융위기 발생 가능성 점검	2009.6
09-013	세계를 이끌어갈 차세대 녹색기술	2009.6
09-014	‘Buy China’ 지침의 배경과 영향	2009.6
09-015	중국 내수소비 뜨는 제품 - 화장품, 침구용품, 식품보관용 밀폐용기, 벽지, 도료, 식품포장기계 -	2009.6
09-016	한-EU FTA 10大 수출유망품목	2009.7
09-017	온두라스 쿠데타와 우리 수출 및 현지진출 기업	2009.7
09-018	2009년 타겟시장, 3중시장 현황과 전망	2009.7
09-019	중국 부동산 시장 어디로?	2009.8
09-020	일본 총선결과에 따른 경제정책 방향과 전망	2009.8

● KOTRA자료

번 호	제 목	발간일자
09-001	2009년 지역별 진출확대 전략	2009.1
09-002	해외 프로젝트 진출 연찬회	2009.1
09-003	해외 주요국 레저보트산업 조사	2009.1
09-004	2009년 지역별 수출유망상품	2009.2
09-005	2009 아세안 유망시장 진출전략	2009.2
09-006	2009 외국인 투자환경 만족도 조사	2009.3
09-007	러시아 자동차 및 자동차부품 시장동향	2009.3

번 호	제 목	발간일자
09-008	CEO・HR マネージャー向けの主要労働判例集 (2008年改訂版)	2009.3
09-009	중국 내수유통 경영실무 가이드	2009.4
09-010	그린허브코리아 주간 2009 종합결과보고서	2009.5
09-011	주요국 정보통신현황 - 유럽편	2009.5
09-012	주요국 정보통신현황 - 미주편	2009.5
09-013	주요국 정보통신현황 - 아시아편	2009.5
09-014	주요국 정보통신현황 - 중동/아프리카/CIS편	2009.5
09-015	해외 주요국 LED 시장동향	2009.5
09-016	외국인을 위한 법인설립 안내 (Guide to Business Establishment in Korea)	2009.6
09-017	법령으로보는 중국 노무관리실무가이드	2009.6
09-018	2008 외국인투자옴부즈만 연차보고서 (Foreign Investment Ombudsman Annual Report 2008)	2009.6
09-019	2009 서울국제식품산업대전 결과보고서	2009.6
09-020	2008 북한의 대외무역동향	2009.6
09-021	Post-China 투자진출 유망국 투자여건	2009.7
09-022	주요 선진국 녹색에너지 기술동향	2009.7
09-023	전세계 비철금속 생산현황 및 글로벌소싱 활성화 방안	2009.7
09-024	중국 주요 시장 프랜차이즈산업 상권 분석 및 진출방안	2009.8
09-025	한눈에 들어오는 중국 유통지도 2010	2009.9
09-026	유럽 온라인 유통점 진출 가이드	2009.8
09-027	협력유망 유럽 신재생에너지 기업정보	2009.8

● 설명회자료

번 호	제 목	발간일자
09-001	2009년 세계시장진출전략 설명회	2009.1
09-002	2009년 세계시장진출전략 비즈니스 포럼	2009.1
09-003	유럽 재생에너지시장 진출설명회	2009.1
09-004	한미 부품소재 글로벌 파트너링 설명회 및 상담회	2009.1
09-005	TRADE KOREA 2009 해외시장개척 설명회 및 상담회	2009.2
09-006	TRADE KOREA 2009 해외 마케팅 핸드북	2009.2
09-007	2009 아세안 유망시장 진출전략 설명회	2009.2
09-008	미-중-일 그린 비즈니스를 잡아라	2009.4
09-009	일본기업 부품소재 구매전략 설명회	2009.4
09-010	중국 내수시장을 제대로 뚫기 위한 성공조건과 공략방법	2009.4
09-011	중국 부품소재시장 진출 전략 설명회	2009.6
09-012	미국 자동차시장 현황 및 향후 전망	2009.6
09-013	유럽 자동차 시장 현황 및 향후 전망, 아시아 주요 완성차 구매전략	2009.6
09-014	CIS 주요국 시장변화와 진출전략	2009.6
09-015	중국 내수진출 기업이 꼭 알아야 할 중국 노무・세무 핵심 포인트	2009.6
09-016	베트남 유통 및 프랜차이즈 시장 진출 설명회	2009.6
09-017	주요국 경기부양책 및 사업기회	2009.6
09-018	중동 신성장산업 진출 설명회	2009.6

작성자

- | | |
|-------------|---------|
| ◆ 통상전략팀 | 조은진 과장 |
| ◆ 뉴욕 KBC | 장용훈 부관장 |
| ◆ 워싱턴 KBC | 이자형 대리 |
| ◆ 시카고 KBC | 황선창 과장 |
| ◆ 디트로이트 KBC | 손병철 과장 |
| ◆ 실리콘밸리 KBC | 구본경 과장 |
| ◆ 달라스 KBC | 김경미 대리 |

Global Issue Report 09-014

**미 행정부의 환경규제 강화와
미 기업의 기후변화 대응 동향**

발 행 인 | 조 환 익
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2009년 9월
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2009 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.