

GREEN STAR

2015년

상품 친환경 지수 소비자 조사



2015. 03. 18

(주)한국리서치 SurveyExpress팀





CONTENTS

Part I. 조사 개요

Part II. 조사 결과



PART I. 조사 개요



1. 조사개요

1-1. 조사목적

제품의 소비 및 이용 과정에서 친환경 성과를 평가함으로써, 기업의 친환경상품 제조, 마케팅에서의 활용, 그린마켓의 확대를 구현해 내고자 함.

또한 그린스타는 친환경상품 1위 부문(상반기 조사)과 친환경상품 WINNER(하반기 조사)를 선정하기 위해 상, 하반기 나누어서 조사를 수행함.

1-2. 조사설계

조사 대상

전국의 20대 이상 성인 남녀

표본 크기 및
구성

2015년

6개의 대분류
(디지털/생활가전,뷰티,사업장,운송,생활용품,주거)

71개 상품

15,565명

자료
수집 방법

컴퓨터를 이용한 웹 조사(CAWI : Computer Aided Web Interview)

2. 조사항목

차원	세부항목	측정척도
전체 친환경 인지도		
	해당 브랜드에 전반적으로 친환경 수준에 대한 이미지를 가지고 있는가?	리커트 5점 척도
요소별 친환경 인지도		
상품	필요한 기능이 잘 수행되고, 품질이 우수하다.	리커트 5점 척도
	에너지소비효율 및 자원절약 가능성이 높다.	리커트 5점 척도
	인체에 안전한 구조 및 원재료(부자재)를 사용한 상품이다.	리커트 5점 척도
	사용자의 이용편의성 및 니즈를 반영한 디자인이다.	리커트 5점 척도
	친환경 관련 인증 또는 수상 내역이 있다.	리커트 5점 척도
사업장, 운송	자원 및 업장이 청결하고, 소음, 환기, 습도 등이 쾌적하다.	리커트 5점 척도
	적정 온도 준수, LED조명, 친환경 인테리어 등 자원 절약을 하고 있다.	리커트 5점 척도
	사업장 바닥이나 구조가 안전하고, 비상대피 표지 및 소화기 같은 안전 시설물 안내가 잘 되어 있다.	리커트 5점 척도
	시설물 위치 안내도나 가격, 고객센터 연락처 등 표시 정보들이 눈에 잘 띈다.	리커트 5점 척도
	불만이나 문의 발생 시 편리하고 신속하게 처리하고 만족스럽다.	리커트 5점 척도
구매 매력도		
	친환경성이 구매/이용 결정에 어느 수준의 영향을 미치는가?	리커트 5점 척도

• 주) 리커트 5점 척도는 각각 아래와 같이 구성

전체 혁신 인지도 = 1 : 전혀 그렇지 않다 / 2 : 그렇지 않다 / 3 : 보통 / 4 : 그런 편이다 / 5 : 매우 그렇다

요소 별 혁신 인지도 = 1 : 매우 부족하다 / 2 : 부족하다 / 3 : 보통이다 / 4 : 우수하다 / 5 : 매우 우수하다

구매 매력도 = 1 : 전혀 영향이 없다 / 2 : 별로 영향이 없다 / 3 : 잘 모름 / 4 : 다소 영향을 끼친다 / 5 : 많은 영향을 끼친다



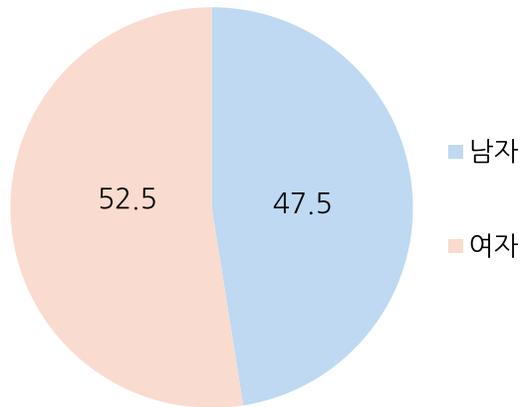
PART II. 조사 결과



1. 응답자 특성

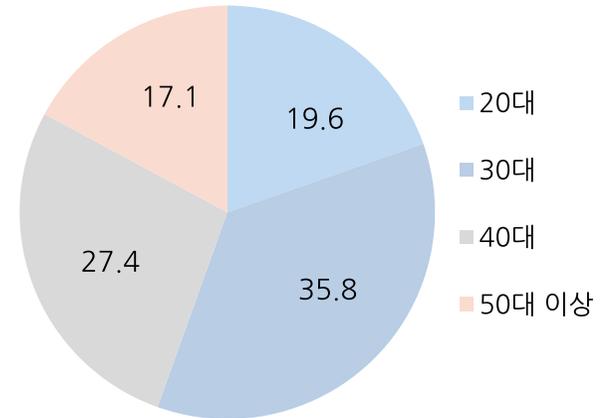
성별

[N=15,565, 응답자, Unit: %]



연령

[N=15,565, 응답자, Unit: %]



2. 그린스타 상품친환경지수

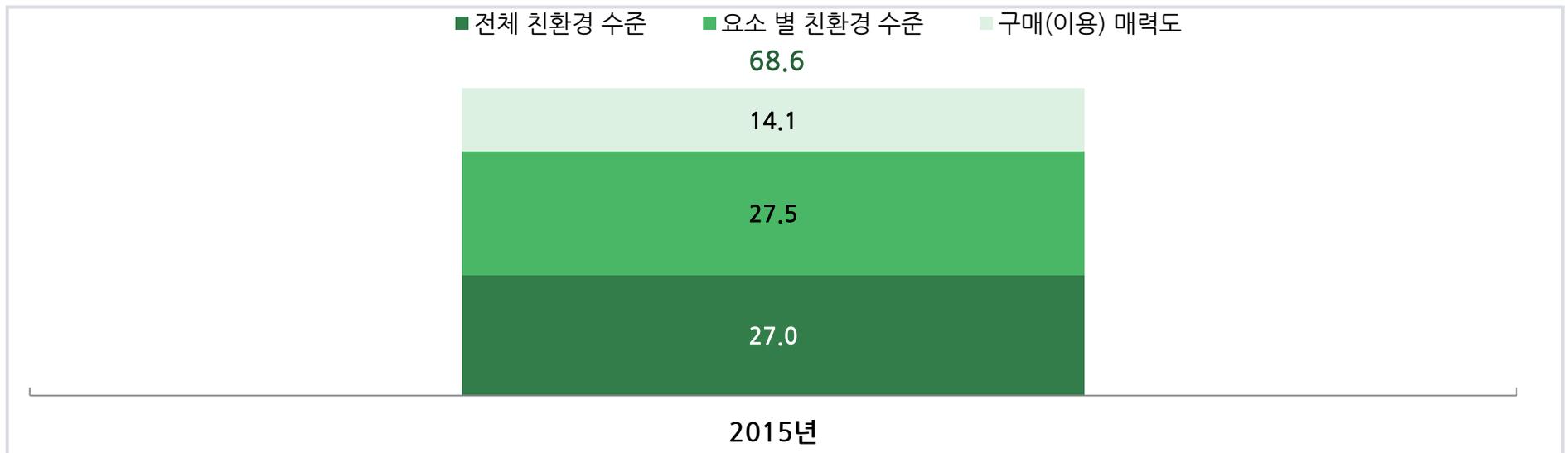
▶ 2015년 상품친환경지수는 68.6점임.

🔍 주요 평가 결과

	합계 (100점)	전체 친환경 수준 (40점)	요소 별 친환경 수준 (40점)	구매(이용) 매력도 (20점)
2015년	68.6	27.0	27.5	14.1

🔍 연도별 혁신지수

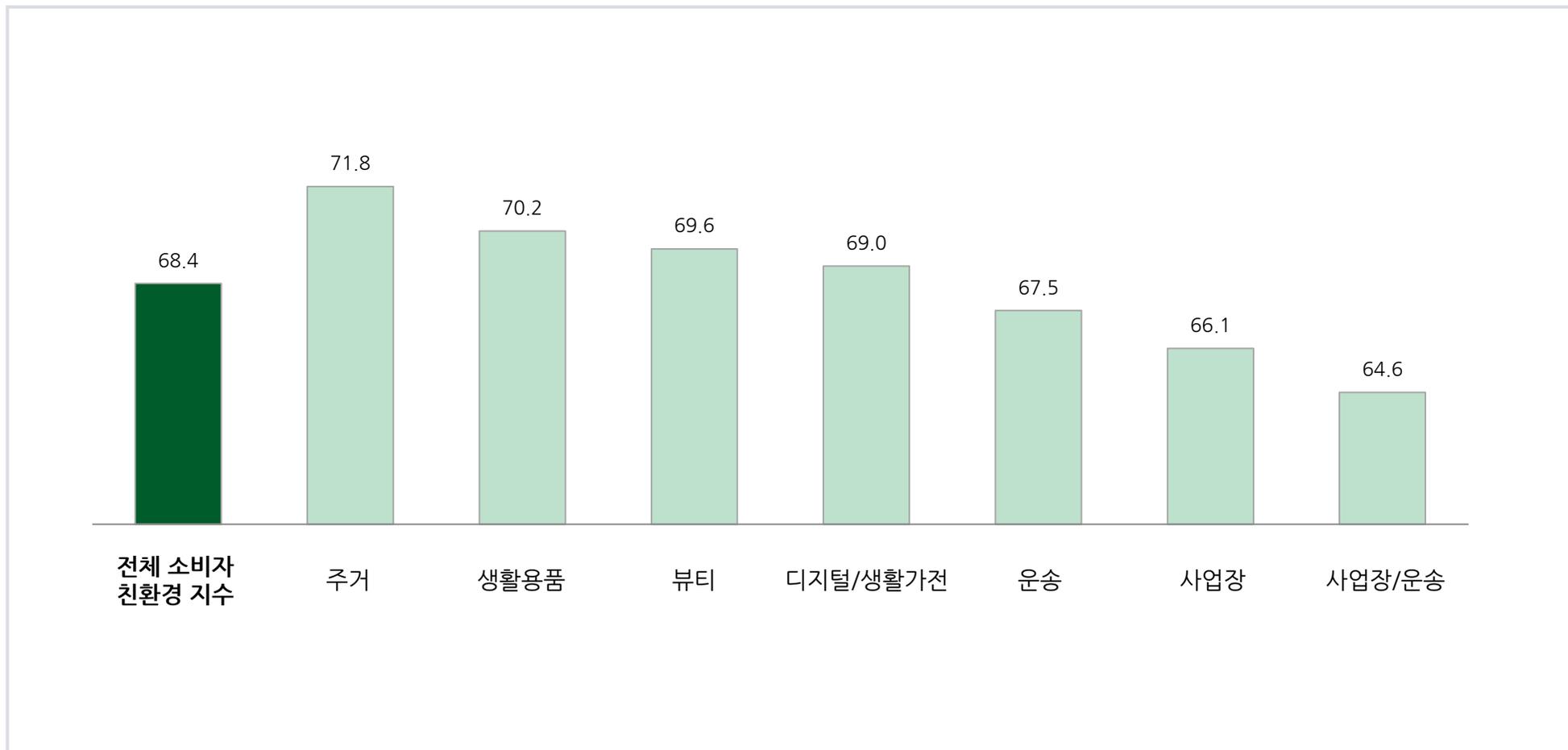
상품친환경지수(하반기)



3. 산업별 상품친환경지수

▶ 2015년 6개 산업별 상품친환경지수는 아래와 같음.

6개 산업별 대분류



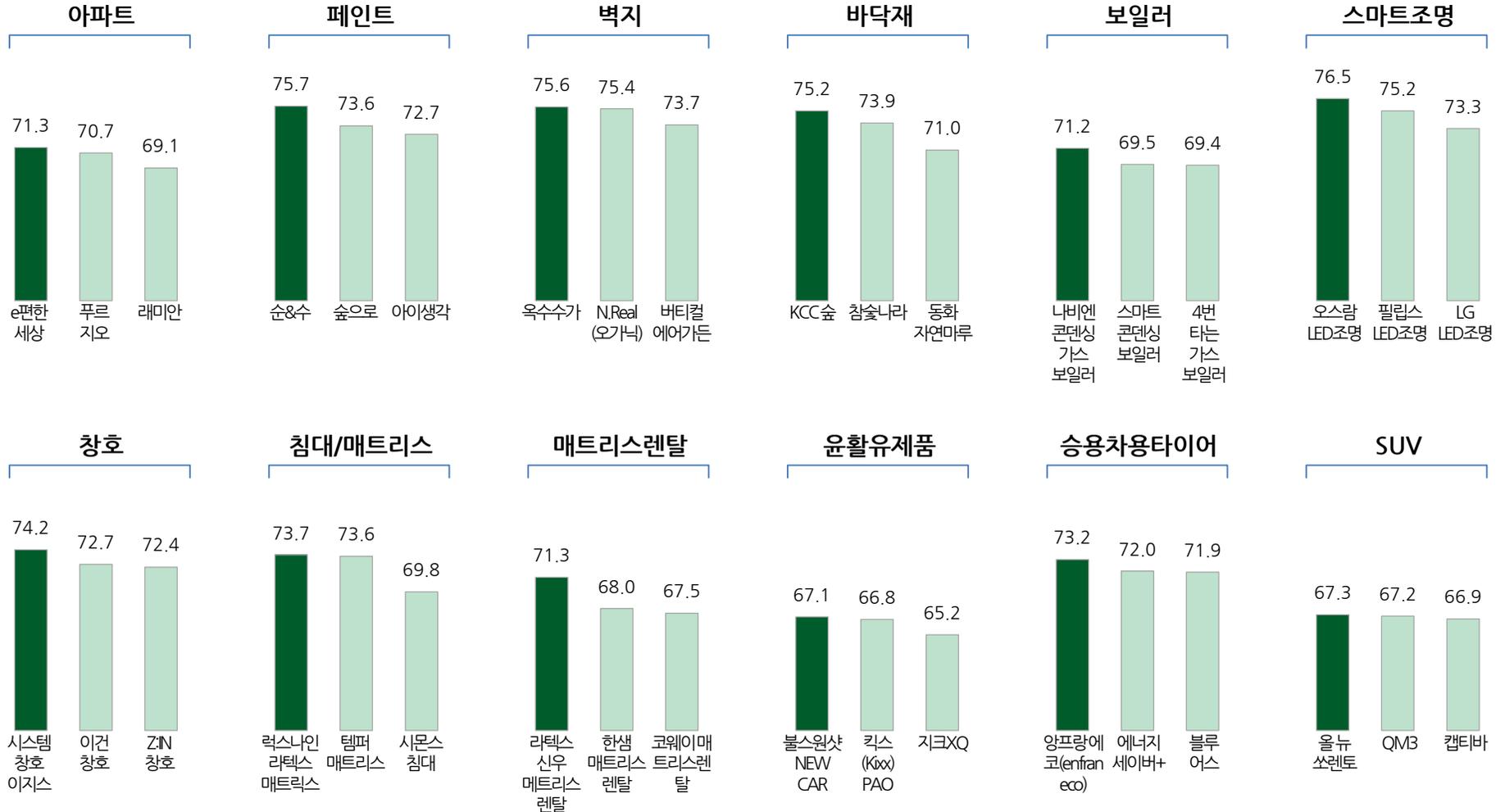


참고자료. 업종별 브랜드 순위 - TOP3



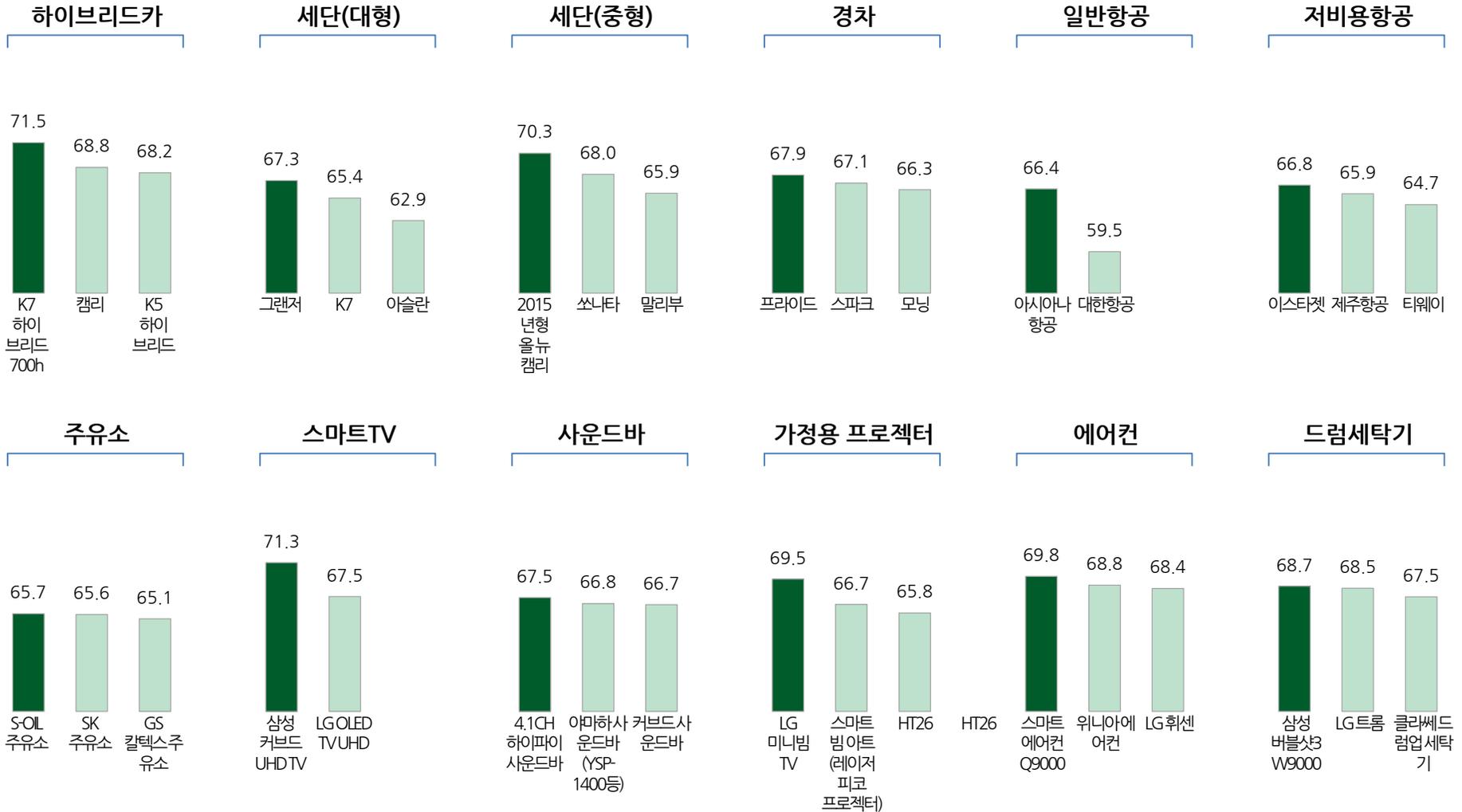
1. 업종별 브랜드 Top3

- 업종별 소비자 친환경 지수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.



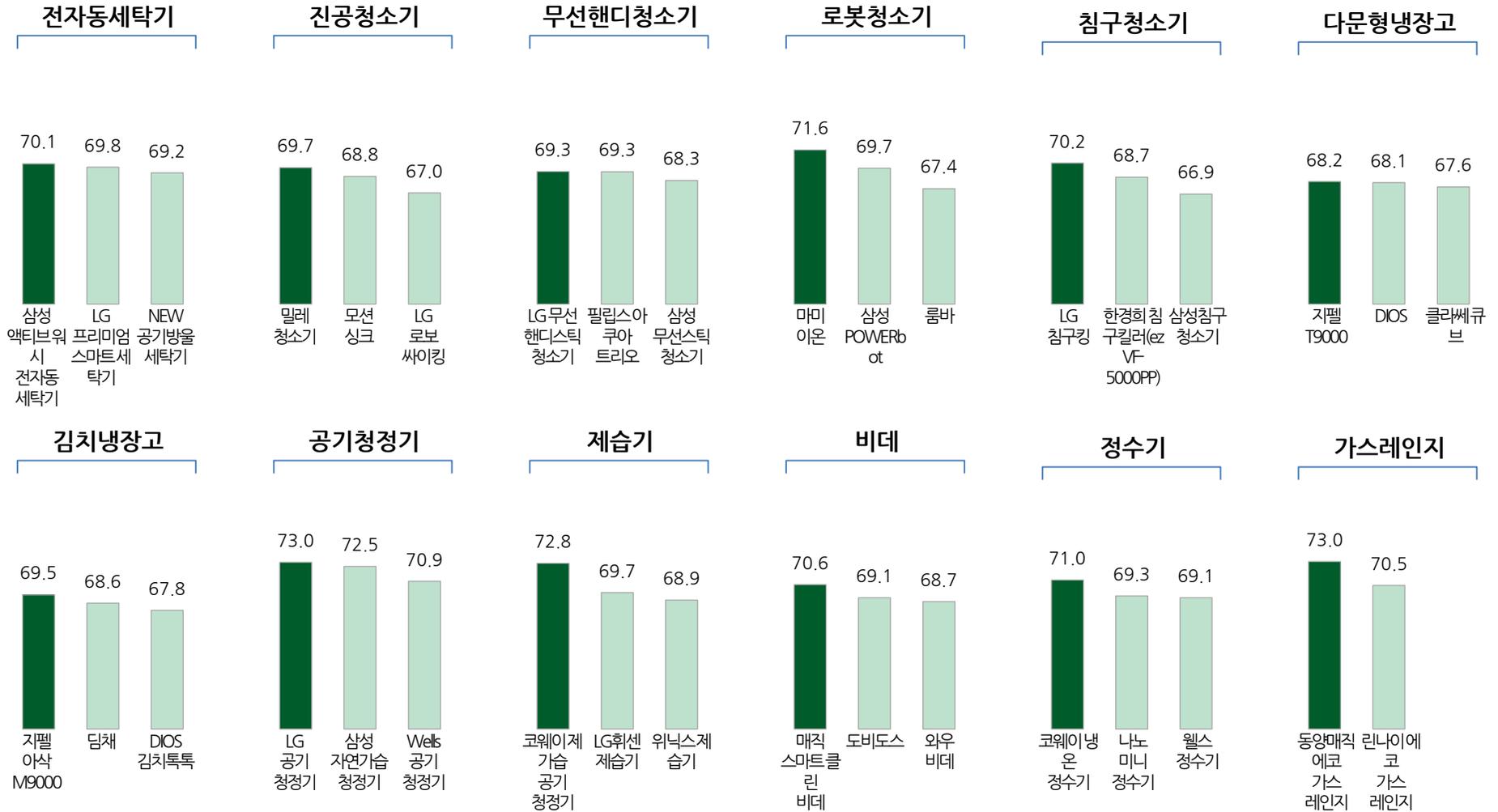
1. 업종별 브랜드 Top3

- 업종별 소비자 친환경기수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.



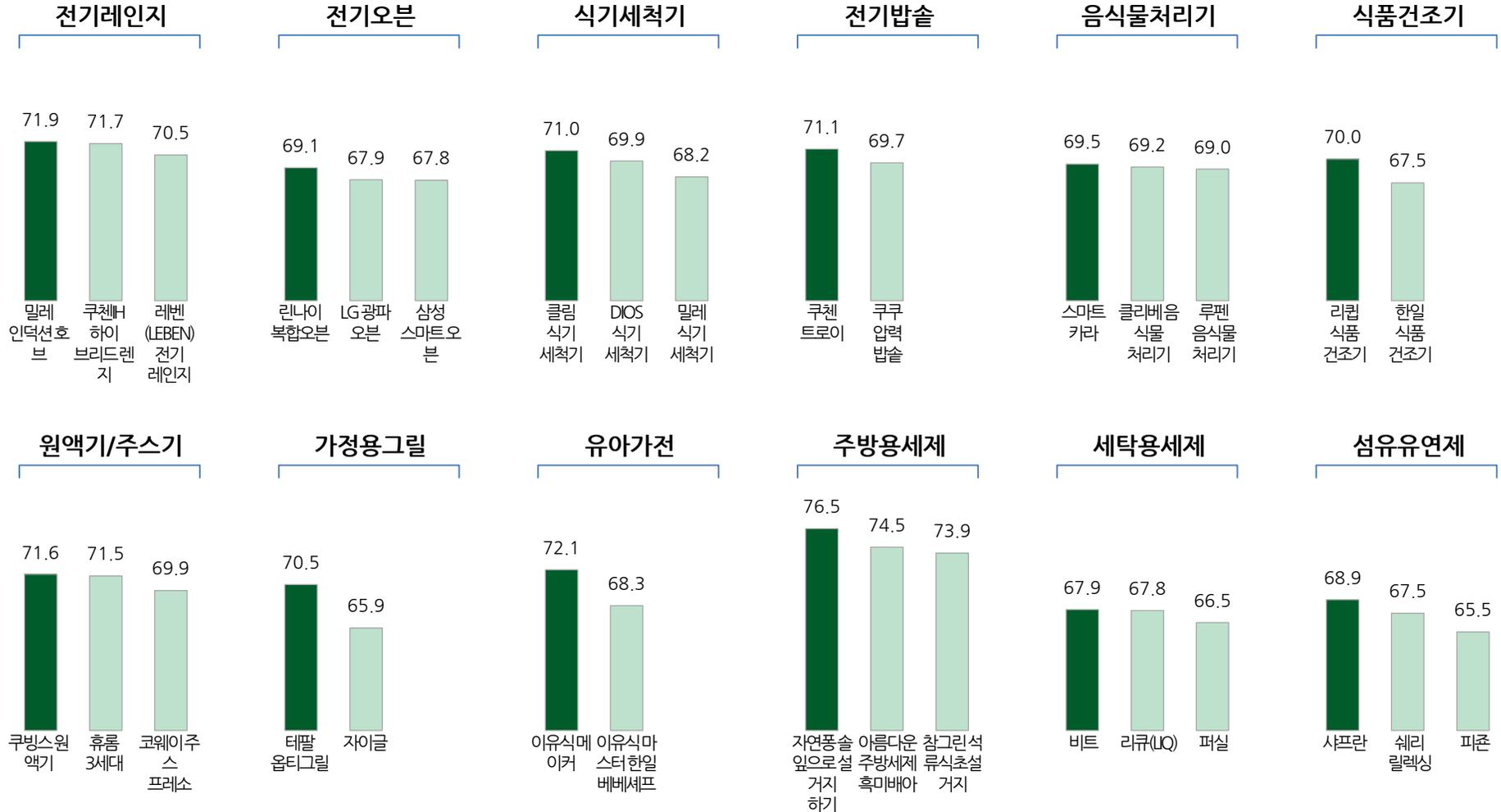
1. 업종별 브랜드 Top3

- 업종별 소비자 친환경 지수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.



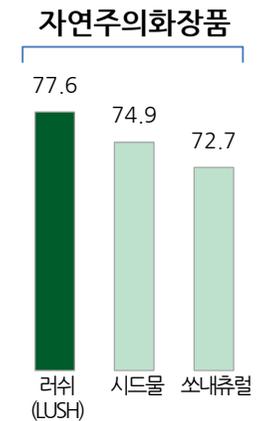
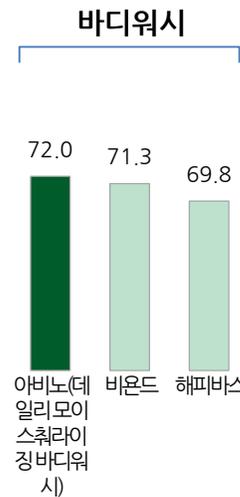
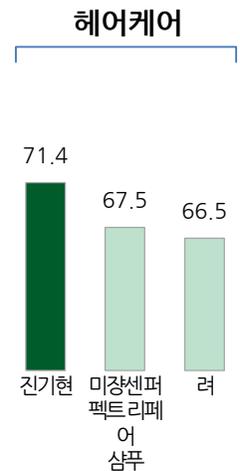
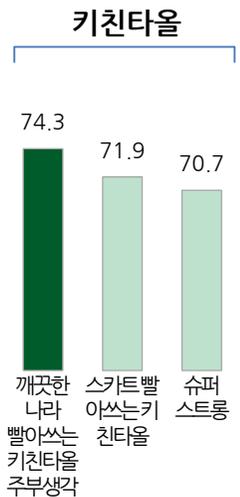
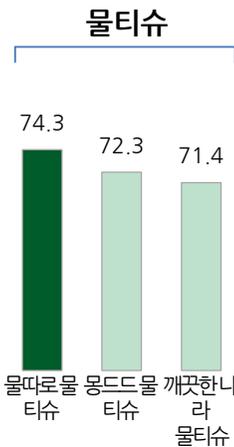
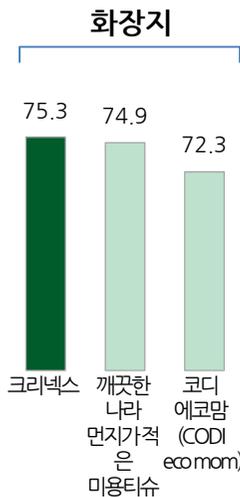
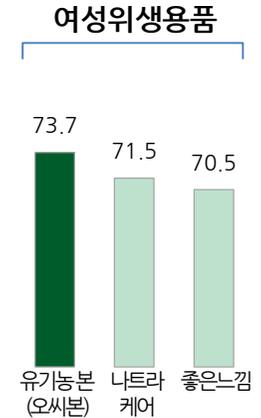
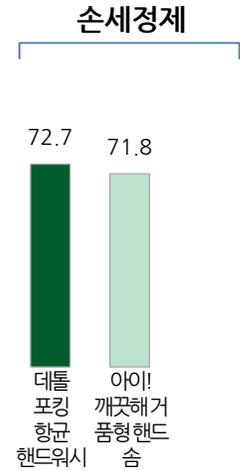
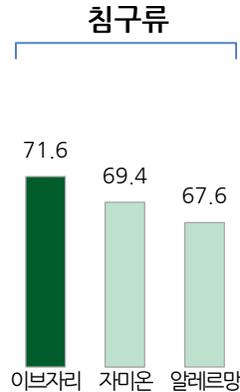
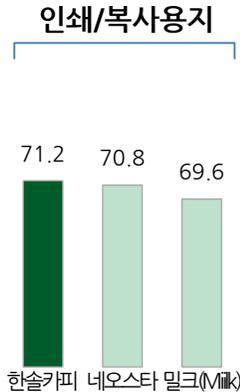
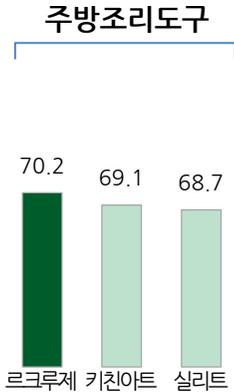
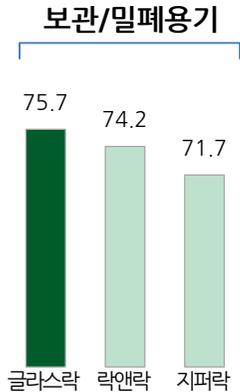
1. 업종별 브랜드 Top3

- 업종별 소비자 친환경 지수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.



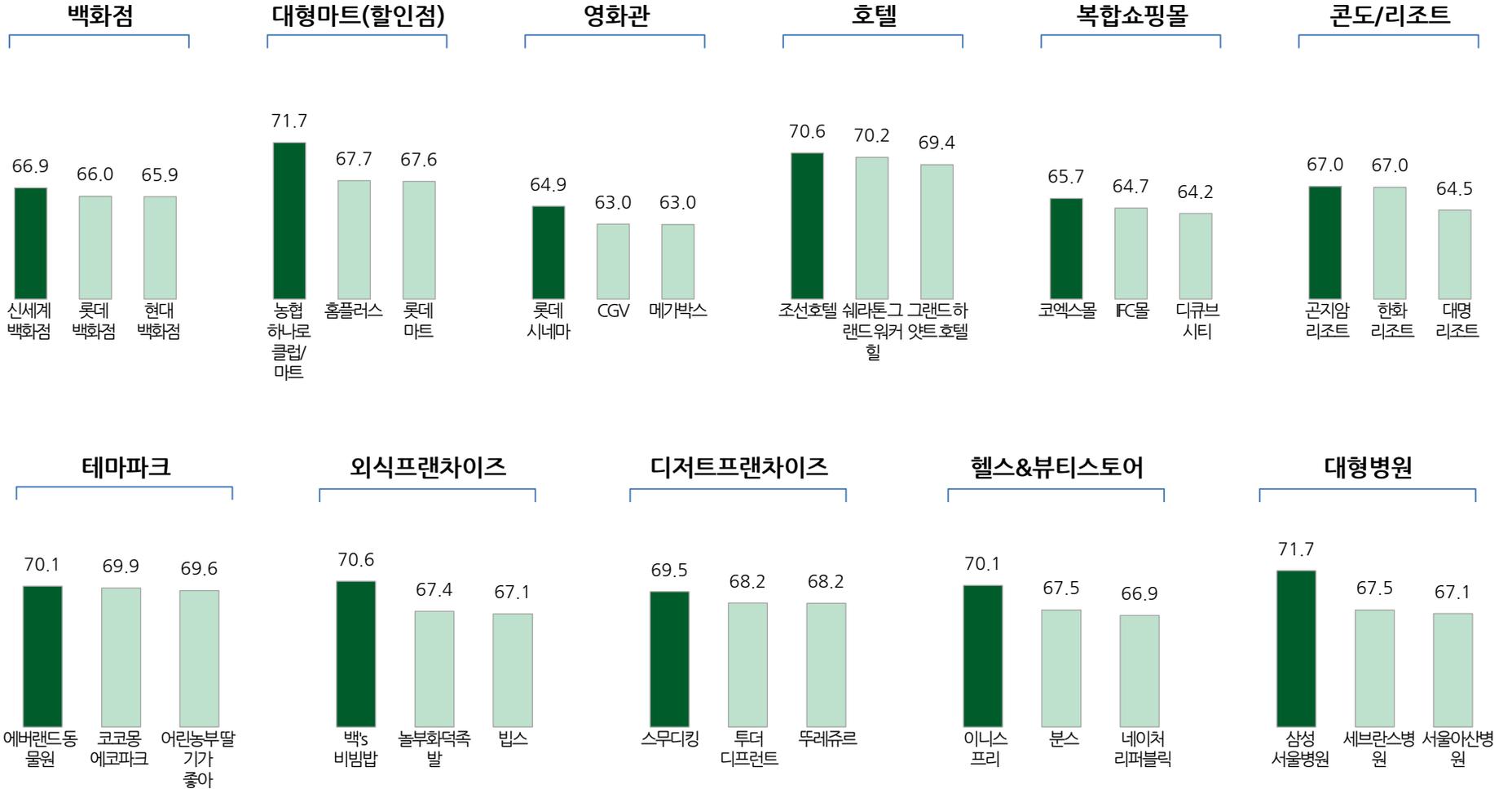
1. 업종별 브랜드 Top3

- 업종별 소비자 친환경기수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.



1. 업종별 브랜드 Top3

- 업종별 소비자 친환경기 지수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.



Your Trusted Partner

본 보고서에 대해 궁금한 점이 있으시면 언제든지 연락 주시기 바랍니다.

장보현 수석부장 (02-3014-0172 / bhjang@hrc.co.kr)

박아름 대리 (02-3014-1076 / arpark@hrc.co.kr)

김아라 연구원 (02-3014-0965 / arakim@hrc.co.kr)



© 2017 Hankook Research – All rights reserved.

This document constitutes the exclusive property of Hankook Research. Hankook Research retains all copyrights and other rights over, without limitation, Hankook Research' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Hankook Research.