

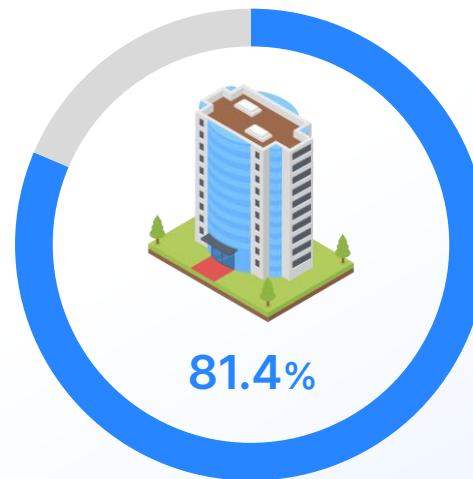
새로운 지각을 통해 전국민의 일상에 변화를 가져오다

| 탄소중립 개념 확산 및 실천 증대를 위한 전국민 참여 캠페인 제안서 |

탄소 중립 사회로의 이행을 위해 활발히 노력 중인 글로벌 그린 리더 대한민국

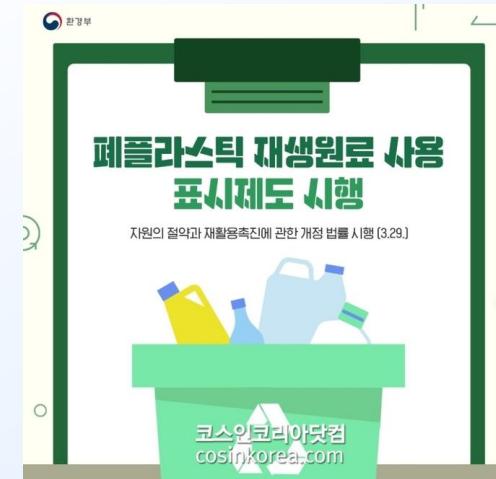
| 탄소 중립 목표 달성을 위한 정부와 기업의 활동 |

기업 경영 ESG 트렌드 확산



매출액 상위 300대 기업
ESG 사업 예산과 인력 증가 예정

개편된 2024 환경부 정책



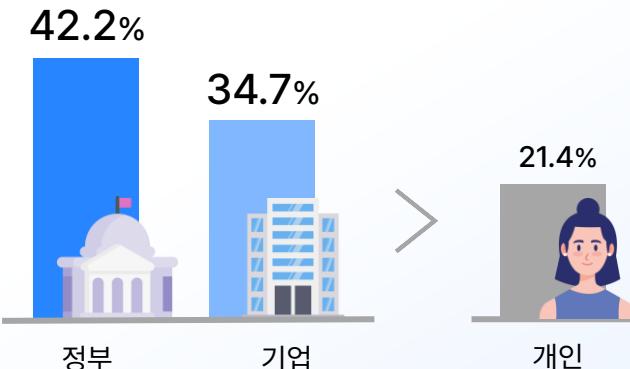
2050 탄소중립목표 선언 후
다양한 정책을 펼치고 있는 환경부

하지만, 이는 정부와 기업에만 해당되는 이야기 정부와 기업의 역할이 활발해짐에 따라, 탄소중립 목표에 대한 국민들의 책임의식은 약화되고 있다

| 개인의 역할보다 중요하게 인식되는 정부와 기업의 역할 |

국민의 인식 속 노력의 주체

Q. 탄소 중립 목표를 위해 노력해야 하는 주요 주체는 누구인가?



탄소 중립 목표에 대한 사회적 태만

“나 한 명 지킨다고 뭔가 달라지지 않을 것 같아요.”

송00 (여/23)

“개인보단 기업이나 정부가 해결해야 할 문제라고 생각해요.”

김00 (남/55)

“예전과 달리 비닐봉투도 유상이고, 심지어 비닐도 아니고 종이 봉투를 주잖아요? 친환경 제품들도 많고, 그래서 저도 친환경을 이미 실천하고 있다는 생각이 들어요.”

전00 (여/31)

[**사회적 태만** : 공동의 목표를 달성하기 위해 함께 일하는 상황에서, 혼자 일할 때보다 노력을 덜 들여 개인의 수행이 떨어지는 상황]

이러한 국민들의 사회적 태만을 해결하기 위해, 기존의 캠페인들은 탄소 중립 실천의 효과를 체감할 수 있는 커뮤니케이션을 해왔다

| 탄소 감축량을 강조하는 기존의 캠페인 |

환경부 자체 홍보물



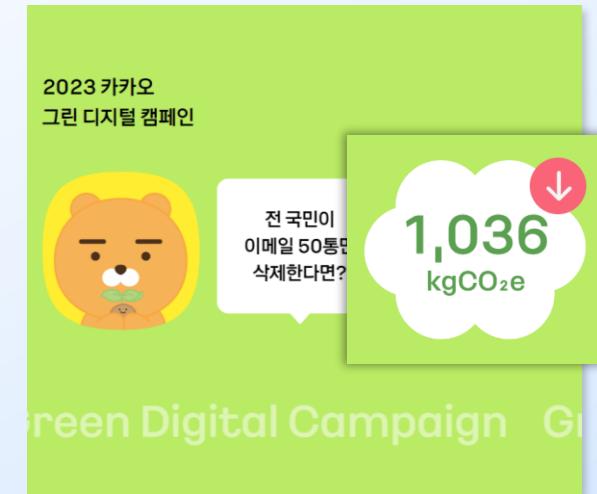
탄소 중립 생활 실천을 강조하는
환경부 홍보물

에코머니 캠페인



일상생활 속 탄소 감축량을 알려주는
환경부 에코머니 캠페인

그린 디지털 캠페인



메일 삭제를 통해 탄소를 감축하는
2023 카카오 그린 디지털 캠페인



그러나, 국민들은 이러한 효과를 체감하지 못하고 있었다

V.o.C

[Q. 탄소 중립 실천의 효과에 대해 체감하고 있나요?]

2050 남녀 20명 대상 자체 FGI 진행

“16kg가 많은 건지 잘 감이 안 오고,
효과가 어느 정도인지 효율성이 느껴지지 않아요.”

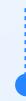
최00 (남/30)

“뿌듯하거나 성취감이 들진 않아요. 샤워시간 10분 줄여도 체감되는 효과가 없으니,
저는 그냥 샤워를 빨리 한 사람이 되는거죠.”

이00 (여/22)

“나무로 100그루를 심는 효과가 뭔가... 실제로 보이는 게 아니라서 그런가?
현실감이 떨어져서 체감은 잘 안돼요. 뭔가 좀 말이 안 되는 것 같은 느낌도 드네요.”

공00 (여/57)



직접적으로 체감되지 않는 탄소감축량

그러나, 국민들은 이러한 효과를 체감하지 못하고 있었다

| V.o.C |

[Q. 탄소 중립 실천의 효과에 대해 체감하고 있나요?]

2050 남녀 20명 대상 자체 FGI 진행
WHY?

“16kg가 많은 건지 잘 감이 안 오고,
효과가 어느 정도인지 효율성이 느껴지지 않아요.”

최00 (남/30)

“별로 하거나 성취감이 들진 않아요. 샤워시간 10분 줄여도 체감되는 효과가 없으니,
저는 그냥 샤워를 빨리 한 사람이 되는거죠.”

이00 (여/22)

그 이유는 무엇일까?

“나무로 100그루를 심는 효과가 뭔가... 실제로 보이는 게 아니라서 그런가?
현실감이 떨어져서 체감은 잘 안돼요. 뭔가 좀 말이 안 되는 것 같은 느낌도 드네요.”

공00 (여/57)



직접적으로 체감되지 않는 탄소감축량

전 후의 차이가 명확하게 느껴질수록 효과에 대한 체감이 커진다

BEFORE



AFTER



청계천 개발 이후
달라진 도시 풍경

BEFORE



AFTER



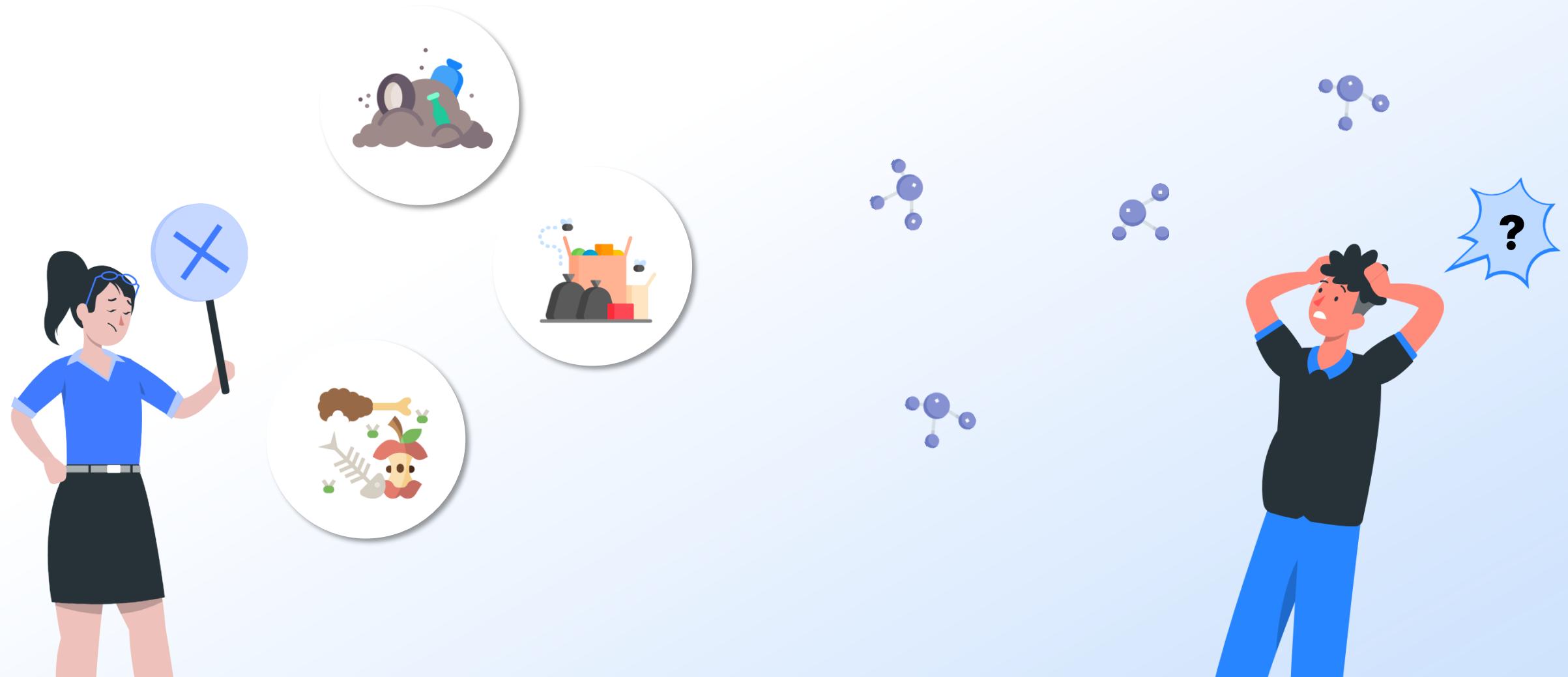
드라마틱한 효과를 강조하기 위해
몸매 차이를 부각하는 다이어트 광고들

탄소 배출량이 줄어드는 것을 체감하기 위해선
탄소 배출량이 먼저 체감되어야 한다

•
•
•

[탄소의 배출이 체감이 되지 않기에 감축 역시 체감되지 않는 것]

하지만, 탄소는 다른 배출물과 달리 눈에 보이지 않기 때문에
국민들은 무의식 중에 탄소를 배출하고 있으며, 이를 인지하기 어려운 상황



따라서, 눈에 보이지 않는 탄소가

나도 모르는 사이에 실생활에서 배출되고 있음을 체감하는 것이 우선되어야 한다

탄소 배출에 대한 체감

“내가 이렇게 많은 탄소를
배출하고 있었다고?”

“지금도 탄소가 배출되고 있겠구나?”



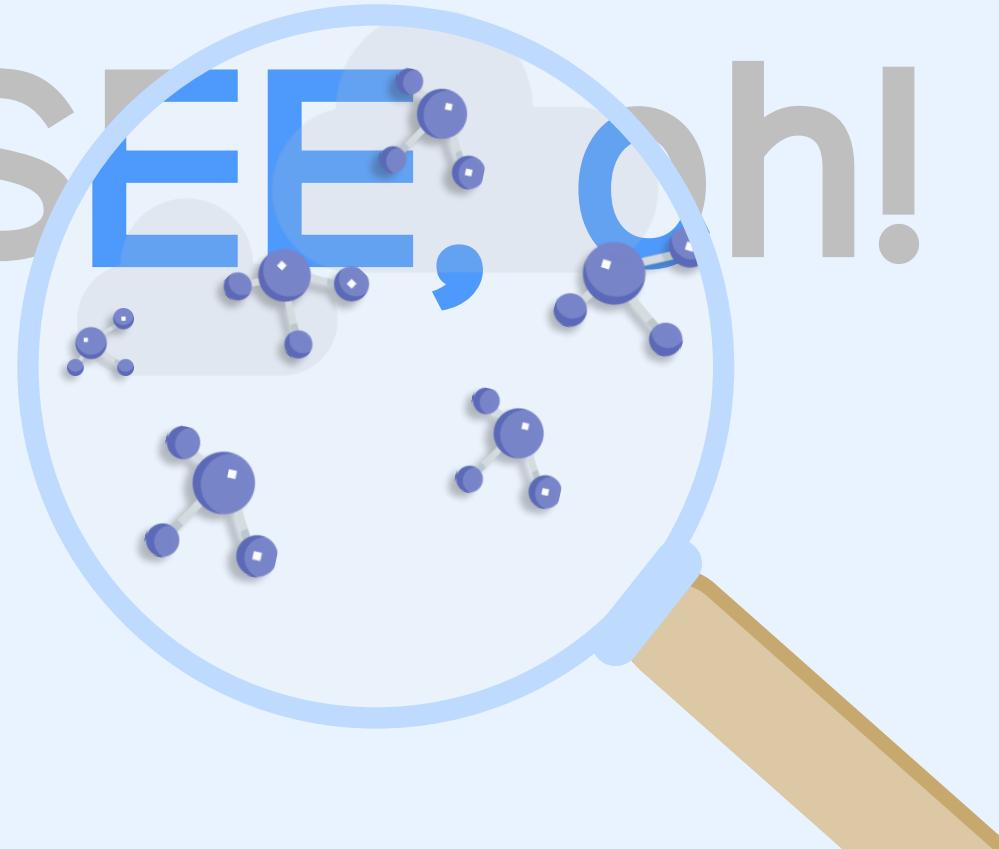
탄소 감축에 대한 체감

“오, 탄소 16kg면 많이 절감했네!”



일상 속 탄소를 본 당신이 내뱉게 될 첫 마디,

SEE; oh! CO₂





목차

인지

TVC 영상광고
See, oh! CO2

오프라인 팝업스토어
See CO2gether

지하철 렌티큘러 옥외광고
Can you C(See) ?

경험

탄소절감 도움 어플리케이션
CO2 Cam

확산

참여형 SNS 챌린지
See Too, CO2

TVC SEE, oh! CO2 30s

기획의도

캠페인의 메세지 'see, oh! CO2'를 전달하는 TVCF를 제작한다.

우리의 평범한 일상 속에서 보이지 않는 탄소가 끊임없이 발생하고 있음을 알린다.

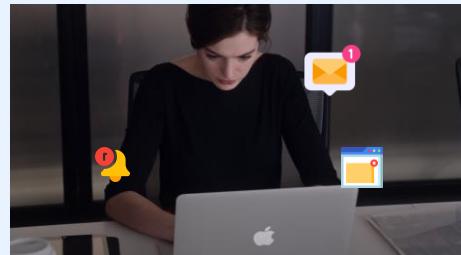
이를 통해, 평소에 자각하지 못했던 불필요한 탄소 배출을 일으키는 행동을 인지하도록 한다.



#1 세면대에 물을 틀어 놓은 채로 출근 준비를 하는 주인공



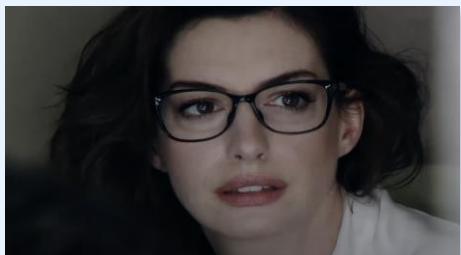
#2 점심 시간, 동료들과 일회용컵에 든 커피를 마시는 주인공



#3 업무시간, 쌓인 이메일과 문자를 확인하는 주인공



#4 갑자기 글자가 잘 안 보이지 않는 주인공, 가까운 안경점을 찾아간다



#5 사장님이 건네 주는 안경을 쓰고 나온 주인공, 갑자기 눈 앞에 이상한 형체들이 보이기 시작한다



#6 에어컨과 전등, 쓰레기통, 핸드폰 등 곳곳에서 이상한 형체들이 뿜어져 나온다



#7 이상함을 느낀 주인공은 다시 안경점을 찾아가서 말한다
“사장님, 이상한 게 보여요!”



#8 사장님이 의미심장하게 웃으며 말한다
“봐, 오! 이산화탄소야(See, oh! CO2!)”

옥외광고 Can you C(See) ?

실행방안

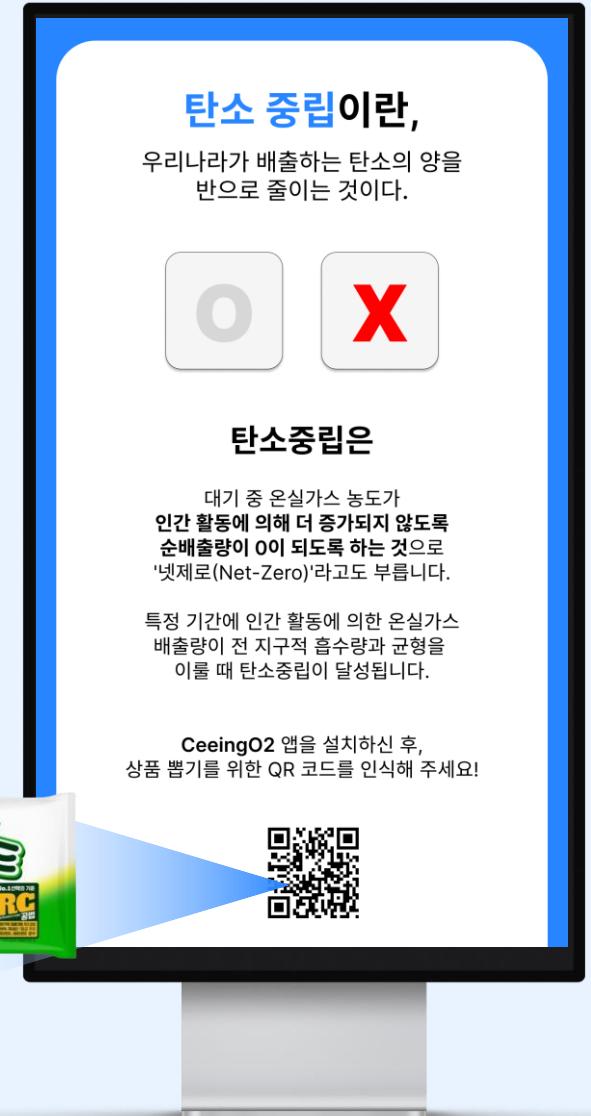
지하철 역 내에 각도에 따라 이미지가 달라지는
렌티큘러 인쇄를 활용하여 배출되는 탄소를 시각화한 옥외광고를 진행한다.

기대효과

렌티큘러 인쇄를 통해 행인의 이목을 집중시킬 수 있고, 평범하게 컴퓨터를 사용하는 사람이 사실은 엄청난 양의 이산화탄소를 배출하고 있다는 점을 가시화하여 이산화탄소의 존재를 강하게 체감하게 만들 수 있다. 이를 통해 과도한 전자기기 사용에 대한 경각심을 불러일으키고 행동의 변화를 기대할 수 있다.



팝업스토어 SEE, CO2gether



팝업스토어 SEE, CO2gether

실행방안

AR기술을 활용한 방탈출 게임 팝업스토어를 진행한다.

팝업스토어 내에 일상 속 여러 공간을 구현하고, AR 기계를 통해 해당 공간에 이산화탄소가 가시화될 수 있도록 한다.

참여자는 AR기계를 쓴 채로 방탈출 팝업스토어에 입장한다.

연기와 원자의 형태로 가시화된 이산화탄소는, 처음에는 시야를 가리지만 참여자가 일상의 공간들에서 탄소를 과도하게 배출시키는 요인들을 직접 제거하는 행동을 하면 즉시 ar 기계와 연동되어 시야에서 사라지게 된다.

공간의 요인이 모두 제거되어 시야가 깨끗해지게 되면 다음 공간으로 입장할 수 있고, 모든 공간의 요인을 제거하면 탈출에 성공하게 된다.



노트북 켜둔 채 자리에 없는 사람, 꽂아져있지만 충전하지 않고 있는 충전기, 과도하게 시켰다가 남긴 케이크와 샌드위치,

듀얼 모니터와 노트북까지 동시 사용, 메일함에 쌓여 있는 메일들, 많은 테이크아웃 커피잔들, 일회용품을 써서 나눠먹는 직원들

꽂아져있는 콘센트, 과도하게 쓴 휴지, 과대포장 택배상자들, 적정 온도를 넘긴 난방



탄소 절감 도움 어플리케이션 CO2 Cam



실행방안

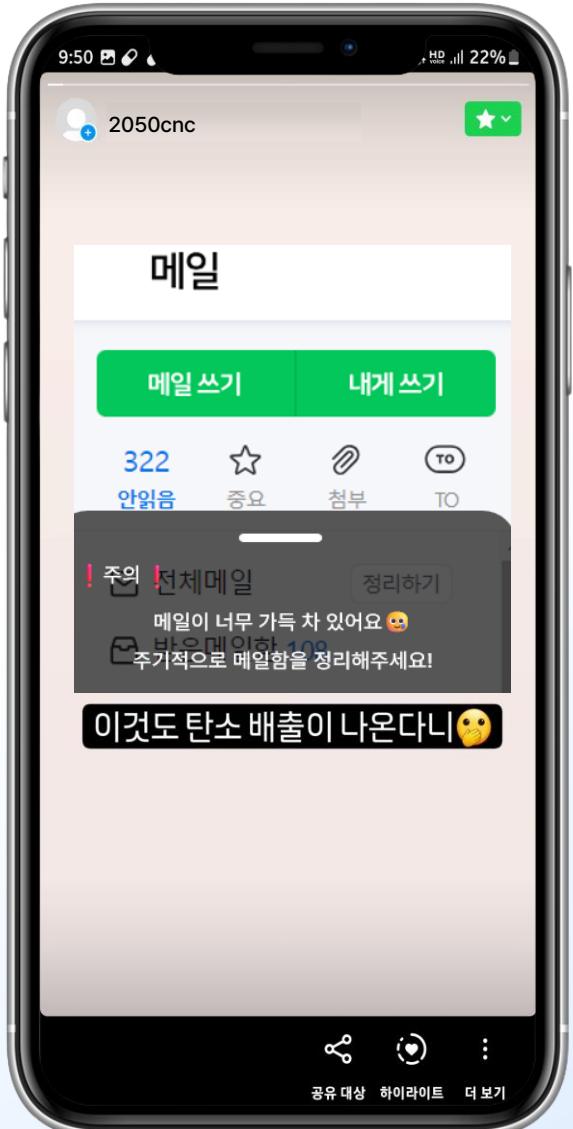
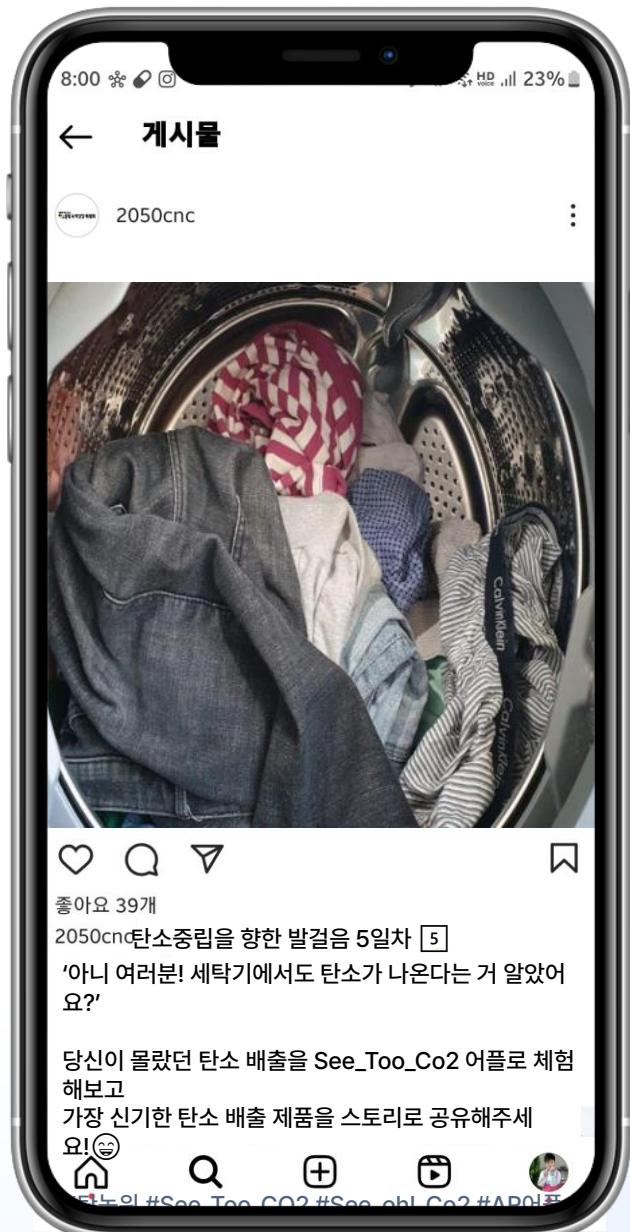
CO2 Cam은 일상 속 탄소 배출을 간편하게 카메라로 확인할 수 있는 어플리케이션이다. 카메라를 통해 탄소 배출이 예상되는 물체를 인식하면, AI 기술을 활용하여 해당 물체의 탄소 배출량을 분석하고, 이를 캐릭터로 시각화하여 보여준다.

더불어 사용자가 탄소 배출을 줄일 수 있는 실질적인 팁도 제공한다.

기대효과

어플 이용으로 대국민 캠페인으로의 입지를 구축한다. 또한 사용자가 일상에서 탄소 배출량을 직접적으로 보는 경험을 통해 감소에 대한 행동을 촉구한다.

SNS 이벤트 SEE TOO, CO2



실행방안

국민들은 대부분 '탄소 중립'에 대한 워딩에는 익숙하지만, 일상 속에서 '탄소 배출'은 체감하기 어렵다. 따라서 AR어플로 비춰 보이지 않았던 탄소를 공유하는 참여형 SNS 챌린지를 진행한다. 더불어 실생활에서 이를 위해 노력하는 것을 SNS를 통해 인증하며, 탄녹위 공식 인스타그램에서 스토리에 추가하는 이벤트를 진행한다.

기대효과

국민들의 자발적인 참여를 통해, 실생활에서 이를 위해 노력하는 것을 SNS를 통해 인증하며 대국민 참여 캠페인으로서 기능할 수 있다.

이제 달라진 일상이 보이시나요?

SEE, oh! CO₂