

리필용기에 대한 소비자입장

김영주 / (사)대한주부클럽연합회 사무처장

환경오염 요인을 제거하고 줄이려는 노력은 각 분야에서 이루어지고 있으나 경제성, 편의성, 개발논리 등에 밀려 여전히 풀기 어려운 숙제로 존재하고 있다.

전체 생활 폐기물의 32%를 차지하고 있는 포장쓰레기가 매년 7.8%씩 증가하고 있고 특히 재활용이 어려운 플라스틱 포장폐기물이 증가하고 있는데 반해 재활용은 지지부진하여 전부 매립되는 실상이고 보면 재활용을 늘리려는 노력과 대책이 필요하다고 하겠다.

포장재 폐기물이 50%만 줄면 생활쓰레기 발생량이 선진국 수준-현재 1.14(영국 0.96, 독일 0.99)-이 된다고 하니 우리 모두가 함께 풀어나가야 할 과제인 것이다.

리필제품의 사용확대가 포장재를 줄이기 위한 노력의 한 일환으로 될 수 있을 것이다.

본 회가 서울시민 1천명을 대상으로 한 포장관련 설문조사를 보면 전체응답자의 과반수 이상이 상품포장 상태가 과대포장이라고 인식하고 있었다.

한편, 포장이 잘 된 제품이 그렇지 못한 제품보다 가격이 비싸다면 구입하지 않겠다고 78.2% 응답하고 있어 포장상태에 따른 제품가격인상에 부정적인 생각을 하고 있었으며 상품 구입 후 포장재를 구입처에 두고 온다는 응답자도 53.4%나 되어 포장재를 부담스러워 하고 있

는 것으로 나타났다.

재활용이 가능한 포장재를 이용하겠다는 응답자 역시 80% 이상이었고 리필제품 이용이 환경보호에 기여한다(61%)고 생각하고 있었고 가격부문(44%), 구입용이 (24.6%) 등이 개선되어야 할 점으로 지적되었으며 현재 생산되고 있는 리필제품의 종류가 추가되어야(83%)할 것이라는 의견이 많았다.

위 결과를 통해 생활 속에서 과대포장을 줄이고 리필제품을 선호하는 경향이 높아 리필제품 이용이 확산되고 있음을 알 수 있다.

리필제품 생산권고제가 처음 시작된 93년 이래 꾸준히 사용량이 증가하고 있는 것은 리필제품이 말 그대로 내용물만을 재충전하기 때문에 본용기는 계속적으로 사용할 수 있어 자원절약과 환경오염을 줄이고 경제적인 절감효과를 기대할 수 있다는 것 때문일 것이다.

환경오염이 적은 리필제품의 사용실태를 파악하고 문제점 및 소비자의견을 제안하고자 한다.

첫째로, 리필제품의 환경친화성 여부이다.

내용물을 보충시키는 리필제품은 물론 용기 자체가 자원을 절약할 수 있다는 점에서도 환경친화적이라고 할 수 있다.

그러나 소비자는 리필제품을 포장하는 용기 자체도 환경친화적일 것으로 인식하기 쉽고 또 한 그러한 기대를 한다.



▲ 대한주부클럽연합회가 개최한 포장문화개선을 위한 전시회

그러나 세제류 등에 대부분 사용되는 비닐과 우치 리필제품은 재활용이 되지 않는 재질이며, 화장품의 경우에는 리필제품의 포장용기와 본제품의 포장용기가 별로 다를 바 없어 속만 같아 끼우면 되는 리필제품에 한껏 멋을 부려 용기재질의 변화는 보이지 않는다.

환경친화적인 리필제품에 환경친화에 역행하는 포장용기는 모순이며 이에 대한 대체품목의 전환과 개발이 필요하다고 하겠다.

합성수지 용기재질별 표시숫자 및 문자표시에서도 제품용기에 3, 7이라고 표기되어 있는 것은 현실적으로 재활용이 안 되는 용기임에도 리필제품에 사용하고 있고 재활용이 가능한 소재라고 명시되어 있는 제품도 있음을 소비자가 유의해야 한다.

리필제품은 소비자가 인식하기로는 가격이 많이 경제적일 것을 기대하지만 판매처마다 가격도 다르고 또한 정품과 보충용이 같은 용량으로 되어 있지 않아 정품이 1리터, 1.5리터에 비해 보충용은 750ml, 250ml 등 가격비교를 하려고 해도 용이하지 않아 경제적이지 않은 것이 아닌가 하는 의구심을 갖게 된다.

가격을 충분히 비교한 후 구입하는 소비자의

구매습관이 필요하다.

셋째로, 리필제품의 다양한 종류별 확대보급과 지속적인 공급이다.

리필제품 대상품목도 확대하고 총생산량의 비율도 종전의 5%에서 10~50% 상향조정하겠다는 정부의 정책은 바람직한 일로 받아들여진다.

한편 립라이너를 교체하기 위해 리필용 심을 구하러 다니다가 못 구하거나 제품이 단종되어 생산이 아예 안되는 경우를 흔히 경험한다.

리필제품은 내용물만 같아 끼우면 지속적으로 사용가능하므로 반영구적인 개념으로 소비자가 이용하게 되는데 제품을 구하기 어렵거나 제품 사용연한이 짧아 단종되어 버린다면 리필본질의 의미는 상실된다. 생산성이나 경제성, 효율성 등을 이유로 리필제품을 꺼리는 제조사들은 리필제품의 보급에 눈거리기식이 아닌 실질적인 접근이 가능하도록 다양한 종류별 확대보급과 지속적인 공급에 노력을 하여야 할 것이다.

한 기관에서 실시한 설문조사에서도 리필제품을 사용하지 않는 이유 중 44.3%가 리필제품을 구하기 어렵다(13.9%), 신제품은 리필제품이 없어서(6.3%)라고 했다.

넷째로, 소비자의 사용실천과 감시활동 강화이다. 본 회 설문조사에서 포장이 크게 영향을 미친다고 생각하는 응답자는 67.8%인 반면 실질적으로 상품구입시 환경적 요인을 고려한다는 경우는 49.8%로 나타난 것은 인식과 실제 실천과는 차이가 있음을 나타내고 있다.

따라서 소비자들은 리필제품 사용에 있어서 가격, 용량 등의 철저한 비교분석과 포장재 환경친화성 여부 등을 꼼꼼히 따져서 건의하고, 또한 사용실천을 생활화할 때 소비자의 권리이자 의무이며 환경친화적인 생활문화를 만들어낼 수 있을 것이다. ☐