



유럽 재활용 업체, 원자재 부족 고전
중국 대량 수입, 재활용 PET병 가격 급증

유럽 플라스틱 재활용업체가 가정 생활 폐기물에서 플라스틱 폐기물 구입에 어려움을 겪고 있다.

특히 가장 중요한 PET병 원자재가 없어 고전하고 있다. 지난해 독일에서 일회용 캔 및 유리병 의무수거가 도입된 이후 캔 및 유리병이 PET병으로 대량 대체됐다.

2003년 일회용 캔 및 유리병 의무수거 도입 이전에는 독일에서 Duale System Deutschland(DSD)사에서 총괄적으로 플라스틱 수거를 도맡아 실행했으며 DSD사는 본사의 재활

용 에이전트(DKR)를 통해 수거된 재활용 가능한 폐기물을 판매했다. 2002년 6만2천톤을 직접 유럽 재활용 업체들에게 공급 판매했다. 그러나 일회용 캔 및 유리병 의무수거 도입 후 Aldi, Lidl 등의 유통업체들이 캔, 유리병 및 PET병 등을 직접 회수하게 되면서 중국 수입상들이 이 유통업체들로부터 직접 PET병을 대량 수입하기 때문에 원자재 부족 현상이 나타나고 있는 것이다.

중국에서는 수입한 PET병을 섬유산업에서 재활용 되어 재킷 및 와이셔츠 등의 섬유제품이 생산되고 있다.

Multipet, Alba, Rathmann, Cleanaway 등의 유럽 소재 재활용 업체들은 저마다 어려움을 밝히며 재활용 생산력을 충분히 활용하지



못하고 있다고 했다. Multipet사는 중국이 시장을 완전히 쓸어버렸다고 덧붙였다. 이 기업들은 최근에도 플라스틱 재생가공 생산설비에 크게 투자했는데 이와 같은 상황에 빠지게 된 것이다.

한편 Ascom 건설팅회사의 조사에 따르면 전 유럽에서 연평균 재활용 가능한 PET병은 53만5천톤인데, 지난해 수거된 약 45만톤 중 2/3가 중국으로 수출되었다. 또한 중국의 대량 수입은 PET병 폐기물 가격 인상을 초래해 지난해에 2배나 상승한 것으로 나타났다. 현재 재활용 플라스틱은 품질에 따라 톤당 2백60유로까지 거래되고 있다.

지난해 사스 발생 등으로 인해 중국의 PET병 수요는 약간 줄었지만 사스 퇴치 이후 중국 수입상의 대량 수입이 한층 증가해 유럽 재활용업체들은 치열한 경쟁속에서 고전하고 있다.

유럽뿐만 아니라 중국의 '씩쓸이'는 미국 재활용업체에도 크게 영향을 주고 있다고 독일 연방 재활용 원자재 및 폐기물 처리 협회(BVSE)는 분석하고 있다.

호주, 신개념 병마개 기술 신기술상 수상 20여개국 수출

과일, 야채, 유제품, 와인포장제로 사용되고 있는 'The DurOgland' 마개로 호주의 Entapack사는 호주포장제상, NCI 대상, Asia Pacific Packaging Magazine Industrial Packaging Award에서 대상을 수상했다.

본 제품은 coinjection moulding process를 이용하여 소프트 열플라스틱고무 실링 링(soft thermalplastic rubber sealing ring)을 단단한 LLDPE 비닐 백에 Heat fusion으로 붙이고 여기에 검은 고무 O-ring과 함께 DurOgland 마개를 부착하는 방식으로 만들어 진다.

재활용이 가능하고 공기가 완전히 차단돼 위생적인 관계로 식품포장, 의약품포장에 많이 사용되고 있는 이 제품은 현재 아시아, 유럽, 아메리카 지역의 20여개국에 수출되고 있는데, 작은 아이디어 하나가 엄청난 성과를 거두고 있어 주목을 끌고있다.

멕시코, 플라스틱 투자 필요 경쟁력 확보 위해 18억 달러 투자

멕시코 플라스틱 시장은 전세계 10대 시장 중 하나이며 멕시코산업 중 고용창출 5위에 해당하는 주요 산업이다. 그러나 최근 가격상승 및 투자하락으로 인해 국제시장에서 경쟁력을 상실해 가고 있는 것으로 지적되고 있다.

멕시코 플라스틱 산업협회는 동 분야 경쟁력 회복을 위해서 2013년까지 18억달러 규모의 투자가 필요하다는 연구결과를 발표했다.

이 협회는 특히 석유화학부문에 6억달러 규모의 투자가 시급하며 플라스틱제품 생산량 확대를 위해 12억달러 정도 투자가 필요한 것으로 보고 있다.

최근 PET, PVC 등 석유화학부문에 대한 민간투자가 확대되고 있는 추세이나 멕시코 생산

성이 전세계 평균에도 미치지 못하는 점이 큰 문제점으로 지적되고 있는 상황이다.

이 분야의 생산성 향상 및 경쟁력 확보를 위해서 인력자원개발, 시장다원화, 생산시스템 및 기계 장비 현대화, 재정확충방안 다양화, 친환경적인 생산시설 개발 등 총체적인 개혁이 요구되고 있다.

사우디, 종이컵 제조기계 전량수입 5% 관세부여

사우디에는 종이컵 제조기계의 생산은 전무하며 전량 수입에 의존하고 있다. 사우디에서 제조되는 종이 제품으로는 커피 컵, 냉수 컵, 면류 컵, 아이크림 컵, 종이 접시, 종이 백, 화장지, 티슈, 박스 등이 있다.

포장용품 제조기계(Other packing and wrapping machinery)의 88%는 독일, 이탈리아, 스웨덴 및 영국제품이 차지하고 있으며 종이컵 등을 제조하는 기계(Other machinery for making cup paper and the like)의 80%는 이탈리아, 독일, 미국 및 프랑스 제품이 차지하고 있다. 상기 수입 제품은 기술력, 내구성 및 시설에 대한 A/S로 시장에서 좋은 평을 받고 있다.

한국 제품은 최근 시장 이미지 상승과 다른 아시아 국가들에 비해 우위성을 가지고 있어 좋은 시장이 될 수 있는 가능성이 있으나 다른 선진국과 경쟁하기 위해서는 강력한 마케팅 전략이 필요하다.

따라서 제품 공급자들은 최신기술, 제품의 손쉬운 작동, 제품의 내구성과 유지에 대해 초점을 맞추어야 한다. 또한 경쟁 가격 제품간에는 제품의 브랜드보다는 국가의 이름이 중요한 요인으로 작용을 한다.

포장용품 제조 기계의 시장 점유율은 보면, 2001년도의 경우 독일은 1천20만으로 40%, 이탈리아는 4백73만6천달러로 19%, 스웨덴은 4백59만1천달러로 18%를 차지하고 있다.

종이컵 제조 기계의 수입현황을 보면 2001년도의 총 수입은 5백89만3천달러로 시장의 70%는 독일과 이태리 제품이 차지하고 있으며 이탈리아는 3백28달러로 56%를 독일은 79만6천달러로 14%를 미국과 프랑스는 각각 시장의 5%를 점유하고 있다.

사우디는 이 제품들의 수입에 특별한 제한을 두고 있지 않으며 포장용품 제조 기계에 대해 5%의 관세를 부과하고 있다.

EU, 식품 홍보광고 규제 강화 오는 3월 중 채택

식품이 건강과 영양에 좋다는 점을 강조하는 광고에 대한 EU의 규제 강화가 추진 중이다.

EU 집행위는 지난 해 7월 새로운 규정안을 채택, 유럽의회에 상정하였으며 오는 3월중 의회의 승인을 받아 채택할 계획이다.

적용대상은 비타민 C 첨가제품이나 저지방 식품 등과 같이 식품의 영양적 장점을 내세우는 광고와, “미와 신진대사(good for your



beauty and your inner harmony)에 좋음”과 같이 건강에 도움이 된다는 장점을 내세우는 광고로 화장품, 의약품과 애완동물용 사료는 제외되고 오로지 사람이 먹는 식품에만 적용된다. 대신 신규정은 현재에는 금지하고 있는 ‘발병 위험을 줄이는 효과(reduction of disease risk)’를 강조하는 일련의 광고는 허용할 방향으로 보인다. 대신 광고의 신뢰도를 높이기 위해 의사나 건강 전문가의 의견을 내세우는 것은 금지할 것이며 알콜 성분이 1.2% 이상인 음료에 대한 건강광고도 허용되지 않을 것이다.

한편 EU 식품안전국(European Food Safety Authority)이 식품 제조자가 제시하는 안을 기초로 광고내용의 과학적 사실 여부를 평가할 것이다.

한편 이번 규정안을 둘러싸고 2004년 1월 8일 EU의회에서 이해관계자들간 공청회가 개최됐다.

이 공청회에서 집행위는 영양 관련 광고는 광고의 내용이 과학적으로 입증돼야 하며 동 규정 발효일 부터 3년내에 적절한 건강 광고 리스트를 마련할 것이라고 입장 표명했다.

EU 식품 및 음료산업체는 일정 타입의 광고나 일정 카테고리 식품을 금지하는 것과 광고 문구에 사용하는 언어를 엄격히 통제하는 것 반대한다고 발표했으며 EU 소비자 단체(BEUC)는 소비자가 구매하려는 식품 포장에 게재된 광고의 진실성을 확인할 수 있는 방법이 없으므로 대안 마련이 필요하다고 밝혔다.

한편 비정부기관은 원칙적으로 유아와 직접 관련된 식품 광고는 금지해야 할 것이라고 말한 것으로 드러났다.

美, 육류업계, 원산지 표시 반대 원산지 표시 및 식품안전 문제 오해 초래

미 육류업계가 광우병 발병에도 불구하고 비용 등을 이유로 자국산 육류에 대한 원산지 표시에 반대하고 있다.

미 상원의 톰 대술(사우스 다코타) 민주당 대표는 지난 7일 미국산 육류에 ‘Made in the USA’라는 원산지 표시를 하도록 규정한 관련 법률을 즉각 실행할 것을 요구했다.

이 법안은 2002년 발의됐지만 비용 문제로 아직 의회에 계류 중이다.

대술 의원은 공화당이 법안 통과를 2년 가량 미루려고 한다고 비난하면서 “소비자의 신뢰를 유지하기 위해 부시 행정부는 즉각 원산지 표시를 해야 한다”고 강조했다.

대술 의원은 “법률이 이미 통과됐다면 지난해 12월 워싱턴주(州)에서 광우병 진단을 받은 캐나다산 젓소가 미국산으로 표시될 수 없었을 것”이라고 덧붙였다. 그러나 대술 의원의 이같은 요구에도 불구하고 미 육류업계는 원산지 표시를 강력 거부하고 있다.

패트릭 보일 미육류협회(AMI) 회장은 지난 8일 “대술 의원의 요구는 부적절하며 원산지 표시와 식품안전 문제, 특히 광우병을 연결시켜 괜한 오해를 초래하고 있다”고 일축했다.



보일 회장은 또 원산지 표시는 첫해에만 39억 달러의 비용이 필요하다며 “많은 비용이 많이 들고 성가신 것”이라고 주장했다.

이에 반해 유럽연합(EU)은 1990년대 유럽에서 광우병이 발병한 후 원산지 표시 제도를 실행하고 있으며 광우병에 대한 검역도 강화했다.

나이지리아, 합성수지 수요 확대 경공업 생필품 수요 증가

2002년 나이지리아 합성수지 수입시장에서 한국산 원료 비중은 대략 55% 수준으로 2001년 대비 10%가 감소한 1억1천4백26만3천달러를 수출했으며 2003년 1~11월 기간에는 1억2천6백63만1천달러를 수출해 전년동기대비 20.7% 증가한 것으로 조사되고 있다.

플라스틱 완제품 공장 시설이 빈약한 나이지리아 인근 국가들의 기초 경공업 생필품 수요 증가로 동 지역에 완제품을 공급하는 나이지리아 플라스틱 제조업체들의 증설 및 가동을 증대로 수입원료 수요가 증가하는 추세이다.

한국산 합성수지의 주종수출품목은 쇼핑백, 필름, 옷걸이, 물통 및 가정용 플라스틱 제품 원료인 폴리에틸렌, 폴리프로필렌 및 PVC 등인데 남아공, 중동 및 브라질의 값싼 합성수지의 대량유입으로 한국업체들의 마케팅 입지는 다소 좁아지고 있다.

이러한 개도국의 저가제품 유입과 현지 합성수지 생산업체인 ELEME사의 가동율이 민선 정부이후 해가 갈수록 높아짐은 물론 품질면에

서도 경쟁력을 갖추어가고 있어 한국산 원료 수출은 다소 어려움을 겪고 있으나 시장 수요 자체가 확대되고 있어 아직까지는 증가세를 유지하고 있다.

2003년도 수출은 전년대비 20~30% 증가할 것으로 추정되며 2004년도 수출은 금년대비 10~20% 상당 증가하는데 그칠 것으로 전망되고 있으나 최근 중국산 합성수지 품질이 열악하다는 평가가 나오고 있어서 더 증가할 가능성도 상존하고 있다.

EU, 병 포장 뚜껑 변경 추진 중 Semicarbazide 성분 발견

네덜란드 농업무역관에 따르면 EU 위원회가 위험한 수준은 아닌 유전자 파괴 성분 및 발암 성분으로 분류되고 있는 「semicarbazide(hydrazine)」 성분이 가공식품에서 일반적으로 사용되고 있는 병 포장 뚜껑에서 발견 돼 관련업체에 이 병 포장 뚜껑을 빠른 시일 내에 새로운 포장으로 대체토록 지시했다고 밝혔다.

이 성분은 병을 뚜껑으로 밀봉하는 가열과정에서 발생하는 것으로 알려져 있는데 최근 조사 결과 소스에서부터 유아식품까지 플라스틱 코팅된 뚜껑에서 모두 발견됐으며 특히 유아용 식품 병 포장에서 대량 발견됐다.

EU 위원회는 새 포장이 개발되는 즉시 모두 대체할 예정이나 성인은 물론 유아도 위험성은 미미하므로 이들 식품 사용을 금지할 필요는 없다고 덧붙였다. ☐