



**日, 쇼핑봉투 유료화 방침**  
1장당 5~10엔 가량 될 전망

일본에서도 우리나라와 마찬가지로 쇼핑용 비닐봉지가 유료화될 것으로 보인다. 일본의 경제산업성은 산업구조심의회 폐기물·리사이클소위원회가 정리한 중간보고를 받아 수퍼나 편의점 등에서 고객에 배포하는 '쇼핑용 비닐봉지'를 유료화할 방침을 정했다.

다만 이전에 중앙환경심의회 폐기물·리사이클부회의 중간보고안은 법적 조치나 업계의 협정 등에 의해 무료배포에 대한 금지조치를 취할 것을 명기했으나 경제산업성안은 '유료화 등을 통해 삭감을 꾀할 방침을 검토할 필요가 있다'고 표기하는 데 그쳤다. 이는 영업 자유의 관점 등에서 법

제화에는 신중한 자세를 보인 것으로 판단된다.

또 환경성안은 지자체가 전액부담하고 있는 용기포장의 수집·선별비용을 메이커나 소매점 등 사업자에도 일부 부담시키는 내용이지만 경제산업성안은 지자체 부담의 투명화와 합리화를 전제 조건으로 보다 사업자를 고려한 내용이 됐다.

이후 양부처는 구체적인 검토안을 협의하고 2006년의 통상국회에 제출해 2007년에는 신제도를 도입할 것을 목표로 하고 있다. 비닐봉투가 유료화되면 가격은 1장당 5~10엔 가량이 될 전망이다.

비닐봉투 유료화에 대해 수퍼 약 1백개사가 가맹하고 있는 일본체인스토어협회는 그간 범규제에 의한 도입을 요구해왔다. 경제산업성 및 환경성 모두 소비자의 비닐봉지 이용 억제를 목적으로 유료화 방침에서는 일치하고 있으나 경제산업



성은 영업의 자유를 고려해 개별상품이나 서비스의 가격을 법률로 의무지우는 것은 어렵다고 판단하고 있다. 향후에는 양부처는 비닐봉지의 삭감목표를 정해 사업자에 지도·권고하거나 업계단체와 자주협정을 체결해 가격을 정하는 등의 구체안을 검토하게 된다.

이에 대해 체인스토어협회의 한 이사는 “유료화는 법제화를 전제로 해야 한다며 “자주협정으로는 유료화에 참가하지 않는 업자도 나올 가능성이 있다”고 우려하고 있으며 업계단체가 전국 일률적으로 비닐봉지의 가격을 정하면 독점금지법에 저촉될 가능성도 제기되고 있어 의견 수렴에 난항이 예상된다.

한편으로 경제산업성 및 환경성은 이제까지 지지체가 전액 부담해 온 분별수집 비용에 대해서도 용기·음료메이커나 소매점 등의 사업자 측에 일부를 부담시키는 방침도 정했다. 현행법 상으로는 분별수집에 필요한 비용은 지지체가, 비닐봉지 등 기사용한 플라스틱의 리사이클 비용은 메이커나 소매업체 등 사업자가 부담하게 되었다.

사업자 측은 이에 따라 비닐 봉지 등의 재생품화를 일본용기포장리사이클 협회에 위탁하고 있으나 체인스토어협회에 따르면 위탁료의 지불이 최근 5년간 약 3~4배 가량 급증해 2005년 3월 말 회원 94사의 부담액은 총 54억엔에 달했다고 한다. 또 동 협회에 의하면 리사이클 비용 부담률은 소매업자가 99.41%인데 비해 메이커는 0.59%에 머물러 소매업자의 부담이 압도적으로 크다고 한다. 이 때문에 체인스토어협회는 분별수집의 일부까지 부담하게 되면 경영을 압박하게 될 것으로 강한 우려를 표시하고 있다. 이와 관련

해 대형 슈퍼인 라이프코퍼레이션은 슈퍼 등 소매업자의 부담이 메이커에 비해 너무 무거워 2005년도분의 리사이클 비용을 지불하지 않을 것을 선언하며 용기포장리사이클법의 근원적 개정을 요구하고 있다.

### 日, 대형유통업체 '이온' 가격인하 유통개혁 목적

일본의 슈퍼 최대기업 이온이 이번 가을에 발포주와 「제3의 맥주」의 매장가격을 인하할 것으로 방침을 굳혔다.

메이커와 도매업자에게서는 맥주와 발포주의 도매가격의 인상요구가 있었지만 반대로 맥주메이커 한개의 회사당 여러 회사가 중개해 온 도매업자와의 거래를 한개의 회사로 좁히는 등 유통코스트를 줄여 가격인하 자원으로 삼는다.

실질적으로는 메이커로부터 직접 구매하는 형태가 되기 때문에 맥주류의 유통경로를 크게 바꾸는 계기가 될 가능성이 있다.

맥주류의 도매가격에 대해서는 올해 초부터 메이커와 도매업자가 맥주 1상자(3백50ml/24캔)당 2백~3백엔의 가격인상을 제시했다.

이것을 받아들인 중소소매점으로는 매장가격의 가격인상이 파급됐지만 “소비자의 이해를 얻을 수 없다”라는 반발로 거절한 이온 등은 매장가격도 그대로 뒀다. 게다가 이온은 향후 발포주(1상자의 매장가격은 약 2천8백엔)와 맥주풍 알코올 음료의 「제3의 맥주」(동 2천3백80엔)를 1상자당 10~20엔 정도 가격을 인하할 방침이며 맥



주(동 4천1백80엔)는 그대로 둘 전망이다. 소폭적이거나 이러한 가격인하를 실현하기 위해서 이온은 7월부터 차례차례로 거래하는 도매업자를 맥주메이커마다 기본적으로 한개의 회사로해 그 한개 회사와의 거래량을 늘리고 매입으로 유리한 조건을 내세울 생각이다.

### 캐나다, 포장재·기계류 수요 증가 추세 한국산 포장재 인지도 상승

캐나다의 포장산업이 꾸준한 성장을 지속하고 있다. 특히 관련 포장재 및 포장기계의 수입 또한 지속적으로 증가세를 기록하고 있어 한국산 포장재와 기계류의 수출에도 호기로 작용할 것으로 전망된다.

식품류의 포장에 사용되는 연포장재의 경우 위생 및 보건상의 이유로 재활용이 불가능하기 때문에 식품산업의 성장과 함께 꾸준한 국내소비가 뒤따르는 시장성이 높은 품목이다. 따라서 가격 경쟁력과 품질의 우수성을 입증할 수 있다면 캐나다 시장으로의 성공적인 진출이 가능할 것으로 예상된다. 포장재 및 포장기계의 수요는 식품류, 특히 육류 포장업계를 중심으로 급격한 증가세를 기록하고 있다. 최근 몇 년간 지속되고 있는 광우병 파동으로 미국을 포함한 몇몇 국가들이 캐나다산 소고기에 대한 수입금지 조치를 실행해 국내 축산업계에 큰 타격을 가져온 바 있으나 이는 국내 포장업계에게는 오히려 반사이익을 초래하고 있다.

캐나다 통계청이 발표한 2005년 무역통계에

따르면 지난 4월 캐나다의 육류 수출은 사상 최고치인 C\$4억6천만을 기록한 것으로 집계됐다.

그러나 이러한 수출호조의 혜택이 실제로 돌아가고 있는 산업분야는 축산업계가 아닌 육류를 포장, 가공해 수출하는 업체인 것으로 나타났다.

지난 2003년 서부 알버타 주에서 광우병(BSE) 양성반응을 보인 소가 발견된 이후 미국은 캐나다산 생우(生牛)에 대한 수입을 일절 금지해 왔다. 이로 인해 대미수출에 어려움을 겪게 된 국내 축산업계 종사자들이 주력 취급품목을 생우 대신 포장, 가공한 육류로 변경하기 시작한 것이 포장업계의 매출 상승을 초래하게 된 것이다. 2004년 캐나다의 포장재 수입은 전년대비 0.3% 감소해 사실상 보합세를 기록했는데, 이는 수입이 전년대비 7.3%의 성장을 기록한 2003년에 비해 다소 실망스러운 수치이다. 그러나 2005년 들어 수입은 다시 증가세로 반전, 1분기 총수입은 전년 동기대비 22.4%라는 주목할 만한 성장세를 이룩했다.

캐나다 포장재 수입시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 국가는 단연 미국으로 2004년 캐나다의 전체 포장재 수입의 82.1% 상당이 미국에서 수입된 것으로 집계되고 있다. 그 뒤를 중국과 멕시코, 독일 등이 따르고 있으며 한국 역시 2004년 2백42만달러를 수출해 對캐나다 포장재 수출국 중 5위 자리를 지키고 있다.

비록 미국이 80% 이상의 시장점유를 하고 있으며 기타 국가들로부터의 수입이 상당히 제한적인 편이나 최근 캐나다 포장업계 관계자들이 비용절감을 목적으로 저가제품에 관심을 기울이고 있어 포장재 수입의 중심이 미국에서 아시아로



이전하고 있는 현상을 목격할 수 있다.

이와 같은 對아시아 아웃소싱의 최대 수혜자는 중국으로 對캐나다 포장재 수출규모가 매년 꾸준한 속도로 증가하고 있음을 알 수 있다. 한국은 2004년 기준 2백42만달러를 수출하며 시장점유 5위를 차지하고 있으며 2003년 수출이 잠시 침체를 보인 것을 제외하고는 국내 수입수요의 증가와 더불어 매년 지속적인 성장세를 나타내고 있다.

한국산 포장재의 인지도 상승현상은 2005년 1분기의 對캐나다 수출액이 전년대비 51.9%라는 만족할 만한 증가세를 나타낸 것에서 증명되고 있는데 이는 동기간 캐나다 총 포장재 수입증가율인 22.4%를 큰 폭으로 능가하는 수치이다.

또한 멕시코의 수출도 매년 큰 폭으로 증가하고 있어 향후 중국과 저가 포장재 시장에서 경쟁구도를 형성할 것으로 기대되고 있다. 2004년 기준 시장점유 4위인 독일의 수출도 매년 증가세를 기록하고 있어 미국과 함께 중, 고급 포장재 시장에서 계속 선전할 것으로 예측된다.

캐나다 포장재 시장에서 주목을 끌고 있는 현상은 종전에 포장재 시장에서 적지 않은 비중을 차지하고 있던 종이 또는 금속재 제품의 인기가 점차 낮아지고 있는 대신 플라스틱 포장재에 대한 수요가 빠른 속도로 높아지고 있다는 것이다. 또한 대도시를 중심으로 1인 거주형태가 확산됨에 따라 인스턴트 식품 역시 1인분 기준으로 포장되어 출시되는 경우가 많아지고 있어 이로 인한 포장재 수요가 급증하고 있다고 한다.

캐나다 포장업계에서는 한국산 포장재에 대해 대체적으로 긍정적인 인식을 가지고 있는데 이는 중국이나 다른 아시아 국가들의 제품에 비해 품

질면에서 월등한 수준을 보유하고 있기 때문인 것으로 보인다.

포장재 수입시장과 마찬가지로 캐나다의 포장기계 수입시장은 수입의 소폭감소를 기록한 2003년을 제외하고는 매년 꾸준한 성장세를 나타내고 있다. 2004년 수입은 전년대비 7.3% 증가한 1억2천만달러를 기록했으며 이러한 추세는 2005년에도 지속돼 1분기 수입은 전년 동기대비 23.9%라는 높은 성장세를 보였다.

포장기계 수입시장은 규모면에서는 포장재 수입시장의 11%에 불과하지만 국내 포장업체가 매년 생산규모를 확대하고 있어 향후 몇 년간 지속적인 성장을 기록할 수 있을 것으로 예측된다.

캐나다의 포장기계 수입시장은 미국이 총수입의 36.0%를 차지하고 있으며 그 뒤를 독일, 이탈리아, 스위스 등의 유럽국가들이 따르고 있다. 국내 수입시장에서 미국산 제품이 큰 비중을 차지하고 있는 주요 원인으로는 캐나다와 가장 근접해 위치하고 있기 때문에 A/S 및 향후 부품조달 등이 한층 원활하기 때문인 것으로 보인다.

주목할만한 점은 중국을 비롯한 아시아 개발도상국으로부터의 수입이 적지 않은 비중을 차지하고 있는 포장재 수입시장과 달리 포장기계 시장은 유럽이나 일본, 대만, 싱가포르 등의 선진공업국이 중요한 역할을 하고 있다는 것이다.

한국은 2004년 13만달러 규모의 포장기계를 캐나다로 수출, 캐나다의 수입대상국 중 23위를 차지하고 있으며 시장점유율 또한 0.1%에 불과, 아직까지는 국내시장에서의 인지도가 낮은 편임을 알 수 있다. 그러나 2004년 수출액이 전년대비 2백36.9%라는 높은 증가율을 기록했으며 한



국산 포장재에 대한 국내업체 관계자들의 인지도가 높아지고 있는 현상으로 미뤄 볼 때 유럽이나 미국산 포장기계에 비해 가격경쟁력을 강화하고 품질의 우수성을 입증한다면 캐나다 시장에서 한국산 포장기계의 입지는 점차 늘어나게 될 것으로 전망된다.

**뉴질랜드 PE 수입 대폭 증가**  
수입증가율 30.43%

뉴질랜드는 시장규모가 크지 않고 상대적으로 강한 플라스틱 산업을 배경으로 수요의 상당부분을 현지 제조에 의존하고 있는 특성을 보이고 있다.

그러나 낙농업과 임업 및 농업 등 1차 산업이 주된 산업구조를 형성하고 있으며 이들의 수출 비중이 전체의 30%를 넘고 있어 포장재에 대한 높은 수요를 바탕으로 폴리에틸렌 필름의 수입이 활발하다. 현지 제조 및 공급되는 규모를 제외하고도 수입은 2004년 기준 2천3백50만달러에 이르렀으며 금년 1~4월에도 8백62만달러의 수입으로 수입증가율이 무려 30.43%에 이르고 있다.

다만 이들 제품은 고도의 기술을 수반하지 않고 있는 제품 특성으로 인해 일부 특정 수요에 대응하는 제품 이외에는 가격 등 공급조건에 많이 좌우되고 있어 수출도 이들 요건에 부합하느냐가 가장 큰 관건으로 작용하고 있는 것으로 조사됐다.

뉴질랜드에는 플라스틱 제조업이 다른 제조업과는 달리 상대적으로 규모가 커서 수입량도 많으나 플라스틱 백과 필름 등은 크게 두가지 즉, 현지에서 생산되는 것보다 가격면에서 우위가 있

거나 특정 부분에 특화된 제품의 수입 등으로 구분되고 있다.

이들 제품은 최종 소비자인 할인점과 백화점 등이 직접 수입하는 경우도 많아 수입업체를 물색하는데도 어려움이 많은데 수요가 크기는 하지만 백화점 등을 개별적으로 접촉하거나 이들과 거래하는데는 일정한 한계가 있기 때문이다.

높은 수요를 바탕으로 전반적으로 현지 제조 및 수입이 매우 활발함에도 불구하고 폴리에틸렌 필름은 개도국의 공세가 워낙 강하고 가격경쟁면에서 밀리고 있어 통계에서와 같이 한국으로부터의 수입이 상대적으로 적은 것으로 나타나고 있다.

폴리에틸렌 필름의 주요 수입대상국가는 중국을 비롯, 태국 및 호주 등이며 가격위주의 경쟁이 갈수록 치열해지고 있어 진출 여건은 점차 악화되고 있다. 이런 점은 한국 제품의 시장 점유율이 1%를 겨우 넘어서고 있는 반면 중국 제품은 시장 점유율이 40%에 육박하고 있고 태국 및 호주를 포함할 경우 시장점유율은 무려 70%를 훨씬 넘고 있다는 점에서 잘 나타난다. 현지의 주요 바이어들은 플라스틱 필름 및 플라스틱 백과 같은 제품은 브랜드의 인지도가 높지 않거나 특화된 제품이 아니면 가격경쟁력 여하에 따라 쉽게 기존 시장을 잠식한다는 점을 강조하고 있다.

이 제품의 수입관세는 일반 관세율이 7%이며 한국은 개도국(LDC)으로서 수혜를 받아 이보다 다소 낮은 5.5~6.0%의 관세율이 적용된다. 그러나 자유무역협정을 체결한 호주와 싱가포르 그리고 태평양 연안국과 저개발국 제품에 대해 무관세를 적용하고 있어 한국 제품의 수출에는 불리한 여건으로 작용하고 있다. [K]