



북미, 아트지 가격 인상

중국산 아트지 반덤핑 제소 영향

APP사가 미국시장의 아트지에 대한 가격인상을 발표했다. 그리고 Sappi, Stora Enso, New Page, Appleton Coated, Lecta 등 유럽과 북미 아트지 생산업체들도 펄프가격 상승과 유로화의 강세, 중국의 수출환급금 폐지 등을 이유로 톤당 50~60달러의 가격 인상을 실시할 것으로 알려졌다.

현재 북미 아트지 시장의 시장점유율은 Sappi사가 22%, New Page사가 20%, Stora Enso사가 16% 등을 차지하고 있다.

중국회사인 APP사가 가격인상을 제일 먼저 발표한 것은 이례적으로 받아들여지고 있는데 관계

자들은 미국정부의 중국산 아트지에 대한 반덤핑 제소가 영향을 끼쳤을 것으로 판단하고 있다.

한편, 시장관계자는 아트지 생산업체들의 가격인상 발표에 대해 수요의 증가가 아닌 생산업체들의 인위적인 가격인상은 완료되지 못할 것이라며 회의적인 반응을 나타냈는데 지난 해 2월에 실행됐던 톤당 40달러의 가격 인상도 톤당 20달러 인상에 그쳤었다.

한편, 2006년 미국의 아시아산 아트지 수입은 3분기까지 매달 평균 8만5천톤을 기록하다 4분기에 들어서 7만6천톤으로 감소했는데 북미시장의 수요약화와 유로화의 강세, 북미시장의 낮은 가격 등 여러 가지 이유가 혼합돼 작용된 것으로 보인다.

2007년 1분기 북미 아트지 시장도 경제성장 둔화, 인쇄 수요감소, 광고감소, 우편 요금의 인

상 등 악재가 겹쳐있어 전반적인 시장상황이 악화될 것으로 예상된다.

中, 제지업체 성장 지속 수입품 비중 큰 폭 하락

많은 종이 생산업체들이 원가상승을 만회하기 위해 가격인상을 시도하고 있지만 내수시장의 공급과잉 심화로 완료하지 못하고 있는 실정이다. 특히 대규모 신문용지 생산설비가 가동을 준비하고 있어 향후 신문용지의 가격하락이 예상된다.

대형 설비들이 가동함에 따라 원료확보를 위한 경쟁이 심화돼 ONP 가격이 큰 폭으로 상승했는데 이로 인해 중국 신문용지 시장이 혼란에 빠진 것으로 알려졌다.

중국의 많은 신문용지 생산업체들은 가격을 인위적으로 조정하는 대신, 가격경쟁력을 바탕으로 홍콩, 인도, 동남아시아, 미국 등지로 수출을 큰 폭으로 증가시켜 내수시장의 공급과잉 현상을 벗어나려고 노력하고 있다.

한편, 대형 현대식 설비의 가동이 계속되자 중국의 군소 신문용지 생산업체들은 경영난에 시달리며 설비를 폐쇄하는 것으로 알려졌는데, 이는 중국의 공급과잉을 해소하는데 조금이나마 도움이 되고 있다.

중국의 2대 골판지원지 생산업체인 Nine Dragons Paper Holdings와 Lee&Man Paper Manufacturing사는 최근 급격한 설비 신증설로 생산능력을 향상시키고 있으며, 중국 업체들의 생산능력 향상으로 북미와 러시아에서 수입

되던 Kraftliner는 중국산으로 대체되며 수입량이 급감하고 있다.

중국 내수시장에서 높은 시장 점유율을 보이던 수입품 비중은 큰 폭으로 떨어지고 있으며 중국산 제품의 비중이 크게 늘고 있다.

중국 및 동남아시아 폐지가격 상승세 업계, 혼합폐지 구매량 늘려

2007년 1월 중국과 동남아시아 시장의 폐지가격이 상승세를 보였다.

중국 골판지원지 생산업체들은 신설된 대형 골판지원지 생산설비가 가동됨에 따라 물량확보에 노력을 가하고 있으며 이로 인해 가격은 상승세를 지속하고 있다.

미국산 OCC는 톤당 15달러 상승한 1백50~1백55달러, New Double-Lined Kraft Clippings도 톤당 10달러 상승한 2백30~2백35달러를 기록했다.

미국산 폐지가격의 상승은 유럽산 폐지가격에도 영향을 끼쳐 유럽산 OCC는 톤당 10달러, ONP는 톤당 8~10달러 상승했다.

아시아의 ONP 수요도 중국에 설치된 대형 신문용지 설비의 가동을 앞두고 재고를 확보하려는 업자들의 가수요가 생기면서 상승세를 지속했다. Shandong Chenming Paper Holdings는 최근 연산 48만톤의 세계 최대 신문용지 생산설비인 PM4기의 상용화를 시작했으며, Shandong Huatai Paper 소유의 연산 40만톤의 신문용지 생산설비는 작년부터 가동을 하고



있다. 그 결과 미국산 ONP는 톤당 6달러, 유럽산 ONP는 톤당 8~15달러, 일본산 ONP는 톤당 20달러 상승했다. 중국의 몇몇 곡판지원지 생산업체들은 ONP와 OCC의 가격상승세가 계속되자 혼합폐지의 구매량을 늘리고 있는 것으로 알려졌다.

미국, FDA '무글루텐' 표시 규정 마련 셀리악병 환자 식품 선택 위해 제정

미국 식품의약청(FDA)은 무글루텐(gluten-free) 식품의 라벨 표시 규정안에 관한 질의 응답서를 최근 발표했다.

FDA는 2004년 8월 제정한 식품 알레르겐 라벨 표시 및 소비자 보호법(Food Allergen Labeling and Consumer Protection Act of 2004)에 따라 최근 무글루텐의 정의 및 라벨 표시에 관한 규정안을 마련했다. 최종 규정은 2008년 8월까지 공표한다. '무글루텐' 라벨 표시 규정은 셀리악병(Celiac disease) 환자들이 안심하고 먹을 수 있는 식품을 고르는 데 도움이 되도록 하기 위해 제정하는 것이다.

셀리악병은 일부 곡물에 들어 있는 단백질의 일종인 글루텐을 섭취하면 유전적으로 소장에서 염증을 일으키는 만성병이다.

미국 인구의 1% 이상이 셀리악병 환자인 것으로 추정되고 있는데 아직 치료약은 없다. 다만 글루텐이 들어 있는 음식을 피할 것을 전문가들은 권하고 있다.

글루텐은 밀 보리 라이보리 또는 이들의 교잡

종 예를 들면 밀과 라이보리의 교잡종인 라이밀(triticale)에 들어 있다. FDA는 이들 곡물들을 금지된 곡물(prohibited grain)이라고 지칭한다. 귀리도 함유 가능성이 있는 것으로 생각되고 있으나 금지된 곡물은 아니다.

미국 국립보건원(NIH)이나 일부 셀리악병 연구·치료 센터들에선 귀리를 셀리악병 환자들이 무조건적으로 먹지 말아야 하는 곡물로 생각하지 않고 있다. 또한 대다수의 셀리악병 환자들에겐 일정 한도(하루 50g까지)의 귀리는 섭취해도 무방하다는 것을 시사하는 연구 데이터도 나와 있다.

질의응답서에 따르면 식품의 라벨에 무글루텐 표시를 할 수 있기 위해선 ▲ 금지된 곡물 ▲ 금지된 곡물 유래 소재로 가공 과정에서 글루텐이 제거되지 않은 소재 ▲ 금지된 곡물 유래 소재로 가공 과정에서 글루텐을 제거했으나 이 소재(예를 들면 밀 녹말)를 사용한 식품에 글루텐이 20ppm 이상 들어 있게 되는 소재, 또는 ▲ 20ppm 이상의 글루텐이 들어 있어서는 안 된다. 그렇다고 해서 반드시 무글루텐 표시를 하라는 것은 아니다. 위 규정에 부합하는 식품이라면 메이커의 재량으로 무글루텐 또는 동의어(free of glutem, without gluten, no gluten)로 표시할 수 있다. 또한 그 밖에도 본래 글루텐이 들어 있지 않은 식품은 ▲ 당해 브랜드만이 아니라 같은 종류의 모든 식품이 무글루텐일 경우(예를 들면 우유, 무글루텐 식품이다 모든 우유는 글루텐이 없다(all milk is gluten-free)) ▲ 글루텐이 20ppm 이상 들어 있지 않은 식품인 경우엔 무글루텐표시를 할 수 있다. 무글루텐의 정의에서 20ppm을 기준으로 삼은 것은 현행 분석

기술로는 밀 보리 라이보리를 소재로 사용한 식품에서 글루텐이 20ppm 이상일 경우에만 검출되기 때문이다.

동유럽, 생분해 포장재 시장 급성장
신선식품 시장 주도

컨설팅 업체인 파이라 인터내셔널(Pira International)은 최근 발간한 보고서를 통해 동유럽의 식품 가공업체들이 좀 더 친환경적인 대안에 대한 수요에 부응하기 위해 노력하고 있으며 이로 인해 동유럽이 2011년까지 세계 생분해 포장재 시장의 성장을 주도할 것으로 전망했다.

“생분해 포장재 시장 전망” 보고서는 이 지역이 여타 시장보다 발전이 낙후돼 있는 상황에도 불구하고 추후 4년 동안 가장 역동적인 성장을 기록할 것이라고 전망했다.

2006년, 동유럽 업체들은 생분해 포장재 8백 21톤을 소비했으며 이는 북미의 1만6천47톤과 서유럽의 1만9구3백50톤에 훨씬 미치지 못하는 수치이다. 그러나 이러한 수치는 급격히 상승할 것으로 전망되고 있다. 2011년까지 생분해 포장재의 소비는 연간 24.6%씩 상승하여 2천4백63톤으로 늘어날 것으로 파이라는 추산한다.

파이라는 주요 소매 체인점과 브랜드 업체들이 기존의 식품 포장재를 대체할 수 있는 친환경적인 대안을 찾고 있기 때문에 이런 성장이 가능할 것이라고 설명했다. 친환경적인 대안으로 떠오른 것이 전분 및 폴리락틱 산 등의 생분해 폴리머라고 한다.

식품 포장용 생분해 소재의 사용에 대한 연구 결과, 생분해 소재 사용에 의한 에너지 소비율과 이산화탄소 발생량이 기존 플라스틱보다 현저히 낮다는 것이 밝혀졌다.

또한 친환경적인 장점을 가진 생분해 소재는 최근의 연구 개발로 인해 비용적인 측면에서도 부담되지 않을 뿐 아니라 다양한 사용이 가능해졌다고 이 보고서는 지적했다.

현재, 신선식품이 전체 생분해 포장재 시장에서 차지하는 비중이 41%에 달하는 등 신선식품이 생분해 포장재 시장을 주도하고 있다. 이는 신선식품의 보존기간이 짧기 때문인 것으로 보인다.

더욱 긴 보존기간을 요하는 제품에 사용될 수 있는 다중 포장재의 등장으로 인해 생분해 포장재는 모든 포장 분야에 있어 더욱 많이, 더욱 효율적으로 사용될 것으로 기대된다. 이 보고서와 관련된 추가적인 정보는 파이라 인터내셔널의 웹사이트(www.intertechpira.com)에서 찾아보면 된다.

日, '무첨가 표시' 금지 요구
우량제품 오인 우려

일본식품첨가물협회는 최근 드레싱류 및 건장 제품에 무첨가 표시를 전면 금지하길 요구하는 의견서를 공정거래위원회에 제출했다.

이는 2006년 12월 27일 자 관보에 고시된 드레싱류의 표시에 관한 공정경쟁규약(안)과 간장의 표시에 관한 공정경쟁규약(안)의 무첨가 표시 시행 규칙에 대한 반대 의견으로 협회는 무



첨가 표시는 부당 표시의 금지 사항에 해당한다고 주장했다.

그 이유로 협회는 공정경쟁규약안이 특정 용어의 사용 기준으로 든 우량 제품임을 나타내는 용어(예를 들면 드레싱류의 손으로 만든 특선 고급, 특급, 초특선 등)와 무첨가를 동등하게 취급하고 있어 식품 첨가물이나 식품 원재료를 사용하지 않았는데도 마치 우량 제품인 것으로 오인될 우려가 있다는 점을 들고 있다.

또한 협회는 식품의 표시는 식품 첨가물이나 특정 식품원재 무첨가란 표시처럼 굳이 사용하지 않았다는 것을 표시하는 것이 아니라 사용한 식품 첨가물이나 식품 원재료를 바르게 표시하는 것이라는 견해를 제시했다.

그러나 규약안이 합리적인 근거가 없는데도 특정 용어와 유사한 표시를 함으로써 상품의 품질이 실제보다 월등히 우량한 것으로 오인될 우려가 있는 표시를 인정하고 있다면서 이 무첨가 표시는 부당 표시의 금지 사항에 해당된다는 결론을 내렸다.

아태, 2010년 연포장 시장 주도
다국적 가공업체 증가 요인

아시아 태평양 지역은 식품가공 산업의 역동적인 성장에 힘입어 2010년경 연포장 부분의 지배적인 위치를 차지하게 될 것이라는 새로운 보고서가 등장했다.

PCI는 아시아 태평양 시장 내의 수요증가가 계속되어 연포장재의 가격은 2005년 3백40억

유로에서 2010년 4백30억 유로까지 상승될 것이라고 예측했다. 이런 증가는 아시아 태평양 지역 내에 다국적 가공업체들이 점점 더 많이 증가하고 있기 때문이다.

아시아 태평양 지역은 네슬레(Nestle)와 크래프트(Kraft)사와 같은 기업들에게 판매 성장을 위한 주요 시장들 중 하나로 여겨지고 있다.

호주와 뉴질랜드처럼 좀 더 성숙한 시장들과 더불어 특히 아시아 국가들은 식품산업에 활력을 불어 넣을 것으로 예상된다고 PCI의 포장 부문 분석가 폴 개스터는 말했다. “중국 연포장재 시장의 잠재력은 그저 놀라울 따름이며 한해 약 15%가량 성장하고 있다”고 그는 말했다.

중국과 인도는 가장 빠르게 성장하고 있는 시장들이지만 인도네시아나 필리핀과 같은 약간 주목을 덜 받는 시장들 또한 연포장 시장이 호황을 누리는데 도움을 주고 있다.

PCI는 인도네시아와 필리핀의 연포장 시장이 연평균 6%에서 7%로 성장할 것이라고 내다봤다. “비록 중국과 비교했을 때 시장규모가 작지만, 인도네시아나 태국 연포장 시장들은 연포장재 업체들에게는 무수히 많은 비즈니스 기회를 제공하고 있다”고 개스터는 말했다.

개스터는 연포장 시장의 호황은 주요 다국적 식품 가공업체들의 관심이 날로 늘어나고 있기 때문이라고 말했다.

개스터는 이런 다국적 식품가공업체들의 투자증가가 계속돼 연포장 시장 내의 경쟁을 치열하게 만들 것이며, 아시아 태평양 지역의 연포장 시장이 점차 지배적인 세력을 갖추게 될 것이라고 믿고 있다. [K]