

REACH 정보제공 및 정보공유의 장 마련 '찾아가는 서비스' 홍보주력



문 정 호

환경부 REACH대응 추진 기획단 단장

친환경이 기업의 경쟁력으로 떠오르고 있다.

현재 기업의 '환경 경영'은 생존 차원에서 시작되고 있지만 반대로 새로운 기회를 제공하기도 하는 등 환경 경영은 이제 국내 기업들에게도 핵심 경쟁력의 하나로 인식되고 있다.

최근 전 세계적으로 환경오염이 사회적 문제로 대두 되면서 친환경 물질에 대한 관심이 높아지고 있는 가운데, EU(유럽연합) 국가들이 국가간 새로운 화학 물질 거래에 관한 규제 방안을 본격 시행했다.

REACH(신화학물질관리제도 REACH : Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals)라고 불리는 이 제도 시행을 앞두고, 국내에서는 이미 정부 차원에서 꾸준히 관련 규제를 강화하는 등 다양한 대응 방안을 마련해 오고 있지만, 기업의 경우 환경 규제에 대한 인지도가 아직 결음마 수준으로 대응 방안이 전무한 실정인어서 대책 마련이 시급한 상황이다.

이에 따라 환경부는 REACH 도입과 국제적 화학물질 규제강화 추세에 대응하여 국가 차원의 대응체계 구축을 위한 작업을 본격 착수하여 4단계 추진전략을 마련, 체계적으로 대응해나갈 계획을 발표하고 2006년 9월 REACH 대응 추진기획단(단장 문정호)을 발족, 운영 중에 있다.

환경부는 REACH가 도입되는 올해 4월까지를 1단계 내부 준비단계로 설정하고, REACH 법안분석과 동향을 파악하는 등 과제별 추진과제를 도출해 대응전략을

수립했다.

올해 5월부터 내년 3월까지 2단계로 업종별 One-stop지원체계를 구축, 산업계 경보시스템을 구축하고 관련 인프라 확충에 나서고 있다. 특히 현재 “REACH 대응센터”를 설치운영하고, 수출대상 물질의 등록대상여부 확인, 등록서류 작성지원 등을 하고 있다.

3단계인 사전등록기간(’08.4~9)에는 산업계경보

(Alert)시스템을 운영하면서 사전등록에 대한 누락방지 및 등록 지원을 추진하고, 사전등록기간 경과 후에는 본 등록 대비 산업계 지원 추진과 함께 국내제도 개선을 추진하도록 할 계획이다.

REACH 대응 추진기획단은 기업의 발목을 잡는 팀이 아니라 환경장벽이라는 ‘덧’에 걸리지 않도록 환경부·국립환경과학원·한국환경자원공사 멤버들로 구성된 ‘연합

팀’이다.

환경부 팀은 EU 화학물질국의 제도와 세부지침 등을 분석하면서 기획단을 전체적으로 이끌고 있으며 국립환경과학원에서는 주로 업체들이 화학물질을 사전등록하는 데 필요한 실무 매뉴얼을 제공하고, 홈페이지와 기업을 직접 방문해 맞춤형 교육을 실시하고 있다.

한국환경자원공사 팀은 화학물질의 위해성 정보 확보방



▲ 환경부 REACH대응 추진 기획단

REACH Center

안과 업계의 등록 업무를 지원한다.

기획단은 단기적으로는 REACH가 국내 산업체들에게 수출 장벽으로 작용하지 않도록 지원서비스를 제공하고, 중·장기적으로는 국내 화학물질관리를 개선하기 위한 체계를 구축하는 것을 기본 방향으로 하고, 산업계의 위해성 자료생산을 위한 우수 실험 기관 (GLP 기관)을

REACH 수준으로 지원·육성하고, QSAR 등 선진적 유해성예측프로그램 등 핵심 요소기술 개발 및 인프라 구축을 추진할 계획이다.

사실, 대기업들은 제도 파악 후 등록정보를 수집하는 등 나름대로 준비작업을 진행하고 있는 반면, 중소기업은 제도 자체도 모르거나 알아도 “막연히 어떻게 되겠지”하고 관망하는 상황이다.

문정호 단장은 “인식도가 낮은 중소기업의 경우 CEO 포럼, 캠페인 등 홍보를 통해 널리 알리고 실무자 대상의 전문교육을 집중적으로 실시해 왔다”면서 향후에도 중소기업에 대한 지원을 아끼지 않을 것이라고 전했다.

발족한지 채 1년이 되지 않았지만, REACH 대응추진기획단은 괄목할 만한 성과로 현재 호평을 받고 있다. 먼저,



◀ 다양한 정보를 얻을 수 있는 환경부 REACH대응센터 홈페이지

기획단은 REACH 법령과 상세지침서, Q & A 등 1,000 쪽 이상의 자료를 번역·분석했으며 EU 집행위원회나 비 EU 주관 워크숍에 참석, 최신 흐름을 분석하고 EU 역내 기업 및 국가들의 동향을 파악해서 제공하고 있다.

또한 EU에 수출되고 있는 품목을 코드별로 분석하고, 수출 업체를 파악하는데도 노력하고 있다.

특히 산업계의 교육과 홍보 활동에 주력, 환경부가 지난해 초 화학물질과 완제품 제조·수출업체 3,000곳을 대상으로 이 제도에 관한 설문지를 배포했으나 응답률이 4%(127개 업체)에 그쳤다. 산업체와 관련 협회, 연구소를 대상으로 한 전자우편 설문 응답률은 0.07%였다. 거의 대부분의 국내 기업이 REACH에 대해 관심조차 두지 않았다는 의미다. 응답자 가운데 REACH의 개념을 모르는 경우도 30%에 달했다.

하지만 기획단 발족 이후 업계 교육을 통해 인지도는 올라갔으며, 기업들도 적극

적으로 대응책을 강구하고 있다.

REACH 홈페이지 방문자 수가 매일 450여명에 이르고, 연인원 7만여명이 홈페이지를 통해 정보를 얻었다.

“개별 기업별로 산업계가 실질적으로 어떻게 대응해야 하는지를 알려주기 위해, 원하는 기업에 직접 찾아가서 맞춤형 교육·상담을 제공하는 ‘찾아가는 서비스’를 확대할 계획입니다.

기업 스스로의 대응력을 키우기 위해 대기업과 중소기업이 함께 참여하는 ‘산업계 협의체’를 활성화해서 위해성정보 생산, 등록서류 작성 등 협력사업도 중점 추진해 나갈 것입니다.”

최근에는 맞춤형 서비스에 주력하고 있다는 문 단장.

REACH는 워낙 복잡하고 이해하기 힘든 제도여서 개념과 충론을 강의해도 실제로 특정 업체가 어떻게 대응해야 할지 모르는 게 현실이다. 기획단은 특정 업체를 직접 방문, 해당 업체가 사용하는 화학물질을 검토한 뒤 구체적인 대응책을 제시하고 있다.

문정호 단장은 “얼마 전까지만 해도 반신반의 하면서 교육에 참여했던 기업들이 이제는 스스로 도움을 요청하기도 하고 있다”면서 “기업과 정부가 상호 윈-윈(Win-Win)할 수 있는 REACH 대응방안을 마련하기 위해 그동안 많은 노력을 기울였는데 산업계가 이에 호응하고 있어 큰 보람을 느낀다”고 전했다.

유럽연합(EU)을 비롯해 미국, 일본, 중국 등 주요 국가들이 경쟁적으로 규제를 가동하면서 ‘환경 비상’이 걸린 현재, ‘반환경 제품’은 더 이상 시장에서 발을 붙이기 힘든 상황이다.

REACH와 관련한 정보제공 및 정보 공유의 장으로서 역할을 하고 산업계에서 효율적인 REACH 대응의 수단으로 그 역할을 톡톡히 하고 있는 기획대응단은, 앞으로도 기업은 기업 나름대로 생존 차원에서, 정부는 환경보호 및 산업경쟁력 강화 차원에서 노력하여 위기를 도약의 계기로 삼기 위해 노력해 나갈 것이다. ☐

박초혜 기자