

## >> 지속 가능성 포장재로서 적극적 홍보 필요

미국 EPS재 활용 협회 (AFPR: Alliance of Foam Packaging Recyclers)가 주관하는 「EPS EXPO 2008」이 전세계 관련업계 인원 180여 명이 참가한 가운데 3월 10일부터 12일까지 미국 텍사스 주 달라스 시에서 개최되었다. 발표 내용 중 기업과 제품의 '지속 가능성'의 대두에 따른 EPS 업계의 대응 방안을 회의에 참석했던 협회 최주섭 부회장의 요약으로 소개한다.

### 기업의 지속가능성(The Trifle Bottom Line)

- 지속가능성이란 미래 세대에 부담을 주지 않으면서 현재 세대의 필요를 대처할 수 있는 개발을 의미함. 기업의 이해와 사회의 요구를 동시에 추구할 수 있는 스윗스팟의 추구 필요
- 지속가능성을 위한 기본 평가 요소: 경제성(판매, 수익, 세금, 자금흐름, 일자리 창출 등), 환경성(대기질, 수질, 에너지 사용, 폐기물 배출), 사회성(노동력 고용, 지역사회 영향, 인권, 제품 책임주의) 등
- 지속가능성 추구 기업의 주가지수도 양호함(다우존스 지속가능성 지표)
- EPS산업의 지속가능성 강화 필요: EPS의 기능성, 품질, 이미지 개선과 사회적 측면의 포장 감축, 플라스틱 사용량 감소, 에너지 절약 등 요구를 충족시키기 위해 생분해성 플라스틱 개발, 재활용을 제고, 그린 빌딩 등 시책 필요
- EPS에 관한 좋은 소식과 나쁜 소식
  - 좋은 소식: 대부분이 공기로 되어 있고 에너지 효율이 높고 지역적으로 생산되며 그린 빌딩에 사용되는 점
  - 나쁜 소식: 석유 제품이라는 것과 미국의 경우 재활용율이 낮다는 것, 도처에 산재되어 있고, 포장 규제와 플라스틱 규제가 있다는 점
- 기업의 사회적 책임 강화 사례
  - GE는 기업의 이윤 증대와 기후변화 저감을 동시에 추구하기 위하여 풍력, 가스터빈, 하이브리드 엔진, 제트 엔진의 고효율화 등 청정기술 개발
  - Pepsi Co. 는 시장 점유율 증대와 국민 건강을 동시에 추구하기 위해 케이크오트, 트로피카나 사용으로 건강음료 부문 판매증대, 환경 부문에서는 비용절감과 자연자원을 동시에 추구하기 위해 용수사용 절감, 에너지 효율성 증대, 포장감축 등 프로세스 개선

### 월마트 지속가능한 포장에 대한 대응

- 월마트는 2007년 3월 포장 스코어카드 1차 결과를 발표하였음. 그 내용은 옥수수, 감자 등 재생 가능한 자원으로 포장재를 생산하고, EPS사용을 감축하거나 대체하며, 제품에 재생원료 사용을 증가하도록 하는 것임
- 월마트는 기존의 3R(Reduce, Remove, Reuse) 외에 4R(Recycle, Renew, Revenue, Read)를 추가하였음. 그 내용을 보면, 불필요한 포장을 제거하고(Remove), 포장규격 감축(Reduce), 경제성이 있으면 재사용(Reuse), 재생가능자원 즉 생분해성이며 비료화(Recycle), 비용 저감(Revenue), 포장혁신의 교육(Read)
- 스코어카드는 전과정 원리에 기초하여 9가지 지표에 대한 평점을 배치하였음. 은실가스랑, 물질가치, 제품과 포장 비율, 수거체계 이용 등에 각 15점을, 수송, 재생원료량, 회수가치에 각각 10점을, 그리고 재생에너지와 혁신에 각각 5점을 배점하였음
- 월마트의 플라스틱 포장재에 대한 평점은 HDPE, LDPE, PET, RPET, EVA, PP, PLA에 대해 우호적이고 PVC, PU, PS, ABS, PC, Acrylic에 대해 덜 우호적인 점수를 주고 있음
- 물질 회수율 비교를 보면 높은 회수율 품목(종이, HDPE, PET, 알루미늄, 철, 유리), 중간 회수율 품목(목재, PP, LDPE, PVC, Styrene), 비료화 가능 품목(Bio-Polymer, 전분, Cellophane, Cellulose film, PLA, PHA), 낮은 회수율 품목(혼합재질, 특수 수지, EPS - 미국 2006년 19.3%)으로 분류하고 있음
- 이에 대하여 AFPR에서는 EPS는 운송피해를 줄이고 경량성으로 수송으로 인한 악영향을 줄이며 생산공정의 개선으로 단위당 에너지 사용량, 증기사용량, 용수사용량, 재활용을 등이 개선되고 있고, 재생원료를 사용하고 있으며, 비용이 저렴하여, 지속가능성에 기여하고 있다고 주장하고 있음. 금후에도 EPS의 지속가능성에 대한 자료수집, 홍보, 위원회 참가, 전시회, 계몽자료 개발 등에 힘쓸 것임



## EPS EXPO 2008

*www.eps.or.kr*  
*www.eps.or.kr*

### 월마트 스코어카드에 대한 EU의 평가

- EU의 포장 및 포장폐기물규제령(04년 개정)의 특징은 환경과 거래를 목적으로 하고 사용후 포장재의 회수체계 마련, 포장재의 회수 및 재활용을 목표 달성, 포장재의 필수조건 유지, 포장제품의 자유거래의 보장 등
- EU의 2004년도 EPS 재활용 실적은 보면 EU의 2008년 재활용 목표 55%를 이미 달성한 국가는 오스트리아, 벨기에, 독일, 룩셈부르크, 아일랜드, 네덜란드 등이며 그 이하는 이태리(54%), 덴마크(53%), 프랑스(52%), 영국(50%), 스웨덴(50%), 스페인(48%), 포르투갈(41%), 핀란드(40%), 그리스(37%) 등임
- EU와 미국의 포장재 규제 형태를 보면 유럽은 법규에 의해 시행하나 미국은 월마트 등 시장에 의한 규제가 우선적임
- EUROPE(포장과 환경문제에 관한 범유럽 산업계의 대변자 역할 수행)의 지속가능한 포장의 비전은
  - 공급이 보장 된 자원으로 만들어지고
  - 제품의 사용기간 동안 효율적이고 안전하게 설계되고
  - 실용성과 비용 측면에서 시장의 기준에 맞고
  - 소비자의 선호와 기대에 부응하며
  - 사용 후 가능한 한 어디서든지 효율적으로 회수되어야 한다는 점임
- 유럽의회에서도 포장과 환경지표를 제안하여 연구자료가 성안되었으나 현행 규제 외 별도규정의 필요성이 적으며 영향범주를 통합하는 과학적 정당성이 불명확하고, 비실용적이라는 점에서 의회 통과를 막았음
- 월마트 포장 스코어 카드 시책을 분석해 보면 온실가스 측정, 자재의 형태, 수송, 제품과 포장 비율, 재활용율, 회수가치, 재생에너지 등 평가 항목에서 여러 가지 문제점들이 지적되고 있고, 평가 점수를 확보하기 위해 기업에 상당한 부담과 노력이 따를 것임. 월마트 스코어카드와 다투존스 지속가능성지표 기준이 서로 달라 환경지표라기 보다는 경영지표라고 판단되어 유럽제품에 대한 적용에는 반대하는 입장임

### EPS : 폭풍 속에서 살아남기(Surviving in the Storm)

- 원유가격 상승으로 에틸렌과 벤젠가격이 계속 상승하고 있음
- 북미의 스티렌 소비량이 2006년 730만 톤에서 2008년 660만 톤으로 감소 추세임
- EPS의 전세계 소비량은 500만 톤이며(아시아 210만 톤, EU 170만 톤, 북미 54만 톤, 기타 66만 톤), 생산설비 가동율은 70% 수준임. 북미의 EPS 소비량은 61만 톤(미국 72%, 멕시코 21%, 캐나다 7%)으로 용도별로는 포장 32%, 건설 43%, 기타 25%임
- EPS 생산 능력은 아시아, 유럽, 중동(2009년부터)에서 계속 증가하고 있으나, 2011년 이후는 생산설비 증설은 없을 것임
- 아시아의 EPS 소비량은 210만 톤임(중국 80%, 한국 11%, 일본 7%, 홍콩 1%, 대만 1%)
- 미국의 EPS 수요는 감소하고 있어 관련업체는 폭풍 속에서 살아남아야 함

### EPS의 지속가능성 캠페인(안) : 생존과 성장

- EPS에 대한 공격: 월마트는 전세계 3,500개 점포에서 EPS포장을 억제하고 있으며, NGO의 포장재 줄이기 타겟이 되고 있음
- AFPR의 전략은 EPS의 실용성과 가격의 장점으로 생존과 성장을 추구함. 국민들의 나쁜 이미지에 적극적으로 대응하고 주요 유통업체와 일반 대중의 EPS에 대한 오해를 바로잡기 위한 마케팅 전략을 개발, 시행 할 필요가 있음
- 이를 위해 협회의 로고를 환경친화적인 디자인으로 개편, EPS사용업체(OEM)에 EPS의 LCA자료, 재활용체제 뉴스 등 정보의 신속한 제공, EPS의 지속가능성 홍보, Website의 접근성 제고, EPS에 대한 환경 스마트카드 작성(외부기관 의뢰) 등의 전략 필요
- 기술적 전략으로 적절한 대중매체를 통한 홍보 전개, 다양한 고객에게 우편물 발송, 광고, 뉴스레터(혹은 e-뉴스레터), 브로슈어 등 활용, 발행물의 환경친화성 제고(편집 기획, 식물성 잉크, 재생 종이 재질 선택 등), 지속가능성에 대한 홍보 등 필요