

Sustainable Food Packaging in the United States

# 지속가능한 미국의 식품포장

- KOTRA 글로벌원도우(<http://news.kotra.or.kr/kotranews/index.do>) 자료 제공 -

## I. 서론

최근 미국에서는 환경보호에 관한 경각심 확산으로 식품 및 음료 업계에도 '지속가능성'이 중요한 화두로 떠오르고 있다. 기업 차원에서 음식물 쓰레기와 불필요하게 발생하는 식품 및 음료 포장을 최소화하고, 친환경 제품으로 바꾸려는 노력이 지속되고 있는 것이다.

미국 도시 지역에서 발생하는 고체 쓰레기의 31%가 포장재라고 한다. 제도적으로도 지방정부 별로 식품 포장 및 섭취용 일회용품 사용을 줄이기 위한 규제가 강화되는 추세이다. 더불어 플라스틱 빨대 및 일회용 식기류 사용 금지, 스티로폼 일회용 용기 사용 금지 등이 시행되고 있다.

## II. 식품 구매 결정 요소인 지속가능성

지속가능성의 가치는 미국 소비자들이 식품이나 음료를 구매를 결정할 때 중요한 요인으로 떠오르고 있다.

시장조사기관 NPD그룹의 조사결과 미국 소비자의 9%는 식품이나 음료를 구입할 때 환경을 가장 중요한 의사결정 요소로 생각하고 있으며, 이러한 성향은 18~44세 소비자들에게 특히 높게 나타났다.

미국 성인 10명 중 1명(2,000만 명에 해당)은 친환경적 포장재를 사용하는 식품 혹은 음료 브랜드로 바꾼 적이 있다고 응답했다. 또한 3분의 1이 최근 30일 내에 레스토랑에서 테이크아웃 음식을 주문할 때 해당 식당이 친환경 용기를 사용하는지를 따져보고 주문했다고 답했다.

NPD 그룹의 서플라이트랙 서비스에 따르면 플라스틱 빨대는 상업용, 비상업용 푸드서비스 업체에서 여전히 대량으로 주문되나 주문량은 전년 대비 4% 감소했으며, 종이 빨대는 4% 증가했다고 한다.

NPD 그룹의 식품 및 음료 산업 애널리스트인 다렌 세이퍼는 “마케터는 지속가능성이 소비자에게 중요한 구매 결정의 요소임을 인지해야 한다”며 “맛, 건강, 편리함, 건강과 같이 지속가능성도 소비자들에게 같은 요소로 인식되고 있다”고 조언했다.

### Ⅲ. 친환경으로 가는 식품기업들

식품 및 음료 기업과 요식업체들도 기업의 사회적 책임감을 강조하며 환경 보호를 위해 포장재 줄이기에 자발적 노력을 기울이고 있다.

식품 생산 시 발생하는 오염물질을 최소화하고, 소모되는 에너지와 수자원 등을 줄이는 방안을 모색하고 있다. 자체적으로 친환경 패키징 개발에 나서거나 지속가능한 방식으로 생산된 재료를 바탕으로 제품을 생산하고 있다.

- 유니레버 : 오는 2020년까지 식품 제조에 사용되는 모든 채소와 과일을 지속가능한 방법으로 생산된 제품을 소싱할 것이라고 밝혔다.
- 하이네켄 : 2020년까지 사용하는 원재료의 최소 50%를 지속 가능한 방식으로 생산된 것을 소싱할 계획이다.
- 코카콜라 : 식물성 원료로 만든 플라스틱 병인 ‘플랜트보틀(Plant Bottle)’을 개발했으며, 북미 지역에서 판매되는 코카콜라 브랜드 음료 및 생수 제품의 30%, 전 세계적으로는 7%가 플랜트보틀에 담겨서 판매되고 있다.

현재 니치브랜드, 프리미엄, 소비자 직접 판매 브랜드들을 중심으로 친환경 포장재를 채택해 제품을 판매 중이다.









지속가능한 식품 포장재의 키워드는 ‘재활용 가능’, ‘퇴비화 가능’, ‘생산과정에서의 오염물질 최소화’이다. 시중에 출시된 신소재를 패키징에 도입하거나 자체적으로 친환경 패키징을 개발하는 방식으로 지속가능성을 실천하고 있다.

[사진 1] 코카콜라컴퍼니가 개발한 플랜트보틀



[자료 : coca-colacompany]

[표 1] 친환경 패키징을 채택한 식품 및 음료 기업

기업명	제품사진	설명
BOSS Foods		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식물성 슈퍼푸드 바를 제조하는 기업</li> <li>- 식품 포장재를 일반 플라스틱에서 퇴비화되는 TIPA*로 교체</li> <li>* 이스라엘 기업 TIPA사의 제품으로 대안형 플라스틱재</li> </ul>
Boxed Water is Better		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생수 판매 업체</li> <li>- 플라스틱 병 대신 75% 종이로 만든 재활용 가능 용기를 사용</li> <li>- BPA, 프탈레이트가 함유되지 않음</li> </ul>
Celestial Tea		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 차(茶) 판매 기업</li> <li>- 티백 개별 포장재를 없애고, 일반적인 티백에 부착되는 실, 스테이플을 사용하지 않음</li> <li>- 티백 포장재는 자연 섬유재이며, 종이박스는 100% 재생용지를 사용해 제조</li> </ul>
GF Harvest		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 휴대 가능한 1인용 오토밀 제조 판매 업체</li> <li>- 오토밀이 들어있는 납작한 봉지 모양으로 간편하게 휴대가 가능하며, 제품을 섭취할 때는 박스를 접어 용기 모양으로 만든 후 물을 부어 먹는 방식</li> <li>- 포장재는 재활용이 가능하며, 종이로 만든 일회용 숟가락이 함께 제공</li> </ul>
Honest Tea		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 코카콜라가 인수한 음료 기업</li> <li>- RTD(Ready to Drink) 제품은 유리 용기에 담아 판매하며, 유리 용기는 Cradle to Cradle 인증*을 받은 제품</li> <li>* 용기 제조 시 재생재료 사용 여부, 물 관리, 재료 안전 및 재생에너지 사용여부 등이 인증 요건</li> </ul>
Saltwater Brewery		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 플로리다 주를 기반으로 한 수제맥주 업체</li> <li>- 맥주 6개팩에 사용되는 묽음용 링을 100% 생분해되고, 식용 가능한 재료로 교체</li> </ul>
Numi Organic Teas		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 차(茶) 판매 기업</li> <li>- 티백은 내추럴, 생분해가 가능한 종이 필터 재질을 사용</li> <li>- 티백 박스는 85% 재생 용지를 사용하며, 공기름 잉크를 사용해 인쇄</li> <li>- 선물용 박스는 대나무로 제조한 친환경 제품</li> </ul>
Loving Earth		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 초콜릿, 슈퍼푸드 바 판매 업체</li> <li>- 내용물은 친환경 필름인 Econic* 제품으로 패키징</li> <li>* Econic사가 개발한 소재로 우드 펄프와 non-GMO 옥수수를 이용해 만든 필름 재질. 건조한 식품이나 유통기한이 짧은 육고기 등을 포장할 때 사용</li> <li>- 초콜릿 박스와 시리얼 박스는 100% 재생 목질 섬유로 만든 제품을 사용</li> <li>- 포장재 겉면은 무독성의 식물에서 추출한 잉크로 프린트</li> </ul>

[자료 : 각사 홈페이지, food tank.com]

## IV. 결론


플라스틱 쓰레기와 오염물질을 대량으로 배출하는 식품 및 음료 업계에서 ‘지속가능성’은 더욱 중요한 이슈가 될 것으로 전망된다. 식품 및 음료의 제조과정부터 패키징까지 환경을 보호하는 지속가능성에 대한 가치를 중시하는 사회적 분위기가 형성되고 있다.

지속가능성 여부에 따라 소비자가 제품 구매를 결정할 만큼 중요한 요소가 되면서 식품 및 음료 기업과 요식업계의 지속가능성 노력은 더욱 활발해질 것으로 기대된다.

식품 패키징 및 일회용품 사용 규제도 지방정부를 중심으로 엄격해지고 있는 추세이다. 이에 따라 친환경 관련 식품 제조기술 및 신소재 수요는 더욱 커질 것으로 전망된다.

현재 미국에서는 스타트업을 중심으로도 친환경 신소재 개발이 빠르게 진행되고 있으며, 스타트업의 신소재에 식품 및 음료 관련 대기업들의 관심도가 매우 높다. 예컨대 캐나다와 미국에서 사업을 전개하고 있는 오리진 머티리얼(Origin Materials)은 100% 식물성 원료를 활용한 페트병을 개발하는 스타트업이다.

네슬레, 다농 같은 식품 대기업이 전체 투자금의 절반을 충당했고, 주요 파트너 및 고객사로는 펩시, 네슬레, 다농 등이 있다.

김동그라미 미국 뉴욕무역관은 “미국에 진출해 있거나 진출을 준비 중인 한국 식품 및 음료 기업은 업계에서 중요성이 대두되고 있는 지속가능성 이슈를 인지하고, 이를 염두에 둔 제품 개발 및 마케팅 전략을 수립할 필요가 있다”며 “제품의 생산과정이나 패키징이 지속가능한 가치를 지니고 있을 경우 이를 마케팅 포인트로 활용할 수 있다”고 말했다. 

[사진 2] 오리진 머티리얼의 페트병 제품



[자료 : foodengineeringmag.com]