

세제류의 리필 도입 소비자 반응 커

이 판 기 / (주)무궁화 자재부 대리

지구의 환경이 오염되면서 오존층이 파괴되고 기상이변이며 생태계의 파괴 현상 등이 세계 곳곳에서 일어나고 있다. 그동안 환경오염 문제의 심각성을 깨닫고 그 해결점을 찾고자 노력하는 사람은 많았다. 그러나 인간이 삶의 근본으로 삼고 살아오던 생활 터전인 자연의 파괴가 심각해지고 인류의 존폐마저 위협당하는 지경에 와서는 환경문제가 전지구적인 문제로 떠오르면서 각종 산업분야별로 환경친화적인 제품생산에 모든 방향이 맞춰지고 있다. 이제 환경은 단순히 몇몇 사람들의 공허한 외침이 아니라 이 지구상에 존재하는 모든 사회적·경제적인 요소들과 밀접한 관계를 가지고 있다.

소비자들이 환경친화적인 상품을 원하고 이를 지지하며, 생산자들 역시 소비자들의 요구와 전 지구적인 대세에 부응하고자 모든 생산품목에 환경적인 요소를 가미해 가고 있는 실정이다.

국내의 모든 기업들 역시도 세계시장에 살아남기 위한 방편으로, 그리고 환경을 보존하기 위한 노력의 일환으로 각 산업별로 환경친화적인 제품 및 포장재의 개발을 추진하고 있다.

95년 쓰레기 종량제가 실시되면서 스티로폴과 합성수지에 대한 규제가 강화되었고 이에 따른 업체들은 그 대

안마련에 부산했던 것이 사실이다.

지난 3월 1일자로 스티로폴이 재활용가능 품목으로 지정되면서 합성수지 제품의 환경적인 영향에 대한 관심이 집중되고 있는데 이는 환경적인 측면에서 재활용의 여부도 큰 요소이지만 샴푸나 세제 등 소비자들이 일상생활에서 많이 사용하는 생활용품 용기의 주된 재질이 합성수지이기 때문이기도 하다.

이런 샴푸나 세제용기들의 포장재질은 주로 PE나 PET의 단일재질로 되어있는데, 현재 우리나라에서는 PET용기는 재활용이 되지 않는 것으로 인식되고 있기 때문에 산업폐기물로 인식되고 있다.

그래서 이 제품들이 사용의 빈도가 높은 만큼 폐기물로 배출되는 양도 많은데 폐기물의 양을 줄이고, 경제성을 가진 환경친화적인 제품으로 리필용기가 대두되고 있다.

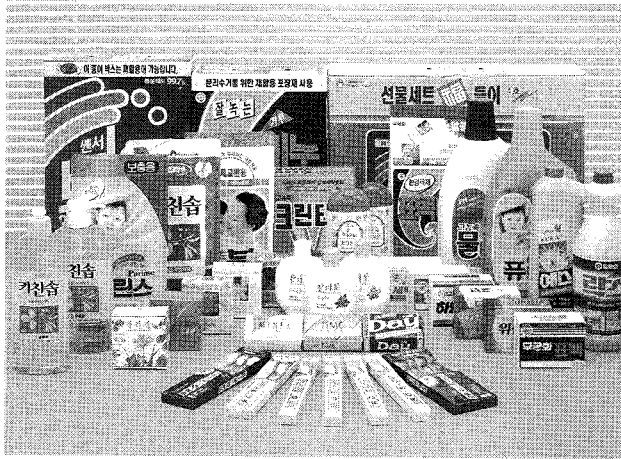
근 반세기동안 무궁화 세탁비누로 소비자들의 사랑을 받아온 (주)무궁화는 92년 당시 국내 세제업체로는 처음으로 세제용기에 리필제품을 도입하였다.

리필용기를 도입한 (주)무궁화의 제품으로는 주로 섬유세제와 가루비누류 등이 있는데 주방용세정제 키친숍의 경우 처음 리필용기를 도입할 당

시에는 DOWN형태의 리필제품이 출시되었으나 매장에서 제품을 전시할 경우 DOWN을 세워놓을 수 있는 판촉용 용기를 함께 내어야 하는 번거로움이 있어 관측시 오히려 불리하다는 판단이 되었다. 이에 DOWN형태에서 스탠딩 파우치 형태로 전환하게 되었다. 또한 이 스탠딩 파우치는 제품의 입구를 잘라서 써야 하는데 제품을 기존 용기에 충전할 경우 흘러내리는 불편함과 번거로움이 문제시 되었다.

이에 리필용품의 입구에 돌려서 여닫는 뚜껑이 부착된 스파우트 팩(SPOUT PACK) 제품이 생산되었는데 이 제품은 사용상의 편리함은 있으나 기존 용기생산 비용과 생산비용이 비슷해 리필용기의 장점인 경제성에 적합하지는 않다. (주)무궁화는 주생산품목인 주방용 키친숍을 비롯하여 푸린스, 센서 브라이트, 표백가루비누, 유아용 마일드 봄 등의 전제품에 리필을 적용하고 있는데 시행 후부터 그 소비량이 꾸준히 증가하고 있는 실정이다. 그 이유로는 광고를 통한 홍보 효과도 적지않겠지만 우선 가격이 기존 제품의 2/3정도라는 경제성이 소비자들에게 많은 어필을 한 것으로 풀이된다.

리필용기의 효율성이 제기되고 소



▲ (주)무궁화에서 생산하는 제품들

비 및 생산량이 늘어나고 있는데 이는 리필용기의 경제성과 환경친화적인 측면이 부각되었기 때문이다.

특히 정부에서 93년부터 시행해 온 제품의 포장방법 및 포장재의 재질 등의 기준에 관한 규칙을 시행하면서 합성수지류의 용기를 사용하는 업체에서 포장용기 총생산량의 일정량을 재사용할 수 있는 용기로 생산하도록 규정된 후로 각 생산업체들의 리필용기 도입 추세는 더욱 급증하고 있다.

국내에서 리필용기가 적용되고 있는 분야는 색조화장품류와 세제류인데 화장품의 리필제품이 소비자들로부터 별다른 반응을 얻지 못하고 있는데 반해 세제류제품들은 소비자들의 호응이 높아 전체 시장의 1/3정도를 차지하고 있다. 현재 국내에서는 이러한 리필제품이 크게 확산되는 추세에 있고 향후 2~3년간은 그세를 확장해갈 전망이다. 또한 리필제품의 용기로 사용되고 있는 NYLON + PET + LLDPE의 재질은 최근 NYLON + LLDPE의 재질로 변화되고 있는 추세인데 이는 리필용기 제작 초반 뒤틀림의 방지와 제품의 파손 등을 이유로

기업들의 생산 및 광고의 효과, 그리고 경제성과 눈에 보이는 소비자들의 만족도가 어우러져 리필용기는 앞으로도 계속적으로 그세를 확장해갈 것으로 보이지만 세제류의 리필용기는 NYLON+PET+LLDPE로 구성되어 있어 직접적으로 배출되는 쓰레기의 부피는 줄고있지만 재활용이 불가능하다. 그러나 현재 생산되고 있는 각 세제나 섬유린스 제품의 용기는 PET 단일재질로 생산되고 있어 자체적인 재활용이 가능한 것으로 드러나고 있다.

이에 따른 외국의 추세를 보면 미국이나 유럽시장은 리필제품에서 용기로 재전환하고 있는 실정이다. 이는 리필용기의 효율성과 환경친화성에 대한 문제가 제기되면서 환경친화성이나 재활용에 있어 실질적인 PET용기를 사용하게 된 것이다. 그리고 무엇보다도 용기 사용의 편리함에 대한 소비자들이 선호도가 높기 때문에 용기사용은 다시 증가추세로 바뀔 것으로 예상된다. 그리고 재활용의 문제에 있어서도 신포장기술의 발달이 있겠지만 PET용기나 기존용기 등의 재활용 기술이 크게 발달할 것으로 예상된다.

PET를 제거하면 리필용기 재질이 부드러워지는 장점이 있어 앞으로는 PET가 제외된 리필용기 재질이 개발될 것으로 전망된다.

정부의 규제안과 이에 부응하는 각

무궁화에서 생산하는 제품들 중 리필용기가 적용된 가루비누제품은 그린코팅을 도입하여 세제업계중에서는 최초로 환경마크를 획득한 제품이다. 그린코팅은 (주)무궁화와 케이스납품업체가 공동개발하여 세제업체중에서도 최초로 환경마크를 획득한 제품이다. 이 그린코팅은 일본에서도 인정을 받아 '세유'나 FAMILY MART나 SUN EAST 등의 고농축 세제 제품의 브랜드에 적용시켜 수출하고 있기도하다. 그린코팅은 재활용이 가능하고 방수·방습이 되는 특성은 있지만 우기시 습기가 스며드는 단점이 있다. 국내에서는 OPP 및 PVC 코팅을 환경부 법령에 의해 제재를 하고 있지만 일본 등 국제적인 추세로는 가루비누라는 특성과 습기로 인해 묻쳐수명이 단축됨을 고려해 이 두 가지 방법을 허용하고 있는데 이는 제품의 특징과 환경적인 측면을 고려한 정책의 한 예라고 할 수 있을 것이다.

향후 2년여간은 계속적으로 리필제품에 대한 증가추세가 이어질 것으로 생각되어지나 눈에 보이는 시책으로 급급하게 해결책을 찾아가는 것이 아니라 환경문제를 멀리 바라보며 실질적이고 효율적인 환경정책을 세워야 할 것이다. 즉 폐기의 방향으로 세워진 환경정책에 있어 재활용의 확산으로 그 방향이 맞추어져야 할 것이다. 또한 이 리필제품에 대한 논의는 그 제품을 생산하고 그 현황과 재질 등을 제대로 파악하고 있는 한국용기협회와 함께 논의·조정되어야 한다.

이럴 때 소비자와 생산자, 그리고 정부가 함께 책임질 수 있고 올바른 방향의 환경정책의 방향이 설정될 수 있을 것으로 생각된다. [K]