



일회용품의 규제와 종이컵

조강석 / 현진제업(주) 구조조정위원회 간사

1. 서론

자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률 시행규칙 개정안(이하 재활용촉진법)이 발효된 지 1개월여가 지난 지금 일회용품으로 규제의 대상이 된 종이컵과 관련업계의 실태와 규제에 대한 문제점을 되짚어 줄 필요가 없다.

우리가 생활 속에서 접하는 모든 생활용품 중 상당량은 재활용 자원으로 활용될 수 있는 특징을 가지고 있으며 경제적 논리에 따라 이를 이용하거나 쓰레기화했다.

그러나 재활용을 위해 선결해야 할 일부의 문제점들이 해결되지 못함으로 인해 재활용이 가능한 자원들이 쓰레기화되었으며 세계적으로도 국민 1인당 쓰레기 배출량이 상위 그룹에 속하고 있으며 폐지, 고철 등 재생자원의 수입량이 점점 늘어만 가고 자연환경의 파괴가 계속되고 있는 것이 현실이고 보면 금번의 자원재활용 촉진법의 근본 의도는 이해할 수 있다.

그러나 재활용 촉진법에 의해 규제대상이 된 일회용 종이컵은 100% 천연펄프로 제조된 원지에 저밀도폴리에틸렌수지를 약 20 μ 미만의 두께로 코팅하여 성형한 것으로 70년대 중반 커피자동판매기의 도입과 함께 일반인에게 사용되기 시작했고 국내 외식문화의 확산으로 음료용기로 자리잡았으며 최근 아이스크림 또는 즉석식품의

포장용기, 병원의 검사용, 공장의 시험용기 등 그 용도가 날로 다양화되고 있으며 일본, 대만 등 우리와 유사한 식생활 습관을 가진 주변 국가에서는 환경호르몬 검출 문제로 관심이 깊었던 컵라면용기 및 즉석식품의 대체포장용기로 각광을 받고 있다.

특히 90년대 초부터 불고있는 환경보호 운동과 함께 세계 각국의 정책입안자들이 종이용기를 환경친화 제품으로 새로이 인식하면서 그 쓰임새와 형상은 급속히 발전하고 있다.

그러나 세계에서 유일하게 우리나라만은 그 예외로 일회용종이용기를 규제하고 있어 이는 종이컵에 대한 이해 부족과 편향적인 시각에서 생각하는 것이라 본다.

2. 일회용종이컵의 특성

2-1. 위생성

일회용 종이컵은 완벽한 위생처리 시설에 의해 제작됨으로 반복사용이 가능한 일반용기에 비해 보편적인 면에서 위생적이고 80년대 초기 간염확산 등의 보건위생문제를 해결하기 위하여 정부가 일회용품의 사용을 권장하고 또한 종이컵 제조공장의 등록방법도 허가제에서 신고제로 바뀌는 등 종이컵의 수요와 공급을 장려한 것도 이를 고려한 조치였다고 볼 수 있다.

2-2. 간편성과 경제성

과거에는 음식을 먹는 장소는 대부분이 음식을 만드는 곳으로 한정되었으나 현대는 음식을 먹는 곳과 만드는 곳(파는 곳)이 일치하지 않는 경우가 많아지고 음식물의 이동은 빈번해지고 있으며 이에 일회용 종이컵이 그 목적을 충족시켜주고 있다. 또한 좁은 장소에서 적은 시간동안 다수의 고객을 맞아야 하는 외식업체의 경우는 더욱더 필요한 것이다.

아직까지 일회용 종이컵의 사용은 일반 가정이나 아닌 업소 및 산업용으로써 자동판매기, 외식업체의 음료용기로써 사용되고 있으며 사용 중의 파손으로 인한 교체비용과 사용 후 세척 등의 노력을 충분히 검토한 후의 선택이므로 경제성 역시 입증된 것이라 할 수 있다.

2-3. 환경친화성

위에서 거론했듯이 필수적으로 필요한 용기가 다른 소재로 전환되었을 경우 또 다른 환경문제를 야기할 수 있다.

일반용기 대부분은 특성이 재활용하기가 어려운 소재로 되어있으며 또한 사용 후에는 반드시 세척을 필요로 하고 세척제 사용 또한 필연이며 이는 또 다른 수질오염원으로 작용하게 될 것은 자명한 사실이며 날로 증가만 하는 생활오수의 처리문제 역시 쉽게 넘길 수 없는 난제이다. 이와 같은 종이컵의 장점을 무시하고도 자원재활용촉진법이 궁극적으로 얻고자 하는 소기의 목적에 도달할 수 있겠는지 의문이다.

3. 종이컵과 쓰레기문제

흔히 쓰레기문제가 대두되면 우선 떠올리는 것이 일회용 종이컵이다.

과연 우리가 생각하는 것처럼 일회용 종이컵이 다량의 쓰레기를 발생시키고 있는가.

보도된 자료에 의하면 우리나라의 쓰레기 1일 배출량은 생활쓰레기가 5만톤, 산업쓰레기가 15만톤으로 연간 7천3백만톤에 이른다고 하며 국내 제지회사들이 생산·공급하고 있는 종이컵 용 컵 생산에 2만톤, 음료용 컵 생산으로 5천톤 정도이며 이를 전량 사용, 제품화한다 해도 특별한 부자재가 거의 없는 종이컵은 결국 연간 2만 5천톤이 발생하고 있다고 보아도 무방할 것이며 결국 종이컵 쓰레기가 차지하는 비율은 0.034%에 지나지 않는다.

특히 국내의 종이컵업체가 해외에 수출하고 있는 물량이 연간 6억개 정도임을 감안할 때 그 비중은 더욱 낮아질 것이다.

일부 정책입안자들은 앞에서 거론했듯이 종이컵의 고유 특징과 장점이 있었음에도 이를 재활용하고자 노력하기보다는 사용을 억제하면 모든 원인이 사라질 것으로 쉽게 판단해 종이컵의 사용은 곧 쓰레기발생이라는 이미지 부각에 더욱 많은 노력을 하고 종이컵은 더욱 회수재활용 자원으로의 가치를 인정받지 못하게 된 것이 아닌가 한다.

4. 종이컵의 재활용과 문제점

우리가 일상적으로 접하는 일회용 종이컵은 100% 천연펄프를 사용하여 만든만큼 일반 신문지 등과 같은 고지류와는 달리 천연펄프인 관계로 물성이 양호하여 다양한 지질의 재생펄프로 활용할 수 있어 화장지, 신문용지, 골판지상자 등의 생산에서 이미 이용되고 있으며 선진국에서는 소각시 소각 촉매연료의 자원으로까지



유용하게 이용되고 있다.

이미 국내 제지업체에서는 폐종이컵을 재생필프로 활용하기 위해 많은 노력을 기울였고, 그 결과 펄프와 폴리에틸렌 수지를 분리할 수 있는 기술과 경제성을 확보했으며 종이컵 제조업체에서 가공 중 발생하는 파지 등은 100% 회수해 재생필프로 활용되고 있다.

그러나 현실을 보면 종이컵은 우유팩과 유사한 재질과 사용 후의 잔존가치 또한 비슷함에도 홍보부족과 인식의 차이에서 많은 양이 쓰레기로 버려지고 회수노력 또한 소홀히 하고 있었던 것도 기정 사실이다.

종이컵의 재활용에 가장 큰 난제는 회수방법이다.

대부분의 종이컵이 자동판매기에서 사용되고 있으나 특성상 자동판매기의 설치장소에서만 마시고 버리는 것이 아니므로 폐종이컵의 회수장치를 여러 곳에 설치해야 하고 홍보부족으로 사용한 후에 담배꽂초 등 이물질을 넣어 버리는 경우와 일반 쓰레기와 함께 버리는 등 최초의 회수가 어려웠으며 회수해 모아놓은 종이컵의 부피가 너무 커 물류비용과 인건비를 감안할 때 소량 사용업체의 방문이 불가능하고 구매자의 영업장소가 협소하여 일정량을 모을 때까지 보관이 곤란했다.

또한 외식업체에서 사용하고 있는 종이컵들도 소비자의 인식부족으로 재활용과 폐기용의 통을 별도로 비치하여도 한 곳에 버리는 경우가 많았고 업소에서도 이를 제지하기가 현실적으로 어려웠다.

이에 업체 개별적으로 회수가 곤란하자 종이컵협동조합에서 주도해 사용된 종이컵의 회수를 위해 다각도로 노력, 맥도널드, 롯데리아 등과 같은 대형 외식업체와의 계약으로 이미 사용컵

을 전량 회수(구입)하여 제지회사에 공급하고 이로 얻어진 재생화장지 등을 각 업체로 되돌려 주어 매장을 방문하는 고객 또는 양로원과 같은 복지시설에 무상으로 지급하고 있으며 최근에는 사용자와 사용업체의 적극적인 관심과 홍보활동으로 폐종이컵 회수에 적극 참여하고 있는 업체가 증가하고 있는 것은 바람직한 일이다. 그러나 아직도 부족한 부분은 많다.

가장 우선 문제시되는 점은 대국민 홍보와 자원의 이용방법의 부재를 꼽을 수 있을 것이다.

우리의 재활용 자원 회수는 과거로부터 현재까지 영세성을 면치 못한 일부업체에 국한되어 있으며 재생업체 또한 이의 범주에서 벗어나지 못한 채 산업의 일부로 배제되어 왔다.

이러한 부족한 부분에 정부의 정책과 자금지원이 시급한 실정이다.

최근 쓰레기 매립지 등의 선정, 소각장의 신설이 혐오시설로 간주되어 주변 주민들의 반발로 인해 여러가지 문제점들을 야기하고 있으며 이의 처리가 현안 문제로 대두되자 자원의 재활용을 적극 서두르고 다양한 정책과 규제가 뒤따르고 있으나 자세히 보면 이는 재활용 자원으로 활용하려 하기 보다는 쓰레기를 줄이려고 하는데 그 목적이 더욱 큰 것으로 보여진다.

따라서 우리는 유용한 자원이 자원으로 활용되지 못하는 구조적인 원인을 되짚어 보고 이의 원인제거에 더욱 노력해야 한다.

5. 규제 의 적정성

이번에 개정된 내용이 종이컵의 사용을 무조건 금지하지 않고 일부나마 허용(자동판매기용 및 경조사시)하고 외식업체 등에서는 특정량을 회수하는 조건으로 예외규정을 둔 것은 그나마

다행한 일이겠으나 다음과 같은 문제점을 지적하지 않을 수 없다.

첫째, 규제의 목적이다.

국민의 권리와 자유를 억제하는데는 그만한 이유와 설득력이 있어야 한다.

재활용 촉진법의 주요 목적은 쓰레기 배출량의 감소, 자원의 재활용, 자연환경 보호로 볼 수 있을 것이다.

그렇다면 사용을 억제하기 위해 규제를 하는 것보다는 회수를 우선하는 것이 바람직한 방법일 것이다.

국민의 편의성과 경제적 논리를 무시한 채 규제를 근간으로 함은 부당하다.

왜 일회용품이 계속 사용되고 증가하는가.

유용한 재활용 자원이 버려지는 이유는 무엇인가.

왜 회수하는 것이 어려우며 이를 해결할 방법은 무엇인가와 같은 문제점을 발췌하고 이의 적극적인 홍보를 통해 국민들에게 올바르게 인식시킬 방법은 연구되지 않고 비용부담이 되어도 반드시 필요하니까 사용할 수밖에 없는 소비자에게 또는 국가경제의 일부나마 이바지하고 있다는 자부심으로 일하고 있는 종업원들과 이 업계를 책임지고 있는 사람들에게 모든 원인을 뒤로한 채 일방적인 규제만으로 소기의 목적을 달성하려 함은 너무 일방적인 처사인 것이다.

둘째, 범위의 설정이다.

매장의 크기를 기준으로 대형업체를 우선해 규제하면 단시일 내에 그 효과를 얻을 수 있다는 논리는 지극히 타당하나 단순하다. 대형업체는 업체수가 적어 단속이라는 실행행사가 용이하다는 편의주의적 발상이 숨어있다고 지적하면 부인할 수 있는가.

대기업일수록 국민의 눈과 여론에 약하다.

정부가 앞장 서서 재활용이 가능한 제품에 대하여 홍보하고 수거하는데 노력한다면, 또 대다수 국민의 이에 동조한다면 대기업은 필연적으로 정부시책에 따라갈 것이고 오히려 앞장서서 다양한 방법으로 이를 홍보하고자 할 것이다.

셋째, 규제대상 품목의 설정에 문제가 있지 않은가.

식품포장용기에서 그 예를 찾아보자.

일부 식품포장용기는 금번 규제대상인 트레이와 일회용 도시락과 같은 재질인 EPS로 만들어지고 있다.

몇몇 기업에서 생산·판매하고 있는 일회용 트레이와 영세업체가 사용하는 도시락 용기만을 규제한다면 공평한 법의 집행이라고 볼 수 있을지 의문이다.

가까운 일본의 예를 보아도 많은 종류의 용기면과 즉석 된장국같은 식품포장용이 EPS컵에서 종이컵으로 교체되거나 교체 중이며 이를 회수하여 재활용자원으로 활용하고자 노력하고 있다.

넷째, 회수율에 대한 조건이다.

외식업체에서 일회용 종이컵을 사용하는 경우 회수율이 90% 이상으로 정해져 있다.

이는 곧 음식을 사 가지고 가는 고객은 대상에서 제외하는 것인지 포함되어 있는 것인지 불분명하고 숫자에 대한 논란의 소지가 많다.

매장에서는 이에 대한 숫자를 일일이 파악하기가 어려울 것이며 정부 또한 업체에서 제출한 자료를 액면 그대로 알기가 어려울 것이다.

또한 회수를 목표에 대한 실현 가능성이다.

업체에서 아무리 관리를 잘 한다고 하여도 90% 이상의 회수라는 것은 결코 만만한 숫자가 아니라는 점이다.

특히 고가의 용기도 아닌 재활용품에 대한 회



수율이 시행초기부터 90% 이상이라는 것은 어지간한 노력이 아니면 실현하기가 힘든 것이 아닌가 한다.

6. 업계의 대응방향

금번의 「자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률 시행 규칙 개정안」에 대하여 반대의견만을 제시하는 것은 국민의 한사람으로 올바른 태도라고 할 수는 없다.

본래의 취지가 재활용가능한 자원이 쓰레기화하는 것을 최대한 방지하여 자원을 절약하고 우수한 자연환경을 보호하는 일거양득의 효과를 기대하는 것으로 믿고 이해한다.

그간 일회용 종이컵은 환경보호운동이 벌어지면 썩지 않는 제품이라고 일방적으로 매도하면서 불매운동 및 규제가 뒤따랐고, 과소비 문제가 거론되면 역시 종이컵은 빠짐없이 등장했으며, 쓰레기 문제가 거론되면 다시 또 종이컵이 대표적인 쓰레기 물질로 구분되어 왔다.

그럼에도 국내 대부분의 제조업체가 영세하고 재정상태가 빈약하다보니 이를 올바르게 시정하려는 노력이 불가능했고 악자로서 비난을 면치 못했다.

그러나 엄연히 일회용 종이컵은 산업의 일부분으로 존재하고 국내 뿐 아니라 해외시장 개발에 많은 노력을 기울였고 90년대 초부터 일본 및 대만시장에 많은 수출을 지속하여 왔으며 당시의 경우만 하더라도 95년도에 상공부로부터 5백만불 수출탑을 수상한 이래 일본의 종이컵 제조업체들과의 경쟁 속에도 매년 종이컵 사업 부문에서 40억원 이상과 종이컵 제조기계를 30억원 이상 수출하고 있어 외화 획득에 일조하고 있으며 다양한 제품개발로 식품포장용기 분야에

서는 일본 제조업체를 앞질러 국가의 위상을 높여가고 있다.

그러나 IMF 여파로 국내 소비가 대폭 감소되고 원부자재의 폭등으로 인한 경영의 악화로 국내 약 2백여 종이컵 제조회사 중 많은 업체가 도산하거나 도산 직전 상태에 있으며 옆친데 덮친격으로 일회용품 사용의 규제를 대폭 강화하여 업계 자체의 존립여부가 불투명한 상태이다.

향후 업계는 스스로를 냉정하게 판단하고 정부시책에 호응해야 할 것이며 정부도 종이컵의 용도는 다양하게 발전하고 있으며 포장용기 부문에도 다른 어느 소재보다도 장점이 많은 것임을 재인식해 일회용 종이컵이 불요불급한 상품이라는 선입견에서 벗어나 중요한 포장산업의 일원임을 인정하고 획일적인 규제에 앞서 다양한 재활용 방안 수립을 위해 노력해 주기를 바란다. ☞

“정보홍수의 시대에 저희 월간 포장계는 여러분에게 유익한 정보를 제공코자 노력하고 있습니다.”

귀사를 홍보하거나 신제품 개발, 포장기술 관련 원고를 투고하시면 성의껏 게재하여 드리겠습니다.

월간 포장계 편집실
02-835-9041/5