



日, 가공식품 원산표시품목 확대 농수산성·후생노동성 합의

현재 8개 품목에 한정돼 있는 일본의 '국산' 표시 가공 식품수가 확대될 것으로 보인다.

농수산성과 후생노동성이 합동으로 개최한 '식품 표시에 관한 공동회의'에서 현재 8개 품목에 한정돼 있는 표시의무화 대상을 확대키로 합의했기 때문이다. 이번 회의에서는 제품별로 점하는 주요 원자재의 비율을 크게 봐서 50%로 기준을 설정, 이보다 비율이 높은 상품의 경우 원산지 표시의무화 대상품목으로 지정하도록 의견을 모은 것으로 알려졌다.

이에 따라 낫도, 차, 과일음료, 우동 등이 원산지 표시 의무화 대상품목으로 추가될 전망이다

농수산성은 원재료 비율이 1백%에 가깝고 가공도가 높지 않은 식품이 최종 대상으로 확정될 가능성이 높다고 보고 있다.

또한 소비자가 적절한 상품을 선택할 수 있도록 정보를 제공해야 한다는 소비자들의 목소리를 감안, 회의를 통해 의무화 대상과 조건 등을 보다 심도있게 조정키로 했다.

'국산' 표시 제도는 지난 2001년 10월부터 시행되고 있는데 가공식품 업계단체를 중심으로 '국산'이라는 원산지 표기를 통해 대 소비자가 치상승 소구효과를 거두기 위해 정부에 요청한 것이 계기가 된 바 있다.

현재 개별상품별로 의무화 되고 있는 원산지 표시 기준에 따르면 말린 매실, 건조미역, 가츠오게즈리부시, 야채냉동식품 등 8개 품목이 '국산' 표시를 인정받고 있다.

EU, 새로운 육류 라벨표시 법 시행
내년 1월부터 시행

지난 달 1일부터 새롭고 엄격한 EU(유럽연합)의 육류 라벨 표시법이 효력을 갖는다. 소비자는 더 나은 정보를 가지고 육류를 먹을 수 있게 됐다.

지금 통용되고 있는 EU의 육류 라벨 표시 법률을 강화해 재정, 6개월의 과도기적 기간을 갖은 후 내년 1월 1일부터 실시된다.

소비자들은 일반적으로 고기는 근육으로 알고 있지만 새로운 라벨 표기법에 의해 소비자가 근육고기를 먹는지, 지방을 먹는지, 내장이나 부스러기를 먹는지 명확하게 알 수 있다. 이 법은 소세지, 요리된 고기, 캔 육류와 같이 고기성분이 들어있는 제품에 적용된다. 한편 유럽연합의 식료품 라벨 표시에 관한 법률의 시행과 처벌은 회원국의 책임으로 알려져 있다.

남아공, 플라스틱 백 규제 전격시행
재활용 산업 발전 및 관련 설비 수요 증가 예상

지난 4년 가까이 끌어오던 남아공 플라스틱 쇼핑백 규제가 전격적으로 시행되고 있다. 남아공은 범람하고 있는 플라스틱 쇼핑백 사용으로 인한 환경오염을 방지하고 자원 재활용률을 높이기 위해 환경보존법(Environment Conservation Act)을 개정, 올 1월 1일부터 시행할 예정이었으나 예정보다 당초 늦어진 5월 9일부터

동법이 시행됐다.

남아공 환경부에서 입법 추진해 의회를 통과한 법에 의하면 프린팅이 있는 백의 경우 두께 80마이크론(Micron, 80마이크론은 통상 비료포대 두께 정도 됨) 미만, 프린팅이 없는 경우 30마이크론 미만의 플라스틱 백 사용이 금지되는 것을 골자로 하고 있다.

그동안 남아공에서는 대형 슈퍼마켓을 비롯한 상점에서 자사 로고가 부착된 플라스틱 백(통상 17마이크론)을 무료로 제공해 왔었다. 하지만 이번 개정으로 일반 소비자는 자신이 직접 휴대용 쇼핑백을 갖고 쇼핑하거나 상점으로부터 30마이크론 이상의 백을 유료로 구매하게 됐다.

플라스틱 두께 뿐만 아니라 프린팅 비율에 대해서도 규제하고 있는데 법규 시행 5년간은 20%까지 프린팅을 허용하고 이후에는 구체적인 것을 다시 정하기로 돼 있으며 재생 가능한 프린팅의 경우 50%까지 프린팅을 허용하고 있다.

한편 플라스틱 백 규제로 인한 기존 종업원의 실직을 우려, 남아공 정부는 향후 5년간 전체 생산량의 20% 가량은 30마이크론 플라스틱 백 제조를 허용하고 그 기간동안 새로운 설비투자, 재활용 산업을 육성한다는 계획을 갖고 있다.

플라스틱 백 규제 시행으로 가장 큰 특수를 누릴 수 있는 분야는 플라스틱 재활용 산업으로 예상된다. 이는 현재 17마이크론 이하의 플라스틱 백은 재활용 가치가 없는 반면에 30마이크론 이상의 백은 재활용이 가능하기 때문에 플라스틱 백 재활용을 위한 세척 및 건조용 소형 플랜트 수요가 증가할 것으로 예상되며 기존 플라스틱 백 제조업체도 이제 재활용 시설에 눈을 돌리지



않을 수 없게 됐기 때문이다.

이와 함께 플라스틱 백 사용규제법이 시행되면서 환경에 대한 소비자 인식이 이전보다는 높아질 것으로 보여 연관 재활용 산업이 보다 빠른 성장세를 보일 것으로 보인다. 이러한 환경변화에 발 빠르게 적응하고 있는 기업도 생겨나고 있는데 옴푸말랑가주에 위치한 Transpaco사의 경우 이미 재활용 시설에 한화 약 3억원을 투자해 금년 9월부터 재활용 제품을 생산한다는 계획을 가지고 있다.

이 회사의 재활용 소형 설비는 유럽으로부터 공급되고 있다고 한다. 한편 한국의 경우 남아공에 비해 환경에 대한 인식이 높고 상대적으로 재활용 처리 기술이 뛰어난 반면 유럽산 장비보다 값이 싸기 때문에 한국산 재활용 처리 설비의 경우 남아공 시장진출 가능성이 많아 보인다.

美, 14단위 바코드 국제규격 추진

55% 미국유통업체 컴퓨터 소프트웨어 교체

30여년전 도입돼 현재 거의 모든 미국 제품들에 부착돼 있는 12단위의 바코드가 포화상태에 이르러 출시되는 모든 제품을 수용할 수 없게 됐다.

이에 따라 미국 통일코드위원회는 2005년 1월까지 1천만개의 제품을 구분할 수 있는 14단위의 바코드를 도입, 이를 국제규격으로 제시할 계획을 세우고 있어 이에 따른 우리 정부 및 기업들의 대응이 요구된다.

현재 미국의 경우 각 업체들이 새로운 시스템

을 도입해야 하는 기한이 18개월 정도 남아 있는데 조사결과 55%의 미국 유통업체들이 바코드와 관련된 컴퓨터 소프트웨어를 올해 안에 교체할 것이고 45%의 업체들은 바코드와 관련된 장비 등을 올해 안에 교체할 계획인 것으로 나타났다. 사실 미국의 경기가 침체된 상황에서 새로운 바코드 도입에 대해 반대한 업체들도 있었지만 유통업 특성상 기술에 대한 투자는 즉시 생산 효율성으로 나타나기 때문에 심각한 반대는 없었다.

한편 미국 유통업체 중 41%가 2003년 기술에 대한 신규투자를 늘릴 것이라고 응답했다고 한다.

유럽의회, GM 식품 표시 강화법 가결

미국 EU간 분쟁 해소기미 없어

유럽의회는 유전자변형(GM)식품에 관한 종전의 수입금지 규정을 "본 제품은 GMO(유전자 변형유기물)를 이용해 제조됐다"라는 명확한 레이블을 부착한 경우, 수입 허용키로 하는 등 2개의 새로운 규정을 통과시켰다.

유럽의회는 이날 프랑스 스트라스부르에서 회의를 개최, GM 식품에 대해 더 엄격하고 광범위한 표시 라벨의 부착과 생산공정 추적 제도의 의무화 등을 골자로 하는 2개의 새로운 규정을 별다른 수정 없이 통과시켰다.

유럽연합(EU) 회원국들은 연말까지는 유럽 의회의 이같은 결정을 각국별로 채택할 것으로 보인다.



미국은 이로써 유럽이 지난 1998년 이래 취하고 있는 미국산 GM 식품에 대한 수입금지 조치가 해제될 수도 있을 것으로 전망하고 있으나 전문가들은 이같은 조치가 GM 식품을 둘러싼 미국과 EU간 무역분쟁을 해소할 수 있을 것 같지는 않다는 조심스런 반응을 보이고 있다.

미국 농민들은 EU의 GM 식품에 대한 수입금지조치로 옥수수 한 품목의 경우에만 연 약 3억 달러의 손실을 입고 있다고 주장하고 있다.

이번에 새로 승인된 2개의 규정에 따라 0.9% 이상의 GMO를 이용해 제조된 모든 GM 식품에 이를 표시하는 명백한 레이블이 부착되어야 하며 생산자는 생산의 전 공정에서 모든 GM 식품을 추적할 수 있도록 규정하고 있다.

미국은 이번에 통과된 새 규정들이 GM 식품 수입에 대한 불공정 무역장벽을 구성하고 있으며 레이블을 부착하는데 상당한 비용이 든다며 불만을 표시하고 있다.

미국은 지난 1997년 EU가 제정한 GM 식품 관련 수입금지 조처에 대해 이같은 규제들이 근거가 없고 비과학적인 건강상식에 기초한 우려에 따른 조처라며 이의 철폐를 요구해 왔다.

GM 식품 문제는 EU와 미국간 관계를 악화시켰으며, 미국과 캐나다, 호주는 GM 식품에 대한 EU의 시장 개방을 촉구하며 세계무역기구(WTO)에 EU를 제소하기도 했다.

그린피스 등 유럽의 환경단체들은 이번에 통과된 2개의 새 규정들에는 GM 식품의 안전성에 회의적인 유럽인들의 우려를 해소할 수 있는 명백하고 유효한 지침들이 포함돼 있는 등 세계에서 가장 엄격하고 포괄적인 레이블 부착방식

을 채택하고 있다며 환영의 뜻을 표명했다.

병충해에 강하도록 GMO를 이용해 생산된 옥수수, 면화, 콩 등 생명 공학 제품들은 미국과 캐나다, 호주 등에서 주로 생산되고 있는데 미국은 전세계에서 생산되는 GM 곡물의 약 70%를 생산하고 있다.

中, 고급 골판지상자 시장 호황 발수도 높아야 방수 효과 발휘

각종 산업발전과 맞물려 1995년 이후 연평균 20% 이상 속도로 늘어나고 있는 중국 고급 골판지상자 시장이 뜨고 있다.

이에 따라 중국 골판지상자 산업은 중국의 각종 산업 발전과 맞물려 향후 막대한 수요를 창출할 수 있을 것으로 예상된다.

중국의 골판지 생산량은 1996년에 80억㎡, 2000년에 1백25억㎡를 기록했고, 작년에는 2백억㎡를 초과 생산한 것으로 집계된다.

중국산 제품은 고급 시장에서의 경쟁력이 약해 대부분 수입제품으로 충당하고 있는데, 이는 가격이 매우 비싼 편이다.

중국은 1980년대에 일본, 대만, 이탈리아에 이어 1990년에는 미국, 독일, 프랑스 등으로부터 선진 생산 설비를 도입해 제품을 생산중인데 중국의 생산설비가 외국산 설비의 기술 수준을 따라잡는 데에는 아직 10년 가량 소요될 것으로 보인다. 중국의 골판지 생산업체는 외국 기업에 비해 규모가 작아 연간 생산량 2천만㎡에 달하는 기업은 극소수에 불과하고 대부분이 1천㎡



이하에 머물고 있다. 또한 중국 업체의 대부분은 품종이 한정돼 있어 백색 크라프트지를 생산할 수 있는 기업은 극소수에 지나지 않는다.

골판지의 발수도가 높아야 방수 효과를 충분히 발휘할 수 있다.

발수도를 높이는 방법으로 특수 코팅처리 방법도 있는데 여기에 세련된 디자인을 곁들인다면 소비자들로부터 좋은 반응을 얻을 것으로 기대된다. 또 고객의 수요에 맞는 각종 조립형 상자를 제작해 최대한 적절한 가격에 제공해야 좋은 성과를 거둘 수 있을 것으로 보인다.

日, Yazaki, 고지 재활용 원충 포장재 개발 올해 7천만엔 매출 목표

일본 야자키종업(矢崎總業)은 최근 토키와 인쇄와 기술 제휴를 맺고 고지(古紙)를 재이용한 제품 포장용 원충재를 개발해 제조, 판매에 나섰다.

우선 토키와 인쇄가 제조하는 재생 원충재의 판매를 하청 받고 내년 1월말부터는 기술 도입을 받아 야자키 종업의 일본 내 자회사가 제조까지 맡게 된다. 매출은 올해 7천만엔, 3년 후에는 3억엔 규모로 확대하는 동시에 짧은 시간 내에 흑자화를 목표로 하고 있다.

야자키종업(矢崎總業)은 자회사인 기후 부품(岐阜部品)에 약 2억엔을 투자해 재생 원충재 전용 제조 라인을 신설하고 사내에 전임의 판매 조직을 마련하는 것도 검토 중이다. 주로 전기·정밀 기기 등 고장나기 쉬운 제품을 포장할 때에 사용하는 쿠션재나 농산물용의 완충, 보냉재 등

으로 판매를 전개하고 있다.

고지(古紙)를 이용한 발포 원충재는 토키와 인쇄가 독자적으로 개발, 인쇄 공정에서 발생하는 재단하고 남은 높은 품질의 고지(古紙) 등을 분쇄해, 보조재로 옥수수 전분이나 결합재인 폴리프로필렌과 혼합해 발포시킨 것이 특징이다.

현행의 발포스티렌과 동등한 수준의 경량화, 쿠션력, 단열, 보냉 성능을 발휘하는 것은 물론 유해 물질의 함유량이 전혀 없어 소각 처분해도 다이옥신류 등이 발생하지 않는다.

야자키종업은 해외 생산 이전에 수반되는 일본 내 공장의 가동률 저하를 커버하기 위해, 잉여 노동력을 흡수할 수 있는 리사이클 분야 등 신규사업을 적극화하고 있다. 토키와 인쇄의 독자 기술에 주목해, 제조, 판매 사업에의 진출을 결정했다.

FDA, 식품 건강정보 표시기준 완화 제조업자의 연구 발전 기대

미국내 식품의 건강정보 표시기준이 완화될 전망이다. 지난 달 11일 CNN 보도에 따르면 FDA는 9월 1일부터 자격이 있는 식품 건강정보 표시를 적용한다고 발표했다.

예를 들면 연어나 몇몇 생선에는 심장 질환을 줄여주는 오메가-3 지방산처럼 아직 과학적으로 완벽하게 증명되지는 않았지만 일반적으로 효과가 인정되고 있는 정보는 식품건강정보로 표시할 수 있게 추진 중이다.

FDA위원 Mark McClellan은 “우리는 미국

의 영양등급을 올리려고 한다”고 밝히면서 “미국인들은 어떤 음식이 건강한 식생활에 맞는지 계산하는 과학적인 등급이 필요하지 않다”고 말했다. 새로운 프로그램에 따르면 FDA는 새로운 식품 건강정보 표시기준에 등급을 적용할 예정이다. 그 등급은 과학적인 증거가 있는 정보(A 등급), 과학적으로 좋지만 확실하지 않은(B), 과학적인 뒷받침의 근거가 한정적인(C), 거의 아닌(D) 등으로 분류된다.

그러나 이러한 방침에 소비자 단체들은 “이것은 실제로 보증되지 않은 식품 건강정보 표시를 허가 한 것이며, 훗날 소비자들이 식품 건강 정보가 잘못된 표시라는 걸 알게 됐을 때 소비자들은 식품 건강정보 표시를 믿지 않게 될 것”이라며 반발하고 있다고 CNN은 전했다. 그러나 FDA위원 McClellan은 “이런 식품 건강정보 표시 방법의 완화가 제조업자들에게 더 많은 연구와 건강에 좋은 제품을 만들도록 할 것으로 생각한다”며 “좋은 영양소를 포함하는 것이 가장 좋은 비즈니스 방법”이라고 반박했다.

日 기린맥주, 캔맥주 시판 냉각된 상태 12시간 보존

일본의 최대 맥주회사인 기린맥주는 냉장고나 얼음이 없어도 차게 마실 수 있는 캔 맥주를 이번 달 15일부터 시험 판매한다고 밝혔다.

이는 독일에서 개발된 신기술을 이용, 일본에서 처음 상품화한 것으로 캔 맥주통 상단의 따개를 제거할 경우 맥주를 싸고 있는 형태로 봉인된 물

이 내부에서 증발, 주위의 열을 빼앗아 90분 정도 지나면 맥주가 섭씨 6~8도 정도로 냉각된다. 맥주는 냉각된 상태로 약 12시간 정도 보존된다.

회사측은 “연내에는 도쿄 지역의 일부 판매점에서만 판매를 한 뒤 내년부터는 전국적으로 확대할 계획”이라고 설명했다. 또한 “스포츠나 레저 등 야외활동을 즐기는 사람들은 물론 음식점 등에서도 수요가 있을 것으로 기대하고 있다”고 설명했다.

가격은 2천6백20엔이나 캔 용기의 보증금으로 2천엔을 낸 뒤 돌려 받게 된다.

멕시코, 포장장비 시장 성장 둔감 미국제조기계 전체 29.6%

지난 몇 년간 지속된 멕시코의 경제성장 둔화 때문에 수입과 현지 제조를 포함한 멕시코의 포장장비 시장은 매우 느리게 성장해왔다. 그럼에도 포장기계 제조업 연구소(Packaging Machinery Manufacturers Institute; PMMI)에 의하면 멕시코는 미국 포장기계의 4대 수출 시장이라고 밝혔다.

최근의 멕시코 의회가 실시한 한 조사에 의하면 포장분야는 멕시코 경제에 매우 중요한 부분을 차지한다. 국가 GDP의 1.16%, 제조업 GDP는 10.3%나 차지하는 비율이다.

멕시코 전체 포장기계 중에서 미국에서 제조된 포장기계는 전체 수입시장의 29.6%를 차지한다. 경쟁국은 30%를 차지하는 이태리, 18.6%를 차지하는 독일 등이 있다.



독일의 시장점유율이 한해에 1% 이상 증가하는 동안 미국의 멕시코 수출은 1999년 수준에 머물러 있었다.

그러나 유럽의 경쟁력은 유로화 가치 상승으로 인해 약화될 것으로 예상된다. 2000년에 1 유로는 9페소였으나 2003년에는 12페소가 됐다. 포장기계산업(HS Code 8422)은 주로 제조용 기계를 비롯해 통조림 캔포장, 용기세척, 묶음포장, 병입, 뚜껑덮기, 봉합, 무게측정, 상자포장, 가격표 부착, 파렛트 포장, 분류 등에 사용되는 장비로 구성돼 있다. PMMI에 의하면 포장기계는 13개의 카테고리하에 1백30개 소분류로 분류된다고 한다.

멕시코 시장을 대표하는 가장 중요한 카테고리는 박스나 가방에 제품을 채우고 봉합하며 라벨을 붙이는데 사용되는 기계와 병과 캔을 채우고 닫고 봉합하는데 사용되는 기계류이다.

멕시코의 신규 및 중고 포장장비 시장은 제조업 성장과 직접적으로 연관돼 있다.

멕시코의 제조업은 2001년이래 성장과 퇴보를 모두 보여줬다. 꾸준한 성장을 보이기 시작한 것은 2003년 들어서이다. 굴곡을 많이 보인 산업은 화학, 플라스틱, 금속 제조업, 식음료, 담배 산업 등이다.

지난 1년 동안 식음료산업은 1~2% 수준 성장했으며 현재는 멕시코의 가장 견실한 산업 중의 하나이다. 결과적으로 식음료 포장기계가 외국 기업들에게 가장 매력적이다.

멕시코의 포장장비 수요는 주로 수입으로 충당돼 왔다. 업계 전문가에 의하면 현지 제조업체들은 수요의 10~15% 정도를 채울 수 있을 뿐

이다. 또한 국내에서 제조되는 장비의 종류도 매우 국한돼 있다.

멕시코는 포장장비 디자인 능력도 떨어진다. 과거 폐쇄경제 시절의 멕시코 기업들이 기본적인 포장 기계를 자체 생산하려는 노력이 있었으나 최근 멕시코 경제가 개방되고 31개국과 17개의 자유무역협정을 맺게되자 멕시코 기업들을 포장을 위해 재빠르게 수입장비로 눈을 돌렸다.

또한 멕시코 산업은 소비자의 욕구를 채우기 위해 점점 멕시코에서는 생산 불가능한 높은 수준의 포장을 요구하고 있다.

총수입 규모 4억6백만달러에 달하는 멕시코 시장은 2001년에 세계 4대 포장기계 수입국가였다. 1998년의 7위에서 부쩍 뛰어오른 순위이다.

멕시코의 포장기계수입은 2001년중 전년대비 16%(8천만달러)가 감소했다.

세부적으로는 이태리로부터 6%(8백만달러) 감소, 미국으로부터 25%(4천만달러), 일본으로부터 44%(7백만달러) 수입이 감소한 반면, 영국으로부터는 1백33%(9백만달러), 아르헨티나로부터 1백48%(6백만달러) 수입이 증가했다.

지난 2년간 포장장비 수출입 시장은 전 세계적으로 다소 퇴보했다. 최고점에 달했을 때에 비교하면 2억달러 정도 시장이 축소됐다.

세계 최대의 포장기계 수출국인 독일은 2001년 한해 동안 거의 30억달러, 이태리 24억달러, 미국은 8억7천5백만 달러를 수출했다.

10대 수출국 중에는 독일이 7%, 스웨덴이 3%, 캐나다가 4%로 3개국만이 성장을 기록했다. 일본의 경우는 20%나 줄어들어 가장 큰 폭으로 떨어졌다. ☐