



## EU, 화장품 유효기간 표시 의무화 알레르기 유발 가능 정보 제공

EU 내에서 판매되는 화장품도 '유효사용기간'이 포장에 표기돼야 한다.

EU는 지난 2003년 9월 집행위 지침(2003/80/EC)을 통해 각 회원국에 대해 화장품에도 포장용기에 유효 사용기간 표기를 의무화하기로 하고 각 회원국에 이에 필요한 국내법을 지난해 9월 11일까지 제정, 발효시키도록 한 바 있다.

표기방법은 화장품 유효기간을 표시하는 일정한 로고(원형의 화장품통과 열려진 뚜껑 모양)와 함께 포장용기에 개봉 후 사용기간을 년과 월을 함께 명시하는 것으로, 여기서 화장품이란 샴푸부터 면도 후 스킨과 크림, 일반 크림, 루즈,

파운데이션 등 일체 화장품이 포함된다.

비록 이행시한이 지났지만 현재 각 회원국에서는 이 지침의 국내 이행법 제정 작업이 한창으로, 벨기에의 경우 이행법이 이번 달 11일부터 발효됨에 따라 지난 달 11일부터 벨기에 시장에 판매되는 화장품은 용기에 개봉 후 사용 시한 표기가 의무화된다. 3월 11일 이전 상점에 진열돼 판매되는 제품은 포장에 사용 유효기간이 표시되어 있지 않더라도 계속 판매될 수 있다.

한편, 이러한 사용 시한 이외에도 EU는 알레르기를 유발할 가능성에 대한 정보도 소비자에게 알려주도록 규정하고 있다. EU가 규정하고 있는 알레르기 유발 가능 성분은 26개로, 각 성분별로 화장품의 최대 함유량이 규정돼 있으며, 화장품 제조업체는 알레르기성 성분의 함유량이 지침에서 정해진 일정량을 초과할 경우, 당해 화장품이

이러한 성분을 함유하고 있음을 표시하도록 하고 있다.

지금까지 화장품 제조업체는 이러한 알레르기 유발 가능성분을 일반 용어인 'perfum(향수)' 라는 문구에 포함시켜 표기해, 소비자가 그런 물질이 함유된 제품인지 여부를 인식하기 어려운 상황이였다.

한편 벨기에 소비자단체(Test-Achats)는 벨기에의 이번 법규 발효를 환영하면서도, 알레르기 성 성분 측면에서 볼 때 일정 성분에 한해서만 표시하도록 하고 다른 성분은 표시 의무가 없을 뿐 아니라 표시돼야 하는 성분의 명칭 또한 복잡하여 소비자가 이해하기 어렵다고 지적하고 있다.

아울러 동 단체는 화장품의 보관 장소와 보관 방법에 따라 유효 사용기간이 더 길어지거나 짧아질 수도 있는데 '보관조건'의 표기도 의무화해야 한다고 주장하고 있다.

**美, 주류 시장 '코셔' 마크 획득 필요**  
OU 코셔 마크 공신력 인정

美 주류 식품 시장 진출 확대를 위해 수천년간 이어져 내려 오고 있는 유대인 식품 인증서인 '코셔' (Kosher) 마크 획득이 필요하다고 제기되고 있다.

코셔 마크는 유대인의 식품 준비 및 조리법으로 유대교의 종교적 의식법이었으나 현재는 유대인뿐 아니라 미 소비자들의 식품 구매 요건으로 자리를 잡아가고 있다.

미 주류 식품 시장에서는 지난 9.11 테러사건

이후 식품 테러에 대한 불안감으로 소비자들은 사전 검증된 코셔 마크 제품을 선호하고 있다.

지난 90년도부터 시작된 건강한 삶을 주창하는 웰빙 트렌드 역시 안전하고 건강한 식품을 목표로 하는 코셔 제품의 소비를 증가시키고 있다.

코셔 제품의 정의는 유대교 교파에서 성경을 바탕으로 각 교파에 맞는 식품 준비 및 조리 방법으로 요리된 식품을 의미하고 있고, 육식으로는 돼지와 말이 제외되고 해산물로는 갑각류가 제외된다.

유대교의 수 백개 교파로 시작된 코셔 마크는 현재 8백여개로 늘어났고 과거 식품에 국한 됐던 범주가 일반 소비 제품까지 확대 됐으며 코셔 제품은 이런 코셔 마크를 단 제품을 의미한다.

8백여개 코셔 마크 중 현지 대형 리테일업체에서 공신력을 가장 인정해 주는 것은 'Orthodox Union(OU)' 코셔 마크로 전체 코셔 제품의 60%가 OU 인증 제품이다.

Orthodox Union은 1백여년의 역사를 가지고 있는 유대인 협회로 1천여개의 유대 교회를 대표하고 있다.

OU 코셔 마크는 66만개의 제품에 사용되고 77개국의 7천7백개의 제조업체들이 인증을 받아 활용하고 있다.

세계적인 브랜드인 코카콜라, 네슬러, P&G 등이 OU 코셔 마크를 제품 라벨을 사용 중에 있다.

지난 달 15일에서 16일까지 LA 컨벤션 센터에서 개최된 Kosher World 박람회에 참가한 OU의 모세 텔리판트 람비(Rabbi, 유대교 지도자)는 한국 식품업체들이 미 주류 시장에 진출하기 위



해 가장 효과적인 방안 중 하나는 코셔 인증이라고 밝혔다.

### 美, 수입 목상자 열처리 나무 사용해야 해충 유입 방지

美 수출업체들은 앞으로 나무 포장재(상자와 파렛트 모두)를 사용할 경우 자연을 해치는 곤충들이 타국으로부터 같이 수입될 가능성을 막기 위해 열처리되거나 훈증 소독된(Fumigated) 나무로 만든 상자와 파렛트로 화물을 운송해야 한다.

그러나 많은 수출업체들이 곧 시행될 예정으로 있는 새로운 나무 포장규정을 모르고 있는 것으로 알려지고 있다. 즉, 세계적으로 1백20개 국가가 합의한 'International Phytosanitary Measure 15' 규정이 올해 중에 실행에 옮겨질 예정이다.

대표적인 해충으로는 '아시아산 긴 뿔 딱정벌레(Asian long-horned beetles)', '북미산 소나무 선충류(線蟲類)(North American pinewood nematode)' 등이다.

EU는 이번 달 1일부터 이 규정을 실행에 옮길 예정이다. 인도도 시행에 들어간다는 공문을 보냈고 미국은 작년 9월에 동물식물건강서비스국(Animal and Plant Health Service)이 규정을 제정해 오는 9월부터 실행에 들어갈 예정이다.

수입국들은 이러한 규정에 부합되지 않는 화물을 되돌려 보내거나 구류해 수입 항구에서 훈증 처리를 할 수 있다. 또는 수출국의 관계자가 수입

항구에 있는 화물의 포장을 열어서 제품을 재 포장하고 포장재는 태워야 한다. 핀란드의 경우 포장재를 태우는데 1만달러 정도를 지불해야 한다.

미국에서는 Package Research사를 포함해 10개 업체가 선적회사들이 국제 규격에 맞는 포장재를 사용했는지를 감시하고 있다. 맞는 포장재를 사용했으며 코드가 부착된 스탬프를 찍어주고 있는데 업계에서는 이 스탬프를 'No-Bug 스탬프'라고 부르고 있다.

한번 사용한 나무상자나 파렛트는 다른 부속품들이 교체되지 않는 한 무한정 다시 사용할 수 있다. 물론 외국에서 온 파렛트를 사용해 제품을 수출할 수 있다. 그러나 각 국가는 국가별로 파렛트 사이즈가 다르기 때문에 파렛트를 다시 사용할 수 있을지는 의문시되고 있다.

뉴저지주 엘리자베스항에 소재한 해충제거 회사 Vanguard Pest Control Co.사의 사장인 Gerald Sweeney 씨는 만일 수입된 화물이 No-Bug 스탬프를 갖지 않은 나무상자나 파렛트로 운송됐을 경우 그 화물이 들어 있는 컨테이너를 통째로 운반해 포장을 열고 화물을 재포장해 통관한다고 말한다.

이럴 경우 소요 비용은 화물량에 따라 다르지만 최소 8백달러라고 말한다.

비용도 비용이지만 컨테이너에 들어있는 화물이 다른 회사의 것과 섞여 있을 경우 다른 회사의 화물로 인해 통관 지연, 재 포장시 파손 등의 피해를 볼 수 있을 것으로 우려되고 있다.

수출시 이러한 불필요한 피해를 줄이기 위해서는 상자나 파렛트를 열처리하거나 훈증 소독해 판매하는 업체를 이용하는 것이 필요하다.



**독일 바스프, 생분해성 플라스틱 사용 준비**  
 자발적 합의, 10년간 효력 지속

독일의 바스프를 비롯한 미국의 Cargill Dow, 이탈리아의 Novamont, 네덜란드의 Rodenburg Biopolymer 등 세계 주요 4대 플라스틱 제조업체는 포장 용기 제작에 생분해성 플라스틱을 사용하기로 합의했다.

생분해성 플라스틱의 주원료는 옥수수 등 농산품으로 제작한 폴리머로, 이들 업체간 합의는 법적 구속력이 없는 자발적인 것으로 향후 10년간 효력이 지속된다.

이들 4개 업체는 전 세계 생분해성 플라스틱 시장의 90%를 차지하고 있으며, 다른 업체들도 이번 합의에 참여할 것을 촉구하고 있다.

이번 합의안에는 포장용기에 대한 생분해성 플라스틱의 기준 설정과 포장 용기에 분해가 용이하다는 내용의 레이블(환경마크) 부착 계획도 포함돼 있다.

생분해성 재료로 인정받기 위해서는 폐기처분 후 3개월 안에 90% 이상이 분해가 돼야 하고, 독성 및 안전도 검사도 통과해야 한다.

생분해성 플라스틱이 사용될 분야는 주로 포장분야가 될 전망이다. 음식 저장용기, 포장랩, 슈퍼마켓용 비닐 백 등이 그 대상이다. 특히 음식 저장용기는 각종 패스트푸드점에서 이용되는 음료수 컵, 배달용 용기, 주스 및 우유 병 등을 포함하고 있다.

미국의 Cargill Dow사는 작년 11월부터 생분해성 용기를 생산, 사용하고 있다. 뉴욕시에

위치한 콜롬비아대학 구내 식당의 모든 플라스틱 용기는 옥수수를 이용해서 제작된 것이다.

학생들은 이들 제품이 색상이나 질감 등이 기존 플라스틱 제품과 구별이 되지 않는다고 한다.

콜롬비아 대학 당국도 분해성 포장용기로 인해 쓰레기 처리 비용을 크게 줄이고 있다.

Cargill Dow사의 포장용기 업체인 NatureWorks PLA에 따르면 미국에서 옥수수는 약 10% 이상이 과일 생산돼 낭비되는 상황으로 이 양의 0.5% 이하가 포장용기 재료로 사용된다.

KOTRA는 이에 대해 “일반 플라스틱은 온실가스 배출의 주범인 석유화학 물질로 제작된다”며 “옥수수를 이용한 플라스틱을 이용한다면, 온실가스 배출을 줄일 수 있고, 플라스틱 폐기물에 대한 비용절감 효과도 가져 올 것”이라고 말했다.

**中, 유통시장 대형업체 경쟁 격화**

국내 이마트 추가 매장 개설 계획

세계무역기구(WTO) 가입 양허안에 따라 구랍 11일부터 외국 업체의 진출이 용이해진 중국 유통시장을 놓고 세계적인 유통업체의 경쟁이 뜨거워지고 있다.

현지 유통업계 소식통들은 중국 유통시장을 선점하려는 까르푸와 월마트, 매트르 등 거대 소매기업들이 유통시장 개방조치 이후 시장공략을 강화하고 있다고 전했다.

중국시장에서 선점효과를 톡톡히 누리고 있는



세계 2대 유통업체인 프랑스 까르푸의 경우 지난해 상반기 중국 전역에 50개의 점포를 운영하면서 77억6천1백만위안의 매출액을 창출, 외국계 유통소매기업 1위를 고수하고 있다.

까르푸의 지난해 점포 성장률은 무려 28.2%에 달했다.

까르푸는 개방조치를 새로운 계기로 활용하기 위해 보다 공격적인 전략을 구사하고 있다. 지난해 말 베이징(北京)에 3개 슈퍼마켓을 개장했으며 추가로 3개 점포를 개장할 예정이다.

이에 따라 중국에 53개의 대형 슈퍼마켓을 운영하고 있는 까르푸는 올해안에 10~15개의 점포를 추가로 개장한다는 계획이다.

까르푸는 또 계열사인 스페인의 디아(Dia)식품유한공사와 중국 최대 슈퍼마켓 업체인 련화(聯華) 슈퍼마켓이 공동 출자해 상하이디아렌화도매유한공사를 설립, 디아라는 브랜드로 중국에 1백30여개 소형할인점을 운영하고 있다.

까르푸의 최대 경쟁자인 미국의 월마트도 올해 말까지 중국에 10~15개의 매장을 신규 개설할 계획이다. 또 대도시와 함께 시장 잠재력이 큰 주변도시 시장을 중점 개척하는 등 차별화 전략을 구사하기로 했다.

현재 중국에 21개의 점포를 운영 중인 메트로도 올해안에 10개 매장을 추가로 개설한다.

여기에 전세계 제3대 체인점이자 영국 최대의 유통업체인 테스코가 지난해 2억 6천만달러를 주고 중국 로컬 슈퍼마켓의 50% 지분을 사들이면서 중국 유통시장 경쟁에 뛰어들었다.

특히 테스코는 유통소매업계에서는 처음으로 인수합병(M&A) 방식을 통해 중국 시장에 진출

해 눈길을 끌었다.

B&Q의 경우도 M&A 방식으로 중국시장 공략에 참여할 것으로 알려졌다.

이에 따라 상하이(上海) 등에서 합병 대상이 될 유망 기업을 모색하고 있다고 업계 소식통은 전했다.

이밖에 한국의 이마트 등도 추가 매장을 개설해 유통 경쟁에 참여할 계획이다.

한편 중국상업연합회에 따르면 전세계 2백대 소매기업 중 12.5%가 이미 중국에 진출했으며, 나머지 기업 중 아시아 시장에 진출한 유통업체들도 중국진출 기회를 엿보고 있다.

**방글라데시, 정유공장 건설 계획**  
사우디아라비아 HTIG, 20억 달러 투자

세계적인 석유화학그룹인 사우디아라비아의 HTIG(Hi-Tech International Group)이 방글라데시에 20억달러를 투자해 일일 20만 배럴의 정유공장을 건설할 계획이라고 방글라데시 투자청에서 발표함에 따라 방글라데시 화학산업에 일대 바람이 불고 있다.

방글라데시의 석유 수요는 연 3백만톤이며, 이중 절반은 원유상태로 수입돼 국영 Eastern Refinery Limited에 의해 정유돼 디젤을 필요한 각종 상품을 방글라데시에 공급하고 있으며, 디젤, 가솔린, Kerosene, 젯트류, 윤활유 등 각종 석유화학 제품들은 방글라데시 정부에 의해 직수입되고 시중에 공급되고 있다. 하지만 HTIG에서 제시한 정유시설은 연산 9백만톤의 각종 석유화

학제품 생산이 가능한 것으로 LPG를 비해 가솔린, 케로신, ATF, 가스오일, furnace oil 등을 생산할 것으로 알려지고 있으며, 방글라데시 내수 시장의 협소로 생산된 제품의 대부분을 인근국에 수출을 해야 할 것으로 보여 투자자체의 위험성도 크기 때문에 실제 투자로 이어지는데는 보다 구체적인 타당성 조사가 있어야 할 것으로 보인다.

Eastern Refinery Limited사는 방글라데시 에너지관련 수입·판매 국영업체인 Bangladesh Petroleum Corporation(www.bd-energysector-bpi.org/bpc)의 자회사로서 1968년부터 운영되고 있는데 BPC의 산하에는 정유회사 이외에도 각종 석유화학제품을 판매하는 3개의 자회사(Jamuna, Padma, Megha) 및 윤활유(Eastern Lubricants) 및 LP 가스 판매업체(LP Gas Ltd) 등을 운영하고 있다. 한편 에너지 개발분야에서는 Petrobangla(www.bd-energysector-bpi.org/petrobangla) 사가 에너지자원부 산하에 운영되고 있다.

방글라데시의 경우 석유가 거의 생산되지 않아 사우디아라비아와 UAE로부터 원유를 수입하고 있으며, 디젤의 경우에도 연간 1백70만톤을 수입에 의존하고 있는데 석유화학제품 수요 중 디젤이 전체의 45% 정도 차지하고 있으며, 대부분이 자동차 연료로 사용된다.

방글라데시의 가솔린 시장은 2003년 기준 연간 13만톤에 불과한데 이는 현 승용차 등록대수가 15만대에도 미치지 못하고 있기 때문이기도 하지만 시중에 판매되는 가솔린의 옥탄가가 95% 이라고 하나 가짜가 많아 믿을 수 없는 것으로 알

려지고 있다.

또한 방글라데시의 경우 천연가스 생산국으로서 에너지의 90%를 가스에 의존하기 때문에 상대적으로 석유의 수입규모는 적은 편이나, 정제 후에 나오는 아프트(Naphtha)는 연간 4만여톤을 수출하고 있다.

방글라데시의 석유화학 산업자체는 아직까지 일천하고 시장발전 가능성이 높아 저렴한 인건비를 활용한 외국인투자를 적극 유치해야 하나 방글라데시 정부의 에너지분야에 대한 규제로 외국 기업들이 선뜻 투자에 나서지 못하고 있어 이번 사우디아라비아의 투자건을 계기로 방글라데시의 에너지분야에 대한 투자환경 개선이 이뤄질 수 있을지 기대된다.

### 브라질, 플라스틱 레진 수입확대 지속 공급 확충 2007년까지 지속 예상

브라질 플라스틱 레진시장의 공급부족 상태가 오는 2006년말 또는 2007년초까지 지속될 전망이다. 수입확대 추세도 계속될 것으로 전망됐다.

브라질 상파울루주합성수지산업조합(Siresp) 통계자료에 따르면 지난해 브라질의 열가소성수지(Reginas Termoplasticas) 시장은 국내 총생산(GDP) 증가율 6.5% 보다 두배 가량 높은 11.7%가 성장한 것으로 나타났다.

지난해 수출을 제외한 국내생산과 수입을 포함한 열가소성수지의 현지 수요량은 3백80만톤인 것으로 나타났다.



지난해 가장 많은 수요량을 기록한 분야는 폴리프로필렌(PP, 1백4만톤), 폴리염화비닐(PVC, 67만톤), 폴리에틸렌(PE, 45만톤), 폴리스틸렌(PS, 31만톤) 순으로 나타났다.

반면, 자국내 플라스틱 레진 수요 증가로 수출량은 감소한 것으로 집계됐다. 지난해 브라질의 플라스틱 레진 수출은 국내 수요 증가에 따라 전년대비 12.3% 감소한 2백23만톤을 기록했다.

조제 히카르도 호리스 꼬엘류 Siresp 회장은 “국내 레진수요 증가에 따라 석유화학업계가 국내 제조업계의 수요에 부응하기 위해 레진 수출을 줄일 수밖에 없었다”고 설명했다.

이처럼 브라질은 현재 플라스틱 레진 공급이 수요 증가율을 따라가지 못하는 구조를 보이면서 플라스틱 레진 수입 호조세가 당분간 지속될 전망이다.

품목별로 브라질의 PP 시장은 현재 폴리브라질(Polibrasil)사와 Braskem사가 추진중인 투자 확대를 고려할 때 오는 2006년 말이나 2007년 초에나 균형점을 이룰 것으로 점쳐지고 있다.

Suzano사와 Basell사의 합작사인 Polibrasil사의 경우 PP와 합성수지의 생산량을 현재의 연간 63만톤에서 2007년 초까지 91만톤으로 확대시킬 계획이다.

이 회사는 새로운 PP 합성수지 공장 건설외에 상파울루주의 마우아(Maua)와 히오데자네이루주의 두끼 지 까시아스(Duque de Caxias) 산업공단에 투자할 계획이다.

이 회사는 이미 바이아주의 까마사리(Camacari)에 폴리프로필렌 합성수지 공장을 가지고 있다. 이 프로젝트에 투입될 투자금액은

8천만달러로 알려졌다.

Polibrasil사와 함께 PP 수지 생산 주도권을 놓고 경쟁을 벌이고 있는 Braskem사의 경우 브라질 석유공사(Petrobras)의 자회사인 Petroquisa사와 상파울루주 내륙에 위치한 빠울리니아(Paulinia)에 연간 30만톤 규모의 공장 건설에 대한 계약이 성사 직전에 있다고 밝혔다.

이에 따라 현재 55만톤 규모인 Braskem사의 연간 생산능력은 신규 공장 건설로 85만톤으로 증가될 전망이다. 이 공장 건설에는 2억2천만달러가 소요되고 오는 2007년부터는 생산이 개시될 전망이다.

KOTRA는 이와 관련 “현재 공급부족 상태를 보이고 있는 브라질의 플라스틱 레진시장의 공급량 확충이 오는 2007년께나 이루어질 전망임에 따라 당분간 현지 플라스틱 레진 수입 증가세가 지속될 전망”이라고 전망했다. ☞

**기술원고를 모집합니다.**

포장과 관련된 신기술을 발표할 업체와 개인은 '월간 포장계' 편집실로 연락주시기 바랍니다.

편집실 : (02)835-9041  
E-mail : kopac@chollian.net