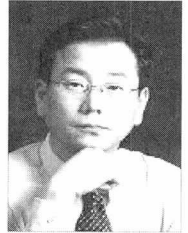


## 길거리에 나뒹구는

# “1회용 컵 환불 보증금제”



이 경 울

(사)환경실천연합회장

늘어나는 폐기물로 인한 환경오염 유발과 연간 4천억 원이라는 자원낭비로 국가 경제 성장에 악 영향을 미치고 있는 일회용 제품의 생산/소비를 축소시키고자 (사)환경 실천연합회(이하 환실련, 회장 이경울)산하 재활용 사업 본부에서 일회용품의 대표라 할 수 있는 종이컵 재활용 촉진 운동을 전개하고 있다.

2004년 발족한 재활용 사업본부는 일회용 종이컵이 가장 빈번하게 사용되고 있는 전국의 식객업소를 일일이 방문, 사용 현황파악을 바탕으로 1회용 종이컵을 무상으로 수거하여 제지/펄프회사에 공급함으로써 가시적인 재활용률을 높이고 있다.

현재 수도권과 충청권 일대를 중심으로 활동을 전개하고 있으며, 연간 1톤 이상의 1회용 종이컵 수거율을 보이고 있다. 이에 지난주부터 서울시 방배동 일대의 식객업소 대상의 홍보활동을 전개, 2007년 활동을 시작하였으며 참여를 원하는 전국의 식객업소의 문의가 늘고 있어 활동의 확대를 기대하고 있다.

해마다 증가하고 있는 일회용품의 전체 시장규모는 약 1조 1천억 원으로 1회용 종이컵의 경우 연간 12,033,250,000(약 백이십억)개 생산/소비됨에 따라 약 7만783톤(358억원)의 천연펄프가 수입되고 있다.

하지만 수거, 재활용되는 종이컵은 생산량의 13.7%에 불과하며 나머지 86.3%는 매립/소각되어 자원 낭비와 폐기로 인한 대기, 수질, 토양의 심각한 환경오염을 유발하

고 있다.

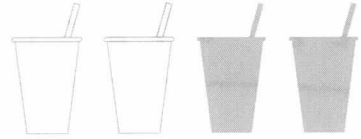
이에 정부는 지난 1992년부터 '자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률'을 지정하고 다양한 방법으로 일회용품 사용 규제와 재활용을 촉구하고 있지만, 전 국민적 실천으로 연결하여 실질적인 재활용률을 높이는데 한계를 나타내고 있는 실정이다.

특히, 그 사용량이 많아 자원낭비의 대표적 원인이라 할 수 1회용 컵 사용량을 줄이기 위해 환경부는 지난 2002년 10월, 국내의 패스트푸드점 및 커피 전문점과 1회용품 사용 줄이기 자발적 협약을 체결했다.

이에 따라 소비자인 우리 국민들은 1회용 컵으로 음료를 사갈 때마다 컵 보증금 50~100원을 지불하고 사용 후 반납에 따라 환불을 받게 된다. 그러나 턱없이 낮은 1회용 컵 회수율과 미 환불금의 행방이 묘연하여 제도 자체에 대한 우려의 목소리가 높아지고 있다.

환경부가 발표한 지난해 상반기 1회용 컵 수거율 통계 자료에 따르면, 패스트푸드점이나 커피 전문점의 1회용 컵 판매량은 43,480천개로 판매금액은 3,293백만 원이며, 이중 36.6%인 1,206백만 원이 소비자인 국민들에게 환불되었다. 미 환불된 2,087백만 원과 전기 이월금 2,655백만 원 등 국민이 1회용 컵을 사용한 대가인 총 4,742백만 원은 어디로 갔을까?

협약을 맺은 업체는 6개월 이상 소비자가 찾아가지 않는 미 환불 컵 보증금을 자체적으로 환경상품 제공, 환경



보호 홍보 및 행사, 환경미화원 자녀 장학금 지급, 환경단체나 연구기관 지원 등의 환경운동 및 공익사업에 사용한 뒤 사용내역을 환경부에 보고하고, 홈페이지를 통해 소비자에게 알려야 하는 의무를 갖게 된다.

그러나 법적 구속력이 없는 자발적 협약이라는 특징 때문인지 사용내역이 사실인지를 감사하는 통로가 없고 보증금집행 내역이 소비자인 국민들에게 제대로 알려지지 않고 있다.

사실 2005년에는 세 차례 이상 미 환불 보증금 지출내역을 보고하지 않은 즉, 의무사항을 지키지 않고 국민의 부담금만은 챙긴 업체 8군데가 규정에 의해 강제 해지되었다.

1회용품 줄이기 위해 시행된 제도가 오히려 1회용품을 늘리고 있다는 의견도 있다. 환실련 양진우 연구실장은 “일회용품 사용 줄이기를 목적으로 시행되고 있는 1회용 컵 환불보증금제가 오히려 국민들에게 환경처리비용을 지불한다는 그릇된 면죄 의식을 심어주게 되어 1회용 컵 사용을 늘리고 있다.”라고 꼬집었다.

지난해 상반기의 43,480천개라는 1회용 컵 판매량이 이 전해 동기 39,532천개 보다 10% 증가한 수치로 이러한 주장의 근거가 되고 있다.

이 밖에도 소비자가 직접 매장을 방문하여야 하는 보증금 환불 과정의 불편함도 낮은 회수율의 원인으로 지적되었다. 또한 협약에 가입하지 않은 일부 업체가 컵 보증금을 챙기는 불법 행위에 노출될 수 있다는 점도 염려스럽다.

길거리의 100원짜리 동전도 쉽게 줍지 않는 요즘, 세금을 부과하면 실천으로 옮겨질 것이라 발상 자체가 국민들에게 외면 받는 것은 어쩌면 당연한 결과 일지 모른다.

그러나 소비자들에게 제공되는 제품의 성격상 일회용품 사용이 불가피하다고 주장하는 패스트푸드점이나 커피전문점들은 1회용 컵 사용 줄이기의 사회적 책임을 통감하고 시행되고 있는 제도의 성과를 높이기 위한 본격적인 노력이 필요할 것이다.

국민들의 인식을 변화시키려는 적극적인 회수 홍보는 물론, 컵 보증금 사용내역을 투명하게 밝히는 사회적 역할 역시 게을리해서는 안 될 것이다.

더불어 인건비 절약 차원으로 일부 매장에서만 매장 내 반납기를 두고 있지만, 소비자들이 굳이 매장까지 찾아가지 않더라도 주변에서 컵 보증금을 손쉽게 돌려받을 수 있도록 보증금 자동 반납기 설치를 늘려 실질적인 회수율을 높여야 할 것이다. 굳이 자동반납기가 아니더라도 길 거리에 일회용 컵만 버릴 수 있는 컵 수거대나 바구니를 마련하는 것도 하나의 대안이 될 수 있을 것이다.

관계기관은 시행의 긍정적인 취지에도 불구하고 아무런 제재조치가 없는 형식적인 협약이라는 약점을 보완하지 않는다면, 1회용 컵 환불 보증금제가 환경보전활동이라는 명목아래 국민 경제생활의 부담만을 지우고 있는 일회용 제도라는 비판을 피할 수 없을 것이다.

재활용 환경운동은 그 어떤 활동보다 국민의 인식 정립과 생활 속 동참에서만 그 성과를 보일 수 있다.

그런 의미에서 지난달 모 야구팀 전지훈련 시 “훈련장에서 사용되는 일회용 종이컵 역시 야구 장비에 해당하며 이를 하찮게 여긴다면 정신상태에 문제가 있다.”라는 감독의 특별지시로 1회용 컵 아껴 쓰기 운동을 전개하였다는 소식은 1회용품 줄이기 운동에 희망을 주고 있다.

1회용 컵 보증금 환불을 단지 50원의 가치로만 볼 것이 아니라 자원 재활용을 통한 우리 국토를 푸르게 가꾼다는 본 취지에 동참하다는 의식으로 접근/실천해야 길거리에서 나뒹구는 일회용 컵들이 자취를 감출 수 있다는 것을 우리는 이미 알고 있다.

더불어 세금 부과라는 1차원적 방법으로 국민들에게만 그 책임을 떠넘길 것이 아니라, 다양하고 실질적인 방안 모색을 통한 의식 변화와 동참을 이끌어야 할 것이다.

관계기관, 관련업체, 국민들 모두 “다시” 보다는 “한번”이라는 버리는데 익숙해 있는 우리 사회의 풍토를 되돌아보는 것이 무엇보다 시급하다. ◀