

수산물 어상자의 진화, 위생은 제자리 걸음



한국해양수산개발원
강종호 박사

수산업에서 어상자는 생산과 유통을 연결하는 첫 번째 접점이라는 의미에서 그 중요성을 찾을 수 있다. 생산된 수산물이 산지시장에서 양륙될 때 어창에서 어상자로 옮겨지면서 비로소 유통시킬 준비가 되는 만큼, 어상자의 규격과 재질 등에 따라 규격표준화와 가격결정 등에 큰 영향을 미치게 된다.

최근 들어 어상자는 과거의 전통적인 목상자와 종이상자(냉동포장용)에서 벗어나 플라스틱과 스티로폴 어상자로 대체되고 있다. 그런데, 이 두 가지 재질의 어상자는 수산물 유통 과정에서 용도에 차이를 보인다. 플라스틱 어상자는 주로 산지시장 내에서 처리를 하거나 대량으로 수송할 경우에 쓰이며, 스티로폴 어상자는 산지시장에서 다른 시장 혹은 소매점 등에 보내는 경우에 주로 쓰인다. 플라스틱 어상자는 회수에 문제가 있어 재활용이 쉽지 않다는 단점이 있어 스티로폴 어상자가 더 많이 쓰이고 있는 추세이다. 가까운 일본에서는 선어 포장 중 99%가 스티로폴 상자이며, 우리나라는 60% 정도 수준이니 머지않아 100%에 가까운 사용률을 보일 가능성이 높다.

기존의 나무 어상자는 목재라는 점에서 환경파괴의 원인이 되고, 재사용을 함으로써 세균번식 등 위생적인 문제를 안고 있었다. 이를 대체한 위생적인 재질의 어상자가 스티로폴인 셈인데, 실제 수산물 유통 현장에서는 원래의 취지에 역행하는 상황이 벌어지고 있다. 바로 '재사용'과 '재활용'의 문제이다. 재사용의 경우는 스티로폴 어상자를 여러 번 사용하는 것으로, 사실 깨끗하게 소독해서 쓰면 문제가 많이 줄어들다. 그러나 대강 물에 씻어 재사용하거나 군데군데 파손된 것을 그대로 쓰다 보니 '물을 거의 흡수하지 않으며, 세균이

나 곰팡이에 손상되지 않는' 스티로폴 어상자의 장점이 무색하다.

다음으로 '재활용'의 문제이다. 2009년에 페스티로폴의 재활용률은 72%로, 액자 등으로 가공해 수출하여 벌어들인 돈이 721억 원이나 된다. 스티로폴이 가장 많이 쓰이는 곳은 단연 전자제품 포장으로, 대부분이 재사용 없이 그대로 재활용된다. 문제는 수산분야에서 비용만을 생각하다보니 재사용 비율이 높고, 재사용으로 오염되다 보니 재활용 상품의 품질이 떨어진다. 게다가 재활용 처리시의 악취 발생, 이물질로 인한 처리비용 증가 등 산적한 문제점을 안고 있다. 여기에 상표나 상호 표시를 위해 종이재질의 스티커를 붙여 사용하다보니 재활용 처리시의 비용 증가요인이 된다.

국내에서 필요한 재활용 처리된 잉고트의 공급량은 수요량에 비해 상당히 부족한 편이라 외국에서 수입해오고 있는 실정이다. 여기에 수산분야의 재활용률을 높이고, 재사용을 제한하여 위생적인 처리나 폐기를 한다면 불필요한 외화의 유출과 국가적인 재활용 처리비용의 낭비도 상당부분 막을 수 있다.

스티로폴 어상자의 본연의 도입 취지는 '위생'이며, 사회적 요구는 '재활용'이다. 앞으로 스티로폴 어상자의 사용량 증가가 예상되는 만큼 재사용 및 재활용은 더 큰 문제가 될 것이다. '식품안전성'과 '녹색성장'은 거스를 수 없는 시대의 대세이다. 이제 수산인들과 수산시장에서도 비용과 편의성만을 고집할 것이 아니라, 좀 더 대국적인 차원에서 어상자를 보는 시각을 바꾸어야 할 때가 된 것 같다. 환경칼럼