



## EU, 원산지 표기 강조 소비자 원산지 정보 표기 원해

영국 식품안전청은 소비자들이 실제 원산지가 무엇을 의미하는지 혼동하고 있는 것으로 나타나 표기를 더욱 분명하게 해야 할 필요성이 대두되고 있다고 말했다.

원산지 표기는 현재 새로운 유럽연합 전체 식품 라벨링의 일부로 브뤼셀에서 논의되고 있는데, 현행 법규에서는 유럽연합 외부에서 유입되는 소고기, 생선, 송아지 고기, 조개류, 와인, 신선 농산물, 꿀, 올리브 오일, 그리고 가공류에 대해서 필수적으로 원산지를 표기하도록 하고 있다.

브뤼셀에서 진행되고 있는 이번 논의에 참가하기 위해, 영국 식품안전청은 소비자들이 영양

성분 표기 및 일반 식품 표기를 어떻게 지각하고, 사용하고 이용하는지에 대한 조사를 의뢰했다. 그 결과 많은 소비자들이 원산지를 제품이 태어난 곳, 자란 곳 또는 길러진 곳, 재배된 곳을 의미한다고 여기는 것으로 나타났다. 하지만 원산지는 상당한 변화가 이뤄진 곳을 의미하고 있을 뿐 실제로 재배되고 가공된 곳은 고려되고 있지 않아 주요 성분이 어디서 왔는지에 대한 추가 정보를 제공해야 할 필요성이 있다.

한편 원산지 정보를 확인하는지에 대한 질문에서 11% 응답자만이 패키지에 있는 정보를 보지 않는다고 답했을 뿐, 52% 응답자들은 확인한다고 답했다. 이는 많은 소비자들이 원산지 정보를 쉽게 눈에 띄는 강렬한 이미지로 표기해 주길 원한다는 것을 의미한다. 또한 가격과 특정 원산지 제품에 대한 지불용의 금액의 상관성에

대해서는 반응이 엇갈렸다. 이미 자연산, 유기농 그리고 로컬 제품을 고수하고 있는 소비자들은 경제침체 상황에도 불구하고 대부분 유기농 제품을 구입하는 것으로 조사되었다.

이번 조사결과에 대해 영국식품안전청장은 “제안된 유럽의 라벨링 규정은 원산지 표기를 필요로 하는 업체들이 더욱 자세한 정보를 제공하도록 해, 소비자들이 어디서 가공됐는지 아니라 실제로 어디서 왔는지 알 수 있도록 하기 위함이고, 이런 접근을 지지하고 있다”고 말했다. 또한 그는 “식품업체들과 상의해 이런 정보를 제공하는데 어떤 장벽이 있는지 밝혀 내고 라벨링 안내를 활용하도록 지속적으로 장려할 것”이라고 말했다.

**미국, 비스페놀-A 포장용기 안전성 우려**  
유아 두뇌·태아에 잠재적 악영향 연구

FDA는 최근 플라스틱 병과 식품포장용기로 널리 사용되는 비스페놀-A(Bisphenol-A, BPA)의 안전성에 대한 우려를 표명했다.

FDA는 “태아, 유아, 아이들의 두뇌, 행동, 그리고 전립선에 대한 BPA의 잠재적인 영향에 대해 우려를 갖고 있으며 다른 연방 보건 기구들과 함께 이에 대해 연구하겠다”고 밝혔다.

BPA에 대한 우려는 동물실험에서 보여준 부정적 연구결과와 BPA가 식품과 이유식에 침투하기에 거의 모든 사람들이 이에 노출돼 있다는 인식에 기반한 것이다. 그러나 보건 담당관들은 BPA가 인간에게 해롭다는 증거가 없다고 밝혔

다. 하지만 FDA 관계자는 한 뉴스 브리핑에서 “만약 이것이 안전하지 않다면 우리는 강력한 규제정책을 취할 것”이라고 밝혔다.

한편, 보건 담당관들은 BPA에의 노출을 제한할 수 있는 몇몇 방안을 제시했다. 이는 BPA가 함유된 병이나 용기에 흠집이 나거나 닳은 것은 버릴 것, BPA가 함유된 컵이나 병에 뜨거운 물을 붓지 말 것, 각종 용기가 전자렌지에 사용할 수 있는 것인지 확인할 것 등이다. 이와 더불어 FDA는 이유식엔 소량의 BPA가 함유되어 있으니, 아이가 최소한 12개월이 될 때까지는 모유를 먹일 것을 엄마들에게 권유했다. BPA는 1960년대 이후 단단한 플라스틱 병, 아이들을 위한 작은 컵, 식품과 음료 캔을 포장하는데 사용돼 왔으며, 앞으로 미국 정부는 3천만 불의 연구비를 투자해 BPA가 인간과 동물에 미치는 영향에 연구한다.

**일본, 산토리 최경량 2l 페트병 개발**  
캡·라벨도 무게 줄여

일본 산토리식품은 지난 18일, 36.2g의 일본 국내산 최경량 2l 페트병을 발표했다.

이 페트병은 환경 부하저감과 사용하기 쉬운 양면을 고려해 개발한 것으로 3월부터 순차적으로 ‘산토리 천연수’부터 도입해 나간다. 또 이 페트병의 채용으로 인해 연간 약 7천톤(’09년 판매실적환산)의 이산화탄소 저감이 가능하게 됐다.

또한 페트병 본체뿐만 아니라 캡과 라벨의 경



▲ 최경량 2l 페트병

량화도 실현돼, 페트병 전체 중량도 39.3g으로 일본국내산 중 최경량이다.

### 알제리, 종이 생산 저하, 수입 증가 수요 반 이상 수입 의존

알제리에서 1월 18일 Inverst in Med 프로그램의 주최로 유럽-지중해 종이산업 종사자 사이에 회담이 열려 30명이 넘는 유럽 기업가들과 50여 명의 알제리 및 마그레브 기업가들이 참가했다. 이 회담은 PaperMed 프로그램의 일환으로 개최됐으며, EU의 재정적 지원을 받았다.

회담에서는 종이산업 기기, 가공 및 구상, 공기역학시설 건설, 공장 증기 발생, 자동화 소프트웨어, 틀 생산 등 여러 가지 활동과 제품이 소개됐다. 뿐만 아니라 아틀리에나 토론회를 통해 기술 이전 문제, 인적자원 전문화, 지중해에 직접적 투자 가능성에 대한 정보를 제공했다.

현재 알제리 종이산업은 산업의 노후화에 따라 시장 가치 하락세를 보이고 있다. 공식 통계 자료에 따르면 생산을 또한 하락했으며 공적 분야의 종이 및 인쇄 산업은 2008년에 11%로 다소 미약한 성장률을 보였는데 이는 공공산업분야에서 가장 낮은 수치라고 볼 수 있다.

알제리 종이산업은 또한 원자재를 수입에 의존하고 있어 원자재 부족 문제가 야기되고 있으며 취약한 재활용 산업, 생산수단의 노후화, 생산을 하락은 종이 생산 감소에 영향을 미치고 있다. 알제리는 원자재를 완제품으로 만드는 설치산업의 민간투자가 턱없이 부족한 실정으로 종이 수요는 2006년 50만 톤으로 조사됐으며, 그 중 55%가 수입을 통해 해결하고 있는 것으로 나타났다. 이 외에도 운송용 포장종이의 막대한 비중이 실패의 요인인 것으로 드러났다.

매년 알제리 전역에서 사용되는 운송용 포장종이는 95만 톤으로 연간 알제리시장에서 소비되는 종이는 6억 달러에 달하고 있다. 여기에 운송용 포장종이 8천4백만 달러까지 포함시킨다면 총 6억8천4백만 달러가 소요, 3년 안에 10억 달러를 넘어설 것으로 예상되고 있다.

### 美, 올해 친환경 포장 각광 식품료 및 제약업계 RFID 태그 채용 확산

모든 분야의 소비재를 선택할 때 소비자가 가장 먼저 접하는 것이 바로 패키징으로 포장분야는 잘 드러나지 않으면서도 마케팅에서 중요한 역할을 하고 있다.

미국 소비재 포장업계에서는 2010년 전망을 발표하면서 산업 전 분야의 트렌드에 발맞춰 '지속가능성(sustainability)'을 가장 중요한 트렌드로 선정하고, 그 외 현 경제상황을 반영하는 '자체 브랜드 제품(private branding)' 확장추세와 식품 및 의약품부문의 안전성 강화 등을 포장업계를 움직일 주요인으로 꼽았다.

미국에서는 최근 수 년간 이미 포장업계에서 주시해 온 '지속가능성'이 2010년 가장 중요한 트렌드라는 것이 업계의 중론이다.

포장업계에서 '지속가능성'의 영향은 크게 ▲ 포장재의 경량화와 친환경적인 포장재 추구 ▲ 친환경적인 제품 출시에 따른 포장재의 디자인적 측면 ▲ 포장업계 내부 업무 효율성 강화 등으로 분류할 수 있다.

쓰레기 처리 비용 증가로 소비자는 더 작고 가벼운 포장재를 찾으며, 이는 최종 소비자뿐만 아니라 제품 생산기업과 유통업체들에도 비용절감을 위한 중요한 요소가 되고 있다.

친환경 소재인 바이오매스로부터 생산한 바이오 플라스틱의 시장점유율이 증가하는 추세이며, 재활용 페트 재료 사용도 늘고 있다. 최근 코카콜라사에서 바이오플라스틱의 일종인 PLA(polyelactic acid)를 25% 함유한 음료수병을 선택한 사례가 업계에 큰 영향을 미칠 것으로 기대된다.

한편 청소용 세제류와 같은 소비재는 소비자들이 가격 대비 효율이 높은 고농축 제품을 선호하는 추세에 따라 포장단위가 작아지는 경향을 보이고 있다. 포장업계 내부에서도 지속가능성을 염두에 두고 에너지 절감방안을 강구하는 추세로, 스탠바이모드 등을 채용해 포장공정의 감시 및 분석 기능

이 첨가된 포장기계를 도입, 장비의 효율성을 작업자가 확인할 수 있도록 하는 사례가 늘고 있다.

딜로이트 컨설팅의 소비재부문 담당 팻 콘로이는 "현재와 같은 경제상황에서 저렴한 가격에 우수한 품질을 갖춘 '가치' 제품을 찾는 고객들의 욕구가 높아지는 것이 당연하며, 이런 추세는 경제상황이 호전된 후까지도 지속될 것으로 예상된다"고 밝히면서 특히 베이비부머가 대거 은퇴하면서 중장기적으로 전체적인 소비가 줄어들 것으로 전망했다. 이런 현 경제상황에서 떠오르는 중요 트렌드는 유통업체의 '자체브랜드(private brand)' 제품이 크게 증가하고 있다. 소비자들이 비교적 낮은 가격에 동일 제품을 구매할 수 있는 자체 브랜드를 점점 선호하고 있으며, 이 경우 포장이 제품 차별화에 더욱 중요한 요소로 작용함. 특히 가격에 민감한 제품일수록 포장의 차별화가 크게 작용할 것으로 보인다.

한편, 제품의 가치를 높일 수 있는 포장의 기능을 강화하기 위한 한 가지 전략으로 '색상 코딩'으로, 한 눈에 들어오는 구별된 색상으로 제품의 특화된 가치를 소비자들이 인지할 수 있도록 했다. 음료수병의 색상별로 '집중력(focus)', '균형(balance)' 등의 이름을 붙여 소비자들의 좋은 반응을 얻은 '비타민 워터'가 그 성공사례이다.

최근 시장조사기관 민텔의 조사결과에 따르면 미국 소비자의 64%가 색상 코딩이 된 제품이 상품을 구별하고 선택하는 데 도움을 준다고 응답했다.

제품의 안전성이 특히 중요시되는 식음료 및 제약업계에서는 제품 하자에 의한 리콜사태 등을 방지 및 조기수습할 수 있도록 제품의 '추적가능성(traceability)'을 증시하는 추세이다.



▲ 유기농제품 전문식품점 '홀푸드 마켓'의 자체브랜드 제품

제약업계에서는 캘리포니아주에서 추진 중인 가짜 약 유통방지법이 조만간 발효될 것으로 기대하는 가운데, 가짜 약의 시장 유입을 막기 위해 알약 단위까지 추적할 수 있도록 하는 특수 프린팅 기술과 제품 유통과정을 쉽게 추적할 수 있도록 하는 RFID(Radio Frequency Identification) 태그 채용이 확산되고 있다.

제품의 안전성 강화와 함께 건강에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 식음료 제품의 포장에서 제품의 효능과 영양정보를 효과적으로 전달하는 것이 포장 디자인면에서 더욱 중요시되고 있다. 업계에서는 FDA에서 조만간 영양정보 제공에 대한 가이드라인을 새롭게 제시할 것이라고 보고 있다.

시장조사기관인 파이크 리서치의 조사결과에 따르면, 2014년까지 전 세계에서 지속가능성(친환경) 포장재 사용량이 11% 증가할 것으로 전망하고 있어 관련업계에서는 지속가능성 트렌드에 계속 역점을 뒀야 할 것으로 판단된다.

한편 최근 국내업체 하나 마이크론사에서 개발한 소 이력관리 RFID 시스템이 USDA(미국 농무부) 인증을 획득, 이 분야 미국시장 진출에 좋은 선례를 보여주고 있다.

전 세계 RFID 시장은 연 21%의 가파른 성장을 보이며, 2012년 84억 달러 규모에 도달할 것으로 전망된다. 최근 미 최대 유통체인인 월마트에서도 2013년까지 포장재를 5% 감축하기로 결정, 공급업체 전반에 큰 파장을 일으키고 있어 수출기업에서는 이와 같은 산업 전체에 걸친 지속가능성 트렌드를 주목해야 할 것으로 보인다.

### 일본, 친환경 바이오 플라스틱 도입 3~4년 내 포장재 등 확산 기대

소재 강국인 일본에서 식물을 원료로 한 친환경 바이오 플라스틱이 가전·자동차 시장을 중심으로 빠르게 도입되고 있다.

니케이비즈니스에 따르면 최근 일본의 바이오 플라스틱 기술이 발전하면서 기존 화학 플라스틱 제품의 성능과 유사한 수준으로 향상되자 자동차·컴퓨터·휴대폰·체중계 등 다양한 용도로 확산하는 추세다. 마쓰다자동차는 바이오 플라스틱을 활용한 시트를 채용했고, 캐논은 컬러 복합기의 금형에 바이오 플라스틱을 적용했다. 지난달에는 NEC가 바이오 플라스틱의 비중을 늘린 컴퓨터를 개발하기도 했다.

이처럼 바이오 플라스틱이 빠르게 도입되고 있는 것은 기본적인 친환경성과 더불어 기능도 크게 개선됐기 때문이다. 실제 대표적인 바이오

플라스틱 제품인 '폴리유산'의 경우 식물성 원료로 가수분해가 쉬워 폐기·소각시 이산화탄소를 추가 발생시키지 않는다. 특히 최근에는 일본 소재 기업들을 중심으로 바이오 플라스틱의 단점을 해결한 차세대 소재 개발도 빨라지고 있다.

바이오인더스트리협회에 따르면 바이오 플라스틱은 향후 3~4년내 자동차·가전·소비재 제품의 주요 소재나 식품 포장재 등으로 용도가 넓어지면서 시장 규모도 급증할 전망이다. 지난 2007년 연 13만톤이었던 세계 시장 규모는 올해 24만톤 이상에 달할 것으로 예상됐다. 그러나 바이오 플라스틱은 제조 공정이 비교적 복잡해 여전히 생산 원가가 다소 높은 것이 해결 과제로 꼽힌다.

**美, 담뱃갑 색깔 마케팅 논란**  
 '라이트', '마일드' 문구 금지에 따른 편법 전략 비판

올해 6월부터 미국산 담배에 '라이트(light)', '울트라 라이트(ultra light)', '저 타르(low tar)', '순한(mild)' 과 같은 문구의 부착이 금지되면서 미국 담배회사들이 담뱃갑의 색깔을 바꾸는 새로운 마케팅 기법을 선보여 논란이 일고 있다.

담배회사들이 이른바 '순한 담배'를 뜻하는 문구 대신 담뱃갑의 색깔을 금색이나 은색, 빨강, 파랑, 오렌지색 등으로 포장해 소비자들에게 순한 이미지를 각인시키고 있는 것이다.

뉴욕타임스는 지난해 6월 개정된 '가족흡연방지-담배 통제법'에 따라 '라이트'나 '마일드'와 같은 문구 사용이 금지되면서 담배회사들이 포

장을 '라이트 컬러'로 바꾸기 시작했다고 보도했다. 실제로 미국에서 가장 인기가 높은 필립 모리스의 말보로 라이트(Marlboro Lights)는 말보로 골드(Marlboro Gold)로 이름이 바뀌고, 말보로 울트라 라이트(Marlboro Ultra Lights)도 말보로 실버(Marlboro Silver)로 변경되면서 담뱃갑의 색깔도 이름에 맞춰 금색과 은색으로 포장된다. 그런가하면 RJ 레이놀즈도 이미 기존의 살렘 울트라 라이트(Salem Ultra Lights)를 은색 케이스에 넣어 판매하고 있다.

이같은 담배회사들의 '담뱃갑 색깔 마케팅'에 대해 하버드대학의 그레고리 콘놀리 교수는 "담배회사들이 교묘히 범망을 피해가도 있다"면서 "색깔을 다음 세기 공중보건의 최대 미신 가운데 하나로 둔갑시키려 하고 있다"고 비난했다.

콘놀리 교수는 "일반적인 담배나 멘톨향 담배는 빨강이나 녹색으로, 순한 담배는 파랑, 금색, 연두색으로, 그리고 울트라 라이트는 은색이나 오렌지색으로 담뱃갑 포장을 바꿔 '안전한 담배'의 미신을 영구적으로 만들려는 시도"라고 지적했다. 이와 관련해 국립암연구소는 '순한 담배'라는 것도 사실은 건강에 전혀 이롭지 않다면서 오히려 흡연자들이 더 깊게 빨아들여 일반 담배보다 더 위험할 수 있다고 경고했다.

한편美식품의약국은 담배회사들의 이같은 컬러 코딩(color-coding) 방식이 관련법에 저촉되는지 여부에 대한 검토에 착수했다. 그러나 담배회사들은 "제품의 정체성과 차별성을 위해 담뱃갑의 색깔을 정하는 것은 회사의 자유"라면서 자신들은 (마일드 등의 문구를 금지한) 법을 준수할 따름이라고 반박하고 있다. ☐