



## 멕시코, 바이오 플라스틱 시장 기지개 켜듯 생분해성 플라스틱 봉지 사용 의무화 전국 확대

멕시코가 고체 쓰레기에 관한 법률을 개정해 지난 해 8월에 발효했다. 하지만 올 7월에야 구체적인 지침이 마련돼 공포됐다. 이 지침에서는 플라스틱 봉지 생산 시 최소 10% 이상의 재생 원료를 사용해야 하는 기준을 포함, 지속 가능한 생산과 소비 촉진을 꾀하고 있다.

이는 이전에 예상된 것보다는 늦게 진행되나 멕시코에서도 바이오플라스틱 시장확대를 촉진하는 기회가 됐다. 멕시코 플라스틱 산업협회(ANIPAC)에 따르면, 멕시코에서는 1명당 하루에 생산되는 쓰레기양은 1kg 정도이고, 하루 평균 10만톤의 쓰레기가 발생되며, 그중 1%는

플라스틱 백이 차지하고 있다.

멕시코 시티 정부에서는 2009년 8월 19일부터 일반 상점을 비롯해 대형 할인마트에서도 고객들에게 무료로 기존 플라스틱 비닐봉지 제공을 금지하고, 생분해성 비닐봉지를 사용할 것을 권고하는 개정안을 시 관보(Gaceta Oficial de Distrito Federal)를 통해 공포했다.

이와 관련한 고체 쓰레기에 관한 법률(Ley de Residuos Solidos) 주요 개정 내용은 ▲ 모든 상업시설에서 플라스틱 봉지 제공 금지 ▲ 플라스틱 봉지는 친환경 봉지만 허용 ▲ 구체적인 시행령과 기술적인 규정을 마련해 공포할 예정 ▲ 2010년 8월 19일을 기해 발효 등이다.

이 법안은 1년간의 계도 및 교체기간을 주고 2010년 8월 19일부터 이를 지키지 않는 업자에 대해서는 36시간의 구류 또는 5백만원에서 최



대 1억 원의 벌금을 부과하기로 했다.

법을 개정안이 공표된 후 멕시코 시티 내에서는 친환경상품에 대한 사용이 두 배로 증가했다. 일반 비닐봉지 사용이 금지된 이후 재사용이 가능한 천 가방 등의 친환경상품 판매는 10% 증가했다.

대표적인 친환경상품은 Wal-Mart 녹색 천가방(Bolsas Verdes)을 예로 들 수 있다. 현재 전국의 Wal-Mart와 계열회사에서 구매할 수 있는 녹색 천 가방은 10페소(약 1달러)에 판매되며, 이로 인해 현재까지 27%의 플라스틱 비닐봉지 사용을 줄였으며, 2010년 한 해 동안 플라스틱 비닐봉지 사용을 17% 줄였다. 2013년까지 플라스틱 비닐봉지 사용을 50%까지 줄이는 것을 목표로 한다.

현재 친환경플라스틱백 사용 의무화는 멕시코 시티에서 시작돼 전국적으로 확대됐다. 멕시코의 8개 주(Veracruz, Colima, San Luis Potosi, Zacatecas, Quintana Roo, Jalisco, Michoacan, Tabasco)에서도 동일한 내용의 법규 제정이 추진됐다. 단기적으로는 멕시코시티의 플라스틱 봉지 사용 금지조치로 기존 플라스틱 봉지 생산업체들이 타격을 입은 것으로 나타났다. 하지만 이는 멕시코 플라스틱산업의 기술적 구조조정 일환으로 보는 시각이 지배적이다.

현재 멕시코 플라스틱산업에서는 친환경이 새로운 조류로 자리 잡았다. 친환경 플라스틱 봉지 생산(기계) 및 원료부분은 물론, 플라스틱 재활용에 대한 관심과 투자가 증가할 것으로 예상되고 있어 멕시코 플라스틱산업을 주시할 필요가 있다.

### 베트남, 대형 유통망 PB상품 개발 소비자 유치 PB상품 출시 증가

최근 베트남의 대형 유통망들이 고객유치를 위해 자체브랜드 즉, PB(Private Brand) 상품을 출시해 소비자들로부터 호응을 받고 있어 주목을 받고 있다.

PB상품 개발은 최근 베트남의 소비재 상품을 중심으로 한 물가상승의 대안으로 소비자의 구매력을 유지할 수 있는 방안으로 예상된다.

PB 상품 개발로 소비재 가격이 저렴해지는 반면, 각 제조업체들은 상대적으로 어려움을 겪고 있다. 베트남에서 출시되는 대형 유통망의 PB상품은 유통망이 직접 상품의 제조과정이나 디자인 등을 기획함으로써 생산 비용을 절감해 제품의 가격경쟁력을 확보했다. 현재 베트남에서 판매되는 PB상품은 같은 종류의 제조업체 브랜드인 NB(National Brand) 상품보다 가격이 5~30% 정도 저렴한 것으로 나타났다. 대형 유통망들은 50~60개 사의 PB상품 공급처를 갖고 있는데, 인기가 높은 PB상품은 계란, 차, 생수, 냉동식품, 옷 등이다.

Co.op Mart는 1백50개 PB상품이 있고 Saigon Co.op는 9백종류의 PB상품을 보유하고 있으며 BigC의 PB상품인 'Wow' 브랜드는 동종 상품보다 15~35%가량 저렴한 것으로 나타났다.

Metro Cash & Carry도 베트남 내 농산품 중심으로 PB상품을 판매하고, Vinatex와 Lotte도 고객들을 끌기 위한 자체 PB상품이 있다.

Saigon Co.op의 부회장은 베트남에 PB상품이 처음 소개된 3년 전부터 최근까지 PB상품 시장이 급속히 성장했다고 전하고 향후에도 좋은 품질의 PB상품 개발에 주력할 것이라 밝혔다.

BigC도 세제, 휴지 등의 상품은 판매량의 35%가 PB상품이 차지하는데, BigC 사장은 현재 출시되는 PB상품 중 1/4이 향후 3년 내에 유통업체에 하나의 고정 브랜드로 자리할 것이며 6~7년 후에는 1/2로 증가할 것으로 전망했다.

베트남 소매상협회도 현재 베트남에서 가격 경쟁력이 구매에 가장 큰 요인이 되는 만큼 PB상품 개발이 마케팅 성공의 관건이라고 언급했다.

PB상품 개발로 가격경쟁력 상실 위기에 처한 기타 제조업체 브랜드는 상대적으로 어려움을 겪고 있다. 자체 브랜드를 보유한 화장품 업체는 대형 유통망에 납품 시 영업이익이 생산비를 충당할 수 없을 정도로 낮으나 자사 제품을 안정적으로 공급·확대할 수 있고 제품 홍보 기회로 활용할 수 있기에 대형 유통망에 납품이 불가피하다고 전했다.

Metro Cash & Carry에 PB 휴지를 납품하는 업체도 향후에 PB상품 생산량 비중을 고려하고 있다고 전했다.

현재 베트남 국민소득수준이 낮기 때문에 PB상품에 대한 수요는 가격이 낮고 품질에 대한 고려가 적은 소비재에 한하나 NB상품을 선호하는 소비자들의 증가세도 무시할 수 없는 상황이다.

PB상품은 광고비, 유통망 확보, 유통비 절감 등이 장점이기 때문에 NB상품보다 품질, 디자인, 가격 등에서 유리한 위치에 있으나, 중장기적으로 베트남의 소비자들의 구매요건이 가격

에서 품질로 이행하고 있어 NB상품 제조업체들도 경쟁력 있는 상품 개발에 노력해 향후 소비자의 선택 폭이 확대될 것으로 전망된다.

### 美, 버드와이저 캔 디자인 변경 디자인 바뀌 실적 만회 나서

맥주업체 안호이저부시가 자사 브랜드 버드와이저의 캔 디자인을 변경했다. 이미지 변신을 통해 침체된 실적을 개선하겠다는 의도다.

AP통신은 안호이저부시가 버드와이저 특유의 나비넥타이 문양을 강조한 새로운 디자인의 캔을 선보였다고 지난 달 4일 보도했다. 버드와이저가 제품 디자인을 변경한 것은 안호이저부시가 처음 버드와이저 캔맥주를 출시한 1936년 이후 12번째다. 새 디자인이 적용된 제품은 미국에서는 다음주에 출시되고 다른 나라에서는 올해 말 출시될 예정이다.

안호이저부시는 최근 악화된 실적을 만회하려는 수단으로 캔 디자인 변경을 시도했다. 버드와이저의 2분기 매출은 1분기 대비 2.3% 줄었다.



▲ 변경된 버드와이저 디자인



롭 매커시 안호이저부시 부사장은 “주 소비층인 젊은 층의 실업률이 높아진 탓에 소비가 위축돼 매출에 타격을 입었다”며 “디자인 변경을 통해 이미지를 개선하고 글로벌 브랜드로 거듭나는 계기로 삼을 것”이라고 설명했다.

### 日, 신선식품도 영양표시 의무화 검토 소비자 건강의식 고조

소비자청의 영양성분표시 검토회는 지난 달 20일, 제8회 회의를 열어 야채와 육류 등 신선식품에서 영양성분과 기능성을 강조 표시한 품목은 건강증진법을 토대로 열량과 나트륨, 지질 등의 영양성분 표시 의무화를 요구하는 보고서를 정리했다. 소비자 건강의식 고조의 영향이 크다. 소비자청은 영양표시 의무화를 구체화하기 위한 작업에 들어간다.

지금까지 영양표시는 포장된 식품만을 대상으로 추진했으나 소비자의 식생활 개선을 위한 신선식품 등 폭넓은 식품에서 표시 의무화가 필요하다고 판단했다.

특히 신선식품은 원산지 등 JAS법에 의거한 표시 의무 대상으로, 영양성분의 기능을 높여 부가가치를 높인 상품도 유통되고 있어, 보고서에서는 적어도 영양성분과 기능성이 강조 표시된 신선식품에 대해서는 영양성분을 표시하는 방향으로 검토할 필요가 있다고 정리했다. 강조 표시로는 예를 들면, 「식이섬유 듬뿍», 「비타민C 함유」 등이 추정된다.

표시를 의무화 하는 영양소는 건강과 영양 정

책상 중요도가 높은 순으로 ① 열량 ② 나트륨 ③ 지질 ④ 탄수화물 ⑤ 단백질 ⑥ 비타민, 미네랄이다. 단, 야채 등 신선식품은 연중 영양소의 함유량에 차이가 생기는 일이 있다. 그로인해 미국 식품의약품국(FDA)이 영양성분량의 평균가를 공표하여 사업자가 활용하고 있는 예를 들어 행정과의 연계로 신선식품에서도 영양성분 표시는 가능하다고 판단했다. 사업자에 의한 영양성분 분석은 「반드시 행해야 하는 것은 아니다」라고 지적한다.

JAS법 대상외인 직접 판매되는 반찬이나 외식에서의 표시는 식품표시를 일원화하는 법안에서 검토하는 것으로 했다. 동 법안은 2012년도 중에 국회제출을 예정이다.

### 필리핀, 산업용 접착테이프 수요 확대 플라스틱 및 포장산업에도 적용

필리핀에서 산업용 접착테이프는 대부분의 산업에서 수요가 커지는 가운데 전자, 건설, 자동차, 섬유, 플라스틱 및 포장산업에서 주로 사용되며, 경제성장과 외국인 투자 확대에 힘입어 앞으로의 수요 전망도 밝은 것으로 평가받고 있다.

전자산업은 자국기업은 미미하지만 외국 투자기업이 진출해 있는 반도체 산업을 중심으로 필리핀 주력산업을 형성하는데 2010년 수출금액은 2백38억 달러로 전체 수출 5백14억 달러의 절반이 넘는 51.4%에 달할 정도로 막대한 비중을 차지하고 있다.

이 외에 1천만 해외 근로자의 송금액(2011년

2백억 달러 전망)을 바탕으로 한 활발한 건설경기와 소비위주의 경제 구조로 인한 식품산업에서의 수요도 큰 몫을 하는 것으로 조사됐다.

이런 수출중심의 산업 호조를 바탕으로 필리핀 반도체 및 전자산업협회(SEIPI)도 자국의 접착테이프 수요는 지속적으로 증가할 것으로 전망하는 가운데 산업용 접착테이프를 생산하는 자국 업체가 없어 수요는 현지 생산을 하는 3M 제품이 공급을 주도하며, 나머지는 대부분 수입으로 충당하고 있다.

접착테이프의 공급은 일부 한정된 업체들의 과점현상이 지속되며, 미국의 3M이 오랜 기간의 브랜드 인지도와 마케팅 활동기반을 바탕으로 시장을 주도하고, Henkel, ArmaK 및 Advance 등의 브랜드가 한정된 시장을 놓고 경쟁하고 있다. 아직은 한국 브랜드를 전문적으로 취급 유통하는 업체가 없는 상황이지만 통계상으로는 한국 브랜드들도 많이 수입되는 것으로 나타나고 있어 시장수요 확대와 한국산 제품에 대한 인지도 상승과 함께 진출 여력은 충분한 것으로 기대된다.

한국 제품의 수입은 8백만 달러 정도로 2009년보다 급증하고 수입시장 점유율은 11.7%로 일본에 이어 2위에 올라 있으며 그 뒤를 이어 싱가포르, 말레이시아, 태국, 대만 등에서 골로루 수입되고 있다.

필리핀 시장 내에서 주요 브랜드와 경쟁이 심화되고 있어 가격 및 품질 경쟁력의 우위 확보가 긴요하며, 주요 산업에서의 수요증가를 기반으로 진출확대를 추진하는 것이 바람직하다.

필리핀 시장은 전자 및 자동차 산업을 중심으

로 가장 많은 수요가 있는데, 전자산업에서는 이미 3M이 주도하고 있고, 자동차 산업에서는 일본 업체들의 자체 공급 루트를 확보하고 있어 우리나라 제품들은 건설, 포장, 식품 산업을 중심으로 다른 브랜드 제품들과 가격 및 품질 경쟁력을 놓고 치열한 경쟁을 하고 있다.

이미 주요 브랜드가 이미 진출해 있고 오랫동안 현지 마케팅을 주도하고 있다는 점이 진출의 제약요인이 되나 한류를 바탕으로 한 국가 이미지와 IT 및 산업 전반의 업그레이드에 대한 현지에서의 높은 인지도를 바탕으로 시장 진출 및 확대 여지는 충분할 것으로 판단된다.

**스위스, 작년 음료용기 재활용률 91%**  
유리병 재활용률 94% 가장 높아

지난해 스위스에서 판매된 물과 우유, 맥주 등 음료의 포장용기 10개 중 9개꼴로 재활용된 것으로 집계됐다고 스위스 연방 환경청이 지난 달 4일 밝혔다.

포장 재질 별로는 유리병의 재활용률은 94%, 알루미늄 캔은 91%, 폴리에틸렌 수지(PET)는 80%에 달했다.

판매된 음료의 포장용기 무게는 2009년 총 30만4천5백5톤에서 지난해에는 30만5천1백68톤으로 소폭 증가했고, 평균 재활용률은 2% 가량 감소한 91%였다.

스위스 법률에 따르면 폴리에틸렌 수지의 경우 재활용률이 75% 이하로 떨어질 경우 정부는 구입시 소비자에게 예치금을 부과할 수 있다. ☐