미국 청량음료자판기 비상!

美 "비만 방지"… 탄산음료와의 전쟁 확대
뉴욕에 이어… LA·케임브리지도 공공시설서 판매 제한 나서

비만과의 전쟁을 선포한 미국에서 탄산음료 퇴출 붐이 일고 있다. 미국은 지난 2005년부터 모든 공립학교에 탄산음료 판매를 금지시킨 것도 모자라 이제는 대도시 공공장소 판매도 규제하겠다고 나선 것. 당장 뉴욕과 LA가 입법화를 추진하고 나섰다. 다른 도시로도 이런 움직임이 확산이 된다면 미국 청량음료 업계는 비상이 아닐 수 없다. 탄산음료를 파는 청량음료자판기도 칼럼 배치를 다시 해야 한다. 인기를 끌던 탄산음료를 팔지 못하게 되면 이용률 저하가 뻔하다.

청량음료자판기는 건강에 좋은 음료만 팔아야

미국 내 인구 최대도시 뉴욕에 이어, 2위 도시 로스앤젤레스(LA)와 교육도시 케임브리지가 비만과의 전쟁을 위해 공공장소에서 탄산음료 판매 제한에 나섰다. 미첼 잉글랜더 LA 시의회 의원은 6월 19일 시내 공공시설 내 자동판매기에서 탄산음료 판매를 금지하는 방안을 예술·공원·보건·노화 특별위원회에서 제안했다고 CBS가 보도했다.

잉글랜더 의원은 "시내 공원·도서관·미술관·박물관 등의 자판기에서 건강에 좋은 음료만 판매하는 것은 당뇨·아동비만 퇴치를 위해 손쉬운 방법이다"라고 말했다. LA 시의회는 잉글랜더 의원의 제안에 따라 관련 입법에 착수할 예정이다.

탄산음료를 표적으로 삼아 '살빼기(downsize me)' 캠페인을 착안한 선두 도시는 뉴욕이다. 마이클 블룸버그 뉴욕 시장은 이르면 내년 3월부터 식당·영화관·경기장·이동트럭 등에서 454g(16온스) 이상 대용량 탄산음료 판매를 제한할 계획이라고 5월 30일 발표했다. 판매제한 대상은 탄산·스포츠 음료이며, 다이어트용으로 나온 무설탕 탄산음료와 과일주스, 알코올 음료, 밀크셰이크 같은 유제품 음료는 대상에서 제외된다.

이 조치는 마이클 블룸버그 뉴욕시장이 야심차게 기획한 비만 퇴치 프로그램의 하나다. 블룸버그 시장은 이날 NYT 인터뷰에서 "비만은 국가적 문제"라며 "뉴욕시는 비만 문제에 개탄만 하고 있을 것이 아니라 실질적으로 행동하려고 한다"고 말했다.

블룸버그 시장은 뉴욕 시민 중 비만으로 인한 한 해 사망자가 5000명 수준에서 증가 추세인 반면, 흡연 관련 연간 사망자는 7000명에서 감소 추세여서 두 사인(死因)으로 인한 사망자 수가 곧 역전될 것이라고 제안 배경을 설명했다.

이 조치가 발효되려면 시 보건국의 승인을 거쳐야 한다. NYT는 "보건국 직원 모두가 블룸버그 시장이 지명한 사람들이고 보건국장도 이미 지지를 표명했기 때문에 무리 없이 통과될 것"이라고 예상했다. 보건국이 승인하고 나면 내년 3월께 효력이 발생한다.

블룸버그 뉴욕 시장이 공공장소 내 탄산음료 판매제한 조치를 발표한 지 나흘 후인 지난 6월 3일 뉴욕 시민 500명을 대상으로 한 긴급 여론조사(오차범위 ±4.5%)에서 반대가 53%, 찬성이 42%로 집계됐다.

청량음료 자판기, '비만'을 빼고 '건강'을 채워라

하버드대·MIT가 위치한 교육도시 매사추세츠주 케임브리지(보스턴 근교)도 레스토랑에서 대용량 탄산·가당음료 판매를 금지하는 방안을 검토 중이라고 AP통신이 전했다. 헨리에타 데이비스 케임브리지 시장은 탄산음료 판매제한과 관련한 각계 의견을 청취 중이며 가판대에서도 이 조치에 동참할 수 있도록 유인책을 모색 중이라고 밝혔다.

미 국립보건통계센터(NCHS)는 2009~2010년 자료 집계 결과 성인의 35.7%, 청소년의 16.9%가 비만이라고 지난 1월 발표했다. 한편 탄산음료 업계와 판매제한 조치 반대론자들은 "공공장소 내 탄산음료 판매금지와 비만 해소 간에 직접적 연관이 없다. 시 당국이 공론화 과정 없이 판매 규격을 정한 것은 부당하다"며 반발하고 있다고 LA타임스가 전했다.

가당음료 퇴출로 직격탄을 맞을 음료업계는 강력히 반발했다. 뉴욕시 음료협회의 대변인 스테판 프리드먼은 "(비만을) 오로지 탄산음료 탓으로 몰아가는 것은 불공평하다"고 반박했다. 그는 "질투 어린 정책"이라며 "전문가가 나서서 비만을 퇴치할 수 있는 방안을 진지하게 강구해야 한다"고 주장했다.

코카콜라, 펩시, 닥터페퍼 등 미국 탄산음료 공급업체 '빅3'는 이 조치가 다른 주로 확산될 것으로 보고 주력상품을 주스, 생수 등으로 바꾸는데 안간힘을 쓰고 있다. 트로피카나 음료를 판매하는 펩시가 최근 매출에서 코카콜라를 이긴 것도 이와 무관치 않다는 지적이다.

앞서 6월 15일 사우스다코타주 포크튼시는 학교에 탄산음료 반입을 금지하는 조치를 취했다. 교내에 탄산음료 자판기를 없앤 것은 미국의 여러 주에서 시행 중이지만 반입 자체를 금지한 것은 처음이다.

이같은 동향으로 인해 미국 청량음료자판기 업체들은 비상이 걸렸다. 탄산음료 판매금지가 입법화되면 그간의 주력 상품이었던 품목들을 교체해야 한다. 소비자 이용률 저하와 자판기의 가치 감소가 불을 보듯 뻔하다. 그 피해를 최소화 하려면 대중에게 어필 할 수 있는 새로운 건강음료의 개발 상품화가 시급하다. 비상에 가까운 상황을 맞는 미국 청량음료자판기 업계가 어떻게 현명하게 대처해 나갈지 큰 관심사가 아닐 수 없다.