

# 우리집 플라스틱 어디서 왔니

플라스틱 배출 기업 조사보고서



GREENPEACE

# 목차



## 조사배경 및 목적

1. 플라스틱 사용 확대
2. 선형경제 구조에 따른 플라스틱 폐기물 급증
3. 화석연료 기반의 플라스틱 온실가스 배출 문제
4. 기업 감축량 목표 부재 및 조사의 당위성, 리서치 개요

## 본론

1. 전체 플라스틱 배출량에서 식음료 제조사가 차지하는 비율
2. 식품 포장재 식품군별 배출량 및 플라스틱 종류
3. 식품 품목별 플라스틱 배출량
  - a. 음료류
  - b. 가정간편식류
  - c. 과자·간식·디저트류
  - d. 면류 및 장기보관식품
  - e. 조미료 및 양념류
  - f. 과채류·육류 등 신선식품
4. 과대포장·출처 미상의 플라스틱
5. 결과 요약

## 결론: 그린피스의 제언

1. 기업의 플라스틱 사용량공개와 구체적인 감축목표 제시
2. 식품 업계의 선형경제 구조를 대체할 새로운 비즈니스 모델 구축
3. 시민들의 인식변화와 소비자의 요구에 따른 기업의 책임 강화

## 부록

- 일회용 플라스틱 배출량 상위 50위 식음료 제조사  
참가자 명단

# 조사 배경 및 목적



한국인이 사용하는 비닐 봉투는 한해 235억장(46만9,200톤)으로, 한반도의 70%를 뒤덮고도 남는다. 한국인이 1년간 소비하는 플라스틱 컵 33억 개(4만5,900톤)를 쌓으면 지구에서 달까지 갈 수 있고, 페트병 49억 개(7만1,400톤)를 늘어놓으면 지구를 10.6바퀴나 돌 수 있다.<sup>1</sup>

이처럼 사용량이 늘어난 플라스틱의 처리는 난제로 꼽힌다. 실제로 1950년대부터 배출된 플라스틱 쓰레기 중 약 90%는 자연에 버려지거나 소각됐다. 재활용으로 플라스틱 문제를 해결하는 것은 사실상 불가능하다. 일부 국가는 플라스틱 폐기물을 직접 처리하는 대신 ‘재활용한다’는 미명하에 다른 나라에 수출해왔다. 하지만 쓰레기 수입국에서 플라스틱 반입을 엄격히 금지하는 등 규제 강화에 나서면서 플라스틱은 스스로 풀어야 하는 숙제가 됐다. 예컨대 지난 2019년 1월 한국에서 필리핀으로 수출된 플라스틱 쓰레기가 반송된 사례가 대표적이다.

엄청난 규모의 플라스틱 사용은 ‘생산-소비-폐기’의 선형 경제(linear economy) 구조와 일회용 소비문화가 맞물린 결과이다.<sup>2</sup> 소비지향적인 선형 경제 구조는 결국 자원 고갈, 에너지 위기, 환경오염 등 수많은 문제를 유발한다.

플라스틱의 사용량 축소는 기후변화 측면에서도 시급하다. 실제로 플라스틱은 석유 공급망을 확대하고 기후변화를 유발하는 요인으로 지목된다. 플라스틱 제조량의 99%가

화석연료를 원료로 하여 생산되며, 그 제조 과정은 석유 및 가스 채굴·운반과 정유 공정을 수반한다.<sup>3</sup> 2019년 한 해 동안 플라스틱 제조 및 분해 과정에서 발생한 온실가스는 석탄 발전소 189개의 배출량과 맞먹는 수준으로 추산된다.<sup>4</sup>

하지만 플라스틱 생산의 주체이자 해결의 주체인 기업들은 이러한 현실을 외면한 채 플라스틱 포장재 기반 제품을 대량 생산하고 판매 마케팅을 적극적으로 펼치며 일회용 플라스틱 사용을 부추겨왔다.

플라스틱 확산의 이면에는 사실상 기업들의 근시안적 이익 추구 관행이 깊숙이 자리잡고 있다. 기업 주도의 플라스틱 대량 생산은 2차 세계대전 시기로 거슬러 올라간다. 플라스틱이 군용트럭에서부터 레이더 단열에 이르기까지 다양한 군수용품의 재료로 사용되면서 대량생산 체제가 갖춰졌다. 전쟁이 끝나자 기업들은 남아도는 플라스틱 소비 진작을 위해 각종 생활용품을 플라스틱으로 만들기 시작했다. 소비자의 필요가 아닌 기업의 수익창출을 위한 결정이 지금의 플라스틱 위기를 가져온 것이다. 이 위기의 해결을 위해서는 오랜 관행에서 벗어나 플라스틱을 원천적으로 최소화하려는 기업의 노력이 시급하다.

1 그린피스, 일회용의 유혹 플라스틱 대한민국, 2019, <https://www.greenpeace.org/korea/report/11400/report-disposable-korea/>  
2 그린피스, 일회용의 유혹 플라스틱 대한민국, 2019, <https://www.greenpeace.org/korea/report/11400/report-disposable-korea/>

3 European Bioplastics, Bioplastics facts and figures, 2018, [http://docs.european-bioplastics.org/publications/EUBP\\_Facts\\_and\\_figures.pdf](http://docs.european-bioplastics.org/publications/EUBP_Facts_and_figures.pdf)  
4 CLEL, Plastic & Climate: Hidden Costs of a Plastic Planet, 2019, 80Page. <https://www.ciel.org/wp-content/uploads/2019/05/Plastic-and-Climate-FINAL-2019.pdf>



최근 산업계와 금융계를 관통하는 화두인 ESG(환경·사회·지배 구조, Environment·Social·Governance) 관점에서도 기업의 플라스틱 사용 감축은 필수적이다. 산업 규제 강화 등 기후변화의 재무적 영향과 가치소비에 대한 사회적 열망이 증폭되는 시대에, 기업은 지속적인 경영과 경쟁력 확보를 위해 플라스틱 배출에 대한 책임과 해법을 동시에 가져야 한다. 플라스틱 감축은 기업들의 사용량을 투명하게 공개하는 데에서부터 출발해야 한다. 플라스틱 사용 실태를 정확히 파악해야만 각 기업의 구체적인 감축량도 설정할 수 있기 때문이다. 하지만 실질적인 플라스틱 사용량을 내놓은 기업은 사실상 없는 상황인데다, 일부 업체들의 플라스틱 감축 목표치도 모호한 수치에 불과한 형편이다.

이처럼 기업의 플라스틱 사용 실태가 불투명할 뿐 아니라, 소비 주체인 각 가구에서 플라스틱을 얼마나 배출하는지에 관한 데이터도 미흡한 상황이다. 이에 그린피스는 기업들이 플라스틱 사용량을 명확히 공개하고 감축 목표를

제시할 것을 촉구하는 차원에서, 국내 최초로 일반 가정을 대상으로 한 플라스틱 배출량 조사에 착수했다. 본 조사는 국내 260 가구 구성원과 함께 일주일간 진행했고, 일반 가정의 실생활 중 발생하는 플라스틱의 폐기 규모를 통해 각 기업별 플라스틱 배출량을 파악하고자 했다.





© Chankland Kanthong / Greenpeace

## 리서치 개요

그린피스는 국내 기업의 일회용 플라스틱의 배출 실태를 파악하고 이를 평가하기 위해 전국 260 가구에서 배출한 플라스틱 폐기물 현황을 조사했다. 국내의 경우 기업들의 일회용 플라스틱 생산 관련 정보가 투명하게 공개되지 않고 있으며, 실제로 얼마나 소비되는지에 대한 자세한 정보 또한 파악할 수 없다. 따라서 그린피스는 일회용 플라스틱 사용 실태의 투명성을 강조하고자 시민들의 참여를 통한 직접 조사<sup>5</sup>를 실시하였다. 이 조사는 실제 소비 단계에서 어떠한 일회용 플라스틱 제품이 얼마나 사용되고 있으며, 어떤 기업들이 플라스틱 배출 절감을 위해 좀더 노력해야 하는지를 밝히고자 하는 목적의 조사이다.

5 본 그린피스 시민참여 조사는 일회용 플라스틱 소비에 대해 응답자들에게 혼란을 가져올 수 있는 외부조건을 통제하기 위해 가정이라는 한정된 공간 안에서 발생한 일회용 플라스틱 소비만을 측정했다. 따라서 실제 일회용 플라스틱 소비량과 차이가 발생할 수 있다는 점을 밝힌다.

## 리서치 방법

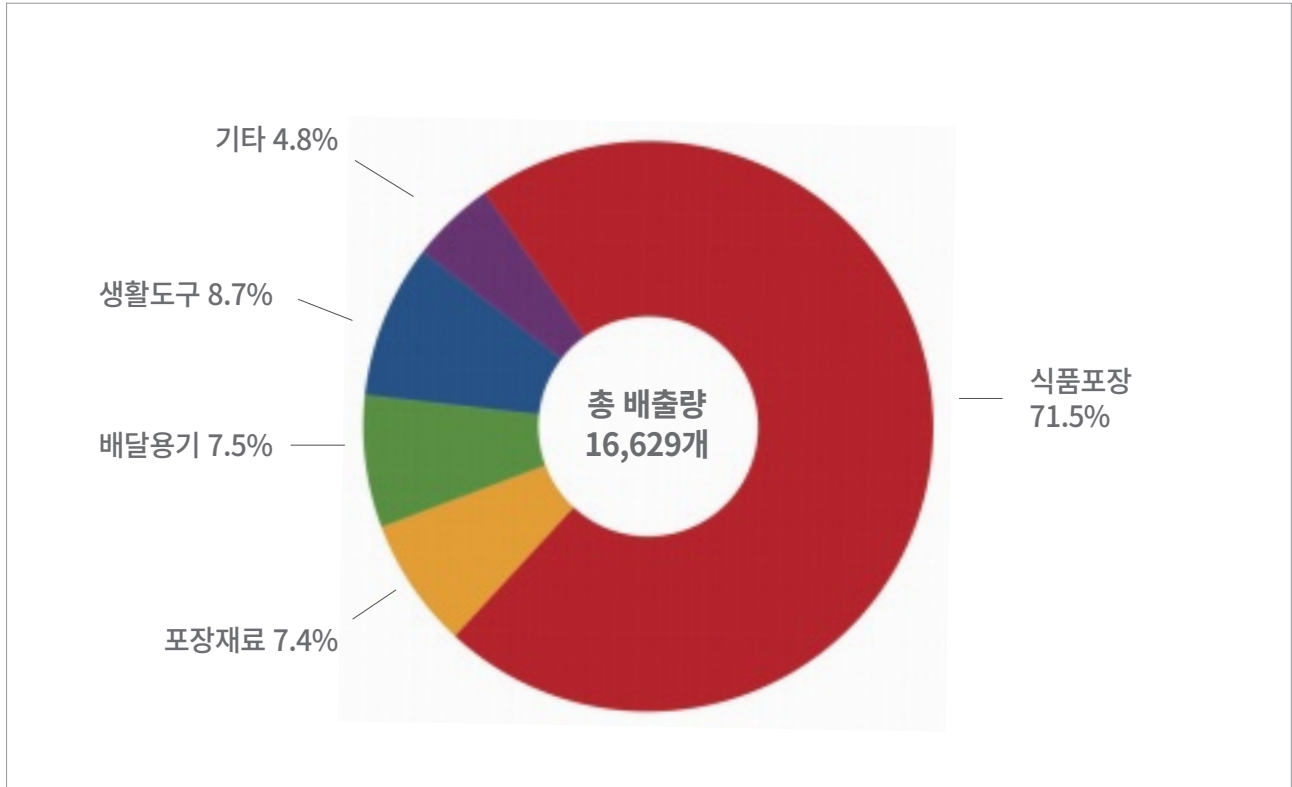
본 조사는 가정 내에서 발생한 플라스틱 폐기물만을 대상으로 하여 진행하였다. 그 이유는 실생활에서 우리가 쉽게 접할 수 있는 플라스틱 포장의 종류 및 사용 현황 관련 정보를 제공하기 위함이다. 가정 내 플라스틱 사용은 가구원의 수, 연령, 소득수준, 라이프스타일 등 다양한 조건에 따라 차이를 보일 수 있기 때문에, 이를 최소화하기 위해 2015년 인구주택총조사에 기반한 지역별 비례할당을 통해 참여자를 선발하였다. 조사기간은 2020년 10월 18일부터 10월 24일까지 총 7일간이며, 참여자가 당일 사용한 플라스틱 제품의 정보를 구글 스프레드시트에 입력하는 방식으로 조사를 진행했다. 무응답 및 오기입 등을 제외한 총 260가구가 조사에 참여<sup>6</sup>하였다. 주요 응답 내용에는 가정에서 사용한 플라스틱 제품의 제조사, 제품군, 종류, 수량 등이 포함되어 있다. 아울러 식음료 제조사들의 일회용 플라스틱 사용과 관련한 추가 설문<sup>7</sup>을 진행하였다.

6 응답자는 14세에서부터 53세(평균: 30.17, 표준편차: 9.47)였으며, 1인가구 61명, 2인가구 47명, 3인가구 56명, 4인가구 이상 96명이었다.

7 플라스틱 시민참여 리서치에 참여한 인원을 대상으로 추가설문을 진행하였으며 이 중 226명이 응답하였다.

## 리서치 결과

그림 1. 전체 일회용 플라스틱 배출량에서 식품포장 관련 비중<sup>8</sup>



조사에 참여한 260가구는 일주일의 조사기간 동안 총 16,629개의 일회용 플라스틱이 발생한 것으로 보고하였다. 그중 식품 포장재가 11,888개(71.5%)로, 가정 내 플라스틱 쓰레기 10개 중 7개는 식품 포장과 관련된 것으로 나타났다. 이처럼 일상생활에서 식품 포장재로 발생하는 플라스틱은 전체 배출 플라스틱에서 압도적 비중을 차지했으며, 이제 플라스틱 없는 식탁은 상상할 수 없게 되었다.

이와 함께 화장품, 세안용품, 문구류 등이 포함된 생활용품의 경우 8.7%를 차지했으며, 코로나19에 따른 배달 수요 증가 등으로 늘어나고 있는 배달용기 배출도 전체의 7.5%를 차지하는 것으로 나타났다. 아울러 비닐랩, 아이스팩 등이 포함된 포장재료는 배달용기와 비슷한 수준인 7.4%, 의약품 및 건강보조식품 등 다양한 제품의 용기가 포함된 기타는 4.8%의 비중으로 조사되었다.

<sup>8</sup> 식품포장: 가정 내 섭취하는 식음료에서 발생하는 일회용 플라스틱 | 배달용기: 테이크아웃 등 배달음식에서 발생하는 플라스틱 용기 | 생활도구: 가정 내 위생용품, 문구류 등 생활전반에서 나오는 플라스틱 제품 | 포장재료: 비닐봉지, 아이스팩, 뽕뽕이 등 제품 포장을 위한 일회용 플라스틱 | 기타: 위 항목에 포함되지 않는 기타 플라스틱

그림 2. 식품 포장재 배출량에 대한 세부 분류<sup>9</sup>

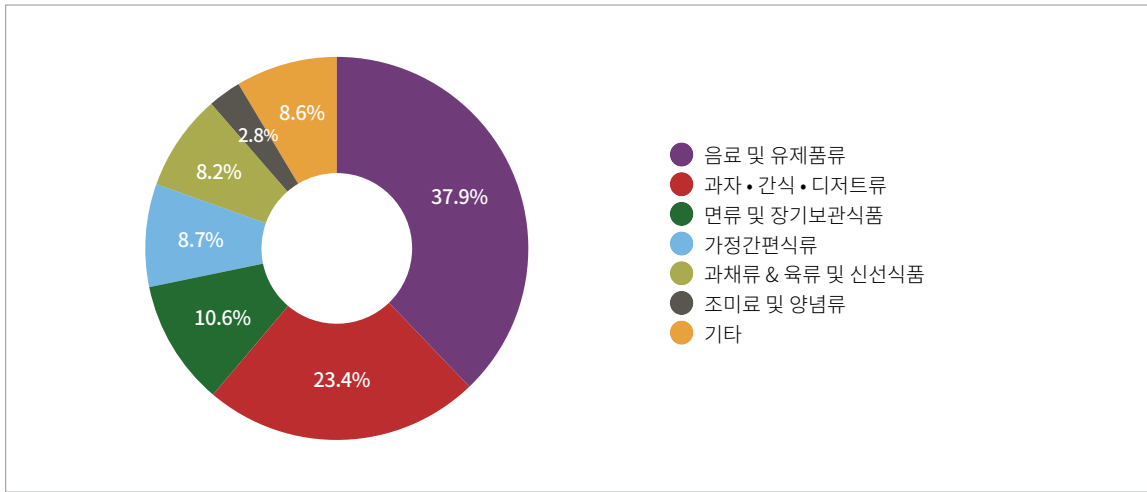
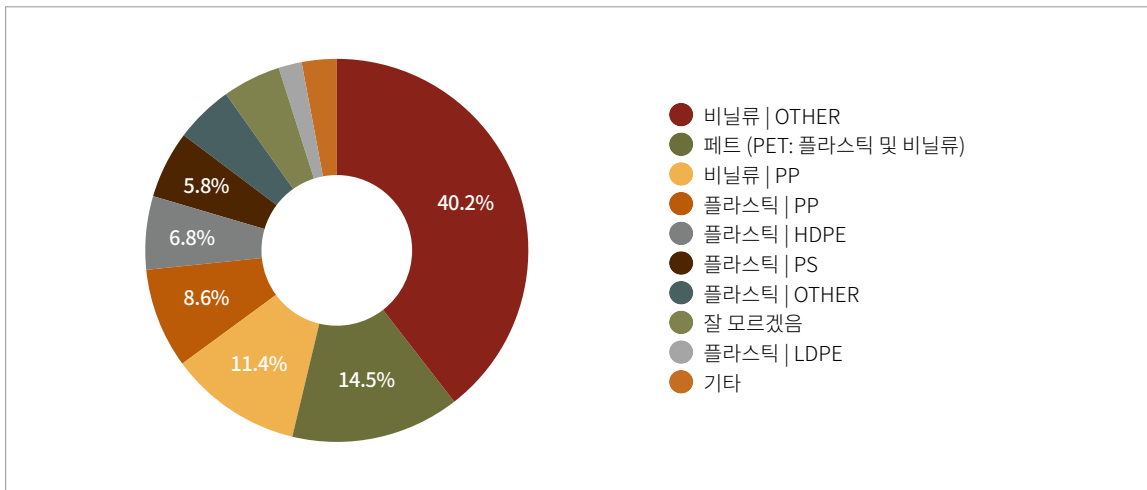


그림 3. 식품 포장재에서 발생한 플라스틱 폐기물 종류



식품 품목별 결과를 살펴보면, 음료 및 유제품류에서 발생한 플라스틱은 4,504개(37.9%)로 가장 높은 수치를 보이고 있었으며, 이어서 과자·간식·디저트류 2,777개(23.4%), 면류 및 장기보관식품 1,255개(10.6%) 순으로 나타났다. 전체 절반 이상이 우리가 손쉽게 먹고 마시는 제품에서 상당량의 플라스틱 폐기물이 발생한다는 사실을 알 수 있다. 식품 플라스틱 폐기물의 종류를 구체적으로 살펴보면 비닐류(OTHER)가 4,778개로 식품

포장재에서 발생한 쓰레기의 40.2%를 차지하고 있었으며 페트(PET)가 1,728개로 14.5%, 비닐류(PP)가 1,356개로 11.4%로 나타났다. 특히 비닐류(PP)는 주로 페트병의 부착된 라벨로 활용되는데, 음료류에서 발생한 플라스틱 폐기물의 양을 고려했을 때 상당 부분 페트(PET)와 함께 배출되는 것으로 해석할 수 있다. 조사에 참여한 응답자들은 플라스틱 1개 제품에서 매우 다양한 플라스틱 재질이 배출된다는 사실을 깨달았다고 보고했다. 이는 단일 제품에도 여러 종류의 플라스틱이 사용된다는 점을 시사하는 것으로, 우리가 인지하고 있는 양보다 훨씬 많은 일회용 플라스틱 쓰레기가 다양한 방식으로 발생한다는 점을 상기시켜준다.

9 가정간편식류: 별도 조리과정없이 단순 조리과정을 거쳐 섭취할 수 있도록 제조, 가공, 포장한 완전·반조리 형태의 제품 | 과자·간식·디저트류: 다양한 종류의 쿠키, 사탕, 아이스크림 등 주식이 아닌 간식류의 제품 | 음료 및 유제품류: 생수, 탄산음료, 유제품 등을 포함한 모든 액체식품류 | 면류 및 장기보관식품류: 식품을 건조, 밀봉하여 오래 저장할 수 있게 만들어진 식품류 | 조미료 및 양념류: 요리를 하거나 음식을 먹을 때 사람의 기호에 맞게 맛을 돋우는 재료들 | 과채류·육류·신선식품: 농산물 및 육류, 신선식품 포장재 및 트레이 등 | 기타: 위 항목에 해당하지 않는 제품들



## 일회용 플라스틱 배출량이 많은 상위 10위 식음료 제조사<sup>10</sup>

도표 1. 일회용 플라스틱 배출량 상위 10위 식음료 제조사

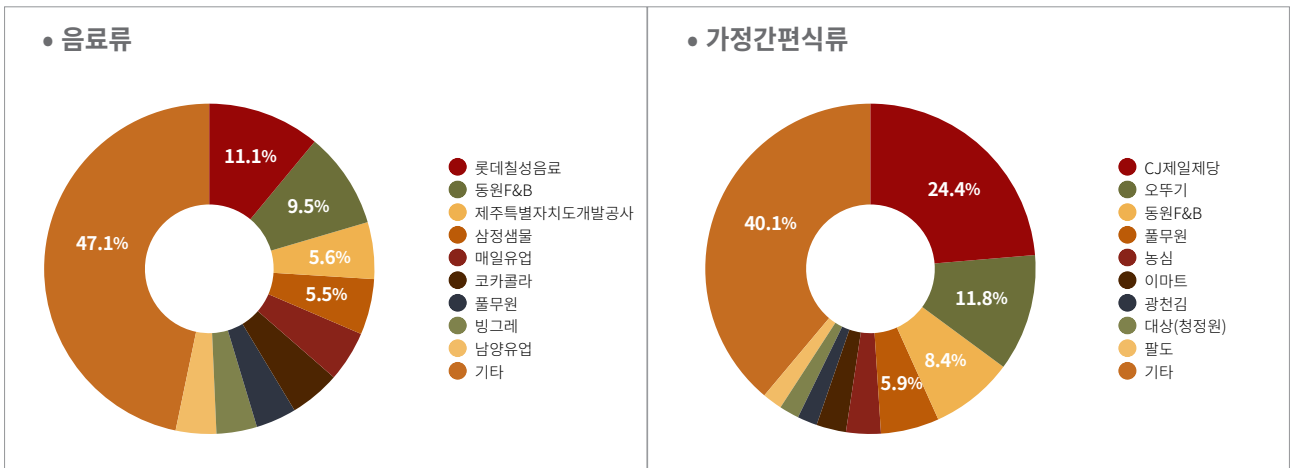
일회용 플라스틱 배출량이 많은 상위 10위 식음료 제조사		
순위	제조사명	수량
1	동원F&B	577개
2	농심	508개
3	롯데칠성음료	479개
4	CJ제일제당	433개
5	오뚜기	381개
6	롯데제과	361개
6	풀무원	361개
8	동서식품	308개
9	오리온	297개
10	남양유업	243개

본 조사에 따르면, 일회용 플라스틱 배출량이 많은 상위 10위 식음료 제조사는 위 표와 같다. 대부분 소비자들에게 익숙한 제조사가 상위권을 기록하고 있다. 동원F&B, 농심, 롯데칠성음료, CJ 제일제당은 400개가 넘는 포장재가 배출된 것을 알 수 있다. 다만, 품목별 사용 빈도수의 상이함으로 인해 식품 품목별로 배출량을 살펴보았다.

10 일회용 플라스틱 배출량 상위 50위 제조사는 부록 참조



그림 4. 상위 10위 품목별 식음료 제조사



**음료류 플라스틱 쓰레기, 롯데칠성음료가 1위...**

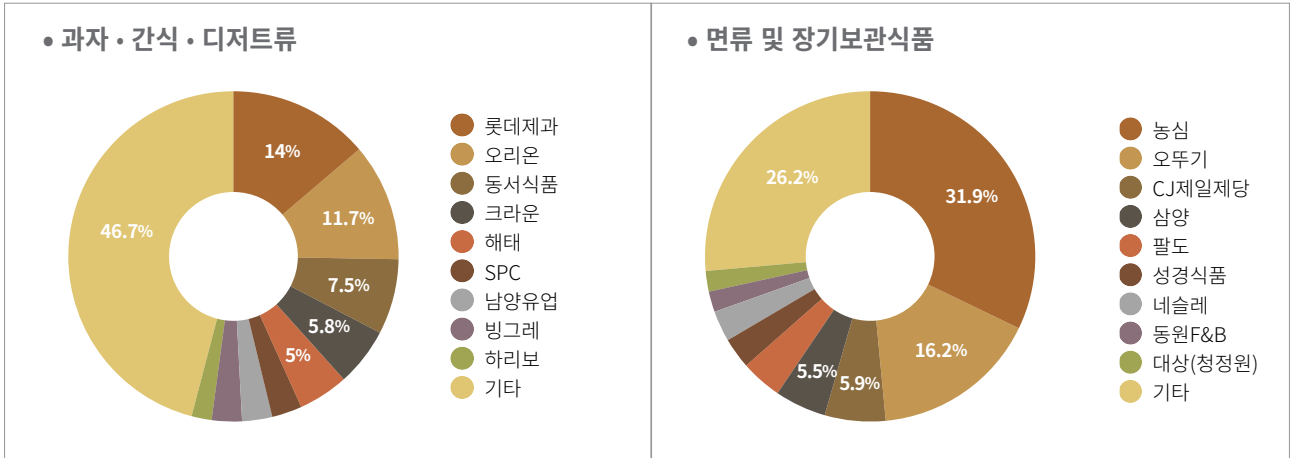
**생수업체의 배출량 많아**

품목별 식음료 제조사의 상위 일회용 플라스틱 배출량을 살펴보면, 음료류에서는 롯데칠성음료(11.1%), 동원F&B(9.5%), 제주특별자치도개발공사(5.6%) 등 상위 3개 업체의 쓰레기 배출이 25% 이상을 상회했다. 동원F&B와 제주특별자치도개발공사의 경우 동원샘물과 삼다수 등의 생수제품으로 인해 플라스틱 배출량이 많은 것으로 추정된다.

**즉석밥 등 가정간편식류 쓰레기, CJ제일제당이 압도적**

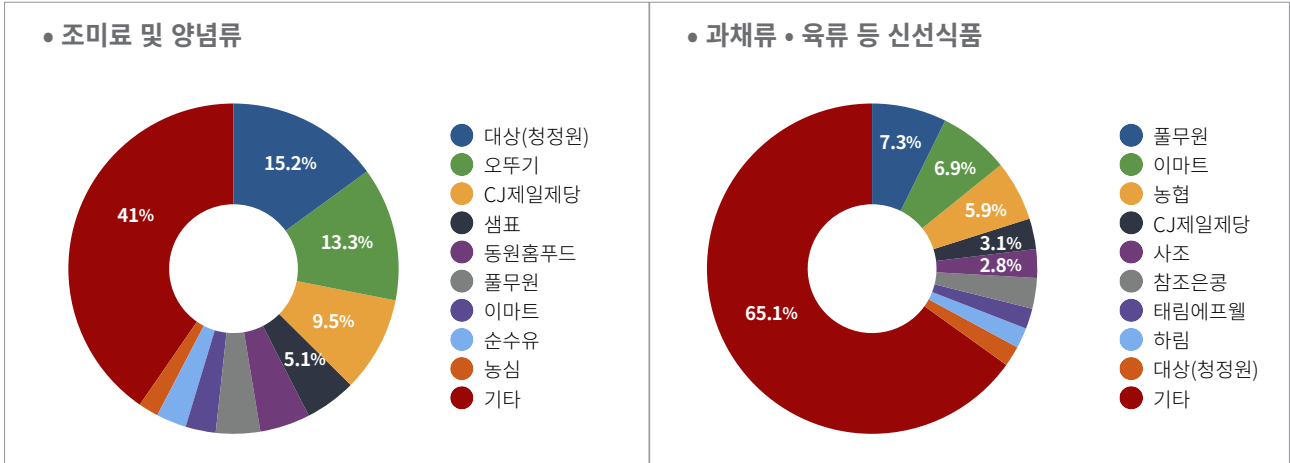
가정간편식(HMR) 시장은 2018년 기준으로 10년 사이 10배나 성장했다.<sup>11</sup> 1인 가구가 계속 늘고 있고 코로나19 영향까지 겹쳐서 대형마트의 가정간편식 판매는 꾸준히 증가하고 있다. 가정간편식으로부터 배출되는 일회용 플라스틱도 함께 증가한다고 볼 수 있다. 본 조사에 따르면, CJ제일제당(24.4%), 오뚜기(11.8%), 동원F&B(8.4%)가 배출량 상위 3개 제조사로 나타났다. 대표적인 가정간편식 식품업체인 CJ제일제당이 이 부문 플라스틱 배출량의 4분의 1을 차지하는 것으로 조사됐다.

<sup>11</sup> 통계청,식품통계로 알아보는 HMR(가정간편식) 이야기, 2020 [https://www.mfds.go.kr/brd/m\\_629/view.do?seq=20](https://www.mfds.go.kr/brd/m_629/view.do?seq=20)



**간식류 쓰레기의 상당수는 롯데제과, 오리온, 동서식품에서**  
 과자·간식·디저트류에서는 롯데제과가 14.0%, 오리온이 11.7%, 동서식품이 7.5%를 차지하는 것으로 나타났다. 이들 상위 3개 업체의 합은 이 부문 플라스틱 배출량의 3분의 1을 차지했다. 특히 간식류의 경우, 다음 장에서 서술하는 것처럼 날개로 포장된 상품들이 상당수 존재하는 것으로 나타났다.

**장기보관식품 쓰레기 10개 중 3개는 농심**  
 면류 및 장기보관식품류에서는 농심이 31.9%로 가장 높은 비중을 보였다. 그 뒤를 이어 오투기(16.2%)와 CJ제일제당(5.9%) 순으로 나타났다.



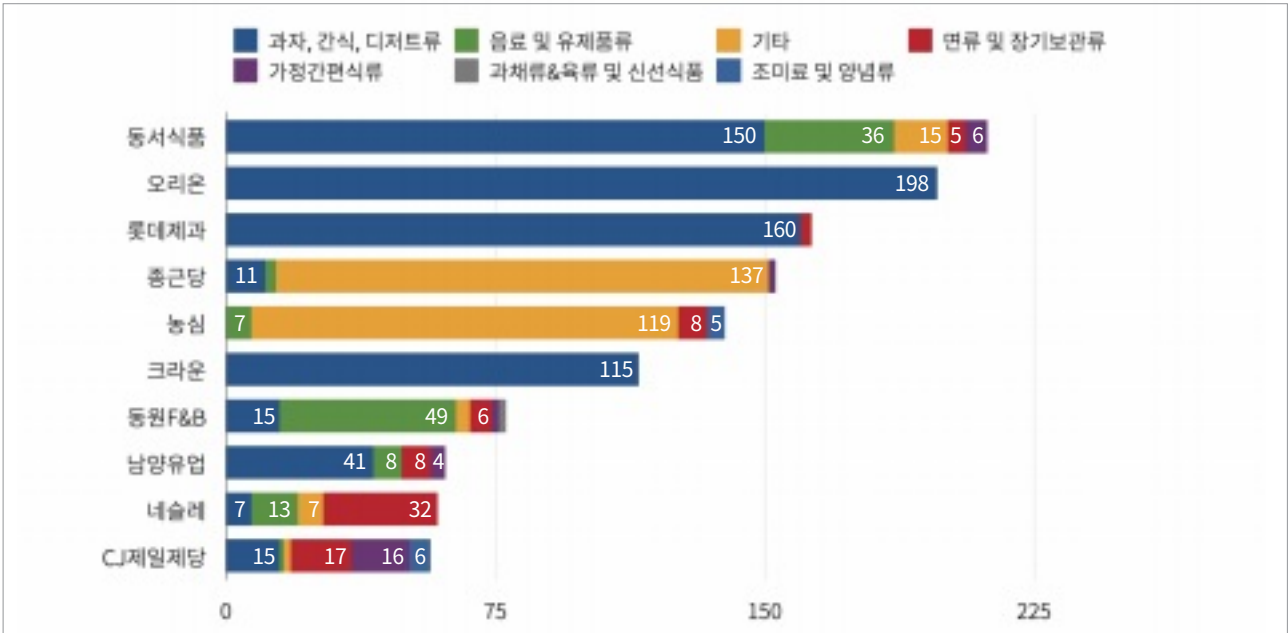
**청정원, 조미료 쓰레기 배출량 1위**  
 조미료 및 양념류에서는 대상(청정원)이 15.2%, 오투기가 13.3%, CJ제일제당이 9.5%로 상위 3개 제조사로 꼽혔다.

**신선식품 플라스틱 배출량, 풀무원이 1등**  
 신선식품류에서는 풀무원(7.3%), 이마트(6.9%), 농협(9%)이 상위 3개 업체로 꼽혔으며 다른 품목에 비해서는 플라스틱 배출량 점유율이 전반적으로 분산되어 있는 것으로 나타났다.

이상의 품목별 배출 순위를 보면, 전반적으로 해당 부분의 매출 순위가 일회용 플라스틱 배출량에 반영된 것으로 유추할 수 있다.

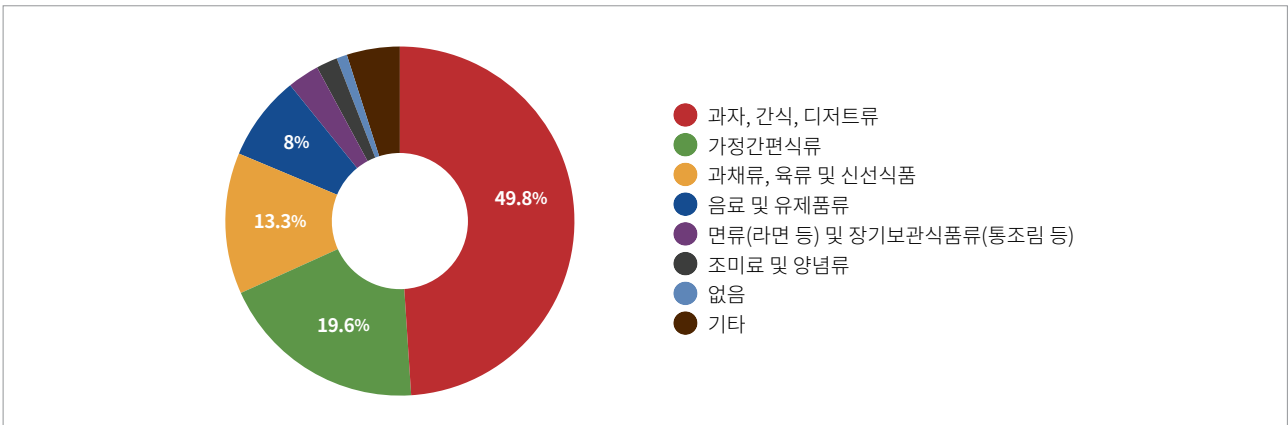
## 과대포장<sup>12</sup> 및 출처 미상의 플라스틱

그림 5. 식품군 날개 제품 제조사



날개 포장으로 구성된 제품의 일회용 플라스틱 배출량은 총 3,031개로 집계됐다. 과자·간식·디저트가 이 중 약 44%인 1,332개를 차지하는 것으로 나타났다.

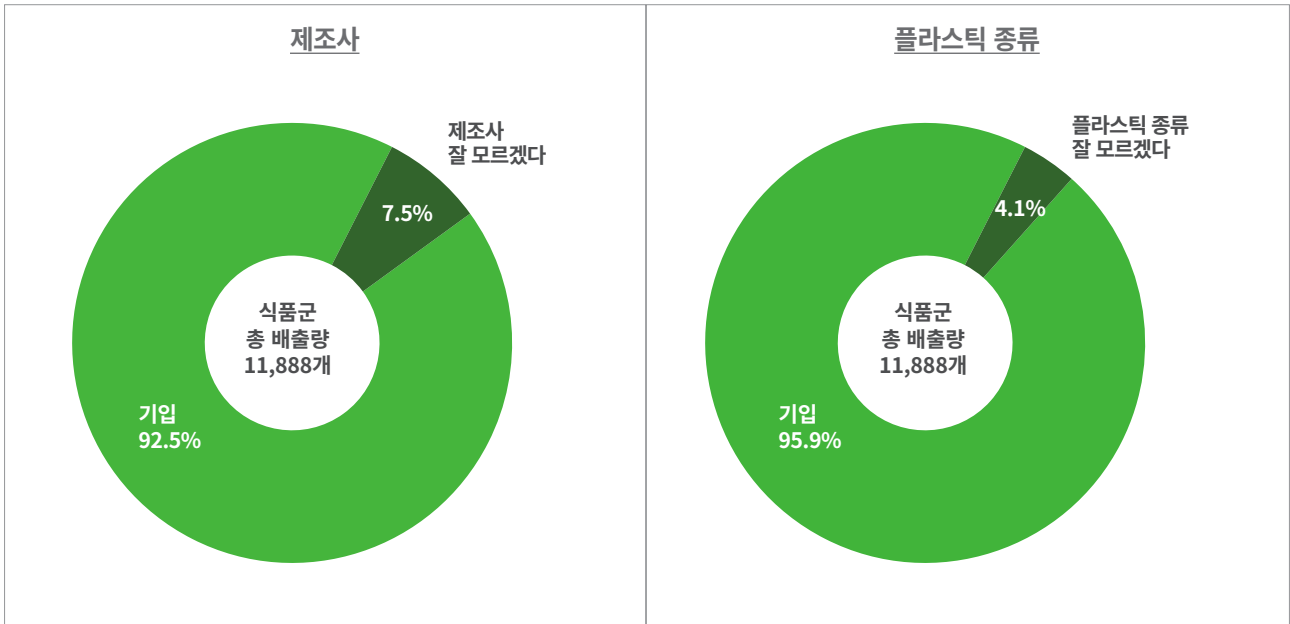
그림 6. 과대포장 및 불필요한 플라스틱 포장이 이뤄지는 식품 제품군



조사 참여자를 대상으로 과대포장 및 불필요한 플라스틱 포장이 이뤄지는 제품군에 대해 후속 추가 설문을 진행했다. 그 결과에 따르면, 응답자의 약 50%가 과자·간식·디저트류가 과대포장을 하고 있다고 답변했다. 소형화된 이종, 삼종의 날개포장은 불필요한 포장재 사용을 부추기며 플라스틱 쓰레기를 양산하는 결과를 낳아 환경파괴를 더욱 악화시킬 수 있다.

12 본 보고서에서 과대포장은 이중 형태의 포장을 의미

그림 7. 플라스틱 리서치에서 응답자의 '잘 모르겠다'라는 답변



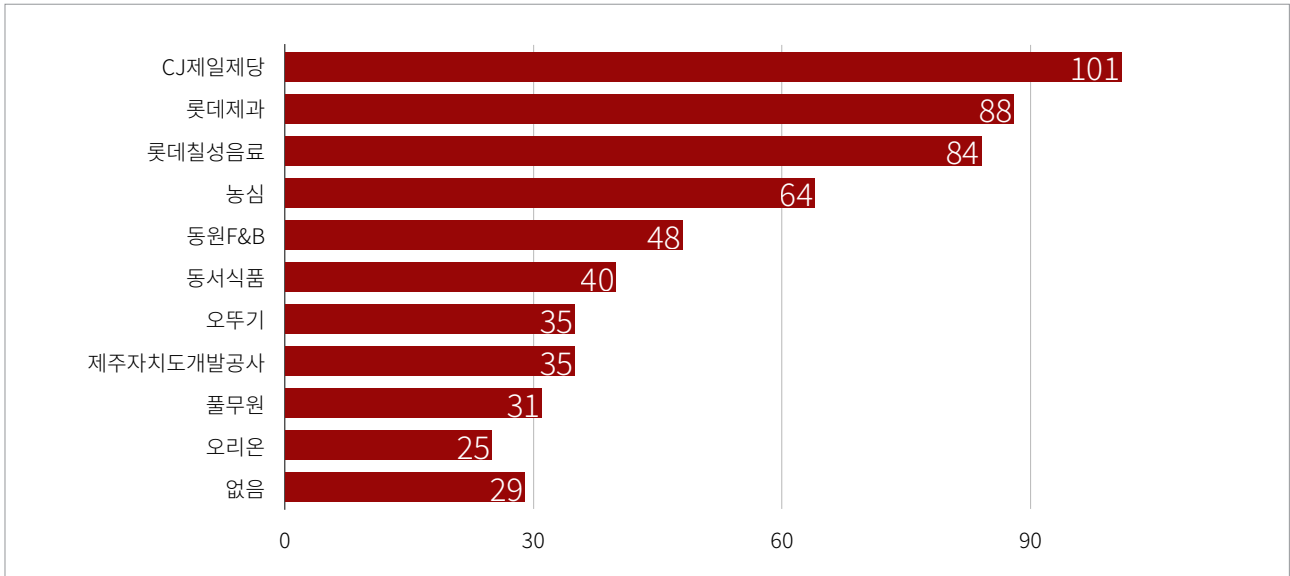
응답자는 식품군에서 △제조사가 제대로 파악되지 않거나 △플라스틱 분리배출 표시제도를 통해 플라스틱 종류를 파악할 수 없는 제품에 대해 '잘 모르겠다'라는 답변을 했다. 이와 같은 답변은 제조사의 경우 890개(7.5%), 플라스틱 종류의 경우 493개(4.1%)로 집계됐다. 여기에 해당하는 품목의 대부분은 과자·간식류·디저트류, 유제품류, 과채류 및 육류 등의 포장 트레이처럼 출처를 제대로 파악할 수 없는 제품이었다.

이러한 내용을 종합하면, 우리가 먹고 마시는 제품들 속에서 지나치게 불필요한 포장재가 사용될 뿐 아니라 출처조차 알 수 없는 플라스틱 제품이 발생하고 있다는 사실을 알 수 있다. 기업이 일회용 플라스틱을 무분별하게 사용하고 대체품도 제공하지 않아, 소비자들은 원하지 않는 플라스틱 제품 사용을 사실상 강요당하고 있는 것이다.



가정 내 플라스틱 배출량 조사 참가자 사진 자료

도표 2. 이번 리서치에 참여하면서 플라스틱 폐기물 문제에 가장 책임이 크다고 느낀 제조사가 있다면 어디입니까? (중복 선택 가능)



위 그래프는 조사에 참여한 응답자들이 플라스틱 폐기물 문제에 있어 가장 책임이 크다고 느낀 제조사가 어디냐는 설문조사 질문에 중복 응답한 결과다. 이 결과는 배출량 조사를 통해 밝혀진, 식품 품목별 플라스틱 배출량 상위 업체들 결과와 유사한 양상을 보인다. 일회용 플라스틱 배출을 줄이기 위해서는 CJ제일제당, 롯데제과, 롯데칠성음료, 농심과 같은 식품업체들의 책임이 막중하다는 것을 소비자들도 잘 인식하고 있다고 볼 수 있는 결과다.

## 결과 요약

그린피스는 일상생활에서 발생하는 일회용 플라스틱 배출량과 그와 관련한 기업들의 책임을 규명하기 위해 가정 내 플라스틱 소비량을 측정했다. 그 결과, 일회용 플라스틱 배출에서 식음료 품목별 1위를 차지한 제조사들이 플라스틱 배출에 1차적 책임이 있음을 실증적으로 밝혀냈다. 품목별 시장점유율 순위와 배출량 순위가 유사하다는 점도 확인할 수 있었다. 즉, 특정 회사의 제품 판매량이 늘어날수록 이에 비례해 플라스틱 포장재 배출량도 늘어나는 모습이다. 식품 품목별 기업 매출 순위에 따라 일회용 플라스틱 사용 및 배출에 더 큰 책임을 져야 할 필요성이 확인된 만큼, 상위 제조사들은 플라스틱 감축에 앞장서야 한다. 일회용 플라스틱 배출에

대한 기업의 책임을 다하기 위해서는 일회용 플라스틱의 실제 사용량부터 투명하게 공개해야 한다. 아울러 플라스틱 제품의 소재와 제조사를 소비자들이 쉽고 명확하게 알 수 있도록 표기하여 소비자가 환경친화적인 기업의 제품을 선택할 수 있도록 해야 한다. 조사에 나타난 소비자들의 인식은 일회용 플라스틱 대량 배출에 책임이 있는 상위 기업들이 사회적 책임을 다할 것을 요구하고 있다.

## 그린피스의 제안

## 결론

본 플라스틱 리서치는 플라스틱 폐기물 급증에 대한 해결 방안을 모색하기 위해, 실제 가정에서 일주일간 발생하는 플라스틱 폐기물을 기업별로 구분하여 그 추이를 파악하려는 목적으로 실시됐다. 본 조사를 통해 도출된 기업들의 문제점, 업계에 대한 해결 방안 및 시사점을 다음과 같이 제시한다.

**첫째**, 가정 내 최다 플라스틱 배출원은 식음료 제품임이 입증됐다. 더불어 식품 품목별 제조사들의 배출량 추이는 실제 시장 점유율 업체 순위와 유사함을 확인할 수 있었다. 업계를 선도하는 대형 식품업체의 선제적인 플라스틱 감축 조치, 플라스틱 용기 및 포장재의 무분별한 사용을 대체할 수 있는 혁신적인 제품 판매 방식이 요구된다. 플라스틱 포장재는 식품 업계에서 광범위하게 사용되지만, 기업 단위의 플라스틱 사용량에서부터 폐기물 처리 규모에 이르기까지 신뢰할 수 있는 통계자료가 전무한 실정이다. 따라서 기업들은 플라스틱 폐기물 문제 해결의 실마리를 제공할 수 있는 정확한 사용량 공개와 함께 명확한 변화 의지를 담은 구체적인 감축 목표 제시를 최우선 과제로 삼아야 한다.

**둘째**, 식음료 업계를 둘러싼 선형경제(linear economy) 구조를 대체할 수 있는 기업들의 지속가능한 비즈니스 모델 마련이 시급하다. 플라스틱 폐기물 급증의 배후에는 ‘생산 → 유통 및 소비 → 분리 및 배출 → 수거 → 폐기’를 기반으로 한 경제 모델이 자리 잡고 있다. 이를 대체하거나 기존 모델에서 발생하는 문제점을 최대한 줄일 수 있는 대안을 시급히 마련해야 한다. 식품 기업들은 매일 소비되는 먹거리 제품 생산을 위해 한 번 쓰고 폐기하는 플라스틱 포장재에 의존하는 사업 모델에서 벗어나 지속가능한 구조를 구축해야 한다. 예컨대 영국 대형 유통업체 테스코가 지난 7월 개시한 재사용 포장재 기반의 유통 프로젝트가 하나의 대안으로 꼽힌다.<sup>13</sup> 종이와 바이오플라스틱 등 일회용 문화를 조장하는 잘못된 방안을 해결책으로 제시하면 안 된다.

**셋째**, 일반 시민들의 인식 변화는 이미 시작됐다. 조사에 참여한 시민들은 플라스틱 배출의 책임을 대형 식품기업에게 묻는 동시에, 일상적으로 사용해오던 일회용 플라스틱의 심각성을 깨닫게 됐다고 밝혔다. 식품 제조사들은 플라스틱 위기 대응과 동시에 지속적인 경영을 위한 경쟁력 확보 차원에서 소비자들의 생생한 목소리에 귀를 기울여야 한다.

실제로 배출량 조사에 이은 추가 설문 결과에 따르면, 설문 참여자(226명)의 과반수 이상인 62.2%(140명)가 ‘플라스틱 배출 문제 개선을 위해 노력한 기업이 없다’라고 답변해 기업들의 플라스틱 감축 노력이 부족하다는 인식을 드러냈다. 플라스틱 폐기물 문제에 가장 책임이 큰 제조사로는 주요 식품기업들(CJ 제일제당: 44.9%, 롯데제과: 39.1%, 롯데칠성음료: 37.3%, 농심: 28.4%)을 지목했다. 그 밖에 시민들은 플라스틱 포장을 가장 쉽게 줄일 수 있는 품목으로 과자류(간식·디저트류 포함, 응답자 44.9%)를 선택했다. 과자류는 불필요한 플라스틱 포장이가장 많이 이뤄지는 품목(응답자 49.8%)으로도 꼽혔다.

식품 제조사들은 이번 시민참여형 조사 결과를 참고하여 좀더 책임감 있는 자세로 플라스틱 감축을 위한 대안 마련에 적극 나서야 한다. 이는 기업의 지속가능한 성장과 경쟁력 강화를 위해서도 결코 외면할 수 없는 중차대한 과제가 될 것이다.

<sup>13</sup> 그린피스 영국, How supermarkets can halve plastic packaging, 2020, <https://www.greenpeace.org.uk/news/how-supermarkets-can-halve-plastic-packaging/>

## 부록

### 일회용 플라스틱 배출량 상위 50위 식음료 제조사

도표 3. 일회용 플라스틱 배출량 상위 50위 식음료 제조사

순위	제조사명	수량	순위	제조사명	수량
1	동원F&B	577개	26	SPC	81개
2	농심	508개	27	팔도	71개
3	롯데칠성음료	479개	28	사조	70개
4	CJ제일제당	433개	29	광동제약	69개
5	오뚜기	381개	30	암웨이	68개
6	롯데제과	361개	30	생활협동조합	68개
6	풀무원	361개	32	노브랜드	64개
8	동서식품	308개	33	네슬레	63개
9	오리온	297개	34	농협	62개
10	남양유업	243개	35	한국인삼공사	61개
11	제주특별자치도개발공사	238개	36	일화	58개
12	삼정샘물	236개	37	푸르밀	57개
13	빙그레	230개	38	참총은콩	51개
14	매일유업	210개	39	쿠팡	47개
15	코카콜라	194개	39	하리보	47개
16	종근당	173개	41	성경식품	45개
17	해태	162개	41	동천수	45개
18	한국야쿠르트	154개	43	웅진식품	44개
19	이마트	150개	44	서울탁주	42개
20	크라운	145개	45	이성당 <sup>14</sup>	40개
21	대상(청정원)	130개	46	스타벅스	39개
22	롯데푸드	122개	46	코스맥스	39개
23	하이트진로	104개	48	파리크라상	38개
24	서울우유	103개	49	자연드림	37개
25	삼양	101개	50	화인바이오	34개

14 이성당의 경우 참가자 1인의 응답으로 편향이 반영될 수 있음



## 가정 내 플라스틱 배출량 조사 참고사진<sup>15</sup>



15 사진 제공: 이소현, 이정혜, 정동숙, 이경민

## 참가자 명단

강란	강소라	강은지	강지원	고은별
고은아	곽소희	구선희	구윤아	권가영
권선혜	권슬휘	권수연	권용준	권효정
권희진	기승희	김경미	김경민	김경숙
김그림	김나은	김남현	김누리	김다영
김동현	김명희	김미선	김미진	김민아
김민주	김민주 (2)	김민찬	김민찬 (2)	김보미
김보슬	김서희	김선아	김소연	김소영
김승현	김아름	김예지	김예진	김용환
김윤경	김은주	김은지	김이현	김인선
김정아	김정은	김종환	김주은	김준환
김지연	김지영	김지운	김지은	김지현
김학성	김한슬	김현정	김현주	김현진
김혜미	김혜수	남근화	남순이	남은주
노영주	노은빈	노채원	류영주	류은경
류진하	문소영	문수민	문지현	문진용
문찬우	문효선	박민정	박민지	박선경
박설민	박성현	박솔지	박수애	박순영
박아영	박윤경	박은비	박은실	박은영
박은주	박은하	박정렬	박정효	박주영
박지민	박지은	박찬석	박채민	박해원
배경한	배금희	배조은	백혜진	백호영
변재은	서문가은	서영주	서윤정	성주연
송지민	송희연	신명서	신미이	신수영
신슬기	신윤진	신혜미	신호석	신호준
심동우	심정은	안강희	안미선	안소정

## 참가자 명단

안은지	안종명	안지숙	연제은	오석란
오정준	오주연	오주은	왕보현	우성주
우재란	원석연	위수민	유꽃비	유윤성
유장수	유진영	유팔복	유현영	윤경
윤소정	윤연희	윤은정	윤지은	이가희
이경민	이경은	이다완	이단비	이대한
이동준	이새봄	이선희	이성희	이소진
이소현	이수민	이수빈	이슬비	이승민
이승유	이승훈	이아름	이용은	이원주
이은정	이재현	이정옥	이정하	이정혜
이주안	이주희	이지영	이지윤	이지인
이지현	이지혜	이지혜 (2)	이채민	이채원
이초희	이하늬	이해냄	이현영	이혜연
이화영	이후영	임다희	임서현	임은미
임차희	장세지	장우근	장희승	전은주
정가은	정관승	정동숙	정두교	정서윤
정시라	정연수	정요섭	정우석	정윤서
정이령	정진아	정태린	정하은	정한나
정혜승	조다현	조보원	조선희	조수영
조수진	조아라	조우석	주예은	지성준
지은혜	차미리	차준영	최규석	최미화
최버들	최서영	최선순	최수인	최승희
최영은	최영은 (2)	최윤아	최은롤	최지우
최혜린	추병진	추보라	하경희	한민경
한승현	한아인	허은주	현여진	홍미미
홍보람	홍서현	홍유경	황산솔	황혜영

그린피스 동아시아 서울사무소

서울시 용산구 한강대로 257

청룡빌딩 6층(우 04322)

T : +82 2 3144 1994

F : +82 2 6455 1995

[www.greenpeace.org/korea](http://www.greenpeace.org/korea)

문의: [press.kr@greenpeace.org](mailto:press.kr@greenpeace.org)

저자 : 정다운, 이동현, 박선영

도움주신 분들 : 김지우, 두솔비

디자인 : 이선진

발간 : 2021년 1월

GREENPEACE