

소비자 HACCP 인지도 5년새 2배 상승 ‘괄목’

식품안전 신뢰 회복을 위한 정보제공 및 HACCP의 지속적 확대 필요

글_ 녹색소비자연대 조윤미 본부장

소비자의 식품안전에 대한 신뢰도

최근 소비자들의 식품안전에 대한 관심과 요구가 급격하게 증가하고 있다. 2007년 설문조사에서 식품안전에 관심 있다고 응답한 소비자는 65.9%로 나타났으며, 학부모의 관심은 2006년 82.4%에서 2011년 94.7%로 12.3%나 상승하였다. 반면에 우리나라 국민들의 식품안전관리에 대한 신뢰도는 2010년 60.7%로 나타나 유럽, 미국 등 주요선진국에 비해서 상대적으로 낮은 수준을 보였다.

■ 표 1. 국가별 식품안전 신뢰도 현황

구분	2005년	2007년	2008년	2009년	2010년
유럽연합(영국)	(65)	55(64)	-	(64)	-
미국	-	-	81	-	-
일본(불안도)	43.4	57.3	50.9	76.8	68.1
한국	-	-	40	-	60.7

전문가와 소비자 118명을 대상으로 안전 분야에 대한 안전 체감도를 조사한 결과에서도 식품안전은 소비자 점수가 5점 만점 중 1.93으로 조사대상 5개 분야 중 최하위를 기록하였으며, 전문가 점수 2.64점과도 큰 차이가 났다. 국민들의 식품안전 신뢰도는 해당국가의 식품안전 수준을 반영하는 것으로 판단할 수 있으며, 이를 바탕으로 우리나라의 식품안전 수준은 주요선진국에 비해서 낮은 수준임을 알 수 있다.

좀 더 구체적으로 살펴보면, 올해 초 한국소비자단체협의회에서 전국의 소비자를 대상으로 실시한 식품 안전에 대한 신뢰도 조사에서 ‘식품은 전반적으로 불안하다’는 응답이 19.4%로 ‘안전하다’는 응답 15.8%보다 높게 나타났다. ‘안전하다’는 15.8%의 응답은 최근 3년간 조사결과 중 가장 낮은 수치이다. 품목별 안전성 인식에서는 주류가 가장 높은 점수를 얻었고, 그 뒤를 이어서 유제품-음료·차-농수축산 신선식품-특수가공품 순이었으며, 장류 및 소스류, 즉석식품, 냉동식품에 대한 불안감은 높은 것으로 나타났다. 또한 판매처별 안전성 인식에서는 백화점이 가장 높았으며, 대형할인점-회원제판매점-편의점 순으로 나타났다.

소비자의 식품관련 불만 및 피해현황

2009년에서 2011년도까지 전국소비자상담센터의 식품 상담건수를 분석해보면 매년 증가추세에 있다. 식품별로는 건강식품, 농수축산물 관련 상담은 감소하고 있으며, 가공식품은 증가하고 있다.

소비자 불만·상담의 이유를 살펴보면 2009년에는 위생안전이 5,611건으로 가장 많았고, 2010년과 2011년에는 품질(표시와 용기)에 관한 상담이 각각 5,245건, 6,509건으로 가장 많은 건수를 차지하였다. 이 외에도 청약철회, 정보요청, 불공정계약, 계약해지문제, 가격에 대한 이유 등이 계속하여 증가추세에 있다. 최근 1년 이내에 구입한 식품관련 불만·피해를 경험한 소비자는 30%로

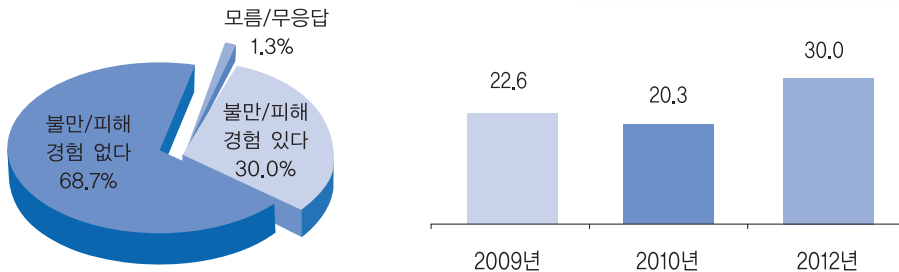




■ 표 2. 소비자의 식품관련 불만 및 피해 현황에 대한 조사(전국소비자상담센터, 2011)

구분	2009년		2010년		2011년	
	건수	비율	건수	비율	건수	비율
건강식품	13,454	55.7	14,025	49.6	14,721	44.5
가공식품	7,134	29.5	8,527	30.1	1,501	34.8
농수축산물	2,520	10.4	4,095	14.5	4,196	12.7
기타식품	1,049	4.3	1,643	5.8	2,664	8.1
계	24,157	100.0	28,290	100.0	33,082	100.0

■ 그림 1. 소비자의 식품관련 불만 및 피해 경험에 대한 조사(한국소비자단체협의회, 2012)



10명 당 3명이나 되었으며, 이는 2010년과 비교하여 9.7%나 증가한 수치이다.

소비자의 불만내용으로는 유통기한 관련 사항이 19.9%로 가장 많았으며, 이어서 이물질-표시광고-변질-가격 등의 순으로 나타났다. 식품관련 피해에 대한 조치를 살펴보면, 최근 3년간 정부나 공공기관 제보는 증가하고 있으나 해당 회사나 소비자단체에 상담하는 경우는 감소하였다. 2012년 조사에서는 ‘해당회사나 구입처에 직접 불만을 제기’ 하는 경우가 41.8%, ‘소비자단체에 상담제기’는 3.1%로 나타났으며, ‘그냥 지나쳤다’는 응답도 42.9%나 되었다. 피해상담 후 처리결과에 대한 소비자 만족도는 2012년 3.13점(5점 만점)으로 꾸준한 증가추세에 있다.

소비자의 식품정보와 표시활용 증가

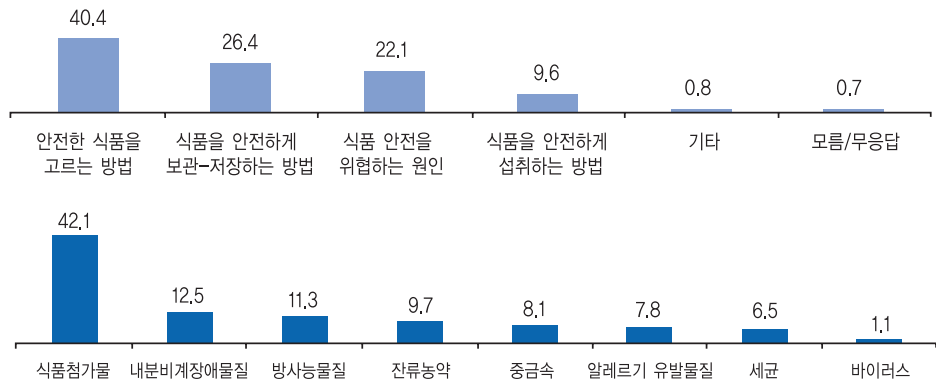
소비자들이 식품구입 시 상품정보를 참고하는지에 대한 조사에서는 64.6%가 상품정보를 참고한다고 대답하였다. 구입처별로 살펴보면 회원제판매점이 90.0%로 가장 높은 응답률을 보였으며, 대형할인점(69.6%), 백화점(61.0%), 동네슈퍼마켓(58.3%) 등의 순으로 나타났다.

소비자가 식품 구입 시 어떤 정보를 고려하는지에 대한 조사에서는 ‘제품의 표시사항’이 31.0%로 가장 높았으며, ‘주변사람의 사용경험 및 추천’도 21.2%나 해당되었다. 제품의 표시사항 중에서 가장 중요하게 살펴보는 항목으로는 ‘유통기한 및 제조일자’가 23.3%로 가장 높았으며, 가격(19.0%), 원산지(12.3%), 표시인증제(4.0%), 영양성분(3.6%)을 살펴본다는 응답도 2년 전에 비해 증가하였다. 이렇듯 많은 소비자들이 식품 구매 시 식품정보를 참고하고 있으나, 조사에 참여한 소비자들은 실제로 참고할만한 식품안전정보를 충분히 제공받지 못한다(45.0%)고 생각하고 있었으며, 충분히 제공받고 있다는 응답은 9.7%에 불과했다.

소비자들이 안전한 식품섭취를 위해서 받고 싶은 정보로는 ‘안전한 식품은 고르는 방법(40.4%)’, ‘식품을 안전하게 저장하는 보관·저장하는 방법(26.4%)’, 식품안전을 위협하는 원인(22.1%), 식품

을 안전하게 섭취하는 방법(9.6%) 등 이었다. 또한 식품 위해물질 정보에서 받고 싶은 정보는 식품 첨가물(42.1%), 내분비계장애물질(환경호르몬)(12.5%), 방사능물질(11.3%) 등으로 나타났다.

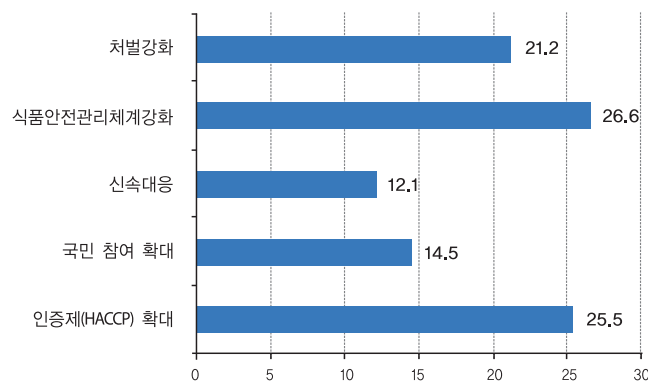
■ 그림 2. 소비자의 식품정보 활용에 대한 조사(한국소비단체협의회, 2012)



식품안전을 위한 소비자 요구

소비자들에게 식품안전정책의 선진화를 위해 정부에서 주력해야하는 정책이 무엇인지에 대한 질문에 '식품제조공정에 대한 관리감독 강화'라는 응답이 41.3%로 가장 높게 나타났다. 그 뒤를 이어서는 '식품 위해를 행한 자에 대한 법적 처벌 강화(13.4%)', '식품유통과정에 대한 관리 감독 강화(11.8%)', '식품안전관리체계 강화(10.5%)의 순이었다. 이와 관련한 식약청 조사에 따르면, 정부가 식품안전사고를 예방하기 위하여 가장 우선적으로 해야 할 일에 대해서 응답자의 26.6%가 '식품안전관리체계(식품안전위원회 구성)'을 꼽았으며, 2위는 25.5%의 '인증제(HACCP) 확대'로 나타났다. 그 밖으로는 처벌강화(21.2%), 국민 참여확대(14.5%), 신속대응(12.1%) 등이 있었다.

■ 그림 3. 국내·외소비자 불만사례 연구를 통한 합리적 식품안전관리 방안 마련(식물의약품안전청, 2009)



HACCP에 대한 소비자 인식

현행 우리나라 식품안전제도 중 가장 성공적으로 운영되고 있다고 할 수 있는 HACCP에 대한 소비자 인지도 조사 결과를 살펴보면 2009년 농림부 조사에서는 21.2%로 나타났으나 2011년 식약청 조사에서는 40.2%로 약 2배정도 증가한 것을 알 수 있다. 하지만 HACCP 마크가 식품구매에 얼마



나 큰 영향을 미치지지에 대한 조사에서는 식약청 조사결과 2011년에 약 63.7%의 소비자들이 영향을 미친다고 답변하였으며, 18.8%는 영향을 미치지 않는다고 답변하였다. 이러한 결과를 볼 때 국민들을 대상으로 HACCP 인지도 향상을 위한 정부의 노력이 더 필요할 것으로 보인다.

현재 식약청에서는 배추김치를 비롯한 7가지 식품을 HACCP 의무적용품목으로 지정하여, 업체의 규모에 따라 단계적으로 HACCP을 적용하도록 시행 중이다. 이와 관련하여 2008년 식약청에서는 산업계·학계·소비자 등을 대상으로 HACCP 의무적용과 관련된 추후 정책방향에 대해서 조사를 하였는데, 현재의 의무적용제도에 대해 82.5%가 찬성을 하였으며, 이 중 81.7%가 의무적용품목 확대를 10.8%는 현행유지의 의견을 내었다. HACCP 적용 제품에 대한 추가적인 소비자 지불의사 조사 결과를 살펴보면 품목에 따라 66.2%에서 88.1%가 추가적인 비용 지불의사를 나타내었으며, 추가 지불가능 금액을 구체적으로 조사해 보았을 때는 품목에 따른 중량의 차이가 있지만, 108.9원에서 257.2원까지 지불할 의사가 있는 것으로 나타났다.

■ 표 3. HACCP 적용제품에 대한 소비자 지불의사 조사(로이컨설팅, 2012)

	추가지불의향있음		비지불의향자 포함 지불가능 금액평균	비지불의향자불포함 지불가능 금액평균
과자, 캔디류	(n=798) 72.3%	180g 1,500원 기준	111.0원 (7.4% ↑)	153.5원 (10.2% ↑)
빵류, 떡류	(n=747) 83.0%	380g 2,300원 기준	179.7원 (7.8% ↑)	216.5원 (9.4% ↑)
초콜릿류	(n=473) 66.2%	60g 1,500원 기준	108.9원 (7.3% ↑)	164.5원 (11.0% ↑)
어육소시지	(n=450) 86.2%	84g 1,800원 기준	168.6원 (9.4% ↑)	195.6원 (10.9% ↑)
음료수	(n=870) 68.4%	1.5L 2,100원 기준	122.5원 (5.8% ↑)	179.1원 (8.5% ↑)
즉석섭취식품	(n=506) 88.1%	145g 2,000원 기준	200.6원 (10.0% ↑)	227.6원 (11.4% ↑)
국수, 유탄면류	(n=746) 77.7%	600g 3,900원 기준	199.3원 (5.1% ↑)	256.3원 (6.6% ↑)
특수용도식품	(n=418) 74.2%	270g 4,900원 기준	257.2원 (5.2% ↑)	346.7원 (7.1% ↑)

식품안전 신뢰 회복을 위한 정보제공 및 HACCP의 지속적 확대 필요

앞선 설문조사의 결과를 분석해보면 소비자들의 식품안전에 대한 관심과 요구는 점차 증가하고 있으나 소비자의 신뢰도는 그에 비해 낮은 수준이며, 전문가와 소비자의 인식차이도 큰 것으로 나타났다. 또한 식품관련 피해와 불만에 대한 상담도 증가하고 있는 추세이다. 이와 관련하여 식품구매 시 식품의 위생 및 품질 등에 대한 정보를 확인하는 소비자들이 증가하고 있지만, 여전히 정보가 부족한 상태이며 추가적인 정보를 요구하는 목소리가 높아지고 있다.

소비자들은 식품안전의 수준을 높이기 위하여 식품의 제조단계에 대한 관리강화 및 식품안전체계의 확대 등이 필요하다고 인식하고 있었다. 이와 관련하여 지난 5년간 가장 대표적인 식품안전관리제도인 HACCP의 인지도 수준은 매우 높아졌으며, HACCP제품에 대한 추가적인 비용지불의사에도 긍정적인 답변을 하여 식품안전에 대한 소비자들의 요구는 매우 높은 것으로 나타났다. 다만, 이것이 직접적인 가격인상과 연관 지어질 수는 없으므로 이에 대한 명확한 판단을 위한 추가적인 조사가 필요할 것으로 보인다. HACCP은 소비자들의 요구대로 식품 제조단계의 관리수준을 평가할 수 있는 가장 기본적인 정보가 되며, 소비자들이 식품구매 시 참고할 수 있는 표시 제도이므로 지속적으로 확대되어야 한다. 하지만 소비자들이 HACCP 표시의 정확한 의미를 이해하고 제품의 차별성을 인식할 수 있도록 정부·업계·소비자단체 모두의 노력이 필요하다. □