



식품표시에 있어서 오늘날의 과제

Challenges in Food Labeling and Packaging Material Identification

平井純一 / 삼영제조(주) 식품사업본부 기획실 과장

1. 서두

식품포장에 있어서 식별·재질 표시란 식품 표시 그 자체에 대한 소비의식이나 지식의 고양, 또는 사회적 요청에 따른 것으로 생각한다. 우선 식품표시란 어떠한 요청에 바탕을 두고 어떤 규제나 의미와 목적을 갖는지 그 개념을 명확히 한 후에 포장기술에 의해 관련 재료와 재료의 식별, 재질 표시에 한발짝 다가가고자 한다.

본지의 식별·재질표시에 관한 전제로 “식품 표시에 있어서 오늘날의 과제”의 내용으로 식별·재질표시를 이해했으면 좋겠다.

1. 오늘날의 식품 표시 과제

식품(특히 가공식품에 있어서)의 표시에 대해서는 국제적인 요청 즉 규격의 글로벌화와 소비자로부터 상품 내용을 정확히 이해받아 구매 시 적절한 상품 선택에 도움을 주기 위한 바램이다. 이러한 국내·외의 요청과 함께 행정적 규제에 의해 최근 수년간에 변화를 해결해 왔다.

현재는 “표시”란 식품포장의 중요한 한 분야로 인식되고 있다. 그러한 것에 대해 충분한 대

응을 취할 수 없는 경우에는 그 상품 자체가 존재할 수 없다 해도 과언이 아니다.

“표시”란 상품의 디자인과도 맞춰 소비자에게 직접 상품의 내용을 말하는 가장 직접적이면서도 중요한 알림 수단이기 때문에 그러한 표시를 할 때에는 상품내용을 적절히 알기 쉽게 설명하는 것이 필요하다.

상품 디자인을 별도로 하면 “표시”(여기에서는 주로 상품이면 등에 표현하는 표시를 가리킨다)는 많지만 국가의 규제에 의해 일정한 원칙이 있다. 그것을 크게 나누어 보면 다음과 같다.

1) 식품위생법에 의한 식품의 안전성 확보를 목적으로 하는 것

2) 농산물의 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률(JAS법)에 의한 품질표시의 적정화를 목적으로 하는 것

3) 부당한 경쟁류 및 부당한 표시방지법(경표법)에 의한 부당한 표시를 규제하는 것

이러한 것들 외에 계량법에 의한 정량 표시, 각 자치체가 조례 등으로 정해 놓은 품질표시의 기준, 업계의 자주적인 기준, 영양개선법에 의한 규제 등 다양한 규제와 준수해야 할 기준이 있다.

게다가 이러한 규제나 기준은 사회적 환경변

화로 그 내용이 변화해 늘 새로운 규제나 기준이 표시되고 있다.

“표시” 또한 그러한 변화에 신속하고도 적절히 대응해 나갈 필요가 있다. 그럼 이러한 국가의 규제(행정부 측의 규제)에만 의해, “표시” 하는 것이 좋은 것이냐 하면 그것만으로는 불충분하다. 왜냐하면 앞서 서술한 바와 같이 “표시”란 소비자가 알기 쉽도록 상품 내용을 설명할 필요가 있고 그러한 것이 얼마나 알기 쉽게 어필되고 있는지가 상품 표시의 가장 중요한 점이기도 하다.

즉 알기 쉬운 표시, 혹은 상품 설명이란 어려운 과제이기도 하다. “알기 쉽다”라는 게 어떠한 것인지, 바로 여기가 출발점이다.

우선은 상품에 관한 바른 정보이다. 예를 들면 이 상품을 소맥으로 만든 것인지, 쌀로 만든 것인지 하는 원재료의 내용 개시 또한 그러한 원재료는 가공됐는지 또는 그렇지 않은지, 가공했다면 어떠한 방법으로 가공됐는지 등과 원재료의 가공방법 설명, 그리고 그러한 원재료에는 주의를 기울여야 할 점이 있는지 등이다. 또한 원재료에 대한 주의 환기(식용시의 주의점, 특정 원재료의 알러지 유무) 등을 표시할 필요가 있다. 다음으로 내용 상품의 바른 취급 방법에 대한 설명이 필요하다.

예를 들면 이 상품은 어떠한 보존, 보관 방법을 필요로 하는지(상온에서 보관할지, 냉장고에 넣어야 할지)를 설명한 보존방법에 대해 상품 개봉 후에는 어떻게 보존하면 좋을지도 고려할 필요가 있다. 다음으로 그렇게 보존, 보관을 한 후에, 언제까지 이러한 상품의 품질이 유지되는지, 또한 언제까지 맛있게 먹을 수 있는지를 밝히는 품질유지기한, 상미기한을 표시할 필요

가 있다. 더욱이 상품 구입시 그대로의 상태로 먹을 수 있는지 어떠한 조리, 기타 방법이 필요한지 또한 조리방법 등은 어떠한지를 밝힌 조리방법, 취급설명이 필요하다.

덧붙여 그 상품을 사용한 경우의 기능에 대한 설명이 필요하다. 특히 보건의능식품과 같이, 어떠한 특정 요소가 상품의 존립에 있어서 없어서는 안 될 경우는 더욱더 그렇다. 이러한 상품의 기능에 대한 설명으로써 영양성분에 관한 표시 및 특정 기능에 의한 장점(약사법에 의해서도 꼭 표시할 필요가 있다) 설명도 필요하다.

마지막으로 그 상품을 사용할 경우 주의해야 할 것, 해서는 안될 것, 이러한 것은 그 상품에 대해 아무런 정보도 모른채 취급했을 경우 사고나 뭔가 문제가 일어난 경우에 반드시 필요한 정보이다. 게다가 어린아이에게 쥐도 되는 것인지, 너무 많이 먹으면 어떻게 되는지, 바른 식용, 음용방법에 대한 주의환기 표시이다.

하지만 상품에 대한 기본적인 정보를 바르게 설명했다는 것만으로 “알기 쉬운 표시”라고 말할 수는 없다. “알기 쉽다”라는 말의 의미는 그 상품을 신속하게 소비자에게 이해시켜 그 이해를 바탕으로 소비자의 상품선택에서 구매로까지 연결시켜 나가야만 하는 것이다.

상품 선택이 다른 제품에 비해 얼마나 빠르게 이루어지고, 그것이 반복되는지도 필요하다.

그것은 상품 내용이 기본적으로 잠재적 소비자의 요구에 맞춘 것인지, 가격적으로 타당한 것인지 하는 근원적인 문제를 별개로 한다면 상품 표시가 중요한 요소 중 하나가 된다.

알기 쉬운 표시란 상품이 갖는 특질에서 가장 강조하고 싶은 요소를 간결·명료하게 오해가



없도록 더욱이 친절하게 표시하는 것이다. 애매한 것은 오히려 소비자들을 망설이게 할 뿐이다.

또한 필요에 따라 심볼 마크나 일러스트를 이용해 설명하는 것도 있다. 혹은 어떻게 필요한 것을 표현할지, 그러한 것에 대해 실제로 소비자들로부터 의견을 듣는 것도 필요한 것이다.

알기 쉽게 표시하기 위해 “무엇을 어떻게 하는 것이 최선이다”라는 노하우를 찾는 것이 쉽지는 않겠지만 평소 다양한 상품 표현을 봄으로써 그러한 것을 보는 눈을 기를 수는 있다. 실제로 자기 자신이 다양한 상품을 구입하고 취급해 봄으로써 그러한 것을 받아들이는 방법도 터득할 수 있으리라 본다.

하지만 이러한 “알기 쉬운 표시”라는 것은 가장 어려운 과제이고 그 상품에 대한 소비자의 생각 차이나 사회적 환경의 변화 등으로 인해 가장 파악하기 어려운 영원한 과제이기도 하다. 특히 상품의 실체에 비해 과도한 어필이나 거짓된 표현은 법적으로나 사회적으로나 허용되지 않는다.

2. 표시에 관한 사회적 관심과 과제

최근의 “식품 표시”에 관한 소비자들의 관심 고조는 TV, 신문 등의 미디어를 통해 보도되지 않는 날이 없다 해도 과언이 아니다.

이것은 소비자의 상품 지식 고양과 더욱이 고도의 정보를 얻고자 하는 의욕의 표출이다. 또한 식품기업의 사회적 책임에 대한 요청이 증가하고 있다는 것도 생각할 수 있다.

소비자를 대상으로 한 식품표시에 관한 세미나가 각지에서 개최되고 있으며 또한 전문가를

대상으로 한 세미나도 주부들을 중심으로 한 일반 소비자들의 참가가 늘어나고 있다. 이러한 것은 소비자의 관심이 높아지고 있다는 한 예이다.

과거 5년 동안 사회적 관심이 높아진 과제는 다음과 같다.

- 1) 품질유지기한 또는 상미기한을 상품에 명기
 - 2) 첨가물의 사용 목적과 상품에 대해 명기
 - 3) 상품 품질표시 방법의 통일화
 - 4) 상품의 원산국 표시와 생선식품(농산물, 축산물, 수산물)의 원산지 표시
 - 5) 유기농산물이나 그것을 기원으로 한 가공식품 등의 유기식품에 대한 표시
 - 6) 유전자 조작 식품에 대한 표시
 - 7) 식품원료의 특정 원산지를 표시하기 위한 기준
 - 8) 영양표시 기준에 관한 표시
 - 9) 알러지 특정 원재료의 표시에 관한 기준 등 법적 규제에 따른 적절한 표시를 의무화하고 있는 것
 - 10) BSE 문제 등 소비자의 안전보호에 대한 필요성이 높아져 거기에 대해 적절한 정보 개시와 함께 긴급 또는 신속한 대응이 필요한 것
 - 11) 고령화 사회, 사회적 약자에 대한 배려에 의해 누구나 알기 쉽고, 보고, 다루기 쉬운 상품의 설계와 표시 등 배리어 프리(Bareer Free)를 전제로 한 상품 표시와 설계
 - 12) 순환형 사회, 환경을 배려한 사회구축을 위한 용기포장 재활용법의 적용에 따른 재료식별표시에 대한 대응
- 이와 같은 과제가 계속 나오고 있어 앞으로는 많은 사회적 요청에 따라 많은 상품에 대한 표시, 설명 등이 요구되리라 본다.

3. 포장 기술, 재료에 관한 과제

지금까지는 상품 표시에 관한 오늘날의 과제를 중심으로 서술해 왔는데 이제부터는 포장 기술, 포장재료에 관한 것과 어떠한 것이 결부되는지에 대해서도 잠깐 언급할까 한다.

포장기술의 발달이나 각종 포장재료를 적절히 선택하여 사용함에 따라 식품은 상품으로서 성립되는 것이다.

우선 그것은 상품설계에서 시작되는 것으로서 경제적인 코스트나 사회적 부담을 경감하여 다양한 사회적 요청에 부응하고 더 나아가서는 소비자에게 가치있는 상품을 어떻게 세상에 내보내느냐 하는 것이다. 포장기술은 안전하고도 사회적으로 불이익을 주지 않는 것이어야 한다. 또한 상품은 소비자들이 다루기 쉽다, 보관하기 쉽다, 사용 후에도 처리하기 쉽다 등 많은 장점을 가진 설계로 이루어져야만 한다. 더욱이 상품의 핸들링이나 보관 등 상품의 중간 수송에 있어서도 편리한 것이어야만 한다. 특히 용기포장 재활용법의 시행과 함께, 일반폐기물로서 사용 후 식품용기포장의 사회적 책무를 다해야만 한다.

일반폐기물의 배출량은 가정생활의 양·질적 향상과 함께 1975년 이후 현재까지 약 1.2배로 증대하여 폐기물의 재활용률이 높아졌다고는 하나 남은 폐기물의 최종처리 장소의 잔여용량이 매우 적어져 위태로운 상태이다.

특히 식품 쓰레기는 1995년도의 후생성 자료에 의하면 일반폐기물이 차지하는 비율이 34% 이상이나 달하고 거기에 포장지나 봉지를 더하면 40% 이상의 용량이다.

또한 식품에 관한 쓰레기를 중량으로 보아도

20% 가까이 된다. 이러한 상황을 파악하고 관계 기관은 소비자, 시정촌 그리고 새로운 사업 자까지 가세하여 용기포장 폐기물의 재활용 시스템 구축을 목적으로 “용기포장 재활용법”을 만들게 된 것이다. 용기포장 재활용법에 의해 사업자는 시정촌이 분리 수집하여 특정 시설에 옮겨놓은 폐기물을 재상품화 할 의무가 생겨 스스로 폐기물을 회수하던지 아니면 지정 시설에 재상품화를 위탁하던지 지정 법인에 위탁료를 지불하고 재상품화를 추진하던지 하는 방법으로 사회적 책무를 다하게 되었다.

이러한 경제적 의무 뿐만 아니라 재상품화를 위해 용기포장 그 자체에 대한 재질 식별 마크 표시가 필요하여 종전부터 해오던 스틸제, 알루미늄제 용기포장에 대한 식별 마크 외에도 1997년도부터 유리 용기(색상별로 3종) 및 음료, 간장용 PET제 용기, 그리고 그 후 제지, 플라스틱제 용기포장에도 식별 마크 표시가 필요해졌다.

현재 이러한 식별 마크는 각각의 재료에 지정된 방법으로 표시되고 있으며 당사를 포함하여 대부분의 기업에서 표시를 하고 있다.

이러한 식별표시는 포장재료의 과제로서 가장 중요하고도 사회적 의의가 있는 것이다.

바뀌 생각해 보면 지금까지 서술해 온 바와 같이 “식품표시”란 실로 다기에 걸친 사회적 배경에 의해 만들어진 것으로서 소비자에게 기업에 대한 신뢰성을 줄 수 있는 가장 큰 “고리”라고도 생각할 수 있다.

앞으로도 소비자의 신뢰를 유지해 나가면서 많은 환경 변화에 따른 사회적 요청에 부응해 나가며, 바른 정보전달을 하는 것이야말로 우리 기업의 책무라고 생각한다. ☐