

「전통시장 가금류 포장유통 의무화 예외」 누구를 위한 시행인가?

편집부

정부는 축산물의 오염 방지와 원산지 둔갑 예방, 소비자의 선호도를 높이기 위해 포장유통 의무화를 2011년부터 강력하게 시행하여 왔으며 시행 초기 업체와 판매자, 소비자 모두 혼란이 있었지만 지금은 정착단계로 닭고기 유통질서 확립과 안전성 향상에 많은 기여가 있었다고 모두가 공감하고 꼭 필요한 제도라고 판단하고 있다.

하지만 정부가 최근 전통시장에 대해 포장유통 의무화 예외를 추진하고 있어 업체와 판매자, 소비자는 또다른 혼란과 의구심이 생기고 있다.

전통시장 상인들은 “냉장시설을 갖추고 있어 개별포장을 하지 않아도 위생에 문제없으며, 개별포장에는 마리당 500원~700원 정도의 가격이 상승하고, 비닐 포장재 쓰레기가 발생하는 등 장점보다는 단점이 많은 제도”라고 주장하며 예외 허용을 지속적으로 요구하여 왔으며 정부가 이를 수용하고 인정하는 동시에 그동안 포장유통 의무화 시행 취지 및 효과를 정부 자체가 부정하는 일이며, 정착에 쏟은 그동안의 노력은 물거품이 될 수 있다.

또한 업계와 판매자, 소비자가 공감하고 소통되지 않은 상태에서 재래시장 주장만 반영된 제도 시행은 정부에 대한 비판과 원망, 전통시장 경쟁력 상실 등 또다른 문제가 발생할 수 있음을 지금이라도 인지해야 한다.

본고에서는 전통시장 내 포장유통 의무화 예외 허용시 발생할 수 있는 문제점을 발췌하고 전통시장 활성화를 위한 바람직한 방향을 제시하고자 한다.

1. 축산물 위생안전과 품질관리에 치명적 결과 초래 가능성

닭고기를 포장하지 않고 판매할 경우 우려되는 문제점으로는 원산지 변조에 의한 수입산의 국내산 둔갑 판매 및 브랜드 변조에 의한 제조사 둔갑 판매, 유통기한 변조에 의한

유통기한 속임 판매, 물을 뿌리거나 침지하여 무게를 늘리는 증체 판매, 포장지 위조 및 자체 포장에 의한 위장 판매 등이 발생할 수 있다.

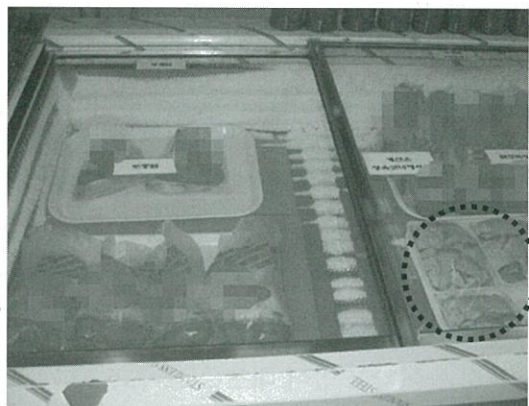
이에 따라 정부에서 우리나라 전통시장 모두에 대해 매일매일 관리 및 계도, 통제가 불가능한 현실에서 예외 허용은 문제가 많다.



과거 전통시장에서의 판매 형태. 현재도 일부에선 좌판 매대에서 판매되기도 한다.



포장유통 의무화 후 현재 전통시장에서 판매되는 형태. 쇼케이스를 사용하고 있으나 문을 개방하여 사용함으로써 제품 변질 방지



유통기한 임박 제품의 포장 해체. 정상제품으로 둔갑판매



브랜드(제조사)를 변조한 포장지를 사용하여 판매

〈그림 1〉 전통시장에서의 닭고기 판매 실태

또한 도계 → 가공 → 판매의 전과정에서 구축된 식품안전 고리가 소비자 접점에서 끊어지는 치명적인 결과를 초래하여 HACCP 시스템 운영 취지와 효과가 무력화 될 수밖에 없다.

2. 소비자 신뢰상실로 전통시장 활성화 취지 역효과

시행 초기 극히 일부 전통시장 상인들에게 일시적인 매출증대 효과가 발생할 수 있으나 장기적으로 소비자 신뢰 상실로 인한 판매제품에 대한 전반적인 불신을 야기할 수 있다.

전통시장 이용 고객이 생닭을 직접 만져보고 확인하려는 이유는 이력관리와 품질, 위생 안전에 대한 불신 때문이 아닐지 심각히 고려해 봐야 한다.

3. FTA의 확대에 따른 시장개방 상황에서 국내 가금산업의 경쟁력 약영향

국내 닭고기 산업이 수입육에 대한 경쟁우위를 확보하는 유일한 방법은 품질과 식품안전을 통해 소비자 신뢰를 확보해야 한다. 판매단계에서 비위생적 관리에 의한 품질저하를 방지해야 국내산 닭고기에 대한 소비자 신뢰가 높아지며, 이는 국내 닭고기 산업의 경쟁력을 강화시키는 효과가 있다.

참고로 매년 10만톤 이상의 닭고기가 수입되고 있으며, 미국의 경우 생산원가는 국내산

닭고기의 60% 수준으로 우리나라 닭고기 산업은 글로벌 경쟁에서 매우 취약한 현실이다.

4. 규제완화를 위해 새로운 규제를 만드는 방식으로 실효성 부재

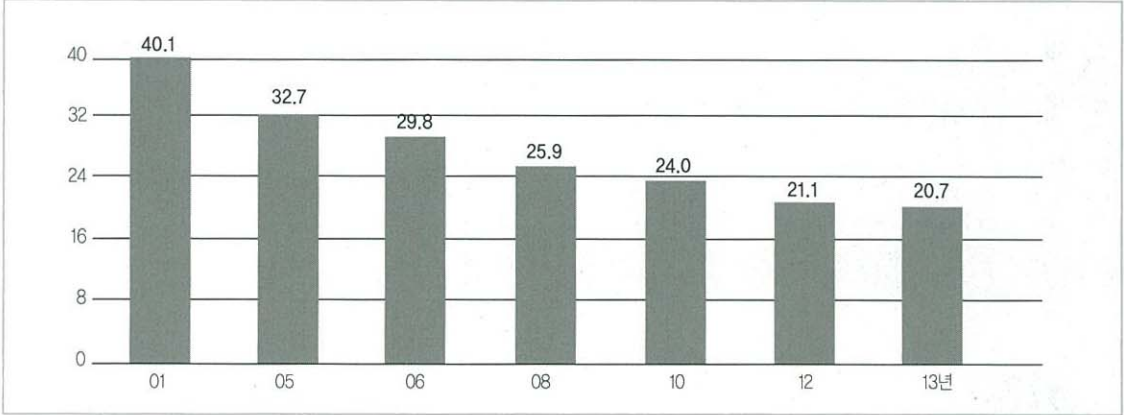
전통시장 포장유통 의무화 예외 허용을 위해 일정 시설을 갖추도록 하는 규정 신설은 규제를 풀기 위해 새로운 규제를 만드는 것으로 실효성을 기대하기 어려우며 관리 비용만 증가시킬 가능성이 높다. 포장되지 않은 닭고기를 판매하기 위해 갖추도록 한 진열시설은 사실상 냉장고 설비로 이를 갖추고 제대로 관리할 경우 전통시장 상인들이 비포장 제품의 판매허용을 요청할 이유가 없다. 재래시장 상인들은 개별포장은 가격이 상승한다는 주장을 하고 있는데 왜 상인들은 본인들이 직접 대포장 제품을 뜯어서 규정에 맞게 진열하고 다시 포장해서 소비자에게 판매하는 번거로운 절차와 비용 발생을 통해 무엇을 얻으려 하는지 정부와 소비자는 심각히 고민해 볼 필요성이 있다.

최근 발표된 보도를 보면 정부는 12년 동안 전통시장 시설 현대화 차원에서 3조 5천억이 넘는 예산을 쏟아 부었지만 총 매출은 40조에서 20조로 반토막 수준으로 떨어진 것으로 나타났다. 이에 반해 대형마트 총 매출은 꾸준히 늘어나고 있어 대조를 보이고 있다.

과연 소비자는 가격 문제로 전통시장을 외면하고 있는 것일까? 유통점의 소비자들은

〈표 1〉 전통시장 총매출액 추이

(단위 : 조원)



※자료 : 시장경영진흥원, 통계청

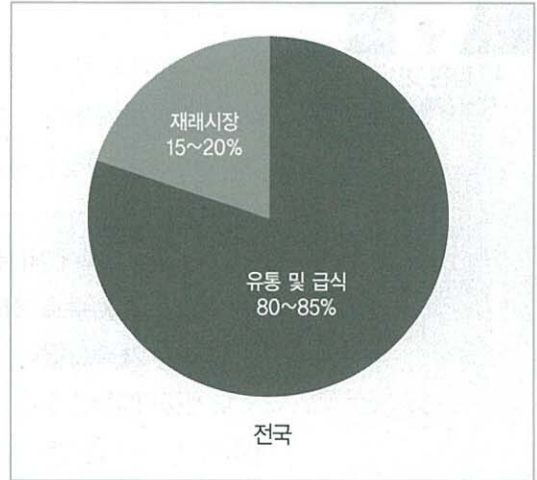
왜 생닭을 만져보고 확인하지 않고 구매를 하고 있는 것일까? 재래시장이 위생안전을 외면하고 포장유통 의무화 예외만 가지고 활성화가 가능한지 다시금 생각해 볼 필요가 있다.

오히려 전통시장에서도 대형 유통매장에 뒤지지 않는 위생안전 수준을 유지하여 소비자의 신뢰를 회복하는 방법이 더 합리적이지 않을까 하는 생각이 든다.

또한 정부는 전통시장의 범위를 어디까지 판단하여 예외 규정을 적용하려고 하는지 의구심이 든다. 전국 재래시장 닭고기 점유율은 전체 유통물량의 15~20%로 적지 않은 물량이며 재래시장 범위가 현재처럼 모호하다면 시장 인접 및 주변까지 포함되어 점유율이 급격히 증가될 수 있음을 다시 한번 인지해야 한다.

마지막으로 정부는 일방적인 제도 시행이 아닌 업계와 판매자, 소비자가 함께 할 수 있

〈표 2〉 국내산 닭고기 재래시장 점유율



는 자리를 만들어서 발생할 수 있는 문제점에 대해 제도적 보완 및 관리를 어떻게 할 것인지 공감 및 소통할 수 있는 기회가 있었으면 하는 생각이며, 합리적인 제도 적용을 통해 전통시장이 활성화 되었으면 하는 바람이다. 