

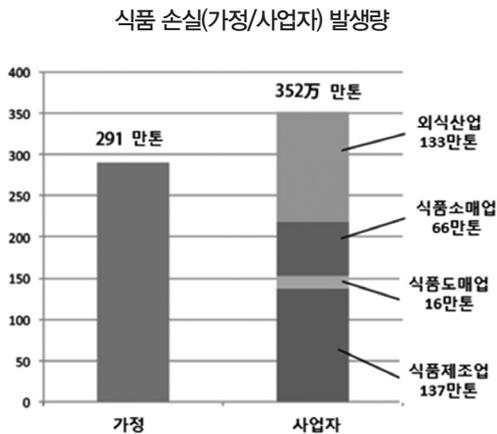
일본, 식품 폐기 삭감 추진법 시행

먹을 수 있는 식품의 대량 폐기가 심각한 사회 문제로
일본에서 확산되는 푸드뱅크란

식품 폐기 삭감을 추진하는 정부의 움직임

○ 식품의 대량폐기 발생 문제 현황

일본은 연간 2,759만 톤의 식품 폐기물 등을 배출하고 있다. 이 가운데 먹을 수 있음에도 폐기되는 식품은 연간 643만 톤에 달한다. 해당 폐기분을 국민 1인당으로 환산하면 매일 밥공기 한 그릇(약 130g) 정도이다.



자료: 환경청 식품 폐기 발생 추계

일본의 식품 폐기 현황 중 가정에서의 식품 폐기가 눈에 띈다. 발생 요인으로는 ①과잉 제거(과도한 껍질 벗기기, 기름기 제거 등), ②잔반, ③직접 폐기(손대지 않은 채 유통기한이 지난 식품)의 3가지로 분류할 수 있다.

또한 식품산업에서는 ①판매·유통 단계에서 팔리지 않고 남은 것, ②제조 과정에서 비표준 제품의 발생, ③외식업의 잔반이나 과다구매 등이 해당된다.

일본의 편의점에서는 겨울이 되면 계산대 옆에 오뎅을 파는 것이 일반적이었다. 그러나 잘 팔리지 않는 경우가 많아 점포에 따라서는 하루 5,000엔분의 오뎅을 폐기하는 경우도 흔하다. 따라서 이러한 오뎅 판매를 중단하려는 움직임이 나타났다. 점포에 따라서는 주문을 받고 나서 따뜻하게 제공하는 등 식품 폐기 문제가 편의점에서도 현실화되고 있다.

○ 식품 폐기에 대한 국제적인 관심도 증가

식품 폐기에 대한 관심은 세계적으로도 날이 높아지고 있다. 일례로 2015년 9월 뉴욕 유엔 본부 국제회의에서 채택된 '지속가능한 개발을 위한 2030 아젠다'이다. 여기서 '지속가능한 개발 목표' SDGs17에 전 세계 1인당 식품 폐기물 50% 감소가 포함된다.

국제회의의 SDGs에 입각해 일본 농림수산성에서도 식품순환자원의 재생 이용 등 실시 목표를 설정했다. 2030년까지 전체 공급망에서 폐기물을 2000년도 대비 절반으로 줄인다는 것이 목표이다.

해외포장동향

지속가능한 개발 목표 SDGs17



자료: 외무성 작성자로 '지속가능한 개발목표(SDGs)에 대하여'에서 발췌

○ 일본도 2019년 5월 31일, "식품 폐기삭감 추진에 관한 법률"이 성립되어 10월 1일부터 시행

동 법은 식품 폐기에 대해 국가, 지방 공공단체들의 책무를 공개하고 기본 방침의 책정과 그 외 식품 폐기 삭감에 관한 시책의 기본이 되는 사항을 규정한 것이다. 이를 통해 식품 폐기 삭감을 종합적으로 추진하는 것을 목적으로 한다.

현재는 일본 소비자청을 중심으로 관계부처, 지방정부와 함께 식품 폐기 방지를 홍보하고, 기

식품 폐기 삭감의 추진에 관한 법률의 개요

<식품 폐기 문제>
 우리나라에서는 먹을 수 있는 상태인 식품이 대량으로 폐기되는 중
 · 지속 가능한 개발을 위한 2030 아젠다(2015년 9월 국제연합 총회결의)에서도 언급

자원의 낭비(사업 비용, 가계부담 증가), 환경 부담 증가 등의 문제도

전문
 지구상에는 영양부족 상태인 사람들이 다수 존재하는데, 그 가운데 대량의 식료품을 수입하고 식료품 대부분을 수입에 의존하고 있는 우리나라로서 진지하게 임해야 할 과제를 명시
 · 식품 폐기를 식감하기 위한 기본적 관점에서 ① 국민이 각자 자신의 위치에서 주체적으로 이 과제에 임하여 사회 전체가 대응하도록 음식물을 낭비하지 않는다는 의식의 각성과 그 정착을 꾀할 것, ② 먹을 수 있는 상태의 식료품은 폐기하지 말고 적극 식품으로 활용될 것을 명시
 ▶ 다양한 주체들이 연대하여 식품 폐기 삭감을 국민운동으로서 추진하기 위해, 본 법을 제정하는 취지를 선언

식품 폐기 삭감의 정의 (제2조)
 먹을 수 있는 상태인 식품이 폐기되지 않도록 하기 위한 사회적인 조치

책무 등 (제3조~제7조)
 국가, 지방공공단체, 사업자의 책무, 소비자의 역할, 관계자 상호연대 협력

식품 폐기를 발생억제 등에 관한 시책의 식품 폐기 삭감을 추진 (제8조)
 식품 재활용법 등을 기초로 식품 폐기를 발생 억제 등에 관한 시책을 실시함에 있어, 이 법률의 취지 및 내용을 근거로 식품 폐기 삭감을 적절하게 추진

식품 폐기 삭감 월간 (제9조)
 식품 폐기 삭감에 대한 이해와 관심을 더하기 위해 식품 폐기 삭감 월간(10월)을 창간

기본 방침 등 (제11조~제13조)
 · 정부는 식품 폐기 삭감의 추진에 관한 기본방침을 책정(각의결정)
 · 도부현, 시정촌은 기본방침을 근거로 식품 폐기 삭감 추진 계획을 책정

기본적 시책 (제14조~제19조)
 ① 소비자, 사업자 등에 대한 교육, 학습 진흥, 지식의 보급, 개발 등
 ※필요량에 부응한 식품 판매와 매입, 판매와 매입을 한 식품을 낭비하지 않기 위한 조치 등, 소비자와 사업자 간의 연대 협력에 의한 식품 폐기 삭감의 중요성을 보다 잘 이해시키기 위한 개발을 포함
 ② 식품 폐기 사업자 등의 조치에 대한 지원
 ③ 식품 폐기 삭감에 관해 현저한 공적이 있는 자에 대한 표창
 ④ 식품 폐기 실태조사, 식품 폐기의 효과적인 삭감 방법에 관한 조사 연구
 ⑤ 식품 폐기 삭감에 관한 선진적인 조치 등의 정보 수집, 제공
 ⑥ 푸드뱅크 활동 지원, 푸드뱅크 활동을 위한 식품 제공 등에 수반해 생기는 책임 양상에 관한 조사, 검토

식품 폐기 삭감 추진회의 (제20조~제25조)
 관계 대신 등 식지층을 구성원으로 하여 기본방침 안을 작성하는 등을 행하는 식품 폐기 삭감 추진회의(회장: 내각부 특명담당대신(소비자 및 식품안전))를 내각부에 설치

시행기일: 공포일부터 계산해 6월을 넘지 않는 범위 내에서 정령으로 정하는 날

자료 : 일본 소비자청

업과 소비자의 자발적 참여를 유도하는 방향으로 운영 중이다. 그러나 향후 식품 폐기의 대한 문제가 심각해질 경우, 규제적인 성격을 띠 수 있다.

식품 폐기 대책의 처방 사례

○ 식품 폐기 삭감

농림수산업에서는 식품 낭비의 절감을 위해 다양한 노력을 하고 있다. 하지만 절감을 위해서는 사업자·지자체·NPO법인 등 다방면으로부터의 협력이 필요하다.

식품 폐기 삭감 국민운동(NO-FOODLOSS PROJECT)은 농림수산업에서 주체적으로 추진하는 운동으로 관계부처(소비자청, 경제산업성, 환경성 등)와 합작해 만든 캐릭터 '로스농'의 마크를 활용해 식품 손실 삭감을 장려하고 있다. 식품 제조업·도소매업 관련 홈페이지와 상품, 배송차량 등에 캐릭터 마크를 붙인다. 또한 지자체와 교육기관 등에서는 계몽 포스터와 워크시트를 사용해 홍보활동을 하고 있다.

NO-FOODLOSS PROJECT 로스농 마크 활용사례



자료: 농림수산업 '식품 손실 삭감을 위하여'에서 발췌

상업관행 재검토는 기업과 지자체, 협회 등 식품업계 전반에서 상업관행 개선에 몰두하고 있다. 그 내용은 유통기한 연월표시 의무화, 납품기한 완화, 가공식품 납품기한 재고, 토론회 개최 등이다.

○ 납부기한의 재검토 조치 상황

대형 종합 슈퍼와 편의점에서 검토했던 중으로 식품 슈퍼의 대부분이 유통기한의 1/3을 납부 기한으로 삼고 있다. 외국에 비해 엄격한 일본의 가공식품 기한(1/3 규칙)이 식품 낭비의 원인이 되고 있어, 2017년 이후 각 단체에 '음료 및 유통기간 180일 이상의 과자'에 대해 납품기한 완화를 요청해 점차 실행되고 있는 상황이다.

쿠팡델리(Coop-Deli)의 대책 사례로는 유통기한 180일 이상의 가공식품에 대해 납품기한을 완화함으로써 제조·도매 단계에서 식품 손실 삭감에 공헌하고 있다. 제조업체는 엄격한 납품기한을 전제로 신선도 높은 제품을 생산하고(1/3 규칙에 대응), 도매업에서는 납품기한 완화를 통해 이전보다 출하량이 증가했다. 쿠팡 점포에서는 소비기간을 고려해 판매기한을 설정하고 있다.

○ 식품업계의 첫번째 대응은 유통기한 연월 표시화

유통기한이 3개월을 넘는 식품에 대해서는 연월만의 표시도 가능하게 했다. 단, 연월일에서 '일'이 누락되어 납품기한 완화가 요구된다.

해외포장동향

(사례1) 일본간장협회 : 유통기한 3개월을 넘는 것은 연월 표시

(사례2) 전국청량음료연합회 : 업계 전체에서 연월 표시화를 추진

(사례3) 전일본과자협회 : 유통기한의 연장·연월 표시화 실시를 촉구

(사례4) 아지노모토 : 유통기한 1년 이상인 가정용 제품의 유통기한 연장·연월 표시화 실시 확대

○ 식품업계의 두번째 대응은 용기포장의 개선

(사례1) 깃코만 식품(주) : 병을 이중구조로 만듦으로써 뚜껑을 따도 간장이 산화하지 않고 높은 보존성이 유지된다. 내용물 산화를 방지하고 간장의 신선도를 90일간 유지할 수 있기에 식품 폐기 방지에도 기여하고 있다.

깃코만 간장의 병 구조



자료: 깃코만 간장 홈페이지

(사례2) 사토 식품공업(주) : 둥글거나 네모진 떡의 개별 포장에 산소를 흡수하여 수분 증발을 억제하는 '하이 배리어 필름'을 채택했다. 이를 통해 산화를 방지하고 수분을 유지할 수 있어 유통기한 또한 15개월에서 24개월로 연장됐다.

사토 식품공업 떡 포장 구조



자료: 사토 식품공업 홈페이지로부터 KOTRA 작성

○ 음식점 등에서 '잔반' 대책

일본 전체의 식품 낭비 가운데 외식산업에서도 약 133만 톤 폐기가 발생, 전체의 약 1/5을 차지한다. 이에 관련부처와 지자체, 외식업체가 협력해 잔반 대책을 실시하게 됐다.

- 3010운동 실시 : 회식 등의 술자리에서 음식보다 술에 관심을 두기 때문에 보통 음식은 남기는 경우가 많다. 이러한 문제점에 착안해 '건배 후 30분은 자리에서 일어나지 않은 채 요리를 즐기고, 해산 10분 전이 되면 자리로 돌아와 요리를 즐긴다'는 3010운동이 시작됐다. 일본 교토시의 조사에 따르면, 회식 시 총무의 3010운동 호소 덕에 잔반이 1/4로 줄었다고 한다.

- 요코하마 차이나타운 매장 : 뷔페 메뉴의 최소 단위를 축소해 코스요리는 전부 먹는 것을 전제로 제공한다. 테이크아웃 희망자에게는 위생용기를 제공한다.

- 시즈오카현의 음식점(314점포) : 남김없이 먹은 손님에게 보상(음식비 할인·기념품 선물)을 주는 등 인센티브를 부여한다.

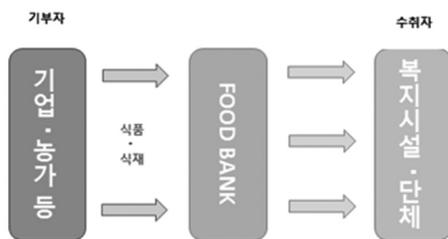
- 이와테 현 호텔 : 각종 파티에서 총무, 사회자와 협력해 3010운동을 실시했다.

- 호시노 리조트 : 코스요리 테이블마다 서비스 직원을 두고 요리의 손질과 분배를 맡겨 고객의 취향에 맞게 제공한다. 뷔페는 조금씩 다양한 종류의 요리를 제공하는 타파스 스타일을 통해 잔반과 폐기율을 줄였다.

○ 푸드뱅크 활동

푸드뱅크란 사회복지활동의 일환이다. 식품기업의 제조공정 혹은 농가 등에서 발생하는 비표준 미사용 제품 등을 거둬들여, 복지시설 등 음식을 구하기 어려운 시설이나 사람에게 무료로 제공하는 방식이다. 식품 낭비를 줄이기 위해 농림수산성에서는 푸드뱅크 활동을 지원하고 있다. 현재 일본 전국에서 약 80개 단체가 활동하고 있는데, 그 중 75%는 2011년 이후에 설립된 단체로서 최근 확산되는 사업이다.

푸드뱅크의 개요도



자료: 농림수산성 '식품낭비 및 재활용 현황'에서 발췌

○ 푸드뱅크의 장점

- 수취자 측 : 고아원에서는 남는 비용을 책과 놀이기구, 학비의 보조 등으로 아이들에게 환원한다. 모자 지원시설에서는 각 가정의 식탁이 풍성해져 음식에 대한 기쁨과 체험이 늘기에 정신적으로 안정되는 면도 있다.

- 기업 측 : 폐기 비용 절감이 가능하다. 보통 폐기 비용은 kg당 100엔 이상 들지만, 푸드뱅크를 이용할 시 운송비만으로 해결된다. 또한, 상품을 낭비하지 않고 기부함으로써 종업원의 의지도 샘솟고 사회공헌활동(CSR)도 실시할 수 있어 일석이조이다.

- 행정 측 : 편부모가정 빈곤율이 높은 가운데, 특히 부자 세대 18.7만 가구에 비해 모자 세대는 약 6배인 123.2만 가구에 이른다. 식량 지원을 통해 '음식'을 보장할 수 있다면 생활보호수급자 등의 취업 지원도 되는 셈이다. 고령자에 대한 지원 뿐만 아니라 지역 활성화도 가능하다.

시사점

○ 식품 폐기 삭감 추진법이 시행되며 점차 인식도 변화

일본 편의점의 겨울을 상징하던 계산대 옆 오뎅 판매가 폐지되는 추세이다. 또한 이벤트성이 있는 에호마키(恵方巻, 입춘 전날 그 해의 길한 방위를 향해 먹으면 운세가 좋아진다는 두껍게 만 김밥)의 과잉 공급을 자제하는 등, 식품 낭비 삭감에 대한 인식이 추진법 시행으로 더욱 확

해외포장동향

산되고 있다.

또한 NO-FOODLOSS PROJECT에서 추진 중인 로스농 캐릭터 마크를 상품 판매처에서 활용할 수 있어 기업의 식품 낭비 삭감에 대한 대처 자세가 보여 기업 이미지도 향상된다.

푸드뱅크에 관해서는 각 단체에서 수입식품도 들어오는 중이다. CSR 활동의 일환으로도 활용 가능하기에 유통기한·소비기한이 지나지 않은 안전한 제품이라면 제공할 수 있다.

또한 식품 제공에 소요되는 세제상의 취급도 세부적으로 정해져 있다. 따라서 푸드뱅크로의 제공이 세금 대책으로도 가능하다. 예를 들면 제공한 식품이 기업의 폐기상품이었던 경우라면 제공 비용을 손비로 처리 가능하고, 광고성 음식 제공의 경우, 제공 비용은 광고 선전비로서 손비 처리가 가능한 등이다.

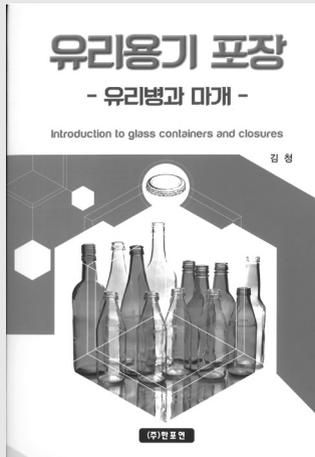
○ 유통기한 연장을 위한 기업의 노력

앞서 언급한 간장이나 떡의 사례처럼 포장용기 및 소재의 개선으로 제품 유통기한을 연장할 수도 있다. 식품 포장소재를 취급하는 기업에도 대일본 수출의 폭이 넓어진다는 점에서 유망한 분야이다.

한국에도 식품 관련 포장용기 제조업체는 다수 있다. 식품을 접할 때의 감각을 한층 높여주는 기술을 어필할 수 있다면, 포장소재의 수출 확대 가능성도 늘어날 전망이다.

예전에는 연월일까지의 유통기한 표시가 일반적이었지만, 유통기한 180일 이상의 가공식품을 대상으로 '일'을 제외한 연월만의 표기 등 납품기한 완화가 이루어지고 있는 점에도 주목할 수 있다. 다만 품목에 따라 연월 표기 생산기준에 대해서는 자세한 확인이 필요하다.

자료: 외무성 작성자료 '지속가능한 개발목표(SDGs), 농림수산업 식품 손실 삭감, 키크만 간장, 사토 식품공업 홈페이지 등 KOTRA 도쿄무역관 자료 종합



유리용기 포장

김형
정가: 30,000원

이 책은 유리의 특성과 함께 유리병과 마개, 클로저어의 발전 역사를 설명하고 있다. 또한 유리용기의 종류와 특성, 원료와 조성, 제조와 가공, 디자인 설계와 품질, 경량화와 강도, 기술 동향과 환경, 지능형 포장과 변조방지 포장, 인쇄와 라벨링 등 유리 용기 포장에 관련하여 전반적인 내용을 설명한다.

{구입문의} 전화 : 02-6925-3475 E-mail : kip@packnet.co.kr