

발 간 등 록 번 호

11-1543000-000405-01

# 농식품 소비자정책의 추진방향과 정책과제

연구기관: 한국농촌경제연구원



**농림축산식품부**



# 제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 「농식품 소비자정책 추진방향 및 추진과제 연구」  
의 최종연구보고서로 제출합니다.

2014년 2월

주관연구기관명 : 한국농촌경제연구원  
총괄연구책임자 : 이계임 (연구위원)  
연구위원 : 박기환 (연구위원)  
연구위원 : 황윤재 (연구위원)  
연구위원 : 반현정 (연구위원)  
연구위원 : 진현정 (중앙대학교수)  
연구위원 : 제철웅 (한양대학교수)  
연구위원 : 임지연 (중앙대대학원)



## 요 약

---

### 연구의 배경

소비자의 권리의식이 확대되고 농식품 품질과 안전에 대한 관심이 증가하고 있으며, 농식품이 과거 양적인 부족시대에서 질적인 성장단계로 패러다임이 전환되었다. 농정당국은 정책 대상을 농장에서 식탁까지의 푸드시스템 전반까지 확장해야 한다는 필요성이 제기됨에 따라 2008년 2월 농식품부로 확대 개편되고, 농식품이 관련 법률에 명시적으로 포함되었다.

반면 소비자가 농식품정책의 핵심적인 위치를 점하지 못하고, 정책 대상으로 자리매김하지 못한 것으로 평가되고 있다. 소비자가 농식품에 대한 불안감을 느끼며, 다양한 소비자의 요구를 반영할 수 있는 소통체계가 부족하고 2010년 본격적으로 추진된 녹색 식생활 교육에 대한 성과가 부족하다. 농식품부는 국민의 먹을거리를 책임지는 총괄 부처로서 빠르게 신장하고 있는 소비자의 역할 및 권리에 적극적인 대처가 필요한 상황이다. 이 연구는 농식품 소비자정책의 목표와 추진방향을 정립하고, 주요 정책분야의 운영실태를 파악하여 개선방향을 제시하고자 추진되었다.

### 연구방법

이 연구는 농식품 소비자정책 중에서 소비자 지원정책과 정책기반 조성을 위한 통계 및 법률 검토를 대상으로 하며, 소비자정책 중에서 사업자를 대상으로 하는 규제정책은 연구 범위에서 제외하였다.

농식품정책의 추진 현황을 파악하기 위해 문헌·자료 검토와 기관 방문조사를 추진하며, 주제별로 15회에 걸쳐 협의회를 개최하고 협의내용을 종합하여 별도 자료집으로 발간하였다. 소비자 설문조사는 2013년 11~12월(2개월)간 수도권 거주 516명 주부를 대상으로 대면면접 형식으로 추진되었다. 전문가 조사는 관련 분야 48명을 대상으로 2013년 12월에 이메일을 이용하여 이루어졌

다. 외국사례는 미국, 일본, 독일을 대상으로 하였으며, 관련 내용 검토를 해당국 전문가에게 위탁의뢰하였다.

## 연구결과 및 시사점

농식품 소비자정책은 소비자 정보권 제고, 피해구제권리 확보, 식생활 환경 조성 등을 통해 궁극적으로 소비자역량 제고를 지원하여 소비자의 권익을 증진시키고 소비생활의 향상을 도모하는 방향으로 추진되어야 한다.

농식품 정보·교육·홍보사업은 중장기 추진계획 하에 주체별 역할을 재정립하고, 관련 기관 간의 협력체계를 강화해야 한다. 중앙정부와 전국단위 소비자단체 중심의 추진체계를 지역의 다양한 농식품 소비 및 식생활 관련 조직을 포괄하고 생활에 밀착한 소비자조직에 연계되는 체계로 전환할 필요가 있다. 중앙행정기관과 지방자치단체를 연결하는 거버넌스 역할과, 정부기관과 민간단체를 이어주는 중간역할의 중요성이 강조되어야 한다.

농식품 피해구제는 기존 법체계하에서는 농식품 피해에 대한 배상이 충분히 이루어 질 수 없다는 데 근본적인 한계가 있다. 식품피해가 대부분 소액다수형태이고, 인과관계 입증 및 합의점 도출이 어렵다는 특징을 반영할 수 있도록 법률 정비가 필요하다. 농식품에 특화된 ‘소비자분쟁해결기준’ 재정비, “제조물책임법” 적용 영역에 1차 농수축산물 포함, 소비자단체소송제도의 실효성 제고를 위한 보완, 집단소송제도의 도입 검토에 대해 제안하였다. 또한 농식품 사고의 원인규명 및 입증이 어려우므로 소비자를 대상으로 사전예방교육과 구제시스템 마련이 병행 추진되어야 하며, 제조업체와 유통업체를 대상으로 정부의 관리와 모니터링을 강화해야 한다.

농식품 소비자정책의 정책기반조성은 통계와 법령을 중심으로 검토되었다. 농식품 소비량 통계의 경우 가정식과 외식을 포함해야 하고 미국과 일본에서의 섭취량 및 지출액 조사형태를 참고하여 조사체계의 개편이 필요한 것으로 평가하였다. 농식품 조사항목 및 대상품목 확대, 자료공개범위 확대 등 협력체계 구축이 필요하다. 식품 관련 통계의 활용도를 제고하기 위해 정보망 연계구축, 이용자에 대한 홍보, 통계발표의 시의성 확보, 2차자료 제공 확대, 승인화

및 사후관리 강화를 통한 신뢰도 제고 등이 추진되어야 한다. 또한 통계 작성 기반 확충을 위해 코드시스템을 연계·통합하고, 통계전담기구 도입과 민간부문 통계생산 활성화를 검토해야 한다. 농식품 소비자정책 관련 법령은 기본 계획 실행과 농식품 소비 특성에 부합하는 소비자 보호를 위해 마련되어야 할 기반으로서의 역할을 한다. 농식품 분야 소비자정책의 효율적인 추진을 위해서는 ‘농식품 소비자 보호를 위한 실체법의 정비’, ‘농식품 소비자 능력강화를 위한 제도 마련’, ‘추진체계 정립’과 관련 법규정이 뒷받침되어야 한다. 법률개정은 기존법령을 소비자 관점에서 개정하는 안, “농식품 소비자정책기본법(잠정)”을 별도 제정하는 안, “식생활 교육지원법”을 전면 개정하는 안에 대해서 검토하였으며, “농식품 소비자정책기본법(잠정)”의 기본 구성을 제안하였다.





## ABSTRACT

### A Study on Directions of Agrifood Consumer Policy and Policy Issues

#### **Background of Research**

With consumers' awareness of rights and their interest in agrifood quality and safety increasing, the agrifood paradigm changed from quantitative shortage to qualitative improvement. As policy needed to expand to deal with the entire food system from farm to table, agricultural authorities were expanded to the ministry dealing with agrifood in February 2008, and agrifood was included explicitly in relevant laws.

However, consumers are evaluated not to be in a central position in agrifood policy. Consumers are anxious about agrifood, and there is a lack of a communication system to reflect various consumers' needs. The results are also insufficient in regard to Green Diet Education promoted in 2010. MAFRA, as a ministry in charge of the people's food, should actively respond to consumers' rapidly increasing roles and rights. The purpose of this study is to establish goals and directions of agrifood consumer policy, understand the current situation of the major policy, and present improvement methods.

#### **Method of Research**

This study reviews laws and statistics for consumer support policy and the establishment of the policy basis among agrifood consumer policy, and excludes regulatory policies on businesses.

To understand the present situation of agrifood policy, we reviewed literature, did visiting research on organizations, held 15 meetings by theme, and published the contents of the discussions. The consumer survey was conducted by way of face-to-face interviews with 516 housewives in the capital area from November to December 2013. The expert survey of 48 people in the relevant field was conducted by email in December 2013. We also commissioned experts to review the cases of the US, Japan, and Germany.

## Research Results and Implications

Agrifood consumer policy should improve consumers' capabilities, rights, and consumption by increasing their right to information, securing the right to damage relief, and creating a food environment.

The projects of agrifood information, education, and promotion need to reestablish agents' roles under a mid- and long-term plan, and strengthen a cooperation system among relevant agencies. The implementation system, centered around the central government and nationwide consumer groups, should change to the system that includes various local groups related to agrifood consumption and diet and is linked to consumer groups closely connected to living. The emphasis should be on the role of governance linking central administrative agencies and local governments, and the role of intermediaries between government agencies and private groups.

Agrifood damage relief has the fundamental limit in that the existing legal system does not compensate enough for agrifood damage. Food damage is mostly in a form of a small sum of money and there are many damage cases. Laws should be modified to reflect the features and the difficulty of proving causality and reaching an agreement. We suggested modifying agrifood consumer conflict resolution standards, including primary agricultural, fishery, and livestock products in the application scope of the Product Liability Act, increasing the effectiveness of the consumer group lawsuit system, and introducing class-action suits. In addition, because it is hard to identify and prove causes of agrifood accidents, it is necessary to provide the relief system and prevention education for consumers, and strengthen the government's management and monitoring of manufacturers and distributors.

We reviewed the establishment of the basis of agrifood consumer policy using statistics and laws. Agrifood consumption statistics should include home food and eating out, and the US and Japan also survey the amount of intake and expenditure. Therefore, the existing investigation system should be supplemented. The cooperative system with the Ministry of Health and Welfare and Statistics Korea is needed to expand the items investigated and release more data. To better use food statistics, it is necessary to establish an information network, promote them to users, release timely statistics, provide more secondary data, and increase reliability by approving and strengthening post management. Also, it is needed to integrate the code system for the basis of statistics production, and consider introducing an

organization fully in charge of statistics and vitalizing private statistics production. The laws on agrifood consumer policy are the basis for the implementation of basic plans and consumer protection according with features of agrifood consumption. To efficiently implement agrifood consumer policy, it is necessary to modify substantial laws for agrifood consumer protection, establish a system for strengthening consumers' capabilities, modify the implementation system, and prepare relevant provisions. We considered modifying laws from consumers' view, enacting the tentatively named "Agrifood Consumer Policy Act" and completely revising the Diet Education Support Act, and suggested the basic contents of the Agrifood Consumer Policy Act.

Researchers: Kyei-Im Lee, Ki-Whan Park, Yun-Jae Hwang, Hyun-Jung Ban,  
Hyun Joung Jin

Research period: 2013. 6. ~ 2014. 2.



## 차 례

---

### 제1장 서론

- 1. 연구의 필요성과 목적 ..... 1
- 2. 선행연구 검토 ..... 4
- 3. 연구 범위 및 방법 ..... 10

### 제2장 농식품 소비자정책의 위상과 추진체계

- 1. 농식품 소비자정책의 추진 여건 ..... 15
- 2. 농식품 소비자정책의 목표와 범위 ..... 25
- 3. 농식품 소비자역량 평가 ..... 32
- 4. 농식품 소비자정책의 추진체계 ..... 46

### 제3장 농식품 소비자정책 추진 현황과 당면 과제

- 1. 농식품 소비자 정보·교육·홍보사업 ..... 61
- 2. 농식품 소비자 피해구제 ..... 83
- 3. 농식품 소비자정책 관련 통계 및 법률 ..... 101

### 제4장 농식품 소비자정책에 대한 인식과 평가

- 1. 소비자의 농식품 정보·교육·피해구제 이용 실태와 인식 ..... 124
- 2. 전문가의 농식품 정보·교육·피해구제 관련 평가 ..... 140
- 3. 농식품 소비자정책 운영 평가 ..... 159

### 제5장 주요 국가의 농식품 소비자정책 추진 실태 조사

- 1. 미국의 농식품 소비자정책 ..... 168
- 2. 일본의 농식품 소비자정책 ..... 182

3. 독일의 농식품 소비자정책 현황 ..... 201  
4. 시사점 ..... 214

**제6장 농식품 소비자정책의 추진 방향과 과제**

1. 추진 방향 ..... 217  
2. 정책 과제 ..... 219

**제7장 요약 및 결론**

1. 연구결과의 요약 ..... 265  
2. 결론 및 정책 시사점 ..... 275

참고 문헌 ..... 279

## 표 차 례

---

### 제1장

표 1- 1. 주제별 협의회 추진 현황 .....	12
-----------------------------	----

### 제2장

표 2- 1. 인구구성비 전망 .....	16
표 2- 2. 농식품 수입 현황 .....	17
표 2- 3. 유통업체 판매액지수(불변지수) .....	18
표 2- 4. 전자상거래 규모 .....	19
표 2- 5. SNS 이용 현황 .....	19
표 2- 6. 가계의 농식품류별 지출비중 추이 .....	20
표 2- 7. 농식품 소비에서 건강에 대한 관심도 .....	21
표 2- 8. 가구의 사회·인구 특성별 영양섭취 부족자, 2007~2010 .....	24
표 2- 9. 식품정책의 범위 .....	27
표 2-10. 농식품 분야 소비정책과 소비자정책의 비교 .....	28
표 2-11. 농식품 소비자정책의 정책목표와 수단 .....	30
표 2-12. 소비자 평가지표 현황 .....	33
표 2-13. EU의 시장성과지수 구성요소 .....	39
표 2-14. EU의 시장성과지수와 농식품 소비자역량지수 조사문항 비교 .....	42
표 2-15. 소비자 식생활역량 설문조사 문항 .....	44
표 2-16. 식품분야 소비자 관련 주요 법령 및 소관부처 현황 .....	46
표 2-17. 식생활 교육 지역 추진체계 추진 .....	52
표 2-18. 시·도 본청의 소비자행정 및 식생활 교육 행정 담당 부서 .....	54
표 2-19. 소비자단체협의회 소속 소비자단체 현황 .....	57
표 2-20. 소비자단체 이외 민간소비조직의 현황 .....	57

표 2-21. 주요 생협조직 및 사업 현황, 2012 .....	58
-------------------------------------	----

### 제3장

표 3- 1. 소비자 정보 제공유형 .....	62
표 3- 2. 농림축산식품부와 산하기관 개별 정보시스템을 통한 정보 제공 현황 ..	64
표 3- 3. 농림축산식품부 및 소속기관 온라인 정보 제공 현황 .....	65
표 3- 4. 농식품 소비자 관련 기관 온라인 정보 제공 현황 .....	66
표 3- 5. 농식품 소비자 관련 기관 개별 정보 제공 웹페이지 .....	67
표 3- 6. 시·도별 대상별 소비자 교육 현황, 2011 .....	76
표 3- 7. 민간 소비자단체에 의한 소비자 교육 현황 .....	78
표 3- 8. 농·수·축산물 분쟁해결 기준 .....	84
표 3- 9. 식료품 분쟁해결 기준 .....	85
표 3-10. 1372 소비상담센터 주요 기능 .....	87
표 3-11. 소비자 상담 기관별 회선 현황, 2013 .....	87
표 3-12. 소비자 상담센터 상담 현황(참여기관별) .....	88
표 3-13. 소비자 상담센터 상담 현황(상담방법별), 2013 .....	88
표 3-14. 농식품 부문 품목별 상담 현황 .....	89
표 3-15. 농식품 부문 상담사유별 상담 현황, 2013 .....	90
표 3-16. 농식품 부문 처리결과별 상담 현황, 2013 .....	90
표 3-17. 중앙행정기관 소비자 상담 .....	93
표 3-18. 일반 농식품 관련 피해구제 신청 현황 .....	95
표 3-19. 대표당사자소송과 단체소송의 비교 .....	97
표 3-20. 식품 관련 승인 통계 .....	102
표 3-21. 농식품 소비 관련 승인 통계 .....	104
표 3-22. 농식품 소비 관련 정부 및 민간 기관 조사 현황 .....	110
표 3-23. 현행 농식품 소비 조사의 분야별 충분성 평가 .....	113
표 3-24. 농식품 소비 관련 주요 통계의 식품 분류 현황 .....	117
표 3-25. “소비자기본법”의 농식품 소비자정책 관련 규정 .....	119



표 3-26. “농어업·농어촌 및 식품산업 기본법”의 공급 측면 규정 현황 .... 123

**제4장**

표 4- 1. 농식품 정보 획득 경로 ..... 125

표 4- 2. 농식품 정보 획득 시 이용하는 인터넷 서비스 ..... 126

표 4- 3. 농식품 관련 정보별 인터넷 사이트 방문 경험 ..... 126

표 4- 4. 전년 대비 농식품 정보 이용도 향상 여부 ..... 127

표 4- 5. 농식품 정보의 문제점 ..... 129

표 4- 6. 분야별 농식품 관련 소비자 교육에 대한 수요 ..... 132

표 4- 7. 농식품 정보에 대한 평가 ..... 142

표 4- 8. 농식품 관련 소비자 교육/홍보사업에서 기관별 중요도 평가 .... 143

표 4- 9. 농식품 및 식생활 관련 소비자 교육의 만족도 ..... 144

표 4-10. 농식품 관련 소비자 교육의 문제점 ..... 144

표 4-11. 농식품 관련 소비자 교육에 적합한 기관 ..... 145

표 4-12. 대상별 농식품 및 식생활 교육의 필요성 ..... 147

표 4-13. 장소별 농식품 및 식생활 교육의 필요성 ..... 147

표 4-14. 소비자 조직별 농식품 및 식생활 관련 사업의 정부 지원 필요성 ..... 147

표 4-15. 정부기관의 서비스 제공 경로 인지도 및 활용도 ..... 149

표 4-16. 농식품 상담의 효율성 제고 방안 ..... 150

표 4-17. 농식품 관련 상담업무에 적합한 기관 ..... 150

표 4-18. 분야별 농식품 피해사고의 위험성 평가 ..... 152

표 4-19. 농식품 피해 관련 개선이 필요한 사항 ..... 154

표 4-20. 농식품 피해 유형별 해결기준 ..... 154

표 4-21. 농식품 관련 피해구제 개선 방안의 도입 필요성 평가 ..... 155

표 4-22. 농식품 소비량 관련 조사의 도입 필요성 ..... 156

표 4-23. 농식품 소비통계의 시급한 개선 사항 평가 ..... 157

표 4-24. 농식품 분야 법률 제·개정 필요성 ..... 157

표 4-25. 법률 제·개정 방안 평가 ..... 158

표 4-26.	농식품 부문별 소비자의 구매역량 평가 .....	159
표 4-27.	소비자 농식품 구매역량지수 산출 결과 .....	160
표 4-28.	소비자의 식생활역량 평가 .....	161
표 4-29.	소비자의 농식품 피해구제역량 평가 .....	162
표 4-30.	농식품 소비자역량지수 산출 결과 .....	163
표 4-31.	농식품부가 정책 대상으로 관리할 범위(소비자) .....	164
표 4-32.	농식품부가 정책 대상으로 관리할 범위(전문가) .....	165
표 4-33.	농식품 관련 소비자정책에서 가장 중점을 두어야 할 목표(소비자) ...	166
표 4-34.	농식품 관련 소비자정책에서 가장 중점을 두어야 할 목표(전문가) ...	166
표 4-35.	농식품 관련 분야별 소비자정책 추진·운영에 적절한 조직(전문가) ...	167

## 제5장

표 5- 1.	일본 소비자정책의 시대별 추진 개요 .....	183
표 5- 2.	일본 소비자청 설치 당시 각 부서의 업무 이관 현황 .....	184
표 5- 3.	일본 시정촌의 소비생활센터·상담창구 설치 상황 .....	188
표 5- 4.	일본의 소비자 교육 추진에 관한 법률 개요 .....	191
표 5- 5.	일본 국민생활센터의 분쟁해결위원회 분야별 신청 사안 .....	196
표 5- 6.	일본의 적격 소비자단체 현황 .....	199
표 5- 7.	EU 소비자정책 흐름 .....	202
표 5- 8.	BVL의 역할 .....	204
표 5- 9.	연방주의 식품 감독을 위한 상급 관청 .....	205
표 5-10.	독일의 주요 소비자단체 .....	207
표 5-11.	독일 “식품사료법” 주요 내용 .....	209
표 5-12.	독일의 “소비자 정보법” 개요 .....	211

## 제6장

표 6- 1.	서울특별시 마을공동체 사례 .....	222
표 6- 2.	마을공동체 식생활 사업의 형식(안) .....	223
표 6- 3.	민간자격의 식생활 교육강사 전문인력 양성(안) .....	227
표 6- 4.	농식품 종합정보망 개선사항 비교 .....	228
표 6- 5.	농식품 분야 분쟁해결기준 개선(안) .....	233
표 6- 6.	“제조물책임법” 일부개정법률안 주요 내용(입증책임 관련) ..	234
표 6- 7.	소비자단체소송제도 입법례 비교 .....	236
표 6- 8.	미국의 가정식 조사표 사례 .....	241
표 6- 9.	미국의 외식 조사표 사례 .....	241
표 6-10.	미국의 ‘Consumer Expenditure Survey’의 품목 분류 .....	242
표 6-11.	일본 ‘가계조사’의 조사표 사례 .....	243
표 6-12.	일본 ‘가계조사’의 대상품목 분류 .....	243
표 6-13.	“농어업·농어촌 및 식품산업 기본법” 개정안 .....	252
표 6-14.	“식생활 교육지원법” 개정안 .....	253
표 6-15.	“농수산물질관리법” 개정안 .....	254
표 6-16.	법률 개정 대안별 장단점 비교 .....	258
표 6-17.	“(가칭)농식품 소비자정책기본법”의 기본 골격 .....	260

## 그림 차례

---

### 제1장

- 그림 1- 1. 농식품 관련 소비자 권리에 관한 소비자 인식 ..... 3  
 그림 1- 2. 연구추진체계도 ..... 14

### 제2장

- 그림 2- 1. 영양소별 에너지섭취분율 추이 ..... 23  
 그림 2- 2. 농식품정책의 구성요소와 영역 ..... 26  
 그림 2- 3. 농식품 소비자정책의 기본 방향 ..... 31  
 그림 2- 4. 농식품 소비자역량지수 필요성 ..... 40  
 그림 2- 5. 농식품 소비자역량지수 산출 절차 ..... 45  
 그림 2- 6. 소비자정책 추진체계 ..... 49  
 그림 2- 7. 공정거래위원회 조직도 ..... 50  
 그림 2- 8. 농림축산식품부 조직도 ..... 50  
 그림 2- 9. 식품의약품안전처 조직도 ..... 51  
 그림 2-10. 경기도청의 농식품 소비자정책 관련 부서 현황 ..... 55

### 제3장

- 그림 3- 1. 1372 소비자 상담센터 운영체계 ..... 87  
 그림 3- 2. 1372 소비자 상담 중 농식품 분야 비중 ..... 88  
 그림 3- 3. 국민신문고 개요 ..... 91  
 그림 3- 4. 110 정부민원안내콜센터 상담 절차 ..... 92  
 그림 3- 5. 한국소비자원 피해구제 절차도 ..... 94  
 그림 3- 6. 현행 농식품 소비 통계 전반에 대한 평가 ..... 114  
 그림 3- 7. 농식품 분야별 소비자 관련 주요 법령 ..... 121

## 제4장

그림 4- 1.	농식품 정보의 관심도와 충분도 .....	128
그림 4- 2.	농식품 정보에 대한 평가 .....	128
그림 4- 3.	농식품 관련 교육/홍보 참여율(소비자) .....	130
그림 4- 4.	농식품 관련 교육/홍보 참여도 변화 .....	131
그림 4- 5.	농식품 관련 소비자 교육의 문제점 .....	132
그림 4- 6.	식생활 교육 개선을 위해 필요한 사항 .....	133
그림 4- 7.	대상자별 식생활 교육의 필요성 .....	133
그림 4- 8.	장소별 식생활 교육의 필요성 .....	134
그림 4- 9.	소비자 조직 활성화를 위해 정부지원이 필요한 분야 .....	134
그림 4-10.	상담 및 피해구제 관련 경로 인지도 .....	135
그림 4-11.	농식품 관련 피해 경험 및 피해입은 농식품의 종류 .....	136
그림 4-12.	농식품 관련 피해의 종류 .....	136
그림 4-13.	농식품 피해 발생 시 처리 방법 .....	137
그림 4-14.	농식품 피해(불만)에 대한 처리(조치) 결과에 대한 만족도 .....	137
그림 4-15.	농식품 피해(불만)에 대한 처리(조치) 결과에 불만족하는 이유 .....	138
그림 4-16.	가장 우려되는 농식품 피해 유형 .....	138
그림 4-17.	농식품 관련 소비자 상담, 피해구제 개선방안 .....	139
그림 4-18.	전문가의 농식품 정보 제공 경로 평가 .....	140
그림 4-19.	농식품 정보의 관심도와 충분도 .....	141
그림 4-20.	농식품 및 식생활 관련 소비자 교육 개선을 위해 가장 시급한 사항 .....	146
그림 4-21.	소비자조직 활성화를 위해 필요한 정부지원 .....	148
그림 4-22.	농식품 관련 상담업무의 문제점 .....	150
그림 4-23.	농식품에 대한 피해 중 가장 크게 우려되는 것 .....	151
그림 4-24.	농식품 관련 피해구제 평가 .....	152
그림 4-25.	소비자의 농식품 피해 관련 주체별 중요도 평가 .....	153

## 제5장

- 그림 5- 1. 일본 소비자정책의 추진체계 ..... 185
- 그림 5- 2. 일본 소비자청의 소비자 교육 추진체계와 주체간 제휴 ..... 192
- 그림 5- 3. 일본 국민생활센터의 재판외분쟁해결(ADR) 절차 ..... 197
- 그림 5- 4. 니더작센 주의 식품감독 관청 조직체계 구축 사례 ..... 206

## 제6장

- 그림 6- 1. 농식품 소비자 교육 추진체계(안) ..... 221

# 제 1 장

---

## 서 론

### 1. 연구의 필요성과 목적

#### 1.1. 연구의 필요성

- 소득수준 향상과 소비환경 변화 등으로 소비자의 농식품 품질과 건강에 대한 관심이 증가하고 소비자 권리의식이 확대됨에 따라 농식품 분야 소비자 정책 수요가 빠르게 증가함.
  - 현재와 미래의 농업·농촌 역할에 대해 도시민과 농업인 모두 ‘안전한 식품의 안정적 공급’을 가장 우선적으로 인식<sup>1)</sup>
- 농식품이 과거 양적인 부족시대에서 질적인 성장단계로 패러다임이 전환됨에 따라 소비자가 농업정책의 핵심적인 위치를 점하게 됨. 농업인뿐만 아니라 소비자를 포함한 전 국민이 농정의 고객이므로, 농정의 소비자지향성을 높이기 위한 노력의 필요성이 제기됨.

---

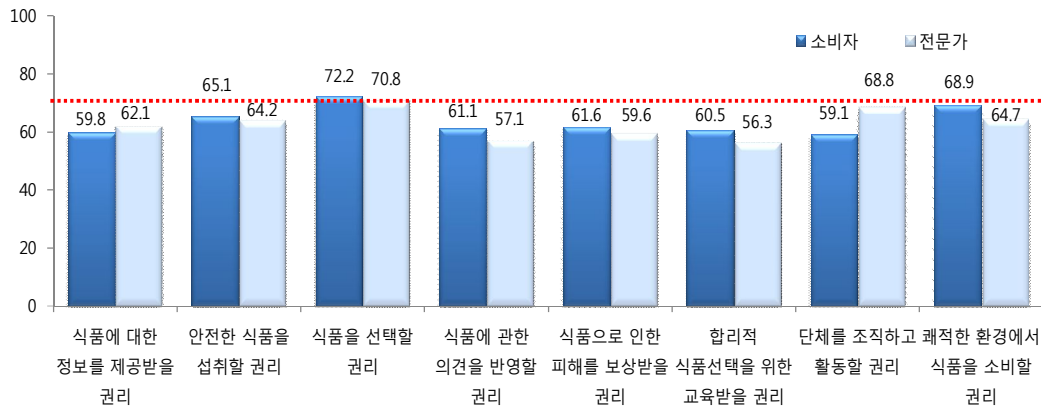
1 김동원 외(2013).

- 농업정책이 기존의 생산뿐만 아니라 농장에서 식탁까지의 푸드시스템 전반을 대상으로 확장되어야 한다는 필요성이 제기됨에 따라 2008년 2월 농림부에서 농림수산식품부(현 농림축산식품부)로 확대 개편되고 농식품이 관련 법률에 명시적으로 포함됨.
- 그러나 농식품부에서 수행해 온 농식품정책에서 그동안 소비자가 농식품정책의 핵심적인 위치를 점하지 못하고, 정책 대상으로 자리매김하지 못한 것으로 평가됨.
  - 첫째, 식생활의 외식화 경향과 시장개방의 확대로 소비자들이 다양한 농식품위해요인에 노출됨에 따라 농식품 위해사고 발생이 빠르게 증가하고 소비자의 농식품 안전에 대한 불안이 심각
  - 둘째, 여러 기관에서 운영하는 다수의 농식품 인증·표시제도는 생산자와 소비자의 혼란을 야기
  - 셋째, 소비자단체들과의 적극적인 협력사업을 추진하며 각종 위원회에 소비자 참여를 확대하고자 하였으나 다양한 소비자의 요구를 반영할 수 있는 소통체계가 부족
  - 2010년 본격적으로 추진된 녹색 식생활 교육에 대한 성과가 미흡, 농식품영양과 식생활 관련 정책이 부족
- “소비자기본법”상의 권리규정에 기초하여 농식품 관련 소비자 권리에 대한 인식을 조사한 결과 소비자와 전문가 모두 ‘식품을 선택할 권리’에 대해서만 70점 이상으로 보장받고 있다고 평가하고 있으며, 대부분 권리에 대해서는 미흡하다고 평가함. ‘식품에 대한 정보를 제공받을 권리’, ‘식품에 관한 의견을 반영할 권리’, ‘식품으로 인한 피해를 보상받을 권리’, ‘합리적 식품 선택을 위해 교육받을 권리’에 대해서는 소비자와 전문가 모두 부족하다는 의견을 나타냄<그림 1-1>.



그림 1-1. 농식품 관련 소비자 권리에 관한 소비자 인식

단위: 점



자료: 소비자 설문조사 결과, 전문가 설문조사 결과.

- 농식품부는 국민의 먹을거리를 책임지는 총괄 부처로서 2013년 소비과학정책실 출범에 따라 향후 소비자의 역할 및 권리가 크게 신장되면서 적극적인 대처가 필요한 상황임. 소비자정책의 활성화를 제약하는 요인을 구체적으로 파악하여, 실효성 있는 개선방안을 제시하기 위해서는 정책분야별 검토가 필요함. 농식품 소비자정책이 농식품을 안심하고 소비할 수 있는 여건을 조성하고, 건강한 식생활을 지원하기 위한 정책목표를 충분히 달성할 수 있도록 분야별 실태를 점검하고 추진방향과 과제를 명확히 해야 할 것임.

## 1.2. 연구의 목적

- 이 연구는 농식품 소비자정책의 목표와 추진방향을 재정립하고, 주요 정책분야의 운영실태를 파악하여 개선방향을 제시하는 것을 목적으로 함.

## 2. 선행연구 검토

### 2.1. 농식품정책 관련 연구

- 농식품정책의 방향에 관해 논의한 연구는 이용선 외(2008), 황수철(2007), 박성재 외(2007), 이계임 외(2011) 등이 있음.
  - 박성재 외(2007)는 식품산업정책, 식품안전정책, 식품소비 및 영양정책으로 구분하여 정책 현황과 문제점을 정리하고 외국의 관련 정책사례 등을 검토하여 정책과제를 제시
  - 이용선 외(2008)는 식품정책의 범위와 기본 방향에 대해서 검토하고, 식품정책 구분별로 정책방향과 추진과제를 도출
  - 황수철(2007)은 식품과 식품정책의 개념에 대해 검토하고, 식품정책의 주요 과제에 대한 참여정부의 대응을 평가함으로써 향후 새 정부가 추진해야 할 식품정책과제를 제시
  - 이계임 외(2011)는 현행 소비자정책의 운영체계를 평가하고, 해외 사례 검토를 바탕으로 식품분야 소비자정책의 추진방향을 제시
- 진현진(2012)은 소비자 중심의 정책 개발을 위한 농수산물 소비 및 정책 만족도지수를 개발하고자 국내 및 해외 소비자정책 관련 문헌조사, 전문가 인터뷰, 소비자조사를 수행함. 4대 소비 고려요소(품질, 안전, 가격, 생산자)로 연계된 정부정책만족이 소비만족에 영향을 주는 평가모델을 구축하였으며, 이를 토대로 소비만족지수, 정책평가지수, 정보표시인식지수, 정보활용지수, 피해구제인식지수를 산출함.
- 설광언(2012)은 그간 농업·농촌 부문에 많은 재정을 투입하고도 지원 효과에 대한 비판이 지속적으로 제기되어 지금까지 추진되어온 한국 농정의 효과와 한계를 분석하고, 농정에 대한 새로운 접근 방식을 모색함. 한국 농업

의 경쟁력, 농업소득 변화 추이 및 원인, 그간 농업정책의 한계 및 문제점을 분석하였고, 농업정책목표를 설정하고, 10대 핵심정책과제를 제시함.

- 박성용 외(2012)는 식품 표시제도가 통상정책과 밀접한 관계가 있음을 살펴보고, 문헌연구, 법률내용 검토, 실태조사 등을 이용한 결과 우리나라는 GMO 식품에 대한 정부의 정책기조가 마련되어 있지 않은 것으로 평가함. WTO 체제 출범 이후 증대하고 있는 GMO 식품 교역으로부터 우리 국민의 식생활안전을 확보하기 위하여 필요한 GMO 식품 관련 표시제도의 개선방안, 그리고 이것이 통상정책에 주는 시사점을 제시함.
- 현재 국내문헌 중 식품소비와 관련하여 소비자들의 스마트 소비에 대해 정의를 내리고 실천 행동에 대해서 분석한 연구로는 중앙대학교(2012, 2013)가 있음. 해외문헌 중 Kassarian(1981), Schindler(1989), Mano and Elliott (1997) 등은 스마트 쇼핑의 특징에 대해서 분석·제시하고 있음.
- 그 밖에 식품 표시와 관련하여 배정환(2011), 식품 안전과 관련하여 유현정 외(2012), 이영희 외(2011), 황윤재 외(2011), 식품 관련 법률과 관련하여 박균성 외(2012), 박희주(2011b), 백병성(2011) 등 식품정책의 세부 분야별 연구가 있음.
  - 식품 표시와 관련하여 배정환(2011)은 식품정보표시제도 강화가 식품산업 및 관련 산업과 소비자 후생 및 GDP에 미치는 영향을 분석한 결과, 식품산업의 원가상승이 소비자 가격상승을 통해 소비자에게 전가되었고 GDP에는 거의 영향이 없다는 결론
  - 식품 안전과 관련하여 유현정 외(2012a)는 소비자의 식품 안전 행동에 가장 중요하게 영향을 미치는 요인으로 식품 안전지식을 도출, 이영희 외(2011)는 소비자들의 식품 안전 추구행동에 영향을 미치는 요인으로 국가·식품업체·소비자의 상호 관계와 소비자 신뢰가 중요함을 확인, 황윤재 외(2011)는 식품 안전관리에서 중앙정부와 지방자치단체의 유기적

관계에 대한 소비자 인식을 실증모형을 통해 분석

- 식품 관련 법률에 대한 연구로 박균성 외(2012)는 우리나라와 프랑스의 식품 안전 규제체계 및 규제수단을 비교·검토함으로써 우리나라의 식품 안전 법제의 개선방안을 제시, 박희주(2011b)는 기존 법제로 규율하기 어려운 사업자의 부당한 소비자거래행위에 대한 규제체계를 정비하여 사업자 부당행위 유형 및 구체적 판단기준, 민사·행정·형사적 제재방안을 마련, 백병성(2011)은 소비생활 변화에 따라 새롭게 출현하여 분쟁해결기준이 없는 품목에 대한 소비자 분쟁해결기준을 마련

## 2.2. 소비자정책 관련 연구

- 강성진(2013)은 새 정부의 국정과제 가운데 소비자 관련 과제를 살펴보고, 소비자정책 추진에 있어서 시사점을 검토함.
  - 새 정부에서는 향후 경제성장 중시의 국정운영이 예상되나 ‘소비자주권의 실현’과 ‘소비자역량의 강화’ 등으로 표현되는 현행 소비자정책 기조 유지 필요, 소비자정책당국이 소비자 관련 국정과제의 충실한 이행과 여타 국정과제 수행에 있어 소비자기향성 제고 등 두 가지 역할 수행의 요구 지적
- 이승신(2005)은 소비자정책의 개념과 목표, 범위에 관하여 고찰함. 현장에서 종합적으로 이루어지고 있는 정책을 대상 및 특징에 따라 분류하였으며, 소비자정책의 행위자와 현황을 살펴보고 문제점을 지적함.
- 나광식 외(2007)는 소비자정책을 소비자거래부문, 소비자 안전부문, 피해구제부문, 국제협력부문, 소비자선택지원부문으로 분류하여 각 영역별 정책의 집행 및 시장 현황을 파악함. 또한 FTA 체제하에서 제반 정책 수단들의 적정성 여부, 향후 개선방향을 모색함.

- 박희주 외(2007)는 국내 소비자정책 현황을 총괄적으로 평가하고 전망함. 소비자정책 평가를 위해 지난 20년간 집행된 소비자정책과 입법, 시장경제와 소비자정책방향, 소비자정책과 소비자 운동에 대해 고찰함. 또한 소비자거래정책, 소비자 교육과 정보 제공정책, 소비자 피해구제정책의 주요 영역에 대한 점검과 향후 발전 과제를 제시함.
- 허경옥(2009)은 소비자정책 수행체계 및 운영 현황과 지방자치단체의 소비자정책업무 현황을 고찰함. 이를 바탕으로 “소비자기본법” 시행 이후 우리나라 소비자정책의 문제점 및 개선분야에 대해 살펴보고 발전 방향을 제시함.
- 임영재 외(2004)는 중장기 소비자정책의 상위 기본원칙을 정보시장실패에 대한 교정정책, 사후적 책임 원리, 소비자 교육으로 제시함. 이를 바탕으로 소비자정책을 소비자 정보 관련 정책, 소비자 소송 관련 정책, 소비자 안전 관련 정책, 소비자 피해구제 관련 정책, 전자상거래 관련 정책, 국제 소비자 문제 관련 정책으로 분류하여 각 분야의 구체적 정책과제를 제시함.
- 강성진 외(2007)는 “소비자기본법” 개정에 따른 소비자정책 기본계획 수립 방안을 제시하였음. 현행 중장기 소비자정책 추진계획의 구성과 추진상황을 점검하고, 소비자정책 기본계획 수립 시 고려해야 할 제반 여건이 어떻게 변화하고 있는지를 제시하였음. 이를 바탕으로 소비자정책 기본계획 수립 방향과 체계 등을 제안하였음.
- 박명희(2009)는 OECD 회원국들의 소비자정책 추진체계를 특성별로 국가개입형, 민간부문 의존형, 공공기관과 민간 혼합형으로 분류하여 우리나라 소비자정책 체계와 비교 분석하였음.
- 김두수(2009)는 여러 식품위기들을 통해 확립된 ‘식품 안전’과 ‘소비자 보호’를 위한 EU 식품법제의 성립과 유럽식품안전청의 설립과정 및 의의를

살펴보았음. 이를 바탕으로 EU 역내 시장에서의 식품 자유 이동의 보장과 그 한계, EU 식품법의 발전적 방향에 대하여 검토하였음.

- 김성숙(2010)은 지난 20년간 소비자 관련 학술지에 게재된 논문들의 연구경향을 연구주제, 연구방법 측면에서 간략히 분석하고, 향후 연구되어야 할 과제를 제안하였음.
- 이기춘 외(1997)는 우리나라 소비자정책의 현황과 문제점을 살펴보고, 이에 근거하여 우리나라 소비자정책의 발전방안을 제시하였음. 소비자정책의 문제점으로는 소비자정책의 제약, 소비자정책의 종합적인 추진체계 미흡, 소비자지원행정의 미흡 등으로 나타났고 이를 해결하기 위한 소비자정책 추진방향을 제안하였음.
- 이종인(2008)은 일본, 영국, 미국, 스웨덴의 소비자정책 추진체계를 구체적으로 살펴보았음. 일본의 국민생활센터의 지방자치단체와 소비자 정보·소비자불만처리 네트워크 체제와 영국의 소비자포커스, 미국의 소비자제품안전위원회의 소비자제품 안전성 확보에 관련된 정책추진체계와 스웨덴의 소비자청·소비자 옴부즈만의 고찰을 통해 국내 소비자정책상의 시사점을 제시하였음.
- 배순영(2012), 강성진(2012a), 강성진·김민아(2012) 등은 최근 일본 소비자정책 관련 동향을 살펴보고 있음.
  - 배순영(2012)은 일본 소비자청이 2012년 발간한 ‘소비자 문제 및 소비자정책에 관한 보고서(消費者問題及び消費者行政に関する報告)’를 검토하여, 우리나라 소비자정책에 대한 시사점을 도출
  - 강성진·김민아(2012)는 일본의 소비자 교육 추진 현황과 소비자 교육추진법의 제정 동향을 검토하여 시사점을 도출
  - 강성진(2012a)은 일본의 소비자문제 전문기관인 국민생활센터(독립행정

법인)의 개편과정을 고찰하면서 이것이 우리나라 소비자행정에 주는 시사점을 도출

- 박윤영(2012)은 EU의 소비자정책을 개관하고 EU 집행위원회가 2012년 발간한 ‘2014-2020 소비자 프로그램(Consumer Programme)’을 검토하고 시사점을 도출하고자 함.
- 소비자역량과 관련하여 이기춘 외(2007)는 소비자역량에 대한 최초의 연구로 소비자역량의 개념을 도출하고 소비자역량 지표의 기초틀을 마련함. 배순영 외(2010)는 이기춘 외(2007)의 연구를 보완, 발전시켜 소비자역량을 측정, 평가하였으며, 손상희 외(2010)는 녹색소비역량의 개념 및 지표를 도출하고, 송순영(2010)은 녹색소비역량 수준을 평가함.
  - 배순영 외(2010)는 소비자역량을 변화하는 소비환경 속에서 현명하고도 지속가능한 소비생활을 영위하기 위해 소비자가 갖추어야 할 잠재적·실천적 역량으로 정의하고, 크게 3개 대영역(금융·거래·시민역량)과 9개 중영역으로 지표구성을 하였으며, 실천적·인지적 측면을 모두 포함
  - 손상희 외(2010)는 녹색소비역량을 ‘소비의 전 과정에서 생태적 측면과 경제적 측면을 고려하여 소비자 역할을 효과적으로 수행하는 데 필요한 능력’으로 정의하고, 실천역량, 내적역량, 외적역량을 녹색소비역량으로 구성
  - 고영준(2009), 소경희(2007)는 학교교육과 관련된 역량의 개념을 정리하였으며, 황정선(2007), 송순영(2008)은 소비자역량 강화를 위한 소비자정책 추진방향을 제시
  - 그 밖에 유현정 외(2012b)는 식품 안전 역량에 대한 척도를 개발, 황혜선 외(2012)는 정보역량 수준을 진단, 박혜영 외(2010)는 디지털재화 소비자역량 척도를 진단함. 김정현 외(2012)는 소비자의 재무관리 역량을, 김민영 외(2013)는 여성소비자의 신용관리 역량 및 사용행태를, 이선영 외(2009)는 에너지역량을 조사

### 3. 연구 범위 및 방법

#### 3.1. 연구 범위

- 이 연구는 농식품 소비자정책 중에서 소비자 대상 지원정책을 대상으로 하며, 소비자정책 중에서 사업자를 대상으로 하는 규제정책은 연구 범위에서 제외함. 농식품 소비자정책 기반조성을 위한 통계 및 법률 검토를 연구 대상으로 포함함.
- 지원정책에는 정보 제공, 교육, 소비자 상담 및 피해구제, 식생활 환경조성 등이 포함되는데, 이 연구에서는 정보 제공, 교육, 소비자 상담 및 피해구제를 중점적으로 검토함. 광의의 정보 제공에는 농식품 표시가 포함되나, 이 연구에서는 소비자에 대한 온·오프라인 형태의 정보 제공을 집중적으로 검토하고 농식품 표시제도를 연구 대상에서 제외함.
- 해외 사례 검토는 미국, 일본, 독일 3개국을 대상으로 함. 미국은 소비자정책이 가장 선진적으로 발전한 사례로, 일본은 식생활 교육이 적극적으로 추진된 사례로서, 독일은 소비자·환경·식품정책을 통합 운영하는 사례로 선정됨.

#### 3.2. 연구 방법

##### 가. 관련 문헌 및 자료조사

- 농식품정책의 추진 현황을 파악하기 위해 문헌 검토와 기관 방문조사를 추진하며, 관련 법률과 자료를 수집·검토함.



○ 소비자의 농식품지출, 영양섭취, 농식품 소비행태, 식생활 인식 등과 관련하여 통계청과 유관기관에서 발표되는 통계자료를 조사·분석함.

○ 미국, 독일, 일본의 농식품정책 및 소비자정책 관련 자료를 수집하여 검토함.

#### **나. 전문가 자문회의 및 정책협의회 개최**

○ 관련 기관 담당자, 소비자단체, 연구자 대상으로 주제별 협의회를 개최하고, 협의내용을 종합하여 별도 자료집으로 발간함<표 1-1>.

#### **다. 전문가 연구 위탁**

○ 농식품 소비자 정보·교육·홍보사업 추진 현황 조사와 개선방안 검토는 중앙대학교 진현정 교수가 공동연구자로 참여함. 교육분야 중에서 민간자격증제도에 대해서는 서울교육대학교 김정원 교수가 검토함.

○ 농식품 소비자정책 관련 법률 검토는 한양대학교 제철웅 교수가 담당함.

○ 주요국의 농식품 소비자정책 현황 조사를 위해 전문가 원고의뢰가 추진됨. 미국의 농식품 소비자정책 현황 조사는 중앙대학교 진현정 교수가, 일본은 농림수산물성 농림수산물정책연구소 TAKAHASHI Katsuya 주임 연구관이, 독일은 니더작센주 소비자 보호/식품안전청(The Lower Saxony State Office for Consumer Protection and Food Safety: LAVES) Eberhard Haunhorst 청장이 담당함.

#### **라. 소비자 설문조사**

○ 소비자 설문조사는 2013년 11~12월(2개월)간 수도권 거주 주부를 대상으로 대면면접 형식으로 추진됨. 조사에는 총 516명이 응답하였으며, 연령별 및 지역별로 표본수를 할당함.

표 1-1. 주제별 협의회 추진 현황

일시	주제	참석자
2013. 8. 8.	소비자역량	배순영(한국소비자원), 손상희(서울대), 천경희(가톨릭대), 유현정(충북대), 진현정(중앙대)
2013. 8. 23.	소비자조직 (단체)	김시월(건국대), 임은경(소비자단체협의회), 정지연(한국소비자연맹), 손철옥(경기 소비생활센터), 김귀영(농정원), 진현정(중앙대)
2013. 8. 30.	소비자조직 (생협)	조완형(한살림), 권미옥(아이쿱), 박정아(행복중심 생협연합회), 이정수(미래소비자행동), 탁명구(식생활 교육국민네트워크), 김귀영(농정원), 조준하(기업소비자전문가협회), 진현정(중앙대)
2013. 9. 2.	소비통계	박진우(수원대), 정유경(세종대), 안동환(서울대), 조성남(이화여대)
2013. 9. 6.	통합정보망, 컨슈머리포트	이정구(소비자원), 이민석(고려대), 허경옥(성신여대), 류승완(중앙대), 정윤용(농정원), 정한옥(서울시 식생활정보센터), 진현정(중앙대)
2013. 9. 11.	통합정보망	이천순(식약처)
2013. 9. 13.	상담, 피해구제	조윤미(녹색소비자연대), 김록희(인천 소비생활센터), 허경옥(성신여대), 권배근(광운대), 전시현(국민권익위원회), 지광석(한국소비자원)
2013. 10. 1.	법률, 피해구제	제철웅(한양대), 김차동(한양대), 이종영(중앙대), 이세정(한국법제연구원), 박희주(한국소비자원)
2013. 10. 4.	지방자치단체	김록희(인천 소비생활센터), 손철옥(경기 소비생활센터), 최미숙(강원 소비생활센터), 이호걸(경남 소비생활센터), 진현정(중앙대)
2013. 11. 12.	농식품 소비자 교육	김정원(서울교대), 김민선(식생활 교육서울네트워크), 박금순(한살림 서울), 권순실(식생활 교육인천네트워크), 배미용(대한영양사협회), 김진숙(서울학교영양(교)사회)
2013. 11. 14.	소비자조직 (마을공동체)	김낙준(서울시청)
2013. 11. 15.	농식품 소비자 교육	김진수(농식품부), 이진영(충남기술원), 김현숙(부산광역시농업센터), 정명갑(농촌진흥청), 김충범·김진철·김용범(경기도청), 진현정(중앙대)
2013. 11. 15.	소비자조직 (마을공동체)	유창복(서울특별시 마을공동체종합지원센터), 진현정(중앙대)
2013. 11. 22.	소비자조직 (마을공동체)	하경환(서울특별시 마을공동체종합지원센터), 진현정(중앙대)
2014. 1. 7.	소비자조직 (마을공동체)	김혜자(서울특별시 마을공동체종합지원센터), 장연실(은평 백련산 누리회, 김영림(꿈꾸는 도토리)

- 주요 조사내용은 소비자문제에 대한 일반적인 인식, 농식품 관련 소비자정책에 대한 인식, 농식품 관련 정보에 대한 인식, 농식품 관련 소비자 교육·피해에 대한 인식 및 경험, 소비자의 농식품 역량 평가 관련 등임.

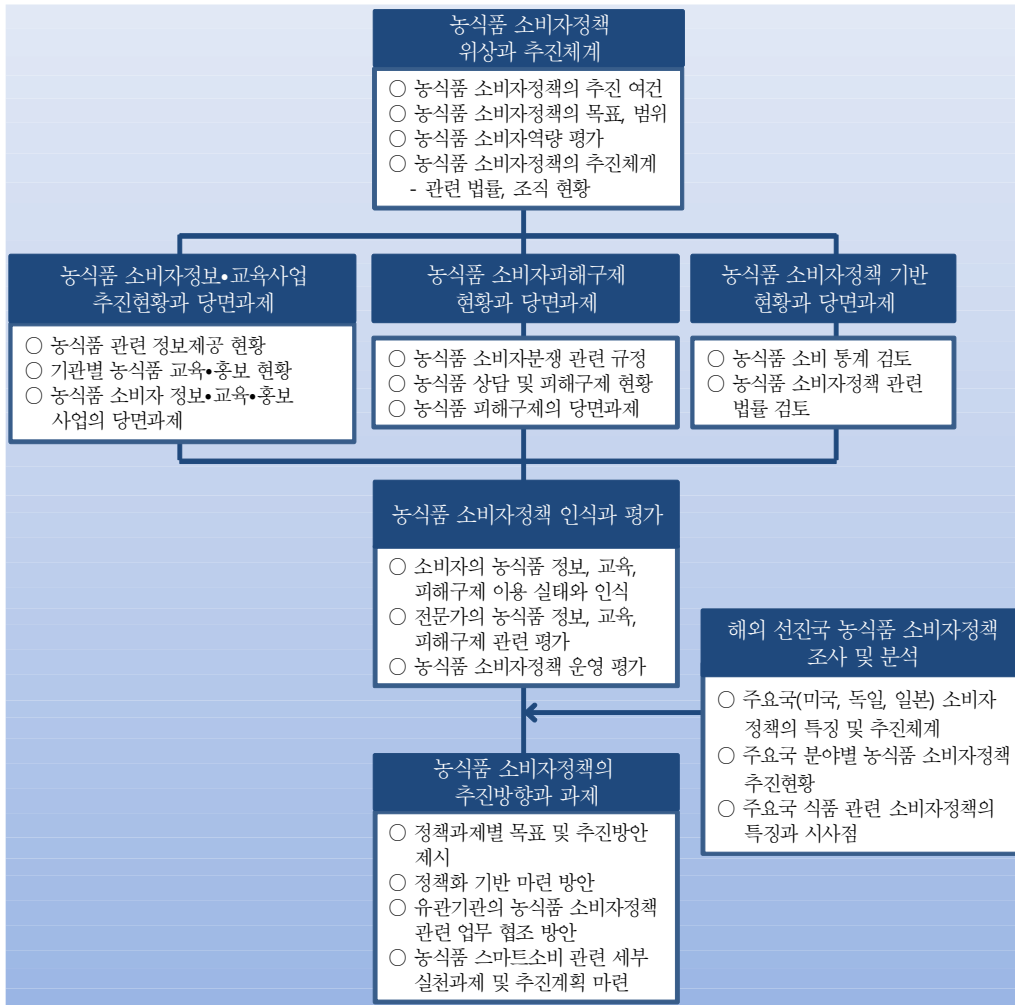
#### **마. 전문가 조사**

- 전문가 조사는 관련 분야 48명을 대상으로 2013년 12월에 이메일을 이용하여 이루어짐. 조사대상자는 분야별로 농업계 전문가(27명)와 비농업계 전문가(21명)로 구분하여 구성되었으며, 소속별로는 학계(30명)와 정부 및 공공기관(18명)으로 구분됨.
- 주요 조사내용은 일반적인 소비자문제 및 농식품 관련 소비자정책, 농식품 관련 정보 제공·소비자 교육·피해구제, 통계 및 법률에 대한 평가 및 개선방향, 소비자의 농식품 역량 평가에 대한 필요성 및 가중치 산출과 관련된 항목임.

#### **바. 통계 및 모형분석**

- 소비자조사 결과 및 전문가조사 결과는 기본적으로 빈도분석을 하였으며, 문항별로 소비자조사 결과는 연령, 교육수준, 월평균 가구소득 등 인구사회학적 특성에 따라, 전문가조사 결과는 분야(농업/비농업), 소속(학계/정부 및 공공기관) 등을 기준으로 교차 분석 및 독립성 검증을 수행함.
- 소비자의 농식품 역량지수 산출을 위해 농축수산물, 가공식품, 외식 등 분야별 가중치와 구매, 식생활, 피해구제 등 단계별 가중치 산출을 위해 전문가 설문조사 결과를 수행하고, AHP(Analytic Hierarchy Process) 분석을 실시함.

그림 1-2. 연구추진체계도



## 제 2 장

---

### 농식품 소비자정책의 위상과 추진체계

이 장에서는 농식품 소비자정책의 정의·목표·범위를 규정하며, 소비자 관점에서 농식품 시장이 적정 운영되는지를 종합평가하기 위해 농식품 소비자역량지수를 개발함. 또한 농식품 소비자정책 관련 법률·조직 등 추진체계를 검토함.

#### 1. 농식품 소비자정책의 추진 여건

##### 1.1. 농식품 소비 환경 변화

###### 1.1.1. 경제적 요인

- 우리나라의 1인당 국민소득(2005년 불변가격)은 경기변동과 물가상승 등으로 약간의 등락은 있으나 대체로 지속적으로 증가하는 추세를 나타냄. 2012년 1인당 국민소득은 2,221만 원으로 1980년 대비 4.9배, 1990년 대비 1.6배로 증가함.

- 반면, 소득불평등도가 빠르게 확대되고 있음. 시장소득을 기준으로 지니계수 추이를 살펴보면 소득불평등도는 약간의 변동은 있지만 1995년 이후 대체로 증가추세를 보였으며, 도시가구(2인 이상) 기준 시 시장소득 지니계수는 1995년 0.26에서 2012년 0.31로 증가함.

### 1.1.2. 인구 사회적 요인

- 출산율의 급격한 하락과 평균수명 연장 등으로 세계적으로 유례없는 인구구조 고령화에 직면함. 65세 이상의 노인인구 비중은 1990년에 5.1%에서 2000년 7.2%로 증가하여 고령화 사회(Aging Society)에 진입하였음.<sup>2</sup> 65세 이상의 노인인구 비중은 2012년 11.8%에서, 2020년 15.7%로 빠르게 증가할 것으로 예상됨<표 2-1>.
- 소득 향상, 고령화, 초혼연령 증가, 개인주의 확산 등을 배경으로 1인 가구가 세계에서 가장 빠른 수준으로 증가함. 1인 가구 수는 2000년 226만 가구에서 2012년 454만 가구로 2배 정도로 증가하였음. 같은 기간 동안 전체 가구에서 1인 가구가 차지하는 비중은 15.6%에서 25.3%로 확대되었으며, 2020년에 전체 가구의 29.6%를 점할 것으로 전망됨.

표 2-1. 인구구성비 전망

인구항목		1990	2000	2005	2010	2012	2020	2026
총인구(천 명)		42,869	47,008	48,138	49,410	50,004	51,435	52,042
인구 구성비(%)	0~14세	25.6	21.1	19.2	16.1	15.1	13.2	12.9
	15~64세	69.3	71.7	71.7	72.8	73.1	71.1	66.3
	65세 이상	5.1	7.2	9.1	11.0	11.8	15.7	20.8

주: 2010년까지는 확정인구이며, 2011년 이후는 다음 인구추계 시 변경될 수 있음.  
 자료: 통계청(<http://www.kosis.go.kr/>).

2 고령화 사회는 전체 인구 중 65세 이상 인구 비율이 7~14% 미만, 고령사회는 14~20% 미만, 초고령사회는 20% 이상으로 정의됨.

- 여성의 출산을 저하와 고학력화로 경제활동 참여가 확대되고, 여성가구주 수가 증가하는 등 소비시장에서 여성 주도가 커지고 있음. 여성의 경제활동 참가율은 1980년 42.8%에서 2012년 49.9%로 증가하였으며, 여성취업자 비중도 같은 기간 38.2%에서 41.7%로 확대됨. 우리나라 여성의 경제활동참가율은 선진국의 우리나라와 비슷한 소득수준 시점과 비교할 때 아직은 크게 못 미치는 수준이나 경제참여율이 높아지면서 여성 마케팅이 새로운 트렌드로 자리 잡음.

### 1.1.3. 유통환경의 변화

- DDA·FTA 협상 체결 등을 통해 농식품 시장 개방이 가속화되면서 외국산 농식품의 수입이 크게 증가함<표 2-2>.

표 2-2. 농식품 수입 현황

단위: 천 톤, %

연도	가공식품	식품첨가물	기구용기포장	농·임산물	건강기능식품	총계
1998	1,469	82	85	6,589		8,224
1999	920	116	124	8,621		9,781
2000	2,640	110	161	7,439		10,350
2001	2,851	120	158	7,385		10,514
2002	2,968	130	187	7,203		10,488
2003	3,118	140	192	7,668		11,118
2004	3,432	163	170	7,678	11	11,454
2005	3,554	167	178	7,349	13	11,261
2006	3,707	173	189	7,148	11	11,228
2007	4,121	194	213	7,261	10	11,799
2008	4,407	218	212	6,887	8	11,732
2009	4,356	204	207	6,527	8	11,302
2010	4,710	238	227	7,724	7	12,905
2011	4,930	253	251	8,028	8	13,471
2012	4,971	258	261	8,258	9	13,757
연평균 성장률	9.1	8.5	8.4	1.6	△3.5	3.7

자료: 식품의약품안전처. 「식품의약품통계연보」.

- 전체 농식품 수입량은 2012년 1,375만 7천 톤이며 이 중 농·임산물은 825만 8천 톤, 가공식품은 497만 톤이 수입
  - 연도별 수입 추세를 살펴보면 가공식품이 연평균 9.1%로 높은 증가율을 나타내고 있으며, 농식품 수입량은 1998년 대비 연평균 3.7% 증가
- 소득 증대에 따른 쇼핑 편의성 추구, 일괄 구매욕구가 증대되면서 대형마트, 백화점, 편의점 진출이 크게 증가함. 대형마트의 판매량은 1995~2005년간 연평균 38.2%로 빠르게 확대되었으며, 2005년 이후에는 4.1%로 안정적인 증가추세를 나타냄. 편의점의 경우는 1995~2005년간 연평균 12.5%, 2005~2012년간 연평균 10.4%의 높은 증가추세를 유지함<표 2-3>.
- 대형할인매장 확대와 함께 정보기술의 발달과 각종 인터넷 서비스의 보급 확대로 소비자에게 국내외 상품정보 제공을 용이하게 하고 쇼핑의 편의성을 제공하는 전자상거래가 확대됨. 통계청 ‘사이버쇼핑동향조사’의 사이버쇼핑물 거래액을 비교해 보면 2001년 3조 3,471억 원에서 2012년 34조 681억 원으로 11년간 10배 이상 규모로 증가함<표 2-4>.

표 2-3. 유통업체 판매액지수(불변지수)

단위: 2010=100, %

연도	총지수	백화점	대형마트 <sup>1)</sup>	슈퍼마켓 <sup>2)</sup>	편의점	전문소매점 <sup>3)</sup>
1995	54.8	67.3	3.2	97.9	19.6	-
2000	68.2	80.7	41.5	104.8	26.2	-
2005	82.5	83.8	81.3	93.9	63.7	85.3
2010	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2011	104.5	107.7	105.6	101.7	111.4	103.5
2012	106.9	109.6	107.7	102.8	127.6	103.0
연평균 성장률('95~'05)	4.2	2.2	38.2	△0.4	12.5	-
연평균 성장률('05~'12)	3.8	3.9	4.1	1.3	10.4	2.7

- 주 1) 대형매장(백화점 제외)을 갖추고 식료품, 의류 등의 각종 유형의 상품을 판매하는 종합소매점(매장면적 3,000㎡ 이상)  
 2) 단일경영체제하에서 음식료품을 위주로 각종 생활잡화 등을 함께 판매하는 소매점(매장면적 3,000㎡ 미만)  
 3) 일정한 매장을 갖추고 특정상품을 전문적으로 판매하는 소매점  
 자료: 통계청, ‘서비스업 동향조사’.



표 2-4. 전자상거래 규모

단위: 십억 원, %

연도	전체	음식료품	농수산물	농식품 합계	농식품 비중
2001	3,347,067	80,341	101,357	181,698	5.4
2002	6,029,876	209,622	307,462	517,084	8.6
2003	7,054,817	281,052	294,506	575,558	8.2
2004	7,768,105	371,166	280,273	651,439	8.4
2005	10,675,595	531,085	284,659	815,744	7.6
2006	13,459,595	625,154	312,430	937,584	7.0
2007	15,765,573	730,555	393,058	1,123,613	7.1
2008	18,145,516	1,009,291	493,276	1,502,567	8.3
2009	20,642,979	1,352,181	587,555	1,939,736	9.4
2010	25,202,988	1,641,556	681,255	2,322,811	9.2
2011	29,072,463	2,142,273	820,592	2,962,865	10.2
2012	34,068,114	2,892,128	955,511	3,847,639	11.3
연평균 성장률	23.5	38.5	22.6	32.0	6.9

자료: 통계청. '사이버쇼핑동향조사'.

- 소셜네트워크 확산으로 정보 접근 및 확산이 신속해졌으며, 농식품 생산·유통에도 직간접적인 영향력을 행사함. '인터넷 이용실태조사'에 의하면 2012년 남성의 67.1%, 여성의 68.7%가 SNS를 이용하고 있으며, 60대도 42.9%의 높은 이용률을 나타냄<표 2-5>.

표 2-5. SNS 이용 현황

단위: %

구분	2010	2011	2012
남성	65.7	66.5	67.1
여성	66.9	68.0	68.7
6~19세	64.4	64.7	65.3
20대	78.1	78.9	79.8
30대	89.0	89.7	90.2
40대	69.6	70.8	72.2
50대	48.7	50.8	52.3
60대	38.3	40.8	42.9

자료: 방송통신위원회·한국인터넷진흥원. '인터넷 이용실태조사(각 연도)'.

## 1.2. 농식품 소비행태 변화

### 1.2.1. 가계 식료품비 구성 변화

○ 가계의 농식품 지출비 변화 중에서 가장 뚜렷한 현상은 가정 내 지출비중이 감소하고 외식 지출비중이 크게 증가한 것임. 통계청 ‘가계동향조사’에 따르면 외식(식사비)은 1990년만 하더라도 22.7%(도시, 2인 이상) 수준이었으나, 2012년 46.4%(도시, 2인 이상)로 확대됨<표 2-6>.

- 2012년 전국 가구의 외식비 비중은 소득계층별로 하위 20% 가구는 32.1%, 상위 20% 가구는 50.5% 수준

표 2-6. 가계의 농식품류별 지출비중 추이

단위: %

구분	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	연평균 성장률 (‘90~’00)	연평균 성장률 (‘00~’12)
곡물	13.6	7.6	7.3	5.0	3.0	3.2	3.2	△6.0	△6.8
곡물가공품	2.1	1.7	2.0	2.2	2.5	2.6	2.5	△0.6	2.1
빵 및 떡류	2.5	2.5	2.5	2.4	3.3	3.3	3.3	0.0	2.2
육류	10.1	9.9	8.5	6.7	7.5	7.5	7.3	△1.7	△1.2
육류가공품	1.6	1.8	1.7	1.3	1.5	1.7	1.7	0.2	0.4
신선수산물	5.9	5.7	4.6	3.8	3.5	3.4	3.1	△2.4	△3.2
유제품 및 알	6.0	5.0	4.7	4.5	4.7	4.7	4.7	△2.4	0.0
유지류	1.1	0.8	0.5	0.4	0.5	0.4	0.4	△7.2	△2.1
과일 및 과일가공품	7.1	7.6	5.9	5.9	6.2	6.3	6.6	△1.8	0.9
채소 및 채소가공품	10.3	8.6	6.6	5.8	6.3	5.9	6.0	△4.4	△0.8
해조 및 해조가공품	1.8	1.3	1.1	1.1	0.7	0.7	0.6	△4.1	△4.7
당류 및 과자류	3.2	2.7	2.9	3.2	3.6	3.8	3.8	△1.2	2.5
조미식품	3.3	2.8	2.3	2.1	1.8	2.3	2.2	△3.5	△0.5
커피 및 차	0.8	0.8	0.9	0.9	1.1	1.2	1.3	2.0	2.8
주류	1.4	1.3	1.2	1.3	1.4	1.4	1.4	△1.6	1.5
식사비	22.7	34.1	42.1	48.1	47.0	46.1	46.4	6.4	0.8
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	7.6	3.6

주: 도시, 2인 이상 기준임.

자료: 통계청, ‘가계동향조사’.

- 2012년 전국 가구의 외식비 비중은 가구주 연령별로 50대인 가구는 49.0%, 60대 이상인 가구는 33.7% 수준
- 가정 내에서는 기호식품 지출 비중이 증가하는 반면, 일반 식품류의 지출 비중은 감소하는 경향을 보임.
  - 커피 및 차, 당류 및 과자류, 빵 및 떡류, 주류 등의 지출비중은 증가하는 경향을 보이고 있으며, 곡물, 육류, 수산물, 담배, 유지류, 조미식품의 지출비중은 감소하는 경향

## 1.2.2. 식품 구입행태 변화

- 2013년도 ‘식품소비행태조사’(KREI)에 의하면 소비자들은 가격보다 품질이나 맛을 가장 우선적으로 고려하는 것으로 나타남. 쌀/채소/축산물은 품질을, 과일/가공식품은 맛을 우선 고려한다는 비중이 높음.
- 건강에 대한 관심이 높아지면서 74.7%의 가구에서 건강에 관심이 많다고 응답하였으며, 건강을 위해 음식을 가려먹는다고 응답한 가구도 50.1%로 절반에 달함. 1년 전에 비해 친환경 식품 구입이 증가한 가구는 26.4%로 나타남<표 2-7>.

표 2-7. 농식품 소비에서 건강에 대한 관심도

단위: %

구분	매우 그렇다	그런 편이다	보통이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다	모름/무응답
건강에 대해 관심이 많다	18.3	56.4	23.8	1.3	0.3	-
건강을 위해 음식을 가려먹는다	6.0	44.1	34.7	13.1	2.1	-
1년 전에 비해 친환경 식품 구입은 증가했다	1.9	24.5	61.7	8.8	2.9	0.2

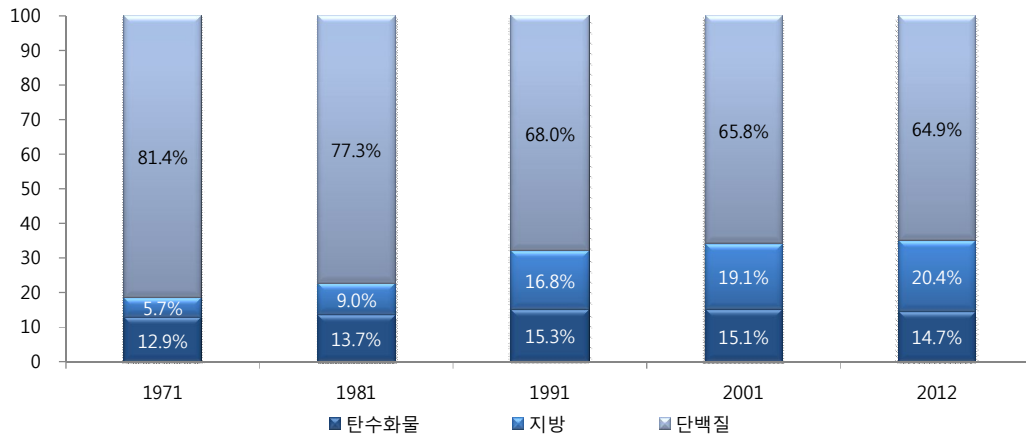
자료: 한국농촌경제연구원. 2013 ‘식품소비행태조사’.

- 유기농산물 출하량이 2000~2012년간 연평균 31.1% 성장하였고, 유기 가공식품 인증과 유기가공식품의 수입도 빠르게 증가
  - 응답가구의 48.6%가 기능성식품을 소비하며 1년 전에 비해 기능성식품 구입이 증가한 가구는 27.4%로 조사
- 2001~2012년간 농식품 전자상거래 규모의 연평균증가율은 32.0%로 인터넷을 통한 농식품 구입이 빠르게 확대되고 있음. 2013년도 ‘식품소비행태조사’(KREI)에 의하면 인터넷으로 농식품을 구입하는 곳은 온라인 쇼핑몰(G마켓 등)이 55.8%, 대형 할인점(이마트 등) 온라인매장이 23.7%로 높게 조사됨. 인터넷으로 구입한 농식품의 가격 및 품질 만족도 조사결과 각각 59.2%, 55.6%의 소비자가 만족하는 것으로 나타남.
- 국내산 농산물 여부에 관심 있는 소비자는 56.2%, 지역 농산물 여부에 관심 있는 소비자는 37.2%, 친환경 식품 여부에 관심 있는 소비자는 36.7%로 조사되어 친환경 식품에 대한 관심보다 국내산 식품에 많은 관심이 있는 것으로 조사됨.

### 1.2.3. 농식품 영양섭취 및 식생활의 변화

- 소비자의 건강 및 영양에 대한 관심이 확대됨에도 불구하고, 서구식 식생활의 증가와 외식 확대 등에 따라 동물성 식품 섭취가 빠르게 증가하여 ‘국민건강영양조사’에 의하면 지방에 의한 에너지 섭취비중이 20.4%(2012년) 수준에 달함. 이러한 추세가 지속될 경우 구미·유럽 국가들과 같이 지방이 과잉 공급되는 영양 불균형구조를 지니게 될 가능성이 큼<그림 2-1>.

그림 2-1. 영양소별 에너지섭취분율 추이



자료: 보건복지부, '국민건강영양조사'.

○ 영양섭취 부족자는 일반적으로 에너지 섭취 수준이 '한국인의 영양섭취기준'의 필요추정량의 75% 미만인 경우로 규정됨. 보건복지부의 '국민건강영양조사'에 의하면 영양섭취 부족자 비중은 연도별로 대체로 감소추세를 보이고 있으나, 저소득계층과 노인·아동계층 등 특정 계층별로 영양 부족과 불균형 상태가 심각한 것으로 나타남.<sup>3</sup>

- 소득별로 수급자는 28.7%, 소득이 최저생계비 이하이나 비수급자인 경우도 18.1%로 분석
- 연령층별로 65세 이상 계층에서 21.2%로 가장 높고, 12~18세 19.4%, 19~29세 18.6% 순
- 가구원 수 별로 1인 가구가 20.3%로 가장 높은 것으로 분석

3 이계임 외(2012) p.29 참조.

표 2-8. 가구의 사회·인구 특성별 영양섭취 부족자, 2007~2010

단위: 명(%)

구분		전체	영양섭취 부족자
소득수준	전체	28,719	3,827(13.3)
	현재 수급자	1,221	350(28.7)
	최저생계비 이하이나 비수급자	5,295	956(18.1)
	최저생계비 100~120%	1,279	184(14.4)
	최저생계비 120~150%	1,754	276(15.7)
	최저생계비 150% 초과	19,170	2,061(10.8)
연령층	1~2세	879	79(8.4)
	3~5세	1,323	100(7.8)
	6~11세	3,087	248(7.8)
	12~18세	2,712	507(19.4)
	19~29세	2,732	517(18.6)
	30~49세	8,637	1,018(10.9)
	50~64세	5,583	550(9.1)
	65세 이상	5,179	1,037(21.2)
가구원 수	1명	30,132	362(20.3)
	2명	5,670	729(12.4)
	3명	6,112	807(13.1)
	4명	10,446	1,257(12.6)
	5명 이상	6,291	893(14.5)

주: '국민건강영양조사' 2007~2010 원자료 분석결과.

자료: 이계임 외(2012) p.30 인용.

- 식생활과 관련된 주요 만성질환이 빠르게 증가함. 보건복지부의 '국민건강영양조사'에 의하면 성인의 비만 유병률(BMI 25 이상)이 2012년 남자 36.3%, 여자 28.0%에 달하며, 동물성 지방 섭취 증가 등 식생활의 변화가 주요 발생 원인으로 밝혀지고 있는 질병의 사망률이 급격하게 증가하고 있음.
  - 당뇨병(30세 이상): 2001년 8.6% → 2012년 9.0%(10명 중 1명)
- 보건복지부의 '국민건강영양조사'에 의하면 아침식사 결식률이 21.2%(2012년)에 달해 국민의 5분의 1이 아침식사를 거르고 있으며, 특히 12~18세 청소년 계층의 아침식사 결식률은 27.6%, 19~29세 청년층의 아침식사 결식률은 42.7%에 달하는 것으로 조사됨.

- 환경부(2012)에 의하면 외식 확산, 푸짐한 상차림 등으로 인한 음식물쓰레기 발생량은 2001년 11.2천 톤/일에서 2010년 13.4천 톤/일로 연평균 2%의 증가 추세를 나타냄. 환경부(2013)에 의하면 음식물쓰레기 처리비용은 2005년 6천억 원에서 2010년 약 8천억 원으로 빠르게 증가함.
  - 발생원: 가정(70%), 음식점(16%), 집단급식소(10%), 유통단계(4%)

## 2. 농식품 소비자정책의 목표와 범위

### 2.1. 농식품정책의 위상과 영역

- 국민 건강을 지키는 것이 헌법에서 규정하고 있는 국가의 최대 목표이며, 농식품정책의 궁극적인 목적은 ‘건강한 국민을 위해 품질 좋은 농식품을 통해 적정 영양소를 안정적으로 공급’하는 것임.
  - 유엔 식량농업기구(FAO)와 미국의 농무부(USDA)에서는 ‘food security’를 ‘모든 국민이 활기차고 건강한 삶을 영위하기 위하여 충분하고 안전한 양질의 식품을 사회심리적으로 수용 가능한 방법으로 항상 확보하고 있는 상태’로 정의
  - 세계인권선언(the Universal Declaration of Human Rights)에서 ‘모든 사람은 식품을 포함하여 충분하고 적합한 생활수준을 누릴 권리가 있다’고 선언
- 농식품정책의 세부 목표는 국가차원에서의 충분한 식량 공급, 안전하고 품질 좋은 농식품 공급, 균형 잡힌 농식품 영양 섭취를 위한 농식품 접근성 보장, 농식품 영양 및 식생활 정보 제공을 통한 농식품 이용성 확보로 구성함.
  - 국가들은 과거 생산·수입 등 농식품의 양적 및 질적 충족을 목표로 하

였으나, 최근 선진국에선 가구의 재정능력 등이 영향을 미치는 농식품의 접근성과 건강상태·정보 등이 영향을 미치는 농식품의 이용성 확보에 주목

- 농식품은 생산부터 영양소 이용과 건강상태까지 관련되므로 광의의 농식품 정책은 국가차원의 농식품 공급부터 국민 건강수준까지 대상으로 함. 농식품부의 농식품정책은 국가 및 국민차원의 농식품 공급과 이에 따른 영양섭취수준까지 직접적으로 관련됨<그림 2-2>.
- 농식품정책은 넓은 의미에서 식품공급정책, 식품유통 및 가격정책, 식품산업정책, 식품 안전·품질정책, 식품영양 및 식생활정책을 포함하며, 일반적으로 농식품정책은 식품공급정책과 식품유통 및 가격정책을 제외한 식품산업, 식품 안전·품질, 식품영양 및 식생활과 관련된 정책을 의미함<표 2-9>.

그림 2-2. 농식품정책의 구성요소와 영역

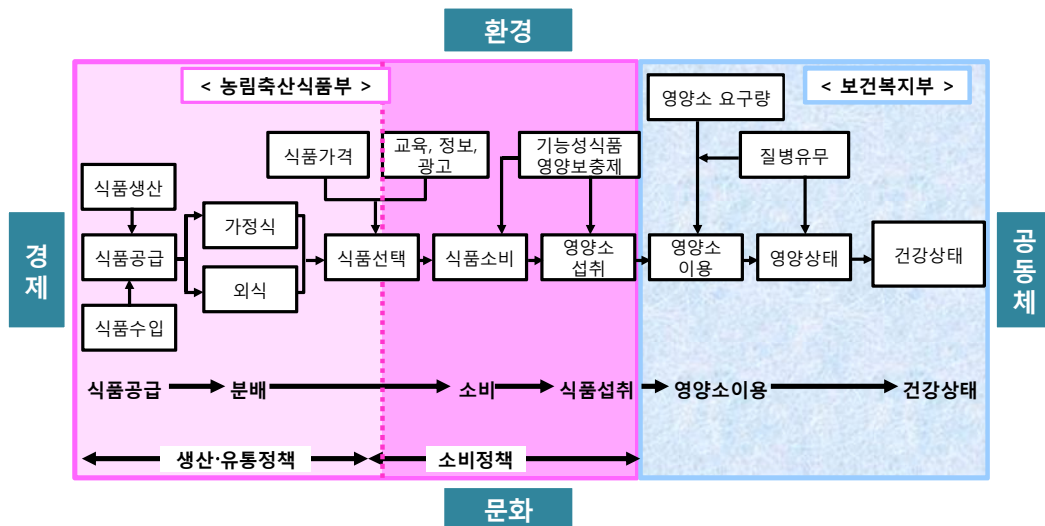




표 2-9. 식품정책의 범위

구분	세부정책
식품공급정책	식량자급률 제고 안정적 수입 및 비축
식품유통 및 가격정책	공정거래 물가안정
식품산업정책	식품산업 경쟁력 강화 전통식품 육성
식품 안전·품질정책	식품 안전관리 품질제고
식품영양 및 식생활정책	정보·교육 피해구제

## 2.2. 농식품 소비정책의 목표

- 농식품 소비정책은 농식품정책의 범위 중에서 농식품 선택, 농식품 소비, 영양소섭취단계를 대상으로 함. 농식품 소비정책은 농식품정책 중에서 농식품 유통 및 가격정책을 일부 포함하며, 농식품 안전·품질정책, 농식품 영양 및 식생활정책과 관련됨.
- 농식품 소비정책의 궁극적인 비전은 ‘국민이 안심하고 누릴 수 있는 건강식생활 구현’에 있으며, 소비자가 농식품 소비활동에서 ‘① 공정한 거래’를 통해 ‘② 안전하고 품질 좋은 농식품을 소비’하고, ‘③ 적정 식품·영양섭취를 통해 건강식생활을 보장’받을 수 있도록 추구함.
  - 농식품 소비정책은 합리적 농식품 소비를 통해 소비자 만족과 삶의 질 향상을 도모하고 나아가 환경보전, 비만·질병 등 사회적 비용 절감, 농업 수요기반 강화, 사회안전망 역할 수행 등에 기여

### 2.3. 농식품 소비자정책의 정의, 목표, 범위

- 농식품 분야 소비자정책은 광의로 ‘농식품정책 가운데 소비자 권리를 보호하여 소비자 후생을 증대시키는 것을 목적으로 추진되는 정책’으로 정의될 수 있으며, 협의로는 ‘농식품 소비정책의 소비자 권리보호와 직접적으로 관련 있는 정책’으로 규정될 수 있음. 농식품 소비정책과 소비자정책을 비교하면 <표 2-10>과 같음.
- 농식품 소비자정책은 궁극적으로는 농식품 소비정책 목적과 일치한다고 볼 수 있으나, 구체적으로는 농식품정책 중에서 농식품 소비정책의 목표 달성을 위해 소비자를 직접적인 대상으로 하는 정책으로 구분될 수 있음.
  - 농식품 소비자정책은 나아가 환경보전, 비만·질병 등 사회적 비용 절감, 농업수요기반 강화, 사회안전망 역할 수행 등에 기여할 것으로 기대
- 소비자정책 추진의 근거는 소비자가 ① 자연인으로 신체적 피해가 쉽게 회복되지 않으며, ② 상품이나 서비스를 생산·판매하는 사업자에 비해 재화와

표 2-10. 농식품 분야 소비정책과 소비자정책의 비교

	농식품 소비정책	농식품 소비자정책
목적	소비자가 농식품 소비활동에서 공정거래, 안전·고품질 농식품 소비, 건강식생활 보장	농식품 분야 소비자 권리를 보호하여 소비자 후생을 증대
범위	농식품선택, 농식품 소비, 영양소섭취단계	농식품 분야 소비자 권리보호에 관련 분야
주 대상	소비행태, 소비자, 사업자	소비자, 사업자
정책수단	지원, 규제, 조정	지원, 규제, 조정
정책구분	안전, 표시, 영양, 거래, 식생활, 기반조성	정보, 교육, 피해구제, 기반조성

서비스에 대한 정보가 부족하여 사업자와 정보비대칭성 관계에 있고, ③ 사업자에 비해 협상력이 떨어지는 특성이 있기 때문임.

- ‘소비자의 권리’는 1962년 미국 케네디대통령이 ‘소비자 이익의 보호에 관한 연방회의의 특별교소’에서 안전에 대한 권리, 정보를 제공받을 권리, 선택할 권리, 의견을 들어야 하는 권리의 4가지 권리 제시에서 유래
  - “소비자기본법” 3조에 8대 소비자 권리를 규정
- 소비자정책에 대한 관심은 산업화·정보화·국제화를 배경으로 꾸준히 증가, 1990년대 이후 소비자의 농식품 안전과 품질에 대한 관심 제고와 농식품 위해사고 발생 증가 등으로 농식품 분야 소비자정책 수요가 크게 확대됨.
- 소비자정책 추진의 일차적인 근거는 사업자와 소비자의 정보비대칭성으로 인한 정보시장의 불완전성에 있음. 소비생활에서 소비자는 정보가 제한되기 때문에 거래와 식생활에서 불이익을 받기 쉽고, 농식품 위해요인 증가에 따른 소비자피해 확산과 소비자거래에서 소액피해성격으로 피해구제절차에서 어려움에 직면함.
- 대부분 연구에서는 소비자정책을 소비자 문제의 직접적인 해결을 목적으로 하는 협의의 소비자정책과 소비자 복지를 증진시키는 간접적인 경제활동을 포함하는 광의의 소비자정책으로 구분, 통상적으로 소비자정책 대상은 협의의 개념에 국한
- 농식품 소비자정책의 목표 달성을 위한 정책수단은 지원정책과 규제정책으로 분류됨<표 2-11>.<sup>4</sup> 지원정책은 상대적으로 정보가 취약한 소비자를 대상으로 정보 제공, 교육, 소비자 상담 및 피해구제, 식생활 환경조성 등을 하는

4 소비자정책을 규제정책, 지원정책, 조정정책으로 분류하기도 함(백병성, 2003). 이 분류는 피해구제를 소비자와 사업자의 제3자인 정부가 조정정책으로 별도 구분하는 것으로 소비자 피해구제 업무의 중요성을 강조하는 시각임.

표 2-11. 농식품 소비자정책의 정책목표와 수단

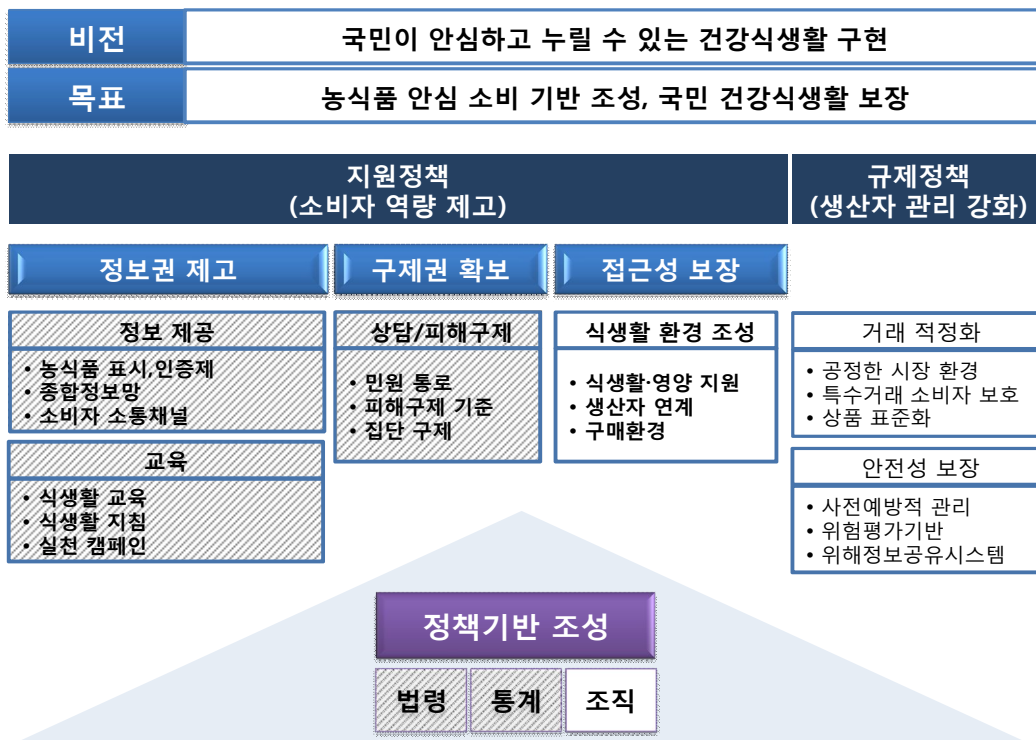
정책목표	정책수단	
	소비자	사업자
공정거래	정보·교육, 피해구제, 식생활 환경 조성	불공정 규제
안전·고품질 농식품 소비	정보·교육, 피해구제, 식생활 환경 조성	사전에방적 관리, 사후관리
적정 농식품·영양섭취	정보·교육, 피해구제, 식생활 환경 조성	-

것임. 규제정책은 사업자를 대상으로 정부가 행정력을 동원하여 사업활동을 제한하는 것으로 불공정 규제, 농식품 안전관리 등이 포함됨. 규제 및 지원 정책의 효율적인 추진을 위해서는 농식품정책기반 조성사업이 병행 추진되어야 할 것임.

- 과거에는 감시와 규제를 통한 소비자 권리 보호를 중심으로 소비자정책이 추진되었으나, 소비자 지원정책에 의한 소비자역량 강화를 통해 소비자기본권을 보장하는 정책의 비중이 확대되는 추세임.
- 농식품 소비자정책도 소비자 정보권 제고를 통한 소비자 알 권리·선택권리·의견개선권리의 보장, 피해구제권리 확보, 식생활 환경 조성을 통한 농식품 접근성 보장을 중심으로 궁극적으로 소비자역량 제고를 지원하여 소비자의 권익을 증진시키고 소비생활의 향상을 도모하는 방향으로 추진되어야 할 것임.
- 최근에는 소비자정책이 추진분야별로 엄격히 구분되기 어렵고 분야별 요소가 상호 융합된 형태로 운영되는 사례가 증가하는 추세임. 소비자 교육방식을 통한 정보 제공과 교육내용에 농식품 정보 관련 내용 포함 사례가 많으며, 소비자 상담도 소비자 피해구제 측면에서 그 중요성이 강조되어 왔으나 최근에는 소비자의 올바른 구매선택, 건강한 일상생활을 돕는 소비자 정보 제공 혹은 소비자 교육으로까지 역할이 확대되고 있음.

○ 이 연구에서는 농식품 분야 소비자 지원정책 중에서 정보권과 구제권, 정책 기반조성에서 법령정비와 통계개선을 중심으로 운영 현황과 추진과제를 검토함<그림 2-3>.

그림 2-3. 농식품 소비자정책의 기본 방향



주: 빗금 친 부분이 이 연구의 주요 대상임.

### 3. 농식품 소비자역량 평가

#### 3.1. 기존 소비자 평가지표 현황

- 농식품 소비자정책의 효율적인 추진을 위해서는 소비자의 관점에서 농식품 시장이 적정하게 운영되고 있는지를 종합적으로 평가하여 정책추진계획을 수립할 필요가 있음. 농식품 시장의 평가지표를 개발하여 전체 시장과 분야별 시장에 대한 소비자정책의 추진 성과를 평가하고, 평가결과를 정책개선에 반영하여야 함.
- 소비자 입장에서 시장이나 정책 전반을 대상으로 평가하기 위해 추진된 주요 사업과 관련 지표는 다음 <표 2-12>와 같음. 대표적인 지표는 소비자역량지수, 소비자만족도지수, 소비자시장성과지수, 소비생활지표, 소비자지향성 평가 등이 있음.<sup>5</sup>

5 이 밖에 농식품 소비자 관련 지표로는 소비지출 계획이나 경기전망에 대한 소비자태도, 개별 제품·기업·산업 등을 대상으로 소비자 만족도 등을 측정하는 일부 지표가 발표하고 있음. 대표적인 지표가 한국생산성본부의 ‘국가고객만족도지수’, 통계청의 ‘소비자기대지수’와 ‘소비자평가지수’, 한국은행의 ‘소비자동향지수’와 ‘소비자심리지수’, 삼성경제연구소의 ‘소비자태도지수’, 한국소비자원의 ‘소비자 안전체감지수’, 행정연구원의 ‘주요 정책과제 국민만족도 지수’ 등임.

<국내 소비자 평가지표 발표현황>

기관명	지표명	발표주기	평가 대상	주요 항목
생산성본부	국가고객만족도지수(NCSI)	매년	제품 및 서비스 고객 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전반적 만족도</li> <li>• 구입 전 기대 대비 만족도</li> <li>• 이상대비 만족도</li> </ul>
한국농협협회	한국산업의 고객만족도(KCSI)	매년	제품 및 서비스 고객 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 요소 인지품질</li> <li>• 전반적 인지품질</li> <li>• 요소가치</li> <li>• 고객충성도</li> </ul>
	서비스 품질지수(KSQI)	매년	서비스 품질에 대한 고객 체감도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콜센터 부문: 수신여건, 고객맞이, 상담태도, 업무처리, 종료태도</li> <li>• 고객접점 부문: 시설환경, 맞이인사, 복장 용모, 상담태도, 업무처리, 고객배려, 배웅인사 등</li> </ul>

표 2-12. 소비자 평가지표 현황

	작성기관	작성시기	목적	측정방법
소비자 역량지수	한국소비자 교육지원센터	2007년	종합적인 소비자역량 척도를 개발하여 향후 소비자역량 측정 및 분석의 기초 마련	설문조사
	한국소비자원	2010년	소비자역량의 측정 및 평가를 통해 소 비자역량 강화	설문조사
소비생활지표	한국소비자원	1991, 1994, 1997, 2012년	소비자정책적 제언과 활용이 가능한 기반 자료의 제공	설문조사, 통계자료
소비자 만족도 지수	한국능률협회	2012년	소비자 중심의 정책 개발을 위한 농수산 식품 소비 및 정책 만족도 지수 개발	설문조사
소비자 지향성 평가	한국소비자원	2009년 이후 매년	소비자후생을 감소시킬 수 있는 각종 정책과 제도를 소비자기향성의 관점에서 서 재검토하고 개선방안 마련	실태분석
소비자시장 성과지수	한국소비자원	2013년	소비자 관점에서 시장의 기능이 적정 하게 움직이고 있는지 평가	설문조사

○ 소비자역량지수는 변화하는 소비환경에서 현명하고도 지속가능한 소비생활  
을 영위하기 위해 소비자가 갖추어야 할 잠재적·실천적 능력 정도를 평가하

삼성 경제 연구소	소비자 태도지수	분기	소비지출 계획이나 경 기전망에 대한 소비 자 태도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재 및 미래의 경기</li> <li>• 생활형편·물가불안</li> <li>• 향후의 소비지출</li> <li>• 내구재 및 주택 구입태도</li> <li>• 현재의 가계부채와 향후 고용상황</li> </ul>
통계청	소비자 기대지수	매월	소비지출 계획이나 경 기전망에 대한 소비 자 태도	• 6개월 후 경기, 생활형편, 소비지출
	소비자 평가지수			• 6개월 전과 비교하여 현재의 경기, 생활형편
한국은행	소비자 동향지수	매월	소비지출 계획이나 경 기전망에 대한 소비 자 태도	• 6개월 전·후 경제인식, 경제전망, 소비자기출계 획, 자산가치전망
	소비자 심리지수			• 6개 기별지수의 시계열을 이용, 표준화하여 합 성방식으로 산출
한국 소비자원	소비자 안전체감지수	매년	소비자의 체감안전 수준	• 5대 부문(식품, 건강 위생, 주생활, 교통, 여가) 의 위해불안감, 중요도 인식, 실제 위해경험 및 정도

는 것임<sup>6</sup>. 소비자역량은 내용요소를 기준으로 구분하거나, 지식·태도 등의 인지적 영역과 실천적 영역으로 구분함. 인지적 및 실천적 영역 구분 시 외적인 여건이 외적역량으로 추가로 고려되기도 함. 배순영(2010)과 이기춘 외(2007)의 연구에서는 내용요소로 소비자의 재무설계능력과 금융상품선택 능력을 측정하는 ‘금융(재무)역량’, 상품 및 서비스 선택능력/정보의 이해 및 활용 능력/사용 및 문제해결능력을 측정하는 ‘거래역량’, 소비자의 권리와 책임영역/사회변화에 따른 소비사회적응능력을 포함하는 ‘시민역량’으로 구분하며, 각 요소별로 인지(지식)역량, 실천역량으로 이분함.<sup>7</sup> 손상희 외(2010)와 송순영(2010)은 녹색소비역량을 소비자의 구매·사용·처분에서의 녹색소비 실천행동 수준을 측정하는 ‘실천역량’, 소비자의 녹색소비를 실천할 수 있는 잠재능력을 지식과 태도 측면에서 측정하는 ‘내적역량’, 사회·물리적 소비여건과 관련된 ‘외적역량’으로 구분함.<sup>8</sup>

- 소비자만족도지수(진현진 외, 2012)는 소비자 중심의 정책 개발을 위하여 농수산식품 소비 및 정책 만족도 지수를 개발함. 품질, 가격, 안전, 생산자

6 소비자역량에 대한 정의는 이기춘 외(2007), 배순영 외(2010), 손상희 외(2010), 국제소비자기구 등에 제시되어 있음. 이기춘 외(2007)는 소비자역량을 합리적인 거래나 재무관리, 소비자 권리행사, 윤리적인 소비를 위해 소비자가 갖추어야 할 지식 및 바람직한 소비생활 실천태도로 정의하였으며, 배순영 외(2010)는 변화하는 소비환경 속에서 현명하고도 지속가능한 소비생활을 영위하기 위해 소비자가 갖추어야 할 잠재적·실천적 능력으로 정의함. 손상희 외(2010)는 녹색소비역량을 녹색소비와 관련된 효율적이고 책임 있는 의사결정을 할 수 있는 소비자의 지식·태도의 내적역량, 사회·물리적 소비여건과 관련된 외적역량, 구매·사용·처분행동으로 나타나는 실천역량의 총체로 정의하였으며, 국제소비자기구(Consumer International)는 소비자능력을 비판적인 지각능력, 능동적 행동능력, 사회적 관심능력, 환경적 책임능력, 연대능력)으로 정의함.

7 배순영(2010)은 이기춘 외(2007)의 소비자역량지표를 계승하여 3대 영역은 거의 그대로 두되, 소비자주의역량을 소비자시민역량으로 수정하고 각 대영역별로 9개의 중영역 지표를 재구조화하고, 측정요소를 다각화하여 보완

8 송순영(2010)은 실천역량에 소비자의 구매·사용·처분 이외에 녹색실천 확산을 위한 선도행동도 추가하였다는 점에서 손상희 외(2010)와 구별



등 4개 분야에 대해 국산/수입 농·축·수산물의 품목별로 소비만족지수(만족도), 정책평가지수(정부의 정책 및 활동 평가), 정보표시 인식지수(식품 표시 정보 적절성), 정보활용지수(정보표시된 식품 구매 수준), 피해구제 인식지수(피해구제에 대한 인식) 등 5개 지수를 산출함.

- 한국소비자원(허민영 외, 2013)에서는 EU에서 시행하고 있는 ‘소비자시장성과지수’를 적용하여 2013년 10개 시장을 대상으로 시범적으로 소비자시장성과지수를 평가함.
  - 소비자시장성과지수는 비교용이성, 신뢰성, 소비자문제 및 불만, 만족도 등 4개 구성요소의 평균으로 산출하는 CMPI, CMPI에 전환성을 포함한 CMPIS I, CMPI에 안전성을 포함한 CMPIS II
  - 소비자시장성과지수는 가계동향조사에서 소득 대비 소비지출 비중이 높은 상위 10개 시장인 ① 자동차(신차), ② 이동전화서비스, ③ 생명보험(보장성), ④ 가전제품(대형), ⑤ 부동산중개서비스, ⑥ 일반 의류, ⑦ 외식 서비스, ⑧ 육류, ⑨ 한약(재), ⑩ 여행서비스(국외단체) 등 10개 시장 대상
  - 농식품과 관련된 외식서비스, 육류, 한약(재) 시장에 대해서는 CMPI와 CMPIS II를 적용
  - 시장별로 재화 및 서비스를 구매한 경험이 있는 소비자 550명을 대상으로 온라인 조사를 실시
  
- ‘소비생활지표’와 ‘소비자지향성’은 유사한 개념으로 검토될 수 있으나, 종합적인 평가지표를 산출하는 방식과는 차이가 있음. ‘소비생활지표’는 국민의 소비생활과 관련된 전반적인 실태·성향·의식을 파악·측정하기 위해 관련 지표들을 영역별로 정리하여 계측하는 방식이며, ‘소비자지향성’은 소비자지향성의 관점에서 개선 과제를 발굴하여 개선방안을 제시함.
  - 소비생활지표는 한국소비자원에서 1991, 1994년, 1997년에 작성되었으나 이후 중단되었다가 2012, 2013년에 다시 연구<sup>9</sup>
  - 소비생활지표는 ‘소비생활에서의 소비자문제 경험과 소비자정책 성과를

측정하는 지표’로 정의되며, 소비경험 부문, 소비수준, 정책성과의 3개 부문과 부문별로 소비경험 부문의 문제 경험, 거래 방식, 소비 만족도 영역, 소비수준 부문의 소득·소비 현황, 소득·소비 전망 영역, 정책성과(소비환경) 부문의 소비자정책의 성과, 소비자권리의 신장 영역 등 7개 영역으로 구성

- 소비생활지표는 66개의 신규 설문조사 문항과 ‘국민소비행태 및 의식구조조사’의 7개 문항, 공표 통계 재가공 혹은 성과 집계 27개 지표 등 총 100개 지표로 측정
- 소비자지향성 평가사업은 소비자후생을 감소시킬 수 있는 각종 정책과 제도를 소비자지향성의 관점에서 재검토하고 개선방안 마련하고자 2009년부터 매년 시행
- 이 연구는 소비자지향성을 정의하고, 소비자지향성 판단기준을 마련하였으며, 소비자후생을 저해할 가능성이 있다고 판단되는 과제를 선정, 개선방안을 제시
- 소비자지향성 평가분야(항목)는 소비생활의 안전성, 정보의 불완전성, 다른 소비자와의 차별성, 선택의 제한성, 소비자 의견반영 정도, 피해구제의 신속·공정성, 개인정보보호의 적정성

### 3.2. 유럽연합(EU)의 시장성과지수 검토

- EU는 2008년 이후 매년 소비자 시장 점수계시판(Consumer Market Scoreboard)을 통해 27개 회원국 51개 시장에서 상품 및 서비스 구매 경험이 있는 소비자를 대상으로 설문조사를 통해 시장의 기능이 효율성과 경쟁성을 바탕으로 충분히 소비 지향적으로 움직이고 있는가 여부를 소비자 관점에서 평가하여

---

9 중단 이유는 방대한 지표 규모에 따른 지속적 생산의 어려움과 기존의 공표 통계의 재가공 방식에 기반한 지표에 따른 정체성 문제 등

시장성과지수를 발표함.

- 설문조사는 각 국가별/시장별로 500명씩 샘플을 추출하여 조사하며(4개 국은 250명 조사), 한 사람이 최대 8개 시장까지 응답할 수 있어 최소 응답자 수는 3,188명(1,594명)
- 표본은 만 18세 이상의 전화를 소유하고 주요 사회인구통계학적 요소의 관점에서 대표성 있는 표본, RDD 방식으로 추출
- 조사는 전화조사(Computer Aided Telephone Interviews over the Internet: WebCATI)로 이루어지며, 조사 문항은 시장별로 6~8개로 구성되어 있으며, 그 외에 사회인구통계학적 질문을 포함

○ EU의 시장성과지수는 7가지 핵심지표 중 선택된 구성요소에 따라 산출되는데, 핵심지표는 비교용이성, 신뢰성, 소비자문제, 소비자불만, 만족도, 상품 전환성, 선택권으로 구성됨.

- 비교용이성(Comparability)은 시장에서 소비자가 구입한 재화 및 서비스를 다른 사업자의 재화 및 서비스와 얼마나 쉽게 비교할 수 있는가를 평가하는 지표로서, 사업자가 가격 및 품질에 대해 얼마나 구체적으로 공개하고 있는지에 따라 소비자가 재화 구매 전 혹은 서비스를 제공받기 전 가격 및 품질을 쉽게 비교하고 이를 통해 합리적인 구매를 결정할 수 있는지를 평가
- 신뢰성(Trust)은 소비자 입장에서 해당 시장의 공급자/사업자가 소비자 보호와 관련한 법과 규정을 준수하고 있다고 얼마나 신뢰하는지를 측정
- 소비자문제(Consumer Problem)는 시장에서 구입한 재화와 서비스를 소비자가 사용하던 중 실제 소비자문제를 겪은 경험도를 평가하는 지표이며, 불만제기 시스템이 번거롭거나 불가능한 시장에서 특히 유용
- 소비자불만(Consumer Complaints)은 소비자가 특정 사업자에 대하여 재화나 서비스의 홍보·판매·공급, 재화나 서비스의 활용, 판매 후 서비스와 관련하여 사업자의 불만처리기구에 공식적으로 불만을 제기하는 것을 평가

- 만족도(Satisfaction)는 시장이 소비자가 기대하는 수준 혹은 요구하는 방식대로 재화 및 서비스를 제공하는지 측정하기 위한 지표이며, 소비자가 구매한 재화 및 서비스에 대한 가격수준, 재구매의사, 구매편의성, A/S, 거래의 투명성 등을 종합적으로 반영
  - 상품전환성(Switching)은 시장에서 재화 및 서비스의 선택 수준과 소비자의 선택을 이행할 능력을 측정하는 지표이며, 시장의 투명성, 사업자 전환의 어려움, 소비자의 관성적 행동 등을 반영하는 지표
  - 선택권(Choice)은 소비자가 각각의 시장에서 공급자의 선택에 대해 만족하는 수준을 평가하고 소비자가 인지하는 지역 경쟁 수준을 반영하는 지표이며, 다른 공급자 사이의 경쟁은 소비자에게 가능한 낮은 가격/더 좋은 품질/새로운 제품과 더 많은 선택을 최대한 보장해줄 수 있는 혁신과 효율성을 추구할 인센티브를 기업에 제공
- EU는 시장성과지수를 4가지 형태(MPI, MPIs, MPIc, MPIsc)로 산출함. 시장성과지수 중 가장 대표적 지수인 MPI는 비교용이성, 신뢰성, 소비자문제 및 소비자불만, 만족도 등 4개 구성요소(5가지 핵심지표)로 구성됨<표 2-13>. 그 외에 MPI에 상품전환성을 추가적으로 포함한 MPIs, 선택권을 포함한 MPIc, 상품전환성과 선택권을 포함한 MPIsc 산출이 가능함. nMPI는 MPI를 표준화하여 산출된 지수임.<sup>10</sup>
- 평가기간은 1년, 2년, 3년으로 시장별로 상이
  - 상품전환성은 14개 시장, 선택권은 48개 시장을 대상으로 평가
  - 구성요소의 개수(n)에 따라 가중치를 1/n로 동일하게 사용
- EU는 시장성과지수 외에 가격(Prices), 소비자불만(Complaints), 소비자 안전(Safety) 3가지를 시장성과데이터(Market Performance Data: MPD)로 분류하여 시장기능의 소비자지향성을 측정하는 지표로 이용함.

---

<sup>10</sup>  $nMPI = MPI - \text{average MPI} + 100$

표 2-13. EU의 시장성과지수 구성요소

구성요소	MPI	MPIs	MPIc	MPIsc
비교용이성(Comparability)	○	○	○	○
신뢰성(Trust)	○	○	○	○
소비자문제 및 소비자불만 (Consumer Problem&Complaints)	○	○	○	○
만족도(Satisfaction)	○	○	○	○
상품전환성(Switching)	-	○	-	○
선택권(Choice)	-	-	○	○

자료: EU. Consumer Market Scoreboard(2012).

- 가격은 시장의 단일화 측정에 매우 중요한 요소이므로 Eurostat의 가격 데이터를 이용하여 EU 국가 사이의 가격 차이 및 가격과 개인의 실제 소비지출사이의 상관관계를 분석
- 소비자불만은 국가기관, 규제담당기관, 소비자기구와 같은 제3자 기구에 접수된 소비자 불만건수를 국가별, 시장별, 원인별, 판매방법별로 분석하는 것으로 EU 회원국별로 데이터 수집 방법의 차이로 국가 간 또는 영역간 비교 어려움
- 소비자 안전은 소비자의 제품 구매결정에 중요한 요소이므로 비식품/식품 위해요소 신고건수를 세부 시장별로 분석, 그러나 회원국별로 안전에 대한 데이터가 CMS의 시장 분류와 상이하여 시장성과지수에 미포함

### 3.3. 농식품 소비자역량지수 산출방식

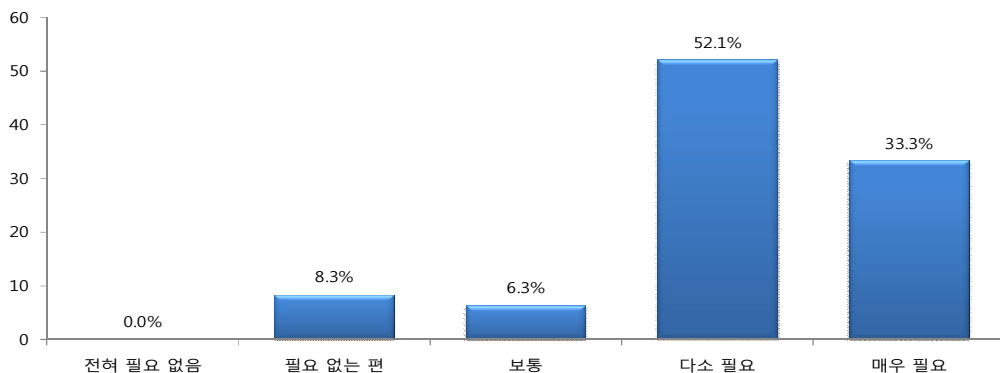
#### 3.3.1. 농식품 소비자역량지수의 개념과 구성

- ‘소비자역량지수’, ‘소비자만족도지수’, ‘소비자시장성과지수’는 소비자의 정책의 시각에서 시장의 성과에 대해 지수화하여 평가한다는 측면에서는 공통점을 갖고 있으나, 평가 방식 및 범위에서 다소 차이가 나타남. 소비자 만족도지수는 소비자정책에 대한 소비자 만족도 계측을 통해 농식품 분야

소비자정책의 성과를 평가하는 방식이며, 소비자시장성과지수는 만족도를 포함하는 핵심지표를 통해 소비자입장에서 시장의 기능이 적정하게 움직이고 있는가를 평가하는 방식임. 소비자역량지수는 식품소비환경에서 현명하고도 지속가능한 소비생활을 영위하기 위해 소비자가 갖추어야 할 잠재적·실천적 능력 정도를 평가하는 것임. 소비자만족도지수와 소비자시장성과지수가 ‘농식품 시장’에 대해 소비자가 직접 평가하는 방식이라면, 소비자역량지수는 소비자의 능력 평가를 통해 농식품 시장환경과 정책성과에 대해 간접적으로 계측할 수 있는 기준임.

- 이들 지수의 계측은 소비자 설문조사에 의존하므로 소비자 자체 능력 평가에 비해 대상 정책 및 시장환경에 대해 민감하게 반응하고 과대평가할 소지가 있음. 이 연구에서는 소비자역량지수와 소비자시장성과지수의 산출방식을 종합하여 ‘농식품 소비자역량지수’를 개발함.
- 농식품시장에서 대상 시장 및 정책분야별로 소비자정책 추진성과를 평가하고 향후 중점 정책추진분야를 발굴하기 위해 농식품 시장에서의 소비자역량지수를 평가하는 것에 대해 전문가의 85.4%가 필요하다고 응답함<그림 2-4>.

그림 2-4. 농식품 소비자역량지수 필요성



주: 척도평균은 전혀 필요 없음=1, 필요 없는 편=2, 보통=3, 다소 필요=4, 매우 필요=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

- ‘농식품 소비자역량지수’는 ‘소비자역량지수’와 ‘소비자시장성과지수’ 관련 기존 연구와 EU의 소비자 시장 점수게시판(Consumer Market Scoreboard) 조사항목을 종합적으로 고려하여 구성함.
- 농식품 소비는 농식품에 대한 선택, 소비, 섭취, 영양 및 건강까지 일련의 단계를 거치기 때문에 농식품 소비자역량지수의 내용요소를 일차적으로 농식품 소비단계에 따라 구분함. 소비자가 시장에서 농식품을 선택·구입하여 가구와 음식점에 도달하는 과정, 가구 또는 음식점에서 조리·식사·섭취하는 과정, 식생활 이후 농식품 관련 피해구제 과정으로 구분함. 각 단계별로 소비자의 농식품 구매역량, 식생활역량, 피해구제역량으로 구분함.

### 3.3.2. 농식품 소비자 구매역량지수와 피해구제역량지수

- 농식품 소비자 구매역량지수와 피해구제역량지수는 소비자가 농식품을 구매하는 시장이 적절히 움직이는가를 측정하는 영역이므로 EU의 시장성과 지수를 참고하여 평가요소를 선정함.
- 농식품 소비자 구매역량지수는 구성요소 중에서 ①~⑤번 항목의 5가지 구성요소를 동일한 가중치로 평균하여 산출함. 이는 EU의 핵심지표 중 비교용이성, 선택권, 신뢰성, 만족도에 정보권을 추가한 형태이며, EU의 한국소비자원의 소비자시장성과지수 중 비교용이성, 신뢰성, 만족도 지표에 정보권과 선택권을 추가한 형태로 볼 수 있음<표 2-14>.
- 농식품부문은 대상 품목의 특성을 감안하여 농축수산물, 가공식품, 외식으로 구분할 수 있으며 농축수산물, 가공식품, 외식 등 시장 부문별로 5가지 구성요소를 통해 소비자의 농식품 구매역량을 측정함.

표 2-14. EU의 시장성과지수와 농식품 소비자역량지수 조사문항 비교

	EU의 시장성과지수		본 연구의 농식품 소비자역량지수	
	구성요소	문항	구성요소	문항
1	비교 용이성	다른 재화/서비스를 다른 유통/ 판매처 및 다른 서비스 제공자 와 비교하는 것이 얼마나 어려 운지 또는 쉬운지를 0~10 사 이의 점수로 표현한다면?	비교 용이성	식품을 구매하거나 식당을 선택 하거나 음식을 주문하려고 할 때 표시 및 공개된 정보 등을 참고하여 상이한 상품들을 쉽게 비교할 수 있습니까?
2	선택권	재화/서비스 시장에 충분히 다 른 공급자/사업자가 있는지를 0~10 사이의 점수로 표현한 다면?	선택권	식품을 구매하거나 식당을 선택 하거나 음식을 주문하려고 할 때 상품의 생산자, 판매자, 유통 업체, 음식점이 충분히 다양하게 있다고 느끼십니까?
3	신뢰성	공급자/사업자가 소비자 보호를 위한 법과 규정을 준수하고 있 는지에 대한 신뢰를 0~10 사 이의 점수로 표현한다면?	신뢰성	생산자 및 판매자가 소비자 보 호와 관련된 법과 규정을 준수 하고 있다고 믿으십니까?
4	만족도	지난 기간 동안에 다른 공급자 /사업자가 제안한 재화/서비스 가 얼마나 기대에 부응했는지 를 0~10 사이의 점수로 표현 한다면?	만족도	구매했거나 이용한 식품에 대해 가격 수준, 품질, 구매편의성 등 귀하가 기대한 상품 수준을 고 려하여 전반적으로 평가해보면 만족하십니까?
5	-	-	정보권	식품을 구매하거나 식당을 선택 하거나 음식을 주문하려고 할 때 식품 표시, 인증마크 등의 정 보를 확인하며 구매하십니까?
6	소비자 문제	재화/서비스 또는 재화 공급자/ 사업자와 문제의 원인이 합법 적이라고 생각하는 문제를 경 험했습니까? 이 문제/문제들 중 하나에 관하여 소비자불만을 제기한 경험이 있습니까?	소비자피 해구제역 량(피해)	구매하거나 섭취한 식품에서 이 물질혼입, 식중독, 과대광고, 허 위표시 등의 문제/피해를 경험할 경우 어떻게 대처할 것 같습니 까? (가장 적극적인 경우 10)
7	소비자 불만		소비자피 해구제역 량(상담)	정부기관에서 소비자 의견수렴, 민원처리, 상담, 정책토론 등을 위해 다음의 경로 및 서비스를 제공하고 있다는 사실을 알고 계십니까? 또 이용해본 경험이 있습니까?

주: EU의 시장성과지수 중 상품전환성은 식품 관련 시장에서 조사하지 않고 있어 본 비교표에서 제외함.



- 농축수산물, 가공식품, 외식시장의 식품류별 가중치는 지출액 비중과 중요도 평가결과를 기준으로 설정 가능함. 지출액 비중은 통계청 ‘가계동향조사’ 자료를 이용하여 부문별로 산출할 수 있음. 부문별 중요도는 소비자와 전문가를 대상으로 설문조사를 통해 평가할 수 있으며, 전문가 설문조사에서 AHP 기법을 적용하여 중요도를 분석할 수 있음.
- 농식품 피해구제역량지수는 농식품을 소비한 이후 소비자 문제나 불만에 대처할 수 있는 능력을 측정하는 것으로 ① 정부기관에서 소비자 의견수렴, 민원처리, 상담, 정책토론 등을 위해 제공하는 경로 및 서비스에 대한 인지도와 경험여부, ② 농식품 소비 이후 발생하는 문제·피해를 경험시 대처방법 등을 통해 계측함<표 2-14>.
- 농식품 피해구제역량지수는 EU의 7가지 핵심지표 중 소비자 문제 및 소비자 불만 항목을 별도로 분리하고 재구성하여 농식품 소비 이후 단계의 역량을 별도로 측정함.

### 3.3.3. 농식품 식생활역량지수

- 소비자의 식생활역량은 소비자가 가정식 또는 외식으로 음식을 조리·섭취·폐기하는 과정에서 건강식생활에 얼마나 근접하는가를 측정하는 지표임. 건강식생활 구성항목은 ‘녹색 식생활지침’ 등을 참조하여 기본적으로 건강, 환경, 배려의 영역을 포괄하도록 구성하였으며, 영양학자와 식생활 교육자 등의 의견을 수렴하여 선정함.
- 소비자의 식생활역량은 균형 잡힌 영양섭취, 전통식생활, 환경을 배려하는 식생활, 규칙적인 식생활, 안전한 농식품 섭취, 가족과 함께 식사, 국내산 및 지역산에 대한 관심도 등 7가지 핵심지표로 구성함<표 2-15>.
  - ‘균형 잡힌 영양섭취’는 다양한 채소 및 잡곡 섭취 여부, ‘전통식생활’은

밥 중심의 식생활 여부, ‘환경을 배려하는 식생활’은 음식의 양 조절 및 음식물 쓰레기 분리배출 여부 등, ‘규칙적인 식생활’은 규칙적 식생활 중요성 인지 및 실천 여부, ‘안전한 농식품 섭취’는 구매·보관·조리 단계에서 안전한 농식품 섭취를 위한 노력 여부, ‘가족과 함께 식사’는 가족과 함께 식사하는 것에 대한 관심도 및 실천 여부, ‘국내산 및 지역산에 대한 관심도’는 국내산 및 지역산에 대한 관심 및 구매 여부에 대해 평가

표 2-15. 소비자 식생활역량 설문조사 문항

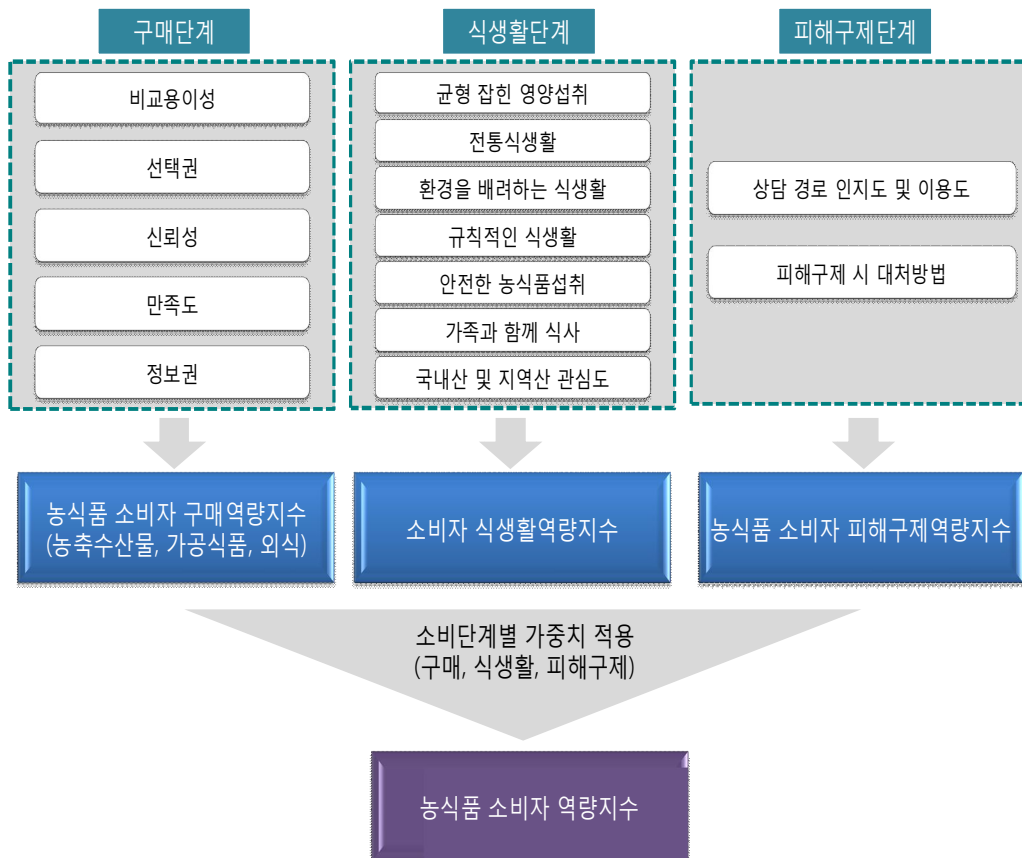
	구성요소	질문(0~10점)
1	균형 잡힌 영양섭취	다양한 채소 및 잡곡을 섭취하는 등 균형 잡힌 영양섭취를 위해 노력하고 있습니까?
2	전통식생활	밥 중심의 전통식생활을 하기 위해 노력하고 있습니까?
3	환경을 배려하는 식생활	음식의 양을 적절히 조리하거나 음식물쓰레기를 분리배출을 위해 노력하는 등 환경을 배려하는 식생활을 위해 노력하고 있습니까?
4	규칙적인 식생활	규칙적인 식생활의 중요성을 인지하고 이를 실천하기 위해 노력하고 있습니까?
5	안전한 농식품 섭취	안전한 농식품을 섭취할 수 있도록 구매, 보관, 조리 단계에서 노력하고 있습니까?
6	가족과 함께 식사	가족과 함께 식사하는 것에 관심을 가지고 이를 실천하기 위해 노력하고 있습니까?
7	국내산 및 지역산 관심도	국내산 및 지역산 농축수산물 및 식품에 관심을 가지고 이를 구입하고자 노력하고 있습니까?

### 3.3.4. 농식품 소비자역량지수

- 농식품 소비자역량지수의 구성요소와 산출 절차를 요약하면 <그림2-5>와 같음.

- 대표적·종합적인 농식품 소비자역량지수는 농식품 소비자 구매역량지수, 농식품 식생활역량지수, 농식품 피해구제역량지수를 각각 산출한 후 부문별 중요도로 가중평균하여 산출함.
- 부문별 상대적 중요도는 소비자와 전문가를 대상으로 설문조사를 통해 평가할 수 있으며, 전문가 설문조사에서 AHP 기법을 적용하여 중요도를 분석할 수 있음.

그림 2-5. 농식품 소비자역량지수 산출 절차



## 4. 농식품 소비자정책의 추진체계

### 4.1. 농식품 소비자정책 관련 법률 현황

- 농식품 소비자정책 관련 법률은 기본적으로 “농어업·농어촌 및 식품산업 기본법”, “식생활 교육지원법”, “소비자기본법”, “학교급식법” 등이 관련되며, 기획재정부의 물가안정 법률 등도 관련됨. 식품류별로 농산물, 축산물과 그 가공식품, 수산물과 그 가공식품, 가공식품 및 음식, 물, 소금, 양곡, 건강식품에 관한 다수 법률들이 존재함<표 2-16>.
- 지방자치단체에서 농식품 소비자정책 관련 법률은 “식생활 교육지원법”과 “소비자기본법”을 근간으로 하여 관련 시행령 및 자체조례에 의거하여 시행됨.

표 2-16. 식품분야 소비자 관련 주요 법령 및 소관부처 현황

부처	구분	법률
농림축산 식품부	기본법	• 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법
	개별법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품산업진흥법</li> <li>• 양곡관리법</li> <li>• 친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률</li> <li>• 김치산업 진흥법</li> <li>• 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률</li> <li>• 농수산물품질관리법</li> <li>• 소 및 쇠고기 이력관리에 관한 법률</li> <li>• 농수산물의 원산지표시에 관한 법률</li> <li>• 임업 및 산촌 진흥촉진에 관한 법률</li> <li>• 식생활 교육지원법</li> <li>• 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌지역 개발촉진에 관한 특별법</li> </ul>

표 2-16. 식품분야 소비자 관련 주요 법령 및 소관부처 현황(계속)

부처	구분	법률
산업통상 자원부	개별법	• 유전자변형생물체의 국가간 이동 등에 관한 법률
교육부	개별법	• 학교급식법 • 학교보건법
기획재정부	개별법	• 물가안정에 관한 법률
환경부	개별법	• 먹는물관리법
보건 복지부	개별법	• 국민건강증진법 • 국민영양관리법 • 사회복지사업법(국민기초생활 보장법, 긴급복지지원법, 노인복지법, 아동복지법 등)
해양 수산부	기본법	• 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법
	개별법	• 소금산업 진흥법 • 식품산업진흥법 • 농수산물품질관리법 • 농수산물의 원산지표시에 관한 법률 • 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌지역 개발촉진에 관한 특별법
여성 가족부	개별법	• 다문화가족지원법 • 청소년복지 지원법 • 한부모가족지원법
공정거래 위원회	기본법	• 소비자기본법
	개별법	• 방문판매 등에 관한 법률 • 할부거래에 관한 법률 • 약관의 규제에 관한 법률 • 표시광고의 공정화에 관한 법률 • 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 • 전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률 • 제조물책임법
식품 의약품 안전처	기본법	• 식품안전기본법
	개별법	• 건강기능식품에 관한 법률 • 어린이식생활안전관리특별법 • 식품위생법 • 축산물위생관리법

- 지방자치단체는 “식생활 교육지원법”에 의거하여 시·도 및 시·군·구 위원회 구성과 운영 등 시·군·구 식생활 교육에 필요한 사항을 해당 지방자치단체의 조례로 정할 수 있음(제20조 4항). 2013년까지 지방자치단체 중 15개 시도, 21개 시군구가 식생활 교육지원(활성화) 조례를 제정함.
- 지방자치단체에서는 “소비자기본법” 제6조 1호에 근거하여 소비자의 기본적 권리가 실현되도록 하기 위해 조례를 제정할 책무가 있음. 시·도에서는 2003년까지 소비자조례 제정을 완료하였으며, 이에 근거하여 기초자치단체의 소비자조례 정비가 추진됨. 2013년까지 154개 시·군 가운데 61개(39.6%)가 제정됨.

## 4.2. 농식품 소비자정책 추진 조직 현황

- 현재 농식품과 관련하여 소비자정책 추진에 있어서 체계적이고 지속적인 사업 및 업무를 담당하고 있는 조직은 크게 소비자정책기관(중앙, 지방)과 민간부문의 소비자단체나 소비자생활협동조합 등의 소비조직이 있음.
  - 소비자정책기관은 거시적인 입장에서 시장을 분석하고 소비자 지원과 사업자 규제를 담당함. 소비자정책기관은 중앙(중앙행정부처, 한국소비자원)과 지방(지방 행정부서, 지방 소비생활센터)으로 구분

### 4.2.1. 중앙행정기관

- 농식품 소비자정책은 농림축산식품부, 해양수산부, 식품의약품안전처, 보건복지부에서 주로 담당하지만, 공정거래위원회, 산업통상자원부, 교육부, 환경부, 여성가족부, 기획재정부에서 추진하는 포괄적인 소비자정책과도 관련됨<그림 2-6>. 소비자정책의 총괄조정을 담당하는 소비자정책위원회는 공정거래위원회 소속이며, 총리실 산하에 식품안전정책위원회가 구성됨. 국가

식생활 교육위원회는 “식생활 교육지원법” 제18조에 근거한 국가적 식생활 교육 추진체제로 농림축산식품부가 소관부처이며 다수 중앙부처가 포함됨.

- 소비자정책위원회와 식품안전정책위원회는 모두 총괄조정 의 위치에 있음. 소비자정책위원회는 공정거래위원장과 민간위원장 공동 위원장, 정책 위원회의 위원으로는 각 부처의 장관과 기업, 소비자단체, 학계 등의 민간위원으로 구성됨. 식품안전정책위원회는 총리가 위원장, 위원은 각 부처장관, 소비자단체, 관련 학계와 언론계, 기업인 등으로 구성
- 국가식생활 교육위원회는 기획재정부, 교육부, 안전행정부, 문화체육관광부, 보건복지부, 환경부, 여성가족부, 해양수산부의 각 부처 차관, 농촌진흥청장 및 식품의약품안전처장으로 구성

○ 공정거래위원회에서 소비자정책은 소비자정책국과 시장감시국에서 담당함. 소비자정책과에서는 피해구제, 분쟁조정 등 소비자정책을 수립하며, 소비자안전정보과에서는 소비자 안전과 정보 제공 관련 업무를 담당함<그림 2-7>.

그림 2-6. 소비자정책 추진체계

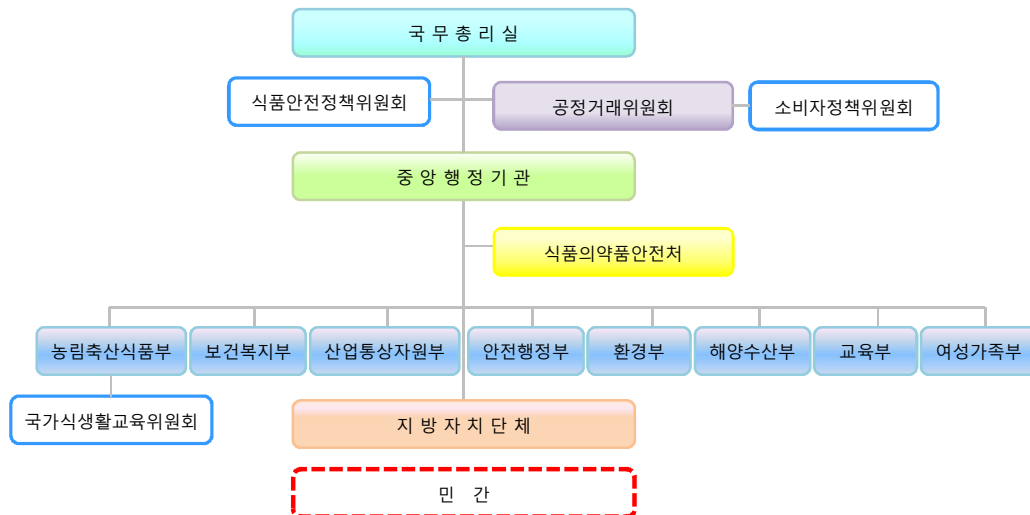


그림 2-7. 공정거래위원회 조직도

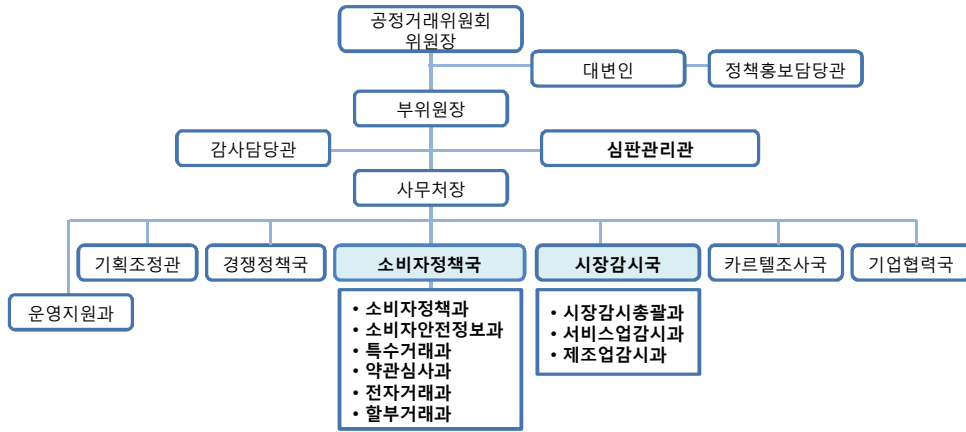
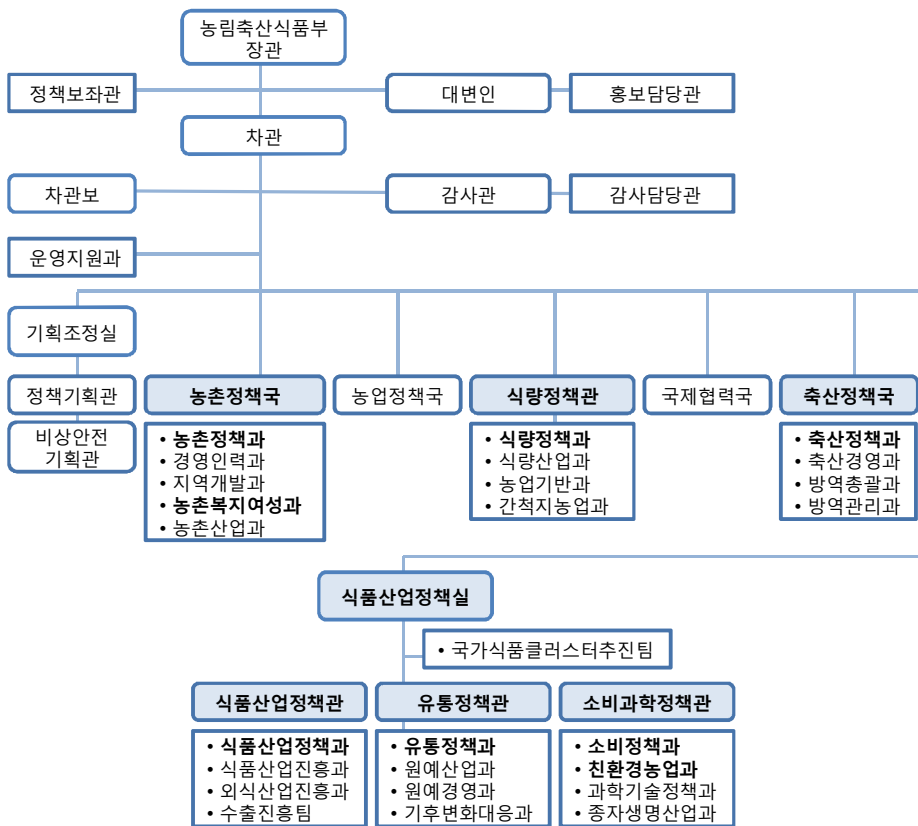


그림 2-8. 농림축산식품부 조직도







## 4.2.2. 지방 행정기관

- 지방자치단체는 “식생활 교육지원법”에 의거하여 시·도 및 시·군·구 ‘식생활 교육 기본계획’을 수립하여 시행해야 하며(제16조), 시·도 및 시·군·구 ‘식생활 교육위원회’를 둘 수 있음(제20조 1항).
  - 지방자치단체 장은 식생활 교육의 원활한 추진을 위하여 전문성이 있는 기관 또는 단체를 ‘식생활 교육지원센터’로 지정할 수 있으며(제25조의 2), 식생활 교육기관 양성을 위해 필요한 경비 등을 지원 가능(25조 3항)
  
- 2013년까지 “식생활 교육지원법”에 의거하여 12개 시·도, 1개 시·군·구에서 기본계획을 수립함. 또한 식생활 교육 지원 조례에 의해 6개 시·도, 2개 시·군·구에서 ‘식생활 교육위원회’를 구성하고 있는 것으로 조사됨<표 2-17>.
  - 식생활 교육 지원 조례의 주요 내용은 조례의 목적, 용어의 정의, 지방자치단체 장 및 지역민의 책무, 식생활 교육의 기본방향, 식생활 교육 계획 수립 및 평가, 식생활 교육 위원회의 설치 및 위원회의 구성, 식생활 교육 지원센터의 설치 등
  - 16개 시·도 및 50개 시·군·구 민간추진단체 결성

표 2-17. 식생활 교육 지역 추진체계 추진

년도	기본계획		위원회 구성		지역협의체 결성	
	시·도	시·군·구	시·도	시·군·구	시·도	시·군·구
2010~11	9	-	1	1	16	10
2012	11	1	3	1	16	39
2013	12	1	6	2	16	50

자료: 농림축산식품부.

- 또한 지방자치단체는 “소비자기본법시행령” 제20조에 의거 소비자 권익 증진시책 수립 및 시행에 필요한 사항을 심의하기 위하여 ‘지방소비자정책위원회’를 둘 수 있음. 16개 시·도에서 모두 ‘지방소비자정책위원회’를 설치하고 있는 것으로 나타남.
  - 지방자치단체의 소비자기본(소비자권익증진 또는 소비자 보호) 조례의 주요 내용은 조례의 목적, 용어의 정의, 소비자의 기본적 권리, 소비자·지방자치단체·사업자의 책무, 소비자정책의 추진체계(시행계획 수립, 소비자정책심의위원회 설치·운영, 위원회 구성 등), 소비생활센터의 설치, 분쟁 해결, 소비자단체의 등록 및 육성 지원, 소비자의 권익 증진, 소비자 안전 등<sup>11</sup>
- 시·도에서 식생활 교육 관련 업무는 대부분 농식품 안전이나 유통 등 농업 정책 유관 과에서, 소비자행정 업무는 대부분 경제정책 유관 과에서 물가관리담당이 수행함. 본청에 팀 이상의 조직단위로 별도의 식생활 교육 또는 소비자행정 전담조직을 두는 곳은 없는 것으로 조사됨<표 2-18>.
- 시·도에서는 1998년 10월에 서울시가 소비자 정보센터로 소비자업무를 처음으로 실시한 이후 2003년 이후 소비자조례에 의거하여 본격적으로 소비생활센터를 개설하여 운영하고 있음. 소비생활센터는 “소비자기본법시행령” 제7조 ‘시·도지사는 소비자의 불만이나 피해를 신속·공정하게 처리하기 위하여 전담기구의 설치 등 필요한 행정조직을 정비하여야 한다’는 조항을 법적 근거로 설립됨. 관련 규정에 따르면 소비생활센터는 피해처리 전담기구의 성격이나, 2010년부터 소비자 상담네트워크인 ‘1372소비자 상담센터’에 지방자치단체가 편입되면서 소비생활센터의 상담 및 피해구제부문의 업무가 축소되었으며, ‘소비자 종합지원서비스기구’로 성격이 전환되고 있음.

11 2013년 10월 현재 4개 지역을 제외하고 ‘소비생활센터’로 명칭을 통일함(경기 소비자 정보센터, 울산 소비자센터, 충남·경북 소비자 보호센터).

표 2-18. 시·도 본청의 소비자행정 및 식생활 교육 행정 담당 부서

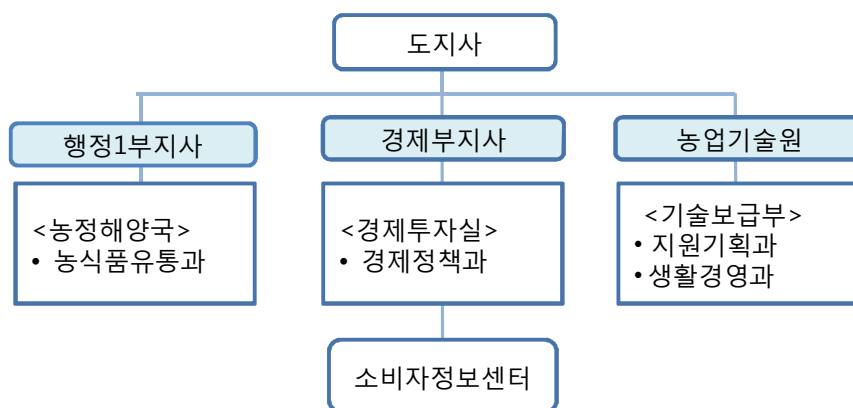
지방자치 단체명	소비자행정		식생활 교육 행정	
	본부·실·국	과	본부·실·국	과
서울특별시	경제진흥실	민생경제과	복지건강실	식품안전과 (식생활개선팀)
부산광역시	경제산업본부	경제정책과	해양농수산물국	농축산유통과
대구광역시	경제통상국	경제정책과	경제통상국	농산유통과
인천광역시	경제수도추진본부	생활경제과	경제수도추진본부	농축산유통과 (식품산업팀)
광주광역시	경제산업국	경제산업정책관	경제산업국	생명농업과
대전광역시	경제산업국	경제정책과	경제산업국	농업유통과
울산광역시	경제통상실	경제정책과	경제통상실	농축산과
경기도	경제투자실	경제정책과	농정해양국	농식품유통과
강원도	경제진흥국	경제정책과	농축산식품국	농식품유통과
충청북도	경제통상국	생활경제과	농정국	원예유통식품과
충청남도	경제통상실	일자리경제정책과	농정국	농업정책과
전라북도	민생일자리본부	민생경제과	전략산업국	차세대식품과
전라남도	경제산업국	경제통상과	농림식품국	식품유통과
경상북도	일자리경제본부	민생경제교통과	농축산국	FTA농식품유통과
경상남도	경제통상국	민생경제과	농정국	농산물유통과
제주도	지식경제국	경제정책과	농축산식품국	식품산업과

주: 소비자행정은 2012.9.30 기준.

자료: 강성진(2012b), 농림축산식품부 자료.

- 지방자치단체에 설치된 농업기술원(농업기술센터)은 전통식문화계승사업 등 자체적으로 식생활 교육사업을 수행함. 농촌진흥청과 연계되어 사업을 하는 경우도 많은데 최근에는 농촌진흥청과 협력하여 한국전통음식사업 등을 시행함. 시·군의 농업기술센터에서 정책 계획과 실행을 병행하는 것과 달리 시·도에 설치된 농업기술원은 정책 계획에 비중이 높음.
  - 농촌진흥청은 전통식생활 확산을 위해 한국전통음식학교를 매년 10개소씩 운영·지원, 각 지역마다 향토음식연구회와 향토음식 자원화를 위한 농가맛집을 육성
  
- 경기도청을 사례로 시·도에서 농식품 소비자정책을 담당하는 조직체계를 살펴보면 <그림 2-10>과 같음. 농정해양국 농식품유통과에서 식생활 교육을 담당하고, 소비자 행정은 경제투자실 경제정책과에서 담당하며 경제정책과에서 소비자 정보센터(소비생활센터)를 운영함. 농업기술원은 경기도지사의 직속기관으로 설치됨.

그림 2-10. 경기도청의 농식품 소비자정책 관련 부서 현황



### 4.2.3. 민간기관

- 농식품 소비자정책 추진과 관련되는 민간기관은 식생활 교육국민네트워크, 소비자단체, 시민사회, 관련 학과 및 학회 등임. 시민사회는 생협(한살림, 아이쿱, 두레, 여성민우회 등), 급식단체(안전한 학교급식을 위한 국민운동본부, 친환경무상급식 풀뿌리 국민연대, 학교급식전국네트워크 등), 환경시민단체(환경운동연합, 녹색연합, 여성환경연대, 환경정의 등), 환경농업단체, 로컬푸드단체(로컬푸드운동본부, 슬로푸드문화원 등) 등이 포함됨.
- 식생활 교육국민네트워크는 “식생활 교육지원법” 제정 이후 창립된 민·관 거버넌스 개념의 식생활 교육을 위해 설립된 농림축산식품부 산하의 사단법인으로, 현재 산하에 16개 광역 시도 전체와 39개 시군구네트워크가 구성되어 있음.
- 소비자단체협의회(소단협)는 소비자 보호 운동의 효과적 전개를 위해 조직되었으며, 현재 10개 중앙회원단체와 182개 지방단체가 가입되어 있음<표 2-19>. 소비자단체의 주요 활동은 시장 감시, 피해구제 지원, 소비자 교육, 정책 지원, 정보 제공이며, 소단협은 단체 간의 교류 협력, 단체 지원 업무, 대정부와의 협력 업무를 담당함. 재정은 기재부 지원 국고, 서울시 지원의 시비, 기타 정부 부처와의 협력사업으로 구성됨.<sup>12</sup>
- 소비자단체 이외 민간소비조직으로는 생협, 직거래사업, 마을공동체·마을기업 등이 있음.

<sup>12</sup> 소비자단체협의회에 가입되어 있지 않은 소비자단체로는 ‘녹색구매네트워크’, ‘식생활안전시민운동본부’, ‘미래소비자행동’, ‘식품안전연대’ 등이 있음.

표 2-19. 소비자단체협의회 소속 소비자단체 현황

	명칭	설립 연도	분류	지부	회원수(명)
1	한국 YMCA 전국연맹	1903년	청년/아동	62개 지부	200,000
2	대한 YWCA 연합회	1922년	여성	55개 지부	39,460
3	한국부인회	1963년	여성	16개 시·도지부	700,000
4	대한주부클럽연합회	1966년	여성	13개 지부	318,000
5	한국소비자연맹	1970년	소비자 권리	8개 지방연맹	55,627
6	전국주부교실중앙회	1971년	여성	16개 시·도지부	317,133
7	한국소비자 교육원	1981년	소비자권리	7개 지부	85,000
8	소비자문제를 연구하는 시민의 모임	1983년	소비자권리	9개 지부	55,000
9	한국소비생활연구원	1994년	소비자권리	8개 지부	30,000
10	녹색소비자연대	1996년	소비자권리	12개 지부	9,847
합계				206개 지부	1,810,067

자료: 각 단체 홈페이지, 공정거래위원회(2013) 참조.

- 소비자생활협동조합은 공동의 경제적·사회적·문화적 필요를 충족시키기 위해 자발적으로 모인 자율적 단체로 “협동조합기본법” 제정 이후 많은 소비자생활협동조합이 공동구매조직으로서 활동 중에 있음. 생협의 안전한 먹거리에 대한 소비자 운동은 시민사회단체의 영역에 해당되며, 주로 친환경 농산물을 대상으로 직거래 사업을 실시함. 운영규모를 보면, 2012년 9월 기준으로 전국 480개 조합에 약 3만 7,700여 명의 회원을 확보하고 있음<표 2-20>.

표 2-20. 소비자단체 이외 민간소비조직의 현황

구분	규모	내용	비고(유형)
생협	480개	의료 298/ 물류 182	교육+유통+생활개선 친환경농식품 중심 거래활동(소비자 중심)
꾸러미사업	30여 개	농산물 직거래	제3의 직거래 형태(농업인 중심)
직거래장터	481개소(정기 장터는 일부)	지방자치단체 개설/ 농협개설/기타	일반적 직거래(지방자치단체, 농업인 중심)
아파트소비연합	전국	아파트기반 소비 연합	현재 인터넷 홈쇼핑으로 성격 변화 (소비자 중심)

자료: 농림수산물식품교육문화정보원(2013).

- 농산물 직거래사업과 관련하여 생산자 주도의 공동구매조직인 꾸러미사업단, 지방자치단체·농협주도로 생산자와 소비자 연결하는 공동구매인 직거래장터, 아파트소비연합, 새마을부녀회 등이 있음<표 2-21>.
- 꾸러미사업단은 생산자 주도로 소비자에게 직접 송부하는 방식으로 2012년 전국 30여 개, 30,000여 명이 이용하는 것으로 추정
  - 공동구매조직은 지방자치단체·농협주도로 경제활성화 사업으로 추진되었으나 큰 성과를 내지 못함(창원 의창구, 인천 주부 농산물 공동 구매단 등).<sup>13</sup>
  - 지방자치단체 직거래행사시 새마을부녀회가 실질적인 역할 담당 사례, 낙과 혹은 태풍피해지역의 농산물 공동구매 활동 등(성남시새마을부녀회 등)
  - 농협에서는 ‘식사랑 농사랑 운동’의 하나로 도시 소비자를 대상으로 농촌체험과 함께 농산물을 직거래로 구매하도록 하는 프로그램인 ‘주부 농산물 구매단’을 운영

표 2-21. 주요 생협조직 및 사업 현황, 2012

조직	조합수 (개)	조합원수 (명)	공급액 (억원)	출자금 (억원)	1인당 월 공급액(원)	1인당 출자금(원)
아이쿱생협	75	171,000	3,449.1	135.8	168,085	79,415
한살림	20	346,500	2,533.9	341.6	60,940	98,574
행복중심생협연합회 (여성민우회생협)	8	27,327	166.8	8.2	50,845	30,050
두레생협연합	27	127,380	928.1	27.8	60,719	21,820

자료: 각 단체 정기총회 자료집(2013).

13 경남 창원시 의창구는 지역경제 활성화와 서민생활 안정을 위해 농산물 공동구매제를 시행(2013년 1월 28일), 구청이 생산자인 농가와 공동구매 희망자를 연결해주는 농가는 희망자가 요청한 장소에 농산물을 직접 납품함.



- 안전행정부, 농식품부, 국토교통부, 환경부, 해양수산부 등 중앙정부의 다수 부처에서 마을만들기와 마을기업 사업 등을 통해 마을주민 주도로 지역공동체를 활성화시키는 다양한 사업을 추진하고 있으며, 농식품 소비 및 식생활과 관련된 다수의 지역공동체가 운영되고 있음.<sup>14</sup>
  - 서울시는 서울시장 직속으로 2012년부터 마을공동체 사업을 수행하고 있으며, 이를 위해 중간지원조직인 마을공동체 종합지원센터를 설립
  - 서울시 마을공동체 지원사업은 씨앗기, 새싹기, 성장기로 구분하여 초창기 주민모임 형성을 지원하는 우리마을프로젝트, 우리마을 미디어 문화교실, 부모커뮤니티 활성화 사업 지원, 공간조성사업, 공동주택 공동체 활성화 사업 등을 지원
  
- 자발적 소비자조직으로 성미산마을, 부산 금샘마을공동체, 대천천네트워크 등이 있으며, 그 밖에 인터넷 식생활 관련 동호회, 사이트 운영사례 다수임.
  - 성미산마을은 서울시 마포구 성산동에 위치한 해발 66m의 성미산에서 명칭이 유래되었으며 1994년 공동육아협동조합을 목적으로 시작하여 성미산 학교, 생활협동조합, 성미산 밥상 등으로 사업이 확대(공동출자, 조합원 및 자원활동가 운영)
  - 부산의 금샘마을공동체는 2006년에 아이에 대한 고민을 공유하는 10여 가구에서 출발하여 7년째 꾸준히 성장하여 2013년 활동인원은 30여 명으로 도서관·북카페·청소년 활동센터·금샘마을 단오잔치·가족벼룩시장·금정산 일촌맺기·마을공동체 일꾼 워크숍, 신(新)로컬푸드(공동구매 시험 운영) 등을 기획하여 수행
  - ‘소셜다이닝 집밥’이라는 사이트를 통해 사람들이 함께 식사하는 모임이

14 안전행정부의 마을만들기 사업 및 마을기업 육성사업, 농식품부의 농산어촌 인구유지와 지역별 특색있는 발전을 위해 색깔 있는 마을만들기 및 농어촌마을 리모델링 사업, 국토환경부의 도시활력증진지역 개발사업, 환경부의 자연생태우수마을사업, 해양수산부의 어촌특화발전 역량강화사업, 산림청의 산촌종합개발사업 등이 있음.

형성되어 여행, 독서, 음악, 창업 등 다양한 분야의 주제를 가지고 주제에 관심 있는 사람들끼리 모여 밥 한끼하며 함께 이야기를 나누는 소모임을 개설, 전국 16개 도시에서 매주 70여 개 모임이 만들어지고, 참가자가 1만 명에 달하고 누적 모임 1,700개 이상

- 기업소비자전문가협회(OCAP)는 기업의 소비자 보호 및 고객만족 활동을 보다 체계적이고 전문적으로 실천하기 위해 기업에서 소비자 업무를 관장하는 책임자들이 조직한 단체로 현재 170사가 가입되어 있음. 소비자 보호 업무에 대한 기업의 능동적인 대처를 위한 전문가 양성, 소비자문제에 관한 각종 제도나 시책 건의, 외국의 선진 사례에 대한 조사·연구 등을 실시함.

## 제 3 장

### 농식품 소비자정책 추진 현황과 당면 과제

이 장에서는 농식품 소비자정책을 정보·교육·홍보사업, 피해구제, 관련 통계 및 법률 분야별로 추진 현황을 살펴보고 당면과제를 제시함. 문헌 및 자료 검토를 바탕으로 기관 방문조사와 전문가 자문회의 등을 통해 의견을 수렴함.

#### 1. 농식품 소비자 정보·교육·홍보사업

##### 1.1. 농식품 관련 정보 제공 현황

###### 1.1.1. 소비자 정보의 유형

○ 소비자 정보는 온·오프라인의 여러 수단·경로를 통해 다양한 형태로 제공됨  
<표 3-1>.15

- 오프라인에서는 보도자료, 출판물, 리플릿, 정기간행물 등의 형태로 주로 제공

15 식품 표시도 표시를 통한 정보전달이라는 개념으로 포함될 수 있으나 정보 제공의 유형에서 차이가 있어 이 연구의 분석 대상 범위에서 제외함.

- 최근 소비자 정보 제공에 있어서 온라인 미디어의 역할이 제고, 특히 정부 및 공공기관은 기존의 홈페이지 이외에도 트위터·페이스북·블로그 등 SNS의 활용을 확대하고 있으며, 일부 기관에서는 유튜브를 이용한 동영상 정보도 제공

표 3-1. 소비자 정보 제공유형

제공현황	영역	세부항목	
제공형태	온라인	기관 홈페이지	
		개별 정보 사이트	
		이메일링	
		정기간행물	
		SNS	블로그
			페이스북
	트위터		
	오프라인	출판물	
		보도자료	
		리플릿	
정기간행물			
제공내용	기능별	소비자 교육	
		소비자법률	
		소비자 상담	
		소비자문제	
		소비자정책	
	단계별	구매 전 정보	
		구매 관련 정보	
		구매 후 정보	
	제공대상	세분화	일반소비자
			특수계층소비자
취약계층소비자			
제공특성	정보개방	회원가입 유무	
		정보비용 유무	
	정보교류	이용자-제공자 간	
		이용자 간	

자료: 허경욱 외(2008), 송순영·황은애(2007).

- 정부 및 공공기관에서 소비자를 대상으로 한 정보 제공은 농림축산식품부 및 소속기관(농촌진흥청, 국립농산물품질관리원, 농촌진흥청, 농림축산검역본부 등), 식품의약품안전처, 보건복지부, 공정거래위원회 등 중앙행정기관과 한국농수산물유통공사, 농림수산물교육문화정보원, 한국소비자원 등의 공공기관을 통해 이루어짐.
  - 농식품 관련 정부 및 공공기관에서 제공하는 소비자 정보는 농식품 안전, 농식품영양 및 식생활, 농식품 인증·표시, 농식품품질, 농식품유통·가격 등 다양한 내용을 포함

### 1.1.2. 농림축산식품부

- 농림축산식품부는 온·오프라인을 통해 농식품 관련 제도·정책, 법령, 통계 등의 정보를 제공함. 소속기관별로는 소관업무에 따라 농식품 관련 개별 제도·정책 및 기타 관련 정보를 제공함<표 3-2>.
  - 국립농산물품질관리원은 주로 농식품인증 및 안전 관련 정보, 농림축산검역본부는 축산물 안전·위생, 농촌진흥청은 농업과 관련하여 농식품 정보를 제공
  - 농식품 안전정보서비스는 2008년부터 소비자에게 농식품 안전관련 정보를 제공하기 위해 운영되었으며, 2014년부터는 ‘농식품 정보누리’로 재편됨.
  - ‘농식품 정보누리’는 농식품 안전뿐만 아니라 품질, 소비, 식생활, 영양을 대상으로 하고, 일방향으로 정보 서비스를 제공하는 방식이 아니라 소비자 참여를 확대하고 지식공유의 장을 마련하는 등에서 기존 서비스와 차별화
- 온라인 정보 제공의 경우 농림축산식품부와 소속기관은 기관별로 공식홈페이지를 통해 정보를 제공하고 있으며, 이외에도 기관별로 제도별·내용별로 개별 정보시스템을 운영함<표 3-2>.

표 3-2. 농림축산식품부와 산하기관 개별 정보시스템을 통한 정보 제공 현황

구분	웹사이트	제공내용					
		농식품 소비	식생활/ 영양	농식품 안전	농식품 품질	가격 /유통	기타
농촌 진흥청	농식품종합정보시스템	● (농업)	●				
	사이버농업과학관	● (농업)					
	어린이체험관	● (농업)					
	약용작물민간요법	● (농업)					
	유기농정보센터				●		
국립 농산물 품질 관리원	친환경농산물 정보시스템				●		
	GAP시스템			●			
	농식품 안전안심서비스 (SafeQ)				●		
	농산물이력추적시스템				●		
	원산지종합관리시스템				●		
	우수식품정보시스템				●		
	슬픔질인증정보시스템				●		
농식품 안전·품질 통합정보 시스템			●	●			
농림수산 식품 교육문화 정보원	농식품 안전정보서비스			●			
	쌀 박물관	●	●				
	농식품국가인증 통합정보채널 (그린밥상)	●	●		●	●	
농수산 식품 유통공사	식품산업통계정보						●
식생활 교육국민 네트워크	녹색식생활정보 114		●				

자료: 황윤재 외(2013).

- 이밖에 기관별로 트위터·페이스북·블로그 등 SNS를 정보 제공 통로 뿐만 아니라 소비자 교류의 수단으로 활용하고 있음. SNS를 통해 농림축산식품부는 농업·농촌 및 농식품 관련한 전반적인 정보를 제공하는 데 비해, 기타 산하기관의 경우 기관별 업무 영역에 기반한 내용을 다룸<표 3-3>.
  - 2006년 농림축산식품부가 블로그를 개설하면서, 농림축산식품부 및 소속기관에서의 SNS 도입이 시작됨. 정부의 SNS 이용은 아직 초기단계
- 농림축산식품부와 산하기관은 오프라인을 통해서 다양한 형태로 정보 제공을 실시함. 농림축산식품부의 경우 직접 오프라인을 통해 정보 제공을 하기도 하나, 상당 부분이 농림수산물교육문화정보원 등 산하기관을 통해서 홍보·교육 등을 목적으로 시행되는 실질적인 사업과 연계하여 이루어짐.
  - 오프라인 정보는 TV, 라디오, 신문 등 대중매체, 리플릿 등 인쇄(홍보)물은 물론 소비자가 참여하는 회의·행사 등을 통해 제공
  - 대표적으로 농식품 표시·인증 관련 사업(국가인증농식품제도, 쇠고기이력추적제, 원산지표시제 홍보 등), 농식품 소비 관련 사업(돼지고기 저지방부위 소비, 쌀&쌀 가공식품 소비, 친환경농산물 소비 등), 식생활 관련 사업(아침밥 먹기 캠페인, 가래떡데이 생활문화 확산 등) 등 실시
- 이밖에 농림수산물교육문화정보원은 스마트팜TV(인터넷방송)을 통해서 농업 및 농식품 관련 정보를 제공하고 있음.

표 3-3. 농림축산식품부 및 소속기관 온라인 정보 제공 현황

	홈페이지	소셜미디어		
		트위터	페이스북	블로그
농림축산식품부	●	●	●	●
농촌진흥청	●	●	●	●
국립농산물품질관리원	●	●	●	●
농림축산검역본부	●	●	●	●
농수산식품유통공사	●	●	●	●
농림수산물교육문화정보원	●	-	-	-

### 1.1.3. 기타 중앙행정기관

- 농식품 및 소비자 관련 기관인 식품의약품안전처, 보건복지부, 공정거래위원회 등 중앙행정기관과 한국소비자원은 농식품 관련 정보를 소비자에게 제공함<표 3-5>.
  - 기관 특성별로 식품의약품안전처는 주로 식품 안전·영양에 관한 정보, 공정거래위원회는 거래 및 소비자정책 관련, 한국소비자원은 가격 및 안전 등 소비자와 관련한 정보 광범위하게 제공
- 이들 기관은 공식홈페이지는 물론 다양한 농식품·소비 관련 개별 웹페이지를 운영함. 또한 블로그, 트위터, 페이스북 등 다양한 SNS를 활용함<표 3-4>.
- 식품의약품안전처의 경우 식품안전포털(‘식품나라’)을 운영하고 있으며, 이 밖에도 다양한 개별 웹페이지를 통해 식생활/영양, 식품 안전/위생 등과 관련된 정보를 주제별로 세분화하여 제공함<표 3-5>. 식품의약품안전처는 공식홈페이지를 통해서 제공하는 자료도 분야별·목적별·형태별로 다양화하여 제공하고 있음. 예컨대 홍보물자료도 웹진 형태(웹진 열린마루), 일반, 교육, 전문, 동영상 홍보물로 분류하여 제공하고 있음.

표 3-4. 농식품 소비자 관련 기관 온라인 정보 제공 현황

	홈페이지	소셜미디어		
		트위터	페이스북	블로그
식품의약품안전처	●	●	●	●
보건복지부	●	●	●	●
공정거래위원회	●	●	●	
한국소비자원	●	●	● (컨슈머리더기자단 페이스북)	●



표 3-5. 농식품 소비자 관련 기관 개별 정보 제공 웹페이지

구분	웹사이트	식생활 /영양	(식품) 안전	가격/ 유통	비고(운영기관)
식품 의약품 안전처	건강친화녹색식단	●			
	건강한 식생활	●			대한지역사회 영양학회
	나트륨을 줄일 건강메뉴	●			
	식품영양성분데이터베이스	●			
	어린이건강메뉴	●			
	영유아 단체급식 표준식단	●			
	고열량·저영양 식품 판별프로그램	●			
	영양표시정보	●			
	영양식생활 교육	●			식품안전정보원
	당, 나트륨, 트랜스지방 섭취 저감화 영양교육사이트	●			식품안전정보원
	건강기능식품	●			
	식품안전포털 식품나라		●		
	식중독예방 대국민 홍보사이트		●		
	수입식품정보사이트		●		
	유전자재조합식품 정보		●		
	식품첨가물 정보방		●		
	식품원료 길라잡이		●		
	식품오염물질		●		
	식품안전소비자신고센터		●		
	식품전자민원창구		●		
	식품이력정보조회서비스		●		식품안전정보원
잔류농약 잔류동물용의약품 정보마당		●			
공정위	스마트퀵슈머(소비자종합정보망)		●	●	한국소비자원
한국 소비자원	소비자 안전넷		●		
	어린이안전넷		●		
	Tprice(생활품 가격정보)			●	

자료: 황윤재 외(2013) 참고.

- 한국소비자원은 개별 웹페이지를 통해 소비자 안전(소비자 안전넷, 어린이 안전넷), 가격(Tprice) 관련 정보, 품목별 비교 정보 등을 제공하며, 공정거래위원회는 스마트컨슈머(소비자종합정보망)를 통해 가격, 안전/위해, 비교 정보, 리콜정보 등 식품거래와 관련된 정보를 제공함<표 3-5>.
- 한국소비자원의 경우 이밖에도 다양한 소비자 정보 및 소비자 관련 교육 영상을 제공하며, 소비자 상담센터를 운영하고, 정기간행물(‘소비자시대’)을 발간·제공하고 있음.
  - ‘소비자시대’는 서비스·상품 비교정보, 상품테스트, 상품구매가이드 등 소비생활 전문정보 제공

#### 1.1.4. 지방자치단체 및 민간기관

- 시·도의 소비자 정보 제공은 책자·리플릿 등과 같은 인쇄물의 제작·배포, 지방 소비생활센터 홈페이지를 통한 온라인 정보 제공, 보도자료 배포, 신문·방송에서의 고정 코너 확보 등 다양한 방법을 통해 이루어지고 있음.
  - 소비자 정보 제공 실적을 보면, 2011년 한 해 동안 전국의 시·도에서 책자 64회, 리플릿 61회 배포
- 소비자단체에서 제공하는 정보는 보도자료, 출판물, 리플릿 등이 있으며 정기간행물을 통한 정보 제공이 많음. 단체별로 온라인 개별정보 사이트를 운영하고 있음.
  - 정보 내용으로는 소비자 상담, 피해구제, 소비자경보·주의보와 같은 정보가 가장 많이 제공
- 사업자의 홈페이지를 통한 소비자 정보는 해당제품의 기본적 정보와 사용방법을 제공함. 그 외 제품사용과 소비생활에 도움을 줄 수 있는 정보를 제공하고 있는 기업은 많지 않음.

## 1.2. 기관별 농식품 교육·홍보 현황

### 1.2.1. 농림축산식품부

#### 가. 소비자단체와의 협력

- 농림축산식품부에서는 소비자단체를 통하여 정부 정책을 설명하고 홍보하는 한편, 우리 농식품의 안전성과 우수성을 소비자에게 알려 우수 농산물이 소비될 수 있는 분위기 조성을 목적으로 소비자단체와 협력사업을 추진 중에 있음.
  - 농식품 소비 홍보에 영향력이 큰 소비자단체에 우수 농식품의 홍보·교육, 소비촉진 행사 및 현장체험 등에 소요되는 비용을 지원
  - 주요 사업내용은 농식품 안전교육 및 현장체험, 농식품 소비촉진 관련 행사(우수농산물 직거래장터 개설·전시회 운영, 우수농산물 홍보캠페인, 농산물 인증표시 실태조사 등)
- 농식품부의 각 과별로 진행되고 있는 소비자단체와의 협력사업은 고품질·안전 농산물에 대한 정보 제공, 국가인증 통합로고, 지리적표시, 친환경 농산물의 우수성, 바른 식생활 확산 분야에 대해 추진됨.
  - 소비정책과에서는 국가인증농식품제도 교육 및 캠페인, 농식품 안전 정보 확산, 식량정책과에서는 R10운동, 축산정책과에서는 축산물 소비촉진운동을 위한 협력사업을 진행
  - 2010~2013년간 45개 사업에 총 8억 8,500만 원의 예산이 투입
  - 2013년 소비자단체협력사업은 12개 기관과의 협력사업을 통하여 교육, 캠페인, 현장견학 및 체험, 현장모니터링, 설문조사 등의 형태로 진행

#### 나. 식생활 교육 지원사업

- 2010~2014년간 수행된 제1차 식생활 교육기본계획은 ‘건강한 국민, 녹색

식문화’라는 비전을 내걸고 식생활 교육 인프라 구축, 환경친화적 식생활 기반 구축, 한국형 식생활 실천, 체험을 바탕으로 배려와 감사하는 식생활의 4개 추진과제를 중심으로 시행됨.

- 식생활 교육 기반구축사업으로 전문인력 양성, 식생활 체험공간 조성, 식생활 정보 제공, 교재 및 콘텐츠 개발 등이 추진됨.
  - 식생활 교육기관은 2010년 16개에서 2012년 12월 기준 교육기관 26개로 증가, 2010년까지 시·도에 1개, 2014년까지 100개, 2020년에는 전체 시·군·구에 모두 지정하는 것을 목표
  - 농어촌에 대한 이해 증진과 식생활체험 기회의 다양화를 위해 지정된 ‘우수 농어촌 식생활 체험공간’은 2010년 150개, 2012년 300개, 2014년 500개를 목표로 설정되었으나, 2012년 말 기준 77개(2010년 22개, 2011년 50개, 2012년 5개)가 지정되어 목표치에 크게 부족
  - 소비자에 대한 식생활 정보 제공 사업으로 ‘녹색식생활 지침’ 개발, ‘식생활 실태조사’, ‘녹색식생활정보114’ 운영, ‘향토음식 연구회’ 지원, 한식 관련 DB구축 등<sup>16</sup>
  - 식생활 교육에 활용 가능한 식생활 교육 콘텐츠 개발·보급을 위해 녹색식생활 교육교재(18만 부), 가정식생활수첩(100만 부) 제작·보급, 다양한 식생활 교육콘텐츠 개발·보급
- 학생, 교사, 가족 등 대상으로 차별화된 식생활 교육 및 체험프로그램을 운영함.
  - 텃밭 체험을 통한 식생활 추진을 위해 전국 어린이집과 도심지 초등학교를 대상으로 교육용 텃밭 지원 확대(2013년), 초·중·고 농어촌 체험기회 제공(2010년 이후), 어린이집과 초등학교 대상 식습관 프로그램 실시

<sup>16</sup> 식생활 실태조사는 2009년부터 3년마다 조사되고 있으며, 녹색식생활 체험·식품 구매 및 음식소비행태·전통식문화 내용을 조사함.

(2012), 성장기 어린이 생활습관병 극복을 위한 녹색 식생활 캠프, 교사 대상 한국의 절기음식 등 식생활 교육 추진, 전국 학부모 대상 전통 장 담그기 교육(2007년 이후) 등

- 농촌진흥청은 우리농산물 소비촉진교육, 어린이·청소년·소비자에게 맞는 전통식품 체험 및 제조 교육, 한국형 식생활 실천교육에 필요한 교재·교구·프로그램 개발 사업을 시행함.
  - 한국전통음식학교를 운영하여, 전통·향토음식에 대한 교육을 확대하고 전문인력 육성을 통한 로컬푸드 활성화를 촉진
    - 총 10개소(경기, 강릉, 충북, 충남, 전북, 경북, 경남, 제주, 부산, 인천)를 지정하여 각각 1억 원, 총 10억 원(국비·지방비 각 50%)을 지원
    - 2012년의 경우 총 16,746명을 대상으로 65개 교육과정, 624회가 추진
  - 녹색식생활지도자 양성사업: 지역특성을 고려하여 향토음식연구회를 체계적으로 육성하고, 향토음식연구회 회원을 지역의 향토음식·전통식문화·녹색식생활 교육 전문가로 육성, 농어촌 식생활 체험 교육을 실시하고 지역별 전통음식, 전통식문화의 연구 및 계승·발전 활동
    - 사업대상은 농업기술센터로 전국 13개 지역 20개소를 지정하고, 개소당 사업비는 2천만 원이며, 총사업비 4억 원(국비·지방비 각 50%)을 지원하고 시도별 지원은 국비로 충당
    - 2012년 사업대상 20개소의 사업계획을 분석한 결과 총 44개 과정 4,457명을 대상으로 456회의 교육과정을 운영
  - 농어촌 체험 교육: 초·중·고등학생의 농어촌 체험 교육 활성화를 위해 2006년부터 농촌교육농장 운영사업을 지원
    - 2006~2010년까지 245개소의 농장 조성을 육성, 2011년에만 60개의 농장 조성사업을 지원
    - 2012년 현재 전국적으로 357개의 교육농장이 조성되어 있어 다양한 체험을 통해 초·중·고 학생들에게 농어촌을 이해하게 하는 역할을 담당

#### 다. 교류 및 포럼

- 농림축산식품부에서는 간헐적으로 정책적 주안점이나 정치적 상황에 따라 민간 소비자단체 및 소비조직과 포럼 형식의 교류가 있어 왔으나, 지속적이지 못한 모습을 보임.
  - 2012년에 2개월에 한 번씩 농식품 안전긴급현황사항과 관련된 ‘긴급현황사항공감대’ 정보교류를 하였으나 현재는 폐지
- 현재 지속적으로 이루어지고 있는 소비자단체와의 간담회는 GAP, 원산지 표시제 등과 관련된 주요 농식품 제도에 대해 소비자, 생산자단체, 식품업계 간 정보교류 및 의견수렴 목적으로 이루어지고 있음.
  - 이 간담회는 2010년 2회를 시작으로 2011년에는 2회, 2012년에는 12회, 2013년 상반기에는 6회 개최
- 수입축산물 검역 현장 방문 및 교육·홍보를 실시하고 있으며, 도축장 HACCP 운용수준 평가 및 명예감시원을 활용한 원산지 단속을 연중 실시함.

#### 라. 정부 정책홍보 및 캠페인

- 합리적 소비환경 조성을 위한 홍보를 실시하고 있는데, 고품질·안전 농산물 정보 제공, 국가인증 지원, 식생활 교육, 지리적 표시, 친환경 농산물 우수성 등의 사업에 대해 2013년에 41억 원의 예산을 들여 TV·라디오 등 대중매체, 캠페인, 온라인을 통하여 정책 추진사항 등을 홍보하고 있음.
- 그 밖에 녹색식생활 교육박람회 개최, 식생활 교육 전국순회 체험관 운영, 학회 및 심포지엄, 아침밥 먹기 실천을 제고를 위한 전국 캠페인 실시 등을 추진함.
  - ‘녹색식생활박람회’는 생활 속에서 녹색식생활을 실천할 수 있는 다양한

- 콘텐츠로 구성되며 체험중심 교육의 장으로 2011년부터 매년 개최
- ‘대한민국식품대전(KFS)’ 등 식품 관련 박람회와 연계하여, 식생활 교육과 로컬푸드 등 관련 사업을 홍보
  - 전국 시·도·광역시를 대상으로 ‘녹색식생활 교육 지역순회 체험관’을 운영(2012년 이후)
  - 식생활 증진 및 식생활 교육 확산과 관련된 학술행사·페스티벌 등을 지원, 2011년부터 학회 및 관련 단체 등을 대상으로 공모를 통해 행사 개최를 지원
- 농림축산식품부의 농식품 관련 소비자 교육 및 홍보의 실제업무는 대부분 산하기관/단체에서 운영하고 있음.
- 농림수산물교육문화정보원: 농식품 안전, 친환경 농산물 관련 교육 및 홍보를 담당
    - 농식품 안전과 녹색식습관, 농산물에 관한 정보가 담긴 교육교재와 홍보 동영상, 사진자료 제작 및 배포
    - 그린밥상사이트: GAP 인증제도, 지리적표시제도, 전통식품품질인증제도, 유기가공식품제도, HACCP에 관한 홍보, 인증제도와 관련된 애니메이션 및 카툰 제작·배포
    - 으라차차농어촌교수학습지원센터: 어린이를 위한 농식품 안전교육 교재, 학교의 수업과정을 위한 학습지 및 동영상제공, 체험정보, 홍보자료 등을 배포
    - ‘아침밥 먹기 캠페인’ 등 전개
  - 농산물품질관리원·수산물품질관리원: 농식품의 품질표시 및 인증과 관련된 교육·홍보
    - 품질표시 및 인증에 관한 홍보 책자 및 리플릿 제작, 인증 농식품에 대한 정보조회 서비스 제공, 인증대상자들을 위한 교육 실시, 홍보동영상(CF등) 자료 제작 등

## 1.2.2. 기타 중앙행정기관

○ 식품의약품안전처는 영양과 식중독 예방 및 식품 안전 교육 등에 관한 책자와 홍보물을 제작하여 배포하고, 소비자단체와의 협력 및 ‘국민참관인’ 운영 확대를 통해 식품 관련 정책 및 정보를 전달하고 있는데, 다음과 같이 크게 두 가지로 구분할 수 있음.

- 어린이 및 청장년 관련 교육 및 홍보
  - 영양표시 교육용 소책자, 미취학 아동용 영양식생활 교재, 초등학생을 위한 영양 및 위생에 대한 식생활 교육용 만화책, 청장년용 교육 자료를 발간·배포
  - 영양표시 리플릿, 교육용 동영상과 만화, 트랜스 지방 관련 책자, 1회 제공량 산출지침서, 어린이 기호식품 품질 인증 표시 관련 리플릿, 비만과 식사장애 예방 가이드 e-book 등을 제작·배포, 고열량·저영양 식품 알림-e 프로그램을 개발하여 배포
  - 학년별 교사용 영양식생활 학습지도 교재 및 교육 자료, 식생활 소책자와 영양표시분야 질문집 발간
  - 미취학 아동 및 어린이들의 흥미 유발을 위한 영양관리게임 개발
- 식품 안전 관련 교육 및 홍보
  - 식중독 예방과 관련하여 식품접객업자를 대상으로 의무위생교육을 실시하고 있으며, 학교, 음식점, 사회복지시설, 보육시설, 어린이집 등을 중심으로 식중독 예방 특별교육을 실시하고 위생관리 매뉴얼을 배포
  - 학교와 횡집, 휴게음식점 등 시설별 식중독 예방교재 및 동영상을 제작하여 배포하고, 집단급식소 및 길거리 음식, 고속도로 휴게소의 위생관리 매뉴얼을 제작하여 보급
  - 식중독 통계 프로그램을 운영하여 국내에서 발생한 식중독에 대한 정보를 제공하고 있으며, 초·중·고생 및 가정주부 등 대상별로 사이버교육 시행
  - 손씻기 홍보 자료 및 임산부의 식중독 예방수칙 등 시설별, 대상별, 바



이러스별 예방 관련 리플릿을 보급하여 식중독 예방에 대한 홍보와 교육 시행

- 식품 안전과 관련하여 ‘가정 내 식품 안전사고 예방 10대 원칙’ 및 ‘가정에서의 위생관리 가이드’를 제작하여 배포하고, ‘식생활 안전관리 수칙 안내’ 포스터 판넬과 ‘건강기능식품의 올바른 선택에 관한 가이드’를 제공하는 등의 홍보활동을 하고 있음.
- 그 외 식품 안전과 관련된 교육·홍보 동영상에 ‘식품나라’ 사이트를 통해 제공

○ 보건복지부는 국민 식생활지침 개발 및 보급, 생애주기별 영양관리지원사업을 수행하고, 나트륨 저감화 홍보 및 캠페인, 건강체중 인식확산 교육 및 홍보, 영양표시 관련 인식 및 이해도 제고 등의 건강식생활 교육·홍보 사업을 시행함.

- 1984년부터 시행된 국민건강생활지침이 1993년에 식생활지침으로 개정되었으며, 현재 2009년에 개정된 생애주기별(임신수유부, 영유아, 어린이, 청소년, 성인) 식생활 지침과, 2011년에 제정된 어르신을 위한 식생활지침을 보급
- 어린이·청소년에게 학교에서의 영양·식생활 교육을 강화하고, 어린이급식관리지원센터를 확충하며, 지역아동센터 어린이에게 과일·채소 제공 및 교육 등 건강과일바구니 사업을 실시
- “국민영양관리법”에 의해 실시되는 영양·식생활 교육의 내용은 생애주기별 올바른 식습관 형성·실천에 관한 사항, 식생활 지침 및 영양소 섭취기준, 질병 예방 및 관리, 비만 및 저체중 예방·관리, 바람직한 식생활문화 정립, 식품의 영양과 안전, 영양 및 건강을 고려한 음식만들기 등
- “국민건강증진법”에 의해 실시되는 보건교육에도 영양 및 식생활 관련 내용이 포함되며 그 밖에 금연·절주 등 건강생활의 실천, 만성퇴행성질환 등 질병의 예방, 구강건강, 공중위생, 건강증진을 위한 체육활동, 기타 건강증진사업에 관한 사항이 포함

표 3-6. 시·도별 대상별 소비자 교육 현황, 2011

단위: 회, 명

구분	유치원/초등생	중고생	대학생	일반인/주부	고령자	실무자/상담원
개최횟수	496	574	33	185	1,026	18
참석인원	41,580	117,276	941	7,624	54,630	331
구분	공무원	사업자	다문화/새터민	군장병/민방위	기타	합계
개최횟수	15	11	41	45	42	2,486
참석인원	736	2,256	1,281	6,565	1,817	235,037

자료: 강성진(2012b).

- 공정거래위원회의 소비자 교육은 대부분 거래에 관한 피해 예방이 목적임. 한국소비자원의 소비자 교육은 자체 기획교육과 수탁교육을 병행하고 있으며 청소년, 대학생, 공무원, 사업자, 교원, 일반소비자 및 취약계층에 대한 소비자 교육을 실시하고 있음.
  - 2012년 기준으로 한국소비자원에서 개발·보급한 소비자 교육 교재는 41종이며 시행한 교육연수는 391회에 걸쳐 41,168명으로 집계
  - 소비자원에서 한 해 동안 기획하고 제작한 컨슈머 TV 방송 프로그램은 총 40편이며, 7개의 소비자 방송 블로그를 운영
- 교육부의 학생 교육은 관련 교과, 창의적 체험 교육, 급식지도 등을 통해 이루어짐. 학교에서의 농식품 관련 소비자 교육은 주로 가정교과를 통해 이루어지고 있으나, “학교급식법” 개정으로 영양교사 배치 및 식생활 지도와 영양상담을 실시하도록 규정하고 있으며, “국민영양관리법” 제정으로 영양 및 식생활지도를 강화하고 있음.
  - 제7차 교육과정에서는 청소년기의 영양과 식사, 식사 예절 등과 같이 기초 영양과 조리지식을 강조하고 식품의 선택과 관련하여 식생활에서의 소비자 능력을 배양하는 데 초점
- 교육부의 2013 학생건강증진 기본방향(안)에 따르면 학교급식에서 올바른 식사선택 능력을 배양하기 위해 ‘영양표시제’ 및 ‘알레르기 유발식품 표시

제’를 시행하며, 영양교사를 통한 식생활 교육을 강화하고 ‘식생활 교육실’을 운영함.

- ‘영양표시제’ 및 ‘알레르기 유발식품 표시제’는 학생들에게 영양에 대한 관심을 제고시켜 식생활 관리능력을 함양 기대
- ‘식생활 교육실’을 구성하여 담임교사와 학생들이 함께 식사하면서 식생활 체험 교육을 실시
- 영양교사의 식생활 교육 및 영양 상담 강화
- 학교급식 관련 교직원 연수 및 식생활 교육 정착

### 1.2.3. 지방자치단체

- 지방자치단체의 식생활 교육사업은 초·중·고 및 어린이집·유치원에서 학생, 교사를 대상으로 (바른)식생활 교육, 어린이 미각(오감) 프로그램, 농어촌 체험, 방과후 교실 등을 중심으로 실시되고 있음. 그 외에도 도시농업 박람회와 가래떡데이 캠페인, 식품 안전생활 실천캠페인, 가족밥상의 날 캠페인 등을 실시하며, 식생활 교육 전문가 및 지도사 양성과정, 식생활 교육 주체를 위한 워크숍 및 심화과정도 운영함. 지방자치단체의 식생활 교육사업에 2013년 한 해 동안 전국적으로 97개 사업, 1,884회 이상, 연인원 22만 3,029명 이상 참여함.
- 지방자치단체의 소비생활센터에서 실시하고 있는 소비자 교육은 다문화가정이나 노인 등 특수계층을 대상으로 하며, 경제교육, 피해 발생 시 구제 방안에 대한 커리큘럼을 중심으로 실시되고 있음. 지방자치단체의 소비자 교육은 2011년 한 해 동안 전국적으로 총 2,486회에 걸쳐 연인원 23만 5,037명이 지방자치단체의 소비자 교육에 참여하였으며, 소비자 교육은 주로 고령자, 유치원생, 초·중·고생 등 취약 소비자계층을 대상으로 이루어짐.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> 강성진(2012b).

표 3-7. 민간 소비자단체에 의한 소비자 교육 현황

분류	단체	교육내용
모니터 요원교육	한국부인회총본부	소비자모니터 요원 대상 홈쇼핑주부모니터 양성교육 실시, 농산물 명예감시원교육 실시
	한국소비생활연구원	소비자단체 소비자모니터요원 교육, 전기제품안전모니터요원 교육
	한국소비자연맹	온라인쇼핑몰 소비자 감시단 구성 및 모니터링 교육
	한국소비자 교육원	에너지 환경감시단 대상 온실가스 감축정책 교육 실시
	녹색소비자연대	녹색캠퍼스 에너지 감시단 구성, 대학생클럽 구성
특수계층 대상교육	한국YMCA연합회	찾아가는 노인 소비자 교육 실시, 청소년 대상 경제교육 실시
	한국부인회총본부	어르신과 주부 대상 소비자 교육
	한국소비생활연구원	어르신을 위한 소비자 교육, 청소년 대상 스마트 소비 교육
	녹색소비자연대	어린이를 대상으로 한 에코체험학습 실시
	전국주부교실연합회	어르신 소비자 교육 실시
실무자 대상교육	한국소비생활연구원	기업의 소비자 상담 실무자 대상 '소비자 상담 전문가 교육'
	주부교실연합회	소비자 문제 대응 위한 실무자 및 모니터 교육
시민대상 교육	대한주부클럽연합회	10주 과정의 소비자 학당 개강
	한국소비자연맹	유전자 재조합 식품 올바르게 알기 소비자 교육, 소액결제 피 해예방 교육, 불량식품 근절 교육
	전국주부교실연합회	초등학생, 주부 대상 우수농산물 소비촉진 및 농어촌 가치인 식 제고를 위한 체험학습 실시, 총 37회 유기농식품인증 활성화 소비자 교육, 주부 대상 원산지 표시제 교육, 음식점 종사자 대상 원산지 표시제 교육
	한국부인회총본부	시민을 대상으로 인터넷 소비자 교육, 녹색농촌체험행사 실시
	한국소비생활연구원	팜셰프(FARM CHEF) 현장교육 실시, 친환경인증관련자(한 매, 가공업, 중간관리자)들을 위한 친환경 인증교육 유기농 식품 인증 소비자 교육
한국소비자 교육원	일반소비자를 대상으로 우수 농산물 생산현장 견학, 개월 과정의 리더아카데미 출범, 결혼문화대학/주부대학/실버대학 으로 분류되며 대상은 소비자단체 활동 및 사회봉사에 관심 이 많은 소비자	
캠페인	녹색소비자연대	풀무원과 함께하는 '바른먹거리 확인 캠페인'
	전국주부교실연합회	공산품 원산지 표시제도 캠페인
	한국부인회총본부	녹색소비지침 마련 및 교육, 한 가정 탄소 톤 줄이기 캠페인
	한국소비생활연구원	2010 우리나라 안전 축산물소비자한마당 개최, 음식물쓰레기 줄이기 캠페인, 에너지 절약 캠페인, 위조상품 근절 캠페인 우리쌀 소비 촉진 홍보 캠페인
	한국소비자 교육원	소비자 HACCP 지정업소 현장체험 실시 소비자

자료: 2013년 기준 각 단체의 배포자료 및 홈페이지 참조.

## 1.2.4. 민간부문

- 소비자단체에서는 품목별 소비자 모니터요원을 구성·운영하고 정기적인 교육을 실시하고 있음. 일반시민을 대상으로 한 교육은 소비자학당과 같은 정기적이고 장기적인 교육과 체험학습과 같은 일시적인 교육을 함께 운영하고 있으며, 특수계층을 위한 소비자 교육을 수행함<표 3-7>.
  - 소비자단체의 교육은 대부분의 경우 한국소비자원, 식품의약품안전처와 농림축산식품부 등의 부서와 협력사업으로 진행
- 사업자 측에서는 개별기업이 기업홍보 및 사회공헌 차원에서 일부 소비자 교육을 실시하고 있으며, 기업소비자전문가협회(OCAP)에서는 기업의 고객 응대나 상담을 원활하게 하기 위한 직원 대상의 교육을 실시하고 있음.
- 그 밖에 시민사회의 자체적인 교육활동이 생활협동조합, 학교급식관련단체를 중심으로 이루어지고 있으며, 이밖에 다양한 시민단체에서 대안 식생활 운동을 펼치고 있음.

## 1.3. 농식품 소비자 정보·교육·홍보사업의 당면 과제

### 1.3.1. 정보 제공 현황 평가

#### 가. 기관 간 정보 제공 연계 부족

- 농식품 관련 소비자 정보는 정보 제공 인프라에 주력하여 각 부처별로 양산된 정보들이 산만하게 집적되어 있으며, 정보 제공 주체별 정보의 공유와 교류가 잘 이루어지지 않고, 제공 주체 간 생산정보를 매개로 한 연계와 소통이 원활하지 않음.

- 제공 정보가 부처별·기관별로 분산되고 농식품부와 식약처 등의 관계기관 웹사이트에서 분산적으로 자료가 제공되어 소비자 혼란이 우려됨.

#### 나. 정보 채널 분산

- 소비자의 다양한 관심과 의견을 반영하고 이를 피드백할 수 있는 시스템 및 통합적인 정보채널 구축이 미흡함. 소비자는 농식품 안전정보뿐만 아니라 가격대비 품질정보, 식생활·영양 정보 등 다양한 정보 접근을 희망하며, 대표적인 통로를 통해 모든 정보에의 접근성이 보장되기를 희망함.
- 소비자는 무분별한 정보 홍수 속에서 신뢰성 있고 신속한 정보를 얻기를 원하는 반면, 정보의 분산과 관련 사이트의 연계 부족으로 탐색에 시간이 많이 소요되거나 찾기 어려운 상황이 빈번히 발생함.

#### 다. 정보 제공 수준 미흡

- 다양한 분야별 정보 수집 및 정보체계가 미흡하여 현재 농식품 관련 정보 및 통계는 양적, 질적인 측면에서 그 수요를 충족시키지 못하고 있는 실정임.
  - 소비자 관심을 반영한 다양한 정보 제공 부족, 품질·안전·가격 등 분야별 정보의 수집·정비가 미흡
  - 새로운 정보의 업데이트가 느린 경우가 많아 시기적절한 정보 제공 곤란
- 제공되는 정보의 출처가 명확하지 않거나 정보 제공 종류에 따라 상이한 경우가 많음. 소비자들이 보다 심층적이고 자세한 내용을 알고자 하는 경우 이를 충족시켜줄 만한 보다 세밀한 정보를 찾기가 어려운 상황임.

#### 라. 수요자 친화성 부족

- 정보의 제공형태가 주로 게시판 형식이기 때문에 소비자가 원하는 정보 탐색에 어려움이 있으며, 일방적인 게시물 업로드 이외에 소비자의 의견을 반영하거나 혹은 소비자의 질문이나 궁금증을 즉시 답변하는 체계를 가진 사

이트들이 매우 부족한 상황임.

- 정보에 대한 설명이 부족하여 소비자가 이해하기 어렵고, 원하는 정보를 쉽게 찾기 어려움. 홈페이지상의 메뉴를 더욱 보기 쉽게 배치하는 등 인터페이스의 문제를 해결하여 사용자 친화적으로 홈페이지를 재구성할 필요가 있음.
- 해당 사이트의 홍보가 미흡하여 소비자의 이용도가 높지 않음. 대다수 소비자들이 해당 정보나 통계의 존재 유무도 모르는 경우가 많고, 필요한 정보에 대한 접근방식을 알지 못함.

### 1.3.2. 교육·홍보사업 평가

#### 가. 지속적이고 체계적인 교육·홍보추진 미흡

- 농식품 소비자가 스스로 현명하고 합리적인 식생활을 구현할 수 있도록 하기 위해서는 생애주기에 걸쳐 지속적·체계적으로 교육·홍보가 추진되어야 함.
- 반면 농식품 소비자 교육 및 홍보사업이 부처별·사업별로 연계없이 단편적 정보전달 교육방식이 주를 이루고, 일회적인 교육 및 캠페인이 운영되고 있어 지속적인 효과를 기대하기 어려운 상황임.
- 식생활 교육지원사업으로 추진되는 식생활 교육과 소비자단체협력사업의 교육 대상 및 내용이 상당부분 중복됨에도 분산되어 상호 연계 없이 비효율적으로 운영되고 있음.
  - 지역단위에서 교육네트워크는 생협, 영양사협회, 교수 및 전문가 그리고 소단협 소속 지역단체가 가입되어 있어 인적 구성에 있어서 소비자단체와 국민네트워크가 중복

#### 나. 농식품 소비자 교육프로그램의 한계

- 현행 농식품 식생활 교육프로그램의 문제점은 대표성을 가진 농식품 교육 프로그램 미흡, 대상별 다양한 식생활 교육 콘텐츠 부족, 교육기관별 프로그램 평가체계 미흡, 교육실습 공간 및 인력양성 시스템 부족, 교육교재 부족 및 온라인 소비자 교육체계 구축 미흡 등으로 나타나고 있음.
- 현재의 소비자 교육은 농식품 안전, 표시, 식생활 등의 분야에 한정되어 있어 농식품 분야에 대한 총괄적 소비교육이 필요한 상황임.

#### 다. 중앙단위 추진으로 지역밀착형 추진 어려움

- 농식품 관련 소비자 교육은 중앙정부와 전국단위 소비자단체 중심의 추진 체계로 개별 지역 현장에서 실천문화로 정착되는데 한계가 있음.
- 지방자치단체 소비생활센터는 2007년 공정위 소관으로 넘어간 후 방문판매나 특수거래 즉 거래와 관련된 소비자문제에 초점을 두고 있으며, 농식품 분야 관련 소비자 교육을 거의 실시하지 못하고 있는 실정임. 지역의 자발적인 조직력을 바탕으로 운영되지 않고 중앙에서 하달되는 교육 내용을 소화하다보니 지역의 특수한 문제들을 파악하고 해결하거나 교육 및 상담하는 데 있어서 소홀할 수 밖에 없는 상황임.
  - 지역의 소비생활센터는 상호 간 교류가 이루어지지 못하고 있는데, 이로 인해 강사 pool 및 개발된 교재의 공동 운영이 이루어지지 않아 우수한 교육 콘텐츠와 전문가 확보 면에서도 어려움
- 농식품부의 소비자단체협력사업이 소비자단체협의회 중심으로 추진되고 있어 다양한 소비조직과의 협력을 통해 국내 농식품의 소비확산을 유도하고 이를 소비자 교육을 통해 재확산하는 체계가 약함.



## 2. 농식품 소비자 피해구제

### 2.1. 농식품 소비자분쟁 관련 규정

#### 2.1.1. 법률근거와 절차

- 소비자 상담 및 피해구제는 “소비자기본법”(제4조 5호)의 ‘소비자가 물품 및 용역의 사용 또는 이용으로 인하여 입은 피해에 대하여 신속·공정한 절차에 의하여 적절한 보상을 받을 권리’에 의거 시행됨.
- 기본적인 법률 규정은 “소비자기본법”의 제8장과 “민법”, “제조물책임법”이 관련됨.
  - 계약 및 거래 시 발생하는 피해의 구제는 “독점규제 및 공정거래에 관한 법률”, “표시·광고의 공정화에 관한 법률”에서 규정
  - 특수거래에서 발생하는 피해구제는 “방문판매 등에 관한 법률”, “전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률”, “할부거래에 관한 법률”
- 소비자 피해의 유형은 크게 발생(거래, 내용), 성질(재산, 비재산), 피해형태(다수소액, 다수고액, 소수소액, 소수고액) 별로 다르게 구분됨.
  - 거래상의 피해는 다시 특수거래로 인한 피해, 약관으로 인한 피해, 표시·광고로 인한 피해, 독점거래로 인한 피해
  - 내용상의 피해는 품질의 결함에 의한 피해와 안전상의 피해
- 소비자 분쟁해결 절차는 크게 상담을 통한 합의와 피해구제로 구분됨. 소비자가 구입한 제품으로 인해 불만이 생겼거나 피해를 입었을 경우 먼저 접근 가능한 경로를 통해 상담을 받고 피해상황을 보상받기 위한 합의를 시도, 합의가 이루어지지 않는다면 전문기관을 통해 피해구제를 신청함.

## 2.1.2. 농식품 소비자분쟁해결기준

- ‘소비자분쟁해결기준’은 공정거래위원회 고시로서 “소비자기본법”(제16조 2항)에 근거하여 제정된 것으로 분쟁당사자 사이에 분쟁해결방법에 관한 별도의 의사표시가 없는 한, 분쟁해결을 위한 합의 또는 권고의 기준이 됨.
- 소비자분쟁해결기준은 일반적 소비자분쟁해결기준과 품목별 소비자분쟁해결기준으로 나뉘는데(“소비자기본법” 시행령 제8조 제1항), 일반적 소비자분쟁해결기준은 같은 법 시행령 별표 1에 규정되어 있고(같은 조 제 2항), 품목별 소비자분쟁해결기준은 일반적 소비자분쟁해결기준에 따라 공정거래위원회가 제정·고시함.<sup>18</sup>
- 식품과 관련하여서는 식료품 분야와 농수축산물 분야에 대한 품목별 분쟁해결기준이 존재함<표 3-8>, <표 3-9>. 분쟁 유형 중에서 ① 함량·용량 부족, ② 부패·변질, ③ 유통기간 경과, ④ 이물혼입에 대한 해결 기준은 ‘당해 품목(제품) 교환 또는 구입가 환급’으로 규정(신체상의 손해가 없는 경우) 함. 위해식품으로 인해 신체상의 손해가 발생한 경우에는 치료비, 경비, 치료로 인해 직장근무를 못한 경우 임금 배상 규정함. 다만, 정신적 피해에 대한 보상은 소비자피해보상규정에서 인정하지 않음.

표 3-8. 농·수·축산물 분쟁해결 기준

분쟁 유형	해결 기준	비고
1) 함량, 용량, 중량, 개수 부족 및 표시내용 상위 2) 부패, 변질 3) 유통기간 경과 4) 이물혼입	- 당해품목 교환 또는 구입가환급(1~4)	
5) 부작용 6) 용기파손 등으로 인한 손해사고	- 치료비, 경비 및 일 실소득 배상(5~6)	

주: 란류, 육류, 곡류, 과일·야채류, 수산물류 등 7개 업종에 적용됨.

18 이계임 외(2011).

표 3-9. 식료품 분쟁해결 기준

분쟁 유형	해결 기준	비고
1) 함량, 용량부족 2) 부패, 변질 3) 유통기간 경과 4) 이물혼입 5) 부작용 6) 용기파손 등으로 인한 상해 사고	- 제품교환 또는 구입 가 환급(1~4)  - 치료비, 경비 및 일 일소득 배상(5~6)	- 일일소득: 피해로 인하여 소득상실이 발생한 것이 입증된 때에 한 하며, 금액을 입증할 수 없는 경우에는 시 중 노임단가를 기준으 로 함

주: 청량음료, 과자류, 병과류, 낙농제품류, 통조림류, 제빵류, 설탕 제분류, 식용유류, 고기가공식품류, 조미료, 장류, 다류, 면류, 자양식품, 주류, 도시락, 찬류, 냉동식품류, 먹는샘물 등 19개 업종에 적용됨.

## 2.2. 농식품 상담 및 피해구제 현황

### 2.2.1. 소비자 상담 현황

#### 가. 기업의 소비자 상담

- 일반적으로 소비자들은 소비자불만 해소, 소비자 피해구제를 위해 제일 먼저 당사자인 기업과 상담을 하며, 이 과정에서 문제가 해결되지 않을 경우 소비자단체 및 정부 관련 기관에서 2차 상담을 의뢰함.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> 일부 기업, 지방자치단체에서는 자체 상품의 품질관리·보상을 위해 보험에 가입하거나 자체 보상 제도를 운영하고 있음. 일반적으로 식재료 납품업체 또는 학교급식 지원센터는 자체적으로 배상책임보험에 가입하고 있으며, 학교 등은 식재료 납품업체를 선정하는 과정에서 해당 보험의 가입증명서 제출을 요구함으로써 식중독 등으

- 소비자 피해를 신속하게 구제하기 위해 대부분 기업에서는 소비자 상담실, 고객만족실, 고객지원실, 고객상담실 등 다양한 형태의 전담기구를 설치·운영함. 또한 사업자에 의한 자발적인 소비자 불만 해결과 피해구제 등 고객만족 활동을 보다 체계적·전문적으로 실시하기 위해 기업소비자전문가협의회(OCAP)를 결성함.

#### 나. 1372 소비자 상담

- 공정거래위원회는 소비자 상담 편의성·효율성 제고 차원에서 2010년 1372 소비자 상담센터를 설립하여 한국소비자원, 민간소비자단체, 지방자치단체 등에서 각기 운영하던 소비자 상담업무를 통합·운영할 수 있도록 함. 1372 소비자 상담센터는 통합번호(1372) 또는 인터넷을 통해서 소비자 상담서비스 및 정보 제공을 실시함<그림 3-1>.
  - 한국소비자원, 10개 소비자단체, 16개 광역시·도(소비생활센터)가 참여하며, 전국에 소재한 240명의 상담원(소비자단체 182명, 한국소비자원 27명, 지방자치단체 31명)이 소비자들에게 상담 및 피해구제 서비스 제공
  - 자동차, 금융·보험, 의료서비스 등 전문분야는 한국소비자원, 이를 제외한 일반품목의 경우 소비자단체나 지방자치단체 상담원에게 우선 연결 되도록 프로그램이 설계

---

로 인한 신체 및 재산상 손해(피해) 발생 시 배상이 가능하도록 조치를 취하고 있음. 경기도는 통합상표 브랜드인 G마크 인증 농특산물을 구입한 소비자의 요청이 있을 경우 구입 후 2일 이내 즉시 반품·교환해주는 리콜제도를 운영 중에 있음. G마크를 부착한 가공식품에 의한 심각한 문제나 사고 발생에 대비하여 G마크 안심보험제도(최대 1인당 1억 원, 사고 당 10억 원까지 보상)를 시행함. 건설공제조합은 계약자가 계약이나 공사와 관련한 의무 미이행 시 권리자나 보증채권자가 보증금을 청구할 수 있는 보상업무를 실시하고 있으며, 보증과 관련된 분쟁이 발생한 경우 조정·중재하는 분쟁업무도 시행하고 있음.

그림 3-1. 1372 소비자 상담센터 운영체계



표 3-10. 1372 소비상담센터 주요 기능

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지능적 전화연결 시스템</li> <li>• 상담 용대용 업무 프로그램</li> <li>• 피해 내용 입력 및 피해구제 접수</li> <li>• 모범상담사례 및 판례 데이터베이스 구축</li> <li>• 소비자 상담 포털</li> <li>• 인터넷 상담 및 자동상담 프로그램</li> <li>• 사업자의 자율상담처리 가능 프로그램 제공</li> <li>• 소비자 상담, 소비자 피해구제, 소비자 분쟁조정 관련 정보 통계시스템</li> </ul>
--

표 3-11. 소비자 상담 기관별 회선 현황, 2013

구분	한국소비자원	지방자치단체	소비자단체
상담회선	27	31	182
상담방법	전화, 인터넷, 팩스, 서신, 방문	주로 전화상담	주로 전화상담

자료: 1372 소비자 상담센터.

○ 소비자 상담센터를 통한 소비자 상담 건수는 지속적으로 증가하고 있음. 상담건수는 2010년 73만 2,553건에서 2013년 84만 6,535건으로 증가함<표 3-12>. 이 중 소비자단체를 통한 소비자 상담 비중이 약 70%로 가장 높으며, 한국소비자원을 통한 소비자 상담은 전체의 25% 내외임. 상담방법별로는 2013년 기준 시 전화가 85.4%로 대부분을 점하며, 인터넷이 9.4%를 점함<표 3-13>.

표 3-12. 소비자 상담센터 상담 현황(참여기관별)

단위: 건(%)

구분	2010	2011	2012	2013
소비자단체	516,924(70.6)	549,069(70.6)	563,492(69.3)	590,165(69.7)
한국소비자원	180,469(24.6)	185,425(23.8)	201,255(24.8)	209,478(24.7)
지방자치단체	35,160(4.8)	43,556(5.6)	48,187(5.9)	46,892(5.5)
합계	732,553(100.0)	778,050(100.0)	812,934(100.0)	846,535(100.0)

자료: 1372 소비자 상담센터.

표 3-13. 소비자 상담센터 상담 현황(상담방법별), 2013

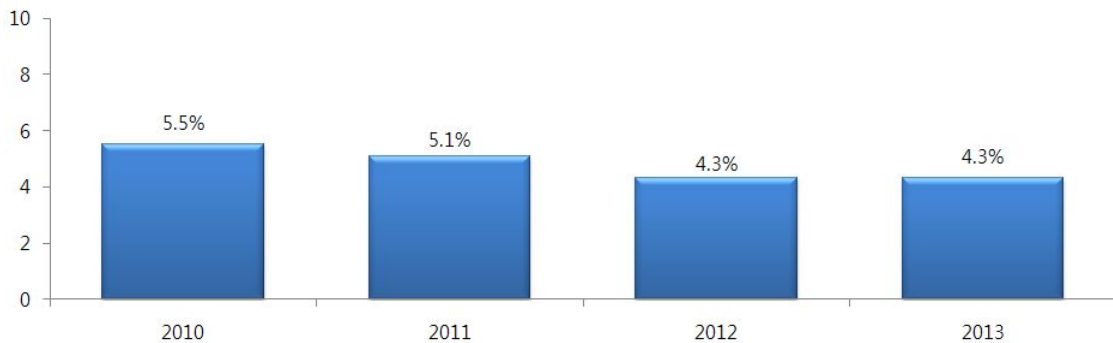
단위: 건(%)

구분	전화	인터넷	팩스	서신	방문	합계
건	723,113	79,486	21,315	14,989	7,632	846,535
(비중)	(85.4)	(9.4)	(2.5)	(1.8)	(0.9)	(100.0)

자료: 1372 소비자 상담센터.

- 소비자 상담센터의 상담 중에서 농식품 분야가 차지하는 비중은 4~5% 수준임<그림 3-2>. 2010~2013년간 발생한 농식품 상담건수 중에서 품목별로 건강식품(39.5%)이 가장 비중이 높고, 그 다음으로 기타식품 및 기호품(11.5%), 유란류 및 유란유가공식품(8.4%), 빵 및 과자류(7.9%) 순으로 나타남<표 3-14>.

그림 3-2. 1372 소비자 상담 중 농식품 분야 비중



자료: 1372 소비자 상담센터.

표 3-14. 농식품 부문 품목별 상담 현황

단위: 건, %

중분류품목	2010		2011		2012		2013		합계	
	건수	비중	건수	비중	건수	비중	건수	비중	건수	비중
건강식품	17,410	42.9	16,032	40.2	13,094	37.8	13,221	36.7	59,757	39.5
기타식품&기호품	4,653	11.5	4,499	11.3	4,051	11.7	4,181	11.6	17,384	11.5
유란류&유란유가공식품	3,028	7.5	3,443	8.6	2,891	8.4	3,283	9.1	12,645	8.4
빵&과자류	3,269	8.1	3,144	7.9	2,771	8.0	2,794	7.8	11,978	7.9
육류&육류가공식품	1,979	4.9	2,164	5.4	1,878	5.4	2,016	5.6	8,037	5.3
곡류&곡류가공식품	1,960	4.8	2,000	5.0	1,892	5.5	1,935	5.4	7,787	5.2
음료	1,919	4.7	1,870	4.7	1,775	5.1	1,893	5.3	7,457	4.9
어패류&어패류가공식품	1,438	3.5	1,845	4.6	1,523	4.4	1,591	4.4	6,397	4.2
채소&채소가공식품	1,426	3.5	1,250	3.1	1,386	4.0	1,494	4.1	5,556	3.7
과일&과일가공식품	1,229	3.0	1,177	3.0	1,279	3.7	1,528	4.2	5,213	3.4
조미식품	1,006	2.5	1,161	2.9	996	2.9	986	2.7	4,149	2.7
주류	947	2.3	920	2.3	735	2.1	737	2.0	3,339	2.2
해조류&해조류가공식품	232	0.6	265	0.7	194	0.6	233	0.6	924	0.6
식용종자&식용버섯류	102	0.3	113	0.3	132	0.4	134	0.4	481	0.3
합계	40,598	100.0	39,883	100.0	34,597	100.0	36,026	100.0	151,104	100.0

자료: 1372 소비자 상담센터.

- 농식품 부문 상담실적을 상담사유별로 구분하여 살펴보면 기타 단순 문의 및 상담(20.2%)과 품질 및 품질 A/S 관련(18.8%)이 가장 높은 비중을 차지하며, 그 다음으로 청약철회(14.2%), 제품 안전(9.4%) 순으로 나타남<표 3-15>.
- 농식품 부문 상담실적을 처리결과별로 구분하여 살펴보면 상담 및 정보 제공(85.2%)이 대부분이며, 피해구제(13.8%) 비중도 상당수 있는 것으로 나타남<표 3-16>.

표 3-15. 농식품 부문 상담사유별 상담 현황, 2013

단위: 건, %

상담사유	농축수산물 및 가공식품		건강식품		합계	
	건수	비중	건수	비중	건수	비중
기타 단순 문의, 상담	4,662	20.4	2,602	19.7	7,264	20.2
품질(품질 AS)	5,595	24.5	1,191	9.0	6,786	18.8
청약철회	1,243	5.5	3,858	29.2	5,101	14.2
제품안전	2,989	13.1	410	3.1	3,399	9.4
부당 행위	2,003	8.8	1,256	9.5	3,259	9.0
기타 단순 계약 해제, 해지	1,375	6.0	1,910	14.4	3,285	9.1
가격, 요금, 이자, 수수료	1,341	5.9	644	4.9	1,985	5.5
계약 불이행(불완전 이행)	1,071	4.7	412	3.1	1,483	4.1
서비스 불만(불친절 관련)	795	3.5	140	1.1	935	2.6
기타	1,731	7.6	798	6.0	2,529	7.0
합계	22,805	100.0	13,221	100.0	36,026	100.0

자료: 1372 소비자 상담센터.

표 3-16. 농식품 부문 처리결과별 상담 현황, 2013

단위: 건, %

처리결과	농축수산물 및 가공식품		건강식품		합계	
	건수	비중	건수	비중	건수	비중
피해구제	3,024	13.3	1,941	14.7	4,965	13.8
상담, 정보 제공	19,552	85.7	11,151	84.3	30,703	85.2
피해구제 이관	217	1.0	126	1.0	343	1.0
기타	12	0.1	3	0.0	15	0.0
합계	22,805	100.0	13,221	100.0	36,026	100.0

자료: 1372 소비자 상담센터.



## 다. 중앙행정기관에 의한 소비자 상담

- 대부분의 중앙행정기관에서 소비자 상담은 민원업무의 일부로 실시됨. 중앙행정기관에 의한 소비자 상담은 상담경로 측면에서 살펴보면 크게 ① 국민권익위원회에서 운영하는 국민신문고 또는 110 정부민원안내콜센터를 통하여거나 ② 개별 중앙행정기관을 통하여 이루어짐. 소비자 상담은 전화, 인터넷, 방문 등 다양한 형태로 이루어짐.
- 국민신문고는 국민권익위원회에서 운영하는 대국민 민원처리시스템임(통합 전자민원창구). 국민신문고 또는 중앙행정기관 및 지방자치단체 등에서 민원인에 의해 등록·접수된 민원은 국민신문고 시스템을 통해 일괄 관리되며, 민원의 성격·유형별로 해당 부처로 나뉘어져 처리됨<그림 3-3>.
- 국민신문고를 통해 신청되는 민원은 지속적으로 증가하고 있음. 민원은 2006년 40만 2,442건에서 2011년 107만 3,499건으로 크게 증가하였으며, 2012년에는 10월 말 기준 104만 6,758건을 처리함.

그림 3-3. 국민신문고 개요



자료: 국민신문고 홈페이지.

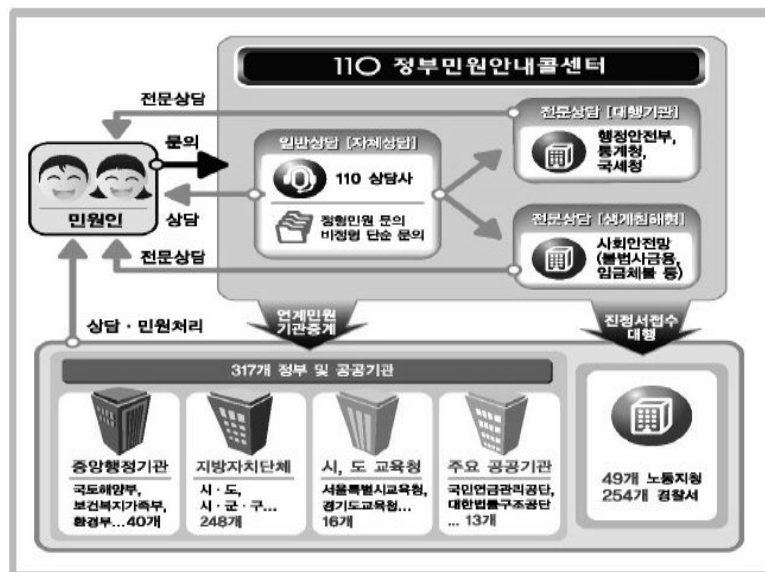
○ 110정부민원안내콜센터는 중앙행정기관, 지방자치단체, 공공기관 등 모든 행정기관의 업무를 전화로 상담·안내하는 범정부 허브 콜센터임<그림 3-4>. 단순문의, 정형민원, 기관문의 등 일반 민원인 경우 자체 처리하며, 전문민원의 경우 연계 시스템에 의해 해당 정부기관 담당자 또는 기관 민원창구를 연결함.

- 2012년 총 180만 1,535건(1일 평균 8,477)의 상담전화가 접수·처리됨. 농림해양 분야는 2,224건(복지노동 18만 6,358건), 식약처 업무 상담대행 서비스를 통해 14만 2,656건 처리

○ 개별 중앙행정기관 중에서 농식품 관련 소비자 상담은 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 공정거래위원회, 보건복지부 등을 중심으로 전화, 인터넷, 방문 상담 등을 통해 이루어짐<표 3-17>.

- 기관별 인터넷민원은 대부분 행정기관 민원서비스 통합에 따라 국민신문고와 통합

그림 3-4. 110 정부민원안내콜센터 상담 절차



자료: 정부민원안내콜센터 홈페이지.

- 농림축산식품부의 전화상담은 민원안내콜센터를 통해 처리(2012년 총3만 2,740건)

표 3-17. 중앙행정기관 소비자 상담

기관	명칭	방식	비고
국민권익위원회	국민신문고	인터넷	
	110정부민원안내콜센터	전화	
농림축산식품부	종합민원실	방문	
	민원안내콜센터 (1577-1020)	전화	
국립농산물품질관리원	IT상담센터 (1544-8217)	전화	농식품인증 진위확인 상담서비스
	정보조회서비스 (1544-4321)	전화(ARS)	농식품 인증정보 확인 서비스 제공
식품의약품안전처	종합상담센터 (1577-1255)	전화, 방문	
	식품안전소비자신고센터 (1399)	전화, 인터넷	부정·불량식품신고
보건복지부	보건복지콜센터(129)	전화	
공정거래위원회	고객지원담당관실 (044-200-4010)	방문 및 전화상담	

## 2.2.2. 소비자 피해구제 현황

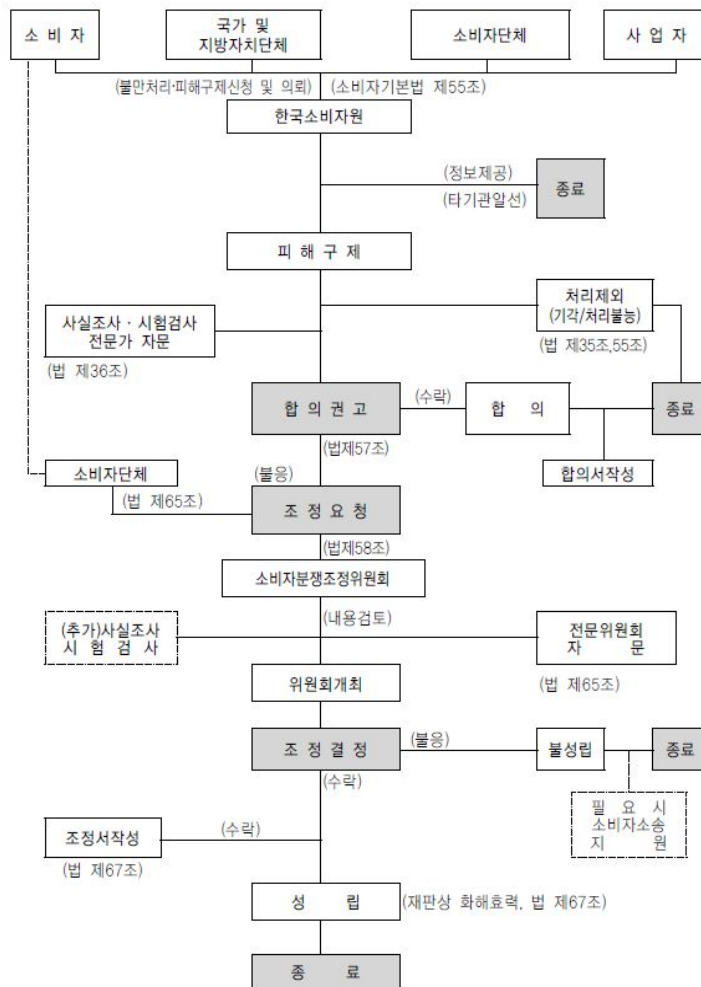
### 가. 한국소비자원의 피해구제

- 한국소비자원은 전문 상담·피해구제 기관으로 농식품을 비롯한 모든 제조물과 서비스에 대한 상담과 피해구제를 지원하고 있음<그림 3-5>. 피해구제 신청일로부터 30일 이내에 원만한 합의가 이루어지지 않은 경우 한국소비자원장은 소비자 분쟁조정위원회에 조정을 신청, 분쟁 관계 당사자도 소비자분쟁조정위원회에 조정 신청 가능함.

- 소비자분쟁조정위원회는 시험검사나 전문가 자문을 거쳐 임의적인 분쟁 합의나 강제적인 조정결정을 통하여 당사자의 수락을 이끌어 내는 준사법적인 해결 제도

- 집단분쟁조정은 피해가 같거나 비슷한 유형으로 발생한 소비자의 수가 50명 이상, 사건의 중요한 쟁점이 사실상 또는 법률상 공통되는 경우 조정을 의뢰
- 조정위원회는 14일 이상 그 절차의 개시를 공고하고 집단분쟁조정의 당사자 중에서 공동의 이익을 대표하기에 적합한 1인 또는 수인을 대표당사자로 선임, 조정위원회는 대표당사자를 상대로 조정절차 진행

그림 3-5. 한국소비자원 피해구제 절차도



자료: 한국소비자원(2013).

- 2012년 일반식품 관련(건강식품 제외) 소비자 피해구제 신청 건은 총 195건으로 2011년 179건에 비해 16건(8.9%) 증가, 건강식품류는 매년 111건이 접수되어 농식품 전체 중에 36%를 차지함<표 3-18>.
  - 농식품 관련 피해를 유형별로 살펴보면, 변질 혹은 부패, 이물질 혼입 등 품질과 농식품 안전 관련 건이 각각 42건(21.5%)으로 가장 많았고, 계약이행 관련 건이 33건(16.9%), 계약해지 관련 건이 28건(14.4%) 등
- 농식품 관련 피해구제 처리는 관련 법규나 대응방법 등을 안내한 정보 제공이 60건(30.8%)으로 가장 많았고, 다음으로 환급 55건(28.2%), 배상 29건(14.9%), 계약해제 18건(9.2%)등의 순으로 나타남.
- 건강식품은 고령화 사회 진입, 건강·웰빙에 대한 관심 증가로 인해 꾸준히 피해가 발생하고 있으며, 주요 신청 이유로는 계약해제 요구(충동구매나 미성년자 계약 등)가 57건(51.4%)으로 가장 높은 비중을 차지함.

표 3-18. 일반 농식품 관련 피해구제 신청 현황

단위: 건(%)

구분	품질·A/S	식품 안전	계약해지	계약이행	부당행위	기타	합계
2010년	47 (23.6)	42 (21.1)	53 (26.6)	23 (11.6)	20 (10.1)	14 (7.0)	199 (100.0)
2011년	58 (32.4)	43 (24.0)	33 (18.5)	19 (10.6)	17 (9.5)	9 (5.0)	179 (100.0)
2012년	42 (21.5)	42 (21.5)	28 (14.4)	33 (16.9)	15 (7.7)	35 (18.0)	195 (100.0)

자료: 한국소비자원(2013).

#### 나. 소비자단체의 피해구제

- 민간소비자단체에서도 “소비자기본법”에 의해 소비자 피해 및 불만처리를 위한 상담, 정보 제공 및 당사자 간의 합의 권고를 행함으로써 소비자 피해를 구제함. 합의 권고를 했음에도 불구하고 합의에 도달하지 못할 경우 소

비자 및 사업자 혹은 소비자단체가 소비자단체협의체에 분쟁조정을 신청할 수 있음.

- 자율분쟁조정위원회는 “소비자기본법”에 따라 한국소비자단체협의회에 설치된 소비자분쟁조정 및 특수판매 관련 분쟁조정기구, 분쟁의 당사자가 조정을 수락할 경우 민법상 화해의 효력을 가지게 되며 수락하지 않을 경우 분쟁조정은 성립되지 못함.

#### 다. 법원의 피해구제

- 법원의 사법적 절차인 민사 소송에 의한 소비자 피해구제 방법은 소비자 피해의 최종적인 구제 방법으로 절차가 까다롭고 복잡하여 시간과 비용이 많이 소요되므로 소비자들이 접근하기가 어렵고 소비자들이 피해 원인을 규명하기가 곤란한 경우가 많아 이용이 어려움.
- 2006년 개정된 “소비자 기본법”에 소비자단체소송제도가 도입(“소비자기본법” 제70조~제76조)되었으며, 집단소송제는 식품업계 규제완화 측면에서 보류됨. 우리나라에선 “소비자기본법”에 의해 소비자에게 피해를 주는 행위를 금지 또는 중지시켜 달라는 단체소송을 법원에 낼 수 있지만, 집단소송처럼 소비자들의 피해를 돈으로 물어내라는 내용의 단체소송은 우리나라 법에선 허용하지 않음<표 3-19>.
  - 단체소송은 소비자단체처럼 일정한 요건을 갖춘 ‘단체’가 피해자들을 대신해 소송을 내는 것으로, 집단소송이 미국식이라면 단체소송은 독일에서 발달한 제도
  - 집단소송제는 피해 소비자가 다수일 경우에는 이해관계가 있는 집단(class) 가운데 한 명 또는 몇 명의 소수자가 다른 사람들을 대표해서 소송을 제기하는 제도, 법원에서도 집단 소송의 요건과 대표자로서 자격이 인정되면 그 집단의 대표와 소송을 제기시켜 그 판결의 효력이 대표자뿐 아니라 집단의 다른 사람들 전원에게도 영향을 미치게 하는 제도

표 3-19. 대표당사자소송과 단체소송의 비교

성격	대표당사자소송	단체소송
목적	금전적 손해배상, 침해행위의 금지	침해행위의 중지, 위법행위의 무효확인
청구권자	피해자자들 중의 1인 또는 수인	특정의 단체(이익촉진단체, 소비자단체, 환경단체 등)
효과	소비자 피해의 직접구제	피해확산방지, 예방
입법 형태	민사소송법(일반법)안에 규정(연방민사소송 규칙 제23조)	각 개별법규에 산재되어 있음. (금지청구법1조이하, 부정경쟁방지법 조, 경쟁제한금지법33조, 상표법55조 등)
입법례	미국	독일, 프랑스, 영국, 네덜란드, 이탈리아
장단점	① 소비자 피해구제효과가 큼 ② 거액의 피해자구제효과가 큼 ③ 거액의 피해배상으로 기업에 가혹 ④ 피해자구제보다 변호사이익이 더 큼 ⑤ 남소우려가 큼 ⑥ 대표당사자가 소송을 성실하게 수행하지 아니하는 경우 다른 집단구성원의 권익 침해 우려 ⑦ 절차에 참여하지 않은 집단구성원의 절차 기본권침해 우려 있음 ⑧ 분배절차를 둘러싼 복잡한 문제 발생 소지	① 사후적 행위금지 또는 중지 청구만으로는 사후적 행위에 대한 구제만이 가능함 ② 소비자 피해구제 효과가 적음 ③ 소송수행단체가 제한되어 상대적으로 기업부담이 적음

자료: 사법제도개혁추진위원회(2006).

- 일본은 “집단소송법”에 대한 논의를 시작한 지 오래되었으나 법제화는 하지 못하다가 2012년 8월에 집합소송에 대한 주요 내용을 확정하여 각계의견을 수렴함. 2013년 4월 19일에 ‘소비자의 재산적 피해의 집단적 회복을 위한 민사재판절차의 특례에 관한 법률’을 각의결정하여 국회에 제출함.
- 국내에선 집단소송을 할 수 있는 사건의 종류를 엄격히 제한하여 현재 우리나라는 증권 관련 사건에서만 집단소송을 인정함. 2005년에 증권 집단소송이 도입됐는데 이후 8년간 집단소송 건수는 5건에 불과함.
  - 2008년 보건복지부가 소액 다수의 위해식품 피해를 효과적으로 구제하기 위한 목적으로 발의하여 추진해온 위해식품집단소송제 도입이 추진

되었으나 관련 업계의 반발로 중도에 좌절

- 박근혜 대통령은 대선에서 ‘공정거래법을 어긴 사건에 대해 집단소송제를 도입하겠다’고 공약, “공정거래법”의 어느 조항을 어겼을 때 집단소송을 낼 수 있도록 할 것이냐에 대해선 의견 불일치
- 현재 국회에는 두 건의 법률안 상정, 새누리당의 이만우 의원이 낸 법안은 업체들의 담합으로 소비자가 피해를 봤을 때만 집단소송을 할 수 있도록 하자는 것, 진보정의당의 노회찬 전 의원이 낸 법안은 담합 외에도 과점과 불공정 거래행위 등에 대해서도 집단소송을 허용하자는 내용
- 민주당 우윤근 의원이 2013년 8월 집단분쟁이 발생했을 때 민사소송의 특례로서 집단소송을 할 수 있도록 하는 내용의 일반법인 ‘집단소송법 제정안’을 대표 발의

### 2.3. 농식품 피해구제의 당면 과제

- 콜센터는 부처별 분산 운영, 농식품 관련 민원의 경우 유통경로 및 형태별로 민원업무가 분리되어 소비자 민원상담 신청 시 어려움이 발생함.
  - 농식품 관련 피해가 발생 시 소비자들은 상담 및 피해구제 기관에 대해 잘 모르고 있고, 피해 처리 결과에 대해서도 처리내용과 신고절차 및 방법에 대해 불만족한 상황
- “민법”은 제390조 이하 및 제750조 이하에서 채무불이행 및 불법행위로 인한 손해배상책임을 규정하고 있으나, “민법”상 손해배상제도를 농식품 피해구제에 적용하는 것은 부적합함.
  - 채무불이행으로 인한 손해배상책임의 경우: ① 거래관계가 전제되어야 하므로 직접적인 거래관계가 없는 농식품 생산자·제조가공업자·유통업자 등과의 관계에서는 적용이 곤란, ② 위해식품으로 인한 손해는 농식품 자체의 상품성의 결여보다는 위해식품으로 인해 인체나 건강에 발생



한 확대손해가 주로 문제로 되므로 이행이익의 배상을 손해배상의 내용으로 하는 일반적인 채무불이행책임으로는 손해전보가 곤란, ③ 매매 등 유상계약에 대해서는 하자담보책임이 특칙으로 적용되나, 하자담보책임의 경우에는 보완청구·감액청구·계약해제 등의 농식품 자체의 하자를 구제하는 데 한정되므로 인체에 발생한 농식품 피해의 구제에는 부적합

- 불법행위로 인한 손해배상책임의 경우 거래관계의 존재를 전제로 하지 않는다는 점에서는 농식품 생산자·제조가공업자·유통업자 등 각 단계별 원인야기자에 대한 손해배상청구가 가능하나, 불법행위책임의 요건인 손해발생과 인과관계의 경우에는 농식품 피해구제에 적합하지 않음.
  - 불법행위책임에서의 손해는 현실적으로 발생한 것이어야 하고 단순히 발생할 우려가 있는 침해는 손해배상 의무를 발생시키지 않으나, 농식품의 경우는 위해물질이 함유되었거나 변질되어 위해성을 갖는 경우에도 즉각적으로 인체에 손해를 발생시키지 않는 경우 발생
  - 농식품으로 인한 분쟁의 사유는 생산자·판매자·소비자의 귀책사유가 매우 복잡하게 얽혀 있어 원인규명이 어려운 특징이 있기 때문이며 입증자료가 보관되지 않거나 의학적·과학적 입증이 곤란한 경우 배상이 어려운 경우가 다수
  - 2012년 한국소비자원에 피해구제 접수된 일반농식품 피해 사건의 피해유형을 살펴보면, 변질·부패, 이물질 혼입 등 품질 및 농식품 안전 관련 건이 84건으로 43.0%를 차지하나, 농식품의 품질하자 및 소비자의 취급부주의에 대한 정확한 규명이 어려워 합의 성립율은 간신히 50%를 상회
  
- “제조물책임법”은 제조물에 대한 결함을 원인으로 손해가 발생한 경우 피해자가 제조자에게 직접 손해배상청구를 할 수 있다는 점에서 농식품 관련 피해에도 유용하게 적용될 수 있으나, 농식품 피해에 대해서 “제조물책임법”이 적용되기 위해서는 농산물·축산물·수산물 등을 제외한 제조·가공된 식품만이 대상으로 된다는 점에서 한계가 있음.

- 우리나라의 경우 1차 농축수산물인 기업이 아닌 영세한 농가나 어촌계를 중심으로 재배·생산되므로 “제조물책임법”을 적용했을 때 생산자의 배상능력이 충분하지 않아 그 실효성이 의문시 되고, 주택이나 건물도 “제조물책임법”의 적용 대상이 아니라는 점에서 농축수산물과의 균형이 문제된다는 점 등의 이유로 제외
- 농식품 사고에 대한 소비자와 사업자의 농식품에 대한 기대수준 격차로 양 당사자의 분쟁해결 기대수준에 있어서 차이가 발생함.
- 소비자들은 농식품의 부패·변질, 유통기한 경과, 이물혼입 등에 대해 이로 인한 신체상해 여부와 상관없이 정신적 충격에 대한 대가(위자료 등)를 요구하는 경향이 있는 반면, 사업자들은 분쟁해결기준에 제시된 기준대로 처리하고자 하는 경향
  - 피해구제 접수된 건 중에서 일부는 그 중간선에서 합의점이 도출되거나 합의가 이루어지지 않을 경우 소비자가 개별적으로 다른 구제책(인터넷 게시, 소송 제기 등)을 강구
- 소비자분쟁해결기준은 분쟁해결을 위한 합의 또는 권고의 기준이 되지만, 양 당사자 사이에 별도의 의사표시가 있는 경우 권고의 기준이 될 수 없고 양 당사자 중 일방이 합의를 거부할 경우 합의가 성립되지 않는 법적 한계를 지님. 농식품의 분쟁해결기준에서는 농수축산물 분야와 식료품 분야를 구분하고 있으나 해결기준에서는 차이가 없어 구분의 실익이 없으며, 농식품 관련 분쟁해결기준을 통해 사업자와 소비자의 합의권고를 도출하는 것은 쉽지 않음.
- 농식품 자체의 피해로 인한 분쟁해결기준인 ‘제품교환 또는 구입가 환급’은 농식품 피해 소비자의 정서적 특징을 미반영
  - 인체 사항에 대한 분쟁해결기준인 ‘치료비, 경비 및 일실소득 배상’은 소비자피해와 제품 결함 피해와의 인과관계 입증의 어려움으로 인해 소비자가 보상을 받기 곤란

- 농식품 분야는 소액다수피해적 성격을 가지고 있으나 농식품 분야의 집단 분쟁조정이나 단체소송제도는 활성화되고 있지 않은 상황임. 농식품 소비에 특화된 소비자 보호 및 구제제도 미비로 농식품 피해구제가 기관의 부수적인 사업형태로 추진됨에 따라 소비자 피해처리를 위한 전문지식이 부족하고, 객관적인 심사절차나 판정권한이 없어 비효율적 수행되고 있음.

### 3. 농식품 소비자정책 관련 통계 및 법률

#### 3.1. 농식품 소비통계 검토

##### 3.1.1. 농식품 소비 관련 승인통계 현황

###### 가. 농식품 관련 승인통계

- 국내에서 농식품과 관련된 승인통계는 농림축산식품부, 보건복지부(질병관리본부), 식품의약품안전처, 통계청, 산림청에서 작성하고 있음. 농식품 관련 승인통계는 생산부문 통계가 대부분이며, 유통과 소비 부문에는 일부 관련 통계가 있음<표 3-20>.

###### 나. 농식품 소비 관련 승인통계

- 농식품과 관련된 승인통계 가운데 농식품 소비와 관련된 승인통계로 농림축산식품부에서 작성하는 통계는 ‘우유 및 유제품 생산소비현황’과 ‘식품산업별 원료소비실태조사’, 한국농촌경제연구원의 ‘식품소비행태조사’임. 또한 보건복지부의 ‘국민건강영양조사’와 ‘아동종합실태조사’, 통계청의 ‘양곡소비량조사’, ‘가계동향조사’, ‘사회조사’가 관련됨. 통계청의 ‘가구소비실태조사’는 5년 주기로 발간되던 통계이나, 2000년 이후 중단됨. 그 밖에 여성

가족부의 ‘청소년종합실태조사’, ‘가족실태조사’, 농촌진흥청의 ‘농촌생활지표’에도 식품 소비와 관련된 내용이 일부 포함됨<표 3-21>.

- 농림축산식품부의 ‘식품산업 분야별 원료소비실태조사’는 식품 제조업 및 유통, 외식업 및 최종소비자에 이르는 식품 산업 주체 간의 농축수산물 원재료 소비량을 측정하여 식품산업 경쟁력 강화에 필요한 정책수립을 위한

표 3-20. 식품 관련 승인 통계

	농림축산식품부	식품의약품안전처/ 질병관리본부 (보건복지부)	통계청	산림청
생산	<ul style="list-style-type: none"> <li>과실류가공현황 조사보고</li> <li>농림업 생산지수</li> <li>누에사육 및 양잠규모현황</li> <li>도축검사보고</li> <li>배합사료생산실적 및 원료사용실적</li> <li>버섯생산통계</li> <li>수산물가공업통계</li> <li>시설채소온실현황 및 생산실적</li> <li>식품산업분야별 원료소비실태조사</li> <li>우유 및 유제품 생산 소비상황</li> <li>채소류 가공현황 조사보고 (2010.12 중단)</li> <li>화훼류 재배현황</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 및 식품첨가물 생산실적</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가축동향조사</li> <li>광업제조업동향조사</li> <li>광업제조업조사</li> <li>농가판매 및 구입가격조사</li> <li>농림어업조사</li> <li>농림어업총조사</li> <li>농업면적조사</li> <li>농작물 생산조사</li> <li>농축산물 생산비 조사</li> <li>도소매업조사</li> <li>사이버쇼핑동향조사</li> <li>서비스업동향조사</li> <li>서비스업총조사</li> <li>어류양식동향조사</li> <li>어업생산동향조사</li> <li>전자상거래동향조사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>임산물 생산비조사</li> <li>임산물 생산조사</li> </ul>
유통	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출입수산물검사통계</li> <li>식품산업분야별 원료소비실태조사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입식품현황</li> <li>식품수거검사 실적</li> </ul>		
소비	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품산업분야별 원료소비실태조사</li> <li>우유 및 유제품 생산소비상황</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국민건강영양조사</li> <li>아동종합실태조사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가계동향조사</li> <li>가구소비실태조사</li> <li>사회조사</li> <li>양곡소비량조사</li> </ul>	

기초적인 통계자료를 구축하는 데 그 목적이 있음. 2008년부터 실시되었으며 2011년(2010년 실적) 조사까지 식품소비 분야가 포함되었으나 2012년(2011년 실적)부터 제외됨.

- 2011년(2010년 실적) 조사까지 진행된 내용은 농수산물의 구입에 초점을 맞춘 것으로 1회 구매량, 구입경로, 구매 시 고려요인 등이 주요 내용

- 한국농촌경제연구원은 2013년에 ‘식품소비행태조사’를 시작하여 매년 조사를 계획하고 있음. 식품 주구입자(주부)를 대상으로 가구 내 전반적인 식자재 구입 및 소비행태를 조사하고 가구 구성원(성인, 청소년)은 외식을 포함하여 개인적인 식생활 행태를 조사함. 표본설계는 2010 인구주택총조사 결과의 조사구를 추출틀로 활용하였으며 3,000여 가구의 만 13세 이상 청소년 및 성인을 대상으로 조사함.
- 통계청에서 작성하는 ‘양곡소비량조사’는 1962년 이후 매년 조사되고 있으며, 가구를 대상으로 곡류별(쌀, 보리쌀, 밀가루, 잡곡, 두류, 서류)/용도별(주식, 장류, 떡/과자, 기타) 양곡소비량을 사업체 대상으로 업종별 쌀 소비량을 조사함. 조사방법은 응답자 기입조사 및 면접조사를 병행하고 있음.
- 통계청에서 1963년 이후 실시하고 있는 ‘가계동향조사’는 가구에 대한 가계수지 실태를 파악하여 국민의 소득과 소비 수준 변화를 측정하고 분석하는데 필요한 자료를 제공하는 데 목적이 있음. 본 조사는 매월 조사하여 분기 및 연간 공표하고 있으며 농식품과 관련해서는 한 달 기준 지출액을 기장 조사하고 있음.

표 3-21. 농식품 소비 관련 승인 통계

기관	명칭	기간	조사내용	조사방법
농림 축산 식품부	우유 및 유제품 생산소비상황	1975~ (월별 조사)	시·도별 우유생산량, 유제품별 생산 및 소비 실적	사업체 → 낙농진흥 회 → 농식품부
	식품산업분야별 원료소비실태조사 <sup>1)</sup>	2008~ (매년 조사)	식품산업 원료조달 현황 농축수산 품목의 구매 특성	업체 조사 설문 조사
한국농촌 경제연구원	식품소비행태조사	2013~ (매년 조사)	가구 내 전반적인 식자재 구입·소비행태, 외식을 포함한 개인적인 식생활 행태	설문조사
통계청	양곡소비량조사	1962~ (매년 조사)	가구와 사업체 대상으로 양곡 소비량 조사	자계식 조사 원칙, 면접조사 병행
	가계동향조사	1963~ (매월 조사 분기 공표)	가구의 품목별 수입과 지출, 가구주 가 구구성 등	면접조사, 가계부 자기기입식
	사회조사	1977~ (매년 조사)	가족, 소득과 소비, 교육, 보건, 환경, 복 지, 안전, 사회참여 등	면접·인터넷조사, 필요 시 자기기입식 병행
	가구소비실태조사	1991, 1996, 2000 (이후 중단)	연간소득, 소비지출, 저축, 부채, 가계자 산에 관한 심층조사	면접조사, 자계식 조사 병행
	소비자전망조사	1998~2008	소비자 기대지수, 소비자 평가지수 등	설문조사
한국은행	소비자동향조사	1995~ (월별 조사)	소비자동향지수(CSI), 소비자심리지수, 기대지수 등	패널조사
보건 복지부	국민건강영양조사	1998~ (매년 조사)	국민의 건강수준, 건강 관련 의식 및 행 태, 식품·영양섭취실태 등	면접조사
	아동종합실태조사	2008~ (5년 주기)	하루 세 끼 식사 여부, 영양 섭취 여부, 먹을 것을 살 돈에 대한 걱정 등	면접조사, 아동은 자기기입식 진행
여성 가족부	청소년종합실태조사	2011~ (3년 주기)	하루 세 끼 식사 여부, 영양 섭취 여부 등	면접조사(필요에 따라 자기기입식 병행)
	가족실태조사	2005~ (5년 주기)	가족과 함께 식사 외식 빈도, 집에서 직 접 조리한 식사 횟수 등	CAPI 면접조사 (필요에 따라 자기 기입식 병행)
농촌 진흥청	농촌생활지표조사	2000~ (매년 조사)	식습관, 영양보충제 복용 여부 및 종류, 가족 외식 빈도, 식품 구입 장소 등	면접조사(필요에 따라 자기기입식 병행)

주: 식품산업분야별 현황 조사에서 명칭 변경(2010.8).

- 통계청에서 작성하는 ‘사회조사’는 사회구성원의 주관적 관심사 파악을 목적으로 하며 식품과 관련해서는 수입식품, 학교 및 보육시설 급식, 학교 주변 판매 식품, 전반적인 식품의 안전에 대해서 불안 정도와 그 이유에 대해서 조사내용을 일부 포함함. 1977년부터 매년 조사되고 있으며 각 부문별로는 2년 주기로 조사되고 있음.
- ‘가구소비실태조사’는 군지역의 비농가와 1인 가구를 포함하여 가구의 소득·소비수준을 파악하는 것을 목적으로 함. 통계청에서 1991년, 1996년, 2000년에 조사되었고 이후 중단되었음.
- 한국은행은 1995년부터 소비자의 경제상황에 대한 판단과 소비지출계획 등을 설문조사하여 경제현상 진단 및 전망에 활용하고자 ‘소비자동향조사’를 실시함. 농식품 소비와 관련된 조사문항은 소비지출조사 중에서 외식비 지출 문항임. 2008년 7월 이후 월별 조사로 조사주기를 변경하였으며, 조사방법은 우편조사(자계기입방식)를 실시하고 조사표 미회수 가구에 대해서는 전화조사를 병행함.
  - 통계청은 1998년부터 2008년까지 ‘소비자전망조사’를 실시하였으나, 2008년 8월 이후 한국은행의 ‘소비자동향조사’로 통합
- 보건복지부·질병관리본부는 1998년부터 3년 주기로 ‘국민건강영양조사’를 시행하다가 2007년부터 매년 시행하고 있음. ‘국민건강영양조사’는 식품 및 영양 섭취량 조사를 주 목적으로 하며, 식생활과 관련해서는 식품 빈도조사, 식생활지침 관련 조사, 식품 안정성 조사, 영양표시 등을 주요 내용으로 하고 있음.
  - 2010~2012년 표본설계는 일반가구의 경우는 주민등록 통/반/리별 자료를 추출틀로 사용하고, 아파트가구는 KB 아파트 시세조사용 목록 자료를 추출틀로 사용하여 576개 조사구의 11,520 가구를 표본으로 추출

- 보건복지부는 2008년부터 5년 주기로 ‘아동종합실태조사’를 실시하고 있음. 농식품 소비와 관련된 문항으로 하루 세 끼 식사 여부와 생선, 고기, 채소, 과일 등 영양 섭취 여부, 먹을 것을 살 돈에 대한 걱정 등 경제적 어려움 등이 포함됨. 일반가구는 주민등록인구통계, 저소득가구는 기초생활보장수급자통계를 추출틀로 사용하여 전국 거주 6,900가구의 양육자, 아동 및 청소년을 대상으로 함.
- 여성가족부는 2011년부터 3년 주기로 ‘청소년종합실태조사’를 실시하고 있음. 농식품 소비와 관련된 문항으로 하루 세 끼 식사 여부와 생선, 고기, 채소, 과일 등 영양 섭취 여부가 포함됨.
  - 2011년 조사는 2010년 인구주택총조사 결과의 일반조사구 중 보통조사구 및 아파트 조사구를 추출틀로 활용하여 2,200가구의 만 9세~24세 청소년 및 부모를 대상으로 조사
- 여성가족부는 2005년부터 5년 주기로 ‘가족실태조사’를 실시하고 있음. 농식품 소비와 관련된 문항으로 가족의 식생활 부문에서 가족과 함께 식사하는 빈도, 집에서 직접 조리한 식사 횟수, 가정식사 대용식 이용 빈도, 가족과 함께 외식 빈도, 외식하는 주된 이유, 외식 시 가장 우려되는 점 등이 포함됨.
  - 2005년 인구주택총조사의 조사구와 가구수 및 2005년 이후 신축된 아파트 명부자료를 추출틀로 활용하고 500 조사구, 2,500가구 규모의 표본을 추출
- 농촌진흥청은 2000년부터 ‘농촌생활지표조사’를 매년 실시하고 있으며, 조사내용은 2년 주기로 상이함. 농식품 소비와 관련된 문항으로 식생활 부문에서 식습관, 영양보충제 복용 여부 및 종류, 가족 외식 빈도, 식품 구입 장소, 직접 만들어 먹는 가공식품의 종류 등이 포함됨.
  - 2005년 인구주택총조사 당시의 읍·면 지역 내의 2,000 가구 대상



### 3.1.2. 농식품 소비 관련 주기적 조사 현황

#### 가. 농식품 소비행태 관련 조사

- 농식품 소비행태 관련 주기적 소비자조사는 농식품부의 ‘식생활 실태조사’, 농촌진흥청의 ‘농식품 구입행태조사’, 한국농수산물유통공사의 ‘주요 농축수산물 소비패턴’과 ‘가공식품 소비자 태도조사’, 월간식당의 ‘소비자 의식성향에 관한 설문조사’가 있음. 농식품 소비행태를 직접적인 대상으로 하지 않으나, 전반적인 소비행태 파악을 위해 농식품과 관련하여 일부 문항을 포함한 조사로는 한국소비자원의 ‘국민소비행태 및 의식구조 조사’, 삼성경제연구소의 ‘소비자태도조사’ 등이 있음.
- 농식품부에서는 녹색식생활 캠페인에 대한 국민적 인지 및 이해도를 평가하고 식생활 실천 패턴 및 실태를 파악하기 위해 2~3년 주기로 식생활 전반에 대한 ‘식생활 실태조사’를 실시함.
  - 2011년 조사에서는 전국 1,000명의 소비자를 대상으로 식생활 및 녹색식생활에 대한 인지도 및 실천도, 식생활 교육 경험 및 규칙적 식사 여부 등의 음식 소비행태와 식품 구입 시 고려요인, 국내산/수입산 구매 행태 등 식품 구매행태를 조사
- 농촌진흥청에서는 소비자 중심의 농식품 기술을 개발해 마케팅에 활용할 목적으로 2009년 10월부터 ‘농식품 구입행태조사’ 사업을 실시함. 선정된 소비자 패널은 농식품 구매행태를 가계부에 매일 기장(상품 영수증 첨부 및 기장)하고, 월 1회 수거하여 소비자의 농식품 상품(4만 건)별 소비자 구매행태를 조사함. 주요 조사항목은 품목·상품별 구매 건수, 구입액, 구입량, 구입처 등의 구매패턴과 재배유형(관행·친환경), 원산지(국내산·중국산 등), 브랜드 등 임.
  - 본 조사 모집단은 수도권(섬지역 제외)으로 표본은 서울, 경기, 인천 200

개 읍·면·동에서 1,000가구를 추출하여 소비자 패널을 선정, 운영

- 한국농수산물유통공사는 2008년부터 매년 ‘주요 농축수산물 소비패턴’ 조사를 실시하였으나, 2012년 이후 조사가 중단됨. 모집단은 2010년 인구주택총조사의 11개 도시이며 도시별 모집단 수에 따라 표본 수를 비례배분함. 조사대상은 만 25세 이상의 기혼여성이며 2011년 기준 유효표본은 1,250명임.
- 한국농수산물유통공사에서는 식품기업의 마케팅 전략 수립에 필요한 정보 제공을 목적으로 2011년부터 ‘가공식품 소비자 태도 조사’를 실시함. 주요 조사 내용은 식품 소비 관련 소비 태도 및 인식, 가공식품 관련 소비 라이프스타일 파악, 가공식품 시장 소비자 세분화 및 세분화 분류 기준임.
  - 2011년 조사는 최근 1개월 이내에 가공식품을 구입해본 경험이 있는 20세 이상 69세 이하 성인 남녀 2,012명을 대상으로 가구 방문 면접조사
- 월간식당에서는 1990년 이후 매년 소비자 외식성향을 파악하고자 ‘소비자 외식성향에 관한 설문조사’를 실시함. 주요내용은 외식횟수, 1인당 평균 외식비용, 월평균 외식 지출비, 외식시 주로 찾는 음식점, 선호 메뉴, 음식점 선택 기준 등에 대해 조사하고 있음.
- 한국소비자원은 ‘국민소비행태 및 의식구조 조사’를 1987년부터 비주기적으로 실시하였으며 최근에는 1999년, 2007년, 2011년에 실시됨. 농식품과 관련된 설문문항으로는 농식품(채소, 육류, 곡류, 과일, 가공식품) 구입 시 선택기준, 농·수·축산 식품에 대한 안전성 인식, 친환경상품 구입 및 사용경험, 구매 시 선호하는 소비자 정보, 일상용품 구입 시 주된 점포 유형 등이 있음.
- 삼성경제연구소는 1991년 4/4분기 이래 분기별로 ‘소비자태도조사’를 실시

하고 있으며 농식품과 관련된 문항으로는 미래소비 중 식료품비지출에 대한 부분이 있음. 전국 주택전화 가입자 중 지역, 경제력, 인구분포 등을 감안해 RDD(Random Digit Dialing) 방식으로 1,000가구를 표본으로 추출하여 전화인터뷰함.

#### 나. 기타 농식품 소비 관련 조사

- 한국농촌경제연구원에서 작성하는 ‘식품수급표’에서는 국민 1인 1일당 식품공급량과 국민 1인 1일당 에너지·단백질·지방질·무기질 및 비타민 등 영양공급량을 산출하여 발표하고 있음. 2000년 이후 매년 조사(당해 연도 1.1~12.31, 양국은 미국 연도 기준)하고 있으며 농림축산식품부, 산림청 등 책임 있는 기관이 작성한 공식자료를 수집, 가공하여 작성함<표 3-22>.
- 한국농촌경제연구원 농업관측센터에서는 음식점의 농축산물 소비 현황 및 의향을 파악하고자 2010년부터 분기별로 서울지역 음식점 경영주 300명을 대상으로 ‘음식점 소비실태조사’를 실시함. 조사내용은 음식점 기본 현황, 음식업계 경기 현황 관련 조사, 주요품목의 분기별 월평균 구매실적과 예상 구매량, 원산지 구매비중, 채소류 품목별 구입 형태 및 구입 이유 등의 소비 실태조사 등임<표 3-22>.
- 한국소비자원은 접수된 총 피해구제 사례를 정리하여 ‘소비자 피해구제 연보 및 사례집’을 매년 발간하고 있음. 주요 내용으로 합의권고 및 조정결정 관련 통계자료와 품목별·거래별·방법별·처리결과별 추이와 소비자 주의사항을 수록하고 있음<표 3-22>.

표 3-22. 농식품 소비 관련 정부 및 민간 기관 조사 현황

구분	기관	명칭	기간	조사내용	조사방법
농식품 소비 행태 조사	농림축산 식품부	식생활 실태조사	2009, 2011	식생활 실천 패턴 및 실태 파악, 녹색식생활 캠페인 인지도 평가	설문조사
	농촌 진흥청	농식품 구입행태조사	2009.10~ (월별 조사)	농식품 구입량, 금액의 기장조사	패널조사
	한국 농수산 식품 유통공사	주요 농축수산물 소비패턴	2001~2011 (연간 조사)	24개 품목의 주요 농축수산물 구입 및 소비행태 조사	설문조사
		가공식품 소비자 태도 조사	2011~ (연간 조사)	식품 소비 태도 및 인식, 가공식품 관련 소비 라이프스타일 파악 등	설문조사 (면접조사)
	월간식당	소비자 외식성향에 관한 설문조사	1990~ (연간 조사)	외식 행태 및 외식 관련 소비자 선호	설문조사
농식품 포함 소비 관련 조사	한국 소비자원	국민소비행태 및 의식구조 조사	1987~ (약 3년 주기 조사)	소비생활 전반 실태 및 소비자의 상품 및 구매행태, 소비생활가치 및 인식 등	설문조사
	삼성경제 연구소	소비자태도조사	1991~ (분기 조사)	소비자태도지수, 생활불안도 지수, 물가예상지수 등	전화인터뷰
기타 농식품 소비 관련 조사	한국 농촌 경제 연구원	식품수급표	2000~ (연간 조사)	식용하는 모든 식품을 조사대상으로 국민 1인 1일당 식품공급량을 조사	농림축산식 품부 등이 작성한 공식자료 수집
		음식점 소비실태	2010~ (분기 조사)	분기별 음식점 기본 현황과 농산물 구입 관련 실태	설문조사
	한국 소비자원	소비자 피해구제 연보 및 사례집	1987~ (연간 조사)	합의권고 및 조정결정 관련 통계자료와 품목별·거래별·방법별·처리결과 별 추이와 소비자 주의사항 수록	한국소비자 원에 접수된 총 피해구제 사례 정리

### 3.1.3. 농식품 소비통계의 당면 과제

#### 가. 농식품 소비통계의 부족

- 현재 양곡에 대해서만 국가승인통계로 소비량 조사가 추진되고 있으며, 그 밖에 소비량 관련 통계로는 지출액(가계동향조사)과 섭취량(국민건강영양조사) 조사가 진행되고 있음.
- 통계청의 ‘가계동향조사’는 가계의 전체 수입과 지출흐름 파악을 목적으로 하는 조사이므로 농식품류 지출수준을 알 수 있는 대표적인 품목의 지출액을 대상으로 하고 있음. ‘가계동향조사’는 조사항목을 지출액으로 한정하고 있고, 구입량과 구입가격이 조사되지 않아 품목별 소비량 도출에 한계가 있음. 더욱이 가계의 총지출 파악이 목적이므로 대상품목 중에서 농식품이 차지하는 비중이 크지 않아 농식품 대상품목 수가 많지 않음.
- ‘국민영양조사’는 섭취빈도와 섭취량조사이므로 소비량과 차이가 있으며, 24시간 회상법으로 1일(특별 경우 2회)간만 조사가 진행되므로 농식품 소비량을 파악하는데 한계가 있음.
- 미승인통계로 농진청의 ‘농식품 구입행태조사’는 가구 내 구입품목의 물량, 단가, 지출액이 조사되고 있으나, 표본구성에 대표성이 없고 조사의 신뢰성에 대한 검증의 필요성이 제기됨.
- 농식품 소비구조의 정확한 파악과 다양한 분석을 위해 농식품 소비량과 단가 조사가 필요하므로 농식품 소비통계 조사를 신규로 추진해야 한다는 의견이 있음. 반면 소비통계조사가 막대한 예산과 인력이 소요되므로 본격 실시에 회의적인 견해도 제기됨.

### 나. 농식품 소비행태에 대한 종합적인 조사 미흡

- 기존에 농식품 소비와 관련하여 정부 및 민간 기관에서 진행하는 주기적 조사는 몇몇 있으나 농식품 소비행태 전반에 관한 조사는 이루어지지 않았음.
- 국가승인통계인 농림축산식품부의 ‘식품산업 원료소비 실태조사’는 2012년부터 조사대상에서 외식, 가계부분을 제외하고 식품제조업에 한정하여 조사를 진행하고 있음.
- 미승인통계 중에서 한국농수산식품유통공사의 ‘주요 농축수산물 소비패턴’(2012년 이후 조사 중단)은 주요 농축수산물의 구입에 대한 내용이 주를 이루고 있어 다양한 분석에는 어려움이 있음. ‘가공식품 소비자 태도 조사’는 소비자 태도 및 라이프스타일 등에 대한 조사가 이루어지고 있어 보다 다양한 분석이 가능하지만 가공식품에 한정된 조사라는 한계가 있음.
- 2013년에 국가승인통계로 시작된 한국농촌경제연구원의 ‘식품소비행태조사’는 3,000개의 가구와 가구구성원을 대상으로 농식품 소비행태 전반에 관한 내용을 포함하고 있으나, 조사결과를 바탕으로 농식품 소비행태 분석에 필요한 조사문항을 확충하고 1년 주기로 시행되는 조사방법 등에 대해서도 검토가 필요한 상황임.
- 전문가를 대상으로 현행 농식품 소비조사 분야별로 통계의 충분성에 대한 평가 결과(2012년) 농식품의 피해·구제 관련 조사, 농식품정책 평가, 소비자 라이프스타일, 농식품 관련 교육, 농식품의 표시 및 정보 등 분야가 부족한 것으로 평가됨<표 3-23>.

표 3-23. 현행 농식품 소비 조사의 분야별 충분성 평가

단위: %

	매우 부족	부족	부족한 편	보통	충분한 편	충분	매우 충분
소비자 라이프스타일	8.6	18.5	37.0	28.4	6.2	1.2	0.0
농식품 구매 행태	3.7	12.2	34.1	28.0	17.1	4.9	0.0
농식품 소비통계	0.0	13.6	22.2	35.8	19.8	9.9	0.0
농식품 소비 동향 및 전망	2.5	15.0	22.5	33.8	22.5	3.8	0.0
농식품 안전 소비자태도, 의식	2.5	18.5	35.8	23.5	18.5	1.2	0.0
농식품 표시사항 및 정보활용도	2.5	17.3	35.8	33.3	8.6	2.5	0.0
식생활 현황	6.1	11.0	28.0	41.5	11.0	2.4	0.0
농식품 관련 교육	7.3	26.8	32.9	23.2	9.8	0.0	0.0
농식품 관련 피해구제	11.1	24.7	38.3	22.2	2.5	1.2	0.0
농식품 관련 정책 평가	16.3	22.5	30.0	22.5	6.3	2.5	0.0

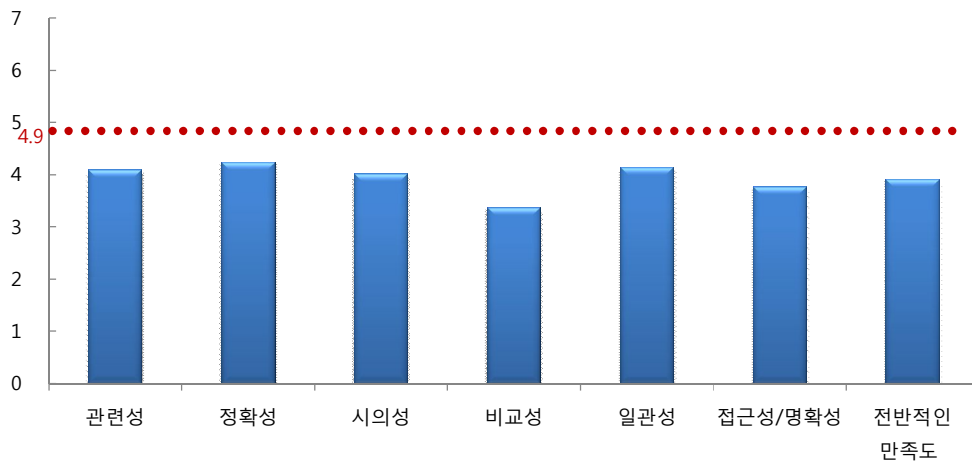
자료: 이계임 외(2013).

#### 다. 통계활용도 부족

- 현재 대부분 농식품 관련 통계는 통계를 생산하는 주관부서나 통계청 홈페이지, 식품나라 홈페이지에서 제공하고 있는데 실제 관련 통계를 찾을 때, 관련 자료의 링크나 찾는 방법 등이 잘 설명되어 있지 않아 시간이 오래 걸리는 등 ‘이용자 접근성이 부족’함.
  - 농식품 관련 통계 및 조사·연구 자료가 산발적으로 분산, 부처 및 각 통계 간 연계 및 정보 공유가 부족, 유사 통계는 통계 중복으로 인한 예산 낭비 또는 통계 불일치로 통계이용자의 혼란을 가중
  - 여러 기관에서 통계가 정기적으로 생산되고 있지만 일반이용자를 위한 세부적인 설명이 미흡한 실정으로 이에 대한 개선이 필요
- 통계기관에서 자료를 수집, 1차 가공하여 전달하는 역할에 치중하고 있으며, 정보수요에 적합한 통계지수 개발, 자료분석과 해석, 통계수요 분석 등이 부족함.

- 최근 농식품 통계에 대한 사회적·개인적 관심이 증대되고 있으나, 농식품 소비통계에 대한 이용자 만족도는 크게 낮은 것으로 조사되고 있음. 통계청의 평가기준을 적용하여 통계품질 만족도 평가 결과(2012년 KREI 전문가조사결과) 정확성, 시의성, 접근성 등에서 7점 만점에 대개 4점 전후로 보통수준으로 평가되며 대체로 충분하다고 평가될 수 있는 수준인 4.9점(70%)에는 미치지 못하는 것으로 분석됨<표 3-22>.

그림 3-6. 현행 농식품 소비 통계 전반에 대한 평가



자료: 이계임 외(2013).

## 라. 농식품코드 및 분류체계 불일치

- 현재 농식품 관련 데이터베이스들이 다양한 농식품코드 시스템을 바탕으로 관리되고 있음. 대표적으로 농촌진흥청은 식품성분표, 식품의약품안전처는 식품영양성분데이터베이스를 운영하면서 농식품 분류·관리를 위해 농식품코드시스템을 구축하고 있음.<sup>20</sup> 이밖에 HS코드(관세청), 농수축산물표준코

<sup>20</sup> HS코드는 수출입 상품을 일관성 있게 관리하기 위해 세계관세기구(WTO)가 제정한 품목분류표를 바탕으로 하는 상품 분류체계임. 농수축산물표준코드는 농수축산물



드(농림축산식품부), AG코드(농수산물유통공사) 등이 있음.

- 기관별로 운영하고 있는 농식품코드시스템은 데이터베이스 생성 목적에 따라 품목별 코드부여 방식에 차이가 있음.
  - 식품성분표는 원료, 품종, 가식부위, 조리 상태 등을 고려하여 11단위 숫자코드 시스템을 적용
  - 식품영양성분데이터베이스는 18단위 숫자코드로, 식품/음식 구분, 동물·식물성, 식품군, 원재료, 식품성상/상태 등에 따라 코드를 부여
  - HS코드는 10단위 숫자코드로, 제품의 재질과 기능, 가공단계, 국가별 여건 등을 고려하여 숫자를 부여
  - 농수축산물표준코드는 18단위 숫자단위로, 품목분류, 거래규격, 등급, 산지 등을 반영하여 코드를 지정
  - AG코드는 9단위 숫자코드로 품목 및 용도별로 숫자를 부여
  
- 이밖에 국민건강영양조사(보건복지부)는 기본적으로 농촌진흥청 식품성분표의 식품코드를 이용함. 식품성분표상에 포함되어 있는 농수축산식품은 기존에 부여되어 있는 코드를 그대로 적용하고, 식품성분표상에 포함되지 않는 가공식품 등의 경우 별도의 숫자코드를 부여함.<sup>21</sup>
  - 국민건강영양조사는 현재 농촌진흥청 식품성분표 7차개정판의 5단위 숫자코드를 적용

---

관련 자료 관리의 표준화 및 효율화, 관련기관 간 정보 공유를 위해 도입됨. AG코드는 농수축산식품 수출입통계에 초점을 맞추어 수출입 통계 및 동향 파악을 위해 운영함. 식품성분표는 국내에서 생산·유통되는 농식품의 영양성분을 파악할 수 있는 기초자료의 역할을 함.

- 21 농촌진흥청 식품성분표는 가장 최근 발표된 8차개정판에서 11단위 숫자코드를 적용하고 있으나, 7차개정판에서는 5단위 숫자코드를 이용하였음. 식품성분표는 식품부류별로 01001부터 18048까지 숫자코드를 부여하고 있어, 국민건강영양조사는 식품성분표에 포함되어 있지 않은 품목에 20000단위로 시작되는 숫자코드를 부여함.

- 기관별로 운영되고 있는 개별 농식품코드시스템의 경우 코드체계가 불일치한 것은 물론, 이들 코드가 적용되고 있는 농식품의 범위와 분류에도 차이가 있음. 이러한 식품코드와 분류 체계의 불일치로 인해 식품 관련 데이터베이스에서 제시하는 개별 식품에 관한 자료들을 상호 연결하여 자료를 비교·분석하는 데 어려움이 따름.
  - 예외적으로 AG코드의 경우에는 HS코드와 동일하게 수출입상품에 부여된다는 공통점을 가지고 있어, 농수축산식품에 대해서 별도의 숫자코드를 부여하고 있지만 HS코드와 연계
  
- 분류체계 불일치의 문제는 농식품 소비 관련 통계에서도 발생하고 있음. 농식품 소비 관련 통계들의 경우에도 조사목적과 내용에 따라 농식품 분류기준, 항목 및 명칭 등에 차이가 있음<표 3-24>.
  - 가계동향조사(통계청)가 채소, 과일, 해조, 조미식품, 유제품 및 알 등의 분류항목에서 원료 농수축산물과 가공품을 통합하여 가계 소비 지출 현황을 집계·발표하는 반면, 대부분의 통계들은 원료 농수축산물과 가공품은 분리
  - 식품수급표는 채소류에 과채류를 포함하고, 식품산업분야별 원료소비실태조사는 별도로 과채류를 분류하고 있는 반면, 가계동향조사, 국민건강영양조사, 식품소비행태조사 등 대부분의 소비자 조사를 기반으로 한 통계의 경우 과채류를 과일류에 포함
  - 곡물류와 두류의 경우 식품수급표, 국민건강영양조사 등은 별도로 집계·발표하는 반면, 가계동향조사와 식품산업분야별 원료소비실태조사에서는 통합하여 발표
  - 가계동향조사는 계란류, 우유류를 ‘유제품 및 알’ 항목에 통합

표 3-24. 농식품 소비 관련 주요 통계의 식품 분류 현황

	양곡 소비량 조사	우유 및 유제품 생산소비상황	식품산업분야별 원료소비 실태조사 (구매실태조사)	가계동향조사	식품소비 행태조사	국민건강 영양조사	식품수급표					
식물성 식품	쌀, 보리쌀, 밀가루, 잡곡		곡류·두류	곡물	곡물 (미곡, 잡곡 등)	곡류	곡류					
	두류				곡물(콩류)	두류	두류					
	서류		특용작물류 (땅콩, 참깨)	조미식품 (참깨 및 들깨)	채소 및 채소가공품	채소	감자·전분류	종실류	종실류			
			서류·근채류					채소 및 채소가공품	채소류	채소류 (과채류 포함)		
	과채류		조미식품 (말린고추, 생강)	채소 및 채소가공품 (버섯)	채소 및 채소가공품(밤)	버섯류	견과류					
	엽채·조미채소류							채소 및 채소가공품(밤)	임산물 <sup>1)</sup>			
	과실류		과일 및 과일가공품 (과채류 포함)	과일 (과채류 포함)	과일류 (과채류 포함)	과실류						
	동물성 식품			축산물류	육류	축산물 (육류, 계란, 우유)	육류	육류	육류			
					유제품 및 알		난류	계란류				
				우유 (시유, 발효유, 치즈)		유지류	유지류(식용유)	유지류(식물성)	우유류	우유류		
유지류(동물성)		유지류										
수산물류				신선수산동물, 염진수산동물	생선류, 조개류, 연체류, 갑각류, 건어물	어패류	어패류	어패류				
									해조 및 해조가공품	해조류	해조류	해조류
주류	주류	주류	주류									
기타		특용작물류 (인삼), 가공품(소금)	곡물가공품, 빵 및 떡류, 육류가공품, 기타수산동물가공, 기타식품, 커피 및 차, 주스 및 기타음료, 조미식품 등	소금, 김치류, 장류, 음료, 물	음료류, 조미료류, 기타(식물성), 기타(동물성)							

주 1) 대추 포함.  
 2) 두유, 알가공품 포함.

## 3.2. 농식품 소비자정책 관련 법률 검토

### 3.2.1. 농식품 소비자정책 관련 법률 현황

#### 가. 소비자정책 전반

- 소비자의 소비생활을 규율하는 일반법은 민사법(“민법” 및 민법상의 권리를 강제적으로 실현시켜 주기 위한 절차법인 “민사소송법” 및 “민사집행법”)이나 “민법”에는 소비자 보호를 위한 별도의 조치가 없음. 따라서 소비생활에 민사법만이 적용된다면, 소비자는 정보불균형으로 인해 거래에서 불이익을 받기 쉬우며, 소비자거래에서는 소액피해가 주종이기 때문에 피해구제절차에서 불편함을 겪을 수 밖에 없음. 따라서 시장질서가 공정하고 균형 있게 작동하기 위해서는 소비자 보호를 위한 별도의 특별한 법률이 필요함.
  - “민법”에서는 계약이 폭리행위이거나, 사기에 의해 체결되었거나 물건에 하자가 있을 경우 그 계약을 취소하고 대금을 돌려받거나(104조, 110조, 580조) 감액받을 수 있으며(580조), 신체, 건강 손해 등이 생기면 손해배상을 받을 수 있음(750조)을 규정
  - 소비자 보호와 관련된 특별법으로는 “제조물책임법”, “약관의 규제에 관한 법률”, “독점규제 및 공정거래에 관한 법률”, “증권관련집단소송법” 등
- 소비자정책의 실행을 위한 일반법은 “소비자기본법”으로 소비자정책의 수립부터 집행에 이르기까지 일련의 소비자정책 과정에서 이루어지는 소비자 관련 사항을 규정함<표 3-25>. 소비자의 권리·책임과 이에 상응한 국가·지방자치단체, 그리고 사업주의 책임이 있다는 것을 전제함으로써 국가의 소비자 보호를 위한 개입을 정당화하고 있음.
- 소비자정책은 정보불균형으로 인해 소비자가 계약을 체결할 때 입을 수 있는 불이익을 완화하기 위한 것, 소비자가 입은 피해 구제를 용이하게 하기

위한 것이 목표로 제시됨. 이 영역의 소비자정책 수립 등에서 소비자의 역할을 강화하기 위해 소비자단체의 활동을 지원하는 것은 목표 달성을 위한 수단임.

- 농식품 소비자정책은 소비자 보호를 위한 일반법의 한 부분이기 때문에 소비자 보호를 위한 일반법인 “소비자기본법”에 의해 규정됨.
- 중앙행정기관인 농림축산식품부는 소비자정책위원회의 위원으로서 활동함으로써 소비자정책을 수립하는 데 참여하고 있음. 소비자기본법에 따라 농림축산식품부 차원에서 ‘소비자정책 기본계획’의 ‘시행계획’을 수립하여야 함.
- 농림축산식품부는 일반 소비자정책 기본계획에 농식품 소비자정책의 특수성을 반영될 수 있도록 해야 함. 이를 위해 중앙정책위원회 산하의 실무위원회, 전문위원회를 적절히 활용할 필요가 있음.

표 3-25. “소비자기본법”의 농식품 소비자정책 관련 규정

구분	규정
소비자권리의 규정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 실체적 권리관련 규정               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정보 제공 관련 권리(제9조 내지 제13조)</li> <li>- 실질적 선택의 자유보장(제14조의 소비자의 능력향상)</li> <li>- 적정하고 신속한 피해구제를 받을 권리(제16조, 제55조 이하)</li> </ul> </li> <li>• 능력강화를 위한 수단적 권리에 관한 규정               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자로서의 권리행사를 위한 교육을 받을 권리(제28조 이하)</li> <li>- 소비자단체조직권리(제28조 이하)</li> <li>- 정책에 의견 반영할 권리 등</li> </ul> </li> </ul>
소비자권리 보장을 위한 국가 및 지방자치단체의 책무	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정보력 강화 관련 기준제시 등(제6조 이하)</li> </ul>
추진체계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 계획단계: 공정거래위원회-중앙정책위원회-중앙행정기관-시도지사</li> <li>• 실행단계: 한국소비자원-소비자단체</li> </ul>

## 나. 농식품 분야 소비자정책

- 농식품 분야의 소비자정책 관련 법률은 “소비자기본법”에서 선언된 소비자 및 국민의 기본적인 권리들을 구체화시키는 내용의 규정을 포함하거나, 농식품 거래, 안전, 품질, 식생활·영양 관련 분야에서의 소비자 정보·교육·홍보 및 피해구제 관련 사항을 규정함<그림 3-7>.
- 농식품 거래 분야에서는 “농어업·농어촌 및 식품산업 기본법”, “식품안전기본법”, “농수산물품질관리법”, “양곡관리법”, “농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률” 등이 관련됨.
- 농식품 안전 분야에서는 “농어업·농어촌 및 식품산업 기본법”, “식품안전기본법”, “산림기본법”이 관련되며, 품목 및 계층 관련 구체적인 농식품 안전 관리는 해당 개별법령에서 규정되어 있음. 예를 들어 “어린이 식생활안전관리 특별법”은 어린이 기호식품에 대한 교육과 홍보, “축산물위생관리법”은 축산물의 위생 및 거래질서 유지를 위한 홍보·계몽활동 등이 포함됨.
- 식생활 및 영양 분야에서는 “식생활 교육지원법”은 법 전반에 걸쳐서 식생활 교육 실시와 교육 활성화를 지원하기 위한 정부의 역할에 대해 명시하고 있음. “국민건강증진법”은 국민 교육·홍보에 대해 명시하며, “국민영양관리법”에도 보건·영양·식생활 교육 및 상담에 대한 조항이 포함됨. “학교급식법”은 학교에서의 식생활 지도와 보호자 정보 제공, 영양상담·지도를 규정함.
- 농식품 품질 분야로 “농수산물의 원산지 표시에 관한 법률”, “농수산물 품질관리법” 등이 농식품의 표시정보·홍보 등과 관련됨. 또한 산업진흥을 목적으로 하는 다수의 개별 법률들의 경우도 관련 산업의 진흥·발전, 소비촉진 등 특정한 목적을 실현하기 위하여 교육 및 홍보, 정보 제공 등에 관한 법률규정을 포함함.

그림 3-7. 농식품 분야별 소비자 관련 주요 법령



### 3.2.2. 농식품 소비자정책 관련 법률의 당면 과제

- 농식품 소비의 특성에 부합할 수 있게 “소비자기본법”의 기본계획을 실행하고, 농식품 소비자 보호의 수준을 높이기 위한 목적의 법령이 있어야 농식품 소비의 특성에 부합하는 소비자 보호가 가능해질 것임. 반면 농식품 소비자정책을 위한 기본프레임이 마련되어 있지 않고, 농식품 소비자의 권리를 보장하기에 미흡한 수준임.
- 첫째, 농식품의 안전, 품질보장에 관한 법규가 “식품위생법”, “농수산물품질관리법”, “소 및 쇠고기 이력관리에 관한 법률” 등으로 분산되어 있어 ‘농장에서 식탁까지’의 안전성 확보가 미흡함. 소비자에 대한 정보 제공이라는

점에서 관할이 식품의약품안전처, 농축산식품부 등으로 분산되어 있고, 농축산식품부 내에서도 통일된 관할이 없음. 품질 및 안전에 대한 규제는 있으나, 소비자에게 필요한 정보를 신속하고 충분히 제공하는 시스템은 아직 미비한 상태임.

- 둘째, “소비자기본법”에 구체절차가 있으나 농식품 소비자의 소액피해 특징, 피해입증의 어려움, 피해에 대한 민감성으로 농식품 소비자의 피해 구제가 미흡한 상황임.
- 셋째, 농림축산식품부 소관 소비자정책 관련 개별 법률이 소비자 입장이 아닌 공급자 규율에 초점이 맞추어져 있음. “농어업·농어촌 및 식품산업 기본법”은 공급자 중심의 법률로 소비자가 농어업, 농어촌, 식품산업에 대해 권리와 권한이 있는 것이 아니라 책임을 지는 자로 규정하고 있음<표 3-26>. “농어업·농어촌 및 식품산업 기본법”에서 소비자정책은 수요자의 지위에서 공급시장을 관찰하는 것으로, 소비자의 지위를 강화함으로써 공급시장을 규율하고자 하는 것임. 이 법은 소비자를 수동적 위치로 평가하거나, 취약한 공급자를 배려하여야 할 주체로 보고 있음. “식생활 교육지원법”의 경우도 소비자에게 식생활 교육을 함으로써 소비자의 정보력을 강화하고자 하는 것에 초점이 있지 않고, 오히려 소비자를 생산자에 대한 이해를 높여야 할 교육대상으로 보고, 추진체계를 설정하고 있음. 그 밖에 “소 및 쇠고기 이력관리에 관한 법률”, “농수산물의 원산지표시에 관한 법률” 등 소비자정책 관련 다수의 법률은 대부분 공급자 규율에 관한 법률이고, 소비자정책에 관한 부분을 포함하지 않음.
  - “농어업·농어촌 및 식품산업 기본법”은 법의 목표(제1조)와 기본이념(제2조 제1호)에서 ‘국민에게 안전한 농수산물과 품질 좋은 식품을 안정적으로 공급’하는 것으로 주로 공급의 측면에 초점
  - 제4조의 국가와 소비자의 책임, 제7조의 국가와 지방자치단체의 정책목표에서도 동일



- 2011년 11월 22일 법개정으로 신설된 제11조의2의 농림수산물교육문화정보원의 설립목적도 농업, 농촌, 농식품산업을 지원하기 위한 목적이 명시

표 3-26. “농어업·농어촌 및 식품산업 기본법”의 공급 측면 규정 현황

구분	내용
제1조	이 법은 국민의 경제, 사회, 문화의 기반인 농어업과 농어촌의 지속가능한 발전을 도모하고, 국민에게 안전한 농수산물과 품질 좋은 식품을 안정적으로 공급하며, 농어업인의 소득과 삶의 질을 높이기 위하여 농어업·농어촌 및 식품산업이 나아갈 방향과 국가의 정책방향에 관한 기본적인 사항을 규정함을 목적으로 한다.
제2조 제1호	농어업은 국민에게 안전한 농수산물과 품질 좋은 식품을 안정적으로 공급하고 국토환경의 보전에 이바지하는 등 경제적·공익적 기능을 수행하는 기간산업으로서 국민의 경제·사회·문화발전의 기반이 되도록 한다.
제4조 제1항	국가와 지방자치단체는 농어업과 농어촌의 지속가능한 발전과 공익적 기능을 증진하고, 안전한 농수산물과 품질 좋은 식품을 안정적으로 공급하며, 농어업 인력 육성, 농어업인과 농어촌주민의 소득안정, 삶의 질을 향상시키기 위하여 종합적인 정책을 세우고 시행하여야 한다.
제4조 제4항	“소비자는 농어업·농어촌의 공익기능에 대한 이해를 높이고 농수산물과 식품의 건전한 소비를 위하여 적극적으로 노력하여야 한다.”
제7조	“국가와 지방자치단체는 안전한 농수산물과 품질 좋은 식품의 안정적 공급을 위하여 농수산물 생산 단계에서의 안전성 확보, 농어업과 식품산업의 발전, 적정한 식량 및 주요 식품의 자급목표 설정·유지 등에 필요한 정책을 세우고 시행하여야 한다.”
제11조의 2	(농림수산물교육문화정보원의 설립연혁) ① 농림축산식품부장관은 농어업 인적자원의 육성, 농식품·농어촌 정보화의 촉진, 농어촌 문화의 가치 확산 및 홍보, 농어업경영체의 역량 제고, 농수산물의 안전정보 제공 등을 효율적으로 추진하기 위하여 농림수산물교육문화정보원(이하 “농정원”이라 한다)을 설립한다. <개정 2013.3.23>

## 제 4 장

### 농식품 소비자정책에 대한 인식과 평가

이 장에서는 소비자 및 전문가 설문조사를 바탕으로 소비자의 농식품 정보·교육·피해구제에 대한 이용 실태를 살펴보고 관련 분야에 대한 소비자 인식과 전문가 평가를 제시함. 또한 조사 결과를 활용하여 농식품 소비자역량지수를 계측하고 정책 추진방향에 대한 의견을 조사함.

#### 1. 소비자의 농식품 정보·교육·피해구제 이용 실태와 인식<sup>22</sup>

22

<소비자 설문조사 대상자 현황>

구분		명(%)	구분	명(%)
전체		516(100)	30대 이하	183(35.5)
성별	남성	79(15.3)	40대	135(26.2)
	여성	437(84.7)	50대	140(27.1)
월평균 가구 소득	300만 원 미만	116(22.5)	60대	58(11.2)
	300~500만 원 미만	219(42.4)	고졸 이하	259(50.2)
	500만 원 이상	181(35.1)	대졸 이상	257(49.8)

## 1.1. 농식품 정보 이용 실태와 인식

### 1.1.1. 농식품 정보 이용 현황

- 소비자들은 농식품 관련 정보를 매스컴에서 얻는 비중이 38.5%로 가장 많고, 다음으로는 주위 사람(19.1%), 식품 표시(15.5%) 비중이 높음. 인터넷을 통해 농식품 정보를 얻는 소비자는 전체 응답자의 10.4%로 조사되었으며, 연령이 낮고 교육수준이 높을수록 비중이 증가하는 특징을 나타냄<표 4-1>.
  - 30대 이하 소비자의 경우 인터넷을 통해 농식품 정보를 얻는 비중은 15.9%, 대졸 이상 소비자는 14.7%로 상대적으로 높은 수준
  - 대졸 이상 소비자, 고소득자는 식품 표시나 교육에서 정보를 획득하는 비중이 높은 경향
- 인터넷에서 제공하는 서비스를 통해 농식품 정보를 획득하는 경우 주로 이

표 4-1. 농식품 정보 획득 경로

단위: 명, %

구분	응답자 수	매스컴	전문 간행물	홍보물	인터넷	전시/행사	주위 사람	식품 표시	식품 관련 교육	
전체	516	38.5	4.6	10.8	10.4	0.9	19.1	15.5	0.3	
연령	30대 이하	183	38.1	3.1	10.6	15.9	0.9	16.3	15.0	0.1
	40대	135	36.7	4.6	11.5	11.4	0.9	17.8	16.5	0.8
	50대	140	39.5	6.2	10.9	5.2	0.7	21.4	15.8	0.1
	60대	58	41.3	5.3	9.4	2.9	1.5	25.1	14.2	0.3
교육	고졸 이하	259	40.1	4.7	10.1	6.1	0.7	22.8	15.1	0.5
	대졸 이상	257	36.8	4.5	11.5	14.7	1.1	15.3	15.9	0.1
월평균 가구 소득	300만 원 미만	116	37.7	4.4	10.5	11.8	0.9	20.7	13.1	0.9
	300~500만 원 미만	219	37.5	6.3	11.9	8.9	1.4	17.9	15.9	0.2
	500만 원 이상	181	40.2	2.6	9.6	11.2	0.4	19.4	16.6	0.1

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위 ×3+2순위 ×2+3순위 ×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 소비자 설문조사 결과.

표 4-2. 농식품 정보 획득 시 이용하는 인터넷 서비스

단위: 명, %

	응답자 수	인터넷 정보검색서비스	신문사/방송사 뉴스	소셜 미디어	정부/기관/단체 및 기업 식품관련 사이트	정부/기관/단체 및 기업 홈페이지
전체	185	58.2	29.8	8.9	2.2	0.9

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.  
자료: 소비자 설문조사 결과.

용하는 서비스는 ‘인터넷 정보검색 서비스’가 58.2%로 절반 이상에 달하며, 다음으로는 신문·방송사 제공 뉴스 29.8%로 조사됨<표 4-2>.

- 농식품 정보를 제공하는 인터넷 사이트에 대한 인지도와 활용도를 조사한 결과 대부분 농식품 정보 제공 사이트에 대해서 ‘전혀 모른다’는 비중이 70% 이상이었으며, 방문한 적이 있다고 응답한 비중이 응답자의 5% 미만으로 조사됨<표 4-3>.

표 4-3. 농식품 관련 정보별 인터넷 사이트 방문 경험

단위: %, 점

운영기관	사이트명	전혀 모른다	들어봤으나 방문한 적 없다	방문한 적이 있다
농림축산식품부	농식품 안전정보서비스	73.3	24.0	2.8
	그린밥상	72.9	24.0	3.1
식생활교육국민네트워크	녹색식생활정보 114	79.3	18.0	2.7
농촌진흥청	농식품종합정보시스템	77.5	18.8	3.7
한국농수산식품유통공사	농산물유통정보	72.7	22.9	4.5
식품의약품안전처	식품나라	76.7	18.2	5.0
	건강친화녹색식단	77.7	18.0	4.3
	영양표시정보	67.4	26.6	6.0
공정거래위원회	스마트컨슈머	71.1	23.8	5.1
한국소비자원	소비자 안전센터	58.1	36.6	5.3
	T-Price	84.3	13.0	2.7
서울특별시	식생활정보센터	74.8	20.9	4.3
	서울특별시 전자상거래센터	68.0	26.7	5.3
	서울특별시 물가정보	66.1	30.6	3.3
	서울안전포털	76.9	19.8	3.3
농산물품질관리원	우수식품정보시스템	73.4	23.1	3.5
농협	식사랑농사랑	82.4	14.1	3.5

자료: 소비자 설문조사 결과.

표 4-4. 전년 대비 농식품 정보 이용도 향상 여부

단위: %, 점

	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	다소 그렇다	매우 그렇다	척도평균
전체	9.1	32.0	33.5	23.8	1.6	2.8

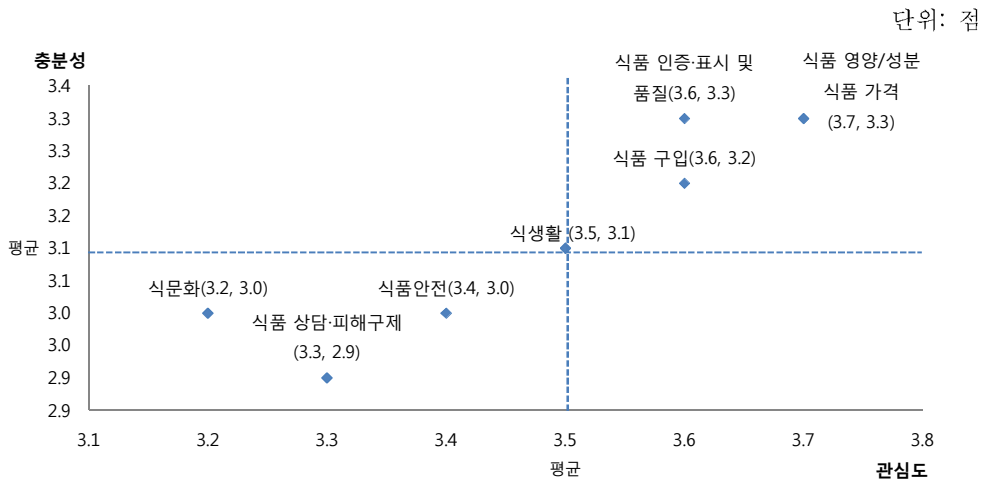
주: 척도평균은 전혀 그렇지 않다=1, 별로 그렇지 않다=2, 보통=3, 다소 그렇다=4, 매우 그렇다=5로 환산하여 평균한 값임.  
 자료: 소비자 설문조사 결과.

- 1년 전에 비해 농식품 관련 정보를 더 많이 이용하게 되었는가에 대한 질문에 대해서는 긍정적인 평가(25.4%)에 비해 부정적인 평가(42.1%)가 훨씬 우세한 것으로 나타남. 농식품 정보 이용도 변화에 대한 척도평가결과 평균 2.8점으로 농식품 정보 이용도가 향상되었다고 평가하기 어려운 것으로 조사됨<표 4-4>.

### 1.1.2. 농식품 정보 제공 평가

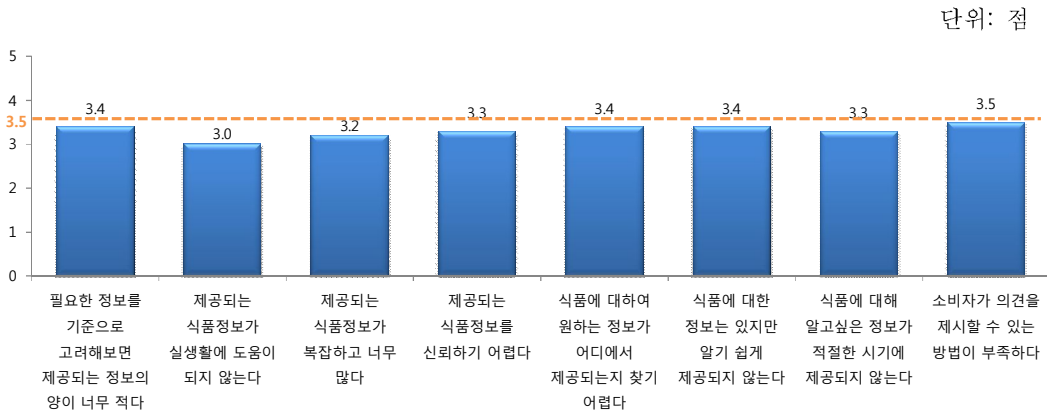
- 소비자들은 농식품 정보 중에서 농식품가격정보(3.7점), 농식품영양·성분(3.7점), 농식품구입정보(농식품선택요령·맛집·직거래 등)(3.6점), 농식품 인증·표시 및 품질 정보(3.6점) 분야에 대해 높은 관심을 나타냄. 상대적으로 소비자들의 농식품 정보에 대한 관심이 적은 분야는 식문화(3.2점), 식품상담·피해구제(3.3점) 분야로 조사됨<그림 4-1>.
- 농식품 분야별로 정보의 충분성에 대한 소비자 평가 결과 농식품 정보가 충분하다고 평가할 수 있는 분야는 없었음. 상대적으로 농식품가격정보(3.3점), 농식품영양·성분(3.3점), 농식품 인증·표시 및 품질 정보(3.3점), 농식품영양·성분(3.3점) 정보의 경우 충분하다는 평가가 많았으며, 가장 부족한 분야는 농식품상담·피해구제(2.9점) 분야로 나타남<그림 4-1>.

그림 4-1. 농식품 정보의 관심도와 충분도



주: 관심도와 충분성 척도평가 결과는 전혀 그렇지 않다=1, 별로 그렇지 않다=2, 보통=3, 다소 그렇다=4, 매우 그렇다=5로 환산하여 평균 값임.  
 자료: 소비자 설문조사 결과.

그림 4-2. 농식품 정보에 대한 평가



자료: 소비자 설문조사 결과.

- 소비자들을 대상으로 제공되는 농식품 정보에 대해 충분성, 실효성, 신뢰도, 접근성, 용이성, 적절성, 소비자 의견 반영 정도 등 다각도에서 평가한 결과 소비자들은 제공되는 농식품 정보에 대해 전반적으로 만족하지 못하는 수

준인 것으로 조사됨. 소비자들이 농식품 정보 관련 가장 큰 문제점으로 인식하고 있는 것은 ‘농식품 정보의 신뢰성’(17.5%)이며, 다음으로는 농식품 정보에 대한 접근이 어렵거나 알기 어렵다는 의견이 많았음. ‘농식품 정보가 복잡하고 너무 많다’(14.9%)는 의견이 제시된 반면 ‘농식품 정보의 양이 부족’(13.0%)하다고 느끼는 소비자도 상당수 달했으며, ‘농식품 정보가 알기 쉽게 제공되지 않는다’(13.2%)는 의견도 다수 제시됨<표 4-5>.

표 4-5. 농식품 정보의 문제점

구분	단위: % 비중
1) 필요한 정보를 기준으로 고려해보면 제공되는 정보의 양이 너무 적다	13.0
2) 제공되는 농식품 정보가 실생활에 도움이 되지 않는다	10.5
3) 제공되는 농식품 정보가 복잡하고 너무 많다	14.9
4) 제공되는 농식품 정보를 신뢰하기 어렵다	17.5
5) 농식품에 대하여 원하는 정보가 어디에서 제공되는지 찾기 어렵다	12.4
6) 농식품에 대한 정보는 있지만 알기 쉽게 제공되지 않는다	13.2
7) 농식품에 대해 알고싶은 정보가 적절한 시기에 제공되지 않는다	9.7
8) 소비자가 의견을 제시할 수 있는 방법이 부족하다	8.7

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

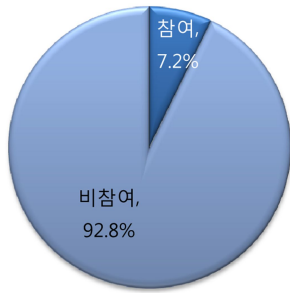
자료: 소비자 설문조사 결과.

## 1.2. 소비자 교육 이용 실태와 인식

### 1.2.1. 농식품 소비자 교육 현황

- 소비자들을 대상으로 2010년 이후(최근 4년간) 기관별로 운영하는 농식품 관련 교육이나 홍보 관련 사업에 참여 여부를 조사한 결과, 응답소비자의 7% 정도가 참여한 경험이 있는 것으로 조사됨<그림 4-3>. 농식품 관련 교육이나 홍보 사업에 참여한 경험이 있는 소비자는 기관별로는 구청·동사무

그림 4-3. 농식품 관련 교육/홍보 참여율(소비자)



기관별	참여(%)	사업별	참여(%)
농림축산식품부	12.5	농식품 안전교육 및 현장체험	19.5
보건복지부	9.4	우수 농산물 직거래장터	57.2
식품의약품안전처	9.4	농식품, 식생활 관련 캠페인	29.3
지방자치단체	9.4	식품·식생활 관련 박람회	32.1
구청·동사무소	48.5	명예감시원활동	8.4
소비자조직	21.2	식생활교육	23.7

주: 1) 2010년 이후(최근 4년간) 참여한 경우만 응답함.  
 2) 중복응답 허용함.

자료: 소비자 설문조사 결과.

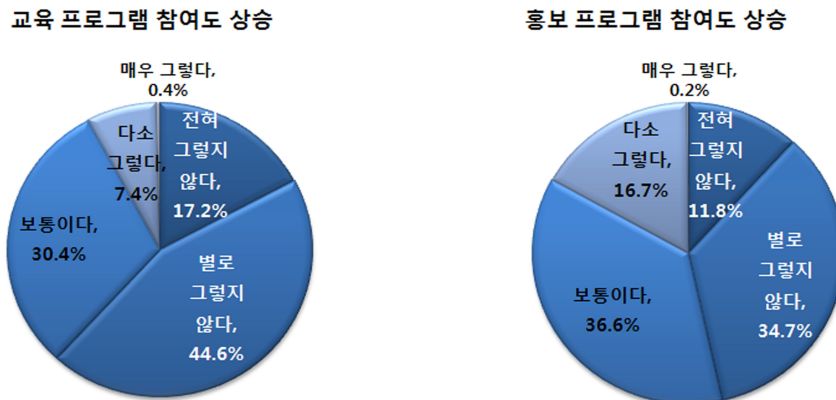
소에서 운영하는 사업에 참여한 비중이 전체 참여자의 48.5%로 절반 정도를 차지함. 사업별로는 ‘우수 농산물 직거래장터’에 참가한 비중이 전체 참여 실적의 57.2%에 달하며, 다음으로는 박람회나 캠페인 참여가 많은 것으로 나타남.

- 1년 전에 비해 농식품 관련 교육 프로그램에 더 많이 참여하게 되었는가에 대한 질문에 대해 긍정적인 평가(7.8%)에 비해 부정적인 평가(61.8%)가 훨씬 우세한 것으로 나타남. 농식품 관련 홍보에 더 많이 접하게 되었는가에 대한 질문에 대해서도 긍정적인 평가(16.9%)에 비해 부정적인 평가(46.5%)가 우세함<그림 4-4>. 농식품 관련 교육 프로그램 및 홍보에의 참여도 변화에 대해 척도평가결과 각각 2.3점, 2.6점으로 참여도가 향상되었다고 보기 어려움.<sup>23</sup>

23 척도평가는 전혀 그렇지 않다=1, 별로 그렇지 않다=2, 보통=3, 다소 그렇다=4, 매우 그렇다=5로 환산하여 평균한 값임.



그림 4-4. 농식품 관련 교육/홍보 참여도 변화

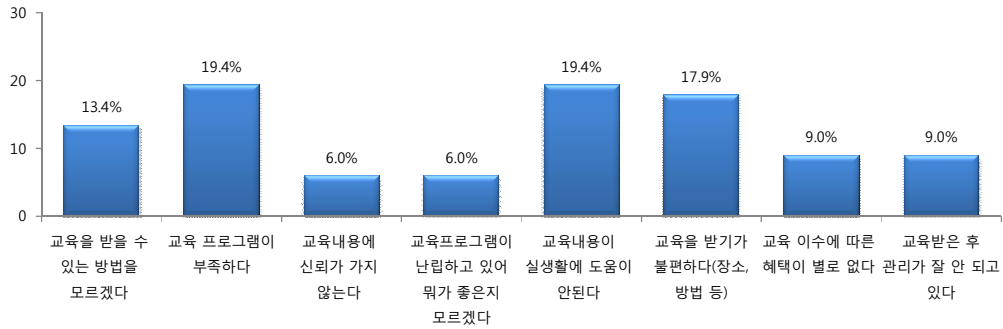


자료: 소비자 설문조사 결과.

## 1.2.2. 농식품 교육 평가

- 소비자들은 농식품 관련 소비자 교육의 문제점으로 ‘교육프로그램 부족’(19.4%) 또는 ‘교육을 받기 불편’(17.9%)하다고 느끼거나 ‘교육을 받을 수 있는 방법을 잘 모르겠다’(13.4%)는 의견을 제시하여 교육프로그램에 대한 접근에 어려움이 있다는 의견이 가장 많았음. 그 다음으로는 교육내용이 ‘실생활에 도움이 안 되어 실효성이 없다’는 의견이 19.4%에 달함<그림 4-5>.
- 소비자들이 농식품 관련 교육을 받고자 희망하는 분야는 ‘식생활 관련 분야(식사요법, 식단, 식생활 지침 등)’가 21.1%로 가장 많았고, 다음은 ‘위해정보·부적합·회수 등의 식품 안전 관련 교육’(20.4%)과 ‘식품 표시’(15.4%)의 순서로 나타남<표 4-6>.
- 소비자 연령별로는 30대 이하 연령층의 경우 농식품 안전분야와 농식품 상담·피해구제 관련 분야에 대한 교육 참가 의향이 상대적으로 높으며, 소득수준이 높을수록 식생활에 대한 교육참가 의향이 증가하는 특징을 보임.

그림 4-5. 농식품 관련 소비자 교육의 문제점



자료: 소비자 설문조사 결과.

표 4-6. 분야별 농식품 관련 소비자 교육에 대한 수요

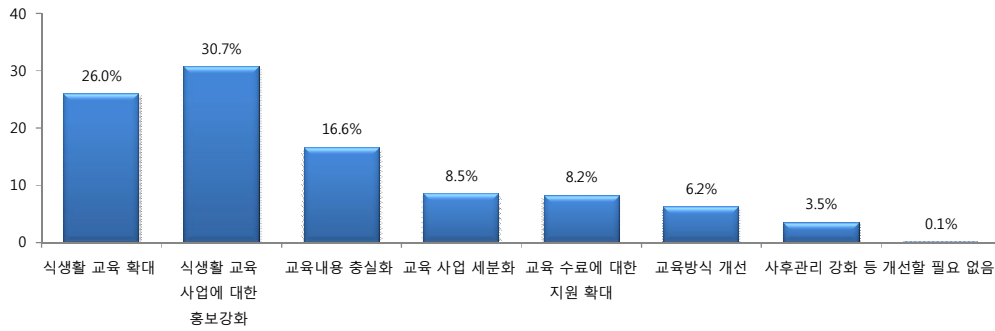
단위: 명, %

구분	응답자 수	식문화	농식품 안전	식생활	농식품 표시 및 품질	농식품 가격	농식품 구입	농식품 상담·피해 구제	농식품 영양·성분	
전체	516	9.1	20.4	21.1	15.4	6.5	9.3	6.7	11.5	
연령	30대 이하	183	5.7	23.5	22.0	15.0	6.6	8.3	7.6	11.4
	40대	135	9.7	18.1	21.8	16.8	5.0	9.7	6.8	12.1
	50대	140	11.9	20.0	19.5	14.7	6.6	9.1	6.6	11.6
	60대	58	12.3	17.2	20.9	15.3	9.2	11.7	3.7	9.8
월평균 가구 소득	300만 원 미만	116	11.6	21.6	15.5	16.7	10.9	7.6	6.4	9.7
	300~500만 원 미만	219	8.6	17.1	21.9	16.4	5.1	11.3	7.5	12.1
	500만 원 이상	181	8.2	23.9	23.9	13.3	5.3	7.8	5.9	11.7

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.  
 자료: 소비자 설문조사 결과.

- 식생활 교육 개선을 위해 가장 필요한 사항으로 소비자들은 ‘식생활 교육사업을 늘리는 것’(26.0%)에 앞서 ‘식생활 교육사업에 대한 홍보를 강화’(30.7%)하는 것이 시급하다고 응답함. 그 다음으로는 ‘식생활 교육 내용 충실화’(16.6%)와 ‘교육사업의 연령별 및 장소별 세분화’(8.5%), ‘교육 수료시 지원 확대 및 사후관리 강화’(8.2%) 등이 지적됨<그림 4-6>.

그림 4-6. 식생활 교육 개선을 위해 필요한 사항



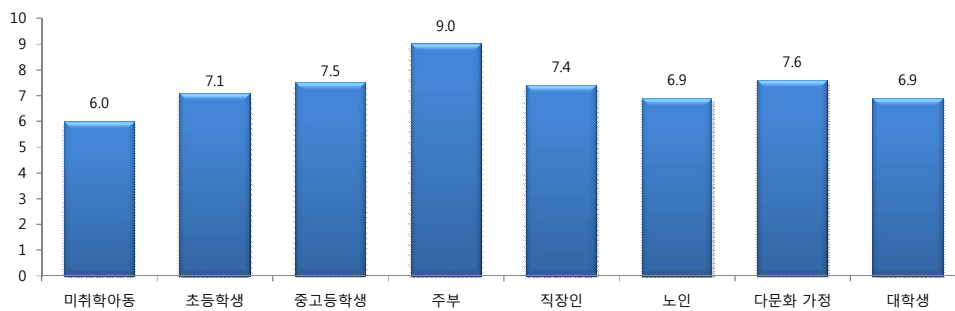
자료: 소비자 설문조사 결과.

○ 대상자별로 식생활 교육의 필요성에 대해 0~10점 사이로 평가한 결과 주부 대상 교육이 주부가 9.0점으로 가장 높고, 중고등학생·초등학생·직장인·다문화가정은 7점대로 중요하게 평가되는 것으로 나타남. 미취학아동·대학생·노인은 6점대를 나타내어 다른 대상자에 비해서 필요성이 약간 낮음<그림 4-7>.

○ 장소별 식생활 교육의 필요성을 0~10점 사이로 평가한 결과 가정(8.5점)과 학교(8.4점)가 가장 높고, 병원/보건소·복지시설 8점대, 직장과 지역이 7점대로 평가됨<그림 4-8>.

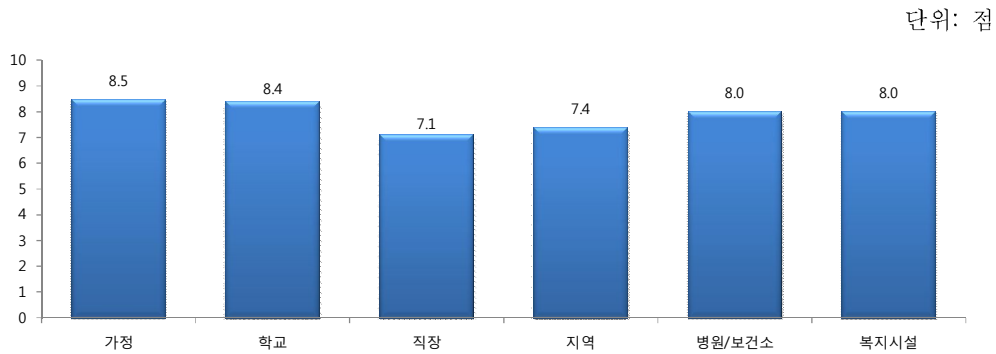
그림 4-7. 대상자별 식생활 교육의 필요성

단위: 점



자료: 소비자 설문조사 결과.

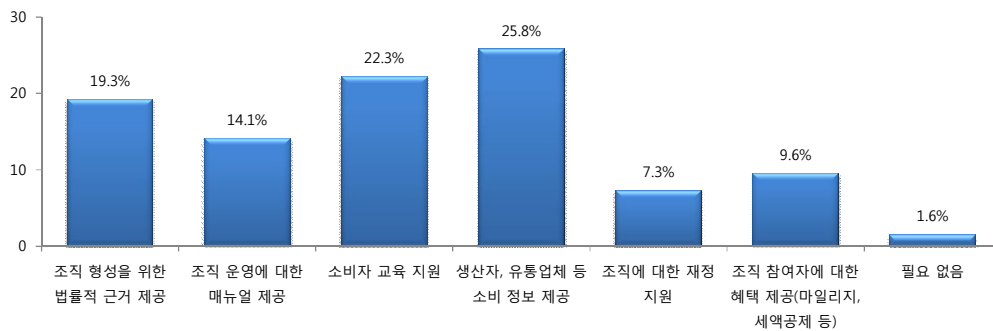
그림 4-8. 장소별 식생활 교육의 필요성



자료: 소비자 설문조사 결과.

- 소비자단체, 생협, 기타 소비자조직에 가입한 경험이 있거나 현재 가입한 소비자는 전체 응답자의 7.6%에 불과하지만 향후 소비자조직에 가입할 의향이 있는 소비자는 39.5%의 비중을 달하는 것으로 나타남. 소비자조직 유형별로는 ‘생협’ 45.1%(생협+마을+단체 중 생협 응답자), ‘마을공동체’ 27.9%, ‘소비자단체’ 27.0%로 구성됨.
- 향후 소비자 조직 활성화를 위해 필요한 정부지원이 필요한 분야는 ‘생산자·유통업체 등 소비정보 제공’(25.8%), ‘소비자 교육지원’(22.3%)이 가장 높은 비중을 점함<그림 4-9>.

그림 4-9. 소비자 조직 활성화를 위해 정부지원이 필요한 분야



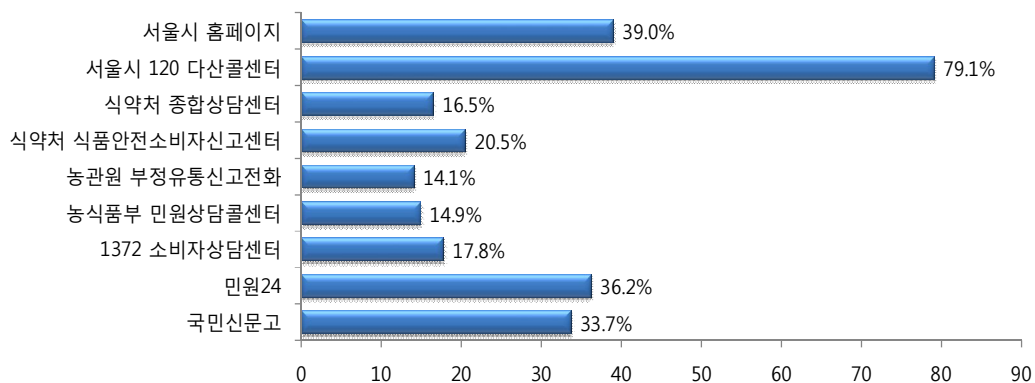
자료: 소비자 설문조사 결과.

### 1.3. 소비자 농식품 피해구제 현황과 인식

#### 1.3.1. 소비자의 농식품 관련 상담 및 피해구제 현황

- 정부기관에서 소비자 의견수렴, 민원처리, 상담, 정책토론 등을 위해 여러 가지 경로를 통해서 서비스를 제공하고 있음. 소비자를 대상으로 이러한 경로에 대해 인지도와 이용여부를 조사한 결과 ‘서울시 다산콜센터’에 대한 인지도(79.1%)가 가장 높고, 국민신문고·민원24·서울시 홈페이지에 대한 인지도는 30%대 수준임.<sup>24</sup> 1372소비자 상담센터와 농식품부 민원상담콜센터 등에 대한 인지도는 10%대를 기록함<그림 4-10>.
- 최근 2년간 농식품과 관련하여 피해를 입은 경험이 있는 소비자는 11.6%로 식품류별로는 ‘외식(배달음식 포함)’이 27.1%로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 그 다음으로 ‘수산물’이 22.9%, ‘가공식품’이 21.4%, ‘농산물’이 20.0%, ‘축산물’이 8.6%의 비중을 점하는 것으로 나타남<그림 4-11>.

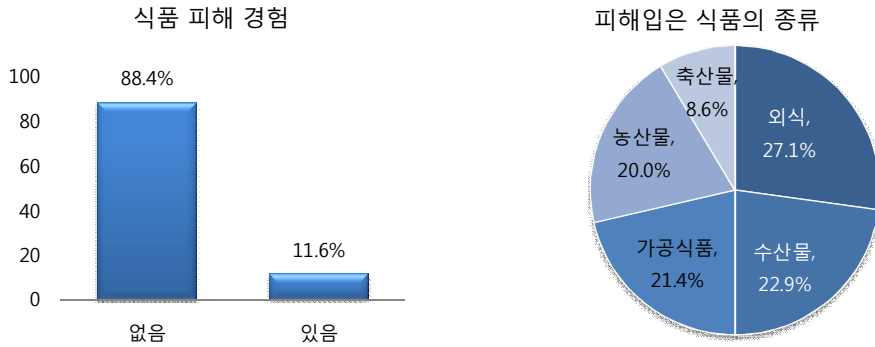
그림 4-10. 상담 및 피해구제 관련 경로 인지도



자료: 소비자 설문조사 결과.

<sup>24</sup> 조사대상 지역을 서울시로 한정하여 서울시의 서비스경로에 대한 비중이 높게 조사됨.

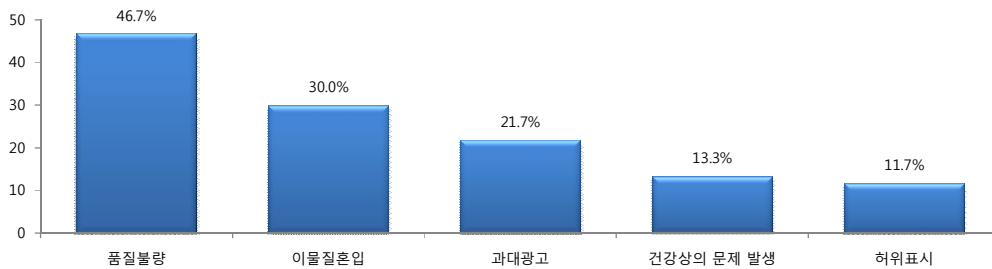
그림 4-11. 농식품 관련 피해 경험 및 피해입은 농식품의 종류



자료: 소비자 설문조사 결과.

- 최근 2년간 식품 관련 피해를 입은 경우 피해의 종류로는 ‘중량 미달 또는 상하거나 신선도가 떨어지는 등’ 품질이 불량인 상품을 구입한 경우가 전체 응답자의 46.7%에 달하며, 다음으로 ‘이물질 혼입’ 30.0%, 과대광고 21.7%의 순서로 조사됨<그림 4-12>.
- 식품 관련 피해를 입은 경우 응답소비자의 66.7%는 구입처에 불만을 제기하였으며, 30%의 소비자들은 그냥 지나치는 것으로 조사됨. 소비자단체나 1372 등의 상담센터에 의뢰하거나 정부 및 공공기관에 상담을 의뢰한 소비자는 거의 없었음<그림 4-13>.

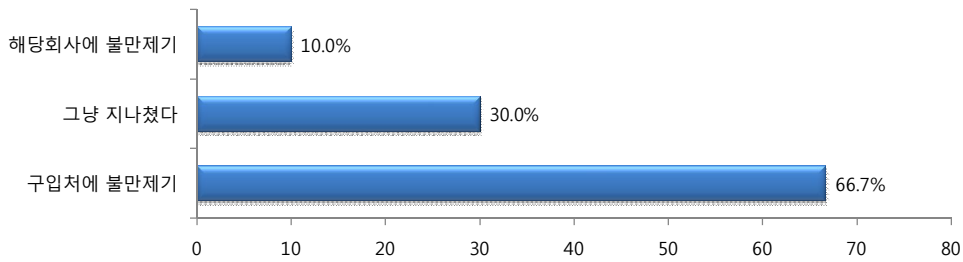
그림 4-12. 농식품 관련 피해의 종류



주: 중복응답 허용함.

자료: 소비자 설문조사 결과.

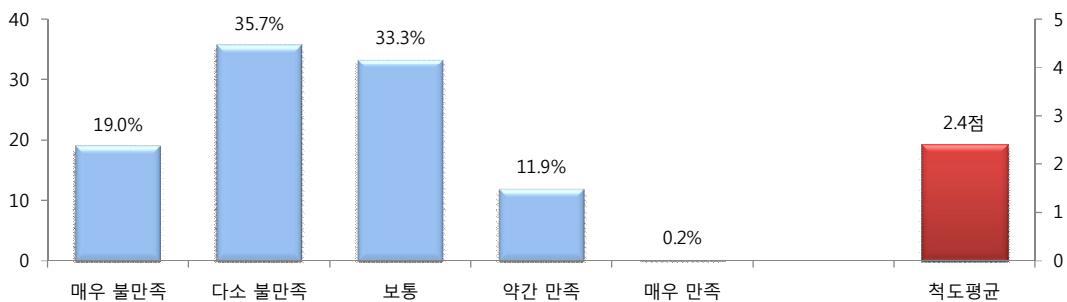
그림 4-13. 농식품 피해 발생 시 처리 방법



주: 중복응답 허용함.  
 자료: 소비자 설문조사 결과.

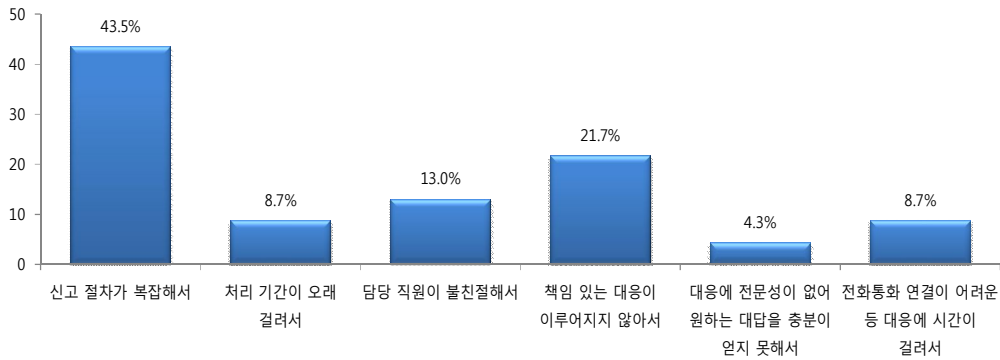
- 식품 피해에 대한 처리 결과에 대해서 불만족도가 높은 것으로 나타남. 응답 소비자 중에서 불만족하는 소비자가 54.7%로 만족한다고 응답한 비중(12.1%)에 비해 크게 높은 것으로 조사됨. 응답자의 만족도 평가 척도는 2.4점으로 절반에도 미치지 못하는 수준임<그림 4-14>.
- 식품 피해에 대한 처리 결과에 불만족하는 이유는 ‘신고절차가 복잡해서’(43.5%)라고 응답한 비중이 절반에 가깝고, 다음으로 ‘책임 있는 대응이 이루어지지 않기 때문’(21.7%), ‘담당직원의 불친절’(13.0%) 순서임<그림 4-15>.

그림 4-14. 농식품 피해(불만)에 대한 처리(조치) 결과에 대한 만족도



주: 척도평균은 매우 불만족=1, 불만족=2, 보통=3, 만족=4, 매우 만족=5로 환산하여 평균한 값임.  
 자료: 소비자 설문조사 결과.

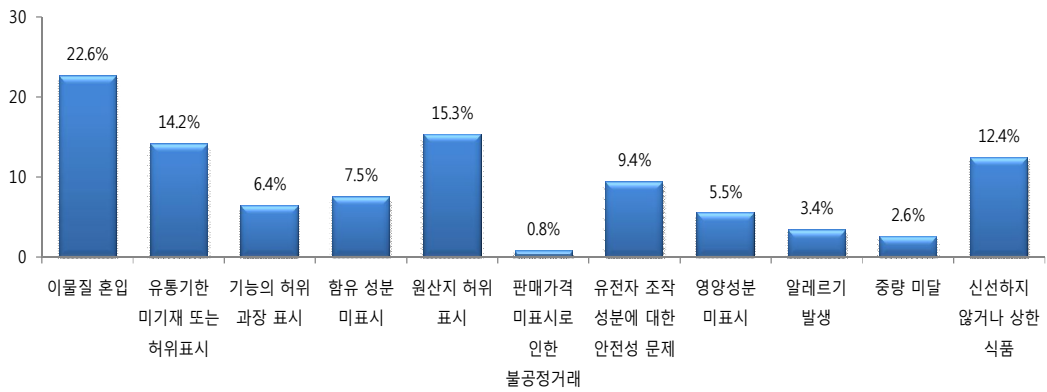
그림 4-15. 농식품 피해(불만)에 대한 처리(조치) 결과에 불만족하는 이유



자료: 소비자 설문조사 결과.

○ 식품에 대한 피해 중에서 소비자들이 가장 우려하는 것은 ‘이물질 혼입’ (22.6%), ‘원산지 허위 표시’(15.3%), ‘유통기한 미기재 또는 허위표시’ (14.2%), ‘신선하지 않거나 상한식품’(12.4%)으로 나타남<그림 4-16>.

그림 4-16. 가장 우려되는 농식품 피해 유형



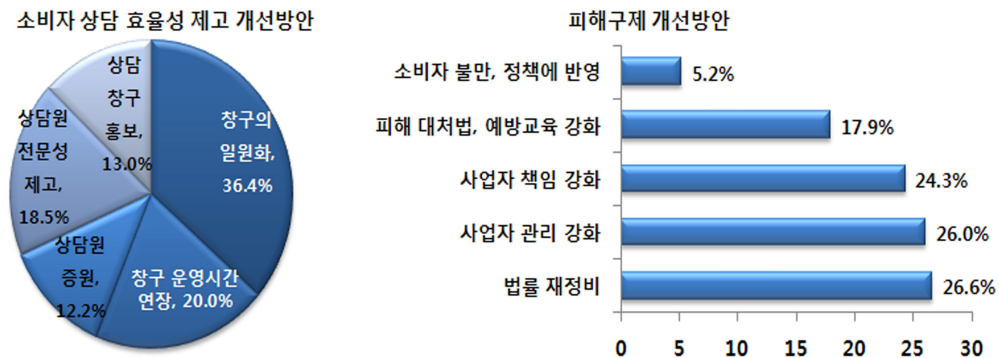
자료: 소비자 설문조사 결과.



### 1.3.2. 농식품 피해구제에 대한 평가

- 소비자들은 농식품에 대한 소비자 상담이 효율적으로 이루어지기 위해서 ‘상담 및 피해신고 창구의 일원화’(36.4%)가 가장 필요한 것으로 평가함. 그 밖에 ‘상담 및 피해신고 창구의 운영시간을 연장’(20.0%)하거나 ‘상담원의 전문성 개선’(18.5%)이 필요한 것으로 제시됨<그림 4-17>.
- 소비자가 농식품으로 피해를 입은 경우 적절한 보상을 받기 위해 가장 우선적으로 고려할 사항으로 소비자들은 ‘법률 재정비’(26.6%), ‘사업자에 대한 관리강화’(26.0%), ‘사업자에 대한 책임 강화’(24.3%)를 제시함. 소비자들은 사업자에 대한 책임과 관리를 강화할 수 있는 환경 조성과 이를 뒷받침할 수 있는 법률기반 조성이 선행되어야 한다는 입장을 나타냄<그림 4-17>.

그림 4-17. 농식품 관련 소비자 상담, 피해구제 개선방안



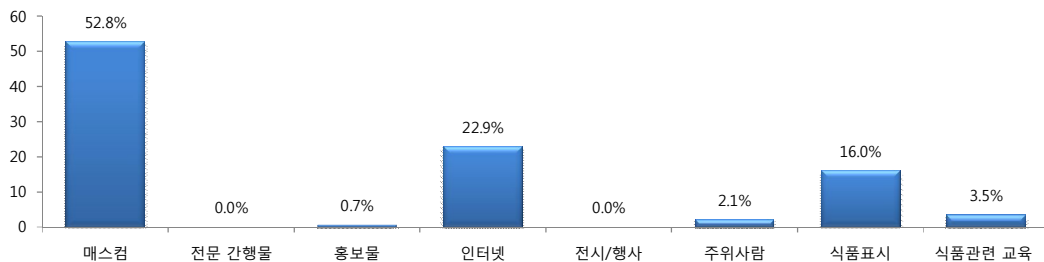
자료: 소비자 설문조사 결과.

## 2. 전문가의 농식품 정보·교육·피해구제 관련 평가<sup>25</sup>

### 2.1. 농식품 정보 제공에 대한 평가

- 전문가들은 농식품에 관한 정보를 제공하는 경로 중에서 ‘매스컴’(52.8%)을 가장 중요하다고 평가하였으며, 다음으로 ‘인터넷’(22.9%), ‘식품 표시’(16.0%) 순으로 나타남. 소비자조사에서도 ‘매스컴’(38.5%)을 통해 농식품 정보를 획득한다고 응답한 비중이 가장 높았으나, 실제 소비자는 ‘주위사람’(19.1%)이나 ‘홍보물’(10.8%)에 의존하는 비중이 상당수에 달함<그림 4-18>.
- 분야별 농식품 정보에 대하여 전문가는 소비자에 비해 관심도가 월등히 높고, 충분성에 대해서도 상대적으로 높게 평가함. 척도평균 결과 ‘식품 인증, 표시 및 품질’에 대한 정보에 가장 관심(4.6점)이 높고, 정보도 가장 충분(3.8점)한 것으로 평가함<그림 4-19>.

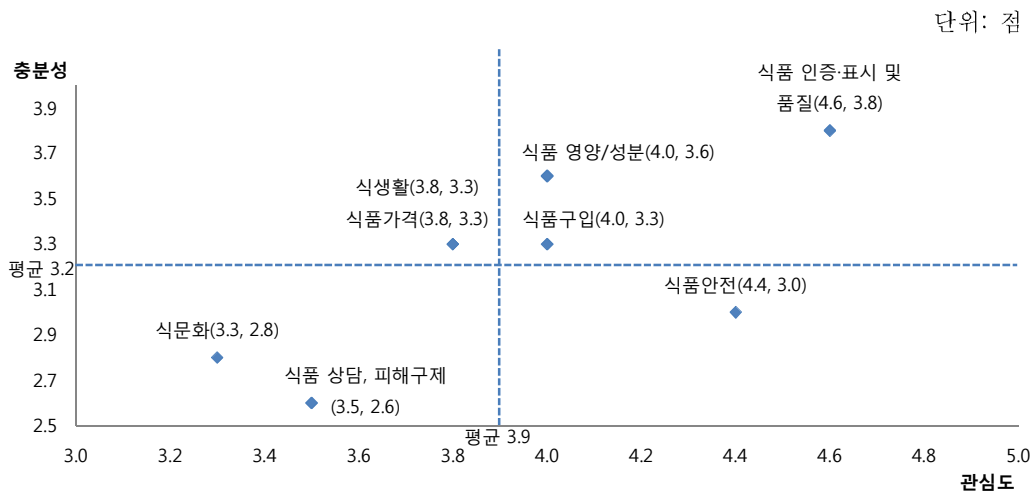
그림 4-18. 전문가의 농식품 정보 제공 경로 평가



자료: 전문가 설문조사 결과.

<sup>25</sup> 전문가 조사 대상자는 농업계 전문가 27명, 비농업계 전문가 21명 또는 학계 30명, 정부 및 공공기관 전문가 18명 등의 총 48명임.

그림 4-19. 농식품 정보의 관심도와 충분도



주: 척도평균은 전혀 그렇지 않다=1, 별로 그렇지 않다=2, 보통=3, 다소 그렇다=4, 매우 그렇다=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

- ‘식품 구입’(4.0점, 3.3점)과 ‘식품 안전’(4.4점, 3.0점)은 관심은 높으나 정보가 충분하지 못하며, ‘식문화’(3.3, 2.8)와 ‘식품 상담 및 피해구제’(3.5점, 2.6점)는 관심도가 낮고 정보도 가장 부족한 것으로 나타남.
- 전문가들을 대상으로 제공되는 농식품 정보에 대해 충분성, 실효성, 신뢰도, 접근성, 용이성, 적절성, 소비자 의견 반영 정도 등 다각도에서 평가한 결과 전문가들도 제공되는 농식품 정보에 대해 전반적으로 만족하지 못하는 수준인 것으로 조사됨<표 4-7>.
- 전문가들은 농식품 정보 관련 가장 큰 문제점으로 ‘농식품 정보가 복잡하고 너무 많다’(23.1%)와 ‘원하는 정보가 어디에서 제공되는지 찾기 어렵다’(22.4%)는 의견이 많았음. 그 다음으로는 ‘농식품 정보가 알기쉽게 제공되지 않는다’(16.1%), ‘농식품 정보의 신뢰성’(14.7%)이라는 의견도 다수 제시됨<표 4-7>.

표 4-7. 농식품 정보에 대한 평가

단위: %

구분	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통 이다	다소 그렇다	매우 그렇다	문제점
1) 제공되는 정보의 양이 너무 적다	4.2	41.7	31.3	22.9	0.0	3.5
2) 제공되는 농식품 정보가 실생활에 도움이 되지 않는다	2.1	25.0	31.3	37.5	4.2	5.6
3) 제공되는 농식품 정보가 복잡하고 너무 많다	0.0	16.7	20.8	39.6	22.9	23.1
4) 제공되는 농식품 정보를 신뢰하기 어렵다	6.3	18.8	29.2	37.5	8.3	14.7
5) 농식품 정보가 어디에서 제공되는지 찾기 어렵다	0.0	6.3	22.9	43.8	27.1	22.4
6) 농식품 정보가 알기 쉽게 제공되지 않는다	0.0	12.5	16.7	60.4	10.4	16.1
7) 농식품 정보가 적절한 시기에 제공되지 않는다	0.0	8.3	31.3	39.6	20.8	7.7
8) 소비자가 의견을 제시할 수 있는 방법이 부족하다	0.0	12.5	12.5	41.7	33.3	7.0

주: 문제점은 제시된 보기 중 가장 문제라고 평가한 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

## 2.2. 농식품 소비자 교육 및 홍보에 대한 평가

- 전문가를 대상으로 농식품 및 식생활 관련 소비자 교육이나 홍보 관련 사업에 있어서 기관별 역할의 중요도를 평가한 결과 대체로 중앙정부 및 산하기관 역할의 중요도를 높게 평가함.
- 중앙정부 중에서는 농림축산식품부(4.5점)와 식품의약품안전처(4.4점)의 중요도가 가장 높게 평가됨. 중앙정부 산하기관의 중요도는 높은 편으로 농림수산식품교육문화정보원(4.2점)과 한국소비자원(4.2점)이 특히 높게 평가됨 <표 4-8>.

표 4-8. 농식품 관련 소비자 교육/홍보사업에서 기관별 중요도 평가

단위: 점

구분	기관	척도평균
중앙행정기관과 산하기관	농림축산식품부	4.5
	농림축산식품부 산하 농림수산식품교육문화정보원	4.2
	농촌진흥청	3.6
	보건복지부	4.1
	공정거래위원회	3.6
	식품의약품안전처	4.4
	총리실(식품안전정책위원회)	3.7
	한국소비자원	4.2
지방자치단체	서울시 등 지방자치단체	4.0
	지방자치단체 산하 농업기술센터	3.5
	지방자치단체 산하 식생활정보센터	3.8
	구청, 동사무소	3.2
기타	식생활 교육국민네트워크	3.9
	대학	3.2
	소비자단체	4.3
	생협(아이쿱, 한살림 등)	3.9
	농협	3.7
	기업	3.6
	지역 기반 공동체 및 소셜미디어 운영자	3.6

주: 척도평균은 전혀 중요하지 않음=1, 별로 중요하지 않음=2, 보통=3, 약간 중요함=4, 매우 중요함=5로 환산하여 평균한 값임.  
자료: 전문가 설문조사 결과.

- 소비자 조직 중에서는 소비자단체(4.3점)의 중요성이 가장 높게 평가되었고, 식생활 교육국민네트워크(3.9점)와 생협(3.9점)도 높은 수준임.
- 농식품 및 식생활 관련 소비자 교육에 대해서 조사대상 전문가의 45.5%는 만족스럽지 않다는 의견을 나타낸 반면, 만족스럽다는 평가는 6.8%에 불과함<표 4-9>.

표 4-9. 농식품 및 식생활 관련 소비자 교육의 만족도

단위: %, 점

	전혀 만족스럽지 않다	만족스럽지 않은 편이다	보통이다	다소 만족스럽다	매우 만족스럽다	잘 모르겠다	최도평균
전체	11.4	34.1	43.2	6.8	0.0	4.5	2.5

주: 척도평균은 매우 불만족=1, 불만족=2, 보통=3, 만족=4, 매우 만족=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

- 농식품 및 식생활 관련 소비자 교육의 가장 큰 문제점으로 ‘식생활 교육방법에 대한 홍보 부족’(17.1%)과 ‘교육교재의 비표준화’(17.1%)가 가장 시급한 것으로 지적되었으며, 그 다음으로 ‘교육 프로그램 난립’(16.3%), ‘교육 프로그램의 비다양성’(10.6%) 등이 제기됨(1, 2순위 가중평균)<표 4-10>.

표 4-10. 농식품 관련 소비자 교육의 문제점

단위: 점, %

구분	척도평균	가중평균
1) 교육 프로그램 수가 부족하다	3.4	11.4
2) 교육 프로그램이 다양하지 않다	3.6	10.6
3) 교육프로그램이 난립하고 있어 뭐가 좋은지 알 수 없다	3.4	16.3
4) 교육받기가 불편하다(장소, 시설 등)	3.3	8.9
5) 교육교재가 표준화되어 있지 않다	3.6	17.1
6) 교육교재가 신뢰가 가지 않는다	2.7	0.0
7) 강사의 전문성이 부족하다	2.8	3.3
8) 실습 및 체험 교육이 부족하다	3.7	1.6
9) 원격강의가 부족하다	2.8	0.8
10) 수료에 따른 혜택이 부족하다	3.1	3.3
11) 수료후 사후관리가 안 되고 있다	3.3	5.7
12) 식생활 교육방법에 대한 홍보가 부족하다	3.7	17.1
13) 교육내용이 실생활에 도움이 안된다	2.6	0.0
14) 기타	-	4.1

주 1) 척도평균은 전혀 그렇지 않다=1, 별로 그렇지 않다=2, 보통=3, 다소 그렇다=4, 매우 그렇다=5로 환산하여 평균한 값임.

2) 가중평균은 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위 ×2+순위 ×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

- 전문가들을 대상으로 식생활 교육 추진단계 및 분야별로 역할을 담당하기 적합한 기관에 대한 조사 결과 ‘식생활 교육 기본계획 마련’과 ‘식생활 교육 사업 성과 평가’는 농식품부가 담당하기 가장 적합하다는 의견이 각각 47.5%, 28.3%로 가장 많음<표 4-11>.

표 4-11. 농식품 관련 소비자 교육에 적합한 기관

단위: %

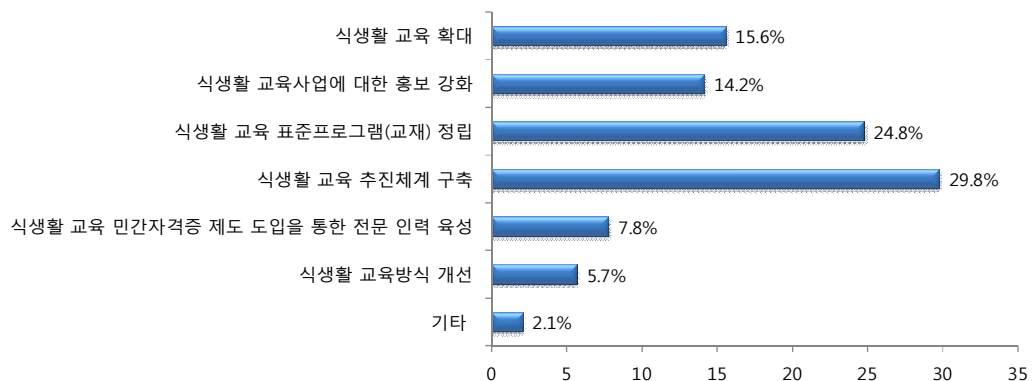
구분	농림축산식품부	보건복지부	식품의약품안전처	지방자치단체	지자체 산하 식생활 정보센터	식생활 교육국민 네트워크
식생활 교육 기본계획 마련	47.5	10.6	14.9	5.7	0.7	1.4
식생활 교육사업 성과 평가	28.3	12.3	9.4	6.5	0.0	5.1
식생활 교육 프로그램 개발 및 보급	9.9	3.5	7.1	1.4	2.8	9.2
식생활 교육 강사 양성	9.1	4.9	4.9	2.1	4.2	7.0
소비자 대상 식생활 교육 활동	2.8	1.4	2.1	7.7	9.8	17.5
식생활 교육 전문가 pool 구축 및 운용	14.7	3.5	9.8	9.8	7.0	12.6
식생활 교육 전문 강사 자격증 운영	17.7	7.8	8.5	6.4	2.1	8.5
식생활 교육 관련 정보 구축 및 제공	21.7	7.0	9.8	2.8	8.4	7.7
평균	19.4	6.4	8.4	6.2	4.5	8.6
구분	한국소비자원	대학	농촌진흥청	소비자 단체	농림수산 식품교육 문화정보원	기타
식생활 교육 기본계획 마련	4.3	0.7	0.7	1.4	4.3	7.8
식생활 교육사업 성과 평가	8.7	6.5	2.9	4.3	6.5	9.4
식생활 교육 프로그램 개발 및 보급	10.6	8.5	5.7	7.1	22.7	11.3
식생활 교육 강사 양성	8.4	19.6	5.6	4.9	18.2	11.2
소비자 대상 식생활 교육 활동	13.3	3.5	0.7	16.8	7.7	16.8
식생활 교육 전문가 pool 구축 및 운용	7.7	5.6	1.4	2.8	17.5	7.7
식생활 교육 전문 강사 자격증 운영	10.6	5.7	2.8	3.5	17.0	9.2
식생활 교육 관련 정보 구축 및 제공	9.8	1.4	1.4	2.1	21.7	6.3
평균	8.5	5.8	2.4	5.8	14.2	9.8

주: 가중평균은 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여 (순위 ×2순위 ×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

- 농림수산물교육문화정보원은 ‘식생활 교육 관련 정보 구축 및 제공’(21.7%), ‘식생활 교육 전문 강사 자격증 운영’(17.0%), ‘식생활 교육 프로그램 개발 및 보급’(22.7%), ‘식생활 교육 전문가 pool 구축 및 운용’(17.5%)에서 높은 비중을 점함. ‘소비자 대상 식생활 교육 활동’은 식생활 교육국민네트워크(17.5%)가 적합하다는 평가가 높음<표 4-11>.
- 농식품 및 식생활 관련 소비자 교육 개선을 위해 ‘식생활 교육 추진체계 구축’(29.8%), ‘식생활 교육 표준 프로그램(교재) 정립’(24.8%)이 가장 시급하다고 응답한 비중이 가장 높게 나타남. 그 다음으로 ‘식생활 교육 확대’(15.6%), ‘식생활 교육사업에 대한 홍보 강화’(14.2%) 순으로 조사됨<그림 4-20>.
- 대상자별 식생활 교육의 필요성에 대해 0~10점 사이로 평가한 결과 모든 대상에 대해서 7점 이상으로 조사되었으나, 특히 주부(9.6) 대상 교육이 가장 필요하며 초등학생(8.9)과 중·고등학생(8.9)에 대한 식생활 교육의 필요성도 높게 평가됨. 그 외에는 미취학아동(8.0), 다문화가정(7.8), 직장인(7.5), 노인(7.3) 및 대학생(7.3) 순으로 나타남<표 4-12>.

그림 4-20. 농식품 및 식생활 관련 소비자 교육 개선을 위해 가장 시급한 사항



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.  
 자료: 전문가 설문조사 결과.



표 4-12. 대상별 농식품 및 식생활 교육의 필요성

단위: 점

	미취학아동	초등학생	중고등학생	주부	직장인	노인	다문화 가정	대학생
평균	8.0	8.9	8.9	9.6	7.5	7.3	7.8	7.3

주: 0~10점 사이의 점수로 평가함.  
자료: 전문가 설문조사 결과.

표 4-13. 장소별 농식품 및 식생활 교육의 필요성

단위: 점

	가정	학교	직장	지역	병원/보건소	복지시설
평균	8.5	8.4	7.1	7.4	8.0	8.0

주: 0~10점 사이의 점수로 평가함.  
자료: 전문가 설문조사 결과.

- 장소별 농식품 및 식생활 교육의 필요성에 대한 평가에서도 조사 대상 장소에서의 식생활 교육의 필요성이 대체로 높게 나타났는데, 특히 가정(8.5)과 학교(8.4)에서의 교육이 가장 필요한 것으로 평가됨<표 4-13>.
- 소비자단체, 소비자생활협동조합, 마을공동체 등 소비자조직의 식생활 관련 사업에 대한 정부의 지원에 대해서는 필요하다는 의견이 다수를 점함. 정부 지원이 필요하다고 응답한 비중이 ‘소비자단체’ 73.0%, ‘소비자생활협동조합’ 60.5%, ‘마을공동체’ 60.4%에 달함<표 4-14>.

표 4-14. 소비자 조직별 농식품 및 식생활 관련 사업의 정부 지원 필요성

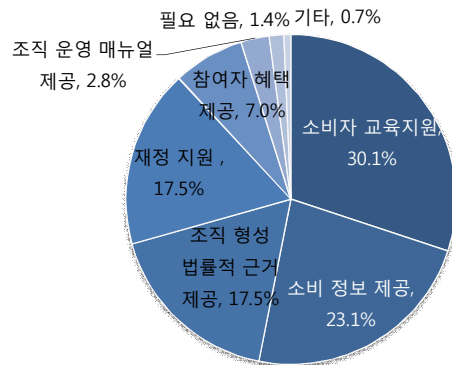
단위: %

구분	전혀 필요 없다	필요 없는 편이다	보통이다	다소 필요하다	매우 필요하다	잘 모르겠다
1) 소비자단체	0.0	8.3	18.8	43.8	29.2	0.0
2) 소비자생활협동조합	2.1	6.3	31.3	31.3	29.2	0.0
3) 마을공동체	4.2	6.3	29.2	33.3	27.1	0.0
4) 기타 공동구매조직	4.2	8.3	50.0	27.1	6.3	4.2

자료: 전문가 설문조사 결과.

- 소비자조직에 대한 정부지원으로 ‘소비자 교육지원’(30.1%)이 필요하다는 응답이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 생산자, 유통업체 등 ‘소비 정보 제공’(23.1%), ‘조직 형성을 위한 법률적 근거 제공’(17.5%) 및 ‘조직에 대한 재정 지원’(17.5%)이 필요한 것으로 조사됨<그림 4-21>.

그림 4-21. 소비자조직 활성화를 위해 필요한 정부지원



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

### 2.3. 농식품 피해구제 관련 평가

- 정부기관에서 소비자 의견수렴, 민원처리, 상담, 정책토론 등을 위해 운영하고 있는 서비스 제공경로에 대한 인지도와 활용도를 평가한 결과 대부분 경로에 대해 절반 이상의 전문가가 인지하고 있으나 활용도 평가척도 결과 서울시 120 다산콜센터(3.7점), 국민신문고(3.6점)와 민원24(3.6점), 식약처의 식품안전소비자신고센터(3.6점), 1372 소비자 상담센터(3.5점)가 어느 정도 활성화 되어 있는 것으로 나타남<표 4-15>.

표 4-15. 정부기관의 서비스 제공 경로 인지도 및 활용도

단위: %, 점

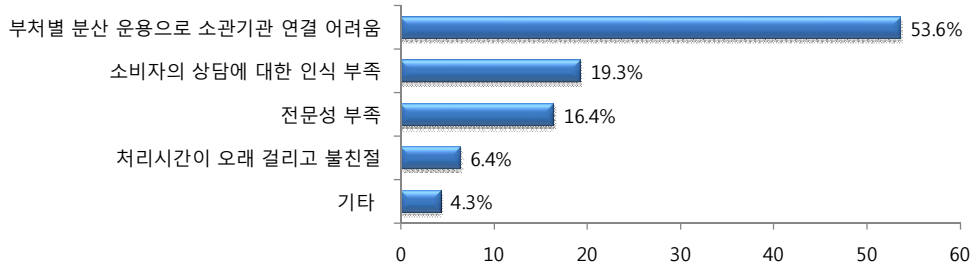
구분	인지도		활용도					
	알고 있다	모른다	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	그저 그렇다	그런 편이다	매우 그렇다	척도 평균
1) 국민신문고	88.4	11.6	2.2	8.9	33.3	42.2	13.3	3.6
2) 민원24	30.0	12.0	4.7	2.3	44.2	25.6	23.3	3.6
3) 1372 소비자 상담센터	50.0	50.0	10.3	7.7	20.5	43.6	17.9	3.5
4) 농림축산식품부 민원상담콜센터	63.6	36.4	0.0	19.0	50.0	23.8	7.1	3.2
5) 농림축산식품부 안전상담센터	47.7	52.3	2.5	17.5	52.5	17.5	10.0	3.2
6) 국립농산물품질관리원 부정유통신고전화	55.8	44.2	0.0	19.5	46.3	26.8	7.3	3.2
7) 국립농산물품질관리원 IT 상담센터/정보조회서비스	20.8	68.8	5.4	18.9	59.5	10.8	5.4	2.9
8) 식품의약품안전처 식품안전소비자신고센터	78.6	21.4	0.0	9.5	33.3	47.6	9.5	3.6
9) 식품의약품안전처 종합상담센터	65.1	34.9	5.0	12.5	47.5	30.0	5.0	3.2
10) 보건복지부콜센터	53.5	46.5	0.0	18.9	45.9	32.4	2.7	3.2
11) 서울시 120 다산콜센터	81.4	18.6	0.0	9.3	34.9	32.6	23.3	3.7

주: 척도평균은 전혀 그렇지 않다=1, 별로 그렇지 않다=2, 보통=3, 다소 그렇다=4, 매우 그렇다=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

- 농식품 관련 상담업무의 문제점으로 ‘부처별 분산운용으로 소관기관 연결이 어렵다’(53.6%)는 비중이 절반 이상으로 가장 높게 나타났으며, 그 외에 ‘소비자의 상담에 대한 인식 부족’(19.3%), ‘소비자 상담 시 전문성 부족’(16.4%)으로 조사됨<그림 4-22>.
- 소비자 상담의 효율성을 제고시키기 위해서는 ‘상담 및 피해신고 창구의 일원화’(52.8%)가 필요하다고 응답한 비중이 과반수 이상으로 높게 조사됨. ‘상담원 전문성 제고’(24.3%), ‘상담 창구의 홍보’(17.4%)가 필요하다는 응답도 상당수 있음<표 4-16>.

그림 4-22. 농식품 관련 상담업무의 문제점



자료: 전문가 설문조사 결과.

표 4-16. 농식품 상담의 효율성 제고 방안

단위: %

	창구 일원화	창구 운영시간 연장	상담원 증원	상담원 전문성 제고	상담 창구 홍보
비중	52.8	2.8	2.8	24.3	17.4

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.  
 자료: 전문가 설문조사 결과.

표 4-17. 농식품 관련 상담업무에 적합한 기관

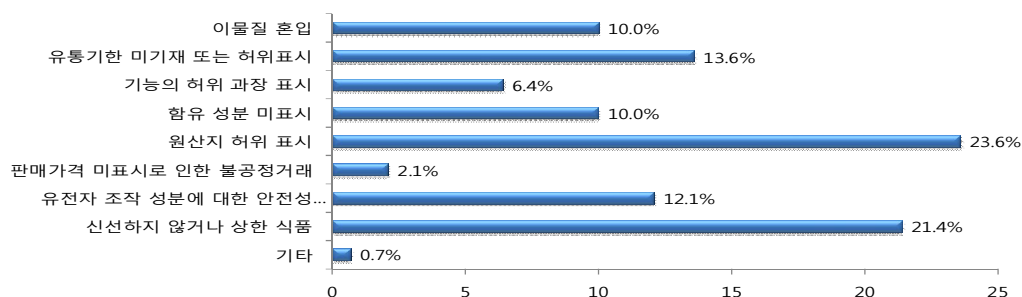
단위: %

구분	농식품 안전	농식품 거래
농림축산식품부	22.4	35.7
보건복지부	3.5	0.0
공정거래위원회	0.7	16.8
식품의약품안전처	50.3	1.4
서울시 등 지방자치단체	1.4	4.2
지방자치단체 산하 식생활 정보센터	2.8	6.3
한국소비자원	11.9	23.1
농산물품질관리원	4.9	3.5
소비자단체	2.1	4.9
기타	0.0	4.2

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.  
 자료: 전문가 설문조사 결과.

- 농식품 안전 관련 상담 업무를 담당하기에 ‘식품의약품안전처’(50.3%)가 가장 적합하다는 비중이 절반 이상으로 가장 높고, 그 다음으로 ‘농림축산식품부’(22.4%)가 적합하다고 응답함. 농식품 거래 관련 상담 업무를 담당하기 적합한 기관으로는 ‘농림축산식품부’(35.7%)가 적합하다는 비중이 가장 높고, 그 다음으로 ‘한국소비자원’(23.1%), ‘공정거래위원회’(16.8%) 순으로 조사됨<표 4-17>.
- 농식품에 대한 피해 중에서 전문가들이 가장 우려하는 것은 ‘원산지 허위 표시’(23.6%), ‘신선하지 않거나 상한식품’(21.4%), ‘유통기한 미기재 또는 허위표시’(13.6%), ‘유전자 조작 성분에 대한 안전성 문제’(12.1%) 순으로 나타남<그림 4-23>.
- 분야별 농식품 피해사고의 위험성 척도평가 결과 ‘수산물’이 4.3점으로 가장 위험한 것으로 조사되었으며, 그 다음으로 ‘축산물’(4.0점) 및 ‘외식’(4.0점), ‘가공식품’(3.8점), ‘농산물’(3.4점) 순으로 나타남. 수산물 피해사고에 대한 위험성이 높게 평가된 것은 일본 후쿠시마 원전의 방사능 유출사고 이후 오염수 대량 유출 소식, 후쿠시마 제1원전 내 오염수 저장탱크 배수로의 방사능 수치 급상승 등의 소식이 보도되면서 소비자의 수산물에 대한 불안이 반영된 것으로 보임<표 4-18>.

그림 4-23. 농식품에 대한 피해 중 가장 크게 우려되는 것



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.  
 자료: 전문가 설문조사 결과.

표 4-18. 분야별 농식품 피해사고의 위험성 평가

단위: %, 점

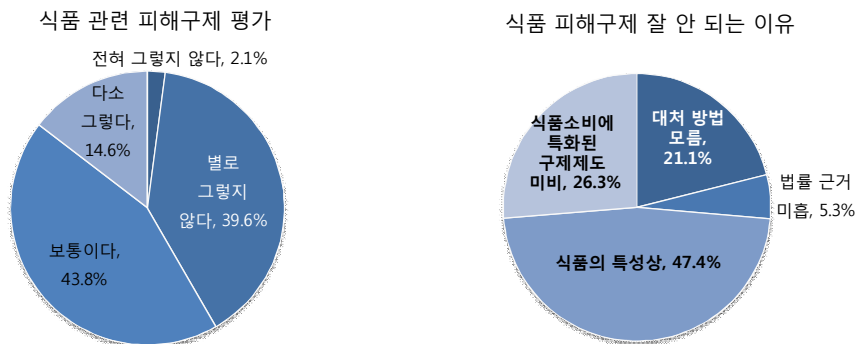
구분	전혀 위험 하지 않다	별로 위험 하지 않다	보통이다	다소 위험하다	매우 위험하다	척도평균
1) 농산물	2.1	14.9	31.9	40.4	10.6	3.4
2) 축산물	0.0	6.4	21.3	42.6	29.8	4.0
3) 수산물	0.0	4.3	6.4	42.6	46.8	4.3
4) 가공식품	0.0	4.2	31.3	41.7	22.9	3.8
5) 외식(배달식품 포함)	0.0	2.1	16.7	56.3	25.0	4.0

주: 척도평균은 전혀 위험하지 않다=1, 별로 위험하지 않다=2, 보통이다=3, 다소 위험하다=4, 매우 위험하다=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

- 전문가들은 농식품 관련 피해구제가 잘 되고 있는지에 대해 보통(43.8%)이라고 응답한 비중이 가장 높고, 그렇지 않다(41.7%)고 생각하는 비중이 그렇다(14.6%)고 생각하는 비중보다 월등히 높게 나타남<그림 4-24>.
- 농식품 관련 피해에 대해 구제가 잘 안 되고 있다고 평가하는 이유는 농식품의 특성상(원인규명이 어렵고, 소비자와 사업자의 기대수준 차이)이라고 응답한 비중(47.4%)이 가장 높고, 그 다음으로 농식품의 소액다수 피해적 성격이 반영된 농식품 소비에 특화된 구제제도 미비(26.3%), 소비자들이 피해 발생 시 어떻게 대처해야 하는지 구제 방법에 대해 잘 모르기 때문(21.1%)이라고 응답한 비중이 상대적으로 높음<그림 4-24>.

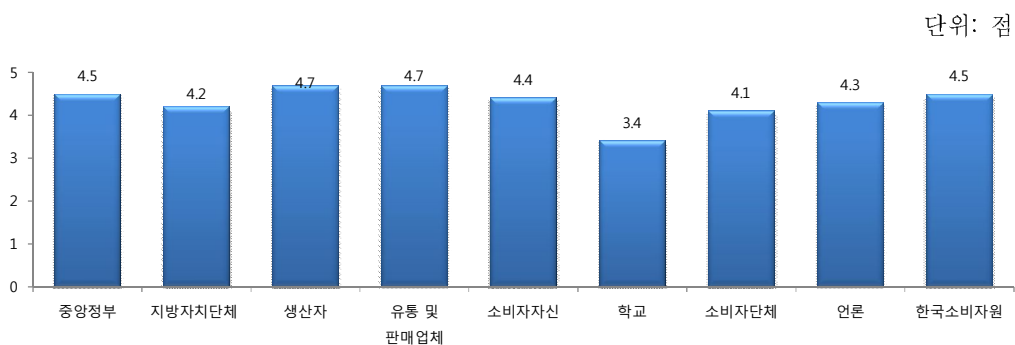
그림 4-24. 농식품 관련 피해구제 평가



자료: 전문가 설문조사 결과.

- 소비자의 농식품 관련 피해를 구제하는 데 있어서 각 주체별로 중요도를 평가한 결과 ‘생산자’와 ‘유통 및 판매업체’가 각각 4.7점으로 가장 중요하게 평가됨. 그 다음으로 ‘중앙정부’(4.5점) 및 ‘한국소비자원’(4.5점), ‘소비자자신’(4.4점), ‘언론’(4.3점), ‘지방자치단체’(4.2점), ‘소비자단체’(4.1점) 순으로 평가함<그림 4-25>.
- 소비자가 농식품으로 피해를 입은 경우 적절한 보상을 받기 위해 가장 우선적으로 고려할 사항으로 전문가들은 ‘사업자에 대한 관리강화’(26.4%), ‘법률 재정비’(25.0%), ‘사업자에 대한 책임 강화’(23.6%) 및 ‘소비자가 피해 예방교육 강화’(23.6%)를 고르게 제시함. 농업계 전문가는 ‘법률 재정비’(25.9%)를 가장 우선적으로 제시한 반면, 비농업계 전문가와 학계에서는 ‘사업자에 대한 관리강화’(28.6%, 28.9%)가 가장 중요하다고 지적함. 공공기관 전문가는 ‘소비자 피해예방교육’(25.9%)과 ‘사업자 책임강화’(25.9%)를 가장 필요하다는 의견을 제시함<표 4-19>.

그림 4-25. 소비자의 농식품 피해 관련 주체별 중요도 평가



주: 척도평균은 전혀 중요하지 않음=1, 별로 중요하지 않음=2, 보통=3, 약간 중요함=4, 매우 중요함=5로 환산하여 평균한 값임.  
자료: 전문가 설문조사 결과.

표 4-19. 농식품 피해 관련 개선이 필요한 사항

단위: 명, %

구분	분야별		직업별		전체
	농업	비농업	학계	정부, 공공기관	
응답자수	27	21	30	18	48
1) 피해 시 적절한 보상받도록 법률 제정비	25.9	23.8	25.6	24.1	25.0
2) 사업자에 대한 정부의 관리 강화	24.7	28.6	28.9	22.2	26.4
3) 사업자에 대한 책임 강화	22.2	25.4	22.2	25.9	23.6
4) 소비자가 피해 시 대처법, 피해 최소화 방법에 대한 정보 제공, 예방교육 강화	24.7	22.2	22.2	25.9	23.6
5) 소비자 불만사항을 조사, 정책 반영	2.5	0.0	1.1	1.9	1.4

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.  
 자료: 전문가 설문조사 결과.

- 농식품의 구매 및 섭취와 관련하여 소비자 피해가 발생하여 공급자 또는 판매자와 분쟁이 발생했을 때 모든 피해 유형에 대해 전문가들은 ‘제품 교환 또는 구입가 환급’이 해결기준으로 포함되어야 한다고 생각함. 반면 ‘부패, 변질 시’에는 ‘치료비 보상’(70.8%), ‘용기파손 등으로 인한 상해사고 시’에는 ‘치료비 보상’, ‘경비 및 피해로 인한 소득 배상’까지 해결기준에 포함되어야 한다는 의견을 제시함. 또한 ‘부작용’의 경우는 ‘정신적 피해보상’까지 포함되어야 한다는 의견이 절반 이상임<표 4-20>.

표 4-20. 농식품 피해 유형별 해결기준

단위: %

구분	제품교환 또는 구입가환급	치료비 보상	경비 및 피해로 인한 소득 배상	정신적 피해보상	기타
1) 함량, 용량 부족	95.8	0.0	14.6	2.1	2.1
2) 부패, 변질	70.8	70.8	45.8	39.6	2.1
3) 유통기한 경과	85.4	27.1	35.4	8.3	2.1
4) 이물혼입	81.3	41.7	41.7	31.3	2.1
5) 부작용	56.3	79.2	64.6	52.1	2.1
6) 용기파손 등으로 인한 상해사고	50.0	87.5	54.2	27.1	2.1

주: 중복응답 허용함.  
 자료: 전문가 설문조사 결과.



- 농식품 관련 피해구제 개선을 위한 방안의 도입 필요성을 척도평가한 결과, 농식품 분야에서 소액다수의 피해가 발생하므로 ‘집단소송제 도입을 통해 피해구제를 활성화’(4.2점)해야 한다는 의견이 가장 높았으며, 전문가 그룹 별로도 대체로 높게 평가됨<표 4-21>.
- ‘농식품 피해 신청시 결합에 대한 소비자 입증책임을 완화하도록 법률 개정’(4.0점)이 필요하다는 의견도 많았으며, ‘사업자에 대한 징벌적 손해보상 제도 도입’(3.9점)과 ‘현재 도입되어있는 소비자단체소송제도의 소송요건 완화’(3.9점)의 필요성도 높은 편임. 이들 방안에 대해서는 비농업계와 학계에서 특히 필요성을 높게 평가하는 반면, 농업계와 정부·공공기관 종사자들은 상대적으로 낮았음<표 4-21>.
- ‘제조물책임법에 1차 농축수산물 포함하도록 법률 개정’하는 방안에 대해서는 비농업계 전문가들은 필요성에 대한 척도평균이 3.9점으로 다소 높은 편이나, 농업계 전문가들의 경우 척도평균은 2.9점으로 필요성을 인식하고 있다고 보기 어려움<표 4-21>.

표 4-21. 농식품 관련 피해구제 개선 방안의 도입 필요성 평가

단위: 점, 명

구분	분야별		직업별		전체
	농업	비농업	학계	정부, 공공기관	
응답자 수	27	21	30	18	48
“제조물책임법”에 1차 농축수산물 포함, 법률 개정	2.9	3.9	3.4	3.4	3.4
농식품 피해 시 결합에 대한 소비자 입증책임 완화	3.8	4.3	4.1	3.9	4.0
집단소송제 도입을 통해 피해구제 활성화	4.2	4.2	4.3	4.0	4.2
소비자단체소송제도의 소송요건 완화	3.8	4.1	4.2	3.5	3.9
사업자에 대한 징벌적 손해보상 제도 도입	3.6	4.4	4.0	3.7	3.9

주: 척도평균은 전혀 필요 없음=1, 필요없는 편=2, 보통=3, 다소 필요=4, 매우 필요=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

## 2.4. 농식품 통계 및 법 관련 평가

- 식품소비구조의 파악을 위해서 현재 소비통계로 활용되고 있는 지출액 및 섭취량 조사 이외에 농식품 소비량 관련 조사를 국가차원에서 별도로 추진할 필요성에 대해 ‘필요하다’(70.8%)고 응답한 비중이 높게 나타남. 농업계 전문가(77.8%)의 경우 필요하다고 응답한 비중이 비농업계 전문가(61.9%)에 비해 높은 특징이 있음<표 4-22>.
- 농식품 소비통계 개선을 위해 가장 시급한 사항으로 ‘통계정보의 통합시스템 운영’(29.2%)이라고 응답한 비중이 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘가공하여 다양한 정보 생산 및 제공’(15.3%), ‘통계조사표본 및 조사방법 개선을 통한 신뢰도 제고’(14.2%), ‘부처 간 통계 협력 활성화’(13.2%) 순으로 조사됨<표 4-23>.

표 4-22. 농식품 소비량 관련 조사의 도입 필요성

단위: 명, %, 점

구분	분야별		직업별		전체
	농업	비농업	학계	정부, 공공기관	
응답자 수	27	21	30	18	48
전혀 필요없다	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
필요없는 편이다	11.1	9.5	6.7	16.7	10.4
보통이다	7.4	14.3	13.3	5.6	10.4
다소 필요하다	44.4	33.3	40.0	38.9	39.6
매우 필요하다	33.3	28.6	33.3	27.8	31.3
잘 모르겠다	3.7	14.3	6.7	11.1	8.3
척도 평균	4.0	3.9	4.1	3.9	4.0

주: 척도평균은 전혀 필요 없음=1, 필요없는 편=2, 보통=3, 다소 필요=4, 매우 필요=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

표 4-23. 농식품 소비통계의 시급한 개선 사항 평가

단위: %

구분	가중평균
통계조사 항목 확대	5.7
통계정보의 통합시스템 운영	29.2
통계에 대한 홍보 확대	4.3
공표 주기 및 발표시점 조정	1.1
가공하여 다양한 정보 생산 및 제공	15.3
통계조사표본 및 조사방법 개선을 통한 신뢰도 제고	14.2
소비통계의 정부승인화 추진	1.4
농식품 분류기준 통합	4.6
통계전담기구 운영	8.2
민간부분 통계 생산 확대	1.1
전문인력 확충 및 교육 확대	1.8
부처 간 통계 협력 활성화	13.2

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

- 농식품 분야에서 소비자 주권을 보호하기 위해 법률 제·개정의 필요성에 대해 전문가들은 ‘필요하다’(77.1%)고 응답한 비중이 가장 높음<표 4-24>.

표 4-24. 농식품 분야 법률 제·개정의 필요성

단위: 명, %, 점

구분	분야별		직업별		전체
	농업	비농업	학계	정부, 공공기관	
응답자 수	27	21	30	18	48
전혀 필요없다	3.7	0.0	3.3	0.0	2.1
필요없는 편이다	18.5	4.8	10.0	16.7	12.5
보통이다	11.1	4.8	3.3	16.7	8.3
다소 필요하다	48.1	57.1	63.3	33.3	52.1
매우 필요하다	18.5	33.3	20.0	33.3	25.0
적도 평균	3.6	4.2	3.9	3.8	3.9

주: 적도평균은 전혀 필요 없음=1, 필요없는 편=2, 보통=3, 다소 필요=4, 매우 필요=5로 환산하여 평균한 값임.

자료: 전문가 설문조사 결과.

- 농식품 분야에서 소비자 주권을 보호하기 위해 법률 제·개정이 필요하다면 어떤 방식의 법률 개선이 필요한지에 대해 조사한 결과 ‘식품소비자정책기본법(가칭)을 별도로 제정’(41.5%)하여 각 개별 법에 흩어져 있는 관련 규정들을 포함시키는 방안이라고 응답한 비중이 가장 높게 조사되었음. 그 다음으로 현행의 법령 중 농식품 소비자 보호에 가장 근접한 ‘식생활 교육지원법을 전면 개정’(36.6%)하여 농식품 소비자기본법을 제정하는 방안, ‘기존 법령에 개별 규정을 개정안의 형태로 포함시키는 방안’(17.1%) 순으로 조사됨<표 4-25>.
- 농업계 전문가들은 ‘식품소비자정책 기본법을 별도로 제정하는 방안’(50.0%)이 가장 적합하다는 의견을 제시하였으며, 비농업계 전문가들은 ‘식생활 교육지원법 전면 개정 방안’(36.8%)이 필요하다는 의견이 가장 많았음 <표 4-25>.

표 4-25. 법률 제·개정 방안 평가

단위: 명, %

구분	분야별		직업별		전체
	농업	비농업	학계	정부, 공공기관	
응답자 수	22	19	27	14	41
“식품소비자정책 기본법”을 별도로 제정	50.0	31.6	40.7	42.9	41.5
“식생활 교육지원법”을 전면개정하는 방안	36.4	36.8	37.0	35.7	36.6
기존 법령을 개정하는 방안	9.1	26.3	18.5	14.3	17.1
기타	4.5	5.3	3.7	7.1	4.9

자료: 전문가 설문조사 결과.

### 3. 농식품 소비자정책 운영 평가

#### 3.1. 농식품 소비자역량지수 계측

##### 3.1.1. 소비자의 농식품 구매역량지수

- 소비자의 농식품 구매역량은 농축수산물, 가공식품, 외식 등 시장 부문별로 5가지 구성요소(비교용이성, 정보권, 선택권, 신뢰성, 만족도)에 대해 소비자 설문조사를 통해 0~10점으로 평가한 후, 시장 부문별로 5가지 구성요소 평가점수를 평균하여 산출함.
  - 농축수산물의 경우 구매역량 구성요소는 만족도(7.0점)가 가장 높은 반면, 가공식품과 외식은 각각 정보권(6.9점)과 비교용이성(6.3점)을 가장 높게 평가<표 4-26>
- 농식품 시장의 구매역량 평가는 부문별로 농축수산물이 6.8점으로 가장 높게 평가되었으며, 그 다음으로 가공식품(6.6), 외식(6.1) 순으로 나타남<표 4-26>.

표 4-26. 농식품 부문별 소비자의 구매역량 평가

단위: 점

구성요소	문항	농축수산물	가공식품	외식
비교용이성	상이한 상품 쉽게 비교할 수 있는지	6.8	6.8	6.3
정보권	정보 확인하여 구매하는지	6.9	6.9	6.1
선택권	상품, 음식점이 다양한지	6.7	6.6	6.1
신뢰성	생산자와 판매자가 법, 규정을 준수하는지	6.8	6.4	5.9
만족도	구매한 상품 만족하는지	7.0	6.5	6.1
평균		6.8	6.6	6.1

주: 1~10점 사이의 점수로 평가함.  
 자료: 소비자 설문조사 결과.

- 대표적인 농식품 구매역량지수는 부문별 구매역량지수에 부문별 가중치를 적용하여 평가함. 부문별 가중치는 ① 소비자의 부문별 중요도 평가결과(설문조사) ② 전문가의 부문별 중요도 평가결과(설문조사) ③ 전문가 조사에서 AHP 기법을 적용한 부문별 중요도 평가 ④ 부문별 지출액 통계(통계청 ‘가계동향조사’)를 이용하여 산출하여 비교함.
- 소비자와 전문가를 대상으로 한 설문조사에서는 분야별 중요도 평가에서 농축수산물, 가공식품, 외식의 순서로 조사된 반면, 농식품 소비지출액을 기준으로 할 경우에는 외식, 가공식품, 농축수산물의 순서로 나타남. 4가지 대안을 기준으로 가중치의 범위를 산출하면 농축수산물 26~46.5%, 가공식품 28.4~33.7%, 외식 24.6~45.6%로 설정될 수 있음<표 4-27>.
- 농식품 전체에 대한 소비자의 구매역량은 부문별로 5개 핵심지표를 통해 분석된 구매역량 평가에 부문별 가중치를 적용하여 산출할 수 있음. 농식품 소비자 구매역량은 10점을 만점으로 할 경우 6.4~6.6점 수준으로 평가됨 <표 4-27>.

표 4-27. 소비자 농식품 구매역량지수 산출 결과

단위: %, 점

구분	가중치			농식품 구매역량지수
	농축수산물	가공식품	외식	
전문가 AHP	40.8	33.7	25.5	6.6
소비자 설문조사	46.5	28.9	24.6	6.6
전문가 설문조사	40.0	33.5	26.5	6.6
농식품 소비지출액 비중	26.0	28.4	45.6	6.4

주: 농식품 소비지출액 비중은 2012년 가계동향조사결과를 이용하여 분석함.  
 자료: 소비자 설문조사 결과, 전문가 설문조사 결과, ‘가계동향조사’ 자료.

### 3.1.2. 소비자의 식생활역량지수

- 소비자의 식생활역량지수 평가를 위해 건강한 식생활의 7가지 구성요소(균형 잡힌 영양섭취, 전통식생활, 환경을 배려하는 식생활, 규칙적인 식생활, 안전한 농식품 섭취, 가족과 함께 식사, 국내산 및 지역산에 대한 관심도)에 대해 소비자 설문조사를 통해 0~10점으로 평가한 후, 구성요소 평가점수를 평균하여 산출함.
- 구성요소별로 ‘환경을 배려하는 식생활’을 노력·실천하는 정도에 대해 10점 만점에 7.5점으로 가장 높게 평가되었으며, 그 다음으로 ‘가족과 함께 식사’, ‘안전한 농식품 섭취’에 대한 노력·실천 정도가 높았음. ‘균형 잡힌 영양섭취’, ‘규칙적인 식생활’, ‘국내산 및 지역산 관심도’는 비슷한 수준으로 평가되었으며, ‘전통식생활’에 대한 노력·실천정도가 가장 낮게 평가됨.
- 소비자의 식생활역량지수는 7개 핵심지표에 대해 동일한 가중치를 적용하여 산출할 경우 7.3점으로 계측됨<표 4-28>.

표 4-28. 소비자의 식생활역량 평가

단위: 점	
구성요소	평균
균형 잡힌 영양섭취	7.2
전통식생활	7.1
환경을 배려하는 식생활	7.5
규칙적인 식생활	7.2
안전한 농식품 섭취	7.3
가족과 함께 식사	7.3
국내산 및 지역산 관심도	7.2
평균	7.3

자료: 소비자 설문조사 결과.

### 3.1.3. 소비자의 농식품 피해구제역량지수

- 소비자가 농식품 피해구제 발생 시 대처하는 역량을 평가하기 위한 피해구제역량지수는 ‘상담 경로 인지도 및 이용도’, ‘피해구제 시 대처방법’ 등 2가지 구성요소에 대한 소비자 평가결과를 평균하여 산출함.
- ‘상담 경로에 대한 인지도 및 이용도’는 설문조사에서 상담경로에 대해 어느 정도 알고 있는가와 상담서비스 이용여부를 종합하여 점수로 환산하였으며, 10점 만점에 3.1점으로 평가됨<표 4-29>.
- ‘피해구제 시 대처방법’은 소비자가 농식품 피해를 입을 경우 대처방법을 차등화하여 평가함. 농식품 관련 피해 시 그냥 지나칠 경우를 0점, 정부 및 공공기관에 상담하거나 소비자단체 및 1372 소비자 상담센터 등에 의뢰하는 경우를 10점으로 하고 사례공유와 불만제기 정도를 세분화하여 1~10점으로 환산하였으며, 평균 6.2점으로 평가됨<표 4-29>.

표 4-29. 소비자의 농식품 피해구제역량 평가

단위: 점	
구성요소	평균
피해구제 시 대처방법	6.2
상담 경로 인지도 및 이용도	3.1
평균	4.6

주: 1) 피해구제 시 대처방법으로 그냥 지나친다 =0, 인터넷에 사례 공유 =2, 언론에 제보 =4, 구입처에 불만제기 =6, 해당회사에 불만제기 =8, 정부 및 공공기관에 상담하거나 소비자단체 및 1372소비자 상담센터 등에 의뢰=10으로 환산하여 평균한 값임.

주: 2) 상담 경로 인지도 및 이용도의 경우 9개 기관 중 한 곳만 아는 경우 =1, 2~3곳을 아는 경우=2, 4~5곳을 아는 경우=3, 6~7곳을 아는 경우=4, 8~9곳을 아는 경우=5로 인지도를 환산한 뒤, 이용여부(이용할 경우 2, 이용하지 않을 경우 1)를 곱하여 환산한 뒤 평균한 값임.

자료: 소비자 설문조사 결과.



- 상담 경로 인지도 및 이용도, 피해구제 시 대처방법을 평균한 소비자의 농식품피해구제역량은 4.6점 수준으로 평가됨<표 4-29>.

### 3.1.4. 농식품 소비자역량지수 산출

- 농식품 소비자역량지수는 구매역량지수, 식생활역량지수, 피해구제역량지수에 각각의 가중치를 적용하여 산출함. 가중치는 소비자와 전문가 설문조사를 통해 구매, 식생활, 피해구제 등 소비단계별로 중요도를 평가한 값과, 전문가 설문조사에서 AHP 기법을 적용하여 농식품 소비단계별 중요도를 산출한 값을 적용함.
- 농식품 구매단계, 식생활단계, 농식품섭취 이후 사고가 발생했을 경우 피해구제 단계로 농식품 소비단계를 구분할 경우 전체 농식품 소비에서 차지하는 중요도를 조사한 결과 소비자는 구매단계(40.5%)가 가장 중요하고, 다음으로 식생활(31.1%), 피해구제(28.4%) 순서로 중요도를 평가함. 전문가 설문조사에서도 소비자 평가와 유사하게 구매단계(40.1%), 식생활 (31.8%), 피해구제(28.1%)로 조사됨. 전문가 설문조사 시 AHP 기법을 적용할 경우는 구매단계의 중요도가 53.6%로 크게 증가하는 반면, 피해구제(18.3%) 단계의 중요도가 크게 감소함<표 4-30>.

표 4-30. 농식품 소비자역량지수 산출 결과

단위: %, 점

구분	가중치			농식품 소비자역량지수
	구매	식생활	피해구제	
전문가 AHP	53.6	28.1	18.3	6.4
소비자 설문조사	40.5	31.1	28.4	6.2
전문가 설문조사	40.1	31.8	28.1	6.2

자료: 소비자 설문조사 결과, 전문가 설문조사 결과 자료.

- 대안별 농식품 소비단계별 가중치를 적용하여 농식품 소비자역량지수를 산출한 결과 6.2~6.4점 수준으로 추정됨. 이상적인 농식품 소비자역량수준을 10으로 할 경우 현재의 역량수준은 6.3점 정도 수준인 것으로 평가할 수 있음<표 4-30>.

### 3.2. 농식품 소비자정책 추진방향 평가

- 농식품의 생산부터 영양소로 흡수되기까지의 일련의 과정 중에서 농식품부가 정책 대상으로 관리할 범위로 ‘식품의 생산+유통+소비’라고 응답한 비중이 소비자(37.0%)와 전문가(41.7%) 모두 가장 높게 나타남. 그 다음으로는 ‘식품의 생산+유통+소비+영양소 섭취+건강상태’라고 응답한 비중이 각각 27.7%, 27.1%로, ‘식품의 생산+유통+소비+영양소 섭취’라고 응답한 비중이 각각 22.1%, 16.7%로 높게 나타남<표 4-31, 표 4-32>.

표 4-31. 농식품부가 정책 대상으로 관리할 범위(소비자)

단위: 명, %

구분	응답자 수	식품의 생산	식품의 생산+유통	식품의 생산+유통+소비	식품의 생산+유통+소비+영양소 섭취	식품의 생산+유통+소비+영양소 섭취+건강상태	
전체	516	1.2	12.0	37.0	22.1	27.7	
연령	30대 이하	183	1.6	8.2	35.5	23.0	31.7
	40대	135	0.7	15.6	31.9	23.7	28.1
	50대	140	1.4	9.3	40.7	21.4	27.1
	60대	58	0.0	22.4	44.8	17.2	15.5
월평균 가구 소득	300만 원 미만	116	1.7	14.7	39.7	17.2	26.7
	300~500만 원 미만	219	0.5	10.0	34.7	28.8	26.0
	500만 원 이상	181	1.7	12.7	38.1	17.1	30.4

자료: 소비자 설문조사 결과.

표 4-32. 농식품부가 정책 대상으로 관리할 범위(전문가)

단위: 명, %

구분	분야별		직업별		전체
	농업	비농업	학계	정부, 공공기관	
응답자 수	27	21	30	18	48
식품의 생산	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
식품의 생산+유통	7.4	23.8	16.7	11.1	14.6
식품의 생산+유통+소비	37.0	47.6	36.7	50.0	41.7
식품의 생산+유통+소비+영양소 섭취	22.2	9.5	16.7	16.7	16.7
식품의 생산+ 유통+소비+영양소 섭취+건강상태	33.3	19.0	30.0	22.2	27.1

자료: 전문가 설문조사 결과.

- 전문가 그룹별로 비농업계 전문가와 정부 및 공공기관 종사자는 생산부터 소비까지라고 응답한 비중이 높은 반면, 농업계 전문가와 학계에서는 영양소 섭취 및 건강상태까지 확대해야 한다는 비중이 높은 경향
  - 연령별로 50대 이상 소비자는 농식품부의 정책 범위가 생산부터 소비까지라고 응답한 비중이 높은 반면, 40대 이하 소비자는 영양소 섭취 및 건강상태까지 확대해야 한다고 응답한 비중이 상대적으로 높은 수준
- 농식품 관련 소비자정책에서 가장 중점을 두어야 할 목표로 소비자와 전문가 모두 ‘안전하고 품질 좋은 농식품 소비’라고 응답한 비중이 65.5%, 75.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘농식품의 공정한 거래’와 ‘적정 농식품 섭취를 통한 건강식생활 보장’이 각각 10%대로 조사됨<표 4-33, 표 4-34>.
- 소비자 연령별로 30대 이하(23.5%)와 60대(24.1%)는 ‘공정한 거래’를 상대적으로 중요하게 인식하는 반면, 40대는 ‘적정 농식품섭취를 통한 건강식생활 보장’(17.0%), 50대는 ‘안전하고 품질 좋은 농식품 소비’(68.6%)을 중시하는 비중이 증가
  - 가구의 소득수준이 증가할수록 ‘공정한 거래’보다는 ‘안전하고 품질 좋

은 농식품 소비’, ‘건강식생활 보장’을 중요하게 평가하는 비중이 증가  
- 전문가 그룹별로 비농업계 전문가와 학계에서는 안전하고 품질 좋은 농  
식품 소비라고 응답한 비중이 높은 반면, 농업계 전문가는 건강식생활  
보장을, 정부 및 공공기관 종사자는 공정한 거래라고 응답한 비중이 상  
대적으로 높은 특징

표 4-33. 농식품 관련 소비자정책에서 가장 중점을 두어야 할 목표(소비자)

단위: %

구분		농식품의 공정한 거래	안전하고 품질 좋은 농식품 소비	적정 농식품섭취를 통한 건강식생활 보장
소비자 전체		20.5	65.5	14.0
연령	30대 이하	23.5	62.3	14.2
	40대	16.3	66.7	17.0
	50대	19.3	68.6	12.1
	60대	24.1	65.5	10.3
월평균 가구 소득	300만 원 미만	27.6	61.2	11.2
	300~500만 원 미만	21.0	65.8	13.2
	500만 원 이상	15.5	68.0	16.6

자료: 소비자 설문조사 결과.

표 4-34. 농식품 관련 소비자정책에서 가장 중점을 두어야 할 목표(전문가)

단위: 명, %

구분	분야별		직업별		전체
	농업	비농업	학계	정부, 공공기관	
응답자 수	27	21	30	18	48
농식품의 공정한 거래	14.8	4.8	3.3	22.2	10.4
안전하고 품질 좋은 농식품 소비	63.0	90.5	80.0	66.7	75.0
적정 농식품섭취를 통한 건강식생활 보장	22.2	4.8	16.7	11.1	14.6

자료: 전문가 설문조사 결과.

- 전문가를 대상으로 농식품 관련 분야별 소비자정책을 추진, 운영하기에 적절한 조직을 조사한 결과 ‘농식품 관련 소비자정책의 조정과 집행’과 ‘농식품 안전’ 분야는 ‘중앙정부’(각각 77.1%, 56.3%)가 담당하는 것이 가장 적절하며, ‘농식품 표시’는 ‘중앙정부 산하기관’(47.9%)과 ‘중앙정부’(45.8%)가, ‘식품관련 소비자 피해구제’는 ‘중앙정부 산하기관’(51.1%)이, ‘농식품 관련 소비자 교육 및 홍보’는 ‘민간조직’(33.3%)이 추진하고 운영하기에 가장 적절하다고 조사됨<표 4-35>.

표 4-35. 농식품 관련 분야별 소비자정책 추진·운영에 적절한 조직(전문가)

단위: %

구분	중앙 정부	중앙정부 산하기관	서울시 등 지방자치단체	민간 조직
1) 농식품 관련 소비자정책의 조정과 집행	77.1	20.8	2.1	0.0
2) 농식품 안전	56.3	29.2	4.2	10.4
3) 농식품 표시	45.8	47.9	6.3	0.0
4) 농식품 관련 소비자 피해구제	25.5	51.1	12.8	10.6
5) 농식품 관련 소비자 교육, 홍보	24.4	28.9	13.3	33.3

자료: 전문가 설문조사 결과.

## 제 5 장

---

### 주요 국가의 농식품 소비자정책 추진 실태 조사

이 장에서는 주요 국가별 농식품 소비자정책의 추진 실태를 조사함. 분석대상 국가는 미국, 일본, 독일로 농식품 소비자정책의 현황과 특징을 정리하고, 시사점을 제시함.

#### 1. 미국의 농식품 소비자정책

##### 1.1. 소비자정책의 특징

- 미국의 농식품 분야 소비자정책은 정부가 조정 기능을 수행함으로써 소비자의 권익을 보호하고 동시에 시장의 기능이 제대로 수행될 수 있도록 조정하는 데 중점을 두고 있음.
  - 기본 목적은 소비자에게 관련 정보 제공 및 교육을 통하여 ① 안전한 식품을 섭취할 수 있는 시장 환경 조성 and 소비자의 올바른 위생 및 식품 안전 의식 강화, ② 국민이 균형 잡힌 영양 섭취를 하도록 정보 제공 및 보조, ③ 시장에서의 사기, 기만 등의 불공정한 경제행위로부터 소비자를 보호하여 시장의 한 구성원으로서 합리적인 선택을 할 수 있도록 지

## 원하는 것

- 미국의 농식품 분야 소비자정책은 정부에 의한 직접 규제보다는 기본적으로 정보 제공 및 교육에 역점을 두고 있음. 중앙정부 차원의 단일집행기관에서 소비자정책을 종합하여 시행하지 않으며, 각 기관이 소관 업무 분야별로 관련 업무를 시행하고 있음.
  - 연방거래위원회 소비자 보호국은 일반적인 거래행위에서의 소비자 선택권을 보장하기 위한 소비자 교육 업무를 수행
  - 농식품 관련 안전 및 영양정책 등은 농무부와 식품의약국이 각각 교육 및 홍보 업무를 수행하는 형태로 운영

## 1.2. 소비자정책 추진체계

- 전반적인 소비자정책과 동일하게 농식품 분야 소비자정책도 연방정부, 주정부, 민간 등 3자의 역할분담과 조화를 특징으로 함.
- 연방정부의 소비자정책 담당기관들은 대부분 주별로 사무소를 설치·운영하여 해당 주정부의 소비자행정기관과 직·간접적으로 협력관계를 구축함. 대부분의 주정부는 자체적으로 소비자 보호국(Consumer Affairs Division)이라는 소비자정책을 전담하는 행정조직을 설치하여 시장에 대한 검사 및 조사, 소비자에게 정보 제공, 불만사항 처리, 관련 법령 집행 등의 업무를 수행함. 소비자단체는 자생적이고 주도적인 활동을 통해서 소비자 계몽·교육, 소비자 권리 확보 등에 역할을 함.
  - 연방정부: 소비자 안전 분야, 부당거래, 표시·광고, 사기방지 등 공정거래 분야의 정책개발과 분석 및 관리 담당
  - 주정부: 소비자정책 시행, 상담 및 피해구제 등 현장에서의 소비자행정 담당

- 소비자단체: 소비자운동을 통한 소비자계몽, 교육, 기업의 불공정 행위에 대한 단체행동 및 캠페인 등 전개
- 정부는 소비자의 합리적인 소비생활을 유도하기 위한 정보 제공에 보다 역점을 두고 있으며, 관련 정부 부처 간 소비자 정보 제공을 나누어 담당함.
  - 독점금지국과 연방거래위원회는 주로 거래와 관련된 소비자정책을 담당
  - 미연방거래위원회는 시장 내 사기·현혹·불공정 사업행위를 방지를 통한 소비자 보호, 시장 내 반경쟁적 기업합병과 다른 반경쟁적 사업행위 방지를 통한 경쟁 유지를 목표로 하며, 소비자 보호국(Bureau of Consumer Protection)이 소비자 관련 정책업무를 수행
  - 농무부는 농산물, 축산물의 안전성과 위생을 감독하고 이에 대한 정보를 다양한 매스미디어를 통해 제공
  - 보건후생부는 소비자 교육 프로그램을 개발하고 산하의 식품의약국에서 식품, 의약품, 화장품의 안전성과 라벨표시를 관리하는 등 식품 안전과 약품에 대한 안전성평가업무 담당
  - 소비자제품안전위원회(Consumer Products Safety Commission: CPSC)는 일반 공산품의 제품 안전기준 제정, 소비자 교육프로그램 개발, 위해 유발제품 리콜 등의 소비자 안전관리 담당

### 1.3. 분야별 추진 현황

#### 1.3.1. 소비자 교육 및 홍보, 정보 제공

##### 가. 농무부

- 농무부는 농축산의 안전성과 위생을 감독하고 관련된 정보를 회보, 신문 등의 매스미디어를 통해 정보를 제공함. 영양정책홍보센터, 농산물유통국,



ERS(Economic Research Service) 등 관련 기관·부서에서 소관업무별로 소비자 교육, 홍보, 정보 제공 등을 실시함.

- 영양정책홍보센터(Center for Nutrition Policy and Promotion: CNPP)는 영양 관련 연구 결과를 이용하여 소비자 교육 자료를 작성하고, 전세계의 영양정보를 제공함.
  - 연방 영양정책에 대한 체계적인 검토, 식품의 1인당 영양소 함량 및 어린이에 대한 지출 등에 대한 분석 및 자료 추적
  - 일반소비자에 연방정부의 영양정책 및 프로그램을 홍보하는 동시에 더 좋은 농식품을 선택할 수 있도록 돕는 커뮤니케이션 공간(My Plate), 식품섭취 가이드라인(Dietary Guidelines), 건강식사지수(Healthy Eating Index)<sup>26</sup>, 식품패턴(USDA Food Pattern)<sup>27</sup>, 식사계획 및 가격(USDA Food Plans: Cost of Food)<sup>28</sup>, 식품 및 영양에 대한 설명(Nutrition Insight) 등의 자료 제공
- 농산물유통국(Agricultural Marketing Service: AMS)은 제품의 생산, 가공, 포장에 대한 정보를 소비자에게 제공함.
  - 적기의 정확한 시장 정보 제공을 통해 일시적인 과잉공급으로 인한 가격 하락에 유통업자 및 소매업자 혹은 연방정부의 영양프로그램 담당자들이 적기에 구입하여 과잉공급을 해소함으로써 농업부문과 국민 모두에게 이익을 제공하는 역할 수행

26 건강식사지수는 연방 음식섭취가이드( federal dietary guidance)에 적합한지 식사의 질을 측정하는 지수.

27 식품패턴은 다섯 개의 그룹과 그 하위집단으로부터 일일 식사량, 영양농축형태를 확인. 이에 따라 식품패턴과 일일 필요 칼로리, 2,000 칼로리 수준에서의 식사패턴 표본 등의 정보 제공.

28 식사계획 및 가격은 가격대 별 영양가 있는 식단을 제공.

○ ERS(Economic Research Service)는 식품 선택, 식품 가격, 식품 안전 등에 관련된 이슈들에 대한 정보 및 보고서를 제공함.

- 식품 선택 및 건강(Food Choices & Health)과 관련하여 식품 품질 및 영양, 교육·정보 및 표시, 식품 접근(Food Access), 식품 소비패턴 및 경향, 식품 소비와 건강 상태 분석, 비만 부문에 대하여 연구수행 및 관련정보 제공
- 식품 시장 및 가격과 관련하여 소비자가격지수(Consumer Price Index: CPI), 식품가격·지출·비용(Food Prices, Expenditures & Costs), 로컬 푸드 및 최근 이슈에 대한 정보와 연구수행 결과 제공

○ ERS에서 제공하는 시각정보서비스인 ATLAS는 일종의 GIS 기반의 시각정보프로그램으로서, 시각적인 식품관련 통계·정보 제공 역할을 수행하고 있음. ATLAS에서 포함하고 있는 정보는 식품선택, 건강 및 웰빙, 지역특성에 관한 정보 등이 있음.

- 식품 선택: 한 커뮤니티의 건강식품에 대한 접근성 관련 지표(예를 들어 식료품 잡화점에 대한 근접성, 식당의 수, 패스트푸드에 대한 지출, 음식에 부과된 세금 등)
- 건강 및 웰빙: 건강을 유지하는 데 있어서 한 지역의 성취를 나타내는 지표(예를 들어 식량 불안전성(food insecurity), 당뇨 및 비만 비율, 신체 활동수준 등)
- 지역특성: 식품 환경에 영향을 미칠 수 있는 지역의 특성에 관한 지표(예를 들어 인구통계학의 조성, 소득 및 빈곤, 인구 감소, 편의시설, 피트니스 센터 등)

#### 나. 보건후생부

○ 보건후생부(Department of the Health and Human Services: DHHS)에서는 관련 부서와 산하기관 등을 통해서 식품관련 소비자 교육 프로그램을 개발하여 관련 정보를 제공하고 있음.

- 질병관리 및 건강증진센터(Office of Disease Prevention and Health Promotion: ODPHP)는 1979년에 설립된 산하기관으로 미국보건후생성의 질병관리 및 건강증진, 예방적 건강 관리 및 건강과 관련된 정보 제공·교육을 담당함.
  - ODPHP는 보건과 관련된 정보들을 제공하는 전문센터인 건강정보센터(National Health Information Center: NHIC)를 운영하고 있는데, 이곳에서는 정보를 원하는 사람들이 관련정보를 가지고 있는 기관과 연결될 수 있도록 하며, DHHS의 각종 건강관련정보를 제공
  - ODPHP는 건강정보를 제공하는 웹사이트(www.healthfinder.gov)도 운영하여 영어와 스페인어로 신뢰할 만한 건강정보를 수집하고 소비자들의 문의사항을 접수하여 응답
  
- 질병관리본부(CDC)는 국민에게 건강 정보를 제공하고, 공중보건 및 안전을 개선하기 위하여 질병예방 및 통제, 환경보건, 산업안전보건, 건강증진, 상해예방 및 건강교육 등의 정책을 담당함.
  
- 식품의약품 산하 식품 안전 및 영양센터(CFSAN)는 식품의 안전성 및 표시제 등에 관한 정보를 제공하고 소비자 교육 활동을 담당하고 있음. 소비자와 국내외 산업체를 대상으로 식품 및 화장품과 관련된 안전성 이슈를 분석하고 정책을 수립하여 조정함.
  
- 국립보건통계센터(National Center for Health Statistic)는 국민의 건강 증진을 위한 정책과 활동을 안내하는 통계정보를 제공하는 기관임.
  - 제공하는 통계정보는 출산자료(Birth), 질병 및 건강자료(Diseases and health conditions), 건강상태측정자료(Health status measure), 건강관련행동자료(Health-related behaviors), 영양(Nutrition) 및 성장도표(Growth charts), 예방서비스(Preventive services), 생식건강(Reproductive health), 의료보험(Health insurance coverage) 및 의료접근성(Access to care), 의

료서비스(Health care use and services), 건강관리시스템(Health care system), 사망(Death) 등

#### 다. 정부기관 간 협력 프로그램

- 식품영양을 담당하는 연방정부 기관들은 상호 협력하여 2004년 이후 공동 사이트인 'Nutrition.gov'를 운영함.
  - 이 사이트에서는 모든 연방정부 기관들이 제공하는 영양정보 및 자료에 대한 접근이 가능하며, 영양이 높은 식단, 건강하고 안전한 식단, 운동 등과 관련된 신뢰할만한 정보의 출구 역할 수행
  - 1,000여 개 이상의 영양정보를 제공하는 사이트들과 링크로 연결
  - 이 사이트는 농무부 산하의 연구, 교육, 경제 담당차관 산하 기관들의 자금으로 운영되고 있는데 농무부의 ARS(Agricultural Research Service), ERS(Economic Research Service), NAL(National Agricultural Library), NASS(National Agricultural Statistics Service) 등의 기관들이 중심이 되어 자료를 제공하고, DHHS는 전문가 자문과 관련 정보를 제공하는 역할 수행

#### 라. 지역과의 연계

- 농무부는 지역사회 식품공급체계의 공정성, 형평성, 지속가능성을 증진시키기 위해 지역사회식품보장정책(commuinity food security)을 실시함. 지역사회 식품보장정책의 원활한 시행을 위해 민간단체로 구성된 지역사회식품보장연대(Community Food Security Coalition: CFS)와 민관합동기구인 식품정책협의회(food policy council)가 관여하고 있음.
  - 이 정책의 목표는 저소득 계층을 포함해 먹거리를 필요로 하는 집단의 요구 충족, 올바른 영양섭취와 건강한 생활의 활성화, 지역사회의 회생과 협동을 통한 자주적 존립, 지역사회 경제발전과 지역 먹거리 체계의 강화, 농민과 소비자의 연결과 지속 가능한 가족농 지원, 지역사회 먹거리 보장의 목표를 지원하는 정책과 제도의 개혁, 다양한 문화와 전통의 존중과 배

려, 교육을 통해 소비자들에게 스스로 변화를 이루어 낼 능력 부여 등

- 지역사회식품보장연대는 농무부의 지원으로 민간단체들로 구성된 조직으로 지역사회 식품보장정책을 현장에서 지원하기 위해 설립됨.
  - CFS는 1970년대 말 태동하여 1996년 미국 “농업법”을 통해 제도권에 포함, 농민·소비자·보건·환경 등의 시민단체가 포함되어 로컬푸드 정책 추진의 핵심적인 역할을 담당
  - CFS의 목표는 모든 지역 주민들에게 양적으로 적당하고 질적으로 건강한 지역산 먹거리를 공급하는 것으로 대표적인 프로그램은 학교급식 (farm to school), 대학급식(farm to college) 프로그램, 농민장터, WIC 농민장터 프로그램, 도시농업 증진 등
- 식품정책협의회는 지역사회식품보장정책을 제도적으로 뒷받침하기 위해 주, 카운티, 시 수준에서 설립되었으며, 주정부나 지방정부 차원에서 식품정책을 자문하는 민관합동기구로써 지역 식품관련단체들의 자발적 참여와 연대로 만들어진 조직임.
  - 1980년대 초반부터 활동을 시작하여 지역 내 CFS 관련사항들의 조율 및 의사결정 역할을 수행
  - 지역 특성에 따라 3가지 유형(주법에 의해 설립, 주 행정부 명령에 의한 설립, 자발적 조직)의 협의회가 있으며, 2012년 미국 전역에 193개소가 조직
  - 기존에 추진되어오던 농식품 관련기관이나 단체들의 활동만으로는 지역 농식품 보장에 한계가 있다고 판단하여 이 협의회를 통하여 지역사회의 농식품 관련 기관이나 단체들의 활동을 보완하거나 확장
- 지역 식생활 교육은 기존의 영양교육 중심에서 로컬푸드 운동으로 확산되어가고 있으며, 지역사회 주민들의 식생활 교육에 앞서 지역사회 농식품 보장 관점에서 추진되고 있음. 지역사회식품보장연대와 식품정책협의회는 각

기 지역단위에서 로컬푸드 운동을 중심으로 실질적인 정책 추진과 제도적인 뒷받침을 하고 있음. 농무부를 포함한 중앙정부는 지방정부, 지역 민간단체들과 상호 협력하여 식생활 교육 관련 다양한 프로그램을 운영하고 있음.

- 농무부는 2009년에 지역식품보장사업 강화를 위해 “Know Your Farmer, Know Your Food”라는 로컬푸드 포털사이트를 제작하여 운영하고 있음. 또한 학생들을 대상으로 한 식생활 교육의 일환으로 ‘스쿨가든(School Garden)’ 프로그램을 제공함.
- “Know Your Farmer, Know Your Food”는 로컬푸드 정책 포털 사이트로 지역·광역의 먹거리체계를 강화하고자 농촌 및 지역사회 발전을 위한 정보, 음식과 영양, 환경, 마케팅 등에 관련한 다양한 내용으로 구성됨.
- 스쿨가든은 농무부의 농식품교육의 일환으로 학생들에게 좋은 농식품을 제공하고 합리적인 농식품 소비자로 성장할 수 있도록 넓은 의미의 식생활 관련 교육을 제공함.
  - 초등 및 중등학교 학생들을 대상으로 농업을 직접 체험할 수 있도록 하고, 농업전문가를 초빙하여 학생들에게 농업기술 등을 교육하는 한편, 영양교실, 식품 안전교실, 조리교실 등을 통해 재배한 식재료를 직접 활용하여 음식을 만드는 체험기회를 제공
  - 스쿨가든과 연관되어 농부무에서는 건강한 텃밭 체험 교육을 기획하여 아이오와, 아칸소, 뉴욕, 워싱턴 주에 있는 57개 학교의 학생 4,000명이 참여
- 이밖에 지역단위에서 민간단체와의 협력하에 다양한 식생활 교육 관련 활동이 이루어지고 있음.
  - 버클리 식품정책협의회는 버클리통합교육청과 협력하여 지역의 유기농 식품을 학교급식에 공급하고, 상징적인 의미에서 학교 텃밭 생산물을 활용

- Farm to School 프로그램은 지역정부와 민간단체의 노력으로 기획된 프로그램으로 각 주의 개별적인 색깔을 가지고 추진
- 캘리포니아주 버클리에서는 시민단체와 협력하여 ‘Edible School Yard’ 프로그램을 통해서 학생들이 생산에서 소비까지 전 과정에 대해서 교육을 받고 실제 현장수업에도 참여할 수 있도록 기회를 제공, 이 수업은 정규수업 과정에 포함되어 수업시간은 학년에 따라 12시간에서 30시간 까지 탄력적이며 매년 1,000여 명이 체험 교육을 이수

### 1.3.2. 소비자 피해구제

- 소비자 피해구제는 소비자 권리를 회복할 수 있도록 하는데 근본적인 의미가 있음. 이로 인해 소비자들이 보다 나은 선택을 할 수 있고, 또한 소비자들이 불만사항을 처리하는 데 도움을 주고자 함.
- 미국은 소비자들이 직접 소비자의 권리를 주장하고 불합리한 규정 및 제도들의 시정을 요구할 수 있는 사회여건이 조성되어 소비자들의 농식품 구매활동에서 발생한 문제 해결을 위한 법률과 제도가 상대적으로 발달되어 있음.

#### 가. 관련기관 현황

- 소비자 피해구제에 관련된 기구는 연방거래위원회, 사업개선협회(Better Business Bureaus: BBB), 옴부즈맨(ombudsmen) 등이 있음.

#### ■ 연방거래위원회

- 연방거래위원회는 소비자 보호 수단으로 규제와 함께 법집행을 위해 개별사업자나 산업전반에 대한 조사를 시행하고, 법집행의 일환으로 부당성 및 불공정성을 심판하는 행정적 조치와 연방법원에 소를 제기할 수 있음. 그러나 일반적으로는 소비자와 사업자 간 분쟁을 중재하는 제3의 민간 피해구제 기구를 통한 자율적인 해결을 활성화하고 있음.

## ■ 사업개선협회

- 자율적인 피해구제기구로는 사업개선협회(BBB)가 대표적인데, 화해와 조정을 통한 문제 해결을 우선적으로 시도하며, 이를 통해 해결이 불가능할 경우에는 중재판정 조치를 취함.
  - 1912년에 창설된 비영리조직으로 시장에서의 신뢰 향상을 목적으로 하며, 워싱턴 DC에 본부가 있고 미국과 캐나다에 113개의 지역망 보유
  - 2012년 100만 건이 넘는 소비자 요청이 있었으며, BBB는 소비자와 기업 사이의 불만 및 고충 처리의 중재자 역할을 담당

## ■ 옴부즈맨

- 옴부즈맨은 원래 국가기관이나 공무원에 대한 일반시민의 고충·민원을 처리하는 행정 감찰관이 시초임. 따라서 부정부패나 범위반에 대한 조사를 할 수 있는 권한을 가짐. 옴부즈맨은 행정부나 국회 등에 의해 임명될 수 있으며, 활동에 독립성을 보장받고 있음.
  - 옴부즈맨은 연방차원 뿐만 아니라 주정부나 그 아랫단위의 행정단위에서도 임명될 수 있으며, 주된 임무는 행정기관의 제대로 역할 수행에 대한 감시 및 판단
- 농식품과 관련되어서는 식품의약품에 옴부즈맨이 있는데, 식품의약품의 관련기관 및 부서들이 제대로 역할을 수행했는지를 감시 및 판단함. 단기적으로는 특정 사안에 대한 문제 해결자 역할을 하며, 장기적으로는 기관의 운영이 제대로 이루어질 수 있도록 감시자 역할을 함.
  - 따라서 식품의약품 관련기관 및 부서의 행정집행과 관련해서 기관, 기업, 단체 혹은 소비자들로부터의 민원, 고충, 제안을 수렴하여 관련사항에 대한 조사 및 문제 해결 역할을 수행
- 옴부즈맨은 조사를 통해서 권고 및 중재를 하는 것이 일반적인 역할임. 때



로는 시스템 면에서의 문제를 파악하여 개선안을 제시하거나 일반 시민들의 권리가 침해되는 것을 방지하는 근본적인 시책을 제시하는 경우도 있음.

## 나. 소비자 피해구제 관련제도

### ■ 리콜제도

- 소비자 문제 발생에 따른 정부의 행정적 조치에 앞서서 생산자나 판매자가 자발적으로 결함상품을 시장에서 회수하여 향후 발생할 위험을 제거하는 리콜제도가 활발히 운영되고 있음.
- 미국은 리콜에 대해서 부정적인 시각보다는 소비과정의 일부라는 인식이 보편화되어 자율적으로 시행되고 있으며, 특히 식품소비 과정에서의 안전과 관련해서는 주의사항, 관련 표시제도의 부실사항까지도 리콜대상으로 규정하여 시행됨.
- 미국의 리콜제도는 1960년대 식품을 대상으로 가장 먼저 시행되었으며, 제조물책임제도와 집단소송제도의 실시로 자발적으로 정착되었음. 식품에 대한 리콜제도는 품목별로 농무부와 식품의약국(FDA)에서 담당하고 있음.
  - 농무부 식품안전검사국(FSIS)에서는 육류 및 가금류, FDA에서는 식품 및 해산물, 법무부 주류담배총기단속국(ATF)에서는 관련 제품들에 대한 리콜 담당
- 미국은 범정부 차원에서 Recalls.gov를 운영하여 대부분의 제품에 대한 리콜 및 주의사항에 대한 정보를 제공하고 있음.
  - 이 중 농식품과 관련된 정보는 FoodSafety.gov에도 같은 정보가 제공, 두 사이트가 링크가 되어 있어 Recalls.gov의 정보가 FoodSafety.gov에도 게시
  - 이 사이트의 정보는 농무부, 식품안전검사국, 보건후생부, 식품의약국, 질병관리본부에 의해 제공되며, 온라인으로 식품회수 및 주의권고 등에

대한 정보를 제공

- 이 사이트에는 누구든지 농식품과 관련된 문제를 언제든지 보고할 수 있도록 만들어 놓았는데, 식중독이나 식품 안전과 관련된 사안이라고 판단되는 경우 가게에서 산 식품이나 레스토랑에서 먹은 음식에 대해서 보고.
- 일반음식에 대해서는 FDA의 긴급번호나 주정부의 소비자불만처리담당관에 보고할 수 있으며, 육류 및 계란에 대해서는 USDA 육류·가금류 긴급전화, 애완동물 음식은 FDA의 긴급전화, 음식점은 시·카운티·주정부의 공공위생과(Department of Public Health) 긴급전화를 할 수 있도록 번호 및 과정을 상세하게 설명
- 한편 이 사이트에 회원을 가입하고 이메일을 등록하면 업데이트된 식품 리콜에 대한 정보를 지속적으로 제공

## ■ 집단소송제

- 대량으로 생산·소비되는 농식품의 특성상 소비자 피해는 매우 광범위하고 효과가 커서 집단피해의 형태로 발생하며 피해구제는 더 이상 개인 또는 집단의 문제만이 아닌 사회문제로 대두되고 있음. 따라서 집단피해에 대한 구제책으로 집단소송제가 1938년부터 시행되었으며, 최근에 대형식품제조사들을 상대로 한 집단소송이 빈번히 발생하고 있음.
  - 집단소송(class action, class suit, or representative action)은 개인이 아닌 그룹이 특정 사안에 대해 소송을 제기하는 것으로 대상이 개인 및 개별 기업 뿐만 아니라 특정 기업그룹이나 개인단체도 가능
  - 집단소송은 미국에서 시작되었기 때문에 미국에서 가장 활발히 이루어지고 있으며, 일부에서는 미국현상(a U.S. phenomenon)이라 명명
- 미국의 집단소송제는 “Federal Rules of Civil Procedure Rule 23 and 28 (FRCP)”에 의해 규정되어 있음.
  - 대상은 개인이나 개별기업 및 단체뿐만 아니라 개인그룹 혹은 기업그룹이 될 수도 있으며, 외국인 및 기업에도 소송을 제기

- 전국적인 범위에서의 원고그룹 형성도 가능하나 이 경우에는 한 이슈에 대해서 여러 주에 걸쳐 공통된 현상이 필요
- 주단위에서는 1938년 이후 대부분의 주에서 연방정부의 FRCP와 유사한 법령, 특히 캘리포니아는 좀 세분화된 법률을 가지고 있는 반면 버지니아주는 집단소송에 대한 법령을 아예 따로 두고 있지 않은 상태
- 집단소송은 개별소송을 하나로 묶어 진행한다는 측면에서 비용 및 시간 절약, 개인이 진행할 수 없는 법적인 소송 가능, 사회적 이슈화, 다른 지역의 법원 간 다른 판결이라는 모순을 사전에 방지하는 등의 장점
- 그럼에도 집단소송 남용에 대한 비판이 일부에서 제기되고 있으며, 해당 기업 및 산업에 대한 비용 발생 그리고 실제 해당되는 원고들 개개인에게 돌아가는 이익은 적은 반면 변호사들에게 많은 이익이 돌아가는 문제점 등이 발생
- 현재까지 미국 역사상 가장 대표적인 식품관련 집단소송은 맥도날드(칼로리와 성분표시에 대한 광고내용이 실제와 상이하여 비만을 유도하였다는 이유), 켈로그(어린이 대상 식품에 과도한 당도로 인한 비만 초래), 크래프트(식품에 트랜스지방이 함유되어 고지혈증 유발), 코카콜라(기능성음료에 대한 과장광고) 등
- 최근 식품관련 집단소송은 식품라벨이나 광고에 ‘natural’이라는 단어의 사용에 대해서 진행
- 2012년 12월 알코올이 중독을 유발할 수 있다는 경고를 하지 않았다는 점에 대해서 5명의 남성들이 대규모 맥주회사들을 상대로 소송을 제기한 예로 들 수 있는데, 이들은 현재 교도소에 수감된 남성들로 맥주회사들이 소송을 제기

## 2. 일본의 농식품 소비자정책

### 2.1. 소비자정책 추진 개요와 특징

- 일본은 1960년대 경제의 고도성장과 함께 상품 품질·성능 등으로 인한 소비자 피해가 지속적으로 발생함에 따라 관련 법령을 정비하였으며, 소비자정책 부서인 경제기획청에 국민생활국을 설치(1965년)하고, “소비자기본보호법”의 제정(1968년) 등을 통해 소비자정책의 기본 틀을 형성함. 1970년대에는 소비자정책에서 상품의 판매방법이나 계약에 관한 사항이 주를 이루었으며, 1980년대는 경제의 정보화, 서비스화, 국제화 움직임과 함께 신용거래 적정화 및 소비자 계약 적정화 등을 위한 정책이 중시됨<표 5-1>.
- 소비자와 사업자 간 일반적인 민사법 정비가 1990년대와 2000년대 초에 진행되면서 “제조물책임법”(1994년)과 “소비자계약법”(2000년)이 제정됨. 또한 정보통신기술의 급속한 발전에 따라 이에 대응하기 위해 “전자소비자계약법”(2001년)과 “개인정보보호법”(2003년)이 정비됨. 2000년대 후반 이후에는 2004년 제정된 “소비자기본법”(“소비자 보호기본법”을 36년만에 개정)에 의해 소비자정책을 계획적으로 추진하고자 2005~2010년 소비자기본계획을 수립(2005년)하였음. 이후 2009년에는 2009년 소비자청·소비자위원회가 창설되었으며, 2010~2015년 소비자기본계획을 책정함<표 5-1>.

표 5-1. 일본 소비자정책의 시대별 추진 개요

	사회적 배경	소비자정책 기본구상	정책대응
1960년대	<ul style="list-style-type: none"> <li>고도경제성장에 의한 대량생산·대량소비 속에서 소비자 피해나 부당표시 발생</li> </ul>	(행정규칙 중시) 문제발생을 방지하기 위해 사전 예방적인 행정규칙 제정	<ul style="list-style-type: none"> <li>“약사법”(1960), “할부 판매법”(1961), “경품 표시법”(1962) 정비</li> <li>경제기획청 국민생활국 설치</li> </ul>
1970년대	<ul style="list-style-type: none"> <li>멀티상법 등 새로운 형태의 소비자 문제 발생</li> <li>소비자 문제도 안전성, 판매방법, 계약에 관한 것으로 변화</li> </ul>	(행정규칙 중시) 상품판매방법 및 계약 등에 관한 규제 비중 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>“방문판매 등에 관한 법률”(1976) 제정</li> <li>국민생활센터 설치(1970)</li> </ul>
1980년대	<ul style="list-style-type: none"> <li>소비자의 금융 서비스 접근 용이</li> </ul>	(행정규칙 중시) 신용거래 적정화 및 소비자 계약 적정화 등을 위한 정책 중시 (제한적인 민간 규칙 대두)	<ul style="list-style-type: none"> <li>“방문판매 등에 관한 법률” 개정</li> <li>“특정상품 등의 예탁 등 거래계약에 관한 법률”(1986) 정비</li> </ul>
1990년대	<ul style="list-style-type: none"> <li>규제완화로 인해 행정의 사전 규제형에서 사후 체크형으로 전환됨에 따라 새로운 규칙 검토 필요</li> </ul>	(민간규칙 강화) 행정규칙 이외에 민간 규칙을 강화하고, 문제 발생 시 사후적 규제 조치	<ul style="list-style-type: none"> <li>“제조물 책임법”(1994) 제정</li> </ul>
2000년대 전반	<ul style="list-style-type: none"> <li>소비자 피해 복잡화·다양화</li> </ul>	(시장 메카니즘 활용) 법률을 통한 규제와 함께 시장 메카니즘을 활용하여 기업의 자율적인 노력 추진	<ul style="list-style-type: none"> <li>“소비자계약법”(2000), “개인정보보호법”(2003), “식품안전기본법”(2003), “소비자기본법”(2005) 제정</li> <li>식품안전위원회 설치</li> </ul>
2000년대 후반	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품의 안전이나 고령자 문제 등 생활기반을 침해하는 사건 사고 다발로 정부행정 시스템의 의문 제기</li> </ul>	(소비자 권익보호 강화) 부처별 중형 행정대응에서 전 부처의 횡단적 대응으로 전환	<ul style="list-style-type: none"> <li>소비자청·소비자위원회 설치(2009)</li> </ul>

자료: 日本 消費者廳. 2010. 「ハンドブック消費者 2010」에서 재정리.

- “소비자기본법” 제정, 2005~2010년 소비자기본계획 수립에도 불구하고 식품 안전에 대한 소비자 신뢰가 저하되는 사건과 고령사회 시대에 고령자 생활의 기초인 자산을 강탈하는 악질상법 등 생활 토대 자체를 무너뜨리는 문제가 지속적으로 발생함에 따라 소비자정책의 핵심조직으로서 소비자청·소비자위원회가 설립되고 2010~2015년 소비자기본계획이 수립
- “소비자기본법”은 소비자정책의 기본 방향을 ① 소비자 권리 존중과 ② 소비자 자립 지원으로 설정하며, 소비자 권리로 ① 안전 확보, ② 선택기회 확보, ③ 필요한 정보 제공, ④ 교육기회 확보, ⑤ 의견 반영, ⑥ 피해구제 등의 6개 항목을 설정하고 있음.
- 소비자청 설치로 각 성청이 소관하고 있었던 표시(“식품위생법”, “JAS법”, “경품표시법” 등), 거래(“특정상거래법”, “소비자계약법” 등), 안전(“소비생활용품안전법”, “식품안전기본법” 등)에 관한 법률이 이관됨<표 5-2>. 또한 도도부현에 소비생활센터를 설치하고 센터를 통해 소비자 사고정보를 소비자청에 전달하는 일원화 추진, 각 성청의 조치 요구 등을 통해 소비자청 조정권한, 권고·명령권한 등을 정하고 있음.

표 5-2. 일본 소비자청 설치 당시 각 부성의 업무 이관 현황

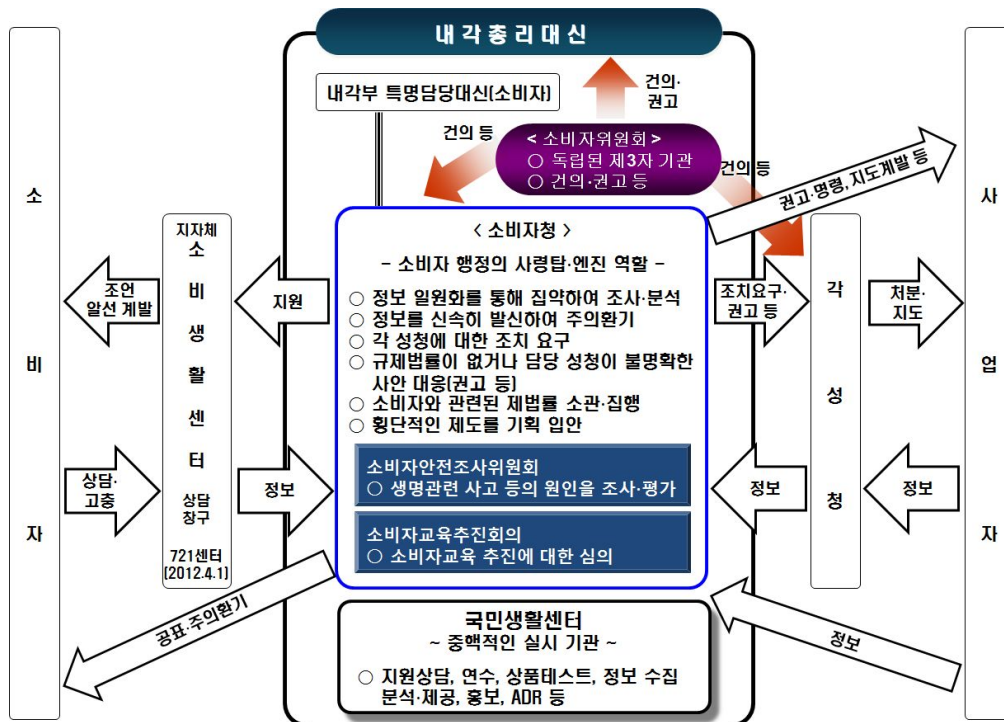
	이관 업무
내각부	• “소비자계약법”, “제조물책임법”, “개인정보보호법”, “똥 익통보자보호법”
경제산업성	• “특정상거래법”, “소비생활용품안전법”, “가정용품품질 표시법”, “할부판매법”
국토교통성	• “주택품질확보법”, “택건업법”, “여행업법”
후생노동성	• “식품위생법”, “건강증진법”
총무성	• “특정전자메일법”
농림수산성	• “JAS법”
경찰청·금융청·법무성	• “대금업법”
공정거래위원회	• “경품표시법”

자료: 日本 消費者廳. 2013. 「消費者白書」에서 재정리.

## 2.2. 소비자정책 추진체계

- 일본의 소비자정책은 기획부터 집행에 이르기까지 정책과정 전반에 국가뿐만 아니라 지방, 민간 등 다양한 주체가 관여하고 있음<그림 5-1>.

그림 5-1. 일본 소비자정책의 추진체계



자료: 日本 消費者廳, 2013. 「消費者白書」.

## 2.2.1. 국가 추진체계

### 가. 소비자청

- 소비자청은 소비자행정의 사령탑으로써 소비자 이익의 보호 및 증진, 소비자에 의한 상품 및 역무의 자주적·합리적 선택 확보, 소비자 생활과 밀접히 관련되는 물자의 품질에 관한 표시 등의 업무를 행하고 있음.
  - 구체적으로는 ① 규제할 법률이 없고 담당 성청이 불명확한 사안에 대해 소비자 안전법에 의거 조치 ② 리스크커뮤니케이션과 관련된 관계 성청의 사무 조정 실시 ③ 식품사고 관련 긴급 대책본부 설치 등 소비자 행정 전체의 사령탑으로서 역할을 담당
- 소비자청은 관방업무를 담당하는 총무과 이외에 소비자 행정에 관한 기획 조정기능을 수행하는 부문(소비자정책과, 소비자제도과, 소비생활정보과, 지방협력과)과 특정상거래법, 경품표시법 등 소관법령의 집행 업무를 담당하는 부문(소비자 안전과, 거래대책과, 표시대책과, 식품표시과)의 두 부분으로 조직체제가 구성되어 있음.

### 나. 농림수산물·후생노동성

- 후생노동성이나 농림수산물 등 각 성청에서도 각각 소장하는 법률에 근거하여 사업자 감독·지도를 통한 위해 방지, 규격 적정화, 표시 적정화, 공정자유 경쟁 등으로 소비자의 이익 보호를 도모하고 있음.

### 다. 소비자위원회

- 소비자위원회는 내각부에 설치된 심의회로서, 소비자 의견이 직접 도달할 수 있는 투명성 제고와 소비자청을 포함한 관계 성청의 소비자 행정 전반에 대한 감시 기능을 지니고 있는 독립된 제3자 기관임.
  - 소비자위원회는 소비자 행정과 관련된 중요사항에 대해 조사심의를 실



- 시할 뿐만 아니라 내각총리대신에 대해 권고·보고요구, 행정기관에 대해 자료요구 등을 행하며, 중요사항에 대해 건의 등을 하는 업무를 담당
- 위원회는 2개의 부회(식품표시부회, 신개발식품조사부회)와 5개의 전문조사회(소비자 안전전문조사회, 개인정보보호전문조사회, 공익통보자보호전문조사회, 지방소비자 행정전문조사회, 집단적 소비자 피해구제제도 전문조사회)로 구성
  - 위원은 10명 이내로 내각총리대신이 임명하며, 임기는 2년

## 2.2.2. 지역 추진체계

- ‘소비생활센터’는 “소비자 안전법”에 규정하는 소비자 고충과 관련된 상담이나 알선 및 정보 제공 등의 사무를 실시하기 위해 도도부현이나 시정촌에 설치되어 있음<표 5-3>.
  - 전국 414개의 지방공공단체에 501개소(도도부현 123개소, 정부령지정도시 26개소, 시구정촌 352개소)
- “소비자 안전법” 상의 소비생활센터 기준에는 만족되지 않지만, 소비생활에 관한 상담에 대응하는 상담창구를 설치하고 있는 시정촌이 있으며, 1,424개소가 설치됨.
- 소비생활센터나 상담창구를 안내하는 소비자 핫라인(hot-line)이 2010년부터 전국적으로 시행되고 있으며, 소비자는 전국 공통 전화번호(0570-064-370) 이용 가능함.
- 지방자치단체에서는 소비자사고 등의 발생 정보를 소비자청에 통지하는 사무 외에 “특정상거래법” 등 관계법령에 의거한 행정처분 등의 법집행 사무를 담당하고 있음.

표 5-3. 일본 시정촌의 소비생활센터·상담창구 설치 상황

단위: 개

	2009	2010	2011	2012
시정촌 수	1,771	1,731	1,728	1,722
설치 시정촌 수	1,375	1,490	1,580	1,603
이중 센터	379	525	636	725
이중 상담창구	996	965	944	878

자료: 日本 消費者廳. 各 年度. 「地方消費者行政の現況調査」.

- 국가가 소비자 피해를 유발한 사업자의 행위를 시정하고 피해 방지를 도모하기 위해 소비자 관계법령 집행을 시행하고 있지만, 지방공공단체에 집행 권한을 위탁하고 있는 법령도 있으며, 지방공공단체가 조례를 제정하여 독자적으로 집행하는 경우도 있음.
  - 소비생활조례를 제정한 지방공공단체는 도도부현 17개소, 시구정촌 60개소 등 77개소
- 한편, 국가는 지방소비자행정활성화교부금을 조성하여 소비자 행정이 충실·강화될 수 있도록 지원하고 있음.

### 2.2.3. 독립행정법인 국민생활센터

- 국민생활센터는 국민생활에 관한 정보 제공 및 조사·연구를 목적으로 1970년에 설립된 특수법인이며, 소비자 행정에 관련된 중핵적인 실시기관으로서 소비자의 주의환기를 비롯한 각종 사업을 실시하고 있음.
  - 2003년 독립행정법인화되었으며, 2004년 공포·실시된 “소비자기본법”에 의해 소비생활 관련 정보의 수집·제공, 고충상담 등의 중심 기관으로서 2009년부터 재판외분쟁해결사업(Alternative Dispute Resolution: ADR) 등의 역할도 담당

- 국민생활센터는 정보분석사업, 상담사업, 상품 테스트사업, 연수사업, 홍보사업, ADR 사업을 수행하고 있음.
- 정보분석사업은 지방공공단체의 소비생활센터와 전국소비생활정보네트워크시스템(Practical-living Information Online Network System: PIO-NET)에서 입수된 소비생활 상담 등을 수집·축적하여 분석·평가 후 정보를 제공하는 사업
  - 상담사업은 소비자 고충·문의 사항 등에 대해 조언이나 정보 제공을 수행하는 상담업무이며, 소비자 피해실태를 실시간으로 파악하여 향후 피해확대를 방지하기 위해 2002년 ‘소비자 트러블 메일함(인터넷을 이용하여 정보를 수집하는 시스템)’도 개설
  - 상품 테스트사업은 소비생활센터에서 접수된 고충 상담의 해결, 제품사고의 사전방지·재발방지, 주의환기의 정보 제공 등을 위해 의식주 등 상품 테스트를 실시하고, 그 결과를 공표하는 사업
  - 연수사업은 전국 상담창구 인재육성·자질향상에 기여하고자 소비생활상담원이나 행정직원 등을 대상으로 연수 업무를 수행하는 사업
  - 홍보사업으로 매월 기자설명회를 개최하고, ‘월간 국민생활(월간지)’, ‘삶의 지식(연간지)’, ‘감시 신선정보(메일 잡지)’ 등을 발행
  - 국민생활센터는 2009년 분쟁해결위원회를 설치하여 전국적으로 해결이 중요한 분쟁의 해결(ADR 사업)을 수행하고 있는데, 위원회의 분쟁해결 절차에는 화해 중개와 중재의 두 종류가 있으며, 해결이 곤란한 분쟁에도 대응할 수 있도록 출석이나 자료제공을 요구하거나 의무이행 권고 등도 실시
  - 국민생활센터는 독립행정법인의 제도·조직 개혁 과정에서 국가가 사업을 실시하는 것이 타당한 법인으로 분류되어 소비자청의 특별기관으로 추진 중

## 2.3. 분야별 추진 현황

### 2.3.1. 소비자 교육 및 홍보, 정보 제공

#### 가. 소비자 교육·식생활 교육(식육)

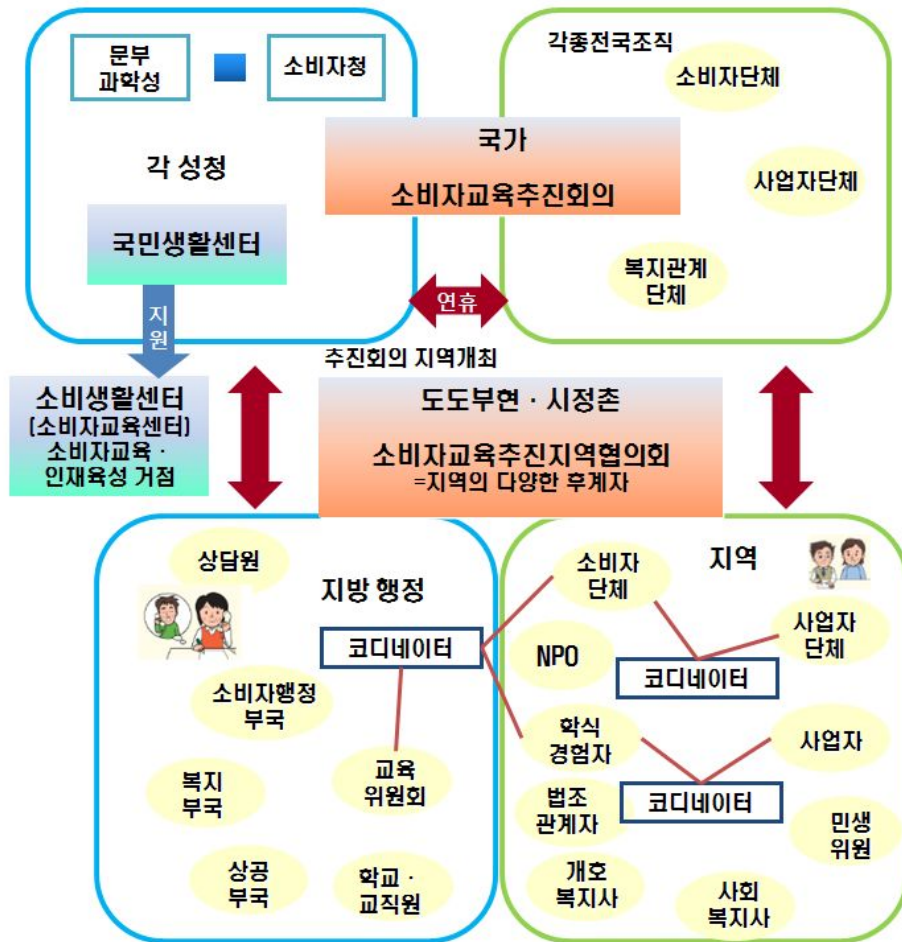
- 소비자 교육은 소비자가 피해를 받지 않는 자립적 주체이자 동시에 사회적 과제 해결에 기여할 수 있는 존재가 되기 위해 필요한 정보나 교육을 받을 기회로써 중요함. “소비자 교육 추진에 관한 법률”에서는 소비자 교육의 기본 이념을 소비생활에 관한 지식을 습득하여 적절한 행동과 결부된 실천적 능력 육성과 주체적으로 소비자 시민사회의 형성에 참여하고 발전에 기여할 수 있도록 적극적으로 지원하는 것에 두고 있음<표 5-4>.
  - “소비자 교육 추진에 관한 법률”에서는 국가와 지방 및 관련 주체들의 책무와 실시사항에 대해 규정
- 소비자청은 “소비자 교육 추진에 관한 법률”에 의거하여 국가, 도도부현, 소비자·생산자단체 등 지역단체, 이밖에 관련 주체 간 제휴를 통해서 소비자 교육을 실시하고 있음<그림 5-2>.
- 일본에서 식생활 교육은 내각부와 관계 성청, 이밖에 지역, 학교 등을 연계하여 다양한 활동과 정보 제공 등이 추진되고 있음.
- 내각부는 식육의 일환으로써 식품의 안전성, 영양, 식습관 등 정보 제공을 관계 성청과 연계하여 실시하고 있음.

표 5-4. 일본의 소비자 교육 추진에 관한 법률 개요

목적(제1조)	국가와 지방의 책무와 실시사항	
	국가	지방공공단체
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 소비자 교육의 종합적·일체적 추진</li> <li>▪ 국민 소비생활 안전·향상에 기여</li> </ul>		<b>책무(제5조)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 단체 구역의 사회적 경제적 상황에 대응한 시책채정, 실시(소비생활센터, 교육위원회, 기타 관계기관과 연휴)</li> </ul>
<b>정의(제2조)</b> 『소비자 교육』 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 소비자의 자립을 지원하기 위해 이루어지는 소비생활 관련 교육 및 이에 준하는 계발활동(소비자가 주체적으로 소비자시민사회 형성에 참여하는 중요성에 대해 이해 및 관심을 심화시키기 위한 교육 포함)</li> </ul> 『소비자시민사회』 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 개별 소비자 특성 및 소비생활 다양성 상호존중</li> <li>▪ 자신의 소비생활에 관한 행동이 장래 대내 사회경제 정세 및 지구환경에 영향을 미칠 수 있음을 자각</li> <li>▪ 공정·지속가능한 사회형성에 적극적으로 참여</li> </ul>	<b>책무(제4조)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 소비자 교육 추진에 관한 종합적인 시책채정, 실시</li> </ul>	
	<b>제정상 조치(제8조)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 추진에 필요한 재정상 조치, 기타 조치(지방은 노력의무)</li> </ul>	
	<b>기본방침(제9조)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 소비자청·문부과학성이 안을 작성·각의 결정을 작성·각의 결정</li> <li>▪ 기본적인 방향</li> <li>▪ 추진 내용 등</li> </ul>	<b>도도부현 소비자 교육 추진계획</b> <b>시정촌 소비자 교육추진계획</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 기본방침에 따라 책정(노력의무)</li> </ul>
<b>기본이념(제3조)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 소비생활에 관한 지식을 습득하여 적절한 행동과 결부된 실천적 능력 육성</li> <li>▪ 주체적으로 소비자 시민사회의 형성에 참여하고 발전에 기여할 수 있도록 적극적 지원</li> </ul> 체계적 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유아기부터 고령기까지 단계 특성 배려</li> </ul> 효과적 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 학교, 지역, 가정, 직장의 특성에 대응</li> <li>· 다양한 주체 간 연휴</li> <li>· 소비자 시민사회 형성에 관한 다각적 정보 제공</li> <li>· 비상시(재해) 합리적 행동을 위한 지식 이해</li> <li>· 환경교육, 식육, 국제이해교육 등의 유기적 연휴</li> </ul>	<b>소비자 교육추진회의(제9조)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 소비자청에 설치</li> <li>① 구성원 상호 정보 교환 조정 ~종합적, 체계적 효과적 추진</li> <li>② 기본방침 작성 변경에 의견</li> <li>▪ 위원(내각총리대신 임명) ~소비자, 사업자, 교육관계자 소비자단체·학식경험자 등</li> <li>※위원은 20명 이내 임기2년, 간사, 전문위원을 둠</li> </ul>	소비자 교육추진지역협의회(제20조) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 도도부현·시정촌이 조직(노력의무)</li> <li>① 구성 상호 정보교환 조정 ~종합적, 체계적 효과적 추진</li> <li>② 추진계획 작성 변경에 의견</li> <li>▪ 구성 ~소비자, 소비자단체, 사업자, 교육관계자, 소비생활센터 등</li> </ul>
<b>소비자단체(노력의무)(제6조)</b> ~ 자주적 활동·협력 <b>사업자·사업자단체(노력의무)</b> ~ 시책의 협력·자주적 활동(제7조) ~ 소비생활의 지식 제공, 종업원 연수, 자금 제공(제14조)	<b>의무(국가·지방)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 학교의 소비자 교육 추진(제11조) - 발달단계에 대응한 교육기회 확보, 연수 충실, 인재 활용</li> <li>▪ 대학 등의 소비자 교육 추진(제12조) - 학생 등 피해방지를 위한 개발 등</li> <li>▪ 지역의 소비자 교육 추진(제13조) - 고령자·장애자 지원을 위한 연수·정보 제공</li> <li>▪ 인재육성 등(제16조)</li> </ul>	<b>노력의무(국가·지방)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 교재의 활용 등(제15조)</li> <li>▪ 조사연구(제17조)</li> <li>▪ 정보 수집(제18조)</li> </ul>

자료: 日本 消費者廳.

그림 5-2. 일본 소비자청의 소비자 교육 추진체계와 주체 간 제휴



자료: 日本 消費者廳.

- 2000년에는 국민의 건강증진, 생활의 질 향상 및 식료의 안정공급 확보를 도모하기 위해 문부성, 후생노동성 및 농림수산성의 제휴로 ‘식생활지침’이 책정되었으며, 2005년에는 후생노동성과 농림수산성이 ‘식사 밸런스 가이드’를 책정하였음.

- “식육기본법” 및 제2차 식육추진기본계획(2013년 3월 식육추진회의결정)에 근거하여 관계 부성청과 연계하면서 가정, 학교, 지역의 국민운동으로 식육을 추진하고 있음. 내각부는 한 사람 한 사람의 국민이 스스로 식육을 실천할 수 있도록 식육가이드를 책정하여 2012년 5월 공표함.
- 제2차 식육추진기본계획에서는 매년 6월 ‘식육월간’을 정하여 각종 홍보단체 등을 통해 홍보활동을 중점적으로 실시하여 식육추진운동을 더욱 충실히 도모하고 있음. 또한, 매월 19일을 ‘식육의 날’로 정하여 식육추진운동을 지속적으로 전개함으로써 지방공공단체나 관계단체 등에 의한 식육 촉진을 도모함.
- 이밖에 식품안전위원회는 홈페이지 등에서 정보 제공 이외에 주니어 식품안전 세미나 등을 실시하여 식품 안전에 관한 필요한 정보를 제공하고 있으며, 소비자청은 제7회 식육추진전국대회에서 식품과 방사능 Q&A나 식품표시에 관한 판넬 전시, 팸플릿 배포 등의 보급 활동을 하였음.
- 문부과학성은 관계단체 등을 통한 보급 활동과 함께 홈페이지에서 정보 제공을 실시하고 있으며, 농림수산성은 지역의 실정에 맞는 식육활동이나 광역적, 선진 식육활동에 대한 지원을 통해 ‘일본형 식생활’의 실천을 촉진하는 정보 제공 등을 전개하고 있음.

#### 나. 정보 제공

- 식품안전위원회, 후생노동성, 농림수산성 및 소비자청에서는 식품의 안전에 관한 정보나 시책 상황, 조사결과 등을 홈페이지, 매스미디어 등을 통해 공표함으로써 소비자에게 정보를 제공하고자 노력하고 있음.<sup>29</sup>

<sup>29</sup> 관련 홈페이지에는 식품안전위원회(<http://www.fsc.go.jp>), 후생노동성 식품안전정보(<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/index.html#top>), 농림수산성

- 특히, 사고정보데이터뱅크시스템은 관계 기관으로부터 사고정보, 위험정보를 폭넓게 수집하여 사고방지에 기여하기 위한 데이터 수집·제공 시스템으로 소비자청과 독립행정법인 국민생활센터가 연계하여 관계 기관의 협조를 받아 실시
- 또한 메일 매거진을 통해 정보를 제공하고 있음. 식품안전위원회의 e-매거진은 식품안전위원회 개최 결과 등을 매주 금요일 발송하며, 식품 안전 엑스플랜의 경우 농림수산성이나 각 성청의 보도발표 자료를 중심으로 매일(월~금) 송부하고 있음.
- 식품분야에 관한 상품평가 등 리포트는 일본생협연합회 등 소비자단체가 일부 실시하고 있음. 이 외에도 식품안전 관점에서 식품안전위원회나 소비자청에 의한 정보 제공, 국민생활센터의 상품테스트 결과 공표(<http://www.kokusen.go.jp/ku-jo/syoku.html>) 등이 있음.
- 한편, 식품안전위원회, 후생노동성, 농림수산성 및 환경성이 연계하여 리스크커뮤니케이션의 주요한 수단 중의 하나인 의견교환회를 개최하고 있으며, 참가자는 일반 공모로 누구나 참여 가능함.

### 2.3.2. 소비자 피해구제

- 소비자 피해구제는 독립행정법인 국민생활센터 분쟁위원회가 주도적인 역할을 담당하고 있음<그림 5-5>.

---

소비안전국(<http://www.maff.go.jp/j/syouan/index.html>), 소비자청 사고정보데이터뱅크([http://www.jikojoho.go.jp/ai\\_national](http://www.jikojoho.go.jp/ai_national)), 소비자청 리콜정보사이트(<http://www.recall.go.jp>), 소비자청 월경소비자센터(<http://www.cb-ccj.caa.go.jp>) 등이 있음.



- 분쟁해결위원회는 독립적으로 직권을 행하며, 15인 이내 위원으로 조직되어 있음.
  - 위원은 법률이나 상품, 역무 거래에 대해 전문적인 지식을 보유하고 있는 사람 가운데 선정하며, 내각총리대신의 인가를 받아 국민생활센터 이사가 임명
  - 위원들은 소비자 분쟁(소비자와 사업자 간에 발생할 수 있는 분쟁 중에서 해결이 전국적으로 중요한 것)에 대해 화해 중개나 중재를 실시
  
- 소비자 문제가 발생하여 소비생활센터나 국민생활센터 상담부로 접수된 상담 가운데 조언 등의 상담처리만으로는 해결될 수 없을 것으로 예상되는 건은 분쟁해결위원회에 화해 중개나 중재를 신청할 수 있음.
  - 소비생활센터 등을 경유하지 않고 당사자가 직접 분쟁해결위원회에 신청하는 것도 가능
  - 분쟁해결위원회로 신청이 되면 위원 또는 특별위원 중에서 중개위원 또는 중재위원이 선정되지만, 선정된 분쟁이 중요 소비자분쟁에 해당하지 않는 것으로 인정될 때에는 신청은 각하
  - 절차가 개시되면 여러 번의 기일에서 화합이 이루어지고, 화해 또는 중재판단 진행
  - 절차 완료 후 분쟁해결위원회는 필요하다고 인정될 시 결과의 개요를 공표 가능
  
- 국민생활센터 분쟁해결위원회에 신청된 건수는 제도가 시행된 2009년 106건, 2010년 137건, 2011년 150건, 2012년 6월말 기준 29건임.
  - 이 중 절차가 완료된 것은 2009년 57건, 2010년 103건, 2011년 179건, 2012년 6월말 기준 49건으로 제도가 시작된 이후 신청(422건)의 약 92%가 절차를 완료
  - 실질적인 절차가 완료된 사안 339건(취하 및 각하 제외) 가운데 60%가 넘는 227건에서 화해가 성립

- 신청 사안의 분야별 상황을 살펴보면, 가장 많은 분야는 금융·보험 서비스로 전체의 22%인 94건이며, 식료품 분야는 3건에 불과한 것으로 나타남<표 5-5>.
- 국민생활센터 이외에 일본사법지원센터의 ‘법 테라스’(http://www.houter-asu.or.jp)에 의한 지원과 지방자치단체의 소비자 피해구제위원회가 설치되어 있음.

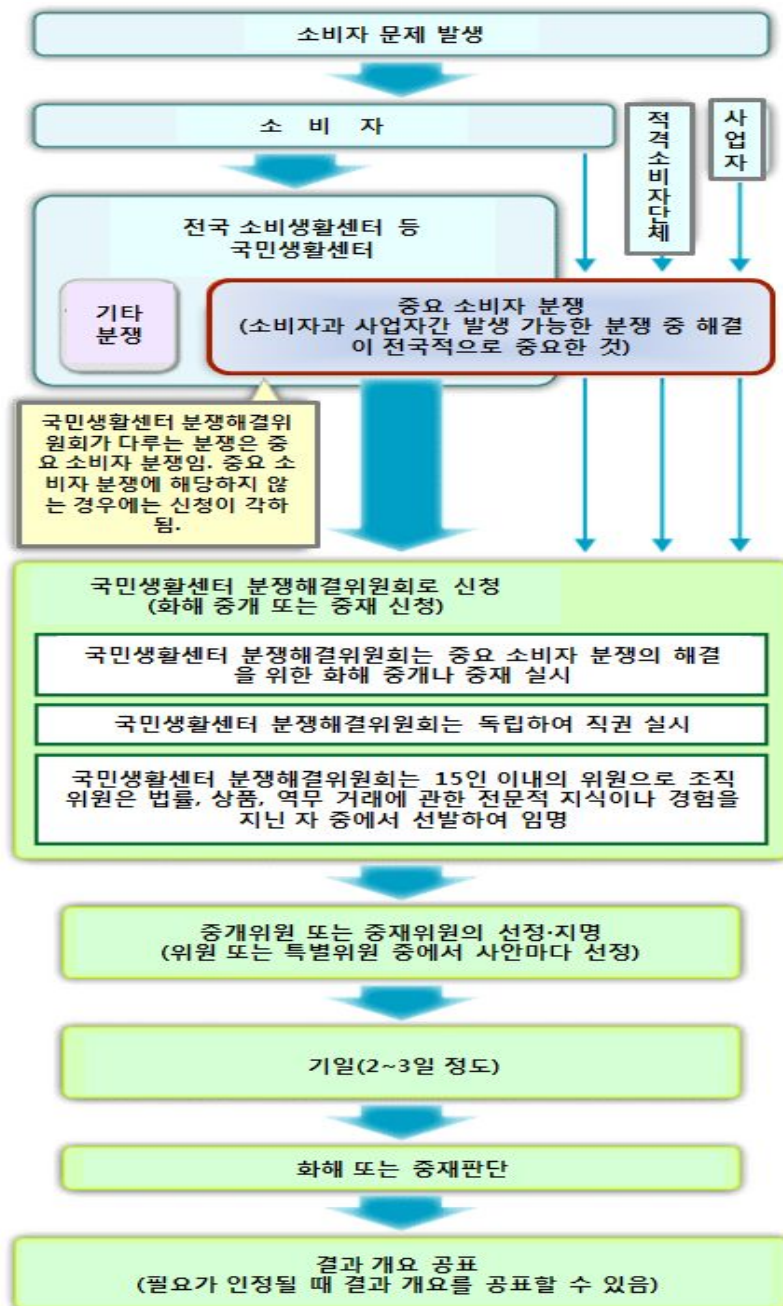
표 5-5. 일본 국민생활센터의 분쟁해결위원회 분야별 신청 사안

단위: 건

분야	건수	분야	건수	분야	건수
금융·보험서비스	94	보건·복지서비스	15	교육서비스	4
보건위생품	55	차량·타는 것	13	식료품	3
교양·오락품	38	주거품	13	기타 상담	2
교양오락서비스	38	공사·건축·가공	9	수리·보수	2
운송·통신서비스	33	피복품	9	기타 상품	2
내직·부업 등	31	렌탈·리스·임차	8	관리·보관	1
토지·건물·설비	20	역무일반	7	광열수품	1
기타 역무	20	상품일반	4	계	422

자료: 日本 國民生活センター紛争解決委員會. 2012. 「國民生活センターADRの實施狀況-結果概要について」.

그림 5-3. 일본 국민생활센터의 재판외분쟁해결(ADR) 절차



자료: 日本 國民生活センター.

### 2.3.3. 지방공공단체·소비자단체와 연계

#### 가. 지방공공단체 지원·연계

- 지방소비자행정의 충실·강화
  - 소비자 행정의 현장은 지역이므로 소비자청은 지방공공단체와 연계를 강화하면서 지원
  - 2009~2011년 3년간을 지방 소비자 행정의 집중육성·강화 기간으로 선정하여 지방소비자행정활성화교부금으로 각 도도부현의 지방소비자행정활성화기금을 조성하였으며, 2012년 7월 지방소비자행정 충실·강화를 위한 지침을 책정
  - 또한, 소비자청은 기금의 개별사업마다 활용기간에 관한 규칙으로써 ‘지방소비자행정에 대한 국가 재정조치 활용기간에 관한 일반준칙’을 제정
  
- 소비생활상담원 자격의 법적 위치 명확화
  - 지방공공단체의 소비생활상담창구 상담원은 법령상 규정이 설정되어 있지만, 소비생활상담에 종사하는 자의 자격은 법령상 미규정
  - 이에 따라 2011년 10월 ‘소비생활상담원자격의 법적 위치 명확화 등에 관한 검토회’를 개최하여 상담원직의 법적 위치 등을 검토
  
- 소비자 핫라인 운용
  - 소비자청은 전국 어디에서도 소비생활상담창구를 안내하는 ‘소비자 핫라인’을 운용하고 있으며, 2012년 24만 2,015건의 이용실적
  
- 도도부현의 법집행 강화
  - 소비자청은 지방공공단체의 법집행력을 강화할 목적으로 지방공공단체의 집행담당자를 대상으로 연수를 실시

## ○ 지방공공단체와 정보공유

- 소비자청은 2010년부터 국민생활센터 및 경제산업국 등의 국가 기관과 도도부현·정부령지정도시의 담당과장과 의견교환이나 정보공유의 장으로써 지방소비자행정 블록 회의를 개최

## 나. 소비자단체와의 연계

## ○ 적격 소비자단체의 인정·감독

- 소비자 피해의 미연 방지·확대방지를 도모하기 위해 행정이외의 조직으로서 ‘소비자단체소송제도’가 2007년 6월부터 도입
- 소비자단체소송제도는 일정 요건하에서 인정된 소비자단체(적격 소비자단체)에 사업자의 부당행위를 멈추게 하도록 금지(差止) 청구를 시행하는 권리를 인정

표 5-6. 일본의 적격 소비자단체 현황

적격 소비자단체명	인정일자	적격 소비자단체명	인정일자
특정비영리활동법인 소비자기구일본	2007. 8. 23	특정비영리활동법인 埼玉소비자피해를 없애는 모임	2009. 3. 5
특정비영리활동법인 소비자지원기구關西	2007. 8. 23	특정비영리활동법인 소비자지원네트北海道	2010. 2. 25
공익사단법인 전국소비생활상담원협회	2007. 11. 9	특정비영리활동법인 아이치소비자피해방지네트워크	2010. 4. 14
특정비영리활동법인 京都소비자계약네트워크	2007. 12. 25	특정비영리활동법인 大分縣소비자문제네트워크	2012. 2. 28
특정비영리활동법인 소비자네트廣島	2008. 1. 29	특정비영리활동법인 소비자지원기구福岡	2012. 11. 13
특정비영리활동법인 효고소비자네트	2008. 5. 28	-	-

자료: 日本 消費者廳. 2013. 「消費者白書」.

- 적격 소비자단체는 2012년말 11개 단체가 인정되고 있으며, 소비자청은 적격 소비자단체의 활동이 적절히 이루어지도록 감독과 함께 적격 소비자단체가 시행하는 금지(差止)소송의 판결내용 등 정보를 각 청 홈페이지에 공표<표 5-6>
- 적격 소비자단체 지원
  - 소비자청은 소비자단체소송제도나 적격 소비자단체 활동에 대해 예산을 계상하여 홍보용 팜플렛 배포 이외에 소비자단체소송제도에 관한 문의 창구를 설치하였으며, 심포지엄도 개최
  - 더욱이 적격 소비자단체에 PIO-NET 단말기 설치를 검토
- 소비자단체와의 연계
  - 소비자청은 전국 소비자단체와 정기적으로 의견교환의 장을 마련하고 있으며, 소비자단체가 개최하는 심포지엄에 소비자청 간부를 파견하여 강연하는 등 소비자단체 활동을 지원
  - 또한, 지역의 소비자단체가 교류하는 장으로써 ‘지방소비자그룹 포럼’을 개최하여 지역 소비자단체의 연계 강화와 활동 활성화를 지원
  - 지방소비자행정활성화기금에 대해 2012년 지역의 다양한 주체와 연계하는 시책을 지원하고자 5억 엔을 책정하였으며, 소비자단체 활동에 대해 지방공공단체가 보조해 줄 수 있는 경비도 동기금을 활용할 수 있도록 운영요령의 개정을 추진

### 3. 독일의 농식품 소비자정책 현황

#### 3.1. EU 소비자정책의 최근 동향

- EU의 기존 소비자정책전략(New Consumer Strategy 2007~2013)이 2013년에 종료됨에 따라 향후 7년간 발전 전략을 담은 소비자 프로그램을 수립함.
- 2000년대 이후 EU의 소비자정책은 관련 타 정책분야와의 연계를 중요시한다는 특징이 있음. EU의 기존 소비자정책전략(2007~2013년)은 ‘소비자역량 강화’를 정책 기조로 하고 3대 목표로 ‘소비자복지증진, 시장감시를 통한 소비자권리보호, 소비자 정보 및 교육’을 제시함. 새로운 소비자정책(2014~2020년) 기조는 ‘소비자의 자신감 향상 및 역량 강화’이고, 4대 목표는 ① 제품, 서비스, 식품 대상 소비자 안전, ② 소비자 정보 및 교육을 통한 시장 참여 활성화, ③ 대체적분쟁해결제도 등 법적 절차 마련을 통한 소비자 피해구제 강화, ④ 디지털화, 지속가능성 등 사회 변화를 고려한 소비자 밀착형 정책 마련 등임.
- 식품과 관련한 하위목표로 제품, 서비스, 식품 대상 소비자 안전의 일환으로 식품 이력제 활성화 등을 통한 식품 안전 강화, 사회 변화를 고려한 소비자 밀착형 정책 마련의 일환으로 정확한 영양성분 및 원산지 표시정보 등이 있음.

표 5-7. EU 소비자정책 흐름

시대	주요 내용
1970~1980년대	소비자정책의 시작 기본적 권리로 채택
1980~1990년대	소비자 보호가 유럽위원회 활동 목적의 하나가 됨 역내시장통합(단일시장)정책의 일환으로 별도 정책으로 분리
1990~2000년대	소비자정책으로서의 독립 강화 소비자 자립의 촉진 정책결정에 대한 소비자의 발언권 강화가 도모
2000~2010년대	소비자역량의 질적 강화 소비자에 관한 다양한 분야의 정책을 종합적으로 집행 소비자정책 집행에 소비자참여를 강화
2010년 이후	역내시장통합(단일시장)완성을 위한 소비자정책 추진 적극적 소비자정책 추진

자료: 곽윤영(2012), 이진숙 외(2009).

## 3.2. 독일의 소비자정책 추진체계

### 3.2.1. 관련 조직

#### 가. 중앙정부

- 중앙정부에서 농림식품부의 뒤를 이은 식품·농업 및 소비자 보호부 (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz: BMELV)에서 소비자 보호에 관한 정책을 수립하고 있음. 반면 보건부는 식품과 관련한 업무를 관장하지 않음.

- 유럽연합의 “식품법”을 집행하고 건강관련 소비자 보호를 위해서, 2002



년 연방위험평가연구소(Bundesinstitut für Risikobewertung: BfR)와 연방 소비자 보호 및 식품안전청(Das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit: BVL)을 설립

- BMELV는 농식품정책 및 소비자정책을 담당하면서, 농식품정책에서 고품질 식품에 대한 소비자 요구와 생산·유통 부문의 경제적 이익 간에 균형을 유지하고자 함. 그러나 이러한 정책기조하에서도 소비자 사전 보호라는 관점에서 식품 안전을 가장 최우선으로 놓고 있음.
  - BMELV 소비자정책(consumer policy)의 주요 원칙은 ① 예방적 소비자 건강·안전 보호와 소비자 경제적 이익 보호, ② 자기 결정(self-determination)과 개인 책임(personal responsibility) 강화 등
  - 예방적 소비자 보호는 소비자의 건강, 안전 및 경제적 이익에 대한 잠재적 위협을 사전적으로 처리함을 의미(소비자 건강에 안전하다는 것이 보장되어야 할 뿐만 아니라, 소비자의 경제적 이익과 충돌하지 않아야 하고, 건강 위해요소로부터의 보호는 경제 및 기타 다른 관심사들보다 우선 시되어야 하므로 이를 위해 사전예방원칙을 준수)
  - 시장경제 체제는 자신감과 자기 결정력을 갖춘 소비자를 요구하므로 소비자 정보와 투명성이 소비자의 의사 결정 능력 강화에 주요한 역할 수행
  
- 이밖에 BfR은 위험평가와 위험정보전달, BVL은 위험관리 업무를 담당하여 위험 발생 초기에 BMVEL을 대표하여 위험방지센터 역할을 수행함.
  - BVL은 2002년 식품 안전과 소비자 보호를 위한 위기관리기관으로 설립 되었으며, BMELV의 관할에 있는 독립 연방상급관청으로 식품·사료·수의용 약품·농약·화장품·섬유용품·완구용품·유전공학 등의 안전성과 관련하여 연방정부와 주정부들 사이에서 협력하면서 다양한 기능을 수행<표 5-8>

표 5-8. BVL의 역할

<ul style="list-style-type: none"> <li>· 독일 내에서 균일한 식품감독이 이루어질 수 있도록 조정</li> <li>· 각 연방주 식품감독 및 수의감독 자료 수집·정리와 외부에 발표(유럽연합 국제사회)</li> <li>· 각 연방주들과 공동으로 감독 프로그램 조정</li> <li>· 유럽·식품사료 신속경보시스템(Rapid Alert System for Food and Feed: RASFF)의 국내 연락처(유럽연합과 각 연방주들 간의 정보교류)</li> <li>· BMELV의 위기관리 지원(식량위기, 사료위기 등)</li> <li>· 독일 내에서 이루어지는 유럽연합 및 제3국가들의 시찰 동반</li> <li>· 농약 허가, 사료첨가제와 다이어트용 사료 허가, 수의용 약품과 유전자변형 식품 허가</li> <li>· 효과적인 식품감독 수단의 수립·개발에 있어 새로운 EU 회원국들 및 제3국가들 지원</li> </ul>
--

- BVL은 소비자 권리 실현을 담당하는 기관으로 “소비자 보호 협력에 관한 유럽 규정”과 독일의 “유럽공동체(EG) 소비자 보호시행법”을 근거로 하여 유럽공동체 내부에서 소비자 권리를 강화하는 것이 목표
- 연방정부와 주정부 사이에는 다양한 협력체, 위원회, 실무단이 운영되고 있어 여기서 전문적인 주제와 문제들이 논의되며, BVL은 다양한 실무단의 의장직을 수행
- BVL은 연방정부와 주정부 사이에서 전국 감독계획, 식품·화장품·생활용품 모니터링, 동물성 식품 잔류물질 국내 단속계획, 인수공통전염병 모니터링, 농약 단속 프로그램 등에서 성공적인 협력을 도출

## 나. 지방정부

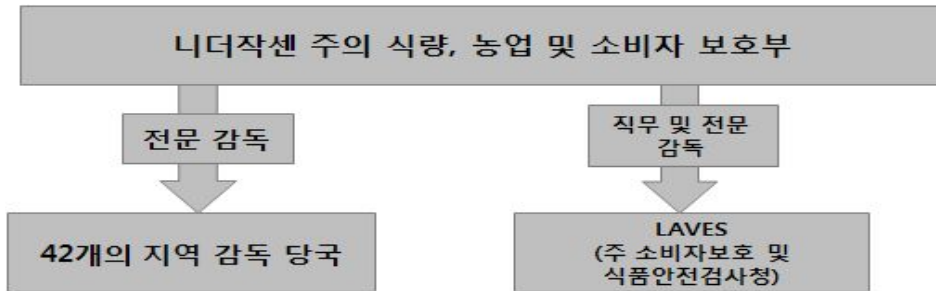
- 농식품과 관련된 소비자 보호에 관한 법 집행은 16개 연방주에서 담당하고 있으며, 연방주들은 중앙정부와 협조체계를 구축하고 있음. 농식품 관련 소비자 보호를 위한 법집행의 원활화를 위해 연방 및 주 정부의 해당 장관, 고위 공무원의 협의체를 두고 있음.

- BMELV는 EU 위원회와 제3국에 대해서 국가를 대변하지만, 연방주에 대해서는 명령권을 가지고 있지 않은 상태
  - 중앙정부와 연방주들은 농식품 및 기타 제품들의 안전을 위한 법령이 각 연방주에서 균일하게 시행하는 것을 보장하기 위해 다양한 협력을 하고 있으며, 전체 연방주들의 주요 협의회로써 연방정부가 객원으로 참여하는 ‘소비자 건강 보호를 위한 연방주협회(LAV)’와 ‘연방주 및 BVL의 식품화학 전문가협회(ALS)’ 운영
- 각 주정부의 관할 부서는 부서 장관의 감독을 받으며, 부서에서는 식품 분야 과제가 주 차원에서 조정되며 법률안이 발의되고 결과가 모아져서 관리됨. 현장에서의 실제적인 감독 과제에 대해서는 일반적으로 광역단체와 광역단체에 속해 있지 않은 도시의 식품 감독청이 책임짐<표 5-9>.

표 5-9. 연방주의 식품 감독을 위한 상급 관청

연방 주	관할 상급 관청
바덴-뷔르템베르크	주 영역 및 소비자 보호부
바이에른	환경 보건 내각
베를린	사법 및 소비자 보호 내각
브란덴부르크	환경 보건 및 소비자 보호부
브레멘	주정부 보건 담당 의원
함부르크	보건 및 소비자 보호청
헤센	환경, 에너지, 농업 및 소비자 보호부
메클렌부르크-포어포메른	농업, 환경 및 소비자 보호부
니더작센	식량, 농업 및 소비자 보호부
노르트라인-베스트팔렌	기후 보호, 환경, 농업, 자연 및 소비자 보호부
라인란트-팔츠	사법 및 소비자 보호부
자를란트	환경 및 소비자 보호부
작센	사회 복지 및 소비자 보호 내각
작센-안할트	농업 및 환경부
슐레스비히-홀슈타인	에너지 전환, 농업, 환경 및 농촌 분야 담당 부서
튀링엔	사회 복지, 가정 및 보건 내각

그림 5-4. 니더작센 주의 식품감독 관청 조직체계 구축 사례



- 식량, 농업 및 소비자 보호부는 연방상원의 입법절차에 참여해 소비자의 경제적 이익이 명확한 소비자 권리와 공급자 행동강령을 통해 보호받을 수 있도록 하는 역할 수행<그림 5-4>
- 각 연방주 식품감독관청과 수의감독관청은 식품, 사료, 수의용품, 생활용품 등의 안전성을 보장하기 위해 단속 및 검사 등을 실시

#### 다. 소비자단체

○ 전국적으로 활동하는 소비자단체에는 상품조사재단(Stiftung Warentest)과 소비자단체총연합회(Verbraucherzentrale Bundesverband) 등이 있음. 소비자단체가 정부기관 전문 자문기구로 참여하는 대표적인 사례는 독일표준화기구(DIN)의 소비자위원회가 있음<표 5-10>.

- 상품조사재단은 상품 및 서비스 품질 비교평가를 통해 소비자에게 독립되고 객관적인 정보를 제공함으로써 소비자를 지원하는 재단법인
- 소비자단체총연합회는 각 주에서 활동하고 있는 소비자센터와 각종 소비자단체의 연합조직으로 설립, 공정하고 투명한 시장을 만들기 위한 규칙의 제·개정 및 소비자의 이익을 옹호하기 위해 정치계에 영향이 미칠 수 있도록 활동하며 소비자의 이익을 관철하기 위해 법원에 금지청구를 제기할 수 있는 권한

표 5-10. 독일의 주요 소비자단체

## ○ 연방주 소비자센터(VZ)

- 소비자센터는 민간단체로 모든 16개 연방주에 설립되어 있으며, 각주의 관할 부(部)로부터 일부 재정지원(예: 니더작센주에서는 식품·농업·소비자 보호부가 니더작센주 소비자센터를 지원)
- 소비자센터는 소비자 보호 관련 질문에 상담과 정보를 제공하고, 법적 문제를 해결하는 데 도움을 주며, 주 차원에서 소비자들의 이익을 대변함. VZ는 소비자들에게 그들의 권리를 알리고 독립적이고 전문적으로 조언을 해주는 데 기여

## ○ 소비자단체총연합회(vzbv)

- 소비자단체총연합회는 16개의 연방주 소비자센터뿐만 아니라 41개의 소비자단체, 2,000만 명 이상의 개인회원이 속해 있는 조직으로서 정치, 경제, 사회적으로 소비자들의 이익을 대변하며 BMELV의 지원과 프로젝트자금, 회원비 등으로 운영
- 주요 업무로는 정치·경제적으로 소비자 이익 대변, 소비자정책 관련 회원 기구들간 활동 조정, 소비자 집단행동을 통한 소비자 보호, 소비자 정보 제공 및 양질의 소비자 상담 지원, 소비자단체 직원 전문화 지원 등

## ○ 상품조사재단(Stiftung Warentest)

- 상품조사재단은 중립적 상품검사기관으로 1964년 독일 연방의회의 결정에 따라 설립되어 소비자들은 다양한 상품과 서비스를 비교하는 검사를 통해 독립적이고 객관적인 지원을 받도록 운영
- 상품조사재단 검사자들은 익명으로 상품을 구입하고 신분을 감춘 채로 서비스를 이용하며, 이 상품들은 독립적인 기관에서 과학적인 방법으로 검사를 받고 그에 따른 평가를 받음. 그리고 결과는 정기적으로 발행되는 신문이나 홈페이지에 게시

- 이밖에도 독일은 다양한 기관 및 단체들(NGO)이 소비자 보호, 영양, 식품, 영양제, 식이요법, 건강 문제 등을 다루고 있음. 예컨대 연방건강교육센터, 독일영양협회, 독일영양연구소, aid 정보 서비스(약칭 aid: 식품, 농업, 소비자 보호 분야의 정보 제공 서비스), 아동영양연구소(FKE) 등이 있음. 또한 소비자단체인 푸드워치(Foodwatch)는 소비자 정보와 권리를 위해 노력함.
- 일부 기관 및 단체들은 국가 재정지원을 받으며, 기부금 및 회원비만으로 운영(예: 아동영양연구소(FKE)는 노르트라인-베스트팔렌주로부터 재정 지원을 받으며, 푸드워치는 기부금 및 회원비로 운영)

- 2011년 니더작센주정부는 소비자정책에서 민간과의 협력 일환으로 ‘소비자 건강 보호를 위한 자문위원회’를 설립함. 자문위원회에는 니더작센주 소비자센터, 니더작센주 자연보호연합, 식품공학 협회 등 다양한 기관·단체들이 참여하고 있으며, 식품감독 공정을 보다 투명하게 만들고 소비자정책 수단을 개발하는 것을 목표로 하고 있음.

### 3.2.2 주요 법률

- 2002년 이전 독일은 소비자 보호를 위한 정책적 관심의 부족으로 유럽연합 차원의 입법이 독일의 소비자 보호정책과 법률을 선도하는 위치에 있었음. 그러나 독일 “민법” 개정을 전후해서 독일은 소비자 보호에 관하여 대표적인 입장 전환이 있었음. 이에 따라 소비자 보호와 관련된 유럽연합 법률을 대부분 “민법”에 통합시키고, 유럽연합 법률보다 앞서서 소비자 보호를 위한 일련의 정책을 구현시킴.
  - 유럽연합 법률은 소비자 보호와 관련된 철회기간 규정이 다양하고 통일되어 있지 않은데 비해, 독일은 이를 단일화하면서 최대한의 범위로 확장함으로써 소비자 보호를 강화
  - 독일은 유럽연합법이 최소한의 조화정책을 통해 회원국으로 하여금 지침에서 정한 정도를 넘어선 보호를 할 수 있도록 한 경우, 지침에서 정한 것 보다 훨씬 강한 소비자 보호정책을 입법화하는 경향이 있으며 이밖에 광폭적 해결방안을 채택하여 소비자 보호를 위한 법률을 기업대 기업(B2B)거래에도 적용하는 경향

표 5-11. 독일 “식품사료법” 주요 내용

적용대상	규율항목	내용
총칙	개념정의	식품, 첨가물, 화장품, 생필품 등의 개념정의/기타 법률 내의 용어의 개념 정의
	적용범위	식품으로 사용되는 경우 살아있는 동물에도 적용 식당, 단체급식소의 업주도 소비자로 보고 법 적용 식품첨가물
식품유통	건강보호를 위한 금지	건강에 해로운 것은 모두 유통 금지
	식품첨가물	환경부와 협의하여 허가를 받은 후 식품첨가물을 사용하도록 함.
	방사선	환경부, 교육연구부와 협의하여 방부제, 유해물질잔류 최대치 기준을 정함
	식품보호제, 유해물질잔류	환경부, 교육부와 협의하여 방부제, 유해물질잔류 최대치 기준을 정함.
	약효가 있는 식품의 유통금지	약효있는 물질이나 변형물의 유통 금지
	사기방지: 소비자 보호	표시, 포장, 설명, 성분, 질량, 원산지, 제조과정, 영양표시 등 소비자를 착오에 빠지게 하는 모든 행위 금지

○ 소비자 보호와 식품 안전 분야에서 독일은 EU 회원국으로서 EU 공동의 법률을 적용하고 실행에 옮길 의무를 갖고 있음.<sup>30</sup> 그러나 유럽차원의 공동 법률의 실질적인 이행이 국가적 차원에서 이루어지므로 독일은 식품 안전성

30 소비자 보호와 식품 안전 분야에서 주요 유럽연합의 주요 법률에는 “Regulation (EC) No. 178/2002”(식품안전에 관한 EU 기본규정), “Regulation (EC) No. 852/2004”(일반적인 식품위생에 관한 EU 규정), “Regulation (EC) No. 853/2004”(동물성 식품의 특수 위생규정에 관한 EU 규정), “Regulation (EC) No. 854/2004”(동물성 식품의 특수 위생에 관한 EU 규정), “Regulation (EC) No. 882/2004”(식품법, 사료법, 동물보건 및 동물보호 관련 규정의 준수 여부를 검사하기 위한 EU의 공식적 단속 관련 규정) 등이 있음. 규정 52/2004, 853/2004, 854/2004 등은 모두 위생관련 규정임. 이밖에 보다 특정 분야에 대한 규정인 “Regulation (EC) No. 2073/2005”(식품의 미생물학적 기준에 관한 규정), “Regulation (EC) No. 1169/2011”(식품에 대한 소비자 정보에 관한 규정), “Regulation (EC) No. 1924/2006”(식품의 영양 및 건강 관련 표시에 관한 규정) 등이 있음.

및 위생에 관한 해당되는 EC 규정 외에 식품, 사료, 생활용품, 화장품, 동물 보건 및 동물보호 분야에 추가로 적용되는 다수의 국내 법규정 및 관리규정이 있음. 대표적으로 “식품사료법(LFGB)”, “소비자 정보법(VIC)”을 두고 있으며, “닭고기-살모넬라 규정(HSV)”이라든지 “식품단속에 관한 일반 관리규정(AVV RÜb)등이 있음. 또한 EU 규정을 보완해주는 매우 중요한 규정으로 “공동 식품위생법 조항의 시행을 위한 규정”을 두고 있음.

- “독일식품사료법”은 당국의 권한과 규제 실행 및 이의 신청 시의 제재 방법 등 규정<표 5-11>
  - “식품단속에 관한 일반 관리 규정”은 2007년 8월 15일에 발효된 규정으로 EU 규정인 852/2004, 853/2004, 854/2004의 시행규정을 포괄하는 규정
- 유럽연합은 소비자 정보가 소비자 보호의 새로운 장치로서 역할을 한다는 점을 인식하고 규정 (EC) No. 178/2002를 통해서 관할 당국이 결과와 감독 및 조사에 관하여 소비자에게 정보를 알려주어야 한다는 점을 원칙적으로 규정함. 이 규정은 독일에서는 “식품사료법” 및 “소비자 정보법”을 통해서 보완됨<표 5-12>.
- 현재 소비자 정보 제공 관련 규정은 식품법 위반 의혹이 있는 경우에도 이미 당국이 그 결과를 공개하도록 의무를 지우고 있기 때문에 법률적 논쟁의 여지가 있어 논의 진행 중(LFGB 제40 1a조)



표 5-12. 독일의 “소비자 정보법” 개요

- 독일은 식품과 기타 소비자 제품 분야에서의 공적 규제와 조사 결과에 관하여 광범위하게 정보를 제공 받고자 하는 소비자의 특별한 욕구를 충족시키기 위해, EU 규정 (EC) No. 178/2002 (‘공개 정보’)제10조를 넘어서는 규정을 “소비자 정보법”의 형태로 공포함.
  - “소비자 보호법”은 독일에서 2008년 5월 1일 이후로 적용되고 있으며 2012년 9월 1일자로 광범위하게 수정 및 보완
- “소비자 정보법”에 근거한 정보 공개 대상
  - 소비자는 특정 식품, 기타 제품 또는 관할 당국의 실상에 대한 구체적인 정보를 요구 가능
  - 이러한 권리는 보건과 안전성에 있어서의 위해나 위험성이 있는 경우에만 적용되는 것이 아니라, 생산품의 특성 표시, 기원, 성질 또는 제조 등과 같은 모든 기타 중요한 분야를 포괄
  - 이밖에 원료와 원료 획득에 사용된 방법 등도 포함
  - 연방주 식품 감독 관청은 예를 들어 식품에 있어서의 한계치 초과로 인한 범위반이 확인되었다면 여론에 적극적으로 정보를 제공할 의무
    - 공개된 데이터는 안전장치의 일환으로, 인증 받은 실험실 2개의 독립적인 분석 결과로 제시되거나 위반 사항에 대해 최소한 350 유로의 벌금을 예상할 수 있는 경우 공개
    - 적극적인 공개는 원칙적으로 사전에 해당 기업에 문의해야 하고, 위험이 있는 경우에만 예외적으로 지체가 허용

### 3.3 분야별 추진 현황

#### 3.3.1. 소비자 교육 및 홍보, 정보 제공

- 소비자 교육과 정보에 대한 책임은 정부기관이 아니라 주로 민간기관을 중심으로 이루어지고 있음. 독일정부는 연방차원의 소비자 교육업무를 하는

NGO지원기금을 오랜 기간 제공하고 있음.<sup>31</sup> 소비자 교육·홍보의 핵심적인 역할은 소비자단체총연합회 및 각주의 소비자센터, 상품조사재단 등이 수행함. 이밖에 독일 정부와 기관 및 소비자단체들은 주로 인터넷을 통해 식품 관련 정보를 소비자에게 제공함.

- 독일은 시민 요청에 따라 “소비자 정보법”에 의해 정보를 제공하는 것이 가능하며, 각 연방주의 식품감독관청은 식품법 위반 사례가 적발될 경우 이를 대중에게 알려야 할 의무가 있으므로 인터넷포털을 통해 공개
- 각 연방주와 BVL은 2011년부터 ‘소비자 정보포털’을 운영하여 식품 관련 최신 안전정보를 소개함. 이밖에 BVL은 소비자용 인터넷 검색엔진(clewwa, 클레와)을 운영하고 있음. 이 검색엔진은 식품, 화장품, 섬유제품, 담배, 생활용품, 사료, 식물보호, 동물보건, 환경 및 유전공학과 같은 주제의 정보를 검색해줌.
- 소비자센터는 식품 표시에 있어서 투명성과 진실성을 다루는 ‘식품투명성 포털’을 운영함. 이 포털을 통해서 소비자들은 오해의 소지가 있거나 법에 어긋나는 식품 표시에 대한 정보를 얻을 수 있음. 이를 바탕으로 소비자는 나름의 입장을 취하고, 표시 혹은 상품배합을 변경한 생산자에게 이의를 제기하게 됨.
  - ‘식품투명성포털’은 식품 표시의 투명성과 진실성을 다루는 포털로 처음 연방주 소비자센터에서 기획하였으며, 이후 총연합회와 헤센주 소비자센터가 기획의 시행을 맡았고 2010년 BMELV의 승인을 받아서 재정지원 수혜
- 교육과정에서 소비자 교육은 선택 교과과정의 교육 프로그램에 포함되어 초등학교부터 고등학교까지 교과과정에 소비자권리 등에 관한 사항이 포함

31 김남수 외(2005).

되어 있음. 독일 연방 각주의 문화부장관의 책임하에 교사에 대한 교육 프로그램도 수행하고 있음. 식생활 교육의 경우 연방정부 차원의 공식 식생활 지침이나 식생활 교육 프로그램은 없으나, 연방부처나 기관, 학술연구기관에서 지원하는 프로그램이나 교육캠페인은 존재함.

- 연방정부와 기타 기관들이 시행하는 프로그램 및 캠페인은 전문가들이 담당하고 영양사, 의사, 영양학자, 식품화학자, 영양보조사 등 관련 직종 종사자들이 함께 협력<sup>32</sup>
- 연방보건부와 BMELV는 2020년까지 독일 국민의 영양 섭취 및 신체 활동을 지속적으로 개선하는 것으로 목표로 국가실천계획 “IN FORM-건강한 영양섭취와 더 많은 운동을 위한 독일의 계획” 프로그램을 추진
- “IN FORM”은 연방보건부와 BMELV의 개정 지원을 받고 있으며, 활동의 일환으로 모든 연방주에 학교급식을 위한 네트워크 사무소를 설립하여 현장에서 상담사 역할을 하거나 학교 및 유치원 급식에 대해 안내·지원

### 3.3.2. 소비자 피해구제

#### 가. 집단적 구제

- “공정거래법”을 위반하여 부당한 이익을 얻은 기업을 상대로 그 이익을 반환하게 하는 소송제도를 마련하고 있으며, 이는 불공정 광고, 불공정 거래로 소비자가 소액의 손해를 입은 경우 소비자단체가 소비자를 대신하여 소송을 제기하여 이익을 반환받는 것으로, 그 배상금은 소비자에게 지급되는 것이 아니라 공공기금에 귀속됨.
- 독일은 “소비자법” 위반으로 소비자의 집단적 이익이 침해되는 경우 전국단위의 소비자단체로 하여금 위법행위의 금지를 법원에 청구할 수 있는 제도를 도입하였음.

<sup>32</sup> 영양보조사는 영양학교에서 3년간의 교육을 받음.

#### 나. 개인적 권리 구제

- 소비자가 소액사건심판절차를 이용하여 개인적으로 소송을 통해 권리구제를 받을 수 있도록 함.
- 공적자금을 지원받은 소비자단체가 소비자를 위해 소송을 제기할 수 있는 모델소송(model claims)제도를 운영함. 이는 소비자단체를 소송당사자로 인정하기 위한 조치로 심리 이전의 계약으로 분쟁을 해결할 수 있음.
- 피해를 입은 소비자가 소권을 소비자단체에 양도함으로써 소비자단체가 단일소권을 가지고 소송을 수행하고 성공할 경우, 그 이익금을 소비자에게 배분하는 대표소송제도를 마련함. 이는 피해를 입은 소비자가 너무 많지 않거나 피해를 입은 소비자를 쉽게 확정 가능할 경우 유용한데, 2008년 7월부터는 소권양도를 필수요소로 삼지 않음.

### 4. 시사점

- 미국, 일본, 독일 각국의 농식품 분야 소비자정책의 특징과 시사점은 다음과 같음.
- 국가별 소비자정책을 전반적으로 살펴보면, 대체로 소비자역량 강화와 권익 보호를 중요시하고 있는 것으로 나타남.
  - 미국은 농식품 소비자정책 수행에 있어서 정부는 조정 기능을 수행하며, 소비자의 권익을 보호하고 시장의 기능이 제대로 수행될 수 있도록 하는데 중점
  - 일본은 소비자정책에 있어서 소비자 권리 존중과 소비자 자립 지원이 기본 방향

- EU 소비자정책(2014-2020년)의 기조는 ‘소비자의 자신감 향상 및 역량 강화’이며, 독일의 경우 BMELV는 소비자정책(consumer policy)의 주요 원칙은 ① 예방적 소비자 건강·안전 보호와 소비자 경제적 이익 보호 ② 자기 결정(self-determination)과 개인 책임(personal responsibility) 강화
- 주요 국가별로 중앙정부차원에서의 소비자정책 추진체계에는 차이가 있음.
  - 미국은 소관 업무 분야별로 농무부(USDA), 보건후생부(DHHS) 등에서 소비자정책 관련 업무를 시행
  - 일본의 경우 2009년 소비자청을 신설하면서 그간 각 성청에서 부수적 업무로 실시하고 있던 소비자정책 추진체계를 일원화
  - 독일의 경우 식품·농업 및 소비자 보호부(BMELV)에서 농식품정책과 함께 소비자정책을 담당
- 이밖에 전반적인 소비자정책 추진체계를 살펴보면, 대부분의 국가의 경우 중앙 및 지방 정부는 물론 민간의 다양한 주체가 협력·연계하여 소비자정책을 추진하고 있음.
  - 미국은 연방정부의 소비자정책 담당기관들이 대부분 해당 주에 사무소를 설치·운영하여 해당 주정부의 소비자행정과 직·간접적으로 협력관계를 가지고 있으며, 연방정부, 주정부, 민간 등 3자의 역할분담과 조화를 특징으로 하는 소비자정책이 추진 중
  - 일본의 경우에도 소비자정책의 기획부터 집행에 이르기까지 정책과정 전반에 국가단위에서 소비자청은 물론, 농림수산물·후생노동성 등 중앙행정기관뿐만 아니라 지방공공단체, 민간 단체·조직 등 다양한 주체가 관여
  - 독일은 소비자정책 수립은 중앙행정기관인 BMELV에서 관할하지만 식품과 관련된 소비자 보호에 관한 법 집행은 16개 연방주에서 담당, 소비자 교육과 정보 제공 등 주요 분야가 민간기관을 중심으로 이루어지며 식품 관련 소비자 보호를 위한 법집행의 원활화를 위해 연방 및 주 정부

의 해당 장관과 고위 공무원의 협의체를 운영

- 국가별로 소비자정책 수행에 있어서 정보 제공 및 교육을 중요시하고 있음.
  - 미국의 농식품 분야 소비자정책은 정부에 의한 직접 규제보다는 기본적으로 정보 제공 및 교육에 역점, 농무부와 보건후생부 등은 관련 부서와 산하기관 등을 통해서 다양한 소비자 프로그램을 운영하고 관련 정보를 제공하며 교육 활성화를 위해서 중앙정부·지방자치단체·지역 민간단체들이 협력하여 다양한 교육 프로그램을 운영
  - 일본은 소비자를 자립한 주체이자 동시에 사회적 과제 해결에 기여할 수 있는 존재로 인식하여 소비자 교육을 중시, 국가/도도부현/소비자·생산자단체 등 지역단체/이밖에 관련주체 간 제휴를 통해서 소비자 교육을 실시, 홈페이지/메일매거진 등 다양한 형태로 관련 정보를 제공
  - 독일의 소비자 교육과 정보에 대한 책임은 민간기관 중심
  
- 대부분의 국가에서 소비자 피해를 구제하기 위한 제도가 마련되어 있지만, 상대적으로 미국이 다른 국가에 비해 소비자들의 식품구매활동에서 발생한 문제 해결을 위한 법률과 제도가 발달되어 있음. 미국은 리콜제도가 정부 행정적 조치에 앞서서 향후 발생할 위험을 제거하는 제도로 기업에서 활발히 운영되고 있으며, 1938년부터 집단소송제가 시행되어 대형식품제조사들을 상대로 한 집단소송이 빈번히 발생하고 있음.

## 제 6 장

---

### 농식품 소비자정책의 추진 방향과 과제

이 장에서는 농식품 소비자정책의 추진방향을 제시하고, 정책과제를 검토함. 농식품 소비자정책의 정책과제는 정보·교육·홍보사업, 피해구제, 소비통계, 관련 법률로 구분하여 제시함.

#### 1. 추진 방향

##### 1.2. 농식품 소비자정책의 종합적·체계적 추진체계 구축

- 농식품 소비자정책이 효율적으로 운영되기 위해서는 중장기 추진계획하에 주체별로 역할을 재정립하고 기관 간 협력체계를 강화해야 함.
- 농식품정책의 목표와 범위를 명확히 설정하고 이를 달성하기 위한 종합적이고 체계적인 추진체계를 구축하여 주체별 역할 분담을 명확히 하고, 사업이 효과적으로 운영될 수 있도록 공유·협의체를 구성하여 교류를 활성화해야 할 것임.

## 1.2. 현장중심의 실효성 있는 전달체계 운영

- 농식품 소비자정책이 실효를 거두기 위해서는 소비자의 식생활과 밀착된 형태로 정책이 수행되어야 하며, 다양한 형태의 소비자를 포괄하여 정책이 차별화되어 추진되어야 함.
- 관련 사업들이 소비자의 농식품 소비 및 식생활 현장에 쉽게 연계될 수 있도록 중간지원조직을 활성화하고, 현장중심의 사업이 활성화될 수 있도록 소비자 수요를 반영하여 자발적인 다양한 식생활 개선 노력을 지원하는 방향으로 사업을 전개함.

## 1.3. 농식품 분야 소비자역량 제고

- 소비자정책의 궁극적인 목표는 소비자역량 강화를 통해 소비자기본권을 보장하는 데 있음. 농식품 소비자정책도 궁극적으로 농식품 분야에서 소비자의 권리를 강화함으로써 소비자의 권익을 증진시키고 소비생활을 향상하는 데 역점을 두어야 함.
- 소비자가 농식품 시장에서 현명하게 농식품을 구입하고, 건강한 식생활을 구현할 수 있도록 하는 농식품 소비자정책이 강화될 필요가 있음.



## 2. 정책 과제

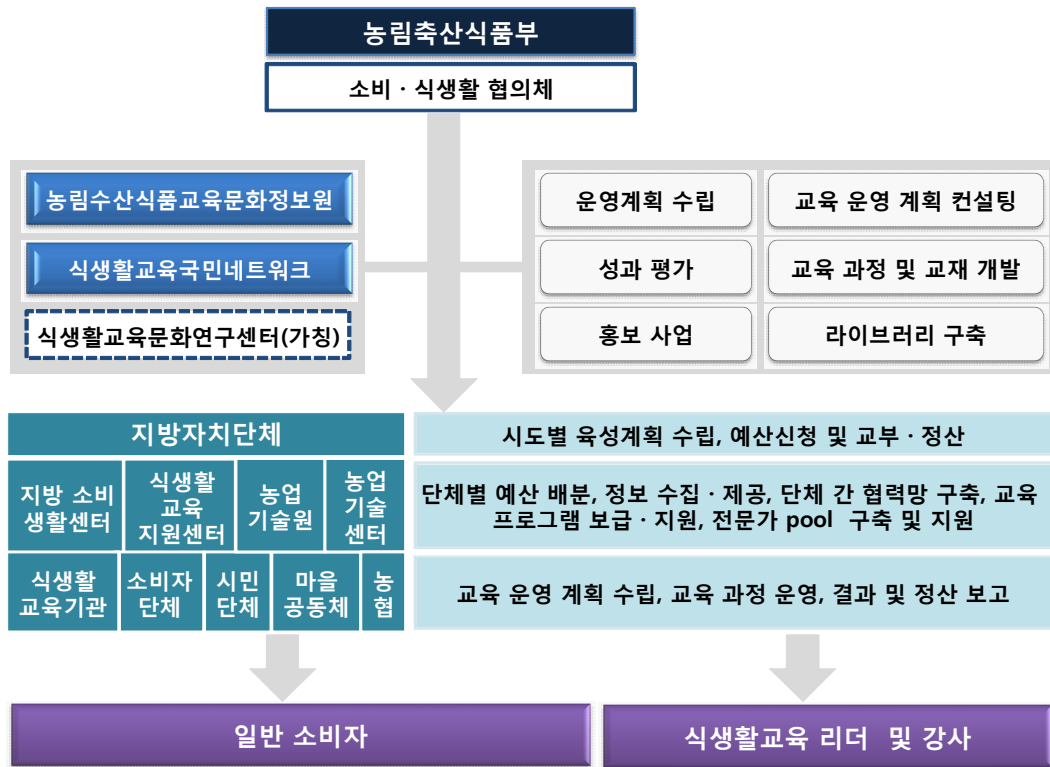
### 2.1. 농식품 소비자 정보·교육·홍보사업의 개선방향

#### 2.1.1. 종합적 추진체계 구축

- 현재 단편적, 일시적, 분산적으로 추진되고 있는 농식품 정보·교육·홍보의 추진체계를 효율적으로 개선하기 위해서는 중장기 추진계획하에 주체별 역할을 재정립하고, 관련기관 간의 협력체계를 강화하는 방향으로 운영체계를 구축할 필요가 있음.
  - 일본의 경우 건강, 식문화, 식품공급, 식습관, 영양 등을 포괄하는 종합적이고 계획적인 교육을 추진하고 있으며, 미국과 일본 모두 농업부처와 보건부처에서 공동으로 식생활지침을 제작하여 보급하는 등 공동협력하에 식품영양정책을 전개
- 농림축산식품부에서는 국가단위 소비·식생활 교육을 위한 기본계획을 수립하고, 시도별 예산을 배정함. 또한 농식품 소비자정책의 통합·조정 및 소비자 협력사업 효율화를 위하여 농식품 소비자정책의 컨트롤 타워인 유관기관과의 소비·식생활 협의체(가칭)를 신설·운영함<그림 6-1>.
  - 어린이·청소년 교육을 담당하는 교육부와 문화·관광 및 국정홍보 주무기관인 문화체육관광부 등도 포함
- 농림수산식품교육문화정보원, 식생활 교육국민네트워크, 식생활 교육문화연구센터(가칭)는 농식품부의 정보·교육·홍보사업을 지방자치단체로 배분·평가하는 역할과 표준교육교재·프로그램 개발 및 제작, 라이브러리 구축, 강사인증 등 운영체계를 마련하는 역할을 담당함. 중앙행정기관과 지방자치단체를 연결하는 거버넌스 역할을 수행함.

- 국가단위의 교육·정보 프로그램에 대한 운영 및 홍보사업, 운영체계 마련 역할은 농림수산물교육문화정보원에서 담당
  - 지방자치단체 농식품 소비·식생활 교육 공모사업에 대한 운영 및 홍보사업은 식생활 교육국민네트워크에서 담당
  - 향후 식생활 교육문화연구센터(가칭) 설립 시 표준교육교재·프로그램 개발 및 제작, 라이브러리 구축, 강사인증체계 등을 담당
- 지방자치단체에서는 시도별 육성계획 수립, 예산신청 및 교부·정산을 담당하고, 추진주체들의 정보교류와 소통 확대를 위해 정보교류회와 심층간담회 등을 정례화 할 필요가 있음. 지방자치단체(농업기술원(농업기술센터), 소비생활센터, 담당부서)와 식생활 교육지원센터에서는 단체별 예산 배분, 정보수집·제공, 단체 간 협력망 구축, 교육프로그램 보급·지원, 전문가 pool 구축 및 지원 등의 역할을 함. 농업기술원, 소비생활센터, 식생활 교육지원센터는 정부기관과 민간단체를 이어주는 중간 역할을 수행하며, 지역단위 민관협력체계의 중심축을 담당함.
- 지역의 식생활 교육지정기관, 식생활체험기관, 기술센터, 지방 소비생활센터, 지역 소비자단체, 시민단체 등에서는 교육강사를 양성하고, 소비자에 대한 교육을 담당함.

그림 6-1. 농식품 소비자 교육 추진체계(안)



### 2.1.2. 현장밀착형 운영방식으로 전환

- 중앙 및 지방정부, 민간단체 등에서 추진되어 온 농식품 정보·교육·홍보사업이 활성화되기 위해서는 개별 지역에서 식생활 현장에 밀착되어 추진되어야 함.
- 정책 대상 소비조직을 중앙단위 소비자단체 중심에서 지역의 다양한 농식품 소비 및 식생활 관련 조직을 포괄하는 형태로 접근하는 형태로 전환할 필요가 있음. 지방자치단체에 매칭사업으로 지역의 농식품 소비자 조직 네트워크를 활용하여 정보·교육·홍보사업을 추진함.

- 지역 소비자단체는 지역 소비자조직 네트워크로 통합되어 지원되며, 중앙의 소비자단체협의회와 차별화된 역할을 수행
  - 정부지원 협력사업에 대해서는 정기적인 점검·평가 의무화
- 지역에서는 교육대상 모집이나 교육장소(시·군 행정기관, 여성대학, 사회복지대학, 학부모회의, 군부대 등) 확보에 있어서 행정기관으로서의 유리한 점을 활용하는 것이 가능함.

표 6-1. 서울특별시 마을공동체 사례

<ul style="list-style-type: none"> <li>● 송파구의 ‘파크리오 아파트의 파크리오맘’           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 송파구 파크리오 아파트 주민 중 결혼한 여자들이 가입할 수 있는 지역 온라인 커뮤니티로, 약 1,500명(2012. 10월 기준)으로 구성</li> <li>- 주요 활동은 육아, 아파트 상가 정보 및 고민 공유, 베틀시장, 나눔 음악회, 아카데미, 기부활동 등 다양</li> </ul> </li> <li>● 성북구의 ‘정릉 마을카페’           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2001년 정릉 마을 주민이 모여 설립한 성북구 공동육아 협동조합에서 시작하여 공동체에 뜻있는 조합원들이 중심이 되어 ‘행복모임’을 결성</li> <li>- 2012년에 성북구 마을 만들기 공모사업을 통해 카페를 조성하여 다양한 문화 프로그램, 아동 돌봄, 소통을 아우르는 마을공동체 형성</li> </ul> </li> <li>● 성동구 ‘논골생명마을(논골생명살림터→논골두레생활협동조합)’           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 재개발이 진행되면서 철거민, 세입자 중심으로 주거권 확보를 위한 운동 과정에서 1995년에 협동조합 설립 이후 공동체 형성</li> <li>- 지역 문화행사, 아동 및 청소년 돌봄을 위한 공부방, 지역 복지 활동, 배우고 나누고 즐기는 다양한 동아리 모임 형성</li> </ul> </li> </ul>
--

- 농식품 교육·홍보사업을 효과적으로 추진하기 위하여 마을공동체 사업, 공동구매조직 등 생활에 밀착된 소비자 조직에 연계시킬 수 있는 사업에 대해 검토할 수 있음. 식생활과 관련된 마을공동체(마을기업)와 농식품 공동구매조직을 대상으로 공모사업 형태로 농식품 소비자 교육 및 홍보 프로그램을 운영하거나, 관련 조직에 교육프로그램·강사·기자재를 지원할 수 있음<표 6-1, 표 6-2>.
- 자생적으로 움직이는 생활과 밀착된 조직에 대한 간접적 지원을 위해 마을공동체와 농식품 공동구매조직을 대상으로 관련 사업을 끌어낼 수 있도록 공모사업을 운영하는 것을 검토해 볼 필요가 있음. 추진방식은 식생활과 관련된 공동체(공동육아커뮤니티, 공동주택마을공동체 등)를 대상으로 사업을 발주하거나 서울시 마을공동체사업과 같이 자유공모방식으로 운영하는 방안을 검토함.
- 사업재정은 농식품부와 지방자치단체에서 매칭 펀드형식으로 부담하고, 지방자치단체의 마을공동체사업단과 식생활 교육네트워크에서 중간조직으로 상담, 교육, 강사풀 및 교육공간, 교재 및 교구 등의 지원을 담당하는 형태로 운영하는 방식을 구상할 수 있음.

표 6-2. 마을공동체 식생활 사업의 형식(안)

단체		교육내용
세부사업명		농식품 소비·식생활 배움
사업내용		현명한 농식품 소비 및 식생활을 위한 교육 및 성장 그리고 확산
지원 규모	지원형태	사업비 및 교구 및 강사지원
	지원내용	팀별 최대 200만 원 및 교구와 체험관 지원
일정	공모	3월
	심사	4월
	실행	5월~12월
특징		총 20개 팀을 지원하되, 1차년도 팀 중 5개 팀을 탈락시키고 2차년도와 3차년도에 신규 5개 팀 지원, 3차년도에 일몰제

- 마을공동체 지원사업이 활성화될 경우 공동구매 시범사업 등을 통해 도시 지역의 마을과 농촌 지역의 마을이 직거래를 할 수 있는 방안 마련을 검토함.

### 2.1.3. 농식품 소비자 교육 표준모델 개발

- 농식품 소비자 교육이 일관성을 확보하고 체계적이고 지속적으로 추진되기 위해서는 기본적인 표준모델 개발이 필요함. 표준모델은 건전한 소비리더를 육성하는 일반인 대상 평생교육과정과 오피니언리더 양성을 위한 전문가과정으로 구분되며, 표준모델의 기본구성을 바탕으로 교육 내용과 방식에 대한 자율성과 다양성을 보장해야 함.
- 평생교육과정은 지역 내 농식품 소비에 관심이 많은 일반 소비자를 대상으로 개설되며, 생애주기별, 소비자 특성별 등 세부 대상별로 농식품 소비자 교육 표준프로그램을 개발·보급하여 맞춤형 교육을 추진함.
  - 학교, 직장, 가정 등 대상별 식생활 교육 강화
  - 유아, 노인, 청소년, 다문화가정, 군인 등 취약계층 대상 소비자 교육 강화, 식품·영양지원과 연계
  - 지역 공동체, 직장 등 식생활 교육프로그램 개발
- 전문가 과정은 농식품 오피니언리더를 양성하는 과정으로 지역의 소비자단체, 공동체조직, 생협, 식품·영양 관련기관 종사자, 관련 블로거 운영자 등을 대상으로 하며 수료 후 교육 및 홍보활동을 적극적으로 지원하는 방안을 구체화할 필요가 있음.
  - 우수 활동가 및 우수 활동 지방자치단체 시상
  - 대표블로거를 활용한 인터넷 확산, 생활접점 모임에 대한 전파 교육 등 도입
  - 교육강사 재교육 시스템 활용, 교사는 직무연수와 연계 추진
- 표준화된 프로그램을 바탕으로 식생활 교육이 체계적으로 추진되기 위해서

민간자격증제도 도입을 통한 전문인력 육성이 필요함. “식생활 교육지원법” 시행으로 전국적인 민간 차원의 인적 네트워크가 어느 정도 구축되어 있고, 소비자 대상 정책 및 대국민 식생활 교육 운동이 확대될 전망이므로 전문인력 수요가 증가할 것으로 예상됨. 반면 기존 식생활 교육에 대한 접근방식이 나 이해정도에 격차가 존재하며, 조직 내 교육 및 의사소통의 기회가 많지 않아 표준화의 필요성이 제기됨.

- 민간자격증에 대한 수요는 현재 식생활 교육활동가 400여 명, 우수농어촌식생활체험공간 강사 400여 명, 지역네트워크의 확대에 따른 미래 잠재 강사수요를 포함할 경우 1,000명 정도에 달할 것으로 예상

- 민간자격증제도에 의한 전문인력 육성 사례로 농식품 소비자 교육을 위한 식생활 교육 전문인력 양성 차원에서 가장 근접한 양성 모델은 서울교대의 방과후 강사 양성과정으로 판단됨.<sup>33</sup> 교육적 관심이 높은 사람들이 실습을

33 민간자격증제도에 의한 전문인력 육성 사례로는 ‘이중언어강사 양성 프로그램’, ‘다문화사회전문가2급 양성과정’, ‘방과후 학교지원센터사업’, ‘서울시 친환경급식과 식생활 교육 전문강사 양성과정’ 등이 있음. ‘사회환경교육지도사’는 2008년 3월 제정된 자격증제도이나 아직 시행되고 있지 않음.

#### <선행 전문인력 양성과정의 비교>

구분	시행처	이수시간	자격검정	자격
이중언어강사	서울시 교육청	900시간	출석 80%, 성적 2.5 이상 시	수료증
다문화사회전문가	법무부	80시간	교육과정 90% 이수 시	수료증
방과후 강사	서울교대	100시간 (전공60+교직40)	출석 80% 이상 시	수료증
식생활 교육전문강사	서울시	40 (5일)	과정 이수 시	수료증
사회환경교육지도사	환경부, 해양수산부	1급: 102시간 이상 2급: 144시간 이상 3급: 96시간 이상	교육과정 이수 및 평가	자격증 (미시행)
숲해설가	산림청	170시간 이상	과정 이수 시	자격증
농어촌마을해설가	농식품부, 해양수산부	90시간 이상	과정 이수 시	수료증

포함해 60시간의 전공교육과 40시간의 교육과정을 이수함으로써 지역사회 학교의 형태로 전문 내용 영역 뿐 아니라 실제 교육을 실시할 수 있는 교수 학습 능력을 길러주는 형태로 프로그램이 구성되어 있기 때문임.

- 법무부의 다문화사회전문가는 이미 고도의 전문경험과 한국어교원자격 등 전문적인 경험과 자격증 소지자를 대상으로 하고 있어 다소 짧은 80 시간을 요구
  - 서울시의 식생활 교육전문강사는 학부모를 대상으로 친환경급식 관심자들에게 일주일 정도의 교육을 실시하고 있었으나, 40시간으로의 교육으로는 전문강사로 활동하기에 미흡
- 교육과정을 충실히 이수한 자에게는 민간기관 대표자 명의의 ‘식생활 교육 강사(안) 2급’ 자격증을 발급하고, 일정 기간 활동 후 중앙센터에서의 재교육을 통해 1급으로 승급할 수 있는 기회를 부여함. 교사 자격증이나 영양사 면허증을 소지하고 있는 현직 초중등 교사 및 영양교사 중 식생활 교육 민간자격증을 원하는 사람들은 기 수강한 교수학습방법 등 교직과목에 대해 이수 면제 등이 가능할 것임.
- 식생활 교육강사(안) 양성을 위한 대상자 모집부터 자격증(2급)의 부여, 그리고 재교육의 연수를 통한 1급 자격증의 부여 과정은 <표 6-3>과 같음. 초중등 교사자격증을 소지하거나 영양사 면허증을 소지하고도 현직에 종사하고 있지 않은 유휴인력들이 다수 있음을 감안할 때, 현장 활동가 외에도 대상자 모집 시 가산점을 부여하여 식생활 교육 관련 우수인력들을 유치하는 것이 바람직할 것으로 사료됨. 또한 강사 자격증을 차등화 하여, 2급 자격증 취득 후 일정기간 활동경험을 쌓고 일정 기준의 연수를 수료하면 1급 자격증을 취득할 수 있도록 하는 것이 동기부여가 될 것으로 보임.



표 6-3. 민간자격의 식생활 교육강사 전문인력 양성(안)

단계	구분	비고
1	대상자 모집(식생활 교육기관 별)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 각 네트워크 식생활 교육 현장 활동가, 농어촌 식생활 우수체험공간 강사</li> <li>• 초·중등 교사 자격증 소지자 및 영양사 면허증 소지자 우대</li> </ul>
2	표준화 된 연수프로그램 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식생활 교육 내용 : 60시간</li> <li>• 교수학습법 : 40시간</li> <li>• 주중 야간 또는 주말을 이용한 프로그램 개설 운영(예, 10주)</li> </ul>
3	연수 중 체험, 교육관찰, 교육실습(교육시연 평가) 실시	-
4	자격검정 시험 실시	-
5	식생활 교육강사(2급) 자격증 수여	• 기관장 명의 민간자격증
6	일정 시간(200시간)/기간(3년) 이상 활동 후 중앙에서 재교육 연수	• 현장 교육 필요성에 따라 15~30시간 프로그램 구성 운영
7	식생활 교육강사(1급) 자격증 수여	• 기관장 명의 민간자격증

- 기존 식생활 교육 전문가 집단(예, 영양교사)의 식생활 교육강사 자격 부여 및 자격증 용어에 대해 불만과 이견이 존재하므로 충분한 논의와 의견수렴 과정을 거쳐 전문인력 양성안을 확정하는 것이 필요함.
- 시·도 강사 pool을 통합하여 전국적 규모의 데이터베이스를 구축하고, 각 시·도에서 개발한 소비자 교육 교재 혹은 콘텐츠도 국가 차원에서 통합·관리하여 이해관계자들이 손쉽게 이용할 수 있도록 하는 것이 바람직함.

## 2.1.4. 다양하고 차별화된 소비자 정보 제공

### 가. 농식품 통합정보망 운영

- 농식품 관련 정보를 통합하여 소비자들에게 원스톱으로 제공하는 것을 목적으로 농식품부에서 ‘농식품 정보누리’ 시스템을 구축하여 2014년부터 분

격 운용함. ‘농식품 정보누리’는 기존의 ‘농식품 안전정보시스템’을 확대 개편한 것으로 농식품의 품질, 안전, 가격, 식생활, 영양 등 다양한 정보를 포함하고, 소비자 참여를 확대하기 위해 소비자 모니터링단을 운영하고 소비자 의견교류 게시판을 신설하였다는 측면 등이 차별화됨<표 6-4>.

- ‘농식품 정보누리’가 통합정보시스템의 제 역할을 수행할 수 있기 위해서는 기존 웹사이트와의 단계적 통합·연계를 추진해야 함. 그린밥상이나 녹색식생활 114 등 농식품부 소관 웹사이트를 우선적으로 연계시키고, 타 기관 시스템과도 자료들을 연동시켜 소비자가 한 사이트에서 쉽게 찾아갈 수 있도록 하는 방안을 마련하는 것이 필요함.
- 농식품 관련 기관에서 개별적으로 운영하고 있는 SNS 계정 현황과 이 계정에서 제공하고 있는 내용도 통합하여 제공함으로써 소비자의 기관 SNS에 대한 인지도를 높이고, SNS 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 할 필요가 있음.
  - 환경부는 소셜미디어 센터 웹페이지(‘eco 소셜다움’)에서 환경부와 관계 기관 SNS 운영 현황과 이들 계정을 통해 제공하는 정보를 통합적으로 제공

표 6-4. 농식품 종합정보망 개선사항 비교

구 분	현 행(농식품 안전정보망)	개 선(농식품 정보누리)
대상 분야	• 농식품 위험요소, 안전관리제도	• 농식품 품질·안전, 소비, 식생활·영양
운영 방식	• 국내외 수집 정보 및 원문제공(일방향 서비스 운영)	• 계절별·소비시기에 맞춘 기획콘텐츠 제공 • 농식품 품질·소비 비교·분석 가이드 • SNS연동 게시판 및 소비자 참여 서비스
주요 내용	• 식품 안전에 중점 • 농식품 안전 스페셜 콘텐츠 • 해외현지 안전 정보 제공	• 농식품 안전, 식생활·영양, 조리, 가격정보 등의 종합정보 제공 • 정기간행물 및 모바일서비스 제공 • 농식품 품질 및 구매지원 비교정보 제공

자료: 농식품부.

- 일본 경제산업성 공개정부연구소에서는 ‘공적어카운트관리시스템’을 통해 중앙행정기관, 지방자치단체, 공공기관의 트위터 계정 관련 정보를 통합적으로 제공
- 사용자의 편의성과 정보 접근성을 높이기 위해 언제 어디서든 이용 가능한 디바이스 환경을 지원하고 다른 사이트의 공개된 내용도 이곳에서 쉽게 연동되도록 하여 개방·공유형서비스를 지향하여야 할 것임.
- 소비자 참여 확대 및 지식 공유의 장을 활성화할 필요가 있음.
- 농식품 소비 관련 Q&A 코너, 소비자 의견교류 게시판, 소비자 모니터링 내역 등을 정보망에 업로드 하여 공유 및 점검하는 한편, 매년 소비자 서비스 수요 및 만족도 조사결과를 반영
  - 농식품 분야 정책이슈별 의견개선 제도를 정규화하여 게시판을 마련하고, 소비자 의견교류, 모니터링 결과 등의 발표를 의무화하여 소비자가 농식품 분야 정책 형성 과정에 관여·기여하고 있음을 인식할 수 있도록 할 필요
- 정보망의 접속자가 늘어나게 되면 향후 점차적으로 품목·개인별 맞춤형 서비스를 제공할 필요가 있음.
- 다양한 검색과 소비자 눈높이에 맞춘 서비스, 관심정보 등 개인화된 맞춤형 서비스, 생명주기에 따른 식품, 식품과 질병유형, 식품 구매 등 차별화된 정보 제공
- 식약처의 통합식품안전정보망과의 차별성과 연계성을 어떻게 가져갈 것인가에 대한 검토가 필요함.
- 식약처에서는 식품 안전 일원화에 대응하여 ‘범부처 식품 안전정보체계 표준화 및 통합’을 추진하며, 그 일환으로 대국민 식품 안전정보 포털시스템을 구축 중

## 나. 소비자 정보 제공 확대

- 농식품 통합정보망에 제공되는 정보가 언론, 스마트폰, 기관의 홈페이지 등을 통해서도 제공될 수 있도록 연계를 만들고, 정보 제공 채널의 다양화를 통하여 소비자들이 관련정보를 얻을 수 있는 접점을 넓힐 필요가 있음.
  - 보도전문채널에 가격정보 제공 및 라디오 캠페인 광고 게재 등을 활용
  - 관련기관(예를 들면, 한국농수산물유통공사 및 도매시장 통합홈페이지(market.affis.net) 등)에도 관련 정보를 축약하여 제공하거나 이러한 관련기관 홈페이지를 방문한 소비자들이 종합정보망으로 쉽게 이동할 수 있도록 연동
  
- 소비자 대상 농식품 관련 홍보는 TV CF, TV 정규 방송, 라디오 공익 캠페인, TV 시사교양 프로그램, TV 다큐, TV 홈쇼핑, 신문 등 각 매체별 효과와 적절한 콘텐츠 등을 고려하여 매체별로 차별화된 전략을 실시할 필요가 있음.
  - 방송 모니터링을 통해 음식 관련 방송, 드라마, 오락프로그램에 제공되는 소비식생활 정보의 오류 등을 점검·건의시스템을 마련할 필요
  
- 식품 사고 발생 시에 대비하여 소비자 리스크 커뮤니케이션이 효율적으로 작동할 수 있도록 주기적으로 발생상황을 설정하여 모의점검 체계를 구축해야 함. 농식품 안전사고의 유형별로 다양한 시나리오를 작성하고, 각 시나리오별 대응 매뉴얼을 작성하여 배포하여 문제발생에 적극적으로 대처할 수 있도록 준비해야 할 것임.
  
- 소비자는 농식품 구입시 가격 뿐만 아니라 안전성, 원산지, 영양 및 품질표시 등에 대한 다양한 정보뿐만 아니라 신뢰할만한 객관적 판단에 필요한 정보를 요구함. 농식품부에서는 2013년 9월부터 농식품 버전 컨슈머리포트인 ‘농식품 인사이트’를 계간지로 발간하여 신선식품, 제철식품, 구매정보 등 다양한 실생활 정보를 제공하고 있음. 농식품의 경우 맛, 품질 등의 기준이

상당히 주관적인 판단에 좌우되며, 생산자와 이해관계가 얽혀 있어 평가가 쉽지 않을 것으로 보임. 따라서 농식품 비교정보는 객관적으로 입증 가능한 정보에 국한하며, 포지티브정보를 지향하여 우수 식품, 우수 가공기업, 우수 유통사례 및 가격 절감 사례 등으로 방향을 설정해야 할 것임.

- 소비자의 요구도가 높은 품목들에 대한 농식품 안전 및 품목의 자세한 내용에 대한 심층 취재를 통하여 우수 사례를 발굴하는 것이 필요하고, 일반 소비자에게 제공하기 전 전문가위원회의 검증을 거쳐 생산자나 기업의 단순 광고 역할을 하지 않도록 필터링이 필요
  - 외국의 대표적인 운영사례로 미국의 ‘컨슈머리포트(Consumer Report: CR)’는 미국 소비자연맹(Consumer Union)에서 발간하는 월간지로 연회비 29달러의 연간 구독자 410만 명과 30달러인 웹 회원은 330만 명 규모로 외부의 보조 없이도 독립적인 운영이 가능<sup>34</sup>
  - 한국소비자원 ‘스마트컨슈머’의 ‘k-컨슈머리포트’(상품비교정보)는 가격, 리콜, 안전/위해/상당정보 등으로 구성. 2012년 소비자단체지원금 2억 2,000만 원과 소비자원 예산 7억 5,000만 원으로 운영
- 온라인거래가 확대되고 스마트 폰 보급의 확대로 소비자의 온라인미디어 활용이 더욱 증가할 것으로 예상되어 소비자 정보 전달에 적극 이용될 필요가 있음. 정보 전달과 의견교환 수렴이 가능한 다양한 콘텐츠 개발이 필요하며, 다양한 새로운 미디어의 도입과 기존 미디어와의 접목을 검토할 필요가 있음.
- 소비자들이 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 SNS 및 스마트폰 어플리케이션 제공을 통하여 스마트기기(smart device) 및 인터넷 활용을 확대
  - 농식품 소비 종합정보망과 농식품 버전 컨슈머리포트 및 관련정보들을

34 CR의 조사는 ① CR 콘텐츠 제공을 위한 설문조사(100만 명 이상), ② 시장 조사, ③ 구독자 중 매년 50명 이상 임의 추출 후 우편조사하는 독자 연구(Readership Studies), ④ 소비자 리서치 이상의 4가지 방식에 의해 이루어짐.

스마트기기로도 쉽게 접근할 수 있도록 설계

- 미국 USDA는 열린정부 계획의 일환으로 온라인 커뮤니케이션 채널을 다양화하고, 웨비나 등의 새로운 형태의 미디어 방식을 시도

## 2.2 농식품 피해구제의 개선방향

### 2.2.1. 효율적 민원상담을 위한 민원통로의 통합

- 농식품 관련 민원은 식품의약품안전처와 농림축산식품부에서 주로 처리하고 있음. 그 외 인증이나 품질과 관련된 일부 민원은 국립농산물품질관리원이나 수산물품질관리원에서 처리되고 있으며, 부정 농식품과 관련된 신고 시스템은 별도로 운영되고 있음. 서면이나 인터넷을 통한 민원은 국민신문고 시스템을 이용하여 통합적으로 처리되고 있으나 콜센터 민원은 여전히 여러 부처로 나뉘어 처리됨.
- 소비자는 자신의 민원이 어떤 부처의 소관인지를 알아야 하고 콜센터에 연결하여 궁금증을 해결하지 못한 경우 다른 부처를 다시 찾아봐야 하는 번거로움이 있음. 피해 처리 결과에 대해서도 처리내용과 신고절차 및 방법에 대해 불만족하는 비중이 높음. 소비자 상담 시 전문성이 부족하거나 분쟁해결까지 책임있는 대응이 이루어지지 않고, 처리시간이 오래 걸리거나 절차가 복잡하고 불친절하다는 의견이 많음.
- 콜센터의 민원은 각 부처별로 빈번한 질문의 답변에 대한 리스트를 만들어 민원을 처리하는 단순하고 반복적인 시스템이므로 각 부처의 콜센터를 통합하여 1차 민원을 처리하고, 전문적인 민원은 각 부처에서 처리하는 시스템을 구축할 필요가 있음. 이는 자원의 절약과 업무의 효율성을 가져올 수 있을 것이며, 농식품 분야처럼 유통단계별 혹은 품목별 소관기관이 다를 경

우 소비자의 접근성을 높일 수 있을 것임.

- 농식품의 효율적 민원상담을 위해 민원통로를 통합할 필요가 있으며, 피해 소통창구로서 농식품 관련 상담전화를 하나의 번호로 일원화하여 확대개편·운영해야함.

## 2.2.2. 농식품 관련 피해구제를 위한 관련 기준 재정비

- 소비자분쟁해결기준에서 부패·변질, 유통기한 경과, 이물 혼입 등의 경우 그로 인한 신체 상해가 발생했는지의 여부를 구분하여 분쟁해결 기준을 규정할 필요가 있음<표 6-5>.
- 농식품 소비에 특화된 피해구제 정책 도입 여부를 검토하고, 관련 기준 마련을 검토함.
  - 테이크아웃식품, 건강기능식품 등에 대한 분쟁해결기준 보완
  - 음식점 등 농식품 관련 서비스와 조리 식품에 대한 분쟁해결기준도 보완 필요

표 6-5. 농식품 분야 분쟁해결기준 개선(안)

분쟁 유형		해결 기준	비고
1) 함량, 용량부족		- 제품교환 또는 구입가 환급	
2) 부패, 변질 3) 유통기한 경과 4) 이물혼입	신체상해가 없는 경우		
		신체상해가 있는 경우	- 일실소득 : 피해로 인하여 소득상실이 발생한 것이 입증된 때에 한하며, 금액을 입증할 수 없는 경우에는 시중 노임단가를 기준으로 함
5) 부작용 6) 용기파손 등으로 인한 상해 사고		- 치료비, 경비 및 일실소득 배상	

- 농수축산물로 인한 소비자피해에 대해 사업자의 책임을 인정하기 위해서는 “제조물책임법”에 1차 농축수산물 포함 여부에 대해서 검토가 필요함. “제조물책임법”의 적용 영역에 1차 농축수산물을 포함시키기 위해 제조 또는 가공의 개념을 삭제하자는 견해가 제기됨.<sup>35</sup> ‘제조 또는 가공’이 제조물의 개념요소에서 배제되는 경우 보다 폭넓게 농축수산물을 제조물의 개념에 포섭 가능한데, 실제 관련하여 해외에서의 입법례가 있음.
- (EC입법지침) 1999년 5월 개정된 입법지침(Directive 1999/34/EC)에서 1차 농산물과 수렵물이 새롭게 제조물에 포함
  - (독일) 2000년 11월 2일자 개정으로 제1차 농산물 및 수렵물을 제조물의 개념에서 배제하는 예외규정 삭제
  - (프랑스) EC입법지침의 개정 전부터 프랑스법상 제조물의 개념에 이미 1차 농축수산물 포함
  - (영국) 2000년 12월 4일부터 농산물 및 수렵물에 대해서 제조물책임 인정
  - (미국 리스테인먼트) 농작물(farm produce)도 제조물에 포함, 축산물은 제외
- “제조물책임법”에서 소비자 입증책임을 완화시키기 위해 일부 법률안이 개정됨<표 6-6>. 동 법률안의 도입으로 사업자의 무과실책임이 인정되었지만 입증책임에 대한 별도의 규정을 두고 있지 않아 피해자(소비자)가 여전히 민사상의 입증책임을 부담하고 있음.

표 6-6. “제조물책임법” 일부개정법률안 주요 내용(입증책임 관련)

- 소비자가 제조물을 정상적인 방법으로 사용하였음에도 불구하고 그 사용으로 손해가 발생하였을 경우에는 그 제조물에 이미 결함이 있었던 것으로 추정하고, 그 결함으로 인하여 발생할 수 있는 손해와 동일한 손해가 발생한 때에는 그 손해는 해당 제조물의 결함에 의하여 발생한 것으로 추정
- 소비자의 입증책임 경감(안 제3조의2 신설).

35 김천수(2004) p.53-54; 이상정(2002) p.10; 박동진(2012) p.5.



- 소비자가 제조물에 결함이 존재한다는 사실, 손해가 발생하였다는 사실, 결함과 손해 사이에 인과관계가 있다는 사실을 입증할 책임을 부담
- 제조물 대부분이 고도의 기술을 바탕으로 복잡한 대량생산의 공정을 거쳐 제조되고 이에 관한 정보가 제조업자에게 편재되어 있기 때문에 소비자가 제품의 결함여부와 그 결함과 사고로 인한 손해와의 인과관계를 과학적·기술적으로 입증한다는 것이 현실적으로 불가능
- 대법원도 이를 고려하여 제품을 정상적으로 사용하는 상태에서 손해가 발생하는 경우 등에는 그 제품에 결함이 존재하고 그 결함으로 말미암아 손해가 발생하였다고 추정함으로써 소비자의 입증책임을 완화하는 것이 손해의 공평·타당한 부담을 원칙으로 하는 손해배상제도의 취지에 부합한다고 판결
- 이와 관련하여, '12.11.28 김관영의원 대표발의로 제조물책임법 일부개정법률안이 발의(의안번호: 1902845)되어, '13.4.10 정무위에 상정

### 2.2.3. 소비자의 집단을 통한 피해구제 방안 마련

- 위법행위에 대해 소송이 제기되려면 기대되는 배상액이 소송비용보다 커야 하며, 피해자의 숫자는 많지만 개별 피해의 규모는 작은 사건들에 대해 소송이 제기될 가능성은 적음. 농식품 피해의 경우에도 개인별 피해액은 소액이지만 피해자가 다수라는 점에서 일반적인 민사소송을 통한 피해구제의 가능성은 낮은 편이므로 집단소송을 통해서 원활한 피해구제를 도모할 필요가 있음.
- 농식품 분야의 소비자 피해와 관련하여 소비자단체소송제도 및 집단분쟁조정제도를 활용한 사례가 거의 없어 소액 다수의 피해가 발생하는 농식품 분야의 소비자 피해구제를 위해서는 제도의 활성화가 필요함.

- 집단분쟁조정외의 경우 이해당사자가 다수이고 배상액 규모가 크므로 사업자들이 채무 이행에 부담을 느껴 조정결정 수락을 거부할 가능성이 높으며, 집단분쟁조정외의 신청권을 국가·지방자치단체·한국소비자원, 또는 소비자단체·사업자에게만 인정하고 있고 소비자를 배제하고 있음(“소비자기본법” 제68조 제1항). 소비자분쟁해결에 있어서 중재제도(arbitration)의 도입, 소비자에게 집단분쟁조정 신청권 인정 등을 검토할 필요가 있음.<sup>36</sup>

표 6-7. 소비자단체소송제도 입법례 비교

국가	청구 범위	금지청구 범위	적격단체	소송 절차	판결 효력	판결의 실효성 확보
한국	금지청구만 인정	예방적 금지청구 인정	소비자단체+사업자단체+비영리민간단체	소송 제기 전 사업자 요청, 소송허가신청제, 원고추 변 호사강제주의	원고청구기 각판결시 동 일사안에 대 해 다른 단 체 소송제기 불가	실효성 확보 조치 없음
독일	금지청구+손해 배상청구 포함 금지지급청구+부당이득몰수청구	인정	소비자단체+사업자단체	사전청구	제한 없음	규정 판결 위반에 대한 제재, 판결공포제도
프랑스	금지청구+손해 배상청구 포함 금지지급청구	인정	소비자단체	미도입	제한 없음	규정 판결 위반에 대한 제재, 판결공포제도
영국	금지청구+손해 배상청구 포함 금지지급청구	미인정	소비자단체로(소비자협회)	사전청구	일부 규정	특칙 판결 위반에 대한 제재, 판결공포제도
일본	금지청구만 인정	인정	소비자단체	사전청구	한국과 동일	판결 위반에 대한 제재, 판결공포제도

자료: 박희주(2011a)

- 2007년 “소비자기본법” 개정에서는 소송의 대상으로서 손해배상의 청구는 제외하는 대신 사업자의 위법행위에 대한 금지·중지 청구만 할 수 있도록 하는 소비자단체소송제도가 도입됨. 따라서 사업자의 소비자권익 침해행위에 대해 소비자가 손해배상을 받기 위해서는 분쟁해결기구를 통해 피해구제(분쟁조정)를 청구하거나 법원에 손해배상청구소송을 제기해야 함. 이에 대해 소비자단체소송의 실효성을 확보하기 위한 소비자단체소송제도의 보완 및 집단소송제의 도입에 대한 주장이 제기되고 있음.
- 소비자단체소송의 활성화를 위해서는 소송요건을 명확하게 개선할 필요가 있음. 소비자단체소송의 제소권자인 소비자단체의 요건은 경제단체와 비교하여 과도하기 때문에 완화가 요구되며, 청구대상의 구체화, 청구내용의 다양화가 요구됨. 또한 사업자나 수탁자나 대리인의 위법행위에 대해서도 단체소송을 제기 할 수 있는지, 소비자피해발생의 위험성이 있는 경우에도 단체소송을 제기할 수 있는지에 대한 명확한 언급이 필요함.<sup>37</sup>
- 농식품 분야에서 동일한 식품의 섭취로 다수인에게 피해가 발생한 경우 대표당사자가 손해배상청구소송을 제기할 수 있도록 하는 집단소송제도 도입을 검토함. 집단분쟁조정과 조화를 맞추기 위해 구성원이 50인 이상으로 한정하는 방안과 남소를 방지하기 위해 피해자 중 일정 신고절차를 거친 피해자만 대상으로 한정하거나 분쟁조정절차를 거친 경우에 한해서만 소송을 제기할 수 있도록 제한하는 방안에 대해 구체적인 논의가 필요함.
- 집단소송제도의 입법형식으로 “소비자기본법”에서 규정하는 방안 또는 독립 개별법 방식 등을 검토할 필요가 있음.

37 2013.3.13 소비자단체소송의 실효성을 확보하기 위한 “소비자기본법” 일부개정법률안이 발의(강석훈의원 대표발의, 의안번호: 1904051)되었으며, 6월 12일에 법안심사소위원회 회부됨.

- 독일과 프랑스의 단체소송은 “부정경쟁방지법”, “법률상담법”, “소비법전” 등에서 다른 내용들과 함께 규정
- 미국과 영국: 민사소송규칙 속에서 다른 소송제도들과 함께 규정
- 스웨덴: 별도 독립된 “그룹소송절차법” 제정

#### 2.2.4. 사전예방교육 및 피해구제 시스템 강화

- 농식품 사고는 원인규명 및 입증이 어려우므로 소비자가 제품의 내용물을 꼼꼼히 확인하거나 주의를 기울이는 한편, 농식품 사고 발생 시 증거 확보와 보존에 만전을 기하여 입증자료로 제출함. 사고가 발생한 경우 신속하게 관련 기관(식약처, 해당 구청 위생과 등)에 신고하여 원인규명이 이루어질 수 있도록 협조할 필요가 있음.
  - 원인규명된 사건에 대해서는 해당 기관에서 바로 한국소비자원에 피해구제 이첩함으로써 연계 시스템 구축
- 건강식품의 총동구매와 관련하여 노인이나 미성년자 등 취약계층 소비자 피해의 예방 교육을 강화할 필요가 있음.
  - 계약 시 광고나 표시내용을 잘 확인하고 신중히 구입해야 하며, 의약품이 아니므로 그 효능에 대한 과신을 경계할 필요
  - 향후 분쟁발생을 대비하여 입증과 관련하여 소비자는 계약서 및 증빙자료(팸플릿, 명함, 광고내용 등) 보관 필요
  - 청약철회의 경우에는 제품을 개봉하지 말고 법적 기한 내에 서면으로 내용증명을 발송, 개봉한 제품은 반품이 되지 않거나 위약금이 발생하므로 개봉 시 신중할 필요
  - 복용 중 부작용이 발생한 경우에는 즉시 복용을 중단하고 병원 진단서 등 입증자료 확보

## 2.2.5. 사업자 모니터링 강화 및 징벌적 손해배상제도 검토

- 제조업체나 유통업체의 품질관리와 위생관리 수준을 제고하기 위해 정부의 모니터링을 강화할 필요가 있음.
  - 특히 많은 농식품 사고가 유통과정 중에 발생하므로 유통과정에 대한 관리와 모니터링 강화 필요
  - 용기의 개선, 포장재 개발 등 사업자의 기술혁신 유도
  
- 징벌적 손해배상은 위법·부당한 행위를 행한 자에 대하여 고액의 손해배상을 인정하여 피해자는 물론 사회 일반인을 보호하는 가해행위의 재발방지를 위한 제도로써, 사업자의 위법·부당한 행위의 재발을 방지하고 실질적인 피해배상을 받을 수 있는 강력한 피해구제방법임. 사업자의 악의로 인한 농식품 피해에 대해서 손해 보상뿐 아니라, 가해행위의 억제 및 재재를 통한 위해식품의 반복적인 제조·생산 등을 방지할 목적으로 시행될 수 있음.
  - 징벌적 손해배상제도의 도입에 관해서는 찬반양론이 팽팽히 맞서므로 신중한 검토 필요
  - 징벌적 손해배상이라는 용어는 학술용어이므로 ‘가산금’, ‘배상액의 증액’, ‘부가금’ 등의 용어로 사용하는 것이 적절
  - 징벌적 손해배상의 책임요건에 관해서는 사업자의 부당성 또는 위법성을 전제로 소비자피해의 집단성을 고려하여 책임요건을 규정
  - 징벌적 손해배상제도의 적용범위는 사업자의 금지행위에 대해 규정하고 있는 법률을 위반한 사업자를 대상, 배상액은 미국의 성문법과 비슷한 수준에서 2배 또는 3배의 범위 내에서 제한할 필요

## 2.3. 농식품 소비통계 개선방향

### 2.3.1. 농식품 소비량 통계조사 보완

#### 가. 미국과 일본 통계조사의 시사점

- 미국과 일본의 사례 검토 결과 농식품 소비량 관련 통계조사는 현재 우리나라와 마찬가지로 영양조사와 지출액 조사를 중심으로 추진되고 있으며, 농식품 소비량 조사를 별도로 수행하고 있지 않은 것으로 나타남.
- 미국의 경우 USDA에서 가구의 식품소비량과 가구원의 개인별 섭취량 조사인 ‘Nationwide Food Consumption Survey(NFCS)’를 실시했으나 1980년대 후반 개인소비 중심의 ‘Continuing Survey of Food Intakes by Individuals(CSFII)’로 대체되었으며, 2002년부터 DHHS의 ‘National Health and Nutrition Examination Survey(NHANES)’와 통합하여 ‘What We Eat in America(WWEIA)’라는 이름으로 USDA와 DHHS의 협력하에 실시되고 있음.
  - NFCS는 1960년대 이후 1987~88년까지 10년 주기로 실시(소규모 조사로 1935~36년 이후 약 6년 주기 실시)
  - WWEIA는 비연속 2일간 24시간 회상법으로 조사, 2009~2010년 조사의 1일째 표본수는 9,754명, 2일째 표본수는 8,406명
- 미국의 식품비 지출액 조사인 ‘Consumer Expenditure Survey’는 미국 노동부(U.S. Department of Labor)가 담당하며 7,500개의 소비자단위를 대상으로 면접조사와 일계부조사가 진행되고 있음.
  - 매월 실시되는 일계부조사에서는 연속된 2주에 걸쳐서 1주간 지출내역을 조사하며, 식료품 등 규모가 작고 자주 구입하는 항목이 포함
  - 면접조사는 분기별로 1회씩의 면접조사가 연속적으로 총 5회 실시
  - 면접조사에서 식품 관련 조사항목은 식료품(정기/비정기, 배달 수수료

포함), 외식(테이크아웃 포함), 담배, 주류(가정/외식), 학교급식에 대한 지출액

- 일계부조사에서 가정식의 경우 식료품의 종류, 식품 형태, 총비용(세금 제외, 할인이나 쿠폰 공제), 선물 여부를 작성<표 6-8>
- 일계부조사에서 외식의 경우 식사의 종류, 식품 종류, 외식 유형, 총비용과 주류의 종류/비용을 작성<표 6-9>
- 발표 식품군은 식료품/주류, 가정식/외식으로 분류하며, 세부 품목은 <표 6-10>을 참조

표 6-8. 미국의 가정식 조사표 사례

단위: 달러

식료품의 종류	식품 형태				총비용(세금 제외, 할인/쿠폰 공제)	선물용
	신선	냉동	병/통조림	기타		
계란	○				1.50	
새우		○			11.20	
사과	○				2.80	
쿠키				○	3.50	○
와인			○		42.0	
개 사료				○	5.85	

표 6-9. 미국의 외식 조사표 사례

단위: 달러

식사의 종류				식품 종류	외식 유형				총비용	주류			주류 비용
아침	점심	저녁	스낵/기타		패스트푸드 테이크아웃 배달	풀서비스 레스토랑	자판기 이동 트럭	직장/학교 급식		와인	맥주	기타	
○				베이글				○	2.79				
	○			피자	○				5.57				
			○	커피	○				1.35				
		○		부페		○			62.23	○			120
			○	소다			○		0.65				

표 6-10. 미국의 'Consumer Expenditure Survey'의 품목 분류

식료품	가정식	시리얼, 베이커리	시리얼
			베이커리
		육류, 가금류, 생선, 계란	쇠고기
			돼지고기
			기타 육류
			가금류
			생선 및 해산물
			계란
		유제품	신선한 우유, 크림
			기타
		과일, 채소	신선한 과일
			신선한 채소
			가공된 과일
			가공된 채소
	기타	설탕 및 기타 감미료	
지방 및 유지류			
다양한 식품			
비알콜 음료			
		나들이용 도시락	
	외식		
주류			

- 일본에서는 농식품 소비량 관련 통계조사로 '가계조사', '가계소비상황조사', '전국소비실태조사'(총무성)와 '국민영양조사'(후생노동성)를 실시함.
- 일본의 '가계조사'에서는 약 9,000세대를 대상으로 가구특성, 수입, 지출액, 구입량 및 구입가격 등을 매월 조사<표 6-11>
  - '가계조사'는 표본조사이며 층화 3단 추출법에 의해 세대를 선정, 2인 이상 세대는 6개월(단신세대는 3개월) 동안 조사, 순차적으로 새롭게 선정된 세대로 교체
  - 일본 '가계조사'의 대상품목은 <표 6-12>와 같이 조리식품과 외식부문에서 구체적인 품목을 다수 포함
  - '가계소비상황조사'는 소비자 세대를 대상으로, 구입 빈도가 적은 고액 상품·서비스의 소비나 정보통신기술 관련 소비 실태를 매월 조사



표 6-11. 일본 '가계조사'의 조사표 사례

구분	현금수입(엔)	지출(단위)	현금지출(엔)
돼지고기	-	330(g)	630
시금치	-	300(g)	186
사과(병문안)	-	1,950(g)	1,800
양말(세대주 구입)	-	2(족)	1,050

표 6-12. 일본 '가계조사'의 대상품목 분류

조리식품	주식유형 조리식품	도시락		
		스시(도시락)		
		주먹밥 및 기타 조리빵(샌드위치 등)		
		기타 주식유형 조리식품		
	기타 조리식품	장어구이		
		사라다		
		크로켓		
		커틀렛		
		프라이드 푸드		
		찜만두		
		교자		
		꼬치구이		
		햄버그 스테이크		
		조리식품통조림		
		냉동조리식품		
		반찬재료세트		
		그 외 조리식품		
		외식	일반외식	일본소바, 우동
				중화소바
기타 국수류 외식				
초밥				
일식				
중화식				
양식				
햄버거				
기타 주식용도 외식				
찻집				
음주대				
학교급식				

- ‘전국소비실태조사’는 5년마다 실시되며 표본 수는 5만 7,000세대(단신 세대 약 4,400세대)로 세대속성별 또는 지역별 등 다양한 측면에서 가계 실태를 분석하는 특징, 조사내용은 가계 수입·지출/주요 내구소비재의 보유량/저축액 및 차입금 잔고 등
- 후생노동성의 ‘국민건강영양조사’는 6,000가구 및 가구원을 대상, 11월 중 2일(건강조사 1일, 영양섭취조사 1일)

#### 나. 농식품 소비량 통계조사 추진체계 개선

- 농식품 소비량 통계조사는 소비 장소 기준 시 가정 내와 외식(급식 포함)을 포함해야하며, 소비 형태 기준 시는 농수축산물, 가공식품, 음식을 대상으로 해야 함.
- 농식품 소비량 통계 수요에 대응하기 위해서는 현재 농식품 소비량 통계조사로 진행되고 있는 질병관리본부(보건복지부)의 섭취량조사와 통계청의 지출액 조사의 조사체계를 전면 개선할 필요가 있음.
  - 조사항목 선정 및 표본설계 과정에서 농식품부와 보건복지부 및 통계청 협력체계 구축 및 역할 분담
  - 가계동향조사 및 국민건강영양조사의 농식품 조사분류 및 항목 확대·조정(가공식품 품목 확대, 조리식품 별도 세분화, 외식 세분화 조사 등)
  - 사회·경제·인구 특성별 농식품 소비량 계측이 가능하도록 가계동향조사와 국민건강영양조사의 표본배분 조정
  - 가계동향조사에서 수량조사 포함, 구입지역·장소 및 인증여부 등 구매관련 문항 추가
  - 국민건강영양조사에서도 원자료 이용하여 식사구성비, 식사내용, 식생활 정책관련 항목 추가
  - 통계자료 공개범위 제한 축소

- 농진청에서 패널조사로 농식품비 지출현황을 조사하고 있는 ‘농식품 구입행태조사’의 경우 전국규모의 소비량 조사로 확대하는 것보다는 현행 수도권 지역 대상 조사체계에 대한 보완·개선을 통해 통계품질을 제고시키는 방향이 바람직할 것으로 보임.
  - 패널조사는 개별단위에 대한 추적조사로 자료분석의 다양성 측면에서 훨씬 우월한 반면, 조사의 유지와 관리가 어려워 표본전체의 대표성을 유지하는 데 어려움이 발생하여 특정계층의 종단면 분석에 관심이 있는 조사에 적합한 반면, 국가 전체의 대표성 있는 특징을 횡단면으로 도출하는 조사에는 부적합
  - 반복조사의 대표적인 사례는 통계청의 ‘가계동향조사’, 한국은행의 ‘소비자동향조사’, 질병관리본부의 ‘국민건강영양조사’이며, 패널조사로 대표적인 사례들은 한국고용정보원의 ‘노동패널조사’, 보건사회연구원의 ‘복지패널조사’, 통계청의 ‘가계금융패널조사’
  - 패널조사는 반복조사에 비해 많은 노력과 비용을 필요로 하며 특히 농식품 소비조사는 조사 내용과 방법에 많은 어려움이 예상되므로 전국단위 조사로 표본 확대 시 막대한 예산이 소요될 것으로 예상(수도권 700여 가구 조사 시 5억 원 소요)
  - 전국 규모로 농식품비 지출을 조사하는 ‘가계동향조사’와 중복성 문제가 제기될 가능성 존재

### 2.3.2. 농식품행태조사 확대운영방안

- 2013년에 정부승인통계로 시작된 KREI의 ‘식품소비행태조사’는 3,000개의 가구와 가구구성원을 대상으로 1년 주기 반복조사가 실시됨.
- 농식품 소비·식생활의 포괄 범위가 넓고 표본설계에 대표성을 가지고 있는 ‘식품소비행태조사’를 중심으로 농식품 소비행태조사를 개선해나갈 필요가 있음.

- ‘식품소비행태조사’의 조사 체계화와 내용 확충을 위해 조사문항 확대, 조사시기 전환, 조사방법 및 조사추진체계 개선 등을 고려할 필요가 있음.
  - 조사문항 확대
 

농식품 세분류별, 외식 유형별로 세분화하여 조사대상 품목 확대 필요  
농식품 구매환경과 농식품정책 관련 의견(푸드마일리지, 통합인증마크, 식생활 교육, 식품정보 등) 등을 보다 상세하게 파악할 있는 조사문항 추가 필요
  - 조사시기 전환
 

농식품 소비의 계절성을 반영하여 연중 1회 조사에서 연중조사형태로 전환
  - 조사방법 개선
 

반복조사를 수행함에 있어 모집단 특성의 시점별 추정은 물론 트렌드추정 모두가 효과적일 수 있도록 연속한 두 시점의 표본조사에 약 60~80%의 표본중복 고려 예정
  - 조사추진체계 전환
 

2013년도에 KREI에서 연구관련사업으로 추진되었으나, 정부승인통계 유지와 지속적인 조사추진을 위해 농식품부 통계로 전환하는 방안에 대한 검토 필요  
조사 및 분석업무를 전문기관에 위탁(연구기관, 통계학자, 조사기관 공동연구형태)

### 2.3.3. 통계활용도 확대

- 기관별로 분산되어 제공되는 통계·정보에 대한 소비자 접근성을 확대하고 이용을 보다 용이하게 하기 위해 개별 정보망의 연계 및 확충이 필요함.
  - 미국의 경우 질병관리본부(Centers for Disease Control: CDC), 농무성(USDA), 식품의약안전청(FDA)이 공동으로 ‘FoodNet’ 서비스를 운영, CDC에서는 FoodNet Surveillance Report를 발간

- 식품산업통계는 식품산업통계정보시스템(FIS)이나 농수산물무역정보(KATI) 등에서 제공되고 있으며, 농식품 소비통계의 경우 안전정보는 국가차원에서 시스템으로 제공되고 있으나 기관별로 개별적으로 분산되어 운영되어 관련 통계·정보의 통합시스템 운영의 필요성이 제기됨.
- 다양한 농식품 관련 통계가 제공되고 있으나 이용자 인지도와 접근성 부족으로 활용도가 높지 않은 편임. 따라서 이에 대한 홍보를 강화하고 자료 접근성을 개선하여 활용도를 제고할 필요가 있음.
  - 조사대상자의 사적 정보를 최대한 보호하면서 원데이터를 공개범위를 확대, 실제로 미국은 2009년 미국 오바마 대통령 취임 후, 열린 정부 계획 하에 미국연방정부 데이터통합저장소(www.data.gov)가 설치되었으며 이곳을 통해 많은 원 데이터가 제공되고 있는 실정
  - 활용사례수집, 학술대회, 서포터즈, 체험수기 등의 홍보를 강화
- 통계 자료의 시의성을 확보하고 서비스의 예측가능성을 제고하기 위해 공표주기와 발표시점을 조정하는 것을 고려할 필요가 있음.
  - 농식품의 경우 다른 사회/보건 통계와는 달리 시의성(Timeliness)이 매우 중요한데 농식품 관련 통계의 ‘작성주기는 대부분 1년으로 긴 상황’
  - 통계정보 제공서비스의 예측가능성을 제고하고, 통계이용자의 만족도를 높이기 위해 농식품 분야에서도 공표일정 사전예고제 도입 필요
- 농식품 관련 1차 통계를 통합적으로 관리하고, 이를 바탕으로 다양한 사회적 이슈들을 담아낼 수 있도록 2차 자료 분석을 확대하고, 이용자의 이해가 용이하도록 다양한 형태로 제공하는 등 정보화를 활성화할 필요가 있음.
  - 기본적인 1차 통계를 가공하여 농식품 안전, 건강에 관련된 사회적 이슈들에 맞는 새로운 가공통계정보의 생산 필요
  - 미국의 ERS 및 ATLAS에서는 NASS의 데이터를 이용하여 건강, 보건, 식품선택 분야의 다양한 정보를 제공

- 시각화하여 다양한 형태로 제공하는 등의 방안을 고려
  - 통계의 신뢰성 제고(표본설계/조사방법)
- 소비통계에 대한 신뢰성 제고와 자료의 대표성·객관성 확보를 위해서 정부의 통계 승인절차를 추진하고, 사후관리를 강화함.
- 중복 통계의 정비, 미승인 통계의 승인화
  - 농식품 관련 통계위원회 설치

#### 2.3.4. 통계 작성 기반 확충 필요

- 농식품 통계·자료별로 상이한 농식품코드시스템과 농식품 분류기준을 통합하여 통계자료 간 상호 연계 및 통합화를 용이하게 할 필요가 있음.
- 농식품 통계·자료들의 경우 생성목적에 차이가 있어 물리적으로 이를 단일하게 통일하는 데는 어려움이 있으므로 단기적으로는 상이한 통계·자료에서 적용되는 농식품코드시스템과 분류들을 서로 연결해주는 맵핑 시스템 마련이 필요
  - 장기적으로는 통합된 농식품 코드 및 분류기준·체계를 마련하여 통계자료간 연계 및 통합화를 가능하도록 유도
- 주기적 통계 이용 현황 및 만족도 조사를 통해서 이용자를 고려한 통계 생산 및 발표가 이루어지도록 고려해야 함.
- 2차 자료 분석 확대 등 정보화를 활성화하기 위해서 통계전담기구를 도입하는 것을 검토할 필요가 있음.
- 가공통계 및 전문분석 정보 전담기관을 설립할 필요가 있으며, 전문적인 연구조직 도입 검토
- 농식품 관련 통계의 체계적 관리와 이용자 중심의 통계 생산, 정보화 활성화

화를 위해서 전문인력 확충이 필요하며, 통계 담당 인력 대상으로 체계적인 교육 프로그램을 운영함.

- 2010년 통계청 조사 결과 농림축산식품부의 통계인력 현황은 총원 4명으로 이중 관리·기획·분석 분야 3명, 자료처리 1명으로 통계인력수준이 기타 부서에 비하여 매우 열악한 수준
  - 국가통계 전반적으로도 인구 만 명당 통계인력이 0.12명에 불과하며, 이는 스웨덴 1.34명, 캐나다 1.54명, 미국 0.49명에 비하여 비교적 열악한 상태<sup>38</sup>
- 다양한 농식품 관련 통계를 생성하여 이용자의 요구를 충족시키기 위해 민간부문의 특정분야 통계 생산을 확대하는 방안을 검토함.
- ‘한국외식업중앙회’, ‘한국전통가공식품협회’, ‘한국식품산업협회’ 등의 기관들이 통계생산의 역량을 갖출 수 있도록 지원하고 점진적으로 식품산업 통계정보 생산의 일부분들을 이양하는 방안을 고려
  - 미국의 민간기관인 NRA(National Restaurant Association), 일본의 (주)야노경제연구소(건강·기능성 제품과 그 소재시장)의 사례

## 2.4. 농식품 소비자정책의 수립 및 집행을 위한 법 정비방안

### 2.4.1. 법령 개선의 필요성과 고려사항

- 농식품은 일반 재화와 달리 소액다수의 피해가 발생할 우려가 있고, 피해 입증이 어려우며, 소비자의 건강에 대한 우려로 농식품 피해에 대해 민감한 특성 등이 있기 때문에 일반적인 “소비자기본법”으로는 농식품 소비자보호를 소비자정책 시행이 뒷받침되지 못함. 또한 농식품 소비자정책과 관련된

<sup>38</sup> 안동환 외(2013), p.115-116.

법률 조항이 농림축산식품부 소관 다수의 개별 법률에 포함되어 있으나, 대부분 공급자의 규율에 초점이 맞추어져 있고 농식품 소비자의 권리를 보장하기에는 미흡함.

- 농식품 소비자 보호를 위한 기본계획 수립, 실행계획과 추진체계에 관한 내용을 규정함으로써 농식품 소비의 특성에 부합할 수 있게 “소비자기본법”의 기본계획을 실행하고, 농식품 소비자 보호의 수준을 높이기 위한 목적의 법령이 있어야 함.
- 농식품 분야 소비자정책의 효율적인 추진을 위해서는 ‘농식품 소비자 보호를 위한 실체법의 정비’, ‘농식품 소비자 능력강화를 위한 제도’, ‘추진체계’ 관련 다음 규정들이 뒷받침될 필요가 있음.
  - 농식품 소비자 보호를 위한 실체법의 정비: 농식품 안전 및 정보 제공을 위한 기존 법령의 유기적 연관성을 제고하는 내용, 소비자선택권의 실질적 보장을 위한 계획 수립을 위한 근거, 농식품 피해자구제를 위한 특별 규정
  - 농식품 소비자 능력강화를 위한 제도: 농식품 소비자단체의 조직 및 권한 등에 관한 사항, 농식품 품질 안전 보호를 위한 중앙 센터의 조직 및 권한에 관한 사항, “소비자기본법”상의 소비자단체 및 한국소비자원과의 관계에 관한 사항
  - 추진체계: 농림축산식품부 차원의 기본계획수립, 시도차원의 기본계획, 소비자기본법상의 추진체계와의 관계
- 법령 제(개)정 과정에서는 농식품과 관련한 농림축산식품부의 관할사항을 고려하여야 함.
  - 농산물, 임산물, 축산물의 품질 관리 및 품질의 우수성(지리적표시 등 지적재산권 포함)에 대해서 농림축산식품부가 관할권을 가지고 있으므로 소비자에게 관련 정보를 제공하는 것이 소비자정책의 일부



- 가공품의 규격, 품질, 안전 등에 관한 권한은 식품의약품안전처장의 관할에 속하지만 소비자의 식품산업에 대한 요구가 반영될 수 있도록 하는 것도 소비자정책의 일환으로 가능
  - 식생활 교육은 농림축산식품부의 관할
- 소비자의 정보력강화라는 점에서 보면, 농산물 등의 안전만이 아니라 품질, 가격 등 소비자 관심 사항에 대해 통합적 정보 제공이 있어야 하고, 이 점은 축산물에 대한 정보 제공도 통합되는 것이 바람직함. 농식품 소비자 교육을 통해 역량을 강화하는 작업 역시 통합적으로 이루어지는 것이 바람직함. 농식품에 관한 안전, 품질, 가격 등의 정보를 제공하는 기관은 농산물품질관리원 기타 관할청으로부터 적절한 정보를 제공받을 수 있는 법적 권한을 가져야 할 것임.

## 2.4.2. 대안별 법률 개선방안

- 농식품 소비자 보호를 위한 실제법적 내용들을 법률로 전환하기 위해 세 가지 대안을 검토함.

### 가. 제1안

- 제1안은 소비자정책 대상항목을 규율하는 현행 법령을 소비자정책의 관점에서 개정하는 방안임. 관련 법률의 목적이 생산자뿐만 아니라 소비자를 직접적인 대상으로 한다는 취지를 명백히 하고, 소비자정책의 관점을 구체적으로 반영시키고자 함.

#### (1) 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법

- 이 법은 명칭이 식품산업 기본법으로 되어 있으나 제1조(목적)에서 ‘국민에게 안전한 농수산물과 품질 좋은 식품을 안정적으로...’를 제시하고 있어 소비자 대상정책을 포괄하는 성격을 지님.

- 반면 법의 관점이 공급자 중심으로 규정되어 있으며, 소비자의 책임이 강조되고 있음. ‘농림수산식품교육문화원’의 설립근거가 규정되어 있으나 설립 목적이 소비자의 정보역량 강화 차원에서 명시되지 않고, 농업·농촌·식품산업을 지원하기 위한 목적을 갖는 것으로 규정되어 있음. 또한 소비자를 수동적 위치로 평가하거나 취약한 농업을 배려하여야 할 사람으로 보고 있음.

표 6-13. “농어업·농어촌 및 식품산업 기본법” 개정안

현행법	개정안
<p>제11조의2(농림수산식품교육문화정보원의 설립)</p> <p>① 농림축산식품부장관은 농어업 인적자원의 육성, 농식품·농어촌 정보화의 촉진, 농어촌 문화의 가치 확산 및 홍보, 농어업경영체의 역량 제고, 농수산물의 안전정보 제공 등을 효율적으로 추진하기 위하여 농림수산식품교육문화정보원(이하 “농정원”이라 한다)을 설립한다. &lt;개정 2013.3.23&gt;</p> <p>② ~ ③ 생략</p> <p>④ 농정원은 다음 각 호의 사업을 한다. &lt;개정 2013.3.23&gt;</p> <p>1. ~ 6. 생략</p> <p>7. 농림수산식품 분야의 지식 및 정보서비스 제공</p> <p>8. 생략</p> <p>⑤ ~ ⑥ 생략</p>	<p>제11조의2(농림수산식품교육문화정보원의 설립)</p> <p>① 농림축산식품부장관은 농어업 인적자원의 육성, 농식품·농어촌 정보화의 촉진, 농어촌 문화의 가치 확산 및 홍보, 농어업경영체의 역량 제고, <u>소비자에 대한 농수산물의 안전·품질 기타 정보 제공</u> 등을 효율적으로 추진하기 위하여 농림수산식품교육문화정보원(이하 “농정원”이라 한다)을 설립한다. &lt;개정 2013.3.23&gt;</p> <p>② ~ ③ 생략</p> <p>④ 농정원은 다음 각 호의 사업을 한다. &lt;개정 2013.3.23&gt;</p> <p>1. ~ 6. 생략</p> <p>7. <u>소비자에 대한</u> 농림수산식품 분야의 지식 및 정보서비스 제공</p> <p>8. 생략</p> <p>⑤ ~ ⑥ 생략</p> <p>⑦ <u>농수산물 및 가공식품의 안전·품질에 관한 정보를 생성하는 기관(국가기관으로부터 사무를 위탁받은 자를 포함)은 제4항 제7호의 지식 및 정보서비스 제공 목적으로 농정원이 요구하는 정보를 제공하여야 한다.</u></p>

주: 제3장 제9절(식품소비자정책)에 신설할 내용은 “농식품 소비자정책기본법(가칭)”에 포함될 내용을 압축한 것으로 제2, 3안에 따른 경우의 농식품 소비자정책기본법 요강에 해당됨.

- 법률 명칭을 “농어업·농어촌 및 식품 기본법”으로 개정하여 산업중심 법률 성격에서 탈피하여 소비자를 포함한 농식품정책 전반을 대상을 할 수 있도록 범위를 확대할 필요가 있음. “농어업·농어촌 및 식품 기본법” 제3장 제9절에 ‘식품소비자정책’이라는 절을 신설하고 “농식품 소비자정책기본법(가칭)”에 포함될 내용을 압축적으로 포함시키는 형태가 될 수 있음. ‘농림수산 식품교육문화원’에 농식품 소비자의 정보역량 강화를 위한 정보 제공 역할을 맡기는 것도 바람직함<표 6-13>.

## (2) 식생활 교육지원법

- 이법은 소비자의 식생활 교육을 통한 정보력 강화가 목적으로 명시되어야 하나, 기본적인 초점이 국내 농업의 보호와 발전을 위한 국민 의식제고에 맞추어져 있음. 국민을 소비자로서 생산자에 대응하여 정보력을 보장해야 할 주체로 보지 않고, 생산자에 대한 이해를 높여야 할 교육대상으로 보고 추진체계를 설정하고 있음.
- 국민이라는 개념보다는 ‘소비자’라는 개념을 사용하여 동법이 소비자의 식

표 6-14. “식생활 교육지원법” 개정안

현행법	개정안
제1조 이 법은 식생활에 대한 국민적 인식을 높이기 위하여 필요한 사항을 정함으로써 국민의 식생활 개선, 전통 식생활 문화의 계승·발전, 농어업 및 식품산업 발전을 도모하고 국민의 삶의 질 향상에 기여함을 목적으로 한다.	제1조 이 법은 식생활에 대한 <u>소비자의</u> 인식과 <u>정보역량</u> 을 높이기 위하여 필요한 사항을 정함으로써 <u>소비자의</u> 식생활 개선, 전통 식생활 문화에 <u>대한 올바른 정보</u> , 농어업 및 식품산업에 <u>대한 정확한 정보 취득</u> 을 도모하고 <u>소비자의</u> 삶의 질 향상에 기여함을 목적으로 한다.
제2조 2. “식생활 교육”이란 개인 또는 집단으로 하여금 올바른 식생활을 자발적으로 실천할 수 있도록 하는 교육을 말한다.	제2조 2. “식생활 교육”이란 개인 또는 집단 <u>으로서의 소비자</u> 로 하여금 올바른 식생활을 자발적으로 실천할 수 있도록 하는 교육을 말한다.
	<u>제14조 ② 1-2. 식생활 소비자의 권리 및 권한 및 그 행사방법에 관한 사항</u>

생활 정보역량을 강화하기 위한 법으로 자리매김할 수 있도록 해야 할 것임. 소비자로서 정보력을 보장 받아야 할 주체라는 관점에서 교육 지원을 구체화하는 법률로 개정이 필요함<표 6-14>.

- 법률 목적에서 소비자의 정보역량 제고가 명시되고, 소비자의 권리가 강조되어야 함. 또한 법률 전반의 ‘국민’이라는 용어를 ‘소비자’라는 용어로 바꿀 필요가 있음.

표 6-15. “농수산물품질관리법” 개정안

현행	개정안
제1조 이 법은 농수산물의 적절한 품질관리를 통하여 농수산물의 안전성을 확보하고 상품성을 향상하며 공정하고 투명한 거래를 유도함으로써 농어업인의 소득 증대와 소비자 보호에 이바지하는 것을 목적으로 한다.	제1조 이 법은 농수산물의 적절한 품질관리를 통하여 농수산물의 안전성을 확보하고 상품성을 향상하여 <u>농어업인의 소득을 증대하고</u> , 공정하고 투명한 거래를 <u>보장함</u> 으로써 <u>소비자의 권익증진</u> 과 소비생활의 향상에 이바지하는 것을 목적으로 한다
제3조 ④ 3. 시민단체(「비영리민간단체 지원법」 제2조에 따른 비영리민간단체를 말한다)에서 추천한 사람 중에서 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관이 위촉한 사람	제3조 ④ 3. 시민단체(「비영리민간단체 지원법」 제2조에 따른 비영리민간단체를 말한다) 또는 <u>소비자 보호법 제29조의 소비자단체에서 추천한 사람 중에서 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관이 위촉한 사람. 단 3호에 의해 위촉된 사람은 생산자단체에서 위촉된 사람과 동수가 되도록 하여야 한다.</u>
	제4조 10-2. 농식품 소비자정책에 관한 사항 <u>제62조 ④ 해당 농수산물을 생산, 저장, 운반 또는 판매(농산물만 해당한다)하는 자는 판매처 및 구입처에 관한 정보(매도인 및 매수인의 명칭, 전화번호, 가격, 물량 등을 포함)를 3년간 보관하고, 제1항에 따른 요구가 있으면 제출하여야 한다.</u>

### (3) 기타 관련 법률

- “농수산물품질관리법”의 경우는 법률 목적에서 공정하고 투명한 거래 보장을 통한 소비자 권익증대를 분명히 하고, 농수산물품질관리심의회의 위원자격에 소비자단체를 포함시킬 필요가 있음<표 6-15>.
- 법조항에 소비자를 직접적인 대상으로 포함시키고, 거래투명화와 안전관리를 위해 거래내역의 기록에 관한 항목을 포함함.

표 6-15. “농수산물품질관리법” 개정안(계속)

현행	개정안
<p>제103조 ① 농림축산식품부장관, 해양수산부장관 또는 식품의약품안전처장은 농수산물의 안전성조사 등 농수산물의 안전과 품질에 관련된 정보 중 국민이 알아야 할 필요가 있다고 인정되는 정보는 「공공기관의 정보공개에 관한 법률」에서 허용하는 범위에서 국민에게 제공하여야 한다.</p> <p>② 농림축산식품부장관, 해양수산부장관 또는 식품의약품안전처장은 제1항에 따라 국민에게 정보를 제공하려는 경우 농수산물의 안전과 품질에 관련된 정보의 수집 및 관리를 위한 정보시스템(이하 “농수산물안전정보시스템”이라 한다)을 구축·운영하여야 한다. &lt;개정 2013.3.23&gt;</p> <p>③ 농수산물안전정보시스템의 구축과 운영 및 정보 제공 등에 필요한 사항은 총리령, 농림축산식품부령 또는 해양수산부령으로 정한다.</p>	<p>제103조 ① 농림축산식품부장관, 해양수산부장관 또는 식품의약품안전처장은 농수산물의 안전성조사 등 농수산물의 안전과 품질에 관련된 정보 중 <b>소비자가</b> 알아야 할 필요가 있다고 인정되는 정보는 「공공기관의 정보공개에 관한 법률」에서 허용하는 범위에서 <b>소비자</b>에게 제공하여야 한다.</p> <p>② 농림축산식품부장관, 해양수산부장관 또는 식품의약품안전처장은 제1항에 따라 <b>소비자</b>에게 정보를 제공하기 위해 농수산물의 안전과 품질에 관련된 정보의 수집 및 관리를 위한 정보시스템(이하 “농수산물안전정보시스템”이라 한다)을 구축·운영하여야 한다. &lt;개정 2013.3.23&gt;</p> <p>③ 농수산물안전정보시스템의 구축과 운영 및 정보 제공 등에 필요한 사항은 총리령, 농림축산식품부령 또는 해양수산부령으로 정한다.</p>

- 그 밖에 “농수산물의 원산지표시에 관한 법률”, “소 및 쇠고기 이력관리에 관한 법률” 등 소비자정책과 관련된 개별 제도에 관한 다수의 법률에서도 소비자의 입장이 충실히 반영되지 않고 공급자 관점이 중심을 이루고 있어 관련 법률 전반에 대한 개정이 필요함.

#### 나. 제2안

- 제2안은 “식품소비자정책기본법(잠정)”을 별도로 제정하여 각 개별 법에 흩어져 있는 관련 규정들을 상호 관련짓는 방안임. “식품소비자정책기본법(잠정)”은 농식품 소비정책 관련 기본계획 수립, 권리와 책무, 실행계획, 운영주체의 역할 등의 규정으로 구성될 수 있음.
  - 농산물 등의 안전, 품질에 관한 기본계획수립 등에 관한 사항을 구체적으로 규정(“소비자기본법”, “식품안전기본법”에 규정되어 있으나, 농림축산식품부의 관점에서 근거규정 및 세부내용을 포함)
  - 농식품산업 종사자의 기본책임을 규정하는 내용(제조물책임과 동일한 책임을 부담하는 것, 유해불량식품의 섭취로 인한 정신적 고통의 배상, 이력관리의무 등)
  - 농산물 등의 정보수집, 전달의 책임, 위해농산물 등에 대한 신속대응체계의 구비 책임을 단일 기관에 부과하는 내용(농산물품질관리원 등 품질, 안전관리 기관에 대한 정보수집권한, 그 기관들의 정보전달의무 등을 포함)
  - 소비자 교육 관련 책임을 동일한 주체에게 부과하는 내용

#### 다. 제3안

- 제3안은 농식품 소비자 보호에 가장 근접한 법은 “식생활 교육지원법”이므로 이 법을 전면개정하여 “농식품 소비자기본법을 제정하는 방안임. 이 법은 식생활 교육에 관한 계획수립, 실행에 관한 추진체계를 갖추고 있으므로 농식품 소비자정책 추진으로 확대될 경우, 기존 조직체계의 권한을 강화하거나 정비함으로써 전환이 가능할 것임.

## 라. 대안별 비교

- 농식품 소비자정책 추진을 위한 법률 개정안으로 제시된 3가지 대안은 법률 제·개정에 대한 효과와 비용, 추진체계의 이해상충 여부와 신속성 등을 종합적으로 감안하여 효율적인 방안에 대한 모색이 필요함<표 6-16>.
- 제1안의 농식품 소비 관련 개별 법률에 소비자정책 관련 조항을 추가 또는 개정하는 방안은 공급자 및 소비자를 규율하는 조항이 법률 내에 동시에 있게 되어 법률의 체계적인 완결성이 낮고, 법 제정 및 전면 개정에 비해 파급력이 상대적으로 낮을 것으로 보임. 반면, 제1안은 새로운 법률제정에 대한 반발이 없기 때문에 이해관계자의 의견수렴이 용이하며, 법률 개정의 비용절감과 신속성 측면에서 다른 대안에 비해 우수한 것으로 평가될 수 있음.
- 제2안은 신규로 농식품 소비자정책의 근거법률을 제정하는 방안으로 법률의 체계적인 완결성이 가장 우수하고 법률 제정의 파급력이 가장 클 것으로 예상됨. 반면, “소비자기본법” 등 기존 법률과의 차별성 논란 등으로 이해관계자의 의견수렴이 용이하지 않고, “식생활 교육지원법”이 존속하게 되어 중복업무가 발생할 소지가 있으므로 비용대비 효과가 떨어질 수 있음. 또한 법률 개정의 비용이나 신속성 측면에서도 어려움이 있을 것으로 예상됨.
- 제3안은 “식생활 교육지원법”을 전면 개편하는 안으로 1안과 2안의 절충 형태임. 제3안의 경우 법률체계의 완결성이 비교적 높고, 법 개정의 파급력, 비용절감, 신속성 측면에서도 비교적 높다고 평가됨. 반면 기존 “식생활 교육지원법”이 대체되는 형태이므로 그동안 식생활지원정책의 추진을 담당해 온 식생활 교육 주체들과의 이해관계가 상충될 가능성이 존재함.

표 6-16. 법률 개정 대안별 장단점 비교

	제1안 개별 법령 개정	제2안 별도 제정	제3안 관련법 전면 개정
법률의 체계적 완결성	×	○	△
이해 관계자 의견수렴의 용이성	○	×	×
법 개·제정이 미칠 과급력	×	○	△
법률 개·제정의 비용 절감	○	×	△
법률 개·제정의 신속성	○	×	△

주: ○는 가장 높음, △는 상대적으로 높음, ×는 낮음.

#### 2.4.3. 제2, 3안에 따를 경우 농식품소비자정책기본법의 요강<sup>39</sup>

- 농식품 소비자 보호를 위한 기본계획의 수립·집행을 통해 소비자가 높은 품질의 농식품을 안전하게 소비할 수 있는 권리를 실현하도록 하기 위한 것임 (제1조의 목적).
- 농식품 소비에서의 소비자의 권리를 규정(선언적 내용)
  - 표시제도를 소비자의 이익에 부합하게 운영함으로써 정보권을 보장
  - 안전한 농식품을 소비할 수 있는 권리의 보장
  - 위해농식품에 대한 신속한 정보 제공, 농식품에 관한 충분한 정보 제공 등을 통해 소비자의 선택권을 보장
  - 소비자의 의견이 정책에 반영

<sup>39</sup> 실질은 제1안과 다르지 않지만, 소비자 관련 정보의 수집, 분석, 전달의 책임과 소비자 교육의 책임을 별도로 신설할 조직에게 맡기는 것임. 그 점에서 불 때 식생활 교육지원법상의 교육 기관이 대체되거나 그 교육기관의 상위기관이 설치되는 효과가 생길 것임.



- 농식품으로 인한 피해의 신속하고 공정한 배상을 위한 권리
  - 농식품 소비생활에서의 취약계층의 보호
- 국가, 지방자치단체, 사업자의 책무를 규정(제2장)
- 국가의 책임: 표시관련 제 법령의 유기적 연관성을 높임으로써 소비자의 정보권을 보장하는 것, 소비자에게 신속하게 효과적으로 농식품에 관한 제방 정보를 제공할 수 있는 조치의 마련, 농식품 소비자의 능력을 향상하기 위한 교육 등의 수행, 농식품 소비자분쟁의 신속한 해결절차의 마련 등
  - 지방자치단체 등의 책임: 농식품 소비자권리의 실현을 위해 노력할 의무, 그 일환으로 정보 제공 의무, ‘법규위반 식품에 대한 공지의무’도 포함시킬지 검토하고, 위해 식품은 신속경보체계를 가동시키고, 품질 등 위반 식품은 공시하도록 하는 법률규정을 두는 것 고려
  - 사업자의 책무: 안전한 식품을 제공할 의무, 사실에 반하는 표시를 해서는 안 될 의무, 위반 시 소비자에게 손해가 발생한 경우 입증책임을 전환하는 방안, 제조물책임법에 준하는 책임을 사업자에게 부과, 유해불량식품의 섭취로 인한 정신적 고통의 적정한 배상의 근거규정을 명시
- 농식품 소비자기본계획과 실행계획의 수립(제3장)
- 농식품 소비자단체 및 농식품 정보센터, 식생활 교육지원(제4장)<sup>40</sup>
- 농식품 소비자단체의 등록, 역할 등에 관한 규정
  - 농식품 정보센터의 조직 및 역할, 기능에 관한 규정
  - 식생활 교육지원의 주된 방법, 내용, 실행 주체 등에 관한 규정

<sup>40</sup> 농식품 정보센터는 “농어업·농어촌 및 식품산업기본법”상의 농림수산식품교육문화정보원 산하에 센터를 설치해도 되고, 농정원이 그 기능을 담당해도 될 것임.

## ○ 피해구제

- 기존의 농식품 안전, 품질 위반에 대한 시정조치를 그대로 유지하면서 시정조치의 집행체계를 원활히 할 필요성이 있으므로 이에 대한 근거를 마련, 해당 조직에 시정조치를 취하도록 요구할 권한을 부여, 관련 지방자치단체, 농산물품질관리원 등은 이에 따를 의무를 부과
- 피해구제절차에서 농식품 정보센터에서 조정·중재 등의 절차를 수행할 수 있도록 하는 것을 검토하고, 위법사실의 통보 및 합의권고를 할 권한, 한국소비자원의 분쟁-조정위원회에 조정을 신청할 권한, 정보 제공할 권한 등을 규정할 필요성에 대해서도 검토
- 소비자단체소송 등은 “소비자기본법”과 보조를 맞추어 추진 필요

표 6-17. “(가칭)농식품 소비자정책기본법”의 기본 골격

## 제1장 총칙

## 제1조(목적)

이 법은 소비자가 품질 좋은 농식품을 안전하게 소비할 수 있도록 하기 위하여 소비자의 권리, 국가·지방자치단체 및 사업자의 책임, 소비자와 사업자와의 관계, 기타 농식품 소비자정책의 종합적 추진을 위한 기본적 사항을 규정함으로써 국민의 소비생활의 질 향상과 국민경제의 발전에 기여함을 목적으로 한다.

## 제2조(정의)

이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “농식품”이란 「농어업·농어촌 및 식품산업 기본법」의 농산물, 수산물, 그리고 농수산물을 원료로 하는 모든 음식물을 말한다.
2. “식생활 교육”이란 개인 또는 집단으로 하여금 올바른 식생활을 자발적으로 실천할 수 있도록 하는 교육을 말한다.
3. “농식품 소비자”란 농식품을 소비생활을 위하여 사용하는 자를 말한다.
4. “농식품사업자”란 농식품을 생산, 수입, 유통, 판매하는 자를 말한다.
5. “농식품 소비자단체”라 함은 농식품 소비자의 권익을 증진하기 위하여 소비자가 조직한 단체를 말한다.

## 제3조 (다른 법률과의 관계)

농식품 소비자의 권익에 관하여는 이 법에서 규정한 것을 우선하여 적용한다.

표 6-17. “(가칭)농식품 소비자정책기본법”의 기본 골격(계속)

## 제4조 (농식품 소비자의 권리)

- 표시제도를 소비자의 이익에 부합하게 운영함으로써 정보권을 보장
- 안전한 식품을 소비할 수 있는 권리의 보장
- 위해식품에 대한 신속한 정보 제공, 농식품에 관한 충분한 정보 제공 등을 통해 소비자의 선택권을 보장
- 소비자의 의견이 정책에 반영될 수 있도록 함.
- 농식품으로 인한 피해의 신속하고 공정한 배상을 위한 권리

## 제5조(취약계층의 농식품 소비자의 권리)

- 어린이
- 노인
- 기타 취약계층

## 제2장 국가·지방자치단체 및 농식품사업자의 책무

## 제6조 (국가의 책무)

- 국가의 책임: 표시관련 제 법령의 유기적 연관성을 높임으로써 소비자의 정보권을 보장하는 것, 소비자에게 신속하게 효과적으로 농식품에 관한 제방 정보를 제공할 수 있는 조치의 마련, 농식품 소비자의 능력을 향상하기 위한 교육 등의 수행, 농식품 소비자분쟁의 신속한 해결절차의 마련 등

## 제7조(지방자치단체의 책무)

- 지방자치단체 등의 책임: 농식품 소비자권리의 실현을 위해 노력할 의무, 그 일환으로 정보 제공 의무, “법규위반 식품에 대한 공지의무”도 포함시킬지 검토-위해식품은 신속경보체계를 가동시키고, 품질 등 위반 식품은 공시하도록 하는 법률규정을 두는 것 고려.

## 제8조 (사업자의 책무)

- 사업자의 책무: 안전한 식품을 제공할 의무, 사실에 반하는 표시를 해서는 안될 의무 등을 명확히 하고, 이에 위반하여 소비자에게 손해가 발생한 경우 입증책임을 전환하는 방안 등을 검토. 제조물책임법에 준하는 책임을 사업자에게 부과할 필요성. 이로써 제조물책임법상의 결함을 보완하는 효과 도출.

## 제3장 농식품 소비자정책의 추진체계

## 제9조(농식품 소비자정책의 기본계획의 수립)

- ① 농림축산식품부장관은 농식품 소비자정책을 종합적이고 체계적으로 추진하기 위하여 5년마다 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여 기본계획(이하 “기본계획”이라 한

표 6-17. “(가칭)농식품 소비자정책기본법”의 기본 골격(계속)

다)을 수립하여야 한다. <개정 2013.3.23>

② 기본계획은 다음 각 호의 사항을 포함한다.

- 기본계획에 포함되어야 할 사항들을 열거함.

③ 농림축산식품부장관은 기본계획을 수립하는 때에는 농식품 소비자정책위원회의 심의를 거쳐야 한다. 기본계획을 변경하는 경우에도 같다.

제10조(시·도계획 및 시·군·구계획의 수립)

① 특별시장·광역시장·도지사·특별자치도지사(이하 “시·도지사”라 한다)는 기본계획에 따라 5년마다 시·도 농식품 소비자정책 계획(이하 “시·도계획”이라 한다)을 수립하여 시행하여야 한다.

② 시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다. 이하 같다)은 시·도 계획에 따라 5년마다 시·군·구 농식품 소비자정책 계획(이하 “시·군·구계획”이라 한다)을 수립하여 시행하여야 한다.

③ 시·도계획 및 시·군·구계획은 제20조에 따라 시·도 식생활 교육 위원회 및 시·군·구 식생활 교육 위원회를 둘 경우에는 각 위원회의 심의를 거쳐야 한다. 시·도계획 및 시·군·구계획을 변경하는 경우에도 같다.

제11조 (의견청취)

소비자단체의 의견을 청취하는 내용을 포함함.

제4장 농식품 소비자단체, 농식품 정보센터 및 식생활 교육지원

제1절 농식품 소비자단체

제12조(농식품 소비자단체)

제2절 농식품 정보센터

제0조(조직)

농수산식품교육문화정보원이 농식품 정보센터의 역할을 하도록 하는 권한을 규정할 수 있을 것임.

제0조 (권한)

농식품의 안전, 품질 등에 관한 정보수집권한, 정보가공권한, 정보전달권한, 정보공포권한 등을 규정함.

제0조(국제교류의 촉진)

표 6-17. “(가칭)농식품 소비자정책기본법”의 기본 골격(계속)

## 제3절 식생교육지원

## 제0조(식생활 교육 운동)

- ① 식생활 교육은 교육관계자, 농어업인, 식품 관련 종사자, 식생활 관련 단체와 소비자단체의 자발적 참여와 연대하에 전국적으로 전개되어야 한다.
- ② 식생활 교육은 어린이가 올바른 식생활을 실천할 수 있도록 부모, 보호자, 교육관계자, 농어업인, 식품 관련 종사자 등의 적극적 참여하에 지속적으로 추진되어야 한다.

## 제0조(식생활 체험활동 촉진)

식생활 교육은 환경과 조화를 이룬 식품의 생산부터 소비까지 다양한 식생활 체험 활동을 통하여 국민 스스로 올바른 식생활을 실천할 수 있도록 추진되어야 한다.

## 제0조(전통 식생활 문화 계승과 지역 농수산물의 활용)

식생활 교육은 우수한 한국형 식생활의 확산을 통하여 전통 식생활 문화를 계승·발전시켜 세계화하고, 식품 생산자와 소비자 간의 상호교류 등을 촉진함으로써 농어촌의 경제 활성화와 지역 농수산물의 활용 촉진에 기여하도록 추진되어야 한다.

## 제0조(환경친화적인 식생활 실천)

식생활 교육은 식품의 생산부터 소비까지 일련의 과정에서 에너지와 자원의 사용을 줄이고 온실가스 및 오염물질의 배출을 최소화할 수 있는 환경친화적인 식생활이 이루어질 수 있도록 추진되어야 한다.

## 제0조(전통 식생활 문화 및 농어촌 식생활 체험 활성화)

- ① 국가와 지방자치단체는 전통 식생활 문화 체험 활성화를 위하여 전통 식생활 문화 체험관 및 홍보관, 전통 식생활 문화 교육시설 등을 건립할 수 있다.
- ② 농림축산식품부장관은 농어촌에 대한 이해를 증진시키고 식생활 체험 기회를 다양화하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 우수 농어촌 식생활 체험공간(이하 “우수체험공간”이라 한다)을 지정할 수 있다. <개정 2013.3.23>
- ③ 우수체험공간의 지정기준은 다음 각 호와 같다.
  1. 농어촌 식생활 체험시설, 주변경관, 접근성 등 체험환경의 우수성
  2. 농어촌 식생활 체험 프로그램의 적절성
  3. 농어촌 식생활 체험 또는 교육 관련 인력의 전문성
- ④ 농림축산식품부장관은 우수체험공간 활성화를 위한 교육 또는 체험 프로그램 개발, 교육 또는 홍보 등에 필요한 경비 등을 지원할 수 있다. <개정 2013.3.23.>

## 제0조 (식생활 교육기관)

표 6-17. “(가칭)농식품 소비자정책기본법”의 기본 골격(계속)

- ① 농식품 정보센터에서 제0조부터 제0조의 식생활 교육 및 식생활체험활동 계획을 수립하여 집행한다.
- ② 농식품 정보센터는 식생활 교육 및 식생활체험활동 계획의 집행을 농식품 소비자단체 또는 생산자·생산자단체에 위탁하여 수행할 수 있다.

제4장 농식품 소비자 피해구제 등

제1절 위해식품 경보체계의 수립과 집행

제2절 위해식품 및 표시위반 농식품에 관한 정보 제공

제3절 농식품 소비자의 피해구제

제5장 보칙

## 제 7 장

### 요약 및 결론

#### 1. 연구결과의 요약

- 이 연구는 농식품 소비자정책의 목표와 추진방향을 재정립하고, 주요 정책 분야의 운영실태를 파악하여 개선방향을 제시하는 것을 목적으로 하였음.
- 제2장에서는 농식품 소비자정책의 추진 여건을 살펴보고, 농식품 소비자정책의 목표와 범위를 정립함. 농식품정책은 국가차원에서의 충분한 식량 공급, 안전하고 품질 좋은 농식품 공급, 균형 잡힌 농식품영양 섭취를 위한 농식품 접근성 보장, 농식품영양 및 식생활 정보 제공을 통한 농식품 이용성 확보를 목표로 추진됨. 농식품 소비정책은 농식품정책의 범위 중에서 농식품선택·농식품 소비·영양소섭취단계를 대상으로 하며, 농식품 분야 소비자정책은 ‘농식품 소비정책의 소비자 권리보호와 직접적으로 관련 있는 정책’으로 규정될 수 있음.
- 농식품 소비자정책의 목표 달성을 위한 정책수단은 상대적으로 정보가 취약한 소비자를 대상으로 정보 제공, 교육, 소비자 상담 및 피해구제, 식생활 환경조성 등의 지원정책과 사업자를 대상으로 하는 규제정책으로 구분될

수 있음. 이 연구에서는 농식품 분야 소비자 지원정책 중에서 정보권과 구제권, 정책기반조성에서 법령정비와 통계개선을 중심으로 운영현황과 추진과제를 검토하였음.

- 또한 소비자의 관점에서 농식품 시장이 적정하게 운영되고 있는지를 종합적으로 평가하는 농식품 소비자역량지수를 개발함. 농식품 소비자역량지수는 농식품 소비단계에 따라 농식품 구매역량지수, 식생활역량지수, 피해구제역량지수로 구분되었으며, 농식품 소비자 구매역량지수와 피해구제역량지수는 EU의 시장성과지수를 참고하여 평가요소를 선정하였음. 소비자의 식생활역량은 소비자가 음식을 조리·섭취·폐기하는 과정에서 건강식생활에 얼마나 근접하는 가를 ‘녹색 식생활지침’ 등을 참조하여 계측하였음.
- 농식품 소비자정책 관련 법률은 중앙정부 소관 법률뿐만 아니라 지방자치단체에서의 해당 조례가 해당하며, 추진조직은 소비자정책기관(중앙, 지방)과 민간부문의 소비자단체나 소비자생활협동조합 등을 포함함. 지방자치단체의 경우 식생활 교육 관련 업무는 대부분 농업정책 유관 과에서, 소비자 행정 업무는 대부분 경제정책 유관 과와 산하 소비생활센터에서 담당하며 농업기술원(농업기술센터)이 지자체 직속기관으로 설치되고 있음.
- 제3장에서는 농식품 분야에서의 소비자 정보·교육사업, 소비자 피해구제, 소비자정책 관련 통계 및 법률의 현황과 당면과제를 검토하였음. 중앙정부/지방자치단체/민간기관에서 다양한 소비자 정보 제공과 교육 및 홍보사업을 추진하고 있으나 소비자에게 분산적으로 자료가 제공되고, 정보 제공 주체별 정보의 공유와 소통이 원활하게 이루어지지 않고 있음. 소비자가 원하는 정보탐색에 어려움이 있으며, 소비자의 의견을 반영하는 체계를 구축하지 못한 측면이 있음. 농식품 소비자 교육 및 홍보사업도 부처별·사업별로 연계없이 단편적 정보전달 교육방식이 주를 이루고, 일회적인 교육 및 캠페인이 운영되고 있어 지속적인 효과를 기대하기 어려운 상황임.



- 소비자들은 농식품에 불만이 있을 경우 기업이나 1372소비자 상담센터(한국소비자원, 민간소비자단체, 지방자치단체 통합 운영)에 상담을 의뢰 또는 국민신문고 등을 통해 중앙행정기관에 민원을 신청할 수 있으나, 농식품 관련 민원의 경우 유통경로 및 형태별로 민원업무가 분리되어 소비자 민원상담 신청 시 어려움이 발생하고 있음.
- 상담을 통해 문제가 해결되지 않을 경우 한국소비자원/소비자단체/법원을 통해 피해구제 절차를 밟을 수 있으나 농식품의 경우 사고에 대한 소비자와 사업자의 농식품에 대한 기대수준에 격차가 있고, 위해식품과 이로 발생한 손해 사이의 인과관계를 입증하는 것이 어려운 특징이 있음. 또한 “제조물 책임법”에 1차 농축수산물이 제외되며, ‘농식품의 분쟁해결기준’ 규정이 미흡하고 농식품 분야의 집단분쟁조정이나 단체소송제도는 활성화되고 있지 않은 상황임.
- 농식품 소비량 관련 통계로는 현재 양곡에 대해서만 국가승인통계로 소비량 조사가 추진되고 있으며, 그 밖에 지출액(가계동향조사)과 섭취량(국민건강영양조사) 조사가 진행되고 있음. 농식품 소비행태에 대한 조사는 정부 및 민간 기관에서 몇몇 진행되고 있으나 단편적이거나 일시적으로 추진되는 경우가 대부분임. 통계 제공이 분산되고 세부적인 이용 방법 설명이 부족하며, 통계 활용도가 높지 않음. 기관별로 운영하고 있는 농식품코드시스템은 데이터베이스 생성 목적에 따라 코드부여 방식이 다르고, 농식품의 범위와 분류도 통계마다 차이가 있음.
- “소비자기본법”은 농식품 소비의 특성에 부합되는 소비자의 권리를 보장하기에 미흡한 수준임. 농식품의 안전 및 품질보장에 관한 법규가 “식품위생법”, “농수산물품질관리법”, “소 및 쇠고기 이력관리에 관한 법률” 등으로 분산되어 있으며, 농식품 소비자의 피해 구제가 미흡한 상황임. 또한 농림축산식품부 소관 소비자정책 관련 개별 법률이 대부분 소비자 입장이 아닌

공급자 규율에 초점이 맞추어져 있고, 소비자정책에 관한 부분을 포함하지 않음.

- 제4장에서는 소비자와 전문가 설문조사 결과를 바탕으로 소비자의 농식품 정보·교육·피해구제 이용 실태를 파악하고, 관련 정책에 대한 평가의견을 조사하였음. 응답 소비자의 70% 이상은 농식품 정보 제공 사이트에 대해서 전혀 모른다고 응답하였으며, 1년 전에 비해 농식품 관련 정보를 더 많이 이용하게 되었는가에 대한 질문에 대해서는 부정적인 평가(42.1%)가 우세하였음.
- 소비자들은 농식품 정보 중에서 농식품 구입정보와 영양·성분에 대해 높은 관심을 나타낸 반면, 식문화와 식품상담·피해구제는 정보도 충분하지 않고 관심도 상대적으로 낮았음. 소비자들이 농식품 정보 관련 가장 큰 문제점으로 인식하고 있는 것은 ‘농식품 정보의 신뢰성’(17.5%)이며, 다음으로는 농식품 정보에 대한 접근이 어렵거나 알기 어렵다는 의견이 많음.
- 2010년 이후(최근 4년간) 농식품 관련 교육이나 홍보 관련 사업에 참여한 소비자는 7% 정도였으나 대부분 ‘우수 농산물 직거래장터’와 박람회·캠페인 참여 형태로 조사되었음. 소비자들은 농식품 관련 소비자 교육의 문제점으로 ‘교육프로그램이 부족하다고 느끼거나 교육받는 방법을 모르겠다’고 응답한 비중이 높아 접근성에 어려움을 느끼고 있는 것으로 나타났으며, 실효성이 없다는 의견 비중도 높음. 소비자들이 농식품 관련 교육을 받고자 희망하는 분야는 식생활 관련 분야(21.1%)가 가장 많았음. 대상자별로 주부 대상 교육이 가장 필요하며, 가정과 학교에서의 교육을 중요하게 평가하였음.
- 향후 소비자조직에 가입할 의향이 있는 소비자는 39.5%의 비중에 달하였고, 소비자 조직 활성화를 위해 필요한 정부지원이 필요한 분야는 ‘생산자·

유통업체 등 소비정보 제공'(25.8%), '소비자 교육지원'(22.3%)으로 조사됨.

- 상담경로 중에서 1372소비자 상담센터와 농식품부 민원상담콜센터 등에 대한 인지도는 10%대에 불과하였으며, 최근 2년간 농식품과 관련하여 피해를 입은 경험이 있는 소비자는 11.6%임. 식품 관련 피해를 입은 경우 응답소비자의 66.7%는 구입처에 불만을 제기하였으며, 30%의 소비자들은 그냥 지나치는 것으로 조사됨.
- 전문가들은 농식품 정보 관련 가장 큰 문제점으로 '농식품 정보가 복잡하고 너무 많다'(23.1%)와 '원하는 정보가 어디에서 제공되는지 찾기 어렵다'(22.4%)는 의견이 많았음. 농식품 및 식생활 관련 소비자 교육에 대해서 조사대상 전문가의 45.5%가 만족스럽지 않다는 의견을 나타내었으며, '식생활 교육방법에 대한 홍보 부족'(17.1%)과 '교육교재의 비표준화'(17.1%), '교육 프로그램 난립'(16.3%)이 가장 시급한 것으로 지적됨.
- 전문가들은 농식품 및 식생활 관련 소비자 교육 개선을 위해 '식생활 교육 추진체계구축'(29.8%)과 '식생활 교육 표준 프로그램(교재) 정립'(24.8%)이 가장 시급하며, 주부(9.6점) 대상 교육과 가정(8.5점) 및 학교(8.4점)에서의 교육이 가장 필요한 것으로 평가하였음.
- 소비자단체, 소비자생활협동조합, 마을공동체 등 소비자조직의 식생활 관련 사업에 대한 정부의 지원에 대해서는 필요하다는 의견이 다수를 점하였음. 소비자조직에 대한 정부지원으로 '소비자 교육지원'(30.1%), '소비 정보 제공'(23.1%)이 필요한 것으로 조사됨.
- 농식품 관련 상담업무의 문제점으로 '부처별 분산운영으로 소관기관 연결이 어렵다'(53.6%)는 비중이 절반 이상으로 가장 높았으며, 소비자 상담 효율화를 위해 '상담 및 피해신고 창구의 일원화'(52.8%)가 필요하다고 평가함.

- 소비자가 농식품으로 피해를 입은 경우 적절한 보상을 받기 위해 농업계 전문가는 ‘법률 재정비’(25.9%)를 가장 우선적으로 제시한 반면, 비농업계 전문가와 학계에서는 ‘사업자에 대한 관리강화’가 가장 중요하다고 지적하였음. 농식품 관련 피해구제 개선을 위해 ‘집단소송제 도입을 통해 피해구제를 활성화’(4.2점)가 높게 평가되었으며, ‘농식품 피해 신청 시 결함에 대한 소비자 입증책임을 완화하도록 법률 개정’(4.0점)이 필요하다는 의견도 많음. 농식품 분야에서 소비자 주권을 보호하기 위해 법률 제·개정의 필요성에 대해 대부분(77.1%) 전문가들은 필요하다고 응답하였음.
- 소비자의 농식품 구매역량을 농축수산물, 가공식품, 외식 등 시장 부문별로 5가지 구성요소(비교용이성, 정보권, 선택권, 신뢰성, 만족도)에 대해 측정하고, 가중치를 적용하면 농식품 소비자 구매역량은 10점을 만점으로 할 경우 6.4~6.6점 수준으로 평가될 수 있음. 소비자의 식생활역량지수는 건강한 식생활의 7가지 구성요소에 대해 소비자 설문조사를 통해 0~10점으로 평가한 후, 구성요소 평가점수를 평균하여 7.3점으로 계측되었음. 상담 경로 인지도 및 이용도, 피해구제 시 대처방법을 평균한 소비자의 농식품 피해구제역량은 4.6점 수준으로 평가되었으며, 대안별 농식품 소비단계별 가중치를 적용하여 농식품 소비자역량지수를 산출한 결과 6.2~6.4점 수준으로 추정됨.
- 제5장에서는 미국, 일본, 독일의 농식품 소비자정책을 살펴보고 그 시사점을 제시하였음. 미국에서 농식품 분야 소비자정책은 정부가 조정 기능을 수행함으로써 소비자의 권익을 보호하고 동시에 시장의 기능이 제대로 수행될 수 있도록 조정하는데 중점을 두고 있음. 직접 규제보다는 기본적으로 정보 제공 및 교육에 역점을 두고, 연방정부·주정부·민간 등 3자의 역할분담과 조화를 특징으로 함.
- 미국의 농무부는 지역사회 식품공급체계의 공정성·형평성·지속가능성을 증

진시키기 위해 지역사회식품보장정책(commuity food security)을 실시하고, 이 정책의 원활한 시행을 위해 민간단체로 구성된 지역사회식품보장연대(CFS)와 민관합동기구인 식품정책협의회가 관여하고 있음. 소비자 피해구제는 연방거래위원회, 사업개선협회(BBB), 음부즈맨 등이 관련되며, 리콜제도와 집단소송제도가 활발히 운영되고 있음.

- 일본에서는 소비자청 설치로 각 성청이 소관하고 있었던 표시·거래·안전에 관한 법률이 이관되고, 도도부현에 소비생활센터와 독립행정법인인 국민생활센터를 설치·운영하고 있음. 일본에서 식생활 교육은 내각부와 관계 성청, 지역, 학교 등이 연계하여 다양한 활동과 정보 제공 등이 추진되고 있음. 식품안전위원회, 후생노동성, 농림수산성 및 소비자청에서는 홈페이지·매스미디어·메일 매거진 등을 통해 정보를 제공하고 있으며, 식품분야에 관한 상품평가 등 리포트는 일본생협연합회 등 소비자단체가 일부 실시하고 있음. 소비자 피해구제는 독립행정법인 국민생활센터 분쟁위원회가 주도적인 역할을 담당하고 있음.
- 독일에서는 식품·농업 및 소비자 보호부(BMELV)에서 소비자 보호에 관한 정책을 수립하며, 소비자정책의 주요 원칙은 ① 예방적 소비자 건강·안전 보호와 소비자 경제적 이익 보호, ② 자기 결정과 개인 책임 강화 등임. 농식품과 관련된 소비자 보호에 관한 법 집행은 16개 연방주에서 담당하고 있으며, 연방주들은 중앙정부와 협조체계를 구축하고 있음. 전국적으로 활동하는 소비자단체에는 상품조사재단과 소비자단체총연합회 등이 있으며, 소비자단체가 정부기관 전문 자문기구로 참여하는 대표적인 사례는 독일표준화기구(DIN)의 소비자위원회가 있음. 각 연방주와 BVL은 2011년부터 ‘소비자 정보포털’을 운영하며, 소비자센터는 ‘식품투명성포털’을 운영함. 소비자 피해구제는 소비자단체가 소비자를 대신하여 소송을 제기하는 집단적 구제제도를 도입하고 있음.

- 미국, 일본, 독일 소비자정책의 공통점은 대체로 소비자역량 강화와 권익 보호를 중요시하고 있으며, 중앙 및 지방 정부는 물론 민간의 다양한 주체가 협력·연계하여 소비자정책을 추진하고 있는 것으로 요약할 수 있음.
- 제6장에서는 농식품 소비자정책의 추진방향을 제시하고, 정책과제를 제시하였음. 농식품 소비자정책은 종합적·체계적 추진체계를 구축해야 하며, 소비자의 식생활과 밀착된 현장중심의 실효성 있는 전달체계로 운영되어야 함. 궁극적으로는 농식품 분야에서 소비자의 권리를 강화함으로써 소비자의 권익을 증진시키고 소비생활을 향상하는 데 역점을 두어야 함.
- 단편적, 일시적, 분산되어 추진되고 있는 농식품 정보·교육·홍보의 추진체계를 효율적으로 개선하기 위해서는 중장기 추진계획 하에 주체별 역할을 재정립하고, 관련기관 간의 협력체계를 강화하는 방향으로 운영체계를 구축할 필요가 있음. 농식품 소비정책의 컨트롤 타워인 유관기관협의체 신설·운영이 필요하며, 농림수산물교육문화정보원, 식생활 교육국민네트워크, 식생활 교육문화연구센터(가칭)는 농식품부의 정보·교육·홍보사업을 지방자치단체로 배분·평가하는 역할과 표준교육교재·프로그램 개발 및 제작, 라이브러리 구축, 강사인증 등 중앙행정기관과 지방자치단체를 연결하는 거버넌스 역할을 수행해야 함. 지방자치단체에서는 시도별 계획 수립과 예산 교부등을 담당하며, 기술원/소비생활지원센터/식생활 교육지원센터는 정부기관과 민간단체를 이어주는 지역단위 민관협력체계의 중심축을 형성함. 지역의 식생활 교육지정기관, 식생활체험기관, 농업기술센터, 지방소비생활센터, 지역 소비자단체, 시민단체 등에서는 교육강사를 양성하고, 소비자에 대한 교육을 실시함. 정책 대상 소비조직을 중앙단위 소비자단체 중심에서 지역의 다양한 농식품 소비 및 식생활 관련 조직을 포괄하는 형태로 접근하는 형태로 전환할 필요가 있으며, 다양한 형태의 협의체를 통해 공유와 역할분담에 대한 논의가 활성화되어야 할 것임. 또한 농식품 교육·홍보사업이 효과적으로 추진되기 위해 마을공동체 사업, 공동구매조직 등 생활에 밀착된

소비자 조직에 연계시킬 수 있는 사업에 대해 검토해야 함.

- 식생활 교육의 표준화, 체계화, 전문화를 위해 민간자격증제도 도입을 통한 전문인력 육성을 추진해야 함. 서울교대의 방과후 강사 양성과정을 벤치마킹하여 교육과정을 충실히 이수한 자에게는 민간기관 대표자 명의의 ‘식생활 교육강사(안) 2급’ 자격증을 발급하고, 일정 기간 활동 후 중앙센터에서의 재교육을 통해 1급으로 승급할 수 있는 기회를 부여하는 방안을 검토할 필요가 있음.
- 농식품 소비자 정보 이용 활성화를 위해서는 농식품 관련 정보들을 모아 소비자들에게 윈스톱으로 정보를 통합하여 제공하는 시스템 구축이 필요하며, 타 기관 시스템과도 자료들을 연동시키고 정보 제공 채널을 다양화하여 소비자들이 관련정보를 얻을 수 있는 접점을 넓힐 필요가 있음.
- 농식품의 효율적 민원상담을 위해 민원통로를 통합할 필요가 있으며 피해 소통창구로서 식품 관련 상담전화를 하나의 번호로 일원화하여 확대개편·운영이 필요함.
- 소비자분쟁해결기준에서 농식품 특성에 맞게 분쟁해결기준을 보완하고, “제조물책임법”에 1차 농축수산물 포함 여부와 결합에 대한 소비자 입증책임 완화에 대해 검토가 필요함. 해외의 입법례에서도 1차 농산물과 수렵물을 새롭게 제조물에 포함하거나 1차 농산물 및 수렵물을 제조물의 개념에서 배제하는 예외규정을 삭제한 사례를 찾아볼 수 있음.
- 소액 다수의 피해가 발생하는 농식품 분야의 소비자 피해구제를 위해서는 제도의 활성화가 필요함. 소비자단체소송의 활성화를 위해 소비자단체의 요건 완화, 청구대상의 구체화, 청구내용의 다양화가 요구됨. 또한 대표당사자가 손해배상청구소송을 제기할 수 있도록 하는 집단소송제도 도입을 검토

합. 집단분쟁조정과 조화를 맞추기 위해 구성원이 50인 이상으로 한정하는 방안과 남소를 방지하기 위해 피해자 중 일정 신고절차를 거친 피해자들만 대상으로 한정하거나 분쟁조정절차를 거친 경우에 한해서 제기할 수 있도록 제한하는 방안에 대해 구체적인 논의가 필요함.

- 그 밖에 사전예방교육을 강화하고, 농식품 사고 발생 시 피해신고 시스템을 마련해야 함. 제조업체나 유통업체의 품질관리와 위생관리 수준 제고를 위해 정부의 모니터링을 강화하고, 징벌적 손해배상제도 도입을 검토해야 함.
- 농식품 소비량 조사는 관계부처 협력 하에 조사체계를 전면 개편하는 방안  
에 대한 적극적인 검토가 필요함. 가공식품 품목 확대/조리식품 별도 세분화  
/외식 세분화 조사 등 농식품 조사분류 및 항목 확대·조정, 사회·경제·인구  
특성별 농식품 소비량 계측이 가능하도록 표본배분 조정, 가계동향조사에  
수량조사를 포함하고 구입지역·장소 및 인증여부 등 구매관련 문항을 추가,  
국민건강영양조사에서도 식사내용과 식생활 정책관련 항목 추가, 통계자료  
공개범위 제한 축소 등에 대한 구체적인 검토가 필요함. 농진청의 ‘농식품  
구입행태조사’는 현행 수도권 지역 대상 조사체계에 대한 보완·개선을 통해  
통계품질을 제고시키는 방향이 바람직함. 2013년에 정부승인통계로 시작된  
KREI의 ‘식품소비행태조사’는 조사문항 확대, 조사시기 전환, 조사방법 및  
조사추진체계 개선 등을 고려할 필요가 있음.
- 기관별로 분산되어 제공되는 통계·정보에 대한 소비자 접근성을 확대하고  
이용을 보다 용이하게 하기 위해 개별 정보망의 연계 및 확충이 필요하며,  
통계 자료의 시의성을 확보하고 정부승인절차 추진 및 사후관리 강화 등으  
로 신뢰도를 제고해야 함. 농식품 통계·자료별로 상이한 농식품코드시스템  
과 농식품 분류기준을 통합하고, 2차 자료 분석 확대 등 정보화를 활성화하  
기 위해서 통계전담기구 도입을 검토할 필요가 있음.



- 농식품 소비자 보호를 위한 기본계획 수립, 실행계획과 추진체계에 관한 내용을 규정함으로써 농식품 소비의 특성에 부합할 수 있게 “소비자기본법”의 기본계획을 실행하고, 농식품 소비자 보호의 수준을 높이기 위한 목적의 법령이 있어야 함. 농식품 분야 소비자정책의 효율적인 추진을 위해서는 ‘농식품 소비자 보호를 위한 실체법의 정비’, ‘농식품 소비자 능력강화를 위한 제도’, ‘추진체계’ 관련 규정들이 뒷받침될 필요가 있음. 농식품 소비자 보호를 위한 실체법적 내용들을 법률로 전환하기 위해 세 가지 대안에 대해 검토하였음.
- 제1안은 기존 법령을 소비자정책의 관점에서 개정하는 방안으로 신규 법 제정에 비해 쉽게 추진이 가능하나, 법령 내에서 논리가 상충될 수 있으며 다수 법률에 분산운동되어 충분한 효과를 거두기 어려움.
- 제2안은 “농식품 소비자정책기본법(가칭)”을 별도로 제정하는 방안으로 법령 자체의 논리가 명확한 반면, 별개의 독립법률을 제정하는 데 시간이 많이 소요되며 기존의 “식생활 교육지원법” 등과 중복·분산될 우려가 있음.
- 제3안은 현행의 법령 중 농식품 소비자 보호에 가장 근접한 법인 “식생활 교육지원법”을 전면 개정하여 “농식품 소비자기본법(가칭)”을 제정하는 방안으로 식생활 교육 조직체계를 활용하여 비용이 절약되고 신속히 전환이 가능한 장점이 있는 반면, 기존 추진주체들이 반발할 가능성도 존재함.

## 2. 결론 및 정책 시사점

- 소비자의 권리의식이 확대되고 농식품 품질과 안전에 대한 관심이 증가하고 있으며, 농식품이 과거 양적인 부족시대에서 질적인 성장단계로 패러다

임이 전환되었음. 농정당국은 정책 대상을 농장에서 식탁까지의 푸드시스템 전반까지 확장해야 한다는 필요성이 제기됨에 따라 2008년 2월 농식품부로 확대 개편되고 농식품이 관련 법률에 명시적으로 포함됨.

- 반면 소비자가 농식품정책의 핵심적인 위치를 점하지 못하고, 정책 대상으로 자리매김하지 못한 것으로 평가되고 있음. 소비자가 농식품에 대한 불안감을 느끼며, 다양한 소비자의 요구를 반영할 수 있는 소통체계가 부족하고 2010년 본격적으로 추진된 녹색 식생활 교육에 대한 성과가 부족함. 농식품부는 국민의 먹을거리를 책임지는 총괄 부처로서 빠르게 성장하고 있는 소비자의 역할 및 권리에 적극적인 대처가 필요한 상황임.
- 이 연구는 농식품 소비자정책의 목표와 추진방향을 정립하고, 주요 정책분야의 운영실태를 파악하여 개선방향을 제시하고자 추진되었음. 농식품 소비자정책은 소비자 정보권 제고, 피해구제권리 확보, 식생활 환경 조성 등을 통해 궁극적으로 소비자역량 제고를 지원하여 소비자의 권익을 증진시키고 소비생활의 향상을 도모하는 방향으로 추진되어야 함.
- 농식품 정보·교육·홍보사업은 중장기 추진계획 하에 주체별 역할을 재정립하고, 관련기관 간의 협력체계를 강화해야 함. 중앙정부와 전국단위 소비자단체 중심의 추진체계를 지역의 다양한 농식품 소비 및 식생활 관련 조직을 포괄하고 생활에 밀착한 소비자조직에 연계되는 체계로 전환할 필요가 있음. 중앙행정기관과 지방자치단체를 연결하는 거버넌스 역할과, 정부기관과 민간단체를 이어주는 중간역할의 중요성이 강조되어야 함.
- 농식품 피해구제는 기존 법체계 하에서는 농식품 피해에 대한 배상이 충분히 이루어 질 수 없다는 데 근본적인 한계가 있음. 식품피해가 대부분 소액 다수형태이고, 인과관계 입증 및 합의점 도출이 어렵다는 특징을 반영하기 위한 법률 정비가 필요함. 농식품에 특화된 ‘소비자분쟁해결기준’ 재정비,

“제조물책임법” 적용 영역에 1차 농수축산물 포함, 소비자단체소송제도의 실효성 제고를 위한 보완, 집단소송제도의 도입 검토에 대해 제안하였음. 또한 농식품 사고의 원인규명 및 입증의 어려움으로 소비자를 대상으로 사전 예방교육과 구제시스템 마련이 병행 추진되어야 하며, 제조업체와 유통업체를 대상으로 정부의 관리와 모니터링을 강화해야 함.

- 농식품 소비자정책의 정책기반조성은 통계와 법령을 중심으로 검토하였음. 농식품 소비량 통계의 경우 가정식과 외식을 포함해야 하고 미국과 일본에서도 섭취량 및 지출액 조사형태로 진행되고 있다는 점을 감안하여 기존 조사체계를 개선하는 방향을 제시함. 보건복지부와 통계청과 조사항목 및 대상품목 확대, 자료공개범위 확대 등 협력체계 구축이 필요함. 식품관련 통계의 활용도를 제고하기 위해 정보망 연계구축, 이용자에 대한 홍보, 통계발표의 시의성 확보, 2차자료 제공 확대, 승인화 및 사후관리 강화를 통한 신뢰도 제고 등이 추진되어야 함. 또한 통계 작성 기반 확충을 위해 코드시스템을 연계·통합하고, 통계전담기구 도입과 민간부문 통계생산 활성화를 검토해야 함.
- 농식품 소비자정책 관련 법령은 기본 계획 실행과 농식품 소비 특성에 부합하는 소비자 보호를 위해 마련되어야 할 기반으로서의 역할을 함. 농식품 분야 소비자정책의 효율적인 추진을 위해서는 ‘농식품 소비자 보호를 위한 실체법의 정비’, ‘농식품 소비자 능력강화를 위한 제도 마련’, ‘추진체계 정립’과 관련 법규정이 뒷받침되어야 함. 법률개정은 기존법령을 소비자 관점에서 개정하는 안, “농식품 소비자정책기본법(잠정)”을 별도 제정하는 안, “식생활 교육지원법”을 전면 개정하는 안에 대해서 검토하였으며, “농식품 소비자정책기본법(잠정)”의 기본 구성을 제안하였음.
- 이 연구는 세 가지 측면에서 기존 연구와 차별화되는 성과를 거두었음. 농식품 분야에서의 소비자정책의 위상을 식품정책/소비정책과 구분하여 정립

하였으며, 종합적인 평가지표로 농식품 소비자역량지수를 개발하였음. 또한 농식품 소비자정책 분야별로 정책평가와 소비자 및 전문가 조사결과를 바탕으로 세부적으로 검토하여 구체적인 개선방안을 제시하였음.

- 이 연구는 농식품 분야 소비자정책의 세부목표를 구체화함으로써 제도 개선과 정책 개발에 활용될 것이며, 주체별 역할 분담을 통한 효율적 추진체계 운용에 많은 참고가 될 것임. 이 연구를 바탕으로 실행된 정책이 궁극적으로 소비자의 농식품정책에 대한 만족도 및 신뢰도를 제고시키고, 건강하고 현명한 소비를 유도하여 국내 농식품 부문의 동반 성장을 유인할 수 있기를 기대함.

## 참고 문헌

- 강성진. 2007. “소비자피해구제 정책의 체계와 개선과제.” 「소비자정책의 평가와 과제」: 187-220. 한국소비자원.
- 강성진. 2012a. “일본 국민생활센터 개편의 동향과 시사점.” 「소비자정책동향」. 한국소비자원.
- 강성진. 2012b. 「2012년 지방 소비자행정 현황 조사」. 정책연구 12-06. 한국소비자원.
- 강성진, 김민아. 2012. “일본의 소비자 교육추진법 제정 동향과 시사점.” 「소비자정책동향」. 한국소비자원.
- 강성진. 2013. “새정부의 국정과제와 소비자정책에의 시사점.” 「소비자정책동향」. 한국소비자원.
- 고영준. 2009. “실천적 개념으로서의 역량.” 「교육철학」 45: 1-26. 한국교육철학회.
- 공정거래위원회. 2013. 「2013 공정거래백서」. 공정거래위원회.
- 곽윤영. 2012. “EU 집행위원회의 2014-2020 Consumer Programme 주요 내용 및 시사점.” 「소비자정책동향」. 한국소비자원.
- 김남수, 이기현. 2005. 「주요국 소비자정책·기구 현황 조사」. 한국소비자원.
- 김동원, 박혜진, 윤영석, 김미리. 2013. 「농업·농촌 국민의식 변화분석 연구」 P182. 한국농촌경제연구원.
- 김두수. 2009. “식품안전과 소비자 보호에 관한 EU 식품법제의 성립과 유럽식품안전청의 설립과정.” 「국제지역연구」 13(3): 1-25. 한국외국어대학교 국제지역연구센터.
- 김민영, 주소현. 2013. “여성소비자의 신용관리 역량, 신용카드 사용행태 및 신용카드 사용행동의 합리성.” 「소비자정책교육연구」 9(1): 1-17. 한국소비자정책교육학회.
- 김성숙. 2010. “우리나라 소비자정책 연구의 흐름과 과제.” 「소비자학연구」 21(2): 65-89. 한국소비자학회.
- 김정현, 최현자. 2012. “우리나라 소비자의 재무관리역량.” 「소비자학연구」 21(1): 229-254. 한국소비자학회.
- 김천수. 2004. “제조물책임법상 제조물의 개념-미국 제조물책임 리스테인먼트의 개념과 비교하여-.” 「성균관법학」 16(1): 35-65. 성균관대학교 법학연구소.
- 나광식, 강성진, 이득연, 박호용, 고희석. 2007. 「FTA 체제하 소비자정책의 부문별 과제」. 한국소비자원.
- 박균성, 정관선. 2012. “한국과 프랑스의 식품안전법제에 관한 비교연구.” 「경희법학」 47(3): 81-120. 경희대학교 법학연구소.

- 박동진. 2012. 「제조물책임법 개정방안 연구」. 법무부/공정거래위원회 용역 과제 보고서.
- 박명희. 2009. “한국의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 OECD국가들의 소비자정책 비교연구.” 「소비자학연구」 20(4): 263-286. 한국소비자학회.
- 박성용, 김석철. 2012. “통상정책과 GMO표시제도에 관한 연구.” 「무역학회지」 37(1): 93~116. 한국무역학회.
- 박성재, 김태곤, 정호근, 조영수, 조용원. 2007. 「농식품정책의 선진화를 위한 과제」. D234-2. 한국농촌경제연구원.
- 박희주, 박성용, 이득연, 김성천, 송순영, 강성진. 2007. 「소비자정책의 평가와 과제」. 한국소비자원.
- 박희주. 2011a, 「소비자단체소송제도의 운용평가 및 개선에 관한 연구」. 정책연구보고서 11-04. 한국소비자원.
- 박희주(한국소비자원). 2011b. 「사업자의 부당한 소비자거래행위에 대한 규율방안」. 공정거래위원회 용역 보고서.
- 박혜영, 나종연. 2010. “디지털재화 소비자의 소비자역량에 관한 연구.” 한국소비자학회 학술대회 2010: 194-204. 한국소비자학회.
- 배순영, 천현진. 2010. 「2010 소비자역량의 측정 및 평가」. 한국소비자원.
- 배순영. 2012. “일본 소비자청의 소비자문제 및 정책 보고서 주요 내용 및 시사점.” 「소비자정책동향」. 한국소비자원.
- 배정환. 2011. “식품정보표시제도 강화에 따른 규제비용의 일반균형효과 분석.” 「규제연구」 20(1): 63~88. 한국경제연구원.
- 백병성. 2003. 「소비자 소송지원 제도에 관한 연구」. 한국소비자원.
- 백병성(한국소비자원). 2011. 「소비자분쟁해결 기준의 실효성 제고 방안에 관한 연구 및 소비자의 개념 확대에 관한 연구」. 농식품부 용역 보고서.
- 사법제도개혁추진위원회. 2006. 집단소송제도 도입 방안 전문가 토론회 자료.
- 설광언(KDI). 2012. 「한국 농업·농촌의 비전과 농정 합리화 방안」. 기획재정부 용역보고서.
- 소경희. 2007. “학교교육의 맥락에서 본 ‘역량(competency)’의 의미와 교육과정적 함의.” 「교육과정연구」 25(3): 1-21. 한국교육과정학회.
- 손상희, 김경자, 나종연, 최신애. 2010. “녹색소비역량의 구성체계와 측정지표에 관한 연구.” 「소비자정책교육연구」 6(3): 95-119. 한국소비자정책교육학회.
- 송순영. 2008. “글로벌 시대의 소비자 교육정책방향.” 「소비자정책동향」 2008.6.20(제4호). 한국소비자원.
- 안동환, 김관수, 임정빈, 김영준, 조지성, 하용현(서울대학교 산학협력단). 2013. 「식품산업 통계·정보 사업 중장기 발전 전략 수립」. 한국농수산식품유통공사 용역 보고서.

- 유현정, 주소현. 2012a. “식품 안전에 대한 소비자 체감도가 식품안전지향행동에 미치는 영향의 구조모형 분석.” 「소비자정책 교육연구」 8(4): 49-70. 한국소비자정책교육학회.
- 유현정, 주소현. 2012b. “소비자의 식품안전 체감 및 역량척도 개발 연구.” 「소비자학연구」 23(4): 79-104. 한국소비자학회.
- 이계임, 장재봉, 조소현, 신영지, 제철웅, 위태석. 2011. 「식품분야 소비자정책 추진방향」 P138. 한국농촌경제연구원.
- 이계임, 황윤재, 이동소, 김가영, 이윤나, 김기량. 2012. 「식품지원제도 활성화 연구」 R680. 한국농촌경제연구원.
- 이계임, 황윤재, 김동원, 반현정, 박인호. 2013. 「식품소비행태조사 기초연구-조사항목 및 조사방법을 중심으로」 P169. 한국농촌경제연구원.
- 이기춘, 여정성, 송인숙. 1997. “한국소비자정책의 현황과 발전방안.” 「소비자학연구」 8(2): 103-117
- 이기춘, 양세정, 천경희, 김소라, 권혜진(한국소비자 교육지원센터). 2007. 「소비자역량지수 개발 및 산출연구」. 공정거래위원회 연구보고서.
- 이상정. 2002. “제조물책임법 제정의 의의와 향후 과제.” 「저스티스」 통권68호: 5-20. 한국법학원.
- 이선영, 정순희. 2009. “소비자의 에너지역량 관련 변수에 대한 연구.” 「소비자정책·교육연구」 5(1): 85-97. 한국소비자정책교육학회.
- 이승신. 2005. “소비자정책의 현황과 연구방향.” 「소비자정책·교육연구」 1(1): 47-62.
- 이영희, 이승신. 2011. “소비자신뢰와 구매단계별 식품안전추구행동에 대한 연구.” 「소비문화연구」 14(1): 5~26. 한국소비문화학회.
- 이용선, 최지현, 이계임, 김철민, 김경필, 국승용, 김성훈, 황윤재, 한재환, 주현정, 김동훈. 2008. 「식품정책의 방향과 과제」 D265. 한국농촌경제연구원
- 이종인. 2008. 「해외 주요 소비자기관의 기능 및 정책추진체계 연구」. 한국소비자원.
- 이종혜, 이기춘. 1998. “한국 소비자단체의 형성과 운영에 관한 연구.” 「소비자학연구」 9(8): 117-135. 한국소비자학회.
- 이진숙, 김재영. 2009. 「국제기구(OECD·EU)의 소비자정책방향」. 한국소비자원.
- 임영재, 한진희, 연태훈, 조성빈, 최용석, 권대우, 박성화, 오상봉, 이동현, 이상무, 이원호, 정용훈(KDI). 2004. 「중장기 소비자정책 추진방향 연구」 GOVP1200500930. 재정경제부 용역 보고서.
- 중앙대학교. 2012. 「농식품 분야 스마트 소비 확산을 위한 추진 전략」. 농식품부 용역 보고서.
- 중앙대학교. 2013. 「농식품 분야 스마트 소비 세부 실천과제」. 농식품부 용역 보고서.
- 진현진(한국농물협회컨설팅). 2012. 「농식품분야 소비자정책 만족도 지수개발 및 운영」. 농

식품부.

- 함영주. 2010. “소비자집단분쟁조정제도에 관한 고찰: 절차법 체계정합성의 관점에서 본 집단분쟁조정제도.” 『민사소송』 14(1): 85-126. 한국사법행정학회.
- 한국소비자원. 2013. 2012 「소비자 피해구제 연보 및 사례집」. 한국소비자원.
- 허경옥, 김혜선, 김시월, 정순희, 박선영. 2008. 「소비자 정보론」. 파워북.
- 허경옥. 2009. “소비자기본법 시행이후 소비자정책의 방향에 대한 소고.” 『소비자문제연구』 35: 85-99. 한국소비자원.
- 허민영, 나광식, 윤민섭. 2013. 「2013 한국의 소비자시장평가지표-시범조사-」. 정책 13-02. 한국소비자원.
- 환경부. 2012. 「환경통계연감」.
- 환경부. 2013. 「음식물 쓰레기 줄이기 핸드북(성인용)」.
- 황수철. 2007. “참여정부 식료정책의 전개와 향후 과제.” 『농업경영·정책연구』 34(4): 751-768. 한국농업정책학회.
- 황윤재, 한재환. 2011. “식품안전관리체계에 대한 소비자 인식 분석.” 『농업경영·정책연구』 38(3): 529-555. 한국축산경영학회, 농업정책학회.
- 황윤재, 이계임, 반현정, 윤혜선. 2013. 「농식품정책의 소비자 커뮤니케이션 실태와 개선과제」. R692. 한국농촌경제연구원.
- 황정선. 2007. “소비자 기본권리 보장과 역량 제고가 소비자정책 선진화에 미치는 영향에 관한 연구.” 한양대학교 박사 학위 논문.
- 황혜선, 김기욱. 2012. “현대 소비자의 소비자 정보역량: 전자제품 구매 시 정보탐색 효율성 및 효과성에 미치는 영향.” 『대한가정학회지』 50(6): 1-19. 대한가정학회.
- Kassarjian, Harold. 1981. “Low Involvement: A Second Look.” in *Advances in Consumer Research*, Vol. 8. (eds). H.K. Hunt and Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research.
- Mano, Haim and Michael T. Elliott. 1997. “Smart Shopping: the Origins and Consequences of Price Savings.” in *Advances in Consumer Research* Vol. 24. (eds). Merrie Brucks and Deborah J. MacInnis, Provo, UT: Association for Consumer Reserch. pp. 504-510.
- Schindler, Robert M. 1989. “The Excitement of Getting a Bargain: Some Hypotheses Concerning the Origins and Effects of Smart-Shopper Feelings.” in *Advances in Consumer Research* Vol. 16. (eds). Thomas K. Srull, Provo, UT: Association for Consumer Reserch Kent Monroe. pp.447-453.
- 日本 消費者廳. 2010. 「ハンドブック消費者 2010」



日本 消費者廳. 2013. 「消費者白書」

日本 消費者廳. 각 연도. 「地方消費者行政の現況調査」.

日本 消費者廳.

日本 國民生活センター紛争解決委員會. 2012. 「國民生活センターADRの實施狀況と結果概要について」.