

발 간 등 록 번 호

11-1541000-001649-01

음식점 원산지 표시 성과분석 및 중장기적인 대상품목 확대방안 연구

농림축산식품자료실



0022984



농림수산식품부

제 출 문

농림수산식품부 장관 귀하

이 보고서를 “음식점 원산지 표시 성과분석 및 중장기적인 대상품목 확대방안 연구” 영역의 최종보고서로 제출합니다.

연구기간: 2012년 8월 ~ 2012년 12월

연구책임자: 김성훈 충남대학교 농업경제학과 조교수

연구참여자: 전상곤 경상대학교 농업경제학과 조교수

2012년 12월
한국농업경제학회장

차 례

제1장 서론

- 1. 연구의 필요성과 목적 1
- 2. 선행 연구 검토 2
- 3. 연구의 내용 4
- 4. 연구 범위와 분석 방법 6

제2장 음식점 원산지 표시 제도의 현황 및 평가

- 1. 제도 도입 배경 및 현황 8
- 2. 운영 실태의 분석·평가 15

제3장 주요 품목에 대한 음식점 원산지 표시 효과 분석

- 1. 소비자 인식 실태 조사 25
- 2. 사회적 후생 효과 분석 38

제4장 외국의 음식점 원산지 표시 사례

- 1. 일본 75
- 2. 유럽 84
- 3. 시사점 88

제5장 음식점 원산지 표시 제도의 발전 방안

- 1. 표시 제도의 대상 확대 방안 90
- 2. 효율성 및 효과성 제고 방안 106

부록 1. 음식점 원산지 표시 방법	110
부록 2. 소비자 인식 실태 조사표	116
부록 3. EDM 유도 과정	128
참고 문헌	131

표 차 례

제2장

표 2-1. 소비자 가구당 식품 소비 지출 추이	9
표 2-2. 음식점 원산지 표시 대상 품목 추이	11
표 2-3. 연도별 명예감시원 현황	19
표 2-4. 연도별 농산물 부정유통고발 포상금 지급현황	20
표 2-5. 원산지 표시 우수업체 선정 추이	21
표 2-6. 원산지 관련 홍보 건수 추이	22
표 2-7. 원산지 단속 실적 추이	23
표 2-8. 연도별 음식점 원산지 표시 이행 실태: 2011	24

제3장

표 3-1. 설문 조사 샘플의 인구학적 분포	26
표 3-2. 소비자 추가 지불 의향 추정 시나리오	41
표 3-3. 품목별 기준 가격	41
표 3-4. 원산지표시가 없는 각 품목별 소비자 최대 지불 금액	43
표 3-5. 음식점 원산지 표시 제도 시행 전후 시장균형과 사회후생 변화	47
표 3-6. 품목별 초기 내생변수값 (쇠고기: 2010년 기준)	50
표 3-7. 품목별 초기 내생변수값 (배추 김치: 2010년 기준)	51
표 3-8. 품목별 초기 내생변수값 (낙지: 2010년 기준)	52
표 3-9. 품목별 모수값(S_i)	52
표 3-10. 품목별 탄성치	53

표 3-11. 품목별 소비자 지불 의향 금액	54
표 3-12. 수요와 공급측 변화율	55
표 3-13. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 쇠고기	56
표 3-14. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 배추 김치	57
표 3-15. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 낙지	58
표 3-16. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 쇠고기	59
표 3-17. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 배추 김치	60
표 3-18. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 낙지	61
표 3-19. 품목별 사회적 후생 변화분 정리	62
표 3-20. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 쇠고기	63
표 3-21. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 배추 김치	64
표 3-22. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 낙지	65
표 3-23. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 쇠고기	66
표 3-24. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 배추 김치	67
표 3-25. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 낙지	68
표 3-26. 품목별 사회적 후생 변화분 정리	69

표 3-27. 원산지 표시 관련 정부 비용	71
표 3-28. 음식점 원산지 정부 비용 추계	72
표 3-29. 음식점 원산지 대상 품목 중 분석 품목 비중	73
표 3-30. 음식점 원산지 표시 제도 관리 비용	73
표 3-31. 음식점 원산지 표시 제도 시행에 따른 사회적 후생 순증가분	74

제4장

표 4-1. 일본 음식점 원산지 표시 제도의 주요 내용	76
표 4-2. 일본 외식업체의 식재료 원산지 표시 원칙	78
표 4-3. 프랑스의 음식점 원산지 표시 제도 도입 개요	85
표 4-4. 아일랜드의 음식점 원산지 표시 제도 도입 개요	86
표 4-5. 아일랜드의 쇠고기 원산지 표시 원칙	87

제5장

표 5-1. 음식점 원산지 표시 대상 검토 품목 특성	93
표 5-2. 음식점 원산지 표시 대상 검토 품목 특성 및 도입 우선순위	98

그림 차례

제1장

그림 1-1. 연구 추진 방향	5
------------------------	---

제2장

그림 2-1. 원산지 표시 사례	13
그림 2-2. 원산지 단속 절차	14
그림 2-3. 농산물품질관리원 조직	16
그림 2-4. 중앙 기관의 원산지 표시 단속인력 구성(2011년)	17
그림 2-5. 지방자치단체의 원산지표시제도 담당 조직 및 인력구성	18

제3장

그림 3-1. 음식점 이용 빈도	28
그림 3-2. 품목별 음식점 이용 빈도	28
그림 3-3. 음식점 원산지 표시제에 대한 관심도	29
그림 3-4. 음식점 원산지 표시 제도 정보의 인지 경로	30
그림 3-5. 소비자의 원산지 중시 품목	31
그림 3-6. 품목별 원산지 확인 여부	32
그림 3-7. 원산지 확인 이유	33
그림 3-8. 음식점의 원산지 표시 제도 수행의 만족도	34
그림 3-9. 원산지 표시 제도 관련 의견	35
그림 3-10. 제도 활성화를 위해 필요한 사항	36

그림 3-11. 표시 대상 품목 수의 조정 의견	37
그림 3-12. 원산지 표시 추가시 우선적 품목군	37
그림 3-13. 사회적 후생 효과 및 경제성 분석 단계	40
그림 3-14. 음식점 원산지 표시 제도 시행 후 시장 수급 변화	46

제4장

그림 4-1. 일본의 원산지 표시 사례: 보드	80
그림 4-2. 일본의 원산지 표시 사례: 메뉴 북	80
그림 4-3. 일본의 원산지 표시 사례: 메뉴 샘플	81
그림 4-4. 일본의 원산지 표시 사례: 팜플렛	81
그림 4-5. 일본의 원산지 표시 사례: 홈페이지	82

제5장

그림 5-1. 전체 음식점업 중 음식배달업의 비중 (2010년 기준)	101
그림 5-2. 국내 소비자들이 선호하는 배달 음식 품목 비중	103
그림 5-3. 치킨업체의 원산지 표시 예	104
그림 5-4. 배달음식의 단계별 원산지 표시 확대 방안	106
그림 5-5. 음식점 원산지 표시 제도의 지하철 광고	108

제 1 장

서 론

1. 연구의 필요성과 목적

- 농림수산물식품부는 자유무역협정(FTA: Free Trade Agreement) 등을 통한 수입 농식품의 국내 시장 진입이 증가함에 따라 2007년 구이용 쇠고기를 대상으로 음식점 원산지 표시 제도를 제한적으로 시도하였음. 이후 2008년 7월 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 쌀, 배추 김치를 대상으로 한 음식점 원산지 표시제를 본격적으로 시행하였고, 2010년 오리고기, 2011년 수산물(넙치(광어), 조피볼락(우럭), 참돔, 미꾸라지, 뱀장어, 낙지)을 대상으로 범위를 확대하는 등 저가 농산물의 국내산 둔갑 방지 및 소비자의 선택권 보장을 위한 정책적 노력을 다하고 있음.
- 농림수산물식품부의 음식점 원산지 표시 제도 시행은 상당한 효과를 거둔 것으로 평가되고 있는데, 특히 저급 수입 식재료의 국산 둔갑을 제한하여 소비자들의 선택권 보장은 물론, 국내 식재료 생산 생산자(어가)들의 소득 증대에도 상당한 기여를 하였음.

- 이에 따라 소비자와 산지 생산자 등은 음식점 원산지 표시제의 대상 확대를 주장하고 있는 반면, 음식점 영업주체들은 과도한 규제에 주장하며 제도 확대에 반발하고 있는 상황임.
- 이상과 같은 상황에서, 우리나라 음식점 원산지 표시제 도입의 성과를 객관적으로 분석하고, 향후 대상 품목 확대 방안에 대한 합리적인 논의가 필요한 시점임.
- 본 연구는 음식점 원산지 표시제 도입이후 발생한 성과를 정성적으로 분석하고, 시행 과정에서의 문제점을 논의한 다음, 장기적인 대상 품목 확대 방안을 제시하는 것을 주요 목적으로 함.
 - 특히, 현재 시행되고 있는 음식점 원산지 표시 대상 품목 중 3개 품목을 선정하여 제도 시행에 따른 경제·사회적인 효과를 계량모형 등으로 분석하여 수치를 제시하는 것을 연구의 주안점으로 설정
 - 또한, 외국의 음식점 원산지 표시 사례 분석 및 음식점 원산지 표시 대상 품목 신규 도입을 위한 자료 조사 등도 포함

2. 선행 연구 검토

- 우리나라의 음식점을 포함한 농식품 원산지 표시 제도 관련 연구는 1990년 후반부터 활발하게 진행되었음. 박동규, 유남식의 “수입농산물의 원산지 표시 제도 연구”에서는 수입 농산물의 국내 시장 진입이 가속화되는 시점에서 원산지 표시의 필요성과 효율적 운영 방안 등을 논의하여 국내 유통 농식품의 원산지 표시 도입에 대한 연구의 출발점을 마련하였음.

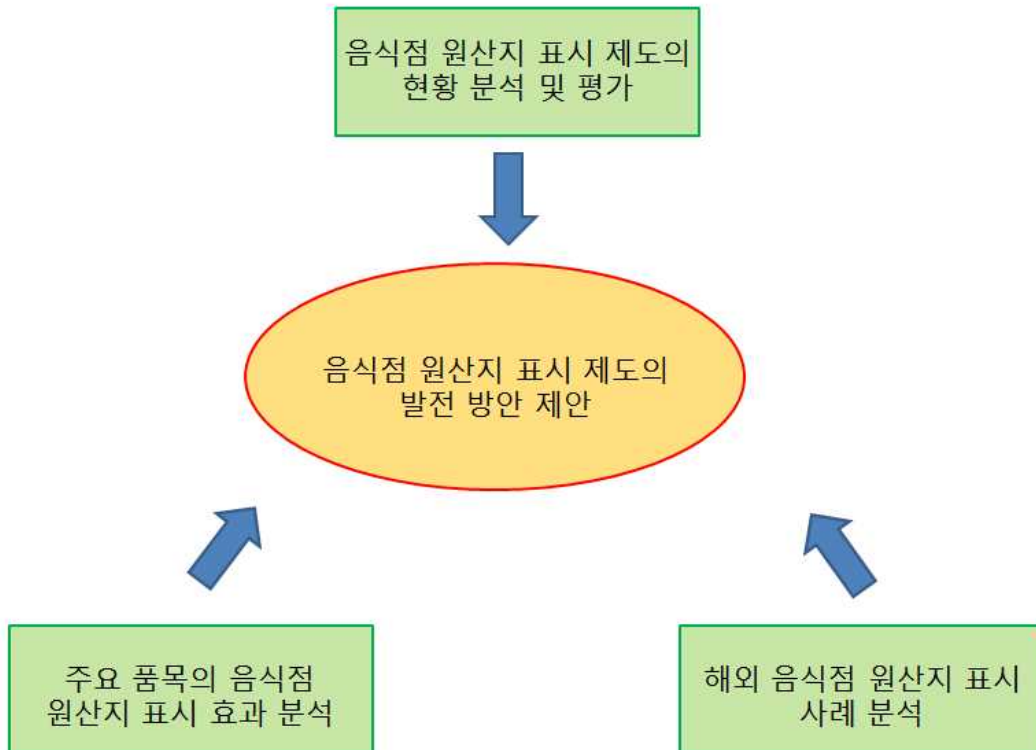
- 이계임, 최지현, 김민정의 “농산물가공품의 원산지 표시 제도 개선 방안”과 최지현, 이계임, 황윤재, 박영진의 “가공식품 원료 등 원산지 표시방법 개선에 관한 연구”에서는 가공식품에 대한 원산지 표시 제도 실태를 분석하고 개선 방안을 제시하였고, 이계임, 조소현, 전상곤, 김성훈, 송양훈의 “농식품 원산지 표시의 효과 분석과 활용도 제고 방안”에서는 주요 농산물(쇠고기, 돼지고기, 콩)과 가공식품(햄, 두부, 고춧가루)을 각각 선정하여 원산지 표시 제도 전반을 분석한 다음 개선 방안을 제시하였음.
- 한편, 음식점 원산지 표시 제도의 경우 2000년 초부터 연구가 시작되었음. 김환규의 “음식점의 쇠고기 원산지 표시제에 관한 연구”에서 음식점에서 쇠고기를 대상으로 실시되고 있는 원산지 표시 제도의 문제점과 개선 방안을 제시하였고, 전성자의 “음식점 식육원산지 표시 제도 연구”는 음식점에서 소비되는 식육의 원산지 표시 제도를 다루었음.
- 가장 최근에 진행된 음식점 원산지 표시 제도 관련 연구인 이계임, 황윤재, 손은영의 “음식점 원산지 표시 제도의 현황과 과제”에서는 그동안 확대 시행되어온 음식점 원산지 표시 제도의 운영 현황을 종합적으로 파악하고, 개선 방안을 제시하여 상당한 정책적 시사점을 제공하였음.
- 한편, 원산지 표시 제도 시행에 따른 사회적 효과를 정량적으로 분석한 연구로는 전상곤, 채상현, 이정민, 이형우의 “쇠고기 음식점 원산지 표시제와 이력제가 한우시장에 미치는 영향 분석”과 이계임, 조소현, 전상곤, 김성훈, 송양훈의 “농식품 원산지 표시의 효과 분석과 활용도 제고 방안”이 있는데, 이들 연구에서는 소비자 설문 조사와 계량 모형 등을 통해 원산지 표시 제도의 사회적 효과를 정량적으로 제시하였음.

- 해외 연구의 경우, 음식점 원산지 제도 자체가 일본과 유럽 등을 제외하고는 크게 시행되고 있지 않은 여건으로 인해 본격적인 연구가 많이 진행되지 않은 것으로 나타남.
- 이상의 선행연구들은 음식점 메뉴를 포함한 농식품의 원산지 표시 제도를 주제에 따라 다양하게 논의하여 상당한 시사점을 주고 있었음. 그러나, 음식점 메뉴에 대한 원산지 표시 제도의 효과를 정량적으로 분석하고, 향후 표시대상 메뉴의 확대 방안 등을 제시하는 데에는 한계를 보였음.

3. 연구의 내용

- 본 연구의 추진 방향은 크게 네 부분으로 나누어짐. 우선 우리나라 음식점 원산지 표시 제도의 현황을 분석하고 운영 실태를 평가한 다음, 주요 품목에 대한 음식점 원산지 표시 효과를 계량적으로 분석하여 제시함. 다음으로 일본과 유럽의 음식점 원산지 표시 사례를 조사하여 시사점을 찾도록 함.
- 이상의 내용을 토대로 하여 우리나라 음식점 원산지 표시 제도의 발전 방안을 제시하도록 하는데, 향후 대상 품목 확대에 대한 정책 제안을 포함하도록 함.

그림 1-1. 연구 추진 방향



- 본 보고서는 다음과 같이 구성됨. 먼저 제 2장에서는 음식점 원산지 표시 제도의 현황을 분석하고 제도에 대한 정성적인 평가를 진행함. 구체적으로는 우리나라 음식점 원산지 제도의 도입 배경과 현황을 정리한 다음, 운영 실태를 평가하여 제도 개선 방안 제시를 위한 기본 자료로 삼음.
- 제 3장에서는 주요 품목에 대한 음식점 원산지 표시 효과를 분석하여 결과를 제시하도록 함. 구체적으로는 소비자 설문 조사 등을 통해 음식점 원산지 표시 제도에 대한 인식 정도와 지불의향 등을 분석한 다음, 계량 모형을 통해 음식점 원산지 표시 제도 시행에 따른 사회적 편익과 비용을

각각 도출하여 비교함.

- 제 4장에서는 일본과 유럽의 음식점 원산지 표시 사례를 정리하고 우리나라 관련 제도 개선을 위한 시사점을 제시함.
- 제 5장에서는 앞서 도출된 분석 결과에 기초한 정책 개선 방안을 제시함. 구체적으로는 우리나라 음식점 원산지 표시 제도의 발전을 위한 기본 방향과 부문별 세부 전략을 각각 제시하도록 함. 특히, 음식점 원산지 표시 제도 확대와 관련하여 대상 품목 추가 선정 등에 대한 구체적인 방안을 제안하도록 함.

4. 연구 범위와 분석 방법

4.1. 연구 범위

- 본 연구에서는 농림수산물부가 시행하고 있는 음식점 원산지 표시 제도의 경제·사회적인 효과 분석을 위한 대상 품목을 주요 3 품목(쇠고기, 김치, 낙지)으로 연구의 범위를 제한함.
- 외국의 음식점 원산지 표시 사례 분석은 관련 제도가 시행되고 있는 일본과 EU로 한정하여 진행하도록 함.

4.2. 분석 방법

- 문헌 및 인터넷 조사
 - 연구와 관련된 선행 연구 및 기타 자료 수집

- 설문조사
 - 음식점 원산지 표시 제도의 사회적 후생 효과 계측을 위한 소비자 대상 설문 조사를 전문 업체에 위탁하여 진행하고, 조사 결과에 기초한 소비자의 지불의향(WTP: Willingness-To-Pay)을 계측

- 계량 모형 분석
 - 음식점 원산지 표시 제도 시행에 따른 경제·사회적인 효과분석을 위해, 부분균형모형(Partial Equilibrium Model)의 일종인 EDM(Equilibrium Displacement Model)을 적용하여 정성적인 결과 제시

- 전문가 자문회의 개최
 - 음식점 원산지 표시 제도 평가 및 대상 품목 선정 등과 관련하여 각계 전문가들을 대상으로 표적집단면접(FGI: Focus group interview)을 실시

- 출장 조사
 - 관련 기관 정책 담당자 및 업계 대표 등을 대상으로 한 자료 수집과 협의를 위한 현지 방문 및 심층면담 조사(In-depth interview)를 실시 및 연구 진행 결과에 대한 검증 등을 위해 필요시 자문 회의를 수시 개최

제 2 장

음식점 원산지 표시 제도의 현황 및 평가

1. 제도 도입 배경 및 현황

1.1. 도입 배경

- 우리나라 소비자들의 식품 소비 트렌드의 변화에 따라 최근 음식점에서 식품을 섭취하는 외식 비중이 갈수록 증가하고 있음. 관련 자료를 보면, 가정조리를 위한 신선식품의 소비 지출 비중이 1990년 62%에서 2011년 36%로 감소한 반면 외식 지출 비중은 같은 기간 동안 23%에서 47%로 2배 이상 급증하였고 이러한 추세는 앞으로도 지속될 것임. 이에 따라 음식점에서 소비되는 식재료의 원산지에 대한 관심이 더욱 높아지고 있는 상황임.

표 2-1. 소비자 가구당 식품 소비 지출 추이

단위: 원, %

구분	식료품 전체 (A)	신선(B)	가공(C)		외식(D)		
			B/A	C/A	D/A		
1990	208,433	128,284	61.5	32,142	15.4	48,007	23.0
1995	354,601	182,096	51.4	50,053	14.1	122,452	34.5
2000	433,620	187,902	43.3	60,833	14.0	184,885	42.6
2005	539,574	201,220	37.3	75,639	14.0	262,715	48.7
2006	544,639	203,239	37.3	76,527	14.1	264,873	48.6
2007	557,701	205,525	36.9	76,890	13.8	275,286	49.4
2008	597,368	218,499	36.6	86,096	14.4	292,773	49.0
2009	581,445	213,210	36.7	88,194	15.2	280,041	48.2
2010	610,648	223,887	36.7	95,818	15.7	290,943	47.6
2011	641,245	233,224	36.4	107,854	16.8	300,167	46.8

주: 전 가구를 대상으로 한 가계수지 항목별 자료임.

자료: 통계청(kosis.kr) 가계조사 (도시, 2인 이상)

- 또한, 자유무역협정(FTA) 등을 통한 수입 농식품의 국내 시장 진입이 증가함에 따라 음식점 식재료의 수입산 비중이 늘어나고 있음. 대부분의 수입 식재료가 저가 농림축수산물이기 때문에 수입 식재료에 대한 안전성과 신뢰성에의 불안감이 고조되고 있음.
- 특히, 수입산 식재료의 대부분을 차지하고 있는 중국산 식재료 사용 음식점 메뉴에 대한 소비자의 불안 심화

- 이와 같은 상황에서, 주무부처인 농림수산식품부는 2007년 구이용 쇠고기를 대상으로 음식점 원산지 표시 제도를 제한적으로 시도하였음. 이후 2008년 7월 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 쌀, 배추 김치를 대상으로 한 음식점 원산지 표시제를 본격적으로 시행하였고, 2010년 오리고기, 2011년 수산물(넙치(광어), 조피볼락(우럭), 참돔, 미꾸라지, 뱀장어, 낙지)을 대상으로 범위를 확대하는 등의 정책적 노력을 다하고 있음.

1.2. 제도 시행 현황

1.2.1. 대상 품목 및 대상 음식점

- 2011년 현재, 음식점 원산지 표시 대상 품목은 12개 품목으로 대상 품목 현황을 보면 다음 표와 같음. 품목군별로 보면, 농산물은 쌀, 배추 김치 2 품목이고, 축산물은 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 오리고기 4 품목이며, 수산물은 넙치(광어), 조피볼락(우럭), 참돔, 미꾸라지, 뱀장어, 낙지 6 품목으로 품목 수는 수산물이 가장 많으나 2011년에 처음 도입되었음.
- 표시 대상 음식점은 크게 4가지로 구분되는 데, 일반 음식점, 휴게음식점, 위탁급식영업점, 집단급식소가 해당됨.
 - 일반음식점은 음식류를 조리하여 판매, 식사류와 함께 음주행위가 허용되는 것으로 일반음식점, 뷔페, 예식장, 장례식장 등이 해당
 - 휴게음식점은 음식물을 조리 판매하고 음주행위가 허용되지 않는 곳으로 패스트푸드점, 분식점 등이 해당
 - 위탁급식영업점은 계약에 의하여 집단급식소 내에서 음식물을 조리·제공하는 곳

- 집단급식소는 영리를 목적으로 하지 않고 계속적으로 특정다수인(상시 1회 50명 이상)에게 음식물을 제공하는 급식소로 학교, 기업체, 기숙사, 공공기관, 병원 등이 해당

표 2-2. 음식점 원산지 표시 대상 품목 추이

연도	시행일	대상	세부 표시 대상	근거 법률
'07	7. 1	구이용 쇠고기 (300㎡이상 음식점)		식품위생법 (식약청 단속)
'08	7. 8	쇠고기, 쌀 (100㎡이상)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 쇠고기의 식육·포장육·식육가공품: 구이용, 탕용(湯用), 찜용, 튀김용, 육회용(肉膾用) 등 모든 용도로 조리하여 판매·제공(육회용의 경우 조리 과정 없이 날 것으로 판매·제공하는 것을 포함한다)하는 것 ○ 쌀(찜쌀을 포함한다. 이하 같다): 원형을 유지하여 조리·판매하는 경우로서 밥(죽, 식혜, 떡 및 면은 제외한다)으로 제공하는 것 	농산물 품질 관리법
	12. 22	돼지고기, 닭고기, 배추김치 (100㎡이상)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 돼지고기의 식육·포장육·식육가공품(「축산물위생관리법」 제2조제8호에 따른 양념육류·분쇄가공육제품·갈비가공품·식육추출가공품과 「식품위생법」 제14조의 식품등의 공전(公典)에 따른 식육가공품 중 보쌈·족발만 해당한다): 구이용, 탕용, 찜용 또는 튀김용으로 조리하여 판매·제공하는 것 	

			<p>○ 닭고기의 식육·포장육·식육가공품(「축산물위생관리법」 제2조제8호에 따른 양념육류·분쇄가공육제품·갈비가공품 및 식육추출가공품만 해당한다): 구이용, 탕용, 찜용 또는 튀김용으로 조리하여 판매·제공하는 것</p> <p>○ 배추김치: 절임, 양념 혼합, 발효 또는 가공 등의 과정을 거쳐 반찬, 찌개용 또는 탕용으로 제공하는 것</p>	
'10	8. 11	오리고기· 배달용 닭고기, 쌀·배추김치 (100㎡미만 포함)	<p>○ 오리고기의 식육·포장육·식육가공품(「축산물위생관리법」 제2조제8호에 따른 햄류·양념육류·분쇄가공육제품·갈비가공품 및 식육추출가공품만 해당한다): 구이용, 탕용, 찜용, 튀김용 또는 훈제용으로 조리하여 판매·제공하는 것(햄류는 훈제용만 해당한다)</p> <p>○ 닭고기의 식육·포장육·식육가공품(「축산물위생관리법」 제2조제8호에 따른 양념육류·분쇄가공육제품·갈비가공품 및 식육추출가공품만 해당한다): 구이용, 탕용, 찜용 또는 튀김용으로 조리하여 판매·제공하는 것(배달을 통하여 판매·제공하는 것을 포함한다)</p>	농수산물 의 원산지 표시에 관한 법 률
'12	4. 11	광어, 우럭, 참 돔, 미꾸라지, 낙 지, 뱀장어	<p>넙치, 조피볼락, 참돔, 미꾸라지, 뱀장어, 낙지: 생식용(조리과정 없이 날 것으로 판매·제공하는 것을 포함한다), 구이용, 탕용, 찌개용, 찜용, 튀김용, 데침용 또는 볶음용으로 조리하여 판매·제공하는 것</p>	

자료: 농림수산식품부

1.2.2. 표시 방법

- 표시 방법은 메뉴판 및 게시판 등에 메뉴에 사용된 식재료의 원산지를 표시하도록 되어 있는데, 구체적인 사례는 다음 그림과 같음.¹
- 그림에도 제시되었듯이, 표시 대상 품목이 사용되어 조리된 메뉴 옆에 해당 품목의 원산지를 명료하게 표시하게 되어 있음.

그림 2-1. 원산지 표시 사례

메뉴 (즐거운 식사시간...)	
돼지갈비 (국내산)	8,000원 (200g)
삼겹살 (호주산)	8,000원 (200g)
삼겹살 (국내산)	11,000원 (200g)
돼지갈비 (국내산과 미국산 섞음)	9,000원 (200g)
닭볶음탕 (닭고기 국내산)	9,000원
삼계탕 (닭고기 국내산)	7,000원
공기밥 (쌀 : 중국산)	1,000원
비빔밥 (쌀 : 국내산)	5,000원
김밥 (쌀 : 국내산과 미국산 섞음)	2,000원
배추김치 (배추 국내산)	

자료: 국립농산물품질관리원 홈페이지(<http://www.origin.go.kr>)

¹ 보다 구체적인 표시 방법은 부록 1을 참고할 것.

1.2.3. 단속 및 처벌

- 음식점 원산지 표시 단속은 중앙정부(국립농수산물품질관리원 등) 및 지방자치단체 산하 조직에서 농축산물의 유통량이 현저하게 증가하는 시기에 실시하는 일제단속과 부정유통신고를 접수한 때 등 필요한 경우에 실시하는 수시 단속을 지속적으로 실시하고 있음.
- 단속 절차는 아래 그림과 같은데, 표시 게시판·메뉴판·포탈 확인, 표시 대상 품목의 원산지 확인, 관련 서류 확인, 과학적 검증 의뢰, 증거 확보, 확인서 및 조서 작성, 검찰 송치 또는 시정 명령 등의 과정을 거침.

그림 2-2. 원산지 단속 절차



자료: 국립농수산물품질관리원 홈페이지(<http://www.origin.go.kr>)

- 단속 현장에서 우선 원산지표시 여부와 방법이 적정한가를 확인한 다음, 조리하고 남은 원료 농·축산물의 원산지를 육안으로 식별함. 이 과정에서 원산지표시 내용이 의심 가는 경우 거래내역을 토대로 추적조사와 과학적 검증을 진행함.
 - 과학적 검증은 DNA를 이용한 유전자 분석(쇠고기, 쌀)과 미량원소를 이용한 기기분석 등을 통해 표시 위반 여부를 확인
 - 분석결과 수입산으로 판정되는 업소는 납품업체까지 추적 조사

- 단속과정에서 위반 사항이 발견된 경우, 형사처벌 또는 500만원 이하 30만원 이상의 과태료가 부과되고 있음. 또한 단속 효과를 높이기 위해 신고 포상제도도 같이 운영하고 있음.
 - 최근에 민간 부문과 연계한 단속을 통해 상당한 성과를 보이고 있는 상황

2. 운영 실태의 분석·평가

2.1. 운영 실태 분석

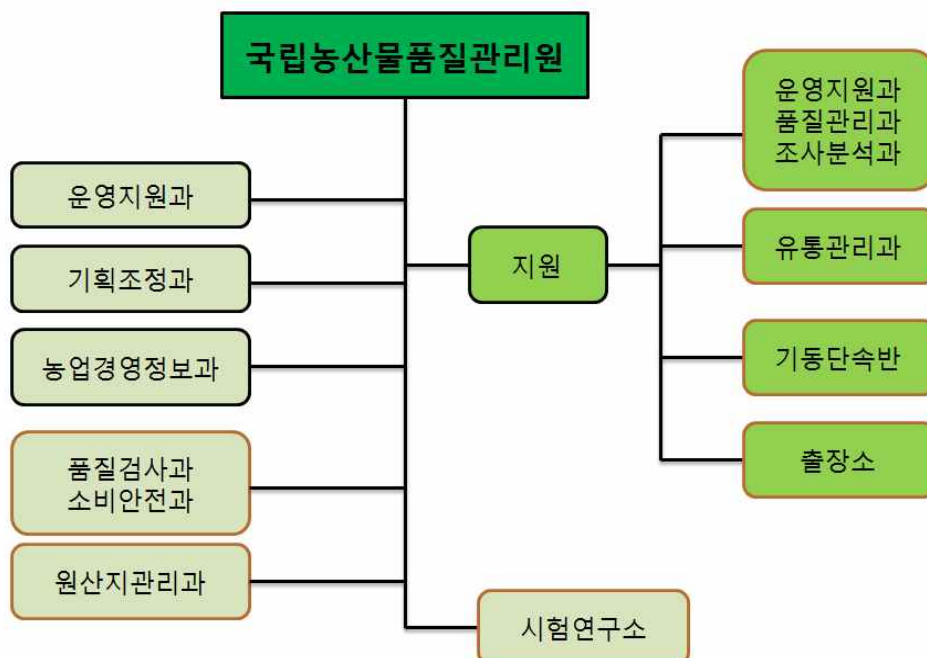
2.1.1. 단속 조직 및 인력

- 음식점 원산지 표시 단속은 전체 농식품 원산지 표시 단속 업무의 하나로 같이 실시하고 있음. 단속 업무는 관련법에 의거하여 중앙정부(농산물품

질관리원, 농림수산물검역검사본부 등)와 지방자치단체에서 공동으로 담당하고 있음.

- 관련 연구에 의하면 원산지 표시 장소 수를 기준으로 전체 원산지 표시 단속 업무의 60%를 중앙정부에서 담당하고 나머지 40% 정도를 지자체에서 담당
 - 한편, 음식점 원산지 표시 단속의 중앙·지자체 비중은 2010년 기준으로 각각 43%와 57%로 차이가 나는 상황.²
- 중앙 정부의 단속 기관 중 농축산물 원산지 표시 단속을 관장하는 농산물품질관리원은 단속 전담 조직, 일반 조직, 지원 조직으로 분류될 수 있는데, 전담 조직에서 원산지 표시 단속을 우선적으로 담당하고 있음.

그림 2-3. 농산물품질관리원 조직

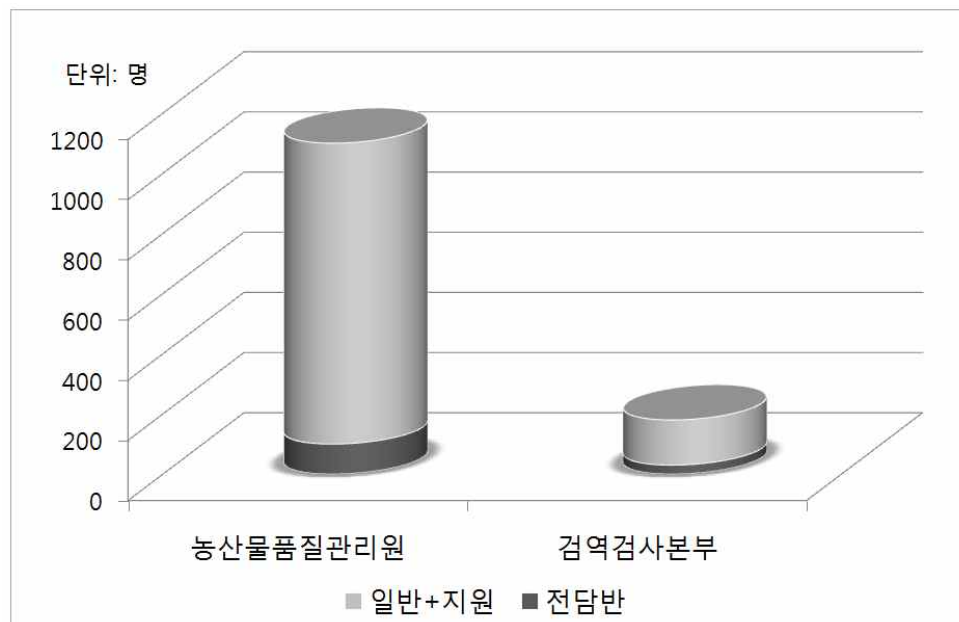


자료: 이계임, 조소현, 전상곤, 김성훈, 송양훈 (2011)

2 이계임, 조소현, 전상곤, 김성훈, 송양훈 (2011)

- 농산물 품질관리원의 원산지 표시 단속 전담 조직들은 중앙단속반(본원 원산지 조사계 및 기획계 일부), 기동단속반(지원의 기동단속반), 담당자(기동단속반에 편성되지 않은 출장소 원산지 업무 담당자) 등임. 일반반은 전담반을 제외한 본원 원산지 관리과, 지원 유통관리과, 출장소에서 타 업무를 하면서 원산지 업무를 병행하는 담당자 등이 해당되고, 지원반은 본원(품질검사과, 소비안전과), 시험연구소, 지원(지원장, 운영지원과, 품질관리과, 조사분석과), 출장소 거점 분석실 담당자 등임.
- 한편 수산물 원산지 표시 단속을 과장하는 농림수산물검역검사본부도 단속 인력을 보유하고 있는데, 음식점 원산지 표시 단속의 경우 해당 대상 품목이 2011년에 처음 도입되어 아직 활발한 표시 단속이 진행되고 있지 않음.
 - 농림수산물검역검사본부의 경우 농산물품질관리원에 비해 단속 인력 규모가 적은 편

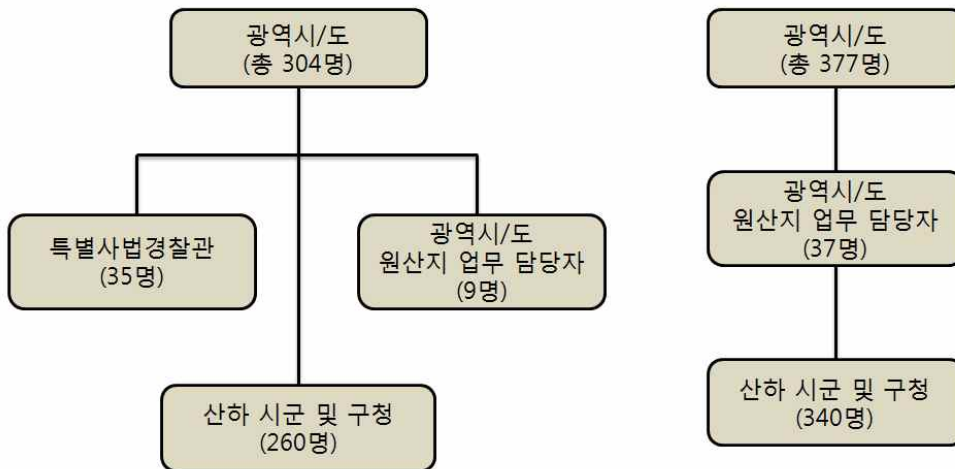
그림 2-4. 중앙 기관의 원산지 표시 단속인력 구성(2011년)



자료: 농림수산물식품부

- 다음으로 지방자치단체의 경우 여건에 따라 서로 다른 체계를 가지고 있는데, 서울특별시, 인천광역시, 대전광역시, 부산광역시, 대구광역시, 경기도, 충청남도는 자체적인 특별사법경찰조직을 갖추고 있어 보다 적극적인 표시 단속을 진행하고 있음.
- 특별사법경찰조직을 보유한 지자체는 고유의 사법권한을 가지고 원산지 표시 위반업주에 대한 처벌을 실시

그림 2-5. 지방자치단체의 원산지표시제도 담당 조직 및 인력구성



<특별사법경찰조직이 있는 시도> <특별사법경찰조직이 없는 시도>

자료: 이계임, 조소현, 전상근, 김성훈, 송양훈 (2011)

2.1.2. 보조 제도

- 원산지 표시 단속을 위해 보조적으로 운영되는 제도로 명예감시원, 포상금 지급 등의 단속 보조 제도와 우수업체 선정, 제도 홍보 등의 원산지 표시 확대 유인 제도가 있음.

- 명예감시원은 민간 생산자, 소비자, 자원 봉사자들을 대상으로 부정 유통 행위 감시 업무를 부여하는 제도로 1996년 1,164 명에서 2011년 19,830 명으로 17배 이상 급격히 늘어났음. 명예감시원은 정예감시원과 감시·신고 감시원으로 구분되는데, 3천명 규모의 정예감시원은 합동단속 위주의 활동을 하고 있음.

표 2-3. 연도별 명예감시원 현황

단위: 명

연도별 단체별	소비자		생산자		자원봉사자		계	
	농산물	수산물	농산물	수산물	농산물	수산물	농산물	수산물
1996	163	80	921	-	-	-	1,084	80
2000	508	-	1,500	-	-	-	2,008	-
2001	507	-	1,542	-	500	-	2,549	-
2002	508	-	1,499	-	593	-	2,600	313
2003	508	-	1,491	-	601	-	2,600	249
2004	608	-	1,359	-	618	-	2,585	-
2005	2,258	-	14,386	-	838	-	17,482	-
2006	5,186	-	19,059	-	1,108	-	25,353	252
2007	5,305	143	19,359	316	1,113	64	25,777	523
2008	5,730	148	18,565	316	1,157	68	25,452	532
2009	4,810	177	17,220	225	1,903	50	23,933	538
2010	4,821	218	14,140	237	2,504	105	21,465	560
2011	6,070	255	11,757	-	1,554	120	19,381	449

자료: 농림수산물식품부

- 원산지 표시 감시 효과 제고를 위한 부정유통신고센터를 운영하고 제보를 받고 있음. 제보를 통해 부정유통이 확인된 경우, 포상금을 지급하고 있는데, 지급 건수와 지급 금액이 크게 증가하고 있음.

표 2-4. 연도별 농산물 부정유통고발 포상금 지급현황

단위: 건, 천 원

연도별	일반농산물		수입 쇠고기		수산물	
	지급건수	지급액	지급건수	지급액	지급건수	지급액
1995	75	3,610	-	-	-	-
2000	392	126,547	343	108,538	-	-
2001	469	165,033	709	55,659	-	-
2002	382	129,991	683	69,663	-	-
2003	448	126,655	97	30,287	-	-
2004	607	146,720	44	13,793	-	589
2005	572	230,800	10	3,850	2	600
2006	627	250,199	3	2,300	7	1,000
2007	1,196	318,366	-	-	90	3,000
2008	1,064	260,388	-	-	13	3,000
2009	573	260,000	-	-	47	17,000
2010	454	240,300	-	-	15	6,000
2011	364	230,150	-	-	14	9,000

주: 수입 쇠고기 부정유통신고 포상금은 2006.2분기 이후 일반농산물 부정유통신고 포상금으로 지급함.

자료: 농림수산물식품부

- 한편, 음식점의 원산지 표시 참여를 독려하기 위해 표시 우수업체를 선정하여 혜택을 제공하고 있음. 2011년과 2012년 기준 원산지표시 우수업체로 선정된 음식점은 각각 188 곳과 493 곳으로 우수 업체들이 확산되고 있는 상황임.
- 전체 농식품 원산지 표시 우수업체 수는 2010년 기준 1,337업체로 음식점 원산지 표시 우수업체 수의 10배 이상의 수치

표 2-5. 원산지 표시 우수업체 선정 추이

연도	선정 음식점 현황	지원 내용
2011	188	현판(인증판) 제공
2012	493(50)	현판(인증판) 제공
계	683(50)	

주 : ()내는 수산물 실적임.

자료: 농림수산물부

- 음식점 원산지 표시를 포함한 우리나라 농식품 원산지 표시 확산을 위해 정부는 꾸준하게 각종 대중 매체를 통한 홍보 사업을 지속하고 있는데, 소비자 등의 반응이 큼. 구체적인 수치를 보면, 1994년 571 건에 불과하던 홍보 건수가 2011년에는 2,365 건으로 4배 이상 증가하였음. 또한, 수산물 원산지 표시 홍보도 2004년부터 지속적으로 실시되고 있는데, 해당 건수도 2004년 48 건에서 2011년 314 건으로 6배 이상 급증하였음.
- 그밖에도 관련 전시회 개최, 원산지 표시 제작 및 배포, 홍보 동영상 제작 및 보급 등 다양한 홍보 활동이 진행되고 있음. 다만, 매체를 통한 전체 홍보 건수의 절반 정도가 신문을 통한 홍보를 하고 있어 신문을 잘 보지 않는 젊은 층에 대한 홍보 효과가 상대적으로 적은 상황임.

표 2-6. 원산지 관련 홍보 건수 추이

단위: 건수

연도	TV	신문	라디오	계
1994	201	271	99	571
1995	227	594	408	1,229
1996	442	55	91	588
1997	484	892	593	1,969
1998	534	840	435	1,809
1999	746	937	1,167	2,850
2000	823	1,873	1,012	3,708
2001	1,109	1,329	1,062	3,500
2002	823	1,183	784	2,790
2003	730	1,095	707	2,532
2004	1,308(21)	1,075(17)	567(10)	2,950(48)
2005	1,178(36)	1,548(24)	709(8)	3,435(68)
2006	1,195(35)	2,476(30)	2,006(11)	5,677(76)
2007	1,324(42)	2,974(55)	1,218(7)	5,516(104)
2008	689(28)	1,248(50)	270(6)	2,207(84)
2009	962(50)	1,162(65)	330(2)	2,554(117)
2010	798(76)	1,116(88)	360(95)	2,274(259)
2011	737(29)	1,415(249)	202(36)	2,365(314)

주 : ()내는 수산물 실적임.

자료: 농림수산물부

2.2. 단속 실적 및 원산지 표시 이행 평가

- 원산지 단속 실적을 전체 농식품과 음식점으로 구분하여 살펴보면, 2010년 전체 원산지 단속 건수와 음식점 원산지 단속 건수가 각각 7,583 건과 2,722 건이었음. 2011년에는 각각 7,230 건과 3,084 건으로 집계되었는데, 이는 2010년에 비해 전체 단속 건수는 소폭 감소하였지만 음식점 원산지 단속 건수는 오히려 12% 증가하였음을 알 수 있음.

표 2-7. 원산지 단속 실적 추이

단위: 건

구 분	2010				2011			
	전체		음식점 원산지		전체		음식점 원산지	
	중앙	지자체	중앙	지자체	중앙	지자체	중앙	지자체
서울	456	524	203	167	498	450	286	207
부산	340	68	125	5	387	112	132	2
대구	258	4	94	2	246	35	106	3
인천	317	94	60	19	280	156	119	25
광주	341	1	175	13	332	4	138	2
대전	200	7	66	2	160	9	96	10
울산	88	31	53	1	87	15	44	-
경기	749	289	225	111	779	200	367	86
강원	465	1	198	8	457	-	171	1
충북	273	2	127	-	266	2	177	2
충남	603	65	114	37	299	105	141	59
전북	425	4	124	-	380	1	136	-
전남	644	110	289	-	591	88	232	-
경북	537	5	178	3	479	2	187	-
경남	509	31	268	1	556	114	303	1
제주	142	-	54	-	135	5	46	5
소계	6,347	1,236	2,353	369	5,932	1,298	2,681	403
총계	7,583		2,722		7,230		3,084	

자료: 농림수산물부.

- 이와 같은 단속 실적에 따라 실제 음식점에서의 원산지 표시 이행 실태도 상당히 우수한 것으로 평가 할 수 있음. 2008년부터 2011년까지 음식점 원산지 표시 이행률은 모든 품목에서 97%를 넘어서고 있어 원산지 표시 제도가 잘 정착되고 있는 것으로 볼 수 있음.
- 특히, 원산지 표시의 중요한 이슈가 되었던 쇠고기의 경우 이행률이 99% 수준으로 타 품목보다 우수한 상황

표 2-8. 연도별 음식점 원산지 표시 이행 실태: 2011

단위: 건, %

지도·단속수	구분	이행률
350,398	쇠고기	98.9
	돼지고기	98.3
	닭고기	98.1
	오리고기	96.2
	배추김치	97.0
	쌀	97.8
	가공품(기타)	99.2
	평균	97.9

자료: 농림수산물부

제 3 장

주요 품목에 대한 음식점 원산지 표시 효과 분석

1. 소비자 인식 실태 조사

1.1. 조사 개요

- 우리나라 음식점 메뉴의 원산지 표시 제도에 대한 소비자 인식 실태를 조사하기 위해 설문 조사를 실시하였음.³ 설문 조사는 전문 업체에 의뢰하여 전국에 거주하는 600명을 대상으로 온라인 조사를 실시하였고, 조사 기간은 2012년 10월 29일부터 11월 9일까지였음.
- 설문 조사 응답자의 인구학적 분포를 보면 다음 표와 같음. 먼저 성별은 남자 306명(51%), 여자 294명(49.9%)으로 비슷하게 샘플을 선정하였고,

³ 설문 조사표는 부록 2를 참조할 것.

연령별로는 50대 148명(34.7%), 40대 170명(28.3%), 30대 156명(26%), 20대 126명(21%)으로 50대의 비중이 가장 높았음.

표 3-1. 설문 조사 샘플의 인구학적 분포

단위: %

구분		비중	구분		비중	
성별	남자	51.0	지역	서울	21.0	
	여자	49.0		부산	7.2	
	계	100.0		대구	5.0	
연령별	20대	21.0		인천	5.8	
	30대	26.0		광주	2.7	
	40대	28.3		대전	3.0	
	50대	24.7		울산	2.5	
	계	100.0		경기	24.2	
소득별	200만원 미만	13.0		강원	2.8	
	200 ~ 300만원 미만	19.3		충청	6.5	
	300 ~ 400만원 미만	17.0		전라	6.8	
	400 ~ 500만원 미만	21.3		경상	11.2	
	500만원 이상	29.3		제주	1.3	
	계	100.0		계	100.0	
학력별	중졸이하	0.7		결혼 여부	미혼	35.3
	고졸	23.2			기혼	63.0
	대재이상	76.2			기타	1.7
	계	100.0			계	100.0

- 또한, 소득별로 살펴보면 500만원 이상이 176명(29.3%)으로 가장 높게 나타났고, 400~500만원 미만인 128명(21.3%), 200~300만원 미만인 116명(19.3%), 300~400만원 미만인 102명(17%) 순이었음.
- 지역별 분포는 서울과 경기를 포함한 수도권이 전체의 45%를 차지하여 우리나라 인구 분포와 유사하게 샘플을 선정하도록 노력하였으며, 결혼 여부를 살펴보면 기혼이 378명(63%)으로 다소 높게 나타났음. 마지막으로 학력별로는 대학교 이상이 457명(76.2%)으로 가장 높았고, 고졸 139명(23.2%), 중졸 이하 4명(0.7%) 순이었음.

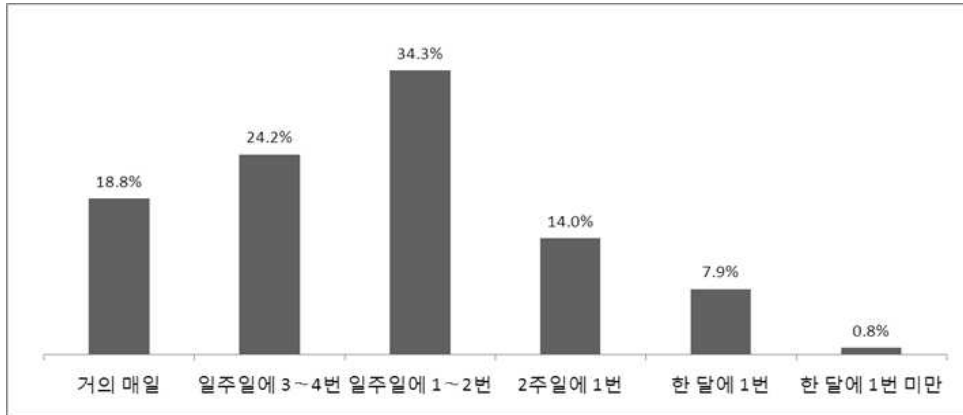
1.2. 조사 결과

1.2.1 외식 소비 개황

가. 음식점 이용 빈도

- 소비자들의 음식점 이용 빈도수에 관한 설문조사 결과, 일주일에 1번 이상 음식점을 이용하는 응답자의 비중이 전체의 77.3%로 나타나 우리나라 식품 소비자 대다수가 음식점을 1주일에 한 번 이상 사용하고 있는 것으로 추정할 수 있음.
 - 보다 구체적으로는 일주일에 1 ~ 2번 음식점을 이용하는 응답자의 비율이 34.3%로 가장 높았으며, 일주일에 3~4번이 24.2%, 거의 매일이 18.8% 순
- 반면, 한 달에 1 번미만 음식점을 이용하는 응답자의 비중은 0.8%로 매우 적은 수치를 보였다.

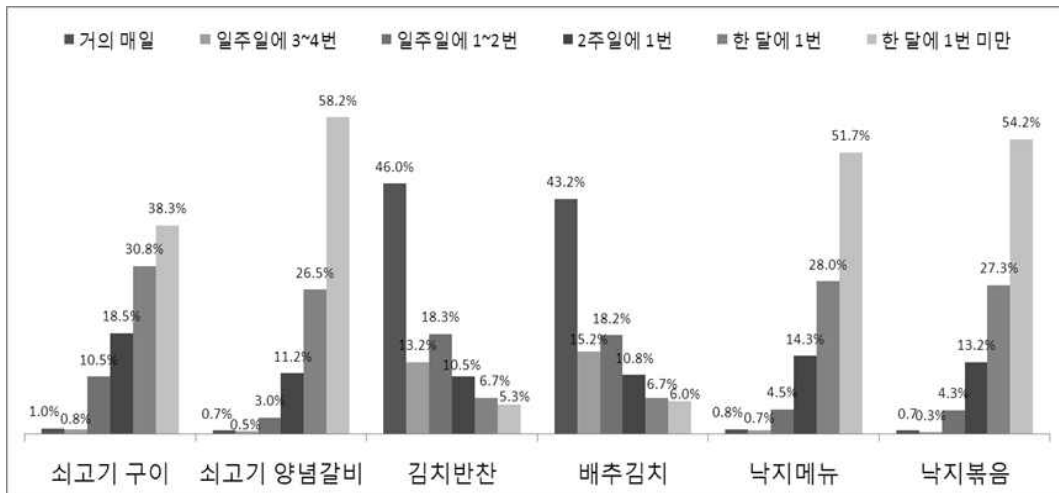
그림 3-1. 음식점 이용 빈도



나. 주요 품목의 이용 빈도

- 다음으로 주요 대상 품목인 쇠고기(양념갈비), 김치(배추 김치), 낙지(낙지볶음)을 대상으로 각각의 음식점 이용 빈도를 조사하였음. 조사 결과 쇠고기(양념갈비)와 낙지(낙지볶음)의 음식점 이용 빈도가 낮은 반면, 김치(배추 김치)의 음식점 이용 빈도는 매우 높게 나타나 대조를 보임.

그림 3-2. 품목별 음식점 이용 빈도

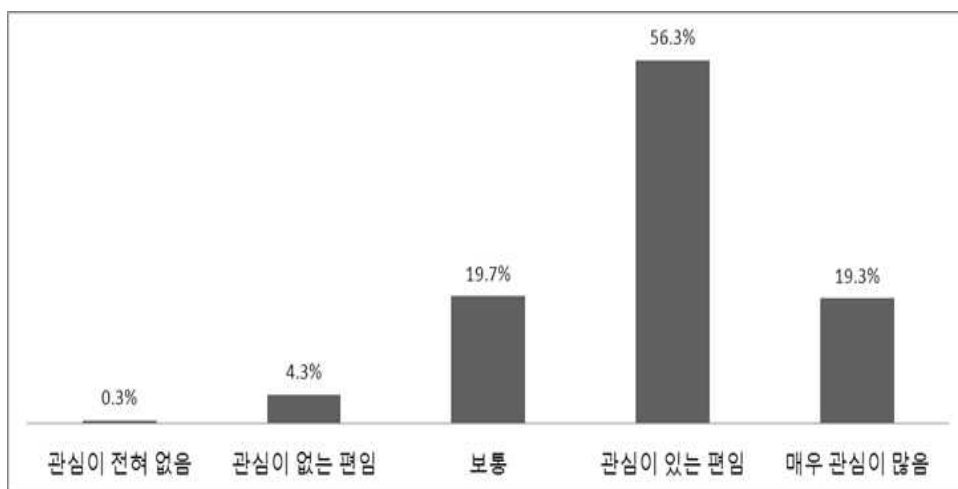


1.2.2 음식점 원산지 표시 제도에 대한 인식

가. 인지도 및 관심도

- 음식점 원산지 표시 제도 인지도에 관한 설문결과 소비자의 89%가 인지를 하고 있다고 대답하여 소비자의 대부분이 음식점 원산지 표시 제도에 대한 인지도가 높은 것을 알 수 있음.
- 또한, 음식점 원산지 표시 제도에 대한 소비자의 관심도를 조사하였는데, 전체 응답자의 76%가 관심을 가지고 있는 것으로 조사되었음. 이러한 수치는 3년 전에 진행되었던 이계임, 황운재, 손은영 (2009)의 연구 결과의 74.6%에 비해 약간 높게 나타나, 예전보다 소비자들의 관심도가 소폭 상승한 것으로 추정할 수 있음.⁴

그림 3-3. 음식점 원산지 표시제에 대한 관심도



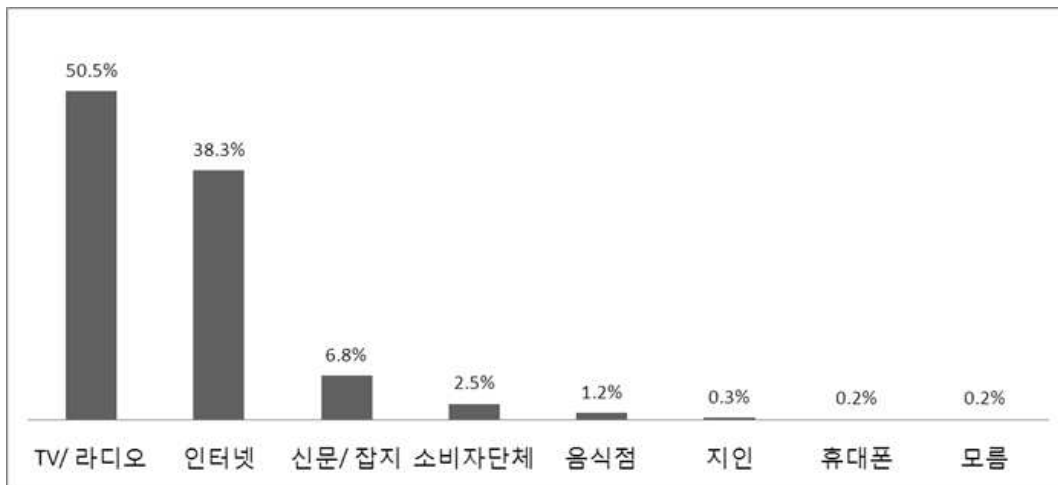
⁴ 물론, 당시 연구와 현재 연구의 설문 조사 환경이나 대상 샘플이 동일하지 않아 직접적인 비교는 어렵지만, 어느 정도의 추세는 파악 가능함.

나. 제도 인지 경로

- 음식점 원산지 표시 제도에 대한 정보를 어떻게 인지하는 지를 살펴보면, TV 또는 라디오가 50.5%, 인터넷이 36.3%, 신문 또는 잡지가 6.8% 순으로 나타나 소비자가 주로 대중매체를 통하여 음식점 원산지 표시 제도에 관한 정보를 인지하고 있음을 나타냄.

- 이계임, 황운재, 손은영 (2009)의 연구도 비슷한 결과를 제시

그림 3-4. 음식점 원산지 표시 제도 정보의 인지 경로

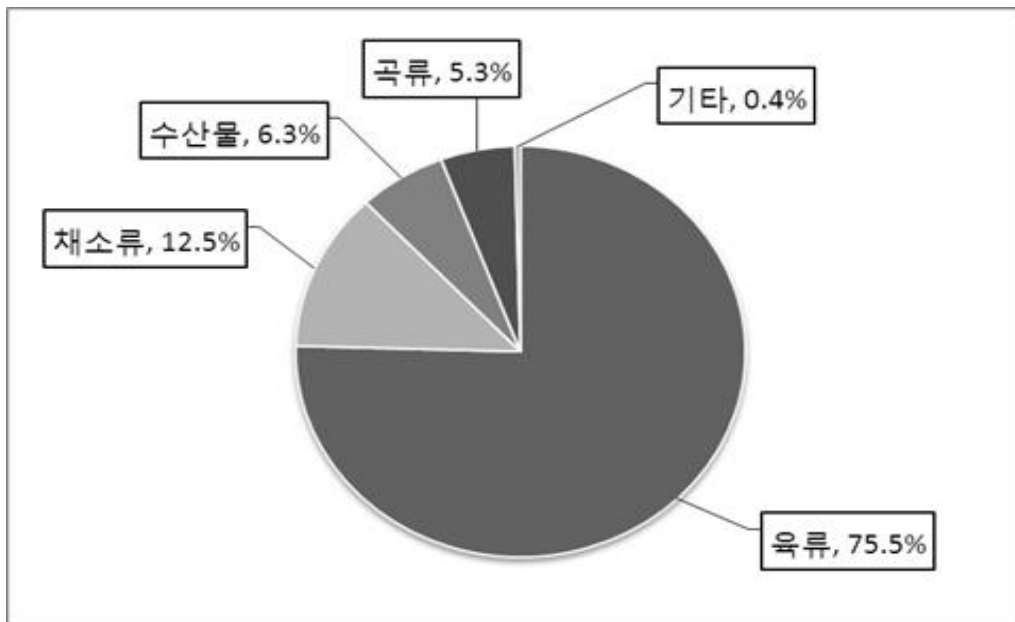


다. 메뉴의 원산지 확인 실태

- 소비자의 평소 음식점 메뉴의 원산지 확인 여부에 관한 설문결과 소비자의 70%가 음식점 메뉴의 원산지를 확인하는 것으로 나타나, 대부분의 소비자들이 원산지 표시에 대하여 관심을 가지고 있음을 알 수 있음.
- 원산지를 가장 중요하게 생각하는 품목으로는 쇠고기, 돼지고기, 닭고기 등을 포함한 육류가 75.5%로 가장 높았고, 배추김치를 포함한 채소류가 12.5%, 넙치(광어), 조피볼락(우럭), 참돔 등을 포함한 수산물이 6.3% 순으로

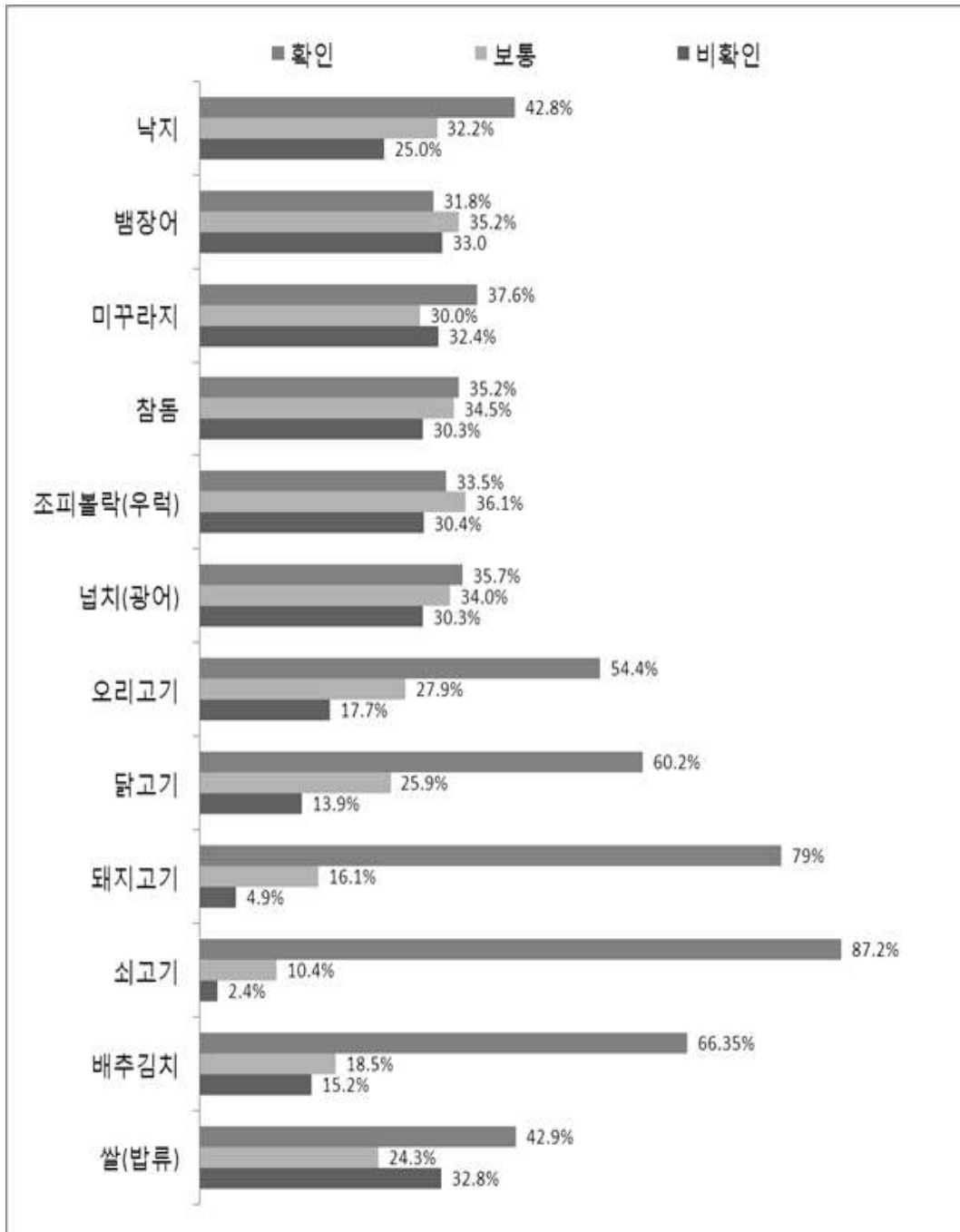
로 조사됨.

그림 3-5. 소비자의 원산지 중시 품목



- 다음으로, 품목별 원산지 표시의 실제 확인 여부를 살펴보면 쇠고기 (87%), 돼지고기(79%) 등 고기류와 배추김치(66%)의 확인 비중이 높게 나타났는데, 이러한 결과는 이계임, 황윤재, 손은영 (2009)의 연구와 유사하여 우리나라 소비자들이 원산지 확인 행태가 지속되고 있음을 알 수 있음.
- 원산지 표시를 확인하지 않는 품목으로는 쌀 32.3%, 뱀장어 29.4%, 미꾸라지 29.3%의 순

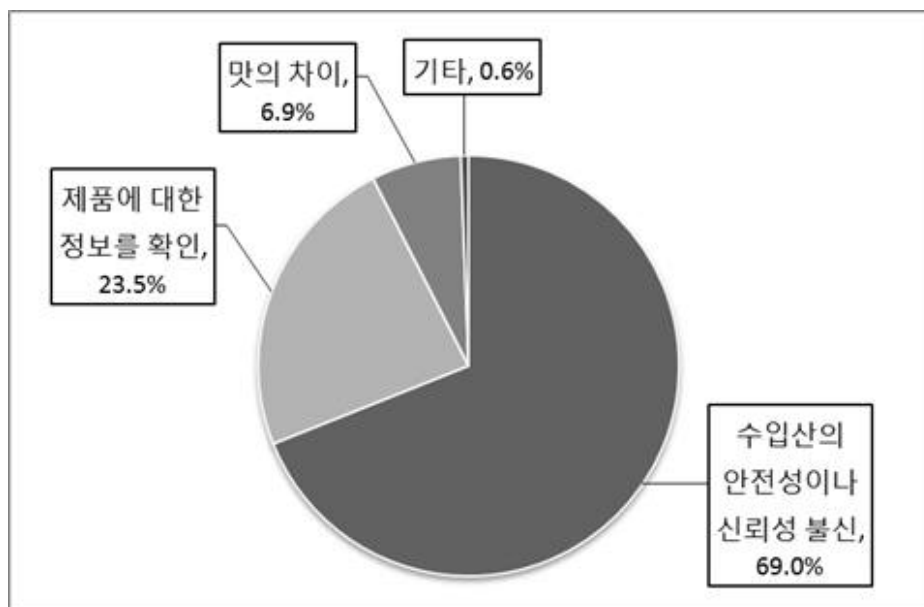
그림 3-6. 품목별 원산지 확인 여부



라. 원산지 표시 확인 이유

- 응답자들이 음식점 메뉴의 원산지를 확인하는 이유로는 수입산 사용 제품의 안전성이나 품질에 대한 불신과 맛에 대한 차이가 각각 69%와 7%로 나타나, 대부분의 소비자들이 수입산과 국산 식재료의 차이를 구분하기 위해 원산지를 확인하는 것으로 분석됨.
- 즉, 우리나라 소비자들은 국산 식재료 사용 음식점 메뉴의 품질이 수입산 식재료 사용 메뉴보다 뛰어남을 인정하고, 이를 구분하고 메뉴 선택에 반영하기 위해 원산지를 확인하고 있음을 알 수 있음. 따라서, 저급 식재료의 국산 둔갑 방지를 통해 소비자들의 선택권 보장 및 국내 생산자의 소득 지지라는 원산지 표시 제도 도입 취지가 소비 현장에서 잘 반영되고 있는 것으로 평가할 수 있음.

그림 3-7. 원산지 확인 이유



- 반면, 원산지를 확인하지 않는 이유로는 해당 음식점에서 메뉴의 원산지 확인 불가능이라는 응답이 48%로 가장 높았고, 자신의 관심 부족이라는 응답이 19%로 나타나, 이에 대한 정책적 대안 마련이 요구되고 있음.

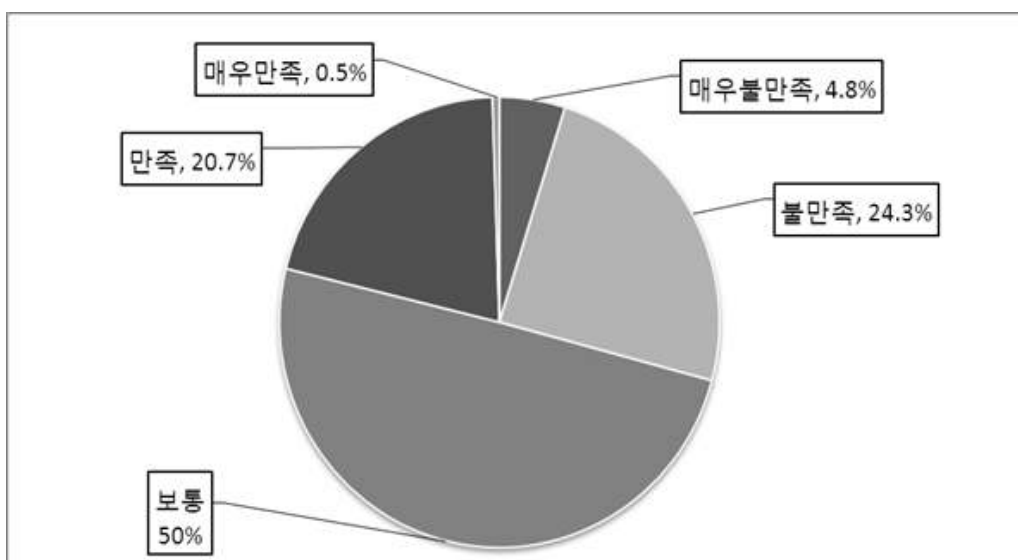
1.2.3 음식점 원산지 표시제도의 정부 정책

가. 정책 만족도

- 음식점의 원산지 표시 제도 시행에 소비자들의 만족도를 조사한 결과, 불만족을 나타낸 응답자의 비중이 전체의 29%에 불과하여 전반적으로는 정부의 원산지 관련 정책에 긍정적인 것으로 조사됨. 그러나, 매우 만족하는 응답자의 비중이 0.5%에 불과하여 정부의 관련 정책 개선에 더 힘을 쏟을 것을 주문하고 있음을 알 수 있음.

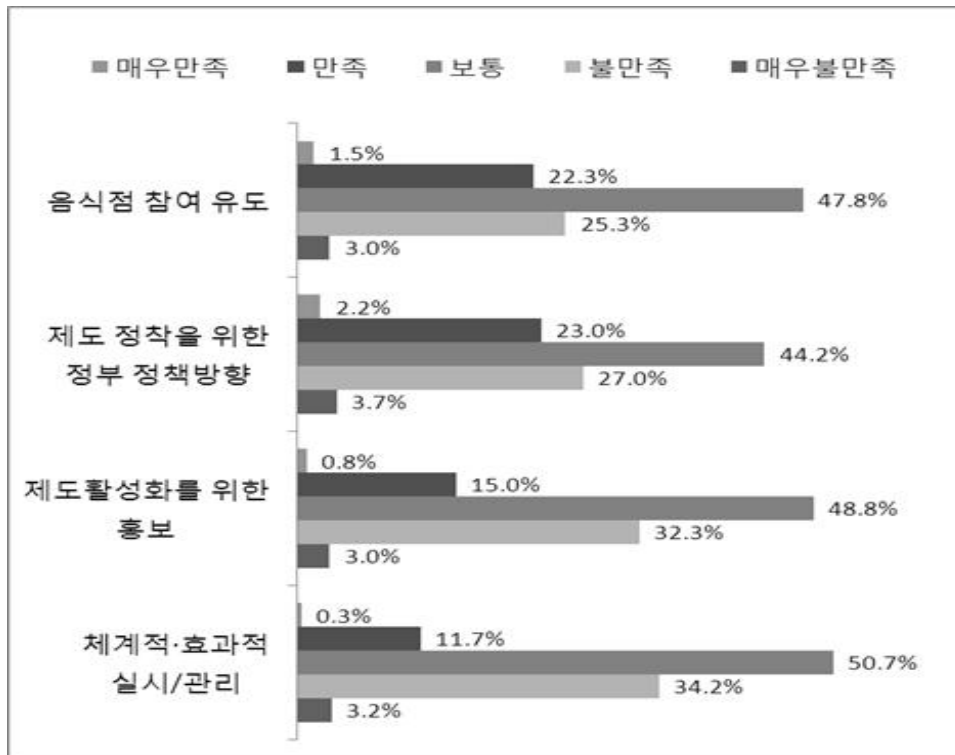
- 제도의 세부적인 기여도를 보면, 소비자의 알권리 제공, 메뉴의 신뢰 제고, 메뉴의 안전성 제고 순으로 제시

그림 3-8. 음식점의 원산지 표시 제도 수행의 만족도



- 보다 세부적인 정책 평가를 보기 위해 주요 항목별로 소비자 만족도를 조사하였는데, 음식점의 원산지 표시제도 참여 유도 등에는 상대적으로 높은 점수를 주고 있지만, 제도 홍보나 체계적 제도 관리 등은 다소 낮은 평가를 주고 있어 대조를 보였음.

그림 3-9. 원산지 표시 제도 관련 의견

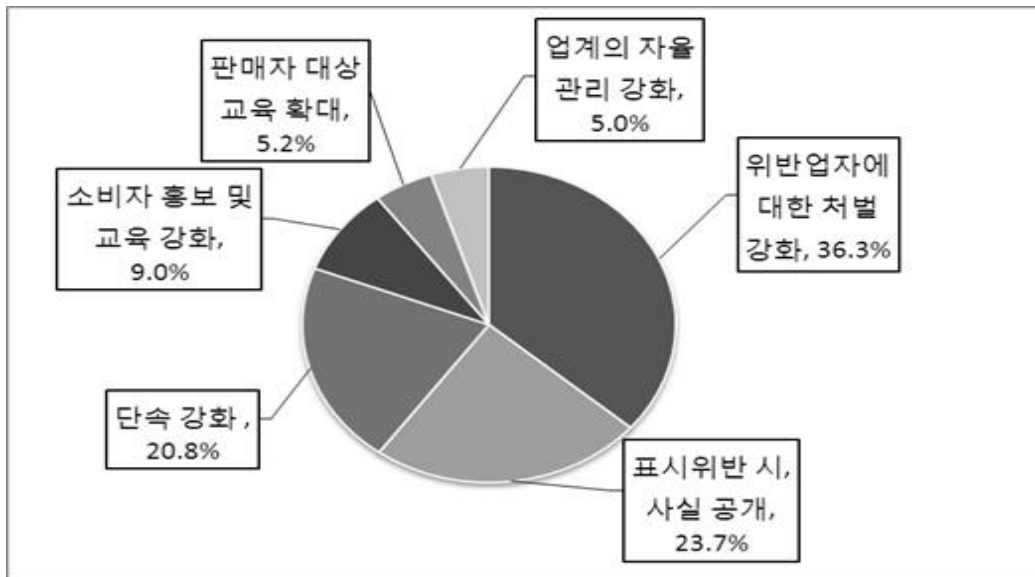


나. 제도 활성화

- 음식점 원산지 표시 제도의 활성화를 위해 필요한 사항들을 조사한 결과, 위반업자에 대한 처벌 강화가 36%로 가장 높게 나타났고, 표시위반 사실 공개(24%), 단속 빈도 강화(21%) 등도 높게 나타나 소비자들이 원산지 표시 위반 음식점에 대한 단속과 처벌을 더 강화하여야함을 원하고 있었음.

- 반면, 교육 및 홍보 확대나 업계의 자율 관리 강화 등에는 낮은 응답률을 보여 소비자들이 음식점 업계의 자정 능력을 신뢰하지 못하고 있는 것을 알 수 있음.

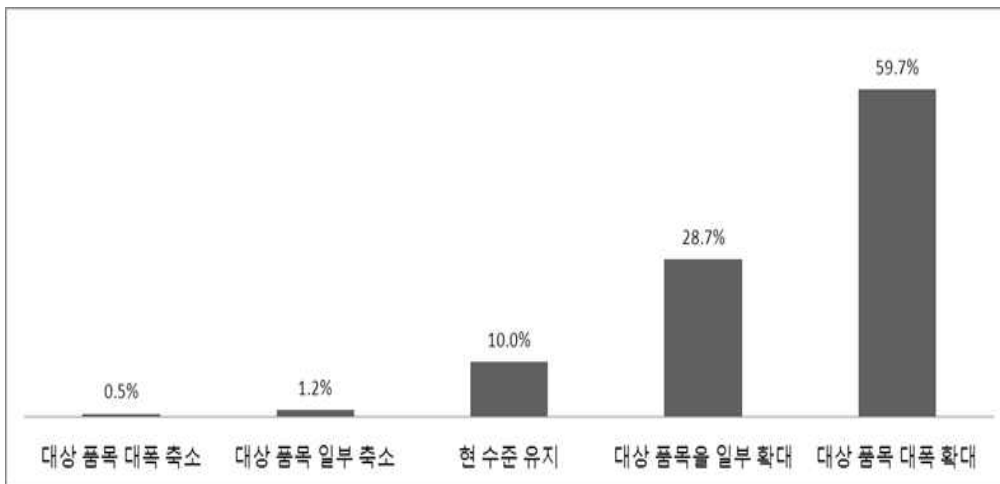
그림 3-10. 제도 활성화를 위해 필요한 사항



다. 대상 품목 확대

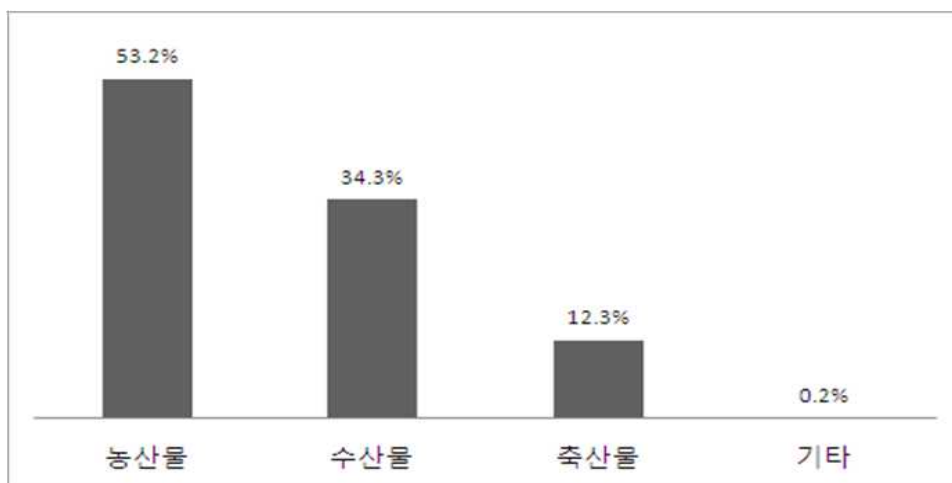
- 음식점 원산지 표시 대상 품목의 향후 확대와 관련하여 조사하였는데, 전체 응답자의 88%가 대상 품목의 확대를 요구하고 있음. 이는 이계임, 황윤재, 손은영 (2009)의 연구 결과에서 제시된 수치인 76%보다 높는데, 이를 통해 과거보다 소비자들의 음식점 원산지 표시 대상 품목 확대를 더 원하고 있는 것으로 추정해볼 수 있음.
- 이처럼 과거보다 늘어난 소비자의 대상 품목 확대 요구는 그동안의 제도 시행에 소비자들이 만족하고 이를 더욱 확대하기를 원하는 것으로도 해석이 가능함.

그림 3-11. 표시 대상 품목 수의 조정 의견



- 음식점 원산지 표시 대상으로 추가되어야 할 가장 우선적 품목군을 조사한 결과, 농산물이 53%로 대부분을 차지하였음. 다음으로 수산물(34%)과 축산물(12%) 순으로 나타나, 우리나라 소비자들이 농산물의 대상 품목 확대를 더 시급하게 생각하고 있는 것으로 판단할 수 있음.

그림 3-12. 원산지 표시 추가시 우선적 품목군



- 보다 구체적으로 각 품목군별로 우선 도입 대상 품목을 조사한 결과, 농산물은 콩(두부, 콩나물, 장류)과 마늘이 우선적으로 도입되어야 하는 것으로 조사됨. 또한 수산물은 꽃게, 조기, 오징어가 서로 비슷한 비중의 응답률을 보였음. 반면 축산물은 우선 도입 품목이 뚜렷하게 나타나지 않았는데, 이는 소비자가 인식하기에 주요 축산물의 음식점 원산지 표시제도가 충분히 시행되고 있다고 보기 때문인 것으로 판단됨.

2. 사회적 후생 효과 분석

2.1. 기본 개념

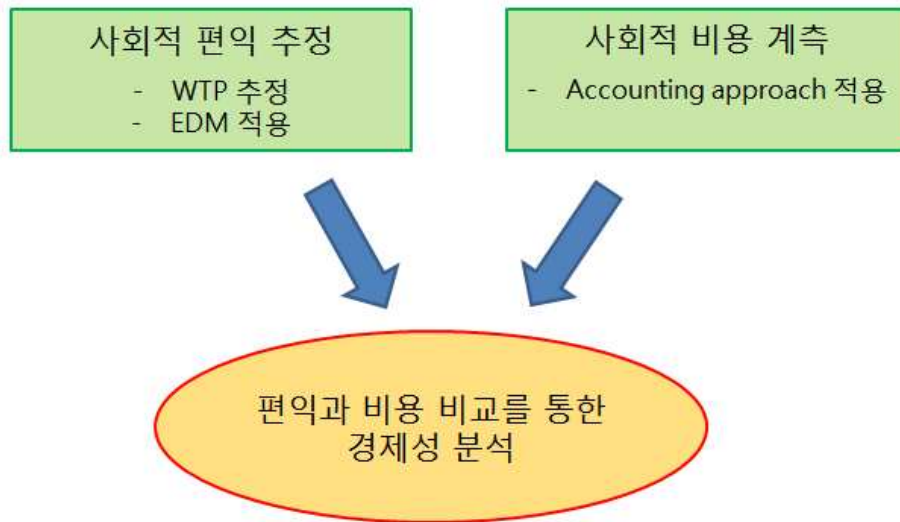
- 음식점 원산지 표시 제도의 사회적 후생 효과 및 경제성을 분석하기 위해서는 크게 두 단계의 과정을 거치게 됨. 가장 먼저 제도 시행에 따른 사회적 편익(Social welfare)을 추정하고, 이어 제도 시행과정에서 소요되는 사회적 비용(Social cost)을 계측함. 그 다음 사회적 편익과 사회적 비용을 상호 비교하여 제도의 사회적 효과내지는 경제성을 판단하게 됨.
- 사회적 편익은 경제학 계량모형인 부분균형모형(Partial Equilibrium Model)에 기초한 비교정태분석(Comparative static analysis)에 입각하여 추정하게 됨. 구체적인 모형으로는 EDM(Equilibrium Displacement Model)을 적용함.
- 또한, EDM 모형 분석에 필요한 계수(Coefficients)의 값을 구하기 위해, 앞서 제시한 설문조사의 결과를 일부 활용하여 음식점 원산지 표시 제도

도입을 위해 소비자가 추가로 지불할 수 있다고 응답한 지불의향(WTP: Willingness-To-Pay)을 추정하여 모형에 대입하였음.

- 한편, 음식점 원산지 표시 제도 시행으로 발생하는 사회적 비용은 크게 제도 시행을 위한 정부 정책 비용과 음식점의 표시 관련 비용을 회계학적 방법(Accounting approach)을 통해 추계할 수 있음. 여기서 음식점의 표시 관련 비용은 사회 전체 시각에서 볼 때 무시할 수 있는 수준이므로 분석에서 생략하고, 정부 정책 비용에 한하여 사회적 비용을 경제성 분석에 적용하도록 함.
 - 현장 조사 결과, 음식점 원산지 표시 제도를 위한 음식점 업체의 추가 비용은 메뉴판 등에 추가로 원산지 관련 정보를 기입하는 것에 소요되는 비용 등으로 업체 당 추가 비용 상승폭이 미미한 실정
 - 정부 정책 비용의 경우, 이계임, 조소현, 전상곤, 김성훈, 송양훈(2011)의 연구에서 추계된 원산지 표시 제도 시행 관련 정책 비용 자료를 활용
 - 다만, 해당 연구가 우리나라 원산지 표시 제도 전체를 다루었기에 해당 연구에서 제시한 추계 결과를 그대로 적용하지 않고, 정부 업무에서 음식점 원산지 표시 제도 관련 업무가 차지하는 비중을 감안하여 재계산하여 재추정된 결과를 활용⁵

⁵ 해당 연구의 경우, 본 연구 1년 전에 진행된 연구로 그 동안의 정부 정책 비용의 변화 요인이 크게 없는 것으로 확인되었음.

그림 3-13. 사회적 후생 효과 및 경제성 분석 단계



2.2. 사회적 편익 계측

2.2.1. 소비자 지불의향 추정

가. 이론적 방법론

- 음식점 원산지 표시 제도에 대한 소비자 인식 설문 조사에서 소비자의 제도 도입을 위한 추가 지불 의향에 대한 설문 문항을 추가하였음. 문항에서는 현재 시행중인 음식점 원산지 표시제도가 아직 시행 이전인 단계로 가정하도록 하고, 다음의 두 가지 시나리오에서의 추가 지불 의향을 제시

하도록 하였음.

표 3-2. 소비자 추가 지불 의향 추정 시나리오

구분	내용
시나리오 1	음식점 원산지 표시 제도가 강제되지 않는 상황에서 음식점 업주가 소비자에게 “ 해당 메뉴의 식재료는 국내산이 확실하다”라고 주장하는 경우
시나리오 2	음식점 원산지 표시 제도가 강제되지 않는 상황에서 음식점 업주가 소비자에게 원산지 관련 정보를 확인해주지 않는 경우

- 다음으로 분석 대상 품목인 쇠고기(양념갈비)⁶, 배추 김치, 낙지 볶음의 현재 단위 당 기준 가격을 각각 다음 표와 같이 제시하고, 각 시나리오별로 소비자가 해당 메뉴 품목에 지불할 수 있는 최대 가격을 기입하도록 하였음.

표 3-3. 품목별 기준 가격

품목	단위 당 기준 가격
쇠고기 양념 갈비 (국내산)	25,000 원 / 1인 분 (200g)
배추 김치 (국내산)	700 원 / 1 접시
낙지 볶음 (국내산)	15,000 원 / 1 인분

6 쇠고기는 부위가 다양(등심, 목심, 갈비, 채끝 등등)하여 이 중 대표적으로 소비자들에게 친숙한 양념갈비에 대한 지불의향을 조사하여 국내산 쇠고기에 대한 지불의향의 대리변수로 사용하였음.

- 설문 조사로 확보된 자료를 가지고, 모형을 통한 소비자가 해당 품목에 최대한으로 지불할 의향이 있는 금액을 토빗(Tobit) 모형을 이용하여 추정함. 토빗 모형은 식 (1-1)과 같이 표현할 수 있음.

$$(1-1) \quad \begin{aligned} y_i &= X_i\beta + u_i & \text{if } X_i\beta + u_i > 0 \\ y_i &= 0 & \text{if } X_i\beta + u_i \leq 0 \end{aligned}$$

- 식 (1-1)에서 y_i 는 i 번째 소비자가 원산지표시 없는 쇠고기(양념갈비), 배추김치, 낙지 볶음 등 3개의 품목 선택을 위해 지불하고자 하는 관찰된 금액임. 여기서 y_i 는 각 품목별로 2가지 시나리오에서 소비자의 지불금액을 각각 나타냄.
- X_i 는 설명변수들의 벡터로 분석에 이용된 변수들은 다음과 같음.⁷
 - i) 음식점 원산지표시 인지정도, ii) 음식점 원산지표시 관심도, iii) 원산지표시제도 관련 정보 구입처, iv) 메뉴 품목의 원산지 확인 정도, v) 원산지표시 대상품목의 확대 및 축소, vi) 응답자의 성별, 교육 및 연령 수준
- β 는 추정계수의 벡터, 그리고 u_i 는 잔차항을 나타냄.
- 토빗 모형 식 (1-1)의 우도함수(log-likelihood function)는 아래 식 (1-2)와 같음.

$$(1-2) \quad L = \prod_i^N \left[\frac{1}{\sigma} \phi\left(\frac{y_i - X_i\beta}{\sigma}\right) \right]^{d_i} \left[1 - \Phi\left(\frac{X_i\beta}{\sigma}\right) \right]^{1-d_i}$$

⁷ i), ii), iv), v)는 5점 리커트 척도(Likert scales)를 이용하여 측정됨. iii)의 원산지표시 제도와 관련된 정보는 인터넷에서 획득된 경우임.

- 식 (1-2)에서 ϕ 는 확률밀도함수(probability density function), Φ 는 누적분포함수(cumulative density function)임.
- 각 메뉴 품목별 소비자의 지불 금액 추정을 위한 토빗모형의 로그우드함수(log-likelihood function)는 아래 식 (1-3)과 같이 표현할 수 있음.

$$(1-3) \quad \ln L = \sum_{i=1}^N d_i (-\ln \sigma + \ln \phi(\frac{y_i - X_i \beta}{\sigma})) + (1 - d_i) \ln (1 - \Phi(\frac{X_i \beta}{\sigma}))$$

나. 추정 결과

- 앞에서 제시된 토빗 모형을 이용하여 계측된 각 메뉴 품목별 소비자의 지불금액은 아래 표와 같음. 표에 제시되었듯이, 음식점 원산지 표시 제도가 강제되지 않는 상황에서 음식점 업주가 소비자에게 “ 해당 메뉴의 식재료는 국내산이 확실하다”라고 주장하는 경우인 시나리오 1에서의 메뉴 품목 당 최대 지불 금액이 그렇지 않은 경우인 시나리오 2보다 높은 값으로 추정되었음.
- 이는 소비자들이 비록 음식점 원산지 표시 제도가 시행되고 있지 않더라도 음식점 업주의 주장을 일정 부분 신뢰하여 국내산 식재료 사용 가능성을 더 높게 평가하였기 때문임.

표 3-4. 원산지표시가 없는 각 품목별 소비자 최대 지불 금액

메뉴 품목	시나리오 1	시나리오 2
쇠고기 양념갈비	20,005 원 / 1인 분 (200g)	14,053 원 / 1인 분 (200g)
배추김치	603 원 / 1 접시	388 원 / 1 접시
낙지볶음	12,200 원 / 1 인분	9,086 원 / 1 인분

2.2.2. 사회적 편익 계측

가. 이론적 방법론

(ㄱ) 기본 개념

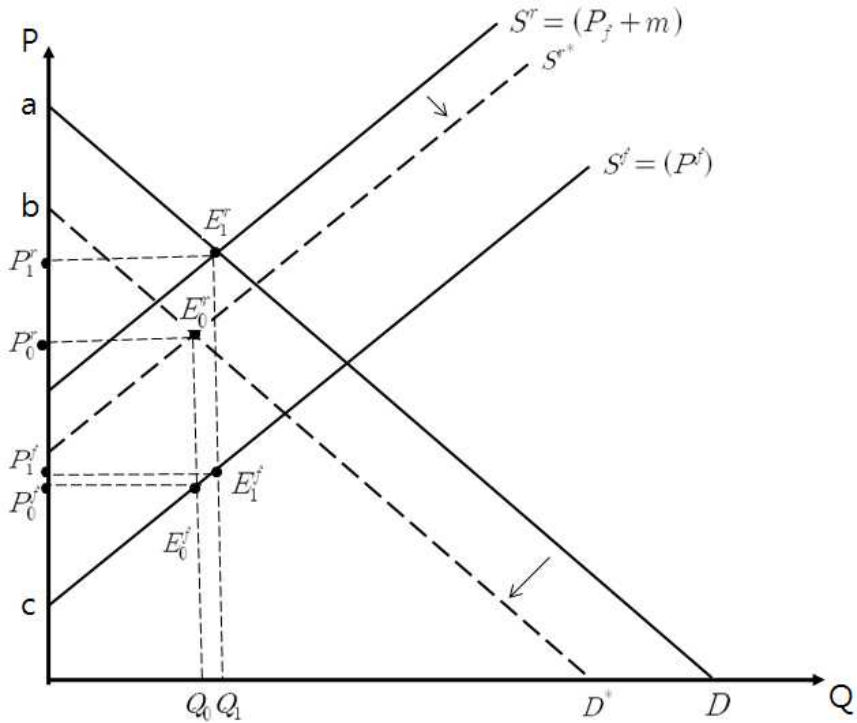
- 음식점에서 원산지표시제를 시행하게 음식점을 이용하는 소비자들은 보다 안심하고 먹을 수 있게 되어 국내산을 재료로 사용하는 음식에 대해 일정 부분 지불의향이 커지게 됨. 반면, 시행에 따른 비용 증가로 원산지표시제 이전에 비해 유통과정에서 비용이 상승하게 됨. 이러한 음식점 원산지표시제 시행의 경제적 효과 분석을 위해 수요와 공급 곡선을 이용하여 제도의 효과를 살펴보기로 함.
- 현재 시장에서 관찰되는 값들(시장가격과 시장 판매 물량)은 음식점 원산지표시제가 시행되고 난 이후의 값들임. 따라서, 음식점 원산지표시제가 시행되지 않았을 경우를 가정하고 그 점을 추정하여 시행 후(시장에서 관찰된 자료값)와 시행 전을 상호 비교하여 제도 시행의 효과를 분석할 수 있음.
- 먼저 수요곡선의 변화를 살펴보면 다음과 같음.
 - 음식점 원산지표시제가 시행된 이후에는 소비자들의 지불의향이 증가하게 되고 그 결과 시장에서 관찰되는 수요곡선은 D 로 가정
 - 이 때 만약 제도가 시행되지 않았더라면 소비자들의 지불의향이 커지지 않았기 때문에 제도시행 전의 원래의 수요곡선은 D^* 로 제시
 - 즉, 제도 시행으로 소비자들의 수요곡선은 D^* 에서 D 로 평행이동(수요 증가=지불의향 증가)한 결과

- 다음으로 공급곡선을 살펴보면 아래와 같음.
 - 국내산 재료를 공급하는 생산자들의 초기 공급곡선은 S^f 로 주어지는데, 여기에 유통비용 m 을 더하면 최종 소비단계에서의 공급곡선 S^r 을 유도 가능
 - 이 공급 곡선 S^r 은 제도 시행 이후에 시장에서 관찰된 공급곡선
 - 만약 제도가 시행되지 않았더라면 유통비용의 수준이 m 보다 작았을 것이기 때문에 제도 시행 전의 소비단계에서의 최종 공급곡선은 S^{r*} 이었을 것

- 음식점 원산지 표시제의 경제적 효과를 분석하기 위해 제도 시행 전과 제도 시행 이후의 두 상태를 비교할 필요가 있음. 음식점 원산지 표시제가 시행되고 난 이후에 시장에서 관찰된 수요곡선과 공급곡선은 D 와 S^r 로 주어질 것이고 그에 따른 시장균형은 두 곡선이 만나는 E_1^r 에서 이루어짐. 균형물량은 Q_1 이 되고, 균형 소비자가격은 P_1^r , 균형 생산자가격은 P_1^f 이 됨.

- 반면 제도가 시행되기 이전을 가정하다면 그 때의 수요곡선과 공급곡선은 D^* 와 S^{r*} 이므로 가상의 시장 균형점은 E_0^r 가 될 것임. 즉, 균형물량은 Q_0 이 되고, 균형 소비자가격은 P_0^r , 균형 생산자가격은 P_0^f 이 됨.

그림 3-14. 음식점 원산지 표시 제도 시행 후 시장 수급 변화



- 제도의 시행으로 시장에서의 균형점은 제도 시행 이전의 E_0^r 에서 제도 시행 이후에 E_1^r 으로 이동하게 됨.
- 이 과정에서 시장 참여자인 소비자와 생산자의 후생에는 어떠한 변화가 발생했는지 살펴보면 다음과 같음.
 - 제도 시행 이전에 균형점 E_0^r 에서 소비자잉여는 $\triangle bP_0^rE_0^r$ 가 되고 생산자 잉여는 $\triangle P_0^f cE_0^f$
 - 제도 시행 이후에 균형점 E_1^r 에서 소비자잉여는 $\triangle aP_1^rE_1^r$ 가 되고 생산자 잉여는 $\triangle P_1^f cE_1^f$
 - 따라서, 시장에서 소비자와 생산자의 후생에 어떠한 변화가 있었는지는 이 둘 면적의 변화를 측정함으로써 비교가 가능

표 3-5. 음식점 원산지 표시 제도 시행 전후 시장균형과 사회후생 변화

시장균형점	시장균형		사회후생	
	가격	균형거래량	생산자잉여	소비자잉여
제도시행 이후 균형점(E_1^r)	P_1^r	Q_1	$\Delta P_1^f c E_1^f$	$\Delta a P_1^r E_1^r$
제도시행 이전 균형점(E_0^r)	P_0^r	Q_0	$\Delta P_0^f c E_0^f$	$\Delta b P_0^r E_0^r$

(ㄴ) 분석모형: 이론적 접근

- 국내산 식품(쇠고기, 배추김치, 낙지)에 대한 소비단계에서의 수요함수는 아래와 같이 표시할 수 있음. 여기서 Q_i^R 은 식품 i 에 대한 수요량이고, P_i^R 은 식품 i 의 소매가격임.

$$(2-1) \quad Q_i^R = Q_i^R(P_i^R), \quad i = \text{쇠고기, 배추김치, 낙지}$$

- 식품 i 의 소매가격 P_i^R 는 산지가격 P_i^F 에 유통비용 w_i 를 더한 것과 같음.

$$(2-2) \quad P_i^R = P_i^F + w_i$$

- 국내산 상품 i 의 공급함수는 아래와 같이 정의할 수 있음.

$$(2-3) \quad Q_i^F = Q_i^F(P_i^F)$$

- 이 때 시장에서의 수급 균형식은 아래와 같음.

$$(2-4) \quad Q_i^R = Q_i^F$$

(ㄷ) 분석모형: 실증분석 모형

- 음식점 원산지 표시 제도의 시행이 시장수급과 사회후생에 미치는 영향을 분석하기 위해 비교정태분석이 필요함.
- 즉, 제도 시행 전의 한 시점과 제도 시행 이후의 한 시점을 서로 비교하고 두 시점간의 어떠한 그리고 얼마만큼의 변화가 발생했는지를 분석하는 것임.
- 비교정태분석을 위해 많이 사용되는 EDM(Equilibrium Displacement Model, 균형변환모델) 모형을 이용한 분석기법을 사용하였음.
- EDM 모형의 특징은 모든 내생변수들을 모수값들과 계수값들의 연립함수로 구성을 한 뒤, 외생적 충격(이 연구에서는 음식점 원산지 표시 제도 시행)에 따라서 각 내생변수들이 어떻게 변하는지를 계측하는 것임.
- 이를 위해 다양한 모수값들과 계수값들의 추정치 혹은 가정치가 필요함. 모형의 특성상 이러한 초기값들은 시점간 변화가 없다고 가정함. 단, 이러한 모형의 단점을 보완하기 위해 주요 모수나 계수값들이 달라진다고 가정하고 민감도분석(Sensitivity analysis)을 추가적으로 보완·실시함.

- 위 이론적인 모형을 EDM 모형으로 전환하면 아래와 같음.⁸ 먼저 품목 i 에 대한 수요함수는 아래와 같이 전환됨. EQ_i^R 은 소매단계에서의 품목 i 의 수요량 변화율, η_i 는 품목 i 의 수요에 대한 자체가격 탄력성, EP_i^R 는 소매단계 품목 i 의 소비자가격 변화율임. δ_i 는 국내산 상품 i 에 대해 국내 소비자들이 음식점 원산지표시제를 시행하지 않았더라면 지불의향이 얼마나 변할지를 나타내주는 지불의향가격 변화율임.

$$(2-1)' \quad EQ_i^R = \eta_i(EP_i^R - \delta_i)$$

- 음식점 원산지표시제를 시행 하면서 유통과정상 유통비용에 어떠한 변화가 있는지 알아보기 위해서 변화율의 형태로 정리하면 아래와 같이 유도됨. S_i 는 생산자 수취가격이 소비자지불가격에서 차지하는 비중임. Υ_i 는 음식점 원산지표시제 시행에 따른 국내산 상품 i 의 유통비용 변화율임.

$$(2-2)' \quad EP_i^R = S_i EP_i^F + \Upsilon_i$$

- 마지막으로 국내산 상품 i 의 공급함수를 변화율의 형태로 정리하면, 아래와 같음. ϵ_i 는 국내산 상품 i 의 공급에 대한 자체가격 탄력성이고, EQ_i^F 는 상품 i 의 공급량 변화율임.

$$(2-3)' \quad EP_i^F = (1/\epsilon_i)EQ_i^F$$

- 끝으로 쇠고기 수요와 공급의 균형식을 변화율의 형태로 정리하면, 아래와 같이 표현됨.

$$(2-4)' \quad EQ_i^F = EQ_i^R$$

⁸ 식의 유도 과정은 부록 3을 참조할 것.

나. 모형 분석을 위한 수치 선정

(ㄱ) 사용 자료

- 모형 분석을 위한 초기 내생 변수 값은 관련 문헌 자료들을 통해 확보하였음. 분석 대상 품목별 구체적인 수치들은 아래 표들과 같음. 쇠고기, 돼지고기, 낙지의 물량은 국내 생산량 중 소비자들의 외식비중(2010년 기준 47.6%)을 고려하여 음식점 판매물량으로 환산하였음.
- 먼저 쇠고기에 대한 사회적 편익 추정을 위한 모형 분석에 적용되는 변수 값들로 국내산 쇠고기 거래량(수요량 또는 공급량)이 2010년 정육 기준으로 18만 9천 톤, 외식기준 9만 톤(18만9천톤*47.6%)이고, 국내산 쇠고기 소비자 가격과 생산자 수취 가격은 각각 kg 당 41,222원과 22,516원으로 가정함.

표 3-6. 품목별 초기 내생변수값 (쇠고기: 2010년 기준)

내생변수	단위	자료값	출처
국내산 쇠고기 수요량(=공급량), 외식기준	천 톤 (정육)	90	농협중앙회
국내산 쇠고기 소비자가격 ¹⁾	원/kg	41,222	한국농수산식품유통공사, 축산경제연구원
국내산 쇠고기 공급가격 (생산자 수취가격) ²⁾	원/kg	22,516	한국농촌경제연구원

주: 1) 등심, 안심, 채끝, 갈비, 양지의 가격을 등급 출현율에 따라 가중평균한 가격을 사용함.

2) 소 생체(600kg)를 정육kg 단위로 환산하였음. (정육률 37.7% 가정)

- 다음으로 배추 김치에 대한 사회적 편익 추정을 위한 모형 분석에 적용되는 변수 값들로 국내산 배추 김치 거래량(수요량 또는 공급량)이 2010년 기준으로 80만 4천 톤, 외식기준 38만 3천톤이고, 국내산 배추 김치의 소비자 가격과 생산자 수취 가격은 각각 kg 당 3,000원과 1,780원으로 가정함.

표 3-7. 품목별 초기 내생변수값 (배추 김치: 2010년 기준)

내생변수	단위	자료값	출처
국내산 배추 김치 수요량(=공급량), 외식기준	천 톤	383	한국농촌경제연구원
국내산 배추 김치 소비자가격 ¹⁾	원/kg	3,000	한국농수산물유통공사
국내산 배추 김치 도매가격 (생산자 수취가격 대리변수) ²⁾	원/kg	1,780	한국농수산물유통공사

- 주: 1) 전체 중품 1포기 기준(3kg 가정) 소매가격 3,001원을 사용함. 배추 1kg으로 환산하면 1,000원임. 이를 김치 kg 으로 환산(환산수율 2.0 적용)하면 2,000원임. 여기에 최종 소비지까지의 중간 마진(가공, 유통비용 포함) 50%를 가정하여 계산한 3,000원을 사용함.
 2) 전체 중품 1kg(배추 기준) 소매가격 890원을 사용함. 김치 kg 으로 환산(환산수율 2.0 적용)하면 1,780원임.

- 마지막으로 낙지에 대한 사회적 편익 추정을 위한 모형 분석에 적용되는 변수 값들로 국내산 낙지 거래량(수요량 또는 공급량)이 2010년 기준으로 3,535 톤, 외식기준 1,683톤이고, 국내산 낙지의 소비자 가격과 생산자 수취 가격은 각각 kg 당 36,500원과 21,900원으로 가정함.

표 3-8. 품목별 초기 내생변수값 (낙지: 2010년 기준)

내생변수	단위	자료값	출처
국내산 낙지 수요량(=공급량)	톤	1,683	농림수산식품부
낙지 소비자가격 ¹⁾	원/kg	36,500	농림수산식품부
낙지 도매가격 (생산자 수취가격 대리변수) ²⁾	원/kg	21,900	-

주: 1) 조사발표된 자료가 없어 국내산 낙지(생물) 45,000원/kg 와 국내산 낙지(냉동) 28,000원/kg (2012년 4월 농림수산식품부 조사자료)의 평균치인 36,500원/kg을 기준값으로 사용함.

2) 조사발표된 자료가 없어 소비자가격의 60% 인 21,900원/kg을 사용함.

(ㄴ) 모수값과 탄성치

- 초기 내생 변수값을 가지고 도출된 모수 값이 아래 표에 품목별로 제시되어 있음.

표 3-9. 품목별 모수값(S_i)

품목		모수값(비율)
쇠고기	생산자 수취가격이 소비자가격에서 차지하는 비율	0.546
배추김치	생산자 수취가격이 소비자가격에서 차지하는 비율	0.593
낙지	생산자 수취가격이 소비자가격에서 차지하는 비율	0.600

- 또한, 모형 분석에 적용되는 수요와 공급 탄성치의 값이 아래 표에 품목별로 제시되어 있음. 탄성치 값은 기존 선행 연구들의 탄성치 추정치들을 조사하여 가장 적절한 값을 선정하여 사용하였음.

표 3-10. 품목별 탄성치

품목	수요 탄성치	공급 탄성치
쇠고기 ¹⁾	-0.6	0.4
배추김치 ²⁾	-0.3	0.3
낙지 ³⁾	-0.9	0.5

- 주: 1) 이계임 외(2011)의 “농식품 원산지표시의 효과 분석과 활용도 제고 방안”에서 인용함.
 2) 수요탄성치는 한국농촌경제연구원 농업관측의 내부자료 중 배추의 수요탄성치 자료를 인용하였음. 공급탄성치는 한석호 외(2010) “중기선행관측 기본모형개발연구”의 배추 재배면적 탄력성 0.17~0.44의 값 중 0.3을 선택함.
 3) 수요탄성치는 황성혁과 이정희(2000)의 연구 중 신선어류의 자체가격탄성치 -0.9를 인용함. 공급탄성치는 농축수산물 특성상 공급이 가격에 대해 비탄력적이라 가정하고 0.5를 가정하였음.
 4) 실증 분석에서는 위의 값들을 중간값으로 상,하의 다양한 탄성치들을 고려하였음.

(ㄷ) 음식점 원산지 표시 제도 시행에 따른 수요와 공급측 변화율

- 음식점 원산지 표시 제도 시행에 따른 수요와 공급의 변화율을 유도하기 위해 설문 조사 및 계량 모형 추정에 따른 지불 의향 금액 자료를 활용하였음.
- 이미 앞에서 제시하였듯이, 설문 조사 결과에 기초하여 음식점 원산지 표시제도가 도입되기 전의 상황에서 소비자가 품목별로 최대한 지불이 가능한 가격이 추정되었는데, 시나리오 1의 값을 선택함.
 - 시나리오 1은 음식점 원산지 표시 제도가 강제되지 않는 상황에서 음식점 업주가 소비자에게 “ 해당 메뉴의 식재료는 국내산이 확실하다”라고 주장하는 경우로 실제 음식점 원산지 표시 제도 도입 이전에 자주 발생하고 있던 상황을 대표

- 추정된 소비자 최대 지불 의향 가격을 현재 음식점 원산지 표시제도 시행 하에서 관찰되는 가격인 제시 가격에서 뺀 값이 바로 음식점 원산지 표시 제도 시행에 따른 수요측 변화에 해당함.

표 3-11. 품목별 소비자 지불 의향 금액

단위: 원

메뉴 품목	제시가격 (A)	표시제 없을시 지불의사가격 (B)	차액 (C=A-B)	C/A
쇠고기 (양념 갈비)	25,000	20,005	4,995	20.0%
배추 김치	700	603	97	13.9%
낙지 볶음	15,000	12,200	2,800	18.7%

- 제시된 차액이 제시 가격에서 차지하는 비중이 바로 수요측 변화율이 되는데, 구체적 값이 아래 표에 제시되어 있음. 이를 모형 분석에 활용하기로 함.
- 반면, 공급측 변화율은 현실에서 관찰이 어려우므로 두 가지의 시나리오 ($\gamma_i = 0$, $\gamma_i = -0.0025$)를 설정하여 분석을 진행하도록 함.

표 3-12. 수요와 공급측 변화율

외생변수		
원산지 표시제의 수요측 영향(δ_i) ¹⁾		
쇠고기	국내산 쇠고기에 대한 소비자 지불의향가격 변화율	-0.200
배추김치	국내산 배추김치에 대한 소비자 지불의향 가격 변화율	-0.139
낙지	국내산 낙지에 대한 소비자 지불의향가격 변화율	-0.187
원산지 표시제의 공급측 영향(γ_i) ²⁾		

주: 1) 본 연구에서 시행한 소비자 조사치를 정리한 것임.

2) 원산지 표시제 시행에 따른 비용 증가분은 따로 조사치 않고 이계임 등(2011)의 연구조사치를 참고로 뒤의 민감도 분석에서 몇 가지 시나리오를 가정하고 분석함.

다. 시뮬레이션 분석 ($\gamma_i = 0$ 가정)

(ㄱ) 시장 수급 변화

- 음식점 원산지 표시제를 시행하지 않았다면 국내산 농산물에 대한 소비자들의 지불의향이 크지 않았을 것이므로 수요는 축소되었을 것이고 그 결과 균형물량은 감소하고 소비자가격과 생산자가격도 하락했을 것임.
 - 다만, 여기에서는 원산지 표시제 시행에 따른 추가 비용을 고려하지 않은 상태
- 탄성치의 변화에 따라서 균형물량과 균형 소비자가격, 균형 생산자가격의 변화에 약간의 차이는 발생함.

- 먼저, 국내산 쇠고기 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제가 시행되지 않았더라면 균형물량은 3.8~9.3% 감소하였을 것이고, 소비자가격은 5.3~13.7% 하락하였을 것이고, 생산자가격은 9.8~25.1% 하락하였을 것임.

표 3-13. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 쇠고기
단위: %

	물량변화율	소비자가격변화율	산지가격변화율
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.2$	-3.8	-10.4	-19.1
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.4$	-5.2	-7.1	-12.9
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.6$	-5.9	-5.3	-9.8
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.2$	-4.5	-12.4	-22.7
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.4$	-6.6	-9.0	-16.5
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.6$	-7.8	-7.1	-12.9
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.2$	-5.0	-13.7	-25.1
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.4$	-7.6	-10.4	-19.1
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.6$	-9.3	-8.4	-15.4

- 다음으로 국내산 배추김치 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제가 시행되지 않았더라면 균형물량은 1.7~4.4% 감소하였을 것이고, 소비자가격은 2.7~8.3% 하락하였을 것이고, 생산자가격은 4.5~14.0% 하락하였을 것임.

표 3-14. 음식점 원산지 표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 배추 김치
단위: %

	물량변화율	소비자가격변화율	산지가격변화율
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.2$	-1.7	-5.2	-8.7
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.3$	-2.0	-3.9	-6.6
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.5$	-2.2	-2.7	-4.5
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.2$	-2.2	-6.5	-11.0
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.3$	-2.6	-5.2	-8.7
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.5$	-3.1	-3.6	-6.2
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.2$	-2.8	-8.3	-14.0
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.3$	-3.5	-6.9	-11.7
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.5$	-4.4	-5.2	-8.7

- 끝으로 국내산 낙지 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제가 시행되지 않았더라면 균형물량은 5.1~11.1% 감소하였을 것이고, 소비자가격은 6.4~13.2% 하락하였을 것이고, 생산자가격은 10.6~22.0% 하락하였을 것임.

표 3-15. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 낙지
단위: %

	물량변화율	소비자가격변화율	산지가격변화율
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.3$	-5.1	-10.2	-17.0
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.5$	-6.5	-7.8	-13.0
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.7$	-7.4	-6.4	-10.6
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.3$	-6.0	-12.0	-20.0
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.5$	-8.1	-9.7	-16.2
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.7$	-9.5	-8.1	-13.6
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.3$	-6.6	-13.2	-22.0
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.5$	-9.2	-11.0	-18.4
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.7$	-11.1	-9.5	-15.8

(ㄴ) 사회적 편익 추정

- 앞에서 품목별로 제시된 시장 변화율에 기초하여 사회적 편익을 각각 계측한 결과, 음식점 원산지 표시제 시행으로 국내 소비자들의 국내산 농산물에 대한 지불의향은 제도 시행 이전에 비해 큰 것으로 나타났음. 그에 따라 소비자 잉여는 제도 시행 이전에 비해 커졌고 생산자 잉여도 소비자들의 지불의향 상승에 따른 국내산 농산물 가격 상승으로 전에 비해 증가한 것으로 나타났음.

- 탄성치의 변화에 따라서 소비자잉여와 생산자잉여의 증가분은 조금씩 다르게 나타났음.
- 국내산 쇠고기 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제 시행으로 소비자잉여는 2,272억~5,280억원 증가하고 생산자잉여는 2,884억~5,750억원 증가하는 것으로 나타났음. 사회 전체적으로는 7,889억~8,570억원 증가하는 것으로 나타났음.

표 3-16. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 쇠고기

단위: 억 원

	소비자잉여변화분 (A)	생산자잉여변화분 (B)	사회후생변화분 (A+B)
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.2$	3,479	4,410	7,889
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.4$	4,675	3,394	8,069
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.6$	5,280	2,884	8,164
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.2$	2,749	5,221	7,970
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.4$	3,945	4,292	8,236
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.6$	4,613	3,780	8,393
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.2$	2,272	5,750	8,022
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.4$	3,411	4,946	8,357
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.6$	4,095	4,475	8,570

- 한편 국내산 배추김치 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제 시행으로 소비자잉여는 634억~1,276억원 증가하고 생산자잉여는 406억~1,066억원 증가하는 것으로 나타났음. 사회 전체적으로는 1,663억~1,761억원 증가하는 것으로 나타났음.

표 3-17. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 배추 김치
단위: 억 원

	소비자잉여변화분 (A)	생산자잉여변화분 (B)	사회후생변화분 (A+B)
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.2$	994	669	1,663
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.3$	1,133	539	1,673
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.5$	1,276	406	1,683
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.2$	836	843	1,679
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.3$	989	706	1,695
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.5$	1,160	554	1,714
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.2$	634	1,066	1,700
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.3$	789	938	1,727
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.5$	981	780	1,761

- 마지막으로 국내산 낙지 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제 시행으로 소비자잉여는 33억~73억원 증가하고 생산자잉여는 55억~94억원 증가하는 것으로 나타났음. 사회 전체적으로는 124억~134억원 증가하는 것으로 나타났음.

표 3-18. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 낙지

단위: 억 원

	소비자잉여변화분 (A)	생산자잉여변화분 (B)	사회후생변화분 (A+B)
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.3$	51	73	124
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.5$	65	62	127
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.7$	73	55	128
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.3$	40	86	125
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.5$	53	76	129
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.7$	62	70	132
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.3$	33	94	126
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.5$	45	86	131
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.7$	53	81	134

- 이상의 내용으로 대상 품목별 사회적 후생 변화분을 정리하면 아래 표와 같음. 표에서 나타났듯이, 쇠고기의 음식점 원산지 표시 제도 도입에 따른 사회적 후생 증가가 가장 크고, 배추 김치와 낙지가 뒤를 잇고 있는

것으로 나타남.

표 3-19. 품목별 사회적 후생 변화분 정리

단위: 억 원

품목	소비자잉여 변화분	생산자잉여 변화분	사회후생 변화분
쇠고기	2,272 ~ 5,280	2,884 ~ 5,750	7,889 ~ 8,570
배추 김치	634 ~ 1,276	406 ~ 1,066	1,663 ~ 1,761
낙지	33 ~ 73	55 ~ 94	124 ~ 134
계	2,939 ~ 6,629	3,345 ~ 6,910	9,676 ~ 10,465

주: 표에 제시된 사회후생 변화분은 소비자잉여분과 생산자잉여분의 단순 합이 아님.

라. 민감도분석($\gamma_i = -0.0025$, -0.25% 가정)⁹

(ㄱ) 시장 수급 변화

- 앞의 경우와 달리, 여기에서는 음식점 원산지 표시제 시행에 따른 추가 비용을 명시적으로 고려함. 음식점 원산지 시행으로 비용이 0.25% 만큼 증가했다고 가정함. 따라서, 만약 음식점 원산지 표시제가 시행되지 않았더라면 비용은 0.25% 만큼 감소했을 것임.
- 먼저 국내산 쇠고기 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제가 시행되지 않았더라면 균형물량은 3.8~9.1% 감소하였을 것이고, 소비자가격은 5.5~13.8% 하락하였을 것이고, 생산자가격은 9.7~24.8% 하락하였을 것임.

⁹ 이계임 외(2011)에서는 원산지표시에 따르는 부가비용을 품목에 따라 0.07~0.25%로 추계한 바 있음. 이에 본 연구에서는 최대치인 0.25%를 상한선으로 비용 추가에 따라 앞의 시뮬레이션 결과들이 어떻게 바뀌는지를 분석하였음.

표 3-20. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 쇠고기
단위: %

	물량변화율	소비자가격변화율	산지가격변화율
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.2$	-3.8	-10.6	-18.9
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.4$	-5.1	-7.2	-12.8
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.6$	-5.8	-5.5	-9.7
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.2$	-4.5	-12.5	-22.5
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.4$	-6.5	-9.1	-16.3
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.6$	-7.7	-7.2	-12.8
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.2$	-5.0	-13.8	-24.8
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.4$	-7.6	-10.6	-18.9
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.6$	-9.1	-8.6	-15.2

- 다음으로, 국내산 배추김치 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제가 시행되지 않았더라면 균형물량은 1.7~4.3% 감소하였을 것이고, 소비자가격은 2.9~8.4% 하락하였을 것이고, 생산자가격은 4.4~13.7% 하락하였을 것임.

표 3-21. 음식점 원산지 표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 배추 김치
단위: %

	물량변화율	소비자가격변화율	산지가격변화율
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.2$	-1.7	-5.3	-8.6
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.3$	-2.0	-4.1	-6.5
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.5$	-2.2	-2.9	-4.4
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.2$	-2.2	-6.7	-10.8
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.3$	-2.6	-5.3	-8.6
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.5$	-3.0	-3.8	-6.0
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.2$	-2.7	-8.4	-13.7
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.3$	-3.4	-7.0	-11.4
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.5$	-4.3	-5.3	-8.6

- 마지막으로 국내산 낙지 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제가 시행되지 않았더라면 균형물량은 5.0~10.9% 감소하였을 것이고, 소비자가격은 6.5~13.3% 하락하였을 것이고, 생산자가격은 10.4~21.7% 하락하였을 것임.

표 3-22. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 내생변수 변화율: 낙지

단위: %

	물량변화율	소비자가격변화율	산지가격변화율
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.3$	-5.0	-10.3	-16.8
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.5$	-6.4	-8.0	-12.9
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.7$	-7.3	-6.5	-10.4
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.3$	-5.9	-12.1	-19.8
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.5$	-8.0	-9.8	-16.0
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.7$	-9.4	-8.3	-13.4
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.3$	-6.5	-13.3	-21.7
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.5$	-9.1	-11.1	-18.1
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.7$	-10.9	-9.6	-15.6

(ㄴ) 사회후생 변화

- 앞의 경우와 달리 이 분석에서는 음식점 원산지 표시제 시행에 따른 유통 비용 상승분을 고려함. 따라서 앞의 분석결과와 비교해서는 사회 전체적으로 사회잉여증가분이 약간 감소하는 것으로 분석됨.
- 국내산 쇠고기 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제 시행으로 소비자잉여는 2,244억~5,216억원 증가하고 생산자잉여는 2,883억~5,753억원 증가

하는 것으로 나타났음. 사회 전체적으로는 7,865억~8,502억원 증가하는 것으로 나타났음.

표 3-23. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 쇠고기
단위: 억 원

	소비자잉여변화분 (A)	생산자잉여변화분 (B)	사회후생변화분 (A+B)
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.2$	3,436	4,428	7,865
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.4$	4,618	3,406	8,024
$\eta_i = -0.4, \epsilon_i = 0.6$	5,216	2,883	8,100
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.2$	2,715	5,230	7,945
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.4$	3,897	4,293	8,190
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.6$	4,558	3,769	8,326
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.2$	2,244	5,753	7,997
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.4$	3,370	4,939	8,310
$\eta_i = -0.8, \epsilon_i = 0.6$	4,046	4,455	8,502

- 한편, 국내산 배추김치 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제 시행으로 소비자잉여는 623억~1,254억원 증가하고 생산자잉여는 413억~1,070억원 증가하는 것으로 나타났음. 사회 전체적으로는 1,656억~1,744억원 증가하는 것으로 나타났음.

표 3-24. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 배추 김치
단위: 억 원

	소비자잉여변화분 (A)	생산자잉여변화분 (B)	사회후생변화분 (A+B)
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.2$	976	680	1,656
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.3$	1,113	550	1,663
$\eta_i = -0.2, \epsilon_i = 0.5$	1,254	413	1,667
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.2$	821	851	1,672
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.3$	972	713	1,685
$\eta_i = -0.3, \epsilon_i = 0.5$	1,139	558	1,697
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.2$	623	1,070	1,693
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.3$	775	941	1,716
$\eta_i = -0.5, \epsilon_i = 0.5$	963	780	1,744

- 끝으로 국내산 낙지 시장을 보면, 음식점 원산지 표시제 시행으로 소비자 잉여는 32억~72억원 증가하고 생산자잉여는 55억~93억원 증가하는 것으로 나타났음. 사회 전체적으로는 123억~133억원 증가하는 것으로 나타났음.

표 3-25. 음식점 원산지표시제로 인한 탄성치별 사회 후생 변화: 낙지

단위: 억 원

	소비자잉여변화분 (A)	생산자잉여변화분 (B)	사회후생변화분 (A+B)
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.3$	50	73	123
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.5$	64	62	126
$\eta_i = -0.6, \epsilon_i = 0.7$	72	55	127
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.3$	39	85	125
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.5$	52	76	128
$\eta_i = -0.9, \epsilon_i = 0.7$	61	70	131
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.3$	32	93	126
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.5$	44	86	130
$\eta_i = -1.2, \epsilon_i = 0.7$	53	80	133

- 이상의 내용으로 대상 품목별 사회적 후생 변화분을 정리하면 아래 표와 같음. 표에서 나타났듯이, 쇠고기의 음식점 원산지 표시 제도 도입에 따른 사회적 후생 증가가 가장 크고, 배추 김치와 낙지가 뒤를 잇고 있는 것으로 나타남.

표 3-26. 품목별 사회적 후생 변화분 정리

단위: 억 원

품목	소비자잉여 변화분	생산자잉여 변화분	사회후생 변화분
쇠고기	2,244 ~ 5,216	2,883 ~ 5,753	7,865 ~ 8,502
배추 김치	623 ~ 1,254	413 ~ 1,070	1,656 ~ 1,744
낙지	32 ~ 72	55 ~ 93	123 ~ 133
계	2,899 ~ 6,542	3,351 ~ 6,916	9,644 ~ 10,379

주: 표에 제시된 사회후생 변화분은 소비자잉여분과 생산자잉여분의 단순 합이 아님.

2.3. 사회적 비용 계측

- 음식점 원산지 표시 제도 시행으로 발생하는 사회적 비용은 크게 제도 시행을 위한 정부 정책 비용과 음식점의 표시 관련 비용으로 구분될 수 있는데, 음식점의 표시 관련 비용은 매우 적어 무시 가능한 수준임. 따라서, 정부의 음식점 원산지 표시 제도 시행 관련 비용만을 사회적 비용으로 추계하기로 함.
 - 음식점에서 원산지 표시를 하는 방법은 메뉴판이나 게시판에 원산지 관련 정보를 추가로 기입하는 경우가 대부분인데, 추가 기입 방식이 주로 수기나 스티커 등을 사용하기에 소요되는 비용이 아주 미미한 수준
 - 또한 현장 조사 결과, 원산지 표기만을 위해 메뉴판이나 게시판을 교체하는 경우는 그리 많지 않았고 교체 비용도 크지 않아 무시 가능한 수준¹⁰

¹⁰ 음식점의 메뉴판이나 게시판은 음식점이 직접 자가 비용을 들여 교체하는 경우보다는 주류 도매업체 등 식재료 공급업체들이 프로모션의 일환으로 지원해주는 경우가 대부분임.

- 정부 정책 비용은 인건비(담당 공무원 및 단속 보조원 등), 단속 경비(활동비, 법률자문관 비용, 단속 인센티브 등), 교육비, 시스템 구축비, 업체 지원비(원산지 표시지원), 홍보비, 분석 및 개발비(유전자 분석비, 개발비, 용역비 등) 등이 포함됨. 이와 같은 정부 정책 비용은 이계임, 조소현, 전상곤, 김성훈, 송양훈(2011)의 연구에서 추계된 원산지 표시 제도 시행 관련 정책 비용 자료에 기초하여 적용하기로 함.
 - 해당 연구의 경우, 본 연구 1년 전에 진행된 연구로 그 동안의 정부 정책 비용의 변화 요인이 크게 없는 것으로 확인
 - 다만, 해당 연구가 우리나라 전체 원산지 표시 제도 시행 관련 정부 비용을 추계한 것임을 감안할 때, 이를 음식점 원산지 표시 제도 시행 관련 정부 비용으로 일부 조정이 필요
- 이계임, 조소현, 전상곤, 김성훈, 송양훈(2011)의 연구 결과를 다시 분석하여 보면, 중앙 정부와 지자체 비용을 합하여 총 418억원이 투입되고 있는 것으로 나타남. 세부 항목별로 보면, 인건비가 270억원으로 전체의 65%를 차지하고 있었고, 기타 원산지 단속(홍보, 교육, 검사 등) 비용이 23%의 비중이었음. 그 외의 항목들이 전체 예산에서 차지하는 비중은 각각 4% 이내로 상대적으로 적었음.
- 다음으로 세부 항목별 예산 투입 현황을 중앙 정부와 지자체를 상호 비교하여 보았음. 원산지 표시 단속을 위한 관련 인력에 투입되는 인건비는 중앙 정부와 지자체가 각각 220억원과 50억원으로 중앙 정부의 인건비가 지자체 인건비의 4배가 넘는 것으로 나타나, 제도 시행을 위한 관련 업무의 상당 부분을 중앙 정부가 담당하고 있는 것을 알 수 있음.
- 그 외의 항목에서도 중앙 정부의 비중이 월등히 높았는데, 특히, 명예감시원 활동 보조(66배), 기타 원산지 단속(37배), 업체 표시 지원(22배), 보전

금(20배) 등의 격차가 크게 나타났음. 모든 항목을 포함한 정부 예산을 서로 비교해보면, 중앙 정부의 비용이 360억원이고 지자체의 비용이 58 억원으로 집계되어 지자체의 원산지 표시 제도 관련 비용이 중앙 정부 비용의 16% 수준인 것으로 분석됨.

표 3-27. 원산지 표시 관련 정부 비용

단위: 백만원, %

항목	중앙 정부 비용 (A)	지자체 비용 (B)	계 (비중)	A/B
인건비	21,997	5,011	27,008 (64.6)	4.4
단속 경비 (특별사법경찰수사활동비 등)	1,331	327	1,658 (4.0)	4.1
보전금(신고포상금, 변상금)	242	12	254 (0.6)	20.2
명예감시원 활동보조	398	6	404 (1.0)	66.3
업체 표시 지원 (음식점 자율지도 보조 등)	1,472	66	1,538 (3.7)	22.3
수사실 개선, 단속·검정 장비 구입	1,255	112	1,367 (3.3)	11.2
기타 원산지 단속 (홍보, 교육, 검사 등)	9,300	255	9,555 (22.9)	36.5
계	35,995	5,789	41,784 (100.0)	6.2

자료: 이계임, 조소현, 전상근, 김성훈, 송양훈(2011)의 내용에 기초하여 재작성.

- 집계된 원산지 표시 제도 관련 정부 비용을 음식점 원산지 표시 제도 관련 정부 비용으로 환산하기 위해서는 우리나라 전체 원산지 표시 제도 관련 정부 업무에서 음식점 원산지 표시 제도 관련 업무의 비중을 파악하여야 함. 이를 위해 앞의 <표 2-7>에 제시되었던 원산지 단속 실적 추이 자료를 활용함. 표에서 제시되었듯이 2011년 기준으로 우리나라 전체 원산지 표시 단속 실적은 7,230 건인데, 이 중 음식점 원산지 표시 단속 실적은 3,084 건으로 전체 단속 건수의 42.7% 수준임. 따라서, 이에 근거하여 음식점 원산지 표시 관련 정부 비용은 178억원으로 결정함.

표 3-28. 음식점 원산지 정부 비용 추계

단위: 백만원, %

전체 원산지 표시 관련 정부 비용	원산지 단속 실적 중 음식점 원산지 단속 실적 비중(%)	음식점 원산지 표시 관련 정부 비용
41,784	42.7	17,842

- 다음으로, 집계된 음식점 원산지 정부 비용을 분석 대상 품목별로 다시 분류하여야 함. 이를 위해서는 대상 품목인 쇠고기, 배추 김치, 낙지가 전체 음식점 원산지 표시 대상 품목 거래량에서 각각 차지하는 비중을 적용하여야 함.
- 우리나라 음식점 원산지 표시 대상 품목별 거래량은 농림수산물부, 한국농촌경제연구원, 농협중앙회 등의 관련 통계 자료를 가지고 집계하였음. 여기서 분석 대상 품목의 비중을 추정된 결과, 음식점 원산지 표시 대상인 12 품목 중 쇠고기가 차지하는 비중은 2.3%였고, 배추 김치와 낙지는 각각 9.8%와 0.1%였음.

표 3-29. 음식점 원산지 대상 품목 중 분석 품목 비중

단위: %

쇠고기	배추 김치	낙지
2.3	9.8	0.1

- 이에 따라, 분석 대상 3 품목에 대한 음식점 원산지 표시 제도 관리 비용은 쇠고기가 4억원, 배추 김치가 18억원, 낙지가 1천 5백만원으로 집계되었는데, 이들의 전체 관리 비용은 22억원으로 추계되었음.

표 3-30. 음식점 원산지 표시 제도 관리 비용

단위: 백만 원

쇠고기	배추 김치	낙지	계
412	1,751	15	2,178

2.4. 비용과 편익 비교

- 음식점 원산지 표시 제도 시행에 따른 생산자와 소비자의 후생 증가를 추정한 결과, 사회적 후생이 연간 9,644억원에서 1조 465억원이 증가하고 정부 비용은 22억원이 소요됨에 따라 사회 전체 후생의 순증가분은 연간 9,622억원에서 1조 443억원이 발생하는 것으로 추정됨.
- 보다 구체적으로 세부 품목별 증가분을 살펴보면, 쇠고기의 사회적 후생 순증가분은 연간 7,861억원에서 8,566억원으로 가장 높게 추정되었고, 배추 김치의 사회적 후생 순증가분은 연간 1,638억원에서 1,743억원으로 추

정되었음. 반면, 낙지의 경우 사회적 후생 순증가분이 연간 123억원에서 134억원으로 나타나 쇠고기나 배추 김치에 비해 사회적 후생 순증가분이 적었음.

- 이와 같은 차이는 대상 품목의 거래량과 가격 등의 시장 요인과 소비자의 지불 의향 금액의 차이에 따른 것임.

표 3-31. 음식점 원산지 표시 제도 시행에 따른 사회적 후생 순증가분

단위: 억 원

품목	사회적 후생 증가분	정부 비용	사회적 후생 순증가분
쇠고기	7,865 ~ 8,570	4	7,861 ~ 8,566
배추 김치	1,656 ~ 1,761	18	1,638 ~ 1,743
낙지	123 ~ 134	0.2	123 ~ 134
계	9,644 ~ 10,465	22.2	9,622 ~ 10,443

- 추정된 사회적 후생 순증가분을 다시 12개 음식점 원산지 표시 품목 전체로 확대하여 보면, 총 28,440억원 ~ 32,380억원의 범위를 가짐.
 - 12개 대상 품목의 사회적 후생 증가분: 46,282억원 ~ 50,222억원¹¹
 - 12개 품목의 음식점 원산지 표시 관련 비용: 17,842억원
 - 12개 품목의 사회적 순후생 증가분: 28,440 ~ 32,380억원

11 본 추정치는 기존 3개 품목의 거래액이 사회 후생 증가분에서 차지하는 비중, 나머지 9개 품목의 거래액 등을 감안하여 환산한 결과임. 다만, 본 추정 결과는 가중치 등을 적용하여 단순 추계한 결과이기에 모형 분석 등을 통한 결과와 차이가 날 수 있음.

제 4 장

외국의 음식점 원산지 표시 사례

1. 일본¹²

1.1. 개황

- 일본은 우리나라보다 빠른 2005년 7월부터 음식점 원산지 표시제도를 도입하였는데, 이는 광우병 발발이나 중국산을 비롯한 수입 농산물의 식품 안전 문제 제기 등의 사회적 배경에 따른 것임. 일본의 음식점 원산지 표시 제도는 “식료·농업·농촌 기본 계획”을 근거로 마련된 외식 원산지 표시에 관한 가이드라인을 바탕으로 농림수산성에 의해 운영됨. 그러나 우리나라와 달리 표시 제도의 실제 적용 여부는 외식업체가 자율적으로

¹² 본 내용은 이계임, 황윤재, 손은영 (2009)의 내용에서 최근 달라진 부분을 추가하여 정리한 것임.

결정하도록 하고 있음.

- 일본의 음식점 원산지 표시 제도는 모든 외식업체와 모든 식재료를 대상으로 실시할 것을 권고하고 있으며, 표시 방법도 업소에 방문한 소비자가 보기 쉬운 장소에 메뉴판, 윈도우샘플(Window sample), 게시판 등의 수단을 외식업체가 자율적으로 선택하여 표시하도록 하고 있음.
- 자율적인 제도의 특성상 원산지를 표시하지 않는 업체에 대해서는 처벌 규정을 별도로 마련하고 있지는 않음. 다만, 원산지를 허위로 표시하거나 소비자가 오인하도록 표시하는 경우를 방지하기 위해 이에 해당하는 업체는 “부당 경품류 및 부당 표시 방지법”에 의해 처벌하고 있음.

표 4-1. 일본 음식점 원산지 표시 제도의 주요 내용

구분	주요 내용
도입 시기	2005.7
시행기관	농림수산성
시행근거	외식 원산지 표시에 관한 가이드라인
적용의 강제성	음식점 자율선택
적용품목	표시 가능한 모든 식재료
표시장소	고객이 보기 쉬운 장소
표시방법	국내산은 국산, 수입산은 원산지국명 표시 (일반적으로 알려져있는 지명 표시 사용 가능)
처벌규정	- 별도의 처벌규정 없음 - 허위·오인표시는 “부당 경품류 및 부당표시 방지법”으로 처벌

자료: 이계임, 황윤재, 손은영 (2009)

1.2 운영 실태

1.2.1 표시 대상

- 일본 농림수산성은 가이드라인에 따라 원산지를 적극 표시하도록 권장하고 있는데, 가이드라인은 음식점 메뉴의 주된 원재료, 메뉴명에 사용되고 있는 원재료와 잘 팔리거나 널리 알려진 메뉴에 대해서 원산지를 표시하도록 하고 있으며, 이 밖에 ‘제철 ○○’ 등 외식업체가 품종, 재배방법, 산지 등을 고려하여 엄선하여 구입한 원재료도 원산지를 표시하도록 권장하고 있음.
 - 스테이크의 경우 주된 원재료인 쇠고기, 치킨소테는 메뉴에 사용되고 있는 치킨(닭고기)의 원산지를 표시
 - 돈까스 등 대중적인 메뉴에 대해서는 사용되는 돼지고기뿐만 아니라 기타 식재료에 대해서도 원산지 표시를 권장
 - 원산지와 외식업체별 인기 메뉴나 주력 메뉴 등에 대해서도 원산지를 표시하도록 권고

- 또한 가이드라인은 “지산지소”와 “농업 간 제휴” 등에 의해 식재료를 조달하는 외식업체, 이력추적이 가능한 외식업체는 원재료의 종류마다 구체적인 원산지를 표시하여 소비자들에게 원산지에 관한 보다 많은 정보를 제공하도록 하고 있음.
 - 예를 들어, “채소는 ○○현의 것을 사용하고 있습니다” 등으로 표시

1.2.2 표시 방법

가. 표시 명칭

- 일본은 일반적으로 국산 원재료는 “국산”으로, 수입산은 “원산국명(原産國名)”을 표시하도록 하고 있으나, 원재료의 “산지명(産地名)” 또는 “원산국명” 이외의 수입산 원재료의 “산지명”이 일반적으로 알려져 있는 경우 이를 대체하여 사용할 수 있도록 하고 있음.

표 4-2. 일본 외식업체의 식재료 원산지 표시 원칙

		기본적인 표시	
		국산	수입산
기본표시	농산물	“국산”	“원산국명”
	축산물	“국산”	“원산국명”
	수산물	“국산”	“원산국명”
허용표시	농산물	“도도부현명”, “시읍면명”, “지역명” 등 일반적으로 알려져 있는 지명	“주명(州名)”, “성명(城名)” 등 일반적으로 알려져 있는 지명
	축산물	주된 사육지가 속하는 “도도부현명”, “시읍면명” 등 일반적으로 알려져 있는 지명	일반적으로 알려져 있는 지명
	수산물	“수역명(수역명)”, “판매 어항명(어항명)”, 판매한 어항 또는 주된 식지가 속하는 “도도부현명” 등 일반적으로 알려져 있는 지역명	“원산국명”에 함께 ‘생산수역명’ 병기. “지역명”을 표시하는 경우 요에 따라 “지명”과 “원산국명” 함께 표시 (예:“링컨항(호주)에서 수입하고 있습니다”)

자료: 이계임, 황윤재, 손은영 (2009)

나. 복수 국가의 표시

- 원재료의 원산지가 2개국인 경우 중량을 기준으로 2개국을 표시하며, 2개국 이상인 경우 중량을 기준으로 2개국을 표시하고 나머지 국가는 “기타”로 일관하여 표시하도록 하고 있음.
 - 예를 들면, 원산지가 2개국 이상인 경우 “돼지고기(미국, 국산, 기타)”로 표시할 수 있으나, 가능하면 파악하고 있는 모든 원산국명을 표시하도록 권장

- 또한 원산지가 일시적으로 변동되거나 특별하게 변동될 가능성이 있는 경우에 대한 다양한 원산지 표시 사례를 제시하고 있음.
 - 원산지가 변동하는 경우 중, 계절적 또는 일시적 변동인 경우에는 “○○는 원래 국산이지만, 공급 상황에 따라 미국산을 사용하는 경우가 있습니다”, 대부분을 특정 원산지의 식재료를 사용하는 경우에는 “○○는 9할 이상 국산을 사용합니다. 그러나 공급 상황에 의해 기타국에서도 구입하고 있습니다” 등으로 표시하도록 권장

다. 표시 방법 및 장소

- 일본은 “고객이 보기 쉬운 장소”, “고객이 알기 쉬운 표현”이라는 관점에서 외식업체가 자율적으로 원산지의 표시 방법·장소를 결정하도록 하고 있음.

- 이에 따라, 외식업체는 점포 내외부의 소비자가 보기 쉬운 장소에 원도우 샘플, 메뉴 북, 포스터, 게시판 등 다양한 수단을 이용하여 원산지를 표시할 수 있음. 또한 점포 내외부 표시를 기본으로 하여 추가로 홈페이지 등을 이용해 원산재료의 산지나 생산방법 등에 관한 보다 상세한 정보를

제공하는 것을 권장하고 있음.

그림 4-1. 일본의 원산지 표시 사례: 보드



자료: 일본 농림수산성 홈페이지(<http://www.maff.go.jp>)

그림 4-2. 일본의 원산지 표시 사례: 메뉴 북



자료: 일본 농림수산성 홈페이지(<http://www.maff.go.jp>)

그림 4-3. 일본의 원산지 표시 사례: 메뉴 샘플



자료: 일본 농림수산성 홈페이지(<http://www.maff.go.jp>)

그림 4-4. 일본의 원산지 표시 사례: 팜플렛

の井・定食メニュー 原産地情報

当社で提供しております定食メニューの原産地は、下記のとおりとなっております。
季節や調理の都合により、食品原料の異なるものを使用する場合がございますのでご了承ください。

メニュー	食材	原産地
焼肉	豚肉	デンマーク オーストラリア スウェーデン フランス ベルギー スウェーデン
	玉ねぎ	中国 韓国
牛しゃぶ定食	牛肉	オーストラリア
	白菜	韓国
牛焼肉定食	玉ねぎ	中国 韓国
	キャベツ	韓国
豚しゃぶ定食	豚肉	デンマーク フランス
	キャベツ	韓国
ハンバーグ定食	豚肉	アメリカ
	キャベツ	韓国
鶏肉定食	鶏肉	中国
	玉ねぎ	中国 韓国

※***国産
※本メニューに使用している食材は、すべて国産品です。ただし、一部食材は、海外産品を使用している場合があります。
※詳細については、当店の営業相談窓口へお問い合わせください。

の井・定食メニュー
カロリー・アレルギー・原産地情報

2005年12月作成

자료: 일본 농림수산성 홈페이지(<http://www.maff.go.jp>)

그림 4-5. 일본의 원산지 표시 사례: 홈페이지



자료: 일본 농림수산성 홈페이지(<http://www.maff.go.jp>)

- 1개의 원재료가 복수의 메뉴에 사용되는 경우, 각 메뉴에 원재료의 원산지를 표시하거나, 메뉴 북의 권말 등에 원재료별로 정리해 일괄적으로 원산지를 표시할 수 있도록 함.
 - 예를 들어, “야채는 국내(나가노, 이바라키, 치바, 토후쿠 지방)의 계약 생산자로부터, 돼지고기는 미국, 덴마크산을 구입하고 있습니다”라고 표시 가능
- 또한 메뉴별로 원재료를 정리해 원산지를 표시하는 방법(예; “햄버거에 사용하고 있는 쇠고기는 호주산, 돼지고기는 미국산입니다”) 등을 통해 소비자가 알기 쉽게 원산지를 표시하도록 권고 중임.

1.2.2 일본 외식업계 원산지 표시 실태

- 일본 농림수산성은 외식업 원산지 표시 제도 시행 1년 경과 후 외식업소들을 대상으로 해당 제도에 대한 인식 조사를 시행하였는데, 579개 외식업소가 응답한 조사에서 77%에 해당하는 외식업소가 “원산지 표시지침”에 대해 알고 있다고 응답하였고 지침에 대해 알고 있다고 응답한 사업자 중 대체로 이해하고 있는 사업자는 58.5 %, 막연하게 알고 있는 사업자는 36.8 %인 것으로 조사되었었음.
- 응답 사업자 중 42.5%가 “원산지 표시 (일부 식재료 표시를 포함)”를 실시하고 있는 것으로 나타났으며, 원산지 표시 실시 시기에 대해서는 지침 발표 후가 41.0%, 지침 발표 이전부터 표시하고 있는 사업자가 51.6%로 일본 음식점 원산지 표시는 업계의 자율적인 참여가 있었음을 알 수 있음.
- 한편, 원산지 표시에 대한 고객의 반응에 대해서는 많은 고객이 관심을 갖는다는 응답이 11.9%, 일부 고객이 관심을 갖는다가 54.9%, 무관심한 반응이 27%로 응답해 약 66%의 응답 업체들이 고객들이 관심을 보이고 있다는 인식을 가지고 있었음.
- 원산지 표시를 하고 있는 사업자의 50%가 현재 수준으로 원산지 표시를 하겠다고 응답한 반면 40%의 사업자가 원산지 표시 대상을 늘리고 싶다고 응답하여 표시 제도의 확대 가능성이 적지 않음.
- 반면, 원산지 표시에 대한 문제점에 대해 표시 참여 업체들 중에서 68%가 표시 작업에 대한 부담이라고 응답하였고, 53.7%는 표시 오류에 대한 부담, 소비자 요구 수준에 대한 우려(47.1%), 매출 신장에 대한 의문(34.8%)

이라고 응답하였음. 또한, 원산지 표시를 시행하지 않는 업체들은 가장 많은 44.4%가 작업 부담을 들었고 34.1%가 공급자로부터 정보를 얻을 수 없는 이유. 28.1%가 필요성을 느끼지 않는다고 응답하였음.

2. 유럽¹³

2.1. 개황

- 유럽연합(EU)은 2000년에 “식품 표시 지침(Food labelling directive)”을 바탕으로 회원국들을 대상으로 원산지 표시 제도를 시행하고 있음. EU의 원산지 표시 제도는 EU 역세권 내에서 유통되는 쇠고기, 어패류 일부 신선과일 및 채소류, 와인, 꿀, 올리브 오일과 유럽 이외의 지역에서 수입된 가공육 등 특정 선포장식품(Pre-packaged food)을 대상으로 하고 있음.
 - 특히 쇠고기의 경우 “소의 식별 및 등록과 회고기 및 쇠고기제품의 표시에 관한 이사회규칙(Regulation No. 1760/2000)”을 근거로 출생, 사육, 도축 국가까지 표시하도록 규정
- EU의 원산지 표시제는 EU 역세권 밖으로 수출되는 경우는 적용되지 않으며, 음식점도 원산지 표시제의 의무 이행 대상이 아님. 그러나 EU는 표시 지침을 위배하지 않는 범위 내에서 회원국들이 규정을 탄력적으로 운영할 수 있도록 허용하고 있는데, 이에 따라 EU 회원국들 중에서 프랑스와 아일랜드가 각각 2002년과 2006년에 음식점 원산지 표시제를 도입

13 본 내용은 이계임, 황윤재, 손은영 (2009)의 내용을 정리한 것임.

하여 시행하고 있음.

- 프랑스와 아일랜드의 음식점 원산지 표시 제도는 EU의 쇠고기 이력추적 제도와 연계되어 시행된다는 특징이 있음.

2.2. 국가별 제도 실태

2.2.1. 프랑스

- 프랑스의 음식점 원산지 표시 제도는 국가행정원 재정분과위원회의 명령에 의해 2002년부터 도입되어 프랑스 “행정법 2002-1465”에 근거하여 시행되고 있음. 원산지 표시 대상 품목은 쇠고기에 한정되어 있으며 분쇄육을 포함한 쇠고기를 사용한 메뉴를 제공하는 모든 형태의 음식점이 제도 적용대상에 포함됨.

표 4-3. 프랑스의 음식점 원산지 표시 제도 도입 개요

	프랑스
도입시기	2002.12
법적근거	행정법 2002-1465
적용범위	모든 외식업체
표시방법	생산, 사육, 도축국가명 표시
적용품목	쇠고기
적용의 강제성	의무사항

자료: 이계임, 황윤재, 손은영 (2009)

- 프랑스는 음식점에서 사용된 쇠고기의 출생, 사육, 도축국가가 동일한 경우 원산지(국가명)를 표시하도록 하고 있으며, 동일하지 않은 경우 각각의 원산지(국가명)를 소비자가 인식할 수 있도록 메뉴판 또는 기타의 방법으로 명확하게 표시하도록 하고 있음.

2.2.2. 아일랜드

- 아일랜드는 "Health(Country of Origin of Beef) Regulation 2006 (S.I.No.307 of 2006)"을 근거로 하여 2006년부터 쇠고기에 대한 음식점 원산지 표시 제도를 도입하였음. 음식점 원산지 표시 제도는 아일랜드 식품안전기구(FSAI, Food Safety Authority of Ireland)를 대표하여 보건부(HSE, Health Service Executive)의 보건환경관(EHO, Environmental Health Officers)들에 의해 실질적으로 관리됨.

표 4-4. 아일랜드의 음식점 원산지 표시 제도 도입 개요

	아일랜드
도입시기	2006.7
법적근거	Health Regulation 2006 (S.I.No. 307 of 2006)
적용범위	모든 외식업체
표시방법	생산, 사육, 도축국가명 표시
적용품목	쇠고기
적용의 강제성	의무사항

자료: 이계임, 황윤재, 손은영 (2009)

- 음식점 원산지 표시 제도는 호텔, 레스토랑, 음식을 제공하는 술집, 구내 식당, 건강관리기관, 케이터링업체, 슈퍼마켓의 조리식품판매점을 포함한 테이크아웃점 등 소비자에게 음식을 제공하는 모든 업소에 적용되고 있음. 한편, 분쇄육을 포함한 모든 형태의 쇠고기를 사용하여 음식점에서 조리되거나 조리된 상태로 구입되어 음식점을 통해 소비자에게 제공되는 경우 모두 원산지를 표시해야 함.
- 아일랜드의 경우 쇠고기의 출생, 사육, 도축된 원산지(국가명)를 메뉴판, 창문이나 출입문 또는 업소외부에 명확하게 식별 가능한 간판 또는 게시판, 업소 내부의 명확하게 식별 가능한 간판 또는 게시판을 통해 표시하도록 하고 있음. 음식점들은 규정에 의해 쇠고기의 원산지를 증명해주는 이력추적정보를 최소 2년 동안 보관하여야 하며 필요에 따라 보건환경관(EHO)에 제출하도록 강제하고 있음.

표 4-5. 아일랜드의 쇠고기 원산지 표시 원칙

구분	표시 방법
출생, 사육, 도축국이 동일한 경우	- 일괄표시 가능 예)우리 업소의 모든 스테이크는 아일랜드산입니다.
출생, 사육, 도축국 등이 다른 경우	- 각각의 해당국가 별도 표시 예)우리 업소의 다짐육은 프랑스에 출생, 사육되고 아일랜드에서 도축된 것입니다.
출생, 사육, 도축국 등이 다른 쇠고기의 정류를 1개 이상 사용하는 경우	- 각각의 쇠고기의 출처에 대한 모든 정보 표시 예)우리 업소에서 사용되는 쇠고기의 출처는 두 개입니다. 로스트비프는 아일랜드산, 스테이크는 벨기에에서 출생, 프랑스에서 사육·도축되었습니다.

자료: 이계임, 황윤재, 손은영 (2009)

3. 시사점

- 식품의 원산지 표시는 소비자의 식품안전에 대한 요구가 높아지면서 전 세계적으로 확대되고 있는 추세인데, 특히 육류를 중심으로 한 원산지 표시 제도는 미국, EU, 일본 등 식품의 수출, 수입국에 상관없이 의무화되고 있으며 최근에는 호주에서도 식품에 대한 원산지 표시 의무화를 주장하는 소비자단체의 요구가 이슈화되고 있는 상황임.
 - 특히, 육류 중심의 원산지 표시 제도 강화는 광우병이나 구제역 등으로 인한 식품 안전성 우려 확대에 따른 결과
- 음식점에 대한 원산지 표시는 유럽 일부 국가(프랑스, 아일랜드)와 일본에서 시행되고 있으나 음식점에 대해서는 의무 조항이 아닌 권장사항으로도 도입되고 있거나 쇠고기에 한해 의무적으로 음식점 원산지 표시를 강제하고 있음.
- 특히, 일본의 경우 자율적인 권장 사항임에도 소비자들의 요구에 따라 절반 정도의 음식점들의 원산지 표시에 참여하고 있어, 정부의 강제성이 없음에도 나름의 성과가 발생하고 있음. 이는 해당 음식점들이 원산지 표시를 통해 더 많은 소비자들을 끌어 들일 수 있는 하나의 마케팅 전략으로 인식하고 있기 때문임.
- 우리나라의 경우, 대상 품목에 한해 의무 표시 제도를 실시하고 있는데 대상 품목들의 음식점 원산지 표시 이행률이 90%가 넘을 정도로 제도 시행의 성과가 큼. 이러한 강제 제도 시행은 소비자들과 국내 생산자들의 큰 환영을 받고 있으나, 외식업계에서는 원산지 표시에 따른 비용 증가

등을 이유로 표시 제도 완화를 요구하고 있는 상황임.

- 우리나라의 음식점 원산지 표시 제도는 12 품목에 대해 의무사항으로 실시하고 있어, 권장 사항으로 제도를 실시하는 일본이나 쇠고기에 한정하여 실시하는 EU 국가들과는 성격을 달리하고 있음. 이러한 상황에서 우리나라 농림수산식품부는 표시 대상 품목 확대를 포함한 향후 제도 개선 방안 마련에 신중을 기할 필요가 있음.

제 5 장

음식점 원산지 표시 제도의 발전 방안

1. 표시 제도의 대상 확대 방안

1.1. 대상 품목의 추가 선정

1.1.1. 여건 분석

- 2008년에 음식점 원산지 표시 제도를 처음 시행한 이후, 12개 품목으로 대상 품목을 확대해나가면서 소비자와 국내 생산자들의 높은 지지를 얻어온 것이 사실임. 소비자 설문 조사 결과, 응답자의 70%가 음식점 메뉴의 원산지를 확인하고 있었고, 정책에 대한 불만족도가 29%에 불과하여 소비자들의 높은 관심을 받고 있는 것을 알 수 있음.

- 또한, 응답자의 88%가 원산지 표시 대상 품목의 확대를 요구하고 있었는데, 이는 이계임, 황윤재, 손은영 (2009)의 연구 결과에서 제시된 수치인 76%보다 높아 과거보다 대상 품목 확대를 더 많이 원하고 있는 것으로 평가할 수 있음.
- 보다 정량적인 소비자 후생 증가를 추정하기 위해 쇠고기, 배추 김치, 낙지의 품목을 대상으로 모형 분석을 진행하였음. 그 결과, 음식점 원산지 표시 제도 도입에 따라 연간 2,899억원에서 6,542억원의 소비자 잉여가 증가하는 것으로 계측되었음.
- 한편, 음식점 원산지 표시 제도 시행에 따른 국산 식재료 수요 증가에 기인한 우리나라 생산자들의 소득 증대도 발생하고 있음. 분석 결과, 음식점 원산지 표시 제도 도입에 따라 연간 3,351억원에서 6,916억원의 생산자 잉여가 증가하여 소비자 못지않은 크기의 혜택을 우리나라 생산자들이 받고 있는 것으로 추정되었음.
- 그러나, 음식점 원산지 표시 대상 품목 확대에는 상당한 사회적 비용을 수반하게 됨. 우선 제도 실시를 위한 정부 비용이 증가할 것인데, 분석 결과 음식점 원산지 표시 제도 시행에 따른 정부 비용으로 현재 연간 178억원이 소요되는 것으로 추계되었고, 향후 대상 품목이 확대되면 소요 예산이 규모도 비례하여 증가되어야 할 것임.
- 추가적으로 음식점 원산지 표시 제도 시행에 따라 대상 음식점들의 부담도 증가할 것임. 음식점들의 부담으로는 표시 작업에 따른 비용 증가, 국산 원료 사용 확대에 따른 원가 상승, 수입산 원료 사용에 따른 매출 감소 등으로 구분될 수 있는데, 관계자들의 면담 조사 결과 표시 작업에 따른 비용 증가분은 무시할 수 있을 정도로 미미하지만, 국산 원료 사용 확대에 따른 원가 상승이나 수입산 원료 사용에 따른 매출 감소로 인한 부담

은 적지 않은 것으로 평가됨.

- 특히, 주 메뉴 품목의 원산지 표시보다는 반찬류에 대한 원산지 표시 시행에 대한 거부감이 더 강한 상황
- 그럼에도 불구하고, 음식점 원산지 표시 제도 도입에 따른 사회 후생의 순수 증가분이 3가지 대상 품목 합계 연간 9,622억원에서 1조 443억원에 달하는 것으로 추정(12개 품목 대상으로는 28,440억원 ~ 32,380억원)되는 것처럼 우리나라 음식점 원산지 표시 제도는 전체 사회 차원에서 긍정적인 효과를 가지고 있는 것으로 평가할 수 있고, 향후 대상 품목의 확대가 필요한 것으로 결론 지어짐.

1.1.2. 확대 대상 품목 선정 및 세부 제도 시행 방안

가. 대상 품목 검토

- 음식점 원산지 표시 제도 대상 품목을 확대할 필요성이 제기되었지만, 단기간에 다수 품목을 대상으로 제도 시행을 전면 확대하는 것은 상당한 문제를 야기할 수 있음. 앞서 논의하였듯이, 제도 확대는 그에 상응하는 사회적 비용을 유발하기에 몇 가지 기준에 따라 대상 품목들을 점진적으로 확대하여야 할 것임.
- 표시 대상 추가를 위한 예비 품목들을 우선 검토하였는데, 마늘, 콩(두부, 콩나물, 장류), 밀, 오징어, 조기, 농어, 꽃게 등이 선정됨. 이들 품목의 선정 이유로는 국내 생산량 및 수입량 추이, 식품 소비 중요성 등에 따른 것임.
 - 해당 품목의 선정은 관련 통계 자료, 소비자 설문 조사, 정부 및 업계 관계자 의견 등을 통해 진행
 - 표시 대상 추가 검토 품목에 축산물이 배제된 이유는 주요 축산물들(쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 오리고기)이 이미 대상 품목으로 선정되었기 때문

- 또한 2012년 12월 시행령 개정에 포함되는 음식점 원산지 표시 추가 품목(양고기, 명태, 고등어, 갈치)도 제외

표 5-1. 음식점 원산지 표시 대상 검토 품목 특성

품목	주요 특성
마늘	<ul style="list-style-type: none"> ○ 생산 추이: 36만 톤(2009) → 30만 톤(2011) ○ 수입 추이: 3만 톤(2009) → 8만 톤(2011) ○ 소비 실태: 건강식품으로 인지되어 소비 증가 추세 ○ 가격 비교: 6,800원/kg(국산) vs. 5,200원/kg(수입산)
콩	<ul style="list-style-type: none"> ○ 생산 추이: 13.9만 톤(2009) → 12.9만 톤(2011) ○ 수입 추이: 27.9만 톤(2009) → 32.6만 톤(2010) ○ 소비 실태: 주요 단백질 공급원으로 반찬용, 두부, 콩나물, 된장(매주) 등으로 다양하게 소비되나, 대부분 수입산을 사용 중 ○ 가격 비교: 5,240원/kg(국산) vs. 3,510원/kg(수입산)
밀	<ul style="list-style-type: none"> ○ 생산 추이: 1.9만 톤(2009) → 4.4만 톤(2011) ○ 수입 추이: 387.8만 톤(2009) → 470.3만 톤(2011) ○ 소비 실태: 국산 밀에 대한 소비자 선호 증가 추세 ○ 가격 비교: 900원/kg(국산) vs. 448원/kg(수입산)
오징어	<ul style="list-style-type: none"> ○ 생산 추이: 27.4만 톤(2009) → 24.2만 톤(2011) ○ 수입 추이: 4.3만 톤(2009) → 5.4만 톤(2011) ○ 소비 실태: 2011년 기준 국내 생산량 3위, 수입량 4위 품목으로 국내 소비와 수입이 많은 주요 품목 ○ 가격 비교: 4,930원/kg(국산) vs. 1,860원/kg(수입산)
조기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 생산 추이: 3.7만 톤(2009) → 6.3만 톤(2011) ○ 수입 추이: 4.1만 톤(2009) → 3.6만 톤(2011) ○ 소비 실태: 소비자들의 대중적 소비 품목 ○ 가격 비교: 7,800원/kg(국산) vs. 5,470원/kg(수입산)
농어	<ul style="list-style-type: none"> ○ 생산 추이: 0.35만 톤(2009) → 0.33만 톤(2011) ○ 수입 추이: 0.48만 톤(2009) → 0.41만 톤(2011) ○ 소비 실태: 횡감으로 음식점에서 주로 소비되는 인기 품목 ○ 가격 비교: 10,840원/kg(국산) vs. 6,800원/kg(수입산)
꽃게	<ul style="list-style-type: none"> ○ 생산 추이: 3.1만 톤(2009) → 2.7만 톤(2011) ○ 수입 추이: 1.5만 톤(2009) → 1.2만 톤(2011) ○ 소비 실태: 소비자들의 대중적 소비 품목 ○ 가격 비교: 10,000원/kg(국산) vs. 3,950원/kg(수입산)

자료: 통계청, 농림수산물부, 한국농촌경제연구원, 한국국산밀산업협회

(㉠) 마늘

- 마늘의 경우, 건강식품으로의 인식이 확산되어 소비는 증가하고 있지만 수입이 증가하여 국내 생산 물량이 2009년 36만 톤에서 2011년 30만 톤으로 감소하여 원산지 표시의 필요성이 제기되고 있음.
- 또한 국산 마늘의 평균 가격이 kg 당 6,800원인데 비해 수입산 마늘의 평균 가격이 kg 당 5,200원에 불과하여 음식점 판매과정에서의 둔갑을 통한 원가 절감 가능성이 적지 않음.

(㉡) 콩

- 콩은 쌀 다음으로 비중이 가장 큰 식량작물로 반찬용, 두부, 콩나물, 된장(메주) 등으로 다양하게 소비되고 있으나, 전체 소비량의 72%가 수입 콩이 차지하고 있어 국민 건강 제고와 생산자의 소득 증대에 장애 요인이 되고 있음.¹⁴
- 또한 국산 콩의 평균 가격이 kg 당 5,240원인데 비해 수입산 마늘의 평균 가격이 kg 당 3,510원에 불과하여 음식점 판매과정에서의 둔갑을 통한 원가 절감 가능성이 적지 않음.

(㉢) 밀

- 밀은 다양한 가공식품의 원료로 사용되고 있어 중요한 품목임. 그러나 전체 소비량의 99%가 수입되고 있어 국민 건강 제고와 생산자의 소득 증대에 장애 요인이 되고 있음.

¹⁴ 관련 연구에 의하면, 음식점 원산지 표시 제도 시행을 통하여 두부·콩나물의 국산 원료 사용 비중을 10% 증가할 수 있을 경우, 콩 자급률이 약 5.3% 증대되어 연간 205억원의 수입대체효과를 기대할 수 있음.

- 또한 국산 밀의 평균 가격이 kg 당 900원인데 비해 수입산 밀(원맥)의 평균 가격이 kg 당 448원에 불과하여 음식점 판매과정에서의 둔갑을 통한 원가 절감 가능성이 적지 않음.

(ㄹ) 오징어

- 오징어의 경우, 2011년 기준 국내생산량 3위와 수입량 4위를 차지한 품목으로 국내 소비가 많은 대중성 품목임. 국내 생산 물량은 2009년 27.4만 톤에서 2011년 24.2만 톤으로 감소하여 원산지 표시의 필요성이 제기되고 있음.
- 또한 국산 오징어의 평균 가격이 kg 당 4,930원인데 비해 수입산의 평균 가격이 kg 당 1,860원에 불과하여 음식점 판매과정에서의 둔갑을 통한 원가 절감 가능성이 적지 않음.

(ㄴ) 조기

- 조기는 국내 소비가 많은 품목일 뿐만 아니라, 2009년과 2010년 수입량이 국내생산량을 초과한 품목으로 관리가 필요하다는 의견이 증대하고 있음.
 - 2009년과 2010년의 국산 조기 생산량은 각각 37,289톤과 36,678톤인데, 같은 기간 동안 수입량은 각각 41,061톤과 44,242톤이고 중국산 조기가 전체 수입량의 40% 정도 차지
- 또한 국산 조기의 평균 가격이 kg 당 7,800원인데 비해 수입산의 평균 가격이 kg 당 5,470원에 불과하여 음식점 판매과정에서의 둔갑을 통한 원가 절감 가능성이 적지 않음.

(ㄷ) 농어

- 농어는 주로 횡감용으로 음식점에서 많이 소비되는 품목인데, 일선 현장에서 원산지 표시 위반 건수가 최근 5년간 10위 이내에 들고 있어 문제가 되고 있는 품목임. 국내 생산 물량은 2009년 3천 5백 톤에서 2011년 3천 3백

톤으로 감소하여 원산지 표시의 필요성이 제기되고 있음.

- 또한 국산 농어의 평균 가격이 kg 당 10,840원인데 비해 수입산의 평균 가격이 kg 당 6,800원에 불과하여 음식점 판매과정에서의 둔갑을 통한 원가 절감 가능성이 적지 않음.

(사) 꽃게

- 꽃게는 국민들의 사랑을 받고 있는 대중 품목이지만, 수입산의 국산 둔갑이 많아 원산지 표시 단속 요구가 많음. 국내 생산 물량은 2009년 3.1만톤에서 2011년 2.7만 톤으로 감소하여 원산지 표시의 필요성이 제기되고 있음.
- 또한 국산 꽃게의 평균 가격이 kg 당 10,000원인데 비해 수입산의 평균 가격이 kg 당 3,950원에 불과하여 음식점 판매과정에서의 둔갑을 통한 원가 절감 가능성이 적지 않음.

나. 우선 확대 대상 품목 선정

- 제시된 대상 품목 중에서 향후 음식점 원산지 표시 제도 우선 도입 품목을 선정하기 위해서는 크게 소비시장에서의 필요성, 국내 생산자의 파급효과, 원산지 둔갑 가능성, 음식점의 도입 용이성 등의 기준을 적용하여 종합적으로 판단할 수 있음.
- 먼저 소비시장에서의 필요성은 3장에서 제시된 소비자 설문 조사 결과에 근거한 것으로 콩에 대한 소비자 선호도가 압도적으로 높았고, 마늘, 꽃게, 조기, 오징어는 서로 비슷한 수준의 선호를 보였음. 반면, 농어에 대한 선호는 상대적으로 낮게 조사되었음.
- 생산 부문의 파급 효과는 국내 생산량 변화율, 수입량 변화율, 자급률과

생산자 대표 및 관련 전문가들의 의견 등을 종합하여 분석하였는데, 마늘과 오징어의 경우 국내 생산 감소와 수입 증가가 동시에 진행되고 자급률도 80%도 수준으로 향후 원산지 표시 제도 도입을 통한 국산의 시장 확대가 용이할 것으로 평가되었음.

- 반면, 농어는 이미 수입산이 국내 시장 대부분을 장악하고 있고 국내 생산량과 수입량이 동시에 감소하고 있어 음식점 원산지 표시 제도 도입에 따른 생산자의 파급 효과가 크지 않을 것으로 판단됨.
- 원산지 둔갑 가능성은 국산과 수입산의 가격 차이에 따라 순위를 결정하였는데, 오징어와 꽃게의 가격 격차가 가장 큰 것으로 분석되었음. 반면 마늘의 경우 최근 위안화 상승 등으로 인해 최근 가격 격차가 상당 부분 줄어든 모습을 보임.
- 마지막으로 음식점의 도입 용이성은 관계자들을 대상으로 한 면접과 현장 조사 결과에 기초하여 분석을 진행하였는데, 조기, 농어, 꽃게는 음식점에서의 용도가 상대적으로 적어 도입이 용이한 편으로 평가되었음. 반면, 마늘의 경우 반찬이나 조미료 등으로 광범위하게 사용되고 있어 음식점에서의 표시 제도 도입에 상당한 어려움이 발생할 것으로 판단됨.
- 이상의 기준을 통해 도입 검토 품목들의 도입 우선순위를 평가한 결과, 우선 도입 가능 품목으로 콩과 꽃게가 선정되었고, 마늘, 밀, 오징어, 조기는 도입이 가능한 품목으로 결정되었음. 반면, 농어는 소비 시장의 필요성이 낮고 우리나라 생산 부문에 미치는 파급 효과가 낮아 향후에 도입을 검토하는 것이 제도 시행의 효율성을 높이는 데 도움이 될 것임.
 - 다만, 마늘 등 일부 품목의 음식점 현장에서의 표시 제도 도입 여건이 매우 열악하여 제한적으로 적용하는 방안의 검토가 필요

표 5-2. 음식점 원산지 표시 대상 검토 품목 특성 및 도입 우선 순위

품목	부문별 세부 순위								우선 순위 ⁷⁾
	소비 시장의 필요성 ¹⁾	생산 부문의 파급효과				원산지 둔감 가능성		음식점의 도입 용이성 ⁶⁾	
		국내 생산 변화율 ²⁾	수입 변화율 ²⁾	자급률 ³⁾	부문 평가 ⁴⁾	가격 비중 ⁵⁾	부문 평가		
마늘	2	-17 %	167 %	79 %	◎	76 %	6	△	○
콩	1	-7 %	17 %	28 %	○	67 %	4	○	◎
밀	-	132%	21 %	0.9%	○	50 %	3	○	○
오징어	4	-12 %	59 %	82 %	◎	38 %	1	○	○
조기	3	70 %	-12 %	64 %	○	70 %	5	◎	○
농어	6	-6 %	-15 %	45 %	△	63 %	3	◎	△
꽃게	5	-13 %	-20 %	69 %	○	39 %	2	◎	◎

주 1) 소비시장의 필요성 평가는 설문 조사 결과에 기초하여 진행함. (단, 밀은 제외)

2) 2009년부터 2011년까지의 3개년도 거래량 시계열 자료에 기초하여 계측함.

3) 자급률은 국산 생산량을 우리나라 전체 수요량으로 나눈 값임.

4) 국내 생산 변화율, 수입량 변화율, 국산·수입산 비중과 생산자 대표 및 관련 전문가들의 의견 등을 종합하여 효과 매우 큼(◎), 효과 큼(○), 일부 효과 있음(△)의 3단계로 구분함.

5) 수입산 소매 평균 가격을 국산 소매 평균 가격으로 나눈 값으로 국산 가격이 100인 경우로 비교함.

6) 음식점의 도입 용이성은 관계자들을 대상으로 한 면접과 현장 조사 결과에 기초하여 도입 용이(◎), 도입 가능(○), 도입 유보(△)의 3단계로 구분함.

7) 각 부문별 세부 순위를 종합하여 결정하되, 우선 도입 (◎), 도입 가능 (○), 향후 도입 (△)의 3단계로 구분함.

다. 대상 품목 확대 방안

- 앞에서 제시된 우선 순위에 따라 표시 대상 확대 품목을 선정할 수 있을 것이나, 연도별 도입 대상 품목은 정부의 제도 시행 자원 여건에 따라 탄력적으로 선정하여 시행하여야 할 것임.
 - 특히, 수산물의 경우 작년인 2011년에 6 품목을 음식점 원산지 표시 대상 품목으로 선정하였으나, 주관 기관인 농림수산검역검사본부의 담당 인력과 조직이 부족하여 표시 단속 등 제도 시행에 상당한 어려움을 겪고 있는 상황
 - 이에 따라, 대상 품목 확대는 관련 기관의 인적·물적 자원의 충분한 확충이 전제되어야 할 것

- 또한, 음식점의 도입 용이성이 크게 떨어지는 품목은 표시 대상 적용 세부 사항을 탄력적으로 우선 시행하고 추후에 기준을 강화하는 방식을 검토하여야 할 것임.
 - 예를 들어, 콩의 경우, 주사용 품목인 반찬용 콩, 두부, 콩나물, 된장(메주) 중에서 국산과 수입산의 경합이 상대적으로 심하고 소비자의 관심이 큰 두부를 대상으로 표시 제도를 우선 실시하고, 추후 대상을 확대하는 방안의 검토가 필요
 - 또한, 마늘은 생마늘 외에 다양한 형태로 가공되어 조미료 등으로 사용되고 있어 마늘이 들어간 모든 메뉴에 대한 원산지 표시를 강제하기에는 현실적인 어려움이 있기에, 표시 제도 시행 초기에는 원형을 유지하고 있는 생마늘과 마늘 장아찌 등 일부만 우선 적용하고, 추후에 표시 대상 기준을 강화해나가는 방안의 검토 필요

1.1.3. 원산지 표시의 의무화와 자율화 병행

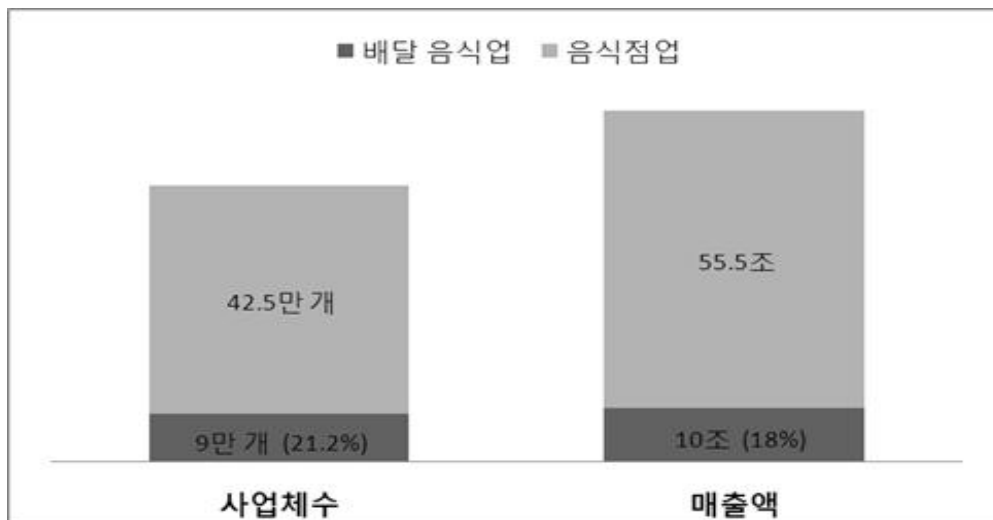
- 우리나라의 음식점 원산지 표시 제도는 강제적으로 준수해야 하는 의무 사항으로 모든 음식점들이 표시 대상 품목의 원산지를 표시하여야 함. 이에 반해, 해외 국가들의 사례를 보면, 극히 한정된 품목만 의무적으로 표시하도록 하거나 전 품목을 자율적으로 표시하도록 권고하고 있어 차이를 보임.
- 특히 일본의 경우, 전 품목에 대해 자율적인 표시를 하도록 하는 제도를 운영하고 있음에도 절반을 넘는 음식점들이 원산지 표시 제도에 동참하고 있을 뿐만 아니라, 향후 표시 대상을 늘리겠다는 응답을 하고 있어 상당히 고무적임. 이는 음식점들이 원산지 표시를 마케팅 수단으로 활용하고 있는 것을 보여주고 있는데, 원산지 표시를 통해 소비자들이 해당 음식을 더 선호하게 되어 결국 매출 증대로 이어지는 것을 반영한 결과임.
- 앞서 언급하였듯이, 음식점 원산지 표시 제도 대상 품목의 확대는 정부 예산을 포함한 사회적 비용 증가를 필연적으로 야기하게 됨. 한정된 정부 자원과 음식점의 부담을 감안하면, 우선 도입 대상 품목 외에는 음식점 업체들이 자율적으로 시행하는 사업을 시범적으로 시도하여보는 것도 가능할 것임.
 - 물론, 자율 표시 제도의 성공적인 정착을 위해서는 다양한 유인 정책과 음식점 대표 단체 및 민간 소비자들의 자율 감시 체계 구축이 선행되어야 함을 전제

1.2. 배달 음식에 대한 원산지 표시 확대 검토

1.2.1. 배달 음식업 개황

- 최근 외식 소비 트렌드의 변화에 따라 배달 음식의 비중이 높아져 가고 있는데, 우리나라 전체 음식점 중에서 음식 배달업체가 차지하는 업체수와 매출액 비중이 2010년 기준으로 각각 21%와 18%로 추정됨. 배달 업체들의 주요 메뉴를 보면, 기존의 치킨이나 피자, 중국음식 같은 패스트푸드에서 국, 찌개 등의 슬로우 푸드로 영역이 확대되고 있음.

그림 5-1. 전체 음식점업 중 음식배달업의 비중 (2010년 기준)



자료: 통계청 경제총조사, 한국외식업중앙회

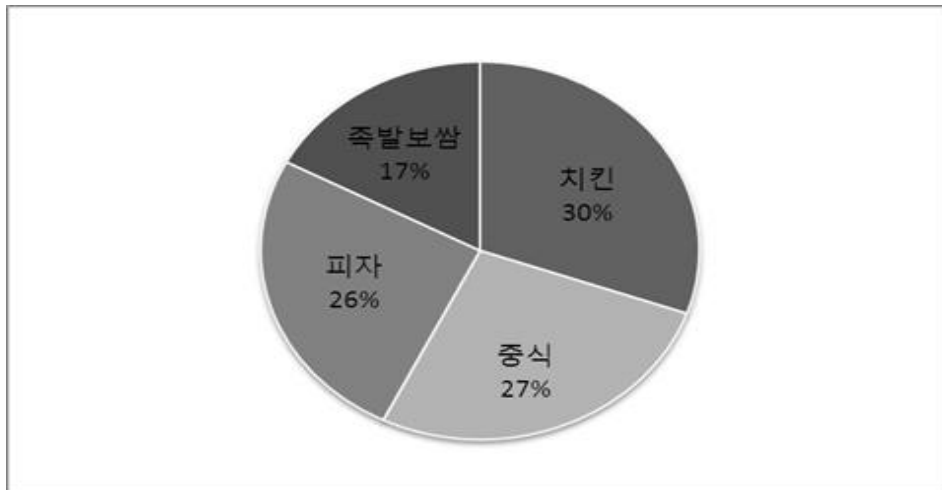
- 주요 배달음식업을 살펴보면, 먼저 중국 음식점 경우 업체 수는 2만여 개소를 초과하고 있고 매출액은 3조원 규모임. 또한 중국 음식점에서 판매

되는 전체 음식 중 배달음식이 차지하는 비중이 90% 이상을 차지하여 대부분의 음식들이 배달을 통해 소비되고 있음. 그러나 중국 음식업의 경우 대형 프랜차이즈가 시장에 형성되어 있지 않아 대부분의 중국 음식업체들이 영세한 구조를 가짐.

- 치킨의 경우 업체 수가 5만여개소에 달하고 매출액도 5조원 수준으로 상당한 시장 규모를 가짐. 또한 주요 프랜차이즈업체 매출의 90% 이상이 배달을 통해 발생하고, 기타 업체들의 매출의 50% 정도가 배달로 발생하고 있음. 치킨업의 경우 중국 음식업과 달리 대형 프랜차이즈업체들이 시장의 대부분을 점유하고 있는 과점 형태의 시장 구조를 지님.
- 우리나라 피자 업체수는 1,500여개에 달하고 매출액은 1조 5천억원 정도임. 피자업 또한 매출의 80% 이상이 배달을 통해 발생하고 있고, 대형 프랜차이즈들의 시장 장악이 가속화되고 있음.
- 족발·보쌈이나 도시락 전문업 등의 경우 대형 프랜차이즈는 아직 형성되지 않고, 중견 업체와 영세업체들이 시장에서 활동하고 있음.
- 한편, 관련 연구를 보면 국내 소비자들이 가장 많이 선호하는 배달 음식 메뉴로는 치킨이 30%로 가장 높은 것으로 나타났고, 중식(27%), 피자(26%), 족발·보쌈(17%) 순인 것으로 정리됨.¹⁵

15 엠브레인 트렌드 모니터 참고.

그림 5-2. 국내 소비자들이 선호하는 배달 음식 품목 비중



자료: 엠브레인 트렌드 모니터

1.2.2. 관련 정책 및 원산지 표시 확대 검토

- 배달음식에 대한 원산지 표시제도는 2010년 농림수산물식품부의 “농수산물 원산지 표시에 관한 법률 시행령” 개정에 따라 치킨과 찜닭 등 닭고기류에 한하여 시작되었음. 구체적으로는 닭고기의 원산지를 포장재에 표기하도록 강제하고 있으나, 이행률이 높지 않은 상황임. 특히, 대기업 프랜차이즈 배달업체에 비해 소규모 치킨 배달 업체들은 수입산 재료를 많이 사용함에도 원산지 표시를 소극적으로 하거나 아예 하지 않는 사례가 발생하고 있음.
- 단, 포장재 표시가 어려운 경우 전단지, 스티커, 영수증 등에 표시하는 것을 허용

그림 5-3. 치킨업체의 원산지 표시 예



- 이에 따라, 배달음식에 대한 원산지 표시 확대를 음식점 원산지 표시 제도 확대의 일환으로 검토할 필요성이 제기됨. 배달 음식업 자체가 외식업의 하나로 분류되고 있고, 우리나라 전체 외식업체 중에서 배달업체가 차지하는 비중이 지속적으로 증가할 것이 예상되기에 관련 정책을 강화하는 방안을 고려하여야 할 것임.

1.2.3. 원산지 표시 제도의 도입 방안

- 배달음식의 경우, 세부 업종에 따라 시장 구조가 판이하게 달라서 이에 따른 제도 도입 방안이 요구되는데, 대형 프랜차이즈업체들이 시장을 장악하고 있는 치킨업 외 피자나 햄버거업을 우선적으로 제도를 시행한 다음 타 배달 업종으로 확대하는 방안이 효율적일 것임.
- 또한, 대상 업종이 선정되면 업종 내 모든 업체들을 대상으로 의무 표시를 강제하기 보다는 대기업 중심의 자율 표시를 먼저 도입하여 원산지 표시 문화를 조성한 다음, 해당 업종 전체로 의무화를 시행하는 점진적 정책 도입이 보다 효과적일 것임.
 - 중식업을 비롯한 영세 배달음식업종의 경우, 업체수가 많고 업체 규모가 작아 원산지 표시 제도 시행 및 관리를 위한 정부 비용 대비 효과가 낮을 것으로 예상
- 나아가 대기업의 자발적인 원산지 표시 참여 확대를 위해 관련 내용을 업체들이 직접 소비자에게 홍보할 수 있도록, 공공 인증(예: 가칭 “원산지 표시 지킴이 인증”)을 부여하거나 업체와의 관련 MOU를 체결하는 등의 유인책을 하는 것도 검토 가능할 것임. 이렇게 되면, 대기업이 자사 품목에 대한 원산지 표시 사항들을 소비자 마케팅에 적극 활용할 수 있게 되어 보다 높은 참여율을 얻을 수 있을 것임.

그림 5-4. 배달음식의 단계별 원산지 표시 확대 방안



2. 효율성 및 효과성 제고 방안

2.1. 단속 및 계도 업무의 효과 제고

- 음식점 원산지 표시 제도 실태를 분석한 결과를 보면, 2011년 기준으로 중앙 정부와 지자체의 단속 건수가 각각 2,681건과 403건으로 중앙 정부

의 단속 건수가 6배 이상 많음. 이러한 음식점 원산지 표시 단속의 중앙 정부 편중 현상은 중앙 정부 산하 기관의 인적·물적 자원이 월등한 이유도 있지만, 지자체의 표시 단속 의지 결여도 원인으로 작용하고 있음.

- 특히, 지자체의 경우 단체장의 관심과 의지에 따라 지역별 음식점 원산지 표시 단속 실적이 0건(울산, 전북, 전남, 경북)에서 86건(경기)으로 매우 다양한 실정
- 지자체의 음식점 원산지 표시 단속을 강화하고 지역 간 격차를 줄이기 위해서는 중앙 정부와 지자체간의 공조가 강화되어야 할 것임. 이를 위해서는 중앙 정부가 지자체 표시 제도 관리 담당자들을 주기적으로 교육시키고 각종 인센티브를 부여하도록 하여야 할 것임.
- 또한 각 지역에 분포되어 있는 명예감시원들을 적극 활용하고 포상금 지급을 확대하여 민간 부문의 음식점 원산지 표시 단속이 활성화될 수 있도록 노력하여야 할 것임.
 - 2011년 기준으로 명예감시원은 2만여명 수준
 - 2011년 기준으로 농산물 부정유통고발 포상금은 약 3억 2천만원

2.2. 효과적인 소비자 및 업체 홍보 강화

- 음식점 원산지 표시 제도의 성공적인 정착을 위해서는 단속 업무도 중요하지만, 업체와 소비자들을 대상으로 하는 사전 홍보도 필요함. 소비자 설문 조사 결과, 음식점 원산지 표시 제도의 세부 사업 중 제도 홍보나 체계적 제도 관리 등은 다소 낮은 평가를 받아 개선의 여지가 있음.

- 원산지 관련 홍보 건수를 살펴보면, 2011년 2,365건인데 이 중 신문이 1,415건으로 전체의 60%를 차지하고 TV가 737건(31%), 라디오가 202(9%)수준임. 요즘 젊은 소비자들이 신문은 거의 보지 않는 상황에서 신문 매체를 통한 홍보에 집중하는 것은 효과에 의문이 발생함.
- 음식점 원산지 표시 제도에 대한 호응도가 높은 젊은 소비자층을 적극 공략하기 위해서는 이들이 즐겨 사용하는 매체를 통한 홍보 강화가 필요한데, 대표적으로 인터넷 포털 사이트의 배너 광고나 스마트 폰의 애플리케이션 광고 등이 있음.
- 또한, 지하철이나 버스 등 대중교통 수단의 홍보 포스터를 설치하는 것도 상당한 효과를 얻을 수 있음. 대표적으로 서울시의 경우 지하철 광고면을 활용하여 음식점 원산지 표시 제도를 홍보하여 소비자들의 호응을 얻고 있음.

그림 5-5. 음식점 원산지 표시 제도의 지하철 광고



- 한편, 음식점업체들을 대상으로 하는 홍보의 효과성을 높이기 위해 외식업중앙회 등 관련 단체와 연계한 홍보 사업을 강화할 필요가 있음. 보다 구체적으로는 주기적인 교육 및 홍보를 민·관 합동으로 시행하고, 관련 공문이나 홍보지를 배포하는 등의 사업의 확대가 가능할 것임.

2.3. 관련 제도와의 연계성 제고

- 음식점 원산지 표시 제도가 효과를 가지고 소비자의 신뢰를 얻기 위해서는 원산지 표시의 기초를 제공하고 있는 이력추적관리 기반을 확충하여야 함. 생산부터 최종 소비까지 단계별 거래 기장 기입을 통해 음식점 메뉴 재료의 원산지 표시 관리의 투명성을 높임과 동시에 식품 안전 사고 발생 시 역추적이 즉각 시행될 수 있는 기반을 마련하여야 할 것임.
- 이를 위해서는 기존의 음식점 원산지 표시 제도 관련 부서 외 이력추적관리 부서, 검역 관리 부서 등과의 연계가 효과적으로 이루어질 수 있는 시스템을 강화하여야 할 것임.

부록 1.

음식점 원산지 표시 방법¹⁶

1. 일반적인 표시 방법

- 휴게음식점영업 및 일반음식점영업을 하는 영업소의 경우.
 - 원산지는 소비자가 쉽게 알아볼 수 있도록 메뉴판 및 게시판에 표시하여야 하고, 그밖에 풋말 등 다양한 방법으로 추가적으로 표시할 수 있다. 다만, 영업장의 면적이 100제곱미터 미만인 경우에는 메뉴판·게시판 또는 풋말 중 하나를 선택하여 표시

- 위탁급식영업을 하는 영업소 및 집단급식소의 경우.
 - 식당이나 취식(取食) 장소에 월간 메뉴표, 메뉴판, 풋말 등을 사용하여 이용자가 쉽게 볼 수 있도록 표시하여야 하며, 교육·보육시설 등 미성년자를 대상으로 하는 영업소 및 집단급식소의 경우에는 원산지가 적힌 주간 또는 월간 메뉴표를 작성하여 가정통신문으로 알려주거나 인터넷 홈페이지에 추가로 공개

- 장례식장, 예식장, 병원 등 여러 사람이 이용하는 장소에 설치·운영되는 영업소나 집단급식소의 경우에는 취식자가 쉽게 볼 수 있는 장소에 풋말, 게시판 등으로 표시할 수 있음.

¹⁶ 본 내용은 농산물품질관리원의 관련 웹 사이트의 내용을 발췌하여 정리한 것임.

- 글자 크기가 메뉴판이나 게시판 등에 적힌 음식명 글자 크기의 2분의 1 이상으로 함.
- 축산물을 조리하여 판매 또는 제공할 목적으로 냉장고 등에 보관하는 경우에는 제품 포장재에 표시하거나 냉장고 앞면에 일괄하여 표시할 수 있음.
- 원산지가 같은 경우에는 메뉴판 및 게시판에 일괄하여 표시할 수 있음.
 [예시] 우리업소에서는 “국내산 쌀”만 사용합니다.
 [예시] 우리업소에서는 “국내산 한우 쇠고기”만 사용합니다.
 [예시] 우리업소에서는 “덴마크산 돼지고기”만 사용합니다.
 [예시] 우리업소에서는 “국내산 넙치”만을 사용합니다.

2. 축산물의 원산지 표시방법

- 축산물의 원산지는 국산 또는 국내산(이하 “국내산”이라 한다)과 수입산으로 구분하고, 아래와 같이 구분에 따라 표시함.
- 쇠고기의 경우.
 - 국내산의 경우 “국내산”으로 표시하고, 식육의 종류를 한우, 젓소, 육우로 구분하여 표시한다. 다만, 수입한 소를 국내에서 6개월 이상 사육한 후 국내산으로 유통하는 경우에는 “국내산”으로 표시하되, 괄호 안에 식육의 종류 및 수입국가명을 함께 표시
 [예시] 소갈비(국내산 한우), 등심(국내산 육우), 소갈비 국내산(육우, 호주산)
 - 수입산의 경우에는 수입국가명을 표시
 [예시] 소갈비(미국산)
 - 원산지가 다른 쇠고기를 섞은 경우에는 그 사실을 표시
 [예시] 갈비탕(국내산 한우와 호주산을 섞음), 설렁탕(육수 국내산 한우, 고기 호주산), 국내산 한우 갈비뼈에 호주산 쇠고기를 접착(接着)한 경우: 소

갈비(갈비뼈 국내산 한우와 쇠고기 호주산을 섞음) 또는 소갈비(호주산)

○ 돼지고기·닭고기·오리고기의 경우.

- 국내산의 경우 “국내산”으로 표시한다. 다만, 수입한 돼지를 국내에서 2개월 이상 사육한 후 국내산으로 유통하거나, 수입한 닭 또는 오리를 국내에서 1개월 이상 사육한 후 국내산으로 유통하는 경우에는 “국내산”으로 표시하되, 괄호 안에 수입국가명을 함께 표시

[예시] 삼겹살(국내산), 삼계탕(국내산), 훈제오리(국내산)삼겹살 국내산(돼지, 덴마크산), 삼계탕 국내산(닭, 프랑스산), 훈제오리 국내산(오리, 중국산)

- 수입산의 경우 수입국가명을 표시

[예시] 삼겹살(덴마크산), 삼계탕(중국산), 훈제오리(중국산)

- 원산지가 다른 돼지고기 또는 닭고기를 섞은 경우 그 사실을 표시

[예시] 고추장불고기(국내산과 미국산 돼지고기를 섞음)닭갈비(국내산과 중국산을 섞음), 오리불고기(국내산과 중국산을 섞음)

○ 배달을 통하여 판매·제공되는 닭고기의 경우.

- 닭고기를 조리하여 배달을 통하여 판매·제공하는 경우 그 조리한 음식에 사용된 닭고기의 원산지를 포장재에 표시한다. 다만, 포장재에 표시하기 어려운 경우에는 전단지, 스티커 또는 영수증 등에 표시

[예시] 찜닭(국내산), 양념치킨(브라질산)

3. 쌀(찜쌀을 포함. 이하 동일)의 원산지 표시방법

- 쌀의 원산지는 국내산과 수입산으로 구분하고, 아래와 같이 표시함.

- 국내산의 경우 “쌀(국내산)”로 표시함.

- 수입산의 경우 쌀의 “수입국가명”을 표시함.
[예시] 쌀(미국산)
- 국내산 쌀과 수입산 쌀을 섞은 경우 가목 및 나목에 따른 표시를 모두하고 그 사실도 함께 표시함.
[예시] 쌀(국내산과 중국산을 섞음)
- 2012.4.11. 부터 탕용·찌개용 배추김치, 수산물 6종(넙치, 조피볼락, 참돔, 미꾸라지, 뱀장어, 낙지)이 확대 시행됨.

4. 배추김치의 원산지 표시방법

- 국내산 배추를 사용하여 국내에서 배추김치를 조리하여 판매·제공하는 경우에는 “배추김치”로 표시하고, 그 옆에 괄호로 “배추 국내산”을 함께 표시함.
[예시] 배추김치(배추 국내산)
- 수입산 배추(절인 배추를 포함한다)를 사용하여 국내에서 배추김치를 조리하여 판매·제공하는 경우에는 “배추김치”로 표시하고, 그 옆에 괄호로 배추의 수입국가명을 함께 표시함.
[예시] 배추김치(배추 중국산)
- 외국에서 제조·가공한 배추김치를 수입하여 조리하여 판매·제공하는 경우에는 배추김치의 수입국가명을 표시함.
[예시] 배추김치(중국산)

- 원산지가 다른 배추김치를 섞은 경우에는 해당 표시를 모두 하고, 그 사실도 함께 표시함.

[예시] 배추김치(국내산과 중국산을 섞음)

5. 넙치, 조피볼락, 참돔, 미꾸라지, 뱀장어, 낙지의 원산지 표시방법

- 수산물의 원산지는 국내산, 원양산 및 수입산으로 구분하고, 다음 각 목의 구분에 따라 표시함.

- 국내산의 경우 "국산이나 국내산 또는 연근해산"으로 표시함.

[예시] 넙치회(국내산), 참치회(연근해산)

- 원양산의 경우 "원양산 또는 원양산(해역명)"으로 함.

[예시] 참돔구이(원양산), 넙치매운탕(원양산, 태평양산)

- 수입산의 경우 수입국가명을 표시함.

[예시] 참돔회(일본산), 뱀장어구이(영국산)

- 원산지가 다른 동일 품목을 섞은 경우 그 사실을 표시함.

[예시] 조피볼락회(국내산과 일본산을 섞음), 낙지볶음(국내산과 중국산을 섞음)

6. 그 밖의 공통사항

- 쇠고기, 돼지고기, 닭고기 및 오리고기를 섞거나 넙치, 조피볼락 및 참돔을 섞은 경우 각각의 원산지를 표시함.

[예시] 햄버그스테이크(쇠고기: 국내산 한우, 돼지고기: 덴마크산), 모듬회
(넙치 : 국내산, 조피볼락 : 중국산, 참돔 : 일본산)

- 국내산 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 오리고기, 쌀 또는 배추, 넙치, 조피볼락, 참돔 또는 낙지를 사용한 경우에는 “국내산”으로 표시하는 대신에 이를 생산한 특별시·광역시·도·특별자치도명이나 시·군·자치구명으로 표시할 수 있음.

- 쇠고기·돼지고기·닭고기·오리고기의 식육가공품을 사용한 경우에는 그 가공품에 사용된 원료의 원산지를 표시한다. 다만, 식육가공품 완제품을 구입하여 사용한 경우 그 포장재에 적힌 원산지를 표시할 수 있음.

부록 2.

소비자 인식 실태 조사표

안녕하십니까?

저희 한국농업경제학회는 농림수산식품부의 의뢰를 받아 “음식점원산지표시 성과 분석 및 중장기적인 대상품목 확대 방안 연구”를 진행하고 있으며, 연구의 일환으로 실태 조사를 실시하고 있습니다. 조사결과는 향후 관련 제도 개선 등을 위한 정책 자료로 활용될 예정이오니, 번거로우시겠지만 협조해주시길 부탁드립니다.

본 조사결과는 익명으로 통계 처리되어 관련 정책 개발 등에 활용될 것이며, 통계법에 의거 귀 업체의 비밀이 외부로 유출될 경우에는 조사자가 처벌을 받게 되어 있습니다. 본 조사와 관련한 의문 사항이 있으시면 다음의 연락처로 문의하시기 바랍니다.

충남대학교 농업경제학과 조교수 김성훈

연락처: 042-821-6746 / 이메일: sounghunkim@hotmail.com

SQ1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남성 ② 여성

SQ2. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?

- ① 19세 이하 (☞ 조사 중단)
 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대
 ⑥ 60세 이상 (☞ 조사 중단)

SQ3. 귀하가 현재 거주하시는 곳은 어디입니까?

- ① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천
 ⑤ 광주 ⑥ 대전 ⑦ 울산 ⑧ 경기
 ⑨ 강원 ⑩ 충청 ⑪ 전라 ⑫ 경상
 ⑬ 제주

SQ4. 귀하는 최근 3개월 이내에 음식점을 이용한 적이 있습니까?

- ① 있음 ② 없음 (☞ 조사 중단)

I. 외식 소비 개황

1. 귀하는 음식점에서 얼마나 자주 식사를 하십니까?

- ① 거의 매일 ② 일주일에 3~4번 ③ 일주일에 1~2번
 ④ 2주일에 1번 ⑤ 한 달에 1번 ⑥ 한 달에 1번 미만

2. 귀하는 다음 메뉴를 각각 얼마나 자주 음식점에서 드시는지를 선택하여 주십시오.

메뉴	거의 매일	일주일에 3~4번	일주일에 1~2번	2주일에 1번	한 달에 1번	한 달에 1번 미만
쇠고기 구이 메뉴	①	②	③	④	⑤	⑥
쇠고기 구이 메뉴 중 쇠고기 양념갈비	①	②	③	④	⑤	⑥
김치 반찬	①	②	③	④	⑤	⑥
김치 반찬 중 배추 김치	①	②	③	④	⑤	⑥
낙지 메뉴	①	②	③	④	⑤	⑥
낙지 메뉴 중 낙지볶음	①	②	③	④	⑤	⑥

Ⅱ. 음식점 원산지표시제도에 대한 인식

※ 음식점 원산지 표시 제도란?

우리나라에서는 음식점의 식재료에 대한 원산지 표시 요구에 부응하여 2007년 구이용 쇠고기를 대상으로 원산지 표시 제도를 처음 시작하였습니다. 이후 2008년 7월 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 쌀, 배추김치를 대상으로 한 음식점 원산지표시제를 본격적으로 시행하였고, 2010년 오리고기, 2011년 수산물(넙치(광어), 조피볼락(우럭), 참돔, 미꾸라지, 뱀장어, 낙지)을 대상으로 범위를 확대하였습니다.

음식점 원산지표시 제도는 음식점의 표시 사항을 주기적으로 단속하며, 메뉴 등에 원산지표시 의무를 다하지 못한 음식점에는 형사 처벌 및 과태료 부과 등의 법적인 제재를 가하고 있습니다.

3. 귀하는 음식점 원산지표시 제도에 대해 얼마나 알고 계십니까?

- ① 매우 잘 알고 있음 ② 어느 정도 알고 있음
③ 잘 모르는 편임 ④ 전혀 모름

4. 귀하는 음식점 원산지표시 제도에 얼마나 관심이 있습니까?

- ① 매우 관심이 많음 ② 관심이 있는 편임 ③ 보통
④ 관심이 없는 편임 ⑤ 관심이 전혀 없음

5. 음식점 원산지표시 제도에 대한 정보는 주로 어디에서 구하십니까?

- ① TV, 라디오 ② 소비자단체 ③ 신문, 잡지
④ 인터넷 ⑤ 기타(_____)

6. 귀하는 평소에 음식점에서 메뉴의 원산지를 확인하십니까?

- ① 항상 확인 ② 확인하는 편 ③ 보통
④ 확인 하지 않는 편 ⑤ 전혀 확인 안함

[PROG: 문 6에서 ⑤ 전혀 확인 안함의 경우는 6-3으로 넘어 감]

6-1. 귀하의 원산지 확인 유무를 메뉴별로 묻고자 합니다. 음식점에서 다음의 메뉴를 주문할 때 원산지 표시를 확인합니까?

메뉴	항상 확인	확인 하는 편	보통	확인 하지 않는 편	전혀 확인 안함	해당 사항 없음
쌀(밥류)	①	②	③	④	⑤	⑥
배추 김치	①	②	③	④	⑤	⑥
쇠고기	①	②	③	④	⑤	⑥
돼지고기	①	②	③	④	⑤	⑥
닭고기	①	②	③	④	⑤	⑥
오리고기	①	②	③	④	⑤	⑥
넙치(광어)	①	②	③	④	⑤	⑥
조피볼락(우럭)	①	②	③	④	⑤	⑥
참돔	①	②	③	④	⑤	⑥
미꾸라지	①	②	③	④	⑤	⑥
뱀장어	①	②	③	④	⑤	⑥
낙지	①	②	③	④	⑤	⑥

6-2. 귀하가 음식점에서 원산지를 확인하는 이유는 무엇 때문입니까?

- ① 원료의 원산지에 따른 맛 차이
- ② 수입산 사용 제품의 안전성이나 품질을 신뢰하지 않기 때문
- ③ 구입하는 제품에 대한 정보를 확인하기 위해서
- ④ 기타: _____

6-3. 귀하가 음식점 원산지표시를 확인하지 않는 이유는 무엇입니까?

- ① 원산지는 맛, 영양, 가격 등 다른 요인들에 비해 중요하지 않아서
- ② 해당 음식점을 믿으므로
- ③ 해당 음식점에서 메뉴의 원산지를 확인할 수 없어서
- ④ 자신의 관심이 부족하여
- ⑤ 기타: _____

7. 메뉴 선택 시, 귀하가 원산지를 가장 중요하게 생각하는 품목은 무엇입니까?

- ① 육류(쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 오리고기) ② 곡류(쌀)
- ③ 채소류(배추김치)
- ④ 수산물(넙치(광어), 조피볼락(우럭), 참돔, 미꾸라지, 뱀장어, 낙지)
- ⑤ 기타(_____)

8. 귀하는 음식점에서 메뉴의 원산지를 확인하고 해당 메뉴를 드시지 않은 경험이 있습니까?

- ① 전혀 없음 ② 몇 번 있음 ③ 자주 그러함

[문 6에서 ⑤ 전혀 확인 안함을 선택한 경우는 8번 문항 SKIP]

9. 귀하께서는 음식점원산지표시에 대해 어떻게 생각하십니까? 다음 항목별로 응답해 주십시오.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
원산지가 표시된 메뉴는 더 믿음이 간다	①	②	③	④	⑤
원산지표시를 신뢰하는 편이다	①	②	③	④	⑤
원산지가 표시된 메뉴는 품질이 양호할 것이다.	①	②	③	④	⑤
메뉴 선택 시, 원산지표시 여부가 가장 중요 고려 요인이다	①	②	③	④	⑤
원산지표시는 식품의 안전, 위생 등 식생활의 질을 향상 시킨다	①	②	③	④	⑤

10. 귀하께서는 음식점 원산지 표시제의 시행이 다음의 각 사항에 어느 정도 기여한다고 생각하십니까?

메뉴	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
음식의 식품 안전성 제고	①	②	③	④	⑤
음식에 대한 소비자의 신뢰 제고	①	②	③	④	⑤
소비자의 선택권 보장에 기여	①	②	③	④	⑤
소비자의 알권리 제공	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 음식점 원산지 표시제도에 정부 정책

11. 귀하가 보시기에 음식점 원산지 표시 제도가 잘 알려져 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다
④ 그렇지 않다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

12. 귀하가 보시기에 음식점에서 원산지 표시를 잘 하고 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다 ② 그렇다 ③ 보통이다
④ 그렇지 않다 ⑤ 전혀 그렇지 않다

13. 현재 음식점 원산지 표시제 위반 시, 형사처벌 또는 500만원 이하 30만원 이상의 과태료가 부과되는데, 이러한 처벌 사항이 적절하다고 보십니까?

- ① 더 강화하여야 함 ② 적절함
③ 더 완화시켜야 함 ④ 잘 모르겠음

14. 정부의 음식점 원산지표시 제도 수행에 대한 귀하의 의견을 알고자 합니다. 다음 항목별로 응답해 주십시오.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이 그렇다	그렇다	매우 그렇다
음식점원산지표시 제도는 체계적·효과적으로 실시, 관리되고 있다	①	②	③	④	⑤
음식점원산지표시 제도 활성화를 위한 홍보가 잘 수행되고 있다	①	②	③	④	⑤
음식점원산지표시 제도 정착을 위한 정부의 정책방향이 분명하다	①	②	③	④	⑤
원산지표시 정착을 위해 음식점 참여를 적극 유도하고 있다	①	②	③	④	⑤

15. 원산지표시 제도가 활성화되기 위해 가장 필요하다고 생각하는 것은 무엇입니까?

- | | |
|-----------------------|------------------|
| ① 표시위반 시, 사실 공개 | ② 위반업자에 대한 처벌 강화 |
| ③ 단속 강화 (단속 빈도, 인력 등) | ④ 업계의 자율적 관리 강화 |
| ⑤ 소비자 홍보 및 교육 강화 | ⑥ 판매자 대상 교육 확대 |
| ⑦ 기타: _____ | |

IV. 음식점 원산지표시 제도에 대한 추가 지불 의향

※ 음식점 원산지표시 제도란?

우리나라에서는 음식점의 식재료에 대한 원산지 표시 요구에 부응하여 2007년 구이용 쇠고기를 대상으로 원산지표시 제도를 처음 시작하였습니다. 이후 2008년 7월 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 쌀, 배추김치를 대상으로 한 음식점 원산지 표시제를 본격적으로 시행하였고, 2010년 오리고기, 2011년 수산물(넙치(광어), 조피볼락(우럭), 참돔, 미꾸라지, 뱀장어, 낙지)을 대상으로 범위를 확대하였습니다.

음식점 원산지표시 제도는 음식점의 표시 사항을 주기적으로 단속하며, 메뉴 등에 원산지표시 의무를 다하지 못한 음식점에는 형사처벌 또는 과태료 부과 등의 법적인 제재를 가하고 있습니다.

※ 현재 해당 메뉴에는 원산지표시가 되어 있습니다. 한편, 메뉴에 원산지표시가 없으면, '알 권리'와 '선택권 확보'에 대한 기회가 제공되지 않아 소비자들은 식품의 안전성에 불안감을 느끼고, 원산지표시가 있는 식품의 가격보다 덜 지불할 것으로 예상됩니다.

I

<A 메뉴 >	<B 메뉴 >	<C 메뉴 >
◦메뉴명: 쇠고기 양념갈비 ◦용량: 1인분 (200g) ◦원산지: <u>국내산</u> ◦가격 : 25,000원	◦메뉴명: 배추 김치 ◦용량: 1접시 ◦원산지: <u>국내산</u> ◦가격 : 700원	◦메뉴명: 낙지 볶음 ◦용량: 1인분 ◦원산지: <u>국내산</u> ◦가격 : 15,000원

[PROG : 설명 읽고 난 후 다음 페이지로 넘기기 가능 -> 30초]

문 16. 향후에 만약 원산지표시 제도가 운영되지 않게 되어 메뉴에 원산지표시가 사라지게 될 경우, 귀하는 최대 어느 정도 가격을 지불하며 원산지표시가 없는 식품을 소비하시겠습니까? 아래 “원산지표시가 없는 A, B, C 메뉴”에 대해서 본인이 지불할 수 있는 최대 가격을 말씀해 주세요. 만약 지불의사가 없으면 ‘0’을 기입해 주세요.(원산지가 적힌 메뉴의 가격을 기준)

<아래 각각의 “원산지표시가 없는 메뉴” 상품은 “A, B, C 메뉴” 상품과 다른 조건들이 모두 동일하며, 원산지표시와 원산지표시 확인을 위한 단속이 없어 음식점 업주가 원산지를 속여도 법적인 제재를 가할 수 없습니다.>

<A 메뉴 >	<원산지표시가 없는 메뉴 >	
◦메뉴명: 쇠고기 양념갈비 ◦용량: 1인분 (200g) ◦원산지: <u>국내산</u> ◦가격 : 25,000원	◦메뉴명: 쇠고기 양념갈비 ◦용량: 1인분 (200g) ◦원산지: <u>표시 없음</u> ◦가격:()원 *음식점 업주가 “비록 원산지 표시는 하지 않고 있지만, 국내산이 확실하다”고 주장	◦메뉴명: 쇠고기 양념갈비 ◦용량: 1인분 (200g) ◦원산지: <u>표시 없음</u> ◦가격:()원 *음식점 업주에게 국내산 여부를 물어봐도 확인해 주지 않음

<B 메뉴 >	<원산지표시가 없는 메뉴 >	
◦메뉴명: 배추 김치 ◦용량: 1접시 ◦원산지: <u>국내산</u> ◦가격 : 700원	◦메뉴명: 배추 김치 ◦용량: 1접시 ◦원산지: <u>표시 없음</u> ◦가격:()원 *음식점 업주가 “비록 원산지 표시는 하지 않고 있지만, 국내산이 확실하다”고 주장	◦메뉴명: 배추 김치 ◦용량: 1접시 ◦원산지: <u>표시 없음</u> ◦가격:()원 *음식점 업주에게 국내산 여부를 물어봐도 확인해 주지 않음

<C 메뉴 >

<원산지표시가 없는 메뉴 >

◦메뉴명: 낙지 볶음 ◦용량: 1인분 ◦원산지: <u>국내산</u> ◦가격 : 15,000원	◦메뉴명: 낙지 볶음 ◦용량: 1인분 ◦원산지: <u>표시 없음</u> ◦가격:()원 *음식점 업주가 "비록 원산지 표시는 하지 않고 있지만, 국내산이 확실하다"고 주장	◦메뉴명: 낙지 볶음 ◦용량: 1인분 ◦원산지: <u>표시 없음</u> ◦가격:()원 *음식점 업주에게 국내산 여부를 물어봐도 확인해 주지 않음
--	---	---

V. 음식점 원산지표시 제도 대상 품목 확대 관련 의견

17. 음식점 원산지표시 제도는 소비자의 알 권리를 보장하는 측면도 있으나 영업자 입장에서는 표시를 해야 하는 불편도 있습니다. 이러한 상황을 고려할 때, 귀하께서는 정부의 음식물 원산지표시 대상 품목의 확대나 축소에 대해 어떻게 생각하십니까?

① 대상 품목 대폭 확대	② 대상 품목을 일부 확대	☞ 문 17-1, 17-2 로
③ 현 수준 유지		☞ 문 18으로
④ 대상 품목 일부 축소	⑤ 대상 품목 대폭 축소	☞ 문 17-3으로

17-1. (17번에서 ① 또는 ② 선택자만 응답) 음식점 원산지표시 대상 품목으로 가장 먼저 추가적으로 포함해야 될 품목군을 한 가지만 선택하시기 바랍니다.

- ① 농산물(콩, 보리, 쌈채소, 마늘, 양파, 사과, 배 등)
- ② 축산물(양고기, 말고기 등)
- ③ 수산물(도다리, 동태, 복어, 홍합, 모시조개 등)
- ④ 기타 품목군 : _____

17-2. (17번에서 ① 또는 ② 선택자만 응답) 다음은 음식점 원산지표시 대상 품목으로 추가로 지정되기 위해 검토되고 있는 품목입니다. 아래 보기에 있는 품목에 도입 우선 순위를 매겨주십시오.

<도 입 검 토 품 목 >

① 마늘	② 콩(두부, 콩나물, 장류)	③ 오징어	④ 조기
⑤ 농어	⑥ 꽃게	⑦ 기타()	

1 순위 : _____ 2 순위 : _____ 3 순위 : _____

4 순위 : _____ 5 순위 : _____ 6 순위 : _____

17-3. (17번에서 ④ 또는 ⑤ 선택자만 응답) 음식점 원산지표시 대상 품목에서 가장 먼저 제외하여야 할 품목을 한 가지만 선택하시기 바랍니다.

- ① 쌀(밥류) ② 배추김치 ③ 쇠고기 ④ 돼지고기 ⑤ 닭고기
- ⑥ 오리고기 ⑦ 넙치(광어) ⑧ 조피볼락(우럭) ⑨ 참돔 ⑩ 미꾸라지
- ⑪ 뱀장어 ⑫ 낙지

18. 음식점 원산지표시 제도와 관련되어 건의사항이 있으시면 작성해 주십시오.

VI. 사회·인구학적 특성

DQ1. 귀하의 결혼유무는 어떻게 되십니까?

- ① 미혼 ② 기혼 ③ 기타

DQ2. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까? (해당학력 중퇴자 및 재학자는 해당학력으로 인정)

- ① 중학교 졸업 이하 ② 고등학교 졸업
 ③ 대학교 졸업(전문대 포함) ④ 대학원 졸업 이상

DQ3. 귀댁의 월평균 소득은 얼마입니까?

- ① 200만원 미만 ② 200-300만원 미만 ③ 300-400만원 미만
 ④ 400-500만원 미만 ⑤ 500-600만원 미만 ⑥ 600-700만원 미만
 ⑦ 700-800만원 미만 ⑧ 800-900만원 미만 ⑨ 900만원 이상

▶ 긴 시간동안 조사에 응해주셔서 감사드립니다. ◀

부록 3.

EDM 유도 과정

○ 국내산 수요함수

$$(1-1) \quad Q_i^R = Q_i^R(P_i^R)$$

$$\textcircled{1} \quad Q_i^R = Q_i^R(P_i^R | I) \quad (\textcircled{1} \text{식 전미분})$$

$$\textcircled{2} \quad dQ_i^R = \frac{\partial Q_i^R}{\partial P_i^R} \cdot dP_i^R + \frac{\partial Q_i^R}{\partial I} \cdot dI \quad (\textcircled{2} \text{식} \div Q_i^R)$$

$$\textcircled{3} \quad \frac{dQ_i^R}{Q_i^R} = \frac{\partial Q_i^R}{\partial P_i^R} \cdot \frac{P_i^R}{Q_i^R} \cdot \frac{dP_i^R}{P_i^R} + \frac{\partial Q_i^R}{\partial I} \cdot \frac{I}{Q_i^R} \cdot \frac{dI}{I}$$

$$\textcircled{4} \quad EQ_i^R = \eta_i \cdot EP_i^R + \eta_{iI} \cdot EI \quad (\eta < 0)$$

$$(EQ_i^R = \frac{dQ_i^R}{Q_i^R}, \eta_i = \frac{\partial Q_i^R}{\partial P_i^R} \cdot \frac{P_i^R}{Q_i^R}, EP_i^R = \frac{dP_i^R}{P_i^R}, \eta_{iI} = \frac{\partial Q_i^R}{\partial I} \cdot \frac{I}{Q_i^R}, EI = \frac{dI}{I})$$

(제도를 수치화 할 수 없기 때문에 이를 대신할 변수가 필요하다.)

$$\textcircled{5} \quad EQ_i^R = \eta_i(EP_i^R - \delta_i) \quad (\delta_i > 0)$$

○ 가격 연결식

$$(1-2) \quad P_i^R = P_i^F + w_i \quad [(2)\text{식 전미분}]$$

$$\textcircled{1} \quad dP_i^R = dP_i^F + dw_i \quad (\textcircled{1}\text{식} \div P_i^R)$$

$$\textcircled{2} \quad \frac{dP_i^R}{P_i^R} = \frac{dP_i^F}{P_i^F} \cdot \frac{P_i^F}{P_i^R} + \frac{dw_i}{w_i} \cdot \frac{w_i}{P_i^R}$$

$$\textcircled{3} \quad EP_i^R = EP_i^F \cdot S_i + \Upsilon_i \quad (EP_i^F = \frac{dP_i^F}{P_i^F}, S_i = \frac{P_i^F}{P_i^R}, \Upsilon_i = \frac{dw_i}{P_i^R})$$

○ 국내산 공급함수

$$(1-3) \quad Q_i^F = Q_i^F(P_i^F) \quad [(3)\text{식 전미분}]$$

$$\textcircled{1} \quad dQ_i^F = dP_i^F \cdot \frac{\partial Q_i^F}{\partial P_i^F} \quad (\textcircled{1}\text{식} \div Q_i^F)$$

$$\textcircled{2} \quad \frac{dQ_i^F}{Q_i^F} = \frac{\partial Q_i^F}{\partial P_i^F} \cdot \frac{P_i^F}{Q_i^F} \cdot \frac{dP_i^F}{P_i^F}$$

$$\textcircled{3} \quad EQ_i^F = \varepsilon_i \cdot EP_i^F \quad (\varepsilon_i = \frac{\partial Q_i^F}{\partial P_i^F} \cdot \frac{P_i^F}{Q_i^F}, EQ_i^F = \frac{dQ_i^F}{Q_i^F})$$

$$\textcircled{4} \quad EP_i^F = \frac{1}{\varepsilon_i} \cdot EQ_i^F$$

○ 국내산 수급 균형식

$$(1-4) \quad Q_i^R = Q_i^F$$

$$\textcircled{1} \quad \frac{dQ_i^R}{Q_i^R} = \frac{dQ_i^F}{Q_i^R}$$

$$\textcircled{2} \quad EQ_i^R = EQ_i^F$$

참고 문헌

- 김성훈, 한재환. 2011. “소비자 인식 분석을 통한 재래시장의 활성화 방안 도출.” 농촌경제 제 34권 3호.
- 김환규. 2006. 「음식점의 쇠고기 원산지 표시제에 관한 연구」. 건국대학교 대학원 박사학위 논문.
- 박동규, 유남식. 1995. 「수입농산물의 원산지 표시 제도 연구」. 한국농촌경제연구원.
- 이계임, 김성훈. 2007. 「식품 중 위해물질의 위해관리를 위한 Risk/Benefit 분석 Model 개발」. 식품의약품안전청.
- 이계임, 최지현, 김민정. 2005. 「농산물가공품의 원산지 표시 제도 개선 방안」. 한국농촌경제연구원.
- 이계임, 황윤재, 손은영. 2009. 「음식점 원산지 표시 제도의 현황과 과제」. 한국농촌경제연구원.
- 이계임, 전상근, 김성훈, 조소현. 2012. “농축산물 원산지표시의 사회적 후생 영향 분석.” 농촌경제 제 35권 1호.
- 이계임, 조소현, 전상근, 김성훈, 송양훈. 2011. 「농식품 원산지 표시의 효과 분석과 활용도 제고 방안」. 한국농촌경제연구원.
- 전상근, 채상현, 이정민, 이형우. 2010. 「쇠고기 음식점 원산지 표시제와 이력제가 한우시장에 미치는 영향 분석」. 한국농촌경제연구원.
- 전성자. 2005. 「음식점 식육원산지 표시 제도 연구」. 식품의약품안전청.
- 차동욱. 2011. “주요 축산물에 대한 소비자 행동분석: 전북지역 소비자를 중심으로.” 「농업경영·정책연구」 38권 1호.
- 최지현, 이계임, 황윤재, 박영진. 2009. 「가공식품 원료 등 원산지 표시방법 개선에 관한 연구」. 한국농촌경제연구원.
- 한국농촌경제연구원. 2012. 「농업전망 2012」.
- 한석호, 이정민, 박미성, 박영구, 장석진. 2010. 중기선행관측 기본모형 개발연구. 한국농촌경제연구원, 기타연구보고 M102. pp. 65.
- 한재환, 정학균. 2010. “우리밀 가공제품 소비확대 요인 분석.” 「농업경영·정책연구」 37권 3호. pp. 573-589.
- 황성혁, 이정희. 2000. 건강정보에 의한 육류수요의 분석. 농업경제연구 41(1). pp.61-79.

국립농산물품질관리원 (<http://www.origin.go.kr>)

농림수산물식품부(<http://www.mifaff.go.kr>)

일본 농림수산청 (<http://www.maff.go.jp>)

KOSIS 국가통계포털 (<http://www.kosis.kr>)

Alston, J.M., G.W. Norton, and P.G. Pardey. 1995. *Science under Scarcity*. CAB International.

Balagtas, Joseph V. and Sounghun Kim. 2007. "Measuring the Effects of Generic Dairy Advertising in a Multi-market Equilibrium." *American Journal of Agricultural Economics* 89(4).

Gardner, B.L. 1987. *The Economics of Agricultural Policies*. New York: Macmillan.

Greene. W.H. 2003. *Econometric Analysis*. 5th edition. Prentice Hall.

Kim, Sounghun. 2007. "A Multi-market Model of Generic Promotion: Measuring Returns to U.S. Dairy Advertising." *Journal of Rural Development* 30(5).

Maddala, G.S. 1983. *Limited-Dependent and Qualitative Variables in Econometrics*. New York, NY: Cambridge University Press.

Muth, R.E. 1964. "The Derived Demand Curve for a Productive Factor and the Industry Supply Curve." *Oxford Economic Papers* 16.

Sumner, D.A., H. Lee, and D.G. Hallstrom. 1999. "Implications of Trade Reform for Agricultural Markets in Northeast Asia: a Korea Example." *Agricultural Economics* 21.