

발 간 등 록 번 호

11-1543000-002269-01

쌀 소비권장기한 표시제 도입방안 연구

연구기관
한국농촌경제연구원

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 「쌀 소비권장기한 표시제 도입방안 연구」의 최종보고서로 제출합니다.

2018년 3월

연구기관명: 한국농촌경제연구원

연구책임자: 황운재 연구위원

연구원: 김종인 부연구위원

윤승원 연구원

요 약

연구 배경

쌀의 공급 과잉 상태가 2000년 이후 지속되면서 국가 재정에 부담이 되고 있다. 쌀의 공급 과잉 문제를 해결하기 위해 정부는 다양한 양적 측면에서의 대응 방안들을 논의·제시하고 있다. 그러나 인구사회학적 변화로 인해 양적 측면에서의 쌀 수요 확대는 한계가 있을 수밖에 없다. 쌀의 구조적 공급 과잉 문제를 해결하기 위한 질적 측면에서의 대응으로 정부는 최근 쌀의 고품질화를 유도하고자 한다. 지속적인 쌀의 고품질화를 달성하는 동시에 쌀의 공급 과잉 문제를 해결하기 위해서는 일반 소비자를 대상으로 한 소비 측면의 대응책이 마련될 필요가 있다.

최근 쌀 수요 확대 및 고품질 쌀에 대한 소비자 선호 제고 방안의 일부로서 쌀 소비권장기한 표시의 활용이 제안된 바 있다. 그러나 표시제도 도입을 위해서는 도입 여부의 결정 이전에 소비자의 식품소비 행태와 기한표시에 대한 이해·인식 등을 바탕으로 보다 체계적인 논의가 이루어질 필요가 있다. 또한 식품소비권장기한 표시를 도입할 경우 직접적인 영향을 받는 공급 부문을 고려하여 도입 타당성과 실효성 여부를 다각적으로 검토할 필요가 있다.

이 연구의 목적은 쌀 소비권장기한 표시제와 관련하여 국내외 쌀 표시 관련 실태와 수요 및 공급 측면에 미치는 영향과 관련인·업체의 인식·요구를 조사·분석하여 제도의 실질적인 도입을 결정하기에 앞서 관련 여건을 진단하여 기한표시의 타당성·실효성을 검토하고 기한표시와 관련한 대응 방안과 과제를 도출하는데 있다.

연구 구성과 방법

이 연구는 크게 여섯 부분으로 구성되어 있다. 첫째, 국내 쌀 시장 여건 및 유통 실태에서는 쌀 수급 여건 및 관련 정책 변화와 쌀 유통 경로 및 실태를

검토하였다. 둘째, 쌀 품질유지기한 관련 국내외 선행 실험연구에서는 쌀의 적정 품질기한(상미기한)을 설정하기 위해 수행된 기존의 국내외 실험 연구의 주요 내용과 결과를 정리하였다. 셋째, 국내외 쌀 기한표시제도 운영 실태에서는 농식품 기한표시에 관한 일반적인 내용과 국내외 대만, 중국, 일본 등 주요국의 쌀 기한표시 현황을 살펴보았다. 넷째, 수요 측면에서의 쌀 표시 이용 실태와 기한표시제도 평가에서는 일반 소비자와 외식 및 급식업체의 쌀 취급 실태와 쌀 기한표시 관련 인식을 조사하였다. 다섯째, 공급 측면에서의 쌀 기한표시제도 인식과 도입 평가에서는 도정업체와 소비지 유통업체의 쌀 취급 실태와 쌀 기한표시 관련 인식을 조사하였다. 마지막으로 쌀 기한표시제 도입 여건 진단과 과제에서는 쌀 기한표시 제도 도입에 따른 긍정적 및 부정적 영향 등 관련 여건을 진단하고 기한표시제 도입 방안과 기타 관련 과제 등을 검토하였다.

주요 연구 결과

쌀 소비권장기한 표시 도입 시 예상되는 긍정적 요인 및 영향으로는 우선 품질 관련 기술 개발을 유인하여 쌀 품질이 제고되는 부수적 효과를 기대할 수 있으며, 소비자에게 양질의 쌀을 소비하기 위한 추가적 정보 제공, 소포장 제품 수요 증가 가능성과 이로 인한 품질 고급화 및 부가가치 제고, 쌀 품질 제고로 인한 소비 감소 추세 완화 등을 들 수 있다. 이에 비해 부정적 요인 및 영향으로는 쌀 품질과 취급 여건 간 밀접한 연관성으로 인한 일률적 소비권장기한 설정의 어려움, 기한 표시 도입 시 산지유통업체의 추가적 작업 필요와 반품 요구 증대 가능성, 기타 다양한 품질요소에 비해 기한(날짜)에 대한 과도한 선호 발생, 기한표시에 대한 소비자 이해 부족과 오인으로 불필요한 제품 폐기 가능성, 표시 의무가 없는 다른 곡물 또는 수입산과의 형평성 문제 등을 들 수 있다.

기한표시제를 도입할 경우 정부 쌀 정책 기조를 반영할 필요가 있으며, 소비자 필요와 요구에 대응하는 동시에 공급 부문 실태와 형평성 등을 고려할 필요가 있다. 제도 도입에 대해서는 단계적인 논의 및 방안을 마련할 필요가 있다. 기존의 도정일자, 연산표시 이외에 기한표시를 적용하기 위해서는 국내 제도 도입 여건, 상품 특성, 소비자 인식 등을 종합적으로 고려할 필요가 있다. 대체

로 품질유지기한이 가장 적정한 표시 유형이지만, 소비자의 경우 품질유지기한 보다는 소비기한을 선호하고 있다. 계절별 기한 차별화는 기한표시를 현장에서 적용해야 하는 도정업체가 차별화 필요성에 대한 인식 수준이 높지 않고 오히려 비용 발생에 대해 우려한다는 점을 고려할 경우 단기간에 도입하는 데는 한계가 있다. 적정 기한의 경우 2개월 이하로 설정할 경우 관련인(업체) 인식(의향)에 비해 다소 기한이 짧은 편이며, 소비자의 쌀 구매 행태와 합치되지 않아서 시장에 상당한 정도로 영향을 줄 가능성이 있다. 쌀 관련인(업체)의 종합적인 의견을 반영할 경우 유통기한은 4개월 내외, 소비기한 5~6개월, 품질유지기한은 6-8개월 정도를 고려할 수 있다. 그러나 현재 소비자의 85.5%가 4개월 또는 4개월 미만에 1번 정도 쌀을 구입하고 있어 이러한 경우 기한표시 도입에 큰 의미가 없다는 문제가 있다. 이밖에 적정기한을 결정하는 과정에서 해외 주요국의 관련 실태와 이해관계를 고려할 필요가 있다.

쌀 소비권장기한의 도입에 앞서 쌀 및 쌀 표시 관련 홍보·교육의 확대가 우선되어야 하며, 이를 위해 기존의 소비 촉진을 중심으로 한 교육·홍보의 내용·방법을 개선할 필요가 있다. 이밖에 쌀 포장을 활용하여 소비자에게 쌀 및 쌀 표시 관련 유용한 정보를 제공할 수 있는 방안을 검토할 수 있다. 최근 이용이 증가하고 있는 온라인(통신판매) 등 소비자 구매 행태를 고려하여 기존 쌀 표시제도의 실효성을 새로운 표시제도 도입에 앞서서 우선적으로 확보할 필요가 있다. 농식품 표시의 도입·적용은 소비자의 활용을 전제로 할 필요가 있다. 이에 따라 소비자가 표시를 적정하게 활용할 수 있도록 하기 위해서는 이를 저해하는 요소를 최소화하고 이용이 활성화될 수 있도록 여건을 마련할 필요가 있다. 유통·소비단계에서 운반, 저장 환경의 중요성에 대해서 인식할 수 있도록 해야 하며, 이에 따른 개선 노력이 이루어질 필요가 있다. 또한 공급단계에서는 기간 경과에 따른 쌀의 품질 저하를 최소화하는 기술 개발 노력이 필요하며, 소비단계에서 향후 소비자가 일정 기간 동안 상대적으로 높은 품질을 유지하면서 쌀을 수요할 수 있도록 현재의 소비 행태를 변화시켜 소포장 쌀을 구매하도록 유인할 필요가 있다.

도정업체가 기한표시 도입에 긍정적인 인식을 갖도록 하기 위해서는 제도적

뒷받침이 필요하다. 기한표시제도 도입 시 반품 증가가 예상되며 이에 다른 비용 손실을 도정업체에서 떠맡을 가능성이 제기되어 도정업체가 반품에 따른 비용 손실을 완전하게 떠안지 않도록 계약상 관행이 개선될 필요가 있다. 또한 기한표시가 도입될 경우 기한이 지난 쌀에 대한 처리 과정에서 도정업체에게 과도한 불이익(제약)이 초래되지 않도록 해야 한다. 기한표시에 수반될 것으로 예상되는 현상에 대해서 가능한 혼란이 발생하지 않도록 법령 또는 지침 등을 통해 명확히 할 필요가 있다. 이밖에 쌀 관련하여 다년간 장기적으로 과학적 연구를 추진하여 쌀 품질 및 기한 관련 자료를 축적하여 이를 기반으로 보다 객관적인 도입 논의 및 방향 설정이 이루어질 수 있도록 할 필요가 있다. 이러한 과정에서 유통, 소비단계의 쌀 보관·운반 과정에서 발생하는 다양한 환경적 변수들을 고려할 필요가 있다.

차 례

제1장 서 론

1. 연구 필요성과 목적 1
2. 선행연구 검토 3
3. 주요 연구내용 8
4. 연구 범위 및 방법 9

제2장 국내 쌀 시장 여건 및 유통 실태

1. 쌀 수급 여건 및 관련 정책 변화 13
2. 쌀 유통 경로 및 실태 27

제3장 쌀 품질유지기한 관련 국내외 선행 실험연구

1. 국내 연구 사례 41
2. 일본 연구 사례 53
3. 시사점 55

제4장 국내외 쌀 기한표시제도 운영 실태

1. 농식품 기한 표시 일반 57
2. 국내 쌀 기한표시 실태 60
3. 해외 주요국의 쌀 기한표시 현황 65
4. 시사점 81

제5장 수요 측면에서의 쌀 표시 이용 실태와 기한표시제도 평가

1. 소비자 인식과 평가 84
2. 외식 및 급식업체 인식과 평가 111

3. 요약 및 시사점 123

제6장 공급 측면에서의 쌀 기한표시제도 인식과 도입 평가

1. 도정업체 인식과 평가 125

2. 유통업체 인식과 평가 138

3. 요약 및 시사점 153

제7장 쌀 기한표시제 도입 여건 진단과 과제

1. 도입 여건 진단 156

2. 기한표시제 도입 방안과 과제 검토 161

부록 대만 양식관리법 및 관련 법령

1. 양식관리법 179

2. 양식관리법 시행세칙 187

3. 양식표시 규정 190

참고문헌 194

표 차례

제2장

<표 2-1> 정부재고 처리방안별 공급물량과 판매손실	24
<표 2-2> 논 타작물 재배 지원사업 개요	26
<표 2-3> RPC 사업 추진실적 및 계획	29
<표 2-4> RPC 매입 현황	30
<표 2-5> 양재동 양곡도매시장 쌀 반입량	31
<표 2-6> 소비단계 유통채널별 판매 쌀 제품 도정일자 초과기간(백미 기준) ·	34
<표 2-7> 1372 소비자상담센터 쌀 품질관련 소비자 불만 사례 분석: 2013-2017년	35
<표 2-8> 소비자시민모임 쌀 품질관련 소비자 불만 상담 이유: 2016-2017년 ...	36
<표 2-9> 소비자시민모임 쌀 품질관련 상담 사례에서의 쌀 구입 장소: 2016-2017년	36
<표 2-10> 밥쌀용 쌀 도입 실적	37
<표 2-11> 가공용 쌀 도입 실적(백미 기준)	38
<표 2-12> 최근 5개년분 밥쌀용 쌀 판매 실적	38

제3장

<표 3-1> 쌀 품질요소별 고품질 유지기간	44
<표 3-2> 쌀밥의 겨울철 관능적 특성 변화	46
<표 3-3> 백미(현미)의 겨울철 이화학적 특성 변화	46
<표 3-4> 백미(현미)의 봄철 이화학적 특성 변화	48
<표 3-5> 쌀밥의 봄철 관능적 특성 변화	49
<표 3-6> 백미(현미)의 여름철 이화학적 특성 변화	50
<표 3-7> 쌀밥의 여름철 관능적 특성 변화	51
<표 3-8> 정곡 상미기한	54

제4장

<표 4-1>	CODEX의 식품표시에 관한 규정	58
<표 4-2>	기한표시 방식 및 개념	59
<표 4-3>	양곡표시제 주요 내용	62
<표 4-4>	양곡표시사항 세부 내용	63
<표 4-5>	양곡표시제 품목별 표시 항목	64
<표 4-6>	대만 “식품안전위생관리법” 식품표시 세부사항	67
<표 4-7>	대만 양곡 표시 사항	68
<표 4-8>	중국의 “식품안전법”상의 식품안전정책 주요 기본방침	71
<표 4-9>	중국 식품표시 관련 법령	72
<표 4-10>	일본의 농식품 기한표시 일반 사항	77
<표 4-11>	일반원칙과 일반요건 내용	78

제5장

<표 5-1>	성인 응답자 인구·사회학적 특성	86
<표 5-2>	쌀 조달(구입 또는 친지/지인으로부터 얻음) 빈도	87
<표 5-3>	쌀 주 구입 장소	88
<표 5-4>	주로 구입하는 쌀의 중량	89
<표 5-5>	주로 구입하는 쌀의 평균 가격(중량별)	89
<표 5-6>	쌀 구입시 고려 사항	90
<표 5-7>	쌀 보관방법	91
<표 5-8>	쌀 품질 유지에 대한 보관방법별 중요도 및 실천도(5점 척도)	92
<표 5-9>	시중 판매 쌀 포장단위 만족 여부	92
<표 5-10>	시중 판매 쌀 포장단위 이외에 희망 포장 단위	93
<표 5-11>	쌀 품질에 대한 불만족 경험 여부	93
<표 5-12>	쌀 품질에 대한 불만족 이유(중복 응답)	94
<표 5-13>	쌀 품질에 대한 불만족 사항 관련 도정 이후 날짜가 경과한 정도	94

<표 5-14> 구입한 쌀에 대한 불만족으로 반품한 경험 여부	95
<표 5-15> 쌀 반품 사유(중복 응답)	95
<표 5-16> 식료품 기한 표시 인지 정도(4점 척도)	96
<표 5-17> 식품 기한표시를 ‘시중에서 판매할 수 없는 기한’으로 인지 여부 ..	97
<표 5-18> 식품 기한표시를 ‘표시된 기한내로 섭취해야 함’으로 인지 여부	97
<표 5-19> 기한표시 이해 수준	98
<표 5-20> 식품 구입시 기한표시 사항 확인 정도	99
<표 5-21> 제품 선택 시 기한표시 활용 여부	100
<표 5-22> 식품 표시 기한별로 만료가 임박한 경우 제품 구매의향(5점 척도) ...	101
<표 5-23> 식료품 구매시 유통기한 임박 제품 구매한 실제 경험(비중) ..	101
<표 5-24> 식품 구매 후 가정 내에서 보관하다 유통기한이 지난 경우 처리 방법	101
<표 5-25> 식료품에 표시된 유통기한 등의 날짜가 경제/사회적으로 주는 긍정적 효과(5점 척도)	102
<표 5-26> 유통기한, 품질유지기한에 대한 제조/판매업체의 자율적 결정에 대한 의견(비중)	102
<표 5-27> 쌀 구입 시 포장에 기재된 표시사항 확인 정도	103
<표 5-28> 쌀 구입 시 확인하는 표시사항	103
<표 5-29> 쌀 구입시 도정일자 확인 및 최근 도정일자 제품 구매 노력 정도(비중)	103
<표 5-30> 평소 구매 쌀 제품의 도정일자 경과 기한	104
<표 5-31> 표시된 도정일자에서 구매의사가 있는 최대 경과 기한	104
<표 5-32> 쌀 구매시 제품포장의 도정일자 확인에 어려움을 경험한 정도	104
<표 5-33> 도정일자 확인시 어려운 점	105
<표 5-34> 각 기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점	105
<표 5-35> 쌀의 품질유지 및 소비 가능 기한이 계절/기후의 영향을 받는다고 생각하는 정도	106
<표 5-36> 쌀의 기한 정보 제공시 계절별 표시 차별화 필요성	106

<표 5-37> 계절별·기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점(1) 106

<표 5-38> 계절별·기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점(2) 107

<표 5-39> 계절별 기한표시로 인해 제품 가격이 인상한다면, 계절별 표시에 대한 필요성 정도(비중) 108

<표 5-40> 계절별 기한표시로 인한 제품 가격상승 시 추가 부담이 가능한 정도 108

<표 5-41> 쌀 선택시 쌀 기한표시가 유용한 정보로 작용하는 정도(비중) ... 108

<표 5-42> 현재 제공 정보(생산년도·도정일자) 외 추가 정보(유통·소비·상미 기한 등) 제공 필요성 109

<표 5-43> 추가 기한 정보 제공이 필요하다고 생각하는 이유 (비중) .. 109

<표 5-44> 현재 제공되는 정보(생산년도, 도정일자) 외에 추가정보 제공시 각 정보별 필요정도 (5점 척도) 109

<표 5-45> 쌀 포장에 포함되었으면 하는 정보(중복응답) 110

<표 5-46> 응답업체 특성(외식업체·급식업체) 112

<표 5-47> 쌀 주 구입 장소 113

<표 5-48> 쌀 구입 빈도 113

<표 5-49> 월 평균 쌀 구입 중량 114

<표 5-50> 월 평균 쌀 구입 금액 114

<표 5-51> 주요 구입 포장단위 115

<표 5-52> 쌀 구입시 고려 사항 115

<표 5-53> 구입 쌀 운반 방법 116

<표 5-54> 구입 쌀 보관 방법 117

<표 5-55> 쌀 제품 표시사항 확인 정도(5점 척도) 117

<표 5-56> 주요 확인 표시 118

<표 5-57> 도정일자(도정연월일) 확인 정도(5점 척도) 118

<표 5-58> 최근 도정일자(도정연월일) 구매 노력 정도(5점 척도) 119

<표 5-59> 평소 구매 쌀 제품의 도정일자 경과 기한 119

<표 5-60> 표시된 도정일자에서 구매의사가 있는 최대 경과 기한 119

<표 5-61> 추가 기한표시 도입 필요성	120
<표 5-62> 현재 제공되는 정보(생산년도, 도정일자) 외에 추가정보 제공시 각 정보별 필요정도 (5점 척도)	120
<표 5-63> 각 기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점	121
<표 5-64> 쌀의 품질유지 및 소비 가능 기한이 계절/기후의 영향을 받는다고 생각하는 정도	122
<표 5-65> 쌀의 기한 정보 제공시 계절별 표시 차별화 필요성	122
<표 5-66> 계절별 기한표시의 어려움 정도	122

제6장

<표 6-1> 응답업체 특성(RPC)	126
<표 6-2> 쌀 주요 공급(납품) 장소(중복응답)	127
<표 6-3> 납품 이전까지 쌀 보관 방법	127
<표 6-4> 납품처에 쌀 운반 방법	128
<표 6-5> 구매업체로부터의 도정일자 관련 요구 경험	128
<표 6-6> 납품일자에 맞춰서 도정하는 정도	129
<표 6-7> 납품하는 쌀을 도정하는 시점(납품일 기준)	129
<표 6-8> 반품 경험과 건수	130
<표 6-9> 주요 반품 요인(중복 응답)	130
<표 6-10> 반품 제품 발생 시 대금 정산	131
<표 6-11> 반품 제품 처리 방법	131
<표 6-12> 쌀 날짜표시(생산년도, 도정일자) 평가(5점 척도)	132
<표 6-13> 추가 기한표시 도입 필요성	133
<표 6-14> 추가 기한표시 도입이 불필요한 주요 이유	133
<표 6-15> 현재 제공되는 정보(생산년도, 도정일자) 외에 추가정보 제공시 각 정보별 필요정도 (5점 척도)	134
<표 6-16> 각 기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점	135

<표 6-17> 쌀의 품질유지 및 소비 가능 기한이 계절/기후의 영향을 받는다고 생각하는 정도	135
<표 6-18> 쌀의 기한 정보 제공시 계절별 표시 차별화 필요성	135
<표 6-19> 계절별 기한표시의 어려움 정도(비중)	135
<표 6-20> 추가적인 기한표시 도입의 경영상 영향(5점 척도)	136
<표 6-21> 기한표시 도입에 따른 설비 도입의 필요성 발생 가능성(비중)	137
<표 6-22> 추가적인 기한표시 도입의 효과(5점 척도)	137
<표 6-23> 응답업체 특성(유통업체)	138
<표 6-24> 쌀 주요 구매처	139
<표 6-25> 쌀 구매 빈도	140
<표 6-26> 공급업체에서 유통업체까지 쌀 운반 방법	141
<표 6-27> 매장에서 쌀 보관 방법	141
<표 6-28> 구매한 쌀이 매장에 도착하는 시점(도정일자 기준)	142
<표 6-29> 도정일자를 기준으로 한 매장 판매(진열) 여부 결정(5점 척도)	143
<표 6-30> 일정기간 지난 후 판매촉진 행사 실시 여부(5점 척도)	144
<표 6-31> 일정기간 지난 후 매장 진열 쌀의 판매/회수 여부	144
<표 6-32> 일정기간 지난 후 매장 진열 쌀을 회수하는 경우 회수 시점 (도정일자 기준)	145
<표 6-33> 일정기간이 지난 후 매장에서 회수한 쌀의 처리 방법	146
<표 6-34> 반품 제품 발생 시 대금 정산(유통업체 유형별)	146
<표 6-35> 소비자 반품 경험과 건수	147
<표 6-36> 주요 소비자 반품 요인(중복 응답)	147
<표 6-37> 쌀 날짜표시(생산년도, 도정일자) 평가(5점 척도)	148
<표 6-38> 추가 기한표시 도입 필요성(5점 척도)	149
<표 6-39> 추가 기한표시 도입이 불필요한 주요 이유	149
<표 6-40> 현재 제공되는 정보(생산년도, 도정일자) 외에 추가정보 제공시 각 정보별 필요정도 (5점 척도)	150
<표 6-41> 각 기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점	151

<표 6-42> 쌀의 품질유지 및 소비 가능 기한이 계절/기후의 영향을 받는다고 생각하는 정도	151
<표 6-43> 쌀의 기한 정보 제공시 계절별 표시 차별화 필요성	151
<표 6-44> 계절별 기한표시의 어려움 정도(비중)	151
<표 6-45> 추가적인 기한표시 도입의 경영상 영향(5점 척도)	152
<표 6-46> 추가적인 기한표시 도입의 효과(5점 척도)	153

제7장

<표 7-1> 쌀 소비권장기한 도입 여건 진단	160
<표 7-2> 적정 기한 평가 결과	169
<표 7-3> 국가 식생활교육 쌀 관련 교육 사례(2016년)	171

그림 차례

제1장

<그림 1-1>	연구 추진 체계도	12
----------	-----------------	----

제2장

<그림 2-1>	쌀 재배면적 및 단수 추이	14
<그림 2-2>	쌀 생산량 추이	15
<그림 2-3>	월평균 가계 소비지출 변화	16
<그림 2-4>	쌀 소비 추이	17
<그림 2-5>	가족수별 쌀 연간 구입횟수 및 회당 구입량	18
<그림 2-6>	연령대별 쌀 연간 구입횟수 및 회당 구입량	18
<그림 2-7>	쌀 재고 추이	20
<그림 2-8>	시장격리와 쌀 가격 변화 추이	22
<그림 2-9>	쌀 유통경로	28
<그림 2-10>	수입단계에서의 수입 쌀 포장 현황	39

제3장

<그림 3-1>	겨울철 저장기간 동안 쌀의 전반적 품질 값 변화	47
<그림 3-2>	봄철 저장기간 동안 쌀의 전반적 품질 값 변화	49
<그림 3-3>	여름철 저장기간 동안 쌀의 전반적 품질 값 변화	52

제4장

<그림 4-1>	양곡표시제 일괄표시	64
<그림 4-2>	대만 쌀 표시 현황	70
<그림 4-3>	일본 쌀 표시 현황	77

제7장

<그림 7-1> 온라인 유통업체 쌀 관련 오류 정보 제공 및 표시 사례 … 174

제 1 장

서 론

1. 연구 필요성과 목적

1.1. 연구 필요성

○ 쌀의 공급 과잉 상태가 2000년 이후 지속되고 있으며, 2015년부터 쌀의 재고량이 크게 증가하면서 국가 재정에도 부담이 되고 있음. 쌀의 구조적 공급 과잉은 지속적인 풍작과 함께 쌀의 소비가 생산 보다 빠르게 감소하고 있다는 사실에 주로 기인함. 그러나 쌀의 공급 과잉 문제를 해결하기 위한 정부의 대응 방안들은 주로 공급 측면에서 논의·제시되고 있음.

- 묵은 쌀의 사료용 공급, 쌀 가공용 사용 확대, 사회복지용 쌀 공급 확대, 해외원조 및 대북지원 추진, 논 타작물 재배 지원사업(쌀 생산조정제) 등이 대표적으로 논의·제시되고 있는 방안들임.¹

¹ 쌀 생산조정제는 논에 타작물 재배를 유도하여 쌀 재고와 공급 과잉 문제를 해결하기 위해 도입됨. 정부는 쌀 생산조정제를 도입함으로써 2018년 5만ha, 2019년 5만ha 등 총10만ha를 타작물로 전환시킬 계획임.

- 정부는 쌀의 공급 과잉을 해결하기 위해 쌀의 수요처를 확대하고자 하나, 일반 소비자를 대상으로 하기보다는 가공용·사료용 및 취약계층 등 특정 용도·계층을 대상으로 함. 또한 인구 감소, 고령화, 1인 가구 증가 등 장기적인 인구사회학적 변화로 인해 양적 측면에서의 쌀 수요 확대는 한계가 있을 수 밖에 없음.
- 쌀의 구조적 공급 과잉 문제를 해결하기 위한 질적 측면에서의 대응으로 정부는 쌀의 고품질화를 유도하고자 함. 그러나 쌀의 품질 제고도 고품질 품종 보급 등 생산단계에 초점을 맞추어 논의되고 있으며, 소비자를 고려한 방안들은 드문 편임. 지속적인 쌀의 고품질화를 달성하는 동시에 쌀의 공급 과잉 문제를 해결하기 위해서는 일반 소비자를 대상으로 한 소비 측면의 대응책이 마련될 필요가 있음.
 - 정부는 고품질 품종의 보급을 통해 다수확 품종 비율을 축소하고자 함.
- 최근 쌀 수요 확대 및 고품질 쌀에 대한 소비자 선호 제고 방안으로서 쌀 소비권장기한 표시의 활용이 제안된 바 있음. 그러나 표시제 도입 여부를 결정하기 위해서는 소비자의 식품소비 행태와 기한표시에 대한 이해·인식 등을 바탕으로 보다 체계적인 논의를 우선적으로 실시할 필요가 있음. 또한 식품 소비권장기한 표시제를 도입할 경우 직접적인 영향을 받는 공급 부문을 고려하여 도입 타당성과 실효성 여부를 검토할 필요가 있음.
 - 기존의 도정일자 이외에 추가적으로 유통기한 등의 기한표시를 도입할 경우 소비자의 알 권리가 확대되고, 양질의 쌀이 유통되어 소비자가 양질의 쌀을 구매·소비하고, 일정기한이 경과된 쌀은 밥쌀용 소비 이외의 용도로 사용할 경우 쌀의 수급조절이 가능할 수 있다는 의견이 있음.

1.2. 연구 목적

- 이 연구는 고품질 쌀 유통 촉진, 쌀 소비 확대 등을 위해 도입 필요성이 제기되는 쌀 소비권장기한 표시제의 도입 가능성 및 실효성·타당성 등을 판단할 수 있도록 국내 쌀 수급 및 표시 관련 실태와 해외 주요국의 쌀 기한표시 관련 현황 조사, 수요 및 공급 관련인·업체에 미치는 영향과 인식·요구를 조사·분석하고, 이를 바탕으로 도입 여건을 진단하며 대응 방안 및 관련 과제를 도출하는데 연구의 목적이 있음.
 - 첫째, 국내 쌀 및 쌀 표시 관련 실태와 해외 주요국 쌀 기한표시 현황을 검토함.
 - 둘째, 수요 및 공급 측면에서의 쌀 기한표시 및 관련 현안에 대한 인식과 실태를 조사함.
 - 셋째, 쌀 기한표시 제도 도입 여건과 대응 방안 및 과제를 검토함.

2. 선행연구 검토

2.1. 소비자 관점에서의 쌀 관련 연구

- 쌀에 관한 연구는 대부분 공급 관점에서 쌀 산업 및 관련 정책을 조망하는 연구가 대부분임. 이들 연구는 대체로 공급 관점에서 쌀에 관한 이슈를 도출하고 개선방안 등을 모색하고 있음.
- 대부분의 연구가 산업적 관점에서 쌀의 공급에 관한 이슈를 다루는데 비해, 일부 연구는 소비적 관점을 반영하여 쌀 관련 이슈에 접근하고 있음. 대표적인 연구에는 박평식·오상현(2005), 김근영 외(2009), 김선희(2013), 조남욱·김성용(2014), 조미숙 외(2016), 손영호 외(2017) 등이 있음.

- 박평식·오상현(2005)은 우리나라의 쌀의 브랜드화 유통 실태를 검토하고, 소비자 및 유통 종사자 대상 설문조사를 통해 쌀 품질 및 브랜드에 대한 인식을 분석하였으며, 이를 바탕으로 쌀 산업 유통개선 방안을 제시함.
- 김근영 외(2009)는 계층별 쌀 판매 전략 수립을 위한 기초자료를 제공하기 위해 ‘도시가계조사’(통계청)를 활용하여 소득계층별 쌀 소비 구조를 분석함. 이 연구에서는 쌀 소비가 전반적으로 감소하고, 특히 고소득층에서 소비 감소가 큰 것으로 조사되었으며, 이에 따라 계층별로 세분화된 쌀 소비 및 유통 정책을 수립할 필요가 있다고 제시함.
 - 소비자 구매 행태와 선호도를 파악하기 위해 소비자 351명을 대상으로 쌀 구매 요인, 구매 장소 선택, 구매 횟수와 가격 등을 설문조사함.
- 김선희(2013)는 브랜드 쌀 제품을 연구 대상으로 하여 쌀 품질 표시 실태를 조사하고, 설문조사를 통해 소비자의 쌀 구입 및 이용실태를 분석함으로써, 소비자 불만 해소와 제도 개선을 위한 방안을 마련하고자 함.
 - 이 연구에서는 소비자 434명을 대상으로 설문조사를 실시함. 조사 결과 소비자의 61.8%가 쌀 구입시 품질표시사항을 확인하고, 표시 사항 중에서 생산년도, 도정연월일을 주로 고려하는 것으로 조사됨.
- 조남욱·김성용(2014)은 2000년대 이후 인구사회·경제적 변화가 쌀 소비량 변화에 미친 영향을 ‘국민건강영양조사’(보건복지부·질병관리본부)를 이용하여 분석함. 분석 결과 쌀 소비 감소에 외식이 주요한 영향을 미치고 있으며, 쌀 섭취량 감소에서 소득 효과가 증가하고 있는 것으로 파악됨.
- 조미숙 외(2016)는 쌀 및 쌀 가공식품 소비 트렌드를 분석하여 쌀을 이용한 가공식품의 개발 방향과 쌀 소비를 촉진하기 위한 홍보 방안을 도출하는 등 쌀 소비 활성화 전략을 제시함.
 - 이 연구에서는 ‘국민건강영양조사’(보건복지부·질병관리본부) 등 통계자

료를 활용하고 있으며, 이밖에 설문조사, 빅데이터 분석 등을 실시함.

- 손영호 외(2017)는 정부관리양곡의 이미지를 제고하고 판매를 확대하기 위해 복지용 쌀을 중심으로 한 판매 확대 방안을 검토함. 이 연구는 소비자의 신뢰도 구축을 위해 쌀 품질 증명 절차가 도입되어야 하며, 복지용 쌀 판매 경로 다양화 등의 판매 전략이 필요하다고 제시함.
 - 이 연구에서는 수급권자, 차상위계층, 기초생활보장시설 및 무료 급식단체 등 복지용 쌀 수급 대상자들을 대상으로 설문조사를 실시하여 복지용 쌀 구매 행태와 인식을 조사함.
- 수요 관점에서의 쌀에 관한 연구들은 주로 소비자의 쌀 소비행태를 분석하거나 쌀의 품질 등에 관한 소비자 인식을 분석함으로써 쌀 산업 발전을 위한 방안 모색의 시사점을 얻고자 함. 쌀 표시에 초점을 맞추어 실시된 최근 연구는 김선희(2013)의 연구 등으로 한정적임. 특히 기한표시에 초점을 맞추어서 쌀에 관해 실시된 연구는 거의 없는 실정임.

2.2. 유통기한 등 기한표시 관련 연구

- 쌀에 대한 기한표시에 초점을 맞추어 실시된 연구가 미흡한 반면 다양한 농식품을 대상으로 식품 기한표시에 관한 연구가 실시됨. 대표적인 연구에는 정기혜(1996), 이경애·김향숙(2001), 김우선 외(2011, 2013), 양성범·양승룡(2013), 김철민(2016) 등이 있음.
- 정기혜(1996)는 식품 유통기한 관련 실태를 검토하고, 소비자의 관련 인식을 조사하여, 소비자 관점에서 식품 유통기한 설정에 관한 장단기 개선방안을 제시함. 이 연구에서는 단기적으로 단계별 유통기한 설정 자율화, 리콜 및 위해요소중점관리기준제도 도입, 유통구조 현대화, 소비자 홍보교육 강

화, 장기적으로 유통기한 설정 완전 자율화, 가격연동제 실시, 식품검사 과학화, 유통관련 인력 양성 등이 필요하다고 제시함.

- 소비자 조사 결과 대다수의 소비자가 유통기한 표시를 섭취기한으로 잘못 인식하고 있는 것으로 나타남.

○ 이경애·김향숙(2001)은 식품표시 중에서 소비자의 이용이 상대적으로 높은 유통기한과 원재료명 표시를 중심으로 소비자 설문조사를 실시하여 소비자의 인식과 요구 사항을 파악함.

- 이 연구에서는 서울시, 경기도, 충청도 지역 성인 여성의 과자류 및 햄 제품의 유통기한 및 원재료명 표시 이해 수준, 표시 방법·형태에 대한 선호와 요구 등을 조사함.
- 조사 결과 응답자의 85.2%가 ‘개봉상태에서 소비가능한 기간’, 39.4%가 ‘유통기간 중 가장 품질이 좋은 기간’의 표시를 요구하였음.

○ 김우선 외(2011)는 권장 유통기한 설정이 가능한 농식품 품목과 기한 설정 근거를 검토하여 권장 품목 설정 확대 가능 품목을 제시함. 또한 김우선 외(2013)에서는 국가별 포장식품 기한표시제도 운영 실태와 소비자 인식을 조사하고, 유통기한·소비기한 병행표시 제도 도입의 영향을 분석하여 국내 식품기한 표시제 운영 방향을 제시함.

- 김우선 외(2013)에서는 설문조사 결과 소비자의 96.8%가 식품포장의 유통기한을 확인하며, 유통기한의 개념을 제대로 이해하고 있지 못한 것으로 나타났으며, 기한표시 관련 주요 논의 키워드로 제품특성, 정보제공, 소비자 이해도, 폐기물 감소, 할인 판매·구매 등을 제시함.

○ 양성범·양승룡(2013)은 가상가치평가법(Contingent Valuation Method, CVM)을 활용하여 소비자지불의사(Willingness To Pay, WTP)를 추정하였으며, 이를 통해 식품 유통기한의 경제적 비용과 새로운 식품기한제도 도입에 따른 경제적 가치를 추산하여 상호 비교함으로써 기한표시 제도 개선 방안을

제안함.

- 이 연구는 소비자 설문조사를 통해 삼각김밥, 우유, 라면 등을 대상으로 식품 기한표시에 대한 인식과 식품기한에 따른 구매 및 지불의사 등을 조사함.
 - 조사 결과 식품 기한이 짧은 식품일수록 유통기한 표시의 중요성이 증가하였으며, 소비자의 확인 빈도도 높았음. 또한 잔존식품기한이 감소하면서 소비자지불의사도 감소하였음.
- 김철민(2012)은 소비자 관점에서 유통기한 관련 정보 표시기준에 관한 문제점을 검토하고, 유통기한 관련 정보 표시의 법적 개선 방안과 관련 내용에 관한 소비자 교육을 위한 기초자료를 제시함.
- 소비자 심층면접 결과 소비자들은 유통기한 표시에 대해 제대로 이해하지 못하고 있었으며, 대부분 식품 유통기한을 품질유지기한으로 해석하고 있는 것으로 조사됨.
- 이들 연구들은 농식품을 대상으로 기한표시에 대해 연구하였다는 점에서는 의의가 있으나 쌀에 초점을 맞춘 연구는 충분히 이루어지고 있지 않아, 쌀의 기한표시 도입 논의 과정에 구체적인 시사점을 제시해 주고 있지는 못함.
- 국내 쌀의 기한과 관련한 연구에는 박동규 외(2006), 이춘기 외(2007)의 연구가 대표적임. 이들 연구는 과학적 실험을 통해 쌀의 품질유지기한(상미기한)을 제안함. 그러나 이들 연구에서는 이러한 기한을 실제 표시제도 도입과 구체적으로 연계하여 조망하고 있지는 않음.

3. 주요 연구내용

■ 국내 쌀 시장 여건 및 유통 실태

- 쌀 수급 여건 및 관련 정책 변화
- 쌀 유통 경로 및 실태

■ 쌀 품질유지기한 관련 국내외 선행 실험연구

- 국내 연구 사례
- 일본 연구 사례

■ 국내외 쌀 기한표시제도 운영 실태

- 농식품 기한 표시 일반
- 국내 쌀 기한표시 실태
- 해외 주요국의 쌀 기한표시 현황

■ 수요 측면에서의 쌀 표시 이용 실태와 기한표시제도 평가

- 소비자 인식과 평가
- 외식 및 급식업체 인식과 평가

■ 공급 측면에서의 쌀 기한표시제도 인식과 도입 평가

- 도정업체 인식과 평가
- 유통업체 인식과 평가

■ 쌀 기한표시제 도입 여건 진단과 과제

- 도입 여건 진단
- 기한표시제 도입 방안과 과제 검토

4. 연구 범위 및 방법

4.1. 연구 범위

- 이 연구에서는 ‘국제식품규격위원회(Codex Alimentarius Commission, CODEX)’에서 제시한 기한표시 방식을 근거로 하여 유통기한, 품질유지기한, 소비기한 등 3개 기한표시를 소비권장기한 표시제 도입을 검토하기 위한 주요 논의 대상 표시 방식으로 설정함.
 - 유통기한(판매기한)은 소비자에게 판매가 가능한 기한, 품질유지기한은 제품이 완전한 시장성을 유지하고 특정 품질을 유지하는 기한으로 해당 기한 이후에도 품질이 만족할 만한 수준이라는 것을 의미함. 이밖에 소비기한은 건강 또는 안전이 식품의 섭취에도 이상이 없을 것으로 판단되는 기한으로, 적절한 저장·보관 조건 하에서 소비자가 제품에 대해 기대하는 품질 특성이 보존되는 기한을 의미함.²
- 이 연구에서 기한표시제 도입 검토 대상 제품은 포장 쌀에 한정하며, 쌀 가공식품은 분석 대상에서 제외됨.
- 쌀 기한표시에 관한 해외 사례는 대만, 중국 사례를 중심으로 하여 기타 일본, EU, 호주 등의 사례를 검토함.

² 판매기한, 품질유지기한, 소비기한의 개념은 김우선 외(2013: 29-30)를 참조함.

4.2. 연구 방법

가. 국내외 관련 문헌 및 자료 조사

- 쌀의 수급 및 유통 관련 자료 수집과 문헌 검토
- 국내외 농식품 및 쌀 기한표시제도 운영 관련 자료 수집 및 검토

나. 국내 관련 기관방문조사

- 쌀 수급·유통, 기한표시 관련 실태 파악을 위해 쌀 품질 관련 분석기관, 산지 및 소비자 유통업체 등 관련 기관 방문조사 추진

다. 전문가협의회 및 자문회의 개최

- 관련 기관 및 업계 담당자, 소비자단체, 학계 관련 연구자 등을 대상으로 자문회의 및 정책협의회 개최
 - 운영목적: 쌀 소비권장기한 도입 검토를 위한 관련 실태 진단, 제도 도입 여부 및 방향에 대한 의견 수렴
 - 전문가협의회 수시 개최

라. 전문가 연구 위탁

- 대만, 중국의 쌀 기한표시제도 운영 실태를 구체적으로 검토하여 시사점을 도출하기 위해 전문가에게 원고 의뢰
 - 원고의뢰 대상: 아태식량비료센터 농업경제전문위원 전찬익 박사

마. 수요부문 및 공급부문 설문조사

- 수요부문 설문조사 및 분석
 - 조사대상: 수도권 쌀 소비 가구 약 700호, 외식업체·급식업체 60업체
 - 조사내용: 쌀 구입 및 소비 행태, 쌀 표시 이용 실태, 쌀 기한표시 도입에 대한 의견 등

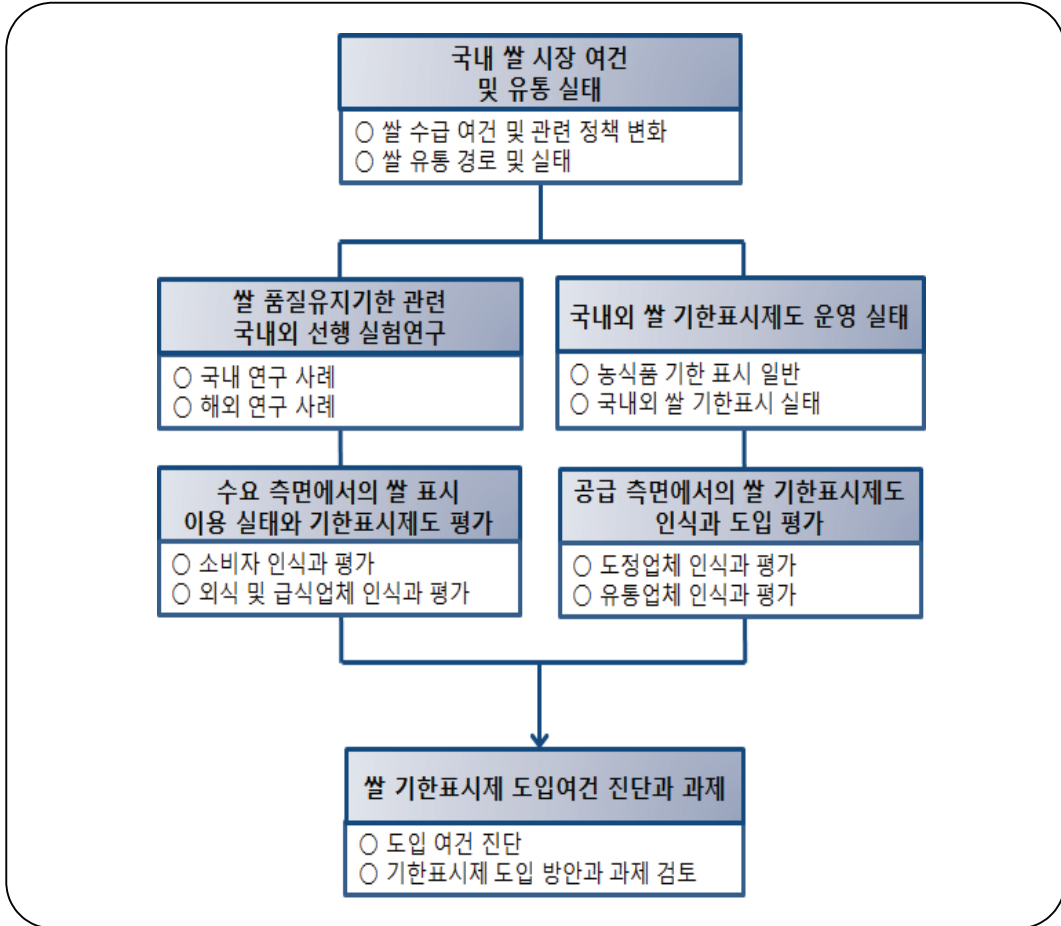
○ 관련업체 설문조사 및 분석

- 조사대상: 도정업체 60업체 및 소비지 유통업체 60업체
- 조사내용: 쌀 취급 실태, 쌀 기한표시 도입에 대한 의견 등

4.3. 연구 추진 체계

- 연구는 국내 쌀 시장 여건 및 유통 실태를 검토하고, 국내외 쌀 품질유지기한 관련 선행 실험연구와 기한표시제도 운영 실태를 살펴보고, 수요 측면과 공급 측면에서 설문조사를 통해 쌀 및 쌀 표시 관련 실태와 기한표시제도에 대한 인식을 분석하여, 쌀 기한표시제 도입 여건을 진단하고 관련한 대응 방안 및 과제를 도출하는 체계로 구성함.

〈그림 1-1〉 연구 추진 체계도



제 2 장

국내 쌀 시장 여건 및 유통 실태

1. 쌀 수급 여건 및 관련 정책 변화

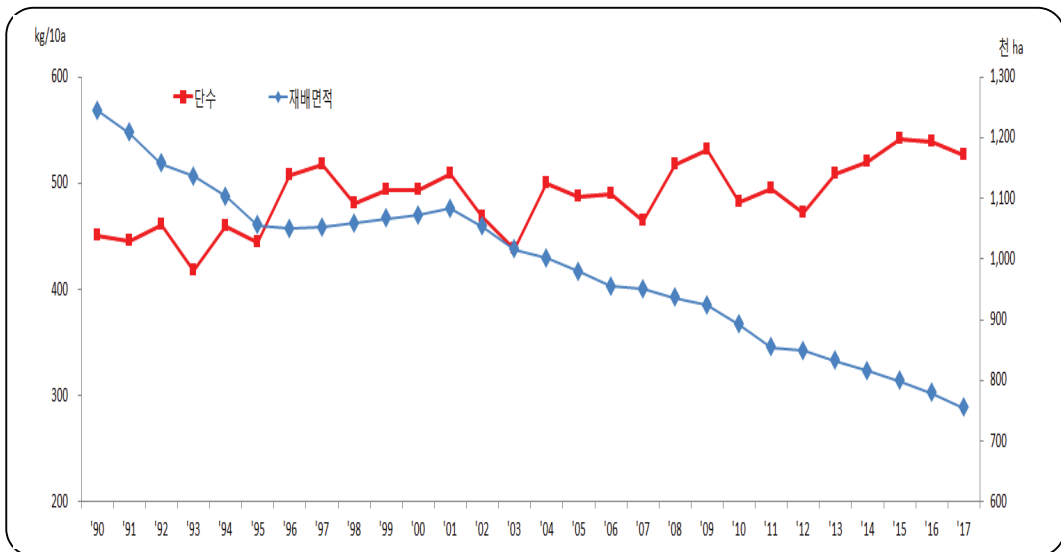
1.1. 쌀 수급 현황 및 재고 변화

1.1.1. 쌀 생산 지속적 감소

- 우리나라 벼 재배면적은 고소득 작물 전환 등 논밭 형질 변경과 공공시설 및 건물건축 등에 따른 논 면적 감소 등으로 인해 감소하는 추세임<그림 2-1>.
 - 벼 재배면적은 1990년 124만 4천ha에서 2017년 75만 5천ha로 총 면적이 48만 9천ha가 감소하였음. 이는 연평균 1.8%씩 감소한 수준임.
 - 또한 쌀 적정생산유도 정책 등이 도입된 2016년 이후로는 연평균 면적 증감률이 2.8%로 감소폭이 확대되었음.
 - 쌀 재배면적 추이(천ha): ('90) 1,244천ha → ('00) 1,072 → ('10) 892 → ('15) 799 → ('17) 755

- 논벼 단수는 기상여건에 따라 변동하지만 전반적으로 증가하는 추세임. 1995년 이전까지 10a당 450kg 내외를 유지하였으나 2000년대 이후 10a당 500kg 수준에 도달하는 등 생산성이 향상됨<그림 2-1>.³
 - 쌀 단수 추이(kg/10a): ('90) 451kg/10a → ('00) 493 → ('10) 482 → ('15) 542 → ('17) 527

<그림 2-1> 쌀 재배면적 및 단수 추이

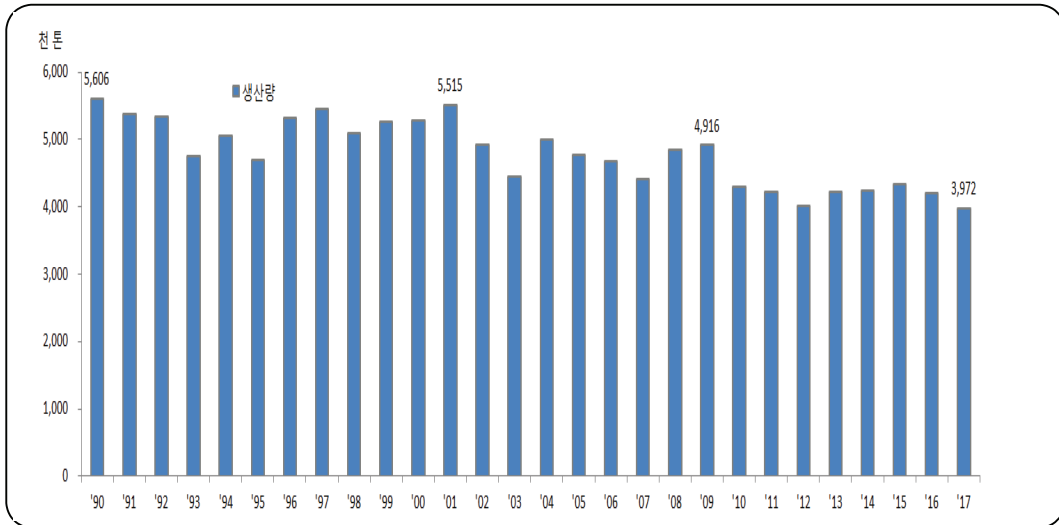


자료: 통계청 홈페이지 '농작물생산조사' 참조함(http://kosis.kr/statisticsList/statisticsListIndex.do?menuId=M_01_01&vwcd=MT_ZTITLE&parmTabl=M_01_01: 2018. 1. 25.).

- 쌀 생산량은 2001년 551만 5천 톤으로 1990년(560만 6천 톤)과 비슷한 수준으로 나타났으나, 이후 지속적으로 감소하여 2017년에는 397만 2천 톤을 기록하여 처음으로 400만 톤 이하로 감소함<그림 2-2>.
 - 쌀 생산량 추이(천 톤): ('90) 5,606천 톤 → ('00) 5,291 → ('10) 4,295 → ('15) 4,327 → ('17) 3,972

³ 2000년부터 2017년 기간 중의 평균단수는 10a당 497kg이었음.

〈그림 2-2〉 쌀 생산량 추이



주: 쌀 생산량은 정곡 기준임.

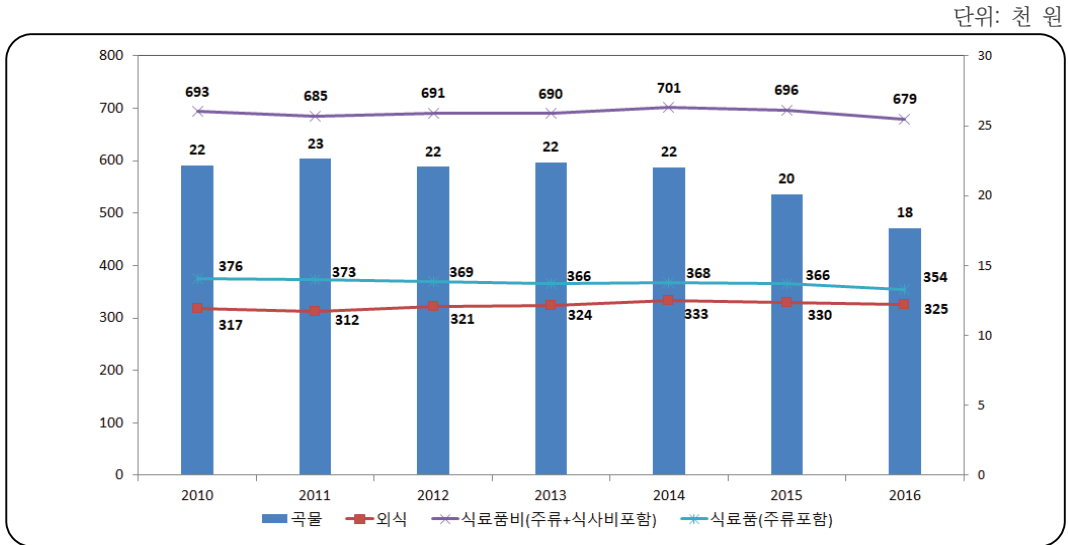
자료: 통계청 홈페이지 '농작물생산조사' 참조함(http://kosis.kr/statisticsList/statisticsListIndex.do?menuId=M_01_01&vwcd=MT_ZTITLE&parmTabId=M_01_01: 2018. 1. 25.).

1.1.2. 쌀 소비 감소 추세

○ 인구 구조 변화, 식생활 서구화 등 식생활 패턴 변화로 인해 곡물 중심의 전통적인 식생활이 영향을 받으며, 특히 쌀 소비가 지속적으로 감소하고 있는 것으로 분석되고 있음. 곡물 소비지출의 감소 추세가 최근의 식료품비 지출 감소 추세를 상회하는 것으로 나타남<그림 2-3>.

- 월평균 가계 식료품비 지출액은 2010년 69만 3천 원에서 2016년에는 67만 9천 원으로 연평균 0.29% 감소한데 비해, 곡물의 경우 지출액이 2010년 22천 원에서 2016년 18천 원으로 연평균 2.83% 감소함.

〈그림 2-3〉 월평균 가계 소비지출 변화



주: 전국2인 이상 가구 실질금액 자료임(2015년 기준).

자료: 통계청 홈페이지 '가계동향조사' 참조함(http://kosis.kr/statisticsList/statisticsListIndex.do?menuId=M_01_01&vwcd=MT_ZTITLE&parmTabId=M_01_01; 2018. 1. 25.).

- 식용 쌀 소비량은 1990양곡년도 512만 7천 톤에서 2016양곡년도 319만 9천 톤으로 연평균 1.8%의 감소율을 나타냄. 2000년대 중반까지 연평균 2.9%의 비교적 급속한 감소율을 보였으나, 이후 감소폭이 상대적으로 둔화된 양상을 보임<그림 2-4>.

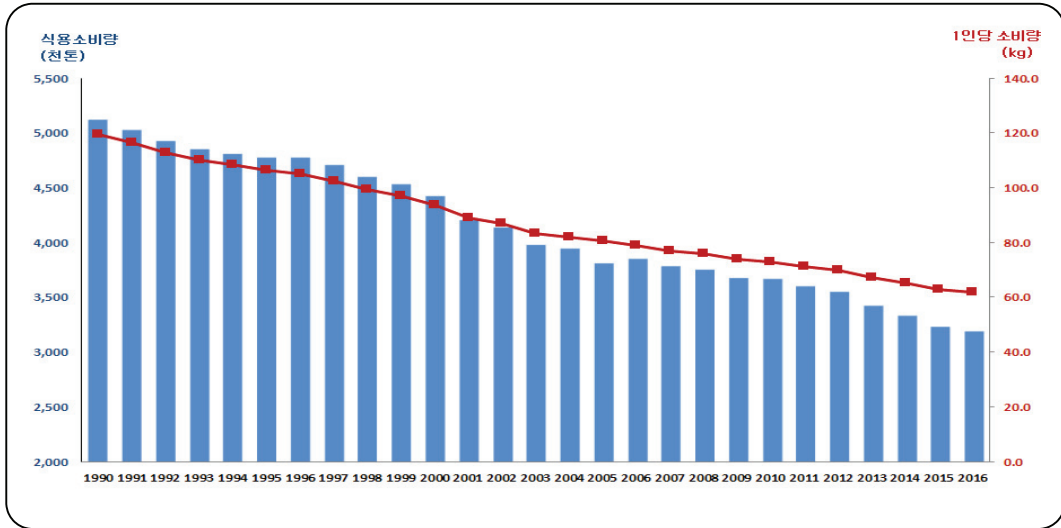
- 식용 쌀 소비량 추이(천 톤): ('90) 5,127천 톤 → ('00) 4,425 → ('10) 3,678 → ('16) 3,199

- 1인당 연간 쌀 소비량은 꾸준히 감소하고 있음. 1990년대와 2000년대 1인당 연간 쌀 소비량의 연평균 감소율은 각각 2.3%, 2.6%로 2000년대 들어 감소폭이 다소 확대됨.⁴ 다만 최근 3년간 연평균 감소율은 0.9%로 감소폭이 축소되었음. 2017양곡년도 기준 1인당 연간 쌀 소비량은 61.8kg으로 1990양곡년도 119.6kg의 절반 수준임<그림 2-4>.

4 한국농촌경제연구원(2017) 참조.

- 1인당 연간 쌀 소비량 추이(kg): ('90양곡연도) 119.6 → ('00) 93.6 → ('10) 72.8 → ('17) 61.8

〈그림 2-4〉 쌀 소비 추이



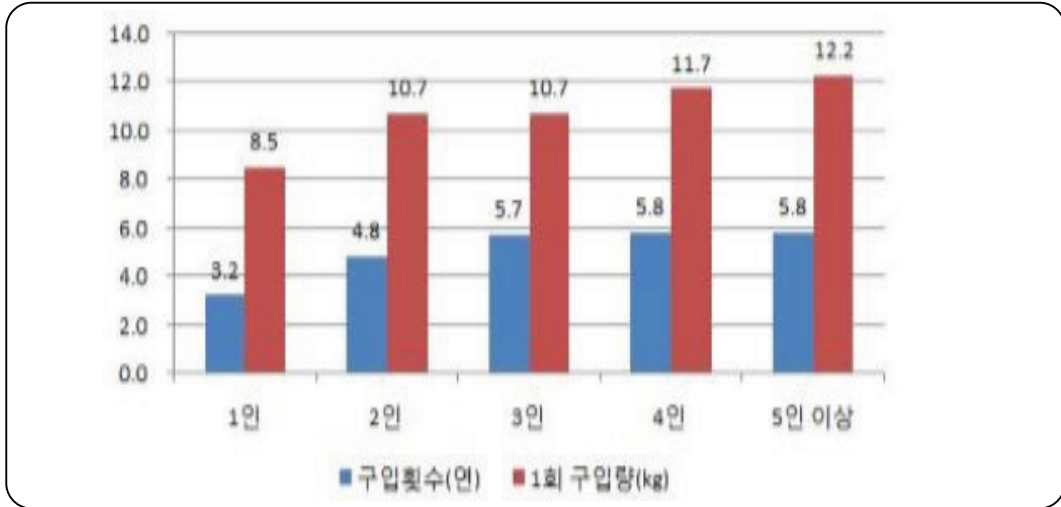
자료: 농림축산식품부. 각연도. 『양정자료』.

- 인구 구조 변화, 식생활 서구화 및 다양화 추세가 지속될 것으로 전망되고 있어 쌀 소비도 지속적인 감소세를 유지할 것으로 전망됨. 가족 규모가 작고, 연령대가 낮을수록 쌀 연간 구입 횟수 및 1회당 구입량은 상대적으로 작은 것으로 조사됨<그림 2-5, 그림 2-6>.⁵

- 2인 이상 가구는 연간 평균 5회 이상(회당 약 10kg 이상) 쌀을 구입하는 데 비해 1인 가구는 연간 평균 3.2회(회당 8.5kg 구입) 쌀을 구입함.
- 20대는 평균적으로 연간 2.1회(1회 구입량 8.7kg) 쌀을 구입하는 반면, 30대 이상은 4~6회(11kg 내외) 구입함.

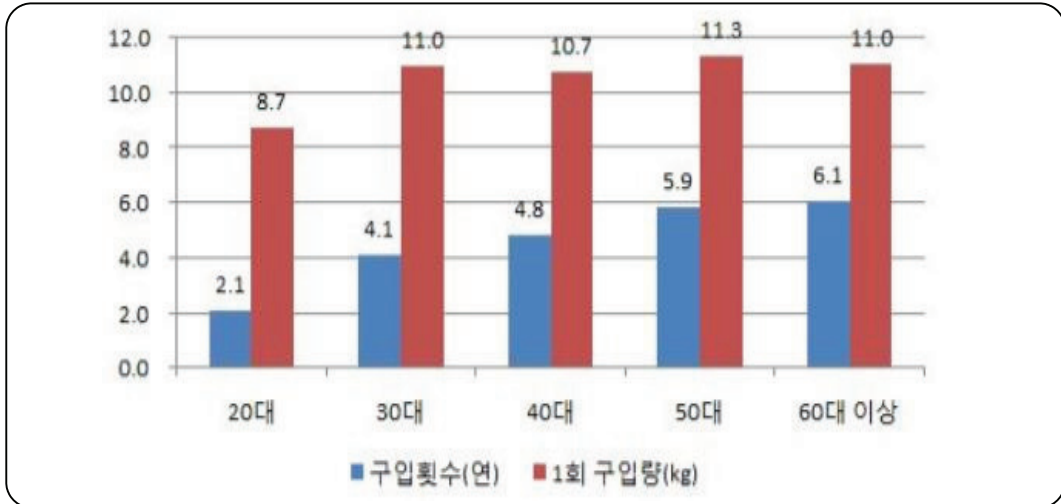
⁵ 농촌진흥청(2017)을 참조하여 정리함.

〈그림 2-5〉 가족수별 쌀 연간 구입횟수 및 회당 구입량



자료: 농촌진흥청(2017: 16).

〈그림 2-6〉 연령대별 쌀 연간 구입횟수 및 회당 구입량



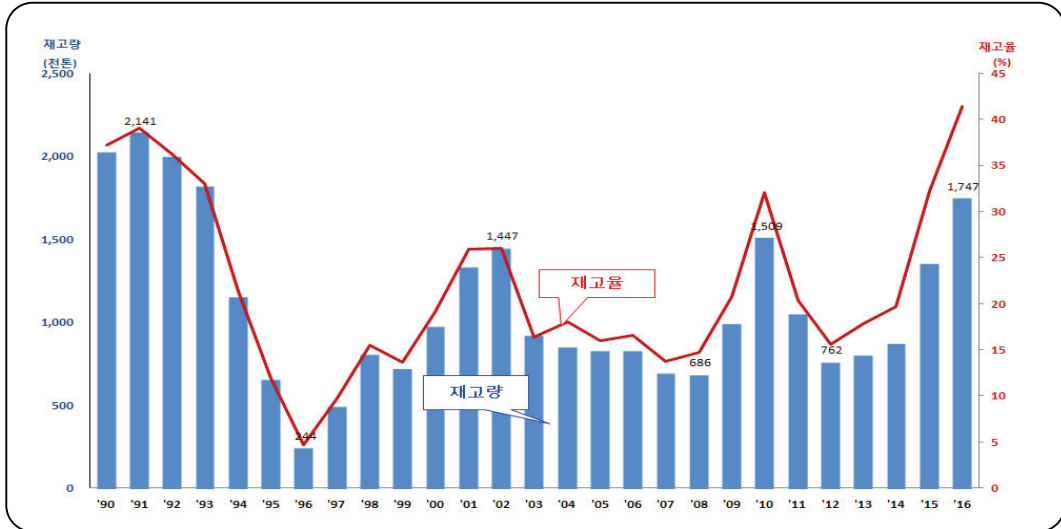
자료: 농촌진흥청(2017: 18).

1.1.3. 쌀 공급 과잉 경향

- 쌀 재고량은 1990년 202만 5천 톤에서 이후 등락을 반복하며 1996년 24만 4천 톤으로 감소하였음. 2000년 초에는 100만 톤을 훨씬 웃도는 수준까지 증가한 뒤 감소했지만, 2008년산과 2009년산 쌀 생산량이 큰 폭으로 증가함에 따라 2010년 양곡연도 기말재고량은 2000년대 초와 비슷한 수준까지 증가함<그림 2-7>.
- 2010년 150만 9천 톤 이후 감소 추세를 보이던 쌀 재고는 지속적인 풍작과 이에 따른 정부의 시장격리 등으로 큰 폭으로 늘어남. 2017양곡연도 기말재고량은 186만 톤 수준임.
 - 쌀 재고량은 FAO의 권장수준(연간 소비량의 17%)을 웃도는 수준이나 잦은 기상이변으로 수급 불안의 가능성이 존재함. 재고량은 8-10년 주기로 증감해왔으나 최근 증감 주기가 짧아지고 있음.
 - 고미의 사료용 활용 확대, 대북 쌀 지원 등의 특별 재고처리 방안이 마련되지 않을 경우, 쌀 재고 부담은 당분간 지속될 것으로 전망됨.⁶
- 쌀의 공급과 수요는 모두 지속적으로 감소하는 추세이나 2000년 이후 쌀 공급량이 수요량을 초과하는 구조적인 쌀 공급 과잉 상태가 지속되고 있음.
 - 2000년 이후 벼 재배면적 및 생산량은 연평균 각각 1.9%, 1.6%씩 줄어들고 있지만 1인당 쌀 소비량은 연평균 약 2.4%가 감소하여 구조적으로 수급불균형이 발생할 수밖에 없는 구조임.
 - 또한, 쌀 재고가 적정수준까지 감축되더라도 풍년의 경우 정부가 수급안정을 위해 과잉물량을 시장으로부터 격리하는 조치를 취하는 경우가 많아 재고가 다시 쌓이는 문제가 발생하였음.

⁶ 한국농촌경제연구원(2017) 참조.

〈그림 2-7〉 쌀 재고 추이



자료: 농림축산식품부. 각연도. 『양정자료』.

1.2. 쌀 수급 정책 동향과 변화

1.2.1. 최근 동향⁷⁾

- 식량으로서 쌀이 갖는 중요성을 고려하여 정부는 매년 쌀 수급안정 대책을 수립·발표하고 있음. 2017년 9월에는 ‘2017년 쌀 수확기 쌀 수급안정 대책’을 발표함. 2017년 수급안정 대책은 시장격리, 민간 비 매입지원, 공공비축제 개선, 재고 관리, 수요 발굴 등에 관한 내용을 담고 있음.
 - 공공비축·해외공여용 쌀 35만 톤, 시장격리 37만 톤 등 총 72만 톤에 대한 정부 매입을 추진함.

7 농림축산식품부 웹페이지 보도자료 참조(<http://www.mafra.go.kr/mafra/293/subview.do>, “쌀 72만 톤 정부매입 포함, 「'17년 수확기 쌀 수급안정 대책」” 2017. 9. 27일자; “우리 쌀 5만톤을 활용한 식량원조 대상국 확정” 2018. 2. 21일자; “애프터(APTERR) 통해 베트남에 쌀 1만톤 지원” 2018. 1. 2일자).

- 정부 1.4조 원, 농협 1.9조 원 등 전년 대비 3천억 원이 증가한 3조 3천억 원 규모의 민간 벼 매입 지원
 - 벼 매입 시 벼 재배면적 감축 실적을 반영하고 다수확·비선호 품종 배제 등 적정 생산, 고품질화를 고려한 공공비축제 개선
 - 정부 재고량의 감축을 위한 복지용·사료용·가공용 쌀 공급 확대
 - 국제기구를 통한 해외 식량원조 등 수요 발굴 추진
- 2017년 10월 14일부터 소비자의 알 권리 강화, 쌀 품질 고급화를 위해 쌀 표시 등급 중 ‘미검사’ 항목을 삭제하는 등급표시 의무화가 시행되었음. 또한 2018년부터 쌀 공급 과잉 문제의 근본적인 해결을 위해 논 타작물 재배 지원사업(쌀 생산조정제)을 적극적으로 도입하여 2019년까지 벼 재배면적을 10만ha(생산량 약 50만 톤)를 감축하고자 함. 이밖에 국제기구를 통한 쌀 수요 발굴 추진의 일환으로 아세안+3 비상 쌀 비축제(ASEAN+3 Emergency Rice Reserve: APTERR)를 통해 베트남에 쌀 지원을 실시하였음.⁸
- 기존에는 특, 상, 보통, 미검사, 등외로 등급을 표시하도록 하였으나 표시 개선을 통해 특, 상, 보통, 등외만 표시할 수 있도록 변경됨.
 - 2017년 12월에 2016년산 정부관리양곡 중 쌀 1만 톤을 APTERR를 통해 베트남에 지원하는 것을 결정하였으며, 5만 톤을 2018년 하반기에 중동(예멘), 아프리카(케냐, 에티오피아, 우간다) 4개국에 지원 예정

1.2.2. 수급 정책 변화

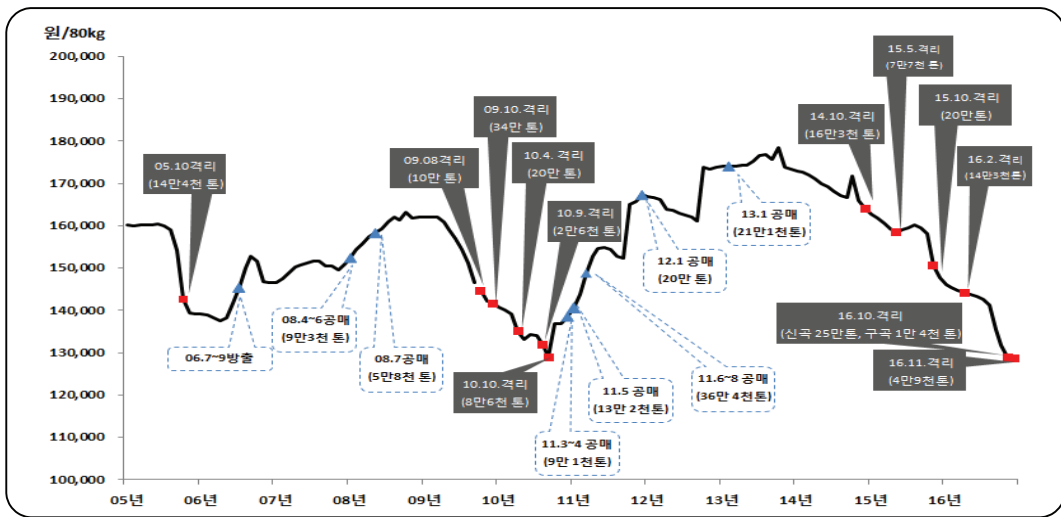
- 정부는 쌀 수급이 시장기능에 의해 결정되도록 하기 위해 2004년에 기존의 수매제도를 폐지하고 이 과정에서 발생하는 농가의 소득 감소는 직접지불제로 보전하는 양정개혁을 단행하였음. 그러나 양정개혁이 단행된 이후에

⁸ APTERR는 아세안 10개국이 비상상황이 발생하는 경우 약정한 쌀을 상호 지원하는 국제공공비축 제도임.

도 시장에 의한 수급조절 기능이 적정하게 작동하지 못하였으며, 정부는 8 개 연도에 걸쳐 시장격리 등을 통해 시장에 개입하였음.

- 특히, 정부 시장격리가 2014년산부터 최근 4개 년도에 걸쳐서 연속적으로 시행되어 2017양곡연도 말 정부재고는 186만 톤 수준에 달함. 이는 적정 재고 수준보다 2배 이상 많은 수준으로 이로 인해 재정 부담이 가중됨.
 - 정부양곡 10만 톤 당 관리비용은 2017년 기준 약 271억 원으로 양곡을 보관하기 위해 소요되는 직접비용(보관료+금융비용)이 98억 원, 가치하락에 의한 간접비용이 173억 원에 달함.

〈그림 2-8〉 시장격리와 쌀 가격 변화 추이



자료: 한국농촌경제연구원(2017: 416).

〈적정 재고 수준(공공비축 물량)⁹⁾〉

- (법적 근거) “양곡관리법” 제10조에서 정부는 국민식량을 안정적으로 확보하기 위하여 공공비축양곡을 비축·운용하여야 하며, 공공비축양곡의 비축·운용 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정하는 것으로 명기하고 있음.
- (정부 방침) 정부는 공공비축미 규모를 국산쌀과 수입쌀을 합해서 총 쌀 소비량의 17~18% 수준 유지를 목표로 하고 있음.
 - 따라서 공공비축미 규모는 쌀 소비량 변화에 따라 3년을 간격으로 조정하고 있는데, '05~'07년 기간에 86만 4천 톤이었던 것이 '08년 이후에는 쌀 소비량 감소에 따라 72만 톤으로 축소되었고, 2014년산부터는 ‘아세안 및 한·중·일 비상 쌀 비축 협정(APTERR)’에 따라 공여 약정을 이행하기 위해 약정물량의 일부(15만 톤)를 별도 비축
 - FAO는 과거의 사례 등을 토대로 국제 곡물재고가 17% 이하로 떨어지면 국제 곡물가격이 급등하는 현상이 나타나므로 17%를 적정 비축 수준으로 권고하고 있음.

□ 사후적 재고 감축 방안¹⁰⁾

- 주정용은 주로 고미를 대상으로 하며 연간 최대 20만 톤의 수요가 있고, 10만 톤 당 1,690억 원의 판매 손실이 발생함.
- 일반가공용으로는 최근 5년 동안 연평균 약 23만 톤을 정부재고에서 공급하였으며, 10만 톤 당 1,444억 원의 판매 손실이 발생함.
- 사료용 쌀에 대한 수요는 사회적 거부감 및 낮은 경제성 등으로 인해 아직

9 국가법령정보센터 웹페이지 자료 참조(‘2017년도 공공비축 시행계획 및 2018 양곡연도 정부관리양곡 수급계획’, 농림축산식품부고시 제2017-101호, <http://www.law.go.kr/admRulInfoP.do?admRulSeq=2100000100809>; 2017. 12. 28.)

10 한국농촌경제연구원(2015)을 참조하여 정리함.

미미하나 경제성이 확보된다면 최대 50만 톤 정도의 수요 확보 가능할 것으로 전망되며, 10만 톤 당 1,569억 원의 판매 손실이 발생할 것으로 예상됨.

- 배합사료의 기호에 영향을 주지 않는 원료 사용비율이 5%이므로 연간 사료용 옥수수 사용량의 5%를 대체할 경우 최대 50만 톤의 수요 확보가 가능함.

- 기초생활 및 차상위 계층을 대상으로 할인하여 공급하는 사회복지용 공급이 최근 4년 간 연평균 9만 톤 정도였고, 10만 톤 당 1,233억 원의 판매 손실이 발생함.
- 해외원조는 불가능하지는 않으나, 재고처리비용이 10만 톤 당 2,432억 원으로서 가장 많고, 쌀 수출국들의 이의제기 가능성도 있어 추진에 어려움이 존재함.
- 이러한 정부양곡의 판매는 경제적인 면에서는 손실이 있지만, 양곡 수급관리를 통한 쌀값 안정화 및 적정 재고관리 등의 측면도 있음.

〈표 2-1〉 정부재고 처리방안별 공급물량과 판매손실

	연간 공급(가능) 물량(만 톤)	판매 손실(억 원/10만 톤 당)
주정용	5-6(20)	1,690
일반가공	20-30	1,444
사료용	0(50)	1,569
사회복지	9	1,233
해외원조	-	2,432

주: 괄호안은 연간 최대 공급 가능 물량임.

자료: 한국농촌경제연구원(2015)을 참조하여 재정리함.

□ 사전적 재고 감축 방안

- 정부는 현재와 같은 구조적 공급과잉 상황에서는 사후적 대응만으로는 한계가 있다고 판단하고, 2018년부터 2년간 사전적으로 벼 재배면적을 감축하는 쌀 생산조정제를 도입할 계획임.
- 과거에도 유사한 생산 감축 정책을 실시하였음. 그러나 2003~2005년에 휴경을 중심으로 하는 생산조정제를 실시하여 총 7만 4천ha의 재배면적이 감축되었으나, 자연감소분 등을 고려 시 실제 감축효과는 49% 수준에 불과하였다는 지적이 있었음.
- 또한 2011~2013년에 전작을 할 경우 보조금을 지급하는 ‘논소득기반다양화’사업이 실시되어 전작을 통한 쌀 가격 안정화 효과가 있었으나 전작 작물 수급에 일부 부정적인 영향을 미쳤음.
- 따라서 2018년부터 도입되는 생산조정제는 전작 작물 재배 확대를 통한 자급률 제고를 목적으로 조사료 및 두류 등을 대상으로 한 전작보상형을 중심으로 하되, 전작 작물에 미치는 영향을 최소화하기 위해 일부 풋거름작물 재배를 전제로 한 휴경을 허용할 방침임.
 - 타작물 전환 목표 면적은 2018년에 50,000ha, 2019년에는 2018년 대상면적인 50,000ha를 포함하고, 추가로 50,000ha(총 10만ha)를 대상면적으로 할 계획임.
- 또한 가격변동성이 크고, 산지 폐기 등의 수급조절 정책을 실시하는 배추, 무, 고추, 대파 등도 대상품목에서 제외할 방침임.
- 지원 단가는 쌀 소득과의 격차 등을 고려하여 일률단가 방식이 아닌 차등단가 방식을 적용할 방침임. 이는 특정 작물로의 편향을 막을 수 있다는 장점이 있음.

- 지원단가는 조사료 전환 농지에는 400만 원/ha, 두류 전환 농지에는 280만 원/ha, 기타 일반 작물 전환 농지에는 340만 원/ha로 예정되어 있으며 시·도별로 예산 범위 내에서 품목별 지원 단가가 다를 수 있음.
- 다만, 무, 배추, 고추, 대파로 전환한 경우에는 지원하지 않음.

○ 한편, 정책의 연속성을 확보하기 위해 2017년에 벼에서 타작물로 기전환한 농지에 대해서는 2018년 이행점검 시 해당 작물 면적단가의 50%를 지원금으로 지급할 계획임.

〈표 2-2〉 논 타작물 재배 지원사업 개요

구분	주요내용					
주요내용	50,000ha 농지에 벼 대신 다른 작물재배추진					
지원자격 및 요건	'17년산 쌀 변동직불금을 받은 농지에 '18년에 벼 이외 다른 작물 재배(최소 1,000㎡ 이상) 의향이 있는 농업경영체 등록을 한 농업인(법인) '17년산 쌀 적정생산을 위한 자발적 논 타작물 전환 농지를 소유한 농가가 '17년 전환 면적을 최소 1,000㎡ 이상 유지(쌀 소득보전 고정직불금 지급대상 농지만 해당, 단 '17년 타작물 전환 면적은 50%만 인정)					
계획면적 및 지원단가	총 지원금액: 50,000ha×340만원 = 170,000백만 원					
	구분	조사료	두류			일반(뚝거름 작물 포함)
			콩	팥	녹두	
	계획면적 (ha)	15,000	14,650	250	100	15,000
지원단가 (만원/ha)	400	280			340	

주: 농림축산식품부는 사업신청이 저조하자 2018년 2월 26일에 기존의 사업시행지침을 일부 변경하였음.
 자료: 농림축산식품부(2018), 농림축산식품부 홈페이지 보도자료 참조(<http://www.mafra.go.kr>, “'18년 논 타작물 재배 지원사업」제도개선으로 농가참여 속도 낸다” 2018.2. 26일자)

2. 쌀 유통 경로 및 실태

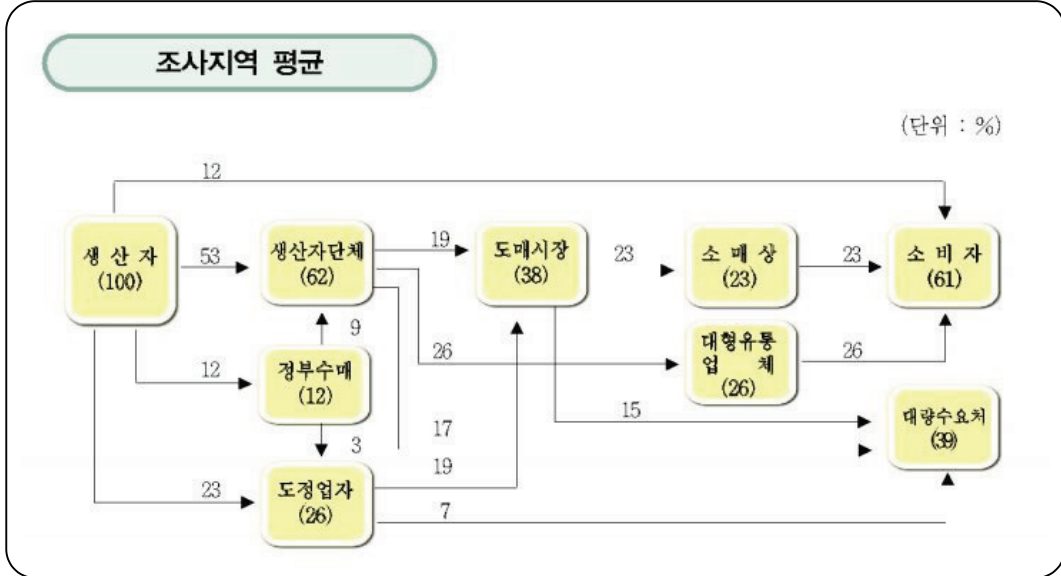
2.1. 쌀 유통 경로

- 쌀은 생산 이후 소비자에게 직거래되거나 생산자단체, 도정업자, 정부수매를 통해 도매시장, 소매상, 대형유통업체를 거쳐 소비자에게 도달함. 일부 물량은 대량수요처로 분배됨.
 - 생산자단체와 도정업체가 매입한 쌀은 가공 과정을 거쳐 도매시장(도매상), 대형유통업체, 대량수요처로 유통됨. 정부가 수매한 쌀은 생산자단체와 도정업체로만 유통됨.

- 생산 이후 생산자단체(53%)에서 취급하는 물량 비중이 가장 높으며, 다음으로 도정업자(23%), 소비자(12%), 정부수매(12%)로 각각 분배됨<그림 2-9>.
 - 생산자단체의 물량 취급이 높은 이유는 도정업체(Rice Processing Complex, RPC)가 산지에서 쌀 유통의 인프라적인 역할을 수행하는 것과 무관하지 않음.

〈그림 2-9〉 쌀 유통경로

단위: %



자료: 한국농수산식품유통공사(2016: 49) 참조.

2.2. 쌀 유통 단계별 실태

2.2.1. 산지 유통 실태

- 쌀 산지 유통은 도정업체(미곡종합처리장 및 일반 정미소)를 중심으로 이루어지고 있으며, 농협 RPC, 민간 RPC, 임도정공장, 비 RPC 농협으로 분류됨.
- RPC 사업장은 2001년까지 328개소(농협 200개소, 민간 128개소)를 조성한 후 통폐합하여 2017년 현재 214개소(농협 145개소, 민간 69개소)가 운영되고 있음. 총 쌀 유통량의 약 68%를 담당하고 있으며, 투융자 누적 총액은 2,892억 원임.
 - 시설 현대화와 판매능력 배가를 위해 소형 RPC의 통폐합을 통한 대형

RPC로의 전환이 많으며, 높은 시설투자비와 경쟁 과열로 인한 수익성 악화로 개소 수는 매년 감소 추세임.

- 약 300만 톤의 도정능력을 갖추고 있으며 이는 쌀 생산량 420~430만 톤의 약 70%를 감당하는 수준임.

- 쌀 건조·저장 시설은 2017년 1,459개가 건설되었으며, 총 4,084억 원이 투입되었음. 2018년-2020년까지 560개소의 쌀 건조·저장시설을 확충할 계획이며, 소요예산은 394억 원임.
- 고품질 쌀 브랜드 육성사업은 종합평가를 통해 선정된 시·군 단위 브랜드 경영체에 대해 가공공정 등의 현대화를 위한 시설현대화 자금 및 교육·홍보·컨설팅 자금을 지원하는 사업임.
- 2018년~2020년까지 투융자 누적 총액은 7,631억 원이며, 2018년~2020년까지 518억 원을 투자할 계획임.

〈표 2-3〉 RPC 사업 추진실적 및 계획

단위: 개소, 억 원

구분		'91-'16	'17	'18-'20
사업량	RPC 신규 설치	328('01년 종료)	-	-
	건조·저장시설	1,411	48	560
	고품질 쌀 브랜드 육성사업	55	4	16
국고	RPC 신규 설치	2,892	-	-
	건조·저장시설	3,995	89	394
	고품질 쌀 브랜드 육성 사업	599	56	124
	계	7,486	145	518

자료: 농림축산식품부. 각연도. 『양정자료』.

- 연도별 RPC의 벼 매입량을 살펴보면, 1995년에 279천 톤에 불과했으나, 2000년 이후에는 200만 톤을 상회하는 수준까지 증가하였음.
- 2017년 12월 27일 기준(정곡 기준) 연도별 산지유통업자들의 벼 자체 매입량은 전년 대비 16.3% 감소하였음. 농협 RPC와 비 RPC 농협의 매입량은 전년 대비 각각 11.6%, 16.1% 감소하였으며, 민간 RPC 매입량 또한 전년 대비 30.4% 감소하였음.

〈표 2-4〉 RPC 매입 현황

단위: 천 톤/정곡, %

	'13	'14	'15	'16	'17		전년대비 증감률	계획량 대비 실적
					실적	계획량		
RPC 자체매입	1,761	2,045	2,101	2,181	1,826	2,201	-16.3	82.0
-농협 RPC	873	-	1,069	1,116	987	1,190	-11.6	82.9
-비 RPC 농협	546	-	672	683	573	610	-16.1	93.9
-민간 RPC	342	-	360	382	266	401	-30.4	66.4

자료: 한국농촌경제연구원 『농업전망』 각년도 재인용.

- 전체 생산량에서 약 50~60%가 RPC로 유통되고 일반 정미소로는 약 30%가 유통되는 것으로 나타남. 나머지 공공비축미와 시장격리분이 약 10%, 농가 자가소비 및 연고미 판매가 약 10%를 차지하고 있는 것으로 나타남.¹¹
- 김명환 외(2016: 22-23)에서는 2015년 기준 2014년산과 2015년산이 같이 유통되고 있음을 감안(570만 톤)하여 공공비축미, 자가소비량, 직거래량을 제외한 산지에서의 조곡 유통량을 전체 조곡 생산량의 63%(359만 톤)으로 추정하였음.

11 한국농수산물유통공사(2016: 31)를 참조하여 정리함.

2.2.2. 소비지 유통 실태

가. 유통 현황

- 쌀 소비지 유통은 양재동 양곡도매시장, 농협중앙회 양곡유통센터, 소매상, 대량수요처 등을 통해 이루어지고 있음. RPC와 대형유통업체, 대량수요처, 소매상의 직거래 형태가 활발해지고 있으며, 유통 주체별로 도·소매상이 약 40%, 대형마트 약 30%, 대량수요처가 약 30% 정도 점유함.¹²
- 양재동 양곡도매시장은 전국을 대상으로 농협 RPC, 민간 RPC·정미소, 농산물 수입업체 등을 통해 쌀을 반입함<표 2-5>.
 - 대량수요처의 직거래 비율 증가와 농협양곡유통센터의 이주 등으로 시장 반입량은 정체 및 감소 추세임.
 - 쌀 반입량 추이(톤) : ('11) 60,725톤 → ('12) 59,863 → ('13) 61,615 → ('14) 37,611 → ('15) 28,796 → ('16) 26,723

〈표 2-5〉 양재동 양곡도매시장 쌀 반입량

단위: 톤/%

	2014		2015		2016(11월)		전년대비 증감률
	반입량	비중	반입량	비중	반입량	비중	
국산쌀	9,869	26.2	9,846	34.2	12,786	47.8	29.9
수입쌀	15,706	41.8	10,112	35.1	5,479	20.5	-45.8
기타	12,036	32.0	8,838	30.7	8,458	31.7	-4.3
합계	37,611	100.0	28,796	100.0	26,723	100.0	-7.2

자료: 한국농수산물유통공사(2016: 47)를 참조하여 정리함.

- 농협중앙회 양곡유통센터는 취급되는 물량 전부가 지역농협 RPC에서 반입되며, 물량은 농협 하나로 매장, 도·소매상, 대량수요처로 판매함.

¹² 한국농수산물유통공사(2016: 31)를 참조하여 정리함.

- 판매처별 비율은 농협 하나로 매장 30%, 도·소매상 50%, 대량수요처 20%를 차지함.
 - 매출 실적은 약 2,800억 원(2015년 기준)으로 추정되며, 수수료는 대량판매(직송)가 0.5-1.5%, 소량판매(운임포함)가 20kg당 1,500-2,000원임.
- 쌀 소매상은 대형유통업체 및 슈퍼마켓·전문양곡소매상으로 구분되며, 대형유통업체는 벤더업체, 지역농협 RPC를 통해 곡물을 구입함. 슈퍼마켓과 전문 양곡소매상은 양곡도매시장 중도매상, 민간 RPC 등으로부터 곡물을 매입함.
- 핵가족화, 외식증가로 인해 10kg 포대 판매 비중이 더 높아지고 있으며 대형 유통업체에서 고가미의 경우 4kg의 소포장 판매가 증가하는 추세임.¹³
- 대량수요처는 쌀 가공제품 생산회사, 단체급식, 식자재업체 등이며 산지 RPC, 도매상으로부터 곡물을 구입함. 대기업이 운영하는 단체급식업체의 매출신장 및 외식문화 확대에 의해 가정에서 소비되는 쌀은 감소하고 있으나 대량수요처에서의 판매량은 매년 증가하고 있음.

나. 포장 쌀 판매 실태 조사: 도정일자 관련

- 소비단계 유통채널 중에서 소비자의 주요 쌀 구매처인 대형유통업체, 기업형 슈퍼마켓, 중소형 슈퍼마켓과 백화점, 친환경전문점 등을 중심으로 하여 매장에서 판매하고 있는 쌀 제품의 도정일자 경과 수준을 조사함.¹⁴
- 대형유통업체 7개, 기업형 슈퍼마켓 4개, 중소형 슈퍼마켓 2개, 백화점 1개, 친환경 전문점 3개 등 총 17개 업체의 매장을 현장 조사함.

13 한국농수산식품유통공사(2016: 48) 참조하여 정리함.

14 연구진이 2017년 12월 1일~12월 21일까지 수도권 지역을 중심으로 3주간 현장조사를 실시함. 다만 현장조사는 겨울철에 실시되어, 봄부터 가을철 판매실태를 확인할 수 없으며, 사례조사라는 특성으로 인해 소비자 유통업체의 전반적인 현실을 완전하게 반영하지는 않는 한계가 있음.

- 조사결과 조사대상 업체의 매장에서 판매하고 있는 제품 중에서 도정일자 초과기간(조사일자와 도정일자 간 기간)이 가장 긴 제품의 초과기간은 최소 27일부터 최대 130일까지 업체별로 차이가 있는 것으로 나타남.
 - 조사업체 중에서 초과기간이 1달 이내(30일 기준)인 업체는 4개 업체, 1-2달 이내(31-60일 기준)인 업체는 3개 업체, 2-3달 이내(61-90일 기준)인 업체는 6개 업체, 3달 이상(91-120일 기준)인 업체가 2개 업체였음.
 - 조사대상 1개 업체의 경우 2015년산(2016년 도정) 수입 쌀 제품이 판매되고 있는 것을 확인할 수 있었음.

- 도정일자 표시방법은 제품 포장지 또는 스티커에 인쇄하거나, 손으로 기입하는 방식으로 표시되고 있었음. 표시위치는 주로 ① 양곡표시체에 따른 일괄표시면의 도정연월일 항목에 표시하거나 ② 일괄표시면에 별도표시 여부를 기재한 후 제품의 주표시면에 별도 표시하였음. 이밖에 ③ 일괄표시면에 별도 표시 여부를 기재한 후 제품의 측면, 상단 또는 하단 등에 표시하는 경우가 있었음.¹⁵
 - 현장조사에서 기한 표시위치가 일관되지 않아 기한표시 확인이 용이하지 않으며, 특히 소매업체별 진열 방식 및 제품 포장단위에 따라 기한표시 확인이 어려운 경우가 있었음. 예컨대 대용량 제품의 경우 기한표시가 노출되지 않고 진열될 경우 기한표시 확인에 어려움이 있었음.

15 일괄표시면은 소비자가 쉽게 알아 볼 수 있도록 모아서 표시하는 면, 주표시면은 용기·포장의 표시면 중 상표, 로고 등이 인쇄되어 있어 소비자가 식품 구매시 통상적으로 소비자에게 보여지는 면을 말함(국가법령정보센터 웹페이지 “식품등의 표시기준” 참조, <http://www.law.go.kr/admRulLsInfoP.do?admRulSeq=2000000015469#>: 2018. 2. 19).

〈표 2-6〉 소비단계 유통채널별 판매 쌀 제품 도정일자 초과기간(백미 기준)

단위: 일

구분	업체 분류	판매일자 기준 도정일자 초과기간	비고
대형 유통업체 (7개)	A 업체	27	
	B 업체	54	
	C 업체	25	443일(수입 쌀)
	D 업체	69	
	E 업체	49	
	F 업체	80	
	G 업체	84	
기업형 슈퍼마켓 (4개)	(가) 업체	34	
	(나) 업체	73	
	(다) 업체	93	
	(라) 업체	58	
중소형 슈퍼마켓(2개)	㉠ 업체	79	
	㉡ 업체	45	
백화점(1개)	㉢ 업체	61	
친환경 전문점 (3개)	㉣ 업체	130	
	㉤ 업체	27	
	㉥ 업체	21	
평균		59	

- 주 1) 조사일 기준으로 조사업체별로 조사일자와 도정일자 간의 기간이 가장 긴 제품의 사례를 선정·정리함.
 2) 유통채널별 상품 구색 등을 고려하여 일관된 조사분석을 위해 현미를 제외하고 백미를 기준으로 조사함.
 3) 평균 초과기간은 수입쌀을 제외하고 계산하여 소수점 이하 첫째 자리에서 반올림함.

다. 쌀 품질 관련 소비자불만 사례 분석

- 민관연계 통합 소비자상담센터인 ‘1372 소비자상담센터’를 통해 제기된 쌀 품질 관련한 상담사례(2013. 1.-2018. 2.) 중에서 쌀 품질관련 상담 사례는 19건 정도였음.¹⁶ 이 중 인터넷 구매 제품 사례는 10건, 오프라인 구매 제품

16 ‘1372 소비자상담센터’(http://www.ccn.go.kr: 2018. 3. 15))를 통해 제기된 소비자불만 상담사례 중 쌀 품질관련 상담 사례를 검토함.

5건, 기타 4건으로 인터넷 구매 쌀 제품의 품질관련 상담사례가 상대적으로 많은 것으로 나타남.

- 최근 쌀을 포함한 식료품 온라인 구매가 증가함에 따라 인터넷을 통해 구매한 쌀 제품에 대한 소비자 불만의 비중이 오프라인 구매 쌀 제품에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타남.
- ‘1372 소비자상담센터’는 10개 소비자단체, 16개 광역시도 지방자치단체, 한국소비자원이 참여하는 전국 단위의 통합 상담처리시스템임.

- 쌀과 관련된 소비자 불만은 도정일자(생산년도)와 직접적으로 연결된 사례는 없으나, 곰팡이, 쌀벌레, 묵은 쌀, 이물질 혼입 등 쌀의 품질과 관련된 경우가 대부분인 것으로 나타남. 또한 온라인을 통해 쌀을 구매하는 소비자에게 구매 당시 쌀 도정일자 등 쌀 품질관련 정보가 제대로 전달되고 있지 않아서 구매한 쌀이 배송된 이후 불만족을 표시하는 경우가 있었음.

〈표 2-7〉 1372 소비자상담센터 쌀 품질관련 소비자 불만 사례 분석: 2013-2017년

단위: 건

쌀 구매처	묵은 쌀	표시 불만	곰팡이	쌀벌레	냄새	이물질 혼입	기타
온라인 구매	2	1	3	-	2	2	3
오프라인 구매	1	1	3	2	1	-	1
기타	-	-	1	1	-	1	1

- 주 1) 쌀 구매처 기타는 상담사례에서 나뉘지 않거나 쌀과 관련된 사례와 쌀 구매처가 명확히 기재되지 않은 경우를 포함함.
 2) 기타는 쌀이 변색되었거나, 맛이 불만족스러운 경우 등을 포함함.
 3) 불만 요인이 다수인 경우 중복 계산함.

자료: 1372 소비자 상담센터 홈페이지 자료(<http://www.ccn.go.kr/contents/include.ccn?gSiteCode=2&gMenuCode=4&nMenuCode=13>: 2018. 3. 15)를 참조하여 정리함.

- 이밖에 ‘1372 소비자상담센터’ 참여 기관 중 소비자시민모임을 통해 접수된 상담 사례(2016. 1 ~ 2017. 12)를 검토한 결과, 쌀 품질 관련한 상담 사례는 총 69건인 것으로 나타남.

- 쌀 관련한 주요 불만 사례는 품질불량 28건(40.6%), 변질 23건(33.3%), 이물질 18건(26.1%) 순으로 나타남. 이 중 품질불량은 밥맛이나 묵은 쌀이 25건, 포장 불량 3건으로 나타났고, 변질 상담 23건 중 색 변색 10건, 악취 9건, 상함 4건으로 나타남. 주요 이물질로는 벌레 16건, 돌이나 플라스틱 등 다칠 수 있는 이물이 2건으로 나타남.

〈표 2-8〉 소비자시민모임 쌀 품질관련 소비자 불만 상담 이유: 2016-2017년

단위: 건, %

불만상담 이유	품질 불량	변질	이물질	전체
건수(건)	28	23	18	69
비율(%)	40.6	33.3	26.1	100.0

자료: 소비자시민모임 내부자료.

- 쌀 품질 관련 상담 분석결과, 불만을 제기한 소비자들이 쌀을 구입한 장소는 대형마트 23건(33.3%), 온라인 23건(33.3%), 슈퍼마켓 12건(17.4%), 소형매장 9건(13.0%)로 나타남. 대형마트와 인터넷을 통한 온라인 구매에서의 소비자 불만 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타남.

〈표 2-9〉 소비자시민모임 쌀 품질관련 상담 사례에서의 쌀 구입 장소: 2016-2017년

단위: 건, %

구입 장소	대형마트	온라인 (인터넷)	슈퍼마켓	소형매장	무응답	전체
건수(건)	23	23	12	9	2	69
비율(%)	33.3	33.3	17.4	13.0	2.9	100.0

자료: 소비자시민모임 내부자료.

2.2.3. 수입 쌀 유통 실태

가. 쌀 수입 현황

- UR 협상 결과 1995년부터 2004년까지 관세화 유예를 받은 대신 매년 일정 물량의 쌀을 의무적으로 수입하였으며, 이후 재협상을 통해 2005-2014년까지 관세화 유예를 결정하고, 대신 의무수입량을 증량함. 2015년 쌀 관세화에 따라 저율관세할당(Tariff rate Quotas, TRQ)수입관리체제로 전환('15~: 40만 8천 톤), 국영무역 방식으로 한국농수산물유통공사에서 전량 도입함(민간은 관세납부(513%)시 도입 가능).
 - '95: 5만 1,000톤(국내소비량 1%) → '04: 20만 5,000톤(국내소비량 4%)
 - '05: 22만 5,575톤 → '14: 40만 8,700톤
- TRQ 물량은 크게 가공용 쌀(가공용, 주정용 등)과 밥쌀용 쌀(소비자 시판용)로 구분됨. 2017년 기준 TRQ로 약 38만 톤이 수입되었으며, 이 중 2.5만 톤(약 6.7%)은 밥쌀용 쌀(멥쌀)로 수입되었음.
 - 국내산 쌀의 단위 당 가격이 일반적으로 약 1,900원/kg 수준인데 비해 수입 쌀 가격은 kg당 1,300원대에 형성되어 있음.

〈표 2-10〉 밥쌀용 쌀 도입 실적

단위: 톤, %

연 분	계획량(톤)	실 적(톤)	실적률(%)
2012	110,401	110,401	100.0
2013	116,505	116,505	100.0
2014	122,610	122,610	100.0
2015	60,000	60,000	100.0
2016	50,000	50,000	100.0

자료: 한국농수산물유통공사 홈페이지 참조(<http://www.at.or.kr/download.action?attachId=71543>, "TRQ 쌀도입사업(18년)" 2018. 2. 10.)

〈표 2-11〉 가공용 쌀 도입 실적(백미 기준)

단위: 톤, %

연 분	계획량(톤)	실적(톤)	실적률(%)
2012	257,605	257,605	100.0
2013	271,848	261,048	96.0
2014	286,090	286,090	100.0
2015	348,700	348,700	100.0
2016	358,700	358,700	100.0

주: 2013년분 장립중 10,800톤은 베트남 현지 사정에 따라 계약 포기함.

자료: 한국농수산물유통공사 웹페이지 참조(<http://www.at.or.kr/download.action?attachId=71543>, “TRQ 쌀도입사업(18년)” 2018. 2. 10.)

〈표 2-12〉 최근 5개년분 밥쌀용 쌀 판매 실적

단위: 톤, %

연 분	계획량(톤)	실적(톤)	실적률(%)
2012	110,401	110,401	100.0
2013	116,505	116,505	100.0
2014	122,610	70,174	57.2
2015	60,000	2,813	4.7
2016	50,000	916	1.8

주 1) 2014~2016년분 판매실적은 2016 12월 31일 기준임(판매 중).

2) 가공용 쌀은 도입 후 지방자치단체로 인도(한국농수산물유통공사에서 판매하지 않음).

3) 밥쌀용 쌀은 도입, 운송, 보관, 판매 일괄관리

자료: 한국농수산물유통공사 웹페이지 참조(<http://www.at.or.kr/download.action?attachId=71543>, “TRQ 쌀도입사업(18년)” 2018. 2. 10.)

나. 수입 쌀 유통 현황

- 수입쌀은 양곡전문 도소매업체, 중도매인, 농산물 도소매업체 등을 통해 구매되어서 중간도매상, 식자재업체, 소매업체 등을 통해서 개인 판매되거나, 외식업체(급식업체 포함), 인터넷 판매 등이 이루어짐.

- 한국농수산물유통공사의 최근 2년간 구매입찰 공고 내역을 토대로 살펴보면 수입쌀(멥쌀 기준)의 통관에 소요되는 기한이 최소 98일에서 최대 328일에 달했음.¹⁷ 이에 따라 시중에 생산 이후 1년~2년 이상 경과된 제품도 판매되는 실정임.
 - 연중판매로 이루어지며 농산물 도소매업체, 일반음식점, 양곡도매소매업체 및 중도매인 등 판매점포 또는 영업시설을 갖춘 곳이 대상임.
- 수입쌀은 우리나라 “양곡관리법”에 근거하여 운영되는 양곡표시제도에 따라 국내산 쌀과 동일하게 관리됨.

¹⁷ 공공기관 경영정보 공개시스템의 ‘TRQ 쌀 구매입찰 공고’ 자료를 참조하여 정리함 (<https://www.alio.go.kr>: 2018. 3. 10).

제 3 장

쌀 품질유지기한 관련 국내외 선행 실험연구

- 이 절에서는 쌀의 소비권장기한 표시제도 도입의 실효성을 진단하고 향후 도입 여부 및 방향을 검토하는데 객관적인 근거 자료를 제공하기 위해 쌀의 품질과 기한과의 연관성을 과학적으로 분석한 기존의 국내외 연구들을 검토·정리함.
 - 국내 연구는 농촌진흥청에서 이루어진 이춘기 외(2007) 등과 박동규 외(2006)의 연구, 해외 연구는 일본의 横江未央·川村周三(2008)를 검토함.

1. 국내 연구 사례

1.1. 농촌진흥청 연구¹⁸

¹⁸ 농촌진흥청 웹페이지 자료(http://www.rda.go.kr/fileDownload.dl?viewFileName=1006_%BD%D2%20%C3%D6%B0%ED%C7%B0%C1%FA%20%C0%AF%C1%F6%B8%A6%20%C0%A7%C7%D1%20%C3%D6%C0%FB%20%C0%AF%C5%EB%B1%E2%B0%A3.hwp&serverFileName=20091026155153761109_1.hwp&uploadPath=/upload/board/farmguidbiz/; 2018. 3. 15.), 이춘기 외(2007) 등을 참조하여 정리함. 농촌진흥청 웹페이지 자료의 경우 송진 외(2007)의 “쌀 최고품질 유지를 위한 최적 유통

- 이 연구에서는 쌀의 고품질 유지기간을 도출하기 위해 실험연구를 실시하면서 지방산도, 신선도, 효소활성, 외관, 식미 등의 품질요소 등을 고려하여 품질 변이와 향기성분 변이 등을 실험함.

1.1.1. 품질 변이 결과

- 실험 결과 우리나라 기상에 비추어 볼 때 백미 저장 조건은 6~9월에 가장 불리함. 7-9월에 상온저장한 쌀의 지방산도, 신선도, 페록시다아제(Peroxidase) 활성의 변화가 가장 컸음.¹⁹
 - 품질변화가 가장 적은 백미의 저장 조건은 저장온도 15℃, 상대습도 70%이하임. 그러나 상온저장 시 6~8월에 평균 온도가 15℃이상, 6-7월에 상대습도가 70%이상임.
 - 도정 이후 저장 기간이 길어지면서 지방산도, 신선도, 페록시다아제 활성 등의 요소가 급격히 변화함. 상온저장한 쌀의 경우 7-9월에 지방산도가 급격히 증가하고, 신선도는 급격히 감소함. 7-9월 상온 및 15℃ 저장 모드에서 상대적으로 페록시다아제 활성 감소율이 컸음.
- 식미 실험에서 밥의 부피 증가율, 흡수율, 경도, 적색도 등을 조사한 결과, 고온저장 시료가 저온저장 시료에 비해 부피증가율과 흡수율의 변화폭이 컸으며, 밥의 경도와 적색도가 저장기간의 증가와 함께 전반적으로 증가함. 또한 저장시기가 적색도 증가에 영향을 미치며, 상온저장이 저온저장에 비해 증가율이 상대적으로 컸음.
- 관능검사에서 저온저장한 쌀은 6주가 경과된 이후에도 밥맛이 저하되지 않

기간” 연구 결과를 요약한 자료임.

19 페록시다아제(oxidase)는 과산화수소에 의해 유기물이 산화하는 것을 촉매하는 산화환원 효소의 총칭임(네이버 사전, <http://endic.naver.com/enkrEntry.nhn?sLn=kr&entryId=c3217870972b451c93f4ff416fdf40a4>: 2018. 2. 21.).

으며, 구입시기별로 6-10월에 구입한 쌀 중에서 보관조건이 가장 불리한 6월에 구입한 쌀의 검사 결과가 가장 좋지 않음. 외관 및 식미평가에서는 2월(저온)에 가장 품질 변화가 적고, 8월(고온)에는 외관 품질이 급속하게 저하되는 것으로 나타남.²⁰

- 저장조건이 가장 적정한 10월의 경우 외관, 맛, 질감 등이 1주일이 경과된 이후에도 거의 변화하지 않음.

1.1.2. 향기성분 변이 결과

- 불포화 지방산 조성 비율이 쌀의 Off-odor의 주요 원인으로, 저온저장시 변화가 거의 없는 반면, 상온저장에서 변화의 폭이 컸음. 도정 후 시간 경과에 따른 향기성분 변화를 검사한 결과, 저온저장은 도정 이후 11주 까지 대체로 변화가 안정적인 반면, 고온저장은 5주가 경과되면 안정적이지 않음.

1.1.3. 결과 종합

- 실험 결과를 종합하면 품질요소별로 차이가 있으나 쌀의 평균적인 고품질 유지기간은 10월-익년 4월은 도정 후 48 ± 2 , 5-6월 23 ± 3 , 7-9월은 16 ± 2 일 정도임.²¹

²⁰ 취반(炊飯, rice cooking)은 수분을 14~15% 정도 함유한 쌀에 물을 가한 후 가열하여 수분 65% 내외의 쌀밥으로 마무리하는 조리과정을 말함(네이버 지식백과, <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=297045&cid=48191&categoryId=48287>: 2018. 2. 21.).

²¹ 지방산도, 신선도, 효소활성, 외관, 식미 등을 종합적으로 평가하여 도출함.

〈표 3-1〉 쌀 품질요소별 고품질 유지기간

단위: 일

시기	지방산도	신선도	효소활성	외관	식미	종합평가
10-4월	14±1	90±1	35±11	77±2	28±9	48±2
5-6월	14±2	49±1	21±7	14±8	21±8	23±3
7-9월	14±1	28±1	14±7	14±7	14±8	16±2

주 1) 신선도 측정계(기기명: RN820, 제조사: Kett)

주 2) 기준-지방산도: 2.0이상, 신선도: 6.8이하, Peroxidase 활성, 외관, 식미: 90이하

자료: 농촌진흥청 홈페이지 자료(http://www.rda.go.kr/fileDownload.dl?viewFileName=1006_%BD

D2%20%C3%D6%B0%ED%C7%B0%C1%FA%20%C0%AF%C1%F6%B8%A6%20%C0%A7

C7%D1%20%C3%D6%B0%FB%20%C0%AF%C5%EB%B1%E2%B0%A3.hwp&serverFileName=

20091026155153761109_1.hwp&uploadPath=/upload/board/farmguidbiz/: 2018. 3. 15.) 참조.

1.2. 박동규 외 연구²²

○ 박동규 외(2006)의 연구에서는 겨울(12~2월, 12주), 봄(3~5월, 12주), 여름(6~7월, 8주) 등 3개 기간으로 구분하여 백미 품질변화를 실험함. 이 연구에서는 이화학적 특성 분석과 쌀밥의 관능적 품질평가를 수행함.

- 경기 추청 백미와 현미를 시료로 사용하여 상온과 5℃ 등 2개 온도구별로 쌀을 밀폐용기에 저장하여 실험을 실시함. 또한 별도로 백미를 상온에 쌀 포장지 채 보관하여 실험에 이용함.²³
- 저장기간 동안 온습도의 변화를 측정하고, 저장 초기 및 저장 이후 2주간격으로 이화학적 특성 및 쌀밥 관능 품질평가를 실시함. 현미는 분석 1일전 도정하여 실험에 이용함.
- 이화학적 특성은 품위 및 외형 특성, 색·백도, 수분, 지방산가, 단백질, 아밀로오스 함량, 밥의 특성으로 전문패널의 관능적 품질, 텍스처 분석

22 박동규 외(2006: 607-643)의 연구를 정리함. 이 연구에서 과학적 실험부분은 한국식품연구원에서 담당함.

23 박동규 외(2006: 608)에서는 상온저장구로 아파트 베란다와 유사한 장소를 활용함.

(texture analyzer)에 의한 텍스처 프로파일(texture profile), 색도, 수분 특성을 측정함.²⁴

1.2.1. 겨울철 품질 변화

- 실험 결과 겨울철(12-2월)에는 쌀의 품질 변화가 크지 않으며, 백미의 지방산가는 저장 2주부터 증가하였으나 12주 이후에도 상품성 한계를 유지함. 품질평가도 지방산가 변화 양상과 유사하였음.
 - 현미로 저장하여 실험 전 도정한 쌀의 경우 저장온도에 상관없이 백미로 저장된 쌀에 비해 지방산가가 낮았음. 백미 저장 쌀은 저장 2주부터 지방산가가 증가하여 6주부터는 현미 저장 쌀과 뚜렷한 차이를 나타냄.
 - 품질평가 결과는 지방산가 변화와 유사하였음. 저장 초기에는 백미, 현미 모두 전반적인 품질 값이 7.0 이상으로 맛있는 쌀로 분류되었으나, 저장 6주부터 관능적 품질차이가 나타났으며, 저장 10주 이후부터 차이가 일관성이 있었음.

²⁴ 박동규 외(2006: 608).

〈표 3-2〉 쌀밥의 겨울철 관능적 특성 변화

구분		저장초기		12주 저장				
				5℃		상온저장		
		백미	현미	백미	현미	백미	현미	지대포장
향	밥 이외의 냄새 강도	2.26	2.19	2.34	2.08	2.59	2.20	2.75
외관	윤기의 정도	7.62	7.76	7.34	7.82	7.38	7.86	7.34
	색의 강도	2.27	1.94	2.70	2.03	2.70	2.13	2.75
맛	밥 특유의 맛 강도	7.37	7.56	7.08	7.37	6.80	7.39	6.65
조직감	남알 표면의 거칠음성	2.68	2.57	2.83	2.63	2.83	2.58	2.93
	경도	4.88	4.92	4.64	4.49	4.56	4.37	4.49
	탄력성	6.82	6.88	6.46	6.59	6.39	6.59	6.38
	남알의 응집성	6.76	6.83	6.41	6.75	6.49	6.63	6.38
	부착성	6.12	6.23	6.03	6.21	6.00	6.23	5.98
	냄새의 품질	7.39	7.56	7.38	7.72	7.17	7.55	6.93
	외관의 품질	7.52	7.77	7.06	7.79	7.03	7.66	7.00
	맛의 품질	7.48	7.64	7.07	7.43	6.77	7.45	6.62
	조직감의 품질	7.19	7.35	6.72	7.11	6.73	7.07	6.65
	전반적인 품질	7.38	7.54	6.92	7.34	6.77	7.31	6.54

자료: 박동규 외(2006: 611, 633)를 참조하여 정리함.

〈표 3-3〉 백미(현미)의 겨울철 이화학적 특성 변화

구분		저장 초기		12주				
				5℃		상온저장		
		백미	현미	백미	현미	백미	현미	지대포장
색도	L	70.5	72.4	70.81	73.42	71.70	73.70	73.30
	a	-0.54	-0.91	-0.73	-1.05	-0.68	-0.96	-0.80
	b	12.1	11.0	11.2	10.8	11.2	10.3	11.5
백도(whiteness)		38.5b	40.8	39.6	41.7	39.9	41.1	39.9
pH		6.72	6.74	6.65	6.66	6.63	6.72	6.65
산도(%)		0.09	0.07	0.12	0.10	0.10	0.11	0.12
지방산기(ml KOH/100g)		5.33	4.63	16.22	6.15	16.63	5.41	14.88
수분함량(%)		14.7	14.6	13.77	14.1	13.8	13.9	12.5
정상립(%)		89.5	90.2	94.00	91.60	92.22	91.78	92.13
싸라기(%)		6.23	8.59	1.76	0.74	1.59	0.55	1.65
분상질립(%)		1.81	0.67	3.93	7.30	5.75	7.15	5.81
피해립(%)		2.15	0.54	0.32	0.36	0.44	0.47	0.39
착색립(%)		0.28	0.04	0.00	0.00	0.00	0.05	0.01

주 1) L, a, b는 쌀의 색도를 나타내는 지표로, L값 명도, a값 적색도, b값은 황색도임.

2) 싸라기는 KS A 5101-1(금속망체) 중 호칭치수 1.7mm 금속망체로 쳐서 체를 통과하지 아니하는 남알 중 그 길이가 완전한 남알 평균길이의 3/4미만인 것을 말함.

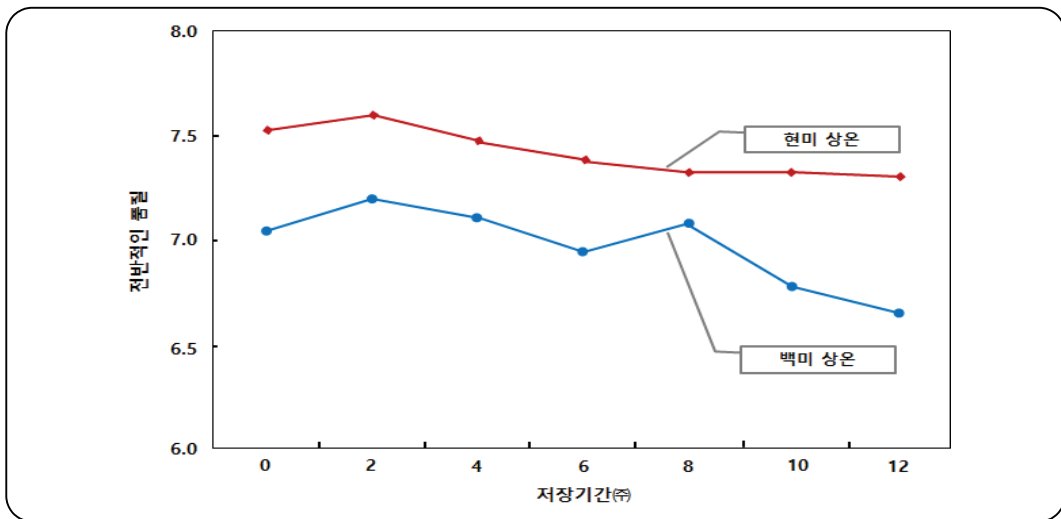
3) 분상질립은 체적의 1/2이상인 분상질 상태인 남알, 피해립은 오염된립, 병해립·충해립·발아립·생리장해립, 적조 및 흑조가 남알 길이의 1/4이상 부착된 남알임.

4) 착색립은 표면의 일부(전부)가 다른 색으로 물든 남알임.

자료: 박동규 외(2006: 610, 632)를 참조하여 정리함. 주석의 항목별 정의는 국립농산물품질관리원 웹페이지 (http://www.naqs.go.kr/contents/sectionC-4/sectionC-4_01.naqs; 2018. 1. 18.)를 참조.

- 겨울철에 백미의 전반적인 품질 값은 8주 이후 급격하게 감소함. 이를 바탕으로 박동규 외(2006)는 겨울철 상미기간을 약 8주 정도로 제안함<그림 3-1>.
- 밥맛 측면에서 상품성 한계는 전반적인 품질 값 6점을 기준으로 12주에도 유지되는 것으로 나타남.

〈그림 3-1〉 겨울철 저장기간 동안 쌀의 전반적 품질 값 변화



자료: 박동규 외(2006: 623).

1.2.2. 봄철 품질 변화

- 봄철(3~5월)에는 저장온도와 무관하게 현미 저장 쌀이 백미 저장 쌀에 비해 지방산가가 낮았음. 지방산가는 저장 6주 후부터 증가하기 시작하여, 10주부터는 급격히 증가하였으며, 백미 상온저장 시 실저장(practical storage)과 지대 포장 저장 간에 지방산가가 차이가 있었음.
- 품질평가에서도 현미와 백미 저장 쌀 간에 관능적 품질에 큰 차이가 있었으며, 지방산가와 유사하게 저장 8주 이후부터 차이가 일관성이 있었음.

- 백미와 현미의 전반적인 품질이 6주 이후 급속하게 감소하는 경향을 보임에 따라, 박동규 외(2006)는 봄철 백미의 상미기간을 6주로 제시함<그림 3-2>. 상품성 한계는 저장 후 12주에 도달함.

〈표 3-4〉 백미(현미)의 봄철 이화학적 특성 변화

구분		저장 초기		12주				
				5℃		상온저장		
		백미	현미	백미	현미	백미	현미	지대포장
색도	L	68.4	71.4	68.8	70.1	68.8	69.5	70.8
	a	-0.58	-0.80	-0.64	-0.83	-0.53	-0.77	-0.64
	b	12.21	10.75	12.32	11.39	12.31	12.15	12.25
백도(whiteness)		37.6	40.6	38.0	40.6	38.5	40.5	38.7
pH		6.72	6.74	6.52	6.57	6.46	6.52	6.53
산도(%)		0.11	0.09	0.09	0.08	0.09	0.08	0.09
지방산가(ml KOH/100g)		7.53	3.53	23.7	12.2	37.7	20.3	25/9
수분함량(%)		14.0	14.4	14.8	14.6	15.1	15.3	12.9
정상립(%)		94.2	90.9	92.1	85.3	92.4	86.1	91.2
싸라기(%)		3.74	8.46	3.45	11.34	3.02	10.18	3.93
분상질립(%)		1.48	0.26	2.96	1.93	2.87	2.12	3.01
피해립(%)		0.53	0.31	1.44	1.39	1.58	1.47	1.74
착색립(%)		0.01	0.00	0.03	0.00	0.13	0.13	0.12

주 1) L, a, b는 쌀의 색도를 나타내는 지표로, L값 명도, a값 적색도, b값은 황색도임.

2) 싸라기는 KS A 5101-1(금속망체) 중 호칭치수 1.7mm 금속망체로 쳐서 체를 통과하지 아니하는 낱알 중 그 길이가 완전한 낱알 평균길이의 3/4미만인 것을 말함.

3) 분상질립은 체적의 1/20이상 분상질 상태인 낱알, 피해립은 오염된립, 병해립·충해립·발아립·생리장해립, 적조 및 흑조가 낱알 길이의 1/4이상 부착된 낱알임.

4) 착색립은 표면의 일부(전부)가 다른 색으로 물든 낱알임.

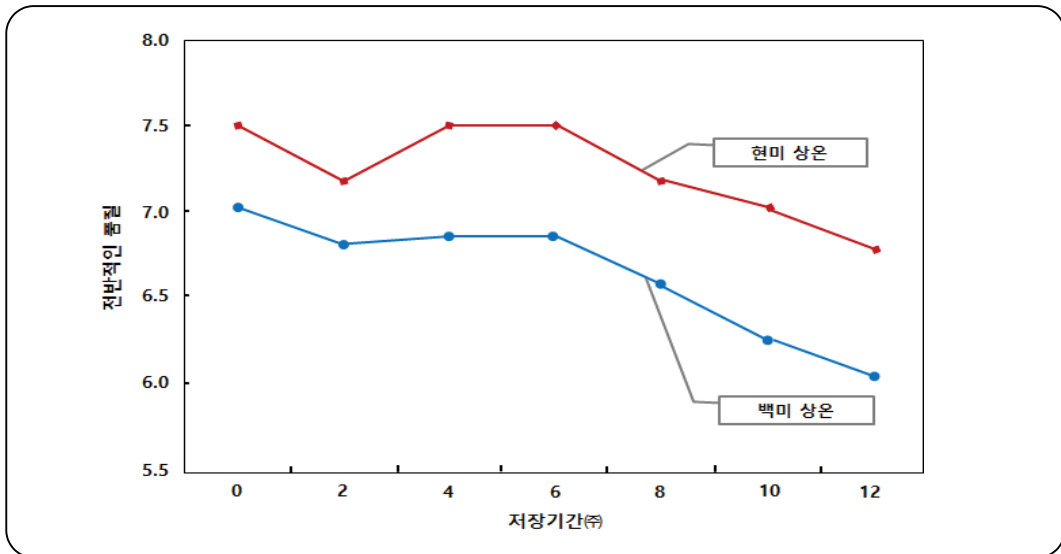
자료: 박동규 외(2006: 615, 638)를 참조하여 정리함. 주석의 항목별 정의는 국립농산물품질관리원 홈페이지(http://www.naqs.go.kr/contents/sectionC-4/sectionC-4_01.naqs: 2018. 1. 18.)를 참조.

〈표 3-5〉 쌀밥의 봄철 관능적 특성 변화

구분		저장초기		12주 저장				
				5℃		상온저장		
		백미	현미	백미	현미	백미	현미	지대포장
향	밥 이외의 냄새 강도	2.17	2.03	2.48	2.33	2.65	2.42	3.03
외관	윤기의 정도	7.57	7.87	6.97	7.65	6.73	7.38	6.85
	색의 강도	2.40	2.10	3.00	2.19	3.09	2.51	3.12
맛	밥 특유의 맛 강도	7.11	7.23	6.76	7.07	6.33	6.73	6.07
조직감	남알 표면의 거칠음성	2.86	2.71	3.11	2.85	3.20	3.08	3.31
	경도	4.61	4.61	4.59	4.65	4.60	4.65	4.50
	탄력성	6.57	6.83	6.47	6.89	6.31	6.64	6.38
	남알의 응집성	6.61	6.86	6.63	6.91	6.48	6.84	6.50
	부착성	6.16	6.41	6.16	6.24	5.92	6.15	6.04
냄새의 품질		7.57	7.71	7.21	7.45	7.04	7.32	6.65
외관의 품질		7.39	7.67	6.68	7.49	6.33	7.23	6.58
맛의 품질		7.10	7.29	6.68	7.19	6.48	6.82	6.20
조직감의 품질		6.84	7.21	6.65	7.12	6.33	6.82	6.30
전반적인 품질		6.94	7.40	6.69	7.19	6.13	6.78	5.92

자료: 박동규 외(2006: 615, 639)를 참조하여 정리함.

〈그림 3-2〉 봄철 저장기간 동안 쌀의 전반적 품질 값 변화



자료: 박동규 외(2006: 624).

1.2.3. 여름철 품질 변화

- 여름철(6~7월) 저장 중 백미와 현미의 지방산도 변화를 살펴본 결과, 백미 저장 쌀이 현미 저장 쌀 보다 지방산가가 높았음. 상온저장한 백미가 저장 6주 이후부터 지방산가가 급격하게 증가한 반면, 저온저장에서는 변화가 크지 않고, 동일한 상온저장이라도 현미 저장 쌀의 지방산가 변화가 크지 않은 것으로 나타남.
- 품질평가 결과 여름철에는 저장 2주 이후부터 현미 저장 쌀이 백미 저장 쌀에 비해 관능적 품질이 높았음. 저장 8주에는 전반적으로 관능적 품질이 감소하고, 지방산가와 유사하게 특히 상온 저장한 백미의 관능적 품질이 가장 낮은 것으로 나타남.

〈표 3-6〉 백미(현미)의 여름철 이화학적 특성 변화

		저장 초기		8주				
				5℃		상온저장		
		백미	현미	백미	현미	백미	현미	지대포장
색도	L	70.79	72.22	70.92	71.50	73.12	72.34	71.84
	a	-0.66	-0.87	-0.62	-0.83	-0.68	-0.74	-0.76
	b	11.75	11.38	12.88	11.82	12.06	11.66	12.29
백도(whiteness)		40.9	41.2	40.30	39.60	40.67	40.20	39.67
지방산가(ml KOH/100g)		13.8	14.2	10.07	9.17	19.50	12.47	18.71

주 1) L, a, b는 쌀의 색도를 나타내는 지표로, L값 명도, a값 적색도, b값은 황색도임.

2)篩라기는 KS A 5101-1(금속망체) 중 호칭치수 1.7mm 금속망체로 쳐서 체를 통과하지 아니하는 낱알 중 그 길이가 완전한 낱알 평균길이의 3/4미만인 것을 말함.

3) 분상질립은 체적의 1/20이상인 분상질 상태인 낱알, 피해립은 오염된립, 병해립·충해립·발아립·생리장해립, 적조 및 흑조가 낱알 길이의 1/40이상 부착된 낱알임.

4) 착색립은 표면의 일부(전부)가 다른 색으로 물든 낱알임.

자료: 박동규 외(2006: 619, 642)를 참조하여 정리함. 주석의 항목별 정의는 국립농산물품질관리원 웹페이지(http://www.naqs.go.kr/contents/sectionC-4/sectionC-4_01.naqs: 2018. 1. 18.)를 참조.

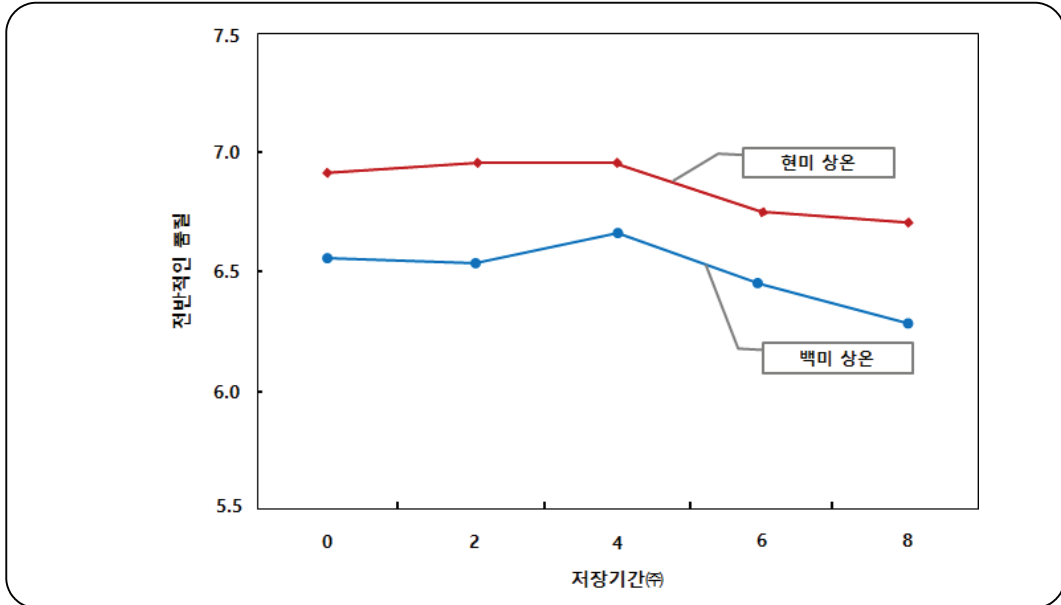
- 여름철에는 저장 초기부터 전반적인 쌀의 품질이 낮았음. 백미와 현미의 경우 4주 이후 전반적인 품질의 감소가 있었으며, 상품성 한계는 저장 8주차에 도달함<그림 3-3>. 이를 바탕으로 이 연구에서는 여름철(6~7월) 상미기간을 4주로 제안함.

〈표 3-7〉 쌀밥의 여름철 관능적 특성 변화

		저장초기		8주 저장				
				5℃		상온저장		
		백미	현미	백미	현미	백미	현미	지대포장
향	밥 이외의 냄새 강도	2.28	2.13	2.34	2.19	2.49	2.53	2.54
외관	윤기의 정도	7.46	7.47	7.29	7.41	7.02	7.29	6.98
	색의 강도	2.58	2.38	2.56	2.46	2.75	2.47	2.78
맛	밥 특유의 맛 강도	6.47	6.71	6.71	6.98	6.34	6.78	6.37
조식감	남알 표면의 거칠음성	3.51	3.22	3.20	2.90	3.42	3.10	3.45
	경도	4.68	4.78	4.33	4.41	4.73	4.64	4.75
	탄력성	6.51	6.51	6.58	6.47	6.19	6.31	6.42
	남알의 응집성	7.06	6.75	6.54	6.59	6.25	6.32	6.47
	부착성	6.16	6.19	5.71	5.85	5.53	5.66	5.68
냄새의 품질		7.22	7.54	7.32	7.47	7.19	7.15	7.24
외관의 품질		7.25	7.33	6.93	7.29	6.63	7.15	6.69
맛의 품질		6.76	6.91	6.69	6.88	6.29	6.76	6.36
조식감의 품질		6.48	6.75	6.56	6.81	6.17	6.49	6.42
전반적인 품질		7.09	6.80	6.68	6.97	6.20	6.69	6.37

자료: 박동규 외(2006: 620, 641)를 참조하여 정리함.

〈그림 3-3〉 여름철 저장기간 동안 쌀의 전반적 품질 값 변화



자료: 박동규 외(2006: 625).

1.2.4. 결과 종합

- 박동규 외(2006)의 연구에서는 계절별로 온도, 습도의 영향으로 상미기간에 차이가 있는 것으로 나타남. 이 연구에서는 실험 결과를 바탕으로 겨울철 상미기간은 약 8주, 봄철 6주, 여름철 4주 정도인 것으로 제안함. 그러나 상품성은 이보다 오래 유지되어 겨울철은 저장 12주, 봄철과 여름철은 상품성 한계가 각각 12주, 8주 정도에 도달하는 것으로 나타남.

2. 일본 연구 사례

- 横江未央·川村周三(2008a, 2008b)의 연구에서는 화학적인 상태 변화를 바탕으로 한 조사와 관능(官能) 시험을 바탕으로 한 조사를 함께 실시한 후 결과를 종합하여 보관 온도별로 상미기한을 제시하였음.²⁵
- 이 연구에서는 저장 기간 경과에 따른 쌀의 화학적인 상태 변화를 살펴보기 위해 시판 쌀을 대상으로 2년에 걸쳐 다양한 온도 조건하에서 저장한 후 화학적 특성을 나타내는 수치의 변화를 살펴봄.
 - 첫째 해에는 영하20℃, 영하5℃, 영상5℃, 영상15℃, 영상25℃의 조건으로 저장하였고, 둘째 해에는 영하20℃, 영상5℃, 영상15℃, 영상20℃, 영상25℃의 조건으로 저장하였음.
 - 저장 중 수분 변화를 최소화하기 위해 폴리에틸렌 재질의 포장재(두께 68μm)를 2중으로 하여 보관하였고, 보관단위는 3kg으로 하였음.
 - 측정 항목은 수분, 지방산도, FD측정치²⁶, 식미(食味)치²⁷, 호화(糊化)특성²⁸ 등이었음.
- 실험 결과 저장온도가 높을수록 저장 기간이 경과하면서 쌀의 화학적 특성 변화가 상대적으로 뚜렷하였으나, 영상15℃ 이하에서는 화학적 특성 변화가 미미하였음.
 - 측정 항목 중 지방산도, FD측정치, 호화특성 등은 저장온도가 높을수록

25 横江未央·川村周三(2008a, 2008b)의 연구 결과를 정리함.

26 신선도를 측정하기 위한 지표이며 측정 장비로는 Satake사의 RFDM1A를 이용하여 Fresh Degree를 측정함.

27 근적외선 분석기(Infratec 1241 Grain Analyzer, 味選人, RCTA11A 등 복수의 분석기를 활용)를 활용함.

28 가열 등에 의해 전분이 물을 흡수하여 풀과 같은 형태로 되는 것을 의미함.

전반적으로 변화 정도가 컸으며 특히 영상25℃ 이상에서는 품질 저하가 관찰되었음.

- 화학적 특성 검사와는 달리 관능검사(외관, 향, 강도, 점성)에서는 저장 기간 경과에 따른 품질 저하가 전반적으로 관찰되었음.
 - 정곡의 외관과 향 검사에서는 영상25℃에 보관했던 쌀의 품질 저하가 뚜렷하였으며, 영상20℃에서는 약 6개월 후, 15℃이하에서는 약 12개월 후부터 품질저하가 관찰되었음.
 - 강도 측면에서는 별다른 변화가 관찰되지 않았으나, 점성은 영상25℃에서는 약 5개월 후, 영상20℃에서는 약 6개월 후, 영상15℃ 이하에서는 약 12개월이 지난 다음부터 품질저하가 발생하였음.
- 일본의 관련 법률에 따르면 상미기한을 ‘기대되는 모든 품질 측면에서의 유지가 충분히 가능하다고 인정되는 기한’으로 정의하고 있음.²⁹ 横江未央·川村周三(2008a, 2008b)에서는 화학적 특성과 관능검사 결과를 종합적으로 고려할 경우 쌀의 상미기한이 섭씨 영상25℃에서는 2개월, 20℃ 3개월, 15℃ 5개월, 5℃에서는 7개월이라고 제시함.³⁰

〈표 3-8〉 정곡 상미기한

저장온도	영상5℃	15℃	20℃	25℃
상미기한	7개월	5개월	3개월	2개월

자료: 横江未央·川村周三(2008a, 2008b) 참조.

29 원문은 “期待されるすべての品質の保持が十分に可能であると認められる期限”임.

30 “JAS법”(Japanese Agricultural Standard, 농림물자의 규격화 등에 관한 법률)과 “식품위생법”을 말함.

3. 시사점

- 농촌진흥청과 박동규 외(2006) 등의 조사 결과에서는 공통적으로 계절별 또는 온도별로 품질유지기간이 차이가 있는 것으로 조사됨. 상대적으로 저온 건조(겨울철)한 환경에서 품질유지기간이 길었으며, 고온다습(여름철)한 환경에서 품질유지기간이 짧아지는 것으로 나타남.³¹
 - 농촌진흥청 연구에서는 쌀의 고품질 유지기간이 10월~익년 4월은 도정 후 48 ± 2 , 5~6월 23 ± 3 , 7~9월은 16 ± 2 일 정도, 박동규 외(2007)는 겨울철 상미기간은 약 8주, 봄철 6주, 여름철 4주 정도인 것으로 제안함.
 - 橫江未央·川村周三(2008a, 2008b)의 연구에서는 쌀의 상미기한이 온도 별로 차이가 있으며 25℃에서는 2개월, 20℃ 3개월, 15℃ 5개월, 5℃에서는 7개월이라고 제시함.

- 이들 실험의 결과는 통제된 환경을 바탕으로 도출됨. 이에 따라 실제 현장 적용을 위해서는 다년간에 걸쳐 다양한 조건하에서 실험을 실시하고, 이에 따른 자료 축적이 필요한 것으로 전문가들에 의해 지적됨.³²
 - 실험조건, 주위 환경 등에 따라 실험 결과가 영향을 받을 수 있으며, 보다 구체적인 실험이 필요함.
 - 박동규 외(2006), 이춘기 외(2007)가 1년 내외의 기간 동안 실험을 실시한데 비해, 橫江未央·川村周三(2008a, 2008b)의 연구는 2년간 수행됨.

- 특히 전문가들은 쌀의 경우 계절보다는 쌀의 보관 조건이 품질에 중요한 영향을 미치며, 쌀의 생산 이후 도정, 유통, 판매단계에서 쌀의 운반·보관 과

31 농촌진흥청 연구는 농촌진흥청 웹페이지 자료와 이춘기 외(2007)의 연구 결과를 정리함. 농촌진흥청 웹페이지 자료의 경우 송진 외(2007)의 “쌀 최고품질 유지를 위한 최적 유통기간” 연구 결과를 요약한 자료임.

32 박동규 외(2006: 622-626), 전문가 면담 결과 등을 정리함.

정에서 온도·습도 등을 포함한 적정한 조건이 유지되지 않을 경우 계절에 상관없이 품질유지기간에 부정적인 영향을 줄 수 있으며, 적정 조건이 유지될 경우 품질유지기간에 긍정적 영향을 줄 수 있음이 고려될 필요가 있다고 지적함. 또한 소비단계에서 일반 소비자 또는 외식업체 등 대량 수요처의 쌀의 보관 방법도 쌀의 품질유지기간에 중요한 영향을 미칠 수 있음.

제 4 장

국내외 쌀 기한표시제도 운영 실태

1. 농식품 기한 표시 일반

- 국제식품규격위원회(Codex Alimentarius Commission, CODEX)는 “포장식품 표시 일반규격(General Standard for the Labelling of Prepackaged Foods, CODEX STAN 1-1985 (Rev. 1-1991))”, “판매용 식품첨가물 표시 일반규격(General Standard for the Labelling of Food Additives when sold as such, CODEX STAN 107-1981)”, “강조표시 일반지침(General Guidelines on Claims, CAC/GL 1-1979 (Rev. 1-1991))” 등을 통해 식품표시에 관해 규정함. 이밖에 개별식품에 대한 표시 규정을 수립·제시하고 있음.³³
 - 개별식품에 대한 표시에는 “연어통조림에 대한 규격(Standard for Canned Salmon, CODEX STAN 3-1981(Rev.1-1991, Rev.2-1995))”, “꿀에 대한 규격(Standard for Honey, CODEX STAN 12-1981)” 등 품목별 규정에 표시에 대한 조항이 포함되어 있음.³⁴

33 최성희 외(2016: 66-67) 참조.

34 CODEX가 공개하고 있는 규정 등은 다음과 같이 구별됨. 즉, 규격(Standard, STAN), 지침(Guideline, GL), 실행규범(Codes of practice, RCP), 기타(Mics), 최대잔류한계(MRLs)로 구별됨(최성희 외 2016: 66).

〈표 4-1〉 CODEX의 식품표시에 관한 규정

명칭
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 포장식품 표시 일반규격 ▪ 특수용도 포장식품 표시 및 강조표시 일반규격 ▪ 판매용 식품첨가물 표시 일반규격 ▪ 강조표시 일반지침 ▪ 영양표시 지침 ▪ 영양 및 건강 강조표시 지침 ▪ 유기생산 식품 생산, 가공, 표시 및 판매 지침 ▪ 연어통조림에 대한 규격 ▪ 꿀에 대한 규격

자료: 최성희 외(2016: 67) 참조하여 정리함.

- CODEX 식품표시 규정 중 포장식품 전반에 적용되는 표시 규정은 “포장식품의 표시에 관한 일반규격(CODEX STAN 1-1985)”임. 동 규정은 “소비자에게 직접 또는 조리·판매용으로 제공하는 모든 포장식품”으로 식품표시 적용범위를 규정함.³⁵
- CODEX가 규정한 포장식품의 날짜표시 방식은 크게 ‘제조일자 표시방식’ ‘기한표시 방식’으로 구분됨. 제조일자 표시방식에는 제조일자 표시(date of manufacture)와 포장일자 표시(date of packaging)가 포함됨.³⁶
- 기한표시 방식은 제조일자, 포장일자 등 2개 제조일자 표시방식을 포함하여 유통기한(판매기한, sell by date), 품질유지기한(date of minimum durability, best before) 및 소비기한(use by date, recommended last consumption date, expiration date) 등 총 5개 표시방식으로 분류할 수 있음. 국가별 포장식품 표시는 대체로 이러한 5개 표시방식을 기본으로 하여 국가별 여건에 따라 실제 사용 용어, 날짜표시 등 표시방법에는 다소 차이가 있음.³⁷

35 최성희 외(2016: 67) 참조.

36 김우선 외(2013: 29) 참조.

- 제조일자 표시는 대체로 기한표시와 병행하여 표시되는 경향이 있으며, 소비기한은 부패·변질 등의 위험이 상대적으로 높은 제품, 품질유지기한은 품질의 변화가 거의 일어나지 않은 제품에 적용함.

- CODEX는 개별규격에서 정해진 경우를 제외하고 “최소보존기한(date of minimum durability)”을 표시하도록 하고 있음. “최소보존기한”이 3개월 미만인 제품은 월, 일을 표시, 3개월 이상인 경우에는 년, 월을 표시하고, 12개월인 경우에는 해당 년도만 표기 가능함.³⁸

〈표 4-2〉 기한표시 방식 및 개념

용어		개념	
기한표시 방식	제조일자 표시방식	제조일자	식품이 제품으로 만들어진 날짜
		포장일자	식품이 판매될 용기에 포장된 날짜
	판매기한 (유통기한)	소비자에게 판매될 수 있는 최종 날짜로, 해당 날짜 이후 가정에서 적절한 저장기간이 남아 있음을 의미	
	품질유지기한	제품이 완전한 시장성을 유지하고 특정 품질을 유지하는 최종기한으로, 해당 날짜 이후에도 품질은 만족할 만한 수준이라는 것을 의미	
	소비기한	적절한 저장·보관 조건에서 소비자가 제품에 대해 정상적으로 기대하는 품질특성이 보존될 수 있는 최종 일자로, 일반적으로 식품 섭취에도 건강 또는 안전에 이상이 없을 것으로 판단되는 기한	

자료: 김우선 외(2013: 29-30) 참조.

37 김우선 외(2013: 29-30) 참조.

38 최성희 외(2016: 102, 303) 참조.

2. 국내 쌀 기한표시 실태

2.1. 농식품 기한표시 일반

- 우리나라의 농식품 표시 관련 법령에는 “식품위생법”, “건강기능식품에 관한 법률”, “축산물위생관리법”, “농수산물품질관리법”, “친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률”(이하 “친환경농업육성법”), “양곡관리법”, “표시·광고의 공정화에 관한 법률”, “주세법”, “대외무역법”, “자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률” 등이 있음.³⁹
 - “식품위생법”, “건강기능식품에 관한 법률”, “축산물위생관리법”은 식품의약품안전처 소관이며, “양곡관리법”은 농림축산식품부 소관, “농수산물품질관리법”은 농산물은 농림축산식품부, 수산물은 해양수산부, 안전성은 식품의약품안전처 소관
 - “표시·광고의 공정화에 관한 법률”은 공정거래위원회, “주세법” 기획재정부, “대외무역법” 산업통상자원부, “자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률”은 환경부 소관
- 이중 “식품위생법”은 식품표시에 관한 사항을 포괄적으로 규정(제4장 제10조~제13조)하며, “식품등의 표시기준”(식품의약품안전처 소관)이 식품 등의 표시기준에 관한 사항과 영양성분 표시대상 식품에 대한 영양표시에 관한 사항을 규정함. 유전자변형식품의 표시에 관한 세부기준은 “유전자변형식품등의 표시기준”(식품의약품안전처 소관)에 따름.
 - “식품위생법시행령”(제9조와 제19조), “식품위생법시행규칙”(제6조, 제8조, 제12조의2, 제13조, 제33조, 제45조)에 식품표시 관련 세부 사항 규정

³⁹ 최성희 외(2016: 30-33) 참조.

- 일반 식품은 “식품위생법”에 의해 의무적으로 유통기한 표시를 하도록 규정되어 있음. 이밖에 품질유지기한은 밀가루, 잼류, 멸균음료, 다류(차), 벌꿀 등 특정 제품만을 대상으로 함. 우리나라의 경우 소비기한 표시는 이루어지고 있지 않음.
 - 식품의약품안전처는 2012년에 유통기한과 소비기한을 병행하여 표시하기 위한 목적으로 시범사업을 시행함. 그러나 시범사업 결과 이러한 병행표시가 실효성이 없는 것으로 나타남.

2.2. 쌀 표시제도 운영 실태⁴⁰

- 쌀을 포함한 양곡의 표시에 관한 사항은 농림축산식품부 소관의 “양곡관리법”에 근거하여 시행됨. ‘양곡표시제도’는 소비자에게 정확한 품질정보를 제공하여 선택의 폭을 넓여주고, 생산자에게는 품질향상을 유도하기 위해 도입·시행되고 있음.
- 양곡가공업자 또는 양곡매매업자는 “양곡관리법”에 근거하여 미곡류, 맥류, 서류, 기타 미곡·맥류·서류의 압착물·분쇄물·가루·전분류 등에 대해 규정된 표시를 해야 함. 구체적인 표시품목은 다음과 같음.
 - 미곡류: 멥쌀, 찰쌀, 메현미, 찰현미, 흑현미, 유색미 등
 - 맥류·두류·잡곡류: 보리쌀, 콩, 팥, 녹두, 조, 수수, 교잡곡물 등
 - 서류: 감자, 고구마
 - 곡류·서류의 압착물, 분쇄물, 분말, 전분류 등
 - 판매 목적으로 무상제공하는 양곡

⁴⁰ 국립농산물품질관리원 웹사이트(<http://www.naqs.go.kr>: 2018. 1. 25.)를 참조하여 정리함.

- 양곡표시사항은 의무표시사항과 임의표시사항으로 구분되며, 의무표시사항에는 품목, 생산연도, 중량, 품종, 도정연월일, 생산·가공자 또는 판매원의 주소·상호·전화번호, 등급 등이 있음.
 - 생산연도, 도정연월일 등 일부 의무표시사항은 쌀, 현미 등 일부 품목에만 적용됨. 단백질함량의 경우 임의표시사항으로 쌀에만 해당됨.

- 양곡표시사항 중 낱짜(기한) 관련 표시사항에는 생산연도, 도정연월일(도정일자) 등이 있음. “양곡관리법”에 의해 쌀과 현미의 경우 생산연도와 함께 도정연월일을 의무적으로 표시하도록 규정되어 있음.
 - 생산연도: 쌀과 현미의 경우에만 해당되며 원료 양곡 수확연도 표시
 - 도정연월일: 쌀과 현미의 경우에만 해당되며, 벼를 현미로 도정한 연월일을 표시하거나 벼 또는 현미를 쌀로 도정한 연월일을 표시하여야 함. 또한 도정일이 다른 쌀·현미를 혼합한 경우 먼저 도정한 연월일 표시

〈표 4-3〉 양곡표시제 주요 내용

항목	내용
도입 목적	소비자에게는 정확한 품질정보를 제공하여 선택의 폭을 넓여주고, 생산자에게는 품질향상 유도
법적 근거	“양곡관리법” 제20조의 2, 제20조의 3, 제20조의 4, 제32조(벌칙), 제36조(과태료)
표시 의무자	양곡가공업자 또는 양곡매매업자
표시 사항	① 품목 ② 중량 ③ 생산자·가공자 또는 판매원의 주소, 상호(또는 성명) 및 전화번호 ④ 원산지 ⑤ 품종(쌀과 현미 해당) ⑥ 생산연도(쌀과 현미 해당) ⑦ 도정연월일(쌀과 현미 해당) ⑧ 등급 표시(흑미·향미를 제외한 멍쌀 해당) ⑨ 단백질(임의표시사항으로 쌀 해당)
표시 위치 (포장 판매 경우)	· 포장 앞면의 쉽게 알아볼 수 있는 곳에 표시하되, 생산자·가공자 또는 판매원의 주소, 상호(또는 성명) 및 전화번호(외국산은 수입자 또는 판매원의 주소, 상호(또는 성명) 및 전화번호)는 포장 뒷면에 따로 표시할 수 있음 · 5킬로그램 이하 포장양곡은 앞면에 표시하기가 어려울 경우 표시사항의 전부 또는 일부를 뒷면에 표시할 수 있음 · 품목(또는 품명) 및 가변성이 있는 도정일 등은 일괄표시가 있는 면에 따로 표시할 수 있음.

항목		내용
글자 크기	의무 표시	· 10킬로그램 이상 포장양곡은 16포인트(24급) 이상, 10킬로그램 미만 포장양곡은 12포인트(18급) 이상으로 함. · 다만, 1킬로그램 이하의 포장양곡은 8포인트(12급) 이상으로 표시 가능
	임의 표시	· 글자크기 제한 없음(포장재에 직접 인쇄하는 것을 원칙으로 하되, 스티커·고무인 등으로 표시 가능)

주: 2017년 10월 14일부터 '등급표시'를 특, 상, 보통으로 나열하고 해당 등급에 ○표시를 하고, 해당하는 등급이 없는 경우에는 등외로 표시함('미검사' 표시 금지)]. 그러나 2018년 10월 13일까지 기존 표시를 적용할 수 있도록 유예기간을 둠.

자료: 국립농산물품질관리원 웹페이지(<http://www.naqs.go.kr>: 2018. 1. 25.) 참조 정리함.

〈표 4-4〉 양곡표시사항 세부 내용

표시항목	내용
① 품목	양곡의 품목 또는 품명
② 중량	포장재 무게를 제외한 실제 양곡의 중량
③ 생산자·가공자 또는 판매원의 주소, 상호명(또는 성명) 및 전화번호	생산, 가공, 판매원의 상호, 주소, 연락처
④ 원산지	국산은 국산, 국내산 표시, 외국산은 국가명, 국가명산
⑤ 품종	쌀, 현미가 수확된 연도
⑥ 생산연도	벼, 현미를 쌀로 도정한 연월일
⑦ 도정연월일	해당품종명(전체의 80% 이상 들어 있는 경우)
⑧ 등급	쌀 등급은 3단계(특, 상, 보통)
⑨ 단백질함량 (임의표시사항)	임의표시 사항(3단계 수, 우, 미)

자료: 네이버 블로그 자료(<https://blog.naver.com/kjj650/221103593959>: 2018. 2. 7.)

〈표 4-5〉 양곡표시제 품목별 표시 항목

표시항목	쌀		현미	기타양곡
	멥쌀	찰쌀		
① 품목	○	○	○	○
② 중량	○	○	○	○
③ 생산자·가공자 또는 판매원의 주소, 상호명(또는 성명) 및 전화번호	○	○	○	○
④ 원산지	○	○	○	○
⑤ 품종	○	○	○	-
⑥ 생산연도	○	○	○	-
⑦ 도정연월일	○	○	○	-
⑧ 등급	○	-	-	-
⑨ 단백질함량(임의표시사항)	○	○	-	-

주: 기타양곡은 맥류, 두류, 감자, 고구마, 조, 수수, 옥수수, 메밀, 귀리, 울무, 기장 등과 이를 원료로 한 분쇄물·가루·전분류·압착물

자료: 국립농산물품질관리원 홈페이지(<http://www.naqs.go.kr>: 2018. 2. 3.),

네이버 블로그 자료(<https://blog.naver.com/kjj650/22110359395>: 2018. 2. 7)

〈그림 4-1〉 양곡표시제 일괄표시

품 목	쌀	중 량	20kg
품 종	추청	단백질함량(임의표시)	수, 우, 미
등 급	특, 상, 보통	단백질함량이 낮을수록 밥맛이 우수	
생산연도	2014	도정 연월일	2015. 7. 7.
생산자 (가공자 또는 판매원)	주소	00도 00군 00로 00	
	상호명(성명)	00미곡종합처리장	
	전화번호	031)000-0000	

* 등급 표시는 해당 등급에 ○ 표시하되, 표시 등급 중 어느 하나에 해당하지 않는 경우는 "등외"로 표시

* 단백질함량은 임의표시사항이며, 해당 함량에 ○ 표시

* 원산지는 「농수산물의 원산지 표시에 관한 법률」에 따라 표시

자료: 국가법령정보센터 홈페이지 자료 참조(<http://www.law.go.kr/LSW/lsByllInfoPLinkR.do?lsiSeq=198937&lsNm=%EC%96%91%EA%B3%A1%EA%B4%80%EB%A6%AC%EB%B2%95+%EC%8B%9C%ED%96%89%EA%B7%9C%EC%B9%99&bylNo=0004&bylBrNo=00&bylICs=BE&bylEfYd=20171116&bylEfYdYn=Y>: 2018. 3. 14)

- 의무표시사항을 하지 않거나, 표시방법을 위반한 경우 또는 생산연도, 품질 등에 대하여 거짓·과대 표시 또는 거짓·과대광고를 한 경우, 국산 미곡 등과 같은 종류의 수입 미곡 등을 혼합하거나 생산연도가 다른 미곡 등을 혼합하여 유통·판매한 경우 위반 사안별로 과태료·벌금을 부과하거나 징역에 처함.
 - 의무표시사항을 하지 않거나, 표시방법을 위반한 경우 ① 미표시(의무표시사항을 하지 아니 한 경우)인 경우에는 위반물량에 당해업소의 판매가격을 곱하여 과태료 부과금액으로 정하되, 최저 5만원에서 최고 200만원의 과태료를 부과하며, ② 표시방법을 위반(의무표시사항을 표시 하였으나 잘못 표시한 경우)한 경우에는 과태료 부과는 미표시 금액의 1/2을 적용하되, 최저 5만원에서 최고 200만원의 과태료를 부과함.
 - 생산연도, 품질 등에 대하여 거짓·과대 표시를 하거나 거짓·과대광고를 한 경우, 국산 미곡 등과 같은 종류의 수입 미곡 등을 혼합하거나 생산연도가 다른 미곡 등을 혼합하여 유통·판매한 경우 3년 이하의 징역 또는 사용·처분한 양곡을 시가로 환산한 가액의 5배 이하의 벌금을 부과함.

3. 해외 주요국의 쌀 기한표시 현황

3.1. 대만⁴¹

3.1.1. 농식품 기한표시 일반

- 대만의 농식품 기한표시를 포함한 표시 관련 사항은 식품기본법의 성격을

41 본 연구의 위탁원고(전찬익 박사), 식품의약품안전처 웹페이지 자료(“대만 수입식품관리 및 기준규격 체계”, <http://www.mfds.go.kr/index.do?mid=1441&pageNo=71&seq=31158&sitecode=1&cmd=v>; 2018. 3. 5.), 농림축산식품부 한국농수산물유통공사(2014), 박기환(2015), 대만 야후 쇼핑센터 웹 사이트 자료(<https://tw.search.buy.yahoo.com>; 2018. 2. 18.). 등을 참조함.

하는 “식품안전위생관리법(食品安全衛生管理法)”, “양식표시규정(糧食標示辦法, Regulations for Food Labeling)”, “양식관리법” 등을 근거로 위생복지부(衛生福利部) 위생서, 행정원 농업위원회 농량서 등에서 관할함.⁴²

- 이중 “식품안전위생관리법”은 일반식품의 표시에 관한 사항을 규정함(제5장 식품표시 및 광고 관리 제22조). 일반식품은 동법에 따라 ‘유효일자’를 표시하여야 함.

- 식품 표시 예외사항은 별도 규정(위생관리법 제23조 명기)을 두어 관리하고 있으며, 식품 용기 또는 외포장의 면적 재질 또는 기타 특수 사항으로 인해 규정대로 표기할 수 없는 것은 주관담당기관이 일부 미표기 승인 공고 또는 기타 방식으로 표기하도록 하고 있음.

- “식품안전위생관리법”에 근거하여 기한표시는 용기나 포장지 위에 인쇄하여야 하며 통상적인 표시 방식은 년, 월, 일을 표시하는 것임. 그러나 식품의 유통기한이 3개월 이상인 식품의 유효일자는 년과 월만 표시하면 되고 당일 말일을 유효기간 마지막 날로 표시할 수 있음.^{43,44}

- 예컨대, 2015.11.21, 2015/05/09, 12/14/2015(월/일/년)
- 유효일자는 업체에서 제품 포장과 보관 상황에 따라 자체 결정하며, 업체는 기한 내에 제품이 변질되거나 부패되거나 기타 “식품안전위생관리법” 규정에 어긋나는 경우 책임을 져야 함.
- 생우유, 탈지유 연유, 가당 전지연유, 가당 탈지 연유, 유제 크림, 조미우유, 발효유, 합성우유 및 기타 액체 유제품은 반드시 유통기한과 보관 조건을 표기하도록 하고 있음.

42 대만에는 행정원, 입법원, 사법원, 고시원 그리고 감찰원 등 5개의 원이 있으며, 농업위원회와 내정부 등 대부분의 행정 관련 부처가 행정원 내에 설치되어 있음. 농업위원회는 농림축산식품부에 해당하며, 농업위원회에는 위원장(장관) 직속으로 농량서, 어업서, 동식물방역국, 농업금융국 등이 있음.

43 농림축산식품부·한국농수산물유통공사(2014) 참조.

44 박기환(2015) 참조.

〈표 4-6〉 대만 “식품안전위생관리법” 식품표시 세부사항

- 식품 및 식품원료의 용기 또는 바깥포장은 중문과 통용부호를 써서 아래 사항을 확실하게 표시하여야 함.
 1. 품명
 2. 내용물 명칭: 두 종류 이상의 혼합물인 경우, 함량이 높은 것부터 낮은 순으로 분리해서 표시
 3. 순량(net weight), 용량 혹은 수량
 4. 식품첨가물 명칭: 두 종류 이상의 기능성 식품첨가물이 혼합되어 있을 경우 첨가물 명칭을 분리하여 표시
 5. 제조업체 또는 국내책임업체(수입물품의 경우) 명칭, 전화번호 및 주소. 국내인증농산물의 검증원: 중앙농업주관기관에 의해 공개적으로 규정된 생산시스템
 6. 원산지(국)
 7. 유효일자
 8. 영양표시
 9. 유전자조작식품원료
 10. 기타 중앙주관기관 공고 사항

3.1.2. 쌀 표시제도 운영 실태⁴⁵

- 대만 양곡 표시제도는 “양식관리법(糧食管理法)”, “양식표시규정(糧食標示辦法)”, “식품안전위생관리법”에 근거하여 운영됨. 양식표시방법은 행정원 농업위원회 농량서, 시판용 포장식품 표시는 위생복지부 위생서 담당임.
- 쌀 표시제도의 경우 양곡 포장 및 용기를 대상으로 운영되는 “양식관리법”(제14조), “양식표시규정”(제2조)에 근거하여 실시됨. 표시사항은 의무표시 사항과 임의표시사항으로 구분됨. 우리나라의 양곡표시와는 달리 “식품안전위생관리법”에 의해 영양표시를 의무적으로 기재하도록 하고 있음. 양곡 표시사항 중 기한표시에는 정미일자와 보존기한이 있음.
 - 의무표시사항: 품명, 품질규격, 산지, 중량, 정미일자, 보존기한(expiration date), 제조업체와 국내 책임업체 명칭·전화번호·주소

⁴⁵ 상세한 “양식관리법” 전문은 부록 참조.

- 대만은 쌀에 CAS인증(Certified Agriculture Standards) 양질미(superior quality rice)로 표시할 경우 “양식관리법” 임의표시사항을 의무적으로 표시하여야 함.⁴⁶
- 정미일자(grinding date)는 양곡제조년월일, 보존기한(expiration date)은 제조일자로부터 식용안전안심까지의 기한(to the safe and secure for edibles)을 의미함.

〈표 4-7〉 대만 양곡 표시 사항

법령	의무표시사항	임의표시사항
양식관리법	① 품명 ② 품질규격(1-3등급) ③ 산지 ④ 중량 ⑤ 정미일자 ⑥ 보존기한 ⑦ 생산자 주소·전화번호 등 정보	① 품종 ② 기작별 ※ CAS인증쌀은 의무표시
식품안전위생관리법	① 열량 ② 단백질 ③ 지방 ④ 탄수화물 ⑤ 나트륨	가공업체가 표시하기를 원하는 기타 영양소 함량

- 보존기한은 브랜드, 품종과 관련이 없으며 양곡유통업자(food dealer)가 포장, 보관조건 등을 고려하여 스스로 기한을 정하도록 하고 있음. 일반적으로 6개월 정도이며 진공포장 시 9개월 정도(시중에 12개월 기한표시 제품도 판매)로 표시하고 있음.
- 양곡유통업자가 표시사항을 준수하지 않았을 경우 기간 내 시정을 명령하며, 기간 내 시정이 이루어지지 않을 경우 벌금을 부과함. 벌금은 위반사항 적발시 마다 반복적으로 적용됨.
 - 벌금: 최소 30,000NT\$, 최대 150,000NT\$(원화 약 110만 원~550만 원 수준)
 - 일반적으로 최초 위반시 15일 내 시정명령, 두 번째 위반 30,000NT\$, 세

⁴⁶ CAS인증은 일반적으로 지역산, 건강·안전에 관한 요구사항, 국가품질기준, 라벨규정을 준수한 대만산 우수 농산물에 대해서 인증함.

번째 60,000NT\$, 네 번째 또는 그 이상은 150,000NT\$부과

- 동일 유통업자의 다른 브랜드 쌀 제품의 위반사항이 적발된 경우 벌금 별도로 부과(유통업자가 아닌 브랜드 기준 부과 원칙)

- 이밖에 규정 위반 내용이 소비자 권익을 심각하게 침해하였다고 판단될 경우 시중(매대)에서 3일 내 철거, 한 달 내 회수하며, 이를 위반할 경우 벌금을 부과함. 위반내용이 중대할 경우 영업정지 명령 및 양곡유통업자 등기를 전부 또는 부분 취소하여 1년 이내 재신청을 금지함.

- 벌금: 10만NT\$~300만NT\$(원화 약 367만 원~1억1천만 원 수준)

〈그림 4-2〉 대만 쌀 표시 현황

	商品名稱	中興米 壽司米(1.5kg)
	品牌	中興米
	種類	小米
	保存方法	請置於陰涼處或冷藏保存，避免陽光直曬或接觸水
	內容物成份	米
	熱量	商品每一份量100公克含346大卡，每一包裝含15份
	每份營養成份	蛋白質7.5公克、脂肪 0.5公克、(飽合脂肪0.2公克、反式脂肪0公克)碳水化合物 77.9公克、糖0公克、鈉2.1毫克
	內容量	1500
	食品添加物名稱	無
	產地	台灣
	廠商名稱	花東商業股份有限公司
	廠商電話號碼	04-8920962
	廠商地址	彰化縣埤頭鄉興工路61號
	保存期限	1年
製造日期 / 有效日期	依商品包裝顯示	
投保產品責任險字號	0527字第03ML002693號	
	商品名稱	中興米 中興九號米(12kg)
	品牌	中興米
	商品種類	米
	保存方法	請置於陰涼處或冷藏保存，避免陽光直曬或水氣接觸
	內容物成份	米
	熱量	商品每一份量100公克含346大卡，每一包裝含120份
	每份營養成份	蛋白質7.5公克、脂肪 0.5公克、(飽合脂肪0.2公克、反式脂肪0公克)碳水化合物 77.9公克、糖0公克、鈉2毫克
	內容量 (g/ml)	12000
	食品添加物名稱	無
	產地	台灣
	廠商名稱	花東商業股份有限公司
	廠商電話號碼	04-8920962
	廠商地址	彰化縣埤頭鄉興工路61號
	保存期限	6個月
製造日期 / 有效日期	依商品包裝標示	
投保產品責任險字號	0527字第03ML002693號	
其他揭露事項	CNS二等	

자료: 대만 야후 쇼핑센터 웹사이트 자료(<https://tw.search.buy.yahoo.com>: 2018. 2. 18.).

3.2. 중국⁴⁷

3.2.1. 농식품 기한표시 일반

- 중국 정부는 식품 전반에 관한 사항을 “중화인민공화국 식품안전법(中華人民共和國食品安全法)”(이하 “중국식품안전법”)에 근거하여 관리함. “식품안전법”은 포괄적으로 식품표시에 대해 규정하고 있으며, 이는 중국의 식품안전정책의 기본방침을 나타냄.

〈표 4-8〉 중국의 “식품안전법”상의 식품안전정책 주요 기본방침

- 식품표시가 없는 식품이나 식품첨가물을 제조 및 판매해서는 안 됨.
- 식품표시 내용은 허위로 작성해서는 안 된다. 치료효과 등을 표기해서도 안 됨.
- 특수식품 등의 표시내용은 관할기관에 등록 또는 신고해야 함.
- 유전자변환 식품 및 원료를 사용한 식품은 보기 쉽게 표시해야 함
- 등록상표 이외의 외국어가 중국어보다 커서는 안 됨.
- 법령을 어기는 식품표시는 징벌적 행정처벌을 받고 민사소송에서 배상해야 함.

자료: 최성희 외(2016) 참조.

- 그러나 중국은 식품표시에 관한 사항은 단일 법령에 의해서 관리되지 않음. 중국의 식품기한표시제도 관련 법규는 “중화인민공화국 국가표준(GB 7718-2011) 사전포장식품라벨통칙”, “중화인민공화국 농산품품질안전법”, “쌀 국가표준(GB/T1354-2009)” 등이 있음.
 - “중국식품안전법” 제67조는 사전포장 식품 라벨, 제70조는 식품첨가물 라벨을 구분하여 규정함. 따라서 “중국식품안전법” 하위법령인 행정규칙도 사전포장 식품과 식품첨가물이 별개의 규칙으로 구분되어 있음.

47 본 연구의 위탁원고(전찬익 박사), 최성희 외(2016), 중국 국가질량감독검험검역총국 웹사이트 자료(<http://www.aqsiq.gov.cn>: 2018. 2. 23.), 중국 위생부 웹사이트 자료(<http://www.moh.gov.cn>: 2018. 2. 23.) 등을 참조하여 작성함.

〈표 4-9〉 중국 식품표시 관련 법령

법령	입법기관 및 법령번호
식품안전법	주석령 제21호 전국인민대표대회상무위원회
식품라벨관리규정 ⁴⁸	국가질량감독검험검역총국 제123호
중화인민공화국국가표시 (사전포장식품라벨통칙) ⁴⁹	위생부 GB 7718-2011
사전포장식품영양라벨통칙 ⁵⁰	국가위생과계획생육위원회 GB 28050-2011
식품안전 국가표준 식품첨가제 표시통칙	국가위생과계획생육위원회 GB 29924-2013
식품에센스라벨통용요구	중화인민공화국공업과정보화부 QB/T 4003-2010
식품접촉재료 및 제품라벨 통칙	GB/T 30643-2014
사전포장특수식이용도식품 라벨	국가위생과계획생육위원회 GB 13432-2013
건강식품라벨규정	상하이시식품약품감독관리국
건강식품설명서라벨규정	식품의약과통달209호

○ 소비자에게 공급되는 사전포장식품의 경우 라벨표시는 식품명칭, 원료배합표, 순함량과 규격, 생산자와 (또는) 위탁판매자 명칭·주소·연락처, 생산일자 및 품질보증기한, 보관조건, 식품생산허가증명번호, 생산품표준부호 및 기타표시 필요 내용을 반드시 포함하고 있어야 함(중화인민공화국 국가표준(GB 7718-2011) 식품안전국가표준 사전포장식품 라벨통칙).

○ 사전포장식품의 기한표시는 생산일자 및 품질보증기간 표시임. ‘포장재 어떤 부분을 참조하세요’의 형식을 채택한다면 해당 포장재의 구체적인 위치

48 중국 국가질량감독검험검역총국 웹사이트 자료(http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjgg/2009/200911/t20091112_238391.htm: 2018. 2. 23.)

49 중국 위생부 웹사이트 자료(<http://www.moh.gov.cn/zwgkzt/psp/201106/51950/files/e84256474d1445919246b4a41a87f172.pdf>: 2018. 2. 23.)

50 중국 위생부 웹사이트 자료(<http://www.moh.gov.cn/ewebeditor/uploadfile/2013/06/20130605104041625.pdf>: 2018. 2. 23.)

를 표시하도록 함. 일자 표시는 별도의 스티커 부착, 보충 인쇄, 수정 등이 허용되지 않음.

- 품질보증기한: 라벨에 표시된 저장조건에서 사전포장식품이 품질을 유지하는 기간으로 이 기한 내 생산품은 판매에 완전히 적합하고, 특유의 품질을 완전히 유지함(GB 7718-2004).
- 동일 포장 안에 생산일자와 품질보증 기한이 다른 식품이 섞여 있을 경우 바깥 포장 상 표시의 품질보증기한은 보증기간이 가장 짧은 식품의 보증기한으로 계산하여야 함.
- 연·월·일의 순서로 표시하여야 하며, 만일 이 순서 표시가 아닐 경우, 그 주석을 상세히 달아야 함.

[사전포장식품라벨통칙 중 상표표시 관련 사항]

- **의무표시사항:** ① 식품 명칭 ② 원료배합표 ③ 순함량과 규격 ④ 생산자(또는 위탁판매자) 명칭·주소·연락처 ⑤ 생산일자와 품질보증기한 ⑥ 보관조건 ⑦ 식품생산허가증명번호 ⑧ 생산품표준부호 ⑨ 기타표시 필요 내용 반드시 포함.
 - 동일 포장 내 생산일자와 품질보증기한이 다른 식품이 혼합되었을 경우 포장 상 표시의 품질보증기한은 보증기간이 가장 짧은 식품의 보증기한으로 계산
 - 연·월·일 순서로 표시
- **품질보증기한 표시 형식**
 - ‘~전이 식용(음용)에 가장 좋음’, ‘~전 식(음)용 하기에 가장 좋음’, ‘~전이 가장 좋음’, ‘~이 날짜 이 전이 가장 좋음’. ‘품질보증기한 ○○개월(또는 ○○일, ○○주일, ○○년)

3.2.2. 쌀 표시제도 운영 실태

- 중국 쌀 표시에 관한 법률은 “중화인민공화국 국가표준 (GB/T 1354-2009)”이며, 국가표준(GB7718-2011)에 부합해야 함.
 - “중화인민공화국 국가표준 (GB/T 1354-2009)”은 중화인민공화국 국가질

량감독검험검역총국 중국국가표준화관리위원회가 발표하며, 국가양식(糧食)국이 표준 제출, 식량과 식용유 표준화기술위원회가 중점 관리, 국가양식국표준품질(質量)센터, 중량(中糧)그룹(集團)무한(武漢)과학연구설계원, 호남(湖南)금전미농(金鍵米農)주식회사, 호남성(湖南省)양유(糧油)식품품질(質量)감시 및 측정소(監測站) 등이 책임 기초함.

- 중국 정부는 상온에서 쌀 제품의 품질보증기한은 3개월 보다 작아서는 안 된다고 규정함(쌀 국가표준GB/T1354-2009). 일반적으로 시중 포장 쌀의 유통기한은 브랜드, 품종, 포장형태별(진공포장, 소포장, 일반포장 등)로 차이가 존재함.
 - 3개월 이상의 구체적인 기한은 제조업자가 자율적으로 결정하여 이에 책임을 지며, 구체적인 표시는 국가표준GB7718-2011 준용
 - 일반적으로 PE(Polyethylene, 폴리에틸렌)포장 18개월, PP(Polypropylene, 폴리프로필렌)포장 12개월 정도까지 적용

- 품질보증기한을 초과한 제품을 판매한 경우(범죄 구성 요건은 충족하지 않는 경우)
 - 현금 이상 인민정부의 식품약품감독관리부문이 위법의 소득 및 위법으로 제조·판매 된 식품, 식품 첨가물을 몰수하는 동시에, 위법 제조·판매에 사용된 기구, 설비, 원료 등의 물품 몰수
 - 불법 제조·판매 식품의 가치가 1만 위안 미만(약 170만 원)인 경우 5만 위안 이상~10만 위안(약 850~1,700만 원)이하 벌금
 - 가치가 1만 위안 이상인 경우 그 가치의 10~20배 이하의 벌금 부과
 - 상황이 심각한 경우 허가 취소

3.3. 일본⁵¹

- 일본의 식품 표시에 관한 업무는 ‘소비자청’이 주관하며, 식품표시에 대한 중요성을 인식하여 기존에 다수의 법률에서 규정되고 있던 농식품 표시에 관한 사항을 2013년 “식품표시법”을 제정(2015년 시행)하여 통합적으로 규정함.⁵²
 - 기존에는 농림축산식품의 표시에 관한 사항이 “농림물자의 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률(Japanese Agricultural Standard: JAS)”(이하 “JAS법”), “식품위생법”, “건강증진법”에 분산되어 규정되어 있었음.
 - “식품표시법”이외에 식품표시에 관련된 법 규정으로 “식품표시법 제15조 규정에 의한 권한 위임 등에 관한 정령”, “식품표시기준”(내각부령) 등이 있음.

- 식품 표시기준은 “식품표시법”에 의거하여 내각 총리대신이 내각부령으로 규정함(동법 제4조 식품표시기준 책정 등). 다만 판매 용도로 제공하는 식품에 관한 표시 기준을 규정할 때 사전에 후생노동장관, 농림수산업장관 및 재무장관과 협의하고, 소비자위원회의 의견을 청취해야 함.

- 일본의 경우 농식품 기한표시는 일반적으로 ① 소비기한과 ② 상미기한으로 표시함. 소비기한은 품질이 급격하게 나빠지기 쉬운 식품 대상으로 표시하며, 상미기한은 소비기한 표시 대상 식품 이외의 식품을 대상으로 함.
 - ‘소비기한’은 규정된 방법에 따라 보존한 경우, 부패, 변패, 기타 품질이 나빠져서 안전성이 결여될 우려가 없다고 인정되는 기간을 나타내는 연

51 식품의약품안전처 웹페이지(<http://mfds.go.kr>: 2018. 3. 12.), 식품안전정보원(2016), 일본 아마존 웹페이지 자료(<https://www.amazon.co.jp>: 2018. 3. 12.) 등을 참조하여 정리함.

52 식품의약품안전처 웹페이지 자료 참조(<http://mfds.go.kr/index.do?mid=1492&seq=20410>: 2018. 3. 12.).

월일을 말함(내각부령 “식품표시기준” 제2조).

- ‘상미기한’은 규정된 방법에 따라 보존한 경우, 부패, 변패, 기타 기대되는 모든 품질 유지가 충분히 가능하다고 인정되는 기한을 나타내는 연월일을 말한다. 단, 해당 기한을 넘긴 경우라도 이들 품질이 유지되는 경우가 있음(내각부령 “식품표시기준” 제2조).
- 포장 쌀의 경우 일반 농식품과 달리 명칭, 원료현미(산지, 품종, 산년, 사용비율), 내용량, 정미연월일, 사업자 이름 또는 명칭·주소·전화번호 등 표시하도록 규정되어 있음. 연산, 정미연월일이 기한표시의 역할을 함.
- 등급(1~3등급·규격외)은 유통·판매단계에서 변동될 수 있기 때문에 의무 표시 대상에서 제외
 - 단일 원료 쌀인 경우 사용 비율 사항 삭제
 - 현미의 경우 ‘정미연월일’을 ‘조제연월일’로 변경
 - 수입품으로 ‘조제연월일’ 또는 ‘정미연월일’이 명확하지 않은 경우에는 이 양식 중 ‘조제연월일’ 또는 ‘정미연월일’을 ‘수입연월일’로 변경
 - 표시자가 정미 공장인 경우 ‘판매자’를 ‘정미공장’으로 변경
- 일본의 경우 현재 식품업계에서 폐기처분되는 제품을 줄이기 위해 유통기한을 월 단위 표시로 전환하는 움직임이 있음.
- 제조일로부터 유통기한이 1년 이상인 품목에 대해 단계적으로 ‘연월일’로 표시하던 방식을 ‘연월’로 전환하고자 함. 이를 통해 기존에 상미기한을 유통기한으로 오인하는 소비자들에 의해 폐기처분되는 식품 규모를 줄이고자 함.

〈표 4-10〉 일본의 농식품 기한표시 일반 사항

표시사항	대상식품	주요 내용
소비 기한	품질이 급격하게 나빠지기 쉬운 식품	<ul style="list-style-type: none"> ■ 소비기한 용어 뒤에 연월일 표시
상미 기한	소비기한 표시 이외의 식품	<ul style="list-style-type: none"> ■ 상미기한 용어 뒤에 연월일 표시(연월일 순) ■ 제조 또는 가공일로부터 상미기한까지의 기한이 3개월을 넘는 경우에는 상미기한이라는 글자를 붙인 그 연월일을 연월 순으로 표시하는 것으로 상미기한이라는 글자를 붙인 그 연월일 표시 대신 가능
표시 생략		<ul style="list-style-type: none"> ■ 전분, 추잉껌, 냉동과일, 설탕, 아이스크림류, 소금(조미료), 주류, 음료수 및 청량음료수, 얼음

자료: 식품의약품안전처 홈페이지 자료(<http://mfds.go.kr/index.do?mid=1492&seq=20410>: 2018. 3. 12.), 식품안전정보원(2016) 참조.

〈그림 4-3〉 일본 쌀 표시 현황



名 称	精 米		
	産 地	品 種	産 年 使用割合
原 料 玄 米	複数原料米		
	国 内 産		10割
内 容 量	5kg		
精米年月日	表示面下部に記載		
販 売 者	幸南食糧株式会社 大阪府松原市三宅西5丁目751番地 TEL 072-332-2041 (代表)		

자료: 일본 아마존 홈페이지 자료(<https://www.amazon.co.jp>: 2018. 3. 12.)

3.4. 기타 국가

3.4.1. EU⁵³

- 유럽연합(EU)의 경우 식품에 관한 기본법은 “(EC) No178/2002”(이하 일반 식품법 178/2002)이며, 식품안전 관련 사항은 일반법규(Regulation)와 집행 법규(Implementing Regulation)로 이원화되어 있음. 일반식품법은 일반원칙과 일반요건을 통해 식품안전 및 표시 등을 포함한 식품 전반에 대한 사항을 담고 있음.

〈표 4-11〉 일반원칙과 일반요건 내용

원칙과 요건의 내용	
일반 원칙	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일반원칙 (제5조) <ul style="list-style-type: none"> - 동물위생과 동물복지 보호, 식물위생과 환경 보호를 고려하면서 인간의 생명과 건강의 높은 수준 보호, 소비자의 보호 추구 - 식품, 사료의 EU 내 자유이동 달성 - 국제기준 고려 ■ 리스크 분석 (제6조) ■ 예방원칙 (제7조) ■ 소비자 이익 보호(제8조) <ul style="list-style-type: none"> - 소비자 이익 보호를 목표로 하고 소비자가 정보에 기초하여 선택할 수 있는 기반 제공 - (a) 부정 혹은 기만적인 관행, (b) 조악한 식품 (c) 소비자를 오인시킬 가능성이 있는 기타 모든 관행의 방지를 목표 ■ 투명성의 원칙 (제9조, 제10조) <ul style="list-style-type: none"> - 일반시민의 자문 - 일반시민의 정보 ■ 식품무역의 일반적인 의무
일반 요건	<ul style="list-style-type: none"> ■ 식품안전의 요건(제14조) ■ 사료안전 요건(제15조) ■ 표시 (제16조) <ul style="list-style-type: none"> - 식품 및 사료 표시, 광고, 프리젠테이션은 소비자를 오인시켜서는 안 됨. ■ 책무 (제17조) <ul style="list-style-type: none"> - 사업자는 식품법 요건을 만족시키고 그 검증을 행함. - 회원국은 식품법 실시와 감시, 검증을 행함.

53 최성희 외(2016: 61-63) 참조.

원칙과 요건의 내용

- 이력추적(제18조)
- 식품에 관한 책임: 식품사업자 (제19조)
- 사료에 관한 책임: 사료사업자 (제20조)
- 제조물 책임 (제21조)

자료: 최성희 외(2016: 62) 참조.

- EU의 식품표시에 관한 법률은 모든 식품에 적용되는 수평적 법률과 개별식품에 적용되는 수직적 법률로 구분됨. 이중 식품표시에 관한 수평적 법률은 ‘일반식품표시지령 2000/13/EC’이며, 의무 표시 항목을 규정함.⁵⁴
 - ‘일반식품표시지령 2000/13/EC’은 ① 회원국 법률의 유사성을 확보하여 영내 시장이 원활하게 기능하도록 하고 ② 소비자 정보 제공·보호 ③ 소비자의 정보에 근거한 선택이 가능하도록 하는 것을 주요 목적으로 함.
- 수직적 법률은 개별 식품에 대한 판매 기준·규칙에 관련된 법률을 포함함.
 - 판매 기준·규칙 대상 품목은 쇠고기, 달걀, 생선 및 가공 청과물, 꿀, 홉, 우유 및 유제품, 올리브 오일, 돼지고기, 가금육, 양고기, 설탕, 와인, 코코아 및 초콜릿 제품, 커피 및 치커리 추출물, 과즙, 잼·젤리·마멀레이드, 스피릿 드링크, 버터, 마가린 및 그 브랜드 등
- 식품 표시는 EU 보건소비자총국(DG SANCO)이 담당함. 그러나 식품 표시 중 보호 원산지 호칭(PDO)·보호 지리적 표시(PGI)·전통적 특성 보증(TSG) 및 유기 농산물·식품 표시는 농업 총국이 담당함.
- EU는 부패성 등을 기준으로 소비기한(use by date)과 품질유지기한(best before date, 상미기한)등을 표시하도록 함. 부패하기 쉬워서 단기간 후에 인간 건강에 즉각적으로 위협할 수 있는 식품의 경우 소비기한을 표시함.

54 지령(Directive)은 회원국에 직접 적용되는 규칙(Regulation)과 달리 회원국에서 국내법으로 전환됨(최성희 외 2016: 62).

- 소비기한은 육류, 유제품, 생선류 등, 쌀을 포함한 이 외의 식품은 품질유지기한을 표시함.
 - 품질유지기한이 경과한 제품의 판매는 법적으로 규제되고 있지 않음(안전성이 보장되고 외관이 오해 소지가 없는 경우 판매 가능).
- 2010년대 이후 EU회원국 간에 음식물 쓰레기를 줄이기 위해 쌀, 건조파스타, 잼 등 장기보관이 가능한 식품에 대해서 품질유지기한을 없애려는 움직임이 지속적으로 전개되고 있음.
- 소비자의 식품기한표시에 대한 낮은 이해 수준으로 음식물 폐기가 과도하게 발생하고 있다고 인식하고 있음.

3.4.2. 호주

- 호주의 경우 호주·뉴질랜드식품규격청(Food Standards Australia New Zealand: FSANZ)이 식품표시에 관한 사항을 관리함. 기한표시에 관한 사항은 “호주·뉴질랜드식품기준”을 근거로 소비기한(use by date)과 품질유지기한(best-before date, 상미기한)으로 구분하여 표시하도록 하고 있음.
- 식품표시 관련 법령에는 호주·뉴질랜드 식품법(“Food Standards Australia New Zealand Act 1991”), 호주·뉴질랜드 식품규정(“Food Standards Australia New Zealand Regulations 1994”), 수입식품관리법(“Imported Food Control Act 1992”) 등이 있음.
- 기한표시 중에서 대부분의 식품은 품질유지기한을 표시하도록 하고 있음. 품질유지기한은 표시된 기한이 지난 경우에도 소비가 가능한 경우 판매가 법적으로 가능함. 이에 비해 소비기한은 건강 또는 안전상의 이유로 일정기한이 경과된 이후에는 섭취하는 것이 적절하지 않다고 판단되는 식품에 표시하도록 하고 있으며, 품질기한과 달리 표시된 기한이 경과된 이후 법적으로 판매하는 것이 금지되어 있음.

- 쌀의 경우 품질유지기한(best-before date) 적용 대상임.
- 품질유지기한과 소비기한의 표시방법은 3개월을 기준으로 3개월 이내인 제품과 이상인 제품으로 구분하여 규정되고 있음. 품질유지기한이 2년 이상인 경우 별도로 표시를 할 필요가 없으며, 품질수명이 7일 미만인 빵 제품은 별도표시(best-before date, baked-for date, baked-on date)를 하여야 함.
 - 품질유지기한(소비기한)이 적용된 날짜로부터 3개월 이내인 경우, 날짜 표시는 일, 월 순으로 표현하며, 최소한 일과 월로 구성하도록 규정
 - 품질유지기한(소비기한)이 적용된 날짜로부터 3개월 이상인 경우 날짜 표시는 월, 연도순으로 표현하며, 최소한 월과 연도로 구성
 - 품질유지기한(소비기한)은 문자로 표시 가능한 월을 제외하고 숫자 형태로 표시해야 함. 월이 문자로 표현된 경우, 월은 일 앞에 올 수 있음.
 - 품질유지기한(소비기한)에 표현된 일, 월, 연도는 구별 가능해야 함.

4. 시사점

- 국내외 주요국의 쌀 기한표시의 주요 특징과 시사점은 다음과 같음.
- 첫째, 국내외적으로 별도의 법령을 근거로 일반식품과는 차별화된 쌀 기한 표시를 하는 대표적인 국가에는 우리나라와 대만이 있음. 우리나라의 경우 “양곡관리법”을 근거로 도정일자, 생산년도, 대만은 “양식관리법”을 근거로 정미일자, 보존기한을 표시하도록 함. 이밖에 중국의 경우 “쌀 국가표준 (GB/T1354-2009)”을 근거로 품질보증기한을 표시하도록 하고 있음.
 - 일본은 우리나라와 유사하게 연산, 정미연월일을 표시하나 개별법이 아닌 농식품 표시를 통합적으로 규정하는 “식품표시법”에 근거하여 표시가 이루어짐.

- EU, 호주의 경우 다른 식품과 동일한 규정을 적용하여 쌀의 경우 품질유지기한을 표시하도록 함.
- 둘째, 보존기한, 품질보증기한, 품질유지기한 등 기한표시를 적용할 경우 해외 주요국은 대체로 쌀을 부패성 등으로 인한 섭취상의 위해 가능성이 낮다고 평가하여 비교적 기한을 길게 표시하고 있음.
 - 예컨대 대만의 경우 쌀의 보존기한이 일반적으로 6개월 정도이며, 진공포장 시에는 9개월에서 12개월까지로도 표시하고 있음.
 - 중국의 경우에도 쌀은 품질보증기간이 3개월 보다 작아서는 안된다고 규정되어 있으며, 일반적으로 12개월에서 18개월까지도 기한을 표시하고 있음.
- 셋째, 중국, 대만 등 일부 국가의 경우 포장, 보관 조건 등을 고려하여 쌀의 보존기한, 품질보증기한 등 기한을 정하고 있으며, 일률적으로 법령에 의해 기한을 설정하지 않고 우리나라의 일반 식품에 있어서 제조업체에 의한 자율적인 기한 결정과 동일하게 업체가 기한을 결정하도록 하고 있음.
 - 대만의 보존기한은 브랜드, 품종과 관련이 없으며 양곡유통업자가 포장, 보관조건 등을 고려하여 스스로 기한을 정함. 일반적으로 6개월 정도이며 진공포장 시 9개월 정도(시중에 12개월 기한표시 제품도 판매)로 표시하고 있음.
 - 중국은 3개월 이상의 구체적인 기한은 제조업체가 자율적으로 결정하여 이에 책임지며, 일반적으로 PE(Polyethylene, 폴리에틸렌)포장 18개월, PP(Polypropylene, 폴리프로필렌)포장 12개월 정도까지 적용함.
- 넷째, EU, 호주 등 쌀에 안전성보다는 품질, 시장성의 개념을 내포하는 품질유지기한을 표시함. 이에 따라 이들 국가는 표시된 품질유지기한이 경과된 경우에도 소비가 가능하다고 판단될 경우 판매가 가능함. 그러나 중국의 경우 품질보증기한을 초과한 제품을 판매한 경우 법적 처분을 받음. 대만의

경우에도 쌀에 표시된 보존기한의 의미는 제조일자로부터 식용안전안심까지의 기한으로, 유효기간(**expiration date**)의 의미를 지닌다는 점에서 EU, 호주 등의 품질유지기한과는 개념에 차이가 있음.

제 5 장

수요 측면에서의 쌀 표시 이용 실태와 기한표시제도 평가

- 이 장에서는 일반 소비자, 외식업체 등 쌀 수요 부문을 대상으로 설문조사를 실시하여 쌀 소비권장기한 표시제에 대한 인식을 조사하여 정리함.

1. 소비자 인식과 평가

1.1. 조사 개요

■ 조사대상 및 범위

- 조사대상: 전국 일반가구의 쌀 구매 경험이 있는 성인 가구원
- 조사지역: 전국 17개 시/도

■ 표본 설계

- 표본 크기
 - 쌀 구매자 700명(가구)을 대상으로 조사

- 표본추출방법: 다단계층화무작위추출법(지역별/가구원수별/연령별/맞벌이 유무별 배분)

■ 조사방법 및 일시

- 조사방법: 온라인조사
- 자료수집도구: 구조화된 설문지(Structured Questionnaire)
- 실시기간: 2018년 1월 8일 ~ 2018년 1월 22일(약 2주간)

■ 응답자 특성

- 응답자는 남성 48.1%, 여성 51.9%로 나타났으며, 연령은 50대 이상이 46.3%, 40대가 26.6%, 30대 19.3%, 20대 7.9% 순임.
 - 지역별로는 권역기준으로 수도권 49.0%, 동남권 15.9%, 충청권 11.0%, 대경권 10.6%, 호남권 10.0%, 강원권 3.6%이며, 읍/면/동 기준으로 동 81.6%, 읍 9.3%, 면 9.1%
 - 가구원 수는 2인 가구 26.3%, 1인 가구 24.9%, 3인 23.1%, 4인 19.6%, 5인 이상 가구 6.1%
 - 가구소득(월평균)은 400-500만 원 미만 20.3%, 300-400만 원 17.7%, 200-300만 원 17.6%, 200만 원 미만 14.7%, 500-600만 원 10.4%, 600-800만 원 9.6%, 800만 원 이상 9.7%
 - 성인 교육 수준은 대졸(전문대 포함)이 68.3%로 가장 비중이 높으며, 고졸 이하 19.9%, 대학원졸(대학원 재 포함)이상 11.9%

〈표 5-1〉 성인 응답자 인구·사회학적 특성

	구분	표본 수(명)	비중(%)
	전체	700	100.0
성별	남성	337	48.1
	여성	363	51.9
연령	20대	55	7.9
	30대	135	19.3
	40대	186	26.6
	50대 이상	324	46.3
거주 지역(권역)	수도권	343	49.0
	동남권	111	15.9
	대경권	74	10.6
	호남권	70	10.0
	충청권	77	11.0
거주 지역(읍/면/동)	강원권	25	3.6
	읍	65	9.3
	면	64	9.1
가구원 수	동	571	81.6
	1인	174	24.9
	2인	184	26.3
	3인	162	23.1
	4인	137	19.6
결혼 여부	5인 이상	43	6.1
	미혼	222	31.7
맞벌이 여부	기혼	478	68.3
	맞벌이	198	44.3
가구소득(월평균)	외벌이	249	55.7
	200만 원 미만	103	14.7
	200~300만 원 미만	123	17.6
	300~400만 원 미만	124	17.7
	400~500만 원 미만	142	20.3
	500~600만 원 미만	73	10.4
	600~800만 원 미만	67	9.6
학력	800만 원 이상	68	9.7
	고졸 이하	139	19.9
	대재/대졸	478	68.3
직업	대학원재/대학원졸 이상	83	11.9
	경영/관리/사무직	282	40.3
	전업주부	113	16.1
	전문직	89	12.7
	자영업	77	11.0
	판매/서비스직	48	6.9
	생산기능직	34	4.9
	무직	35	5.0
기타	22	3.1	

1.2. 조사결과

1.2.1. 쌀 구입 및 소비 행태

가. 조달빈도와 구입 장소⁵⁵

- 쌀 구매가구는 일반적으로 ‘2개월 1회 정도’(41.7%) 쌀을 조달하고 있으며, 다음으로 ‘3~4개월 1회 정도’(28.1%), ‘1개월 1~2회 정도’(15.7%)순으로 평소 쌀을 조달하는 비중이 높은 편임.
 - ‘5-6개월에 1회 정도’(9.7%) 구입하는 가구 비중도 비교적 높은 편임.

〈표 5-2〉 쌀 조달(구입 또는 친지/지인으로부터 얻음) 빈도

단위: %

구분	1개월 1~2회 이상	2개월 1회 정도	3~4개월 1회 정도	5~6개월 1회 정도	7~12개월 1회 정도	합계
비중	15.7	41.7	28.1	9.7	4.7	100.0

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

- 쌀을 구입하는 경우 쌀 구매가구는 대체로 ‘대형할인점’(38.0%)에서 쌀을 구매하며, 이밖에 ‘통신판매’(18.9%), ‘동네 중소형 슈퍼마켓’(15.2%), ‘대기업 운영 중소형 슈퍼마켓’(14.5%)에서 구입하는 비중이 비교적 높은 편임.
 - ‘쌀 전문판매점’(4.2%), ‘재래시장/전통시장’(4.1%), ‘친환경 식품 전문점’(3.3%), ‘백화점 내 식품코너’(0.9%), ‘편의점’(0.1%)을 이용하는 가구 비중은 낮은 것으로 나타남.

⁵⁵ 쌀 조달빈도는 쌀을 구입 또는 친지/지인으로부터 얻는 빈도를 의미함.

〈표 5-3〉 쌀 주 구입 장소

단위: %

구분	비중
대형할인점(홈플러스, 롯데마트, 이마트, 하나로클럽 등)	38.0
통신판매(인터넷, 전화주문, 홈쇼핑 등)	18.9
동네 중소형 슈퍼마켓	15.2
대기업 운영 중소형 슈퍼마켓 (홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, 이마트 에브리데이, 하나로 마트 등)	14.5
쌀 전문판매점	4.2
재래시장/전통시장	4.1
친환경 식품 전문점(생협, 유기농전문점, 초록마을, 한살림 등)	3.3
백화점 내 식품코너	0.9
편의점	0.1
기타	0.8
합계	100.0

주 1) 1순위 가중치 200%, 2순위 100% 적용하여 산정.

2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

나. 구입 중량 및 가격

○ 소비자 가구에서 주로 구입하는 쌀의 중량은 ‘20kg’(44.1%)이었으며, 다음으로 ‘10kg’(36.9%), ‘5kg’(10.1kg)순이었음. ‘4kg’(3.7%), ‘1~3kg’(4.9%) 등 소포장 쌀의 구입 비중은 높지 않은 편이었음.⁵⁶

- 가장 구입이 많은 20kg 포장단위의 경우 평균 46,000원(구매 포장단위 기준)의 쌀을 구입하고 있으며, 10kg은 26,000원, 5kg은 17,000원이었음.

⁵⁶ 일본의 경우는 2018년 1월 기준 포장단위별 판매 비율이 5kg(70.3%), 10kg(19.6%), 2kg(8.7%)로 소포장 위주의 포장이 일반화되어 있음(일본 미곡안정공급확보지원기구 홈페이지 참조, http://www.komenet.jp/pdf/RPM_29-10.pdf: 2018. 3. 8)

〈표 5-4〉 주로 구입하는 쌀의 중량

단위: %

구분		1~3kg	4kg	5kg	10kg	20k	40kg
전체		4.9	3.7	10.1	36.9	44.1	0.3
성별	남성	4.2	2.1	8.9	36.8	47.8	0.3
	여성	5.5	5.2	11.3	36.9	40.8	0.3
연령	20대	7.3	3.6	32.7	32.7	23.6	0.0
	30대	4.4	5.2	15.6	42.2	32.6	0.0
	40대	8.1	2.7	8.6	35.5	44.6	0.5
	50대 이상	2.8	3.7	4.9	36.1	52.2	0.3
월평균 가구소득	200만원 미만	4.9	9.7	11.7	39.8	34.0	0.0
	200~300만원 미만	10.6	0.8	15.4	38.2	35.0	0.0
	300~400만원 미만	4.8	4.0	11.3	30.6	49.2	0.0
	400~500만원 미만	4.9	3.5	6.3	34.5	50.7	0.0
	500~600만원 미만	0.0	2.7	8.2	42.5	46.6	0.0
	600~800만원 미만	1.5	3.0	4.5	37.3	50.7	3.0
	800만원 이상	2.9	1.5	11.8	39.7	44.1	0.0

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-5〉 주로 구입하는 쌀의 평균 가격(중량별)

단위: kg, 원

구분	1kg	2kg	3kg	4kg	5kg	10kg	20k	40k	80kg
평균 가격	7,000	11,000	14,000	16,000	17,000	26,000	46,000	100,000	200,000

주 1) 셋째 자리에서 반올림함.

2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

다. 구입 시 우선 고려 사항

- 쌀 구매가구는 쌀 구입 결정 시 ‘구입가격’(17.5%), ‘생산년도’(16.6%), ‘도정일자’(12.4%), ‘원산지’(12.3%), ‘품종’(11.1%)등을 주로 고려하는 것으로 나타남.

- ‘단백질 함량’(0.6%), ‘인증 여부’(3.6%), ‘등급’(4.7%) 등에 대한 고려 비중은 상대적으로 낮은 편이었음.

〈표 5-6〉 쌀 구입시 고려 사항

단위: %

구분	비중
구입가격	17.5
생산년도(예: 2017년산)	16.6
도정일자(도정년월일)	12.4
원산지(예: 국내산, 중국산, 미국산)	12.3
품종(예: 혼합미, 일반미, 고시히카리, 신동진 등)	11.1
생산지역(예: 경기미)	8.5
제품 브랜드(예: 임금님표 이천쌀, 햇사래 경기미 등)	7.5
등급(특, 상, 보통, 미검사로 표시)	4.7
인증 여부 (무농약·유기농 등 친환경 인증, 우수농산물(GAP), HACCP, 지자체 인증 등)	3.6
쌀의 외관(선별상태 등을 포장지를 통해서 확인)	1.4
생산·가공판매자	1.3
포장상태	1.1
단백질 함량(수, 우, 미, 미검사로 표시)	0.6
기타	1.3
합계	100.0

주 1) 1순위 가중치 200%, 2순위 100% 적용하여 산정.

2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

라. 가정 내 쌀 보관방법

- 소비자들은 주로 쌀을 구입한 후 ‘보관용기에 별도로 담아 실온 보관’(43.6%) 하고 있었음. 그러나 ‘구입 시 포장상태 그대로 실온 보관’(37.9%)하는 비중도 높은 편이었음. 냉장보관을 하는 가구 비중은 18.4%에 불과하였음.

- 남성(43.3%), 20대(52.7%), 월평균 가구소득 400만 원 미만인 경우가 상

대적으로 ‘구입 시 포장상태 그대로 실온 보관’하는 경우가 많았음. ‘구입 후 보관용기에 별도로 담아 실온 보관’하는 경우는 특히 50대 이상은 49.4%로 절반 수준에 달하였음. ‘구입 후 보관용기에 별도로 담아 냉장 보관’하는 경우는 남성(8.0%)에 비해 여성(17.1%)에서 높은 편이었음.

〈표 5-7〉 쌀 보관방법

단위: %

구분		구입 시 포장상태 그대로 실온 보관	구입 시 포장상태 그대로 냉장 보관	구입 후 보관용기에 별도로 담아 실온 보관	구입 후 보관용기에 별도로 담아 냉장 보관	기타
전체		37.9	5.7	43.6	12.7	0.1
성별	남성	43.3	5.9	42.7	8.0	0.0
	여성	32.8	5.5	44.4	17.1	0.3
연령	20대	52.7	7.3	23.6	16.4	0.0
	30대	36.3	7.4	40.0	15.6	0.7
	40대	36.0	4.8	41.9	17.2	0.0
	50대 이상	37.0	5.2	49.4	8.3	0.0
월평균 가구 소득	200만원 미만	39.8	9.7	38.8	11.7	0.0
	200~300만원 미만	41.5	6.5	40.7	10.6	0.8
	300~400만원 미만	46.8	3.2	42.7	7.3	0.0
	400~500만원 미만	33.8	5.6	46.5	14.1	0.0
	500~600만원 미만	32.9	5.5	47.9	13.7	0.0
	600~800만원 미만	35.8	7.5	40.3	16.4	0.0
	800만원 이상	27.9	1.5	50.0	20.6	0.0

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

- 소비자들은 쌀 품질을 유지하는데 있어서 ‘습기 없는 곳에 보관’하는 것을 가장 중요시하는 반면(5점 척도 기준 평균 4.45점), ‘개봉 후 냉장 보관’(3.40점)하거나 ‘밀폐된 용기에 보관’(3.86점)하는 것에 대해서는 상대적으로 중요도를 낮게 평가함. 실제로 가정에서 쌀 품질 유지를 위해서 실천하는 항목으로는 ‘햇빛 안드는 곳에 보관’(4.26점)의 실천 수준이 높은 편이

었으며, 중요도에 대한 평가와 마찬가지로 ‘개봉 후 냉장 보관’(2.77점)하거나 ‘밀폐된 용기에 보관’(3.42점)의 실천 수준이 상대적으로 낮은 편인 것으로 나타남.

〈표 5-8〉 쌀 품질 유지에 대한 보관방법별 중요도 및 실천도(5점 척도)

단위: 점

구분	습기없는 곳에 보관	햇빛 안드는 곳에 보관	서늘한 곳에 보관	개봉 후 냉장 보관	밀폐된 용기에 보관	평균
중요도	4.45	4.38	4.39	3.40	3.86	4.10
실천도	4.09	4.26	4.15	2.77	3.42	3.74

- 주 1) 전혀 중요하지 않음=1, 매우 중요함=5
2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

1.2.2. 쌀 품질 관련 인식

가. 쌀 포장단위 만족도

- 소비자들은 대체로 현재 시중에서 판매되고 있는 쌀의 포장단위에 만족하고 있었음(81.1%). 현재 포장단위 이외에 희망하는 포장단위가 있는 소비자들의 경우(18.9%) ‘500g’(31.1%)의 소포장 단위를 희망하는 비중이 높았으며, 2.5kg 이하의 소포장 단위를 선호하는 소비자의 비중이 45.6%에 달하였음.
- 이밖에 ‘15kg대’(18.9%), ‘30kg’(9.1%), ‘8kg’(9.1%), ‘2.5kg(6.1%) 등에 대한 선호 비중이 상대적으로 높은 편이었음.

〈표 5-9〉 시중 판매 쌀 포장단위 만족 여부

단위: %

구분	만족	불만족	합계
비중	81.1	18.9	100.0

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-10〉 시중 판매 쌀 포장단위 이외에 희망 포장 단위

단위: %

구분	500g 미만	500g	501g ~1kg	1.1 ~1.5kg	2.5k	6kg대	7kg대
비중	2.3	31.1	2.3	3.8	6.1	2.3	10.6
구분	8kg대	9kg대	12kg대	15kg대	25kg	30kg	합계
비중	9.1	1.5	0.8	18.9	0.8	9.1	100.0

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

나. 쌀 품질 불만족 및 반품 경험

○ 쌀 품질에 대한 불만족 경험이 있는 소비자가 전체의 45.0%였음. 불만족한 경험은 40-50대 이상, 월평균 가구소득 600만 원 이상인 소비자 계층에서 상대적으로 높았음. 소비자들의 주요 불만족 경험 요인은 구매한 쌀이 ‘오래 묵은 쌀 느낌’(38.7%)이 있거나, ‘벌레 발생’(17.2%), ‘짜라기 쌀 포함’(12.4%) 등이었음.

- ‘구입 후 도정일자가 많이 경과된 제품임을 확인한 경우’는 전체의 8.6%였으며, 해당 사례에서 도정 이후 날짜가 경과한 정도는 ‘3~4개월’(26.0%)이 가장 많았으며, 다음으로 ‘5~6개월’(22.6%), ‘7~12개월’(18.9%), ‘2개월’(15.1%) 순임.

〈표 5-11〉 쌀 품질에 대한 불만족 경험 여부

단위: %

구분		경험이 있다	경험이 없다
전체		45.0	55.0
성별	남성	44.5	55.5
	여성	45.5	54.5
연령	20대	40.0	60.0
	30대	34.8	65.2
	40대	44.6	55.4
	50대 이상	50.3	49.7

구분		경험이 있다	경험이 없다
월평균 가구소득	200만원 미만	44.7	55.3
	200~300만원 미만	42.3	57.7
	300~400만원 미만	44.4	55.6
	400~500만원 미만	46.5	53.5
	500~600만원 미만	42.5	57.5
	600~800만원 미만	49.3	50.7
	800만원 이상	47.1	52.9

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-12〉 쌀 품질에 대한 불만족 이유(중복 응답)

단위: %

구분	비율
오래 묵은 쌀 느낌	38.7
벌레발생	17.2
싸라기 쌀 포함	12.4
구입 후 도정일자가 많이 경과된 제품임을 확인	8.6
변질	8.5
이물질 혼입	5.0
백미 이외의 다른 종류 쌀 섞임	3.4
포장지에 도정일 이중 부착 등 표시 오류	2.4
중량미달	2.1
찰기 부족/식감 불만족	1.6
합계	100.0

주 1) 쌀 품질과 관련하여 '불만족한 경험이 있다'고 응답한 315명 대상

2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-13〉 쌀 품질에 대한 불만족 사항 관련 도정 이후 날짜가 경과한 정도

단위: %

구분	1개월	2개월	3~4 개월	5~6 개월	7~12 개월	13개월 이상	합계
비중	7.5	15.1	26.4	22.6	18.9	9.4	100.0

주 1) '구입 후 도정일자가 많이 경과된 제품임을 확인'에 대해 응답한 53명 대상

2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

- 그러나 절반 정도의 소비자가 불만족 경험이 있음에도 불구하고 실제로 반품을 한 경험이 있는 소비자는 전체의 9.6%에 불과하였음. 쌀 반품의 주요 요인은 쌀 품질에 대한 불만족 경험의 요인과 유사하게 ‘오래 묵은 쌀 느낌’(31.3%)이 가장 높은 비중을 점하였으며, 다음으로 ‘벌레 발생’(19.8%), ‘이물질 혼입’(13.7%), ‘변질’(11.5%), ‘싸라기 쌀 포함’(11.5%) 순이었음.

〈표 5-14〉 구입한 쌀에 대한 불만족으로 반품한 경험 여부

단위: %

구분	경험이 있다	경험이 없다	합계
비중	9.6	90.4	100.0

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-15〉 쌀 반품 사유(중복 응답)

단위: %

구분	비율
오래 묵은 쌀 느낌	31.3
벌레발생	19.8
이물질 혼입	13.7
변질	11.5
싸라기 쌀 포함	11.5
구입 후 도정일자가 많이 경과된 제품임을 확인	5.3
백미 이외의 다른 종류 쌀 섞임	3.8
중량미달	1.5
포장지에 도정일 이중 부착 등 표시 오류	1.5
합계	100.0

주 1) 쌀을 ‘반품한 경험이 있다’고 응답한 67명 대상

2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

1.2.3. 농식품 기한표시 인식 및 활용 일반 실태

가. 기한표시 인지 및 이해 수준

- 국내외적으로 유통기한, 소비기한, 상미기한, 품질유지기한 등 다양한 기한 표시 관련한 용어들이 사용되고 있음. 소비자들은 대체로 유통기한에 대해서 어느 정도 아는 편인 것으로 조사되었으나(4점 척도 기준 평균 3.26점), 우리나라에서 일반적으로 사용되지 않는 상미기한(1.78점)에 대해서는 잘 모르고 있었음. 이밖에 품질유지기한(2.13점), 판매기한(2.39점), 보존기한(2.41점) 등에 대해서도 인지도가 높은 수준은 아닌 것으로 나타남.⁵⁷

〈표 5-16〉 식료품 기한 표시 인지 정도(4점 척도)

단위: 점

구분	유통기한	소비기한	상미기한	품질유지 기한	판매기한	보존기한
비중	3.26	2.80	1.78	2.13	2.39	2.41

- 주 1) 전혀 모름=1, 들어본 적은 있음=2, 내용을 어느 정도 아는 편임=3, 매우 잘 암=4
2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

- 소비자들은 대체로 기한표시의 유형 및 개념과 상관없이 식품에 표시된 기한이 지난 경우 시중에서 판매할 수 없으며, 기한내로 섭취해야 함을 의미하는 표시라고 인지하였음.

- 개념적(명시적)으로 기한이 지난 이후에 시중에서 판매할 수 없는 표시

⁵⁷ 설문조사에서 개별 기한표시의 의미가 명시적으로 제공되지는 않았음. 그러나 유통기한은 소비자에게 판매가 허용되는 최종기한, 소비기한은 식품을 섭취해도 건강이나 안전에 이상이 없을 것으로 판단되는 최종기한, 상미기한은 식품의 맛(품질)이 유지되는 기한(품질유지기한과 유사 개념), 품질유지기한은 제품이 완전한 시장성을 유지하고 특정 품질을 유지하는 최종기한, 판매기한은 소비자에게 판매가 허용되는 최종기한(유통기한과 유사 개념), 보존기한은 대만에서 주로 사용되는 것과 같이 제조일자로부터 식용안전안심까지의 기한을 의미하는 것으로서 상정하고 설문 조사를 진행함.

는 유통기한, 소비기한, 판매기한 등이지만, 소비자가 개념상 판매할 수 없다고 인정한 비율이 기한표시별로 64%~88%수준임.

- 개념적(명시적)으로 기한 내로 섭취해야 함을 의미하는 표시는 소비기한 정도이지만 소비자들은 제시된 기한표시들이 대체로 기한내로 섭취해야 하는 표시라고 인지하고 있었음(기한표시별로 60~83%수준).

〈표 5-17〉 식품 기한표시를 ‘시중에서 판매할 수 없는 기한’으로 인지 여부

단위: %

구분	유통기한	소비기한	상미기한	품질유지기한	판매기한	보존기한
비중	87.9	76.1	64.7	68.7	82.9	77.0

- 주 1) ‘예’(판매할 수 없는 기한으로 인지) 응답만 정리함.
2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-18〉 식품 기한표시를 ‘표시된 기한내로 섭취해야 함’으로 인지 여부

단위: %

구분	유통기한	소비기한	상미기한	품질유지기한	판매기한	보존기한
비중	64.6	81.0	66.7	73.4	60.4	82.7

- 주 1) ‘예’(표시된 기한 내로 섭취해야 하는 기한으로 인지) 응답만 정리함.
2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

- 소비자들의 기한표시와 관련한 세부적인 이해 수준을 파악하기 위해 기한 표시와 관련한 문제를 제시하고 소비자들에게 정답 여부를 판단하도록 하였음. 조사 결과 소비자들의 기한표시에 관한 이해 수준은 높지 않은 편인 것으로 나타남.

- 평균 정답률은 35.0%였으며, 유통기한의 개념(소비자에게 판매가 허용되는 기한)에 대해서는 비교적 이해도가 높은 반면(82.7%), 품질유지기한 관련한 3개 문항(10~17%)과 상미기한(7.9%)에 관한 문항의 정답률은 매우 낮았으며, 이밖에 문항에 대해서도 정답률이 높은 편이 아니었음.

〈표 5-19〉 기한표시 이해 수준

단위: %

구분	맞다	틀리다	모르겠다
유통기한이란 소비자에게 판매가 허용되는 기한이다	82.7	13.6	3.7
유통기한은 식품이 변질되기 시작하는 기간을 기준으로 정한다	35.7	48.6	15.7
유통기한이란 보관방법을 준수하고 개봉하지 않은 상태일 때 소비자가 섭취 가능한 기한이다	58.9	31.9	9.3
유통기한은 식품별 특성에 맞춰 업체가 자율적으로 설정한다	32.6	46.7	20.7
품질유지기한은 부패, 변질의 위험이 상대적으로 높은 제품에 표시한다	53.6	16.1	30.3
품질유지기한은 섭취 가능한 품질을 유지하는 기한을 알려준다	67.9	10.3	21.9
우리나라에서는 식품에 품질유지기한을 표시하지 않고 있다	43.6	17.0	39.4
일반적으로 소비기한은 유통기한보다 길다	68.1	12.7	19.1
상미기한은 식품의 안전한 섭취가 가능한 기간을 알려준다	37.9	7.9	54.3
평균 정답률	35.0%		

주 1) 정답은 음영표시함.

2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

나. 기한표시 사항 확인 및 활용 수준

- 소비자들은 식품 구입시 대체로 유통기한, 제조일자 등 식품에 부착된 기한 표시 사항을 확인하는 것으로 나타남(5점 척도 기준 4.24점). 여성(4.33점), 40-50대 이상에서 상대적으로 기한표시를 확인하는 비중이 높은 편이었으며, 저소득보다는 상대적으로 고소득에서 기한표시를 확인하는 비중이 높은 것으로 나타남.

〈표 5-20〉 식품 구입시 기한표시 사항 확인 정도

단위: 점

구분		5점 척도
전체		4.24
성별	남성	4.15
	여성	4.33
연령	20대	4.13
	30대	4.00
	40대	4.30
	50대 이상	4.33
월평균 가구소득	200만원 미만	4.16
	200~300만원 미만	4.10
	300~400만원 미만	4.16
	400~500만원 미만	4.39
	500~600만원 미만	4.21
	600~800만원 미만	4.31
	800만원 이상	4.43

주 1) 전혀 확인하지 않음=1, 항상 확인함=5
 2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

- 소비자들은 기한표시를 확인하는 경우 ‘대체로 제조된 지 얼마 되지 않았고, 이용(섭취)할 수 있는 유통기한이 많이 남은 제품을 고르기 위해 노력’하는 것으로 나타남(58.1%). ‘기한 표시에 구매받지 않고 구입’하는 비중은 3.7%에 불과하였음. 여성이 남성보다 기한표시를 활용하여 식품을 구입하고 있었으며(61.7%), 연령대가 높을수록, 월평균 가구소득이 400-600만 원대 인 경우 비교적 기한표시를 활용하여 식품을 구입하는 것으로 나타남.

〈표 5-21〉 제품 선택 시 기한표시 활용 여부

단위: %

구분		대체로 제조된 지 얼마 되지 않았고, 이용(섭취)할 수 있는 기한이 많이 남은 제품을 고른다	대체로 이용(섭취)할 수 있는 기한이 많이 남은 제품을 고른다	대체로 표시된 기한이 지나지 않은 제품이라면 기한(날짜)에 별로 구애받지 않고 구입한다
전체		58.1	38.2	3.7
성별	남성	54.1	41.1	4.8
	여성	61.7	35.7	2.7
연령	20대	46.2	48.7	5.1
	30대	52.0	44.9	3.1
	40대	57.3	40.1	2.5
	50대 이상	62.3	33.3	4.3
월평균 가구 소득	200만원 미만	53.8	42.3	3.8
	200~300만원 미만	56.3	36.5	7.3
	300~400만원 미만	56.1	39.8	4.1
	400~500만원 미만	63.9	32.0	4.1
	500~600만원 미만	66.1	32.2	1.7
	600~800만원 미만	51.8	46.4	1.8
	800만원 이상	55.7	44.3	0.0

주 1) 기한표시 사항 확인 여부에서 '보통', '확인하는 편' '항상 확인'으로 응답한 570명 대상 조사
 2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

- 소비자들은 기한표시의 유형과 상관없이 대체로 기한별로 만료가 임박한 경우 해당 제품의 구매의향이 거의 없는 편이었으며(5점 척도 기준 2.7~2.9 점), 표시 기한 만료가 임박하여 가격 할인을 하는 경우에도 구매 의향이 현저하게 증가하지 않았음(3.1~3.5점).
- 실제로 소비자들은 평소 유통기한 임박한 제품을 구매한 경험은 높지 않은 편임(5점 척도 기준 3.56점). 그러나 가정 내에서 구매하여 보관하는 과정에서 유통기한이 지난 경우에는 대체로 무조건 폐기하기(12.1%) 보다는 섭취 가능 여부를 확인한 후 폐기할 지를 결정하는 것으로 나타남(87.7%).

〈표 5-22〉 식품 표시 기한별로 만료가 임박한 경우 제품 구매의향(5점 척도)

단위: 점

구분	유통기한	소비기한	품질유지기한 (상미기한)
구매의향	2.90	2.72	2.69
가격 할인시 구매의향	3.53	3.19	3.13

- 주 1) 의향이 전혀 없음=1, 의향이 매우 있음=5
 2) 품질유지기한과 상미기한은 일반적으로 유사하게 활용되어, 이 문항에서는 단일하게 제시함.
 3) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-23〉 식료품 구매시 유통기한 임박 제품 구매한 실제 경험(비중)

단위: %, 점

구분	전혀 경험이 없음	경험이 없음	보통임	경험이 있음	경험이 많음	평균 (5점 척도)
비중	4.3	11.1	24.3	44.7	15.6	3.56

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-24〉 식품 구매 후 가정 내에서 보관하다 유통기한이 지난 경우 처리 방법

단위: %

구분		섭취가능 확인 후 결정	무조건 폐기	기타
전체		87.7	12.1	0.1
성별	남성	86.1	13.9	0.0
	여성	89.3	10.5	0.3
연령	20대	87.3	12.7	0.0
	30대	85.9	14.1	0.0
	40대	85.5	14.5	0.0
	50대 이상	89.8	9.9	0.3
월평균 가구소득	200만원 미만	90.3	9.7	0.0
	200~300만원 미만	87.8	12.2	0.0
	300~400만원 미만	90.3	9.7	0.0
	400~500만원 미만	85.9	13.4	0.7
	500~600만원 미만	83.6	16.4	0.0
	600~800만원 미만	89.6	10.4	0.0
	800만원 이상	85.3	14.7	0.0

- 주 1) 기타는 '애완동물 식사용'
 2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

다. 기한표시 적용에 관한 인식과 평가

- 소비자들은 대체로 기한표시가 ‘식품선택’(4.05점)과 ‘식품안전성’(4.03점), ‘양질식품공급(3.94점)에 효과가 있다고 평가하였음. 그러나 현재 유통기한, 품질유지기한이 제조/판매업체에 의해 자율적으로 결정되고 있으나, 소비자들은 이러한 관련업체에 의한 기한표시 자율적 결정에 대해서는 대체로 부정적으로 인식하고 있었음(5점 척도 기준 평균 2.65점).

〈표 5-25〉 식료품에 표시된 유통기한 등의 날짜가 경제/사회적으로 주는 긍정적 효과(5점 척도)

단위: 점

구분	자원낭비 예방	환경오염 예방	업체 경제적 효과	식품선택 도움	양질식품 공급	식품안전성
비중	3.56	3.60	3.60	4.05	3.94	4.03

주 1) 전혀 그렇지 않음=1, 매우 그러함=5
 2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-26〉 유통기한, 품질유지기한에 대한 제조/판매업체의 자율적 결정에 대한 의견(비중)

단위: %, 점

구분	전혀 적절하지 않음	적절하지 않음	보통임	적절함	매우 적절함	평균 (5점 척도)
비중	16.6	27.0	34.6	18.3	3.6	2.65

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

1.2.4. 쌀 품질 및 기한표시 관련 인식과 실태

가. 쌀 표시사항 확인 현황

- 쌀 구입 시 포장에 기재된 표시사항에 대해서 소비자들은 대체로 확인하는 편(66.6%)인 것으로 나타남. 주요 표시사항 중에서 생산연도(33.7%), 도정 일자(26.4%)를 확인하는 비중이 가장 높았으며, 단백질 함량(1.2%), 등급(7.9%)을 확인하는 소비자의 비중은 낮은 편이었음.

〈표 5-27〉 쌀 구입 시 포장에 기재된 표시사항 확인 정도

단위: %, 점

구분	전혀 확인하지 않음	확인하지 않는 편임	보통임	확인하는 편임	항상 확인함	평균 (5점 척도)
비중	1.4	5.3	26.7	40.0	26.6	3.85

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-28〉 쌀 구입 시 확인하는 표시사항

단위: %

구분	비중
생산연도	33.7
도정일자(도정연월일)	26.4
원산지	16.9
품종	13.8
등급	7.9
단백질함량	1.2
합계	100.0

주 1) 1순위 가중치 200%, 2순위 100% 적용하여 산정.

2) 표시사항 확인 정도에 '보통', '보통 확인함', '항상 확인함'을 응답한 653명 대상

3) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

나. 도정일자 확인 및 이용 현황

- 쌀 구입 시 도정일자의 경우 72.5%의 소비자가 확인하는 편이었음. 또한 소비자들은 매장에 진열된 제품 중 대체로 최근 도정일자가 표시된 제품을 구매하기 위해 노력한다고 응답하였음(78.2%).

〈표 5-29〉 쌀 구입시 도정일자 확인 및 최근 도정일자 제품 구매 노력 정도(비중)

단위: %, 점

구분	전혀 안함	안하는 편임	보통 이다	하는 편임	항상 함	평균 (5점 척도)
도정일자 확인 정도	2.3	4.0	21.1	39.4	33.1	3.85
최근 도정일자 쌀 구매 노력 정도	0.2	1.5	20.1	44.8	33.4	4.10

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

- 소비자들은 대체로 쌀의 구매 시 포장지에 표시된 도정일자가 1달 정도까지 경과한 제품을 구매하는 비중이 높은 편이었음. 구체적으로 3-4주일(24.2%), 1주일(20.4%), 1주일(20.7%)순으로 비중이 높은 편이었음. 또한 소비자들이 쌀 구입시 용인 가능한 최대 경과기한은 3-4주일(24.7%), 2주일(18.6%), 2개월(17.6%), 3-4개월(16.4%) 순으로 높은 편이었음.

〈표 5-30〉 평소 구매 쌀 제품의 도정일자 경과 기한

단위: %

구분	1주일	2주일	3-4주일	2개월	3-4개월	5-6개월	7-12개월	기타
비중	20.7	20.4	24.2	13.7	11.9	4.7	3.0	1.2

주 1) 도정일자 확인을 '보통임', '보통 그러함', '항상 그러함'에 응답한 656명 대상
 2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-31〉 표시된 도정일자에서 구매의사가 있는 최대 경과 기한

단위: %

구분	1주일	2주일	3-4주일	2개월	3-4개월	5-6개월	7-12개월	13개월 이상	기타
비중	8.1	18.6	24.7	17.6	16.4	6.9	5.7	1.0	1.0

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

- 쌀 구매시 제품포장의 도정일자를 확인하는데 어려움을 경험한 소비자(23.5%)는 많은 편은 아니었음. 그러나 어려움이 없다고 응답한 소비자도 32.8%에 불과하였음. 소비자들은 대체로 도정일자가 표시된 위치를 찾기 어려우며(42.0%), 인쇄상태 불량, 작은 글씨 등으로 도정일자를 알아보기 어려운(32.7%)점을 도정일자를 확인하기 어려운 주요 이유로 제시하였음.

〈표 5-32〉 쌀 구매시 제품포장의 도정일자 확인에 어려움을 경험한 정도

단위: %, 점

구분	전혀 없음	보통 없음	보통임	보통 있음	매우 있음	평균 (5점 척도)
전체	11.1	21.7	44.6	18.1	4.4	2.83

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-33〉 도정일자 확인시 어려운 점

단위: 명, %

구분	비율
도정일자가 표시된 위치를 찾기 쉽지 않음	42.0
도정일자를 알아보기 어려움	32.7
도정일자를 알아보기 어렵게 제품이 진열되어 있음	16.2
온라인에서 구매시 정보를 확인하기 어려움	9.1
합계	100.0

- 주 1) 1순위 가중치 300%, 2순위 200%, 3순위 100% 적용하여 산정.
 2) 표시사항 확인 정도에 '보통 있음', '매우 있음'을 응답한 158명 대상 조사
 3) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

다. 쌀 기한표시 기한 평가

○ 소비자들은 품질유지기한의 경우 평균 6.8개월, 소비기한 6.0개월, 유통기한은 4.7개월 정도인 것으로 평가함. 또한 이러한 기한들이 계절/기후에 영향을 받는다고 생각하였으며(5점 척도 기준 4.39점), 계절별로 기한을 달리 표시할 필요가 있다고 생각하였음(4.04점).

- 봄철의 경우 표시 유형별로 기한이 4.3~5.6개월, 여름철 2.7~3.8개월, 가을철 4.6~5.9개월, 겨울철 5.7~7.1개월 정도인 것으로 평가함.

〈표 5-34〉 각 기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점

단위: %

구분	1주	2주	3주	1개월	2개월	3개월	4개월	5개월	6개월
품질유지기한	2.9	3.1	1.1	9.9	8.7	11.3	3.0	4.1	18.3
소비기한	3.0	4.3	1.9	9.9	10.4	12.0	4.4	3.9	18.4
유통기한	5.1	5.3	3.0	14.9	11.6	13.3	3.0	3.1	19.3
구분	7개월	8개월	9개월	10개월	11개월	12개월	13개월 이상	평균 개월수	
품질유지기한	1.3	1.0	1.4	2.6	1.3	26.0	4.0	6.8	
소비기한	1.3	1.4	1.6	3.1	1.1	20.4	2.9	6.0	
유통기한	1.1	1.0	1.6	2.9	0.6	13.3	1.0	4.7	

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-35〉 쌀의 품질유지 및 소비 가능 기한이 계절/기후의 영향을 받는다고 생각하는 정도

단위: %, 점

구분	전혀 영향이 없음	영향이 없음	보통임	영향이 있음	영향이 매우 있음	평균 (5점 척도)
비중	0.0	0.4	11.1	37.1	51.3	4.39

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-36〉 쌀의 기한 정보 제공시 계절별 표시 차별화 필요성

단위: %, 점

구분	전혀 필요가 없음	필요가 없음	보통임	필요가 있음	매우 필요 있음	평균 (5점 척도)
비중	0.6	2.1	21.0	45.4	30.9	4.04

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-37〉 계절별·기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점(1)

단위: %

구분		1주	2주	3주	1 개월	2 개월	3 개월	4 개월	5 개월	6 개월
봄철	품질유지기한	2.1	3.2	2.9	9.3	11.0	13.2	4.7	5.1	16.9
	소비기한	2.2	4.0	3.8	10.0	11.2	15.0	5.1	6.2	17.0
	유통기한	3.7	5.9	5.1	12.8	13.1	13.7	5.0	6.0	16.2
여름철	품질유지기한	5.1	7.0	5.6	15.0	12.3	14.5	8.2	2.8	12.2
	소비기한	5.7	8.4	5.7	16.0	14.4	14.8	7.8	3.7	10.6
	유통기한	8.4	12.2	6.3	18.6	11.7	14.8	7.2	2.9	11.0
가을철	품질유지기한	1.8	3.7	3.1	8.2	10.1	11.2	5.7	5.7	16.4
	소비기한	1.8	4.6	3.2	9.1	10.1	12.5	5.9	6.9	17.2
	유통기한	2.5	6.9	4.8	11.2	11.2	12.9	5.6	6.0	16.3
겨울철	품질유지기한	1.2	2.1	2.3	6.2	7.9	10.6	5.3	4.0	14.4
	소비기한	1.3	2.3	2.9	6.8	9.0	10.4	5.0	5.6	15.0
	유통기한	1.9	4.0	3.8	10.6	8.5	10.7	5.7	4.8	15.6

주 1) '쌀의 기한 정보 제공시 계절별 표시에 대한 필요성'에 대해 '보통임', '보통 필요가 있음', '매우 필요 있음'에 대해 응답한 681명 대상

2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-38〉 계절별·기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점(2)

단위: %

구분		7개월	8개월	9개월	10 개월	11 개월	12 개월	13 개월 이상	평균개월 수
봄철	품질유지기한	2.1	3.7	3.8	4.3	1.0	15.1	1.6	5.6
	소비기한	1.8	3.2	2.9	4.4	0.4	11.9	0.9	5.1
	유통기한	1.0	2.9	1.5	4.6	0.7	7.3	0.6	4.3
여름철	품질유지기한	1.3	3.5	3.4	4.1	0.3	4.0	0.6	3.8
	소비기한	1.2	3.2	1.6	3.8	0.4	2.3	0.3	3.4
	유통기한	0.6	1.9	0.6	1.9	0.1	1.5	0.1	2.7
가을철	품질유지기한	1.8	4.1	3.5	5.6	1.3	16.0	1.8	5.9
	소비기한	1.6	3.4	3.8	6.0	0.6	12.0	1.3	5.4
	유통기한	1.0	3.8	3.5	4.7	0.3	8.5	0.7	4.6
겨울철	품질유지기한	2.3	6.0	2.3	5.0	1.5	25.3	3.7	7.1
	소비기한	2.8	6.2	2.8	5.3	2.6	20.0	2.1	6.5
	유통기한	2.3	6.0	2.3	5.0	1.8	16.0	0.9	5.7

- 주 1) '쌀의 기한 정보 제공시 계절별 표시에 대한 필요성'에 대해 '보통임', '보통 필요가 있음', '매우 필요 있음'에 대해 응답한 681명 대상
 2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

○ 그러나 계절별 기한표시가 제품 가격의 인상 요인으로 작용할 경우 소비자의 계절별 표시에 대한 필요성 인식은 기존에 4.04점에서 3.37점으로 0.67점이 감소하는 것으로 나타남.

- 제품가격 인상에도 불구하고 계절별 기한표시 도입에 대해서 찬성하는 소비자 중에서 1-5% 정도의 가격인상을 추가 부담할 의향이 있는 소비자의 비중이 47.6%로 가장 높았음. 평균적인 부담의향은 8.6% 정도였음.

〈표 5-39〉 계절별 기한표시로 인해 제품 가격이 인상한다면, 계절별 표시에 대한 필요성 정도(비중)

단위: %

구분	전혀 필요가 없음	필요가 없음	보통임	필요가 있음	매우 필요가 있음	평균 (5점 척도)
비중	3.6	11.6	37.7	38.4	8.7	3.37

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-40〉 계절별 기한표시로 인한 제품 가격상승 시 추가 부담이 가능한 정도

단위: %

추가 부담률	1-5%	6-10%	11-15%	16-20%	21-25%	26-30%	31-35%	36-40%	41% 이상	평균
비중	47.6	39.7	1.5	9.1	0.2	0.5	0.0	0.2	1.2	8.62

주 1) '계절별 기한표시로 인한 가격 인상'의 필요성에 대해 '보통임', '보통 필요가 있음', '매우 필요가 있음'에 대해 응답한 594명을 대상으로 조사함.

2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

○ 소비자들은 쌀 선택 시 생산년도, 도정일자 등의 기한표시가 유용한 정보로 작용한다고 인식하였으며(5점 척도 기준 4.00점), 현재 제공되는 정보 이외에 추가적인 기한표시와 관련된 정보 제공의 필요성에 대해서는 필요하다는 응답이 전체의 58.3% 수준이었음.

- 추가정보 제공이 필요한 주요 이유로는 식품안전성 확보(51.0%), 소비자 알권리 보장(37.7%), 고품질 쌀 구매(11.3%) 순으로 응답하였으며, 추가 정보로 희망하는 기한표시의 경우 유통기한, 소비기한, 품질유지기한 등 3개 기한표시에 대해서 대체로 비슷한 수준인 것으로 나타남.

〈표 5-41〉 쌀 선택시 쌀 기한표시가 유용한 정보로 작용하는 정도(비중)

단위: %, 점

구분	전혀 그렇지 않음	그렇지 않음	보통임	보통 그러함	매우 그러함	평균 (5점 척도)
비중	0.4	0.9	24.0	47.7	27.0	4.00

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-42〉 현재 제공 정보(생산년도·도정일자) 외 추가 정보(유통·소비상미 기한 등) 제공 필요성

단위: %, 점

구분	전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통임	보통 필요함	매우 필요함	평균 (5점 척도)
비중	1.9	5.0	34.9	43.6	14.7	3.64

주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-43〉 추가 기한 정보 제공이 필요하다고 생각하는 이유 (비중)

단위: %, 명

구분		식품안전성 확보	소비자 알권리 보장	고품질 쌀 구매
전체		51.0	37.7	11.3
성별	남성	49.5	43.2	7.3
	여성	52.5	32.2	15.3
연령	20대	37.0	55.6	7.4
	30대	48.6	44.6	6.8
	40대	50.0	39.3	10.7
	50대 이상	54.4	31.8	13.8
월평균 가구소득	200만원 미만	38.8	51.0	10.2
	200~300만원 미만	45.3	46.9	7.8
	300~400만원 미만	63.9	22.2	13.9
	400~500만원 미만	53.3	37.8	8.9
	500~600만원 미만	55.8	34.6	9.6
	600~800만원 미만	45.0	37.5	17.5
	800만원 이상	46.3	39.0	14.6

주 1) 추가적인 정보제공에 대해 '보통임', '보통 필요함', '매우 필요함'을 응답한 408명 대상

2) 주: 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-44〉 현재 제공되는 정보(생산년도, 도정일자) 외에 추가정보 제공시 각 정보별 필요정도 (5점 척도)

단위: %, 점

항목	전혀 필요없음	필요하지 않음	보통임	필요함	매우 필요함	평균 (5점 척도)
유통기한	1.4	3.4	27.6	41.4	26.1	3.87
소비기한	1.6	5.1	25.3	40.4	27.6	3.87
품질유지기한	1.9	4.7	30.9	42.1	20.4	3.75

주 1) 전혀 필요 없음=1, 매우 필요함=5

2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

- 기한 관련 정보 이외에 쌀 포장에 포함되기를 희망하는 정보에는 ‘보관방법’(63.3%), ‘표시항목 구체적 의미’(62.7%), ‘영양표시’(29.4%) 등이 있는 것으로 나타남.

〈표 5-45〉 쌀 포장에 포함되었으면 하는 정보(중복응답)

단위: %

구분		보관방법 정보	표시 항목 구체적 의미	영양표시	기타	없음
전체		63.3	62.7	29.4	0.4	5.4
성별	남성	64.1	63.2	28.8	0.0	5.0
	여성	62.5	62.3	30.0	0.8	5.8
연령	20대	52.7	58.2	25.5	0.0	14.5
	30대	66.7	60.0	39.3	0.7	5.2
	40대	66.7	66.1	28.5	0.0	4.3
	50대 이상	61.7	62.7	26.5	0.6	4.6
월평균 가구소득	200만원 미만	64.1	53.4	27.2	1.0	3.9
	200~300만원 미만	63.4	65.0	27.6	0.8	8.1
	300~400만원 미만	66.1	56.5	29.0	0.8	4.0
	400~500만원 미만	62.0	63.4	31.0	0.0	7.0
	500~600만원 미만	60.3	61.6	38.4	0.0	5.5
	600~800만원 미만	68.7	73.1	29.9	0.0	3.0
	800만원 이상	57.4	73.5	23.5	0.0	4.4

- 주 1) 기타는 ‘수입쌀 혼합비율’, ‘GMO 여부’, ‘등급기준에 대한 설명’ 등
 2) 쌀 구매 경험이 있는 소비자 700명 대상 설문조사 결과임.

2. 외식 및 급식업체 인식과 평가

2.1. 조사 개요

■ 조사대상 및 범위

- 조사대상: 전국 외식업체 및 급식업체(급식소) 등 60개 업체
- 조사지역: 전국 17개 시/도

■ 조사방법 및 일시

- 조사방법: 방문 및 온라인 조사
- 자료수집도구: 구조화된 설문지(Structured Questionnaire)
- 실시기간: 2018년 2월 12일 ~ 2018년 3월 12일(약 4주간)

■ 응답업체 특성

- 응답업체는 일반음식점 76.7%, 급식업체(급식소) 23.3%였음.
 - 사업장 면적은 100㎡이상 40.0%, 50㎡미만이 36.7%, 50-100㎡미만 23.3% 순임.
 - 좌석규모는 40석 이상 41.7%, 20-39석 30.0%, 19석 이하 28.3% 순
 - 월평균 매출액은 2,500만원 이상 35.0%, 1,000만원 미만 35.0%, 1,000-2,500만원 미만 30.0% 순
 - 업체 소재지(권역)은 수도권 63.35, 동남권 21.7%, 대경권 3.3%, 호남권 1.7% 순

〈표 5-46〉 응답업체 특성(외식업체·급식업체)

구분		표본수(명)	비중(%)
전체		60	100.0
업소 유형	외식업체	46	76.7
	급식업체(급식소)	14	23.3
사업장 면적	50㎡ 미만	22	36.7
	50-100㎡ 미만	14	23.3
	100㎡ 이상	24	40.0
좌석 규모	19석 이하	17	28.3
	20-39석	18	30.0
	40석 이상	25	41.7
월평균 매출액	1,000만원 미만	21	35.0
	1,000-2,500만원 미만	18	30.0
	2,500만원 이상	21	35.0
거주 지역(권역)	수도권	38	63.3
	충청권	6	10.0
	호남권	1	1.7
	대경권	2	3.3
	동남권	13	21.7

2.2. 조사결과

1.2.1. 쌀 구매 행태

가. 주요 구입 장소

- 외식업체는 식재료전문마트(23.9%), 개인도매상(17.4%), 식재료유통법인(15.2%), 급식업체는 식재료유통법인(42.9%), 식재료유통기업(28.6%)순으로 비중이 높았음.

〈표 5-47〉 쌀 주 구입 장소

단위: %

구분	전체	업소 유형	
		외식업체	급식업체
식재료유통법인	21.7	15.2	42.9
식재료전문마트	21.7	23.9	14.3
개인도매상	15.0	17.4	7.1
식재료유통대기업	10.0	4.3	28.6
온라인거래	10.0	13.0	-
일반대형마트	6.7	8.7	-
산지직거래	6.7	6.5	7.1
전통시장	5.0	6.5	-
일반 슈퍼마켓(소매점)	3.3	4.3	-
합계	100.0	100.0	100.0

주 1) 일반 슈퍼마켓(소매점)은 동네중소형 슈퍼마켓, 대기업운영 중소형 슈퍼마켓 등을 포함함.

2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

나. 구입 규모와 금액

- 외식업체는 월 2-3회(34.8%), 일주일에 1-2회(28.3%) 구입하는 비중이 높은 반면, 급식업체는 일주일에 1-2회, 월2-3회 순으로 구입 비중이 높았음.

〈표 5-48〉 쌀 구입 빈도

단위: %

구분		매일	일주일에 3-4회	일주일에 1-2회	월2-3회	월1회
전체		3.3	13.3	38.3	31.7	13.3
업소 유형	외식업체	4.3	15.2	28.3	34.8	17.4
	급식업체	-	7.1	71.4	21.4	-

주: 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

- 외식업체는 월 평균 쌀 구입 중량이 ‘100-300kg미만’(34.8%), ‘100kg미만’(41.3%) 순이었음. 급식업체는 ‘300-1,000kg미만’(64.3%) 구입비중이 가장 많았음. 평균적으로 한 달 간 외식업체는 244.1kg, 급식업체는 595.7kg을 구입함.

〈표 5-49〉 월 평균 쌀 구입 중량

단위: %, kg

구분		100kg 미만	100-300kg 미만	300-1,000kg 미만	1000kg 이상	평균
전체		31.7	33.3	28.3	6.7	326.2
업소 유형	외식업체	41.3	34.8	17.4	6.5	244.1
	급식업체	0.0	28.6	64.3	7.1	595.7

주: 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

- 외식업체는 월 평균 쌀 구입 금액이 20만 원(39.1%) 또는 20-50만 원(30.4%) 비중이 가장 많으며, 급식업체는 100만 원 이상(42.9%)의 비중이 가장 많았음. 평균적으로 외식업체는 월 평균 48.4만 원, 급식업체는 119.6만 원 정도의 쌀을 구입하는 것으로 나타남.

〈표 5-50〉 월 평균 쌀 구입 금액

단위: %, 만 원

구분		20만 원 미만	20-50만 원 미만	50-100만 원 미만	100만 원 이상	평균 (만원)
전체		30.0	30.0	18.3	21.7	65.0
업소 유형	외식업체	39.1	30.4	15.2	15.2	48.4
	급식업체	0.0	28.6	28.6	42.9	119.6

주: 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

다. 구매 포장단위와 가격

- 외식업체와 급식업체 모두 20kg단위를 구입하는 비중이 85%내외로 가장 많았으며, 포장 단위별 평균 구입가격은 10kg의 경우 23,000원, 20kg은 42,700원, 40kg은 58,000원 수준이었음.

〈표 5-51〉 주요 구입 포장단위

단위: %, 원

구분		10kg	20kg	40kg	
포장단위	전체	8.3	85.0	6.7	
	업소 유형	외식업체	6.5	84.8	8.7
		급식업체	14.3	85.7	-
포장 단위별 평균 가격(원)		23,000	42,700	58,000	

주 1) 가격은 십원 단위에서 반올림함.

2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

라. 구입 시 주요 고려 요인

- 외식업체와 급식업체는 전체적으로 구입가격(23.1%), 생산년도(17.5%), 생산지역(14.2%)을 주로 고려하여 구매를 결정하는 것으로 나타남. 외식업체의 경우 구입가격(20.7%), 생산년도(19.6%), 급식업체는 구입가격(31.0%), 생산지역(20.2%)을 고려하는 비중이 높은 편이었음.

〈표 5-52〉 쌀 구입시 고려 사항

단위: %

구분	전체	업소 유형	
		외식업체	급식업체
구입가격	23.1	20.7	31.0
생산년도	17.5	19.6	10.7
도정일자	11.1	12.0	8.3
원산지	8.6	8.3	9.5

구분	전체	업소 유형	
		외식업체	급식업체
품종	7.2	6.5	9.5
생산지역	14.2	12.3	20.2
제품 브랜드	9.2	10.5	4.8
등급	3.3	3.3	3.6
인증 여부	0.8	1.1	-
쌀의 외관	2.8	3.6	-
생산·가공판매자	0.8	1.1	-
포장상태	-	-	-
단백질 함량	-	-	-
기타	1.4	1.1	2.4
합계		100.0	

주 1) 1순위 가중치 300%, 2순위 200%, 3순위 300% 적용하여 산정
 2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

마. 구입 쌀 운반 및 보관 방법

- 외식업체의 경우 구입한 쌀을 주로 짐칸에 덮개가 없는 운반 차량(비밀폐차량)을 이용(54.3%)하여 운반하고 있으며, 급식업체는 냉장(저온) 운반 차량을 이용하는 비중(35.7%)이 상대적으로 높은 편이었음. 보관은 외식업체(73.9%)와 급식업체(78.6%) 모두 구입 시 포장상태 그대로 실은 보관하는 것으로 나타남.

〈표 5-53〉 구입 쌀 운반 방법

단위: %

구분		픽업트럭 등 짐칸에 덮개가 없는 운반 차량 이용	승합차 등 제품이 외부에 노출되지 않는 운반 차량 이용	냉장(저온) 운반 차량
전체		50.0	30.0	20.0
업소 유형	외식업체	54.3	30.4	15.2
	급식업체	35.7	28.6	35.7

주: 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-54〉 구입 쌀 보관 방법

단위: %

구분		구입 시 포장상태 그대로 실온 보관	구입 시 포장상태 그대로 냉장 보관	구입 후 보관용기에 별도로 담아 실온 보관	구입 후 보관용기에 별도로 담아 냉장 보관
전체		75.0	3.3	20.0	1.7
업소 유형	외식업체	73.9	0.0	23.9	2.2
	급식업체	78.6	14.3	7.1	0.0

주: 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

1.2.2. 기한표시 이용 실태

가. 쌀 제품 표시 확인 정도와 주요 확인 표시

- 급식업체(5점 척도 기준 평균 4.00점)가 외식업체(3.57점)에 비해 상대적으로 쌀 제품 표시사항을 확인하는 것으로 나타남. 전체적으로 도정일자(32.6%), 품종(22.2%), 생산연도(21.5%)를 주로 확인하는 것으로 나타났으며, 업소 유형별로 외식업체는 도정일자(32.3%), 생산연도(26.9%), 급식업체는 도정일자(33.3%), 품종(28.6%)을 주로 확인하는 것으로 나타남.

〈표 5-55〉 쌀 제품 표시사항 확인 정도(5점 척도)

단위: 점

구분	전체	업소 유형	
		외식업체	급식업체
평균(5점 척도)	3.67	3.57	4.00

주 1) 전혀 확인하지 않음=1, 항상 확인함=5

2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-56〉 주요 확인 표시

단위: %

구분	전체	업소유형	
		외식업체	급식업체
품종	22.2	19.4	28.6
등급	5.2	3.2	9.5
생산연도	21.5	26.9	9.5
도정일자(도정연월일)	32.6	32.3	33.3
단백질함량	0.7	1.1	0.0
원산지	17.8	17.2	19.0
합계		100.0	

- 주 1) 1순위 가중치 200%, 2순위 100% 적용하여 산정
 2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

나. 쌀 구매 시 도정일자 활용 실태

- 외식업체와 급식업체 모두 쌀 구매시 도정일자를 어느 정도 확인하는 것으로 나타났으나, 특히 급식업체(5점 척도 기준 4.29점)가 상대적으로 외식업체(3.74점)에 비해서 더 많이 확인하는 것으로 나타났으며, 최근 도정일자의 쌀을 구매하는 노력 정도도 급식업체(4.21점)가 외식업체(3.76점)에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타남.

〈표 5-57〉 도정일자(도정연월일) 확인 정도(5점 척도)

단위: 점

구분	전체	업소 유형	
		외식업체	급식업체
평균 (5점 척도)	3.87	3.74	4.29

- 주 1) 전혀 확인하지 않음=1, 항상 확인함=5
 2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-58〉 최근 도정일자(도정연월일) 구매 노력 정도(5점 척도)

단위: 점

구분	전체	업소 유형	
		외식업체	급식업체
평균 (5점 척도)	3.87	3.76	4.21

주 1) 전혀 그렇지 않음=1, 항상 그러함=5

2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

- 외식업체와 급식업체 모두 대체로 쌀의 구매 시 포장지에 표시된 도정일자가 1주일 정도 경과한 제품을 구매하는 비중이 높은 편이었음. 특히 급식업체는 1주일 정도 경과한 제품을 구매하는 비중이 71.4%에 달하였음. 구매 의사가 있는 도정일자의 최대 경과 기한의 경우 외식업체는 5-6개월(23.9%), 3-4주일(17.4%), 일주일(15.2%)순인 반면, 급식업체는 2개월(28.6%) 또는 일주일(28.6%) 순으로 비중이 가장 높았음.

〈표 5-59〉 평소 구매 쌀 제품의 도정일자 경과 기한

단위: %

		1주일	2주일	3-4주일	2개월	3-4개월	5-6개월
전체		41.8	10.9	14.5	10.9	14.5	7.3
업소 유형	외식업체	31.7	12.2	12.2	14.6	19.5	9.8
	급식업체	71.4	7.1	21.4	0.0	0.0	0.0

주 1) 도정일자 확인을 '보통임', '보통 그러함', '항상 그러함'에 응답한 55개 업체 대상

2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-60〉 표시된 도정일자에서 구매의사가 있는 최대 경과 기한

단위: %

		일주일	이주일	3-4주일	2개월	3-4개월	5-6개월	기타
전체		16.7	16.7	18.3	13.3	8.3	18.3	6.7
업소 유형	외식업체	15.2	13.0	17.4	8.7	10.9	23.9	8.7
	급식업체	21.4	28.6	21.4	28.6	-	-	-

주: 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

다. 기한표시 평가

■ 기한표시 도입 필요성

- 외식업체와 급식업체들은 대체로 기존의 생산년도, 도정일자 이외에 추가적인 기한표시 도입의 필요성이 있는 것으로 평가하였음(5점 척도 기준 평균 3.70점).

〈표 5-61〉 추가 기한표시 도입 필요성

단위: %, 점

구분		평균(5점 척도)
전체		3.70
업소유형	외식업체	3.76
	급식업체	3.50

주 1) 전혀 필요 없음=1, 매우 필요함=5
 2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

- 외식업체의 경우 유형별 기한표시 중에서 소비기한(5점 척도 기준 4.02점), 품질유지기한(3.91점), 유통기한(3.83점) 순으로 필요성을 높이 평가하였으며, 급식업체는 유통기한, 품질유지기한은 각각 3.71점으로 비교적 필요성이 높다고 평가한 반면, 소비기한은 3.43점으로 필요성을 상대적으로 낮게 평가함.

〈표 5-62〉 현재 제공되는 정보(생산년도, 도정일자) 외에 추가정보 제공시 각 정보별 필요정도 (5점 척도)

단위: %, 점

구분	유통기한	소비기한	품질유지기한	
전체	3.80	3.88	3.87	
업소유형	외식업체	3.83	4.02	3.91
	급식업체	3.71	3.43	3.71

주 1) 전혀 필요 없음=1, 매우 필요함=5
 2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

■ 쌀 기한표시 기한 평가

- 전반적으로 유통기한은 평균적으로 2.50개월~5.47개월(전체적으로 4.78개월), 소비기한은 4.57개월~7.33개월(전체적으로 6.68개월), 품질유지기한 6.79개월~9.09개월(8.55개월) 정도라고 평가함. 외식업체가 급식업체에 비해 상대적으로 기한유형별로 기한을 긴 것으로 평가함.

〈표 5-63〉 각 기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점

단위: %, 개월

구분	유통기한			소비기한			품질유지기한		
	전체	외식업체	급식업체	전체	외식업체	급식업체	전체	외식업체	급식업체
1주	1.7	2.2	-	-	-	-	-	-	-
2주	1.7	2.2	-	-	-	-	-	-	-
3주	1.7	2.2	-	-	-	-	-	-	-
1개월	21.7	19.6	28.6	10.0	13.0	-	6.7	8.7	-
2개월	13.3	4.3	42.9	8.3	2.2	28.6	1.7	-	7.1
3개월	10.0	10.9	7.1	15.0	10.9	28.6	11.7	8.7	21.4
4개월	3.3	4.3	-	6.7	6.5	7.1	5.0	4.3	7.1
5개월	6.7	4.3	14.3	5.0	2.2	14.3	6.7	4.3	14.3
6개월	20.0	23.9	7.1	18.3	21.7	7.1	18.3	19.6	14.3
7개월	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8개월	-	-	-	-	-	-	3.3	4.3	-
9개월	-	-	-	1.7	2.2	-	-	-	-
10개월	5.0	6.5	-	5.0	6.5	-	5.0	4.3	7.1
11개월	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12개월	15.0	19.6	-	26.7	30.4	14.3	31.7	32.6	28.6
13개월 이상	-	-	-	3.3	4.3	-	10.0	13.0	-
평균 개월수	4.78	5.47	2.50	6.68	7.33	4.57	8.55	9.09	6.79

주: 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

- 대체로 쌀의 품질유지 및 소비 가능 기한이 계절/기후의 영향을 받으며(4.33 점), 쌀의 기한 정보 제공시 계절별 표시 차별화의 필요성이 있는 것으로 평가함(4.05점). 그러나 계절별 기한표시의 어려움이 어느 정도 있다는 점에도 동의하는 편이었음(3.67점).

〈표 5-64〉 쌀의 품질유지 및 소비 가능 기한이 계절/기후의 영향을 받는다고 생각하는 정도

단위: 점

구분		평균(5점 척도)
전체		4.33
업소유형	외식업체	4.33
	급식업체	4.36

- 주 1) 전혀 영향 없음=1, 매우 영향 있음=5
- 2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-65〉 쌀의 기한 정보 제공시 계절별 표시 차별화 필요성

단위: 점

구분		평균(5점 척도)
전체		4.05
업소유형	외식업체	4.02
	급식업체	4.14

- 주 1) 전혀 필요 없음=1, 매우 필요 있음=5
- 2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

〈표 5-66〉 계절별 기한표시의 어려움 정도

단위: 점

구분		평균(5점 척도)
전체		3.67
업소유형	외식업체	3.67
	급식업체	3.64

- 주 1) 전혀 어렵지 않음=1, 매우 어려움=5
- 2) 외식업체·급식업체 60개(외식업체 46개, 급식업체 14개) 대상 설문조사 결과임.

3. 요약 및 시사점

- 소비자와 외식 및 급식업체 등 수요부문 설문조사에서의 쌀 취급실태와 쌀 기한표시제 및 관련 인식을 정리하면 다음과 같음.
- 첫째, 수요측면을 고려하여 쌀 기한표시를 도입할 경우 소비자의 쌀 구매 및 소비행태를 전반적으로 고려할 필요가 있음. 소비자는 주로 2-4개월에 1회 정도 대형할인점을 통해서 10kg 또는 20kg 단위 포장 쌀을 구입하는 반면, 외식·급식 업체는 일주일에 1-2회 또는 월 2-3회 정도 외식업체는 식재료 유통법인 또는 식재료 전문마트, 급식업체는 식재료유통법인 또는 식재료유통대기업을 통해 주로 20kg 단위 포장 쌀을 구매하는 것으로 나타남.
 - 소비자들은 대형할인점에 이어 통신판매(18.9%) 구매 비중이 높았으며, 5kg 이하 소포장 쌀을 구매하는 비중은 18.7%로 아직까지 높지 않음.
 - 쌀에 표시되는 유통기한 등 기한이 소비자가 통상적으로 쌀을 소비하는 기한보다 길 경우 기한표시 도입에 따른 소비자 구매 및 소비 행동에 영향을 미치지 않을 것임. 그러나 지나치게 짧을 경우 시장에 상당한 영향을 끼칠 수 있어 신중을 기할 필요가 있음.
- 둘째, 쌀의 품질을 결정하는 요소는 다양하며, 정부는 쌀의 품질에 관한 다양한 정보를 소비자에게 제공하기 위해 생산년도, 도정일자 등 기한표시와 함께 단백질 함량, 등급, 품종 등 다양한 정보를 표시하도록 하고 있음. 그러나 설문조사 결과 소비자와 외식·급식업체는 모두 쌀 구입 시 가격과 함께 생산년도, 도정일자 등의 기한(날짜)표시를 상대적으로 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타남. 기타 중요한 품질요소인 단백질 함량, 등급, 품종, 인증, 브랜드 등에 대해서는 상대적으로 중요하게 인식(고려)하고 있지 않았음.
 - 소비자와 외식·급식업체는 쌀 구입 시 생산년도, 도정일자의 확인 비중이 높으며, 단백질함량, 등급 등의 확인 비중은 높지 않았음.

- 셋째, 쌀의 품질은 도정 이후 온도, 습도 등 다양한 외부적 요인에 의해 영향을 받게 됨. 그러나 소비자들은 쌀을 구매 후 주로 보관용기(43.6%) 또는 구입 시 포장 그대로(37.9%) 실온 보관하고 있으며, 외식·급식업체는 대체로 구입 시 포장 그대로(75.0%) 쌀을 보관하고 있었음.
 - 외식업체의 경우 주로 덮개가 없는 운반 차량(비밀폐차량)(54.3%)을 이용하여 쌀을 운반하며, 급식업체는 상대적으로 냉장(저온) 운반 차량 이용 비중(35.7%)이 높은 편임.

- 넷째, 소비자들의 일반적인 기한표시에 대한 인지 및 이해 수준이 높지 않았음. 또한 유통기한, 소비기한, 품질유지기한 등 기한표시의 유형과 상관없이 표시된 기한이 지난 경우 판매할 수 없거나, 기한 내 섭취해야 한다고 생각하였음. 이에 따라 가격 유무(할인 여부)에 상관없이 유통기한이 임박한 제품에 대한 구매 의향이 높지 않았음. 기한표시를 도입할 경우 소비자들의 이러한 인지·이해와 행태가 쌀 시장에 영향을 미칠 가능성이 높음.
 - 현재 유통기한은 제조·판매업체에 의해 자율적으로 결정되고 있으나, 소비자들은 이에 대해서 부정적으로 인식하고 있었음.

- 다섯째, 소비자, 외식·급식업체는 도정일자 이외의 추가 기한 정보 제공의 필요성이 어느 정도 있다고 생각하였음. 소비자는 유통기한 또는 소비기한, 외식·급식업체는 소비기한을 대체로 더 선호함. 적정기한에 대한 평가는 외식·급식업체가 소비자 보다 기한별로 0.1개월-1.8개월 정도 길게 평가함.
 - 소비자들은 기한표시를 도입할 경우 품질유지기한은 평균 6.8개월, 소비기한 6.0개월, 유통기한은 4.7개월 정도가 적정하다고 평가함.
 - 외식·급식업체는 품질유지기한 8.6개월, 소비기한 6.7개월, 유통기한은 4.8개월 정도가 적정하다고 평가함.

제 6 장

공급 측면에서의 쌀 기한표시제도 인식과 도입 평가

- 이 장에서는 도정업체, 소비지 유통업체 등 쌀 공급 부문을 대상으로 설문 조사를 실시하여 쌀 소비권장기한 표시제에 대한 인식을 조사하여 정리함.

1. 도정업체 인식과 평가

1.1. 조사 개요

■ 조사대상 및 범위

- 조사대상: 농협 RPC, 민간 RPC, 임도정 공장 등 60개 도정업체
- 조사지역: 전국 17개 시/도

■ 조사방법 및 일시

- 조사방법: 방문 및 이메일 조사
- 자료수집도구: 구조화된 설문지(Structured Questionnaire)
- 실시기간: 2018년 2월 12일 ~ 2018년 3월 12일(약 4주간)

■ 응답업체 특성

- 응답업체는 업체 유형별로 농협 RPC 73.3%, 민간 RPC 15.0%, 임도정공장 11.7% 순임. 지역별로는 권역기준으로 대경권 33.3%, 동남권 20.0%, 호남권 15.0%, 수도권 11.7%, 충청권과 강원권은 각각 10.0% 순임.

〈표 6-1〉 응답업체 특성(RPC)

구분		표본 수(명)	비중(%)
전체		60	100.0
업체 유형	농협 RPC	44	73.3
	민간 RPC	9	15.0
	임도정공장	7	11.7
업체 소재지(권역)	수도권	7	11.7
	동남권	12	20.0
	대경권	20	33.3
	호남권	9	15.0
	충청권	6	10.0
	강원권	6	10.0

주: 동남권은 부산·울산·경남, 대경권은 대구·경북권을 포함함.

1.2. 조사 결과

1.2.1. 쌀 공급(납품) 실태

가. 주요 공급(납품)처와 보관·운반 방법

- 도정업체는 주로 대형유통업체(19.3%)와 중소형슈퍼마켓(19.3%)에 쌀을 납품하고 있으며, 이밖에 양곡소매상(16.7%), 양곡도매시장 중도매상(14.9%), 식자재업체(13.2%), 가공식품제조업체(10.5%) 순으로 주로 공급하고 있었음.

- 도정업체는 납품 전까지 포장한 쌀은 주로 외부와 차단된 장소에서 실온 보관하고 있었으며(73.3%), 납품을 위해 주로 덮개가 없는 운반 차량(비밀폐 차량)을 이용(56.7%)하는 것으로 나타남.
- 냉장보관(10.0%)을 하고 냉장(저온) 차량을 이용하여 제품을 운반하는 (15.0%) 비중은 높지 않은 편이었음.

〈표 6-2〉 쌀 주요 공급(납품) 장소(중복응답)

단위: %

구분	비중
대형유통업체	19.3
중소형슈퍼마켓	19.3
양곡소매상	16.7
양곡도매시장 중도매상	14.9
식자재업체	13.2
가공식품업체	10.5
단체급식업체	2.6
외식업체	3.5
합계	100.0

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-3〉 납품 이전까지 쌀 보관 방법

단위: %

구분	비중
외부와 차단된 실온 보관	73.3
외부와 차단되지 않은 장소에 실온 보관	13.3
냉장(저온) 보관	10.0
기타	3.3
합계	100.0

주 1) 기타는 당일 출고를 원칙으로 하여 보관을 하지 않는 경우임.

2) 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-4〉 납품처에 쌀 운반 방법

단위: %

구분	비중
픽업트럭 등 짐칸에 덮개가 없는 운반 차량 이용	56.7
승합차 등 제품이 외부에 노출되지 않는 운반 차량 이용	25.0
냉장(저온) 운반 차량	15.0
냉동 운반 차량	3.3
합계	100.0

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

나. 납품 시 도정일자 등 기한 관련 실태

- 도정업체의 경우 납품업체로부터 도정일자 관련한 요구사항이 어느 정도 있는 것으로 나타남. 요구를 받은 경험이 있는 경우가 41.7%로 없다고 응답한 비중(21.6%)보다 2배 정도 높은 편이었음.

〈표 6-5〉 구매업체로부터의 도정일자 관련 요구 경험

단위: %, 점

구분	전혀 없음	없는 편임	보통임	있는 편임	매우 있음	평균 (5점 척도)
비중	13.3	8.3	36.7	6.7	35.0	3.42

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

- 도정업체의 경우 대개 공급(납품)일자에 맞춰서 도정하여 제품을 납품하고 있는 것으로 나타났으며(73.3%), 주로 납품일 기준으로 1-2일 이내(68.3%) 또는 3-4일 이내(20.0%)하고 있었음.

〈표 6-6〉 납품일자에 맞춰서 도정하는 정도

단위: %, 점

구분	전혀 그렇지 않음	그렇지 않은 편임	보통임	그려한 편임	매우 그려함	평균 (5점 척도)
비중	1.7	-	18.3	6.7	73.3	3.42

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-7〉 납품하는 쌀을 도정하는 시점(납품일 기준)

단위: %

구분	1-2일 이내	3-4일 이내	5-7일 이내	1-2주일 이내	1개월 이내	1-2개월 이내	합계
비중	68.3	20.0	5.0	3.3	1.7	1.7	100.0

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

다. 납품한 제품의 반품 실태

■ 반품 경험과 주요 요인

- 상당수의 도정업체가 납품한 쌀을 반품 받은 경험이 있었으며(75.0%), 6개월 기준으로 할 경우 평균 4.57건의 반품 경험이 있는 것으로 조사됨. 납품한 제품이 반품이 된 주요 요인으로 ‘도정일자가 많이 경과되어서’가 42.2%로 가장 높은 비중을 점하였음.
 - 이밖에 포장지 불량/파손(17.8%), 변질(15.6%), 이물질 혼입(15.6%). 오래 묵은 쌀 느낌(13.3%)을 주요 원인으로 하는 제품 반품 비중이 높은 편이었음.

〈표 6-8〉 반품 경험과 건수

단위: %, 건

반품 경험(%)		평균 반품 건수(6개월 기준)
있음	없음	
75.0	25.0	4.57건

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-9〉 주요 반품 요인(중복 응답)

단위: %

구분	비중
도정일자가 많이 경과되어서	42.2
포장지 불량/파손	17.8
변질	15.6
이물질 혼입	15.6
오래 묵은 쌀 느낌	13.3
벌레 발생	8.9
싸라기 쌀 포함	6.7
백미 이외의 다른 종류 쌀 섞임	4.4
중량 미달	2.2
도정일 이종 부착 등 표시 오류	-
기타	4.4
합계	100.0

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

■ 대금 정산과 반품 제품 처리

- 반품 제품이 발생할 경우 도정업체는 주로 반품 물량을 정확히 계산하여 대금이 정산되고 있었음(77.8%). 반품을 고려하지 않고 계약대로 대금정산이 이루어지는 경우는 6.7%에 불과하였음.

〈표 6-10〉 반품 제품 발생 시 대금 정산

단위: %

구분	비중
반품된 물량을 정확히 계산하여 반품 물량만큼 이미 받은 납품대금을 돌려주거나 납품대금을 적게 받음	77.8
반품된 물량에 일정비율의 감가상각을 고려한 금액을 제하고 납품대금을 돌려주거나 납품대금을 적게 받음	15.6
반품된 물량에 대해서 전혀 고려하지 않고 원래 계약대로 납품대금을 모두 받거나 이미 받은 납품대금을 전혀 돌려주지 않음	6.7
합계	100.0

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

- 도정업체는 반품된 제품에 대해서 주로 재가공하여 일반 쌀 이외의 용도로 판매하는 것으로 나타남(71.1%).

〈표 6-11〉 반품 제품 처리 방법

단위: %

구분	비중
재가공하여 일반 쌀 이외의 용도로 판매	71.1
재가공하여 새 쌀로 판매	26.7
반품 받은 그대로 재판매	2.2
합계	100.0

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

1.2.2. 쌀 기한표시 인식과 평가

가. 기한표시 유용성·필요성 평가

■ 기존 날짜표시(생산년도, 도정일자) 평가

- 도정업체들은 기존의 날짜표시인 생산년도, 도정일자의 유용성과 필요성 등에 대해서 높게 평가하고 있었음. 도정업체들은 날짜표시가 유용한 정보를 제공하는 역할을 하며(5점 척도 기준 평균 3.98점), 소비시장에서 충분히 활용되고 있다고 생각하였음(3.97점). 특히 쌀 날짜표시의 필요성에 대해서 매우 높게 평가함(4.17점).

〈표 6-12〉 쌀 날짜표시(생산년도, 도정일자) 평가(5점 척도)

단위: 점

구분	평균
유용한 정보를 제공한다	3.98
소비시장에서 충분히 활용되고 있다	3.97
필요한 표시이다	4.17

- 주 1) 전혀 그렇지 않음=1, 매우 그러함=5
2) 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

■ 추가 기한표시 도입 필요성

- 도정업체들은 대체로 기존의 생산년도, 도정일자 이외에 추가적인 기한표시 도입의 필요성이 없는 것으로 평가하였으며(5점 척도 기준 평균 2.42점), 주요한 이유로도 기존의 날짜표시가 충분한 역할을 하고 있기 때문이라고 응답함(42.3%).
 - 이밖에 소비자들의 기한표시 오인(26.9%)에 대한 우려도 어느 정도 있는 것으로 나타남.

〈표 6-13〉 추가 기한표시 도입 필요성

단위: %, 점

구분	전혀 필요 없음	필요없는 편임	보통임	필요있는 편임	매우 필요함	평균 (5점 척도)
비중	36.7	6.7	43.4	5.0	8.3	2.42

- 주 1) 전혀 필요 없음=1, 매우 필요함=5
 2) 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-14〉 추가 기한표시 도입이 불필요한 주요 이유

단위: %

구분	비중
도정일자, 생산년도 등 기존의 표시가 충분한 역할을 함	42.3
소비자들이 유통기한 등의 추가적인 기한표시에 대해 제대로 인식하지 못하고 오해할 가능성이 있음	26.9
쌀은 낱째 경과에 따른 품질의 변화가 크게 없음	15.4
유통업체 등으로부터 반품이 증가할 수 있음	15.4
합계	100.0

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

나. 기한표시 도입 방안 평가

■ 유형별 기한표시 필요 정도

- 도정업체들은 기한표시의 유형에 상관없이 대체로 필요도를 낮게 평가하였음. 상대적으로 품질유지기한의 필요성(5점 척도 기준 2.95점)에 대한 평가에서 유통기한(2.63점), 소비기한(2.67점)에 비해 부정적인 응답이 다소 낮은 편이었음.

〈표 6-15〉 현재 제공되는 정보(생산년도, 도정일자) 외에 추가정보 제공시 각 정보별 필요정도 (5점 척도)

단위: %, 점

항목	전혀 필요없음	보통 필요하지 않음	보통임	보통 필요함	매우 필요함	평균 (5점 척도)
유통기한	28.3	8.3	46.7	5.0	11.7	2.63
소비기한	26.7	3.3	55.0	6.7	8.3	2.67
품질유지기한	18.3	1.7	60.0	6.7	13.3	2.95

- 주 1) 전혀 필요 없음=1, 매우 필요함=5
2) 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

■ 쌀 기한표시 기한 평가

- 품질유지기한의 경우 평균 5.4개월, 소비기한 4.6개월, 유통기한은 2.7개월 정도인 것으로 평가함. 또한 이러한 기한들이 계절/기후에 영향을 받는다고 생각하였음(5점 척도 기준 4.35점). 그러나 영향을 받는다고 생각하는 데 비해 계절별로 기한을 달리 표시할 필요가 있다고 생각하는 인식은 3.50점으로 상대적으로 높지 않았으며, 계절별로 기한표시를 달리하는데 상당한 어려움이 있을 것으로 평가함(4.00점).

〈표 6-16〉 각 기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점

단위: %, 개월

구분	1주	2주	3주	1개월	2개월	3개월	4개월	5개월	6개월
품질유지기한	1.7	1.7	1.7	20.0	10.0	15.0	3.3	5.0	18.3
소비기한	1.7	1.7	3.3	21.7	13.3	16.7	3.3	3.3	18.3
유통기한	1.7	5.0	6.7	35.0	18.3	16.7	3.3	-	8.3
구분	7개월	8개월	9개월	10개월	11개월	12개월	13개월 이상	평균 개월수	
품질유지기한	-	1.7	3.3	-	-	13.3	5.0	5.41	
소비기한	1.7	-	-	-	-	11.7	3.3	4.55	
유통기한	-	-	-	-	-	3.3	1.7	2.73	

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-17〉 쌀의 품질유지 및 소비 가능 기한이 계절/기후의 영향을 받는다고 생각하는 정도

단위: %, 점

구분	전혀 영향이 없음	영향이 없음	보통임	영향이 있음	영향이 매우 있음	평균 (5점 척도)
비중	1.7	-	20.0	18.3	60.0	4.35

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-18〉 쌀의 기한 정보 제공시 계절별 표시 차별화 필요성

단위: %, 점

구분	전혀 필요가 없음	필요가 없음	보통임	필요가 있음	매우 필요 있음	평균 (5점 척도)
비중	11.7	5.0	36.7	15.0	31.7	3.50

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-19〉 계절별 기한표시의 어려움 정도(비중)

단위: %

구분	전혀 없음	없음	보통임	있음	매우 있음	평균 (5점 척도)
비중	3.3	6.7	28.3	10.0	51.7	4.00

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

다. 기한표시 도입 영향 평가

■ 기한표시 도입의 경영상 영향

- 도정업체들은 대체로 추가적인 기한표시 도입이 업체의 경영에 영향을 줄 것으로 평가하였음. 특히 전반적인 경영비용이 증가할 것으로 예상하였으며(5점 척도 기준 3.93점), 납품업체로부터의 반품(4.08점)과 포장재 관련 비용(4.07점)이 증가할 것으로 예상하였음.
 - 쌀 판매(납품)의 경우 부정적인 영향이 있는 것으로는 평가하지 않았으나(3.33점), 쌀 재고가 어느 정도 증가할 것으로 예상하였음(3.65점).

〈표 6-20〉 추가적인 기한표시 도입의 경영상 영향(5점 척도)

단위: %, 점

항목	매우 감소	감소	보통임	증가	매우 증가	평균 (5점 척도)
전반적 경영비용	1.7	6.7	30.0	20.0	41.7	3.93
쌀 판매(납품)	8.3	10.0	45.0	13.3	23.3	3.33
납품업체로부터 반품	1.7	3.3	33.3	8.3	53.3	4.08
쌀 재고	1.7	1.7	56.7	10.0	30.0	3.65
포장재 관련 비용	-	3.3	36.7	10.0	50.0	4.07

- 주 1) 매우 감소=1, 매우 증가=5
 2) 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

■ 설비(장비) 도입 필요성

- 도정업체들은 추가적인 기한표시 도입에 의해 설비 도입의 필요성이 발생할 가능성에 대해서 어느 정도 우려하고 있었음. 도입이 발생할 가능성이 있는 설비에 대해서는 품질표시 기계, 기존 시설과 연결할 마킹장비, 소포장용 추가 날인기 등을 언급하였으며, 이밖에 지대 동판 비용, 기존 시설 재배치 필요성 등이 언급됨.

〈표 6-21〉 기한표시 도입에 따른 설비 도입의 필요성 발생 가능성(비중)

단위: %

구분	전혀 발생하지 않을 것임	발생하지 않을 것임	보통임	발생할 것임	매우 발생할 것임	평균 (5점 척도)
비중	3.3	1.7	38.3	10.0	46.7	3.95

주: 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

■ 기한표시의 도입의 효과

- 도정업체들은 기한표시 도입의 경제사회적 효과를 높게 평가하지 않았음. 특히 쌀 수급 조절(5점 척도 기준 평균 2.53점), 쌀 품질 개선(2.98점) 효과에 대해서는 부정적이었음. 또한 식품폐기가 오히려 증가할 것으로 예상하였음(3.73점)

〈표 6-22〉 추가적인 기한표시 도입의 효과(5점 척도)

단위: %, 점

항목	전혀 없음	없음	보통임	있음	매우 있음	평균 (5점 척도)
쌀 품질 개선(고품질화)	15.0	10.0	51.7	8.3	15.0	2.98
쌀 수급 조절(재고감소)	25.0	13.3	50.0	6.7	5.0	2.53
소비자 알 권리 확대	10.0	5.0	50.0	18.3	16.7	3.27
안전성 강화	13.3	5.0	58.3	10.0	13.3	3.05
식품폐기 영향 (음식물 쓰레기 증가)	5.0	-	46.7	13.3	35.0	3.73

주 1) 매우 감소=1, 매우 증가=5

2) 도정업체 60개 대상 설문조사 결과임.

2. 유통업체 인식과 평가

2.1. 조사 개요

■ 조사대상 및 범위

- 조사대상: 소비지 유통업체 60개 업체
- 조사지역: 수도권 지역

■ 조사방법 및 일시

- 조사방법: 방문 조사
- 자료수집도구: 구조화된 설문지(Structured Questionnaire)
- 실시기간: 2018년 2월 12일 ~ 2018년 3월 12일(약 4주간)

■ 응답업체 특성

- 응답업체는 업체 유형별로 동네 중소형 슈퍼마켓 30.0%, 대기업 운영 중소형 슈퍼마켓 20.0%이며, 대형마트, 쌀 전문판매점, 백화점 내 식품코너, 친환경 식품전문점, 식자재마트/식자재유통업체 등이 각각 10.%임.
 - 업체 소재지는 서울지역 50%, 경기/인천 50%임.

〈표 6-23〉 응답업체 특성(유통업체)

구분		표본 수(명)	비중(%)
전체		50	100.0
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	15	30.0
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	10	20.0
	대형마트(할인점)	5	10.0
	쌀 전문판매점	5	10.0
	백화점 내 식품코너	5	10.0
	친환경 식품전문점	5	10.0

구분		표본 수(명)	비중(%)
식자재마트/식자재유통업체		5	10.0
업체 소재지(지역)	서울	25	50.0
	경기/인천	25	50.0

2.2. 조사 결과

2.2.1. 쌀 공급(납품) 실태

가. 주요 구매처와 구매 실태

- 동네 중소형 슈퍼마켓(86.7%), 쌀 전문판매점(60.0%), 식자재마트(60.0%)는 주로 양곡판매상에서 쌀을 구매하고 있으며, 대기업 운영 중소형 슈퍼마켓(70.0%), 백화점 내 식품코너(100.0%), 친환경 식품전문점(80.0%)는 주로 본사에서 일괄 구매·배부, 대형마트는 본사 일괄 구매·배부(40.0%) 또는 도정업체(40.0%)라고 응답함.

〈표 6-24〉 쌀 주요 구매처

단위: %

구분		양곡판매상 (도매상)	본사에서 일괄 구매·배부	도정업체
전체		40.0	36.0	24.0
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	86.7	-	13.3
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	-	70.0	30.0
	대형마트(할인점)	20.0	40.0	40.0
	쌀 전문판매점	60.0	-	40.0
	백화점 내 식품코너	-	100.0	-
	친환경 식품전문점	-	80.0	20.0
	식자재마트 (식자재유통업체)	60.0	-	40.0

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

- 유통업체들은 전체적으로는 1주일에 1회 정도 쌀을 구입하는 비중이 가장 많았음(42.0%). 그러나 업체 유형별로 동네 중소형 슈퍼마켓은 주로 1주일에 1회 정도(42.0%), 대기업 운영 중소형 슈퍼마켓은 매일, 1주일에 2-3회, 1주일에 1회 구입 비중이 각각 30.0%였으며, 대형마트는 1주일에 2-3회 또는 1주일에 1회 정도 구입 비중이 각각 40.0%였음.

〈표 6-25〉 쌀 구매 빈도

단위: %

구분	매일	1주일 2-3회	1주일 1회	2주일 1회	3주일 1회	4주일 1회	떨어질 때 마다	
전체	10.0	20.0	42.0	14.0	6.0	6.0	2.0	
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	-	6.7	53.3	20.0	13.3	6.7	-
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	30.0	30.0	30.0	10.0	-	-	-
	대형마트 (할인점)	-	40.0	40.0	20.0	-	-	-
	쌀 전문판매점	-	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	-
	백화점 내 식품코너	-	-	80.0	20.0	-	-	-
	친환경 식품전문점	20.0	-	40.0	-	-	20.0	20.0
	식자재마트 (식자재유통업체)	20.0	60.0	20.0	-	-	-	-

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

- 유통업체들은 주로 덮개가 없는 운반 차량(비밀폐차량)을 이용(50.0%)하여 구매한 쌀을 매장(업체)까지 운반하는 것으로 나타남. 업체 유형별로 동네 중소형 슈퍼마켓(53.3%), 쌀 전문판매점(100.0%), 식자재마트(60.0%)는 상대적으로 덮개가 없는 운반 차량(비밀폐차량)을 이용하는 비중이 높았으며, 대기업 운영 중소형 슈퍼마켓(60.0%), 대형마트(60.0%)는 제품이 외부에 노출되지 않는 운반 차량(밀폐차량), 친환경 식품전문점은 냉장(저온) 차량을 이용한다는 응답(80.0%)이 상대적으로 높았음.

〈표 6-26〉 공급업체에서 유통업체까지 쌀 운반 방법

단위: %

구분		집간에 덮개가 없는 운반 차량 이용	제품이 외부에 노출되지 않는 운반 차량 이용	냉장(저온) 운반 차량
전체		50.0	38.0	12.0
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	53.3	46.7	-
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	40.0	60.0	-
	대형마트 (할인점)	40.0	60.0	-
	쌀 전문판매점	100.0	0.0	-
	백화점 내 식품코너	40.0	40.0	20.0
	친환경 식품전문점	20.0	0.0	80.0
	식자재마트 (식자재유통업체)	60.0	20.0	20.0

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

- 유통업체들은 주로 외부와 차단된 장소에 쌀을 실온보관(70.0%) 하고 있는 것으로 나타남. 냉장보관을 한다고 응답한 사례는 친환경 식품전문점 (20.0%)이 유일하였음.

〈표 6-27〉 매장에서 쌀 보관 방법

단위: %

구분		외부와 차단된 장소에 실온보관	외부와 차단되지 않은 장소에 실온보관	냉장(저온)보관
전체		70.0	28.0	2.0
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	66.7	33.3	-
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	90.0	10.0	-
	대형마트 (할인점)	60.0	40.0	-
	쌀 전문판매점	80.0	20.0	-
	백화점 내 식품코너	60.0	40.0	-
	친환경 식품전문점	60.0	20.0	20.0
	식자재마트 (식자재유통업체)	60.0	40.0	-

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

나. 납품 시 도정일자 등 기한 관련 실태

- 공급업체로부터 구매한 쌀은 대체로 도정일자로 부터 2-4일 정도 경과하여 매장에 도착하는 비중이 높은 것으로 나타남.

〈표 6-28〉 구매한 쌀이 매장에 도착하는 시점(도정일자 기준)

단위: %

구분		당일 도정, 당일 공급	2-4일 정도 경과	5-7일 정도 경과	1주일-2주일 정도 경과	기타
전체		14.0	62.0	8.0	14.0	2.0
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	6.7	53.3	6.7	26.7	6.7
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	20.0	50.0	20.0	10.0	-
	대형마트 (할인점)	-	100.0	-	-	-
	쌀 전문판매점	20.0	60.0	20.0	-	-
	백화점 내 식품코너	-	80.0	-	20.0	-
	친환경 식품전문점	40.0	40.0	-	20.0	-
	식자재마트 (식자재유통업체)	20.0	80.0	-	-	-

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

- 유통업체들은 대체로 도정일자를 기준으로 매장 판매(진열) 여부를 결정하는 것으로 나타남(5점 척도 기준 4.30점). 친환경 식품전문점(3.60점)은 상대적으로 도정일자를 참고하는 수준이 다른 유통업체에 비해 낮은 편이었음.

〈표 6-29〉 도정일자를 기준으로 한 매장 판매(진열) 여부 결정(5점 척도)

단위: 점

구분		평균(5점 척도)
전체		4.30
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	4.13
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	4.70
	대형마트(할인점)	4.20
	쌀 전문판매점	4.80
	백화점 내 식품코너	4.60
	친환경 식품전문점	3.60
	식자재마트(식자재유통업체)	4.00

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

■ 기한 경과 제품 처리 실태

- 대기업 운영 중소형 슈퍼마켓(3.50점), 대형마트(3.60점)을 제외하고 일정기간이 지난 후에도 진열된 쌀이 판매되지 않을 경우 판매촉진 행사를 실시하는 업체는 많지 않았음(2.78점).
- 유통업체들은 대체로 일정기간이 지난 후 진열된 쌀을 회수하여 판매하지 않는 비중이 상대적으로 높았음(40.0%). 그러나 동네 중소형 슈퍼마켓은 대체로 기간에 상관없이 계속 진열하여 판매하는 비중이 상대적으로 높았으며(53.3%), 쌀 전문판매점(80.0%)의 경우에도 이러한 비중이 높은 편이었음. 대기업 운영 중소형 슈퍼마켓은 대체로(30.0%) 또는 항상(40.0%) 일정기간이 지난 후 진열된 쌀을 회수하여 판매하지 않는 비중이 높은 편이었음.

〈표 6-30〉 일정기간 지난 후 판매촉진 행사 실시 여부(5점 척도)

단위: 점

구분		평균(5점 척도)
전체		2.78
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	2.53
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	3.50
	대형마트(할인점)	3.60
	쌀 전문판매점	2.40
	백화점 내 식품코너	2.40
	친환경 식품전문점	2.20
	식자재마트(식자재유통업체)	2.60

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-31〉 일정기간 지난 후 매장 진열 쌀의 판매/회수 여부

단위: %

구분		항상 기간에 상관없이 계속 진열하여 판매	거의(대체로) 기간에 상관없이 계속 진열하여 판매	거의(대체로) 일정기간이 지난 후 회수하여 판매하지 않음	항상 일정기간이 지난 후 회수하여 판매하지 않음
전체		10.0	30.0	40.0	20.0
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	6.7	53.3	20.0	20.0
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	10.0	20.0	30.0	40.0
	대형마트(할인점)	20.0	-	60.0	20.0
	쌀 전문판매점	20.0	80.0	-	-
	백화점 내 식품코너	-	-	100.0	-
	친환경 식품전문점	20.0	-	60.0	20.0
	식자재마트 (식자재유통업체)	-	20.0	60.0	20.0

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

- 회수하는 경우 전반적으로 주로 ‘2달(8주)-3달 정도 경과 제품’을 회수한다는 비중(50.0%)이 가장 높았음. 그러나 친환경 식품전문점은 ‘1달(4주)-1달 반(6주)’(75.0%)이라고 응답한 비중이 상대적으로 높았으며, 백화점의 경우 ‘1달(4주)-1달 반(6주) 정도 경과 제품’ 또는 ‘2달(8주)-3달 정도 경과 제품’을 회수하는 경우가 각각 40.0%였음.

- 회수한 제품은 대체로 공급업체에 반품(86.7%)하는 것으로 나타남.

- 일정기간이 지난 후 판매가 되지 않아서 회수한 제품이 발생 하는 경우 유통업체는 주로 반품 물량을 정확히 계산하여 대금을 정산하고 있었음 (76.9%). 반품을 고려하지 않고 계약대로 대금정산이 이루어지는 경우는 7.7%에 불과하였음.

〈표 6-32〉 일정기간 지난 후 매장 진열 쌀을 회수하는 경우 회수 시점(도정일자 기준)

단위: %

구분		1달(4주) 정도 경과 제품	1달(4주)-1달 반(6주) 정도 경과 제품	1달 반(6주)-2달(8주)정도 경과 제품	2달(8주)-3달 정도 경과 제품	4달 정도 경과 제품
전체		6.7	33.3	6.7	50.0	3.3
업체	동네 중소형 슈퍼마켓	0.0	33.3	16.7	33.3	16.7
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	0.0	28.6	14.3	57.1	0.0
	대형마트(할인점)	25.0	25.0	0.0	50.0	0.0
유형	백화점 내 식품코너	20.0	40.0	0.0	40.0	0.0
	친환경 식품전문점	0.0	75.0	0.0	25.0	0.0
	식자재마트 (식자재유통업체)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

주 1) 일정기간이 지난 후 대체로 또는 항상 회수한다고 응답한 30개 업체를 대상으로 조사함.
 2) 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-33〉 일정기간이 지난 후 매장에서 회수한 쌀의 처리 방법

단위: 점

구분		폐기	공급업체에 반품
전체		13.3	86.7
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	33.3	66.7
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	14.3	85.7
	대형마트(할인점)	-	100.0
	백화점 내 식품코너	-	100.0
	친환경 식품전문점	25.0	75.0
	식자재마트(식자재유통업체)	-	100.0

주 1) 일정기간이 지난 후 대체로 또는 항상 회수한다고 응답한 30개 업체를 대상으로 조사함.
 2) 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-34〉 반품 제품 발생 시 대금 정산(유통업체 유형별)

단위: %

구분		반품 물량만큼 정확히 정산	감가상각 고려하여 정산	원래 계약대로 반품 고려하지 않고 정산
전체		76.9	15.4	7.7
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	75.0	-	25.0
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	50.0	50.0	-
	대형마트(할인점)	100.0	-	-
	백화점 내 식품코너	80.0	-	20.0
	친환경 식품전문점	100.0	-	-
	식자재마트 (식자재유통업체)	75.0	25.0	-

주 1) 회수한 쌀을 공급업체에 반품하는 26개 업체를 대상으로 조사함.
 2) 반품된 물량을 정확히 계산하여 반품 물량만큼 이미 받은 납품대금을 돌려주거나 납품대금을 적게 받음=반품 물량만큼 정확히 정산, 반품된 물량에 일정비율의 감가상각을 고려한 금액을 제하고 납품대금을 돌려주거나 납품대금을 적게 받음=감가상각 고려하여 정산, 반품된 물량에 대해서 전혀 고려하지 않고 원래 계약대로 납품대금을 모두 받거나 이미 받은 납품대금을 전혀 돌려주지 않음=원래 계약대로 반품 고려하지 않고 정산 등으로 축약함.
 3) 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

다. 소비자 반품 실태

■ 반품 경험과 주요 요인

○ 소비자 유통업체의 경우 판매한 쌀을 반품 받은 경험이 있는 경우가 절반 수준 정도였으며(52.0%), 6개월 기준으로 할 경우 평균 1.40건의 반품 경험이 있는 것으로 조사됨. 반품이 된 주요 요인은 ‘벌레 발생’이 46.2%로 가장 높았음.

- 이밖에 ‘도정일자가 많이 경과되어서’, 오래 묵은 쌀 느낌‘이 나서 반품했다는 비중이 각각 30.8%로 높은 비중을 점하였음.

〈표 6-35〉 소비자 반품 경험과 건수

단위: %, 건

반품 경험(%)		평균 반품 건수(6개월 기준)
있음	없음	
52.0	48.0	1.40건

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-36〉 주요 소비자 반품 요인(중복 응답)

단위: %

구분	비중
벌레 발생	46.2
도정일자가 많이 경과되어서	30.8
오래 묵은 쌀 느낌	30.8
밥맛이 좋지 않아서	26.9
싸라기 쌀 포함	11.5
단순 변심	3.8
합계	100.0

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

2.2.2. 쌀 기한표시 인식과 평가

가. 기한표시 유용성·필요성 평가

■ 기존 날짜표시(생산년도, 도정일자) 평가

- 소비자 유통업체들은 기존에 포장 쌀의 날짜표시인 생산년도, 도정일자의 유용성과 필요성 등에 대해서 높게 평가하고 있었음. 유통업체들은 날짜표시가 유용한 정보를 제공하는 역할을 하며(5점 척도 기준 평균 4.20점), 소비시장에서 충분히 활용되고 있다고 생각하였음(4.22점). 특히 쌀 날짜표시의 필요성에 대해서 매우 높게 평가함(4.38점).

〈표 6-37〉 쌀 날짜표시(생산년도, 도정일자) 평가(5점 척도)

단위: 점

구분	평균
유용한 정보를 제공한다	4.20
소비시장에서 충분히 활용되고 있다	4.22
필요한 표시이다	4.38

- 주 1) 전혀 그렇지 않음=1, 매우 그러함=5
2) 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

■ 추가 기한표시 도입 필요성

- 그러나 유통업체들은 기존의 생산년도, 도정일자 이외에 추가적인 기한표시 도입의 필요성이 높지 않은 것으로 평가함(5점 척도 기준 평균 3.38점). 상대적으로 백화점(4.00점), 대형마트(3.80점)는 필요성을 높게 평가한 반면, 쌀 전문 판매점(2.80점), 친환경 식품전문점(2.80점)은 필요성을 낮게 평가함.
 - 유통업체들은 추가적인 기한표시가 필요하지 않은 가장 큰 이유로 ‘기존의 표시가 충분한 역할’을 한다는 점을 지적함(53.8%).

〈표 6-38〉 추가 기한표시 도입 필요성(5점 척도)

단위: 점

구분		평균(5점 척도)
전체		3.38
업체 유형	동네 중소형 슈퍼마켓	3.27
	대기업 운영 중소형 슈퍼마켓	3.40
	대형마트(할인점)	3.80
	쌀 전문판매점	2.80
	백화점 내 식품코너	4.00
	친환경 식품전문점	2.80
	식자재마트(식자재유통업체)	3.80

주 1) 전혀 필요 없음=1, 매우 필요함=5

2) 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-39〉 추가 기한표시 도입이 불필요한 주요 이유

단위: %

구분	비중
도정일자, 생산년도 등 기존의 표시가 충분한 역할을 함	53.8
유통업체 등으로부터 반품이 증가할 수 있음	15.4
쌀은 낱자 경과에 따른 품질의 변화가 크게 없음	15.4
소비자들이 유통기한 등의 추가적인 기한표시에 대해 제대로 인식하지 못하고 오해할 가능성이 있음	15.4
합계	100.0

주 1) 추가 표시가 불필요하다고 응답한 13개 유통업체의 응답 결과임.

2) 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

나. 기한표시 도입 방안 평가

■ 유형별 기한표시 필요 정도

- 유통업체들은 상대적으로 품질유지기한의 필요성(5점 척도 기준 3.72점)에 대해 높이 평가하였으며, 다음으로 소비기한(3.64점), 유통기한(3.44점)순으로 필요성을 높이 평가함.

〈표 6-40〉 현재 제공되는 정보(생산년도, 도정일자) 외에 추가정보 제공시 각 정보별 필요정도 (5점 척도)

단위: %, 점

항목	전혀 필요없음	보통 필요하지 않음	보통임	보통 필요함	매우 필요함	평균 (5점 척도)
유통기한	4.0	20.0	26.0	28.0	22.0	3.44
소비기한	2.0	8.0	34.0	36.0	20.0	3.64
품질유지기한	2.0	10.0	28.0	34.0	26.0	3.72

주 1) 전혀 필요 없음=1, 매우 필요함=5
 2) 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

■ 쌀 기한표시 기한 평가

- 품질유지기한의 경우 평균 7.5개월, 소비기한 4.9개월, 유통기한은 3.6개월 정도인 것으로 평가함. 또한 이러한 기한들이 계절/기후에 매우 영향을 받는다고 생각하였으며(5점 척도 기준 4.54점), 계절별로 기한을 달리 표시할 필요성에 대해서도 어느 정도 있다고 인식하였음(3.88점). 그러나 계절별로 기한표시를 달리하는데 대체로 어려움이 있을 것으로 평가함(3.70점).

〈표 6-41〉 각 기한별 쌀 도정일로부터 적절한 경과 시점

단위: %, 개월

구분	1주	2주	3주	1개월	2개월	3개월	4개월	5개월	6개월
품질유지기한	-	-	-	2.0	4.0	24.0	-	12.0	22.0
소비기한	-	-	-	2.0	18.0	28.0	2.0	14.0	24.0
유통기한	-	-	2.0	22.0	18.0	28.0	4.0	4.0	14.0
구분	7개월	8개월	9개월	10개월	11개월	12개월	13개월 이상	평균 개월수	
품질유지기한	-	-	-	4.0	-	28.0	4.0	7.46	
소비기한	-	-	-	-	-	12.0	-	4.88	
유통기한	-	-	-	-	-	8.0	-	3.60	

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-42〉 쌀의 품질유지 및 소비 가능 기한이 계절/기후의 영향을 받는다고 생각하는 정도

단위: %, 점

구분	전혀 영향이 없음	영향이 없음	보통임	영향이 있음	영향이 매우 있음	평균 (5점 척도)
비중	-	-	2.0	42.0	56.0	4.54

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-43〉 쌀의 기한 정보 제공시 계절별 표시 차별화 필요성

단위: %, 점

구분	전혀 필요가 없음	필요가 없음	보통임	필요가 있음	매우 필요 있음	평균 (5점 척도)
비중	2.0	8.0	22.0	36.0	32.0	3.88

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

〈표 6-44〉 계절별 기한표시의 어려움 정도(비중)

단위: %

구분	전혀 없음	없음	보통임	있음	매우 있음	평균 (5점 척도)
비중	-	12.0	28.0	38.0	22.0	3.70

주: 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

다. 기한표시 도입 영향 평가

■ 기한표시 도입의 경영상 영향

- 유통업체들은 추가적인 기한표시 도입에 의해 전반적인 경영비용(5점 척도 기준 3.30점)과 소비자로부터의 반품(3.50점)이 다소 증가할 것으로 예상하였음. 그러나 쌀 판매에는 크게 영향을 줄 것으로 생각하지는 않았으며(2.94 점), 매장 재고도 크게 영향이 있을 것으로 생각하지 않았음(3.18점).

〈표 6-45〉 추가적인 기한표시 도입의 경영상 영향(5점 척도)

단위: %, 점

항목	매우 감소	감소	보통임	증가	매우 증가	평균 (5점 척도)
전반적 경영비용	-	8.0	62.0	22.0	8.0	3.30
쌀 판매	-	18.0	70.0	12.0	-	2.94
소비자로부터 반품	-	12.0	30.0	54.0	-	3.50
매장 재고	2.0	16.0	46.0	34.0	2.0	3.18

- 주 1) 매우 감소=1, 매우 증가=5
2) 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

■ 기한표시의 도입의 효과

- 유통업체들은 기한표시 도입이 경제사회적으로 대체로 긍정적인 효과가 있는 것으로 평가하였음. 소비자 알 권리 확대(5점 척도 기준 평균 4.00점)에 가장 큰 효과가 있는 것으로 평가하였으며, 다음으로 쌀 품질 개선(3.84점), 안전성 강화(3.76점), 쌀 수급 조절(3.44점) 순으로 긍정적인 평가가 높았음. 그러나 식품폐기가 오히려 어느 정도 증가할 것으로 예상하였음(3.68점).

〈표 6-46〉 추가적인 기한표시 도입의 효과(5점 척도)

단위: %, 점

항목	전혀 없음	없음	보통임	있음	매우 있음	평균 (5점 척도)
쌀 품질 개선(고품질화)	-	-	38.0	40.0	22.0	3.84
쌀 수급 조절(재고감소)	-	16.0	36.0	36.0	12.0	3.44
소비자 알 권리 확대	-	-	22.0	56.0	22.0	4.00
안전성 강화	-	2.0	44.0	30.0	24.0	3.76
식품폐기 영향 (음식물 쓰레기 증가)	-	8.0	26.0	56.0	10.0	3.68

주 1) 매우 감소=1, 매우 증가=5

2) 소비자 유통업체 50개 대상 설문조사 결과임.

3. 요약 및 시사점

- 도정업체와 소비자 유통업체 등 공급부문 대상 설문조사에서의 쌀 취급실태와 쌀 기한표시제 및 관련 인식을 정리하면 다음과 같음.
- 첫째, 쌀의 품질은 외부 환경에 의해 상당한 영향을 받음. 그러나 도정업체와 소비자 유통업체 모두 외부와 차단된 장소이지만 주로 실온에서 포장 쌀 제품을 보관하고 있었으며, 절반 이상이 덮개가 없는 운반 차량(비밀폐차량)을 이용하여 쌀을 운반하고(공급받고) 있는 것으로 조사됨.
 - 냉장(저온) 보관 비중 및 냉장(저온) 차량 이용 비중은 높지 않았음.
- 둘째, 유통업체가 도정일자가 매장 판매(진열) 여부를 결정하는 중요한 기준인 것으로 인식함에 따라 도정업체에서 도정된 포장 쌀 제품이 소비자 유통업체에 도달하기까지 쌀의 품질에 영향을 미칠 정도로 긴 시간이 소요되

지는 않은 것으로 조사됨. 도정업체는 납품일 기준으로 대체로 1-2일 이내 (68.3%) 도정을 하고 있으며, 소비지 유통업체는 도정일자로부터 2-4일 정도 경과한 시점(62.0%)의 쌀을 매장에 공급받는 것으로 나타남.

- 셋째, 도정일자 등의 요인으로 도정업체 및 소비지유통업체에 쌀이 반품되는 사례가 있는 것으로 조사됨. 이는 직간접적으로 도정업체에 경제적 영향을 미칠 가능성이 있다는 점에서 쌀의 기한표시 도입 논의에서 중요하게 논의될 필요가 있음. 조사 결과 상당수의 도정업체가 납품한 쌀을 반품 받은 경험이 있으며(75.0%), 대금 정산 시 반품 물량만큼 정확히 제하고 대금을 정산 받고 있다고 응답함(77.8%). 유통업체의 경우에도 일정 기간이 지난 후 대체로 공급업체에 쌀을 반품하며(86.7%), 반품 물량만큼 정확히 제하고 대금을 정산하고 있었음(76.9%). 도정업체는 반품 제품의 경우 대체로 재가공하여 일반 쌀 이외 용도로 판매하거나(71.1%), 새 쌀로 판매(26.7%)하였음.
 - 도정업체는 6개월을 기준으로 평균 4.57건의 반품 경험이 있으며, 도정일자 경과(42.2%)를 주요 반품 요인이라고 응답함.
 - 소비지 유통업체의 경우 절반 정도가 소비자로부터 쌀을 반품 받은 경험이 있으며, 6개월 기준 평균 1.40건 정도 반품이 발생하였음.
- 넷째, 기한표시 도입에 있어서 표시 활용의 주체인 소비자의 인식도 중요하지만, 제도 실행의 주체인 도정업체, 유통업체의 인식이 뒷받침되어야 함. 그러나 조사결과 도정업체와 유통업체들은 기존 도정일자, 생산년도 이외에 추가적인 기한표시 도입의 필요성이 높지 않은 것으로 평가함. 특히 도정업체의 경우 부정적인 인식이 높은 편이었음.
 - 도정업체들은 기존 표시가 충분한 역할을 하는 것으로 인식하고(42.3%), 소비자의 오인 가능성(26.9%)을 우려하고 있었음. 유통업체의 경우에도 기존 표시가 충분한 역할을 한다는 응답이 높은 편이었음(53.8%).
 - 도정업체 및 유통업체의 쌀 기한표시 도입 필요성에 대한 상대적으로 낮은 인식에는 부패성이 높지 않으며 통상적으로 다른 농산물에 비해 오랜

기간 동안 소비를 하는 쌀의 물적 특성도 영향을 미치고 있음.

- 다섯째, 도정업체는 모든 기한표시 유형에 대해 도입 필요성을 낮게 평가하였으나, 부패성이 높지 않은 제품에 적용되며, 판매에 대한 제약이 상대적으로 적은 품질유지기한에 대한 부정적 인식이 상대적으로 낮은 편이었음. 소비자 유통업체들은 품질유지기한의 필요성을 가장 높게 평가함. 도정업체보다 유통업체가 평균적으로 0.3-2.1개월 정도 적정 기한을 길게 평가하였음.
 - 도정업체들은 품질유지기한은 평균 5.4개월, 소비기한 4.6개월. 유통기한은 2.7개월 정도가 적정하다고 평가함.
 - 유통업체들은 적정 품질유통기한은 평균 7.5개월, 소비기한 4.9개월, 유통기한 3.6개월 정도라고 평가함.

- 여섯째, 도정업체와 유통업체 모두 추가적인 기한표시가 경영에 영향을 미칠 것으로 보고 있으며, 특히 도정업체가 기한표시의 부정적인 영향에 대해서 우려하는 것으로 나타남. 도정업체는 추가적인 기한표시에 의해 경영비용이 증가하고, 납품업체로부터 반품이 증가하며, 포장재 관련 비용이 증가할 것이라고 인식하였음. 기한표시 도입 여부와 방향에 대한 논의에서는 공급부문에서 발생하는 이러한 경제적·경영적인 측면에서의 영향을 전반적으로 고려할 필요가 있음.

제 7 장

쌀 기한표시제 도입 여건 진단과 과제

- 이 장에서는 쌀 기한 표시제 도입 여건을 진단하여 제도 도입의 실효성과 타당성을 검토하고, 쌀 기한표시 제도의 도입 시 고려가 필요한 방안과 관련 과제들을 도출함.

1. 도입 여건 진단

- 현재 양곡의 표시와 관련된 규정으로는 ‘양곡표시제도’가 “양곡관리법”에 의거하여 시행되고 있는데, 의무표시사항으로 품목, 생산연도, 중량, 품종, 도정연월일, 생산·가공자 또는 판매원의 주소·상호·전화번호, 등급 등이 있고, 단백질 함량의 경우 임의표시사항으로 쌀에만 해당됨.
- 양곡표시사항 중 날짜(기한) 관련 표시사항에는 생산연도, 도정연월일(도정일자) 등이 있으며 쌀과 현미의 경우 생산연도와 함께 도정연월일을 의무적으로 표시하도록 규정되어 있음.
 - 이는 쌀과 현미를 제외한 다른 양곡들에는 적용되지 않는 것으로 일부에서는 다른 양곡에 비하여 기한과 관련한 정보를 더욱 많이 제공하고 있

기 때문에 정보제공의 형평성 측면에서 문제가 있다는 의견을 제기하기도 함.

- 쌀 판매 실태를 알아보기 위해 소비단계의 유통채널을 대상으로 현장조사를 실시한 결과, 도정 이후의 판매일자가 다양했으나 평균적으로 2개월 이내의 제품이 유통되고 있었음.
 - 반면, 수입쌀의 경우에는 1년이 훨씬 경과한 제품이 유통되고 있어 국내 산과는 대조되었는데, 이는 수입산이 국내에 도입되기까지의 기간이 상당히 길다는 데서도 그 원인을 찾을 수 있을 것으로 보임.
 - 한국농수산물유통공사의 최근 2년간 구매입찰 공고 내역을 토대로 살펴보면 수입쌀(멥쌀 기준)의 통관에 소요되는 기한이 최소 98일에서 최대 328일에 달했음.⁵⁸

- 생산연도와 도정연월일의 표시 실태 측면에서는 전반적으로 소비자가 이를 확인하는데 큰 어려움은 없는 것으로 나타남. 그러나 일부 소비자들은 표시 위치가 일관되지 않아 기한을 확인하는 것이 용이하지 않은 것으로 인식하였음. 또한 온라인 판매인 경우에는 표시사항에 포함되는 정보들이 구매 과정에서 소비자들에게 제대로 제공되고 있지 않은 것으로 나타남.
 - 날짜(기한) 관련 표시사항은 상품별로 일괄표시면에 기입하기도 하고, 별도로 표시하기도 하는데 별도 표시하는 경우 표시위치가 일관되지 않아서 발생하는 문제인 것으로 보임.
 - 온라인 판매의 경우 판매업체별로 해당 제품에 대한 생산연도와 도정연월일 정보가 제대로 제공되고 있지 않은 경우도 상당 수 있었음.

- 일반 소비자에 대한 쌀 표시 이용 실태 조사 결과, 소비자들은 쌀 구입 시

⁵⁸ 공공기관 경영정보 공개시스템의 ‘TRQ 쌀 구매입찰 공고’ 자료를 참조하여 정리함 (<https://www.alio.go.kr>: 2018. 3. 10).

생산연도와 도정연월일을 매우 중요하게 고려하고 있는 것으로 나타남.

- 소비자들은 식품 구입 시 일반적으로 제품의 기한을 확인하는 경향이 5 점 만점에 4.24점으로 상당히 높은 편으로 나타났음.
- 쌀 구입 시 확인하는 표시사항 중에도 생산연도가 33.7%, 도정일자 26.4%로 가장 높았음.
- 이뿐만 아니라 쌀 구입 결정 시 ‘구입가격’을 가장 많이 고려한다는 응답이 17.5%로 가장 높았으나, 생산연도(16.6%)와 도정연월일(12.4%)이 그 뒤를 이어 중요한 고려 요소인 것으로 나타남.

○ 우리나라와 쌀 소비 성향이 유사한 일본과 비교했을 때 우리나라 소비자들이 쌀 구입 시 기한에 대해 상대적으로 더욱 중요하게 고려하고 있는 것으로 판단됨.⁵⁹

- 일본 소비자들이 쌀 구입 시 가장 중요시하는 요소도 가격이었으나, 그 다음으로 품종, 산지, 생산연도, 식미, 안정성, 도정연월일 순이어서 우리나라 소비자에 비해 기한에 대한 관심이 상대적으로 낮은 편이었음.⁶⁰

○ 이처럼 우리나라 소비자들이 쌀 관련 기한을 중요시 하는 원인으로는 쌀의 품질 관련 정보가 일본 등과 비교했을 때 상대적으로 충분히 제공되지 못하기 때문이라고 판단됨.

- 우리나라 쌀 제품에도 쌀 등급을 특, 상, 보통으로 나누어 표시하도록 하고 있으나 기존에 ‘미검사’ 표기를 허용하여, 전체 유통 물량의 절반 이상이 ‘미검사’로 표기하고 있어 소비자 입장에서 품질에 대한 정보를 확인하기 어려운 한계가 있음.

59 일본 미곡안정공급확보지원기구 홈페이지 자료 참조(http://www.komenet.jp/pdf/shouhi-doukou_18022693.pdf; 2018. 3. 12).

60 2018년 1월에 실시된 일본의 소비자실태조사(복수응답 허용)에서 쌀 구입 시 가장 중요시하는 요소로 가격이 75.1%, 품종 59.8%, 산지 59.2%, 연산 44.7%, 안정성 29.3%, 정미연월일이 27.9%였음.

- 또한, 쌀을 조달하는 빈도가 2개월 이상인 경우가 많고, 주로 구입하는 중량도 20kg이 주를 이루고 있는 점 등도 한 번 구입 시 기한을 중요시하는 요인으로 작용하는 것으로 보임.
- 따라서 결과적으로 우리나라 소비자들은 쌀 관련 표시사항 중 도정연월일과 같은 기한을 매우 중요시하고 있는 상황임. 쌀은 도정 이후 기간 경과에 따른 품질 저하 정도가 크지 않은 물적 특성이 있음. 그럼에도 불구하고 소비자들은 도정연월일이 제품의 신선도를 나타내는 지표로 인식되고 있음. 이는 쌀의 물적 특성과는 상관없이 최근 도정한 쌀에 대한 과도한 선호로 연결될 수 있음.
 - 실제로 산지유통업체(RPC) 조사 결과 도정연월일이 많이 경과되었다는 이유로 반품을 받은 경우가 전체 반품 건수의 42.2%를 차지하였음.
- 그러나 쌀 표시사항에 대한 “양곡관리법” 개정으로 2018년 10월 14일 이후부터는 쌀 등급을 ‘미검사’로 표기하는 것에 대하여 과징금 등의 행정처분이 내려지게 되므로 미검사 삭제 시 쌀 등급에 대한 소비자의 관심이 점진적으로 증대될 가능성이 있음.
- 또한, 1인 가구 비율이 상승하는 추세를 보이고 있어 소포장 쌀에 대한 수요가 앞으로 늘어날 것으로 기대됨. 쌀 등급에 대한 소비자의 관심 증대 및 소포장 쌀에 대한 수요 증가 등으로 인하여 향후 다른 양곡 표시사항에 비해 도정연월일 등의 기한에 대한 소비자의 관심은 상대적으로 감소할 가능성이 있음.
- 한편, 유통기한이나 품질유지기한 등의 기한과 관련된 추가적인 정보를 제공하기 위해서는 이들 기한에 대한 객관적인 연구가 선행되어야 하는데, 아직 우리나라에서는 관련 연구가 충분치 않다는 한계점이 존재
 - 또한 도정한 쌀의 품질 저하 속도는 유통 과정에서의 관리, 계절 등과

같은 판매 시기, 소비자가 구매한 후 가정에서의 관리 상태 등에 따라서도 영향을 받기 때문에 객관적인 기한 설정에 어려움이 존재함.

- 또한 유통기한이나 품질유지기한 등이 도입될 경우 소비자는 이를 일괄적으로 섭취 가능한 기한으로 인식하여 기한이 지난 제품을 폐기할 우려가 크므로 이를 함께 고려할 필요가 있음.

〈표 7-1〉 쌀 소비권장기한 도입 여건 진단

긍정적 요인 및 영향	부정적 요인 및 영향
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 유통기한 등의 기 도입 시 유통업체 등은 제품을 실질적으로 판매할 수 있는 기한을 연장하기 위해 기간 경과에 따른 품질저하를 막기 위한 기술 개발에 더욱 투자하여 결과적으로 소비자입장에서 쌀 품질이 제고되는 부수적인 효과 기대 ▪ 도정한 쌀의 소비권장기한(유통기한, 소비기한, 품질유지기한)에 대한 충분한 지식이 없는 소비자에게 관련 정보를 제공하여 보다 좋은 품질 상태에서 섭취할 수 있도록 지원 ▪ 품질유지기한 등이 도입되고 정착되면 품질유지가 용이한 소포장 제품에 대한 수요가 증대될 가능성이 있고, 이로 인해 품질 고급화 및 부가가치 제고 효과 기대 ▪ 소비권장기한 도입으로 소비자가 보다 신선한 상태의 쌀을 보다 많이 소비하게 될 경우, 쌀 소비에 대한 선호가 높아져 쌀 소비 감소 추세가 다소 완화될 가능성 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 도정한 쌀의 품질저하 속도는 유통단계에서의 관리 상태, 소비자가 구매한 후 가정에서의 관리 상태에 따라 상당한 차이를 나타내므로 일률적으로 표시기한을 설정하는 데 어려움 존재 ▪ 산지유통업체가 제품에 기한표시를 하기 위해 추가적인 관리 작업 수반 ▪ 도정한 쌀의 품질저하 속도는 유통과정에서의 관리, 계절 등과 같은 시기 등에 따라서도 각각 다르기 때문에 과학적 검증을 거친 객관적인 품질유지기한을 설정하는데 어려움 존재 ▪ 품질유지기한 등의 소비권장기한을 도입하면 양곡도매상 및 소비자유통업체로부터 RPC 등의 산지유통업체에 반품 요구가 증대될 것으로 우려됨. ▪ 쌀은 보존기간 경과에 따른 품질저하 정도가 크지 않은 물리적 특성이 있는데, 도정년월일이 제품의 신선도를 나타내는 지표로 인식되고 있어 최근 도정한 쌀에 대한 과도한 선호가 발생할 우려 존재 ▪ 소비자가 품질유지기한에 대한 이해도가 높지 않은 상황이므로, 이를 판매기한으로 오인하여 제품을 폐기하는 사례가 증가할 가능성이 큼 ▪ 쌀 이외의 곡물에 대해서는 생산연도와 도정년월일 표시 의무도 없는 상황에서 쌀에 대해서만 과도한 표시의무를 부과한다는 형평성에 대한 문제제기가 발생할 가능성이 큼 ▪ 수입쌀이 도정된 후 국내에 도입되어 유통되기까지의 기간이 상당히 길기 때문에 수입산과의 형평성 등의 문제를 막기 위한 조치 필요

2. 기한표시제 도입 방안과 과제 검토

- 이 절에서는 쌀 기한표시제 도입의 기본방향과 우리나라 현실과 수요 및 공급 부문 등을 종합적으로 고려한 제도 도입 방안과 관련 과제를 검토함.

2.1. 기본방향

2.1.1. 정부 쌀 정책 기조 반영

- 쌀 공급 과잉 추세 속에서 정부는 최근 기존의 양적 측면에서의 수급관리 정책에서 탈피하여 쌀 품질 제고와 고품질 쌀 유통 및 소비 촉진 등을 통한 쌀 산업 경쟁력 제고 및 소비자를 고려한 쌀 정책을 추진하고 있음.
 - “양곡관리법”을 개정하여 쌀 등급 중 ‘미검사’ 표시를 삭제하도록 함으로써, 전반적인 쌀 품질 향상을 도모하고 있음.
 - 이 외에도 공공비축미 대상 품종에서 다수확 품종을 배제하는 등의 조치를 통해, 농가가 쌀의 품질보다는 높은 수량을 선호하는 경향을 점차 바꾸어나갈 수 있도록 유도
- 쌀 기한표시제 도입은 정부의 쌀 정책 기조를 반영하여 쌀 고품질화와 소비자 알 권리 보장을 통한 고품질 쌀 중심의 유통·수요 확대 가능성을 고려하면서 제도의 실효성·타당성 등을 검토하고 제도 도입 여부와 방안 등을 결정할 필요가 있음.

2.1.2. 소비자 필요와 요구 대응

- 정부 정책 기조가 ‘국민 중심’ 정책 추진으로 변화하면서 소비자의 필요와

요구를 반영한 정책 수립·추진의 움직임이 확대되고 있음. 농식품 정책도 기존의 생산자 중심의 생산·공급 관점에서의 정책에서 최근 국민 전반을 대상으로 하여 수요적 관점을 반영하고자 하는 노력이 지속적으로 이루어지고 있음.

- 농식품 표시 제도는 소비자의 알 권리 및 선택권 보장을 주요 기능으로 하며, 이에 따라 제도의 실효성을 확보하기 위해서는 소비자의 인식과 활용이 전제가 되어야 함. 따라서 소비자의 필요와 요구를 반영하여 제도 도입에 대한 논의가 이루어져야 함.

2.1.3. 공급 부문 실태와 형평 고려

- 쌀 기한표시제 도입은 소비자의 쌀 소비에 영향을 미치며 이를 통해 쌀 산업 전반에 경제적으로 영향을 미칠 수 있다는 점에서 신중한 접근이 필요함. 생산자, 도정업체, 유통업체 및 기타 관련 업체·기관의 제도 적용 여건과 파급 영향을 전반적으로 고려하여 공급 부문에서도 공감할 수 있도록 표시제 도입에 관한 정책 결정이 이루어져야 함.
- 또한 쌀 시장 개방으로 밥쌀용 쌀이 매년 일정량이 수입되고 있다는 점을 고려할 경우 국제 규범과 합치하면서 국내산과 수입산 쌀 간에 형평성을 고려하여 제도 도입이 국내 쌀 산업에 부정적 요인으로 작용하지 않도록 신중을 기할 필요가 있음.

2.2. 도입 방안과 과제

2.2.1. 단계적 도입 논의 및 방안 마련 필요

- 농식품 기한표시는 소비자의 반응에 따라 경제적 파급 영향이 클 수 있다는 점에서 신중한 접근이 필요함. 제도 도입을 단기적으로 결정하기 보다는 시범사업 등을 실시하여 경제적 파급 영향과 소비자의 실질적인 활용도 등을 점검할 필요가 있음. 또한 시범사업 이후에 정책 결정에 있어 객관성을 담보하기 위해 영향 분석을 실시하는 등 중장기적인 단계별 접근이 필요함.
- 예컨대 보건복지부의 경우 2012년 가공식품에 소비기한 표시를 도입하기 위해 가공식품 유통기한·소비기한 병행표시에 관한 시범사업을 실시함.⁶¹ 시범사업은 특정 품목에 대해서 전면적으로 시행한 것이 아니라, 안전성 우려가 없거나 낮은 품목을 중심으로 시범사업 참여업체들의 신청을 받아서 품목을 선정하여 실시함.
 - 보건복지부는 과도한 식품 폐기·반품을 통한 식품 낭비 요인 해소와 소비자의 알 권리 등을 충족하기 위해 소비기한 표시 도입을 고려하였으며, 표시 도입 이전에 실제 시장에서 표시 도입에 따른 효과를 파악하기 위해 2012년 7월부터 2013년 2월말까지 8개월간 시범사업을 실시함.
 - 식품업체의 신청을 통해 18개 품목을 시범사업 대상으로 선정하였음.⁶²
- 또한 보건복지부는 시범사업 실시 이후에 유통기한과 소비기한의 병행표시

61 보건복지부 홈페이지 보도자료 참조(<http://www.mohw.go.kr/react/index.jsp>: 2018. 2. 10., “식품 유통·소비기한 병행표시 시범사업 추진” 2012. 3. 29일자).

62 풀무원홀딩스 생칼국수, SPC그룹 스위티파이, 아워홈 손수 구수한 된장찌개, 대상 딸기 셀러드 소스 등 4종·두유흑임자 드레싱 등 3종, 한국야쿠르트 흑마늘즙·도라지즙, 해태제과 치킨통통, CJ제일제당 참기름으로 구워 향이 고소한 햇바삭김, 농심 메밀소바, 롯데제과 고깔콘 고소한맛, 오리온 고래밥 볶음양념맛, 동원F&B 명품구운생김 등임(아시아경제 홈페이지 보도자료 참조, <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxn=2012062812435972481>, “18개 가공식품 유통기한·소비기한 병행표시” “ 2012. 6. 28일자)

에 따른 영향을 분석하기 위해 별도의 연구를 실시함. 연구 결과 유통기한과 소비기한의 병행표시 도입이 자원 낭비와 소비자 알권리 충족 측면에서 보건복지부가 기대한 소기의 정책 목표를 충분히 달성하지 못하는 것으로 분석됨.⁶³ 이에 따라 유통기한·소비기한 병행표시의 전면적 도입이 이루어지지 않음.

- 연구 결과 식품 폐기 및 반품 등으로 발생하는 생산단계 손실비용 절감 효과가 크지 않고 소비자가 유통기한과 소비기한 표시 간 차이를 뚜렷하게 인식하고 있지 못하여 실질적인 효과가 없는 것으로 나타남.⁶⁴

○ 쌀의 경우 설문조사에서 도정업체들은 유통기한, 소비기한, 품질유지기한 등 유형별 기한표시 도입 필요성에 대해서 대체로 부정적인 인식이 높은 편이었음. 그러나 일부 도정업체의 경우 필요성이 어느 정도 있다고 인식하는 것으로 나타남. 따라서 시범사업 시행여부와는 별도로 민간에서 자율적으로 기한표시를 활용할 수 있도록 하는 방안을 고려해 볼 수 있음.

- 도정업체 설문조사에서 전체의 15-20%내외의 도정업체(유통기한 16.7%, 소비기한 15.0%, 품질유지기한 20.0%)가 기한표시가 필요하다고 인식하는 것으로 조사됨.

63 김우선 외(2013)는 유통기한·소비기한 병행표시에 따른 영향 분석을 실시함.

64 한국경제 웹페이지 보도자료 참조(<http://news.hankyung.com/article/2013120641691>, “식품 ‘유통기한 표시’ 바뀌야 하나” 2013. 12. 6일자)

2.2.2. 세부 도입 방안 검토

가. 표시 유형

- 쌀에 적용되는 도정일자, 연산표시 이외에 일반적으로 기한표시는 유통기한, 소비기한, 품질유지기한(상미기한) 등으로 구분할 수 있음. 기존의 도정일자, 연산표시 이외에 이들 기한표시를 적용하기 위해서는 국내 제도 도입 여건, 상품 특성, 소비자 인식 등을 종합적으로 고려할 필요가 있음.
- 기한표시의 개념과 쌀의 특성을 고려할 경우 기한표시 유형 중에서 품질유지기한을 적용하는 것이 가장 적절함. 중국(품질보증기한), EU(best-before date, 상미기한), 호주(best-before date, 상미기한) 등의 경우에도 쌀에 품질유지기한을 표시하도록 하고 있음.
 - 유통기한은 식품을 소비자에게 판매할 수 있는 기한을 의미하며, 우리나라의 경우 “식품위생법”에 의해 대부분의 일반식품에 표시함.
 - 소비기한은 일반적으로 식품을 섭취해도 건강이나 안전에 이상이 없을 것으로 판단되는 기한임. 일반적으로 유통기한보다 기한이 길게 표시됨. 우리나라의 경우 식품에 대한 소비기한 표시가 법률상에 규정되어 있지 않음. 또한 소비기한은 일반적으로 부패성이 높은 제품에 적용됨. 따라서 보존성이 높은 쌀에 적용하기에는 다소 부적합한 측면이 있음.
 - 품질유지기한은 식품의 특성에 맞게 적절히 보관할 경우 해당 식품 고유의 품질이 유지될 수 있는 기한임. 쌀의 물성을 고려할 경우 기한표시 제도를 도입할 경우 품질유지기한(상미기한)으로 표시하는 것이 상대적으로 적정성이 높음.
- 실제로 도정업체, 소비지 유통업체 등 쌀 공급부문에서도 기한표시를 도입해야 하는 경우 품질유지기한을 가장 적정한 것으로 평가하고 있음. 그러나 품질유지기한의 경우 기한이 경과하는 것과 판매 가능 여부가 반드시 일치

하지는 않는다는 점에서 소비자의 일반적인 기한표시에 대한 인식과 합치되지 않는 측면이 있음.

- 설문조사 결과 도정업체의 경우 기한표시의 모든 유형에 대해 도입 필요성을 부정적으로 평가하였으나 상대적으로 품질유지기한에 대한 부정적 인식이 다소 낮은 편이었음. 소비지 유통업체의 경우 상대적으로 품질유지기한의 필요성을 다른 기한표시보다 높게 평가함.
- 설문조사 결과 소비자의 다수가 품질유지기한에 대해 잘못 이해하고 있는 것으로 나타남. 응답자의 68.7%가 품질유지기한을 ‘시중에서 판매할 수 없는 기한’으로 인식하였으며, 73.4%가 ‘표시된 기한내로 섭취해야 함’을 의미하다고 인식함. 또한 소비자들은 품질유지기한이 부패, 변질 위험이 상대적으로 높은 제품에 표시한다고 인식함(53.6%).

○ 소비자의 요구 반영이라는 점을 고려할 경우에는 품질유지기한보다는 소비기한을 도입하는 것이 적절함. 그러나 소비기한의 경우 현재 우리나라에서 통상적으로 적용되고 있는 표시가 아니며, 일반적으로 부패성 높은 식품에 적용된다는 점을 고려할 경우 쌀에 도입하는 것은 적정하지는 않음.

- 일반 소비자의 경우 유통기한과 소비기한에 대한 도입 필요성을 동일한 수준으로 평가하였으며 품질유지기한에 대한 필요성을 상대적으로 낮게 평가함. 외식업체·급식업체는 소비기한, 품질유지기한, 유통기한 순으로 필요성을 높게 평가함.

나. 적정 기한

■ 계절별 기한 차별화 한계

- 설문조사 결과 수요 및 공급 부문에서 기한표시 도입 시 계절별 기한 차별화의 필요성에 대한 긍정적 인식이 어느 정도 형성되어 있는 것으로 나타남. 그러나 현재 일반적인 식품 표시에 있어서 계절별로 표시된 기한을 달리하고 있지 않음. 또한 기한표시를 현장에서 적용해야 하는 도정업체가 차별화 필요성에 대한 인식 수준이 상대적으로 높지는 않았으며, 비용 발생에 대해서 우려한다는 점을 고려할 경우 단기간에 도입하는 데는 한계가 있음.
 - 소비자, 외식·급식업체, 도정업체, 유통업체 등 수요 및 공급부문에서 쌀 관련인(업체) 조사 결과 대체로 쌀의 품질 또는 소비가능 기한이 계절·기후 등의 영향을 받는다고 인식하고는 있었음. 또한 도정업체를 제외하고 기한표시 도입시 계절별 기한 차별화도 어느 정도 필요하다고 생각하였음.
 - 도정업체의 경우 기한표시 도입의 필요성을 소비자, 외식·급식업체, 유통업체 등에 비해 상대적으로 낮게 평가하고 있으며(5점 척도 기준 평균 3.50점), 기한표시에 따른 어려움은 상대적으로 높게 평가함(4.00점).

■ 적정 기한 검토 및 고려 요인: 동일 기한 도입 시

- 소비자 조사결과 유통기한의 경우 3개월-5개월, 소비기한은 5개월-7개월, 품질유지기한은 5-9개월 정도라고 인식하는 것으로 나타남. 기존의 일부 과학적인 실험 연구의 경우 상대적으로 다소 높은 수준의 품질을 유지하는 기한을 가정하여 실험을 진행함. 이들 연구의 실험결과 온도, 계절별로 1개월-7개월 정도까지의 기한을 제시하고 있음<표 7-2>.
 - 이밖에 호주는 쌀에 3개월 이상인 식품에 표시하는 품질유지기한 표시

를 하도록 하고 있으며, EU의 경우에도 장기보관이 가능한 식품에 대한 기한표시인 품질유지기한 표시를 하도록 하고 있음.

- 표시기한을 2개월 이하로 할 경우 수요 및 공급부문 설문조사 결과와 비교하여 볼 때 관련인(업체) 인식(의향)에 비해 다소 기한이 짧은 편이며, 소비자의 쌀 구매 행태와 합치되지 않아서 시장에 상당한 정도로 영향을 줄 가능성이 있음.
 - 설문조사에서 전반적으로 적정기한이 최소 3개월 이상으로 평가하고 있어, 2개월 이하의 기한표시는 관련 부문의 의향을 반영하지 않음.
 - 현재 소비자의 41.8%는 3개월 또는 3개월 이상마다 1회 정도 쌀을 구매하고 있으며, 81.3%의 소비자가 10kg이상 포장단위 쌀을 구매함. 표시기한을 2개월 이하로 할 경우 소비자의 쌀 구매단위 또는 주기의 변화가 필요하며, 이는 쌀 제품 마케팅에도 영향을 줄 수 있음.
 - 소비자들은 일반적으로 농식품 구매에 있어 기한 만료가 임박한 제품의 경우 가격할인 등의 판매촉진 행사에도 불구하고 구매의향이 거의 없는 것으로 조사됨. 따라서 2개월 이하로 표시할 경우 도정 이후 유통업체 매장에 진열되는 기한(1일~1주일 정도) 등을 제한하면 5-6주 정도의 비교적 짧은 기간에 제품을 판매해야 하는 결과를 초래함.
- 쌀 관련인(업체)의 종합적인 의견을 반영할 경우 유통기한은 4개월 내외, 소비기한 5~6개월, 품질유지기한 6-8개월 정도를 고려할 수 있음. 그러나 현재 소비자의 85.5%가 4개월 또는 4개월 미만에 1번 정도 쌀을 구입하고 있어 이러한 경우 기한 도입에 큰 의미가 없다는 문제가 있음.
- 적정기한을 결정하는 과정에서 해외 주요국의 관련 실태와 이해관계를 고려할 필요가 있음. 예를 들어, 현재 쌀에 기한표시를 하는 중국은 최소 3개월 이상의 기한을 설정하도록 되어 있고 포장재질에 따라 12, 18개월 정도의 기한표시가 일반적이고, 대만은 6개월 정도의 기한 표시가 일반적임.

- 따라서 우리나라의 표시기한이 3개월 이내로 설정된다면 중국 등의 쌀 수출국은 반발할 가능성이 크고, 그보다 장기간이라고 하더라도 수입 과정에서의 통관 기한이 긴 경우 1년에 가까운 현실을 고려하면 우리나라가 의무적으로 수입해야 하는 쌀(MMA)의 수입 과정에서도 문제가 발생할 소지가 있음.

〈표 7-2〉 적정 기한 평가 결과

		유통기한	소비기한	품질유지기한 (상미기한)
실험 연구	이기춘 외 (2007)			10-4월:48±2 5-6월: 23±3 7-9월: 16±2
	박동규 외 (2006)			겨울: 8주(12주) 봄: 6주(12주) 여름: 4주(8주)
	横江未央· 川村周三 (2008)			5℃: 7개월 15℃: 5개월 20℃: 3개월 25℃: 2개월
설문 조사	소비자	4.7개월	6.0개월	6.8개월
	외식업체	4.8개월	6.7개월	8.6개월
	도정업체	2.7개월	4.6개월	5.4개월
	유통업체	3.6개월	4.9개월	7.5개월
해외 사례	대만		6개월-12개월 정도 (보존기한)	
	중국			12-18개월 정도 (품질보증기한)

- 주 1) 이기춘 외(2007) 등 농촌진흥청 연구와 박동규 외(2006)은 일반적인 고유의 품질을 유지하는 기한으로서의 의미를 내포하는 품질유지기한 보다는 상대적으로 높은 수준의 품질을 유지하는 기간을 기준으로 함.
- 2) 박동규 외(2006)의 괄호안의 경우 상품성 한계에 도달하는 기한을 의미함.
- 3) 대만의 보존기한은 제조일자로부터 식용안전안심까지의 기한을 의미하여 소비기한과 의미가 유사함.

2.2.3. 쌀 관련 홍보·교육 확대

- 쌀 기한표시 도입에 앞서서 쌀에 관한 소비자의 인식과 이해를 보다 높일 필요가 있음. 특히 쌀의 품질 및 표시 관련한 사항에 대해서 소비자의 인식·이해 제고가 필요함.
- 기존의 쌀 관련한 소비자 홍보·교육은 주로 전통 식문화에 대한 소비자 이해 확대와 소비자 수요 촉진에 초점이 맞추어져 있음. 예컨대 쌀 관련한 국가 단위 교육은 농림축산식품부를 중심으로 추진되는 식생활교육의 틀 속에서 이루어짐. 2016년 대표적인 국가 식생활교육 사례를 살펴보면, 쌀 소비 증진을 위한 가래떡 데이 관련 행사, 아침밥 먹기 캠페인 등이 있음. 또한 쌀을 이용한 음식 만들기 등의 실습교육을 실시함<표 7-3>.
- 기존에 추진되는 국가 식생활교육 사업 등과의 연계성을 고려할 필요가 있으며, 현재 정부 정책 기조가 쌀 소비 확대뿐만 아니라 쌀 고품질화에 있다는 점을 고려할 경우 소비자의 고품질 쌀에 대한 수요가 확대될 수 있도록 소비자의 쌀 관련 홍보·교육을 보다 구체화할 필요가 있음. 고품질 쌀 소비 확산과 연계하여 쌀 표시제 도입의 취지를 살리기 위해서 소비자의 기한표시를 포함한 전반적인 쌀 표시에 대한 이해와 활용이 활성화될 수 있도록 홍보·교육이 실시되어야 함.
 - 또한 소비자 대상 식생활 교육·홍보를 통해서 기한표시에 대한 제대로 된 인식·이해를 제고할 수 있도록 할 필요가 있음.
- 이밖에 쌀 포장을 활용하여 소비자에게 유용한 정보를 제공할 수 있는 방안을 검토할 필요가 있음. 소비자의 경우 도정일자, 생산년도 이외에 양곡표시 활용도가 높지 않음. 쌀 표시사항에 대한 정확한 이해를 도울 수 있는 정보를 제공하여 소비자들이 다양한 표시를 활용하여 쌀을 선택할 수 있도록 지원할 필요가 있음. 또한 보관방법, 상미기한 등 고품질 쌀을 소비할 수

있는데 활용할 수 있는 정보의 제공을 활성화함으로써 가정 내 소비 과정에서 고품질 쌀 소비가 가능하도록 할 필요가 있음.

- 소비자 설문조사 결과 소비자들은 보관방법 정보(63.3%), 표시 항목에 대한 구체적 의미(62.7%) 등에 대해서 필요로 하는 것으로 나타남.

〈표 7-3〉 국가 식생활교육 쌀 관련 교육 사례(2016년)

구분	주요 내용
서울	<ul style="list-style-type: none"> ■ 전통음식 체험 교육 ■ 가족밥상의 날 캠페인(행사)
경기도	<ul style="list-style-type: none"> ■ 전통음식 만들기 ■ 쌀가루 이용한 간식 만들기 ■ 쌀 소비 및 아침밥 먹기 캠페인
강원	<ul style="list-style-type: none"> ■ 쌀 가공식품 활용한 건강간식 알아보기 ■ 전통 식문화 알아보기 - 쌀 튀밥, 쌀 조청 등 ■ 쌀을 이용한 음식 만들기 - 주먹밥, 떡, 송편 등 ■ 아침밥 먹기(중요성) ■ 건강한 먹을거리 선택
전남	<ul style="list-style-type: none"> ■ 쌀 이용 음식(간식) 만들기 - 건강한 간식 만들기, - 한과, 쌀 피자, 쌀엿 등 쌀을 이용한 음식 만들기 ■ 아침밥 먹기 캠페인
제주	<ul style="list-style-type: none"> ■ 쌀 이용 음식 만들기 - 송편, 쌀 강정, 주먹밥 만들기

주: 쌀과 관련한 일부 지역 식생활교육 사례를 정리함.

자료: 식생활교육국민네트워크 내부자료 참조.

2.2.4. 소비자 구매 행태를 고려한 기존 제도 실효성 확보

- 고령화, 1인 가구 증가 등 인구 구조 변화 및 기술 발달로 인해 농식품 구매에 있어서 온라인 구매를 포함한 통신판매 비중이 지속적으로 증가하고 있음. 소비자 설문조사 결과 소비자들은 ‘대형할인점’(38.0%)에서 주로 쌀을 구입하는 것으로 나타났으며, 이밖에 ‘통신판매’(18.9%)를 통한 쌀 구매 비중이 큰 것으로 나타남. 통신판매 이용 비중은 향후에도 지속적으로 증가할 것으로 전망됨.
- 소비자의 온라인(통신판매) 이용 증가와 함께 소비자의 온라인을 통해 구매한 농식품에 대한 불만족한 경험도 증가하고 있음. 2013년부터 2018년 2월까지 ‘1372 소비자상담센터’등을 통해 제기된 쌀과 관련한 불만 사례를 분석한 결과 온라인을 통해 쌀을 구매한 소비자가 제기한 사례가 오프라인 구매 사례보다 많은 것으로 나타남.
- 정부는 소비자에게 정확한 품질 정보를 제공하여 선택의 폭을 넓여주고, 생산자에게는 품질 향상을 유도하기 위해 양곡표시제도를 도입·운영하고 있음. 그러나 현재 온라인을 통한 쌀 구매 비중이 비교적 높은 수준에 있음에도 불구하고 이러한 양곡표시제도 운영의 취지가 온라인 거래에서는 제대로 작동하고 있지 않음.
 - 온라인을 통해 쌀을 판매하는 업체별로 제공하는 정보 수준 및 형태가 일관되지 않고 다양함. 특히 기한표시 중 연산에 관한 정보는 비교적 제공되고 있는 반면, 도정일자에 대한 정보는 제공되고 있지 않음.
 - 생산년도가 잘못 표기되는 등 관리가 제대로 되지 않는 경우도 있음<그림 7-1>.
- 새로운 표시(기한표시) 도입에 앞서 기존 표시제도의 실효성을 우선적으로 확보할 필요가 있음. 예컨대 온라인을 통한 쌀 구매시 소비자가 양곡표시

사항을 포함한 품질 관련 정보를 용이하게 습득할 수 있도록 정보제공 표준 모델(양식) 또는 소비자들이 관련 정보를 탐색할 수 있도록 정보시스템 마련을 고려할 수 있음.

- 예를 들어 오프라인 판매 시 양곡표시제에 따라 제품에 의무적으로 기재해야 하는 사항(품목, 중량, 원산지, 품종, 생산연도, 도정연월일, 등급 등)을 온라인 판매 시에도 제품설명 시 동일하게 제공하도록 하거나, 최소한 필수적으로 주어질 필요가 있는 정보를 제시하여 표시하도록 하는 방안을 고려할 수 있을 것임.

○ 이밖에 오프라인을 통한 쌀 구매 시 소비자들이 생산연도, 도정일자 등 별도표기가 가능한 표시사항을 용이하게 확인할 수 있도록 표시 위치를 일정하게 하도록 규정하여 예외적인 사항을 제외하고는 해당 규정을 적용하도록 하는 방안을 고려할 필요가 있음.

- 현재 일괄표시면에 별도표기라고 기재한 후 주표시면에 표시하거나, 기타 제품의 측면, 상단 또는 하단 등 주표시면 이외의 표시면에 표시하는 등 제품 마다 표시 위치가 일정하지 않음. 주표시면에 표시하는 경우에도 표시 위치가 특정되어 있지는 않음.

〈그림 7-1〉 온라인 유통업체 쌀 관련 오류 정보 제공 및 표시 사례



상세컨텐츠참조
신둔농협 임금님표 이천쌀
 ★★★★★ 224개 상품평

19,900원
18,905원 (100g당 378원)
 정기배송 Save 5% ①

중량 x 수량: 5kg x 1개

1회구매 19,900원 (100g당 398원) 로켓배송

정기배송 18,905원 (100g당 378원) Save 5%

배송주기 (신청 후 변경가능)

1달에 한 번 가장 많이 선택	2달에 한 번
4달에 한 번	5달에 한 번

1 정기배송 장바구니

- 원산지: 이천시
- 생산연도: 1970
- 개당 중량: 5kg
- 생산지역: 경기도
- 품종: 주정미
- 투광상품번호: 17975073 - 72203674

choice 01

주부의미 (20kg)

년산	2017년산
품목	쌀
중량	20kg
품종	일반미
도정일자	개별표기
원산지	국내산
등급	보통

자료: 쿠팡 웹페이지(<http://www.coupang.com>: 2018. 2. 25.) 자료 참조; 지마켓 웹페이지 (<http://www.gmarket.co.kr>: 2018. 2. 25.) 자료 참조.

2.2.5. 기한표시 도입·적용 활성화 기반 조성

- 농식품 표시의 기본적인 기능이 소비자의 알 권리 및 선택권 보장이라는 점을 고려할 경우 농식품 표시의 도입·적용은 소비자의 활용을 전제로 할 필요가 있음. 따라서 소비자에 의한 표시의 적정 활용을 저해하는 요소를 최소화하고 이용이 활성화될 수 있도록 여건을 마련할 필요가 있음.
- 쌀의 유형별 기한표시의 적정 기한 설정에 온도·습도 관련한 요소들이 주요한 영향을 미치는 것으로 과학적 연구에서 분석되고 있음. 그러나 실제 유통·소비단계에서는 이러한 요인들에 대한 관심이 충분하지 않음. 유통·소비 단계에서 운반, 저장 환경의 중요성에 대해서 인식할 수 있도록 해야 하며, 이에 따른 개선 노력이 이루어질 필요가 있음.
 - 현재 쌀의 경우 운반, 저장(보관) 등의 과정에서 대체로 실온 보관되며 냉장(저온)차량 이용 비중이 낮은 것으로 나타나, 과학적 연구에서 상정한 쌀의 품질을 유지하기 위한 적정 환경을 유지해 주고 있지 못함.
- 또한 공급단계에서는 기간 경과에 따른 쌀의 품질 저하를 최소화하는 기술 개발 노력이 필요하며, 소비단계에서 향후 소비자가 일정 기간 동안 상대적으로 높은 품질을 유지하면서 쌀을 수요할 수 있도록 현재의 소비 행태를 변화시켜 소포장 쌀의 구매를 유인할 필요가 있음.
 - 공급 부문의 경우 쌀 포장 단위 다양화, 제품 포장 및 관리 기술 개발 등이 필요함.

2.2.6. 도정업체의 기한표시 도입을 위한 제도적 뒷받침

- 도정업체의 경우 기한표시를 도입할 경우 가공단계에 인쇄 설비 도입 등으로 인한 경영비 증가와 유통업체로부터의 반품 증가에 따른 이윤 손실 등을 예상하고 있음. 특히 설문조사 결과 유통업체로부터의 반품이 현재에도 일정 수준 이상으로 이루어지며, 이에 따른 비용 손실을 도정업체에서 떠맡고 있는 사례가 있는 것으로 나타나고 있음. 도정업체가 반품에 따른 비용 손실을 완전하게 떠안지 않도록 계약상 관행이 개선될 필요가 있음.
 - 설문조사 및 사례조사 결과 계약 과정에서 유통업체 유형별로 반품이 발생하는 경우 반품이 발생된 규모만큼 정확히 고려하여 대금정산을 하는 사례가 있는 것으로 나타남.

- 또한 기한표시가 도입될 경우 기한이 지난 쌀에 대한 처리 과정에서 도정업체에게 과도한 불이익(제약)이 초래되지 않도록 해야 함. 기한 표시에 수반될 것으로 예상되는 현상에 대해서 가능한 혼란이 발생하지 않도록 법령 또는 지침 등을 통해 명확히 할 필요가 있음.

- 예컨대 현재 반품 처리된 제품을 재도정하여 판매하는 경우에는 최초 도정일을 다시 표시하여 재판매하고 있음. 이는 기한이 별도로 규정되지 않은 경우에 가능하며 기한표시가 도입되는 경우 재도정 후 재판매가 가능하지 않은 경우가 발생할 수 있음. 이러한 경우 기한이 초과하여 반품된 쌀의 처리가 법적(규정상)으로 어느 수준까지 가능한지 명확히 할 필요가 있음.
 - “양곡관리법”상에는 기한표시와 관련하여 도정일을 표시하는 경우 도정한 연월일을 표시하며, 도정일이 다른 쌀을 혼합하는 경우 먼저 도정한 연월일을 표시하도록 하고 있음.
 - 기한표시 도입으로 반품된 쌀의 기한이 임박하거나 기한을 경과한 경우, 이러한 반품 쌀 활용에 대한 규정 제정이 필요함. 예를 들어, 포장 쌀로의 재판매는 불허하더라도 쌀 가공품으로 재가공하여 판매하거나,

사료 등으로 처분하는 방안들에 대하여 구체적인 규정을 만들어야 유통 업체의 피해 및 자원낭비도 최소화할 수 있을 것임.

- 기한이 초과되어 반품된 쌀의 경우 가공용 등으로 재사용이 가능하지 않을 경우 상당 수준의 식품 폐기가 발생될 수 있음. 이는 환경에 대한 영향을 중시하는 현재의 식품표시와 관련된 국제적 논의에 반하는 결과임. 그러나 소비자 관점에서 기한이 초과된 쌀의 가공용 등으로의 재활용은 거부감이 발생할 가능성이 있다는 점은 구체적인 방안 도출시 고려되어야 함.

2.2.7. 쌀 관련 과학적 연구 추진

- 쌀 기한표시 설정은 소비자의 제품 선택에 영향을 미침으로써 시장에 주요한 영향을 미칠 수 있다는 점에서 객관성이 담보되어야 함.
 - 국내의 경우 2000년대 중반 기한에 따른 쌀 품질 변화에 대해 분석하여 적정 상미기한을 제시하는 연구가 추진되었으나, 유통 및 소비과정에서의 쌀 취급 환경 변화가 충분히 반영되지 못하고 실험실에서 통제된 조건으로 1년 동안 추진됨.
 - 또한 품질에 초점을 맞춘 대부분의 연구가 최상의 품질(식미)이 유지되는 기간을 전제로 실험이 이루어짐에 따라 일반적으로 수요 또는 공급 부문에서 인식하는 적정 기한과 다소 차이가 있으며, 수요 부문의 소비행태와 공급 부문의 쌀 취급 관련 여건을 제대로 반영하고 있지 못함.
- 다년간 장기적으로 연구를 추진하여 관련 자료를 축적할 필요가 있으며, 유통, 소비단계 쌀 보관·운반 과정에서 발생하는 다양한 환경적 변수들을 고려한 실험이 이루어질 필요가 있음.
 - 쌀의 경우 온도·습도 등 환경적 요인에 의해 상당한 정도로 영향을 받음에도 불구하고 수요 및 공급 단계에서 외부에 노출된 차량으로 쌀을 운반하고, 원래 포장상태로 실온에서 보관하면서 판매 또는 소비하는 것

으로 나타남.

- 소비자 가구의 경우 일반적으로 쌀을 구매한 후 수개월간 소비한다는 점을 고려할 경우 이러한 환경이 상당한 정도로 소비하는 쌀의 품질에 영향을 미칠 수 있음.

부 록

대만 양식관리법 및 관련 법령⁶⁵

1. 양식관리법⁶⁶

제1조 양곡의 수요 공급을 조절하고, 양곡의 가격을 안정화하며, 양곡의 품질을 높이고, 생산자와 소비자의 이익을 보호하기 위하여 특별히 본 법을 제정한다. 본 법에 규정되지 않은 사항은 기타 관련 법규를 적용한다.

제2조 본 법에서 칭하는 주관기관은 행정원 농업위원회를 지칭한다.

제3조 본 법에서 칭하는 양곡은 쌀, 보리, 밀가루, 쌀 포함량이 50% 이상의 혼합곡물과 주관기관에서 공고하고 관리하는 잡곡 및 쌀로 만든 제품을 가리킨다.

제4조 본 법이 사용하는 용어는 아래와 같이 정의한다:

⁶⁵ 본 연구의 위탁원고(전찬익 박사)에서 “양식관리법” 및 관련 법령을 번역한 결과임.

⁶⁶ 이하 법령에서는 양식을 양곡으로 번역함.

1. 쌀: 벼, 현미, 백미, 찌라기 및 쌀과 관련된 제품을 말한다.
2. 공량(Public stock): 정부 소유의 식량을 말한다.
3. 양곡상: 본 법에 의해 양식상으로 등기한 영리사업체, 농회 혹은 합작사를 말한다.
4. 공량업자: 주관기관의 위탁을 받아 공량을 수집, 보관, 가공, 대체 지불 업무를 하는 양곡상을 말한다.
5. 양곡업무: 양곡의 매매, 중개, 창고 저장, 가공, 수출 및 수입 등의 업무를 말한다.
6. 시장판매: 공개 장소에서 불특정인에게 상품을 제공하고 대가 취득 관계의 행위를 말한다.

제5조 주관기관은 양곡의 생산과 판매, 식량자급도 및 대만 양곡 상표의 건립과 광고를 기획하고 매년 계획을 세워 안정된 양곡 제공, 국가 양곡의 안전한 확보, 국내 농민수익의 추구 및 국산 양곡의 경쟁력을 높여야 한다.

제5-1조 주관기관은 양곡 공급의 안정을 위해, 전년도 국내 양곡 평균 소비량을 비축해야 하며 일정 기간 내의 안전한 저장량보다 적으면 안 된다. 쌀의 일정 기간 표준 안전 저장량은 행정원이 명령하여 정한다.

제6조 주관기관은 주요 양곡의 생산, 소비, 원가 및 가격의 조사, 통계를 시행하고, 농가의 경지 자료를 구축하여 양곡 생산 판매 및 관리 기획을 수립하는 근거로 삼는다.

전 항의 농가 경지 자료에는 농가의 호적, 경지의 지적, 실제 경작인 및 경작 기록 등이 포함되어야 한다.; 자료 구축에는 호적, 지적, 세적 자료가 필요하며 호정(호적 행정처), 지정(토지 행정처) 및 세무 추정기관에 제공 요청해야 한다.; 실제 경작인, 경작 기록 자료는 농가의 신고로 이루어진다.

제7조 양곡은 반드시 자유로운 수출 수입이 허락되어야 한다. 하지만 국가가

양곡의 안정을 확보하기 위하여는 제한을 두어야 한다.; 제한에는 종류, 수량, 지역, 기한, 조건 및 방식 등이 있으며 이는 주관기관에서 공고한다. 전 항에서 공고한 양곡의 수입 수출 제한은 그 수입 수출 전에 주관기관의 동의를 얻어야 한다.

쌀과 쌀 식제품 수입은 세관의 수입세 항목에서 정한 할당액 수량 내에서 주 관기관이 수입하거나 혹은 주관기관이 제정한 일정 비율에 따라 양곡상의 자격을 가진 수입상이 수입을 하여야 한다.

전 항의 할당액 수량 이외의 수입은 양곡상 자격을 가진 수입업자가 관련 법 규에 따라 수입을 한다. 자격을 갖춘 양곡상이 없는 경우 주관기관의 동 의를 거쳐 관련 법규에 따라 수입을 해야 한다.

국내의 쌀 및 쌀 식제품의 공급 및 수요의 불균형 혹은 조절이 어렵다고 우려될 경우 혹은 기타 필요한 상황에 대응하기 위하여 주관기관으로부터 심 사 비준을 받은 수입업자가 할당액 내의 세율을 적용하고 수량은 관세 할당 액에 산정하지 않는다.

제8조 공량의 수집, 보관, 가공 및 이체 지불은 주관기관이 공량업자에게 위탁 하여 처리한다.

전 항의 공량업자 및 창고의 경영 관리에 구비되어야 하는 조건, 공량의 수 집, 보관, 가공, 이체 지불 및 기타 관리 사항에 대한 방법은 주관기관이 정한다.

제9조 공량의 쌀 수집 시 검수 항목으로 험잡물, 수분, 용량 및 품질 등의 사항 이 있으며, 그 검수 표준은 주관기관이 정한다.

제10조 양곡 업무의 경영은 주관기관에 양곡상이 등기 후 양곡 업무 경영을 시작할 수 있다.

소규모 양곡 소매업을 겸할 경우 매일 재고가 주관기관에서 규정한 수량 이 하의 경우 전 항의 제한을 받지 않는다.

제1항의 양곡상 등기의 신청 조건과 절차, 영업 항목과 제한, 등기 내용의 변

경사항, 절차와 기한, 등기 폐지의 조건 및 준행사항의 규정은 주관기관에서 정한다.

제11조 양곡상은 구매, 판매, 저장, 가공, 양곡 중개 등의 자료를 기록하여야 하며; 양곡의 수입은 국산 양곡과 분리하여 기록한다.

주관기관에 의해 규제받는 일정 규모의 양곡수입업자 혹은 양곡가공업자는 물량의 출처 및 물량 흐름(flow direction)에 관한 상세내역을 기록하여야 한다. 전 2항의 기록 자료는 2년간 보관해야 한다.

주관기관은 인원을 파견하여 제1항, 제2항 사항을 심사하고 샘플 검사를 해야 한다. 필요 시 양곡의 출처 및 행방 등의 관련 자료를 제공하도록 요구할 수 있고 양곡상은 회피, 방해 또는 거절할 수 없다.

제12조 주관기관은 천연 재해 혹은 돌발 사태로 인하여 양곡의 공급 및 수요에 불균형을 이루거나 혹은 불균형의 우려가 있을 시 아래에 열거한 사항에 대하여 행정원에 보고하여 심사 후 공고를 통하여 관리를 하도록 한다.:

1. 양곡의 매매 기한, 수량 및 가격
2. 양곡의 저장, 운송 및 가공
3. 양곡의 긴급 구매 및 배급 판매

제13조 주관기관은 우수한 품질의 쌀에 대한 생산 판매를 지도하고 쌀의 등급 및 검사 제도를 수립하여야 한다.

제14조 시장에서 판매하는 양곡 포장은 포장 및 용기 상에 반드시 중국어 및 통용 부호를 아래에 열거된 항목에 명확히 표시해야 한다.

1. 품명
2. 품질 규격
3. 산지
4. 중량

5. 정미 일자

6. 보존 기한(expiration date)

7. 제조업체와 국내 책임업체의 명칭, 전화번호 및 주소, 시장판매의 양곡 포장
장은 중국어로 품명 및 산지를 표시해야 한다.

제2항의 표시 항목의 내용, 방법 및 기타 준수사항의 방법은 주관기관에서
정한다.

양곡의 표시는, 앞의 3항 규정을 제외하고는, 식품안전위생관리법 규정의 적용을 받는다.

제14-1조 시장 판매의 양곡은 아래의 상황이 있어서는 안 된다.

1. 표시의 항목 및 내용과 내용물이 같지 않거나 내용물이 가짜이거나; 혹은 포장, 용기 상의 선전 혹은 광고가 부실, 과장 혹은 오해가 발생할 수 있는 상황
2. 수입쌀과 국산쌀을 혼합하여 판매

제15조 주관기관은 시장에서 판매되는 양곡의 표시에 대하여 샘플 검사를 실시하여야 하며 그 제품의 품질에 대하여 검사를 실시함에 있어 양곡상 혹은 제10조 제2항에 규정되어 있는 소규모 양곡 소매업자(이하 양곡 소매업자라 약칭)를 겸하고 있는 업자는 규정을 회피하거나 혹은 방해, 거절을 하여서는 안 되고 양곡의 출처와 관련한 자료를 제공해야 한다.

전항의 규정에 따라 샘플 검사를 진행하고 검사를 진행하는 검사원은 반드시 양곡상 혹은 양곡 소매업자에게 직무 집행과 관련한 증명서를 제시해야 한다.; 판매 장소에서 샘플 검사를 한 제품은 반드시 금액을 지불해야 한다.; 샘플 검사 및 검사의 방법은 주관기관에서 정한다.

제1항의 검사 방법은 중화민국 국가 표준에 의거하여 진행하거나 혹은 기타 적당한 방법을 채택한다. 주관기관은 검사의 일부 혹은 전부를 기타 검사 기관, 법인, 학술 혹은 연구 기관에 위탁하여 진행할 수 있다.

제16조 (삭제)

제17조 주관기관이 제12조에 의거하여 공고한 관리 규정을 위반한 자는 3년 이하의 유기징역, 구역 혹은 과 혹은 병과를 양곡 가격 총액 이하의 벌금형에 처한다.

제17-1조 (삭제)

제18조 제10조 제1항 규정에 의해 양곡상이 등기를 완성하지 않고 자의적으로 양곡 업무를 경영하거나 혹은 제10조 제3항에 규정된 규칙 중에 양곡상 등기와 관련된 영업의 항목과 제한, 등기변경 처리사항, 절차와 기한 혹은 기타 준행사항을 위반한 자는 주관기관이 그 기한 내에 시정을 명하고; 기한 내 시정하지 않을 경우 6만NT\$ 이상 24만NT\$ 이하의 벌금형에 처하고 차례대로 처벌한다.

양곡상이 아래의 상황에 있을 시 주관기관이 그 기간 내에 시정을 명하고; 기한 내 시정하지 않을 경우 3만NT\$ 이상 15만NT\$ 이하의 벌금형에 처하고 차례대로 처벌한다.:

1. 제11조 제1항의 규정을 위반하여 수입 양곡과 국산 양곡을 따로 구분하여 기록하지 않고 경영한 경우
2. 제11조 제3항의 규정을 위반하여 자료의 기록을 2년간 보존하지 않은 경우
3. 제14조 제1항 혹은 제2항의 규정을 위반하여 표시항목을 표시하지 않거나, 제14조 제3항에서 정한 표시 항목과 관련된 내용, 방법을 표시하지 않은 경우

전항 제3호 내용이 중대한 경우 주관기관은 경영 전부 혹은 부분 항목 양곡 업무를 일정기간 정지하도록 명령하거나, 양곡상의 등기 표지 혹은 부분 양곡상의 등기사항을 폐지한다.

제18-1조 제14-1조 제2호 규정을 위반하면 15만NT\$ 이상 150만NT\$ 이하의 벌금형에 처하고, 차례대로 처벌하며, 규정 위배 내용이 중대한 경우 주관기관이 경영 전부 혹은 부분항목 양곡 업무를 일정기간 정지하도록 명령하거나 양곡상의 등기 혹은 부분 양곡상의 등기사항을 폐지한다.

제14-1조 제1호의 규정을 위반하면 주관기관이 그 기한 내에 시정을 명하고 기한 내에 시정하지 않을 경우 4만NT\$ 이상 400만NT\$ 이하의 벌금형에 처하고 차례대로 처벌한다. 하지만 규정 위반 내용이 중대하면 주관기관이 즉시 처벌하고, 경영 전부 혹은 부분 항목 양곡 업무를 일정기간 정지 명령을 내리거나, 양곡상의 등기 혹은 부분 양곡상의 등기 사항을 폐지한다.

아래에 열거한 상황이 있는 경우 3만NT\$ 이상 300만NT\$ 이하의 벌금형에 처하고 차례대로 처벌한다.:

1. 제14조 제1항의 규정을 위반하여 양곡의 경영 자료를 기록하지 않고; 양곡의 수입 혹은 가공업에 종사하면서 제11조 제2항 규정에 의한 양곡의 출처 및 행방 자료를 제공하지 않을 경우
2. 양곡상이 제11조 제4항의 규정을 위반하여 조사 기록 자료 혹은 샘플 조사를 회피, 방해, 거절하거나 상품의 출처 및 행방 등과 관련된 자료를 제공하지 않을 경우
3. 양곡상 혹은 양곡 소매업자가 제15조 제1항의 규정을 위반하여 주관기관의 시장 판매 양곡에 대한 샘플 조사와 검사 실시를 회피, 방해, 거절하거나 양곡의 출처와 관련된 자료의 제공을 거부할 경우

제18조-2조 앞의 2조 규정에 의해 양곡상의 등기 혹은 영리사업, 농회 혹은 합작사의 부분 양곡상 등기사항이 폐지되면 폐지일로부터 1년 내에 본 법에 의해 양곡상 등기 혹은 부분 양곡상 등기사항을 신청할 수 없다.

제18조 제2항 제3호 규정에 의해 그 기한 내 시정을 명하거나 혹은 제18조 제3항의 처벌 혹은 앞 조 제1항, 제2항의 규정에 따라 처벌하는 경우 주관기관은 규정을 위반한 양곡상의 명칭, 주소, 책임자 성명, 상품 명칭, 규정 위반 내용 및 상품 샘플 조사 장소, 일자 등을 공고해야 한다.

전 항의 규정 위반 내용이 중대하여 소비자 권익을 침해할경우주관기관은 그 시장판매상품을 3일 내에 철거하고 한 달 이내에 회수한다.

양곡상이 전 항의 기한 내에 철거, 회수하지 않을 경우 10만NT\$ 이상 300만 NT\$ 이하의 벌금형에 처하고 그 내용이 중대할 경우 영업정지를 명하고 일정기간 동안 휴업하도록 하며 양곡상의 등기 혹은 부분 양곡상 등기사항을 폐지(취소)한다. ; 폐지일로부터 1년 내에 본 법에 의해 양곡상 등기 혹은 부분 양곡상 등기사항을 신청할 수 없다.

제19조 (삭제)

제20조 (삭제)

제21조 주관기관이 본 법에 의해 등기, 검사를 실시할 때 등기비용, 검사비용을 수취해야 하고; 그 표준 수취 비용은 주관기관이 정한다.

제22조 (삭제)

제23조 본 법 시행세칙은 주관기관이 정한다.

제24조 본 법은 공포일로부터 시행한다.

본 법은 2002년 2월 27일 수정한 조례로, 2003년 1월1일부터 시행하였고; 2014년 5월 30일에 조례를 수정하여 공포 6개월 후부터 시행하였다.

2. 양식관리법 시행세칙⁶⁷

제1조 본 세칙은 양식관리법(이하 본법이라 함)제23조의 규정에 의거하여 정한다.

제2조 본 법 제4조 제2항에서 칭하는 정부 소유의 양식은 주관 기관에서 취득한 양식을 가리킨다.

제3조 주관기관은 본 법 제5조 규정에서 정한 양식 생산 판매 계획서에 하기의 항목을 반드시 포함시켜야 한다.

1. 양식의 수요량
2. 양식 생산 목표
3. 공량(public stock)의 수매와 방출
4. 양식의 수입, 수출 수량
5. 양식의 안전 재고량
6. 관련된 조치 사항

제4조 본 법 제 6조 제 1항에서 칭한 주요 양식은 쌀 및 기타 주관 기관이 정한 양식을 가리킨다.; 농가 경지는 농업 발전 조례 제 3조 제 1항 제11호에서 규정한 농지로 식량 생산자에 제공 가능한 경지를 가리킨다.

제5조 주관기관은 본 법 제 6조 제 1항의 규정에 따라 양식 생산에 대한 조사, 통계를 실행하고 이에 는 하기의 항목이 포함 되어야 한다.:

1. 재배 및 수확 면적
 2. 수확량
- 전항 제 1사항의 재배 및 수확 면적의 조사, 통계 자료는 항공 측량 기술 및

⁶⁷ 이하 법령에서는 양식을 양곡으로 번역함.

현장 조사를 하여야 한다: 제 2 사항의 수확량 조사, 통계는 현자 조사 시에 샘플링한 논(10평 기준)의 수확량으로 하여야 한다.

제6조 주관기관은 본 법 제6조 제1항에 의거하여 주요 식량 소비의 조사, 통계를 실시하며 이에는 주요 식량의 소비량, 열량, 단백질 및 지방 섭취량 등의 항목이 포함 되어야 한다.

제7조 주관기관은 본 법 제6조 제1항에 의거하여 식량 생산의 원가 조사, 통계를 실시하며 이에는 하기 항목이 포함 되어야 한다:

1. 생산 시 각 항목에서 소요되는 비용
2. 생산된 제품의 수량
3. 조사 대상인 농가의 개괄적 자료

제8조 주관기관은 본 법 제6조 제1항에 의거하여 양식의 가격 조사, 통계를 하여야 하며 이에는 벼, 현미, 백미의 도매 혹은 소매 가격 등의 항목이 포함 되어야 한다.

제9조 주관기관은 본 법 제7조 제1항에 의거 수출, 수입 제한 공고 발표 시 반드시 별도로 무역 주관 기관으로 하여금 세관의 협조를 얻어 수출(입) 품목표와 대조하여 공고 하도록 하여야 한다.

제10조 주관기관은 본 법 제 8조 제 1항 규정에 의거하여 공량업자가 곡식을 수매, 보관, 가공 및 대금 결제 제공 등의 사항을 시행할 시 계약서 서명을 하도록 하여야 하며 공량업자는 담보를 제공해야 한다.

제11조 공량업자가 계약 및 유관 법령에 따라 곡식을 수매, 보관, 가공 및 대금 결제 제공을 시행할 시 주관 기관의 관리 감독 및 심의, 조사를 받아야 한다.

제12조 본 법 제8조 규정에 의거하여 공량업자가 공량업무소에서 필요로 하는 각종 비용의 비율 및 양식의 소모율 등 시행 사항은 주관에서 정한다.

제13조 본 법 제10조 제2항에서 정한 소규모 양식 소매업자의 매일 재고는 규정 수량 이하이어야 하며, 이는 쌀(벼 포함) 300kg 이하 혹은 밀가루(소맥 포함) 150kg 이하를 가리킨다.

전항의 매일의 재고는 각 종류 양식의 일일판매량 또는 재고량을 말한다.

제14조 주관기관은 본 법 제13조 규정에 의거하여 우수한 품질의 쌀의 생산, 판매를 지도하며 이에 대한 방안은 하기의 내용과 같다:

1. 우수한 품질의 쌀 적재 재배 지역의 계획
2. 우수한 벼 품종의 추천
3. 논 재배 기술의 지도
4. 수확 후 벼의 건조, 검사, 저장, 가공, 품질 관리 및 유통 관리에 대한 지도

제15조 주관기관은 본 법 제13조 규정에 의거, 쌀의 등급 검사 제도를 구축하며 본 방안은 하기의 내용과 같다:

1. 생산 및 시장 판매되는 쌀 품질의 조사
2. 쌀의 등급 수매, 저장, 도정 및 판매 관리의 지도
3. 쌀 검사 기술 및 방법 지도
4. 국가 표준의 각각의 등급 혹은 규정된 품질 규격에 의거하여 시장에서 판매 되는 쌀의 품질 규격, 포장, 표시 등에 대한 검사 실시

제16조 (삭제)

제17조 본 세칙은 발표일로부터 시행 한다.

3. 양식표시 규정⁶⁸

제1조 본 분별법은 양식관리법(이하 본법)제14조제3항 규정에 의함.

제2조 본 분별법의 용어 정의는 다음과 같음

1. 시장 판매: 가격 관계를 얻기 위해 불특정인들에게 공개적으로 상품을 판매하는 행위
2. 표시(Labeling): 시판양곡의 포장이나 용기 또는 벌크 양곡의 표시 위에 쓰인 품명, 설명문자, 그림 또는 기호
3. 포장 양곡(packaged food)의 의무표기사항
 - 3.1 품명: 양곡의 유별 (food category) 명칭
 - 3.2 품질 규격(Quality specification): 내용물 품질의 조합(combination) 및 함량 (composition)
 - 3.3 산지(Origin): 제조양곡의 원료생산지
 - 3.4 순량(Net weight): 내용물의 무게
 - 3.5 Grinding date: 양곡제조 연월일
 - 3.6 보존기한 (expiration date): 제조일자로부터 식용안전안심까지의 기한(to the safe and secure for edibles)
 - 3.7 메이커의 명칭, 전화번호 및 주소: 완성품의 마지막 포장을 완료한 국내 또는 외국 메이커의 이름, 주소 및 주소
 - 3.8 국내의 책임 있는 제조업체의 명칭, 전화번호 및 주소: 수입, 유통 (distribution) 또는 포장까지를 포함한 식품의 위탁제조를 책임지는 메이커(제조업자)의 명칭, 전화번호 및 주소
4. 벌크 양곡 (bulk food)의 의무표기사항
 - 4.1 품명: 양곡유별 명칭

⁶⁸ 이하 법령에서는 양식을 양곡으로 번역함.

4.2 산지: 제조양곡의 원료생산지

제3조 포장양곡에 의무 표기된 사항들은 국내제조업자가 책임을 진다.

앞의 제2조 3항 7목, 8목에 표시돼 있는 제조업체가 국내의 양곡판매업자일 경우, 기 표시된 제조업체의 명칭은 제조업체 등기자료와 같아야 하며, 제조업체의 전화번호와 주소 또한 정확치 않거나 속이지 말아야 한다.

별크 양곡에 의무 표시된 사항들은 진열판매자에 의한 표식(notice sign)을 통해 고시되어야 한다.

앞에서 언급한 표식(notice sign)은 카드 또는 사인(보드)의 형태로 매달거나 세워두거나 또는 부착되어야 한다.

제4조 의무표시사항의 표시는 다음 조항을 따라야 한다.

표시사항은 뚜렷하고 알기 쉬운 중국어와 통용되는 부호를 사용하여야 한다. 단, 포장양곡이 수입품일 경우 제조업자의 이름과 주소는 외국어로 표기될 수 있다.

수입된 외국 식품은 판매 전에 중국어 라벨을 완성하여야 한다.

포장식품의 제조업체와 그 국내책임제조업체가 같을 경우 국내책임제조업체로 표기한다.

포장식품표시 글자체(font)의 길이와 폭은 다음과 같다.

4.1 산지는 0.6 cm보다 작아서는 안 된다

4.2 생산품명, 제조업체 이름과 보존기한(expiration date)은 0.2cm 보다 작아서는 안 된다

4.3 기타 의무표시사항은 0.2cm 보다 작아서는 안 된다. 단, 포장 또는 용기의 표면적이 250 평방 센티미터 미만이고 소비자의 인식을 위해 기타 현저한 방식으로 표기될 경우에는 이를 따르지 않는다.

5. 포장양곡은 포장 혹은 용기 정면의 분명한 위치에 산지를 표시하여야 한다. 주관기관에 의해 다른 방식을 허가받지 않는 이상, Grinding date와 보존기한(expiration date)을 포장 또는 용기위에 프린트하거나 타이프라이

팅을 해 놓아야 한다.

6. 벌크 양곡명 및 산지의 폰트 길이와 폭은 1cm보다 작아서는 안 된다.
7. 두 종류 이상의 양곡을 혼합한 양곡은 양곡 카테고리의 비율에 따라 내림차순으로 표시하여야 한다.
8. 포장 또는 용기 형태로 판매되고 또 포장 또는 용기 내 단일품 양곡함량 비율이 50% 이상인 경우, 그 관련 식품의 표시는 본 규정에 의한다.

제5조 국가표준명칭을 가지고 있는 양곡은 국가표준 소정의 명칭 표시에 의거하여야 한다.; 국가표준명칭이 없는 경우 적당한 이름을 표시한다.

제6조 포장 양곡의 품질 규격이 국가표준등급이거나 그에 상당하는 경우 국가표준등급을 표시하여야 하고; 국가표준에 미달인 경우 등외 표시를 하여야 하며, 국가표준 소정의 품질규격항목에 의거하여 함량을 표시하여야 한다.

제7조 시장판매양곡은 원료의 생산지를 표시하여야 한다.; 국산의 경우 국명, 직할시, 현(시) 행정구역명칭을 표시하여야 한다.; 수입양곡의 경우 생산국의 국명을 표시하여야 한다.; 2종 이상의 다른 나라별 양곡을 혼합한 경우, 그 비율을 각각 표시하여야 한다.

특정매수인의 요구로 수입미와 국산미를 혼합하여, 식용시판용이 아닌, 가공 또는 특정 용도의 원료로 쓰려고 하는 양곡판매자는 포대전면에 가공 또는 특정용도 그리고 혼합수입미라는 문구를 넣어야 하며, 이 경우의 양곡판매업자는 양식관리법 제14-1조 제2항 규정의 적용을 받지 않는다.

(※ 양식관리법 제14-1조 시장 판매의 양식은 아래의 상황이 있어서는 안 된다.

1. 표시의 항목 및 내용과 내용물이 같지 않거나 내용물이 가짜이거나; 혹은 포장, 용기 상의 선전 혹은 광고가 부실, 과장 혹은 오해가 발생할 수 있는 상황
2. 수입쌀과 국산쌀을 혼합하여 판매)

제8조 포장양곡은 미터법으로 내용물의 순중량과 오차치를 표시하여야 한다. 중량의 허용 마이너스 오차범위는 관련 규정인 중화민국국가표준(CNS:

National Standards of the Republic of China) 12924 포장식품 순증량 검사에 부합하여야 한다.

제9조 **Grinding** 날짜(YY/MM/DD)는 관례에 따라 인식할 수 있는 방식으로 표시한다.

제10조 보존기한(expiration date)이 유효일자(valid date)로 계산될 수 있는 경우에는, 유효일자(valid date)가 표시되어야 한다.

제11조 포장 또는 용기에 기재된 쌀 품종을 표시할 경우, 내용물 중 그 품종의 함량이 80%를 넘어야 한다.

제12조 양곡품질규격 국가표준 2등급 이상에 미달하는 규격의 양곡일 경우 소비자에게 혼란과 오해를 줄 수 있는 상품(high quality) 또는 양질 (good quality)이라는 문구 표시나 그러한 문구를 사용한 선전 그리고 광고를 할 수 없다.

제13조 제조업자는 가공 양곡에 대해서는, 가공처리방식을 표시하여야 한다.

제14조 양곡의 포장은 식품도구, 식품용기 그리고 포장의 위생기준에 부합하여야 한다.

제15조 본 분별법은 2014년 12월18일부터 시행한다.

참고 문헌

<국내외 참고문헌>

- 김근영·진현정·윤석원. 2009. “도시가구의 소득계층별 쌀 소비지출 특성에 관한 연구.” 『농촌경제』 32(1): 111-130. 한국농촌경제연구원.
- 김명환·표유리·송정환·염윤미. 2016. 『쌀 관세화 시대 쌀 유통구조 개선방향』. GS&J.
- 김선희. 2013. 『브랜드 쌀 제품의 품질표시 실태 및 개선방안』. 시장조사 13-22. 한국소비자원.
- 김우선·김용수·이중근·우희동·최성희·김운성·박인숙·김애영·정혜승·한재성·장태은·황규선·심정섭. 2011. 『권장 유통기한 설정 품목 확대를 위한 연구』. 식품의약품안전처.
- 김우선·우희동·이중근·문주석·이지영·정혜승·조윤미·허혜연·박인례·정윤선·주은숙·진선미·박미선·이향기. 2013. 『유통기한·소비기한 병행표시에 따른 영향분석』. 식품의약품안전처.
- 김철민. 2012. “유통기한 관련 정보에 대한 법적 표시규정과 소비자의 해석 및 소비행동.” 『한국심리학회지: 소비자·광고』 13(2): 205-227. 한국심리학회.
- 김태훈·김지연. 2014. 『수입쌀 유통현황 및 부정유통 방지 대책 수립 연구』. 한국농촌경제연구원.
- 농림축산식품부. 각연도. 『양정자료』.
- 농림축산식품부. 2018. 『2018년도 농식품사업시행지침서(I)』.
- 농림축산식품부·한국농수산물유통공사. 2014. 『대만 최신 식품위생규정과 한국식품 수입요건』.
- 농촌진흥청. 2017. 『소비자패널조사』.
- 박기환. 2015. 『해외 주요 국가 식품 표시에 관한 연구(유럽/동남아 중심)』. 율촌재단.
- 박동규·김명환·이계임·김태곤·김혜영·김민정·김재환·김상숙·김동환. 2006. 『쌀 유통부문의 경쟁력제고 시스템 개발』. 농림축산식품부.
- 박평식·오상현. 2005. 『쌀 품질과 브랜드에 대한 소비자 인식과 개선방안』. 농촌진흥청. 소비자시민모임 내부자료.
- 손영호·정병택·김주희·최혜진·권세영·신민정·나화정. 『정부관리양곡 판매 확대 방안 연구 보고서』. 농림축산식품부·(주)나우엔퓨처.
- 식생활교육국민네트워크 내부자료.
- 식품안전정보원. 2016, 『국가별 표시사항별 식품표시 규정』.

- 양성범·양승룡. 2013. “식품 유통기한의 경제적 가치.” 『유통연구』 18(4): 31-50. 한국유통학회.
- 이경애·김향숙. 2001. “유통기한 및 원재료명 표시에 대한 소비자의 이해도 및 선호도..” 『한국식품조리과학회지』 17(4): 405-411. 한국조리과학회.
- 이춘기·김선림·송진·김정태·정용기·최윤희·박남규·손종록. 2007. “쌀 유통기간 설정에 관한 연구.” 『작물과학연구논총』 제8권: 828-886. 농촌진흥청 작물과학원.
- 정기혜. 1996. “식품 유통기한에 관한 소비자들의 인식 및 개선방안.” 『보건사회연구』 16(2) : 109-140. 한국보건사회연구원.
- 조남욱·김성용. 2014. “쌀 섭취량 변화와 요인별 영향 분석.” 『농업경영·정책연구』 42(1): 145-164. 한국농식품정책학회.
- 조미숙·윤혜려·현경석·장진아·송방방·이승재·박효진·오나래·김주현·양윤경·이효원·노지환. 2016. 『한국형 식문화 특성을 반영한 쌀 소비 활성화 전략 연구』. 농촌진흥청.
- 최성희·박기환 외. 2016. 『불필요한 표시규정 삭제 및 국제 표시기준과의 조화』. 식품의약품안전처.
- 통계청. 각 연도. 『농작물생산조사』.
- 통계청. 각 연도 『가계동향조사』.
- 한국농수산식품유통공사. 2016. 『2016 주요 농산물 유통실태』
- 한국농촌경제연구원. 2015. 『늘어나는 쌀 재고, 어떻게 할 것인가?』. 정책토론회 발표자료.
- 한국농촌경제연구원. 2017. 『농업전망 2017』.
- 한국농촌경제연구원. 각연도. 『농업전망』.

横江未央·川村周三. 2008a. “精米の賞味期限の設定(第1報).” 農業機械學會誌. 70(5): 55-62. 農業機械學學會.

横江未央·川村周三. 2008b. “精米の賞味期限の設定(第2報).” 農業機械學會誌. 70(6): 69-75. 農業機械學學會.

<국내외 웹사이트>

1372 소비자상담센터 웹사이트. <<http://www.ccn.go.kr>>

공공기관 경영정보 공개시스템. <<https://www.alio.go.kr>>

구글 웹사이트. <<http://www.google.co.kr>>

국가법령정보센터 웹사이트. <<http://law.go.kr>>

국립농산물품질관리원 웹사이트. <<http://www.naqs.go.kr/>>

글로벌 G마켓 웹페이지. <<http://mg.gmarket.co.kr>>
 농림축산식품부 웹페이지. <<http://www.mafra.go.kr>>
 농촌진흥청 웹페이지. <<http://www.rda.go.kr>>
 네이버 블로그. <<https://blog.naver.com>>
 네이버 지식백과. <<http://terms.naver.com>>
 대만 야후 쇼핑센터 웹사이트. <<https://tw.search.buy.yahoo.com>>
 라이스그린 웹페이지. <<http://ricegreenshop.cafe24.com>>
 보건복지부 웹페이지. <<http://www.mohw.go.kr>>
 식품의약품안전처 웹페이지. <<http://mfds.go.kr>>
 아시아경제 웹페이지. <<http://www.asiae.co.kr/ne>>
 일본 미곡안정공급확보지원기구 웹페이지. <<http://www.komenet.jp>>
 일본 아마존 웹페이지. <<https://www.amazon.co.jp>>
 중국 국가질량감독검험검역총국 웹페이지. <<http://www.aqsiq.gov.cn>>
 중국 위생부 웹페이지. <<http://www.moh.gov.cn>>
 지마켓 웹페이지. <<http://www.gmarket.co.kr>>
 쿠팡 웹페이지. <<http://www.coupang.com>>
 통계청 웹페이지. <<http://kostat.go.kr>> <<http://kosis.kr>>
 한국경제 웹페이지. <<http://news.hankyung.com>>
 한국농수산물유통공사 웹페이지. <<http://www.at.or.kr>>