

인터넷 및 통신 판매업소의 축산물 원산지 표시 실태 및 표시 규정 모니터링

남보라 · 남정옥 · 박정민 · 김진만*

건국대학교 축산식품생물공학과

서 론

재래 시장, 슈퍼마켓 등 소매점, 백화점으로 형성되던 국내 도·소매업의 구조는 할인점과 무점포 유통의 등장 등으로 빠르게 변화되어 왔다. 특히 인터넷 쇼핑 시장은 인터넷 이용 인구의 폭발적 증가와 인터넷 쇼핑물의 저가 가격 제품 보급에 따른 영향으로 타 유통 채널에 비해 비교우위를 확보함으로써 새로운 유통 채널로서 급부상하고 있다(Kim *et al.*, 2004). 인터넷 쇼핑물 및 통신 판매업의 품목도 초기 의류 및 패션, 가전 제품, 여행 상품, 보험 상품 등에서 벗어나 유기농산물, 수산물, 축산물, 잔치 및 제사 음식 대행 서비스, 반찬뿐만 아니라 밥과 국에 이르기까지 다양한 형태의 식품들이 인터넷과 통신 판매업소를 통해 확산되고 있는 실정이다. 그러나 일반적인 판매 형태인 오프라인 판매업소와는 달리 인터넷 및 통신 판매업소를 중심으로 하는 온라인 판매형태는 소비자와 영업자가 온라인상에서 만나 판매와 구매가 이루어지기 때문에 소비자는 구매상품에 대한 정확한 정보나 확인이 어렵고, 온라인 판매업소의 규모나 매출실적 등을 파악하기 곤란하다는 점, 그리고 온라인 판매업자의 전문성이나 상품 판매의 연속성 등을 확보하기 어렵다는 문제점이 상존하고 있다(Joon, 2004). 특히, 온라인 판매업소를 통해 구입하려는 상품이 식품인 경우 정확한 맛이나 향, 식품의 보관 상태나 위생상태 등을 파악하기 어렵기 때문에 이에 대한소비자의 불만과 분쟁이 증가하고 있는 실정이다. 따라서 온라인 판매업소의 급속한 성장 추세에 맞추어 온라인 판매영업소에 대한 구체적인 식품위생지침이 요구되고 있다(Kang *et al.*, 2005).

따라서 본 연구에서는 온라인 상품의 경우 정보제공이 판매의 접점에서 이루어지지 않는 특성을 가지고 있고, 인터넷 및 통신판매업소를 통한 온라인 업체의 확산과 소비자들에게 구입상품에 대한 정확한 정보 제공을 확보하기 위해, 축산물을 판매하고 있는 인터넷 및 통신 판매업소에서 전자상거래 시 표시하여야 할 항목과 안전하고 위생적인 축산물의 확보를 위하여 표시하여야 할 항목으로 나누어 실태조사를 실시하여, 인터넷을 통한 온라인 판매점의 현황과 문제점 등을 파악하고자 이 연구를 수행하였다.

조사 대상 및 방법

1. 조사 대상 및 기간

인터넷을 통한 온라인 식육판매업소 100곳을 선정하여, 판매되고 있는 축산물 188개 품목의 원산지 표시실태 및 표시규정 준수여부를 확인하고, 실태조사서 총 188개를 작성하였다.

본 조사를 위한 자료 수집 및 설문지는 2005년 7월 18일부터 7월 31일까지 작성하였고, 인터넷 및 통신판매업소의 축산물 원산지 표시실태 및 표시규정에 대한 모니터링은 2005년 8월 1일부터 9월 15일까지 수행하였다.

2. 조사내용 및 분석방법

축산물가공처리시행규칙(농림부) 중 「축산물보관업·축산물운반업·축산물판매업의 영업자 및 종업원 준수사항」(제51조제2항관련)에 의거하여 실태조사서를 작성하였으며, 전자상거래 시 온라인 판매영업소의 표시사항 및 온라인 판매영업소의 축산물 판매 표시규정에 대하여 모니터링 하였다. 분석은 문항별 백분율을 산출한 후 분석·정리 하였다.

결과 및 고찰

전자상거래 시 온라인(인터넷) 판매영업소가 표시하도록 규정하고 있는 항목 중에서 '상호명'과 '전화번호'는 100% 표시되어 있는 반면 '영업장의 주소'(2% 미표시), '식육의 제조원 및 공급업체'(6% 미표시), '식육 판매업소 사업자 등록번호'(9% 미표시), '배송기간 정보'(10% 미표시), '대표자 성명'(12% 미표시), '교환·환불·반품정보'(13% 미표시) 등의 정보는 일부 제품에서 누락되어 있는 것으로 조사되었다. 그러나 소비자의 신뢰도를 떨어뜨릴 수 있는 '배송비용 정보'(21% 미표시)와 '사이트이용약관'(23% 미표시)과 같은 정보는 상대적으로 높은 부적합률을 나타냈고, 소비자가 축산물의 구입과 주문을 다양한 경로를 통해 가능하도록 하는 '이메일 주소'(22% 미표시)와 '팩스번호'(26% 미표시)의 부적합률은 가장 높게 조사되었다. 또한 식육을 판매하는 온라인 판매업소(인터넷)의 경우 대금 '결제방법'으로는 신용카드 결제와 온라인 입금을 병행하는 곳(76%)이 가장 많았으나, 신용카드 결제만이 가능한 곳(7%)과 온라인 입금만이 가능한 곳(15%)도 있는 것으로 조사되어 대금 결제수단을 한정화하고 있으며, 결제방법을 표시하고 있지 않은 곳도 2곳(2%)으로 조사되었다(Fig. 1).

또한 온라인 판매업소가 축산물을 판매할 때 표시하도록 규정되어 있는 항목 중에서 '제품명'과 '식육의 종류' 표시는 100% 지켜지고 있는 반면 '총 가격'(4% 미표시), '원산지'(6% 미표시), '용량'(10% 미표시) 등의 정보는 일부 제품에서 누락되어 있는 것으로 조사되었고, '식육의 부위'(19% 미표시)와 '제품의 구성'(27% 미표시)과 같은 정보는 상대적으로 높은 부적합률을 나타냈다. 또한 '보관방법'(57% 미표시), '품질보증 및 인증내용'(80% 미표시), '식육의 등급'(82% 미표시)과 같은 정보는 많은 제품에서 누락되어 있었으며, 특히 '제조일자'(95% 미표시)는 대부분의 제품에서 표기되어 있지 않은 것으로 조사되었다. '식육의 부위표시'는 쇠고기(15% 미표시)나 돼지고기(17% 미표시)보다 닭·오리고기의 경우 '부위표시'가 잘 지켜지고 있지 않았으며(42% 미표시), '식육의 등급표시'는 쇠고기(74% 미표시), 돼지고기(96% 미표시), 닭·오리고기(92% 미표시)의 경우 대부분 지켜지고 있지 않는 실정이었다. '원산지 표시'는 쇠고기의 경우 97%가 원산지를 표기하고 있었지만, 돼지고기의 경우는 91%, 닭·오리고기 경우는 83%만이 '원산지'를 표기하고 있어 이에 대한 개선이 필요한 것으로 조사되었다(Fig. 2). 인터넷

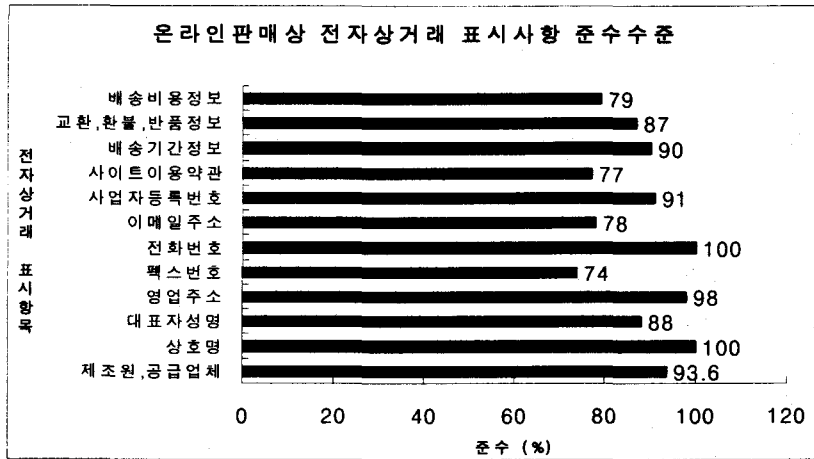


Fig. 1. The conformity level of indication contents on electronic on-line trade.

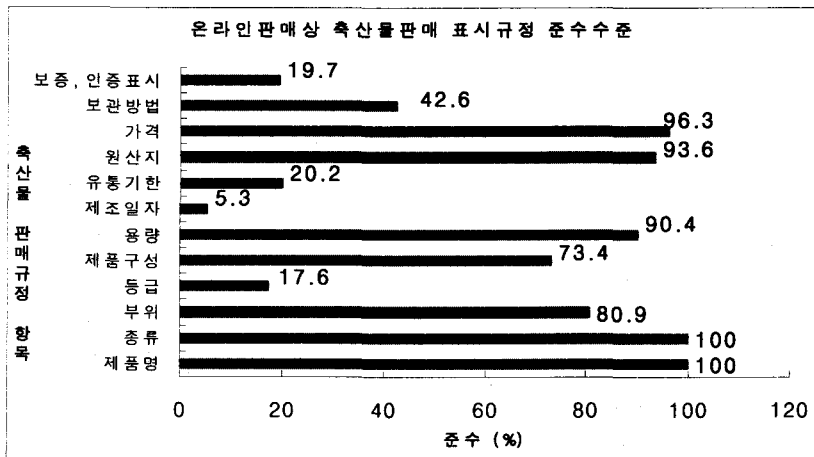


Fig. 2. The conformity level of indication contents for meat on electronic on-line trade.

넷으로 축산물을 구매하는 소비자의 경우 '식육의 등급' '품질보증' 및 '인증내용' '보관방법' '유통기한' '제조일자'와 같은 정보를 알 수 없어 온라인 판매업소 축산물의 신뢰를 떨어뜨리고, 제품의 안정성을 보장 받을 수 없도록 하는 요인이 되고 있다. 인터넷이나 통신 판매업소를 통한 온라인 상거래에서는 육안으로 상품을 직접 확인할 수 없기 때문에 축산물의 위생 상태나 안전성을 파악하기 어려워, 보다 확실하고 투명한 방법으로 축산물의 안전성과 위생 상태를 확인하는 수단으로 표시규정을 100% 준수하여 품질의 고급화와 브랜드화를 이룩해 나가야 할 것으로 사료된다.

요 약

축산물을 판매하고 있는 인터넷 및 통신판매업소에서 전자상거래 시 표시하여야 할 항목과

안전하고 위생적인 축산물의 확보를 위하여 표지하여야 할 항목으로 나누어 실태조사를 실시하였다. 전자상거래시 온라인(인터넷) 판매영업소가 표시하도록 규정하고 있는 항목 중에서 '상호명'과 '전화번호'를 제외한 나머지 정보는 일부 제품에서 누락되어있는 것으로 나타났다. 특히 '배송비용 정보'(21% 미표시)와 '사이트 이용 약관'(23% 미표시)과 같은 정보는 상대적으로 높은 부적합률을 나타냈고, '이메일 주소'(22% 미표시)와 '팩스번호'(26% 미표시)의 부적합률은 가장 높게 조사되었다. 또한, 온라인 판매업소가 축산물을 판매할 때 표시하도록 규정되어 있는 항목 중에서 '제품명'과 '식육의 종류' 표시를 제외한 나머지 정보는 일부 제품에서 누락되어 있는 것으로 조사되었다. '식육의 부위'(19% 미표시)와 '제품의 구성'(27% 미표시)과 같은 정보는 상대적으로 높은 부적합률을 나타내었고, '보관방법'(57% 미표시), '품질보증 및 인증내용'(80% 미표시), '식육의 등급'(82% 미표시)과 같은 정보는 많은 제품에서 누락되어 있었으며, 특히 '제조일자'(95% 미표시)는 대부분의 제품에서 표기되어 있지 않은 것으로 조사되었다. 인터넷이나 통신 판매업소를 통한 온라인 상거래에서는 육안으로 상품을 직접 확인할 수 없기 때문에 축산물의 위생 상태나 안전성을 파악하기 어려워 보다 확실하고 투명한 방법으로 축산물의 안전성과 위생 상태를 확인하는 수단으로 표시 규정을 100% 준수하여 품질의 고급화와 브랜드화를 이룩해 나가야 할 것으로 사료된다.

참 고 문 헌

1. Kim M.C., et al. (2004) *Korea Information Strategy Development Institute*, 18.
2. Joon W.C. (2004) *Hanyang Law Institute*, 16: 113-136.
3. Kang H.J., et al. (2005) *Journal of Korea Research Society for Customs*, 6(2):49-72.