일본, 외식업자의 원산지표시 현황과 소비자 인지도

박 기 환*

일본은 '외식의 원산지표시에 관한 가이드라인'을 수립한지 대략 1년이 경과되었다. 이에 따라 향후 외식산업의 원산지표시에 대한 정부시책의 기초자료로 활용할 목적으로 2006년 6~7월 외식사업자를 대상으로 외식 가이드라인의 인지상황, 원산지표시 실시현황, 문제점 등을 조사하였으며, 소비자는 가이드라인 인지도나 식재료 원산지에 대한 관심 등의 조사를 실시하였다.

1. 조사 개요

외식사업자 2,059사를 대상으로 2006년 6~7월 우편에 의한 앙케이트 조사를 실시하였으며, 회수율은 28.2%(579사업자 39,431점포)이다. 주요 업종으로는 고기구이 전문점 135사업자, 일본 요리점 91, 일반 식당 51, 패밀리 레스토랑 32, 스테이크・샤브샤브점 20, 사업소급식 76사업자 등이다.

소비자 조사는 우편에 의한 앙케이트 조사로써 2006년 6월에 실시하였으며, 총 1,200명을 대상으로 조사한 결과 1,026명(회수율 85.5%)이 응답하였다. 연령대별로 살펴보면 20대 미만이 23.7%, 30대 14.6%, 40대 13.9%, 50대 15.8%, 60대와 70대 이상은 각각 19.6%, 12.4%로 나타나고 있다.

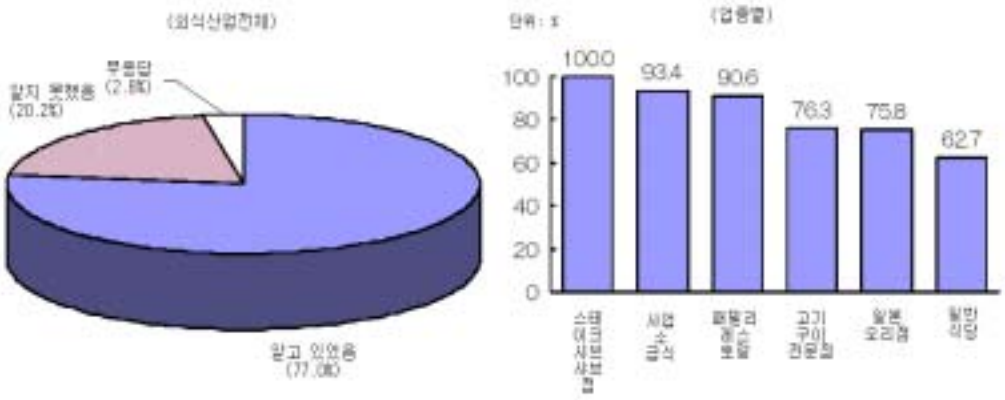
* 한국농촌경제연구원 kihwan@krei.re.kr 02-3299-4331

2. 외식사업자의 원산지표시 실시 현황

2.1. 가이드라인의 인지 상황

가이드라인 인지도는 외식산업 전체 평균이 77.0%이며, 업종별로는 스테이크・샤브샤브점, 사업소급식, 패밀리 레스토랑이 90%를 넘는 인지도를 나타내고 있다.

그림 1 가이드라인 인지 상황



또한 '가이드라인이 가능한 것을 알고 있었다'고 응답한 사업자 가운데 대개 이해하고 있는 사업자는 58.5%, 막연하게 알고 있는 사업자는 36.8%이다 <그림 2>.

2.2. 원산지표시 실시 상황

원산지표시(일부 식재료 표시를 포함)를 실시하고 있다는 응답은 사업자가 42.5%(214개사), 점포로는 67.2%(17,418점포)로 나타나고 있다<그림 3>.

그림 2 가이드라인 이해도

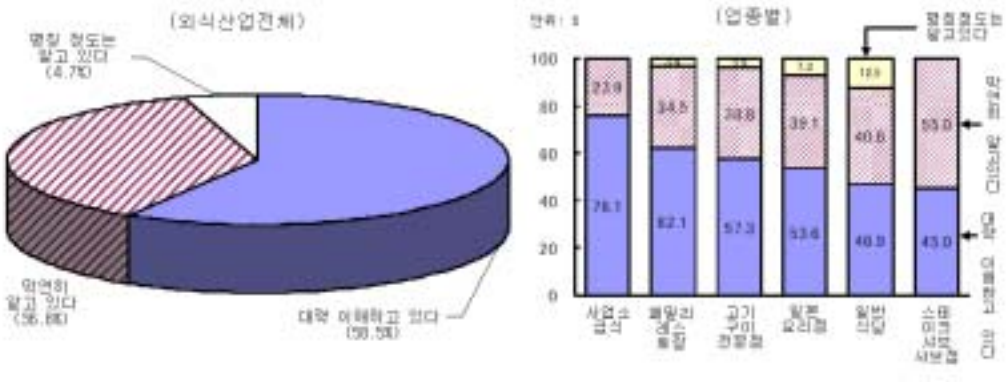
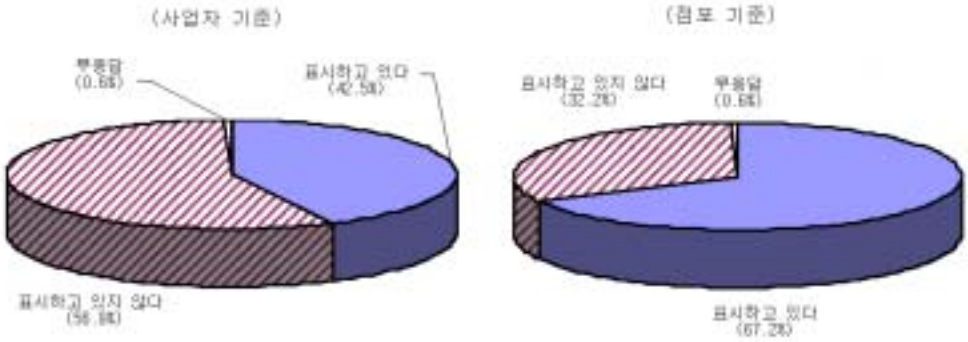


그림 3 원산지표시 실시 상황



업종별 실시 상황을 점포 기준으로 살펴보면, 패밀리 레스토랑이 가장 높은 80%로 나타나고 있으며, 다음으로 일반 식당 67.3%, 고기구이 전문점 63.1% 순이다<그림 4>.

2.3. 원산지표시 추진 시기와 원산지표시 범위

원산지표시를 실시하고 있는 사업자에 표시를 추진한 시기를 질문하였는데 이중 '가이드라인 수립 이후(2005년 7월 28일 이후)'라고 응답한 사업자는 41.0%, '가이드라인이 가능한 이전부터'로 응답한 사업자는 51.6%로 나타나고 있다<그림 5>.

그림 4 업종별 원산지표시 실시 상황

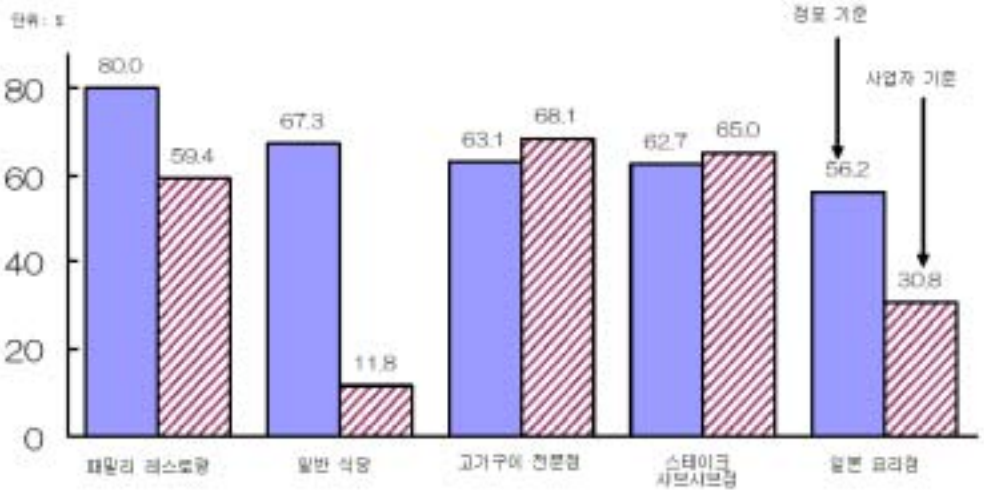
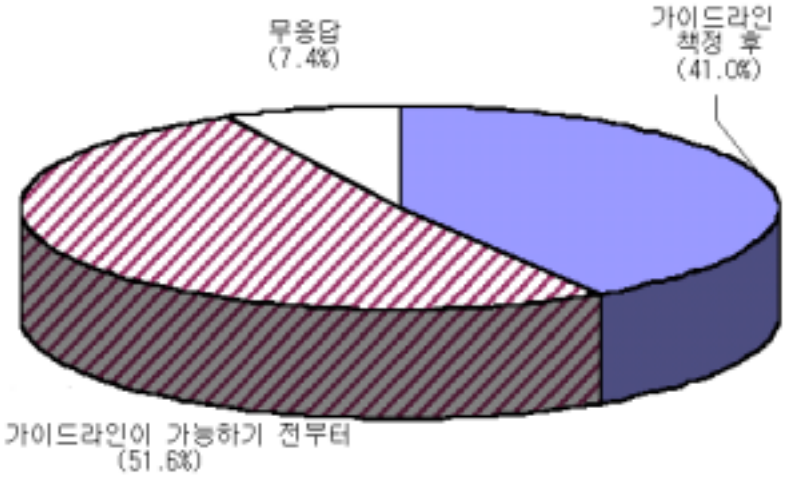
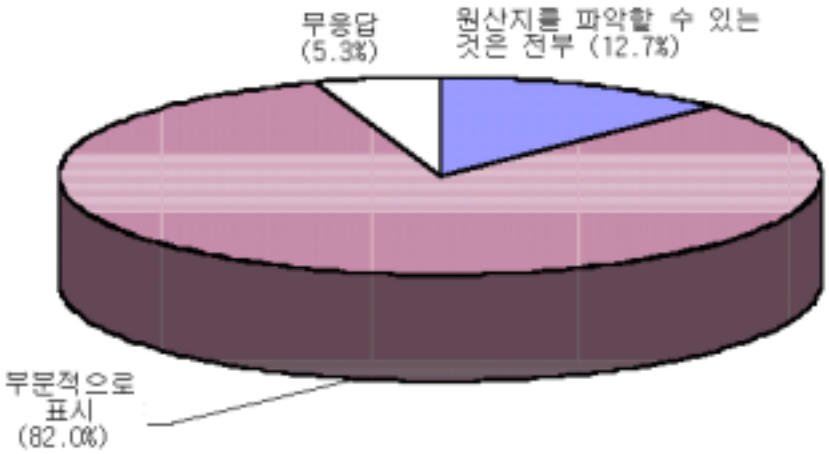


그림 5 원산지표시 실시 시기



또한 원산지표시 범위에 대한 질문에서 '부분적으로 식재료를 선택해 표시' 하고 있는 사업자가 가장 많은 82.0%인 반면, '원산지를 파악할 수 있는 것은 전부 표시하고 있다'는 사업자는 12.7%에 머무르고 있다.

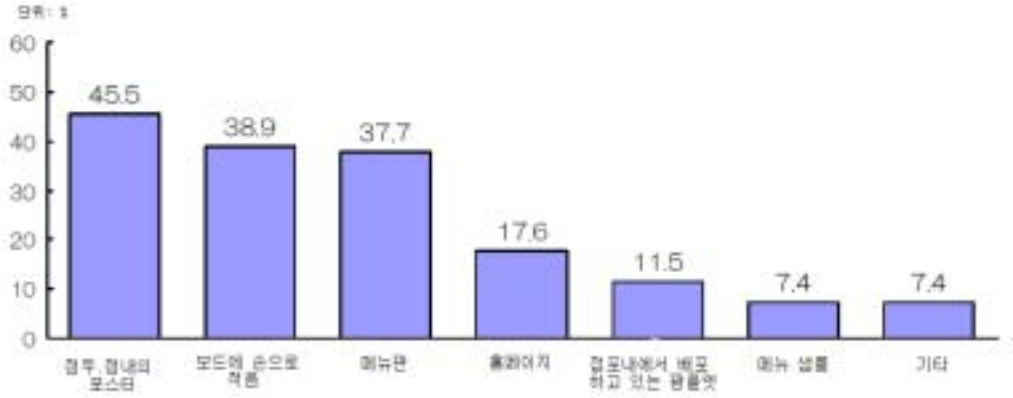
그림 6 원산지표시 범위



2.4. 원산지표시 실시 방법

원산지표시를 실시하고 있는 사업자 중 표시방법으로는 '점포·점내의 포스터'가 가장 많은 45.5%로 나타나고 있으며, 다음으로 '보드에 손으로 적음(38.9%)', '메뉴판(37.7%)' 등의 순이다.

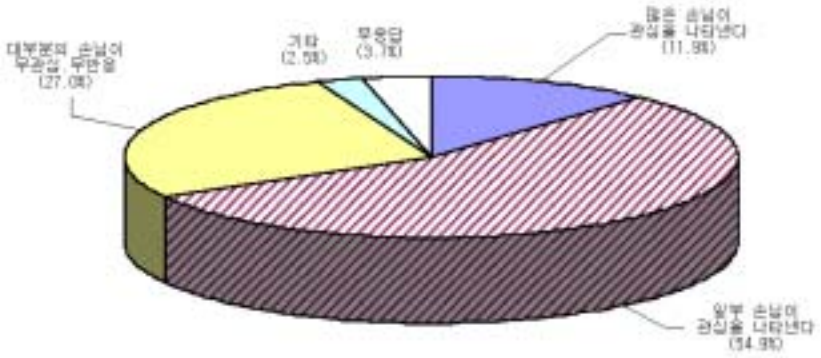
그림 7 원산지표시 실시 방법



2.5. 내점객 반응

원산지표시를 실시하고 있는 사업자에게 원산지표시에 대한 내점객의 반응을 물은바 '많은 손님이 관심을 나타냄'이 11.9%, '일부 손님이 관심을 나타냄' 54.9%, '대부분의 손님이 무관심·무반응'이 27.0%로 나타나고 있다.

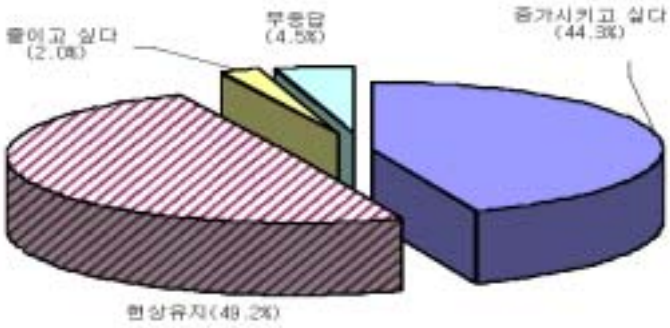
그림 8 원산지표시에 대한 내점객의 반응



2.6. 원산지표 메뉴 수의 증감 의향

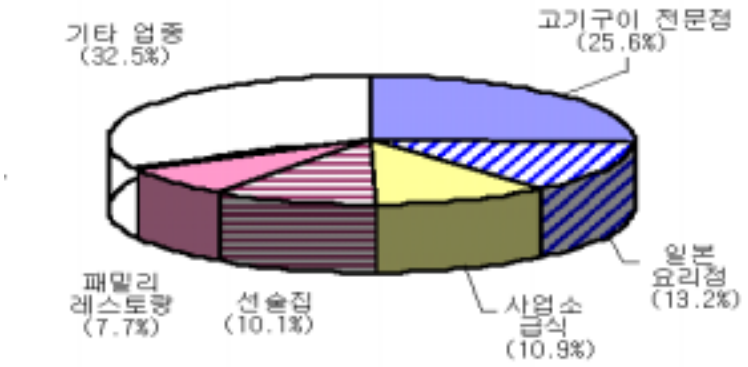
원산지표시를 실시하고 있는 사업자에 향후 원산지표시 메뉴 수의 증감에 관한 의향을 질문하였는데 이중 '현상 유지'로 응답한 사업자가 약 50% 정도를 점하고 있으나, '늘리고 싶다'고 응답한 사업자도 40%를 넘고 있다.

그림 9 원산지표시 메뉴 수의 증감 의향



또한 ‘증가시키고 싶다’고 응답한 사업자를 업종별로 살펴보면, 고기구이 전문점이 가장 많은 25.6%를 점하고 있으며, 다음으로 일본 요리점, 사업소급식 등의 순이다.

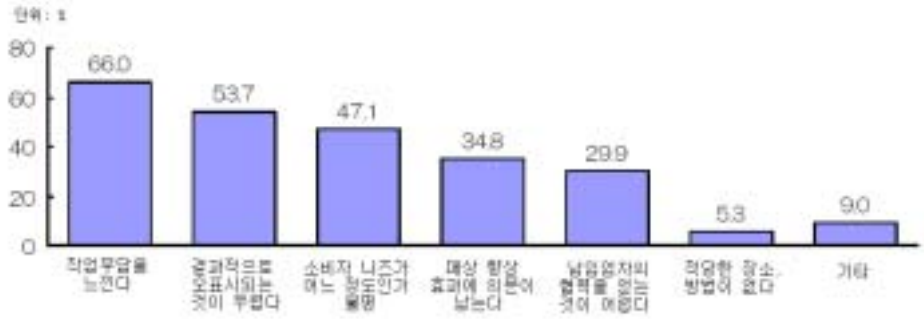
그림 10 원산지표시 수를 증가시키고 싶다고 응답한 업종별 비율



2.7. 원산지표시의 문제점

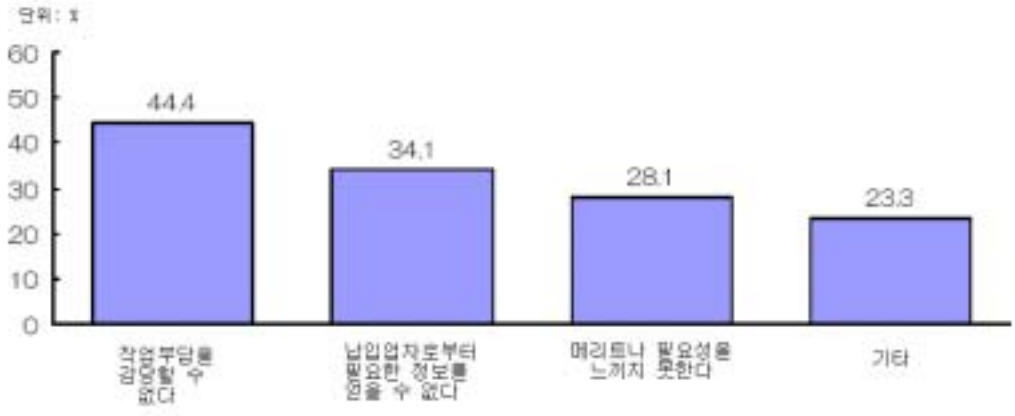
원산지표시를 실시하고 있는 사업자에 원산지표시 실시에 있어 문제점으로는 66%가 ‘표시하기 위한 작업부담’을 지적하고 있으며, 다음으로 ‘오표시되는 것의 두려움(53.7%)’, ‘소비자 니즈가 어느 정도인지 불명(47.1%)’, ‘매상 향상 효과에 의문(34.8%)’ 등의 순으로 나타나고 있다.

그림 11 원산지표시의 문제점(복수응답)



한편, 원산지표시를 실시하고 있지 않은 사업자 가운데 그 이유로는 '작업부담을 감당할 수 없다'가 가장 많은 44.4%로 나타나고 있으며, 다음으로 '납입업자로부터 필요한 정보를 얻을 수 없다(34.1%)', '메리트나 필요성을 느끼지 못한다(28.1%)' 등의 순이다.

그림 12 원산지표시를 실시하지 않는 이유(복수응답)



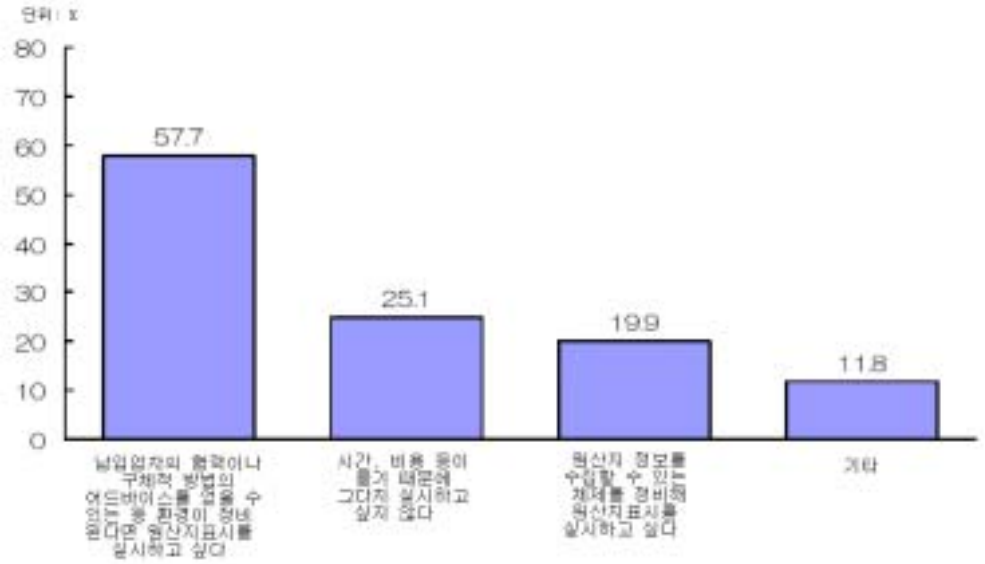
2.8. 원산지표시 실시 의향

원산지표시를 실시하고 있지 않은 사업에 향후 의향을 질문하였는데 이중 '원산지 정보를 수집할 수 있는 체제를 정비해 원산지표시를 시행하고 싶다'고 한 사업자는 19.9%로 약 20%에 머물고 있다.

'환경이 정비된다면 원산지표시를 실시하고 싶다'는 사업자는 57.7%로 과반수를 넘고 있으며, 납입업자의 협조나 구체적 방법의 어드바이스를 필요로 하고 있는 사업자가 많다.

또한 '시간이나 비용이 들기 때문에 그다지 하고 싶지 않다'는 사업자도 25.1%로 4분의 1에 달하고 있다.

그림 13 원산지표시 실시 의향(복수응답)



3. 외식의 원산지표시 가이드라인에 대한 소비자 인지도

3.1. 가이드라인의 인지도

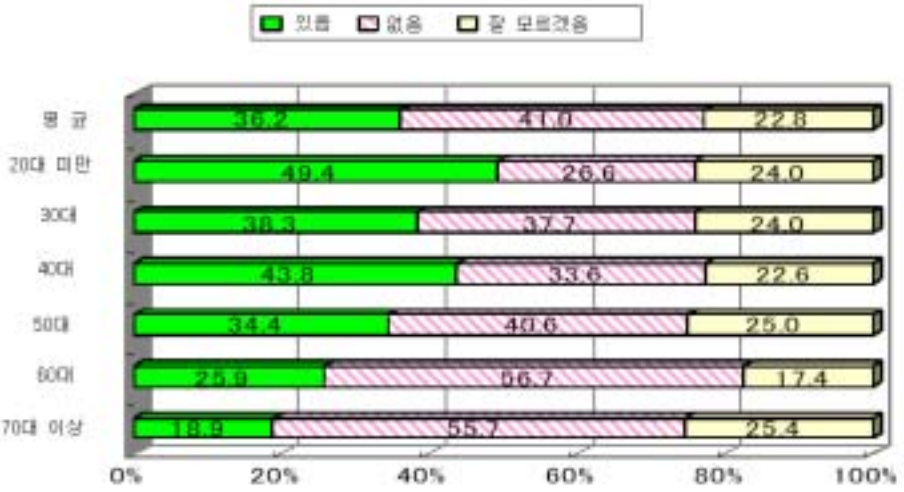
‘외식의 원산지표시에 관한 가이드라인’에 대해 알고 있는 소비자는 44.2%인 반면, 모르고 있는 소비자가 55.8%이다. 연령대별로 살펴보면, 20대 미만의 인지도가 비교적 낮게 나타나고 있다<그림 14>.

3.2. 외식점포에서 원산지표시를 본 경험 유무

외식점포에서 원산지표시를 본적이 있는 소비자는 전체의 36.2%이며, 본적 없는 소비자는 41.0%이다. 연령대별로는 젊은 층일수록 원산지표시를 본적이 있는 비율이 높은 경향을 나타내고 있다<그림 15>.

그림 14 가이드라인의 인지도

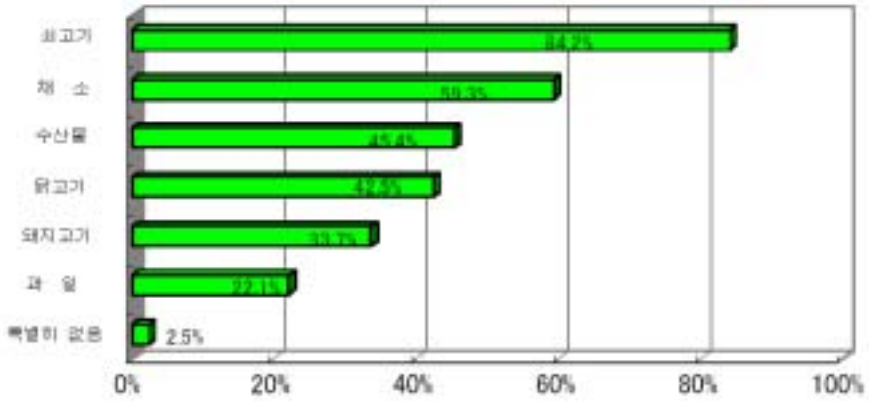
그림 15 외식점포에서 원산지표시를 본 경험 유무



3.3. 원산지에 관심 있는 식재료

원산지에 관심이 있는 식재료에 대해서는 '육류'라고 응답한 비율이 가장 많은 84.2%이며, 다음으로 '채소' 59.3%, '수산물' 45.4% 등의 순으로 나타나고 있다.

그림 16 원산지에 관심 있는 식재료(3개 이내 회답)



3.4. 원산지표시의 필요성

외식점포에서 원산지표시를 실시하는 것에 대해 '필요하다'고 응답한 비율이 84.3%에 달하고 있으며, '필요 없다'는 비율은 2.0%에 불과한 것으로 나타나고 있다. 연령대별로도 각 연령대의 80% 이상이 '필요하다'고 답하고 있다.

그림 17 원산지표시의 필요성

자료

농림수산성,「外食事業者における原産地表示の実施状況」, 2006.9

농림수산성,「外食における原産地表示のガイドラインに関する消費者の認知度」, 2006. 9