

식품안전과 식품산업의 사회적책임 경영



- | 일시 | 2015년 5월 15일(금) 09:30~12:00
- | 장소 | 서울 프레스센터 20층 국제회의실
- | 주관 | 식품의약품안전처, 한국식품산업협회
- | 주최 | 한국식량안보연구재단, 식품안전상생협회

행 사 일 정



시 간	내 용
09:30~09:50	등 록
09:50~09:55	환영사 : 박혜경 단장 (식약처 유해물질저감화추진단T/F)
09:55~10:00	개회인사 : 이철호 이사장 (한국식량안보연구재단)
〈주제발표〉 좌 장 : 이광호 교수 (고려대학교)	
10:00~10:30	기업의 사회적 책임경영의 국내외 동향 김준호 원장 (사회적책임경영품질원)
10:30~10:50	최근 식품사고 발생 유형과 대응방안 유경모 부회장 (ILSI Korea)
10:50~11:10	대기업과 중소기업의 식품안전 상생협력방안 손세근 사무총장 (식품안전상생협회)
〈종합토론〉 좌 장 : 이철호 이사장 (한국식량안보연구재단)	
11:10~12:00	- 토론자 : 박태균 회장 (한국식품커뮤니케이션포럼) 신동화 교수 (한국식품안전협회) 이군호 사장 (식품음료신문) 이향기 부회장 (한국소비자연맹)

목 차



* 개 회 인 사	이철호 이사장 (한국식량안보연구재단)	1
-----------	----------------------	---

* 주제발표

좌 장 - 이광호 교수 (고려대학교)

1. 기업의 사회적 책임경영의 국내외 동향	
김준호 원장 (사회적책임경영품질원)	5
2. 최근 식품사고 발생 유형과 대응방안	
유경모 부회장 (ILSI Korea)	23
3. 대기업과 중소기업의 식품안전 상생협력방안	
손세근 사무총장 (식품안전상생협회)	33



*** 종합토론**

좌 장 - 이철호 이사장 (한국식량안보연구재단)

* 토 론 자	- 박태균 회장 (한국식품커뮤니케이션포럼)	63
	- 신동화 교수 (한국식품안전협회)	67
	- 이군호 사장 (식품음료신문)	73
	- 이향기 부회장 (한국소비자연맹)	79

개 회 인 사

이 철 호 한국식량안보연구재단 이사장



여러분 안녕하십니까? 바쁘신 중에도 한국식량안보연구 재단과 식품안전상생협회가 공동 주최하는 제14회 식량 안보세미나에 참석하여 주셔서 감사합니다. 이 모임은 식품안전의 날을 기념하기 위해 식품의약품안전처와 한국 식품산업협회가 공동 주관하는 행사의 일환으로 식약처 김승희 처장님과 식품산업협회 박인구 회장님을 비롯한 관계자 여러분들의 협력에 감사드립니다.

오늘 모임은 최근 계속해서 일어나는 부정 불량식품 사건들의 발생원인과 대책에 대해 논의하려고 합니다. 식품안전은 관련 규정과 관리기술 만으로 확보되는 것이 아닙니다. 사회 전반의 도덕성과 윤리의식, 정직성과 투명성, 그리고 투철한 준법 정신의 바탕 위에서 이루어지는 것입니다. 사회 기강이 흔들리고 혼탁할수록 식품 산업은 사회적 책임을 다해 정직하고 깨끗한 음식을 국민에게 공급하는 본연의 임무에 충실해야 이 나라를 지켜낼 수 있습니다. 우리 식품 대기업들의 사회적 책임 경영이 중요합니다. 협력업체와 중소 식품업체에 대한 상생 협력과 기술지원 뿐만 아니라 바른 경영, 바른 기업 윤리를 확대해 나가는 일에 앞장서야 합니다.

개 회 인 사

이 철 호 한국식량안보연구재단 이사장



오늘 주제발표를 하여주실 김준호 총장님은 현재 기획재정부 산하 사회적책임경영
품질원을 이끌어 가시는 중책을 맡아 기업과 공공기관의 사회적 책임과 윤리 경영을
강조하고 그 방법과 평가 기준을 마련하여 우리나라 조직 문화의 선진화에 크게 기여
하고 계십니다. 바쁘신 중에도 오늘 주제발표를 맡아 주시어 대단히 감사합니다.
이어서 발표하실 유경모 ILSI Korea 부회장님과 손세근 식품안전상생협회 사무
총장님은 우리나라 식품 대기업에서 오랫동안 식품안전 실무를 담당하셨던 분들로 국
내외 식품 기업 윤리경영과 상생협력에 탁월한 식견을 가지신 분들입니다. 오늘의
토론을 위해 좋은 발제를 해 주실 것으로 믿습니다.

지정 토론자로 나오실 전북대 신동화 교수님, 식품음료신문의 이군호 사장님, 중앙
일보 박태균 박사님, 그리고 한국소비자연맹의 이향기 부회장님께 감사드리며 이 시대
식품산업의 바른 윤리경영을 위해 좋은 조언을 주시기를 바랍니다. 오늘 모임의 사회와
주제발표를 진행해 주실 이광호 교수님과 세미나를 준비하는데 수고해 주신 모든
분들께 감사드립니다. 특히 식약처 유해물질저감화추진단T/F 박혜경 단장님께서
이번 세미나를 처음부터 기획하시고 추진해 주신데에 대해 깊은 감사의 뜻을 전합니다.
아무쪼록 이러한 모임을 통해 우리 식품산업의 윤리의식이 높아지고 법을 잘 지키는
모범 산업이 되기를 희망합니다. 이 자리에 참석하신 모든 분들의 건승을 기원합니다.

주제발표 좌장



고려대학교 식품공학과
이 광 호 교수

학 력

고려대 식품공학과(학사)
미국 하와이 주립대 식품과학과(석사)
미국 럿거스 대학교 식품과학과 (박사)

경 력

(주)서통 중앙연구소
식품의약품안전청 용기포장과장, 식품규격과장,
신종유해물질과장
경인지방식품의약품안전청 시험분석센터장
식품의약품안전청 식품평가부장
식품의약품안전평가원 식품위해평가부장
식품의약품안전평가원장
현)고려대학교 식품공학과 교수



1. 기업의 사회적 책임경영의 국내외 동향

사회적책임경영품질원 원장 김 준 호





Profile

김 준 호

학 력

서울대학교 대학원 경영학과 경영학석사
인하대학교 대학원 경영학과 마케팅전공 경영학박사

경 력

전) 서원대학교 총장
현) (사)사회적책임경영품질원 원장

기업의 사회적 책임경영과 글로벌표준 SR10

세계화의 급속한 진전과 글로벌 경제위기라는 국제적 환경속에 기업의 사회적 책임 (Corporate Social Responsibility)에 대한 세계적인 관심과 요구가 급속히 확산되고 있는 것이 현실정이다.

기업이 사회적으로 가장 영향력이 큰 집단이 되면서 그들이 누리게 된 지위에 걸맞은 역할과 책임을 다해야 한다는 기대도 함께 높아지고 있고 이것이 기업에 커다란 Risk로 다가오고 있다.

특히, 1990년대 이래 다국적기업이 연루된 환경, 안전, 인권, 부패 등과 관련한 일련의 사건들은 전 세계적 시민운동을 통한 비판과 불매운동을 전개되었다.

물론, 국내에서도 최근 매스컴을 통해 발표된 일련의 갑질사건들은 이런 맥락을 함께 하고 있다.

이러한 환경변화 속에서 사회적 책임경영은 이제 기업의 생존을 위해서는 선택이 아닌 필수적인 조건으로 되어가고 있는 것 또한 현실이다.

2010년 11월 01일에 사회적 책임의 국제표준인 ISO 26000이 발간된 이후 전 세계적으로 사회적 책임경영에 대한 요구가 더욱 강도가 높아지게 되었으며, 국내에서도 대기업 및 공기업중심으로 사회적 책임경영에 대한 관심과 역할에 대해 보다 더 진지하게 접근 하게 되는 계기가 된 것 같다.

사회적 책임경영이 국제적 기업경영 활동에 있어 중요한 조건으로 등장하면서 국내뿐만 아니라 해외에 진출한 우리기업의 경쟁력과 지속가능한 성장을 위해서는 피해갈 수 없는 경영과제로 급부상했기 때문이다.

이러한 세계경제 패러다임의 변화를 반영하여 우리기업의 지속가능성을 위해 향후 어떻게 대응해 나갈 것인지에 대해 방향을 제시한다면 글로벌 표준인 “SR10경영시스템” 구축을 권하고 싶다.

ISO 26000표준은 실천가이드로서는 좋은 참고서가 될 수는 있지만 조직 입장에서 경영시스템으로 구축하여 지속가능한 성장을 위해 운영과 개선 시스템을 구축하는 것이 더욱 효과적이며 효율적인 방법이기 때문이다.

사회적 책임경영시스템(Social Responsibility Management System)구축을 통한 다양한 이해관계자의 일원화된 관리를 통해 신뢰확보, 장기적관점에서의 경제/사회/환경등의 균형 잡힌 기업경영, 기업의 Risk관리를 통한 예방적효과, 기업의 새로운 가치창출 기회마련 등으로 기업의 경영 효과를 한 차원 높일 수 있는 계기가 될 수 있으리라 생각된다.

앞으로 사회적 책임경영활동을 체계적으로 추진하는 조직이 더욱 확산되기를 기대하면서...



“ 기업의 사회적책임경영 과 SR 10 ”

2015. 5. 15

김준호 원장



사회적책임경영품질원
Social Responsibility & Management Quality Institute



Contents

I

The need for Social Responsibility

II

사회적 책임 (Social Responsibility)

III

사회적 책임 경영시스템 (SRMS)



I. The need for Social Responsibility



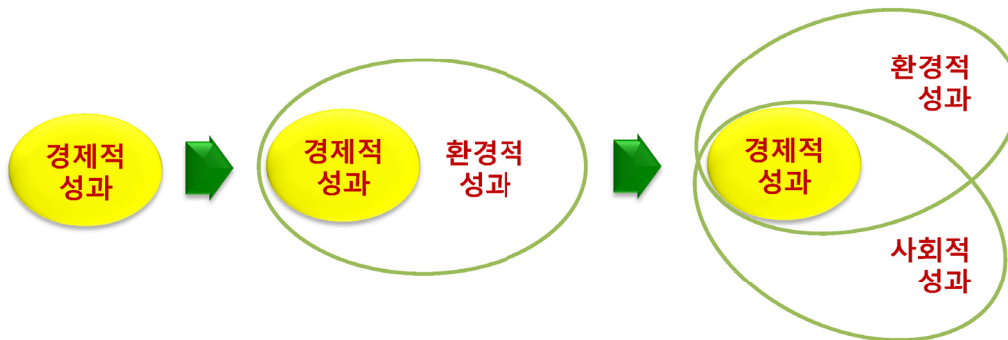
- 사회와 환경에 미치는 조직활동 관리 필요성 증가.
- 사회적 책임 경영 운영 필요성 증대
 - ☞ 조직의 적극적인 참여와 활동 요구
 - ☞ SRMS 운영으로 지속가능 한 발전 구축
- 이해관계자의 요구사항 증가
 - ☞ 다양한 이해관계자 의 시대적인 변화 욕구 증대
 - ☞ 요구사항에서 압력으로 확대 방향
 - ☞ 윤리적이며 투명한 방식의 사업관행 촉구
- 조직의 기본적인 전략 변화 조짐
 - ☞ 사회적 책임 법적 요구사항 준수 → 사회적 책임 경영시스템 구축 운영으로 변화.

3

II. 사회적 책임 (Social responsibility)



◆ 사회적 책임 범위



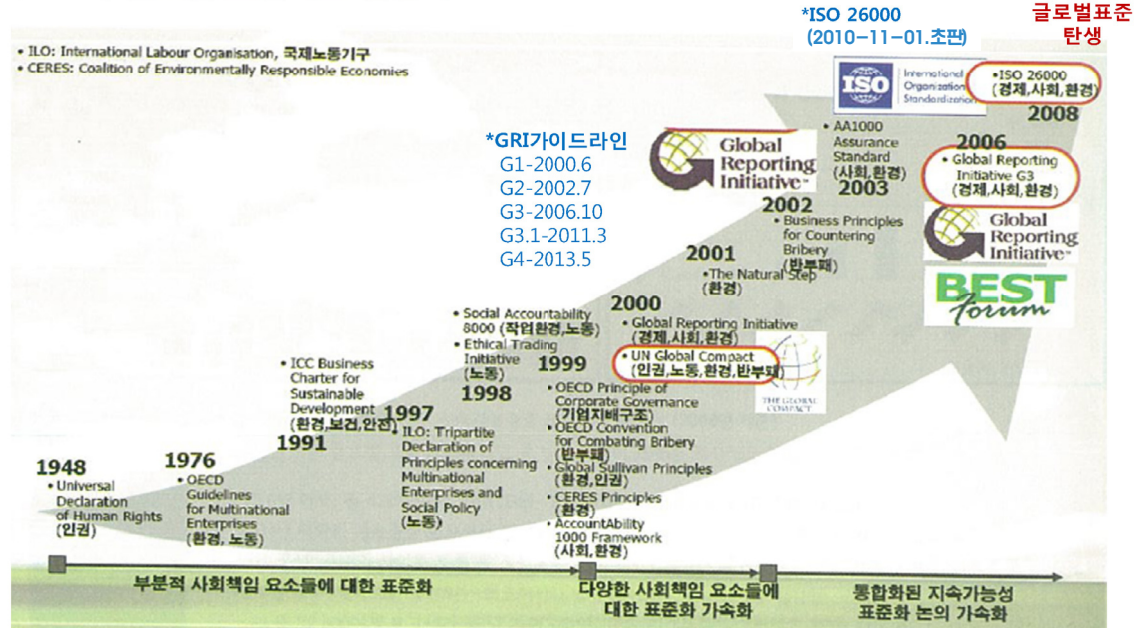
☞ (조직의 인식 변화)

조직의 책임이 경제적 성과를 창출하는 데서 그치지 않고,
환경 및 사회에 미치는 **영향(Impact)**까지 고려하도록 확대되고 있음.

4

II. 사회적 책임 (Social responsibility)

◆ SR의 글로벌 스탠더드 변천사



※ Source: 지식경제부_지속가능경영 트렌트

5

II. 사회적 책임 (Social responsibility)

◆ SR경영이란 ?

리스크 관리를 통한 성장 전략

- 기업의 경제적 성장을 규제하는 것이 아니라 기업의 경제적, 사회적, 환경적 리스크를 선제적으로 관리함으로써, 기업의 자익적 성장을 꾀하는 기업성장 전략임.

통합 경영 활동

- 기존 경영활동에 추가적으로 지속가능경영 프로그램을 더하는 것이 아니라 (add-on), 기업비전에서부터 경영전략, 실행 프로그램까지 지속가능경영 활동을 통합 및 실천함으로써 경영방식을 바꾸는 것.

지속적 가치를 창출하기 위한 '돈 버는 방식'

- 사회공헌과 같이 '번 돈을 어떻게 쓰는가'에 대한 문제가 아니라 투명경영, 윤리경영, 노사관계, 상생경영, 환경경영, 사회공헌 등의 이슈를 포괄하는 '돈을 어떻게 버는가?'로 접근함.
- 최근, CSV(Creating Shared Value)로 접근 : 기업의 자원과 노하우를 바탕으로 사회문제를 해결할 수 있는 제품/서비스/비즈니스 model로 연계.

광의의 이해관계자 고려

- 주주뿐만 아니라 종업원, 고객, 협력업체, 지역사회, 정부, NGO, 미래세대 등 다양한 이해관계자의 의견 및 니즈를 고려하여 경영목표 및 전략을 도출하는것임.

6

II. 사회적 책임 (Social responsibility)



◆ 조직의 사회적 책임이 주목 받는 이유 ?



1) 기업 세계화의 급속한 진전

국내외 그룹사나 조달처를 가진 다국적 기업이 자사의 공급망 전체에서 SR을 추진하고 공급망의 일각을 담당하는 중소기업에 대해서도 SR활동이 요구되어짐.



2) 정보화의 발달

인터넷의 급속한 보급으로 NGO의 발언력, 영향력이 증대되어 기업의 위법 행위나 SR 실태 등이 즉각적으로 인터넷을 통해 세계언론에 노출되면서 최악의 경우 기업파탄으로 이어질 정도로 영향력이 커지고 있음.



3) SRI (사회적 책임 투자)의 등장

투자기관이 투자처 기업을 선정할 때 재무적 투자기준에 환경이나 사회, 논리부분까지 고려하는 투자방법이 등장하고 있고 영국, 독일, 프랑스의 경우 연금투자처의 평가 시 환경, 사회적인 부분을 평가하도록 법률로서 의무화 되어 있음.

7

II. 사회적 책임 (Social responsibility)



◆ SR경영의 기대효과

1. 이해관계자 관계 경영



신뢰 확보

2. 경영활동의 통합



경영 효율화

3. 경제/환경/사회의 균형



장기적 관점의 기업운영

4. 기업의 Risk관리



Risk 최소화(예방)

5. 기업의 가치경영



새로운 가치 창출

8



<Sustainable Development>

"Development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs"

ISO 26000: 2010

"미래 세대의 필요 충족 능력을 손상시키지 않는 범위 내에서
현재 세대의 필요를 충족시키는 발전"

기업과 사회의 지속성을 높이고 경쟁력을 강화하는 것.

※ Source: 정치교양 시리즈 05 : CSR, ISO 26000 현황 및 대응 방향



<Social Responsibility>

"The main objective of socially responsible organization should be to contribute to sustainable development"

"조직의 사회적 책임의 주요 목적은
지속가능한 발전에 공헌하는 것임."

-투명하고 윤리적인 행동을 통하여

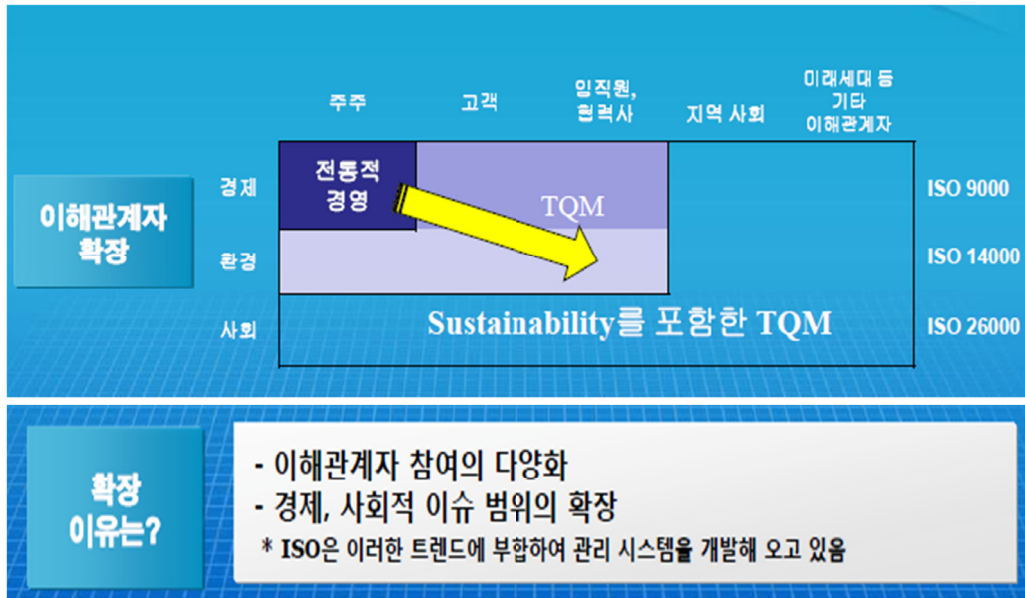
- 보건, 사회복지를 포함한 지속가능 한 발전에 기여
- 이해관계자의 기대사항을 고려
- 적용 가능한 법을 준수하며 국제행동규범에 일치
- 조직 전반에 걸쳐 통합되며 조직의 관계성 속에서 실행

※ Source: 정치교양 시리즈 05 : CSR, ISO 26000 현황 및 대응 방향

II. 사회적 책임 (Social responsibility)



◆ ISO 26000과 타 인증과의 관계



11

II. 사회적 책임 (Social responsibility)



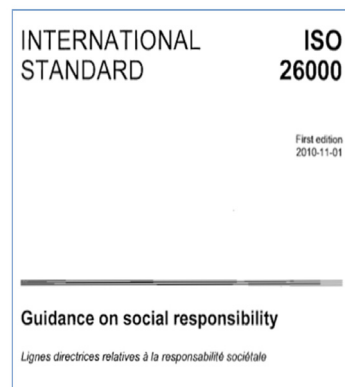
1) 국제표준화기구 (ISO)

- 지적 활동이나 과학·기술·경제활동 분야에서 세계 상호간의 협력을 위해 1947년 설립한 국제기구.
- 현재 160여개 회원국이 참여하고 있으며, 우리나라는 기술표준원이 ISO 정회원으로 활동.



2) ISO 26000 개발 배경

- 2001년 ISO 이사회가 '기업의 사회적 책임(CSR, Corporate social responsibility)' 분야에 대한 국제 표준 개발 타당성 검토를 요구.
- 2005년 3월 브라질 살바도르부터 2010년 5월 덴마크 코펜하겐 총회까지 약 6년간 8차례의 총회와 의견교환 과정을 거쳐 ISO 26000을 개발.
- 전세계 99개국, 42개 국제조직의 각계 전문가들이 개발에 참여하였고, 2010년 11월 1일 ISO 26000 지침서 발간.



12

II. 사회적 책임 (Social responsibility)



3) ISO 26000 개발 목적

- 사회적 책임(Social responsibility)에 대한 **핵심주제, 이슈, 통합방안** 등의 지침을 제공.
- 조직이 **지속 가능한 개발**에 기여하는데 지원.

4) ISO 26000 주요 특징

- 기존에 논의 되었던 사회적 책임에 대한 주요 내용을 국제적 표준으로 정리.
- 조직의 규모나 조직이 위치한 장소에 관계없이,
모든 형태의 조직에 사회적 책임에 대한 지침을 제공.
- 본 국제표준은 사용자에게 **지침**을 제공하는 것으로 **경영시스템 표준**이 아님.
- 또한 인증 목적이나 ‘규제 및 계약’에 사용하기 위한 것이 아니며,
이에 적합 하지도 않음.
- 보다 구체적이거나 형식이 상이한 **국가 표준 개발을 방해하지 않음.**
- 인증제도는 아니지만 **향후, 자율적 검증을 통해 무역장벽으로의 가능성이 존재.**



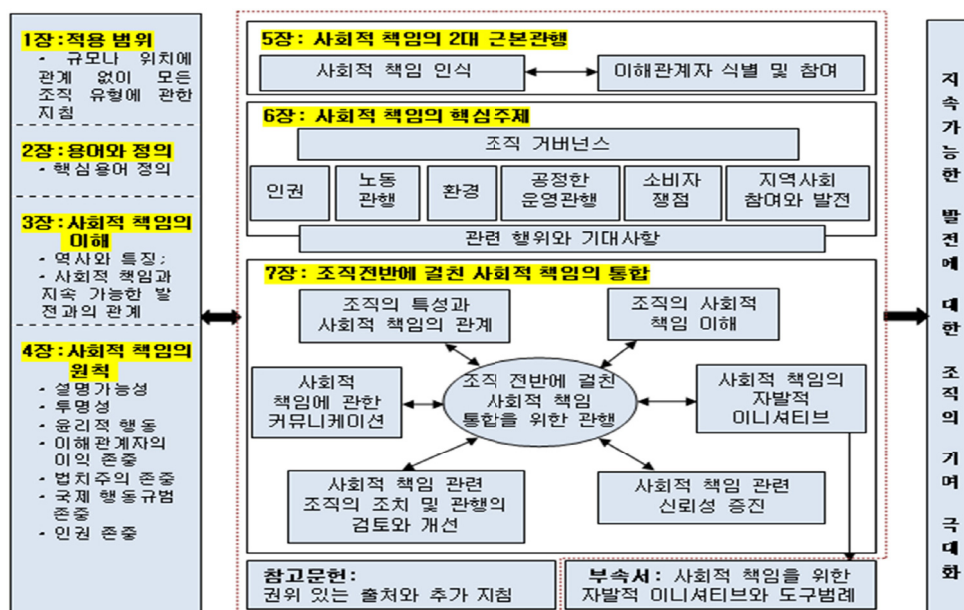
13

II. 사회적 책임 (Social responsibility)



5) ISO 26000 기본구조

- ISO 26000 사회적 책임 원칙 및 핵심 7개 주제 / 이슈의 충족성 여부 체크 등



14

II. 사회적 책임 (Social responsibility)



6) 7대 핵심 주제의 구성

- ISO 26000의 7대 핵심 주제는 37개의 관련 이슈로 구성됨.

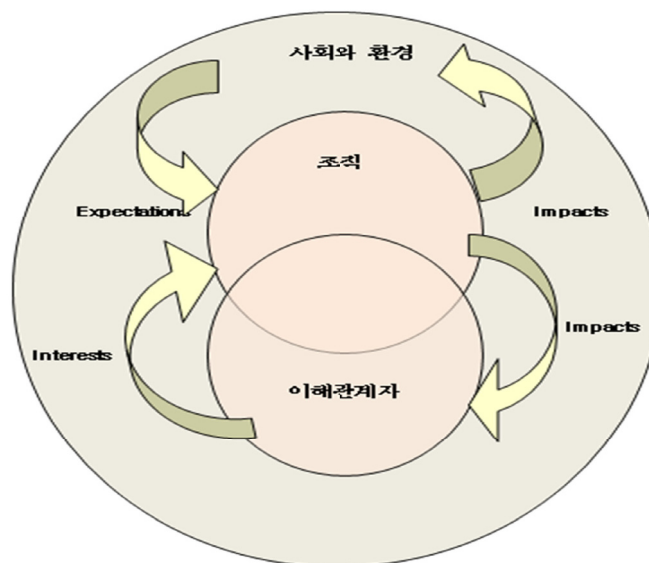
7대 핵심 주제	주요 쟁점
조직 거버넌스	의사결정 프로세스 및 구조 (의사결정 및 실행체계)
인권	- 주주의무(실사, due diligence) - 고충처리 - 경제, 사회 및 문화적 권리 - 인권위험사항 - 차별 및 취약집단 - 시민권 및 정치적 권리 - 직장에서 기본 원칙과 권리 - 공모회피
노동관행	- 고용 및 고용관계 - 직장에서 보건 및 안전 - 근로조건 및 사회적 보호 - 직장 내 인적 개발 및 훈련 - 사회적 대화
환경	- 오염방지 - 환경보호, 생물다양성보호 및 자연서식지 복원 - 지속 가능한 자원 사용 - 기후변화 완화 및 적응
공정한 운영관행	- 부패방지 - 가치사슬에서의 사회적 책임 촉진 - 책임 있는 정치 참여 - 공정한 경쟁 - 재산권 존중
소비자 쟁점	- 공정한 마케팅, 사실적이고 편파적이지 않은 정보와 공정한 거래관행 - 소비자의 보건 및 안전보호 - 소비자 서비스와 지원, 불만 및 분쟁 해결 - 소비자 정보보호 및 사생활 - 필수 서비스에 대한 접근 - 교육 및 인식 - 지속 가능한 소비
지역사회 참여와 발전	- 지역사회 참여 - 기술 개발 및 접근성 - 교육 및 문화 - 고용창출 및 기량개발 - 부과 소득 창출 - 보건 - 사회적 투자

15

III. 사회적 책임 경영시스템 (Social Responsibility Management System)



◆ 조직과 이해관계자, 사회와의 관계



16

III. 사회적 책임 경영시스템 (Social Responsibility Management System)



◆ 사회적 책임 7원칙

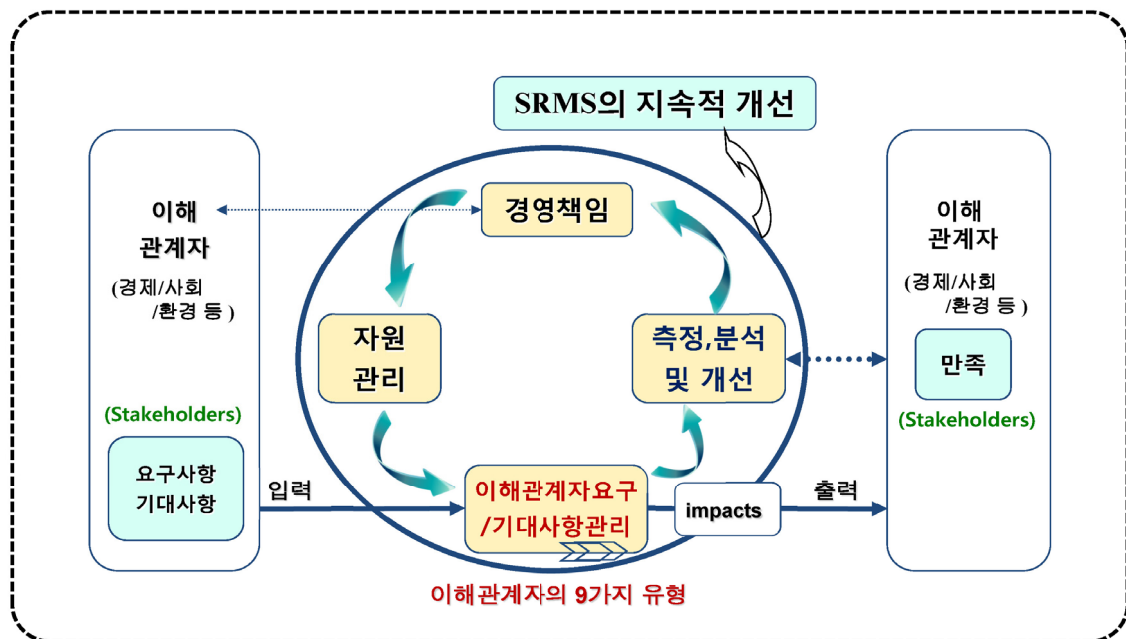
Accountability (설명책임)	- An organization should be accountable for its impacts on society, on the environment and on the economy - 조직은 환경과 경제, 사회에 미치는 영향에 대한 책임을 져야 한다
Transparency (투명성)	- An organization should be transparent on its decisions and activities that impact on society and the environment - 조직은 사회 및 환경에 영향을 미치는 의사 결정과 활동의 에 투명해야 한다.
Ethical behaviour (윤리적 행동)	- An organization should behave ethically - 조직은 윤리적으로 행동해야 한다.
Respect for stakeholder interests (이해관계자의 이익존중)	- An organization should respect all the interests of its stakeholders - 조직은 모든 이해 관계자의 이익을 존중해야 한다.
Respect for the principle of legality (법규 존중)	- An organization should accept that respect for the rule of law is mandatory - 조직은 법률 존중이 의무사항임을 인정해야 한다.
Respect for the international norms of behaviour (국제 행동 규범 존중)	- An organization should respect international norms of behaviour, while adhering to the principle respect for the rule of law. - 조직이 법률 존중의 원칙을 따르는 한편, 국제행동규범을 존중 해야 한다.
Respect for human rights (인권 존중)	- An organization should respect human rights and recognize both their importance and their universality - 조직이 인권을 존중하고 인권의 중요성 및 보편성을 인식해야 한다.

17

III. 사회적 책임 경영시스템 (Social Responsibility Management System)



◆ SR 10 경영시스템 모델 (Social Responsibility Management System)



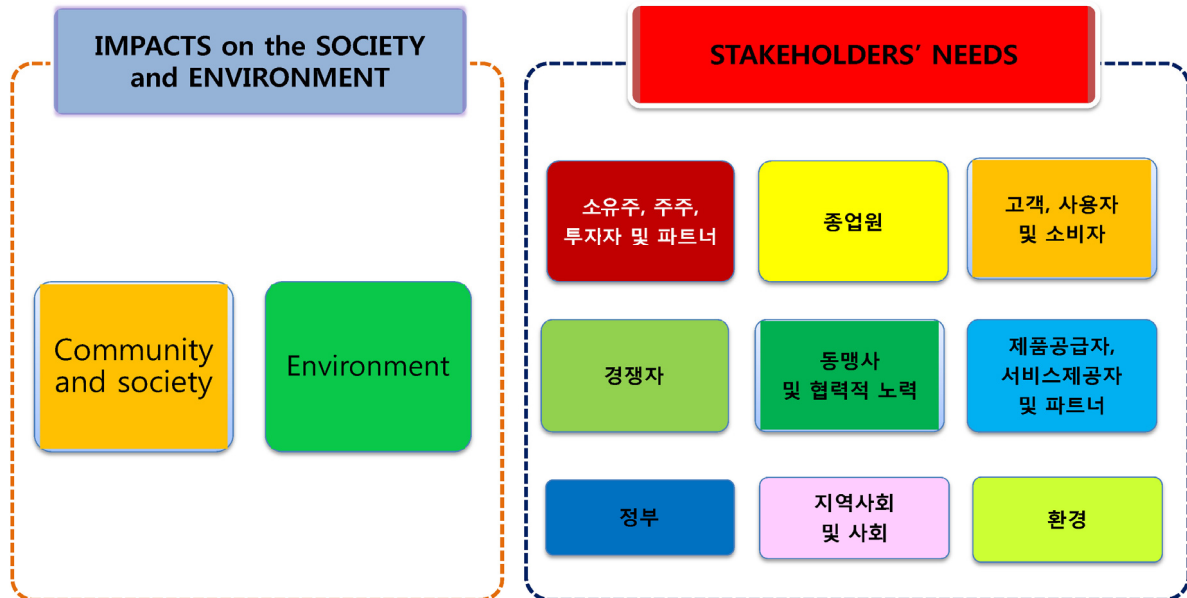
18

III. 사회적 책임 경영시스템 (Social Responsibility Management System)



◆ 조직의 이해관계자 확대

< SR 10 경영시스템 >



19

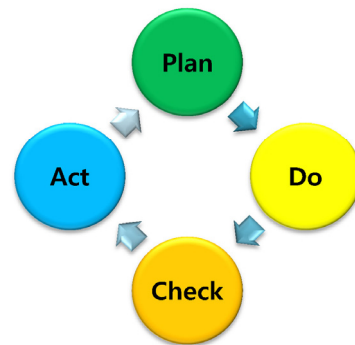
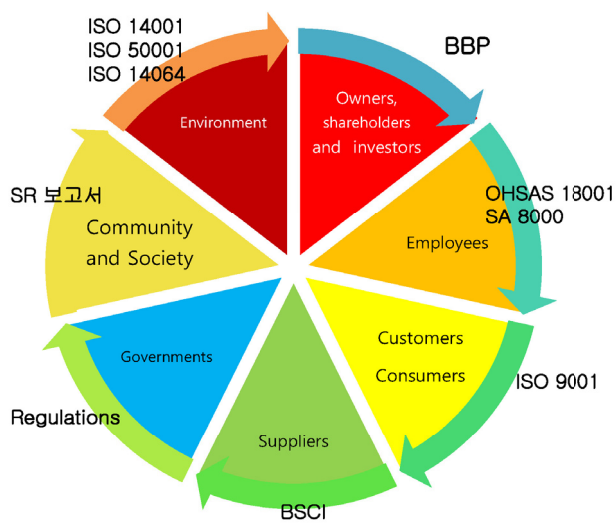
III. 사회적 책임 경영시스템 (Social Responsibility Management System)



< SR 10 경영시스템 >

◆ 이해관계자와 관련 표준

◆ 경영시스템 : PDCA 사이클



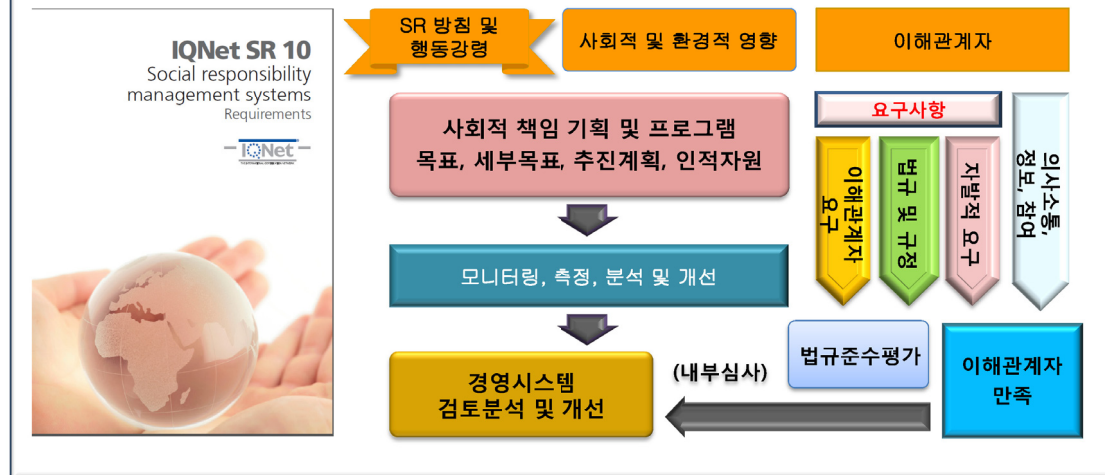
20

III. 사회적 책임 경영시스템 (Social Responsibility Management System)



- ◆ SR 10 Requirements Focus
 - SR 10 Requirements **문서화**
 - SR 10-SRMS **실행**
 - SR 10-SRMS **성과 확인**
 - 이해관계자 **만족** 및 **지속적개선** 등

SR 10-Social Responsibility Management System표준의 핵심요소



21

III. 사회적 책임 경영시스템 (Social Responsibility Management System)



◆ SR 10 경영시스템 구축의 기대효과

- SR 10 사회적 책임 경영시스템을 구축함으로써 조직은 사회적으로 책임 있고, 조직의 경쟁력 제고와 모든 이해관계자에게 조직의 긍정적인 인식을 제고 시킬수 있음.

<Leadership and Business Management >

- 사회적으로 책임 있는 조직으로 변화.
- 모든 이해 관계자의 니즈와 기대사항의 이해 및 의사소통을 개선.
- 모든 이해 관계자를 포함하는 보다 균형 잡힌 의사결정과정을 촉진.
- 모든 이해관계자를 통합관리 할수 있는 효과적인 경영TOOL 확보.
- 사회적 책임 경영지표들의 지속적 개선과 목표관리의 통합관리가 용이.
- 다른 경영시스템 표준(ISO 9001, ISO 14001 등)과 통합운영 가능.
- 조직의 위험(Risk)경영관리 수준 제고 및 개선.
- 혁신 문화의 제공.

<Social and Environmental>

- 사회 및 환경에 대한 부정적인 영향을 감소.
- SR 전략 및 프로그램의 시행 및 촉진 유도.
- 사회적/윤리적/법적 책임 활동 기반구축.

<Financial and Commercial>

- 경쟁력을 개선하고 투자자에 대한 신뢰성 및 관계성 향상으로 투자 유치 제고.
- 경쟁에서 차별화 될 수 있는 조직으로의 변화.
- 고객, 소비자, 주주, 투자자, 지역사회로 부터의 조직 이미지 강화.
- 자원 재활용 및 효율적 이용과 생산성 향상.
- 제품 및 서비스 사용자와의 잠재적 불만 감소 및 예방.

22

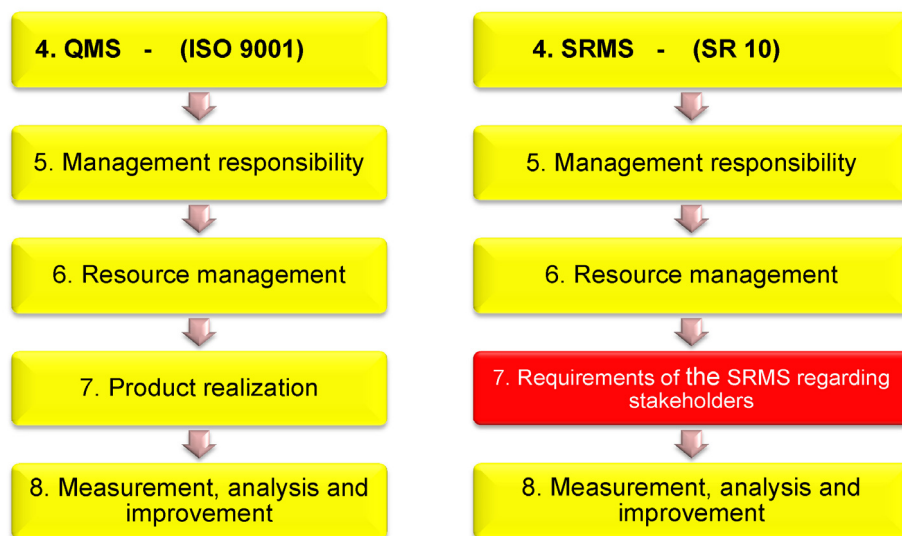


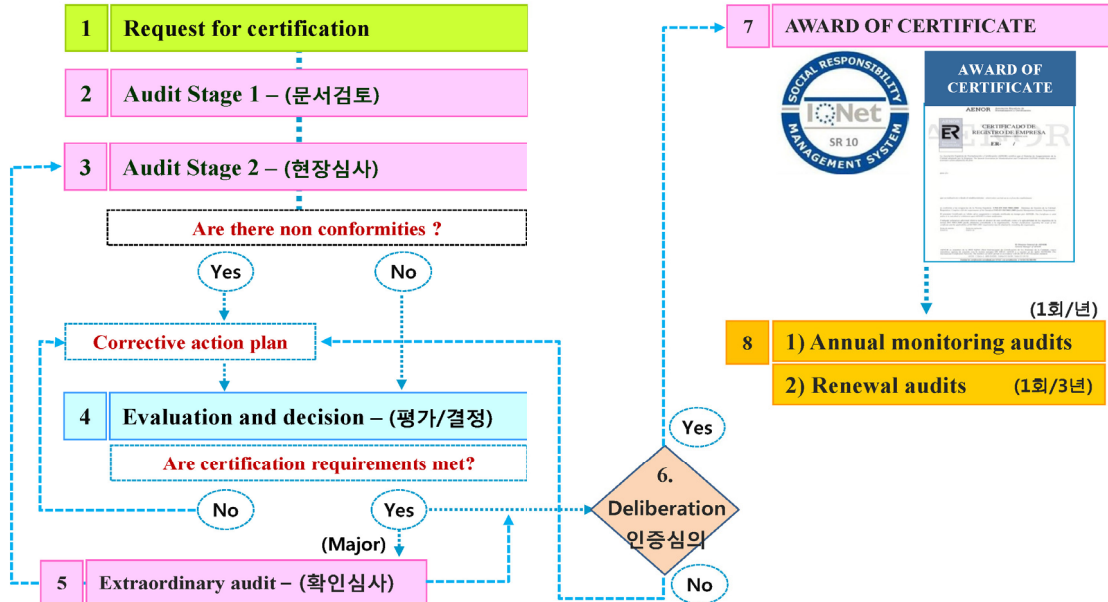
◆ SR 10 경영시스템 글로벌표준 요구사항

- 0.Principles of SR management (SRMS의 원칙)
- 1.Scope (적용범위)
- 2.Normative references (인용표준)
- 3.Terms and definitions (용어의 정의)
- 4.SR management system (SR경영시스템)
- 5.Management responsibility (경영자 책임)
- 6.Resource management (자원관리) (SH에 대한 SRMS의 요구사항)
- 7.Requirements of the SR management system regarding stakeholders
- 8.Measurement, analysis and improvement (측정, 분석 및 개선)



◆ QMS와 SRMS의 구조비교



 $\langle \mathbf{CB} \rangle$ 

The image shows a certificate of registration for DIN EN ISO 26000:2010. The certificate is issued by TÜV SÜD to DGS GmbH, located at Marienwerderstraße 3, 32339 Espelkamp, Germany. The certificate number is AENOR RS10 : 2011 and ONR 192500 : 2011. The certificate is valid from 2014-06-13 to 2017-06-12. The certificate is signed by G. Blöchlmeier, Managing Director of DGS GmbH. The certificate is issued for the purpose of demonstrating compliance with the requirements of the following rules and specifications: The Social Responsibility Management System considers the principles and core subjects of the international guideline ISO 26000 : 2010 "Guidance on social responsibility". The certificate is issued for the purpose of demonstrating compliance with the requirements of the following rules and specifications: The Social Responsibility Management System considers the principles and core subjects of the international guideline ISO 26000 : 2010 "Guidance on social responsibility".

CERTIFICATE

TÜV SÜD Technische Überwachungs- und Zertifizierungsgesellschaft

This is to certify that

HARTING KGaA

Marienwerderstraße 3
32339 Espelkamp
Germany

with the organizational unit/entities as listed in the annex

has implemented and maintains a **CSR - Management System Corporate Social Responsibility**

Scope:
HARTING Holding with
Design, manufacturing and sales of industrial connectors, interface- and PCB connectors, cable assemblies, Fiberoptic systems and components

Through an audit, documented in a report, it was verified that the management system fulfils the requirements of the following rules and specifications:

AENOR RS10 : 2011
ONR 192500 : 2011

The Social Responsibility Management System considers the principles and core subjects of the international guideline
ISO 26000 : 2010 "Guidance on social responsibility".

Certificate registration no. 002204 SR10

Date of certification 2014-06-13

Valid from 2014-06-13

Valid until 2017-06-12

DGS GmbH

G. Blöchlmeier

GfS ElektronikHeld
Managing Director

TÜV SÜD Technische Überwachungs- und Zertifizierungsgesellschaft

Certification Body: DGS GmbH, August-Schmidt-Strasse 21, 60439 Frankfurt am Main



22 식품안전과 식품산업의 사회적책임 경영

2. 최근 식품사고 발생 유형과 대응방안

ILSI Korea 부회장 유 경 모





Profile

유 경 모

학 력

숙명여대 산업정책대학원 소비자경제학 졸업 (석사)
건국대학교 전기공학과 졸업

경 력

현) 한국생명과학회(ILSI KOREA) 부회장
현) CJ제일제당 자문역
CJ제일제당 상무
농림축산식품부 식품산업발전정책위원회 위원
(사)기업소비자전문가협회 회장
국무총리실 식품안전정책위원회 전문위원
식약처 GMO표시위원회 위원
(사)기업소비자전문가협회 부회장
삼성그룹 입사

최근 식품사고의 발생과 대응방안

최근 국내 식품안전은 과거에 비해 많은 성과를 창출 (국민의 식품안전 체감도가 지속 상승 12년 66.6% → 13년 72.2% → 14년 73.8%) 하고 있다. 이는 식품의약품안전처 출범 후 지속적, 예방적인 끈질긴 사후색출 등 범 정부차원의 활동의 결과라고 생각한다. 정부협업의 사례로 “불량식품 근절추진단” 활동, 예방적·사후적 활동으로 “통합식품 안전정보망” 구축, “식중독조기경보시스템”은 교육부와 식약처의 협업시스템으로 학교급식 식중독 사고를 줄이는데 큰 기여를 하였으며 “일본 방사능오염사고 대응”은 철저한 수입검사 활동으로 국민 안심에 큰 기여를 하였다.

또한 식품산업은 성장산업 중 한 분야(13년 기준 국내식품, 외식산업규모는 156조원, 2012년 기준 식품 및 외식업 종사자 수는 193만 명 수준으로 대표적인 성장산업이며 2010년 음·식료제조업 취업유발계수는 17.8명으로 제조업 평균 9.3명보다 월등히 높은 고용 창출산업이다)로 지속 성장해 가고 있다.

그럼에도 54,000여 식품제조업체 중 10인 이하 영세 사업체 비중은 92%에 달하는 등 아직 수작업에 의존하는 미약한 업체가 많이 존재하는 것도 현실임. 이는 식품안전에 대한 지속적인 교육과 감시활동이 필요함을 의미한다.

또한 최근의 사회환경 변화는 온라인, 디지털 기술의 발달로 정보화시대에 걸맞게 개인화 정보화로 무장된 소비자, 과학 의학 기술의 발달로 100세 시대를 향해 가고 있지만 보다 안전하게 보다 건강하게, 아름답게 살고 싶은 욕구가 계속 높아지는 소비자, 반면 안전을 위해 우리 사회 각 구성원이 실천해야하는 안전 활동은 아직 미약한 것이 우리의 현실이다. 그런 상황에서 발생한 안전사고는 사회를 매우 큰 불안에 빠지게 하고 불신을 증폭 시킬 수 있다.(광우병사태.. 세월호사고.. 각 상황적 의미는 다르지만 우리에게 시사하는바가 큼) “어떻게 안전활동을 철저하게 준수하게 할 것인가?” 이것이 우리를 신뢰사회로 인도하는 길목의 표지판 이라고 볼 수 있다 .

식품안전체감도 조사 결과 학교주변 어린이식품, 단체급식과 외식 분야의 체감도가 낮게 나타났는데 이는 누구나 주변에서 쉽게 볼 수 있는 분야이기 때문이라 생각한다. 불량식품이 근절 되지 않는 이유로는 “처벌 미약(51.1%)”과 “종사자의 식품안전식식부족(21.7%)”을 식품안전 현안으로는 “식품위생 감시 감독 강화(38%)”, “관련법규개선

(26.9%)”, “정부 신뢰강화(19.6%)” 이며. 식품정보는 인터넷(39.5%), 방송(39%), 신문·잡지(11%)를 통해 주로 습득하고 있다고 한다.

상기 내용으로 보건대 식품안전은 실행적이며 효과적인 식품안전 활동과 국민의 눈높이에서 안전 체감을 느끼도록 하는 병행 활동이 필요하다고 판단된다.

최근에 발생한 식품안전문제를 보면 식품안전관리의 차원을 넘어 영업자등의 사회적 기강과 도덕성이 무너지고 있지 않는지.. 우려되는 사고들이 발생되었음 (예:불량쇠고기 유통, 계란 폐기물 혼입 사건, 사료용 닭발 혼입 유통사건, 농약 바나나 등)

대부분의 안전사고가 사용해서는 안되는 불량 원료를 사용했다는 것과 제보자. 감시자의 신고로 세상에 알려진 점에 주목할 필요가 있다. 그리고 4월말에 터진 가짜 백수오 사건은 또한번 소비자가 식품을 불신하게 만든 사건이었다.

식품은 다른 어떤 산업의 제품보다 - 불량 자동차에 대한 불안감보다, 위해 환경에 대한 불안감 보다 불량식품에 대한 소비자 불안감이 더 큼 - 불량식품. 위해식품에 대한 관여도가 아주 높다고 하며 신뢰사회를 유지하는데 주요한 콘텐츠 중 하나이다.

박근혜 정부에서 식품산업의 화두는 단연코 식품의 안전(Safety)을 넘어 소비자를 안심(Security) 시킬 수 있는 “신뢰”라고 할 수 있다.

이를 위해 기업은 기본 지키기를 충실하게 해야 할 것이다 (“JUST DO IT!”) 오늘날과 같이 모든 정보가 오픈되고 온라인화된 사회에서는 비밀은 없다는 것을 명심 하여야 할 것이다. 또한 식품산업은 국가 성장산업임을 인지하고 영세기업에 대한 지속적인 교육을 시행하고 처벌은 강화하되 산업 규제는 최소화하여 창조산업으로 육성 해주기를 정부에 요청한다. 더불어 개별 농가들이 생산하는 원료 안전성 확보 방안도 정부와 산업계가 같이 방법을 찾아야한다.

마지막으로 기업은 또한 글로벌화 되어가는 시장 상황을 인식하여 국제적인 모임이나 활동에도 적극 참여하는 것이 좋다. 한식의 세계화(K-FOOD)를 위해서도 우리 음식에 맞는 식품안전 기준, 원료기준, 미생물 기준, 화학적 기준을 글로벌 기준과 비교하고 제·외국의 기준과도 비교하여 정책적인 조화를 이루도록 준비 하여야 한다.

제·외국의 동향을 파악하고 산업적으로 미리 대비하는 일에 산·관·학이 일체가 되고 기업은 대·중·소기업간 식품안전 정보교류와 상호 협력. 지원함으로써 식품안전을 강화하고 글로벌 신뢰를 쌓아감으로써 K-FOOD의 경쟁력을 높여가야 한다.

최근 식품사고의 발생과 대응방안

2015. 05. 15
유 경 모

순 서

1. 들어 가는 말
2. 소비자 식품안전 체감 현황
3. 사회 변화 및 소비자 안전의식 과 행동
4. 최근의 식품사고 사례
5. 식품안전 소비자 신뢰 확보. 유지 방안

1. 들어 가는 말..

국내 식품안전은 과거에 비해 많은 성과를 창출하고 있으며 **식품산업 규모 또한 꾸준한 성장산업** (13년기준 국내식품, 외식산업규모는 156조원, 2012년 기준 식품 및 외식업 종사자 수는 193만명 수준, 대표적인 성장산업, 2010년 음·식료제조업 **취업취업유발계수는 17.8명으로** 제조업 평균 9.3명보다 월등한 **고용 창출산업** 임)이나..

54,000여 식품제조업체 중 **10인 이하 업체 비중은 92%**에 달하는 등 아직 영세한 실정이다. 이는 **식품안전에 대한 지속적인 활동이 필요함**을 의미하는 대목이다.

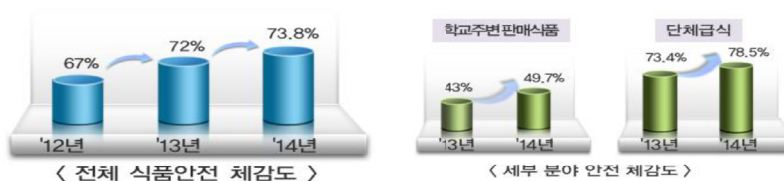
또한 우리 소비자들이 **“CHINA FREE”** 대한 인식은 언론을 통해 수많은 중국산 수입제품 및 원료의 비 위생적 안전사고를 접하면서 형성된 것이라고 볼 수 있다. 이처럼 **식품안전 이미지는 국가 이미지 경쟁력**에 영향을 미치는 **주요한 요소중의 하나임**을 알 수 있다.

식품산업의 글로벌 경쟁력과 K-FOOD의 세계화. 국가 이미지 향상...

식품안전의 날에 즈음하여 최근의 식품안전사고를 되돌아 보면서 식품산업의 성장과 발전을 위해 식품안전에 다시 한번 생각해본다.

2. 소비자 식품안전 체감 현황

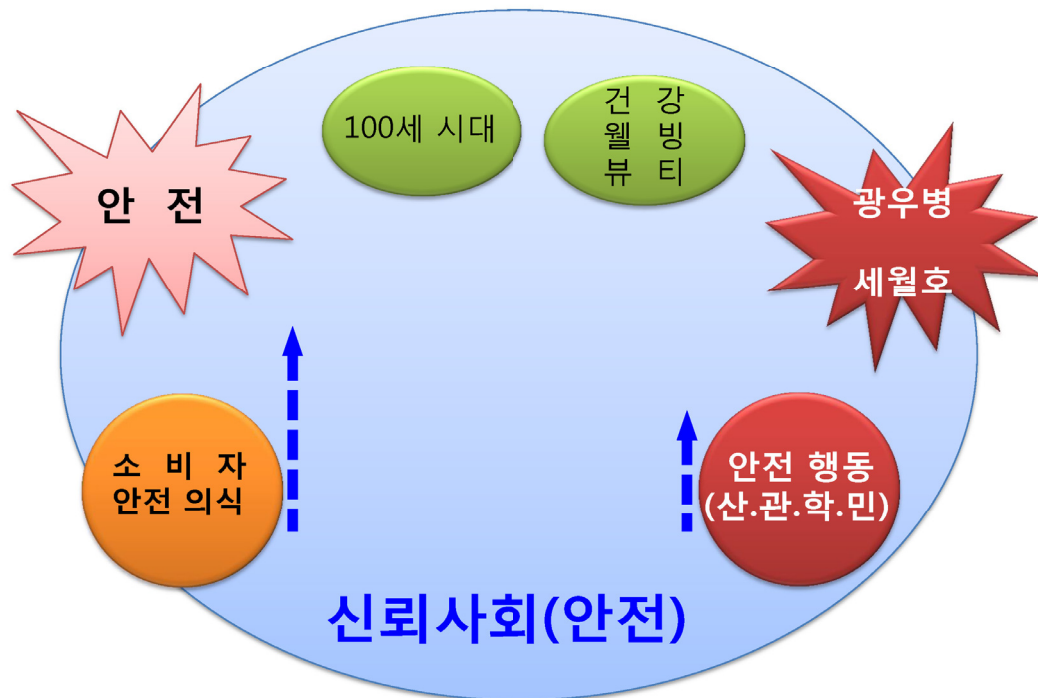
식품의약품안전처 출범 후 식품안전 체감도 2년 연속 향상



활동 성과

- “불량식품 근절추진단” - 범 정부 협업 활동
- “통합식품 안전정보망” 구축
- “식중독 조기경보시스템” - 학교급식 식중독 예방
- 일본 방사능오염 사고 대응 - 철저한 전수 수입검사

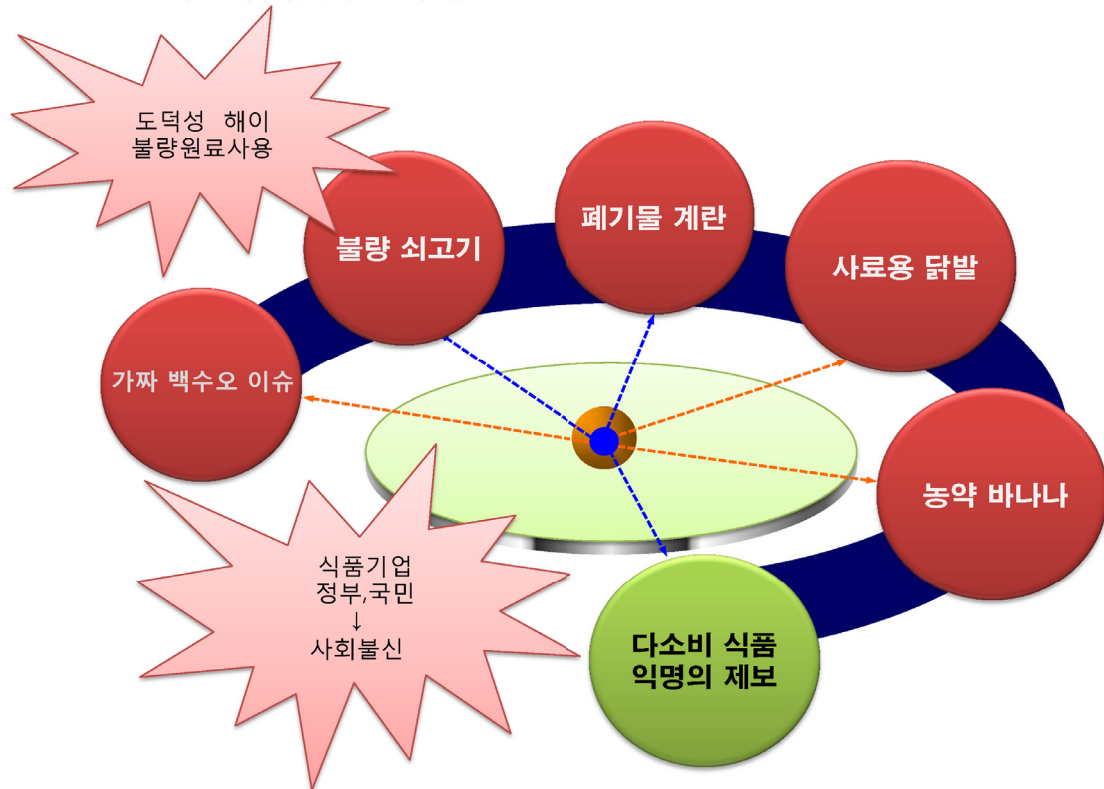
3. 사회 변화 및 소비자 안전 의식과 행동(이미지)



□ 식품안전체감도 조사결과 소비자가 생각하는 취약부분

- 학교 주변 **어린이식품**의 안전체감도가 49%
(이유) '실제 안전하지 못한 식품이 판매되는 것을 봤기 때문'(30.3%)
'판매업자의 식품안전의식 부족'(25.9%), '정부관리 미흡'(15.5%)
단체급식과 외식 : '공급업자의 안전의식 부족'이 가장 큰 위협요소로 지적
- 불량식품이 근절되지 않은 이유
'제조업자의 처벌이 약하기 때문'(51.1%)
'식품제조·영업자의 **식품안전의식 부족**'(21.7%), '불량식품 판매에 따른 **경제적 이익**'(15.1%)
- 식품안전 현안
'지자체의 **식품위생 감시·감독 강화**'(38%), '식품 관련 **법규 개선**'(26.9%),
'정부 발표 **신뢰 강화**'(19.6%), '**신속한 정보** 제공'(8.7%)
- 식품정보를 얻으려고 주로 이용하는 매체
인터넷 지식정보(39.5%), **방송**(39%), 신문·잡지 등 인쇄매체(10.9%)
중앙정부로부터...(4.7%)

5. 최근의 식품사고 사례



4. 식품안전 : 소비자신뢰 확보. 유지방안

기업

- **JUST DO IT !!**
(기본 지키기 → 도덕성 회복)
'업종별. 상품별. 식품안전행동 지침'
'식품안전 사고 사례.. 처벌 사례 ' '소비자 위생'

정부. 협회

- **식품안전사고의 영향과 피해 교육**
 - 시장의 변화 : 소비자' .. 산업계.. 글로벌..
 - 도덕성 OR 새로운 리스크
- **처벌은 강화 하되 산업규제는 최소화**
창의적인 산업발전을 위한 토대 구축 및 국가 성장산업으로 육성
소비자 참여 활성화..
- **원료 품질 보증 대책 마련 시급**
농. 수. 축산물 원료

산.관.학

- **소비자교육 홍보 패러다임 전환... 이미지 검색 (건강.영양.노화.다이어트..)**
인터넷 (39.5%).. (예 법제처: 정책홍보) 방송(39%), 신문·잡지등 매체(10.9%)

4. 식품안전 : 소비자신뢰 확보. 유지방안

식품안전 향상을 위한 **기업들의 국제적인 활동**

■ ILSI (International Life Science Institute) 소개

식품산업의 국제협력에 기여하기 위하여 식품기업과 학계. 전문가 그룹이
식품안전, 영양, 건강, 신기술 등에 대한 이슈 및 연구동향 파악과 과학적인
협력을 통해 해결방안을 모색하는 국제적인 비영리 과학단체 임.
1978년 식품산업의 국제적인 정책 조화를 촉진하기 위해 설립됨
1995년 ILSI KOREA 설립됨

ILSI 글로벌 네트워크

전세계 16개 지부와 연구재단으로 구성.

연구재단 산하에 **4개 센터 운영**

- 위해 연구 이노베이션과 응용
- 영양과 건강증진,
- 환경위해 평가,
- 지속 가능한 농업과 영양안보 통합모델링

4. 식품안전 : 소비자신뢰 확보. 유지방안

식품안전 향상을 위한 **기업들의 국제적인 활동**

■ 주요 활동 내용

1) 글로벌 연구/규제 등 이슈 동향 정보 파악 및 협력활동 참여

- 일본 농림수산성(MAFF) 협력 과제 참여
(주제: 아시아지역의 식품 및 식품첨가물 규제 및 분석법 조사 연구, 1-5차)
- ILSI 연차총회 및 학술세션 (전세계 약400여명의 산·학 전문가의 트렌드 발표·교류)
ILSI BeSeTo 미팅(한·중·일지부의 식품/안전·영양분야 협력을 위한 연례 회의 개최)
세계적 학술행사 세션 주관
국제식품위생안전성학회(IAFP), 국제영양학총회(International Nutrition Congress) 등

2) 국내 : 포럼, 학술행사등 주최 및 산·관·학·소비자등 정보교류 및 협력 촉진

- GM식품, 당과 건강, MSG 안전성 학술의견서 등을 통한 이해 증진
- 식품안전 분과 위원회 운영 : 회원사간 정보 교류 및 공동연구 활동 추진
방사선 조사 분석법 개선, 식중독 검출법 및 제어법 /
액상과당에 대한 학술연구 등 정책결정의 근거 도출 및 솔루션 모색

3. 대기업과 중소기업의 식품안전 상생협력방안

식품안전상생협회 사무총장 손 세 근





Profile

손 세 근

학 력

서울대학교 공과대학 공업화학과 졸업

경 력

CJ제일제당 고객경영팀장 상무

한국식품산업협회 법령제도분과위원장

CJ제일제당 인천1공장장 상무

현) (재)식품안전상생협회 사무총장

대기업과 중소기업의 식품안전 상생협력방안

독일이 견고한 경제성장을 유지하고 2008년 세계 경제위기에서도 빨리 극복한 비결은 중소기업의 경쟁력의 힘이다. 정부에서도 2014년 10월에 ‘한국형 히든챔피언’을 육성하기 위한 대책을 발표했지만, 식품산업은 그 규모가 작아 현실적으로 정부지원이 어려우므로 대기업과의 상생활동이 절실히 필요한 실정이다.

국내 많은 식품 대기업들이 나름의 특성을 가지고 중소기업, 농어촌과의 상생협력활동을 펼치고 있지만, 식품안전 분야에 특화하여 사회공헌 사업을 하는 것은 CJ제일제당이 최초이다. 이제 사업 2년차로 앞으로도 더 많은 시행착오가 필요하겠지만, 대기업 60년의 식품안전 노하우를 중소기업에 전수하여 식품업계 전체의 역량발전에 선도적으로 기여하고자 하는 본 사례를 통해 대기업과 중소기업간 식품안전 상생협력방안의 기틀이 마련되기를 바란다.

재단법인 식품안전상생협회는 국내 최대 식품기업인 CJ제일제당이 설립한 식품안전 관련 비영리법인으로서 CSV(Creating Shared Value, 공유가치창출) 차원의 사회공헌 활동을 추진하는 것을 사업목적으로 하고 있다. 특히, 불량식품이 ‘4대 사회악’ 중 하나로 규정되는 등 식품안전에 대한 사회적요구가 커지고 있는 시점에서 시작한 식품안전의 첫 상생모델이라는 점에서 의미가 크다.

국내에는 2만3천여개의 식품기업이 있으나, 이 중 90% 이상은 종업원 20명 이하의 규모로(2013년 식품유통연감) 사실상 품질관리, 개선과 역량향상을 하기가 쉽지 않은

상황이다. 그래서 협회는 중소 식품기업이 가장 필요로 하는 지원내용을 알기 위해 설립 전에 130여개의 중소 식품기업을 대상으로 설문조사를 진행하였고, 그 결과를 토대로 하여 초년도에 3대 목적사업(현장지도,전문교육,기술지원)을 추진하였다.

그리고, 2015년에는 ‘신제품개발 지원사업’을 새롭게 추가하였는데, 이는 개발능력이 부족한 중소 식품업체를 개발연구 단계부터 시제품생산, 판매유통까지의 전 프로세스에 동참하여 비용지원 뿐만 아니라 기술 및 판매지원까지 하여 실질적인 윈윈상생의 모델을 마련하고자 추진 중에 있다.

특히, 당협회에서 시행중인 교육은 무상교육이지만 우수한 강사진과 풍부한 사례중심의 강의로 교육만족도 4.4점(5점만점)의 좋은 평가를 받고 있으며, 현장개선 지도활동을 매년 20개의 중소업체를 추천받아 선발하여 기술, 비용 등에서 중점지원하고 있다.

대기업과 중소기업의 식품안전 상생협력 방안



(재)식품안전상생협회

중소기업 CEO의 관심사에서 식품안전의 비중은?



OEM을 전담하는 중소기업의
식품안전이 보장되지 않으면
대기업제품의 품질안전보증은
사실상 불가능하다

식품안전의 중요성은 알지만,
자금조달, 인력수급, 판매,
거래처 요구사항 대응 등의
현안문제를 제한된 인원이
처리하다 보면, 식품안전의
우선순위는 생각보다 많이
밀리게 되는 것이 현실이다.

“독일이 견고한 경제성장을 유지하고,
2008년 세계 경제위기에서도 다른 나라들에 비해 더 빨리 극복한 비결은
중소기업의 경쟁력 때문이다.”

“특히 **전체 수출의 25%를 차지** 하는 ‘강하고 작은’ 1600여개 **‘히든 챔피언’** 이 큰 역할”



- 독일 빈프리드 베버 교수

(* 출처: 한겨레신문 2012.09.17)

경제관계장관회의(2014.10.30),



‘한국형 히든챔피언 육성 대책’ 발표

글로벌 경쟁력 갖춘 히든 챔피언 통한 독일 성공사례!

저성장 극복할 구원투수로 한국형 히든 챔피언 육성

그러나, 수출 3억 달러 이상 & 세계시장 5위 내 or
매출 1조원 이상이면 수출비중 50% 이상



식품산업의 특성 상 현실적인 정부지원 어려움
대기업과의 상생활동이 절실히 필요!

식품안전 분야에 특화하여 사회공헌 사업을 하는 것은

(재)식품안전상생협회가 최초입니다.

이제 사업 2년차의 걸음마 단계이지만,

앞으로도 더 많은 시행착오가 필요하겠지만,

대기업 60년의 식품안전 노하우를 중소기업에 전수하여

업계 전체의 식품안전 역량발전에 선도적으로 이바지하고자 합니다.

본 사례를 통해 대기업과 중소기업의 식품안전 상생협력방안의

기틀이 마련되는 계기가 되기를 바랍니다.

식품안전을 통한 상생협력

(“First step of CSV activities for smaller food companies”)



(재)식품안전상생협회



(재)식품안전상생협회

- I. 설립 배경
- II. 사업 내용
- III. 추진 과정
- IV. 향후 계획



(재)식품안전상생협회

중소식품기업의 식품안전 역량지원을 통한 사회공헌과
공유가치 창출을 추구하는 비영리 재단법인 입니다.

I. 설립배경



국내 식품업계 현황(식품제조법인)

▶ 종업원 규모

출처 : 2013년 식품의약품 통계연보

단위 : 개소, 천원, % Unit : establishments, thousand won, %

구분 Classification	업체수 ¹⁾ No. of manufacturers	점유율(%) Market share	매출액 Sales	점유율(%) Market share
1 ~ 5 인(person)	16,412	68.59%	2,230,853,853	4.86%
6 ~ 10 인(person)	3,074	12.85%	1,899,905,905	4.12%
11 ~ 20 인(person)	2,104	8.79%	1,899,905,905	6.03%
21 ~ 30 인(person)	794	3.32%	1,899,905,905	4.29%
31 ~ 50 인(person)	720	3.01%	1,899,905,905	6.85%
51 인 이상(person)	34	0.14%	3,201,007,750	7.11%

▶ 20인 이하
90.2%

▶ 매출액 규모

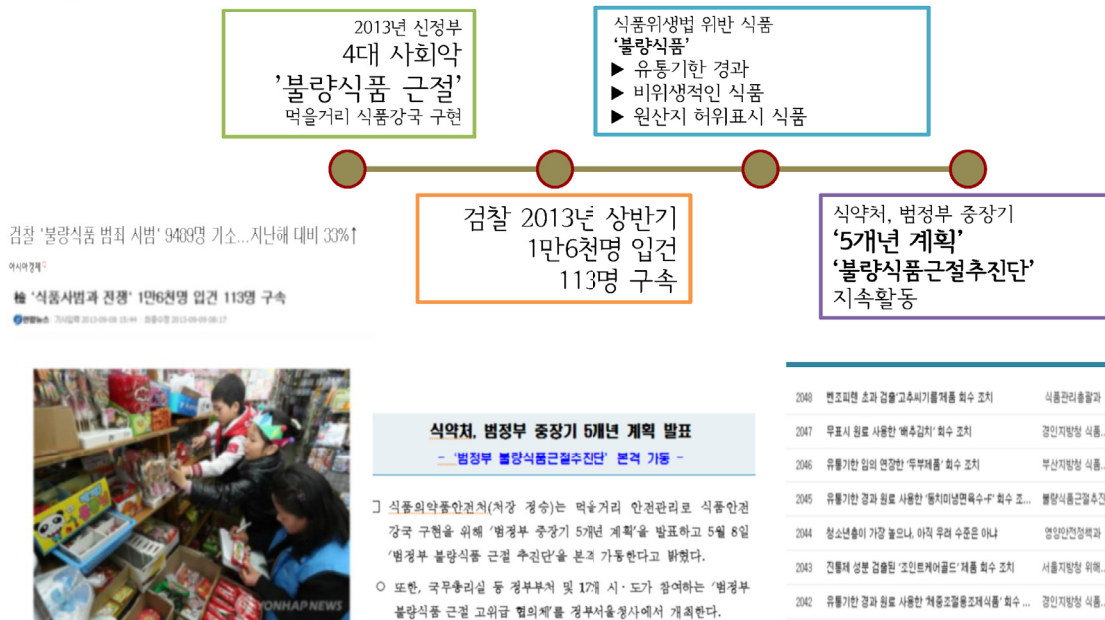
단위 : 개소, 천원, % Unit : establishments, thousand won, %

구분 Classification	업체수 ¹⁾ No. of manufacturers	점유율(%) Market share	매출액 Sales	점유율(%) Market share
1 억원 미만 below 0.1 billion won	13,747	57.45%	318,501,566	0.69%
1 ~ 5 억원 0.1 ~ 0.5 billion won	5,159	21.56%	1,230,853,853	2.69%
5 ~ 10 억원 0.5 ~ 1 billion won	1,697	7.09%	1,899,905,905	2.63%
10 ~ 20 억원 1 ~ 2 billion won	1,297	5.42%	1,899,905,905	4.03%
20 ~ 50 억원 2 ~ 5 billion won	1,113	4.65%	3,511,074,799	7.65%
50 ~ 100 억원 5 ~ 10 billion won	451	1.88%	3,118,573,018	6.79%
100 ~ 300 억원 100 ~ 300 billion won	280	1.21%	4,650,000,000	10.00%

▶ 20억 미만
91.5%

I. 설립배경

국내 식품업계 현황



I. 설립배경

선진사

최근 CSV(Creating Shared Value) 활동이 Global 기업 중심으로 확대됨.
 국내는 전 식품업체 중 90% 이상이 20인 미만 영세기업으로 중소기업에 대한
 식품안전 역량 지원 활동이 절실하게 필요

▶ 선진사 식품안전 사회공헌 현황

■ Nestle

- : 사회적 책임수행 일환으로 식품영양, 물(수자원) 농촌개발, 지속가능성, 규정준수 등 5개 분야활동
- Guideline Daily Amount (GDA) 제품 전면 표시
- 모든 어린이와 가족 제품에 대한 부분 지침 제공

■ PepsiCo

- : 사람, 환경, 재능 세 영역의 사회적 기여 목표
- 사람 지속가능성: 즐겁고 건강한 음식과 음료
- 환경 지속가능성: 공정에너지, 토지 등 효율적 사용
- 재능 지속가능성: 지역사회 고용창출 및 인적 재능투자

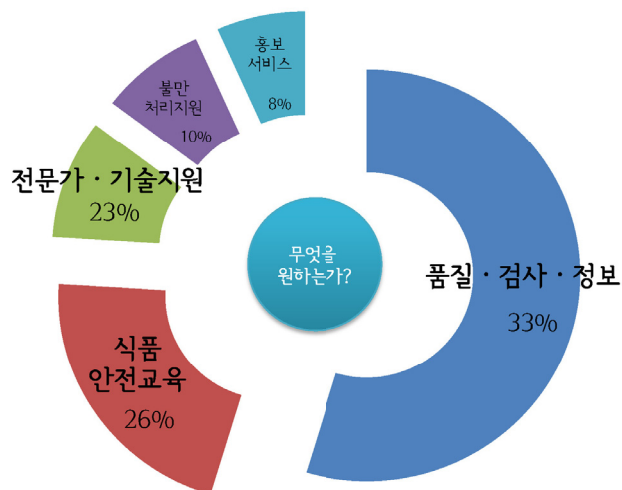
■ Unilever

- : Lifebuoy
- 영아 사망률 감소 위해 Lifebuoy 비누 저가 공급
- 손 씻기 프로그램 보급 등 사회활동 지속
- 위생·보건 뿐만 아니라 매출증가

I. 설립배경

- 중소식품업체 사전 설문조사 -

(Q. 중소식품제조업 식품안전 관련 필요한 지원 항목은?)

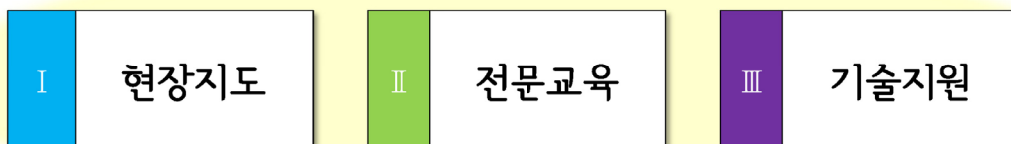


(2013년 8월, 대상: 중/소 식품업 130개 업체)

I. 설립배경

■ 목적사업 구성

중소식품업체 설문조사 결과를 토대로 아래와 같이 3대 목적사업으로 구성함



재단법인 식품안전상생협회는

※ 현 정부 불량식품 근절 및 동반성장 정책 부응 (정부기관의 평가의견)

→ “국내 최초 동반성장 사례로서, 식품산업 발전에 크게 기여할 것으로 예상함”

I. 설립배경

2014. 01 재단법인
‘식품안전상생협회’ 출범



식품안전상생협회는 중소기업의 식품안전 역량지원을 통한
사회공헌과 공유가치창출(CSV)을 추구

I. 설립배경

2014년 02월 12일 수요일 021면 생활경제

CJ제일제당 '식품안전 상생협회' 설립

“60년의 식품안전 노하우 중소기업에 전수”

운영비 약 12억원 들여
연간 20여개 중소 지원

CJ제일제당(대표 김봉하)이 재단법인 식품안전상생협회를 설립해 지난 60년간 축적한 식품안전 노하우를 중소 식품기업에 전수한다.

CJ제일제당은 11일 식품안전국을 역점 국정과제인 ‘식품안전’을 지원하기 위해 국내 최초로 식품안전 역량지원 재단법인인 식품안전상생협회를 설립했다고 밝혔다.

CJ제일제당은 식품안전상생협회를 통해 연간 20여개 중소기업 품질안전 지원을 시작으로 연간 100개 이상의 중소 식품기업에 도움 계획이다. 초기 재단자금 및 연간 운영비 약 12억원은 CJ제일제당이 전액 출연했다.

국내 식품 대기업 가운데 식품안전 기술력을 협력업체가 얻기 위한 중소기업에게까지 전하는 첫 공유가치 창출(CSV) 사례다.

올해는 CJ제일제당의 지원만으로 운영하지만 다른 식품 대기업의 참여를 유도해 대기업과 중소기업이 다수 참여해 국내 식품산업의 전반적인 역량 강화를 위한 인프라를 구축하는 진정한 의미의 ‘상생협회’로 운영될 계획이다.

CJ제일제당이 식품안전상생협회의 선배 역할을 자청하고 나선 것은 현 정부 들어 불황시장이 ‘4대 사회’ 중 하나로 꼽히는 등 식품안전에 중소기업에 당면과제로 부상했지만 영세한 규모와 중소 식품기업은 현실적으로 품질안전 역량을 높이기 힘들기 때문이다.

실제 2013년 식품유통연감에 따르면 국내에는 2만3000개 중소기업이 있으나 이 중 90% 이상은 종업원 20명 이하 규모로, 사실상 품질관리 개선과 식품안전 역량을 높이기 쉽지 않다. 특히 식품업체가 식품위생법에 따라 1~4개월에 한번씩 의무적으로 실시해야 하는 ‘자가품질검사’도 여러직 비전문가들을 감수하고 외부 기관에 의뢰하는 사례가 많다.

식품안전상생협회는 중소 식품기업이 품질안전에서 가장 힘들어하는 부분인 ‘위해물질분석’과 ‘자가품질검사’를 우선적으로 도와줄 계획이다.

자가품질검사 비용 및 분석인도 비용 지원을 위해 기업당 연간 2000만원까지 지원하며, 위해물질 분석은 중앙인도를 직접 생산현장으로 파견기로 했다.

품질안전 관련 지원이 필요한 중소기업은 서울·구로구 경인로에 있는 식품안전상생협회를 직접 방문하거나 우편으로 요청할 수 있으며, 협회는 요청 내용에 대해 내부 심의를 거쳐 지원 여부를 결정할 예정이다.

재단법인 식품안전상생협회 이사장을 맡은 김봉하 대표는 “이번 식품안전상생협회 출범은 식품안전에 대해서는 알맹이인 자원이지만 중소기업이 식품안전 역량을 갖출 수 있도록 기술과 정보를 나눠 공유가치를 창출하는 것이 바람직하다는 인식에서 출발했다”고 밝혔다.

csa@nfa.go.kr 전용기 기자

I. 설립배경



Home page



▶ Home page

www.cfs.or.kr

전문 자료실

관련자료실

번호	제목	작성일	조회
1	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	58
2	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48
3	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48
4	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48
5	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48
6	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48
7	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48

식품안전관계법령

관련자료실

번호	제목	작성일	조회
1	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	58
2	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48
3	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48
4	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48
5	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48
6	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48
7	식품안전상생협회 2014년 조직장학 계획	2014.07.31	48

I. 설립배경



Facebook page



▶ facebook

www.facebook.com/cfs.or.kr

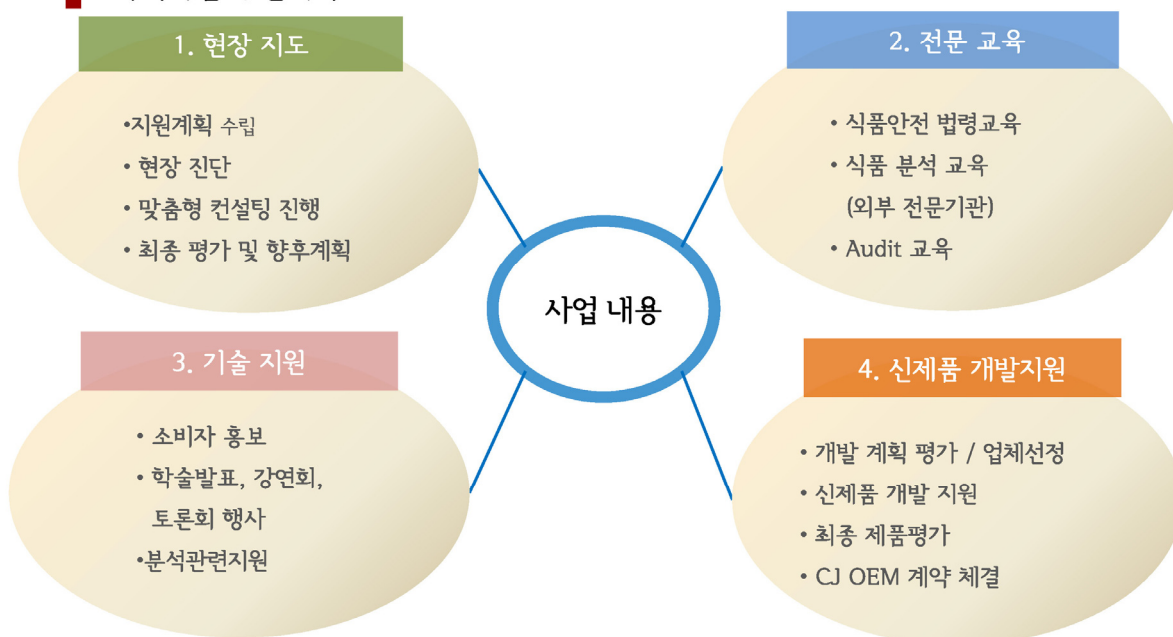


Ⅱ. 사업 내용

1. 현장 지도
2. 전문 교육
3. 기술 지원
4. 신제품 개발지원

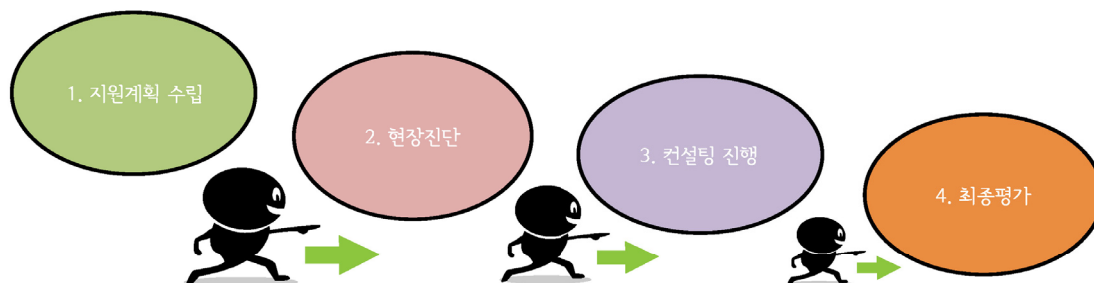
Ⅱ. 사업내용

■ 목적사업 추진계획



II. 사업내용

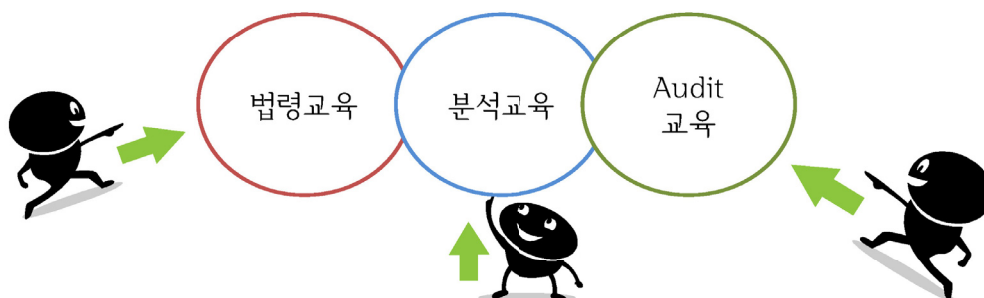
1. 현장지도



구분	세부내용
1) 지원계획 수립	- 중점지원 업종/업체 선정 후 지원계획 수립, 시행 - 업체당 4회의 현장지도를 통해 품질, 안전 역량 강화 지원
2) 현장 진단	선정 대상 중 우선순위 고려 선정 후 진행
3) 맞춤형 컨설팅 진행	지원계획에 따른 진단, 지도, 평가활동
4) 최종 평가 및 향후 계획	연간 개선결과와 검증 및 차년도 지원여부 결정

II. 사업내용

2. 전문교육

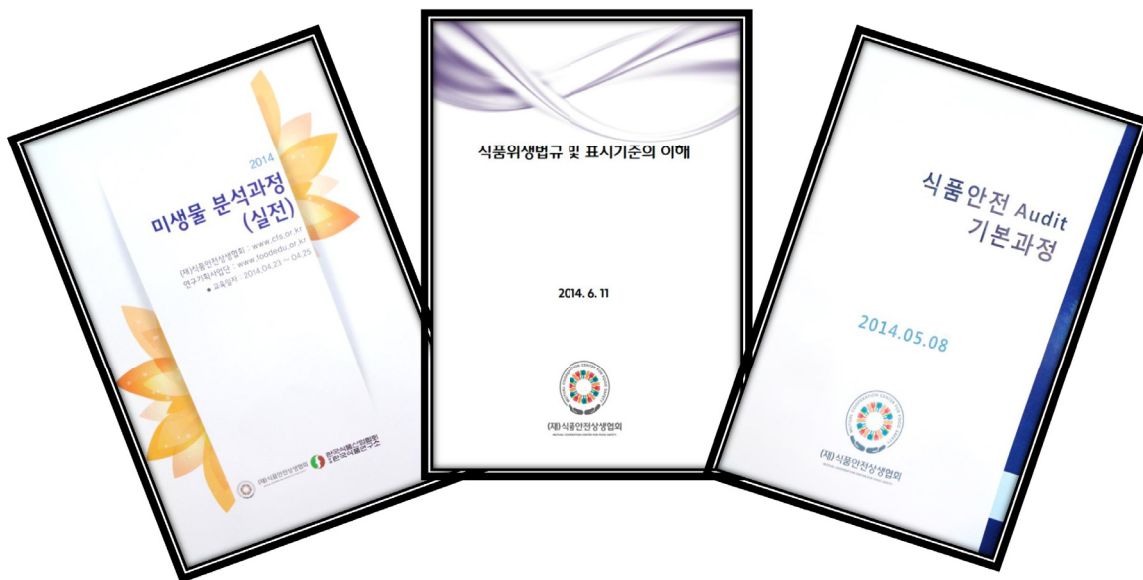


구분	세부내용
법령교육	식품위생법, 식품등의 기준 및 규격, 식품등의 표시기준, 원산지 법령 등 주요 법령 및 허위과대 예방 교육
식품 분석 교육 (외부 전문기관)	- 개론 : 식품 안전 기본 원리 등 - 이화학 : 중금속, 타르색소, 보존료 - 미생물 : 일반미생물, 병원성미생물
Audit 교육	선진기업의 관리기준 및 Audit 요원의 실무역량 교육

Ⅱ. 사업내용

2. 전문교육

식품안전상생협회 교육 교재(미생물분석, 법규 및 표시기준, 식품안전 Audit)



Ⅱ. 사업내용

3. 기술지원

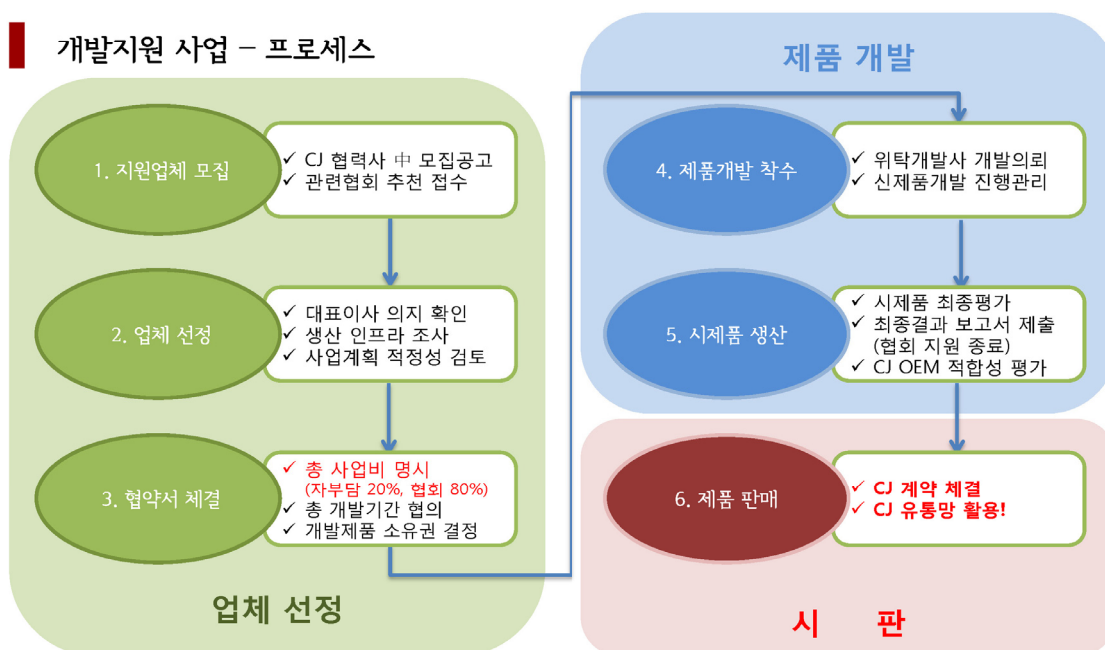


구분	세부내용
학술발표, 강연회, 토론회, 내부 자문위원회 운영	- 식품안전 학술등 관련 행사 참여로 중소기업 업종별 시스템을 효율적으로 운영 - 식품안전 관련 전문가로 구축하여 협회 운영 및 동반성장 등의 자문 수행
자가품질검사지원	육성이 필요한 중점지원업체에 자가품질비용 지원
식품안전 홍보	Homepage, facebook을 통한 일반다수에게 정보전달

II. 사업내용

4. 신제품 개발 지원

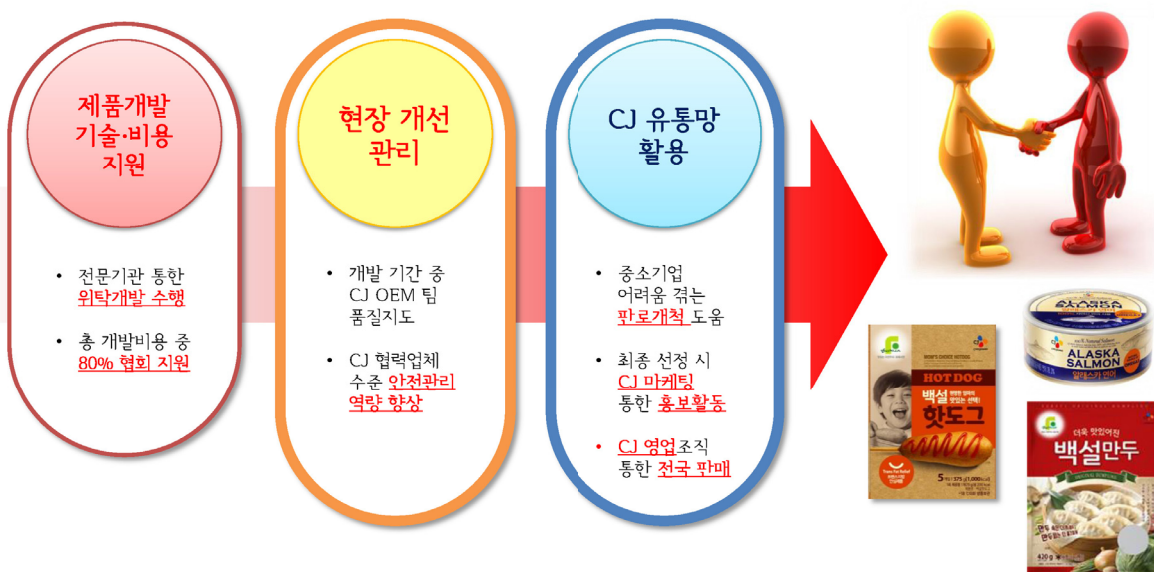
개발지원 사업 - 프로세스



II. 사업내용

4. 신제품 개발 지원

개발지원 사업 - 차별화 Point



Ⅲ. 추진과정

Ⅲ. 추진과정

1. 현장지도

■ 현장진단을 통한 컨설팅

“대 - 중소식품기업의 식품안전 첫 상생모델”

한국일보

정치 경제 사회 국제 문화 생활 스포츠 피플

머리카락 한 올까지...세심한 공정 명품 김치, 까다로운 일본 입맛 잡았다

고윤경기자

등록: 2014.08.06 04:40 수정: 2014.08.05 20:58

▶ 이물관련 개선사항

1. 위생복 착용 기준 준수
2. 이물제거 끈끈이 추가설치
3. 출입문 밀폐관리 철저



한국농수산, CI에 수출용 납품



식품안전상생협회 전문가와 한국농수산 직원이 김치용 배추의 절단 상태에 대해 이야기를 나누고 있다. CI제철 담당 제공

III. 추진과정

머리카락 한 올까지...세심한 공정 명품 김치, 까다로운 일본 입맛 잡았다

한국일보 2014-08-06



경남 함안군의 한 공장 입구. 공기 분사기로 몸에 있는 먼지 등 이물질들을 날려보내고 흰색 위생복을 입는다. 위생모자와 마스크, 장화를 착용하고 접착식 롤러를 이용해 혹시 있을 머리카락과 이물질을 떼어낸 후, 솔과 비누로 손을 씻고 알코올로 소독한다. 이후 에어 샤워장에 들어가 또 다시 수분간 먼지를 떨어낸 다음 생산 라인에 들어간다.

반도체나 의약품을 생산하는 공장 얘기가 아니다. 중소 식품업체인 한국농수산의 김치 공장에 들어가기 위해 올 2월부터 반드시 거쳐야 하는 과정이다.

한국농수산은 1990년부터 주문자상표부착방식(OEM)으로 일본 수출용 김치를 생산해 오다 2년 전부터는 CJ제일제당에 일본 수출용 김치를 납품하면서 지난해 800만 달러(약 82억6,000만원)의 수출 실적을 올렸다.

다른 김치 제조업체들의 수출 물량이 10~15% 가량 감소하고 있지만, 한국농수산의 품질 경영이 알려지면서 이곳 김치는 매월 5~10%씩 물량이 상승하고 있다.

박무지 한국농수산 대표는 “식품수입에 있어서 일본은 까다로운 규정을 앞세우기 때문에 그만큼 품질에 신경을 쓸 수밖에 없는데 중소기업으로서서는 안전관리 기법과 직원 교육에서 한계가 있었다”고 말했다. 이를 보완하기 위해 박 대표는 중소기업의 품질안전 활동을 지원하기 위해 CJ제일제당이 출범시킨 식품안전상생협회의 문을 두드렸다.

상생협회와 박 대표는 우선 일본인들이 가장 민감하게 여기는 머리카락 제거 시스템을 도입했다. 현장 작업자들이 현장에 들어가면서 나올 때까지 모든 공정에서 머리카락이 떨어지는지 체크를 하고, 매일 일지를 쓰는 시스템을 만들었는데 이전에는 현장이나 제품에서 수습 개까지 나오던 것이 이제는 1, 2개에 나오는 것에 그치고 있다. 박 대표는 “제품에서 머리카락이 발견돼 반품됐을 경우에도 예전에는 무조건 사과하고 비용을 지불했지만 시스템 도입 후 변색 정도에 따라 제품에서 발견된 건지, 고객이 포장 개봉 후 먹다가 발견된 건지를 확인해서 처리할 수 있게 됐다”고 말했다.

III. 추진과정

1. 현장지도

현장 이물관리 현황판



Ⅲ. 추진과정

2. 전문교육

CJ 재능기부를 통한 교육 프로그램



▲ 실제 점검사진을 통한 현장감 있는 교육 진행

실무단계의 고충해결



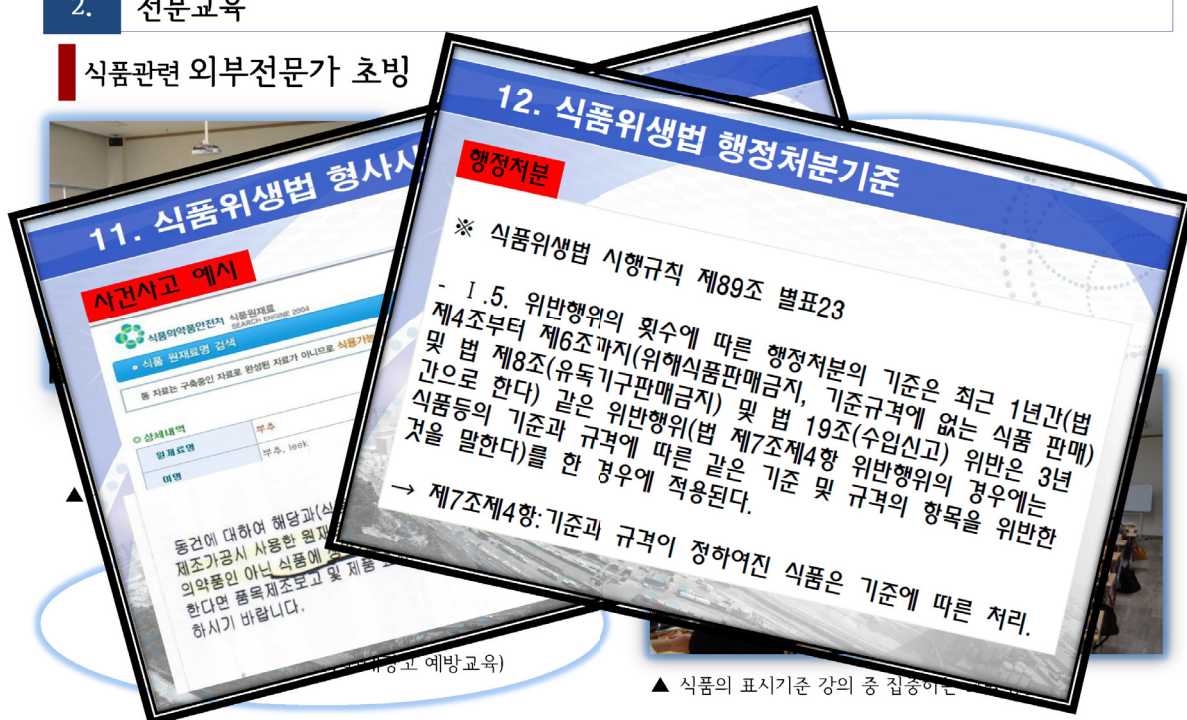
▲ 쉬는 시간에도 채도하는 질문들...

현장중심의 사례교육

Ⅲ. 추진과정

2. 전문교육

식품관련 외부전문가 초빙



▲ 식품의 표시기준 강의 중 집중이...

Ⅲ. 추진과정

2. 전문교육

식품관련 외부전문기관을 통한 미생물/이화학 분석교육



▲ 미생물 실습과정 중 직접 배지를 제조하는 수강생들

개별 실습 통한 실무역량 강화



▲ 보존료 분석실습 / 미생물분석 중 세균수 확인 모습

업체 맞춤형 분석교육

Ⅲ. 추진과정

2) 전문교육

교육 만족도

교육 만족도 조사
(3 ~ 7월)

▶ 총 인원 : 126명(5점 척도법)
- 법규(2회, 85명) / 분석(2회, 25명) / Audit(16명)

구분	매우만족 (5점)	만족 (4점)	보통 (3점)	부족 (2점)	매우부족 (1점)	평점
인원	61	51	5	6	3	4.4 / 5.0
백분율	48%	40%	4%	5%	2%	

Ⅲ. 추진과정

2) 전문교육

교육생들의 한마디...



Ⅲ. 추진과정

3. 기술지원

토론회개최(2014. 2. 5)



- ▶ **발제**
 - 민간부분의 사회적 기능과 역할
(공유가치창조(CSV) / 대기업의 역할)
- ▶ **토론**
 - 상생협력과 동반성장은 선택 아닌 필수
(동반성장위원회 김관주 본부장)
 - 기업간 소통에 따른 지속가능한 상생 유지
(고려대 우전주 교수)

Ⅲ. 추진과정

3. 기술지원

토론회개최(2014. 12. 12)



식품안전관련
유관협회와 공동 토론회 진행

▶ 주제발표 및 토론

- 식품관련 법령 및 제도와 문제점, 개선방향
- 소비자와 소통원화를 위한 효율적 방안
- 식품안전관리 대-소기업의 상생협력방안



38

Ⅲ. 추진과정

2014년 사업성과 요약

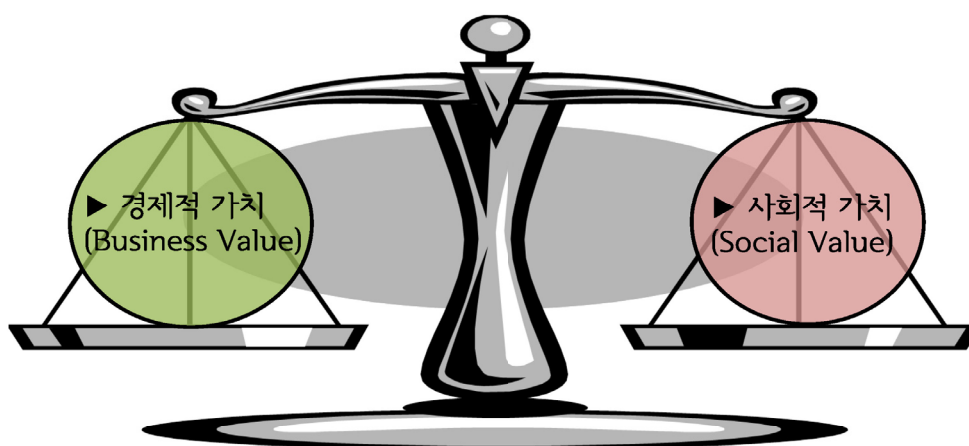


현장 지도	전문 교육	토론회 / 학술발표
• 지도업체 수 : 총 20개 • 총 지도 횟수 : 75회 방문지도	• 9개 과정 • 총 교육시간 : 118 시간 • 총 교육 인원 : 195 명 • 교육 만족도 : 4.4 / 5.0	• 토론회 : 총 2회 - “민간부문의 사회적 기능과 역할” (2/5, 국회의원 회관) - “식품안전관리 효율화를 위한 인프라 구축 방안” (12/12, aT 센터) • 학술발표 : 총 1회 - “식품안전을 통한 상생협력” (8/25, 식품과학회 CJ세션 김대중 기념관)

IV. 향후 계획

IV. 향후 계획

공유가치창조(Creating Shared Value : CSV)

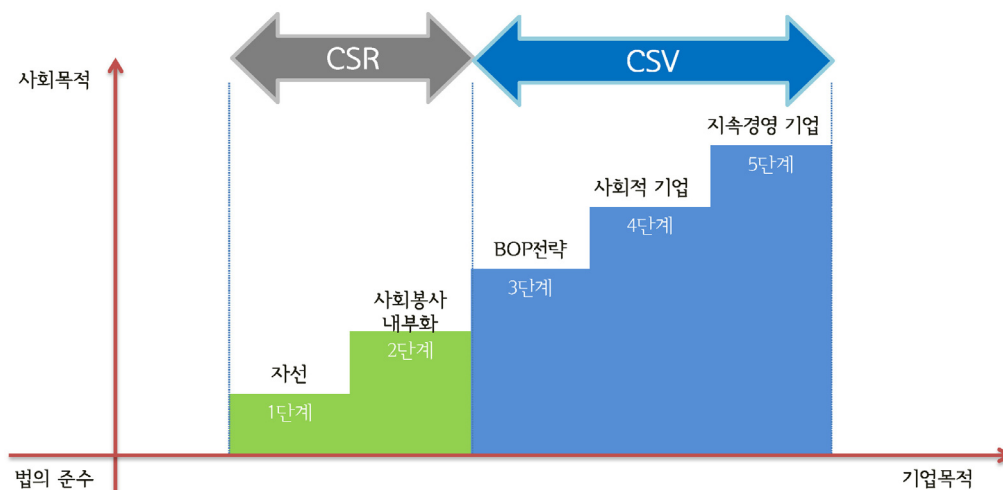


▶ 다른기업들이 생각하지 못했던 사회적 문제를 해결하면서,
공유가치를 창출하는 아이디어를 통해 기업의 새로운 성장의 기회임.

(출처 : 공유가치창조(CSV), 조동성 교수, 2014.02.05 식품안전상생토론회 발표내용 중)

IV. 향후 계획

공유가치창조 - 좋은 기업으로의 발전



식품안전 분야에서 중소기업과의 모범적 상생모델 구축을 위하여...

(출처 : 공유가치창조(CSV), 조동성 교수, 2014.02.05 식품안전상생토론회 발표내용 중)



(재)식품안전상생협회



I. 설립배경

1 Nestle



Highlights 2012		
75.7% Nestlé products meeting Nestlé Nutritional Foundation criteria	5.4 million Children covered by the Nestlé Healthy Kids Global Programme in 54 countries	6692 Personalized products for nutrition at health consultations
11 700 Equivalent tonnes of salt removed by Maggi from its portfolio over the last eight years	100 billion Savings of toilet-washed Maggi products sold worldwide	690054 Farmers working directly with Nestlé
44 000 Farmers having access to financial assistance from Nestlé worth up to USD 20 000 million	489 Water saving projects in our factories, saving 6.5 million m³	217 Clean drinking water projects in the South Asia region, helping to improve water and sanitation for more than 100 000 school children
39 Factories generating zero waste for disposal	-24% Reduction in direct GHG (Scope 1+2) emissions since 2007	18 103 Employees completing our unique human rights training tool

사회적 책임수행의 일환으로
식품영양, 수자원, 농촌개발, 지속가능성(Sustainability), 규정준수 등의
총 5개 분야를 중점적으로 2020년 목표 발표

- 미량영양성분이 강화된 제품 (2000억 인분 분량)을 전세계적으로 공급
- Guideline Daily Amount (GDA) 제품 전면 표시
- 모든 어린이와 가족 제품에 대한 부분 지침 제공
- 2005년 대비, 취수량 40% 감소 목표
- 2005년 대비, 온실가스 배출량 35% 감소 목표

I. 설립배경

2 PepsiCo

사람, 환경, 재능 지속가능성 3가지 영역에 기여

재 능	▶ 지역사회에서 고용창출과 동시에 회사성장을 이끌어낼 수 있는 기술개발을 위한 인적 재능 투자
사 람	▶ 사람들이 즐겁고 건강한 음식과 음료 모두의 포트폴리오 제공으로 건강한 삶에 기여
환 경	▶ 생산공정의 에너지, 토지, 물, 포장등 효율적인 사용과 혁신을 통해 지구의 천연자원 보호

Helping consumers manage their diets with smaller packages.

Since 2007, Frito-Lay North America has offered many portion-controlled options, including mini-cake mixes, soups and condiments of several products, to help consumers manage their calorie intake.



Increasing market share by responding to demand for all-natural ingredients.

We're committed to introducing new product options to markets where consumers are looking for a variety of choices while maintaining great taste. In 2015, to build on Lay's status as the number one snack brand in the U.S., 50 percent of all Frito-Lay's snacks are expected to be made with all-natural ingredients, meeting the increasing needs of consumers for all-natural products.



I. 설립배경

3 Unilever ◀

Unilever Lifebuoy

- ✓ 유니레버는 인도 영아사망률이 높은 것이 위생과 직결되는 것을 파악하고 항균기능이 강화된 Lifebuoy 비누를 저가로 개발
- ✓ 손을 씻는 것만으로도 전세계 소아사망률의 두 번째 사망원인인 설사병을 줄일 수 있다는 사실을 알리기 위해 아동의 눈높이에 맞춘 '손 씻기 프로그램(School of Five)'을 개발해 위생과 보건도 높이는 동시에 매출 증가



종합토론 좌장



한국식량안보연구재단
이 철 호 이사장

학 력

고려대학교 농화학과(농학사)
덴마크 왕립수의농과대학 대학원 식품저장학교실(농학박사)

경 력

미국 M.I.T. 공과대학 식품영양학과 연구원
고려대학교 식품공학과 교수
고려대학교 부설 식품가공핵심기술연구센터 소장
보건복지부, 식품위생심의위원
한국산업식품공학회 회장
한국미생물생명공학회장, 한국미생물학회연합 회장
한국식품과학회장, 한국식품관련학회연합 초대회장
한국국제생명과학회(ILSI Korea) 회장
Codex 제15차 아시아지역조정위원회(CCASIA) 의장
국무총리실 식품안전정책위원회 위원, 민간위원협의회의 의장
식품의약품안전청 식품안전평가위원회 공동위원장
한국인정원 식품안전미래포럼 위원장
UN식량농업기구(FAO) 고문관(Consultant)
현)한국과학기술한림원 회원
현)국제식품과학기술한림원(IAFoST) 회원
현)미국 식품공학회(IFT) Fellow
현)고려대학교 명예교수
현)한국식량안보연구재단 이사장



토/론/문

한국식품커뮤니케이션포럼 회장 박 태 군





Profile

박 태 군

학 력

서울대학교 수의학과 학사

서울대 대학원 수의공중보건학 석사

서울대 대학원 수의공중보건학(식품위생) 박사

경 력

한국식품커뮤니케이션포럼 회장

중앙일보 식품의약전문기자, 논설위원

미국 조지아대 연구원

서울대 수의학과 초빙교수

중앙대 의약식품대학원 겸임교수

19년간 식품의약전문기자로 활동하며 여러 식품안전 관련 사고들을 접했습니다. 복기해 보면 최근의 ‘가짜’ 백수오 사태부터 다이옥신, O-157, CJ학교급식 사고, 멜라민, 광우병, 쥐머리 이물, 노로바이러스, 말라카이트그린, A형간염, AI, 사카자키균 이유식, 낙지머리 카드뮴 등 다양한 키워드들이 머리에 잠시 머물다가 지나갔습니다.

우리나라 식품 안전사고의 특징 중 하나는 피해 사례를 구하기 힘들다는 것입니다. 언론인들은 사명감에 불타서 위험을 보도하고 국민들도 대부분 불안해하지만 막상 피해자 인터뷰는 거의 없는 것이 현실입니다.

식품안전사고로 인한 건강상 피해는 식중독균을 제외하면 대개 만성적으로 서서히 나타나기 때문입니다.

언론의 특성상 ‘어떤 식품이 안전하다’는 정보는 팔리지 않습니다. “이 식품에 문제가 있다”고 보도해야 독자나 시청자의 반응이 더 뜨거워집니다. 그러다 보니 소비자가 불안에 초점을 맞춘 기사들이 나오기 쉬운 환경입니다.

식품 전문가들을 만나보면 우리가 작성하는 식품안전 관련 기사들이 실제보다 부풀려 있거나 과학적인 근거가 부족하거나 팩트에 오류가 있다는 비판을 종종 듣습니다. “언론의 속성을 잘 몰라서...”라며 흘려 넘긴 경우가 대부분이나 개중엔 뼈아픈 지적도 적지 않았습니다.

특히 식품안전 사고가 터졌을 때 언론인들이 취재원으로 활용하는 전문가 풀이 너무 빈약하다는 말을 많이 듣습니다.

전문가라고 해서 다 정확한 정보를 주는 것은 아니며 자기 전공에서 한 클릭만 벗어나면 과녁을 한참 벗어난 멘트를 날리게 된다는 것입니다. 예컨대 카드뮴이나 광우병을 취재하면서 해당 연구를 제대로 한 적이 없는 ‘짜똥’ 전문가에게 질문한 뒤 기사화하면 그 오류의 피해는 해당 언론인은 물론 국민 모두에게 돌아갈 수 있습니다.

한 전문가로부터 “미디어에선 과학적인 증거가 빈약할수록 잘 먹히는 것 같다”는 말을 들었습니다. ‘아니다’라고 손사래를 치기도 힘든 지적입니다. 과학성을 따지는 아카데미즘과는 달리 저널리즘은 떠들썩하고 요란하며 새롭고 흥미로운 것에 이끌리기 때문입니다. 과학으로 풀어야 하는 식품안전 문제를 미디어에선 뉴스성을 중시합니다.

저널리즘과 아카데미즘이 서로 다르다는 점을 인정하더라도 식품안전의 과학성을 무시하거나 외면할 수는 없습니다. 해당 유해물질에 대해 가장 객관적이고 정확하게 설명해줄 취재원을 찾는 것도 언론인들의 임무입니다.

토/론/문

한국식품안전협회 교수 신 동 화





Profile

신 동 화

학 력

동국대학교 대학원 공학박사

경 력

(사)한국식품안전협회장

신동화식품연구소 소장

(사)한국장류연구회 회장

식품산업진흥위원회 위원장(농림수산식품부)

(사)한국과학기술한림원 정회원

식품위생심의위원회 위원장(식품의약품안전청)

(사)한국식품위생안전성학회 회장

(사)한국식품과학회 회장

전북대학교 응용생물공학부 식품공학전공 교수(현 명예교수)

식품의 안전관리는 식품 그 자체가 인간생명 유지에 필요한 것만큼 중요하다. 안전관리는 다양한 식중독 원인의 확인과 예방 등 기술적 사항이 먼저 검토되어야 할 것이나 이에 못지않게 기술적 사항을 인지 할 수 있게 하는 관련자 대상 교육과 실습을 통한 실질적 지식 전파와 습득이 중요함을 간과할 수 없다. 안전관리의 실무를 담당하는 데는 관련되는 분야에 상당한 전문지식과 경험이 필요하며 이 분야 전문인에 의하여 관리되는 것이 바람직하나 우리의 식품산업 현실은 이를 받아들일 수 있는 여건이 충분히 마련되어있지 않다. 즉 규모면에서 기업 당 종사자수가 10인 이하인 업체가 92%에 달하며 경제사정이 전문인을 고용하여 이들에 의해서 관리할 수 있는 처지가 아니다.

국내 식품산업과 외식업체를 포함하면 업체 수가 30-40만에 이르며 이들이 매일 모든 소비자를 대상으로 식품을 판매하거나 식당에서 음식을 제공하고 있다. 소비자는 개개상품이나 업소 한군데를 대상으로 하지만 한 가공제품, 한 외식업소에서 식품관련 사고가 발생하였을 경우, 모든 동종의 업체에 영향을 주고 있는 현실을 우리는 경험하고 있다. 비교하면 아마도 거미줄 망과 비슷한 처지에 놓여있다. 저쪽 구석에서 발생한 진동이 전 거미줄 망에 영향을 주듯 한 건의 식품사고는, 모든 업체에 미치는 강도는 다를지언정 여러 형태로 영향을 미친다. 더욱이 매년 80억불에 상당하는 식품을 수출하는 우리나라의 경우 식품안전사고는 제품의 제조원에 관계없이 한국 제품이란 것에 대하여 큰 영향을 받는다. 지난번 몇 차례 국내에서 큰 반응을 일으켰던 식품사고의 여파로 우리의 식품수출물량이 크게 감소한 쓴 경험을 갖고 있기도 하다.

따라서 이제는 전 식품산업이 공동의 운명체임을 같이 인식하고 각종 안전사고를 공동으로 대처하여 국내 소비자뿐만 아니라 수출 상대국에 대해서도 한국은 안전식품생산국이고 믿을만한 제품만을 생산한다는 신뢰를 주어야한다.

우리나라 식품 안전관리는 대기업을 중심으로 세계에 앞서가는 체제를 구축하였고 생산시스템도 선진국 어디에 비교해도 뒤지지 않는 기반을 갖추었다. 이제 우리 식품·외식산업이 모두에 연관된 공동체임을 같이 인식하여 규모나 경제적 여력이 못 미치는 많은 우리나라 중소기업체를 기술과 경험을 축적하고 있는 대기업이 상생의 개념으로 지원하고 협력하는 풍토와 분위기를 조성 할 필요가 있다. 이미 이런 역할을 담당하는 조직을 갖추고 실질적인 사업을 수행하고 있는 경우도 발표하고 있다.

오늘 세분의 발표는 현황을 파악하고 어떻게 상생 할 것인가를 논리적으로 잘 제시하였다. 즉 기업의 사회적 책임을 인식 할 때가 되었고 이 사회와 국가가 건설해야 내 기업도 계속 발전할 수 있다는 기본적인 개념을 공유해야 할 이유를 제시하고 있다. 아울러 동 업종에서 같이 성장해야 글로벌 기업으로 나갈 수 있는 터전이 마련된다는 것을 강조하고 있다. 특히 대기업은 상당히 많은 OEM공장을 갖고 있거나 원부재료를 여러 업체로부터 납품받아 최종 소비자 제품을 만들고 있다. 이들 OEM업체나 원부재료 생산하는 공급업체가 안전상 실수를 할 경우 그 결과는 고스란히 최종제품을 만들어 판매하는 업체의 부담으로 떠 넘겨진다. 따라서 중소기업에 속하는 이들 협력업체나 원부재료 공급업체에 대한 안전관리 방법과 수단을 지원하고 안전 제품을 생산할 수 있도록 모든 여건을 마련하는데 도움을 주어야 할 것이다.

상생을 위한 협력구조는 가진 측에서 받아야할 측의 사정을 소상히 파악하여 적절한 수단과 방법을 동원해야 할 것이다.

토/론/문

식품음료신문 사장 이 군 호





Profile

이 군 호

학 력

중앙대학교 신문대학원 수료

경 력

산업통신 경제부 기자

제일경제(현 아시아경제) 편집담당 상무

보건신문 사장

現 식품음료신문 발행인 겸 사장

現 한국전문신문 협회 이사

現 한국초콜릿카카오협회 자문위원

現 ILSI KOREA 자문위원

기업의 사회적 책임과 식품안전

김준호 원장께서 발표한 기업의 사회적 책임 경영과 SR10 주제 발표는 앞으로 식품기업이 사회적 책임을 다하기 위해서는 무엇이 필요한가를 세세하게 방향 제시를 해주었다고 생각한다.

특히 ISO26000은 인정제도는 아니지만 향후 무역장벽으로 이용될 가능성이 예측되고 있어 우리 식품기업들이 눈여겨 봐야할 것으로 보인다.

손세근 식품안전협회 사무총장께서 발표한 대기업과 중소기업의 상생협력방안에서, 국내 최대 식품기업인 CJ가 선도에 나서서 중소기업에 식품안전 노하우를 전수하기 위해 △현장 진단 등 현장지도 △식품안전법령 교육 등 전문교육 △분석관련 지원 등 기술 지원을 함과 더불어 OEM을 체결해 신제품 개발과 판매를 지원하는 것은 식품업계에 신선한 충격을 주면서 대기업의 사회적 책임을 보여주는 모범사례로 평가 받을 수 있을 것 이란 생각이다.

유경모 님께서 발표한 식품사고의 발생과 대응 방안은 최근 들어 발생한 가짜 백수오 파문을 상기한다면 매우 시의 적절한 주제이다.

식품의 안전문제는 백번, 천번을 강조한다 해도 결코 지나치지 않는 매우 중요한 과제이다. 식품안전관리는 소비자의 건강 지킴이 역할이기 때문에 전적으로 기업이 맡아야 한다. 최근 들어 과학이 고도로 발달하고 위해분석 능력도 크게 향상되면서, 예기치 못한 부분에서 국민의 안전을 위협하는 문제들이 속속 불거지고 있어 소비자들의 불안감이 증폭되고 있다.

가공식품에 널리 이용되고 있는 첨가물에서는 수시로 불신의 문제가 나오고 있고 유전자재조합인 GMO, 내분비교란물질 농약검출, 유해미생물의 종류와 특성, 방사선 조사식품, 식품이 기인된 알레르기와 소비자가 아연실색하는 각종 이물 문제 등이 그것이다.

어느 때보다 식품의 위해 평가와 위해 관리가 분리되는 개혁적 변화를 맞고 있는 과정 속에서 식품산업계가 식품안전 보장의 주체로서 어떻게 고민하고 자리 매김을 해야 할까?

기업은 본분을 지키고 도덕성을 회복하고 정부와 협회는 식품안전 사고의 영향과 피해 교육을 통해 도덕성 회복과 새로운 리스크 관리에 나서야 하며, 창의적 산업 발전과 성장산업으로 육성하기 위해서는 처벌을 강화하되 산업 규제는 최소화해야 한다는 유경모님의 의견에 전적으로 동감한다.

끝으로 강조하고 싶은 것은 식품으로 인한 문제 발생은 기업이 의도하던 의도하지 않았던 소비자를 위협하는 요인으로 작용한다. 기업의 도덕성과 윤리에 대한 신뢰가 무너지면 식품의 안전성 논란은 사회적 불안과 동시에 경제 전반의 문제로 대두된다. 이번 백수오 파문이 이를 적나라하게 증명하고 있다.

기업은 안전관리의 기본개념을 공기(公器)라는 것에 바탕을 두어야 한다. 이를 위해서 실용적 조직 그리고 이를 운영하는 전략 수립이 매우 중요하다.

식품의 안전은 과학의 문제이며 안심은 신뢰의 문제라고 하는 대명제 속에 식품산업이 소비자의 마음을 얻어 안심을 얻기 위해서는 도덕성과 윤리경영에 있다는 것을 잊지 말아야 한다.

토/론/문

한국소비자연맹 부회장 이 향 기





Profile

이향기

학 력

성신여자대학교 화학과 졸업
성신여자대학교 대학원 이학박사

경 력

현) 식품안전정책위원회 민간위원
현) 식품의약품안전처 정책자문위원회 위원
현) 농수산물품질관리심의회 위원 (부위원장)
현) 농림수산검역검사본부 동물약사심의위원회 위원
현) 한국소비자연맹 부회장

식품안전과 식품산업의 사회적 책임 경영

요즈음 ‘가짜 백수오’ 사건으로 업체는 물론, 생산자인 농민, 소비자, 관리 감독 당국 모두가 곤혹스러워 하고 있다. 지난 4월 22일 소비자들의 백수오에 식품 미지정물질인 이엽우피소가 함유되었다는 발표로 갱년기에 좋다는 백수오 건강기능식품이 모두의 불신 물질이 되었다. 문제 제기를 한 한국소비자원에는 4/22일부터 5/5일까지 백수오 관련 상담이 4,448건, 소비자단체의 1372 상담전화로 접수된 상담수는 4/22일부터 5/7일까지 5,800여건이 접수되고 있다. 이 수치는 전체 상담의 20%를 차지할 정도로 이에 대한 불안감을 가진 소비자가 많다는 것을 볼 수 있다. 소비자원은 이엽우피소가 간독성, 신경쇠약, 체중감소 등의 부작용을 유발한다고 발표하고 이에 대해 한의사협회도 이엽우피소의 독성을 확정하는 수준의 연구는 아직 부족한 편이지만 그 독성에 대해 상당한 주의를 기울일 필요가 있다고 지적하고 있다. 한편 식약처는 4/30일 이엽우피소는 국내에서 식품으로 사용한 경험이 없으나 대만과 중국의 식품 원료 인정 등의 제외국 사례 및 한국독성학회 자문결과를 종합할 때 섭취에는 문제가 없는 것으로 판단된다는 의견을 냈다. 이엽우피소가 함유된 백수오의 안전성 논란은 충분한 연구를 근거로 한 발표가 아니기에 소비자 혼란은 가중되고 식약처와 소비자들의 상반된 결과로 인해 판매처들은 소비자 피해보상에 대해 소극적으로 대처하고 있는 실정이다. 2012년 백수오의 열풍으로 지금까지 6개사 홈쇼핑사(CJ, 롯데, GS, 홈앤쇼핑, 현대, NS)들은 940억 원의 판매액을 올렸다. 그러나 문제가 발생하자 이들 홈쇼핑 백수오 제품의 원료 공급업체인 내츄럴엔도텍은 원료에 이엽우피소가 함유되지 않았다고 발뺌하다 식약처의 재실험결과 후 인정하고 홈쇼핑사들은 본인들도 피해자라며 검찰결과만 기다리고 있다.

이번 가짜 백수오 사건을 보면 지금까지 문제를 일으킨 기업들의 윤리를 엿볼 수 있다. 첫째, 원료 공급업체는 백수오 열풍에 백수오 공급 물량을 재배 기간이 짧고 가격이 싼 이엽우피소를 섞어 판매한 정황이 있음에도 발뺌을 하고 특히 아직까지 식품원료 데이터 베이스에 등록되지 않은 제품 사용을 한 위법 행위를 했음에도 기업의 양심인 윤리적 책임을 지지 않고 있다. 홈쇼핑사들도 이엽우피소 혼입을 제대로 확인 못한 제품관리 소홀과 백수오 제품이라고 허위 광고한 책임을 져야 함은 물론 이들 홈쇼핑사들 모두 소비

자중심경영을 하겠다며 CCM인증을 받았으면서도 정작 문제 발생시는 소비자중심경영은 뒷전이고 기업 이윤 이외에는 무엇이 문제인지 생각조차 안하는 듯 보인다.

그 외 2014년부터 올해까지 발생한 부도덕한 식품사고로는 계란 폐기물 혼입, 사료용 닭발 혼입 유통, 농약 바나나, 대장균 시리얼 재사용 등이 있다.

이 모든 식품사고에는 문제발생의 여러 요인이 존재하겠지만 가장 큰 요인이 기업의 윤리적 책임의 실종이다.

기업의 일차적인 존재 목적은 이윤을 창출하는 것이지만 기업의 사회적 역할이 점차 증대되고 있는 추세이고 그에 따른 기업의 사회적 책임에 대한 인식이 강조되고 있어 기업의 경제적 책임과 더불어 법적 윤리적 책임, 사회공헌에 대한 책임이 새로운 미션으로 부각되고 있다. 따라서 기업윤리는 선택이 아니라 필수요소로서 기업이 갖추어야 할 경쟁력이다.

백수오 사건에서 본 바와 같이 원료공급업체나 판매업체들이 당장의 영업이익만 생각하고 윤리적 책임을 다하지 못한다면 결국은 경쟁력을 잃게 되고 지속가능한 경영(CSM: Corporate Sustainability Management)을 하지 못하게 될 것이다.

윤리경영의 경제적책임과 법적책임은 당연히 수행해야 하는 의무이다. 그런데 이중 현재 일부 식품기업의 윤리경영은 제품판매에 있어서의 소비자 권익보호 등의 제반법규를 준수하는 법적책임도 제대로 이행하지 못하고 있고 윤리적 책임(법적으로 강요되지 않아도 사회 통념에 의해 형성된 윤리적 기준을 기업이 자발적으로 따르는 것)도 수준이하이다.

기업의 사회적 책임 역시 소비자 이슈는 공정한 마케팅, 보건 및 안전보호, 지속가능소비, 분쟁해결 및 피해구제, 데이터 및 프라이버시 보호 등이지만

최근 사례를 보면 공정한 마케팅 위반에는 업체간의 노이즈 마케팅(무첨가 마케팅 등)이 있고 프라이버시 보호 위반에는 홈플러스의 협력사에 개인정보 유출(소비자단체 집단소송 중)사건이 있고 보건 및 안전보호 위반에는 동서 크라운 사태, 상한 닭발 사용이 있어 기업이 사회적 책임을 다하지 못하고 있는 안타까운 한국 식품 산업의 현실이다.

기업의 사회적 책임은 기업활동으로 인해 발생하는 사회 경제적인 문제를 해결함으로써 기업의 이해관계자와 사회일반의 요구나 기대를 충족시켜 주어야 하는 기업행동의 규범적 체계이다.

분명 기업의 사회적 책임은 지속가능경영으로 가는 지름길이다. 이를 위해서는 기업을 운영하는 기업인들의 인식이 바뀌어야 한다.

‘한국기업의 기업윤리 활성화 방안에 관한 연구’(조용원)에 따르면

첫째, 기업가의 윤리관 확립이 되어야 한다

둘째, 종사자(근로자)의 윤리관 확립이 되어야 한다

셋째, 현실적이고 구체적인 윤리규범 제정이 필요하다

넷째, 성과평가 시스템의 정비

- 기업윤리의 실천 여부를 모니터링할 수 있도록 성과평가 항목을 설정하고 이를 통해 경영자의 판단에 도움을 줄 수 있도록 결과를 피드백하여야 한다

다섯째, 조직문화로의 정착이 되어야 한다

- 기업윤리는 기업이 추구하는 가치이기 때문에 윤리교육을 전사적으로 실시하여 경영자는 물론 전 직원이 기업윤리 규범 및 행동준칙에 공감하며 자율적으로 실천할 수 있는 문화로의 정착이 필요하다