코로나19 이후 식품 시장의 변화와 그로 인한 식품안전 문제

Changes in food markets by covid-19 and its influence on food safety

이예원[1], 윤요한[1,2*]

Yewon Lee[1], Yohan Yoon[1,2*]

[1]숙명여자대학교 식품영양학과, [2]숙명여자대학교 위해분석연구센터

[1]Department of Food and Nutrition, Sookmyung Women's University, Seoul, Korea
[2]Risk Analysis Research Center, Sookmyung Women's University, Seoul, Korea

서론

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)은 SARS-CoV-2 감염에 의한 호흡기 증후군으로, 비말, 접촉을 통한 전파로 알려져 그 확산 속도가 매우 빠르다(보건복지부, 2020). 2020년 9월 7일 기준으로, 전세계적으로 26,988,234명의 확진자가 발생했으며, 881,163명의 사망자가 발생하였다. 이 중 국내에서는 21,177명의 확진자가 발생했으며, 334명이 사망하였다(보건복지부, 2020). 백신 개발을 위한 연구는 지속되고 있지만, 현재 특이적인 항바이러스제 개발에 어려움을 겪고 있다(보건복지부, 2020).

코로나19의 확산에 따라 경제적으로도 급격한 변화가 나타났다. IMF는 올해 세계 경제 성장률 전망치를 3.3%에서 2.9%로 하향 조정했고, OECD국가의 경제 성장률 전망치 또한 2.9%에서 2.4%로 하향 조정했으며, 코로나19가 장기화될 경우 1.5%까지 감소할 수 있다고 추정했다(자본시장 연구원, 2020). 한국은행은 우리나라의 2020년 경제 성장률을 -1.3%로 전망하여 향후 경제 침체로, 국내외 경제 전망이 나빠질 것으로 예상했다. 에너지, 건설, 은행 등의 주가는 하락 폭이 큰 반면에, 식품 종목에서는 코로나19의 여파로 수혜주가 등장했는데, 가정간편식, 장기보존식품 등을 생산하는 회사의 주가가 코로나19 이후 상승한 것으로 나타났다(자본시장연구원, 2020). 코로나19 전 · 후 식품 회사의 매출액을 비교한 결과, 전년 동시기 대비 매출액이 상승하였다(표 1). 특히, 가정간편식, 장기보존식품을 생산하는 주요 식품회사 3사의 주가는 전년도 대비 올해 코로나19 이후 상승한 것으로 나타났다. 온라인 배송을 실시하는 대형마트의 매출액 역시 전년 동시기 대비 상승했으며, 쿠팡, 마켓컬리 등과 같이 새롭게 등장한 새벽 배송 업체의 매출액 또한 상승했다. 이러한 식품 시장의 변화와 함께 새로운 식품 안전 문제도 우려가 되는 상황이다. 따라서, 본 글에서는 최근 코로나19에 의한 향후 식품 소비 시장의 변화를 살펴

* Authors for correspondence: Yohan Yoon
Phone. +82-2-2077-7585
Fax. +82-2-710-9479
E-mail. yyoon@sookmyung.ac.kr

표 1. 코로나19 발생 전 · 후 식품회사의 주식시장 동향

단위: 원

회사		코로나19 이전 주가 (19.07.08 기준)	코로나19 이후 주가 (20.07.08 기준)	매출액 (19년도)	2020년 1분기 매출액 (전년 동 시기 대비 상승률)
식품회사	CJ 제일제당	289,000	363,500	8조 105억	2조 2,606억 (31.4%)
	농심	248,000	380,000	2조 3,439억	6,877억 (14.2%)
	오리온	86,500	146,000	2조 233억	5,498억 (8.5%)
대형마트	이마트 (ssg 닷컴)	140,500	105,500	19조 628억	3조 4,661억 (2.3%)
	롯데마트 (롯데on)	비상장	비상장	6조 3,306억	1조 6,023억 (0.6%)
온라인몰	쿠팡	비상장	비상장	7조 1,530억	4조 8,400억 (13.5%)
	배달의 민족	39.22 EUR	102.20 EUR	5,654억	미공개
	마켓컬리	비상장	비상장	4,289억	1,000억원대 (전월 대비 13%)*

* 마켓컬리는 비상장 회사이므로 전년 동시기 대비 상승률 데이터가 공개되지 않아, 전월 대비 매출액 상승률을 제시함

보고, 이를 통해 발생할 식품 안전 문제에 대해 제시하고자 한다.

본론

1. 식품 시장의 변화

1) 국외

접촉만으로도 감염이 가능한 코로나19의 특성으로 인해, 식품 시장에서의 가장 큰 변화는 식품 구매 채널이 오프라인에서 온라인으로 옮겨간 것이다. 미국은 코로나19로 인해 사재기 현상이 나타나면서 Walmart 온라인몰 내에서 통조림 등의 장기보존식품의 품절 사태가 지속되었다. Kotra 해외시장뉴스에 따르면, 중국에서는 마라탕, 훠궈 등의 식품에 자체 발열 용기가 내장된 가정간편식(Home Meal Replacement; HMR), 밀키트 등의 구매가 증가했고, 스위스 현지 언론사 Aargauer Aeitung는 코로나19 이후 가장 많이 소비되는 식품을 조사한 결과, 1위는 물, 2위는 쌀, 3위는 파스타, 통조림 등의 장기 보존식품으로 나타났다.

2) 국내

(1) 온라인 시장 규모의 증가

산업통상자원부가 지난 5월에 보도한 자료에 따르면, 온라인유통 매출 구성비가 작년도 4월에 41.9%에서 올해 4월에 47.2%로 5%P 이상 상승했다(표 2). 또한 FIS 식품통계정보(Food Information Statistics systems) 자료에 따르면, 온라인몰 내 식품거래액이 코로나19 전인 2019년 12월에 2조 5,830억원 대비 코로나19 발생 후 2020년 4월 3조 3,990억원으로 나타나 약 1조원이 증가했다.

(2) 가정간편식 소비 증가

국내 온라인몰의 매출 증가 식품으로는 장기보존식품과 가정간편식, 신선식품이 큰 인기를 보였다. 조선비즈의

표 2. 코로나19 전 · 후 유통 채널 별 매출구성비

단위: %

시기 유통 채널	코로나19 전 (2019년 4월)	코로나19 후 (2020년 4월)
온라인 유통	41.9	47.2
대형마트	18.7	17.8
백화점	17.5	14.3
편의점	17.5	16.5
준대규모 점포	4.4	4.1

지난 3월 보도 기사에 따르면, CJ 제일제당, ㈜대상, 아워홈은 가정간편식, 오뚜기는 장기보존식품, 동원F&B에서는 통조림 장기보존식 등이 온라인몰에서 매출이 높았다. 또한, 농촌진흥청에서 985명을 대상으로 코로나19 발생 시기 별 1차(02.08-02.10) 및 2차(04.02-04.04) 온라인 설문 조사를 실시한 결과, 온라인몰에서의 가공 식품 및 신선 식품의 구매 비율은 코로나19 발생 전에 비해 5%P 이상 증가했다(농촌진흥청, 2020).

(3) 신선식품 소비 증가

국내 온라인몰의 또다른 소비 증가 식품으로는 농 · 축 · 수산물, 과일 등의 신선식품으로 나타났다. 통계청 보도자료에 따르면, 2020년 7월에 온라인몰에서 농 · 축 · 수산물 등의 신선식품 거래액이 전년도 동월 대비 72.8% 증가했으며, 전월 대비 11.4% 증가하여 온라인몰에서의 신선식품 소비는 꾸준히 증가하고 있다. 또한 농촌진흥청에서 진행한 설문조사 결과, 온라인몰에서 신선식품 구매 비율은 코로나19 발생 전에 10.3%였으나, 코로나19 이후 2차 설문 조사 시기인 4월 2일-4월 4일 설문조사 결과, 16.2%로 약 6%P 상승하였다.

(4) 배달 음식 소비 증가

코로나19에 의한 식품 소비의 또다른 변화는 배달 식품 서비스 이용률이 급증한 것이다. 이는 코로나19 발생 이후, 음식점과 같은 다중이용시설 방문이 줄어들면서 나타난 변화이다. 통계청의 2020년 7월 온라인쇼핑 동향 자료에 의하면, 7월 한 달 간, 총 12조 9,625억원의 온라인 쇼핑 거래액 중에서 음 · 식료품은 1조 5,987억원으로 전체의 12.3%를 차지했으며, 배달 음식서비스는 1조 3,780억원으로 10.6%를 차지하였다. 이는 전년동월대비 배달 음식서비스 이용률이 66.3% 증가했으며, 음 · 식료품은 46.7% 증가하여 식품 관련 온라인 시장의 규모는 지속적으로 상승하고 있다.

2. 새로운 식품 안전 문제

1) 식품접객업

최근 식품접객업에서 코로나19의 집단감염이 나타나면서 종사원에 의한 감염, 손님 간 감염 등의 위험성이 지속적으로 제시되고 있다. 식품접객업 종사원의 마스크 미착용에 의한 집단 감염의 우려가 있으며, 앞접시 없이 음식을 나눠 먹는 행위, 식기류, 수저 등에 의한 2차 감염이 발생할 위험이 있다.

「재난 및 안전관리 기본법 시행령」 별표1의 3의 감염병 재난에 대해 같은 법 제38조에 따른 '경계'수준 이상의 경보가 발령되고, 특별자치시장, 특별자치도지사, 시장 · 군수 · 구청장이 시급히 필요하다고 인정하는 경우에는 「식품위생법」 제36조에 따른 식품접객업종은 「자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률 시행령」 제8조 제4항 제4호의 규정에 의한 1회용품 사용규제 대상에서 제외할 수 있는 근거를 통해, 각 지자체에서는 식품접객업에 1회용품 사용규제를 한시적으로 해제하였다. 이에 따라 식품접객업소 내에서 1회용 컵, 접시, 개별 용기, 나무젓가락 및 이쑤시개, 수저, 포크 및 나이프, 비닐 식탁보 등의 1회용품을 한시적으로 사용하여, 2차 감염 예방이 필요하다. 또한 식품접객업의 종업원은 마스크와 위생모 착용을 필수로 하고, 주기적인 방역 실시 및 좌석 배치 간격 두기가 필요하다. 더불어 식기류 개별 포장 및 개인 접시 사용을 권고하고, 다중이용시설의 주기적인 방역 실시 및 좌석 배치 간격 두기가 필요하다.

2) 공유주방

(1) 공유주방 활성화

코로나19의 여파로 올해 2분기 전국 상업용 부동산 시장 중 상가 시장의 타격이 매우 큰 것으로 나타났다. 한국감정원 자료에 따르면, 2019년 2분기 중대형 상가 투자 수익률이 1.53%였던 것에 비해 올해 2020년 2분기에는 1.18%로 감소하였으며, 전국 중대형 상가 평균 공실률 또한 12.0%로 전분기 대비 증가하였다. 경제 침체에 의한 상가 임대료 대부분 하락하였고, 비대면 회의 등의 코로나19 여파로 오피스 임대료는 상승한 것으로 나타났다(한국감정원, 2020). 코로나19가 지속된다면, 임대가격지수가 더욱 하락할 것으로 추정된다. 공유주방은 최근 코로나19로 인해, 음식점에 방문하는 소비자보다 배달 음식서비스의 수요가 증가하고, 높은 임대료에 부담을 느끼는 식품접객업자들에게 공유주방은 새로운 대안으로 나타나고 있다.

(2) 공유주방의 식품안전

공유주방이란, 식품의 제조, 가공, 조리, 판매에 필요한 시설 및 포장장비 등 상업용 설비를 복수의 사용자가 일정기간 공동으로 이용할 수 있도록 설계된 상업용 조리 공간을 의미한다(식품의약품안전처, 2019). 이는 키친 인큐베이터, HMR 생산을 위한 공유주방이 인기를 얻으면서 주방 공유를 넘어서 배달 플랫폼을 연결한 클라우드 키친모델 등 다양한 방식으로 운영하고 있다. 공유주방은 설치 운영자와 사용자로 구성되는데, 설치 운영자는 해당 시설을 대여해주는 사업자를 지칭하며, 공유주방 사용자는 일정기간 운영자로부터 임대하여 자신의 영업에 사용하는 자를 지칭한다. 위생관리 책임자는 공유주방에서 발생 가능한 식품 안전사고 예방 및 품질 관리를 위해 공유주방 설치 운영자가 고용 또는 지정한 위생관리 책임자를 지칭한다. 기존에는 하나의 공유주방에서 두 명 이상의 사업자가 동시에 사용할 수 없었으나, 규제 샌드박스 실증특례가 2019년 7월에 승인되면서 하나의 공유주방에서 여러 명의 사업자가 동시 사용이 가능하다.

(3) 공유주방의 문제점 및 주의 사항

공유주방 사용자가 점차 늘어나면서, 이에 대한 안전 문제가 우려되고 있다. 많은 사용자들이 공동으로 사용하는 공유주방의 개인위생에 대한 관리가 미흡할 가능성이 있으며, 교차오염의 발생 가능성에 따른 식품 위생 문제 발생 우려가 있다. 공유주방의 안전관리 대책으로 공유주방 설치 운영자가 위생 관리를 위해 '위생관리 책임자'를 지정 및 운영하도록 하고, 위생관리 책임자에 대한 철저한 관리, 감독이 필요하다. 또한 식품의약품안전처에서 2019년에 발간한 공유주방 운영 가이드라인을 활용하여, 공유주방 사용자들의 식품 안전 관리 및 개인위생 관리 매뉴얼을 제작하여 영업장에 배포하고, 종사자 교육을 실시해야 한다.

결론 및 제언

본 글에서는 코로나19의 발생에 따른 다양한 식품 소비 변화와 이에 따라 유의해야 할 식품 안전 항목을 확인하였다. 식품 접객업 종사자는 식품위생법 시행 규칙 개정안 이행을 통한 코로나19 발생 이후의 식품 안전을 위한 주의가 필요하다.식품 접객업 종사자는 위생모와 마스크 착용을 필수로 해야하며 영업장 내 손 씻는 시설 설치 또는 손 소독 장치를 구비할 것을 의무화하고, 식품 제조 종사자의 감염병 의심 증상 발생 시 영업에서 배제해야 한다. 더불어 식기류 개별 포장 및 개인 접시 사용을 권고하고, 다중이용시설의 주기적인 방역 실시 및 좌석 배치 간격 두기가 필요하다. 식품 배달업체 및 공유주방 사용자는 업체 내 위생관리 책임자를 지정하고 식품 위생 관리를 위해 철저한 개인 위생 관리와 업장 내 식품 안전 관리가 필요하며, 공유주방 운영 가이드라인을 준수하여 더욱 식품 안전에 유의할 필요가 있다. 코로나 시대 이후 소비자들은 안전과 위생에 민감해져 있는 이때에 코로나19로 인해 변화된 식품 소비 시장에 맞춰서 식품의 안전성을 확보하고 관리를 강화하여 변화된 식품 소비 형태에 발생할 수 있는 식품 안전 문제를 예방해야 한다.

참고 문헌

1. 보건복지부. (2020) 코로나바이러스 감염증-19 (COVID-19) http://ncov.mohw.go.kr/baroView.do?brdId=4&brdGubun=41 Retrieved 2020-04-02
2. 식품위생법 (법률 제16568호; 2020. 8. 28.)
3. 식품의약품안전처. (2019) 공유주방 운영 가이드라인
4. 식품의약품안전처. (2019) 냉동식품 택배 가이드
5. 자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률 시행령 (대통령령 제30618호; 2020. 4. 14.)
6. 재난 및 안전관리 기본법 시행령 (대통령령 제30989호; 2020. 9. 2.)
7. 통계청 (2020) 2020년 7월 온라인쇼핑 동향
8. 한국감정원. (2019) 상업용부동산 임대동향조사 2019년 2분기
9. 한국감정원. (2020) 상업용부동산 임대동향조사 2020년 2분기
10. FIS 식품통계정보. (2020) 코로나 19 이후 온 · 오프라인 식품 시장 https://www.atfis.or.kr/article/M004050000/view.do?articleId=3484&page=&searchKey=&searchString=&searchCategory= Retrieved 2020-06-08
11. http://www.motie.go.kr/motie/ne/presse/press2/bbs/bbsView.do?bbs_seq_n=162984&bbs_cd_n=81 Retrieved 2020-05-29
12. http://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/album/781/globalBbsDataAllList.do
13. https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2020/03/03/2020030303145.html Retrieved 2020-03-04
14. https://www.sedaily.com/NewsVIew/1Z1NUWLYGX Retrieved 2020-04-29