

消費者가 食品메이커에 바라는 것은 ?

調味料, 清涼飲料의 流通秩序 및 包裝問題에 對하여

本紙는 食品工業의 向上發展과 消費者保護를 目的으로 發刊을 거듭할수록 알찬 열매를 거두기에 힘쓰고 있습니다.

지난 号부터는 各種 食品의 流通 및 包裝에 對한 消費者 諸位의 高見을 紙上으로 널리 紹介하고 이를 生産에 直接 反映하기 爲해 紙上 設問座談을 計劃하고 이를 掲載 합니다.

가정주부
오 경 숙



直売制로 原價絶減하길

(1) 消費者 立場에서 볼 때, 우선 流通의 코스 트 절감으로 보다 저렴한 가격으로 구입하고 싶다 이렇게 되기 爲해서는 무엇보다 生産工場에서 바로 消費者에게 직접 전달될 수 있도록 中間都壳商制를 떠나 支店또는 直売所센터制度를 택해 줬으면 한다.

톱메이커라고 일컫는 몇몇 企業体에서는 이런 直売制를 實施하고 있으나 거의가 기업인의 마진이 보다 큰것으로 알고 있다.

調味料은 이제 우리 부엌에서 떠날수 없는 別食의 生必需品이 되었다. 旣 業種에 比해 競争者가 없어 그런지는 몰라도 主婦의 입장에서 욕심을 낸다면 가격에 比해 분량이 작은 것 같다 生産業者 측에서는 이것도 많은편이라고 물론 말하겠으나 바로 이 설문에서 제시한 것과 같이 유통과정에서 대단히 혁신을 감행한다면 유통과정에서의 코스트·다운으로 소비자는 보다 實利를 얻을 것으로 믿는다.

清涼飲料는 他品種에 比해 直売制를 일찍 택한 것 같다.

場所別 價格差는 감독부족

〔2〕의·식·주에 관한 모든 제품이 비슷한 하지만 특히 食에 關한 品目은 판매에 신경을 써야 할 것 같다.

調味料의 경우 비닐 포장지에 넣어서 있으나 뜨거운 햇빛에 더욱이 먼지가 새까맣게 덮여 있는 것을 구멍가게에서 가끔 사게 된다. 小売商人의 지식도 그러려니와 생산업자의 계몽도 필요하다고 본다 계몽에는 口頭 또는 印刷物의 傳達이 있겠으나 필요에 따라서는 포장이나 진열 그 자체의 개선으로 소비자를 보호해야 할 것이다.

清涼飲料의 진열, 보관, 판매등에 대해서는 무엇보다 차고 시원한 것을 구입하고 싶다. 그러자 자연 활발제를 실시하여서라도 冷凍箱子를 공급하는 노력이 필요할 것 같다. 또 제과점이나 소매상에서의 판매가격이 다른데 이는 악덕소매상인의 소행도 소행이려니와 제조업자의 감독 내지는 기업

設問內容 (調味料, 清涼飲料)

1. 調味料, 清涼飲料의 유통과정에 관하여 개선을 요하는 점이라든가 이에 대한 의견이 계시면…?
2. 소매상에서의 진열, 보관, 판매등에 관하여 개선을 요하는점 또는 의견이 계시면…?
3. 포장재료와 상태 및 의장등에 대한 의견이 계시면…?

행정의 力不足으로 믿고 싶다. 酒類의 경우, J소가 주가 구멍가게나 큰 음식점에서 동일가격제로 판매되고 있음을 記述한다.

화려한 포장을 피하길

〔3〕 調味料의 포장재료는 기술분야라 잘 모르겠으나 有害의 程度를 계속연구 노력해서 개발하기 바란다. 석관인 제품의 경우 요란한 인쇄 및 디자인으로 포장비의 상승을 소비자가 부담하는 식의 제품은 지향했으면 한다. 또한 분명한 제조년월일의 기입으로 기한만료의제품은 자체에서 수거하는 제도가 아쉽다.

清涼飲料의 경우는 공병의 개선으로 코스트·다운이 될 수 있게 연구개발을 요망한다. 그나라 사회에 적응할 수 있는 판매제도 포장상태가 아쉽다. 꼭 그 두꺼운 유리병에 넣어서 그 비싼 보틀기에서 만이 생산되어야 시원하게 마실수 있는지…? 역시 제조년월일의 표시가 분명치 않다. 실크印刷의 비용절감 代案으로 병자체의 디자인으로 商品을 區別할 수 있으면 좋겠다. 同業者의 협조만 가능하다면 그만큼 이득일 것이니까 흰 글씨로 꼭 제조회사와 상품을 소개해야만 된다는 법도 없지 않나?



한국여성단체협의회
간사 이 재 옥

宣傳費 절감으로 消費者利益주길

[1] 우리나라의 조미료 회사나 청량음료 회사들은 대개 큰 회사로서 그 기반이 닦여 있고 오랜동안 소비자들로부터 인정을 받고 있는줄 안다. 물론, 구멍가게에는 불량쥬스가 어린이들을 유혹하고 있지만, 그렇기 때문에 잡지나 신문, 라디오, 텔레비전에 막대한 선전비를 들여 가면서까지 선전을 할 필요가 있는 것인지, 그 선전비까지를 부담하면서 소비자가 먹어야 하니까 좀 억울한 생각이 든다.

차라리 그 선전비를 뺀 가격으로 싸게 소비자 손에 들어올 수 있다면 얼마나 다행스러운 일인가 생각한다.

보다 衛生的인 販賣方法을 하라.

[2] 요즘은 소매상에서 흔히 볼 수 있는데 S 빵 회사에서 호빵을 찌는 기구를 소매상에게 대여해주어 소비자가 늘 따뜻한 전빵을 먹을 수 있게 해주고 있다. 그 빵 찌는 기구가 간편하고 위생적으로 만들어서 지나가다가도 그것을 보면 구미가 당긴다.

만약, 회사측에서 그런 위생적인 기구를 고안하지 않았더라면 소매상들이 비위생적으로 마음대로 찌서 팔았을 것이다. 그런면으로 볼때, 그 회사측이 좋은 아이디어라고 생각했다.

조미료의 경우, 소매상에 배달아 놓은 경우가 많은데 오래된 상품이 포장의 색깔도 변한 채 먼지가 잔뜩끼어서 초라하게 매어달려 있는 것을 볼 때는 음식에 넣고 싶은 생각이 전혀 안든다.

청량음료의 경우, 여름일때는 소매상에게 시원하게 판다고 얼음 냉장고에 얼음과 콜라병을 함께 집

어 넣고 살때마다 하나씩 내어주는데 그 얼음 녹은 물이 어찌나 지저분하고 더러운지 꼭 병안으로 스며들지 않을까 하는 걱정이 든다. 또 마개를 따보면 마개의 녹이 병에 그대로 묻어 있는 경우를 흔히 보는데 이것은 유통과정에서 오는 녹인지, 아니면 병을 재생해서 사용하기 때문인지, 재생을 한다 면 철저한 소득관리가 필요하다고 생각한다.

製造年月日을 밝혀라

[3] 조미료의 경우, 가끔 포장한 비닐주머니가 터져서 새는 경우가 종종있다.

그리고 플라스틱으로 만든 조그만 수저를 함께 포장하는데 실제로 그 수저가 사용되지 않는다. 그러므로 회사가 그 플라스틱 수저를 만드는 것은 낭비라고 생각한다.

또 포장에 “제조년월일” 이라고 인쇄되어 있건만 실제로 제조된 날자가 인쇄되어 있는 것을 본적이 별로 없다. 혹 쓰여져 있더라도 싹 지워진채로 진열된 것을 흔히 볼 수 있다. 제조년월일을 표시하지 않을 바에야 차라리 포장에 인쇄된 “제조년월일”이란 글자를 지워 버리던가, 지우지 않으려면 철저히 제조한 날을 쓰던가 해야지 철저한 것처럼 하고 실제 소비자를 우롱하는 기분이 든다.

청량음료의 경우, 병에다 꼭 담아야 하는 것인지, 예를들어 우리는 실제 소매상에서 40원짜리 콜라 하나에 10원이란 병값을 지불하고 사서 먹는다. (물론 가정에서 사서먹고 병을 모을때는 경우가 다르지만) 아마 회사측은 병이 재생이 가능하기 때문에 사용되는줄이나 소비자의 입장으로 보면 콜라의 값보다는 병값의 비율이 크기 때문에 10원씩 더 내면서 콜라를 사먹기는 좀 억울하다. 깨지지도 않고, 값도 싸고 소비자 손에 쉽게 들어올 수 있는 것은 없을지, 어린이들이 콜라를 먹고 그 병을 가지고 놀때는 불안하기 짝이 없다.

아외에 나갔을 때는 깨진병을 함부로 버려서 우리가 신경을 써야하고 싸움이라도 나면 유일한 도구로 사용된다. 또 청량음료가 우리몸에 아무런 이익이 없다. 당분이 들어 있는 정도라고 말하는 사람이 많은데 포장에 그 정확한 성분을 표시해 주면 어떨지, 과연 아무런 이익이 없는 것인지에 대해서도 궁금하다.

또 한가지 집에 오고 가는길에 모 음료회사를 지나서 오고 가게 되는데 그때, 흔히 볼수 있는 것은 짐차에 차곡차곡 너무 많이 실어서 가기 때문에 보는 사람으로 하여금 저 병들이 떨어져 깨지거나 않을까 하는 불안감마저 든다. 가뜩이나 긴장되고 날카로운 도시민의 신경에 불안감마저 느끼는 것은 신경과민이 타 만은 아닌것 같다.

가정주부

이 영 희

우선은 슈퍼마켓제를活用

調味料와 清涼飲料에만 局限된 設問이므로 이 두 業種은 이미 實施하고 있는지 모르겠으나 中間都 売商이 없는 直營制로 流通되었으면 한다.

都心地인 경우는 좀 가능하나 地方인 경우는 道 센터제인 하치장制로 全國의 販路를 개척하여 전국 어디서나 똑 같은 價格으로 구입했으면 한다.

이런 욕심은 大메이커만이 實行可能한 것으로 생각되나 이의 실천으로 소비자의 혜택을 입는다면 그 메이커는 더욱 신용있는 큰 기업으로 성장될 것이며 자연 不正不良食品의 제조업자는 도태될 것이다.

代理店制의 철책을 곧 실시 못할 경우 第一段 階로 區域別 슈퍼마켓制度를 많이活用하여 차츰 改善했으면 한다.

歩道에 商品을 내 놓아서야

[2] 調味料인 경우는 진열 보다는 보관이 더욱 문제일 것 같다. 요즘 小売商店에서 흔히 볼 수 있

는 일이지만 연탄난로통 옆에 주렁 주렁 매달아 놓은 조미료 봉지라든가 발길에 차이지 않을 정도로 人道에 내 놓은 콜라나 사이디箱子를 보면 사고 싶은 마음이 뚝 멀어진다.

하물며 구멍가게서의 취급이야 뻔하지않는가 이의 是正은 하루 이틀에 完될것이나 메이커 측에서 좀 더 販賣流通 과정에 신경을 쓰고 계몽과 아울러 적극적인 판매개선책을 시도한다면 가능하지 않을까 생각된다. 즉, 상품PR이나 기업PR이나 그대로의 기업성장을 이끄는 효과가 있지만 조미료의 보관 판매를 위한 Box라든가 飲料水인 경우 ICE Box의 제공 또는 割賦販賣制의 實施로 소비자에게 환영 받고 또 그런 메이커측의 성의로 상품을 믿고 살 수 있는 계기가 되지 않겠는가?

이제는 소비자들도 많이 약아져 實利를 추구하고 있다. '보다 값싸고 보다 믿음직한 상품을' 바라고 있다. 大企業體의 상품일수록 메스컴을 통해 제품의 質과 사용도는 잘 알고 있다. 그러나 그렇게 좋은 상품을 구매할때, 주저하게끔 해서야 되겠는가?

병마게에 녹이 슬어어야...

[3] 우선 포장지의 印刷는 單度라도 좋지 않을까 생각된다. 여러가지 色度의 인쇄로 그만큼 포장물의 費用은 결국 소비자가 부담하는 것이 아니겠는가 제품명, 量의 표시, 商号, 그리고 製造年月日을 記入했으면 한다.

清涼飲料인 경우도 마찬가지로 생각된다. Box의 改善을 시도한다던지 아니면 병자체를 개선할 수는 없는지... 人體에 無害한 값싼 용기로 개조되었으면 한다.

또 가끔 병마게에 녹이 잔뜩 낀 음료수를 사는데 이 있는데 이의 시정방법은 영영 불가능한 것인지 궁금하다.

생산원가의 절감은 제품 그 자체원료의 구입과 제조과정에서의 기술적인 문제라 하겠으나 포장지 및 인쇄비의 상승으로 생산원가가 절감 안되 서는 안되겠다.