

러시아의 식품 라벨링 표준규정 해설

러시아는 우리의 최대 식료품 수출국인 동시에 우리의 식료품이 가장 잘 알려져 있는 몇 안되는 나라 중의 하나이기도 하다. 특히, 우리의 라면이나 초코파이 등은 러시아 소비자들에게 인기 식품으로 자리잡고 있다. 러시아 정부는 그동안 무분별하게 유통되어 오던 수입식료품 질서를 바로잡고 러시아 소비자들을 보호하기 위해 지난 1997년 5월 1일부터 러시아로 수입되는 모든 식료품에 대해 러시아어 표기 라벨(설명서 첨부 및 스티커의 형태로 부착도 가능)을 부착토록 했는데 문제는 구체적인 시행령이 마련되지 않아 우리 식품 수출업체들이 혼선을 겪어 왔다. 그러던 중 마침내 올해 1월 1일 '러시아의 식료품 라벨링 표준규정(국가표준규격 51074-97, 1998년 1월 1일)'이 제정되었다.

이에 따라 이 규정을 긴급 입수, 상세 설명을 통해 우리 식품업체가 대러시아 식품 수출시 어떻게 라벨링을 해야하는지 설명하고자 한다.

〈편집자 주〉

1. 우리나라의 對러시아 식료품 수출 동향

가. 1997년 對러 수출품목중 식료품 비중 18%

식료품은 대러시아 주요 수출품 중의 하나로 1997년 우리는 러시아에 총 17억 6,700만 달러를 수출했는데 이중 식료품이 18%(약 3억달러)를 차지했다.

러시아에서 한국산 식료품은 상당히 잘 알려져 있으며 특히, 라면, 초코파이에 대한 인기가 높아 1997년 대러 수출액은 라면 5,000만달러, 초코파이 6,400만 달러를 기록해 러시아로 수출되는 단일품목중 컬러TV

(4억 6,000만달러), 승용차(1억 6,000만달러) 다음으로 수출 3, 4위를 차지했다.

이밖에 향신료 및 조미료가 4,100만 달러로 전년동기 대비 8.9% 증가했고, 기타 음료수의 대러 수출이 3,900만 달러를 기록해 11.9%의 증가율을 보였다.

또한 위에 열거된 식료품들을 제외한 기타의 조제식료품은 전년동기 대비 26.2% 증가한 3,000만 달러를 기록했다.

나. 라면류 비롯, 식료품 수입증가 예상

러시아의 연간 라면류 수요는 약 3만 톤에 달하고 있다. 라면류는 신상품으로서 시장이 형성 초기단계에 있어 향후 2~3년간 수요량이 폭발적으로 증가할 것으로 분석되

고 있다.

또한 수산가공식품도 1997년 3,200만 달러로 293.2% 증가해 새로운 대러시아 수출 유망상품으로 등장하고 있다. 러시아 극동 지역 등은 수산자원이 풍부한 지역이지만, 이들 상품의 가공기술이 매우 낙후되어 있어 한국의 수산물 가공식품의 인기는 앞으로 계속될 전망이다.

이밖에 아직 수출 상위 품목에는 포함되지 않았으나, 계속적인 증가추세에 있는 우유 및 유제품, 기타 먼류 등도 대러시아 식료품 수출 전망을 밝게 해주고 있다.

2. 러시아 식료품 라벨링 방법

가. 러시아 식료품 라벨링이란?

식료품 러시아어 라벨링 부착제도는 러시아로 수출되는 식료품에 대한 규제강화를

통한 자국민의 건강과 이익을 보호하기 위해 러시아어로 식품 포장이나 라벨에 명확한 식품에 대한 자료를 명시해 쉽게 알아볼 수 있도록 한 조치이다.

이 규정은 자국 식료품과 수입상품에 적용되며, 러시아 전지역에서 도매 및 소매형태 등으로 판매되는 모든 식품에 적용되는 라벨링 규정이다. 또한 기업, 학교, 유치원, 진료소, 그리고 소비자 서비스에 직접적으로 관련된 기업들은 이러한 식품표준규정을 숙지하도록 의무화하고 있다.

이 조치가 시행됨으로써 연간 100억 달러가 넘는 엄청난 규모의 러시아 수입식료품시장에 불법적으로 유통되고 있는 많은 외국산 식료품에 대한 규제를 강화하게 됐고, 수입산 식료품에 대한 상표, 설명서가 첨부되면서 외국산 식료품에 대한 인지도가 높아지고 가격보다는 품질에 대한 중요성이 늘어나고 있다.

표 1. 한국의 대러시아 주요 수출 식료품

(단위 : US\$ 천, %)

순위	품 목	1996		1997	
		금 액	증 가 율	금 액	증 가 율
	대러시아 수출총액	1,967,534	39.0	1,767,932	-10.1
3	과 자 류	53,558	31.6	64,033	19.6
4	라 면	35,429	109.5	50,355	42.1
7	향신료 및 조미료	34,637	68.0	41,188	18.9
8	기 타 음 료 수	35,352	106.4	39,554	11.9
12	수 산 가 공 식 품	8,091	*	31,814	293.2
14	기 타 조 제 식 료 품	24,530	61.1	30,967	26.2
17	커피	17,598	175.6	25,647	45.7

[자료 : KOTIS]

나. 제조자(판매자) 유의사항

러시아에 판매되고 있는 식료품에 부착되어야 하는 라벨링 규정에 필요한 일반적 요구사항은 다음과 같다.

먼저 제조자(판매자)는 소비자에게 식품에 관해 필요하고 신빙성 있는 정보를 적시에 제공해야 하며, 식품의 올바른 선택을

보장해야 할 의무가 있다고 러시아 국가 표준규격 51074-97(1998년 1월 1일)에 명시하고 있다.

또한 소비자를 위한 제품안내 및 정보는 제품의 포장지 위나 꼬리표, 삽입지 등을 식료품의 종류에 따라 적절히 이용해 반드시 소비자가 알아볼 수 있도록 표기해야 한다.

한편 포장지, 꼬리표, 삽입지 등에 제품내

용 표기는 러시아어로 쓰여져야 하며, 주문자의 요구에 따라 러시아 연방내의 공화국 언어 혹은 러시아 연방 소수민족 언어¹⁾로 표기할 수도 있다. 이 밖에 프랑스어, 영어, 독어 등의 외국어도 함께 쓸 수 있다.

이때 포장지, 상표, 꼬리표, 삼입지의 기재 사항은 소비자가 속임을 당하지 않으며 뜻이 이해되도록 분명하게 명시한다. 또한 성분, 특성, 칼로리, 품종, 원산지, 제조방법 및 조리방법 그리고 직·간접적으로 식품의 질과 안전을 규정하고 내용도 포함시켜 명시해 주어야 한다. 또한 제조자(판매자)는 소비자들이 제품을 외형상 비슷한 다른 식품으로 오인하지 않도록 해야할 의무가 있다.

다. 라벨링 기재사항

그렇다면 식료품에 대한 정보를 어떠한 내용과 형식으로 표기해야 하는지 알아볼 필요가 있다. 따라서 다음은 반드시 라벨링에 기재해야 할 항목들에 대한 설명이다.

1) 제품명

제품명은 구체적이며, 믿음이 가도록 제품을 특성지우고 해당상품이 다른 상품과 구별되어 지도록 하는 것이 좋다. 제품명은 보통 몇 단어로 조합해 지을 수 있으며, 제품명은 제품을 이해할 수 있도록 러시아어로 기재하거나 다른 문자로 표기할 수 있다.

한편 제품의 유형에 따라 그룹, 소그룹으로 나누게 되는데, 한국야쿠르트의 '에이스'

는 유제품(그룹) 중에 발효유(소그룹)에 해당하는 것이 그 예이다. 필요한 경우 제품 특성을 나타내도 무방하다. 즉, 농축, 파스퇴리식, 살균, 냉장, 냉동 등의 제품의 특징적인 성격을 나타내는 문구를 제품명에 함께 명시할 수 있다.

식품명은 러시아 표준규격(ГОСТР) 및 러시아 연방간의 표준규격에 따라야 하며, 러시아 전통상품이 아닌 진, 위스키 등의 수입상품은 국제적, 지역적, 자국의 표준 및 규격에 맞도록 식품명을 지어야 한다. 이러한 수입식료품 표준규격에 대한 정보는 수입계약서²⁾에 반드시 명시되어야 한다.

상품명은 소비자들이 이해할 수 있는 문구를 사용하며, 다음과 같이 상품명으로 사용할 수 없는 경우도 있으니 유의하기 바란다. 첫째로 식품의 명칭이 다른 유명한 제품명과 일치하는 경우와 둘째, 제품명이 유사해 구매에 오해가 생길 수 있는 제품명 등이다.

또한 제품명에 제품의 특성과 일치하는 '신선함', '일반가정에서 제조', '유기비료 사용', '무방부제', '광물질비료 사용 없음', '비타민 첨가', '무살균제', '건강증진용', '치료용', '다이어트용' 등의 선전문구를 사용할 수도 있는데, 이 때에는 이를 증명할 수 있거나 인증기관 등의 인증이 있을 경우이다. 상기 기술된 요구사항을 모두 충족시킨 제품명에 회사명칭과 회사상표를 덧붙일 수도 있다.

2) 제조업체, 포장업체, 수출업체 및 수입업체, 그리고 원산지 표시

식료품 라벨링시 제조업체, 포장업체, 수출업체 및 수입업체 등도 명시해야 하는데, 만일 제조업체와 수출업체가 동일인이 아니면 제조업체명과 수출업체명을 모두다 기입해야 한다. 이때 수출업체명과 제조업체명은 슬라브문자(러시아어 표기문자)로 표기하거나 라틴문자로 표기해도 무방하다.

주 1) 러시아 연방은 러시아인의 비율이 약 81.5%이고, 나머지 20%에 해당하는 비율은 150여종의 민족들로 구성되어 있는 다민족 국가이다. 민족 구성을 보면, 러시아인을 비롯해 타타르인, 우크라이나인, 추바쉬인, 체첸인 등 매우 다양하다. 이들 소수 민족은 공용어인 러시아어와 그들 민족언어들을 모두 사용하고 있다. 한편 러시아 연방(일명 러시아)은 22개의 자치공화국, 1개의 자치주, 6개의 지방, 49개주, 10개의 자치구, 2개의 특별시 등의 행정구역으로 나뉘며, 이 행정구분 또한 민족구성과 무관하지 않다.

주 2) 수입계약서에는 상품명뿐만 아니라 제조기술, 주요성분, 식품첨가제 등의 상품에 대한 모든 정보가 수록되어야 한다.

원산지명의 표시는 제조업체가 소재한 곳의 인종적으로 또한 지정학적으로 특징지워지는 국가명, 도시명, 지역명 등으로 나타낼 수 있다. 또한 어떤 지역의 역사적인 명칭으로 원산지명을 사용할 수도 있다.

식품의 원산지명 사용권한이 없는 자는 원산지 등록을 할 수 없으며, 원산지를 명시할 때는 사실 그대로 기재해야 한다. 즉, 최종 생산지가 러시아면서 한국산이라고 원산지 표시를 할 수 없다는 의미이다.

만일 식료품이 원료공급지와 제조가공된 나라가 서로 상이할 경우에는 가공과정에서 원료가 전혀 다른 성질의 것으로 변하거나, 최종 생산품과 원료가 전혀 다른 제품일 경우는 원산지는 제조가공을 한 곳으로 정해진다.

3) 제조업체의 상표표시

상표표식은 동일법인·자연인의 식표품을 다른 법인·자연인의 유사상품과 구별하기 위해 표시하는데, 상표가 있을 경우에만 상표표시를 제품라벨링에 할 수 있다.

4) Net Weight와 제품의 크기 및 수량 표시

제품의 무게 표시는 용기의 무게를 뺀 내용물의 무게를 명시한다. 또한 제품의 무게와 크기 국제단위인 미터법으로 기재한다. 수량표시는 아라비아 숫자로 표시한다.

만일 식품에 액체, 시럽, 소금물, 과일즙, 야채즙, 육수 등이 함유되어 있는 제품일 경우에는 Net Weight와의 함께 액체를 제외한 성분의 순수무게도 표시해 준다. 예를 들면 오이피클제품의 Net Weight가 300g 이라면, 이 무게 중 액체무게를 뺀 오이만의 무게를 명시해 주어야 한다.

5) 제품성분

러시아시장에서 판매되는 모든 식표품에는 그 제품성분을 명시할 의무가 있다. '제품성분' 항목에는 함량이 많은 순으로 성분을 기입하며, 혼합물 성분은 그 명칭 옆에 괄호를 열어 성분비율을 명시한다.

제품에 함유된 물도 반드시 제품성분에

기입해야 한다. 그런데 만일 소금이나 식초 및 시럽, 육수 등으로 절이거나 가공한 식료품일 경우는 예외다. 이때에는 러시아어로 소금절임(РАССОЛ), 식초절임(МАРИНАД), 시럽(СИРОП), 육수(БУЛЬОН) 등으로 명시해야 한다.

한편 식품 제조과정에서 증발하는 휘발성 물질은 제품 성분에 명시하지 않으며, '식물성 기름', '쇠고기 기름', '전분', '어류', '조류', '치즈', '후추', '당분', '포도당', '향료' 등 소비자에게 잘 알려진 재료의 명칭을 그대로 성분표시로 사용할 수 있다. 즉, 전분이나 치즈 등의 원재료에 대한 성분표시를 하지 않아도 된다는 의미이다.

식품첨가물을 명시할 때는 CODEX(국제식품규격)에서 규정하는 식품첨가물 수치시스템(INS)에 따라 사용된 식품첨가물의 넘버를 기재하고 그 식품첨가물의 용도를 의미하는 그룹명을 표시한다. 즉, 러시아 정식 용어를 사용해 다음과 같은 방법으로 표시한다. 산화방지제(АНТИОКИСЛИТЕЛ Ь), 분말가공물(ВЕЩЕСТВО ДЛЯ ОБРАБОТКИ МУКИ) 색채보호제(СПОСОБСТВУЮЩЕЕ СОХРАНЕНИЮ ОКРАСКИ), 수분유지제(ВЛАГОУДЕРЖИВАЮЩИЙ АГЕНТ), 시럽제(ГЛАЗИРОВТЕЛЬ), 응고제(ОТВЕРДТЕЛЬ), 산화제(КИСЛОТА), 염색제(КРАСИТЕЛЬ), 거품형성제(ПЕНООБРАЗОВАТЕЛЬ), 프로펠렌(ПРОПЕЛЛЕНТ) 등이다.

또한 맛과 향의 강도를 높이기 위해 '향료', '식용첨가제'를 넣을 경우, 반드시 '자연향', '자연식품', '인공향', '인공식품'이라는 문구를 넣는다.

러시아법에 따르면, 원기제, 호르몬제, 인체기관 성장에 영향을 미치는 성분 등이 식품에 함유된 경우에는 이러한 성분이 함유된 사실과 식품이 소비될 때 발생할 수 있는 질병의 가능성도 명시해야 한다. 제품이 소비될 때 발생할 수 있는 질병종목은 러시아 국가 보건부에서 결정한다.

제품 소비시에 유의사항 또는 금기사항은 상표, 꼬리표, 속표지 등 포장지에 동봉해서

소비자에게 알린다. 또한 치료법, 예방법, 화학반응제, 무해물질 등의 전문적 정보는 러시아 보건기관의 허가서나 이 기관에서 발행하는 서류를 통해서만 상표기재가 허용된다.

6) 영양소 함유량 및 제품의 열량표시 (알콜제품, 커피, 차, 향료, 식품첨가제는 제외)

식품의 무기질, 단백질, 지방, 탄수화물, 비타민 등의 영양소 함유량은 100g이나 100ml당 얼마나 함유되어 있는지로 나타낸다. 또한 식품열량표시는 100g이나 100ml당 kcal로 표시한다.

7) 보존조건

유효기간을 가진 식품이나 특별한 주의가 요구되는 식품(낮은 온도, 적정습도 유지, 광선 등)은 보존조건을 명시한다. 특히 유아식품 등의 밀폐된 용기에 담겨있는 제품들에는 개봉후에 생길 수 있는 부패를 방지할 수 있는 방법 또한 명시해 소비자들이 올바른 소비를 할 수 있도록 배려해야 한다.

8) 유효기간

유효기간이란 최종적으로 식료품으로서의 소비를 할 수 있는 기간이다. 유효기간이 지난 식품은 소비가 부적합하며, 제조자는 해당 식품의 보존조건을 준수해 소비자들의 생명과 건강을 스스로 지킬 수 있도록 표시해야 한다.

한편 유효기간이 경과함에 따라 식품을 소비하기가 점차로 부적합해지는데, 이런 식품은 식용목적으로 소비되는 것이 아니라 폐품으로 이용되어진다. 특히, 보존기간이 긴 식품은 계약서에 상품이 납품될 때 유효기간, 보존기간, 보존조건 등을 명시한다.

유효기간은 제조일자부터 계산된다. 유효기간은 '시, 일, 월, 년', '며칠까지 유효', '며칠까지 소비함' 등으로 표시한다. 유효기간의 날짜표시는 다음과 같이 식료품의 특성에 따라 구체적으로 표시한다.

① '시, 일, 월' - 급히 상하는 제품

② '일, 월' - 3달 이내 유효식품

③ '월, 년' - 3달 이상 유효식품

유효기간은 러시아 연방법에 의거 반드시 식료품 라벨링시 기재하도록 하고 있다. 한편 신선한 과일, 야채, 감자(단, 공장에서 밀폐용기에 포장된 제품은 제외), 제과류, 알콜류, 커피, 향료, 식초, 냉동생선, 비냉동생선, 아이스크림 등은 반드시 유효기간을 명시하지 않아도 된다. 그러나 이들 식품에 물리적 가공이 가해진 경우 즉, 다져지거나 일정한 양으로 나누어 포장된 식품의 유효기간은 포장지에 유효기간을 기재한다.

9) 보존기간

보존기간이란 상품이 일정하게 정해진 조건에서 보존될 수 있는 기간을 말한다. 이것은 매매계약서나 일반 구비서류에 명시되어 있고, 보존기간이 지났을 경우 소비에는 지장이 없으나 제품의 가격은 낮아질 수 있다.

식품명과 종류별 특성을 고려해 보존기간을 기재하게 된다. 보존기간은 제조일부터 계산되며, '며칠까지 보존', '얼마기간 보존(시, 일, 월, 년)' 등을 포장지에 명시한다.

10) 유통기한

유통기한으로 정해진 날까지는 소비자가 상품을 소비할 수 있으며, 식품성분이 보존된다. 제조자는 일반 가정에서 식품이 일정기간 보존될 것이므로 이를 감안해 유통기한을 정해야 한다.

제조일부부터 계산해 제품 포장지에 명시한다. 일반적으로 '며칠까지 유통(일)', 또는 '얼마동안 유통(시, 일, 월, 년)', '얼마동안 유통함(시, 일, 월 또는 년)' 등으로 유통기한을 명시하게 된다. 한편, 제조일은 두가지 형태로 표시하는데 '일, 월, 년'으로 나타내거나, 숫자 표식이 아닌 방법으로 상표 하단에 나타낸다.

11) 일반 및 기술 서류 표기

러시아에서 생산된 식료품은 제조허가 서류 및 제조기술 서류에 허가번호를 획득하고 라벨링시 이 내용을 기입해야 한다. 이

허가번호는 식료품의 품질을 보증하는 것이므로 매우 중요하다.

그러나 수입식료품 등을 러시아어로 표기하는 경우에는 이러한 내용을 의무적으로 표시할 필요는 없다.

12) 품질보증서에 관한 표시

식료품 제조자가 반드시 국가표준규정(ГОСТ P50460 또는 ГОСТ P.19)에 의거해 품질보증서를 획득해야 하며, 이를 라벨링에 표시해 주어야 한다. 품질보증 확인표시가 없는 식료품은 품질보증이 되지 않은 제품으로 간주된다. 이러한 경우에 각 상품의 부분 즉, 제품성분마다의 품질보증서를 제시해야 한다. 야채나 혹은 쇠고기 등의 비포장제품의 품질보증서는 포장단위에 따라 동봉한 서류에 기입하고, 매매장소에서 품질에 대한 선전을 할 수 있다.

라. 기타 라벨링 유의사항

제조과정시 식품가공의 특징으로 이온화한 광선을 원료에 비춤, 반제품 등의 내용을 포장지, 꼬리표, 삽입지 등에 설명할 수도 있다.

이런 가공법은 제품명에 표시되어 다른 유사상품을 만들게 되는 경우가 있으므로 유의해야 한다. 즉, 예를 들어 한국의 '파스퇴르 우유'는 상품명으로 존재하고 있는데, 다른 회사의 우유가공 방식도 파스퇴르라고 가정하자. 이를 제품 라벨링시 표기해 주어야 한다면 이 내용은 성분표시 옆에 혹은 아래에 명시하게 된다. 제품 혼동을 막기 위해서이다. 또한 제품특성을 선전하는 광고를 첨부하기도 한다(단, 한살 미만의 이유식은 제외).

1) 라벨링 부착 방법

이러한 라벨링 항목을 어디에 어떻게 기재하는가도 ГОСТ P51074-97에서 설명하고 있는데, 그 내용은 다음과 같다.

가) 라벨링 기재사항은 읽기 쉬운 곳

에 포장지, 꼬리표, 삽입지에 명시한다.

- 나) 포장단위나 상표의 규모가 크지 않을 경우는 기재사항을 완전히 나타낼 수 없다. 이럴 경우에는 일부는 각 포장지에 부착된 속지에, 일부는 측면에 제품안내를 기입한다. 유아용 식품 기입내용은 포장지에 부착하거나 속지에 쓴다.
- 다) 제조자 및 포장자는 기재사항을 읽기 쉬운 면에 한 곳 이상 명시해야 한다.

2) 라벨링 내용 기입시 유의사항

- 가) 기재사항은 분명하고 읽기 쉽게 표시한다. 만일 단일 포장된 제품이 상자에 들어 있는 경우, 속포장 상표가 겹포장을 통해 쉽게 읽을 수 있도록 하거나, 겹포장에 속포장과 동일한 상표 및 기재내용이 명시되어야 한다.
- 나) 제품 포장에 사용되는 재료는 제품과 접촉했을 때, 품질에 영향을 주는 소재는 사용할 수 없다. 또한 보관 및 운반, 판매시 품질에 이상이 없도록 포장에 유의해야 한다. 한편, 포장재료는 국가위생처리관리국에 사용허가를 받은 후 사용한다.
- 다) 러연 정부에 제출한 제품 정보내용의 형식과 정보량 및 상표의 크기와 모양 등은 제품의 소매단위 포장에 기입되는 내용, 형식 및 크기와 일치해야 한다.

우리나라의 경우, 제조자(판매자)가 보건복지부에 특정제품에 대한 일체의 서류를 제출해야 하며, 제출서류의 내용과 제품의 단일포장 표시내용이 서로 일치해야 한다고 식품표시기준법에 명시하고 있다.

한편, 이에 대한 검사는 식품의약품안전청에서 시중에 유통되고 있는 식료품들을 무작위로 샘플링해 일치사항을 점검하고 있다.

마. 라벨링 부착대상 식품

유아식품/육류 가공식품/육류 및 육·야채 통조림/동물성 기름/그 외에 육류 가공식품들(식용육수, 간단한 아침식사)/조류 가공식품/조류고기(비포장 상태로)/조류고기 반제품/알식품/우유 및 유제품/통조림 유제품/어류 및 비어류가공식품/빵류/제과류/제당

/열매채소 식품/식용사료/차, 커피, 커피로 만든 음료수, 조미료, 향신료, 감미료/기름 식품/포도주류 제품들/무알콜 맥주류/농축 식품/맥주/맥아음료, 곡물로 만든 음료, 저알콜 음료/천연 광천수(Natural mineral water)/인공 광천수/보드카, 알콜 농도 95% 주류/꿀/전분과 전분식품 등이다.

〈資料 : KOTRA 海外市場 1998. 3. 31〉