

# 제품 성분 표시와 소비자의 '알 권리'

## 알러지 질환 확대, 이해와 대책 뒤따라야

요즘 식품업계 전반에는 사용 재료에 대해 명확한 안내가 필요하다는 경향이 대두되고 있다. 음식물을 만드는 입장에서 알러지의 특성을 이해하고, 소비자의 입장에서 제품의 성분과 재료에 대한 구체적인 정보를 공개할 의무가 있다는 움직임이다.

<취재 / 허미경>

### 알러지에 관한 이해와 접근 방법 모색 필요

'알레르기'라는 일본어식 표현이 더 익숙하게 느껴지는 알러지(Allergy). 10여년전만 하더라도 알러지는 특정인들만의 특수성 지니지 않은 증상으로 취급돼 질환이란 표현도 낯설게 생각돼 왔다. 복숭아나 돼지고기 정도가 떠오르는 알러지는 먹는 사람이 알아서 해결해야 할 개인적인 문제로 치부해 버리면 그만이었다.

그러나 최근 의학계에서는 알러지에 대한 보다 근본적이고 구체적인 접근을 통해 원인 규명과 그 해결책 마련에 고심하고 있다. 이는 알러지 질환이 최근 10~20년 사이에 전 세계적으로 급증해, 최근에는 암, 성인병과 더불어 3대 만성 질환으로 손꼽히며 특히 소아에게는 매우 심각한 문제로 대두될 정도로 사회적인 문제가 되고 있기 때문이다.

음식물 알러지란 보통은 개인의 면역계에 해가 되지 않는 음식인데도 과민하게 반응하는 것으로 보통 호흡기나 피부, 소화기 계통을 통해 거부 반응을 일으키게 된다. 이러한 면역 반응은 각 개인마다 다양한 질환으로 나타나지만, 최근에는 병원체 또는 외부 이물질들보다도 더 심한 손상을 일으키며 다양한 루트를 통해 고통을 호소하며 해결책을 찾고 있는 이들이 늘고 있다.

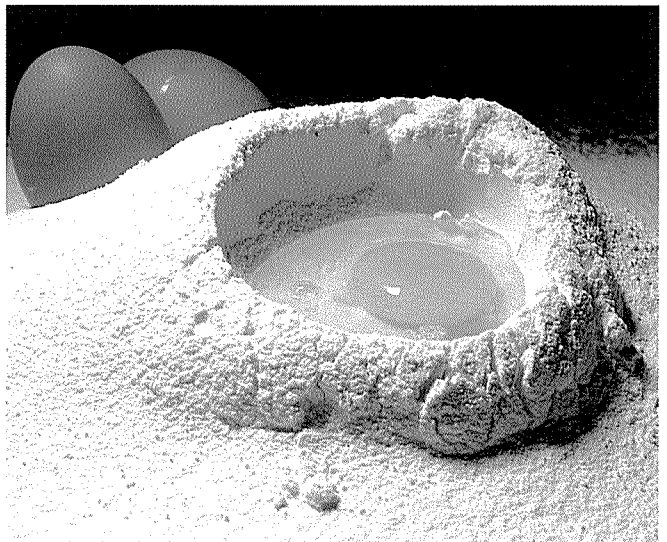
최근 전세계적으로 공통적인 화제가 되고 있는 알러지성 식재료로는 계란, 우유, 고기류 등의 동물성 단백질이 있다. 발생 질환은 피부에 나타나는 두드러기 및 가려움, 위장 관계에 나타나는 구토, 설사 등의 증세가 있다. 유아 및 어린이들에게 많이 나타나고 있는 소아 아토피 피부염도 이러한 알러지 질환의 하나인데, 성인에 비해 자기 억제제가 어렵고 영양적인 측면에서 무조건 음식물을 피할 수도 없는 입장이라 어려움이 더욱 크다. 이에 대해 의료 업계, 식품 업계 등 관련 업계는 촉각을 세우며 사업 아이템으로 부각시키고 있기도 하다. 실제 인터넷 검색 사이트에서 '아토피'를 입력하면 수십여개의 관련 사이트들을 어렵지 않게 만날 수 있다.

알러지 질환 외에도 비만을 비롯한 성인병, 당뇨 등 음식에 있어서 각별한 주의가 필요한 이들의 증가에 따라 식품 업계 전반에는 사용 재료에 대한 명기(明記)가 필수적으로 뒤따르고 있다. 제과업계도 이러한 흐름을 간파하고 넘어갈 수는 없다. 또한 이를 한 발 앞서 나아가 생각하는 적극적인 자세가 필요하다.

### 일본 법규, '성분 표시' 의무화

일본은 2001년부터 가공식품에 관한 품질 표시 법규인 'JAS법'을 제정해 시행해오고 있다. 이전에도 식품 위생법상 '식품의 안전성 보호'를 위한 법규가 이미 시행되고 있었으나, 기존의 법규와 달리 'JAS법'은 소비자의 선택에 도움을 주기 위한 것을 순수한 목적으로 하고 있다. 위해한 재료를 사용하지 않았다는 표시가 아니라 원재료, 유통 기간, 보존 방법, 제조자 등을 명기하는 것을 원칙으로 하는 이 법안은 해산물, 유기농식품 등 모든 가공 식품에 적용되고 있다.

뒤이어 지난해 4월부터는 '알러지 물질을 포함한 식품에 관한 표시 의무'의 법규가 제정돼 1년간 실행유예기간에 들



어갔다. 올 4월부터 정식으로 시행되는 이 법규는 'JAS법'과 같은 맥락으로 소비자 각 개인의 기호 및 알리지 반응을 고려해 식품 선택을 용이하도록 하게 하는 법규이다.

반드시 표기하는 것을 원칙으로 하는 규정 품목으로는 '계란', '우유', '밀가루', '메밀', '땅콩' 등 '특정 원재료' 5가지가 있는데, 이외에도 호두, 오렌지, 키위, 복숭아, 사과 등 19가지 품목을 표시 권장 품목으로 하고 있다. 이는 일본 후생성의 조사를 통해 결정된 품목으로 인체에 유해(有害)하지는 않지만 알리지 및 각종 질환의 원인이 될 수 있다고 판단되는 식재료로서 직접 재료를 사용한 경우는 물론, 첨가물에 사용된 경우에도 표기하도록 하고 있다.

유예기간 8개월 정도가 지난 현재, 대부분의 점포들은 충분한 이해를 통해 각자 정착화시켜 나가도록 하고 있는데, 제과점의 경우 일반 가공식품과는 달리 진열된 제품을 구입시 직접 포장해 판매하는 형태이므로 미리 포장물에 인쇄를 할 수는 없다. 따라서 각 제품에 작은 POP를 부착해 제품에 사용된 재료를 안내하거나 눈에 잘 띄는 매대에 사용 재료가 비슷한 제품끼리 묶어 표시판을 만들어 게시해 두고 있기도 하다.

이같은 법규에 대해 시행 초기에는 업계의 반응이 찬반으로 나뉘어 매우 다양하게 나타났으나, 현재는 전반적인 분위기가 표기하지 않는 경우를 '미필적 고의(未必的故意)'라고 표현하는 여론까지 조성되기에 이르렀다. 대중적인 소비자와 전문적인 소비자로 나뉘는 현실 속에서 슈퍼마켓의 양산 빵들이 대중적인 소비자를 겨냥한다면, 자영 제과점의 경우 전문적 소비자들의 욕구를 충족시켜야 하므로 소비자를 안심시키는 것 외에도 적극적인 노력들이 필요하다는 여론이다.

각 재료업체에서도 단백질 함유량이 적은 저(低)알리지 밀가루를 비롯해 일반 밀가루를 대체하는 기능성 분말을 이용한 제품 등을 선보이고 있다. 또한 버터 및 크림의 경우 동물성 단백질을 최대한 배제한 제품을 선보이고, 건강 및 특수 알리지 질환에 유익한 식재료를 개발 및 발굴해 내는 등 생산자와 소비자들의 선택을 돕고 있다.

법규를 긍정적으로 해석하고 따르고자 하는 이들은 '고객에게 알 권리'를 준 후 그것을 점포 홍보에 이롭도록 노력하는 것을 바람직한 방법으로 제시하고 있다.

### 국내 업계의 반응과 대책 마련

국내 의약학계에서는 알라지를 비롯한 음식물 트러블의 원인이 체질에 맞지 않는 음식을 장기간 섭취하거나 불균형한 식사 습관에 있다고 보고 있다. 또한 인스턴트 음식이나 청량음료, 방부제가 많은 음식 등이 이러한 체질을 촉발시키거나

	塩	玉子	乳類	砂糖	油脂
食パン200 170	○	×	○	○	○
吟醸食パン	○	×	○	○	○
バンドミン	○	×	○	○	○
無塩パン	×	×	○	○	○
こだわりのトースト	○	×	○	○	○
ロイヤルイギリス	○	×	○	○	○
北フランス	○	×	×	×	×
南フランス	○	×	×	×	○
ミニクロワッサン	○	×	○	○	○
むしパン	○	○	×	○	○
プチパン	○	×	×	×	×
豆腐食パン	○	○	○	○	○
デニッシュ食パン	○	○	○	○	○

악화시키는 요인으로 작용한다고 본다. 그러나 알리지 질환에 시달리는 모든 이들이 특정 음식물에 대해 전면적인 거부감을 갖고 있다고는 할 수 없다.



근본적인 해결 대책이 없는 상황에서 소비자들은 음식물 선택에 보다 신중을 기하고, 까다롭게 행동하는 것만이 예방책이라 생각한다. 그 대신 믿을만한 제품에 대해 그에 상응하는 대가(代價)를 지불하는 것은 당연하다고 여기게 마련이다. 안전한 음식물 선택을 위해서는 금전적인 노력과 물리적인 노력을 아끼지 않는 것이 요즘 소비자들의 성향이다.

일본의 한 제과점은 사용하는 계란의 산지와 재배 방법까지 광고물로 만들어 고객들에게 홍보하고 있기도 하다. 또한 그 외에도 식물성 크림을 사용했는지, 유지류는 동물성을 사용했는지, 식물성을 사용했는지 등 세세한 부분에까지 고객들을 안심시키기 위해 애쓰며 그것을 오히려 점포의 특성으로 어필하는데 이용하고 있다.

국내에서는 얼마 전 부산의 한 자영 제과점에서 아토피 질환을 가진 아이들을 위해 '계란 없이 만드는 카스텔라'를 개발한 성공 사례가 알려졌다. 이 점포의 김보곤 사장은 "내 아이의 문제인 줄만 알았는데, 사실 알고 보니 적지 않은 아이들이 아토피로 고생하고 있었다"며 몇 년간의 실험과 노력을 기울이게 된 배경을 설명했다.

이미 시판에 들어간 '계란 없이 만드는 카스텔라'는 동물성 지방을 섭취하지 못하는 아토피 질환 아이들을 위해 계란을 대신해 콩 단백질 성분을 사용한 제품으로 기존의 카스텔라와 맛이나 형태에 있어서 큰 차이가 없다. 현재는 이 재료를

이용해 생크림 케이크의 시트와 카스텔라 등을 생산하고 있으나 파운드를 비롯해 점차 생산 품목을 늘려나갈 계획이기도 하다.

김보곤 사장은 “소규모 제과점에서도 보다 다각화된 노력을 보일 필요가 있다”며, “위낙 사회가 복잡해지고 소비자들의 요구도 다양해지기 때문에 모두 한 틀에 찍어낸 듯한 생산 방식, 경영 방식으로는 살아남을 수 없다”고 말한다. 소비자 개개인의 삶 속으로 들어가 연구를 거듭할 필요가 있다는 것. 그 계기는 자신의 가족이 먹는 제품이라고 생각하는 것이 가장 가깝고도 쉬운 출발이다.

아직도 소비자 가운데는 제과점에서 방부제를 사용하고 있는 것이 아닌가 하며 의심을 하는 경우가 적지 않다. ‘괜히 알려줘서 필요없는 걱정거리까지 만들지 말자’는 소극적인 자세가 아니라 작업장을 오픈하고 만드는 과정을 보여주는 마음으로, 보다 투명한 재료 공개와 이를 제품 설명으로 연결



하는 노력이 수반돼야 할 것이다. 그것이 오히려 아무 생각 없이 제품을 구입하는 고객들의 수준을 한 단계 이끌어 올리는, 제품에 대한 이해를 구하는 길이 될 것이다. [14]

### ‘계란 없이 만드는 카스텔라’



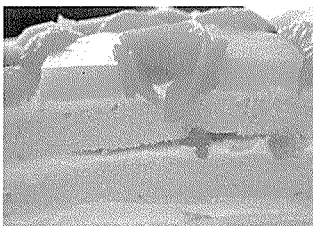
#### 배합 / 재료 중량(g)

A.T 2000 45, 설탕 100, 소금 2.5, 물 400, 유화제 20, 중력분 215, 베이킹 파우더 소량

#### 만드는 법

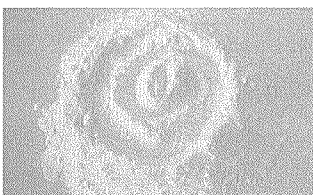
믹싱볼에 A.T 2000, 설탕, 소금, 물을 넣고 2~3단으로 20분 정도 믹싱한 후

나머지 재료를 넣고 3단으로 15분 동안 믹싱한다. 윗불 160℃, 밑불 170℃로 30~35분 동안 구워낸다.



#### 제품 특징

계란을 이용해 만든 제품에 비해 속결이 부드럽고 흰 빛을 띠고 있다. 쌀을 재료로 한 제품 같다는 소비자도 있고, 계란 냄새 대신에 약간의 풋내가 난다고 하는 소비자도 있다. 풋내가 난다고 느끼는 경우는 바닐라 향 등을 첨가해주면 없어진다. 애초에 개발 배경은 아토피 질환 어린이를 대상으로 했으나 당뇨환자, 채식주의자를 비롯한 사찰 등지에서도 좋은 반응을 보이고 있다. 생크림 케이크는 같은 재료로 시트를 만들고 식물성 휘핑크림으로 아이싱해 판매하고 있는데, 예약 주문에 한해 생산하고 있다.



#### A.T 2000

콩 단백질을 추출해 만든 분말로 계란이 가지고 있는 기포성, 즉 거품이 일어나게 하는 성질을 가지고 있어 부풀리는 역할을 한다. 현재 식품업계에서는 연구 및 제품에 적용시키고 있으나 제과업계에서 사용된 것은 처음으로 알려져 있다. 계란을 사용했을 경우와 비교해 원가면에서 큰 차이가 없다.

취급처 및 구입 문의 : 부산 프랑세즈 베이커리 (051-554-8641)