

멜라민 커피프림 파동... 자판기는 억울해!

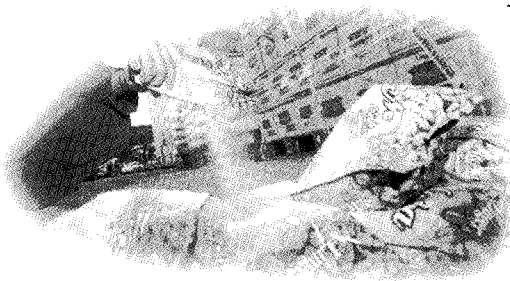
‘마녀 사냥’ 식 마스크롬 보도 후유증에 몸살을 앓은 자판기 업계

“왜 자판기 커피가 못 마실 음료처럼 비난을 받아야 하죠? 일부 미니 커피자판기에 사용된 원료 문제를 마치 전체 자판기 문제인냥 떠들어 때는 마스크롬이 정말 원망스럽습니다.

-자판기 운영업자 K씨-

“A급 원료를 쓰고 있는데도 불구하고 마치 죄인 마냥 ‘멜라민 커피프림을 쓰지 않는다’는 해명문구를 써서 부쳐야 하니 정말 열불이 나더군요.”

-자판기 운영업자 P씨-



올 가을은 그야말로 중국산 멜라민 파동이 식품 업계 전반이 휘몰아친 한해였다. 해태제과의 '미사랑 카스타드'로 불붙은 멜라민 파동은 제과 전반을 걸쳐 자판기 커피프림 분야로도 불똥이 튀었다. 식품의약품안전청은 중국산 커피크림 원료를 수입하는 3개 업체의 10개 제품을 조사한 결과, 유창FC의 '베지터블 크림 파우더 F25에서 멜라민 1.5ppm이 나왔다'고 밝혔다. 이 크림은 41톤이 수입되어 25톤이 시중에 팔려나갔으며, 주로 자동판매기용 믹스커피

나 커피전문점에 사용한 것으로 보도가 되어 일파만파로 파문이 확산되었다. 대부분의 마스크롬의 보도는 '자판기 커피프림에 멜라민이 들어갔고, 그래서 마셔서는 안 된다'는 식으로 과당보도가 되다 보니 소비자들의 분노와 불신이 걷잡을 수 없이 커졌다. 이에 자판기 커피 매출을 뚝 떨어졌고, 그동안 애용했던 자판기 커피에 등을 돌리는 사람들이 많아졌다. 마치 자판기 커피가 식품안전을 위협하는 원흉이나 되는 듯한 분위기였다.

그런데 이런 뜻하지 않은 악재가 자판기 업계로 보면 억울하기 그지없는 일이다. 이번에 문제가 된 것은 식당 등에 설치된 '미니 커피자판기' 일부에 해당되는데도 불구하고 마스크롬 보도는 전체 자판기가 문제가 된다는 식이었다. 대다수의 마스크롬이 미니 커피자판기와 대형 커피자판기를 구분하는 개념도 없다보니 문제가 없는 대형 자판기로 불똥이 될 수밖에 없었다. 또한 미니 커피자판기에서 그런 원료가 투출되기 쉬운 열악한 사업특성에 대해서도 언급을 하지 않았다.

일부분의 문제를 '침소봉대'하여 전체의 문제인 것처럼 보도하는 마스크롬의 무책임한 태도가 가뜰이나 어려운 자판기 산업계에 직격탄을 날렸다. 대다수의 자판기, 특히 대형자판기들은 억울하기 그지없는 일이다. 이번 커피자판기 멜라민 사태를 통해 과연 마스크롬의 보도가 무엇이 잘못되었고, 산업계에 어떠한 과제를 내던졌는지를 심층 진단했다.

멜라민 자판기 커피프림에 대한 각 마스크림 보도

2008년 9월 26일 연합뉴스

‘커피서도 멜라민’ 자판기족들 발끈

회사원들 "설마 우리 회사 자판기가..." 우려
수입된 중국산 커피 크림에서도 멜라민이 검출됐다는
소식이 전해지면서 자동판매기를 통해 설탕과 크림이
섞인 커피를 뽑아 마시는 소위 자판기족들이 크게 경
악하고 있다.

이들은 멜라민이 함유된 분유로 중국 영아들이 고통
받았다는 소식에 이어 중국산 커피 크림이 국내에 유
통됐다는 소식에 혀를 꼴꼴 찼다.

자동판매기 커피를 하루에 5~6잔씩 마신다는 직장인
최모(32)씨는 26일 "원료의 출처가 불분명한 길거리
자판기에서도 자주 설탕 크림커피를 빼먹었는데 건강
에 문제가 생기면 누가 책임을 질 것이냐"고 반문했다.
아예 자판기 커피를 마시지 않겠다는 상당수 직장인들
은 한 발짝 더 나아가 회사 자판기의 관리실태와 원료
를 확인해 책임을 추궁하겠다고 나섰다.

회사원 김모(35)씨는 "내일부터 일단 자판기 커피를
마시지 않을 것"이라며 "멜라민 사태 이후 의심스러웠
던 점들이 하나둘씩 사실로 확인되니 놀랍다. 하루 평
균 자판기 커피를 3~4잔 마셨는데 정말 짹짹하다"고
말했다.

회사원 신모(30)씨는 "커피 크림에도 멜라민이 들어
있을 수 있다는 생각에 자판기를 점검하는 직원에게
팬찮은 것이냐고 물었지만 확답을 받지 못했다"며 "일
단 자판기 커피를 마시지 않고 커피믹스를 몇 개씩 가
지고 다닐 생각"이라고 말했다.

임모(60)씨는 "하루 5~6잔씩 자판기 커피를 먹어 왔
는데 이제는 더 이상 마시지 않을 것"이라며 "회사에서
도 이 기회에 자판기 관리에 더 신경을 써줬으면 좋겠
다"고 주문했다.

2008-09-30 파이낸셜뉴스

‘멜라민 공포’ 전세계 확산 커피자판기 ‘OUT’

사무실과 식당에서 ‘약방의 감초’로 자리 잡은 커피자
동판매기가 멜라민 파동으로 설 자리를 잃어가고 있
다. 파자에 이어 자판기용 커피크림에서도 멜라민이
검출되면서 커피자판기 기피 현상이 두드러지고 있기
때문이다.

하루 3~4잔의 커피를 사무실에 비치된 자판기에서 빼
마시던 직장인 김모씨(43)는 최근 유명 브랜드인 D사
의 봉지커피를 구매해 마시고 있다.

김씨는 "매일 자판기 커피를 몇 잔씩 마셨는데 멜라민
누적으로 몸에 이상이 생기지 않았나 걱정"이라며 "믿
을 수 있는 제품을 구매해 마시고 있다"고 말했다.

커피 대신 아예 차음료를 마시는 경우도 늘고 있다.

회사원 이현아씨(27)는 "멜라민 파동 이후 사무실에
서 습관적으로 마시던 자판기 커피와 커피믹스 대신
녹차, 홍차 등 차음료를 마시기 시작했다"며 "커피자판
기를 찾는 동료들도 줄어든 것 같다"고 말했다.

커피전문점에서도 커피크림이나 유지방이 들어가지
않는 블랙커피를 주문하는 사례가 늘었고 커피 대신
과일주스·차 주문이 늘어났다. 녹차음료를 주로 판매
하는 명동과 대학로, 역삼동에 위치한 ‘오 설록 티 하우스’
는 방문자 수가 2주 전에 비해 큰 폭으로 증가했다.

서울 도봉구에서 작은 식당을 운영하는 이현규씨(63)
는 "최근 멜라민 파동 이후 가게를 찾는 손님들에게 커피
대신 오렌지주스나 녹차를 대접하고 있다"고 말했다.
유통업체에서는 커피크림 및 커피류 상품 매출이
줄어든 반면 차 매출은 늘고 있다.

커피크림의 멜라민 함유 우려가 제기된 지난달 25일부
터 28일까지 이마트의 커피믹스 등 커피류 상품군 매
출은 지난주 같은 기간에 비해 13% 감소했다. 롯데마
트에서도 같은 기간 커피크림 매출이 지난주에 비해

11% 감소했다. 반면 이마트의 차 매출은 5.1% 늘어난 것으로 나타났다.

'멜라민 커피'에 대한 소비자들의 불안감이 상대적으로 안전하고 건강에 무해한 음료에 대한 관심으로 이어지고 있기 때문이다. 소비자들이 안전한 먹을거리를 찾기 위해 식품의 주요성분 및 제조국에 대한 정보를 꼼꼼하게 따지고 있어 대부분 국산 원료를 쓰고 있는 농차업체들은 상대적으로 유리해졌다.

지난해 농차 중금속 검출 파동 이후 대부분의 국내업체는 원료를 국산으로 대체했다.

2008-09-27 SBS 뉴스

"자판기 커피 즐겼는데"...커피크림서도 '멜라민' 식약청, 중국산 305개 품목 유통·판매 금지

〈앵커〉

중국에서 수입돼 국내에 유통 중인 커피 크림에서도 멜라민이 검출됐습니다. 중국산 멜라민 파문이 전방위로 퍼지고 있습니다.

〈기자〉

멜라민이 섞여 있는 중국산 수입식품은 과자뿐만이 아니었습니다.

식품의약품안전청은 중국산 커피 크림 원료를 수입하는 3개 업체의 제품 10건을 조사한 결과, 유창 FC의 '베지터블 크림 파우더 F25'에서 멜라민 1.5ppm이 나왔다고 밝혔습니다.

[손문기/식약청 식품안전과장 : 현재 10여건 정도를 고갈압류하고 있고 판매처에 대해서 회수조치를 실시하고 있습니다.]

식물성 크림이지만 맛을 내기 위한 첨가물 카페인의 원료에 중국산 분유가 포함된 것으로 분석됐습니다. 분말 형태의 이 제품은 이미 타이완에서도 멜라민이 검출된 바 있습니다.

우리나라에는 올해 41톤이 수입돼 이미 25톤은 시중으로 팔려나갔으며, 주로 자동판매기용 믹스 커피나 커피 전문점 등에서 사용됐습니다.

식약청은 또 해태제과 미사랑 카스타드의 제조일자가 다른 2개 제품에서도 추가로 각각 8.6과 8.2ppm씩 멜라민이 검출됐다고 전했습니다.

식약청은 이들 제품은 물론 아직 검사를 하지 못한 중국산 유가공품 함유 식품까지 모두 305개 품목에 대해서 일단 유통과 판매를 금지했습니다.

식약청은 하지만 문제의 커피 크림도 유럽식품안전청의 멜라민 유해 기준으로 볼 때 하루 4천 잔 이상의 믹스 커피를 마셔야 유해성이 나타날 수 있다며 위험성을 너무 걱정할 필요는 없다고 말했습니다.

9월 26일 MBC 뉴스

커피 크림 자판기로 60% 이미 판매

◀ANC▶

문제의 커피크림은 대부분 식당 소형 자판기로 들어갔고 슈퍼에서 팔리지는 않았습니다. 멜라민이 적고 유통량이 많지 않아서 그나마 다행입니다.

박선하 기자의 보도입니다.

◀VCR▶

경기도 화성에 있는 커피가공업체. 수입업체인 유창에 프씨가 중국에서 들여온 '베지터블 크림파우더'를 납품받아 커피믹스를 만든 곳입니다.

여기서 생산된 커피믹스는 판매업체 3곳을 통해 주로 식당 등의 소형 자판기용으로 사용됐고, 일부는 커피전문점으로도 팔려나갔습니다.

◀INT▶커피가공업체 관계자

"노래방으로 가던지,PC방도 있고 그런데 있을 것 아니에요. 식당같은데..미니자판기나간요.."

이미 유통된 멜라민 커피크림의 양은 25톤.

하지만 전체 자판기 시장 규모와 비교하면 극히 일부라고 합니다. 자판기 커피의 경우 커피크림을 중국이 아닌 뉴질랜드나 호주 등에서 수입하는 동서식품과 네슬레가 92% 이상을 점유하고 있기 때문입니다.

제조업체측은 문제의 멜라민 커피크림이 1회용 커피믹스 형태로 생산되지 않았고, 일반 슈퍼나 대형마트로도 납품되지 않았다고 말했습니다.

이번에 커피크림에서 검출된 멜라민 양은 1.5PPM. 중국의 가짜분유에서 검출된 멜라민의 2천분의 1, 미사랑 카스타드와 비교해도 100분의 1에 불과한 양입니다.

50킬로그램의 성인이라면 매일 3086잔의 커피를 마셔야 EU 기준의 안전기준을 초과합니다. 그렇다고 완전히 안심할 수 있는 상황은 아닙니다.

◀ I N T ▶ 구정완 교수/여의도 성모병원 산업의학과 "건강에 영향을 미칠 정도는 아니지만 장기간 동안 많은 양을 복용을 했다면 건강 영향을 전혀 무시할 수는 없을 겁니다." 식약청은 문제가 된 커피크림 가운데 이미 시중에 유통 중인 제품이 어디에 있는 자판기에서 팔리고 있는지 제대로 파악하지 못하고 있습니다. 이들 제품의 회수는 상당히 힘들 것으로 보입니다.

매스컴 보도의 문제점

위에서 살펴본 연합뉴스와 파이낸셜 뉴스의 기사 내용은 마치 '자판기 커피는 전부 멜라민 천지이니 마셔서는 안 된다'는 식이다. 자판기 커피에 멜라민이 검출되었다는 보도 후 후속기사 성격이기 때문에 필드에서 느끼는 불안 심리를 적나라하게 반영하려는 편집의도는 이해가 간다. 하지만 '커피자판기 OUT'같은 자극적인 카피로 자판기 커피는 마치 '공공의 적'과 같이 취급하거나, 자판기 커피를 마시지 않은 분위기를 너무 강조하는 기사내용은 너무 심하다.

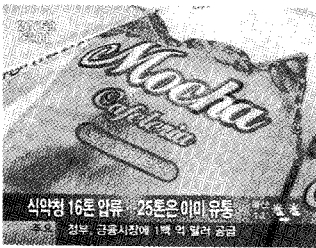
적어도 이런 기사로 인해 미칠 자판기 산업계에 피해에 대해 최소한의 배려가 있었다면 좀 더 신중하고 객관적인 기사화가 이루어 질 수 있었을 것이다. 두 매체다 멜라민이 검출되는 커피자판기는 대형, 소형 구분이 없이 전부라는 전체화에 기사화가 이루어 졌다. 이러한 태도는 기타 매스컴에도 다르지 않다. 멜라민 커피프림을 사용한 자판기가 식당 로케이션의 미니 커피자판기에 해당되는 문제인데도 불구하고, 전체 자판기의 문제인 것 마냥 사태의 본질을 왜곡했다.

대형 커피자판기의 경우 이번 문제가 되는 멜라민 커피프림을 쓴 곳은 거의 없는 것으로 알려 졌다. 그럼에도 불구하고 일반 소비자의 인식은 자판기하면 '대형 자판기'를 연상하는 게 보통이다. 즉 내가 지하철이나 건물 등에서 사용하는 자판기를 색안경을 끼고 본다는 게 문제이다. 당연히 문제가 있다면 지탄을 받고 시정이 되어야겠지만 문제도 안 되는 대상까지 싸잡아서 비난을 받는다는 것은 억울하다. 각 매스컴 보도가 이러한 사실을 간과한 채 전체 자판기 문제로 호도시킨다는 점은 분명 잘못되어 있다.

이 시점에서 또 하나의 보도를 보자. 앞서 9월 26일 MBC보도는 각 매스컴이 취급한 보도사례 중 가장 객관적이고 책임감 있는 보도라 할 수 있다. 이 보도 내용에서는 문제가 된 커피믹스가 판매업체 3곳을 통해 주로 식당 등의 소형 자판기용으로 됐다는 사실을 알리고 있다. 아울러 이미 유통된 멜라민 커피크림의 양은 25톤으로 전체 자판기 시장 규모와 비교하면 극히 일부라는 사실도 밝히고 있다. 자판기 커피의 경우 커피크림을 중국이 아닌 뉴질랜드나 호주 등에서 수입하는 동서식품과 네슬레가 92% 이상을 점유하고 있다는 내용까지 보도를 했다.

이같은 객관적인 보도는 필요이상의 소비자 불신을 조장하지 않게 한다. 또 사실 그대로 보도를 함으로써 시

멜라민이 들어 있다 해도 하루 3000여 잔을 마셔야 EU 안전기준을 초과한다고 한다. 그럼에도 불구하고 소비자들은 마치 '자판기 커피를 마시면 큰일 나는 식'으로 인식하기 시작했다. 게다가 멜라민이 들어간 자판기 커피를 마실 확률은 극히 낮음에도 불구하고 필요이상의 불안감을 조장하게 만들었다는 점이 문제인 것이다.



청자의 잘못된 판단을 최소화한다. 사태의 본질을 제대로 인식하고 '부화뇌동'하지 않고 현명한 판단을 내릴 수 있게 하는 것

도 쓸 수밖에 없었다.

멜라민 파동이 자판기 업계에 던지는 과제

그렇다면 왜곡된 멜라민 자판기 보도에 대한 자판기 업계는 그 역울함을 충분히 풀만큼 적극적인 대응을 했을 까. 결과는 아쉽게도 그렇지 못하다. 산업계는 당장은 역울하지만 '시간이 지나면 해결 될 일'로 치부하는 분위기였다. 거대한 매스컴의 힘에 어쩔 수 없어 하며, 그저 쓰린 속을 달래려했던 분위기였다고 할 까. 물론 일부 개별적인 매스컴에 대한 항의와 정정보도 요청은 이루어지기도 했지만 산업계가 결집하여 왜곡된 보도를 바로 잡으려는 대응까지는 미치지 못했던 것이다. 한번 보도된 사실이 대해 정정보도가 이루어 지기는 쉽지 않을 일. 또 설령 정정보도가 이루어진다고 해도 이미 보도된 사실은 소비자의 인식을 선점해 '완전 없었던 일'로 만들 수는 없다. 역울하지만 감내해야하는 상황. 시간이 모든 것을 해결해 주기를 바라는 상황이 되어 버린 것이다. 이런 매스컴의 습성 앞에 무기력하게 당하기 만하는 자판기 산업계의 현실이 서글프기는 하다. 하지만 이런 상황을 반면교사(反面敎師)해 다시는 되풀이 되는 일이 없게 해야 할 것이다. 과연 이번 사태는 산업계에 어떤 시사점을 남기고 있나? 다시는 이런 일이 없게 하기 위해서 어떤 변화들이 모색되어야 하는 가?

한편으로 멜라민 커피프림 사태를 보는 시각에 있어 '터질게 터졌다'는 시각도 있다. 한 운영업체 사장은 "그간 미니 커피자판기의 원료로 주로 사용이 되던 저

이다.

모든 매스컴의 MBC뉴스 같은 자세를 견지했다면 이렇게 파장이 크지 않을 것이다. 하지만 대다수의 매스컴이 '자판기 커피는 멜라민 커피'라는 식의 자극적인 보도를 일삼았다.

이렇다보니 자판기 커피는 마시면 위험한 커피로 소비자에게 인식되기 시작했다. 사실 멜라민이 들어 있다 해도 하루 3000여 잔을 마셔야 EU 안전기준을 초과한다고 한다. 그럼에도 불구하고 소비자들은 마치 '자판기 커피를 마시면 큰일 나는 식'으로 인식하기 시작했다. 게다가 멜라민이 들어간 자판기 커피를 마실 확률은 극히 낮음에도 불구하고 필요이상의 불안감을 조장하게 만들었다는 점이 문제인 것이다.

커피자판기 운영 매출이 줄고, 소비자 불신이 가중되자 자판기 운영업체는 비상이 걸렸다. 대형 운영업체들은 자사가 운영하는 자판기는 '멜라민과는 무관하다'는 사실을 알리는 해명문을 자판기 판넬에 부치느냐 분주해 졌다. 역울하고 답답하기는 하지만 어찌피벌어진 일 앞에 손을 놓고 있을 수는 없었던 것. 하루 빨리 소비자 불신을 해소하기 위해서는 이런 방법이라

가 함량 미달 제품이 언젠가는 문제를 일으킬 것으로 봤다”며 “이번 자판기 커피프림의 멜라민 파동은 이런 점에서 볼 때 예상되었던 일이라도 할 수 있다”고 밝혔다

이 운영업자의 말처럼 그동안 미니 커피자판기 분야는 자격 미달의 저가 제품들이 주로 공급되었던 게 사실이다. 미니 커피자판기가 렌탈장비로 전락을 해 내용 상품 공급에서 수익을 창출하는 사업 모델이다 보니 이런 문제가 생겨난 것이다.

렌탈 사업자들은 가격 경쟁력을 갖추기 않고서는 살아 남기 힘들다보니 싼 가격대의 내용상품을 선호하기 마련이다. 실제로 필드에서는 소비자의 입맛보다는 가격이 싼 제품이 공급되는 시장 구조가 주류를 이루었다. 이렇다보니 가격 경쟁력을 갖춘 중국산 제품들이 국내 수입 유통되는 현실에 이른 것이다.

이번 중국산 멜라민 커피 사태는 이런 유통현실에 경종을 울려준 일대 사건이라 할 수 있다. 소비자의 식품 안전은 중요시 않고 저가 제품만을 선호하는 미니 커피자판기 렌탈 시장의 폐단은 이번 일을 계기로 개선이 되어야 한다. 당당히 품질로 승부하고, 소비자에게 진정으로 사랑받는 유통기기로 거듭나야 할 것이다. 미니 커피자판기가 식사 후에 제공되는 '공짜커피'의 한계를 뛰어 넘어 품질로 승부하려는 자세를 보일 때 제2의 멜라민 커피프림 사태는 발생되지 않을 것이다. 미니 커피자판기가 서비스기기가 아닌 진정한 자판기로 취급을 받기 위해서는 기본을 강화하는 일에 무엇보다 중요하다는 사실을 명심해야 한다.

자판기 업계, 많은 것을 잃었지만 전화위복의 계기로 삼아야

자판기 업계는 이번 일로 많은 것을 잃었다. 지난 9월 말 이후 커피자판기 매출이 큰 폭으로 줄었을 정도로



후유증이 거셌다. 또 많은 자판기들이 아무런 죄도 없이 해명문으로 도배를 해야 하는 상황을 만들

었다. 무엇보다 소비자 신뢰에 치명적인 타격을 끼친 점은 심각하다.

물론 ‘시간이 가면 잊혀 진다’는 자세로 문제의 본질을 피해갈 수도 있다. 하지만 소비자들에게 ‘자판기 커피는 안 좋아’ 하는 인식이 이번 사태로 인해 소비심리의 근저에 깊게 각인이 되었다고 봐야 한다. 다시 말해 소비자는 가급적 자판기 커피를 마시려하지 않는 심리가 커졌다고 볼 수 있다.

가뜩이나 자판기 커피가 경쟁력을 잃는 상황에서 악재로 이런 악재가 없다. 그런데 업계 분위기는 ‘너무도 체념적이라 할까’, 이 문제에 대한 심각성을 가볍게 보는 듯한 분위기이다. 어쩔 수 없는 상황에서 때로는 문제의 본질을 피해가는 것이 차라리 속 편할 수도 있겠지만 이는 임시적인 미봉책에 불과하다. 중요한 점은 이번 사태를 통해 소비자 신뢰를 강화하여 자판기가 어떻게 생존가치를 높여가야 하는 지에 대한 뼈를 깎는 성찰이 이루어져야 한다는 점이다. 그렇지 못하고 시간이 가면 해결되는 문제로 가볍게 봤다가는 차후 똑같은 일들이 반복될 가능성이 크다.

소비자 신뢰회복을 위해서는 자판기 식품안전과 위생을 강화하려는 노력들을 배가하여야 한다. 자판기 커피가 결코 식품안전에 문제가 있고 비위생적인 음료가 아니라는 점을 소비자가 직접 체험하여 느낄 수 있게 해야 한다. 이를 위해 자판기 관리에 더욱 만전을 기해

이번 자판기 멜라민 커피프림 사태는 자판기 운영이 좀 더 선진화, 고객 중심화 되어야 하는 과제를 안겨주고 있다. ‘고객이 없는 자판기는 결코 있을 수 없다’는 사실을 유념하고 이번 멜라민 사태를 전화위복의 계기로 삼아야 할 것이다.

야 하지만 제도적인 방안도 필요하다. 이번 사태가 중국산 저가 내용물로 인해 문제가 된 만큼 고품질이며, 식품 안전성이 검증된 내용상품에 대한 ‘품질인증제’의 도입도 검토해 볼 필요성이 높다. 즉 일정 자격을 갖춘 내용상품 업체 제품을 한정하고, 이 내용물에 대한 식품 안전검사를 통해 인체에 무해하다든 것을 입증해 소비자에게 안심하고 이용할 수 있게 하는 것이 취지이다.

현행 자판기의 성능에 있어서는 KOVA 인증마크가 그 역할을 하고 있다면 이제 내용상품에 대해서도 KOVA 마크 같은 인증제도를 도입할 필요성이 높다. 아예 기존 KOVA마크에 내용물 인증도 포함시키는 것도 한 방법이다.

어쨌든 자판기 업계가 소비자 신뢰성 강화라는 절대절명의 과제를 중시한다면 내용상품 인증마크같은 제도적인 방안을 모색해야 한다. 개별업체 자율에 소비자 신뢰성 향상의 과제를 맡겨 놓기에는 한계가 있다. 산



업계 전체가 그 필요성을 절감하고 객관적인 사실로 입증할 수 있는 방안을 강구해야 하

는 것이다.

물론 혹자는 ‘업체의 내용상품 선택 재량을 제한하고, 메이저 업체 제품 입지만을 강화해 주는 게 아니냐’ 하는 반론이 있을 수 있다. 하지만 점점 고급화, 세분화되는 소비자의 기호를 중시한다면 낮을 놓고 있을 수만은 없다. 저가 자격미달의 제품이 유통되는 현실을 방지하다가는 이번 멜라민 사태 이상의 심각한 상황이 발생할 수 있음을 간과해서는 안된다.

내용물 품질인증제도를 시행한다고 해도 메이저 업체의 제품만이 대상이 될 수는 없다. 어떤 제품이라도 자격요건을 갖추고 있으면 대상이 된다. 결코 내용상품 품질인증제가 메이저 업체의 입지만을 강화하는 제도가 될 수 없는 이유가 여기에 있다.

이제 업계 전체적인 입장에서는 내용물 품질인증제도 같은 제도적 방안의 도입을 서둘러야 한다. 또 이런 제도가 아니더라도 개별운영업체 입장에서는 자발적인 내용상품의 고급화와 철저한 위생관리 작업에 소홀함이 없어야 한다. 이번 자판기 멜라민 커피프림 사태는 자판기 운영이 좀 더 선진화, 고객 중심화 되어야 하는 과제를 안겨주고 있다. ‘고객이 없는 자판기는 결코 있을 수 없다’는 사실을 유념하고 이번 멜라민 사태를 전화위복의 계기로 삼아야 할 것이다.