

푸드뱅크(Food Bank) 정착 및 활성화를 위한 정책방안

The Policy on the Revitaization of Food Bank

정기혜 한국보건사회연구원 식품영양정책팀장

푸드뱅크는 기부자, 푸드뱅크 운영자, 이용자의 세축으로 구성된 식품을 매개로 하는 사회복지제도로 시식 가능한 식품을 무료로 기부 받아 무료로 이용자에게 배분하는 제도이다. 식품업체가 주요 기부자이고, 이용시설, 사회복지관 등이 푸드뱅크 운영자이며, 이용자는 시설 및 소년소녀가장 등 주로 사회 저소득계층이다. 1998년 도입된 푸드뱅크의 조직은 전국-광역-기초푸드뱅크의 체계로 구축되어 있으며 2007년 현재는 전국에 295개 기초푸드뱅크가 운영되고 있다.

1967년 잉여 농산물을 배분하기 위해 미국에서 처음 시작된 푸드뱅크는 유럽, 오세아니아 등에 전파되었고, 독일은 정상제품을 기부 받아 저가로 파는 푸드마켓 형태로 운영하고 있다.

음식자원의 낭비 예방 및 사회 소외계층에 대한 복지 제도로 의의가 큰 푸드뱅크는 최근 경기침체 등으로 기부량이 감소하면서 활성화의 걸림돌이 되고 있지만 기부품 종류 및 이용자의 다양화는 바람직한 현상이 되고 있다.

푸드뱅크의 도약을 위해서는 기술기부를 포함한 기부량의 증대, 냉장냉동제품을 포함한 기부식품의 안전성 확보, 푸드뱅크별 특색있고, 차별화된 발전 추구, 그리고 기부에 관한 사회적 혜택 확대 등의 조치가 필요하다.

1. 들어가며

푸드뱅크(Food Bank)는 시식 가능한 식품을 기부자가 무료로 푸드뱅크에 기부하면 푸드뱅크 운영자는 기부된 식품의 종류에 따라 이용자에게 무료로 배분해 주는 식품이 매개로 이루어지는 사회복지 시스템이다.

푸드뱅크는 1967년에 미국에서 잉여 농산물을 배분하기 위한 사회운동으로 전 세계적으로 처음 시작되어 이웃국인 캐나다를 위시하여 현재는 프랑스 등 유럽 15여 개국, 호주, 뉴질랜드, 필리핀 등에 전파되었으며 우리나라도 외환위

기를 지나면서 1998년에 보건복지가족부에서 처음 도입하여 그해 시범 사업을 거쳐 2007년 말 현재 1개 전국 푸드뱅크와 295개 기초 푸드뱅크가 운영되고 있다.

푸드뱅크의 주요 사업은 식품을 기부 받아 배분하는 것이나 국가마다 다소 차이가 있다.

미국은 애당초 잉여 농산물의 무료 배분을 목적으로 제도를 시작하였지만 현재는 생필품, 사무용품 등까지 대상 품목을 확대하여 기부를 받아 배분하고 있다.

우리나라 푸드뱅크는 아직까지 식품류의 기부, 배분이 주사업이며 대상 식품은 시식이 가

능하지만 유통기한이 얼마 남지 않은 가공식품, 당일에 팔다남은 생식품 및 조리식품, 식품업체의 시식 견본용 제품 등이며 품목별로 보면 가공식품이 전체 기부품의 40% 이상으로 주류를 이루고 있다.

우리나라의 푸드뱅크는 1998년 도입된 이래 기부량이 지속적으로 증가하면서 양적으로 성장하였으나 최근 2~3년 사이에는 기부량이 감소하면서 성장세가 주춤하고 있다. 2005년 기부액이 현금으로 환산하여 39,577,354천원이던 것이 2007년에는 34,623,322천원으로 감소하고 있다.

푸드뱅크 사업은 자원 절약, 사회 연대감 확산, 이웃돕기 등의 많은 장점이 있는 사업으로 성장기부량과 이용량 증가를 위한 국가 차원의 지원이 필요한 바, 우리나라도 2006년 식품기부활성화에관한법률이 제정되어 기부자를 보호하게 되었다.

여기서 유의해야 할 규정은 안전한 기부품만이 법의 보호를 받을 수 있는데 안전한 식품이란 우리나라의 경우에 기부당시 유통기한이 지나지 않은 제품을 말한다.

이처럼 푸드뱅크는 다른 사회복지제도와는 달리 식품을 수단으로 하기 때문에 식품위생법에 저촉을 받는다.

현재 우리나라 푸드뱅크는 한국사회복지협의회내에 전국 푸드뱅크가 설치되어있으며, 광역지자체에는 광역 푸드뱅크, 각 기초지자체에 기초 푸드뱅크가 설치되어있으며, 주로 사회복지사와 자원봉사자에 의해 운영되고 있다.

이처럼 나름대로 사업이 정착되고, 확대되고 있으나 한 가지 유념할 사항은 푸드뱅크 사업이 식품을 대상으로 하기 때문에 식품안전이 담보되어야 한다는 것이다.

이런 차원에서 본 고에서는 푸드뱅크 현황 파악 및 향후 활성화를 위한 정책제언을 개진하고자 한다.

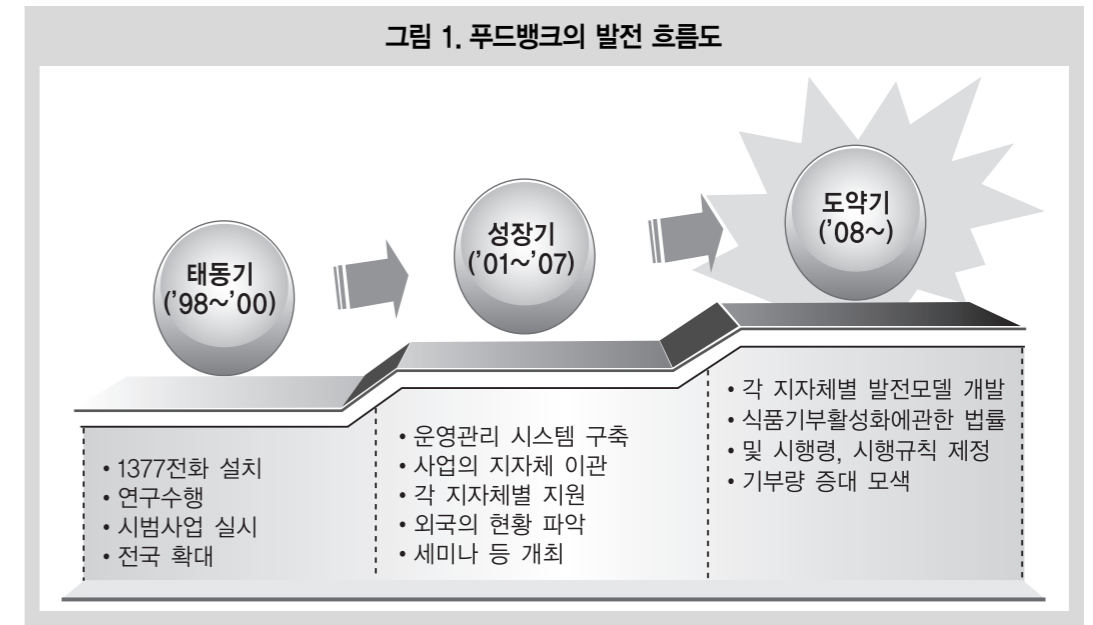
2. 푸드뱅크 발전 연혁

[그림 1]에는 1998년 도입되어 현재에 이르고 있는 푸드뱅크의 발전 연혁이 태동기, 성장기, 도약기로 구분되어 흐름도가 제시되어있다.

1) 도입기: 외국의 푸드뱅크 제도 검토 및 전국 시범사업 시작

1997년 외환위기를 맞으면서 사회 취약계층에 대한 지원이 더욱 필요해진 사회 여건하에 보건복지부의 100대 국정과제 중 음식문화 개선사업의 한 방편으로 식품자원 낭비를 예방하기 위한 푸드뱅크 사업이 1998년 도입되기 시작하였다. 1월부터 부산, 대구, 과천을 대상으로 푸드뱅크 시범사업을 실시하였고, 좋은 성과에 근거하여 9월에 전국으로 확대하였고, 푸드뱅크용 특수전화인 1377을 설치하기에 이르렀다.

또한 푸드뱅크의 국내 도입을 위한 정책연구가 한국보건사회연구원에 의해 1998년 6월부터 12월까지 수행되어 제도적 근거를 마련하였다¹⁾.



2) 성장기: 전국·광역 푸드뱅크 설치 및 푸드뱅크의 양적 확산

새로 시작하는 복지사업으로 예산·인력·인프라 등의 현실적인 제약에도 불구하고 푸드뱅크 사업이 중앙정부에서 각 지방자치단체로 이관되며, 각 지자체별 지원방안이 마련되어 지원되기 시작하였다. 지자체에 따라 지원 방안은 상이하였으나 주로 인건비, 차량 유류비, 냉동 차량 등 물품의 지원이 이루어졌고, 일부 지자체에서는 외국의 운영 현황을 견학하기 위한 출장이 수행되었으며, 푸드뱅크 사업의 발전과 홍보를 위한 관련 연구 추진 및 정책 간담회 등이 개최되어 가시적인 성과를 거두었다.

또한 전국 푸드뱅크가 한국사회복지협의회

내에 설치되었고, 시도단위에는 광역 푸드뱅크, 기초 지자체 단위에는 기초 푸드뱅크의 조직이 설치되어 체계화되었다.

특히 2002년 7월에는 기부된 식품의 배분 및 제공경로를 명확히 하는 등 업무 효율화를 위한 푸드뱅크 운영 DB시스템이 구축되어 기본적인 체계가 확립되었다.

3) 도약기: 지자체별 특색있는 푸드뱅크 모형 개발 및 능동적 발전

무료 기부 및 배분이 기본 개념인 푸드뱅크 사업의 성격이 변화하여 일부 기부제품을 특정인에게 저가로 판매하는 푸드마켓이²⁾ 서울시에 출현하는 등 각 지자체별 특색있는 푸드뱅크 형

1) 정기혜 등, 푸드뱅크 정착화 방안, 1998.

2) 서울시 도봉구에 최초 설치되었고, 이용 가능자는 국민기초생활보장수급권자에 한하고 있음.

태로 발전 및 활성화하였다. 동시에 중앙정부에서는 사업 활성화를 위하여 2006년 9월에 식품기부활성화에관한법률 및 시행령, 시행규칙을 제정함으로써 푸드뱅크 사업의 활성화에 큰 기틀을 마련하였다.

3. 푸드뱅크 운영 현황

1) 운영주체

푸드뱅크는 기부자, 운영자, 이용자의 세 요

인으로 구성되어있으며, 운영주체인 운영자의 역할이 가장 크다 하겠다.

기부확대, 기부품의 안전성 확인, 안전한 기부품의 배분 등의 역할을 담당하여야 하기에 식품안전에 관한 전문지식의 함양이 매우 필요하다. 현재 푸드뱅크를 운영하는 운영자(기관)은 대부분 사회복지시설(사)가 주류를 이루고 있다.

2007년 현재 전국에 총 295개소의 푸드뱅크가 운영중이고 푸드뱅크의 운영주체를 살펴보면 <표 1>에 제시된 바와 같이 실제 기부식품을 이용하는 이용시설이 전체의 35.9%로 가장 많은 것으로 나타나고 있다.

표 1. 전국 푸드뱅크 운영 현황

(단위: 개소, %)

구분	계	법인	단체	이용시설	생활시설	자원봉사 센터	시·군·구 직영	기타
전체 (구성비)	295 (100)	54 (18.3)	73 (24.7)	106 (35.9)	38 (12.9)	13 (4.4)	10 (3.4)	1 (0.3)
중앙	1	1	0	0	0	0	0	0
서울	38	9	1	24	0	1	3	0
부산	17	1	1	13	2	0	0	0
대구	14	0	0	9	5	0	0	0
인천	11	3	1	6	0	1	0	0
광주	13	2	3	8	0	0	0	0
대전	7	1	2	2	2	0	0	0
울산	7	1	0	0	0	4	2	0
경기	45	9	21	11	1	2	1	0
강원	19	6	9	2	1	1	0	0
충북	18	6	8	4	0	0	0	0
충남	19	5	7	3	4	0	0	0
전북	15	3	2	5	4	0	1	0
전남	24	3	8	6	6	1	0	0
경북	22	3	4	7	7	0	1	0
경남	21	0	4	5	6	3	2	1
제주	4	1	2	1	0	0	0	0

주: 2007년 12월 현재 기준자료 임.

기부품의 안전성 확보를 위해서는 바람직한 현황이라 하겠다. 투명한 배분이 푸드뱅크 운영의 한 원칙이지만 푸드뱅크의 가장 중요한 역할이 안전한 식품을 기부 받아 안전하게 배분하는 것이기 때문에 기부품의 활용이 바로 이루어질 수 있는 측면에서이다.

2) 기부액 현황

<표 2>에 의하면 2005년 39,577,354천원이었는데 2007년에는 34,623,322천원으로 최근

들어 기부액이 다소 감소하고 있다.

기부에 관한 사회적 인식이 낮은 이유 뿐 만 아니라 경기 침체 등으로 많은 업체들이 재고품을 줄이기 위한 노력으로 사실상 과거에 비해 업체 단위의 시식품, 재고품 등이 적어진 것도 큰이유 중의 하나라 하겠다.

푸드뱅크 사업의 활성화 여부는 기부액수 있다 하겠다. 즉, 기타액이 이용자가 활용할 수 있을 정도로 충분해야 하는데 현재 상황은 이용요구량보다 기부액이 적은 실정이다. 기부를 확대시키기 위해 관련 법령을 제정한 것도 그 이

표 2. 연도별 전국 푸드뱅크 기부 현황

(단위: 천원)

구분	2005년	2006년	2007년
전체	39,577,354	36,982,096	34,623,322
중앙	9,853,563	5,695,611	4,427,721
서울	8,280,879	10,224,596	9,701,527
부산	701,660	1,196,920	1,126,628
대구	804,501	882,372	881,938
인천	1,406,314	1,606,085	1,668,879
광주	869,945	699,350	759,531
대전	383,102	737,803	777,108
울산	1,870,614	468,465	436,664
경기	8,455,056	9,224,933	8,844,847
강원	464,565	545,921	577,961
충북	816,079	1,056,008	1,457,731
충남	2,435,906	1,273,420	1,052,858
전북	553,664	556,507	612,048
전남	934,950	1,166,811	969,344
경북	723,574	665,601	523,866
경남	881,988	842,430	600,964
제주	140,995	139,264	203,708

주: 2007년은 11월말 기준자료 임.
자료: 전국 푸드뱅크 홈페이지

유이다.

푸드뱅크에서는 기부품을 금액으로 환산하여 기부 영수증을 처리하고 있고, 관련 통계 생산도 기부액으로 환산하여 제공하고 있다.

3) 기부품별 현황

푸드뱅크는 안전한 모든 종류의 식품을 기부 받고 있다. 2007년 푸드뱅크에 기부된 기부품

의 종류를 보면 주식류가 전체의 40.3%로 다수를 차지하고 있다(표 3). 푸드뱅크를 시작한 초창기에는 주요 기부품이 빵, 음료류, 과자류 등 주로 간식류에 집중되던 양상이 최근에는 쌀 및 곡류 등의 주식류와 고추장, 된장의 장류 등의 부식류가 많이 증가하고 있는 실정이다.

기부품의 종류는 다양할수록 바람직하다. 즉, 간식류는 고아원에, 주부식류는 원하는 모든 이용시설에 그리고 주류 등은 노인시설에 필요하

므로 기부액이 증가하는 것과 더불어 기부품의 종류도 다양해지는 것이 필요하다.

일부 식품 대기업의 기부에 의존하는 현 상태에서 벗어나 중소기업까지 기부에 참여하는 풍토가 조성되어야 하겠다.

4) 기부품 배분 현황

푸드뱅크에 기부된 기부품은 정상제품에 비해 유통기한이 상대적으로 짧기 때문에 기부시 안전한 제품이라 할지라도 소비가 빨리 이루어져야한다. 즉, 가능한 빠른 시간 내에 기부품이

이용되거나 타 이용시설에 배분되어야 한다. 이런 이유에서 식품을 취급하는 푸드뱅크의 경우는 돈을 주요 매개수단으로 하는 타 사회복지제도와는 달리 배분의 공정성, 투명성보다는 배분의 신속성, 안전성이 더욱 중요한 덕목이 되고 있다.

<표 4>에 제시된 바와 같이 기부액이 미미하게 감소함에 따라 기부품의 배분양도 2005년에는 31,082,299천원이던 것이 2007년에는 26,375,668천원으로 감소하는 추세를 보이고 있다.

표 3. 전국 푸드뱅크 기부품 현황(2007년)

(단위: 천원, %)

구분	계	기부품 분류				
		주식류	부식류	간식류	식재료	기타
전체	34,623,322	13,961,904	6,060,113	6,665,848	5,631,114	2,304,343
(구성비)	(100.0)	(40.3)	(17.5)	(19.3)	(16.3)	(6.7)
중앙	4,427,721	281,954	353,342	2,116,827	1,675,597	0
서울	9,701,527	4,991,303	1,005,773	1,592,528	884,550	1,227,373
부산	1,126,628	598,162	79,537	119,610	67,473	261,846
대구	881,938	349,903	47,521	421,477	54,907	8,130
인천	1,668,879	642,389	319,474	135,598	430,265	141,153
광주	759,531	500,740	89,076	118,569	46,441	4,704
대전	777,108	326,391	81,812	113,786	232,605	22,513
울산	436,664	114,950	239,441	7,815	67,663	6,795
경기	8,844,847	4,686,208	2,280,928	1,016,120	732,024	129,566
강원	577,961	173,141	180,161	33,691	190,932	37
충북	1,457,731	296,564	282,031	245,315	441,267	192,555
충남	1,052,858	171,663	411,490	170,117	125,822	173,766
전북	612,048	218,950	125,546	72,576	191,501	3,475
전남	969,344	100,128	302,711	249,385	201,144	115,977
경북	523,866	208,825	153,338	73,243	74,282	14,178
경남	600,964	225,188	86,150	91,975	196,275	1,376
제주	203,708	75,446	21,783	87,213	18,366	900

주: 2007년 1~12월 현재 집계현황 임.
자료: 전국 푸드뱅크 홈페이지

표 4. 기부품 배분실적 현황

(단위: 천원)

구분	2005년	2006년	2007년
전체	31,082,299	28,601,992	26,375,668
서울	8,046,225	9,279,803	9,442,525
부산	980,203	1,030,229	973,762
대구	1,229,823	788,517	851,513
인천	1,697,328	1,269,913	756,232
광주	908,141	514,126	340,097
대전	560,191	785,408	1,756,638
울산	1,707,780	350,456	364,005
경기	7,036,492	7,313,970	6,649,793
강원	780,004	1,043,199	780,011
충북	1,483,820	1,323,195	1,254,808
충남	2,557,607	1,407,764	421,131
전북	808,879	694,839	747,986
전남	788,868	888,977	681,849
경북	1,138,125	819,686	574,261
경남	1,097,140	903,330	632,942
제주	261,672	188,582	148,115

주: 2007년 12월 현재 기준자료 임.
자료: 전국 푸드뱅크 홈페이지

5) 이용자별 배분 현황

<표 5>에는 푸드뱅크에 기부된 기부품을 배분받아 이용한 이용자 현황이 제시되어 있다.

이용자는 개인이용자와 단체이용자로 구분할 수 있으며, 주로 단체 이용자가 대부분이다. 1,650,331천원을 배분받은 저소득가정이 우선 순위로 나타났고, 그 다음은 저소득 독거노인, 기타, 저소득 장애인 등의 순이었다.

타 사회복지제도와 달리 푸드뱅크 기부품의 배분은 이용자 특성에 따라 식품별로 적정하

게 배분되어야 한다. 즉, 간식류라도 과자류와 아이스크림류 및 막걸리 등 주류는 구분되어 배분되어야 한다. 그러나 주, 부식류는 이용자 특성에 상관없이 원하는 시설에는 배분이 가능하다.

푸드뱅크 초기에는 주로 이용시설에 수용되어 있는 이용자가 대부분이었으나 최근에는 결식아동, 독거노인, 소년소녀가장 등 배분 대상자가 다양해지고 있어 푸드뱅크 사업 범위가 확대되고 있음을 알 수 있다.

표 5. 2007년도 이용자별 배분 현황

(단위: 천원)

구분	합계	결식아동	결식·저소득 독거노인	저소득 장애인	소년소녀 가장	편모편부 가정	생계보호 등 저소득가정	기타
전체	4,623,049	151,899	1,301,098	455,868	58,614	184,500	1,650,331	820,739
서울	301,939	0	126,292	10,259	0	1,881	41,736	121,770
부산	35,647	20	4,137	17,323	50	74	7,450	6,594
대구	135,951	3,632	36,951	29,132	1,364	16,284	40,892	7,696
인천	578,222	28,437	193,281	45,397	3,800	12,058	243,041	52,208
광주	253,016	20,473	98,933	65,747	3,532	5,081	53,318	5,933
대전	124,362	5,408	52,019	2,599	0	3,960	7,641	52,735
울산	67,670	50	18,641	2,576	203	356	11,311	34,533
경기	1,234,057	66,684	340,188	147,186	13,408	87,915	440,408	138,267
강원	288,591	6,208	84,787	15,310	10,677	6,523	133,994	31,093
충북	645,908	2,418	49,072	34,211	683	4,793	406,002	148,730
충남	242,654	1,366	58,589	27,434	909	8,667	122,033	23,657
전북	56,725	3,418	26,122	7,530	1,016	275	12,715	5,650
전남	368,150	6,334	121,486	23,441	17,815	28,698	36,975	133,401
경북	134,217	2,873	35,042	16,644	2,564	2,033	53,793	21,268
경남	132,025	3,459	42,566	8,355	2,267	5,667	32,723	36,988
제주	23,915	1,119	12,993	2,724	327	237	6,298	217

주: 2007년 1~12월 현재 집계현황임.
자료: 전국 푸드뱅크 홈페이지

6) 기부자 현황

<표 6>에는 서울시 푸드뱅크에 기부한 기부자 현황이 제시되어 있다.

2007년 서울지역 푸드뱅크에 등록된 기부자의 수는 총 2,973개소(명)이지만 지속적으로 기부를 하는 총수는 이중의 약 25% 정도인 740개소(명)으로 추산하고 있다.

기부자의 업종을 살펴보면 식품 도소매업이 전체의 23.6%로 가장 많고, 다음은 즉석판매 제조업과 식품제조가공업의 순으로 나타나고 있다.

이런 경향은 지역의 산업적 특성에 따라 다를 것이다.

표 6. 서울지역 푸드뱅크 기부자 현황

(단위: 개소, %)

구분	기부자(업체) 수	비율
합계	2,973	100.0
식품제조·가공업	387	13.0
즉석판매·제조업	527	17.7
식품도·소매업	700	23.6
식품접객업	182	6.1
집단급식소	96	3.2
일반가정	379	12.8
기타	702	23.6

주: 2007년 6월 현재
자료: 서울특별시사회복지협의회(2007). 서울특별시 푸드뱅크 관리운영 안내.

7) 식품안전 현황

1998년 도입된 이래 푸드뱅크에서 식중독 등 식품안전 사고가 발생되었다는 보고는 아직 한

건도 없다. 미보고 일수도 있고, 비교적 위해발생 가능성이 상대적으로 적은 가공식품이 주요 기부품이었기 때문일 수도 있다.

푸드뱅크에 기부되는 식품의 안전성 확인은 기부시 유통기한 경과 여부를 확인하는 것이 첫 단계의 조치이고, 관능검사에 의한 배분을 위한 기부식품의 안전성 확인이 다음 조치이다. 관능검사는 정상제품의 수입 시 검사하는 한 방법이며 전 세계적으로 푸드뱅크에서 기부품의 안전성 확인에 사용되고 있는 방법이다.

기부시 유통기한이 경과하지 않은 식품이라도 취급부주의 등으로 인해 상할 우려가 있어 유통기한 경과 여부 등에 관계없이 반드시 모든 기부품을 대상으로 표본으로 1~2개 정도 포장

을 뜯어 내용물을 검사한 후 배분도록 하여야 한다. 특히 여름철과 위해도가 높은 식품은 반드시 관능검사를 실시하고 배분하여야 하며, 조리식품은 수령 후 배분 전에 반드시 재가열하고 섭취 전에도 재가열하도록 지도하여 향후 식품안전사고를 방지하여야 한다

8) 푸드뱅크 발전 현황

푸드뱅크의 조직체계는 전국 → 광역 → 기초로 체계화 되어있으나 운영체계는 각 지자체별로 지역특성에 맞게 차별화 필요가 있다. 특히 푸드뱅크는 기부품의 안전성을 확보함이 가장 우선되어야 하기 때문에 빠른 소비가 권장되고 있고, 이르기 위해서는 지역단위의 활성화가 요구된다.

푸드뱅크의 운영 형태도 다양화되는 추세로 발전하고 있는데 서울시에서는 푸드뱅크와 더불어 다른 모형인 푸드마켓도 일부 자치구에서 운영하는 등 지자체별 발전 모형이 지역 여건에 맞게 각기 다르게 발전하고 있다.

<표 7>에는 푸드뱅크의 단계별 발전 모형이 도입기, 성장기, 도약기별로 구분되어 특징이 제시되어 있다.

우리나라 푸드뱅크의 대부분이 성장기에 머

무르고 있는 것으로 평가되고 있다. 향후에는 도약기로 발전되어야 하는데 도약기의 특징은 국제교류를 통한 사업 발전 도모를 위시하여 프랑스처럼 전문지식까지 기부 받는 기부품의 확대와 캐나다처럼 수혜대상자를 흉수나 폭우 등 자연재해시 한시적인 대상자에게 지원을 하는 사업 범위 확대가 이루어져야 한다.

또한 기부품의 종류가 다양화되면서 안전관리를 위한 시설적인 대비가 필요한바 호주처럼

표 7. 푸드뱅크의 단계별 발전 모형

구분	도입기 (1999년 이후)	성장기 (2000년 이후)	도약기 (2008년 이후)
조직 및 운영	총괄조직 설립	전국 조직 확대	국제교류 추진
기부품	식품류 일부 생활용품	식품류 생활용품	식품류 및 생활용품 신선식품 전문지식
분배방식	무료분배 일부 무료급식	무료분배 무료급식	무료급식 저가 판매 무료분배
운영예산	중앙정부 및 지자체 지원	지자체 지원 자체마련	일부지원 자체마련
전담 인력	기존인력 공공근로인력	자원봉사자 상근직 인력	상근직 인력 자원봉사자
수혜대상자	시설수용자 일부 개인	시설수용자 개인	시설수용자 및 개인과 한시적 대상자
관련법 및 제도	기부자보호법 제정 및 세금감면확대	식품기부활성화에관한법률 제정	좌동
홍보활동	관민협동	관민협동	관민협동 홍보전문가
기부유인방안	공공시설 이용할인		
시설 및 장비	사무실 및 기본 장비 마련	컴퓨터 완비, 냉장·동차 구비	저온유통시스템 (차량, 창고) 완비
정보화	기반조성	광역푸드뱅크 구축	완전 구축

자료: 정기혜 등.

냉장 냉동 창고를 광역단위별로 구비토록하며, 이런 시설을 운영하기 위해서는 향후 기부품의 저가 판매도 적극적으로 검토되어야 할 것이다.

4. 외국의 운영 현황

1) 미국, 캐나다 등 북미

1967년 미국에서 푸드뱅크 사업이 최초로 시작되고, 가장 활발한 활동을 하고 있으며, 현재는 푸드뱅크 사업이 연방 정부차원의 사업으로 정착되어 식품뿐만 아니라 비누 등 생활용품 및 컴퓨터 등 사무기기도 기부되고 있다.

또한 미국의 경우에 푸드뱅크 운영 및 관리에 고등학교 학생 등, 각 단체에서 주기적으로 인적 자원봉사를 하고 있고, 기부된 물품은 자원봉사자에 의해 재포장되어 저가로 이용자에게 제공되고 있다.

기부에 대한 다양한 혜택이 제공되고 있는데 세금감면을 물론 공공 휴양지의 저가 이용 등이 제공되고 있다.

업체 등의 기부 촉진을 위한 관련 법령이 제정되어 있다.

캐나다는 미국의 영향을 받아 1981년 푸드뱅크 사업이 시작되었고, 지역적 여건에 의해 사업범위가 확대 추진되고 있다. 즉, 지역적인 영향으로 자연재해(눈사태 등)가 다발하는 점을 고려하여, 푸드뱅크 사업의 지원대상을 일시적으로 자연재해에 의해 고립된 사람까지 확대하여 실시하는 특색이 있다.

2) 프랑스 등 유럽

미국에서 전파되어 유럽은 1984년에 프랑스의 천주교 단체에서 처음 푸드뱅크사업이 시작되었다.

1986년에 유럽연합 조직이 설치되었고 현재는 10여 개국 이상이 사업을 추진하고 있다. 브뤼셀에 유럽연합의 중앙본부가 있고, 각 국가별 중앙단위 조직과 지방조직이 지역별로 조직되어 있으며, 개인보다는 주로 업체의 기부를 받으며, 다국적 식품업체가 주요 기부주체이다. 식품은 물론 생활용품, 성금도 기부 받고 있으며, 기부 받은 물품과 유럽 내 잉여 농산물을 국가별로 분배하고 아프리카 지역 등 세계 난민 구호활동도 전개하고 있다.

기부품의 종류가 다양하여 물품과 더불어 개인의 기술까지 기부 받고 있다. 정부에서 예산 지원을 받는 시설에는 지원을 하지 않고 있으며 다른 나라와 달리 푸드뱅크 활동목적에 음식물 낭비를 줄이는 것을 명문화하고 있다.

3) 독일

1986년 푸드뱅크 개념을 도입하여 다른 국가들과는 달리 푸드뱅크용 슈퍼를 운영하고 있다. 즉, 푸드뱅크용 슈퍼마켓을 설치하여 기부된 물품을 정상가격의 40% 가격으로 이용자에게 팔고 있다. 우리나라 푸드마켓과 비슷한 형태이기는 하지만 다른 점은 기부 받는 물건이 정상제품이라는 점이다. 이용자들은 푸드뱅크 이용카드를 발급받아야 하고, 월 2~3회로 구매기회가 제한되고 있다.

기부식품을 판 대금과 기부금을 모아 푸드마켓 운영비로 사용하고 있다.

4) 호주, 뉴질랜드 등 오세아니아 현황

호주의 푸드뱅크 운영은 미국 등과 대동소이하다. 무료로 기부를 받아 저가에 팔고, 발생하는 이윤은 푸드뱅크 운영비로 사용되고 있는 것이다.

호주의 경우에 시드니에 전국 푸드뱅크 연합회가 있고, 시드니 지역의 푸드뱅크는 따로 설치되어있다.

시드니 푸드뱅크의 경우에 냉장냉동 창고를 보유하여 기부품의 안전성을 확보하고 있고, 기부품의 2~3%는 푸드뱅크 차원에서 폐기처분되고 있는 실정이다.

5. 푸드뱅크 발전을 위한 정책제언

1) 기부 확대

푸드뱅크 사업이 활성화되기 위해서는 수요량 대비 공급량이라 할 수 있는 기부량이 충분해야 한다. 호주의 경우 푸드뱅크에서 폐기되는량이 전체 기부량의 2~3% 내외가 될 만큼 기부량이 충분하다고 한다. 폐기량이 발생되지 않을 정도로 기부량을 확대하는 방안이 모색되어야 하는데 정부차원의 기부업체 세제 지원 쪽 확대 등과 홍보 강화 등의 여러 방안이 있을 수 있다.

특히 명절 등 특정일을 중심으로 기부되는 한시적 기부보다는 기부를 생활하는 기부문화 정

착으로 기부량의 확대와 지속성을 유지하는 방안이 적극 마련되어야겠다.

2) 기술기부 도입

최근들어 해마다 기부량이 감소하고 있는데 이용자의 수요를 충족할 수 있는 기부량의 확보는 푸드뱅크의 활성화에 근간이 된다.

물품의 기부 뿐 만아니라 프랑스타입 기술기부도 이루어져야겠다.

프랑스 푸드뱅크의 기술 기부를 타산지석을 삼을 수 있다. 즉, 제빵사가 일정 기간동안 푸드뱅크에 빵을 만들어 주거나 홍보 전문가가 기부량을 증가시키기 위해 푸드뱅크에 관한 홍보자료, 이벤트 등을 기획해 주고 있는데 이런 인력들은 특정회사에서 해당 인력을 일정기간 동안 푸드뱅크에 파견시켜 일을 돕게 하는 기술기부인 경우가 대부분이라 한다.

특히 우리나라도 푸드뱅크 기부품의 안전성 확보를 위해서 식품관련 인력의 기술 기부는 매우 의미 있는 기부품이 될 수 있을 것이다.

3) 기부식품 안전성 확보

푸드뱅크 사업의 성패는 기부품의 안전성 확보에 달려있다고 해도 과언이 아니다. 푸드뱅크에 기부된 기부품에 의한 식중독 등 식품사고가 발생할 시 사업 기반이 흔들릴 수 있기 때문이다.

상온제품은 유통기한 경과여부 등 안전성 확보를 위한 주의가 필요하고, 최근 기후 온난화 및 식품산업의 발전에 따른 냉장냉동제품이 많

아지고, 이의 기부도 증가하면서 호주와 마찬가지로 냉장 냉동 창고의 구비가 필요하게 되었다. 즉, 냉동냉장차량과 더불어 완벽한 저온유통시스템이 완비되어야 할 것이다.

또한 푸드뱅크 운영자는 기부식품을 안전하게 배분하고, 선별할 수 있는 식견이 확보되어야 하므로 이들을 대상으로 식품안전에 관한 체계적인 교육 및 홍보가 절실히 필요하다. 기부품의 안전성을 확보하는 또 다른 방안은 전문가의 도움을 요청하는 것으로 푸드뱅크 운영자는 기부식품의 안전성을 확신할 수 없을 경우 주변 전문가의 도움을 받도록 평상시 전문가를 알아두어 필요하고, 기 언급한 바처럼 식품전문가의 기술 기부가 있다면 더욱 바람직할 것이다.

4) 푸드뱅크별 차별화된 발전

푸드뱅크는 위치하는 지역특성, 기부되는 식품의 종류, 이용자 특성 및 지역주민의 인식확산 정도 등 사업인프라에 차이가 있기 때문에

지역별 차별화된 발전을 하여야 한다. 또한 해당 지자체의 지원 현황과 향후 지원 확대 의지도 중요한 촉진제가 될 수 있다.

푸드뱅크 여건에 따라 차이가 있겠지만 도약기의 푸드뱅크 모형으로 발전함이 필요하다. 기존 이용자를 대상으로 한 사업 이외에도 국내외 재난 시 적극적으로 참여하는 능동적인 사업을 추진하는 등 세계적인 푸드뱅크로 성장하여야 한다. 또한 푸드뱅크 사업에 관한 인지도 확산 및 인식 제고를 위한 차별화된 홍보전략이 개발되어 발전 촉진요인으로 활용되어야겠다.

5) 기부에 관한 사회적 혜택 확충

기부문화를 정착, 확산시키기 위해서는 외국에 비해 미흡한 국가차원의 기부자 혜택 방안이 확충되어야 한다. 즉, 공공 휴양지 및 시설의 사용 기회 제공, 기부실적의 누적제 도입 등이 적극적으로 검토되어, 실천되어야 하겠다. 본문