정책보고서 2011

푸드뱅크 활성화 방안 연구

Study on the Activation Plan of Food Bank

정기혜
김정선 최성은
윤시몬 임성은
정진욱 신정훈

한국보건사회연구원
한국사회복지협의회

제출문

한국사회복지협의회장 귀하

이 보고서를 “푸드뱅크 활성화 방안 연구” 과제의 최종보고서(가제본)로 제출합니다.

2011. 03. 30

주관연구기관명 : 한국보건사회연구원

연구 책임자 : 정 기 혜
연 구 원 : 김 정 선
연 구 원 : 최 성 은
연 구 원 : 윤 시 몬
연 구 원 : 임 성 은
연 구 원 : 정 진 욱
연 구 원 : 신 정 훈

목 차

Contents

요약 ····· 13

제1장 서론 ····· 27
제1절 연구 필요성 및 배경 ····· 27
제2절 보고서 구성 ····· 29

제2장 국내외 푸드뱅크 운영 현황 ····· 39
제1절 국내 현황 ····· 39
제2절 미국 푸드뱅크 운영 사례 ····· 52
제3절 유럽연합 및 독일 ····· 76

제3장 푸드뱅크 활성화를 위한 관련 제도 검토 및 시사점 도출 ····· 81
제1절 푸드뱅크 세제지원 제도 ····· 81
제2절 푸드뱅크 기부관련 세제지원 제도 ····· 87
제3절 푸드뱅크 기부관련 세제지원 제도 개선방안 ····· 97
제4절 식품유통기한 ····· 98

제4장 푸드뱅크 관련자 인식조사 ····· 105
제1절 조사계획 ····· 105
제2절 조사결과 ····· 106

제5장 푸드뱅크 활성화 방안 ····· 147
제1절 기부물품 확대 방안 ····· 147
제2절 식품유통기한 개선 방안 ····· 165
제3절 세제 개편 방안 ····· 165
제4절 인프라 강화 ····· 166
제5절 지역특성에 맞는 발전방안 마련 ····· 168

제6장 결론 및 정책제언 ····· 173
제1절 결론 ····· 173
제2절 정책제언 ····· 174

참고문헌 ····· 177

부록 ····· 179
부록 1. 푸드뱅크 활성화 방안 설문조사표 (기부자용) ····· 179
부록 2. 푸드뱅크 활성화 방안 설문조사표 (이용자용) ····· 187
부록 3. 푸드뱅크 활성화 방안 설문조사표 (운영자용) ····· 192
부록 4. 푸드뱅크 활성화 방안 설문조사표 (일반국민용) ····· 197

표 목차

〈표 1〉 푸드뱅크 관련자 인식조사 개요 ····· 19
〈표 2- 1〉 푸드뱅크 및 푸드마켓 설치현황 ····· 40
〈표 2- 2〉 푸드뱅크 및 푸드마켓의 연도별 설치현황 ····· 41
〈표 2- 3〉 푸드뱅크 및 푸드마켓의 운영주체 ····· 42
〈표 2- 4〉 푸드뱅크 기부물품 접수현황 ····· 43
〈표 2- 5〉 연도별 푸드뱅크 기부물품 접수현황 및 1998년 대비 증감 현황 ····· 44
〈표 2- 6〉 종류별 푸드뱅크 기부물품 접수 현황 ····· 45
〈표 2- 7〉 전국 푸드뱅크 기부물품 총 판매가액 ····· 46
〈표 2- 8〉 전국 푸드뱅크 기부물품 총 장부가액 ····· 47
〈표 2- 9〉 푸드뱅크 식품기부자 현황 ····· 48
〈표 2-10〉 푸드뱅크 기부식품 이용자 현황 ····· 49
〈표 2-11〉 푸드뱅크 기부식품 일 평균 이용자 현황 ····· 51
〈표 2-12〉 푸드뱅크 역할 ····· 57
〈표 2-13〉 푸드뱅크 관련 주요 법령 ····· 61
〈표 2-14〉 Feeding America 사업운영비 지출 비중(2010 재정연도 기준) 64
〈표 2-15〉 Feeding America 수입 구조(2010 재정연도 기준) ····· 64
〈표 2-16〉 연령, 성별, 국적별 이용자 현황(2009) ····· 66
〈표 2-17〉 결혼상태별, 학력수준별 이용자 현황(2009) ····· 67
〈표 2-18〉 취업상태별 이용자 현황(2009) ····· 67
〈표 2-19〉 연간 소득수준별 이용가구 현황(2008) ····· 68
〈표 2-20〉 이용자의 학력수준별 연간 소득수준(2008) ····· 69
〈표 2-21〉 푸드뱅크 서비스 이용자 만족도(2009) ····· 70
〈표 2-22〉 기탁식품 출처(2009)1) ····· 71
〈표 2-23〉 유급직원 현황(2009) ····· 71
〈표 2-24〉 자원봉사자 수(2009) ····· 72

〈표 2-25〉 자원봉사자의 자원봉사시간(2009) ····· 73
〈표 2-26〉 식사유형 및 지역별 비용 상환비율(SFSP) ····· 75
〈표 2-27〉 독일 타펠시설의 개설 현황 ····· 77
〈표 3- 1〉 연도별 소득공제에 따른 기부금 추정 현황 ····· 82
〈표 3- 2〉 푸드뱅크 운영 기관 현황 ····· 83
〈표 3- 3〉 푸드뱅크 재가 이용자 현황 ····· 84
〈표 3- 4〉 연도별 푸드뱅크 기부자 현황 ····· 85
〈표 3- 5〉 식품업체현황 및 푸드 뱅크 기부자현황 (2009년) ····· 85
〈표 3- 6〉 연도별 푸드뱅크 기부자별 기부액수 현황 ····· 86
〈표 3- 7〉 기부금에 대한 조세지원 제도 ····· 88
〈표 3- 8〉 기부금에 대한 세제감면 변화 ····· 89
〈표 3- 9〉 연도별 기부금 관련 조세지출 ····· 89
〈표 3-10〉 식품기부 활성화에 관한 법률 제정 전후 비교 ····· 90
〈표 3-11〉 국가별 일반 기부금에 대한 조세지원 제도 ····· 93
〈표 3-12〉 국가별 일반 기부금에 대한 조세지원 제도 ····· 95
〈표 3-13〉 우리나라 유통기한 관련 관리제도 ····· 98
〈표 3-14〉 우리나라의 유통기한 표시대상 식품 ····· 99
〈표 3-15〉 유통기한 관련 제외국의 관리제도 현황 ····· 101
〈표 3-16〉 제외국의 유통기한 표시대상 식품 ····· 102
〈표 4- 1〉 푸드뱅크 관련자 인식조사 개요 ····· 105
〈표 4- 2〉 응답자 일반현황 ····· 106
〈표 4- 3〉 식품기부 현황 ····· 107
〈표 4- 4〉 식품기부 방법 등 ····· 108
〈표 4- 5〉 식품기부 참여동기 등 ····· 109
〈표 4- 6〉 식품기부 물품 종류 등 ····· 110
〈표 4- 7〉 식품기부시 가장 큰 문제점 및 불편사항 (중복응답) ····· 111

Contents

〈표 4- 8〉 시식가능한 제품의 활용 상태 ····· 111
〈표 4- 9〉 활용 가능한 제품임에도 불구하고 제품 폐기하는 이유 ····· 112
〈표 4-10〉 식품기부 활성화를 위한 방안별 필요도 (중복응답) ····· 113
〈표 4-11〉 식품기부 확대를 위한 제도별 개선방안 우선순위 ····· 113
〈표 4-12〉 식품기부 과정별 각 애로정도 ····· 114
〈표 4-13〉 무상 기부식품의 배분방법 ····· 114
〈표 4-14〉 기부식품의 희망전달계층 (중복응답) ····· 115
〈표 4-15〉 각 질문문항의 필요정도 ····· 115
〈표 4-16〉 이용자 유형 ····· 116
〈표 4-17〉 푸드마켓 이용자의 일반 현황 ····· 117
〈표 4-18〉 푸드뱅크 이용자의 일반 현황 ····· 119
〈표 4-19〉 주 이용 식품유형 ····· 120
〈표 4-20〉 기부식품에 대한 항목별 만족도 ····· 122
〈표 4-21〉 기부식품 폐기경험 및 폐기사유 ····· 123
〈표 4-22〉 식품지원으로 인해 좋아진 점 ····· 124
〈표 4-23〉 가장 지원받고 싶은 식품 등의 종류 (우선순위) ····· 125
〈표 4-24〉 조사대상기관의 운영형태 ····· 126
〈표 4-25〉 운영기관의 주체 ····· 127
〈표 4-26〉 장비 보유 비율 ····· 127
〈표 4-27〉 기관별 장비 보유 대수 현황 ····· 128
〈표 4-28〉 인력 보유 현황 ····· 129
〈표 4-29〉 기관별 평균 인력 보유 현황 ····· 130
〈표 4-30〉 예산 현황(2011년 기준) ····· 131
〈표 4-31〉 2010년도 식품기부현황 ····· 132
〈표 4-32〉 2010년도 식품기부 감소 및 거의 동일한 이유 ····· 133
〈표 4-33〉 2010년도 식품기부 증가한 이유 ····· 133

〈표 4-34〉 기부식품의 배분대상층과 배분비율 현황 ····· 134
〈표 4-35〉 현재 기관운영상의 애로정도 ····· 135
〈표 4-36〉 기부식품에 대한 만족도 ····· 136
〈표 4-37〉 정부가 가장 우선적으로 지원해야할 정책 및 대책 ····· 138
〈표 4-38〉 응답자 일반현황 ····· 139
〈표 4-39〉 푸드뱅크 및 푸드마켓 용어 인지여부 ····· 140
〈표 4-40〉 푸드뱅크 및 푸드마켓의 수행업무 인지정도 ····· 141
〈표 4-41〉 푸드뱅크 및 푸드마켓 정보의 인지경로 ····· 141
〈표 4-42〉 푸드뱅크 수송차 및 푸드마켓 업장을 본 경험여부 등 ····· 142
〈표 4-43〉 푸드뱅크 및 푸드마켓를 통한 식품기부 경험여부 등 ····· 143
〈표 4-44〉 푸드뱅크 및 푸드마켓의 바람직한 운영형태 ····· 143
〈표 4-45〉 식품기부에 대한 인식도 ····· 144
〈표 5- 1〉 생활용품에 대한 타 법의 적용범위 ····· 152

그림 목차

[그림 1-1] 푸드뱅크의 발전 흐름도 ····· 27
[그림 1-2] 자료처리 과정 ····· 34
[그림 1-3] 연구추진절차 ····· 35
[그림 1-4] 연구 추진 체계 ····· 36
[그림 2-1] 한국사회복지협의회 조직 현황 ····· 39
[그림 2-2] 전국푸드뱅크 기부식품 이용자 및 단체현황 연도별 추이 ····· 50
[그림 2-3] 전국푸드뱅크 기부식품 일 평균 이용자 현황 연도별 추이 ····· 52
[그림 2-4] 푸드뱅크 서비스 전달체계 ····· 56
[그림 2-5] 독일 푸드뱅크 "타펠"의 기부자 현황 ····· 78

요약

1. 연구 필요성

▢ 푸드뱅크 사업의 도입 및 정착

❍ 1998년 도입되어 현재에 이르고 있음.

❍ 우리나라의 푸드뱅크(Food Bank) 사업은 외환위기 이후 서울 등 4개 지역의 시범사업을 시작(1998년)으로 저소득 소외계층의 결식문제 해소에 기여해 왔으며, 사회복지 물적 자원 전달체계의 한 영역으로 지속적으로 성장해 옴.

- 푸드뱅크 및 마켓은 2011년 1월현재 전국에 407개소가 설치·운영되고 있음.

※ 법인 118, 단체 81, 이용시설 148, 시·군·구 직영 9, 생활시설, 34, 자원봉사센터 12, 기타 5개소

❍ 식품기부량은 1998년 약 27억원에서 2010년 6월 현재 약 약 713억원으로 지속적으로 증가하고 있음.

푸드뱅크 및 마켓의 1일 이용자: 약 9.5만명(2006) → 약 23만명(2010)

▢ 푸드마켓 설치 등 인프라 확충

❍ 2008년 말 글로벌 경제위기의 영향으로 저소득계층의 보호기능이 약화되고, 결식계층이 급속히 증가함에 따라 정부는 푸드뱅크 인프라를 대폭 확충함.

❍ 특히, 독거노인 등 취약가구에 대한 식품지원 강화를 위해 푸드마켓 및 식품기

탁함(350개)을 설치하는 등 인프라를 확충함(2009.6).

– 이와 함께 푸드마켓 및 푸드뱅크 지원강화를 위한 물류센터 설치

▢ 푸드뱅크 사업 충실화 모색

❍ 미국, 캐나다 등은 기존 식품기탁을 촉진하는 해당 법령이 제정되어 식품기탁을 뒷받침함.

❍ 우리나라도 2008년 식품기부활성화에관한법률이 제정되어 식품기부 확대에 법적 근거를 제공하고, 기탁량 증대에 큰 역할을 함.

– 향후 기탁대상 품목의 범위를 확대하여 푸드뱅크가 명실상부한 기탁제도로 활성화 되어야 할 것임.

▢ 푸드뱅크 사업 활성화를 위한 방안 마련 필요

❍ 푸드뱅크 사업 활성화는 두가지 측면에서 접근이 필요한대 하나는 푸드뱅크 사업의 확대와 확대된 사업의 관리를 강화하는 것임.

❍ 푸드뱅크사업의 확대는 곧 기부자와 이용자의 확대를 의미하며, 기부자의 참여 절차 간소화가 시급히 필요함.

2. 연구 목표

□ 경제위기, 취약계층 증가 등 대내외적 환경변화에 따라 푸드뱅크 사업의 활성화를 위하여 동 사업의 운영현황 및 실태, 문제점 등을 종합적으로 분석하여 푸드뱅크 사업의 실효성 있는 발전방안 마련을 최종목적으로 하고 세부목적은 다음과 같음.

첫째, 우리나라 푸드뱅크 운영현황 및 문제점 분석

둘째, 중앙 및 지방자치단체의 푸드뱅크 사업의 지원현황과 사업지원방안 분석

셋째, 푸드뱅크 인프라 확충방안 모색

넷째, 푸드뱅크 사업에 대한 기업 등 기부자의 인식 및 애로사항 파악, 식품기부 활성화 방안 제시

다섯째, 세제혜택, 환경부담금 감면 등 기부자 유인책 마련

여섯째, 식품 등 유통기한(품질유지기한 품목 확대) 개선방안 마련

일곱째, 푸드뱅크 발전방안 제시

3. 연구 내용

▢ 푸드뱅크 사업 운영 현황 및 문제점 분석

❍ 연도별, 지역별 등 푸드뱅크 운영의 실태조사 및 분석

❍ 전국·광역·기초 단위별 푸드뱅크 및 마켓의 운영활성화 저해요인 분석

▢ 푸드뱅크 사업 인프라 현황 및 문제점 분석

❍ 푸드뱅크(마켓) 재정 및 인력지원 현황

❍ 푸드뱅크, 푸드마켓, 식품기부함, 물류센터 등의 시설 운영 실태

▢ 푸드뱅크 기탁 물품의 유통과정 파악 및 과정상 문제점 파악

❍ 식품기탁 결정 구조 및 유통 단계별 흐름도 파악

– 기부 절차 등 간소화 방안 모색

▢ 푸드뱅크 사업 활성화를 위한 제도 개선 방안 마련

❍ 식품 등 유통기한(품질유지기한으로 품목 확대) 개선방안 마련

– 현재 우리날 유통기한은 품질유지기한이 아니라 유통기한으로 자원의 낭비큼.

❍ 일반기업 및 개인 등 식품기부 활성화 방안 제시

– 세제혜택, 환경부담금 감면 등 기부자 유인책 등

▢ 푸드뱅크 사업 활성화를 위한 인프라 확충방안 마련

❍ 푸드뱅크 및 마켓의 재정지원과 인력확충 방안
❍ 푸드뱅크, 푸드마켓, 식품기부함, 물류센터 등 시설확충 방안
❍ 식품업계 환경변화에 기인한 신선식품 기부 확대의 문제점 및 개선방안

▢ 푸드뱅크 사업 발전방안 마련

❍ 각 특징별 발전방안 모색
  – 푸드뱅크와 푸드마켓
  – 광역과 기초 푸드뱅크 및 푸드마켓
  – 지역별 차이를 고려한 발전 방안 모색
❍ 종합적인 기탁확대 방안 마련

4. 연구방법

▢ 기존 자료 및 문헌 고찰, 분석

❍ 국내외 푸드뱅크 관련 선행연구 및 문헌자료, 통계자료 분석
❍ 관련 법령 검토 및 분석
  – 기탁자 세제혜택 및 환경부담금 감면 등
  – 식품유통기한 관련 식품위생법 등

▢ 푸드뱅크 운영 관련자 인식 조사

❍ 푸드뱅크 운영에 대한 SWOT 방법으로 분석
  – 푸드뱅크 활성화 방안의 근거 마련
  – 푸드뱅크 관련 사업자, 기부자, 이용자, 중앙 및 지자체 관계자 대상
  – 현장방문 및 집단심층면접 실시

▢ 푸드뱅크 인프라 실태 파악

❍ 푸드뱅크 물류 등 인프라 현황 조사
  – 물류센타, 식품기부함 등 시설 조사

❍ 푸드뱅크 인프라 확충방안 도출

▢ 푸드뱅크 기탁자 인식 조사

❍ 현장 대면조사 실시
  – 기부절차 등의 전과정 조사
  – 기부상의 애로사항 및 문제점 파악

▢ 회의 개최

❍ 연구방향성 설정 및 조율을 위한 협의회, 연구진간 정책 간담회의 개최
❍ 현장 조사시의 현지회의 개최
❍ 푸드뱅크 전문가 자문회의 개최
❍ 연구결과 발표회 개최

▢ 외부 전문가 원고 의뢰

❍ 보고서 완성도를 높이기 위해 외부 전문가에 원고 의뢰

5. 분석방법

▢ 자료분석

❍ 수집된 설문지는 Coding, Editing 등의 과정을 거쳐 SPSS 12.0 Version Program으로 전산처리하였으며, 모든 자료는 기본적인 특성에 따라 문항별로 조사

▢ 조사결과의 유의성 검증

❍ 조사내용별 차이 확인 등 조사자료의 변수간 검증은 Chi-square test와 Student's t-test를 이용하여 변수간, 집단간 유의성 여부를 검증함

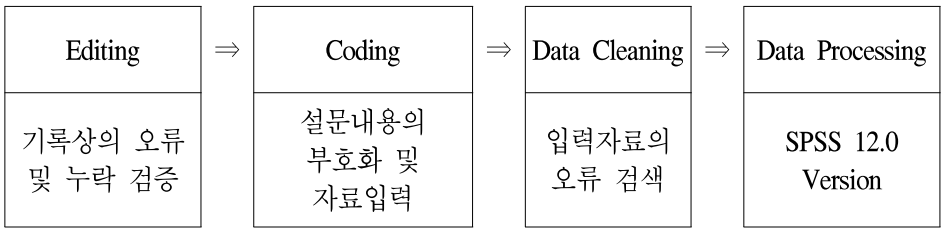
- p value는 0.01, 0.05%로 유의성을 검증함

❍ 조사결과의 통계학적 의미 검증

▢ 자료 처리

❍ 조사된 자료는 [그림 1]과 같은 절차를 거쳐 처리, 분석함.

[그림 1] 자료처리 과정



6. 연구결과

▢ 관련자 인식조사 개요

〈표 1〉 푸드뱅크 관련자 인식조사 개요

구분	기부자	이용자	운영자	일반국민
기간	2010.03.15~18	2010.03.15~18	2010.03.17~18	2010.03.15~18
대상	푸드뱅크(마켓) 기부업체	푸드뱅크(마켓) 이용자	푸드뱅크(마켓) 관리자(공무원/담당자)	일반국민
방법	온라인 조사	우편 및 온라인 조사	자기기재조사	온라인 조사
표본 추출	전수조사	무작위추출	임의추출	무작위추출
조사 기관	한국보건사회연구원	좌동	좌동	좌동
최종 조사 규모	6개소	42명	107명	91명

▢ 운영자 인식조사

- ❍ 푸드뱅크 운영주체는 사회복지관이 전체의 38.3%로 가장 많았고, 그 다음은 사회복지시설, 기타의 순으로 나타났으며, 민간조직이 운영하는 비율은 전체의 9.3%로 조사됨.
- ❍ 장비보유 현황을 보면 컴퓨터 장비가 평균 1.81대, 냉장냉동창고가 1.67개, 일반차량이 1.43대, 냉장냉동차와 일반창고가 1.13대를 보유하고 있음.
- ❍ 전담인력 확보 비율은 82.2%로 나타남.
- ❍ 조사대상 기관당 평균 6.83명을 보유하고 있는 것으로 조사되었고, 가장 수가 많은 인력은 자원봉사자로 평균 8.61명으로 나타났으며 대표자, 전임자, 업무지원자, 공익근무요원 등은 2명을 넘지 않는 것으로 조사되었음.
- ❍ 예산은 전체 평균은 38,184,903원으로 조사되었고, 푸드뱅크는 21,862,544원, 푸드마켓은 63,338,128원, 그리고 푸드뱅크와 푸드마켓을 동시에 운영하는 기관은 59,320,000원으로 나타나 약 3배 차이를 보임.

- ❍ 식품기부 감소 이유는 경기불황, 관련자 인식 저조가 주된 이유로 조사됨.
- ❍ 푸드뱅크 운영상의 애로사항은 5점 만점에 4.11점으로 조사된 정부의 재정지원 부족, 사업비 및 운영비 부족이 3.98, 전담인력 부족 및 높은 이직률이 3.92로 나타남.
- ❍ 정부의 우선 지원 정책으로는 사업비, 운영비 등 예산지원이 4.5점으로 가장 높게 나타났고, 그 다음은 홍보 강화로 4.45로 조사됨.

▢ 이용자 인식조사

- ❍ 주로 이용하는 식품류는 간식류가 전체의 38.1%로 가장 많았고, 그 다음은 주식류, 부식류의 순으로 조사됨. 이는 비자발적 이용이라 하겠음.
- ❍ 기부식품에 대한 만족도는 유통기한이 짧게 남은 것이 제일 불만사항으로 조사되었고, 기부식품 폐기 경험은 전체의 31.0%이며 주된 이유는 신선도 저하라고 나타났음.
- ❍ 식품을 기부받은 장점은 식비가 절감된다는 응답이 전체의 40.5% 가장 높게 나타났고, 그 다음은 간식류 등 다양한 식품을 접할 수 있다는 것으로 응답비율은 38.1%로 나타났음.
- ❍ 기부받기 원하는 품목은 부식류, 생활용품, 식재료, 주식류와 간식류, 주방용품의 순으로 나타나 향후 생활용품 기부는 반드시 필요해 보임.

▢ 기부자 인식조사

- ❍ 4개 제조가공업체와 2개 유통업체를 대상으로 조사하였고, 부식류의 기부가 상대적으로 많았고, 기부 주기는 매월이 반 이상이었으며, 정기적으로 하는 업체와 비정기적으로 하는 비율이 동일하게 나타남.
- ❍ 기부식품 수령은 푸드뱅크에서 직접 수령해 가는 비율이 반으로 가장 높았고,
- ❍ 사회공헌차원에서 주로 식품을 기부하고 있고, 기부를 결정하는 책임자는 기부량에 따라 다르며, 향후 식품기부량을 증가시킬 것이라고 응답한 업체는 6개 업체중 4개 업체로 반 이상의 응답 비율로 나타났음.

❍ 기부물품의 경우 일반 판매가능 제품을 기부한다는 비율이 40%, 유통기한 임박제품이 30%, 반품이 20%으로 조사되었고, 기부가능식품의 처리는 전체의 50%가 폐기하고, 기부한다는 비율은 33.3%로 낮게 나타나 향후 기탁량을 증가시킬 수 있는 여지가 있어 보였음.

– 주된 폐기 이유는 식품사고 발생 우려, 기부에 대한 인식 부족, 기부후 활용에 대한 의혹 등으로 조사되었음.

❍ 기부식품에 의한 식품사고 발생 우려와 세제혜택상 장부가액으로 산정하는 방법에 대한 불만이 가장 컸음.

❍ 기부 확대를 위한 방안으로는 기부에 대해 회사 대표, 회사 전반적인 인식이 제고, 기부자에 대한 인센티브 강화, 기부절차를 간소화, 푸드뱅크 사업에 대한 홍보를 강화 순으로 조사되었으며, 식품유통기한 개선은 가장 필요도가 적은 방안으로 평가되었음.

▢ 일반국민 인식조사

❍ 조사대상의 52.7%가 푸드뱅크에 대해 인지하고 있었고, 60.5%가 푸드뱅크, 26.0%가 푸드마켓 사업에 대해 알고 있는 것으로 조사되었음.

❍ 푸드뱅크 수송차를 본 조사대상자는 전체의 51.2%, 푸드마켓 업장을 본 비율은 23.3%, 둘다 본 비율도 23.3%로 조사되었음.

❍ 푸드뱅크 기부 경험이 있는 응답자는 전체의 2.2%에 그쳤고, 푸드뱅크 사업의 지원은 중앙과 지방정부가 같이 지원함이 바람직하다고 응답한 비율이 전체의 54.3%로 나타남.

7. 정책제언

▢ 기부물품 종류 확대

❍ 푸드뱅크 사업을 활성화하기 위한 한 방안이 외국처럼 우리나라도 기부물품의 종류를 현재 식품에서 생활용품으로까지 확대함으로 식품유통기한 제도 개선

도 고려해 볼 수 있지만 실제 기부품을 확대할 수 있는 가장 최선의 방법은 기부물품 확대라 할 수 있음.

▢ 세제혜택 현실화

❍ 현재는 기탁식품의 장부가액을 기준으로 손금산입을 허용하고 있으나 장부가액은 각 업체와 법인에 따라 차이가 있으므로 공제금액에 대한 공통된 기준을 마련함이 필요

– 기부활성화 차원에서 출고가액보다는 미국의 경우처럼 생산원가의 200%를 초과하지 않는 범위로 상한선을 정한 후 생산원가와 판매 이익의 절반을 공제하도록 하는 등 기준을 명확하게 할 필요가 있음.

❍ 현재는 중소기업, 창업기업 및 벤처기업, 지방이전촉진을 위한 지방세감면 등이 시행되고 있으나 기부활성화를 위한 지방세감면도 고려할 수 있는데 예를 들면, 사업소세 등의 감면 등임.

▢ 기부확대를 위한 특화된 공익홍보

❍ 우리나라 푸드뱅크 운영기관은 38%가 수도권에 위치하고, 전국적 분포를 보이고 있으므로, 지역별 특성을 살려 기부활성화를 위한 지자체수준에서의 기부유인 제공이 필요할 것으로 보임.

❍ 또한 중앙정부차원의 공익광고 실시를 위해 다각적인 노력이 필요함.

▢ 전국 푸드뱅크 조직 확대 개편

❍ 사업의 중요성과 향후 사업 활성화에 따른 업무 증가를 고려할 때 현재 한국사회복지협의회내에서 부단위로 운영되고 있는 전국 푸드뱅크 조직을 본부 단위로 격상시키고 그에 걸맞는 조직체계를 편성해야 할 것임.

▢ 전담인력 확충

❍ 현재 약 80%에 달하는 푸드뱅크와 푸드마켓의 전담인력 확보비율을 100%로 확충하여야 함.

– 전담인력이 반드시 사회복지사일 필요는 없지만 자원봉사인력 관리 등의 책임감있는 업무를 추진하기 위해서는 전담인력이 반드시 확보되어야 할 것임.

▢ 푸드뱅크와 푸드마켓의 균형적 발전 방안 마련

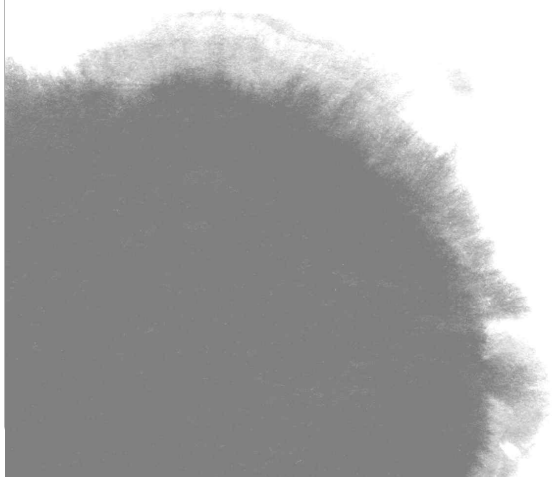
❍ 현재 설치된 푸드마켓에 대한 진단을 통해 푸드마켓의 추가 설치는 결정하고, 푸드마켓을 지원하던 예산 일부를 푸드뱅크에 지원함이 요구됨.

- 푸드뱅크와 푸드마켓의 균형있는 성장이 필요함.

01

KIHASA

제1장 서 론



제1장 서론

제1절 연구 필요성 및 배경

1. 연구 필요성

푸드뱅크는 1998년 도입되어 현재에 이르고 있는데 푸드뱅크의 발전 연혁은 [그림 1-1]에 제시된 바와 같이 태동기, 성장기, 도약기로 구분될 수 있다.

[그림 1-1] 푸드뱅크의 발전 흐름도

우리나라의 푸드뱅크(Food Bank) 사업은 외환위기 이후 서울 등 4개 지역의 시범사업을 시작(1998년)으로 저소득 소외계층의 결식문제 해소에 기여해 왔으며, 사회복지 물적 자원 전달체계의 한 영역으로 지속적으로 성장해 오고 있다.

주요한 현황을 살펴보면 푸드뱅크 및 마켓은 2011년 1월 현재 전국에 407개소가 설치·운영되고 있는데 세부현황을 살펴보면 법인 118, 단체 81, 이용시설 148, 시·

군·구 직영 9, 생활시설 34, 자원봉사센터 12, 기타 5개소에 설치되어 운영되고 있다.

식품기부량은 1998년 약 27억원에서 2010년 현재 약 713억원으로 지속적으로 증가하였으며, 푸드뱅크 및 마켓의 1일 이용자는 약 9.5만명(2006년)에서 약 23만명(2010년)으로 증가하였다.

2008년 말 글로벌 경제위기의 영향으로 저소득계층의 보호기능이 약화되고, 결식계층이 급속히 증가함에 따라 정부는 푸드뱅크 인프라를 대폭 확충하였다. 특히, 2009년 6월에 독거노인 등 취약가구에 대한 식품지원 강화를 위해 푸드마켓 및 식품기탁함(350개)을 설치하는 등 인프라를 확충하고, 이와 함께 푸드마켓 및 푸드뱅크 지원강화를 위한 물류센터를 대전에 설치하였다.

2008년 푸드뱅크가 설치되면서 사업 충실화를 위한 방안은 다각적으로 모색되었는데 특히 미국, 캐나다 등과 마찬가지로 우리나라도 2008년 식품기부활성화에관한 법률이 제정되어 식품기부 확대에 법적 근거를 제공하고, 기탁량 증대에 큰 역할을 하였다. 향후 동법을 근거로 기탁대상 품목의 범위를 확대하면 푸드뱅크가 명실상부한 기탁제도로 활성화 될 수 있을 것이다.

푸드뱅크 사업 활성화는 두가지 측면에서 접근이 필요한대 하나는 푸드뱅크 사업의 확대와 확대된 사업의 관리를 강화하는 것이다. 푸드뱅크 사업의 확대는 곧 기부자와 이용자의 확대를 의미하며, 기부자의 확대를 위해서는 기부 참여절차 간소화 등이 시급히 필요하다.

푸드뱅크를 운영하기 위해서는 푸드뱅크 운영자, 이용자, 기부자의 삼각 피라미드가 구성되어야 한다.

우선 기부자에 대해 살펴보면 현재 규정에 “사업자”라 함은 제공자 중 기부식품 제공사업을 계속적으로 영위하는 자로서 모집한 기부식품의 100분의 80 이상을 이용자(사업자가 속하는 기관·단체가 운영하는 사회복지시설의 이용자를 제외한다)에게 제공하는 자로서 아래의 요건을 모두 갖춘 자를 말한다. 또한 매주 3회 이상 제공할 것, 매주 60인 이상에게 제공할 것을 추가 규정으로 두고 있고, 당연신고사업자라 함은 사업자 중 매년 제공하는 기부식품의 장부가액이 3억원 이상인 자를 지칭하고 있다.

신고절차도 복잡하여 시행령의 신고요건을 갖춘 후 정관과 사업계획서 등을 제출하여야 하는 등 사실상 복잡한 절차로 기부를 하기 어렵게 하고 있다. 결과적으로 2001년 1월 음식료품제조업 등을 영위하는 법인 또는 개인이 잉여식품을 기부하는 경우 전액 손비로 인정(소득세법시행령 및 법인세법시행령)하는 지원책을 마련하였지만 아직 기부자의 기부수준은 일정 수준에서 더 이상 증가하지 않고 있어 대책 마련이 필요한 실정이다.

기부업종을 살펴보면 빵 및 반가공식품 대비 식품접객업과 농식품 등의 소규모 조직의 기탁비중은 낮은 실정이다.

과거부터 음식나눔은 우리나라 국민 고유의 정서에 맞는 미풍양속으로 푸드뱅크 및 푸드마켓의 기부 확대를 위한 제도개선은 다각도로 마련되어야 할 것이다. 중앙정부 차원에서는 년 2회 식품기부의 날 제정 및 행사 추진 등의 행사계획과 전담인력 확충 등 인프라 강화 및 식품유통기한과 세제감면 등 관련 제도의 보완 등이 필요하다. 그리고 푸드뱅크와 푸드마켓은 다른 사회복지제도와는 달리 식품을 매개로 하는 제도이므로 지역적 특성에 맞는 홍보 활동 전개, 신속한 배분 등이 필요한 바 지역단위 특성에 맞는 활성화 방안이 마련되어야 한다. 예를 들어 농업지역에 설치되어있는 푸드뱅크는 가공식품보다는 식재료 기부가 많을 것이므로 가공식품 기부를 위한 노력보다는 식재료 기부를 확대하고 이를 잘 활용하는 방안이 모색되어야 할 것이다. 즉, 소재지 특성에 따른 차별화된 활성화 방안이 마련되어야 푸드뱅크 정책의 적시성, 지속가능성, 현장적용성이 담보될 수 있을 것이다.

제2절 보고서 구성

이 보고서는 총 6장으로 구성되어있다.

제1장은 서론, 제2장은 국내외 푸드뱅크 운영현황을 정리하고, 제3장은 기부식품 확대를 위한 관련제도로 식품유통기한과 세제관련 제도를 검토하였고, 제4장은 푸드뱅크와 푸드마켓 운영자, 기부자, 이용자 등과 일반국민의 인식조사를 분석한 결과가 제시되어있다. 제5장은 푸드뱅크와 푸드마켓 활성화 방안이 제시되어있으며 마지막으로 제6장은 결론과 정책제언이 개진되어있다.

1. 연구 목표

경제위기, 취약계층 증가 등 대내외적 환경변화에 따라 푸드뱅크 및 푸드마켓 사업의 활성화를 위하여 동 사업의 운영현황 및 실태, 문제점 등을 종합적으로 분석하여 푸드뱅크 및 푸드마켓 사업의 실효성 있는 발전방안 마련을 최종목적으로 하고 세부목적은 다음과 같다.

첫째, 국내외 푸드뱅크 및 푸드마켓 운영현황 분석
둘째, 중앙 및 지방자치단체의 푸드뱅크 및 푸드마켓 사업의 지원현황과 사업지원 방안 분석
셋째, 푸드뱅크 인프라 확충방안 모색
넷째, 푸드뱅크 및 푸드마켓 사업에 대한 기업 등 기부자의 인식 및 애로사항 파악, 식품기부 활성화 방안 제시
다섯째, 세제혜택, 환경부담금 감면 등 기부자 유인책 마련
여섯째, 식품 등 유통기한(품질유지기한 품목 확대) 개선방안 마련
일곱째, 푸드뱅크 및 푸드마켓 발전방안 제시

2. 연구 내용

1) 푸드뱅크 사업 운영 현황 및 문제점 분석

- ❍ 연도별, 지역별 등 푸드뱅크 운영 현황 파악
- ❍ 전국·광역·기초 단위별 푸드뱅크 및 마켓의 운영활성화 저해요인 분석

2) 푸드뱅크 사업 인프라 현황 및 문제점 분석

- ❍ 푸드뱅크(마켓) 재정, 시설, 인력 등 지원 현황
- ❍ 푸드뱅크, 푸드마켓, 물류센터 등의 시설 운영 실태

3) 푸드뱅크 기탁 물품의 유통과정 파악 및 과정상 문제점 파악

❍ 식품기탁 결정 구조 및 유통 단계별 흐름도 파악
  – 기부 절차 등 간소화 방안 모색

4) 푸드뱅크 사업 활성화를 위한 제도 개선 방안 마련

❍ 식품 등 유통기한(품질유지기한으로 품목 확대) 개선방안 마련
❍ 일반기업 및 개인 등 식품기부 활성화 방안 제시
  – 세제혜택, 환경부담금 감면 등 기부자 유인책 등

5) 푸드뱅크 사업 활성화를 위한 인프라 확충방안 마련

❍ 푸드뱅크 및 마켓의 재정지원과 인력확충 방안
❍ 푸드뱅크, 푸드마켓, 식품기부함, 물류센터 등 시설확충 방안
❍ 식품업계 환경변화에 기인한 신선식품 기부 확대의 문제점 및 개선방안

6) 푸드뱅크 사업 발전방안 마련

❍ 각 특징별 발전방안 모색
  - 푸드뱅크와 푸드마켓
  - 광역과 기초 푸드뱅크 및 푸드마켓
  - 지역별 차이를 고려한 발전 방안 모색
❍ 종합적인 기탁확대 방안 마련

3. 연구 및 분석방법

가. 연구방법

▢ 기존 자료 및 문헌 고찰, 분석

❍ 국내외 푸드뱅크 관련 선행연구 및 문헌자료, 통계자료 분석

❍ 관련 법령 검토 및 분석

- 기탁자 세제혜택 및 환경부담금 감면 등
- 식품유통기한 관련 식품위생법 등

▢ 푸드뱅크 관련자 인식 조사

❍ 푸드뱅크 운영에 대한 SWOT 방법으로 분석

- 푸드뱅크가 처해 있는 환경 변화 분석

❍ 푸드뱅크 관련 운영자, 기부자, 이용자, 일반국민 대상 인식조사

- 현장방문 및 집단심층면접 실시
- 기부절차 등의 전과정 조사
- 기부상의 애로사항 및 문제점 파악

▢ 푸드뱅크 인프라 실태 파악

❍ 푸드뱅크 물류 등 인프라 현황 조사

- 물류센타, 식품기부함 등 시설 조사

❍ 푸드뱅크 인프라 확충방안 도출

▢ 회의 개최

❍ 연구방향성 설정 및 조율을 위한 협의회, 연구진간 정책 간담회의 개최
❍ 현장 조사시의 현지회의 개최
❍ 푸드뱅크 전문가 자문회의 개최
❍ 연구결과 발표회 개최

▢ 외부 전문가 원고 의뢰

❍ 보고서 완성도를 높이기 위해 외부 전문가에 원고 의뢰

나. 분석방법

▢ 자료분석

수집된 설문지는 Coding, Editing 등의 과정을 거쳐 SPSS 12.0 Version Program으로 전산처리하였으며, 모든 자료는 기본적인 특성에 따라 문항별로 조사하여 각 변수별(푸드뱅크, 푸드마켓, 푸드뱅크+푸드마켓 등 운영형태)로 비교분석하였다.

▢ 조사결과의 유의성 검증

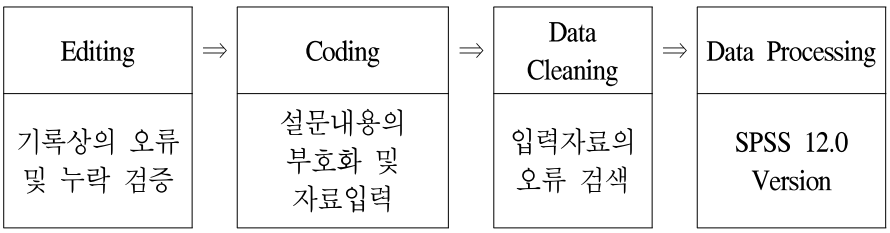
조사내용별 차이 확인 등 조사자료의 변수간 검증은 Chi-square test와 Student's t-test를 이용하여 변수간, 집단간 유의성 여부를 검정하였느데 사용된 p value는 0.01, 0.05%로 유의성을 검증하였다.

즉, 조사결과의 통계학적 의미를 검증하였다.

▢ 자료 처리

조사된 자료는 [그림 1-2]와 같은 절차를 거쳐 처리, 분석하였다.

〔그림 1-2〕 자료처리 과정

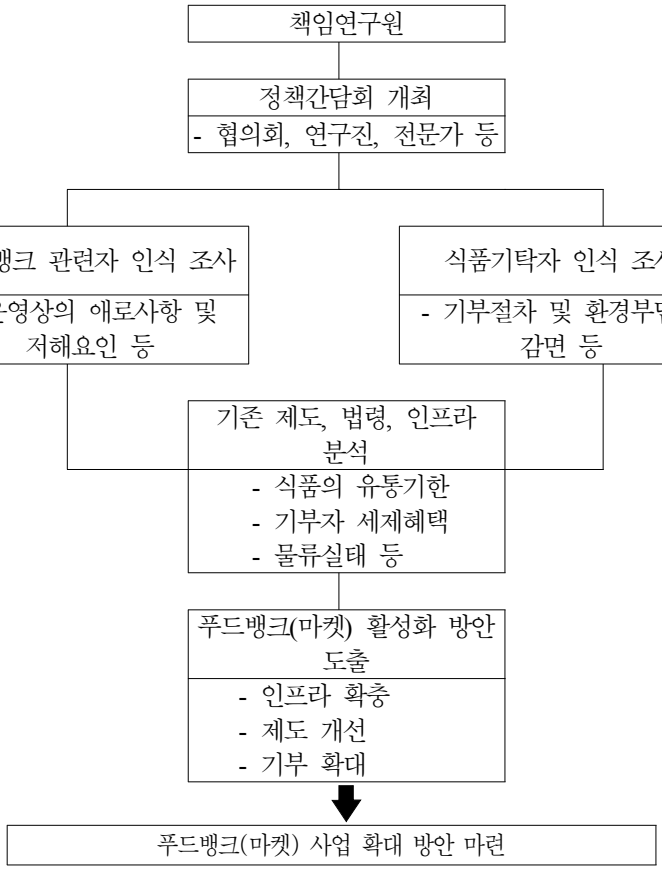


4. 연구 수행체계

가. 추진절차

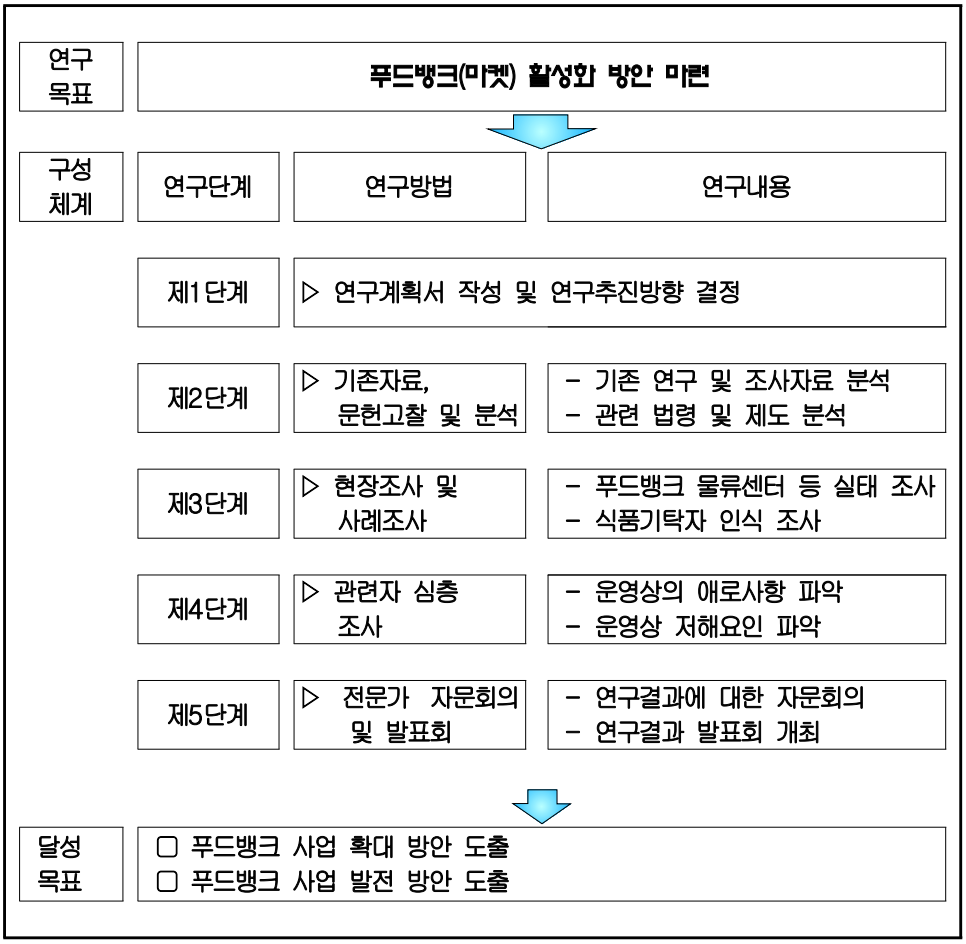
이 연구는 한국사회복지협의회, 관련 학자, 푸드뱅크 관련 사업자, 기부자, 이용자, 중앙 및 지자체 관계자 등과의 유기적 관계를 유지하면서 현장 중심의 연구를 실시하여 현행 푸드뱅크 사업의 현황 및 문제점을 파악·반영하고 특히, 관련 학자와 푸드뱅크 관련 기관 및 단체들과의 간담회 및 정책자문회의를 적극 활용하였다.

[그림 1-3] 연구추진절차



나. 추진체계

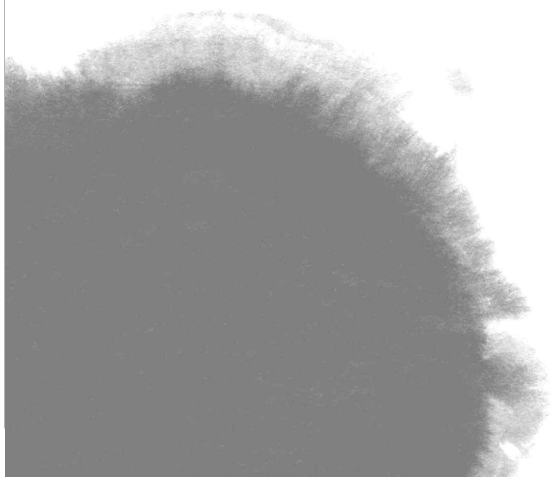
〔그림 1-4〕 연구 추진 체계



02

KIHASA

제2장 국내외 푸드뱅크 운영 현황



제2장 국내외 푸드뱅크 운영 현황

제1절 국내 현황

1. 푸드뱅크 관리조직 현황

전국푸드뱅크연합회는 [그림 2-1]에 제시된 바와 같이 한국사회복지협의회의나눔사업본부내의 푸드뱅크사업부에서 관련 업무를 추진하고 있다. 한국사회복지협의회는 총 61명의 인력이 근무하고 있으며 이중 푸드뱅크 사업에 종사하고 있는 인력수는 총 7명이다.

[그림 2-1] 한국사회복지협의회 조직 현황

자료 : 한국사회복지협의회 홈페이지(http://kncsw.bokji.net)

2. 설치 현황

가. 지역별 현황

전국에 지역별로 설치되어있는 푸드뱅크와 푸드마켓 현황은 <표 2-1>에 제시된 바와 같다.

2011년 1월 현재 푸드뱅크는 295개소, 푸드마켓은 112개소가 설치되어있다. 2009년부터 설치되기 시작한 푸드마켓의 경우 서울에 33개소, 인천에 15개소, 경기도에 13개소가 설치되어 수도권에 전체의 54.5%가 편중되어있는 반면에 강원도와 제주도에는 1개소씩만 설치되어 있는 것으로 나타났다.

특히 서울특별시의 경우에 푸드뱅크보다 푸드마켓이 3개더 많이 설치되어있는 것으로 나타나 향후 푸드마켓의 효율적인 운영이 푸드뱅크 사업의 활성화를 위한 관건이 될 것으로 판단된다.

〈표 2-1〉 푸드뱅크 및 푸드마켓 설치현황

(단위: 개소)

구 분	계	푸드뱅크	푸드마켓
계	407	295	112
서울	63	30	33
부산	24	18	6
대구	17	10	7
인천	27	12	15
광주	17	15	2
대전	14	8	6
울산	9	7	2
경기	65	52	13
강원	20	19	1
충북	23	20	3
충남	29	22	7
전북	20	15	5
전남	27	24	3
경북	24	20	4
경남	23	19	4
제주	5	4	1

주: 2011년 1월 기준임
자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

나. 연도별 현황

푸드뱅크와 푸드마켓의 연도별 설치 현황은 <표 2-2>에 제시된 바와 같다.

푸드마켓은 2003년 지자체 단위인 서울시가 처음 설치하기 시작하였고, 2009년에는 중앙부처인 보건복지부가 글로벌 경제위기 이후 빈곤층 등을 대상으로 한 복지 프로그램의 일환으로 개소당 1억 5천만원의 예산을 지원하며 전국에 설치하기 시작하여 2010년까지 총 112개소를 설치하기에 이르렀다.

2011년은 총 8개소를 설치하는 양적 확대를 이루고 있으나 2012년부터는 기존 설치된 푸드마켓의 운영실적을 진단하여 푸드마켓의 추가 설치여부를 결정해야 할 것이다.

〈표 2-2〉 푸드뱅크 및 푸드마켓의 연도별 설치현황

(단위: 개소)

구분	전체	푸드뱅크	푸드마켓
1998	57	57	-
1999	112	112	-
2000	198	198	-
2001	210	210	-
2002	233	233	-
2003	251	250	1
2004	259	256	3
2005	270	263	7
2006	278	262	16
2007	288	267	21
2008	302	270	32
2009	367	285	82
2010	406	294	112

자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

다. 운영주체 현황

총 407개소의 푸드뱅크와 푸드마켓의 운영주체에 대한 현황은 <표 2-3>에 제시된 바와 같다.

1998년 이용시설인 여성복지시설이 처음 운영하던 푸드뱅크와 푸드마켓의 운영주체는 2011년 현재 전체의 36.4%가 이용시설로 가장 많고, 그 다음은 법인이 29.0%, 단체가 19.9%로 나타나고 있다.

〈표 2-3〉 푸드뱅크 및 푸드마켓의 운영주체

(단위: 개소, %)

구분	개소	비율
합계	407	100.0
법인	118	29.0
단체	81	19.9
이용시설	148	36.4
시.군.구 직영	9	2.2
생활시설	34	8.4
자원봉사센터	12	2.9
기타	5	1.2

주: 2011년 1월 기준임
자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

운영주체별의 특성을 살펴보면 법인(사회복지법인, 종교법인)이 위탁받아 운영하고 있는 경우 법인으로 분류하고, 법인이 아닌 경우 위탁받아 운영하고 있는 경우 단체로 분류되고 있다.

복지관 또는 자활센터 등에서 위탁받아 운영하는 경우 이용시설로 분류하는데 생활시설과 다른 점은 일정한 복지서비스를 받고 귀가하는 시설의 경우가 해당된다.

시·군·구가 직접 운영하는 경우 시·군·구 직영으로 분류하는데 대표적인 예가 구로 푸드뱅크로 구로구가 직적 운영하고 있다. 보육원, 모자원 등에서 위탁받아 운영하는 경우 생활시설로 분류되는데 이용시설과 다른 점은 시설내에서 의식주를 해결하는 경우에 해당되며, 자원봉사센터가 위탁받아 운영하는 경우 자원봉사센터로 분류하고 있다. 기타는 신문사, 개인 등이 운영하는 경우를 말한다.

3. 운영 실적 현황

가. 기부물품 접수현황

2010년 지역별 푸드뱅크와 푸드마켓의 기부물품 접수 현황은 <표 2-4>에 제시된 바와 같다.

지역별로 보면 경기도와 서울이 타 지역에 비해 기부건수가 월등히 많은 것으로 나타나고 있고, 상대적으로 제주도와 울산, 전남의 기부실적이 적게 나타나고 있는데 푸드마켓이 1개소밖에 설치안되어있던 강원도는 최하위를 기록하지는 않은 것으로 집계되었다.

〈표 2-4〉 푸드뱅크 기부물품 접수현황

(단위: 건, 명, 건, 천원)

지역	총 건수	총 기부인원	총 수량	총 판매가액	총 장부가액
합계	404,935	10,331	356,378,911	75,176,064	69,747,028
중앙	413	70	15,639,930	12,912,252	12,913,837
서울	87,629	2,640	35,545,280	19,996,957	18,431,907
부산	15,634	356	2,168,570	2,464,127	2,249,911
대구	12,545	310	9,400,316	1,731,874	1,564,990
인천	37,053	607	14,849,020	3,770,079	3,322,212
광주	20,294	539	2,190,063	1,934,670	1,919,587
대전	8,472	396	17,826,623	2,219,391	2,174,115
울산	6,553	147	367,676	888,769	463,160
경기	123,965	1,917	197,649,637	13,779,993	12,718,647
강원	16,717	326	801,445	957,291	867,636
충북	10,637	585	21,603,947	3,806,732	3,318,003
충남	15,488	509	29,375,047	3,301,814	2,971,553
전북	11,379	441	2,117,784	1,567,444	1,542,659
전남	7,969	539	1,748,326	1,458,646	1,344,137
경북	10,328	459	2,159,383	1,695,925	1,695,845
경남	14,956	356	2,512,384	2,086,487	1,646,540
제주	4,903	134	423,480	603,613	602,290

자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

나. 기부물품 증감현황

1) 연도별

1998년 대비 푸드뱅크와 푸드마켓의 연도별 기부물품 접수 현황 및 증감 현황을 분석한 결과는 <표 2-5>에 제시된 바와 같다.

2011년 2월 3일 기준 382,188백만원이 기부되었고, 1998년 대비 연도별 증감 현황을 살펴보면 1999년에는 84.14%포인트, 그리고 2010년에는 2417.94% 포인트 증가하여 괄목한만한 성장세를 보였다.

〈표 2-5〉 연도별 푸드뱅크 기부물품 접수현황 및 1998년 대비 증감 현황

(단위: 백만원, %)

구분	접수현황	1998년 대비 증가비율
누계	382,188	-
1998	2,770	-
1999	5,120	84.84%
2000	7,168	158.77%
2001	16,320	489.17%
2002	18,981	585.23%
2003	18,257	559.10%
2004	32,149	1060.61%
2005	39,547	1327.69%
2006	37,030	1236.82%
2007	41,578	1401.01%
2008	49,138	1673.94%
2009	55,658	1909.31%
2010	69,747	2417.94%

주: 2011년 2월 23일 기준
자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 및 연구원 재구성.

2) 종류별(건수)

지역별로 푸드뱅크와 푸드마켓에 기부된 식품의 종류별 현황을 조사한 결과는 <표 2-6 >에 제시된 바와 같다.

주식류와 부식류 등 종류별로 구분하여 기부된 물품의 건수를 살펴보면 주식류가 285,783건으로 단연 많고, 그 다음은 부식류, 식재료, 간식류 등의 순으로 나타나고 있다.

지역별로 접수 물품의 차이를 보이고 있는데 제주도같은 경우 제조업체가 없어서인지 부식류와 간식류의 기탁량이 식재료에 비해 현저히 낮게 기부되고 있고, 울산시는 공업도시라서 식재료의 기탁량이 제일 적은 것으로 나타나 푸드뱅크와 푸드마켓의 활성화 방안은 지역의 특성이 우선적으로 고려되야한다는 시사점을 주고 있다.

〈표 2-6〉 종류별 푸드뱅크 기부물품 접수 현황

(단위: 건)

구분	총 건수	주식류	부식류	식재료	간식류	생활용품	기타
합계	404,935	285,783	76,957	21,891	13,231	6,333	740
중앙	413	39	70	84	135	77	8
서울	87,629	74,642	5,008	4,446	1,646	1,738	149
부산	15,634	14,477	288	461	281	106	21
대구	12,545	9,176	622	936	1,350	433	28
인천	37,053	21,083	11,180	1,946	1,775	1,051	18
광주	20,294	16,083	2,004	1,464	463	242	38
대전	8,472	6,193	1,168	474	541	77	19
울산	6,553	3,829	2,257	197	132	126	12
경기	123,965	82,576	35,115	3,946	1,409	824	95
강원	16,717	9,549	5,814	721	557	65	11
충북	10,637	7,223	1,249	1,082	747	241	95
충남	15,488	9,583	3,838	864	893	280	30
전북	11,379	7,687	2,172	659	506	333	22
전남	7,969	3,962	1,937	1,087	694	194	95
경북	10,328	7,300	1,125	887	663	294	59
경남	14,956	9,180	2,812	1,513	1,169	244	38
제주	4,903	3,201	298	1,124	270	8	2

자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

2) 판매가액

<표 2-7>에는 2010년 기부된 식품의 총 판매가액을 종류별로 분석한 결과가 제시되어있다.

〈표 2-7〉 전국 푸드뱅크 기부물품 총 판매가액

(단위: 천원)

구분	총 판매가액	주식류	부식류	식재료	간식류	생활용품	기타
합계	75,176,064	28,385,159	10,308,785	12,764,793	15,696,357	6,735,997	1,284,977
중앙	12,912,252	461,591	2,905,060	3,022,913	4,183,814	2,202,413	136,463
서울	19,996,957	9,761,126	1,242,498	1,591,443	4,289,473	2,744,759	367,659
부산	2,464,127	1,879,629	184,147	181,842	131,843	80,420	6,247
대구	1,731,874	1,018,456	100,826	385,600	209,710	14,681	2,601
인천	3,770,079	1,692,550	813,696	984,214	209,801	55,565	14,254
광주	1,934,670	1,133,795	227,930	232,577	189,797	117,537	33,034
대전	2,219,391	998,760	263,213	363,059	526,444	58,262	9,653
울산	888,769	218,399	445,685	197,701	14,931	9,111	2,942
경기	13,779,993	6,459,940	2,547,529	1,447,338	2,794,130	297,655	233,400
강원	957,291	471,995	280,209	85,019	87,487	24,838	7,745
충북	3,806,732	823,962	288,808	1,238,413	648,912	530,279	276,358
충남	3,301,814	713,037	246,229	714,019	1,252,676	303,302	72,551
전북	1,567,444	727,166	238,433	283,523	228,898	70,430	18,995
전남	1,458,646	390,489	232,012	405,051	288,941	106,035	36,118
경북	1,695,925	600,930	158,802	528,878	263,550	86,659	57,105
경남	2,086,487	763,049	96,920	872,350	317,311	28,295	8,561
제주	603,613	270,285	36,788	230,853	58,639	5,756	1,291

자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

3) 장부가액

<표 2-8>에는 2010년 기부된 식품의 총 장부가액을 종류별로 분석한 결과가 제시되어있다.

〈표 2-8〉 전국 푸드뱅크 기부물품 총 장부가액

(단위: 천원)

구분	총 장부가액	주식류	부식류	식재료	간식류	생활용품	기타
합계	69,747,028	26,942,876	9,408,386	11,874,712	13,902,917	6,449,503	1,168,639
중앙	12,913,837	460,470	2,905,061	3,022,913	4,186,518	2,202,413	136,463
서울	18,431,907	9,649,156	1,220,793	1,532,906	3,088,215	2,575,308	365,529
부산	2,249,911	1,727,120	137,610	170,593	127,143	81,198	6,247
대구	1,564,990	948,258	89,866	317,188	193,188	13,888	2,601
인천	3,322,212	1,598,961	497,409	957,229	199,651	54,708	14,254
광주	1,919,587	1,131,598	230,024	235,434	173,234	116,263	33,034
대전	2,174,115	1,035,988	262,551	272,714	525,860	67,171	9,831
울산	463,160	196,387	91,694	155,373	8,562	8,202	2,942
경기	12,718,647	5,640,906	2,482,648	1,418,536	2,650,000	293,190	233,367
강원	867,636	458,175	217,442	81,542	83,208	19,525	7,745
충북	3,318,003	767,826	290,267	1,046,365	577,036	479,310	157,199
충남	2,971,553	680,448	240,318	715,060	1,038,224	225,682	71,821
전북	1,542,659	723,934	237,648	264,519	226,794	70,770	18,995
전남	1,344,137	368,337	224,343	337,560	275,156	102,623	36,119
경북	1,695,845	596,507	155,600	517,850	254,117	108,144	63,627
경남	1,646,540	688,502	88,359	598,125	238,629	25,352	7,574
제주	602,290	270,303	36,753	230,805	57,382	5,756	1,291

자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

라. 기부자 현황

<표 2-9>에는 2011년 2월말 현재 식품기부자 현황이 제시되어있다.

식품도소매업에 종사하는 사람이 6,944명으로 가장 많고 그 다음은 식품제조가공업의 5,221명으로 분석되었는데 사실 기타가 개인기부자 등 포함하여 6,992로 가장 많았지만 단일 업이 아니라 큰 의미를 부여할 수는 없고 향후 식품기부자 현황을 세분화하면 그 의미를 파악할 수 있을 것으로 사료된다.

〈표 2-9〉 푸드뱅크 식품기부자 현황

(단위: 명, %)

구 분	기부자	구성비
합계	30,338	100.0
식품제조가공업	5,221	17.3
즉석판매제조업	3,953	13.0
식품도소매	6,944	22.9
식품접객업	1,281	4.2
집단급식소	1,928	6.4
일반가정	4,019	13.2
기타	6,992	23.0

자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

마. 이용자 현황

1) 시설 현황

<표 2-10>에는 2010년 기부된 식품의 이용자 현황이 제시되어있다.

이용시설이 전체의 44.8%로 가장 많았고, 그 다음은 생활시설, 기타법인 및 단체의 순으로 나타났다. 2003년 생활시설이 가장 많던 추세에서 변화되고 있음을 보이고 있다.

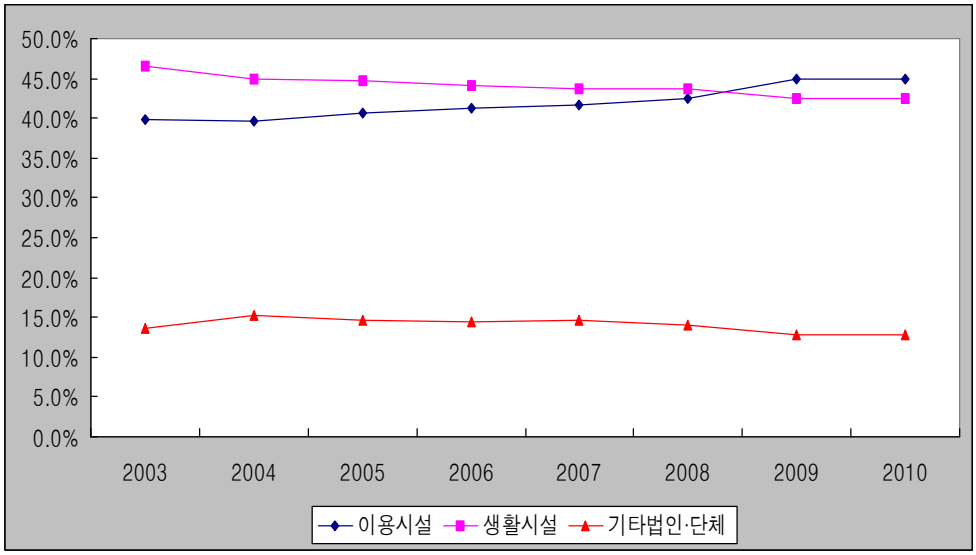
〈표 2-10〉 푸드뱅크 기부식품 이용자 현황

(단위: 명 및 개소, %)

구분	계	이용시설		생활시설		기타법인.단체	
		이용현황	구성비	이용현황	구성비	이용현황	구성비
2003	4,534	1,809	39.9	2,110	46.5	615	13.6
2004	6,957	2,758	39.6	3,132	45.0	1,067	15.3
2005	9,442	3,836	40.6	4,222	44.7	1,384	14.7
2006	11,303	4,666	41.3	4,995	44.2	1,642	14.5
2007	12,870	5,373	41.7	5,624	43.7	1,873	14.6
2008	14,724	6,244	42.4	6,428	43.7	2,052	13.9
2009	17,285	7,747	44.8	7,330	42.4	2,208	12.8
2010	19,620	8,794	44.8	8,320	42.4	2,506	12.8

자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

[그림 2-2] 전국푸드뱅크 기부식품 이용자 및 단체현황 연도별 추이



자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

2) 이용자 개별 특성 현황

<표 2-11>에는 연도별 이용자 현황이 제시되어있다.

2003년 독거노인이 36.3%, 저소득가정 32.8%로 높게 나타났는데 이런 추세는 해를 거듭해도 그대로 유지되고 있다. 단 2010년에는 독거노인보다는 저소득가정에서 이용하는 비율이 다소 높게 나타나는 변화를 보이고 있다.

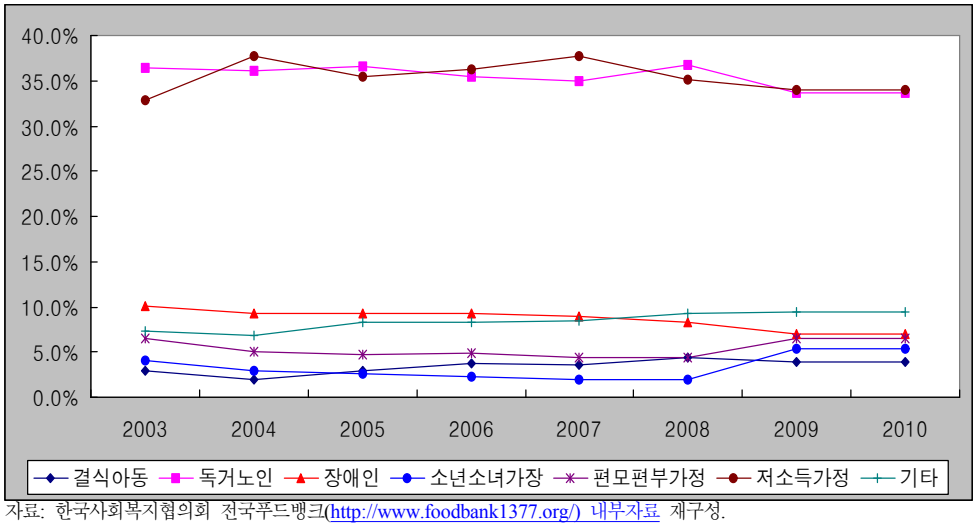
〈표 2-11〉 푸드뱅크 기부식품 일 평균 이용자 현황

(단위: 명, %)

구분	계	결식 아동	독거 노인	장애인	소년 소녀 가장	편모 편부 가정	저소득 가정	기타
2003	25,551	728	9,286	2,592	1,021	1,667	8,384	1,873
	100.0	2.8	36.3	10.1	4.0	6.5	32.8	7.3
2004	56,579	1,141	20,443	5,228	1,673	2,859	21,345	3,890
	100.0	2.0	36.1	9.2	3.0	5.1	37.7	6.9
2005	76,374	2,280	27,993	7,092	1,933	3,602	27,120	6,354
	100.0	3.0	36.7	9.3	2.5	4.7	35.5	8.3
2006	95,411	3,542	33,843	8,805	2,180	4,581	34,620	7,840
	100.0	3.7	35.5	9.2	2.3	4.8	36.3	8.2
2007	112,863	3,956	39,391	10,158	2,269	5,008	42,537	9,544
		3.5	34.9	9.0	2.0	4.4	37.7	8.5
2008	135,305	5,904	49,626	11,293	2,539	5,885	47,535	12,523
	100.0	4.4	36.7	8.3	1.9	4.3	35.1	9.3
2009	210,787	8,120	70,950	14,847	11,236	13,874	71,736	20,024
	100.0	3.9	33.7	7.0	5.3	6.6	34.0	9.5
2010	228,037	8,784	76,756	16,062	12,156	15,009	77,607	21,663
	100.0	3.9	33.7	7.0	5.3	6.6	34.0	9.5

자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

[그림 2-3] 전국푸드뱅크 기부식품 일 평균 이용자 현황 연도별 추이



자료: 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크(http://www.foodbank1377.org/) 내부자료 재구성.

제2절 미국 푸드뱅크 운영 사례

1. 푸드뱅크의 발전과정 및 개요

가. 태동기(1965~1979)

미국의 푸드뱅크 사업은 1965년 애리조나 주, 피닉스에 거주하던 John van Hengel이 은퇴 후 Soup Kitchen[1]에서 자원봉사를 하면서, 먹을 수 있는 상태에도 불구하고 폐기되는 여유 음식물에 대해 기부를 권유하고, 이를 제공받아 결식 대상자에게 제공하면서 시작되었다. 그의 이러한 활동이 큰 반향을 불러 일으켜 기탁되는 음식물이 증가함에 따라 미국 최초이자, 세계 최초의 푸드뱅크인 St. Mary's Food Bank를 1967년 피닉스에 설립하였다(Wikipedia, 'Feeding America').

John van Hengel과 소수의 자원봉사자들로 구성된 St. Mary's Food Bank는 첫 해 25만 파운드 이상의 음식물을 36개 지역 내 기관에 위탁·배분하였고, 이러한

1) Bread Line 혹은 Meal Center라고도 불리며, 결식자들을 위해 무료 또는 저가로 음식을 제공하는 자원봉사단체로, 종교단체 또는 지역사회단체를 중심으로 운영됨.

푸드뱅크 사업은 점차 미국 전역으로 확대되기 시작하였다(St. Mary's Food Bank Alliance, www.firstfoodbank.org).

나. America's Second Harvest 시기(1979~2008)

1975년 St. Mary's Food Bank는 연방정부 보조금을 받게 되었고, 1976년 세금 개혁법(Tax Reform Act)과 1979년 연방정부의 기금제공을 통해 식품의 기탁유도와 푸드뱅크가 전국적으로 더욱 활성화되었다. 이에 따라 미국 푸드뱅크의 중앙조직인 America's Second Harvest가 형성된다. 이후 John van Hengel은 1986년에 Food Banking 주식회사를 설립하여 전 세계에 푸드뱅크를 알렸으며, 이후 2006년 Global Food Banking Network(GFN)로 명칭을 변경하여 아프리카, 동유럽, 아시아, 남미, 캐나다, 호주로 푸드뱅크 사업을 확대하였다(St. Mary's Food Bank Alliance, www.firstfoodbank.org).

Global Food Banking Network는 아르헨티나(Red Argentina de Bancos de Alimentos), 멕시코(Asociación Mexicana de Bancos de Alimentos), 캐나다(Food Banks Canada), 미국(Feeding America)의 4개 푸드뱅크 네트워크에 의해 설립되었으며, 전 세계의 푸드뱅크 협력망 강화를 위한 민간 비영리기관이다. 현재 아르헨티나, 호주, 불가리아, 캐나다, 콜럼비아, 가나, 과테말라, 인도, 이스라엘, 일본, 요르단, 멕시코, 필리핀, 남아프리카 공화국, 터키, 영국, 미국 등 총 18개국이 가입하였으며, 우리나라는 아직까지 가입하지 않았다. 회원국 푸드뱅크간 지원 및 정부단체와 비정부기구와의 협력 도모를 중심으로 업무를 수행하고 있다(Global Food Banking Network, www.foodbanking.org).

GFN의 세부업무를 살펴보면, 푸드뱅크의 개념을 공유하면서 회원국 푸드뱅크의 사업운영에 가장 적합하고 효율적인 모델에 대한 평가를 실시한다. 이를 위해 매년 3월, 미국 텍사스 주의 샌 안토니오에 위치한 "H-E-B/GFN Food Bank Leadership Institute"에서 각국 푸드뱅크 대표, 식품산업 관계자 대표, 세계식량안전 전문가 등이 참여하여 푸드뱅크 활성화를 통한 지역사회의 결식 해소를 위한 회의 및 세미나를 개최한다. 또한 회원국별 푸드뱅크 사업의 개발 및 관리를 위해 예

산과 직원을 지원한다. 이 외에도 기금지원, 교육·훈련, 식품기탁 지원, 멘토링 서비스 등을 제공한다(Global Food Banking Network, www.foodbanking.org).

2001년 3월, America's Second Harvest는 Foodchain과의 합병을 통해 미국에서 가장 큰 음식 구제기관으로 광범위하고 효과적인 결식구제와 음식을 배분하는 조직이 되었다(Wikipedia, 'Feeding America'). 즉, America's Second Harvest는 전국적인 협조를 통해 대규모 기탁을 위한 정보교환소의 역할과 기탁 받은 식품의 저장, 배분, 푸드뱅크 기관간 조정 및 관리의 역할을 하였다.

다. Feeding America 시기(2008~현재)

2008년 9월, America's Second Harvest는 Feeding America로 기관명을 변경하였다. 이러한 배경에는 30년간 결식지원 사업을 실시해왔으나, 일반 국민들에게 America's Second Harvest에 대한 인지도가 낮고 미국 내 결식에 대한 광범위한 편견에 직면한 어려움이 있었기 때문이다. Feeding America에서 "Feeding"은 음식이 필요한 사람들에게 직접적으로 음식을 제공해주고, 삶을 풍요롭게 해주는 촉매제의 역할을 한다는 두 가지의 의미를 갖고 있다(Feeding America, http://feedingamerica.org).

1960년대 이래 지속적으로 확대·성장해 온 Feeding America는 현재 일리노이 주의 시카고에 본부(national office)를 두고, 워싱턴 D.C에 지사(satellite office)가 있어 170명 이상의 직원이 근무하고 있다. 50개 주의 200개 이상의 푸드뱅크(약 5,500명 직원)가 Feeding America의 회원기관이며, 약 6만 1천개의 지역 자선기관이 있으며, 7만개의 결식지원 프로그램을 지원하고 있다. 또한 결식에 대한 인식개선 캠페인을 지속적으로 실시하고 있다(Feeding America, http://feedingamerica.org).

Feeding America의 시카고 본부는 경영(Operations), 자선(Philanthropy), 정부관계(Government Relations), 재정(Finance)의 주요 분과로 구성되어 업무를 담당하고 있으며, 각 분과별로 하위 부서를 포함하고 있다. Feeding America를 운영하는 7대 가치관(Statement of Values)은 존중(Respect), 책임과 신뢰(Stewardship

and Accountability), 협력(Collaboration), 시급성(Urgency), 서비스(Service), 청렴(Integrity), 다양성(Diversity)이다(Feeding America, http://feedingamerica.org).

2. 푸드뱅크 운영실태

가. 푸드뱅크 전달체계

미국 푸드뱅크는 중앙조직인 Feeding America와 각 주에 산재해 있는 205개 지역 푸드뱅크간의 독립적이면서도 긴밀한 협력체계를 통해 운영되고 있으며, 각 푸드뱅크는 식품의 관리, 저장, 배분 현황에 대해 Feeding America 직원과 식품산업 전문가들로부터 정기적인 모니터링을 받고 있다.

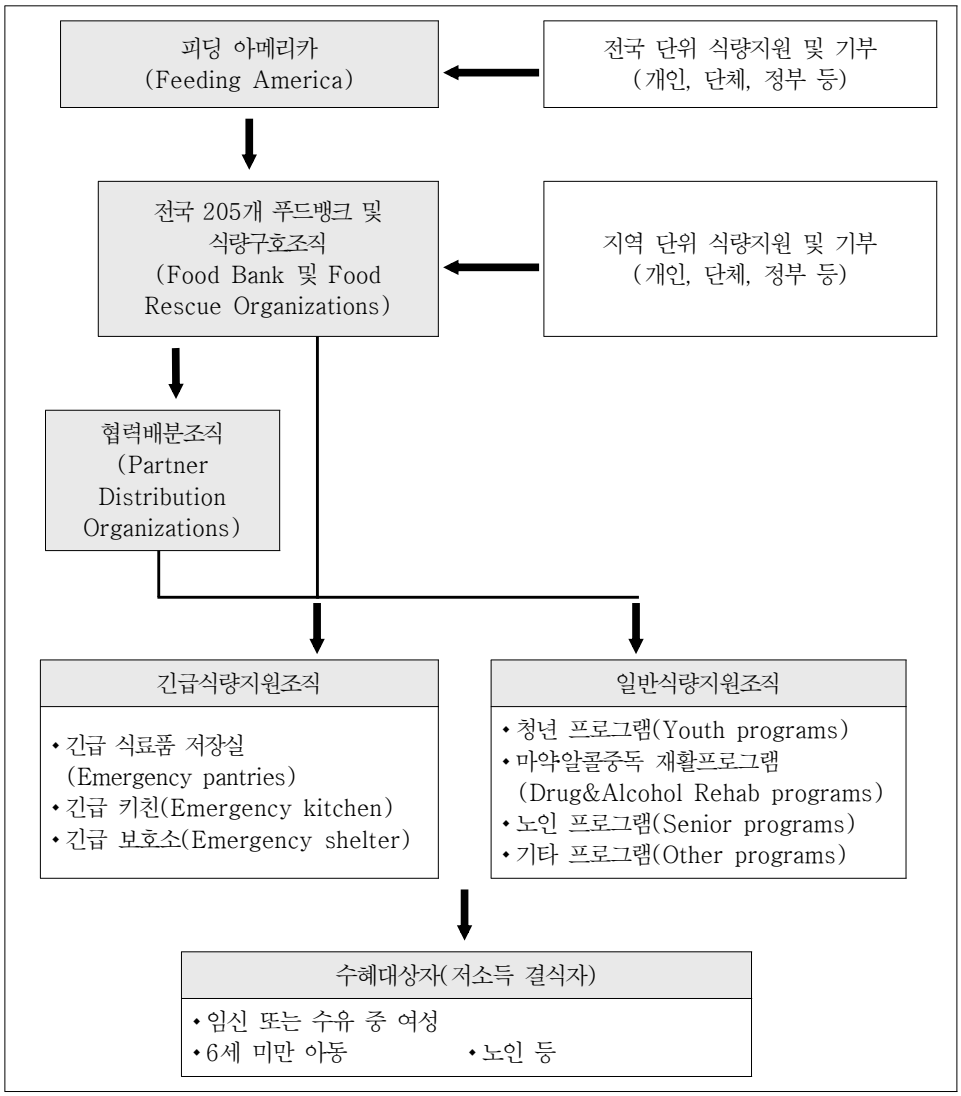
Feeding America는 전국의 식료품업체, 정부기관, 개인 및 기타 기관으로부터 음식 및 식품을 기탁 받아 미국 전역의 푸드뱅크에 전달한다. 단, 식품이 가장 필요한 곳부터 우선순위에 따라 배분하게 된다. 또한 생산자, 제조자, 유통업체로부터 기탁될 식품에 관한 정보는 Feeding America를 통해 총괄적으로 수집된 후 기탁업체와 가장 인접해 있는 각 지역별 푸드뱅크를 연계시켜 기탁하도록 유도한다(Feeding America, http://feedingamerica.org).

다음으로 각 주의 푸드뱅크에서는 제공받은 음식 및 식품을 저장하고, 지역사회의 지원기관에 배분한다. 자선단체 등 각종 지역사회 지원기관에서는 최종적으로 음식이 필요한 이들에게 기탁음식물을 제공한다. 각 주의 푸드뱅크 및 지역사회 기관에서는 Feeding America에서 뿐만 아니라 지역사회의 개인 또는 단체로부터 기부금, 음식 기탁 등을 받을 수 있다. 또한 자율적으로 자원봉사자를 운영하고 결식 관련 프로그램을 운영할 수 있다. 물론 다양한 결식단체들은 지역 내의 요구에 부응하여 조직된 풀뿌리 조직이다.(Feeding America, http://feedingamerica.org). 푸드뱅크 서비스 전달체계는 [그림 2-4]와 같다.

미국의 푸드뱅크는 기탁량이 이용량을 초과하고 있으며, 제2의 식품산업이라 불리며 대기업 식품업체처럼 운영되고 있다. 즉, 배분이 안 된 기탁품을 보관하기 위한 대규모의 보관창고가 가동되고 있으며, 이 보관창고는 각종 시설 및 장비를 갖추고

재고량 파악 및 수송을 위한 전산망을 가동하고 있다. 또한 기탁품의 안전성 확보를 위하여 보관창고가 지켜야 할 산업규정을 준수하고 있다(정기혜 외, 2000).

[그림 2-4] 푸드뱅크 서비스 전달체계



자료: 「Hunger in America 2010, National Report Prepare for Feeding America」, Feeding America, 2010.

Feeding America는 식품확보 및 배분 이외에도 기금모금, 우수사례 공유, 옹호 및 격려 활동을 중앙단위 및 지역단위에서의 협력을 통해 실시하고 있다. 또한 국내외 세미나 개최, 직원연수, 각 푸드뱅크 운영의 관리·감독, 지속적인 결식관련 인식

개선 캠페인 등 다양한 역할을 담당하고 있다. 총괄적인 업무는 시카고에 위치한 Feeding America 본부에서 담당한다. 특히 online Hunger Action Center를 통해 연방정부, 주 정부, 지역사회 단위의 결식관련 법, 정책에 관한 감시 및 옹호 활동과 결식 인식개선 활동을 적극적으로 수행하고 있다. 단위주체별 역할을 살펴보면 <표 2-12>와 같다(Feeding America, http://feedingamerica.org).

〈표 2-12〉 푸드뱅크 역할

구분	지역단위 역할	중앙단위 역할
식품확보 (Securing Food)	▪ 지역사회의 제조업체, 소매업체, 농가, 정부기관으로부터 식품 확보	▪ 전국의 대형 제조업체 및 소매업체 그리고 정부가 제공하는 식품 확보
기금모금 (Raising Funds)	▪ 지역사회의 기업, 재단, 및 개인기부자로부터의 기부를 통한 재원 마련 및 서비스 제공	▪ 지역사회의 기업, 재단, 및 개인기부자로부터의 기부를 통한 재원 마련 및 지역푸드뱅크 발전을 위한 종자돈으로서 기부금 제공
음식배분 (Distributing Food)	▪ Feeding America와 지역사회에서 제공받은 음식물을 지역기관 시스템을 통해 배분	▪ 강력한 물류시스템을 통해 전국에서 기탁받은 음식물을 가장 필요한 푸드뱅크부터 우선순위대로 배분
우수사례 공유 (Sharing Best Practices)	▪ 다른 연계 기관과 정보공유 및 식품안전기준, 재정책임, 효율성 유지	▪ 입증된 프로그램 수행의 격려 및 식품안전기준, 재정책임, 효율성 유지
옹호 및 격려 (Advocating and Inspiring)	▪ 지역차원에서 인식개선 운동 및 홍보활동 전개	▪ 전국차원에서 인식개선 운동 및 홍보활동 전개

자료: Feeding America(http://feedingamerica.org)

또한 공공부문과 민간부문간의 역할 분담을 통한 협력체계를 유지하고 있어, 정부는 관련 법령을 제정하여 푸드뱅크 기탁자 및 이용자의 편의를 제공하며, 민간부문은 시설, 서비스 제공 및 프로그램 운영, 자원봉사인력을 제공하고 있다. 연방정부 차원에서는 미국 농수산부(U. S. Department of Agriculture)에서 다양한 식품지원과 식품배분 프로그램을 실시하고 있다.

푸드뱅크에의 기탁은 공공 또는 민간기관이나 개인 모두 가능하며, 기탁품은 식품, 생활용품, 성금(온라인 및 신용카드 포함)이 해당된다. Feeding America는 비영리단체이므로 기탁자들은 기탁품에 대해 모두 세제혜택을 받는다. 분배는 무상이 원칙이나 일부 푸드뱅크는 수혜자에게 일부 자부담을 부과하여 푸드뱅크 운영비로 활용하기도 한다(Feeding America, http://feedingamerica.org).

자원봉사를 희망하는 경우에는 지역사회 Kids Cafe에서 아이들을 가르치거나, 식

료품 저장실에서 기탁 식품을 재포장하거나, 자선단체에 기탁식품을 배달하거나, 또는 시카고 본부에서 사무 업무를 보조하는 등의 활동을 지원할 수 있다. 희망자는 지역사회 푸드뱅크를 통해 자원봉사 신청 및 참여가 가능하다(Feeding America, http://feedingamerica.org).

나. 연계 프로그램 사례

Feeding America에서는 현재 5개의 전국 단위의 연계 프로그램(network programs)을 운영하고 있으며, 각 프로그램별 특성을 살펴보면 다음과 같다.

1) BackPack Program

백팩 프로그램은 주말 또는 방학기간 중의 결식아동을 대상으로 제공된다. 따라서 백팩은 주말 전날 또는 방학(휴일) 전날 아동에게 나누어 주며, 주말 또는 방학(휴가)기간 동안에 제공된 식품을 먹을 수 있도록 아동의 가방에 음식을 담아 집으로 가져가게 한다. 음식은 아동이 좋아하고, 잘 부패하지 않으며, 쉽게 먹을 수 있도록 구성되어 있다. 동 프로그램은 1995년 시범사업으로 시작하였으며, 2006년 Feeding America의 전국 위원회는 공식적인 전국 프로그램 승인하였다. 2009 재정연도 기간에 140개 푸드뱅크에서 3,600개의 백팩 프로그램을 운영하여 19만명 이상의 아동을 지원하였다. 또한 2010 재정연도에는 5백 8십만 팩 이상의 음식을 아동들에게 제공하였다.

백팩의 개념은 결식학생이 위통과 현기증으로 학교 간호사를 찾아왔고, 그녀가 Arkansas Rice Depot이라는 비영리 결식지원기관에 도움을 요청하면서부터 시작되었다. 지역 푸드뱅크에서는 학생들에게 식료품을 담아갈 수 있도록 평범한 가방을 나누어주었는데, 이는 결식아동이 음식을 받아간다는 식의 부정적인 낙인을 피하기 위한 배려이다. 성장기 아동에게 영양식을 제공하는 것 외에도, 일부 백팩 프로그램은 주말이나 방학기간 중에 무상 또는 저가의 음식을 구하지 못하는 아동의 형제·자매들에게도 여유분의 음식을 제공한다.

2) Disaster Relief

Feeding America는 미국 적십자와 구세군을 포함한 재난구호 협력조직인 National Voluntary Relief Organizations Active in Disaster(NVOAD)의 회원으로서 NVOAD에서 운영하는 식량공급소를 통해 재난지역의 긴급구호 및 복구를 지원하고 있다. 처음 시작은 1989년 미국 남부 몇 개 주를 강타한 허리케인 휴고와 샌프란시스코 및 캘리포니아 중부 해안지역에서 일어난 로마 프리에타 지진으로 피해를 입은 지역에 대해 재난구호서비스의 주도적인 역할을 수행하면서부터이다.

그 이후로 Feeding America의 200여개 푸드뱅크들은 주요한 재난 지원활동에 참여하였으며, 지난 5년간 1억 파운드 이상의 긴급식량과 구호물품을 재난을 당한 개인과 가족들에게 제공해왔다. Feeding America는 정기적으로 협력기업 및 기부자들과 재난 구조를 위한 지원을 위해 협력하고 있으며, 지속적인 교육을 통해 지원체계를 안정적으로 구축하고 있다.

3) Kids Cafe

Kids Cafe는 1989년 조지아 주의 사바나 지역에서 두 명의 어린 형제가 기아상태로 발견된 사건으로 인하여 조지아 중의 푸드뱅크에서 처음 시작되었으며, 1993년에 Feeding America의 전국 프로그램으로 확대되었다. Boys & Girls Clubs, 교회 또는 학교 등 아이들이 모이는 곳을 통해 저소득층 아동들에게 무상으로 식사와 간식을 제공하며, 식사 이외에도 믿을 수 있는 직원의 감독 하에서 아이들이 교육, 레크리에이션, 사회 활동에 참여할 수 있는 안전한 장소를 제공하는 역할을 하고 있다. 현재 1,600개 이상의 Kids Cafes가 설립·운영되고 있으며, 1천 6백만명 이상의 아이들은 집에 음식이 없는 가정에서 살고 있다. 2010 재정연도 기간에 약 천만개의 식사와 4백만개의 스낵이 122,000명 이상의 아동들에게 제공되었다.

이 외에도 2009년 School Pantry Program이 공식적으로 전국 단위의 프로그램으로 인정되어 현재 전국의 37개 푸드뱅크에서 운영되고 있다. 학교 식료품 저장실은 저소득층 아동 및 그 가족에게 보다 쉽게 음식을 지원하기 위하여 학교 내에 설

치되어 있다.

4) National Produce Program

Feeding America는 푸드뱅크의 신선식품 관리 강화를 위하여 National Produce Program을 실시하였다. '신선식품 Initiative'로 알려진 본 프로그램은 지난 몇 년간 지속적으로 성장하여 푸드뱅크에서 배분하는 하나의 식품영역으로 자리매김하였다.

본 프로그램은 Feeding America와 협력관계에 있는 재배자, 포장자, 업계 전문가들이 신선한 과일과 채소의 영양원을 식별하고 보호하는 것을 도와줌으로써 푸드뱅크에서 가공과정을 통해 슈퍼마켓이나 기타 소매상에서 흔히 볼 수 있는 상품처럼 포장이 된 상품으로 배분할 수 있게 해 준다. 또한 보다 빨리 신선식품을 받아볼 수 있으며 일관되게 신선식품을 제공할 수 있다. '신속 식품배분 보조금'과 '냉장운송 보조금'을 통해 식품의 운송가격을 절감하게 되었고 부패할 수 있는 식품을 신선식품으로 구입할 수 있도록 하였다.

본 프로그램으로 인하여 예전보다 더 많은 영양식품을 배분할 수 있게 되었으며, Feeding America는 매주 평균 2백 2십만 파운드의 기탁 및 가공신선식품을 전달하였다. 2008년 약 3억 5천만 파운드의 신선식품이 푸드뱅크를 통해 배분되었다.

5) Relief Fleet

Feeding America는 수백만 달러를 매년 전국을 오가는 운송수단에 투자한다. 이와 같은 막대한 운송비용은 종종 푸드뱅크에서 음식을 기탁 받는데 장애요인이 되기도 한다. Relief Fleet는 운송비용 절감을 위하여 전체 푸드뱅크에 무상 또는 상당한 저가로 화물운송을 기부하는 것이다. 즉, 운송업체들은 Feeding America 본사와 협의하여 화물트럭에 기탁물품을 실을 수 있는 공간을 제공해 준다. 기탁물의 배송 및 수령은 운송경로와 기부물품을 받을 수 있는 푸드뱅크 접근성에 따라 이루어진다.

2009 재정연도 기간 동안 Relief Fleet 프로그램을 통해 1천 7십만 파운드의 기

탁 식품이 146개 푸드뱅크에 무료로 전달되었다. 또한 트럭 한 대분의 기탁 식품으로 27,000끼니를 해결할 수 있었고, 운송비용에 1달러면 절약해도 결식자에게 7끼니를 제공할 수 있다. 지난 해 Feeding America 푸드뱅크에서는 운송비용에서 $411,000을 절약하였고, 이 절약한 금액은 결식자를 위한 프로그램 운영비로 활용되었다.

다. 푸드뱅크 관련 법령

미국 푸드뱅크는 정부로부터 제도적인 지원을 받지 않으므로 감사와 같은 운영·경영에 관한 연방정부 및 주 정부의 간섭을 받지 않는다. 푸드뱅크 관련법에서는 기탁품의 안정성, 기탁, 기탁자, 기탁자의 면책특권, 면책 준용사항 등이 주요 내용으로 구성되어 있다(정기혜 외, 2000). 푸드뱅크 관련 대표적인 법령은 Tax Reform Act, Federal Surplus Property Donation Act, Good Samaritan Food Donation Act 등이 있다.

〈표 2-13〉 푸드뱅크 관련 주요 법령

법령	내용
Tax Reform Act	• 푸드뱅크에 기탁한 제품에 일정액의 세금감면
Federal Surplus Property Donation Act	• 정부가 푸드뱅크에 기탁할 수 있는 근거법으로 잉여 사무용품을 기탁
General Services Administration Act	• 국무부에서 천 만불 상당의 식품을 기탁할 수 있는 근거법
Good Samaritan Food Donation Act	• 월별로 가장 기탁량이 많은 기탁자를 선정하여 홍보 실시

1) Tax Reform Act(1976)

1976년 9월에 재정된 세금개혁법은 공공자선단체나 민간이 운영하는 재단에 기부하는 법인체에 더 많은 세금감면혜택을 부여하였다. 즉, 법인체가 자선단체에 정상제품을 기부할 때 Internal Revenue Code에 따른 정상가로 판매가능한 제품의 기부에 해당된다. 또한 기탁법인체가 IRC 1221절과 (1)항 및 (2)항에 명시되어 있

는 공공자선단체나 민간이 운영하는 재단에기부할 경우 IRC 170절 (e) (3)조항에 의해 세금감면혜택을 받을 수 있다는 조항의 적용을 받을 수 있다. 동 법은 이후 1986년 레이건 대통령과 2010년 오바마 대통령에 의해 개정되었다.

2) Federal Surplus Property Donation Act(1997)

1997년 10월에 클린턴 대통령의 승인을 얻었으며 공공부문의 잉여량을 푸드뱅크에 기탁할 수 있는 기반을 제공하고 있다. 동 법에 의해 트럭, 업무기기, 컴퓨터, 창고용품 등과 같은 연방정부 자산 중 초과분을 전국의 푸드뱅크에 제공할 수 있으며, 특히 천만불 상당의 시식 가능한 음식이 연방관련위원회에서 제출한 General Services Administration Act를 근거로 빈곤자에게 제공할 수 있도록 미국 국방성으로부터 기탁되고 있다. 또한 연방정부가 쓰지 않거나 중복된 연간 8천만불 상당의 물품을 푸드뱅크나 유관기관이 이용할 수 있는 권한이 상기 법률의 승인으로 가능해졌다.

3) Bill Emerson Good Samaritan Food Donation Act(1996)

Good Samaritan Food Donation Act라고도 불리며, 기탁가능한 생활용품은 여러 조건들로 인하여 쉽게 시장에서 거래될 수 없을 지라도 연방정부, 주 정부, 지역법 및 규정에 의해 명시된 모든 품질과 상표기준에 맞는 용품을 의미하며, 기탁가능한 식품은 여러 조건들로 인하여 쉽게 시장에서 거래될 수 없을 지라도 연방정부, 주 정부, 지역법 및 규정에 의해 명시된 모든 품질과 상표기준에 일치하는 식품을 의미한다.

이 법의 목적은 기탁된 물건에 대한 기탁자의 법적인 책임과 발생될 수 있는 부담을 방지해 주는 것으로 이를 위하여 푸드뱅크는 GMA나 FMI에서 개발한 엄격하고 표준화된 창고 운영 기법의 사용, 올바른 저장 및 관리절차, 완전한 식품 생산과 기탁처 추적 및 식품회수 장치, 최적의 식품 수집 및 분배 등을 실현하고 있다. 또한 잠재적으로 발생할 수 있는 문제들로부터도 기탁계약(Donation Contract)과 훌

륭한 자선가(Good Samaritan)를 통하여 기탁자를 보호하고 있다.

법령의 적용은 네 가지 경우로 자세한 내용은 다음과 같다. 첫째, 기탁자가 비영리기관에 기부할 때만 적용되며, 둘째 기탁자들은 기탁품에 의해 수혜자에게 사후 발생하는 문제들로 인한 민사상과 형사상의 책임을 지지 않으며, 셋째 기탁자와 관련 담당자는 책임에 따른 조사를 받지 않으며, 마지막으로 유통기간이 경과된 제품을 기탁받은 과실에 대해서도 책임을 지지 않는 것이다.

4) Healthy, Hunger-Free Kids Act(2010)

동 법안은 2010년 통과되었으며, 이를 통해 4백 5십만명의 아동들에게 10년 넘게 영양프로그램을 제공할 수 있게 되었다. 따라서 아동결식 문제를 해결하는데 진일보한 법률로 평가받고 있다. 영양식단에 대한 아동의 접근성 향상을 통해 특히 아동이 학교를 다니지 않는 기간(방과 후, 주말 또는 방학기간)동안 아동의 결식을 일정 부분 해소하는데 동 법률이 기여할 것으로 기대하고 있다.

라. 재정운용 현황

Feeding America의 예산운용 현황을 살펴보면, 2010 재정연도 기준 전체 지출액 중 96.1%는 프로그램 서비스(program services), 3.9%는 지원 서비스(supporting services)에 사용되었다. 프로그램 지출비용은 9천 4백만 달러는 현금이고, 5억 8천 4백만 달러는 현물기부(음식기부, 식품 및 생필품기부)이다.

총 지출액은 $705,942,000이고, 기부가 이루어진 상품 및 서비스가 이 중 83%인 $584,043,000이며, 직원 임금은 3%인 $21,315,000이다. 전체 지출항목 중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 식품확보로 89.1%이며, 다음으로 회원서비스 5.4%, 기금모금 2.6%로 대부분 식품 기탁업무에 집중적으로 사업이 운영되고 있음을 알 수 있다.

〈표 2-14〉 Feeding America 사업운영비 지출 비중(2010 재정연도 기준)

(단위: %, 천 달러)

구분	지출항목		비중	지출금액
프로그램 서비스	회원서비스 (Member Services)	회원서비스(Member Services)	5.4	38,430
		식품확보(Food Procurement)	89.1	628,773
	비회원서비스 (Non-member Services)	인식개선 및 교육활동(Public Awareness & Policy)	0.8	5,314
		공공 프로그램 및 정책(Public Programs & Policy)	0.5	3,763
		연구지원(Research & Analysis)	0.3	2,043
지원 서비스	경영지원(Management & General)		1.3	9,336
	기금모금(Fund Development)		2.6	18,283
합계			100.0	705,942

자료: 「2010 Annual Report」, Feeding America.

Feeding America의 수입이라 할 수 있는 기부 현황을 살펴보면, 개인 기부액은 $25,284, 기업 기부액은 $43,229, 재단을 통한 기부액은 $14,379, 기업홍보액은 $12,660으로 모금활동을 통한 수입 총액은 $95,552이다. 또한 각종 물품과 서비스 등의 기부액은 $584,043에 이른다. 이 밖에도 식량확보 수입 $34,938 등 모금활동과 회원비 등을 통한 총수입은 $719,502이다.

〈표 2-15〉 Feeding America 수입 구조(2010 재정연도 기준)

(단위: 달러)

구분	지출항목		지출금액
공적 지원	모금활동(Fundraising)	개인 기부(Individual contributions)	25,284
		기업 기부(Corporate contributions)	43,229
		재단(Foundation)	14,379
		기업홍보(Corporate promotions)	12,660
	상품·서비스 기부(Donated goods and services)		584,043
	소계		**679,595**
수입	회원비(Member fees)		2,687
	컨퍼런스 참가비(Conference fees)		761
	기타 수입(Other revenue)		589
	식량확보 수입(Food procurement revenue)		34,938
	투자 수입(Investment income)		304
	운영 지정 투자수익(Investment return designated for operations)		628
	제한해제 순자산(Net assets released from restriction)		-
	소계		**39,907**
합계			**705,942**

자료: 「2010 Annual Report」, Feeding America.

3. 미국의 결식자 및 푸드뱅크 이용자 현황

가. 결식자 현황

미국 농수산부(U. S. Department of Agriculture)의 경제연구서비스(Economic Research Service)에서 매년 발표하는 “2009년 미국 가구 식량안보 보고서”에 의하면, 미국인 6명 중 1명은 적정수준의 음식을 제공받지 못하고 있으며 5천만명(미국 인구의 16.6%)에 이르는 숫자이다. Feeding America에서 제공하는 식사를 이용한 수혜자 수는 2008~2009년 동안 24% 증가하였다. 이는 직접적인 식사 배분과 SNAP(Supplemental Nutrition Assistance Program) 지원을 포함한 통계치이다.

무엇보다 아동 4명당 1명이 여전히 적정수준의 식사를 제공받지 못하고 있는 것이 심각한 문제점으로 지적되고 있다. 특히 5세 미만의 아동이 성장기에 충분한 영양을 공급받지 못할 경우, 인지발달 능력이 장기적으로 크게 손상되어 회복되기 어렵다. 또한 아동의 결식문제는 학습기회를 잃게 하며, 성인이 되었을 때 빈곤상태에 빠지기 쉬운 위험성이 존재한다.

나. 푸드뱅크 이용자 현황

Feeding America에서 발표한 “Hunger in America 2010”에 의하면, 3천 7백만명의 미국인들은 매년 Feeding America로부터 음식을 제공받고 있으며, 이중 아동은 1천 4백만명, 노인은 약 3백만명에 이르고 있다. 또한 매주 약 5백7십만명의 사람들이 Feeding America로부터 긴급식량지원을 받았으며, 이는 매주 약 4백5십만명이 지원받던 2006년보다 27% 증가한 수치이다. 본 통계는 Soup kitchen이나 Food pantries와 같은 긴급식량지원센터에서 제공한 데이터를 바탕으로 한 것이며, Kids cafe나 노인센터에서 지급한 데이터는 포함되지 않았다.

아동의 경우 1천 4백만명이 Feeding America를 이용하였으며, 3백만명은 5세 이하이다. 노인 수혜자는 매년 3백만명 수준으로 18.6%는 가구원 중 65세 이상 노인이 한명 이상 있으며, 이러한 가구의 52%(1백 2십만 가구)는 적정수준의 식량공급이 불가능한 상황이다. Feeding America를 이용하는 전체 대상자 중 8%는 65세

이상 노인이다. Feeding America에서 제공하는 식품을 이용하는 사람들의 48%는 농촌 또는 도시 교외 지역에 거주하고 있었다.

긴급식량지원조직(Pantry, Kitchen, Shelter)을 통한 2009년의 이용자 현황을 인구특성별로 살펴보면, 연령대별로는 식료품 저장실 이용자는 6~17세가 30.8%로 가장 높고, 키친과 보호소의 경우 30~49세가 각각 34.5%, 41.2%로 가장 높은 이용률을 보였다. 전체적으로는 6~17세(29.2%), 30~49세(25.6%), 50~64세(15.4%)의 순으로 나타났다. 성별로는 키친과 보호소 이용자는 남성의 비율이 높았고, 여성은 식료품 저장실 이용률이 높게 나타났다. 전반적으로는 남성보다 여성의 이용률이 높았다. 국적별로는 미국 시민권을 소지한 이용자가 대부분이었다. 다만 식료품 저장실의 경우 상대적으로 외국 국적 소지자의 이용률이 높게 나타났다.

〈표 2-16〉 연령, 성별, 국적별 이용자 현황(2009)

(단위: %, 명)

구분	식료품 저장실(Pantry)	키친(Kitchen)	보호소(Shelter)	전체 프로그램
연령				
0~3세	5.5	3.9	4.3	5.3
4~5세	3.3	2.3	2.0	3.2
6~17세	30.8	18.9	13.3	29.2
18~29세	13.4	13.9	16.3	13.5
30~49세	24.1	34.5	41.2	25.6
50~64세	14.8	18.8	20.8	15.4
65세 이상	8.0	7.7	2.0	7.9
소계(수)	100.0(119,981)	100.0(24,692)	100.0(7,630)	100.0(152,303)
성별				
남성	47.2	56.6	68.3	48.7
여성	52.8	43.4	31.7	51.3
소계(수)	100.0(115,883)	100.0(23,858)	100.0(7,328)	100.0(147,069)
국적				
미국 시민	88.4	93.3	96.2	89.2
외국 국적자	11.6	6.7	3.8	10.8
소계(수)	100.0(115,883)	100.0(23,858)	100.0(7,328)	100.0(147,069)

자료: 「Hunger in America 2010, National Report Prepare for Feeding America」, Feeding America, 2010.

결혼상태별로는 전체적으로 미혼인 경우가 28.0%로 가장 많고, 유배우(25.9%), 이혼(20.7%), 사별(10.5%)의 순이었다. 특히 미혼자의 경우 키친과 보호소 이용률이 이용자의 절반에 가까웠다. 따라서 현재 배우자가 없는 이용자의 비율이 60% 수

준으로 배우자가 있는 경우보다 높았다. 학력수준에 따라서는 고등학교 졸업자가 38.7%로 가장 높았으며, 고등학교 졸업 미만의 학력 소지자도 34.3%로 상당 부분을 차지하고 있어 주로 저학력층의 이용률이 높음을 알 수 있다. 반면 4년제 대학 이상 졸업자는 6.2% 수준에 머물고 있다.

〈표 2-17〉 결혼상태별, 학력수준별 이용자 현황(2009)

(단위: %, 명)

구분	식료품 저장실(Pantry)	키친(Kitchen)	보호소(Shelter)	전체 프로그램
결혼상태				
유배우	29.1	13.8	7.5	25.9
사실혼	6.8	6.2	1.8	6.5
사별	11.4	8.1	3.2	10.5
이혼	20.2	22.1	24.5	20.7
별거	8.3	7.5	12.0	8.4
미혼	24.1	42.2	50.9	28.0
소계(수)	100.0(42,441)	100.0(13,552)	100.0(5,092)	100.0(61,085)
학력수준				
고졸 미만	35.5	30.0	28.9	34.3
고졸	38.4	39.3	41.6	38.7
전문·기술학교 졸업	3.9	3.7	3.4	3.8
2년제 대졸	16.1	20.2	20.4	16.9
4년제 대졸 이상	6.2	6.9	5.6	6.2
소계(수)	100.0(42,441)	100.0(13,552)	100.0(5,092)	100.0(61,085)

자료: 「Hunger in America 2010, National Report Prepare for Feeding America」, Feeding America, 2010.

취업상태별로는 취업을 하지 않은 경우가 절반을 넘는 73.6%로 높게 나타났다. 특히 기관 특성상 보호소를 통해 식품을 제공받는 이용자의 비취업상태가 상대적으로 가장 높았다.

〈표 2-18〉 취업상태별 이용자 현황(2009)

(단위: %, 명)

구분	식료품 저장실(Pantry)	키친(Kitchen)	보호소(Shelter)	전체 프로그램
취업(풀타임)	13.1	11.7	9.1	12.8
취업(파트타임)	13.6	13.7	13.3	13.6
비취업	73.3	74.6	77.6	73.6
소계(수)	100.0(77,335)	100.0(19,530)	100.0(5,647)	100.0(102,512)

자료: 「Hunger in America 2010, National Report Prepare for Feeding America 」, Feeding America, 2010.

소득은 근로, 정부의 복지지원, 기타 정부지원, 연금 등이며, 푸드뱅크 이용자들의 전년도(2008년) 연간 소득수준을 살펴보면, 연간 평균소득은 $13,000 수준으로 $5,000~10,000미만이 27.2%로 가장 높았고, 다음으로 $10,000~15,000(20.3%)미만, $5,000미만(14.2%)의 순으로 대부분 소득수준이 낮았다. 소득이 전혀 없다는 응답도 8.0%로 높게 나타났으며, 특히 보호소에서 생활하는 이용자의 경우 24.4%로 높은 수준이었다. 즉, 연방정부 빈곤선 기준 130% 이하의 저소득층이 84%를 차지하고 있다.

〈표 2-19〉 연간 소득수준별 이용가구 현황(2008)

(단위: %, 가구, 달러)

구분	식료품 저장실(Pantry)	키친(Kitchen)	보호소(Shelter)	전체 프로그램
소득 없음	5.8	13.6	24.4	8.0
$5,000 미만	12.1	21.5	25.7	14.2
$5,000~10,000 미만	28.3	24.7	18.0	27.2
$10,000~15,000 미만	21.7	16.3	10.4	20.3
$15,000~20,000 미만	11.4	8.1	5.2	10.6
$20,000~30,000 미만	11.9	7.7	5.2	11.0
$30,000~40,000 미만	4.9	4.2	3.9	4.8
$40,000~50,000 미만	2.0	1.4	3.3	2.0
$50,000 이상	1.8	2.4	2.9	2.0
소계(수)	100.0(42,441)	100.0(13,552)	100.0(5,092)	100.0(61,085)
연간 평균소득	13,550	11,260	10,030	13,030

자료: 「Hunger in America 2010, National Report Prepare for Feeding America」, Feeding America, 2010.

특히 학력수준과 소득수준간 상관관계가 매우 높게 나타났는데, 푸드뱅크 이용자 중 90.8%의 고졸 미만 학력자와 85.2%의 고졸자는 수입이 전혀 없거나 연방 빈곤선 130% 이하인 것으로 나타났다. 또한 65.5%의 대졸자는 소득이 없거나 연방 빈곤선 130% 이하였다. 2008년, 연방 빈곤선 131% 이상의 소득수준을 보이는 이용자는 고졸 미만 학력자의 경우 9.2%에 불과하였으며, 대졸자의 경우 이보다 높아 34.5%로 나타났다.

〈표 2-20〉 이용자의 학력수준별 연간 소득수준(2008)

(단위: %, 명)

2008년 소득수준 (연방정부 빈곤선)	전체	고졸 미만	고졸	전문·기술 학교	2년제 대졸	4년제 대졸 이상
소득 없음	7.9	9.0	8.4	6.4	6.0	5.7
50% 이하	29.0	33.4	30.0	22.1	23.4	18.7
51~75%	20.1	22.7	20.1	17.3	18.3	13.5
76~100%	16.7	17.4	16.1	18.7	16.5	14.9
101~130%	10.3	8.2	10.6	11.6	12.2	12.7
소계	84.0	90.8	85.2	76.2	76.3	65.5
131~150%	4.5	3.4	4.6	5.3	5.8	5.2
151~185%	4.2	2.5	3.7	7.8	6.3	8.8
186% 이상	7.3	3.3	6.4	10.8	11.6	20.5
소계	16.0	9.2	14.8	23.8	23.7	34.5
계(수)	100.0(55,315)	100.0(18,403)	100.0(21,313)	100.0(2,338)	100.0(10,115)	100.0(3,146)

자료: 「Hunger in America 2010, National Report Prepare for Feeding America」, Feeding America, 2010.

다. 푸드뱅크 이용자 만족도

푸드뱅크에서 제공되는 식품의 양, 다양성, 질과 서비스 이용시 서비스 제공자가 어느 정도 자주 존중감을 갖고 이용자를 대하는가에 대한 만족도를 조사한 결과, 92.1%가 식품량에 만족한다는 응답을 하여 만족도 수준이 높게 나타났다. 90.1%는 식품의 다양성에 만족하였고, 92.7%는 식품의 질에 만족하였다. 83.4%는 서비스 제공자가 식품을 배분할 경우 존중하는 태도로 이용자를 대한다고 하여 전반적으로 이용 만족도가 모두 높게 나타났음을 알 수 있다. 보호소 이용자의 경우 식품량, 식품 다양성, 식품 질, 서비스 수준에서 모두 매우 만족한다는 응답률이 상대적으로 낮았다.

〈표 2-21〉 푸드뱅크 서비스 이용자 만족도(2009)

(단위: %, 명)

구분	식료품 저장실(Pantry)	키친(Kitchen)	보호소(Shelter)	전체 프로그램
식품의 양				
매우 만족	60.4	61.9	48.7	60.0
만족	32.2	30.2	36.9	32.1
불만족	5.7	5.3	8.7	5.8
매우 불만족	1.7	2.5	5.8	2.1
식품의 다양성				
매우 만족	57.5	58.0	39.3	56.6
만족	33.5	31.3	39.8	33.5
불만족	6.9	7.1	12.2	7.2
매우 불만족	2.0	3.7	8.8	2.7
전반적인 식품의 질				
매우 만족	62.7	60.2	43.6	61.3
만족	31.3	30.1	37.6	31.4
불만족	4.8	6.2	11.9	5.4
매우 불만족	1.3	3.5	6.8	1.9
직원의 배분서비스(존중)				
매우 만족	84.9	79.3	71.2	83.4
만족	5.8	9.7	16.0	6.9
보통	2.6	5.8	10.2	3.5
불만족	0.4	1.3	1.6	0.6
매우 불만족	6.3	4.0	1.0	5.7
계(수)	100.0(42,441)	100.0(13,552)	100.0(5,092)	100.0(61,085)

자료: 「Hunger in America 2010, National Report Prepare for Feeding America , Feeding America, 2010.

라. 기탁 식품 출처

각 기관에서 이용자에게 제공하는 식품의 출처를 살펴보면, 푸드뱅크가 역시 이들 기관이 식품을 기탁받는 주요 출처임을 알 수 있다. 식료품 저장실 75.5%, 키친 49.6%, 보호소 41.1%의 순으로 식품이 기탁되고 있으며, 다양한 정부프로그램 또는 지역사회를 통해 식품을 제공받고 있다. 정부 프로그램 중에서는 긴급식량지원(TEFAP)과 보조식품지원프로그램(CAFP)의 비중이 높았고, 지역사회 내에서는 식료품 저장실의 경우 종교단체로부터의 식품 기탁 비중이 높았던 반면, 보호소는 기관에서 직접 식품을 구입하는 경우가 많았다.

〈표 2-22〉 기탁식품 출처(2009)[1)]

(단위: %, 개소)

구분	식료품 저장실(Pantry)	키친(Kitchen)	보호소(Shelter)
푸드뱅크[2)]	75.5	49.6	41.1
Commodity Supplemental Food Program(CSFP)	32.8	23.8	21.7
The Emergency Food Assistance Program(TEFAP)	54.4	33.5	31.4
Food Distribution Program on Indian Reservation(FDPIR)	1.9	1.5	1.7
교회 등 종교단체	80.6	64.4	58.1
지역의 소매상인 또는 농민 기부	46.3	48.2	49.0
지역의 푸드 드라이브[3)](예: 보이스카우트)	54.5	31.9	40.7
기관에서 구입한 식품	58.0	75.1	81.4
기타	21.1	18.7	21.1
N	23,842	6,064	3,728

주: 1) 중복응답임; 2) 푸드뱅크로부터 받는 기탁식품의 평균 비중을 의미함; 3) 푸드 드라이브는 저소득 결식자들을 위해 푸드뱅크 등으로 보낼 음식을 모으는 행사를 의미함.

자료: 「Hunger in America 2010, National Report Prepare for Feeding America」, Feeding America, 2010.

마. 직원 및 자원봉사자

현재 식품을 배분하고 있는 이들 기관의 월급을 받고 있는 직원과 자원봉사자 현황을 조사한 결과, 식료품 저장실의 경우 67.7%, 키친은 42.0%, 보호소는 15.3%가 유급으로 근무하고 있는 직원이 없었다. 본 조사결과는 조사 전 일주일간의 유급 직원수를 의미한다. 평균 유급직원 수는 식료품 저장실 1명, 키친 3명, 보호소 9명으로 보호소의 경우 6명 이상의 유급직원의 비율이 높게 나타났다.

〈표 2-23〉 유급직원 현황(2009)

(단위: %, 개소)

구분	식료품 저장실(Pantry)	키친(Kitchen)	보호소(Shelter)
직원 없음	67.7	42.0	15.3
1명	15.0	17.9	7.2
2명	7.6	12.4	7.7
3명	3.4	7.6	6.2
4명	2.0	5.0	5.7
5명	1.2	3.1	5.1
6~10명	1.9	7.1	22.9
11명 이상	1.2	4.9	29.8
계(수)	100.0(23,842)	100.0(6,064)	100.0(3,728)

자료: 「Hunger in America 2010, National Report Prepare for Feeding America」, Feeding America, 2010.

조사 전 일주일간의 자원봉사자 수는 식료품 저장실의 경우 7.4%, 키친은 12.9%, 보호소는 28.2%, 기타 프로그램 24.2%가 없다고 응답하여 높은 자원봉사자 의존율을 볼 수 있다. 평균 자원봉사자 수는 식료품 저장실 10명, 키친 16명, 보호소 9명, 기타 기관 18명이었다.

〈표 2-24〉 자원봉사자 수(2009)

(단위: %, 명)

구분	식료품 저장실(Pantry)	키친(Kitchen)	보호소(Shelter)	기타 프로그램
자원봉사자 없음	7.4	12.9	28.2	24.2
1명	4.8	3.2	6.4	5.7
2~3명	17.8	12.3	18.2	15.1
4~6명	23.0	18.2	17.4	16.9
7~10명	19.1	16.9	10.7	12.6
11~20명	17.7	17.1	9.1	11.9
21~50명	8.3	13.3	7.0	8.9
51명 이상	1.8	6.0	3.0	4.7
계(수)	100.0(23,842)	100.0(6,064)	100.0(3,728)	100.0(28,611)

자료: 「Hunger in America 2010, National Report Prepare for Feeding America , Feeding America, 2010.

조사 전 일주일간의 자원봉사자의 평균 자원봉사 시간은 식료품 저장실 39시간, 키친 60시간, 보호소 49시간, 기타 기관 33시간이었다. 프로그램별로 살펴보면, 식료품 저장실은 11~25시간(21.2%)과 1~5시간(20.4%)의 자원봉사시간이 가장 많았고, 키친은 큰 격차는 없었으나 11~25시간(18.0%)과 26~50시간(16.9%), 보호소와 기타 프로그램은 자원봉사자가 없어 자원봉사시간이 없음이 각각 28.2%, 24.2%로 나타났다. 따라서 키친과 식료품 저장실은 자원봉사자에 대한 의존율이 높은 반면 보호소는 자원봉사자보다는 유급직원을 통한 업무 의존율이 높음을 알 수 있다.

〈표 2-25〉 자원봉사자의 자원봉사시간(2009)

(단위: %, 개소)

구분	식료품 저장실(Pantry)	키친(Kitchen)	보호소(Shelter)	기타 프로그램
계(수)	100.0(23,842)	100.0(6,064)	100.0(3,728)	100.0(28,611)
없음	7.4	12.9	28.2	24.2
1~5시간	20.4	12.8	9.6	11.0
6~10시간	16.4	12.4	10.5	11.2
11~25시간	21.2	18.0	17.3	16.2
26~50시간	15.8	16.9	14.2	13.6
51~100시간	10.9	12.9	9.6	10.1
100시간 이상	8.1	14.4	10.7	13.8

자료: 「Hunger in America 2010, National Report Prepare for Feeding America , Feeding America, 2010.

4. 결식관련 지원정책

가. Commodity Supplemental Food Program(CSFP)

CSFP는 소득요건에 부합하는 저소득계층의 임신여성, 수유여성, 또는 출산한 지 1년 미만의 여성, 유아, 6세 미만의 아동 그리고 60세 이상의 노인을 대상으로 보충식품패키지를 제공하는 프로그램이다. 대상자 선정 기준은 노인의 경우 빈곤선 또는 빈곤선 130% 이하이며, 여성과 아동의 경우에는 각 주의 기관마다 다르다. CSFP는 완전한 식단이라고 할 수는 없지만 이들 대상자들이 부족할 수 있는 기본적인 영양공급은 가능하다. 각 주의 기관에서는 식품을 저장하고 공공 또는 비영리 민간 지역기관에 식품을 분배하는 역할을 담당하고 있다.

초기에는 저소득층의 임신 중이거나 어린 자녀가 있는 여성만이 서비스 대상자였으나, 이러한 여성과 아동들이 연방정부의 WIC 영양식단 프로그램(Special Supplemental Nutrition Program for Women, Infants and Children)의 대상자로 전환되고, 노인인구는 급증하면서 현재는 저소득 노인인구가 CSFP 전체 대상자의 90% 이상을 차지하고 있다.

CSFP에서 제공하는 식품은 푸드 스탬프 프로그램을 통해 충분한 식사와 영양을 제공받지 못하는 여성과 아동들에게는 중요한 영양공급원이며, CSFP는 기타의 음식

지원 프로그램의 사각지대에 있는 저소득층에게는 식품 안전망의 역할을 하고 있다. 현재 32개 주와 워싱턴 D.C에서 본 프로그램을 제공하고 있으며, 향후 애리조나, 델라웨어, 뉴저지, 오클라호마 4개의 주에서 추가적으로 실시할 예정이다.

나. The Emergency Food Assistance Program(TEFAP)

TEFAP는 연방정부에서 실시하는 단기 긴급 음식지원 프로그램으로 결식자들에게 무료로 음식을 제공해준다. 미국 농수산부의 식품영양서비스(FNS: Food and Nutrition Service)에서는 식품 제조, 저장 및 분배기금을 주 기관에 배분하고, TEFAP를 운영·관리하는 각 주의 기관에서는 푸드뱅크, 교회 식료품 저장실, soup kitchen 등 인증된 긴급식품지원 기관에 식품을 분배한다. 대부분의 경우, 지역 푸드뱅크는 TEFAP 식품과 개인적으로 기탁된 음식들을 함께 패키지로 가공한다.

TEFAP의 혜택을 받기 위해서는 자산수준에 따라 대상자가 선정되는데 소득수준 선정기준은 각 주마다 다르지만 일반적으로 연방빈곤선의 100~155% 사이이다. 주로 노인, 아동, 근로빈곤층 가족, 노숙자 등이 포함된다. TEFAP 생필품 구입은 2007년 Farm Security and Rural Investment Act에 의해 승인되어 푸드 스탬프법을 통해 1억 4천만 달러의 식품을 필수적으로 구입할 수 있다. 또한 6천만 달러는 TEFAP 저장, 분배, 관리비용으로 사용할 수 있다. 본 프로그램은 의회에서 2007 Farm Bill이 통과되면 재승인을 받게 된다.

다. Summer Food Service Program(SFSP)

SFSP는 여름방학기간에 저소득아동을 대상으로 무상급식을 제공하는 연방정부 프로그램이다. 여름방학동안 저소득지역의 18세 미만 아동과 청소년들에게 하루 2끼 식사 또는 간식을 제공하며, 장애가 있을 경우 18세 이상인 학생도 프로그램 대상에 포함된다. 승인된 SFSP 제공 장소에서 음식을 제공하는 후원자들은 본 프로그램을 운영하는데 소요된 음식재료비, 인건비 등을 돌려받을 수 있다. 학교, 공공기관, 캠프, 민간 비영리단체들은 본 프로그램의 후원자로서 신청가능하다. 모든 후원자들은 각 주 기관에서 반드시 사전에 프로그램 계획, 운영, 모니터링에 대한 교육을 받

아야 한다.

〈표 2-26〉 식사유형 및 지역별 비용 상환비율(SFSP)

식사유형	지역별 비용 상환비율	
	자체준비 또는농촌지역	기타 지역
아침	1.8150	1.7800
점심	3.1825	3.1300
보충식	0.7525	0.7350

자료: Feeding America(http://feedingamerica.org)

라. Supplemental Nutrition Assistance Program(SNAP)

미국 농수산부 통계에 의하면, 2006년 3,550만명의 미국인이 적정한 수준의 식품을 지속적으로 구입할 수 없으며, 약 1/4 수준인 12개 주에서는 20%의 아동들이 적정수준의 음식을 공급받지 못하고 있다. 특히 텍사스 주와 뉴 멕시코 주에서는 24%의 아동들이 지속적으로 음식공급을 받는데 어려움이 있었다. 미국의 경기악화로 인하여 푸드 스탬프 신청자가 전년대비 백만명 이상 증가하였고, 87%의 푸드 스탬의 이용자는 빈곤선 이하의 소득수준을 나타내고 있다. 푸드 스탬프는 직불카드 형식의 전자카드로 발급되고 있는데 슈퍼마켓에서 식품구입이 가능하다. 푸드 스탬프는 2007 Farm Bill이 의회에서 다시 통과되었으며, 이용자에게 혜택을 강화하는 등 프로그램 개선노력을 지속적으로 실시하고 있다.

제3절 유럽연합 및 독일

1. 유럽연합

1986년에 유럽연합 푸드뱅크 조직이 설치되었고 현재는 10여 개국 이상이 사업을 추진하고 있다. 브뤼셀에 유럽연합의 중앙본부가 있고, 각 국가별 중앙단위 조직과 지방조직이 지역별로 조직되어있으며, 개인보다는 주로 업체의 기부를 받으며, 다국적 식품업체가 주요 식품기부의 주체이다. 식품은 물론 생활용품, 현금도 기부받고 있으며, 기부받은 물품과 유럽 내 잉여 농산물을 국가별로 분배하고 아프리카 지역 등 세계 난민 구호활동도 전개하고 있다. 스페인의 Fundació Banc dels Aliments, 스위스의 Tischlein deck dich, 오스트리아 Wiener Tafel 등을 예로 들 수 있다.

2. 독일

독일 푸드뱅크의 주요 조직인 Tafel(타펠, 식탁)은 1993년부터 독일과 유럽국가들에서 활동하고 있다. 시·군·구 단위에서 운영되기 때문에 Berliner Tafel(베를린의 타펠), Hamburger Tafel(함부르크의 타펠) 등으로 주로 운영주체명에 지역명이 앞에 붙는다. 1993년 베를린에서 Berliner Frauen e.V.(베를린의 여성)이라는 단체에서 시작되었고, 2010년 3월 현황에 따르면 전국적으로 총 860개의 Tafel 운영주체와 2,000개소의 사회복지시설 또는 Tafel마켓에서 배분하고 있다. 최근에는 타펠시설의 신설 보다는 내실에 중점을 두고 있어 새로운 시설의 설치는 특정지역을 제외하고는 드문 경우이다.

1995년 Budesverband Deutsches Tafel e.V.(연방독일푸드뱅크)로 통합되면서 종교와 정당에 독립적이고 각 지역의 경쟁을 배제하며 가능한 많은 이용자를 돕는 것을 원칙으로 운영하고 있다. 이를 위하여 전국과 지역 타펠의 운영주체는 관리조직을 최소화시키고 자원봉사자를 최대한 활용하고 있다. 상임 관리정규직의 급여가 대규모 기부자에 의해 지원되고 있는 경우도 있다. 이러한 조직의 최소화는 타펠이

기부금을 관리조직에 낭비하지 않고 대부분이 지역타펠에 실제로 전달되도록 하고 특별지원프로젝트의 운영을 위해 사용하기 위함이다.

현재의 푸드뱅크 시설의 밀도가 적정하다고 평가되기 때문에 앞으로는 새로운 시설을 신설하기 보다는 3~4 푸드뱅크의 네트워크를 강화에 중점을 두고 있다.

〈표 2-27〉 독일 타펠시설의 개설 현황

(단위: 개소)

연도	시설	연도	시설
1994	4	2002	310
1995	35	2003	320
1996	70	2004	400
1997	90	2005	540
1998	100	2006	657
1999	210	2007	749
2000	270	2008	808
2001	300	2009	861

Tafel(식탁)의 장점은 신속하고 복잡한 서류처리 등의 불편함 없는 지원으로 불균형적 영양섭취, 영양결핍 및 저영양을 예방한다. 식품산업의 순환과정에서 더 이상 활용되지 못하거나 폐기되는 식품을 활용하고 식품업체 또는 업소에서는 폐기비용을 절약할 수 있다.

이용자는 무상 또는 저가유상으로 이용할 수 있는데, 이들의 조건은 기초생활보장지원(Sozialhilfe, Hartz-Ⅳ-Bescheid 등)을 받는 자로서 이를 증명할 수 있어야 한다.

민간기구로서 연방이나 지자체의 지원을 받지 않고, 정기적인 회원의 회비, 1회 또는 정기적인 기부자를 통해서만 이루어진다.

누구나 기부자가 될 수 있으며, 지역의 작은 소매점에서부터 다국적 식품기업까지 주로 식품을 기부하고, 아래 [그림 2-5]와 같이 항공사, 자동차생산업체 등 다양한 산업체에서 기부하고 있으며, 어느 경우는 푸드 뱅크에서 사용되는 자동차의 타이어 교환, 무상수리, 광고설치 등을 기부한다. 인력기부로는 전국적으로 5만 명의 자원봉

사자들이 운전사, 상담사 외에 모든 서비스 활동에 참여하고 있다. 이들은 정기적으로 기부를 하거나 1회성 이벤트 또는 .프로젝트의 형태로 기부하고 있다.

[그림 2-5] 독일 푸드뱅크 "타펠"의 기부자 현황

기부의 종류를 크게 분류하면, 식품, 현금 및 자원봉사로 나눌 수 있다. 식품의 경우 소매점의 품질유지기한이 임박한 경우, 하루 전에 구운 빵류, 포장이 부서지거나 눌려진 제품, 작은 상처가 있는 과일이나 채소 등이 있겠고, 식품제조업체에서는 정품이 아니거나 남은 제품, 표시가 잘못되거나 정량이 아닌 경우, 계절제품이나 이벤트제품 등이 활용되고 있다. 또한 일상에 필요한 위생용품, 책, 어린이 장난감도 기부가 가능하며, 이 외에도 수퍼마켓 체인점에 설치되어 있는 재활용 폐병이나 폐용기 자동처리기, 홍보자료 인쇄, 광고, 기념일 선물 기부, 인터넷포털사이트에 배너 띄우기, 자동차 보험가입, 유통서비스 등의 형태로 기부할 수도 있고, 푸드뱅크 사무실 임대료, 창고유지비, 사무실용 책상, 전화, 컴퓨터, 인쇄종이 등도 가능하다. 즉 업체별 자체 제품이나 서비스를 다양한 형태로 제공할 수 있다.

참고적으로 푸드뱅크 외에 2006년 설립된 가축사료뱅크(Tiertafel), 2010년 설립된 의약품뱅크(Medicamententafel) 등도 있다.

03

KIHASA

제3장 푸드뱅크 활성화를 위한 관련 제도 검토 및 시사점 도출

제3장 푸드뱅크 활성화를 위한 관련 제도 검토 및 시사점 도출

제1절 푸드뱅크 세제지원 제도

1. 푸드뱅크 기부관련 현황

가. 일반기부금 현황

우리나라 총기부금은 2006년 약 8조 600억원, 2007년 약 8조 6천8백원억, 2008년 약 8조 9천2백억원, 2009년 약 9조4천6백억원으로 총기부액은 2006년-2009년간 연평균 5.5% 증가하였다.[2] 개인 기부금은 전체 기부금의 64.4% (2009년)로, 법인 기부금보다 큰 비중을 차지하고 있다. 이는 개인의 범위가 자영업자를 포함하면서 넓어지게 된 점에도 기인한다. 개인 기부금은 2006년 약 5조 2천억원 2007년 5조 3천억원, 2008년 5조5천억원, 2009년 약 6조억원으로 2006년-2009년간 연평균 4.47% 증가하였다. 법인 기부금은 2006년-2009년간 연평균 7.37% 증가하였다.

2) 우리나라의 개인 및 법인의 기부금 총액에 대한 정확한 통계자료가 존재하지 않음. 따라서 국세청 추산자료를 이용하였다.

〈표 3-1〉 연도별 소득공제에 따른 기부금 추정 현황

(단위: 백만원(%))

구분		2006	2007	2008	2009
전체		8,060,908	8,680,369	8,921,391	9,464,535
		(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
개인	근로소득자	4,124,530	4,071,975	4,147,118	4,491,031
		(51.2)	(46.9)	(46.5)	(47.5)
	종합소득자	1,140,756	1,283,316	1,395,708	1,512,795
		(14.2)	(14.8)	(15.6)	(16.0)
	계	5,265,286	5,355,291	5,542,826	6,003,826
		(65.3)	(61.7)	(62.1)	(63.4)
법인		2,795,622	3,325,078	3,378,565	3,460,709
		(34.7)	(38.3)	(37.9)	(36.6)

자료 : 국세통계연보(각년도)

2. 푸드뱅크 운영 현황 및 식품 기부 현황

우리나라의 푸드뱅크 운영 기관은 2011년 2월 현재 407개로, 서울 15.5%(63개소), 경기 16%(65개소), 인천 6.6%(27개소)등 운영기관의 약 38%가 수도권에 위치하고 있다운영주체별로는 각종 복지관 등 이용시설이 33.26%(148개소), 시설 법인 및 지원법인에서 운영이 28.54%(127개소), 사회복지 단체, 종교단체 등의 운영이 20.9%(93개소)로 나타났다.

2010년 푸드뱅크 재가 이용자는 전년도 대비 29.89% 증가한 71,115명으로 나타났다. 푸드뱅크 재가 이용자는 2008년 이후 지속적으로 증가하고 있으며, 2009년은 전년대비 115.76% 증가한 54,751명이 이용한 것으로 나타났다. 2010년 푸드뱅크 재가 이용자 중 독거 어르신의 비율이 29.82%로 가장 많았으며, 저소득 가정 27.90% 순으로 나타났다. 한부모가정 및 결식아동의 이용비율은 각 7.99%와 5.87%로 나타났다.

〈표 3-2〉 푸드뱅크 운영 기관 현황

지역별	계	법인	단체	이용 시설	시.군.구 직영	생활 시설	자원봉사센터	기타
전체	407	118	81	148	9	34	12	5
	(100.0)	(28.99)	(19.9)	(36.36)	(2.21)	(8.35)	(2.95)	(1.23)
중앙	1	1	0	0	0	0	0	0
	(0.25)	(100.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)
서울	62	21	4	33	4	0	0	0
	(15.23)	(33.87)	(6.45)	(53.23)	(6.45)	(0.0)	(0.0)	(0.0)
부산	24	2	2	17	0	3	0	0
	(5.9)	(8.33)	(8.33)	(70.83)	(0.0)	(12.5)	(0.0)	(0.0)
대구	17	1		13	0	3	0	0
	(4.18)	(5.88)	(0.0)	(76.47)	(0.0)	(17.65)	(0.0)	(0.0)
인천	27	14		10	0	0	2	1
	(6.63)	(51.85)	(0.0)	(37.04)	(0.0)	(0.0)	(7.41)	(3.7)
광주	17	7		10	0	0	0	0
	(4.18)	(41.18)	(0.0)	(58.82)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)
대전	14	3	4	4	0	3	0	0
	(3.44)	(21.43)	(28.57)	(28.57)	(0.0)	(21.43)	(0.0)	(0.0)
울산	9	4			1		4	0
	(2.21)	(44.44)	(0.0)	(0.0)	(11.11)	(0.0)	(44.44)	(0.0)
경기	65	16	27	16	1	1	2	2
	(15.97)	(24.62)	(41.54)	(24.62)	(1.54)	(1.54)	(3.08)	(3.08)
강원	20	9	8	2	0	1	0	0
	(4.91)	(45.0)	(40.0)	(10.0)	(0.0)	(5.0)	(0.0)	(0.0)
충북	23	9	8	5	0	0	0	1
	(5.65)	(39.13)	(34.78)	(21.74)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(4.35)
충남	29	13	7	5	0	4	0	0
	(7.13)	(44.83)	(24.14)	(17.24)	(0.0)	(13.79)	(0.0)	(0.0)
전북	20	4	3	7	1	5	0	0
	(4.91)	(20.0)	(15.0)	(35.0)	(5.0)	(25.0)	(0.0)	(0.0)
전남	27	6	9	7	0	4	1	
	(6.63)	(22.22)	(33.33)	(25.93)	(0.0)	(14.81)	(3.7)	(0.0)
경북	24	2	4	10	0	7	0	1
	(5.9)	(8.33)	(16.67)	(41.67)	(0.0)	(29.17)	(0.0)	(4.17)
경남	23	4	3	8	2	3	3	
	(5.65)	(17.39)	(13.04)	(34.78)	(8.7)	(13.04)	(13.04)	(0.0)
제주	5	2	2	1	0	0	0	0
	(1.23)	(40.0)	(40.0)	(20.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)

자료: 전국푸드뱅크(www.foodbank1377.org) 통계자료

〈표 3-3〉 푸드뱅크 재가 이용자 현황

구분	계		결식아동	독거어르신	소년소녀가장	재가장애인	저소득가정	조손가정	한부모가정	기타
	명	증감율								
2010	71,115	29.89	4,174	21,208	324	5,475	19,841	585	5,680	13,828
			(5.87)	(29.82)	(0.46)	(7.70)	(27.90)	(0.82)	(7.99)	(19.44)
2009	54,751	115.76	2,493	19,639	328	4,337	18,389	210	3,187	6,168
			(4.55)	(35.87)	(0.60)	(7.92)	(33.59)	(0.38)	(5.82)	(11.27)
2008	25,376	39.34	2,014	11,479	276	1,590	6,153	32	1,036	2,796
			(7.94)	(45.24)	(1.09)	(6.27)	(24.25)	(0.13)	(4.08)	(11.02)
2007	18,212	-5.62	558	5,666	121	1,437	8,724	1	464	1,241
			(3.06)	(31.11)	(0.66)	(7.89)	(47.90)	(0.01)	(2.55)	(6.81)
2006	19,297	-11.06	1,279	5,874	256	1,746	7,350	4	990	1,798
			(6.63)	(30.44)	(1.33)	(9.05)	(38.09)	(0.02)	(5.13)	(9.32)
2005	21,696	-	1,155	8,460	340	2,153	6,022	21	873	2,672
			(5.32)	(38.99)	(1.57)	(9.92)	(27.76)	(0.10)	(4.02)	(12.32)

자료: 전국푸드뱅크(www.foodbank1377.org) 통계자료

2010년 푸드뱅크 기부 업체수는 전년 대비 30.71% 증가한 6,163개소로 나타났다. 2006년 3,251개소, 2007년 3,128개소 2007년 2,880개소 2008년 3,223개소, 2009년 4,715 개소로 2008년 이후 지속적으로 증가하고 있다. 2005년에서 2010년까지 5년간 푸드뱅크 기부업체수는 연평균 13.6%증가하였다. 2010년 푸드뱅크 기부 업체 유형은 31.38%(1,934개소)가 식품 제조 및 가공업체로 대부분을 차지하고 있으며, 즉석판매 및 제조 가공업체가 9.48%(584개소)로 법인세감면대상업체가 전체 기부자의 40.86%를 차지한다. 식품 도소매업체는 16.87%(1,040개소)이다.

〈표 3-4〉 연도별 푸드뱅크 기부자 현황

(단위 : 개소, %)

구분	계		식품 제조, 가공업	즉석판매,제조 가공업	식품도, 소매업	일반 가정	기타	식품 접객업	집단 급식소
	개소	증감율							
2010	6,163	30.71	1,934	584	1,040	5,10	1,888	126	81
			(31.38)	(9.48)	(16.87)	(8.28)	(30.63)	(20.40)	(1.31)
2009	4,715	46.29	617	627	1,231	633	1,303	175	129
			(13.09)	(13.30)	(26.11)	(13.43)	(27.64)	(3.71)	(2.74)
2008	3,223	11.91	467	456	914	390	735	142	119
			(14.49)	(14.15)	(28.36)	(12.10)	(22.80)	(4.41)	(3.69)
2007	2,880	-7.93	486	456	779	395	542	114	108
			(16.88)	(15.83)	(27.05)	(13.72)	(18.82)	(3.96)	(3.75)
2006	3,128	-3.78	400	425	695	596	657	154	201
			(12.79)	(13.59)	(22.22)	(19.05)	(21.00)	(4.92)	(6.43)
2005	3,251	-	434	472	824	493	593	148	287
			(13.35)	(14.52)	(25.35)	(15.16)	(18.24)	(4.55)	(8.83)

주: 2005.01.01~2010.12.31 기준임.

자료: 전국푸드뱅크(www.foodbank1377.org) 통계자료

2009년 등록된 식품 관련 업체 수는 총 979,059개소로 나타났으며, 이중 푸드뱅크 기부 참여 업체는 0.42%인 4,082개 업소로 나타났다. 식품제조 가공업 24,751개소 중 2.49%가 푸드뱅크에 참여하였다. 즉석판매 제조가공업 중 푸드뱅크 참여 업체는 0.74%인 627개소였다.

〈표 3-5〉 식품업체현황 및 푸드 뱅크 기부자현황 (2009년)

(단위 : 개소, %)

구분	계	식품업체					
		식품제조, 가공업	즉석판매,제조가공업	식품 도,소매업	기타	식품 접객업	집단 급식소
전체	979,059	24,751	84,489	94,463	17,387	723,292	34,677
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
푸드 뱅크 기부참여 업체	4,082	617	627	1,231	1,303	175	129
	(0.42)	(2.49)	(0.74)	(1.30)	(7.49)	(0.02)	(0.37)

주 : 1. 일반가정 제외

자료: 2010년 식품의약품통계연보, 전국푸드뱅크(www.foodbank1377.org) 통계자료

2010년 기부총액은 전년 대비 25.31% 증가한 약 697억원으로 나타났다. 2007년 푸드뱅크 총 기부액은 약 416억원으로 전년 대비 12.28% 증가한 것으로 나타났으며, 2008년은 18.18% 증가한 약 491억원으로 나타났다. 2005년에서 2010년 5년간 기부액 연평균 증가율은 12.5%로 기부자 증가율 13.6%보다는 낮다. 기부자 유형별로는 식품 제조 및 가공업체 기탁자가 36.75%인 약 250억원을 기탁한 것으로 나타났으며, 식품 도소매업은 24.33%인 약 165억원 기탁하였다. 즉석 판매 및 제조업체는 전체 기부액 중 13.33%인 약 90억원을 기탁한 것으로 나타났다.

〈표 3-6〉 연도별 푸드뱅크 기부자별 기부액수 현황

(단위 : 천원(%))

구분	계		식품제조·가공업	즉석 판매·제조업	식품·도소매업	식품 접객업	집단 급식소	일반 가정	기타
	총액	증감율							
2010	68,200,663	13.80	25,066,579	9,093,618	16,593,164	1,458,220	3,919,644	660,036	11,409,403
			(36.75)	(13.33)	(24.33)	(2.14)	(5.75)	(0.97)	(16.73)
2009	59,930,692	23.13	20,907,751	8,593,899	15,018,287	1,043,275	4,325,050	610,108	9,432,323
			(34.89)	(14.34)	(25.06)	(1.74)	(7.22)	(1.02)	(15.74)
2008	48,673,374	18.67	17,973,550	6,017,082	12,103,949	1,001,015	5,063,700	617,751	5,896,326
			(36.93)	(12.36)	(24.87)	(2.06)	(10.40)	(1.27)	(12.11)
2007	41,017,364	11.92	15,172,215	5,729,143	8,425,789	724,248	4,713,730	832,070	5,420,168
			(36.99)	(13.97)	(20.54)	(1.77)	(11.49)	(2.03)	(13.21)
2006	36,647,851	-4.94	13,035,661	3,870,691	8,942,495	645,118	3,841,207	576,529	5,736,151
			(35.57)	(10.56)	(24.40)	(1.76)	(10.48)	(1.57)	(15.65)
2005	38,551,810	-	16,242,382	2,807,972	7,286,582	618,575	3,560,998	869,239	7,166,061
			(42.13)	(7.28)	(18.90)	(1.60)	(9.24)	(2.25)	(18.59)

주: 2005.01.01~2010.12.31기준임.

자료: 전국푸드뱅크(www.foodbank1377.org) 통계자료

제2절 푸드뱅크 기부관련 세제지원 제도

1. 기부금에 대한 조세지원 제도

기부금은 2011년부터 법정기부금, 지정 기부금으로 분류되도록 개정되었으며, 기부금 종류에 따라 조세감면정도의 차등을 두고 있다. 기존의 기부금에 대한 소득 공제체계가 복잡하고, 특례기부금 단체 지정에 대한 형평성 문제 등으로 2011년 기부금에 대한 소득공제체제가 법정기부금, 특례기부금, 지정기부금의 기존 3단계에서 법정기부금, 지정 기부금 2단계체제로 변화되었다. 또 기부문화 활성화를 위해서 공제한도 역시 상향조정 되었다. 지정 기부금의 경우 개인은 20%에서 30%로 법인은 5%에서 10%로 조정되었다. 대부분의 특례 기부금 지정단체는 법정 기부금 지정단체로 전환하였으며, 기부금 지원 단체는 사용내역을 매년 보고하도록 하여 기부금 운용의 투명성 확보를 유도하도록 한다.

법정 기부금에 대해서는 소득의 50% 한도에서 손금 산입되도록 하고 있다. 법인이 사회복지공동모금회가 아닌 기타 사회복지 시설 등 자선 사업에 기부하였을 경우 지정기부금으로 소득의 10% 한도에서 손금 산입된다. 법정기부금의 공제한도는 2006년 이전까지는 소득의 100%이었지만, 관련 법 개정을 통해 소득의 50%로 조정하였으나, 2006년부터 2008년까지 한시적으로 소득의 75%까지 손금산입하도록 하였다. 지정기부금은 종전 5%이었던 것을 2011년 개정을 통해 10%로 상향조정하였다.

법인의 경우 지정기부금으로 분류되는 기타 사회복지 시설에 기부하였을 경우도 개인의 경우에는 법정기부금으로 간주하며 소득의 100%한도에서 소득공제가 가능하다. 종교단체, 의료법인 등 주무 장관이 지정한 단체에 대한 지정기부금은 소득금액의 30%한도에서 소득공제가 가능하다. 개인 기부금 공제한도는 기부문화 활성화를 위해 2008년 지정기부금의 공제한도를 10%에서 15%로 상향조정하였고, 2010년 20%, 2011년 소득세법 개정을 통해 30%로 상향조정하였다.

〈표 3-7〉 기부금에 대한 조세지원 제도

종 류		2010년		2011년 개정안	
		법 인 (손금 한도)	개 인 (비용 한도)	법 인 (손금 한도)	개 인 (비용 한도)
일반기부금	-국가·지자체 기증 금품, 국방헌금, 위문금품, 이재민 구호금품, 사립학교·산학협력단·외국교육기관 등에 대한 시설비·교육비·연구비·장학금	법정 기부금 (50%)	법정 기부금 (100%)	법정 기부금 (50%)	법정 기부금 (100%)
	-사립학교병원·국립대병원·서울대병원·대학적십자병원 등에 대한 시설비·교육비·연구비	특례 기부금 (50%)			
	-사회복지공동모금회, 문화예술진흥기금				
	-사회복지시설, 대한적십자가, 불우이웃돕기 결연기관을 통한 기부	지정기부금(5%)		지정기부금(10%)	
	-특별재난지역의 자원봉사용역, 정치자금	해당 없음		해당 없음	
	-소득의 50% 범위 내에서 비용 인정하는 단체: 사내근로복지기금, 독립기념관, 특정연구기관, 정부출연 연구기관(과학기술), 교육방송공사, 국립암센터, 한국국재 교류재단, 한국과학문화재단	특례 기부금 (50%)	특례 기부금 (50%)	법정 기부금 (50%)	
	-지정기부금 단체: 학교·기능대학, 학술·장학·기술진흥·문화예술·환경단체, 종교, 의료법인, 주무부장관의 추천을 받아 재경부장관이 지정하는 단체, 비영리민간단체	지정 기부금 (5%)	지정 기부금 (20%)	법정 기부금 (50%)	지정 기부금 (30%)
	노동조합비, 교원단체 회비, 직장협의회 회비	해당 없음		해당 없음	

〈표 3-8〉 기부금에 대한 세제감면 변화

구분		2005년 이전	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년 개정안
개인	법정기부금	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	특례기부금	50%	50%	50%	50%	50%	50%	폐지
	지정기부금	10%	10%	10%	15%	15%	20%	30%
법인	법정기부금	100%	75%	75%	75%	50%	50%	50%
	특례기부금	50%	50%	50%	50%	50%	50%	폐지
	지정기부금	5%	5%	5%	5%	5%	5%	10%

개인 및 법인의 기부금에 대한 조세지출액은 2001년 이후 지속적으로 증가하였으나, 2009년에는 전년 대비 5.26% 감소하였다. 2001년에서 2009년까지 기부금에 대한 조세지출액은 연평균 12.6% 증가하였다. 개인 기부금에 대한 조세감면액은 동기간동안 연평균 21.73%증가하였다. 이는 2000년이후 개인기부금 공제대상자가 근로소득자에서 자영업자를 포함한 전체 거주자로 확대됨에 기인한 것으로 보인다. 법인 기부금에 대한 조세감면액은 손금한도의 하향조정 (2006, 2009년)에도 불구하고 동기간동안 연평균 4.67%증가하였다.

〈표 3-9〉 연도별 기부금 관련 조세지출

(단위 : 억원, %)

구분	계		개인		법인	
	총액	증감률	총액	증감률	총액	증감률
2000	5,622	-	1,194	-	4,428	-
2001	7,274	29.38	2,989	150.34	4,285	-3.23
2002	7,584	4.26	4,022	34.56	3,562	-16.87
2003	8,805	16.10	4,702	16.91	4,103	15.19
2004	8,985	2.04	4,448	-5.40	4,537	10.58
2005	10,374	15.46	5,078	14.16	5,296	16.73
2006	10,663	2.79	5,273	3.84	5,390	1.77
2007	12,341	15.74	6,358	20.58	5,983	11.00
2008	15,329	24.21	8,789	38.24	6,540	9.31
2009	14,523	-5.26	8,145	-7.33	6,378	-2.48

자료 : 기획재정부

2. 푸드뱅크 기부에 대한 세제 지원 제도

98년 1월 서울 등 시험사업을 시작으로 실행된 푸드뱅크사업의 기탁자에 대한 지원을 위해 조세특례제한법을 개정하여 식품제조업체가 물품을 기부시 세제지원을 하도록 하였다. 식품제조업체가 물품을 기부시 기탁식품 장부가액을 전액 손금산입하도록 하여 세제지원을 하고 있으며, 푸드뱅크에 대한 기탁식품 금액은 기타 기부금과는 별도로 취급되어, 기부금 총액에 포함하지 않도록 세제지원을 제공하고 있다.

세제지원외에도 기부식품 섭취후 발생하는 문제에 대한 과실책임여부가 기부를 위축시키는 측면이 많으므로, 2006년에는 식품기부 활성화에 관한 법률을 제정하여 푸드뱅크 이용자가 기부식품을 섭취하였을 때 문제가 발생하여도 기부자는 고의 및 중대한 과실, 식품 위생적 취급기준 등을 위반하지 않았을 때 민사상 책임을 지지 않도록 명문화 되었다.

〈표 3-10〉 식품기부 활성화에 관한 법률 제정 전후 비교

기탁자에 대한 지원	식품기부활성화에 관한 법률 제정 전(前)	식품기부활성화에 관한 법률 제정 후(後)
조세지원 제도	- 식품제조업체가 물품을 기부시 기탁식품 원가(장부가액)의 100%를 손금산입하도록 함(조세특례제한법 개정, 1998) - 식품제조업 및 유통업을 하는 개인 및 법인이 식품을 기탁하였을 경우 전액(100%)을 손비로 인정함(소득세 및 법인세법 개정,2001)	- 음식료품제조업·도매업 또는 소매업을 영위하는 거주자가 당해 사업에서 발생한 잉여식품을 잉여식품활용사업자로 등록한 자 또는 잉여식품활용사업자가 지정하는 자에게 무상으로 기증하는 경우 전액(100%)을 손비로 인정함 (법인세법 시행령 19조, 소득세법 시행령 55조)
기타	-	- 식품기부활성화에 관한 법률 제8조(민·형사상의 책임감면) ①기부식품의 취식으로 인하여 이용자가 피해를 입은 때에는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우를 제외하고는 제공자 및 기부식품 제공활동에 참여한 자는 민사상 책임을 지지 아니함.

3. 기부금에 대한 조세 지원 제도의 해외사례

기부금에 대한 조세지원제도는 국가마다 다양하다. 전반적으로 볼때 우리나라의 기부금에 대한 조세지원은 해외국가들에 비해 낮은 수준은 아니다. 각국가별 조세지원제도는 <표 3-11>와 같다. 미국의 경우 개인의 기부금에 대한 소득공제 한도는 기부하는 자산의 성질에 따라서 50%, 30%, 20%로 차등되도록 하고, 그 상한은 50%로 정하고 있다. 공익자선법인 및 민간사업재단의 기부할 경우 50%까지 공제가 가능하며, 위의 기관에 기부하였어도 기부금이 자산을 통해서 발생한 경우 30%까지 소득공제가 가능하다. 위의 기관이 아닌 곳에 기부할 경우 공제액은 개인 총소득의 30%로 제한한다. 50% 제한 단체 외의 기관에 기부하였을 경우도 기부금이 자산에 의한 소득일 경우 공제한도를 20%로 제한한다. 소득공제 한도를 초과할 경우 5년간 이월이 가능하다. 법인이 IRC 170(c)의 단체에 기부할 경우 법인 과세소득의 10% 한도내에서 손금산입이 인정된다. 개인 기부와 달리 대상이나 기부자산에 따른 한도가 다르게 규정되어 있지 않는다. 법인 기부금도 5년간 이월공제가 가능하다.

캐나다는 자선단체로 등록된 기관에 기부하는 경우 소득공제가 가능하도록 하고 있다. 개인 기부금일 경우 기부금 액수가 CAD200이하일 경우 15%, CAD200을 초과할 경우 기부금의 29%까지 소득공제가 가능하며, 한도액은 순소득의 75% 수준까지 가능하다. 단 자본자산으로 발생한 이득을 소득에 포함시킬 경우 자본소득의 25%까지 세제혜택을 받을 수 있다. 공제한도를 넘긴 경우 5년 동안 이월된다. 법인 역시 비슷한 수준에서 공제된다.

덴마크는 Danish tax system에 등록한 기부자에 한해 기부금에 대한 세제지원을 제공하고 있다. 자선단체는 크게 두 가지 종류로 구분할 수 있는데, 첫 번째 유형은 모금(Collecting)기관으로 개인이나 법인이 기부할 경우 매년 DKK500에서 DDK14,000까지 세제 지원을 받을 수 있다. 두 번째는 Welfare payments to charities and religious societies의 형태로 DKK 15,000부터 연간 소득의 15%까지 세제지원을 받을 수 있다.

프랑스는 2003년 8월 세법 개정을 통해 기부금을 소득에서 손금산입 하던 방식

에서 새액공제 하는 방식으로 개정 하였다. 개인이 자선단체에 기부한 경우 기부금액의 66%까지 세액 공제 할 수 있으며 한도는 소득의 20% 내외까지 세액공제가 가능하다. 특정 자선단체에 대한 기부는 470유로까지는 75%의 세액공제를 받을 수 있고, 그 이상의 경우 과세소득의 20%까지 66%의 세액공제가 가능하다. 한도를 초과할 경우 5년까지 이월이 가능하다. 법인이 기부할 경우 기부액의 60%까지 세액공제할 수 있으며 매출액의 5%까지 공제가 가능함. 한도를 초과할 경우 5년까지 이월이 가능하다.

독일은 기부 받는 단체에 따라 공제액 차이가 있다. 자선을 목적으로 하는 단체에 기부할 경우 소득금액의 10%까지 소득공제가 가능하다. 법인 기부의 경우 매출액과 해당사업연도에서 지출된 임금 및 급여를 합한 금액의 2%까지 소득공제가 가능하다. 2007년 1월 1일부터 공제한도를 20%로 상향조정하였고, 기부 받는 단체에 따라서 차이가 있던 것을 20%로 단일화 하였다.

일본은 개인이 공익재단, 인정된 NPO 등 공익을 목적으로 하는 사업을 진행하는 재단의 기부금은 지정기부금으로 특별기부금에 포함되며 기부금에 대한 소득공제가 가능하다. 기부금 공제액은 특정기부금은 합계액 또는 소득금액의 30% 정도 중 작은 금액에서 5천엔을 제외한 금액. 초과한 기부금에 대해서 이월공제제도는 없다.법인이 공익재단 및 인정 NPO에 기부할 경우 자본금에 월수/12를 곱한 값이 2.5%와 소득금액의 5%를 합한 금액의 50%까지 지원이 가능하며, 초과분에 대한 이월공제제도는 없다.

영국의 경우 개인이 자선단체에 기부할 때 현금을 기부할 경우 Gift Aid 제도 조세지원을 받을 수 있도록 하고 있다. Gift Aid에 의한 조세감면은 기본세율과 고세율로 구분할 수 있다. 법인이 Gift Aid에 따라서 자선단체에 기부할 경우 기부금은 Charge on Income으로 분류되어 법인세를 계산할 때 사업수익에서 제외되어 세금부과 대상에서 제외됨. 2000년에 기부금액에 대한 한도규정을 삭제한다.

〈표 3-11〉 국가별 일반 기부금에 대한 조세지원 제도

국가	기부금에 대한 세제지원 혜택	초과 기부액 유예 여부
아르헨티나	- 총 공제한도는 순소득의 5%한도 - 개인이나 법인이 자선단체에 현금을 기부할 경우 은행의 예치금 형태로 해야 소득공제 혜택을 받을 수 있음.	
오스트리아	- 과학 및 연구에 관한 기부가 아닐 경우 기부금에 대한 소득 공제는 받을 수 없음. - 과학 및 연구에 관한 기부의 경우 전년도 소득의 10% 한도내에서 소득세 감면을 받음.	
벨기에	- 30 유로 이상의 현금 기부에 대해 소득공제를 받음. (등록된 기관의 영수증을 통해서만 가능.) - 개인 기부자의 공제한도는 경우 순소득의 10% 또는 331,200유로임. - 법인 기부는 5% 또는 500,000유로까지 공제됨.	
캐나다	- 개인이 Canada Revenue Agency에 등록된 자선단체에 기부할 경우 세액공제를 받을 수 있음. - CAD 200이하일 경우 기부금의 15%, CAD200 초과일 경우 29%까지 세액공제됨. - 법인이 Canada Revenue Agency에 등록된 자선단체에 기부시 기부 금액에 대해 순소득의 75%, 자본자산으로 발생한 소득의 25%, 기부로 인해서 과세소득에 포함시켜야할 감가 상각비 환수액을 합친 금액 내에서 소득공제가 가능함.	공제한도 초과분에 대해서 5년간 이월공제가 가능함.
칠레	- 특정유형의 기부에 대하여, 기부금액의 50% 혹은 과세표준소득의 일정비율의 한도내에서 세액공제 - 세액공제 대상이 되지 않는 기부금액은 소득공제됨.	
체코	- 연간 순소득의 10% 내외에서 소득공제가 가능함.	
덴마크	- 기부자가 기부금에 대한 세제지원을 받기 위해서는 자선단체는 반드시 Danish tax system에 등록해야 함. 자선단체는 크게 두 가지 종류로 구분할 수 있는데, 첫 번째 유형은 모금(Collecting)기관으로 개인이나 법인이 기부할 경우 매년 DKK500에서 DDK14,000까지 세제 지원을 받을 수 있음. 두 번째는 Welfare payments to charities and religious societies의 형태로 DKK 15,000부터 연간 소득의 15%까지 세제지원을 받을 수 있음.	
프랑스	- 개인 기부금에 대해서 기부금의 66%까지 세액이 면제됨. - 법인이 기부시 매출액의 5%에서 기부금의 60%까지 세액이 면제됨.	공제한도 초과분에 대해서 5년간 이월공제가 가능함.
독일	- 개인 기부시 소득금액의 20%까지 공제가 가능함. - 법인이 기부할 경우 해당사업연도의 지출된 임금과 급여를 합한 금액의 2%까지 소득공제가 가능함.	

국가	기부금에 대한 세제지원 혜택	초과 기부액 유예 여부
	- 기부 받는 단체에 따라서 공제한도의 차이가 있었지만 2007년 개정으로 20%로 단일화 하였음.	
이탈리아	- 일반적으로 소득금액의 2% 내에서 기부금에 대한 소득 공제가 가능.	
네덜란드	- 개인 기부시 최소금액은 신고소득의 1% 이상 또는 60굴덴 이상 기부시 공제를 받을 수 있으며 총소득 공제액은 신고소득의 10% 수준에서 공제가 가능함. - 법인 기부시 과세이익(taxable profit)의 10% 내에서 공제가 가능함.	
노르웨이	- 년가 최소 62유로 이상 기부시 공제가 가능하며 기부시 공제 받을 수 있는 최대액은 1500유로 정도임.	
스페인	- 개인기부시 소득세의 25% 한도에서 공제가 가능함. - 법정기부시 법인세의 35% 한도내에서 공제가 가능함 - 개인과 법인 모두 공제액이 과세소득의 10%를 넘길 수 없음.	
스웨덴	- 기부자에 대한 세제혜택이 없음.	
터키	- 기부시 연간 순소득의 5% 한도내에서 세제지원을 받음.	
영국	- Gift Aid 제도에 의해서 기부금 지원자는 기본세율과 고세율자로 구분됨. 기본세율자가 기부할 경우 기부금에 기본세율을 추가하여 자선단체에 기부됨. 고세율자가 기부시 기부금에 기본세율을 추가하 여 자선단체에 기부되고 이외의 금액에 대해 세금반환 청구가 가능 함. - 법인이 자선단체에 기부시 Gift Aid에 의해서 기부금은 사업수익에서 제외되어 세금 부과 대상에서 제외됨.	Gift Aid의 경우 전년도 내역에 대해 소급 적용
미국	- 개인의 기부금에 대한 소득공제 한도는 기부하는 자산의 성질에 따라서 50%, 30%, 20%로 차등됨. 공익자선법인 및 민간사업재단의 기부(50%), 위의 기관에 기부하였어도 출처가 자산소득일 경우(30%), 기타 기관이 아닌 곳에 기부할 경우(30%), 30% 단체에 기관에 기부하였을 경우, 자산에 의한 소득일 경우(20%). - 법인이 기부할 경우 법인 과세소득의 10% 한도내에서 손금산입이 인정, 한도액은 정해져 있지 않음	공제한도 초과분에 대해서 5년간 이월공제가 가능함.
일본	- 개인 기부금은 합계액 또는 소득금액의 30% 정도 중 작은 금액에서 5천엔을 제외한 금액. - 법인 기부시 자본금에 월수/12를 곱한 값이 2.5%와 소득금액의 5%를 합한 금액의 50%까지 지원이 가능	초과분에 대한 이월제도 없음
대만	- 개인이 공식적으로 등록된 자선 단체에 기부할 경우 소득공제는 총 소득의 20%를 넘지 못함. - 법인이 자선단체에 기부할 경우 소득금액의 최대 10%까지 손금 산입됨.	

자료 : OECD, 2009. REPORT ON ABUSE OF CHARITIES FOR MONEY-LAUNDERING AND TAX EVASION. 손원익 외,2007. 주요국의 기부금 세제 지원현황, 한국조세 연구원, 손원익 외, 2009. 주요국의 기부관련 세제지원제도와 시사점. 한국조세연구원, 2011년 세제개편안)

4. 푸드뱅크 기부에 대한 국가별 조세지원제도

가. 미국

미국은 C-corporation의 기부에 대하여 비용과 소비자가격에서 비용을 제한 판매이익(appreciation)의 0.5배를 더한 금액을 비용의 200% 한도내에서 공제하여 준다.

푸드뱅크 기부에 대한에 대한 조세지원은 대규모 주식회사에만 적용 가능하여, 농가,S-corporation 등은 기부금에 대한 조세감면대상에서 제외된다. 그러나 2008년 The Emergency Economic Stabilization Act의 개정을 통해서 2009년부터 농부 등 대부분의 소규모 기업들이 식품기부에 대하여 대규모 세금 감면을 받을 수 있게 하였다. 이에 따라 S-corporation의 식품기부금은 당해연도 순이익의 10% 한도내에서 세금공제를 받도록 되어있다. 농가 등의 식품기부금은 순이익의 10%한도 적용을 받지 않는다. 그러나 이들 업체들이 현금방식의 회계처리를 하는 경우는 세금공제를 허용하고 있지 않다.

〈표 3-12〉 국가별 일반 기부금에 대한 조세지원 제도

[세제감면 예시]	
판매가	$4.00
비용	$1.00
판매이익(appreciation)	$3.00
판매이익의 절반	$1.50
공제대상액: 비용+ 판매이익의 절반	$2.50
공제액 상한: 비용의 200%	($2.00)
총 공제액	**$2.00**

미국의 경우 푸드뱅크 기부에 대해 연방법의 지원 뿐 아니라 주별로 다양한 지원 제도를 운영하고 있다. 일례로 미시간주의 경우 개인 기부자는 기부총액($200을 초과하지 못함)의 50%($100 공제가능)까지 세금 공제를 한다. 부부가 기부할 경우 최대 400달러까지(공제액 $200) 소득공제 신청을 할 수 있다. 법인또한 기부액(최대 $10,000)의 50%까지 법인세 공제신청을 할 수 있으며, 주정부에 대한 법인세 납부액의 10%와 $5,000중 적은 금액까지 공제 받을 수 있다. 미주리주의 경우는 납세자가 푸드뱅크에 기부할 경우, 기부액의 50%까지 공제를 신청할 수 있다. 최대 공제한도는 개인이나 법인의 주정부에 대한 세금 총액 혹은 2,500달러이다. 공제한도를 초과할 경우 3년간 유예가 가능하다.

나. 프랑스

기업체의 경우 세전 매출액의 0.325%의 범위내에서 기부금품 전액을 순이익에서 공제한다. 프랑스의 경우 폐기비용이 많이 소요되므로 폐기비용 절감만으로도 기업체에게는 큰 혜택이 됨. 사회공헌 이미지를 부각시킬 수 있다. 그러나 사실상 대기업은 세금감면을 위한 영수증을 거의 요청하지 않고 있는 실정이며, 대개 중소기업들이 요청. 사실 몇몇 기업에서는 푸드뱅크 기탁한 사실을 영업의 부실로 인식될 것을 우려하여 외부에 공개되기를 거부하는 경우가 있기도 하다. 개인의 경우, 푸드뱅크등에 기부하였을 경우 기부금액이 400유로 이하인 경우 60%까지 세금 감면을 해주고, 기부금액이 400유로를 초과하는 경우 과세대상소득의 10% 범위에서 기부금액의 50% 세금감면을 받을 수 있다.

다. 독일

독일 푸드뱅크(Tafel) 에서는 기업체 등에서 식품을 기탁하는 경우 기부금액에 5% 해당되는 세금혜택을 받을 수 있음(현금 기부시에는 10%까지 세제혜택) 개인이 식품 기탁하는 경우에도 그 가액의 5%까지 세제혜택을 받을 수 있다.

라. 멕시코

기부식품 가치의 100%와 비용의 5%를 합한 금액을 공제받을 수 있다.

제3절 푸드뱅크 기부관련 세제지원 제도 개선방안

우리나라의 푸드뱅크 기부관련 세제지원은 법인의 기부금에 대한 세제감면보다 더 관대하며, 기타 외국의 사례에 비교하여 보아도 낮지는 않은 수준이다. 그러나, 전체 식품업체중 기부업체 비중이 낮은 점 등을 미루어 보아, 푸드뱅크 기부활성화를 위한 세제지원의 강화를 통한 유인제공의 필요성은 보인다. 현재는, 기탁식품의 장부가액을 기준으로 손금산입을 허용하고 있으나, 장부가액은 각 업체와 법인에 따라 차이가 있다. 생산품을 기부할 경우는 출고가(생산원가와 세액)를 기부 명세서에 기입하는 업체의 경우 장부가액은 출고가액이며, 구매한 물품을 기부할 경우는 소비자가격이 장부가액이 된다. 따라서 공제금액에 대한 공통된 기준을 마련하고, 기부활성화 차원에서 출고가액보다는, 미국의 경우처럼 생산원가의 200%를 초과하지 않는 범위로 상한선을 정한 후, 생산원가와 판매 이익의 절반을 공제하도록 하는 등 기준을 명확하게 할 필요가 있다.

우리나라 푸드뱅크 운영기관은 38%가 수도권에 위치하고, 전국적 분포를 보이고 있으므로, 지역별 특성을 살려 기부활성화를 위한 지자체수준에서의 기부유인 제공이 필요할 것으로 보인다. 현재는 중소기업, 창업기업 및 벤처기업, 지방이전촉진을 위한 지방세감면 등이 시행되고 있으나, 기부활성화를 위한 지방세감면도 고려할 수 있다. 예를 들면, 사업소세 등의 감면을 고려할 수 있다.

제4절 식품유통기한

1. 국내 현황

우리나라에서는 식품의 품질을 보장할 수 있도록 식품의 제조일자, 유통기한, 품질유지기한 등을 표시하도록 의무화하고 있다. <표 3-13>와 같이 유통기한은 소비만료일(expiration date)을 의미하는 것이 아니라 판매기한(Sell-by date)을 의미한다.

식품공전 제1. 총칙 2. 용어의 풀이 19)에서 유통기한은 소비자에게 판매가 가능한 기간으로 규정되어 있고, 제2. 식품일반에 대한 공통기준 및 규격 6. 보존 및 유통기준 16)에서 제조·가공업자가 포장재질, 보존조건, 제조방법, 원료배합비율 등 제품의 특성과 냉장 또는 냉동보존 등 기타 유통실정을 고려하여 위해방지와 품질을 보장할 수 있도록 자율적으로 정하도록 되어 있다.

〈표 3-13〉 우리나라 유통기한 관련 관리제도

표시사항의 종류	관련근거	표시의 의미
· 제조일자 · 유통기한 · 품질유지기한	식품위생법 식품위생법시행규칙 식품등의 표시기준 식품공전	· 업체가 자율적으로 설정할 수 있음. · 정해진 식품에 따라 의무표시사항들로 행정처분이 구체적으로 명기되어 있음. · 유통기한(Sell-by-date):은 판매가 허용되는 기한 · 품질유지기한은 식품의 특성에 맞는 보존방법이나 기준에 따라 보관할 경우 고유의 품질이 유지될 수 있는 기한

자료: 식품등의 표시기준 전문, 약청고시 제2010-97호, 2010.12.30 개정

또한 식품 등의 유통기한 설정기준(식약청고시 제2010-75호, 2010년 10월 29일 개정)에 근거한 유통기한 설정을 위한 실험을 통하여 더 이상 제품이 판매될 수 없는 상태까지 품질이 저하되기 전까지 얼마나 오랫동안 품질을 지속시킬 수 있는가를 검증하도록 정하고 있다.

<표 3-14>에는 유통기한 표시대상 식품들이 기술되어 있다. 유통기한은 제조일자 표시대상 식품이거나 품질유지기한이 표시된 식품을 제외한 모든 제조·가공·소

분·수입한 식품과 즉석섭취식품 중 도시락, 김밥, 햄버거, 샌드위치에 의무적으로 표시되어야 한다.

〈표 3-14〉 우리나라의 유통기한 표시대상 식품

제조일자	유통기한	품질유지기한
· 즉석섭취식품 중 도시락, 김밥, 햄버거, 샌드위치 · 설탕 · 식염 · 빙과류 · 주류(유통기한표시대상인 맥주, 탁주 및 약주 제외)	· 제조·가공·소분·수입한 식품 · 즉석섭취식품 중 도시락, 김밥, 햄버거, 샌드위치 · 맥주, 탁주, 약주 · 유통기한 생략가능식품: 설탕, 빙과류, 식용얼음, 껌류, 식염, 맥주, 탁주, 약주 이외 주류, 품질유지기한 표시식품	· 장기보관식품 · 잼류 · 당류 · 다류 및 커피류 · 음료류(멸균제품) · 장류(메주 제외) · 조미식품(식초, 멸균 카레제품) · 김치류, 젓갈류 및 절임식품 · 조림식품(멸균제품) · 주류(맥주만) · 기타식품류(전분, 벌꿀, 밀가루만)

자료: 식품등의 표시기준 전문, 약청고시 제2010-97호, 2010.12.30 개정

유통기한의 표시는 사용 또는 보존에 특별한 조건이 필요한 경우 이를 표시하여야 하고, 이 경우 냉동 또는 냉장보관, 유통하여야 하는 제품은 '냉동보관' 또는 '냉장보관'을 표시하여야 하고, 제품의 품질유지에 필요한 냉동 또는 냉장온도를 표시하여야 한다. 또한 유통기한이 서로 다른 여러 가지 제품을 함께 포장하였을 경우에는 그 중 가장 짧은 유통기한을 표시하여야 한다.

품질유지기한은 식품의 특성에 맞는 적절한 보존방법이나 기준에 따라 보관할 경우 해당식품 고유의 품질이 유지될 수 있는 기한을 뜻한다. 품질유지기한에 영향을 미치는 인자는 제품 성분, 배합, pH, 산도, 수분활성도 등 식품 내적인 특성 외에 미생물생육이 가장 중요한 기준이 된다. 이는 미생물의 생육정도에 따라 이취생성, 색변화 등의 관능적, 생물화학적 변화가 발생되기 때문이다. 또한 식품포장의 손상과 같은 물리적 손상으로 인해 오염이 발생할 수 있기 때문에 특별한 조건으로 온도와 함께 보존방법 및 취급방법이 명시되어야 한다.

2. 국외 현황

국외 유통기한 관리제도를 비교해보면, 대부분의 국가에서는 유통기한 표시는 법적으로 의무화되어 있지 않고 품질유지기한을 식품업체가 자율적으로 설정하여 표시하도록 되어 있다. 특히 품질변화가 빠른 식품에는 일본과 같이 소비기한이나 유럽연합, 영국 및 호주와 같이 사용기한을 표시하고 있다. 이 외에 일반식품에는 유통기한 보다는 품질유지기한에 준하는 best before, use-by date, Date of minimum Durability, 상미기한 등으로 표시가 되어 있다.

<표 3-15>에서 볼 수 있듯이 미국, 일본, 유럽연합, 영국, 호주 등과 같은 제외국들은 쉽게 부패나 변질의 우려가 있는 식품에는 최종사용일자 또는 제조일자를 표시하도록 하고, 품질저하의 우려가 적은 일반식품에는 품질유지기한을 표시하도록 권장하고 있다. 일본은 품질변화의 속도가 빨라서 5일 이내 소비되어야 하는 식품에는 소비기한을 표시하도록 하고 있고, 품질변화 속도가 느린 식품에는 사용기한, 상미기한, 포장일자, 최상품질기한 등으로 표시하도록 가공식품에 의무화하고 있다.

또한 미국과 호주에는 유통기한(Sell-by date)을 표시하고 있으나, 일본, 유럽연합, 영국 등에서는 유통기한은 표시되고 있지 않다.

〈표 3-15〉 유통기한 관련 제외국의 관리제도 현황

국가	표시사항	관련근거	표시의 미의
Codex	· 제조일(Date of Manufacture) · 포장일(Date of packing) · 판매기한(Sell-by date): 소비자에게 판매를 위해 제공될 수 있는 최종일자이나, 그 후에도 합리적인 기간 동안 가정에서 저장할 수 있음. · 별도의 규정 없는 경우: 최상품질 유지일자 표시 - Best before date - Best before end	포장식품의 일반표시기준	· Best before date: 품질유지기한 · 사용기한(Use-by date), 권장최종소비일(Recommended last consumption date), 소비만료일(Expiration date): 저장조건하에서 소비자가 그 제품에 대한 정상적으로 기해할 수 있는 성질이 보존될 수 있다고 예측되는 최종일자고서 이 날 이후 그 식품은 판매가능한 것으로 간주될 수 없음.
미국	· 유아용조제유: 최종사용일자표시(Use-by date) · 통조질식품, 일부식육과 가공육 제품 포장일 표시 · Packaging date, Use-by date 이외 품목: 표시규정 없음 · 통상적인 표시방법: Best before, Sell-by, Better it used by	CFR 21 CFR 9	· 업체가 자율적으로 기한 설정 · 유통기한 표시가 다양함 - 사용 또는 섭취기한(Use-by date) - 판매기한(Sell-by date) - 포장일자(Packaging date) - 최상품질유지기한(Best before date)
일본	· 소비기한: 품질변화속도가 빠른 식품(5일 이내) · 상미기한: 품질변화속도가 느린 식품 · 가공식품에 의무 표기	식품위생법 시행규칙 JAS법의 의한 가공식품의 품질표시기준	· 업체가 자율설정 · 유통기한설정: 관련협의회에서 가이드라인으로 작성 · 소비기한: 만료시까지 섭취 가능 기간 · 상미기한: 최상의 품질이 유지되는 기간
EU	· 미생물관점에서 부패가 용이한 식품: 최종사용일자표시(Use-by date) · 일반식품: 최소품질유지일자 표시(Date of minimum durability)	Council directive	· Use-by date: 사용기한으로 섭취가능한 기한을 의미하며 기한이 경과되면 판매는 물론 먹을 수도 없음. · Date of minimum durability: 이 기간내에는 식품의 품질변화가 거의 일어나지 않음.
영국	· 품질유지기한 표시(Best before) · 최종권장사용일자 표시: 부패가 쉬운 식품	식품표시지침	· 업체 자율 설정
호주	· 저장성이 7일 미만식품: Packing date, Use by date · 저장성이 7일이상~90일미만 식품: Packing date, Use-by date, Best before date · 저장성이 90일이상~2년미만 식품: Packing date, Use-by date, Best before date	Food Standard Code	· 업체 자율 설정 · Packing date(포장일자) · Best before date(최상품질유지기한) · Use-by date(사용기한 또는 섭취기한)

자료: 박기환, 기공식품 유통기한 표시 정책의 국제 동향, 한국산업식품공학회, 2008(재구성 및 최신화)

〈표 3-16〉 제외국의 유통기한 표시대상 식품

국가	표시대상식품			
	최종사용기한	제조일자	유통기한	품질유지기한
미국	· 유아용조제유	· 통조림식품, 일부식육과 가공육	· 일반식품 (Best before, Sell-by, Better it used by)	
일본	· 5일 이내로 품질변화속도가 빠른 식품 (소비기한)	-	-	· 품질변화속도가 느린 식품 (상미기한)
EU	· 미생물관점에서 부패가 용이한 식품 (Use-by date)	-	-	· 일반식품 (Date of minimum durability)
영국	· 부패가 쉬운 식품 (최종권장사용일자)	-	-	· 일반식품 (Best before)
호주	· 저장성이 7일 미만 식품 (Packing date, Use by date)		-	-
	· 저장성이 7일이상 ~ 90일 미만 식품 및 저장성이 90일 이상 ~ 2년 미만 식품: (Packing date, Use-by date, Best before date)			

자료: 박기환, 기공식품 유통기한 표시 정책의 국제 동향, 한국산업식품공학회, 2008(재구성)

3. 시사점

우리나라는 제조일자, 유통기한 및 품질유지기한 표시가 적용되는 식품유형을 법적으로 규정하여 의무화하고 있다. 이에 식품의 제조·가공 영업허가를 받아 생산하는 모든 식품은 유통기한의 표시대상이지만, 빙과류, 설탕, 식염, 식용얼음, 주류(맥주, 탁주, 약주 제외) 등에는 제조일자를 표시하도록 하고 유통기한은 생략될 수 있다. 또한 품질유지기한이 표시된 경우에도 유통기한이 생략될 수 있다.

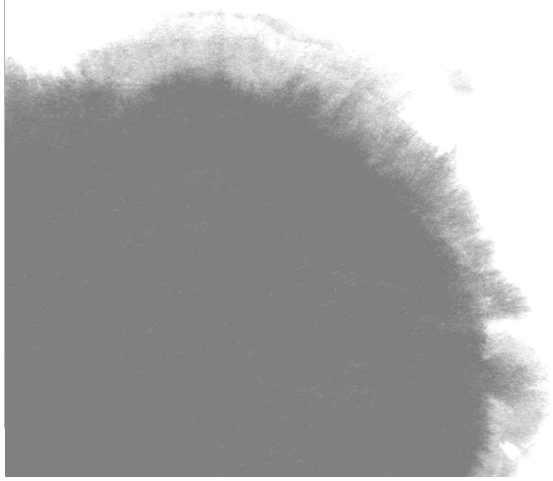
식품에서는 해당제품의 특성에 따라 품질변화 속도가 다양한 점을 반영하여 기존의 유통기한만을 표시하던 획일화된 규정에서 품질유지기한을 도입하여 식품유형별로 적용에 차등을 두고 있다. 그러나 품질유지기한의 표시가 외국에서 일반식품에 적용되는 반면 우리나라에서는 특정 식품 유형으로 제한하고 있어 아직도 더 다양한 식품에 품질유지기한 표시가 적용될 수 있다고 본다.

특히 유통기한 만료의 의미가 품질저하를 의미하지 않기 때문에 선진국의 사례와 같이 유통기한과 품질유지기한의 적용여부를 업체의 유통기한 실험결과에 근거하여 좀 더 자율적으로 선택 운영할 수 있도록 함이 바람직하겠다.

04

KIHASA

제4장 푸드뱅크 관련자 인식조사



제4장 푸드뱅크 관련자 인식조사

제1절 조사계획

1. 조사개요

<표 4-1>에는 푸드뱅크 관련자에 대한 인식조사 실시 개요가 제시되어있다.

기부자, 이용자, 운영자, 일반국민으로 구분하여 인식조사를 실시하였고, 최종 분석에 사용된 대상자는 기부자 6명, 이용자 42명, 운영자는 107명, 일반국민은 91명으로 집계되었다.

〈표 4-1〉 푸드뱅크 관련자 인식조사 개요

구분	기부자	이용자	운영자	일반국민
기간	2010.03.15~18	2010.03.15~18	2010.03.17~18	2010.03.15~18
대상	푸드뱅크(마켓) 기부업체	푸드뱅크(마켓) 이용자	푸드뱅크(마켓) 관리자(공무원/담당자)	일반국민
방법	온라인 조사	우편 및 온라인 조사	자기기재조사	온라인 조사
표본추출	전수조사	무작위추출	임의추출	무작위추출
조사기관	한국보건사회연구원	좌동	좌동	좌동
최종조사규모	6개소	42명	107명	91명

제2절 조사결과

1. 기부자

가. 일반현황

총 6업체(명)의 응답자에 대한 일반현황은 <표 4-2>에 제시된 바와 같다.

식품제조가공업이 4개 업체 식품유통업이 2개 업체로 분류되었고 식품기부 경험은 100%로 나타났다.

〈표 4-2〉 응답자 일반현황

(단위: 명, %)

구분		응답	비율
기부자 유형	합계	6	100.0
	식품제조가공업	4	66.7
	즉석판매제조가공업	-	-
	식품판매업	-	-
	식품유통업	2	33.3
	식품접객업	-	
	집단급식소	-	
	학교급식	-	
	단체	-	
	일반개인	-	
식품기부경험	합계	6	100.0
	있음	6	100.0
	없음	-	-

나. 식품기부 현황

1) 기부식품 종류

기부 식품유형, 종류, 등을 조사한 결과는 <표 4-3>에 제시된 바와 같다.

부식류를 기탁하는 비율이 전체의 50.0%로 가장 많았고, 종류도 부식류가 가장 많았다.

〈표 4-3〉 식품기부 현황

(단위: 명, %)

구분		응답	비율
기부량 기준 기부식품 유형	1순위(부식류)	3	50.0
	2순위(주식류)	2	33.3
	3순위(간식류)	1	16.7
기부식품의 종류 (중복응답)	합계	11	100.0
	주식류	4	36.4
	부식류	5	45.5
	식재료	1	9.1
	간식류	1	9.1
	기타	-	-

2) 식품기부 방법 등

식품의 기부 방법, 배송 방법 등을 조사한 결과는 <표 4-4>에 제시된 바와 같다.

전국 푸드뱅크와 각 사회복지협의회를 통한 간접 기부가 전체의 반 이상을 나타내고 있다. 푸드마켓과 푸드뱅크가 직접 와서 수령해 가는 비율이 전체의 반 이상을 차지하고 있었고, 기부주기는 월단위로 정기적, 비정기적으로 이루어지는 것으로 조사되었다.

〈표 4-4〉 식품기부 방법 등

구분		응답	비율
기부방법	합계	6	100.0
	일선푸드뱅크, 푸드마켓에 직접 기부	1	16.7
	전국푸드뱅크나 각 사회복지협의회를 통해서 간접 기부	3	50.0
	경우에 따라 혼용	2	33.3
	기타	-	-
기부식품 배송	합계	6	100.0
	푸드뱅크(마켓)에 직접 운송 및 전달	1	16.7
	푸드뱅크(마켓)에서 직접와서 수령	3	50.0
	경우에 따른 혼용	2	33.3
	기타	-	-
식품기부 주기	합계	6	100.0
	비정기적	3	50.0
	정기적	3	50.0
기부주기	합계	3	100.0
	매일	1	16.7
	매주	1	16.7
	매월	4	66.7
	분기	-	-
	6개월	-	-
	1년	-	-
	기타	-	-

3) 식품기부 참여 이유 등

<표 4-5>에는 식품기부 동기 등을 조사한 결과가 제시되어있다.

사회공헌차원에서 주로 식품을 기부하고 있고, 기부를 결정하는 책임자는 기부량에 따라 다르며, 향후 식품기부량을 증가시킬 것이라고 응답한 업체는 6개 업체중 4개 업체로 반 이상의 응답 비율로 나타났다.

〈표 4-5〉 식품기부 참여동기 등

구분		응답	비율
식품기부 참여동기	합계	6	100.0
	사회공헌	5	83.3
	기업 및 단체의 이미지 제고	1	16.7
	잉여 및 반품 처리	-	-
	세제혜택	-	-
	기타	-	-
식품기부 결정자	합계	6	100.0
	대표자	1	16.7
	기부량에 따라 다름	5	83.3
	- 부대표자	1	16.7
	- 부서장	3	50.0
	- 기타 담당자	1	16.7
향후 식품기부계획	합계	6	100.0
	확대	4	66.7
	유지	1	16.7
	축소	-	-
	중지	-	-
	경우에 따라 다름	1	16.7
	기타	-	-

4) 기부식품 종류 등

<표 4-6> 에는 기부 물품의 종류와 성격이 제시되어있다.

기부물품의 경우 일반 판매가능 제품을 기부한다는 비율이 40%, 유통기한 임박 제품이 30%, 반품이 20%으로 조사되었고, 기부가능식품의 처리는 전체의 50%가 폐기하고, 기부한다는 비율은 33.3%로 낮게 나타나 향후 기탁량을 증가시킬 수 있는 여지가 있어 보인다.

〈표 4-6〉 식품기부 물품 종류 등

구분		응답	비율
기부물품 종류와 비율 (중복응답)	합계	10	100.0
	판매(일반) 제품	4	40.0
	판매(유통기한 임박) 제품	3	30.0
	반품제품	2	20.0
	홍보용 제품	-	-
	견본제품	-	-
	기타	1	10.0
기부가능물품 처리방안	합계	6	100.0
	기부	2	33.3
	폐기	3	50.0
	직원배분	-	-
	경우에 따른 다름	1	16.7
	기타	-	-

나. 기부시 애로사항

식품 기부시 발생되는 문제점이나 불편사항에 대해 조사한 결과는 <표 4-7>에 제시된 바와 같다.

유통기한이 임박한 제품의 경우 기부후 유통기한이 경과한 후 섭취하게 되었을 때 발생할 수 있는 식품사고, 기업 이미지 등이 가장 큰 문제점으로 지적되었고, 세제혜택상 장부가액으로 산정하는 현 방법에 불만이 가장 많은 것으로 조사되었다. 특히 사실상 정품을 기부해야 한다는 부담감과 기부자에 대한 홍보부족이 그 다음 불편사항으로 나타났으며, 그 외에는 기부에 대한 사회적 압박감과 기부제품의 수령 시간이 오래 걸리는 문제점 등이 지적되었다.

〈표 4-7〉 식품기부시 가장 큰 문제점 및 불편사항 (중복응답)

(단위: 명, %)

구분	응답	비율
합계	13	100.0
직접 기부처에 배송하는 문제	-	-
유통기한 임박식품의 기부시 실제배분시 유통기한 경과가능성	4	30.8
세제혜택의 산정방법 비현실적(장부가액 등)	3	23.1
기부의사 표시후 수거하러 오는 시간적 문제	1	7.7
기부비용이 반품비용보다 많음	-	-
기부를 해야한다는 사회적 부담감	1	7.7
사실상 정품을 기부해햐 한다는 부담감	2	15.4
기부자에 대한 홍보 불충분	2	15.4

다. 식품폐기

시식 가능한 제품에 대한 폐기여부를 조사한 결과는 <표 4-8>에 제시된 바와 같다.

조사대상업체의 반이 폐기한다는 결과를 보였다.

〈표 4-8〉 시식가능한 제품의 활용 상태

(단위: 명, %)

구분	응답	비율
합계	6	100.0
폐기함	3	100.0
폐기하지 않음	3	100.0

폐기하는 이유를 조사한 결과는 <표 4-9>에 제시된 바와 같다.

식품사고 발생 우려, 기부에 대한 인식 부족, 기부후 활용에 대한 의혹 등이 주된 이유이고, 그 외에 적당한 기부처를 찾지 못해서, 대표자의 반대, 기부비용이 반품비용보다 더 소요되어, 회사의 식품기부에 대한 인식 부족, 기부이후 활용상태의 투명성 의혹 등이 제기되었는데 사실 대표자의 반대가 지적되었고, 폐기비용보다 더 소요되어서라는 이유도 제기되었다.

〈표 4-9〉 활용 가능한 제품임에도 불구하고 제품 폐기하는 이유

(단위: 점)

구분	평균	최소값	최대값
기부식품의 유통기한 임박에 따른 식품위생 관련 안전사고 우려	4.33	4	5
회사 전반에 퍼져있는 식품기부에 대한 인식 부족	3.33	3	4
기부이후의 전달과정 및 활용정도에 대한 의혹	3.33	3	4
적당한 기부처 찾지 못해서	3.00	3	3
대표자의 반대	3.00	3	3
식품기부에 소요되는 비용이 반품비용보다 더 들어	2.67	2	3

라. 식품기부 활성화 방안

식품기부를 증대하는 즉, 활성화하는 방안별 중요도에 대해 조사한 결과는 <표 4-10>에 제시된 바와 같다.

7개 조사항목의 점수가 5점 만점에 다 높게 나타났다. 가장 중요한 것은 기부에 대한 인식으로 4.33점으로 나타났다. 기부에 대해 회사 대표, 회사 전반적인 인식이 제고되어야 할 것이며, 기부자에 대한 인센티브 강화가 가장 필요한 제도 개선방안으로 조사되었다. 그 다음 순은 기부절차를 간편하게하고, 푸드뱅크 사업에 대한 홍보를 강화하는 것으로 조사되었으며, 식품유통기한 개선은 가장 필요도가 적은 방안으로 평가되었다.

푸드뱅크나 푸드마켓 사업에 대한 홍보가 잘 이루어지면 회사 대표자와 직원, 일반 국민 등의 기부를 증대시킬 수 있는 밑거름이 될 수 있을 것이다.

〈표 4-10〉 식품기부 활성화를 위한 방안별 필요도 (중복응답)

(단위: 점)

구분	평균	최소값	최대값
푸드뱅크 사업 대한 홍보 제고	4.33	3	5
기부자에 대한 인센티브 강화	4.33	4	5
기부에 대한 경영자 인식 제고	4.17	4	5
기부에 대한 회사전체 인식 제고	4.00	4	4
기부절차 용이성 제고(수거의 협회 전담 등)	3.83	3	4
식품유통기한 연장 등 제도 개선	3.83	2	5
기부식품의 이용결과 제공 확대	3.67	3	5

식품기부를 확대하기 위한 제도별 개선방안을 조사한 결과는 <표 4-11>에 제시된 바와 같다.

세제혜택 산정방법을 현실화하는 것이 1순위 개선방안으로 조사되었고, 환경부담금 감소, 정부의 재정지원, 식품유통기한 연장, 기부물품 종류 확대의 순으로 조사되었다. 직접적인 세제혜택을 가장 원하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 4-11〉 식품기부 확대를 위한 제도별 개선방안 우선순위

구분	내용
1순위	세제혜택 산정방법의 현실화
2순위	환경부담금 감소
3순위	정부의 재정지원
4순위	식품유통기한 연장
5순위	기부물품 종류 확대

마. 식품기부 애로사항

푸드뱅크와 푸드마켓 이용자를 대상으로 식품기부 과정별로 애로사항을 조사한 결곽가 조사한 결과는 <표 4-12>에 제시된 바와 같다.

기부물품 수송과 기부물품 활용에 대한 의혹이 5점 만점에 3.50점으로 가장 큰 애로사항으로 나타났고, 그 다음은 식품기부를 결정하는 과정과 기부품으로 분류하

여 보관하는 과정으로 나타나 기부물품의 활용과 결과를 투명하게 처리하고 공개토록 하여야겠다.

〈표 4-12〉 식품기부 과정별 각 애로정도

(단위: 점)

구분	평균	최소값	최대값
기부물품 수송 과정	3.50	3	4
기부물품의 활용에 대한 의혹	3.50	3	4
식품 기부결정 과정	3.33	2	4
기부품으로 분류, 보관 등 과정	3.33	3	4

바. 배분방법

현재 무상으로 기부하고 있는 기부식품의 배분방법에 대해 조사한 결과는 <표 4-13>에 제시된 바와 같다.

4개 업체가 무상으로 배분해야 한다는 응답을 하였고, 나머지 2개 업체는 각각 무상과 유상 및 제품의 종류에 따라 배분방법을 다르게 해야 한다는 답을 하였다. 여전히 무상배분을 선호함을 알 수 있었다.

〈표 4-13〉 무상 기부식품의 배분방법

(단위: 명, %)

구분	응답	비율
합계	6	100.0
무상	4	66.7
저가유상	-	-
무상+유상	1	16.7
제품의 종류에 따라 다르게	1	16.7
경우에 따라 다르게	-	-
기부처가 알아서	-	-
기타	-	-

기부식품이 전달되기를 바라는 주요 대상층에 대해 조사한 결과는 <표 4-14>에 제시된 바와 같다.

기부자가 선호하는 사회취약계층은 결식아동, 저소득재가독거노인, 노숙자층으로 나타났고, 그 외에는 고아원, 양로원, 모자원, 기타 사회복지시설로 조사되었다.

〈표 4-14〉 기부식품의 희망전달계층 (중복응답)

(단위: 명, %)

구분	응답	비율
합계	16	100.0
노숙자 등 결식계층 무료급식소	3	18.8
저소득 재가 독거노인	4	25.0
결식아동	5	31.3
고아원	1	6.3
양로원	1	6.3
모자원	1	6.3
기타 사회복지시설	1	6.3

바. 식품기부 필요

<표 4-15>에는 식품기부가 왜 필요한가에 대한 조사 결과가 제시되어있다.

중복응답으로 조사한 결과를 보면 식품기부는 식품자원의 낭비를 예방하고 결식문제를 해결하는 좋은 수단이 될 수 있다는 응답이 100% 나왔고, 그 외에는 정서적으로나 사회복지사업에 참여하는 효과가 있다는 응답도 제시되었다.

〈표 4-15〉 각 질문문항의 필요정도

(단위: 점)

구분	평균	최소값	최대값
식품기부사업은 섭취 가능한 식품자원 낭비를 막는 방법이라고 생각	4.50	4	5
식품기부가 우리사회 결식을 해결하는데 도움이 된다고 생각	4.33	4	5
식품기부는 좋은 사회복지사업으로 생각	4.33	3	5
식품기부 참여는 우리나라 정서상 꼭 필요하다고 생각	4.00	3	5

2. 이용자

푸드뱅크와 푸드마켓 이용자 조사의 분포상황은 <표 4-16>에 제시된 바와 같다.

전체 42명중 59.5%인 25명이 푸드뱅크 이용자이고 나머지 40.5%인 17명이 푸드마켓 이용자로 나타났다.

〈표 4-16〉 이용자 유형

(단위: 명, %)

구분	응답	비율
합계	42	100.0
푸드마켓 이용자	17	40.5
푸드뱅크 이용자	25	59.5

가. 푸드마켓 이용자의 일반적 현황

푸드마켓 조사대상 이용자의 일반적 현황은 <표 4-17>에 제시된 바와 같다.

기초생활수급대상자가 전체의 76.5%로 가장 많았고, 그 다음이 차상위가정으로 조사되었으며, 성별로는 여성이 83.3%, 연령별로는 40대가 전체 41.2%, 그리고 학력은 고졸이 41.2%, 평균 가구원수는 2.3명, 가구유형별로는 노인세대와 모자세대가 35.3%로 주요 조사대상자층을 구성하고 있는 것으로 조사되었다.

고용상태를 보면 무직이 전체의 70.6%로 다수를 점하고 있고, 월평균 이용회수는 1회이며, 41.2%의 대상층이 주식류를 이용하고 있는 것으로 조사되었으며, 평균 푸드마켓 이용기간은 20.75개월로 나타났으며 푸드마켓을 인지하게 된 주요 경로는 주민자치단체의 정보 제공에 의한 것으로 전체의 41.2% 조사대상자가 응답한 것으로 나타났다.

〈표 4-17〉 푸드마켓 이용자의 일반 현황

(단위: %)

구분		응답	비율
1. 이용대상층	합계	17	100.0
	긴급구호 대상가정	-	-
	기초생활수급 대상자	13	76.5
	결식자 및 결식위기 가정	-	-
	차상위 직면 결식위기 가정	1	5.9
	차상위 가정	2	11.8
	기타	1	5.9
2. 성별	합계	17	100.0
	남성	3	17.6
	여성	14	83.3
3. 연령	합계	17	100.0
	10대	-	-
	20대	-	-
	30대	2	11.8
	40대	7	41.2
	50대	2	11.8
	60대	-	-
	70대	6	35.3
4. 최종학력	합계	17	100.0
	무학	3	17.6
	초등졸	4	23.5
	중등졸	1	5.9
	고등졸	7	41.2
	초대졸	-	-
	대졸	1	5.9
	대학원 이상	1	5.9
5. 가구원수	평균±표준편차	2.31±1.250	
	최소~최대	1~5	
6. 가구유형	합계	17	100.0
	일반세대	2	11.8
	노인세대	6	35.3
	장애인세대	1	5.9
	모자세대	6	35.3
	부자세대	-	-
	소년소녀가장세대	-	-
	기타	2	11.8

〈표 4-17〉 푸드마켓 이용자의 일반 현황 (계속)

구분		응답	비율
7. 대상층 고용상태	합계	17	100.0
	정규직	1	5.9
	비정규직	4	23.5
	무직	12	70.6
8. 처음 이용정보 경로	합계	17	100.0
	지자체	3	17.6
	주민자친단체	7	41.2
	사회복지단체 등	6	35.3
	주변이웃	-	-
	가족, 친지 등	-	-
	기타	1	5.9
9.이용기간	평균±표준편차 (개월)	20.75±10.909	
	최소~최대 (개월)	2~42	
10. 월평균 이용회수	평균±표준편차 (회)	1.00±0.000	
	최소~최대 (회)	1~1	
11. 주 이용식품	합계	17	100.0
	주식류	7	41.2
	부식류	5	29.4
	식재료	2	11.8
	간식류	1	5.9
	기타(생활용품 등)	2	11.8

나. 푸드뱅크 이용자의 일반적 현황

푸드뱅크 조사대상 이용자의 일반적 현황은 <표 4-18>에 제시된 바와 같다.

성별로는 여성이 60.0%로 남성보다 많았고, 연령별로는 40대가 전체의 32.9%, 최종학력은 대졸이 36.0%로 타 계층에 비해 많았는데 이것은 이 조사표를 작성한 시설의 대표학력으로 사료된다. 조사대상 이용자가 생활하는 사회복지시설의 분류를 보면 유아동복지시설이 32.0%로 다수의 형태로 나타났고, 평균 수용자수는 65.2명으로 조사되었다. 월평균 푸드뱅크 이용횟수는 4회, 푸드뱅크 이용기간은 평균 32개월이었으며 주로 활용하는 식품류는 간식류가 60.0%로 다수를 차지하고 있었다.

〈표 4-18〉 푸드뱅크 이용자의 일반 현황

(단위: 명, %)

구분		응답	비율
1. 성별	합계	25	100.0
	남성	10	40.0
	여성	15	60.0
2. 연령	합계	25	100.0
	10대	1	4.0
	20대	2	8.0
	30대	7	28.0
	40대	8	32.0
	50대	5	20.0
	60대	-	-
	70대	2	8.0
3. 최종학력	합계	25	100.0
	무학	1	4..0
	초등졸	1	4.0
	중등졸	1	4.0
	고등졸	8	32.0
	초대졸	3	12.0
	대졸	9	36.0
	대학원 이상	2	8.0
4. 시설유형	합계	25	100.0
	유아동복지시설	8	32.0
	장애인복지시설	6	24.0
	보랑노숙인복지시설	-	-
	노인복지시설	2	8.0
	정신질환복지시설	-	-
	한부모가족복지시설	3	12.0
	다문화가족복지시설	-	-
	지역주민복지시설	1	4.0
	기타 복지시설	5	20.0
	여성복지시설	-	-
	종합복지시설	-	-

〈표 4-18〉 푸드뱅크 이용자의 일반 현황 (계속)

(단위: 명, %)

구분		응답	비율
5. 가구원수	평균±표준편차 (명)	65.20±179.148	
	최소~최대 (명)	1~875	
6.이용기간	평균±표준편차 (개월)	32.83±20.586	
	최소~최대 (개월)	9~96	
7. 월평균 이용회수	평균±표준편차 (회)	4.25±4.214	
	최소~최대 (회)	1~20	
8. 주 이용식품	합계	25	100.0
	주식류	6	24.0
	부식류	3	12.0
	식재료	1	4.0
	간식류	15	60.0
	기타(생활용품 등)	-	-

다. 이용 식품유형

푸드뱅크와 푸드마켓 이용자의 주 이용 식품 유형을 조사한 결과는 <표 4-19>에 제시된 바와 같다.

〈표 4-19〉 주 이용 식품유형

(단위: 명, %)

구분 ***	합계		푸드마켓 이용자		푸드뱅크 이용자	
	응답	비율	응답	비율	응답	비율
합계	42	100.0	17	100.0	25	100.0
주식류	13	31.0	7	41.2	6	24.0
부식류	8	19.0	5	29.4	3	12.0
식재료	2	4.8	1	5.9	1	4.0
간식류	16	38.1	1	5.9	15	60.0
기타 (생활용품 등)	2	4.8	2	11.8	-	-

*:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001 (by Chi-square test)

간식류가 전체의 38.1%로 가장 많았고, 그 다음은 주식류, 부식류의 순으로 조사되었는데 이는 이용자 자발적인 섭취라기 보다도 주로 기부되는 식품의 종류로 이해하면 될 것 같다.

푸드마켓과 푸드뱅크로 이용자를 나누어 살펴보면 푸드마켓은 주식류가 41.2%, 푸드뱅크는 60.0%가 간식류로 다수를 점하고 있는 차이를 보였으며 이는 통계학적으로 의미가 있는 것으로 분석되었다.

다. 기부식품에 대한 만족도

<표 4-20>에는 기부식품에 대한 이용자의 만족도가 제시되어있다.

순서대로 보면 기부자의 태도가 5점 만점에 4.31점으로 가장 만족도가 높게 나타났고, 그 다음은 기부식품의 종류, 신선도, 양, 종류(개인 선호도 차원), 기부 회수, 기부식품의 유통기한의 순으로 나타났다. 즉, 유통기한이 임박한 제품을 기부함에 따라 제품의 유통기한에 대한 만족도가 5점 만점에 3.17점으로 가장 낮게 나타난 것이다.

푸드뱅크와 푸드마켓으로 분류해 보면 푸드뱅크 이용자의 조사결과는 전체 연구결과와 동일한 경향을 보인 반면에 푸드마켓 이용자의 경우 기부식품의 종류(개인 선호도)에 대한 만족도가 3.12점으로 가정 낮게 나타나 차이를 보이고 있다.

기부식품의 신선도에 대한 이용자의 만족도는 푸드마켓과 푸드뱅크간에 통계학적으로 유의한 차이를 보이고 있다. 즉, 푸드마켓 이용자의 만족도가 푸드뱅크 이용자보다 높게 나타났고, 이 결과는 통계학적으로 유의한 의미를 갖고 있는 것이다.

〈표 4-20〉 기부식품에 대한 항목별 만족도

구분	합계	푸드마켓 이용자	푸드뱅크 이용자
기부식품 전달자의 태도	4.31	4.35	4.28
기부식품의 종류(신선식품, 가공식품)	3.67	3.59	3.72
기부식품의 신선도 (신선식품) **	3.45	3.94	3.12
기부식품의 양	3.38	3.24	3.48
선호되는 기부식품의 종류 (개인선호도)	3.36	3.12	3.52
기부식품 전달회수	3.31	3.29	3.32
기부식품의 유통기한 (가공식품)	3.17	3.35	3.04

*:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001 (by ANOVA)
주: 1 매우 불만, 2 불만, 3 보통, 4 만족, 5 매우 만족

라. 기부식품 폐기 현황 및 이유

푸드뱅크와 푸드마켓 이용자의 기부식품 폐기 경험 여부와 그 사유를 조사한 결과는 <표 4-21>에 제시된 바와 같다.

조사대상자의 31.0%가 폐기 경험이 있는 것으로 조사되었고, 그 주된 사유는 식품의 신선도에 관련한 이유로 기부당시부터 신선도가 저하된 것 같아서와 기부받은 후 자제 보관기관이 길어져서 신선도가 저하되었다는 이유가 전체의 84.7%를 차지하는 것으로 조사되었다.

푸드마켓과 푸드뱅크 이용자간 차이를 보면 푸드마켓의 이용자 경우 신선도에 대한 이유만 있는 반면에 푸드뱅크 이용자는 개인적으로 비선호 식품은 폐가한 경험이 있는 등 전체적인 추세와 비슷한 조사결과를 보이고 있다.

이 조사결과는 통계학적으로 유의한 차이는 보이지 않았다.

〈표 4-21〉 기부식품 폐기경험 및 폐기사유

(단위: 명, %)

구분	합계		푸드마켓 이용자		푸드뱅크 이용자	
	응답	비율	응답	비율	응답	비율
합계	42	100.0	17	100.0	25	100.0
□ 경험유무	42	100.0	17	100.0	25	100.0
폐기경험 있음	**13**	**31.0**	**4**	**23.5**	**9**	**36.0**
폐기경험 없음	29	69.0	13	76.5	16	64.0
□ 폐기사유	**13**	**100.0**	**4**	**100.0**	**9**	**100.0**
수령당시부터 신선도 저하	6	46.2	1	25.0	4	44.4
비선호 식품	1	7.7	-	-	1	11.1
필요없는 제품	-	-	-	-	-	-
자체보관기간이 길어져 신선도 저하	5	38.5	2	50.0	3	33.3
기타	1	7.7	1	25.0	1	11.1

*:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001 (by Chi-square test)

마. 식품기부에 의한 장점

기부식품에 의한 식품지원으로 실생활에서 좋아진 점을 조사한 결과는 <표 4-22>에 제시된 바와 같다.

식비가 절감된다는 응답이 전체의 40.5% 가장 높게 나타났고, 그 다음은 간식류 등 다양한 식품을 접할 수 있다는 것으로 응답 비율은 38.1%로 나타났다. 푸드마켓과 푸드뱅크간 차이를 보면 푸드마켓 이용자의 경우 식비가 절감된다는 응답이 전체의 82.4%로 단연 높게 나타난 반면에 푸드뱅크의 경우 전체의 52.6%가 간식류 등 다양한 식품 섭취라고 응답한 비율이 가장 높게 나타났다.

〈표 4-22〉 식품지원으로 인해 좋아진 점

(단위: 명, %)

구분 ***	합계		푸드마켓 이용자		푸드뱅크 이용자	
	응답	비율	응답	비율	응답	비율
합계	42	100.0	17	100.0	25	100.0
식비절감	17	40.5	14	82.4	3	12.0
충분한 음식섭취	2	4.8	1	5.9	1	4.0
음식준비 어려움 해소	-	-	-	-	-	-
간식류 등 다양한 음식 접할수 있음	16	38.1	2	11.8	14	56.0
건강상태 나아짐	1	2.4	-	-	1	4.0
관심을 가져주는 사람이 생김	6	14.3	-	-	6	24.0

*:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001 (by Chi-square test)

바. 기부를 원하는 식품 종류

푸드뱅크와 푸드마켓의 기부식품을 이용하는 이용자가 가장 우선적으로 지원받고 식품의 종류를 조사한 결과는 <표 4-23>에 제시된 바와 같다.

부식류, 생활용품, 식재료, 주식류와 간식류, 주방용품의 순으로 높게 나타났고, 푸드마켓과 푸드뱅크별로 조사결과에는 차이를 보였다.

즉, 푸드마켓 이용자의 경우 부식류, 식재료, 주식류가 주로 기부받고 싶은 물품으로 조사된 반면에 푸드뱅크 이용자는 간식류와 부식류, 생활용품과 식재료의 순으로 나타났다. 생활용품에 대한 지원 욕구가 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 4-23〉 가장 지원받고 싶은 식품 등의 종류 (우선순위)

구분	전체	푸드마켓 이용자	푸드뱅크 이용자
1순위	부식류	부식류	부식류 간식류
2순위	생활용품	식재료	식재료 생활용품
3순위	식재료	주식류	주식류 주방용품
4순위	주식류 간식류	생활용품	-
5순위	주방용품	간식류	-
6순위	-	주방용품	-

주: 획득점수는 1순위(×3), 2순위(×2), 3순위(×1)의 점수 부여

3. 운영자

가. 운영형태

<표 4-24>에는 조사대상 운영자자 운영하는 푸드뱅크의 형태에 대한 조사결과가 제시되어있다. 전체의 58.9%가 기초 푸드뱅크로 가장 많았고, 푸드마켓이 29.0%로 나타났다.

광역푸드뱅크와 푸드마켓을 동시에 운영하는 1개소, 기초푸드뱅크와 푸드마켓을 운영하는 5개소 등이 조사에 참여하였다.

〈표 4-24〉 조사대상기관의 운영형태

(단위: 개소, %)

구분	응답현황	구성비
합계	107	100.0
광역 푸드뱅크	4	3.7
기초 푸드뱅크	63	58.9
푸드마켓	31	29.0
이동형 푸드마켓	-	-
기타	-	-
광역 푸드뱅크+푸드마켓	1	0.9
기초 푸드뱅크+푸드마켓	5	4.7
기초 푸드뱅크+이동형푸드마켓	2	1.9
기초 푸드뱅크+이동형푸드마켓+기타	1	0.9

나. 운영주체

<표 4-25>에는 조사대상 운영자가 운영하는 푸드뱅크의 운영 주체에 대한 조사 결과가 제시되어있다.

사회복지관이 전체의 38.3%로 가장 많았고, 그 다음은 사회복지시설, 기타의 순으로 나타났다. 기타는 종교단체, 사회복지법인, 자원봉사센터 등으로 분석되었다.

성공회나 먹거리나누기운동협의회 등과 같은 민간조직이 운영하는 비율은 전체의 9.3%로 조사되었다.

〈표 4-25〉 운영기관의 주체

(단위: 개소, %)

구분	응답현황	구성비
합계	107	100.0
사회복지시설	33	30.8
사회복지관	41	38.3
먹거리나누기운동협의회, 대한성공회 등 민간기관	10	9.3
기타	23	21.5
- 교회 등 종교법인 및 시설	6	5.6
- 구세군	3	2.8
- 자원봉사센터	4	3.7
- 재활센터	1	0.9
- 사회복지법인 등	4	3.7
- 무응답	5	4.7

다. 장비보유 현황

<표 4-26>에는 각 조사대상 푸드뱅크(푸드마켓)가 소유한 장비 현황에 대해 조사한 결과가 제시되어있다.

냉장차, 컴퓨터 장비, 일반창고, 냉장냉동창고의 순으로 50% 이상의 보유 비율을 보였고, 일반차량의 보유율이 19.6%로 냉장차 보유율 86.0%에 비해 월등히 낮은 기현상을 보이고 있다.

〈표 4-26〉 장비 보유 비율

(단위: 개소, %)

구분 (N=107)	보유	
	응답	구성비
일반차량	21	19.6
냉장차	92	86.0
PC장비	81	75.7
일반창고	71	66.4
냉장냉동창고	58	54.2
기타	-	-

각 조사대상 푸드뱅크와 푸드마켓의 장비 보유 현황을 비교한 결과는 <표 4-27>에 제시되어있다.

총 107개소를 대상으로 각 장비별 보유댓수를 조사한 결과를 보면 컴퓨터 장비가 평균 1.81대, 냉장냉동창고가 1.67개, 일반차량이 1.43대, 냉장냉동차와 일반창고가 1.13대를 보유하고 있는 것으로 조사되었다.

큰 차이를 보이지 않지만 PC와 냉장·냉동창고의 경우 푸드마켓이 푸드뱅크보다 많이 보유하고 있는 것으로 조사되었다.

〈표 4-27〉 기관별 장비 보유 대수 현황

(단위: 개/대/개소 등)

구분	평균			
	합계	푸드뱅크	푸드마켓	푸드뱅크+푸드마켓
일반차량	1.43	1.53	1.00	1.00
냉장소송차 ***	1.13	1.09	1.00	1.78
PC장비 **	1.81	1.52	2.18	2.29
일반창고	1.13	1.15	1.12	1.00
냉장냉동창고 **	1.67	1.29	2.21	1.33
푸드뱅크+푸드마켓	-	-	-	-

*:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001 (by ANOVA)

라. 인력 보유 현황

<표 4-28>에는 조사대상 푸드뱅크의 인력 보유 현황이 제시되어있다.

전임자가 있는 조사대상기관은 전체의 82.2%가 되었고, 자원봉사자를 확보하고 있는 기관은 38.3%로 상대적으로 보유율이 낮게 나타났다.

〈표 4-28〉 인력 보유 현황

(단위: 개소, %)

구분 (N=107)	보유	
	응답	구성비
대표자	79	73.8
전임자	88	82.2
업무지원자	61	57.0
공익근무요원	58	54.2
자원봉사자	41	38.3

<표 4-29>에는 조사대상 푸드뱅크의 평균 확보 인력수가 제시되어있다.

조사대상 기관당 평균 6.83명을 보유하고 있는 것으로 조사되었고, 가장 수가 많은 인력은 자원봉사자로 평균 8.61명으로 나타났으며 대표자, 전임자, 업무지원자, 공익근무요원 등은 2명을 넘지 않는 것으로 조사되었다.

푸드뱅크와 푸드마켓을 비교해 보면, 푸드뱅크는 평균 5.06명인데 반해 푸드마켓은 9.58명으로 푸드마켓에 5명정도 더 많은 것으로 나타나고 있는데 이 차이는 자원봉사자 수에서 발생되고 있다. 전임자 수에는 차이가 없는 것으로 나타나 현재 82.2%에 그친 전임자 수를 향후 확충하는 방안을 모색해야 할 것으로 사료된다.

〈표 4-29〉 기관별 평균 인력 보유 현황

(단위: 명)

구분	평균			
	합계	푸드뱅크	푸드마켓	푸드뱅크+푸드마켓
평균*	6.83	5.06	9.58	10.11
대표자	1.01	1.00	1.04	1.00
전임자	1.16	1.15	1.17	1.17
업무지원자	1.56	1.57	1.63	1.20
공익근무요원	1.50	1.37	1.50	2.00
자원봉사자	8.61	5.50	11.80	13.75

*:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001 (by ANOVA)

마. 예산

<표 4-30>에는 조사대상 푸드뱅크의 2011년 예산 확보액이 제시되어있다.

전체 평균은 38,184,903원으로 조사되었고, 푸드뱅크는 21,862,544원, 푸드마켓은 63,338,128원, 그리고 푸드뱅크와 푸드마켓을 동시에 운영하는 기관은 59,320,000원으로 나타났고, 결국 푸드마켓이 푸드뱅크에 비해 약 3배 가량 예산이 많은 것으로 조사되었다. 이렇게 차이를 발생시키는 요인은 정부지원예산과 지자체지원예산 모두 푸드마켓이 3배 가량 더 지원을 받는데 기인한다.

〈표 4-30〉 예산 현황(2011년 기준)

구분		평균	최소	최대
합계	평균	38,184,903원	70만원	15,500만원
	자체 예산	1,500만원	70만원	5,600만원
	정부 지원예산	21,671,967원	100만원	5,000만원
	지자체 지원예산	32,509,339원	85만원	14,800만원
	푸드뱅크+푸드마켓	17,521,111원	12만원	3,310만원
푸드뱅크	평균	21,862,544원	70만원	15,500만원
	자체 예산	15,641,667원	70만원	5,600만원
	정부 지원예산	14,933,220원	100만원	4,600만원
	지자체 지원예산	17,155,524원	85만원	14,750만원
	푸드뱅크+푸드마켓	6,060,000원	12만원	1,200만원
푸드마켓	평균	63,338,128원	420만원	11,010만원
	자체 예산	12,614,286원	80만원	4,450만원
	정부 지원예산	30,095,400원	357만원	500만원
	지자체 지원예산	53,542,105원	480만원	800만원
	푸드뱅크+푸드마켓	23,761,667원	100만원	3,310만원
푸드뱅크+푸드마켓	평균	59,320,000원	300만원	8,280만원
	자체 예산	24,000,000원	2,400만원	2,400만원
	정부 지원예산	-	-	-
	지자체 지원예산	53,920,000원	2,400만원	8,280만원
	푸드뱅크+푸드마켓	3,000,000원	300만원	300만원

바. 식품기부 현황

<표 4-31>에는 조사대상 푸드뱅크의 2010년 식품기부에 대한 조사결과가 제시되어있다.

2009년보다 증가하였다고 응답한 비율이 49.1%로 감소하였다는 16.0%의 두배 이상이었고 거의 동일하다는 응답은 24.5%로 나타나 여전히 기부량은 증가추세를 보이고 있다 할 수 있다.

〈표 4-31〉 2010년도 식품기부현황

(단위: 개소, %)

구분	합계		푸드뱅크		푸드마켓		푸드뱅크+푸드마켓	
	응답	비율	응답	비율	응답	비율	응답	구성비
합계	106	100.0	67	100.0	30	100.0	9	100.0
2009년보다 감소함	17	16.0	15	22.4	1	3.3	1	11.1
2009년보다 증가함	52	49.1	32	47.8	14	46.7	6	66.7
거의 동일함	26	24.5	16	23.9	8	26.7	2	22.2
푸드뱅크+푸드마켓	11	10.4	4	6.0	7	23.3	-	-

*:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001 (by Chi-square test)

기부량이 감소하거나 거의 동일한 이유를 조사한 결과는 <표 4-32>에 제시된 바와 같다.

가장 주된 이유는 전체의 44.2%가 지적한 전반적인 경기불황으로 나타났고, 그 다음은 홍보부족과 기부에 대한 인식 악화로 나타났다. 기타의견 중에는 푸드뱅크와 푸드마켓의 신규개설에 따른 기부 감소가 조사되었다.

〈표 4-32〉 2010년도 식품기부 감소 및 거의 동일한 이유

(단위: 개소, %)

구분	응답현황	구성비
합계	43	100.0
전반적인 경기불황	19	44.2
푸드뱅크, 푸드마켓에 대한 홍보부족	6	14.0
기부에 대한 인식 악화	6	14.0
제도적인 기부유인책의 부족	1	2.3
관련자들의 마케팅활동 부족	3	7.0
기타 (2010년도 신규개설업소 등)	8	18.6

반면에 기부량이 증가한 이유를 조사한 결과는 <표 4-33>에 제시된 바와 같다.

관련자의 마케팅 활동 강화가 주된 원인이라고 응답한 비율이 전체의 41.7%로 가장 높게 나타났고, 그 다음이 사회공헌에 대한 업체의 전반적인 인식 개선이 18.8%로 나타났고, 푸드뱅크 홍보 강화, 기부에 대한 인식 향상 등은 6.3%를 보였다.

〈표 4-33〉 2010년도 식품기부 증가한 이유

(단위: 개소, %)

구분	응답현황	구성비
합계	48	100.0
사회공헌에 대한 업체의 전반적인 인식 개선	9	18.8
푸드뱅크, 푸드마켓에 대한 홍보 강화	3	6.3
식품기부에 대한 필요성 인식 향상	3	6.3
국가의 기부 유인책 증가	1	2.1
관련자들의 마케팅활동 강화	20	41.7
기타 (제시된 보기의 전반적인 해당 등)	12	25.0

사. 배분 현황

<표 4-34>에는 조사대상별로 기부식품 배분현황이 제시되어 있다.

〈표 4-34〉 기부식품의 배분대상층과 배분비율 현황

(단위: %)

구분	합계	푸드뱅크	푸드마켓	푸드뱅크+푸드마켓
자체시설내 이용자(①) *	14.76	14.90	9.06	33.33
인근시설 이용자(②) *	28.27	33.51	16.77	28.89
개인 대상자(③) ***	38.51	30.10	61.10	23.33
①+②+③ 합계만 파악가능한 경우 및 합계	80.79	77.01	87.26	86.67
경우와 기부품목에 따라 다르게 **	5.28	8.06	0.16	2.22

*:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001 (by ANOVA)

자체이용자, 인근시설 이용자, 개인대상자에게 경우에 맞게 배분하는 비율이 80.79%로 가장 높게 나타났다.

푸드뱅크와 푸드마켓간에 큰 차이를 보이고 있는데 푸드뱅크는 인근이용자와 개인이용자에게 배분하는 비율이 상대적으로 많은 반면에 푸드마켓은 개인이용자에 배분하는 비율이 60.1%로 두 번째로 높게 나타났는데 이런 결과는 상호 성격이 다른 두 기관의 특성을 잘 반영해 주는 것이라 하겠다.

아. 애로사항

현재 푸드뱅크 등을 운영하면서 겪는 애로사항에 대한 조사결과는 <표 4-35>에 제시된 바와 같다.

각 항목별 5점 만점의 리커르트 척도를 활용해서 조사한 결과를 보면 제일 큰 애로사항은 5점 만점에 4.11점으로 조사된 정부의 재정지원 부족이었고, 그 다음은 사업비 및 운영비 부족이 3.98, 전담인력 부족 및 높은 이직률이 3.92, 푸드뱅크가 마켓에 비해 정부지원 부족이 3.80, 장비부족이 3.64로 3점대를 보인 애로사항 등이

다.

사회복지시설 미지정, 푸드뱅크간 연계 부족 등은 상대적으로 애로가 덜 한 것으로 조사되었다.

푸드마켓은 예산부족이 최우선 애로사항이고, 그 다음은 정부재정지원 부족과 전담인력 부족 및 높은 이직률이 3,73으로 동일하게 두 번째 애로사항으로 조사되었다.

〈표 4-35〉 현재 기관운영상의 애로정도

구분	평균			
	합계	푸드뱅크	푸드마켓	푸드뱅크+푸드마켓
정부재정지원 부족 *	4.11	4.23	3.73	4.57
사업비, 운영비 등 예산 부족	3.98	4.00	3.77	4.71
전담인력 부족 및 높은 이직률	3.92	3.94	3.73	4.50
푸드뱅크는 푸드마켓에 비해 정부지원 부족 *	3.80	3.98	3.32	3.86
기부품 부족	3.74	3.64	3.90	4.00
장비지원 미흡	3.64	3.74	3.44	3.43
전국 푸드뱅크협회의 지원 미흡	3.44	3.41	3.39	4.00
지역사회와의 연계 부족 *	3.29	3.21	3.30	4.00
전국, 광역 및 기초 푸드뱅크 간의 연계성 부족 *	2.93	2.89	2.83	3.71
사회복지시설 미지정	2.73	2.60	2.96	3.00

주: 1 전혀그렇지 않음, 2 그렇지 않음, 3 보통, 4 그러함, 5 매우 그러함
*:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001 (by ANOVA)

자. 기부품에 대한 만족도

현재 푸드뱅크에서 기부받고 있는 식품 등에 대한 만족도를 조사한 결과는 <표 4-36>에 제시된 바와 같다.

5점 만점의 리커르트 척도로 조사한 결과를 보면 식품의 유통기한에 대한 만족도가 2.53점으로 가장 낮게 조사되었고, 그 다음이 종류가 다양하지 못하다는 것인데 이는 푸드뱅크의 운영취지상 기부품이 정상제품과 같은 유통기한을 갖을 수 없는 한계라 사료되고, 다행인 것은 이용자의 만족도가 제일 높게 조사되었다는 것이다.

푸드뱅크와 푸드마켓간에는 차이를 보이고 있는데 푸드뱅크는 전체 평균점수와 동일하게 이용자 만족도가 3.54로 유일하게 최고점을 보인 반면에 푸드마켓은 이용자만족도와 기부식품종류에 대한 만족도가 3.29로 동일하게 높게 나타났다.

통계학적으로 기부식품의 종류와 개인선호도가 유의한 의미를 갖는 것으로 나타났다.

〈표 4-36〉 기부식품에 대한 만족도

(단위: 점)

구분	평균			
	합계	푸드뱅크	푸드마켓	푸드뱅크+푸드마켓
이용자 만족도	3.44	3.54	3.29	3.14
기부식품의 종류 (신선식품, 가공식품) *	3.09	3.06	3.29	2.50
기부식품의 신선도 (신선식품)	3.04	3.10	3.03	2.50
선호되는 기부식품 종류 (개인 선호도)***	2.94	2.95	3.19	1.71
기부식품의 유통기한 (가공식품)	2.53	2.51	2.74	1.86

*:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001 (by ANOVA)
주: 1 매우 불만, 2 불만, 3 보통, 4 만족, 5 매우 만족

차. 정부지원 정책

정부가 우선적으로 지원해주길 바라는 정책이나 대안에 대해 조사한 결과는 <표 4-37>에 제시되어있는 바와 같다.

5점 만점의 리커르트 척도로 조사한 결과를 보면 사업비, 운영비 등 예산지원이 4.5점으로 가장 높게 나타났고, 그 다음은 홍보 강화로 4.45로 조사되었다. 이외에 제시된 7개의 개선 정책도 모두 4점을 넘는 중요한 정책으로 조사되었다.

<표 4-37>에 제시된 10가지 정책외에 조사대상자가 제시한 기타 의견으로는, 공익요원을 필수적으로 배치(전산업무등보조업무수행), 공정성과 투명성을 위해 구체적 지원 정착, 냉동차량지원, 노후된 냉동탑차 교체와 배분차량 지원, 담당사회복지사 처우개선, 푸드뱅크 홍보를 위한 지원확대와 의원과 공무원들 인식개선, 후원업체 혜택강화와 실질적 홍보 필요, 배분대상층 기준확정 및 지침하달 기부물품 종류에 따른 가격산정 비율 선정, FMS시스템 등이 있었다.

푸드마켓과 푸드뱅크는 다소 차이를 보이고 있는데 푸드뱅크는 예산지원이 최우선 정책으로 응답한 반면 푸드마켓은 현재 예산지원을 받고 있어서인지 홍보강화 및 확대를 위한 제도개선을 최우선 정책으로 지적하였고, 세 번째로는 푸드뱅크와 푸드마켓간의 연계강화를 예산지원보다 우선하여 제안하였다.

〈표 4-37〉 정부가 가장 우선적으로 지원해야할 정책 및 대책

(단위: 점)

구분	평균			
	합계	푸드뱅크	푸드마켓	푸드뱅크+푸드마켓
사업비, 운영비 등 예산 지원	4.50	4.58	4.32	4.57
기부확대를 위한 홍보 강화 (나눔의 날 정례화 등)	4.45	4.35	4.57	4.75
기부확대를 위한 제도 개선	4.42	4.33	4.55	4.71
지자체의 인식개선 및 지원 활성화	4.37	4.39	4.29	4.57
인력 확충	4.35	4.32	4.30	4.75
장비 및 시설 지원 및 확대	4.19	4.22	4.13	4.14
푸드뱅크와 푸드마켓의 연계 강화 *	4.12	3.97	4.35	4.43
현장실무에 근거한 운영매뉴얼, 행정서식 등의 마련 및 보급	4.10	4.06	4.17	4.14
타 복지서비스와의 연계방안 마련	4.02	3.91	4.20	4.29
전국-광역-기초 간의 소통, 정보공유 및 연계 활성화 방안 마련	4.02	4.03	4.00	4.00

주: 1 매우 불필요, 2 불필요, 3 보통, 4 필요, 5 매우 필요
*:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001 (by ANOVA)

4. 일반국민

가. 조사대상자의 일반적 특성

푸드뱅크와 푸드마켓에 대한 국민들의 인식을 조사하였고 <표 4-38>에는 조사대상자의 일반적 특성이 제시되어있다. 총 91명을 조사하였는데 여성이 67.0%, 남성이 33.0%이고 연령별로 보면 30대가 전체의 35.2%로 가장 많았다. 거주지역은 주로 수도권에 살고 있는 대상자가 대부분으로 서울이 전체의 72.5%로 가장 많았고, 그 다음은 경기도의 순으로 조사되었다.

〈표 4-38〉 응답자 일반현황

(단위: 개소, %)

구분		응답현황	구성비
합계		91	100.0
성별	남성	30	33.0
	여성	61	67.0
연령	10대	-	-
	20대	25	27.5
	30대	32	35.2
	40대	20	22.0
	50대	13	14.3
	60대 이상	1	1.1
거주지역	서울	66	72.5
	부산	2	2.2
	대구	1	1.1
	인천	2	2.2
	경기	17	18.7
	강원	1	1.1
	전북	1	1.1
	전남	1	1.1

나. 인지

1) 용어 인지율

<표 4-39>에는 조사대상자의 푸드뱅크와 푸드마켓에 대한 인지율을 조사한 결과가 제시되어있다.

조사대상자의 86.8%가 푸드뱅크를 인지하고 있었고, 푸드마켓은 52.7%가 인지하고 있는 것으로 조사되었다.

〈표 4-39〉 푸드뱅크 및 푸드마켓 용어 인지여부

(단위: 개소, %)

구분	응답현황	구성비
합계	91	100.0
푸드뱅크	**79**	**86.8**
푸드마켓	**48**	**52.7**

2) 업무 인지율

푸드뱅크와 푸드마켓의 업무에 대해 인지 정도를 조사한 결과는 <표 4-40>에 제시된 바와 같다.

전체의 60.5% 정도가 푸드뱅크 업무를 조금 이상 인지하고 있는 것으로 조사된 반면에 푸드마켓은 26%만이 인지하는 것으로 조사되었다.

〈표 4-40〉 푸드뱅크 및 푸드마켓의 수행업무 인지정도

(단위: 개소, %)

구분		응답현황	구성비
합계		91	100.0
푸드뱅크	전혀 모름	10	11.0
	모름	3	3.3
	보통	23	25.3
	조금 암	42	46.2
	매우 잘암	13	14.3
푸드마켓	전혀 모름	25	27.5
	모름	22	24.2
	보통	18	19.8
	조금 암	18	19.8
	매우 잘암	8	8.8

3) 인지 경로

푸드뱅크와 푸드마켓에 대해 인지한 경로를 조사한 결과는 <표 4-41>에 제시된 바와 같다. 전체의 30.8%가 인터넷, 24.2%가 신문, 잡지 등, 그리고 20.9%가 T.V로 응답하였고, 전철, 버스 등 공익광고와 친지가 각각 12.1%로 나타나 다양한 인지경로를 보였다.

〈표 4-41〉 푸드뱅크 및 푸드마켓 정보의 인지경로

(단위: 개소, %)

구분	응답현황	구성비
합계	91	100.0
T.V.	19	20.9
라디오	-	-
신문, 잡지	22	24.2
전철, 버스 등 공익광고	11	12.1
친지 및 친구 등	11	12.1
인터넷	28	30.8

조사대상자가 푸드뱅크 수송차나 푸드마켓 업자을 본 경험에 대해 조사한 결과는 <표 4-42>에 제시된 바와 같다.

푸드뱅크 수송차를 본 조사대상자는 전체의 51.2%, 푸드마켓 업장을 본 비율은 23.3%, 그리고 둘다 본 비율도 23.3%로 조사되었다.

〈표 4-42〉 푸드뱅크 수송차 및 푸드마켓 업장을 본 경험여부 등

(단위: 개소, %)

구분	응답현황	구성비
합계	91	100.0
- 푸드뱅크 수송차	*22*	*51.2*
- 푸드마켓 업장	*10*	*23.3*
- 푸드뱅크 수송차 + 푸드마켓 업장	*10*	*23.3*
- 무응답	*1*	*2.3*

다. 기부경험

조사대상자의 푸드뱅크와 푸드마켓에 기부한 경험에 대해 조사한 결과는 <표 4-43> 제시된 바와 같다.

기부경험이 있는 조사대상자는 전체의 2.2%에 지나지 않았고, 그나마 푸드뱅크에 1명이 기부한 것으로 조사되었다. 기부문화 활성화를 위한 인식개선 등 노력이 필요해 보였다.

〈표 4-43〉 푸드뱅크 및 푸드마켓를 통한 식품기부 경험여부 등

(단위: 개소, %)

구분	응답현황	구성비
합계	91	100.0
기부경험 있음	**2**	**2.2**
- 푸드뱅크	*1*	*50.0*
- 푸드마켓	-	-
- 기타	*1*	*50.0*
기부경험 없음	89	97.8

라. 향후 운영형태

푸드뱅크와 푸드마켓의 향후 바람직한 운영형태에 대해 조사한 결과는 <표 4-44>에 제시된 바와 같다.

조사대상자의 50% 이상이 두 조직 모두다 정부지원과 지자체지원을 병행함이 바람직하다는 응답을 내 놓았고, 그 다음은 민간조직의 자발적 운영으로 푸드뱅크는 23.1%, 푸드마켓은 17.6%로 나타났다. 그 외에 지자체 지원은 각각 4%, 9%대로 나타났다.

〈표 4-44〉 푸드뱅크 및 푸드마켓의 바람직한 운영형태

(단위: 개소, %)

구분	푸드뱅크		푸드마켓	
	응답현황	구성비	응답현황	구성비
합계	91	100.0	91	100.0
정부지원 + 지자체 지원	**52**	**57.1**	**47**	**51.6**
민간조직의 자발적 운영	21	23.1	16	17.6
지자체 지원	10	11.0	11	12.1
정부지원	4	4.4	9	9.9
잘 모르겠음	3	3.3	7	7.7
관심 없음	1	1.1	1	1.1

마. 식품기부에 대한 인식도

식품기부 인식도에 대하여 조사한 결과는 <표 4-45>에 제시된 바와 같다.

조사대상자의 대부분이 각각의 필요도에는 높게 동의하는 것으로 조사되었다.

〈표 4-45〉 식품기부에 대한 인식도

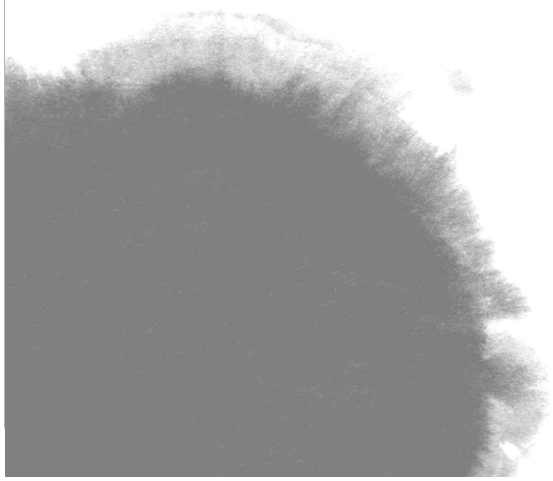
(단위: 개소, %)

구분		응답현황	구성비
합계		91	100.0
식품기부사업은 섭취 가능한 식품의 가치있는 활용방법	불필요	-	-
	보통	10	11.0
	필요	**81**	**89.0**
식품기부 참여는 꼭 필요하다고 생각	불필요	-	-
	보통	14	15.4
	필요	**77**	**84.6**
기부업체에는 기부에 따른 세제혜택 등의 인센티브를 확대해야함	불필요	-	-
	보통	16	17.6
	필요	**75**	**82.4**
식품뿐만아니라 생활용품도 기부해야 됨	불필요	4	4.4
	보통	11	12.1
	필요	**76**	**83.5**
식품기부가 우리사회 결식을 해결하는데 도움이 됨	불필요	3	3.3
	보통	17	18.7
	필요	**71**	**78.0**
식품업체는 정기적으로 식품기부를 해야 함	불필요	5	5.5
	보통	17	18.7
	필요	**69**	**75.8**

05

KIHASA

제5장 푸드뱅크 활성화 방안



제5장 푸드뱅크 활성화 방안

제1절 기부물품 확대 방안

1. 국내 현황

가. 기부금품에 관한 법률 현황

2008년 현재 우리나라에는 기부금품에 관한 법률은 기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률[일부개정 2008.2.29 법률 8852호] 외에 다음과 같은 9종의 법률이 제정되어있다.

1) 「정치자금법」
2) 「결핵예방법」
3) 「보훈기금법」
4) 「문화예술진흥법」
5) 「한국국제교류재단법」
6) 「사회복지공동모금회법」
7) 「재해구호법」
8) 「문화유산과 자연환경자산에 관한 국민신탁법」
9) 「식품기부 활성화에 관한 법률」

이중 식품기부 활성화에 관한 법률에 관해 자세히 살펴보면 다음과 같다.

나. 식품기부 활성화에 관한 법률

1) 제정 및 주요 내용

미국, 캐나다의 관련 법령을 벤치마킹한 식품기부 활성화에 관한 법률은 2006년 3월 24일에 제정되어 2008년 2월 29일 일부 개정을 거쳐 법률 8852호로 오늘에 이르고 있다.

식품기부 활성화에 관한 법률 시행령도 2008. 2. 29에 일부 개정되어 대통령령 20679호로, 식품기부 활성화에 관한 법률 시행규칙은 2008. 3. 3 일부 개정을 거쳐 보건복지가족부령 1호로 존재하고 있다.

아직은 식품에 한정하고 있는 우리나라 푸드뱅크 사업을 확대, 활성화시키기 위해서는 미국 등처럼 기부품의 범위를 확대함을 고려해야 할 것이다.

2) 식품기부 활성화에 관한 법률 개정(안)

가) 기부대상 품목 확대

현재 우리나라 푸드뱅크는 식품만을 기부, 배분대상으로 하고 있다. 하지만 미국, 캐나다 등은 푸드뱅크에서 식품뿐만 아니라 비누, 화장지 등 생활용품까지 대상으로 하고 있다.

한국의 푸드뱅크도 이제 대상 품목을 확대하여 적극적인 사업전개가 필요한 시점으로 관련 법령의 개정이 필요한바 다음과 같이 법령 개정안을 제안한다.

나) 주요내용

2009년 개정되어 현재 국회에 계류중인 식품기부 활성화에 관한 법률 개정안의 주요 내용은 다음과 같다.

가. 기부식품지원센터의 취급물품을 식품에서 비누, 치약, 휴지 등의 생활용품까지 확대함(안 제1조 및 제2조).

나. 식품 등 기부문화 확산을 위해 식품기부의 날 및 기부주간을 정함(안 제3조).

다. 전국, 시·도, 시·군·구 단위의 기부식품지원센터의 설치근거를 마련하고, 신고제를 지정제로 전환함(안 제4조).

라. 기부된 식품 등은 이용자에게 무상으로 제공하도록 함(안 제7조).

마. 기부식품등 지원사업에 대한 국가 및 지방자치단체의 지원·육성을 명문화함(안 제8조).

바. 기부식품지원센터의 국공유재산의 무상 사용근거를 마련함(안 제14조).

2. 외국 현황

가. 미국 및 캐나다

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 제정되어있다.

미국의 푸드뱅크의 기부대상 품목은 매우 다양하다. 우선 식품류를 비롯하여, 치약, 칫솔, 비누, 샴푸 등의 개인 위생용품류, 식품과 관련된 주방용품인 세제류, 키친타월 등과 어린이 기저귀 등 생활용품을 기부받고 있다.

더 나아가 미국은 신용카드, 유가증권 등도 기부를 받는다.

미국에는 1981년에 텍사스에서 Good Faith Donor Act라는 법령이 제정되어 1996년 이후 미국 전역의 기부회사를 보호하고 있다.

이 법에 근거하여 식품 기부자를 보호하는 법령은 THE EMERSON GOOD

SAMARITAN FOOD DONATION ACT로 기탁시 위생적으로 문제가 없는 정상 제품을 기부했을 경우 기부자는 이 법의 보호를 받게 된다.

> The Food Bank's Main Program seeks to obtain both perishable and nonperishable items in quantities that can be distributed to area food pantries, soup kitchens, shelters, and other feeding programs for those in need.
>
> In addition to food, the Food Bank also receives and distributes other needed **household products such as diapers, personal hygiene items, detergents and cleaning supplies that cannot be purchased with food stamps.**

나. 캐나다

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.

캐나다도 미국과 같이 식품과 소비자용품을 기부받고 있다.

다. 독일

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

1986년에 유럽연합 조직이 설치되었고 현재는 10여개국 이상이 사업을 추진하고 있다. 브뤼셀에 유럽연합의 중앙본부가 있고, 각 국가별 중앙단위 조직과 지방조직이 지역별로 조직되어있으며, 개인보다는 주로 업체의 기부를 받으며, 다국적 식품업체가 주요 기부주체이다.

2003년 현황으로는 12개국에서 160개의 Foodbank가 운영되고 있다.

독일도 이중 한 국가로 2006년 8월 독일에서 첫 번째 아헨푸드뱅크가 설립되었

고 드레스덴, 슈트트가르트, 나움부르크 등 총 4곳이 운영되고 있다.

식품제조업체들로부터 판매가 힘든 식품들을 기부받아 이용자에게 배부하고 있는데 주요 기부 대상 품목은 다음과 같다.

즉, 계절상품, 과량생산 제품, 표시오류, 포장하자, 유통기한 짧게 남은 식품 등으로 업체 입장에서는 상품성이 없는 식품을 폐기시키는데 소요되는 비용(50Euro/톤)이 높기 때문에 겸사 푸드뱅크에 기부하고 있다고 한다.

자원봉사자가 푸드뱅크 업무을 수행하고 있고, 주요 취급품목은 식품과 생활용품으로 구분된다.

1) 식품 : 고기, 소시지, 과자, 빵, 감자, 간식, 시리얼, 치즈, 주스, 잼, 피자, 빵, 케이크, 요구르트 등 모든 제품
2) 생활용품 : 부엌 롤, 종이 등 주로 식품과 관련이 있는 제품

수집 된 기부품은 자선단체, 비영리기관에 나눠주고, 각 단체는 가난한 사람들과 실업자, 노약자 등에 무상으로 배분하고, 상용으로 판매하지는 않고 있다.

독일에는 Die Tafel이라는 단체에 매달 주기적으로 수집된 식품을 배포하고 있다. 독일에는 푸드뱅크에 앞서 Die Tafel(타펠, 식탁)이라는 자선단체가 있는데 이 기구는 독일내에서는 Foodbank 보다 역사가 깊은 단체로 유사한 역할을 담당하고 있다. 다만 Fodbank는 대규모의 수집을 실시하여 자선단체에 분배하고 이 단체는 소량도 수집하여 필요한 사람들에게 직접 배분하고 있는 점이 다르다.

3. 생활용품의 범위

가. 법적 규정

현재 식품만 기부받을 수 있는 푸드뱅크, 푸드마켓을 활성화시키기 위해 기부물품 종류를 식품에서 생활용품까지 범위를 확대하려고 한다.

〈표 5-1〉 생활용품에 대한 타 법의 적용범위

번호	근거법	생활용품 범위
1	지식경제부와 그 소속기관 직제 시행규칙	신발, 가죽제품, 타이어, 가방, 완구, 스포츠·레저용품, 가구, 문구, 보석·귀금속, 악기, 공예, 안경, 비누·세제, 제지, 고무, 설탕 등 생활용품
2	장애인복지법 시행규칙	일상생활의 편의를 위하여 사용하는 생활용품
3	장애인복지법	식료품·사무용품·신문 등 일상생활용품
4	외국인보호규칙	수건·치솔·치약·비누·화장지·위생용품 및 그 밖에 보호시설에서 필요한 생활용품
5	사법경찰관리 집무규칙	의류·침구 그밖의 생활용품
6	문화산업진흥 기본법 시행령	의상·식품·주거·조형물·장식용품·소품 및 생활용품
7	독립유공자예우에 관한 법률	식료품·사무용품·신문 등 일상생활용품
8	노인복지법	식료품·사무용품·신문 등 일상생활용품
9	국립소록도병원 운영규칙	급식·피복·일용품 등 일상생활에 필요한 일상용품
10	국가유공자 등 예우 및 지원에 관한 법률	식료품·사무용품·신문 등 일상생활용품
11	교도관직무규칙	의류, 침구, 그 밖의 생활용품
12	가사소송규칙	생활에 필요한 의복, 침구, 가구, 부엌기구 등 생활필수품
13	소년원 및 소년분류심사원 급여규칙	휴지,치약,칫솔,세면비누, 세탁비누,가루세제,비누통,수건,로션, 샴푸,옷걸이,관물함, 물컵,머리핀,머리빗,옷핀,생리대,손톱깎이,주전자,쟁반,보온물통거울
14	형의 집행 및 수용자의 처우에 관한 법률 시행규칙	치약,칫솔,세면비누,세탁비누, 수건,화장지,생리대
15	군복 및 군일용품 지급규정	일상적으로 사용하는 비누·치솔·치약·휴지등 물건과 화장품·미용기구 기타 여군에게 특히 필요한 위생용품
16	군에서의 형의 집행 및 군수용자의 처우에 관한 법률 시행규칙	이불, 매트리스, 담요 및 베개

나. 푸드뱅크사업에서의 생활용품의 용어의 정의 및 범위(안)

1) 생활용품 용어의 정의

생활용품에 대한 정의는 일상 생활의 편의를 위하여 일상적으로 사용하는 제품이라 하겠다.

2) 생활용품의 법적범위

타 법의 규정을 검토한 결과 생활용품의 범위를 다음과 같이 정할 수 있다.

- 침구류(이불, 매트리스, 담요, 베개)
- 공산품, 1회용품, 사무용품, 신문 등
- 주방용품
- 식료품
- 가구류

단, 전자제품 등 공산품은 생활용품의 범위에서 벗어난다고 하겠다.

다. 세부 법령 규정

1) 군에서의 형의 집행 및 군수용자의 처우에 관한 법률 시행규칙

- 제8조(침구 그 밖의 생활용품의 지급기준)

① 법 제22조에 따라 군수용자에게 지급하는 침구의 품목은 이불, 매트리스, 담요 및 베개로 한다.

② 제1항에 따른 침구는 1명당 1매로 한다.

③ 법 제22조에 따라 군수용자에게 지급하는 생활용품의 품목, 지급수량, 지급횟수 등에 대한 기준은 「군복 및 군일용품 지급규정」에 따른 현역 군인의 생활용품의 지급기준에 따른다.

- 제162조(금치 집행 중 생활용품 등의 별도 보관) 소장은 금치 중인 군수용자가 생활용품 등으로 자살·자해할 우려가 있거나 군교정시설의 안전과 질서를 해칠 우려가 있는 경우에는 그 물품을 따로 보관하고 필요한 경우에만 이를 사용하게 할 수 있다.

2) 군복 및 군일용품 지급규정

- 제2조 (정의) 이 영에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. "군복"이라 함은 군인복제 제2조에 규정된 군복을 말한다.
2. "군일용품"이라 함은 군인·군무원이 일상적으로 사용하는 비누·치솔·치약·휴지 등 물건과 화장품·미용기구 기타 여군에게 특히 필요한 위생용품을 말한다.

3) 형의 집행 및 수용자의 처우에 관한 법률 시행규칙

- 제8조(의류·침구 등 생활용품의 지급기준)

① 수용자에게 지급하는 의류 및 침구는 1명당 1매로 한다.
② 의류·침구 외에 수용자에게 지급하는 생활용품의 품목, 지급수량, 사용기간, 지급횟수 등에 대한 기준은 별표 1과 같다.
③ 생활용품 지급일 이후에 수용된 수용자에 대하여는 다음 지급일까지 쓸 적절한 양을 지급하여야 한다.
④ 신입수용자에게는 수용되는 날에 칫솔, 치약 및 수건 등 수용생활에 필요한 최소한의 생활용품을 지급하여야 한다.

[별표 1]

생활용품의 지급기준(제8조제2항 관련)

구분 / 품목	1인당 지급 수량	사용기간(월)	연간 지급 횟수(회)	비 고
약	150g	2	6	
칫 솔	1개	2	6	
세면비누	140g	2	6	
세탁비누	300g	3	4	
수 건	1매	3	4	
화 장 지	3개 (두루마리 50m)	1	12	
생 리 대	15개(낱개)	1	12	

4) 소년원 및 소년분류심사원 급여규칙

- 제10조 (생활용품 등의 급여 또는 대여)

① 보호소년등에게 일상생활에 필요한 생활용품을 급여하거나 대여하되, 그 기준은 별표 4와 같다.

② 원장은 보호소년등의 처우와 관련하여 필요하다고 인정하는 경우 법무부장관의 허가를 받아 이 규칙에서 정하지 아니한 일상용품을 보호소년등에게 급여하거나 대여할 수 있다.

[별표 4] <개정 2009.1.19>

생활용품의 급여 또는 대여 기준(제10조제1항 관련)

구분	품명	단위	1인당 보유기준량	1인당 연간급여기준량	비고
일상	휴지	개	1	적정량	
용품	치약	개	1	6	
	칫솔	개	1	4	
	세면비누	개	1	12	
	세탁비누	개	1	4	
	가루세제	포	적정량	적정량	
	비누통	개	1	1	
	수건	매	2	4	
	로션	개	1	적정량	
	샴푸	개	1	적정량	
	옷걸이	개	2	2	
	관물함	개	1	1	
	물컵	개	1	적정량	
	머리핀	개	적정량	적정량	
	머리빗	개	1	1	
	옷핀	개	적정량	적정량	
	생리대	팩	적정량	적정량	
	손톱깎이	개	적정량	적정량	
	주전자	개	적정량	적정량	
	쟁반	개	적정량	적정량	
	보온물통	개	적정량	적정량	
	거울	개	적정량	적정량	

비고

1. 생활용품 중 급식, 위생관리 및 청소와 관련된 각종 물품은 소년원(소년분류심사원을 포함한다)별로 원장이 필요한 장소에 적정량을 갖추어 두고 공동으로 관리한다.
2. 생활용품 중 머리핀, 머리빗, 옷핀 및 생리대는 여자보호소년등에게만 급여하거나 대여한다.

5) 가사소송규칙

- 제95조의4(재산목록의 제출)

① 재산명시 대상 당사자는 제95조의3제 1항의 기간 이내에 자신이보유하고 있는 재산과 다음 각 호의 사항을 명시한 재산목록을 제출하여야 한다. 다음 각 호의사항을 명시하는 때에는 양도나 처분을 받은 사람의 이름·주소·주민등록번호 등과 그 거래내역을 함께 적어야 한다.

1. 재산명시명령이 송달되기 전 2년 이내에 한 부동산의 양도
2. 재산명시명령이 송달되기 전 2년 이내에 배우자, 직계혈족 및 4촌 이내의 방계혈족과 그 배우자, 배우자의 직계혈족과 형제자매에게 한 부동산 외의 재산으로서 권리의 이전이나 행사에 등기·등록 또는 명의개서(다음부터 이 조문 안에서 "등기등" 이라 한다)가 필요한 재산의 양도
3. 그 밖에 가정법원이 정하는 재산의 처분행위

② 재산목록에 적어야 할 재산은 다음 각 호와 같다. 다만, 당사자 및 당사자와 같이 사는 친족(사실상 관계에 따른 친족을 포함)의 생활에 필요한 의복, 침구, 가구, 부엌기구 등 생활필수품과 그 밖의 공동생활용품은 제외한다.

6) 교도관직무규칙

- 제31조 (수용자의 의류 등의 관리)

① 정복교도관은 수용자가 지급받은 의류, 침구, 그 밖의 생활용품(이하 이 조에서 "의류등"이라 한다)을 낭비하지 아니하도록 지도하여야 한다.

② 정복교도관은 수용자의 의류등이 오염되거나 파손된 경우에는 상관에게 보고하고, 상관의 지시를 받아 교환·수리·세탁·소독 등 적절한 조치를 하여야 한다.

7) 국가유공자 등 예우 및 지원에 관한 법률

- 제68조의2(생업지원)

① 국가와 지방자치단체, 그 밖의 공공단체는 소관 공공시설 안에 식료품·사무용품·신문 등 일상생활용품의 판매를 위한 매점의 운영이나 자동판매기 등의 설치를 허가 또는 위탁하는 경우 제6조에 따라 등록·결정된 국가유공자와 그 유족 등의 신청이 있는 때에는 이를 우선적으로 반영하여야 한다. 이 경우 공공단체의 범위, 매점의 규모 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

② 제1항에 따른 허가 또는 위탁을 받은 자는 중대한 질병 등 특별한 사유가 없는 한 직접 그 사업에 종사하여야 한다.

8) 국립소록도병원 운영규칙

- 제7조(입원환자 등에 대한 일상용품의 지급) 병원장은 입원환자 또는 제5조의 규정에 의한 입원결정여부의 심사중에 있는 자에 대하여 급식·피복·일용품 등 일상생활에 필요한 일상용품을 예산의 범위안에서 무상으로 지급할 수 있다. 다만, 제9조제2항의 규정에 의한 퇴원유예기간중인 자에 대하여는 일상용품의 지급을 중단할 수 있다.

9) 노인복지법

- 제25조(생업지원) 국가 또는 지방자치단체 기타 공공단체가 설치·운영하는 공공시설안에 식료품·사무용품·신문 등 일상생활용품의 판매를 위한 매점이나 자동판매기의 설치를 허가 또는 위탁할 때에는 65세 이상의 자의 신청이 있는 경우 이를 우선적으로 반영하여야 한다.

10) 독립유공자예우에 관한 법률

- 제16조의2(생업지원)

① 국가, 지방자치단체, 그 밖의 공공단체 중 대통령령으로 정하는 기관은 소관 공공시설에 식료품·사무용품·신문 등 일상생활용품의 판매를 위한 매점 운영 또는 자동판매기 설치를 허가하거나 위탁할 때 제6조에 따라 등록·결정된 독립유공자, 그 유족 또는 가족의 신청이 있는 경우에는 우선적으로 반영하여야 한다.

② 제1항에 따른 허가나 위탁을 받은 자는 중대한 질병 등 특별한 사유가 없으면 직접 그 사업에 종사하여야 한다.

11) 문화산업진흥 기본법 시행령

- 제2조(정의) 「문화산업진흥 기본법」(이하 "법"이라 한다) 제2조제1호아목에서 "대통령령으로 정하는 산업"이란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 산업을 말한다.

1. 전통적인 소재·기법·이미지를 활용한 의상·식품·주거·조형물·장식용품·소품 및 생활용품과 관련된 산업
2. 다음 각 목의 어느 하나의 기획·운영 등과 관련된 산업
   가. 문화상품을 대상으로 하는 전시회·박람회·견본시장 및 축제
   나. 그 밖에 문화상품과 관련한 기획행사
3. 법 제2조제1호가목부터 아목까지의 규정에 해당하는 각 문화산업 중 둘 이상이 혼합된 산업
4. 민속·설화 등 문화원형에 대한 데이터베이스의 구축·저장·검색 및 유통 등과 관련된 산업

12) 사법경찰관리 집무규칙

- 제29조(구금된 피의자의 처우) 구금된 피의자에 대하여는 구금생활에 필요한 의류·침구 그밖의 생활용품과 식량 등을 지급하여야 하며, 위생·의료 등에 있어서 상당한 처우를 하여야 한다.

13) 외국인보호규칙

- 제13조(일용품의 급여)

① 소장은 보호외국인에게 수건·치솔·치약·비누·화장지·위생용품 및 그 밖에 보호시설에서 필요한 생활용품을 나누어주거나 일정한 곳에 두어 사용하게 할 수 있다.

② 소장은 제1항의 규정에 의하여 나누어주거나 사용할 수 있는 물품의 종류와 수량을 보호시설의 안전과 질서유지를 위하여 제한하거나 예산의 범위안에서 조절할 수 있다.

③ 소장은 예산부족 등으로 인하여 제1항의 규정에 따라 일용품을 나누어주거나 사용하도록 할 수 없는 때에는 보호외국인이 자비로 필요한 일용품을 구입하여 사용할 수 있음을 알려 주어야 한다.

④ 소장은 보호외국인이 자비로 보호시설의 안전이나 질서유지에 지장이 없는 일용품을 구입하고자 하는 경우에는 보호외국인의 신청에 의하여 이를 구입하여 줄 수 있다.

14) 자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률

- 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. "자원순환"이란 환경정책상의 목적을 달성하기 위하여 필요한 범위 안에서 폐기물의 발생을 억제하고 발생된 폐기물을 적정하게 재활용 또는 처리(「폐기물관리법」 제2조제6호에 따른 최종처분를 말한다. 이하 같다)하는 등 자원의

순환과정을 환경친화적으로 이용·관리하는 것을 말한다.

2. "재활용가능자원"이란 사용되었거나 사용되지 아니하고 버려진 후 수거(收去)된 물건과 부산물(副産物) 중 재사용·재생이용할 수 있는 것[회수할 수 있는 에너지와 폐열(廢熱)을 포함하되, 방사성물질과 방사성물질로 오염된 물질은 제외한다]을 말한다.
3. "부산물"이란 제품의 제조·가공·수리·판매나 에너지의 공급 또는 토목·건축공사에서 부수적으로 생겨난 물건을 말한다.
4. "지정부산물"이란 부산물 중 그 전부 또는 일부를 재활용하는 것이 그 자원을 효율적으로 이용하는데 특히 필요한 것으로서 대통령령으로 정하는 부산물을 말한다.
5. "재활용"이란 「폐기물관리법」 제2조제7호에 따른 재활용을 말한다.
6. "재사용"이란 재활용가능자원을 그대로 또는 고쳐서 다시 쓰거나 생산활동에 다시 사용할 수 있도록 하는 것을 말한다.
7. "재생이용"이란 재활용가능자원의 전부 또는 일부를 원료물질(原料物質)로 다시 사용하거나 다시 사용할 수 있도록 하는 것을 말한다.
8. "에너지회수"란 재활용가능자원으로부터 「폐기물관리법」 제2조제7호나목에 따른 기준(이하 "에너지회수기준"이라 한다)에 따라 에너지를 회수(回收)하거나 에너지를 회수할 수 있는 물질로 전환시키는 것을 말한다.
9. "재활용제품"이란 재활용가능자원을 이용하여 만든 제품으로서 환경부령으로 정하는 제품을 말한다.
10. "재활용시설"이란 재활용가능자원이나 재활용제품을 제조, 가공, 조립, 정비, 수집, 운반, 보관하는 데에 사용되는 장치·장비·설비 등으로서 환경부령으로 정하는 것을 말한다.
11. "재활용산업"이란 재활용가능자원이나 재활용제품을 제조, 가공, 조립, 정비, 수집, 운반, 보관하거나 재활용기술을 연구·개발하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 업종(業種)을 말한다.
12. "폐기물"이란 「폐기물관리법」 제2조제1호에 따른 폐기물을 말한다.
13. "대형폐기물"이란 가정이나 사업장 등에서 배출되는 가구·가전제품 등 개별적

으로 계량(計量)을 할 수 있고 품명(品名)을 알아볼 수 있는 물질로서 대통령령으로 정하는 폐기물을 말한다.

14. "포장재"란 제품의 수송, 보관, 취급, 사용 등의 과정에서 제품의 가치·상태를 보호하거나 품질을 보전하기 위한 목적으로 제품의 포장에 사용된 재료나 용기 등을 말한다.
15. "1회용품"이란 같은 용도에 한 번 사용하도록 만들어진 제품으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다.
16. "생분해성수지제품"이란 「환경기술개발 및 지원에 관한 법률」 제17조에 따라 환경표지(環境標識) 인증을 받았거나 대상제품별 인증기준에 맞는 제품으로서 환경부령으로 정하는 제품을 말한다.
17. "재질·구조개선 대상제품"이란 사용되었거나 사용되지 아니하고 버려진 후 수거되어 그 전부 또는 일부를 재활용하는 것이 그 자원을 효율적으로 이용하는 데에 특히 필요하고, 쉽게 재활용할 수 있도록 제품의 구조나 재질을 개선할 필요가 있는 제품으로서 대통령령으로 정하는 제품을 말한다.

15) 자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률 시행령

- 제4조의2(대형폐기물의 종류) 법 제2조제13호에서 "대통령령으로 정하는 폐기물"이란 가정 또는 사업장에서 배출되는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 폐기물로서 특별자치도·시·군·구의 조례로 정한 폐기물을 말한다.

1. 가전제품류, 가구류, 생활용품, 사무용기자재 및 냉·난방기
2. 그 밖에 쓰레기봉투에 담기 어려운 폐기물

16) 장애인복지법

- 제42조(생업 지원)

① 국가와 지방자치단체, 그 밖의 공공단체는 소관 공공시설 안에 식료품·사무용품·신문 등 일상생활용품을 판매하는 매점이나 자동판매기의 설치를 허가하거

나 위탁할 때에는 장애인이 신청하면 우선적으로 반영하도록 노력하여야 한다.

17) 장애인복지법 시행규칙

- 제46조(장애인보조기구 교부등의 결정)

① 시장·군수·구청장은 제45조제2항에 따른 신청을 받으면 별지 제2호서식에 따라 의료기관에 해당 장애인의 진단을 의뢰하고, 그 진단 결과에 따라 장애인보조기구의 교부등의 결정을 하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 진단을 의뢰하지 아니하고 교부등을 할 수 있다.

1. 교부등을 하여야 할 장애인보조기구가 장애인의 정보접근이나 일상생활의 편의를 위하여 사용하는 생활용품인 경우
2. 장애인보조기구의 수리가 그 장애인보조기구의 주요 기능에 영향을 미치지 아니하는 정도의 가벼운 것인 경우

② 제1항에 따라 진단을 의뢰받은 의료기관은 다음 각 호의 사항을 적은 진단서를 작성하여 진단을 의뢰한 시장·군수·구청장에게 제출하여야 한다.

1. 원래의 장애명
2. 현재의 증상
3. 재활의료가 필요한 경우 그 의료의 방법
4. 장애인보조기구가 필요한 경우 그 종류·처방 및 제작상의 소견

18) 지식경제부와 그 소속기관 직제 시행규칙

- 제8조(성장동력실) ....생략

<17> 미래생활섬유과장은 다음 사항을 분장한다.

1. 섬유·패션 및 생활용품산업의 육성 및 진흥을 위한 기본계획의 수립·추진
2. 섬유원료산업(화학·천연·광물섬유), 섬유사산업, 직물·니트산업, 염색·가공산업, 패션·의류산업, 섬유제품산업 등 섬유·패션산업의 생산성 향상, 기술개발·기술융합화·공정디지털화 등 구조고도화 및 기반조성 등에 관한 사항

3. 직물·의류·섬유제품디자인, 패션트렌드·칼라, 패션서비스, 패션브랜드·컬렉션 및 디자이너육성 등 패션산업의 활성화에 관한 사항
4. 생활용섬유산업(인테리어용섬유, 스포츠섬유 등을 말한다), 산업용섬유산업(나노복합섬유·탄소섬유·슈퍼섬유 등을 원료로 하는 공업용, 토목·건축용, 수산·해양용, 의료용, 항공·우주용섬유사·직물·제품 등을 말한다)의 기술개발·기술융합화 등 구조고도화 및 사업화 촉진 등에 관한 사항
5. 화학섬유·염색가공·제지산업 등의 에너지 절감 및 환경친화적산업으로의 전환에 관한 사항
6. 신발, 가죽제품, 타이어, 가방, 완구, 스포츠·레저용품, 가구, 문구, 보석·귀금속, 악기, 공예, 안경, 비누·세제, 제지, 고무, 설탕 등 생활용품산업의 생산성 향상, 기술개발·기술융합화 등 구조고도화 및 기반조성 등에 관한 사항
7. 섬유산업 스트림간 협력기술개발 추진 등 섬유산업 관련 업종 및 산업계·학계·연구계간의 협력체제 구축을 통한 공동연구기반의 조성에 관한 사항
8. 섬유·패션 및 생활용품산업의 자가상표 개발, 해외시장 개척 등 수출촉진을 위한 국·내외 마케팅 지원
9. 섬유·패션 및 생활용품산업 관련 국제협력, 국제협약 대응 및 국내이행에 관한 사항
10. 섬유·패션 및 생활용품산업의 국내산업피해구제 및 예방, 통상애로 대응방안 마련
11. 섬유·패션 및 생활용품산업의 외국인투자유치, 해외투자지원, 국제기술협력 등에 대한 관한 사항
12. 서비스산업과 연계된 새로운 생활용품산업의 개발 및 진흥
13. 소관 산업에 대한 생산·수출입·내수·설비투자·연구개발투자 등 실물경제동향의 분석
14. 소관 단체·협회·연구소의 지도 및 지원

제2절 식품유통기한 개선 방안

최근 식품유통기한 제도에 대해 식품분야에서는 개선을 하여 제조일자, 유통기한, 품질유지기한의 3종으로 식품유통기한제도를 다양화하였고, 현재 법상 유통기한 표시는 업체 자발적으로 표시하게 되어있다.

푸드뱅크나 마켓에 기부하는 식품량을 증대시키기 위해 식품유통기한을 개선하여 기한을 연장하는 방안을 건의하고 있지만 유통기한 연장은 과학적 근거와 함께 실제 식품사고를 방지해야 하는 측면이 있기 때문에 타 분야의 목적에 맞게 제도 개선을 강력히 요구하기에는 부담이 크다.

그러나 품질유지기한의 표시가 외국에서 일반식품에 적용되는 반면 우리나라에서는 특정 식품 유형으로 제한하고 있어 아직도 더 다양한 식품에 품질유지기한 표시가 적용될 수 있다고 본다.

특히 유통기한 만료의 의미가 품질저하를 의미하지 않기 때문에 선진국의 사례와 같이 유통기한과 품질유지기한의 적용여부를 업체의 유통기한 실험결과에 근거하여 좀 더 자율적으로 선택 운영할 수 있도록 함이 바람직하겠다.

하지만 현재 유통기한으로 표시하고 있는 품목중 품질유지기한으로 전환할 수 있는 품목이나 식품유형별로 적용에 차등을 둘 수 있는 여건을 마련함을 건의해 볼 수는 있을 것 같다.

제3절 세제 개편 방안

우리나라의 푸드뱅크 기부관련 세제지원은 법인의 기부금에 대한 세제감면보다 더 관대하며, 기타 외국의 사례에 비교하여 보아도 낮지는 않은 수준이다. 그러나, 전체 식품업체중 기부업체 비중이 낮은 점 등을 미루어 보아 푸드뱅크 기부활성화를 위한 세제지원의 강화를 통한 유인제공의 필요성은 보인다. 현재는 기탁식품의 장부가액을 기준으로 손금산입을 허용하고 있으나 장부가액은 각 업체와 법인에 따라 차이가 있다. 생산품을 기부할 경우는 출고가(생산원가와 세액)를 기부 명세서에 기입하는 업체의 경우 장부가액은 출고가액이며 구매한 물품을 기부할 경우는 소비자가

격이 장부가액이 된다. 따라서 공제금액에 대한 공통된 기준을 마련하고, 기부활성화 차원에서 출고가액보다는 미국의 경우처럼 생산원가의 200%를 초과하지 않는 범위로 상한선을 정한 후 생산원가와 판매 이익의 절반을 공제하도록 하는 등 기준을 명확하게 할 필요가 있다.

우리나라 푸드뱅크 운영기관은 38%가 수도권에 위치하고, 전국적 분포를 보이고 있으므로, 지역별 특성을 살려 기부활성화를 위한 지자체수준에서의 기부유인 제공이 필요할 것으로 보인다. 현재는 중소기업, 창업기업 및 벤처기업, 지방이전촉진을 위한 지방세감면 등이 시행되고 있으나 기부활성화를 위한 지방세감면도 고려할 수 있다. 예를 들면, 사업소세 등의 감면을 고려할 수 있다.

제4절 인프라 강화

1. 전국 푸드뱅크 전담 조직 확대

현재 전국 푸드뱅크는 한국사회복지협의회내에 설치되어있다.

부단위로 설치되어있는데 본부단위로 조직을 확대개편함이 바람직하다. 즉, 현재 나눔사업본부와 동일한 지위로 푸드뱅크사업본부가 설치되어야 할 것이다.

푸드뱅크 사업은 다른 복지사업과는 달리 크게 두분야의 정책적 효과를 나타낼 수 있는 가치있는 사업이다. 사회복지차원에서 식품의 나눔으로 인한 결식예방과 더불어 식품분야에서는 시식가능한 식품자원의 폐기를 방지함으로써 국가 차원의 자원절약 효과를 거둘 수 있는 것이다.

1998년 도입된 이후 지속적으로 성장해 오고 있지만 성장 비율은 점차 답보상태를 보이고 있기 때문에 마켓팅 및 홍보강화 등을 위해서는 전국 푸드뱅크부터 조직확대 및 전담 인력 확충 등 인프라 강화가 필요하다.

2. 전담인력 확충

이용자 조사결과에 의하면 조사대상 푸드뱅크나 푸드마켓의 전담인력 확보 비율이 80%수준으로 나타나 이를 100%로 확충할 필요가 있다 .

현재 푸드뱅크나 푸드마켓이 사회복지시설로 분류되어 있지 않아 사회복지사를 의무적으로 배치할 필요는 없는 상태이나 전담인력의 확보는 반드시 필요하다. 전담인력이 배치되어야만 자원봉사자 활용 계획 수립 및 관리를 할 수 있을 것이며, 아직은 전담인력이 반드시 사회복지사일 수는 없지만 향후에 푸드뱅크나 푸드마켓이 사회복지시설로 지정되면 사회복지사를 1명 반드시 확보하는 조치도 필요해 보인다.

3. 식품기부의 날 제정 및 행사 개최

현재 4월 15일을 식품기부의 날로 법에 정해놓고 있지만 상반기, 하반기에 각각 특정 1일을 기부의 날로 지정하여 식품기부 행사를 벌리고, 언론에도 대대적으로 홍보하는 행사계획이 필요하다.

기 행안부에서 여러 특정 일이 많아서 식품기부의 날 제정을 반대하고 있지만 지속적으로 요청을 해서 제정함이 바람직하다.

4. 공익광고 실시

푸드뱅크와 푸드마켓 사업에 대한 정부의 공익광고화와 공익광고 실시가 요구된다. 광고비용이 많이 소요되어 공익광고를 활용하는 측면도 있겠지만 푸드뱅크와 푸드마켓 사업을 공익광고화할 때 국민들이 느끼는 사업의 중요성은 더할 수 있어 기부의 확대에 큰 영향을 미칠 수 있을 것이다.

5. 홍보와 마켓팅 담당자 배치

식품의 기부를 증대하기 위해서는 지역특성에 맞는 홍보와 마켓팅 계획이 수립되고, 실시되어야 하므로 광역푸드뱅크 단위에 홍보와 마켓팅을 담당할 전담인력을 배치토록하여야만 향후 기부량을 증대시킬 수 있을 것이다.

제5절 지역특성에 맞는 발전방안 마련

1. 기본방향

푸드뱅크와 푸드마켓을 활성화시켜 발전시키는 방안을 도출함에 있어 기본방향은 다음과 같다.

가. 남은 식품기부사업인 푸드뱅크 사업에 대한 인식 재정립
나. 무상기부, 무상배분에 대한 재검토
다. 푸드뱅크와 푸드마켓의 균형적인 발전 방안 모색
라. 식품을 매개로 하는 사업으로써 배분의 공정성에 대한 개념 재정립
마. 기부물품 범위에 대한 범위 확대
바. 지역적 특성에 근거한 활성화 방안 마련

2. 발전방안

가. 애당초 시식가능한 남은 음식 기부 및 활용이라는 취지로 시작된 푸드뱅크 사업이므로 이 취지에 맞는 사업 운영이 필요하여 대기업의 정례적인 기부는 우선 업체의 의지에 맞기고, 홍보를 강화하여 기부의사를 갖도록 함이 바람직한 것 으로 사료된다. 푸드뱅크와 푸드마켓사업에 기부함이 업체에 부담이 되어서는 안될 것이다.

나. 외국의 경우 무상기부, 유상배분이 가능한데 우리나라는 기부자 조사결과에 의해서도 유상배분을 원하지 않고 있으므로 당분간은 무상기부, 무상배분 원칙을 고수하여야 할 것으로 사료된다.

다. 푸드마켓에는 현재 중앙정부가 시설비로 1억 5천만원씩 재정지원을 하고 있는 반면에 푸드뱅크는 지방정부 단위에서 차별화된 지원을 받고 있어 두 기관간 갈등이 초래되고 있다. 균형적인 재정 지원이 필요하고, 푸드마켓도 기

설치된 것에 대한 진단평가 후에 재지정 및 취소를 결정해야 할 것으로 사료된다.

라. 푸드뱅크나 푸드마켓은 식품을 매개로 하는 사회복지사업으로 돈을 기부받는 다른 사업과는 공정배분의 의미가 다르다 할 수 있다. 신속배분 및 섭취가 가장 큰 덕목이므로 특히 기초 푸드뱅크 단위의 배분은 타 사회복지사업과는 다른 개념 정립이 필요해 보인다. 물론 전국과 광역 푸드뱅크의 경우 투명한 배분은 필요하다.

마. 조사결과에 의해서도 푸드뱅크 이용자가 기부물품으로 생활용품을 원하고 있는 것이 입증되었고, 외국의 푸드뱅크는 생활용품까지 기부를 받아 배분하고 있으므로 우리나라도 기부품의 종류를 확대함은 당연히 필요하다.

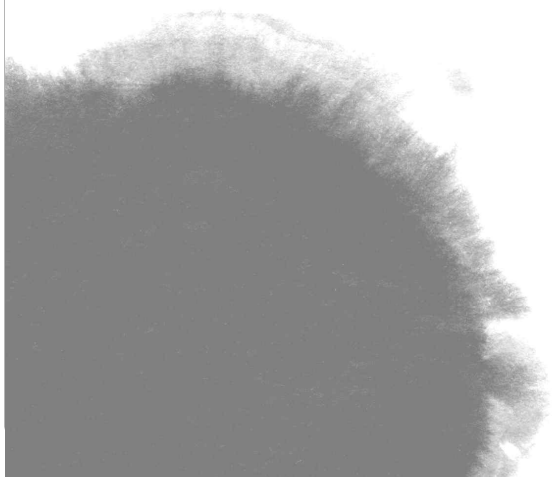
바. 푸드뱅크와 푸드마켓은 기부품을 근간으로 사업이 추진되므로 그 지역에서 많이 생산되어 기부되는 식품을 잘 활용하는 방안을 모색하여야 할 것이다. 즉, 제조가공업체가 없는 농촌지역에 설치된 푸드뱅크는 가공식품의 기부를 제외한 다른 식품의 기부확대 방안을 수립하여야 한다.

사. 재가 대상자가 많거나 담당 지역이 넓은 지역 등은 지역적 특성에 따라 이동 푸드마켓의 확대도 고려해 보아야 할 것으로 사료된다.

KIHASA

06

제6장 결론 및 정책제언



제6장 결론 및 정책제언

제1절 결론

우리나라는 품앗이라는 미풍양속이 있으며 주요 대상중의 하나가 음식 나눔이다. 하지만 우리나라는 한상차림이라는 과한 음식대접 문화도 공존하고 있어 음식물에 의한 자원낭비와 음식물 쓰레기 증가 등 해결해야 할 사회적 과제도 안고 있다.

외환위기 이후 구조조정에 의한 비자발적 실업이 증가하면서 인간의 기본적인 3대 욕구중의 하나인 식도 해결하지 못하는 사회취약계층이 증가하면서 1998년 푸드뱅크 사업이 도입되어 사회복지시설 수용자를 대상으로 식품나눔 사업인 푸드뱅크 사업이 시작되고 현재까지 성공적으로 추진되고 있다.

푸드뱅크 사업이 성장하는 과정에서 글로벌 경제위기가 닥치면서 2009년부터 푸드뱅크의 또 다른 형태인 푸드마켓 사업이 새롭게 시작되어 현재 식품나눔사업은 푸드뱅크와 푸드마켓의 두 궤도로 추진되고 있다.

이 사업들은 미국 등 외국에서도 적극적으로 추진되고 있는 사업으로 우리나라도 확대할 필요는 충분히 있는데도 불구하고 최근에는 성장세가 답보상태에 있어 조기에 활성화할 방안이 마련되어야 할 것이다. 푸드뱅크 및 푸드마켓 사업의 활성화라 함은 사업의 관리 강화와 사업의 확대라 할 수 있고 이를 위해서는 사업의 인프라 확충, 식품기부량 확대, 관련 제도의 개선 등이 필요하다. 또한 최근 2~3년사이에 설치, 증가하여 현재 100개소가 넘고 있는 푸드마켓에 대한 경영진단을 실시하여 근거에 기초하여 향후 추가 설치 등을 결정해야 할 것으로 사료된다.

푸드뱅크의 경우 운영자, 기부자, 이용자 등을 대상으로 조사한 결과에 의하면 기부식품을 받으므로 인해 식비부담을 절감하고, 간식류 등 다양한 식품을 섭취하는 장점이 있다고 인식하고 있고, 향후에는 생활용품을 기부받기를 원하고 있으며, 인프라 조사에서는 전담인력이 부족한 것으로 나타난 바 이에 대한 개선방안 마련이

우선되어야 할 것으로 사료된다.

과거 미풍양속도 살리고, 여러 장점이 있는 푸드뱅크 사업을 활성화시키기 위한 노력은 앞으로도 지속적으로 경주되어야 할 것이다.

제2절 정책제언

1. 기부물품 종류 확대

푸드뱅크 사업을 활성화하기 위한 한 방안이 외국처럼 우리나라도 기부물품의 종류를 현재 식품에서 생활용품으로까지 확대함이다. 식품유통기한 제도 개선도 고려해 볼 수 있지만 실제 기부품을 확대할 수 있는 가장 최선의 방법은 기부물품 확대라 할 수 있다.

2. 세제혜택 현실화

현재는 기탁식품의 장부가액을 기준으로 손금산입을 허용하고 있으나 장부가액은 각 업체와 법인에 따라 차이가 있으므로 공제금액에 대한 공통된 기준을 마련하고, 기부활성화 차원에서 출고가액보다는 미국의 경우처럼 생산원가의 200%를 초과하지 않는 범위로 상한선을 정한 후 생산원가와 판매 이익의 절반을 공제하도록 하는 등 기준을 명확하게 할 필요가 있다.

현재는 중소기업, 창업기업 및 벤처기업, 지방이전촉진을 위한 지방세감면 등이 시행되고 있으나 기부활성화를 위한 지방세감면도 고려할 수 있는데 예를 들면, 사업소세 등의 감면 등이다.

3. 기부확대를 위한 특화된 공익홍보

우리나라 푸드뱅크 운영기관은 38%가 수도권에 위치하고, 전국적 분포를 보이고 있으므로, 지역별 특성을 살려 기부활성화를 위한 지자체수준에서의 기부유인 제공이 필요할 것으로 보인다.

또한 중앙정부차원의 공익광고 실시를 위해 다각적인 노력이 필요하다.

4. 전국 푸드뱅크 조직 확대 개편

현재 한국사회복지협의회내에서 부단위로 운영되고 있는 전국 푸드뱅크 조직을 본부 단위로 격상시키고 그에 걸맞는 조직체계를 편성해야 할 것이다. 특히 푸드뱅크 사업의 활성화에 의한 기부물품 증가와 기부 확대를 위한 홍보 및 마켓팅 업무 추진을 위해서는 현 조직의 확대 개편이 검토되어야 할 것이다.

5. 전담인력 확충

현재 약 80%에 달하는 푸드뱅크와 푸드마켓의 전담인력 확보비율을 100%로 끌어 올려야하겠다. 전담인력이 반드시 사회복지사일 필요는 없지만 자원봉사인력 관리 등의 책임감있는 업무를 추진하기 위해서는 전담인력이 반드시 확보되어야 할 것이다.

6. 푸드뱅크와 푸드마켓의 균형적 발전 방안 마련

현재 설치된 푸드마켓에 대한 진단을 통해 푸드마켓의 추가 설치는 결정하고, 푸드마켓을 지원하던 예산 일부를 푸드뱅크에 지원함이 요구된다. 그래야만 균형있는 성장을 할 수 있을 것이다. 비균형적 발전을 하다 보면 향후 푸드뱅크 사업이 푸드마켓 위주의 형태로 전환되어 당초의 취지가 퇴색될 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

고자원, 『유럽의 푸드뱅크 운영체계』, 사회복지 통권 제153호(2002 여름호), pp162-185.

김경혜, 『서울시 푸드뱅크 운영 개선방안 연구』, 서울시정개발연구원, 2003.

김영민, 전혜성, 『서울시 푸드뱅크의 식품물류체계 개선 방안에 관한 연구』, 유통정보학회지 제11권 제1호 통권제25호(2008.03), pp27-50.

김정근, 『푸드뱅크사업 활성화를 위한 조세지원 대책』, 보건복지포럼 제49호 한국보건사회연구원, 2000년 11월호

박기환, 『가공식품 유통기한 표시 정책의 국제 동향』, 한국산업식품공학회, 2008.

이승규, 『푸드뱅크 10주년, 앞으로의 과제』, 충북복지정보 제21호 (2008.08), pp30-31.

손원익 외, 『주요국의 기부금 세제 지원현황』, 한국조세 연구원, 2007.

손원익 외, 『주요국의 기부관련 세제지원제도와 시사점』. 한국조세연구원, 2009.

정기혜, 『푸드뱅크(Food Bank) 정착 및 활성화를 위한 정책방안』, 한국보건사회연구원, 보건복지포럼 제140호, 2008년 6월호, pp57-69.

정기혜 외. 『사회 취약계층의 건강증진을 위한 푸드뱅크사업의 활성화 방안. 서울』: 한국보건사회연구원·보건복지부, 2000.

정기혜 외, 『푸드뱅크의 정착화 방안』, 한국보건사회연구원, 1998.

정무성 외, 『기업의 식·생필품 기탁참여 활성화 방안 : 푸드뱅크 사업을 중심으로 』, 전국푸드뱅크, 2004.

홍민아 외, 『정부주도형 및 민간주도형 푸드뱅크(Food Bank)사업의 운영 형태 및 특성 분석』, 대한지역사회영양학회지 제11권 제2호(2006.04), pp629-641.

국회, 안홍준 의원, 『푸드뱅크 활성화 위한 정책토론회 개최 :푸드뱅크, 기부품목 확대 해야』,, 대한민국 국회보, 통권제507호(2009.02), pp70-71.

국세청, 『국세통계연보(2006~2010)』.

기획재정부, 『조세지출보고서(2005~2010)』.

기획재정부, 『2011년 세제개편안』.

식약청, 2010. 『2010년 식품의약품통계연보』.

식약청, 『식품등의 표시기준 전문, 식약청고시 제2010-97호』, 2010.12.30 개정

보건복지부, 『푸드뱅크 사업안내서』, 각년도

대한민국법제처 국가법령정보센터 현행법령서비스 (http://www.moleg.go.kr)

한국사회복지협의회 홈페이지 (http://kncsw.bokji.net)

한국사회복지협의회 전국푸드뱅크 (http://www.foodbank1377.org/)

Hunger in America 2010, 『National Report Prepare for Feeding America. Princeton』: *Mathematica Policy Research*, Inc. Feeding America, 2010.

OECD, 『Report on Abuse of Charities for Money-Laundering and Tax Evasion』, 2009.

The Global Food Banking Network, 『THE POLICY AND ADVOCACY TOOLKIT』, 2009.

『2010 Annual Report. Feeding America』, Chicago: *Feeding America*, 2011.

Feeding America. (http://feedingamerica.org)

Global Food Banking Network. (http://www.foodbanking.org)

St. Mary's Food Bank Alliance. (http://www.firstfoodbank.org).

TAFEL. (http://www.tafel.de)

Wikipedia. Feeding America. (http://en.wikipedia.org/wiki/Feeding_America.)

Wikipedi Tafel_(Organisation)

http://de.wikipedia.org/wiki/Tafel_(Organisation)#Kritiken_an_der_deutschen_Tafel

부 록

부록 1. 푸드뱅크 활성화 방안 설문조사표 (기부자용)

조사대상	일련번호	작성자	
□ 기부자 □ 이용자 □ 운영자 □ 일반국민		성명	
		연락처	( ) – ( ) – ( )

푸드뱅크 활성화를 위한 설문조사 (기부자용)

안녕하십니까?

저희 한국보건사회연구원에서는 수탁과제로 「푸드뱅크 활성화 방안 연구」를 수행하고 있습니다. 이번 실태조사를 통하여 정부정책 및 제도개선안 마련을 위한 기초자료로 활용하고자 합니다.

귀하께서 작성해주신 의견은 소중한 자료가 될 것이며 통계자료 목적 이외에는 다른 용도로는 사용되지 않습니다. 더불어 푸드뱅크 및 푸드마켓의 활성화에 많은 도움이 되오니 이번 실태조사에 여러분들의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

☞ 작성 문의:

한국보건사회연구원	선임연구위원	정기혜 ☎ (02)353-4701
	연구위원	김정선 ☎ (02)385-8625
	전문연구원	윤시몬 ☎ (02)380-8213

KIHASA 한국보건사회연구원 Korea Institute for Health and Social Affairs

※ 다음의 각 질문에 해당하는 응답란에 V표시를 해주시기 바랍니다.

▢ 일반현황

<table>
<tr><th colspan="2">항목</th><th colspan="2">기준</th></tr>
<tr><td rowspan="16">1. 기부자 유형</td><td>▢① 식품제조가공업</td><td colspan="2" rowspan="5">종사자수 (_____) 명
(※ 식품기부사업장의 종사자수)</td></tr>
<tr><td>▢② 즉석판매제조가공업</td></tr>
<tr><td>▢③ 식품판매업</td></tr>
<tr><td>▢④ 식품유통업</td></tr>
<tr><td>▢⑤ 식품접객업</td></tr>
<tr><td>▢⑥ 집단급식소</td><td colspan="2" rowspan="2">급식대상자수 (_____) 명
(※ 식품기부사업장의 급식대상자수)</td></tr>
<tr><td>▢⑦ 학교급식</td></tr>
<tr><td>▢⑧ 단체</td><td colspan="2">종사자수 (_____) 명</td></tr>
<tr><td rowspan="7">▢⑨ 일반개인</td><td>(1) 성별</td><td>▢① 남성 ▢② 여성</td></tr>
<tr><td>(2) 연령</td><td>▢① 10대 ▢② 20대
▢③ 30대 ▢④ 40대
▢⑤ 50대 ▢⑥ 60대 이상</td></tr>
<tr><td>(3) 최종학력</td><td>▢① 무학 ▢② 초등졸
▢③ 중등졸 ▢④ 고등졸
▢⑤ 초대졸 ▢⑥ 대졸
▢⑦ 대학원이상</td></tr>
<tr><td>(4) 가구
월소득</td><td>▢① 100만원 미만
▢② 100만원~200만원 미만
▢③ 200만원~300만원 미만
▢④ 300만원~400만원 미만
▢⑤ 400만원~500만원 미만
▢⑥ 500만원 이상</td></tr>
<tr><td>(5) 거주지역</td><td>▢① 대도시 ▢② 중·소도시
▢③ 농·어촌 ▢④ 기타</td></tr>
<tr><td>(6) 직업</td><td>▢① 주부 ▢② 봉급생활자
▢③ 자영업자 ▢④ 학생
▢⑤ 무직 ▢⑥ 공무원
▢⑦ 기타_____</td></tr>
<tr><td colspan="2">▢⑩ 기타 (_____)</td></tr>
<tr><td>2. 식품기부 경험
(최근3년 기준)</td><td colspan="3">▢⓪ 기부경험 없음 (4번으로 이동)
▢① 기부경험 있음 (→3-1~3-10번 응답후 4번으로 이동)</td></tr>
</table>

▢ 식품기부 현황

<table>
<tr><th>항목</th><th colspan="3">기준</th></tr>
<tr><td rowspan="3">3-1. 기부 식품유형</td><td colspan="3">※ 기부량을 기준으로 우선순위 3가지 기재</td></tr>
<tr><td>1순위</td><td>2순위</td><td>3순위</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3-2. 기부식품 종류 (중복응답)</td><td colspan="3">▢① 주식류(밥류, 떡류, 빵류, 면류 등)
▢② 부식류(탕류, 반찬류, 어육가공품, 냉장·냉동식품 등)
▢③ 식재료(곡류, 콩류, 야채류, 생선류, 육류, 해조류 등)
▢④ 간식류(음료, 과자, 빵, 사탕, 과일 등)
▢⑤ 기타 (_____)</td></tr>
<tr><td>3-3. 기부방법</td><td colspan="3">▢① 일선 푸드뱅크, 푸드마켓에 직접 기부
▢② 전국 푸드뱅크나 각 사회복지협회를 통해 간접 기부
▢③ 두가지 모두
▢④ 기타 (_____)</td></tr>
<tr><td>3-4. 기부식품 배송</td><td colspan="3">▢① 푸드뱅크(마켓)에 직접 운송 및 전달
▢② 푸드뱅크(마켓)에서 직접와서 수령해감
▢③ 경우에 따라 ①과 ② 혼용
▢④ 기타 (_____)</td></tr>
<tr><td>3-5. 식품기부 주기</td><td colspan="3">▢① 비정기적
▢② 정기적 (→5-5-1번 응답후 5-6번으로 이동)</td></tr>
<tr><td>3-5-1. 식품기부 주기</td><td colspan="3">▢① 매일 ▢② 매주 ▢③ 매월 ▢④ 분기
▢⑤ 6개월 ▢⑥ 매년 ▢⑦ 기타 (_____)</td></tr>
</table>

항목	기준	
3-6. 식품기부 참여동기	□① 사회공헌을 위하여 □② 기업 및 단체의 이미지 제고를 위하여 □③ 잉여 및 반품의 처리를 위하여 □④ 세제 혜택이 있기 때문에 □⑤ 기타 (_____)	
3-7. 식품기부 결정권자	□① 전적으로 대표자가 결정 □② 기부량에 따라 다름 – □ 부대표자가 결정 – □ 부서장이 결정 – □ 기타 담당자가 결정	
3-8. 향후 식품기부 계획	□① 확대 □② 현재 수준 유지 □③ 축소 □④ 기부 중지 □⑤ 경우에 따라 다름 □⑥ 기타 (_____)	
3-9. 기부물품(제품) 종류와 각 비율	기부제품의 종류	제품별 기부비율 (합 100.0% 기준)
	□① 판매(일반출고) 제품	_____%
	□② 판매(유통기한 임박) 제품	_____%
	□③ 반품제품	_____%
	□④ 홍보용 제품	_____%
	□⑤ 견본 제품	_____%
	□⑥ 기타	_____%
3-10. 기부가능 물품(제품) 처리방안	□① 기부 □② 폐기 □③ 직원 배분 □④ 경우에 따라 달리 처리 □⑤ 기타 (_____)	

▢ 식품기부 문제점

4. 귀사에서 식품기부시 가장 불편했거나 문제가 되었던 점은 무엇입니까?
(중복 응답)

▢① 직접 기부처에 배송해주어야 하는 부담

▢② 유통기한 임박한 식품을 기부하였을시 실제 배부는 유통기한 초과할 가능성 존재

▢③ 세제 혜택 산정방법이 비현실적임(장부가액 반영, 부가가치세 반영 등)

▢④ 기부의사 표시 후 수거하러 오는 시간이 오래 걸림

▢⑤ 반품비용보다 기부비용이(물류비 등) 더 소요됨

▢⑥ 기부를 해야한다는 사회적 부담감

▢⑦ 사실상 정품을 기부해야 하는 부담감

▢⑧ 기부자에 대한 홍보가 불충분함

5. 귀사의 활용가능 제품 중 식품기부 이외에 폐기하고 있는 제품이 있습니까?

▢① 예 (→ 5-1번 응답후 6번으로 이동) ▢② 아니요 (→ 6번으로 이동)

5-1. 활용 가능한 제품임에도 불구하고 제품을 폐기하는 이유에 어느정도 동의하시는지 V표시하여 주시기 바랍니다.

구분	① 전혀 불필요	② 불필요	③ 보통	④ 필요	⑤ 매우 필요
(1) 식품기부에 소요되는 비용이 반품비용보다 더 들어					
(2) 기부식품의 유통기한 임박에 따른 식품위생 관련 안전사고 우려					
(3) 회사 전반에 퍼져있는 식품기부에 대한 인식 부족					
(4) 적당한 기부처 찾지 못해서					
(5) 대표자의 반대					
(6) 기부이후의 전달과정 및 활용정도에 대한 의혹					

6. 식품기부 활성화를 위한 방안별 필요도를 V표시해 주시기 바랍니다.

구분	① 전혀 불필요	② 불필요	③ 보통	④ 필요	⑤ 매우 필요
(1) 기부에 대한 경영자 인식 제고					
(2) 기부에 대한 회사전체 인식 제고					
(3) 기부절차 용이성 제고 (수거의 협회 전담 등)					
(4) 푸드뱅크 사업 대한 홍보 제고					
(5) 기부식품의 이용결과 제공 확대					
(6) 식품유통기한 연장 등 제도 개선					
(7) 기부자에 대한 인센티브 강화					

7. 식품기부 확대를 위한 다음의 각 제도별 개선방안의 우선순위를 기재해 주시기 바랍니다.
(1순위: ___ , 2순위: ___ , 3순위: ___ , 4순위: ___ , 5순위: ____)

① 식품유통기한 연장	② 세제혜택 산정방법의 현실화	③ 환경부담금 감소
④ 정부의 재정지원	⑤ 기부물품 종류 확대	

8. 귀사의 식품기부 과정별 각 애로정도를 V표시해 주시기 바랍니다.

구분	① 매우 심함	② 심함	③ 보통	④ 좋음	⑤ 매우 좋음
(1) 식품 기부결정 과정					
(2) 기부품으로 분류, 보관 등 과정					
(3) 기부물품 수송 과정					
(4) 기부물품의 활용에 대한 의혹					

9. 귀사는 무상으로 기부한 식품이 어떻게 배분되기를 원하고 계십니까?

□① 무상

□② 저가유상

□③ 무상+유상

□④ 제품의 종류에 따라 다르게

□⑤ 경우에 따라 다르게

□⑥ 기부처가 알아서

□⑦ 기타 (_____)

10. 귀사의 기부식품이 주로 전달되었으면 하는 대상층은 어디입니까?

□① 노숙자 등 결식계층 무료급식소

□② 저소득 재가 독거노인

□③ 결식아동

□④ 고아원

□⑤ 양로원

□⑥ 모자원

□⑦ 기타 사회복지시설

□⑧ _____

□⑨ _____

11. 다음 각 질문문항의 필요정도에 V표시 해 주시기 바랍니다.

구분	① 전혀 아님	② 아님	③ 보통	④ 그러함	⑤ 매우 그러함
(1) 식품기부 참여는 우리나라 정서상 꼭 필요하다고 생각					
(2) 식품기부사업은 섭취 가능한 식품자원 낭비를 막는 방법이라고 생각					
(3) 식품기부가 우리사회 결식을 해결하는데 도움이 된다고 생각					
(4) 식품기부는 좋은 사회복지사업으로 생각					

▶ 긴 시간 설문조사 작성에 협조해 주심에 진심으로 감사드립니다 ◀

부록 2. 푸드뱅크 활성화 방안 설문조사표 (이용자용)

조사대상	일련번호	작성자	
□ 기부자 □ 이용자 □ 운영자 □ 일반국민		성명	
		연락처	( ) - ( ) - ( )

푸드뱅크 활성화를 위한 설문조사 (이용자용)

안녕하십니까?

저희 한국보건사회연구원에서는 수탁과제로 「푸드뱅크 활성화 방안 연구」를 수행하고 있습니다. 이번 실태조사를 통하여 정부정책 및 제도개선안 마련을 위한 기초자료로 활용하고자 합니다.

귀하께서 작성해주신 의견은 소중한 자료가 될 것이며 통계자료 목적 이외에는 다른 용도로는 사용되지 않습니다. 더불어 푸드뱅크 및 푸드마켓의 활성화에 많은 도움이 되오니 이번 실태조사에 여러분들의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

☞ 작성 문의:

한국보건사회연구원	선임연구위원	정기혜 ☎ (02)353-4701
	연구위원	김정선 ☎ (02)385-8625
	전문연구원	윤시몬 ☎ (02)380-8213

KIHASA 한국보건사회연구원 Korea Institute for Health and Social Affairs

※ 다음의 각 질문에 해당하는 응답란에 V표시를 해주시기 바랍니다.

▢ 일반현황

1. 이용자 유형	▢① 푸드마켓 이용자 (→1-1번~1-10번 응답후 3번 이동) ▢② 푸드뱅크 이용자 (→2-1번~2-7번 응답후 3번 이동)

▢ 푸드마켓 이용자용 일반현황(1-1번~1-7번)

항목	기준
1-1. 이용자 대상층	▢① 긴급구호 대상 가정 ▢② 기초생활수급 대상자 ▢③ 결식자 및 결식위기 가정 ▢④ 차상위 직면 결식위기 가정 ▢⑤ 차상위 가정 ▢⑥ 기타 (_____)
1-2. 성별	▢① 남성 ▢② 여성
1-3. 연령	▢① 10대 ▢② 20대 ▢③ 30대 ▢④ 40대 ▢⑤ 50대 ▢⑥ 60대 ▢⑦ 70대
1-4. 최종학력	▢① 무학 ▢② 초등졸 ▢③ 중등졸 ▢④ 고등졸 ▢⑤ 초대졸 ▢⑥ 대졸 ▢⑦ 대학원 이상
1-5. 가구원수	(_____) 명 (※ 응답자를 포함한 전체 가족수의 합계)
1-6. 가구유형	▢① 일반세대 ▢② 노인세대 ▢③ 장애인세대 ▢④ 모자세대 ▢⑤ 부자세대 ▢⑥ 소년소녀가장세대 ▢⑦ 기타 (_____)
1-7. 대상층 고용상태	▢① 정규직 ▢② 비정규직 ▢③ 무직
1-8. 처음 이용정보를 얻은 경로	▢① 지자체 ▢② 주민자치단체 ▢③ 사회복지단체 등 ▢④ 주변 이웃 ▢⑤ 가족, 친지 등 ▢⑥ 기타 ( )
1-9. 이용기간	평균 (_____년 _____개월)
1-10. 월평균 이용 회수	푸드마켓 (월평균 약 _____ 회)
1-10-1. 푸드마켓을 통해 주로 이용하는 식품종류	▢① 주식류(밥류, 떡류, 빵류, 면류 등) ▢② 부식류(탕류, 반찬류, 어육가공품, 냉장·냉동식품 등) ▢③ 식재료(곡류, 콩류, 야채류, 생선류, 육류, 해조류 등) ▢④ 간식류(음료, 과자, 빵, 사탕, 과일 등) ▢⑤ 기타 (_____)

▢ 푸드뱅크 이용자용 일반현황(2-1번~2-4번)

항목	기준
2-1. 성별	▢① 남성 ▢② 여성
2-2. 연령	▢① 10대 ▢② 20대 ▢③ 30대 ▢④ 40대 ▢⑤ 50대 ▢⑥ 60대 ▢⑦ 70대
2-3. 최종학력	▢① 무학 ▢② 초등졸 ▢③ 중등졸 ▢④ 고등졸 ▢⑤ 초대졸 ▢⑥ 대졸 ▢⑦ 대학원이상
2-4. 속해있는 시설유형	▢① 유아동복지시설 ▢② 장애인복지시설 ▢③ 부랑노숙인복지시설 ▢④ 노인복지시설 ▢⑤ 정신질환자복지시설 ▢⑥ 한부모가족복지시설 ▢⑦ 다문화가족복지시설 ▢⑧ 지역주민복지시설 ▢⑨ 기타복지시설 ▢⑩ 여성복지시설 ▢⑪ 종합복지시설
2-5. 가구원수	(_____) 명 (※ 응답자를 포함한 전체 가족수의 합계)
2-6. 이용기간	평균 (_____년 _____개월)
2-7. 월평균 배분받는 회수	푸드뱅크 (월평균 약 _____ 회)
2-7-1. 푸드뱅크를 통해서 주로 배분받는 식품종류	▢① 주식류(밥류, 떡류, 빵류, 면류 등) ▢② 부식류(탕류, 반찬류, 어육가공품, 냉장·냉동식품 등) ▢③ 식재료(곡류, 콩류, 야채류, 생선류, 육류, 해조류 등) ▢④ 간식류(음료, 과자, 빵, 사탕, 과일 등) ▢⑤ 기타 (_____)

▢ 기부식품 만족도 등

3. 기부식품에 대한 각 항목별 만족도에 대해서 응답해 주시기 바랍니다.

구분	① 매우 불만	② 불만	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족
(1) 기부식품의 종류 (신선식품, 가공식품)					
(2) 기부식품의 신선도 (신선식품)					
(3) 기부식품의 유통기한 (가공식품)					
(4) 선호되는 기부식품의 종류 (개인 선호도)					
(5) 기부식품의 양					
(6) 기부식품 전달자 태도					
(7) 기부식품전달 횟수					

4. 귀하께서는 푸드뱅크로부터 전달받은 식품 등을 폐기한 적이 있습니까?

▢① 예 (→≫4-1번 응답후 5번 이동) ▢② 아니요 (→5번으로 이동)

4-1. 푸드뱅크로부터 전달받은 식품 등을 폐기한 하신 이유는 무엇입니까?

▢① 수령당시 부터 신선도 저하

▢② 비선호 식품

▢③ 필요 없는 제품

▢④ 자체보관기간 길어져 신선도 저하

▢⑤ 기타 (_____)

5. 귀하께서 푸드뱅크로부터 식품을 지원 받아 좋아진 상황은 무엇입니까?

□① 식비가 절감됨

□② 음식을 충분히 섭취할 수 있음

□③ 음식 준비의 어려움이 해소됨

□④ 간식류 등 다양한 음식을 접할 수 있음

□⑤ 건강상태가 나아졌음

□⑥ 관심을 가져주는 사람이 생겼음

□ 기부식품 선호도

6. 귀하께서 현재 푸드뱅크로부터 가장 필요하게 전달받고 싶은 식품은 무엇입니까? (우선 순위가 높은 순으로 3가지 선택)

(1순위: _____ , 2순위: _____ , 3순위: _____)

□① 주식류(밥류, 떡류, 빵류, 면류 등)

□② 부식류(탕류, 반찬류, 어육가공품, 냉장·냉동식품 등)

□③ 식재료(곡류, 콩류, 야채류, 생선류, 육류, 해조류 등)

□④ 간식류(음료, 과자, 빵, 사탕, 과일 등)

□⑤ 생활용품(화장지, 치약, 칫솔, 비누 등)

□⑥ 주방용품(식기, 주방세제 등)

□⑦ 기타 (_____)

▶ 긴 시간 설문조사에 협조해주셔서 진심으로 감사드립니다 ◀

부록 3. 푸드뱅크 활성화 방안 설문조사표 (운영자용)

조사대상	일련번호	작성자	
□ 기부자 □ 이용자 □ 운영자 □ 일반국민		성명	
		연락처	( ) – ( ) – ( )

푸드뱅크 활성화를 위한 설문조사 (운영자용)

안녕하십니까?

저희 한국보건사회연구원에서는 수탁과제로 「푸드뱅크 활성화 방안 연구」를 수행하고 있습니다. 이번 실태조사를 통하여 정부정책 및 제도개선안 마련을 위한 기초자료로 활용하고자 합니다.

귀하께서 작성해주신 의견은 소중한 자료가 될 것이며 통계자료 목적 이외에는 다른 용도로는 사용되지 않습니다. 더불어 푸드뱅크 및 푸드마켓의 활성화에 많은 도움이 되오니 이번 실태조사에 여러분들의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

☞ 작성 문의:

한국보건사회연구원	선임연구위원	정기혜 ☎ (02)353-4701
	연구위원	김정선 ☎ (02)385-8625
	전문연구원	윤시몬 ☎ (02)380-8213

KIHASA 한국보건사회연구원 Korea Institute for Health and Social Affairs

※ 다음의 각 질문에 해당하는 응답란에 V표시를 해주시기 바랍니다.

▢ 일반현황

항목	기준	
1. 운영형태	▢① 광역 푸드뱅크 ▢② 기초 푸드뱅크 ▢③ 푸드마켓 ▢④ 이동형 푸드마켓 ▢⑤ 기타 (_____)	
2. 운영기관	▢① 사회복지시설 ▢② 사회복지관 ▢③ 먹거리나누기운동협의회, 대한성공회와 같은 민간기관 ▢④ 기타 (_____)	
3. 보유장비 등 (2011년 현재기준)	일반차량	(　　대)
	냉장수송차	(　　대)
	PC장비	(　　대)
	일반창고	(　　실)
	냉장·냉동창고	(　　실)
	기타	
4. 인력 현황 (2011년 현재 현재)	합계	(　　명)
	대표자	(　　명)
	전임자	(　　명)
	업무지원자	(　　명)
	공익	(　　명)
	자원봉사자	(　　명)
5. 예산 현황 (2011년 기준)	합계	(　　원)
	자체예산	(　　원)
	정부지원예산	(　　원)
	지자체지원예산	(　　원)
	기타	(　　원)

6. 귀 기관의 2010년 식품 기부현황은 어떠하였습니까?

□① 2009년보다 감소함 (→6-1번 이동후 7번으로 이동)

□② 2009년보다 증가함 (→6-2번 이동후 7번으로 이동)

□③ 거의 동일 (→6-1번 이동후 7번으로 이동)

□④ 기타 (_____) (→7번으로 이동)

6-1. 귀 기관의 식품 기부량이 감소하거나 전년도의 거의 동일한 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

□① 전반적인 경기불황

□② 푸드뱅크, 푸드마켓에 대한 홍보 부족

□③ 기부에 대한 인식 악화

□④ 제도적인 기부 유인책 부족

□⑤ 관련자들의 마케팅 활동 부족

□⑥ 기타 (_____)

6-2. 귀 기관의 식품 기부량이 증가한 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

□① 사회공헌에 대한 업체의 전반적인 인식 증대

□② 푸드뱅크, 푸드마켓에 대한 홍보 향상

□③ 식품기부에 대한 필요성 인식 향상

□④ 국가의 기부 유인책 증가

□⑤ 관련자들의 마케팅 활동 강화

□⑥ 기타 (_____)

7. 현재 기관운영상의 애로정도를 V표시해 주시기 바랍니다.

구분	① 전혀 그렇지 않음	② 그렇지 않음	③ 보통	④ 그러함	⑤ 매우 그러함
(1) 기부품 부족					
(2) 전담인력부족 및 높은 이직률					
(3) 사업비, 운영비 등 예산 부족					
(4) 정부재정지원 부족					
(5) 전국, 광역 및 기초 푸드뱅크 간의 연계성 부족					
(6) 지역사회와의 연계 부족					
(7) 사회복지시설 미지정					
(8) 푸드뱅크는 푸드마켓에 비해 정부지원 부족					
(9) 전국 푸드뱅크협회의 지원 미흡					
(10) 장비지원 미흡					

8. 현재 귀 기관의 기부식품의 배분대상층과 배분비율은 어떻게 되십니까?

구분	비율 (합 100.0% 기준)
(1) 자체시설 내 이용자	(_____)%
(2) 인근시설 이용자	(_____)%
(3) 개인 대상자(독거노인 등)	(_____)%
(4) 시설내 이용자+ 인근 시설 이용자+ 개인 대상자(독거노인 등) (①+②+③)	(_____)%
(5) 경우와 기부품목에 따라 다르게	(_____)%

9. 기부식품에 대한 각 항목별 만족도에 대해서 V표시해 주시기 바랍니다.

구분	① 매우 불만	② 불만	③ 보통	④ 만족	⑤ 매우 만족
(1) 기부식품의 종류 (신선식품, 가공식품)					
(2) 기부식품의 신선도 (신선식품)					
(3) 기부식품의 유통기한 (가공식품)					
(4) 선호되는 기부식품 종류 (개인 선호도)					
(5) 이용자 만족도					

10. 정부가 가장 우선적으로 지원해야할 대책은 무엇이라고 생각하십니까?

구분	① 전혀 불필요	② 불필요	③ 보통	④ 필요	⑤ 매우 필요
(1) 인력 확충					
(2) 사업비, 운영비 등 예산 지원					
(3) 기부확대를 위한 제도 개선					
(4) 기부확대를 위한 홍보 강화 (나눔의 날 정례화 등)					
(5) 푸드뱅크와 푸드마켓의 연계 강화					
(6) 타 복지서비스와의 연계방안 마련					
(7) 장비 및 시설 지원 및 확대					
(8) 현장실무에 근거한 운영매뉴얼, 행정서식 등의 마련 및 보급					
(9) 전국-광역-기초 간의 소통, 정보 공유 및 연계 활성화 방안 마련					
(10) 지자체의 인식개선 및 지원 활성화					
(11)기타 (_____)					

▶ 긴 시간 설문조사 작성에 협조해 주신분들께 진심으로 감사드립니다 ◀

부록 4. 푸드뱅크 활성화 방안 설문조사표 (일반국민용)

조사대상	일련번호	작성자	
□ 기부자 □ 이용자 □ 운영자 □ 일반국민		성명	
		연락처	( ) - ( ) - ( )

푸드뱅크 활성화를 위한 설문조사 (일반국민용)

안녕하십니까?

저희 한국보건사회연구원에서는 수탁과제로 「푸드뱅크 활성화 방안 연구」를 수행하고 있습니다. 이번 실태조사를 통하여 정부정책 및 제도개선안 마련을 위한 기초자료로 활용하고자 합니다.

귀하께서 작성해주신 의견은 소중한 자료가 될 것이며 통계자료 목적 이외에는 다른 용도로는 사용되지 않습니다. 더불어 푸드뱅크 및 푸드마켓의 활성화에 많은 도움이 되오니 이번 실태조사에 여러분들의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

☞ 작성 문의:

한국보건사회연구원	선임연구위원	정기혜 ☎ (02)353-4701
	연구위원	김정선 ☎ (02)385-8625
	전문연구원	윤시몬 ☎ (02)380-8213

KIHASA 한국보건사회연구원 Korea Institute for Health and Social Affairs

※ 다음의 각 질문에 해당하는 응답란에 V표시를 해주시기 바랍니다.

▢ 일반현황

항목	기준
1. 성별	▢① 남성 ▢② 여성
2. 연령	▢① 10대 ▢② 20대 ▢③ 30대 ▢④ 40대 ▢⑤ 50대 ▢⑥ 60대 ▢⑦ 70대
3. 거주지역	( ) ▢시/▢도 (16개 시·도명으로 기재요망)

4. 귀하께서는 『푸드뱅크 또는 푸드마켓』이라는 용어를 들어보신 적 있습니까?

구분	응답내용
(1) 푸드뱅크(Food bank)	▢① 예 ▢② 아니요
(2) 푸드마켓(Food Market)	▢① 예 ▢② 아니요

5. 귀하께서는 『푸드뱅크 또는 푸드마켓』에서 하는 일에 대해 어느정도 알고 계십니까?

구분	① 전혀 모름	② 모름	③ 보통	④ 조금 암	⑤ 매우 잘암
(1) 푸드뱅크					
(2) 푸드마켓					

푸드뱅크 : 식품제조·유통기업 및 개인으로부터 여유식품을 기부받아 어려움을 겪고있는 결식아동, 혼자사는 어르신, 재가 장애인 등 우리사회 저소득계층에 식품을 지원해주는 사회복지분야 물적지원 전달체계

푸드마켓 : 식품을 기부받아 나누는 장터로서 식품지원이 필요한 저소득층이 직접 매장에 방문하여 원하는 식품을 선택하는 이용자 중심의 무료마켓

6. 귀하께서는 『푸드뱅크 또는 푸드마켓 등』을 통해서 식품기부를 하신 적이 있습니까?

□① 예 (→6-1번 응답후 7번으로 이동)

□② 아니요 (→7번으로 이동)

6-1. 식품기부 경험이 있으시다면 어느기관에 기부를 하셨습니까? (중복응답)

□① 푸드뱅크(Food bank)

□② 푸드마켓(Food Market)

□③ 기타 (_____)

7. 귀하께서는 어떠한 경로를 통해서 푸드뱅크 및 푸드마켓이라는 곳을 처음 알게 되셨습니까?

□① T.V.

□② 라디오

□③ 신문, 잡지

□④ 전철, 버스 등 공익광고

□⑤ 친지 친구

□⑥ 인터넷

8. 귀하께서는 푸드뱅크 수송차나 푸드마켓 업장을 보신 적이 있으십니까?

□① 예 (→8-1번 응답후 9번으로 이동)

□② 아니요 (→9번으로 이동)

8-1. 그렇다면 어떠한 것을 보셨습니까?

□① 푸드뱅크 수송차

□② 푸드마켓 업장

□③ 둘 다

9. 귀하께서는 『푸드뱅크 또는 푸드마켓』의 가장 바람직한 운영형태는 무엇이라 생각하십니까?

구분	응답내용
9-1. 푸드뱅크	□① 정부지원 □② 지자체 지원 □③ 정부지원+지자체 지원 (①+②) □④ 민간조직의 자발적 운영 □⑤ 관심 없음 □⑥ 잘 모르겠음
9-2. 푸드마켓	□① 정부지원 □② 지자체 지원 □③ 정부지원+지자체 지원 (①+②) □④ 민간조직의 자발적 운영 □⑤ 관심 없음 □⑥ 잘 모르겠음

10. 현재 푸드뱅크 및 푸드마켓에는 식품만 기부할 수 있습니다. 다음 각 질문문항의 필요정도에 V표시를 해 주시기 바랍니다.

구분	① 전혀 아님	② 아님	③ 보통	④ 그러함	⑤ 매우 그러함
(1) 식품기부 참여는 꼭 필요하다고 생각					
(2) 식품기부사업은 섭취 가능한 식품의 가치있는 활용방법					
(3) 식품기부가 우리사회 결식을 해결하는데 도움이 됨					
(4) 식품뿐만아니라 생활용품도 기부해야 됨					
(5) 식품업체는 정기적으로 식품기부를 해야 함					
(6) 기부업체에는 기부에 따른 세제혜택 등의 인센티브를 확대해야함					

▶ 긴 시간 설문조사 작성에 협조해 주신분들께 진심으로 감사드립니다◀

주 의

1. 이 보고서는 한국사회복지협의회의 주관 용역연구과제 연구보고서입니다.

2. 이 보고서 내용을 발표할 때에는 반드시 한국사회복지협의회에서 시행한 용역과제의 연구결과임을 밝혀야 합니다.

3. 기밀유지에 필요한 대외적으로 발표 또는 공개하여서는 안됩니다.