푸드뱅크 현황 및 발전방향

정기혜
한국보건사회연구원

도입 배경

1998년 푸드뱅크 사업이 도입된 해, 특히 우리나라는 한상차림의 문화로 음식물쓰레기가 해마다 증가하였다. 식품분야에서는 음식자원의 낭비를 예방하기 위한 정부제도의 도입이 절실히 필요한 시점이었으며, 사회복지분야에서는 외환위기 이후 대량실직 등 비자발적인 사회위기 아래 국가차원의 복지확대가 필요한 시점이었다. 이런 두 분야의 필요성에 의해 1998년 우리나라 푸드뱅크(food bank) 사업은 서울, 대구, 부산, 과천의 4개 지역을 대상으로 시범사업을 실시한 후 도입 · 확대되어 오늘에 이르고 있다.

시행 목적

푸드뱅크는 생산 · 유통 · 판매 · 사용 과정에서 발생된 잉여식품을 어려운 이웃에게 전달하여 유용하게 활용하도록 기부자와 수혜자를 연결하고 조정하는 창구로 설치되었다. 이러한 연결과정을 통하여 이웃을 생각하는 공동체 의식을 심어주고, 시식 가능한 식품을 폐기함에 따라 발생하는 식품자원의 낭비도 줄이는 것을 목적으로 하고 있다.

국내외 현황

국내 현황

운영 체계

푸드뱅크는 전국푸드뱅크, 광역푸드뱅크, 기초푸드뱅크로 조직되어있고, 전국푸드뱅크는 한국사회복지협의회 내에 설치되어있다. 푸드뱅크 운영 체계는 그림 1과 같다.

운영 현황

우리나라의 푸드뱅크 운영 기관은 2011년 1월 기준 현재 407개로, 서울 15.2%(62개소), 경기 16%(65개소), 인천 6.6%(27개소) 등 운영기관의 약 38%가 수도권에 위치하고 있

다. 운영 주체별로는 각종 복지관 등 이용시설이 36.36%(148개소), 시설 법인 및 지원법인 운영이 28.99%(118개소), 사회복지단체, 종교단체 등의 운영이 19.9%(81개소)로 나타났다(표 1).

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. 한부모 가정 및 결식아동의 이용비율은 각 7.99%와 5.87%로 나타났다(표 2).

2010년 푸드뱅크 기부 업체수는 전년 대비 30.71% 증가한 6,163개소로 나타났다. 2005년 3,251개소, 2006년 3,128개소, 2007년 2,880개소, 2008년 3,223개소, 2009년 4,715개소로 2008년 이후 지속적으로 증가하고 있다. 2005년에서 2010년까지 5년간 푸드뱅크 기부 업체수는 연평균 15.44% 증가하였다. 2010년 푸드뱅크 기부 업체 유형은 식품 제조 · 가공업체가 31.38%(1,934개소)로 대부분을 차지하고 있으며, 즉석판매 · 제조가공업체가 9.48%(584개소)로 법인세감면 대상 업체가 전체 기부자의 40.86%를 차지한다. 식품 도 · 소매업체는 16.87%(1,040개소)이다(표 3).

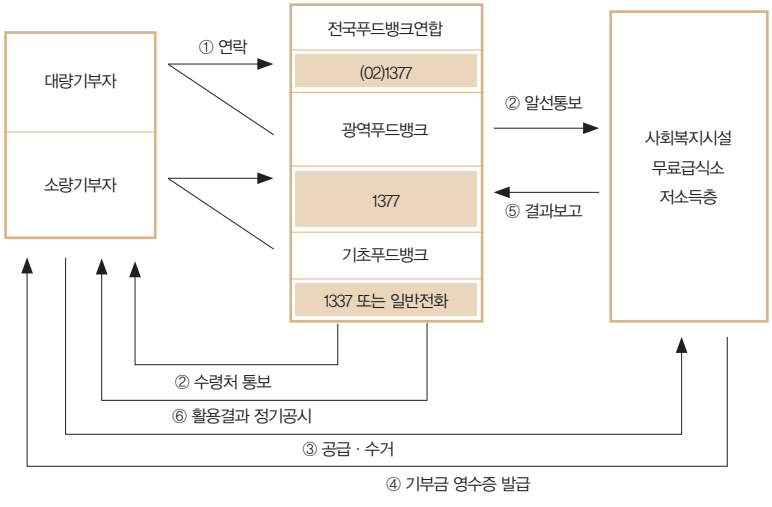

그림 1. 푸드뱅크의 운영 체계

표 1. 푸드뱅크 운영 기관 현황

(단위: 개소, %)

지역별	계	법인	단체	이용 시설	시 · 군 · 구 직영	생활 시설	자원봉사 센터	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	0	13	0	3	0	0
	(4.18)	(5.88)	(0.0)	(76.47)	(0.0)	(17.65)	(0.0)	(0.0)
인천	27	14	0	10	0	0	2	1
	(6.63)	(51.85)	(0.0)	(37.04)	(0.0)	(0.0)	(7.41)	(3.7)
광주	17	7	0	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	0	0	1	0	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	0
	(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	0
	(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)

주: 2011.01 기준임.

(자료 : 전국푸드뱅크(www.foodbank1377.org) 통계자료)

표 2. 푸드뱅크 재가 이용자 현황

(단위: 명, %)

구분	계		결식	독거	소년소녀	재가	저소득	조손	한부모	기타
	명	증감률	아동	어르신	가장	장애인	가정	가정	가정	
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)

주: 2011.01 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 4).

표 3. 연도별 푸드뱅크 기부자 현황

(단위: 개소, %)

구분	계		식품제조	즉석판매	식품 도	일반	기타	식품	집단
	개소	증감률	· 가공업	· 제조가공업	· 소매업	가정		접객업	급식소
2010	6,163	30.71	1,934	584	1,040	510	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)

표 4. 식품업체 현황 및 푸드뱅크 기부자 현황(2009년)

(단위: 개소, %)

구분	계	식품업체					
		식품 제조 · 가공법	즉석판매 제조 · 가공업	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)
푸드뱅크 기부	4,082	617	627	1,231	1,303	175	129
참여업체	(0.42)	(2.49)	(0.74)	(1.30)	(7.49)	(0.02)	(0.37)

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

2010년 기부총액은 전년 대비 13.80% 증가한 약 682억 원으로 나타났다. 2007년 푸드뱅크 총 기부액은 약 410억 원으로 전년 대비 11.92% 증가한 것으로 나타났으며, 2008년은 18.67% 증가한 약 487억 원으로 나타났다. 2005년에서 2010년 5년간 기부액 연평균 증가율은 12.5%로 기부자 증가율 15.44%보다는 낮다. 기부자 유형별로는 식품 제조 · 가공업체 기부자가 36.75%인 약 250억 원을 기부한 것으로 나타났으며, 식품 도 · 소매업은 24.33%인 약 165억 원을 기부하였다. 즉석 판매 · 제조업체는 전체 기부액 중 13.33%인 약 90억 원을 기부한 것으로 나타났다(표 5).

표 5. 연도별 푸드뱅크 기부자별 기부액수 현황

(단위: 천원, %)

구분	합계		식품제조 · 가공업	즉석판매 · 제조업	식품 도 · 소매업	식품 접객업	집단 급식소	일반 가정	기타
	총액	증감률							
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 : 2005.01.01~2010.12.31 기준임. (자료 : 전국푸드뱅크(www.foodbank1377.org) 통계자료)

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 식품기부함(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 2006년 「식품기부활성화에 관한 법률」이 제정되어 식품기부 확대에 법적 근거를 제공하고, 기부량 증대에 큰 역할을 하였다. 현재 동법을 근거로 기부대상 품목의 범위를 생활용품까지 확대하기 위한 법률 개정안이 국회에 계류 중이며 법 개정이 이루어지면 푸드뱅크가 명실상부한 기부제도로 활성화될 수 있을 것이다.

1998년 1월 서울 등 시범사업을 시작으로 실행된 푸드뱅크 사업의 기부자에 대한 지원을 위해 「조세특례제한법」을 개정하여 식품제조업체가 물품 기부 시 세제를 지원하도록 하였다. 식품제조업체가 물품 기부 시 기부식품 장부가액을 전액 손금산입하도록 하여 세제지원을 하고 있다. 또한 푸드뱅크에 대한 기부식품 금액은 기타 기부금과는 별도로 취급되어, 기부금 총액에 포함하지 않도록 세제지원을 제공하고 있다(표 6).

표 6. 식품기부활성화에 관한 법률 제정 전후 비교

기부자에 대한 지원	식품기부활성화에 관한 법률 제정 전(前)	식품기부활성화에 관한 법률 제정 후(後)
조세지원 제도	식품제조업체가 물품을 기부 시 기부식품 원가(장부가액)의 100%를 손금산입하도록 함(조세특례제한법 개정, 1998) 식품제조업 및 유통업을 하는 개인 및 법인이 식품을 기부하였을 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) ① 기부식품의 취식으로 인하여 이용자가 피해를 입은 때에는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우를 제외하고는 제공자 및 기부식품 제공활동에 참여한 자는 민사상 책임을 지지 아니함

국외 현황

미국

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

미국의 푸드뱅크 발전 연혁을 보면 태동기(1965~1979), America's Second Harvest 시기(1979~2008), Feeding America 시기(2008~현재)로 구분할 수 있다.

태동기를 거쳐 America's Second Harvest 시기(1979~2008)인 1975년에 St. Mary's Food Bank는 연방정부 보조금을 받게 되었고, 1976년 세금개혁법(Tax Reform Act)과 1979년 연방정부의 기금제공을 통해 식품의 기부유도와 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.

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, 콜롬비아, 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.

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

이후 Feeding America 시기(2008~현재)에는 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.

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 1천 개의 지역 자선기관이 있으며, 7만 개의 결식지원 프로그램을 지원하고 있다. 또한 결식에 대한 인식개선 캠페인을 지속적으로 실시하고 있다.

푸드뱅크 이용자 현황을 살펴보면 Feeding America에서 발표한 'Hunger in America 2010'에 의하면, 3천7백만 명의 미국인들은 매년 Feeding America로부터 음식을 제공받고 있으며, 이중 아동은 1천4백만 명, 노인은 약 3백만 명에 이르고 있다. 또한 매주 약 5백7십만 명의 사람들이 Feeding America로부터 긴급식량지원을 받았으며, 이는 매주 약 4백5십만 명이 지원받던 2006년보다 27% 증가한 수치이다. 본 통계는 Soup kitchen이나 Food pantries와 같은 긴급식량지원센터에서 제공한 자료를 바탕으로 한 것이며, Kids cafe나 노인센터에서 지급한 자료는 포함되지 않았다.

표 7에 제시된 바처럼 푸드뱅크 이용자의 소득수준을 살펴보면 근로, 정부의 복지지원, 기타 정부지원, 연금 등이다. 푸드뱅크 이용자들의 2008년 연간 소득수준을 살펴보면 연간 평균소득은 $13,000 수준으로 $5,000~10,000 미만이 27.2%로 가장 높았고, 다음으로 $10,000~15,000(20.3%) 미만, $5,000 미만(14.2%)의 순으로 대부분 소득수준이 낮았다. 소득이 전혀 없다는 응답도 7.9%로 높게 나타났으며, 특히 보호소에서 생활하는 이용자의 경우 24.4%로 높은 수준이었다. 즉 연방정부 빈곤선 기준 130% 이하의 저소득층이 84%를 차지하고 있다.

미국은 기부에 대한 다양한 혜택이 제공되고 있는데 세금감면은 물론 공공 휴양지의 저가 이용 등이 제공되고 있다. 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 신용카드, 유가증권 등도 기부를 받는다.

미국에는 1981년에 텍사스에서 「Good Faith Donor Act」라는 법령이 제정되어 1996년 이후 미국 전역의 기부회사를 보호하고 있다. 이 법에 근거하여 식품 기부자를 보호하는 법령은 「The Emerson Good Samaritan Food Donation Act」로 기부 시 위생적으로 문제가 없는 정상제품을 기부했을 경우 기부자는 이 법의 보호를 받게 된다.

캐나다

캐나다는 미국의 영향을 받아 1981년 푸드뱅크 사업이 시작되었고, 지역적 여건에 의해 사업 범위가 확대 추진되고 있다. 즉 지역적인 영향으로 자연재해(눈사태 등)가 다발하는 점을 고려하여 푸드뱅크 사업의 지원 대상을 일시적으로 자연재해에 의해 고립된 사람까지 확대하여 실시하는 특색이 있다. 캐나다도 미국과 같이 식품과 소비자용품을 기부받고 있다.

독일

미국에서 전파되어 유럽은 1984년에 프랑스의 천주교 단체에서 처음 푸드뱅크 사업이 시작되었다. 1986년에 유럽연합 조직이 설치되었고 현재는 10여 개국 이상이 사업을 추진하고 있다. 브뤼셀에 유럽연합의 중앙본부가 있고, 각 국가별 중앙단위 조직과 지방조직이 지역별로 조직

표 7. 이용자의 학력수준별 연간 소득수준(2008)

(단위: %, 명)

2008년 소득수준 (연방정부 빈곤선)	전체	고졸 미만	고졸	전문 · 기술학교	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)

되어 있다. 개인보다는 주로 업체의 기부를 받으며, 다국적 식품업체가 주요 기부주체이다. 2003년 현황으로는 12개국에서 160개의 푸드뱅크가 운영되고 있다. 독일도 이 중 한 국가로 2006년 8월 독일에서 첫 번째 아헨푸드뱅크가 설립되었고 드레스덴, 슈트트가르트, 나움부르크 등 총 4곳이 운영되고 있다.

식품 제조업체들로부터 판매가 힘든 식품들을 기부받아 이용자에게 배부하고 있다. 계절상품, 과량생산 제품, 표시오류, 포장하자, 유통기한이 짧게 남은 식품 등으로 업체 입장에서는 상품성이 없는 식품을 폐기시키는데 소요되는 비용(50 Euro/톤)이 높기 때문에 겸사 푸드뱅크에 기부하고 있다고 한다.

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

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

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

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

기대 효과

푸드뱅크는 식품의 생산 · 유통 · 판매 · 사용과정에서 남겨진 식품을 어려운 이웃에 전달하여 유용하게 활용하도록 연결하고, 이러한 연결과정을 통해 이웃을 생각하는 공동체의식을 심어준다. 이는 저소득층의 결식을 해결하는 사회복지제도로써도 역할을 할 것이며, 연간 2조 원에 달하는 식품자원의 낭비도 줄이는데 기여할 것이다.

발전방향

기부물품 종류 확대

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

세제혜택 현실화

현재는 기부식품의 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.

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.

전국 푸드뱅크 조직 확대 개편

현재 한국사회복지협의회 내에서 부 단위로 운영되고 있는 전국 푸드뱅크 조직을 본부 단위로 격상시키고 그에 걸맞은 조직체계를 편성해야 할 것이다. 특히 푸드뱅크 사업의 활성화에 의한 기부물품 증가와 기부 확대를 위한 홍보 및 마케팅 업무 추진을 위해서는 현 조직의 확대 개편이 검토되어야 할 것이다.

향후 사회복지사로 전담인력 확충

현재 약 80%에 달하는 푸드뱅크와 푸드마켓의 전담인력 확보비율을 100%로 끌어 올려야 하겠다. 전담인력이 반드시 사회복지사일 필요는 없지만 자원봉사인력 관리 등의 책임감 있는 업무를 추진하기 위해서는 전담인력이 반드시 확보되어야 할 것이다. 특히 사회복지사 인력 증원 계획에 따라 사회복지사의 충원이 요망된다.

장비, 운영비 등 기본적인 인프라 지원 확대 및 인식 개선

냉동탑차, 컴퓨터 등 푸드뱅크와 푸드마켓을 운영하기 위해 기본적으로 필요한 장비 지원, 운영비와 같은 기본적인 인프라 확충을 위한 지방자치단체의 적극적인 지원이 필요하다. 또한 각 지자체의 기초의회는 푸드뱅크 사업의 우월성을 인식하여 푸드뱅크 사업체에 대한 지원을 강화해야 할 것이다.

건전한 육성을 위한 지도감독 강화

무상으로 (식품)재화가 기부되고, 분배되는 사업인 만큼 일부 푸드뱅크와 푸드마켓의 도덕적 해이를 사전에 예방하기 위하여 지자체는 지원확대와 동시에 지도감독을 강화하여 건전한 사업으로 육성될 수 있도록 행정적 지원을 해야 한다.

푸드뱅크와 푸드마켓의 연계 강화에 의한 균형적 발전 방안 마련

현재 설치된 푸드마켓에 대한 진단을 통해 푸드마켓의 추가 설치를 결정하고, 푸드마켓을 지원하던 예산 일부를 푸드뱅크에 지원해야 한다. 그래야만 균형 있는 성장을 할 수 있을 것이다. 비균형적 발전을 하다 보면 향후 푸드뱅크 사업이 푸드마켓 위주의 형태로 전환되어 당초의 취지가 퇴색될 수 있을 것이다. 또한 기부품의 배분은 유통기한 잔존기간을 기준으로 배분처를 결정하도록 하면, 폐기되는 양을 줄일 수 있을 것이다. 즉 유통기한이 오래 남은 기부품은 우선 푸드마켓에서 이용자에게 배분하도록 하고 일정기간이 지나 유통기한이 짧아지면 해당 기부품을 푸드뱅크에 지원하여 신속하게 배분하고 처리하도록 하는 등의 연계방안 마련이 필요하다.

참고 문헌

○ 김경혜, 서울시 푸드뱅크 운영 개선방안 연구, 서울시정개발연구원, 2003

○ 김영민, 전혜성, 서울시 푸드뱅크의 식품물류체계 개선 방안에 관한 연구, 유통정보학회지, **11**(1), 27-50, 2008.03

○ 김정근, 푸드뱅크사업 활성화를 위한 조세지원 대책, 보건복지포럼, **49**, 한국보건사회연구원, 2000.11

○ 박기환, 가공식품 유통기한 표시 정책의 국제 동향, 한국산업식품공학회, 2008

○ 이승규, 푸드뱅크 10주년, 앞으로의 과제, 충북복지정보, **21**, 30-31, 2008.08

○ 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, **140**, 57-69, 2008.06

○ 정기혜 외, 사회 취약계층의 건강증진을 위한 푸드뱅크사업의 활성화 방안, 한국보건사회연구원 · 보건복지부, 서울, 2000

○ 정기혜 외, 푸드뱅크의 정착화 방안, 한국보건사회연구원, 1998

○ 홍민아 외, 정부주도형 및 민간주도형 푸드뱅크(Food Bank)사업의 운영 형태 및 특성 분석, 대한지역사회영양학회지, **11**(2), 629-641, 2006

○ 국회, 안홍준 의원, 푸드뱅크 활성화 위한 정책토론회 개최: 푸드뱅크, 기부품목 확대해야, 대한민국 국회보, **507**, 70-71, 2009.02