7 미국

7-1 식품안전현대화법 시행규정 시행일 2년 연기

■ 주요내용

- 2016년 9월 부터 적용이 예정되어 있었던 식품안전현대화법(Food Safety Modernized Act; FSMA)의 몇 가지 시행규정 시행일이 2년 연기됨. 2016년 8월말, FDA는 식품안전현대화법 시행규정의 시행일 연기를 연방공보에 게재하였음
- 미국 내 유통되는 식품의 안전성을 확보하기 위해 미국내 식품제조회사 및 미국에 식품을 수출하는 식품제조회사는 모두 서면으로 된 식품안전계획을 작성하고 실시해야 함. 이를 통해 잠재적인 위험을 사전에 예방관리 하기 위함. 식품안전계획은 정기적으로 재검토 되어야 하고, 위험도 평가는 원재료 구입부터 공급망 전체를 포괄하여 이루어져야 함
- 일례로 식품제조 및 처리 시설은 해당 시설의 위험도를 평가할 때 고객으로부터 해당 식품이 식품 안전 현대화법의 규정을 준수하여 제조 및 처리되었음을 확인하는 서면 확인서를 받아야 함. 하지만 이 규정이 적용되는 시행일이 원안에서는 제조사의 규모에 따라서 2016년 9월 19일에서 2020년 1월 27일 사이였으나, 2018년 9월 19일에서 2022년 1월 26일 사이로 연기됨
- 또한 가공하지 않는 농산물을 포장하는 시설의 경우 식품안전현대화법의 시행일이 사업체의 규모에 따라서 2016년 9월 19일에서 2019년 9월 17일 사이였으나, 2018년 1월 26일에서 2021년 1월 26일 사이로 연기됨
- 수입업체들에게 적용될 수입식품의 안전검증제도(Foreign Supplier Verification Program; FSVP) 하에 시행되는 식품접촉물질(Food Contact Substance) 등록 프로그램의 시행일은 2017년 5월 30일에서 2019년 5월 28일 사이로 연기됨

* 출처 : Federal Register www.federalregister.gov

시사점

- FDA가 시행일을 연기한 것은 식품안전현대화법이 식품제조와 연관하여 있는 공급망 전체에 보다 잘 수립 및 적용될 수 있도록 하기 위함임. FDA가 해당 법안의 시행을 식품제조 공급망 전체에 확립하고자 하는 확고한 의지에서 비롯된 것이며, 새로운 개정안이 적용되기 위한 현실적인 재정비 기간을 반영한 것임

작성 : LA 지사

7-2 식품업체들이 주목해야할 미국 소비자들의 4가지 식습관

■ 주요내용

- 시장조사 전문기관인 Nielsen사에 따르면, 미국 소비자의 2/3는 소비하는 음식과 음료에 포함된 성분에 많은 관심을 가진다고 함. 특정 음식에 대한 알레르기 또는 과민성 반응을 보이게 되면, 상황에 맞는 특수한 식단의 식습관으로 이어지기 때문임

- 또한 50%가 넘는 소비자들은 유전자변형, 인공색소가 첨가된 식단을 기피하며, 60%는 비만 및 당뇨와 같은 병을 예방하는데 도움을 주는 유기농 식단을 선호함. Nielsen사는 건강과 웰빙 트렌드를 고려하여 식품 제조업계가 제품 개발에 반영해야할 4가지의 식습관은 아래와 같다고 발표하였음

	간단하게(Keep it simple) 최소한의 원재료만 사용된 식품을 선호하는 소비자들이 늘어나 제품 안의 원재료 및 함량을 검토하는 것이 중요함. 소비자가 기피하는 재료(감미료, 합성 착향료, 착색료, 유전자변형재료, 항생제 등)는 과감히 제한하거나 다른 천연 재료로 대체하는 방안이 필요함
	혁신, 투자 및 합병을 통한 신제품 개발(innovate, invest and acquire) 소비자에게 새로운 제품을 소개하기 위해 새로운 기업이 생겨나거나 잠재력이 있는 식품기업과 협력하기도 함. 어느 분야에서든 신제품 개발은 핵심 전략으로 여겨짐. 기존 제품에 새로운 맛을 더하거나, 완전히 새로운 맛을 개발하여 신제품을 선보이는 것이 효과적임
	맛, 가격, 간편함을 우선순위로(Prioritize convenience, cost and taste) 위의 항목들도 중요하지만, 맛, 가격, 간편함이 소비자 구매 결정에 큰 영향을 미치는 것으로 나타남. 바쁜 현대사회에서 간편하게 먹을 수 있는 제품을 선보이는 것도 좋은 방법이라 생각됨
	욕구 충족을 잊지 말 것(Don't forget indulgence) 소비자들은 간편히 먹을 수 있는, 최소한의 재료로 만들어진 건강한 음식을 선호하지만 결국은 자신들의 욕구 충족을 위해 맛있는 음식을 먹기를 원함. 따라서 고유한 맛과 식감은 유지하되 영양성분 첨가 등 최근 트렌드에 맞춘 변화를 줄 필요가 있음

* 출처 : FoodBusinessNews

시사점

- 소비자들이 건강을 생각하며 식품 구매를 한다는 것은 이미 많은 연구와 보고서로 알려진 사실이며, 그에 따라 식품업계의 노력도 계속되고 있음. 소비자 식습관에 맞는 제품을 개발한다면, 대기업들과 견줄만한 경쟁력을 만들 수 있으며, 유기농, 천연재료를 사용한 새로운 제품을 만드는 것도 좋은 방안임. 식품 제조업체들은 자사의 신제품 개발시 소비자들의 식습관을 반영한 제품 개발이 필요함

작성 : 뉴욕 지사