

잘못된 과자 성분 표기 어린이 건강 위협

성인 기준 나트륨 함량 표기 버젓이

시중 판매 60% 달해...과다 섭취 우려

식약처 애매한 '식품 표준기준'도 한몫

시중에서 아기·베이비·키즈 등이 표기된 어린이용 과자 10개 중 6개는 실제 그 과자를 먹는 연령층이 아닌 성인을 기준으로 나트륨 함량을 표기한 것으로 나타났다. 이를 믿고 해당 과자를 어린이에게 먹도록 하면 지나치게 많은 양의 나트륨을 먹을 우려가 있다. 그럼에도 현행 식품의약품안전처의 영양성분 표기 기준이 느슨해 이를 막지 못한다는 지적이 나온다.

소비자문제 연구소 권수머리서치에 따르면 대형마트와 업체 자체 온라인몰에서 판매하는 7개 회사 60개 영유아용 과자의 섭취 권장량 대비 나트륨 함량 표기를 조사한 결과, 연령 기준에 제대로 맞춰 표기한 품목은 25개(41.7%)에 불과했다고 밝혔다.

나머지 35개(58.3%)는 엉뚱하게 성인 기준으로 권장량 대비 나트륨 함량을 맞췄다. 영유아 연령별 나트륨 권장량은 ▲생후 5개월까지 120mg ▲6~11개월 370mg ▲1~2세 700mg ▲3~5세 900mg 등으로 성인 권장량(2,000mg)의 6~45%에 불과하다.

따라서 영유아용 식품의 권장량 대비

나트륨 함량이 성인 기준으로 표기되면 나트륨 과잉 섭취는 불가피하다.

실제 보령메디앙스 '베이비오 유기농 쿠키 치즈레시틴'의 나트륨 함량(1회 제공량 30g당)은 85mg으로 '1일 영양소(권장량) 기준에 대한 비율'이 '4%'로 적혀있다.

그러나 이는 성인 권장량 기준의 비율이다. 10개월 유아에게 맞춰 적용하면 문제가 다르다. 이 과자 나트륨 함량 85mg의 '1일 영양소 기준에 대한 비율'은 23%(85/370mg×100)로 된다.

종근당건강의 '이유 유기농비스킷 치즈칼슘'도 나트륨 함량(1회 제공량 30g당)의 권장량 대비 비율을 6%로 표기했지만 사용연령(12개월부터) 기준으로 계산하면 17.1%로 높아진다.

일동후디스 '아기밀 납납 그릭요거블 플레인', 매일유업 '맘마밀 요미요미 한입썩썩요거트 플레인', 풀무원 '베이비스낵 분유곡물바 딸기', 남양유업 '아이썩야 유기농 쌀과자 바다' 등도 성인 기준을 사용해 1일 권장량 대비 나트륨 비율을 2% 미만으로 적었으나 실제 사용 연령을 기준으로 환산하면 10%대였다.

영양 성분	1회 제공량 함량	% 영양소 기준치
열량	130 kcal	
탄수화물	22 g	7%
당류	9 g	
단백질	3 g	5%
지방	3.5 g	7%
포화지방	1.7 g	15%
트랜스지방	-	
콜레스테롤	5 mg 미만	1%
나트륨	45 mg	2%
칼슘	7 mg	1%

영양 성분	1회 제공량 함량	% 영양소 기준치
열량(Kcal)	115	
탄수화물(g)	28(31%)	
당류(g)	8	
단백질(g)	1 미만(4%)	
지방(g)	0	
포화지방(g)	0	
트랜스지방(g)	0	
콜레스테롤(mg)	10	
나트륨(mg)	7(2%)	
비타민 D(μg)	0.7(14%)	
칼슘(mg)	1.4(23%)	
칼륨(mg)	27.7(9%)	

성인 기준으로 권장량 대비 나트륨 비율을 표시한 보령메디앙스 '베이비오 유기농 쿠키 레시틴'과 영유아 대상 기준으로 표기한 일동후디스 '아기밀납납 치즈블' 권장량 대비 비율은 2%로 같지만 실제 나트륨 함량은 7mg과 45mg으로 큰 차이를 보였다.

같은 회사 제품이라도 나트륨 표기 기준이 달랐다. 매일유업의 '맘마밀 요미요미 유기농쌀과자'류 6개 제품은 해당 연령을, '맘마밀 요미요미 한입썩썩요거트' 3종은 성인 기준을 적용했다. 풀무원 역시 '베이비스낵 분유곡물바 딸기'의 3개 제품은 성인기준으로, '베이비스낵 라이시틴 신성농장' 등 2개 제품은 영유아 기준으로 나트륨 함량을 표시했다.

서울유유의 '잇조각 사르르녹는 아기요거트 플레인'은 '아기요거트' 제품명에도 불구하고, 대상 연령조차 명시되지 않았다.

이 같은 나트륨 표기 혼란은 식약처의 애매한 '식품 등의 표시기준' 탓도 있다.

이 기준에 따르면 0~5세 영유아 대상 식품의 영양성분 표시는 '식약처가 제시하는 영양소 기준치(만20~64세 권장섭취량 평균) 또는 한국인영양섭취기준 중 해당 집단의 권장섭취량'을 기준으로 삼을 수 있다. 규정상 영유아 제품의 영양성분을 성인 기준으로 표기해도 문제가 없는 셈이다.

최현숙 권수머리서치 소장은 "영유아 식품의 나트륨 함량이 성인 기준으로 표시돼 부모들에게 잘못된 정보를 주고 있다"며 "나트륨 과다 섭취에 따른 피해를 막기 위해 꼭 사용 연령 기준에 맞춰 표기하도록 제도를 개선해야 한다"고 지적했다.

김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

모바일 상품권 써도 거스름돈 돌려받는다

공정위, 관련 표준약관 제정

직장인 A(32)씨는 친구한테 선물받은 2만원 모바일 케이크 상품권을 사용하려고 동네 빵집을 찾아 1만8000원짜리 케이크를 골랐다. 계산대에서 상품권을 내밀자 직원은 '모바일 상품권을 이용하면 거스름돈(2000원)을 줄 수 없다'고 했다. 이 빵집에는 2만원짜리 케이크가 없어서 A씨는 할 수 없이 자비 5000원을 더 내고 2만5000원짜리 케이크를 샀다. 앞으로는 이런 경우 1만8000원짜리 케이크를 골라도 2000원을 돌려받을 수 있다.

공정거래위원회는 새로운 유형의 상품권 시장에서 공정한 거래질서를 확립하고 소비자 피해를 방지하기 위해 '신유행 상품권 표준약관'을 제정했다고 밝혔다.

신유행 상품권은 기존 종이형 상품권을 제외한 전자형, 온라인, 모바일 상품권을 총칭하는 개념이다. 표준약관은 상품권 금액의 60% 이상 사용하면 잔액을 환불받을 수 있다.



다만, 1만원에 못 미치는 금액의 상품권은 80% 이상 사용해야 잔액을 돌려받는다.

물품형 상품권은 최소 6개월, 금액형은 최소 1년 4개월 이상의 유효기간을 설정했다. 두 유형 모두 고객이 유효기간 연장 요청할 수 있으며, 상품권 발행자는 특별한 사정이 없으면 유효기간을 3개월 연장해야 한다.

공정위는 이 표준약관을 공정위 홈페이지에 게시하고 관련 사업자에게 통보할 계획이다.

연합뉴스

공정위, 자동차 부품값 담합 독·일 업체에 '철폐'

7년여 동안 납품가 맞춘 두 곳 75억 과징금

자동차 엔진용 베어링 수입의존도 매우 높아

현대차 등 국내 자동차 업체에 공급하는 부품 가격을 담합한 해외 업체들이 적발돼 과징금을 물게 됐다.

공정거래위원회는 최근 독일계 부품 업체인 세플러코리아와 일본의 제이텍트가 차량용 베어링 납품가격을 담합한 사실이 드러나 시정명령을 내리고 과징금 75억원을 부과했다고 밝혔다.

공정위에 따르면 두 업체는 2001년 5월부터 2008년 6월까지 7년 여간 가격 경쟁을 피할 목적으로 고가 부품인 '더블테이퍼롤러베어링(double tapered roller bearing)'의 납품가격을 맞추기

로 합의한 것으로 조사됐다.

여러 개의 롤러를 배치해 만드는 이 부품은 자동차 자동변속기에 사용된다.

제이텍트에 해당 부품을 주문해 단독으로 납품받던 현대·기아차와 현대파워텍은 2001년 초 비용과 환율리스크를 줄이기 위해 세플러코리아에서 국산품을 병행구매하기로 결정했다.

이에 세플러코리아와 제이텍트는 사전합의를 통해 매년 서로 가격안을 교환하는 방법으로 가격수준을 최대한 높게 유지한 것으로 조사됐다.

또 생산량을 조절해 점유율을 50대 50 수준으로 맞추기로 한 것으로 확인됐다. 제조·판매원가를 기준으로 통상 베어링 제품의 이익률은 40% 선이지만, 두 업체는 이 같은 잠자미를 통해 70% 이상의 수익을 거둔 것으로 공정위는 추산했다.

공정위는 제이텍트가 양사간 비밀 합의 후 일본 본사에 보고한 문건을 확보해 담합 사실을 밝혀냈다. 공정위는 과징금으로 세플러코리아에 약 55억원, 제이텍트에 20억원을 물렸다. 아울러 담합과 정보교환 행위를 중단하도록 명령했다.

공정위는 작년 11월에도 시판용·철

강설비용·소형직납용 베어링의 가격과 물량을 담합한 일본·독일계 등의 베어링 업체들에 과징금 778억원을 부과한 바 있다.

공정위 김대영 국제카르텔과장은 "베어링 시장은 전 세계적으로 독과점 상태이고, 자동차 엔진에 쓰이는 고품질 베어링을 만드는 토종 기업이 없어 수입의존도가 매우 높다"고 설명했다.

그는 "더블테이퍼롤러베어링 부품과 관련한 담합으로는 세계에서 첫 제재 사례"라며 "국내 베어링산업 전반의 경쟁이 촉진되는 효과가 있을 것으로 기대한다"고 말했다.

연합뉴스

24면 발행·호남 최대부수 **광주일보 062-222-8111**

여수 '방풍웰겅' 효자관광상품 인기

다양한 연령층 입맛 사로잡아 출시후 주문 폭주

1000만 관광객도 여수시의 특산물 '방풍<사진>'을 활용한 관광상품이 출시됐다.

여수특산물명품화사업단은 최근 급증하고 있는 관광객들을 위해 천연의 향과 맛을 갖춘 맞춤형 '여수방풍웰겅'을 선보였다. 여수방풍웰겅은 지역 대표 특산물인 '금오도 방풍'을 수제 고급 양갱에 접목시킨 제품으로, 출시후 주문이 폭주할 정도로 지역의 새로운 효자 관광상품으로 떠오르고 있다.

'방풍'은 옛부터 풍을 막는데 사용해 온 여수지역 토종 약초로 최근 찜채소로도 인기를 끌고 있는 웰빙상품이다. 특히, 다도해 청정 해풍을 맞고 자란 여수 방풍은 전국적으로도 큰 인기를 끌고 있다. 그동안 전국 방풍 재배면적의 83%를 차지하고 있는 여수방풍이 주로 생방풍 위주로 생산·소비에 그치는 실질적

인 한계를 보여 왔다는 지적이 많았다. 그러나 이번 방풍사업단의 획기적인 '방풍웰겅'의 출시됨에 따라 다양한 방풍 활용 제품개발이 잇따를 것으로 기대되고 있다.

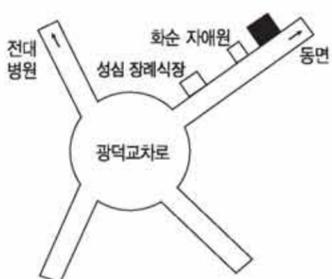
방풍사업단은 앞으로 건강기능성을 강조한 '방풍'과 수제풍의 고급 양갱을 접목, 고령 연령층의 입맛을 사로잡겠다는 전략이다. 무엇보다 다양한 제품 개발과 마케팅 활성화로 지역 특산물의 부가가치를 높이고, 농가 소득 창출에도 기여할 전망이다.

한편, '여수방풍웰겅'은 여수엑스포역 특산물매장, 케이불가 자산공원 정류장, 금오도 로컬푸드 직매장 등 지역 주요 관광지에서 곧바로 구입할 수 있다. 방풍제품 관련 문의는 사업단(070-8624-8700)으로 하면 된다.

김창희기자 chkim@kwangju.co.kr

"전원" 주택지

- 화순군(읍) 다지리 산 12-7번지
- 임야 328평
- 20필지중 1필지
- 광덕교차로에서 5분거리
- 기반시설 조성중(화순군청) 2015년 10월 완공 예정
- 매매가 - 1억 3120만원(평당 40만원) 분할매매 가능



주인직매 H. 010-3605-5000 (공동중개 환영합니다)

월산동, 광전파크 빌라 매매

- 광주 월산동 110-18번지
- 5층 중 5층 20평
- 전망좋은, 2013년 신축
- 방 2, 화장실 1, 거실, 베란다
- 내부깨끗, 즉시 입주
- 신우 APT 105동 옆
- 감정/시세 - 1억 2천만원 정도
- 매매 - 1억(대출 7천만원 가능)

- 광주 월산동 110-18번지
- 5층 중 2층 34평
- 정남향, 2013년 신축
- 방 3, 화장실 2, 거실
- 첫 입주
- 신우 APT 105동 옆
- 감정/시세 - 2억원 정도
- 매매 - 1억 7400만원(용 1억 1천만원 포함)



문의. 010-3605-5000 (공동중개 환영합니다)

경매투자

- ▶ 특수비법 배우실 분 교육비 / 임장활동비 사무실 사용료 등 2200만원
- ▶ 단독 / 공동투자 하실 분 자본금 - 1억원 이상 수익률 - 연 20% 이상

(주) 오천경매 H.P 010-3605-5000

경매 직전 부동산 매입/해결합니다.