

온라인 유통 친환경인증품 ‘촘촘한’ 관리로 소비자 신뢰 높인다!

- 대형플랫폼에서 SNS까지, 플랫폼별 통신판매 점검 체계 구축

국립농산물품질관리원(원장 김철, 이하 ‘농관원’)은 온라인에서 유통되는 친환경인증품*을 소비자가 안심하고 구매할 수 있도록 통신판매업체 관리를 강화한다고 밝혔다.

* 「친환경농어업법」의 인증기준을 준수하여 생산·제조·취급된 유기농산물, 유기축산물, 유기양봉 제품, 유기가공식품, 무농약농산물 및 무농약원료가공식품

최근 친환경인증품의 유통경로가 다양해지면서 통신판매를 통한 유통이 확대되고 있는 추세이다. 이에 따라 농관원은 올해 통신판매업체 관리 체계를 전면 개편하였다. 통신판매업체의 유통 유형을 구분하고, 실제 유통량에 따라 관리 체계를 다양화하여 전체 친환경인증품을 촘촘히 관리할 예정이다.

먼저, 통신판매 유통량의 70%를 차지하고 있는 네이버, 쿠팡, G마켓, SSG, 옥션, 11번가 등 대형 플랫폼에 입점해있는 통신판매업체를 연중 관리한다. 대형 플랫폼별로 매월 집중 관리기간을 설정하고 로봇자동검색(RPA) 기법과 함께 농관원 단속 요원 150여 명이 직접 검색하여 위반 가능성이 있는 제품을 점검한다.

둘째, 통신판매 유통량이 다음으로 많은 친환경 전문몰과 지자체 운영 쇼핑몰 입점업체에 대한 관리도 강화한다. 대형플랫폼을 포함하여 이들 통신판매업체에서 판매되는 친환경인증품을 대상으로 잔류농약 등 유해물질 분석을 기존 1,600점에서 1,750점으로 확대한다.

마지막으로, 최근 거래가 급증하는 SNS, 카페, 밴드 등에 대해 생산자와 소비자가 직접 참여하는 감시 체계를 새롭게 운영할 예정이다. 농관원은 [친환경농산물자조금관리위원회](#), 녹색소비자연대와 협업하여, 표시·광고 위반 가능성이 있는 업체에 대해서는 개선토록 유도할 예정이다.

또한, 농관원은 대도시에 부정유통신고를 적극 대응할 수 있는 전담 단속반 11개반 22명을 운용하고 있으며, 통신판매업체의 추적성을 강화하기 위해 청년인턴 등을 적극 채용하여 일자리 창출의 기회로 제공할 예정이다.

농관원 김철 원장은 “이번 통신판매업체 관리 강화를 통해 온라인 상에 유통되는 친환경인증품을 소비자가 더욱 안심하고 구매할 수 있는 계기가 되기를 바란다”고 말했다. 아울러, “생산자단체와 소비자단체가 직접 참여하는 감시 체계가 잘 정착될 수 있도록 노력하겠다”고 밝히며, “통신판매업체도 온라인상에 제품 정보를 정확하게 표시해 줄 것”을 당부하였다.

1. 친환경인증품 유통 통신판매업체 관리 방안
2. 통신판매 친환경인증품 표시·광고 오류 유형
3. 친환경인증 도형(마크) 및 무항생제 인증 도형(마크)

담당 부서	국립농산물품질관리원 인증관리과	책임자	과 장	김민욱 (054-429-4171)
		담당자	연구관	한국탁 (054-429-4175)

붙임1 친환경인증품 유통 통신판매업체 관리 방안

1 통신판매 운영 형태별 점검 체계

대상업체	추진방법	점검주기	주관	
대형 6대 플랫폼	네이버	○ 자동검색 추출 (RPA 활용)	격월(연6회)	지원·사무소
	쿠팡·G마켓·SSG·옥션·11번가 등	○ 직접 검색	농산물 주 출하기 (4회, 설·추석, 5월·10월)	
		○ 직접 검색	월1회(상시)	농관원 (명예감시원)
중소형 플랫폼	중소형 및 기타 플랫폼 등	○ 직접 구매 후 유해물질 분석	연중(4~11월)	농관원 (검정기관 위탁)
기타	SNS·카페·밴드·쇼핑몰 등	○ 직접 검색 (민관 협업)	연중(6~9월)	민간 협업 (소비자생산자)
	공공기관 운영 쇼핑몰	○ 직접 검색	연중(4~10월)	농관원 (청년인턴·기간제)

2 민간 자율 개선을 유도하기 위해 민·관 협업 추진

- (민관협업) 생산자·소비자단체 주관 감시단 운영(자조금관리위원회 등)
 - * 감시단에서 위반 개연성이 있는 목록을 제공, 농관원에서 인증 여부 및 적정성 확인
- (자율관리 체계) 통신판매협회에 광고·표시 방법 등을 교육하고, 협회는 회원사 대상 자율 관리토록 유도

3 통신판매업체 관리 전담 인력 육성 운용

- 시도별 부정유통신고 대응 전문 단속반 구성·운영(11개반 22명)
- 청년인턴 등 정책 사업 연계, 상시 모니터링 조사 및 올바른 표시 방법 안내 전문 인력 운용(기간제, 청년인턴, 명예감시원 등)

붙임2 통신판매 친환경인증품 표시·광고 오류 유형

(1) 불명확한 광고

친환경인증을 받은 것처럼 첫 화면에 “유기농”, “무농약”, “유기 가공식품”으로 표시하고, 추가 정보를 확인할 수 없음.

- * 실제 제품 사진의 포장재 등에 “유기농” 문구 및 도형 등 표시 없음.

(2) 인증기간 만료된 제품 광고

실제 제품은 인증이 만료되었으나, 광고에서 인증품으로 광고

- * 유효기간이 종료된 과거 인증서를 게시

(3) 제품의 상세 설명에 인증을 받은 것처럼 표현

제품의 기본정보 또는 상세 설명에 농산물의 생산과정을 설명하면서 인증을 받은 것처럼 설명

- * 제품 설명란에 ‘유기인증 관리를 받으며 자란 농산물’으로 표현

(4) 인증받은 종류와 다르게 인증을 표현

“무농약” 또는 “GAP” 인증을 받고 “유기농인증”으로 표현

- * 실제 “GAP”인증만 취득하고 “무농약” 또는 “유기농”으로 표현하고, 도형을 광고에 게재

(5) 지자체(도지사) 인증을 받고 친환경인증을 받은 것처럼 홍보

- * “OO지역 특산품 인증”, “도지사 인증”, “로컬푸드 인증”을 받고, 제품명 또는 설명에 “무농약” 또는 “유기농”으로 표현

(6) HACCP인증을 받고 친환경인증을 받은 것처럼 홍보

- * “HACCP 인증”을 받고, 제품명 또는 설명에 “무농약” 또는 “유기농”으로 표현

붙임3 친환경인증 도형(마크) 및 무항생제 인증 도형(마크)

친환경인증						무항생제인증