

서울시 푸드뱅크마켓 이용 활성화 방안 토론회

1998년부터 시작된

서울시 푸드뱅크마켓 사업의 현주소와

변화하는 복지환경에 따라 법과 제도, 인프라 및

운영의 개선 등을 주제로 이용 활성화 방안에 대한

바람직한 방향성을 함께 모색하고자 합니다.

2022. 04. 28.(목) 14:00 ~ 16:00

서울특별시의회 제2대회의실(서소문청사 2동 2층)

YouTube에서

“서울특별시의회 토론회 공청회 생중계”



를 검색하세요.

주 최  서울특별시의회

주 관 서울특별시의회 보건복지위원회

개 회 사 김화숙 부위원장

좌 장 박미현 국제사이버대학교 사회복지학과 교수

발 제 자 김준혁 서울잇다푸드뱅크센터 센터장

토 론 자 김중배 (사)희망디딤돌 대표

오문준 서울시 복지재단 연구위원

이상봉 경기광역푸드뱅크센터 부장

채귀남 성동희망푸드나눔센터 센터장

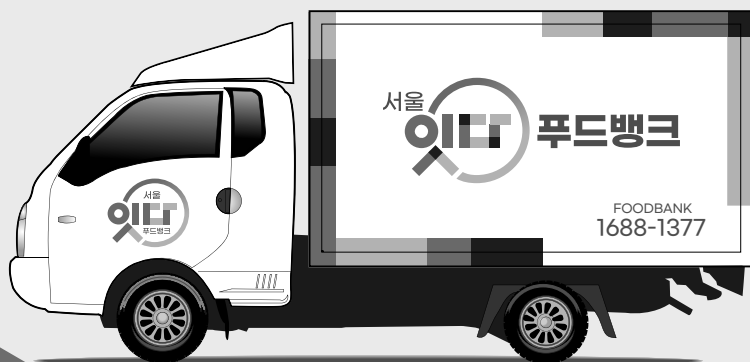
안현민 서울시 지역돌봄복지과 과장



서울시 푸드뱅크마켓 이용 활성화 방안 토론회

2022. 04. 28.(목) 14:00 ~ 16:00

서울특별시의회 제2대회의실 (서소문청사 2동 2층)



주최  서울특별시의회

주관 서울특별시의회 보건복지위원회

목 차

I 개회사·환영사·축사 5

1. 개회사 - 김 화 숙 (서울특별시의회 보건복지위원회 부위원장) 7
2. 환영사 - 김 인 호 (서울특별시의회 의장) 9
3. 축사 1 - 오 세 훈 (서울특별시장) 10
4. 축사 2 - 이 영 실 (서울특별시의회 보건복지위원회 위원장) 11

II 발제문 13

서울시 푸드뱅크·마켓 이용 활성화 방안 토론회
- 김 준 혁 (서울잇다푸드뱅크 센터장)

III 토론문 27

토론 1

천만 시민의 마음을 잇는 따뜻하고 든든한 사회안전망으로 거듭나기
푸드뱅크마켓 발전방안을 통해 이용 활성화 도모
- 안 현 민 (서울특별시 지역돌봄복지과 과장) 29

토론 2

서울시 푸드뱅크·마켓 이용 활성화를 위한 법·제도적 개선 방향
- 박 미 현 (국제사이버대학교 교수) 37

토론 3

푸드뱅크·마켓 운영 활성화 방안 모색

- 김 중 배 (사단법인 희망디딤돌 대표이사) 45

토론 4

서울잇다푸드뱅크·마켓 활성화를 위한 포지셔닝 개선과제

- 오 문 준 (서울시복지재단 연구위원) 53

토론 5

서울시 푸드뱅크 복지서비스 향상을 위한 개선방안

- 이 상 봉 (경기광역푸드뱅크센터 부장) 59

토론 6

서울시 기초 푸드뱅크마켓 현장 의견 수렴을 통한 이용 활성화 방안 제시

- 채 귀 남 (성동희망푸드나눔 센터장) 65

부록

..... 73

01. 푸드뱅크는?

02. 푸드뱅크의 역사

03. 서울시잇다푸드뱅크 운영현황

04. 언론 속의 푸드뱅크

I

개회사·환영사·축사

1. 개회사 - 김화숙 (서울특별시의회 보건복지위원회 부위원장)
2. 환영사 - 김인호 (서울특별시의회 의장)
3. 축사 1 - 오세훈 (서울특별시시장)
4. 축사 2 - 이영실 (서울특별시의회 보건복지위원회 위원장)

1. 개회사



안녕하십니까?

서울특별시의회 보건복지위원회 부위원장 김화숙입니다.

‘서울시 푸드뱅크마켓 이용 활성화 방안 토론회’에
참석해주신 내빈 및 참가자분들과 온라인을 통해 시청하고 계신
시민 여러분께 감사의 인사를 드립니다.

서울잇다푸드뱅크마켓은 1998년 사업을 시작한 이래 20여년이 넘게,
우리 사회의 소외된 이웃들을 찾아 나눔의 가치를 전달하기 위해 개인과 기업 및 단체의
기부 참여를 독려하며 점차 발전해왔습니다.

이러한 노력에도 불구하고 2020년 코로나19의 영향으로 기존 기부기업의 경영 환경
악화로 인해 기부실적은 감소하였으나, 이용자들은 보다 양질의 식품 지원을 요구하고
있는 현실입니다.

또한, 푸드뱅크마켓의 불안정한 접근성으로 인해 거동이 불편하신 어르신과
장애인들의 입장에서는 이용하고 싶어도 못 하는 경우가 있어 온 것도 사실입니다.
이렇게 어려운 상황일수록 푸드뱅크마켓의 역할과 책임은 크다고 할 수 있습니다.

본 의원은 2018년 7월 복지정책실 현안 업무보고를 받던 중,
지금의 광역푸드뱅크센터 이전에 관한 내용을 접하게 되면서부터 본격적인 관심을
가지게 되었습니다.

그 이후에 수십여 차례의 현장 방문 실시와 운영위원으로도 참여하고 있으며,

1. 서울시 푸드뱅크마켓 사업 연구·조사 용역.
2. 서울잇다푸드뱅크마켓 명칭 및 홈페이지 개편, BI 개정 및 홍보 강화 추진.
3. 기부식품 제공사업 운영지원(1동 1푸드마켓 및 온라인 푸드마켓) 등의
예산 확보와 더불어,

2021년 2월에는 “서울특별시 식품 등 기부 활성화에 관한 조례 일부개정 조례안”을 통해 보다 면밀한 계획을 수립하고 체계적인 사업 추진과 함께 푸드뱅크마켓 사업이 한 단계 더 도약할 수 있는 근거를 마련한 바 있습니다.

2021년 9월 제302회 임시회 시정 질문에서는, 지하철 역사 및 지하보도 내 유휴 공간을 활용하여 푸드뱅크마켓 복지서비스의 접근성 향상 방안을 제안한 사실도 있습니다.

과거에는 기부나 나눔의 소통 채널이 주로 대면으로 이루어졌다면, 코로나 사태 이후에는 온라인을 통해 많이 이루어지고 있습니다. 이러한 점에서, 오늘 토론회는 다각도로 빠르게 변화하고 있는 복지환경에 대응하고, 서비스 이용 활성화 방안에 대한 논의를 통해 앞으로 나아가야 할 바람직한 방향성을 함께 모색하고자 개최하게 되었습니다.

사회 각층의 전문가들을 모신 만큼 이번 토론회가 ‘서울있다푸드뱅크마켓’의 발전 방향을 설정하는 데에 있어서 중요한 나침반 역할이 되기를 기대해봅니다.

감사합니다.

2022년 4월 28일

서울특별시의회 보건복지위원회 부위원장 김 화 숙

2. 환영사



여러분 반갑습니다. 서울시의회 의장 김인호입니다.

대내외적으로 많이 분주한 시기에 서울시 푸드뱅크마켓 서비스 활성화를 위해 뜻깊은 토론회를 준비해주신 서울시의회 보건복지위원회 김화숙 부위원장님께 감사드립니다. 또한 주제발표와 토론을 맡아주신 전문가 여러분께도 감사 말씀을 전합니다.

식생활은 생존의 문제이자 기초적인 삶의 질을 유지하는 최소한의 조건입니다. 지난 시간, 서울시의회가 각급 학교와 유치원에 친환경 무상급식을 제공하기 위해 노력을 기울인 것도 이러한 이유에서였습니다. 하지만 제도권 바깥에도 도움이 필요한 계층은 여전히 많고, 복지의 울타리는 때때로 그들을 모두 감싸 안는 데 실패하기도 합니다.

서울잇다푸드뱅크센터는 ‘서울잇다’라는 기관 이름처럼 사람과 사람 사이를 잇는 연결고리가 되어 이러한 공공 지원의 빈틈을 메우는 데 힘쓰고 있습니다. 기업 및 개인 기부자로부터 제공받은 식품과 생활용품을 결식계층에 전달하는 징검다리로서 오랫동안 식생활 취약계층 지원에 앞장서 왔습니다.

하지만 서울잇다 같은 푸드뱅크마켓 서비스가 앞으로도 지속가능한 서비스를 제공하기 위해서는 일정 부분 변화도 필요합니다. 지난 세월의 경험에 더해 시대 변화에 걸맞은 제도 개선이 수반된다면, 보다 깨끗하고 질 좋은 식품을 보다 많은 이웃에게 보다 오랫동안 제공할 수 있는 식품 나눔 사업이 될 수 있을 것입니다. 수요자 입장에서는 좀 더 이용하기 쉬운 서비스, 공급자 입장에서는 인프라가 개선된 서비스가 필요할 텐데, 이와 관련해서 조례 개정 등 입법적인 노력이 필요하다면 거기에 의회의 역할이 있다고 생각합니다.

오늘 이 자리에서 오가는 의견들이 변화의 밑거름이 되기를 바랍니다. 귀한 시간 내주신 여러분 모두에게 다시 한 번 감사드리며, 서울시민의 건강하고 지속가능한 식생활을 위해 서울시의회가 늘 함께 고민하고 실천하겠다고 약속드립니다. 감사합니다.

서울특별시의회 의장 김 인 호

3.

축 사



안녕하십니까. 서울특별시장 오세훈입니다.

만물이 생동하는 희망 가득한 봄날, 어려운 시민들에게 희망을 전하는 푸드뱅크·마켓 사업의 발전을 위한 「서울시 푸드뱅크·마켓 이용 활성화 방안 토론회」 개최를 진심으로 축하드리며, 바쁜 의정활동 중에도 뜻깊은 자리를 마련해주신 서울시의회 보건복지위원회 김화숙 부위원장님과 모든 관계자 여러분께 감사의 말씀을 드립니다.

서울시는 2000년 서울광역푸드뱅크센터 설치를 시작으로 저소득 식품 취약계층을 지원하기 위해 많은 노력을 해왔습니다. 2003년 이용자가 매장에서 원하는 식품을 가져갈 수 있는 푸드마켓 1호점을 처음으로 개소했고, 지금은 25개 자치구에서 37개소의 푸드뱅크·마켓이 운영되고 있습니다. 그동안 지역 내 사회안전망으로서 꾸준히 성장해온 결과, 푸드뱅크·마켓은 시민들에게 희망을 전하는 사회복지 전달체제로 굳건히 자리매김했습니다.

이 모든 것은 코로나19로 인한 어려운 상황 속에서도 최선을 다해주신 푸드뱅크·마켓 종사자 여러분과 지속적인 관심과 격려를 보내주신 서울시의회 보건복지위원회 위원님들 덕분이라고 생각합니다.
이 자리를 빌려 모든 관계자 여러분께 존경과 감사의 인사를 드립니다.

다시 한번, 「서울시 푸드뱅크·마켓 이용 활성화 방안 토론회」 개최를 축하드리며, 푸드뱅크·마켓이 시민에게 더 가깝게 다가가는 공간으로 거듭날 수 있도록 서울시도 함께 노력하겠습니다. 감사합니다.

2022. 4. 28.

서울특별시장 오 세 훈

4. 축 사



안녕하십니까?

서울시의회 보건복지위원장 이영실입니다.

코로나19 이후 경기침체로 취약계층이 증가하고 기부식품 등 제공사업의 중요성이 대두되는 시점에서 「서울시 푸드뱅크·마켓 이용 활성화 방안 토론회」가 열리게 된 것을 매우 뜻깊게 생각합니다.

오늘 토론회는 변화하는 복지환경에 따라 푸드뱅크·마켓 이용을 활성화하여 기부식품 등 제공사업의 내실을 기하기 위해 현재 사업체계의 문제점과 향후 개선 방향을 모색하는 자리입니다.

서울시는 전국 최초로 ‘푸드마켓’을 시범 운영하고 ‘기부식품 물류센터’를 개소하여 기부식품 등 제공사업을 선도적으로 추진하였습니다. 또한 ‘푸드뱅크·마켓 발전방안’을 수립하여 민간자원 발굴·연계를 통해 식품 취약계층 결식 완화 및 삶의 질 향상을 도모하고자 지속적으로 노력하고 있습니다.

서울시의회도 이번 토론회에서 논의된 내용들이 향후 ‘푸드뱅크·마켓 운영’에 적극적으로 반영되어 취약계층에게 다양한 복지서비스를 제공하고 사회안전망을 더욱 강화할 수 있도록 힘을 보태겠습니다.

그런 의미에서 이번 토론회가 향후 ‘푸드뱅크·마켓’의 발전에 의미 있는 자리가 되기를 기대합니다.

끝으로 오늘 귀한 토론회 자리를 마련해 주신 김화숙 의원님과 발제와 토론을 맡아주신 전문가 여러분께 깊이 감사드리며, 이 자리에 계신 모든 분들의 가정에 건강과 행복이 가득하시길 기원합니다. 감사합니다.

서울특별시의회 보건복지위원장 이 영 실

II

발제문

서울시 푸드뱅크·마켓 이용 활성화 방안 토론회
- 김 준 혁 (서울잇다푸드뱅크 센터장)

서울시 푸드뱅크·마켓 이용 활성화 방안 토론회

장소: 서울특별시청 서소문청사2동 2층 대회의실

일시: 2022년 4월 28일 14:00~16:00

주최: 서울특별시의회

주관: 서울특별시의회 보건복지위원회

진행순서

사회자: 최병구 서울잇다푸드뱅크센터 사업운영지원부장

구 분	시 간	내 용
	13:30~14:00(30')	• 회의장 세팅, 방송 송출 확인
1부	14:00~14:03(3')	• 개회 및 식순안내
	14:03~14:04(1')	• 국민의례
	14:04~14:06(2')	• 내빈소개
	14:06~14:11(5')	• 개회사 - 김 화 숙 (서울시의회 보건복지위원회 부위원장)
	14:11~14:20(9')	• 환영사 - 김 인 호 (서울특별시의회 의장) 축사 1 - 오 세 훈 (서울특별시시장) 축사 2 - 이 영 실 (서울특별시의회 보건복지위원회 위원장)
	14:20~14:22(2')	• 패널 소개 (좌장, 발제자, 토론자)
	14:22~14:27(5')	• 기념 촬영
	14:27~14:30(3')	• 토론회 안내 및 참여자 자리이동
2부	14:30~14:40(10')	• 발제자 주제발표 - 김 준 혁 (서울잇다푸드뱅크센터 센터장)
	14:40~15:40(60')	• 지정토론 - 안 현 민 (서울특별시 지역돌봄복지과 과장) - 박 미 현 (국제사이버대학교 사회복지학과 교수) - 김 중 배 (사단법인 희망디딤돌 대표) - 오 문 준 (서울시복지재단 연구위원) - 이 상 봉 (경기광역푸드뱅크센터 부장) - 채 귀 남 (성동희망푸드나눔센터 센터장)
	15:40~16:00(20')	• 질의응답 및 폐회

[주 발제문]

서울시 푸드뱅크·마켓 이용 활성화 방안

김준혁 서울잇다푸드뱅크센터장

1. 푸드뱅크 추진 현황

푸드뱅크는 기부자로부터 식품 및 생활용품¹⁾을 무상으로 기부 받아 푸드뱅크 사업자를 통해 지역사회 취약계층 이용자에게 무료로 제공하는 사회복지 물적 전달 시스템이다.

1967년 미국에서 잉여 식품을 취약계층에게 재분배하는 ‘Second Harvest’라는 구호단체(NGO)로 출발하여 현재는 캐나다, 유럽, 독일, 호주 등 전 세계적으로 확산하여 운영되고 있다.

서울시 푸드뱅크 사업은 1998년부터 시범사업을 시작으로 2003년 푸드마켓 설치 운영, 2006년 「식품 등 기부활성화에 관한 법률」(이하 식품기부법) 제정, 2009년 전국 최초 서울시 기부식품 물류센터 설치, 2013년 서울시 조례 제정 등 많은 변화와 발전을 거듭해 왔다.

특히 식품기부법은 2016년 기부 대상을 식품에서 개인위생에 관한 생활용품까지 확대하였으며, 전국 및 광역푸드뱅크센터 지정 근거, 평가제 도입 등 사업 안정화를 위해 대폭 개정되었다. 2021년 2월에는 서울시 조례 개정(김화숙 의원 대표 발의)을 통해 보조금 지원, 교육·홍보, 서울형 평가, 광역푸드뱅크의 역할 등에 대한 근거를 마련함으로써 보다 면밀한 계획을 수립하고 체계적인 사업을 추진할 수 있게 되었으며, 같은 해 5월 서울시 복지정책실 지역돌봄복지과에서 변화된 복지환경 및 이용자 욕구를 새롭게 반영한 「서울시 푸드뱅크·마켓 발전방안」을 수립·시행 하여 한 단계 도약하는 전기를 마련하였다.

그간 푸드뱅크 사업의 주요 추진경과를 살펴보면 다음과 같다.

- 1998. 1 : 푸드뱅크 시범사업 실시(서울, 부산, 대구, 과천)
- 1998. 6 : 보건복지부 100대 국정과제로 선정 추진
- 2000. 5 : 한국사회복지협의회 전국푸드뱅크 지정(보건복지부)
- 2000. 11 : 서울광역푸드뱅크 담당주체 변경 (은성직업기술원 → 서울시사회복지협의회)
- 2002. 1 : 서울시 푸드뱅크 전담인력 인건비 지원
- 2002. 7 : 기부식품관리시스템(FMS)구축·운영(한국사회복지협의회 전국푸드뱅크)
- 2002. 11 : 26개 기초푸드뱅크 확대운영(노원구 2개소)
- 2003. 1 : 전국 최초 서울푸드마켓 사업 실시(창동역 역사 내, 서울시사회복지협의회 지정)
- 2005. 12 : 지자체 최초 푸드마켓 개소 : 서울시 양천구푸드마켓

1) 「식품 등 기부 활성화에 관한 법률 시행령」 제2조 생활용품의 종류와 범위 : 세제류, 휴지류, 수건류, 기저귀류, 신체 위생용품류, 여성 위생용품류, 청소·환경 위생용품류, 기타 보건복지부 장관이 인정하는 생활용품

- 2006. 2 : 서울시 푸드뱅크 사업 평가 실시(이후 3년 주기 시행)
- 2006. 3 : 식품 등 기부활성화에 관한 법률 제정('3.24 공포, 6.9.25 시행)
- 2009. 1 : 서울시 푸드마켓 25개 전 자치구 확대 운영(서울푸드마켓→도봉푸드마켓 이관)
- 2009. 2 : 전국 최초 기부식품 물류센터 '서울광역푸드뱅크센터' 개소(도봉구 창동)
- 2009. 9 : 기부식품 중앙물류센터 개소(전국푸드뱅크)
- 2017. 2 : 식품 등 기부활성화에 관한 법률 개정(식품 → 생활용품까지 확대 등)
- 2019. 12 : 서울광역푸드뱅크센터 이전 (도봉구 창동 → 성동구 송정동)
- 2021. 3 : 서울특별시 식품 등 기부활성화에 관한 조례 일부개정
- 2021. 5 : 서울시 푸드뱅크 활성화 방안 계획 수립 및 시행

2. 푸드뱅크 이용 활성화를 위한 정책 방향 및 정체성 재확립

○ 우리나라 푸드뱅크 현황

우리나라 푸드뱅크 사업은 전국-광역-기초단위로 구성되며, 보건복지부-광역자치단체-기초자치단체가 예산지원, 지도점검 등의 관리를 담당하고, 사업 수행은 전국은 보건복지부, 광역은 광역자치단체가 지정, 기초는 사회복지법인 등 기초자치단체에 신고한 사업장을 중심으로 운영되고 있다.

<표1> 전국 지역별 푸드뱅크 지역별 운영현황(전국 지원센터 1개소 제외_2021년도 기준)

(단위 : 개소)

구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	계
광역 지원센터	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
기초 푸드뱅크	4	17	12	13	15	9	7	1	72	21	23	18	17	25	21	20	2	297
기초 푸드마켓	30	16	8	14	2	9	2	0	16	1	5	6	8	4	3	4	2	130
계	35	34	21	28	18	19	10	2	89	23	29	25	26	30	25	25	5	444

<표2> 전국 푸드뱅크 운영 주체별 운영현황(2021년도 기준)

(단위 : 개소)

운영 주체	사회복지법인	사단법인	재단법인	종교법인	학교법인	개인	기타 (비영리 민간단체 등)	계
개소	199	59	18	12	2	84	71	445

○ 푸드뱅크 사업의 취지

역사가 오래된 서구의 푸드뱅크에 비해 짧은 시행 기간임에도 불구하고 사업 확산과 조직체계 확대의 성장이 가속화된 요인은 순수 민간주도(NGO)로 운영되고 있는 서구 푸드뱅크와 달리 우리나라는 민·관이 협력하여 지역사회네트워크와 거버넌스에 기반한 물적 전달체계로서 단순 모금사업이 아닌 ①기부자와 이용자를 연결하여 사회적 안전망 기능을 수행하고 ②음식 빈곤 문제와 환경 보호에 적절하게 대응하며, ③사회적 연대 및 지역공동체 형성에 기여하는 취지로 시작되었기 때문이다.

○ 양적 성장 위주의 정책 방향 및 정체성 결여

푸드뱅크 사업은 초기부터 단기적 성과위주의 정책 방향인 ‘기부 실적’을 목표로 설정하여 양적 성장에 주력하면서 이용자에게 대한 효과성, 이를 수행하는 사업자 역량 강화를 위한 관심과 노력, 지역사회를 기반으로 식품 나눔의 연대성 구축 등으로 질적 성장에 대한 수준은 매우 미흡한 실정이다. 대부분의 사업장은 모집액을 확대하고 정부가 규정한 기준에 따라 배분을 수행하는 일에만 집중할 뿐 지역 내 이용자들에게 보다 높은 복지서비스를 제공하기 위한 다양한 프로그램을 개발하고 연계시키는 활동 등에 대한 노력은 미흡하다고 판단된다. 자치단체의 경우도 이용자의 현물 급여 서비스의 질(Quality)과는 무관하게 기부실적 총량 위주로 성과를 우선적으로 요구함으로써 지속가능한 식품 나눔 공동체를 형성하는 유인으로 작동하지 않았다고 판단 할 수 있다.

김흥주, 이현진(2013), “푸드뱅크 사업과 먹거리 연대, 그 가능성과 한계”, 한국 사회 제14집 1호, 31-71에 따르면, 먹거리 연대 기반 차원에서 우리나라 푸드뱅크 사업의 운영 현황 및 사례를 분석하였으며, 본 연구에서 지적된 주요 문제점으로는 이용자의 기부식품 선택 등 이용의 적절성 문제, 지역의 네트워크 및 신뢰 구조가 견고하지 않음, 호혜적인 자원교환, 서비스 통합 가능성이 높지 않다고 지적하였다. 이러한 이유로 지금까지의 푸드뱅크 사업이 지역화 되지 못한 채 양적인 성장 위주로 진행되었기 때문이며, 지역사회의 먹거리 연대로 자리 잡기 위한 새로운 이론적, 정책적 접근이 필요함을 시사하고 있다.

○ 이용 활성화에 대한 실천적 함의

그간 푸드뱅크 사업은 취약계층의 결식 해소를 목표로 전개되어 왔으나 최근에는 ‘삶의 질 향상’이라는 측면에서 이용자에게 대한 ‘영양 불균형 해소’로 접근하고 있다. 미국은 결식아동 및 저소득층 아동의 비만 등 건강 불평등 문제 해결을 위한 ‘건강하고 굶주림 없는 어린이법(Healthy, Hunger-Free Kids Acts: 2010)’을 제정하여 시행하고 있다.

이제는 푸드뱅크 입장에서는 “우리는 누구를 위해 어떠한 역할을 하는가?” 라는 자문과 더불어 푸드뱅크 취지에 입각한 정체성을 재확립할 필요가 있으며, 재정적 지원을 담당하는 지자체의 입장에서는 기존 양적 성과 위주의 정책 방향을 탈피하여 질적 내실화를 위해 지역사회 기반 운영을 위한 정책 방향을 최우선 과제로 삼아 사업을 직접적으로 관여하는 푸드뱅크-지방자치단체가 복지서비스 증진을 최우선으로 한 이용 활성화에 대한 실천적 함의를 끌어내야 할 것이다.

3. 서울시 푸드뱅크 이용 활성화를 위한 문제점

1) 푸드마켓 개인 이용률의 문제

○ 개인보다 시설·단체에 집중, 지역적 불균형 심각

보건복지부 지침 ‘기부식품 등 제공사업안내’에 따르면 푸드뱅크 이용자 선정 시 개인 이용자에게 우선지원을 원칙으로 한다. 서울시의 경우 사업 초기 사회복지시설을 통한 간접 지원 형태로 운영되었으나 2003년 푸드마켓 사업을 시작으로 개인 지원이 점차 확대되었고 최근에는 취약계층 개별 가정의 영양불균형에 초점을 맞추고 삶의 질 향상이라는 보다 상위 개념의 욕구로 논의가 옮겨가고 있는 상황이다.

그러나 2021년 서울시 제공 실적 통계(FMS 기준)를 보면 25개 자치구 시설·단체의 이용 비율이 전체 대비 57.3%로 개인 이용률 42.7%인 개인보다 높은 것으로 나타났다. 특히, 4개 자치구만 개인 이용률이 60~80%대로 나타났고 10개 자치구는 20~30%대로 나타나 개인 이용률과 더불어 이용률에 대한 지역적 불균형 또한 매우 심각한 것으로 나타났다.

<표-3> 2021년 서울시 자치구별 푸드뱅크마켓 이용금액

자치구 이용총액 순위	이용 총액	시설·단체		개인	
		이용금액(원)	비율(%)	이용금액(원)	비율(%)
1	3,463,532,567	2,537,231,983	73.3	926,300,584	26.7
2	3,288,877,498	1,594,591,703	48.5	1,694,285,795	51.5
3	2,344,706,183	1,634,945,485	69.7	709,760,698	30.3
4	2,220,621,886	1,140,571,450	51.4	1,080,050,436	48.6
5	2,143,159,111	1,478,742,969	69.0	664,416,142	31.0
6	2,053,365,432	931,749,519	45.4	1,121,615,913	54.6
7	1,840,194,527	1,380,364,893	75.0	459,829,634	25.0
8	1,786,293,700	964,671,020	54.0	821,622,680	46.0
9	1,585,027,067	1,287,809,543	81.2	297,217,524	18.8
10	1,518,205,690	865,850,511	57.0	652,355,179	43.0
11	1,493,694,154	425,787,842	28.5	1,067,906,312	71.5
12	1,428,589,218	365,646,934	25.6	1,062,942,284	74.4
13	1,346,541,332	554,336,056	41.2	792,205,276	58.8
14	1,341,921,787	871,111,669	64.9	470,810,118	35.1
15	1,332,249,542	1,050,258,004	78.8	281,991,538	21.2
16	1,315,781,370	561,490,902	42.7	754,290,468	57.3
17	1,154,024,986	919,706,022	79.7	234,318,964	20.3
18	1,124,138,482	840,946,549	74.8	283,191,933	25.2

19	1,094,662,646	167,144,756	15.3	927,517,890	84.7
20	1,048,814,589	574,808,713	54.8	474,005,876	45.2
21	960,132,476	490,850,341	51.1	469,282,135	48.9
22	947,837,596	563,640,885	59.5	384,196,711	40.5
23	944,978,689	658,137,975	69.6	286,840,714	30.4
24	777,799,773	390,918,575	50.3	386,881,198	49.7
25	655,440,149	210,622,831	32.1	444,817,318	67.9
총계	39,210,590,450	22,461,937,130	57.3	16,748,653,320	42.7

○ 서울 시내 저소득 가구 대비 이용률, 실 이용률, 재이용률 크게 낮아

서울시 통계에 따르면 기초생활수급, 차상위, 긴급복지 대상 등 서울 시내 저소득 가구 현황은 총 464,392세대이다. 서울 시내 저소득 가구 현황 통계를 푸드뱅크 총 이용 대상으로 규정짓기에는 논거가 다소 부족하나 자치구로부터 이용자가 선정된다는 점, 식품기부법상 이용 대상으로 규정한 저소득층의 명확한 통계 기준이 모호하다는 점을 감안하여 이 통계를 추정·적용하였다.

<표-4> 서울시 저소득 가구 현황

(단위: 가구, '21.9월 말)

계	기초생활수급	서울형 기초	차상위	서울형 긴급복지	국가형 긴급복지
464,392	284,360	4,754	103,859	16,896	54,523

서울시 푸드마켓 이용 가구 통계를 보면 푸드마켓 이용자로 등록된 총 가구 수는 121,808세대이며, 2021년 1월~9월까지 실제 이용 가구는 69,769세대, 실제 이용 누계 가구는 227,163세대로 나타났다.

<표-5> 서울시 푸드마켓 이용 가구 통계(FMS 기준)

(단위: 가구, '21.9월 말)

구분	등록 가구	실제 이용 가구
이용가구수	121,808	69,769 (누계이용 227,163회)

서울시 푸드마켓 실제 이용 가구 수는 69,769세대로 서울시 총 저소득 가구 464,392세대 대비 약 15%에 불과한 것으로 나타났다. 또한, 푸드마켓 등록 가구 121,808세대 대비 실 이용 가구는 69,769세대로 약 52.3%이며, 실제 이용 가구 69,769세대가 월 1회 9개월간 총 9회 이용을 가정 시 총 627,921회로서 실 누계이용 227,163회, 약 36.2%로 푸드마켓 실 이용 가구의 재이용률 역시 매우 낮은 것으로 나타났다.

2) 기부식품 품질에 대한 문제

2019년 서울광역푸드뱅크센터에서 이용자 기부식품선호도 조사 결과 신선식품(과일 야채 등) 39%, 곡류(쌀 등) 33%, 냉동·가공 식품류(통조림, 고추장 등) 16% 순으로 나타나 신선식품의 욕구가 가장 높은 것으로 나타났다. 그러나 현재 푸드뱅크에서 제공하고 있는 기부식품 등의 유형별 통계자료(FMS 기준)를 보면 신선식품의 비율은 7.5~9.4%로서 기대에 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이는 푸드뱅크가 주로 보관과 운송이 용이한 '가공식품'을 취급하여 왔기 때문이며, 사업소별 전담 인력 부족으로 인한 소극적인 모집 활동과 기업이나 기부자의 제공하는 기부 물품에 맞춰 배분처를 찾는 방식으로 운영되어 왔기 때문으로 사료된다.

<표-6> 연도별 기부식품 등 유형별 배분 통계

구분	실적 비율	주·부식, 가공식품	신선 식품	일상 용품	가정 용품	문화 용품	내구 소비재	의류 패션 잡화	기타 상품
2019년	50,852	31,105	4,406	5,180	3,128	490	102	5,934	507
	100%	61.1	8.7	10.2	6.1	1.0	0.2	11.7	1.0
2020년	39,186	23,968	3,670	5,347	1,448	148	55	4,198	352
	100%	61.1	9.4	13.6	3.8	0.4	0.1	10.7	0.9
2021년	43,640	26,786	3,248	6,288	2,224	403	50	3,588	1,053
	100%	61.4	7.5	14.4	5.1	0.9	0.1	8.2	2.4

또한, 2021년 서울광역푸드뱅크에서 조사한 기부 물품 세부 품목의 선호도 조사에서는 쌀과 라면류 등의 부식류가 26.1%로 1순위로 나타났으며 장류 25.2%, 양념류 12.6% 등이 그 뒤를 이었다. 쌀의 경우 국내 자급률이 약 98%이며, 해마다 소비가 줄어들어 비축미가 증가하고 있어 가공식품의 식재료로 활용하는 방안이 논의되고 있는 반면, 서울시 푸드뱅크 기부 총량 대비 쌀의 기부량은 2%에도 못 미치는 것으로 나타났다.

3) 이용자에 대한 편의성 문제

최근 코로나19로 인해 많은 푸드뱅크 사업장의 운영이 일시적으로 중단되면서 사회안전망으로서의 역할을 충분히 수행하지 못하였다. 특히 무료 집단급식소의 운영 중단에 따른 결식위기의 취약계층이 급증하여 푸드마켓의 역할 및 유지가 요구되었음에도 불구하고 대부분의 사업장의 운영이 일시적으로 중단되었으며 자치구별 대응 방식 또한 상이하였다. 일부 사업소에서는 식품 등이 담긴 키트박스를 제작하여 배송서비스를 진행하였고, 일시적으로 자격 검증 절차를 거치지 않고 누구나 이용할 수 있도록 한 영등포구의 '0원 마켓', 성동구의 '든든 한 끼 누리소(所)', 동대문구의 '바로드림코너'가

운영되었지만 대부분의 사업소는 수동적인 대처를 보였다.

2021년도 서울시 지역돌봄복지과에서 수립된 ‘서울시 푸드뱅크마켓 활성화 방안’의 이용자 환경분석에 따르면 푸드마켓 이용자의 81%가 65세 이상의 노인으로 집중되어 자치구별 1~2개소로 운영·설치된 푸드마켓 방문에 어려움을 호소하고 있다. 또한 이용자가 필요한 물품이 해당 푸드마켓에 보유하고 있는지 확인하기 위해서는 방문 또는 전화 시에만 가능하여 불편함을 호소하였으며, 일부 이용자의 경우 주변 시선으로 낙인감 또는 자존감의 문제로 이용을 꺼리는 것으로 나타났다.

4. 서울시 푸드뱅크 이용 활성화를 위한 방안

1) 이용자 차원의 서비스 개선 방안

○ 신선식품 기부 확대

결식 해소에서 영양식품 섭취의 불평등 문제를 해소하기 위한 영양지원 사업으로 범위를 확대할 필요가 있다. 이용자의 신선식품 욕구가 가장 큰 반면, 신선식품 기부 비율은 전체 대비 9%대로 매우 미흡한 실정이다. 안정적인 자원 확보를 위해 국내 가장 큰 규모의 소비 도시로서 서울시와 서울광역푸드뱅크가 적극적으로 나서서 영농법인, 농수산식품공사, 농수산물 도매법인 등의 잠재적 기부업체를 발굴·협약 등을 추진하는 것이 필요하며, 도농상생을 기반으로 한 직거래장터 나눔 캠페인 등을 실시하여 영양 불균형에 대한 사회적 연대감을 조성할 필요가 있다.

또한 농수산물 과잉 생산 시 적정 시장가격 유지를 위해 정부가 일정량을 수매하여 이를 푸드뱅크에 기부하는 제도를 마련하여 농가소득 유지와 사회안전망 기능이 강화되는 일거양득의 효과를 기대할 수 있다. 이러한 농산물 정부 기부제도는 해외에서도 사례가 있다. 미국의 경우 정부 기부제도에 관한 법을 제정하여 비축미(국방부) 등을 푸드뱅크 전체 기부량의 약 20%를 정기적으로 기부하고 있으며, 유럽연합 및 프랑스 정부에서는 육류 및 농산물의 적정시장가격 유지와 과잉 공급을 막기 위해, 과잉 생산된 육류, 농산물 등을 구입하여 푸드뱅크에 기부하고 있다. 유럽연합의 저소득층 식량 지원프로그램(Programme Européen d'Aide alimentaire aux plus démunis)으로, 기부 및 배분에 필요한 비용도 유럽연합 및 프랑스 정부에서 부담하고 있다.

○ 사회적 재난 위기 시 선제 대응체계 마련

사회적 재난 위기 시 재난으로 인한 실직, 질병 등으로 생계 위협을 받는 자 등 상대적으로 취약한 저소득 가정에 대해 최 일선에서의 푸드마켓 역할을 강화할 필요가 있다.

앞서 언급하였던 바와 같이 영등포구 '0원마켓', 성동구 '든든 한 끼 누리소(所)', 동대문구 '바로드림코너' 등이 대표적 모범적 사례라 할 수 있으며 재난 운영매뉴얼 통해 재난 위기 시 전 푸드마켓이 선지원 후 등록 시스템을 작동시켜 서울시 모든 사업장이 신속하고 적극적인 지원체계로 전환 할 수 있는 방안을 검토할 수 있다. 또한, 기부식품 등의 키트박스 배송 지원, 무인택배함 운영 등과 같은 등 비대면 지원 서비스에 대한 대책 마련과 긴급재난 상황에 대비한 신속한 기부자원 확보를 위해 후원기업과 사전협약 등을 통해 재난유형별 필요 물품을 긴급 확보 할 방안도 고려할 필요가 있다.

○ 이용 접근성 강화

푸드마켓 원거리 거주자, 거동이 불편한 어르신, 장애인 등의 경우 푸드마켓 이용을 포기하는 사례가 다수 발행하는데, 이를 개선하기 위해서는 동주민센터, 사회복지시설, 지하철 역사 등 공공장소의 유휴공간을 활용한 미니마켓 운영으로 접근성 강화 방안을 고려해 볼 수 있다. 특히 ‘찾아가는 동주민센터’와 연계하여 독거노인, 장애인, 기초생활수급자 등에 대한 잠재적 수요를 발굴하고 지역사회 내 복지 전달체계와 공공일자리 사업을 연계한 기부 물품 배달서비스 등의 협업을 검토할 필요가 있다.

또한 최근 스마트폰 보급이 확산됨에 따라 애플리케이션이나 반응형 웹 구축을 통해 이용자가 온라인상 푸드마켓 물품 리스트를 확인이 가능하며, 푸드마켓 방문 시 이용카드 대신 스마트폰으로 신원 확인 및 이용내역을 제공받을 수 있는 ‘온라인 푸드마켓’ 구축을 검토할 필요가 있다. 추가 기능으로 온라인상 손쉬운 기부를 통해 기부자와 이용자를 연결해주는 기능, 사회복지시설·단체 간 기부 물품 물적 교류 등의 기능을 탑재하는 방식도 고려해 볼 수 있다.

2) 서비스 공급자 차원의 인프라 개선방안

○ 식품기부법 및 등 제도개선

앞서 언급한 푸드뱅크의 문제점을 해결하여 사회안전망 기능을 수행하고 그 입지를 확고히 하기 위해서는 이에 맞는 법적 제도 개선이 필요하다. 푸드뱅크 사업의 관계 법령은 식품기부법으로 2006년 입법 당시 성공회 푸드뱅크, 조계종 사회복지재단, 서울YMCA 등의 먹거리 나누기 운동협의회와 같이 이미 민간영역에서 운영되고 있는 단체의 자율성을 보장하기 위해 진입장벽이 낮은 ‘신고제’가 적용되었다. 사회복지사업법 제2조와 법제처의 해석(법제처 17-0248, 2017.6.26.)에 의해 사회복지시설로 해석되었으나, 보건복지부(사회복지시설안내 지침) 입장에서는 신고 사업소로서 사회복지시설의 지위를 인정할 경우 예산요구에 대한 부담 및 조세 혜택 지위의 악용사례 등의 이유로 푸드뱅크 사업을 시설로써 인정하지 않고 있다. 이는 결국 지방자치단체의 위·수탁 방식으로 비교적 안정적 운영 중인 서울시 푸드뱅크 사업의 재정적 지원과 푸드뱅크 지위의 한계성을 나타내고 있다.

따라서 식품기부법상 신고 기준을 상향 조정하여 인증제, 허가제, 지정제 등의 전환을 검토할 필요가 있으며 기부 및 이용규모, 운영 능력 및 역할 등에 따라 인력 및 시설·장비 등의 보유 기준을 구체화하는 근거를 마련할 필요가 있다.

○ 종사자 처우 개선

그동안의 푸드뱅크 사업은 기부식품 등 모집 및 이용 규모를 확대하는 단기적 성과에 치중하면서 양적 확대를 이룬 것에 비해 종사자 처우는 다소 미흡하다.

처우 문제는 종사자의 급여, 근로환경, 복리후생제도 등 다각적인 논의가 필요하지만, 종사자의 입장에서 가장 이슈가 되는 점은 급수 및 급여의 문제이다

서울시는 ‘사회복지사 등의 처우 및 지위 향상을 위한 법률 제3조’에 근거하여 ‘서울시 사회복지사 등의 처우 및 지위 향상에 관한 조례’를 제정하고 매해 사회복지시설 인건비 가이드라인을 적용하고 있다. 푸드뱅크 또한 이 기준을 준용하여 2013년부터 단계적으로 처우를 개선해 왔다.

표7<서울시 기초푸드뱅크 종사자 처우개선 내용

단일임금제, 7호봉 상환('13년~'16년) → 사회복지시설 종사자 인건비 6급 기준, 선임수장 5만원 신설, 호봉 상환조정(31호봉 상환)('17년) → 5급으로 변경, 선임수장 10만원('18년) → 호봉지원기준 변경(호봉승급 단계적 적용 폐지하고 사회복지시설 종사자 경력인정 준용, '22년)

사회복지사 자격증을 소지할 경우 기본적으로 5급을 적용받고 있으나 사업장을 책임지고 있는 센터장(소장, 점장 등)에게는 같은 5급에 선임수당 월 10만원을 추가로 지급하고 있다. 일부 기초푸드뱅크의 경우 자치구의 재정 여건을 고려한 추가 지원으로 책임자(센터장 등) 3급, 선임(팀장, 대리 등)에게는 4급, 일반직원에게는 5급을 적용하는 사례도 있다. 경기도는 인건비에 '처우 개선비' 항목을 추가하여 부족한 인건비를 보충하고 있다.

처우 문제는 종사자들이 지속해서 해결을 요청해 왔다. 경제적 양극화와 물가 상승으로 취약계층 지원을 위한 사회적 요구와 기대는 높아지고 있으나, 사회복지시설로서 지위를 인정받지 못해 발생하는 처우 문제는 사기 저하, 높은 이직률로 인한 전문성 결여 등 푸드뱅크의 질적 성장에 걸림돌이 될 것으로 예상된다. 따라서 인건비 현실화를 위해 **사회복지시설 종사자 가이드라인 준용으로 그칠 것이 아니라 푸드뱅크가 사회에 기여하고 있는 적정 수준의 독립적 인건비 가이드라인을 마련해야 할 것이다.** 또한 자치구별 이용 규모 및 서비스 질에 따른 편차가 크게 나타나고 있다. 이를 해결하기 위한 방안으로 이용 규모별, 서비스 질적 수준의 인건비 총액을 측정해 사업장별 지원 수준을 결정하는 제도도 서울시 차원에서 검토해볼 필요가 있다.

III

토론문

토론 1

- 천만 시민의 마음을 잇는 따뜻하고 든든한 사회안전망으로 거듭나기
푸드뱅크마켓 발전방안을 통해 이용 활성화 도모
- 안 현 민 (서울특별시 지역돌봄복지과 과장)

토론 2

- 서울시 푸드뱅크·마켓 이용 활성화를 위한 법·제도적 개선 방향
- 박 미 현 (국제사이버대학교 사회복지학과 교수)

토론 3

- 푸드뱅크·마켓 운영 활성화 방안 모색
- 김 중 배 (사단법인 희망디딤돌 대표)

토론 4

- 서울잇다푸드뱅크·마켓 활성화를 위한 포지셔닝 개선과제
- 오 문 준 (서울시복지재단 연구위원)

토론 5

- 서울시 푸드뱅크 복지서비스 향상을 위한 개선방안
- 이 상 봉 (경기광역푸드뱅크센터 부장)

토론 6

- 서울시 기초 푸드뱅크마켓 현장 의견 수렴을 통한 이용 활성화 방안 제시
- 채 귀 남 (성동희망푸드나눔센터 센터장)

토론 1

천만 시민의 마음을 잇는 따뜻하고 든든한 사회안전망으로 거듭나기

- 푸드뱅크마켓 발전방안을 통해 이용 활성화 도모 -

안 현 민 (서울특별시 지역돌봄복지과 과장)

토론

1

천만 시민의 마음을 잇는 따뜻하고 든든한 사회안전망으로 거듭나기

- 푸드뱅크마켓 발전방안을 통해 이용 활성화 도모 -

안 현 민 (서울특별시 지역돌봄복지과 과장)

(들어가며)

기부식품 등 제공 사업은 식품 및 생활용품의 기부를 활성화하고, 기부된 식품 등을 생활이 어려운 자에게 지원함으로써 사회복지증진 및 사회공동체 문화 확산에 이바지하는 것을 목적으로 하고 있다.

오늘 이 토론회가 위에 열거한 사업의 목적을 다시 한 번 명확히 되새기고 사업 활성화를 위해 각자의 자리에서 새로운 다짐을 이끌어 내는 의미 있는 시간이 될 것을 기대하며, 서울시 기부식품 등 제공 사업 추진 경과 및 이용 활성화를 위한 정책 방향을 간략히 정리하고자 한다.

(기부식품 등 제공 사업 운영 지원)

1998년 보건복지부의 푸드뱅크 시범사업을 시작으로 2000년 서울광역푸드뱅크가 설치되면서 서울시는 본격적으로 기부식품 등 제공 사업을 추진하게 되었다. 2005년에는 국고지원이 끊기고 지방이양 사업으로 완전히 전환되었으며, 2006년 ‘식품기부 활성화에 관한 법률’이 제정되면서 정부주도형 푸드뱅크사업으로 전국적으로 확산되기 시작했다.

사업 추진계획을 중앙·지방정부에서 수립하고 재정을 지원하는 정부주도형 사업으로 추진한 데에는 푸드뱅크사업이 지역통합의 효과를 기대할 수 있을 뿐만 아니라 사회복지 지원체계로 중요한 역할을 할 것이라는 기대감 때문이었을 것이다.

이에 서울수도 사업 추진 20여 년간 점진적으로 예산을 확대해 왔으며, 지역주민들에게 보다 만족스러운 서비스를 제공하기 위해 푸드마켓 확대, 민간자원 협력 발굴 등을 위해 노력해왔다. 이러한 노력의 결과로 현재 서울광역푸드뱅크센터(시비 100%) 1개소, 기초푸드뱅크·마켓 37개소(시비 50% : 구비 50%)가 운영 중이며, 사업의 안정적인 추진을 위해 인건비 (114명) 및 운영비, 공간 확보, 설비 및 차량 지원, 기능보강 등 매년 일정 규모의 예산을 편성하여 기부식품 등 제공 사업을 지원·장려하는데 힘쓰고 있다.

- (사업 규모 확대) 서울광역푸드뱅크 1개소('00, 최초) → 기초푸드마켓 설치('03, 최초) → 전 자치구 푸드마켓 설치 25개소('08) → 푸드뱅크·마켓 37개소('20)
- (시·구 예산지원) 공간 마련, 인건비 및 운영비, 기능보강비 등(최근 3년)
- 4,043,065천원('19) → 6,124,444천원('20) → 6,672,688천원('21)
- (각 주체별 역할)

구 분	역 할
서울시·자치구	○ 2022년 사업계획 승인 및 사업 추진 총괄 ○ 인건비 및 사업비 보조금 분기별 교부 및 정산 ○ 시장 표창, 사업 홍보(보도자료) 등 행정 지원 ○ 운영법인에 대한 지도점검, 민간 위탁 방침 등 배포 및 적용
서울잇다(광역) 푸드뱅크센터	○ 대형 제조업체 및 소매업체, 전국푸드뱅크로부터 식품 등 모금 확보 ○ 기초마켓, 사회복지시설 수요에 맞게 물품 배분, 긴급위기가정 꾸러미 배분 ○ 사업홍보 - 행사, 보도자료, 홍보 서포터즈 운영 및 센터 SNS 활용 등
기초잇다 푸드뱅크·마켓	○ 지역 내 소규모 제조업체, 소매업체, 광역푸드뱅크로부터 물품 확보 ○ 지역 내 시스템을 통해 개인 및 관내 소규모 시설에 물품 배분 ○ 사업홍보 - 자치구 소식지 및 기관 홈페이지, 관내 기업 및 가게 홍보지 배부 등

(사업 추진 성과와 한계)

민간 위탁기관의 사업 실천의 전문성 발휘, 기부처 발굴을 위한 노력 그리고 시와 자치구의 행·재정적 지원 등으로 복지관 내 단위 사업으로 시작한 푸드뱅크사업이 지금은 별도의 공간과 인력을 갖춘 명실상부한 지역 복지사업으로 확실히 자리매김하였다.

그동안의 운영 성과를 간단히 열거하면,

첫째, 푸드뱅크·마켓 운영 기반 시설(매장, 차량, 지원 인력 등) 확대 및 기부실적 증가, 이용자가 직접 물건을 선택할 수 있는 마켓형 배분체계 도입

둘째, 민간과 공공, 광역과 기초 간 상호 협력·보완적 역할 수행으로 사업 안정성·지속성 확보로 모금·배분 사업 실행력 제고 및 사회 기여 향상

셋째, 긴급위기가정, 식품 취약계층, 소규모 시설 이용인 등의 결식 해소 등이 있다.

이렇듯 민간 협력을 통해 본 사업의 필요성을 증대시켰고, 푸드마켓 전 자치구 설치 등 서울형 푸드뱅크사업으로 정착시켜 나가는 과정에서 한계도 드러났다.

시대의 변화와 함께 이용자들의 욕구는 점점 다양화되어 공급자 중심의 모금 배분 방식은 이용자들을 만족시키기 어려울 뿐 아니라, 경제위기로 인한 취약계층의 증가 및 지역 내 사회복지기관 간 모금 경쟁으로 인한 모금실적 둔화 등 양적성장만을 목표로 했던 푸드뱅크 정책은 변화를 모색해야만 했다.

이에, 푸드뱅크사업 추진 20년만인 2021년 7월에 변화된 복지환경 및 다양한 주민 욕구를 새롭게 반영하여, 기부식품 등 제공 사업 활성화를 도모하고 사회안전망으로의 역할을 강화하기 위한 ‘푸드뱅크·마켓 발전방안(2021~2025년)’을 수립하였다.

(푸드뱅크·마켓 발전방안)

발전방안의 핵심 목표를 ‘천만 시민이 함께하는 사회안전망으로의 도약’으로 정하고 푸드뱅크마켓의 양적 성장 못지않은 질적 성장을 이루기 위해 모금, 배분, 운영 측면에서의 개선방안을 모색하였다.

- 모금 관련) 기부식품 질 향상, 기부 체계 고도화, 대시민 홍보 강화
- 배분 관련) 배분의 공정·투명성 강화, 지원 대상 확대·이용 편의 증진
- 운영 관련) 운영 효율화·네트워크 강화, 긴급위기 신속 대응 강화

【 주요 개선사항 】

기 존	개 선
▶ 가공(냉동)식품 위주 지원 ▶ 구 단위 운영, 이용자 접근 불편 ▶ 기부 편의 및 투명성 부족 ▶ 대기업 의존, 시민 인지도 낮음 ▶ 긴급 재난 위기 대응 미흡	▶ 신선 식품 등 확대 : 헬시 푸드마켓 ▶ 동단위 확대, 동 중심 : 1동(洞) 1푸드마켓 ▶ 실시간 자원 연계 : 온라인 푸드뱅크·마켓 ▶ 지역 기부 확대, 홍보 강화 : 함께하는 푸드마켓 ▶ 재난 자원 사전 준비 : 준비된 푸드마켓

사업 내용은 지원 식품 품질향상, 운영 기반·배분체계 강화, 기부 나눔 활성화, 재난 위기 대응강화 등으로 4개 정책과제, 14개 세부 사업을 추진하고 있다.

지원 식품 품질향상과 관련하여 ‘헬시 푸드마켓’운영, 식품 건조가공 지원 사업, 정부 구매 농산물 활용사업, 우리 농산물 지원 사업을 추진 중이다.

헬시 푸드마켓 운영사업은 푸드마켓 물품의 50% 이상을 농산물(과일, 채소 등), 수산·축산물 등 신선식품으로 구성하여 이용자의 영양 향상에 기여하는 마켓 운영 사업으로 2개 자치구 푸드뱅크·마켓 시범운영 후 '23년부터 매년 3개소씩 확대할 예정이다.

식품 건조가공 지원 사업은 유통과정에서 품질 저하가 우려되는 과일, 농산물 보관·유통이 용이하도록 기부식품을 건조 가공하는 사업으로 '22년에 건조가공공장 1개소 설치, 시범운영 후 확대 여부 등을 검토할 예정이다.

운영 기반·배분체계 강화와 관련하여 온라인 푸드뱅크·마켓 구축, 1동 1푸드마켓 운영,

푸드뱅크마켓 운영 혁신, 푸드마켓 권역화 사업을 추진하고 있다.

온라인 푸드뱅크·마켓 구축·운영 사업은 이용자 편의 증진 및 기부 접근성·투명성 향상을 위해 온라인상 기부·보관·배분·홍보체계 등이 작동될 수 있도록 반응형 웹 구축·운영하는 사업이다. 이용자 편의를 증진하고 기부 접근성·투명성 강화에 기여할 것으로 기대하고 있다.

1동 1푸드마켓 운영사업은 기부자 접근 용이를 위해 주민센터 등 마을 내 유휴공간에 푸드마켓 간이매장 설치, 지역 밀착형 푸드마켓 모델 구축하는 사업이다.

5개 동 시범운영 평가 후 서울시 전역으로 점진적으로 확대할 예정이다.

기부 나눔 활성화와 관련하여 BI 재정립(브랜드·로고 제작) 사업, 식품 나눔 캠페인 모델 마련, 나눔 상생 재능기부 개발, 1인 청년 가구 식품 지원 사업을 추진하고 있다.

BI 재정립(브랜드·로고 제작) 사업은 서울푸드뱅크·마켓을 상징할 수 있는 브랜드·로고를 마련하는 사업으로 시민 대상 사업 인지도 향상을 위해 '21년 하반기부터 집중적으로 홍보하고 있으며 캠페인 등에 지속 활용하고 있다.

기존(전국 동일)



→
(시민들이 명확하게
인식할 수 있는
식품 나눔 사업
서울 브랜드 제작)

★ 개선(서울시 고유 브랜드)



* 마음을 잇다/끊어지지 않게
계속하다/사람이나 물체가 줄을
이루어 서다/ eat多 등을 의미

범시민 식품 나눔 캠페인 모델 마련 사업은 식품 나눔 캠페인을 정례화하여 적극적인 홍보, 지역 중심 개인·소규모 식품 기부를 확대하는 사업이다. 식품 나눔 봉투 제작 보급 (학교, 교회, 기업, 가게, 관공서, 가가호호), 푸드 드라이브(정해진 날 집 앞 바구니에 놓은 기부식품을 봉사단체가 수거) 등을 활용한다.

재난 위기 대응강화와 관련하여 긴급 나눔마켓 운영, 재난지원·대응 매뉴얼 마련 사업을 추진하고 있다.

긴급나눔마켓 운영은 재난 규모에 맞는 공통된 운영 기준 마련 및 상호 협조 체계를 작동하는 사업으로 위기가구 적극 발굴, 신속한 지원 등 적극적인 위기 지원체계로 전환하여 취약계층 불안감을 방지하고 사회 혼란을 예방하고자 하는 사업이다.

재난지원·대응 매뉴얼 마련 사업은 재난 대응 기부자원 사전에 확보하고, 기존 '재난 대응 행동

매뉴얼(보건복지부)에 사전에 확보해 놓은 재난 자원 규모 및 ‘긴급 나눔마켓 운영 기준’ 등을 추가하여 서울형 위기 대응 지침을 마련할 계획이다.

서울시는 위에 열거한 14개 사업을 2025년까지 추진하면서 푸드뱅크마켓 이용 활성화를 도모할 계획이며, 매년 발전방안 시행계획을 수립하여 보완이나 개선이 필요한 부분에 대해서는 광역 및 기초사업장과 지속적으로 논의하며 신속히 대처할 계획이다.

(종사자 처우개선)

기부식품 등 제공 사업의 성장은 사업 확장 필요성을 현장에서 지속적으로 주장해 온 종사자들 덕분이기도 하다. 그러나 예산편성 등의 어려움으로 인해 종사자 처우를 크게 개선시키지 못했다. 2022년에는 그동안 제대로 인정받지 못한 경력을 서울시 사회복지 시설 종사자 경력인정 기준과 동일한 수준으로 개선하였으나 직위 체계 마련 및 복지 포인트 제공 등의 요구를 해결해 주지 못한 상태이다.

기부식품 등 제공 사업의 질적 성장, 이용 활성화를 위해서는 종사자 처우를 면밀히 살피는 것이 무엇보다 중요하며, 이를 위해 현장과 지속적으로 논의하여 합리적 수준에서의 종사자 처우개선 방안을 마련할 계획이다.

(마무리)

위에 열거한 서울시 기부식품 등 제공 사업 추진 경과와 정책 방향(발전방안)에 대한 설명에서 알 수 있듯이 서울시, 자치구, 운영사업자는 식품 취약계층 지원을 위해 푸드뱅크·마켓 운영 지원체계를 공고히 해야 하는 명확한 소명이 있다.

사업 관련 통계자료를 보면 푸드뱅크마켓이 2013년까지 전국에 423개소가 운영될 정도로 빠르게 증가하였으나, 2021년 기준 445개로 증가세가 다소 둔화한 것으로 보인다.

이는, 급속한 사회변화에 따라 지역 복지서비스(도시락 배달사업, 결식아동 지원 사업, 무료 급식사업 등)가 다양해지면서 푸드뱅크·마켓 사업 수요를 일부 보완하고 있기 때문이기도 하고, 양적성장의 정점이라고 볼 수도 있다.

양적성장이 둔화한 원인이 어디에 있든 지금 질적 성장을 통한 활성화 방안을 논하는 것은 매우 시의적절하다고 판단되며, 본 토론이 실천적 측면에서 큰 도움이 되는 토론, 관계자 모두가 같은 방향을 보고 다 같이 한 발 내딛는 토론, 다시 시작하는 출발선이 되는 토론의 장이 될 수 있기를 기대한다.

아울러, 서울시는 앞으로도 푸드뱅크·마켓이 지역 사회안전망 역할을 잘 수행할 수 있도록 현장과의 소통 및 운영 지원에 최선을 다할 것이다.

토론 2

서울시 푸드뱅크·마켓 이용 활성화를 위한 법·제도적 개선 방향

박 미 현 (국제사이버대학교 교수)

토론
2서울시 푸드뱅크·마켓 이용 활성화를 위한
법·제도적 개선 방향

박 미 현 (국제사이버대학교 교수)

우리나라에서 푸드뱅크 사업의 법적 명칭인 기부식품 등 제공 사업은 2006년에 제정된 「식품기부 활성화에 관한 법률」을 계기로 법적 기반이 마련되었고, 이후 2016년에 개정된 「식품 등 기부활성화에 관한 법률」(약칭: 식품기부법)에 근거하여 추진되고 있다. 또한 이러한 법률에 근거하여 각 지방자치단체는 조례를 제정, 개정하여 해당 자치단체 내 사업을 지원하고 있다. 서울시의 경우는 2013년에 「서울특별시 식품 기부 활성화에 관한 조례」를 제정하였고, 이후 2021년에 「서울특별시 식품등 기부활성화에 관한 조례」로 개정하면서 여러 가지 선도적인 규정들을 담아 서울시 특성에 기반한 기부식품 등 제공사업의 활성화를 도모하고 있다.

조례는 상위법을 지방자치단체의 실정에 맞게 적용하고 실행 주체인 지방자치단체의 의지를 반영함으로써 제도적 기반 구축을 공고하게 하는 기능을 수행할 수 있으므로 상위법만으로는 역부족인 정책적 효과를 보완하는 장점이 있다. 그러나 조례는 일반적으로 법령의 범위 안에서 제정된다는 제한점이 있다.

이런 점에서 근본적으로 상위법인 「식품 등 기부활성화에 관한 법률」이 기부식품 등 제공 사업을 활성화하는 법률로서 효과적으로 기능하는 것이 매우 중요하다. 문제는 식품기부법이 2006년에 처음으로 제정된 이래 현재까지 기본적인 법체계상의 큰 변화가 없어 현재 수행되고 있는 기부식품 등 제공사업의 현실과는 상당한 괴리가 있으며, 그동안 기부 물품 확대라는 양적 성장에만 주력하여 이용자 중심의 서비스 제공을 도모하고 사업을 내실화하는 데는 한계가 많다는 것이다. 이러한 관점에서 본 토론에서는 기부식품 등 제공사업의 이용 활성화를 제약하는 것과 관련된 현행법의 몇 가지 문제점에 초점을 맞추어 법·제도적 개선 방향에 대해 논의하고자 한다.

1. 기부식품 등 제공사업장(기초푸드뱅크·마켓)의 법적 지위와 신고제

우리나라 기부식품 등 제공 사업은 현행법에 근거하여 보건복지부에서 총괄하고 있으며, 각각의 역할과 기능이 부여된 전국기부식품등지원센터(전국푸드뱅크)-광역기부식품등지원센터 (광역푸드뱅크)-기부식품 등 제공사업장(기초푸드뱅크·마켓)의 전국적인 전달체계 망에 의해 이루어지고 있다. 2021년 12월 기준 현재, 전국적으로 사업장은 총 445개소로, 중앙에 전국 기부식품등지원센터 1개소, 광역 단위에는 광역기부식품 등지원센터 17개소, 기초단위에는 기부식품등제공사업장 427개소(기초푸드뱅크 297개소, 기초푸드마켓 130개소)가 운영되고 있다. 보건복지부의 2022년 기부식품 등 제공사업 안내에서는 운영 형태에 따른 역할을 <표 1>과 같이 제시하고 있다.

<표 1> 기부식품 등 제공사업 운영 형태별 역할

운영 형태	역할
전국기부식품등지원센터	- 기부식품 등의 전국적인 모집·관리 및 제공 - 식품 등의 기부를 활성화하기 위한 홍보 - 그 밖의 기부식품 등의 제공과 관련된 부수 사업 - 기부식품등 중앙물류센터 운영 - 기부물품관리시스템(FMS) 운영 - 전국단위 사업 활성화를 위한 네트워크 구축 - 기부식품 이용자 보호를 위한 상해보험 가입 - 종사자 교육 - 전국단위 운영개선 방안 마련 및 실태조사·통계 관리(광역지원센터 연계) - 전국 대표번호 운영: 전국 대표번호(1688-1377) 연중 운영 - 광역지원센터 점검
광역기부식품등지원센터	- 광역 단위 기부식품 등의 모집 및 조정·배분 - 기초푸드뱅크·마켓 사업자 및 종사자에게 식품위생교육, 자살예방교육, 기부물품관리시스템(FMS)교육 등 실시 - 기초푸드뱅크·마켓 운영·관리 지원 - 지방자치단체 및 전국지원센터와의 협력을 통한 홍보 - 사업계획 수립(운영위원회 포함) 및 실적 보고(관할 시·도 및 전국지원센터) - 기부식품등 제공사업장(기초푸드뱅크·마켓) 실태조사 - 광역 및 관할 기부식품 등 제공사업장(기초푸드뱅크·마켓) 통계 관리(전국지원센터 연계) - 기부식품 등 제공사업장(기초푸드뱅크·마켓) 점검
기부식품 등 제공사업장 (기초푸드뱅크·마켓)	- 지역 내 식품 등 나눔 네트워크 구축 및 홍보를 통한 기부식품 등의 모집·관리·배분 - 지자체 보유 정보를 활용하여 기부식품 등 이용자 발굴 - 연도별 사업계획(운영위원회 포함) 및 결과보고, 분기별 사업실적 및 예·결산 보고(지자체의 지원을 받는 경우) - 지역 내 사업 관련 실태조사 및 통계 관리(광역지원센터 연계)

* 출처: 보건복지부, 2022년도 기부식품 등 제공사업

기부식품 등 제공사업의 이용 확대를 위해서는 최일선에서 기부 물품을 이용자에게 전달하는 기초푸드뱅크·마켓의 역할이 매우 중요하다고 할 수 있다. 문제는 현행법에 전국기부식품등지원센터, 광역기부식품등지원센터의 지정에 대한 조항(법 제3조의2)²⁾은 존재하나 기초단위 기부식품 등 제공사업장(기초푸드뱅크·마켓)에 대한 내용은 없다는 것이다. 전국기부식품등지원센터와 광역기부식품 등지원센터에 대한 조항도 2006년에 제정된 「식품기부 활성화에 관한 법률」에는 없었으나, 2016년에 기부사업을 활성화하기 위하여 식품뿐만 아니라 생활용품까지 기부할 수 있도록 기부대상을 확대하고, 기부식품 등의 제공 사업을 효율적으로 추진하기 위하여 "기부식품등지원센터"의 지정과 운영 및 평가 등에 관한 근거를 마련하기 위해 「식품등 기부 활성화에 관한 법률」로 개정하면서 전국푸드뱅크와 광역푸드뱅크는 지정제를 통해 전국 및 광역기부식품등지원센터로서 법적인 지위가 명시된 것이다. 반면에 기초푸드뱅크·마켓에 대한 법적인 명칭은 부여되지 않았기에 여전히 기초푸드뱅크·마켓은 법 제3조³⁾에 따라 임의 신고 또는 당연 신고한 사업자가 운영하는 사업장의 위치에 있는 것이다. 여기서 사업자는 모집한 기부식품 등의 100분의 80 이상을 이용자(사업자가 속하는 기관·단체가 운영하는 사회복지시설의 이용자를 제외)에게 제공하는 자로서 매주 3회 이상, 매주 60명 이상에게 제공하는 요건을 갖춘 자를 말한다(시행령 제2조의2).

기부식품 등 제공 사업이 전국-광역-기초단위로 푸드뱅크조직의 전달체계가 확고하게 구축되어 각 역할을 연계·협력하여 수행하고 있음에도 불구하고 현행법에는 기초단위 푸드뱅크에 대해서는 명확하게 규정하고 있지 않으며, 보건복지부의 기부식품등 제공사업 안내에서 사용되고 있는 명칭인 기부식품 등 제공사업장(기초푸드뱅크·마켓)은 법률에 근거한 명칭이 아니라는 점은 법과 제도상의 커다란 괴리를 보여주는 것이다. 따라서 법률에 기초단위에서의 기부식품을 제공하는 기부식품 등 제공사업장에 대한 구체적인 내용을 담은 조항을 명문화해야 할 것이다.

기초푸드뱅크·마켓에 대한 규정이 법에 명확하게 명시되지 않은 것은 신고제와 관련된 것으로 여겨진다. 현행법에 의하면, 기부식품 등 제공 사업은 민간영역 참여의 활성화를 고려하는 차원에서 사업자의 진입장벽이 낮게 설정되어 있다. 현행법에서는 기부식품 등을 제공하는 사업자가 일정한 요건을 갖추어 신고하면 사업자가 될 수 있는 신고제(법 제3조)로 운영되고 있는데, 임의신고(법 제3조 제1항)의 경우 인력기준조차 없고 시설 및 설비기준인 보관창고,

2) 법 제3조의2(기부식품등지원센터의 지정 등) ① 보건복지부 장관 또는 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사·특별자치도지사(이하 "시·도지사"라 한다)는 사업자에 대한 기부식품 등의 조정·배분과 교육 실시 등을 위하여 제3조에 따라 신고한 사업자가 운영하는 사업장 중에서 전국기부식품등지원센터 또는 광역기부식품등지원센터를 각각 지정할 수 있다. ② 제1항에 따른 전국기부식품등지원센터 또는 광역기부식품등지원센터로 지정받으려는 자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 시설 등에 관한 요건을 갖추어 전국기부식품등지원센터는 보건복지부장관에게, 광역기부식품등지원센터는 해당 소재지를 관할하는 시·도지사에게 신청하여야 한다.

3) 법 제3조(신고) ①사업자는 사업장 소재지를 관할하는 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다. 이하 같다)에게 신고할 수 있다. <개정 2018. 3. 27.> ② 제1항에도 불구하고 사업의 규모 및 범위 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 사업자의 경우에는 사업장 소재지를 관할하는 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장에게 신고하여야 한다.

운반차량, 냉장 또는 냉동시설 보유기준만 갖추면 신고할 수 있다(시행령 제4조제1항에 따른 별표2). 당연 신고(법 제3조제2항)의 경우는 사업의 규모 및 범위 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 사업자가 해당되는데, 매년 제공하는 기부식품 등의 장부가액이 3억 원 이상 사업자(시행령 제3조)로 당연 신고 사업자의 시설 및 설비기준인 보관창고, 운반 차량, 냉장 또는 냉동시설 및 인력기준(전담인력 1인 이상 및 자원봉사자 등 보조인력 2인 이상)을 갖추면 된다(시행령 제4조 제2항에 따른 별표3).

이러한 신고제에 따른 낮은 진입장벽은 기초단위 기부식품 등 제공사업장의 양적 확대에는 기여하였으나 그동안 공공성, 책임성, 투명성, 전문성 등의 측면에서 많은 문제를 야기해오고 있으며, 기부식품 등 제공 사업이 사회복지사업에 포함됨에도 불구하고 사회복지시설로 인정받는데 걸림돌로 작용하고 있고, 기초푸드뱅크·마켓에 대한 인력 및 재정지원, 종사자 처우개선 등에 있어 제도적 한계를 초래하고 있다.

이에 대한 개선방안으로 기존의 여러 연구에서 신고제를 전면 지정제 혹은 허가제로 전환하거나 임의 신고를 없애고 당연 신고로 일원화하는 방안 등이 제시되어 왔다. 그러나 이러한 방안들은 현실적으로 실현되기는 쉽지 않다고 본다. 왜냐하면 기본적으로 현행법의 입법 취지는 기부식품 등 제공 사업에 대한 민간 참여 확대에 있기 때문이다. 또한 전국적으로 임의 신고시설이 당연 신고시설보다 더 많은 상황(2018년 기준 당연 신고시설 199개소, 임의 신고시설 222개소)에서 임의 신고제를 없애는 것은 현실 적합성이 없기 때문이다. 고려할 만한 또 다른 안은 신고제를 유지하되 전국 및 광역 기부식품등지원센터와 같이 지정제를 도입하는 것이다. 즉 기초푸드뱅크·마켓 중에서 신청을 받아 우수한 사업장을 기초단위의 기부식품등지원센터(가칭 ‘기초기부식품등지원센터’)를 지정하는 것이다. 이 안은 허가제로의 전환이나 임의신고를 없애는 것보다는 현실 적합성이 높은 것으로 보인다. 이렇게 된다면 지정된 기초기부식품등지원센터는 단순히 기부자로부터 기부 물품을 받아 대상자에게 전달하는 수준에서 벗어나 기초단위에서 나눔네트워크를 구축하여 기부자와 이용자를 연결하는 중간매체로서 보다 전문적인 역할을 수행하며 이용자를 적극 발굴하고 지원할 수 있어 기초단위 기부식품 등 제공사업의 활성화에 매우 긍정적으로 영향을 미칠 수 있을 것으로 여겨진다.

2006년에 법률이 제정된 후 현재까지 아무런 변화 없이 미흡한 상태에 놓여 있는 기초단위 기부식품 등 제공사업장과 관련된 규정들은 반드시 정비되어야 할 것이다. 앞으로 기초푸드뱅크·마켓의 법적 지위, 명칭, 신고제, 지정제 등에 대해 면밀한 검토와 활발한 논의가 이루어지고 발전적인 방향으로 개선되기를 기대한다.

2. 실태조사

기부식품 등 제공사업의 효과성을 높이고 이용을 활성화하기 위해서는 우리나라의 식품미보장 실태, 기부 물품에 대한 수요, 수요자의 접근성과 수용가능성, 이용자의 만족도, 기부식품의 영양적 적절성, 이용현황, 기부 자원 등에 대한 종합적인 실태조사 자료가 필요하다. 그러나 현행법에는 관련 실태를 조사하는 규정이 존재하지 않는다. 이에 비해 서울시의 조례는 실태조사 조항(제12조)을 마련하여 식품 등 기부사업의 활성화를 위하여 필요한 경우에 식품 등 기부사업에 대한 실태조사를 실시하고, 그 결과를 시책에 반영할 수 있도록 규정하고 있다는 점에서 매우 긍정적으로 평가된다. 따라서 법률에도 실태조사에 대한 조항을 신설하는 것이 바람직하겠다.

정기적인 실태조사를 통해 분석된 기부식품 등 제공사업 운영현황과 식품 미보장 실태 및 기부자원에 대한 체계적이고 객관적인 자료는 국가적 차원에서 기부식품 등 제공사업 활성화 시책 수립의 기초자료로 유용하게 활용될 수 있다. 더 나아가 이러한 실태조사자료는 아동, 청년, 노인 등 대상별로 식품 미보장 실태와 특성에 대한 세부적인 자료를 제시하는 것을 통해 대상별 특성에 부합한 기부프로그램 및 식품 지원프로그램을 개발하고, 이용자를 확대하는 데 활용될 수 있을 것이다.

서울시의 경우도 앞으로 정기적인 실태조사를 실시하여 서울시 차원에서의 식품 미보장 실태, 기부 물품에 대한 수요, 이용현황, 운영현황, 기부자원 등에 대한 객관적이고 종합적인 자료에 근거하여 식품 등 기부활성화 시책을 수립·시행해야 할 것이다. 이외에 현재 실시되고 있는 여러 식품 지원제도(무료 급식 서비스, 도시락·밑반찬 배달서비스, 영양플러스사업 등)에 대한 실태도 고려하여 서비스 중복문제나 사각 문제를 방지하고 사업의 효율적 운영을 도모하는 것이 바람직할 것이다.

토론 3

푸드뱅크 · 마켓 운영 활성화 방안 모색

김 중 배 (사단법인 희망디딤돌 대표이사)

토론

3

푸드뱅크·마켓 운영 활성화 방안 모색

김 중 배 (사단법인 희망디딤돌 대표이사)

- 사회복지서비스 전달체계를 구축하기 위해서 국내 선행연구들에서는 전문성, 적절성, 통합성, 접근용이성, 지속성, 책임성 등 다양한 원칙들을 제시하고 있으며, 사회복지 전달체계의 운영과정에서 이러한 원칙들을 평가하고 구현하는 것은 사회복지 조직 활성화에 매우 중요한 역할을 한다.
- 따라서 사회복지 전달체계 및 사회안전망 역할을 다 하고 있는 푸드뱅크·마켓의 서비스 전문성·접근성·적절성을 중심으로 제기되는 쟁점에 관해 논의하고 해결 방안을 모색하고자 한다.

제1절 문제 제기

1) 전문성

전문성은 복지서비스 전달체계의 인적 구성요소와 관련된 것으로, 복지 서비스의 전달이 반드시 사회복지전문가에 의해 이루어져야 한다는 원칙이다.

전문가란, 자격이 객관적으로 인정된 사람으로 자신의 전문적 업무에 대한 권위와 자율적 결정권 및 책임성을 지닌 사람을 의미한다.

사회복지서비스는 휴먼 서비스(human service)로 복지서비스를 제공하는 종사자의 수준이 복지서비스의 수준을 좌우하게 된다. 사회복지서비스는 복지서비스를 필요로 하는 특정한 계층 및 대상의 자활 능력 지원을 궁극적인 목표로 하기 때문에 비전문가에 의한 단순한 복지서비스 제공은 효율성을 저하시킨다.

따라서 전문성을 확보한 전문가의 전문적인 복지서비스를 제공하는 것이 무엇보다 중요하다. 그러나 현재 푸드뱅크마켓의 경우 종사자들은 전문교육을 받은 사회복지사지만 구성원 중에 사회복지무요원, 봉사자들은 대부분 사회복지 전문교육을 받지 않은 비전문가이며, 복무기간도 짧다.

이로 인해 서비스 현장에서 효율성 저하 및 이용자와의 갈등과 민원발생 등은 이용자의 복지서비스 만족도를 저하시키는 원인이 되기도 한다.

2) 서비스 접근성

접근성이란 사회복지서비스에 대한 수요자의 접근이 용이하면서, 필요로 하는 대상자들이면 누구나 쉽게 복지서비스를 받을 수 있어야 함을 의미한다.

Baker(2003)는 “서비스 접근성이란 적합한 서비스를 획득하기 위한 적합한 기회를 제공하는 것”이라 정의한다. 그러므로 서비스의 접근성을 보장하기 위해서 사회복지시설은 이용자의 최적 접근성을 보장하는 장소에 위치하며, 편리한 시간에 운영이 되어야 한다. 또한 이용자를 적절한 수준으로 유지하며, 합리적인 이용료와 그리고 종사자의 서비스, 자원, 정책, 시설 등이 이용자가 편리하고 만족감을 느낄 수 있어야 한다.

또한 사회복지에 있어 서비스 접근성은 “서비스에 대해 욕구를 가진 사람들이 시설(서비스)을 이용할 수 있는 기회”라고 정의한다(이현주, 1988)

이러한 접근성은 시설과 서비스에 대한 이용비용, 자격조건, 정보 정도, 서비스의 충족 여부 등에 따라 영향을 받을 수 있다.

서비스 접근성의 공급 차원을 구성하는 요소로는 서비스 정보, 제공자의 아웃리치(Outreach) 등과 관련한 ‘접근 가능성’, 이용자 또는 잠재적 이용자의 서비스에 대한 수용과 인정을 뜻하는 ‘수용가능성’, 자원의 물리적 차원을 설명하는 ‘이용가능성’, 이용자 또는 잠재적 서비스 이용자의 시간과 경제적 비용과 관련된 ‘비용 적절성’, 이용자 또는 잠재적 이용자의 욕구와 부합하는 서비스의 ‘적절성’으로 구분하고 있다(박세경 외 2013).

노인복지관 이용실태에 관한 연구(유성호, 2001)에서는 접근성을 도보를 이용하거나 복지관 차량을 이용할 경우에 접근성이 있는 것으로 정의하여, 접근성이 좋을수록 노인들이 노인복지관을 더 많이 이용한다고 밝히는 등 서비스 접근성이 좋을수록 복지서비스 이용 가능성은 증가하는 것으로 나타났다.

Krout(1991)의 연구에서는 복지시설과 가까운 곳에 거주하는 노인일수록 복지시설을 자주 이용하는 것으로 조사되었다. 이러한 연구 결과를 볼 때, 이용할 수 있는 복지시설의 근접성(거리상 접근성)과 자원의 가용성 등은 복지서비스 이용에 중요한 요소임을 알 수 있다(백학영·윤민석, 2007)

또한 경제적 상태와 서비스 접근성과 복지서비스 이용의 차이 분석 연구에서는 빈곤하지 않은 노인일수록 빈곤한 노인보다 사회적인 인프라가 더 발달된 지역에 거주하기 때문에 서비스 접근성이 더 높다고 볼 수 있다(정경희 외, 2005).

우리나라의 많은 복지서비스가 저소득층을 주요한 대상으로 하고 있다는 점을 고려해 볼 때 접근성 부분에서 푸드뱅크마켓을 이용하는 저소득층 이용자들의 경우 자원의 가용성이 만족할 수준이 아닐 경우 상대적으로 복지서비스를 이용할 가능성이 더 낮을 수 있음을 암시한다. 그러므로 사회서비스 전달체계의 기반이라고 할 수 있는 접근성의 문제는 가장 기본적으로 검토되고 대응되어야 한다(김정현·김가희·김보영, 2015)

접근성과 더불어 불균형의 개념 또한 논의가 필요하다. 불균형이란, 상대적인 근거를 기준으로 볼 때 매우 차이가 있는 상태를 의미한다.

이는 푸드뱅크마켓의 운영 주체인 자치단체의 관심 여하에 따라서 시설의 접근성이 불균형하다고 볼 수 있다.

물리적·지리적 접근성이란 주로 그 지역의 해당 서비스에 대한 수요·공급의 불균형으로 볼 수 있다. 즉, 그 지역의 수요에 비해 공급이 부족하다면 그만큼 “욕구를 가진 사람들”이 “시설(서비스)을 이용할 수 있는 기회”를 갖지 못할 것이기 때문이다.

그렇다면 지자체 간의 사회서비스 접근성의 불균형이란 결국 해당 지자체의 수요량에 대비한 공급량의 비교로 따져볼 수 있다.

3) 적절성

적절성은 모든 사회복지서비스 대상자들이 사회복지서비스에 만족하는 것으로써, 공급자인 시설종사자가 제공하는 서비스가 이용자들이 생활하는 과정에서 양적·질적으로 필요로 하는 서비스를 충분히 공급하고 있는가를 의미한다.

따라서 이용자 개인 욕구에 적절한 복지서비스가 이루어지고 있는지, 다양한 복지서비스를 선택할 수 있는 기회를 제공하고 있는지, 서비스 비용이 적절한 편이라고 생각하는지 등 이용자 욕구 적합성, 적시성, 절차 적합성, 비용 적절성 등을 판단하고 서비스를 제공하여야 한다.

제2절 활성화 방안

1) 전문성

기초푸드뱅크·마켓에서 전문가는 사회적으로 결핍된 사람들에게 복지서비스를 직접 제공하는 역할을 하며, 보건복지와 관련된 법령 및 업무 지식을 가지고 있으면서 이용자들의 실태를 파악할 수 있는 전문지식과 수요자의 욕구를 충족시키기 위한 역량이 모두 갖추어져 있어야

한다. 즉, 복지서비스를 기획하고 전달하고 평가하는 핵심 업무는 반드시 종사자가 전담해야 한다는 의미로 전문성을 갖춘 종사자에 의해서 제공되는 서비스는 이용자의 만족도를 높일 것이다.

따라서 복지수혜 대상 인원을 고려한 전문성을 보유한 적정 수의 인원의 현장 배치와 사회복지요원 등 구성원들의 복지 전달체계의 인적 구성요소로서의 필수교육 등은 반드시 검토·보완되어야 한다.

2) 접근성

기초푸드뱅크·마켓센터의 업무의 접근성 면에서는 이용자의 접근도를 높일 수 있는 운영 기반 및 배분체계가 구축되어야 한다.

지리적인 접근성 면에서는 노인, 장애인 등의 입장에서 접근하기 용이한 위치, 신체적 특성, 교통비 등을 고려하여 불편함이 없이 서비스 이용이 가능하여지도록 하여야 한다. 따라서 신규로 설치되는 시설은 지차체의 경제적 측면 보다는 이용자의 접근성 측면을 우선적으로 고려하여야 더 활성화될 수 있다.

2022년도 서울광역푸드뱅크센터에서 접근성 강화를 위해 추진하고 있는 ‘온라인 푸드뱅크·마켓 구축’, ‘1동1푸드마켓운영’, ‘푸드마켓 권역화’, ‘24시간 무인 푸드마켓 설치’ 등은 이용자의 편의 증진과 접근성을 고려한 측면에서 매우 바람직 한 것이며, 확대 추진이 필요하다.

그러나 시스템 구축 시 이용 대상자들의 특성을 분석하여 그들의 입장에서 접근이 용이한지, 제한 사항은 무엇인지, 인터넷 사용의 불편성은 없는지, 이용자의 욕구는 얼마나 반영되었는지, 이용자가 서비스에 접근하는 데 드는 시간과 비용은 어떻게 되는지 등을 충분히 고려하여 시스템을 구축하여야 한다.

3) 적절성

최근 사회서비스에 대한 사회적 관심이 증대되었고, 사회서비스가 이용자의 다변화에 부응해야 할 필요성 또한 증대하였다. 복지서비스 이용은 사람들이 자신들의 욕구를 해결하는 실질적 행동으로서 중요한 의미를 갖는다.

기초푸드마켓은 이용자에게 제공된 서비스가 그들의 욕구 충족과 문제해결에 도움이 되었는지 평가하고, 그 평가 결과에 기초하여 이용자의 욕구에 더욱 부합하는 서비스를 개발 및 제공해야 한다.

이러한 책임을 이행하기 위해서는 푸드마켓이 제공하는 서비스에 대하여 이용자들이 어떻게 생각하고 있고, 얼마나 만족하고 있는지 등 구체적이고 포괄적인 정보를 수집하고 제공해야 한다.

적절성 또는 충분성은 복지서비스 전달체계의 재정요인과 관련되기 때문에 양적 확충과 질적인 발전을 위해서 적정 수준으로 충분한 재원이 확충되어야 한다.

즉 충분한 기부자원의 모금 및 확보, 재정의 적정 수준, 긴급서비스와 재난 위기 대응 등에 재정적으로 부족하지 않도록 하여야 한다.

또한 서비스를 제공하는 데 있어 주어진 예산이 이용자들에게 필요한 서비스 및 프로그램을 제공해야 하고, 시설종사자들에게도 적절한 임금이 할당되도록 해야 하는 등 필요한 영역에 적절하게 예산이 배분되어야 한다.

따라서 기부자원 확보를 위한 범시민 식품 나눔 캠페인을 정례화하고, 이용자의 특성을 고려한 서비스의 개발로 택배 서비스, 복지 사각지대에 있는 1인 청년들을 위한 식품 지원, 코로나19 등 사회적 재난에 대비한 푸드뱅크·마켓 역할 정립, 비대면 지원 서비스 개발 등의 사업을 통해 재난 위기 시 최일선에서 사회안전망 역할을 담당하는 것은 적절성 측면에서 매우 바람직하다.

참고문헌

- 김정현, 김가희, 김보영(2015). 사회복지시설 접근성의 지역 불균형 해소방안 연구(지역분포 분석을 중심으로).
- 홍인정(2010). 사회복지서비스 전달체계의 현황 및 시사점
- 이호선(2015). 노인복지 서비스 전달체계의 만족도에 관한 연구.
- 서울시광역푸드뱅크센터(2022). 「푸드뱅크·마켓 발전방안」'22년 시행계획
- 서울시 복지정책실(2022). 2022년 「광역·기초」푸드뱅크·마켓 운영 지원계획
- 서울시광역푸드뱅크센터(2021). 식품 등 제공사업의 활성화 및 사회안전망 강화를 위한「서울시 푸드뱅크·마켓 발전방안」
- 김승희(2015). 복지수준의 지역 간 비교 분석에 관한 연구.
- 김연희(2013). 우리나라 복지서비스 현황과 정책과제. 한국사회복지행정학,
- 김흥주(2014). 지방자치단체 복지서비스의 지역 간 격차에 관한 연구.
- 한국정책과학학회보.

토론 4

서울잇다푸드뱅크 · 마켓 활성화를 위한 포지셔닝 개선과제

오 문 준 (서울시복지재단 연구위원)

토론

4

서울잇다푸드뱅크·마켓 활성화를 위한 포지셔닝 개선과제

오 문 준 (서울시복지재단 연구위원)

□ 기부식품 등 제공사업자의 지위 현황

○ (사업의 근거) 현재 서울시의 기부식품 등 제공사업자는 분명 「사회복지사업법」과 「식품 등 기부활성화에 관한 법률」을 근거로 사회복지사업을 수행하고 있으나, 사회복지시설로서 이행해야 할 제반 사항의 의무가 명시되지 않아 사회복지시설에는 해당하지 않음.

- 수행업무가 「사회복지사업법」상 사회복지사업에 해당하긴 하지만, 타 사회복지시설 관계법령과 달리 「식품 등 기부활성화를 위한 법률」에는 시설의 규모와 목적, 인원 배치 및 자격 기준, 사회복지시설의 의무사항 등이 명시되지 않음
- 반면 타 사회복지시설의 경우에는 법령에 제시된 자격요건을 토대로 비교적 수월하게 종사자의 처우가 결정되고 있음.

○ (민간영역 활성화) 「식품 등 기부활성화를 위한 법률」의 입법취지 또한 국내의 기부식품 등 제공 사업에 서울YMCA, 성공회푸드뱅크, 조계종사회복지재단 등의 6개 민간단체로 구성된 먹거리나누기운동협의회와 같은 민간영역의 활성화가 고려되었음

- ‘민간주도형’ 푸드뱅크 역시 기부식품 등 제공 사업을 수행하고 있기 때문에 ‘정부주도형’ 사업자와 마찬가지로 기부자에 대한 조세 인센티브를 제공하고 있음. 이러한 맥락에서 「식품 등 기부활성화를 위한 법률」은 기부 식품 등 제공 사업에 대한 포괄적인 가이드라인을 제시하되, 민간영역에서 운영되고 있는 시설의 자율성을 보장하기 위해 시설의 구체적인 운영사항에 대하여 제약하지 않고 있음.

○ (규제의 완화) 법령개정으로 기부식품 등 제공 사업에 일정 요건을 마련하여 규제를 강화한다면, 소규모 기부식품 등 제공사업자를 위축시킬 수 있으며, 당초의 입법취지와 상충함.

- 기부식품 등 제공 사업 관련 현행 우리나라의 법률 체계는 규제의 완화를 통해 민간의 자발적이고 활발한 참여를 촉진시키는 방향으로 설계되었음.

○ (행정적 노력) 법적·제도적 차원이 아닌 행정적 차원에서 서울시는 기초단위의 푸드뱅크·마켓 운영에 시 차원에서의 확고한 정책 의지를 가지고 지원 중임.

- ‘자치구별 3명에 대한 인건비를 지원해오고 있으며, 매년 종사자들의 처우개선(선임 수당 10만원 등)을 위해 노력해 왔고, 시설개선 및 보강을 위해서 지원하고 있음.

□ 기초푸드뱅크·마켓 관련 법적·제도적 검토 결과

○ (제도적 기반) 기초푸드뱅크마켓은 사회복지사업에 해당하지만, 시설 및 종사자에 대하여 사회복지시설로서 기대되는 역할수행을 위해 필요한 사항들을 강제할 수 있는 규정이 미비함. 「식품 등 기부활성화에 관한 법률」에 주 사무소의 목적은 ‘보관창고(사업장)’의 역할을 수행하는데 목적이 있다.

- 한편 장애인, 노인, 노숙인 등의 취약계층을 위한 복지시설을 규정하는 법령에는 돌봄의 제공이나, 내방자 상담 등의 대면 서비스를 제공하기 위한 시설과 규모에 대한 명확한 규정이 존재함.
- 특히, 취약계층 대상 복지시설에서는 다양한 복지서비스 제공과 함께 도시락 배달과 같은 먹거리 돌봄도 제공하고 있어, 기부식품 제공 사업이 사회복지시설의 기능과 역할을 수행하는데 있어 한계로 작용함

○ (자격 기준) 「식품 등 기부활성화에 관한 법률」에는 시설장과 종사자의 자격 기준이 명시되어 있지 않음. 타 사회복지사업의 법적 시설 및 종사자 자격 기준은 사회복지사 자격을 비롯하여 의사, 간호(조무)사, 영양보호사, 건강가정사 등 해당 시설의 설립 목적사업을 원활하게 수행하기 위한 최소자격 기준을 세우고 있음.

- 「사회복지사업법」에 따라 시설장이나 종사자의 자격요건을 제한받지 않는 경우라면 사회복지와 관련한 자격과 경력이 전무한 사람도 충분히 사업을 수행할 수 있도록 규정되어 있음.

* 종사자의 자격요건 : 사회복지사업법 제35조의 1(시설의 장), 제35조의 2(종사자)

○ (배치기준) 연 배분 금액이 장부가액 3억 이하인 임의 신고 사업자의 경우 인원의 배치

규정이 마련되어 있지 않으며, 신고사업자의 경우 “기부식품 등 제공 사업을 수행하는 전담 인력 1인 이상 및 자원봉사자 등 보조 인력 2인 이상이 있어야 한다.”고 규정되어 있음. 기관장에 대한 별도의 규정 또한 제시되어 있지 않으며, 법령상에는 기부식품 등 제공 사업을 실시하는 ‘사업자’로 포괄적으로 규정되어 있음.

○ (관리·감독) 이행해야 할 의무사항에 대하여 상세히 규정되어 있지 않으며 그 준수 여부를 별도로 관리·감독하고 있지 않음.

○ (불균형성) 기초푸드뱅크·마켓의 관계 법령은 타 사회복지시설에 관련된 법령에 비해 요건이나 진입장벽이 낮게 설정되어 있음.

- 서울의 경우 대부분의 시설이 사회복지시설에 준하는 상당한 수준으로 운영되고 있지만, 전국적으로는 그렇지 못한 실정임. 따라서 주무 부처인 보건복지부 입장에서는 모든 기부식품 등 제공사업자에게 사회복지시설의 의무사항을 강제하기에는 현실적으로 무리한 것으로 판단.

구 분		법적·제도적 근거		
분야	세부 항목	사회복지사업법	식품기부법	비고
사업	사회복지사업 여부	해당함	-	
시설 및 종사자	주 사무소의 목적	-	보관창고(사업장)	
	시설장 자격요건	결격사유만 있음	없음	
	시설장 배치기준	없음	없음	
	종사자 자격요건	결격사유만 있음	없음	
	종사자 배치기준	없음	전담 인력 1명 이상 보조 인력 2명 이상	
의무 사항	신고	의무	임의 신고/의무 신고	
	보험 가입	의무	의무	
	시설 안전 점검	의무	없음	자율 이행
	운영위원회	의무	없음	자율 이행
	시설평가	의무	3년 주기 의무	

□ 효과적인 포지셔닝 개선을 위한 접근방법과 방향성

○ (거버넌스) 전국적으로 기부식품 제공사업장을 사회복지시설로 전환하기 위한 정책 방향은 민간 푸드뱅크사업자들과의 협의뿐만 아니라 전국의 유관기관, 정부 기관들과의 논의 속에서 추진되어야 함. 무엇보다 이러한 방향성은 한국의 기부식품 활성화 정책의 발전경로적인 특성 속에서 기부식품 등 제공사업의 정책적 좌표라는 큰 그림으로 논의될 필요가 있음.

○ (행정 수단) 정책의 선도화차원에서 서울시가 우선적으로 조례 개정을 통해 사회복지시설로의 전환 가능성에 대한 심층적인 논의가 진행될 필요가 있음. 특히, 서울지역 기초푸드뱅크·마켓의 포지셔닝에 대한 논의가 가시적인 결론에 도달하지 못한 채 지속적으로 일시적 이슈로만 유지되는 것은 푸드뱅크마켓 활성화 및 조직발전에 저해되는 요소로 작용할 소지가 있음.

○ (시설유형) 병설과 단독으로 구분되는 유형적 특성은 서울지역 기초푸드뱅크·마켓의 사회복지시설로의 전환에 있어 상당한 난제로 작용할 가능성이 크며, 사회복지시설로의 전환이라는 목표 달성을 위해서는 반드시 이를 해결하기 위한 방안이 마련되어야 함.

* 예: 병설시설의 단독시설로의 전환 가능성 검토 및 대안 제시

○ (규제의 유연성) 전국적으로 또는 서울지역에서 기부식품 제공사업장의 사회복지시설로의 전환이 이루어질 경우, 해당 사업의 진입장벽이 높아짐으로 인해 발생하는 다양한 문제점(민간사업자의 역할과 지위, 민간영역의 활성화 등)에 대한 대응 방안도 마련되어야 함. 무엇보다 사회복지시설과 동일한 관리·감독 이행 및 책임 부여와 같은 ‘높은 진입장벽의 도입’이 식품 등 기부활성화의 성과를 어떻게 차별적으로 창출시킬 수 있는지에 관한 설득력 있는 논의도 필요함.

토론 5

서울시 푸드뱅크 복지서비스 향상을 위한 개선방안

이 상 봉 (경기광역푸드뱅크센터 부장)

토론
5

서울시 푸드뱅크 복지서비스 향상을 위한 개선방안

이 상 봉 (경기광역푸드뱅크센터 부장)

□ 서울시 푸드뱅크(푸드마켓) 현황

○ 사업장 설치 및 지원 현황

- 사업장 현황

(2022년 2월 기준)

서울	37개소
경기	85개소

- 사업장별 인력 현황

(2022년 3월 기준)

구 분	전담 인력		보조 인력	
	총계	평균	총계	평균
서울	96명	2.9명	189명	5.7명
경기	145명	1.7명	312명	3.6명

- 사업장별 보조금 현황

(2022년 기준)

구 분	합계	평균
서울	6,204,550천원	206,818천원
경기	5,933,843천원	68,998천원

- 인력별 보조금 현황

(2022년 3월 기준)

구 분	합계	평균
서울	4,467,006천원	47,021천원
경기	4,476,655천원	30,873천원

○ 사업장 운영 실적

- 기부 물품 모집 현황

(2021년 12월 기준)

구 분	기부처		
	합계	사업장별 평균	1명당 업무
서울	3,026개소	81.7개소	31.5개소
경기	3,887개소	45.7개소	26.8개소
	모집량		
서울	19,810천개	535천개	206천개
경기	35,463천개	417천개	244천개
	모집 환가액		
서울	45,794백만원	1,237백만원	477,020천원
경기	62,677백만원	737백만원	432,255천원

- 기부 물품 제공 현황

(2021년 12월 기준)

구 분	기부처		
	합계	사업장별 평균	1명당 업무
서울	59,003명	1,594명	621명
경기	52,108명	613명	359명
	제공량		
서울	8,339천개	28회	86,864개
경기	22,037천개	85회	151,979개
	제공 환가액		
서울	19,095백만원	324천원	198백만원
경기	40,807백만원	783천원	281백만원

※ 개인 이용대상자에 한함

※ '제공량-평균'은 1회 5품목 기준으로 이용 대상 1인에게 연간 제공되는 횟수

※ '제공 환가액'은 이용 대상 1인에게 연간 제공되는 기부물품의 환가액

□ 문제점

○ 인프라 부족

- 서울 내 기초푸드뱅크(푸드마켓)는 36개 사업장에 73대의 냉장(냉동) 트럭 및 106대의 냉장(냉동)고를 보유하고 있음.
- 이는 기초푸드뱅크(푸드마켓)이 모집 및 제공하는 기부 물품의 수령 등의 업무에 부족한 상황임.

○ 전담 인력별 업무 과중

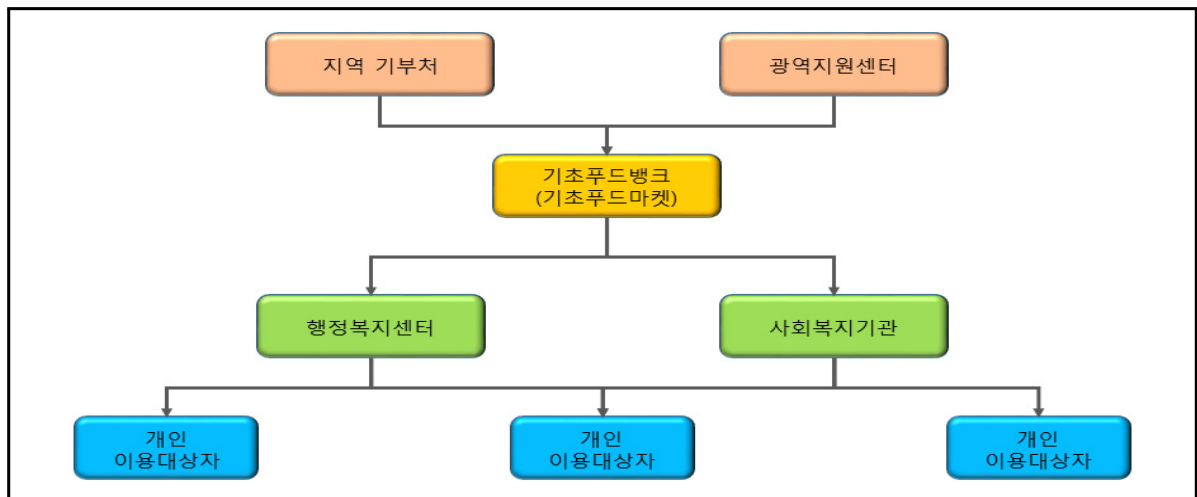
- 위 현황자료에서 보다시피 전담 인력 1명이 맡아야 하는 업무는 기부처 31.5개소 관리, 개인 이용대상자 621명 지원 외에도 다양한 행정업무 등이 있음.
- 또한 상당수의 기초푸드뱅크(푸드마켓) 종사자의 업무가 기부 물품의 모집 및 제공 활동에 치우쳐 신규 기부처 개발 등에 소홀함.

□ 제언

○ 푸드뱅크(푸드마켓)의 역할 변화

- 지역 내 기부 물품 모집기관으로써의 역할 강화
- 적극적인 인력 및 예산이 투입되지 않는 상황에서 기부식품 등 제공 사업의 효과성 및 효율성을 향상시키기 위해서는 모집 및 제공기관인 2가지 역할 중 대표적 현물 모집기관으로서 역할을 변화시켜야 함.

<연계 체계도>

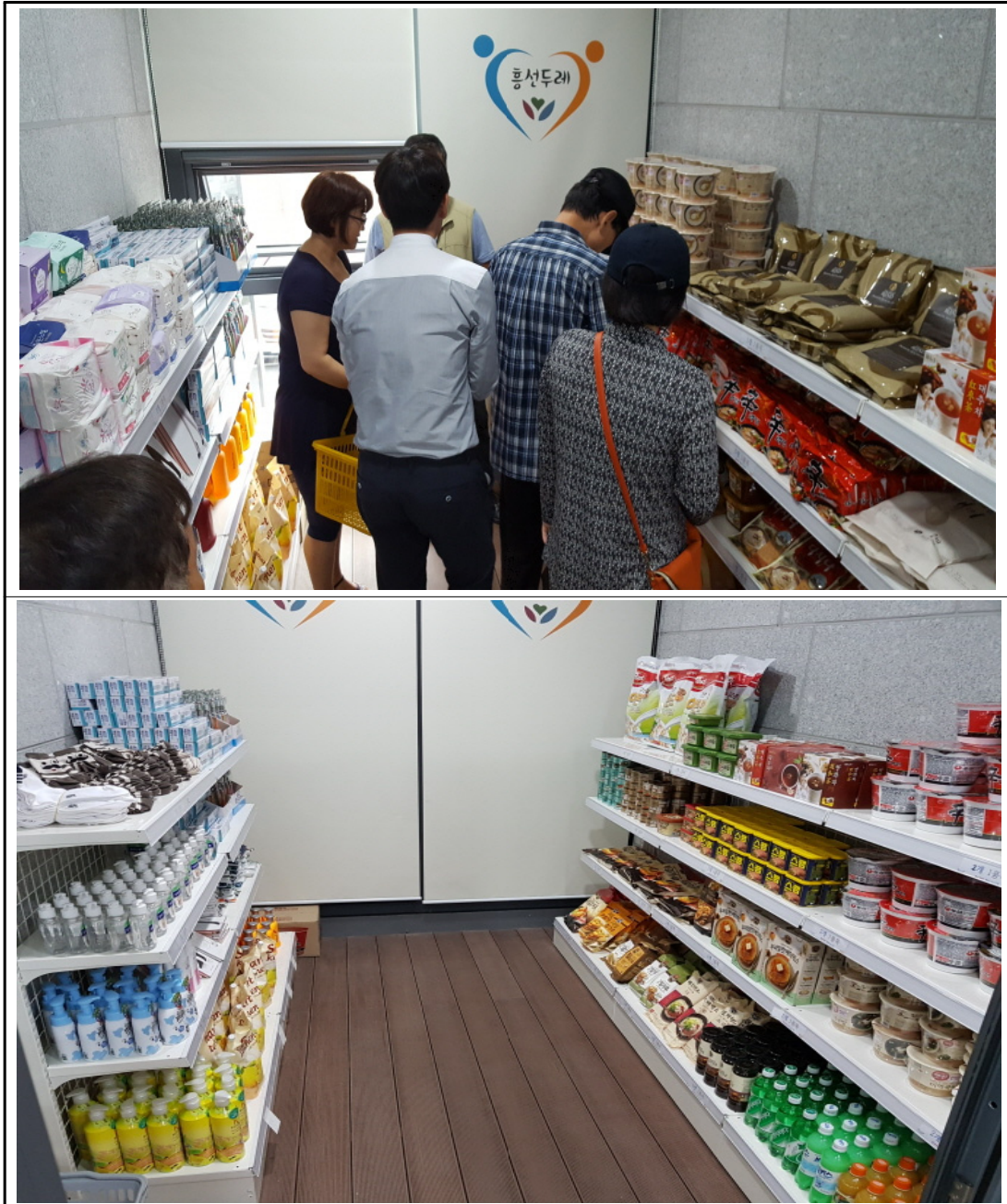


- 기부 물품 배분 업무의 축소

· 이와 함께 지역 내 행정복지센터 및 사회복지관 등과의 기부물품 제공 연계를 통해 운영에 대한 효율성을 향상시켜야 함.

※ 예. '1동 1푸드마켓사업'

<소규모 푸드마켓>



- 기부 물품의 다양성 확보를 통한 이용대상자의 만족도 증가
- . 위와 같이 기초푸드뱅크(푸드마켓)의 배분 역할을 제외 또는 최소화함으로써 발생하는 인력 및 시간적 여유를 기부 물품 다양성에 집중하여야 함.
- ※ '헬시 푸드마켓' 사업 등을 위하여 신선식품 모집 확대 가능
- ※ 경기도의 경우 전체 제공물량 중 '신선식품'의 비중이 약 12%임.

토론 6

서울시 기초 푸드뱅크마켓 현장 의견 수렴을 통한 이용 활성화 방안 제시

채 귀 남 (성동희망푸드나눔 센터장)

토론
6서울시 기초 푸드뱅크마켓 현장 의견 수렴을 통한
이용 활성화 방안 제시

채 귀 남 (성동희망푸드나눔 센터장)

□ 목적

푸드뱅크마켓 사업이 20년이 지남에 따라 변화하는 복지환경에 따른 이용자의 새로운 욕구를 반영하고, 운영 및 법, 제도 등의 인프라 개선을 위한 현장 실무자들의 논의를 통해 서울시 푸드뱅크마켓 이용 활성화 방안을 마련하고자 함

□ 서울시 기초푸드뱅크마켓 센터의 주요 사업 목표

기부 활성화를 통해 더 많은 서울시 내 복지대상자(저소득층, 차상위계층 등 사회적약자 계층)에게 양적, 질적 서비스를 제공하는 것, 즉 서울시의 민간 기부자원을 발굴하고 연계하여 복지대상자(소외계층)에 대한 복지서비스를 제공하고 사회적 안전망을 형성하는 공통목표가 있음

□ 서울시 기초푸드뱅크마켓 센터의 주요 현황

○ 다양한 운영 법인 현황

서울시 기초푸드뱅크마켓은 각 지자체에서 개별 위탁하는 방식으로 선정·운영되며, 수탁 법인마다의 다양한 운영방식으로 조직 관리, 직원 처우 등에 대한 접근이 상이하여 기부 활성화를 위한 공동목표를 지녔음에도 각기 다른 운영에 따른 불균형이 발생하고 있음

1. 상근 센터장과 비상근 센터장이 있는 경우

- 운영법인의 책임자(센터장) 대표자가 비상근인 경우 : 과장 및 팀장, 대리가 총괄 업무와 책임을 맡고 있으면서 모든 법적 책임까지 맡고 있음
- 운영법인의 책임자(센터장) 대표자가 상근인 경우 : 실무 및 총괄 업무와 책임을 담당하며 모든 법적 책임까지 맡고 있음

2. 직책과 업무 역할의 다양성 현황

직책	구분	내용
책임자	센터장	푸드뱅크, 마켓 통합으로 센터화한 법인은 센터장 체계 ※ 자치구 2개소 1인 센터장인 경우 포함
	점장	1호점과 2호점 이상이 있는 경우 점장 체계
	소장	식품 등 물품 배분 장소를 지칭하는 소장 체계
중간 관리자	과장, 팀장, 실장, 대리, 선임	법인이 협의회 및 복지관인 경우 실무책임자로 업무총괄체계
담당자	주임, 사회복지사 등	물품 수령 등 입출고 관리 업무에 따른 주임 및 사회복지사 등

3. 종사자 처우에 대한 다양성 현황(지자체와 법인의 영향력)

직책	구분	내용
책임자	센터장(점장, 소장)	3급 체계(노원구-지자체 적용), 운영 법인의 관리자 수당(금천,마포,서대문,성동 등) 서울시 지자체 5:5 인건비 기준
중간관리자	과장(팀장, 실장, 대리, 선임)	4급 체계(노원구-지자체 적용), 운영 법인의 관리자 수당(금천,마포,서대문,성동 등) 서울시 지자체 5:5 인건비 기준
담당자	주임, 사회복지사 등	서울시 지자체 5:5 인건비 기준
특이사항	- 지자체의 관심도에 따른 처우 차이 발생(시책(5:5 인건비 지원 기준)에만 의존) - 법인의 법인전입금의 차이로 처우 차이 발생 - 지자체 지원 즉, 2호점 이상은 자치구 전액 부담에 따른 처우 차이 발생	

4. 종사자 직책별 업무내역 현황

직책	업무 내용	비고
책임자/센터장 (업무 총괄)	직원 인사 및 조직관리, 회계 관리, 후원 관리, 운영(배분)위원회 관리, 지역 연계 행사관리, 평가/재위탁/지도점검/위생점검, 물품 수령 등	법인별 운영체계 상이 (협의회 및 복지관 법인 인과 독립 운영 중인 센터 조직 업무)
중간관리자/과장 (후원 및 배분 관리)	후원 물품 접수 및 배분 관련 업무, 각종 행사 계획 및 결과 보고, 각종 회계(후원금, 보조금 지출) 작성 및 결재, 기부업체 관리, 이용자 및 시설 관리, 물품 수령 등	
담당자/주임 (물품 수령 및 기탁품 관리)	기탁품 수령, 차량 관리, 매장/창고 및 재고 관리, 사회복지무요원(자원봉사자) 등 보조 인력 관리 등	
특이사항	- 운영법인의 행사 등 지원하는 업무 - 뱅크 업무의 특수성은 매일 오전 빵 수령을 통한 고정적 차량관리 업무 진행 - 지역 연계적 네트워크 사업의 추가적인 비계획적 업무 진행 - 기타 2명의 직원은 기부처 방문 및 배분 등으로 고정적인 업무와 1명은 행정적 사무관리 및 마켓 이용회원 응대, 사회복지무요원 및 자원봉사자 관리 등	

□ 주요 현황에 따른 개선 사항 및 종사자 처우에 따른 개선 사항

○ 필요성

사회적 변화가 요구하는 복지환경에 맞춰 기초푸드뱅크·마켓도 발전하기 위해서는 현재 기초푸드뱅크·마켓의 업무량을 돌아봐야 하는 시점임. 이용대상자에 대한 양질의 서비스를 제공하기 위해서는 사업소별 특성을 고려한 처우개선이 필요함(제도적·근로 환경적 접근의 효율적 개선방안 필요)

1. 서울시 기초푸드뱅크마켓 직책 표준화

직책	현 황	개선사항
책임자	센터장, 점장, 소장,	센터장
중간관리자	과장, 팀장, 실장, 대리, 선임	과장 (또는 팀장)
담당자	주임, 사회복지사 등	주임

2. 조직관리 및 업무체계 개선사항

- 서울시잇다푸드뱅크 차량 디자인 홍보 및 기부 활성화를 위한 행사 공동 진행
- 지역적 균형적 배분을 위한 운영 체계 개선 필요
- 수탁 법인마다의 상이한 조직 인사관리의 표준화 개선 필요
- 센터장(책임자)이 비상근(복지관 병설 운영 시 겸직 등)의 경우 상근 책임자로 전환 필요

구분	광역 푸드뱅크 운영 현황	기초 푸드뱅크마켓 운영 현황	비고
차량 디자인	서울시잇다푸드뱅크 차량 디자인 홍보 운영	각 지자체마다 잇다푸드뱅크 차량 디자인 운영	공통적 운영 중
균형적 배분	지자체마다 균등 배분으로 균형적 운영	이용자 및 시설에 균등 배분으로 균형적 운영	공통적 운영 중
조직체계	광역의 조직체계 개선(센터장-부장-대리-선임- 주임) 및 직급별(2급,3급,4급,5급) 지원 및 복지포인트 지급 운영	기초 조직체계 개선(센터장-과장-주 임) 및 직급별 운영	조직체계는 있으나 직급별 지원이 아닌 5급 단일로 공통 지급 중
찾아가는 맞춤형 복지서비스	희망마차 운영으로 각 지자체 홍보 및 후원 지원 운영 등	찾아가는 이동푸드마켓 및 무인택배함 운영 등	이용 불편자를 위한 복지서비스 확대 및 지원 인력 부족한 상황임
기타	서울시 네트워크 사업 지원 등	지자체 네트워크 사업 지원 등	공통적 운영 중

3. 종사자 직책별 업무내역 현황 및 처우 개선사항

직책	업무 내용	처우개선 사항
책임자/센터장 (업무 총괄)	직원 인사 및 조직관리, 회계 관리, 후원 관리, 운영(배분)위원회 관리, 지역 연계 행사관리, 평가/재위탁/지도점검/위생 점검, 물품 수령 등	3급 적용
중간관리자/과장 (후원 및 배분 관리)	후원 물품 접수 및 배분 관련 업무, 각종 행사 계획 및 결과 보고, 각종 회계(후원금, 보조금 지출) 작성 및 결재, 기부업체 관리, 이용자 및 시설 관리, 물품 수령 등	4급 적용
담당자/주임 (물품 수령 및 기탁품 관리)	기탁품 수령, 차량 관리, 매장/창고 및 재고 관리, 사회복무요원(자원봉사자) 등 보조 인력 관리 등	5급 적용
참고사항	1. 2015년부터 बैं크와 마켓 사업이 통합 운영되면서 전담 인력 3명의 조직체계가 구성됨 2. 업무량 과다로 직원들의 건강(육체적, 정신적) 문제가 발생하여 힘들음을 호소하며 이직하는 인원이 많다-이직률 30% 이상 3. 지역적 특성에 맞게 네트워크 사업 활성화 추진에 대한 부담감 과중. 4. 전담 인력의 조직체계에서 행정적 지원 인력이 필요하다.	직원 총원 및 처우개선이 절실하게 필요함.

4. 종사자 처우를 사회복지시설기준에 적용 필요

1) 서울시 사회복지시설에 준하는 업무 수준

- 사회복지사업법 제2조에 따른 사회복지사업에 포함
- 기부식품 등 제공 사업안내, 서울시잇다푸드뱅크 업무매뉴얼, 서울시잇다푸드뱅크 위생매뉴얼에 따른 사업 진행
- 보건복지부와 서울형 평가 3년 주기 진행
- 연 1회 이상 자치구 지도점검(행정 및 위생) 및 행정감사 진행
- 운영위원회 운영
- 조세 혜택 지위가 부여된 업무 진행(기부식품 등 영수증, 지정기부금 영수증 발행)
- 기부 모집 및 제공내역 및 보조금, 후원금 등 예산내역 홈페이지 등 공개
- 사회복지사 자격증 소지(전문 인력)자들의 이용대상자에 대한 복지서비스 제공

* 참조 : 법령해석사례 안전번호 17-0248에 의거하여 사회복지사업법에 준하는 사회복지시설임을 명시하고 있음.

2) 처우개선 관련 종사자들의 의견(요구) 사항

2-1) 처우개선 4대 분야 중

- 휴가 지원(장기근속 휴가제, 유급병가제, 자녀 돌봄 휴가제, 건강검진 휴가제) 적용
- 부가급여 지원(맞춤형 복지포인트 제도, 마음 이음 지원) 적용
- 기타(대체인력 지원 사업)

2-2) 직원 충원 및 업무에 맞는 직책(급) 적용

- 푸드뱅크·마켓이 통합 운영되면서 푸드뱅크의 행정업무를 기존 푸드마켓 직원이 맡아 업무가 증가함. 이에 따른 적정 직책 및 직급 적용 필요

2-3) 조례 제정을 통한 사회복지시설의 지위 인정

- 서울특별시 식품 등 기부활성화에 관한 조례 제4조에 의거한 자치구별 조례 제정을 통해 푸드뱅크 사업의 지원 근거를 마련하고
- 기초푸드뱅크 사업장은 자치구 조례 근거에 따라 지역사회 내 복지 서비스 대상자들에 대한 사회안전망 기능 강화에 노력

□ 서울시 기초푸드뱅크마켓의 이용 활성화 방안 제시

1. 기부 실적 활성화를 위한 비교 분석과 공유

서울시에서 각 센터마다 실적을 공유하여 지역적 특성 분석과 운영의 역량 특성 분석 필요(지역적 균형적 발전- 대상자 인원과 선호적 식품 등)

- 분기별 자료 공유와 간담회를 통한 분석으로 이용 활성화 방안 마련
- 분석 자료를 통한 지역적 양극화의 최소화 방안 마련
- 종사자 역량 강화를 위한 교육 강화
- 자치구별 모범 사례를 공유

2. 광역-기초 공동주최 행사 진행으로 기부 활성화 방안 마련

- 상·하반기 연 2회의 홍보 및 행사 기획
- 기부 활성화를 통한 양적, 질적 서비스를 극대화

3. 서울시의 복지 정책에 따른 사업에 적극 동참

- 서울시와 지자체와의 지역 네트워크를 활용한 사업에 적극 참여(범시민 나눔 캠페인 등)
- 동주민센터, 지역사회복지관 등 지역 내 네트워크를 통한 취약계층을 발굴·지원 적극 참여(1동 1푸드마켓, 온라인 푸드마켓 등)

4. 서울시의 푸드뱅크 운영 매뉴얼에 따른 업무 표준화 강화(운영 법인의 위탁 시 운영매뉴얼에 근거한 운영 조건 제시 등)

□ 서울시 기초푸드뱅크마켓의 이용 활성화 방안 의견정리

1. 2020년 2월부터 시작된 코로나19의 여파에 따라 기부 실적 등 제공 사업이 부진한 것이 현실이지만 광역1개소(직원13명) - 기초37개소(직원 95명-2호점 자치구 지원 11명 포함) 총 108명이 서울시 총 저소득 가구 464,392명에서 실인원 69,769명 연인원 227,163명을 감당하고 있다. 기초 푸드뱅크마켓 센터 직원 95명이 1인당 734명을 감당하고 시설 배분 약 50%(367명)를 추가하면 1인당 1,101명의 지원을 감당하고 있다. 현실적으로 기초푸드뱅크마켓은 엄청난 업무를 감당하고 있다
2. 양적 실적은 적게는 연 5억에서 많게는 20억까지 활성화 되어 있는 센터도 있는바, 평균적으로 연 10억 원을 계산하면 월 8.3억 원, 월 20일 근무 시 매일 415만원의 기부실적을 이루고 있다. 이에 매일 차량 두 대로 1회 이상 기부(물품 수령)를 받고 있는 현실이다.
3. 질적 실적은 마켓 방문자 친절 대응 서비스, 시설 배분 및 위생관리, 택배 서비스, 찾아가는 주민센터 및 찾아가는 이동푸드(가정방문), 긴급 지원 서비스, 민원 발생 시 즉시 해결 등을 지원하고 있으며, 지역 연계사업으로는 네트워크 참여 등으로 이용자에 대한 정서적 지원과 맞춤형 복지서비스를 지원하고 있다.
4. 이에 기초푸드뱅크마켓센터를 운영하는 최일선에서의 관점은 양적, 질적 서비스 제공을 위한 적극적 참여와 민간 기부자원 발굴에 최선을 다하여 서울 시내 취약계층에 대한 양질의 복지서비스를 제공하고 사회적 안전망 기능을 수행하는 공통된 목표를 달성해야 한다. 서울시만의 지역적 특성을 살리고 결식해소 및 영양 불균형 해소를 통해 식품 나눔 선진화를 이루어야 한다. 다함께 서울시푸드뱅크마켓 사업의 공통된 목표의식을 갖고 접근해야 하며, 2022년 서울시푸드뱅크마켓 발전 방안을 검토한바, 이를 전문적으로 수행하기 위해서는 적정 인력이 충원되어야 하고 종사자에 대한 처우개선이 뒷받침되어야 한다고 생각한다.

부 록

- 01. 푸드뱅크는?
- 02. 푸드뱅크의 역사
- 03. 서울시잇다푸드뱅크 운영현황
- 04. 언론 속의 푸드뱅크

01 푸드뱅크는?

푸드뱅크 소개

「식품등 기부 활성화에 관한 법률」에 따라
보건복지부로부터 위탁을 받아 운영하는 물적 나눔 시스템으로,
기업 및 개인에게 식품 및 생활용품을 기부받아 결식아동, 독거노인 등 저소득 소외계층에게 전달하고 있다.

...

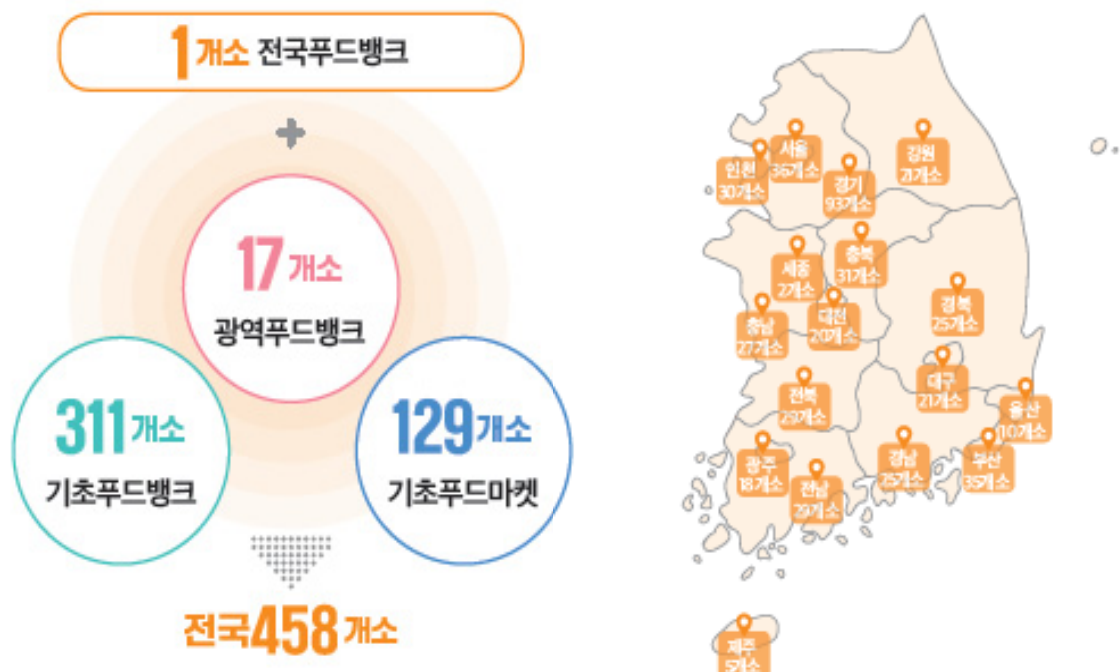
1960년대 후반 미국에서 생겨났으며, 우리나라 푸드뱅크는 1998년 IMF 경제 위기 이후
급격히 증가한 노숙인 및 결식아동의 급식 문제를 해결하기 위해 시작됐다.

...

전국푸드뱅크(중앙물류센터) 1개, 광역푸드뱅크 17개,
450여 개의 기초푸드뱅크·마켓으로 조직된 우리나라 최대의 물적 나눔 시스템이다.

전국푸드뱅크·마켓 분포 현황

2020년 12월 기준



푸드뱅크의 사회적 기능

저소득층 지원



- 최근 코로나19 여파와 장기화되고 있는 경기 침체로 무의탁 노인, 노숙인 등 끼니조차 해결하기 힘든 결식 계층이 늘어나고 있음
- 실직 가정의 자녀들이 방치되면서 전국적으로 30만 명 이상의 아동이 끼니를 굶고 있는 등 결식아동이 증가하고 있음
- 무의탁 노인들은 돈이 없어 끼니를 거르거나 약값, 생활비 때문에 식비를 줄이고 있음. 영양이 부족한 노인들은 질병을 이기기 어렵고 건강이 더욱 악화됨
- 푸드뱅크는 식품, 생활용품 등을 기부받아 결식아동, 독거노인, 기초생활보장 수급가정 등에 '식품을 통한 사랑 나눔'을 실천하고 있음

자원 절약



- 우리나라에서 한 해 동안 낭비되는 음식물은 돈으로 환산하면 14조 7,000억 원이고, 그 처리 비용도 4,000억 원에 이름(연간 자동차 수출액, 서울 상암동 축구장을 70개 지을 수 있는 금액에 해당)
- 푸드뱅크는 음식물이 대책 없이 낭비되는 자원을 절약하는 역할을 수행하고 있음

환경 보호



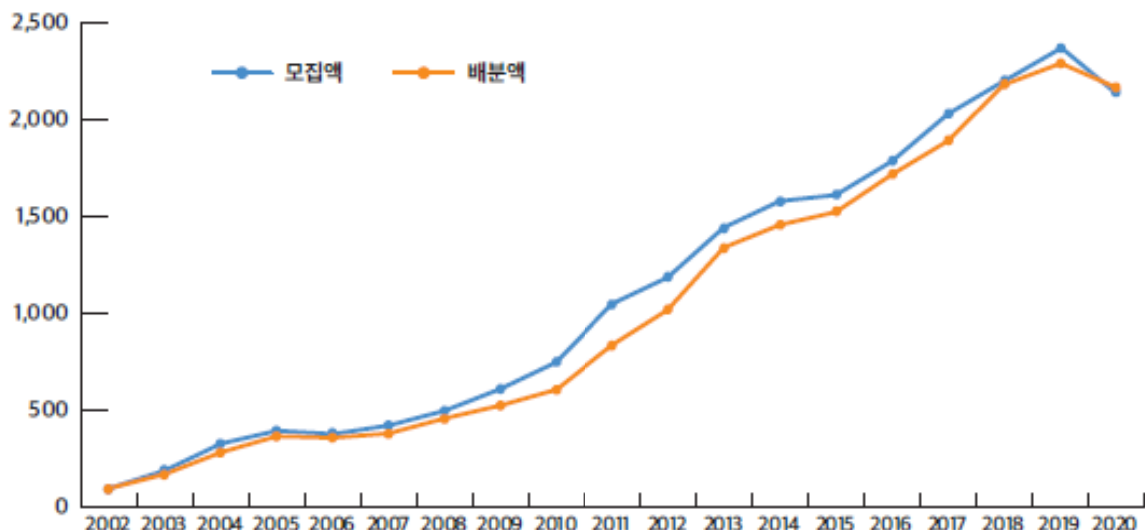
- 정부는 '음식물 쓰레기와의 전쟁'을 벌이면서 분리수거 등을 하고 있지만, 음식물 쓰레기는 아직도 생활쓰레기의 20%를 상회하고 있음(선진국은 10%)
- 식품 관련 기업에서는 포장 또는 유통기한, 반품 등으로 활용은 가능하지만 폐기되는 가공식품이 총 생산량의 10%에 이름
- 푸드뱅크는 활용 가능한 식품의 폐기를 원천적으로 줄이는 데 크게 기여해 환경 보호에 앞장서고 있음

02 푸드뱅크의 역사

푸드뱅크의 시작

- | 1 | 우리나라에서 푸드뱅크가 시작된 것은 1998년 IMF 외환위기 때였고, 기부물품관리시스템(FMS, Foodbank Management System)이 도입된 2002년에 모집된 금액은 약 89.9억 원, 배분액은 약 78억 원이었다.
- | 2 | 이로부터 20년 가까이 지난 지금은 2,000억 원을 웃도는 기부 모집 및 배분이 이뤄지고 있다. 이는 초기와 비교했을 때 매우 괄목할 만한 성장이라 평가할 수 있고, 푸드뱅크가 민간의 자발적인 기부를 통해 사회안전망의 역할을 하고 있다는 방증이라 할 수 있다.
- | 3 | 한국 푸드뱅크는 2020년 한 해 동안 연간 2,135억 원 가량의 기부식품 및 생활용품을 전국의 저소득 개인 및 기관에 배분했다. 이는 우리나라에서 생산된 식품이나 생활용품이 폐기되지 않고 필요한 사람들에게 전달됐다는 것을 의미한다.

푸드뱅크의 기부 모집 및 배분 현황 : 2002~2020년까지(단위 : 억 원)



- | 3 | 미국에서 1967년도에 작은 식품나눔 운동으로 시작된 푸드뱅크 서비스는 외환위기로 빈곤층이 급격하게 발생한 상황 속에서 시작됐다. 당시 최초로 푸드뱅크 서비스를 도입한 기관은 '성공회'였고, 성공회의 푸드뱅크 사업은 오늘날까지 계속 이어지고 있다.
- | 4 | 푸드뱅크 사업이 시작될 당시 정부는 불안한 사회적 분위기 속에서 가족의 해체, 실업자의 증가, 사회적 취약계층의 급증을 완화하고, 이와 동시에 기업의 사회적 책임성을 고취하고 복지 자원의 다양성을 추구해야 하는 두 가지 과제를 안고 있었다.
- | 5 | 정부는 이러한 시대적 흐름에 따라 푸드뱅크 사업이 전국적으로 시행되도록 제도적·재정적으로 지원하기 시작했고, 그 결과 현재 푸드뱅크 사업은 전국을 아우르는 전국푸드뱅크와 중앙물류센터 각 1개소, 광역푸드뱅크 17개소, 기초푸드뱅크와 푸드마켓 450여 개소에서 시행 중이다.

한국 푸드뱅크 지역별 현황

(단위: 개소, 2020년 12월 기준)

구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	계
광역푸드뱅크	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
푸드뱅크	5	18	12	15	15	10	7	1	76	19	25	20	20	25	21	20	2	311
푸드마켓	30	16	8	14	2	9	2	0	16	1	5	6	8	3	3	4	2	129
개소수	36	35	21	30	18	20	10	2	93	21	31	27	29	29	25	25	5	457

푸드뱅크의 발전 과정

1 태동기 (1998년)

- 국내 최초로 푸드뱅크 사업이 민간을 통해 시작했고, 그 이후 중앙 정부의 참여로 시범사업을 실시한다. 시범사업 이후 전국푸드뱅크가 출범하게 됐고, 전국 단위의 사업으로서 기틀을 다지게 된다. 한국의 푸드뱅크가 다른 국가와 다른 길을 걷게 된 것이 바로 이 시기부터다. 정부가 사회 문제를 해결 또는 완화하기 위해 푸드뱅크라는 서비스를 전국화하도록 함으로써 푸드뱅크 서비스가 단시간 내에 전국적으로 실시된 것이다.

2 성장기 (2001~2007년)

- 푸드뱅크 사업의 법적 근거인 「식품기부 활성화에 관한 법률」이 제정된다. 또한 푸드뱅크 관리시스템(FMS, Foodbank Management System)이라는 전산 시스템이 도입돼 기부된 식품의 관리와 배부의 효율성을 기하게 된다. 이 시기에는 푸드뱅크 사업이 지자체로 이양돼 지역사회 중심의 서비스로 구체화된다.

3 도약기 (2008~2016년)

- 푸드뱅크 서비스가 이용자의 권리를 실현하기 위해 '푸드마켓' 서비스가 도입됐다. 기존 푸드뱅크 사업이 기부된 물품을 이용자에게 전달하는 일방향의 서비스였다면, 이 시기에 도입된 푸드마켓 서비스는 이용자가 한정된 횟수와 금액 하에서 원하는 물품을 선택할 수 있게 된 것이다. 푸드마켓 서비스가 시작된 이후 푸드뱅크 서비스 이용자 만족도에 관한 연구가 활성화되면서 이용자 측면에서의 기부물품의 다변화에도 긍정적인 영향을 미치게 된다. 또한 푸드뱅크 사업이 각 지자체로 이양돼 여러 가지 발전적 모델이 적용되기도 했다.

4 성장기 (2017~)

- 「식품등 기부 활성화에 관한 법률」이 시행되면서 생활용품의 취급이 제도적으로 허용됐다. 이와 아울러 한국 푸드뱅크가 유지하고 있는 각종 데이터들이 국가중점데이터로 선정돼 푸드뱅크 운영에 대한 전반적인 내용을 관리할 수 있는 체계가 수립됐다. 2019년도에는 한국형 푸드뱅크 모델을 몽골에 전파하기 위해 현지 조사 및 몽골 푸드뱅크 설립을 위한 현지 조사 보고서를 몽골 정부에 제출하는 등 국제 교류사업이 시작되기도 했다.

푸드뱅크의 과제

- | 1 | 푸드뱅크 역사가 앞으로도 계속 이어
지려면 민간 활동을 중심으로 연간
2,000억 원 이상의 물품을 지속적으
로 모집, 배분하는 데 지장을 초래하는
여러 가지 걸림돌을 제거해야 한다.
- | 2 | 사업 시행 초기부터 지금까지 쉽게 해
결되지 않는 중요한 문제는 사업의 규
모나 사회적 효과성 대비 운영 인력이
나 시설의 수준이 턱없이 모자란다는
것이다.
- | 3 | 푸드뱅크 사업이 중앙 정부의 지원을
받아 전국화되고 전국적으로 400개
이상의 기초사업장을 둬으로써 잉여
자원이 저소득계층으로 전달되는 체
계는 잘 구축돼 있지만, 실제로는 기초
사업장의 상당수가 1~2명의 전담 직
원으로 운영되고 있다.
- | 4 | 한국 푸드뱅크의 특성상 행정적인 요
소들이 상당한 비중을 차지하고 있고,
실제 서비스의 전달 과정에서 소요되
는 에너지까지 고려하면 이들이 느끼
는 업무 부담은 클 수밖에 없다. 이러
한 현실 속에서는 코로나19와 같은 대
규모의 재난이 닥쳤을 때 식품이나 기
초생활필품을 제공하는 보루로서의 역
할을 제대로 감당할 수 없다.
- | 5 | 사업이 전국화되고 기본적인 틀을 잡
자마자 중앙 정부의 손을 떠나 지자체
사업으로 전환됐고, 그마저도 지자체
에서 푸드뱅크 사업에 대한 지원이나
관리 감독 기능이 거의 없는 수준에서
이양됐다.
- | 6 | 복지 욕구가 확대되고 사회복지정책
에 대한 기대치가 높아지고 있는 현
상황 속에서 푸드뱅크 사업과 같이
기부물품의 투입으로 저소득층의 가
장 기초적인 욕구를 해결하는 중요한
서비스에 별다른 관심을 보이지 않고
있는 것은 매우 안타까운 일이다. 지
금부터라도 푸드뱅크 사업장을 지역
사회의 중요한 사회복지 자원으로 여
기고 관심을 기울여야 한다.

권진(예명대학원대학교 사회복지학과 교수)

03

서울시잇다푸드뱅크 운영현황

04

언론 속의 푸드뱅크

아이넷 방송 박준희 회장, 저소득가정지원 위생 생활용품 후원

한국경제TV - 2022.04.21.

(주)아이넷 방송 박준희 회장이 지난 19일 지역사회 저소득가정을 돕기 위해 4,000만 원 상당의 위생 주방 생활용품(싱싱프레쉬캡) 2,000세트를 강서푸드뱅크마켓으로 전달했다.

박준희 회장은 "사랑의 씨앗을 밭에 심고 그 밭을 넓게 일구어 아름다운 열매를 맺어 가고자 하는 바램으로 기부 나눔을 지속하고 있다"고 밝혔다.

상아제약, 어린이날 맞아 취약계층 아동을 위한 건강·기능식 기부

약업신문- 2022.04.15.

상아제약은 1억3,000만원 상당의 건강기능식품 '상아 키즈비타 유산균' 9,000개를 강서푸드뱅크마켓에 지난 11일 기부했다고 밝혔다.

상아제약 김봉수 대표는 "어린이들이 코로나19로 지친 마음을 달래고 신나는 하루를 보내는 데 도움이 되길 바란다"고 말했다.

코웨이 CSR, 화장품 나눔으로 이웃 사랑 실천

스포츠Q- 2022.04.13.

코웨이는 약 7억 원 상당의 화장품 4만 2000개를 서울 구로구에 기부했다. 해당 제품은 구로구푸드뱅크마켓센터와 관내 복지관, 장애인 시설 등에 전달되어 경제적 어려움을 겪고 있는 취약계층에게 지원될 예정이다.

관계자는 "앞으로도 도움이 필요한 곳곳의 생활 환경 복지 향상에 기여하며 사회와 함께 발전할 수 있도록 최선의 노력을 다하겠다."고 말했다.

서울있다 푸드뱅크센터

📍 위 치	서울특별시 성동구 자동차시장3길 64
☎ 연 락 처	02-905-1377
🏠 관할 지역	서울특별시

주요 연혁

- 1998 푸드뱅크 사업 시범추진(서울, 부산, 대구, 과천)
- 2001 서울광역푸드뱅크 및 기초푸드뱅크
전담인력 지원(광역 1, 기초 26)
- 2003 서울특별시사회복지협의회에서 서울푸드마켓을
시범 설치·운영
- 2006 「식품기부 활성화에 관한 법률」의 제정·시행으로
사회복지물적 자원 전달체계로서의 제도적 법적
근거 마련
- 2006 이동푸드마켓 전국 최초 운영
- 2008 서울시 25개 전 자치구 확대 운영
- 2009 서울광역푸드뱅크센터 개소
- 2011 희망마차 사업 시작
- 2017 식품등 기부 활성화에 관한 법률 개정 및 시행
- 2017 기부실적 536억 원 달성
- 2018 기부식품 위생관리 연구소 개소
- 2020 서울광역푸드뱅크센터 이전
(도봉구 창동, 성동구 송정동)
- 2021 브랜드네임 변경
(서울광역푸드뱅크센터 > 서울있다푸드뱅크센터)

주요 실적

이용자



기부 실적



주요 활동 및 특화사업

어려운 이웃들과 음식을 나누고자 하는 기부자들
에게 식품, 생활용품 등을 기부받아 기초푸드뱅크를
통해 결식아동, 무의탁노인, 차상위계층 등 생활이
어려운 사회복지 취약계층에게 기부식품 등을
지원

주요 사업

- 영양가 높고 안전한 식품 관리를 위한 기부식품
위생관리 사업
- 푸드마켓을 이용하기 어려운 취약계층을 직접
찾아가서 지원하는 지역밀착형 전달체계인 이동
푸드마켓 희망마차 사업
- 서울시 푸드뱅크마켓에 대한 사회적 인식 제고
및 나눔 문화를 활성화하기 위한 홍보 서포터즈
사업

페리도트, 푸드뱅크에 1200만 원 상당 제품 기부

비온드 포스트- 2022.04.12.

(주)페리도트가 강남푸드뱅크·마켓센터에 약 1,200만 원 상당의 건강기능식품을 기부하였다. 페리도트 유하린 대표는 “작은 나눔이지만 우리 주위의 소외된 이웃에게 조금이나마 힘이 되길 바란다”고 밝혔다.

오더히어로x광진푸드뱅크마켓, 식자재 기부로 지역 살리기 나서

글로벌에픽- 2022.04.05.

IT기반 식자재 유통 플랫폼 '오더히어로'를 운영하는 주식회사 딜리버리랩이 서울 광진푸드뱅크·마켓센터와 함께 지역 내 취약 계층 긴급 지원을 위한 식자재 기부에 나섰다 밝혔다. 오더히어로 담당자는 "오더히어로를 이용 중인 식당 대상으로 남은 식자재를 기부할 수 있는 시스템 마련을 광진푸드뱅크·마켓센터와 논의 중"이라고 향후 계획을 밝혔다.

휴먼 피부 임상시험센터, 금천구 푸드뱅크·마켓센터에 화장품 기부

머니투데이- 2022.03.31.

휴먼피부임상시험센터는 '화장품 기부 플랫폼'을 통해 후원받은 4500만원 상당의 화장품 약 1,900개를 금천구 푸드뱅크·마켓센터에 기부했다고 31일 밝혔다. 정희정 휴먼 임상시험센터 대표는 "앞으로도 지속적인 나눔의 실천으로 지역사회 발전에 기여하는 기업이 되도록 노력하겠다."고 말했다.

이차돌, 푸드뱅크에 3천만원 상당 자사 물품 기부

로이슈- 2022.02.23.

고기 전문 프랜차이즈 이차돌이 지난 22일 특양 1.5톤(총 3,000만원 상당)을 ‘나눔과 기쁨 푸드마켓, 푸드뱅크’에 기부해 코로나19로 어려움을 겪고 있는 이웃을 위한 나눔을 실천했다고 밝혔다. 이차돌 관계자는 ‘코로나19 장기화로 인해 도움이 필요한 이웃들이 많아졌지만, 지원 물품은 턱없이 줄어든 푸드뱅크의 안타까운 상황을 알게 돼 힘든 이웃들에게 조금이나마 힘이 되어드리고자 기부를 결정했다.’고 전했다.

노원구, 상계동 학림사서 쌀 265포 기부받아

시민일보 - 2022.02.22.

서울 노원구는 최근 상계동 수락산 학림사로부터 코로나로 어려움을 겪고 있는 이웃을 위한 쌀 20kg·265포(1400만원 상당)를 지원받았다.

구는 기부 받은 쌀을 노원구푸드뱅크마켓을 비롯해 상계 3, 4동 등 기초생활수급자 265가정에 전달했다.

NH농협리츠운용, ‘설맞이 쌀 기부 행사’로 나눔 실천

이뉴스투데이 - 2022.02.01.

NH농협리츠운용이 영등포구 사회복지협의회에서 주관하는 사랑 나눔 푸드뱅크마켓을 통해 철원오대미 100포를 기부했다.

서철수 NH농협리츠운용 대표이사는 “우리 민족의 큰 명절 설을 앞두고 코로나19로 힘든 일상을 보내고 계시는 소외·취약계층에 조금이라도 도움을 드릴 수 있어 행복하다”며 “앞으로도 농협 금융의 일원으로서 지역 내 어려운 분들을 위해 이웃사랑 나눔을 지속적으로 이어가겠다”고 밝혔다.

로드맵학원·나눔코리아, 양천구푸드뱅크마켓센터에 김치 기부

신아일보 - 2021.12.31.

로드맵학원과 나눔코리아가 30일 연말연시를 맞아 양천구푸드뱅크마켓센터에 김치 5kg 50박스(200만원)를 기부했다.

이영택 대표는 “어려운 이웃들이 오늘 전해드리는 김장김치를 통해 풍성한 겨울을 날 수 있기를 바란다”고 말했다.

KG에듀원, 쌀·생필품 기부...직접 전달 현장 봉사도

이데일리 - 2021.12.27.

KG에듀원은 지난 22일 서울 종로푸드뱅크마켓센터에 사랑의 쌀 800kg과 라면 63박스를 전달했다고 27일 밝혔다.

이날 전달식에는 이상준 KG에듀원 대표를 비롯한 임직원과 정흥후 종로구사회복지협의회 회장이 참석했다. KG에듀원 임직원들은 기부한 쌀을 직접 전달하는 현장 봉사를 진행했다.

상아제약, 국내 취약계층을 위해 나눔 실천

약업신문- 2021.12.20.

상아제약(대표 김봉수)은 강서푸드뱅크마켓에 상아공진보 1,700개(총 5,000만원 상당)의 제품을 기부했다고 20일 밝혔다.

상아제약 김봉수 대표는 “이번 지원을 통해 지역사회 내 어려움을 겪고 있는 분들에게 조금이나마 힘이 됐으면 좋겠다”고 말했다.

애경산업, 10년째 희망꾸러미 나눔

서울파이낸스- 2021.12.14.

애경산업은 13일 서울시잇다푸드뱅크센터에서 서울시 및 서울시사회복지협의회와 '사랑과 존경을 담은 2021 희망꾸러미 나눔' 행사를 열었다.

애경산업은 2012년부터 총 55억원 상당 생활필수품이 담긴 희망꾸러미를 만들어 3만 가구를 도왔다. 서울시에 따르면, 희망꾸러미를 포함해 애경산업은 10년간 총 273억 원에 이르는 자사 제품을 서울시 소외계층에게 지원했다.

올해 애경산업은 소비자가격 기준으로 총 10억원 상당 세제, 샴푸, 치약 등을 담은 희망꾸러미 3000개를 서울잇다푸드뱅크센터에 건넸다. 희망꾸러미 3000개는 서울시 관내 25개 자치구 푸드뱅크·마켓을 거쳐 소년소녀가정과 기초생활수급 가정 등에 전달될 예정이다.

송기복 애경산업 상무는 "올해로 10년째 서울시 어려운 이웃을 위해 나눔 활동을 펼칠 수 있어 기쁘다. 코로나19로 모두가 힘든 시기에 조금이나마 도움이 되기를 바라며 앞으로도 나눔 활동을 통해 어려운 이웃과 함께 하겠다"고 밝혔다. 김도식 서울시 정무부시장은 "어려운 상황에서도 나눔 활동에 참여해 주신 애경산업에 감사드린다. 어려운 이웃이 희망을 잃지 않도록 후원받은 생필품을 잘 전달하겠다."라며 고마움을 전했다.

‘청정원 나눌수록 맛있는 2021개의 행복’ 행사

보건뉴스- 2021.12.10.

대상이 8일 서울 성동구에 위치한 서울잇다푸드뱅크센터에서 ‘청정원 나눌수록 맛있는 2021개의 행복’ 나눔 행사를 진행했다고 밝혔다.

2007년부터 시작해 올해로 14회째를 맞이하는 ‘청정원 나눌수록 맛있는 행복’ 행사는 주변의 소외되고 어려운 이웃들에게 따뜻한 마음을 전하기 위해 매년 연말 진행하는 대상의 대표적인 사회 공헌활동이다. 대상의 다양한 식료품을 담은 나눔박스를 해당 연도의 숫자만큼 만들어 소외계층에 전달하고 있다.

이날 행사에는 대상 임직원과 주부·대학생 자원봉사자 등 50여명이 참석해 소외계층을 위한 나눔박스 포장 활동에 동참했다.

나눔박스는 청정원 간장, 고추장, 된장 등 요리에 필요한 기본적인 장류부터 추어탕, 곰탕, 분말 카레 등 가정간편식까지 총 25종의 식료품으로 구성됐다. 자원봉사자들의 도움으로 포장한 2억원 상당의 2021개의 나눔박스는 서울시 25개 자치구의 ‘잇다’ 푸드뱅크·마켓을 통해 기초생활수급자, 차상위 계층, 한부모 가정 등 복지 사각지대에 놓인 소외된 이웃에게 전달할 예정이다.



서울시 푸드뱅크마켓 이용 활성화 방안 토론회



서울특별시의회