

싱가포르, 포장 가당 음료에 관한 새로운 라벨링 규정 발표



싱가포르, 가당 음료 관련 규제 더욱 강화하나

싱가포르 보건부(MOH)가 포장된 가당 음료에 대한 필수 영양 표기와 광고 금지를 2021년 말부터 시행할 예정이라고 밝힘. 현재 MOH는 2020년 말 해당 규제를 공식 발표 하는 것을 목표로 'Nutri-Grade'로 명명되는 설탕과 포화 지방 함유량에 대한 등급 체계를 마련하고 있음. 그리고 이와 관련하여 제조업체에는 약 2년의 제품 준비 기간을 부여할 예정임. Nutri-Grade는 주로 라벨링 표기 의무화와 광고 금지 조치를 골자로 하며, 자세한 내용은 하기와 같음

[라벨링 부문]

1. 싱가포르에서 팔리고 있는 모든 사전 포장 무알콜 음료를 총 4개 색상의 등급 체계(A, B, C, D)로 분류함. A 등급은 '당 함유량 및 포화지방 기준치가 최소임'을 뜻하며 초록색으로 표기하고, D 등급은 '당 함유량 및 포화지방 기준치가 최대임'을 뜻하며 빨간색으로 표기할 예정임
2. C와 D 등급을 판정 받은 음료는 의무적으로 라벨링 표기를 해야 하지만 A, B 등급 판정을 받은 음료는 라벨링 표기 여부를 선택할 수 있음
3. 라벨링을 통해 음료의 부피 대비 당 함량의 비율(%)을 명확하게 표기할 예정이며, 보건부는 이를 통해 소비자가 같은 등급의 제품 중에서도 더 세밀한 선택을 할 수 있을 것으로 기대하고 있음
4. 건강식품 인증인 Healthier Choice Symbol(HCS)의 가이드라인에 따르면, 모든 HCS 인증 음료는 A 또는 B 등급을 받은 제품이어야 하며 제조업체는 HCS 인증 혹은 Nutri-Grade 둘 중 하나의 표기를 선택할 수 있음

[광고부문]

1. D 등급 음료는 매장(POS)을 제외한 모든 미디어 플랫폼(방송, 영화, 인쇄 매체 등을 포함한 온라인과 모바일 플랫폼을 모두 포함함)에서 광고가 금지됨
2. D 등급 음료의 광고가 가능한 매장(POS)은 오프라인 매장, 온라인 및 모바일 구매 사이트, 자동 판매기 및 식품품 아울렛임. 허용 가능한 광고는 상품 진열, 시음, 홍보 간판, 사이트의 팝업 광고임. 그러나 D 등급 상품임을 명확하게 보여줘야 함
3. D 등급 음료를 기타 제품과 묶어서 진행하는 광고는 금지됐으나 브랜드 광고는 허용됨. 그러나 MOH는 향후 모니터링을 통해 규제를 조율할 예정임

한편, 아시아 식품업(FIA)은 이번 규제가 소비자들의 혼란을 불러일으킬 수 있다며 우려를 표명함. FIA측은 그 동안 설탕 함량을 줄이기 위해 노력해온 것을 강조하며 다시 새롭게 제품을 바꾸는 것은 소비자의 혼란과 제품 거부를 유발할 수 있다고 비판함. 또한, D등급의 가당 음료에 ‘불균형함 (disproportionate)’ 라벨링을 부착하는 것은 알코올 제품보다 더 엄격한 잣대를 적용하는 것이며, D 등급 가당 음료의 광고 금지는 당뇨와 같은 생활습관병(NCDs)의 경우 효과가 미미하다고 지적함

자국민 설탕 과다 섭취에 대해 꾸준히 경고해 온 싱가포르

싱가포르의 당뇨병 유병률은 2017년 기준 11.0%로 경제협력개발기구(OECD) 회원국 평균인 8.2%를 훨씬 웃도는 수준임. 이에 따라 싱가포르 당국은 자국민의 설탕 섭취량을 낮추기 위해 다각도로 노력해왔음. 특히 2018년 12월 4일부터 2019년 1월까지 라벨링 표기, 광고 규제와 더불어 제조업체 및 수입업체 대상 소비세 부과 등의 규제 방안을 검토해옴. 지난해 10월에는 설탕 함량이 높은 음료의 광고를 전면 금지하겠다고 밝힌 바 있어 이번 규제 발표가 새로운 내용은 아님. 제조업체의 반발이 존재하지만, 싱가포르 당국이 자국민의 설탕 섭취를 줄이기 위해 수년간 실질적 방안을 내놓고 대국민 논의를 진행한 이력을 통해 이번 규제가 무난히 올해 말에 정식 발표될 것으로 예상됨. 이에 따라 우리나라 가당 음료 수입업체는 향후 관련 발표에 주목할 필요가 있음

출처

Ministry Of Health Singapore, SUPPORTING SINGAPOREANS TO CARE FOR THEIR HEALTH AND WELLBEING

Food Navigator Asia, ‘Goalpost shift’: Singapore’s new sugar-sweetened beverage labeling rules could confuse consumers, 2020. 03. 09