

프랜차이즈 위생 관리 도마...외식업계 신뢰도 하락 우려↑

등록 2021.08.06 04:30:00 | 수정 2021.08.06 11:02:35



[서울=뉴스시스] 김동현 기자 = 프랜차이즈 업체들의 여름철 위생관리가 도마에 올랐다. 잇따라 터지는 위생 불량 사건으로 인해 소비자들의 불신은 더욱 커지고 있다. 이로 인해 발생한 소비자 불신이 업계 전반의 신뢰도 하락으로 이어질 수 있다는 점은 뼈아프다.

프랜차이즈 업계 내부에서는 먹거리 위생 관련 사태가 외식업계 전반에 대한 불신으로 이어질 수 있다는 점을 명심하고 직영점은 물론 가맹점에서도 철저한 위생 관리에 힘써야 한다는 목소리가 나온다.

6일 프랜차이즈업계에 따르면 한 언론은 공익신고자의 제보를 바탕으로 올해 1월 서울 소재 맥도날드 매장에서 폐기 대상으로 정한 햄버거 빵 등의 식자재를 버리지 않고 그대로 사용했다는 사실을 보도했다.

폐기물 재활용 영상은 지난해부터 1년 가까이 수십 차례 촬영된 것으로 알려졌다. 공익신고자는 다음날 쓸 재료를 준비하면서 남은 재료에 스티커를 덧붙이는 방식으로 폐기물 재활용이 이뤄졌다고 폭로했다.

맥도날드는 기준을 강화해서 자체적으로 정한 유효 기간이긴 했으나, 유효 기간이 지난 식재료를 음식을 만든 사실을 인정하며 "식품안전 위한 관리 및 점검을 더욱 더 철저히 하겠다"고 재발 방지를 약속했다. 또 문제가 된 매장의 직원과 책임자는 내부 절차 기준에 따라 처리했다.

맥도날드의 이 같은 대처에도 불구하고 소비자들의 반응은 싸늘하다. 2016년 발생한 식중독 사태로 곤욕을 치렀던 맥도날드가 지속적으로 위생 불량 업체로 지목을 받은 사건이 연이어 발생했기 때문이다.

2019년에는 위생 불량에 대한 소비자들의 불신이 높아지자 주방을 공개하는 행사를 진행하기도 했지만 같은 해 실시된 식약

처의 햄버거 프랜차이즈 매장을 대상으로 실시한 위생 점검에서 최대 법 위반 업체로 이름을 올리기도 했다.

유명 커피 프랜차이즈 업체들도 여름철 위생관리 소홀로 적발됐다. 최근 식품의약품안전처는 여름철을 맞아 커피전문점 등을 대상으로 식용 얼음을 수거·검사한 결과를 발표했다.

적발된 커피 프랜차이즈 업체들 중에는 이디야, 투썸플레이스, 메가엠지씨커피, 커피베이, 카페베네 등이 포함됐다. 식약처는 이들 업체에 대해 즉시 개선 조치를 요구하는 한편 관할 관청에 행정처분을 요청했다.

커피베이방학성원점, 카페베네 김포사우점, 이디야 독섬유원지역점, 이디야 장승배기역점은 판매되고 있는 얼음 내 세균수가 기준·규격에 적합하지 않았다.

이디야 구월로데오점, 투썸플레이스 수원영통구청점, 메가엠지씨커피 원종사거리점, 메가엠지씨커피 연산점, 메가엠지씨커피 충북옥천점, 메가엠지씨커피 논산취암점, 할리스커피구미 CGV점 등은 과망간산칼륨 소비량 기준을 위반했다.

경기도 분당에서 프랜차이즈 김밥집 2곳을 이용한 130여명이 넘는 고객들이 식중독 증상을 보이는 사태도 발생했다. 지난 2일부터 4일까지 판매된 김밥은 약 4200여줄에 달해 식중독 증상을 보이는 추가 환자 발생 가능성도 높다.

이 프랜차이즈 김밥집은 수도권에 약 30여개 점포를 운영하고 있다. 직영점인 분당 소재 2개 지점 외에는 식중독 증상이 신고되지는 않았지만 보건당국은 문제가 된 지점을 포함해 정밀 역학조사를 진행한다는 계획이다.



잇따르는 사건 사고로 인해 소비자들의 프랜차이즈 업체에 대한 불신이 커지고 있는 가운데 코로나19 이후 위생에 대한 소비자들의 관심이 높아진 것을 감안, 선제적으로 여름철 품질 관리에 나선 업체들도 있어 눈길을 끌고 있다.

맘스터치는 최근 '위생 및 제품 품질 관리' 역량 강화를 추진키로 했다. 고객들이 전국 어디에서나 안심하고 깨끗한 위생 환경에서 균일한 품질과 맛의 제품을 즐길 수 있도록 하겠다는 목적에서다.

맘스터치는 먼저 품질 경영 관련 전담 부서를 확충하고 총체적인 'QC(Quality-Control)점검' 프로세스를 강화했다. 'QC점검'은 메뉴 퀄리티와 관련된 'Q(Quality)점검'과 매장의 청결도를 체크하는 C(Cleanliness)점검을 의미한다.

향후 맘스터치는 자체 내부 위생 점검 프로세스를 강화함과 동시에 공신력 있는 외부 기관에 의뢰해 철저한 이중 모니터링 체계를 구축하는 한편, 판매 메뉴에 대해서도 미생물 수거 검사를 실시할 예정이다.

교촌치킨은 체계적인 가맹점 관리 및 고객 만족 실현 등 QSC(품질, 서비스, 위생) 강화를 추진하고 있다. 대표적으로 본사와 가맹점의 상생을 위한 '아띠' 교육 프로그램이 있다.

아띠는 프랜차이즈 기업에서 일괄적으로 진행되는 단순한 가맹점 교육 및 점검이 아닌 직접 가맹점을 찾아가 진행되는 1대 1 현장 맞춤형 교육이다.

교촌은 가맹점 현황 및 환경, 점주 성향 등 모든 요소를 고려해 이에 적합한 맞춤형 교육을 진행해 가맹점 관리의 효율을 더욱 높였다. 또 고객불만 다발 가맹점 및 QSC 품질 기준 이하 가맹점에 직접 찾아가 조리 교육 등을 제공한다.

일부 프랜차이즈 업체를 중심으로 위생등급제 인증 추진도 활발하게 진행되고 있다. 2017년 5월 도입된 위생등급제는 음식점 위생 관리 수준을 평가한 후 그 수준에 따라 '매우 우수'(별 3개), '우수'(별 2개), ' 좋음'(별 1개) 등을 부여하는 제도다.

맘스터치는 중장기적인 가맹점 위생 수준 강화와 소비자 신뢰도 제고를 위해 식약처의 음식점 위생등급제 인증 취득을 2022년까지 가맹점 1000개 매장으로 확대, 추진한다는 계획이다.

bhc치킨은 현재 1500여개 매장 중 750개 이상의 매장이 위생등급을 획득했다. 이 회사는 올 연말까지 전 매장이 위생등급을 받을 수 있도록 음식점 위생등급제에 적극 참여한다는 계획이다.

스쿨푸드는 위생등급제 인증을 확대 추진키로 했다. 올해 안에 많은 매장에서 위생등급제 인증을 받는다는 계획이다. 현재까지 위생등급제 인증을 받은 매장은 총 24곳으로 전체 매장 수 중 약 30%에 달한다.

업계 관계자는 "위생 문제가 한번 불거지면 소비자들은 비슷한 업종에서 판매되는 모든 제품에 대한 기피현상을 보이기도 한다"며 "코로나19 여파로 소비자들의 위생에 대한 관심이 높아진 만큼 식품 위생과 안전에 경각심을 가져야 할 때"라고 말했다.

©공감언론 뉴시스 oj1001@newsis.com

Copyright © NEWSIS.COM, 무단 전재 및 재배포 금지