

## 불란서인의 식생활 변화

조 도 현 / 아주대학교 생물공학과, 피어스 콤브리  
불란서 국립농업연구소 소비연구실

식생활은 세계 인구의 대부분에게 가장 중요한 문제로 되어있다. 식사는 가정에서 가계 예산의 가장 중요한 부분이며 직·간접적으로 가사 노동의 가장 많은 부분을 차지한다. 선진국에 있어서는 식사의 상대적 중요성이 계속하여 감소하고 있지만 가계비용에서 주거비용과 함께 항상 1~2위의 위치를 차지하고 있는 것이 현실이다. 불란서의 예를 들면 1994년에 가정내에서의 식사내용은 가계비용의 17%를 차지하였다. 그러나 음식점, 단체 급식소 등에서의 식사비를 계산한다면 가계 지출의 23%를 차지하여 주거비용이 차지하는 비율인 21%보다 높은 비중을 차지하고있다.

1992년 부터 현재까지 집안에서의 식사비의 비율이 계속하여 감소하였으며 식사량에서는 1950년대에는 일인당 식사 소비량이 연간 2.5%의 증가를 보였으며 1960년대에는 2.0%의 증가를 나타내었고 1970년대 및 1980년대에는 역 1%의 증가를 보였다. 그러나 1990년대에 들어서서는 연간 증가율이 0.5%이하가 되었다. 이와 같이 집안에서의 식사비의 지속적인 감소 추세는 식품의 성격, 식사 구조 및 구매, 그리고 식품 소비 형태에 상당한 변화에서 그 원인을 찾아볼 수가 있다.

상기의 관점에서 볼 때에 현재 불란서에서의 이와 같은 감소 추세는 다른 선진국에서의 경향과 근본적으로 다를 바가 없다. 따라서 식품 소비의 장차의 전망을 예견할 수 있는 가장 중요한 지표 요소를 추출할 수가 있다.

### 일반적인 경향

불란서에서는 지난 100년 사이에 음식으로 섭취한 열량면에서 보면 식품의 소비량은 증가하지 않았고 실지로는 불란서인의 열량 요구량의 감소로 식품소비량이 줄어들고 있다. 소비량이 지속적으로 일정한 수준을 유지함으로써 어떤 식품의 소비의 증가는 자연적으로 다른 식품의 소비 감소를 유발하게 된다. 이러한 사실에 기초하여 20세기에는 곡류, 전분질, 건조야채 및 두류 소비가 급격히 감소한 반면에 동물성 식품, 유지, 과일 및 야채의 소모가 증가하였다.

이와 같은 변화는 경제 성장과 궤를 같이하고 있다. 경제 발전과 함께 식품의 대체기작이 일반화되고 대기업 식품회사 사이의 경쟁이 심화되며 식품간의 경쟁은 주로 미각, 영양소 첨가 및 특정한 성분 제거에 의한 영양 특성의 차별화가 중요 사항이다. 이상과 같은 제품의 차별화 움직임으로 시

장이 아주 세분화되고 모든 잠재 수요를 겨냥하게 되었다.

### 불만 소비자란 무엇을 기대하는가?

식품에 대한 소비자의 기대는 옛날부터 잘 알려져 있다. 즉 맛, 영양 및 위생적 특성, 식품에 포함되어 있는 서비스량 그리고 가격이다. 현재 소비자가 요구하는 새로운 사항은 제품에 대한 자세한 정보와 각 사항에 대한 보장을 요구하는 것이다. 위생이나 안전성에 대한 불분명함에 대한 거부감이 확산되고 있으며 특히 가공하지 않은 신선한 제품에 대한 영양적인 면과 미각적인 면에까지 확산되고 있다.

어떤 식품의 판매고를 촉진시키기 위한 가장 중요한 요소는 가격으로 나타났다. 이러한 가격인자는 가게에서 차지하는 식품비의 비중을 고려하면 놀라운 일은 아니다. 그러나 이러한 식비의 비중에도 불구하고 소비자의 상당한 부류는 맛, 다양성, 영양적인 조성, 서비스등의 특이한 특성에 대하여서는 보다 많은 돈을 지불하려는 경향이 증가하고 있다. 그러나 이 경우에는 이들 특성을 효과적으로 얻는다는 확신이 소비자에게 있는 경우만이 가능한 것이다.

### 식품과 건강

전술한 바와 같이 식품소비의 근본적인 변화와 동시에 1980년대 부터 영양적인 문제에 대한 관심도가 아주 높아지고 있어서 이로 인하여 육류, 주류 및 동물성지방등의 특정한 식품에 대한 기피현상이 생기게 되었다. 반대로 보다더 좋은 건강식으로 인지되는 신선한 과일 야채, 유제품, 식물성 지방등을 더 찾게되었다.

이러한 영양에 대한 관심은 영양학적으로 보장된 식품이나 미량 원소가 첨가된 식품을 찾는 경향에서도 볼 수있다. 만약에 건강에 대한 중요성이 식품선택의 중요한 결정요인으로 보장 받게 된다면 이러한 종류의 식품은 항상 대중들에게 새로운 영양정보를 제공하여야 한다는 것을 잊어서는 안된다.

선진국에서의 식품 소비경향 분석 자료의 대부분은 소비자의 소비양태가 다양화되어

미리 예측하기가 힘들다는 것이다. 이와 같은 다양화의 증가로 식품회사에서는 아주 자유로이 시장에 상품을 출고할 수가 없다. 따라서 적절한 비용으로 점점 좁아지는 시장에서 소비자를 공략하기 위하여서는 더욱더 정확한 마케팅이 필요하게 된다.

### 사회 인구학적인 면과 식품의 변화

식품 소비자 양태의 변화의 이질화가 심화되고 있지만 그러나 몇 가지 중요한 예측할 수 있는 방향을 알 수는 있는 것이다. 단, 이때의 조건으로는 인간 수명의 연장, 집안일의 규모가 점점 축소화 되고, 여성 근로자의 비율이 증가하는 등의 사회의 급격한 변화가 없는 경우에는 예측할 수 있는 사회 인구학적 변화에 연계되어 있는 경우이다.

국민의 평균 수명이 증가하고 국민의 평균 나이가 증가함에 따라서 소금의 함량, 지방의 함량,  $Ca^{++}$ , vitamin 함량등의 건강이 우선인 노인관련 시장이 발달하게 된다. 1968년에서 1995년 사이에 부모중 어느 한 쪽만 있는 가족의 비율이 20%에서 28%로 증가하여 가사 노동이 감소하고 있다. 이러한 감소로 인하여 식품의 포장의 차별화에 대한 요구가 증가하고 다양한 사회환경에 적응될 수 있는 식품이 요구된다.

취업 주부가 1960년대 말에는 40%에 지나지 않았으나 현재에는 25세에서 40세된 주부의 2/3이상이 직업을 가짐으로써 주부 취업의 증가는 계속 상승 추세에 있다. 따라서 식품에 서비스가 포함되어 있어야 한다는 요구가 강력하게 제기되고 있다.

또한 교육 기간의 장기화, 만혼, 자녀없이 계속된 사회활동, 자녀수의 감소, 늦은 퇴직 등의 생활주기의 몇가지 단계사이의 극명한 차이로 인하여 적합한 식품의 개발이 요구되고 있다. 교육수준의 상승과 가치 체계의 다양화로 새로운 것과 다양성에 대한 요구가 증가되고 있다.

식품의 다양성, 이국 취향, 전통음식과의 혼합등이 이미 인지되고 있으며 이러한 경향은 앞으로 계속 증가될 것이다. 그러나 이러한 경향으로 인하여 전통적인 식품의

소비가 감소되거나, 지역적으로 특이한 음식들이 사라지거나 하지는 않을 것이다.

### 경제적 상황의 중요성

이와 같은 식품 소비 형태의 심각한 변화와 궤를 같이 하면서 몇몇 경향은 경제적인 상황과 밀접한 관계를 갖고 있어서 재론의 여지가 있다. 즉, 사회적인 불평등의 증가로 인하여 시장의 양극화 현상이 생기고 따라서 저가 식품의 과소비에 기인된 특정한 영양 문제가 뒤따르게 된다.

집 밖에서의 식품소비의 진전또한 경제성장과 아주 밀접한 관계가 있다. 1971년부터 1991년 사이에 점심식사를 5회 이상 가정밖에서 먹는 비율이 6%에서 12%로 두배가 되었다. 불란서에서는 아직도 45%가 모든 식사를 가정에서 들기 때문에 집 밖에서의 식사 부문에서의 개발 가능성이 많다고 하겠다. 그러나 fast food의 개발은 식당에서의 질 좋은 서비스에 대한 저렴한 대치기작이다.

### 소비 성장세에 있는 식품과 감소세에 있는 식품

식품 시장의 증가 잠재력을 측정하기 위하여서는 지난 수년간의 식품 소비량의 증가율과 식품 소비와 사회 계층간의 정상관 관계(positive correlation)에 기초를 두어야 한다. 이 정상관 관계의 상대적인 중요성이 증가하든지 혹은 정상관 관계의 거동이 추진체로 고려되어 일반화 될 수 있기 때문이다. 그 외에도 영양에 대한 긍정적인 이미지를 갖고 있거나 가정에서 봉착되는 식품의 제반 약점들을 감소시키는 식품은 경쟁에서 살아 남을 수 있는 결정적인 요인을 갖고 있는 것이다.

#### • 곡류, 채소류 및 과일류의 소비

영양학적인 면에서의 권장 사항들은 식품 시장의 변천에 강력한 영향력을 갖고 있다. 보통 빵의 소비가 감소 일로에 있는 반면에 특수 빵, 아침 식사용 곡류 및 FLAKE류의 소비는 증가하고 있다. 이러한 식품류의 소비는 교육수준 및 사회적인 지위와 밀접한 관계를 가지고 있다. 그외에도 영양학자들

이 곡류에 소비를 강력히 권장하고 있으므로 이러한 경향은 앞으로도 계속 증가할 것이다.

야채 및 과일의 소비는 1960년대와 1970년대에는 아주 감소하였으나 1980년초 부터 증가하였다. 셀러드나 신선한 채소의 소비는 월수입과 교육정도와 정상관 관계를 가지고 있다. 따라서 아직도 계속해서 증가할 가능성은 가지고 있다.

식품 소비의 지역간의 격차는 아주 심하며, 가내 제품 생산의 관행이 아주 서서히 감소하고 있다. 현재에는 가내 생산의 1/4 정도는 자체 내에서 소비하고 있으나 이는 1960년대에 2/3가 가내 소비된 것에 비하면 상당히 감소한 것이다.

영양학적인 면에서 권장 사항들은 과일 및 채소의 소비를 권장하고 있다. 이들 식품들은 저장, 보전 및 조리의 용이성과 영양의 질적인 면이나 미각의 질적인 면과는 서로 공존하기 어려운 형편이다. 따라서 소비자의 요구는 급속 냉동이라든지 밀봉등으로 가능하다면 신선한 제품에 가까운 상태로 보존하는 방향으로 진행되고 있다. 아직도 이들 과일 및 야채 시장에서의 기술 혁신의 기회는 상당히 있다.

#### • 육류 소비

육류의 소비 감소는 최근 수년 사이에 새로운 현상이며 그 감소 정도가 상당하다. 이와 같은 감소는 육류 소비의 포화 현상에서 시작되는 것이다. 즉, 불란서에서 일인당 1년에 100kg 이상의 육류를 소비하여, 세계에서 일인당 가장 육류를 많이 소비하는 국민이다. 이와 같은 감소 추세는 우선적으로 일인당 육류 소비 증가율이 둔화되고 1980년대 부터 소고기 소비량의 감소가 선행되었다. 소고기의 소비량의 감소는 선진국의 대부분의 국가에서 모두 볼 수 있는 현상이다.

영양학적인 권장 사항이 미국 그리고 유럽에서 상당한 호응을 얻으면서 소고기 소비는 타격을 받았고, 다른 육류에 비하여 상대적으로 값이 높은 경향이 지속되었기 때문이다. 교육 수준에 따른 역상관 관계의 효과와 1950년 이후에 태어난 세대의 가속

화되는 소고기 소비 감소는 특히 최근의 광우병 사태 이후에 더욱 더 심화되었다.

돼지고기와 닭고기류는 이와 같은 소고기 소비의 감소와는 반대로 증가하였다. 특히 닭고기류는 북미에서는 물론 유럽에서 상업적으로 성공한 사례에 속하고 있다. 이와 같은 성공은 가격 인하를 가능케 한 생산성의 향상, 다양한 선택이 가능하여짐에 따라 시장의 잠재 구매력을 모두 만족시킬 뿐만 아니라 소비의 개별화를 위한 제품의 혁신 정책, 그리고 가계 수입 규모의 축소에 의하여 가능하게 되었다.

그리고 광우병 파동 이후로 건강 측면에서 닭고기류는 선입견이 좋은 것으로 생각이 되며 영양적으로 좋은 이미지를 갖고 있다. 그러나 앞으로의 소비 증가 가능성은 현재가 가장 높다. 그 이유로는 총 육류 시장이 안정된 상태에 있기 때문이며, 소비가 증가하는 분야는 품질의 보증 및 품질의 확실한 표시, 새로운 제품의 개발 등 상품에 대한 아주 확실한 정책이 수립된 분야만이 가능하게 된다.

#### • 유제품과 지방질의 소비

전통적이고 재래식 농장 생산에서부터 농업 식품공업의 최근의 기술 혁신에 이르기까지 유제품의 다양성이 소비자 시장 개발의 요인이 되고 있다. 유제품 시장 성장의 전반적인 전망은 현재가 가장 크며 특히 우유 부문이 그러하다. 그러나 치즈나 초신선도 유제품 등 가공 유제품은 아주 역동적이며 나아가서는 향토 제품, diet식품, 유아 식품 등으로 각 분야별로 되어 있기 때문에 수요의 불균일성이 강점이다.

지방질의 소비에 있어서는 전반적으로 감소 추세에 있다. 식물성 지방질이 영양적인 이미지가 좋기 때문에 동물성 지방질의 소

비는 점점 줄어들고 있다. 이런 상황에서 특히 올리브유가 가장 잘 팔리고 있다. 그러나 전통적인 지역의 영양력이 존속하며 “버터의 불란서”와 “식용유의 불란서”의 구별이 소비의 다양함을 가장 잘 설명해 주는 말이라 하겠다.

#### • 주류 및 음료수류의 소비

포도주, 맥주, 과일주, 아페리티프를 포함한 전 주류의 소비는 감소하고 있다. 그리고 시장성도 소비의 사회적 환경에 점점 더 의존하여 형성되고 있다. 고급 포도주가 보통 포도주로 상당히 대체되고 있다. 이와 같은 보통 포도주로의 대체 현상은 가계 수입의 감소로 포도주를 사먹는 것을 줄이지 않는 한은 계속될 전망이다.

비알콜성 음료 시장은 증가를 계속하고 있다. 청량 음료 시장은 가계 수입에 따라 완전히 구분이 되어 있어서 과일류 및 야채류 부문과 소다수류로 되어 있다. 또한 광천수의 소비 증가도 상당히 괄목할만 하여 1980년에 1인당 55 liter에서 1996년에는 100 liter로 증가하였다. 그리고 탄산수의 소비는 소득과 관계가 깊은 것으로 조사되었다. 현재 불란서의 높은 소비 수준을 고려해 볼 때 탄산수의 시장은 서서히 증가할 것으로 기대된다.

앞으로 이 분야에서 자세한 예측은 불필요하지만 제품의 다양화와 소비자의 특정한 요구를 고려하는 것이 현재 시장의 주요 추이이다. 반면에 생활 수준의 변화라든지 영양적인 면에서의 정보와 지식의 보급으로 음료 부문의 시장이 감소할 수도 있다. 이러한 현상은 몇몇 식품의 시장의 변화를 추이를 바꿀 수는 있으나, 보다 더 심원한 경제 및 사회인구적인 기작에 의하여 움직여지는 전반적인 경향을 바꾸지는 못한다.