



우리나라 축산물 소비추세 및 변화

우리나라뿐만 아니라 세계적으로 1900년 이후에 접어들면서 식품 소비와 생산에 있어서 구조적인 변화가 일어났다. 질적인 성장단계로 접어들었다고 볼 수 있고 본질적인 환경의 변화를 의미한다고도 볼 수 있다.

추세(trend)는 일시적인 유행과 달리 꽤 긴 기간 동안 지속되면서 사회전반에 영향을 미치는 주요 흐름을 의미한다. 식품소비 추세는 식품에 대한 소비자 태도와 바람(desire)의 변화가 일반화되어 식품관련 산업 전반에 걸쳐 영향을 미치는 주요한 흐름이라고 볼 수 있고 보다 좁은 범위 축산물소비 추세는 축산물에 한정된 주요 흐름이라고 할 수 있다.

이러한 변화와 관련해 식품소비 흐름 또는 패턴은 고급화, 다양화, 간편화로 요약되는데, 이러한 특성은 인구통계학적 측면에서 예외적인 측면도 있다. 즉 고급화는 식품구매자의 가격속성에 의해 저가의 식품을 선호하는 계층도 적지 않고, 다양화의 경우는 사회참여의 기회가 확대되고 인구학적 환경변화(노령화, 맞벌이 가구 증가)에 따라 오히려 다양성이 약화되는 경향이 있다(김성용·노호영). 간편화의 경우는 오래 전부터 식품제조업체가 발전해오는 과정에서 발견된 식품소비 패턴이다.

최근 식품소비 트렌드와 관련한 연구들로는 신선육에 대한 소비패턴 연구(최승철·연구

영·이병오), 한국인의 식품소비가 사회, 경제, 인구학적 여건변화에 따라 어떠한 트렌드를 형성하는 가를 분석한 연구(이계임·한혜성·손은영), 국내 식품수요에 영향을 미치는 사회경제 환경을 살펴보고 식품소비의 변화추이를 전망한 연구(김동환), 식품소비 패턴 중에서 우리나라 도시가계의 식품소비 지출에서 나타난 다양성의 변화를 분석한 연구(김성용·노호영), 한국농촌경제연구원의 농업전망 자료(한국농촌경제연구원) 등이 있다.

한편 각종 식품관련 제도나 프로그램에 대한 소비자 태도연구로 이계임·황윤재·손은영, 최승철·김진년, 최승철·연구영·김태경, 최승철·한성일, 한재환·주현정 등의 연구가 있다.

1. 우리나라 주요 추세 및 농식품소비 추세

1) 주요추세

최근 우리나라는 불황에 따라 사회 전반적으로 불안감과 스트레스가 증폭되고, 동반차살과 생계형 범죄 등 사회병리현상의 확산 속에서 '新 가족주의' 문화가 대두했다(삼성경제연구소, 2009.1). 즉 불황에 따른 경제적인 어려움과 정신적인 불안감을 가족구성원 간의 연대감을 통해 완화하고자 하는 '新 가족주의'가 대

두했다. 특히 불황기에는 시장활동은 위축되는 반면, 혈연적 유대감을 지닌 가족과 친족간의 비시장적 경제활동이 활발해지는 경향이 있다고 한다. 이에 따라 가정내 식생활 및 여가활동 확대 등을 통해 생활비를 절약하는 경향이 크게 일고 있다. 즉 가족중심의 소비가 확산될 가능성이 큰데, '개인소비에 부담을 느낀다'는 소비자의 대다수가 '가족을 위한 소비(75%)와 자녀를 위한 소비(80%)는 유지하겠다'고 응답하고 있고, '소득이 줄면 전반적으로 소비가 줄어дна, 저비용으로 만족도를 크게 느끼는 가족중심 지출은 늘어난다(존 컬치 美 하버드대 교수)'는 의견도 있다.

또한 가치와 신뢰를 중시하는 소비패턴이 확산되고 있다(삼성경제연구소, 2009.1). 경기 침체가 지속되는 한 가격 대비 품질(기능)과 같은 경제적 가치를 중시하는 소비패턴이 정착되고 있는 것이다. 적절한 가격과 함께 맞춤형 혜택도 제공하는 'DIY(Do It Yourself)'형 상품수요도 확대되는 추세이다.

한편 불안감에서 벗어나기 위한 '신뢰중시 소비'도 확대되는 추세이다. 즉 불황기일수록 소비자들은 구입할 때 확실히 만족하고, 후회하지 않기 위해 기업이나 브랜드의 신뢰도를 더욱 중시하는 경향이 있다. 특히 각종 안전성 관련 사건이 빈발하면서 식품 및 외식분야 등에서 원산지를 살피는 등 신뢰중시의 소비가 두드러질 전망이다.

히트상품으로 본 2008년 소비특징은 '스트레스', '불확실성', '불신'이란 중심단어(key

words)로 요약할 수 있다(삼성경제연구소, 2008.12). 경기침체와 미래에 대한 불확실성이 커진 가운데 광우병, 멜라민, 그리고 최근의 SI(Swine Influenza) 파동으로 식품에 대한 불신도 증폭되고 있다. 이에 따라 안전성을 검증하는 환경으로 '인터넷 토론방', '소비자고발 프로그램'이 구축, 만연하면서 웰빙이나 미용에 앞서 우리 몸에 위협이 될 수 있는 요인을 제거하고 안심할 수 있는 먹거리를 확보하는 것이 최대 현안으로 대두되고 있다. 외식은 가급적 줄이고 유기농 식품이나, 안전성이 검증되었다고 판단한 식품에 대한 소비가 증가하고 있다.

'인터넷 토론방'에서는 미국산 수입쇠고기 안전성 및 멜라민 파동에 대한 토론이 활발하게 진행되고 있고, '소비자고발 프로그램'은 일상 속에서 소비자들이 미처 알지 못했던 문제점을 폭로하고 안전한 제품을 안전하게 고르는 방법 등을 제시해 큰 반향을 일으키고 있다. 이에 따라 소비자들은 원산지뿐 아니라 기업, 품종(유전자 조작여부), 성분(멜라민 포함 여부) 등 세세한 부분에까지 관심을 가지고 있다(삼성경제연구소, 2008.12).

2) 농식품 소비 추세

농식품 소비는 경제발전과 소득증대에 따라 곡류, 서류 등에서 신선식품인 육류, 채소, 과일로 변화하고, 동시에 가공식품, 건강 또는 기능성식품 등으로 변화하고 있다. 우리나라 국



〈표 1〉 농식품 1인당 소비량

(단위: kg/년)

구분	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2001	2007
곡류 (쌀)	190.0 (133.8)	174.1 (119.8)	189.9 (132.9)	185.4 (128.0)	175.4 (120.8)	173.1 (110.6)	158.1 (92.8)	146.4 (76.9)
채소류	65.6	62.5	120.6	98.6	132.6	160.6	164.8	154.0
과실류	12.0	13.9	16.2	26.6	29.0	39.1	41.9	67.9
육류	8.4	9.3	13.9	16.5	23.6	32.7	38.2	35.4
우유	3.0	4.4	14.4	24.3	43.8	47.5	63.9	63.0

※ 자료: 농림수산식품부 '농림업 주요통계' 및 한국농촌경제연구원 '식품수급표'

민의 1인당 농식품 소비량 변화는 〈표 1〉과 같다.

〈표 1〉에서 보듯이, 쌀을 포함한 곡류는 1980년 이후부터 지속적으로 감소추세를 보이고 있다. 채소류는 1980년에 급속하게 증가해 전반적으로 증가한 추세를 보인다. 과실류는 매년 꾸준히 증가하고 있고, 육류와 우유도 2000년대 초까지 꾸준히 증가하는 추세를 보인다. 특히 육류 중 쇠고기 소비는 2002년 8.5kg 수준까지 증가하다가 2007년 현재 7.6kg 수준에 머물고 있고, 돼지고기는 동년 17.0kg에서 19.2kg, 닭고기는 8.0kg에서 8.6kg으로 증가하였다.

쇠고기 소비량의 정체와 관련하여 특이한 점은 최근 소득 양극화현상과 함께 1등급 이상 고급 한우고기(냉장상태의 등심, 갈비)는 고가에 꾸준히 판매되고 있지만, 2등급 이하 중등육과 비선호 부위, 수입쇠고기도 정체되고 있는 실정이다(최승철 외, 2008.9). 이에 비해 돼지고기와 닭고기의 소비량은 꾸준히 증가하고 수입량 또한 같은 현상을 보이고 있는 점이 주목된다.

이와 같은 소비품목의 소비비중이 변하면서 소비자의 소비패턴도 변화하고 있다. 먼저 핵가족화에 독신세대 수 증가로 외식기회가 증가하고, 가공 및 조리식품 소비가 증가하고 있다. 두 번째, 여성의 사회활동 비중이 증가하면서 신선·편이 농산물 소비가 증가하고, 가정식을 대체하는 즉석 조리식품 수요도 증가하고 있다. 또한 구매단위에 있어서도 소포장 단위의 식품구매가 증가하고 있는데, 특히 축산물의 경우 100g 단위부터 국거리, 로스 등 용도별로 포장되고 있다.

최근 들어 각종 가축질병과 식품유해성 논란으로 식품위생과 안전에 대한 관심이 크게 늘고 있다. 이와 함께 친환경농산물에 대한 소비가 증가하고 있는데 이는 주로 가족의 건강과 영양을 중요시하는 소비자의 구매속성에 기인한다(김창길·이용선·이창진). 친환경농산물을 지속적으로 소비하는 주요계층은 서울과 수도권 40~50대 중산층과 20~30대 고소득 계층으로 나타났다. 이들은 주로 채소류, 과채류, 곡류 등의 순으로 구매한다.

한편 브랜드 측면에서 볼 때, 소비자는 특정

소매상의 자체브랜드(Private Brands)에 대한 관심과 소비가 증대하고 있다. 식품선택 기준도 변화되면서, 특히 쌀의 경우 구입기준으로 가장 크게 고려하는 요인은 품질이고 생산지, 가격 순으로 나타났다(농수산물유통공사). 품질에 대한 관심은 이전에 비해 훨씬 증가했다.

이상과 같은 변화를 정리하면, 우리나라 식품소비 추세는 건강과 안전, 그리고 편리성을 추구하면서 고령인구의 실버마켓, 고가와 중저가 식품으로 소비 양극화, 친환경 및 합리적인 포장, 외국전통음식시장 등의 확대로 변화될 전망이다.

2. 축산물소비 추세 및 변화

일반 육류를 구매할 때 중요시하는 속성으로는 넓은 의미의 품질(맛, 지방 분포와 같은 등급, 색깔 및 광택과 같은 신선도 등)을 가장 크게 고려하고 있으며 다음으로 위생·안전성을 고려하고 있는 것으로 나타났다. 가격은 세 번째 중요한 속성으로 나타나 육류 구매에 있어 가격 이외의 속성을 크게 고려하고 있음을 알 수 있다. 또한 건강과 관련된 영양소 함유 유무가 그다지 크게 고려되고 있지 않는 것은 맛과 위생·안전에 대한 욕구가 큰 것과 무관하지 않다고 볼 수 있다.

그러나 점차 건강에 대한 관심이 고조되면서 쇠고기와 돼지고기와 같은 적색육에 대한 인식이 달라질 것으로 보이고, 이에 대비해 콜레스테롤이나 지방 등을 고려한 육종개량에 대한

관심이 요구된다.

기능성신선육에 대한 인지도는 높은 편이다. 인지도가 높은 것은 시중에 판매되고 있는 기능성축산물 가운데 신선육류보다 계란 및 우유에서 기능성식품이 많이 개발되고 출시되고 있기 때문이라고 사료된다(최승철·연구영). 최승철·연구영의 연구에 의하면, 소비자 가격과 관련해 기능성신선육은 절대가격이 높은 편이기는 하지만, 대부분 그만한 가치가 있으므로 그리 비싼 편은 아니라는 견해를 보이고 있는 점은 주목할 필요가 있다. 이보다는 오히려 품질이 보증되고 있지 않는 일반 육류가 비싸다는 견해를 보이고 있어 과거에 비해 소비자들의 인식이 많이 달라졌음을 알 수 있다. 하지만 과반수 이상이 이에 대해 신뢰하고 있지 않는 것으로 나타났다.

기능성신선육을 구입하는 데 있어 가장 큰 영향력을 미치고 있는 요인은 제품에 대한 신뢰도이고, 가격, 맛에 대한 인식, 학력, 수입, 정보, 연령순으로 나타났다. 기능성신선육의 구입경험은 비교적 젊은 세대, 고학력·고수입일수록 경험이 높은 것으로 나타났고, 대부분 신문·잡지 및 팜플렛 등을 통해 기능성축산물에 대한 정보를 얻고 있었다.

한편, 최승철·연구영·이병오는 식품소비 실태파악을 위해 서울지역의 주부를 대상으로 2004년 초에 설문조사를 실시한 바 있다. 조사 결과 고급화, 건강성을 중시하고 있는 것으로 나타났는데 이는 당시 식품소비패턴 변화를 반영한 것이라고 사료된다. 그런데 콜레스테롤이



건강에 필요하다고 느끼고 있는 소비자가 절반 이상으로 나타났지만, ‘콜레스테롤이 건강에 해롭다’ 라고 느끼고 있는 소비자는 20% 수준으로 낮게 나타났다. 이는 최근까지 초등학교와 같이 어린이의 경우에는 아직 콜레스테롤에 따른 건강문제가 크게 인식되지 않고 있고, 우선적으로 영양섭취에 대한 필요와 품질에 대한 관심이 보다 큰 것으로 사료된다.

한편, 식품안전성에 대한 소비자들의 의식을 살펴보면 농가에서 안전성에 주의하여 생산하고 있다고 생각하는 소비자가 그렇지 않다고 생각하는 소비자보다 약간 높게 나타났다. 그러나 정부, 식품가공업자, 그리고 유통업자가 식품 안전성에 대해 노력하고 있는 지에 대해서는 각각 절반을 크게 웃돌면서 부정적으로 생각하고 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 현상은 소비자들이 식품안전성에 대한 정부대책에 대해 잘 모르고 있거나, 알고 있더라도 아직은 불신감을 갖고 있다고 볼 수 있으며, 식품유통 과정에서 정보공유가 대칭적으로 이루어지지 않고 있거나, 둔갑판매와 같은 소매형태 등이 반영된 것으로 사료된다.

수입품과 국산품간의 안전성에 대한 인식은 70% 이상이 국산품이 안전하다고 생각하고 있는 것으로 나타나 소비자들이 국산품에 대해 상대적으로 강한 신뢰감을 가지고 있다는 것을 보여주고 있다.

축산물 선호와 관련해서는 많은 소비자들이 신선육을 대체로 선호하고 있고, 건강을 위해 콜레스테롤, 지방, 염분 등을 고려하고, 고지방

우유 및 적색육보다는 신선과일 및 야채를 선호하고 있다.

소비자가 신선육을 선호하는 이유는 쇠고기의 경우 맛 > 건강 > 평소 선호 > 요리종류의 다양성에 기인하고, 돼지고기의 경우는 쇠고기와 같이 맛이 가장 큰 이유지만 건강보다는 평소 선호, 적절한 가격의 이유 때문에 선호하는 것으로 나타났다. 닭고기의 경우는 쇠고기 및 돼지고기와 달리 적절한 가격 > 맛 > 평소 선호 > 건강의 이유 때문인 것으로 나타났다. 계란은 요리의 간편성 > 건강 > 평소 선호 > 요리종류 다양성으로 나타났다.

최근 광우병, 구제역, 돼지콜레라, AI에 이어 SI 등의 발생으로 식품 안전성에 대한 소비자의 인식이 점점 증대되고 있다. 국산품에 대한 소비자의 안전성 감도는 쇠고기의 경우 28.2%, 돼지고기는 33.0%, 닭고기는 27.4%, 계란은 41.9%, 우유 47.5% 정도 소비자는 안전하다고 느끼고 있는데, 쇠고기와 돼지고기의 경우 식품 안전성에 대해 불안감을 느끼고 있는 소비자가 각각 30% 이상으로 안심하고 있는 것보다 높게 나타났다. 따라서 쇠고기 및 돼지고기의 경우 안심하고 먹을 수 있다는 인식을 소비자에게 심어줄 필요가 있다.

수입품에 대한 안전성은 70% 이상의 소비자가 불안감을 느끼고 있는 것으로 나타났다. 특히 대부분의 소비자들은, 쇠고기의 경우 ‘방부제 사용’, ‘광우병’, ‘전염병’, ‘운송방법’, 돼지고기는 ‘호르몬제’, ‘구제역’, ‘운송방법’, 닭고기는 ‘방부제’, 생선 및 과일은 ‘방부제’,

‘운송방법’, ‘세균오염’ 등의 이유를 들었다.

소비자들이 육류를 구입할 경우 상표표시 중 어느 부분을 주목해 구입하는가에 대해 살펴본 결과 응답자 중 원산지를 가장 먼저 살펴보는 것으로 나타났다.

다음으로는 주요 정책 시안에 대한 소비자의 태도를 정리해 본다.

1) HACCP

정부에서는 세계적 추세에 대응하면서 국내 식품의 안전성 확보 및 다양성 위해요소를 제거하기 위해 ‘식품위해요소중점관리기준’을 고시하고 ‘HACCP 적용 작업장’ 지정 제도를 운영하고 있다. 또한 축산물가공처리법 시행규칙에서는 도축장의 경우 2003년 7월까지 의무적으로 적용하도록 규정하여 현재 시행 중에 있다.

한편 위해요소를 사전에 봉쇄하지 않을 경우 해당 작업장에 대한 국내 소비가 크게 위축된다는 점을 감안하면 적절한 위해요소 조사와 관리점 설정은 국내 축산물의 안전성 확보 및 축산물에 대한 소비자의 신뢰감 회복에도 크게 기여할 것이다.

몇 년 전 소비자들이 HACCP 제도에 대해 얼마나 알고 있는지 알아보기 위해 HACCP제도에 관해 간략하게 지문을 통해 설명을 하고 동 제도에 대해 알고 있는지 질문했다. 그 후에 알고 있는 사람에게는 어느 정도 알고 있는지 2차 질문을 실시했다. 그 결과 응답자의 과반수 이상은 HACCP에 대해 잘 모르고 있는 것

으로 파악되었고, 알고 있는 경우에도 자세히 숙지하고 있는 비중은 극히 적은 편이다(최승철·김진년). 즉 알고 있더라도 조금 알고 있는 경우가 대부분이고 잘 모르거나 명칭에 대해 들어만 본 경우도 있다. 이는 HACCP에 따른 생산자 측면에서 편익과 함께 대 소비자가 제품홍보 효과와 같은 소비자측면의 편익을 충분히 가져오기 위해서는 이러한 제도와 적용에 대한 홍보와 교육의 필요성이 제기되는 대목이다.

소비자의 이러한 안전성에 대한 태도는 쇠고기와 돼지고기의 경우 HACCP 제도 도입에 따른 추가 지불의사는 소득이 증가할수록, 남자일수록, 고학력일수록, 나이가 많을수록 큰 것으로 나타났다.

2) 이력추적시스템(Traceability)

과거 캐나다 및 미국에서 발생한 광우병은 식품 안전성에 민감한 국내 소비자들에게 불안감을 주어 국내산 쇠고기 소비를 위축시켰다. 소비자의 신뢰를 회복하기 위해서는 국내에서 생산·공급되는 한우고기가 안전하다는 점을 소비자에게 인식시키는 것이 중요한 바, 생산·유통단계의 이력추적이 가능한 시스템을 도입할 필요가 대두됐다. 이력추적시스템을 도입함으로써 조합 및 개별농가들은 소비자 신뢰를 회복할 수 있음은 물론, 부가가치 제고가 예상된다.

쇠고기 이력추적시스템에 대한 소비자 인지



도는 지금 어느 정도 높아지기는 했지만, 아직 까지도 정확한 의미를 이해하고 있지는 못한 실정이다. 2005년도 당시 이 시스템의 도입에 대해서는 전체 응답자의 90% 이상이 긍정적인 태도를 보였다(최승철·한성일). 이력추적시스템이 안정적으로 시행될 경우 대다수의 소비자(98%)가 앞으로 쇠고기를 신뢰하고 구매하겠다는 태도를 보였는데, 당시 구매량 수준은 절반 정도가 현재수준을 유지하고, 또한 절반 정도가 미래 구매량은 조금 증대할 예정인 것으로 파악되었다.

3) 원산지표시

소비자의 원산지표시에 대한 관심이 적지 않다. 특히 외식비 비중이 크게 늘어나면서 음식점에서의 원산지표시 필요성 또한 증대하고 있다.

우리나라 음식점 원산지표시는 2007년 1월 보건복지가족부의 식품위생법에 의해 구이용 쇠고기를 대상으로 처음 제도화되었고, 그 해 12월에는 구이용 쇠고기에 더해 2008년부터 쇠고기, 돼지고기, 닭고기 등에 대한 원산지표시가 시행되도록 의결되었다.

식품위생법에는 영업장 면적을 제한하고 있으나, 같은 제도를 규정하고 있는 농림수산물부의 농산물품질관리법은 쇠고기, 돼지고기, 닭고기 영업장 면적에 관계없이 모든 곳을 대상으로 한다.

소비자의 원산지표시제에 대한 관심이 적지

않게 나타났는데, 관심을 가지고 있거나 매우 관심이 많은 수준이다(이계임·황윤재·손은영). 그러나 표시에 따른 추가비용을 부담할 의향은 적은 것으로 나타났다.

한편 이계임 등의 연구에서 전반적으로 표시를 쉽게 찾을 수 없는 경우가 상당수 있는 편인데, 이 경우 소비자의 절반 정도는 표시여부와 관계없이 메뉴를 선택, 구매하고 있고, 나머지는 어떤 식으로든 대응행동을 하는 것으로 나타났다.

음식점에서 소비자는 원산지표시를 주로 메뉴판에서 확인하고, 그 다음으로 벽의 게시판을 통해 확인하고 있다. 원산지를 확인하는 주요 품목은 쇠고기가 대부분이고, 돼지고기, 배추김치 등의 순으로 파악된다. 이는 광우병 등 안전성에 대한 우려 때문인 것으로 판단된다.

4) 가축질병

국내에서 고병원성 조류인플루엔자(HPAI)는 2003년 12월 충북 음성에서 최초로 발생한 후 2004년 3월까지(2003/2004년) 19건이 발생, 530만수를 살처분했다. 이후 2006년 11월 전북 익산에서 2차 발생해 2007년 3월까지(2006/2007년) 7건의 280만수를 살처분했다. 최근에는 2008년 4월 1일 전북 김제에서 3차 발생해 같은 해 5월 12일 추가발생 신고가 없는 기간까지 총 846만수에 대한 살처분이 이루어졌다.

HPAI 3차 발생 이후 닭고기 소비행동 조사

결과(허덕·우병준·이형우), 발생 이전에 비해 소비자의 60%가 소비를 하지 않거나 줄이겠다고 응답하고, 계란은 29% 정도가 그러겠다고 응답했다. 이는 1차 발생시의 75%에 비해서는 현격히 줄은 양상이지만(계란은 58%), 2차 발생시의 응답률인 61%에 비하면 별로 차이가 나지 않는다(계란은 32%). 닭고기 소비가 계란보다는 HPAI에 민감하게 반응하고 있는 편이다.

한편 2008년 HPAI의 3차 발생 이후 추가발생 신고가 없는 시기 이후(5월 13일 이후)에 발생 시기(4월 1일~5월 12일)와 비교해 닭고기 소비변화를 조사한 바에 의하면(우병준 외), 응답자의 절반 이상이 소비량의 변화가 없는 걸로 파악되었고, 나머지에서 절반은 소비하지 않는 것으로, 절반은 소비를 늘린 것으로 나타났다.

이 조사에 따르면 닭고기 소비를 늘린 경우의 절반 이상은 시중에 유통되는 닭고기가 안전하다고 생각하고 있었다. 그 다음으로 맛이 있기 때문에 소비를 늘렸고, 기타 건강 및 영양, HPAI의 추가신고가 없기 때문인 것으로 나타났다.

3. 결론

현재 국내외 경제와 사회적인 불안감에서 벗어나기 위한 특징적인 소비행동은 가치와 신뢰를 중시하는 추세이다. 즉 불황기일수록 소비자들은 구입할 때 확실히 만족하고, 후회하지 않기 위해 식품 기업이나 브랜드의 신뢰도를

더욱 중시하는 경향이 있고, 각종 안전성 관련 사건이 빈발하면서 식품 및 외식분야 등에서 원산지를 살피는 등 신뢰증시의 소비가 두드러질 전망이다. 이는 정부와 함께 관련 정책에 대한 신뢰도 해당된다.

우리나라 식품 소비 추세는 건강과 안전, 그리고 편리성을 추구하면서 고령인구의 실버마켓, 고가와 중저가 식품으로의 소비 양극화, 친환경 및 합리적인 포장, 외국전통음식시장 등의 확대로 변화될 전망이다.

육류와 우유 소비량은 2000년대 초까지 꾸준히 증가하는 추세를 보인다. 특히 육류 중 쇠고기 소비는 2002년까지 증가하다가 2007년 현재 정체되고 있고, 돼지고기와 닭고기는 꾸준히 증가하고 있다. 소비자는 건강을 의식해 위생, 안전, 신선도, 영양 등을 중시하면서 품종, 원산지는 물론 등급, 부위까지 명확하게 표시하고, 세련되고, 위생적인 소단위 포장을 원하고 있다.

축산물 선호와 관련해서는 많은 소비자들이 신선육을 대체로 선호하고 있고, 건강을 위해 콜레스테롤, 지방, 염분 등을 고려하고 있다.

본고는 (사)한국축산경영학회 2009년도 춘계학술대회 자료집에서 건국대학교 최승철 교수의 자료를 일부 발췌해 게재한 것이다.

- 편집자주