

신선육 위주의 소비태도, 뭐부터 할까?

평가사업본부 창의사업팀 차장 김성호

불균형한 소비습관을 바로잡아 수급 및 가격안정을 도모합시다!

자급상황(소 48.2%, 돼지 77.1%)에서 부위별 차등소비가 갈수록 심화됨에 따라 가격은 불안정해지고, 재고부담은 점점 생존을 위협하면서 막힌 수출길을 뚫을 그 날은 멀게만 느껴지는 상황에서 매년 약 14%에 달하는 식육판매업체가 영업을 포기하는 상황입니다. 그로인한 국가경영의 손실과 악화를 더 이상 방치하지 말고 악순환의 고리를 차단하기 위한 노력이 그 어느때 보다 필요할 때입니다.

특정 부위에 소비가 집중됨에 따라 축산업 전반이 흔들흔들, 거센 바람 앞에 일렁이는 촛불과 같습니다. 축산물 유통과정에서 소비자가 선호하는 일부 부위에 가격이 지나치게 전가되다 보니 팔리는 부위는 점점 가격이 높아지고 안 팔리는 부위는 점점 가격이 낮아지는, 살아남기 위해 당연히 팔리는 부위에 가격을 전가하고 안 팔리는 부위는 손절매를 하고 있습니다. 아래의 <표>의 예에서 보듯이 돼지 1마리 평균판매가격 대비 목살은 757원/100g으로 높고, 뒷다리는 504원/100g이 낮은 상황입니다.



판매장에서 흔히 볼 수 있는 가격표시

<표> 돼지고기 부위별 소비자가격 전가비용 예

구분	목살	삼겹	갈비	안심	등심	앞다리	뒷다리
판매가격(예)	1,995	1,864	1,634	1,312	1,115	1,028	734
전가비용(예)	757	626	395	73	△123	△211	△504

* 돼지 1마리 정육부위의 소비자판매가격에 각 부위의 중량을 가중치로 부여해 평균단가(1,238원/100g)를 산출

(단위 : 원/100g)

여기에 더해 1인 가구는 급증하는 추세에 있으며, 맞벌이 부부가 증가하는 등 소비구조가 다시 요리가 필요 없는, 요리해서 바로 먹을 수 있는(Ready to Cook, Ready to Eat) 형태로 변화해가고 있으며, 어쩌면 생각보다 많은 부분이 이미 실생활에 자리잡아가고 있습니다.

다만, 그 변화 속에서 신선육을 주로 판매하는 정육점(식육판매업)에서는 영세하기 때문인지 살기 바빠서 일지 다소 무관심 속에 관행적인 판매와 인수인계, 그리고 영업을 영위하고 있습니다. 더구나, 이런 상황에서 의식 있는 소비를 하려고 해도 불가능한 상황이라는 점이 더 큰 문제입니다.

신선육 위주의 소비태도는 누가 바꾸어야 하는가?

누가 먼저 나서야 하는가? 당연히 절대 다수(총 인구 5천만 명)를 차지하면서 물건을 구매하는 주체에게 그 역할을 떠넘길 수는 없는 노릇이니 소비자와 만나는 접점에 있는 유통주체(특히, 식육판매업체)에서 그 노력을 할 필요가 있습니다. 다만, 너무 영세하고 군집된 힘이 약하다는 문제가 있겠지만 그래도 그들만이 해낼 일이라고 생각합니다.



유럽의 축산물 판매장 및 진열 모습

신선육 위주의 소비태도를 바꾸기 위해서 어떻게 해야 하는가?

가장 먼저 생각해 볼 점이 바로 축산물을 다양한 용도형태로 소비자에게 직접 노출시키는 일이다. “먹어보니 맛이 있네”라고 해야지, 아무것도 없는 볼모지에서 무엇인가 새싹이 돋기를 기다리는 것은 너무나 큰 기대가 아닐까요?



미국의 축산물 판매장 및 진열 모습

소비자 접점에 있는 매장을 보면 빨간 조명의 진열장, 진열장 안에는 찢어진 고기와 덩어리 고기, 검은 봉지, 소비자로 하여금 “무엇을 구입해서 먹을까”라는 생각을 들게 해 유혹하기 보다는 그냥 내주기가 바쁜 너무나 마케팅과는 거리가 먼 모습입니다.



호주, 남미의 축산물 판매장 및 진열 모습

식육판매점에서 소비자가 무엇을 먹을까? 이것도 먹어보고 저것도 먹어보는 그런 유혹하는 장면을 그려보면 어떨까요? 이미 다른 국가에서는 많은 부분이 우리나라와는 사뭇 다른 모습입니다. 너무나 획일적인 식습관을 바꿔보면 어떨까요? 알면서 실천하지 못하는 소비자에게 국내산 고기의 다양한 형태를 보여주면 어떨까요?

축산물의 다양한 용도형태를 소비자에게 노출하는 일부터 시작하자

이를 위해 식육판매업 영업자에게는 축산물 유통의 변화상을 알 수 있도록 교육기회를 부여하고, 주변에서 성공한 분들을 사례로 보여주면서 의식 있는 영업자에게는 시설자금 지원의 혜택까지 주면 더할 나위 없이 좋을 것 같습니다. 이제 우리, ‘무덤덤함’을 벗고 ‘소비자를 유혹’하는 식육판매점을 만들어 봤으면 합니다. **등극자**