

독일식탁의 LOHAS

노정옥

전북대학교 생활과학대학 식품영양전공 교수

1. 서론

건강·환경·사회정의·자기발전과 지속적인 삶에 가치를 두는 소비집단의 라이프스타일을 칭하는 LOHAS (Lifestyles of health and sustainability)는 이미 우리의 의·식·주에 많은 영향을 주고 있는 well-being적 생활과 많은 공통점이 있다. 그러나 LOHAS소비자들은 천연제품을 쓰고 유기농 농산물을 구입하는 등 건강을 생각하면서도 보다 강도 높은 환경 친화적·생태학적·에너지 효율적인 제품을 소비하는 경향을 보인다. LOHAS소비자는 다음과 같은 공통적인 특징을 갖는다.

친환경적인 제품 선택

환경보호에 적극적 참여

재생 원료를 사용한 제품 구매

지속 가능성을 고려해 만든 제품에 추가 비용 지불

주변에 친환경 제품의 기대 효과를 적극 홍보

지구 환경에 미칠 영향을 고려해 구매 결정

재생 가능한 원료 이용

타성적 소비를 지양하고 지속 가능한 재료를 이용한 제품 선호

전체 사회를 생각하는 의식 있는 삶 영위

지속 가능한 농법으로 생산된 제품 선호

로하스 소비자의 가치를 공유하는 기업의 제품 선호 (<http://kr.blog.yahoo.com>)

따라서 이들은 생활터전인 도시를 버리고 자연으로 이주하지는 않더라도 실내공기를 깨끗하게 하기 위해 공기청정기를 구입하기 보다는 공기청정효과가 있는 식물을 실내에서 키우고 야채를 직접 재배하거나 또는 제철 야채를 구입하며 일회용품보다는 재활용이 가능한 물건을 이용하며 새 가구대신 중고가구를 사서 쓰고 화학조미료를 쓰지 않은 음식에 맛을 들인다고 한다 (<http://kr.news.yahoo.com>). 즉 이들은 well-being을 추구하는 보보스족(BOBOS)과 다른 의식있는 중류층으로 구분된다(<http://www.kmarketing.co.kr>). 따라서 우리나라에서도 산업화에 따른 가

정수입의 증대와 교육수준의 향상에 따른 소비자들의 의식 변화가 빠르게 나타나고 있는 시점에서 앞으로 LOHAS적인 생활패턴을 띠는 가정이 증가될 것으로 예상된다.

외국의 경우, 특히 2차대전 이후 경제적 부흥으로 '라인강의 기적'으로 불리던 독일은 전통적인 근검·절약의 생활패턴의 영향으로 검소한 생활을 하는 것으로 알려져 왔다. 그러나 독일통일 이후 독일의 가정은 가족형태의 변화 취업주부의 증가, 노인인구의 증가, 실업자증가 등의 사회변화로 가정의 구조적인 변화는 물론 식생활의 변화도 함께 겪고 있다(노정옥 2003). 독일 가정의 식생활은 다른 유럽국가들과 비교하면 전반적으로 양적·질적으로 나은 식품섭취를 하였으나(Fiebiger 1997) 지난 수년간의 식품관련 스캔들(예: 체르노빌 방사선 오염, 광우병, 돼지페스트 등)의 영향으로 각 가정의 식생활소비패턴은 보다 신중하게 식품을 선택하고 있는 것으로 조사되었다(Shell et al. 2003). 따라서 본 발표에서는 독일가정의 식생활관련 소비자 태도와 LOHAS적 생활패턴 중 친환경적 제품선택과 관련된 연구 사례를 소개하고자 한다.

2. 식생활 영향 요인

가정의 식탁은 가족 구성원들의 식습관과 가정의 수입정도 등의 다양한 요인들은 물론 국가의 정책이나 사회의 식생활관련 스캔들에 의해서도 급격하게 변하게 된다(Ziemann & Thomas 2003). 최근 독일 가정의 식탁의 변화를 가져온 식생활관련 사회적인 문제와 소비자들의 반응은 다음과 같다.

2.1 유전자변형식품

현재 유럽에는 새롭게 유전적인 특성을 가지고 있으며 시간적인 차이를 두고 파종이 되고 있는 식물이 50여종 있다. 아직까지 유전자 변형식품이 기존의 작물에 미칠 수 있는 영향에 관한 논의는 계속되고 있으며 독일 정부에서는 다양한 매체를 통하여 유전자 변형 식물과 관련 제품에 관한 정보를 소비자들에게 제공하고 있다(<http://www.aid.de>). 유전자변형식품에 관한 설문조사결과(1010명 대상)에 의하면 조사대상중 85%는 유전자변형 식물을 사료로 한 육류나 우유 또는 이러한 재료를 이용한 가공식품에는 반드시 '표시'를 의무화해야 한다고 답하였다(<http://www.ernaehrungs-umschu.de>). 특히 59%의 조사대상자는 유전자변형에 의하여 판매제품의 저장성, 맛 등의 품질이 향상되었어도 그 제품을 구입하지 않겠다고 대답하였다. 더욱이 조사대상자의 50%는 유전자 변형 식품의 가격이 일반제품보다 저렴하여도 구입하지 않겠다고 응답하였다. 이상과 같이 독일의 소비자들은 아직 식품의 안전성이 검증되지 않은 유전자 변형식품이 식탁에 오르는 것을 거부하고 있으나 조사대상자 중 60%는 수년 내에 유전자변형식품이 식탁에 오르게 될 것으로 예상하고 있었다.

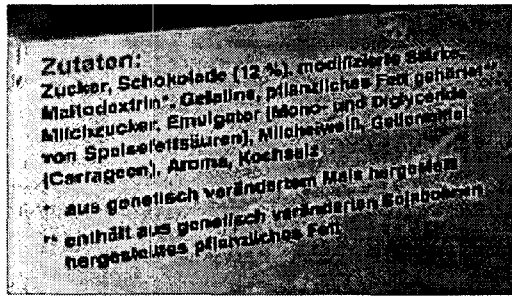


그림 1. 유전자변형식품의 표시

2.2 BSE & Acrylamid

2003년 11월 기준으로 독일에서는 총 297건의 BSE가 접수된 것으로 보고되었다. BSE가 처음 보고된 시점인 2000년 11월 26일 이후에 태어난 송아지들은 'BSE-속성테스트'를 통하여 안정성을 보증 받고 있다. 현재 독일에서는 BSE-청정국가로 변하기 위하여 BSE 감독프로그램을 가동 중이다. 독일 뮌헨대학의 연구에 의하면 독일에서의 BSE 위기는 소멸된 것으로 보고하였으나 아직도 소비자들은 BSE와 관련된 품질평가표시가 있는 육류를 선호하고 있는 것으로 조사되었다 (<http://www.verbraucherministerim.de>).

Acrylamid 스캔들의 경우, 가공식품에 의한 Acrylamid의 높은 섭취가능성과 건강상의 위해성이 알려지면서 감자를 이용한 튀김 등의 섭취빈도가 높은 독일인들의 식생활에 변화를 초래하였다. 이 같은 관점에서 스웨덴의 식품관리청은 독일에서는 Acrylamid에 의해서 매년 최대 8000명의 암 환자가 발생할 것으로 예측하기도 하였다(Soergel 2003).

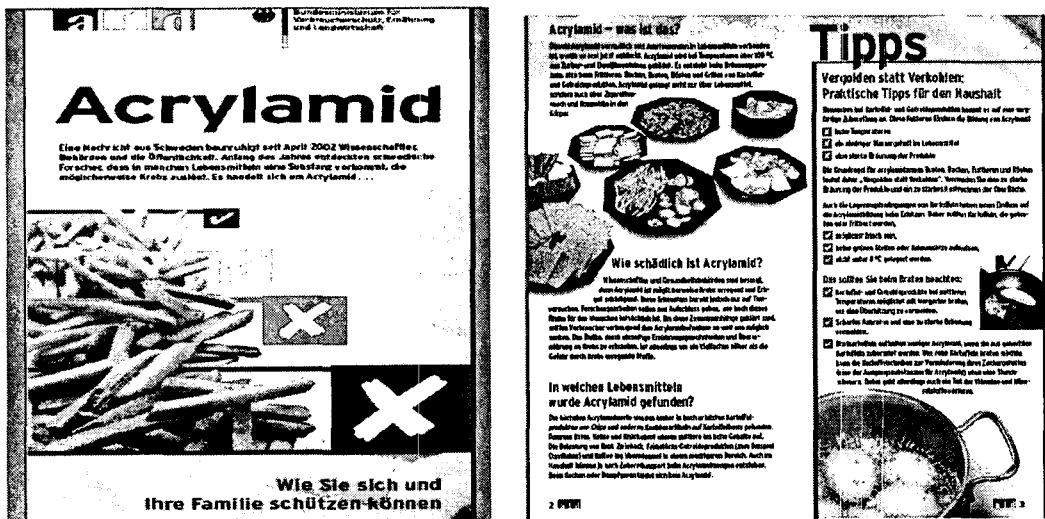


그림 2. Acrylamid관련 소비자 정보책자

2.3 식품방사능조사

2000년 12월부터 독일에서는 건조 향신료와 조미료에 방사능조사를 허가하고 있으며 방사능조사가 된 모든 식품의 포장에는 반드시 '표시'를 의무화하고 있다. 그러나 아직까지 식품방사능조사에 대해서는 방송매체에서 부정적으로 다루어지고 있으며 식품의 방사능조사와 관련해서 소비자들은 식품의 방사능 오염가능성에 따른 건강상의 위해 가능성, 어떤 식품에 적용되는지 등에 대하여 많은 관심을 가지고 있으며 이에 관한 정보가 제공되기를 원하고 있는 것으로 조사되었다 (<http://www.aid.de>).

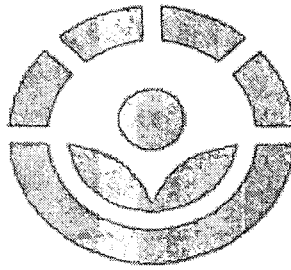


그림 3. 국제 식품방사능식품표시

2.4 첨가물표시제

유럽공동체 가입국가의 식품포장에는 반드시 식품의 재료와 첨가물에 대하여 표시되어야 한다. 즉 가공식품의 식품첨가물은 모두 표시되어야 하며 식품첨가물은 동일하거나 비슷한 효능을 가진 성분끼리 그룹별로 구분을 하고 있다. 유럽공동체 가입국가는 모두 동일한 형식으로 표시를 하고 있으며 이를 통하여 소비자들은 구매 시 식품가공중에 첨가된 첨가물에 대한 정확한 정보를 획득하는 것은 물론 일부 식품첨가물에 대한 알레르기반응이 있는 소비자들의 건강상의 위해를 방지하게 된다. 따라서 식품첨가물표시제에 대한 방침이 매우 강화되고 있다. 특히 유기농 제품의 경우는 국가기관에서의 검증마크를 반드시 부착함으로써 소비자들의 구매결정에 도움을 주고 있다 (<http://www.aid.de>).

유기농 식품판매와 관련한 한 연구에 의하면 현재 독일에는 180개의 유기농식품을 판매하는 대형 슈퍼마켓이 있으며 이는 지난 3년사이에 개업한 것으로 조사되었다. 독일에서의 유기농식품시장은 매년 3배 이상의 수익이 증가되고 있으며 2007년까지 약 600 Million Euro 시장규모로 성장할 것으로 예상하고 있다(Speyer 2004).

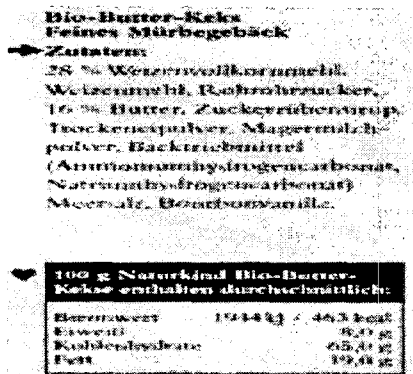


그림 4. 식품첨가물표시의 예



그림 5. 유기농제품 검증마크

3. 독일식탁의 변화경향

3.1 독일 소비자의 구분

2003년 독일 8개의 도시에서 1150명을 대상으로 소비자들의 구매패턴과 식습관에 관한 연구결과에서 소비자의 식품구매패턴과 식습관은 6개의 그룹으로 구분되었다(Spiller 2004).

표 1. 독일소비자의 식습관 구분

싼 가격 사냥꾼 28%	육류광 22%	중간형 13%
<ul style="list-style-type: none"> • 세일제품 선호도 높음 • 상표의식 없음 • 요리 무관심 • 외모/건강 어느 정도 관심 	<ul style="list-style-type: none"> • 외모와 Fitness 관심 적음 • 유기농제품구매가 거의 없음 • 위기감 없음 • 패스트푸드선호도 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 요리/영양 관심 적음 • 지역상품과 가족레시피에 관심 적음 • 세일제품에 선호도 있으나 상표에는 무관심 • 패스트푸드 선호도 있음
요리팬 20%	의식과 비판의 소유자 8%	상표와 가공식품선호자 9%
<ul style="list-style-type: none"> • 전통중심 • 건강과 요리에 관심 높음 • 레스토랑방문 관심 적음 • 지역 상품구매 • 위기에 반응이 빠름 	<ul style="list-style-type: none"> • 건강/Fitness관심 있음 • 지역상품, 유기농 식품관심 높음 • 레스토랑 방문 • 패스트푸드 거부 	<ul style="list-style-type: none"> • 레코르식품 선호 • 요리에 무관심 • 상표에 관심 많음 • Fitness/마른 몸매에 관심 • 지역상품/가족레시피 관심

싼 가격 사냥꾼

수입과 교육수준이 낮은 그룹으로 세심하게 가격을 비교한 후에 구매를 하며 또한 직접 요리를 하는데 관심이 적다. 따라서 지역 또는 유기농식품을 구매한 경험이 적다. 이 그룹의 소비자들은 본인의 건강과 외모에 어느 정도의 관심을 가지고 있으나 오히려 냉장고에 충분히 식품이 있는 것을 더 만족하는 그룹이다.

육류광

대부분 나이가 어린 남자들로 일부는 아직 부모와 함께 거주하고 있는 그룹이다. 따라서 본인 스스로는 식품구매와 요리경험이 적다. 건강과 Fitness에 관해서는 다양한 의견을 가지고 있으며 구매의 최대 목적은 '포만감'이다. 따라서 고기가 포함된 식사가 좋은 식사로 생각하며 BSE의 영향을 받지 않은 그룹이다.

중간형

이 그룹의 소비자들은 식품과 요리에 관심이 적으며 이들은 대부분 젊은층이며 싱글인 관계로 요리에 거의 시간을 할애하지 못하고 있다. 따라서 제품의 상표와 가족레시피에 관심이 적으며 세일상품을 선호하고 있었다. 유기농식품구매에 더 지출할 의사가 없으며 패스트푸드 선호도가 있는 그룹이다.

요리팬

이 그룹에는 나이가 든 소비자와 40대의 남성이 포함된다. 나이가 든 소비자들의 경우는 자녀들이 이미 독립하였으며 중산층 정도의 생활을 할 수 있는 수입이 보장된 그룹이다. 미식가의 경향을 보이며 요리를 위한 식품구매에 시간할애를 많이 하고 있다. 요리책 등에서 요리와 음식에 관한 정보를 얻으며 레스토랑방문을 즐겨하고 있다. 이들은 전통적인 사고방식을 가지고 있어 지역 식품을 구매하지만 유기농식품구매는 인색하다. 이 그룹에 속하는 40대초반의 '요리팬'은 대도시에 거주하는 높은 교육수준을 가진 남성들이 포함된다. 이들은 주로 주중이 아닌 주말에 요리를 하며 새로운 요리레시피에 관심도 매우 높다. 유기농식품은 가격이 비싸도 구입할 의사는 있으나 지역 상품에 대한 관심은 적다.

의식과 비판의 소유자

대부분 나이가 있거나 독립적인 생활을 하는 여성들이 포함된 그룹으로 정기적으로 유기농식품과 지역상품을 구매하고 있다. 자주 요리를 하며 요리 시에 신선한 재료를 사용하는 것을 중요시한다. 재료는 전문상가 또는 농가에서 직접구매를 하고 있으며 유기농식품은 비싸도 구입할 의사가 있는 것으로 조사되었다. 생활의 즐거움을 위해서 정기적으로 레스토랑을 방문하며 패스트푸드를 거부하며 전체적으로 건강한 생활과 그 가치를 최우선으로 하는 그룹이다.

상표와 가공식품선호자

거의 요리를 하지 않으며 가공식품을 선호하고 있는 그룹이다. 따라서 제품의 상표에 관심이 많으며 주로 교육수준이 낮은 남성이 포함된다. Fitness와 지역상품에 관심은 있으나 본인의 수입을 유기농식품구매에 더 지출하는 것을 원하지 않는다. 이들은 건강과 영양에 대해서는 시간절약과 편리함을 연결시킨 구매형태를 갖는다.

3.2 지역상품구매에 영향을 미치는 요인

2000년 독일의 3개 도시(Osanbruck, Muenster, Dortmund)의 총 486가정의 식품구매실태를 조사한 연구결과(Dorandt, Leonhaesuer 2001)에서는 소비자를 지역상품 '다량구매자'와 '소량구매자'로 구분하였다. 다량구매자는 본인 생각에 지역상품을 자주 또는 아주 자주 구입하는 그룹이며 소량구매자 그룹은 때때로 또는 거의 구입하지 않는 경우이다. 조사결과는 다음과 같다.

소량구매자

저소득 가정	Osnabrueck, Dortmund
남성	젊은 소비자층(18~30세)

대량구매자

중산층, 고소득 가정	Muenster
여성	나이든 소비자층(57~69세)

지역상품을 구매하는 가장 중요한 동기는 제품의 '신선함' 때문이었으며 가족수가 2명 또는 자녀가 없는 가정에서 지역상품구매에 적극적인 것으로 나타났다. 특히 나이가 31~43세의 부모세대와 나이가 57~69세의 할머니·할아버지세대에서 지역상품을 상가가 아닌 농가에서 직접 구매하는 경우가 높았다. 그 이유는 식품구매를 함께 하면서 자녀들에게 우리가 먹는 식품이 어디에서 오는지를 보여주는 산교육의 장으로 활용하기 위함이었다. 이점은 가족수가 많으며 중산층 이상의 가정에서 비슷한 경향을 보였다. 더욱이 교육수준은 낮으나 자녀가 떠난 57~69세 이상의 노인의 경우는 특히 지역상품을 선호하고 있었다. 그 이유로는 나이가 들수록 건강에 대한 관심이 높아지면서 정원이나 주말농장에서 직접 농사를 지어 필요한 식재료를 자급자족하기 때문으로 본 연구자들

은 예상하였다.

4. 결 론

본 발표는 요즘 가장 많이 거론되는 개인의 well-being적 생활태도와 함께 친환경적 지속가능한 소비기반을 생각하는 소비패턴인 LOHAS가 가정과 기업의 마케팅전략에 화두로 떠오르는 시점에 사회전반에 이미 LOHAS적 생활태도가 깃들여 있는 독일가정의 식생활패턴을 소개하였다. 현재 환경을 보호하며 가족구성원의 건강유지를 위한 사업은 독일 정부기관의 정책 중에서도 커다란 비중을 차지하고 있으며 사회의 급격한 변화로 사업의 중요성이 점점 높아지고 있는 실정이다. 바람·태양 등을 이용한 대체에너지 이용, 쓰레기분리 및 재활용사업, 지구온난화 방지사업 등이 그 대표적인 예가 되겠다. 우리나라에서도 산업화과정에서 사회전반에 걸쳐 무분별하게 이루어진 개발과 소비자들의 소비행태를 통한 환경의 파괴를 종종 확인할 수가 있다. 따라서 건강한 식탁의 파괴로 인한 건강가정의 붕괴를 방지하기 위한 국가적 대책은 물론 소비자들의 올바른 식품구매결정을 위한 소비자 교육과 정보가 제공되어야 할 것이다.

참고문헌

- 노정옥 (2003): 독일사회를 중심으로 본 공공가정의 필요성 및 한국 가정학에서의 발전방안. 대 한가정학회지, 41(4), 143-155.
- Doramdt, S., Leonhaesuer, I.-U. (2001): Einflussnahme verschiedenerer Faktoren auf das Einkaufsverhalten von Verbrauchern beim Kauf regionaler Lebensmittel. Schriften der Gesellschaft fuer Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Bd. 37. 577-583
- Fiebiger, H. (1997): Aufwendungen privater Haushalte fuer Nahrungsmittel, Getraenke und Tabakwaren 1993, StBA, Wirtschaft und Statistik 12, 879-886.
- Shell, K., Gedrich, K., Fischer, B., Doering, A., KORA-Studiengruppe (2003): Trends im Ernaehrungsverhalten in der Region Augsburg. Ernaehrungs-Umschau 50(6), 208-213
- Sorgel, M. (2003): Wissenschaftler warnen weiter zu Acrylamid. Ernaehrungs-Umschau 50(6), 68
- Speyer, B. (2004): Bio-Supermaerkte, Ernaehrungs-Umschau 51(1), 29
- Spiller, A. (2004): Mit Sicherheit gut essen. Ernaehrungs-Umschau. 51(6), 238-240
- Ziemann, M., Thomas S. (2003): Wer kauft Bio-Handelsmarken?, Ernaehrungs-Umschau 50(6), B21-B24

<http://www.aid.de/ernaehrung> (2004.11.20)

<http://www.ernaehrungs-umschau.de>(2004.08.18): Umfrage zu genetisch veraenderten
Lebensmitteln

http://www.kr.blog.yahoo.com/loessial/MYBLOG/print_form_popup.htm (2004.11.24)

http://www.kr.news.yahoo.com/etc/print_text.htm(2004.11.24)

<http://www.kmarketing.co.kr>(2004.11.24) 변화의 물결: 소비자 라이프스타일의 새로운 소비트
랜드, 유병우

<http://www.verbraucherministerium.de> (2004.11.20)

〈토론〉

과학의 발전과 소비자의 선택

차연수

전북대학교 생활과학대학 식품영양전공 교수

몸과 마음이 유기적으로 결합된 풍요롭고 아름다운 인생을 영위하자는 새로운 라이프스타일, 웰빙(Well being)적 삶을 추구하는 인구가 증가하면서 우리 식생활에 있어서도 그동안의 산업화와는 대조적인 새로운 역 산업화 식사패턴이 형성되고 있다. 즉, 패스트푸드보다는 유기농 야채와 곡식으로 만든 신선한 건강식을 추구하고 비싼 육류위주의 식사보다는 가벼운 생식을 즐긴다(<http://kr.encycl.yahoo.com>). 이러한 현상은 주제 발표자가 언급한“독일식탁의 LOHAS” 식생활 양식과 흡사한 패턴으로 사료된다.

과연 독일 LOHAS 생활인들이 추구하는 친환경적 식사패턴, 즉 유전자변형(Genetically Modified, GM)식품을 거부하고, 식품선택에 있어 BSE 관련 품질평가표시 육류를 고집하며, 식품 저장성을 위한 방사능조사식품을 피하는 것이 건강한 식탁을 유지하는 최선의 방법일까? 아니면 지금 우리가 누리고 있는 과학발전의 혜택과 같이 GM식품 및 방사선조사식품 등이 소비자들에게 더 많은 혜택을 줄 수 있는 선택적 대안이 될 수 있을까? 산업화시대에 소비자들의 역 식품산업화 선호도에 대하여 GM식품을 중심으로 생각해 보고자 한다.

모든 과학기술이 양면성을 지니고 있는 것처럼 산업화와 기술축적으로 탄생된 GM식품도 인간에게 유익한 측면과 치명적 해악의 가능성이라는 ‘두개의 얼굴’을 갖고있다. 식품 방사선조사(irradiation)기술 또한 강한 에너지를 순간적으로 식품에 작용시켜 발아 억제, 해충 사멸, 미생물 살균 등의 효과로 열처리보다 영양손실이나 기능적 품질변화를 적게 일으킨다고 하지만 인체유해 가능성 때문에 선택에 거부감이 일고 있다. 광우병 사태를 겪고 먹을거리에 민감해진 유럽시민들은 GM식품 또는 방사선조사식품에 있어서도 조심스럽게 접근할 수 밖에 없었다. 그래서 2000년을 전후해 유럽연합(EU)에서 식품안전과 관련한 법을 제정할 때에도 이를 염두에 두고 이에 대한 사전예방의 원칙을 천명하였다. 사전예방의 원칙이란 ‘사람이나 환경에 심각한 피해를 줄 가능성이 있다면 인과관계가 과학적으로 확실치 않더라도 필요한 조치를 취해야한다’는 것이다(조홍섭, 2004.8.8). 이에 따라 EU의 경우, 1999년부터 GM농산물에 대한 잠재적인 인체 및 환경유해 가능성을 들어 GM제품에 대한 신규등록 유예조치를 도입함으로써 사실상 유통허가가 정지된 상태이다.

EU 뿐만 아니라 전세계적으로 GM식품의 상용화에 대해 환경윤리학자들은 거세게 반대하고 있다. 생명공학에 의한 GM식품은 존재하지 않은 유전자를 생기게 하거나 혹은 존재하고 있는 유전자를 없애는 기술을 이용한 것으로, 결국 종의 경계를 무너뜨리는 돌연변이 유포 기술이다 라고

주장한다. 자연은 38억년 동안 진화라는 혹독한 역사를 거쳐 현재의 자연환경에 가장 적합한 생명체만이 살아 남아 각 생물체의 현존 유전자 구조가 자연에 최적이라는 점이 입증되므로 새로운 인위적인 유전자 조작은 불필요하며, 인체에 해가될 것이라고 주장하고 있다(김훈기, 2000).

한편 또 다른 시각으로 바라보는 의견은 GM 식품이 현재 유통되는 일반식품과 비교하여 안전성이 결여된다는 과학적 증거는 없으며, 몇몇 GM작물은 다량의 화학 농약을 쓰지 않고도 재배가 가능하므로 매우 친환경적이고, 영양면에 있어서도 비타민과 무기질 그리고 다양한 생리 활성을 가지는 기능성 물질은 증가시키고 알레르기를 일으키는 물질은 제거된 GM 식품이 개발되면 인체에 아주 좋은 영향을 줄 수 있다는 주장이다(류기현, 2003). 무엇보다도 가격면에 있어서 GM식품은 매우 경쟁력이 있으며 또한 곡물생산량증대로 세계에 닥친 기근을 해결할 수 있는 유일한 방법이라고 주장되고 있다(한지학, 2004).

GM의 안전성에 관한 찬반 논쟁의 핵심은 위해성 검증의 방법물음이다. 즉, 찬성론자들이 GM이 인체와 환경에 유해하다고 입증되지 않는 한 허용되어야 한다고 주장하는 반면에, 반대론자들은 GM이 인체와 환경에 무해하다고 입증되지 않는한 허용되어서는 않된다고 주장한다. 이 두가지 입장 중 어느 한 입장도 과학적으로 그 참·거짓을 밝힐 수 없다는 것이다. 왜냐하면 아직 도입유전자와 환경의 상호작용에 관한 과학적 지식이 빈약하여 이 복잡한 요인을 모두 고려하여 GM의 위해성 여부를 과학적으로 입증하기에는 현재 뿐만 아니라 미래에도 거의 불가능하다고 한다(Rifkin J, 1999).

이러한 찬반이 첨예하게 대립되는 상황에서도 2002년 미국에서 재배된 콩의 75%, 옥수수의 34%, 면화의 71%가 GM이며, 이들 생산량은 매년 2배이상의 증가세를 보이고 있고, 전 세계적으로도 전 곡물 수확량의 19%가 GM으로 조사되었고 이러한 증가는 계속되고 있다(James 2002). 또한 각국에서 GM농산물의 재배가 수량증대, 농약사용량 감소에 따른 환경보호 및 생산비절감 등의 이점이 있다고 하여 2003년말 기준 전세계적으로 재배면적이 6,770만 ha에 이르고 있다.

식품의 산업화 기술은 이미 많은 분야에서 실용화가 진행되고 있고 이미 우리 생활주변가까이 있어 GM식품은 우리 식탁에 올라와 있는 것이다. 이들 식품에 대한 최대 문제점은 사회적 수용성(Public acceptance), 즉 일반 대중이 이들 제품을 받아들이느냐 그렇지 않으면 거부하느냐 하는 것이다. 독일인들의 인식과 마찬가지로 아직도 이들 식품을 꺼리고 거부하는 움직임이 일부 소비자단체를 중심으로 일고 있다. 우리나라의 경우 GM 식품에 대해 소비자와 공급자 모두 일반적으로 부정적인 인식을 가지고 있었으나 GM식품의 새로운 시장기회 제공에 대한 질문에서는 긍정적인 의견이 많았다(김관수, 2004). 그리고 표시제에 대한 질문에서는 전체 응답자의 87%가 표시제의 필요성을 찬성하였고, 현행 표시제의 강화여부에 대해서는 전체의 90%가 강화할 필요가 있다고 답하였다. 따라서 소비자 공급자 모두 GM식품에 대한 정확한 정보의 제공에 대하여 찬성하였으며, 새로운 GM표시제의 도입을 원하고 있다.

GM표시제 실시국가는 EU, 일본, 호주, 뉴질랜드, 중국, 대만, 태국, 브라질 등으로 점차 확대되는 추세에 있으며, 2004년 현재 24개국이다. GM 콩과 옥수수를 각각 93%, 99%이상 수입하고 있는(식품의약품안전청, 2004) 우리나라의 경우 2001년 7월부터 콩, 옥수수, 콩나물을 주요 원재료로

하는 식품중 최종제품에 유전자재조합 DNA나 외래 단백질이 남아있는 가공식품 27개 품목을 표시대상식품으로 하고 있다. 아직도 우리나라는 유럽 다음으로 GM표시제를 시도했다는 것을 가장 큰 자랑거리로 삼고 있고, 소비자에게 알권리가 보장되고 있다고 정부 관계자들은 주장하지만 이 러저러한 이유로 많은 식품들이 GM표시제에서 제외되고 있는 것 또한 현실이다(김은희, 2004).

식품산업의 혁신기술이 시장에 마찰이나 거부반응없이 받아들여질 것인지 아닌지의 문제는 소비자의 이해와 신뢰를 얻어낼 수 있는가의 여부에 달려 있다. 따라서 식품산업기술의 유용성과 안전성 등에 대해서 구체적이고 확실한 정보를 알기쉽게 소비자에게 제공하거나 보급하기 위해서는 과학적 사실에 근거한 계몽활동을 전개하여 소비자들의 이해를 깊게 하는 것이 앞으로 식품산업의 건전한 발전을 위하여 필요 불가결하다.

소비자가 자신이나 가족의 건강을 위해 최선의 식품을 선택할 수 있도록 하기 위해 제품에 대한 정확한 정보를 제공하고 소비자가 정보에 의거하여 제품을 선택할 수 있는 권리가 보장될때 진정한 건강한 식생활문화가 이루어 질 것이다. 투명한 정보공개와 홍보를 통해 국민들이 식품을 올바르게 선택할 수 있도록 해야 할 것이며, 환경에 미치는 유해성에 대해서도 여러 가지 시나리오와 가능성에 대한 검증에 대해 지속적인 연구가 이루어 질 수 있도록 정책적 지원이 필요하다 하겠다(김봉석, 2004). 과학기술의 빠른 발전과 함께 유전자재조합기술 및 방사선조사기술이 위험한 기술이 아니라는 것을 받아들여야 하는것, 즉 이러한 신식품산업기술의 사회적 수용성을 확보하기 위해서는 이들 기술의 적용으로 만들어진 식품의 안전성은 물론 영양성, 기능성이 확보될 수 있도록 해야 할 것이다.

참 고 문 헌

<http://kr.encycl.yahoo.com>(2004.11.30)

조홍섭, 사전예방의 원칙, 한겨레신문, 2004.8.8.

김훈기(2000). 유전자가 세상을 바꾼다. 서울: 도서출판 궁리, 171-173

류기현(2003). LMO 식물체의 환경위해성평가와 바이러스저항성 LM작물의 사례분석, Biosafety 4(5): 47-58

한지학(2004). 유전자변형생물체의 이점과 혜택, Biosafety 5(3): 8-15

Rifkin J,(1999). The Biotech Century. 전영택.전병기 옮김. 바이오테크시대. 서울: 민음사

James, C.(2002). Global status of commercialized Transgenic Crops: 2002. ISAAA Briefs No.24: Preview. ISAAA: ithaca, NY

김관수(2004). GM식품의 공급자 수용성에 관한 연구, Biosafety 5(2): 16-27

식품의약품안전청(2004.5), 유전자재조합식품표시제관라동향.

김은희(2004). 유전자변형생물체를 바라보는 소비자의 입장, Biosafety 5(3): 16-19

김봉석(2004). 유전자변형 어류를 둘러싼 위해성 논란, Biosafety 5(3): 58-63