



# 소비자를 위한 쇠고기 생산

국민소득의 향상에 힘입어 우리나라의 1인당 육류 소비는 매년 증가하는 추세에 있다. 이를 축종별로 살펴보면 돼지고기의 소비량은 지난 10년간 36%, 닭고기는 53% 증가에 그친 반면 쇠고기는 105%나 증가하여 우리 국민에 대한 동물성단백질 공급원으로 쇠고기가 차지하는 비중은 점점 커지고 있는 것을 알 수 있다.

이러한 가운데 내년이면 우리나라의 쇠고기시장이

완전 개방되고 한우산업은 나름대로의 경쟁방안을 강구하고 실천하지 않으면 안 되는 시점에 와있다.

특히 현대는 소비자 중심사회로 이들의 다양한 요구에 능동적으로 대처하지 않으면 경쟁에서 살아남을 수 없으며 한우산업이라고 이 범주를 벗어 날 수는 없을 것이다.

이에 우리나라의 소비자들이 한우고기에 대해 어떻게 생각하고 있으며, 또한 무엇을 요구하고 있는지

<표1> 연도별 육류의 소비추세

(단위: kg, %)

구 분		'82년	'90년	'95년	'96년	'97년	'98년	'99년	
1인당 육류 소비량	전체	11.3	19.9	27.4	28.8	29.3	28.1	30.6	
	쇠고기	2.7	4.1	6.7	7.1	7.9	7.4	8.4	
	돼지고기	6.1	11.8	14.8	15.4	15.3	15.1	16.1	
	닭고기	2.5	4.0	5.9	6.3	6.1	5.6	6.1	
1인당 쇠고기 종류별 소비량	전체	2.7	4.1	6.7	7.1	7.9	7.4	8.4	
	한우고기	소비량	1.56	1.17	2.48	2.80	3.83	4.40	5.12
		비율	57.7	28.4	37.1	39.5	48.6	59.1	61.0
	육우고기	소비량		1.04	0.96	1.01	1.12	1.20	
		비율		25.2	14.3	14.2	14.3	16.1	
	수입고기	소비량	1.14	1.91	3.25	3.28	2.92	1.84	3.26
		비율	42.3	46.4	48.6	46.2	37.1	24.7	39.0

주) 1. '99년의 통계는 잠정통계치임.  
2. 1인당 쇠고기 종류별 소비량 중 '82년, '99년의 한우고기는 육우고기가 포함되었음.

99년 축산기술연구소가 실시한 소비자 여론조사결과를 통해 살펴보고자 한다.

첫째, 소비자가 한우고기를 구입할 때 품질선택의 기준은 무엇으로 삼고 있는가?

그 기준은 <표2>와 같이 연령층에 상관없이 육색을 중요시 한다는 대답이 70.8%로 가장 높았고 그 다음이 근내지방도, 지방함량, 질긴정도, 광택순으로 나타났다.

소비자들이 쇠고기 선택시 육색을 가장 우선적으로

고려하는 이유는 고기의 신선도, 즉 안전성과 밀접한 관계를 가지고 있기 때문이다. 특히 암적색을 띠는 쇠고기는 조직감이 끈끈하고 미생물의 빠른 증식으로 인하여 저장성이 떨어질 뿐만 아니라 구매육구를 저하시킨다. 육색은 알려진 바와 같이 스트레스에 의하여 많은 영향을 받으므로 수송과 도축과정에서 보다 주의를 기울여야 할 것이다.

둘째, 소비자가 한우고기를 구입하는 이유로는 '맛이 좋다' 라는 대답이 69.1%를 차지하였고 다음

이 '체질에 맞다' 순이었다. 쇠고기의 맛은 근내지방도에 의해 크게 좌우 되는데 이는 근내지방이 많을수록 보수성이 높아지고 연도와 풍미가 개선되기 때문이다. 한우고기가 수입쇠고기에 비해 경쟁력을

유지할 수 있는 가장 큰 장섬중 하나가 우수한 육질이 라고 할 수 있으나 수소의 경우 서세를 하지 않으면 근내지방도를 크게 개선시키는 것을 기대하기는 어렵다.

<표2> 한우에 대한 소비자여론조사

(단위:%)

구 분	조사항목	40세미만	40세이상	50세이상	평 균
구입시	색깔	69.4	73.2	69.7	70.8
	근내지방도	12.2	7.2	11.1	10.2
품질선택의 기준	지방함량	9.5	8.7	12.1	9.9
	질긴 정도	6.8	10.9	4.3	7.6
주로	광택	2.0	0.9	3.0	1.6
	맛이 좋다	73.1	66.9	66.3	69.1
구입하는 이유	체질에 맞다	6.9	4.7	20.4	13.2
	영양가치가 높다	11.0	8.8	5.1	8.7
구입 시 불편한 점	믿을 수 있다	7.6	8.1	6.3	7.4
	구입하기 쉽다	1.4	1.5	2.0	1.6
불편한 점	믿을 수 없다	61.0	65.2	60.0	62.2
	가격이 비싸다	27.4	23.9	29.0	26.6
소비자 요구사항	한우전문점이 없다	7.5	5.8	4.0	6.0
	원하는 부위를 사기 어렵다	4.1	5.1	7.0	5.2
소비자	포장상태가 안 좋다	0.0	0.0	0.0	0.0
	품종인증	51.1	50.4	45.2	49.7
요구사항	육질인증	13.0	16.5	25.0	16.8
	안전성	17.6	11.8	14.1	14.6
요구사항	저장기간	8.4	7.9	4.7	7.5
	부위별 인증	5.3	3.9	6.3	4.9
요구사항	응도표시	3.0	6.3	3.1	4.3
	지방함량	1.5	3.1	1.6	2.2

97년, 99년 축신기술연구소

셋째, 한우고기 구입시 가장 불편한 점은 '믿을 수 없다'는 응답이 62.2%, '비싸다'가 26.6%를 차지했다. 이러한 결과는 일부 식육·유통업자의 부도덕한 상행위로 인한 소비자의 불신이 잘 반영된 것이라고 볼 수 있다. 많은 소비자들이 한우고기가 맛있다고 인정을 하고, 한우고기를 원한다 한지라도 불투명한 유통구조하에서의 한우산업은 사상누각에 불과하다고 할 수 있을 것이다.

넷째, 한우고기 판매시 소비자가 요구하는 사항으로 제일 먼저 품종인증(49.7%)을 꼽았고, 그 다음이 육질인증, 안전성, 저장기간이었다.

이것은 소비자가 지불하는 가격에 상응하는 품종과 육질의 쇠고기를 구입할 수 있도록 해야 한다는 것이다.

정부에서 시행중인 「식육의 부위별·등급별 최고

기 종류별 구분판매제도」가 잘 정착될 경우 이부분에 대한 소비자의 불신은 크게 해소되리라 본다.

이상 한우고기 구입에 따른 소비자의 여론조사 결과를 간략하게 살펴보았다. 그 결과를 한마디로 종합하면 우리나라의 소비자들은 맛이 좋은 한우고기를 원하고 있다는 것이다.

소비자들의 입맛에 맞는 맛있고 안전한 한우고기를 생산하고, 유통과정에서의 투명하고 올바른 상거래질서 유지로 소비자들이 믿고 한우고기를 살 수 있는 환경이 마련된다면 우리 한우 산업의 미래는 밝다고 본다.

또한, 품질의 고급화를 동반한 한우고기의 브랜드화도 소비자의 요구에 능동적으로 부응할 수 있는 방안 중 하나일 것이다. 이러한 면에서 오는 9월에 개최되는 '2000우리축산물브랜드전'이 갖는 의미가 크다고 할 수 있다.