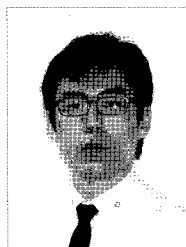




영양표시제가 닭고기 소비에 미치는 영향



유 현 식 팀장
(주)하림 3본부 마케팅실 CM1팀

2010년 1월 12일부터 시행된 어린이 기호 식품의 영양성분 표시제도로 패스트푸드를 판매하는 대형 외식업체들은 의무적으로 메뉴판에 영양정보를 표시해야 한다. 연간 90일 이상 판매되는 메뉴에 한해 100개 이상의 매장을 보유하고 있는 대형 외식업체 매장이 우선 시행대상이다.

국내에서 가공식품 영양표시제 시행이 10여년이 경과하면서 영양표시를 한 가공식품이 많이 유통되고 있으며, 그 범위가 점차 확대되고 있다.

하지만 소비자가 표시내용을 충분히 이해하고 이를 제품 선택에 이용하는 정도는 아직 미흡하며 관련 업계에서도 영양표시제 시행에 대한 대응방향과 준비가 부족하다.

이에 영양표시제의 목적 및 의의를 살펴보고 닭고기 산업 차원에서의 필요한 조치사항에 대해 알아보하고자 한다.

1. 영양표시제도의 목적 및 의의

가공식품의 영양적인 특성을 일정한 기준과 방법에 따라 표현하도록 국가에서 관리하는 제도로 허위나 과대 표시, 광고 등으로부터 소비자를 보호하고 국민건강 증진에 이바지하는 것을 목적으로 하고 있다.

제품에 함유된 영양소 함량을 일정한 기준에 따라 사실적으로 표시하도록 하고 있으며, 특정한 용어를 사용하거나 주장할 때에는 정해진 기준에 부합하도록 명시되어 있다.

소비자가 자신의 건강에 적합한 제품을 선택할 수 있으며, 생산자는 제품의 영양 수준을 향상시킬 수 있어 국민건강 향상에 기여할 수 있다. 또 국민에 대한 영양 교육은 물론 의료비 절감에도 영향을 줄 수 있다.

2. 선진국 및 국내 표시 현황

영양표시제를 시행하고 있는 국가는 2004년 기준 50여개 국가이며, 어떤 형태로든 영양표시규정을 마련하고 이를 시행하고 있다.

미국은 1973년 처음 시행했고, 1990년에는 ‘영양표시 및 교육법’을 제정하여 모든 가공식품에 국민건강에 중요한 14가지 영양소의 함량 표시를 의무화시킨 바 있다.

미국의 경우 영양표시 프로그램이 지속됨에 따라 소비자의 영양지식과 영양에 관한 민감도가 증가했고 58%의 소비자가 식품 선택 시 영양표시를 중요시한다는 조사결과가 나와 있다. 또한 건강에 관심이 있는 소비자가 식품 구매 결정을 하거나 특히 지방 섭취량을 제한하고자 하는 소비자가 식품 선택의 수단

〈그림 1〉 하림의 영양성분 표시 현황(일부제품만)



으로 영양표시를 눈여겨보고 있다.

영국의 경우는 89% 소비자가 영양표시를 읽은 후 식품을 구매할 정도로 인식도가 높다. 73%는 제품 비교시 이용하는 등 영양표시가 소비자의 식품 선택에 적지 않은 영향을 주는 것으로 나타났다.

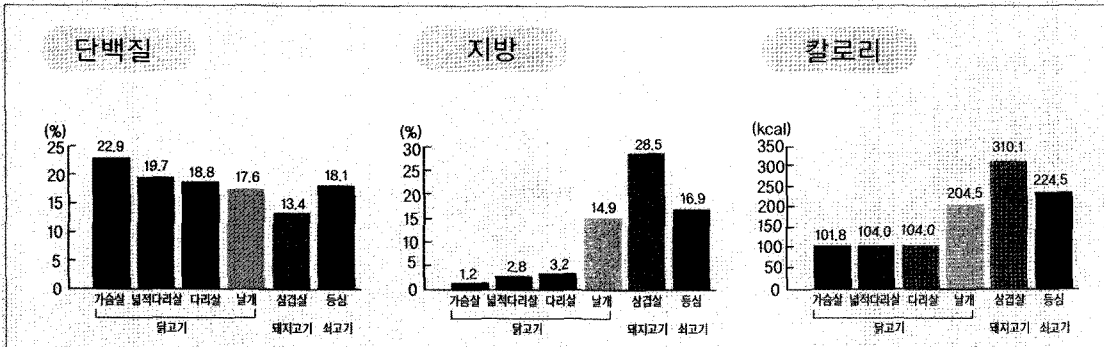
국내의 경우는 영양표시제에 대한 인식과 관심이 낮은 편이다. 2005년 국민건강영양조사에서 가공식품을 구매시 영양표시를 읽는지 여부를 조사한 결과 62.6%가 읽지 않는다고 응답했으며, 21.3%만이 읽는다고 응답했

다. 영양표시가 뭔지 모른다는 응답도 16.1%에 달하는 것으로 나타났다.

이처럼 영양정보에 대한 요구가 높으면서도 정작 영양표시에 대한 이용도나 이해도가 낮은 것은 표시내용에 일관성이 없고 영양표시를 활용하는 방법에 대한 소비자 교육이 부족하기 때문이다.

이에 따라 식품업체의 영양표시제 수행역량 또한 아직 미흡하다. 중앙대와 식약청이 2004년도에 실시한 '영양표시제 의무화 기반구축에 대한 연구'에 따르면 장비와 인력

〈표 1〉 닭고기, 돼지고기, 쇠고기의 성분 비교



※참조 : 한국식품연구원(1997년)

을 갖추고 영영표시의무화에 대비하고 있는 업체는 23% 수준에 불과했다.

3. 닭고기 소비에 미치는 영향 및 제언

현재 닭고기의 가공형태는 아직까지도 튀김류가 주를 이루고 있다. 이는 국내에서 특이하게 발달한 치킨 체인산업의 주 메뉴가 튀김류이기 때문이다. 영영표시제 시행이 닭고기 가공 산업에 있어서 현재와 같은 튀김류가 주를 이루고 있는 상황에서는 닭고기 소비량에 있어서는 어느 정도 부정적인 요인으로 작용할 것이다. 닭 자체는 칼로리가 낮지만 기름을 사용함에 따라 칼로리가 상승하기 때문이다.

또한 판매형태가 주문배달을 겸하는 영업자인 경우 소비자에게 배달시 전단지, 스티커 등을 통해 영양성분 정보를 제공해야 하는데,

배달형태가 많은 치킨 체인산업의 특성상 타격이 있을 수밖에 없다.

하지만 이런 부정적 요인을 극복할 수 있는 방법은 있다.

현재의 튀김류 위주의 닭가공 식품에서 그릴, 바비큐, 훈제류, 샐러드류 등 튀김류 이외의 비교적 칼로리가 낮은 다양한 메뉴의 개발이 필요하다.

또한 칼로리가 낮은 기름을 사용하거나 기름을 적게 사용하고, 연구개발을 통해 기존의 맛을 낼 수 있는 방법을 찾아내고 이에 대한 과학적인 근거를 기반으로 제품 표시에 적용하는 방법이 있을 수 있다.

미국의 경우 슈퍼마켓에 껍질이 있는 부분육은 싸게, 껍질이 없는 부분육은 비교적 비싼 값으로 팔리고 있어 소비자의 가격 사정과 성향 및 건강 의식에 따라 선택할 수 있도록 해주고 있다. 이를 벤치마킹하여 껍질의 유무

영양표시제는 더 이상 충분조건이 아닌 필수조건이 될 것이다. 이에 관련 산업에서는 이러한 환경 변화를 마지못해 수용하기보다는 적극적으로 대응하여 건강지향적 산업과 기업의 이미지를 제고해야 할 것이다.

에 따라 칼로리를 이용한 차별화 전략을 구사하는 것이다. 껍질이 없는 가공품의 경우는 껍질이 있는 것보다 비교적 비싼 가격으로 소비자 성향에 따른 선택의 폭을 넓혀 주는 것도 하나의 방법이 될 수 있다.

닭고기 자체는 웰빙의 이미지를 지니고 있다. 저지방, 저칼로리, 저콜레스테롤, 고단백 식품으로 소비자 건강 트렌드에 부합하는 식품이다. 이러한 특징을 잘 살릴 수 있도록 가공형태를 발전시켜야 하겠다.

4. 맺음말

최근의 소비 트렌드가 말해주듯이 개인이나 사회 모두 건강하고 건전한 식품을 선택하여 건강을 유지 증진하려는 노력이 계속될 것이다.

영양표시제는 더 이상 충분조건이 아닌 필

수조건이 될 것이다. 이에 관련 산업에서는 이러한 환경 변화를 마지못해 수용하기보다는 적극적으로 대응하여 건강지향적 산업과 기업의 이미지를 제고해야 할 것이다.

이와 관련하여 산업체가 영양표시제를 충분히 활용하고 적극 참여할 수 있도록 정부의 지원도 필요하다. 예를 들어 영양표시제를 선행하거나 우수한 산업과 업체에 대해서는 혜택을 주는 방안도 검토해야 한다.

그리고 철저한 평가를 통해 영양표시제도를 계속 보완, 발전시켜야 한다. 이를 위해서는 제도에 대한 정확한 성과평가가 필요하고, 국민의 건강상태 혹은 과학의 발전 등에 따라 정기적으로 재검토되어야 한다.

또한 정부는 지속적인 교육과 홍보를 통해 바른 소비자의 인식을 형성해 주어야 한다.