

» 소비자가 원하는 계란 · 닭고기

## 가축과 소비자의 지속가능한 상생



김 연 화

(사)한국소비생활연구원 원장/박사

미국 트렌드 분석 기관인 트렌드 왓칭은 지난 해 말 죄책감 없이는 소비가 새로운 소비트렌드 경향으로 부상하고 있다고 발표하였다. 사회적 책임의식과 윤리의식을 바탕으로 시장과 생태라는 거시환경 속에서 상생할 수 있는 제품을 선택하는 소비자들이 점차 증가하고 있는 것이다. 특히 식품분야에서 가축의 복지에 대한 관심이 크게 대두되고 있다. 이와 같은 사회적 관심을 반영하여 우리나라에서는 2012년 3월부터 산란계농장을 시작으로 하여 동물복지 축산인증제를 시행하고 있으며, 점차 전 축종으로 그 대상을 확대해나갈 예정이라고 한다.

사실 가축의 관리 및 축산물 생산에 있어 동물복지의 개념이 도입된 것은 이미 오래 전의 일이다. 최초의 동물보호법이 1991년에 처음 도입되어 2번의 개정을 거쳐 온 그동안의 역사를 살펴보면, 최근 크게 회자되고 있는 동물복지에 대한 이슈가 조금은 의아할 수도 있을 것이다. 하지만 사실상 축산물의 관리와 생산에 있어 효율성을 제일의 가치로 둬에 따라 농장동물의 건강과 웰빙을 보장하는 복지 시스템은 굉장히 미흡한 실정이다. 가축이 먹거리의 대상이 되고, 하나의 상품적 가치를 가짐에 따라 농장 동물은 집약적 대단위의 생산체계 속에서 마치 컨베이어벨트 위에서 대규모로 생산되고 있는 물질처럼 취급되어 왔기 때문이다.

그런데 주변 환경과의 조화와 상생을 주된 가치로 두는 변화된 소비자들이 시장을 움직이고 있다. 실제로 2010년 한국농촌경제연구원

구소가 실시한 조사에 따르면, 62%의 소비자들이 건강과 웰빙을 위해 동물 복지형 축산의 필요성을 느끼고 있었으며, 이러한 먹거리 제품에 대한 추가지불의사 또한 적지 않았다. 경제적 효용을 중심으로 소비하던 과거와 달리, 신체적 위해의 최소화 및 생태와의 상생



을 지향하며 가치있는 선택을 하는 소비자들이 증가하고 있는 것이다.

이러한 소비자들의 수요를 반영하듯, 축산물의 생산과정에서도 변화가 나타나고 있다. 동물의 웰빙을 통해 행복한 생태환경을 이루고, 건강한 먹거리를 지향하는 동물복지형 축산물이 등장하고 있는 것이다. 실제로 풀무원의 경우 2007년부터 동물복지제도를 도입하여 친환경 계란 브랜드를 만들었으며, 닭고기 전문기업 하림은 2012년부터 동물복지를 고려한 생산시스템을 완성하였다.

안전한 먹거리에 대한 사회적 수요가 높아지고 있는 이때, 동물의 복지에 대해서도 심도 있게 고려해야 할 것이다. 좁고 비위생적인 축사 속에서 각종 항생제와 성장촉진제가 첨가된 사료를 먹고, 스트레스에 노출된 채 상품화 되는 축산방식으로는 신선하고 안전한 먹거리 환경을 이룰 수 없다. 건강하게 관리되어 가축의 스

트레스를 최소화하는 것이 동물과 사람 모두에게 이로운 선택이며, 이것이 진정한 상생의 방안이다.

소가 질병없이 행복하게 살 수 있는 웰빙상태를 ‘소의 참살이’라 부른다고 한다. 소나 다른 가축뿐만 아니라, 닭의 참살이를 통해 우리 인간도 안전하고 건강한 먹거리를 보장받고, 건강한 삶의 참살이를 이룰 수 있을 것이라 생각한다. 현 시대의 핵심적 가치인 지속가능한 소비와 환경은 바로 생태적 상생을 통해 이룰 수 있으며, 이러한 점을 미루어보았을 때 동물 복지형 축산은 바로 우리가 양계산업이 직면한 시대적 과제의 열쇠가 될 수 있을 것이다. 양계인과 소비자, 그리고 가축동물까지 모두 다 함께 건강하고 행복할 수 있는 선순환 구조로의 개선에 필요한 연결고리가 바로 ‘동물복지’가 될 수 있을 것이며, 이를 통해 참다운 삶과 사회를 이룰 수 있을 것이라 기대한다. **양계**