

소비패턴에 맞는 축산물 소비전략 세워야

김연화 소비자공익네트워크 회장

최근 지속된 경기불황과 고병원성 조류인플루엔자(AI)·구제역 등 가축질병으로 국내 축산업이 직격탄을 맞았다. 국내산 축산물 소비는 줄어들던 반면 수입육시장은 대폭 확대됐다.

축산물 소비패턴에도 지각변동이 일어났다. 1인 가구 증가와 고령화사회 진입의 영향으로 축산물 구매패턴이 달라진 것이다. 우선 소비자들은 단순한 조리법과 짧은 조리시간을 선호하기 시작했다. 과거에는 직화구이를 선호해 가정에서 고기를 직접 구워먹는 이들이 많았다면 요즘엔 외식을 하거나 반조리 형태의 제품을 구입한다. 이런 외중에 소비자들은 국내산 축산물의 안전성과 품질은 인정하면서도 가격에는 불만을 토로한다. 그동안 정부와 생산자가 고가 전략으로 품질개선에 집중하다보니 소비자가 원하는 게 무엇인지 고민이 미흡했던 탓이다.

그동안 국내 축산업은 전체 농업생산액의 43%를 차지할 정도로 눈부시게 성장했다. 또 축산물시장은 후방산업을 포함해 19조원이라는 어마어마한 규모를 자랑한다. 이처럼 국내 축산업은 외형적 발전을 거듭했지만, 소비 패러다임 변화에 따른 대책은 부족했다.

이제는 생산자들이 소비자 입장에서 소비전략을 고민해야 할 때다.

무엇보다 소비자 반응을 빠르게 파악하는 일이 급선무다.

그간 우리는 브랜드화를 통해 품질을 향상시키며 소비자 만족을 이끌었다.

그러나 현재 소비자들은 축산식품을 구입할 때 제품 자체만 평가하지 않는다. 농장에서 식탁까지(Farm to Table), 생산에서 소비자에게 이르는 모든 과정의 안전성을 고려한다. 나아가 생산자가 가축을 사육할 때 동물복지를 실천했는지도 살펴본다. 소비자들이 축산물을 선택할 때 품질 말고도 다양한 부분을 고려하기 시작한 것이다.

생산자는 이런 소비자들의 요구를 기민하게 파악해 이를 생산에 반영해야 한다.

이와 함께 생산자들은 소비자들이 축산물을 구매할 때 얼마 정도의 비용을 지불하는지에 대해서도 생각해봐야 한다. 소비자와 가격 면에서 공감대를 형성하기 위해 노력해야 한다는 얘기다. 이를 위해선 생산단계에서 비용을 낮출 수 있는 방법을 찾는 일이 필수적이다.

아울러 미래에 대한 고민도 필요하다. 앞으로 인구가 지속적으로 감소하고, 소득이 변화하게 되면 소비패턴 또한 어떻게 바뀔지 모를 일이다. 따라서 이를 고려해 탄력적인 제도와 대응책을 마련한다면 훗날 변화에 유연하게 대처할 수 있을 것이다.

국내 축산물이 세계적인 축산식품으로 한단계 도약하기 위해서는 생산단계에서부터 소비단계까지 재점검이 필요하다. 이 과정에서 축산인 모두가 '소비자 친화적인 축산물 생산을 위해 마음을 모으길 바란다.

▶ 농민신문 2017.5.12