

2008. 12
정책연구 2008-16(기본)

양식어류의 소비변화 분석과 대응방안 연구

2008. 12

황기형 · 마창모 · 이남수

◆ 보고서 집필 내역

● 연구책임자

- 황 기 형 : 제1장, 제2장, 제3장, 제4장, 제6장, 제7장

● 연구진

- 마 창 모 : 제5장
- 이 남 수 : 제3장 제4절

◆ 산·학·연·정 연구자문위원회

- 송 정 현(부경대학교 교수)
- 최 완 현(농림수산식품부 과장)
- 이 병 웅(농림수산식품부 사무관)

* 연구자문위원은 산·학·연·정 순임

◆ 연구감리자

- 신 영 태(한국해양수산개발원 연구심의역)

머 리 말

우리 사회가 산업화 과정을 거치는 동안 농수산업은 상대적으로 위축되었지만, 어류양식업은 매우 빠른 성장세를 보여 주고 있다. 어류양식업의 생산금액은 1990년도 349억 원에서 2007년도에는 8,023억 원으로 17년간 23배나 증가하였다. 이에 따라 어류양식업이 국내 어업에서 차지하는 비중은 같은 기간 1.4%에서 13.9%로 커졌다.

어류양식업의 빠른 성장으로 우리나라에는 생선회 대중화 시대가 열렸지만, 어류양식업의 수익성은 활어 생산 및 수입 증가로 최근 크게 악화되고 있다. 정부는 그동안 각종 지원정책을 통해 양식어업을 장려해 왔지만, 시장의 수요가 뒷받침되지 않는 한 어류양식업의 양적 성장에는 한계가 있을 수밖에 없다.

지난 10여 년간 양식어류의 시장환경은 크게 변하였다. 수산물 수입자유화로 경쟁구조가 바뀌었을 뿐만 아니라, 소비자도 변하였다. 사용가치를 중시하던 전통사회에서 교환가치를 중시하던 산업사회를 거쳐, 오늘날에는 소비를 통해 자아를 실현하고 쾌락적 가치를 추구하는 후기자본주의 시대의 소비자가 전면에 등장하고 있다.

양식어류의 소비도 사회의 전반적인 소비환경 변화와 무관할 수 없다. 식품 소비는 더 이상 생존에 필요한 기본적 욕구 충족만을 위한 것이 아니다. 소비자는 사회적 관계 유지나 개인의 기호 충족 등 다양한 이유에서 선택적인 식품 소비 활동을 한다. 식품이 필수재로서의 의미를 넘어 소비자의 다양한 욕구 충족을 위한 선택적인 소비재로서의 성격을 갖게 되면서 식품 소비는 소비자의 욕구에 영향을 주는 사회적, 문화적, 경제적인 다양한 요인에 의해 영향을 받게 되었다.

상품의 가치가 시장에서의 소비 행위에 의해 결정된다면, 생산을 통한

부가가치 창출은 소비자의 욕구를 얼마만큼 만족시키느냐에 따라 결정될 것이다. 어류양식업이 최근의 경영부진에서 탈피하여 건전한 발전을 이루어 나가기 위해서는 시장의 변화를 이해하고 소비자의 욕구에 부응하는 상품의 공급을 위한 적극적인 노력이 필요하다.

본 연구는 시장 변화에 따른 국내 수산업의 변혁 필요성을 고려하여 양식업계의 마케팅 전략 수립에 필요한 기초정보를 제공하고, 양식어류의 소비기반 확충을 위한 정부의 정책과제를 제안하기 위해 수행된 것이다. 이 연구가 변화하는 시장환경 속에서 국내 어류양식업의 새로운 발전을 모색하는 데에 도움이 되기를 바란다.

본 연구는 황기형 연구위원과 마창모 연구원, 이남수 연구원이 공동으로 수행하였다. 자문을 통해 연구 수행에 도움을 주신 부경대학교의 송정현 교수와 농림수산식품부의 최완현 과장, 이병웅 사무관에게 감사를 드린다.

2008년 12월

한국해양수산개발원
원 장 강 종 희

차 례

Executive Summary	i
-------------------	---

제1장 서 론	1
---------	---

1. 연구의 배경 및 필요성	1
2. 연구의 목적	2
3. 연구의 범위와 방법	3
1) 연구의 내용 및 범위	3
2) 연구의 방법	4

제2장 소비환경 변화와 식품 소비 트렌드	6
------------------------	---

1. 소비환경의 변화	6
2. 소비 트렌드	10
3. 식품 소비의 특성과 트렌드	12
4. 양식어류 소비 분석의 전제	14

제3장 활어 공급 동향과 유통환경 변화	16
-----------------------	----

1. 활어 공급 동향	16
1) 활어 생산 동향	17
2) 활어 수출입 동향	26
2. 양식어류의 가격 동향	29
3. 양식어류의 유통환경	34
1) 유통경로	34
2) 활어도매시장의 변화	34

3) 외식업계의 변화	35
4. 분석결과와 종합	38

제4장 활어식품 소비에 관한 소비자 및 외식업체 조사 ————— 41

1. 소비자 대상 조사	41
1) 조사목적 및 내용	41
2) 조사방법	42
3) 조사결과 분석	43
4) 조사결과 종합	63
2. 외식업체 대상 설문조사	66
1) 조사목적 및 내용개요	66
2) 조사방법	66
3) 조사결과	68
4) 조사결과 종합	74

제5장 활어식품 소비결정 요인 분석 ————— 76

1. 모형설정	76
1) 분석모형	76
2) 모델형태	77
3) 추정방법	77
4) 변수설명	80
2. 실증분석 결과	82
1) 생선회	82
2) 생선초밥	92
3. 분석결과 종합	100
1) 생선회 선호도 및 섭취빈도 분석결과	100
2) 생선초밥 선호도 및 섭취빈도 분석결과	101
3) 소결	102

제6장 양식어류의 소비 트렌드와 대응방안	105
1. 양식어류 소비 추세 및 특성	105
1) 양식어류의 소비단계	105
2) 양식어류 소비의 특성 및 트렌드	106
3) 양식어류 소비의 긍정적 요인과 부정적 요인	109
2. 양식어류 소비환경 변화에 따른 대응방안	111
1) 기본전제	111
2) 정책대응 방안	112
 제7장 결 론	 119
1. 요약 및 결론	119
2. 정책제언	120
 참고문헌	 123
 부록 1 : 소비자 대상 설문조사서(2008. 9)	 127
 부록 2 : 외식업체 점주 대상 조사(2008. 9)	 133

표 차례

표 2-1. 소비환경에 영향을 주는 주요 요인	8
표 2-2. 한국의 소비 트렌드	11
표 2-3. 우리나라에서 나타나고 있는 식품 소비 트렌드	13
표 2-4. 양식어류 소비 트렌드 파악을 위한 요소	15
표 3-1. 어종별 양식 및 일반해면어업에 의한 활어 생산량 비교(2008. 1~9)	25
표 3-2. 주요 활어 품목의 수출입 실적(2002~2007)	27
표 3-3. 중국과 일본의 한국에 대한 주요 활어 품목 수출량(2007)	28
표 3-4. 양식넙치와 조피볼락의 산지, 도매, 소매가격 상관계수	31
표 3-5. 활어도매시장에서 거래되는 활어의 종류 변화	35
표 3-6. 주요 대형마트의 활어 중 생선초밥의 판매 현황	38
표 3-7. 국내 활어시장규모 추정	39
표 4-1. 활어식품에 관한 소비자 대상 설문조사 주요 내용	42
표 4-2. 표본의 개요	43
표 4-3. 생선회에 대한 선호도 조사결과(2008. 9)	44
표 4-4. 생선초밥에 대한 선호도 조사결과(2008. 9)	45
표 4-5. 육류와 생선회 중 가장 좋아하는 식품에 대한 조사결과(2008. 9)	46
표 4-6. 생선회를 좋아하는 이유에 관한 조사결과(2008. 9)	46
표 4-7. 가장 좋아하는 활어 어종 답변 비율(2008. 6)	47
표 4-8. 생선회용 어종별 선호도 조사결과(2008. 9)	48
표 4-9. 자연산과 양식산 활어 선호 비율(2008. 6)	48
표 4-10. 자연산과 양식산 활어 선호 비율(2006. 6)	49
표 4-11. 활어의 원산지별 신뢰도에 관한 조사결과(2008. 6)	49
표 4-12. 생선회 소비빈도에 관한 조사결과(2008. 9)	51
표 4-13. 생선초밥 소비빈도에 관한 조사결과(2008. 9)	52
표 4-14. 생선회의 가정식과 외식 소비 비율(2008. 9)	54

표 4-15. 생선초밥의 가정식과 외식 소비 비율(2008. 9)	55
표 4-16. 생선회 외식 시 주요 장소(2008. 6)	55
표 4-17. 생선회 외식 시 주요 장소(2006. 6)	56
표 4-18. 생선회 가정식의 주요 구입장소(2008. 6)	56
표 4-19. 생선회 소비 시 선택기준(2008. 6)	57
표 4-20. 생선회 소비 시 음주 여부에 관한 조사결과(2008. 9)	58
표 4-21. 생선초밥 소비 시 음주 여부에 관한 조사결과(2008. 9)	59
표 4-22. 육류와 비교한 생선회 안전성에 관한 조사결과(2008. 9)	60
표 4-23. 활어식품 위해요인 인식에 관한 관한 조사결과(2008. 8)	61
표 4-24. 육류와 비교한 생선회의 건강기능에 관한 조사결과(2008. 8)	62
표 4-25. 활어식품 선호도에 관한 조사결과 종합	64
표 4-26. 활어식품 소비행태에 관한 조사결과 종합	65
표 4-27. 활어식품의 안전성 및 건강기능에 관한 조사결과 종합	65
표 4-28. 외식업체 대상 조사내용	67
표 4-29. 조사 대상 외식업체 개요	67
표 4-30. 조사 대상 외식업체의 고객 방문 목적	68
표 4-31. 최근 3년간 증가하고 있는 고객 방문 목적	69
표 4-32. 조사 대상 외식업체의 남녀 고객 비율	69
표 4-33. 조사 대상 외식업체 고객의 연령대별 분포	70
표 4-34. 조사 대상 외식업체 고객의 주류 주문 비율	71
표 4-35. 식재의 속성별 고객의 반응 정도	71
표 4-36. 외식업체의 최근 3년간 어종별 고객의 선호도 변화 평가	72
표 4-37. 조사 대상 외식업체의 활어수조 보유 여부	73
표 4-38. 식재 구입 경로별 비중	73
표 4-39. 식재조달 시 애로사항	74
표 5-1. 주요 독립변수의 응답결과	81
표 5-2. 프로빗모형의 변인 설명(모델 1-4)	83
표 5-3. 모델 1(생선회 선호도)의 추정결과	85

표 5-4. 모델 2(생선회 구매빈도)의 추정결과	86
표 5-5. 생선회 선호도(모델 1)의 독립변수별 확률	87
표 5-6. 생선회 섭취빈도(모델 2)의 독립변수별 확률	88
표 5-7. 모델 3(생선초밥 선호도)의 추정결과	93
표 5-8. 모델 4(생선초밥 구매빈도)의 추정결과	94
표 5-9. 생선초밥 선호도(모델 3)의 독립변수별 확률	96
표 5-10. 생선초밥 섭취빈도(모델 4)의 독립변수별 확률	98
표 5-11. 모델별 분석결과 종합	102
표 5-12. 선호도에 대한 변수별 한계효과 종합	103
표 5-13. 섭취빈도에 대한 변수별 한계효과 종합	104
표 6-1. 양식어류 소비 트렌드에 관한 조사결과	108
표 6-2. 향후 양식어류 소비 변화에 영향을 주는 요인	111

그림 차례

그림 1-1. 연구체계	5
그림 2-1. 양식어류의 소비환경	7
그림 2-2. 양면가치가 존재하는 소비 시장	13
그림 3-1. 어류양식업 생산 동향	17
그림 3-2. 어종별 양식 생산 동향	18
그림 3-3. 양식넙치의 크기별 출하 동향	19
그림 3-4. 양식넙치의 월별 출하 패턴(2003~2007)	21
그림 3-5. 양식조피볼락의 크기별 출하 동향	22
그림 3-6. 양식조피볼락의 월별 출하 패턴(2003~2007)	22
그림 3-7. 어업별 활어 생산량(2008. 1~9)	23
그림 3-8. 연어 선어 및 냉동제품의 수입 동향	28
그림 3-9. 양식어류의 평균 산지가격 변화	29
그림 3-10. 양식넙치 및 조피볼락의 평균 산지가격 변화	30
그림 3-11. 양식넙치의 유통단계별 가격 동향	31
그림 3-12. 양식조피볼락의 유통단계별 가격 동향	32
그림 3-13. 제주산 양식넙치의 크기별 산지가격 동향	33
그림 3-14. 제주산 양식넙치의 크기별 산지가격의 차이	33
그림 3-15. 퓨전 해산물 주점의 연도별 개점 현황	37
그림 5-1. 생선회 선호도에 대한 주요 변수의 한계효과	90
그림 5-2. 생선회 섭취빈도에 대한 주요 변수의 한계효과	91
그림 5-3. 생선회의 안전성과 건강기능을 고려했을 때의 한계효과	92
그림 5-4. 생선회밥 선호도에 따른 주요 변수의 한계효과	99
그림 5-5. 생선회밥 섭취빈도에 따른 주요 변수의 한계효과	100
그림 6-1. 일반적인 제품수명주기	106
그림 6-2. 양식어류 소비기반 확충을 위한 정책체계	113

Executive Summary

Analyzing Trends in Korea's Cultured Fish Consumption and Policy Implications

Over the last 20 years, raw fish has become Korea's popular food thanks to rapid development of aquaculture. However, profitability of fish aquaculture has deteriorated as increased production and import of live fish have pushed down prices. The government has implemented various policies to develop the aquaculture industry but the policies to support production have their limits when demand is saturating.

Today, food means more than just a means for one's own survival or basic needs. People consume food as a way to pursue social relationships or personal interests. So food has become one of various consumer goods rather than just a basic necessity. As a result, food has become highly affected by social, cultural and economic factors, which influence consumer needs.

These various aspects shape consumer needs and build up food consumption patterns. This study aims to identify the pattern's impact on cultured fish consumption. It also suggests policy measures to expand consumption of cultured fish.

The study conducted a survey on consumers and owners of raw fish restaurants and analyzed decision factors based on a probit model. The survey found that most raw fish are consumed at restaurants or as a take-out food. Younger generation emphasizes practical values such as "taste" and "price" but

they prefer meat to raw fish as their diet became westernized.

It also found that kinds of consumed raw fish and types of restaurants are getting diversified. Health benefits and safety concerns for eating raw fish largely affect consumption. The “high income bracket (over 4million won per month)” shows relatively high consumption of raw fish. Women consume far less raw fish than men. Raw fish are often consumed with alcoholic beverage and mostly on occasions such as business related receptions or dining-out-together, which shows high relevance with one’s social activities.

In a nutshell, economic development, income growth and health benefits would have positive impact on future consumption of cultured fish, while food safety concerns, westernized diet, business reception/dining-out-together and alcohol consumption would have negative impact.

Given this changing consumption patterns, the government needs to prepare policies to bolster consumption by emphasizing market functions. As a first step, it needs to conduct R&D projects to identify medical and ecological benefits of raw fish. Other harmful causes, their impacts on raw fish and measures to contain dangerous factors are also need to be recognized. Results of such studies should be open to the public and need to be reflected into government policies to secure safety of raw fish. As for PR efforts, the government needs to raise awareness about safety of raw fish so that wrong information cannot affect consumption. It also needs to support various programs to encourage raw fish consumption of younger generation and women.

The role of cooks specialized in raw fish is very important because most raw fish is cooked at restaurants. They determine the safety and taste of raw fish while cooking as well as conveying food information to consumers. So the government needs to support various educational programs for these cooks and to

emphasize the importance of food safety during the programs. By doing so, customer trust in raw fish can be enhanced.

The government also needs to build a comprehensive safety management system which oversees from production to consumption of cultured fish to ensure their safety. It needs to increase investment in R&D to grow diverse kinds of fish for consumption.

Such government policies are essential to expand the consumption of cultured fish. Furthermore they are critical to create added value of the industry and enhance consumer welfare. In short, the government still holds the key at the current matured market for cultured fish.

제 1 장 서 론

1. 연구의 배경 및 필요성

우리 사회가 산업화를 거쳐 후기자본주의 사회로 접어드는 동안 농수 산업은 쇠퇴하였지만, 어류양식업은 예외적으로 매우 빠른 성장세를 보이고 있다. 어류양식업의 전체 생산금액은 1990년도 349억 원에서 2007년도에는 8,023억 원으로 17년간 23배나 증가하였다. 같은 기간 어류양식업이 국내 어업에서 차지하는 비중은 금액 기준으로 1.4%에서 13.9%로 커졌다. 이에 따라 우리 사회에는 생선회의 대중화 시대가 열렸다.

어류양식업의 빠른 성장은 한편으로는 양식어류 가격의 지속적인 하락을 가져 왔다. 1997년 말 수산물 수입 자유화 조치 이후 중국, 일본 등으로부터 값싼 양식어류의 수입이 크게 증가하는 가운데, 국내 생산량도 급증하면서 양식어류의 산지 및 도매가격은 크게 하락하였다. 1990년도에 kg당 1만 3,149원이었던 양식어류의 평균 산지가격은 2007년도에는 8,215원으로 떨어져, 물가 수준을 고려하지 않고도 17년간 38%나 하락하였다. 이로 인해 국내 어류양식업의 수익성은 크게 하락한 것으로 판단된다.

수익성이 뒷받침되지 않는 성장에는 한계가 있을 수밖에 없다. 정부는 양식어류의 적정 공급을 위하여 가두리 어류양식과 육상수조식 어류양식에 대한 신규면허를 가급적 억제하고 있어서 국내 어류양식업의 양적 성장은 둔화될 것으로 보인다. 따라서 향후 어류양식업의 발전은 양적 측면보다는 질적 측면에서 찾아야 할 것이다.

지난 10여 년간 양식어류의 시장환경은 크게 변하였다. 수산물 수입자유화로 경쟁환경이 바뀌었을 뿐만 아니라, 소비자도 변하였다. 사용가치를

중시하던 전통사회에서 교환가치를 중시하던 산업사회를 거쳐, 오늘날에는 소비를 통해 자아를 실현하고 쾌락적 가치를 추구하는 후기자본주의 시대의 소비자가 전면에 등장하고 있다.

양식어류의 소비도 사회의 전반적인 소비환경 변화와 무관할 수 없다. 오늘날 식품은 필수재로서의 기능을 넘어 다양한 욕구 충족을 위한 선택적 소비재로서 성격을 갖게 되었다. 따라서 양식어류의 수급도 소비자의 의식과 행태의 변화에 따라 밀접한 영향을 받을 수밖에 없다. 상품의 가치가 시장에서의 소비 행위에 의해 결정된다면, 생산 활동을 통한 부가가치 창출은 소비자의 욕구를 얼마만큼 만족시키느냐에 따라 결정될 것이다.

2. 연구의 목적

양식어류 생산의 지속적인 확대가 가격의 지속적인 하락과 수익성 악화를 가져옴으로써 향후 어류양식업을 양적 측면보다는 질적 측면에서 발전 방향을 모색하여야 할 것이다. 이는 양식어류에 대한 소비자의 욕구를 이해하고 충족시킬 때에만 가능하다. 즉 어류양식업의 지속적이고도 건전한 발전은 소비자의 욕구를 얼마나 신속하게 충족시켜 부가가치를 창출할 수 있는냐에 달려 있다.

본 연구는 사회 전반의 소비환경 변화 속에서 식품 소비에서 나타나고 있는 트렌드가 양식어류 소비에는 어떠한 영향을 주는지를 파악하고, 이를 바탕으로 양식어류의 소비기반 확충을 위한 정책과제를 도출하기 위해 수행되었다.

3. 연구의 범위와 방법

1) 연구의 내용 및 범위

본 연구는 국내 수산품목 중 시장규모가 증가하고 있는 양식어류를 대상으로 하고 있으며, 1차생산 규모에 있어서 전체 어류양식의 80% 정도를 차지하는 넙치와 조피볼락에 중점을 두고 분석을 수행하였다. 그 이유는 소비 변화를 추론하고 그것을 실증하는 것은 해당 품목의 시장규모가 일정 수준 이상 되어야 가능하다고 판단했기 때문이다.

양식어류는 대부분이 생선회나 생선초밥과 같은 활어식품의 재료로서 최종소비되므로 양식어류의 소비 변화를 파악하기 위해서는 최종소비 형태인 활어식품의 소비에 관한 분석이 바탕이 되어야 한다. 따라서 본 연구는 제3장에서 제5장까지 활어식품의 소비 추세 및 특성, 결정요인에 관한 분석을 수행하고, 그 결과를 수용하여 양식어류 소비 변화를 파악하고자 하였다. 즉 양식어류 거의 전량이 활어식품의 재료로서 소비되는 동시에 활어식품의 공급에 있어서 양식어류가 큰 비중을 차지하고 있으므로, 활어식품의 소비 특성 및 추세는 양식어류 소비에도 동일하게 나타날 것으로 판단되기 때문이다.

본 연구는 총 7개의 장으로 구성되어 있다. 제1장 서론에 이어 제2장에서는 선행연구 조사를 통하여 우리 사회의 전반적인 소비환경과 소비 트렌드 변화를 정리하였다.

제3장에서는 국내 양식어류의 공급 및 가격 동향을 분석하고, 업계 면담 및 관계자 자문을 통해 양식어류 유통환경 변화 추세를 분석하였다.

제4장에서는 전국 규모의 설문조사를 통해 양식활어식품 소비에 관한 소비자의 선호도 및 행태, 의식 등을 조사하고, 성별, 연령대별, 소득수준별 소비자 성향의 차이를 분석하였다. 또 수도권 외식업체 50개 업소에 대한

설문조사 결과도 분석하였다.

제5장에서는 활어식품 소비를 실증적으로 분석하기 위하여 확률모형을 설정하고, 사회경제적 요인에 따른 활어소비의 변화를 측정하였다.

제6장에서는 앞에서 분석한 내용을 종합하여 양식어류의 소비기반 확충을 위한 정책과제를 도출하였다.

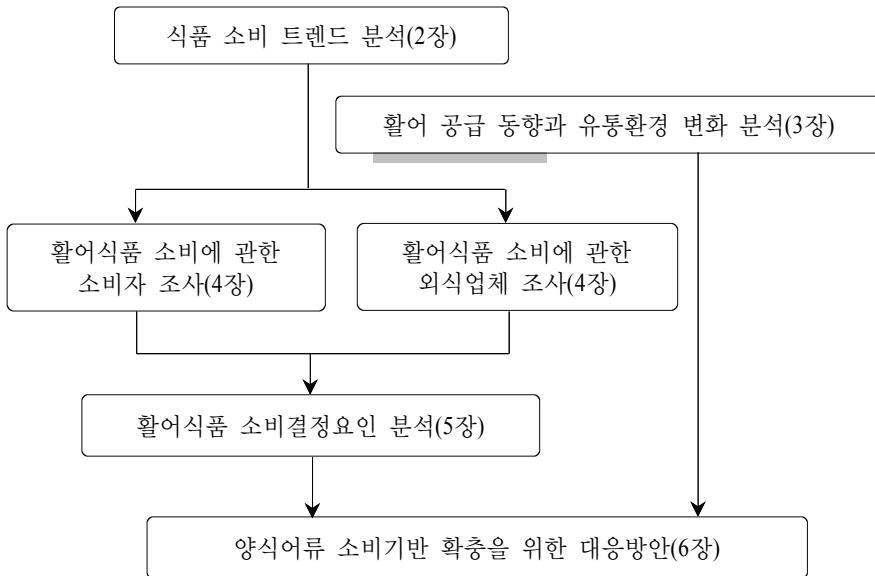
2) 연구의 방법

양식어류의 소비 트렌드 변화를 파악하기 위하여 우선 선행연구 조사를 통해 우리 사회의 소비환경 변화와 일반적인 소비 트렌드, 그리고 식품 소비에서 나타나고 있는 트렌드를 정리하였다. 이러한 트렌드가 양식어류 소비에 어떠한 영향을 주는지를 파악하고 검증하기 위하여 먼저 양식어류의 공급 동향과 유통환경 변화를 통계자료 분석과 업계 관계자 면담 및 전문가 자문을 통해 정리하고, 소비자와 외식업체를 대상으로 한 설문조사를 통해 양식어류의 최종소비 형태인 활어식품의 소비 변화 요인을 파악하고자 하였다. 또 설문조사 자료를 활용한 확률모형 분석을 통해 사회경제적 요인에 따른 활어소비 변화를 설명하고자 하였다.

대응전략 도출을 위해서는 모든 분석결과를 종합하여 향후 활어식품의 주 공급원인 양식어류 소비에 긍정적 영향을 미칠 요인과 부정적 요인을 미칠 요인을 분류하고, 부정적 요인의 완화와 긍정적 요인의 진작을 위한 정책수단을 고려하였다.

본 연구에서는 양식어류 소비의 양적 변화를 설명하기 위하여 시계열 자료에 의한 계량경제학적 모형 분석은 시도되지 않았다. 그 이유는 양식어류와 같은 식품 소비는 오늘날 가격, 소득과 같은 경제적 변수뿐만 아니라 사회문화적인 변수에 의해 큰 영향을 받는데, 식품 소비에 영향을 주는 사회문화적 요인은 매우 다양할 뿐만 아니라 이러한 요인에 대한 대리변수

도 발견하기 어려웠기 때문이다. 만일 사회경제적 요인에 대한 변수 설정을 단순화하고 경제적 변수를 중심으로 소비모형을 설정한다면 분석결과에 큰 왜곡이 발생할 수밖에 없을 것으로 판단하였다. 따라서 본 연구에서는 시계열 자료에 의한 분석을 대신하여 설문조사를 통해 확보한 횡단면 자료를 활용하여 다양한 사회경제적 요인에 따른 활어식품 소비의 변화를 확률모형에 의해 분석함으로써 양식어류의 소비를 설명하고자 하였다.



| 그림 1-1 | 연구체계

제 2 장 소비환경 변화와 식품 소비 트렌드

현대사회에 있어서 식품 소비는 생존을 위한 기본적 욕구 충족만을 위한 것이 아니다. 소비자는 기본적 욕구 이외에도 사회적 관계 유지나 개인의 기호 충족 등 다양한 이유에서 선택적인 식품 소비 활동을 한다. 즉 소비자의 식품 소비 행위는 기본적 욕구 충족을 가능하게 하는 경제적 요인 뿐만 아니라 사회문화적인 다양한 요인에 의하여 영향을 받게 된다. 이러한 이유에서 식품 소비에 대한 분석은 사회문화적 현상으로서 나타나고 있는 전체적인 소비 트렌드를 이해하는 맥락에서 접근할 필요가 있다.

제2장에서는 소비환경과 전체적인 소비 트렌드에 대해 살펴보고, 식품 소비에 있어서 형성되고 있는 트렌드를 정리하였다. 제2장에서 정리된 식품 소비 트렌드가 양식어류 소비에 있어서 어떻게 나타나고 있는지는 제3장부터 제5장에 걸쳐 다양한 조사 및 분석기법을 통해 검증하게 된다.

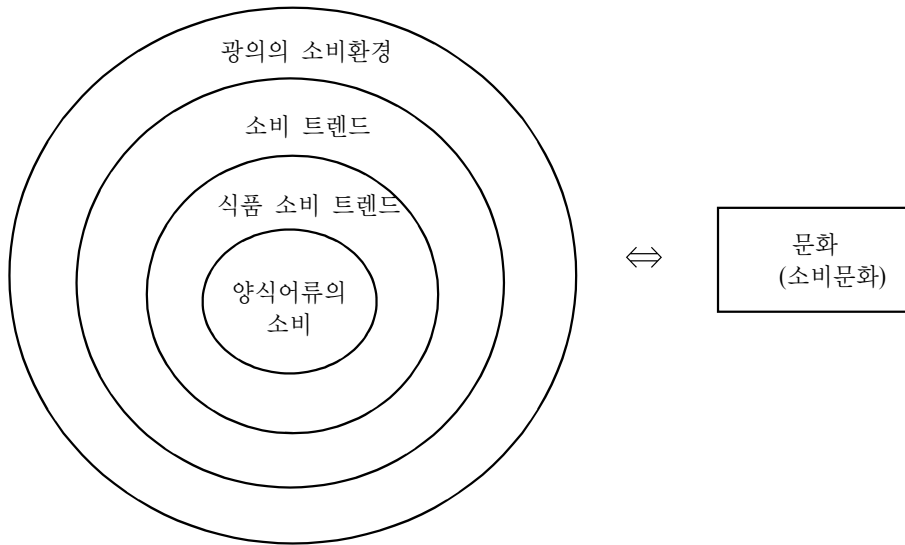
1. 소비환경의 변화

소비자는 시대에 따라 변화한다. 전통적 사회에서 소비자는 상품의 사용가치를 중시하였고 산업자본주의 사회의 소비자가 상품의 교환가치를 중시했다면, 후기자본주의 사회의 소비자는 상품의 사회적, 쾌락적 가치 등 다양한 가치를 추구한다. 소비에 다양한 가치가 부여되는 것은 풍요로운 물질문명 속에서 소비자의 욕구가 끝없이 변화하고, 또 소비를 통해 소비자의 욕구가 재창조되기 때문이다.

소비자의 욕구는 자생적인 것이 아니라 경제적, 사회적, 문화적 환경에 영향을 받게 되며, 이를 실현하기 위한 한 사회의 집단적인 소비 행위가 일

정한 방향으로 변화해 나갈 때 소비 트렌드가 형성된다고 할 수 있다. 식품이 필수재나 기능재의 의미를 넘어 다양한 소비자의 욕구를 충족하기 위한 소비재의 하나로서 시장에 존재한다면, 식품의 소비 역시 시대적인 소비환경의 변화와 소비 트렌드에 따라 변화할 수밖에 없다.

소비는 한 사회가 지니고 있는 가치관과 관습, 생활방식 등에 의해 영향을 받지만, 또 그것에 영향을 주기도 한다. 소비자는 소비를 통해 물질적 효용뿐만 아니라 정신적, 심미적, 쾌락적인 다양한 가치를 추구함으로써 자아개념을 확립하거나 라이프스타일을 형성해 나가기 때문이다. 즉 오늘날의 소비는 문화와의 상호작용 속에서 형성되고 변화한다고 할 수 있다.



| 그림 2-1 | 양식어류의 소비환경

소비에 영향을 주는 다양한 요인이 한 사회의 소비환경을 형성하는데, 이를 경제적 요인, 기술·산업적 요인, 사회·인구학적 요인 등으로 분류하면 다음과 같다(<표 2-1>).

소득 수준은 지출 능력을 좌우하므로 소비를 결정하는 가장 중요한 요

인이다. 소득 수준이 증가하게 되면 소비를 통해 기본적 욕구 충족 이상의 다양한 가치를 추구하게 된다. 소비의 고급화, 감성 중시, 개성 중시, 편의 추구 경향은 소득 증가와 함께 나타나는 현상이다.

| 표 2-1 | 소비환경에 영향을 주는 주요 요인

구분	주요 내용
경제적 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 소득수준의 향상 및 양극화 • 금융환경의 변화 • 세계화, 시장 개방
기술·산업적 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 기술혁신, 규모화에 의한 원가절감, 품질 향상 및 신제품 등장(제품 주기의 축소) • 정보화 • 유통구조 변화 • 기업의 마케팅 전략 변화
사회·인구학적 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 인구의 연령구조 변화(노령화) • 출산율 감소, 가족구조의 변화 • 여성 경제활동 증가 • 여가시간 증가

소득의 양극화는 신자유주의 체제 하에서 세계적으로 나타나고 있는 현상인데, 우리나라에서는 외환위기 이후 이러한 현상이 지속되고 있다¹⁾. 소득의 양극화는 소비의 고급화와 함께 소비의 합리화 추세를 강화시키게 된다.

금융 관련 변수도 소비에 큰 영향을 미친다. 금리가 낮으면 소비지출은 확대되고 금리가 높으면 저축성향이 강화된다. 정부는 상당한 기간 동안 저금리 정책기조를 유지하여 내수시장의 경기를 자극해 왔으나, 최근에는 물가상승에 따라 정책기조에 변화의 기미가 나타나고 있다. 신용카드 발급도 소비자의 구매능력을 향상시킴으로써 소비에 영향을 미친다.

세계화 및 개방화는 자유무역 체제의 확산을 통해 전 세계를 대상으로

1) 소득분배의 불균형 정도를 나타내는 지니계수는 외환위기 직전인 1997년 0.268에서 2007년에는 0.344로 확대되었다.

한 제품의 표준화와 규모의 경제 실현에 따른 제품 가격 하락, 다양한 수입 상품의 등장 등으로 소비환경을 크게 변화시킨다. 또 국제적인 교류가 활발해지며 새로운 제품과 서비스에 더 많이 노출되면서, 소비자의 선호와 가치체계에도 상당한 변화가 일어날 수 있다.

산업기술의 발달은 상품의 품질을 높이고 가격을 하락시킴으로써 소비 성향에 영향을 주게 된다. 또한 제품개발 기간의 단축과 유연한 생산시스템의 확산으로 상품이 다양해지고 제품의 수명주기가 단축됨으로써 시장 환경이 변화하게 된다.

정보화는 소비자가 접할 수 있는 정보의 양과 질을 풍부하게 함으로써 소비자의 지적 능력을 높여 소비의 합리화나 개성에 따른 맞춤형 소비를 강화시킨다. 또 전자상거래의 활성화를 통해 거래비용을 감소시키고, 구매의 편의성을 증진시킴으로써 소비환경을 변화시키게 된다.

유통구조의 변화도 유통비용과 구매의 편의성, 소비자의 욕구에 영향을 줌으로써 소비환경을 변화시키는 요인이 된다. 현대적 기업 마케팅은 상품을 시장에 밀어내는 전략(push strategy)보다는 잠재적인 소비자의 욕구를 파악하여 이를 충족시킬 수 있는 상품을 공급하여 소비자를 끌어들이는 전략(pull strategy)을 중심으로 하고 있다. 즉 마케팅이 소비자의 욕구를 일깨움으로써 소비를 창출하는 방식으로 전개되고 있다.

연령구조의 변화도 연령대별 소비성향의 차이에 따라 소비를 변화시키는 요인으로 작용한다. 우리나라에서는 노령화의 급진전으로 실버시장의 규모가 확대되고 있다. 이밖에 가족구조의 변화, 여성 경제활동의 증가, 여가시간 증가 등도 가치관과 소비성향, 라이프스타일 등에 영향을 미침으로써 사회의 소비환경을 변화시키는 요인이라 할 수 있다.

2. 소비 트렌드

트렌드는 유행보다 길게 유지되는 사회의 주요 흐름이나 패턴²⁾을 의미한다. 한 사회의 경제적, 사회적, 문화적 환경 변화가 소비 행위에 영향을 미쳐서 일시적인 유행이나 트렌드를 만들어 내기도 한다.

가까운 미래에 일어날 일을 예측하고 대응하기 위해서는 트렌드를 파악하는 것이 중요하다. 이 때 주의할 점은 트렌드와 유행을 혼동하지 말아야 한다는 것이다. 유행은 특정 시점에 나타나서 큰 영향력을 갖지만 짧은 기간 동안만 지속되는 현상이다. 유행과 트렌드를 오인할 경우에는 미래를 예측하는 데 있어서 오류를 범하게 된다.

우리나라에서 소비 트렌드에 관한 연구는 2000년대에 접어들어 본격화되었다. 연구 사례로는 정영숙(2000), 조은정(2002), 삼성경제연구소(2002), 김정훈 외(2004), 김상일(2004), LG경제연구원(2005) 등을 들 수 있다.

선행연구의 결과는 관점에 따라 약간의 차이가 있으나 기본적으로 많은 공통점을 갖고 있다. 본 연구에서는 우리나라의 소비 트렌드를 문숙재·여윤경(2004)을 바탕으로 다른 관련 연구를 참조하여 <표 2-2>와 같이 제시하였다.

시대적으로 볼 때, 소비 트렌드를 읽을 수 있는 변화요소는 1990년대 이후 두드러지게 나타나고 있다.³⁾ 1980년대까지는 소비자의 요구가 단순하고 획일화되어 있었고, 구매결정의 주요 요인이 상품 자체의 속성이나 품질, 가격 등이었다. 따라서 생산자의 입장에서 소비자의 요구에 귀를 기울이거나 관심을 가질 필요가 없는 공급우위, 대량생산이 중심이 되는 시장체제였다. 1990년대에는 소비자의 개성과 요구가 표현되기 시작하였고

2) 트렌드는 최소 5년 혹은 10년 이상 지속되는 흐름을 말한다.

3) 하경옥 외, 「소비자 트렌드와 시장」, 교문사, 2006, p. 132.

다양한 소비자 유형이 등장하였다. 또한 품질이나 가격 등 상품의 객관적 특성이 아닌 소비자의 주관적 의식이나 가치관이 구매결정에 중요한 역할을 하게 되었다.⁴⁾

| 표 2-2 | 한국의 소비 트렌드

구분	주요 내용	식품 소비에 대해 갖는 시사점
소비의 양극화	고가시장과 저가시장의 분리·팽창	양극화
소비의 고급화	고가사치품 시장 급성장	고급화
소비의 글로벌화, 서구화	지역적 차별성 퇴조, 제품 표준화	수입 수산물 선호도 증가, 육류 소비 증가
합리적 소비, 스마트 소비	가격·품질 동시 고려, 구입처 다양화	기능식품 수요 증가
유목적 성향의 소비	모바일 커머스 증가	-
편의추구형 소비	편리성, 신속성 중시	간편식 선호, 외식 증가
감성중시 소비	이미지, 디자인 등 감성적 요소 중시	미식 추구
소비의 서비스화, 엔터테인먼트화	제품과 서비스 결합 선호, 엔터테인먼트 상품 수요 증가	외식 증가
맞춤소비	획일화된 소비 탈피, 개인의 기호 충족 욕구 증가	식품의 다양화, 전문화
가치 추구 소비	삶의 질 추구, 프리미엄 제품 수요 증가	건강식, 친환경 식품 수요 증가

2000년대에 들어서는 소비자의 이중성향과 양면가치가 공존하는 양상이 나타나고 있다. 소비자는 상황과 가치관에 따라 다변적 선택을 하고 있고, 양면적인 선택 대안이 시장에 존재하고 있다. 외환위기와 경제사회적 여건이 급격하게 변화함에 따라 소비자가 상반된 소비성향을 동시에 보유하게 되었고, 이것이 소비 트렌드로 나타나고 있는 것이다.⁵⁾

예를 들어 고가시장과 저가시장이 동시에 팽창하고 있으며, 감성을 중

4) 문숙재·여윤경, 「소비 트렌드와 마케팅」, 신정, 2004, pp. 104~105.

5) 삼성경제연구소, 「소비시장의 양면성」, 2002. 9.

시하는 소비와 가격·품질을 동시에 고려하는 이성적 소비가 동시에 나타나고 있다. 또 개성을 중시하는 소비패턴이 나타나는 한편으로는 표준화된 제품을 선호하는 집단적 소비행태도 여전히 유지되고 있다. 종합해서 1980년대까지의 소비 시장을 ‘획일성’으로, 1990년대의 시장을 ‘다양성’으로 그 특징을 표현한다면, 2000년대의 시장은 다양성을 넘는 ‘양면성’으로 표현할 수 있을 것이다.

이상과 같은 일반적인 소비 트렌드의 변화는 식품 소비에도 일정한 영향을 미칠 수밖에 없다. 현대사회에서 식품은 필수재의 의미를 넘어 선택적인 소비재로서의 성격도 갖게 되었기 때문이다. 우리 사회의 소비 트렌드 변화에 따라 식품 소비에 있어서도 양극화, 고급화, 편의 추구, 외식 증가, 다양화, 전문화, 건강 및 환경 중시 등의 경향이 나타날 것으로 예상된다.

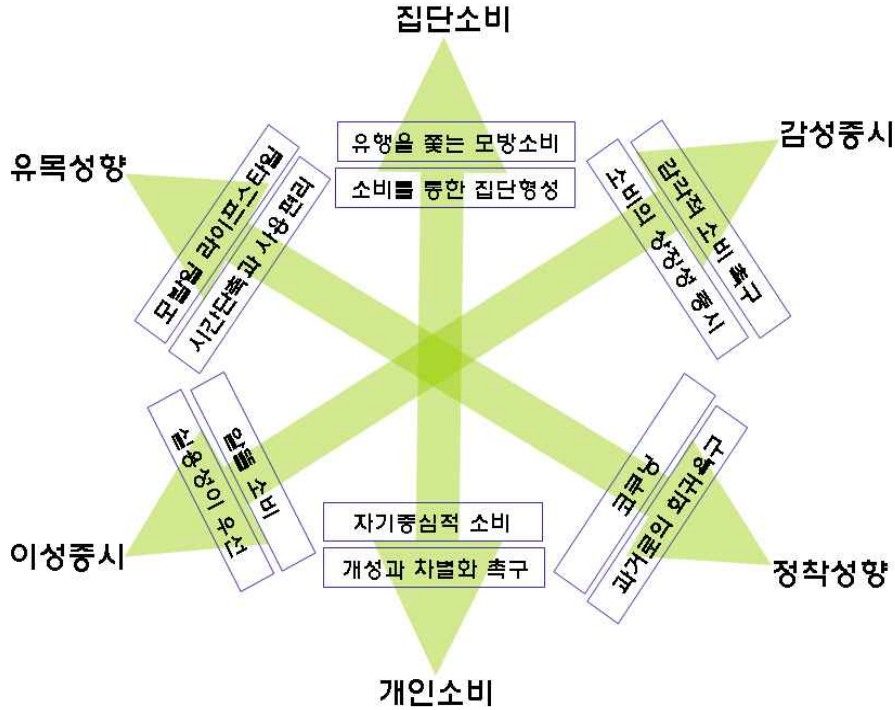
3. 식품 소비의 특성과 트렌드

식품은 생존을 위하여 반드시 필요한 필수재의 성격을 갖는다. 필수재로서의 식품 수요는 가격이나 소득에 대해 비탄력적이다. 기본적인 욕구가 충족되면 식품 소비는 더 이상 크게 늘지 않기 때문에 전체 지출에서 식품이 차지하는 비중은 소득이 증가할수록 낮아지게 된다.

식품 소비에 있어서 ‘습관’은 중요한 결정요인이다. 각 사회의 식생활은 기본적으로 자연환경에 의해 결정되고 역사적인 변천과정을 거치면서 고유한 독자성을 갖게 되는데,⁶⁾ 이는 전통적 식단에 길들여지는 습관을 바탕으로 한다. 우리나라는 열대몬순 기후에 적합한 농경문화를 바탕으로 잡곡을 주식으로 하고 야채 및 어패류를 부식으로 하는 전통적 식단이 형성

6) 정명생·임경희, 「활어의 소비구조 분석에 관한 연구」, 한국해양수산개발원, 2003, p. 8.

되어 있다.



자료 : 삼성경제연구소, 2002. 9.

| 그림 2-2 | 양면가치가 존재하는 소비 시장

| 표 2-3 | 우리나라에서 나타나고 있는 식품 소비 트렌드

구 분	내 용
외부화	내식보다는 외식 및 중식, 급식 비중 증가
고급화	고가식품의 소비 증가
합리화	식품의 외형적 조건보다는 가격·품질을 고려하는 소비 증가
서구화	육식 소비 증가, 대체식품 소비에 따른 쌀 소비량 감소
기호 중시	주식과 보완재 성격의 식품보다는 기호재적 성격을 갖는 식품의 소비 증가
건강 중시	건강에 좋다고 알려진 식품의 소비 증가
안전성 중시	유해성분, 질병 등으로부터 안전한 식품 선호
편의 추구	소포장 제품, 조리식품 등 간편식 선호
다양화	소비되는 식품의 종류 증가, 요리형태 다양화

식품 소비에 있어서 트렌드가 형성되는 것은 식품이 필수재로서의 의미를 넘어 선택적인 소비재로서의 성격을 갖게 되고, 식습관도 사회문화적 환경에 영향을 받아 부분적으로 변화하기 때문이다. 관련 연구의 결과를 종합하면, 우리나라 식품 소비는 외부화, 고급화와 합리화, 서구화, 기호 중시, 편의 추구, 건강 중시, 다양화 등의 경향이 나타나고 있는 것으로 판단된다.

외부화는 식품을 먹는 장소가 아니라 식품이 만들어진 장소가 가정 이외의 곳을 의미한다. 즉 외부화 경향은 식품 소비에 있어서 내식보다는 외식이나 중식, 급식의 비중이 증가하고 있음을 나타낸다. 외부화 경향과 관련하여 우리 사회에서 가장 두드러진 변화는 식품 소비지출에 있어서 외식의 비중이 크게 증가하였다는 점이다. 외식 소비지출의 비중은 1990년에 식품 소비지출의 20% 수준이었으나, 2006년도에는 46%로 크게 증가하였다.⁷⁾

4. 양식어류 소비 분석의 전제

식품으로서 양식어류는 시장에서 다른 식품과 경합 혹은 보완관계 속에서 선택적으로 소비될 것이다. 이에 따라 양식어류의 소비도 앞 절에서 제시한 식품 소비 트렌드에 밀접한 영향을 받을 수밖에 없다. 본 연구에서는 식품 소비 트렌드가 양식어류의 소비에는 어떻게 나타나고 있는지를 조사함으로써 양식어류의 소비 변화를 분석하고자 하였다.

이를 위하여 본 연구에서는 식품 소비 트렌드의 각 구성 요소에 대해 <표 2-4>와 같은 질문을 설정하고 그 해답을 얻고자 하였다. 그 구체적인 방법으로서 양식어류의 공급 동향 및 유통환경 변화에 대한 분석과 소비자 및 외식업체를 대상으로 한 설문조사, 그리고 설문조사 결과를 바탕으로

7) 이계임 등, 「한국인의 식품 소비 트렌드 분석」, 한국농촌경제연구원, 2007, pp. 36~37.

한 소비결정 요인에 대한 확률 분석 등이 수행되었다.

| 표 2-4 | 양식어류 소비 트렌드 파악을 위한 요소

트렌드의 구성요소	양식어류 소비 트렌드 파악을 위한 질문
외부화	활어식품 소비의 외부화가 어느 정도 이루어져 있는가?
고급화	고가 어종 및 크기가 큰 개체의 소비가 늘고 있는가?
합리화	명목적 가치보다 가격과 품질 등 실질적 가치의 중시 경향이 나타나고 있는가?
서구화	육류에 대한 양식어류의 상대적 선호도에 변화가 있는가?
기호중시	활어식품을 취급하는 외식업체의 업태가 다양화되고 있는가?
건강 중시	활어식품의 건강기능에 관한 소비자의 인식이 소비에 어떠한 영향을 주는가?
안전성 중시	활어식품의 안전성에 관한 소비자의 인식이 소비에 어떠한 영향을 주는가?
다양화	소비되는 활어 어종이 다양화되고 있는가?

제3장 활어 공급 동향과 유통환경 변화

양식어류는 대부분 활어로 출하되어 유통된다.⁸⁾ 유통물량 중 소량은 최종소비 단계에서 탕이나 찜 등으로 요리되는 경우도 있지만, 대부분은 횡감용이나 초밥용으로 소비된다. 활어는 장기 보관이 어렵기 때문에 유통 과정에서 발생하는 양식어류의 재고물량은 크게 변화하지 않는다. 따라서 양식어류의 출하량과 소비량은 밀접하게 연동된다고 볼 수 있다.

이러한 점을 고려하여 제3장에서는 양식어류의 국내 생산과 수출입, 그리고 횡감용으로 양식어류와 경쟁관계에 있는 자연산 활어의 공급 동향 분석을 통해 국내 활어소비의 전반적인 추세와 특성을 파악하고자 하였다. 이와 함께 양식어류가 출하되어 최종소비되기까지의 유통환경을 분석하여 제6장에서 시장의 변화에 따른 정책 대응방안을 도출함에 있어서 시사점을 얻고자 하였다.

1. 활어 공급 동향

양식어류에 대한 수요는 활어식품에 대한 시장의 최종수요로부터 발생하는 일종의 파생수요로 볼 수 있다. 즉 양식어류는 소비자의 욕구를 충족함에 있어서 활어식품의 다른 공급원인 자연산 활어나 수입 활어와 경쟁관계에 있다고 할 수 있다. 따라서 양식어류의 소비를 좌우하는 활어시장의

8) 양식어류 중 일부 물량은 산지 조합이나 가공업체에 의해 ‘싱싱회’로 불리는 선어회로 가공되어 유통되기도 한다. 선어회 가공업체는 2000년대 초 정부의 선어회 유통 장려정책에 의해 설립되어 2007년 5월 현재 전국에 6개 업체가 운영되고 있으나, 선어회 가공물량은 전체 양식어류 출하량에 비해 미미한 수준이다. 일례로 선어회 가공물량의 40% 이상을 차지하는 양식넙치의 경우 연간 가공물량이 약 200톤 수준으로 추정되는데, 이는 전체 출하량의 0.5%에도 미치지 못한다(한국해양수산개발원, 「넙치 수산관측 월보」, 2007. 5, p. 8).

전체적인 동향을 파악하기 위해서는 양식어류 자체의 공급뿐만 아니라 자연산 활어의 생산과 활어식품의 수출입 동향도 함께 살펴 볼 필요가 있다.

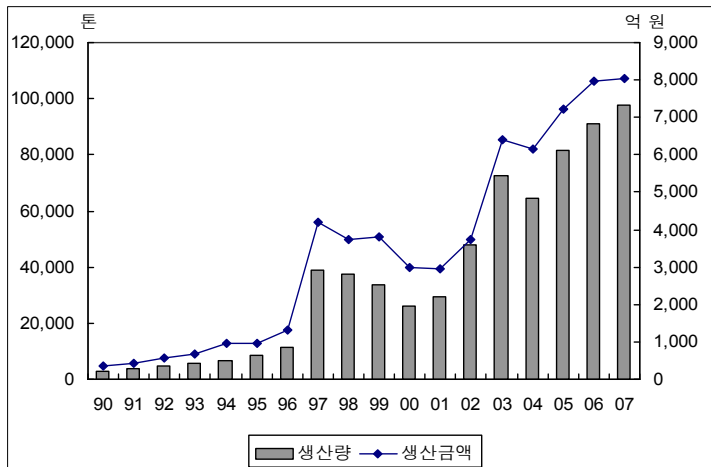
1) 활어 생산 동향

(1) 양식어류 생산

① 전체적인 동향

국내 어류양식업은 1980년대에 들어 상업적 생산이 시작되었으며, 초기에는 경남 통영지역을 중심으로 방어 가두리양식이 성행하였다.⁹⁾ 이후 1990년대에 들어 육상수조식 넙치양식이 보급되면서 본격적으로 발전하기 시작하였다. 또 1990년대 중반부터는 해상 가두리에 의한 조피볼락 생산이 빠르게 증가하였다.

양식어류 생산은 물량 기준으로 1990년 2,656톤에서 2007년에는 9만 7,663

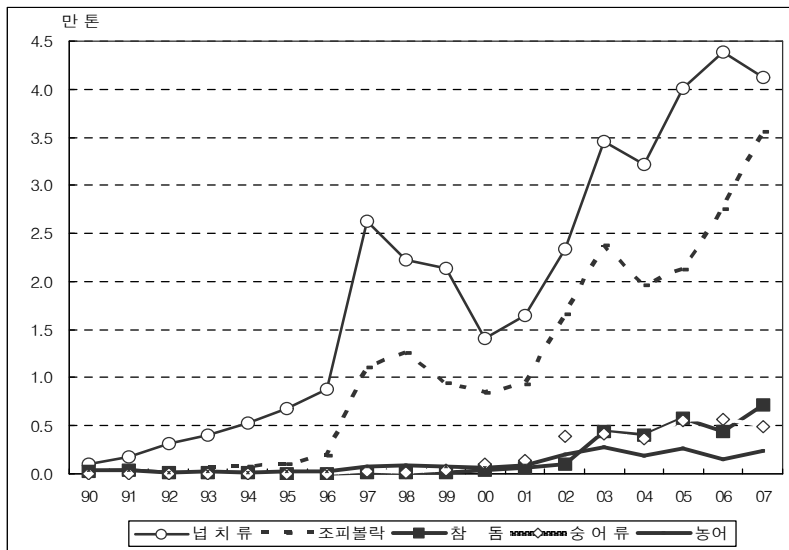


| 그림 3-1 | 어류양식업 생산 동향

9) 이 시기에 생산된 양식방어는 주로 일본에 중간 종묘로서 수출되었다.

톤으로 17년간 약 37배, 연평균으로는 22% 증가하였으며, 금액 기준으로는 같은 기간에 349억 원에서 8,023억 원으로 약 23배 증가하였다. 이는 1990년 이후 양식어류의 생산 급증으로 국내 활어시장이 크게 팽창하였음을 의미한다. 그러나 2000년대 들어 양식어류의 공급과잉 우려로 정부가 양식어업에 대한 신규면허와 허가를 억제하고 있어서, 향후에는 양식어류의 생산 증가세가 점차 둔화될 것으로 전망된다.

국내에서 생산되는 양식어류는 20여 종에 이르지만, 넙치와 조피볼락 2개 어종이 물량 및 금액 기준으로 2007년도 현재 전체 어류 양식 생산의 약 80%를 차지하고 있다. 그러나 2000년대에 들어서는 참돔, 감성돔, 돌돔 등 돔류 생산이 늘고 있고 능성어 등 신규 고가어종의 양식이 꾸준히 시도되고 있다. 특히 참돔 생산은 2003년도 이후 급증하기 시작하여 2007년도에 7,213톤을 기록하였다.¹⁰⁾ 이에 따라 양식어류의 전체 생산에 있어서 넙치와



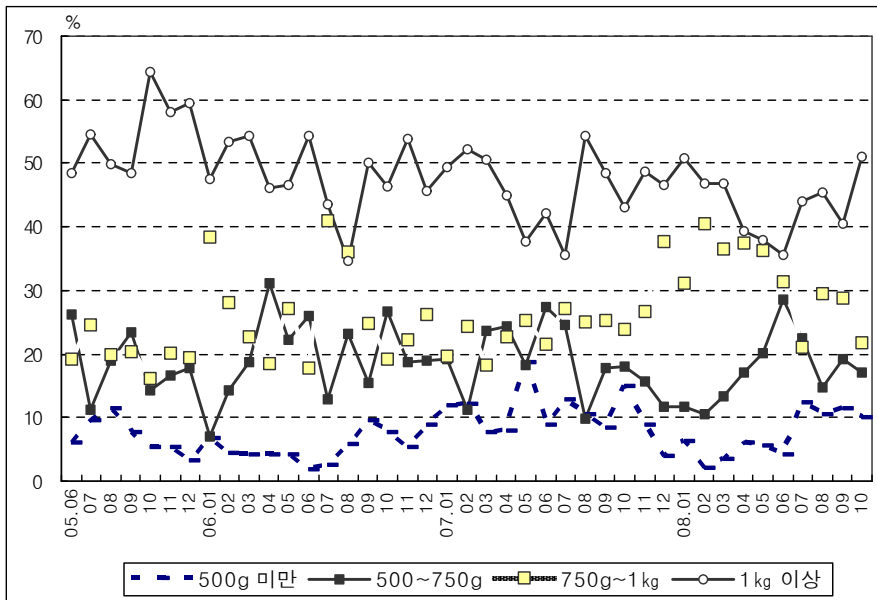
| 그림 3-2 | 어종별 양식 생산 동향

10) 2000년대에 들어 일본산 양식참돔의 수입이 급증하였었는데, 국내 생산이 늘면서 2007년도에 처음으로 국내 생산이 수입량을 상회하게 되었다.

조피볼락의 비중은 점차 하락하고 있다.

② 양식넙치 생산

정부의 어업생산통계 기준¹¹⁾으로 양식넙치는 2007년도에 4만 1,171톤이 생산되었으며, 산지 출하액은 총 4,400억 원에 이른다.¹²⁾ 2007년 출하량이 전년에 비해 6% 감소하기는 했지만, 중장기 추세로 볼 때 아직 양식넙치의 생산이 포화되는 모습은 나타나지 않고 있다.



자료 : 한국해양수산개발원 수산업관측센터, 「넙치 관측월보」, 각 월호

| 그림 3-3 | 양식넙치의 크기별 출하 동향

- 11) 양식넙치에 관한 생산통계로는 농림수산식품부에 의해 집계되는 어업생산통계와 한국해양수산개발원 수산업관측센터에서 발간하는 관측통계 등 두 종류가 있다. 정부의 어업생산통계는 전수조사를 바탕으로 집계되는 반면 관측통계는 표본조사에 의존하고 있다. 따라서 체계적 오류의 가능성만을 고려하면 정부의 어업생산통계가 신뢰성이 더 높다고 할 수 있으나, 관측통계는 보다 신속하고 상세한 출하 정보 제공과 표본의 철저한 관리를 통한 비체계적 오류의 최소화에 중점이 주어지고 있다.
- 12) 양식넙치는 어선어업과 원양어업을 포함하여 금액 기준으로 단일 어종으로는 단연 국내 최대 생산품목이다.

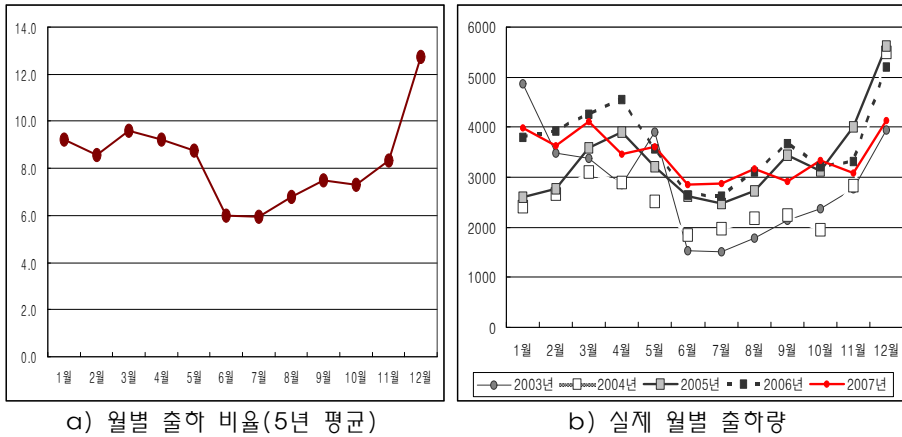
관측통계를 바탕으로 양식넙치의 크기별 출하동향을 살펴보면(<그림 3-3>), 2005년 6월 이후 1kg 이상 크기의 출하는 완만하게 감소하고 750g~1kg 크기의 출하는 증가하는 것으로 관찰되지만, 크기별 출하 비중의 추세적인 변화가 뚜렷하지는 않다.

양식어류는 개체의 크기가 클수록 중량 기준의 단위 가격이 높게 형성된다.¹³⁾ 개체 크기에 따른 가격 차이로 인해 양식어류는 크기별로 소비가 차별화되는 경향이 있다. 2007년 6월에 도매시장의 활어유통업체를 대상으로 한 면담조사 결과에 따르면¹⁴⁾ 개체의 중량이 2kg이 넘는 양식넙치는 일식집이나 고급 횡집에 주로 공급되고, 1~2kg 크기의 넙치는 일반횡집, 1kg 이하 크기는 저가형 횡집이나 뼈째썰기 전문점에 주로 공급되는 것으로 나타났다. 이와 같이 활넙치 소비가 개체의 크기에 따라 차별화되어 있으므로 만일 넙치의 소비가 고급화되고 있다면 크기가 큰 넙치의 출하 비중이 증가할 것으로 예상할 수 있다. 양식넙치의 크기별 출하량 통계에서 2kg 이상의 넙치 출하량이 별도로 집계되고 있지는 않지만, 1kg 이상 크기의 출하량만을 보면 넙치 소비의 고급화 경향은 확인되지 않는다.

양식넙치의 월별 출하량을 보면 계절별로 일정한 패턴이 나타나고 있다. 정부의 어업생산 통계에 따르면 양식넙치의 출하는 6~7월에 연중 최저치를 형성한 이후에 계속 증가하여 12월에 최고치에 도달하는 경향이 나타나고 있다. 또 연초부터 5월까지의 출하량은 12월보다는 적으나 여름과 가을철에 비해서는 높은 수준을 유지하고 있다. 2003년부터 2007년까지 5년간의 월별 출하량을 평균하면 양식넙치는 6월과 7월에 연간 생산량의 각 8%, 12월에 13% 정도가 출하되는 것으로 나타났다.

13) 인천활어도매시장의 2008년 10월 양식넙치 도매가격을 보면, 2kg 크기 넙치의 kg당 가격이 1만 5,375원, 900g~1kg 크기가 kg당 1만 875원, 400~500g 크기가 kg당 8,875원으로, 양식넙치의 개체 크기가 클수록 단가가 높게 형성된다.

14) 한국해양수산개발원 수산업관측센터, 「넙치 관측월보」, 2007년 6월호, p. 8.



| 그림 3-4 | 양식넙치의 월별 출하 패턴(2003~2007)

③ 양식조피볼락 생산

정부 발간 어업생산통계에 따르면 양식조피볼락의 생산은 1995년 이후 지속적으로 증가하여 2007년도에 3만 5,564톤에 이르렀다. 그러나 산지가격 하락으로 어업 수입은 지난 2005년 이후 늘지 않고 있다.¹⁵⁾

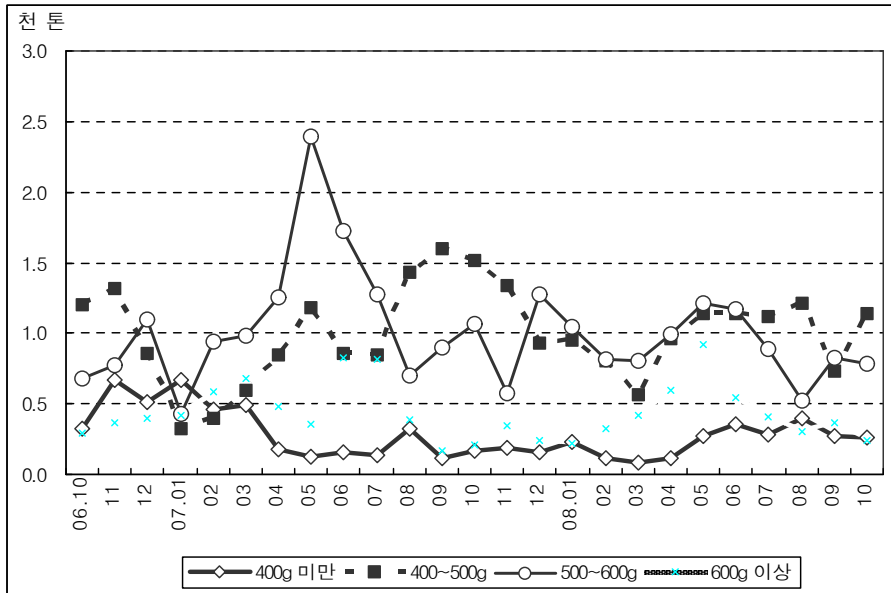
관측통계를 바탕으로 할 때 양식조피볼락 역시 크기별 출하 동향에서 뚜렷한 패턴이 나타나지 않고 있다. 즉 조피볼락 소비에 있어서도 고가상품의 비중이 증가하는 고급화 추세나 고가와 저가상품의 비중이 동시에 증가하는 양극화 추세는 확인되지 않는다.

양식조피볼락도 월별 출하량에 있어서 계절성이 뚜렷이 나타나지만, 양식넙치와는 다른 패턴을 보인다. 2003년부터 5년간 정부의 어업생산통계를 보면 양식조피볼락은 2월 이후 출하량이 계속 증가하여 6월의 출하량이 12월과 비슷한 수준을 보이고 있다. 이는 봄철 포란기와 입식기를 맞아 양식어업인이 상품의 품질 유지와 입식 준비를 위해 4월부터 출하를 늘리기

15) 2007년 양식조피볼락 출하에 따른 어업 수입은 1,975억 원으로 집계되어, 연간 출하량이 2007년에 비해 60%에 불과하였던 2005년과 비슷한 수준이었다.

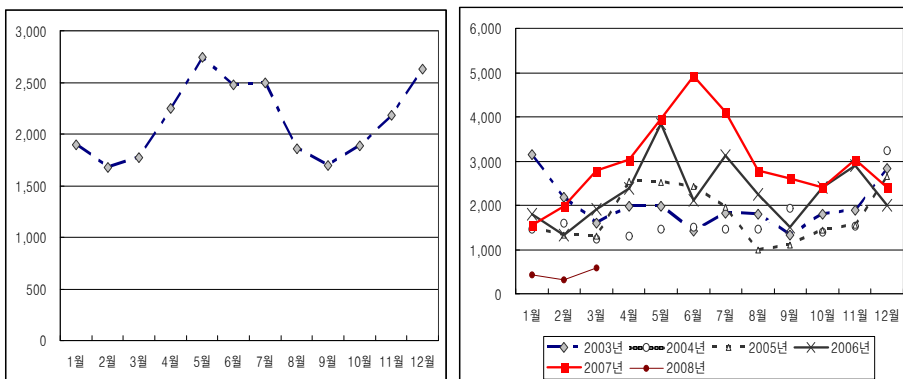
때문이다.

과거에 수행된 활어식품에 관한 소비자 조사결과에서 여름철에 활어



자료 : 한국해양수산개발원 수산업관측센터, 「넙치 관측월보」, 각 월호

| 그림 3-5 | 양식조피볼락의 크기별 출하 동향



a) 월별 출하량(5년 평균)

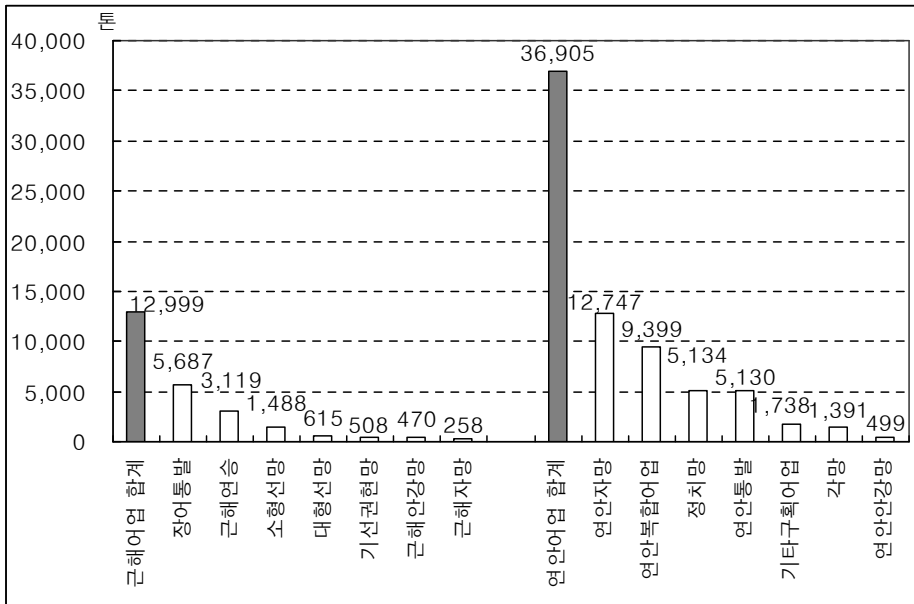
b) 실제 월별 출하량

| 그림 3-6 | 양식조피볼락의 월별 출하 패턴(2003~2007)

수요는 크게 줄어드는 것으로 나타난 바 있다.¹⁶⁾ 조피볼락의 경우에는 양식 순기에 따라 소비가 부진한 여름에 출하를 늘리게 되므로, 산지가격도 6월에 크게 하락하는 경향이 있다.

(2) 자연산 활어 생산

정부 어업생산통계에 의하면¹⁷⁾ 2008년 1월부터 9월까지 일반해면어업에 의한 어류 생산량은 총 52만 1,405톤이며 이 중 9.6%인 4만 9,904톤이 활어로 서 판매되었다. 이는 같은 기간 중 양식어업에 의한 활어 생산량 7만 713톤



[그림 3-7 | 어업별 활어 생산량(2008. 1~9)

16) 2003년에 전국에 걸쳐 만 17세 이상의 일반인 631명을 대상으로 수행한 설문조사에서 '활어를 가급적 먹지 않는 시기'에 대해 질문한 결과 응답자의 69%가 '여름'이라고 답하였다 (정명생, 임경희, 「활어의 소비구조 분석에 관한 연구」, 한국해양수산개발원, 2003, p. 47).

17) 정부 발간 어업생산통계는 2008년부터 각 어업별 생산을 활어, 선어, 냉동/냉장 등으로 분류하여 집계하기 시작하였다.

의 70%에 이르는 수준이다.

일반해면어업의 활어 생산은 근해어업보다는 연안어업에 의해 주로 이루어진다. 2008년 1월부터 9월까지 연안어업에 의한 활어 생산량은 총 3만 6,905톤이며, 연안자망, 연안복합, 정치망, 연안통발 어업 순으로 활어 생산이 많았다. 근해어업은 같은 기간 중 약 1만 3,000톤의 활어를 생산하였으며, 장어 통발과 근해연승 어업의 활어 생산이 많은 편이다.

어종별로 양식어업과 일반해면어업의 활어 생산량을 비교해보면(<표 3-1>), 어류양식에 있어서 큰 비중을 차지하는 넙치와 조피볼락의 경우에는 양식 생산이 자연산 활어 생산량보다 훨씬 더 많다. 넙치와 조피볼락의 경우 전체 활어 생산량에 있어서 자연산이 차지하는 비중은 5.8%와 8.5%에 불과하다. 참돔의 경우에도 자연산 활어의 비중은 7.5%에 불과하다. 이밖에 최근에 생산이 크게 늘고 있는 농어와 감성돔의 경우에도 양식 생산이 자연산 활어 생산을 상회하고 있다. 송어, 가자미, 복어, 전갱이의 경우에는 자연산 활어 생산량이 양식 생산량보다 많다. 능성어, 복어, 돌돔 등은 자연산 활어의 생산량이 많지 않고 높은 가격에 거래되고 있어서, 이들 어종에 대한 양식이 꾸준히 시도되고 있으며 생산량도 늘어나고 있다.

일반해면어업에 의한 활어 생산량은 양식어업에 비해서는 떨어지지만, 생산되는 활어의 종류는 양식어업보다 훨씬 다양하다. 양식어업에 의해 상업적으로 생산되는 어류의 종류는 20개 정도에 불과하지만, 일반해면어업의 의해 생산되는 활어는 통계상에 나타난 어종만 64개에 이른다. 즉 양식어업이 소수 어종의 생산에 집중되어 있다면, 일반해면어업은 다양한 품종을 소량 생산하는 체제라 할 수 있다.

소비자를 대상으로 한 수차례의 설문조사에서 같은 어종일 경우 국내 소비자는 양식산에 비해 자연산을 더 선호하는 것으로 나타난 바 있지만,¹⁸⁾ 넙치, 조피볼락, 참돔 등 주요 양식어종의 경우에는 전체 활어 생산

| 표 3-1 | 어종별 양식 및 일반해면어업에 의한 활어 생산량 비교(2008. 1~9)

단위 : 톤

	양식어업			일반해면어업		
	활어	선어	계	활어	기타	계
소계	70,713	254	70,967	49,904	471,404	521,405
넙치류	33,017	0	33,017	2,031	1,180	3,211
조피볼락	24,428	0	24,428	2,271	1,420	3,691
참돔	5,058	0	5,058	413	582	995
송어류	4,207	222	4,429	6,159	487	6,646
농어	1,669	0	1,669	460	194	654
감성돔	792	0	792	605	69	674
쥐치류	415	0	415	599	1,060	1,659
돌돔	281	0	281	71	80	151
기타볼락	192	0	192	356	464	820
가자미류	133	0	133	4,392	12,153	16,545
고등어류	129	0	129	362	58,566	58,928
방어	129	0	129	1,480	4,976	6,456
전어	78	28	106	4,042	1,757	5,799
전갱이류	62	0	62	320	18,136	18,456
복어류	56	0	56	268	1,576	1,844
기타돔류	31	0	31	174	832	1,006
능성어	27	0	27	25	3	28
민어	9	4	13	58	2,424	2,482

에 대한 자연산 활어의 비중이 매우 제한적이므로 자연산 활어의 생산이 어황 변동에 따라 양식어류 수급에 일시적 영향을 줄 수는 있지만 장기적으로는 큰 영향을 주지 않을 것으로 판단된다.

18) 본 연구 제4장, 정명생, 임희의(2003), 김성귀 등(2002).

2) 활어 수출입 동향

HSK 코드 분류체계에 따르면 활어 품목은 모두 32개에 이른다. 그러나 이 중에는 양식치어와 같은 이식용과 관상용 어류와 같은 산업용 활어가 포함되어 있는데, 이는 양식어류의 수급에 영향을 주지 않는다. 활어의 수출입 동향에 관한 분석은 이러한 산업용 어류를 제외하고 식품으로서 교역되는 활어 품목 중 통계체계상 개별품목으로 분류되어 수출입 실적의 집계 가능한 품목을 대상으로 하였다.

이와 같은 기준에 따라 분석 대상에 포함된 품목은 넙치, 볼락, 돔, 농어, 방어, 민어, 노래미, 장어류¹⁹⁾ 등 모두 8개 품목이다. 이들 품목의 수출입 실적에는 양식산과 자연산의 교역량이 모두 포함되어 있다. 특히 장어류와 노래미는 양식 대상 품목이 아니므로 교역 상품이 전량 자연산 활어로 이루어진다.

8개 활어 품목의 수입은 물량 기준으로 2002년 1만 7,159톤에서 2007년 2만 3,550톤으로 5년간 37% 증가하였다.²⁰⁾ 반면 수출은 같은 기간 중 6,855톤에서 5,213톤으로 5년간 24% 감소하였다. 양식활어 품목의 수입은 2005년에 일시적으로 크게 하락한 바 있는데, 이는 수입된 중국산 장어에서 말라카이트그린이 검출됨으로써 중국산 활어 수입이 크게 위축되었기 때문이다. 그러나 2006년부터 활어 수입이 다시 증가하기 시작하여 2007년에는 2004년 수준을 상회하였다.

활어 품목의 수입량에서 수출량을 뺀 순 수입량은 2002년 1만 304톤에서 2007년 1만 8,338톤으로 5년간 78% 증가하였다. 2007년도 활어 품목의 순 수입량 1만 8,338톤은 같은 해 우리나라 양식어류 생산량의 19%에 해당

19) 붕장어, 갯장어, 먹장어 등을 포함한다.

20) 2002년 이전에는 중국산 양식민어(점성어)가 수출입 통계상에 별도 코드로 분류되지 않아 활민어를 제외한 5개 품목의 실적 파악만 가능하다.

하는 양이다. 즉 무역에 의해 국내 시장에 양식어류 연간 생산량의 20%에 가까운 활어식품이 추가적으로 공급된 것이다. 양식어류의 생산과 활어의 순수입이 지속 증가하고 있어서 국내 활어시장은 여전히 성장세를 유지하고 있다고 할 수 있다.

| 표 3-2 | 주요 활어 품목의 수출입 실적(2002~2007)

단위 : 톤

		2002(A)	2004	2005	2006	2007(B)	B/A, %
수입 (C)	넙치	985	565	841	23	8	0.8
	볼락	690	711	753	801	651	94.3
	돔	3,185	4,193	4,204	6,873	6,105	191.7
	농어	4,639	7,519	3,817	5,478	6,405	138.1
	방어	232	186	400	470	476	205.2
	민어	5,482	5,346	3,296	3,651	6,029	110.0
	노래미	1,933	2,529	2,357	2,767	2,729	141.2
	장어류	13	626	617	808	1,148	8,990.7
합 계		17,159	21,675	16,285	20,871	23,550	137.2
수출 (D)	넙치	3,887	4,534	5,574	3,778	3,116	80.2
	볼락	71	8	8	14	0	0.0
	돔	12	3	0	0	0	0.0
	농어	13	25	0	0	0	0.0
	방어	87	10	0	12	0	0.0
	노래미	7	4	2	11	0	0.0
	장어류	2,778	2,565	2,635	2,363	2,097	75.5
합 계		6,855	7,149	8,218	6,178	5,213	76.0
순수입(C-D)		10,304	14,525		14,693	18,338	178.0

자료 : 한국무역협회(www.kita.net)

양식활어 품목은 거의 전량이 중국과 일본으로부터 수입되고 있다. 이는 활어 수출에 높은 운송비가 소요되기 때문이다. 중국은 물량 기준으로 2007년 우리나라의 6개 양식활어 품목 수입량의 약 80%를 차지하였고, 일본이 나머지를 차지하고 있다.

표 3-3 | 중국과 일본의 한국에 대한 주요 활어 품목 수출량(2007)

	합계	중국		일본	
		물량	비율(%)	물량	비율(%)
방어	476	86	18.0	390	82.0
참돔	6,105	2,703	44.3	3,401	55.7
볼락	651	651	100.0	0	0.0
농어	6,405	5,447	85.0	959	15.0
넙치	651	651	100.0	0	0.0
민어	6,029	6,028	100.0	0	0.0
노래미	2,729	2,729	100.0	0	0.0
합계	23,046	18,295	79.4	4,751	20.6

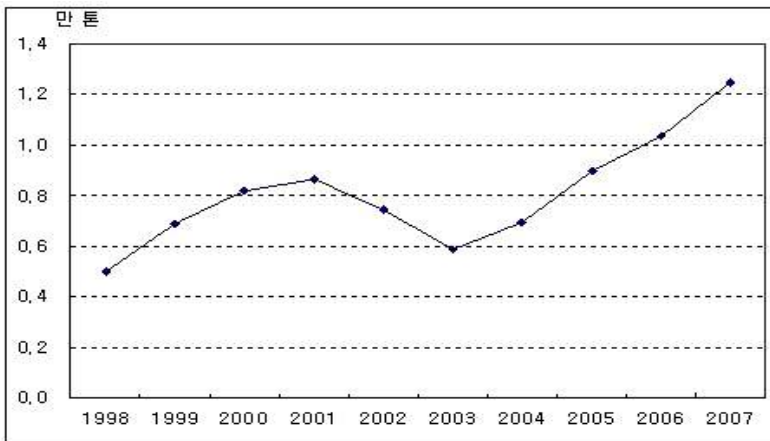


그림 3-8 | 연어 선어 및 냉동제품의 수입 동향

한편 생선회나 생선초밥 등 활어가 많이 사용되는 식품에는 선어나 냉동품이 사용되기도 하는데, 주목할 점은 선어나 냉동품 형태로 수입되어 선어회나 생선초밥의 재료로 많은 사용되는 연어 관련 품목의 수입이 꾸준히 증가하고 있다는 것이다. 주로 노르웨이로부터 수입되는 연어의 신선·냉장 및 냉동 제품의 수입²¹⁾은 2002년 7,425톤에서 2007년 1만 2,494톤으로

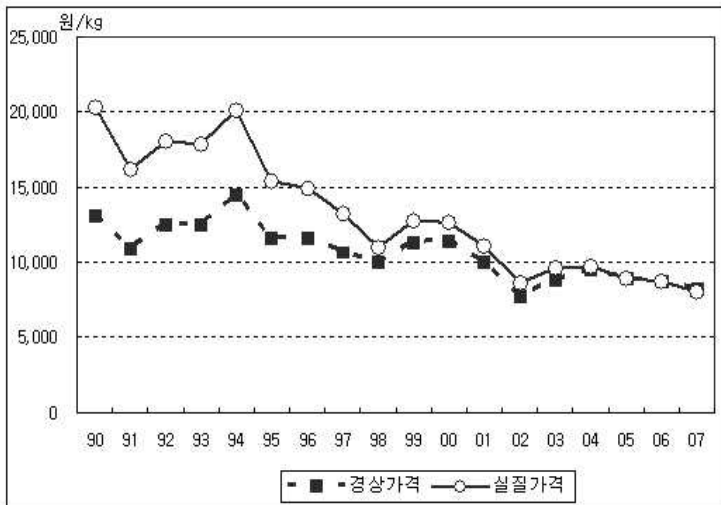
21) 연어 제품의 일부는 훈제용, 구이용으로도 사용된다. 수입 연어 제품 중 생선회 및 초밥, 훈제용 및 구이용 소비 비중은 관련 통계자료가 부재하여 추정하기 어렵다.

5년간 70% 가까이 늘었다.

2. 양식어류의 가격 동향

1990년 이후 어류양식업이 빠르게 성장하면서 양식어류의 가격은 지속적으로 감소해 왔다. 양식어류의 평균 산지가격은 경상가격 기준으로 1990년 kg당 1만 3,149원에서 2007년 8,215원으로 17년간 38% 하락하였다. 생산자물가지수를 이용하여 이를 2005년 기준의 불변가격으로 환산할 경우 양식어류의 평균 산지가격은 1990년 2만 291원에서 2007년 8,031원으로 17년간 무려 60%나 하락²²⁾한 것이다.

이와 같이 양식어류의 산지가격이 하락한 것은 생산 증가, 활어 수입



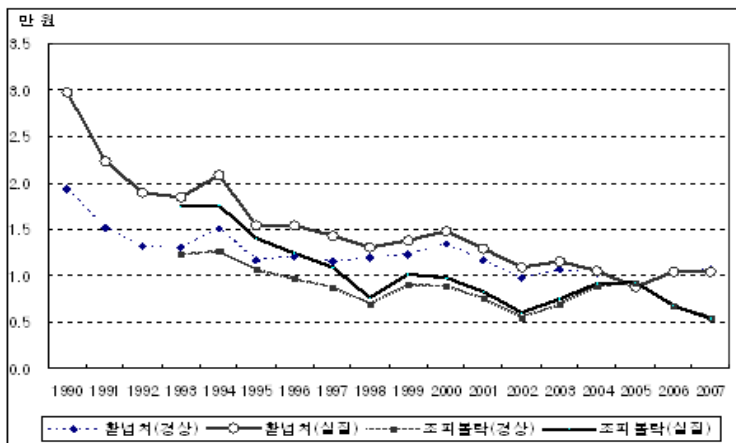
자료: 농림수산식품부, 「어업생산통계」, fs.fips.go.kr

| 그림 3-9 | 양식어류의 평균 산지가격 변화

22) 양식어류 평균 산지가격은 출하되는 어류의 평균 중량에도 영향을 받는다. 출하되는 어류의 중량이 클수록 단위 무게당 가격은 높아진다.

확대 등으로 경쟁이 심화되었기 때문인 것으로 판단된다. 산지가격이 지속 하락함에도 어류양식업이 계속 성장할 수 있었던 것은 양식기술의 발전과 함께 조업규모의 확대²³⁾ 등을 통해 생산자가 시장 상황에 적극 대응해 왔음을 의미한다.

최근에는 양식어류 산지가격이 전반적으로 하락 추세에서 벗어나 일정 범위에서 등락하는 양상을 보여주고 있다. 활넙치의 경우 평균 산지가격이 kg당 1만 원 수준에서, 조피볼락의 경우에는 5,000원을 저점으로 등락하고 있다.



자료 : 상계서

[그림 3-10] 양식넙치 및 조피볼락의 평균 산지가격 변화

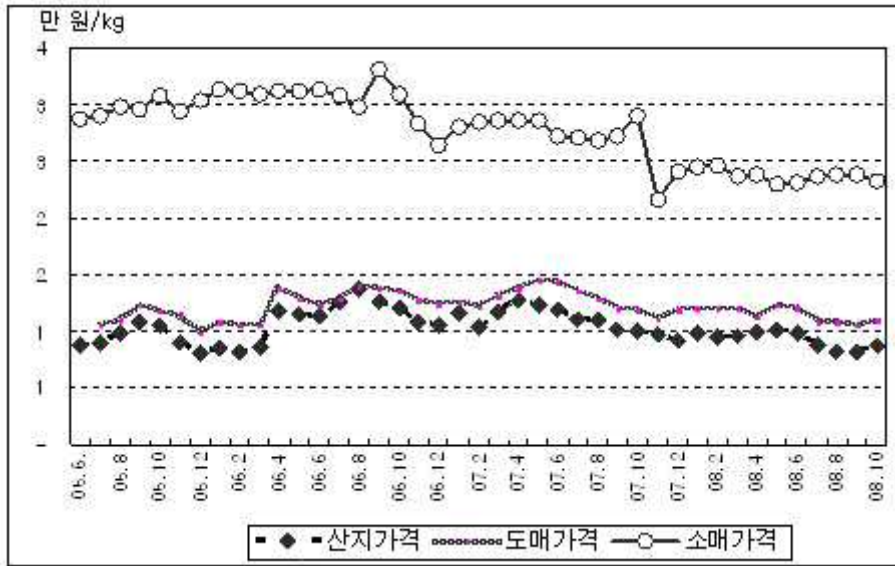
관측자료를 바탕으로 넙치와 조피볼락 활어의 산지, 도매, 소매가격을 비교해보면, 두 어종 모두 산지가격과 도매가격은 높은 상관관계를 보이나, 산지와 소매, 도매와 소매가격에는 상관관계가 없는 것으로 나타나고 있다. 피어슨 상관계수를 이용하여 산지, 도매, 소매 가격의 상관관계를 살펴보

23) 가두리 및 축제식 어류양식업의 경우 면허건당 면적은 1990년 1.64ha에서 2006년 3.46ha로 증가하였다.

면, 넙치와 조피볼락 모두에서 산지와 도매가격 상관계수는 1에 가까웠지만, 산지와 소매, 도매와 소매의 상관계수는 0에 가깝거나 오히려 음수로 나타나고 있다(<표3-8>).

| 표 3-4 | 양식넙치와 조피볼락의 산지, 도매, 소매가격 상관계수

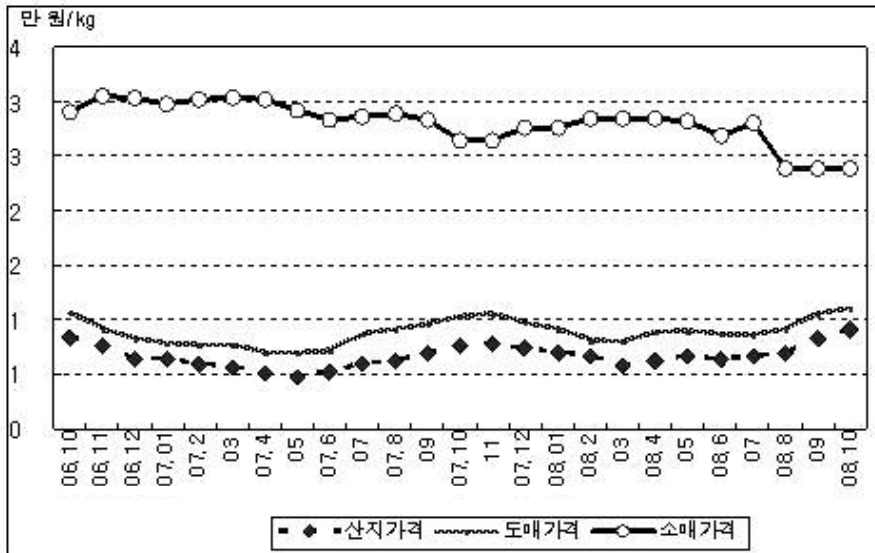
	산지-도매	산지-소매	도매-소매
넙치	0.908491	0.084188	0.010051
조피볼락	0.842617	-0.180007	-0.4478732



자료 : 한국해양수산개발원 수산업관측센터, 「어류관측월보」, 각 월호

[그림 3-11] 양식넙치의 유통단계별 가격 동향

이는 산지와 도매가격은 변화해도 소매가격은 그에 따라 조정되지 않음을 의미하는데, 실제로 유통업체와 외식업체를 통한 면담조사에서 소매업체는 산지가격의 변동을 대부분 상업마진의 변화로 흡수하고 외식업체의 경우에는 활어요리와 함께 제공되는 곁들이 음식²⁴⁾의 조정 등으로 대응하는 것으로 확인되었다.



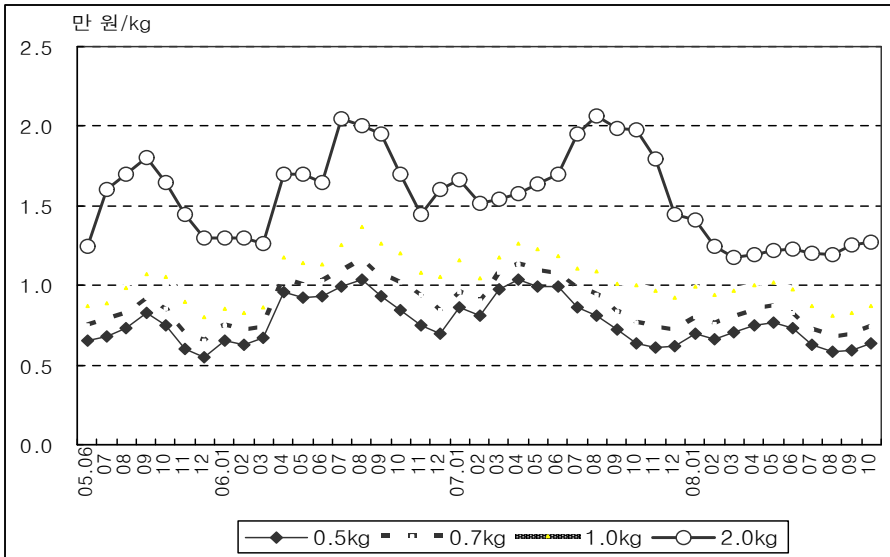
자료 : 상계서

[그림 3-12] 양식조피볼락의 유통단계별 가격 동향

양식어류의 크기별 산지 출하가격의 동향을 보면 각 크기 가격이 상호 연동되고 있으나 개체의 크기가 클수록 단위 중량의 가격이 높게 형성됨을 알 수 있다. 제주산 넙치의 경우 2kg급 넙치의 가격이 1kg급에 비해 30~100% 정도 높은 가격에 거래되고 있다.

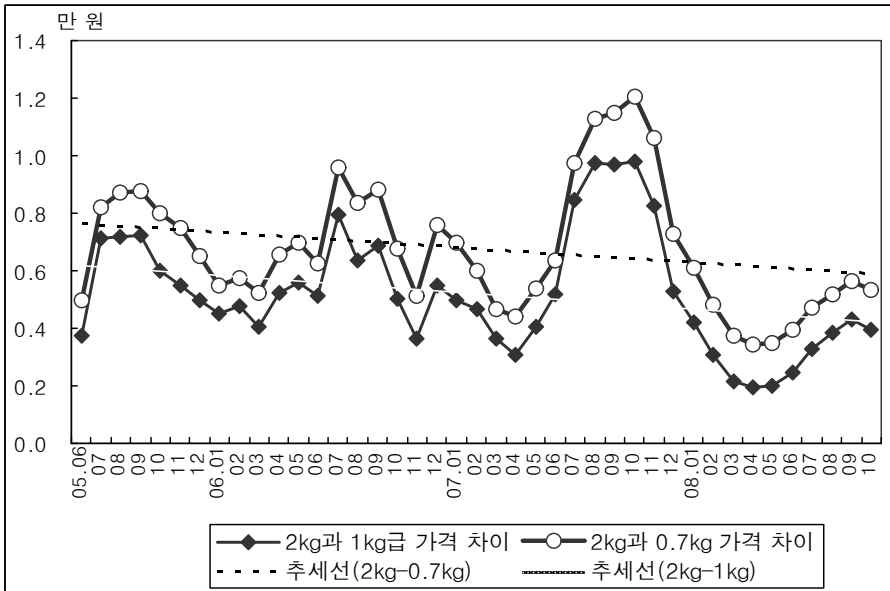
크기별 산지 출하가격의 차이는 2005년 6월 이후 줄어들고 있는 것으로 나타났다. 이는 고급 일식집에서 주로 공급되는 2kg 이상의 고가어 수요가 작은 크기에 비해 상대적으로 부진함을 시사하고 있다. 즉 가격 동향에서도 상품의 크기를 기준으로 한 소비의 고급화 현상은 확인되지 않는다.

24) 흔히 일식집이나 횡집에서 주요리에 곁들여 나오는 음식을 의미하며 흔히 ‘쓰키다시’(つきたし)로 불린다.



자료 : 한국해양수산개발원 수산업관측센터, 「넙치 관측월보」, 각 월호

【그림 3-13】 제주산 양식넙치의 크기별 산지가격 동향



자료 : 상계서

【그림 3-14】 제주산 양식넙치의 크기별 산지가격의 차이

3. 양식어류의 유통환경

1) 유통경로

양식어류의 유통은 산지수협에 위판하는 비율이 낮고, 소비지도매시장에 상장하는 비율도 선어에 비해 아주 낮다. 또한 소비지도매시장과 거래하는 경우에도 생산자가 도매시장에 직접 출하하는 경우가 거의 없다. 그 이유는 유통단계마다 활어 수조가 필요하고 운송을 위해 활어차를 이용해야 하는 물류상의 제약 조건때문이기도 하지만, 근본적으로 시간 경과에 따라 활어의 상품성이 크게 저하되기 때문이다.

완도와 고흥수협과 같이 일부 산지수협이 활어위판장을 설치한 경우도 있지만 여기에서는 주로 자연산 활어가 거래되며, 양식어류의 산지 유통에는 활어유통업자를 통한 매매가 대부분을 차지하고 있다. 단, 특별자치도인 제주도에서는 2006년 7월 1일부터 조례²⁵⁾를 제정하여 양식넙치의 계통 출하를 명문화하였다.

수출을 제외한 양식어류의 유통경로는 하남 및 인천활어시장 등의 유사도매시장을 경유하거나 산지 수집상 등의 활어유통업자가 횃집에 직접 판매하는 형태가 일반적이다.

2) 활어도매시장의 변화

국내 주요 활어도매시장으로는 서울의 노량진수산물시장과 가락동농수산물시장 등 2개의 법정도매시장과 인천 연안부두의 인천활어도매업조합, 하남시의 하남활어유통조합, 부산 민락동의 부산활어도매업조합 등 3개의

25) 제주특별자치도의 수산 관련 조례로는 「제주특별자치도 농·임·축·수산업의 수급안정에 관한 조례」와 「제주특별자치도 수산물방역 및 안전성검사에 관한 조례」가 있다.

유사도매시장이 있다.²⁶⁾ 활어 유통에 있어서 법정도매시장의 시장점유율은 10% 미만이며, 대부분 유사도매시장을 통해 유통되는 것으로 추정되고 있다. 양식활어의 산지 유통은 수집상(산지 활어유통업자)이나 유사도매시장의 중·대형 활어유통업자에 의해 이루어진다.

최근에는 수입 활어의 증가와 양식어류의 종류가 다양해짐에 따라 도매시장에서 거래되는 활어의 종류도 늘어나고 있다. 2000년 이전에는 활어 도매시장에서 거래되는 활어 중 조피볼락의 거래비중이 80% 정도를 차지하였으나 2000년 이후에는 30%로 감소하였다.

표 3-5 | 활어도매시장에서 거래되는 활어의 종류 변화

구 분	주요 취급 활어 종류	비 고
2000년 이전	조피볼락, 넙치, 농어 등 일부 어종	4~5어종
2000년 이후	넙치, 조피볼락, 참돔, 농어, 점성어, 감성돔, 능성어, 복어, 흑돔, 뱀어돔, 방어, 갯돔, 도다리, 자리돔, 등	20여 종 이상

자료 : 인천 및 하남 활어도매시장 유통업체 면담조사 결과, 2008. 4.

또 2000년 이전에는 도매시장에서 거래되는 활어의 종류가 조피볼락, 넙치, 농어 등 4~5어종에 불과했으나 2000년 이후에는 각종 돔류, 능성어, 방어 등 20여 종 이상으로 확대되었다. 또한 동일한 어종이라 하더라도 뼈째썰기용 소형어부터 고가의 대형 활어에 이르기까지 거래되는 규격이 다양해지고 있다. 즉 최근에 나타나고 있는 활어 도매시장의 경향은 소비자의 욕구 충족을 위한 ‘거래 어종의 다양화’와 ‘상품 규격의 다양화’로 요약할 수 있다.

3) 외식업계의 변화

제2장에서 근래 나타나고 있는 식품 소비 트렌드 중 하나가 외부화 현

26) 이밖에 중서부권의 활어유통을 담당하는 ‘대전활어시장’이 있다.

상임을 기술한 바 있다.²⁷⁾ 이는 식료품의 내식에 의한 소비가 외식에 의한 소비로 상당 부분 전환되고 있다고 할 수 있다. 특히 제4장에 제시한 ‘활어소비 동향’ 조사결과를 보면 생선회나 생선초밥과 같은 활어 관련 식품의 소비는 80% 이상이 외부에서 이루어지고 있는 것으로 나타나고 있다. 따라서 외식 업계의 변화는 양식어류의 소비에 직접적이고 매우 큰 영향을 줄 수 있다.

업계 면담 결과,²⁸⁾ 대도시 지역에 대형횃집²⁹⁾이 등장한 것은 1988년 서울 올림픽 개최 무렵이며, 어류양식업의 발달로 활어의 공급이 원활해지면서 소비지 대형횃집은 1990년대에 급속도로 확산되었다. 즉 1990년대 이후 국내 어류양식업은 소비지에서의 대형횃집 확산을 가능하게 했으며, 또 이에 영향을 받아 성장해 왔다고 할 수 있다. 그러나 2000년대에 접어들어 업체 간 경쟁이 심화되고 부동산 가격 상승으로 임대료가 크게 오르면서 대형횃집의 수익성이 크게 악화되었고, 이에 따라 업소 수가 점차 줄어들고 있는 추세라고 한다.

대형횃집은 줄어들고 있지만, 지역밀착형 소형횃집은 늘어나고 있다. 대형횃집은 주로 유동인구가 많은 도심에 소재하는 반면 소형횃집은 주거 지역 인근에 위치하는 경우가 많다. 2000년대에 들어 부동산 가격이 상승하면서 이러한 소형횃집이 대형횃집을 대체하는 경향이 나타나고 있다.

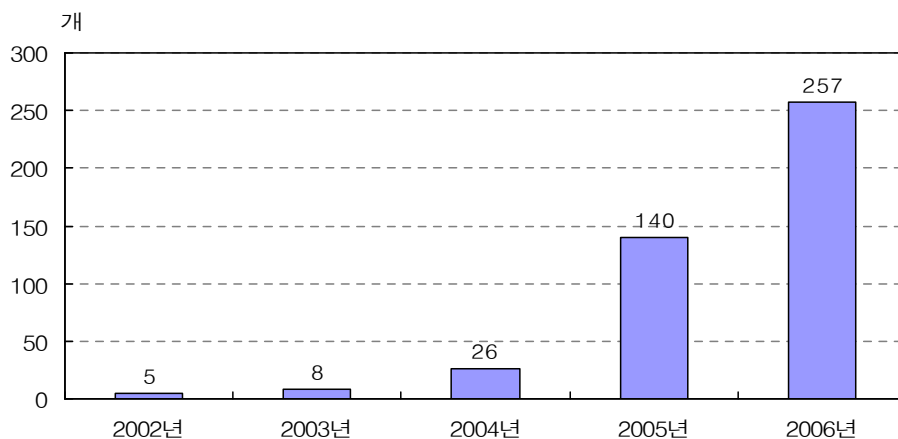
이와 함께 생선회나 생선초밥을 취급하는 업태도 다양해지고 있다. 초밥전문점은 2002년 이후에 급속히 증가하였으며 2006년 8월 현재 전국적으로 1,000여 개 이상이 영업 중인 것으로 추정된 바 있다.³⁰⁾ 또 프랜차이즈형

27) 이러한 경향은 가계지출 구조의 변화를 통해 명확하게 확인할 수 있다. 식료품 지출비 및 곡류 등 주식과 육류, 어패류 등의 부식 지출 비중은 1995년 이후 크게 감소하였지만, 외식비 비중은 1995년 30%에서 2007년 46%로 크게 증가하였다.

28) 외식업에 관한 국내 통계나 조사자료는 매우 부족하다. 따라서 활어 관련 외식업계의 동향 파악은 외식업체 경영주와 도매시장의 상인을 대상으로 한 설문조사와 면담에 주로 의존하였다.

29) 대형횃집의 기준은 좌석수 100석으로 설정하였다.

30) 이남수, “식품 소비 트렌드와 수산물 소비 활성화 방안”, 「해양수산」, 제265호, 한국해양수



자료 : KMI 수산업관측센터, 「넙치 관측월보」, 2006년 10월호

〈그림 3-15〉 퓨전 해산물 주점의 연도별 개점 현황

퓨전 해산물 주점은 2004년 이후 급속히 증가하였으며, 2006년 9월 현재 전국적으로 450여 개 이상이 영업 중인 것으로 추정되었다.³¹⁾ 생선초밥과 생선회를 중심으로 각종 수산물과 다양한 음식을 뷔페형으로 제공하는 시푸드 레스토랑은 2004년 이후 급속히 증가하여 2007년 8월 현재 29개 업체 64개 점포가 영업 중인 것으로 있는 것으로 추정되었다.³²⁾

최근 외식업계의 변화 추세를 정리하면, 생선초밥 취급 업소가 크게 증가하고 있다는 것이다. 생선회를 주로 취급하는 도시 대형횃집이 감소하는 반면 외식업체가 다양해지면서 생선초밥을 많이 취급하는 초밥전문점, 시푸드 레스토랑, 해산물 주점 등이 빠르게 성장하고 있다. 생선초밥은 소비자에게 저칼로리 고단백 건강식으로 인식되고 있어서 건강중시, 기호중시, 편의추구, 다양화 등의 식품 소비 트렌드 변화와 함께 최근 소비가 늘

산개발원, 2006. 10, pp. 30~33.

31) 한국해양수산개발원, 「넙치관측월보」, 2006년 10월호.

32) 이남수, “국내 시푸드 산업의 현황과 전망,” 「해양수산동향」, 제1245호, 한국해양수산개발원, 2007. 8.

고 있는 것으로 판단된다.

이러한 현상은 대형마트에서의 생선초밥 판매 동향에서도 확인할 수 있다. 국내 주요 대형마트의 생선초밥 판매액은 연간 활어 판매량의 약 15~22%를 차지하는 것으로 나타났는데, 4~5년 전에는 그 비중이 10%에도 미치지 못했었다고 한다.

| 표 3-6 | 주요 대형마트의 활어 중 생선초밥의 판매 현황

구 분	A 업체	B 업체
연간 활어 판매량	약 800톤(넙치 700톤)	약 300톤(넙치 180톤)
생선초밥용 판매비율	15~20%	17~22%
주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 2~3년 전의 생선초밥용 판매비율은 10% 이내였음 • 초밥용 어종 순위: 넙치, 도미, 농어 순 	

자료 : 대형마트 구매담당자 면담결과, 2008. 4.

4. 분석결과 종합

활어의 공급 및 가격, 유통환경 등에 관한 분석을 통해 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있다.

첫째, 국내 활어시장은 1990년대 이후 양식어류 생산 및 활어 수입의 급증에도 불구하고 여전히 성장세를 유지하고 있다. 이를 확인하기 위하여 양식어류 생산량과 자연산 활어 생산량, 그리고 활어식품의 순수입량을 합산하여 국내 활어시장규모를 추정해 보았다.

먼저 자연산 활어에 대한 생산통계는 2008년부터 작성되기 시작하였으므로, 국내 활어시장의 규모를 파악하기 위해서는 2007년 이전의 자연산 활어 생산량을 별도로 추정할 필요가 있다. 이와 관련하여 국내 일반해면 어업 생산량이 2000년대에 들어 큰 변화가 없다는 점을 고려하여 2000년 이후의 연간 활어 생산량에도 큰 변화가 없는 것으로 가정하였다. 그리고

2008년도 9월까지 총 어획량 중 자연산 활어의 비중(9.6%)과 9월까지의 활어 생산실적(약 5만 톤)을 고려하여 2000년 이후 활어의 연간 생산량을 대략 7~10만 톤 정도로 추정하였다. 이와 같이 도출된 자연산 활어 생산량을 포함하여 국내 활어시장의 규모를 추정해 보면, 2002년 13~16만 톤 규모에서 2007년 19~22만 톤 규모로 연간 7% 정도 성장해 온 것으로 나타난다.

| 표 3-7 | 국내 활어시장규모 추정

단위 : 천 톤

연도	2002	2003	2004	2005	2006	2007	연평균 증가율(%)
양식어류 생산량	48	72	64	81	91	98	15.2
활어식품 순수입량	10	13	15	8	15	18	12.2
자연산 활어 생산 추정치	70~100	70~100	70~100	70~100	70~100	70~100	-
합계	128~158	155~185	149~179	159~189	176~206	186~216	6.4~7.7

두 번째 시사점으로는 양식어류의 산지 및 도매가격과 소매가격이 연동되지 않음으로써 가격 기능에 의한 시장의 자율적인 수급조절을 기대하기 어렵다는 점이다. 산지 및 도매가격의 변동에 소매가격이 영향을 받지 않는다는 것은 생산자 입장에서는 산지 및 도매가격의 일정 범위에서 생산물의 가격에 대한 수요 탄력성이 매우 낮음을 의미한다. 이와 같이 상품의 수요가 일정 범위에서는 가격에 대해 비탄력적이라면, 그 가격의 범위 내에서는 생산물량의 조정을 통해 생산자의 수취가격을 크게 변화시킬 수 있다.

즉 양식어업인이 합의에 의해 집단적인 생산물량 조정을 통하여 일정 범위 이내에서 산지 및 도매가격을 변화시켜도 소매가격은 변화하지 않으므로 시장의 소비량에도 변화가 없다. 따라서 양식어업인은 과잉 공급으로 인해 산지가격이 크게 하락하였을 경우에는 생산물량 조정을 통해 수취가격 및 소득의 향상을 효과적으로 도모할 수 있게 된다.

단 이러한 상황은 국내산 양식어류가 수입산에 의해 대체될 가능성이 낮다는 전제를 바탕으로 한다. 양식넙치와 조피볼락의 경우에는 국내 생산량에 비해 수입량이 매우 제한적이므로, 국내 생산량을 일정 범위에서 조정한다고 해도 수입 활어에 의한 국내 시장 잠식을 크게 우려할 필요가 없을 것이다.

사실 양식어류에 대한 가격 탄성치는 아직 적합하게 추정된 바가 없다. 기존의 연구에서는 예외 없이 양식어류의 소비 혹은 수요 모형을 추정하기 위한 가격 변수로서 도매가격을 소매가격에 대한 대리변수로 사용하고 있는데, 양식어류의 도매가격과 소매가격의 상관 관계가 낮다는 점을 고려하면 이와 같은 모형추정을 통해 추정된 가격 탄성치가 현실을 제대로 반영한다고 볼 수 없다.

활어의 소비 트렌드와 관련한 시사점으로는, 먼저 활어의 소비가 어종별로 다양해지고 있는 것으로 판단된다. 활어도매시장에 대한 조사에서 거래 어종의 종류가 늘고 있는 것으로 나타났는데, 이는 국내 양식 대상 어종에도 영향을 주는 것으로 보인다. 넙치와 조피볼락의 산지가격이 지속 하락하고 있음을 고려할 때, 향후 어류양식업의 수익성 향상을 위해서는 넙치와 조피볼락 중심의 생산체제에서 탈피하여 시장 수요가 증가하고 있는 어종에 대한 상업적 양식을 적극 시도할 필요가 있을 것이다.

반면 활어의 크기를 기준으로 한 소비의 고급화 경향은 확인되지 않았다. 이는 양식어업인에게 있어서 출하 크기를 기준으로 한 제품의 차별화 전략은 유효하지 않을 것임을 시사한다.

제 4 장 활어식품 소비에 관한 소비자 및 외식업체 조사

제4장에서는 양식어류의 소비 트렌드를 파악하고 마케팅 전략 마련에 필요한 정보를 얻기 위하여, 소비자와 외식업체를 대상으로 생선회 및 생선초밥의 소비에 관해 수행한 설문조사 결과를 분석하였다. 양식어류의 수요는 활어식품에 대한 수요로부터 파생된 것이므로, 양식어류의 소비 트렌드 파악을 위해서는 생선회와 생선초밥의 소비 행태에 대한 파악이 반드시 필요하다고 할 수 있다. 제3장에서 기술한 바와 같이 양식어류의 소비에 관한 계량적 분석이 어려운 상황에서는 소비 주체와 소비처를 대상으로 한 조사와 그 결과에 대한 분석은 양식어류의 소비 트렌드를 파악하기 위한 매우 유력한 방법이 된다. 제4장에 제시된 설문조사의 결과는 제5장의 양식어류 소비결정 요인에 관한 확률적 분석에 기초자료로 사용된다.

1. 소비자 대상 조사

1) 조사목적 및 내용

소비자를 대상으로 한 설문조사는 양식어류의 소비 트렌드를 분석·전망하고 양식어류의 마케팅과 관련하여 필요한 정보를 얻기 위한 것이다. 이를 위하여 양식어류의 최종소비 형태인 생선회와 생선초밥에 대한 소비자의 소비성향과 의식, 행태 등을 조사하였다.

본 조사의 주요 내용은 조사 대상자(표본)의 일반적 속성 및 성향에 관한 부분과 생선회 및 생선초밥의 소비성향과 행태에 관한 부분으로 나누어

진다. 표본의 속성에 관한 부분은 성별, 연령, 소득 등 일반적인 사항에 조사 대상자의 출신지역, 음주 및 건강 습관, 육류에 대한 선호도 등이 추가되었다. 이와 같은 표본의 속성자료는 제5장에서 제시할 활어 소비결정요인에 관한 확률적 분석에 설명변수로 이용하기 위한 것이다.

표 4-1 | 활어식품에 관한 소비자 대상 설문조사 주요 내용

분야	조사내용
활어식품에 대한 선호도	<ul style="list-style-type: none"> - 생선회 및 생선초밥 선호도 - 자연산·양식산 활어 선호도 차이 - 원산지별 선호도 - 어종별 선호도
소비 행태	<ul style="list-style-type: none"> - 소비 빈도 - 가정식과 외식의 소비 비율 - 외식 장소 - 활어 외식 시 그 이유 - 활어 구입 장소 - 활어 구매시 선택 기준 - 활어식품 소비 시 음주 여부
활어의 안전성, 건강기능에 관한 인식	<ul style="list-style-type: none"> - 육류와 비교한 활어식품의 안전성 - 활어식품 위해요인 - 육류와 비교한 활어식품의 건강기능

2) 조사방법

양식어류에 관한 소비자 조사는 2008년 6월과 9월 두 차례에 걸쳐 이루어졌다.³³⁾ 1차 조사에서는 전국 성인 남녀 700명, 2차 조사는 1,000명³⁴⁾을 대상으로 하였으며, 모두 전화조사를 실시하였다. 표본 추출은 성별, 연령대별, 지역별(광역시·도) 비례할당 및 무작위 추출에 의해 이루어졌다. 표본

33) 2008년 6월에 실시된 조사는 한국해양수산개발원 수산업관측센터가 양식어류에 관한 관측사업의 일환으로 실시한 것이다.

34) 통계학적인 오차 범위는 95% 유의수준에서 $\pm 3.4\%$ 이다.

추출 및 전화조사는 설문조사 전문 기업인 (주)마크로게이트에 의뢰하였다.

한편 설문조사 결과를 분석함에 있어서 조사 내용에 따라 한국해양수산개발원 수산업관측센터가 2006년에 실시한 설문조사 결과와도 비교하였다.³⁵⁾

| 표 4-2 | 표본의 개요

		2008년 6월 조사		2008년 9월 조사	
		사례수	%	사례수	%
전체		700	100.0	1,000	100.0
성별	남자	342	48.9	493	49.3
	여자	358	51.1	507	50.7
연령	20대	142	20.3	197	19.7
	30대	163	23.3	234	23.4
	40대	164	23.5	229	22.9
	50대	106	15.2	156	15.6
	60대 이상	124	17.8	184	18.4

3) 조사결과 분석

(1) 활어식품에 관한 선호도

① 생선회 선호도

2008년도 9월 조사에서 생선회 선호도에 대해 질문한 결과,³⁶⁾ 전체 응답자의 23%가 ‘아주 좋아한다’고 답했으며, 38%가 ‘좋아한다’고 답하여, 전체 응답자의 60%가 생선회를 선호하는 것으로 나타났다. 반면 응답자의 10%는 생선회를 좋아하지 않는다고 답하였다.

35) 2006년도 조사는 전국 성인 남녀 700명을 대상으로 한 것이며, 표본추출과 조사 방법에 있어서는 2008년도 조사와 동일하다.

36) 2008년 6월 조사에서도 동일한 내용의 조사를 했는데, 결과는 2008년 9월 조사와 일치하였다.

생선회 선호도는 소득수준이 높을수록 커지는 것으로 나타났으며, 연령별, 지역별로는 차이가 크지 않았다.

| 표 4-3 | 생선회에 대한 선호도 조사결과(2008. 9)

단위 : %

	전체	성별		가구 소득별				
		남자	여자	199만 원 이하	200~ 299만 원	300~ 399만 원	400만 원 이상	무응답
사례수	(1000)	(493)	(507)	(239)	(177)	(204)	(225)	(155)
① 아주 싫어한다	3.9	2.9	4.9	5.3	2.7	3.0	2.6	6.3
② 약간 싫어한다	6.1	4.6	7.6	9.1	7.1	3.4	3.2	8.1
③ 보통이다.	30.0	29.9	30.2	28.2	34.2	31.1	26.2	32.2
④ 약간 좋아한다	37.5	38.9	36.1	35.9	37.3	42.2	38.5	32.3
⑤ 아주 좋아한다.	22.5	23.8	21.2	21.4	18.8	20.3	29.5	21.1
5점 척도	3.69	3.76	3.61	3.59	3.62	3.73	3.89	3.54
①+② 싫어한다	10.0	7.5	12.5	14.4	9.8	6.3	5.8	14.4
③ 보통이다	30.0	29.9	30.2	28.2	34.2	31.1	26.2	32.2
④+⑤ 좋아한다	60.0	62.7	57.3	57.4	56.0	62.5	68.0	53.4

② 생선초밥에 대한 선호도

생선초밥에 대한 선호도는 생선회에 비해 상당히 낮게 나타났다. 전체 응답자의 18%만이 ‘아주 좋아한다’고 답했으며, 28%가 ‘좋아한다’고 답하여, 생선초밥을 좋아한다고 답한 응답자는 전체의 45% 수준이었다. 이는 생선회를 좋아한다고 응답한 비율 60%에 비해 크게 떨어진다.

생선초밥의 경우에도 남자가 여자보다 높게 나타났으나, 그 차이는 생선회의 경우에 비해 크지 않았다. 즉 생선초밥의 경우에는 남녀 간 선호도 차이가 크지 않다.

주목할 점은 생선초밥의 경우에는 연령대가 낮을수록 선호도가 더 높게 나타나고 있다는 점이다. 생선초밥을 좋아한다고 답한 비율이 20대에서 54%, 30대에서 49%, 40대에서 40%, 50대에서 44%, 60대 이상에서는 30%로

연령대가 높아질수록 선호도는 크게 떨어지고 있다.

| 표 4-4 | 생선초밥에 대한 선호도 조사결과(2008. 9)

단위 : %

	전체	성별		연령				
		남자	여자	20대	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(1000)	(493)	(507)	(197)	(234)	(229)	(156)	(184)
① 매우 싫어한다	7.2	6.2	8.1	3.9	4.4	5.9	8.3	14.9
② 싫어하는 편이다	14.2	13.9	14.5	7.2	12.3	12.0	15.9	25.2
③ 보통이다	33.3	33.8	32.9	35.3	34.2	34.0	31.7	30.5
④ 좋아하는 편이다	27.8	29.0	26.6	28.8	30.7	28.1	33.1	18.0
⑤ 매우 좋아한다	17.6	17.2	18.0	24.9	18.4	20.0	10.9	11.5
[평균 - 점]	3.34	3.37	3.32	3.64	3.46	3.44	3.22	2.86
①+② 싫어한다	21.4	20.1	22.6	11.0	16.8	17.9	24.2	40.0
③ 보통이다	33.3	33.8	32.9	35.3	34.2	34.0	31.7	30.5
④+⑤ 좋아한다	45.3	46.2	44.5	53.7	49.1	48.0	44.0	29.5

③ 육류와의 선호도 비교

2008년 9월 조사에서 생선회, 쇠고기, 돼지고기, 닭고기의 선호도 순서를 말해달라는 질문에 대해 전체 응답자의 39%가 생선회를 가장 좋아한다고 답했으며, 그 다음으로 돼지고기 24%, 쇠고기 21%, 닭고기 16% 순으로 나타났다.

육류와 생선회에 대한 상대적 선호도에 있어서 남녀 간의 차이는 크지 않았으나, 연령대별로는 차이가 크게 나타나고 있다. 즉 생선회의 상대적 선호도는 연령대가 높을수록 크게 나타나고 있다. 20대에서는 가장 선호하는 식품으로 닭고기와 돼지고기, 생선회로 답한 비율이 27~30%로 비슷하게 나타나고 있다. 30대에서는 생선회를 선호 1순위로 꼽은 비율이 31%로 가장 높지만, 돼지고기를 1순위로 선택한 비율 29%와 크게 차이가 나지 않는다. 그러나 40대 이상에서는 4개 식품 중 생선회를 1순위로 꼽은 비율이 압

도적으로 높게 나타났다.

육류에 대한 생선회의 상대적 선호도는 출생지가 내륙지방인 경우에 비해 바닷가 지역인 경우에 더 높게 나타났다.

| 표 4-5 | 육류와 생선회 중 가장 좋아하는 식품에 대한 조사결과(2008. 9)
단위 : %

		사례수	생선회	돼지고기	쇠고기	닭고기	없음	무응답
[전체]		(1000)	39.0	24.4	20.6	15.7	0.2	0.1
성별	남자	(493)	39.9	23.8	22.0	14.2	0.0	0.0
	여자	(507)	38.2	25.0	19.2	17.0	0.4	0.2
출생지	바닷가	(212)	48.6	19.4	17.8	14.2	0.0	0.0
	내륙	(788)	36.5	25.8	21.3	16.0	0.3	0.1
연령	20대	(197)	28.1	27.0	15.9	29.0	0.0	0.0
	30대	(234)	30.7	28.7	19.9	20.3	0.4	0.0
	40대	(229)	44.1	25.7	19.7	10.5	0.0	0.0
	50대	(156)	56.5	18.0	15.1	10.4	0.0	0.0
	60대 이상	(184)	40.1	20.2	32.1	6.4	0.6	0.5

④ 생선회를 좋아하는 이유

2008년 6월 조사에서 생선회를 좋아한다고 답한 응답자에 대해 그 이유를 질문하였다. 그 결과 전체적으로 ‘맛이 좋아서’라고 답한 비율이 압도적으로 높았지만, ‘건강에 좋아서’라고 답한 비율은 연령대가 높아질수록

| 표 4-6 | 생선회를 좋아하는 이유에 관한 조사결과(2008. 9)
단위 : %

	전체	성별		연령별				
		남자	여자	20대	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(418)	(218)	(201)	(82)	(93)	(105)	(65)	(73)
맛이 좋아서	75.7	77.4	73.8	88.0	82.2	73.5	63.7	67.0
건강(몸)에 좋아서	15.3	13.7	17.0	4.8	8.3	16.1	25.1	26.0
육류보다 안전하다고 생각해서	7.4	7.2	7.7	7.2	4.3	8.5	11.1	7.0
기타	1.6	1.8	1.5	0.0	5.2	1.9	0.0	0.0

커지는 것으로 나타났다. 즉 연령대가 높을수록 생선회가 갖는 건강기능을 중시하여 식품을 선택하는 경향이 있음을 알 수 있다.

⑤ 어종별 선호도

2008년 6월 조사에서 가장 좋아하는 활어 어종에 대해 조사한 결과 응답자의 54%가 넙치를, 15%가 조피볼락을 꼽았다. 그 다음으로 도다리, 참돔의 순으로 나타났다. 즉 국내 대표적인 양식어류인 넙치와 조피볼락의 선호도가 압도적으로 높은 것으로 나타났다.

| 표 4-7 | 가장 좋아하는 활어 어종 답변 비율(2008. 6)

단위 : %

어종	비율
사례수	(700)
넙치(광어)	53.6
우럭(조피볼락)	14.8
도다리	5.9
참돔	5.6
오징어	4.1
없다	4.0
농어	3.3

한편 2008년 9월 조사에서 어종별 선호도를 조사한 결과, 활어회 품목인 넙치, 조피볼락, 참돔 등은 5점 척도로 모두 3.7 정도의 점수를 얻었으나, 선어회 품목인 참치와 연어는 3.19와 3.03으로 낮게 나타났다. 따라서 아직 국내 시장에서는 전체적으로 선어회보다는 활어회가 여전히 선호되고 있음을 알 수 있다.

그러나 선어회 어종에 대한 선호도가 낮은 연령대에서 상대적으로 크게 나타나고 있다. 20대에서는 참치의 5점 척도가 3.49, 연어는 3.25로서, 선어회 어종과 활어회 어종의 선호도에 큰 차이가 나지 않는다. 이는 시간의

경과와 함께 세대 교체가 이루어지면서 우리 시장의 선어회에 대한 선호도가 점차 커질 것임을 시사하고 있다.

표 4-8 | 생선회용 어종별 선호도 조사결과(2008. 9)

단위 : %

		넙치	조피볼락	참돔	참치	연어
전체		3.65	3.68	3.72	3.19	3.03
성별	남자	3.68	3.66	3.78	3.34	3.00
	여자	3.61	3.71	3.65	3.03	3.05
출생지	바닷가	3.81	3.82	3.86	3.18	2.85
	내륙지역	3.61	3.65	3.68	3.19	3.07
연령	20대	3.67	3.53	3.58	3.49	3.25
	30대	3.54	3.60	3.61	3.13	2.96
	40대	3.68	3.78	3.80	3.14	2.94
	50대	3.67	3.86	3.89	3.16	3.06
	60대 이상	3.71	3.70	3.75	3.03	2.94

⑥ 자연산과 양식어류에 대한 선호도

‘자연산과 양식산 활어 중 어느 것을 더 선호하는가’하는 질문에 대해 응답자의 61%가 ‘자연산을 더 선호한다’고 답하였고, 응답자의 4%가 ‘양식산을 더 선호한다’, 그리고 35%가 ‘구분하지 않는다’고 답하였다. 즉 국내 소비자는 자연산 활어를 양식산 활어보다 더 선호하는 경향이 있다.

그러나 연령대가 낮을수록 자연산에 대한 선호도는 떨어지는 것으로

표 4-9 | 자연산과 양식산 활어 선호 비율(2008. 6)

단위 : %

	전체	성별		연령별				
		남자	여자	20대	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(700)	(342)	(358)	(142)	(163)	(164)	(106)	(124)
자연산	61.0	61.7	60.2	48.6	57.5	66.5	74.7	60.5
양식산	3.7	4.6	2.8	6.2	4.8	3.1	0.0	3.1
구별하지 않음	35.4	33.7	37.1	45.2	37.7	30.4	25.3	36.4

나타났다. 20대 응답자의 절반 이상은 자연산과 양식산을 구분하지 않거나 양식산을 더 선호하는 것으로 조사되었다.

한편 2006년도에는 자연산에 대한 상대적인 선호도가 2008년도 조사결과에 비해 훨씬 더 높은 것으로 조사된 바 있다. 동일한 질문에 대해 당시에는 응답자의 80%가 자연산을 더 선호한다고 답하였다.

| 표 4-10 | 자연산과 양식산 활어 선호 비율(2006. 6)

단위 : %

	[전체]	성별		연령별				
		남자	여자	20대	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(666)	(327)	(339)	(138)	(166)	(155)	(93)	(114)
자연산	80.3	79.2	81.4	74.6	74.7	83.9	81.7	89.5
양식산	2.7	2.8	2.7	3.6	3.6	1.9	2.2	1.8
구별하지 않음	17.0	18.0	15.9	21.7	21.7	14.2	16.1	8.8

⑦ 활어의 원산지별 신뢰도

2008년 6월에 이루어진 조사에서 한국산과 일본산, 중국산 활어의 품질에 대한 신뢰도 점수에서 한국산이 평균 7.70로 가장 높은 점수를 받았다. 다음으로 일본산 5.73, 중국산 3.17로 나타났다. 즉 국내 소비자는 국산 활어의 품질을 일본산이나 중국산 활어에 비해 높게 평가하고 있음을 알 수 있다.

한국산 활어의 품질에 대한 신뢰도 점수는 성별, 연령대별로 큰 차이

| 표 4-11 | 활어의 원산지별 신뢰도에 관한 조사결과(2008. 6)

단위 : %

	[전체]	성별		연령별				
		남자	여자	20대	30대	40대	50대	60대 이상
한국산	7.70	7.80	7.61	7.71	7.71	7.51	7.71	7.95
일본산	5.73	5.80	5.66	6.33	6.09	5.51	5.57	4.92
중국산	3.17	3.28	3.05	3.51	3.21	3.12	2.86	3.03

주 : 10점 만점의 신뢰도 점수에 대한 평균임

가 없었지만, 수입산에 대해서는 연령대가 높아질수록 신뢰도 점수가 더 낮아지는 경향이 나타나고 있다. 즉 연령대가 낮을수록 수입산 활어에 대한 신뢰도가 상대적으로 높게 나타나는 경향이 있다.

(2) 활어식품 소비행태

① 생선회 소비빈도

생선회 소비빈도에 관한 조사에서 ‘한 달에 1회’와 ‘2~3회’ 소비한다는 답변 비율이 각 22%로 높게 나타났고, ‘전혀 먹지 않는다’는 답변 비율도 7%에 이르렀다. 조사결과를 바탕으로 할 때, 우리나라 성인 남녀는 1년에 평균 16회 이상³⁷⁾ 생선회를 소비하는 것으로 추정된다.

생선회 소비빈도는 연령대별로는 큰 차이가 없으나, 성별, 소득별, 지역별로 차이가 나타나고 있다. 생선회 소비빈도는 남성이 여성에 비해 월등히 높으며, 월소득이 증가할수록 높아지고, 수도권(서울, 경기, 인천)과 중부지방(대전/충청)에 비해 남부지방(부산/울산/경남, 광주/전라)에서 높게 나타나고 있다.

조사결과를 바탕으로 각 계층별 연간 생선회 소비 횟수를 추정해보면, 남성의 연간 소비빈도가 19.4회로서 여성 12.2회에 비해 60% 정도 높다. 또 소득별로 보면 월소득 200만 원 미만인 소비자는 연간 13.3회 생선회를 소비하는 반면, 월소득 400만 원 이상인 경우에는 연간 생선회 소비횟수가 19.7회로 늘어난다. 지역별로 보면 서울, 인천, 경기 지역 등 수도권과 대전, 충청 등 중부지방에서는 연간 평균 생선회 소비횟수가 12~15회로 낮은 반면, 부산, 울산, 경남 등 남부지방에서는 연간 21회로 생선회 소비횟수가 가장 높은 것으로 추정된다.

37) 일주일에 1회 이상 생선회를 소비한다고 답변한 경우, 1주일에 생선회를 1회 소비하는 것으로 간주하고 연간 평균 소비빈도를 추정하였다. 따라서 <표 4-12>에 추정된 평균 소비빈도는 최소빈도의 개념으로 이해할 수 있다.

| 표 4-12 | 생선회 소비빈도에 관한 조사결과(2008. 9)

단위 : %

		사례수	일주일 일에 1회 이상	한 달에 2~3회	한 달에 1회	두달에 1회	1년에 3~4회	1년에 1~2회	전혀 먹지 않음	연간 평균 소비 횟수 추정
전체		(1000)	9.6	22.1	22.1	13.3	16.2	9.7	7.0	15.8
성별	남자	(493)	13.4	27.4	25.1	11.7	12.2	6.2	4.0	19.4
	여자	(507)	5.9	16.8	19.1	14.9	20.1	13.1	9.9	12.2
연령	20대	(197)	6.6	26.8	26.1	14.6	10.9	7.0	8.0	16.0
	30대	(234)	7.7	22.4	24.2	15.4	18.3	8.6	3.3	15.3
	40대	(229)	7.9	25.2	24.2	13.1	19.1	6.5	4.0	16.1
	50대	(156)	15.8	16.5	22.4	15.5	16.9	7.9	5.0	17.5
	60대 이상	(184)	12.1	17.4	12.2	7.8	15.0	19.5	16.0	14.2
월소득	199만 원 이하	(239)	7.4	20.5	16.0	11.6	13.1	19.0	12.5	13.3
	200~299 만 원	(177)	9.9	17.0	22.9	16.0	21.3	7.6	5.3	14.8
	300~399 만 원	(204)	8.7	24.2	27.4	16.6	14.8	5.9	2.4	16.7
	400만 원 이상	(225)	13.5	27.4	27.1	11.3	13.5	2.6	4.4	19.7
지역	서울	(216)	7.4	18.3	23.1	16.6	17.3	11.9	5.4	13.9
	인천	(54)	4.5	17.8	19.9	19.5	31.1	1.6	5.7	12.3
	경기	(220)	4.9	25.7	21.2	13.8	18.5	9.3	6.5	14.4
	부산/울산/ 경남	(164)	16.1	28.9	21.2	10.9	13.5	7.4	1.9	20.8
	대구/경북	(108)	11.3	21.6	25.0	13.9	14.1	9.8	4.3	16.8
	광주/전라	(106)	12.9	18.8	22.6	8.6	14.6	8.2	14.3	16.2
	대전/충청	(100)	8.2	17.8	20.3	12.1	13.5	13.9	14.2	13.5
	강원	(32)	19.8	20.3	22.9	7.0	3.1	15.1	11.7	19.9

② 생선초밥 소비빈도

생선초밥의 소비빈도는 생선회에 비해 크게 떨어지는 것으로 조사되었다. 생선초밥을 한 달에 1회 정도 소비한다는 응답과 1년에 3~4회 소비한다는 응답이 각각 전체의 19% 정도로 나타났으며, 전혀 먹지 않는다는 응답도 18%에 이르렀다. 조사결과를 바탕으로 국내 성인 남녀의 연간 평균 소비횟수를 추정하면³⁸⁾ 약 10회에 이른다.

생선초밥 소비빈도에 있어서 성별, 연령대별, 소득별로 차이를 보이고 있으나, 생선회의 경우와는 달리 지역별로는 큰 차이가 나타나지 않고 있다. 성별로는 남자의 경우 연간 생선초밥 평균 소비횟수가 11.1회로서 여성의 8.8회로 보다 높다. 그러나 생선회 소비빈도에 비해 성별 간 차이가 크지는 않다.

생선초밥 소비빈도는 연령대가 낮을수록 높은 것으로 나타나고 있다. 20대의 연간 평균 소비횟수는 13.1회로 모든 연령대에서 가장 높게 추정된 반면, 60대 이상은 6.4회로 가장 낮게 추정되었다.

표 4-13 | 생선초밥 소비빈도에 관한 조사결과(2008. 9)

단위 : %

		사례수	일주일 일에 1회 이상	한 달에 2~3회	한 달에 1회	두달에 1회	1년에 3~4회	1년에 1~2회	전혀 먹지 않음	연간 평균 소비 횟수 추정
전체		(1000)	3.0	14.7	18.7	14.2	18.5	12.6	18.3	9.9
성별	남자	(493)	3.3	17.2	21.2	15.9	14.9	10.7	16.8	11.1
	여자	(507)	2.7	12.2	16.4	12.7	21.9	14.4	19.8	8.8
연령	20대	(197)	6.2	17.4	23.8	21.1	12.6	10.5	8.5	13.1
	30대	(234)	2.8	20.6	17.0	18.5	17.4	11.4	12.2	11.6
	40대	(229)	2.1	14.3	22.1	12.8	23.4	12.8	12.6	9.8

38) 생선회 소비횟수 추정과 마찬가지로 ‘일주일에 1회 이상 소비한다’는 응답에 대해 1주일에 1회 소비하는 것으로 간주하였다.

| 표 4-13 | 생선조밥 소비빈도에 관한 조사결과(2008. 9)(계속)

		사례수	일주일 일에 1회 이상	한 달에 2~3회	한 달에 1회	두달에 1회	1년에 3~4회	1년에 1~2회	전혀 먹지 않음	연간 평균 소비 횟수 추정
	50대	(156)	2.3	7.5	19.9	13.4	21.4	13.6	21.9	7.6
	60대 이상	(184)	1.6	10.7	10.4	4.0	17.5	15.2	40.7	6.4
월소득	199만 원 이하	(239)	2.7	8.2	11.4	9.5	18.0	15.5	34.9	6.6
	200~299 만 원	(177)	1.6	13.8	21.9	13.5	16.2	14.2	18.7	9.2
	300~399 만 원	(204)	1.9	17.1	18.1	20.3	19.9	13.6	9.2	10.4
	400만 원 이상	(225)	6.2	20.7	25.6	15.8	16.4	6.7	8.6	14.1

③ 가정식³⁹⁾과 외식의 비중

2008년 9월에 실시한 조사에서 생선회의 가정식과 외식의 소비 비중은 20:80으로 추정되었다. 즉 생선회는 다른 수산물이나 식품과 달리 소비의 절대 비중이 외식에 의해 이루어지고 있다. 생선회 소비에 있어서 외식의 비율은 연령별, 소득별, 지역별로 큰 차이가 나지 않았다.

가정식은 내식과 중식을 포함하고 있다. 생선회의 가정식에 있어서 횡감용 활어를 사와서 조리해 먹는 내식보다는 생선회 자체를 외부에서 구입하여 가정에서 먹는 중식의 비율이 높을 것으로 판단된다. 그 이유는 다음에 제시할 ‘내식시 활어 구입 장소’를 묻는 질문에서 ‘대형횡집’과 ‘소형횡집’ 등 활어보다는 가공된 생선회를 파는 업소가 큰 비중을 차지하였기 때문이다. 즉 활어는 생산자, 산지 수집상, 도매시장을 경유하여 최종소비되기까지 생선회 가공의 최종단계를 거치게 됨을 알 수 있다.

39) 여기서 가정식은 내식과 중식을 포함하는 것이다.

| 표 4-14 | 생선회의 가정식과 외식 소비 비율(2008. 9)

단위 : %

		사례수	외식	가정식
[전체]		(930)	79.8	20.2
성별	남자	(473)	82.3	17.7
	여자	(457)	77.2	22.8
연령	20대	(181)	75.3	24.7
	30대	(226)	81.0	19.0
	40대	(220)	82.8	17.2
	50대	(148)	82.3	17.7
	60대 이상	(154)	82.0	18.0
월소득	199만 원 이하	(209)	77.9	22.1
	200~299만 원	(167)	71.3	28.7
	300~399만 원	(199)	75.3	24.7
	400만 원 이상	(215)	80.0	20.0
	무응답	(139)	82.3	17.7

생선회밥의 경우에는 외식의 비중이 92%로서 생선회보다 더 높은 것으로 나타났다. 생선회의 경우와 마찬가지로 성별, 연령, 소득, 지역에 따른 외식 비율의 차이는 크지 않았다.

생선회와 생선회밥 소비의 대부분이 외식에 의해 이루어지는 것으로 나타남으로써, 생선회와 생선회밥에 대한 소비자의 욕구 및 기호 변화는 외식업계에 직접적인 영향을 주게 될 것으로 판단된다. 또 한편으로는 외식업계 자체의 변화가 활어의 소비에 매우 중요한 영향을 줄 수 있다. 즉 소비자의 욕구나 기호는 관련 외식업계에 영향을 주는 동시에 외식업계의 변화에 영향을 받기도 하면서, 활어의 소비 트렌드가 형성되어 나간다고 할 수 있을 것이다.

| 표 4-15 | 생선초밥의 가정식과 외식 소비 비율(2008. 9)

단위 : %

	전체	성별	
		남자	여자
사례수	(817)	(410)	(407)
외식	91.6	93.1	90.0
가정식	8.4	6.9	10.0

④ 생선회 외식 장소

2008년 6월에 실시한 조사에서 생선회 외식 장소를 묻는 질문에 대해 전체 응답자의 35%가 대형횃집, 28%가 소형횃집이라고 답하였다. 그 다음으로 바닷가 횃집 16%, 일식집 11%, 도소매 시장 내 횃집 10% 등으로 나타났다.

| 표 4-16 | 생선회 외식 시 주요 장소(2008. 6)

단위 : %

	전체	성별		가구 소득별			
		남자	여자	199만 원 이하	200~299만 원	300~399만 원	400만 원 이상
사례수	(637)	(325)	(311)	(111)	(126)	(130)	(174)
대형횃집	34.9	33.8	36.1	25.0	36.1	33.6	37.3
소규모 횃집	27.6	26.5	28.7	33.1	33.6	21.7	25.6
바닷가 횃집	16.2	19.5	12.9	19.2	13.7	24.9	14.6
일식집	10.9	9.4	12.4	7.1	7.1	9.2	14.3
도·소매시장 내 횃집	9.5	10.3	8.6	14.0	9.5	10.7	7.0
기타	1.4	1.2	1.6	1.7	0.0	0.7	2.3

외식 장소 분포에 있어서 성별 및 연령별로는 큰 차이가 나타나지 않으나, 소득별로는 약간의 차이가 나타나고 있다. 즉 소득이 높을수록 소형횃집과 도소매 시장 내 횃집의 이용 비율은 낮아지는 반면 일식집 이용 비율이 높아지고 있다.

2006년 6월에 실시된 조사에서는 동일한 질문에 대해 대형횃집의 이용

비율이 41%, 소형횃집 20%로 나타난 바 있다. 즉 2006년 조사에 비해 2008년도 조사에서는 대형횃집의 이용 비율이 41%에서 35%로 감소한 반면, 소형횃집의 이용 비율은 20%에서 28%로 크게 증가하였음을 알 수 있다.

| 표 4-17 | 생선회 외식 시 주요 장소(2006. 6)

단위 : %

	전체	성별		가구 소득별			
		남자	여자	199만 원 이하	200~299만 원	300~399만 원	400만 원 이상
사례수	(666)	(327)	(339)	(153)	(202)	(136)	(110)
대형횃집	40.5	36.4	44.5	34.6	41.1	47.8	41.8
소규모 횃집	20.4	21.4	19.5	21.6	20.8	19.1	17.3
바닷가 횃집	18.0	19.9	16.2	24.2	20.3	8.8	13.6
일식집	10.7	10.7	10.6	5.2	6.9	14.7	21.8
도·소매시장 내 횃집	10.4	11.6	9.1	14.4	10.9	9.6	5.5

⑤ 생선회 가정식의 구입장소

생선회를 구입하여 가정에서 먹을 경우 생선회 구입 장소에 대해 질문한 결과, ‘도·소매 시장 내 횃집’이 49%, ‘바닷가 횃집’이 13%, ‘대형횃집’이 11%, 그리고 ‘소형횃집’과 ‘대형마트’가 각각 10%로 나타났다.

| 표 4-18 | 생선회 가정식의 주요 구입장소(2008. 6)

단위 : %

	전체	성별		가구소득별			
		남자	여자	199만 원 이하	200~299만 원	300~399만 원	400만 원 이상
사례수	(337)	(160)	(176)	(65)	(62)	(66)	(106)
도·소매시장 내 횃집	48.7	52.7	45.2	58.3	51.4	48.2	46.5
바닷가 횃집	13.1	16.1	10.4	7.4	13.1	12.2	14.3
대형횃집	10.6	12.4	9.1	10.7	7.8	6.0	11.2
소규모 횃집	10.4	8.1	12.5	11.0	11.6	11.1	8.6
대형마트	10.0	5.4	14.1	7.9	8.1	11.9	11.1
기타	7.1	5.4	8.6	4.7	8.0	10.6	8.3

성별로 보면, 남성의 경우 ‘도·소매 시장 내 횡집’과 ‘바닷가 횡집’, 대형횡집’의 이용 비율이 여성에 비해 높은 반면, ‘소형횡집’과 ‘대형마트’의 이용 비율은 여성에 비해 떨어지는 것으로 나타났다. 소득별로는 소득이 높을수록 ‘도·소매 시장 내 횡집’과 ‘소형횡집’의 이용 비율이 떨어지는 반면, ‘바닷가 횡집’과 ‘대형마트’의 이용 비율이 높아지는 것으로 나타났다.

⑥ 생선회 소비 시 선택기준

생선회 소비 시 선택 기준에 대해 질문한 결과, 전체 응답자의 64%가 ‘신선도’, 11%가 ‘가격’, 8%가 ‘어종’, 7%가 ‘맛’이라고 답하였다. 반면 ‘국내산 여부’와 ‘자연산 여부’라고 답한 비율은 4%와 3%에 불과하여 원산지 와 자연산·양식산 여부는 생선회를 선택하는 데에 있어서 중요한 기준이 되지 않음을 알 수 있다.

표 4-19 | 생선회 소비 시 선택기준(2008. 6)

단위 : %

	전체	성별		연령별				
		남자	여자	20대	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(673)	(336)	(337)	(137)	(155)	(160)	(104)	(116)
신선도	63.9	59.3	68.6	59.3	54.7	65.4	68.3	75.7
가격	10.8	13.6	8.1	13.7	16.9	9.4	6.7	5.0
어종	7.9	10.3	5.5	5.8	9.7	10.1	6.8	6.1
맛	7.0	7.7	6.3	11.8	9.0	5.0	4.6	3.5
국내산 여부	3.8	2.1	5.5	2.2	3.8	3.3	7.7	2.8
자연산 여부	3.0	2.6	3.3	0.7	2.7	3.7	3.8	4.4
기타	3.5	4.4	2.7	6.4	3.2	3.1	2.0	2.6

성별로 보면, 남성이 여성에 비해 ‘가격’과 ‘어종’을 더 중시하며, 여성은 남성에 비해 ‘신선도’를 더 중시하는 것으로 나타났다. 연령대별로 보면, 연령대가 높을수록 ‘신선도’를 더 중시하며, 젊은 층은 ‘가격’과 ‘맛’을 상대적으로 더 중시하는 것으로 나타났다.

⑦ 활어식품 소비 시 음주 여부

‘생선회를 먹을 때 술을 함께 마시는가’하는 질문에 대해 응답자의 36%가 ‘대부분 그렇다’고 답했으며, 20%가 ‘술과 함께 생선회를 먹을 때가 그렇지 않을 때보다 더 많다’, 13%가 ‘술을 마시지 않고 생선회를 먹을 때가 더 많다’, 31%가 ‘생선회를 먹을 때 술을 거의 마시지 않는다’고 답하였다.

생선회 소비 시 음주 여부는 연령대별, 소득별, 지역별로는 차이가 크지 않았으나, 성별로는 남성이 생선회 소비 시의 음주 정도가 여성에 비해 훨씬 높은 것으로 나타났다.

【표 4-20】 생선회 소비 시 음주 여부에 관한 조사결과(2008. 9)

단위 : %

	전체	성별		연령				
		남자	여자	20대	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(930)	(473)	(457)	(181)	(226)	(220)	(148)	(154)
대부분 그렇다	36.4	53.2	18.9	41.0	40.7	35.6	38.3	23.7
술과 함께 생선회를 먹는 경우가 더 많다	19.7	18.9	20.6	17.6	21.3	20.5	19.3	18.9
술을 마시지 않고 생선회만 먹는 경우가 더 많다	12.6	10.1	15.1	17.3	11.8	12.1	10.0	11.2
생선회를 먹을 때 술을 거의 마시지 않는다	31.4	17.8	45.4	24.1	26.1	31.7	32.4	46.2

그러나 생선초밥 소비 시에는 음주하는 비율이 생선회에 비해 크게 떨어지는 것으로 나타났다. 생선초밥의 경우에는 ‘대부분 그렇다’의 응답 비율이 10%, ‘술과 함께 먹을 때가 더 많다’가 6%에 불과하여, 전체적으로 생선초밥을 먹을 때에는 술을 마시지 않는 경우가 술을 함께 마시는 경우에 비해 훨씬 더 많은 것으로 판단된다.

성별로는 생선회의 경우와 마찬가지로 남성이 여성에 비해 생선초밥

소비 시 음주 비율이 훨씬 더 높은 것으로 나타났다. 또 생선초밥의 경우에는 연령대별로도 음주빈도에 차이가 뚜렷한 것으로 나타났다. 즉 연령대가 높을수록 생선초밥 소비 시 음주 비율이 높아지고 있다.

【표 4-21】 생선초밥 소비 시 음주 여부에 관한 조사결과(2008. 9)

단위 : %

	전체	성별		연령				
		남자	여자	20대	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(817)	(410)	(407)	(180)	(205)	(200)	(122)	(109)
대부분 그렇다	9.8	16.4	3.1	5.3	8.2	11.5	14.1	12.0
술과 함께 생선초밥을 먹는 경우가 더 많다	6.2	9.0	3.4	3.9	5.2	7.2	6.7	9.5
술을 마시지 않고 생선초밥만 먹는 경우가 더 많다	19.1	19.5	18.7	21.3	17.4	20.9	15.2	19.8
생선회를 먹을 때 술을 거의 마시지 않는다	64.9	55.1	74.8	69.5	69.2	60.3	64.0	58.7

(3) 활어의 안전성 및 건강기능에 관한 인식

① 육류와 비교한 생선회의 안전성 인식

생선회를 쇠고기, 돼지고기, 닭고기와 각각 비교하여 어느 식품이 더 안전하다고 생각하는지에 대해 질문한 결과, 쇠고기에 대해서는 생선회가 더 안전하다는 답변이 많았지만, 돼지고기와 닭고기에 대해서는 생선회가 더 안전하지 못하다는 답변이 많았다.

쇠고기와 생선회의 안전성을 비교하는 질문에 대하여 ‘생선회가 쇠고기보다 더 안전하다’는 답변이 32%, ‘쇠고기가 더 안전하다는 답변’이 21%, ‘모르겠다’는 답변이 47%로 ‘생선회가 쇠고기보다 더 안전하다’는 답변이 ‘쇠고기가 생선회보다 더 안전하다’는 답변보다 더 많았다.

그러나 돼지고기와 식품 안전성을 비교했을 때에는 ‘생선회가 더 안전

하다’는 답변이 23%, ‘돼지고기가 더 안전하다’는 답변이 41%로, ‘돼지고기가 생선회보다 더 안전하다’는 답변이 더 많았다. 닭고기와 비교했을 때에도 ‘생선회가 더 안전하다는 답변’이 26%, ‘닭고기가 더 안전하다’는 답변이 35%로, 닭고기가 더 안전하다는 답변이 많았다.

【표 4-22】 육류와 비교한 생선회 안전성에 관한 조사결과(2008. 9)

단위 : %

	전체	성별		연령				
		남자	여자	20대	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(1000)	(493)	(507)	(197)	(234)	(229)	(156)	(184)
생선회가 쇠고기보다 더 안전	31.6	32.5	30.8	34.8	35.0	30.4	34.8	22.6
쇠고기가 생선회보다 더 안전	21.3	23.0	19.6	13.8	20.0	23.7	20.2	28.7
중립 혹은 모르겠다	47.1	44.6	49.7	51.4	45.0	45.9	45.0	48.7
생선회가 돼지고기보다 더 안전	22.7	25.7	19.7	17.4	25.3	24.3	26.8	19.4
돼지고기가 생선회보다 더 안전	41.1	39.9	42.2	43.4	43.3	40.4	39.3	38.1
중립 혹은 모르겠다	36.3	34.4	38.0	39.2	31.4	35.3	33.9	42.5
생선회가 닭고기보다 더 안전	26.0	29.2	22.9	22.6	27.4	26.6	32.1	22.0
닭고기가 생선회보다 더 안전	34.5	34.0	35.1	38.7	35.9	35.1	33.0	28.9
중립 혹은 모르겠다	39.5	36.8	42.1	38.7	36.7	38.3	34.9	49.1

조사 시점이 미국산 쇠고기에 의한 광우병 감염 우려로 사회 전체적으로 쇠고기의 안전성에 대한 불안감이 사라지지 않았을 시기라는 점을 고려하면, 조사결과는 국내 소비자가 생선회의 안전성을 육류에 비해 낮게 평가하고 있음을 시사하는 것이라 할 수 있다.

성별로 살펴보면, 여성이 남성보다 육류와 비교한 생선회의 안전성을 더 낮게 평가하는 것으로 나타났으며, 연령별로는 생선회의 안전성에 대한 평가가 30대에서 50대까지는 큰 차이가 없으나 60대 이상과 20대에서 생선회의 안전성에 대한 평가가 크게 낮아지고 있다. 이러한 조사결과는 60대

이상의 노년층에서는 면역력 약화로 생선회에 의한 각종 질병 감염 가능성에 대한 우려가 높기 때문이고, 20대에서는 축산물에 의한 질병 감염 위험성에 대한 인식이 다른 연령층에 비해 상대적으로 낮기 때문인 것으로 추측해 볼 수 있을 것이다.

② 생선회의 식품 위해요인

생선회의 안전성을 저해하는 위해요인을 말해 달라는 개방식 질문에 대해 전체 응답자의 21%가 식중독을, 18%가 비브리오균 감염, 14%가 기생충 감염, 12%가 양식장에서의 항생제 사용을 지적하였다. 이밖에도 수산물의 중금속 오염(9%), 조리(가공) 과정에서의 불결한 위생상태(6%), 유통과정에서의 불결함(2%), 양식장에서의 포르말린 사용(2%) 등 다양한 위해요인이 지적되었다.

응답자가 지정한 위해요인 중 유통·가공 과정에서의 위생문제와 관련이 있는 요인은 식중독, 비브리오균 감염, 유통과정의 불결함, 수족관의 청

| 표 4-23 | 활어식품 위해요인 인식에 관한 조사결과(2008. 8)

단위 : %

	전체	성별		연령				
		남자	여자	20대	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(1000)	(493)	(507)	(197)	(234)	(229)	(156)	(184)
식중독	20.7	20.0	21.3	24.8	23.7	16.4	20.3	18.1
비브리오균	17.6	17.5	17.8	18.2	17.5	19.4	17.5	15.2
기생충	14.3	12.7	15.9	17.0	16.9	16.5	7.1	11.4
양식장 항생제 사용	12.3	12.9	11.7	5.1	9.5	17.9	16.6	12.8
수산물 중금속 오염	9.3	8.8	9.7	10.3	9.4	10.1	10.5	6.0
조리과정에서의 위생상태	6.1	4.9	7.3	6.6	6.9	4.2	9.9	3.8
유통과정의 불결함	2.2	2.7	1.7	1.5	2.7	2.4	2.2	2.0
양식장에서의 포르말린 사용	1.9	1.3	2.5	1.1	1.1	2.6	2.3	2.5
수질오염	1.4	1.3	1.4	1.6	1.9	0.5	1.8	1.4
수족관의 청소상태 불량	1.2	1.7	0.8	0.6	1.3	1.4	1.2	1.8

소상태 불량 등이며, 이러한 요인을 지적한 답변 비율은 모두 52%에 달했다. 양식장에서 발생하는 위해요인으로서 항생제 및 포르말린 사용, 기생충 감염, 수질오염 등에 대한 답변 비율은 31%에 달했다. 나머지는 환경적 요인에 관한 것으로서 인위적인 통제가 어려운 위해요인에 관한 답변 비율이 11%, 모르겠다는 응답이 17%에 달했다.

③ 육류와 비교한 생선회의 건강기능에 관한 인식

생선회를 쇠고기, 돼지고기, 닭고기와 각각 비교하여 어느 식품이 건강에 더 좋은 식품이라고 생각하는지에 대해 질문한 결과, 모든 연령층에서 모든 육류에 비해 생선회가 건강에 더 좋다는 답변이 육류가 생선회보다 건강에 더 좋다는 답변보다 많았다. 즉 국내 소비자는 대체적으로 생선회가 육류에 비해 건강에 더 좋은 식품으로 인식하는 경향이 있다고 할 수 있다.

【표 4-24】 육류와 비교한 생선회의 건강기능에 관한 조사결과(2008. 8)

단위 : %

	전체	성별		연령				
		남자	여자	20대	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(1000)	(493)	(507)	(197)	(234)	(229)	(156)	(184)
생선회가 쇠고기보다 건강에 더 좋다	50.9	50.2	51.6	51.5	50.6	53.7	59.4	39.8
쇠고기가 생선회보다 건강에 더 좋다	16.1	18.1	14.2	14.8	16.2	13.9	16.0	20.5
중립 혹은 모르겠다	33.0	31.8	34.2	33.7	33.2	32.4	24.7	39.7
생선회가 돼지고기보다 건강에 더 좋다	57.4	59.3	55.6	57.1	54.6	60.8	62.2	53.3
돼지고기가 생선회보다 건강에 더 좋다	16.5	17.4	15.6	15.1	18.7	16.9	18.4	13.1
중립 혹은 모르겠다	26.1	23.3	28.8	27.9	26.7	22.3	19.4	33.6
생선회가 닭고기보다 건강에 더 좋다	53.9	57.6	50.2	46.2	53.6	58.1	66.0	46.8
닭고기가 생선회보다 건강에 더 좋다	17.6	17.4	17.8	23.2	20.6	16.8	14.5	11.5
중립 혹은 모르겠다	28.5	25.0	32.0	30.6	25.8	25.1	19.5	41.7

4) 조사결과 종합

활어식품에 대한 선호도에 있어서 성별에 따른 차이는 크지 않았다. 그러나 소비빈도에 있어서는 남녀 간 차이가 매우 크게 나타났다. 이는 제 2절에 제시된 외식업체 대상 조사에서 외식업체 방문 고객의 방문목적 중 ‘업무 관련 접대’와 ‘직장 회식’ 등 업무 및 직장과 관련된 목적이 전체의 70%를 차지하는 것으로 나타난 점과 무관하지 않을 것으로 판단된다. 즉 활어식품의 소비가 소비자의 사회적 활동과 밀접하게 연관되어 있기 때문에 성별에 따른 활어식품의 소비빈도 차이가 크게 나타난 것으로 추론할 수 있다.

경제활동 참여비율에 있어서 남녀 간에 차이가 있고 업무의 성격에 있어서도 성별에 따른 차이가 존재하여, 여성에게는 사회적 활동과 관련된 활어식품의 소비 기회가 남성보다 제한된다고 할 수 있다. 이는 환경적 요인이 활어식품 소비에 큰 영향을 주고 있음을 의미하는 것이다. 부산, 울산, 경남, 등 연안지역의 생선회 소비빈도가 충청권 및 수도권 등 내륙지역에 비해 크게 나타난 것도 환경적 요인이 활어식품 소비빈도에 영향을 주는 것으로 해석할 수 있을 것이다.

활어식품에 대한 선호도에 있어서는 연령대별로 차이가 뚜렷하게 나타났다. 먼저 육류에 대한 생선회의 상대적인 선호도에 있어서 20, 30대 젊은 연령층의 선호도가 나이 많은 연령층에 비해 낮게 나타났는데, 이는 젊은 연령층의 식성이 서구화되는 현상과 무관하지 않은 것으로 판단된다. 이러한 선호도의 차이에도 불구하고 생선회 소비빈도에 있어서는 연령대별 차이가 크지 않았다. 생선회밥에 대한 선호도와 소비빈도에 있어서는 젊은 연령층의 선호도가 더 높은 것으로 나타났다.

활어식품의 선호도 차이가 연령대별 속성의 차이에 따른 것인지, 세대별 속성의 차이에 따른 것인지는 확실치 않다. 만일 활어식품의 선호도에

있어서 연령대별로 나타난 차이가 연령대별 속성의 차이에 따른 것이라면 젊은 연령층의 활어식품에 대한 선호도는 나이가 들면서 지금의 중년층 및 노년층과 유사하게 변화되어 갈 것으로 예상할 수 있지만, 세대별 속성의 차이에 따른 것이라면 젊은 연령층의 선호도는 다른 외부 요인의 영향이 없다면 그대로 유지될 것으로 볼 수 있다. 관련된 선행연구 결과가 없어서 단정하기는 어렵지만, 식품에 대한 기호가 반복적 행위에 의해 형성된 습관의 일종으로 본다면 젊은 연령층의 활어식품에 대한 선호도는 세대별 속성에 해당하는 것으로 추론할 수 있을 것이다.

소득 수준별로 보면, 활어식품에 대한 선호도와 소비빈도가 소득 수준이 높을수록 증가하는 것으로 나타났다. 따라서 향후 개인 소득 수준의 향상이 활어식품 소비에 긍정적 영향을 줄 것으로 기대할 수 있다.

소비자를 대상으로 한 조사에서 생선회와 생선초밥은 소비 계층과 형태에서 큰 차이를 보이는 것으로 나타났다. 이는 생선회와 생선초밥이 활

【표 4-25】 활어식품 선호도에 관한 조사결과 종합

조사내용	조사결과			
	전체	성별	연령대별	소득 수준별
생선회 선호도	‘좋아한다’ 60%	-	-	높을수록 선호도 증가
생선초밥 선호도	‘좋아한다’ 45%	-	낮을수록 선호도 높음	
육류에 대한 생선회 선호도	생선회 선호도 가장 높음	-	낮을수록 상대적 선호도 감소	-
어종별 선호도	넙치, 조피볼락 순 선어회 품목 선호도 낮음	-	낮을수록 선어회 선호도 증가	-
원산지별 선호도	국내산 선호도 가장 높고, 중국산 선호도 크게 떨어짐	-	낮을수록 수입산 선호도 증가	-

| 표 4-26 | 활어식품 소비행태에 관한 조사결과 종합

조사내용	조사결과			
	전체	성별	연령대별	소득 수준별
생선회 소비빈도	연간 평균 소비횟수 16회 이상	남성 연간 19회, 여성 12회	-	높을수록 소비빈도 증가
생선회밥 소비빈도	연간 평균 소비횟수 16회 이상	남성 연간 11회, 여성 9회	낮을수록 소비빈도 증가	높을수록 소비빈도 증가
생선회 외식 비중	외식 비중 80%	-	-	-
생선회 선택기준	신선도 64%, 가격 11% 어종 8% 순	여성이 신선도 더 중시	낮을수록 가격과 맛 중시 비중 높음	-
생선회 소비 시 음주 여부	‘음주할 때가 더 많다’ 56%	‘음주할 때가 더 많다’ 남성 72%, 여성 39%	-	-
생선회밥 소비 시 음주 여부	‘음주할 때가 더 많다’ 16%	‘음주할 때가 더 많다’ 남성 25%, 여성 7%	-	높을수록 음주 비율 높음

| 표 4-27 | 활어식품의 안전성 및 건강기능에 관한 조사결과 종합

조사내용	조사결과			
	전체	성별	연령대별	소득 수준별
육류와 비교한 생선회 안전성 인식	쇠고기보다는 안전하나 돼지 및 닭고기에 비해서는 덜 안전	여성이 생선회 안전성 더 낮게 인식	고연령대에서 생선회 안전성 평가 낮음	-
육류와 비교한 생선회 건강기능 인식	모든 육류에 비해 생선회 건강기능 우수	-	-	-

어를 재료로 하는 식품이라는 공통점에도 불구하고, 두 식품을 연관재⁴⁰⁾로 보기보다는 별도의 식품으로 이해해야 함을 의미한다.

활어식품에 대한 안전성에 대한 인식은 육류식품에 비해 낮은 것으로 나타났다. 반면 건강기능에 있어서는 활어식품이 육류식품에 비해 더 높게 평가되고 있다. 이러한 조사결과는 활어의 마케팅 전략이나 홍보전략 수립 시 중요하게 고려되어야 할 요인이다.

40) 서로 대응하거나 보완할 수 있는 재화로서, 대체재와 보완재가 있다.

2. 외식업체 대상 설문조사

1) 조사목적 및 내용개요

제1절에서 제시한 소비자 대상 설문조사 결과에서 나타났듯이, 생선회 소비의 대부분이 외식에 의해 이루어지고 있다. 따라서 양식어류의 소비패턴 변화를 파악함에 있어서 외식업체에 대한 조사는 매우 중요하다고 할 수 있다.⁴¹⁾

외식업체에 대한 조사는 고객의 성향이나 기호에 최근 수 년간 변화가 일어나고 있는지를 조사하여 활어식품의 소비 트렌드를 파악하고, 식재료달과 관련한 외식업체의 행태 및 불만요인을 파악하여 활어 마케팅 관련 정보를 얻기 위한 것이다. 또 소비자 대상 조사에서 분석된 결과가 외식업체 대상 조사에서도 동일하게 나타나는지를 확인함으로써 조사결과를 상호 검증하는 효과도 기대하였다.

조사내용은 <표 4-28>과 같다. 외식업체의 식재료달 시 고려사항 및 애로사항 등을 파악하고자 하였다.

2) 조사방법

생선회가 생선회밥을 주로 취급하는 외식업체 50개 업소의 점주를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사 대상 업체의 개요는 <표 4-29>와 같다. 조사방법으로서 조사요원이 직접 업소를 방문하여 면담조사를 실시하였으며, 표본은 임의추출방식에 의존하였다.⁴²⁾ 조사기간은 2008년 9월 중순부

41) 양식어류의 소비환경 변화를 이해하기 위해서는 관련 외식업체의 변화를 파악하는 것이 매우 중요하다. 그러나 외식업체에 관한 통계자료가 매우 부족하여 모집단 자체의 파악도 불가능한 실정이어서 외식업체의 동향을 파악하기 위한 정형적인(formal) 분석은 수행할 수 없었다. 따라서 외식업체 동향에 관한 조사는 업주를 대상으로 한 면담에 의존하였으며, 그 결과는 제3장 제4절에 제시하였다.

터 10월 중순까지 약 한 달이다.

| 표 4-28 | 외식업체 대상 조사내용

조사내용	조사항목
일반적 사항	업소명, 소재지, 업태, 주요 메뉴, 연간 매출액
고객의 성향	<ul style="list-style-type: none"> - 고객의 방문 목적 및 변화 여부 - 고객 중 남녀 성비 및 변화 여부 - 고객의 연령대별 분포 및 변화 여부 - 고객의 음주 성향 및 변화 여부
고객의 기호	<ul style="list-style-type: none"> - 식재의 차이에 대한 고객의 반응 - 식재의 속성별 고객의 반응 정도 - 어종별 선호도 변화
식재조달	<ul style="list-style-type: none"> - 활어수조 보유 여부 - 식재조달 방법 - 식재 구입 시 고려하는 사항 - 식재조달에 있어서 애로사항

| 표 4-29 | 조사 대상 외식업체 개요

		사례수	비율(%)
전체		(50)	100.0
지역	서울	(39)	78.0
	경기	(11)	22.0
업종형태	일식집	(20)	40.0
	대형횃집	(10)	20.0
	소형횃집	(10)	20.0
	초밥 전문점	(10)	20.0
연간 매출액	2,000만 ~ 5,000만 원	(1)	2.0
	5,000만 ~ 1억 원	(23)	46.0
	1 ~ 5억 원	(20)	40.0
	5 ~ 10억 원	(3)	6.0
	모름/무응답	(3)	6.0

42) 활어식품을 주로 취급하는 횃집이나 일식집 등의 모집단 파악이 어려우므로 표본의 확률적 추출은 불가능하다.

3) 조사결과

(1) 고객의 성향

① 방문 목적

조사 대상 업체의 점주의 관찰을 바탕으로 한 고객의 방문 목적으로는 업무 관련 접대 목적이 전체의 44%, 직장 회식이 26%를 차지하는 것으로 나타났다. 그러나 업태에 따라 고객의 주요 방문 목적에 차이가 있다. 일식 집과 초밥 전문점의 경우에는 업무 관련 접대 목적이 많고, 대형횃집은 직장 회식, 소형횃집은 친구·연인 관계 고객의 식사 목적이 상대적으로 많은 것으로 조사되었다.

【표 4-30】 조사 대상 외식업체의 고객 방문 목적

단위 : %

	전체	일식집	대형횃집	소형횃집	초밥 전문점
사례수	(50)	(20)	(10)	(10)	(10)
비즈니스 관련 접대	44.0	70.0	20.0	20.0	40.0
직장 회식	26.0	15.0	40.0	30.0	30.0
친구·연인 관계 외식	18.0	15.0	0.0	40.0	20.0
가족 외식	10.0	0.0	40.0	0.0	10.0
각종 친목회 모임	2.0	0.0	0.0	10.0	0.0

최근에 증가하고 있는 고객의 방문 목적에 대해 질문한 결과 전체 응답자의 34%가 업무 관련 접대 목적을 꼽았고 32%가 직장회식이라고 답하여, 생선회나 생선초밥을 주로 취급하는 업소의 고객은 직장과 업무 관련 목적이 많고 또 증가하는 고객의 방문 목적도 직장과 업무와 관련된 것으로 나타났다.

| 표 4-31 | 최근 3년간 증가하고 있는 고객 방문 목적

단위 : %

	전체	일식집	대형횃집	소형횃집	초밥 전문점
사례수	(50)	(20)	(10)	(10)	(10)
비즈니스 관련 접대	34.0	35.9	20.0	10.0	40.0
직장 회식	32.0	38.5	50.0	40.0	30.0
친구·연인 관계 외식	28.0	30.8	10.0	30.0	40.0
가족 외식	18.0	20.5	40.0	20.0	20.0
각종 친목회 모임	18.0	23.1	30.0	10.0	30.0

② 남녀 고객 비율

조사 대상 업체의 전체 고객의 남녀의 비율은 2:1로 나타났다. 그러나 업체별로 남녀 고객 비율에 차이를 보이고 있다. 일식집은 전체 고객 중 남성 비율이 3/4으로 가장 높고, 초밥전문점은 남녀 고객 비율이 54:46으로 여성 고객 비율이 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 제1절 소비자 대상 조사에서 생선초밥의 소비빈도에서 남성과 여성의 차이가 생선회 소비빈도에서의 차이보다 적은 것으로 나타난 조사결과와 일치하는 것이라 할 수 있다.

| 표 4-32 | 조사 대상 외식업체의 남녀 고객 비율

단위 : %

	전체	일식집	대형횃집	소형횃집	초밥 전문점
사례수	(50)	(20)	(10)	(10)	(10)
남성	67.60	74.50	65.00	70.00	54.00
여성	32.40	25.50	35.00	30.00	46.00

‘최근 3년간 남녀 고객의 비율에 변화가 있었는가’하는 질문에 대해 조사 대상 업체의 78%가 ‘변화가 없다’고 답하였고 여성 고객과 남성 고객이 증가하고 있다는 답변이 각각 12%와 10%로 나타나, 최근 3년간 남녀 고객 비율의 변화는 크지 않은 것으로 판단된다.

③ 고객의 연령층

조사 대상 외식업체에 대해 고객의 연령대별 분포에 대해 질문한 결과, 평균적으로 40대가 34%, 50대가 24%, 30대 23%로 생선회와 생선초밥을 주로 취급하는 외식업체는 장년층 고객이 주를 이루고 있는 것으로 나타났다. 업태별로는 초밥전문점의 20대 고객과 30대 고객의 비율이 다른 업소보다 상대적으로 높았다.

최근 3년간 특별히 증가하고 있는 연령대에 대해 질문한 결과는 증가하고 있다고 답변한 연령대가 업소마다 분산되어 특별한 경향은 나타나지 않았다.

【표 4-33】 조사 대상 외식업체 고객의 연령대별 분포

단위 : %

	전체	일식집	대형횃집	소형횃집	초밥 전문점
사례수	(50)	(20)	(10)	(10)	(10)
20대	11.7	8.2	10.6	11.7	20.0
30대	23.1	22.6	22.0	22.5	26.0
40대	33.9	34.0	37.5	34.0	30.0
50대	24.2	26.5	23.0	24.5	20.0
60대 이상	9.7	10.0	8.9	8.5	11.4

④ 고객의 주류 주문 비율

주문 시 주류를 함께 주문하는 고객의 비율에 대해 질문한 결과, 전체적으로 주류를 함께 주문하는 고객의 비율은 76%로 나타났다. 업태별로는 일식집과 횃집의 주류 주문 비율이 83~85%로 비슷하게 나타난 반면 초밥전문점의 주류 주문 고객의 비율은 45%로 크게 떨어지는 것으로 나타났다.

‘지난 3년간 주류를 함께 주문하는 고객의 비중이 변화가 있었는가’ 하는 질문에 대해서는 86%가 ‘변화가 없었다’고 답하였다.

| 표 4-34 | 조사 대상 외식업체 고객의 주류 주문 비율

단위 : %

전체	일식집	대형횃집	소형횃집	초밥 전문점
(50)	(20)	(10)	(10)	(10)
75.9	84.5	83.0	82.5	45.0

(2) 고객의 기호

① 식재의 속성별 고객의 반응 정도

조사 대상 업체 점주에 대해 식재의 속성별로 고객이 반응하는 정도에

| 표 4-35 | 식재의 속성별 고객의 반응 정도

단위 : %

		전체	일식집	대형횃집	소형횃집	초밥 전문점
사례수		(36)	(15)	(8)	(5)	(8)
선도	① 매우 민감	19.4	40.0	12.5	0.0	0.0
	② 약간 민감	52.8	33.3	50.0	40.0	100.0
	③ 보통	19.4	20.0	25.0	40.0	0.0
	④ 크게 반응하지 않음	8.3	6.7	12.5	20.0	0.0
5점척도		3.83	4.07	3.63	3.20	4.00
사용어류 의 중량	① 매우 민감	2.8	0.0	0.0	0.0	12.5
	② 약간 민감	19.4	20.0	12.5	20.0	25.0
	③ 보통	72.2	80.0	75.0	60.0	62.5
	④ 크게 반응하지 않음	5.6	0.0	12.5	20.0	0.0
5점척도		3.19	3.20	3.00	3.00	3.50
수입산, 국내산 여부	① 매우 민감	19.4	20.0	25.0	40.0	0.0
	② 약간 민감	41.7	60.0	25.0	20.0	37.5
	③ 보통	38.9	20.0	50.0	40.0	62.5
5점척도		3.81	4.00	3.75	4.00	3.38
자연산, 양식산 여부	① 매우 민감	11.1	20.0	12.5	0.0	0.0
	② 약간 민감	30.6	40.0	0.0	80.0	12.5
	③ 보통	44.4	26.7	75.0	20.0	62.5
	④ 크게 반응하지 않음	13.9	13.3	12.5	0.0	25.0
5점척도		3.67	3.13	3.80	2.88	3.13

대해 질문한 결과, 식재의 ‘신선도’에 가장 민감하게 반응하고, 그 다음으로 ‘수입산·국내산 여부’와 ‘자연산·양식산 여부’였으며, ‘사용 어류의 종류’에 는 크게 반응하지 않는 것으로 나타났다.

② 어종별 고객의 선호도 변화

지난 3년간 어종별 고객의 선호도 변화에 대해 질문한 결과, 넙치, 조피볼락 등 국내산 양식 품목과 원양산 참치, 일본산 참돔 등은 선호도에 변화가 없거나 약간 개선된 것으로 나타났으나, 대표적인 중국산 수입 어종인 홍민어는 선호도가 떨어진 것으로 나타났다.

소비자 대상 조사와 외식업체 대상 조사를 종합할 때 최근 수년간 어종간의 선호도 변화는 크지 않은 것으로 판단된다.

【표 4-36】 외식업체의 최근 3년간 어종별 고객의 선호도 변화 평가

	전체	일식집	대형횃집	소형횃집	초밥 전문점
사례수	(50)	(20)	(10)	(10)	(10)
넙치(양식산)	3.18	3.00	3.13	3.22	3.44
조피볼락(양식산)	3.03	2.70	3.50	3.13	3.00
참돔(양식산혹은일본산)	3.21	3.33	3.00	3.13	3.30
홍민어(중국산)	2.50	2.78	2.00	2.50	2.40
농어(양식산)	3.35	3.31	3.10	3.63	3.44
도다리(자연산)	3.27	3.18	3.38	3.29	3.29
연어(수입산)	3.24	3.20	3.29	3.00	3.40
참치(원양산)	3.21	3.26	3.29	3.17	3.10

주 : 어종별 선호도는 5점 척도를 기준으로 함(선호도 크게 증가=5, 선호도 약간 증가=4, 불변=3, 선호도 약간 감소=2, 선호도 크게 감소=1)

(3) 식재조달

① 활어수조 보유 여부

조사 대상 업체 중 대부분이 활어수조를 보유하고 있었으나, 초밥전문점의 경우에는 조사 대상 업체 10개소 중 4개 업소가 활어수조를 두지 않

고 있었다. 이와 같이 활어수조를 보유하지 않은 업소는 활어회를 제공하기 어렵다.

|표 4-37| 조사 대상 외식업체의 활어수조 보유 여부

단위 : %

	전체	일식집	대형횃집	소형횃집	초밥 전문점
사례수	(50)	(20)	(10)	(10)	(10)
있음	92.0	100.0	100.0	100.0	60.0
없음	8.0	0.0	0.0	0.0	40.0

② 식재 구입 경로

외식업체가 식재를 구입하는 경로는 납품업자 44%, 도매시장이 42%로, 이 두 가지 경로가 전체 식재조달의 86%를 차지하였다. 양식어업인으로부터 직접 식재를 구입하는 경우는 많지 않았다.

|표 4-38| 식재 구입 경로별 비중

단위 : %

	전체	일식집	대형횃집	소형횃집	초밥전문점
사례수	(50)	(20)	(10)	(10)	(10)
도매시장	41.6	36.1	44.0	40.0	52.0
납품업자	43.8	54.7	44.0	33.0	31.0
프렌차이즈	2.0	0.1	0.0	0.0	10.0
수협공판장	3.6	0.2	9.0	3.0	6.0
기타	9.0	9.0	3.0	24.0	1.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주 : 각 업체의 경로별 식재 구입 비중을 단순평균한 결과임

③ 식재조달 시 애로사항

조사 대상 외식업체 점주가 식재조달 시 애로사항으로 꼽은 요인으로는 ‘지나친 가격 등락’(54%), ‘불규칙한 선도’(26%), ‘안전성에 대한 불안’(22%), ‘안정적 물량 확보의 어려움’(8%), ‘적시 공급의 어려움’(6%)등을 꼽았다.

|표 4-39| 식재조달 시 애로사항

단위 : %

	전체	일식집	대형횃집	소형횃집	초밥 전문점
사례수	(50)	(20)	(10)	(10)	(10)
가격 등락이 심함	54.0	60.0	50.0	40.0	60.0
선도가 일정치가 않음	12.0	20.0	10.0	10.0	0.0
안전성을 믿을 수가 없음	12.0	10.0	10.0	10.0	20.0
안정적 물량 확보의 어려움	8.0	0.0	10.0	20.0	10.0
식재의 적시 공급이 어려움	6.0	0.0	10.0	20.0	0.0
활어에 손상 있는 경우 많음	2.0	5.0	0.0	0.0	0.0
규격이 일정치 않음	2.0	5.0	0.0	0.0	0.0
가격 정보를 얻기가 어려움	2.0	0.0	0.0	0.0	10.0
전처리된 상품 얻기가 곤란	2.0	0.0	10.0	0.0	0.0

4) 조사결과 종합

외식업체 점주를 대상으로 한 조사에서 고객의 성향과 기호에 대한 조사결과는 소비자 대상 조사에서의 활어식품에 대한 선호도 및 소비행태의 조사결과와 큰 차이가 없었다.

고객의 외식업체 방문목적에 관한 조사에서 조사 대상 점주의 44%가 업무 관련 접대, 26%가 직장 회식이라고 응답하여, 활어식품의 소비는 소비자의 사회적 활동과 밀접하게 연관되어 있는 것으로 나타났다. 이는 향후 우리 사회의 접대문화나 회식문화가 변화하면 활어식품 소비에 큰 영향을 줄 수 있음을 시사한다.

또 소비자 대상 조사에 이어 외식업체 대상 조사에서도 활어식품, 특히 생선회의 소비는 많은 경우에 음주 행위를 수반하고 있어서, 향후 우리 사회의 음주 습관이나 주류 소비 행태가 변화할 경우에는 활어식품의 소비에도 적지 않은 영향이 나타날 것으로 판단된다.

고객의 성별, 연령별 분포, 주류 주문 비율, 어종별 선호도 등에 있어서

최근 수 년간 외식업체의 점주가 인식하는 특별한 변화는 없었던 것으로 분석되었다.

식재조달과 관련해서는 가장 큰 문제점으로 조사 대상자의 54%가 ‘심한 가격 등락’이라고 답함으로써, 활어가격의 불안정은 생산자뿐만 아니라 소매업체에 있어서도 경영에 어려움을 주는 요인으로 나타났다.

제 5 장 활어식품 소비결정 요인 분석

1. 모형설정

1) 분석모형

본 연구에서는 생선회 및 생선초밥의 소비결정 요인을 파악하기 위하여 제4장에 제시한 소비자 대상 설문조사의 자료를 사용하여 개인 성향, 소득, 안전성에 대한 인식도 등 가격 이외의 여러 가지 사회경제적 요인을 변수로 하는 소비분석모형을 설정하였다.

제4장에서의 분석이 활어식품에 대한 선호도와 소비행태를 파악하는데 목적이 있다면, 본 장은 개인의 태도 및 의식 등 성향변화가 활어식품 선호도와 소비빈도에 얼마만큼의 영향을 주는지 확률적으로 계측하기 위한 것으로써, 이를 통해 제반 사회경제적 요인의 변화에 따른 활어식품의 소비를 설명하고자 하였다. 이를 위해 본 연구에서는 소비자의 선호도 또는 섭취빈도에 영향을 미칠 것으로 예상되는 설명변수의 응답 확률을 예측하고, 각 설명변수별 응답확률 변화에 따른 선호도 및 섭취빈도의 변화가 계측 가능하도록 순위형프로빗모형(Ordered probit model)을 사용하였다.

특히, 설문조사의 결과를 순위형프로빗모형으로 분석하는 이유는 설문조사 결과의 변수가 연속성을 가지지 못하고 이산성(discrete)을 띠므로 일반적인 최소자승법(Ordinary Least Square : OLS) 등의 선형회귀분석을 실시했을 때 선형회귀식의 기본가정을 충족시키지 못하는 문제점을 가지고 있기 때문이다. 종속변수가 불연속적이며 범주형일 경우에 흔히 사용되는 대표적인 비선형(nonlinear)모델이 프로빗모델과 로짓모델이고, 순위형프로빗모형은 종속변수가 순서화된 이산변수를 처리하기 위해 제한된 모델이다.

2) 모델형태

본 연구에서 사용된 분석의 기본모형은 다음의 4가지 형태이다.

모델 1 : 생선회 선호도 = $f(\text{사회경제적변인, 개인성향, 안전성인식, 건강기능인식})$
 모델 2 : 생선회섭 취빈도 = $f(\text{사회경제적변인, 개인성향, 안전성인식, 건강기능인식})$
 모델 3 : 생선회밥 선호도 = $f(\text{사회경제적변인, 개인성향, 안전성인식, 건강기능인식})$
 모델 4 : 생선회밥 섭취빈도 = $f(\text{사회경제적변인, 개인성향, 안전성인식, 건강기능인식})$

위와 같은 4가지 형태의 모델을 선정한 이유는 양식어류가 사용되는 생선회와 생선회밥은 원료는 유사하지만 소비자가 느끼기에 전혀 다른 상품으로 인식될 수 있기 때문이다. 또한 생선회의 선호도와 실제 섭취빈도는 상이할 수 있으므로 이에 대한 분석을 통해 선호와 구매의 괴리를 통해 선호도가 높은 소비자가 실제 구매하지 않는 이유 등을 파악하기 위해서 모형을 구분하였다.

3) 추정방법

본 연구에서는 소비자의 생선회 선호도, 섭취빈도, 생선회밥 선호도, 섭취빈도 4가지를 종속변수(y_i)로 하고, 다음과 같이 구분하여 순위화된 프로빗모형을 추정하였다.

모델 1과 모델 3의 종속변수는 생선회와 생선회밥 각각의 선호도를 다음과 같이 ‘① 매우 싫어한다. ② 싫어하는 편이다. ③ 보통이다. ④ 좋아하는 편이다. ⑤ 매우 좋아한다.’ 5가지로 범주화하여 분석하였다.

모델 2와 모델 4의 종속변수는 생선회와 생선회밥 각각의 섭취빈도를 다음과 같이 ‘① 일주일에 1회 이상. ② 한달에 2-3회. ③ 한달에 1회. ④ 두달에 1회 미만.’ 등 4가지로 범주화하여 분석하였다.

위와 같이 5점 척도 또는 4점 척도로 설문조사된 변수를 종속변수로

취하여 프로빗모형으로 추정할 경우, 다음의 수식 (1)에서와 같이 범주형 우도함수(Maximum Likelihood)를 응용한 순위형프로빗모형을 일반회귀식과 동일하게 취급하기 위해 순서화된 종속변수와 설명변수 간의 관계를 가정한다.

$$y^* = \sum_{k=1}^k \beta_k x_k + \epsilon \quad (1)$$

단, ϵ 는 $E(\epsilon) = 0$ 인 대칭분포이며, $CDF \equiv F(\epsilon)$

총 응답할 수 있는 항이 J개라면 보이지 않는 변수 y^* 와 실제 반응 간의 관계는 (2)와 같다고 전제할 경우, μ 는 각 설명변수의 추정계수 β 를 취하여 추정할 수 있는 한계값이 된다.

$$\begin{aligned} y &= 1, \text{ if } y^* \leq \mu_1 (= 0) \\ &= 2, \text{ if } \mu_1 < y^* \leq \mu_2 \\ &= 3, \text{ if } \mu_2 < y^* \leq \mu_3 \\ &\quad \cdot \\ &\quad \cdot \\ &= 4, \text{ if } \mu_{J-1} < y^* \end{aligned} \quad (2)$$

본 연구에서 4점 척도 또는 5점 척도로 조사된 종속변수의 각 선택대안에 대한 선택 확률 식은 (3)과 같고, 이를 통해 개개의 확률값을 추정할 수 있다.

$$\begin{aligned} \text{Prob}(y=1) &= \Phi\left(-\sum_{k=1}^k \beta_k x_k\right) \\ \text{Prob}(y=2) &= \Phi\left(\mu_2 - \sum_{k=1}^k \beta_k x_k\right) - \Phi\left(-\sum_{k=1}^k \beta_k x_k\right) \\ \text{Prob}(y=3) &= \Phi\left(\mu_3 - \sum_{k=1}^k \beta_k x_k\right) - \end{aligned} \quad (3)$$

$$\begin{aligned}
\text{Prob}(y=1) &= \Phi\left(-\sum_{k=1}^k \beta_k x_k\right) \\
&\quad \Phi\left(\mu_2 - \sum_{k=1}^k \beta_k x_k\right) \\
&\quad \vdots \\
&\quad \vdots \\
\text{Prob}(y=J) &= 1 - \Phi\left(\mu_{J-1} - \sum_{k=1}^k \beta_k x_k\right)
\end{aligned}$$

단, 모든 항목의 선택 확률이 비음(non-negative)이 되게 하기 위해서는 다음과 같은 결과를 가져야 한다.

$$0 < \mu_1 < \mu_2 < \dots < \mu_{J-1} \quad (4)$$

그러나 β 값 자체가 한계효과를 나타내지 않기 때문에 사건의 확률에 대한 한계효과는 확률값을 구하는 식 (3)을 1계 편미분하거나 차분함으로 써 구할 수 있고, 이와 같은 한계효과는 다음과 같이 계산 가능하다(Greene 1997).

$$\begin{aligned}
\frac{\partial \text{Prob}(y=1)}{\partial x} &= -\Phi\left(-\sum_{k=1}^k \beta_k x_k\right) \beta_k \\
\frac{\partial \text{Prob}(y=2)}{\partial x} &= \Phi\left(-\sum_{k=1}^k \beta_k x_k\right) - \\
&\quad \Phi\left(\mu_1 - \sum_{k=1}^k \beta_k x_k\right) \\
\frac{\partial \text{Prob}(y=J)}{\partial x} &= \Phi\left(\mu_{J-1} - \sum_{k=1}^k \beta_k x_k\right) \beta_k
\end{aligned} \quad (5)$$

단, Φ = 표준정규분포의 확률밀도함수
(probability density function)

4) 변수설명

본 연구에서는 독립변수로 사회경제적 변수인 나이, 지역, 성별, 소득 등을 사용하였으며, 개인의 술 선호도, 개인의 규칙적인 운동 여부, 새로운 음식에 대한 관심 정도(기호), 개인의 육류 선호도, 태생 등은 식품 소비를 선택하는 개인성향의 주요한 요인으로 판단되므로 독립변수로 사용하였다. 또한 식품 소비에 있어서 생선회의 안전성에 대한 소비자 인식도 및 건강 기능 식품이라는 인식도 등을 독립변수로 사용하였다.

본 연구에 있어서 사회경제적 변수인 나이의 범주는 20~30대, 40~50대, 60대 이상으로 구분하는 것이 가장 유의한 차이를 보이는 것으로 나타나서 3개 범주로 나누었다. 또한 지역의 구분에 있어서도 대도시, 중소도시의 구분, 서울·경기지역과 그 외 지역, 연안시군과 내륙시군 등으로 구분하여 다양하게 분석하였으나 본 모델에서는 연안시군과 내륙시군의 구분이 가장 유의한 것으로 나타나서 지역구분을 연안시군과 내륙시군이라는 2개 범주로 나누어 분석하였다.

본 분석의 주요한 목적인 생선회(생선초밥) 소비행태의 분석을 위해서는 일반적인 소비자의 개인성향이 중요할 것으로 판단되어 개인성향의 변수를 많이 고려하였다. 특히, 사람들의 미각(입맛)은 태어난 환경의 영향을 많이 받을 것으로 예상되어 바닷가에서 태어나서 성장했는지 여부를 나타내는 태생을 변수로 선택하였다.

또한 전통적으로 주요한 단백질 공급원으로서의 어류는 육류와 대체관계가 성립하는 것으로 분석되므로 개인의 육류 선호도를 변수로 선택하여 개인의 육류 선호도가 생선회 소비에 어떤 영향을 미치는지를 파악하고자 하였다. 마지막으로 대형마트를 중심으로 수산 부문 담당자와의 면담조사에서 식품의 안전성 및 건강기능에 대한 소비자의 인식이 회 소비에 중요한 영향을 미친다는 점을 감안하여 소비자의 생선회(생선초밥)의 안전성

인식도 및 건강기능 식품이라는 인식도를 변수로 고려하였다.

제4장에서 제시한 소비자 대상 조사에서 본 모형의 설명변수로서 사용하기 위하여 개인성향에 대해 조사한 결과는 <표 5-1>과 같다.

| 표 5-1 | 주요 독립변수의 응답결과

주요 변수	응답 내용	빈도(%)
술 기호도	즐기는 편이다.	22.6
	상황에 따라 마시지만 즐기지는 않는다.	32.8
	거의 마시지 않는다.	19.9
	전혀 마시지 않는다.	24.7
운동 여부	주기적으로 운동한다.	39.2
	건강을 위해 운동을 하지만 규칙적으로 하지는 않는다.	25.2
	필요성을 느끼지만, 운동을 하지는 못하고 있다.	31.3
	필요도 못 느끼고 운동을 하지도 않고 있다.	4.3
새로운 음식에 대한 관심정도	외국 음식이나 새로운 요리 보다는 한국음식을 좋아함	72.2
	관심은 있지만 적극적으로 찾아 시식하지는 않는다.	19.7
	외국음식이나 새로운 요리를 찾아 적극적으로 시식하는 편이다.	8.1
육류 선호도	좋아한다.	44.6
	보통이다.	39.8
	좋아하지 않는 편이다.	15.5
생선회(초밥) 안전성 인식도	매우 안전하다.	5.7
	약간 안전하다.	32.3
	보통이다.	43.6
	약간 안전하지 못하다.	17.5
	매우 안전하지 못하다.	1.0
생선회(초밥) 건강기능 인식도	매우 건강에 좋다.	19.3
	약간 건강에 좋다.	44.6
	보통이다.	32.5
	약간 건강에 좋지 못하다.	3.3
	매우 건강에 좋지 못하다.	0.3

2. 실증분석 결과

1) 생선회

(1) 추정결과

생선회선호도(모델 1)에 대한 모델 추정결과 μ 값의 추정치 신뢰도가 매우 높은 것으로 나타났으며, 설명변수 간의 결합유의성을 검증하기 위한 우도비율(Likelihood Ratio) 검증, (Scorer) 검증과 Wald 검증이 1% 이하 수준에서 모두 유의미한 것으로 나타났다. 마지막으로 -2LogL은 모델 적합성 통계를 나타내는 χ^2 분포와 근사한 값으로 절편만을 고려한 모델의 값이 1,900.224 이지만 적합도를 고려한 모형이 1,777.897로 나타났다. 따라서 설명변수를 함께 고려한 모형이 122 χ^2 Value 만큼 개선되었다고 해석할 수 있다.

본 모델에서의 추정치는 일반회귀식에서와 달리 종속변수에 대해서 얼마나 더 많이 영향을 미치는지를 나타내지는 못하므로 이후 본 추정치를 이용한 확률의 도출을 통해서 살펴보기로 하고, 여기서는 각 변수가 유의미한지의 여부만을 판단하였다.

먼저, 변수 중 유의미한 결과를 가지는 변수를 살펴보면, 나이, 술 기호도, 안전성 및 건강기능 인식도, 육류 선호도 등으로 나타났으며, 지역, 성별, 태생, 소득, 운동 여부, 기호 등은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

생선회섭취빈도(모델 2)에 대한 추정결과도 모델 1에서와 같이 μ 값의 추정치 신뢰도가 매우 높으며, 설명변수 간 결합유의성을 나타내는 검증결과도 유의미한 것으로 나타났다. 또한 설명변수를 함께 고려한 모형이 130 χ^2 Value 만큼 개선되었다고 해석할 수 있다.

여기서 생선회 섭취빈도와 관련된 독립변수 중 유의미한 변수를 살펴보면, 생선회 선호도 모델과는 달리 지역, 성별, 소득, 술 기호도, 안전성 등

이 유의미한 변수인 것으로 나타났다.

| 표 5-2 | 프로빗모형의 변인 설명(모델 1-4)

변 인			내 용
종속 변수	DEP1(생선회 선호도)		매우 싫어한다. 1/싫어하는 편이다. 2/보통이다 3/좋아하는 편이다. 4/매우 좋아한다. 5
	DEP2(생선회 섭취빈도)		일주일에 1회 이상. 1/한달에 2-3회. 2/한달에 1회. 3/두달에 1회 미만. 4/
	DEP3(생선초밥 선호도)		매우 싫어한다. 1/싫어하는 편이다. 2/보통이다 3/좋아하는 편이다. 4/매우 좋아한다. 5
	DEP4(생선초밥 섭취빈도)		일주일에 1회 이상. 1/한달에 2~3회. 2/한달에 1회. 3/두달에 1회 미만. 4/
독립 변수	사 회 경 제 적 변 수	AGE1/AGE2/AGE3	나이 : 20~30대(종속변수)/40~50대/60대 이상
		AREA	거주지역 : 연안지역 거주/내륙지역 거주(종속변수)
		GENDER	성별 : 남자/여자(종속변수)
		INCOME1/INCOME2/ INCOME3/INCOME4/ INCOME5/INCOME6/	소득 : 100만 원 미만/100~199만 원/200~299만 원/300~399만 원/400~499만 원/500만 원 이상
	개 인 성 향	AL	술 기호도 : 즐기는 편이다/즐기지는 않는다(종속변수)
		NATIVE	태생 : 바닷가/바닷가 이외(종속변수)
		모델(1, 3) EX1/EX2/EX3/EX4	운동 여부 : 규칙적으로 운동한다/규칙적으로 하지는 않는다/필요성만 느낀다/필요성도 느끼지 못한다.(종속변수)
		모델(2, 4) EX	운동 여부 : 규칙적으로 운동한다/그렇지 않다(종속변수)
		모델(1, 3) TA1/TA2/TA3	새로운 음식에 대한 관심 정도 : 적극적으로 새로운 음식을 찾아서 시식한다/관심은 있다/새로운 요리보다는 한국음식을 좋아한다.(종속변수)
		모델(2, 4) TA	새로운 음식에 대한 관심 정도 : 적극적으로 시식한다./ 그렇지 않다.(종속변수)
		ME1/ME2/ME3	육류 선호도 : 좋아한다/보통이다/좋아하지 않는 편이다.(종속변수)
	인 식 도	SE1/SE2/SE3	안전성 : 안전한 편이다/보통이다/안전하지 못한 편이다.(종속변수)
		HE1/HE2/HE3	건강기능 정도 : 건강에 좋은 편이다/보통이다/건강에 좋지 않은 편이다.(종속변수)

(2) 확률도출

① 생선회 선호도(모델 1)의 변수별 확률

생선회의 선호도를 종속변수로 한 모델 1의 추정결과 유의미한 것으로 추정된 변수를 중심으로 확률을 도출해서 독립변수별 생선회 선호도의 확률을 살펴보았다.

나이대별 생선회의 선호도를 살펴보면, 60대 이상이 20~30대, 40~50대에 비해 생선회를 ‘매우 좋아함’ 확률은 각각 1.5배, 1.1배 정도 높은 것으로 나타났고, 술 기호도와 관련해서 술을 즐겨 마시는 사람이 술을 즐겨 마시지 않는 사람에 비해 생선회를 ‘매우 좋아함’ 확률은 1.4배 높은 것으로 나타났다.

특히, 생선회가 안전하다고 생각하는 경우와 건강기능 식품이라고 생각하는 소비자의 경우에는 생선회를 ‘매우 좋아함’ 확률이 각각 32%, 30%인데 반해, 생선회가 안전하지 않다고 생각하는 경우와 건강기능 식품이 아니라고 생각하는 소비자의 경우에 생선회를 ‘매우 좋아함’ 확률이 각각 16%, 8%에 불과한 것으로 나타났다.

따라서 생선회가 안전하다고 생각하는 소비자는 생선회가 안전하지 않다고 생각하는 소비자에 비해 2배 정도 선호도가 높고, 생선회가 건강기능 식품이라고 생각하는 소비자는 그렇지 않다고 생각하는 소비자에 비해 3.7배 정도 생선회를 더 선호하는 것으로 나타났다.

| 표 5-3 | 모델 1(생선회 선호도)의 추정결과

추정모수		추정치	χ^2 -값	P-값																
μ_1		-2.0647	18.9381	<.0001																
μ_2		-0.8218	4.9051	0.0268																
μ_3		0.7606	4.2694	0.0388																
μ_4		1.9259	26.9064	<.0001																
나이	AGE12	-0.1912	4.7297	0.0296																
	AGE13	-0.2983	4.9318	0.0264																
지역	AREA1	-0.087	1.1017	0.2939																
성별	GENDER	0.0676	0.6504	0.42																
태생	NATIVE	0.00831	0.0073	0.9318																
소득	INCOME12	-0.0213	0.0231	0.8792																
	INCOME13	0.1206	0.8913	0.3451																
	INCOME14	0.1122	0.8721	0.3504																
	INCOME15	-0.1945	1.7339	0.1879																
	INCOME16	-0.1056	0.5939	0.4409																
술섭취성향	AL1	-0.2791	8.0277	0.0046																
운동 여부	EX11	-0.2114	0.8772	0.349																
	EX12	-0.1393	0.3698	0.5431																
	EX13	-0.2332	1.0543	0.3045																
기호	TA11	0.0196	0.0192	0.8899																
	TA12	-0.1414	2.0279	0.1544																
안전성	SE11	-0.5217	19.1562	<.0001																
	SE12	-0.1513	1.7141	0.1904																
건강기능	HE11	-0.8684	10.2213	0.0014																
	HE12	-0.3261	1.4067	0.2356																
육류 선호도	ME11	0.0724	0.3335	0.5636																
	ME12	0.2496	4.071	0.0436																
<table><tr><td>Test</td><td>Chi-Square</td><td>DF</td><td>Pr>Chisq</td></tr><tr><td>Likelihood Ratio</td><td>122.3271</td><td>22</td><td><.0001</td></tr><tr><td>Score</td><td>114.4063</td><td>22</td><td><.0001</td></tr><tr><td>Wald</td><td>118.9084</td><td>22</td><td><.0001</td></tr></table>					Test	Chi-Square	DF	Pr>Chisq	Likelihood Ratio	122.3271	22	<.0001	Score	114.4063	22	<.0001	Wald	118.9084	22	<.0001
Test	Chi-Square	DF	Pr>Chisq																	
Likelihood Ratio	122.3271	22	<.0001																	
Score	114.4063	22	<.0001																	
Wald	118.9084	22	<.0001																	
<table><tr><td>Criterion</td><td>Intercept Only</td><td>Intercept and Covariates</td></tr><tr><td>-2LogL</td><td>1900.224</td><td>1777.897</td></tr></table>					Criterion	Intercept Only	Intercept and Covariates	-2LogL	1900.224	1777.897										
Criterion	Intercept Only	Intercept and Covariates																		
-2LogL	1900.224	1777.897																		

| 표 5-4 | 모델 2(생선회 구매빈도)의 추정결과

추정모수		추정치	χ2-값	P-값																								
μ1		-2.3901	49.8171	<.0001																								
μ2		-1.4328	18.4335	<.0001																								
μ3		-0.7474	5.0675	0.0244																								
나이	AGE12	0.0307	0.1217	0.7272																								
	AGE13	0.1936	2.117	0.1457																								
지역	AREA1	0.3301	15.2095	<.0001																								
성별	GENDER	0.3417	16.5475	<.0001																								
태생	NATIVE	0.0806	0.6892	0.4064																								
소득	INCOME12	0.128	0.8122	0.3675																								
	INCOME13	0.0287	0.048	0.8265																								
	INCOME14	0.0394	0.1029	0.7484																								
	INCOME15	0.4641	9.8965	0.0017																								
	INCOME16	0.4402	10.2471	0.0014																								
술섭취성향	AL1	0.5077	27.4637	<.0001																								
운동 여부	EX11	0.034	0.1598	0.6894																								
기호	TA11	-0.0203	0.0208	0.8852																								
안전성	SE11	0.2621	4.7549	0.0292																								
	SE12	-0.00685	0.0033	0.954																								
건강기능	HE11	0.4591	2.4307	0.119																								
	HE12	0.3221	1.1582	0.2818																								
육류 선호도	ME11	-0.0693	0.3071	0.5795																								
	ME12	-0.1711	1.9121	0.1667																								
<table><tr><td>Test</td><td>Chi-Square</td><td>DF</td><td>Pr>Chisq</td></tr><tr><td>Likelihood Ratio</td><td>130.7849</td><td>19</td><td><.0001</td></tr><tr><td>Score</td><td>123.2919</td><td>19</td><td><.0001</td></tr><tr><td>Wald</td><td>127.216</td><td>19</td><td><.0001</td></tr><tr><td>Criterion</td><td>Intercept Only</td><td colspan="2">Intercept and Covariates</td></tr><tr><td>-2LogL</td><td>2078.552</td><td colspan="2">1947.767</td></tr></table>					Test	Chi-Square	DF	Pr>Chisq	Likelihood Ratio	130.7849	19	<.0001	Score	123.2919	19	<.0001	Wald	127.216	19	<.0001	Criterion	Intercept Only	Intercept and Covariates		-2LogL	2078.552	1947.767	
Test	Chi-Square	DF	Pr>Chisq																									
Likelihood Ratio	130.7849	19	<.0001																									
Score	123.2919	19	<.0001																									
Wald	127.216	19	<.0001																									
Criterion	Intercept Only	Intercept and Covariates																										
-2LogL	2078.552	1947.767																										

② 생선회 섭취빈도(모델 2)의 변수별 확률

생선회의 섭취빈도를 종속변수로 한 모델 2의 추정결과 유의미한 것으로 추정된 변수를 중심으로 확률을 도출해본 결과, 생선회를 일주일에 1회 이상 섭취할 확률이 연안시군 거주자가 내륙지역 거주자 보다 1.8배 이상 높은 것으로 나타났으며, 사회활동을 하는 남성이 여성에 비해 1.9배 이상

높은 것으로 나타났다. 이는 생선회 선호에 있어서는 남성과 여성이 큰 차이를 보이지 못했지만, 실제 생선회 섭취에 있어서는 큰 차이를 보이고 있어 남성은 직장생활을 통한 회식 등으로 여성보다 생선회를 쉽게 접할 수 있는 환경이 마련되어 있기 때문인 것으로 판단된다.

| 표 5-5 | 생선회 선호도(모델 1)의 독립변수별 확률

변 인		매우 싫어함	싫어하는 편임	보통임	좋아하는 편임	매우 좋아함
나이	20~30대	0.0007	0.0258	0.3359	0.4295	0.2080
	40~50대	0.0004	0.0164	0.2768	0.4396	0.2669
	60대 이상	0.0003	0.0125	0.2450	0.4390	0.3032
지역	연안지역	0.0004	0.0173	0.2832	0.4392	0.2600
	내륙지역	0.0006	0.0213	0.3099	0.4356	0.2326
성별	남성	0.0006	0.0214	0.3105	0.4355	0.2321
	여성	0.0004	0.0182	0.2896	0.4386	0.2532
태생	바닷가 태생	0.0005	0.0200	0.3021	0.4370	0.2405
	바닷가 이외	0.0005	0.0196	0.2995	0.4373	0.2431
소득	100만 원 미만	0.0005	0.0194	0.2976	0.4376	0.2449
	100~199만 원	0.0004	0.0184	0.2911	0.4384	0.2517
	200~299만 원	0.0007	0.0257	0.3352	0.4298	0.2087
	300~399만 원	0.0007	0.0252	0.3326	0.4305	0.2111
	400~499만 원	0.0002	0.0119	0.2395	0.4384	0.3099
	500만 원 이상	0.0003	0.0149	0.2655	0.4399	0.2793
술 선호도	술 선호	0.0002	0.0116	0.2363	0.4380	0.3139
	술 비선호	0.0006	0.0230	0.3204	0.4335	0.2225
운동 여부	규칙적	0.0002	0.0118	0.2386	0.4383	0.3110
	비규칙적	0.0004	0.0166	0.2785	0.4395	0.2650
	필요성 인식	0.0003	0.0149	0.2650	0.4399	0.2799
	불필요	0.0010	0.0307	0.3601	0.4217	0.1866
기호	새로운 음식 시식	0.0006	0.0221	0.3151	0.4346	0.2276
	관심만 있음	0.0003	0.0150	0.2658	0.4399	0.2790
	새로운 음식 싫어함	0.0006	0.0211	0.3090	0.4358	0.2335
안전성	안전한 편임	0.0002	0.0108	0.2285	0.4368	0.3237
	보통임	0.0008	0.0267	0.3405	0.4282	0.2039
	안전하지 못함	0.0013	0.0372	0.3877	0.4101	0.1637
건강 기능	건강에 좋은 편임	0.0003	0.0127	0.2464	0.4391	0.3016
	보통임	0.0017	0.0442	0.4130	0.3970	0.1441
	건강에 좋지 못함	0.0046	0.0824	0.5012	0.3293	0.0825
육류 선호	좋아함	0.0004	0.0170	0.2812	0.4393	0.2621
	보통임	0.0007	0.0258	0.3361	0.4295	0.2078
	좋아하지 않음	0.0003	0.0142	0.2594	0.4398	0.2862

| 표 5-6 | 생선회 섭취빈도(모델 2)의 독립변수별 확률

변 인		일주일 1회	한 달 2~3회	한 달 1회	두 달 1회 이하
나이	20~30대	0.0821	0.2501	0.2671	0.4007
	40~50대	0.0868	0.2566	0.2677	0.3889
	60대 이상	0.1155	0.2895	0.2668	0.3281
지역	연안시군	0.1277	0.3008	0.2648	0.3067
	비연안시군	0.0711	0.2338	0.2646	0.4305
성별	남자	0.1182	0.2921	0.2664	0.3233
	여자	0.0635	0.2213	0.2617	0.4535
태생	바닷가	0.0983	0.2709	0.2682	0.3626
	바닷가 이외	0.0851	0.2542	0.2675	0.3932
소득	100만 원 미만	0.0670	0.2273	0.2632	0.4425
	100~199만 원	0.0853	0.2545	0.2675	0.3926
	200~299만 원	0.0709	0.2334	0.2645	0.4312
	300~399만 원	0.0723	0.2357	0.2649	0.4270
	400~499만 원	0.1506	0.3189	0.2592	0.2714
	500만 원 이상	0.1450	0.3149	0.2607	0.2794
술 선호도	술 선호	0.1670	0.3295	0.2542	0.2493
	술 비선호	0.0703	0.2325	0.2643	0.4329
운동 여부	운동을 함	0.0896	0.2602	0.2679	0.3822
	운동을 하지 않음	0.0843	0.2531	0.2674	0.3952
기호	새로운 음식 시식	0.0849	0.2539	0.2675	0.3937
	새로운 음식 싫어함	0.0881	0.2582	0.2678	0.3859
안전성	안전한 편임	0.1155	0.2895	0.2668	0.3282
	보통임	0.0712	0.2340	0.2646	0.4302
	안전하지 못함	0.0721	0.2354	0.2649	0.4275
건강 기능	건강에 좋은 편임	0.0961	0.2682	0.2682	0.3675
	보통임	0.0747	0.2394	0.2656	0.4202
	건강에 좋지 못함	0.0389	0.1712	0.2419	0.5480
육류선호	좋아한다	0.0929	0.2644	0.2681	0.3746
	보통이다	0.0771	0.2430	0.2662	0.4138
	좋아하지 않는다	0.1050	0.2785	0.2679	0.3486

생선회 선호도에서는 유의미한 차이를 갖지 않았던 소득의 경우에도 월 가구소득 400만 원 이상부터 생선회 섭취빈도가 잦은 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 월 가구소득 300~399만 원의 가구보다 월 가구소득

400~499만 원의 가구가 1주일에 1회 이상 회를 섭취할 확률은 2.1배 높은 것으로 나타났다.

또한 생선회의 선호도에서도 나타났듯이 술을 좋아하는 사람은 그렇지 않은 사람에 비해 일주일에 1회 이상 생선회를 먹을 확률이 2.4배 이상 높은 것으로 나타났다.

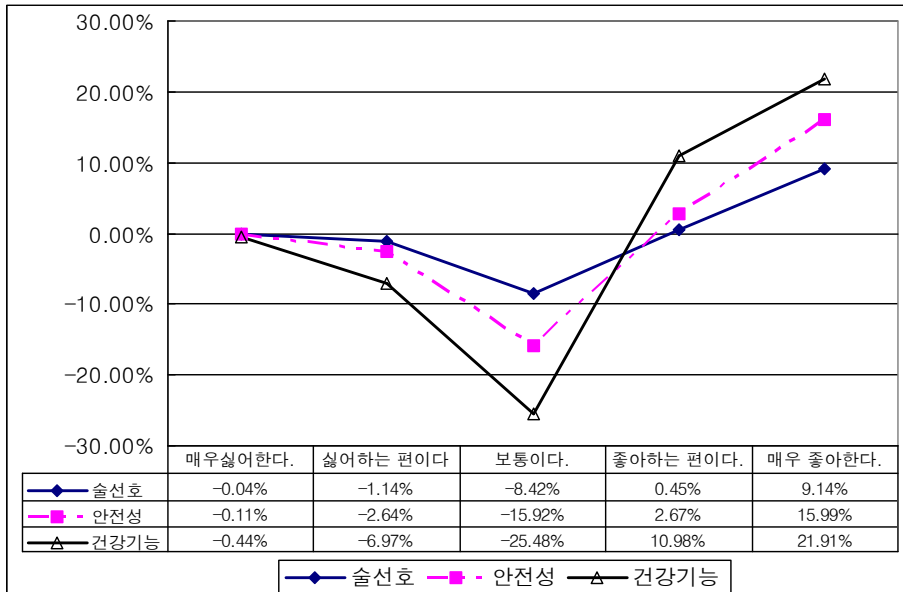
특히, 생선회 선호도에서와 마찬가지로 생선회 섭취빈도에 있어서도 생선회를 안전하다고 인식하는 사람과 생선회가 건강기능 식품이라고 인식하는 사람은 그렇지 않은 사람에 비해 생선회를 1주일에 1회 이상 먹을 확률이 각각 1.6배, 2.5배 더 높은 것으로 나타났다.

(3) 한계효과

① 생선회 선호도

생선회의 선호도와 관련하여 주요 변수의 한계효과를 살펴보면, 술을 선호할 경우 생선회를 ‘매우 좋아할’ 확률이 9.1% 증가하고, 생선회가 안전한 식품이라고 인식할수록 생선회를 ‘매우 좋아할’ 확률이 약 16.0% 증가하는 것으로 나타났다. 즉, 생선회가 안전하지 못하다고 인식하는 사람이 생선회는 안전한 식품이라고 인식할 경우 생선회를 ‘매우 좋아할’ 확률이 16% 정도 높아질 수 있음을 나타내는 것이다.

안전성의 한계효과에 대한 해석방식과 같이 생선회를 건강기능 식품이 아니라고 인식하는 사람이 생선회는 건강기능 식품이라고 인식의 전환이 있을 때 생선회를 좋아하거나 매우 좋아할 확률이 각각 11.0%, 21.9% 증가할 것으로 예측할 수 있다.

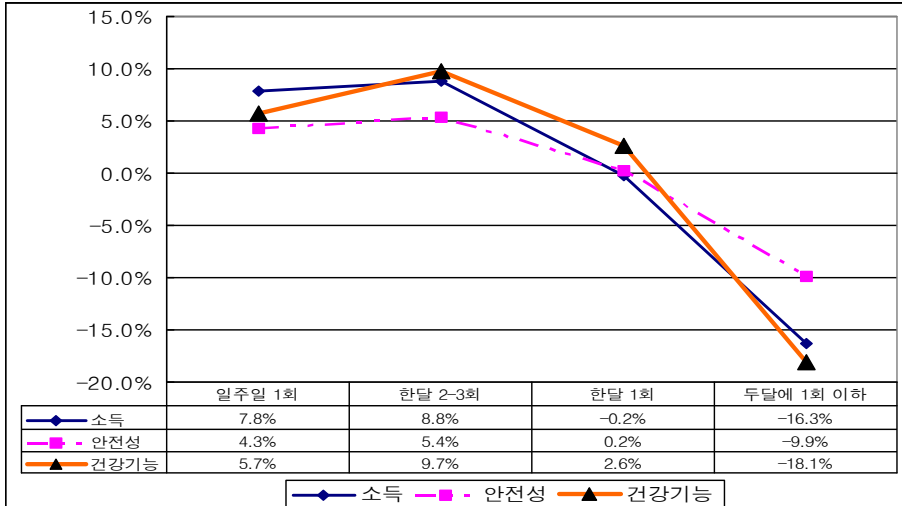


| 그림 5-1 | 생선회 선호도에 대한 주요 변수의 한계효과

② 생선회 섭취빈도

생선회의 섭취빈도와 관련하여 주요 변수의 한계효과를 살펴보면, 소득이 100만 원 이하인 사람이 500만 원 이상의 소득자가 될 경우, ‘두 달에 1회 이하’로 생선회를 먹는 사람은 16.3% 줄어들고, ‘한 달에 1회’ 생선회를 먹는 사람은 0.2% 감소하여 ‘1주일에 1회 이상’ 생선회를 먹을 사람이 7.8% 증가하고, ‘한 달에 2~3회’ 생선회를 먹을 확률이 8.8% 증가하는 것으로 나타났다. 또한 생선회가 안전하다고 인식하지 않는 사람이 생선회가 안전하다고 인식하게 된다면 ‘두 달에 1회 이하’로 생선회를 먹는 사람의 9.9%가 줄어들면서, ‘1주일에 1회 이상’ 생선회를 먹을 확률이 4.3%, ‘한 달에 2~3회’ 생선회를 먹을 확률이 5.4%, ‘한 달에 1회’ 생선회를 먹을 확률이 0.2% 증가하게 된다. 특히, 소비자가 생선회를 건강기능 식품이라고 인식하게 된다면, 두 달에 1회 이하로 생선회를 먹는 소비자의 수가 18.1% 감소하게 되는 것과 동시에, 이들 소비자가 ‘일주일에 1회 이상’ 먹을 확률이 5.7%, ‘한

달에 2~3회' 먹을 확률이 9.7%, '한 달에 1회' 먹을 확률이 2.6% 증가하는 것으로 나타났다.

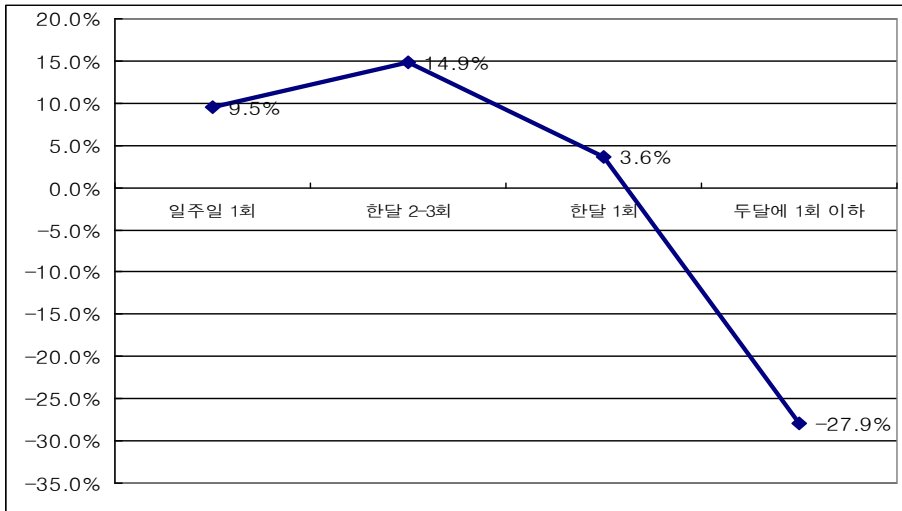


주 : 소득의 경우에는 100만 원 이하의 소득자가 500만 원 이상의 소득자가 될 때의 경우임 (Odds개념)

| 그림 5-2 | 생선회 섭취빈도에 대한 주요 변수의 한계효과

이와 같이 소비자의 소득 수준 변화와 수산물의 안전성 및 건강기능에 대한 소비자의 인식변화에 따라서 생선회 소비가 크게 증가할 가능성이 있는 것으로 나타났다. 특히, 개인의 인식변화에 따라 섭취빈도가 달라질 수 있는 안전성과 건강기능 변수를 개별적으로 고려하지 않고, 두 개 변수를 모두 고려한 상태에서 한계효과를 구해보면 다음과 같다.

소비자가 생선회는 안전성이 높고 건강기능 식품이라고 인식할 때, 안전성이 낮고 건강기능 식품이 아니라고 인식할 때 보다 '두 달에 1회 이하'로 생선회를 소비하는 소비자의 27.9%가 감소해서, '일주일 1회 이상' 생선회를 먹을 확률이 9.5% 증가하고, '한 달에 2~3회', '한 달에 1회' 생선회를 먹을 확률은 각각 14.9%, 3.6% 증가하는 것으로 나타났다.



【그림 5-3】 생선회의 안전성과 건강기능을 고려했을 때의 한계효과

위의 한계효과 분석에서 볼 수 있듯이 소비자가 생선회는 안전하고 건강기능 식품이라고 인식할 때, 생선회 소비가 크게 늘어날 수 있다는 가능성을 보여주고 있다. 향후 정부는 제도적으로 생선회의 안전성을 담보할 수 있는 노력을 지속적으로 실시할 필요가 있으며, 생선회의 건강기능 이미지를 소비자에게 각인시키는 노력을 확대해야 할 것으로 판단된다.

2) 생선회밥

(1) 추정결과

생선회밥 선호도(모델 3)에 대한 모델 추정결과 μ 값의 추정치 신뢰도가 매우 높은 것으로 나타났으며, 설명변수 간의 결합유의성을 검증하기 위한 Likelihood Ratio 검증과 Scorer 검증과 Wald 검증이 1% 이하 수준에서 모두 유의미한 것으로 나타났다. 마지막으로 -2LogL 은 모델 적합성 통계를 나타내는 χ^2 분포와 근사한 값으로 절편만을 고려한 모델의 값이 1971.029

이지만 적합도를 고려한 모형이 1,880.326로 나타났다. 따라서 설명변수를 함께 고려한 모형이 $90\chi^2$ Value 만큼 개선되었다고 해석할 수 있다.

먼저, 변수 중 유의미한 결과를 가지는 변수를 살펴보면, 안전성, 건강 기능, 육류 선호 등으로 나타났으며, 나이, 지역, 설병, 태생, 소득, 술 선호

| 표 5-7 | 모델 3(생선조밥 선호도)의 추정결과

추정모수		추정치	χ^2 -값	P-값
intercept1		-1.8668	21.84	<.0001
intercept2		-0.8785	5.6968	0.017
intercept3		0.7114	3.7623	0.0524
intercept4		1.708	21.4163	<.0001
나이	AGE12	0.00783	0.0081	0.9282
	AGE13	0.0562	0.1802	0.6712
지역	AREA1	0.0911	1.235	0.2664
성별	GENDER	0.1108	1.7728	0.183
태생	NATIVE	0.000994	0.0001	0.9917
소득	INCOME12	-0.0221	0.0253	0.8737
	INCOME13	0.061	0.2315	0.6304
	INCOME14	0.1376	1.3335	0.2482
	INCOME15	0.0538	0.1372	0.7111
	INCOME16	-0.118	0.7558	0.3846
술 선호도	AL1	-0.1558	2.5766	0.1085
운동 여부	EX11	0.0945	0.175	0.6757
	EX12	0.00577	0.0006	0.9799
	EX13	0.077	0.1149	0.7346
기호	TA11	-0.0724	0.2653	0.6065
	TA12	-0.1189	1.4591	0.2271
안전성	SE11	-0.4693	15.7749	<.0001
	SE12	-0.1288	1.2557	0.2625
건강기능	HE11	-0.5643	4.3736	0.0365
	HE12	-0.2613	0.9108	0.3399
육류 선호도	ME11	-0.5054	16.6653	<.0001
	ME12	-0.1254	1.0673	0.3016
Likelihood Ratio		90.7027	22	<.0001
Score		86.2615	22	<.0001
Wald		88.5184	22	<.0001
Criterion		Intercept Only	Intercept and Covariates	
		-2LogL	1971.029	1880.326

도, 운동 여부, 기호 등은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

생선초밥 섭취빈도(모델 4)에 대한 추정결과도 모델 3에서와 같이 μ 값의 추정치 신뢰도가 매우 높으며, 설명변수간 결합유의성을 나타내는 검증결과도 유의미한 것으로 나타났다. 또한 설명변수를 함께 고려한 모형이 $81\chi^2$ Value 만큼 개선되었다고 해석할 수 있다.

여기서 생선초밥 섭취빈도와 관련된 독립변수 중 유의미한 변수를 살펴보면, 생선초밥 선호도 모델과는 달리 나이, 소득, 술 선호도, 안전성,

| 표 5-8 | 모델 4(생선초밥 구매빈도)의 추정결과

추정모수		추정치	χ^2 -값	P-값
intercept1		-2.9393	64.5786	<.0001
intercept2		-1.8627	27.3374	<.0001
intercept3		-1.1551	10.6557	0.0011
나이	AGE12	-0.2125	5.2977	0.0214
	AGE13	-0.073	0.2682	0.6046
지역	AREA1	0.073	0.6715	0.4125
성별	GENDER	0.1042	1.3952	0.2375
태생	NATIVE	0.0535	0.2745	0.6004
소득	INCOME12	0.059	0.1517	0.6969
	INCOME13	0.1025	0.5511	0.4579
	INCOME14	0.0266	0.0416	0.8385
	INCOME15	0.3867	6.2684	0.0123
	INCOME16	0.5686	15.9168	<.0001
술 선호도	AL1	0.3098	9.5089	0.002
운동 여부	EX11	0.1511	2.8285	0.0926
기호	TA11	0.1391	0.9401	0.3322
안전성	SE11	0.387	8.8677	0.0029
	SE12	0.2428	3.5461	0.0597
건강기능	HE11	0.2186	0.4994	0.4798
	HE12	0.1106	0.1237	0.7251
육류 선호도	ME11	0.3559	6.7388	0.0094
	ME12	0.1836	1.8113	0.1783
Likelihood Ratio 81.2739 19 <.0001				
Score 79.9273 19 <.0001				
Wald 78.1201 19 <.0001				
Criterion Intercept Only Intercept and Covariates				
-2LogL 1751.468 1670.194				

육류 선호도 등이 유의미한 변수인 것으로 나타났다.

(2) 확률도출

① 생선초밥 선호도(모델 3)의 변수별 확률

생선초밥의 선호도를 종속변수로 한 모델 3의 추정결과 유의미한 것으로 추정된 변수를 중심으로 확률을 도출해서 독립변수별 생선회 선호도의 확률을 살펴보았다.

술 선호도별 생선초밥의 선호도를 살펴보면, 술을 좋아하는 사람이 술을 좋아하지 않는 사람에 비해 생선초밥을 ‘매우 좋아할’ 확률이 1.2배 정도 높은 것으로 나타났다.

특히 생선초밥이 안전하다고 인식할수록 ‘매우 좋아할’ 확률이 0.139, 0.169, 0.269로 높아지는 경향을 보이고 있으며, 생선초밥이 건강기능 식품이라고 인식할수록 ‘매우 좋아할’ 확률이 0.097, 0.150, 0.231로 높아지는 경향을 보이고 있다. 따라서 생선초밥이 안전하다고 인식되고, 건강기능 식품이라고 인식될수록 생선초밥을 좋아할 확률은 높아진다고 할 수 있다. 따라서 생선초밥이 안전하다고 생각하는 소비자는 생선회가 안전하지 않다고 생각하는 소비자에 비해 1.6배 정도 선호도가 높고, 생선초밥이 건강기능 식품이라고 생각하는 소비자는 그렇지 않다고 생각하는 소비자에 비해 2.4배 정도 생선초밥을 더 선호하는 것으로 나타났다.

또한 생선회와 관련된 모델 1과 모델 2에서는 유의미하게 나타나지 않았던 변수 중 육류 선호를 나타내는 변수가 생선초밥의 선호도 모델에서는 유의미하게 나타났는데, 육류를 좋아할수록 생선초밥을 좋아하는 경향을 보이고 있다. 따라서 육류를 좋아하는 사람이 육류를 싫어하는 사람에 비해 1.7배 정도 더 생선초밥을 좋아할 확률이 높은 것으로 나타났다. 마지막으로 나이 대에 따른 생선초밥의 선호도는 추정결과 유의미한 값을 갖지는

않았지만 젊은층과 장년층이 노년층에 비해 더 선호하는 것으로 나타나서 생선회의 선호도와는 정반대인 것으로 나타났다.

표 5-9 | 생선조밥 선호도(모델 3)의 독립변수별 확률

변 인		매우 싫어함	싫어하는 편임	보통임	좋아하는 편임	매우 좋아함
나이	20~30대	0.003	0.036	0.393	0.363	0.204
	40~50대	0.003	0.037	0.396	0.362	0.202
	60대 이상	0.004	0.041	0.410	0.357	0.189
지역	연안지역	0.004	0.042	0.414	0.355	0.186
	내륙지역	0.003	0.034	0.386	0.366	0.211
성별	남성	0.004	0.041	0.413	0.356	0.186
	여성	0.003	0.033	0.379	0.368	0.218
태생	바닷가 태생	0.003	0.037	0.396	0.362	0.201
	바닷가 이외	0.003	0.037	0.396	0.362	0.202
소득	100만 원 미만	0.003	0.035	0.387	0.365	0.210
	100~199만 원	0.003	0.033	0.380	0.368	0.216
	200~299만 원	0.003	0.039	0.406	0.358	0.193
	300~399만 원	0.004	0.046	0.429	0.348	0.172
	400~499만 원	0.003	0.039	0.404	0.359	0.195
	500만 원 이상	0.002	0.027	0.350	0.375	0.245
술 선호도	술 선호	0.002	0.029	0.359	0.373	0.237
	술 비선호	0.003	0.040	0.407	0.358	0.191
운동 여부	규칙적	0.003	0.039	0.406	0.358	0.193
	비규칙적	0.003	0.033	0.379	0.368	0.218
	필요성 인식	0.003	0.038	0.401	0.361	0.198
	불필요	0.003	0.032	0.377	0.369	0.220
기호	새로운 음식 시식	0.003	0.034	0.384	0.366	0.213
	관심만 있음	0.002	0.031	0.369	0.371	0.227
	새로운 음식 싫어함	0.003	0.039	0.406	0.358	0.193
안전성	안전한 편임	0.002	0.023	0.328	0.379	0.269
	보통임	0.004	0.047	0.433	0.347	0.169
	안전하지 못함	0.006	0.060	0.469	0.326	0.139
건강기능	건강에 좋은 편임	0.002	0.030	0.365	0.372	0.231
	보통임	0.006	0.055	0.456	0.334	0.150
	건강에 좋지 못함	0.011	0.088	0.520	0.284	0.097
육류 선호	좋아함	0.002	0.023	0.326	0.379	0.270
	보통임	0.005	0.051	0.443	0.341	0.160
	좋아하지 않음	0.007	0.064	0.477	0.320	0.132

② 생선초밥 섭취빈도(모델 4)의 변수별 확률

생선초밥의 섭취빈도를 종속변수로 한 모델 4의 추정결과 유의미한 것으로 추정된 변수를 중심으로 확률을 도출하였다. 먼저 나이에별로 살펴보면, ‘40~50대’의 소비자가 ‘20~30대’ 또는 ‘60대 이상’의 소비자 보다 생선초밥을 덜 소비하는 것으로 나타났다. 이는 생선회 소비가 나이가 많아질수록 높아지는 경향과는 상이한 것으로 판단된다.

소득과 관련해서는 생선회와 유사하게 가구소득 월 400만 원 이상 부터 소비가 크게 늘어나는 경향을 보이고 있다. 특히, 가구소득 ‘월 400~499만 원’의 소비자가 ‘월 300~399만 원’의 소비자에 비해 생선회를 ‘한 달에 2~3회’ 먹을 확률은 1.5배 정도 높은 것으로 나타났다.

생선초밥 섭취빈도와 술 선호도와의 관계에 있어서는 생선회의 경우와 마찬가지로 술을 좋아하는 사람은 그렇지 않은 사람에 비해 ‘한 달에 2~3회’ 생선초밥을 먹을 확률이 1.4배 정도 더 높은 것으로 나타났다.

또한 생선초밥이 식품으로서 안전하다고 인식하는 사람은 그렇지 않은 사람에 비해 생선초밥을 먹을 확률이 높아지는 것으로 나타났다. 한 예로 생선초밥이 안전하다고 인식할수록 ‘한 달에 2~3회’ 생선초밥을 먹을 확률이 0.119, 0.167, 0.199로 높아지고 있음을 알 수 있다.

마지막으로 생선초밥의 선호도 분석에서와 마찬가지로 실제 섭취빈도 분석에서도 육류를 선호할수록 생선초밥을 ‘한 달에 2~3회’ 먹을 확률이 0.126, 0.160, 0.198로 커지는 것으로 나타났다.

(3) 한계효과

① 생선초밥 선호도

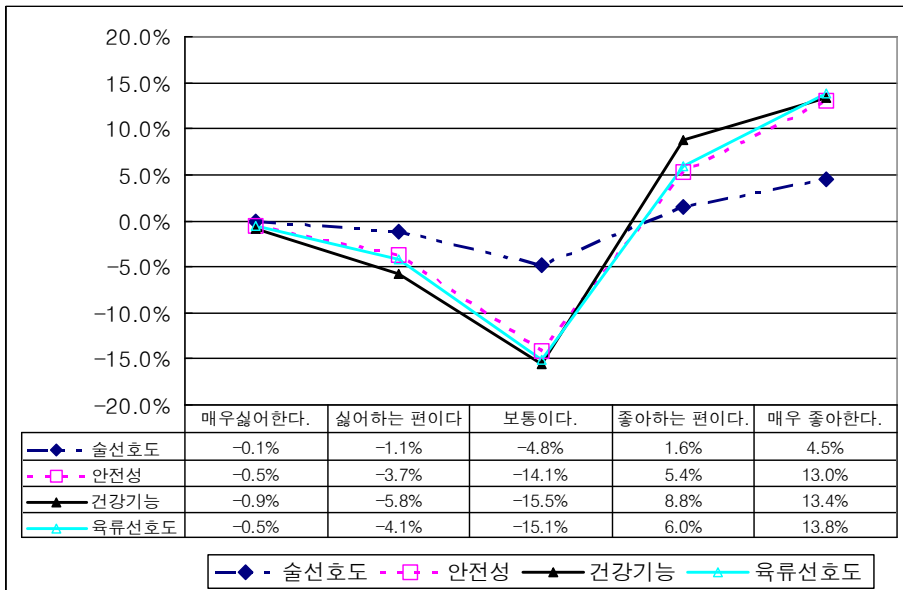
생선초밥의 선호도와 관련하여 주요 변수의 한계효과를 살펴보면, 술을 선호할수록, 안전성이 높다고 인식할수록, 건강기능 식품이라고 인식할

수록, 육류를 선호할수록 생선초밥을 싫어할 확률은 줄어든다고 좋아할 확률이 높아지는 것으로 나타났다.

표 5-10 생선초밥 섭취빈도(모델 4)의 독립변수별 확률

변 인		일주일 1회 이상	한 달 2-3회	한 달 1회	두 달에 1회 이하
나이	20~30대	0.034	0.193	0.256	0.517
	40~50대	0.021	0.147	0.231	0.601
	60대 이상	0.029	0.176	0.249	0.546
지역	연안시군	0.030	0.182	0.251	0.536
	비연안시군	0.026	0.166	0.243	0.565
성별	남자	0.031	0.183	0.252	0.535
	여자	0.024	0.160	0.240	0.576
태생	바닷가	0.030	0.181	0.251	0.539
	바닷가 이외	0.027	0.169	0.245	0.560
소득	100만 원 미만	0.019	0.139	0.226	0.615
	100~199만 원	0.022	0.151	0.234	0.593
	200~299만 원	0.024	0.160	0.240	0.576
	300~399만 원	0.020	0.145	0.230	0.605
	400~499만 원	0.045	0.224	0.268	0.463
	500만 원 이상	0.066	0.267	0.276	0.392
술 선호도	술 선호	0.046	0.225	0.268	0.461
	술 비선호	0.023	0.156	0.237	0.584
운동 여부	운동을 함	0.031	0.183	0.252	0.535
	운동을 하지 않음	0.022	0.150	0.234	0.594
기호	새로운 음식 시식	0.036	0.200	0.259	0.505
	새로운 음식 싫어함	0.026	0.169	0.245	0.560
안전성	안전한 편임	0.036	0.199	0.259	0.507
	보통임	0.026	0.167	0.244	0.564
	안전하지 못함	0.014	0.119	0.210	0.657
건강 기능	건강에 좋은 편임	0.030	0.179	0.250	0.541
	보통임	0.023	0.156	0.237	0.583
	건강에 좋지 못함	0.018	0.134	0.222	0.626
육류 선호	좋아한다	0.036	0.198	0.259	0.508
	보통이다	0.024	0.160	0.240	0.576
	좋아하지 않는다	0.015	0.124	0.214	0.647

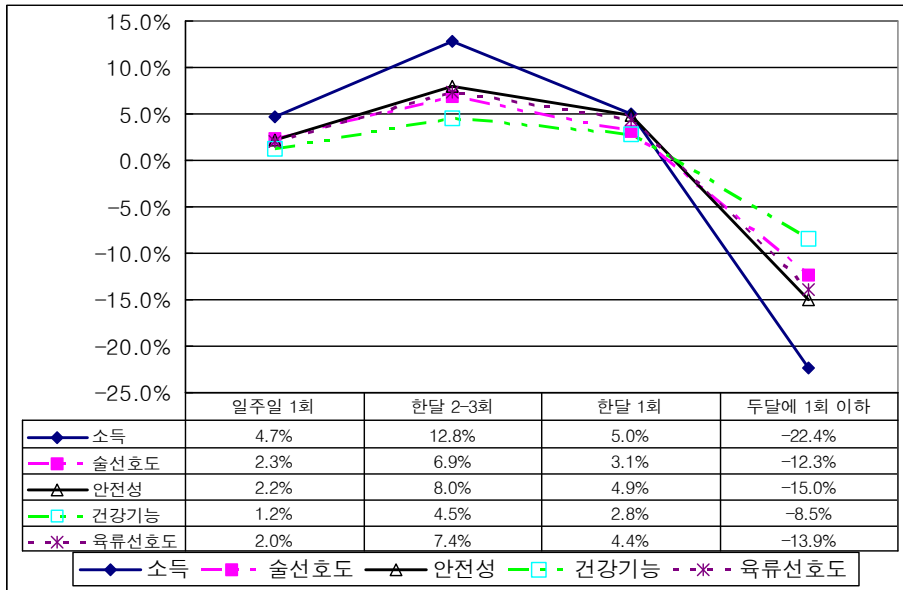
특히, 생선초밥을 보통으로 좋아한다고 생각하는 소비자 중 약 14.1%는 생선초밥의 안전성이 담보될 때, 약 15.5%는 생선초밥이 건강기능 식품이라고 인식될 때, 생선초밥을 ‘좋아’하거나 ‘매우 좋아’하게 되는 것으로 나타났다.



| 그림 5-4 | 생선초밥 선호도에 따른 주요 변수의 한계효과

② 생선초밥 섭취빈도

생선초밥을 ‘두 달에 1회 이하’로 먹는 사람의 소득이 증가하게 될 때 22.4%가 더 자주 생선초밥을 먹게 되고, 술 선호도가 높아질 때는 12.3%, 안전성이 높아질 때는 15.0%, 건강기능 식품이라고 인식될 때 8.5%, 육류 선호도가 높아질 때 13.9%가 ‘한 달 1회 이상’ 소비자로 변화하는 것으로 나타났다.



주 : 소득의 경우에는 100만 원 이하의 소득자가 500만 원 이상의 소득자가 될 때의 경우임 (Odds개념)

| 그림 5-5 | 생선조밥 섭취빈도에 따른 주요 변수의 한계효과

3. 분석결과 종합

1) 생선회 선호도 및 섭취빈도 분석결과

일반적으로 소비자는 성별, 지역, 태생, 소득에 관계없이 생선회를 선호하고 있는 것으로 나타났지만 실제 생선회를 먹는 횟수는 성별, 지역, 소득에 따라서 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 생선회에 대한 선호의 의사와 실제 행동에는 여러 가지 요인으로 인해 불일치성이 존재하는 것으로 나타났다.

성별에 있어서는 남성과 여성 모두 생선회를 선호하는 편이지만 실제 회식 등으로 인해 회를 접할 수 있는 빈도가 높은 남성이 생선회를 더 많

이 먹고 있으며, 소득에 관계없이 생선회를 좋아하지만, 가구소득 400만 원 이상 소비자가 생선회를 자주 먹을 확률이 매우 높은 것으로 나타났다. 이러한 사실은 여성의 사회진출 확대와 소득 수준의 향상으로 생선회 소비에 정(+)'의 영향을 미칠 수 있음을 시사한다.

술을 좋아하는 사람이 생선회를 더 선호할 뿐만 아니라 술을 좋아하지 않는 사람보다 더 많이 먹는 것으로 보아 생선회는 술안주로서 술과는 불가분의 관계에 있음을 알 수 있다.

무엇보다도 생선회의 식품으로서의 '안전성'과 '건강기능 식품'이라는 이미지는 생선회 소비에 있어서 가장 중요한 요인임을 알 수 있으며, 본 분석결과는 수산물의 안전성에 대한 문제 발생이 수산물 소비에 얼마나 큰 영향을 미칠 수 있는지를 반증해 준다고 할 수 있다.

마지막으로 나이는 섭취빈도 분석에서는 유의하지 않았지만 선호도 분석에서는 나이가 많을수록 생선회를 좋아하는 것으로 나타났다. 생선회는 식품으로서 어린시절부터의 식습관 등에 의해 영향을 많이 받으므로 나이가 많아진다고 생선회를 더 좋아하게 되는 것이 아니라 젊은층이 나이가 많아질수록 생선회를 좋아하는 사람이 점점 줄어들 가능성이 있다.

2) 생선초밥 선호도 및 섭취빈도 분석결과

생선초밥도 생선회와 마찬가지로 일반 소비자가 나이, 지역, 성별, 태생, 소득, 술 선호도 등에 관계없이 선호하는 먹거리인 것으로 나타났지만, 생선초밥도 가구 소득 수준이 400만 원 이상인 소비자가 더 많이 소비하고 있어 선호도의 의사와 실제행동에는 불일치성이 존재하는 것으로 판단된다.

또한 생선회와 마찬가지로 술을 좋아하는 사람이 생선초밥을 더 많이 소비하고 있으며, 생선초밥에 대한 안전성 인식도는 소비에 결정적인 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 여기서 한 가지 특이한 점은 육류를 좋아하

는 사람이 생선초밥도 좋아하는 것으로 나타났으므로 향후 생선초밥의 소비확대를 예상해 볼 수 있다.

마지막으로 생선회와는 달리 생선초밥은 젊은층이 좋아하는 것으로 나타났다으므로, 운동을 많이 하는 사람이 생선초밥을 좋아하는 경향이 있어 다이어트 식품으로서의 선호가능성을 배제할 수 없을 것으로 판단된다.

3) 소결

분석 결과 생선회와 생선초밥은 식품으로서 안전성과 건강기능의 이미지가 중요한 소비의 결정요인이라고 할 수 있고, 누구나 좋아하는 음식이지만 소득이 일정 수준 이상 되어야 먹을 수 있는 일종의 고급식품이라는 정체성을 갖고 있는 것으로 판단된다. 그러나 생선회와 생선초밥의 소비를 결정하는 여러 가지 변수에 있어서 차이점을 갖고 있는 것으로 미루어 볼 때, 회가 사용된다는 측면에서 몇 가지 공통점이 있지만 생선회와 생선초밥은 소비자에게 다른 상품으로서 인식된다고 할 수 있다.

표 5-11 | 모델별 분석결과 종합

변 수	생선회		생선초밥	
	선호도	섭취빈도	선호도	섭취빈도
나이	나이 많을수록 선호	관계없음	관계없음	20~30대>60대 이상>40~50대
지역	관계없음	연안 거주자 높음	관계없음	관계없음
성별	관계없음	남성일수록 높음	관계없음	관계없음
태생	관계없음	관계없음	관계없음	관계없음
소득	관계없음	400만 원 이상 높음	관계없음	400만 원 이상 높음
술 선호도	술 좋아할수록 선호	술 좋아할수록 높음	관계없음	술 좋아할수록 높음

| 표 5-11 | 모델별 분석결과 종합(계속)

변 수	생선회		생선초밥	
	선호도	섭취빈도	선호도	섭취빈도
운동 여부	관계없음	관계없음	관계없음	운동을 규칙적으로 할수록 높음
기호	관계없음	관계없음	관계없음	관계없음
안전성 인식도	안전하다고 인식할수록 선호	안전하다고 인식할수록 높음	안전하다고 인식할수록 선호	안전하다고 인식할수록 높음
건강기능 인식도	건강기능 식품이라고 인식할수록 선호	건강기능 식품이라고 인식할수록 높음	건강기능 식품이라고 인식할수록 선호	관계없음
육류 선호도	육류를 싫어할수록 선호	관계없음	육류를 좋아할수록 선호	육류를 좋아할수록 높음

한편, 선호도에 대한 변수별 한계효과를 종합해 보면, 생선회의 경우에는 생선회의 건강기능에 대한 인식변화가 선호도를 가장 크게 변화시키는 것으로 나타났다. 따라서 생선회의 건강기능에 대한 소비자 인식은 생선회 선호의 가장 중요한 소비결정 요인 중 하나임을 알 수 있다.

생선초밥의 경우에는 안전성, 건강기능, 육류 선호도 등의 변화가 선호

| 표 5-12 | 선호도에 대한 변수별 한계효과 종합

단위 : %

구 분	변 수	생선회(생선초밥) 선호도				
		매우 싫어한다	싫어하는 편이다	보통이다	좋아하는 편이다	매우 좋아한다
생선회	술 선호도	-0.04	-1.14	-8.42	0.45	9.14
	안전성	-0.11	-2.64	-15.92	2.67	15.99
	건강기능	-0.44	-6.97	-25.48	10.98	21.91
생선초밥	술 선호도	-0.1	-1.1	-4.8	1.6	4.5
	안전성	-0.5	-3.7	-14.1	5.4	13.0
	건강기능	-0.9	-5.8	-15.5	8.8	13.4
	육류 선호도	-0.5	-4.1	-15.1	6.0	13.8

주 : 각 변수의 한계효과는 1단위 증가에 대한 효과가 아니라 개인성향의 속성변화에 대비한 한계효과이므로 odds의 개념임

도를 크게 변화시키는 요인인 것으로 나타났으며, 술 선호 여부는 생선초밥 보다는 생선회의 경우에 선호도를 더 크게 변화시키는 것으로 나타났다.

마지막으로 섭취빈도에 대한 변수별 한계효과를 종합해 보면, 생선회의 섭취빈도는 소득증대에 따라 크게 증가할 수 있을 뿐만 아니라 생선회에 대한 안전성 및 건강기능에 대한 소비자의 인식전환만으로도 생선회의 섭취빈도를 크게 증가될 수 있는 것으로 나타났으며, 생선초밥의 경우에는 소득 수준, 술 선호도, 안전성, 건강기능, 육류 선호도 등의 변화에 따라서 생선초밥의 섭취빈도가 크게 변화는 것으로 계측되었다.

표 5-13 | 섭취빈도에 대한 변수별 한계효과 종합

단위 : %

구 분	변 수	생선회(생선초밥) 섭취빈도			
		일주일 1회 이상	한달에 2~3회	한달에 1회	두달에 1회 이하
생선회	소 득	7.8	8.8	-0.2	-16.3
	안전성	4.3	5.4	0.2	-9.9
	건강기능	5.7	9.7	2.6	-18.1
생선초밥	소득	4.7	12.8	5.0	-22.4
	술 선호도	2.3	6.9	3.1	-12.3
	안전성	2.2	8.0	4.9	-15.0
	건강기능	1.2	4.5	2.8	-8.5
	육류 선호도	2.0	7.4	4.4	-13.9

주 : 각 변수의 한계효과는 1단위 증가에 대한 효과가 아니라 개인성향의 속성변화에 대비한 한계효과이므로 odds의 개념임(소득의 경우에는 100만 원 이하 소득자가 500만 원 이상 소득자가 될 때의 한계효과임)

제 6 장 양식어류의 소비 트렌드와 대응방안

제6장에서는 지금까지의 분석결과를 종합하여 양식어류의 소비환경을 분석하고, 환경 변화에 따른 양식업계와 정부 대응방안에 대해 접근하였다.

1. 양식어류 소비 추세 및 특성

1) 양식어류의 소비단계

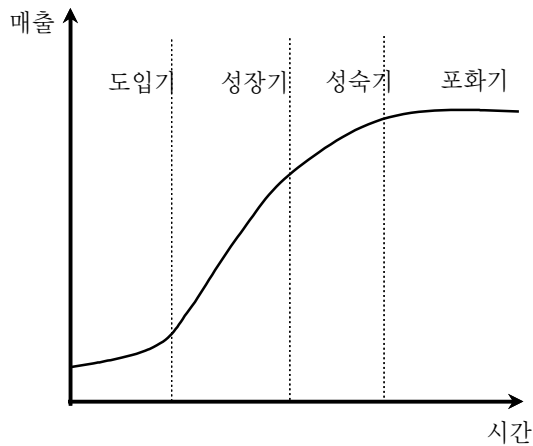
제3장에서 국내 활어시장규모를 추정한 결과 2002년 이후에도 연간 6~7%의 성장을 보인 것으로 나타났다.⁴³⁾ 활어시장의 성장은 활어의 주요 공급원인 양식어류의 수요도 계속 증가시켜 왔다고 할 수 있다.

활어시장의 규모는 여전히 커지고 있지만 국내 양식어업인은 점차 심화되는 경쟁구조에 처해 있다. 현재 어류양식업의 경영에 관한 통계는 발간되고 있지 않지만, 최근 발표자료에 따르면⁴⁴⁾ 국내 어류양식업에 있어서 절대 비중을 차지하고 있는 넙치와 조피볼락 양식은 산지가격 하락으로 수익성이 악화되고 있는 것으로 추정된다. 즉 양식어류의 생산과 소비는 지속적으로 증가하고 있지만, 가격은 하락하고 생산자의 수익은 감소 추세에 있다고 할 수 있다.

43) 활어는 장기 보관이 어려우므로 연간 공급량과 소비량은 거의 일치한다고 할 수 있다. 따라서 활어시장의 규모는 양식어류와 자연산 활어, 수입 활어 등의 공급량을 바탕으로 추정할 수 있다.

44) 김명규, “넙치양식 산업의 장기적 침체 해소를 위한 양식 실태 및 문제점 진단,” 제2회 어류양식업 평가대회 발표자료집, 한국해양수산개발원 수산업관측센터, 2008. 3, p. 51; 임영윤, “조피볼락 양식업의 현황 및 활성화 방안,” 제2회 어류양식업 평가대회 발표자료집, 한국해양수산개발원 수산업관측센터, 2008. 3, p. 64.

제품수명주기 이론에 따르면 수급상의 이러한 특징은 국내 양식어류의 소비가 성숙기에 도달했음을 시사하고 있다. 한 제품의 소비가 성숙기에 도달하면 소비량은 여전히 증가하지만 그 증가율은 둔화되고, 생산자간의 경쟁 심화로 가격은 하락하고 수익성은 악화된다. 이에 따라 경쟁력이 취약한 업체는 시장에서 도태되고, 인수합병 등이 발생하여 시장의 경쟁구조가 재조정되기도 한다.⁴⁵⁾



| 그림 6-1 | 일반적인 제품수명주기

2) 양식어류 소비의 특성 및 트렌드

제2장에서 소비자의 욕구는 자생적인 것이 아니라 경제적, 사회적, 문화적 환경에 영향을 받게 되며, 한 사회의 집단적인 소비 행위가 일정한 방향으로 변화해 나갈 때 소비 트렌드가 형성됨을 밝힌 바 있다. 즉 소비 트

45) 제품수명주기에는 제품 성격에 따라 여러 가지 형태가 존재한다. 일시적 유행상품의 경우에는 매출이 급격하게 증가하였다가 급격히 하락하는 모양이 나타나고, 스타일이 중시되는 제품은 매출이 오르고 내리기를 반복하는 경향이 있다. 활어는 일시적 유행이나 스타일에 따라 잦은 싸이클을 그리는 제품의 속성을 갖고 있지 않으며, 식품으로서 매출이 증가하는 데에도 한계가 있으므로 일반적인 제품수명주기이나 쇠퇴기가 없는 장수제품의 수명주기를 적용하는 것이 합당하다.

트렌드는 다양한 요인에 영향을 받아 나타나는 일종의 사회문화적 현상이라고 할 수 있다. 식품이 오늘날 필수재나 기능재의 의미를 넘어 다양한 소비자의 욕구를 충족하기 위한 소비재의 하나로서 시장에 존재한다면, 식품 소비 역시 시대적인 소비환경의 변화와 일반적인 소비 트렌드에 따라 변화할 수밖에 없다.

제2장에서 식품 소비에 있어서 나타나고 있는 트렌드로서, 외부화, 고급화, 합리화, 서구화, 기호 중시, 건강 중시, 안전성 중시, 편의 추구, 다양화 등을 제시한 바 있다. 본 연구에서는 이러한 트렌드가 활어식품 소비에서는 어떻게 나타나고 있는지를 조사하고 분석함으로써 양식어류의 소비 변화를 파악하고자 하였다.

먼저 외부화와 관련해서는 양식어류 소비의 대부분이 이미 외부화된 것으로 나타났다. 생선회 소비에 있어서는 외식 비율이 80%이며, 생선초밥에 있어서는 90%가 넘는 것으로 나타났다. 내식과 중식을 포함하는 가정식에 있어서는 활어식품의 주요 구입처 중 횃집의 비율이 매우 높게 나타남으로써 중식의 비율이 높은 것으로 조사되었다. 이는 최종소비를 위해 가공에 많은 노력이 소요되는 활어식품의 특성에 기인하는 것으로 판단된다.

양식어류의 소비에 있어서 고급화 경향은 확인되지 않았다. 일부 고가 양식어종의 생산(소비)이 늘고 있는 것으로 나타나기는 했지만, 넙치와 조피볼락의 출하에 있어서 단가가 높은 대형어의 비율이 증가하지 않았고, 소형어와의 가격 차이도 확대되지 않았다.

합리화 경향은 20, 30대 젊은 연령층의 활어식품 구매 행태에서 일부 엿볼 수 있었다. 젊은 연령층은 다른 연령층에 비해 ‘맛’과 ‘가격’ 등 상품의 실질 가치와 관련된 요소를 상대적으로 더 중시하고, ‘국내산’ 혹은 ‘자연산’ 여부와 같은 명목상의 가치와 관련이 있는 요소에 대해서는 덜 중시하는 것으로 나타났는데, 이는 소비의 합리화 경향과 무관하지 않은 것으로 보인다.

서구화 경향 역시 젊은 연령층의 활어식품에 대한 선호도에서 엿볼 수 있는데, 육류에 대한 생선회의 상대적 선호도는 젊은 연령층에서 상대적으로 낮게 나타났다.

기호 중시 경향은 본 연구의 조사에서 뚜렷이 드러나지는 않았다. 하지만 제3장 제3절에서 기술한 바와 같이 활어 취급 외식업체의 다양화는 기호 중시 경향과 관련이 있는 것으로 판단된다.

건강 중시 경향은 활어식품 소비에 있어서 소비자가 활어식품의 건강 기능이 우수하다고 인식할수록 소비빈도가 높아지는 것으로 나타난 조사 결과에서 확인할 수 있다. 마찬가지로 안전성 중시 경향 역시 소비자 대상 조사결과와 분석에서 나타나고 있다.

표 6-1 | 양식어류 소비 트렌드에 관한 조사결과

식품 소비의 트렌드	활어식품 소비 조사결과
외부화	활어 소비의 외식 비중 80%로 매우 높음
고급화	일부 고가어종의 소비(생산)가 늘고 있으나, 주요 활어 품목인 넙치 및 조피볼락의 소비(공급)에 있어서는 고급화 경향이 확인되지 않음
합리화	젊은 연령층의 경우, 활어식품 선택시 ‘맛’과 ‘가격’ 중시. 국내산과 자연산에 대한 선호도는 다른 연령층보다 상대적으로 낮음
서구화	젊은 연령층의 경우 육류에 대한 생선회의 상대적인 선호도가 다른 연령층에 비해 낮음
기호 중시	활어식품을 취급하는 외식 업체의 다양화
건강 중시	소비자가 활어식품이 육류에 비해 건강에 좋다고 인식할 경우 소비빈도 증가
안전성 중시	소비자가 활어식품이 육류에 비해 안전하다고 생각할 경우 소비빈도 증가
편의 추구	외식 비중 높고, 가정식의 경우에도 활어식품 전문취급점에서 조리된 형태로 구입
다양화	넙치와 조피볼락 외 양식어류의 생산 급증, 활어도매시장 내 거래 어종 증가

편의 추구 경향은 활어식품 소비에 있어서 매우 높은 외식 및 중식 비

율과 관련이 있는 것으로 판단된다. 활어식품의 최종소비를 위해서는 조리·가공에 많은 노력이 소요되는데, 소비자의 편의 추구 경향이 활어식품 소비에 있어서 가정식을 줄이고 활어 전문점을 통한 외식 및 중식의 비율을 높인 것으로 해석할 수 있다.

다양화 경향은 제3장에서 나타난 바와 같이 넙치와 조피볼락 이외의 양식어류의 생산과 활어 도매시장에서의 거래 어종을 증가시키는 요인으로 작용한 것으로 판단된다.

이밖에 활어식품 소비의 특징으로는 첫째, 소비빈도에 있어서 남성과 여성의 차이가 크며, 둘째, 음주와 함께 이루어지는 경우가 많고, 셋째, 접대, 회식과 같은 사회적 활동과 관련이 깊으며, 넷째, 월평균 400만 원 이상의 고소득 계층에서 소비빈도가 크게 높아진다는 점 등을 들 수 있다.

3) 양식어류 소비의 긍정적 요인과 부정적 요인

이상과 같이 본 연구에서는 활어식품 소비에 관한 조사를 통하여 활어식품의 주요 공급원인 양식어류 소비의 트렌드와 특성을 파악하고자 하였지만, 이러한 조사결과만으로는 앞으로 양식어류 소비가 양적으로 어떻게 변화할지에 대한 구체적인 정보를 얻기가 어렵다. 이는 본 연구의 한계라 할 수도 있으나, 여러 가지 방법론상의 문제로 인해 양식어류 소비에 관한 계량적 모형 분석이 용이하지 않은 상황에서는 불가피한 면이 있다. 그러나 본 연구의 조사·분석을 통해 향후 양식어류 소비에 긍정적인 요인과 부정적 요인에 대한 정보의 도출은 가능하며, 이를 바탕으로 양식어류의 소비 촉진을 위해서는 어떠한 요인이 중시되어야 하는지에 대한 시사점도 얻을 수 있다.

향후 양식어류 소비에 긍정적 영향을 줄 요인으로는 경제성장에 따른 개인소득의 증가, 식품 소비의 건강 중시 경향을 들 수 있다. 개인소득의

증가는 고소득층의 활어식품 소비빈도가 높다는 점에서, 건강기능 중시 경향은 활어식품의 건강기능이 소비자에 의해 육류보다 더 높게 평가되고 있다는 점에서 양식어류 소비에 긍정적 요인이 된다.

특히 활어식품의 건강기능은 양식어류의 소비촉진에 있어서 좋은 소재가 될 수 있다. 외국의 사례를 보면, 미국 양돈 자조금단체(US National Pork Board)는 자체 소비촉진 프로그램에서 돼지고기가 어류와 같은 ‘흰살 고기’임을 표방함으로써 식품의 건강기능을 집중 홍보하고 있다.⁴⁶⁾

한편 양식어류 소비에 부정적 영향을 주는 요인으로는 식품 소비의 안전성 중시, 식생활 서구화, 음주·회식 문화의 변화 가능성을 들 수 있다. 양식어류의 소비 확대를 위해서는 대응책을 마련하여 이러한 부정적 요인을 최대한 완화시키고, 그 결과를 집중 홍보할 필요가 있을 것이다. 부정적 요인 중 음주·회식 문화의 변화는 이와 관련된 선행연구를 통해 확인하기는 어려웠지만, 건강과 개인 기호를 중시하는 소비환경의 전반적 흐름을 고려할 때 현실화될 가능성이 높다고 판단하였다.⁴⁷⁾

마지막으로 식품 소비의 다양화 경향은 넙치와 조피볼락 이외의 양식어류 생산을 확대할 수 있는 기회가 된다는 점에서 긍정적 요인으로 볼 수 있으나, 한편으로는 국내 생산이 부족한 활어의 수입을 증가시키는 요인이 될 수 있다는 점에서 부정적 요인으로도 볼 수 있다. 즉 소비의 다양화 경향은 국내 양식업계가 어떻게 대응하느냐에 따라 긍정적 요인도 될 수 있

46) 전통적으로 흰살고기와 붉은살고기의 구분은 고기 색깔에 따라 분류했었다. 따라서 닭고기나 토끼고기 등은 흰살고기로, 쇠고기나 양고기 등은 붉은고기로 분류되었다. 그러나 현재 미국에서 흰살고기와 붉은고기의 구분은 고기 색깔이 아니라 ‘지방성분’을 기준으로 한다. 이에 따라 수산물의 경우에는 고기가 붉은 색을 띠고 있다 하더라도 흰살고기로 분류되며, 돼지고기의 경우에는 가열 시 고기 색깔이 하얗게 된다 하더라도 붉은고기로 구분하고 있다(www.wikipedia.com, ‘white meat’에 대한 정의에서 발췌).

47) 주류소비 동향을 보면 음주문화의 변화 가능성을 인식할 수 있다. 즉 주종별 소비추세를 보면 소주와 맥주, 청주 등 전통적인 주류의 소비가 정체되거나 감소하는 경향이 나타나는 반면, 기호가 중시되는 와인의 수입량은 지난 10여 년간 급증하는 추세가 나타나고 있다(대한주류공업협회, www.kalia.or.kr).

고 부정적 요인도 될 수 있다고 하겠다.

| 표 6-2 | 향후 양식어류 소비 변화에 영향을 주는 요인

긍정적 요인	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소득 증가에 따른 활어식품 소비빈도 증가 ○ 식품 소비의 건강중시 기능
부정적 요인	<ul style="list-style-type: none"> ○ 식품 소비의 안전성 중시 경향 ○ 식생활 서구화 ○ 음주·회식문화의 변화 가능성

2. 양식어류 소비환경 변화에 따른 대응방안

1) 기본전제

정부는 1980년대 중반 이후 기르는어업 육성정책을 시행하면서 각종 재정·금융 수단을 통하여 양식어업을 장려해 왔다. 어류양식업에 있어서 이러한 공급 측면의 정책은 자원배분의 효율성 문제를 떠나 활어식품의 도입기 및 성장기에 있어서 시장규모를 확대하는 데에 기여했다고 할 수 있을 것이다. 그러나 활어식품의 소비가 성숙기에 진입한 상황에서는 공급 측면의 정부 정책이 자칫 수급 불균형을 야기함으로써 어류양식업의 경영에 오히려 큰 부담으로 돌아 올 수 있다.

공유수면을 이용하는 어류양식업에 대해 공유수면의 관리권자인 정부가 일정한 규제를 부과하는 것은 당연하다고 할 수 있다. 그러나 양식어류의 수급에 영향을 줄 수 있는 정부의 정책은 시장기능을 저해하지 않는 범위 내에서 이루어져야 한다. 양식어류의 소비와 관련된 수요측면의 정책은 정부가 시장의 기능을 대체하는 것이 아니라 그것을 보완하거나 활성화하기 위해 반드시 필요한 과제에만 한정되어야 할 것이다.

양식어류 수급과 관련된 정부의 역할은 시장실패를 보정하고 시장기능의 활성화를 위해 기반을 조성하는 데에 두어야 한다. 이와 관련된 정책으

로는 정보의 부족, 왜곡, 그리고 비대칭을 시정하기 위한 조치와 식품의 위생 및 안전성 확립을 위한 조치 등을 들 수 있을 것이다.

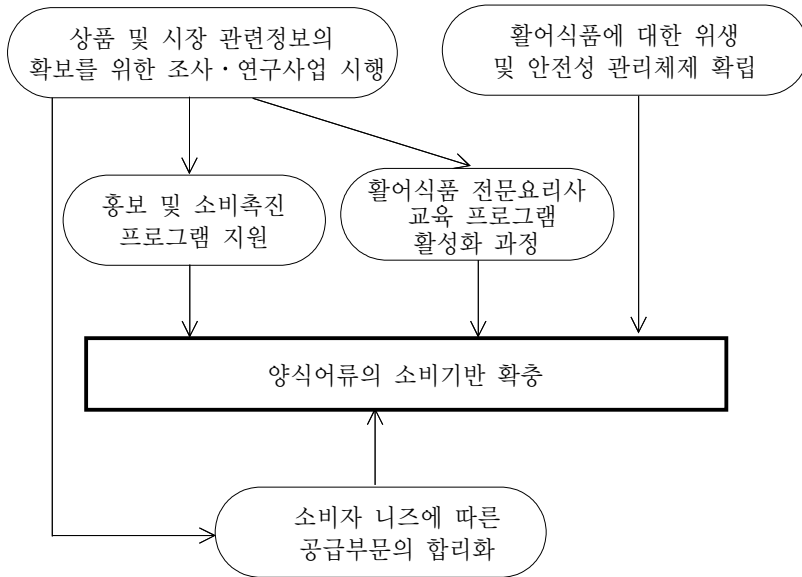
2) 정책대응 방안

양식어류의 소비가 성장기를 지나 성숙기에 접어들면 공급 측면의 정책만으로는 어류양식업의 발전을 뒷받침할 수 없으며 오히려 수급 불균형이라는 역기능을 초래하기 쉽다. 공급 부문의 경쟁 심화로 양식어류의 가격이 지속적으로 하락하고 어류양식업의 수익성이 악화되는 현재의 상황에서 정부는 시장기능의 활성화를 통하여 양식어류에 대한 수요기반을 확충하는 데에 정책의 중점을 두어야 할 것이다.

이를 위해 선택 가능한 수단으로는 조사·연구사업의 시행, 소비촉진 프로그램 및 상품개발 지원, 그리고 위생관리체제의 확립 등을 들 수 있다. 그리고 소비자의 니즈를 충족시킬 수 있도록 공급 부문을 합리적으로 조정하기 위한 정책도 시장 활성화를 위한 유용한 수단이 될 수 있다.

(1) 상품 및 시장 관련 정보 확보를 위한 조사·연구사업 시행

정보의 불완전성은 시장실패의 대표적 요인의 하나이다. 특히 식품 시장에 있어서 이러한 정보의 불완전성 문제가 두드러지게 나타난다. 식품의 품질이나 기능을 좌우하는 요인은 매우 다양하지만, 이러한 요인에 관한 충분한 정보가 공급되지 않고 정보의 전달도 어려울 뿐만 아니라 소비자가 그 정보를 인지하기가 쉽지 않기 때문이다.



| 그림 6-2 | 양식어류 소비기반 확충을 위한 정책체계

본 연구에서 식품 안전성과 건강기능에 관한 인식은 활어식품의 소비를 좌우하는 중요 요인으로 나타났다. 따라서 이러한 요인에 대한 정보가 충분히 제공되지 않을 경우에는 활어식품에 대한 소비자의 이해 부족이나 잘못된 인식으로 양식어류의 소비가 위축될 수 있다.

양식어류의 소비 활성화를 위해서는 조사·연구를 통해 먼저 국내에서 생산되는 양식어류의 건강기능에 관한 의생태학(醫生態學)적인 규명이 정확히 이루어져야 한다. 예를 들어 활어식품으로서 양식어류의 섭취가 소비자의 건강과 성인병 예방에 어떠한 영향을 미치는지에 관한 지속적인 관찰연구가 필요하다. 이를 과학적으로 규명하여 홍보 프로그램을 통해 소비자에게 전달함으로써 소비자가 자신의 필요에 따라 원하는 식품을 선택할 수 있도록 하여야 한다.

둘째로는 양식어류의 생산에서 활어식품으로 소비되기까지 각 단계에서 발생하는 위해요인을 정확히 규명하고, 이러한 요인이 인체에 미치는

영향과 위해요인 발생을 억제하기 위한 방법 등에 관한 조사·연구가 충분히 이루어져야 한다. 조사·연구 결과는 홍보 프로그램을 통해 소비자에게 제공하는 한편 활어식품의 위생 및 안전성 관리체제 확립을 위한 정책 수립에 반영하여야 할 것이다.

실제 활어식품의 안전성에 관한 왜곡된 정보가 소비에 영향을 주는 경우가 있다. 예를 들어 흐리거나 비오는 날에는 소비자가 활어식품을 회피하는 경향이 있는데, 이는 활어식품의 안전성과 관련된 잘못된 정보에 따른 것이다(조영제, 2001). 이와 같이 잘못된 정보에 의한 소비의 위축은, 활어식품의 안전성에 영향을 미치는 요인을 정확하게 규명하고 그 결과를 소비자에게 홍보함으로써 해소해 나갈 수 있을 것이다.

셋째, 활어식품에 대한 소비자의 기호나 행태 등에 관한 지속적인 조사·연구를 통해 활어식품에 관한 시장 정보를 신속하게 확보하여야 한다. 이는 양식어업인과 활어 유통·가공·판매 업체의 합리적인 의사결정, 어류양식업에 관한 정부의 시장지향적 정책 수립을 위한 기초자료로서 필요하다.

이밖에도 활어식품의 주요 공급원인 양식어류의 소비 활성화를 위한 연구 과제는 많다. 예를 들어 유통과정에서 활어의 신선도를 보다 효율적으로 유지할 수 있는 물류·포장·보관기술의 개발이나 활어식품의 표시방법 등을 들 수 있다.

수산물의 수요기반을 확충하기 위한 조사·연구 사업의 사례로는 유럽연합(EU)의 SEAFOODplus 프로그램을 들 수 있다. EU는 2004년부터 고품질의 안전한 수산식품 개발과 소비자의 건강 증진을 위하여 2,600만 유로의 예산으로 연구개발 프로그램을 시행하고 있는데, 6개 연구개발 분야 중 수산식품과 영양분야(Seafood and Human Nutrition)의 과제로서 수산식품의 건강기능에 관한 의생태학적 연구가 진행되고 있으며, 수산식품 소비행태와 웰빙(Seafood and Consumer Behavior, and Well-being) 분야의 과제로는 수산

식품의 소비행태와 결정요인, 수산식품의 정보에 관한 소비자의 수요 평가, 소비자와 생산자의 커뮤니케이션 등에 관한 연구가 수행되고 있다.⁴⁸⁾

(2) 활어식품 홍보 및 소비촉진 프로그램 지원

활어식품의 홍보 및 소비촉진 프로그램은 활어식품과 양식어류에 대한 잘못된 지식을 바로 잡고 정확한 정보의 전달을 통해 소비의 왜곡을 해소하기 위해 필요하다. 이러한 홍보 및 소비촉진 프로그램은 어업인단체나 민간기관이 주도하되, 정부는 이러한 프로그램이 활성화되도록 계획수립과 사업추진에 소요되는 비용을 지원할 필요가 있다. 또 계획수립 시에는 활어식품에 관한 조사·연구사업의 결과를 충분히 반영하여 과학적 근거를 바탕으로 한 정확한 정보를 전달함으로써 소비자의 신뢰를 최대한 확보하도록 하여야 할 것이다.

홍보 및 소비촉진의 효과를 높이기 위해서는 성별, 연령대별, 지역별로 세분화된 전략을 수립되도록 하되, 본 연구의 조사결과에 따르면 활어식품에 대한 선호도가 상대적으로 낮은 젊은 연령층과 활어식품의 소비빈도가 낮은 여성을 대상으로 한 집중적인 사업 추진이 필요하다. 홍보의 내용으로는 국내산 양식어류가 갖는 활어식품으로서의 건강기능과 맛의 우수성, 그리고 활어식품의 안전성에 관한 잘못된 지식을 바로 잡기 위한 정보 등이 포함되어야 할 것이다. 특히 수입산에 대한 국내산 활어식품의 선호도가 상대적으로 낮은 젊은 연령층에 대해서는 국내 양식어류의 장점을 부각시키는 메시지를 전달하고, 수입산과 국내산 양식어류를 식별하는 방법에 대해 적극 홍보할 필요가 있다. 소비촉진의 방법으로는 젊은 연령층이나 여성이 많이 모이는 장소에서 국내산 양식어류의 시식회 등을 개최하거나 이

48) 마창모, “유럽의 SEAFOODplus 통합프로그램 추진현황과 그 시사점,” 『해양수산동향』, 제 1269호, 한국해양수산개발원, 2008. 6.

들을 대상으로 한 어류양식장 견학 프로그램 등을 고려할 수 있을 것이다.

현재도 정부는 수산물 홍보 및 소비촉진을 위한 지원사업을 시행하고 있다. 수산물 소비촉진사업은 수산 분야 민간단체의 판로확대와 판매촉진을 위한 사업을 지원하기 위한 것으로서 사업비의 100%를 국고 보조하고 있다. 그러나 수산물 전 품목을 대상으로 한 2008년도 연간 예산이 8억 원에 불과하고, 홍보 및 소비촉진을 위한 품목별 콘텐츠(contents)도 미비한 상태이므로 가시적인 사업 효과를 얻기는 어려울 것으로 판단된다.

(3) 양식어류 조리·가공기술 개발 및 전문요리사 교육과정 지원

활어식품의 소비는 외식이든 중식이든 대부분 활어를 전문적으로 취급하는 외식업체를 통해 이루어진다. 따라서 외식업체의 요리사에 의해 최종 조리·가공이 이루어지고 활어식품에 관한 정보도 소비자에게 전달된다.

활어식품은 두께, 보관방법, 온도 등에 따라 맛이 달라지는 특성이 있어서,⁴⁹⁾ 외식업체의 요리사의 조리·가공 방법에 따라 활어식품의 맛이 좌우된다. 또 최종 조리·가공 단계에서도 수조, 도마, 식칼 등의 청결유지 상태에 따라서는 활어식품이 다양한 위해요인에 노출될 수도 있으므로, 외식업체의 요리사에 의해 식품 안정성도 크게 좌우된다고 할 수 있다. 즉 활어 전문요리사는 활어식품의 맛과 안전성의 상당 부분을 좌우하며, 식품 정보에 대한 전달자 역할도 하고 있다.

활어식품 소비에 있어서 활어 전문요리사의 역할이 이처럼 중요하므로, 이들을 대상으로 한 교육과정 개설을 적극 지원할 필요가 있다. 이를 위해서는 전문기관에 의뢰해 어종별 다양한 조리·가공 방법을 개발하고, 이를 바탕으로 활어취급 전문가 과정의 교재를 개발할 필요가 있다. 또 교육내용에는 활어의 위생관리의 필요성과 방법에 관한 내용도 포함함으로

49) 조영제, 「생선회 100배 즐기기」, 생성회발전연구소, 2001.

써, 식품 안전성에 관한 의식을 고취시켜야 할 것이다. 이와 같은 교육을 받은 활어 전문요리사가 소매단계에서 활어식품의 안전성에 관한 정보를 소비자에게 전달함으로써 소비자의 신뢰 향상을 기대할 수 있을 것이다.

생선회 문화가 발달한 일본에는 활어식품에 관한 전문적인 교육과정이 매우 발달되어 있으나, 우리나라에는 부경대학교 평생교육원에 개설된 전문가 과정을 포함하여 소수에 불과하다.

(4) 활어식품의 위생 및 안전성 관리체제 확립

과거의 식품위생 관리가 최종제품에 대한 표본검사를 바탕으로 했다면 1980년대 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)가 도입된 이후에는 예방적 차원에서 식품의 생산과정에 대한 위생관리가 강조되고 있다. 최근에는 한걸음 더 나가 식품공급사슬(food chain) 전반을 관리하는 총체적 접근방식(holistic approach)이 시도되고 있다.

총체적 접근방식은 어장에서 식탁(from farm to table)에 이르기까지 식품공급사슬 전반에 걸쳐 위해의 회피와 근원적 차단을 위한 것으로, 중심적인 수단은 GMP(Good Manufacturing Process),⁵⁰⁾ HACCP 등과 같은 생산 및 가공·유통단계별 위생관리제도와 생산에서부터 최종소비에 이르기까지 전 과정을 투명하고 체계적으로 관리하기 위한 이력추적제도이다. 정부는 2005년부터 수산물에 대한 이력추적제 시범사업을 추진해오고 있으나, 넙치, 조피볼락 등 활어 품목의 경우에는 양식어장과 대형마트 등 생산자와 일부 유통업체에 대해서만 적용하고 있다.

제4장 소비자 대상 조사에서 조사 대상자가 인식하는 활어식품의 위해 요인으로 유통 부문과 관련된 위해요인이 전체 응답의 절반을 차지한 것으로 나타났듯이, 양식어류는 어장에서 출하된 이후 최종소비에 이르기까지

50) 농산물 생산의 경우에는 GAP(Good Agricultural Process)로 표현한다.

유통·판매 과정에서 다양한 위해요인에 노출될 수 있다. 따라서 정부는 활어의 유통 및 소매업체에 대한 각 단계별 위생관리지침을 개발하고, 수산물 이력추적제를 도매 및 소매단계로 확대하는 등 활어식품에 대한 총체적 위생관리체제의 도입을 충실하게 준비할 필요가 있다. 이러한 체제의 본격적 시행은 활어식품 전반의 비용 상승을 유발할 수 있으므로 위생관리 강화에 대한 시장의 니즈(needs)를 면밀히 파악하면서 그 시기를 모색하되, 필요시에는 적시에 제도를 시행할 수 있도록 차질 없는 준비가 필요하다.

(5) 소비자 니즈에 따른 공급부문의 합리화

국내 어류양식업이 시장의 니즈에 부응함으로써 지속적인 발전을 이루도록 뒷받침하기 위해서는 소비환경 변화에 대응하는 생산, 유통, 가공 각 단계의 기술의 향상이 이루어져야 한다. 정부는 이를 위해 수산특정연구개발사업의 확대를 통해 시장지향적인 전략적 연구개발계획을 추진할 필요가 있다.

특히 소비 어종의 다양화 추세에 따른 고가어종의 상업적 양식기술의 확립 및 보급을 위하여 종묘생산 및 사육기술, 육종, 질병관리 및 사료개발 등에 주력할 필요가 있다. 또 지역어업인 주도의 생산 조정과 위생관리 등 품질규제를 통한 제품 차별화 및 브랜드화를 지원하기 위하여 유통협약사업에 대한 지원을 확대하는 방안을 검토할 필요가 있다.

제7장 결 론

1. 요약 및 결론

지난 20년간 어류 양식업의 빠른 성장으로 우리나라에 생선회 대중화 시대가 열렸지만, 어류 양식업의 수익성은 생산 및 활어 수입 증가에 따른 산지가격의 하락으로 최근 악화되고 있다. 정부는 그 동안 각종 지원정책을 통해 양식어업을 장려해 왔지만, 시장의 수요가 뒷받침되지 않는 생산의 양적 확대에는 한계가 있을 수밖에 없다.

오늘날 식품 소비는 생존을 위한 기본적 욕구 충족만을 위한 것이 아니다. 소비자는 기본적 욕구 이외에도 사회적 관계 유지나 개인의 기호 충족 등 다양한 이유에서 선택적인 식품소비 활동을 한다. 즉 식품이 필수재로서의 의미를 넘어 소비자의 다양한 욕구 충족을 위한 선택적인 소비재로서의 성격을 갖게 되면서 식품 소비는 소비자의 욕구에 영향을 주는 사회적, 문화적, 경제적인 다양한 요인에 의해 영향을 받게 되었다.

이러한 요인에 영향을 받아 소비자 욕구가 일정한 방향으로 변화하면서 식품 소비에 트렌드가 형성되는데, 본 연구에서는 식품 소비에서 나타나고 있는 트렌드가 양식어류 소비에 어떠한 영향을 주는지를 파악하고 양식어류 소비 기반 확충을 위한 정책과제를 도출하고자 하였다.

소비자와 활어 전문 외식업체를 대상으로 한 설문조사와 확률모형에 의한 소비결정요인 분석을 수행한 결과, 양식어류 소비는 대부분 활어 전문 외식업체를 통한 외식 및 중식으로 이루어지는 것으로 나타났으며, 고급화 경향은 확인되지 않았다. 또 젊은 연령층에서 ‘맛’과 ‘가격’ 등 실용적 가치를 중시하는 합리화 경향이 나타났으며, 식생활의 서구화 경향으로 젊

은 연령증일수록 육류에 대한 활어식품의 상대적 선호도는 낮게 나타났다.

또 활어 소비 어종이 다양화되고 있으며, 활어 전문 외식업체도 다양해지고 있다. 활어식품에 대한 건강 기능과 안전성에 관한 소비자의 인식은 활어 소비에 큰 영향으로 주는 요인으로 분석되었다.

활어식품의 소비 빈도는 월소득 400만 원 이상의 고소득층에서 크게 증가하고, 여성의 소비빈도가 남성에 비해 크게 떨어지는 것으로 나타났다. 또 활어식품의 소비는 음주와 수반되는 경우가 많으며, 업무상 접대 및 직장 회식 등 소비자의 사회적 활동과 연관되는 비율이 높은 것으로 나타났다.

이러한 활어식품 소비 트렌드와 특성을 고려할 때 향후 양식어류 소비는 경제성장에 따른 개인 소득의 증가와 식품 소비의 건강 중시 경향에 긍정적인 영향을 받는 반면, 안전성 중시 경향, 식생활 서구화, 음주·회식·접대 문화의 변화에 따라 부정적 영향을 받을 것으로 전망된다.

국내 활어 수급에서 나타나고 있는 특징들을 고려할 때 양식어류는 수명주기이론 상의 성숙기에 도달한 것으로 판단된다. 성숙기에서는 소비량은 여전히 증가하지만 그 증가율은 둔화되고, 생산자간의 경쟁 심화로 가격은 하락하고 수익성은 악화된다. 이에 따라 경쟁력 취약 업체의 도태와 인수·합병 등, 정부의 한계 업체에 대한 특정한 지원정책이 없다면 시장 원리에 따른 양식업의 구조조정이 예상된다.

2. 정책제언

이와 같은 양식어류의 소비환경 변화에 대응하여 국내 어류양식업의 건전한 발전을 뒷받침하기 위해서는 정부는 시장 기능의 활성화를 통해 양식어류의 소비 기반을 확충하기 위한 정책 대응방안을 강구하여야 할 것이다.

그 구체적인 수단으로는 먼저 활어식품과 관련된 조사·연구사업의 시

행을 통해 양식어류의 의생태학적인 건강 기능과 활어식품으로서 양식어류의 안전성에 영향을 주는 위해요인과 그 영향, 위해요인 억제 방법 등을 연구하여 소비자에게 전달하고, 활어식품의 안정성 강화를 위한 정책 수립에 적극 반영하여야 할 것이다. 또한 활어식품에 관한 소비자의 잘못된 지식으로 소비가 위축되는 현상을 해소하기 위해 활어식품의 안전성에 관한 정확한 정보를 전달하고 젊은 연령층과 여성의 활어식품 소비를 증진하기 위한 홍보 및 소비촉진 프로그램에 대한 지원을 강화하여야 한다.

외식 및 중식의 비율이 절대적인 활어식품의 특성을 고려할 때, 조리·가공 과정에서 맛과 안전성을 좌우하고 소비자에게 식품 정보의 전달자 역할을 하는 활어 전문 요리사의 역할이 매우 중요하다. 따라서 어종별로 다양한 조리·가공 기술을 개발하여 활어 전문 요리사를 대상으로 한 교육과정 개설을 적극 지원하고 활어 위생관리에 관한 교육을 병행함으로써, 이들을 통한 소비자의 욕구 충족과 활어식품에 대한 신뢰 증진을 도모할 필요가 있다.

또 양식어류의 생산에서 최종 소비에 이르기까지 총체적인 안전성 관리제도 실시하여 소비자 욕구에 부응하는 활어식품 공급체계를 확립하여야 하며, 시장의 요구에 따라 다양한 어종의 상업적 양식기술 개발을 위한 연구개발 투자를 확대하여야 한다.

이와 함께 정부는 국내 어류 양식업계에서 발생할 수 있는 구조조정 가능성에도 대비할 필요가 있다. 시장 원리에 따른 구조조정은 어류 양식업의 중장기적 경쟁력 확보를 위해서는 불가피한 현상이라고 할 수 있으나, 구조조정 과정이 급격하고 광범위하게 이루어질 경우에는 연안 지역사회의 대규모 실업 발생 및 극심한 경기 침체 등으로 과도한 사회경제적 조정비용이 발생할 수 있다. 따라서 정부는 어류 양식업의 경쟁구조 재편 과정에서 이와 같은 충격이 발생하지 않도록 어류 양식업에 대한 워크아웃제 도나 전업대책 지원, 경영이양직불제의 적용 방안 등 탈락 어업인에 대한

한시적인 지원책을 사전에 철저히 강구해 둘 필요가 있다.

양식어류의 소비확충을 위한 정부의 정책은 국내 어류양식업의 부가가치와 소비자의 후생을 증진시킬 수 있다는 점에서, 양식어류의 소비가 성숙기에 진입한 것으로 판단되는 현 단계에도 정부의 역할은 여전히 중요하다고 할 수 있다.

참 고 문 헌

〈국내 문헌〉

- 권승구, “대형유통업체 확대에 따른 도매시장 대응방안,” 『식품유통연구』, 제20권 제3호, 2003.
- 김기수·김진건, “일본의 주요 신선어류의 수요함수 추정,” 『부산수산대학교 경제학논집』, 제5권 제1호, 1995.
- 김명규, “넙치양식 산업의 장기적 침체 해소를 위한 양식 실태 및 문제점 진단,” 『제2회 어류양식업 평가대회 발표자료집』, 한국해양수산개발원 수산업관측센터, 2008. 3.
- 김석중 외, “우유의 소비행태 변화에 관한 연구 : 의사결정 나무분석기법을 이용하여,” 『농업경영.정책연구』, 제27호, 2000.
- 김성귀 외, 『해산어류 양식어업 발전방향의 정립에 관한 연구』, 한국해양수산개발원, 2002.
- 김창길 외, 『친환경 농산물에 대한 소비자 선호와 구매행태 분석』, 한국농촌경제연구원, 2005.
- 김철호, “가공식품시장의 구조적 특성과 식품산업체의 상품화 전략,” 『식품유통연구』, 제20권 제2호, 2003.
- 김호, “수도권 소비자의 농산물 구매행태 분석,” 『식품유통연구』, 제20권 제3호, 2003.
- 김효정, “농수산물 원산지표시제에 대한 소비자의 인지도 및 업소별 이행 실태에 관한 연구,” 『소비자학 연구』, 제10권 제1호, 1999.
- 마창모, “유럽의 SEAFOODplus 통합프로그램 추진현황과 그 시사점,” 『해양수산동향』, 제1269호, 한국해양수산개발원, 2008. 6.
- 문숙재·여윤경, 『소비 트렌드와 마케팅』, 신정, 2005.

- 박승훈·백종희, “친환경 농산물이 수요추정 연구,” 「식품유통연구」, 제22권 제1호, 2005.
- 삼성경제연구소, 「소비시장의 양면성」, 2002. 9.
- 서성한 외, 「소비자행동론」, 제3개정판, 박영사, 2005.
- 안광호·임병균, 「마케팅조사원론」, 제4판 한현사, 2006.
- 안광호 외, 「시장지향적 마케팅전략」, 제2판, 학현사, 2006.
- 안병일, “주요 유제품의 수요함수 추정,” 「농업경영·정책연구」, 제33권 제4호, 2006.
- 유지수, “기대모형에 의한 채소의 수요·공급함수 추정,” 「경제학연구」, 제43집 제2호, 1995.
- 윤호섭·성명환, “미국수요함수의 형태와 특성,” 「농촌경제」, 제11권 제2호, 1988.
- 이계임 외, 「한국인의 식품 소비 트렌드 분석」, 농촌경제연구원, 2007.
- 이남수, “식품 소비의 트렌드와 수산물 소비 활성화방안,” 「해양수산」, 제265호, 2007.
- _____, “국내 씨푸드 산업의 현황과 전망,” 「해양수산동향」, 제1245호, 한국해양수산개발원, 2007. 8.
- 이병석·위태석, “소비자의 과일 브랜드 인지수준과 개선방안,” 「식품유통연구」, 제21권 제1호, 2004.
- 이정환, “신축적 수요함수 체계에 의한 농산물 소비행동 분석,” 한국농촌경제연구원, 1984.
- 임세현, “Support Vector Machines을 이용한 공급사슬관리의 지속적 협업수준에 대한 의사결정 모델,” 「유통연구」, 제10권 제3호, 2006.
- 임영운, “조피볼락 양식업의 현황 및 활성화 방안,” 「제2회 어류양식업 평가대회 발표자료집」, 한국해양수산개발원 수산업관측센터, 2008. 3.
- 장홍석, “일본의 수산물 유통과 소비자 구매행동의 변화,” 「해양수산」, 제

271호, 2007.

정명생, “양식활어의 수요분석에 관한 연구,” 『식품유통연구』, 제20권 제2호, 2003.

정명생 · 임경희, 「활어의 소비구조 분석에 관한 연구」, 한국해양수산개발원, 2003.

조영제, 「생선회 100배 즐기기」, 생선회발전연구소, 2001.

최지현, “식품 소비구조 분석 : 1984, 1993 횡단면 자료를 이용하여,” 『농촌경제』, 제19권 제1호, 1996.

최지현 · 이계임, 「주요 식품의 소비구조 변화와 전망」, 한국농촌경제연구원, 1995.

한국해양수산개발원, 「넙치 수산물관측 월보」, 각 월호.

_____, 「조피볼락 수산물관측 월보」, 각 월호.

함병은, “식품구매자의 습관적 구매행태에 관한 실증적 연구,” 『식품유통연구』, 제22권 제2호, 2005.

해양수산부, 「2006 어류양식 현황조사」, 2006.

허경옥 외, 「소비자트렌드와 시장」, 교문사, 2006.

홍금우 · 모수원, “가구주 연령별 외식패턴,” 『관광연구』, 제21권 제4호, 2007.

홍성걸 외, 「양식수산물에 대한 소비습관 및 수요분석」, 한국해양수산개발원, 1999.

〈해외 문헌〉

Asche, F., T. Bjørndal and D. V. Gordon, “Demand Structure for Fish”, *SNF Working Paper*, No. 37/05, Institute for Research in Economics and Business Administration, Bergen, 2005.

Eales, J., C. Durham and C. R. Wessells, “Generalized Models of Japanese Demand for Fish”, *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 79

No. 4, 1997.

George, P. S. and G. A. King, “Consumer Demand for Food Commodities in the United States with Projection for 1980”, *Giannini Foundation Monograph Number 26*, 1971.

Moschini, G. and K. D. Meilke, “Modelling the Pattern of Structural Change in U.S. Meat Demand”, *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 71 No. 2, 1989.

부록 1 : 소비자 대상 설문조사서(2008. 9)

생선회 소비 행태 조사

안녕하십니까? 저는 시장조사 전문기관인 매크로게이트에서 근무하고 있는 면접원 000입니다. 한국해양수산개발원에서는 생선회 소비행태에 대한 조사를 진행하고 있습니다. 지금부터 귀하께서 응답해주시는 내용은 맞거나 틀리는 답이 있는 것이 아니며, 통계적인 목적으로만 사용될 뿐 그 이외의 목적으로는 사용되지 않습니다. 또한, 통계법 33조에 의해 철저히 비밀이 보장되니 적극적인 조사 참여를 부탁드립니다.

2008년 9월

조사 의뢰자 : 한국해양수산개발원

● 조사 수행 (실사) : 매크로게이트 코리아

- 지 역 1.서울 2.부산 3.대구 4.인천 5.광주
6.대전 7.울산 8.경기 9.강원 10.충북
11.충남 12.전북 13.전남 14.경북 15.경남

- 성 별 : ① 남자 ② 여자

SQ1. 실례지만, 00님의 올해 나이(연세)는 만으로 어떻게 되시는지요?
만_____세

☞ 만 20세 미만 면접 중단

개인 성향

문1. 귀하께서는 술 마시기를 즐기시는 편입니까?

- ① 즐기는 편이다
- ② 상황에 따라 마시기는 하지만 즐기지는 않는다
- ③ (거의) 마시지 않는다
- ④ 전혀 안 마신다

문2. 귀하께서는 건강을 위해 운동을 하고 계십니까?

- ① 주기적(규칙적)으로 운동을 하고 있다
- ② 건강을 위해 운동을 하지만, 규칙적으로 하지는 않는다
- ③ 필요성을 느끼지만, 운동을 하지는 못하고 있다
- ④ 필요도 못느끼고 운동을 하지도 않고 있다.

문3. 귀하께서는 건강이나 다이어트를 위해 음식을 가려 드시거나 섭취량을 절제하고 계십니까?

- ① 그렇다
- ② 노력은 하지만, 잘 안될 때가 많다
- ③ 필요성을 느끼지 못한다.

문4. 귀하께서는 한국식 전통 음식에 비해 외국 음식이나 새로운 요리에 관심이 많으신 편입니까?

- ① 그렇다. 외국음식이나 새로운 요리를 적극적으로 찾아 시식하려고 하는 편이다.
- ② 관심은 있지만, 적극적으로 찾아 시식을 하지는 않는다
- ③ 외국 음식이나 새로운 요리보다는 한국 음식을 좋아한다.

문5. 귀하께서는 쇠고기나 닭고기, 돼지고기 등의 육류를 좋아하시는 편입니까?

- ① 좋아한다 ② 보통이다 ③ 좋아하지 않는 편이다.

문6. 쇠고기, 닭고기, 돼지고기, 생선회 중 선호하는 순서대로 말씀해 주십시오.

- ① _____ ② _____ ③ _____ ④ _____

생선회 소비

문7. 귀하는 생선회(생선초밥 별도)를 좋아 하십니까?

- ① 매우 싫어한다 ② 싫어하는 편이다. ③ 보통이다. ④ 좋아한다
- ⑤ 매우 좋아한다.

문8. 귀하께서는 생선회를 얼마나 자주 드십니까?

- ① 일주일에 1회 이상 ② 한 달에 2~3회 ③ 한 달에 1회
- ④ 두 달에 1회 ⑤ 일년에 3~4회 ⑥ 일년에 1~2회
- ⑦ 전혀 먹지 않음 ==> 문12로 가시오

문9. 귀하께서는 생선회를 주로 집에서 드시는 편입니까? 아니면, 주로 바깥에서 드시는 편입니까? 집과 바깥에서 생선회를 드시는 비중의 합이 100이 되도록 말씀해 주세요.

바깥		집		합
()	+	()	=	100

문10. 귀하께서는 생선회를 드실 때 술과 함께 드시는 편입니까?

- ① 대부분 그렇다
- ② 술과 함께 생선회를 먹는 경우가 더 많다
- ③ 술을 마시지 않고 생선회만 먹는 경우가 더 많다
- ④ 생선회를 먹을 때 술을 거의 마시지 않는다

문11. 귀하께서는 다음 어종의 생선회를 얼마만큼 좋아 하십니까?

	매우 싫어 한다	싫어 하는 편이다	보통 이다	좋아 하는 편이다	매우 좋아 한다
광어(넙치)	①	②	③	④	⑤
우럭(조피볼락)	①	②	③	④	⑤
참돔(도미)	①	②	③	④	⑤
참치	①	②	③	④	⑤
연어	①	②	③	④	⑤

생선초밥 소비

문12. 귀하는 생선초밥(스시)을 좋아 하십니까?

- ① 매우 싫어한다 ② 싫어하는 편이다. ③ 보통이다. ④ 좋아하는 편이다.
⑤ 매우 좋아한다.

문13. 귀하께서는 생선초밥(스시)을 얼마나 자주 드십니까?

- ① 일주일에 1회 이상 ② 한 달에 2~3회 ③ 한 달에 1회 ④ 두달에 1회
⑤ 일년에 3~4회 ⑥ 일년에 1~2회
⑦ 전혀 먹지 않음 ==> 문18로 가시오

문14. 귀하께서는 생선초밥을 주로 집에서 드시는 편입니까? 아니면, 주로 ~~바깥에서~~ ^{밖에서} 편입니까? 집과 바깥에서 생선초밥을 드시는 비중의 합이 100이 되도록 말씀해 주세요.

바깥		집		합
()	+	()	=	100

문15. 귀하께서는 생선초밥을 드실 때 술과 함께 드시는 편입니까?

- ① 대부분 그렇다
② 술과 함께 생선초밥을 먹는 경우가 더 많다
③ 술을 마시지 않고 생선초밥만 먹는 경우가 더 많다
④ 생선초밥을 먹을 때 술을 거의 마시지 않는다

문16. 귀하께서는 다음 어종의 생선초밥을 얼마만큼 좋아 하십니까?

	매우 싫어 한다	싫어 하는 편이다	보통 이다	좋아 하는 편이다	매우 좋아 한다
광어(넙치)	①	②	③	④	⑤
우럭(조피볼락)	①	②	③	④	⑤
참돔(도미)	①	②	③	④	⑤
참치	①	②	③	④	⑤
연어	①	②	③	④	⑤

생선회의 안전성

문17. 생선회는 얼마나 안전하다고 평가하십니까?

- ① 매우 안전하다. ② 약간 안전하다. ③ 보통이다. ④ 약간 안전하지 못하다.
⑤ 매우 안전하지 못하다.

문18. 귀하께서는 쇠고기와 생선회 중 대체적으로 어느 식품이 더 안전하다고 평가하십니까?

- ① 생선회가 쇠고기보다 더 안전하다
② 비슷하다
③ 쇠고기가 생선회보다 더 안전하다
④ 경우에 따라 다르다
⑤ 모르겠다

문19. 귀하께서는 돼지고기와 생선회 중 대체적으로 어느 식품이 더 안전하다고 평가하십니까?

- ① 생선회가 돼지고기 보다 더 안전하다 ② 비슷하다
③ 돼지고기가 생선회보다 더 안전하다 ④ 경우에 따라 다르다 ⑤ 모르겠다

문20. 귀하께서는 닭고기와 생선회 중 대체적으로 어느 식품이 더 안전하다고 평가하십니까?

- ① 생선회가 닭고기보다 더 안전하다 ② 비슷하다
③ 닭고기가 생선회보다 더 안전하다 ④ 경우에 따라 다르다
⑤ 모르겠다

문21. 귀하께서 생선회의 안전성과 관련하여 걱정하시는 위해요인으로서는 어떤 것이 있습니까?

(_____)

<예> 수산물의 중금속 오염, 기생충, 유통·가공·처리·조리과정에서의 불결함으로 인한 식중독 가능성, 비브리오 패혈증, 양식장에서의 포르말린 사용, 양식장에서의 항생제 사용

생선회의 건강기능

문22. 생선회는 얼마나 건강기능에 좋다고 생각하십니까?

- ① 매우 건강에 좋다. ② 약간 건강에 좋다. ③ 보통이다.
④ 약간 건강에 좋지 못하다. ⑤ 매우 건강에 좋지 못하다.

문23. 귀하께서는 생선회와 쇠고기 중 어느 식품이 건강에 더 좋은 식품이라고 생각하십니까?

- ① 쇠고기가 건강에 더 좋다 ② 비슷하다
③ 생선회가 건강에 더 좋다 ④ 모르겠다

문24. 귀하께서는 생선회와 돼지고기 중 어느 식품이 건강에 더 좋은 식품이라고 생각하십니까?

- ① 돼지고기가 건강에 더 좋다. ② 비슷하다
③ 생선회가 건강에 더 좋다 ④ 모르겠다

문25. 귀하께서는 생선회와 닭고기 중 어느 식품이 건강에 더 좋은 식품이라고 생각하십니까?

- ① 닭고기가 건강에 더 좋다. ② 비슷하다
③ 생선회가 건강에 더 좋다 ④ 모르겠다

응답자 관련 질문

DQ1. 실례지만, OO님께서는 결혼을 하셨습니까?

- ① 예/ 기혼 ② 아니오/ 미혼

DQ2. OO님 본인을 포함하여 함께 거주하시는 가족은 모두 몇 명입니까? ()명

DQ3. OO님께서 태어난 곳은 어느 지역입니까?

- ① 바닷가 ② 바닷가 이외의 지역

DQ4. OO님의 직업은 무엇입니까?

- ① 농/어/임업 ② 자영업 ③ 판매/서비스직
④ 기능/숙련공 ⑤ 일반작업직 ⑥ 사무/기술직
⑦ 경영/관리직 ⑧ 전문/자유직 ⑨ 가정주부
⑩ 학생 ⑪ 무직 ⑫ 기타()

DQ5. 실례지만, OO님댁의 월 평균 가구 총 소득은 대략 어느 정도입니까?

- ① 100만원 미만 ② 100만원~199만원 ③ 200만원~299만원
④ 300만원~399만원 ⑤ 400만원~499만원 ⑥ 500만원 이상

응답자 정보	성명		전화번호	
	주소	(시/군/구) (읍/면/동)		

면접원 정보	성명		면접장소	
	면접일시	2008년 월 일 (오전/오후) 시 분		

설문에 응해 주셔서 감사합니다

부록 2 : 외식업체 점주 대상 조사(2008. 9)

외식업체의 일반적 사항

문1. 업소명 : _____

문2. 소재지 : _____(시·도) _____(시·군·구)
 _____(읍·면·동) _____(번지)

문3. 업태

- ① 일식집 ② 대형횃집(좌석수 100개 이상)
③ 소형횃집(좌석수 100개 이하) ④ 초밥전문점

문4. 주요 메뉴 (인기 있는 메뉴)

음식명	가격 (원)

※ 특선메뉴, 세트메뉴 등 포함

문5. 활어 수조 유무

- ① 있음 ② 없음

문6. 연간 매출액

- ① 1,000만 원 미만 ② 1,000만 ~ 2,000만 원
③ 2,000만 ~ 5,000만 원 ④ 5,000만 ~ 1억 원
⑤ 1 ~ 5억 원 ⑥ 5 ~ 10억 원
⑦ 10억 원 이상

고객의 성향

문7. 귀 업소를 찾는 고객은 주로 어떤 목적으로 오는 경우가 많습니까?
아래 보기 중에서 가장 중요한 순서대로 세 가지만 선택해 주십시오.

<중요도 순서> ◆ 1순위_____ ◆ 2순위_____ ◆ 3순위_____

<보기>

① 가족 외식	② 직장 회식
③ 비즈니스 관련 접대	④ 동창회나 각종 친목회 모임
⑤ 친구·연인 관계 고객의 외식	⑥ 하객 접대
⑦ 기타 (직접 적어 주십시오 _____)	

문7-1. 위에 제시한 보기에서 지난 3년간 특별히 증가하고 있는 고객은 어떤 계층입니까? 있다면 모두 적어 주십시오.
(_____)

문7-2. 위에 제시한 보기에서 지난 3년간 특별히 감소하고 있는 고객은 어떤 계층입니까? 있다면 모두 적어 주십시오.
(_____)

문8. 귀 업소의 고객 중 남·녀 성비(性比)는 대략적으로 어떻게 됩니까?

남	여	합 계
() %	() %	100%

문9. 최근 3년간 귀 업소 고객 중 남·녀 성비의 변화가 있었습니까?

- ① 변화가 없다
- ② 남성 고객의 비율이 증가하고 있다
- ③ 여성 고객의 비율이 증가하고 있다

문10. 귀 업소를 찾는 성인 고객의 연령대별 분포는 어떻게 됩니까?

연령대	비율(%)
① 20대	
② 30대	
③ 40대	
④ 50대	
⑤ 60대 이상	
합 계	100%

문11. 최근 3년간 고객의 연령대별 분포에 변화가 있었다고 생각하십니까?
변화가 있었다고 생각하신다면 증가하고 있는 연령대와 감소하고 있는 연령대를 적어 주십시오.

1. 증가하고 있는 연령대(복수 선택)

2. 감소하고 있는 연령대(복수 선택)

문12. 귀 업소를 방문하는 고객 중 생선회나 생선초밥 종류를 주문할 때 주류를 함께 주문하는 고객의 비율이 현재 대략 얼마나 됩니까?
(%)

문13. 지난 3년간 귀 업소를 방문하는 고객 중 생선회나 생선초밥 주문시 주류를 함께 주문하는 고객의 비율에 변화가 있었습니까?

- ① 큰 변화가 없다
- ② 주류를 함께 주문하는 고객의 비율이 증가한 것 같다
- ③ 주류를 함께 주문하는 고객의 비율이 감소한 것 같다.

고객의 기호

문14. 생선회나 초밥용으로 사용하는 재료(식재:食材)의 차이에 고객들이 민감하게 반응한다고 생각하십니까?()

- ① 고객들이 사용하는 재료의 차이를 거의 느끼지 못하는 것 같다
- ② 고객들이 사용하는 재료의 차이를 약간 느끼는 것 같다
- ③ 고객들이 사용하는 재료의 차이를 민감하게 느끼는 것 같다

문14-1. 고객들이 생선회나 초밥용 재료의 차이를 느낀다면 재료의 다음 속성에 대해 반응하는 정도는 어느 정도입니까?

	매우 민감	약간 민감	보통	크게 반응하지 않음	거의 반응하지 않음
선도 (활어, 선어 등)	①	②	③	④	⑤
사용 어류의 크기 (중량)	①	②	③	④	⑤
수입산·국내산 여부	①	②	③	④	⑤
자연산·양식산 여부	①	②	③	④	⑤

문15. 생선회 또는 초밥 재료 중 다음 어종에 대한 고객들의 선호도가 최근 3년간 어떻게 변화하였다고 생각하십니까? 열거된 어종 중 귀 업소에서 취급하는 어종에 대해서만 평가해 주십시오.

	선호도 크게 감소	선호도 약간 감소	불변	선호도 약간 증가	선호도 크게 증가
넙치 (양식산)	①	②	③	④	⑤
조피볼락 (양식산)	①	②	③	④	⑤
참돔 (양식산 혹은 일본산)	①	②	③	④	⑤
홍민어 (중국산)	①	②	③	④	⑤
농어 (양식산)	①	②	③	④	⑤
도다리 (자연산)	①	②	③	④	⑤
연어 (수입산)	①	②	③	④	⑤
참치류 (원양산)	①	②	③	④	⑤

※ 주 : ① 선호도 크게 감소 : 지난 3년간 소비량 10% 이상 감소
 ② 선호도 약간 감소 : 지난 3년간 소비량 10% 이내 감소
 ③ 불변 : 지난 3년간 사용량 대체로 일정
 ④ 선호도 약간 증가 : 지난 3년간 사용량 10% 이내 증가
 ⑤ 선호도 크게 증가 : 지난 3년간 사용량 10% 이상 증가

문16. (생선회밥을 제공하는 업소에 한하여) 귀 업소에서는 생선회밥용 어류 식재를 데치거나 식초에 살짝 담그는 등의 가공을 하고 있습니까?

- ① 하고 있다
- ② 현재 안하고 있고, 앞으로도 할 생각이 없다
- ③ 현재 안하고 있으나, 앞으로 가공 여부를 고려해 볼 생각이다

문17. 귀하께서는 위에 조사한 내용 외에 최근 3년간 생선회나 생선회밥에 대한 고객의 성향(종류)이나 기호에 의미 있는 변화가 있었다고 생각하십니까? 있다고 생각하신다면 자유롭게 의견을 제시해 주십시오.

◆ 고객의 성향

◆ 고객의 기호

생선회 및 생선초밥 식재료달

문18. 귀 업체의 생선회 및 생선초밥용 식재료달에 있어서, 아래 보기에 나타난 구입처 별 구입 비중은 대략 어떻게 됩니까?

구입처	비 중(%)
도매시장	
납품업자(속칭 '나까마')	
체인 혹은 프랜차이즈 본부 일괄 구매	
재래시장	
대형수퍼 혹은 대형마트	
개별 어민	
수협 공판장	
대별 수협	
생산자단체	
자가 어획 혹은 양식	
기타 (적어 주십시오 _____)	

문19. 생선회나 생선초밥의 식재 구입시 가장 우선적으로 고려하는 사항은 어떤 것입니까?

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| ① 값이 싼 것 | ② 품질이 우수한 것 |
| ③ 신선도가 높은 것 | ④ 중량이 적당한 것(규격이 통일된 것) |
| ⑤ 안전하고 위생적인 것 | ⑥ (슬라이스 등) 전처리된 것 |
| ⑦ 기타(직접 적어 주십시오. _____) | |

문20. 식재의 조달에 있어서 느끼는 애로사항은 무엇입니까? 아래 보기 중 중요하다고 생각하시는 순서대로 3개를 선택하여 주십시오.

<중요도 순서> ◆ 1순위_____ ◆ 2순위_____ ◆ 3순위_____

<보기>

- | |
|---|
| ① 가격 등락이 심함 ② 선도가 일정치가 않음
③ 활어에 손상이 있는 경우가 많음
④ 규격이 일정치 않음 ⑤ 가격 정보를 얻기가 어려움
⑥ 원하는 수준으로 전처리된 상품을 얻기가 곤란함
⑦ 안정적인 물량 확보가 어려움
⑧ 안전성을 믿을 수가 없음
⑨ 식재가 필요할 때 적시 공급이 어려움
⑩ 원하는 어종을 구입하기가 어려움 |
|---|

◆ 아래 내용은 완성된 설문에서 확인 사항이 발생될 경우 필요하므로 설문 완료 후 꼭 작성해 주십시오.

응답자 및 면접원 기록 사항

응답자 정보	성명		전화번호	
	주소	(시/군/구) (읍/면/동)		

면접원 정보	성명		면접장소	
	면접일시	2008년 월 일 (오전/오후) 시 분		

설문에 응해 주셔서 감사합니다.

양식어류의 소비변화 분석과 대응방안 연구

2008年 12月 29日 印刷

2008年 12月 31日 發行

編輯兼 發行人	姜 淙 熙
發行處	韓國海洋水產開發院 서울특별시 마포구 상암동 1652
전 화	2105-2700 FAX : 2105-2800
등 록	1984년 8월 6일 제16-80호

組版・印刷 / 서울기획문화사 2272-1533 정가 15,000원

판매 및 보급 : 정부간행물판매센터 Tel : 394 - 0337