

일반연구

2023-03

우리나라 수산식품 소비 활성화 방안 마련 연구

A Study on Strategies to Promote Seafood Consumption

한기욱 · 양이석 · 신진원 · 원은송



한국해양수산개발원
KOREA MARITIME INSTITUTE

우리나라 수산식품 소비 활성화 방안 마련 연구

A Study on Strategies to Promote Seafood Consumption

한기욱 · 양이석 · 신진원 · 원은송



한국해양수산개발원
KOREA MARITIME INSTITUTE

저자	한기욱, 양이석, 신진원, 원은송
내부연구진	연구책임자 한기욱 한국해양수산개발원 수산정책사업본부 전문연구원 공동연구원 양이석 한국해양수산개발원 수산정책사업본부 전문연구원 공동연구원 신진원 한국해양수산개발원 수산정책사업본부 연구원 공동연구원 원은송 한국해양수산개발원 수산정책사업본부 연구원

연구기간	2023. 1. 1. ~ 2023. 10. 31.
------	-----------------------------

보고서 집필내역

연구책임자	한기욱 연구총괄, 제1장, 제2장, 제5장, 제6장
내부연구진	양이석 제1장 2절 일부, 제3장, 부록 일부 신진원 제1장 2절 일부, 제4장, 부록 일부 원은송 제1장 2절 일부, 제2장, 부록 일부

산·학·연·정 연구자문위원	[해외] Tsutomu Miyata Japan International Research Center for Agricultural Science 센터장
-------------------	---

※ 순서는 산·학·연·정 순임

발간사

우리나라는 삼면이 바다로 둘러싸여 있어 어선 및 양식 어업이 고르게 발전한 수산 강국으로, 양질의 수산물을 국민들에게 공급하면서 수산물 소비 시장이 빠르게 성장하였다. 그러나 빠르게 성장하던 우리 수산물 소비가 2010년 이래로 둔화하고 있다. 인구 감소 및 MZ 세대 중심의 수산물 소비 기피 현상(육류 선호 등)이 수산물 소비 시장에 영향을 미치기 시작했기 때문이다. 수산물 소비 시장의 위축은 국내 수산업의 경쟁력 저해 요인으로 작용할 수 있는 만큼 이에 대한 대응이 필요한 시점이다.

수산물 소비 둔화 및 감소 움직임은 인접국인 일본을 비롯한 다른 국가들에게서도 확인할 수 있다. 특히 일본의 경우 1인당 수산물 소비량이 2001년에는 40.2kg였던 것이 2020년에는 23.4kg으로 20여 년간 감소하고 있다. 소비의 주요 감소 원인은 인구 감소, 젊은 세대의 육류 선호 현상, 수산물 가격 상승 등으로 볼 수 있으며, 소비 활성화를 위한 다양한 정책적 노력에도 불구하고 소비 감소 현상을 극복하지 못하고 있다. 이러한 일본의 상황은 우리나라와 매우 유사하다는 점에서 우리는 다각적인 검토를 통해 향후 있을 수도 있는 잠재적인 위험 상황에 대비하기 위한 준비가 필요할 것이다.

이에 본 연구는 우리나라 수산물의 소비 정체 및 감소 우려에 대응하여, 다각적인 측면을 고려한 수산식품 소비 활성화 방안을 마련하고자 하였다. 이를 위해 국내외 수산물 소비 동향 및 이슈 분석, 소비 행태 분석, 사례 분석 등 다양한 분석을 수행하였으며, 각 분석 결과를 종합하여 수산식품 소비 활성화 전략 및 방향, 다양한 신규 사업을 제안하고 있다. 이러한 노력은 수산식품 소비 활성화를 위한 생태계 구축은 물론, 실질적인 사업화를 통해 현장에도 도움을 줄 수 있을 것으로 전망된다.

마지막으로 본 연구는 수산정책사업본부 해외시장분석센터의 한기욱 전문연구원이 연구 책임을 맡아 수행하였고, 양이석 전문연구원, 신진원 연구원, 원은송 연구원의 참여로 진행되었다. 우리나라 수산식품의 소비 활성화를 통한 산업의 경쟁력 향상을 위해 노력해준 연구진께 감사의 인사를 전한다.

2023년 12월
한국해양수산개발원
원장 김 종 덕

목차

정책제안 _ i

요약 _ iii

Executive Summary _ xiii

01	서론 _1	
	제1절 연구 배경 및 목적	1
	1. 연구 배경 및 필요성	1
	2. 연구 목적	4
	제2절 연구 내용 및 방법	5
	1. 연구 내용	5
	2. 연구 방법	6
	제3절 선행연구 검토	13
	1. 선행연구 검토	13
	2. 선행연구와의 차별성	14
02	수산물 소비 동향 및 이슈 분석 _17	
	제1절 세계 수산물 소비 동향 및 이슈 분석	17
	1. 세계 수산물 소비 동향 및 전망	17
	2. 세계 수산물 소비 이슈 분석	26
	제2절 국내 수산물 소비 동향 및 이슈 분석	44
	1. 국내 수산물 소비 동향 및 전망	44
	2. 국내 수산물 소비 이슈 분석	49
	제3절 소결	50
	1. 국내 소비시장, 성숙 국면(Maturity Phase)에 진입	50
	2. 세계 수산물 소비시장의 다양화·고도화 추구 대응 필요	51

3. 윤리 및 환경 등 '지속가능성' 가치 소비 접목 요구	52
----------------------------------	----

03 수산식품 소비행태 및 결정요인 분석_53

제1절 수산식품 소비행태 조사	53
1. 수산식품 소비행태 조사 개요	53
2. 수산식품 소비행태 분석 결과	57
제2절 수산식품 소비 결정요인 분석	71
1. 수산식품 소비 결정요인 분석 개요	71
2. 수산식품 소비 결정요인 분석 결과	76
제3절 소결	86
1. 세분화된 수산식품 소비 활성화 방안 마련	86
2. 미래 세대 고려 수산식품 소비 활성화 방안	89

04 수산식품 소비 활성화 정책 사례 분석_91

제1절 해외 수산식품 활성화 정책 사례 분석	91
1. 일본 수산식품 소비 활성화	91
2. EU 수산식품 소비 활성화	110
3. 미국 수산식품 소비 활성화	120
제2절 국내 수산식품 소비 활성화 정책 사례 분석	125
1. 국내 수산식품 소비 활성화 사례	125
2. 국내 농·축산식품 소비 활성화 사례	132
제3절 소결	142
1. 다양한 수산식품 소비 활성화 정책의 시행	142
2. 수산식품 소비 활성화 정책·사례의 시사점	145

05 수산식품 소비 활성화 방안_149

제1절 수산식품 소비 활성화 방향	149
--------------------	-----

1. 수산식품 소비 활성화 기반 조성	149
2. 수산식품 소비 활성화 기본전략	151
제2절 수산식품 소비 활성화 추진 과제	153
1. ‘수요’ 기반 산업 육성 체계 구축	153
2. ‘미래 세대’ 고려 수산식품 소비 활성화 전략 수립	157

06 결론 및 정책 제언_171

제1절 요약 및 결론	171
제2절 정책 제언	173
1. 수산식품 소비 활성화의 날 지정(K-블루푸드의 날)	173
2. 생애주기별(세대별) 수산식품 소비 가이드라인 개발	175
3. 미래 수요자 대응, 퓨처 시푸드 사업(Future Seafood)	178
4. 지역 수산식품 소비 활성화 추진 실행	180

참고문헌_183

부록_193

표 목차

〈표 1-1〉 국정과제와 연구의 관련성	3
〈표 1-2〉 연구 목적	4
〈표 1-3〉 연구 내용	5
〈표 1-4〉 연구 방법	6
〈표 1-5〉 소비 이슈 분석 방법	9
〈표 1-6〉 소비 활성화 사례 분석 방법	12
〈표 1-7〉 선행연구와의 차별성	15
〈표 2-1〉 주요국 1인 1일당 수산식품 공급량 비교	19
〈표 2-2〉 세계 수산물 부류별 소비량 비교	20
〈표 2-3〉 성장 국면별 국가 유형화 분석 결과(Dynamic Time Warping)	23
〈표 2-4〉 세계 수산식품 이슈 분석 개요	25
〈표 2-5〉 국내 수산물 부류별 소비량 비교	45
〈표 2-6〉 국내 수산물 소비 전망 모델 평가(Bootstrap resampling)	47
〈표 2-7〉 국내 수산식품 이슈 분석 개요	49
〈표 3-1〉 설문조사 개요	54
〈표 3-2〉 응답자 특성	55
〈표 3-3〉 설문조사 문항	57
〈표 3-4〉 수산식품 이미지	59
〈표 3-5〉 수산식품 선호	60
〈표 3-6〉 육류 대비 수산식품 소비 빈도	61
〈표 3-7〉 내·외식 소비 특징	62
〈표 3-8〉 수산식품 소비 비중	63
〈표 3-9〉 선호 수산물	65
〈표 3-10〉 구매 시 고려 요인	68
〈표 3-11〉 수산식품 소비의향	70
〈표 3-12〉 수산식품 정책 필요성	71
〈표 3-13〉 종속변수별 분석 대상의 범위	72
〈표 3-14〉 수산식품 소비 결정요인	74
〈표 3-15〉 종속변수 및 독립변수 설정	75
〈표 3-16〉 수산식품 소비 결정요인 분석	77

〈표 3-17〉 내식(원물, 가공품) 소비 결정요인 분석	79
〈표 3-18〉 세대별 내식(원물) 소비 결정요인 분석	81
〈표 3-19〉 세대별 내식(가공품) 소비 결정요인 분석	82
〈표 3-20〉 외식 소비 결정요인 분석	84
〈표 3-21〉 세대별 외식 소비 결정요인 분석	85
〈표 4-1〉 일본 수산물 소비량 현황	92
〈표 4-2〉 일본 수산물 수급 현황	92
〈표 4-3〉 일본 식료품 소비자 물가지수 추이	93
〈표 4-4〉 일본 1인당 수산물 및 육류 소비량 추이	94
〈표 4-5〉 수산물 구매 및 기피 이유 설문조사 결과	95
〈표 4-6〉 일본 수산식품 소비 활성화 정책 현황	96
〈표 4-7〉 물고기 나라의 행복 프로젝트 세부사업 현황	97
〈표 4-8〉 패스트피쉬 개발·출시 현황	98
〈표 4-9〉 토요학습응원단 어식보급 프로그램 현황	99
〈표 4-10〉 수산 가공·유통구조 개선 촉진 사업 주요 사례 현황	102
〈표 4-11〉 어식보급추진사업 세부사업 현황	103
〈표 4-12〉 2022년 어식보급 세미나 개최 현황	105
〈표 4-13〉 2022년 소매·외식사업자용 연수회 개최 현황	105
〈표 4-14〉 EU 1인당 국가별 수산물 소비량 현황	110
〈표 4-15〉 EU 1인당 품목별 수산물 소비량 현황	111
〈표 4-16〉 유럽 수산물 소비 촉진 정책 목적 및 권역별 개최 현황	113
〈표 4-17〉 권역별 수산물 소비 촉진 중점 목표 및 주요 품목	113
〈표 4-18〉 EU SUCCESS 프로젝트 연구 주제	114
〈표 4-19〉 EU SUCCESS 소비자 부문 연구 주제	115
〈표 4-20〉 미국 종류별 수산물 소비 현황	121
〈표 4-21〉 수산물 소비촉진사업 예산 현황	127
〈표 4-22〉 2023년 대한민국 수산대전 온·오프라인 행사 일정	131
〈표 4-23〉 2023년 대한민국 수산대전 온누리상품권 환급행사 일정	132
〈표 4-24〉 한국 1인당 연간 양곡소비량 현황	133
〈표 4-25〉 『제3차 식생활교육 기본계획』 식생활 교육대상 및 프로그램	140

〈표 4-26〉 국가별 수산물 소비 활성화 정책 수행 현황	144
〈표 5-1〉 수산식품 소비 활성화 조성 방향	150
〈표 5-2〉 수산식품 소비 활성화 기본계획(안)	152
〈표 5-3〉 수요 기반 산업 육성의 필요성	153
〈표 5-4〉 장·단기 소비 전망과 대응 방안(안)	155
〈표 5-5〉 수산식품수급 DB 관리 주체 변화	156
〈표 5-6〉 수산식품수급 DB 관리 방안 마련(안)	157
〈표 5-7〉 국제 위생 기준 충족을 위한 가이드라인(안)	159
〈표 5-8〉 선제적 국제 위생 기준 충족을 위한 가이드라인(안)	160
〈표 5-9〉 소비자 맞춤형 제품 개발(안)	161
〈표 5-10〉 생애주기별 필요 성분 및 수산물 매칭 교육 확대(예시 안)	165
〈표 5-11〉 수산식품 이미지 전환 노력	167
〈표 5-12〉 과학기반 소비자 맞춤형 제품 개발(안)	167
〈표 5-13〉 블루푸드테크 소비산업 육성 방안	169
〈표 6-1〉 수산식품 소비 활성화의 날 지정	174
〈표 6-2〉 수산식품 소비 활성화의 날 지정에 따른 효과	175
〈표 6-3〉 생애주기별 필요 성분 및 수산물 매칭 교육 확대(예시 안)	177
〈표 6-4〉 생애주기별(세대별) 수산식품 소비 가이드라인 개발에 따른 효과	177
〈표 6-5〉 퓨처 시푸드(Future Seafood) 사업(안)	179
〈표 6-6〉 퓨처 시푸드(Future Seafood) 사업 운영에 따른 효과	179
〈표 6-7〉 지역 수산식품 소비 활성화 추진 연구 개요	180
〈표 6-8〉 지역 수산식품 소비 활성화 방안추진 연구에 따른 효과	181

그림 목차

〈그림 2-1〉 세계 수산물 소비 동향	18
〈그림 2-2〉 1인당 수산물 소비 동향 및 전망(2020년, 2050년)	18
〈그림 2-3〉 세계 수산물 부류별 소비 비중 변화	20
〈그림 2-4〉 국가별 수산물 소비 동향(Logistic Growth Model)	21
〈그림 2-5〉 성장 국면별 국가 유형화 분석(Dynamic Time Warping)	22
〈그림 2-6〉 유형별 충격 반응함수 분석 결과(Impulse responses function)	24
〈그림 2-7〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드	26
〈그림 2-8〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(일본)	30
〈그림 2-9〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(중국)	32
〈그림 2-10〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(태국)	33
〈그림 2-11〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(베트남)	35
〈그림 2-12〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(인도네시아)	36
〈그림 2-13〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(프랑스)	38
〈그림 2-14〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(이탈리아)	39
〈그림 2-15〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(스페인)	40
〈그림 2-16〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(미국)	42
〈그림 2-17〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(캐나다)	43
〈그림 2-18〉 국내 수산물 소비 동향	44
〈그림 2-19〉 국내 수산물 부류별 소비 비중 변화	45
〈그림 2-20〉 국내 수산물 소비 전망(Logistic Growth Model)	46
〈그림 2-21〉 국내 수산물 소비 전망	48
〈그림 2-22〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(한국)	50
〈그림 3-1〉 수산식품 이미지	58
〈그림 3-2〉 수산식품 선호	60
〈그림 3-3〉 수산식품 소비 비중	63
〈그림 3-4〉 선호 수산식품	64
〈그림 3-5〉 구매 시 고려 요인	66
〈그림 4-1〉 일본 식료품 소비자물가지수 추이	93
〈그림 4-2〉 국산수산물유통촉진센터 구성원 현황	100
〈그림 4-3〉 수산 가공·유통구조 개선 촉진 사업 개요	101

〈그림 4-4〉 2022년 피쉬-1 그랑프리 우승작	104
〈그림 4-5〉 생선의 날 추진위원회 운영 현황	106
〈그림 4-6〉 전자상거래 판로 매칭 지원 사업 운영 절차	109
〈그림 4-7〉 전자상거래 판로 매칭 지원 사업 상품 개발 현황	109
〈그림 4-8〉 2022년 Taste the Ocean 요리법 소개 현황	117
〈그림 4-9〉 Mr.Goodfish 라벨 및 활용 현황	118
〈그림 4-10〉 Mr.Goodfish's Selection 선정 현황(일부)	120
〈그림 4-11〉 2023년 겨울 Eat Seafood America! 발신 메시지 예시	123
〈그림 4-12〉 Eat Seafood America! 캠페인 운영 현황	123
〈그림 4-13〉 Seafood 101 사이트 운영 현황	124
〈그림 4-14〉 한국수산물 어식백세 홍보 블로그(이달의 수산물)	128
〈그림 4-15〉 영유아 대상 수산물 체험교육	129
〈그림 4-16〉 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 대한 기본계획 전략	134
〈그림 4-17〉 한우 도매가격 및 소비자가격 현황	136
〈그림 4-18〉 『제3차 식생활교육 기본계획』 비전 및 목표전략	141
〈그림 5-1〉 미래 수요 주체 대상 소비 활성화의 필요성	158
〈그림 5-2〉 수산물과 소비자 간의 친밀도 향상 방안(사례)	163
〈그림 5-3〉 영양학적 성분 규명 및 교육 확대	164
〈그림 5-4〉 수산식품의 영양학적 가치에 관한 공동 심포지엄	165
〈그림 6-1〉 수산식품통합정보시스템	176

정책제안

■ 분석 내용 및 방법

1. ('양'적 시장 변화) 소비시장의 변화 및 전망을 위해 수산물 소비량(부류별)을 바탕으로 로지스틱 성장 모형을 활용하여 분석
2. ('질'적 시장 변화) 국가별 수산물 소비 이슈 분석을 위해 80,000여 개의 해외 뉴스 및 블로그 소스를 바탕으로 텍스트 마이닝 접근법을 활용하여 분석
3. ('세대별' 소비자 차이) 국내 수산물 소비 행태 및 구매요인 분석을 위해 1,000명의 소비자를 대상으로 순서형 로짓 모형을 활용하여 분석
4. ('정책화' 사례 적용) 수산물 소비 활성화 정책 도출을 위해 해외 사례(일본·EU·미국) 및 국내 사례(수산, 농·축산) 소비 활성화 정책을 분석

■ 정책제안

1. '수산식품산업 육성 계획'의 소비 부문 보완을 제안하고 있으며, 소비 활성화를 위한 '비전 및 목표', '추진 전략', '추진 과제' 등을 제시
2. 수산식품 소비 활성화를 위한 '소비 활성화의 날 지정', '수산식품 소비 활성화를 위한 사업 및 연구' 제언('생애주기별 수산식품 소비 가이드라

인' 개발, 젊은 세대의 소비 성향을 고려한 '퓨처 시푸드' 사업, 지자체
협력을 통한 '지역별 수산식품 소비 활성화 연구' 수행)

요 약

우리나라 수산식품 소비 활성화 방안 마련 연구

한기욱 · 양이석 · 신진원 · 원은송

1. 연구 배경 및 목적

1) 연구 배경

- 우리나라 수산물 소비량은 연간 350만 톤(해조류 제외: 210만 톤) 가량으로, 지난 60여 년간 연평균 3.9%의 빠른 성장세를 보여왔으나 2010년을 기점으로는 성장세가 정체 국면으로 진입하여, 향후 이에 대응하는 방안 마련이 요구됨
 - (과거 동향) 우리나라 수산물 소비 시장을 살펴보면, 지리적으로 삼면이 바다로 둘러싸여 수산물 소비에 익숙한 환경에 있고 어선 및 양식 어업이 고르게 발전하면서 양질의 수산물을 공급받아 빠르게 성장함
 - (현재 동향) 인구 감소 및 MZ 세대 중심의 수산물 소비 기피 현상(육류 선호) 등으로 인해 빠르게 증가하던 국내 소비 시장의 성장세는 성장 국면(Growth Phase)에서 성숙 국면(Maturity Phase)으로 전환된 상황임*
- * 수산물 소비 시장의 성장세는 도입(Introduction), 성장(Growth), 성숙(Maturity), 감소(Decline) 국면의 S자 커브를 따르는 것으로 분석함(Han et al., 2022)

-
- (우려 사항) 수산물 소비 시장의 위축은 국내 수산업의 경쟁력 저해 요인*으로 작용할 수 있어 이에 대응 방안 마련이 요구됨
 - * 자국 수산 식품 소비 시장의 성장세는 제품의 질적 향상에 영향을 미치며, 이는 산업 경쟁력에 영향을 미치는 것으로 분석함(한기옥 외, 2021)

2) 국정과제 연계성

- 수산식품의 소비 활성화 방안 마련은 정부의 국정 목표인 ‘민간이 끌고 정부가 미치는 역동적 경제 성장’, ‘따뜻한 동행, 모두 행복한 사회 실현’과 관련이 있음
- (사회 후생 증대) 수산식품의 소비 위축 우려가 있는 가운데, 소비 활성화 방안의 마련은 생산자와 소비자 모두의 후생을 높여줄 수 있으며 이는 ‘따뜻한 동행, 모두 행복한 사회 실현’과 관련이 있음
- (수급 안정 도모) 불안정한 수요 부문의 개선 노력은 ‘거시경제 안정과 대내외 리스크 관리 강화’에 도움을 줄 수 있음
- (경쟁력 향상) 소비 활성화는 국내 수산업의 경쟁력 향상에 기여한다는 점에서 ‘풍요로운 어촌, 활기찬 해양’에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음
- * KMI 스마트 연구 로드맵과 관련해서는 수산업·어촌의 지속가능한 발전 방안을 모색하는 데에 도움을 줄 수 있을 것으로 전망함

3) 연구의 목적

- 우리나라 수산물의 소비 정체 및 감소 우려에 대응하여, 다각적인 측면을 고려한 수산식품 소비 활성화 방안을 마련하는 데 목적이 있음
- (동향 및 전망) 세계의 수산식품 소비시장 동향 및 전망(수산물 소비량, 수산식품 소비 이슈)을 통해 국내외 소비시장의 변화 과정을 이해하고자 함

- (소비 행태 분석) 세대별 수산식품 소비의 결정요인 분석 등을 통해 수산식품 소비와 관련한 세대 간 차이를 살피고, '미래 소비 주체'를 대상으로 한 소비 활성화 방안을 검토하고자 함
- (사례 분석) 소비 활성화 사업을 제안하기 위해 국내외의 수산물 소비 활성화 사례를 비교 분석하고 벤치마킹 요소를 파악함
- (소비 활성화 방안) 동향 및 전망, 소비 행태 분석, 사례 분석 결과를 종합하여 수산식품 소비 활성화 전략 및 방향, 다양한 신규 사업을 제안함

2. 연구 방법

1) 학술적 방법

- (소비 동향 및 전망) 소비시장의 변화 및 전망을 위해 부류별 수산물 소비량 DB를 대상으로 성장모형(Logistic Growth Model)을 활용하여 분석함
- (소비 이슈 분석) 80,000여 개의 해외 뉴스와 블로그 소스(Source)를 보유하고 있는 NEWS API DB를 대상(2019년~2023년)으로, 텍스트 마이닝 접근법(키워드 분석, 워드 클라우드)을 활용하여 분석함
- (소비 결정요인 분석) 국내 인구 구성비를 고려한 1,000명의 소비자를 대상으로 소비 행태를 조사하고, 순서형 로짓 모형을 활용하여 세대별 소비 결정요인을 분석함
- (소비 활성화 사례 분석) 소비 활성화 정책을 수행하고 있는 일본, EU, 미국, 한국을 대상으로 문헌 및 전문가 자문을 통한 사례 분석을 시행함

2) 정책화 방법

- (정책 협의회) 수산식품 소비 담당 부서인 해양수산부 유통정책과 소비팀에 본 연구를 공유하고, 실질적 정책화 실현 가능성 등을 검토함
 - * 정책 협의회(해양수산부 유통정책과)를 통해 관심 있는 사업(소비 가이드라인)에 대한 자문(학교)을 수행하고 보고서에 반영함
- (전문가 자문) 수산식품 소비 활성화 관련 전문가(연구기관 및 학교), 국내 사업 수행 기관(수산회) 및 국외 전문가(일본)를 대상으로 자문을 수행함
 - * 전문가 자문을 통해 수산식품 소비법을 독자적으로 제안하기보다는 현재 시행 중인 수산식품산업 육성계획의 소비 부문에 대한 제언으로 제안 내용을 수정함
- (세미나 참여) 수산식품 소비위축에 대응하기 위한 관련 세미나에 참석하는 등 전문가 의견 등을 반영하고자 노력함
- (성과보고회 개최) KMI 수산정책사업본부 성과보고회에서 본 주제를 발표('23. 11. 10)하고, 지정 및 자유 토론 내용을 반영하여 정책에 반영하려는 노력을 지속할 예정임

3. 연구 결과

1) 연구 결과 요약

- (소비 동향 및 전망) 우리나라 수산식품 소비시장은 성숙 국면(Maturity Phase)에 진입한 것으로 분석됨
- (양적 소비 시장 변화) 지난 60여 년간 빠르게 성장해오던 우리나라 수산물 소비는 2010년을 기점으로 정체된 양상을 보이고 있음

- 인구 정체 및 감소, 다양한 대체 식품(육류 등)의 존재 등이 이러한 수산물 소비 정체에 영향을 미치고 있는 것으로 나타남
- 특히 수산물 소비시장이 ‘성숙’ 국면에 위치했을 때 수산물의 생산 증가 및 소득 증가가 소비 증가에 미치는 영향이 제한적인 점을 고려한다면, 거시 경제적 접근이 아닌 미식적 대응 방안 마련의 시급성을 알 수 있음
- (질적 소비 시장 변화) 세계 수산물 소비 시장은 전통적으로 수산물의 영양적 측면과 함께 건강 등 효능에 대해 주목을 해왔음
- 그러나 시간이 흐를수록 수산식품 소비 시장을 중심으로 시장이 다양화·고도화되는 양상을 보이고 있으며, 윤리 및 환경 등 ‘지속가능성’ 등의 가치 소비에 관한 접목 필요성이 높아지고 있음
- **(소비 결정요인 분석 결과)** 젊은 세대(MZ세대)를 중심으로 육류 대비 수산식품 선호도가 낮은 것으로 분석되었으며, ‘편의성’에 대한 요구가 높은 것으로 조사됨
 - 수산식품의 선호도 조사 결과 응답자의 76%가 ‘좋아한다’고 응답하여 수산식품에 대한 선호도는 대체적으로 높은 것으로 파악됨
 - 단, 육류와의 선호도를 비교했을 때 수산식품은 육류보다 낮은 선호도를 보였으며, 젊은 세대일수록 그러한 기조가 강한 것으로 분석됨
 - 소비 방법(내식, 외식)이나 세대별 소비 결정은 상이한 것으로 나타나, 세분화된 소비 활성화 전략 수립이 필요하다는 것을 알 수 있음
 - 젊은 세대에서는 특히 ‘가격’과 ‘편의성’ 향상에 대한 요구가 높은 것으로 나타남
- **(소비 활성화 사례 분석 결과)** ‘건강’ 및 ‘가격’ 중심 정책에서 ‘지속가능성’ 및 ‘세분화·고도화’ 등을 강조하는 정책으로의 전환이 이루어지고 있음
 - (한국) 가격 인하 정책 및 건강을 중심으로 한 정책이 주를 이루고 있으며, 홍보 및 접근성 강화를 목표로 한 정책이 주로 시행되고 있음

- (일본) 수산물에 대한 홍보 및 접근성 강화에 초점을 맞춘 소비 활성화 정책에서 최근에는 섭취를 늘리는 방안으로 정책이 전환하면서 수산물 홍보 소구점을 지속가능성을 강조하는 형태로 전환함
- (EU) 수산물의 지속가능성 및 지역 수산물의 이용 가치를 부여하는 형태로 수산물 소비 활성화 정책을 시행하고 있으며, 소비자의 트렌드 및 행태를 이해하기 위한 장기간의 연구를 바탕으로 소비 활성화 정책이 수행됨
- (미국) 지속가능성과 지역 수산물 이용 등을 강조하는 것은 EU와 비슷한 형태이며, 수산물이 건강에 긍정적인 영향을 미친다는 관련 연구가 다수 발간됨

2) 정책화 방안

- (수산식품산업 육성 기본계획) 수산식품산업법의 ‘수산식품 품질향상과 소비기반 조성’ 항목에 대한 보완 검토를 요청함
- ‘제1차 수산식품산업 육성 기본계획(2020~2025)’에서 소비 부문에 대해 보완하거나 ‘제2차 수산식품산업 육성 기본계획(2026~2030)’을 수립할 때 소비 활성화 기반을 보다 강화하고 실질적으로 사업화되어 수행이 될 수 있도록 기본전략, 추진 방향 등을 제안함
- (비전 및 목표) 비전은 수산식품 ‘소비 활성화’를 통한 우리나라의 수산업 경쟁력 향상이며, 목표는 내수 소비 활성화를 통한 미래산업으로의 전환 모색을 제시함
- (추진방향) ‘수요 기반 산업 육성 체계 구축’, ‘미래 세대 고려 소비 활성화 전략 수립’, ‘미래 지향 수산식품 소비 활성화 방안 마련’ 등을 제안함
 - * 수요 기반 산업 육성 체계 구축: 수산식품소비 진단 및 전망 방안 마련, 시의성 있는 수산식품소비 DB 구축 방안 제시
 - ** 미래 세대를 고려한 소비 활성화 전략 수립: 위생·안전 기준 충족을 위한 지원체계 확립, 소비자 맞춤형 편의제품 개발, 소비 접근성 확대

*** 미래 지향의 수산식품 소비 활성화 방안: 영양학적 성분 규명 및 교육 확대, 가치 중심 산업으로의 전환, 기술 중심 산업으로의 전환

■ (수산식품 소비관련 사업 제안) ‘수산식품 소비 활성화의 날 지정’, ‘수산식품 소비 활성화를 위한 사업 및 연구’를 제안함

- (수산식품 소비 활성화의 날) ‘K-블루푸드의 날(가안)’을 지정하여 소비 활성화에 대한 관심을 이끌어내고 세부적으로는 품목별·지자체별 소비 활성화의 날 지정 및 통합 관리를 통해 사업의 효과성을 높일 필요가 있음

* 수급 안정화 도모: 주요 품목별 출하시기를 고려한 소비의 날 지정

*** 홍보 효과 극대화: 선정된 사업 운영 주체가 통합적으로 소비의 날을 관리함

- (수산식품 소비 활성화 사업 1) ‘생애주기별(세대별) 수산식품 소비 가이드라인 개발’ 사업을 제안하였으며, 이는 선호도가 높은 단백질 섭취원인인 육류 소비에 대응하여 수산식품이 지니고 있는 장점(영양성분)을 활용하기 위함임. 특히 생애주기 및 세대별로 필요로 하는 영양성분에 맞게 수산식품을 매칭하여, 소비자들에게 목적성 있는 소비가 가능하도록 유도하는 데 그 목표가 있음

* 1단계: 생애주기별(세대별) 수산식품 매칭: 생애주기별(세대별)로 필요로 하는 영양 성분과 이에 해당되는 수산식품을 매칭함

*** 2단계: 생애주기별(세대별) 소비자 조사: 생애주기별(세대별) 소비자 조사(감각, 인식도)를 수행함

*** 3단계: 생애주기별(세대별) 정보 전달 체계 개편: 생애주기별로 선호하는 정보 전달 체계를 활용하여 홍보를 함(예를 들어 젊은 세대를 대상으로 한 모바일 기반 홍보 등)

- (수산식품 소비 활성화 사업 2) ‘퓨처 시푸드(Future Seafood)’ 사업을 제안하였음. 젊은 세대들이 요구하는 ‘가격’, ‘편의성’, ‘접근성’을 충족한 품목을 매년마다 평가하여 로고를 부착(2024년 퓨처 시푸드)하게 해주고 이를 인근 편의점 등에서 판매가 가능하도록 유도하고자 함

-
- * MZ 퓨처 시푸드: 젊은 세대들의 성향에 맞춘 것으로, 가성비와 편의성 높은 수산식품 인증마크
 - ** 지역 퓨처 시푸드: 지역별 특산물을 활용한 수산식품 인증마크
 - (수산식품 소비 활성화 사업 3) 지역별 수산식품 소비 활성화를 위해 지자체 등과의 협력을 통한 연구사업을 제안함
 - * 지역별 수산업 현황, 소비 현황, 소비 행태 조사, 활성화 방안 등의 내용을 공유하여, 연구 기관 및 학계, 지자체, 품목별 협회, 업계 등 다양한 주체가 참여하여 소비 활성화 방안을 마련하도록 함

4. 기대 효과

1) 정책적 기대 효과

- ‘공급’ 중심 정책과 ‘수요’ 중심 정책 간의 ‘균형’의 필요성을 제시하여, 정책 틀(Frame) 전환을 위한 근거자료로써 기여할 것으로 전망됨
- 소비 시장의 변화(성장 국면→성숙국면)에 근거하여 ‘공급’ 중심의 정책과 ‘수요’ 중심의 정책 간의 ‘균형’ 필요성을 제시함
- ‘수요’와 관련한 다양한 소비 활성화 전략 및 방향, 사업 제안 등을 제시하여 정책입안자가 실질적으로 사업화할 수 있도록 도움을 줌
- 특히 ‘수산식품산업 육성기본계획’의 소비부문을 위한 전략 및 방안을 제시함

2) 사회·경제적 기대 효과

- 수산식품 소비의 활성화는 국내 수산물 수급 안정은 물론, 수산업의 경쟁력을 향상해 줄 수 있다는 점에서 큰 의미가 있음

- (사회) 수요의 불안정성을 해소해 줌으로써 수산물 수급 안정화를 도모하여, 수산업으로 영위하는 경영체의 안정적인 생산 기반을 유지하도록 함
- (경제) 수요자 중심의 소비 활성화는 수산 제품의 질적 향상을 도모하여 수산식품산업 육성에 도움을 줄 수 있으며 동시에 소비 활성화 과정을 통해 산업 경쟁력이 향상되어 수산업의 지속가능성을 높여줄 것으로 전망됨

EXECUTIVE SUMMARY

A Study on Strategies to Promote Seafood Consumption

Ki-Uk Han · Yi-Seok Yang · Jin-won Shin · Eun-song Won

1. Background and Purpose

1) Background

- South Korea's annual seafood consumption stands at approximately 3.5 million tons (excluding seaweed: 2.1 million tons), showing a rapid growth of an average of 3.9% over the past 60 years. However, since 2010, it has entered a stagnation phase, demanding strategies to address this trend.
- (Historical trend) The domestic seafood consumption market in South Korea has thrived due to its geographical advantage of being surrounded by sea on three sides. It has witnessed consistent development in fishing and aquaculture, ensuring a steady supply of quality seafood, fueling rapid growth.

-
- (Current trend) Factors like declining population and the preference for meat over seafood among the MZ generation have led to a shift from a phase of rapid growth (Growth Phase) in the domestic consumption market to a stage of maturity (Maturity Phase).*

* The growth of the seafood consumption market is analyzed to follow an S-Shaped curve with stages of introduction, growth, maturity and decline. (Han et al., 2022)

- (Concerns) Contraction in the seafood consumption market could potentially act as a detriment to the competitiveness* of the domestic seafood industry, necessitating the formulation of strategies to address this issue.

* The growth trajectory of the domestic seafood consumption market contributes to the enhancement in product quality, which in turn impacts the industry's competitiveness as analyzed by Han et al. (2021).

2) Relevance to National Projects

- The development of strategies to invigorate seafood consumption aligns with the government's national objectives of 'fostering dynamic economic growth led by the private sector and supported by the government', as well as 'achieving a warm community ensuring everyone's happiness'.
- (Enhancing Social Welfare) Addressing concerns regarding declining seafood consumption through strategies to boost consumption can enhance the well-being of both producers and

consumers, contributing to the realization of a 'warm community ensuring everyone's happiness.'

- (Promoting Supply Stability) Efforts to address instability in demand sectors can aid in 'enhancing macroeconomic stability and strengthening domestic and international risk management.'
- (Enhancing Competitiveness) Activation of consumption can positively impact 'prosperous fishing communities and vibrant marine environments,' contributing to the enhanced competitiveness of the domestic seafood industry.

* In connection with KMI's Smart Research Roadmap, these efforts are anticipated to assist in exploring sustainable development strategies for the seafood industry and coastal regions.

3) Purpose

- The objective is to devise strategies for invigorating seafood consumption in response to concerns over stagnation and decline in seafood consumption in South Korea, considering multifaceted aspects.
- (Trends and Projections) To understand changes in the domestic and global consumption markets, this study examined trends and projections in the global seafood consumption market (seafood consumption volume, issues in seafood consumption).
- (Consumer Behavior Analysis) Determining factors for seafood consumption across different age groups were analyzed to identify generational differences in seafood consumption. This analysis was aiming at contemplating and devising strategies for

activating consumption targeting 'future consumers.'

- (Case Analysis) A competitive analysis of domestic and international cases of initiatives to stimulate seafood consumption was conducted to identify benchmarking elements as a means to propose initiatives for consumption activation.
- (Strategies for Consumption Activation) The results of trends and projections, consumer behavior analysis, and case analysis were consolidated to propose strategies and directions for activating seafood consumption, along with key initiatives.

2. Methodology

1) Academic methodology

- (Consumption Trends and Forecasts) The changes and forecasts in the consumption market were analyzed using a Logistic Growth Model, focusing on seafood consumption volumes across different categories in a database.
- (Analysis of Consumption Issues) The analysis utilized the NEWS API Database comprising over 80,000 international news and blog sources (from 2019 to 2023) employing text mining methodologies such as keyword analysis and word clouds to scrutinize consumption-related issues.
- (Analysis of Determinants of Consumption) A consumer behavior survey was conducted involving 1,000 individuals,

accounting for the domestic population composition, and utilized an ordinal logistic model to analyze generational determinants influencing consumption decisions.

- (Case Analysis for Consumption Activation) This research involves a case analysis of countries implementing consumption activation policies—Japan, EU, USA, and South Korea—by consulting literature and experts to derive insights and lessons for consumption activation strategies.

2) Policy-making methods

- (Policy Consultation) The researchers shared the findings with the Department of Distribution Policies and Consumption Team at the Ministry of Oceans and Fisheries responsible for seafood consumption, assessing the feasibility of practical policy implementation.
 - * Policy consultations with the Department of Distribution Policies at the Ministry of Oceans and Fisheries provided advice on the targeted initiatives (consumption guidelines), involving academic institutions, incorporated their suggestions into the report.
- (Expert Advisory) Consultations were carried out with experts in seafood consumption activation from research institutions, domestic agencies involved in related projects (Fisheries Association), and international experts (from

Japan).

- * Incorporated advice from expert consultations to refine the proposal, focusing on recommendations for the consumption sector of the ongoing seafood industry promotion plan rather than proposing an independent seafood consumption law.
- (Participation in Seminars) Active participation in seminars addressing seafood consumption constraints boosted our ongoing efforts to incorporate expert opinions and insights.
- (Outcome Presentation) The researchers had a presentation at the KMI Fisheries Policy Division's outcome report meeting (Nov 10, '23), planning to sustain policymaking efforts by integrating discussions and designated inputs into the ongoing strategies.

3. Result

1) Summary

- (Trends and Future of Consumption) The analysis indicates that the seafood consumption market in South Korea has entered the maturity phase.
- (Quantitative Market Changes) South Korea experienced a period of rapid growth in seafood consumption over the past 60 years, but this trend has stagnated since around 2010.
- Factors like declining and aging population and the presence

of alternative foods (such as meat preferences), are influencing this stagnation in seafood consumption.

- Given that the seafood consumption market is positioned in the 'maturity' phase, considering the limited impact of increased seafood production and income growth on consumption, there's an urgency to address this through a gastronomic approach rather than macroeconomic strategies.
- (Qualitative Shift in the Consumer Market) The global seafood consumption market traditionally emphasized the nutritional aspects and health benefits of seafood.
- However, over time, there has been a diversification and sophistication within the seafood consumption market, highlighting an increasing need for values like 'sustainability' regarding ethics and the environment.
- (Analysis of Consumption Determinants) The analysis reveals that among the younger generation (MZ generation), there's a lower preference for seafood compared to meat, with a higher demand for 'convenience.'
- Respondents show a general fondness for seafood, with 76% responding positively, indicating a prevailing preference for seafood.
- However, when comparing preferences between seafood and meat, seafood tends to have lower preference, particularly among the younger generation.
- Consumption methods (at home, dining out) and generation-specific consumption decisions vary, emphasizing the necessity

for a nuanced strategy to activate consumption.

- Particularly, the younger generation shows a higher demand for 'price' and 'convenience' improvements.
- (Case Analysis of Consumption Activation) Policies are shifting from a focus on 'health' and 'price' to emphasizing 'sustainability' and 'sophistication'.
- (South Korea) Policies primarily focus on price reduction and health, with goals to enhance promotion and accessibility.
- (Japan) Recent policies have shifted towards promoting increased consumption by emphasizing sustainability in seafood promotion.
- (EU) Policies for stimulating seafood consumption are implemented with an emphasis on sustainability, assigning value to regional seafood and understanding consumer trends through long-term research for policy formulation.
- (USA) Policies align with the EU's focus on sustainability and regional seafood utilization, emphasizing the positive health impacts of seafood supported by numerous related studies.

2) Policy recommendations

- (Fishery and Seafood Industry Development Plan) Requesting a review to complement the 'Improving Seafood Quality and Creating a Consumer Base' section of the Fishery and Seafood Industry Act.
- Fundamental strategies, directions, and practical approaches

were proposed to reinforce the foundation for consumer activation in the 'First Fishery and Seafood Industry Development Plan (2020-2025)' or for formulation in the 'Second Fishery and Seafood Industry Development Plan (2026-2030)' for effective implementation and operationalization.

- (Vision and Objectives) The vision emphasizes enhancing the competitiveness of the Korean fishery industry through 'consumption activation' with a goal to explore a transition to future industries by stimulating domestic consumption.
- (Approach) Proposed directions include 'establishing a demand-driven industry development system,' 'formulating consumer activation strategies considering future generations,' and 'developing future-oriented plans to activate seafood consumption.'

* Establishing a Demand-Driven Industry Development System: Formulating diagnostics and future projections for seafood consumption, suggesting approaches to create timely seafood consumption databases.

** Formulating Consumer Activation Strategies Considering Future Generations: Establishing support systems to meet hygiene and safety standards, developing consumer-tailored convenience products, expanding consumer accessibility.

*** Future-Oriented Plans to Activate Seafood Consumption: Clarifying nutritional content and expanding education, transitioning into a value-centric industry, transitioning into a technology-centric industry.

-
- (Proposal for Fishery and Seafood Consumption Projects)
Proposing the designation of 'Seafood Consumption Activation Day' and initiatives for 'Projects and Research for Seafood Consumption Activation.'
 - (Seafood Consumption Activation Day): Proposing the designation of 'K-Blue Food Day (Draft)' to draw attention to consumption activation. Further, designating specific days was suggested for boosting consumption per different seafood products and regions, aiming for integrated management to enhance the effectiveness of initiatives.
 - * Promoting Stability in Supply: Designating consumption days considering key product shipment times.
 - ** Maximizing Promotional Impact: Integrated management of designated consumption days by selected entities responsible for operations.
 - (Seafood Consumption Activation Project 1) Proposed the 'Development of Lifecycle-Specific (Generational) Seafood Consumption Guidelines,' aiming to utilize the advantages of seafood (nutritional content) to counteract the high preference for meat as a protein source. The goal is to match seafood with nutritional needs across different life stages and generations, encouraging purposeful consumption.
 - * Phase 1: Matching Seafood with Lifecycle (Generational) Needs: Matching seafood with the nutritional needs of different life stages (generations).

- ** Phase 2: Consumer Survey for Lifecycle (Generational) Preferences: Conducting surveys on consumer preferences across life stages (generations).
- *** Phase 3: Overhaul of Lifecycle (Generational) Information Delivery System: Utilizing preferred information delivery systems for each life stage (generation) in promotion (e.g., mobile-based promotion for younger generations).
- (Seafood Consumption Activation Project 2) Suggested the 'Future Seafood' project, annually evaluating items meeting the demands of young generations in terms of 'price,' 'convenience,' and 'accessibility.' These items would receive a logo ('2024 Future Seafood') and be encouraged for sale in nearby convenience stores, meeting the desired criteria.
- * MZ Future Seafood: Certification for seafood meeting the cost-effectiveness and convenience criteria for younger generations
- ** Regional Future Seafood: Certification for seafood utilizing regional specialties
- (Seafood Consumption Activation Project 3) Proposed collaborative research with local governments for regional seafood consumption activation.
- * Research involving various stakeholders like research institutions, academia, local governments, sector-specific associations, and industry players to assess regional fishery status, consumption patterns, and strategies for activation.

4. Expected Outcomes

1) Policy effects

- Emphasizing the necessity for a balance between 'supply-oriented' and 'demand-oriented' policies serves as foundational evidence for a policy framework shift.
- Highlighting the need for equilibrium between 'supply' and 'demand' policies based on the transition of the consumer market from a growth phase to a maturity phase.
- Offering various strategies, directions for activating consumption related to 'demand,' and proposing projects to assist policymakers in practical implementation.
- Particularly proposing strategies and plans for the consumption sector in the 'Basic Plan for the Promotion of the Seafood Industry.'

2) Social and economic effects

- Activating seafood consumption holds significant importance in stabilizing domestic seafood supply and enhancing the competitiveness of the seafood industry.
- (Social Impact) Alleviating the instability in demand can foster stability in seafood supply, contributing to maintaining a stable production base for entities engaged in the seafood industry.
- (Economic Impact) Activating consumption centered on demand

could facilitate qualitative improvements in seafood products, fostering the growth of the seafood industry and enhancing its competitiveness, thus elevating the industry's sustainability.

01

서론

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경 및 필요성

지난 60여 년간 세계 수산물 소비량은 연평균 3.2%의 빠른 성장세를 보이며 2022년 기준 1억 8,127톤(해조류 제외 1억 5,879만 톤)을 기록하고 있다. 이는 동기간 인구 증가율(1.6%)을 훨씬 상회하는 수치이며, 단백질 섭취원 중에서는 가금류를 제외하고 가장 빠른 성장세이다. 이와 같은 세계 수산물 소비시장의 빠른 성장은 인구 증가 및 경제 성장, 수산물 생산 증대, 그리고 콜드체인 발전 등에 기인한다(FAO, 2022).

수산물은 주로 저렴한 단백질 섭취원으로 세계 식량 공급원으로서 역할을 해왔다. 중국, ASEAN 등의 개발도상국은 물론, 아프리카 등지를 중심으로 내수면 어류가 중심이 되어 소비가 빠르게 증가하고 있는 것도 이 때문이다.

그러나 선진국으로 분류할 수 있는 일본 및 일부 EU 등지에서의 수산물 소비는 최근 정체되거나 감소되는 추세이다. 인구 성장의 둔화, 다양한 대

채 단백질 섭취원(육류 등) 등의 존재가 수산물 소비시장에 영향을 미치고 있는 것이다. 이에 주요 선진국을 중심으로 자국의 수산업 경쟁력 저하에 대한 대응으로 수산물 소비 활성화 노력, 비관세 장벽 강화, 수출 촉진 등의 다양한 노력을 하고 있다.

우리나라 수산물 소비량은 2020년 기준 350만 톤 가량(해조류 제외: 210만 톤)으로, 연평균 3.9%의 빠른 성장세를 보여왔다. 우리나라는 지리적으로 삼면이 바다로 둘러싸여 있어 수산물 소비에 익숙한 환경에 위치해 있고, 어선어업 및 양식어업이 고르게 발달하면서 양질의 수산물을 공급받을 수 있었기 때문이다. 또한 세계적으로 높은 관심을 받고 있는 해조류를 공급할 수 있는 환경 역시 주요한 소비 증대의 원인이 되었다.

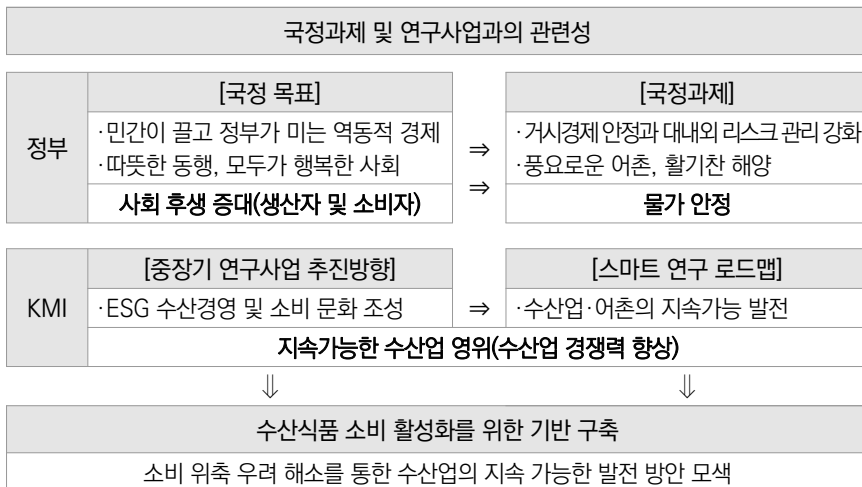
다만, 수산물 소비시장의 빠른 성장세를 보이던 우리나라 역시 2010년을 기점으로 성숙 국면(Maturity Phase)에 진입¹⁾하여 이에 대한 대응 마련이 필요한 실정이다. 출산을 감소는 물론이고 MZ 세대를 비롯한 젊은 세대의 수산물 소비 기피 현상은 우리 수산물 소비시장의 미래에 대한 우려를 높이고 있다. 미래 소비 계층의 소비 기반 붕괴는 향후 우리 수산업의 미래를 악화시킬 수 있다. 더불어 CPTPP, RCEP 등 다자간 무역협정 체결은 다양한 수입산 수산물을 유입시켜 국내산 수산물의 입지를 낮출 수 있으며, 식품 안전을 위협할 수 있는 외부 환경 변화 등은 우리 수산물 소비시장의 변동성을 높일 수 있다. 이러한 상황에서, 우리 수산업은 향후 산업 경쟁력 저하 등의 우려를 해소하기 위한 대응 방안 마련이 요구된다고 볼 수 있다.

M. Porter(1990)는 다이아몬드 모델(Diamond model)을 통해 자국 소비시장의 성장세를 주요한 산업 경쟁력의 결정요인(Determinants) 중 하나로 판단하였다. 즉, 국내 수산물 소비시장의 위축은 우리 산업의 경쟁력

1) Han et al.(2022), "What drives a country's fish consumption? Market growth phase and the causal relations among fish consumption, production and income growth, Fisheries research.

을 낮추는 요인으로 작용할 수 있으며, 이러한 소비 위축 우려를 해소하는 노력은 우리 수산업의 경쟁력을 높이는 데 큰 도움을 줄 수 있다는 것이다. 이에 본 연구는 성숙 국면(Maturity Phase)에 진입한 우리나라 수산물 소비시장의 성장세가 감소 국면(Decline Phase)으로 전환되지 않도록 수산물 소비 활성화를 위한 전략 및 방안을 제시하고자 한다. 이와 같은 노력은 수산식품의 소비 활성화를 통해 사회 후생을 높인다는 점에서 국정목표인 ‘민간이 끌고 정부가 미는 역동적 경제’와 ‘따뜻한 동행, 모두가 행복한 사회’ 실현에 도움을 줄 수 있으며, 물가 안정 등을 통해 국정과제인 ‘거시경제 안정과 대내외 리스크 관리 강화(코드: 019)’, ‘풍요로운 어촌, 활기찬 해양(코드: 073)’에도 도움을 줄 수 있다. 이 외에도 소비 위축 우려가 있는 수산식품 산업을 활성화하여 지속가능한 수산업 영위에 도움을 주어 KMI 중장기 연구사업 추진방향인 ESG 수산경영 및 소비 문화 조성과 KMI 스마트 연구 로드맵인 수산업·어촌의 지속가능 발전에도 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

〈표 1-1〉 국정과제와 연구의 관련성



자료: 저자 작성

2. 연구 목적

본 연구는 우리나라 수산물 소비 감소 우려 상황을 고려하여 수립한 다양한 대응 방안(소비 및 수출 활성화) 중에서도 소비 활성화 전략을 수립하는 데 그 목적이 있다.

이를 위해 ① 세계 수산식품 소비시장 동향 및 전망(수산물 소비량, 수산식품 소비 이슈)을 통해 국내외 소비시장의 변화 과정을 살피고, ② 수산식품의 소비 결정요인 분석 등을 통해 소비 활성화를 위해 고려해야 할 사항을 검토한다. 소비 활성화 대응 방안(정책, 사업) 마련을 위해서는 ③ 국내외 수산물 소비 활성화 사례를 분석하며, ① ~ ③ 까지의 분석 과정을 종합적으로 고려하여 ④ 소비 활성화 전략 및 방안을 제시한다.

〈표 1-2〉 연구 목적

우리나라 수산식품 소비 활성화			
소비 감소	현재	소비 성장세, 성숙 국면(Maturity Phase)에 진입	
	미래	① 저출산 영향 인구 감소	② MZ세대 수산물 소비 기피
소비 감소 대응	소비	① 소비 활성화 방안 마련(양적 성장)	
		② 식품 산업으로의 전환(질적 성장)	
	수출	③ 수출 활성화	
소비 활성화 기대 효과	소비	소비 활성화 ⇒ 수산업 관심 ↑	산업 경쟁력 ↑
	수출	소비 활성화 ⇒ 제품 품질 ↑	

자료: 저자 작성

제2절 연구 내용 및 방법

1. 연구 내용

본 연구는 국내외 수산식품 소비시장의 변화에 대한 이해를 바탕으로 하여 우리나라 수산식품 소비 활성화 방안을 마련하고자 한다. 과거에는 폐쇄된 무역 환경 속에서의 소비 활성화 전략 수립이 가능했다면, 지금과 같이 개방된 무역 환경 속에서는 세계 시장의 흐름을 고려한 소비 활성화 전략 수립이 필요하다. 이에 세계 시장에 대한 이해를 바탕으로 국내 시장을 살펴 보고자 한다. 세계 시장과의 비교는 국내 시장의 현 위치를 보다 객관화하여 살피는 데 도움을 줄 수 있다. 이를 위해 국내외 수산물 소비 동향 및 전망, 이슈 분석, 소비 결정요인 분석, 소비 활성화 사례를 살피고자 한다.

〈표 1-3〉 연구 내용

우리나라 수산식품 소비 활성화				
① 세계 시장	소비시장 변화		소비 향상 방안	
	소비 동향 및 전망	이슈	소비 활성화 사례	
② 국내 시장	소비시장 변화		소비 향상 방안	
	소비 동향 및 전망	이슈	소비결정요인	소비 활성화 사례
↓				
③ 소비 활성화 전략 및 방안	소비 활성화 방안(종합)			
	① 기본 전략		② 소비 활성화 방안 제언	

자료: 저자 작성

2. 연구 방법

국내외 수산물 소비 소비 시장의 변화를 이해하기 위해서 국내외 수산물 소비시장의 변화를 ‘양(소비량의 변화)’적, ‘질(소비 이슈 변화)’적으로 나누어 살펴본다. 이후 국내에서 소비를 결정하는 요인을 다양한 각도(세대별 등)에서 검토하여 세분화된 소비 전략을 수립하는 데 활용한다. 실질적인 소비 활성화 방안(정책, 사업)을 제안하기 위해서는 ‘국내외 소비 활성화 사례’를 분석하여 주요 소비 활성화 정책의 접목 가능성을 검토한다. 이러한 연구 결과는 종합적으로 고려되어 소비 활성화와 관련된 기본전략과 방안을 제안하는 근거자료로 활용되며, 최종적으로 제시하는 방안에 대해서는 실현 가능성과 관련한 전문가의 의견을 구하는 과정을 거친다.

〈표 1-4〉 연구 방법

우리나라 수산식품 소비 활성화			
	분석 자료	분석 방법	분석 결과 활용
① 소비시장 변화 및 전망	FAO(세계), 식품 수급표(국내)	Logistic Growth Model	‘양적’ 소비시장 변화 파악
↓			
② 소비 이슈 분석	News API (80,000여 개 뉴스 소스)	Text Mining (Keyword Analysis)	‘질’적 소비시장 변화 파악
↓			
③ 소비 결정요인 분석	[분석 자료] 1,000명 소비자 대상 설문(국내)	Ordered Logit Model	소비 결정 요인 판별(세대별 차이 등), 소비 활성화 우선순위 결정
↓			
④ 소비 활성화 사례 분석	문헌조사, 전문가 자문	Case Study	주요 정책 및 사업에 대한 벤치마킹/평가
↓			
⑤ 소비 활성화 방안	①, ②, ③, ④ 활용	전문가 자문	소비 활성화 방안 도출

자료: 저자 작성

1) 소비 전망(Logistic Growth Model)

국내외 소비시장의 변화를 살피기 위해서는 주요 기관(FAO)의 문헌 및 통계 자료 등을 활용할 수 있다. 그러나 본 연구에서는 소비시장의 변화 및 전망까지 용이하게 파악할 수 있는 성장모형을 활용하였다. Han et al.,(2022)²⁾에 따르면, 국가별 수산물 소비시장은 뚜렷한 성장 패턴이 발견되며, S-curve 성장 패턴을 보인다고 하였다. 특히 다양한 성장모형 중에서도 로지스틱 성장 모델(Logistic Growth Model)이 가장 적합하게 피팅(Fitting)이 되는 것으로 나타났다. 아래는 로지스틱 성장 모델(Logistic Growth Model)의 산식을 나타낸 것이다.

$$f(x) = \alpha + \frac{\beta - \alpha}{1 + \exp(-\gamma(x - \delta))} \quad (1)$$

α 는 수산물 소비의 하한선, β 는 상한선을 의미하고, δ 는 변곡점(Inflexion point of the curve), 그리고 γ 는 변곡점에서의 기울기를 의미한다. 본 산식을 통해서 우리는 S-curve 성장을 하고 있는 수산물 소비시장의 패턴을 대입하여 동향 파악은 물론 전망까지도 해낼 수 있다. 본 모델의 적합성(Validation)을 검증하기 위해서는 Holdout sample method와 Bootstrap resampling을 시도하였으며, 대부분 국가의 소비가 통계적으로 유의(Significant)한 수준에서 변동되고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 실제 값과 예측값 간의 차이도 적어 타당성이 높은 것으로 나타났다.

2) Han et al.,(2022). What drives a country's fish consumption? Market growth phase and the causal relations among fish consumption, production and income growth, Fishries research(254) 106435.

2) 소비 이슈 분석(Text Mining: Keyword Analysis)

국내외 소비 이슈를 분석하기 위해서는 텍스트 마이닝 접근법을 활용하였다(한기욱 외, 2022)³⁾. 분석 DB는 블룸버그, 로이터 통신 등 세계 80,000여 개 뉴스 및 블로그 소스를 지니고 있는 News API를 활용하였다. 대량의 DB를 사용함으로써 외적 타당성(External Validity)이 높은 결과를 도출할 수 있었다. 관심 분야인 수산식품(Seafood)과 관련된 기사를 대상으로 하였으며, 분석 기간은 News API에서 제공받을 수 있는 2019년부터 2023년까지로 설정하였다. 분석 대상은 전세계 및 주요국으로 하였으며, 주요국은 주요 수산물 소비국 가운데 대륙별(동북아시아, 동남아시아, 유럽, 미주)로 2~3개 국가를 배분하여 결정하였다.

추출된 DB(뉴스 등)의 경우 텍스트 마이닝(Text mining) 접근법을 통해 전처리(Preprocessing) 과정을 거쳤으며, 여러 차례 문서를 추출한 뒤 적합성 테스트를 하였다. 그러나 관심 키워드를 중심으로 기사를 추출한다고 하더라도 여러 분야를 다루는 DB의 특성상 주제와 관련이 없는 문서가 추출되는 경우가 있는데, 이런 경우는 해당 키워드를 불용어(Stopwords)로 지정하여 다음 추출 단계에서 해당 키워드가 등장하지 않도록 하였다. 또한 같은 단어라고 하더라도 다양하게 활용되는 키워드의 특성(고유 명사 등)을 고려하여 해당 키워드들은 2차 불용어 지정을 하였다. 이러한 과정을 통해 관련이 없는 기사 등은 제외할 수 있게 된다. 최종적 분석은 키워드 분석(Keyword Analysis)이 활용되었으며, 본 분석 결과를 통해 도출된 상위 키워드들은 수산식품 부문에서의 주요 국가별 관심 이슈라고 볼 수 있다. 직관적으로 이슈 동향을 파악할 수 있도록 워드클라우드(Wordcloud) 형태로 나타내었다.

3) 한기욱 외(2022), 세계 수산부문 이미징 이슈 분석 모델 개발 연구, KMI 일반연구.

〈표 1-5〉 소비 이슈 분석 방법

세계 수산식품 이슈 분석	
분석대상	주요 국가 (한국, 일본, 중국, 태국, 베트남, 인도네시아, 프랑스, 이탈리아, 스페인, 미국, 캐나다)
분석방법	수산 전반 분석 : 빈도 분석(Frequency Analysis), 워드 클라우드(Word cloud),
분석절차	[주요 분석 절차(키워드 분석)]
	1. Data Source 선정
	2. 검색 키워드 선정
	3. 일부 문서 추출(4. 적합성 테스트)
	5. 문서 추출
	6. 전처리 과정
	7. 키워드 분석

자료: 한기욱 외(2022), p.6의 자료를 바탕으로 저자 작성

3) 소비 결정요인 분석(Ordered Logit Analysis)

국내 소비자의 수산식품 소비 결정요인을 분석하기 위해서 순서형 로짓 모형(Ordered Logit Model)을 활용하였다. 순서형 로짓 모형은 종속변수가 순서화되어 있어 변수의 다항선택성과 이산성이 일반 선형회귀식이 가진 기본가정을 충족시키기 어렵기 때문에 이를 회귀방정식에 맞게 변환시킨 계량분석 방법이다⁴⁾. 순서형 로짓 모형의 종속변수와 독립변수의 관계는 아래의 수식(2)와 같다.

y^* 는 관찰이 불가능한 잠재 응답변수로 최종 관찰응답 y 에 대한 기준을 제시한다. ϵ 는 오차항을 의미한다.

$$y^* = \sum_{k=1}^k \beta_k x_k + \epsilon \quad (2)$$

여기서 선택 가능한 y 값이 L 개가 있다면 잠재응답과 관찰응답의 관계는 다음의 수식(3)과 같다. μ 는 y^* 의 경계값을 의미하며, 총 관찰응답 L 개 중 가장 적절한 값(l)을 선택하는 기준이 된다.

$$y = \begin{cases} 0 & \text{if } y^* \leq 0 \\ 1 & \text{if } 0 < y_i^* \leq \mu_1 \\ 2 & \text{if } \mu_1 < y_i^* \leq \mu_2 \\ \vdots & \\ L & \text{if } \mu_{L-1} < y_i^* \leq \mu_L \end{cases} \quad (3)$$

순서형 로짓 모형은 종속변수가 확률의 개념을 가지며, 종속변수 y 가 특정 한 값 l 을 선택할 확률($\Pr(y=l)$)은 다음의 수식(4)와 같이 정의할 수 있다.

$$\Pr(y_i \leq l) = \Pr(y^* \leq \mu_L) = \frac{e^{\mu_L - \sum_{k=1}^k \beta_k x_k}}{1 + e^{\mu_L - \sum_{k=1}^k \beta_k x_k}} \quad (4)$$

4) 서원석(2013), p. 50.

4) 소비 활성화 사례 분석(Case Study)

소비 활성화 방안 마련을 위해 국내외 사례 분석을 수행하였다. 이를 위해 문헌 조사와 전문가 자문조사를 활용하였다. 문헌은 주로 수산물 소비 활성화 주무부처의 정부 관보 및 보도자료 등으로, 이 자료들을 통해 사업의 운영 목적 및 시행 추진체계 등을 참조하였다. 또한 사업 시행을 위해서 별도로 운영 중인 사이트가 있다면 해당 사이트를 참조하였다.

사례 분석 대상 국가로는 해외의 경우 일본과 EU, 미국을 대상으로 선정하였다. 해당 국가들은 공통적으로 선진국으로 분류되나 수산물 소비시장의 성장세에 있어서만큼은 다양한 특징을 보이기도 하는 국가들이다. 예를 들면, 일본은 수산물 소비가 감소하였고 미국은 성숙단계에 들어섰으며, EU는 국가별로 성장하거나 성숙단계에 있거나 또는 감소하는 등 다양한 소비시장의 성장 국면을 보이고 있다.

소비 성장 국면은 각 국가의 소비 활성화 사례의 배경으로 설명되고 있으며, 이러한 배경은 소비 활성화 사업 수행의 원인이 된다는 것을 나타내고 있다. 또한 현 상황을 극복하기 위한 소비 활성화 전략은 물론 실질적으로 수행된 사업 등을 검토하고 해당 사업의 국내 도입 가능성을 확인하였다. 추가적으로 더욱 심층적인 조사를 위해서는 국가별 프로젝트 수행 전문가 등을 대상으로 전문가 면담을 실시하고 해당 사업의 성과 정도를 파악한다. 마지막으로 우리나라 소비 활성화 사례 역시 살펴봄으로써 지난 소비 활성화 사업의 성과 정도를 파악하고 이를 토대로 성과 평가를 수행한다.

〈표 1-6〉 소비 활성화 사례 분석 방법

수산물 소비 활성화 사례 분석				
	합	합	합	합
분석대상	일본	EU (공동체별, 국가별)	미국	한국
분석방법 1	문헌 연구 : 정부 관보, 보도자료, 법령, 인터넷, 뉴스 등			
분석방법 2	전문가 자문 : 주요 국가별 수산물 소비 활성화 프로젝트 수행자 대상			
분석내용	일본 • 물고기 나라의 행복 • 수산 가공·유통 개선 촉진 사업 • 어식보급추진사업 • 생선의 날 행사 운영 EU • SUCCESS Project • Taste the Ocean • Choose your Fish 미국 • Eat Seafood America 한국 • 수산물 소비 촉진 사업 • 수산물식품육성 기본계획 • 수산물 상생할인 지원 • 수산물 소비위축 대응 홍보 국가별 수산물 소비 촉진 사업 비교·분석 및 시사점 도출 수산 식품 활성화 신 전략 구상			

자료: 저자 작성

제3절 선행연구 검토

1. 선행연구 검토

수산물 소비 관련 연구는 연구자의 관심 영역에 따라 부문별(소비 동향 및 전망, 소비 이슈, 소비 확대 정책, 소비 결정요인 분석, 소비 경로 분석)로 이루어지고 있다(부록 1 참조).

소비 동향 및 전망과 관련해서는 주로 세계 수산물 소비시장의 성장에 주목(FAO, 2022 등)하고 있으며, 이에 식량안보 등에 대한 관심이 높다. 다만 최근에는 국가별로 차별화된 시장의 특성을 고려하여 소비 정체 및 감소와 관련한 새로운 연구가 이루어지고 있다(Han et al., 2022). 소비 이슈와 관련된 연구를 살펴보면 특정 이슈가 소비시장에 미치는 영향(Easton R. W et al., 2020)에 대해서 다루어지거나, 세계의 뉴스 기사를 대상으로 Text Mining 접근법을 통해 국가별 이슈 및 이머징 이슈(‘식품 안전’, ‘무역 갈등’, ‘가치 소비’) 등이 도출된 사례(한기욱 외, 2022)가 있다.

소비 확대 정책연구는 국가 단위에서 시행하는 소비자 설문 조사 또는 장기 발전 계획 등을 통해 이루어지고 있다(일본 수산청, 2022). 이 외 대부분의 수산물 소비 활성화와 관련된 연구는 소비 결정요인 분석이나 소비자 경로 분석이 주를 이루고 있는 상황이다.

소비 결정요인 분석에서는 인구사회구조 또는 라이프 스타일 등에 따라 소비 결정요인에 차이가 있음을 밝히고 있다. 소비 경로분석을 통해 나타난 결과를 보면 소비 결정 요인에 영향을 미치는 것은 심리적 요인 등으로, 심리상태가 소비에 어떻게 영향을 미치는지를 구조적으로 나타내주고 있다. 다만 기존 연구에서는 원인을 규명하기 위한 연구에서 그치고 있는 경

우가 많은데, 해당 원인을 통해 이를 개선하기 위한 방안 등을 심층적으로 분석한 사례는 부족한 실정이다.

2. 선행연구와의 차별성

본 연구는 국내 수산물 소비시장의 성장에 있어 정체되거나 감소하는 상황을 극복하기 위한 대안을 마련하는 데 목적이 있다. 이에 다양한 부문(소비 동향 및 전망, 이슈 분석, 소비 결정요인 분석, 소비 활성화 사례 분석)을 종합적으로 검토하여 소비 활성화 전략 및 대안을 마련한다는 점에서 기존의 연구와는 차별성이 있다.

특히 국내외 수산물 소비시장 동향 및 전망과 관련해서 이전까지는 소비시장의 성장세를 주목했다면, 본 연구에서는 소비 정체 및 감소 상황을 고려한다는 점에서 차이가 있다. 소비 전망을 위해서는 Han et al.,(2022)에 따라 소비시장의 성장이 ‘S’자 형태의 동향을 보인다는 점을 주목하였다.

이슈 분석과 관련해서는 세계 80,000여 개 뉴스 및 블로그 소스를 지니고 있는 News Api를 대상으로 종합적·체계적 이슈를 분석할 수 있는 이머징 이슈 분석 모델(한기욱 외, 2022)을 활용한다. 특히 대량의 DB를 활용하여 도출된 국가별 이슈는 외적 타당성(External Validity)을 확보할 수 있게 된다. 이러한 국가별 이슈 분석 결과는 향후 ‘질’적 소비시장의 변화에 대한 이해와 향후 지향해야 할 방향을 제시하는 데 도움을 줄 수 있을 것으로 전망된다.

소비 결정요인 분석을 통해서는 세대별 소비 결정요인 분석 등을 통해 이전 세대와 현재대 간의 소비결정 요인의 차별성을 파악하고, 미래 세대를 대상으로는 어떠한 부분을 중심으로 소비를 활성화해야 하는지에 대해

검토한다. 더불어 다양한 수산 식품 소비 활성화 방안과 연계하여 정책의 우선순위를 결정하는 데에도 본 자료를 활용하고자 한다.

소비 활성화 사례 분석에서는 국외의 소비 활성화 정책을 살펴보고 국내의 소비 활성화 사례와 비교 분석한다. 이를 통해 국내의 현실에 맞는 효과적인 소비 활성화 방안 마련을 위한 주요한 기초자료로써 활용한다.

〈표 1-7〉 선행연구와의 차별성

구분	선행연구와의 차별성		본 연구
	요약	참고문헌	
연구 목표	• (세계) 세계 96개국의 어류 소비 변화 및 성장 국면별 유형화, 국면별 소비 유도 요인 판별 • (세계) 세계 수산부문의 이머징 이슈를 종합적·체계적으로 분석할 수 있는 모델 개발 • (세계) 일본, EU, 미국 등 소비 활성화를 위한 정책 사례 분석 • (국내) 소비자 유형별 소비 결정 요인을 분석 • (국내) 소비자 지불의사액 상승에 영향을 미치는 심리적 요인 분석	• Han et al.,(2022) • 한기욱 외(2022b) • 일본 수산청(2022) • EUMOFA(2017) • 정연희 외(2016) • 한기욱 외(2019)	• 종합적·체계적 일원화된 소비 분석을 통한 수산물 소비 활성화 방안 마련
연구 범위	• (세계) 세계 96개국의 어류 소비 변화 분석(어류 소비량, FAO) • (세계) 주요 국가 대상 수산 부문(Seafood, Fisheries)의 이슈 분석(80,000여 개의 세계 뉴스 소스, NEWS API) • (세계) EU, 일본, 미국 등 소비 활성화를 위한 정책 사례 분석 • (국내) 라이프 스타일에 따른 수산물 소비 결정 요인 분석(소비자 설문) • (국내) 소비자 지불의사를 높이는 심리적 요인 분석(소비자 설문)	• Han et al.,(2022) • 한기욱 외(2022) • 일본 수산청(2022) • 정연희 외(2016) • 한기욱 외(2019)	• 국내외 수산물 소비 동향 및 전망, 이슈 분석 • 국내 수산식품 소비 결정 요인 및 경로 분석 • 국내외 수산식품 소비 활성화 정책 사례

구분	선행연구와의 차별성		본 연구
	요약	참고문헌	
연구 방법	• Logistic Growth Model을 통한 국가별 수산물 소비시장 전망 • Text Mining Approach를 통한 수산부문 이슈 분석 모델 개발 • Cluster Analysis 및 Ordered Probit Model을 라이프 스타일별 소비 결정 요인 분석 • Mediation Effect를 통해 소비자들이 수산물 소비 지불 의사액을 높이는 심리적 요인을 판별	• Han et al.,(2022) • 한기욱 외(2022a) • 일본 수산성(2022) • 정연희 외(2016) • 한기욱 외(2019)	• 소비 전망(Growth Model) • 소비 이슈(Text Mining Approach) • 소비 결정요인(Ordered Logistic Model) • 소비 활성화(Case Study)

자료: 저자 작성

02

수산물 소비 동향 및 이슈 분석

제1절 세계 수산물 소비 동향 및 이슈 분석

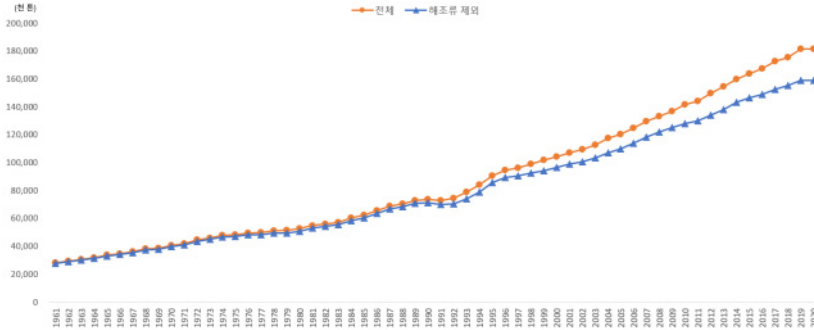
1. 세계 수산물 소비 동향 및 전망

1) 소비 동향

FAO(2022)에 따르면 세계 수산물 소비량은 1961년 2,786만 톤에서 2019년 1억 8,127만 톤⁵⁾까지 증가하였으며 연평균 3.2%의 빠른 성장세를 보였다. 이는 동기간 세계 인구 증가율인 1.6%를 훨씬 웃도는 수치이며, 인구가 섭취하는 동물성 단백질 가운데 가금류를 제외하고 가장 빠른 성장세를 나타냈다. 1인당 수산물 소비량의 경우 1961년에는 9.0kg에 불과했으나 매년 1.4%씩 성장하여 2019년에는 20.7kg을 기록하고 있다. 이와 같은 수산물 소비의 증가는 인구 증가 및 경제 성장, 수산물 생산 증대, 콜드체인 발전 등에 기인한 결과이다.

5) 해조류를 제외한 세계 수산물 소비량은 2019년 기준 1억 5,879만 톤에 달함

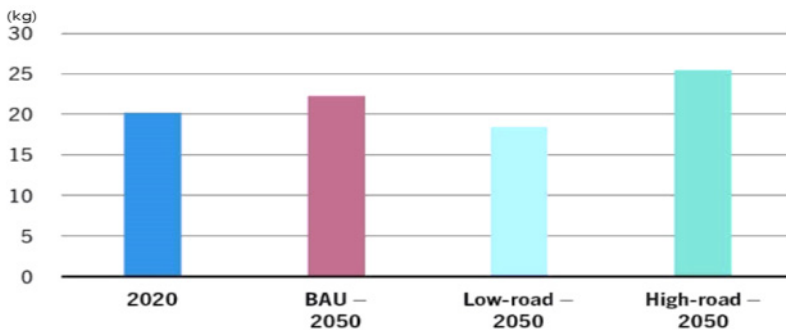
〈그림 2-1〉 세계 수산물 소비 동향



주: 2020년 수산물 소비량은 추정치이며 2019년도 소비량과 동일한 수준으로 나타남
 자료: FAOSTAT-FOOD BALANCES(검색일: 2023.3.27.)

단, 국가별 수산물 소비 동향은 인구사회구조와 지리적, 문화적 차이 등으로 인해 변화를 보인다. FAO(2020)는 개발도상국을 중심으로 수산물 소비시장이 빠르게 성장하고 있으나, 선진국을 중심으로는 소비시장이 정체하거나 또는 감소하는 패턴이 발견된다고 한다. 나아가 FAO(2022)는 향후 수산물 소비 둔화에 대해서도 우려하고 있으며, 이에 대하여 고소득 국가의 인구 정체 및 수요 감소가 소비 감소의 주요 원인일 것이라 분석하였다.

〈그림 2-2〉 1인당 수산물 소비 동향 및 전망(2020년, 2050년)



주: 해조류를 포함하지 않은 수산물 소비 동향임
 자료: FAO(2022), p. 221.

주요국의 1인당 1일 수산물 공급량(g/인/일)⁶⁾을 <표 2-1>에 정리하였다. 이를 살펴보면, 일본은 1980년대 중반 이후부터 수산물 공급량이 꾸준히 감소하여 2018년 기준 한국의 수산물 공급량 155g보다 낮은 125g을 기록하였다. 또한 미국, 영국, 프랑스 등 대부분의 선진국 역시 2000년대 이후부터 수산물 공급량이 정체하거나 또는 감소하는 추이가 확인되었다. 반면 중국, 인도네시아의 수산물 공급량은 꾸준히 성장하여 2018년에는 각각 104g, 121g을 기록하였다.

<표 2-1> 주요국 1인 1일당 수산물 공급량 비교

단위: g/인/일

연도	한국	일본	중국	미국	영국	프랑스	인도네시아
2001-03	154	179	69	58	62	85	55
2004-06	152	165	74	68	57	94	59
2007-09	155	155	82	67	58	93	68
2010-13	155	142	92	59	54	93	77
2014-17	151	128	102	60	52	90	109
2018	155	125	104	61	51	91	121

주: 식품수급표의 '9.2. 1인 1일당 식품공급량' 중 어패류에 대한 공급량을 정리하였으며, 수산물 공급량은 해조류가 포함된 '어패류 공급량'을 의미함

자료: 한국농촌경제연구원(2021), pp. 252-264의 자료를 바탕으로 저자 작성

부류별 수산물 소비 동향을 살펴보면 어류가 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 패류 및 연체동물, 해조류, 갑각류 순으로 높았다. 단, 해조류 및 갑각류 시장의 성장에 비해 어류 시장의 성장은 둔화하고 있는 것을 확인할 수 있었으며, 그 결과 어류 소비가 차지하는 비중은 1961년 84.8%에서 2019년에는 64.4%로 감소하였다.

6) 한국농촌경제연구원(2021), pp. 252-264의 자료를 활용하였으며 수산물 공급량은 해조류가 포함된 '어패류 공급량'을 의미함

〈표 2-2〉 세계 수산물 부류별 소비량 비교

단위: 천 톤

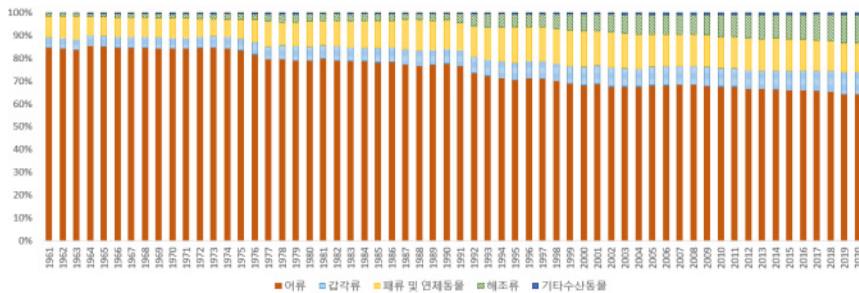
기준	1961년	2000년	2010년	2019년	2020년	연평균증감률
전체	27,863	103,993	141,354	181,265	181,265	3.3%
어류	23,619	70,978	95,603	116,762	116,762	2.8%
갑각류	1,292	8,357	11,558	17,277	17,277	4.6%
패류 및 연체동물	2,542	16,340	19,288	23,202	23,202	3.9%
해조류	373	7,633	13,631	22,473	22,473	7.3%
기타수산동물	37	685	1,273	1,551	1,551	6.6%

주 1: 어류는 민물어류, 저서어류, 해면어류, 회유어류의 합계, 패류 및 연체동물은 두족류, 연체동물의 합계임

주 2: 2020년은 추정치이며, 연평균증감률은 1961년부터 2019년까지의 연평균 성장률을 의미함

자료: FAOSTAT-FOOD BALANCES(검색일: 2023.3.27.)

〈그림 2-3〉 세계 수산물 부류별 소비 비중 변화



자료: FAOSTAT-FOOD BALANCES(검색일: 2023.3.27.)

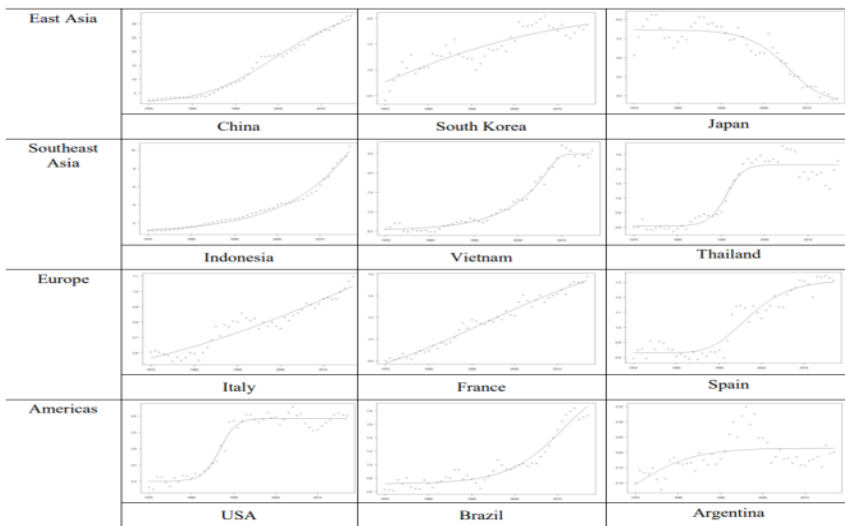
2) 소비 전망

앞으로의 세계 수산물 소비는 현재와 같이 빠르게 성장할 것으로 전망된다. Han et al.,(2022)은 세계 수산물 소비시장은 여전히 성장 국면(Growth Phase)에 위치하고 있는 것으로 분석하였다. 다만 국가별 수산물 소비시장의 성장세에는 차이가 있어 국가별 소비시장에 대한 관심이 요구된다는 것을 지적하였다.

특히 국가별 수산물 소비시장은 공통적으로 S-curve 성장을 하고 있다

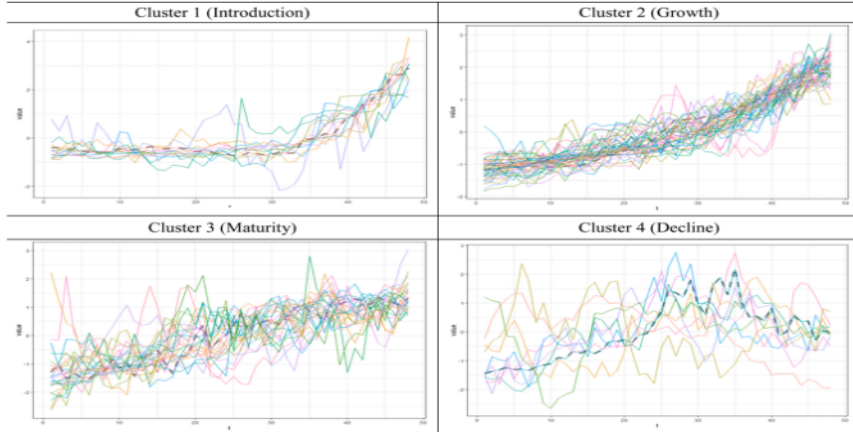
고 밝혔으며, 제품 생애 주기(Product life cycle) 이론을 접목하여 국가별 소비시장의 성장세를 도입(Introduction), 성장(Growth), 성숙(Maturity), 감소(Decline)의 4단계로 구분하였다. 도입기에는 모잠비크 등의 아프리카 국가가 중심으로 포함되어 있으며, 성장기에는 중국, 인도를 비롯하여 베트남, 인도네시아, 말레이시아 등의 ASEAN 국가가 속하는 것으로 나타났다. 우리나라는 성숙 국면에 진입한 것으로 나타났으며, 나아가 감소 국면에는 일본이 위치하는 것으로 확인된다. 이러한 국가별 수산물 소비시장의 성장 패턴은 향후 어떠한 시장 변화가 일어날지를 예측하는 데 도움을 준다. 따라서 수산 부문의 혁신이 이루어지지 않는다면 소비시장의 성장세는 ‘도입→성장→성숙→감소’ 형태를 따를 것임을 예상할 수 있다.

〈그림 2-4〉 국가별 수산물 소비 동향(Logistic Growth Model)



주: S-curve 성장 패턴을 보이는 국가별 소비시장의 특성을 고려하여, Logistic growth model을 활용하여 분석함
 자료: Han et al.,(2022), p. 4.

〈그림 2-5〉 성장 국면별 국가 유형화 분석(Dynamic Time Warping)



주: 수산물소비가 50,000톤이 넘는 96개국을 대상으로 성장 추세를 고려(정규화)하여 Dynamic Time Warping 분석을 수행한 결과로, 국가별 수산물 소비 시장의 성장세를 4단계로 유형화하였음
 자료: Han et al.,(2022), p. 5.

FAO(2020)에서처럼 전반적으로 개발도상국의 소비는 빠르게 늘고 선진국의 소비는 정체 또는 감소 움직임을 보이는 것을 확인할 수 있다. 그러나 모든 국가가 동일한 형태의 움직임을 보이는 것은 아니다. 프랑스, 스페인 등 일부 유럽 국가의 수산물 소비시장은 여전히 성장(Growth) 국면에 있는데, 이는 해당 국가들이 수산물 소비시장의 정체(Maturity) 또는 감소 국면(Decline)에 진입할 상황 등을 고려하여 선제적인 소비 활성화 대응 방안을 수행해 왔기 때문이라 판단할 수 있다. 이 국가들은 수산식품의 가치를 높이기 위해서 건강 및 지속가능성에 대한 수산식품 이미지 제고 등의 노력을 기울였으며, 수산식품 소비 활성화 프로젝트(SUCCESS Project)를 수행하는 등 다방면으로 소비 활성화 대응책을 시행하였다.

한편 우리나라는 지금까지 꾸준히 수산물 소비시장이 성장해 왔으나 최근 성숙(Maturity) 국면으로 진입한 것으로 나타났으며 이는 두 가지 선택지 중에서 무엇을 택할지 중요한 갈림길에 서 있다는 것을 의미한다. 즉,

일본과 같이 감소(Decline) 국면으로 전환되거나 일부 유럽 국가(프랑스, 이탈리아, 스페인 등) 등과 같이 성장(Growth) 국면을 이어 나가거나 중의 하나인 것이다.

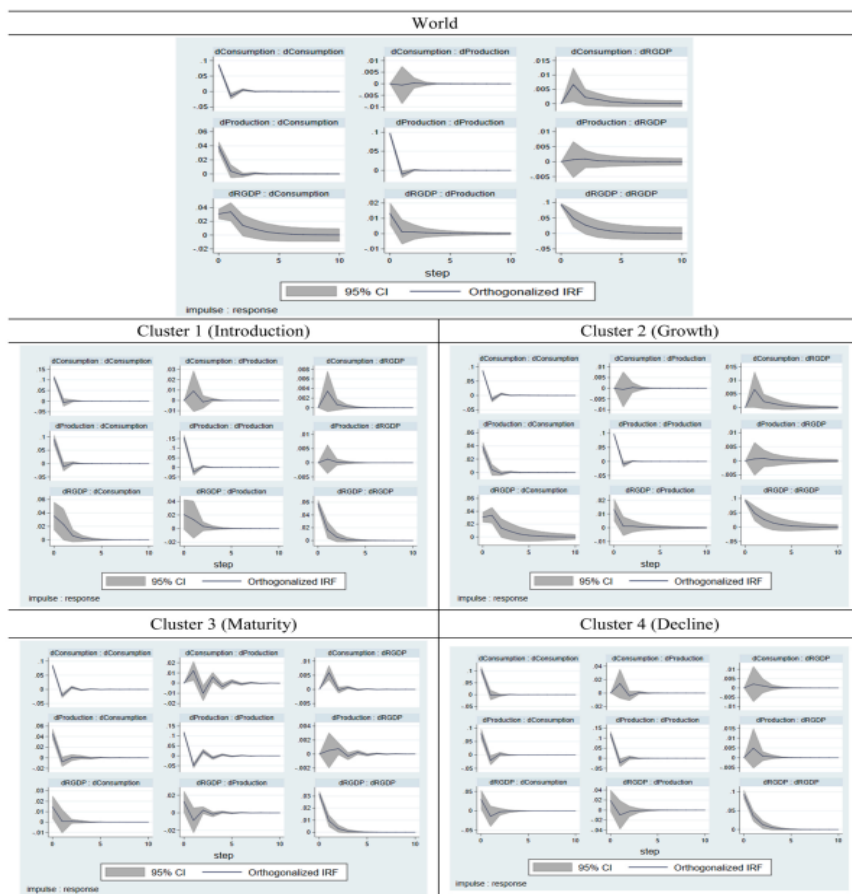
〈표 2-3〉 성장 국면별 국가 유형화 분석 결과(Dynamic Time Warping)

유형	America	Asia	Africa	Oceania	Europe
Cluster 1 (Introduction)	Costa Rica	Iraq, Qatar, Singapore	Benin, Burkina Faso, Malawi, Mali, Mozambique, Rwanda, Sierra Leone, Zambia	-	Denmark
Cluster 2 (Growth)	Brazil, Colombia, Haiti, Mexico	Bangladesh, Cambodia, China, India, Indonesia, Iran, Israel, Jordan, Kuwait, Lao People's Dem. Rep., Lebanon, Malaysia, Myanmar, Nepal, Oman, Philippines, Saudi Arabia, Sri Lanka, United Arab Emirates, Vietnam	Angola, Cameroon, Chad, Congo, Cote d'Ivoire, Egypt, Libya, Nigeria, Morocco, Gambia, Guinea, Togo, Tunisia, Uganda, Zimbabwe	Australia	Austria, France, Ireland, Italy, Spain, Sweden, Switzerland
Cluster 3 (Maturity)	Canada, Dominican Republic, Ecuador, Jamaica, Peru, United States of America	Hong Kong SAR, South Korea, Pakistan, Thailand	Algeria, Congo, Dem. Rep. of the, Ghana, Gabon, Kenya, Madagascar, Senegal, Tanzania, United Rep. do, South Africa	New Zealand, Papua New Guinea	Finland, Hungary, Netherlands, Norway, United Kingdom
Cluster 4 (Decline)	Argentina, Chile, Venezuela	Japan, Turkey, Yemen	-	-	Germany, Greece, Poland, Portugal

자료: Han et al.,(2022), p. 5.

특히 Han et al.,(2022)에 따르면 수산물 소비시장이 성숙하고 있거나 또는 성숙 국면에 있을 때 수산물 생산 및 소득 증가가 소비를 촉진하지 못하기 때문에 산업의 경쟁력 악화로 이어질 수 있다고 지적하였다. 이에 대한 대응으로 소비 활성화 방안 마련 및 질적 사업으로의 전환, 수출 활성화 등의 노력이 요구된다고 보았다.

〈그림 2-6〉 유형별 충격 반응함수 분석 결과(Impulse responses function)



자료: Han et al.,(2022), p. 7.

본 절에서는 국내외 수산물 소비 이슈 분석을 위해 세계 80,000여 개의 뉴스 및 블로그 소스를 지닌 News API를 대상으로 자료를 추출하였다. 연도별로 추출된 기사는 코로나 이슈가 있었던 2020년이 가장 많았고, 2023년은 4월까지의 DB를 대상으로 추출했기 때문에 가장 적은 이슈가 나타난 것을 확인할 수 있다.

〈표 2-4〉 세계 수산물 이슈 분석 개요

단위: 개

키워드	국가	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
수산물	전체	16,124	37,554	15,547	16,065	5,875
	동북아시아					
	일본	1,986	4,108	1,605	1,898	700
	중국	2,795	11,255	3,986	2,892	1,200
	한국	600	2,815	605	764	300
	동남아시아					
	태국	798	3,132	687	673	275
	베트남	800	1,508	651	783	271
	인도네시아	477	737	396	500	200
	유럽					
	프랑스	1,600	2,851	1,393	1,591	567
	이탈리아	1,399	2,440	1,227	1,398	500
	스페인	1,176	1,077	854	1,077	457
	북미					
	미국	2,794	4,940	2,648	2,690	753
	캐나다	1,699	2,691	1,495	1,799	652

주: 2023년은 4월까지 수집된 기사를 기준으로 정리함
자료: 저자 작성

연도별로 살펴보면 2019년에는 관세(Tariff)가 크게 주목받았다. 관세(Tariff)가 다른 연도보다 자주 언급된 배경을 살펴보면 미·중 무역 분쟁 여파로 수산식품에 관세가 부과되었기 때문이다. 양국의 무역 분쟁으로 갈등이 심화되었고 미국이 관세를 인상하자 이에 대응하기 위해 중국도 관세를 높이게 되었다. 이 외에도 건강(Health)과 함께 단백질(Protein), 식이요법(Diet) 등 영양적 효능과 관련된 키워드가 상위권을 차지하였으며, 주요 소비 품목(Shrimp, Salmon 등)도 자주 언급되었다. 이와 더불어 요리 및 조리형태와 관련된 국(Soup), 초밥(Sushi) 등의 키워드도 주목받았으며 지속가능성(Sustainable) 등 환경 및 생태계에 대한 관심도 높았다.

2020년은 코로나19 확산이 심화되면서 이에 세계보건기구는 팬데믹을 선언한 시기이다. 이에 따라 세계의 이슈 대부분을 코로나19 이슈가 차지하고 있으며 이로부터 파생된 코로나바이러스(Coronavirus) 관련 키워드가 등장하였다. 구체적으로 살펴보면, 코로나바이러스 진원지(Epicentre), 중국 우한에 있는 화난 수산물 시장(Huanan_seafood), 과거에 발생한 사스(Sars), 에볼라(Ebola) 등 국제 전염성 질병이 자주 언급되었다. 또한 코로나19 확산 방지를 위해 국가별로 시행한 봉쇄 조치, 감염 검사 등과 관련된 키워드(Lockdown, Scanner, Precaution)도 상위권을 차지하였다.

2021년에도 코로나19 영향은 지속되었으나 전년도에 비해 언급 빈도나 관련 키워드가 줄어들었다. 반면 수산물과 연관된 이슈들이 다양하게 나타났다. 특히 환경 분야 이슈에 대한 언급 횟수가 크게 증가하였다. 지속가능성(Sustainability)과 함께 플라스틱 섭취(Plastic ingestion)가 등장하였는데, 이는 2020년부터 코로나19로 인해 플라스틱 사용량이 증가하면서 해양 수산생물의 플라스틱 섭취 문제가 발생하자 언론들이 이 문제를 다루면서 이에 대한 관심이 높아지게 된 것이다. 한편, 코로나19 여파로 글로벌 공급망에도 충격이 있었으며 이에 따라 물류 및 공급사슬에 대한 이슈가 자주 언급되었다. 글로벌 물류 허브 봉쇄, 통관 지연 등으로 인해 수산물

운송에 차질이 발생하게 되었고 이와 관련된 물류(Logistics), 유통채널(Channel)에 대한 언급이 늘었다.

시간이 지나면서 2022년에는 코로나19에 대한 관심이 상대적으로 낮아졌고 수산식품과 관련된 이슈가 다시 주목받는 등 코로나바이러스로 인해 잠식됐던 이슈가 다시 떠올랐다. 단백질(Protein), 식이요법(Diet), 새우(Shrimp), 연어(Salmon) 등 2019년에 주목받았던 키워드가 2022년에도 상위권을 차지하였다. 또한 2021년에 이어 지속가능성(Sustainable), 플라스틱(Plastic) 등의 키워드도 언급되었다.

2022년에는 식품 안전성(Food safety)과 관련하여 오·폐수처리(Wastewater treatment)가 주목받는 이슈로 등장하였다. 해당 키워드가 주목받게 된 배경에는 식품 가공공장, 음식점 등에서 배출하는 오·폐수로 인한 해양환경 오염 문제와 이에 대한 해결책의 필요성이 제기되면서 이에 대한 언급이 증가한 것으로 보였다. 또한 오·폐수처리(Wastewater treatment)는 주로 지속가능성, 플라스틱 등 환경에 대한 키워드들과 함께 다루어졌다. 연관 키워드에 대한 주된 내용은, 오·폐수 방류가 지속될 때 환경 및 수산식품에 미치는 영향을 분석하거나 오·폐수 처리 및 환경오염 완화에 대한 기업 차원의 대책 등이었다.

2023년에도 건강(Health)과 식품 안전성(Food safety)에 대한 관심도는 여전히 높았다. 유통에 관련된 이슈(Channel, Hypermarkets, Logistics)도 주목받았는데 공급망 문제가 일부 해소되면서 그에 대한 언급이 증가한 것으로 보인다. 한편, 과거와 달리 식품 공학과 관련된 키워드가 자주 언급되었는데 식품 가공 및 포장 기술(Food coating), 식품 초음파검사(Food ultrasound), 식용(Food grade) 등의 식품 가공이 주목받았다. 이는 러시아-우크라이나 전쟁에 따른 세계 경제의 불확실성, 인플레이션 심화 등이 영향을 끼친 것으로 보인다. 세계 경기 침체에 대응하고 식생

활 패턴 변화에 따르기 위해 식품 가공 분야가 주목받게 되면서 관련 키워드가 다양하게 나타난 것이라 할 수 있다.

2) 국가별

(1) 일본

수산식품(Seafood)에 대하여 최근 5년간 일본의 이슈 분석을 진행하였으며 이에 대한 결과는 다음과 같다. 2019년은 건강(Health)과 함께 새우(Shrimp), 연어(Salmon), 초밥(Sushi), 라멘(Ramen) 등 다양한 키워드가 나타났다. 앞의 키워드들은 일본에서 주로 소비되는 어종과 일본의 식문화가 반영되어 상위권을 차지하였다.

2020년은 코로나19 발생 및 확산으로 이와 관련된 키워드가 다수 언급되었으며 감염·전염 방지를 위해 살균제(Disinfectant)에 대한 관심 역시 높아졌다. 그 이듬해인 2021년에도 코로나19와 관련된 키워드 일부가 상위권을 차지하였다. 그럼에도 주요 소비어종인 연어(Salmon), 참치(Tuna) 등이 다시 주목받았으며 이를 통해 코로나19에 어느 정도 적응하면서 외식 수요 및 소비자 심리가 회복되어 가는 과정이라고 볼 수 있다. 한편 같은 해에 원전 오염수 방출 계획이 결정됨에 따라 이와 연관된 폐수(Wastewater), 도쿄전력(TEPCO) 등의 키워드가 다수 언급되었다.

2022년은 2021년과 유사하게 상위권 키워드가 지속되었으며 코로나19와 관련된 언급 빈도는 줄어들었다. 또한 코로나19 이후 세계경제 회복에 따른 영향이 예상치 못한 물류대란으로 이어지면서 물류(Logistics)를 비롯한 냉장보관시설(Coolers, Refrigeration) 등의 연관 키워드가 나타났다. 특히 수산식품 물류·유통에서 중요한 역할을 하는 콜드체인시스템에 대한 관심도 높아졌다. 그리고 주요 소비어종 외에도 문어, 오징어 등 연체 동물

(2) 중국

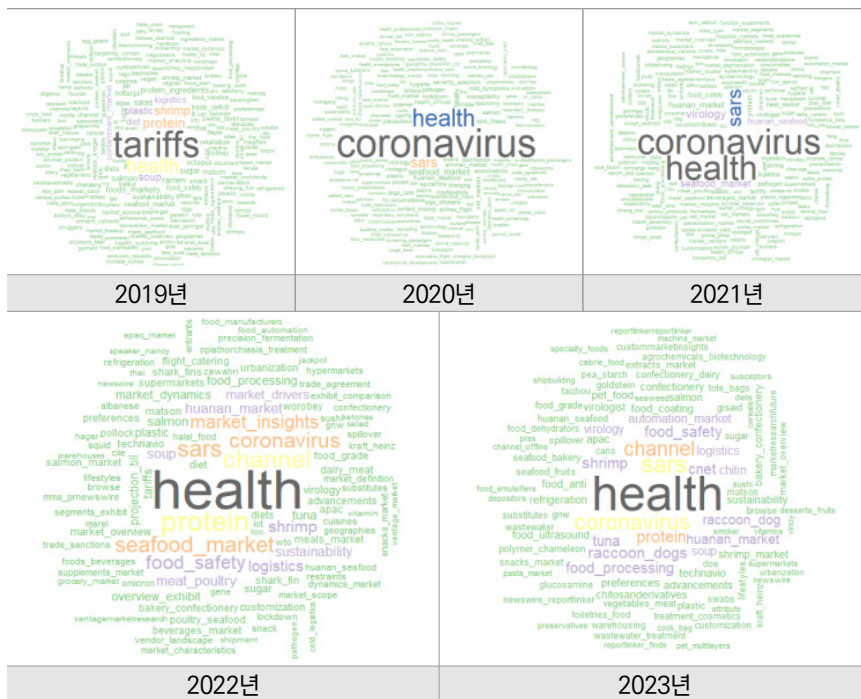
중국의 2019년 수산식품(Seafood) 관련 키워드는 관세(Tariffs)가 가장 크게 주목받았는데 이는 앞서 언급한 미·중 무역 분쟁 영향에 기인한 것이다. 다음으로 건강(Health), 단백질(Protein) 등 식품 기능에 대한 키워드가 주목받았다.

코로나19로 인해 2020년부터 코로나바이러스에 대한 언급이 늘었으며 이와 관련해 건강에도 많은 관심을 보였다. 코로나19 확산 방지를 위해 중국에서 지역적으로 시행한 이동제한령(Lockdown)을 비롯하여 과거에 유행한 전염병(Sars)도 자주 언급되었다. 2021년 역시 코로나19 확산세가 지속되어 대체적 흐름은 전년도의 이슈 흐름과 유사하였다. 그러나 2021년 하반기에 발생한 공급망 대란으로 인해 물류(Logistics)에 대한 관심이 높아지게 되었다.

2022년에도 코로나바이러스 관련 키워드가 상위권을 차지한 것을 확인할 수 있다. 이는 코로나19 발생 근원지로 중국 우한이 꾸준히 지목되었기 때문에 다른 국가에 비해 코로나19에 대한 언급이 지속된 것으로 보인다. 한편, 수산식품에 대한 소비자의 인식 변화로 인해 구매 고려 요인이 다양해짐에 따라 영양적 기능 외에도 지속가능성(Sustainability)과 식품안전성(Food safety)에 대한 관심이 높아졌다. 그리고 러시아-우크라이나 전쟁의 영향으로 물류대란이 심화되자 물류(Logistics)도 함께 주목받았다.

2023년에도 건강, 식품안전성에 대한 관심이 높았으며 일본과 비슷하게 식품 가공에 대한 관심도가 높았다. 반면 다른 국가들과는 달리 코로나바이러스에 대해서도 꾸준히 언급되었다.

〈그림 2-9〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(중국)



자료: 저자 작성

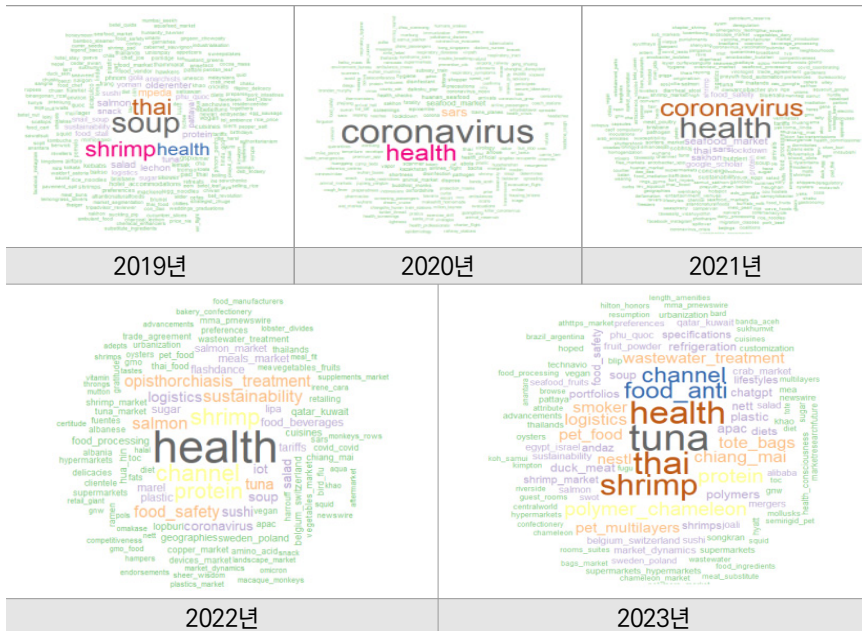
(3) 태국

태국의 2019년 수산식품(Seafood) 이슈로는 음식 종류와 관련하여 국(Soup), 스낵(Snack) 등이 자주 언급되었으며 건강, 지속가능성에 대한 관심도 높게 나타났다. 2020년은 앞의 국가들처럼 코로나19와 관련된 키워드가 자주 언급되었고 바이러스 확산 방지와 관련된 소독(Disinfection), 예방책(Precautions)도 관심을 받았다. 2021년에는 코로나19 장기화로 인해 건강과 코로나바이러스에 대한 관심이 높았으나 새우, 참치 등 소비어종 키워드도 자주 언급되었다. 이를 바탕으로 태국도 코로나19에 적응하면서 소비심리가 회복되는 모습을 보이고 있다고 볼 수 있다. 그 외에도 지속가능성(Sustainability)과 식품안전성(Food safety)에 대한 언급 빈도도 증가하였다.

2022년에는 코로나19에 대한 관심은 감소한 반면 건강(Health), 단백질(Protein) 등이 자주 언급되었다. 특히 간흡충증 치료(Opisthorchiasis treatment)가 주목받았는데 코로나19 이후 건강에 대한 관심이 높아지면서 수산물을 매개로 하는 질병 감염에 대한 불안으로 인해 자주 언급된 것으로 보인다. 그 외에도 채식(Vegan), 반려동물식품(Pet food) 등 수산물을 활용한 가공식품이 주목받았다.

2023년은 2022년과 비슷한 흐름으로 이어졌으며 특히 참치에 대한 언급이 많았다. 세계 수산기업인 타이유니온은 참치 공급망의 투명성을 확보하고 지속가능성을 높이기 위해 2021년 세계 환경단체(The Nature Conservancy)와 파트너십을 맺었으며 2023년 1월에 파트너십 이행에 대한 보고서를 발표하였다. 이에 따라 참치 언급이 늘어난 것으로 보인다.

〈그림 2-10〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(태국)



자료: 저자 작성

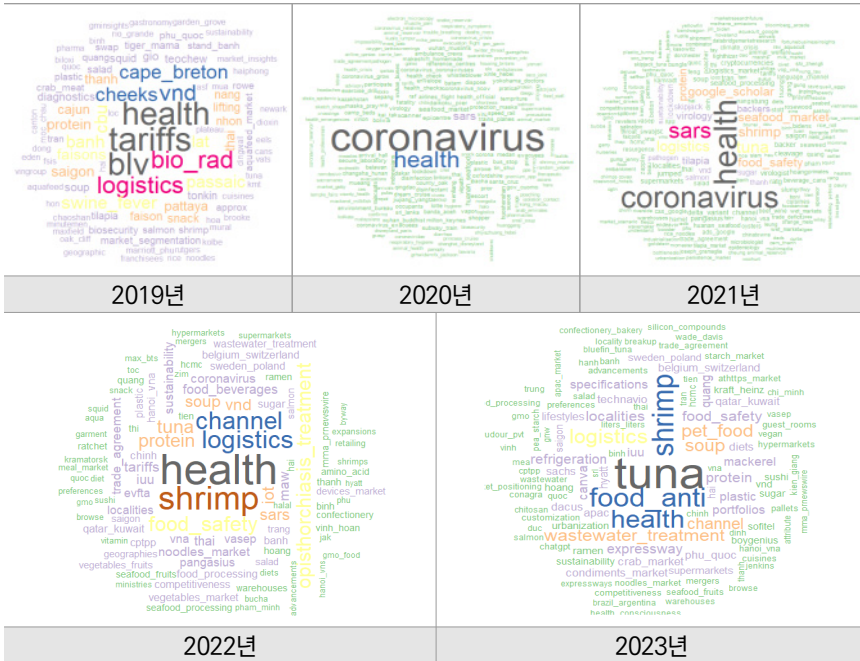
(4) 베트남

2019년 베트남의 수산식품 이슈로는 관세(Tariffs), 베트남 화폐단위(VND) 등의 키워드가 상위권을 차지했다. 사실 베트남은 환태평양경제동반자협정(CPTPP) 이행 등으로 관세 수입에서 최대치를 기록하였다. 다자간 무역협정을 통해 베트남의 무역환경이 개선되었고 이에 따라 농수산 분야 반사이익에 대한 관심이 높아진 것으로 보인다.

2020년에는 코로나19 관련 키워드가 상위권을 차지하였으며 태국과 유사하게 소독 관련 키워드(Disinfection, Disinfectant)도 함께 주목받았다. 2021년은 전년도와 비슷하게 건강과 코로나바이러스에 가장 주목하고 있었다. 그러나 코로나19 확산세가 안정기에 접어들자 참치, 새우, 틸라피아 등 주요 어종에 대한 관심이 다시 높아졌다. 2022년은 새우, 참치 등 수산식품 관련 키워드와 건강 및 식품안전에 대한 키워드가 상위권을 차지하였다. 또한 다른 국가와 달리 불법·비보고·비규제(IUU) 어업에 대한 관심이 높았는데, 베트남이 유럽연합위원회(EC)에서 부과한 ‘옐로우 카드’를 해제하기 위해 어업 활동 관리 등에서 큰 노력을 해왔기 때문이다. 이에 대해서 2022년 10월 EC 대표단은 베트남의 IUU 어업 조치에 대해 긍정적으로 검토하였으나 여전히 미흡한 부분이 있다고 지적하였다. 이는 IUU어업 근절에 대한 관심이 높아지게 되는 계기가 되었다.

2023년에는 건강이나 어종을 제외하고 식품 가공 및 폐수처리(Wastewater treatment)가 주목받는 키워드로 나타났다. 이는 베트남 내에서도 환경보호에 대한 관심이 증가하고 있다는 것을 나타내며, 수산물 가공폐수를 처리하는 데 있어 사회적 책임을 다하려는 인식의 전환으로 인해 자주 언급된 것으로 판단된다.

〈그림 2-11〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(베트남)



자료: 저자 작성

(5) 인도네시아

인도네시아에서는 수산식품(Seafood) 관련 이슈 키워드로 새우 (Shrimp)가 많이 언급되었다. 사실 인도네시아는 인도, 태국과 함께 새우 주요 생산국가 중 하나로서 그에 따라 새우에 대한 관심이 높았던 것으로 보인다. 또한 지속가능성(Sustainability)에 대한 관심의 증가로 인해 대체 캐비어(Caviar substitute)도 자주 언급되었다.

2020년은 코로나19로 인해 이와 관련된 키워드가 상위권을 장악하였으나, 2021년 코로나19가 안정되자 건강과 관련된 키워드가 다시 상위권을 차지하였다. 특히 고도불포화지방산(PUFA), 단백질(Protein) 등 식품 성분에 대한 언급이 증가하였다. 식품안전성(Food safety)도 주목받으면서 이

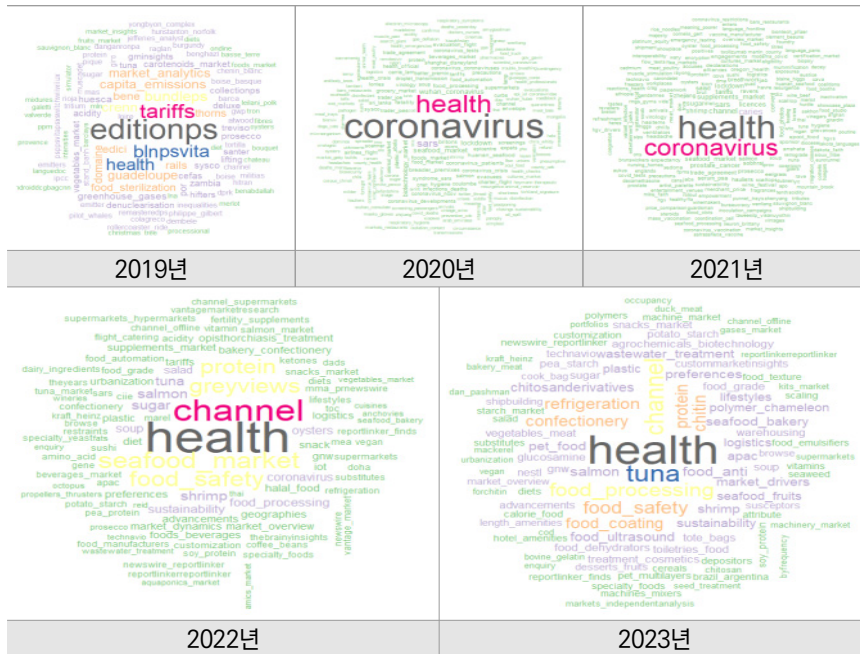
(6) 프랑스

2019년 프랑스의 수산식품 주요 이슈로는 온실가스 감축과 관련된 키워드인 배출량(Capita emissions)에 주목할 필요가 있다. 이는 프랑스 정부가 발표한 탄소 중립 선언이 영향을 끼친 것으로 보인다. 그리고 다른 국가와 비슷하게 관세(Tariffs), 건강(Health) 등의 키워드도 자주 언급되었다. 한편 2020년에는 코로나19 관련 키워드가 주로 언급되었으나 다른 국가에 비해 Food market, Food processing, Food automation 등 식품가공에 대한 키워드도 다양하게 언급되었다. 이는 코로나19 시기에 가정 내 조리 수요가 증가한 것에 따른 영향으로 판단된다.

2021년에도 코로나19의 지속으로 코로나바이러스 등 관련 키워드가 자주 언급되었다. 유럽은 2020년 선진국 가운데 코로나19 충격이 가장 컸으나 2021년부터 경제가 빠르게 회복되었으며⁷⁾ 이에 따라 당(Sugar), 건강보조식품시장(Supplements market) 등 건강 관련 키워드가 주목받았다. 그 다음해까지도 유사한 흐름이 이어져 케톤(Ketone), 단백질(Protein) 등 건강과 관련된 여러 키워드가 관심을 받았다. 또한, 식품안전성(Food safety)과 폐수처리(Wastewater treatment)에 대한 언급도 늘었다. 2023년에는 건강 외에도 식품 가공 관련 키워드가 다수 나타났다. 다른 국가와 유사하게 Food processing, Food coating, Pet food 등의 키워드가 등장하였으며 물류, 냉장·냉동설비 등 유통과 관련된 키워드도 상위권을 차지하였다.

7) KDI경제정보센터(검색일: 2023.10.18.)

〈그림 2-13〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(프랑스)



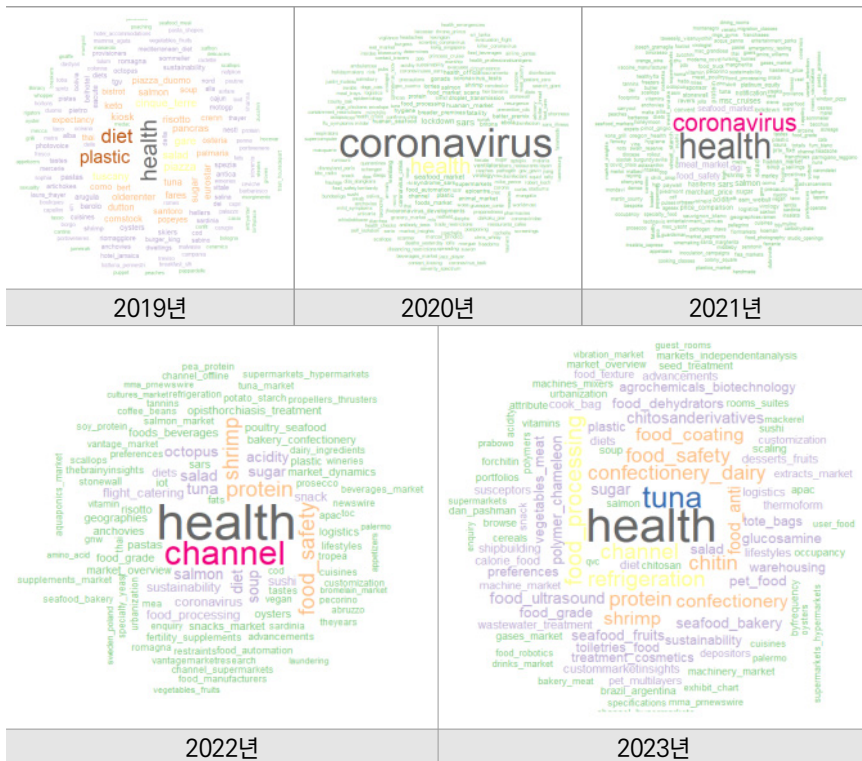
자료: 저자 작성

(7) 이탈리아

2019년 수산식품 관련 키워드를 살펴보면 건강, 다이어트 등의 키워드가 많이 언급되었다. 또한 세계적으로 탄소 배출 및 환경보호에 대한 관심도가 높아지면서 플라스틱 사용에 대한 부분도 자주 언급되었다. 2020년은 코로나19 확산세로 인해 코로나바이러스, 건강, 사스 등의 키워드가 주목받았으나 프랑스와 유사하게 식품가공에 대한 관심도 높았다. 2021년 역시 코로나바이러스에 대한 관심도는 유지되었으나 건강, 식품안전성 등에 대한 관심이 다시 높아지게 되어 이에 대한 언급도 늘었다. 선진국들을 중심으로 코로나19에 따른 경제적 충격에 대해 빠른 회복세를 보였으며 이탈리아도 그들 중 하나의 국가로서 Salmon, Protein, Sugar, Acidity 등 여러 키워드가 다양하게 주목받았다.

2022년이 되면서 코로나바이러스에 대한 언급은 크게 줄어들었으나 세계적인 물류난이 발생함에 따라 유통채널(Channel), 물류(Logistics)에 대한 언급이 증가하였다. 건강(Health), 단백질(Protein), 식품안전성(Food safety)에 대한 관심은 여전히 높았고, 다른 국가에 비해 다양한 품종과 음식이 등장하였으며 새우, 연어, 참치, 문어, 멸치, 굴, 샐러드, 스낵, 리조또, 파스타 등이 자주 나타났다. 2023년에도 환경보전 및 자원관리의 중요성이 강조되면서 지속가능성(Sustainability), 폐수처리(Wastewater treatment)에 대한 언급 빈도가 늘었으며 과거에 비해 식품가공과 관련된 키워드가 다양하게 나타났다.

〈그림 2-14〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(이탈리아)



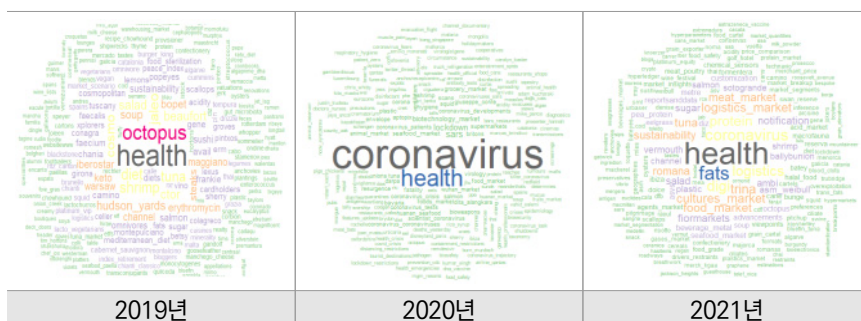
자료: 저자 작성

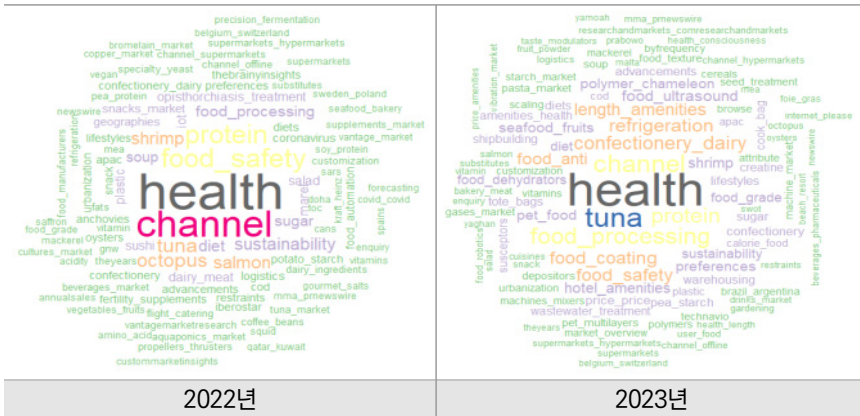
(8) 스페인

2019년 수산식품 관련 주요 이슈는 건강, 다이어트 등과 관련된 키워드가 많이 언급되었다. 또한 주로 소비되는 어종(Octopus, Shrimp, Tuna 등)도 다양하게 나타났으며 포장재의 일종인 BoPET가 함께 언급되었다. 코로나 19 확산으로 인해 2020년에는 코로나19와 연관된 키워드가 주로 언급되었다. 2021년에는 경기 회복의 영향으로 건강에 관련된 키워드(Fats, Protein)가 자주 나타났다. 또한 소비심리 회복에 따른 물류대란 이슈로 물류에 대한 키워드가 많이 언급되었다.

2022년은 코로나19 이전인 2019년과 비슷한 이슈가 주목받았으며 건강, 주요 소비 어종 등의 다양한 키워드에 대한 관심이 높아졌다. 2021년에 이어 2021년에도 물류대란이 해소되지 않은 채 지속되었기 때문에 물류와 관련된 키워드(Logistics, Channel)도 계속해서 언급되었다. 프랑스, 이탈리아와 마찬가지로 식품 가공에 대한 관심도 높은 편이었다. 2023년은 전년도보다 식품 가공에 대한 키워드가 다양하게 나타났으며 식품 안전성, 폐수처리에 대한 관심도 높아졌다. 또한 지속가능성(Sustainability) 키워드는 2019년부터 2023년까지 꾸준히 언급되었으며 이에 대한 관심도 높았다.

〈그림 2-15〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(스페인)





자료: 저자 작성

(9) 미국

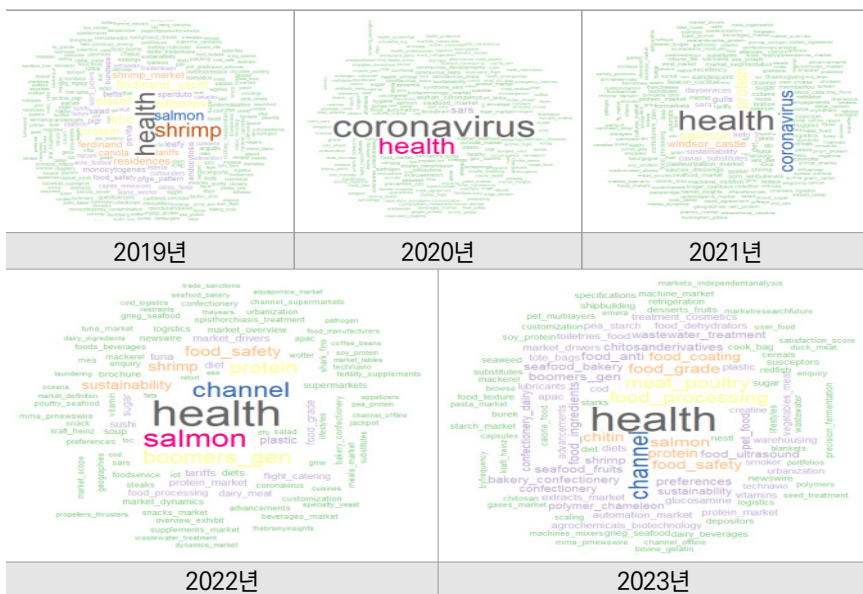
미국의 2019년 수산식품 관련 이슈 키워드로는 건강(Health), 식이요법(Diet), 지방(Fats) 등이 주목받았으며 이와 함께 식품 영양 성분과 관련된 비타민(Vitamin), 단백질(Protein), 당(Sugar)이 다수 언급되었다. 다른 국가들과 다르게 채식(Vegan)에 대한 언급이 높았으며 이에 대한 관심도 높았다. 2020년은 타 국가처럼 코로나19의 영향으로 비슷한 키워드가 주로 언급되었다. 2021년에는 환경오염 및 자원 보존에 대한 인식 변화로 지속가능성(Sustainability), 플라스틱(Plastic) 등의 키워드가 자주 언급되었다. 또한 소비심리 회복의 영향으로 어종에 대한 관심이 높아짐에 따라 어종과 관련된 키워드(Salmon, Squid, Tuna 등)가 다양해졌다.

2022년에도 2021년의 흐름이 이어져 왔으며 그 가운데 관세(Tariffs)가 주목받았다. 이에 대한 배경을 살펴보면, 러시아가 우크라이나를 침공한 이후 미국을 중심으로 러시아에 대한 경제적 제재가 시행되었기 때문이다. 이에 미국은 러시아에 부여했던 무역 최혜국 지위를 박탈하였고 관세(Tariffs)를 부과하였다. 그뿐만 아니라 미·중 무역 분쟁으로 부과된 관세의 여파에다 인플레이션까지 영향을 미치면서 미국 내 수산물 가격이 상승하게 되었

코로나19 확산으로 2020년에는 코로나바이러스, 건강 등 키워드가 상위권을 차지하였다. 이후 경기가 점차 회복되면서 2021년은 건강(Health) 외에도 주요 소비 어종에 대한 언급이 다시 증가하였다. 그 외에도 지속가능성(Sustainability), 키토(Keto), 캐비어 대체품(Caviar substitutes) 등 다양한 키워드들이 주목받았다.

2022년은 건강과 함께 환경보전 관련 키워드가 핵심 이슈로 자주 언급되었으며 세계 경제가 회복되는 과정에서 물류 공급망 대란이 지속되어 유통채널(Channel), 물류(Logistics)에 대한 관심이 높았다. 한편 2023년에는 식품 가공에 대한 언급이 늘었는데, 이는 소비자의 선호 및 라이프 스타일의 변화에 따라 간편식 수요가 늘어나면서 식품 가공 분야에 대한 관심이 높아진 것으로 보인다. 이 외에도 제로 플라스틱 폐기물 전략을 내세우면서 일회용 플라스틱 봉투 대체품으로 가방 등의 키워드가 언급되었다.

〈그림 2-17〉 연도별 세계 수산식품 워드클라우드(캐나다)



자료: 저자 작성

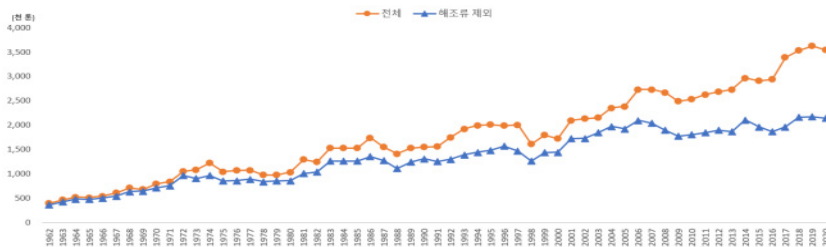
제2절 국내 수산식품 소비 동향 및 이슈 분석

1. 국내 수산물 소비 동향 및 전망

1) 동향

국내 수산물 소비는 인구 증가 및 경제 성장, 수산물 생산 증대 등에 따라 빠른 성장세를 보이며 발전하였다. 2020년 기준 355만 톤⁸⁾ 가량이 소비되고 있으며, 1962년부터 2020년까지 약 60여년 간 연평균 3.9%의 빠른 성장률을 보였다. 세계 수산물 소비시장 성장률인 3.2%를 상회하는 수치이다. 다만 2000년대 후반 이후 소비 증가 추세는 둔화되는 움직임을 보이고 있으며 1인당 연간 수산물 소비량도 감소하는 추이가 나타났다. 식품수급표(2022)에 따르면 1인당 연간 어패류 소비량은 2006년에 최고치인 43.5kg을 기록하였으나 이후 증감을 반복하며 2020년에는 41.3kg을 소비하였다. FAO(2022)와 같이 고소득 국가를 중심으로 수산물 수요 감소 등의 움직임을 고려한다면, 우리나라 역시 향후 고소득 국가와 동일한 움직임을 보일 수 있어 주의가 요구된다.

〈그림 2-18〉 국내 수산물 소비 동향



주: 한국농촌경제연구원의 식품수급표에서 '식품공급량(순식용공급량)'을 소비량으로 간주함
자료: 한국농촌경제연구원(2021), pp. 24-31; pp. 42-155의 자료를 바탕으로 저자 작성

8) 해조류를 제외한 국내 수산물 소비량은 2020년 기준 214만 톤에 달함.

국내 수산물 부류별 소비량 중에서 2020년 기준 부류별 소비량을 살펴보면, 가장 높은 비중을 차지하는 품목은 해조류였으며 그다음으로 어류, 연체동물, 갑각류, 패류 순으로 나타났다. 과거에는 어류 소비량이 크게 높았으나 2016년부터 해조류 소비량이 어류를 추월하면서 부류별 소비 순위 변동이 일어났다.

해조류 소비 비중은 2000년 16.3%에서 2020년에 39.7%로 빠르게 증가하였으며, 이에 수산물 소비량 증가의 주요 요인이 해조류라는 것을 확인할 수 있었다. 패류는 해조류 다음으로 높은 성장세를 보였으며 갑각류가 그 뒤를 이었다. 반면, 어류 소비량은 해조류와 비슷한 수준이지만 연평균 성장률은 전체 수산물 소비량 증가율보다 낮은 1.6%에 그쳤다. 연체동물의 경우 유일하게 감소세를 보이는 품목으로 확인되었다.

〈표 2-5〉 국내 수산물 부류별 소비량 비교

단위: 천 톤

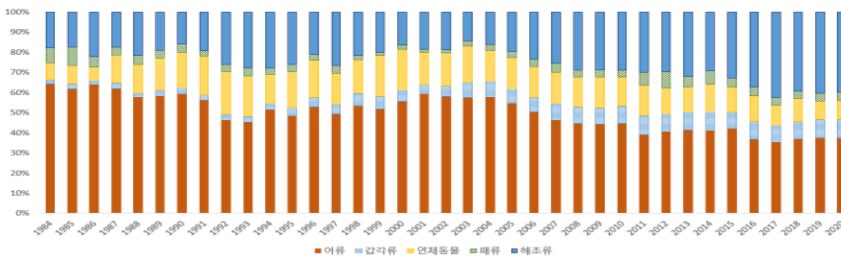
기준	2000년	2010년	2019년	2020년	연평균증감률
전체	1,726	2,531	3,628	3,546	3.7%
어류	951	1,120	1,348	1,309	1.6%
갑각류	104	216	325	329	5.9%
연체동물	343	359	328	335	-0.1%
패류	35	89	143	141	7.2%
해조류	282	724	1,454	1,406	8.4%

주 1: 한국농촌경제연구원의 식품수급표에서 '식품공급량(순식용공급량)'을 소비량으로 간주함

주 2: 연평균증감률은 2000년부터 2020년까지의 연평균 성장률을 의미함

자료: 한국농촌경제연구원(2001, 2007, 2021) 자료를 바탕으로 저자 작성

〈그림 2-19〉 국내 수산물 부류별 소비 비중 변화



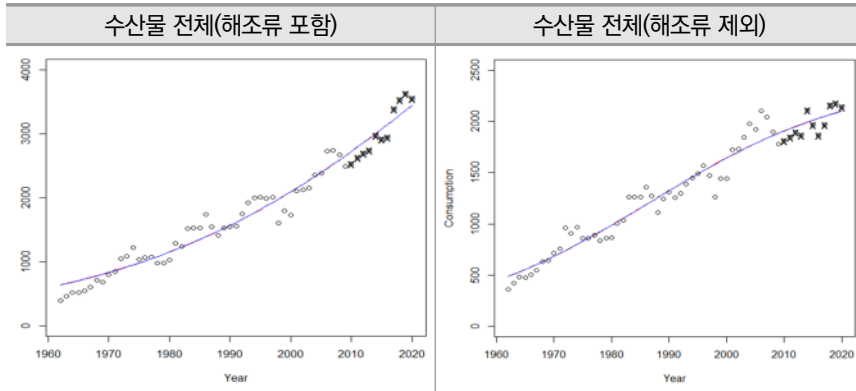
자료: 한국농촌경제연구원(2021), pp. 24-31; pp. 42-155의 자료를 바탕으로 저자 작성

2) 전망

국내 수산물 소비량은 꾸준히 늘고 있는 것으로 나타났으나, 해조류를 포함한 소비 실적과 포함하지 않았을 때의 소비 실적의 차이는 크게 나타났다. 로지스틱 성장 모델(Logistic Growth Model)을 통해 소비 동향 및 전망을 수행한 결과 해조류를 포함한 수산물 소비시장은 성장(Growth) 국면에 위치한 것으로 보이나, 해조류 소비량을 제외한 국내 수산물 소비시장의 성장세는 성숙(Maturity) 단계에 진입한 것을 확인할 수 있다. 단, 본 통계에 활용되는 해조류의 경우 사용 용도 구분 등이 명확하지 않아 과대 추정될 수 있다는 문제가 있다. 이에 본 연구에서의 소비시장 동향의 움직임은 해조류 소비를 제외한 통계를 중심으로 해석하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

〈그림 2-20〉 국내 수산물 소비 전망(Logistic Growth Model)

단위: 천 톤



주: 1962년~2020년 수산물 소비 데이터를 중심으로 전망을 수행함

자료: 한국농촌경제연구원(2021), pp. 24~31; pp. 42~155의 자료를 바탕으로 저자 작성

해조류를 제외한 우리나라의 2020년 수산물 소비량은 214만 톤으로, 현 추세대로라면 우리나라 최대 수산물 소비량은 약 243만 톤 수준까지 성장할 것으로 기대된다. 그러나 그 이후로 수산식품 소비량 증가는 어려울 것으로 예상된다. 즉, 1962~1986년까지 빠른 수산물 소비 증가세를 보였으나 1987년부터 최근까지는 증가세가 완화되는 양상을 보이고 있어, 이후 수산물 소비가 늘기는 하겠지만 이전과 같은 성장세는 기대하기 어렵다는 것이다.

〈표 2-6〉 국내 수산물 소비 전망 모델 평가(Bootstrap resampling)

단위: 천 톤

구분	Estimate	Std Error	Boot Mean	BootSD
phi1	2425.7	146.2	2445.8	138.7
phi2	1986.7	2.6	1987.1	2.6
phi3	17.9	1.7	17.9	1.7

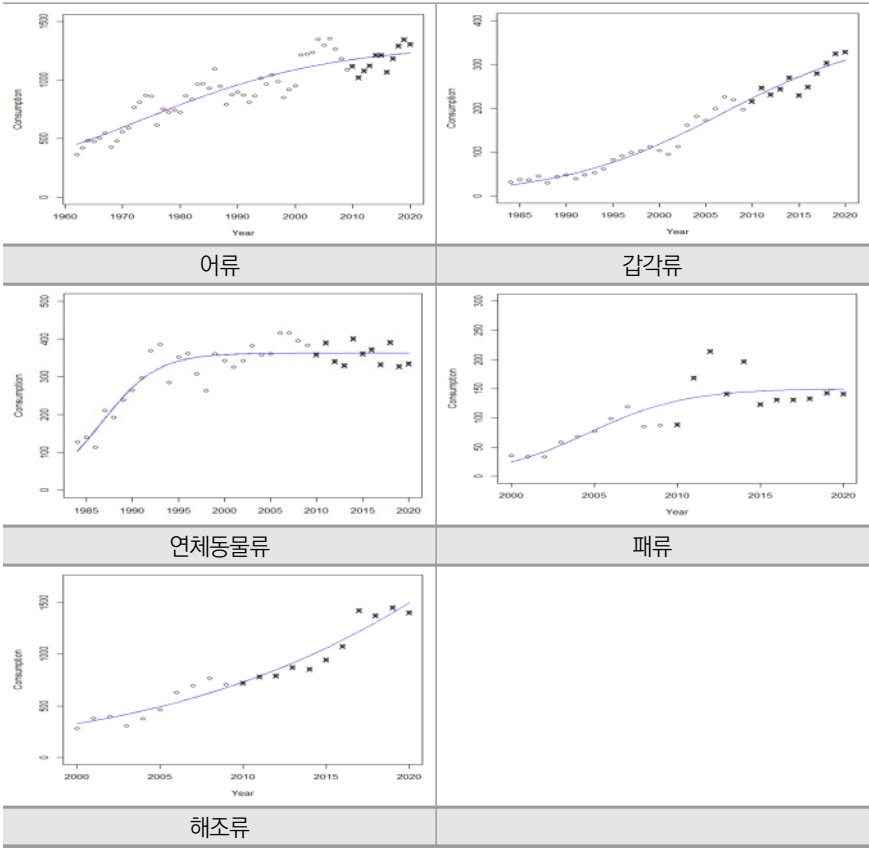
주: 해조류를 제외한 수산물 전체 소비량을 중심으로 분석한 값임

자료: 한국농촌경제연구원(2021), pp. 24~31; pp. 42~155의 자료를 바탕으로 저자 작성

부류별로 살펴보면, 해조류 및 갑각류 소비는 여전히 성장(Growth) 국면을 보이고 있으나 어류 소비는 성숙(Maturity) 국면으로 진입하고 있으며, 연체동물 및 패류는 ‘양’적인 측면에서 소비시장의 성장이 이루어지지 못하고 있는 것을 확인할 수 있다. 특히 향후 인구 감소 등 인구사회적 변화를 고려한다면, 특별한 조치가 이루어지지 않을 경우 감소(Decline) 국면으로 진입할 가능성이 높은 부류이며 이에 대한 대응이 필요하다는 것을 알 수 있다.

〈그림 2-21〉 국내 수산물 소비 전망

단위: 천 톤



자료: 한국농촌경제연구원(2021), pp. 24-31; pp. 42-155의 자료를 바탕으로 저자 작성

2. 국내 수산물 소비 이슈 분석

최근 5년간 수산물(Seafood)에 대한 주요 이슈 키워드를 분석한 결과를 정리하면 다음과 같다. 2019년에는 관세(Tariffs)가 가장 주목받았는데 당시 미·중 무역전쟁, RCEP 협정 등 무역과 관련된 키워드가 화두가 되었다. 이와 함께 K-컨텐츠인 먹방(Mukbang)과 건강(Health)도 주목받았다. 2020년은 코로나19 대유행으로 인해 다른 국가와 같이 전염병과 관련된 키워드가 중심이었다. 2021년에는 코로나19 장기화로 건강(Health)에 대한 키워드가 주목받았으며 물류대란 이슈로 물류(Logistics)에 대한 키워드도 자주 언급되었다. 같은 해에 일본의 원전오염수 해양 방출이 결정되어 오염수(Wastewater), 도쿄전력(TEPCO) 등 이와 관련된 키워드가 다수 언급되었다. 2022년에도 건강에 대한 관심은 꾸준하였으며 간헐충증 치료 등 건강 및 식품 안전과 관련된 키워드가 언급되었다. 2023년에는 해양 환경 변화에 따른 우려로 폐수처리(Wastewater treatment)와 함께 식품안전성(Food safety) 등 관련 키워드가 주목받았다. 북한 풍계리 핵실험장의 핵실험 활동 징후가 보임에 따라 국제적으로 안전관리, 지하수 오염 등을 우려하면서 이에 대한 키워드도 나타났다. 이 외에도 반려동물식품, 할랄식품 등 다양한 가공식품에 대해 관심이 높았다.

〈표 2-7〉 국내 수산물 이슈 분석 개요

단위: 개

키워드	국가	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
수산물	한국	600	2,815	605	764	300

주: 2023년은 4월까지 수집된 기사를 기준으로 정리함
 자료: 저자 작성

2019년

2020년

2021년

2022년

2023년

자료: 저자 작성

제3절 소결

1. 국내 소비시장, 성숙 국면(Maturity Phase)에 진입

지난 60여 년간 빠르게 성장해 오던 우리나라 수산물 소비는 2010년을 기점으로 정체된 양상을 보이고 있다. 인구 정체 및 감소⁹⁾, 다양한 대체

식품(육류 등)의 존재¹⁰⁾ 등이 이러한 수산물 소비 정체에 영향을 미치고 있다. 특히, 수산물 소비시장이 ‘성숙’ 국면에 위치하였을 때 수산물의 생산 증가 및 소득 증가가 소비 증가에 미치는 영향이 제한적이었다는 점을 고려하면, 수산물 소비 정체에 따른 대응 방안 마련의 시급성을 알 수 있다. 주변국인 일본의 경우를 보면 수산물 소비가 감소 국면으로 전환된 이후, 다양한 노력 속에서도 상황이 개선되지 않고 있는 점을 고려할 필요가 있다. 즉, ‘소비’ 중심의 정책 방향 전환에 대한 모색이 필요한 시점이다. 특히 연체동물류, 패류 소비의 경우 최근 몇 년째 정체 양상을 보이고 있는 상황으로, 해당 부류가 향후 소비 감소로 이어질 경우에 대한 대응이 가능한지를 선제적으로 검토하는 노력이 필요할 것으로 판단된다.

2. 세계 수산물 소비시장의 다양화·고도화 추구 대응 필요

세계 수산물 소비시장은 수산물의 영양적 측면과 함께 건강 등 효능에 대해 주목해왔다. 코로나19 이후 건강을 목적으로 수산물을 구입하는 경우가 증가하였으며 기존의 대표적인 수산 가공식품인 통조림 형태에서 밀키트 등 간편식 형태의 제품이 개발되었다. 이에 따라 수산 가공식품에 대한 인식이 변화하면서 식품 가공 및 포장기술 등 식품 가공 분야와 관련된 키워드가 다양하게 나타난다는 것을 확인할 수 있었다. 특히 프랑스, 이탈리아, 스페인 등 유럽권 국가에서 식품 가공에 대해 더욱 주목하고 있었다.

한편 최근 수산식품 시장은 더욱 고도화되어 가고 있는데 이에 따라 수산물에 대한 소비자 수요가 세분화되고 있다. 국가별로는 수산물의 영양적 효능 외에도 채식, 할랄 식품, 펫푸드 등 제품 특징과 관련된 키워드가 나

9) 한국농촌경제연구원(2023)에 따르면, 2016년 이후 우리나라 인구수는 감소되는 것으로 추정함

10) 한국농촌경제연구원(2023)에 따르면, 소득 1분위(하위 20%) 가구의 수산가공품 지출 비중은 14.1%, 소득 5분위 가구는 12.6%로, 소득분위가 높은 가구의 수산가공식품 소비 비중이 낮은 것으로 확인됨

타났다. 국내에서도 펫푸드, 할랄 식품 등의 키워드가 나타났으며 소비자 수요가 다양해지고 있다는 것을 확인하였다.

다양한 수산식품에 노출된 소비자들의 수요는 지속될 것으로 예상되므로 가공기술 및 소비자 맞춤형 신제품 개발에 주목할 필요가 있다. 이에 따라 수산식품 소비 활성화를 위해 제품 개발과 수요 파악 및 분석에 대한 지원이 필요한 시점이라 판단된다.

3. 윤리 및 환경 등 ‘지속가능성’ 가치 소비 접목 요구

코로나19로 인해 플라스틱 사용이 급격하게 늘어나 미세플라스틱 섭취, 해양 생태계 오염 문제에 대한 인식이 대두되었으며 가공공장에서 배출되는 오·폐수로 인한 해양환경 오염도 주요 관심사로 떠올랐다. 세계적으로 환경오염에 대한 관심이 높아짐에 따라 이와 관련된 키워드가 최근 주목받아 왔다. 이와 더불어 지속가능성도 주목받았는데 특히 베트남은 IUU 어업 근절을 위해 노력하고 있으며 태국의 글로벌 수산기업인 타이유니온은 수산자원의 지속가능성을 위해 환경단체와 파트너십을 맺기도 하였다.

세계적인 ESG 경영 확산과 함께 환경, 지속가능성 등 윤리적 가치를 고려하는 소비자가 늘어나고 있다. 수산식품을 구매할 때도 이러한 가치가 구매 판단 기준 중의 하나로 작용될 가능성이 높다. 포장재가 위생적인지, 지속가능한 어업을 통해 생산되었는지 등 식품 구매 기준이 변할 것이므로 이러한 소비 성향 및 여건 변화에 맞추어 수산물 소비 확대 전략을 수립할 필요가 있다.

03

수산물 소비행태 및 결정요인 분석

제1절 수산물 소비행태 조사

1. 수산물 소비행태 조사 개요

1) 조사 개요 및 방법

국내 소비자들의 소비행태를 반영한 소비 활성화 전략을 수립하기 위해 설문조사를 시행하였다. 본 조사의 대상은 전국 만 19세 이상의 성인남녀 1,000명을 대상으로 성별, 연령별(세대별), 지역별로 층화 표본 추출하여 온라인을 통한 설문조사 방식으로 수행되었다. 조사기간은 2023년 7월 3일부터 7월 9일까지 총 7일 동안 이루어졌다.

수산물 소비행태 조사는 크게 3가지 부문으로 이루어졌다. 수산물 소비에 관한 전반적인 인식을 파악할 수 있는 ① 수산물 소비인식 부문, 수산식품의 소비 빈도, 선호 수산물, 구매 시 고려기준 등을 파악할 수 있는 ② 수산물 소비행태 부문, 응답자의 소비의향과 정책 필요성을 파악하기 위한 ③ 수산물 소비 활성화 부문으로 구성되었다.

〈표 3-1〉 설문조사 개요

구분	주요 내용
목적	• 소비 결정요인 및 소비 활성화 효과 분석 • 수산식품 소비 활성화를 위한 정책적 방안 수립에 활용
대상	• 국내 수산식품 소비자
표본규모	• 1,000명
조사방법	• 설문조사(온라인)
조사기간	• 2023년 7월 3일 ~ 7월 9일 (7일)
구성 및 주요 내용	1. 수산식품 소비 인식 - 수산식품 이미지, 수산식품 선호 및 소비 만족도 2. 수산식품 소비 행태 - 내식, 외식 소비 행태 3. 수산식품 소비 활성화 - 소비의향, 정책 필요성

자료: 저자 작성

2) 조사 대상

조사 대상은 지역별, 연령별 인구 구성비를 고려하였다. 성별로는 남자, 여자가 각각 49.6%, 50.4%, 거주지역별로는 서울 18.7%, 인천·경기 31.9%, 부산·울산·경남 15.0%, 대구·경북 9.7%, 광주·전라 9.8%, 대전·세종·충청 10.7%, 강원·제주 4.2%의 응답자가 조사에 참여하였다.

응답자는 60대 이상, 기혼, 가구원수 1인, 대재/대졸 등이 전체 응답자 중에서 비교적 높은 비중을 차지하였다. 수산물 선호에 대해서는 응답자의 72.6%가 ‘좋아한다’고 응답하였으며, 내식 구매빈도는 ‘주에 1회’ 28.3%, ‘2주에 1회’ 27.6% 등으로 나타났다. 외식 구매빈도에서는 ‘1달에 1회보다 드물게’ 34.3%, ‘1달에 1회’ 29.6% 등으로 나타났다.

〈표 3-2〉 응답자 특성

단위: 명, %

구분		빈도	비율	구분		빈도	비율
성별	남자	496	49.6	월평균 가구 소득	199만원 이하	118	11.8
	여자	504	50.4		200~299만원	177	17.7
연령	20대	155	15.5		300~399만원	186	18.6
	30대	151	15.1		400~499만원	135	13.5
	40대	183	18.3		500~699만원	183	18.3
	50대	197	19.7		700~999만원	149	14.9
	60대 이상	314	31.4		1,000만원 이상	52	5.2
세대	베이비붐 세대	328	32.8	월평균 식료품비	19만원 이하	62	6.2
	X세대	282	28.2		20~49만원	262	26.2
	Y세대	266	26.6		50~79만원	277	27.7
	Z세대	124	12.4		80~109만원	172	17.2
거주 지역	서울	187	18.7		110~139만원	111	11.1
	인천/경기	319	31.9		140~169만원	65	6.5
	부산/울산/경남	150	15.0		170~199만원	21	2.1
	대구/경북	97	9.7		200만원 이상	30	3.0
	광주/전라	98	9.8	수산물 선호	매우 싫어함	4	0.4
	대전/세종/충청	107	10.7		약간 싫어함	44	4.4
직업	강원/제주	42	4.2		보통	226	22.6
	회사원	475	47.5		약간 좋아함	473	47.3
	자영업	99	9.9		매우 좋아함	253	25.3
	전문직	65	6.5	구매빈도 (내식)	그보다 드물게	152	16.0
	공무원	50	5.0		1달에 1회	178	18.8
	전업주부	159	15.9		2주에 1회	262	27.6
	무직	106	10.6		주에 1회	268	28.3
가구원수	기타	46	4.6		주 2~3회	85	9.0
	1인	267	26.7		매일	3	0.3
	2인	236	23.6	구매빈도 (외식)	그보다 드물게	303	34.3
	3인	251	25.1		1달에 1회	261	29.6
	4인	214	21.4		2주에 1회	191	21.6
	5인 이상	32	3.2		주에 1회	105	11.9
혼인여부	기혼	670	67.0		주 2~3회	23	2.6
	미혼	330	33.0		매일	0	0.0
맛별이 여부	맛별이	315	31.5	합계		1,000	100.0
	외별이	685	68.5				
최종학력	중졸 이하	13	1.3				
	고졸	212	21.2				
	대재/대졸	677	67.7				
	대학원 이상	98	9.8				

주: 내식, 외식은 해당 소비행위를 한 응답자만 응답함
 자료: 저자 작성

3) 설문 구성

수산식품 소비행태 조사 관련 설문은 수산식품에 대한 전반적인 인식 및 소비행태와 함께 수산식품 소비 관련 정책 수요를 파악할 수 있게 구성되었다. 이를 위한 설문은 크게 일반현황, 수산식품 소비인식, 수산식품 소비행태, 수산식품 소비 활성화에 대한 설문으로 나뉜다.

일반현황 부문에서는 응답자의 기본 인적사항과 인구통계학적 특성을 파악할 수 있는 항목으로 구성하였다. 다만 일반적인 설문에서는 응답자의 나이를 연속형 변수 혹은 연령대로 구분하여 파악하지만 본 설문에서는 세대별로 구분하여 세대 간의 차별성을 도출하고자 하였다. 일반적으로 우리나라의 세대는 베이비부머세대, X세대, Y세대(M세대), Z세대로 구분된다. 베이비부머세대는 1950년생부터 1964년생까지로 6·25전쟁 이후 출산율이 급증하던 시기에 태어나 급격한 경제발전을 겪은 세대이다. X세대는 1965년생부터 1979년생까지이며 IMF 경제위기를 겪은 세대이다. Y세대는 1980년생부터 1994년생까지를 말하며 디지털화를 본격적으로 받아들이기 시작한 세대로 밀레니엄 세대(M세대)라고 불리기도 한다. Z세대는 1995년생부터 2004년생까지를 말하며 어릴 때부터 디지털 환경에서 자라 디지털 원주민으로 불리기도 한다.

수산식품 소비인식 부문에서는 수산식품 이미지에 대한 소비자들의 긍정적 인식을 파악할 수 있는 문항과 수산식품 선호 정도 및 최근 1년 내 수산식품 소비에 대한 만족도를 파악할 수 있는 문항으로 구성하였다.

수산식품 소비행태 부문에서는 응답자의 수산식품 소비행태가 가정 내 소비(내식 소비)와 외식 소비에 따라 다르게 나타날 것으로 판단되어 설문 문항을 구분하여 구성하였다. 소비행태에 관한 공통적인 질문으로는 수산식품 소비 빈도, 선호 수산식품, 내·외식 선호 이유, 수산식품 구매 시 고려 기준, 구입(소비)장소 등으로 구성하였다. 내식에서는 소비자가 구입하는

수산식품의 유형(원물 또는 가공품)에 따라 설문 문항을 세분하였으며, 가공품에서는 포장지 등에 표기된 문구 확인 유무와 품질 정보 획득 방법 등을 파악할 수 있게 구성하였다.

수산식품 소비 활성화 부문에서는 ‘어떤 조건이 충족된다면 수산식품 소비를 향후 증가시킬 의향이 있는가’에 대한 질문과 ‘소비 활성화를 위해 어떠한 정책이 필요한지’에 대한 정책 필요성 문항으로 구성하였다.

〈표 3-3〉 설문조사 문항

구분	문항 내용
일반현황	• (기본 인적사항) 성별, 세대, 거주지역, 가구원 수, 수산물 주구입자, 식품소비성향 • (인구통계학적 특성) 혼인여부, 맞벌이여부, 직업, 학력, 월평균가구소득, 월평균 식료품 지출
수산식품 소비인식	• (수산식품 이미지) 긍정적 이미지, 부정적 이미지 • (수산식품 선호) 수산식품 선호도
수산식품 소비행태	• (내식) 수산식품 소비 빈도, 선호 수산식품, 내식 선호 이유, 구매 시 고려기준, 구입장소 등 • (외식) 수산식품 소비 빈도, 선호 수산식품, 외식 선호 이유, 구매 시 고려기준, 소비장소 등
수산식품 소비 활성화	• (소비의향) 가격중시, 가치추구, 건강중시, 안전중시, 편리성추구, 다양성추구, 홍보 • (정책 필요성) 가격할인, 가치추구, 건강기능소개, 안전기능강화, 편리성강화 등

자료: 저자 작성

2. 수산식품 소비행태 분석 결과

1) 수산식품 이미지

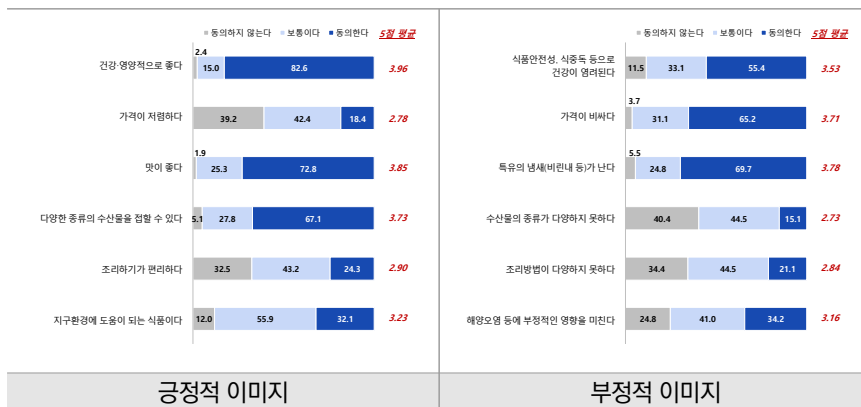
(1) 전체 응답

수산식품에 대한 긍정적 이미지 중 ‘건강·영양적으로 좋다’에 82.6%가 동의하여 가장 높은 비중을 나타냈다. 다음으로는 ‘맛이 좋다(72.8%)’, ‘다양한 종류

의 수산물을 접할 수 있다(67.1%)’, ‘지구환경에 도움이 되는 식품이다(32.1%)’, ‘조리하기가 편리하다(24.3%)’, ‘가격이 저렴하다(18.4%)’ 순으로 나타났다.

수산식품에 대한 부정적 이미지 중 ‘특유의 냄새가 난다’에 69.7%가 동의하여 가장 높은 비중을 나타냈다. 다음으로는 ‘가격이 비싸다(65.2%)’, ‘식품안전성, 식중독 등으로 건강이 염려된다(55.4%)’, ‘해양오염 등에 부정적인 영향을 미친다(34.2%)’, ‘조리방법이 다양하지 못하다(21.1%)’, ‘수산물의 종류가 다양하지 못하다(15.1%)’ 순으로 나타났다.

〈그림 3-1〉 수산식품 이미지



자료: 저자 작성

(2) 세대별 응답

세대별 수산식품 긍정·부정 이미지 응답을 살펴본 결과, 긍정적 이미지에서는 베이비붐 세대가 타 세대에 비해 상대적으로 ‘건강’, ‘맛(냄새)’, ‘다양함’, ‘조리성’, ‘지구환경’ 측면에서 높은 동의율을 보였다. 한편, ‘가격’ 항목에서는 Y세대의 응답 비중이 가장 높게 나타났다.

부정적 이미지에서는 X세대가 '조리성', '지구환경' 등에서 높은 동의율을 보였으며 Y세대는 '건강', '맛(냄새)', '다양함'에서, Z세대는 '가격'에서 높은 동의율을 보였다.

〈표 3-4〉 수산물 이미지

단위: %

구분	건강	가격	맛, 냄새	다양함	조리성	지구환경
긍정적 이미지						
베이비붐 세대	89.0	18.3	79.9	72.3	28.0	38.7
X세대	83.0	17.4	72.7	67.7	24.1	33.7
Y세대	75.2	19.5	66.2	62.4	19.9	25.2
Z세대	80.6	18.5	68.5	62.1	24.2	25.8
부정적 이미지						
베이비붐 세대	49.1	61.9	67.1	10.4	14.0	36.3
X세대	54.3	64.2	70.9	17.0	27.0	41.5
Y세대	62.4	68.4	73.7	18.4	23.7	30.5
Z세대	59.7	69.4	65.3	16.1	21.0	20.2

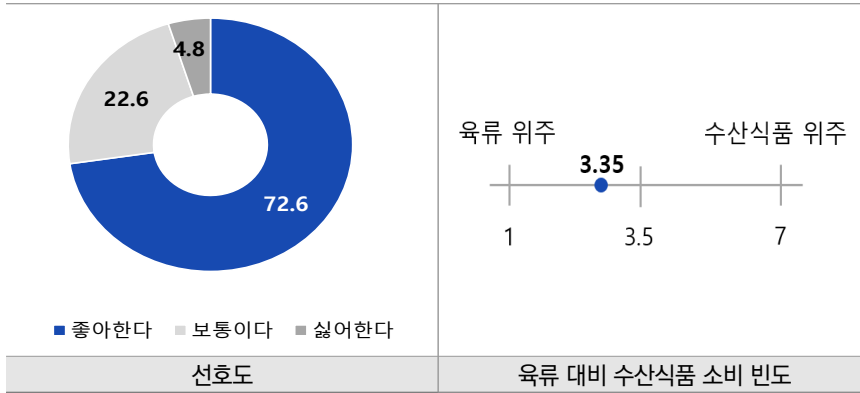
주: 음영 표기는 해당 이미지 항목에서 가장 높은 동의율을 보이는 세대를 의미함
자료: 저자 작성

2) 수산물 선호 및 소비 빈도

(1) 전체 응답

응답자의 72.6%가 수산식품을 '좋아한다(약간 좋아한다+매우 좋아한다)'고 응답하여 수산식품에 대한 선호는 대체적으로 높은 편이었다. 다만 육류 대비 수산식품 소비 빈도는 7점을 평균 기준으로 했을 때 3.35점으로 나타나 수산식품보다 육류 위주의 소비 빈도가 더 높은 것으로 나타났다.

〈그림 3-2〉 수산식품 선호



주1: 소비 빈도 점수는 각 응답자의 내식과 외식 시 육류와 수산식품 소비 빈도의 평균으로 산출함
 주2: 1점에 가까울수록 육류 위주, 7점에 가까울수록 수산식품 위주로 소비향을 의미함
 자료: 저자 작성

(2) 세대별 응답

세대별 수산식품 선호 및 소비 빈도를 살펴본 결과 전체 응답과 동일하게 각 세대별로도 수산식품에 대한 선호는 좋은 것으로 나타났으며, 베이비붐 세대 및 Z세대의 수산식품 선호 비중이 타 세대에 비해 높다는 특징을 보였다. 다만 육류 대비 수산식품 소비 빈도에 있어 젊은 세대일수록 육류 대비 수산식품 소비 빈도가 낮아진다는 특징을 보였다.

〈표 3-5〉 수산식품 선호

단위: %

구분	싫어한다 (약간+매우)	보통이다	좋아한다 (약간+매우)
전체	4.8	22.6	72.6
베이비붐 세대	3.4	19.8	76.8
X세대	3.9	24.8	71.3
Y세대	9.0	23.7	67.3
Z세대	1.6	22.6	75.8

자료: 저자 작성

〈표 3-6〉 육류 대비 수산식품 소비 빈도

단위: 점

구분	7점 평균
전체	3.35
베이비붐 세대	3.69
X세대	3.32
Y세대	3.09
Z세대	3.08

주: 1점에 가까울수록 육류 위주, 7점에 가까울수록 수산식품 위주로 소비함을 의미함
 자료: 저자 작성

3) 내·외식 소비행태

내·외식 소비 특징을 간략히 정리해보자면 다음과 같다. 먼저 내·외식 소비 비중에서는 외식보다 내식의 비중이 더 많은 것으로 응답되었다. 아울러 수산식품 소비 빈도에서 내식은 ‘주 1회’로 응답되어 외식에 비해 소비 빈도가 많은 것으로 나타났다. 선호 수산식품에서는 내·외식 모두 어류가 높은 비중을 보였으며, 어류 이외의 선호에 있어서는 내·외식 특성에 따라 상이하게 나타났다. 수산식품 구매 시 중요하게 고려하는 요인으로는 ‘신선도’와 ‘가격’이 꼽혔는데, 이 항목들은 내식(원물, 가공품)과 외식에 따라 순서상의 차이는 있었지만 상위 고려 요인으로 동일하게 응답되었다. 내식용 구매 시 구입형태는 원물의 비중이 높게 나타났다. 구입처를 살펴보면 내식은 대형마트/백화점의 비중이, 외식의 경우 집/직장 인근 횡집의 비중이 높게 나타났다.

〈표 3-7〉 내·외식 소비 특징

구분	내식		외식
소비 비중	내식 80%, 외식 20%(31.6%), 내식 60%, 외식 40%(19.3%)		
소비 빈도	주1회(28.3%), 2주에 1회(27.6%)		1달에 1회보다 드물게(34.3%), 1달에 1회(29.6%)
선호 수산식품	어류(56.0%), 해조류(17.2%)		어류(58.0%), 갑각류(21.4%)
고려 요인	원물	신선도(54.3%), 가격(22.4%)	신선도(30.4%), 가격(29.7%)
	가공	가격(30.8%), 신선도(24.3%)	
내·외식 선호 이유	건강한 식사를 위해서(30.3%), 외식 비용이 비싸서(20.7%)		특별한 날이어서(35.6%), 맛있는 음식을 즐기기 위해(30.2%)
구입 형태	원물 80%, 가공식품 20%(35.8%), 원물 100%(27.8%)		-
구입처	원물	대형마트/백화점(40.8%), 전통시장(22.2%)	집/직장 인근 횡집(50.8%), 일식집(18.7%)
	가공	대형마트/백화점(45.9%), 온라인(20.5%)	

자료: 저자 작성

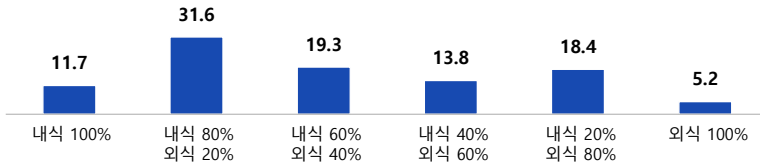
(1) 내·외식 소비 비중

가. 전체 응답

수산식품 소비 비중은 ‘내식 80%, 외식 20%’가 31.6%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 ‘내식 60%, 외식 40%(19.3%)’, ‘내식 20%, 외식 80%(18.4%)’, ‘내식 40%, 외식 60%(13.8%)’ 등의 순으로 높게 나타났다.

응답자 특성을 살펴보면 수산식품을 내식으로만 소비하는 응답자(11.7%)가 외식으로만 하는 응답자(5.2%)보다 더 많은 것으로 나타났으며, 응답자의 62.6%가 수산식품을 소비하는 데에 있어 외식보다는 내식의 비중이 높다고 응답하였다.

〈그림 3-3〉 수산물 소비 비중



수산물 소비 비중

자료: 저자 작성

나. 세대별 응답

세대별 수산물 소비 비중을 살펴본 결과 베이비붐 세대와 X세대에서는 ‘내식 80%, 외식 20%’의 비중이 가장 높게 나타났다. Y세대와 Z세대에서는 ‘내식 20%, 외식 80%’의 비중이 가장 높은 것으로 나타났다. 이처럼 젊은 세대일수록 수산물 소비 비중에서 내식 비중이 감소하는 모습을 보였다.

〈표 3-8〉 수산물 소비 비중

단위: %

구분	내식 100%	내식 80% 외식 20%	내식 60% 외식 40%	내식 40% 외식 60%	내식 20% 외식 80%	외식 100%
전체	11.7	31.6	19.3	13.8	18.4	5.2
베이비붐 세대	19.8	45.4	15.2	8.2	8.8	2.4
X세대	9.9	32.6	19.5	17.4	14.9	5.7
Y세대	6.4	19.5	21.4	17.3	27.1	8.3
Z세대	5.6	18.5	25.0	12.9	33.1	4.8

자료: 저자 작성

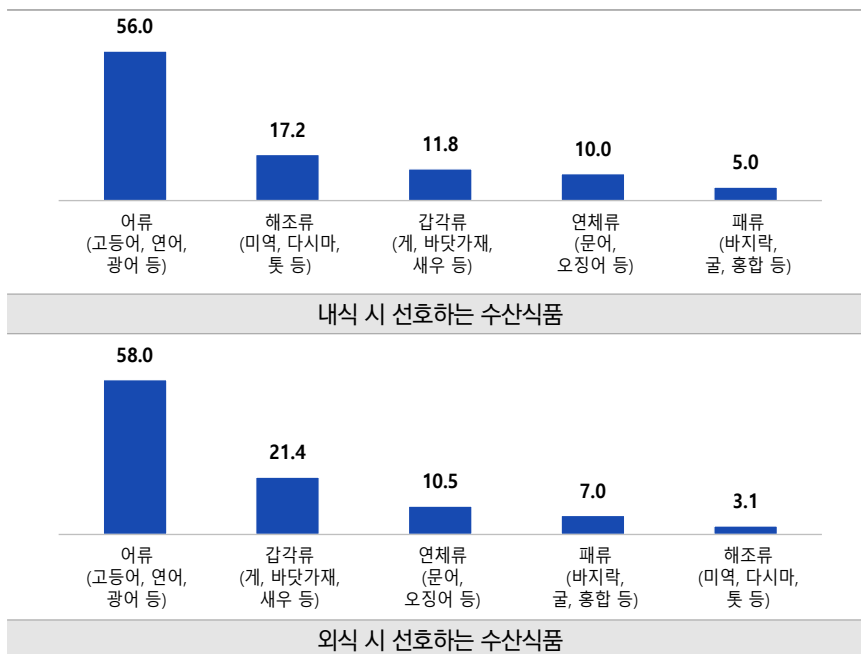
(2) 선호 수산식품

가. 전체 응답

내식 시 선호하는 수산식품 1위로는 '어류'가 56.0%로서 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '해조류(17.2%)', '갑각류(11.8%)', '연체류(10.0%)', '패류(5.0%)' 순으로 나타났다.

외식 시 선호하는 수산식품에서도 '어류'가 58.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '갑각류(21.4%)', '연체류(10.5%)', '패류(7.0%)', '해조류(3.1%)' 순으로 나타났다. '어류'가 내식, 외식 모두에서 높은 선호로 동일하게 나타났다. 다만 어류 이외의 선호 수산식품을 살펴보면 내식과 외식에서 자주 소비되는 수산식품의 종류에 있어 약간의 차이를 보였다.

〈그림 3-4〉 선호 수산식품



자료: 저자 작성

나. 세대별 응답

세대별로 선호하는 수산식품을 살펴보면 내식 시에 베이비붐 세대에서는 ‘어류’와 ‘해조류’의 선호가 타 세대에 비해 상대적으로 높게 나타났다. Z세대에서는 ‘갑각류’와 ‘패류’를 선호하였으며, X세대에서는 ‘연체류’의 비중이 상대적으로 높게 나타났다. 외식 시에는 Z세대에서 ‘어류’와 ‘패류’의 선호가 타 세대에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, X세대에서는 ‘해조류’, ‘갑각류’, ‘연체류’의 선호가 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 3-9〉 선호 수산물

단위: %

구분	어류	해조류	갑각류	연체류	패류
내식(948)					
전체	56.0	17.2	11.8	10.0	5.0
베이비붐 세대	61.9	20.0	4.7	9.4	4.1
X세대	51.9	19.5	11.7	11.7	5.3
Y세대	52.5	16.0	18.0	9.4	4.1
Z세대	56.8	6.8	18.6	9.3	8.5
외식(883)					
전체	58.0	3.1	21.4	10.5	7.0
베이비붐 세대	65.4	3.8	13.7	11.0	6.1
X세대	48.8	3.9	26.4	13.8	7.1
Y세대	55.8	2.8	25.3	8.8	7.2
Z세대	65.8	0.0	19.7	6.0	8.5

주: ()안의 숫자는 해당 소비행위가 있는 표본의 빈도를 나타냄

자료: 저자 작성

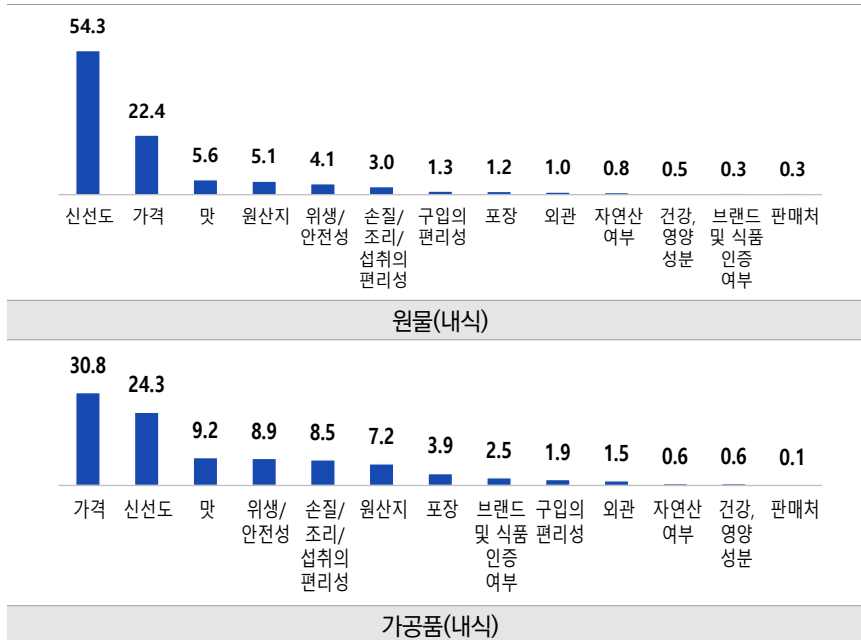
(3) 구매 시 주요 고려 요인

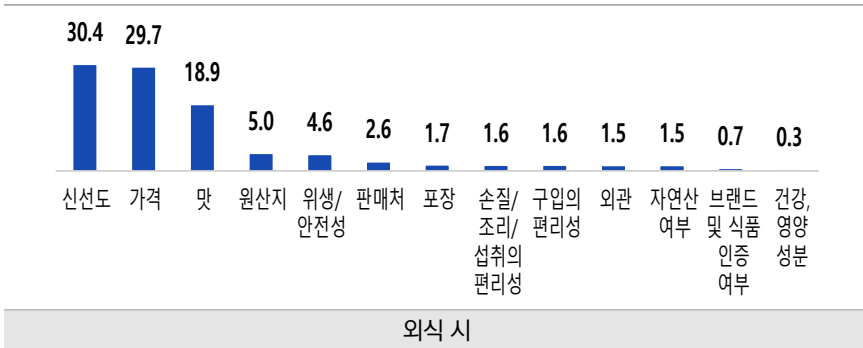
가. 전체 응답

내식용 원물 구매 시 가장 중요하게 고려하는 요인은 ‘신선도’가 54.3%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘가격(22.4%)’, ‘맛(5.6%)’, ‘원산지(5.1%)’, ‘위생/안전성(4.1%)’ 등의 순으로 높게 나타났다. 한편 내식용 가공품 구매 시 가장 중요하게 고려하는 요인은 ‘가격’으로, 30.8%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘신선도(24.3%)’, ‘맛(9.2%)’, ‘위생/안전성(8.9%)’, ‘손질/조리/섭취의 편리성(8.5%)’ 등의 순으로 높게 나타났다.

외식 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 ‘신선도’가 30.4%로 가장 높게 나타났다. 다음으로는 ‘가격(29.7%)’, ‘맛(18.9%)’, ‘원산지(5.0%)’, ‘위생/안전성(4.6%)’ 등의 순으로 높게 나타났다.

〈그림 3-5〉 구매 시 고려 요인





자료: 저자 작성

나. 세대별 응답

세대별로 수산식품 구매 시 가장 중요하게 고려하는 요인을 살펴보면 내식용 원물 구입 시 베이비붐 세대에서는 ‘신선도’, ‘원산지’ 항목에서 상대적으로 높은 비중을 보였다. X세대에서는 ‘맛’, ‘자연산 여부’, ‘건강·영양 성분’ 항목에서, Y세대에서는 ‘안전성·위생’, ‘구입의 편리성’, ‘판매처’ 항목에서 상대적으로 높은 비중을 차지했다. Z세대에서는 ‘가격’을 비롯하여 ‘포장’, ‘수산물 외관’, ‘손질·조리·섭취의 편리성’, ‘브랜드 및 인증 여부’ 등 다양한 요인을 고려하는 것으로 나타났다. 내식용 가공품 구입 시 베이비붐 세대에서는 ‘안전성·위생’, ‘브랜드 및 인증 여부’, ‘원산지’, ‘자연산 여부’, ‘건강·영양 성분’, ‘판매처’ 등 원물 구입 시에 비해 더 많은 요인을 고려하는 것으로 나타났다. X세대에서는 ‘맛’, ‘신선도’ 항목에서, Y세대에서는 ‘손질·조리·섭취의 편리성’, ‘구입의 편리성’ 항목에서 상대적으로 높은 비중을 차지했다. Z세대에서는 원물 구매 시와 동일하게 ‘가격’, ‘포장’, ‘수산물 외관’ 항목에서 높은 비중을 나타냈다.

외식 시 중요하게 고려하는 수산식품 요인을 살펴보면 베이비붐 세대는 ‘신선도’, ‘원산지’, ‘자연산 여부’, ‘건강·영양 성분’, ‘판매처’ 등 다양한 항목을 고려하고 있는 것으로 나타났으며, X세대에서는 ‘안전성·위생’ 항목

에서, Y세대에서는 ‘구입의 편리성’, ‘브랜드 및 인증 여부’ 항목에서 상대적으로 높은 비중을 나타냈다. Z세대에서는 ‘가격’, ‘맛’, ‘포장’, ‘수산물 외관’, ‘손질·조리·섭취의 편리성’ 항목 등 여러 가지 요인이 나타나, 타 세대에 비해 상대적으로 고려하는 것이 많은 것으로 나타났다.

〈표 3-10〉 구매 시 고려 요인

단위: %

구분	전체	베이비붐	X세대	Y세대	Z세대
원물(923) / 내식(948)					
가격	22.4	17.5	22.1	24.2	33.3
맛	5.6	4.1	6.9	5.9	6.3
신선도	54.3	62.7	53.8	50.8	38.7
안전성·위생	4.1	4.1	3.8	5.1	2.7
포장(패키징)	1.2	0.6	1.1	0.8	3.6
수산물 외관	1.0	0.3	0.4	1.3	3.6
손질·조리·섭취의 편리성	3.0	1.6	3.4	3.8	4.5
구입의 편리성	1.3	0.0	1.9	2.1	1.8
브랜드 및 인증 여부	0.3	0.0	0.4	0.4	0.9
원산지	5.1	7.3	3.4	4.7	3.6
자연산 여부	0.8	1.0	1.1	0.0	0.9
건강·영양 성분	0.5	0.3	1.5	0.0	0.0
판매처	0.3	0.3	0.0	0.8	0.0
가공품(684) / 내식(948)					
가격	30.8	26.1	27.2	30.3	46.7
맛	9.2	6.8	10.9	10.4	7.6
신선도	24.3	27.3	27.7	21.4	18.1
안전성·위생	8.9	10.8	10.4	7.5	5.7
포장(패키징)	3.9	1.7	1.5	6.5	7.6
수산물 외관	1.5	0.0	2.0	1.0	3.8
손질·조리·섭취의 편리성	8.5	8.5	6.9	11.9	4.8
구입의 편리성	1.9	1.1	2.5	3.0	0.0

단위: %

구분	전체	베이비붐	X세대	Y세대	Z세대
브랜드 및 인증 여부	2.5	4.0	2.0	2.0	1.9
원산지	7.2	10.8	7.9	5.0	3.8
자연산 여부	0.6	1.1	0.5	0.5	0.0
건강·영양 성분	0.6	1.1	0.5	0.5	0.0
판매처	0.1	0.6	0.0	0.0	0.0
외식(883)					
가격	29.7	22.8	30.3	32.9	36.8
맛	18.9	14.4	18.1	20.5	27.4
신선도	30.4	40.3	31.5	25.3	16.2
안전성·위생	4.6	4.9	5.9	3.6	3.4
포장(패키징)	1.7	0.0	0.8	2.8	5.1
수산물 외관	1.5	0.4	0.8	2.0	4.3
손질·조리·섭취의 편리성	1.6	1.1	1.6	1.6	2.6
구입의 편리성	1.6	0.8	1.6	2.8	0.9
브랜드 및 인증 여부	0.7	0.4	0.4	1.6	0.0
원산지	5.0	8.0	3.9	4.8	0.9
자연산 여부	1.5	2.3	2.0	0.8	0.0
건강·영양 성분	0.3	0.8	0.4	0.0	0.0
판매처	2.6	3.8	2.8	1.2	2.6

주: ()안의 숫자는 해당 소비행위가 있는 표본의 빈도를 나타냄

자료: 저자 작성

4) 수산물 소비의향

수산물 소비의향에서는 ‘수산식품의 어떠한 점이 개선된다면 더 소비할 의향이 있는가’에 대한 질의를 구성하여 응답자의 수산물 소비성향을 파악할 수 있었다. 상황 유형별로 응답자의 수산물 소비의향을 살펴본 결과, ‘나는 수산식품이 가격할인을 하고 있다면 소비를 더 많이 늘릴 의향이 있다’거나 ‘나는 구매하려는 수산식품이 육류에 비해 저렴하다면 소비를 더 많이 늘릴 의향이 있다’와 같은 가격중시 유형의 응답에서 65.6%가 ‘그렇다’고 가장 높게 응답하였다.

다음으로는 ‘나는 수산물이 건강에 도움이 된다면 소비를 늘릴 의향이 있다’거나 ‘나는 수산물이 다이어트에 도움이 된다면 소비를 늘릴 의향이 있다’와 같은 ‘건강중시(62.7%)’ 유형, ‘나는 가공 처리된(손질된) 수산식품이 많아진다면 소비를 더 늘릴 의향이 있다’, ‘나는 수산식품이 조리하기 편리하다면 소비를 더 늘릴 의향이 있다’와 같은 ‘편리성 추구(58.6%)’ 유형 순으로 나타났다. 그 외에는 ‘안전중시(52.4%)’, ‘가치추구(49.9%)’, ‘다양성 추구(43.9%)’, ‘홍보(39.9%)’ 순으로 응답되었다.

〈표 3-11〉 수산식품 소비의향

단위: %

유형	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런편이다	매우 그렇다
가격중시	1.0	7.8	25.7	51.4	14.2
가치추구	1.5	9.4	39.3	40.3	9.6
건강중시	0.8	6.3	30.3	46.4	16.3
안전중시	1.0	7.9	38.9	40.2	12.2
편리성 추구	1.0	7.4	33.1	45.6	13.0
다양성 추구	2.9	14.1	39.2	35.5	8.4
홍보	3.7	14.0	42.5	33.8	6.1

주: 소비 의향 각 항목에 해당되는 문항의 평균값으로 집계함
자료: 저자 작성

5) 수산식품 소비 활성화 정책 유형별 필요성

수산식품 소비 활성화를 위한 정책 유형별 필요성에 관해 조사한 결과, ‘수산물 이력제 활성화’, ‘수산물 라벨링 표시제 강화’와 같은 ‘안전 기능 강화’ 정책 유형에서 68.5%의 응답자가 ‘그렇다’고 답하였다. 다음으로는 ‘가격 할인 쿠폰 지원’ 및 ‘가격 할인 행사 지원’과 같은 ‘가격 할인’ 유형(68.1%), ‘지속가능식품으로서의 인지도 확대’ 및 ‘지속가능 인증 취득 확대’와 같은 ‘가치 추구’ 유형(61.1%) 순으로 나타났다. 그 외에는 ‘건강기능

소개(56.5%), '편리성 강화(60.1%)', '다양성 확대(50.1%)', '접근성 강화(48.3%)' 순으로 응답되었다.

〈표 3-12〉 수산물 정책 필요성

단위: %

유형	전혀 필요하지 않다	별로 필요하지 않다	보통이다	조금 필요하다	매우 필요하다
가격할인	0.9	6.0	25.1	44.4	23.7
가치추구	0.7	6.5	31.8	42.8	18.3
건강기능소개	1.2	7.1	35.4	40.6	15.9
안전기능강화	0.6	5.3	25.7	42.8	25.7
편리성 강화	1.0	7.1	31.9	42.0	18.1
다양성 확대	1.6	9.0	39.4	38.2	11.9
접근성 확대	1.8	9.3	40.7	36.8	11.5

주: 정책 필요성 각 항목에 해당되는 문항의 평균값으로 집계함

자료: 저자 작성

제2절 수산물 소비 결정요인 분석

1. 수산물 소비 결정요인 분석 개요

1) 분석 개요

수산물 소비에 대한 분석은 수산물 선호도, 수산물 소비 빈도를 종속변수로 설정하였다. 수산물 선호도의 경우 응답자 전체를 대상으로 분석하였으나 수산물 소비 빈도의 경우 내식 소비와 외식 소비로 구분되기에 해당 소비 행위가 있는 응답자만 대상으로 분석하였다.

〈표 3-13〉 종속변수별 분석 대상의 범위

종속변수		분석 대상 범위
선호도		• 전체 응답자
소비 빈도	내식 소비	• 내식 소비 경험자
	외식 소비	• 외식 소비 경험자

자료: 저자 작성

독립변수 설정은 인구사회적 항목과 수산식품 소비 결정요인으로 구성하였다. 수산식품 소비 결정요인 분석과 관련된 선행연구를 살펴보도록 한다. 이의찬(2009)은 수산물 구입 시 중요하게 고려하는 기준을 체력 증진, 장수에 도움, 스태미너, 건강식, 질병 예방, 가격 저렴 등의 어종 인지도(13개)와 어종의 위생상태, 질, 신선도, 맛, 모양, 음식점 위생, 양식(자연산) 유무, 국내산(수입산) 여부 등의 어종선택속성(15개)으로 구분하여 제시하였다.

백은영 외(2010)는 우리나라에서 활어회를 구입할 때 중요하게 고려하는 기준을 가격, 원산지, 맛, 신선도, 어종, 중량, 판매자 권유, 영양가로 제시하였다.

김봉태 외(2012)는 인구 사회구조 변화에 따른 수산식품 소비를 분석하기 위해 수산물 소비 고려 요인으로 가격, 냄새, 모양, 식감, 맛, 영양, 신뢰, 섭취 장려 등을 제시하였다.

박정아 외(2014)는 인구통계적 특징에 따른 수산물 소비패턴 변화를 분석하기 위해 소비자들의 어류 구매 시 선호도, 수산물 안전 및 건강정보에 대한 민감도, 원산지에 따른 제품 인식도 등의 소비행태 조사를 진행하였다. 수산물 구매 시 고려요인으로 품질, 맛, 가격, 구입의 편리성, 영양, 조리의 편리성, 조리목적, 크기 등을 제시하였다.

정연희 외(2016)는 국내 수산물 소비자들의 유형을 라이프 스타일에 따

라 분류하고 유형별 소비를 결정하는 요인을 분석하였다. 라이프 스타일 분류 항목으로는 적극적 태도, 건강 고려, 가격 중시, 간편성 수용으로 제시하였다. 수산물 구입 시 세부 고려요인으로는 가격, 맛, 섭취의 편리성, 브랜드, 건강(영양) 성분 등이 제시되었다.

이현동 외(2017)는 수산물 구매 시 고려요인으로 가격, 품질과 신선도, 위생안전관리, 포장/판매단위, 원산지/자연산/양식산 투명성, 취급품목 다양성, 서비스, 접근성, 환경, 지불수단 등을 제시하였다.

이범(2018)은 수산식품 구매 시 고려요인을 사회경제적 요인, 품질요인, 심리태도적 요인으로 구분하여 가격, 접근성, 편의성, 보관성, 추천, 구성 성분, 원재료, 맛, 향, 위생, 선도, 영양, 첨가물, 다양성, 패키지, 선호, 친숙성, 브랜드, 웰빙추구, 미식추구 등을 제시하였다.

허수진(2019)은 수산물 구매 시 중요 고려 기준으로 가격, 수산물 크기, 원산지, 맛, 신선도, 포장·판매용량, 안전성·위생, 보관·저장 용이성, 요리·섭취 편의성, 제조브랜드 및 인증, 건강·영양 성분, 자연산·양식산 여부를 제시하였다.

이현동(2020)은 수산물 구매 결정요인으로 건강(영양) 성분, 안전성, 맛, 수산물 외관, 가격, 원산지, 신선도, 손질·조리·섭취의 편의성, 자연산·양식산 여부 등을 제시하였다. 소비자들은 여러 품질 속성 가운데 신선도를 가장 중요하게 고려한 것으로 분석되었으며, 신선도 다음으로는 안전성, 맛, 가격, 외관 등의 순으로 나타났다.

이계임 외(2021)는 ‘식품소비행태조사’에서 가격, 맛, 외관, 신선도, 원산지, 안전성, 품질, 영양(건강), 조리의 편리성, 구입의 편리성, 브랜드 등을 중요 고려 기준으로 제시하였다.

본 연구의 수산식품 소비 결정요인은 선행연구에서 제시된 다양한 소비

결정요인을 토대로 하여 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 재구성하였다. 선행연구를 토대로 설정된 본 연구의 소비 결정요인은 <표 3-14>와 같다.

〈표 3-14〉 수산식품 소비 결정요인

구분	해당 결정요인을 이용한 선행연구
가격	이희찬(2009), 백은영 외(2010), 김봉태 외(2012), 박정아 외(2014), 정연희 외(2016), 이현동 외(2017), 이범(2018), 허수진(2019), 이현동(2020), 이계임 외(2021)
맛	이희찬(2009), 백은영 외(2010), 김봉태 외(2012), 박정아 외(2014), 정연희 외(2016), 이범(2018), 허수진(2019), 이현동(2020), 이계임 외(2021)
신선도	이희찬(2009), 백은영 외(2010), 이범(2018), 허수진(2019), 이현동(2020), 이계임 외(2021)
안전성·위생	이희찬(2009), 김봉태 외(2012), 이현동 외(2017), 이범(2018), 허수진(2019), 이현동(2020), 이계임 외(2021)
포장(패키징)	이현동 외(2017), 이범(2018), 허수진(2019), 이계임 외(2021)
수산물 외관(크기·색깔 등)	이희찬(2009), 백은영 외(2010), 김봉태 외(2012), 박정아 외(2014), 이범(2018), 허수진(2019), 이현동(2020), 이계임 외(2021)
손질, 조리, 섭취의 편리성	박정아 외(2014), 정연희 외(2016), 이범(2018), 허수진(2019), 이현동(2020), 이계임 외(2021)
구입의 편리성	박정아 외(2014), 이현동 외(2017), 이범(2018), 이계임 외(2021)
브랜드 및 식품인증 여부	정연희 외(2016), 이범(2018), 허수진(2019), 이현동(2020), 이계임 외(2021)
원산지	이희찬(2009), 백은영 외(2010), 이현동 외(2017), 이범(2018), 허수진(2019), 이현동(2020), 이계임 외(2021)
자연산 여부	이희찬(2009), 이현동 외(2017), 허수진(2019), 이현동(2020)
건강, 영양 성분	이희찬(2009), 백은영 외(2010), 김봉태 외(2012), 박정아 외(2014), 정연희 외(2016), 이범(2018), 허수진(2019), 이계임 외(2021)

자료: 저자 작성

2) 모형 설정

수산물 소비에 대한 분석은 수산물 선호도, 수산물 소비 빈도를 종속변수로 설정하였다. 수산물 선호도의 경우 응답자 전체를 대상으로 분석하였으며, 수산물 소비 빈도의 경우 육류 대비 수산물 소비에 관한 빈도를 파악할 수 있도록 하였고 내식 소비와 외식 소비로도 구분하여 해당 소비 행위가 있는 응답자를 구분할 수 있도록 하였다.

독립변수로는 성별, 나이, 거주지역, 가구원 수, 직업, 학력, 월 식료품 지출비 등의 인구사회적 항목과 수산물 소비 결정요인으로 구성하였다. 수산물 소비 결정요인 변수는 수산물 소비 결정요인 분석 관련 선행연구에서 제시한 요인들을 토대로 재구성하였다. 본 연구의 소비 결정요인은 가격, 맛, 신선도, 안전성·위생, 포장, 수산물 외관, 편리성, 브랜드 및 인증 여부, 원산지, 자연산 여부, 건강·영양 성분, 판매처로 구성하였다.

〈표 3-15〉 종속변수 및 독립변수 설정

구분			비고
종속변수	선호도		5단계 순서화 변수
	육류 대비 소비 빈도	내식	7단계 순서화 변수
		외식	
독립변수	성별		남성, 여성(참조)
	세대		연속 변수
	거주지역		서울(참조), 인천/경기, 부산/울산/경남, 대구/경북, 광주/전라, 대전/세종/충청, 강원, 제주
	가구원 수		1인, 2인, 3인, 4인, 5인, 6인 이상
	직업		회사원, 자영업, 전문직, 공무원, 전업주부, 무직, 기타
	학력		중졸 이하, 고졸, 대재/대졸, 대학원 이상
	월 식료품 지출비		8단계 순서화 변수
	소비 결정요인		가격, 맛, 신선도, 안전성·위생, 포장, 수산물 외관, 편리성, 브랜드 및 인증 여부, 원산지, 자연산 여부, 건강·영양 성분, 판매처

자료: 저자 작성

2. 수산식품 소비 결정요인 분석 결과

1) 수산식품 선호도

수산식품 선호도에 영향을 미치는 결정요인을 분석한 결과 세대, 거주지역, 가구원 수, 직업, 학력, 식료품 지출비 변수가 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

세대에 따른 선호도는 젊은 세대보다는 연령대가 높은 세대일수록 수산식품에 대한 선호도가 높은 것으로 분석되었으며, 거주지역에 따른 선호도는 대전/세종/충청 지역이 서울(참조집단)에 비해 수산식품에 대한 선호가 낮은 것으로 나타났다.

가구원 수에 따른 선호도는 가구원 수가 많을수록 수산식품에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났는데, 이는 가구원의 다양한 선호를 충족시키기 위하여 다채로운 식사 준비를 하면서 수산식품을 활용한 메뉴가 다수 포함되기에 나타나는 결과로 풀이된다.

직업별로는 회사원(참조집단)과 대비하여 공무원의 수산식품 선호도가 더 높게 나타났다. 학력에서는 고학력일수록 수산식품에 대한 선호도가 높은 것으로 분석되었다. 식료품 지출비의 경우 소비자의 식료품 지출비가 증가할수록 수산식품 선호도 또한 증가하였다. 이외에 성별의 효과는 통계적 유의성이 존재하지 않는 것으로 나타났다.

분석 결과를 종합해보면 소비자들은 세대와 거주지역, 직업에 따라 수산식품 선호도에 차이가 있으며 가구원 수, 학력, 식료품 지출비 등의 요인에 따라 수산식품 선호가 영향을 받는 것으로 보인다.

〈표 3-16〉 수산물 소비 결정요인 분석

변수		계수값	P-value
성별		-0.122	
세대		0.178	**
거주지역	인천/경기	-0.193	
	부산/울산/경남	-0.295	
	대구/경북	-0.271	
	광주/전라	-0.008	
	대전/세종/충청	-0.449	*
	강원	-0.576	
	제주	0.054	
가구원 수		0.115	**
직업	자영업	-0.220	
	전문직	0.192	
	공무원	1.033	***
	전업주부	-0.202	
	무직	0.189	
	기타	0.376	
학력		0.224	**
식료품 지출비		0.082	**

주: ***, **, *은 각각 1%, 5%, 10% 수준에서 유의미함

자료: 저자 작성

2) 육류 대비 수산물 소비 빈도

(1) 내식 시 육류 대비 수산물(원물, 가공품) 소비 빈도

내식 시 수산물 소비 빈도에 미치는 결정요인을 분석하기 위해 종속변수로 ‘육류만 먹는다’, ‘육류를 더 많이 먹는다’, ‘육류를 조금 더 많이 먹는다’, ‘비슷하다’, ‘수산식품을 조금 더 많이 먹는다’, ‘수산식품을 더 많이 먹는다’, ‘수산물만 먹는다’의 7단계로 순서화된 육류 대비 수산물 소비 빈도를 사용하였다.

내식 시 수산식품 소비 빈도는 수산식품 형태에 따라 원물과 가공품으로 구분하여 분석하였으며, 내식 시 수산식품 구매에 있어 중요하게 생각하는 요인을 파악하기 위해 소비 결정요인 변수도 추가하였다. 내식 시 수산식품(원물, 가공품) 소비 빈도에 관한 결과는 다음의 <표 3-17>과 같다. 내식 시 수산식품 원물과 가공품 소비 빈도에 영향을 미치는 변수로는 성별, 세대, 거주지역, 식료품 지출비, 소비 결정요인 등이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만 원물과 가공품 등의 수산식품 형태에 따라 유의하게 나타난 변수의 차이는 존재하였다.

수산식품 원물과 가공품 소비 빈도에 대한 성별 효과에서는 남성이 여성보다 더 많이 소비하는 것으로 공통적으로 나타났다. 아울러 소비 빈도에 대한 세대 효과도 공통적으로 소비 빈도의 차이가 존재하는 것으로 유의하게 나타났으며, 연령대가 높은 세대일수록 소비 빈도가 높은 것으로 분석되었다. 이는 젊은 세대들의 육류 대비 수산식품을 기피하는 현상을 일부 반영하는 결과로 보인다. 거주지역 효과에서도 공통적으로 소비 빈도의 차이가 존재하는 것으로 나타났으나 수산식품 형태에 따라 참조집단에 대비하여 소비 빈도의 차이가 나는 지역은 상이하게 나타났다. 식료품 지출비 효과는 내식 시 수산식품 원물 소비 빈도에서만 유의하게 분석되었으며, 식료품 지출비가 높을수록 육류 대비 수산식품 원물 소비가 높은 것으로 나타났다.

소비 결정요인의 경우 수산식품 형태(원물, 가공품)에 따라 유의하게 나타나는 요인이 상이하게 도출되었다. 수산식품 원물의 소비 결정요인에서는 맛, 외관, 브랜드가 통계적으로 유의하게 분석되었으며 맛과 원산지 요인은 음(-)으로, 외관과 브랜드 요인은 양(+)으로 추정되었다. 맛을 중요하게 생각하는 소비자는 내식 시 수산식품 원물보다 육류를 더 소비하는 것으로 분석되었지만 요인의 효과는 크지 않은 것으로 나타났다. 반대로 외관과 브랜드를 중요하게 생각하는 소비자는 내식 시 수산식품 원물을 더 소비하는 것으로 분석되었다.

수산식품 가공품의 소비 결정요인에서는 가격 요인이 통계적으로 유의하게 분석되었으며, 추정계수는 음(-)으로 추정되었다. 추정계수가 음(-)이라는 의미는 해당 요인을 중요하게 생각하는 응답자의 소비 빈도가 육류 대비 수산식품 가공품의 소비 빈도보다 더 낮다는 것을 의미한다. 이외에 가구원 수와 직업 그리고 학력의 효과는 통계적 유의성이 존재하지 않는 것으로 나타났다.

〈표 3-17〉 내식(원물, 가공품) 소비 결정요인 분석

변수		원물		가공품	
		계수값	P-value	계수값	P-value
성별		0.309	**	0.394	**
세대		0.424	***	0.351	***
거주지역	인천/경기	0.261		0.363	*
	부산/울산/경남	0.282		0.267	
	대구/경북	0.363		0.683	**
	광주/전라	0.677	***	0.847	***
	대전/세종/충청	-0.021		0.178	
	강원	0.038		0.196	
	제주	0.630		0.994	
가구원 수		-0.013		0.056	
직업	자영업	0.086		0.206	
	전문직	-0.273		-0.278	
	공무원	0.253		-0.064	
	전업주부	-0.015		-0.128	
	무직	0.095		-0.111	
	기타	-0.130		-0.113	
학력		-0.113		-0.165	
식료품 지출비		0.070	*	0.059	

변수		원물		가공품	
		계수값	P-value	계수값	P-value
소비 결정요인	가격	-0.048		-0.081	*
	맛	-0.072	*	-0.054	
	신선도	-0.018		-0.024	
	위생·안전성	-0.015		-0.063	
	포장(패키징)	0.015		-0.007	
	외관	0.129	**	0.106	
	편리성1	-0.039		-0.049	
	편리성2	0.076		0.067	
	브랜드	0.202	**	-0.053	
	원산지	-0.060		-0.046	
	자연산 여부	0.047		-0.005	
	건강·영양 성분	0.038		-0.023	
	판매처	0.095		-0.190	

주1: 편리성1은 손질·조리·섭취의 편리성, 편리성 2는 구매의 편리성을 의미함

주2: ***, **, *은 각각 1%, 5%, 10% 수준에서 유의미함

자료: 저자 작성

내식 시 육류 대비 수산식품 원물 소비 빈도에 대해 세대별로 구분하여 추정된 결과 세대별로 중요하게 생각하는 소비 결정요인에 차이가 있었다.

베이비부머 세대에서는 ‘가격’과 ‘맛’ 그리고 ‘원산지’ 요인이 소비 빈도에 유의하게 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 다만 해당 요인들을 중요하게 생각할수록 내식 시 수산식품 원물보다는 육류를 더 많이 소비하는 것으로 나타났다.

X세대에서는 ‘포장(패키지)’과 ‘손질·조리·섭취의 편리성’ 그리고 ‘구입의 편리성’ 요인이 유의하게 나타났으며, 이러한 편리성 관련 요인들을 중요하게 생각할수록 내식 시 육류 대비 수산식품 원물을 더 많이 소비하는 것으로 나타났다.

Y세대에서는 ‘수산물 외관(크기·색깔 등)’과 ‘판매처’ 요인이 유의하게 나타났으며, 해당 요인들을 중요하게 생각할수록 수산물 원물을 더 많이 소비하는 것으로 나타났다.

Z세대에서는 ‘브랜드 및 식품인증 여부’ 요인이 유의하게 나타났으며, 해당 요인을 중요하게 생각할수록 수산물 원물을 더 많이 소비하는 것으로 분석되었다.

〈표 3-18〉 세대별 내식(원물) 소비 결정요인 분석

소비 결정요인	베이비부머	X	Y	Z
가격	-0.098**	0.079	0.041	-0.019
맛	-0.130**	0.034	0.027	-0.062
신선도	-0.057	0.085	0.063	-0.037
안전성·위생	0.012	0.125	-0.048	-0.030
포장(패키징)	-0.118	0.248***	0.084	0.084
수산물 외관(크기·색깔 등)	0.066	0.082	0.331**	0.161
손질·조리·섭취의 편리성	-0.084	0.171**	0.020	-0.120
구입의 편리성	0.016	0.211**	0.102	0.002
브랜드 및 식품인증 여부	0.055	0.219	0.375	0.470*
원산지	-0.098*	-0.011	-0.014	0.086
자연산 여부	0.050	0.052	0.127	0.297
건강·영양 성분	-0.074	0.116	-0.341	0.128
판매처	-0.174	-13.981	0.316*	0.088
응답자수	314	262	236	111

주: 응답자수=1,000명
자료: 저자 작성

내식 시 육류 대비 수산물 가공품 소비 빈도에 대해 세대별로 구분하여 추정한 결과, 세대별 소비 결정요인에서 차이를 보였다.

베이비부머 세대에서는 ‘맛’과 ‘안전성·위생’ 그리고 ‘수산물 외관(크기·색깔 등)’, ‘건강·영양 성분’, ‘판매처’ 요인이 소비 빈도에 유의하게 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 다만, 수산물 외관 요인을 제외한 나머지 요인들을 중요하게 생각할수록 내식 시에 수산식품 가공품보다 육류를 더 많이 소비하는 것으로 나타났다.

X세대에서는 ‘가격’, ‘맛’, ‘신선도’, ‘안전성·위생’, ‘수산물 외관(크기·색깔 등)’, ‘손질·조리·섭취의 편리성’, ‘구입의 편리성’, ‘원산지’, ‘건강·영양 성분’ 등 다양한 요인에서 유의한 결과를 보였다. 이러한 요인들은 내식 시 육류 대비 수산식품 가공품을 더 많이 소비하도록 하는 요인으로 분석되었다.

Y세대에서는 ‘구입의 편리성’ 요인이 유의하게 나타났으며, 해당 요인을 중요하게 생각할수록 수산식품 가공품을 더 많이 소비하는 것으로 분석되었다.

Z세대에서는 ‘가격’과 ‘맛’ 그리고 ‘손질·조리·섭취의 편리성’ 요인이 유의하게 나타났으나, 해당 요인을 중요하게 생각할수록 수산식품 가공품 대비 육류를 더 많이 소비하는 것으로 나타났다.

〈표 3-19〉 세대별 내식(가공품) 소비 결정요인 분석

소비 결정요인	베이비부머	X	Y	Z
가격	-0.101	0.159*	0.008	-0.279**
맛	-0.210***	0.174**	0.076	-0.226*
신선도	-0.109	0.195***	0.084	-0.163
안전성·위생	-0.144*	0.201**	-0.097	-0.096
포장(패키징)	-0.068	0.087	0.044	-0.042
수산물 외관(크기·색깔 등)	2.823*	0.366***	0.214	-0.139
손질·조리·섭취의 편리성	-0.063	0.161*	0.040	-0.420***

소비 결정요인	베이비부머	X	Y	Z
구입의 편리성	-0.028	0.283***	0.259**	-0.136
브랜드 및 식품인증 여부	-0.120	-0.022	0.080	-0.150
원산지	-0.109	0.146*	0.038	-0.119
자연산 여부	0.113	0.005	0.074	-0.191
건강·영양 성분	-0.273**	0.382***	0.166	-0.106
판매처	-0.546**	0.199	0.058	-14.845
응답자수	176	202	201	105

주: 응답자수=1,000명

자료: 저자 작성

(2) 외식 시 육류 대비 수산식품 소비 빈도

외식 시 육류 대비 수산식품 소비 빈도에 대한 결과는 다음의 <표 3-20>과 같다. 외식 시 육류 대비 수산식품 소비 빈도에 대한 성별 차이에서는 남성이 여성보다 더 많이 소비하는 것으로 나타났다. 소비 빈도에 대한 세대 효과에서는 소비 빈도의 차이가 존재하는 것으로 유의하게 나타났으며, 연령대가 높은 세대일수록 수산식품 소비 빈도가 높은 것으로 분석되었다.

거주지역 효과에서는 소비 빈도의 차이가 존재하는 것으로 나타났다. 인천/경기 지역이 서울(참조집단)에 비해 소비 빈도가 높은 것으로 나타나 유의하게 분석되었다.

식료품 지출비에서는 소비자의 식료품 지출비가 증가할수록 육류 대비 수산식품 소비 빈도가 증가하는 것으로 나타났다.

소비 결정요인에서는 포장, 외관, 구매의 편리성, 건강·영양성분 등의 요인이 통계적으로 유의하게 분석되었으며 추정계수는 모두 양(+)으로 나타났다. 이외의 가구원 수, 직업, 학력은 통계적 유의성이 낮은 것으로 나타났다.

〈표 3-20〉 외식 소비 결정요인 분석

변수		계수값	P-value
성별		0.320	**
세대		0.350	***
거주지역	인천/경기	0.321	*
	부산/울산/경남	0.101	
	대구/경북	0.346	
	광주/전라	0.287	
	대전/세종/충청	0.074	
	강원	0.071	
	제주	-0.230	
가구원 수		0.064	
직업	자영업	0.171	
	전문직	0.049	
	공무원	0.376	
	전업주부	0.183	
	무직	0.161	
	기타	-0.087	
학력		0.020	
식료품 지출비		0.094	**
소비 결정요인	가격	-0.008	
	맛	0.003	
	신선도	0.031	
	위생·안전성	0.038	
	포장(패키징)	0.130	**
	외관	0.178	***
	편리성1	0.039	
	편리성2	0.204	***
	브랜드	0.088	
	원산지	0.021	
	자연산 여부	0.068	
	건강·영양 성분	0.146	*
	판매처	-0.014	

주1: 편리성1은 손질·조리·섭취의 편리성, 편리성 2는 구매의 편리성을 의미함

주2: ***, **, *은 각각 1%, 5%, 10% 수준에서 유의미함

자료: 저자 작성

외식 시 육류 대비 수산식품 소비 빈도에 대해 세대별로 구분하여 추정 한 결과, 세대별로 중요하게 생각하는 소비 결정요인에 차이가 있었다.

베이비부머 세대에서는 ‘판매처’ 요인이 소비 빈도에 유의하게 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 다만 해당 요인을 중요하게 생각할수록 외식 시 수산식품보다 육류를 더 많이 소비하는 것으로 나타났다.

X세대는 ‘안전성·위생’과 ‘수산물 외관(크기·색깔 등)’ 그리고 ‘구입의 편리성’ 요인이 유의하게 나타났으며, 해당 요인을 중요하게 생각할수록 외식 시 수산식품을 더 많이 소비하는 것으로 분석되었다.

Y세대는 ‘신선도’, ‘포장(패키징)’, ‘수산물 외관(크기·색깔 등)’, ‘구입의 편리성’, ‘브랜드 및 식품인증 여부’, ‘판매처’ 등 다양한 요인이 유의하게 나타났으며, 해당 요인을 중요하게 생각할수록 외식 시 수산식품 소비가 더 많은 것으로 분석되었다.

Z세대는 ‘구입의 편리성’ 요인이 유의하게 나타났으며, 해당 요인을 중요하게 생각할수록 수산식품 소비가 더 많은 것으로 분석되었다.

〈표 3-21〉 세대별 외식 소비 결정요인 분석

소비 결정요인	베이비부머	X	Y	Z
가격	-0.064	0.073	0.123	-0.002
맛	-0.078	0.107	0.115	0.006
신선도	-0.077	0.108	0.174**	-0.004
안전성·위생	-0.014	0.150**	0.080	0.137
포장(패키징)	-0.702	0.161	0.234**	0.175
수산물 외관(크기·색깔 등)	-0.118	0.329***	0.291***	0.153
손질·조리·섭취의 편리성	0.012	0.002	0.111	0.135
구입의 편리성	-0.058	0.419***	0.341***	0.438*
브랜드 및 식품인증 여부	0.054	0.095	0.367***	-0.162

소비 결정요인	베이비부머	X	Y	Z
원산지	0.011	0.074	0.091	-0.120
자연산 여부	0.040	0.168	0.038	0.290
건강·영양 성분	0.092	0.203	-1.604	-1.709
판매처	-0.137*	0.006	0.250**	0.082
응답자수	263	254	249	117

주: 응답자수=1,000명
자료: 저자 작성

제3절 소결

1. 세분화된 수산식품 소비 활성화 방안 마련

1) 수산식품 소비 ‘긍정적’, 단, 육류 대비해서는 낮은 선호도

수산식품에 대한 선호도는 응답자의 과반수 이상이 ‘좋아한다’고 응답하는 등 긍정적인 모습을 보였으나, 같은 동물성 단백질 섭취원인 육류와의 비교에서는 선호도가 낮게 평가되었다. 이는 향후의 수산식품 소비 활성화를 위해서는 육류와 대비하여 차별화된 수산 식품만의 선호를 끌어낼 수 있는 요인이 필요하다는 것을 나타낸다.

수산식품에 대한 긍정적인 이미지로는 ‘건강·영양적으로 좋다’는 점이 주로 언급되었으며, 부정적인 이미지로는 ‘특유의 냄새가 난다’가 가장 높은 비중을 보였다. 수산식품에 대한 내·외식 소비 비중은 외식보다 내식의 비중이 더 많았으며, 소비 빈도에서 내식은 ‘주 1회’, 외식은 ‘1달에 1회보다 드물게’로 응답되었다.

가정 내 소비(내식)를 선호하는 이유로 ‘건강한 식사를 위해서’가 가장 높은 비중을 차지하였고 그 다음으로는 ‘외식 비용이 비싸서’, ‘집에서 간편하게 식사하기 위해서’ 등의 순으로 응답이 되어, 건강 및 가격 등이 주요한 내식 선호 이유로 평가되었다. 외식을 선호하는 이유로는 ‘특별한 날 이어서’, ‘맛있는 음식을 즐기기 위해’로 기념일이나 특별한 날을 기리기 위한 이유가 가장 큰 것으로 조사되었다. 그 다음으로는 ‘식사준비가 귀찮아서’, ‘근로, 학업 등으로 가정 내 식사가 어려워져서’ 등의 순으로 응답되어 외식 선호의 원인은 조리 의 번거로움 등에 기인한다는 것을 알 수 있다.

2) 소비 방법별(내식, 외식) 차별화된 소비 결정요인 고려 필요

내·외식 시 육류 대비 수산식품 소비 빈도에 대한 결정요인을 실증 분석한 결과 수산식품 소비 결정요인은 내·외식 소비행태에 따라 차이가 나는 것으로 나타났다.

내식 시 수산식품 원물 소비는 ‘맛’, ‘외관’, ‘브랜드’ 요인이 소비빈도에 유의하게 영향을 미치는 것으로 분석되었는데, 이 중에서도 ‘외관’과 ‘브랜드’ 요인은 수산식품(원물) 소비에 양(+)의 효과를 나타냈지만 ‘맛’ 요인은 음(-)의 효과를 나타내는 것으로 나타났다. 아울러 내식 시 수산식품 가공품 소비에 있어서는 ‘가격’이 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 수산식품 가공품 소비에 음(-)의 효과를 나타냈다.

외식 시 수산식품 소비에 있어 ‘포장’, ‘외관’, ‘구매의 편리성’, ‘건강·영양성분’ 요인이 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 수산식품 소비에 양(+)의 효과를 나타내는 것으로 분석되었다.

이처럼 수산식품 내·외식 소비행태에 따라서도 소비자들이 수산식품 구매에서 중요하게 고려하는 요인은 상이하게 나타나고 있다. 수산식품 원물

또는 가공품 등의 수산식품 형태에 따라서도 중요하게 고려하는 요인이 다르게 나타나므로 수산식품 소비 활성화 전략을 수립하는 데 있어 소비 방법별, 제품 형태별로 차별화된 전략 구상이 필요할 것으로 판단된다.

3) 세대별 특성 고려한 소비 활성화 방안 마련 필요

내·외식 시 육류 대비 수산식품 소비 빈도에 대한 세대별 결정요인을 분석한 결과 소비 결정요인은 내·외식 소비행태뿐만 아니라 세대별로도 차이를 보였다.

먼저 내식 시 수산식품 원물 소비에 있어 베이비부머 세대는 ‘가격’, ‘맛’, ‘원산지’ 요인이 유의하게 나타났지만, X세대는 ‘포장’, ‘손질·조리·섭취의 편리성’, ‘구입의 편리성’ 요인이 유의하게 나타났다. Y세대에서는 ‘수산물 외관(크기·색깔 등)’, ‘판매처’ 요인이, Z세대에서는 ‘브랜드 및 식품인증 여부’ 요인이 유의하게 나타났다. 다만 베이비부머 세대에서 유의하게 나타난 요인은 타 세대 요인의 효과와 반대로 육류 대비 수산식품 소비 빈도에 음(-)의 효과를 나타냈다.

내식 시 수산식품 가공품 소비에 있어 베이비부머 세대는 ‘맛’, ‘안전성·위생’, ‘수산물 외관’, ‘건강·영양 성분’, ‘판매처’ 요인이 유의하게 나타났으며, X세대는 소수의 요인을 제외한 다수의 요인이 유의한 것으로 나타났다. Y세대는 ‘구입의 편리성’ 요인이, Z세대는 ‘가격’, ‘맛’, ‘손질·조리·섭취의 편리성’ 요인이 유의한 것으로 나타났다. 다만, 베이비부머 세대의 ‘맛’, ‘안전·위생’, ‘건강·영양 성분’, ‘판매처’ 요인과 Z세대의 ‘가격’, ‘맛’, ‘손질·조리·섭취의 편리성’ 요인은 육류 대비 수산식품 소비 빈도에 음(-)의 효과를 보였다.

외식 시 수산식품 소비에 있어 베이비부머 세대는 ‘판매처’ 요인이, X세

대는 ‘안전성·위생’, ‘수산물 외관’, ‘구입의 편리성’ 요인이, Y세대는 ‘신선도’, ‘포장(패키징)’, ‘수산물 외관’, ‘구입의 편리성’, ‘브랜드 및 식품인증 여부’, ‘판매처’ 요인이, Z세대는 ‘구입의 편리성’ 요인이 유의하게 나타났다. 다만 베이비부머 세대의 ‘판매처’ 요인은 음(-)의 효과를 나타냈다.

수산물 구매에 있어 중요하게 고려되는 요인들은 수산물 내·외식 소비행태, 원물 또는 가공품 등의 수산물 형태뿐만 아니라 세대별로도 다르게 나타났다. 이에 소비행태 및 제품형태는 물론 세대별로도 차별화되고 세분화된 전략 구상이 필요하다.

2. 미래 세대 고려 수산물 소비 활성화 방안

1) 육류 대비 수산물 선호도, 저연령층을 중심으로 낮게 평가

수산식품의 소비 선호도와 관련해서는 전 세대에 걸쳐 응답자의 72.6%가 수산식품을 ‘좋아한다’라고 응답하여 수산식품에 대한 높은 선호도를 확인할 수 있었다. 단, 육류와의 선호도를 비교한 경우 저연령층을 중심으로 수산물 선호도가 육류에 비해 낮게 평가되고 있는 것으로 조사되었다. 미래 세대로 분류할 수 있는 젊은층에서의 수산물 선호도 감소는 향후 우리 수산업에 위협 요소가 될 수 있다. 이는 한편으로는 연령별·세대별 소비 선호 향상 방안을 밝히려는 노력이 필요하다는 것을 시사한다고 할 수 있다.

2) 저연령층 수산물 소비 향상, ‘편의성’ 강화 요구

세대별 수산물 구매 시 가장 중요하게 고려하는 요인의 응답 비중을 살펴보면 전반적인 수산물 구입 시 고연령층의 세대는 ‘신선도’, ‘원산지’, ‘안전성·위생’ 등을 비롯하여 다양한 항목을 고려하고 있는 것으로 나

타났다. 저연령층의 젊은 세대에서도 ‘포장(패키징)’, ‘수산물 외관’, ‘브랜드 및 인증 여부’ 등의 다양한 항목을 고려하고 있는 것으로 나타났지만 앞서 나타난 요인 외에도 ‘가격’, ‘손질·조리·섭취의 편리성’, ‘구입의 편리성’ 항목을 고려하고 있는 비중이 고연령층에 비해 상대적으로 높게 나타난다는 점에 주목할 필요가 있다.

실제 실증 분석 결과에서도 고연령층 못지않게 저연령층에서도 ‘가격’, ‘맛’, ‘편의성’ 요인들이 육류 대비 수산식품 소비 빈도를 낮게 만드는 요인으로 분석된 바 있다. 즉, 미래의 주 소비층이 될 저연령층에서 수산식품에 대한 ‘가격’, ‘편의성’ 등의 문제를 해소할 수 있도록 지속적인 고민이 필요할 것으로 전망된다.

04

수산물 소비 활성화 정책 사례 분석

제1절 해외 수산물 활성화 정책 사례 분석

1. 일본 수산물 소비 활성화

1) 정책 시행 배경

2022년에 발간한 수산백서 및 일본 식량수급표에 따르면, 2020년 기준 일본의 1인당 수산물 소비량은 23.4kg으로, 2001년 40.2kg을 기록한 이후 20년간 지속적으로 감소하고 있다.¹¹⁾ 과거 일본 소비자는 지역에서 생산되는 수산물을 구매·소비하였으나, 유통망 확충 및 냉장·냉동 기술의 발달로 인해 다른 지역이나 국가에서 생산되는 수산물도 많이 접하고 있는 추세이다. 특히 과거 일본에서 많이 판매되는 수산물은 오징어와 새우였으나 최근에는 연어, 참치, 방어 등이 판매 상위 품목을 기록하고 있으며, 해외 수산물에 대한 심리적 진입장벽도 완화되면서 수산물 수입량도 꾸준히 증가하여 수산물 자급률은 감소하고 있다.¹²⁾

11) 레이와 3년도(2021년) 수산백서, p. 37.

12) 레이와 3년도(2021년) 수산백서, p. 39.

〈표 4-1〉 일본 수산물 소비량 현황

단위: kg, g, 톤

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
1인당 소비량(kg)	24.8	24.4	23.7	25.3	23.4
참다랑어(g)	756	712	647	650	688
가다랑어(g)	326	269	273	298	243
연어(g)	918	835	841	848	962
방어(g)	614	629	543	517	589
새우(g)	466	449	452	452	498
전체 소비량(톤)	585	582	568	564	562

자료: 레이와 3년도(2021년) 수산백서, 일본 수산청, pp. 39-40.

〈표 4-2〉 일본 수산물 수급 현황

단위: 만 톤, %

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
생산량(만 톤)	329.1	323.7	333.9	311.8	301.4
공급량(만 톤)	585.0	582.0	568.0	564.0	562.0
수입량(만 톤)	309.9	323.3	312.2	316.5	289.0
자급률(%)	56.3	55.6	58.8	55.3	57.3

주: 수산물 자급률은 [생산량 ÷ 공급량 × 100]으로 산출함

자료: 레이와 3년도(2021년) 수산백서, 일본 수산청, p. 38.

이러한 수산물 공급망의 확충 및 접근성 확대에도 불구하고 일본 내 수산물 소비가 지속적으로 감소하는 이유로 다음과 같은 원인이 지목되고 있다. 첫째, 일본 내 수산물 생산량·수입량 감소에 따른 가격 상승이다. 일본 소비자들 사이에서 전통적으로 섭취하던 꽁치, 참치, 고등어류는 어획량이 감소하면서 국내 수요를 충족시키지 못했으며, 연어 등 수입의존도가 높은 품목은 수출국의 생산량 감소 및 환율 변동에 따라 수입 가격이 높아지는 현상이 발생하였다.

실제로 2014년 수산백서에 따르면, 일본의 수입의존도가 높은 어종 중 고등어·꽁치·뱀장어 등은 수출국 현지 어획량의 감소로 인해 수입 가격이 상승하였고, 새우류·연어·대구류는 현지 양식장의 질병 발생으로 인해 수

급 문제를 겪었다.¹³⁾ 100에 수산물 물가지수는 머무르던 이 시기를 기점으로 114.3으로 증가하였으며 2020년까지 계속해서 상승하고 있다. 특히 수산물의 물가지수 상승 폭은 육류 및 조리식품에 비해 더 큰 것으로 나타났다. 농림수산성에서 시행한 『식료·농업 및 수산업에 관한 의식·의향 조사¹⁴⁾』에 따르면, 수산물을 구매하지 않는 이유로 ‘해산물의 가격이 높아서’로 응답한 비율이 42.1%를 차지하였다. 최근 몇 년간의 어획량 감소에 따른 수산물 공급 불안정과 수산물 가격의 상승이 소비자가 수산물 구매를 주저하게 만드는 요인으로 작용하고 있다.¹⁵⁾

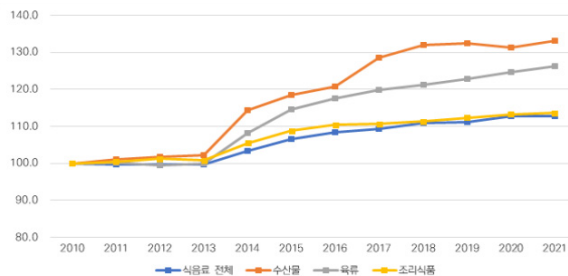
〈표 4-3〉 일본 식료품 소비자 물가지수 추이

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
식료품 전체	108.4	109.2	110.8	111.2	112.8
수산물	120.8	128.5	131.9	132.5	131.2
육류	117.6	119.9	121.2	122.9	124.6
조리식품	110.4	110.6	111.3	112.3	113.2

주 : 소비자물가지수는 2010년을 기준연도(100)으로 하여 계산함

자료: 레이와 3년도(2021년) 수산백서, 일본 수산청, p. 41.

〈그림 4-1〉 일본 식료품 소비자물가지수 추이



주 : 소비자물가지수는 2010년을 기준연도(100)으로 하여 계산함

자료: 레이와 3년도(2021년) 수산백서, 일본 수산청, p. 41.

13) 헤이세이 26년도(2014년) 수산백서, p. 105.

14) 농림수산성에서 2019년 12월~2020년 1월 2개월간 582명의 소비자를 대상으로 시행한 모니터링 설문 조사로, 설문에 대한 문항 중복응답이 가능함.

15) 레이와 3년도(2021년) 수산백서, p. 42.

둘째, 일본 소비자의 육류 및 간편식 지향 현상이다. 2001년부터 2010년까지의 수산물 연평균 섭취량은 33.8kg으로 육류 평균 섭취량(28.3kg)보다 약 19% 높게 나타났다. 그러나 2011년에는 수산물 28.5kg, 육류 29.6kg으로 섭취량이 역전된 후 그 차이가 현재까지 벌어지는 것을 확인할 수 있다. 특히 이전까지 10.0kg 수준에 머물던 닭 섭취량이 2020년에는 13.9kg까지 상승하면서 육류 섭취 증가를 견인한 것으로 확인되었다.

〈표 4-4〉 일본 1인당 수산물 및 육류 소비량 추이

단위: kg

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
수산물	24.8	24.4	23.7	25.3	23.4
육류	31.6	32.7	33.3	33.5	33.5
소고기	6.0	6.3	6.5	6.5	6.5
돼지고기	12.8	12.8	12.8	12.8	12.9
닭고기	13.0	13.4	13.7	13.9	13.9

자료: 2021년 수산백서, 일본 수산청, p. 38.

수산물이 가진 복잡한 조리법과 손질 방법도 수산물 구매의 감소 요인으로 지목된다. 『식료·농업 및 수산업에 관한 의식·의향 조사』에서는 수산물을 구매하지 않는 요인으로 ‘수산물의 요리법이 번거롭기 때문에(38.0%)’와 ‘수산물 요리 방법을 잘 모르기 때문에(10.8%)’가 각각 3위와 5위를 차지하고 있다. 수산물에 대한 소비자의 이미지는 “건강하고 맛있다”는 것이 강하지만, 까다로운 조리법이나 쉽지 않은 손질로 인해 실질적인 구매까지 이어지지 않고 있다.

〈표 4-5〉 수산물 구매 및 기피 이유 설문조사 결과

단위: %

구매 이유		기피 이유	
문항	응답 비율	문항	응답 비율
건강을 생각해서	75.7	가족들이 육류를 원하기 때문에	45.9
수산물이 육류보다 더 맛있기 때문에	51.8	수산물의 가격이 높기 때문에	42.1
수산물을 가족이 원하기 때문에	35.8	수산물의 요리가 번거롭기 때문에	38.0
수산물의 가격이 저렴하기 때문에	18.8	육류가 수산물보다 맛있기 때문에	29.2
수산물을 요리하는 것을 좋아하기 때문에	15.7	먹고 싶은 수산물을 팔지 않기 때문에	16.7
수산물이 호화로운 느낌이 들어서	3.5	수산물의 요리 방법을 모르기 때문에	10.8
기타	10.2	기타	13.2

주 : 농림수산성에서 2019년 12월~2020년 1월 2개월간 582명의 소비자를 대상으로 시행한 모니터링 설문 조사로, 설문에 대한 문항 중복응답이 가능함

자료: 2020년 식료·농업 및 수산업에 관한 의식·의향 조사, 일본 농림수산성, p. 2.

일본은 정부와 어협 차원에서 여러 가지 캠페인 및 정책 등을 통해 소비자의 수산물 소비 감소에 대응하기 위한 노력을 기울이고 있다. 특히 현재 역대 최저 수준인 1인당 수산물 소비량을 2027년까지 46.4kg 수준으로 회복시키기 위해 각종 정책 및 사업을 진행하고 있다.

2) 정책 현황

수산물 소비 활성화를 위해 일본에서는 정부를 비롯한 여러 단체에서 다양한 정책·사업을 시행하고 있다. 일본에서 시행하고 있는 수산물 소비 진흥 정책은 앞서 살펴본 수산물 섭취량의 감소 원인을 찾고 이를 해결하려는 것에 초점을 맞추고 있다. 대표적으로 수산물을 접할 수 있는 기회를 늘리기 위해 유아기 때부터 수산물 섭취에 친숙하게 만드는 방법이 있고, 수산물 조리법에 익숙하지 않은 소비자를 대상으로 진행하는 조리법 교육과 보급이 있으며, 편리하게 조리할 수 있는 수산물 개발 등을 정책·사업의 주요 실행 방향으로 정리할 수 있다.

〈표 4-6〉 일본 수산식품 소비 활성화 정책 현황

프로젝트명	주최	세부사업명
물고기 나라의 행복 (魚の国のしあわせ) (2012년~2021년)	수산청	• 물고기 나라의 행복 프로젝트 실증사업 • 패스트피쉬 • 학교 교육을 통한 어식 보급 • “생선의 대가” 임명 • 수산 여성의 건강 프로젝트
수산 가공·유통구조 개선 촉진 사업 (2013년~현재)	국산수산물 유통촉진센터	• 지도사업 • 설비지원사업
어식 보급 추진사업 (魚食普及推進事業) (2013년~현재)	일본수산회· 국산수산물 유통촉진센터	• 신상품 전시·발표회 개최(Fish-1 그랑프리) • 소매·외식 사업자용 연수회 개최 • 어식 보급 세미나 개최 • 어식보급추진센터 운영
생선의 날 행사 (さかなの日) (2022년~현재)	수산청	• 생선의 날 엠베세더 임명 • 생선의 날 찬동 멤버 모집 • Fish-1 그랑프리 연계 행사

자료: 일본 수산청 및 일본수산회 홈페이지를 바탕으로 저자가 재작성함

(1) 물고기 나라의 행복¹⁶⁾

물고기 나라의 행복(魚の国のしあわせ) 프로젝트는 일본 국민의 수산물 소비 확대를 위해 기획된 민·관 협동 프로젝트이다. 2012년부터 시작된 프로젝트는 바다로 둘러싸인 일본의 지리적인 특징을 바탕으로, 여러 가지 수산물을 다양하게 즐길 수 있는 일본(맛보기, 느끼기, 즐기기, 일하기, 만나기)을 만들기 위해 관련 단체가 협업해 나간다는 목적을 갖고 있다. 물고기 나라의 행복 프로젝트는 크게 5개의 세부 사업으로 구성되어 있으며 전체 프로젝트는 2021년에 종료되었다. 그러나 이중 수산업 종사 여성의 건강 프로젝트와 생선의 대가 임명 사업은 프로젝트 종료 이후에도 계속 진행하고 있는 사업이다.

16) 해당 목적지는 일본 수산청의 『물고기 나라의 행복 프로젝트(魚の国のしあわせ プロジェクト)』 홈페이지 및 개요에서 발췌하여 작성하였음

〈표 4-7〉 물고기 나라의 행복 프로젝트 세부사업 현황

세부사업명	사업 목적	사업 세부목표
물고기 나라의 행복 프로젝트 실증사업	수산물 이벤트 기획·프로젝트 참가자 모집 및 효과성 분석·공표	115개 사업 등록
패스트피쉬	수산물 수요 확대를 위한 수산물 간편식 개발	706개사, 3,342개 상품 선정
학교 교육을 통한 어식 보급	문부과학성 토요학습지원단과 연계하여 학생을 대상으로 수산물 이해도모 및 조리 방법 시연	-
“생선의 대가” 임명	지역 수산전문가를 생선의 대가로 수산청 장관이 임명하여 어식문화 계승	150명 임명
수산 여성의 건강 프로젝트	수산업에서 활약하는 여성을 취재하고 현장의 의견·요구 청취	-

자료: 물고기 나라의 행복 프로젝트 개요(검색일: 2023.4.11.)

각 세부 사업의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 프로젝트 실증 사업은 본 프로젝트의 취지에 동조하여 프로젝트에서 시행하는 다양한 활동에 함께 참여하기 위한 기업 및 관계자를 모집하는 사업이다. 해당 프로젝트에 참여하고자 하는 기업 및 관계자는 수산청에 참여 분야, 참가 실증 항목을 선택하고 프로젝트 참가에 따른 매출 증가 및 의견 취합 공표 등에 동의하게 된다. 다시 말해서 실증사업은 프로젝트 참가 관계자를 확대하고 프로젝트의 효과성 분석·발표를 위한 데이터 수집을 진행하기 위한 사업으로 이해될 수 있다.

패스트피쉬(Fast-Fish, ファストフィッシュ)는 소비자가 수산물 구매 및 섭취를 저해하는 요인 중 하나인 불편한 조리법을 해소하기 위해 시작된 사업이다. 수산물을 간편하고 부담 없이 즐길 수 있는 제품 또는 조리법을 공모하여, 선정 기준에 부합하는 제품은 패스트피쉬 로고를 부착하여 수산물 보급과 소비를 늘리기 위한 목적으로 시행되었다. 2016년부터는 어린이에 초점을 맞춘 키즈 패스트피쉬(キッズファストフィッシュ) 부분과 지역의 수산물을 활용하는 고향 패스트피쉬(ふるさとファストフィッシュ) 부분이 신설되어 별도의 선정을 진행하였다.

2021년 사업 완료 시점을 기준으로 조사한 결과, 패스트피쉬로 등록된 제품은 총 3,375개로 조사된다. 어종별로 살펴보면 총 402종의 수산물이 제품 개발에 사용되었으며, 고등어가 367개, 연어가 254개, 오징어가 193개로 나타났다. 이외에도 꽁치, 참치, 전갱이 등이 상위권을 차지하고 있어 일본 소비자에게 많이 섭취되는 어종을 중심으로 개발되었다는 것을 알 수 있다.

〈표 4-8〉 패스트피쉬 개발·출시 현황

단위: 건

연도별 출시 현황		어종별 출시 현황	
2011~2017년	3,073	고등어	367
2018년	167	연어	254
2019년	76	오징어	193
2020년	26	꽁치	164
2021년	33	기타 어종	2,397
합계	3,375	합계	3,375

주 : 어종별 출시 현황 중 재료가 복합적으로 사용된 경우, 주재료를 기준을 산출함
 자료: 패스트피쉬 상품 일람(검색일: 2023.4.11.)

학교 교육을 통한 어식 보급은 수산 관련 단체 또는 기업이 직접 교육프로그램을 제작하여 학교에서 교육을 진행하는 프로그램이다. 해당 사업은 문부과학성(文部科学省)에서 진행하는 토요학습응원단 사업과 연계하여 진행하는 것으로, 참여하고자 하는 단체 또는 기업이 토요학습응원단에 프로그램을 등록하면 해당 프로그램을 원하는 학교가 문부과학성을 통해 수업을 신청하여 수강하는 형태로 진행된다. 현재 등록된 어식보급 관련 프로그램은 4개로, 실제로 수산물을 접하고 수산물 급식을 무료로 제공함으로써 학생들로 하여금 수산물을 접하고 먹을 기회를 확대하는 방향으로 사업이 시행되고 있다.

〈표 4-9〉 토요학습응원단 어식보급 프로그램 현황

프로그램명	물고기 학습회 (おさかな学習会)	감칠맛·영양의 비밀 (うま味・栄養のひみつ)	고래박사의 출장 수업 (クジラ博士の出張授業)
주최	일본수산회	아지노모토 주식회사	(재)일본고래연구소
프로그램 주요 내용	• 어류 생태 특성 학습 • 수산물야행방법학습및실습	• 균형 있는 영양 섭취 • 다시마, 가다랑어포 시음 및 소재 실물 관찰	• 고래의 생물학적 특성 • 급식용 고기 제공(선택)
교육 대상	유·초등생 및 특별학교	초등학생	초등학생
프로그램 현장 사진			

자료: 문부과학성 토요학습응원단 프로그램 검색(검색일: 2023.4.17.)

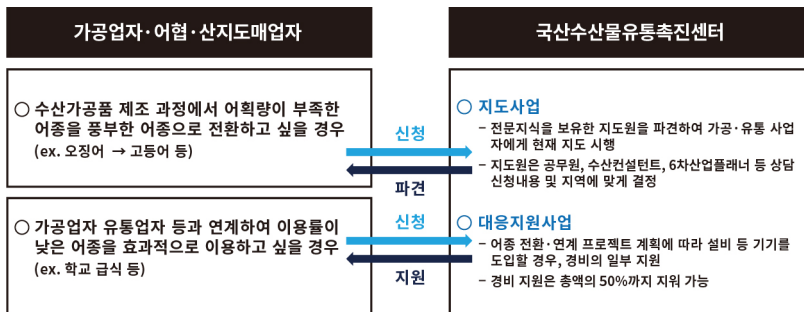
“생선의 대가 임명”은 지역 수산 전문가, 어업 역사의 체험·계승·보급 등에 전념하고 있는 국민을 “생선의 대가”로 임명하여, 어식문화 확산을 강화하는 목적으로 제정된 사업이다. 생선의 대가는 지역의 어협단체인, 사업가, 교수, 요식업자 등 다양한 전문가로 구성되며 수산청 장관이 직접 임명한다. 임명된 전문가들은 어식 보급활동·강연·집필 활동을 수행하며, 자신의 전문 분야에 맞게 특별한 활동을 진행할 수 있다. 현재까지 총 149명의 생선의 대가가 임명되었으며, 이들을 통해 전문가의 개인적인 활동에서부터 대가들 간의 네트워크 활동 강화를 통해 발신력을 강화하고 어식문화 보급활동을 지원하고 있다.

수산 여성의 건강 프로젝트(海の宝! 水産女子の元気プロジェクト)는 어업·수산업에 종사하는 여성의 중요성을 인식하고 여성 수산인의 네트워크 형성을 통해 건강한 수산업, 풍부한 수산업을 조성하는 것을 목표로 하고 있다. 2013년 어업 센서스에 따르면, 일본에서 어업·수산업에 종사하고 있는 여성은 총 197,397명으로 전체 비율의 약 37%를 차지하고 있다. 특히

수산 가공·유통구조 개선 촉진 사업은 국산(일본산) 수산물의 유통 및 소비 확대를 위해 추진하고 있는 사업으로, 사업의 영역은 크게 두 가지 범주로 분류될 수 있다. 첫째, 국내 어획량 감소 등으로 인해 확보가 어려운 어종을 자원량이 풍부한 다른 어종으로 전환하는 사업(어종 전환)과 둘째, 가공업자 등과 연계하여 활용도가 낮은 생선을 급식으로 보급하거나 수출하는 사업(연계, 수출 촉진)으로 구분된다.

해당 사업의 지원 방식은 크게 지도사업과 대응지원사업 등 두 가지로 구분된다. 먼저 지도사업은 해당 사업에 지원하기 전, 점검 또는 지도를 원하는 분야의 기업이 신청서를 작성하면 이에 대한 실행 가능성을 조언해주는 사업이다. 신청서를 바탕으로 지도 분야에 적합한 지도원(指導員)이 현장에 파견되어 전체 분야를 점검해 주는 방식으로 진행되며 신청 및 파견 비용은 무료이다. 대응지원사업은 어종 전환 또는 어종 이용을 위한 설비 구입 등을 지원하는 사업으로, 가공기기, 보관설비, 집하·출하 설비 등의 구입 비용의 50%를 지원한다.

〈그림 4-3〉 수산 가공·유통구조 개선 촉진 사업 개요



자료: 일본 국산수산물유통촉진센터(검색일: 2023.4.10.)

2017년 기준, 2013년부터 시행된 수산 가공·유통구조 개선 촉진사업의 사례집이 발표되면서 연도별·분야별 사업 지원 현황을 확인할 수 있다. 2013년~2017년 5년간 총 402건의 사업 응모를 받았고, 이 중 131건의 사업이 채택되었다. 채택이 가장 많이 된 분야는 상품개발로, 간편조리식품 개발 또는 생선 연육을 활용한 제품 개발 등을 지원하는 사례가 70건으로 가장 많았다. 그 뒤를 이어 제품 개발이나 어종 변경으로 발생하는 가공설비 등을 지원하는 사업이 38건, 운송비, 보관비, 창고 입출고료 등을 지원하는 물류비 지원이 12건 순으로 많았으며, 수급조정 및 학교급식 지원은 각각 6건과 5건을 기록하였다.

〈표 4-10〉 수산 가공·유통구조 개선 촉진 사업 주요 사례 현황

단위: 건

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	합계
상품개발	26	11	10	8	15	70
가공개선	3	8	9	6	12	38
물류개선	2	1	4	1	4	12
수급조정	1	3	1	-	1	6
학교 급식	-	-	-	-	5	5
합계	32	23	24	15	37	131

자료: 2017년 유통촉진대처지원사업 사례집 보고서, p. 5.(검색일: 2023.4.10.)

(3) 어식보급추진사업¹⁸⁾

어식보급추진사업은 일본에서 지속적으로 감소하는 수산물 소비를 회복하기 위해 수산물 보급을 확산하고 유통을 촉진시키는 사업으로, 일본수산회에서 주관하고 있다. 어식보급추진사업은 수산물이 갖는 영양, 건강 기능성, 위생 측면을 강조하고 정보 보급을 위한 세미나 개최와 학생을 대상으로 하는 교육 자료 제작 및 프로그램 운영을 주요 사업으로 하고 있다.

18) 해당 목적은 (사)일본수산자원보호협회의 『어식보급추진사업』 홈페이지 및 국산수산물유통촉진센터의 『레이와 4년도(2022년) 어식보급추진사업 대처상황』의 내용을 발췌하여 작성함.

〈표 4-11〉 어식보급추진사업 세부사업 현황

세부사업명	사업 목적
신상품 전시·발표회 (피쉬-1 그랑프리)	국내 수산물 음식 및 상품의 매력을 홍보함으로써 전국적인 어식보급 및 수산물 소비 확대
어식보급 세미나 개최	어패류 공급을 목적으로 하는 영양사, 급식 관계자를 대상으로 수산물 보급 방식 및 조리법 교육
소매·외식사업자용 연수회 개최	어패류점이나 음식점의 판매력을 강화하고 국산 수산물의 취급 점포 확대
어식보급추진센터 운영	어식, 생선 관련 교과서 제작, 어식보급 프로그램에서 운영하는 각종 자료 제공, 소비자 대상 설문조사 진행

자료: 일본수산회 및 어식보급추진센터 홈페이지를 바탕으로 저자가 재작성함

각 세부 사업의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 어식보급추진센터는 아래의 언급된 프로그램을 주축·주관하고 관계기관과의 네트워크 구축 및 협력 방안을 총괄하는 역할을 담당하고 있다. 신상품 전시·발표회는 일본인의 수산물 소비를 회복하고 일본 시민을 대상으로 수산물을 접할 기회를 늘리는 동시에 일본의 수산정책, 생산 정보 등을 공유하는 목적으로 시작된 사업이다. 특히, 피쉬-1 그랑프리(Fish-1グランプリ)는 일본 수산물, 특히 지금까지 인지도가 낮았던 수산물을 재조명하고 새로운 품목 및 요리법을 발굴함으로써 수산물 소비를 활성화하고, 더 나아가 지역 관광과 산업으로까지 활성화되는 파급효과도 기대하고 있다.

피쉬-1 그랑프리는 2013년에 처음으로 개최된 이후 2022년 8회째를 맞고 있으며, 특히 이번 행사는 2022년에 새롭게 시작된 생선의 날 행사와 연계하여 개최되었다. 피쉬-1 그랑프리의 대표적인 행사는 수산물을 편리하게 섭취할 수 있는 가공품류를 제조·평가하는 수산가공품 콘테스트와 전국어업연합의 프라이드피쉬¹⁹⁾와 연계하여 수산물 조리법을 바탕으로 경연하는 프라이드피쉬 요리대회이다. 해당 경연은 사전에 지정된 수산 분야 전문 심사위원과 현장에 참석한 참석자들이 직접 투표하여 수상자를 결정한다.

19) 프라이드피쉬(ブライドフィッシュ)는 “어부가 선택한 맛있는 생선”이라는 모토를 바탕으로, 일본 각 지방의 제철 수산물을 소개함으로써 다양한 수산물을 대중에게 알리기 위한 취지로 시작한 행사임.

〈그림 4-4〉 2022년 피쉬-1 그랑프리 우승작



2022년 프라이드 피쉬 요리대회 우승작
(JF야마가타현 천연 프라이드 초밥)



2022년 수산물가공품 콘테스트 우승작
(JF치바현 도미 덮밥)



2022년 프라이드 피쉬 요리대회 수상자



2022년 수산물가공품 콘테스트 수상자

자료: 제 8회 피쉬-1 그랑프리 이벤트 리포트(검색일 : 2023.5.13.)

어식보급 세미나 개최는 어식보급을 총괄하는 학교급식 관계자, 영양사, 영양학 전공 학생들을 대상으로 어식보급을 위한 세미나를 진행하는 사업이다. 해당 세미나의 커리큘럼에는 지속가능성, 환경, 지역 소비 등을 의무 분야로 포함하고 있으며, 실용적인 요리 실습, 생선의 영양소 및 안전성 등을 교육하여 어식보급으로 이어지기 위한 교육을 수행하고 있다.

〈표 4-12〉 2022년 어식보급 세미나 개최 현황

세미나명	주최	참가자	주요 내용
교육자 온라인 프로그램	일본수산회	초등교육, 보육 관계자	해양산성화와 어식
도쿄만 대감사제	도쿄만 대감사제 실행위원회	환경, 식육 교육담당자	도쿄만 지산지소(地産地消) ¹⁾
대학생 생선 요리 교실	세츠난대학교, 소아이 대학교	영양학 전공 대학생	방어 및 삼치를 이용한 요리
오사카 일본수산학회	오사카시	외식산업 종사자	초등학생에 대한 정보 발신 방법

주 : 1) 지역에서 생산한 먹거리를 지역에서 소비하는 운동으로, 우리나라 지역먹거리운동과 비슷한 성격을 띠며
 자료: 레이와 4년도(2022년) 어식보급추진사업 대차상황, 국산수산물유통촉진센터, p. 9.

소매 외식사업자용 연수회 개최는 소매사업자 및 외식사업자, 유통사업자를 대상으로 국산 수산물과 관련된 다양한 지식을 공유·전파하는 자리로 진행된다. 주요 참가자는 어업인, 유통사업자, 호텔이나 음식점 등 외식사업 종사자들이며 지역의 성격 및 참가자의 요청에 맞게 어식 보급에 필요한 프로그램을 구성하고 있다.

〈표 4-13〉 2022년 소매·외식사업자용 연수회 개최 현황

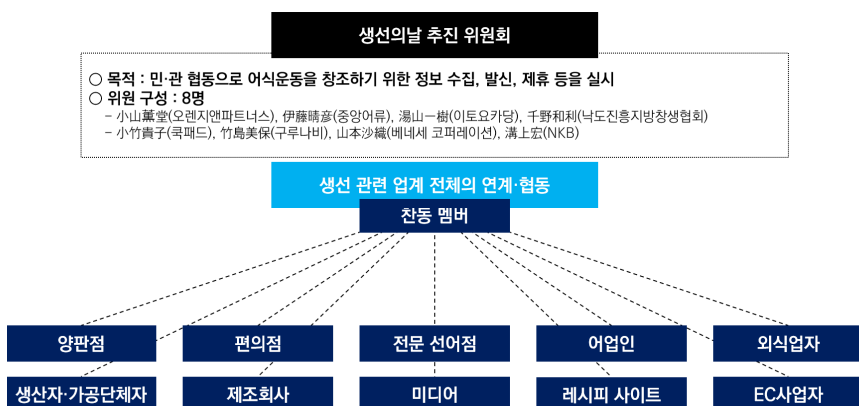
세미나명	위치	참가자	주요 내용
수산업을 건강하게! 수산 여성 세미나 2022	도쿄	유통사업자, 어업인, 식육 지도자 등	수산청이 공인한 “수산 여성”이 강사가 되어 ① 지속가능한 어업, ② 전통어식문화, ③ 어린이 어식보급 식단에 대한 여성의 시각 등을 강의
오사카의 생선과 국물의 문화를 알아보자	오사카	소매, 외식, 유통사업자, 호텔업체 등	일식문화의 기본인 ‘국물’과 ‘어정(魚庭)’을 바탕으로 오사카 지역의 수산물을 제공할 수 있는 정보 제공
오사카 일본수산학회	오사카	외식산업 종사자	수산물, 지속가능한 수산물 판매와 지구환경
생선 문화제	요코하마	외식산업 종사자·일반인	바다를 즐기는 방법
Fish-1 그랑프리	도쿄	외식산업 종사자·일반인	생선의 날에는 바다를 즐기자!

자료: 레이와 4년도(2022년) 어식보급추진사업 대차상황, 국산수산물유통촉진센터, p. 8.

(4) 생선의 날 행사²⁰⁾

일본 생선의 날(さかなの日)은 일본 수산청에서 주관하는 행사로, 최근 지속적으로 감소하고 있는 일본 소비자의 수산물 구매 및 소비를 장려하기 위해 마련되었다. 생선의 날은 과거 일본에서 시행된 여러 수산물 소비 활성화 정책과 다른 방향성을 갖고 있다. 기존의 정책이 수산물에 대한 접근성 강화와 수산물 섭취를 통한 단백질 섭취, 건강관리 등을 강조하였다면, 생선의 날은 지속가능한 발전 목표(SDG)를 바탕으로 수산자원이 갖는 지속가능성을 강조한다는 점에서 차이점을 갖는다.

〈그림 4-5〉 생선의 날 추진위원회 운영 현황



자료: 생선의 날 제정에 대하여, 일본 수산청, p. 7.

생선의 날 행사를 기획하기 위해 2017년부터 총 4차례의 검토회가 있었다. 해당 검토회는 일본 소비자의 수산물 소비 행동 변화를 파악하고 이러한 현상에 대응하기 위한 방법을 논의하기 위해 생선과 관련된 업계 및 정부가 합동으로 추진위원회를 개설하였다. 먼저 해당 검토회에서 지적인 일

20) 해당 목적지는 일본 수산청의 『생선의 날(さかなの日)』 홈페이지 및 『새로운 생활양식에 대응한 수산물 소비 확대 방안』의 내용을 발췌하여 작성함.

본 소비자의 수산물 소비 행태는 크게 3가지로 정리될 수 있다. 첫째, 현재 수산물 및 어식은 현대 사회경제적 트렌드를 반영하지 못하고 있다. 수산물에 대한 기본적인 인식은 “건강에 좋은 맛있는 음식”이라고 조사되나, 여성의 취업률 상승 및 전업주부 비율의 감소로 인해 상대적으로 편리한 조리법을 적용할 수 있는 육류 소비가 선호되고 있다. 둘째, 코로나바이러스에 따른 외식 수요의 감소로 가정에서도 음식점과 비슷한 수준으로 근사하게 차려서 먹을 수 있는 중식(中食)의 비중이 증가하고 있다. 셋째, 국제적인 수산물 수요 증가로 수산물 가격이 증가하면서, 수산물의 건강 지향성의 소구점을 중심으로 나타나는 소비 확대 효과가 약해지고 있다.

검토회에서 논의된 생활양식의 변화를 바탕으로 수산청은 향후 수산물 소비 촉진을 위한 전략 방향을 두 가지로 설정하였다. 첫째는 소비자의 지향에 맞춘 상품 개발이다. 먼저 소비자의 간편식 지향 현상에 대처하기 위해 기존에 진행 중인 패스트피쉬 사업을 계속하여 프리미엄 밀키트, 태블릿 육수 등 다양한 상품 개발을 적극적으로 장려한다. 또한 최근 논의되고 있는 동물복지, 윤리적 소비 등에 대응하기 위해 수산 에코라벨을 통해 지속가능한 어업을 국가 차원에서 인증하고, 양식 수산물에 대한 생산·유통·판매 등 각 단계의 투명한 정보 공개를 통해 공급망 신뢰성을 확보한다. 둘째는 소비자의 수요를 높이기 위한 대처로, 수산물 섭취의 습관화 및 생산자 중심의 정보 제공 등을 주요 목적으로 한다. 먼저 기존에 진행하고 있는 프라이드피쉬와 연계하여 제철마다 먹을 수 있는 생선을 홍보하고, 수산 가공·유통구조 개선 촉진 사업과 학교 급식에 사용될 수 있는 식품 및 가공기기 도입을 지원하는 방향으로 설정하였다.

수산청은 검토회에서 논의된 소비 경향과 전략 방향을 바탕으로 전국적인 수산물 소비 확대 운동을 시행하기 위해 「생선의 날 추진위원회」를 발족하였다. 이 추진위원회는 크게 3가지의 중점적인 목표를 갖고 시행한다. 첫째, 전국적인 운동 전개, 둘째, 수산물의 부정적인 요소 제거, 셋째, 일식

문화 보호·계승을 통한 소비 선순환 형성이다. 특히 이전까지 시행되지 않았던 전국적인 운동 전개는 일부 기업이나 산업의 한 영역에서 주도하는 것이 아닌 수산업과 연관된 모든 주체가 참여하는 방향으로 진행되는 것이다. 수산업 분야에서 전파력을 갖는 모든 주체가 연계함으로써 젊은 소비자를 규합하는 방식으로 진행하였다. 생선의 날은 수산물 소비를 장려하기 위해 수산물이 갖는 풍부한 영양소를 중심으로 자원관리를 통해 지속가능하게 이용할 수 있는 자원이라는 점을 강조하며, 매월 3~7일 수산물의 소비 확대를 위한 주간으로 지정하였다. 현재 생선의 날과 관련된 찬동 멤버를 모집하고 있으며, 6월 30일 기준 총 753개의 수산업 관련 찬동 멤버가 모집되었다. 찬동 멤버의 주요 역할은 수산물 소비 활성화를 위한 메시지를 다양한 방식으로 전달하는 것이다.

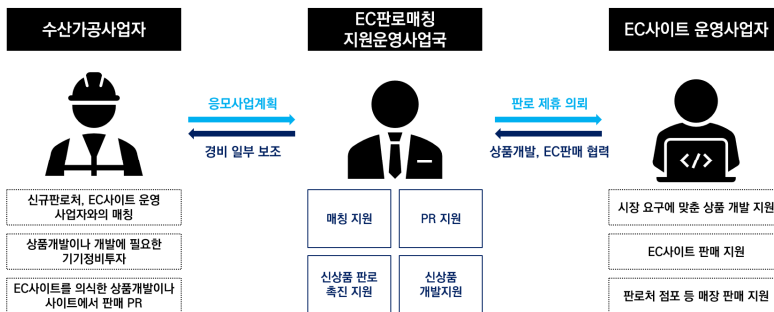
(5) 동일본 대지진 이후 수산업 부흥 사업

2011년 발생한 동일본 대지진으로 인해 이와테현(岩手県), 미야기현(宮城県) 등 일본 내 주요 어항과 양식장이 파괴되면서, 일본 내에서는 일부 품목의 수급 불균형이 존재하였다. 이에 따라 일본 수산업에서는 빠른 시일 안에 생산량을 회복하는 것이 중요했고, 이러한 목적으로 동일본 지역의 수산업 인프라의 복구·정비 사업 등을 수행했다. 해당 사업은 어항 정비 및 양식장 복구와 같은 생산 측면의 사업과 함께 지진으로 인해 타격을 입은 동일본산 수산물의 이미지를 회복하는 사업으로 구성되어 있는데, 이중 소비 측면의 사업을 살펴보면 아래와 같다.

전자상거래 판로 매칭 지원 사업은 일본 재해 지역의 수산업 회복을 위해 해당 지역 수산물의 온라인 쇼핑물 및 전자상거래 사이트로의 판로 확대를 지원하는 사업이다. 해당 사업은 전자상거래의 성격에 맞는 상품 개발 및 개발에 필요한 경비를 일부 보조하는 사업으로 구성되어 있다. 주요 지원분

야는 전자상거래 판로처 확보에 필요한 인건비, 임금, 여비 등이며, 기업 1개당 전체 사업비의 2/3 이내에서 최대 600만 엔까지 지원할 수 있다. 해당 사업에는 현재 아오모리현(青森県), 치바현(千葉県) 등 5개 현의 19개 수산가공업체가 참여하여 전자상거래 유통에 적합한 상품을 개발하고 있다.

〈그림 4-6〉 전자상거래 판로 매칭 지원 사업 운영 절차



자료: 전자상거래 판로매칭 지원 사업 공모요령(검색일: 2023.8.11.)

〈그림 4-7〉 전자상거래 판로 매칭 지원 사업 상품 개발 현황

치바현 초밥용 도미회	아오모리현 고등어 된장 조림
이와테현 굴 병조림	이와테현 버터구이용 전복

자료: 앤드피쉬 상품소개 사이트(검색일: 2023.8.11.)

2. EU 수산식품 소비 활성화

1) 정책 시행 배경

2022년 발간된 「유럽연합 수산물 시장」에 따르면, 2020년 유럽의 평균 1인당 수산물 소비량은 23.3kg으로 나타났다. 통계조사가 시작된 2014년에는 25.5kg을 기록했는데, 그 이후부터 수산물 소비량은 지속적으로 감소하고 있다. 보고서에 따르면, 유럽인들의 수산물 소비 감소 원인은 수산물 어획 및 양식량의 감소와 코로나바이러스가 미친 수산물 공급망의 문제, 수산물 생산·가공 활동 위축으로 인한 것으로 지적하고 있다. 특히 유럽은 홍합, 청어, 고등어 등 일부 품목을 제외하면 자급률이 30% 수준을 기록하고 있으며, 수산물 공급에서 수입의 비중이 크기 때문에 코로나바이러스로 인한 공급망 교란은 수산물 수급에서 큰 영향을 미쳤을 것으로 분석된다.²¹⁾ 국가별로 살펴보면 해양과 인접한 포르투갈, 스페인, 덴마크 등이 1인당 섭취량이 많은 반면, 유럽 내륙에 위치한 불가리아, 헝가리, 체코 등은 적은 섭취량을 보이고 있다.

〈표 4-14〉 EU 1인당 국가별 수산물 소비량 현황

단위: kg					
구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
EU 평균 소비량	24.3	24.3	24.4	24.0	23.3
포르투갈	57.0	56.8	60.9	59.9	57.7
스페인	45.7	45.6	46.0	46.0	44.2
덴마크	24.7	27.0	39.8	42.6	35.2
프랑스	31.1	33.7	33.5	33.3	32.6
룩셈부르크	36.9	33.7	33.8	32.8	32.1

자료: The EU Fish Market: 2022 Edition, EUMOFA, pp. 37-38.(검색일:2023.7.17.)

21) EUMOFA(2022), p. 37

유럽인의 주요 섭취 수산물을 품목별로 살펴보면 참치와 연어, 대구 등이 상위권을 차지하고 있다. 상위권에 속한 품목 중 연어와 새우를 제외하면 어획으로 생산되는 비중이 매우 높으며, 수산물 자급률 또한 낮은 편에 속한다.

〈표 4-15〉 EU 1인당 품목별 수산물 소비량 현황

단위: kg

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
EU 평균 소비량	24.3	24.3	24.4	24.0	23.3
참치	2.8	3.1	3.1	3.1	3.1
연어	2.2	2.2	2.2	2.4	2.4
대구	2.3	2.3	2.1	2.1	1.7
명태	1.6	1.6	1.7	1.7	1.7
새우	1.6	1.5	1.6	1.5	1.5

자료: The EU Fish Market: 2022 Edition, EUMOFA, p. 39.(검색일:2023.7.17.)

EU에서 수산식품 소비 활성화 정책이 시행된 배경은 2013년 유럽에서 시행된 공동어업정책(Common Fisheries Policy)의 개정에 있다.²²⁾ 공동어업정책은 EU 회원국이 공통으로 사용할 수 있는 수역 내에서 어민들의 공평한 조업 기회를 부여함으로써 수산자원의 남획을 방지하고 효과적으로 관리하기 위해 1970년에 출범한 EU 공동 협정이다.²³⁾ 공동어업정책은 자원의 효과적인 관리 및 수산업 경쟁력 강화를 위해 최고물량(MSY)의 설정, 수산물의 양륙 의무 도입, 선박별 최대 어획량 설정 등을 도입했으나, 지중해의 88%와 대서양의 39%의 어종이 남획 위험에 놓여 있다고 발표되었다.²⁴⁾ 수산자원이 이렇듯 고갈 위험에 놓이자 2013년 유럽집행위원회(EC)는 엄격한 자원관리를 위해 추적가능성 강화, IUU 어업 퇴치 등 지속가능성 강화에 방점을 두고 공동어업정책을 강화하였다.

22) EUMOFA(2017), p. 2.

23) EU Monitor(검색일: 2023.9.27.)

24) EU Monitor(검색일: 2023.9.27.)

2) 정책 현황

(1) EU 수산물 소비 활성화 정책 개황²⁵⁾

EU에서의 수산물 소비 촉진 정책은 2가지의 기조로 형성되었다. 첫째는 수산자원의 지속가능성을 강조하는 것이다. 수산자원은 인류와 불가분(inseparable)의 관계에 있으므로 지속가능한 수산자원 이용을 위해 수산물 유통 및 소비 전체 경로에서 지속가능한 수산물 이용에 방점을 맞춰 소비 촉진을 장려하고 있다. 이러한 기조는 주로 어획 수산물에 적용되며 생산자와 소비자 양쪽 측면에서 수산물의 지속가능한 소비를 강조한다. 둘째는 양식 수산물에 대한 경쟁력을 강화하는 것이다. 해당 기조는 주로 양식 수산업과 생산 분야에 적용된다. 양식 수산물의 경쟁력 강화를 통해 생산량 증가를 촉진하고, 생산자는 양식 수산물을 적극적으로 구매·유통함으로써 EU 내 양식 수산물 공급을 늘리는 것이 캠페인의 목적이라고 할 수 있다.

이러한 배경을 바탕으로, EU는 수산물 소비 촉진을 위한 다양한 정책 및 캠페인을 시행하였다. EU의 수산물 소비 촉진은 주로 국가 또는 지역 단위로 시행되고 있으며, 소비 촉진 관련 연구사업은 유럽공동체 단위로 시행되고 있다. 수산물 소비 촉진 사업은 2007년에서 2015년까지 오스트리아와 룩셈부르크를 제외한 26개 국가에서 총 685개의 캠페인이 시행되었다. 캠페인을 가장 많이 시행한 국가는 455개를 주최한 스페인으로 전체 캠페인의 66%를 차지하고 있다. 스페인에 이어 캠페인을 많이 시행한 국가는 프랑스(99개), 포르투갈과 이탈리아(17개) 순으로 나타났으며, 전체 캠페인 중 602개가 남유럽에서 개최되었다. 정책의 목적은 EU 소비자의 수산물 소비 촉진 및 수산물 이미지 개선, 수산물의 지속가능성 홍보 등이며 EU의 수산업 특징에 따라 캠페인 개최 횟수 및 주제 등에서 차이를 나타내고 있다.

25) 해당 목적은 유럽수산물시장관측소(EUMOFA)에서 유럽 수산물 소비 캠페인을 취합한 『ANNEX 3: Mapping of National Campaigns』의 내용을 발췌하여 작성함.

먼저 남유럽과 북유럽의 소비 촉진 캠페인은 수산물 소비 촉진 및 지역 수산물 이용 홍보에 초점을 맞추고 있다. 지역에서 생산된 수산물을 소비함으로써 어민들의 소득 증대 및 지역경제 활성화를 촉진하는 것이다. 동유럽과 중유럽은 강을 따라 형성된 민물고기 양식장을 바탕으로 수산물의 이미지 개선 및 양식 수산물의 소비 촉진을 강조하고 있다. 마지막으로 서유럽은 수산물 수요를 촉진하기 위한 사업을 시행하는 한편, 영·유아 및 청소년을 대상으로 하는 수산물 교육 활동을 강조하고 있다.

〈표 4-16〉 유럽 수산물 소비 촉진 정책 목적 및 권역별 개최 현황

정책·캠페인 목적	남유럽 ¹⁾	동유럽 ²⁾	북유럽 ³⁾	서유럽 ⁴⁾	중유럽 ⁵⁾
수산물 소비 촉진	○	○	○	○	○
수산물 이미지 개선	-	○	○	○	○
지속가능한 수산물 홍보	○	○	○	○	-
지역 수산물 이용 홍보	○	○	○	○	○
미이용 수산물 상업성 강화	○	-	○	-	-
수산물의 건강·영양학적 인식 강화	○	○	○	○	○

주 : 1) 포르투갈, 스페인, 프랑스, 이탈리아, 크로아티아, 그리스, 사이프러스, 몰타

2) 리투아니아, 라트비아, 에스토니아, 루마니아, 불가리아, 폴란드

3) 덴마크, 스웨덴, 핀란드

4) 아일랜드, 영국, 네덜란드, 벨기에, 룩셈부르크, 독일

5) 오스트리아, 체코, 슬로바키아, 슬로베니아, 헝가리

자료: ANNEX 3: Mapping EU seafood consumption campaign, EUMOFA, p. 6.

〈표 4-17〉 권역별 수산물 소비 촉진 중점 목표 및 주요 품목

권역	중점 목표	주요 품목
남유럽	지역 생산물 소비 촉진	참치, 대구, 멸치, 정어리 등
동유럽	수산물 이미지 개선 및 양식 수산물 소비 촉진	연어, 장어, 메기 등
북유럽	지역 생산물 소비 촉진	바닷가재, 청어, 굴 등
서유럽	영·유아 및 청소년 대상 수산물 교육 활동	홍합, 대구 등
중유럽	수산물 이미지 개선 및 양식 수산물 소비 촉진	잉어, 조개, 게 등

주 : 권역 구분은 〈표 4-16〉을 참조

자료: ANNEX 3: Mapping EU seafood consumption campaign, EUMOFA, pp. 9-10, 22-23, 33, 38.

(2) SUCCESS 프로젝트

EU SUCCESS(정식명칭: Strategic Use of Competitiveness toward Consolidating the Economic Sustainability of European Seafood Sector) 프로젝트는 EU 국가의 수산업 경쟁력 강화 및 수산물 소비 활성화를 위한 연구 이니셔티브이다. 해당 프로젝트는 프랑스, 스페인, 그리스 등 11개 국가 24개의 단체가 협업하여 진행하며 각 분야의 전문성을 가진 단체가 주제를 맡아 연구를 진행하는 방식으로 진행되었다. SUCCESS 프로젝트는 2015년부터 2018년까지 3년간 진행되었으며, 총 5개의 업무 목표(Work Package)를 중심으로 진행되었다.

〈표 4-18〉 EU SUCCESS 프로젝트 연구 주제

연구 주제명	주요 연구 내용	주요 담당기관
WP1. Global drivers	유럽 지역의 수산업 현황 조사	LEI-DLO(네덜란드)
WP2. Consumer preferences	유럽 소비자의 수산물 소비 현황	Thunen-Institut(독일)
WP3. Fishery and aquaculture primary industry	주요 양식국가의 생산 및 규제 현황	Ifremer(프랑스)
WP4. Trade value-chain	주요 소비 품목의 가치사슬 현황	칸타브리아대학교(스페인)
WP5. Economic viability and future outlook	수산물 생산·소비의 경제학적 분석	아이슬란드대학교 (아이슬란드)

자료: EU SUCCESS Consortium Overview, p. 4.(검색일: 2023.4.10)

SUCCESS 연구 프로젝트는 주요 연구분야에 따라 생산, 소비, 교역 등으로 구분할 수 있으며, 2번째 연구 분야인 『Consumer preferences』에서는 유럽 소비자의 수산물에 대한 인식과 소비행태를 분석하여 정책적 함의를 도출하는 것을 주요 목적으로 하고 있다. 주요 연구 주제는 유럽 소비자의 수산물 소비 동향 및 구매 요인, 지속가능성 수산물에 대한 소비자 선호도, EU 수산물에 대한 사회적 인식 및 제고 방향 등이 있다.

〈표 4-19〉 EU SUCCESS 소비자 부문 연구 주제

연구 주제명
유럽 소비자의 수산물 구매 요인 분석
유럽 수산물의 사회적 인식 분석 및 제고 방향
유럽 소비자의 인식·선호도에 따른 지불의사 분석
유럽 소비자의 지속가능한 수산물 선호도 분석
전자상거래 활성화를 위한 유럽 소비자의 수산물 정보 및 라벨링에 대한 인식

자료: EU SUCCESS Consortium Overview. pp. 7-8.(검색일: 2023.4.10.)

소비자 부문을 연구하는 방법 및 함의는 다음과 같다. 먼저 유럽 소비자의 수산물 구매 요인 분석은 각 국가 및 품목에 대한 소비함수를 상정하고, 각 변수의 영향 및 탄력성을 분석하는 방식으로 진행되었다. 주요 연구 국가는 유럽 국가를 포함하여 식품수급표를 제공하는 20개의 국가이며, 대구·연어·홍합·가자미 등 8개 품목을 대상으로 연구를 진행하였다. 분석 결과 변수로 설정된 인구, 소득, 소비자 지수 중에서 인구와 소득은 수산물 소비에 긍정적인 영향을 끼치는 것으로 나타났다.

이러한 연구 결과를 종합하여 SUCCESS 프로젝트 연구진은 수산물 소비 활성화를 위한 정책적 제언을 다음과 같이 도출하였다. 첫째, 소비자가 원하는 수산물 정보가 제공되어야 한다. 설문조사에 따르면 소비자들은 자신들의 기호에 맞으며 지속가능성을 준수하는 수산물을 선호한다. 그러나 어업이나 양식, 지속가능성에 대한 정보 부족은 소비자의 접근성을 낮추게 된다. 따라서 생산업자와 가공업자가 소비자에 레이블과 같은 방법으로 적극적으로 정보를 알릴 필요성이 있다고 제언하고 있다. 또한 현대 소비자들끼리 겪는 정보의 과다 문제를 해소하기 위해 무엇보다도 소비자가 원하는 핵심 정보를 전달해야 하며 이를 위해 소비자와의 소통 통로를 열어두는 것이 필요하다고 지적하고 있다.

둘째, 지역의 수산업과 단체를 지원해야 한다. 연구에 따르면 유럽 소비

자들은 수산식품과 함께 지역의 사회적 생태계까지 함께 고려하는 소비를 지향하는 것으로 나타났다. 다시 말해 자신의 지역과 가까운 곳에서 생산된 수산물을 소비하는 것은 신선도가 높은 수산물을 접할 수 있으며, 자신이 거주하는 지역 어업인의 소득을 높일 수 있으니 개인과 지역사회를 동시에 만족시키는 소비를 할 수 있다는 것이다. 또한 지역 어민을 중심으로 형성된 단체는 어업인과 소비자를 연결하는 역할을 담당하여 소비자의 수산물 공급과 교육을 담당할 수 있다. 더 나아가 이러한 단체는 수산물의 학교 급식과 같은 공공 조달 등을 담당하여 어업인의 소득을 확보하고 지역 커뮤니티를 활성화하는 방향으로 운영될 필요성이 있다. 정부의 역할과 지원 방향 또한 이러한 지역 생태계를 구축하는 차원에서 운영되어야 한다.

마지막으로, 인터넷을 활용한 투명하고 공개된 정보 제공이 이루어져야 한다. 인터넷, 온라인을 활용하면 불특정 다수에게 정보를 전달할 수 있으며 소비자와의 상호작용이 가능하다는 점에서 우수한 홍보매체라 할 수 있다. 또한 온라인을 통해 수산물의 정보를 관리하면 생산부터 소비까지의 이동경로를 파악할 수 있으며, 철저한 운송관리와 시스템을 통해 소비자의 신뢰를 확보할 수 있다. 특히 이러한 투명성과 추적가능성은 젊은 세대를 중심으로 선호하는 경향이 뚜렷하므로 미래 소비자를 유지·확장하는데 반드시 필요하다고 제언하고 있다.

(3) Taste the Ocean²⁶⁾

Taste the Ocean 캠페인은 2021년부터 시작된 캠페인으로, 유럽공동체와 유명 요리사가 협업하여 진행하는 수산물 조리법 소개·공유 프로그램이다. Taste the Ocean 캠페인은 유럽이 지속가능한 어업 및 양식업을 통해 수산자원을 보호한다는 측면과 환경과 후손을 생각하는 소비로서의 수산물

26) 해당 목적은 유럽연합의 캠페인 소개 사이트 "Taste The Ocean"의 내용을 발췌하여 작성함

을 강조하며 수산물 소비를 권장하고 있다. 또한 홈페이지에는 소개된 수산물의 관심을 높이기 위해 이에 대한 부가적인 정보를 함께 제공하고 있다.

해당 캠페인은 2년간 진행되었으며, 각 년당 9개씩 총 18개의 조리법이 공개되었다. 해당 조리법은 요리사의 출신 지역과 주변의 자원 현황, 조리의 편리성 등을 종합적으로 고려하여 개발되었으며, 각 지역에서 강점을 갖는 양식 품목 또한 주요 재료로 선정되었다.

〈그림 4-8〉 2022년 Taste the Ocean 요리법 소개 현황



홍합과 샤프란을 이용한 리조또(불가리아)



가자미를 이용한 덮밥(스웨덴)



대구 스테이크(체코)



청어구이(아일랜드)

자료: Taste the Ocean: The Recipes(검색일: 2023.7.12.)

(4) Mr.Goodfish Project²⁷⁾

FAO에 따르면 해양 생물의 34.2%가 남획 등으로 인해 과도하게 이용되고 있으며(unsustainable exploited) 59.6%는 생산과 소비가 일치하는 수준으로 이용(fully exploited)되고 있다고 한다. 해양자원을 현재와 같은 수준으로 이용하게 되면 어족자원의 고갈 문제가 심각하게 대두되어 수산업 전체가 침체되는 문제가 발생할 수 있다. Mr. Goodfish Project는 “올바른 생선을 고르는 것이 바다와 여러분께 좋습니다(Choosing the right fish is good for the sea and good for you)”라는 구호를 바탕으로 지속가능하고 책임 있는 윤리 소비를 통해 바다의 어족자원을 지키는 캠페인이다. 해당 캠페인에 참여하는 업체는 상품에 라벨을 부착하는 것이 가능하며, 업체를 통해 수산물을 납품받는 음식점은 로고 전시 등을 통해 지속가능한 수산물 이용에 동참하고 있음을 확인할 수 있다. 현재 Ifremer 및 Nausicaa 등 연구기관 및 수족관이 본 캠페인의 주요 멤버로 활동하고 있으며 수산물 가공업자, 도매인, 레스토랑 등 다양한 가치사슬 참여자들이 구성원으로 가입되어 있다.

〈그림 4-9〉 Mr.Goodfish 라벨 및 활용 현황



자료: Mr.Goodfish 홈페이지 및 Monacolife(검색일: 2023.7.10)

27) 해당 목적은 Mr.Goodfish의 캠페인 소개 사이트 “Avec Mr.Goodfish”의 내용을 발췌하여 작성함.

Mr. Goodfish project는 Goodfish eligibility criteria를 바탕으로 특정 수산물의 섭취 권고 여부를 판단하며, 이를 판단하는 기준은 크게 어획과 양식으로 구분된다. 어획으로 생산되는 자연산 수산물은 크기(Size), 계절(Season), 종의 특성(Species status)을 기준으로 섭취 권고 여부를 판단한다. 먼저 크기는 우리나라의 어획금지체장과 비슷한 개념으로 어종의 어획이 금지되는 법적인 크기 기준을 말한다. 계절은 어종의 번식기를 과학적으로 추정함으로써 해당 기간에는 어획을 금지하는 것을 말한다. 마지막으로 종의 특성은 국제해양탐사위원회(ICES)에서 매년 발간하는 어종량의 추이를 바탕으로 감소한 품목을 지정하는 것으로, 해당 어종에 대한 어획을 금지할 것을 권고하고 있다. 위 3가지 기준을 모두 충족하는 어종은 섭취가 권고되는 것으로 판단되어 Mr.Goodfish 리스트에 등재된다.

양식산 수산물에 대한 섭취 권고 기준은 먹이(Feed), 사료 공급(Farming practices), 환경영향(Environmental impact)을 기준으로 구분된다. 먼저 먹이는 양식 어종의 먹이가 되는 어분의 생산 방식으로 판단하며, 어분에 사용되는 생선이 지속가능한 어업으로 생산되었는지를 판단한다. 또한 사료를 생산할 때 곤충이나 해조류를 사용하는 것이 권장된다. 사료 공급은 양식 어종의 건강과 복지를 고려하여 공급이 이루어지는가를 판단하며, 항생제를 과도하게 사용하거나 지나치게 밀식(密植)하는 경우 Mr.Goodfish 리스트에 등재될 수 없다. 환경영향은 양식장의 환경적인 요인을 판단하여 양식장의 환경이 주변 해양환경을 악화시켜서는 안 되며, 환경 변화가 예상되는 경우 이를 정화할 수 있는 시설 등이 설치되어 있어야 한다. 결론적으로 양식장 공급망 전반에서 환경적인 위해요소가 제거되는 어종만 Mr.Goodfish 리스트에 등재되어 섭취 권고 어종으로 분류되어 라벨이 사용될 수 있다.

Mr.Goodfish 리스트는 어종의 번식기와 자원 현황을 근거로 계절에 따라 업데이트되는 것으로 확인된다. 2023년 여름 기준에 적용되는 어종은 총 72종으로, 어류를 포함한 해조류, 갑각류, 연체동물 또한 포함된다. 해당 어종에 대한 정보는 사이트에서 확인할 수 있으며, 해당 어종을 바탕으로 요리할 수 있는 조리법 또한 조회할 수 있다.

〈그림 4-10〉 Mr.Goodfish's Selection 선정 현황(일부)



자료: Mr.Goodfish 홈페이지(검색일: 2023.7.15.)

3. 미국 수산식품 소비 활성화

1) 정책 시행 배경

2022년 미국 국립수산연구소(National Fisheries Institute)의 자료에 따르면, 2020년 미국 소비자의 1인당 수산물 소비량은 2019년에 비해 약간 감소했는데 이는 코로나19 유행으로부터 기인한 것으로 분석하고 있다. 현재 미국에서는 수산물 소비에서 전반적인 감소세가 나타났으나, 그럼에도 불구하고 2020년에 특정 수산물들은 더욱 인기를 끌었다고 소개하고 있다.²⁸⁾

28) Aboutseafood 홈페이지(검색일: 2023.10.4.)

유엔식량농업기구(FAO)의 통계에 따른 2020년 미국의 연간 1인당 수산물 소비량은 22.8kg으로 집계하고 있다. 종류별로 살펴보면 어류는 13.0kg으로 전체 소비량의 57%를 차지하고 있으며, 갑각류(6.2kg)와 연체동물(3.1kg)이 뒤를 잇고 있다. 어종별 섭취량 통계는 미국의 국립수산물 연구소 자료에서 확인할 수 있는데, 미국인의 주요 소비 어종은 새우, 연어, 참치(통조림) 순으로 나타났다.

〈표 4-20〉 미국 종류별 수산물 소비 현황

단위: 천 톤, kg

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
소비량 합계(천 톤)	7,095.4	7,283.3	7,456.0	7,544.3	7,544.3
어류	4,096.1	4,023.9	4,006.1	4,071.0	4,303.3
갑각류	1,916.8	1,972.6	2,090.6	2,198.7	2,046.6
연체동물	942.0	978.5	967.4	975.1	1,017.3
두족류	79.2	103.6	205.6	199.4	167.7
기타 수산동물	16.0	16.9	13.6	11.7	9.4
1인당 소비량(kg)	22.0	22.4	22.8	22.9	22.8
어류	12.8	12.5	12.3	12.4	13.1
갑각류	6.0	6.1	6.4	6.7	6.2
연체동물	2.9	3.0	3.0	3.0	3.1
두족류	0.3	0.3	0.6	0.6	0.5
기타 수산동물	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0

자료: FAOSTAT-FOOD BALANCES(검색일: 2023.3.27.)

2) 정책 현황

(1) Eat Seafood America!²⁹⁾

미국에서는 주요 단백질 공급원으로서 소고기와 닭고기 등 육류의 섭취

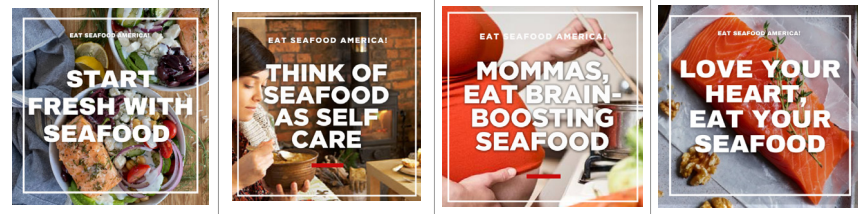
29) 해당 목적은 수산물영양연합(The Seafood Nutrition Partnership)의 사이트 "Eat Seafood America!"의 내용을 발췌하여 작성함.

량이 수산물에 비해 많았으나, 코로나바이러스로 인한 육가공공장 폐쇄, 유통채널 중단 등 육류 공급사슬에서 문제가 발생하였다. 이로 인해 육류의 수급 불균형과 가격 상승이 생기면서 일부 미국인들은 단백질 공급원으로 육류를 수산물로 대체하는 움직임이 조금씩 나타났다. 이에 수산식품영양연합(The Seafood Nutrition Partnership)은 “미국인의 수산물 소비를 높이고 미국 수산식품 경제를 회복한다”는 구호를 걸고 Eat Seafood America 캠페인을 시작하였다. 해당 캠페인은 미국 해양대기청 수산국(NOAA Fisheries)을 비롯한 40개의 기관이 참여하고 있으며, 해시태그 운동 및 소비자 대상 수산물 소비 활성화 캠페인 등을 진행하였다.

Eat Seafood America! 캠페인은 분기마다 캠페인의 성격과 계절, 수산물 소비 현황 등을 고려하여 강조하고자 하는 메시지를 선발하고 있다. 코로나바이러스 초창기에는 외식할 기회가 감소하기도 하고 건강 문제를 보다 중점적으로 다루면서 “가족과 함께 식사하기(Stay Strong with Family Meals)”, 수산물로 건강하게 살기(Live Healthier with Seafood) 등을 메시지로 선정하였다. 코로나바이러스의 영향력이 감소하기 시작한 2021년부터는 간편식에 대한 강조(Seafood is Simple), 수산물 외식 장려(Take your Tastebuds on an Adventure), 건강 및 두뇌 발달에 좋은 수산물(Seafood is Brain Food) 등으로 이전과는 메시지 성격이 달라진 것을 확인할 수 있다.

2023년 9월에 게시된 캠페인 발신 달력(Communication Calendar Toolkit for Winter 2023)의 메시지는 2021년 이후와 비슷한 의미를 갖고 있으며 새해를 수산물로 시작하자는 주제의 메시지가 추가되었다.

〈그림 4-11〉 2023년 겨울 Eat Seafood America! 발신 메시지 예시



자료: Eat Seafood America! 홈페이지(검색일: 2023.10.10.)

〈그림 4-12〉 Eat Seafood America! 캠페인 운영 현황



자료: Eat Seafood America! 홈페이지(검색일: 2023.10.10.)

수산식품영양연합은 Eat Seafood America!가 투자 대비 800%의 성과를 달성했다고 자평하고 있다.³⁰⁾ 해당 캠페인이 시작된 이후 4백만 가구에 캠페인 관련 소식이 도달하였고, 해당 캠페인을 접한 사람은 수산물 소비 및 조리 의향이 그렇지 않은 사람에 비해 3배 높은 것으로 조사되었다. 또한 캠페인이 시작된 2021년 미국 1인당 수산물 소비량은 작년보다 7.9% 증가한 수치를 기록했으며 수산물 소비 상위 5개 품목 또한 76%로 작년 수치인 90%보다 감소한 것으로 나타났다. 이는 미국인들의 수산물 소비 패턴이 다

30) 수산식품영양연합의 투자 대비 성과(ROI)는 캠페인을 위해 1달러를 사용했을 때 소비자들이 소매점에서 수산물을 9달러 구매한 것으로 나타나, 800%의 성과를 달성한 것으로 계산하고 있음(자료: Seafood Nutrition Partnership(2022.1.3.))

양화되어 새우, 틸라피아, 참치와 함께 다른 수산물도 함께 섭취하기 시작하면서 수치가 감소한 것으로 해석된다.³¹⁾

(2) Seafood 101

Seafood 101 또한 Eat Seafood America!와 마찬가지로 수산식품영양연합에서 주관하는 캠페인이다. 앞서 언급한 사업과의 차이가 있다면, Eat Seafood America! 캠페인은 주로 수산물 정보 및 소비 독려를 메시지를 발신하여 접근성을 높이는 것이 주요 목적이라면, Seafood 101은 수산식품 구매 시 소비 쿠폰 발행 및 가격 할인과 같은 가격 정책에 초점을 맞추고 있다는 것이다. 또한 Seafood 101은 소비자가 수산물을 편리하게 조리할 수 있는 방법 등도 소개하고 있다.

〈그림 4-13〉 Seafood 101 사이트 운영 현황

	\$3 OFF ANY TWO (2) MOREY'S PRODUCTS https://moreys.com/coupons/ One coupon per purchase only on product(s) indicated. Fine fish and seafood crafted by chefs and located in the freezer section of your grocery store.		ARBY'S HUSHPUPPY BREADED FISH STRIPS – LIMITED TIME OFFER These Hushpuppy Breaded Fish Strips from Arby's are likely to reel you in. And who knows? With enough demand, they might just stick around for the long haul.
	\$1 OFF ANY ONE (1) SEAPAK PRODUCT Click here for coupon. One coupon per consumer. SeaPak Shrimp & Seafood Company is the #1 retail brand in the frozen specialty seafood category. From their most popular Jumbo Butterfly		10% OFF YOUR ORDER WITH PROMO CODE: LITTLE\$F Order online at vitalchoice.com Vital Choice is a trusted source of premium wild-caught fish and seafood from fisheries around the globe.

31) SeafoodSource(2022.1.10.), Americans consumed a record amount of seafood in 2021(검색일: 2023.10.10.)



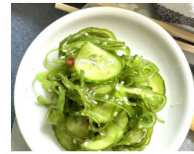
CRISPY ALASKA COD BLT



GRILLED SCALLOP AND WATERMELON KEBABS



SALMON SUSHI CUPS



SEAWEED SALAD



MISO SOUP



MISO-GLAZED BARRAMUNDI



BAKED BARRAMUNDI WITH PESTO



ROCKFISH WITH LENTILS AND PARSNIP PUREE

자료: Seafood 101 홈페이지(검색일: 2023.10.10.)

제2절 국내 수산물 소비 활성화 정책 사례 분석

1. 국내 수산물 소비 활성화 사례

1) 국내 수산물 정책 시행 배경

국내에서 시행된 수산물 소비 활성화 정책은 「수산물 유통의 관리 및 지원에 관한 법률」에 근거하여 시행하고 있다. 국내 수산물 정책이 시행된 배경은 크게 2가지로 정리할 수 있다.³²⁾ 먼저 국민 건강 증진을 위한 새로운 식문화의 제안이 필요해졌다. 우리나라의 식생활이 점점 육식으로 변화해 감에 따라 국민의 건강 상태가 저하되고 전국적으로 성인병, 고혈압 등의 질병이 발병률이 높아지게 되었다. 이렇듯 영양학적인 환경을 개

32) 해양수산부 보도자료(2014.2.25.)(검색일: 2023.9.28.)

선하고 청소년에게 반드시 필요한 식품이라는 이미지 확충을 위해 수산식품 정책의 중요성이 2014년부터 커지기 시작했다.

또한 2010년대에 들어오면서 한국 연안에서 수산물의 안전성을 위협하는 일련의 사건이 발생함에 따라 수산물의 안전성 확보할 필요성이 점차 대두되었다. 먼저 2011년, 일본에서 발생한 동일본 대지진으로 원자력발전소가 폭발하면서 발전소 주변의 대기 및 지하수 등을 통해 방사능이 누출되었다. 발전소 노심의 냉각을 위해 사용된 후 지상에 보관된 오염수는 태풍 등으로 인해 해양으로 유출되었으며 일본 정부에서 이를 공식적으로 인정하였다. 이에 따라 한국은 2013년 9월, 후쿠시마 주변 8개 현의 수산물 수입을 전면 금지했으며 해당 조치는 현재까지 지속되고 있다. 또한 한국 연안 주요 어장 주변의 유류 유출 사고 등으로 수산물의 신뢰가 낮아진 상태라 수산물에 대한 신뢰 회복이 매우 필요한 상황이다.

한국 소비자의 수산물 소비는 꾸준히 증가하고 있으나 위와 같은 위협요인도 함께 있어서 현재 수산물 소비 유지 또는 활성화를 위해서는 지속적인 정책이 필요하게 되었다.

2) 국내 수산식품 소비 활성화 정책 현황

(1) 수산물 소비촉진사업

수산물 소비촉진사업은 「수산물 유통의 관리 및 지원에 관한 법률」에 근거하여 국내 수산물의 소비를 확대하기 위해 해양수산부에서 추진하고 있는 사업이다. 수산물 소비촉진사업은 크게 어식백세 캠페인 추진사업과 수산물 판로확대사업으로 구분되며, 코로나바이러스로 인해 수산물 소비가 위축됐던 2020년에는 온라인 수산대전 개최 사업, 소비쿠폰 사업, 내수면 수산물 소비촉진 사업을 일시적으로 시행하였다. 수산물 소비촉진사업은

해양수산부가 매년 보조사업자를 지정하여 사업을 진행하고 있는데, 어식백세 캠페인은 (사)한국수산회에서, 수산물 판로 확대는 수협중앙회에서 수행하고 있다.

〈표 4-21〉 수산물 소비촉진사업 예산 현황

단위: 백만원

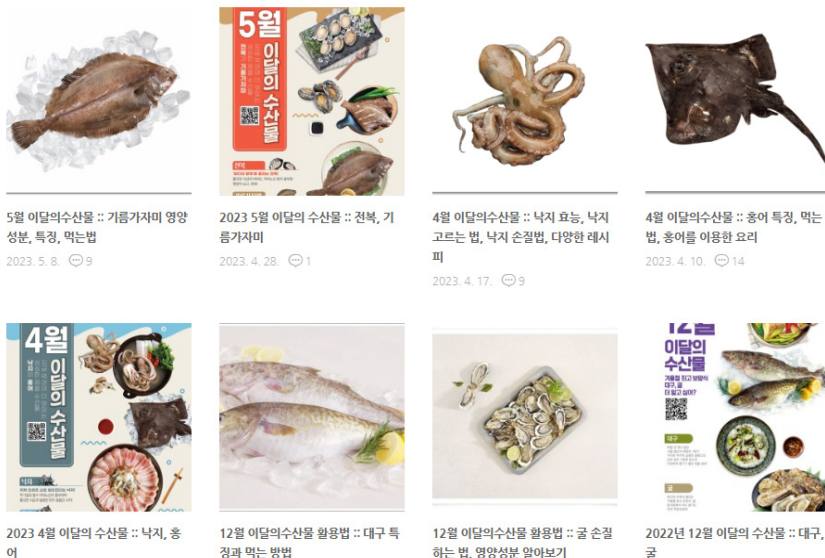
구분	보조사업자	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
어식백세 캠페인	(사)한국수산회	1,225	1,165	1,093	1,093	984
수산물 판로확대	수협중앙회	1,200	450	450	481	433
온라인 수산대전	(사)한국수산회	-	200	-	-	-
수산물 소비쿠폰	(사)한국수산회	-	200	-	-	-
내수면 수산물 소비 촉진	(사)전국내수면 향어양식협회 (사)한국메기 양식중앙연합회	-	80	-	-	-
합 계		2,425	2,095	1,543	1,574	1,417

자료 : 각 연도 수산물 소비촉진사업 보조사업자 선정 공고, 해양수산부

가. 어식백세 캠페인

어식백세 캠페인은 “어식으로 시작하는 건강한 100세 인생”이라는 슬로건을 바탕으로 우리 국민들이 어식과 함께 식사조절을 통해 100세까지 건강을 유지하자는 취지로 2014년부터 시작되었다. 어식백세 캠페인은 어류·해조류를 섭취하는 동물의 평균수명이 길다는 점을 강조하며, EPA, DHA 등 불포화지방산 함유량이 높은 수산물을 섭취함으로써 성인병 예방 등 건강한 식습관을 유지하자는 취지를 갖고 있다. 어식백세 캠페인은 (사)한국수산회가 보조사업자로 운영하고 있으며 크게 3가지의 세부사업으로 구성되어 있다.

〈그림 4-14〉 한국수산회 어식백세 홍보 블로그(이달의 수산물)



자료: 한국수산회 공식 블로그(검색일: 2023.5.10.)

이달의 수산물 홍보는 해양수산부에서 매달 제철 수산물을 선정하여 마케팅을 진행하는 사업으로 주로 SNS, 유튜브, 포스터 등을 마케팅 채널로 활용하고 있다. 또한 착한 소비와 함께 1인 가구가 증가하는 등의 트렌드에 맞춰 호응을 유발할 수 있는 주제를 중심으로 인플루언서 홍보 및 SNS 이벤트도 추진하고 있다. 특히 선정된 수산물의 조리법을 제안하고 수산물과 어울리는 음료를 제안하거나, 수산물과 관련한 인문학적 정보를 제공하여 가정에서 손쉽게 수산물을 조리할 수 있는 방법을 소개하고 있다.

수산물 간편식품 개발 및 홍보는 수산물 간편식의 편의성 및 접근성을 확대하고 각종 이벤트를 통한 메뉴 개발 및 상용화를 추진하는 사업이다. 해당 사업은 요리 전문가, 관련 산업 종사자 등과 함께 국내산 수산물을 활용한 간편식을 제안하고 영양학적 데이터 및 고단백 식품으로의 포지셔닝을 위한 메뉴를 개발하는 것에 초점을 맞추고 있다. 이렇게 개발된 식품

은 원가 계산 및 판매가격 산정을 통해 상용화할 수 있는 방안을 마련하여 시판되는 과정까지 원스톱으로 진행하는 사업이다.

영유아 대상 수산물 체험교육은 건강식품 수산물에 대한 영유아의 선호도를 제고하고 향후 미래 소비자층의 불균형 식습관을 개선·예방하기 위한 캠페인으로 진행되는 사업이다. 해당 사업은 지자체 업무협약을 통해 진행되며 수산물을 주제로 한 영유아 눈높이에 맞춘 행사를 추진하고 가족 단위의 맞춤형 프로그램도 함께 진행하고 있다. 구체적인 내용으로는 수산물 요리 체험, 갯벌 체험, 어항초 만들기 등 메인 프로그램과 수산물 시식, 영양소 학습, 어류탁본 만들기 등 부대행사로 구성되어 있다.

〈그림 4-15〉 영유아 대상 수산물 체험교육



자료: (좌) 한국수산물 어식백세 블로그(검색일: 2023.5.10.)

(우) 동아일보(2017.12.15.)(검색일: 2023.6.10.)

나. 수산물 판로확대 사업

수산물 판로확대 사업은 수산물의 유통·판매경로를 도·소매점 뿐만 아니라 대량으로 소비가 가능한 급식처 등으로의 유통을 장려하여 수산물에 대한 접근성 및 판매를 확대하기 위해 실시하는 사업이다. 해당 사업의 세부 내용은 단체급식 확대 사업, 레시피 개발, 쿠킹클래스 운영 등으로 구성되어 있다.

단체급식 확대 사업은 초·중·고등학교 및 군장병들에게 양질의 수산물을 공급함으로써 건강한 식단을 보급하고 어업인의 소득을 증대하기 위한 목적으로 추진하고 있는 사업이다. 해당 사업은 수협중앙회의 단체급식사업단에서 운영하고 있으며, 수산물 산지에서 급식까지 도달하는 유통과정을 축소하고 대규모 수산물 가공공장을 설립하여 대량 급식에 맞는 수산제품을 공급하고 있다. 단체급식사업은 국내 수산물 납품을 우선 납품함으로써 어가소득을 확보하고 급식 수산물 전 부문을 자체 생산·관리하고 HACCP 규정을 준수함으로써 수산물의 안전성을 보장함으로써 차별화를 추구하고 있다. 또한 단체급식에 활용할 수 있는 수산물 레시피를 개발하고 수산물 조리방법을 교육하기 위해 학교·군 급식 영양사 및 관계자를 대상으로 쿠킹클래스를 운영하고 있다.

(2) 수산물 상생할인 지원사업

수산물 상생할인 지원사업은 코로나바이러스 확산에 따라 침체된 수산물 내수시장을 회복하고 어업인의 소득을 보장하며 물가를 안정시키기 위해 시행된 사업이다. 『대한민국 수산대전』이라는 다른 이름을 가진 해당 사업은 해양수산부가 주최하고 (사)한국수산회가 보조사업자로 있으면서, 지방자치단체 및 유통업체가 협조하는 형식으로 사업이 시행되고 있다. 해당 사업은 2020년 기준 1,000억 원의 매출을 달성하였고 2020년 적극행정 우수사례로 선정되었으며 현재는 매년 실시하는 주요 사업으로 자리 잡았다.

수산물 상생할인 지원사업의 세부내용은 다음과 같다. 먼저 온·오프라인 상생할인 행사는 수산물 물가 안정을 위해 수산물을 구매하는 소비자를 대상으로 소비쿠폰을 지급하는 행사이다. 행사 기간은 그달의 성격에 맞게 구성하며, 품목은 주요 물가 관리품목인 대중성 어종 6종과 포장회 2종을 포함하여 평균 15개 품목을 선정한다.³³⁾ 소비자는 쿠폰을 사용하여 1인당

최대 1만원 한도에서 20%의 할인을 받을 수 있으며, 명절 등 한시적으로 물가 관리가 필요할 경우 지원 한도를 2만원까지 상향할 수 있다.

〈표 4-22〉 2023년 대한민국 수산대전 온·오프라인 행사 일정

행사명	온라인 행사 일정	오프라인 행사 일정
설 특별전	1. 2. ~ 1.23.	1. 5. ~ 1.25.
2월 깜짝 특별전	2.13. ~ 2.26.	2. 9. ~ 2.22.
봄맞이전	3. 6. ~ 3.12.	3. 9. ~ 3.15.
3월 추가특별전	3.20. ~ 3.26.	3.23. ~ 3.29.
4월 특별전	4.10. ~ 4.23.	4. 6. ~ 4.19.
고등어 반값 할인전	-	4.27. ~ 4.28.
가정의 달 특별전	5. 8. ~ 5.21.	5. 4. ~ 5.17.
대한민국 동행세일	6.26. ~ 7. 9.	6.29. ~ 7.12.
여름휴가 특별전	8. 7. ~ 8.20.	8.10. ~ 8.23.
추석 성수품 할인대전	9. 7. ~ 9.30.	9. 7. ~ 9.30.
가을맞이 특별전	10.16. ~ 10.29.	10.12. ~ 10.25.
코리아수산페스타	11. 6. ~ 11.19.	11. 2. ~ 11.15.
연말 이벤트전	12.4. ~ 12.17.	11.30 ~ 12.13.

자료: 2023년 대한민국 수산대전 홈페이지(검색일: 2023.5.15.)

전통시장 상생할인 행사는 전통시장에서 수산물을 구입하고 결제할 때 다양한 결제수단을 지원해 주는 제도이다. 먼저 한국간편결제진흥원에서 운영하는 제로페이와 연계하여, 제로페이 앱에서 상품권을 구입할 경우 20% 선할인으로 지원해 주고 있다. 소비자가 구매한 상품권은 각 지역의 농수산물시장과 전통시장에서 사용할 수 있다. 또한 전통시장에서 국내산 수산물을 구입할 경우 당일 구매 금액의 최대 20%를 2만원 한도 내에서 온누리상품권으로 환급해 주는 행사도 진행하고 있다. 제로페이 연계 행사

33) 수산물 상생할인 지원사업에 지원되는 대중성 어종은 오징어, 고등어, 갈치, 명태, 조기, 마른 멸치 등 총 6종이며, 포장화는 넙치(광어), 우럭 등 총 2종이다. 행사별로 선정되는 품목은 국내산만 대상으로 하며 품목선정위원회에서 결정한다.(자료: 상생할인 지원사업 모집공고 및 대한민국 정책브리핑)

는 모바일로 진행되며 1~9월에 걸쳐 매월 상품권을 발생하고 있으며, 온누리상품권 환급행사는 연간 2회, 명절 기간에 개최하고 있다.

〈표 4-23〉 2023년 대한민국 수산대전 온누리상품권 환급행사 일정

행사명	일정
설 온누리상품권 환급행사(시범운영)	1.11. ~ 1.13.
설 온누리상품권 환급행사	1.14. ~ 1.21.
추석 온누리상품권 환급행사	9.21. ~ 9.27.

자료: 2023년 대한민국 수산대전 홈페이지(검색일: 2023.5.15.)

2. 국내 농·축산식품 소비 활성화 사례

1) 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진 시행 계획

(1) 시행 배경

쌀은 한국에서 주식으로 이용되는 핵심적인 농산물이다. 한국의 1인당 연간 쌀 소비량은 1970년 136.4kg을 기록한 이후 매년 감소하여 2022년 기준 56.7kg을 기록하였다. 쌀 소비량이 감소한 주요 원인은 식습관의 변화 및 인구통계학의 변화에 따른 쌀 선호도의 하락으로 분석된다.³⁴⁾ 1980년대부터 경제성장에 따른 국민소득이 증가하면서 축·수산물 및 해조류 등의 소비가 증가했고, 끼니별로는 아침이, 식사 장소별로는 가정에서의 쌀 소비량이 줄어들었다. 또한 핵가족화에 따른 간편식 지향 현상, 저녁 외식 증가에 따른 가정 내 조리 감소 등이 쌀 소비량의 감소 원인으로 지적된다. 이러한 감소 원인은 쌀의 과잉공급 현상과 맞물리며 쌀 재고량 증가 및 농가 경영여건 악화 등의 문제로 이어지게 되었다.

34) 김종진 외(2018), pp. 39-55.

〈표 4-24〉 한국 1인당 연간 양곡소비량 현황

단위: kg

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
양곡 합계 소비량	69.5	67.4	66.3	65.0	64.7
쌀	61.0	59.1	57.7	56.9	56.7
기타 양곡계	8.4	8.2	8.7	8.2	8.0

자료: 국가통계포털, 1인당 연간 양곡소비량(검색일: 2023.10.10.)

정부에서는 지속적으로 감소하고 있는 쌀 소비를 활성화하고 가정간편식, 글루텐 프리(Gluten Free) 제품 등 새로운 시장의 수요를 창출하기 위해 2014년부터 『쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 기본계획』을 수립하였다. 해당 기본계획은 2011년에 제정된 「쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용 촉진에 관한 법률」 제5조를 바탕으로 수립되었으며, 2023년까지 매출액 7조 원, 쌀 소비량 63만 톤을 목표로 제2차 계획을 수행하고 있다.

(2) 사업 현황³⁵⁾

『제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 기본계획』은 “쌀 가공산업 성장과 쌀 소비 촉진 활성화”라는 목표와 ① 미래 유망 분야 발굴·지원, ② 산업 혁신기반 강화, ③ 수요기반 확대 등 3가지의 세부추진과제로 구성되어 있다. 각 추진과제는 농림축산식품부와 유관기관이 협력하여 사업을 진행하고 있으며 자세한 내용은 아래와 같다.

35) 해당 목적은 농림축산식품부의 「제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 기본계획」을 바탕으로 작성함.

〈그림 4-16〉 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 대한 기본계획 전략

쌀 가공산업 성장과 쌀 소비 촉진 활성화	
목표	○ 매출액 : ('18p) 5.3조원 → ('23) 7.0(연 5.7% ↑) ○ 쌀 소비량(주정용 제외) : ('18) 568천 톤 → ('23) 630 (연 2.1% ↑) ○ 수출규모 : ('18) 89백만\$ → ('23) 170(연 13.8% ↑) ○ 신규 일자리 창출 : ('18) 724명 → ('23) 3,865(누적)
세부 추진 과제	① 미래 유망 분야 발굴·지원 · 유망 시장 분야 제품 육성 · 밀가루 대체를 위한 쌀가루 산업 육성 · 전략 수출국에 대한 수출 집중 지원
	② 산업 혁신기반 강화 · 원료의 안정적 공급 - (구곡) 정부양곡 공급체계 개선 - (신곡) 가공용 쌀 재배단지 관리 체계화 · 시설 및 경영 개선 지원 · R&D 및 전문인력 육성 등 · 정확한 통계 및 정보 제공
	③ 수요기반 확대 · 군·학교 급식 등 공공 수요 확대 · 유통채널 확대 및 소비 홍보

자료 : 농림축산식품부(2019), p. 13.

미래 유망분야 발굴·지원은 현대의 식품 소비 트렌드 변화에 맞춘 상품을 개발하고 쌀 가공산업의 원료가 되는 쌀가루 산업 육성을 통해 쌀 가공 제품 생산 및 수출을 확대하는 정책이다. 구체적으로는 가정간편식, 죽 등 유망제품 개발에 대한 연구개발을 지원하고 국내·외 유망 시장 조사를 통해 민간 중심으로 수요기반형 제품 개발을 유도한다. 또한 쌀가루 시장 확대를 위한 정부양곡 공급 지원 확대, 쌀가루 KS 표준 규정 마련 및 기준 강화, 쌀을 중심으로 한 제품의 외국 시장 동향 파악 및 수출업체 단계별 지원 전략 마련 등을 지원한다.

산업 혁신기반 강화는 쌀 가공식품에 필요한 원료 조달을 확대하고 민간에서의 원활한 쌀 수급을 위한 제도 및 시설 등을 정비하는 정책이다. 특히

정부양곡의 공급계획이 단기적이기 때문에 기업 입장에서는 가공용 원료 조달 및 투자에 대한 장기적인 계획 수립이 불가능하다는 것이 문제점으로 지적되었다. 이에 따라 가공업체의 수요 사전 조사를 통한 중장기 수요·공급을 마련하고 수출 계약을 체결한 기업에 한도 물량을 배정할 때 가산점을 주는 등 정부 양곡의 예측가능성을 제고한다. 또한 민간 차원에서의 가공용 쌀 수급 원활화를 위한 쌀 생산-유통-가공 간 계열화 체계 구축, 시설 개선 및 인력 교육, 쌀 가공의 정확한 통계 생산을 통한 정책 기반 마련 등을 지원할 예정이다.

수요기반 확대는 미래 소비자를 대상으로 쌀과 쌀 가공식품을 제공하는 것으로 쌀 가공식품의 지속적 공급을 통한 건강한 식습관 형성을 유도하고 쌀 가공식품 소비를 확대하는 정책이다. 이를 위해 학교와 군부대를 통해 급식에 쌀 가공식품을 배급하고 선호도가 높은 제품을 개발하는 것을 지원한다. 또한 유통채널 확충을 위해 우수 쌀 가공식품을 대형마트에 입점하고 해외바이어를 대상으로 쌀 가공식품의 우수성을 알림으로써 판촉 기회를 마련하는 사업도 함께 진행하고 있다.

2) 한우 수급 안정 대책

(1) 시행 배경

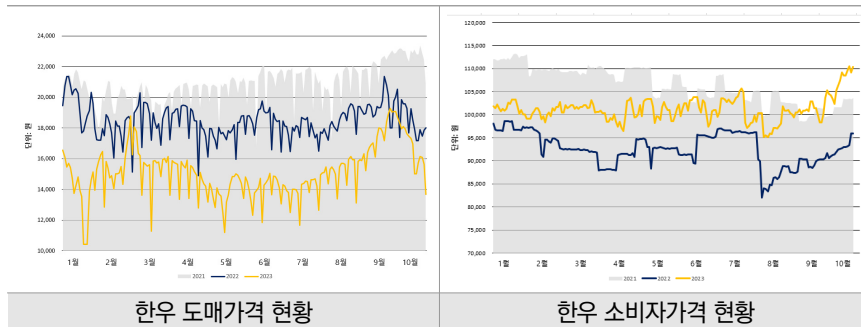
2014년 290만 마리 수준이었던 한국의 한우 사육두수는 2016년부터 점차 증가하여 2022년 3/4분기 기준, 한국의 한우 사육두수는 358만 마리에 이르렀다.³⁶⁾ 한우 사육두수의 증가 원인은 한우 시장가격이 상승하면서 한우 농가의 생산 의욕이 높아진 것으로 지목되고 있다. 특히 코로나바이러스 시기에는 재난지원금 지급에 따른 처분가능소득 증가와 가정에서의 한우 소비 증가로 높은 가격이 형성되었고 이에 따라 한우의 공급량은 계

36) 국가통계포털, 한우 시도/사육규모별 농장수 및 마리수(검색일: 2023.10.10.)

속해서 증가하였다.³⁷⁾

그러나 올해부터 시작된 국내 경기 침체로 인해 한우 수요가 위축되었고 공급 및 도축 물량의 증가로 한우의 도매가격 하락세가 이어지고 있다. 그런데도 도매가격의 하락만큼 소비자가격에는 반영이 직접 이뤄지지 않으면서 추가적인 한우 수요를 창출하는 것이 어려운 실정이다. 농림축산식품부 보도자료에 따르면, 2022년 대비 2023년의 한우 추가 공급 예상 물량은 2만 4천톤이 될 것으로 추정되나³⁸⁾, 채널A 뉴스에서는 도매가격의 하락은 전년 대비 19.2%인 것에 반해 소비자 가격은 7.4%만 하락한 것으로 보도되었다.³⁹⁾ 이에 따라 올해 정부는 한우의 추가 수요 창출 및 한우 도매가격의 연착륙을 통해 한우 산업과 가격을 안정화하여 중소농가의 경영 안정을 도모하기 위해 한우 수급 안정 대책을 시행하였다.

〈그림 4-17〉 한우 도매가격 및 소비자가격 현황



주 : 도매가격은 지육가격(한우, 1등급), 소비자가격은 등심(한우, 1등급)을 기준으로 산출함
자료 : 축산물품질평가원 축산유통정보(검색일: 2023.10.10.)

37) 한우신문(2021.12.20.); 축산신문(2023.6.14.)(검색일: 2023.10.10.)

38) 농림축산식품부 보도자료(2023.2.9.)(검색일: 2023.10.10.)

39) 채널A 뉴스(2022.12.17.)(검색일: 2023.10.10.)

(2) 사업 현황⁴⁰⁾

이번 한우 산업 안정 대책의 주요 내용은 ① 대대적 한우 수요 촉진, ② 한우 수출 확대, ③ 농가 경영여건 개선, ④ 사육마릿수 감축 및 중장기 수급관리 강화, ⑤ 유통 효율화 노력 등 5개의 세부 사업으로 구성되어 있다. 해당 사업 중 소비 촉진과 관련된 내용은 한우 수요 촉진과 유통 효율화를 언급할 수 있다.

먼저 대대적 한우 수요 촉진은 한우 가격을 할인하고 판로를 개척함으로써 한우 도매가격을 안정화하는 정책으로, 크게 한우 가격할인과 식재료 한우 대체 독려로 구분할 수 있다. 먼저 한우 가격할인 정책은 정부와 농협이 협업하여 한우 가격을 전국 평균 대비 20% 할인하는 정책이다. 또한 한우 비수기에는 소비 촉진을 위해 전국적으로 부위별로 최대 50%까지 할인을 제공하고 있다. 식재료 한우 대체 독려는 대형 가공·급식업체에서 제조·사용되는 가공품에 한우를 사용하도록 유도하고 한우 대체로 인해 부담되는 비용을 지원하는 정책이다. 해당 정책의 일부 비용은 한우자조금을 통해 지원되며, 한우 가격 안정화 및 육류 대체를 통해 소비 확대 분위기를 조성하는 것을 목적으로 한다.

유통 효율화 노력은 축산물 가격 인하를 통해 유통채널 간 경쟁을 유도하고 유통비용을 낮추는 정책이다. 한우는 유통 구조상 많은 참여자를 거치는 관계로 산지·도매가격이 소비자 가격에 직접 반영되기 어려운 상황이다. 이를 해결하기 위해 한우 가격을 선도하는 농협을 중심으로 가격을 할인하여 소매점 간의 가격 경쟁을 유도하고 축산물 온라인 경매 확대, 부분 육 경매 도입을 활성화함으로써 운송비·가공비를 절감하는 것이 사업의 목적이다.

40) 해당 목적자는 농림축산식품부 보도자료(2023.2.9.)를 바탕으로 작성함

3) 식생활교육 기본계획

(1) 시행 배경

식생활교육 기본계획은 2009년에 제정된 「식생활교육지원법」 제14조에 의거하여 수립된 계획으로, 해당 계획은 「식생활교육지원법」 제1조에 명시된 식생활 개선 및 식품산업 발전을 통한 국민의 삶의 질 향상을 목적으로 수립되었다. 우리나라 식생활은 국민소득 증가·식생활의 서구화에 따른 칼로리 섭취량의 증가로 온갖 질병과 음식물쓰레기가 발생하는 등 사회적 비용이 발생하고 있다. 이에 따라 미국·일본에서 진행하고 있는 식생활교육 정책을 한국에도 도입하여 범국가적 식생활교육을 추진함으로써 국민의 식생활과 영양을 개선하고 전통 식문화를 계승하기 위하여 본 계획이 수립되었다.

해당 계획은 2010년 『제1차 식생활교육 기본계획(2010~2014)』을 시작으로 5년마다 계획이 수립되고 있으며, 민간추진체제인 식생활교육국민네트워크와 정책조정을 위한 국가식생활교육위원회도 출범하였다. 2023년 현재 『제3차 식생활교육 기본계획(2020~2024)』이 진행되고 있다. 농림축산식품부 장관은 「식생활교육지원법」 25조에 의거하여 식생활 교육을 담당할 수 있는 기관을 지정할 수 있으며, 2013년 식생활교육지원센터가 교육 및 영양정책 전문기관으로 지정되어 현재까지 관련 사업을 추진하고 있다.

식생활교육 기본계획이 갖는 목표와 방향성은 식품 소비 활성화 측면과 다소 거리가 있어 보이나, 궁극적으로는 국민의 식생활을 우리나라 농식품 및 전통식품 소비 중심으로 개선함으로써 한국형 식생활을 가정·학교에서 정립하고 농업·농어촌에 대한 이해 함양을 통한 지역농산물 이용을 촉진하도록 연계되어 있다. 이러한 점은 EU 및 미국에서 시행하고 있는 지역 중심의 수산물 이용 장려와 연관성이 있다고 할 수 있다.

(2) 사업 현황⁴¹⁾

『제3차 식생활교육 기본계획』은 이전 제1·2차 계획에서 중점과제로 삼았던 정책 기반 구축 및 교육 확산을 토대로 식생활 교육의 내실화 및 농정 비전과의 연계를 강화하는 것으로 기조가 수립되었다. 특히 제3차 기본계획에서는 지속가능한 식생활 확산을 위해 농업의 공익적 가치와 식생활 교육을 연결하고 취약계층의 “먹거리 기본권(Right to Food)” 실현을 위한 방향으로 사업이 강화되었다. 또한 지역 단위의 식생활 교육을 통해 지역 주민들의 수요에 바탕을 둔 맞춤형 교육 시행으로 방향성이 설정되었다.

『제3차 식생활교육 기본계획』의 전략은 ① 사람 중심 맞춤형 교육, ② 농업과 환경의 공익적 가치 확산, ③ 지역의 자원을 활용한 교육, ④ 지속가능한 식생활 실천 기반 강화로 구성되어 있으며 4대 전략 아래에는 각각 3개의 세부추진과제가 포함되어 총 12개의 과제로 구성된다. 각 4대 전략에 따른 사업 내용은 아래와 같다.

먼저 사람 중심 맞춤형 교육을 통해 취약계층을 비롯한 영유아, 학생, 직장인 등 다양한 계층의 삶을 고려하여 식생활 교육을 진행하는 것으로 농산물의 소비자 식생활 습관 등을 바탕으로 세분화된 식생활 교육을 제공한다. 제2차 기본계획에는 가정, 학교, 지역에서의 식생활교육 추진으로 구분되어 있었으나, 제3차 기본계획에서는 기존의 교육대상 범주를 넓혀 임산부, 군 장병, 직장인 등으로 확대하였다.

41) 해당 목적자는 농림축산식품부 보도자료(2023.2.9.)를 바탕으로 작성함.

〈표 4-25〉 『제3차 식생활교육 기본계획』 식생활 교육대상 및 프로그램

교육대상	프로그램
초·중·고 정규교육, 어린이집, 유치원	돌봄교실 과일간식, 쌀 중심 식습관학교 지원 및 이와 연계한 식생활교육
군 장병·대학생·직장인	찾아가는 식생활교육
고령자	고령자 식생활·건강개선 교실 (국민건강보험공단 및 보건소와 연계하여 교육 진행)
취약계층	농식품바우처 지원
임산부	친환경농산물 꾸러미

자료 : 농림축산식품부 보도자료(2020.1.30.)를 바탕으로 저자가 재작성함

둘째, 농업과 환경의 공익적 가치 확산을 위하여 이와 관련된 이론 및 체험학습 등 연계된 교육을 제공한다. 해당 전략은 농업의 접근성을 강화하여 농촌의 가치를 체험하고 환경 교육 기회를 확대하는 것으로, 접근성 강화를 위해 식생활 교육·체험 공간 지정을 확대하고 지역 농촌이 보유하고 있는 농촌체험휴양마을, 농촌교육농장 등의 프로그램을 활용한다. 또한 학교 주변 또는 국·공유 유휴지를 활용해 도시농업공간을 조성함으로써 연관된 식생활 교육을 확대한다.

셋째, 지역의 자원을 활용하여 장기적인 농식품 소비기반을 조성한다. 지역 내에 소재한 로컬푸드 직매장을 단순한 지역먹거리 유통지점 역할을 벗어나 교육·문화시설로 활용하는 것이다. 조리공간 등을 마련하여 식생활 교육·체험 공간으로 활용한다. 또한 지역 농업·농촌 자원과 한식문화관 등을 운영하여 전통 식생활을 체험할 수 있는 프로그램을 제공한다.

마지막으로 지속가능한 식생활 실천 기반을 강화하여 식생활 교육을 개발하고 우수사례를 발굴하여 확산시킨다. 타 부처와 유관기관과의 협업을 통해 각 지역에서 시행 중인 식생활 교육 콘텐츠를 수집하고 이를 이용할 수 있는 플랫폼을 제작하여 어린이집·유치원·학교를 중심으로 우수사례 및 교육·체험 공간을 이용할 수 있는 정보를 제공한다. 또한 우수사례 공모전

을 통해 다양하고 적용 가능한 프로그램을 발굴하고 확산하여 식생활교육의 효과를 개선한다. 마지막으로 각 부처의 주요정책을 반영한 식생활·영양 교육 교재 개발·보급을 통해 이를 학교 정규과정에서 활용한다.

〈그림 4-18〉 『제3차 식생활교육 기본계획』 비전 및 목표전략

가치	환경·건강·배려	
비전	지속가능한 식생활로 함께 하는 농업, 건강한 국민, 포용하는 사회 실현	
목표	○ 취약계층과 미래 세대를 고려한 사람 중심 교육 실시 · (신규) 지속가능한 식생활 실천율(% , 국민식생활실태조사) : ('24) 70 ○ 농업·환경의 공익적 가치 확산을 위한 교육 확대 · 농업·환경의 공익적 가치에 대한 인식도(% , 국민식생활실태조사) : ('19) 65.8 → ('24) 75 ○ 지속가능한 식생활 확산으로 우리 농식품 소비 기반 확대 · 국산 농산물 이용 실천율(% , 국민식생활실태조사) : ('19) 60.8 → ('24) 70	
전략	사람 중심 맞춤형 교육	① 취약계층 대상 농식품 지원과 연계한 교육 ② 미래 세대의 올바른 식습관 형성을 위한 교육 ③ 성인의 식생활 관리를 위한 찾아가는 교육
	농업과 환경의 공익적 가치 확산	① 농업·농촌 이해력 제고를 위한 교육 기반 조성 ② 도시 속 농업·농촌 체험 기회 확대 ③ 환경의 가치를 고려한 교육 확대
	지역의 자원을 활용한 교육	① 지역농산물 확산 연계 교육 기반 조성 ② 민·관 협업으로 지역 내 교육 수요 발굴 ③ 전통 식생활 교육·체험 및 계승·발전
	지속가능한 식생활 실천 기반 강화	① 수요자 중심의 온라인 플랫폼 운영 ② 교육콘텐츠 개발 및 전문 인력 역량 강화 ③ 지속가능한 식생활 실천 확산을 위한 홍보 확대
추진 체계	○ 지역 단위 식생활교육 추진기반 강화 및 확산 ○ 부처 간 협업 확대 및 사업 평가체계 구축 ○ 교육성과 측정을 위한 조사·연구 강화	

자료 : 농림축산식품부(2020), p. 4.

제3절 소결

1. 다양한 수산식품 소비 활성화 정책의 시행

수산식품 소비 활성화 정책은 세계 다양한 국가에서 관심을 가지고 시행하고 있는 것으로 나타났다. 공통적으로는 각 국가가 지닌 수산자원을 효과적으로 소비자들에게 공급하는 데 목적이 있다. 다만 국가별로 시행되고 있는 소비 활성화 정책은 일부 차이가 있으며 그 특징은 다음과 같이 정리할 수 있다.

일본은 수산물 소비에 관심이 높은 국가로 상당한 많은 양의 수산물이 소비되어왔다. 그러나 2000년대 후반부터 젊은 층과 주부들을 중심으로 육류 및 간편식을 지향하면서 수산물 소비율이 낮아지는 현상이 발생하였다. 이에 일본 정부는 현 상황을 극복하기 위해 간편식 및 조리법 개발, 전자상거래 및 판매대 활성화 등을 통해 수산물의 접근성을 강조하는 형태로 정책을 발전시켰다. 또한 생선의 날 행사, 프라이드 피쉬 행사 등을 개최해 수산물의 긍정적 특징을 홍보하였고, 어식보급추진센터 운영 등을 통해 미래 소비자에게 수산물에 대한 긍정적 인식을 심어주기도 하는 등 홍보 측면에서 정책을 운영하였다. 단, 다양한 노력에도 불구하고 소비가 회복되지 않자 최근 일본의 수산물 홍보 소구점은 건강 지향, 간편식 지향에서 지속가능성을 강조하는 형태로 전환되고 있다.

EU는 수산물의 지속가능성 및 지역 수산물의 이용 가치를 부여하는 형태로 수산물 소비 활성화 정책을 시행하고 있다. EU가 수산물의 지속가능성을 강조한 데에는 유럽에서 시행하고 있는 공동어업정책의 강화에 따른 것으로 분석된다. 즉 지속가능한 수산자원을 조성하기 위해 생산자·소비자 양측에서 노력을 기울여야 한다는 점과, 생산에서 소비까지 투명한 유통체

계를 갖춘 양식 수산물을 소비하자는 것이 EU 소비 활성화 정책의 핵심이라고 할 수 있다. 또한 지역 수산물을 그 지역에서 소비하는 로컬리즘(Localism)에 기반을 둔 소비를 통해 지역 어민과 소비자의 네트워크를 강화하는 정책도 EU에서만 시행되는 특별한 정책이라고 할 수 있다.

또한 EU 사례에서 강조할 수 있는 것은 EU의 수산물 소비 활성화 정책의 기반에는 장기간의 연구가 함께 동반되었다는 것이다. SUCCESS 프로젝트는 EU의 수산물 소비 활성화를 위한 생산·유통·소비·수출입 등 다양한 시장 현황을 분석하고, 각 영역에 대한 계량적인 모델 구성을 통해 수산업 활성화 방안을 제안하였다. 그 중 소비 영역에서는 지속가능성을 강조한 수산물에 대한 소비자의 인식을 분석함으로써 EU 소비자가 갖는 윤리적 소비에 대한 가치 증시 등을 분석할 수 있었고 이러한 연구 결과에 바탕을 둔 소비 정책이 도출될 수 있었다.

미국의 정책은 소비자를 대상으로 한 메시지 발신 및 가격 할인 정책이 핵심을 이루고 있다. 수산물 소비 활성화를 위해 소셜 네트워크를 중심으로 한 해시태그 달기 캠페인과 함께 계절 및 미국 소비자의 소비 트렌드에 맞는 메시지를 발굴하는 것이 캠페인의 성패를 결정짓는 핵심 요인이 된다. 또한 연령 및 소비 계층을 세분화하여 각 소비자가 관심을 두는 메시지를 다양하게 제작, 배포함으로써 소비 캠페인의 확산을 더욱 촉진한 것으로 분석할 수 있다.

한편 한국의 수산물 소비 활성화 정책은 가격 인하 정책을 중심으로 하며 홍보 및 접근성 강화를 병행하는 방식으로 시행되고 있다. 소비 활성화 정책 초기에는 어식백세 캠페인, 수산물 판로 확대 지원사업 등의 정책들을 펼쳤는데 이는 일본의 물고기 나라의 행복, 어식보급추진사업과 같은 홍보 및 접근성 강화와 비슷한 유형의 정책이었다. 그러나 코로나바이러스 발병과 함께 수산물 소비 위축에 따른 내수 침체, 수산물 공급망의 위기,

수산물 가격의 상승 등으로 인해 어민들의 소득원이 크게 감소하였다. 이에 수산물 상생할인 지원사업을 통해 수산물에 대한 정기적인 가격 할인 정책으로 수산물 소비를 활성화하는 기조로 방향성을 잡았다. 해당 정책은 위촉된 내수를 촉진하고 수산물 소비 진작에도 효과가 있는 것으로 조사되었으며 현재까지도 수산물 소비 촉진의 대표적인 사업으로 추진되고 있다. 이상의 국가별 수산물 소비 활성화 정책의 시행 결과를 정리하면 아래 표와 같다. 국가별로 외부 환경에 맞게 다양한 범주의 수산물 소비 활성화 정책을 시행하고 있는 것을 확인할 수 있다.

〈표 4-26〉 국가별 수산물 소비 활성화 정책 수행 현황

구분	한국	일본	EU	미국
가격 할인	• 상생할인 지원사업	-	-	• Seafood 101
수산물 접근성 강화	• 어식백세 캠페인 • 수산물 판로 확대	• 물고기 나라의 행복 • 수산 가공·유통 지원사업 • 어식보급추진 사업	• Taste the ocean • Mr. Goodfish	• Eat Seafood America! • Seafood 101
전자상거래 강화	• 수산물 전자상거래 지원	• 부흥 수산물 전자상거래 판로 확대 사업	• SUCCESS 프로젝트	• Seafood 101
지속가능한 수산물 이용 확대	-	• 생선의 날 행사	• SUCCESS 프로젝트 • Mr. Goodfish	-

자료 : 저자 작성

2. 수산식품 소비 활성화 정책·사례의 시사점

여러 국가별로 다양하게 실시한 수산식품 소비 활성화 정책·사례의 비교 분석을 통해 아래와 같은 시사점을 도출하였다.

첫째, 소비자가 수산물에 대해서 갖는 인식에 관한 연구가 필요하다. 수산식품의 소비 트렌드는 매년 변화하고 세분화되어 가고 있다. 이러한 소비자 트렌드를 고려하지 하지 않은 수산물의 공급 체계는 지속가능한 수산업의 영위를 어렵게 하는 요소로 작용한다. 국내외 수산식품 소비 트렌드에 대한 연구는 수산물 유통업체의 마케팅 및 판촉 전략의 기초자료로 활용될 수 있으며 수산물 소비 활성화를 위한 정책을 마련하는 데 도움을 줄 수 있다. 또한 가격, 건강, 지속가능성 등 상품의 특정 키워드 및 소구점에 대한 인식을 품목별로 조사함으로써 소비자가 선호하는 소구점을 파악할 수 있으며 소비자의 소비행태에 맞춘 제품 개발 및 마케팅 전략, 정책 등을 수립할 수 있다.

둘째, 지속가능성 강조가 필요하다. 최근 기후변화 및 수산자원의 감소 등 환경적인 문제가 대두되면서 ESG 트렌드의 수산분야 적용에 대한 관심이 커지고 있다. EU 사례에서 살펴보았듯이 지속가능한 수산물에 대한 소비자들의 지불의사가 일반 수산물에 대한 지불의사보다 높은 것을 볼 때, 환경과 지속가능성에 대한 소비자의 세계적인 관심은 계속해서 높아지고 있다고 할 수 있다. 특히 과거부터 공동어업정책 등을 통해 수산자원의 지속가능성을 강조했던 EU에 이어 일본 또한 수산자원의 지속가능성을 공식적인 의제로 채택했다는 것은 수산물 소비 활성화 정책에서 시사하는 바가 크다. 우리나라는 일본, EU와 마찬가지로 총허용어획량제도(TAC)를 통해 수산자원관리를 시행하고 있으나 지속가능한 수산자원관리가 제도적으로 뒷받침되지 않고 있는 실정이다. 이에 따라 국내 차원에서 수산자원 보호 및 지속가능성 확보를 위한 제도적인 장치와 이와 연관된 인증 개발 및 홍

보 등을 통해 국내 수산기업이 지속가능성 가치를 채택할 수 있는 동기를 마련할 필요성이 있다.

셋째, 수요가 높은 양식 품목 등의 가격 경쟁력 강화가 필요하다. 수산물의 지속가능성 이슈가 대두되면서 유럽에서는 지속가능한 수산자원 공급 및 해양환경을 고려한 양식업을 통해 이러한 트렌드에 대응하고 있다. 양식업으로 생산되는 수산물의 양이 증가하면 안정적인 수산자원 생산을 통해 공급 불안정성을 해결할 수 있다. 일본과 유럽에서는 수산물의 높은 가격이 수산물 구입을 기피하는 원인으로 지적되고 있는데, 양식을 통한 수산물 공급은 가격을 안정시키는 효과도 함께 기대할 수 있다. 또한 수산물은 생산·유통·보관 등 운송 과정에서 신선도 및 품질 유지에 발생하는 인력과 비용이 다른 식품과 비교하여 많이 발생하기 때문에 유통과정의 개선 및 효율화를 통해 비용을 낮추고 최종 소비자에게 도달하는 가격 경쟁력을 확보할 필요성이 있다.

넷째, 지역의 수산 네트워크를 연결한 홍보 전략 및 공급망 개선이 필요하다. 해외의 수산물 소비 활성화 사례를 살펴보면 수산물의 지역성을 바탕으로 한 홍보가 다수 이루어지고 있는 것을 확인할 수 있다. 일본에서는 프라이드피쉬를 통해 “지역 어민이 자신감을 갖고 원하는” 지역과 제철에 맞는 수산물의 섭취를 권장하고 있다. 프라이드피쉬는 지역에서 생산되는 다양한 어류 중에서 특별히 브랜딩이 필요하거나 전국적인 관심이 부족한 어류를 선정함으로써 수산물의 홍보 및 관심을 유도하는 것을 목적으로 한다. 유럽은 수산물 소비 활성화에 로컬리즘(Localism) 관점을 접목한 것이 특징이다. 로컬리즘이란 특정 지역에 대한 지역주의 혹은 문학 속에 담겨 있는 지역적인 정서를 강조하는 것을 의미한다. 유럽의 소비 활성화 정책은 로컬리즘 측면에서 지역의 수산물을 해당 지역에서 소비함으로써 수산물의 신선도를 보장하고 어민들의 소득원을 보장하는 것을 강조하고 있다. 우리나라 또한 화천 산천어축제, 양평 대자연 빙어·송어 축제 등 지역 단위

의 다양한 수산물 축제를 개최하고 있으나, 유럽에서 시행하는 정책은 지역 수산물 축제와 함께 학교, 기업, 정부기관 등 지역사회 구성원과 연계한 급식 등 다양한 방식으로 진행한다는 점에서 더 확장된 개념이라고 할 수 있다.

다섯째, 미래 소비자를 대상으로 한 수산물 인식 개선이 필요하다. 선진국의 수산물 소비 추세를 보면 세대별로 수산물 섭취량에서 차이가 나타나는 것을 확인할 수 있다. 50~60대의 경우 젊은 세대보다 상대적으로 높은 소득과 건강에 대한 관심으로 인해 수산물을 조금 더 찾는다면 20~30대의 젊은 세대는 육류에 대한 관심이 더 높은 것으로 조사되었다. 이러한 현상이 지속될 경우 세대 변화에 따른 주력 소비층의 변화에서 수산식품의 선호 및 우선순위가 후퇴할 가능성이 매우 높다. 따라서 향후 수산식품을 섭취할 미래 세대를 겨냥한 장기적인 수산물 인식 개선 정책 및 마케팅 전략 수립 등을 통해 수산물에 대한 긍정적 인식을 형성하는 것이 필요하다.

05

수산물 소비 활성화 방안

제1절 수산물 소비 활성화 방향

1. 수산물 소비 활성화 기반 조성

수산물 소비 활성화와 관련한 국내 법률 기반은 ‘수산물산업의 육성 및 지원에 관한 법률(수산물산업법)’에서 확인할 수 있으며, ‘제1차 수산물산업 육성 기본계획(2021~2025)’이 시행되고 있다. 해당 계획은 소비자가 선호하는 품질 좋고 안전한 수산물과 국가 경제발전에 기여하는 수산물산업이라는 비전 아래, 수산물 기업 역량 강화, 소비자 맞춤형 수산물 개발, 수산물 품질향상과 소비 확대, 해외시장 진출과 전후방 산업 연계의 4개 추진 전략을 중심으로 세부 추진 과제를 담고 있다.

수산물 소비와 관련해서는 ‘수산물 품질향상과 소비기반 조성’ 항목을 통해 확인할 수 있다. 주요 내용은 수산물 분야의 인증제를 활성화하고 인증 제품의 구매 활성화, 품질관리 강화 등을 골자로 하고 있다. 더불어 기관별로 분산해서 제공하는 농·축·수산물과 가공식품의 영양 정보를 표준화하여 통합 데이터베이스를 구축하여 제공하고자 한다. 현재의 기본

계획에 따르면 수산식품의 인증을 통해 소비자의 신뢰도를 높이고 수산식품의 영양 성분을 소비자들로 하여금 접근이 가능하게 한다는 점에서 소비 활성화에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

그러나 국내 수산물 소비시장의 성장세는 정체 국면에 진입하였고, 향후에도 감소 우려가 있는 만큼 보다 종합적이고 구체적인 소비 활성화 방안에 대한 관심을 지니고 대응 방안을 수립할 필요가 있다. 특히 젊은 세대를 중심으로 육류에 대비해서 선호도가 낮아진 수산물 소비를 활성화하기 위해서는 세분화된 접근이 요구될 것으로 판단된다. 다양한 소비 활성화 관련 사업을 수행하고 있음에도 불구하고 수산물 소비 감소세가 이어지고 있는 일본의 사례는 많은 시사점을 지니고 있다. 본 연구의 조사 결과에 따르면, 최근 젊은 소비자들은 위생 안전에 대한 중요성 못지않게 가격, 편의성, 접근성 개선 등을 요구하고 있는 것으로 나타났다. ‘인증’을 통한 품질 향상도 중요하지만 미래 주요 소비자들이 요구하는 소비 환경을 고려한 전략 수립에 대한 고민이 필요하다.

이에 본 연구에서는 ‘제1차 수산식품산업육성 기본계획(2020~2025)’ 소비 부문의 보완 및 ‘제2차 수산식품산업 육성 기본계획(2026~2030)’ 수립 시, 소비 활성화 기반을 보다 강화하고 실질적으로 사업화되어 수행될 수 있는 기본전략은 물론, 추진 방향, 추가적인 정책제언 등을 제시하고자 한다.

〈표 5-1〉 수산식품 소비 활성화 조성 방향

구분	현재(2020~2025)	미래(2026~2030)
소비 시장	정체 국면 진입	정체 국면 유지
소비 대응	전세대, ‘품질’, ‘영양’	미래세대, ‘편의’, ‘접근성’
법률 근거	1차 수산식품산업 육성 기본계획 시행	2차 수산식품산업 육성 기본계획 반영

자료: 저자 작성

2. 수산식품 소비 활성화 기본전략

국내 수산식품 소비시장의 성장세가 성장 국면(Growth Phase)에서 성숙 국면(Maturity Phase)으로 진입한 현시점에서 향후 감소 국면(Decline Phase)으로 전환되지 않기 위해서는 중장기적인 수산식품 소비 활성화 전략 수립이 요구될 것으로 판단된다.

이에 본 연구는 앞선 연구 결과들을 종합적으로 검토한 결과를 활용하여 ‘제1차 수산식품산업육성 기본계획(2020~2025)’ 소비 부문의 보완 또는 ‘제2차 수산식품산업육성 기본계획(2026~2030)’ 수립 시, 종합적인 수산식품 소비기반 환경을 조성할 수 있도록 다음과 같은 기본전략을 제시한다.

비전은 수산식품 ‘소비 활성화’를 통한 우리나라 수산업 경쟁력 향상을 목표로 하고 있으며, 목표는 내수 소비 활성화를 통한 미래산업으로의 전환을 모색한다. 기본 방향은 ‘생산자’ 중심의 산업 육성과 ‘소비자’ 중심의 산업 육성 간의 균형을 위한 과정으로, ‘수요’ 기반 수산식품 산업 육성 체계를 구축하고 잠재적으로 수요 위축 우려가 있는 ‘미래 세대’를 고려한 수산식품 소비 활성화 전략 수립과 ‘미래 지향’ 소비 활성화 사업을 진행한다.

이와 같은 추진 방향 등은 다음과 같이 세분화하여 시행할 수 있다. 첫째 ‘수요’ 기반 산업 육성 체계 구축을 위해서는 수산식품소비 상황을 진단하고 전망하는 노력이 요구되며 이를 위한 실질적인 DB관리 체계 구축이 시행되어야 한다. 둘째, ‘미래 세대’를 고려한 수산식품 소비 활성화 전략 수립을 위해서는 글로벌 수준의 위생·안전 기준을 충족하기 위한 지원체계를 확립하고 소비자 맞춤형 편의 제품 개발과 접근성 개선 등의 노력이 요구된다. 셋째, ‘미래 지향’ 수산식품 소비 활성화 사업을 진행하려는 노력이 필요하며 이를 위해서 수산식품의 영양학적 성분 규명 및 교육을 확대하고, 수산식품 고도화 등 가치 및 기술 중심 산업으로의 전환을 모색해야 한다.

〈표 5-2〉 수산식품 소비 활성화 기본계획(안)

비전	수산식품 '소비 활성화'를 통한 우리나라 수산업 경쟁력 향상 (제2차 '수산식품산업육성 기본계획(2026~2030)'의 소비 기반 조성)		
목표	내수 소비 활성화를 통한 미래산업으로의 전환 모색 (소비) 내수 기반 안정 => 국내 수산기업의 경영 안정 (수출) 내수 시장 성장 => 제품의 '질'적 향상 => 수출 경쟁력 향상		
기본 방향	◆(기반) '수요' 기반 수산식품 산업 육성 체계 구축 ◆(대응) '미래 세대' 고려 수산식품 소비 활성화 전략 수립 ◆(수행) '미래 지향' 수산식품 소비 활성화 사업 수행		
추진방향		세부추진방안	
1. '수요' 기반 산업 육성 체계 구축		(과거: 성장 국면) 공급자 중심의 수산 정책 => (현재: 성숙 국면) 수요자 중심의 수산 정책	
		↓ 수요 기반 산업 육성 체계 구축 1. 수산식품소비진단및전망 2. 수산식품소비 DB 관리	
2. '미래 세대' 고려 소비 활성화 전략 수립		(과거: 베이비 부머 세대) 식품 안전성 및 다양성 중시 => (현재: MZ 세대) 가성비 및 편의, 경험 중시	
		↓ 소비위축 우려 대상 소비 활성화 전략 수립 1. 위생·안전 기준 충족 지원체계 확립 2. 소비자 맞춤형 편의 제품 개발 3. 소비 접근성 확대	
3. '미래 지향' 수산식품 소비 활성화 방안 마련		(과거: 국내 정책) 가격 할인 및 비축 등 수급 관리 정책 중심 => (현재: 세계 정책) 수산식품의 가치제고, 소비홍보 및 연구수행 등 다각적인 소비 활성화 노력 수행	
		↓ 블루푸드테크 산업으로의 이미지 전환 1. 영양학적 성분 교육 및 홍보 2. 가치 중심 산업으로의 전환 3. 기술 중심 산업으로의 전환	
기반 구축	(기초) 수산식품 소비 DB 정보 구축·운영	(법률) 수산식품 산업 육성 법과 연계	(사업) 산·학·연·정, 지자체 네트워크 활성화

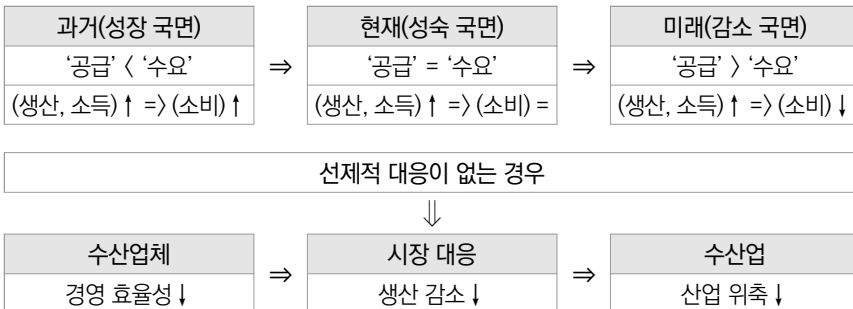
자료: 저자 작성

제2절 수산식품 소비 활성화 추진 과제

1. ‘수요’ 기반 산업 육성 체계 구축

주요 추진 방향은 다음과 같다. 우선 ‘수요’를 기반으로 한 수산식품 산업 육성 정책 방향으로의 전환에 대한 검토가 필요하다. 지난 60여 년간 우리나라 수산식품 소비시장은 빠른 성장세를 이어왔다. 높은 수산물 수요는 수산물 생산 증대 및 유통 효율성 향상 등에 관한 관심으로 이어지는 계기가 되었다. 그러나 빠르게 성장하던 수산물 소비시장은 인구 정체, 다양한 대체 식품의 등장 등으로 성숙 국면에 진입하게 되었고, 향후 대응에 따라 일본과 같은 감소 국면으로 진입할 가능성에 대한 우려가 있다. 즉, ‘성숙’ 국면에 진입한 수산물 소비시장 상황을 고려하여 ‘공급’ 중심의 정책과 ‘수요’ 중심 정책 간의 균형에 대해 검토해야 할 시점인 것이다. 수산물 수요가 높아 생산된 수산물이 대부분 소비되었던 과거와는 달리, 공급이 수요보다 많아 수산물의 가격이 하락하는 상황이 점차 증가하고 있다. 이러한 상황은 수산 경영체에 어려움을 가중해 경영 효율성을 감소시키고 산업을 위축시키는 사례로 작용한다. 즉, 선제 대응(소비 활성화) 방안 마련을 통해 산업 위축 우려를 해소하는 노력이 요구되는 시점이다.

〈표 5-3〉 수요 기반 산업 육성의 필요성



자료: 저자 작성

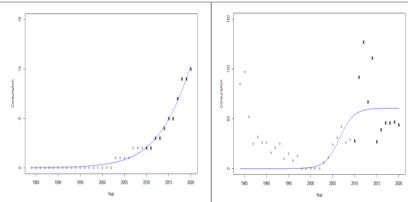
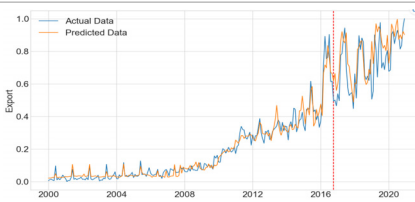
1) 수산식품소비 진단 및 전망

‘수요’ 기반 산업 육성을 위해서는 무엇보다도 국내 수산물 소비시장의 변화를 감지하고 전망하려는 노력이 요구된다. 특히 소비시장이 품목별로 차별화된 성장세를 보일 것으로 판단되는 만큼 품목별 접근이 필요하다. 이와 같은 효과적인 수급 관리 정책의 수립은 효율적인 수산경영 실현을 도와줄 수 있다. 모든 경영 전략 수립의 시작은 수요 예측에서부터 비롯되기 때문이다. 다만 이러한 소비 시장의 모니터링 및 전망 노력은 장기적으로 사업 운영이 필요한 만큼 “(가칭) 수산식품 소비 전망 사업” 도입 등을 검토해 볼 필요가 있다. 수산식품 소비 측면에서의 모니터링 및 전망은 기초통계 부재나 예산상의 제약 등으로 인해 조사 연구가 제대로 이루어지지 못하고 있는 측면이 있다. 이를 보완하려는 노력이 필요하다.

사업 운영 방향은 다음과 같이 제안할 수 있다. 장기적으로는 품목별 소비 성장 국면을 분류해 내고, 단기적으로는 품목별 소비 전망을 해내는 방안 마련이 필요하다. 장·단기를 구분하여 소비시장을 진단하고 전망해야 하는 이유는, 장기적으로 성장세에 있던 품목이라고 하더라도 다양한 경영 주체들이 시장의 잠재성에 기인하여 단기적 대응(생산 증대)을 하면 수급 불균형이 일어나게 되는데 이러한 상황은 경영체의 부담으로 작용할 수 있기 때문이다. 한 예로 국내 전복 시장을 들 수 있다. 국내 전복 소비시장은 장기적인 관점에서 성장 국면에 있었으나, 2023년과 같은 특정 시점의 경우 물량이 수요에 비해 많이 이루어지면서 전복 가격이 크게 하락하고 이에 많은 경영 주체가 어려움을 겪기도 하였다. 이처럼 예측하기 어려운 소비시장 동향을 반영하기 위해서는 성장 국면에 대한 이해는 물론, 즉각적으로 변화되는 시장 동향을 모니터링하고 전망해 내는 방안 마련에 대한 고민이 필요하다. 특히 수산물은 생산 및 유통, 소비 과정에서의 소실(Loss)률이 타 식품군에 비해 높아 수급 관리가 필수적인 품목이다.

이렇게 해서 이루어지는 소비 전망 자료는 장기 및 단기 전략 수립에 다시 활용될 필요가 있다. 도입 및 성장기에 해당하는 수산물 품목군의 경우 ‘양’적인 소비 성장 방안에 대해 검토하고, 성숙 및 감소기에 있는 품목군은 ‘질’적인 소비산업으로의 전환은 물론, 향후 해당 산업이 위축되지 않도록 다양한 노력을 수행할 필요가 있다. 단기적으로는 예측되는 시장 상황을 공유하고 시장에서 자율적으로 생산 조절을 할 수 있도록 유도한다. 그럼에도 다양한 사유로 수급 불균형이 발생하므로, 이에 대응해서는 가격 할인 및 비축 등의 상황별 대응이 가능하도록 지침을 마련해 둘 필요가 있다.

〈표 5-4〉 장·단기 소비 전망과 대응 방안(안)

장기(진단)		단기(전망)
품목별 소비 성장 국면 진단		품목별 소비 성장 전망 모델 구축
		
전복(성장 국면)	굴(성숙국면)	딤러닝 모델(예시 안)
장기(전략)		단기(전략)
구분	대응	
도입(Introduction)	친밀도 향상 (수산 정보 등)	1. (선제적) 소비 전망 자료 공유 => 자율적 생산 조절 유도
성장(Growth)	‘양’적 산업 육성 (양식산업 육성 등)	
성숙(Maturity)	‘질’적 산업 육성 (식품산업화 등)	2. (사후) 수급 불균형 발생 => 가격 할인, 비축 등 수급 관리 정책 수행
감소(Decline)	소비 촉진 방안 마련 (소비 활성화 사업 등)	

주 1: 장기(진단)는 성장 모형(Logistic Growth Model)을 활용하여 분석함

주 2: 단기(전망)는 딤러닝 전망모델 사례(한기욱 외, 2021)를 활용하여 제시함

자료: 저자 작성

2) 수산식품소비 DB 관리 방안 마련

국내 수산식품 소비와 관련한 정보는 식품수급표를 활용하여 파악할 수 있다. 식품수급표는 한국농촌경제연구원에서 작성하고 있으며 FAO 권장 방식으로 작성되고 있어 타 국가와의 비교에도 용이하다. 수산물의 경우 어패류, 해조류 등이 다루어지고 있다. 현실적으로 소비량 산출이 어려운 점을 고려하여 공급량을 소비량의 대리변수로 활용되고 있으며, 구성은 ‘생산 + 수입 - 수출 + 재고’로 이루어진다.

다만 해당 자료는 연간 단위로 발표되고 있으며 발표되는 자료 역시 한 해 전이 아닌, 두 해 전의 결과가 발표되어 적시성에 한계가 있다. 수산업은 생산 부문의 가변성은 물론, 다양한 이슈 등에 따라 소비 동향이 빠르게 변화되는 산업군이다. 최신화되지 않은 DB는 효과적인 정책 대안을 마련하는 데에도 어려움을 준다.

식품수급표와 같은 종합적인 지표가 아니더라도 실시간 소비 관리가 가능하도록 “(가칭) 수산식품소비 관리 체계 구축 사업” 등의 운영에 대해서 고려해 볼 필요가 있다. 실시간 소비 DB를 구축하는 방안을 마련하고 수산식품소비행태조사 등을 주기적으로 수행함으로써 소비자 동향 변화를 파악할 필요가 있다.

〈표 5-5〉 수산식품수급 DB 관리 주체 변화

현재		⇒	제안	
구분	식품수급표(KREI)		구분	수산식품소비 DB 관리 체계 구축(KMI)
한계	품목 한정, 연간 단위		대안	1. 실시간 소비 DB 구축 2. 소비행태조사 수행

자료: 저자 작성

구체적인 사례를 들면, 현재 통계청(생산) 및 관세청(수출입) 등에서 발표되는 수급 통계를 통합적으로 관리하고 산출된 공급량 통계(생산 + 수입 - 수출)를 소비량 통계의 대리(Proxy) 지표로서 관리한다. 재고 및 이월 물량 파악이 어렵더라도 장기적인 공급량 변화를 살피게 되면 전반적인 소비 동향을 파악하는 데에 있어 무리가 없을 것으로 판단된다. 더불어 주요 수산물 소비처(횃집 등) 등을 중심으로 주기적(매년, 매월) 매출액 등을 조사하여 DB를 구축하고 동시에 수산식품 소비 패널을 구성하여 구매 의향을 모니터링한다. 수산식품 소비 패널 DB는 구매 의사 파악뿐만 아니라 소비 행태 파악을 위한 설문조사 형태로 구성하여 활용한다.

〈표 5-6〉 수산식품수급 DB 관리 방안 마련(안)

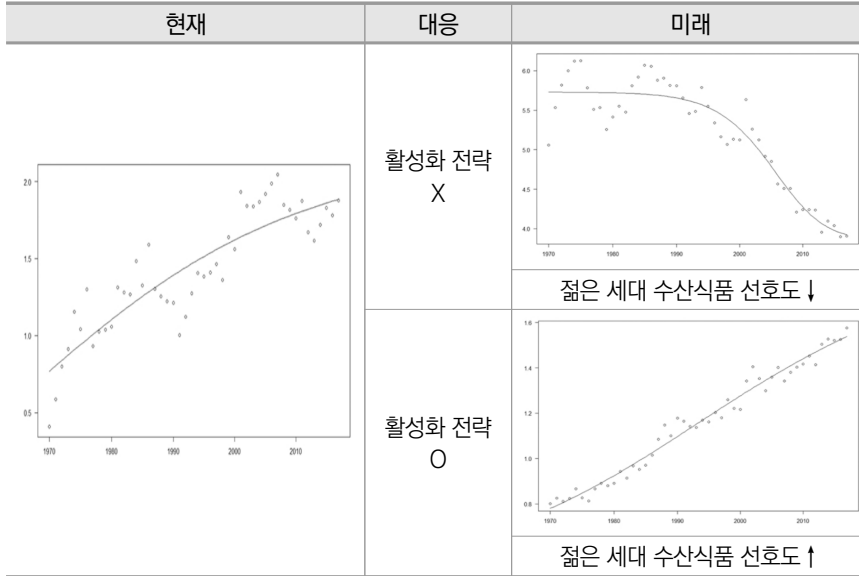
소비량 (공급량)	공급량(산출) : 생산(통계청) + 수입(관세청) - 수출(관세청) * 재고 및 이월 물량 파악이 가능하면 함께 관리
소비처 (횃집 및 유통마트 등)	전체 및 품목별 매출 변화 파악(소비처 패널 구성)
소비자 (패널 구성)	소비자의 전체 및 품목별 구매 의사 파악 * 소비자 소비 행태조사 함께 수행

자료: 저자 작성

2. ‘미래 세대’ 고려 수산식품 소비 활성화 전략 수립

미래 수산식품 수요 주체의 기호를 고려한 소비 활성화 전략 수립 역시 요구된다. 일본의 경우 인구 감소 및 젊은 세대를 중심으로 수산식품에 대한 선호도가 감소하면서 소비가 위축되었으며 우리나라 역시 일본과 유사한 길을 걷고 있다. 이와 같이 어려움이 예상되는 상황에서는 전 세대에게 공통적으로 요구하는 위생·안전 기준 충족은 물론 수산식품 선호 감소 우려가 있는 소비자를 대상으로 한 소비 활성화 전략 수립이 요구된다.

〈그림 5-1〉 미래 수요 주체 대상 소비 활성화의 필요성



자료: 저자 작성

특히 수산식품 소비 감소 위협의 우려가 있는 MZ 세대는 내식에 대한 선호도가 기성세대에 비해 낮았고 그 원인으로 수산식품 소비와 관련한 낮은 편의성과 제한적 접근성을 꼽았다. 수산식품의 공급 단계에서부터 소비자들의 기호를 고려하여 합리적이면서도 편의성이 있도록 설계할 필요가 있으며 소비 과정까지의 접근성을 높이기 위한 노력도 필요하다.

1) 위생·안전 기준 충족을 위한 지원체계 확립

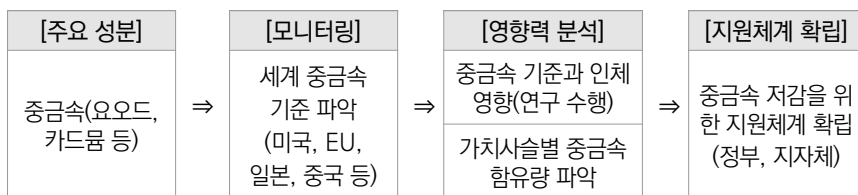
식품 안전은 과거부터 현재까지 전 세대에 걸쳐 공통으로 중요시되어 온 소비 결정요인이다. 이에 식품 안전 문제를 극복하기 위해 가치사슬 전반에 있어 다양한 연구 및 사업 등이 수행되었다. 단, 시장이 개방된 현시점에서 식품 안전의 기준은 국내가 아닌 세계시장의 기준에 부합할 필요가

있다. 시장이 개방된 이후 세계 이슈는 실시간적으로 국내 시장에 영향을 미치고 있다. 국내 수산식품의 안전성이 세계적 기준을 충족시키지 못하게 되면 이는 내부에 다시 알려지고 결국 국내 수산식품 소비시장의 침체로 이어질 수 있다.

특히 품목별 위생 기준은 국가별로 상시 변경되고 있는 만큼, 주요 국가별 위생 기준을 주기적으로 모니터링하고 가능한 높은 수준의 위생기준을 따를 필요가 있다. 예를 들면, 김과 관련한 위생 기준(중금속)은 국내 기준이 아닌 세계 기준을 따를 필요가 있으며, 실제 해당 성분이 인체에 미치는 영향력을 연구하는 동시에 가치사슬별 중금속 저감 방안을 마련해야 한다.

단, 소규모 업체의 경우 이러한 높은 기준에 부합하기 위해서는 많은 검사 비용과 장비 등이 요구될 수 있으므로, 국가 및 지자체 협력을 통해 공동으로 해당 문제를 해소하기 위한 지원체계를 확립하는 방안 마련이 필요하다. 높은 위생 안전 기준을 충족하기 위한 우리의 노력은 국내 소비자에게 국내 식품 안전에 대한 우려를 해소해 줄 수 있을 뿐만 아니라 세계 수산물과의 경쟁에서 우위를 점하는 요인으로 활용할 수 있게 된다.

〈표 5-7〉 국제 위생 기준 충족을 위한 가이드라인(안)

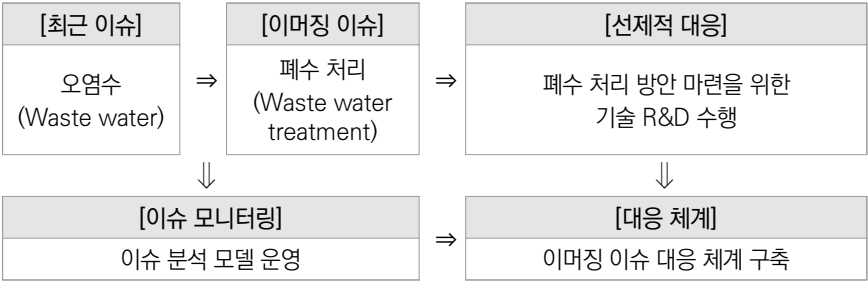


자료: 저자 작성

또한 위생 기준과 관련해서 중금속 등과 같이 주기적으로 발생하는 이슈 외에도 향후 위협 요소로 다가올 수 있는 요인은 지속적으로 모니터링하려는 노력이 필요하다. 예를 들면, 원전수 이슈는 원전수 자체에 대한 관심뿐만

아니라 부가적으로 수산 가공공장에서 만들어내는 오염수에 관한 관심으로도 이어지는 원인이 되기도 한다. 현 상황에 대한 대응도 중요하지만 현 이슈가 파생적으로 만들어낼 수 있는 또 다른 위험 요인에 대해서는 대비하고 이를 대응하는 프로세스를 개발할 필요가 있다. 실증적으로도 오염수에 대한 이슈가 주류 이슈로 떠오르자 이머징 이슈로 폐수처리가 관심을 받고 있는 것으로 분석되었다⁴²⁾. 이처럼 잠재된 위험을 모니터링하고 동시에 선제적으로 기술적 대응을 할 수 있는 방안 마련에 대한 검토가 필요하다.

〈표 5-8〉 선제적 국제 위생 기준 충족을 위한 가이드라인(안)



자료: 저자 작성

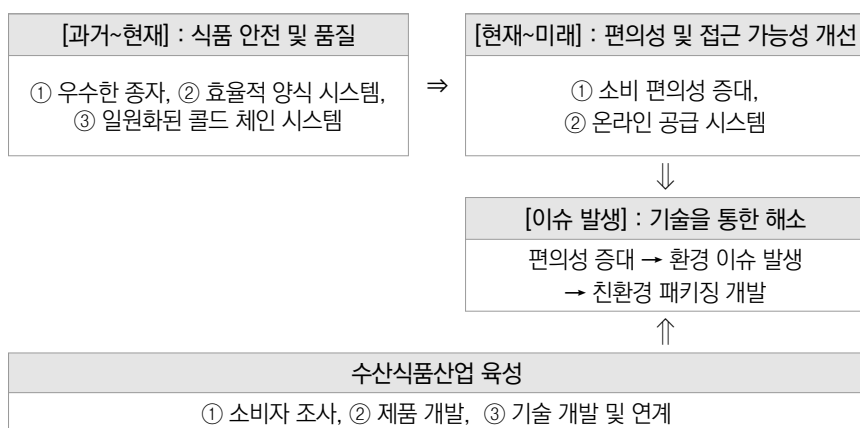
2) 소비자 맞춤형 편의 제품 개발

식품의 품질은 식품 안전과 함께 주요한 수산식품 소비 결정요인으로 분류된다. 이에 수산식품의 품질 향상을 위해 지금까지 우수한 종자의 개발, 고도화된 양식 산업의 발전, 일원화된 콜드 체인 시스템 구축 등이 논의되어 왔다. 소비자는 우수한 수산물을 신선하고 안전한 형태로 공급을 받게 되면서 식품의 안전과 품질을 함께 보장받을 수 있게 되었다. 단, 현대에 와서 식품 품질에 대한 개념은 신선하고 안전한 수산식품의 공급은 물론 편의성과 접근 가능성이 높은 식품에 대한 수요까지 확대되었다.

42) 한기욱 외(2022), 글로벌 수산부문의 이머징 이슈 분석 모델 개발 연구, KMI 일반연구.

본 연구에서는 이슈 분석을 통해 세계적으로 수산식품과 관련해서 식품공학과 관련된 관심이 늘어난 것을 확인할 수 있었다. 이러한 시장의 변화는 소비자의 기호에서 비롯되었으며, 과학적이면서도 편의성을 갖춘 수산식품에 대한 수요는 지속될 것으로 전망된다. 소비자 맞춤형 편의 제품을 개발하기 위해서는 수산식품산업의 육성이 소비자의 기호를 기반으로 하여 이루어질 필요가 있다.

〈표 5-9〉 소비자 맞춤형 제품 개발(안)



자료: 저자 작성

최근 소비자들이 원하는 수산식품의 개선 부문을 중심으로 산업 육성 방향을 설정할 필요가 있다. 단, 편의 제품을 개발하는 과정에서 발생할 수 있는 사회적 이슈(환경) 등에 대한 고려가 함께 이루어져야 한다. 수산식품 기술 부문이 연계되어 시너지 효과를 내는 방안 마련이 필요하다.

3) 소비 접근성 확대

수산식품 구매의사를 높이는 데 있어 친밀도는 중요한 영향 요인으로 작용한다⁴³⁾. 설문조사 결과 MZ 세대들의 경우 수산식품 소비와 관련한 접근

성이 높아지길 원하고 있었으며, 정책적으로도 타 세대와 비교했을 때 홍보와 관련한 요구 사항이 높았다. 즉, MZ 세대를 중심으로 소비 접근성을 높여줄 필요가 있다.

FAO는 수산식품 소비 정보 공유의 중요성에 대한 인식 하에, 250,000여 종이 넘는 다양한 수산물들을 소비자들에게 알리기 위해 “Fish: Know it, Cook it, Eat it”이라는 슬로건을 중심으로 2022년 하반기부터 사이트를 운영하고 있다. 이는 소비자들이 알지 못하는 수산물에 대한 정보를 친근하게 알려주는 역할을 할 것으로 기대되며, 어종에 대한 정보는 물론 대륙별 조리 방법, 유명 셰프 소개 등으로 소비자들이 더욱 쉽게 수산식품을 접하는 계기가 된다.

이러한 FAO 노력은 국내에서도 충분히 벤치마킹할 수 있는 사례가 될 것으로 전망된다. 대신 우리나라의 실정을 반영하고 이들보다 효과적으로 활용할 수 있는 방안을 마련할 필요는 있다.

예를 들면 우리나라 주요 수산물을 활용한 조리법을 설명할 때 그 수산물에 대한 역사 및 영양 성분에 대한 소개를 포함하는 방법도 있고, 이 수산물과 관련된 레스토랑 등을 연계하여 소개해 주기도 하고, 이를 유튜브(먹방) 콘텐츠와 연계하여 세계 각지에 알리는 방식이다. 특히 최근 Z세대의 경우 상품 구매의 50% 이상이 온라인을 통해 접근하는 것으로 알려져 있는 만큼, 이러한 웹 기반의 접근성을 높이려는 노력은 한국산 수산물 소비를 활성화하는 데 있어 도움을 줄 수 있을 것으로 전망된다.

43) 한기욱 외(2019), 한국산 수산물의 글로벌 브랜드 가치 제고 방안 연구, KMI 현안연구.

〈그림 5-2〉 수산물과 소비자 간의 친밀도 향상 방안(사례)



자료: FAO Fish Cookbook(검색일: 2023.10.31.)

3. '미래 지향' 수산식품 소비 활성화 사업 수행

수산식품 소비 활성화를 위해서는 세계 여러 나라가 다각적인 노력을 수행하고 있다. 이에 본 연구에서는 앞선 기반 구축 및 소비 전략 외에도 타국 사례 등을 참조하여 국내 소비 활성화에 도움을 줄 수 있을 것으로 전망되는 몇 가지 사업 방안을 제안하고자 한다.

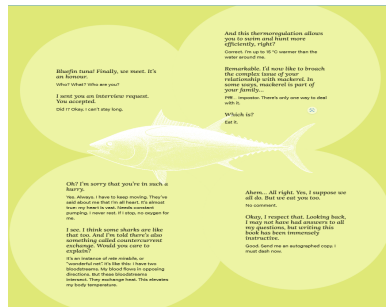
1) 영양학적 성분 규명 및 교육 확대

수산식품은 영양학적 가치는 많은 연구 등에서 입증되고 있다. 그러나 이와 같은 과학적 자료를 소비자들이 쉽게 접하기엔 어려운 측면이 있다. 최근 FAO는 주요한 세계 어종을 대상으로 영양학적 성분 구성 등을 제시해주고 있으며 이는 소비자들의 수산식품에 대한 이해를 높이는 데 도움이 될 것으로 전망된다. 다만 국내에서 주로 소비되는 어종에 대한 정보는 해당 자료 등을 통해 얻기 어려운 만큼, 우리 주요 소비 수산물을 중심으로 영양학적 성분과 각 성분이 우리 몸에 어떠한 긍정적인 작용을 하는지 등에 대한 정보를 제공해 줄 필요가 있다.

〈그림 5-3〉 영양학적 성분 규명 및 교육 확대



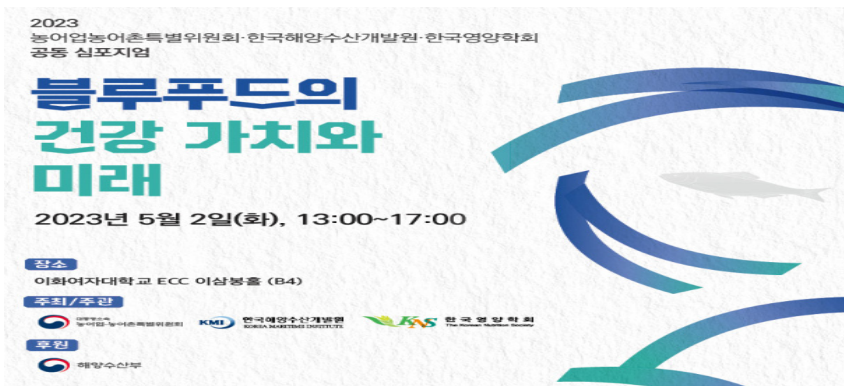
ENERGY (Kcal)	109
PROTEIN (g)	24.4
CALCIUM (Ca) (Mg)	4
IRON (Fe) (Mg)	0.8
ZINC (Zn) (Mg)	0.4
SELENIUM (SE) (µg)	91
VITAMIN A (RETINOL) (µg)	18
VITAMIN D3 (µg)	2
VITAMIN B12 (µg)	2.1
EPA (g)	0.012
DHA (g)	0.088



자료: FAO Fish Cookbook(검색일: 2023.10.31.)

이를 위해서는 수산식품 소비와 관련하여 인문사회 부문과 자연과학 부문이 연계하여 연구를 수행하는 등 교류의 장(예: 공동 심포지엄)을 지속적으로 만들어낼 필요가 있다. 특히 수산식품 산업의 소비는 ‘건강’과 밀접한 관계가 있으며, 이러한 특성을 고려할 때 타 단백질 섭취원과의 차별성을 지닐 수 있다.

〈그림 5-4〉 수산식품의 영양학적 가치에 관한 공동 심포지엄



자료: 농어업농어촌특별위원회, 한국해양수산개발원, 한국영양학회 공동 심포지엄(2023)

특히 미래 세대가 꾸준히 수산식품에 대한 관심을 가질 수 있도록 영·유아기 시절부터 세대별 영양학적 성분 구성에 대한 이해도를 높이고 이에 해당되는 권장 수산물이 무엇인지, 그리고 이러한 권장 수산물의 소비를 어떻게 하면 늘릴 수 있을지를 함께 검토하는 등의 노력이 요구된다. 이는 수산식품 소비 가이드라인을 만들어 내는 밑거름이 될 수 있다.

〈표 5-10〉 생애주기별 필요 성분 및 수산물 매칭 교육 확대(예시 안)

영유아기	⇒	초등학생	⇒	중·고등학생	⇒	성인	⇒	노년기
필요 성분 (권장 수산물)		필요 성분 (권장 수산물)		필요 성분 (권장 수산물)		필요 성분 (권장 수산물)		필요 성분 (권장 수산물)

자료: 저자 작성

2) 가치 중심 산업으로의 전환 노력

수산식품의 소비와 관련하여 일본은 소비감소 상황을 극복하기 위해 다양한 활성화 노력을 하고 있다. 그럼에도 불구하고 소비 감소세는 이어지고 있다. 반면 유럽의 경우 소비시장이 성숙 국면에 위치한 경우도 있으나 여전히 성장 추이를 유지하고 있는 국가들을 발견할 수 있다. 유럽 소비시장이 감소세로 접어들지 않을 수 있었던 주요한 원인은 인구 감소세가 일본에 비해 빠르지 않다는 점도 있지만, 무엇보다도 수산식품 산업에 대한 접근방식에 주목해야 한다. 유럽은 수산산업에 대해 하드웨어적인 접근만이 아니라 소프트웨어적인 접근을 통해 새로운 ‘가치’를 만들어 내고자 하는 부단한 노력을 하고 있다는 점이다.

앞서 주요 국가별 이슈 분석 결과 일본의 수산식품 관련 주요 키워드는 특정 수산물 또는 전통 문화(초밥) 등을 주목한 반면, 유럽 시장은 수산식품 산업의 지속가능성(Sustainability)적 측면에 주목하였다. 또한 이와 관련한 탄소 배출, 플라스틱 등의 환경적인 문제는 물론, 수산식품의 세분화된 성분(단백질, 당 등)에 대한 언급과 다이어트 식단(케톤) 등 세분화된 시장적 접근을 통해 새로운 ‘가치’를 만들어 내기 위한 노력이 다양하게 이루어지고 있음을 확인할 수 있었다. 즉, 수산물이 지니고 있는 장점을 부단히 연구하고 홍보하는 노력을 수행하고 있었던 것이다. 이러한 유럽 사례는 우리나라 수산식품 산업이 블루푸드 산업으로의 전환이 필요하다는 것과 미래 가치 창출 식품 산업으로서의 이미지 전환 노력이 필요하다는 것을 나타낸다. 이와 같은 접근은 미래 세대가 향후 수산식품을 바라보는 이미지를 전환시킬 수 있는 주요한 소비 결정요인으로서 작용될 수 있다.

〈표 5-11〉 수산식품 이미지 전환 노력

수산식품 관련 주요 이슈	[일본]		
	주요 키워드	⇒	성장 국면
	주요 품목(새우, 연어), 초밥, 라면 등		감소 국면
	[유럽] 이탈리아, 프랑스, 스페인		
	주요 키워드	⇒	성장 국면
	식품가공, 성분(단백질, 지방, 당), 지속가능성, 케톤 등		성장 국면 or 성숙 국면

⇓

[한국]
수산식품 ⇒ 블루푸드 산업로의 전환 노력 필요

자료: 저자 작성

3) 기술 중심 산업으로의 전환 노력

수산식품 소비 산업의 글로벌 이슈 트렌드를 살펴보면, 과거에는 건강 및 위생 안전 등과 같이 수산식품의 효능에 주목했다면 현대에는 유럽 등을 중심으로 지속가능성 등 가치 중심의 산업으로의 전환을 모색해 온 것을 확인할 수 있다. 이는 공유자원을 활용하는 수산자원의 특성을 고려한 전환으로도 바라볼 수 있으나 수산식품 산업이 지니고 있는 가치를 효과적으로 높이는 방안이기도 하다.

〈표 5-12〉 과학기반 소비자 맞춤형 제품 개발(안)

[과거~현재] : 공급자 중심	⇔	[현재~미래] : 수요자 중심
① 우수한 종자, ② 효율적 양식 시스템, ③ 안전 콜드 체인 시스템		① 소비 편의성 증대, ② 과학적 성분을 고려한 식품 개발, ③ 3D Printing을 활용한 모형 개발

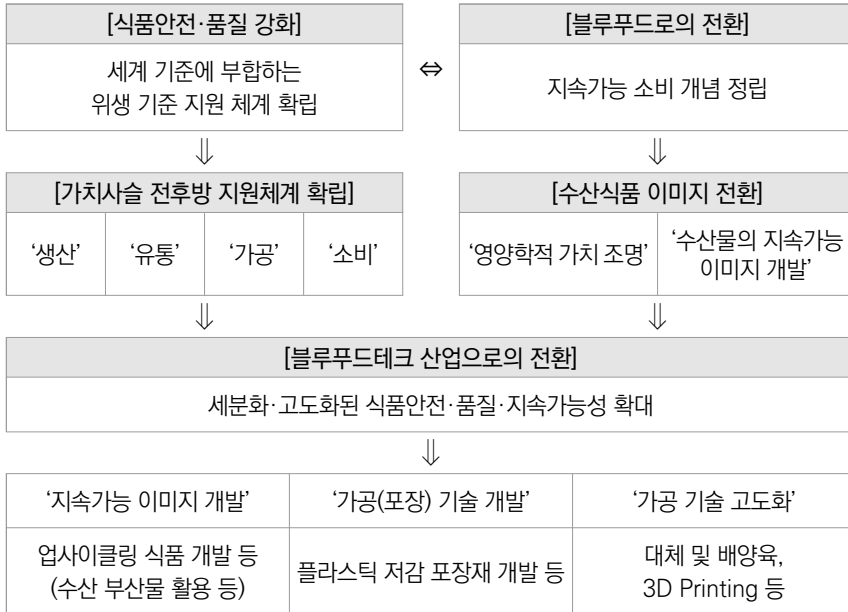
자료: 저자 작성

다만 최근에는 이러한 가치 중심 산업으로의 전환 과정에서 푸드테크 등 수산식품 소비와 관련한 기술적인 측면 역시 부각되고 있다는 것을 고려할 필요가 있다. 플라스틱은 대표적인 예가 될 수 있다. 수산물의 강점이 될 수 있는 지속가능한 식품으로서의 이미지는 플라스틱 사용과는 어울리지 않을 수 있으며, 이에 소비자의 편의는 고려하되 환경에 부정적인 영향을 미치는 부분을 줄이기 위한 패키징 개발 등이 활발히 일어나고 있다. 그 결과 과거 포장재만 하더라도 이전까지는 Tray package나 Flexible package 등 플라스틱 사용량이 많은 포장재가 활용되었으나 최근에는 플라스틱 저감 등에 도움을 줄 수 있는 Skin-pack package 사용이 늘어나고 있다⁴⁴⁾. 이는 수산식품 소비 산업이 지향해야 할 바를 잘 드러내 준다.

또한 커스터마이징(Customizing)된 영양적 성분의 조합은 물론 MZ 세대 등을 위해 편의성이 강화된 제품을 공급하는 방안 마련에 대한 고민이 필요한데 메디푸드(Medi food)가 하나의 대안이 될 수 있다. 이 외에도 ‘맛’뿐만이 아닌 ‘제품의 형태’ 등에 대한 관심 역시 증가하고 있어, 3D 프린팅을 통한 다양한 기술은 이러한 식품의 가치를 높여줄 기회가 되며 수산식품의 이미지를 변화시키는 데에 큰 도움을 줄 수 있다. 다양한 제품 형태를 통한 ‘미’적 가치의 향상은 소비자들이 해당 제품을 SNS에 올려 관심을 끌게 하는 요인으로 작용할 수 있으며, 이처럼 과학을 기반으로 한 소비자 맞춤형 제품 개발은 수산식품 소비산업의 선순환을 일으켜 줄 수 있는 요인으로 작용될 수 있다.

44) 한기욱 외(2021), 글로벌 수산가공식품 소비 트렌드 분석, KMI 사업조사보고서.

〈표 5-13〉 블루푸드테크 소비산업 육성 방안



자료: 저자 작성

06

결론 및 정책 제언

제1절 요약 및 결론

본 연구는 최근 우리나라 수산물 소비시장의 성장세가 성장(Growth) 국면에서 성숙(Maturity) 국면으로 진입한 상황에서, 향후 수산물 소비가 일본과 같이 감소(Decline) 국면으로 넘어가지 않도록 소비 활성화 방안을 마련하고자 하였다. 특히 인구 감소 및 젊은 세대(MZ) 중심의 육류 선호 현상은 수산물 소비 감소는 물론, 수산업 경쟁력을 저해하는 요인으로 작용할 수 있다.

소비 활성화 방안 마련에 앞서 우선 국내외 수산물 소비 시장의 변화를 이해하기 위해 국내외 수산물 소비시장의 변화를 ‘양(소비량의 변화)’적, ‘질(소비 이슈 변화)’적으로 살폈다. ‘양’적인 변화 과정을 통해 소비 활성화 대응이 필요하다는 것을 밝혀냈으며, 특히 패류 및 어류 소비 등에서의 대응이 시급하다는 것을 알 수 있었다. ‘질’적으로는 매년 수산식품 시장 이슈에 따라 달라지기도 하였지만, 전반적으로 건강 및 영양 성분 등에 대한 관심에서 시간이 지날수록 보다 세분화된 가치(지속가능성), 그리고 기술적인 요인(식품 공학) 등에 대한 관심이 늘어나고 있다는 것을 확인할 수

있었다. 국내 소비자를 대상으로는 소비 결정요인 등을 분석하여 소비 활성화를 위해 우선적으로 고려해야 될 항목을 검토하였으며, 특히 세대별 소비 결정요인의 차이를 나타내어 미래 소비자를 대상으로 ‘접근성’, ‘편의성’ 등의 개선 노력이 필요하다는 것을 알 수 있었다. 이후 ‘국내외 소비 활성화 사례를 분석’하여 주요 국가별 소비 활성화 정책의 변화와 국내 현실 접목 가능성을 검토하였다. 이러한 연구 결과는 종합적으로 고려되어 소비 활성화와 관련된 기본전략과 방안, 그리고 사업을 제안하는 근거로 활용하였다.

분석된 연구 결과를 종합적으로 검토하여 ‘제1차 수산식품산업 육성 기본계획(2020~2025)’의 소비 부문 보완 또는 ‘제2차 수산식품산업 육성 기본계획(2026~2030)’ 수립 시 소비 활성화 기반을 보다 강화하고 실질적으로 사업화되어 수행이 될 수 있도록 기본 전략, 추진 방향 등을 제안하였다. 비전은 수산식품 ‘소비 활성화’를 통한 우리나라 수산업 경쟁력 향상, 목표는 내수 소비 활성화를 통한 미래산업으로의 전환 모색으로 하였다. 이하 추진방향으로는 ‘수요’ 기반 산업 육성 체계 구축, ‘미래 세대’를 고려한 소비 활성화 전략 수립, ‘미래 지향’ 수산식품 소비 활성화 방안 마련 등을 제시하였다.

‘수요’ 기반 산업 육성 체계 구축을 위해서는 변화되는 수산식품 소비 환경을 실시간으로 파악하고, 소비시장의 진단 및 전망하는 방안 마련이 필요하다. ‘미래 세대’를 고려한 수산식품 소비 활성화 전략 수립을 위해서는 ‘위생·안전’ 기준 충족을 위한 지원체계 확립, 소비자 맞춤형 편의 제품 개발, 소비 접근성 확대가 필요하며, ‘미래 지향’ 수산식품 소비 활성화 사업으로는 영양학적 성분 규명 및 교육 확대, 가치 중심 산업으로의 전환 노력, 기술 중심 산업으로의 전환 노력이 필요하다. 또한, 신규 사업 역시 제안하였는데 첫째, 수산식품 소비 활성화의 날 지정(K-블루푸드의 날), 둘째, 수산식품 소비 가이드라인 개발, 셋째, 수산식품 소비 활성화를 위한 사업(퓨처 시푸드), 넷째, 관련 연구(지역 수산식품 소비 활성화 방안) 등이 있다.

제2절 정책 제언

1. 수산식품 소비 활성화의 날 지정(K-블루푸드의 날)

본 연구에서는 수산식품 소비 활성화와 관련하여 전 세대에 걸쳐 소비 접근성이 개선되길 원하는 것을 확인할 수 있었다. 또한 현재 국내 소비 활성화와 관련한 사업을 수행하는 기관 역시 소비자 접근성을 높이기 위한 홍보 확대의 필요성을 느끼고 있는 것으로 조사되었다. 이와 같은 상황은 국내 소비자들이 수산 식품에 보다 친근하게 접근할 기회의 장을 많이 마련할 필요가 있음을 의미한다.

농축산업의 경우 소비자들의 접근성 향상을 위해 다양한 기념일을 시행하고 있다. 삼겹살 데이(3월 3일), 로즈 데이(5월 14일), 치킨 데이(9월 9일), 한우 데이(11월 1일), 가래떡 데이(11월 11일) 등 주요 농축산물 기념일만 해도 21개 정도 있는 것으로 알려져 있다. 이러한 기념일의 지정은 온라인 웹상에서 관심 키워드로 언급되어 장미는 최소 20%, 돼지는 10% 이상 등이 실질적으로 소비 촉진에 도움이 되는 것으로 나타났다⁴⁵⁾.

수산업 역시 ‘수요일엔 수산물을 더 많이 먹읍시다’ 등의 캠페인은 물론 김(1월 15일), 전복(삼복), 미역(5월 8일) 등을 중심으로 데이 마케팅이 활용되고 있다. 특히 해당 시기를 중심으로 가격 할인은 물론 수산물의 이미지 개선(어식백세) 노력이 이루어지면서 소비 활성화에 도움을 주었다. 그 결과 우리나라의 1인당 수산물 소비는 꾸준히 증가하고 있다.

다만 최근과 같이 수산물 소비 시장의 성장세가 ‘성장(Growth)’에서 ‘성숙(Maturity)’ 국면으로 진입된 현 시점에서는 소비 활성화의 날을 공식적으로 지정하고 품목 및 지자체별 데이 이벤트를 체계적으로 관리하는 방안

45) 식품저널(2023. 07. 07), “농정원, 농축산물 기념일 키워드 분석 결과 발표”.

마련이 필요하며 사업 운영을 위한 자금을 보다 확대할 필요가 있다. 일본의 ‘생선의 날(さかなの日)’은 대표적인 참고 사례가 될 수 있다. 기존의 정책이 수산물에 대한 접근성 강화와 수산물 섭취를 통한 단백질 섭취, 건강 관리 등을 강조하였다면, ‘생선의 날’은 EU의 ‘SUCCESS’와 같이 지속 가능한 발전 목표(SDG)를 바탕으로 수산자원이 갖는 지속가능성을 강조한다는 점에서 차이를 갖는다. 이러한 일본 사례 역시 다양한 정책이 소비 위축 상황을 해소하지 못하면서 나온 방향으로 우리가 충분히 참고할 만한 요소가 많이 있을 것으로 판단된다.

수산식품 소비 활성화의 날과 명칭은 공모 등 국민 참여를 통해 결정될 필요가 있으며, 품목별·지자체별 소비 활성화의 날은 수산물 출하가 많이 이루어지는 시점을 중심으로 일자(day)를 지정하고 특정 사업 주체가 이를 일원화하여 홍보를 함으로써 사업의 효과를 높이는 방안을 마련할 필요가 있다.

〈표 6-1〉 수산식품 소비 활성화의 날 지정

수산물 소비 활성화의 날		
'K-블루푸드의 날(가안)'		
* 공모를 통한 날짜 및 명칭 선정		
↓		
품목별·지자체별 세부 소비 활성화의 날		
1. 세부 품목별 소비 활성화의 날 지정	주요 품목별 출하시기를 고려한 소비의 날 추가 지정 => 수급 안정화 도모	
2. 지자체별 소비 활성화의 날 통합 관리	주요 지자체별 소비 활성화 날을 통합적으로 관리 => 홍보 효과 극대화	
* 통합 관리 운영 주체 지정		
↓		
소비 활성화의 날 홍보 포인트		
일본 사례(생선의 날)	EU 사례(SUCCESS)	한국 사례
건강, 영양 성분 → 지속가능성 강조	지속가능성 강조 조리법 홍보	건강, 영양 성분 → 지속가능성 강조, 조리법 홍보

자료: 저자 작성

이러한 노력은 정책적으로 지역 사회의 일자리 창출은 물론 균형발전을 가져올 수 있으며 궁극적으로는 수산업의 경쟁력을 향상해줄 수 있다. 경제적으로는 수산물의 출하 시기를 고려하여 소비의 날을 지정함으로써 가격 폭락 등의 사태를 방지하게 되고 소비자의 후생 역시 높여줄 수 있게 된다. 또한 해당 시기를 중심으로 수산물의 이미지 높이는 노력을 함으로써 지속가능한 수산업 발전에 도움을 줄 수 있다. 해당 과정에서의 선순환은 향후 생산 기반의 안정화 역시 유지해주는 기반이 될 수 있을 것으로 판단된다.

〈표 6-2〉 수산식품 소비 활성화의 날 지정에 따른 효과

정책적 효과	일자리 창출, 지역균형발전, 수산업 경쟁력 향상
경제적 효과	사회 후생 증대(수산물 소실 감소, 소비자 만족도 제고), 생산 기반 안정화

자료: 저자 작성

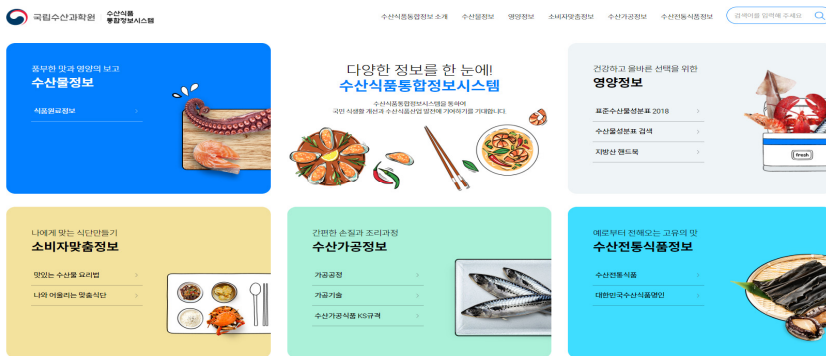
2. 생애주기별(세대별) 수산식품 소비 가이드라인 개발

수산식품은 주요 단백질 섭취원 중 하나로 육류 소비와 경합 관계를 보이는 식품이다. 단, 건강상의 많은 이점에도 불구하고 최근 국내 젊은 소비자들은 수산식품보다 육류를 선호하는 현상이 나타나고 있어 이를 개선하는 노력이 요구된다.

식생활지침과 관련하여 국민영양관리기본계획(보건복지부) 등이 발표되고 있으나 소비자들이 수산식품을 해당 계획과 연계하여 활용하는 데에는 한계가 있다. 국립수산물과학원의 경우 수산식품통합정보시스템 운영을 통해 국내 소비자들이 수산식품의 성분 등을 이해하는 데 도움을 주고 있다. FAO에서 운영하고 있는 포털과 유사하게 영양성분은 물론, 요리법, 맞춤

식단, 명인 소개 등을 함께 제시해주고 있다. 이러한 정보 전달체계의 개선 노력은 소비자들의 수산식품에 대한 이해도를 높여주는 데 큰 도움을 줄 수 있다.

〈그림 6-1〉 수산식품통합정보시스템



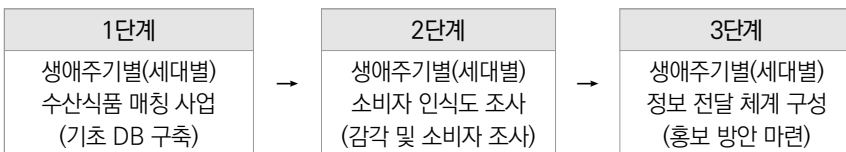
자료: 국립수산물과학원 수산식품통합정보시스템(검색일: 2023.10.31.)

단, 목적성 있는 소비를 위해서는 현 단계를 보다 세분화해주는 노력이 요구된다. 최근 세계적으로 수산식품 소비시장은 고도화·세분화되어 가고 있는 것을 확인할 수 있었다. 이는 소비자들이 개인마다의 특성을 고려해 식품을 고르기 때문에 수산식품에 대한 선호도가 높아지고 있다는 것을 의미한다. 특히 생애주기(세대별)는 수산식품 소비 결정에 있어 차별화된 특성을 나타낸 준 만큼, 생애주기별(세대별) 소비가이드라인을 개발하고 홍보하는 방안에 대한 고민이 필요하다.

이를 위해서는 3단계의 절차가 필요한데 첫째, 생애주기별(세대별) 필요로 하는 영양성분과 이에 해당하는 수산물의 매칭, 둘째, 생애주기별(세대별) 변화되는 소비자 인식도 조사, 셋째, 소비자 인식도를 고려한 정보 전달 체계 구축이다.

우선 생애주기별 필요로 하는 영양 성분과 이에 해당하는 수산물을 매칭하기 위한 연구사업 진행이 필요하다. 이미 생애주기별 필요로 하는 영양 성분과 수산물마다의 영양 성분은 각각 조사가 이루어져 있으나 다양한 수산물을 직접적으로 매칭하여 소개하는 노력은 적은 상황이다. 따라서 국내 수산식품 소비시장을 보다 세분화·고도화시키기 위한 과정으로서 기초 DB를 구축하려는 노력이 요구된다. 해당 사업이 진행되고 나면 주기적으로 생애주기별로 수산식품에 대한 소비자 인식도를 조사할 필요가 있다. 좋은 정보가 있다고 하더라도 이러한 정보가 소비자들의 기호 및 선호도를 자극하지 못한다면 실구매까지 이루어지기 어렵다. 특히 세계적으로 소비과학 분야의 경우 시장의 고도화 과정에서 감각 평가를 중요하게 여기고 있으며 이에 따라 주요 수산물에 대한 감각 및 인식도를 함께 조사하여 조사 결과를 고려한 제품을 개발하고 더 나아가 제품화를 할 수 있도록 유도할 필요가 있다. 마지막으로 소비자 인식도 조사 결과를 고려하여 기존의 일원화된 홍보 방식에서 생애주기별(세대별) 맞춤형 홍보 방안 모색으로의 전환을 통해 효과적인 홍보가 이루어질 수 있도록 노력할 필요가 있다.

〈표 6-3〉 생애주기별 필요 성분 및 수산물 매칭 교육 확대(예시 안)



〈표 6-4〉 생애주기별(세대별) 수산식품 소비 가이드라인 개발에 따른 효과

정책적 효과	일자리 창출, 수산업 경쟁력 향상
경제적 효과	효과적 자원관리, 사회 후생 증대(소비자 만족도 제고)
기술적 효과	수산식품공학 발전 등

자료: 저자 작성

3. 미래 수요자 대응, 퓨처 시푸드 사업(Future Seafood)

미래 수산식품 소비 활성화를 위해서는 소비감소 우려가 있는 소비자층의 기호를 우선적으로 고려할 필요가 있다. MZ 세대로 표현될 수 있는 젊은 세대층은 수산물에 대한 선호는 부정적이지 않은 것으로 나타났으나, 육류와 비교를 하는 경우에는 수산물의 선호도가 크게 낮아지는 것을 확인할 수 있었다. 이와 같은 주요한 이유는 MZ 세대의 경우 수산 식품의 가격을 높게 평가하고 편의성이 부족하다고 판단하였기 때문이다. 이러한 국내 젊은 소비자들의 인식도는 일본 소비자들과 매우 유사하므로 효과적인 대응 방안이 필요하다.

일본의 경우 패스트 피쉬(Fast-Fish, ファストフィッシュ)라는 사업을 통해 소비자가 수산물을 구매하거나 섭취하기를 꺼려하는 요인 중 하나인 불편한 조리법을 해소하기 위해 노력하고 있다. 수산물을 간편하고 부담 없이 즐길 수 있는 제품 또는 조리법을 공모하고 선정 기준에 부합하는 제품은 패스트피쉬 로고를 부착하여 수산물 보급과 소비를 늘리기 위한 목적이다. 이러한 사업처럼 수요자에게 맞춘 시장 세분화 노력은 소비자들에게 다양한 선택지를 제공한다는 점에서 효과적인 소비를 활성화시킬 수 있는 것은 물론 산업의 고도화를 이끌어낼 수도 있다. 즉, 우리 역시 변화되는 소비자의 기호를 반영할 수 있는 제품군을 개발할 수 있는 환경을 조성할 필요가 있다는 것이다.

이에 본 연구에서는 ‘퓨처 시푸드(Future Seafood)’ 사업(안)을 제안한다. 미래 세대를 위한 수산식품 개발을 권장하고 이에 해당되는 제품을 선정하여 로고 부착 등을 통해 차별화가 이루어질 수 있도록 돕는다. 높은 평가 기준을 통과한 제품군은 편의점 등과의 협업을 통해 출시할 수 있도록 돕는다. 세부적으로 MZ 세대 등을 대상으로 한 ‘MZ 퓨처 시푸드’, 지역 수산물의 편의성을 높인 ‘지역 퓨처 시푸드’를 별도로 구분하여 운영하는

것도 도움이 될 수 있다.

〈표 6-5〉 퓨처 시푸드(Future Seafood) 사업(안)

미래 세대를 위한 '퓨처 시푸드(Future Seafood) 사업(안)'	
로고 부착	심의 위원: 주요 편의점 MD 등 제품 선정: 평가 기준 부합되는 제품 대상 로고 부착 (ex) 2024년 퓨처 시푸드 Award
↓	
세부 '퓨처 시푸드(Future Seafood) 로고 운영(안)'	
MZ 퓨처 시푸드	젊은 세대들을 위한 가성비, 편의성 높은 수산식품 개발
지역 퓨처 시푸드	지역별 특산물을 활용한 수산식품 개발

자료: 저자 작성

본 사업은 정책적으로 일자리 창출 및 지역균형발전, 수산업의 경쟁력 향상을 기대할 수 있으며 경제적으로는 소비자의 만족도를 제고하는 데 도움을 줄 수 있을 것으로 전망된다. 특히 기술적인 부분에서의 기여가 높을 것으로 예상되는데, 가공 기술 발전은 물론, 활발한 특허 출원, 기술 거래의 필요성 대두 등 우리 수산업의 혁신 환경 조성에 큰 도움을 줄 수 있다.

〈표 6-6〉 퓨처 시푸드(Future Seafood) 사업 운영에 따른 효과

정책적 효과	일자리 창출, 지역균형발전, 수산업 경쟁력 향상
경제적 효과	사회 후생 증대(소비자 만족도 제고)
기술적 효과	가공기술 발전, 특허, 기술 거래 등

자료: 저자 작성

4. 지역 수산식품 소비 활성화 추진 실행

본 연구는 우리나라 수산식품 소비 활성화를 위한 전반적인 전략과 사업을 제안하고 있다. 단, 상세한 소비 활성화 방안을 모색하기 위해서는 품목별·지역별 특성을 고려하여 방안을 마련하는 것 역시 필요하다. 이에 본 연구에서는 품목별·지역별 특성을 고려한 수산식품 소비 활성화를 위한 연구과제를 제안한다. 연구과제명은 ‘지역 수산식품 소비 활성화 방안’이다. 주요 사업 운영 기관이 지역별 전문성을 지닌 단체와 협업을 하여 연구를 진행한다.

‘지역 수산식품 소비 활성화 추진’ 연구 프로젝트는 전반적인 수산업 현황에 대한 점검은 물론, 지자체별 주요 품목의 소비 동향 및 선호도 등을 파악하며 향후 개선이 필요한 부분을 살핀다. 또한 실질적으로 시행할 수 있는 정책을 소비자들로 하여금 확인하도록 하고, 이후 정책의 우선순위를 결정하는 것을 목표로 한다.

〈표 6-7〉 지역 수산식품 소비 활성화 추진 연구 개요

주요 연구 내용		주요 담당기관
1	지역별 수산업 현황	연구 기관, 학계 지자체, 품목별 협회, 업계 등
2	지역별 수산식품 소비 현황	
3	지역별 수산식품 소비 행태 조사	
4	지역별 수산식품 활성화 방안	

자료: 저자 작성

지역별 활성화 방안을 모색하는 이유는, 지자체별로 소비 활성화와 관련하여 다양한 노력에도 기울이고 있음에도 불구하고 각 지자체의 수산식품 소비 관련 정보는 실질적으로 얻기 힘든 상황이기 때문이다. 정보가 부재한 상황에서 시행되는 정책은 사업의 효과성 측면에서 어려움이 예상된다. 반면 지역별로는 업계 동향 등을 더욱 현실적으로 파악할 수 있기 때문에, 현실성 있는 정보가 정책 방향에 반영되기 위해서는 지역과의 연계를 통한 소비 활성화 방안을 모색할 필요가 있다. 이러한 노력은 지역 간의 정보 격차 해소는 물론, 차별화된 소비 시장의 활성화 방안 모색 등 효과적인 소비 활성화에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

〈표 6-8〉 지역 수산식품 소비 활성화 방안추진 연구에 따른 효과

정책적 효과	일자리 창출, 지역균형발전, 수산업 경쟁력 향상
경제적 효과	사회 후생 증대(소비자 만족도 제고), 정보격차 해소

자료: 저자 작성

참고문헌

국내 문헌

- 김봉태 외(2012), 인구 사회구조 변화에 따른 수산식품 소비 트렌드와 과제, 한국해양수산개발원, 기본과제 2012-17.
- 김종진 외(2018), 소비 변화에 대응한 식량정책 개선 방안, 한국농촌경제연구원, pp. 39-55.
- 농림축산식품부(2015), 제2차 식생활교육 기본계획, pp. 1-23.
- _____ (2019), 제2차 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진에 관한 5개년 기본계획, pp. 1-35.
- _____ (2020), 제3차 식생활교육 기본계획(요약), pp. 1-9.
- _____ (2022), 2022년 쌀 가공산업 육성 및 쌀 이용촉진 시행계획, pp. 1-15.
- 박정아 외(2014), 인구통계적 특징에 따른 수산물 소비패턴 변화 분석, 수산경영론집, 45(3), pp. 1-17.
- 백은영(2010), 우리나라 활어회의 소비결정 요인에 관한 연구, 수산경영론집, 41(3), pp. 1-20.
- 서원석(2013), 순서형로짓모형을 이용한 재개발사업 이전 주택유형별 재정착만족도에 영향을 미치는 근린요소 분석, 서울시연구, 14(1), pp. 39-55.
- 이미남·이애주(2017), 친환경식품 소비가치와 구매의도의 관계 및 태도의 매개효과 검증, 한국외식산업학회지, 35(2), pp. 177-187.
- 이의찬(2009), 내수면어종 수요의 결정요인 분석, 해양정책연구, 24(11), pp. 77-102.
- 이헌동 외(2017), 수산시장의 소비자 신뢰 제고를 위한 정책 지원방안 연구, 한국해양

-
- 수산물개발원, 현안연구 2017-07.
- 이현동(2020), BWS 기법을 이용한 수산물 구매 결정요인의 우선순위 분석, 해양정책연구, 35(2), pp. 177-194.
- 이계임 외(2021), 2021년 식품소비행태조사, 농촌경제연구원, 연구자료-1, 2021-16.
- 이범(2018), 인구사회구조 변화에 따른 수산식품 선택요인 분석, 수산해양교육연구, 30(2), pp. 700-716.
- 정연희 외(2016), 식생활 라이프 스타일에 따른 수산물 선호도 분석, 농촌경제, 39(3), pp. 143-168.
- 한국농촌경제연구원(2001), 식품수급표, 한국농촌경제연구원.
- _____ (2007), 식품수급표, 한국농촌경제연구원.
- _____ (2021), 식품수급표, 한국농촌경제연구원.
- 한기욱 외(2019), 한국산 수산물의 글로벌 브랜드 가치 제고 방안 연구, 한국해양수산개발원, 현안연구 2019-06.
- _____ (2021), 글로벌 수산물 수출 경쟁우위 결정요인 분석, 한국해양수산개발원, 연구개발적립금연구, 2021-03.
- _____ (2022a), 글로벌 수산가공식품 소비 트렌드 분석(포스트 코로나 시대를 중심으로), 한국해양수산개발원, 사업조사보고서.
- _____ (2022b), 글로벌 수산부문 이머징 이슈 분석 모델 개발 연구, 한국해양수산개발원, 일반연구 2022-06.
- 허수진 외(2019), 대국민 수산물 소비행태, 한국해양수산개발원 수산업관측센터, 월간 수산관측&이슈, 제27호, pp. 40-53.
- 해양수산부, 수산물 소비촉진사업 보조사업자 선정 공고, 각 연도.

국외 문헌

- Abdullahi, F. A., Zainalabidin, M. & Mohd, M. I.(2011), Determinants of Fresh Fish Purchasing Behavior Among Malaysian Consumers, Current Research Journal of Social Sciences, 3(2) pp. 126-131.

- Cantillo, J., Martin, J. C., & Roman, C.(2021), Analysis of the main determinants of away-from-home consumption of fishery and aquaculture products in the EU28, *Appetite*, 163, 105216.
- Crona, B. et al.(2020). China at a crossroads: an analysis of China's changing seafood production and consumption, *One Earth*, 3(1), pp. 32-44.
- Easton, R. W., et al.(2021), Early effects of COVID-19 on US fisheries and seafood consumption, *Fish and Fisheries*, 22(1), pp. 232-239.
- EUMOFA(2017), EU Consumer Habits Regarding Fishery and Aquaculture Product-Annex 3: Mapping of National Campaigns.
- _____ (2022), The EU Fish Market: 2022 Edition.
- European Union(2018), Research Eu Result Pack, pp. 21-22, doi:10.2830/90704.
- FAO(2022), The State of World Fisheries and Aquaculture 2022, FAO.
- Feucht, Y. & Znader, K.(2018), Report on the potential of selected innovative products in European markets (SUCCESS), pp. 1-97.
- Gallic, L. B. et al.(2017), EU SUCCESS Consortium Overview, Universite de Bretagne Occidentale(SUCCESS Project), pp. 1-18.
- _____ (2018), Compilation of the SUCCESS dissemination products and events, Universite de Bretagne Occidentale(SUCCESS Project), pp. 1-14.
- Han et al.(2022), What drives a country's fish consumption? Market growth phase and the causal relations among fish consumption, production and income growth, *Fisheries Research*, 254.
- Oishi, T., Tatefuku, I & Mochizuki, M.(2014.7.9.), The "Fast Fish" Campaign in Japan and Consumers' Awereness of Marine Environmental Preservation, IIFET 2014, Queensland University of Technology.
- Olson, S. O.(2003), Understanding the relationship between age and seafood consumption: the mediating role of attitude, health involvement and convenience, *Food quality and preference*, 14(3), pp. 199-209.
- Polanco, J. F. et al.(2016), Economic patterns of seafood consumption and demand analyses of the consumption functions in the period 1990-2011, University of Cantabria(SUCCESS Project).

-
- Sunaryo, A. S.(2017.3.24.), The Impact of brand awareness on purchase decision: mediating effect of Halal logo and religious beliefs on Halal food in Malang Indonesia, Proceedings of Sydney International Business Research Conference, Australian Academy of Business Leadership.
- Szymanska, J.(2021), Analysis of Changes in the volum of fish production and consumption in the world-selected problems, Wroclaw University of Economics and Business.
- Zander, K. et al.(2018), Manuscript on consumer preferences and potentials for future fish consumption, Thuenen-Institute(SUCCESS Project).
- Zaremohzzabieh, Z. et al.(2021), The effects of consumer attitude on green purchase intention: A meta-analytic path analysis, Journal of Business Research, 132, pp. 732-743.
- Zhang, H. et al.(2021), Seafood consumption patterns and affecting factors in urban China: A field survey from six cities, Aquaculture Reports, 19, 100608.
- Zhou, L. et al.(2015), Determinants of fish consumption by household type in China, British Food Journal, 117(4), pp. 1273-1288.
- 일본 국산수산물유통촉진센터(2018), 平成29年度 流通促進取組支援事業 事例集報告書, 国産水産物流通促進センター, pp 1-16.
- _____(2023), 水産加工・流通構造改善促進事業及び魚食普及推進事業, 国産水産物流通促進センター, pp. 7-10.
- 일본 농림수산성, 食料・農業及び水産業に関する意識・意向調査, 農林水産省, pp. 1-17.
- 일본 수산청, 水産白書, 각 연도, 水産庁.
- _____(2021), 水産物消費の現状と消費拡大施策について, 水産庁, pp. 13-15.
- _____(2022), さかなの日制定について, 水産庁.
- _____(2023), 東日本大震災からの水産業復興へ向けた現状と課題, 水産庁, pp. 30-33.
- _____(2023), 復興加工EC販路マッチング支援事業 公募に関するご説明, 水産庁, pp. 1-34.
-

인터넷 자료

2023 대한민국 수산대전 홈페이지, https://fsale.kr/home/season_off.php(검색일: 2023.10.10.)

국가통계포털, 한우 시도/사육규모별 농장수 및 마리수, https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1EO221&conn_path=I2(검색일: 2023.10.10.)

_____, 1인당 연간 양곡소비량, https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1ED0001&vw_cd=MT_ZTITLE&list_id=F14_10&seqNo=&lang_mode=ko&language=kor&obj_var_id=&itm_id=&conn_path=MT_ZTITLE(검색일: 2023.10.10.)

국립수산물품질관리원, 수산식품통합정보시스템, <https://www.nifs.go.kr/sfms/userMain/index.do>(검색일: 2023.10.31.)

농림축산식품부 보도자료(2020.1.30.), 함께 하는 농업, 건강한 국민, 포용사회 실현을 위한 ‘지속가능한 식생활’ 실천 중장기 발전방안 제시-농식품부, 제3차 식생활교육 기본계획 발표-, <https://www.mafra.go.kr/bbs/mafra/68/240693/download.do>(검색일: 2023.10.11.)

_____(2023.2.9.), 대대적 소비 촉진으로 한우 산업 안정 도모, <https://www.mafra.go.kr/home/5109/subview.do?enc=Zm5jdDF8QEB8JTJGYmJzJTJGaG9tZSUyRjc5MiUyRjU2NTM4NSUyRmFydGNsVmllZDY5kbyUzRmJic0NsU2VxJTNEJTl2aXNWaWV3TWluZSUzRGZhbHNlJTl2cmdzRW5kZGVtdHllMQQlMjZwYWdlJTNEMSUyNmJic09wZW5XcmRTZXElMQQlMjZyZ3NCZ25kZVN0ciUzRCUyNnNyY2hXcmQlMQQlRUIlOEMIODAlRUIlOEMIODAlRUMlQTAlODElMjZwYXNzd29yZCUzRCUyNnNyY2hDb2x1bW4lM0RzaiUyNnJvdjUzRDEwJTl2>(검색일: 2023.10.10.)

대한민국 정책브리핑(2021.8.12.), 올 하반기, 수산물 ‘소비 촉진’과 ‘물가 안정’ 두 마리 토끼를 다 잡겠습니다!, <https://www.korea.kr/briefing/pressReleaseView.do?newsId=156466016>(검색일: 2023.10.10.)

동아일보(2017.12.15.), [공기업 감동경영] ‘수산물 체험교육’으로 영유아 건강한 식습관 길러, <https://www.donga.com/news/Economy/article/all/20171214/87732625/1>(검색일: 2023.6.10.)

-
- 삼성서울병원, 간질의 치료-케톤식이요법, http://samsunghospital.com/dept/medical/healthSub02View.do?content_id=1326&cPage=1&DP_CODE=EPI&MENU_ID=003&ds_code=D0004200(검색일: 2022.6.23.)
- 유럽위원회, Regional fisheries management organisations(RFMOs), https://oceans-and-fisheries.ec.europa.eu/fisheries/international-agreements/regional-fisheries-management-organisations-rfmos_en(검색일: 2022.9.12.)
- 채널A 뉴스(2022.12.17.), 한우, 도매값 폭락인데 식당 가격은 그대로...소비자 체감 못해 | 뉴스A, 유튜브, <https://www.youtube.com/watch?v=ART2SXU0xqw>(검색일: 2023.10.10.)
- 축산경제신문(2023.2.10.), [초점]한우 수급 안정 대책 어떻게 진행되나, <http://www.chukkyung.co.kr/news/articleView.html?idxno=66462>(검색일: 2023.10.10.)
- 축산물품질평가원 축산유통정보, 소 유통가격동향, <https://www.ekapepia.com/priceStat/distrPriceBeef.do>(검색일: 2023.10.10.)
- 축산신문(2023.6.14.), 한우 사육두수 역대 최대...9월 정점, 증가세 꺾일 듯, <http://chuksannews.co.kr/mobile/article.html?no=255298>(검색일: 2023.10.10.)
- 한국농촌경제연구원 보도자료(2019.6.13.), 쌀 소비 감소 전망, 소비 변화 반영한 정책 추진 필요, <http://www.krei.re.kr/krei/selectBbsNttView.do?key=103&bbsNo=25&nttNo=130028&searchCtgr=&searchCnd=all&searchKrw=&pageIndex=3&integrDeptCode=>(검색일: 2023.10.10.)
- 한국농촌경제연구원, 식품외식정보 웹진, <https://www.krei.re.kr/foodInfo/selectBbsNttView.do?key=738&bbsNo=435&nttNo=161760&searchCtgr=&searchCnd=all&searchKrw=&pageIndex=1&integrDeptCode=>(검색일: 2023.7.12.)
- 한국무역통계진흥원, <https://www.bandtrass.or.kr/index.do>(검색일: 2022.5.16.)
- 한국수산물, 어식백세 공식 블로그, <https://blog.naver.com/korfish01>(검색일: 2023.5.16.)
- 한우신문(2021.12.20.), 2018년 이후 적정사육두수 초과...왜 사육두수 급격히 늘었나, <http://www.hanwoonews.kr/news/article.html?no=24181>(검색일: 2023.10.10.)
- 해양수산부 보도자료(2014.2.25.), ‘어식 습관’으로 100세까지 건강하게 장수하세요

FAOSTAT-FOOD BALANCES, <https://www.fao.org/faostat/en/#data/FBS>(검색일: 2023.3.27.)

-
- _____, <https://www.fao.org/faostat/en/#data/FBSH>(검색
일: 2023.3.27.)
- Monacolife(2017.3.28.), Stars' N' Bars marks Possion D' Avir with Mr,Googdfish, <http://monacolife.net/starsnbars-marks-possion-davril-with-mr-goodfish/>
(검색일: 2023.7.10.)
- Mr.Goodfish 홈페이지, <https://www.mrgoodfish.com/>(검색일: 2023.7.15.)
- Seafood Nutrition Partnership, Seafood 101 메인 홈페이지, <https://www.seafoodnutrition.org/seafood-101/>(검색일: 2023.7.12.)
- _____(2022.1.3.), Seafood Nutrition Partnership Announces Significant Results from Pilot Eat Seafood America! Campaign, <https://www.seafoodnutrition.org/seafood-101/>(검색일: 2023.10.10.)
- SeafoodSource(2022.1.10.), Americans consumed a record amount of seafood in 2021, <https://www.seafoodsource.com/news/foodservice-retail/americans-consumed-a-record-amount-of-seafood-in-2021>(검색일: 2023.10.10.)
- _____(2022.1.10.), Eat Seafood America! marketing campaign pilot reports 800 percent return on investment, <https://www.seafoodsource.com/news/supply-trade/eat-seafood-america-marketing-campaign-pilot-reports-800-percent-return-on-investment>(검색일: 2023.10.10.)
- 일본 국산수산물유통촉진센터, 제8회 피쉬-1 그랑프리 이벤트 리포트 , プライドフィッシュ 公式サイト, <https://pride-fish.jp/F1GP/2022/news/f1.html>(검색일: 2023.5.13.)
- _____, 수산가공유통 개선 촉진사업 메인 홈페이지, 水産加工・流通構造改善促進事業及び魚食普及推進事業について, <https://www.fish-jfrca.jp/suisan/#jisseki>(검색일: 2023.4.15.)
- 일본 문부과학성, 토요학습응원단 프로그램 개요, <https://manabi-mirai.mext.go.jp/program/index.html>(검색일: 2023.5.13.)
- 일본 수산청, 물고기 나라의 행복 프로젝트 메인 홈페이지, 「魚の国のしあわせ」プロジェクトについて, <https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/sakanakuni.html>,
(검색일: 2023.4.11.)
- _____, 새로운 생활양식에 대응한 수산물 소비 확대 검토회, 新たな生活様式に

対応した水産物消費拡大検討会, https://www.jfa.maff.go.jp/j/study/syouth_kakudai.html(검색일: 2023.7.25.)

일본 앤드피쉬, <https://andfish.jp/>(검색일: 2023.8.12.)

인터뷰 자료

한국수산물 김성만 과장(2023.7.15., 서면 인터뷰)

한국수산물 김자형 대리(2023.7.15., 서면 인터뷰)

국제농림수산물연구센터(JIRCAS) 쓰토무 미야타 실장(2023.7.28., 서면 인터뷰)

부 록

1. 선행연구 정리

〈부록 1〉 선행연구

구분	연구 목적	연구 방법	주요 연구내용
소비 동향 및 전망	• 세계(국가별) 수산물 소비시장의 변화에 대한 이해도 증진 및 성장국면별 소비영향요인 분석 (Han et al., 2022)	• Logistic Growth Model • Dynamic Time Warping • Panel VAR	• 국가별 소비(양) 전망, 국가별 소비 성장세를 이용한 유형화 분석 수행 (성장 국면별), 성장 국면별 소비 결정요인 분석을 통해, 세계 수산물 시장의 변화를 예측 가능하게 설명
	• 세계 수산 부문 전반(생산, 소비, 교역)에 대한 동향을 조사하고, 이에 대한 전망 제시(FAO, 2022)	• 문헌조사 • 통계분석	• 세계 수산물 생산, 소비, 교역 동향을 살펴보고 이에 대한 영향요인을 파악, 2030년까지의 부문별, 국가별 전망을 제시
	• 중국의 수산물 생산, 소비 및 무역 전망을 통해 세계 수산 부문 흐름 예측 (Crona B. et al., 2020)	• 문헌조사 • 통계분석	• 중국의 수산물 생산 및 소비 동향을 분석하고 부문별 전망 제시, 그에 따른 중국 및 관련국의 시나리오 예측
	• 세계 수산물 생산구조 변화 분석 및 세계 수산물 소비 예측(Szymanska, J., 2021)	• 문헌조사 • 회귀분석	• 세계 수산물 생산구조 분석 및 생산량 예측, 국가별 수산물 소비 비교 및 수요 예측
소비 이슈	• 코로나19로 인한 미국 수산물 소비 영향 분석 (Easton R. W et al., 2020)	• 통계 분석 • 빈도 분석	• 코로나19 및 수산 분야 관련 기사 자료를 활용하여 언론 보도 분석, 생산 및 무역 통계, 유동인구, 웹 검색어 등 자료를 활용하여 소비자 수요 분석

구분	연구 목적	연구 방법	주요 연구내용
	• 세계(국가별) 수산부문의 이슈를 종합적·체계적으로 분석하기 위한 모델을 개발(한기욱 외, 2022b)	• Text Mining Approach * Frequency Analysis, Word cloud, Word2vec model, DTW, Growth Model	• 세계 수산식품 부문의 이슈를 대량의 WEB DB를 통해 추출, 분석 수행 • 향후 주목받을 이머징 이슈를 도출
소비 확대 정책 연구	• 「생선의 날」제정에 대하여(일본 수산청, 2022)	• 소비자 설문조사 • 사례분석	• 일본 소비자의 수산물 소비행태 분석 및 수산물 소비 진작을 위한 정책 결정과정 설명
소비 결정 요인 분석	• 중국 도시 전역의 수산물 소비 패턴 차이에 대한 분석(Zhang, H. et al., 2021)	• 문헌검토 • 소비자 설문조사 • 순서형 프로빗 모델(Ordered Probit Model) • 토빗 모델(Tobit Model)	• 수산물 소비 결정은 지역별 차이가 있는 것으로 분석 • 중국 북동부, 서부 소비자는 타 지역에 비해 어류 소비가 더 많음을 파악 • 베이징과 상하이와 같이 경제적으로 발전된 지역은 타 지역에 비해 새우 소비가 많은 것으로 파악 • 건강지향적인 소비자는 육류보다 수산물 섭취가 더 많은 것으로 파악
	• EU28 국가의 수산물 소비 빈도 및 주요 결정 요인 분석(Cantillo, J. et al., 2021)	• 문헌검토 • 소비자 설문조사 • 순서형 프로빗 모델(Ordered Probit Model)	• 분석결과 수산물 소비에 주요 요인으로는 건강이 도출 • 이외 소비 주요 요인으로는 맛과 가격 • 반면, 수산물 소비 회피 요인으로는 수산물에 대한 소비자의 이해도로 파악
	• 소비자의 신선 수산물 구매 결정요인 우선순위 분석(이현동, 2020)	• 문헌검토 • 소비자 설문조사 • Best-Worst Scaling 기법 • 다중로짓모형	• 선행연구를 참조하여 총 10개의 수산물 품질속성을 도출 • 소비자들은 신선도를 가장 중요하게 고려한 것으로 분석 • 신선도 다음으로는 안전성, 맛(풍미), 가격, 외관 등의 순으로 분석 • 수산물 생산단계에서의 위생·안전 관리, 저온유통시스템의 구축, 수산물 품질인증제도 개편에 중요한 시사점 제시

구 분	연구 목적	연구 방법	주요 연구내용
	Report on the potential of selected innovative products in European markets(Feucht & Zander, 2018)	- 소비자 설문조사 - 소비행태 비교 분석	- 국가별 소비자들의 주요 소비 품목을 조사하고 각 국가의 수산물 소비 요인을 분석 * 소비자 설문 활용
	Economic patterns of seafood consumption and demand: Analyses of the consumption functions in the period 1990–2011 (Polanco et al, 2016)	- OLS - 연립방정식 모형	품목별 수산물 소비함수 도출 및 국가별 소비행태 비교 분석
	국내 수산물 소비자들의 유형을 라이프 스타일에 따라 분류하고, 유형별로 소비 결정 요인을 분석(정연희 외, 2016)	- 문헌검토 - 소비자 설문조사 - 군집분석(Cluster Analysis) - 순서형 프로빗 모델(Ordered Probit Model)	- 소비자 유형을 라이프 스타일에 따라 분류하고 군집별 소비를 결정하는 요인 분석 - 분석결과에 따르면 수산물 소비는 소득이나 학력과 같은 인구·사회적 변수 보다는 거주지, 1인 가구 여부, 자녀의 유무, 성별이나 연령별로 공유하는 정보·문화 등을 포함한 라이프 스타일 변수들에 더 큰 영향을 받는 것으로 분석
	가구 특성에 따른 수산물 소비 결정 요인 분석(Lin Zhou et al., 2015)	- 문헌검토 - 소비자 설문조사 - 고정효과 GLS 모형 - 확률효과 GLS 모형	- 가구 특성에 따른 유형을 분류하고 수산물 소비 결정요인을 경제적 요인과 사회인구학적 요인으로 파악 - 분석결과 수산물 소비는 지역마다 큰 차이가 있음을 시사 - 소득, 취학아동 존재 유무에 따라 수산물 소비가 차이가 나는 것으로 파악
	말레이시아 소비자 수산물 구매 결정 요인 분석 (Abdullahi, F. A., Zainalabidin, M, & Mohd, M. I., 2011)	- 문헌검토 - 소비자 설문조사 - 이항로짓모델	- 소비자 소비 결정요인 분석을 위해 가구 규모, 소득, 성별, 구매 취향 등 조사 - 수산물의 영양학적 가치가 응답자들의 구매행동에 큰 영향을 미치는 것으로 파악

구분	연구 목적	연구 방법	주요 연구내용
소비 경로 분석	친환경 제품 구매에 대한 소비자 구매 태도 및 의도 분석(Zaremohzzabieh, Z. et al., 2021)	- 문헌검토 - 소비자 설문조사 - 구매행동분석 - 경로분석 (Path Analysis)	- 요인별 친환경 제품 구매 결정요인 분석 - 소비자의 주관적인 규범이 친환경 제품 구매행동에 어떠한 영향을 미치는지 분석
	한국산 수산물 브랜드의 가치를 향상시키기 위해 우선적으로 고려해야할 소비자들의 심리 요인을 분석하기 위해 경로 분석을 수행(한기욱 외, 2019)	- 문헌검토 - 소비자 설문조사 - 경로분석 (Path Analysis)	- 국내외 세계 브랜드화 동향 분석 - 우리나라 수산물 브랜드 진단 및 평가 - 수산물 세계 브랜드화를 위한 요인 분석 - 프레이밍 기법을 활용한 수산물 브랜드화를 위한 소비자 실험 - 같은 상품이라고 하더라도 상품에 어떻게 Framing(‘경험’ vs ‘물질’)을 하느냐에 따라 지불의사가 달라질 수 있음을 분석 - 특히 친숙함을 높이는 노력이 중요하다고 강조
	소비자의 친환경식품 구매행동과 관련한 소비가치가 구매의도에 미치는 영향관계 규명(이미남 외 2017)	- 문헌검토 - 소비자 설문조사 - 매개효과 검증 - 경로분석 (Path Analysis)	사회적 가치, 유용성 가치, 편리성 가치, 건강지향 가치는 구매의도에 정(+)의 영향, 정보채널 가치는 부(-)의 영향으로 분석
	정량적 분석을 통한 브랜드 인지도, 할랄 로고 및 종교적 신념이 구매에 미치는 영향 분석(Sunaryo, A. S., 2017)	- 문헌검토 - 소비자 설문조사 - 직접효과, 간접효과 - 경로분석 (Path Analysis)	- 가설설정 및 검증 - 요인별 구매 영향 분석 - 브랜드 인지도, 할랄 로고 신념이 소비자 구매에 미치는 영향이 있는 것으로 분석
	소비자의 나이와 수산물 소비 빈도 관계 분석 및 태도, 선호도 등 변수와의 매개효과 분석(Olsen, S. O., 2003)	- 문헌검토 - 소비자 설문조사 - 구매행동분석 - 경로분석 (Path Analysis)	- 가설설정 및 검증 - 요인별 구매 영향 분석 - 분석결과 연령과 수산물 소비 빈도는 정(+)의 효과를 나타내는 것으로 분석 - 이러한 영향은 수산물 섭취에 대한 태도, 건강, 편리성 등에도 영향을 미치는 것으로 파악

자료: 저자 작성

기본연구보고서 발간목록

Ⅰ 2023

01	자율운항선박 운항을 위한 해상교통관제 대응방안 연구	박상원
02	인공지능(AI)을 활용한 무역규범의 해양수산업에 영향 분석 연구	임병호
03	공급망 안정화를 위한 항만의 대응방안 연구	이나영
04	연안재해 정보 활용 개선 방안 연구	김찬웅
05	항만의 생활물류 기능 활성화 방안 연구	최석우
06	마을여장 이용·관리 개선방안 연구	마창모
07	해양생태계 복원정책 개선방안 연구 - 사회·생태복원을 중심으로 -	최석문
08	주민행태기반 해양정책 수용성 제고 설계 방안 연구	이슬기
09	항만연관산업 고도화 방안 연구	김세원
10	탄소배출권 거래제가 해운선사에 미치는 영향 분석 연구	조아현
11	물류 연계 효율화를 위한 스마트항만 구축방안 연구 - 항만물류 데이터 공유 플랫폼을 중심으로 -	서정용
12	어업분야 중대재해처벌법 대응방안 연구	고동훈
13	수산물의 디지털 수출 활성화 방안 연구	이상건
14	항만개발사업의 정책영향평가 연구	이수영
15	해운산업의 미래 변화 예측과 국내 대응 전략 연구	이호춘
16	어선현대화 촉진을 위한 금융제도 개선방안 연구	엄선희
17	연안도시의 쇠퇴와 대응방안 연구	강창우
18	해양범죄 실태 진단을 통한 대응체계 개선방안 연구	민영훈
19	민간기업의 해양환경분야 ESG 활성화 방안 연구	김지윤
20	식량안보를 고려한 수산물 수급관리 방안 연구	허수진
21	지방분권시대의 수산업·어촌분야 대응전략 연구	이호림
22	해운산업 고도화를 위한 선박투자 활성화 방안 연구	김한나
23	글로벌 공급망 리스크 대응 물류망 최적화 방안 연구 : 한국·북미 물류공급망 중심	이성우

2022년

01	선박투자 가치평가 및 위험관리 모형 연구	박성화
02	항만 컨테이너 반출입 예약시스템 가격결정 모형 연구	서정용
03	연안재해 대응을 위한 그린인프라 구축방안 연구	정지호
04	탄소중립이 해양수산업에 미치는 경제적 영향분석 연구	권장한
05	수산물 안전성 관리체계 개선방안 연구	조현주
06	준해양사고 통보제도 개선방안 연구	박상원
07	MZ세대 소비트렌드를 반영한 해양관광 추진방안 연구	최일선
08	연근해 어종별 어획쿼터제도 도입방안 연구	심성현
09	행위자기반 해양공간계획 시뮬레이션 개발 연구	조성진
10	항만분야 탄소중립 관리체계 개선방안 연구	안승현
11	탄소중립 시대 양식산업 대응전략 연구 - 육상 어류양식을 중심으로 -	마창모
12	수산식품산업의 탄소중립 대응방안 연구 - 가공업을 중심으로 -	김지연
13	해양환경보전정책 도입방안 연구	박수진
14	포스트 코로나 시대의 컨테이너 해운산업 대응방안 연구 - 디지털 플랫폼을 중심으로 -	최건우
15	항만분야 공공갈등 관리방안 연구	김세원
16	글로벌 가치사슬 변화와 국제물류 분야 대응방안 연구 - 전기자동차 산업을 중심으로 -	권보배
17	항만개발제도 개선방안 연구	이수영
18	클러스터 혁신을 통한 선박관리업 발전방안 연구	허성례
19	수입수산물 예방적 관리체계 도입방안 연구 - IUU 수산물을 중심으로 -	안지은
20	양식수산물 유통 빅데이터 구축방안 연구	이기영
21	글로벌 혁신성장을 위한 신남방·신북방 정책 연구 - 신남방 지역 ICT산업 가치사슬 변화에 따른 물류 공급사슬 대응방안	최나영환

수시연구보고서 발간목록

Ⅰ 2023년

01	양식어업 비과세 합리화 방안 연구	이정필
02	복합해양레저관광도시 개념정립 및 추진방안에 관한 연구	최일선
03	항만기술산업 육성을 위한 법제도 마련 연구	안승현
04	블루푸드테크 전문기관의 도입 필요성에 대한 연구	이동림
05	지방자치단체의 해양관할구역 설정 요인 연구	이혜영
06	양식장 내 어류 복지 기준 마련을 위한 연구	오서연
07	해양플라스틱 재활용산업 공급사슬 기반 조성 연구	이윤정
08	중소·중견 물류기업의 ESG경영 가이드라인 구축 연구	이재호
09	신항만건설사업의 민간투자 확대를 위한 제도개선 연구	김보경
10	해수욕장 이용객 집계·관리체계 개선방안 연구	이정아
11	플라스틱 오염 대응 국제협약에 대비한 해양분야 대응방안	박수진
12	어촌 활력 제고를 위한 제도 개선방안 연구	문지원
13	어선의 친환경에너지 전환방안 연구	고동훈

Ⅰ 2022년

01	항만의 탄소중립 이행·관리 표준안 연구	안용성
02	매립지 소유권 분리 제도화의 이해관계 분석과 관리방안	윤성순
03	글로벌 공급망 리스크별 영향분석 및 대응방안 연구 - 에너지·곡물을 중심으로	조지성
04	대북제재 강화와 코로나 팬데믹 이후 북한 해양수산 이슈와 대응 방안	윤인주
05	남극환경보호의정서 제6부속서의 국내 이행을 위한 법제 정비방안 연구	박예나
06	해양바이오산업 육성을 위한 해양생명자원법 정비 방안 연구	좌미라
07	우리나라 수산종자 관리체계 개선방안 연구	조현주
08	2050 신해양강국 미래비전 수립 연구	김민수

일반연구보고서 발간목록

Ⅰ 2023년

01	해양수산업 조기경보지수 개발 - 컨테이너 해운시장을 중심으로	권장한
02	AIS 기반 글로벌 선박 배기가스 배출량 분석 연구(II) - 우리나라 주요 항만을 중심으로	강무홍
03	우리나라 수산식품 소비 활성화 방안 마련 연구	한기욱
04	비컨테이너 항만물동량 예측모형 고도화 방안 연구(II) - 유류, 철재, 모래, 목재, 양곡을 중심으로	이화섭
05	대기행렬모형을 활용한 선박대기비용 절감 편익 산정 연구	조아현
06	항만개발사업 정책효과 세부항목별 효과산정 방법 연구	이종필
07	해양 지속가능성 평가체계 구축 연구	최희정
08	국내 해운기업의 ESG 경영 확산 방안 연구	황진희
09	해운 경기순환 분석 및 예측 연구	황수진
10	수산물 공급 안정을 위한 수입수산물 전략품목 관리 방안 연구	박혜진
11	항만산업 여성인력 확대방안 연구	이지원
12	선사공동행위의 규제 및 행동 변화에 따른 영향 분석과 정책방안 연구	류희영

Ⅰ 2022년

01	건화물선 시장 비용분석을 통한 해운시장 위험관리지표체계 구축	류희영
02	해상운임 예측모형 고도화 연구(Ⅰ)	황수진
03	IMO 시장기반조치 도입이 국내 해운기업에 미치는 영향	김한나
04	연안지역발전지수(CoDI) 개발 연구	황재희
05	CGE 기반 국제통상환경 변화의 해양수산업 부문 파급효과 분석	임병호
06	글로벌 수산업 부문 이머징 이슈 분석 모델 개발 연구	한기욱
07	양식 수산물 중장기 수급전망모형 구축 연구 - 굴을 중심으로 -	김철현
08	Network DEA를 이용한 물류기업 경쟁력 비교 분석 연구	황선일
09	해양수산 사업체 성과 및 효율성 분석 연구	김주현
10	베이지안 방법을 이용한 양식 명계 단수 추정방안 연구	천성훈
11	수입수산물과 국산 간의 대체관계 분석 연구 - 활·신선냉장품을 중심으로 -	박혜진
12	국내 컨테이너 해운기업의 디지털 전환 활성화 방안 연구	전서연
13	비컨테이너 항만물동량 예측모형 고도화 방안 연구(Ⅰ) - 자동차, 석탄, 고철, 시멘트를 중심으로 -	최석우
14	해양수산 분야 미래 리스크 발굴 및 파급효과 분석 연구(Ⅱ)	김찬호
15	항만개발사업의 정책효과 적용방안 연구	이종필
16	국가 해양전략 기본구상 연구	정현욱
17	선박대기시간 예측모형 개발을 위한 방법론 연구	조아현
18	안전항만 구축을 위한 비용 산정 및 지원체계 마련을 위한 연구	최상균

일반연구 2023-03

우리나라 수산식품 소비 활성화 방안 마련 연구

인쇄 2023년 12월 29일

발행 2023년 12월 31일

발행인 김 종 덕

발행처 한국해양수산개발원

주소 49111 부산시 영도구 해양로 301번길 26(동삼동)

연락처 051-797-4800 (FAX 051-797-4810)

등록 1984년 8월 6일 제313-1984-1호

조판·인쇄 애드원플러스 (070-4390-3850)

판매 및 보급: 정부간행물판매센터 Tel: 02-394-0337

정가 6,000원

우리나라 수산식품 소비 활성화 방안 마련 연구

A Study on Strategies to Promote Seafood Consumption

 **한국해양수산개발원**
KOREA MARITIME INSTITUTE

49111 부산광역시 영도구 해양로 301번길 26 (동삼동)
TEL. 051-797-4800 FAX. 051-797-4810

값 6,000원
93300

9 791168 661530
ISBN 979-11-6866-153-0