

통영의 풍요로운 바다에서 블루푸드를 만나다

- 제4차 미래수산특위 개최 계기, 통영 바다숲 조성 현장 및
수산물 가공·수출업체 방문 -

대통령소속 농어업·농어촌특별위원회(이하 농어업위, 위원장 장태평)는 6월 29일 경남 통영에서 제4차 미래수산특별위원회(이하 수산특위)를 개최하고, 수산분야 연구 시설, 가공·수출 업체 및 바다숲 조성 현장 등 수산 현장을 방문하고 수산업 생태계 전반을 살펴보았다.

금번 방문지인 통영은 우리나라 대표 수산 도시 중 한 곳으로 최근에는 수산자원 조성 및 연구, 1차 수산물 생산을 넘어 2·3차 산업으로의 외연 확대, 수산식품산업 고도화 등 수산업 생태계 전반의 변화를 꾀하고 있다.

수산자원연구센터의 연구시설을 둘러보는 것으로 시작된 이번 현장방문 일정은 실시간 수중드론카메라로 바다숲 조성현장을 살펴보는 정책 설명회로 이어졌다. 장태평 위원장은 “아무리 좋은 수산정책과 제언일지라도 수산자원이 황폐화된다면 그 의미를 상실하는 것”이라고 강조하며, 수산자원 연구와 보호를 위한 노력에 힘써줄 것을 당부했다.

이어진 제4차 미래수산특별위원회에서는 위원회의 세 가지 안건, ‘지속가능한 블루푸드 소비 생태계 조성방안’, ‘수산분야 디지털기술 활성화 방안’, ‘인적·물적자원의 어촌유입을 통한 수산업 기반 확대방안’에 대한 열띤 논의가 진행되었다. 특히 이번 회의에서는 첫 번째 안건인 ‘지속가능한 블루푸드 소비생태계 조성방안’ 마련을 위해 수행된 ‘블루푸드 소비자 인식도 조사’ 결과 발표도 진행되었다.

* (조사기간/조사표본/조사업체) ‘23.6.5 ~ ’23.6.23 / 만 19세 이상 성인 2천명 / 엠브레인리서치

조사 결과 소비자들의 수산물에 대한 호감도는 높은 것으로 조사되었다 (75%). 특히 유년기 시절 어촌거주 경험이나 수산물 식생활 교육 경험이

있는 경우 수산물을 좋아한다고 응답한 소비자의 비중이 높아 평소 수산물을 접할 수 있는 환경을 조성하는 것이 수산물 소비에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것으로 분석되었다.

또한 소비자들은 수산물 섭취·구입시 신선도(61%), 안전성(22.7%) 등을 고려하는 것으로 나타났다. 이에 따라 수산특위 회의에서는 후쿠시마 오염수 방류에 따른 수산물 소비심리 위축 우려에 대한 정부의 적극적 대응이 필요하다는 의견도 제시되었다. 정부에서 해역 방사성 조사, 수산물 방사능 검사, 유통이력관리품목 및 원산지표시수산물 확대 등 많은 노력을 기울이고 있으나, 국민 불안을 불식시킬 수 있도록 보다 적극적인 홍보가 필요하다는 목소리도 나왔다.

‘블루푸드’ 용어*를 통해 소비자의 수산물에 대한 긍정적 인식을 끌어낼 필요도 있는 것으로 조사되었다. 블루푸드에 대해 들어보지 못했다는 응답이 많았으나(71.4%), 막상 블루푸드 개념을 접했을 때 소비자들은 ‘위생·안전’, ‘친환경’, ‘지속가능성’ 등의 긍정적인 키워드를 순서대로 떠올렸다. 그 간 농어업위는 블루푸드의 중요성에 대해 강조해왔으며, 지난 5월 2일에는 ‘블루푸드의 건강 가치와 미래’를 주제로 심포지엄을 개최한 바 있다.

* 블루푸드란 바다에서 잡거나 기른 물고기, 조개류, 해조류 등의 수산물과 이를 이용해 만든 식품을 통칭하는 용어로, 높은 영양학적 가치와 낮은 탄소배출량 등 상대적으로 친환경적인 식품 생산과정에 주목하는 개념(UN)

이후 통영의 대표적인 수산물 가공·수출업체인 (주)우진물산을 방문해 가공시설 등을 둘러보며, 현장의 어려움을 청취하고 향후 블루푸드의 수출 확대 방안 등에 대해 고민하는 시간을 가졌다.

장태평 농어업위 위원장은 “연안 생태계 복원과 탄소중립 실현을 위한 정부의 의지와 연구자들의 노력으로 만들어진 성과를 확인할 수 있어 매우 뜻깊은 자리였다.”고 언급하고, “지속가능한 수산업을 위해 수산자원 조성에서부터 소비·수출에 이르기까지 전반적인 혁신을 이끌어내기 위해 미래 수산특위를 중심으로 논의를 이어가겠다”고 밝혔다.

※ 첨부: 블루푸드 소비자 인식도 조사 주요내용, 현장 사진

담당 부서	농수산식품팀	책임자	팀 장	도윤정 (02-6260-1231)
		담당자	사무관	김환 (02-6260-1232)



별첨) 블루푸드 소비자 인식 조사 주요결과

1 조사 개요

- 과업명: 블루푸드 소비자 인식 조사
- 조사 방법, 기간 : 온라인 패널 조사, '23.6.5(월) ~ 6.23(금) 3주
- 조사 대상: 만 19세 이상 성인 남녀 2,000명

* 성, 연령, 지역을 고려한 인구비례 할당

2 항목별 조사 결과

1) 수산물 소비 행태

- 수산물을 좋아한다(1,495명, 75%), 보통이다(430명, 22%), 싫어한다(75명, 4%)

구분	수산물을 좋아한다	보통이다	수산물을 싫어한다
어촌지역 거주 경험: 있다 339명	272명(80.24%)	54명(15.93%)	13명(3.83%)
가족 중 수산업 분야 종사자: 있다 89명	68명(76.4%)	17명(19.1%)	4명(4.49%)
식생활교육 경험: 있다 1,095명	833명(76.07%)	216명(19.73%)	46명(4.2%)
수산물 식생활교육 경험: 있다 287명	228명(79.44%)	47명(16.38%)	12명(4.18%)

- 수산물 섭취·구입시 신선도(61%), 기호성(36.6%), 계절성(26.7%), 가격(23.3%), 안전성(22.7%) 순으로 고려
- 평소 해조류(68.3%), 어류(64.1%), 연체동물류(58.2%), 갑각류(50.6%), 패류(48.7%), 기타수산동물(39%) 순으로 섭취하고, 수산물의 영양학적 정보가 제공되면 '더 자주 섭취할 것'이라는 응답자 1,240명(62%)

2) 수산물에 대한 소비자 인식

- '수산물'하면 떠오르는 종류는 고등어(47%), 오징어(32.4%), 갈치(16.8%), '영양학적 가치가 높다고 생각하는 수산물'은 고등어(58.5%), 미역(24.9%), 전복(21.8%) 순
- '수산물'하면 떠오르는 이미지는 맛있다(44.9%)가 가장 큰 비중

3) 소비자가 생각하는 블루푸드

- '블루푸드' 용어를 '들어봤다' 573명(29%), '못 들어봤다' 1,427명(71.4%)
- '블루푸드'라는 용어에 대한 느낌은 신선한 음식(25.5%), 건강한 음식(24.6%), 바다(21.4%), 수산물(11%), 깨끗하다·맑다(10.7%) 등으로 대부분 긍정적인 이미지와 식품을 연상
 - '블루푸드'에 강조(또는 추가)되어야 하는 이미지는 '위생적이고 안전한 수산물'(63.3%), '친환경적으로 생산된 수산물'(32.3%), '기후변화, 식량 위기 시대에 적합한 지속가능한 수산물'(29.8%)의 순
 - 블루푸드 식품에 기재되어야 하는 정보는 '친환경적으로 생산되었음을 알 수 있는 인증정보'(48.8%), '유익성과 유해성의 수치화된 정보'(47.6%), '섭취 시 건강에 미치는 영향'(38.7%) 순
- 학교급식, 단체급식, 군급식에서 수산물에 대한 선호도가 낮은 이유는 맛과 비린내 등의 기호가 맞지 않아서(45.4%), 신선하고 좋은 식재료를 사용하지 않아서(19.7%), 먹기 불편해서(15.9%) 순
 - 이를 해결하기 위해서는 신선하고 맛있는 수산물 공급체계 마련(53.3%), 수산물 조리법의 개선 및 맛있는 수산가공품의 급식 확대(25.8%), 영유아 단계부터의 수산물에 대한 체계적인 교육(7.9%) 등 정부의 노력이 필요한 것으로 조사
- 블루푸드 바우처 사업 확대 추진시 구입하고 싶은 제품 형태는 영양 보충제 형태의 제품(36.9%), 원물 형태(32%), 대상별로 특화된 KIT(30.9%) 순이며, 구입하고 싶은 장소는 일반 대형마트(54%), 수산전문시장(16.3%), 온라인 식품 전문 몰(14.2%) 순

4) 수산물 교육

- 식생활교육을 받은 경험이 있다 1,095명(54.8%), 없다 905명(45.3%)
- 식생활 교육 관련 의견 중 '기회가 주어진다면 다양한 수산물을 경험하고 싶다'가 73.6%로 가장 높은 동의율