

제11권: 2004. 8.

## 미 광우병 발생 이후 쇠고기 소비 변화

신승열, 송주호, 김철민

1. 머리말 .....	1
2. 쇠고기 수급과 가격 변화 .....	2
3. 광우병이 소비 심리에 끼친 영향 .....	4
4. 소비자 의견 조사 결과 .....	5
5. 시사점 .....	11

**한국농촌경제연구원**

연구 담당: 신승열 연구위원 /02-3299-4272 [syshin@krei.re.kr](mailto:syshin@krei.re.kr)  
송주호 연구위원 /02-3299-4187 [jhsong@krei.re.kr](mailto:jhsong@krei.re.kr)  
김철민 부연구위원 /02-3299-4323 [cmkim@krei.re.kr](mailto:cmkim@krei.re.kr)  
자료 문의: 지성구 연구성과관리팀장 /02-3299-4224 [jiseko@krei.re.kr](mailto:jiseko@krei.re.kr)

- 우리 연구원은 일부 연구결과를 'KREI 농정연구속보'로 간결히 정리하여 정책 담당자나 농업인 등에게 신속히 배포하고 있습니다.
- 이 자료는 우리 연구원 홈페이지([www.krei.re.kr](http://www.krei.re.kr))에서도 보실 수 있습니다.

## 1. 머리말

### 수입 감소하는데도 한우 가격 하락

2003년 12월 미국에서 광우병이 발생하고, 가금인플루엔자가 국내와 아시아 지역에서 빠르게 확산되면서 국내 육류시장에는 큰 교란이 있었다. 질병에 대한 두려움으로 쇠고기와 닭고기의 소비가 큰 폭으로 감소하면서 한우와 닭의 산지가격이 폭락하고, 대체수요로 인해 돼지 가격은 상승하였다. 이후 닭고기는 소비촉진 운동을 통해 소비가 회복되었으나, 쇠고기는 높은 가격 및 경기침체와 맞물려 소비 회복이 지연되고 있다.

광우병 발생 이후 전체 쇠고기 공급량의 46%를 차지하는 미국산 쇠고기의 수입이 전면 금지되었고 이에 따라 국내 쇠고기 수급 불균형에 대한 우려가 표출되었다. 수입이 감소하면 국내산 쇠고기에 대한 수요는 증가되고 따라서 가격이 상승하는 것이 일반적인 현상이다. 그러나 쇠고기의 안전성에 대한 소비자들의 우려가 높아지면서 광우병이 발생하지 않은 국내산 쇠고기에 대한 수요도 큰 폭으로 감소하여 한우 가격도 하락하기 시작하였다. 그리고 쇠고기 소비위축이 예상보다 장기화되면서 2004년도 상반기의 쇠고기 수입량이 2003년 동기에 비해 절반이나 감소하였음에도 불구하고 한우 산지가격의 하락은 지속되었다.

한우 산지가격이 하락하면서 단기간에 가격이 회복될 것이라고 기대하는 농가 중심으로 한우 출하시기를 지연하는 현상이 발생하였다. 그러나 예상보다 가격 하락이 장기화되고 사료가격 상승으로 경영압박이 심해지면서 적체되었던 도축물량이 출하되기 시작하였고, 이는 한우 산지가격 하락을 부추기는 요인으로 작용하였다.

5월 들어 정부가 한우고기 소매가격 인하를 유도하고, 쇠고기 부정유통에 대한 단속을 강화하여 소비자 불신을 해소하는 등의 소비촉진 정책을 쓰고 있으나 좀처럼 쇠고기 소비가 회복되지 않고 있다. 소비부진은 한우 산지가격에 부정적 영향을 주고 있어 번식에서 비육으로 전환하는 농가들이 늘고 있는 것으로 조사되어 한우 사육기반이 다시 약화되지 않을까 우려되고 있다.

여기에서는 미 광우병 발생 이후 국내 쇠고기 수급 동향을 살펴보고, 쇠고기 소비부진에 대한 심리적 영향과 쇠고기 소비변화에 대한 소비자조사 결과를 분석하여 향후 쇠고기 소비시장 변화에 따른 시사점을 찾고자 한다.

## 2. 쇠고기 수급 및 가격 변화

### 가격은 19% 하락, 소비량은 23% 감소

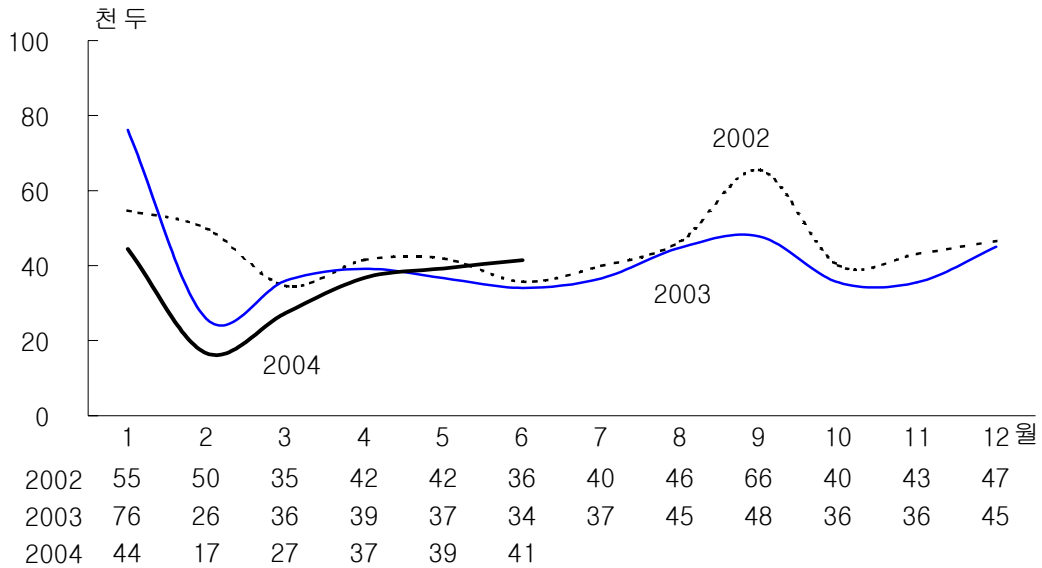
2003년 12월 미국에서 광우병이 발생하면서 미국산 쇠고기의 수입이 금지되었고, 우리나라는 호주와 뉴질랜드산 쇠고기에 의존하게 되었다. 그러나 광우병으로 인한 쇠고기 수입금지는 일본을 포함한 많은 나라에서 실시되었기 때문에 미국산 쇠고기를 수입하던 나라(특히 일본) 또한 호주와 뉴질랜드산 쇠고기에 의존하면서 우리나라가 확보할 수 있는 수입 쇠고기의 양은 제약을 받을 수밖에 없었다. 우리나라 쇠고기 수입량은 1월에 전년 동월 대비 71% 감소하였고, 2월 이후 감소 폭이 줄기는 하였지만 1~6월 누적 쇠고기 수입량은 전년 동기대비 49% 감소한 상황이다.

쇠고기 수입량이 감소하였으나 광우병으로 인한 쇠고기 소비 위축은 예상보다 컸다. 한우 산지가격은 연초부터 하락하였고, 쇠고기 소비감소를 반영하여 한우 도축두수 역시 감소하였다. 여기에 쇠고기 소비부진이 단기간에 해소될 것이라고 기대하는 농가 중심으로 한우 도축시기를 지연시켰는데 이로 인해 국내 쇠고기 생산량은 더욱 감소하게 되었다.

도축이 지연된 한우두수는 지난 5월 현재 4만 여두로 추정되었는데 (전국 한우협회), 한우가격 하락이 예상보다 오래 지속되고 사육기간 연장으로 인한 육질등급 하락, 그리고 사료가격이 오르는 등의 영향으로 농가의 한우 출하물량이 5월부터 늘어나기 시작하여 전년도 물량을 상회하고 있다.

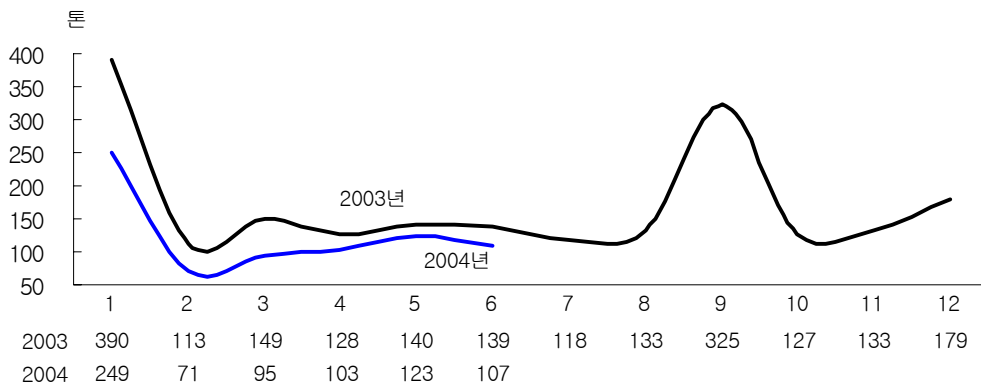
쇠고기 소비량을 가늠해 볼 수 있는 소매점 판매량(농협 하나로클럽 전국 9개점, 한우고기)은 1~6월 전년 동기대비 29.4% 감소한 것으로 조사되었다. 2월에 37.1%까지 감소하였고 4, 5월 소비가 회복 추세를 보였으나 6월에 다시 22.8%로 감소 폭이 커졌다.

그림 1. 한육우 도축두수



자료: 농림부.

그림 2. 국내산 쇠고기 소비량



자료: 한국육류유통수출입협회. 『육류 유통 및 소비 실태조사 보고, 2004년 6월』.

한우 산지가격은 1월부터 크게 하락하였으나 한우고기 소비자가격은 3월까지 상승한 후 4월부터 하락하였다. 소비진작을 위한 쇠고기 가격 인하유도 정책으로 5월에는 큰 폭으로 하락하였다. 쇠고기 소비촉진 홍보와 가격인하, 그리고 광우병으로 인한 쇠고기 소비위축 효과가 약화되면서 한우 산지가격은 6월 들어 하락세를 멈추고 약간 상승하였다.

표 1. 한우 소비자 가격 및 산지 가격

단위: 원/kg

		2003	2004					
		6	1	2	3	4	5	6
한우 고기 가격	등심	48,470	50,090	50,206	50,832	50,666	49,678	48,995
	불고기용	31,520	30,800	31,183	31,517	32,250	29,117	29,117
	평균	37,700	38,573	38,831	39,423	39,108	36,611	36,358
한우수소 산지가격(천원)		3,627	3,944	3,645	3,456	3,180	2,919	2,921

자료: 한국육류유통수출입협회. 『육류 유통 및 소비 실태조사 보고, 2004년 6월』.

### 3. 광우병이 소비 심리에 끼친 영향

#### ‘심리 요인’이 ‘경제 요인’보다 소비 감소에 영향 더 끼쳐

한 재화의 소비량 변화는 경제적 요인과 심리적 요인으로 나누어 볼 수 있다. 경제적 변수인 가격과 소득에 의한 소비량 변화는 추정 가능하지만 심리적 요인에 의한 변화는 수치화하기 어렵다. 여기서는 총소비량 변화에서 가격과 소득에 의한 변화를 제거한 나머지를 심리적 요인에 의한 변화로 가정하여 분석하였다.

2003년 12월 미국에서 광우병이 발생한 이후 5개월간의 소비량과 가격 변화를 이용하여 월별 소비변동의 요인을 분석하였다. 쇠고기와 돼지고기 소비량은 전국 9개 하나로클럽의 판매량(한국육류유통수출입협회)을 이용하였고, 닭고기는 생산량이 모두 소비된다는 가정하에 월별 도계수수를 사용하였다. 가격은 농산물유통공사에서 발표하는 전국 5개 도시 재래시장의 소매가격을 사용하였다. 소득은 통계청에서 발표하는 가계수지동향 2004년 1/4분기 실질소득 증가율을 사용하였다.

2004년 들어 쇠고기에 대한 수요가 감소하면서 쇠고기 가격은 하락하였다. 반면에 대체 수요로 인하여 돼지고기와 닭고기 가격은 상승하였다. 쇠고기의 경우 자체 가격이 하락하고 대체재 가격이 상승하여 가격과 소득은 쇠고기 소비증가 요인으로 작용하였다. 그러나 실제 쇠고기 소비량은 오히려 감소하여 심리적인 요인에 의한 소비위축이 매우 큰 것으로 나타났으며, 이

러한 심리적 요인에 의한 소비위축은 3월을 고비로 점차 완화되고 있는 것으로 분석되었다.

표 2. 쇠고기 소비 변화 요인(전년 동월 대비)

	소비증감 (A)	경제적 요인별 소비증감 기여도					심리요인 (A-B)
		한우고기 가격	돼지고기 가격	닭고기 가격	소득	소계 (B)	
1월	-0.362	0.023	0.012	-0.058	0.033	0.010	-0.372
2월	-0.371	0.040	0.021	-0.035	0.033	0.059	-0.430
3월	-0.362	0.028	0.037	0.071	0.033	0.169	-0.531
4월	-0.197	0.019	0.053	0.091	0.033	0.195	-0.392
5월	-0.125	0.037	0.060	0.100	0.033	0.229	-0.354

#### 4. 소비자 의견 조사 결과

2004년 7월 1-6일에 소비자 510명을 대상으로 쇠고기 소비행태에 대한 설문 조사를 실시하였다. 조사대상은 전국 6대 대도시에서 거주하는 쇠고기 구입 경험이 있는 주부이며, 지역별, 연령별 표본수는 인구비례에 의해 결정되었다.

표 3. 연령, 소득별 소비자조사 응답자

단위: 명, %

	20대	30대	40대	50대	소계
250만원 이하	43	81	39	32	195(38)
250~350만원	30	60	55	29	174(34)
350만원 이상	20	43	50	24	137(27)
무응답	-	-	1	3	4(1)
소계	93(18)	184(36)	145(28)	88(17)	510(100)

응답자의 육류별 소비 비율은 돼지고기가 47.6%로 가장 많았고, 쇠고기, 닭고기 순으로 많았다. 쇠고기 소비는 소득수준이 높을수록 많았고, 돼지고기와 닭고기는 소득이 높아질수록 소비량이 줄어들었다.

표 4. 육류 소비 비율

단위: %

	250만원 이하	250~350만원	350만원 이상	무응답	평균
쇠고기	23.5	27.0	31.4	20.0	26.8
돼지고기	50.0	46.7	45.2	55.0	47.6
닭고기	26.5	26.3	23.4	25.0	25.6
계	100	100	100	100	100

#### 4.1. 쇠고기 소비 형태

##### 쇠고기의 23%를 외식에서 소비

소비자 조사에 응답한 소비자들은 한달에 2.4번 쇠고기를 구입하고, 한번에 구입하는 양은 880g으로 조사되어 한달 평균 소비량은 2.1kg으로 나타났다.

표 5. 쇠고기 월평균 구입횟수와 구입량

단위: 회, g

	250만원 이하	250~350만원	350만원 이상	무응답	평균
구입횟수/월	2.0	2.5	3.0	1.8	2.4
1회 구입량	809	898	989	450	885
월 구입량	1,618	2,245	2,967	810	2,124

가정에서의 쇠고기 소비는 한우고기가 수입쇠고기보다 많았다. 이는 국내 쇠고기 소비량 중 수입쇠고기의 비중이 2002년도에 63.4%로 국내산 쇠고기 비중보다 더 크지만, 가정에서의 쇠고기 소비는 한우고기 위주로 되고 있다는 것을 보여 준다.

표 6. 한우와 수입쇠고기 구입 비율

단위: %

	20대	30대	40대	50대	평균
한우고기	68.9	74.4	82.7	74.9	75.8
수입쇠고기	31.1	26.6	17.3	25.1	24.2

쇠고기 소비량 중 외식이 차지하는 비율은 23.2%로 나타났다. 국내 쇠고기 소비구조상 수입쇠고기 비중이 더 높음을 감안할 때, 이는 주부가 참석하지 않은 외식의 비중이 크며 외식에서는 수입쇠고기가 많이 사용되고 있음을 말해 준다.



표 7. 쇠고기 소비량 중 외식 비율

단위: %

	20대	30대	40대	50대	평균
외식비율	30.6	28.8	17.3	13.6	23.2

육류 외식 시 선택하는 메뉴는 돼지고기가 67.1%로 가장 많았고 그 다음 쇠고기, 닭고기 순으로 조사되었다. 소득수준별 육류 소비는 소득이 많을수록 쇠고기 소비 비중이 커지며 돼지고기는 줄어드는 것으로 조사되었다.

표 8. 외식 시 소득 수준별 육류별 소비 비율

단위: %

	250만원 이하	250~350만원	350만원 이상	무응답	평균
돼지고기	80.5	65.5	48.9	100	67.1
쇠고기	12.3	24.1	40.1		23.7
닭고기	3.6	6.9	5.8		5.3
기타	3.6	3.5	5.2		3.9

## 4.2. 안전성과 소비량 변화

### “한우고기 안전하다”는 응답률 39%로 낮아져

한우고기의 안전성에 대한 질문에 응답자의 38.7%가 ‘안전하다’고 응답하여, 지난 1월의 조사 때 54.2%가 ‘안전하다’고 대답한 것에 비해 오히려 감소하였다. 이는 지난 1월에 ‘안전하다’라고 대답하였던 소비자의 일부가 ‘모르겠다’라고 판단을 유보하였기 때문인데, 올해 들어 한우 질병에 대한 지속적인 보도와 만두 사건 등 식품안전에 대한 사회적 불신이 한우고기에도 영향을 준 것으로 보인다.

표 9. 한우고기 안전성에 대한 인식

단위: %

	2004년 7월	2004년 1월
안전하다	38.7	54.2
안전하지 못하다	33.3	34.6
모르겠다	28.0	11.2

현재 수입이 금지되어 있는 미국산 쇠고기의 안전성에 대한 조사결과를 1월의 조사와 비교하면 ‘안전하지 못하다’는 응답이 87.4%에서 78.0%로 감소하였다. 그리고 ‘안전하다’는 응답과 ‘모르겠다’라는 판단유보의 응답은 증가하여 시간이 지날수록 광우병 충격이 악화되고 있는 것으로 조사되었다.

표 10. 미국산 쇠고기 안전성에 관한 인식 변화

단위: %

	2004년 7월	2004년 1월
안전하다	7.3	4.2
안전하지 못하다	78.0	87.4
모르겠다	14.7	8.4

그러나 미국산 쇠고기의 수입이 재개된다면 미국산 쇠고기를 소비하겠느냐는 질문에 ‘소비하지 않겠다’고 응답한 소비자가 64.9%, ‘광우병 발생 전보다 적게 소비하겠다’고 응답한 소비자가 27.3%로 앞으로 수입이 재개되어도 미국산 쇠고기에 대한 수요는 광우병 여파로 종전보다 줄어들 것으로 보인다.

표 11. 미국산 쇠고기 소비의향

단위: %

광우병 발생 전보다 많이 소비	1.2
광우병 발생 전과 동일하게 소비	6.7
광우병 발생 전보다 적게 소비	27.3
소비하지 않겠다	64.9

작년과 비교한 올해의 쇠고기 소비량은 57.1%가 ‘줄었다’고 응답하였고, 36.3%가 ‘변동이 없다’고 응답하였다. 변동이 있는 소비자들은 한우고기보다 수입쇠고기를 더 많이 줄인 것으로 나타났다. 작년 소비량을 100으로 봤을 때 한우고기는 작년의 65.4, 수입쇠고기는 32.0을 소비한다고 조사되었다.

쇠고기 소비를 줄인 소비자들에게 쇠고기 소비를 줄인 이유를 물었다. 소비자들이 쇠고기 소비를 줄인 이유는 가축질병으로 인하여 안전성을 의심하고 있는 것이 가장 큰 이유였고, 그 다음 경기침체로 인한 소득감소와 쇠고기의 높은 가격 때문인 것으로 나타났다. 이 외에도 건강에 관심이 높아지면서 육류 소비량을 줄인 것도 영향을 준 것으로 조사되었다.

표 12. 쇠고기 소비량 감소 이유

단위: %

	250만원 이하	250~350만원	350만원 이상	무응답	평균
가축질병에 대한 안전성	29.0	39.2	41.2	100	35.7
경기침체로 인한 소득감소	30.6	19.6	14.7		23.0
가격이 높아서	22.6	23.7	20.6		22.3
건강식을 위한 육류소비감소	8.1	13.4	23.5		13.4
유통과정에 대한 의심	9.7	3.1			5.2
기타		1.0			0.3

### 4.3. 웰빙 트렌드와 소비 영향

#### 웰빙 위해 “쇠고기 소비 줄이겠다” 43%

최근 건강에 대한 관심이 높아지면서 육류소비가 향후 어떻게 변화될지가 관심사항이다. 일부에서는 육류 섭취는 각종 성인병의 원인이 되고 수명을 단축시킬 수 있다고 하며, 미국 애트킨스 박사가 주장하는 황제 다이어트에서는 육류를 많이 섭취하고 탄수화물의 섭취를 제한함으로써 효과적으로 살을 뺄 수 있다고 한다.

웰빙(Well-Being)이라는 단어는 사전적으로 ‘안녕’, ‘복지’, ‘행복’ 등의 뜻을 지녔으며 새로운 라이프 스타일로 인기를 끌고 있다. 웰빙으로 인하여 쇠고기 소비가 변동하겠느냐는 질문에 쇠고기 소비를 ‘줄이겠다’라는 응답이 42.9%였으나 ‘늘리겠다’는 응답은 8.4%에 불과해 육류소비와 건강에 대한 관심이 역비례 관계를 나타내었다.

표 13. 건강에 대한 관심과 쇠고기 소비량

단위: %

	20대	30대	40대	50대	평균
변동 없다	44.1	46.2	51.7	53.4	48.7
늘리겠다	15.1	12.0	3.4	2.3	8.4
줄이겠다	40.8	41.8	44.9	44.3	42.9

#### 4.4. 쇠고기 소비 촉진 방안

##### “안전성 높이면 더 소비할 것이다” 79%

쇠고기의 소비를 촉진하기 위한 방안을 묻는 질문을 하였다. 이 질문은 2002년 12월에도 조사되었는데 그 당시에는 ‘가격’이 가장 중요하다고 응답한 반면에 이번 조사에서는 ‘쇠고기의 품질과 신뢰도 제고’를 중요한 방안이라고 응답하였다. 쇠고기 소비촉진 방안으로 가격인하는 이번 조사에서도 64.1%의 응답률을 보여 여전히 효과적인 방안으로 제시되었으나, 작년 말부터 한우관련 질병이 소비자의 주목을 받으면서 생산과 유통과정에서의 안전성이 가장 중요한 요인으로 대두되었다.

표 14. 쇠고기 소비 촉진을 위한 정부 방안(중복응답)

단위: %

	2004년 7월	2002년 12월
쇠고기의 안전성을 높이고 품질 개선	79.0	53.7
생산이력제 등 유통시스템 정비	69.4	45.6
가격 인하	64.1	73.5
음식점 원산지 표시	55.9	35.0
브랜드 개발, 홍보	26.7	36.0
새로운 쇠고기 요리 개발	4.3	3.3

쇠고기 정보에 대한 정보원별 신뢰도를 묻는 질문에 가장 신뢰한다는 기관은 소비자 단체로 나타났다. 정부에 대한 신뢰도가 15.3%인데 반해, 소비자 단체에 대한 신뢰도는 정부의 3배가 넘는 47.8%로 나타났다. 이는 미국의 한 연구조사(미국 워싱턴 주립대학교 조사, 2004)에서 미국 농무성을 가장 신뢰한다는 결과가 나온 것과 비교할 때, 우리 정부가 소비자의 신뢰를 얻기 위해서는 더 노력해야함을 보여주고 있다.

광우병으로 인한 소비 위축이 장기화되면서 정부와 생산자 단체 등은 쇠고기 소비자 가격 인하 유도 정책을 폈다. 그러나 소비자가 느끼는 체감 쇠고기 가격은 여전히 높은 것으로 나타났다. 쇠고기 가격 인하를 체감하고 있다고 응답한 소비자들은 전체 응답자의 8.8% 이었는데, 이들은 소비자 가격이 15.5% 인하된 것으로 인식하고 있었다.

표 15. 쇠고기 정보에 대한 정보원별 신뢰도

단위: %

소비자 단체	47.8
신문, 텔레비전 등 언론매체	16.7
농림부, 보건복지부 등 정부기관	15.3
수의사, 학자 등 전문가	11.6
가족, 이웃 등 주변 지인	8.2

표 16. 쇠고기 소비자가격 체감 여부

단위: %

체감하고 있다	8.8	(15.1% 인하)
체감하지 못한다	90.8	
모르겠다	0.4	

## 5. 시사점

2001년 유럽에서 광우병이 발생했을 때 국내 쇠고기 소비위축과 돼지고기 대체 소비 증가는 약 5개월 만에 해소된 것으로 2001년 본연구원은 분석하였다. 그러나 2003년 12월 미국에서 발생한 광우병으로 쇠고기 소비위축은 지난 4월부터는 조금씩 회복되는 기미를 보이고 있으나 7개월이 지난 지금까지도 지속되고 있다.

유럽산 쇠고기는 국내에 수입이 되지 않았고, 미국산 쇠고기는 국내에 많이 수입되고 있었다는 점에서 미국에서의 광우병 발생은 국내 소비자에게 심리적으로 더 큰 불안감을 느끼게 한 것으로 보인다. 또한 최근 건강에 대한 관심이 높아지면서 육류섭취를 줄이는 추세와 높은 가격도 쇠고기 소비 위축에 영향을 주고 있다.

이번 소비자 조사에서 보듯이 한우고기의 가격이 비싸다고 인식하는 소비자가 많았다. 따라서 장기적으로 안정적인 쇠고기 소비기반을 유지하기 위해서는 합리적인 쇠고기 가격이 쇠고기 소비에 중요한 요소가 될 것이다.

그러나 이는 안전성이 확보된 이후에 효과를 가질 것이다. 안전성에 관한 충격은 그 파급효과가 커서 소비자 신뢰를 회복하는데 많은 시간과 비용이 들기 때문이다.

현재 우리나라 주부들은 쇠고기의 안전성에 대해 정부나 전문가의 발표보다 소비자 단체를 더 신뢰하는 것으로 나타났다. 미국의 소비자들이 농무성(USDA)의 발표를 가장 신뢰하고 있는 것과 대조되며, 광우병이 발생한 미국에서는 쇠고기 소비에 큰 충격이 없었던 반면에 광우병이 발생하지 않은 우리나라에서는 쇠고기 소비가 급감한 현상을 설명할 수 있을 것이다. 그동안 정책당국이 육류의 안전성에 대한 소비자 신뢰확보를 위해 정보의 신속한 공개, 투명한 의사결정 등 많은 노력을 기울여 왔지만 아직 미흡하다는 평가이며, 소비자 단체 및 언론에 대한 신속·정확한 홍보가 소비자 불신해소에 매우 효과적인 수단이 될 수 있음을 보여 주고 있다.

쇠고기의 소비 촉진을 위해서는 광우병 등 각종 가축질병으로부터 안전한 쇠고기를 생산하여야 하며, 현재 추진하고 있는 쇠고기 생산이력추적시스템과 음식점 원산지 표시 의무화가 정착되면 소비 촉진에 큰 효과가 나타날 것이다. 축산업은 살아있는 동물을 다루는 산업이기 때문에 모든 위험요소를 사전에 다 방지하기는 어렵다. 그러나 질병이 발생하였을 때 그 질병에 관한 모든 정보가 투명하게 추적 가능하다면 쇠고기 생산농가와 가공, 유통 단계에서 쇠고기의 안전성과 품질을 높여 소비자의 신뢰를 높일 수 있을 것이다. 또한 정책당국의 신뢰성도 제고할 수 있는 기회가 될 것이다.

또한 웰빙트렌드는 쇠고기를 비롯한 육류의 소비를 감소시키는 요인으로 작용할 수 있다. 홍보를 통해 정확한 건강정보를 소비자에게 제공하여 소비자 인식을 개선하는 데 노력할 필요가 있다.

미국에서 광우병이 발생하였을 때 많은 사람들은 국내 한육우산업의 기반을 넓힐 수 있는 좋은 기회라고 생각하였으나 7개월이 지난 시점에서의 현상은 오히려 사육기반을 약화시키는 쪽으로 영향을 주고 있다. 그러나 쇠고기 수입이 제한되어 있는 현재의 상황이 국내 한육우산업이 신뢰받고 도약할 수 있는 기회가 될 수 있다. 빠른 시일내에 국내산 쇠고기의 신뢰를 회복하고 미국산 쇠고기 수입재개에 대비하여야 할 것이다.

**KREI 농정연구속보 제11권**  
**미 광우병 발생 이후 쇠고기 소비 변화**

---

등 록 제6-0007호 (1979. 5. 25)

인 쇄 2004. 8.

발 행 2004. 8.

발행인 이정환

발행처 한국농촌경제연구원

130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102

전화 02-3299-4000 팩시밀리 02-965-6950 [http:// www.krei.re.kr](http://www.krei.re.kr)

인쇄처 (주) 문원사 02-739-3911~5

---

- 이 자료에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.  
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본연구원의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.