

ARTICLE

축산물 유통 및 제조사 대상 동물복지인증 축산물의 인증 표시 현황 분석

유재은^{1,2} · 김학연^{1,3*} · 홍성현^{4**}

¹공주대학교 동물자원학과, ²경북대학교 생태환경대학 행정팀,
³공주대학교 자원과학연구소, ⁴농림축산식품부 축산유통팀

Analysis of the Certification Mark Status of Animal Welfare Certified Livestock Products

Jae-Eun Yu^{1,2}, Hack-Youn Kim^{1,3*}, Song-Hyun Hong^{4**}

¹Department of Animal Resources Science, Kongju National University, Yesan 32439, Korea

²Administrative Office, College of Ecology and Environmental Science, Kyungbook National University, Sangju 37224, Korea

³Resources Science Research Institute, Kongju National University, Yesan 32439, Korea

⁴Livestock Distribution Team, Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, Sejong 30110, Korea

Received: April 15, 2024

Revised: May 13, 2024

Accepted: June 03, 2024

*Corresponding author :
Hack-Youn Kim
Department of Animal Resources
Science, Kongju National University,
Yesan 32439, Korea
Tel : +82-41-330-1241
E-mail : kimhy@kongju.ac.kr

**Corresponding author :
Song-Hyun Hong
Livestock Distribution Team, Ministry of
Agriculture, Food and Rural Affairs,
Sejong 30110, Korea
Tel : +82-44-201-2318
E-mail : ghd14@korea.kr

Copyright © 2024 Resources Science
Research Institute, Kongju National University.
This is an Open Access article distributed
under the terms of the Creative Commons
Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>)
which permits unrestricted non-commercial
use, distribution, and reproduction in any
medium, provided the original work is
properly cited.

ORCID

Jae-Eun Yu
<https://orcid.org/0009-0008-9323-0097>
Hack-Youn Kim
<https://orcid.org/0000-0001-5303-4595>
Song-Hyun Hong
<https://orcid.org/0009-0008-1367-2996>

Abstract

This study surveys livestock manufacturers, and distributors' perceptions to promote consumption and distribution of animal welfare certified livestock products. In the question on the appropriate content of animal welfare certified livestock products in animal welfare certified livestock products, 15 people (46.9%) were employed by manufacturing and distributing companies, 7 people (21.9%) were "50% or more", "30% or more", "70% or more", and "90% or more" were in the order of 5 people (15.6%). In the opinion on the rating of the animal welfare livestock farm certification system in livestock processed foods, the respondents for manufacturing and distributors were 'positive.' Eight people (30.8%), 'very positive.' Seven people (26.9%), 'normal.' Six people (23.1%), 'not positive.' Three people (11.5%) and two people (2.7%) were in order, and the difference according to the size of the company was not found to show a statistically significant difference ($p>0.05$). The animal welfare livestock farm certification system is expected to be activated if processed foods are classified according to the content of animal welfare certified livestock products to manufacture and distribute livestock products to the extent that there is no price burden on consumers.

Keywords

Animal welfare, Livestock products, Manufacturer, Distributor, Survey

1. 서론

최근 국내에서 살충제 계란, 구제역, 조류인플루엔자 등 이슈가 떠오르며, 축산물에 대한 불안감이 커지는 추세이다. 축산물에 대한 불안감은 안전한 축산물에 대한 소비자의 수요를 증가하게 하며, 동물복지, 무항생제, 유기축산 등 축산물 관련 국가인증 제도에 대한 소비자 인지도 및 관심이 증가하고 있다(Yoon *et al.*, 2018). 우리나라의 경우, 1991년에 제정된 동물보호법을 시작으로 농장 동물 학대 행위 방지 등 동물을 적절하게 보호하고 관리하는 데 필요한 규정을 제정하였다(Woo, 2017). 이후 정부는 2008년 동물보호·복지 종합대책과 2010년 동물보호·복지 추진 대책을 근거로 동물보호법 개정을 통해 동물복지 축산농장 인증제 도입을 추진하였다(Na, 2014).

동물복지 축산농장 인증제는 2012년 산란계를 시작으로 2013년 돼지, 2014년 육계, 2015년 한·육우, 젖소, 염소, 2016년 오리까지 축종을 확대해 나가고 있으며(NIAS, 2016), 축산물의 포장·용기 등에 동물복지 축산농장 인증제 마크를 사용하려면 동물복지 축산농장 인증을 받은 사람의 성명 또는 농장명, 인증번호, 축종, 농장의 소재를 함께 표시하여야 한다. 또한, 실외 방목장 기준을 준수하는 농장에서 유래한 축산물이 아닌 경우에는 동물복지 자유 방목 농장으로 표기하거나, 방목, 방사 등 소비자가 동물복지 자유 방목 농장으로 오인·혼동할 우려가 있는 표시는 금지하고 있다(NLIC, 2012).

국가인증제도에 대한 소비자 인지도 조사 결과, 동물복지 축산농장 인증제 시행 이후 인증제에 대한 소비자 인지도는 매년 상승하여 2020년에는 80.6%, 2021년에는 81.1%의 인지도를 보였으나, 동물복지인증 축산물에 대한 구매 및 미구매 이유를 물어보는 설문에서는 미구매 이유가 '동물복지인증 축산물을 찾기 어려워서'가 31.7%로 가장 높게 나타날 만큼 동물복지인증 축산물이 시장에서 차지하는 비율은 높지 않은 것으로 판단된다(MAFRA, 2021).

현재 우리나라 동물복지인증 축산물은 계란, 돼지고기, 닭고기, 우유, 소고기가 유통되고 있으며, 동물복지인증 축산물 소비 활성화를 위해 축산물을 생산, 제조, 가공하는 사람까지 인증범위를 확대하여 가공식품까지 인증 범위를 확대하였다(동물복지 종합계획, 2020). 국내에서는 축산물 제조 및 유통사에서 동물복지 축산농장 인증을 받은 축산물을 활용하여 치킨너겟, 돈가스, 캔햄, 요거트 등 다양한 가공식품을 개발하여 유통 중이지만, 가공식품 제조에 관한 별도 규정이 없기 때문에 일부는 국가에서 지정한 동물복지인증 마크를 사용하지 않고, '동물복지' 용어만 사용하거나 자체 제작한 동물복지인증 마크를 사용하는 것으로 나타났다. 또한, 치즈 등 기타 혼합물이 첨가된 가공식품의 경우, 치즈 제품은 동물복지인증 받은 축산물이 아닌 수입 제품을 사용하면서 '동물복지' 용어를 사용하거나, '국가동물복지인증 마크'를 사용하는 경우가 발생하여 소비자들이 혼란을 초래할 수 있다고 판단된다.

2023년 농림축산식품부, 농림수산식품교육문화정보원에서 실시한 동물복지에 대한 국민의식조사 결과보고서에 따르면 동물복지축산 농장 인증제에 대한 소비자 인지도는 74.3%로 나타났으며, 동물복지인증 축산물을 구입하는 이유는 '동물복지인증 축산물이 영양, 품질이 우수할 것 같아서' 37.3%, '동물복지인증 축산물이 보다 안전할 것 같아서' 33.6%로 가장 높게 나타나, 소비자가 동물복지인증 축산물에 기대하는 영양 우수성 및 안정성이 높아 소비자 혼란이 없도록 인증제도 표시에 대한 명확한 규정이 필요한 것으로 생각된다.

동물복지 축산농장 인증 축산물 생산·이용현황 실태조사에 따르면, 동물복지 우유의 경우 유통주체가 동물복지인증 축산물의 물량을 다 소화하지 못하는 경우 일반 축산물로 전환하여 판매하는 경우가 있으며, 해당 물량은 전체 유통물량 중 40% 이상을 차지하여 가격 부분에서 손실이 빈번하게 발생하는 것으로 나타났다(MAFRA, 2021).

본 조사 연구는 우리나라에서 유통되는 동물복지인증 축산물의 인증 표시 현황에 대해 파악하여 동물복지인증 축산물의 소비 활성화 방안으로 동물복지인증 축산물 가공식품 제조 시 인증 축산물 적정 함유량에 대한 축산물 제조 및 유통사와 소비자의 의견을 취합·도출하여 인증제 표시 적용 확대에 대한 개선방안을 제안하고자 한다.

II. 조사내용 및 방법

1. 조사 대상

조사대상은 축산물 제조사 직원, 유통사 직원으로 축산물 제조사는 하림, 선진, 참프레 등 축산물 전문 기업으로 구성되고, 유통사는 이마트, 하나로 마트, 생활협동조합 등 축산물 유통사를 대상으로 하였다. 33명 응답자 중 대기업 근무자는 7명(21.2%), 중견기업 11명(33.3%) 그리고 중소기업 15명(45.5%)이다(Table 1).

Table 1. Survey respondent characteristics of marketing and distribution workers (Unit: N, %)

Classification		Frequency
Company size	Major company	7 (21.2)
	Middle-standing	11 (33.3)
	Small business	15 (45.5)
Total		33 (100.0)

2. 조사 방법

국내 동물복지인증 축산물, 가공식품의 유통 및 소비 현황을 파악하기 위하여 축산물 제조 및 유통업 종사자를 대상으로 동물복지인증 축산물 및 가공식품 판매 및 구매 실태, 판매 비율, 인증제도 표시 방법, 향후 판매 및 구매 의사, 동물복지인증 축산물 함유량에 대한 의견 등에 대해 조사하였다. 본 조사는 일부 유통 및 제조사 대상 설문은 예비 조사로 7명에게 대면 조사를 실시하였고, 이후 설문을 보완하여 26명 대상으로 이메일을 통해 실시하였다.

3. 통계처리 및 분석

본 연구의 수집된 자료는 회사 규모에 따라 구분하고, SPSS(statistical package for the social sciences) WIN 25.0 프로그램을 사용하여 통계적으로 분석하였다. 인구통계학적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시하여 빈도와 백분율을 산출하였으며, 집단 간 차이 분석을 위해 카이제곱(χ^2) 검정을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 동물복지인증 축산물 판매 현황

회사 규모에 따른 동물복지인증 축산물 판매 여부는 Table 2와 같다. 회사 규모에 따른 동물복지인증 축산물 판매 여부는 대기업과 중소기업은 ‘동물복지인증 축산물을 판매한다.’는 응답이 100%로 나타난 반면, 중견기업은 ‘판매한다.’가 6명(54.5%), ‘판매하지 않는다.’가 5명(45.5%)으로 나타나, 중견기업은 ‘판매하지 않는다.’는 응답이 상대적으로 대기업, 중소기업보다 더 높은 것으로 유의하게 확인되었다($p < 0.01$). 2023년 농림축산식품부에서 실시한 동물복지에 대한 국민의식조사에 따르면 동물복지인증 축산물 주 구입 장소는 계란을 기준으로 마트 85.4%, 생활협동조합 18.2%, 온라인 17.2%, 백화점 6.2%, 기타 1.7% 순서로 나타나(농림축산식품부, 2023), 본 조사와 유사한 결과를 나타내었다.

회사 규모에 따른 일반 축산물 대비 동물복지인증 축산물 판매 비율 차이는 Table 3과 같다. 응답자는 동물복지인증 축산물을 판매한다고 응답한 28명 중 ‘동물복지인증 축산물을 30% 이상 판매한다.’가 12명(42.9%)으로 가장 높게 나타났고, ‘10% 미만’ 8명(28.6%), ‘10% 이상’ 4명(14.3%), ‘20% 이

Table 2. Whether to sell animal welfare certified livestock products (Unit: N, %)

Classification		Yes	No	Total	χ^2	p
Company size	Major company	7 (100.0)	0 (0.0)	7 (100.0)	11.786**	0.003
	Middle-standing	6 (54.5)	5 (45.5)	11 (100.0)		
	Small business	15 (100.0)	0 (0.0)	15 (100.0)		
Total		28 (84.8)	5 (15.2)	33 (100.0)		

** $p < 0.01$.

Table 3. Sales ratio of animal welfare certified livestock products to general livestock products (Unit: N, %)

Classification	Sales ratio					Total	x ²	p
	60%≤	30%≤	20%≤	10%≤	10%>			
Major company	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	1 (14.3)	5 (71.4)	7 (100.0)	20.056*	0.010
Middle-standing	1 (16.7)	1 (16.7)	2 (33.3)	0 (0.0)	2 (33.3)	6 (100.0)		
Small business	0 (0.0)	10 (66.7)	1 (6.7)	3 (20.0)	1 (6.7)	15 (100.0)		
Total	1 (3.6)	12 (42.9)	3 (10.7)	4 (14.3)	8 (28.6)	28 (100.0)		

*p<0.05.

상 3명(10.7%), ‘60% 이상’이 1명(3.6%) 순으로 확인되었다. 대기업은 일반 축산물 대비 동물복지인증 축산물을 10% 미만으로 판매한다는 응답이 71.4%로 나타나, 상대적으로 중견기업, 중소기업보다 더 높았으며, 중소기업은 30% 이상을 판매한다는 응답이 66.7%로 나타나, 대기업, 중견기업보다 일반 축산물 대비 동물복지인증 축산물이 높은 것으로 확인되었고, 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다(p<0.01). 본 조사는 중소기업에 해당하는 회사가 동물복지, 유기축산을 전문적으로 판매하는 생활협동조합의 비율이 높고, 대기업에 해당하는 대형 마트는 동물복지와 같은 국가인증 제품만 아니라, 일반 축산물을 다양하게 판매하여 나타난 것으로 판단된다.

2. 동물복지인증 축산물 판매 비율

회사 규모에 따른 동물복지인증 축산물 판매 시 유통기한 내 판매가 완료되는 비율 차이는 Table 4와 같으며, 응답자는 동물복지인증 축산물을 판매한다고 응답한 28명이다. 동물복지인증 축산물 판매 시 유통기간 내 판매 완료되는 비율은 ‘80% 이상’ 50.0%, ‘100%’는 21.4%, ‘30% 이상’이 10.7%, ‘60% 이상’이 10.7%, ‘40% 이상’ 7.1% 순으로 나타났다. 동물복지인증 축산물 판매 시 유통기한 내 판매가 완료되는 비율로 80% 이상이라는 응답이 대기업은 57.1%, 중소기업은 60.0%로 높게 나타났고, 중견기업은 100% 유통기한 내 판매가 된다는 응답이 33.3%로 나타났다. 기업의 규모에 크게 관계 없이 80% 이상으로 소진율이 높은 것을 알 수 있다. 회사 규모에 따른 동물복지인증 축산물 판매 시 유통기한 내 판매가 완료되는 비율은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 확인되었다 (p>0.05). ASPCA(미국동물학대방지협회)에 따르면 동물복지인증 축산물을 판매하는 슈퍼의 경우 동물복지인증 축산물 판매율은 70%이고, 지속적으로 증가하는 추세로 나타나 본 연구와 유사한 결과를 나타내었다.

3. 동물복지인증 축산물 가공식품 판매 현황

회사 규모에 따른 동물복지인증 축산물 가공식품 판매 현황은 Table 5에 나타내었다. 조사 결과

Table 4. Percentage of animal welfare certified livestock products sold within the expiration date (Unit: N, %)

Classification	Percentage of sold					Total	x ²	p
	100%	80%≤	60%≤	40%≤	20%≤			
Major company	1 (14.3)	4 (57.1)	0 (0.0)	1 (14.3)	1 (14.3)	7 (100.0)	6.171	0.628
Middle-standing	2 (33.3)	1 (16.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	6 (100.0)		
Small business	3 (20.0)	9 (60.0)	2 (13.3)	0 (0.0)	1 (6.7)	15 (100.0)		
Total	6 (21.4)	14 (50.0)	3 (10.7)	2 (7.1)	3 (10.7)	28 (100.0) ¹⁾		

*p<0.05.

¹⁾people responded, ‘We sell animal welfare certified livestock products.’

Table 5. Whether animal welfare certified processed food is sold or not (Unit: N, %)

Classification		Yes	No	Total	χ^2	p
Company size	Major company	2 (28.6)	5 (71.4)	7 (100.0)	14.661***	0.001
	Middle-standing	9 (81.8)	2 (18.2)	11 (100.0)		
	Small business	15 (100.0)	0 (0.0)	15 (100.0)		
Total		26 (78.8)	7 (21.2)	33 (100.0)		

***p<0.001.

‘가공식품을 판매한다.’라고 응답한 비율은 78.8%로 나타났으며, 이는 ‘판매하지 않는다.’로 응답한 21.2%보다 높게 나타났다. 동물복지인증 축산물 가공식품 판매 실태는 회사규모 간에는 통계적으로 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다(p<0.001). 가공식품의 종류 및 비율은 기타 식품(구운 계란, 소시지, 햄 등)이 가장 높은 비율을 보였으며, 돈가스, 치킨너겟, 육포, 스테이크 그리고 요거트 순서로 나타났다(Table 6). Veissier 등(2008)은 여러 국가마다 동물복지인증 축산물 판매는 정부 법률, 소비자 행동 및 시장 역학과 관련되어 있다고 보고하였는데, 노르웨이와 스웨덴의 경우 높은 국가 동물복지 법률이 실행되고 있음에도 불구하고, 시장에 동물복지인증 축산물 가공식품이 적은데, 이는 동물복지 는 정부의 책임이고 마케팅 수단은 아니라는 인식으로 인해 제품 구분 확립 및 생산량이 적다. 또한 이탈리아, 프랑스, 헝가리의 경우 국가 내에서 동물복지가 덜 주목 받고 있기 때문에 시장에서 경쟁 우위로 취급하기 어려워 동물복지 관련 제품의 생산량이 현저히 낮게 나타난다(Veissier *et al.*, 2008). 이에 국내 동물복지인증 축산물 가공식품 판매 실태는 다른 국가에 비해 높은 편으로 보이며, 법률 및 제도가 보다 보장된다면 해당 가공식품의 다양화 및 안정적인 시장 형성이 가능할 것으로 보인다.

4. 가공식품 포장 시 동물복지인증 표시 방법

가공식품 포장 시 동물복지인증 표시 방법 종류는 Table 7과 같다. 복수 응답이 가능한 문항으로 전체 응답 수 37명(100%)으로 나타났으며, 이 중 포장지에 “동물복지” 용어 사용이 67.6%로 가장 높게 나타났다. 동물복지 국가인증 마크 사용이 18.9%, 자체 제작한 동물복지인증 마크 사용이 10.8%, 기타가 2.7% 순이었다. 국제수역사무국(OIE)에 따르면 OIE 표준을 벤치마크로 동물복지인증 제도를 사용과 표준의 투명성을 높일 것에 대해 강조했다. 명확한 인증제도 표시 규제의 부재에 따라 식품산업은 국가마다 다른 인증 제도를 사용할 때 명확 기준의 복지 지위를 가진 제품을 판매하기 어렵다고 언급하여 (Raynolds, 2004) 외국의 사례 경우에도 동물복지인증 축산물의 표시 제도가 명확한 규정 없이 사용되어 소비자 혼란을 야기할 수 있다는 본 조사와 유사한 사례를 나타냈다.

Table 6. Types of animal welfare certified livestock products processed food sales (Unit: N, %)

Classification	Frequency
Pork cutlet	11 (26.2)
Chicken nuggets	4 (9.5)
Canned ham	3 (7.1)
Steak	2 (4.8)
Beef jerky	3 (7.1)
Cheese	1 (2.4)
Yogurt	2 (4.8)
Etc.	16 (38.1)
Total	42 (100.0)

This survey allowed multiple responses.

Table 7. Method of marking animal welfare certification when packaging processed food (Unit: N, %)

	Classification	Frequency
How to mark animal welfare certification	Use of national certification marks for animal welfare	7 (18.9)
	Use of self-made animal welfare certification marks	4 (10.8)
	Use the term "animal welfare" on wrapping paper	25 (67.6)
	Etc	1 (2.7)
Total		37 (100.0)

This survey allowed multiple responses.

5. 동물복지인증 축산물 및 가공식품 다양화 계획

회사 규모에 따른 향후 동물복지인증 축산물 및 가공식품 다양화 계획 차이는 Table 8과 같다. ‘다양화 계획이 있다.’가 75.8%, ‘다양화 계획이 없다.’가 24.2%로 나타났으며, 회사 규모에 따른 차이는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다($p>0.05$).

향후 동물복지인증 축산물 및 가공식품 다양화 계획이 있다는 응답이 중견기업은 90.9%, 중소기업은 75.8%, 대기업은 57.1%로 나타나, 중견기업이 상대적으로 ‘계획이 있다.’는 응답이 더 높은 것을 알 수 있다. 한국농촌경제연구원 축산물 생산자 대상으로 동물복지형 축산물의 필요성과 도입의향에 관해 조사한 결과, 모든 축종에서 동물복지형 축산물의 필요성 문항에서 도입이 필요하다(필요함+매우 필요함)라는 응답이 45% 이상으로 가장 높은 비율을 보였으며, 도입의향 문항에서는 고려중 또는 도입 계획이 없거나 관심이 없다고 응답한 비율이 이미 도입했음 또는 적극 고려 중임에 응답한 비율 보다 높게 나타나 본 조사와는 다른 결과를 나타내었다.

6. 동물복지인증 축산물 함유량에 대한 의견

회사 규모에 따른 동물복지인증 축산물 가공품으로 인정받기 위한 동물복지인증 축산물 원료의 함유량 의견 차이는 Table 9와 같다. ‘50% 이상’이라는 응답이 46.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘30% 이상’이 21.9%, ‘90% 이상’이 15.6%, ‘70% 이상’이 15.6% 순서로 회사 규모에 따른 차이는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 확인되었다($p>0.05$). 동물복지인증 축산물 가공품으로 인정받기 위해 ‘동물복지인증 축산물 원료의 함유량이 50% 이상이 되어야 한다.’라는 응답이 중견기업은

Table 8. Plans to diversify animal welfare certified livestock products and processed foods in the future (Unit: N, %)

Classification		Yes	No	Total	χ^2	p
Company size	Major company	4 (57.1)	3 (42.9)	7 (100.0)	2.744	0.254
	Middle-standing	10 (90.9)	1 (9.1)	11 (100.0)		
	Small business	11 (75.8)	4 (26.7)	15 (100.0)		
Total		24 (75.8)	8 (24.2)	33 (100.0)		

Table 9. Opinions on the content of animal welfare certified livestock products (Unit: N, %)

Classification	Addition ratio				Total	χ^2	p
	90%≤	70%≤	50%≤	30%≤			
Company size	Major company	3 (42.9)	0 (0.0)	3 (42.9)	1 (14.3)	7.904	0.245
	Middle-standing	0 (0.0)	3 (27.3)	5 (45.5)	3 (27.3)		
	Small business	2 (13.3)	2 (13.3)	8 (53.3)	3 (20.0)		
Total		5 (15.6)	5 (15.6)	15 (46.9)	7 (21.9)	33 (100.0)	

45.5%, 중소기업은 53.3%, 대기업은 42.9%로 나타났고, ‘90% 이상 함유량이 되어야 한다.’가 응답이 대기업은 42.9%, 중소기업이 13.3%, 중견기업은 0%였다. 대기업에서 함유량이 ‘90% 이상’에 응답한 응답자는 축산물 제조사였으며, ‘50% 이상’에 응답한 응답자는 대형마트 등 유통사 종사자였고, 유통, 영업, 마케팅 소속 응답자들이 ‘50% 이하’의 낮은 함유량을 선호하는 것으로 나타났다. 동물복지는 가축 사육 시 스트레스를 줄여 생산성, 품질, 안전성이 우수하도록 사육하여 닭고기를 기준으로 동물 복지인증 축산물은 일반 축산물 대비 약 30% 금액 차이가 나는 것으로 나타난다(Park, 2019). 동물복지인증 축산물의 가격은 소득이 낮은 소비자가 구매하기 부담스러울 수 있으나, 함유량을 통해 가격을 조정하고 동물복지 축산농장 인증제 표시로 소비자 혼란이 없도록 한다면 소비자 수요를 높일 수 있을 것으로 판단된다. 동물복지에 대한 라벨이 소비자 구매 의도에 미치는 영향에 대한 조사 결과에 따르면 동물복지 라벨에 대한 정확하고 추가적인 정보 제공은 소비자의 구매 결정 요인을 단순하게 만들어 구매 의향을 높일 수 있으며, 고도화된 동물복지 시스템과 라벨을 통한 정보 제공은 소비자가 더 높은 가격을 지불하고 동물복지인증 축산물을 구매하는데 긍정적인 요인을 제공하는 것으로 나타났다(Amelia Rose Cornish).

7. 동물복지 인증제 표시 등급화에 대한 의견

회사 규모에 따른 동물복지인증 축산물 가공식품에서 인증제 표시 등급화에 대한 의견 차이는 Table 10과 같다. ‘매우 긍정적이다.’라는 응답이 대기업은 42.9%, 중소기업은 26.7%로 높게 나타났고, ‘긍정적이다.’라는 응답이 중소기업이 40.0%, 중견기업이 25.0%, 대기업이 14.3%로 높았으며, 회사 규모에 따른 차이는 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다($p>0.05$). ‘매우 긍정적이다.’, ‘긍정적이다.’에 응답한 응답자 15명 중 대기업은 4명, 중견기업 1명, 중소기업 10명으로 나타났으며, ‘비선호 부위에 대한 활용도 증가’, ‘소비자들의 선택권 확대’, ‘동물복지인증 축산물에 대한 진입장벽을 낮추기 위함’ 등 추가 의견을 보였다. 또한 ‘그렇지 않다.’, ‘매우 그렇지 않다.’에 응답한 5명 응답자는 대기업 2명, 중견기업 1명, 중소기업 2명이며, 5명 중 4명의 소속 부서가 영업, 1명이 마케팅 부서인 것으로 확인되었으며, 등급화에 부정적이라도 응답한 응답자들은 ‘제조 과정의 복잡함’, ‘동물복지인증 축산물의 가치 훼손’ 등 추가 의견을 드러냈다. ‘보통이다.’에 응답한 응답자는 6명으로 대기업 1명, 중견기업 2명, 중소기업 3명으로 나타났다. De Jonge(2015)는 차별화된 제품의 표시 및 더 많은 선택의 옵션이 동물복지 축산물의 선택 비율을 어느 정도 증가시키는지 조사한 결과, 동물복지 표준의 차별화된 표시와 선택지는 소비자 선호도와 동물복지 수준을 높이는데 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타나, 본 연구와 유사한 결과를 나타내었다.

IV. 요약

본 연구는 축산물 제조 및 유통업 종사자를 대상으로 동물복지인증 축산물에 관한 판매·구매

Table 10. Opinion on the rating of the certification system of animal welfare certified livestock products processed foods (Unit: N, %)

Classification	Percentage of sold					Total	χ^2	p
	Very positive	Positive	Neutral	Negative	Very negative			
Major company	3 (42.9)	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	7 (100.0)	6.073	0.639
Middle-standing	0 (0.0)	1 (25.0)	2 (50.0)	1 (25.0)	0 (0.0)	4 (100.0)		
Small business	4 (26.7)	6 (40.0)	3 (20.0)	1 (6.7)	1 (6.7)	15 (100.0)		
Total	7 (26.9)	8 (30.8)	6 (23.1)	3 (11.5)	2 (7.7)	26 (100.0) ¹⁾		

¹⁾ Respondents after supplementing the survey as questions were added after supplementation.

현황 및 선호도를 분석하여 동물복지인증 축산물 유통·소비 활성화를 위한 기초 자료를 얻고자 실시했다. 주목할 만한 결과로, 축산물 가공식품에서 동물복지 축산농장 인증제 등급화에 대한 의견에서 응답자들은 ‘매우 긍정적’ 또는 ‘긍정적’인 반응이 각각 30.8% 및 26.9%를 나타내어 과반 수 이상을 나타냈고, ‘매우 긍정적이지 않음’ 또는 ‘긍정적이지 않음’은 각각 11.5% 및 2.7%를 나타냈으며, 회사 규모에 따른 차이는 보이지 않았다. 따라서 동물복지인증 축산물 함유량에 따라 가공식품의 동물복지 표시를 등급화하여 일반 축산물로 전환하여 판매되는 동물복지인증 축산물을 최소화하고, 소비자에게 가격 부담이 없는 선에서 축산물 가공식품을 제조·유통한다면, 동물복지 축산농장 인증제를 더욱 활성화할 수 있을 것으로 기대한다.

V. 참고문헌

1. American Society for the Prevention of Cruelty to Animals. 2024. Understanding Retailers' Animal Welfare Priorities. Available from: <https://www.aspc.org/shopwithyourheart/business-and-farmer-resources/understanding-retailers-animal-welfare-priorities> Accessed at May 09. 2024.
2. Cornish AR, Briley D, Wilson BJ, Raubenheimer D, Schlosberg D, McGreevy PD. 2020. The price of good welfare: Does informing consumers about what on-package labels mean for animal welfare influence their purchase intentions? *Appetite* 148:104577.
3. de Jonge J, van der Lans IA, van Trijp HC. 2015. Different shades of grey: Compromise products to encourage animal friendly consumption. *Food Qual Preference* 45:87-99.
4. Main DCJ, Mullan S, Atkinson C, Cooper M, Wrathall JHM, Blokhuis HJ. 2014. Best practice framework for animal welfare certification schemes. *Trends Food Sci Technol* 37:127-136.
5. Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, 2023, A survey on the public consciousness of animal welfare. Available from: <https://www.animal.go.kr/front/community/show.do?boardId=boardID03&page=1&pageSize=10&keyword=&column=&menuNo=500000019&seq=300110>. Accessed at May 10. 2024.
6. Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs. 2020. Consumer perception survey on national certification system. Available from: <https://www.mafra.go.kr/home/5109/subview.do?enc=Zm5jdDF8QEB8JTJGYmJzJTJGaG9tZSUyRjc5MiUyRjU2MjA1MyUyRmFydGNsVmldy5kbyUzRg%3D%3D>. Accessed at Oct 30. 2023.
7. Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs. 2021. Survey of public awareness on animal protection. Available from: <https://www.animal.go.kr/front/community/index.do?boardId=boardID03&menuNo=500000019>. Accessed at Nov 11. 2023.
8. Na I. 2014. Domestic animal welfare policy trends. *World Agric* 163:91-103.
9. National Institute of Animal Science. 2016. Suggestions for revitalizing animal welfare and consumption of livestock products. Available from: <https://www.nias.go.kr/front/prboardView.do?cmCode=M090814151125016&boardSeqNum=1025&columnName=TITLE&searchStr=%EB%8F%99%EB%AC%BC%EB%B3%B5%EC%A7%80&currPage=2>. Accessed at Nov 03. 2023.
10. National Law Information Center. 2012. How to mark animal welfare at livestock farms. Available from: <https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=159225#J9643573>. Accessed at Nov 06. 2023.

11. Park JE. 2019. Current status of animal welfare. *Food Sci Anim Resour Ind* 8:78-86.
12. Woo B. 2010. Trends and policy challenges of animal welfare-type livestock. Available from: <https://repository.krei.re.kr/bitstream/2018.oak/19474/1/%EB%8F%99EB%AC%BC%EB%B3%B5%EC%A7%80%ED%98%95%20%EC%B6%95%EC%82%B0%EC%9D%98%20%EB%8F%99%ED%96%A5%EA%B3%BC%20%EC%A0%95%EC%B1%85%20%EA%B3%BC%EC%A0%9C.pdf>. Accessed at May 10, 2024.
13. Wu J. 2017. A study on production and marketing of animal-welfare eggs. MS thesis, Konkuk Univ. Seoul, Korea.
14. Yoon J, Kim G, Joung S. 2018. An exploratory study on the animal welfare certified product. *Korean Soc Consum Stud* 29:83-107.
15. Veissier I, Butterworth A, Bock B, Roe E. 2008. European approaches to ensure good animal welfare. *Appl Anim Behav Sci* 113:279-297.