못생겨도 좋아!
'못난이 농산물' 가치에 반하다

크기가 크거나 작아서, 혹은 모양이 변형되거나 흠집이 있다는 등의 이유로 '못난이'로 불리며 정상 출하되지 못하는 농산물들이 많다. 이들 농산물들이 가치소비 트렌드에 힘입어 새롭게 조명을 받고 있다.

글 이유정

환경 살리고 농가·소비자 모두 '윈윈'

못난이라고? 농산물은 억울하다. 외관상 예쁘진 않지만 맛과 당도, 영양상에서는 차이가 없는 무농약 농산물이기 때문이다. 친환경이라 색이 거뭇거뭇할 뿐인데, 크기가 너무 크거나 작다는 이유로 또는 모양이 평범하지 않다는 이유로 '못난이 농산물'로 불리고 있다.

농림축산식품부가 27개 채소·과일 품목을 대상으로 전국 128개 산지농협을 설문 조사(2018년 기준)한 결과에 따르면 못난이 농산물 발생률은 평균 11.8%에 달했다. 색깔·크기·흠집 여부 등 외적 기준에 따라 선별을 거쳐 표준규격을 벗어난 등급 외로 분류한 것이다.

가공이 가능한 경우에는 헐값에라도 거래가 되지만, 소비자 선택을 받지 못한 못난이 농산물은 음식물 쓰레기 처지에 놓이게 된다. 음식물 쓰레기 유통과 처리 과정에서 배출되는 탄소량을 생각하면, 비용 절감은 물론 환경보호 측면에서도 배출량 줄이기가 필수적이다.

다행스러운 것은 최근 들어 못난이 농산물이 농가와 소비자, 지구 환경을 살리는 일석삼조의 착한 농산물로 인기를 끌고 있다는 것이다. 못난이 농산물을 구매하면 지역 농가를 살리면서 환경도 지키는 착한 소

비를 할 수 있다. 뿐만 아니라 신선한 농산물을 저렴한 가격에 구매할 수 있어 소비자들의 선택을 받고 있다. '가치소비'를 추구하는 소비자들이 늘면서 이들 제품의 인기도 높아지고 있다.

전문 쇼핑몰·정기 구독 서비스도 인기

예전에는 대형 유통업체나 지자체가 못난이 농산물을 대량으로 판매하는 이벤트성 행사로 진행했다면, 최근에는 정기구독 서비스 업체가 속속 생겨나면서 시장이 확대되고 있다. 못난이 친환경 농산물을 정기 배송하는 '어글리어스', '어글리 바스켓', '예스어스' 등이 대표적이다.

2020년 10월 못난이 농산물 정기 구독 서비스를 국내 처음으로 선보인 '어글리어스'는 농가로부터 직접 조달한 못난이 친환경 농산물 7~8종을 소량씩 배송하고 있으며 빠른 구독자 수 증가에 힘입어 못난이 농산물을 단품으로 판매하는 쇼핑몰도 운영하고 있다.

인터넷 쇼핑몰 11번가가 선보인 브랜드 '어글리 러블리'나 '프레시 어글리'처럼 못난이 농산물을 상시 판매하는 인터넷 쇼핑몰도 등장했다. 농업 기업들이 자체적으로 상품을 개발하기도 한다. 농산물 가공 시에는 모양이나 크기가 상관없어 흠집은 있지만 맛과 신선도는 뛰어난 농산물을 이용해 직접 즙이나 말랭이 등의 상품을 만드는 것이다.

"못생긴 건 잘 모르겠고 진짜 신선해요.", "배송 때마다 어떤 농산물들이 도착할지 설레는 마음으로 기다리게 됩니다." 서비스 이용자들의 후기에서 볼 수 있듯이 소비자들의 못난이 농산물에 대한 기대와 구매 만족도는 매우 높다.

한국소비자원이 2021년 소비자 2000명을 대상으로 온라인 설문조사를 한 결과, 전체 응답자의 60.5%(1210명)가 못난이 농산물을 구매한 경험이 있다고 답했으며 구매 경험이 있는 소비자의 95.5%(1,155명)는 못난이 농산물을 재구매할 의사가 있다고 응답했다.

버려지는 농산물을 살리기 위한 이러한 노력은 친환경을 넘어 필(必)환경 시대 속에서 더욱 빛을 발하고 있다. 환경을 생각하고 '가치 있는 소비'를 추구하는 소비자와 생산자들이 늘면서 '못난이 농산물'에 대한 관심은 더욱 높아질 전망이다.