

재래닭 생산물의 소비행태에 관한 조사연구

I. 서 론

1. 연구의 필요성과 목적
2. 연구의 방법

II. 조사응답자의 특성

1. 최종소비자의 특성
2. 판매업소(식당)의 특성

III. 재래닭고기의 소비 및 구매행태

1. 재래닭고기의 소비행태
2. 재래닭의 구입행태
3. 재래닭 및 닭고기에 대한 인식과 구별

IV. 재래종 달걀의 소비 및 구입행태

1. 재래종 달걀의 소비행태
2. 재래종 달걀의 구입행태

V. 재래닭고기 판매업소의 판매행태

1. 판매업소(식당)의 재래닭 판매 행태

VI. 참 고 문 헌

재래닭 생산물의 소비행태에 관한 조사연구

한 성 옥
충남대학교 농과대학

초 록

- 재래닭 생산물의 소비 및 구매행태 등에 대한 조사에서 종합적인 결론은 최종 소비자의 응답자는 총 2,250명이었으며 연령, 성별, 직업, 거주지, 주거 형태, 가족수, 소득분포등이 비교적 다양하게 분포되어 있다. 판매업소의 특성은 지역별, 매장면적, 업주연령, 성별, 경력등에서 매장위치는 약 60%가 농촌이고 관광지 21.3%, 도시 19.0%순이었으며 매장면적은 10-30평이 66.9%, 경력은 3년이하 27.4%, 3-5년 22.7%, 5-10년 22.2%였다.
- 재래닭고기의 소비행태에서 육류선호도는 쇠고기, 돼지고기, 닭고기 순이었으며 재래닭고기의 소비행태에서 전체 응답자의 64.4%가 먹어본 경험이 있었다. 주로 섭취시기는 74.5%가 여름철에 식구들과 같이 회식할 때 식사대용이나 부식용으로 섭취하였다. 소비자가 재래닭고기를 좋아하는 이유는 고기가 쫄깃쫄깃하여 씹는맛과 지방이 적으며 단백한 맛 때문에 독특해서 좋아한다고 하였으며, 싫어하는 이유는 너무 질기고 고기의 양이 너무 적다는 의견이 많았다. 선호하는 요리방법은 백숙, 삼계탕이었고 좋아하는 부위는 역시 다리부위였다. 재래닭고기의 섭취량에 대하여는 1회에 2인이 1마리를 먹는다가 36.4%, 3인이 1마리 31.8%로서 68.2%가 2-3인이 1마리를 먹는다고 하였으며, 가족구성원 중에는 가장이 제일 선호하는 것으로 나타났다.
- 음식점에서 판매되는 요리한 재래닭의 1마리 가격에 대한 의견은 84.5%가 20,000원정도면 부담이 없이 먹겠다고 하였다.
- 재래닭의 구입행동에서 구입주체는 주부였으며, 구입장소는 농·축협외 슈퍼와 정육점이었고 백화점과 재래닭 사육장에서 직접구입도 하고 있었다. 구입동기는 가족들이 좋아하고 영양가를 생각한다고 62%였으며 구입정보는 주위 사람의 권유로 구입하고 있었다.
- 구입할 때 중점적으로 살펴보는 사항은 신선도와 순수재래종 여부, 위생상태였다. 한편 소비자가 언제나 구입할 수 없다는 의견이 85.2%나 되어 원활한 공급과 시장조성이 아직 정착되지 않고 있었다.
- 현재 유통되고 있는 재래종닭은 소비자 대부분이 잡종으로 인식하고 있었으

며, 재래종과 일반육계와의 구별은 깃털색, 피부색, 정강이색등 외관상으로 구별하고 있었다. 체중에 대한 반응은 너무작다는 의견이었고, 식품으로의 인식도는 비교적 고급식품으로 인식하고 있다.

- 재래종닭고기의 브랜드화에 대한 견해는 젊고 소득이 높은 계층에서 브랜드화의 필요성을 강조하고 있다.
- 재래종달걀의 소비행태는 대부분의 소비자가 좋아하였으나 아직 먹어보지 못한 응답자가 많았다. 재래종달걀의 맛에 대해서는 고소하고 독특하여 차별성을 느끼고 있었다.
- 재래종달걀의 구입장소는 계란판매점(축협·농협), 슈퍼, 백화점, 재래닭 사육농장등 다양하였으며 포장단위는 10개를 가장 선호하였고, 포장재료는 종이, 플라스틱, 쥘의 순으로 좋아하였다.
- 달걀의 가격은 200원정도를 적정하다고 하였으며, 크기는(평균 52g)는 가장 적당하다고 인식하고 있으며, 난각색은 대부분의 응답자가 갈색을 선호하였다.
- 재래종달걀의 구입시 애로사항은 믿을수 없고, 구입장소를 몰라서, 값이 비싸다 등이었고, 앞으로 신뢰할수 있고 위생적인 생산 및 유통체계가 확립될 경우 더 많이 소비하겠다는 의견이었다.
- 재래닭 판매업소(식당)의 판매형태는 66.7%인 대부분의 업소가 잡종과 개량종 유색닭을 판매하고 있었으며, 1개 업소에서 1일 판매수수는 5-10수의 영세한 판매형태였고, 계절적으로는 여름철에 대부분을 판매하였다.
- 식당에서 판매하는 재래닭고기의 요리 종류는 주로 백숙이었고, 삼계탕, 닭볶음도 있었으며, 요리된 재래닭 1마리 가격은 20,000원 이상이었으며, 20,000원 이하로 판매하는 것은 잡종이 많았다.
- 재래닭 판매업소에서 재래닭을 구입하는 방법은 재래닭 사육농장에서 1회에 수십마리 구입하여 판매업소의 간이 사육장에서 기르면서 판매하는 업소가 49.6%, 도계된 재래닭을 구입하여 판매하는 업소 26.9%, 직접 재래닭을 사육하면서 도계하여 판매하는 업소가 21.7%였다.
- 판매업소에서의 재래닭 사육기간은 90일이상이었으며 대부분의 업주는 야산에서 방사한 것을 좋게 생각하고 있었다.

며, 재래종과 일반육계와의 구별은 깃털색, 피부색, 정강이색등 외관상으로 구별하고 있었다. 체중에 대한 반응은 너무작다는 의견이었고, 식품으로의 인식도는 비교적 고급식품으로 인식하고 있다.

- 재래종닭고기의 브랜드화에 대한 견해는 젊고 소득이 높은 계층에서 브랜드화의 필요성을 강조하고 있다.
- 재래종달걀의 소비행태는 대부분의 소비자가 좋아하였으나 아직 먹어보지 못한 응답자가 많았다. 재래종달걀의 맛에 대해서는 고소하고 독특하여 차별성을 느끼고 있었다.
- 재래종달걀의 구입장소는 계란판매점(축협·농협), 슈퍼, 백화점, 재래닭 사육농장등 다양하였으며 포장단위는 10개를 가장 선호하였고, 포장재료는 종이, 플라스틱, 짚의 순으로 좋아하였다.
- 달걀의 가격은 200원정도를 적정하다고 하였으며, 크기는(평균 52g)는 가장 적당하다고 인식하고 있으며, 난각색은 대부분의 응답자가 갈색을 선호하였다.
- 재래종달걀의 구입시 애로사항은 믿을수 없고, 구입장소를 몰라서, 값이 비싸다 등이었고, 앞으로 신뢰할수 있고 위생적인 생산 및 유통체계가 확립될 경우 더 많이 소비하겠다는 의견이었다.
- 재래닭 판매업소(식당)의 판매형태는 66.7%인 대부분의 업소가 잡종과 개량종 유색닭을 판매하고 있었으며, 1개 업소에서 1일 판매수수는 5-10수의 영세한 판매형태였고, 계절적으로는 여름철에 대부분을 판매하였다.
- 식당에서 판매하는 재래닭고기의 요리 종류는 주로 백숙이었고, 삼계탕, 닭볶음도 있었으며, 요리된 재래닭 1마리 가격은 20,000원 이상이었으며, 20,000원 이하로 판매하는 것은 잡종이 많았다.
- 재래닭 판매업소에서 재래닭을 구입하는 방법은 재래닭 사육농장에서 1회에 수십마리 구입하여 판매업소의 간이 사육장에서 기르면서 판매하는 업소가 49.6%, 도계된 재래닭을 구입하여 판매하는 업소 26.9%, 직접 재래닭을 사육하면서 도계하여 판매하는 업소가 21.7%였다.
- 판매업소에서의 재래닭 사육기간은 90일이상이었으며 대부분의 업주는 야산에서 방사한 것을 좋게 생각하고 있었다.

I. 서 론

1. 연구의 필요성과 목적

재래닭의 고품질 육용화 사업의 기초적인 연구로 수행된 재래닭의 사육실태를 조사한 결과, 재래닭을 사육하고 있는 농가가 가지고 있는 가장 큰 애로사항은 재래닭 생산물을 안정적으로 판매하는 일인 것으로 나타났다. 생산자의 시장 지향적인 마인드가 높아지고 있다는 증거이다. 무한의 개방경제체제하에서는 안정적인 판매가 전제되지 않는 생산의 확대는 오히려 더 큰 문제를 야기시킬 수 있기 때문이다.

따라서 재래닭 산업을 본격적으로 육성·발전시키기 위해서는 재래닭의 안정적인 판로를 확보할 수 있어야 하며, 안정적인 판로를 확보하기 위해서는 과학적이고 합리적인 유통전략이 요구된다.

그런데 합리적이고 과학적인 근대적 유통전략은 반드시 소비자지향적인 전략이어야 하며, 소비자 지향적인 유통전략을 수립하기 위해서는 1차적으로 재래닭의 생산물에 대해서 소비자가 가지고 있는 태도와 소비행태는 물론 현재의 구매행태까지를 올바르게 이해하고 파악하는 것이 선행되어야 한다.

이에 본 연구에서는 오늘 우리나라 소비자가 가지고 있는 재래닭 생산물에 대한 태도와 소비 및 구매행태 등을 실증적으로 조사·분석함으로써 재래닭 생산물에 대한 유통전략을 수립하는 기초자료를 제공할 뿐 아니라 궁극적으로는 재래닭 생산물에 대한 소비확대와 시장안정에 기여하는 데 일조하고자 한다.

2. 연구의 방법

조사기간은 1997년 3월부터 1997년 12월까지 실시하였다.

재래닭의 생산물(닭고기 및 달걀)을 실제로 소비하는 소비자와 재래닭고기를 요리하여 판매하는 요리업소(식당)의 업주를 대상으로 재래닭 생산물에 대한 태도와 소비 및 구매, 판매행태 등을 설문조사를 통해 실증적으로 조사하여 필요한 분석을 시도하였다.

설문조사는 전국을 대상으로하여 각 지역별로 조사요원이 2,000여 최종 소비자와 500여 요리판매업소를 직접 방문하여 면접조사하였다. 이렇게 조사된 설문서를 응답자의 특성에 따른 다양한 분석을 시도하였다.

II. 조사 응답자의 특성

1. 최종소비자의 특성

<표II-1>은 응답자의 연령, 성별, 가구주의 직업, 주거지, 주거형태, 가족수, 가구의 소득분포 등을 포함한 제반 특성을 나타낸 표이며 이를 구체적으로 정리하면 다음과 같다.

<표II-1> 최종소비자의 특성

연령분포	연령	20대	30대	40대	50대이상	계	
	분포수	585	734	641	290	2,250	
	비율	26.0	32.6	28.5	12.9	100.0	
성별	성	남성		여성		계	
	분포수	925		1,325		2,250	
	비율	41.1		58.9		100.0	
세대주의 직업	직업	공무원	회사원	농업인	자영업자	기타	계
	분포수	644	583	146	398	486	2,250
	비율	28.6	25.9	6.2	17.7	21.6	100.0
거주지	거주지	서울,경기	충부,강원	영남권	호남,제주	계	
	분포수	758	725	362	405	2,250	
	비율	33.7	32.2	16.1	18.0	100.0	
주거형태	주택	단독주택 및 기타		아파트,공동주택		계	
	분포수	925		1,325		2,250	
	비율	41.1		58.9		100.0	
가족수	가족수	3명이하	4명	5명이상		계	
	분포수	454	968	828		2,250	
	비율	20.2	43.0	36.8		100.0	
소득분포	소득	300만원이상	200만원정도	100만원정도		계	
	분포수	470	722	493		1,685	
	비율	27.8	42.8	29.3		100.0	

2,250명의 응답자가운데 연령분포는 26.0%인 585명이 20대, 32.6%인 734명이 30대, 28.5%인 641명이 40대, 그리고 12.9%인 290명이 50대로서 30대의 응답자 비율이 가장 높게 나타났다.

응답자의 성별분포는 남성이 925명으로 41.1%, 여성이 1,325명으로 58.9%를 차지했다.

응답자들의 세대주에 대한 직업분포를 살펴보면 공무원이 전체의 28.6%인 644명으로 가장 많았으며 다음은 회사원으로서 583명인 25.9%, 농업인이 146명으로

6.2%, 자영업자는 398명으로 17.7%, 그리고 기타직업인이 486명으로 21.6%로 나타났다.

조사대상자가운데 공무원과 회사원의 비중이 높게 나타나고 있는 것은 조사자들이 비교적 조사가 쉬운 관공서나 회사를 일괄 방문하여 조사했기 때문으로 판단되나 전체적인 샘플규모가 크기 때문에 모집단을 반영하는 데는 큰 문제가 없는 것으로 판단된다.

한편 거주지역별 응답자의 분포를 살펴보면 서울·경기지역이 758명으로 33.7%, 대전을 포함한 충청남·북도의 중부지역과 강원도 지역이 725명으로 32.2%, 대구·부산을 포함한 경상남·북의 영남지역이 362명으로 16.1%, 그리고 광주와 전남·북의 호남과 제주지역이 405명으로 18.0%로 분포되었다. 응답자의 주거형태는 단독주택이 925세대로 41.1%, 그리고 아파트 등 공동주택이 1,325세대로 58.9%를 차지하였다.

응답가구의 가족수별 분포는 3명이하가 454가구로 20.2%, 4명이 968가구로 43.0%, 그리고 5명이상이 828가구로 36.8%로서 가족수가 4명인 가구의 비율이 가장 높게 나타났다.

한편 조사대상자가운데 가구의 연간소득을 밝힌 응답자는 1,685명에 불과했으며 1,685명의 응답자 가운데 월평균 소득이 300만원 이상이라고 응답한 응답자가 470명으로 27.8%, 200만원에서 300만원정도 된다는 응답자는 722명으로 42.8%, 그리고 100만원에서 200만원 정도 된다는 응답자는 493명으로 29.3%로 나타났다.

2. 판매업소(식당)의 특성

<표Ⅱ-2>은 재래닭을 요리하여 판매하는 재래닭고기 판매업소의 일반적인 특성을 나타낸 표이다.

<표Ⅱ-2>에서 살펴보면 조사된 405개의 판매업소(식당)가운데 서울·경기의 수도권 지역에 위치한 판매업소는 전체의 29.6%인 120개, 충청·강원지역은 34.1%인 138개소, 경남·북의 영남지역은 24.0%인 97개소 그리고 호남 및 제주지역은 12.3%인 50개소이었다.

또한 405개의 판매업소가운데 전체의 59.7%인 240개소가 농촌에 위치하고 있었으며 19.0%인 78개업소는 도시에 그리고 21.3%인 87개업소는 관광지에 위치하였다.

405개업소의 매장 면적별 분포를 살펴보면 10평미만인 업소가 134개로 33.1%를 차지하였고 10평이상 30평이하인 업소는 137개소로 33.8%, 30평을 초과하고 100평미만인 업소는 94개소로 23.2%, 그리고 100평이상되는 넓은 업소도 40개소

로서 9.9%를 차지하였다.

<표Ⅱ-2> 판매업소(식당)의 특성

지역별	서울, 경기	충청, 강원	경남, 경북	전라, 제주	계
	120	138	97	50	405
	29.6%	34.1%	24.0%	12.3%	100.0%
매장위치	도시	관광지	농촌	계	
	78	87	240	405	
	19.0%	21.3%	59.7%	100.0%	
매장면적	10평 미만	10 - 30평	30 - 100평	100평 이상	계
	134	137	94	40	405
	33.1%	33.8%	23.2%	9.9%	100.0%
연령별	40세 이하	40 - 50세	50세 이상	계	
	111	162	132	405	
	27.4%	40.0%	32.6%	100.0%	
성별	남		여		계
	238		167		405
	58.8%		41.2%		100.0%
경력별	3년 이하	3 - 5년	5 - 10년	10년 이상	계
	111	92	90	112	405
	27.4%	22.7%	22.2%	27.7%	100.0%

한편 판매업소의 업주 405명의 연령분포를 살펴보면 40세이하의 젊은 층은 111명으로서 전체의 27.4%에 불과하였으며 40세에서 50세사이의 업주는 162명으로서 40.0%, 그리고 50세이상의 업주는 132명으로서 32.6%를 차지하였다.

판매업소 업주의 성별분포를 살펴보면 응답자의 58.8%인 238명이 남자였으며 41.2%인 167명은 여자로서 남자업주가 여자업주보다 많았다.

판매업소의 영업경력을 살펴보면 27.4%인 111명이 3년이하의 경력이었고, 22.7%인 92명이 3년초과 5년이하의 경력을, 22.2%인 90명이 5년초과 10년미만의 경력, 그리고 27.7%인 112명이 10년이상의 영업경력을 가지고 있다고 응답하였는 바, 전체의 절반정도가 5년미만의 경력자이고 나머지 절반업소는 5년이상의 식당 영업 경력자로 나타났다.

Ⅲ. 재래닭고기의 소비 및 구매행태

1. 재래닭고기의 소비행태

1) 소비자의 육류 선호도

<표Ⅲ-1>은 응답자의 육류선호도를 나타낸 것이다.

<표Ⅲ-1> 소비자의 육류선호도

구분	쇠고기	돼지고기	닭고기	무응답	계
전체응답자	39.7	36.3	22.8	1.1	100.0

<표Ⅲ-1>에서 살펴보면 전체 응답자의 39.7%가 쇠고기를 선호한다고 응답하였으며, 36.3%는 돼지고기, 그리고 22.8%는 닭고기를 좋아한다고 응답하였다. 쇠고기와 돼지고기, 닭고기 등 세종류의 육류에 대한 소비자의 선호 순위는 응답자의 특성에 따라 차이를 보이지 않았으나, 연령이 낮을수록, 소득이 낮을수록 그리고 남성보다는 여성 응답자들의 닭고기 선호 현상이 여타 계층에 비해 다소 높은 것으로 나타났다. 그러나 후술하는 바와 같이 재래닭고기에 대해서는 고급식품으로 인식하는 소비자들이 많기 때문에 그 선호도는 일반 닭고기와는 다를것으로 추정된다.

2) 재래닭고기의 섭취 경험

<표Ⅲ-2>는 재래닭고기의 섭취경험 여부를 나타낸 표이다.

<표Ⅲ-2> 최근 재래 닭고기의 섭취경험

구분	있다	없다	무응답	계
전체응답자	64.4	34.9	0.7	100.0

최근에 재래닭고기를 섭취한 경험이 있다는 응답자는 전체의 64.4% 이었으며 먹어본 적이 없다는 응답자는 34.9%로서 섭취해본 경험이 있다는 응답자가 예상보다 많았다. 이와 같은 응답비율은 응답자의 성별, 거주지역, 주거형태, 소득분포 등에 따라서도 큰 차이를 보이지 않았다. 다만 연령분포와 직업에 따라서는 다소

간의 차이를 보였다.

3) 재래닭고기의 섭취 시기

<표Ⅲ-3>은 재래닭고기를 섭취하는 경우는 「집에서 가족들과 식사를 할 때」라는 응답이 33.5%로 가장 높게 나타났다. 다음은 가정 밖에서 「친구들이나 직장동료들과 어울려서 식사할 때」라는 응답으로서 29.7%로 나타났으며, 「가족 행사시」에 섭취했다는 응답자도 14.9%나 되었다.

<표Ⅲ-3> 재래닭고기의 섭취 시기

구 분	집에서 식구들과 보통식사시	손님 접대시	친구들이나 직장동료들 과 회식시	가족 행사시	기타	무응 답	계
전체응답자	33.5	13.9	29.7	14.9	6.8	1.3	100.0

이러한 응답결과는 응답자의 연령이나 거주지역, 주거형태, 가족구성원수 등에 따라서는 큰차이를 보이지 않았으나 성별이나 직업, 소득분포에 따라서는 다소간의 차이를 보였다.

한편 <표Ⅲ-4>는 소비자가 재래닭고기를 주로 섭취하는 식사시간대를 나타낸 표이다.

<표Ⅲ-4> 재래닭고기를 주로 섭취하는 시간대

구분	아침	점심	저녁	밤	무응답	계
전체응답자	1.6	18.0	72.9	6.7	0.5	100.0

<표Ⅲ-4>에서 살펴보면 대다수의 응답자인 72.9%의 응답자가 저녁식사 시간대에 재래 닭고기를 섭취하고 있는 것으로 나타났으며, 점심시간에 재래닭고기를 섭취하는 응답자는 18.0%, 그리고 아침시간에 재래닭고기를 섭취하는 응답자는 1.6%에 불과한 것으로 조사되었다.

이러한 응답현황은 응답자의 특성에 큰 차이를 보이지 않았으나, 다만 40대 이상의 중장년층과 공무원 및 회사원 등과 같은 봉급생활자의 경우에는 점심시간대에 재래닭을 섭취한다는 응답비율이 여타 계층에 비해 높게 나타났는 바, 이는 봉급생활자의 점심의 외식비율이 높는데 기인된 것으로 추정된다.

4) 재래닭고기의 섭취 계절

<표Ⅲ-5>은 재래닭고기를 어느 계절에 주로 많이 섭취하는가에 대한 응답 결과이다.

<표Ⅲ-5> 재래닭고기의 섭취 계절

구분	봄	여름	가을	겨울	무응답	계
전체응답자	8.7	74.5	10.3	5.5	1.1	100.0

<표Ⅲ-5>에서 살펴보면 소비자의 대부분인 74.5%의 응답자가 여름(6~8월)에 섭취하고 있다고 응답하였다. 이처럼 재래닭고기의 소비에 대한 계절차가 일반 닭고기에 비해 훨씬 높은 것은 소비자들이 재래닭을 여름의 별미로서 인식하는 경향이 크기 때문이 아닌가 생각된다.

5) 재래닭고기의 섭취 용도

<표Ⅲ-6>은 가정에서 재래닭고기를 섭취할 때 어떤 용도로 섭취하는가에 대한 응답결과이다.

<표Ⅲ-6> 재래닭고기의 섭취 용도

구분	반찬용	술안주용	식사대용	손님대접용	행사용	기타	무응답	계
전체응답자	25.6	13.8	44.5	9.8	2.5	2.8	0.8	100.0

<표Ⅲ-6>에 의하면 전체 응답자의 44.5%가 식사대용으로 섭취한다고 응답하였으며, 25.6%는 반찬용, 13.8%는 술안주용, 9.8%는 손님대접용으로 섭취한다고 응답하였다. 이와 같은 응답결과는 응답자의 다양한 특성에 따라 별 차이를 나타내지 않았다. 다만 소득이 낮은 계층일수록 자가 반찬용으로 재래닭을 이용하는 응답비율이 낮은 반면에 손님대접용으로 이용한다는 비율은 높게 나타났는 바, 이는 재래닭고기가 우리 식단에서 아직도 값비싼 고급식품으로 자리잡고 있기 때문에 나타난 결과로 판단된다.

6) 재래닭고기를 선호하는 이유

<표Ⅲ-7>은 소비자가 재래닭고기를 좋아하는 이유를 나타낸 표이다.

<표Ⅲ-7> 재래닭고기를 선호하는 이유

구분	맛이 좋아서	영양가를 생각해서	가족들이 좋아해서	계절적으로 닭고기를 먹는 철이어서	무응답	계
전체응답자	52.0	18.7	13.8	14.9	0.7	100.0

<표Ⅲ-7>에서 살펴보면 응답자들의 52.0%가 재래닭고기를 좋아하는 이유가 재래닭고기의 「맛이 좋아서」라고 응답했으며, 18.7%는 「영양가를 생각해서」, 14.7%는 「계절적으로 닭고기를 먹는 철이어서」, 그리고 13.8%는 「가족들이 좋아해서」라고 응답하였다.

소비자들이 재래닭고기를 선호하는 가장 큰 이유는 역시 재래닭고기의 맛이 기인된 것으로 판단된다. 특히 농업인의 경우에는 재래닭고기를 좋아하는 이유 가운데 「맛이 좋아서」라는 응답비율이 63.2%로서 여타 직업인들의 응답비율인 50.0%대의 수준보다도 높게 나타났다. 이는 농업인들이 전통적으로 재래닭고기의 섭취에 익숙해져 있을 뿐 아니라 그 맛의 차별화도 여타 직업군에 종사하는 사람들 보다 크게 느끼고 있음을 반영하는 결과로 판단된다.

그러나 소비자의 연령이나 성별, 거주지역, 주거형태, 소득 등에 따라서는 선호하는 이유가 평균치와 큰 차이를 보이지 않았다.

7) 재래닭고기의 맛의 차별화에 대한 기준

<표Ⅲ-8>은 재래닭고기의 맛의 차별화에 대한 기준을 묻는 질문에 대한 응답 결과이다.

<표Ⅲ-8> 재래닭고기에 대한 맛의 차별화 기준

구분	고기가 쫄깃쫄깃해서	고기 맛이 독특해서	고기의즙이 많아서	기름기가 적어서	무응답	계
전체응답자	63.6	15.3	2.3	17.6	1.1	100.0

<표Ⅲ-8>에서 살펴보면 재래닭고기의 맛의 차별화에 대한 기준으로 「고기가 쫄깃 쫄깃해서」라는 응답자가 63.6%로 매우 높게 나타났다. 다음으로는 「지방이

적어서」라는 응답자가 17.6%, 「고기맛이 독특해서」라는 응답자가 15.3%의 순으로 나타났다. 이와 같은 응답결과는 소비자의 대부분이 재래닭고기의 차별화를 쫄깃쫄깃한 질긴 맛에서 찾고 있음을 반영하고 있는 것이다.

또한 이와 같은 응답추이는 응답자의 연령이나 성별, 거주지, 소득분포 등의 다양한 특성에 따라서도 큰 차이를 보이지 않았으며, 어느 경우라도 맛의 쫄깃쫄깃함을 차별화의 제 1기준으로 여기고 있는 것으로 나타났다.

그러나 순수 재래종 닭이 아닌 유색산란종이나 겸용종 등은 외형상으로는 재래닭과 흡사하면서 이들 노계의 고기는 쫄깃쫄깃한 맛을 느낄 수 있음을 고려할 때, 소비자의 올바른 선택을 위해서는 순수 재래종 닭의 맛의 차별화를 보다 구체적이며 과학적인 방법에 의해서 입증할 수 있는 방안이 강구되어야 할 것으로 판단된다.

특히 <표Ⅲ-9>에서 보는 바와 같이 소비자가 재래종 닭고기와 일반 육계고기를 구별을 하는 데에도 고기의 씹는맛(39.9%)과 고기의 단백한 맛(39.6%)에 대부분 근거를 두고 있음도 이의 필요성을 반영하고 있는 것이다.

그러나 한편 <표Ⅲ-10>에서 재래닭고기를 싫어하는 이유를 살펴보면 전체 응답자의 24.2%가 「고기가 너무 질겨서」라고 응답하고 있는바, 이는 상당비율의 소비자가 노계 등에서 나타나는 맹목적인 질긴맛은 싫어하고 있음을 반영하는 것으로 판단된다. 따라서 재래 닭고기가 장기적으로 소비자의 호감을 얻기 위해서는 닭고기의 단백한 맛과 고기의 쫄깃쫄깃한 맛을 잘 살릴수 있는 기술체계가 확립되어야 할 것임은 물론 개량종 유색 노계 등이 재래닭으로 둔갑되어 유통되는 사례를 제거해야 할 것이다.

<표Ⅲ-9> 재래닭고기와 육계의 맛의 구별방법

구분	고기의 씹는 맛	고기의 단백한 맛	닭고기 껍질의 지방	닭고기 색깔	무응답	계
전체응답자	39.9	39.6	9.4	9.8	1.3	100.0

<표Ⅲ-10> 재래닭고기를 싫어하는 이유

구분	고기가 너무 질기다	고기의 양이 너무 적다	고기의 지방질이 너무 적다	기타	무응답	계
전체응답자	24.2	23.0	5.6	19.7	27.3	100.0

8) 선호하는 요리 방법

<표Ⅲ-11>은 응답자가 가장 선호하는 재래닭고기의 요리가 무엇인가라는 질문에 대한 응답 결과이다.

<표Ⅲ-11> 선호하는 재래닭의 요리

구분	백숙	닭볶음	닭찜	삼계탕	구이	기타	무응답	계
전체응답자	44.1	12.6	12.3	25.7	3.2	1.6	0.5	100.0

<표Ⅲ-11>에서 살펴보면 재래닭고기의 요리 가운데 소비자가 가장 선호하는 요리는 백숙과 삼계탕인 것으로 나타났다.

<표Ⅲ-11>에서 보는 바와 같이 백숙을 선호한다는 응답자가 44.1%로 가장 많았으며, 삼계탕은 25.7%, 닭볶음(닭도리탕)은 12.6%, 닭찜은 12.3%의 순으로 나타났다.

대부분의 응답자가 재래닭은 백숙과 삼계탕요리를 선호하고 있다. 이와 같은 응답현상은 응답자의 연령이나 거주지역, 주거형태, 소득등에 따라서도 별다른 차이를 보이지 않았으며, 다만 농업인의 경우는 백숙이나 삼계탕 선호현상이 여타 직업군에 비해 다소 높게 나타났다.

9) 선호하는 닭고기의 부위

<표Ⅲ-12>는 응답자가 가장 선호하는 닭고기의 부위가 어느 부위인가를 나타내는 표이다.

<표Ⅲ-12> 선호하는 재래닭고기의 부위

구분	다리 부위	가슴살	날개	목	닭발, 기타	무응답	계
전체응답자	59.2	19.9	15.0	2.0	3.3	0.6	100.0

<표Ⅲ-12>에서 살펴보면 소비자들이 가장 좋아하는 닭고기의 부위는 역시 닭다리인 것으로 나타났다. 백숙이나 삼계탕을 먹으면서도 다리의 섭취는 중요하게 생각하고 있는 것이다.

<표Ⅲ-12>에서 보는 바와 같이 전체 응답자의 59.2%가 닭다리를 좋아한다고

응답하였으며 19.9%는 가슴살, 15.0%는 날개를 좋아한다고 응답함으로써 닭다리 선호현상이 현저히 높은 것으로 나타나고 있다.

응답자의 닭다리 선호현상은 선행연구(김, p71)에서 나타난 일반 육계의 부위별 선호도(58.7%)와 비슷한 양상을 보였지만, 가슴살 선호비율은 선행연구에서 보다 본 연구에서 더욱 높게 나타났다.

10) 재래닭고기 요리의 1회 섭취량

<표Ⅲ-13>은 1회에 섭취하는 재래닭고기의 양을 나타낸 표이다.

<표Ⅲ-13> 재래닭고기의 1회 섭취량

구분	2인 1마리	3인 1마리	3인 2마리	4인 1마리	기타	무응답	계
전체응답자	36.4	31.8	9.1	19.4	2.8	0.6	100.0

<표Ⅲ-13>에서 보는 바와 같이 1회에 2인이 1마리를 먹는다는 응답자가 36.4%, 3인이 1마리를 먹는다는 응답자는 31.8%로서 전체의 68.2%가 2~3인 1마리를 먹는다고 응답하였다.

특히 이가운데에서도 2인이 1마리를 섭취한다는 비율이 20대의 경우 30대 이상의 연령계층보다 높은 40.3%로 나타났으며, 2인이 1마리를 섭취한다는 비율이 여성(32.6%)보다 남성응답자(42.3%)들이 높게 나타났다.

<표Ⅲ-2>에서 이미 살펴본 바에 의하면 노·장년층보다는 젊은층의 재래닭고기 섭취경험은 비록 낮게 나타났지만 반대로 1회 섭취량은 식욕이 왕성한 젊은층에서 많다는 것은 이미 예견된 반응이다.

또한 2인이 1마리를 섭취한다는 비율이 영남권에 거주하는 응답자에서 여타 지역의 응답자에 비해 높은 43.9%로 나타났다.

11) 재래닭고기를 선호하는 가족 구성원

<표Ⅲ-14>은 응답자의 가족구성원가운데 재래닭고기를 가장 좋아하는 사람이 누구인가에 대한 응답결과이다.

<표Ⅲ-14>에서 살펴보면 남편이나 부인 등 응답자 본인이라는 응답자가 42.9%로 가장 높게 나타났으며 부모님이라는 응답자도 32.0%나 되었다. 그러나 자식들이라는 응답자는 23.8%에 불과하다.

앞의 <표Ⅲ-2>에서 살펴본 바와 같이 재래닭의 섭취경험이 연령이 낮을수록 낮았던 점을 고려할 때, 금후 재래닭의 안정된 시장확보를 위해서는 젊은 계층에 대한 기호도 제고를 위한 방안이 강구되어야 할 것으로 판단된다.

<표Ⅲ-14> 재래닭고기를 가장 선호하는 가족 구성원

구분	부모 (부, 모)	본인 (남편, 부인)	자녀들 (아들, 딸)	무응답	계
전체응답자	32.0	42.9	23.8	1.3	100.0

12) 재래닭고기 요리의 값에 대한 인식

<표Ⅲ-15>는 현재 재래닭을 요리하여 판매하는 음식점에서 판매되고 있는 닭고기 1마리 분의 평균 판매가격 25,000원 정도에 대해 어떻게 생각하는냐는 질문에 대한 응답결과이다.

<표Ⅲ-15> 재래닭고기의 현재 판매가격에 대한 견해

구분	너무 비싸다	적당하다	비교적 싸다	무응답	계
전체응답자	71.2	24.7	2.5	1.4	100.0

<표Ⅲ-15>에서 살펴보면 응답자의 대부분인 71.2%가 「너무 비싸다」고 응답하였으며 「적당하다」거나 「비교적 싸다」고 응답한 응답자는 각각 24.7%와 2.5%에 불과하였다. 이와 같은 응답결과는 응답자의 특성에 따라 큰 차이를 보이지 않았으며, 다만 공무원과 회사원 등 봉급생활자의 경우에는 현재의 값도 적당하다는 응답비율이 여타 계층에 비해 다소 높은 것으로 나타났다.

<표Ⅲ-16> 재래닭고기 요리의 값에 대한 인식

구분	15,000원 정도	20,000원 정도	25,000원 정도	25,000원 이상	무응답	계
전체응답자	55.9	28.5	11.7	2.7	1.2	100.0

한편 <표Ⅲ-16>는 음식점에서 판매되는 재래닭고기의 요리값이 어느 정도이면 부담없이 섭취하겠는냐는 질문에 대한 응답결과이다.

<표Ⅲ-16>에서 살펴보면 요리된 닭고기 값이 1마리당 15,000원 정도이면 부

담없이 섭취하겠다는 응답자가 55.9%를 차지하였으며 20,000원 정도이면 부담없이 섭취하겠다는 응답자의 비율은 28.5%를 차지하였다. 전체 응답자의 84.4%가 요리된 재래닭고기의 값이 20,000원이하 이기를 요구하고 있는 것이다.

2. 재래닭의 구입 행태

1) 재래닭의 구입 주체

<표Ⅲ-17>은 가정에서 재래닭을 구입할 때 주로 누가 구입하느냐에 대한 질문의 응답결과이다.

<표Ⅲ-17> 재래닭의 구입 주체

구분	주부 (어머니)	남편 (아버지)	기타	무응답	계
전체응답자	78.0	14.6	5.6	1.6	100.0

<표Ⅲ-17>에서 살펴보면 예상했던 대로 응답자의 대부분인 78.0%가 주부(어머니)가 구입한다고 응답하였으며 남편(아버지)이 구입한다는 응답자는 14.6%에 불과하였다.

이와 같은 응답결과는 응답자의 특성에 따라 큰 특징을 보이지 않았으나 농업인의 경우 남편(아버지)가 구입한다는 비율이 36.8%로 여타 직업군에 비해 높게 나타났는 바, 이는 아직도 농촌주부의 외출빈도가 낮은데에서 기인된 결과로 추정된다.

2) 재래닭의 구입장소

주부들이 가정에서 재래닭을 구입하여 섭취하고자 할 때에 재래닭을 구입하는 장소는 <표Ⅲ-18>에 나타난 바와 같다.

<표Ⅲ-18> 주부가 재래닭을 구입하는 장소

구분	백화점	재래닭 사육장소	슈퍼	정육점 (농협,축협)	기타	무응 답	계
전체응답자	21.9 (290)	17.4 (231)	14.3 (189)	29.0 (384)	16.0 (212)	1.4 (19)	100.0 (1,325명)

<표Ⅲ-18>에서 살펴보면 1,325명의 주부응답자 가운데 384명인 29.0%가 「농협과 축협이 수퍼를 포함한 정육점에서 구입한다」고 응답하였고, 21.9%인 290명이 「백화점에서 구입한다」고 응답하였으며, 「재래닭 사육농장에서 직접 구입한다」는 응답자도 231명으로서 17.4%나 되었다. 이와 같은 응답결과는 재래닭의 소매점이 전문화 되어있지 않고 다양하게 분포되어 있음을 의미하는 것이라 하겠다.

3) 재래닭의 구입동기

<표Ⅲ-19>는 주부들이 재래닭을 구입하는 동기를 나타낸 응답 결과이다.

<표Ⅲ-19>에서 살펴보면 31.3%가 「가족들이 좋아해서」, 30.9%는 「영양가를 생각해서」 구입한다고 비슷한 비율의 응답결과를 보였으며, 18.8%는 「닭고기를 먹는 철이어서」, 18.3%는 「독특한 맛이 있어서」라고 응답함으로써 주부들이 다양한 동기에 의해서 재래닭을 구입하는 것으로 나타났다.

<표Ⅲ-19> 재래닭의 구입 동기

구분	닭고기를 먹는 철이어서	가족들이 좋아해서	영양가를 생각해서	독특한 맛이 있어서	무응답	계
전체응답자	18.8	31.3	30.9	18.3	0.8	100.0

4) 재래닭고기의 구입 정보선

<표Ⅲ-20>은 응답자가 재래닭고기를 구입하게 된 정보를 얻게된 경로를 나타낸 표이다.

<표Ⅲ-20> 재래닭의 구입정보선

구분	주위의 안내로	신문광고를 통해서	전문잡지(월간양계)를 통해서	팸플릿을 통해서	기타	무응답	계
전체응답자	45.4	9.9	4.5	6.5	30.4	3.4	100.0

<표Ⅲ-20>에서 살펴보면 전체 응답자의 45.4%가 주위 사람들의 이야기를 듣고 구입하게 되었다고 응답하였으며, 신문광고나 잡지, 팸플릿 등의 광고매체에 의해 정보를 얻었다는 응답자는 극히 적었다. 반면에 기타란의 응답비율이 30.4%

나 차지하고 있는 바, 이는 상당수의 소비자들이 특별한 정보선을 통해 정보를 얻고 재래닭을 구입한다기 보다는 스스로의 독단적인 판단에 의해 구입하고 있기 때문인 것으로 추정된다. 이와 같은 응답결과는 결국 재래닭에 대한 정보제공이 전무한 데에서 기인된 것으로 해석된다. 따라서 재래닭의 시장확대를 위해서는 재래닭의 소비촉진을 위한 정보제공적 홍보가 무엇보다도 중요한 의미를 갖는다 하겠다.

한편 이와 같은 응답비율은 응답자의 다양한 특성에 따라서도 큰 차이를 보이지 않았다.

5) 재래닭의 구입시 고려사항

<표Ⅲ-21>은 주부들이 재래닭을 구입하고자 할 때 주로 고려하는 사항이 무엇인냐는 질문에 대한 응답결과이며, <표Ⅲ-22>는 주부들이 실제로 재래닭을 구입할 때 살펴보는 사항이 무엇인가에 대한 응답결과이다.

<표Ⅲ-21> 재래닭고기를 구입하고자 할 때 고려사항

구분	순수 재래종 닭고기면 된다	가격	신선도	크기	위생상태	기타	무응답	계
전체응답자	24.8	16.3	43.9	1.4	12.4	0.3	0.8	100.0

<표Ⅲ-21>에서 살펴보면 43.9%의 응답자가 신선도를 고려한다고 응답하였으며, 24.8%는 「순수 재래종 닭고기면 된다」고 응답하였다. 가격을 고려한다는 응답자는 16.3%, 그리고 위생상태를 고려한다는 응답자는 12.4%로 나타났다. 연령이 낮은 계층일수록 신선도에 더욱 큰 비중을 둔 반면에 가격에는 낮은 비중을 두었으나, 월평균 100만원 정도의 낮은 소득계층은 가격을 고려한다는 응답자가 22.8%인 반면에 신선도를 가장 고려한다는 응답자는 39.5%로서 가격에 높은 비중을 두었다.

<표Ⅲ-22> 재래닭 구입시 가장 중점적으로 살펴보는 사항

구분	위생적이고 깨끗한 것	신선한 것	보관상태가 양호한 것	무응답	계
전체응답자	27.2	59.2	9.4	4.2	100.0

한편 <표Ⅲ-22>에서 살펴보면 실제로 재래닭을 구입할 때에는 전체 응답자의 59.2%가 「신선한 것」, 27.2%는 「위생적이고 깨끗한 것」, 9.4%가 「보관 상태가 양호한 것」을 고른다고 응답함으로써 소비자가 닭을 구입할 때 신선도와 안전성을 가장 중점적으로 살피고 있는 것으로 나타났다. 신선도에 대한 관심은 소득이 높은 계층에서 더욱 크게 나타나고 있음은 앞의 <표Ⅲ-21>에서와 마찬가지로이다. 따라서 금후 소득향상과 더불어 소비자의 이러한 요구가 더욱 커질 것임을 고려하여 재래닭의 사육자는 물론 유통업자 모두가 유통되는 재래닭의 신선도와 안전성에 비중을 두는 유통전략을 강구해야 할 것이다.

6) 재래닭의 구입의 수월성

<표Ⅲ-23>는 주부들이 재래닭고기를 구입하고자 할 때 어느 정도 쉽게 구입할 수 있는지의 여부에 대한 응답결과이다.

<표Ⅲ-23> 재래닭고기 구입시 수월성

구분	살수 없는 때가 훨씬 더 많다	살수 없는 경우와 살수 있는 경우가 반반이다	언제나 원하는 것을 구입할 수 있다	무응답	계
전체응답자	48.3	36.9	13.0	1.9	100.0

<표Ⅲ-23>에서 살펴보면 「언제나 원하는 것을 살 수 있다」는 응답자는 전체의 13.0%에 불과한 반면에 48.3%가 「살수 없는 때가 훨씬 많다」, 36.9%가 「살수 없는 경우와 살수 있는 경우가 반반이다」라고 응답하였다. 이러한 응답 반응은 재래닭의 원활한 공급과 시장조성이 아직도 정착되어 있지 않기 때문이라고 기인된 것으로 추정된다.

3. 재래닭 및 닭고기에 대한 인식과 구별

1) 재래닭에 대한 인식

<표Ⅲ-24>는 현재 유통되고 있는 재래닭에 대한 소비자의 인식결과를 나타낸 것이다.

<표Ⅲ-24>에서 살펴보면 현재 유통되고 있는 소위 재래닭을 순수 재래종이라고 인식하고 있는 응답자는 10.7%에 불과하며, 전체 응답자의 55.6%가 재래종과

개량종과의 잡종이라고 인식하고 있으며 「잘모르고 사먹는다」는 응답자도 24.4%나 되었다.

<표Ⅲ-24> 재래닭에 대한 소비자의 인식

구분	순수 재래종으로 생각한다	재래종과 개량종과의 잡종이다	개량종 중에서 갈색종이다	잘 모르고 사먹는다	무응답	계
전체응답자	10.7	55.6	8.8	24.4	0.5	100.0

이처럼 대부분의 응답자가 현재 유통되고 있는 재래닭이 순수재래닭이 아닐 것이라는 인식을 갖고 있으면서도 일반닭과 차별화하여 선호하고 있는 것은 비록 잡종닭일지라도 무언가 다를 것이라는 막연한 신뢰성에 기인된 것으로 추정된다. 그러나 이러한 신뢰성도 실제로 섭취하는 닭고기가 일반 닭고기의 맛이나 외관이 다소 다르다고 느끼고 있기 때문에 반응된 결과로 판단된다.

2) 재래종닭과 일반 육계와의 구별

<표Ⅲ-25>은 소비자가 재래닭과 일반 육계를 외관상으로 구별하는 방법에 대한 응답결과이다.

<표Ⅲ-25> 재래닭과 일반닭과의 구별 방법

구분	깃털색	정강이색	피부색	기타	무응답	계
전체응답자	43.6	16.0	22.3	15.6	2.5	100.0

<표Ⅲ-25>에 의하면 43.6%의 응답자가 깃털색, 22.3%는 피부색을 보고 구별한다고 응답하였다. 그러므로 전체 응답자의 65.9%가 개량종 유색 산란계, 육계 및 겸용종닭 등에서 찾을 수 있는 특징만을 보고 재래닭과 일반육계를 구별하고 있는 셈이다. 정강이 색을 보고 구별한다는 응답자는 16.0%로 나타났으며, 나름대로의 안목을 가지고 구별한다고 생각되는 기타란에 응답한 비율도 15.6%나 되었다. 이러한 구별방법은 연령, 성별, 직업, 거주지역, 주거형태 및 소득 등에 따라 서로 차이를 보이지 않았다.

3) 재래종 닭의 체중에 대한 인식

<표Ⅲ-26>는 현재 유통되고 있는 재래종 닭의 체중(1.7~2.0kg)에 대한 의견을 나타낸 것이다.

<표Ⅲ-26> 재래닭의 거래 체중에 대한 인식

구분	너무 작다	적당하다	더 크면 좋겠다	무응답	계
전체응답자	18.8	66.8	12.8	1.6	100.0

<표Ⅲ-26>에서 살펴보면 현재 거래되고 있는 재래닭의 체중정도가 적당하다고 응답한 비율이 66.8%로 나타났으며, 너무작다는 응답자와 더 크면 좋겠다는 응답자는 각각 18.8%와 12.8%에 불과하였다. 닭의 체중에 대한 인식 또한 연령, 성별, 직업, 거주지역, 주거형태 및 소득 등에 따라서 큰차이를 보이지 않았다.

4) 재래닭고기의 식품수준에 대한 인식

<표Ⅲ-27>은 요리된 재래닭의 식품 수준이 어느 정도인가에 대한 소비자의 응답결과이다.

<표Ⅲ-27> 재래닭고기 요리에 대한 인식

구분	고급식품이다	중급식품이다	저급식품이다	무응답	계
전체응답자	45.1	49.3	4.2	1.4	100.0

<표Ⅲ-27>에서 살펴보면 응답자의 45.1%가 재래닭고기는 「고급식품이다」라고 응답하였으며, 49.3%는 「중급 식품이다」라고 응답하였다. 이와 같은 응답결과는 응답자의 다양한 특성에 따라 큰 차이를 보이지 않았으며 전체적으로 예상보다 많은 응답자가 재래 닭고기를 고급식품으로 인식하고 있는 바, 이는 재래닭고기의 값이 일반 육계나 여타 육류에 비해 크게 높기 때문에 유발된 인식이라 추정된다.

5) 재래닭고기의 크기에 대한 반응

<표Ⅲ-28>는 유통되는 재래 닭고기(1.8kg 기준)의 크기에 대한 반응을 나타낸 표이다.

<표Ⅲ-28> 재래닭고기의 크기에 대한 반응

구 분	클수록 좋다	현재와 같은 크기가 좋다	작을수록 좋다	크기에 관계치 않다	무응답	계
전체응답자	19.2	68.7	4.2	7.0	0.8	100.0

<표Ⅲ-28>에서 살펴보면 응답자의 대부분인 68.7%가 현재와 같은 중간 정도의 크기가 좋다고 응답하였으며 클수록 좋다는 응답자는 19.2%, 그리고 작을수록 좋다는 응답자는 4.2%, 크기에 관계치 않는다는 응답자는 7.0%로 나타났다.

재래닭고기의 크기에 대한 반응은 응답자의 특성에 따라 다소간의 차이를 보였다.

「클수록 좋다」는 응답비율이 여타 연령계층에 비해 20대 계층(26.3%)에서, 여성(15.2%)보다는 남성(25.4%)에서, 공동주택(18.0%)에서 거주하는 응답자 보다는 단독주택(23.4%)에서 거주하는 응답자들에서, 2-3명의 적은 가족수(15.9%) 보다는 5명 이상의 많은 가족을 가진 응답자계층(24.6%)에서 더욱 높게 나타났다. 이처럼 젊은 층이나 남성층에서 클수록 좋다는 응답비율이 높은 것은 왕성한 식욕에서 기인된 것으로 추정되며, 단독주택에서 높게 나타난 것은 공동주택보다는 단독주택에서 거주하는 가구의 가족수가 대체로 많기 때문으로 추정된다.

6) 재래닭고기의 브랜드화에 대한 반응

<표Ⅲ-29>는 재래닭고기의 브랜드화에 대한 응답자의 반응을 나타낸 표이다,

<표Ⅲ-29> 재래닭 브랜드화에 대한 반응

구 분	믿을만한 브랜드화된 상품이 있으면 좋겠다	그저 그렇다	무응답	계
전체응답자	81.7	16.0	2.3	100.0

<표Ⅲ-29>에서 살펴보면 응답자의 대다수인 81.7%가 「믿을만한 브랜드 상품이 있었으면 좋겠다」고 응답하였으며, 나머지는 그저 그렇다(16.0%)거나 무응답(2.3%)의 반응을 보였다. 브랜드화의 필요성에 대해서는 젊은 계층 일수록, 소득이 높은 계층일수록, 남성보다는 여성이, 서울·경기지역의 소비자가, 단독주택 거주자 보다는 공동주택에서 거주하는 응답자가 더욱 긍정적인 반응을 보였다.

이러한 응답결과는 결국 장기적인 수요확대 차원에서 재래닭고기의 브랜드화

의 필요성이 필연적 과제임을 제시하는 것이라고 판단된다.

IV. 재래종 달걀의 소비 및 구입행태

1. 재래종 달걀의 소비행태

1) 재래종 달걀의 선호도

<표IV-1>은 재래종 달걀의 선호도를 나타낸 응답결과이다.

<표IV-1> 재래종 달걀의 선호도

구분	아주 좋아한다	좋아한다	그저 그렇다	싫어한다	무응답	계
전체응답자	16.2	43.1	30.7	1.4	8.5	100.0

<표IV-1>에서 살펴보면 재래종 달걀을 「아주 좋아한다」는 응답자와 「좋아한다」는 응답자의 비율은 각각 16.2%와 43.1%로서 재래종 달걀을 특별히 선호하는 응답자는 전체의 59.3%에 불과하였다. 그러나 상대적으로 싫어한다는 응답자는 1.4%에 불과하고 그저 그렇다는 응답자는 30.7%로 나타났다.

2) 재래종 달걀의 구입 및 섭취 경험

<표IV-2>는 재래종 달걀을 구입하여 먹어본 경험이 있는냐는 질문에 대한 응답결과이다.

<표IV-2> 재래종 달걀의 구입, 섭취 경험

구분	있다	없다	무응답	계
전체응답자	58.5	41.5	0	100.0

<표IV-2>에서 살펴보면 응답자의 58.5%가 「먹어본 경험이 있다」고 응답하였으며 나머지 41.5%는 「먹어본 경험이 없다」고 응답하였다. 연령이 많을 수록 먹어본 경험이 있다는 응답비율이 높고 농업인들이 여타 직업군의 종사자들 보다 먹어본 경험이 많은 것으로 나타났다.

3) 재래종 달걀을 섭취하는 이유

재래종 달걀을 먹어본 경험이 있는 응답자들이 재래종 달걀을 먹는 이유는 다양한 양상을 보였다.

<표IV-3>에서 살펴보면 재래종 달걀을 섭취하는 이유는 「무공해 건강식품이라서」라는 응답비율이 35.0%, 「영양가가 높아서」라는 응답비율이 27.5%, 그리고 「맛이 좋아서」라는 응답자의 비율이 25.0%로서 다양한 분포를 나타내고 있다.

<표IV-3> 재래종 달걀을 섭취하는 이유

구분	영양가가 높아서	맛이 좋아서	무공해 건강식품 이라서	기타	계
전체응답자	27.5	25.0	35.0	12.5	100.0

4) 재래종 달걀의 섭취시 선호하는 요리방법

소비자가 재래종 달걀을 섭취할 때는 매우 다양한 방법의 요리를 해서 섭취하는 것으로 나타났다.

<표IV-4> 재래종 달걀의 섭취시 선호하는 요리방법

구분	삶아서 먹는다	그대로 생계란으 로 먹는다	반숙	후라이	장조림 간장에 넣어서	기타	무응 답	계
전체응답자	19.4	12.2	16.4	34.3	3.0	2.1	12.5	100.0

<표IV-4>에서 살펴보면 응답자가 재래종 달걀을 섭취할 때 가장 선호하는 요리는 후라이(34.3%)이며, 삶아서 먹기를 좋아한다는 응답자는 19.4%, 반숙을 좋아하는 응답자는 16.4%, 생란을 먹는다는 응답자는 16.4%로서 다양한 요리방법을 선택하고 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 응답결과는 응답자의 연령이나 가족구성원등에 따라서는 큰 차이를 보이지 않았으나 여성과 공동주택에 거주하는 응답자의 경우에는 생란을 선호한다는 응답자 비율이 8.8%와 9.8%로서 여타 계층에 비해 상대적으로 낮게 나타났다.

5) 재래종 달걀의 맛에 대한 평가

<표IV-5>은 재래종 달걀을 섭취한 경험이 있는 응답자가 달걀의 맛에 대한 반응을 나타낸 표이다.

<표IV-5> 재래종 달걀의 맛에 대한 평가

구분	맛이 고소하고 독특하다	별로 차이가 없다	맛이 나쁘다	계
전체응답자	60.7	36.8	2.5	100.0

<표IV-5>에 의하면 60.7%가 「맛이 고소하고 독특하다」고 응답함으로써 재래종 달걀에 대한 맛의 차별화를 비교적 크게 느끼고 있는 것으로 나타났다. 반면에 36.8%는 「별로 차이가 없다」고 응답하였으며 2.5%는 「맛이 나쁘다」고 응답하였다.

2. 재래종 달걀의 구입행태

1) 재래종 달걀의 구입선

재래종 달걀의 구입선은 매우 다양한 것으로 나타났다. <표IV-6>에 의하면 농협과 축협을 포함한 달걀판매점에서 구입한다는 응답비율이 28.8%로 여타 구입선에 비하여 다소 높게 나타났다.

<표IV-6> 재래종 달걀의 구입경로

구분	사육농장	백화점	슈퍼	계란 판매점 (농협, 축협)	기타	계
전체응답자	19.7	20.7	21.0	28.8	9.8	100.0

그러나 사육농장에서 직접 구입한다는 응답자도 19.7%, 백화점에서 구입한다는 응답자는 20.7%, 그리고 슈퍼마켓에서 구입한다는 응답자가 21.0%로서 각 구입선의 구입비율이 비슷하게 나타났다. 이와 같은 응답결과는 응답자의 연령, 성별, 주거형태, 소득분포 등과는 큰차이를 보이지 않았으나 다만 농업자의 경우에는 백화점을 통한 구입비율이 여타 구입선에 비해 낮게 나타났는 바, 이는 백화점이 없는 농촌시장의 특성에 기인된 것으로 판단된다.

2) 재래종 달걀의 가격에 대한 반응

<표IV-7>는 재래종 달걀의 가격에 대한 응답자의 반응이다.

<표IV-7> 재래종 달걀의 적정 가격 반응

구분	150원 정도	200원 정도	300원 정도	400원 정도	400원 이상	계
전체응답자	54.9	32.5	8.6	2.8	1.2	100.0

<표IV-7>에 의하면 전체 응답자의 54.9%가 150원 정도가 적정한 가격이라고 응답하였으며, 32.5%는 200원 정도가 적정한 가격이라고 응답하였다. 그러므로 전체 응답자의 87.4%가 200원 이하의 가격을 적정가격으로 인정하고 있는 것이다. 따라서 이와 같은 응답결과는 재래종 달걀이 200원 이하의 가격에 판매될 수 있어야 소비자의 구매욕구를 유인시킬 수 있음을 의미한다.

3) 재래종 달걀의 포장에 대한 선호도

<표IV-8>은 재래종 달걀의 포장단위 그리고 <표IV-9>는 달걀의 포장재료에 대한 소비자의 선호도를 나타낸 표이다.

<표IV-8> 재래닭 달걀의 포장단위에 대한 선호도

구분	5개	10개	30개	기타	무응답	계
전체응답자	9.9	71.3	8.7	3.9	6.2	100.0

<표IV-8>에 의하면 응답자의 대부분인 71.3%가 10개단위의 포장단위를 선호하는 것으로 응답하였으며, 5개단위와 30개단위의 포장을 선호하는 응답자는 각각 9.9%와 8.7%에 불과하였다.

이와 같이 소비자가 10개단위의 소포장 단위의 포장을 선호하는 것은 일반 개량종 달걀에 비해 비싼 달걀 값에 기인된 일시적인 경제적 부담때문이 아닌가 생각된다.

한편 <표IV-9>에 의하면 달걀의 포장은 종이재료로 포장한 것이 좋다는 응답자가 36.7%로 가장 많았고 프라스틱으로 포장한 것을 좋아한다는 응답자는 30.6%로 나타났으며, 옛날과 같이 짚으로 포장한 것을 선호한다는 응답자도 27.2%나 되었다. 이와 같은 응답결과는 응답자의 특성에 따른 큰 특징을 보이지 않았지만, 연령이 높을수록 옛날과 같이 짚으로 포장한 것을 선호하는 양상을 나

타냈다. 이는 노년층의 옛것을 선호하는 정서적인 향수에 기인된 것으로 생각된다.

<표IV-9> 달걀의 포장재료에 대한 선호도

구분	플라스틱으로 포장한 것	종이재료로 포장한 것	옛날과 같이 짚으로 포장한 것	무응답	계
전체응답자	30.6	36.7	27.2	6.0	100.0

4) 재래종 달걀의 크기에 대한 견해

<표IV-10>은 재래종 달걀의 크기(평균 50g)에 대한 소비자의 견해를 정리한 것이다.

<표IV-10> 재래종 달걀의 크기에 대한 견해

구분	너무작다	적당하다	너무크다	무응답	계
전체응답자	20.3	68.7	2.3	8.7	100.0

<표IV-10>에서 보면 전체 응답자의 68.7%가 적당하다고 응답하였으며 20.3%는 너무 작다고 응답하였다. 또한 너무 크다는 응답자는 2.3%에 불과함으로서 현재의 재래 달걀의 크기가 적당한 것으로 판단된다. 다만 너무 작다는 응답자의 비율이 남성(24.3%)의 경우 여성(16.5%)에 비해 다소 높게 나타났다.

5) 재래종 달걀의 난각 색깔에 대한 견해

<표IV-11>은 재래종 달걀의 난각 색깔에 대한 소비자의 견해를 나타낸 표이다.

<표IV-11> 재래종 달걀의 난각색깔에 대한 반응

구분	진한갈색	연한갈색	백색	기타	무응답	계
전체응답자	45.4	39.7	4.2	3.9	6.8	100.0

<표IV-11>에서 살펴보면 전체 응답자의 45.4%가 진한 갈색이 좋다고 생각하고 있으며 39.7%는 연한 갈색이 좋다고 생각하는 것으로 나타났다. 백색이 좋다

고 생각하는 응답자는 4.2%에 불과하였다. 특히 50대이상의 고연령층과 남성층에서 진한 갈색이 좋다는 생각을 더 많이 하고 있는 것으로 나타났지만, 응답자의 여타 특성은 난각색갈에 대한 견해와 큰 차이를 내지 않았다.

6) 재래종 달걀의 구입상의 애로점

<표IV-12>는 재래종 달걀의 구입에 따른 애로사항이 무엇인가에 대한 응답결과이다.

<표IV-12> 재래종 달걀의 구입상 애로점

구분	값이 비싸서	계란 구입 장소를 몰라서	믿을수가 없어서	비 위생적 이어서	기타	계
전체응답자	23.4	32.9	37.0	1.7	5.0	100.0

<표IV-12>에서 재래종 달걀의 구입상 애로점을 살펴보면 37.0%의 응답자가 「믿을 수가 없어서」라고 응답하였고 32.9%는 「계란 구입처를 몰라서」라고 응답하였다. 또한 23.4%는 「계란값이 비싸서」라고 응답하였다.

이와 같은 응답결과는 주부의 연령이나 거주지역, 가족수, 가계의 소득분포 등과 무관하게 나타났다. 따라서 재래종 달걀의 판매확대와 시장확보를 위해서는 재래종 달걀의 전문판매점을 확대·개설하고 소비자의 신뢰를 구축시킴과 동시에 적정판매가격을 유지시키는 것이 매우 중요한 과제로 판단된다.

7) 재래종 달걀의 소비확대 의향

<표IV-13>은 재래종 달걀을 낮은 가격에 위생적으로 판매할 경우 소비를 확대하겠느냐는 질문에 대한 응답결과이다.

<표IV-13> 재래종 달걀의 소비 확대 의향

구분	더 많이 소비하겠다	현재의 소비 수준을 유지하겠다	소비를 줄이겠다	기타의견	무응답	계
전체응답자	67.3	21.4	2.8	0.8	7.6	100.0

<표Ⅳ-13>에서 살펴보면 전체 응답자의 67.3%가 소비를 확대하겠다고 응답하였으며 현재의 소비수준을 유지하겠다는 응답자와 소비를 줄이겠다는 응답자는 각각 21.4%와 2.5%에 불과하였다.

이와 같은 응답결과는 응답자의 특성에 무관하게 일관적으로 나타났다. 이는 소득 향상에 따라 나타나는 소비자의 소량다품목 지향적인 식품소비 욕구에 기인된 것으로 판단된다. 특히 선행연구(김,p177)에 의하면 일반 달걀의 경우 소비를 현수준으로 유지하겠다는 응답비율(83.3%)이 매우 높게 나타났음을 고려할 때, 금후 달걀의 값을 인하시킬 수 있는 방안이 강구되고 신선도를 유지시킬 수 있는 위생적인 생산 및 유통체계가 정립될 경우 재래종 달걀의 수요확대 전망은 비교적 밝은 것으로 판단된다.

V. 재래닭고기 판매업소의 판매행태

1. 판매업소(식당)의 재래닭 판매 행태

1) 판매하는 닭의 종류

<표Ⅴ-1>는 판매업소에서 재래닭고기를 판매하면서 어떤 닭을 판매하느냐에 대한 응답결과이다.

<표Ⅴ-1> 판매하는 재래닭의 종류

구 분	순수 재래닭	잡종	개량종의 유색닭	무응답	계
전체응답자	33.1	46.9	19.8	0.2	100.0

<표Ⅴ-1>에서 살펴보면 「순수 재래닭을 판매한다」는 업소는 전체의 33.1%인 134개 업소에 불과하고 「잡종닭을 판매한다」는 응답자는 46.9%인 190개 업소였으며 「개량종의 유색닭을 판매한다」는 응답자도 19.8%인 80개 업소나 되었다. 이는 재래닭을 섭취하는 소비자의 대부분이 실제로는 잡종닭이나 개량 유색종 닭을 개량종으로 알고 섭취하고 있다는 것을 입증하는 것이다.

2) 1일 평균 판매수수

<표Ⅴ-2>은 1일 평균 판매하는 재래닭의 수수분포를 나타낸 표이다.

<표 V-2>에서 살펴보면 1일 평균 30수이상을 판매하는 업소는 22.7%에 불과하고 39.0%의 업소가 1일 5수 정도를 판매하고 있으며 36.3%는 10수정도 판매한다고 응답함으로써 업소당 재래닭의 판매규모가 매우 영세한 것으로 나타났다. 특히 1일 평균 5수정도를 판매하고 있는 업소의 비율은 업소의 매장규모가 적을수록 크게 나타났다.

<표 V-2> 1일 평균 판매 수수

구 분	5수	10수	30수	50수이상	51수이상	무응답	계
전체응답자	39.0	36.3	19.0	2.7	1.0	2.0	100.0

3) 요리종류별 판매비율

식당에서 판매되는 재래닭고기의 요리종류는 백숙과 삼계탕이 주종을 이루고 있는 것으로 나타났다.

<표 V-3>는 재래닭고기의 요리 종류별 판매비율을 나타낸 것이다.

<표 V-3> 요리종류별 판매 비율

구 분	백숙	삼계탕	닭볶음	기타	무응답	계
전체응답자	68.6	15.8	12.6	2.7	0.2	100.0

<표 V-3>에서 살펴보면 판매업소(식당)에서 판매하는 재래닭고기의 요리 가운데 68.6%가 백숙으로서 가장 높은 판매비율을 보였고 다음은 삼계탕으로서 15.8%, 닭볶음은 12.6%의 순으로 나타났다. 백숙요리와 삼계탕요리가 전체의 84.4%를 차지하고 있는 것이다. 이와 같은 응답현상은 업소의 크기나 위치 그리고 업주의 성별이나 경력 등에 따라 큰 차이를 보이지 않았다.

다만 관광지에 위치한 업소에서는 여타 지역에 소재한 업소의 경우보다는 삼계탕의 판매비율이 낮고 상대적으로 닭도리탕의 판매비율이 높게 나타났는데, 이는 관광지의 손님들이 재래닭고기를 식사대용으로 섭취하기 보다는 술안주 대용으로 섭취하는 경향이 높기 때문인 것으로 추정된다.

식당에서 판매되는 재래닭고기의 주종이 백숙과 삼계탕이며 앞장의 <표 III-9>에서 살펴본 바와 같이 소비자가 선호하는 재래닭고기의 요리형태도 백숙과 삼계탕의 순으로 나타났음을 고려할 때, 재래닭고기의 요리는 역시 백숙과 삼계탕위주로 소비되고 있음을 반영하는 응답결과라 하겠다.

4) 계절별 판매 비율

<표V-4>는 재래닭고기가 많이 판매되는 계절이 어느 계절이냐는 물음에 대한 응답결과이다.

<표V-4>에서 살펴보면 85.4%의 식당에서 여름에 재래닭을 많이 판매한다고 응답하였으며 봄에는 7.2%, 가을에는 3.2% 그리고 겨울에는 3.7%로 여름을 제외한 여타 계절의 재래닭 판매비율이 매우 낮은 것으로 나타났다. 이와같은 응답결과 역시 업소의 크기나 위치는 물론 업주의 성별이나 경력과 무관하게 일정한 반응을 보였다.

<표V-4> 계절별 판매비율

구 분	봄	여름	가을	겨울	무응답	계
전체응답자	7.2	85.4	3.2	3.7	0.5	100.0

소비자가 닭고기를 선호하여 섭취계절도 역시 여름으로 집중되어 있음을 이미 앞장의 <표Ⅲ-5>를 통해서도 확인할 수 있었다. 따라서 재래닭 사육농가의 연간 균형적이고 안정적인 소득제고를 위해서는 소비자가 연중 재래닭고기를 소비할 수 있는 환경을 조성하는 일도 매우 중요한 과제로 판단된다.

5) 판매하는 재래닭의 조달

<표V-5>은 업소에서 판매하는 재래닭고기의 원료용 재래닭을 어떻게 조달하느냐에 대한 응답결과이다.

<표V-5> 재래닭의 조달

구 분	재래닭 농장에서 1회 수십마리씩 구입하여 임시사육하여 판매	직접 재래닭을 사육하여 판매	도계된 재래닭을 구입하여 판매	무응답	계
전체응답자	49.6	21.7	26.9	1.7	100.0

<표V-5>에서 살펴보면 판매할 재래닭을 조달하는 방법은 49.6%의 업소가 「재래닭을 농장에서 1회에 수십마리씩 구입하여 업소의 간이 계사에서 임시 사육하면서 판매한다」고 응답하였고, 26.9%의 업소는 「도계된 재래닭을 구입하여

판매한다」고 응답하였으며 나머지 21.7%의 업소는 「직접 재래닭을 사육하면서 판매한다」고 응답하였다. 다만 농촌지역에 소재한 업소의 경우, 「직접 사육하면서 판매한다」는 업소의 비율이 48.0%로서 여타 지역에 소재한 업소보다 높게 나타났다. 이는 농촌에 소재한 업소는 도시지역이나 관광지역에 비해 매장외에 별도의 간이사육장을 더 쉽게 확보할 수 있기 때문일 것으로 판단된다.

그러나 업소의 지역이나 업소의 면적, 업주의 성별이나 경영경력 등에 따라서는 별다른 특징을 보이지 않고 평균치와 비슷한 양상을 보였다. 이는 아직도 재래닭의 합리적인 유통체계가 수립되어 있지 않음을 입증하는 결과라 하겠다.

6) 재래닭 요리의 판매가격

<표 V-6>은 업소에서 요리된 재래닭 1마리의 판매가격 분포비율 나타내었다.

<표 V-6>에서 살펴보면 요리된 재래닭 1마리당에 25,000원에서 30,000사이에 판매하고 있다는 업소가 전체의 46.4%인 188개 업소로서 가장 많았으며, 30,000원 이상에 판매한다는 업소는 22.7%로서 1마리당 20,000원 이상의 높은 가격으로 판매하는 업소가 전체의 69.1%나 되었다. 반면에 20,000원 미만의 저렴한 가격에 판매한다는 업소는 11.1%에 불과하고 20,000원에서 25,000원 사이에 판매하는 업소도 16.5%에 불과하였다.

<표 V-6> 재래닭요리의 판매가격

구 분	20,000원 미만	20,000- 25,000원	25,000- 30,000원	30,000원 이상	무응답	계
전체응답자	11.1	16.5	46.4	22.7	32	100.0

특히 농촌지역과 관광지에 소재한 업소는 25,000원에서 30,000원 사이에 판매한다는 업소의 비율이 각각 53.4%와 47.6%로 가장 높게 나타난 반면에 도시에 소재한 업소에서는 30,000원 이상의 높은 가격에 판매하고 있는 업소의 비율이 36.0%로 가장 높게 나타났다.

7) 재래닭의 사육방법에 대한 업주의 견해

<표 V-7>은 재래닭의 맛을 위해서 어떤 방법에 의해서 재래닭이 사육되는 것이 좋겠느냐는 질문에 대한 업주들의 응답결과이다.

<표 V-7>에서 살펴보면 응답자의 대부분인 72.3%의 293명이 「야산에서 놓아

여서 조기에 증체시킬 수 있는 기술개발이 소비자 지향적인 차원에서도 매우 중요한 의미를 갖는다고 하겠다.

VI. 참 고 문 헌

1. 김정주, 양계산물의 생산 유통 소비구조에 관한 조사 연구, 축협중앙회, 1997.
2. 박수일외, 닭고기 소비행태에 관한 조사, 한국계육협회, 인사이트 리서치, 1996.
3. 박종수, 우유의 소비행위에 관한 조사연구, 식품유통연구 4(1), 한국식품유통학회, 1987, pp.69-80.
4. 박종수, 음용우유에 대한 소비자의 태도분석, 식품유통연구, 한국식품유통학회, 1989, pp.39-49.
5. 오봉국외, 재래닭의 사육현황과 유통조사, 대한 양계협회, 1994.
6. 정찬길외, 돼지고기의 소비자 의식에 관한 조사 보고, 대한 양돈협회, 1993.
7. 한성욱 외 재래닭의 경영 및 판매 실태에 관한 조사연구 한국가금학회지 22(3):167-178.