

가계 소비자의 브랜드 돈육에 대한 소비성향

유영모, 박범영, 김진형, 조수현, 채현석, 이종문, 김용곤, 윤상기
농촌진흥청, 축산기술연구소

본연구는 브랜드돈육에 대한 소비자 의식조사로서 소비자요구에 맞는 국내산 브랜드돈육의 생산 및 소비활성화를 위하여 전국 13개시 202명의 소비자에 대하여 조사하였다.

브랜드 돈육에 대한 소비자 의식조사에서 가계소비 브랜드돈육 구입횟수 및 구입량은 가족 수 및 도시유형에 의하여 크게 영향을($p < 0.05$) 받고 있는 것으로 나타났다.

브랜드돈육을 구입하는 이유는 맛이 좋고 연하다(41.4%), 신선하고 위생적(40.4%)였으며, 냉장 냉동육의 구입선호도는 냉장육 구입이 84.0%로 가장 높았으며, 구분없이 구입이 10.6%, 냉동육을 구입이 4.3%순 이었다. 브랜드업소를 이용하는 소비자들의 의식은 대부분 냉장육을 선호하는 것으로 나타났다. 돼지고기 구입부위는 삼겹살 68.0%, 목등심 26.0%, 다음으로 갈매기살 3.0%, 갈비가 1%순으로 나타났다. 가계의 돈육소비는 삼겹살 및 목등심 두부위가 가계소비 전체의 94%를 차지하여, 선호부위에 대한 상품고급화 및 비선호 부위에 대한 새로운 상품개발이나 가공원료육으로 수급방법 개발이 필요하다. 브랜드돈육에 대한 개선 사항은 저지방돈육이 59%로 가장 높았으며, 그 다음 맛(14.0%) 및 냄새(12.0%), 마블링도(4.0%) 순으로 나타나, 적절한 종돈선택이나 비육방법 및 지방정형방법도 소비자요구에 발빠르게 대처 되어야할 것이다.