

## 한국 닭고기 가공품의 소비성향

김종원, 이종대, 주종철, 박영인<sup>1</sup>, 이영현<sup>2</sup>  
연암축산원예대학, <sup>1</sup>미국곡물협회, <sup>2</sup>서울산업대학

닭고기의 가공제품 소비성향을 분석하고, 향후 소비자 관점에서의 개발 방향을 제시하고자 주부들의 인식도 및 소비 경향을 중심으로 조사하였다. 894개의 설문지에 대해서 SAS (1996년)를 이용하여 통계 처리하였으며, 유의성분석은  $\chi^2$ -test, t-test 그리고 분산분석에 있어서는 Duncan's multiple range test를 적용하여 처리구 간의 유의성을 비교하였다. 가공품을 사다가 집에서 조리하는 경우는 5.9%로 매우 낮았으며, 배달하여 먹는 경우가 57.4%로서 제일 높았다. 닭고기 가공식품을 구매하는 횟수는 한 달에 한번 정도로 나타났으며, 닭고기 가공식품을 구매하는 기준은 위생성 (64.9%), 유효기간 (58.4%), 브랜드 (25.4%), 맛 (21.9%) 그리고 가격 (19.0%) 의 순서로 나타났다. 특히 학력이 높은 주부일수록 가공품을 선택할 때에 브랜드 의존도가 높았다. 닭고기 가공식품을 구매하는 장소로서는 할인점 (43.1%), 백화점 (27.4%)의 선호도가 높았으며, 소비자(주부)들은 현재 외국의 유명한 닭고기 가공회사 브랜드를 거의 알고 있지 못했다. 가공품을 생산하는 데에 있어서 주부들의 요구사항은 위생성 (16.7%)과 맛을 개선 (12.2%) 해야 한다는 의견이 제일 많았다. 제일 많이 구입을 한 제품군으로는 “튀김류 (58.3%)”와 “너겟류 (46.6%)” 이다. 닭고기 가공제품이 갖고 있는 문제점으로 “식품첨가물 (58.6%)”에 가장 많은 관심을 표시하고 있으며, 개선해야 될 점은 “위생적으로 제조 (16.7%)”, “맛의 개선 (12.2%)”, “식품첨가물의 제한 (11.9%)” 등의 의견을 제시하였다.