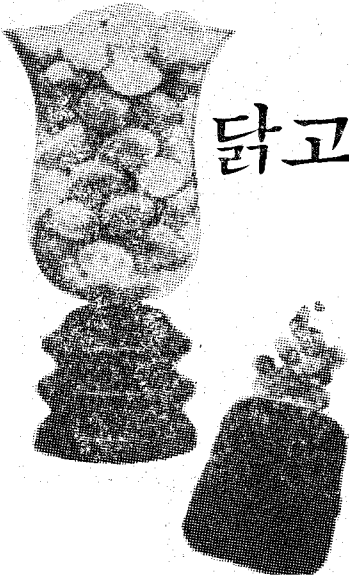


닭고기 · 계란 소비 증대를 위한 제언



윤 호 직
<건대 축대 교수>

1. 肉鷄 및 계란의 消費構造分析

肉鷄 및 鷄卵의 需要는 여러가지 要因에 의하여 影響을 받는다. 그 要因으로서는 自體의 價格 代替財의 價格 消費人口 消費者의 可處分 所得 및 消費者의 嗜好變化 등이며 특히 人口와 所得이 가장 重要한 要因으로 看做되고 있다.

이들 要因에 對한 內容을 보면 過去 6年間 (1965—1970) 서울市の 年平均人口增加率은 9.85%로서 全國平均 人口增加率 2.09%를 훨씬 超過하였으며 1人當 實質可處分所得 增加率은 同期間 서울이 15.2% 全國平均은 11.5%를 나타내고 있다.

또한 代替財의 價格變化가 닭고기 消費量에 미치는 影響을 測定하는 代替彈力性은 1.83으로서 쇠고기와 돼지고기 價格變化가 닭고기의 需要에 큰 影響을 미치고 있는 것으로 나타났으며 닭고기의 需要彈力性은 1.55, 鷄卵은 0.57로서 닭고기의 경우는 自己價格變化가 需要에 커다란 影響을 미치고 있음을 알 수 있

으나 鷄卵의 경우는 非彈力的으로 나타났다.

한편 所得變化가 需要에 미치는 關係를 나타내는 所得彈力性은 닭고기가 0.20 鷄卵이, 0.71로서 所得彈力性은 모두 非彈力的으로 나타나고 있는데 이러한 現象은 傳統的인 消費 慣習에 緣由된 現象이라 하지 않을 수 없다.

그러나 人口 및 所得의 增加와 代替財의 價格安定化 및 消費者 嗜好의 變化로 鷄卵 및 닭고기의 消費는 過去 10年間(1960—1970) 各各 3倍의 增加를 나타내었다.

이와 같이 鷄卵 및 닭고기의 消費가 增大하여 왔으나 앞으로 우리나라 養鷄業의 發展을 위해서는 무엇보다도 養鷄產物의 最終購買者인 消費者 調査를 통하여 需要增大 및 販賣促進을 가져오도록 하는 것이 매우 重要한 것이다.

특히 1980年代 우리나라 食生活 Pattern은 總熱量 2,600Cal로서 總蛋白質에 對한 動物性蛋白質이 現在의 17%에서 31~34%로 向上되고 營養素別 熱量構成比는 炭水化物 76~74%蛋白質 12.9%, 脂肪質 11.1~13.1%로 改善될 것으로 豫測하고 있으므로 닭고기 및 鷄卵 消費者의 消費 Pattern 嗜好 購入動機 나아가서 潛在市場 등을 把握하여 市場開拓의 方案을 講

究함은 보다 重要한 일이라 하지 않을 수 없다.

2. 年齡別 消費狀況

年齡別 肉鷄 및 鷄卵의 消費量을 살펴 보면 表 1에서 보는 바와 같이 肉鷄의 경우는 30~40才 年齡層에서 가장 많이 消費하고 10~20才의 年齡層이 그 다음으로 29.4% 10才 未滿의 年齡層이 18.5%, 20~30才의 年齡層과 40才 以上の 年齡層에서는 10.5%와 9.5%로 가장 적게 消費하고 있다.

이와 같이 20才 未滿의 年齡層에서 47%를 消費하고 있는 것은 發育期에 充分한 營養攝取를 하기 위해서 이고 40才 以上の 年齡層에서 가장 적게 消費하고 있는 것은 老衰期에 鷄肉 消費는 血壓上昇의 要因이 된다는 慣習이 起因된 것이라 할 수 있겠으며 30~40才의 年齡層에서 많이 消費하는 原因은 精力回復에 緣由된 것이다.

한편 鷄卵 消費現況을 보면 10~20才의 年齡層은 31.5%로서 가장 높고 그 다음이 10才 未滿의 年齡層으로 27.1%이며 30~40才의 年

表 1 年齡別 年間 消費量

年 齡	肉 鷄		鷄 卵	
	消費量	構成比	消費量	構成比
	kg	%	個	%
10才 未 滿	684	18.5	53, 211	27.1
10~20	1, 087	29.4	62, 431	31.5
20~30	388	10.5	16, 252	8.2
30~40	1, 187	32.1	50, 540	25.5
40才 以 上	351	9.5	15, 261	7.7
計	3, 697	100.0	198, 195	100.0

齡層은 25.5%이고, 20~30才의 年齡層과 40才 以上の 年齡層이 닭고기와 같이 가장 적게 消費하고 있다.

이러한 消費現況을 肉鷄와 比較할 때 鷄卵의 경우 20才 未滿의 年齡層에서 肉鷄보다 높은 85%를 차지하고 있다는 것은 發育期の 營養攝取뿐만 아니라 도시락 반찬으로 鷄卵消費가 많기 때문이다.

그러므로 肉鷄의 消費는 30代에서, 그리고 鷄卵의 消費는 20代 未滿에서 消費를 擴大시

키는 方案을 摸索하는 것이 보다 效率的이라 하지 않을 수 없다.

3. 調查家口의 價格 및 所得 增減에 對한 消費者 反應

鷄卵 및 肉鷄의 수요는 所得과 自體價格 및 代替財의 價格變化에 크게 影響을 받는다. 一般的으로 肉鷄 및 鷄卵의 需要에 對한 所得彈力性은 低所得層에서 彈力的으로 나타나고 高所得層은 非彈力的으로 나타나고 있으며 價格에 對한 需要의 彈力性도 低所得層은 彈力的으로 나타나며 高所得層은 低所得層보다도 非彈力的인 것으로 나타나고 있다.

그러나 代替關係에 있는 他肉類와의 交叉彈力性係數는 彈力的으로 나타나고 있다. 이와 같이 肉鷄의 需要增大는 價格의 下落과 所得增大로서 避할 수 있으나 무엇보다도 他代替肉類의 價格上昇이 需要의 增大에 커다란 影響을 미치고 있으므로 오늘날 協定價格이 없어 있는 쇠고기, 돼지고기 價格의 自由化가 鷄肉 需要의 側面에서도 重大한 問題로 提起되지 않을 수 없다.

그러므로 畜產物 中央都賣市場 開設과 이를 통한 鷄肉 및 鷄卵의 適正價格形成이 促求되어야 하며 한편 美國과 같이 飼料效率增大 및 品種改良을 통한 生産費 引下로 肉鷄價格을 引下함으로써 需要를 擴大시키는 方法을 講究해야 할 것이다.

表 2 美國의 年度別 肉鷄價格

年 度	價 格
	cent
1 9 4 5	29.5
1 9 5 0	27.4
1 9 5 5	25.2
1 9 6 0	16.9
1 9 6 4	14.2

오늘날 美國의 養鷄産業이 發展한 것은 무엇보다도 表 2에서 보는 바와같이 生産農家가 肉鷄價格을 1945年以後 繼續的으로 下落케 하고 反面 他肉類의 價格이 上昇하므로써 肉鷄의 需要가 擴大된데 起因되었으며 이와같은 現

象은 價格效果가 肉鷄의 需要에 至大한 影響을 미치고 있다는 事實을 提示하여 주고 있다

1) 肉鷄 및 鷄卵 價格上昇에 對한 消費者 反應

이미 앞에서指摘한 바와 같이 肉鷄 및 鷄卵의 價格變化가 消費者의 需要量에 커다란變化를 惹起시키고 있음을 다음 表 3에서 立證되고 있다. 즉 肉鷄價格이 上昇한다면 그 消費量을 減少시키겠다는 消費者가 支配的이며 이를 또한 所得階層別로 살펴보면 30,000원 以下の 階層에서는 92.9% 110,000원 以上の 階層에서도 63.3%를 차지하며 所得이 적은 階層일수록 價格上昇에 對한 消費減少의 比率이 크고 高所得層은 低所得層에 比하여 消費減少의 比重이 多少 낮다.

한편 鷄卵의 경우를 보면 肉鷄의 경우보다 價格上昇에 對한 消費量縮少의 比率은 낮으나 高所得層보다 低所得層이 價格上昇에 對한 消費量減少의 比率이 높은 것은 肉鷄의 경우와 같다.

이와 같이 自體價格의 上昇이 需要量에 커다란 影響을 미치고 있으므로 自體價格이 下落할때는 그만큼 需要가 擴大된다는 것을 알 수 있으며 한편 價格이 上昇하더라도 消費量은 減少하지 않고 現水準으로 消費하는 消費

表 3 肉鷄 및 鷄卵價格上昇에 對한 消費者 反應 (단위 ; %)

所得階層	肉 鷄		鷄 卵	
	消費量 減少	消費量 不變	消費量 減少	消費量 不變
30,000원 以下	92.7	7.1	73.3	26.7
30,000~50,000	72.0	28.0	62.0	38.0
50,000~70,000	67.0	33.0	43.0	57.0
70,000~90,000	66.7	33.3	33.3	66.7
90,000~110000	65.9	34.1	43.5	56.5
110,000원 以上	63.3	36.7	36.7	63.3

者도 相當數가 存在하고 있다는 事實은 動物性蛋白質 攝取에 對한 消費者의 消費性向과 他肉類에 比하여 肉鷄 및 鷄卵의 價格이 相對的으로 低廉한데 起因된 것이라 할 수 있다.

2) 所得增大로 인한 消費者의 肉鷄 및 鷄卵消費에 對한 反應

一般的으로 所得이 增加되면 低所得의 肉類消費는 增大되나 鷄卵의 경우는 이와는 多少 相異하게 나타나고 있다. 즉 表 4에서 보는 바와 같이 高所得層에 比하여 低所得層은 所得이 增大됨에 따라 需要를 擴大시키려는 反應이 多少 크게 나타나나 一般的으로 보아 所得增大로 인한 鷄肉과 鷄卵의 消費增大는 크게 나타나지 않고 있다.

表 4 所得增大에 對한 消費者反應 (단위 : %)

所得階層	肉 鷄			鷄 卵		
	消費 增加	消費 不變	他肉類 代替	消費 增加	消費 不變	他肉類 代替
30,000원 以下	47.4	32.6	21.0	55.0	30.0	15.0
30,000~50,000	46.9	40.7	12.4	48.2	43.5	8.3
50,000~70,000	44.7	47.6	7.7	49.5	44.6	5.9
70,000~90,000	42.9	50.0	7.1	41.2	52.9	5.9
90,000~110000	42.2	44.4	13.4	40.9	50.0	9.1
110,000원 以上	32.3	61.8	5.9	25.0	71.9	3.1

이러한 事實은 肉類中 鷄肉이 劣等財에 속하며 傳統的인 消費慣習에 起因된 것이라 하지 않을 수 없다. 그러나 肉鷄 및 鷄卵의 消費形態가 多樣化됨에 따라 所得에 對한 現在와 같은 消費者의 反應은 多少 變化될 수 있을 것이다.

특히 代替關係에 있어 低所得層의 21%가 鷄肉消費를 他肉類로 代替하는데 比하여 高所得層은 5.9%에 不過한 것은 低所得層은 아직도 肉類中 優等財인 쇠고기에 對한 消費慾求가 큰데 比하여 高所得層은 쇠고기에 對한 消費를 現水準 以上으로 크게 擴大하지 않는다는데 起因된 것이다.

이와 같은 事實은 他肉類의 價格이 上昇할 때 高所得을 除外한 階層에서는 아직도 鷄肉의 消費가 擴大될 수 있는 可能性을 示唆하는 것이다.

3) 現在價格水準에 對한 消費者의 反應

現在の 肉鷄價格에 對한 消費者의 反應을 보면 表 5에서 보는 바와 같이 所得階層이

50,000~70,000원 以下の階層은 55% 以上이 現在의 價格이 비싸다는 反應을 보여 주며 70,000~90,000원의 階層은 33.3%가 90,000~110,000원의 階層은 32.5% 110,000원 以上の 階層은 28.6%가 비싸다는 反應을 보이고 있어 所得階層이 높을수록 現在의 價格水準이 싸다는 反應을 보이고 있다.

表 5 他肉類價格과 肉鷄 및 鷄卵價格과 比較한 消費者 반응 (단위 : %)

所得階層	肉 鷄			鷄 卵		
	비싸다	싸다	모르겠다	비싸다	싸다	모르겠다
30,000원 以下	66.1	27.8	5.5	65.0	35.0	...
30,000~50,000	57.5	39.1	3.4	60.3	32.6	7.1
50,000~70,000	55.1	38.4	6.5	59.8	33.7	6.5
70,000~90,000	33.3	57.5	9.2	51.5	48.5	...
90,000~110,000	32.5	58.2	9.3	49.1	48.6	2.3
110,000원 以上	28.6	58.5	2.9	40.0	60.0	...

이러한 事實로 미루어 보아 肉鷄의 경우 70,000원 以下の 所得階層은 價格引下를 통한 需要의 擴大를 크게 할 수 있으나 70,000원 以上の 所得階層은 約 30%만이 需要增大가 可能할 것으로 생각된다.

한편 鷄卵의 경우는 90,000원 以下の 所得階層에서 51%가 비싸다는 反應을 보여 價格引下가 需要를 擴大시킬 수 있는 可能性이 肉鷄보다 큰 것을 알 수 있다.

이와 같이 肉鷄와 鷄卵을 他肉類價格에 比較하여 볼 때 肉鷄의 現在價格水準은 싸다는 消費者의 數가 鷄卵보다 많을 뿐 아니라 所得階層에 따라 이러한 反應이 肉鷄의 경우는 分明하게 나타나나 鷄卵의 경우는 所得階層에 따라 分明한 反應이 보이지 않고 비싸다는 反應이 싸다는 反應보다 크게 나타나므로 鷄卵價格의 引下는 앞으로의 需要擴大에 크게 影響을 미치게 될 것을 提示하고 있다. □□

※ 권 관씨 연암출산기술학교로

카길에서 근무하던 권 관씨가 연암학교 사료 담당으로, 한편 카길 사료공장에는 정 병기씨가 발령되었다.



청량리가족약품센터

- 첨가제
- 예방약
- 치료약
- 백신
- 소독약

최신의 학술로 친절히 상담해 드리는

(한국육계회연락처)
서울특별시 동대문구
청량리동 258
TEL. 96-8780

