



# 계란생산자가 주도하는 계란연구 미국의 소비촉진 활동



민 병 렬  
(미국사료곡물협회 차장)

계란이야말로 그 무엇과도 비교할 수 없는 우수한 식품이며 그 가격은 육류의 1/3 밖에 되지 않는데도 소비량은 1945년 402개에서 최근에는 270개로 하락하였다.

미국은 지금 계란의 경제적 가치에 대한 소비자 교육을 위해 대대적인 캠페인을 벌인바 있어 우리에게 많은 것을 가르쳐 주고 있다.

미국계란협회의회 (American Egg Board)는 전국 라디오 및 TV방송망을 통하여 다른 식품과 비교한 계란의 경제적 가치에 대한 소비자 교육을 위해 대대적인 캠페인을 벌인 바 있다.

지난 7월 한달동안에 30만달러의 예산을 들인 계란의 식품 및 경제적가치 홍보의 주안점은 일반식품가격의 인플레이션 속에서도 계속 안정된 가격수준을 유지해온 계란은 어떤 단백질식품보다도 경제적인 자연식품이라는 사실을 소비자에게 주입, 각성시키는 데 있었다.

AEB가 추진한 이번 캠페인에서는 네가지 종류의 30초자리 Spot가 미국전체의 방방곡곡을 누볐는데 그 골자는 “계란이야말로 그 무엇과도 비교할 수 없는 우수한 식품이며 가장 저렴한 동물성단백질 공급원이다”이며 이를 뒷받침하기 위해서 현재의 가격을 기준으로 할때 계란단백질 Lb 당 가격은 32.5내지 39.5센트로서 육류의 1달러 29센트에 비하면 겨우 1/4 이라는 사실을 강조하였다. 뿐만 아니라 AEB는

정부에 대해서도 이런 캠페인에 적극 협조하여 식품가격 안정에 기여해 줄 것을 강력히 촉구하였다.

미국의 1인당 계란소비량은 1945년의 402개에서 1967년에는 320개로 떨어졌고 최근에는 Cholesterol의 문제가 대두되어 270개로 하락하였다. 이에 따라 업계는 계란소비증가를 목적으로 광범위한 캠페인을 벌이게 되었던 것이다.

그러면 여기서 미국의 계란생산업자들이 이러한 소비촉진 캠페인을 벌일 수 있는 법적근거와 조직 그리고 기금의 조달과 운영 등에 대해 알아 보기로 하겠다.

### ■ 제도적기반

미국내에 계란협회의회 (Egg Board)가 구성되고 이 기구를 통하여 소비촉진 활동등을 관장할 수 있게 한 기본법은 1974년 가을에 미국의회가 입법한 계란연구 및 소비자 교육법 (Egg Research and Consumer Education Act : HR 12000)이다. 이 법을 입안하게 된 취지와 목적을 읊기면 다음과 같다.



