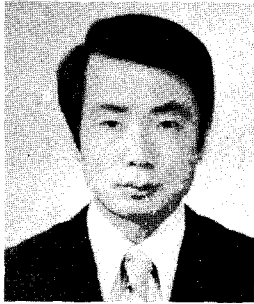

닭고기와 계란의 消費性向



문 기 환

(축산진흥회 조사부)

1. 서언

금년들어 축산진흥회 조사부앞에 커다랗게 걸려있는 축산물 가격상황관에 육계 산지가 격동향을 가리키는 파란선이 고개를 숙이기가 싶더니 이에 관계 각 신문들도“닭고기 산지가격 하락”이라는 내용의 기사를 위하여 지면을 아끼지 않게되자 축산진흥회는 계육 수매비축사업에 착수하여 생체 kg당 400원을 훨씬 밑돌던 산지가격이 회복세를 보이기 시작한 것은 매우 다행스러운 일이었다.

이러한중에도 우리가 통닭집에서 날라다주는 한마리의 통닭 크기를 보면 주인의 상흔을 닮하기전에 애처로움마저 들 정도이다. 이

처럼 닭고기의 생산과 소비 사이에 생기는 피부로 느끼는 간격은 생산자는 생산자대로, 상인은 상인대로, 소비자는 소비자대로 단번에 해결하기 어려운 문제들이 복합적으로 내포되어 있는 결과라고 지적할 수 있다.

이중 우선 소비자 측면에서만 보자. 최근들어 생활수준이 향상되면서 비교적 소득탄력성이 큰 축산물의 소비가 급격하게 증가하여 전통적 미백위주의 식품소비구조로 볼때 커다란 변화를 맞이하고 있는 실정이다. 따라서 1인당 총단백질섭취량중 동물성 단백질 비중이 30%에 가깝고 가계지출면에서도 곡류 지출비중은 감소해가는데 반하여 축산물 구입지출비중은 크게 증가하고 있다는것은 최근의 통계들이 증명해주고 있는 사실이다.

* : 축산진흥회 조사부, 축산물 소비성향에 관한 조사보고(조사보고79-1)중 닭고기및 계란부분을 중심으로 발췌요약함.

이와같은 식품소비구조의 지속적인 변화추세와 더불어 소비자일반의 축산물에 대한 소비성향도 크게 달라지고 있는데 본란에서는 “닭고기와 계란의 소비성향”을 중심으로 고찰해 봄으로서 양계농가 여러분의 생산조절 및 출하에 다소의 도움이 됐으면한다.

2. 축산물 소비동향

닭은 다른가축과는 달리 비교적 사육기간이 짧고 자본회전율이 높아 소자본으로도 경영이 가능하다는 이점도 있지만 용이한 사육조건때문에 농가에서는 기본가축이 되었고 이의 소비역시 가장 손쉬운 고기반찬으로 우리의 식탁에 오르는것이 보통이었다.

그러나 그만큼 사육과 소비가 손쉬운 때문에 사육규모가 대부분 소규모로 농가마다에 분포되어 있어 이의 유통상 상대적으로 많은 문제점을 내포하고 있을뿐만아니라 사육규모자체가 가격동향에 비교적 민감하여 생산의 기복이 다른가축에 비하여 크다고 할수있다.

'78년말 가축 사육현황을보면 '62년에 비

하여 한우가 30%, 돼지가 2%, 각각 증가한데 반하여 닭은 무려 3배 이상이 증가하였다. 소비면에서보면 '62년이후 10년동안은 다른 육류보다 닭고기의 소비증가율이 높았으나 그 이후부터는 닭고기 소비증가율이 우육이나 돈육에 비하여 상대적으로 둔화되고 있으며 최근에는 특히 우육중심으로 육류의 소비가 편중되는 경향을 보이고 있다. 이와같은 편중소비경향은 우리나라 전체축산의 진흥을 위하여 결코 바람직하지 못한것으로 제도적 개선이 하루 빨리 강구되어야 할것이다.

3. 닭고기와 계란의 소비성향(消費性向)

누구나 생활을 영위하기 위해서는 물자의 조달과 소비가 반드시 수반되기 마련인데 그중에서도 식생활을 위한 물자의 소비는 주로 소득에 의하여 그 양과 질이 결정되는 것이 과거의 특징이라고 한다면 현대경제 체제하에서는 소비자가 처해있는 사회적 환경 즉 육망, 문화, 가치관, 관습, 전통등의요인이 보

〈表 - 1〉 축산물 소비동향

구	분	단	위	1962	1967	1972	1977	1978	증 가 율 (%)		
									78 / 62	77 / 72	78 / 77
총 소 비 량	우	유	M / T	16,847	31,953	40,229	81,623	101,000	599.5	251.1	123.7
	돈	육	"	38,019	72,154	86,428	141,311	175,800	462.4	203.4	124.4
	계	육	"	15,730	23,960	54,266	73,052	88,800	564.5	163.6	121.6
	계	란	백만개	839	1,349	2,790	3,552	4,200	500.6	150.5	118.2
	우	유	M / T	2,647	18,762	79,852	254,245	336,100	127배	420.9	132.2
일 인 당 소 비 량	우	육	kg	0.6	1.1	1.2	2.2	2.7	450.0	225.0	122.7
	돈	육	kg	1.4	2.4	2.6	3.9	4.7	335.7	180.8	120.5
	계	육	"	0.6	0.8	1.6	2.0	2.4	400.0	150.0	120.0
	계	란	개	32	45	83	97	113	353.1	130.1	116.5
	우	유	kg	0.1	0.6	2.4	7.1	9.1	91배	379.2	128.2

자료 : 농수산부, 축산국.

다 중요하게 소비자행동을 영향함으로써 소비자의 물자에 대한 선호와 소비행태(消費行態)는 항상 가변적(可變的)일수밖에 없는 것이다.

가. 구입행태(購入行態)

상품의 소비에서 소비자에게 가장 먼저 고려되는것은 구입동기로부터 출발하게 되는데 닭고기나 계란의 경우 가장 주된 동기는 “가족의 건강과 영양을 위해”이고 다음의 닭고기는 “축제일(祝祭日),” “손님접대”이고 계란의 “간식및 식사대용,” “소풍및 놀이용” 이었다.

구입여부나 1회구입량을 결정하는데는 대

〈表 - 2〉 구입동기

설 문 항 목	(%)	
	닭고기	계란
가족의 건강과 영양을 위해	46.5	45.3
손님접대	11.8	3.0
선물용	7.5	3.8
제사·혼례 및 생일	13.4	9.0
소풍 및 놀이용	9.4	10.0
간식 및 식사대용	11.2	22.5
기 타	0.2	6.4
계	100.0	100.0

부분 “주부단독”으로 결정하고 있으며 구입시기의 결정요인은 어느것이나 주된 기준은 “필요할때마다”이지만 다음 기준을 보면 닭고기는 “월급이나 수입이 있을때”인데 반하여 계란은 “매월 일정일을 정해놓고”인 것으로 보아 특히 계란은 상시 소비식품화 해가는 경향이 뚜렷한것으로 풀이된다.

그리고 1회 구입량 결정기준을 보면 대부분 기준없이 “필요한만큼”이나 “식구수”에 기준하여 구입하고 “가격수준에 따라”는 응답비중이 낮게 나타났는데 가격은 구입여부를 결정하는데는 뚜렷한 영향을 미치지않고 구입

량 결정에는 중요한 기준이 되지 않는것으로 볼 수 있다. 여기서 특히 계란은 “관행에 따라” 구입하는 가구도 많은것은 특징적이었다.

다음으로 구입빈도(購入頻度)를 보면 대부분 닭고기는 월 1~2회, 계란은 4회이상 구입하고 있으며 1회 평균구입량은 닭고기가 1.7kg(1마리 정도), 계란이 20개로서 1회 구입량에는 시장거래단위가 크게 영향하고 있다는것이 뚜렷하였다.

그러나 금후 국민소득의 증대와 더불어 일반가정에 냉장고가 더욱 일반화되면 구입회수의 증가보다는 1회 구입량의 증가율이 더욱 커질것으로 기대된다. 구입빈도가 특히 많은 경우 그 이유를보면 닭고기는 “영양가”와 “맛”이 계란은 “영양가”와 “간식이나 식사대용”이 각각 강조되고 있었다.

나. 거래행태(去來行態)

소비자가 닭및 닭고기와 계란을 구입 할때 주로 거래하는 구입처를 보면 닭 및 닭고기는 대부분 닭집에서 구입하고 정육점 도계육 구입율은 응답자의 2.4%에 불과하였으며 계란은 시장이 주구입처이고 특히 행사인에게서도 상당수가 구입하고 있었다.

〈表 - 3〉 주구입처

닭 및 닭 고 기		계 란	
주구입처	구성비	주구입처	구성비
닭 집	56.7	시 장	55.5
통 닭 집	16.8	행 상 인	15.4
시장·노점	15.5	구 명 가 게	14.3
양 계 장	8.2	슈 퍼 마 켓	4.9
정 육 점	2.4	양 계 장	7.4
기 타	0.4	기 타	2.5
계	100.0	시 계 장	100.0

또한 소비자가 이를 구입하는데 단골거래처를 두고 있는지를 보면 닭및 닭고기는 응

닭자의 89.7%가, 계란은 79.4%가 단골을 두고 있었으며 두고있는 이유로는 대부분 “좋은 것을 살수 있어서”를 주된 이유로 들고 있으며 다음 이유로 닭뿔 닭고기는 “가격이나 근량을 속이지 않는다”를 계란은 “편리하기 때문”을 각각 들고 있었다.

특히 닭뿔 닭고기의 구입형태를 보면 산닭으로 구입하는 경우와 도계된 닭을 구입하는 경우와 도계된 닭을 구입하는 응답자 비중이 각각 68.7%, 30.9%로 나타났는데 전자의 경우 닭집에서 산채로 구입하여 그자리에서 도계하는 것이 대부분이었고 후자는 통닭집에서 주로 사는것으로 나타났다.

〈表-4〉 닭 및 닭고기 구입형태

구	분	구성비
산닭구입	닭집에서 산닭을 사서 그 자리에서 도계한다.	56.7
	닭집이나 양계장에서 산 닭을 구입하여 집에서 도계한다.	8.2
	시장에서 산닭을 구입하여 집에서 도계한다.	3.8
	소 계	68.7
도계된 닭구입	도계된 닭을 시장에서 산다	11.7
	도계된 닭을 정육점에서 구입한다.	2.4
	통닭집에서 통닭으로 구입한다.	16.8
소 계	30.9	
기	타	0.4
계		100.0

또한 대부분 산닭을 골라 구입하는 이유를 보면 “비위생적이지만 죽은 닭이거나 병든 닭이 아님을 믿기때문”이나 “잡은지 오래된 닭은 변질이 의심스럽거나 맛이 없어서”를 들고 있었으며 특히 도계장 도계육에 대해서는 “냉동되어 맛이 없다”는 것이었다. 따라서 정

부가 권장하는 도계육의 정육점판매는 소비자의 인식정도로 보아 보다 적극적인 홍보활동이 있어야 할것이다.

다음으로 닭뿔 계란구입시 소비자 선택기준을 보면 닭은 “무게”와 “품종”에 계란은 “크기”와 “색깔”에 가장 중점을 두고 있었다

다. 가격반응(價格反應)과 소비대체(消費代替)

다른 축산물의 가격수준은 동일하고 특정 축산물가격만이 상승할때 소비자 구입반응을 보면 닭고기나 계란 공히 응답자의 반이상이 1차적으로 “구입량을 줄이겠다”는 응답이었고 특히 계란은 가격상승에도 불구하고 “계속 구입하겠다”는 응답자가 44.4%나 훨씬만 아니라 대체의사나 구입중단의사가 닭고기 보다는 상대적으로 낮은것으로 보아 이제 계란만은 우리에게 필수식품이 됐다는 뚜렷한 경향을 엿볼 수 있었다.

〈表-5〉 가격상승에 대한 소비반응

설문항목	닭고기	계란
그대로 구입하겠다	22.2	44.4
소비량을 줄이겠다	50.9	51.9
다른것으로 대체하겠다	15.8	3.2
구입하지 않겠다	11.1	0.5
계	100.0	100.0

이러한 가격상승에 대한 구입반응을 보다 명확하게 확인하기 위하여 육류에 대해서만 가격상승율을 10%, 20%, 50%, 100%와 같이 구체적으로 제시했을때의 반응을 보면 닭고기는 가격상승폭이 낮을때는 구입량의 감소정도가 낮지만 가격상승폭이 커질수록 감소정도가 컸으며 돼지고기와 닭고기는 이와 반대경향임을 엿볼 수 있었다.

라. 소비행태(消費行態)

소비자는 자기에게 주어진 일정한 여건하에서 자기의 만족도를 극대화할 수 있도록 여러가지중 어느하나를 선호하게 되는데 축산물에 대한 소비자의 선호성(選好性)을 보면 육류중에서 좋아하는 순위로는 쇠고기, 닭고기, 돼지고기의 순이며 가구원중 특히 싫어하는 육류순위는 돼지고기, 닭고기의 순이었다.

또한 닭고기를 싫어할경우 그 이유를 보면 주된이유가 “체질상”을 들고있으며 다음의 이유는 “질환(疾患)때문”이었다.

그리고 계절에따른 소비경향을 보면 계란은 계절의 구별없이 사철 소비하는 편이지만 닭고기는 여름철에 주루 소비하는 경향을 나타냈다.

(表 - 6) 계절별 소비경향 (%)

구 분	봄	여름	가을	겨울	사철	계
닭고기	9.5	46.5	10.6	7.0	26.4	100.0
계란	4.8	3.3	5.9	14.3	71.7	100.0

다음으로 이들 축산물의 요리형태를 보면 닭고기는 찜, 볶음, 탕, 튀김의 순이었으며 계란은 후라이, 삶은것, 반숙의 순으로 대부

(표 7) “포장육이 일반화 된다면”에 대한 의견

설 문 항 목	쇠 고 기	돼지고기	닭 고 기
근량이 정확하고 육질이 좋을것 같아 구입하겠다	79.5	33.7	64.7
포장비 때문에 가격이 비쌀것 같아 구입하지 않겠다	1.5	2.5	1.1
포장육이나 일반육이나 구별없이 편리한데로 구입하겠다	11.0	43.7	16.0
근량이나 질을 믿지 못할것 같아 구입하지 않겠다	7.0	18.8	15.4
휴대가 간편할 것 같아 구입하겠다	1.0	-	0.6
선물용으로만 구입하겠다	-	1.3	1.1
기 타	-	-	1.1
계	100	100	100

분의 가정에서는 아직까지도 요리형태가 매우 단조로움을 알수 있었다. 가정에서 가정주부가 요리방법을 배우는 주요수단을 보면 응답자의 66.4%가 “집안어른,” “친지,” 또는 “이웃”에게서 배우는 실정이며 “책”이나 “메스컴”을 통해서가 26.8%, 그리고 전형적인 “요리강습”을 통해서 배우는 편은 6.6%에 불과하였다. 그러나 30대 전후의 젊은 주부들은 장년층에 비하여 “메스컴”이나 “강습회” 등을 통해서 새로운 요리법을 배우려고 하는 경향을 보였다. 따라서 최근 축산물의 편중 소비 경향과 더불어 닭고기나 계란의 소비촉진을 위해서는 새로운 요리방법의 개발이 적극 추진되어야 할것이다.

끝으로 포장육에 대한 소비자 의견을 보면 쇠고기나 거래형태상으로 문제가 되고있는 닭고기는 절대적인 호응을 나타 냈으나 돼지고기는 필요성이 덜 강조되는 편이었다.

그리고 포장육의 중량단위로는 “여러가지로 다양하게”했으면 하는것이 대부분의 의견이며 포장용기로는 “비닐제품”이 지배적인 의견이었다.

4. 결론

최근들어 우리나라 축산물 소비동향을 보면 양적증가와 더불어 질적인 면에서도 고급화되어가고 있어 돼지고기가 닭고기 보다는

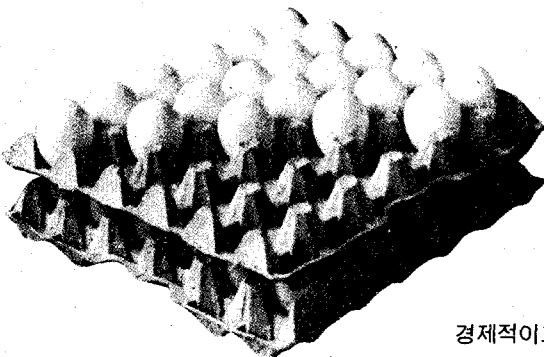
쇠고기의 소비증가율이 높아 축산물의 편중 소비가 이뤄지고 있을뿐 아니라 특히 쇠고기는 돼지고기나 닭고기 및 계란에 비하여 국내 공급이 보다 비탄력적임으로 해서 이와같은 경향은 국내 쇠고기 가격의 주된 상승압박 요인이 되고 해외 의존도를 더욱더 높여갈 수 밖에 없다는 결과를 고려한다면 심히 우려되는 현상이 아닐 수 없다.

한편 해외 주요 쇠고기 생산국의 생산전망을 보면 미국, 호주, 뉴질랜드 등지에서 쇠고기 생산량이 1976~77년을 최고 고비로 하여 '78년에는 6~9%가 감소되었으며 금년에는 8~10%가 감소될 것으로 전망되는 등 공급감소 추세에 접어들고 있는데 반하여 수입 수요는 증가하여 쇠고기 국제가격의 상승은 쉽게 전망할 수 있다. 이렇게 볼 때 한국 축산

은 소비면은 물론 생산면에서도 실로 심각한 시련기를 맞이하였다고 해도 과언은 아니다. 이와같은 시련을 현명하게 극복하기 위해서는 보다 장기적인 안목에서 국내 축산 진흥기반을 공고하게 다질 수 있도록 축산투자를 증대시켜 나가면서 가격안정대의 효율적인 운영과 유통효율을 증대시키는데 다같이 노력함으로써 소비자는 가계를 보호받고 양축가는 적정생산비를 보장받으므로써 생산의욕이 고취되어 투자확대를 두려워하지 않을 것이며 다른 한편으로는 축산물의 최근 편중소비 경향을 해소하기 위하여 특히 닭고기나 계란 및 기타 축산물의 요리방법을 적극 개발하여 대체 소비를 유도해 간다면 우리가 지향하는 자립축산의 달성은 머지않을 것으로 확신한다.

종계장 · 부화장의 방역은

종이난좌에 맡겨 주십시오!!



종이난좌를 사용하시면

- 무서운 질병의 전파를 막습니다.
- 파란이 전혀 없습니다.

경제적이고 위생적인
종이난좌로 방역관리는 안심!

한국성형제지공업사

경기도 성남시 고동동 98-1 (전화) 고동우체국77번