

9월의 안테나

盧永翰
(본지 편집국장)

소비자는
신선한
계란을 원한다

지난호 본란에 소비자 보호단체 협의회에서 조사한 식육 소비에 대한 식생활의식구조를 조사한 결과를 소개한 바 있었다.

의외로 소비자들이 닭고기에 대해 냉담한데 놀라지 않을 수 없었다. 앞으로 소비자에 대한 교육홍보가 절실히 필요하다는 것을 느끼지 못한 독자는 없었으리라고 생각된다.

계란의 경우도 최근들어 쏘세지 등 돼지고기가 공품에 많은 시장을 물려주고 있어 생산자들이 어려움을 겪고 있다.

손자병법을 들출 것도 없이 소비자를 알고 우리가 생산하는 계란과 이 계란이 어떤 경로로 어떻게 소비자에 전달되는가를 알아야 소비를 증대시키는 방안이 나올 수 있을 것이다.

최근에는 계란에 대한 소비자의 의식구조 조사자료가 없으나 몇년전(79년) 축협에서 조사한 바는 다음과 같다.

※계란은 왜 구매하며, 구매하지 않는가?

구매 요인 분포		구매 않는 요인 분포	
영양가가 높다	28.8%	값이 비싸다	44.0%
간식이나 식사	20.9 "	맛이 없다	36.0 "
대용으로 좋다		살이 찌기때문	12.0 "
반찬으로 좋다	17.0 "	체질에 맞지 않는다	8.0 "
값이 비교적 싸다	14.4 "		
요리가 간편해서	13.0 "		
맛이 좋다	5.8		
기 타	0.1 "		
계	100	계	100

위의 설문항목에 차마 계란이 지지분해서 구입하지 않는다는 것을 넣을 수 없었기 다행이지 이런 항목을 넣었으면 소비자 반응이 어땠을까 생각해본다. 계란이 값이 비싸다고 느끼는 것도 품질에 비해서(금이 가고, 오물이 묻고, 더러운데) 상대적인 것으로 해석된다.

그러면 소비자는 계란을 구매할 때 어떤 기준으로 구매하는지 알아본다. 이 자료는 국내

※계란 구입 기준

구 분	1순위	2순위	3순위	4순위
선 도	51.5%	17.5%	16.0%	7.7%
크 기	25.4 "	32.5 "	34.4 "	34.6 "
가 격	15.8 "	36.4 "	30.5 "	11.5 "
색깔및겉모양	7.3 "	13.6 "	19.1 "	46.2 "

자료가 없어 우리와 의식수준이 비슷한 일본의 것을 소개한다.

위의 표에서 보는 바와 같이 소비자는 신선도, 크기, 가격, 색깔 및 겉모양의 순으로 계란을 구입하고 있으며 특히 생산 월일이나 생산농장의 이름을 표시해 줄 것을 강력히 원하는 것으로 나타났다. 우리나라도 최근 우유나 빵을 구입할 때 꼭 제조월일을 확인하는 것을 볼 때 계란에도 도입해서 소비자들이 안심하고 구매할 수 있게 하여야 할 것이다.

또 많은 소비자들이 육반이나 혈반을 경험하고 있어 계란에 대한 나쁜 인상을 갖게 되는 것도 문제이다.

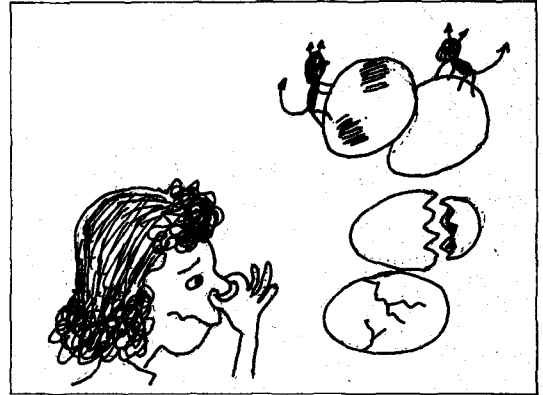
우리의 계란유통 현황은 어떠한가? 참으로 부끄럽지 않을 수 없고 소비자에 대하여 얼굴을 바로 들고 먹여달란 말을 할 수 없을 경우가 너무도 많다. 웬만큼 금이 간 것은 물론 흐르지 않을 정도의 파란이면 그대로 정상난에 끼워 판매된다.

더욱 한심한 것은 파란을 속이기위해 난좌에 깨어진 부분을 밀어올려서 담기 때문에 우선 사람은 속이지만 여기에서 계란이 흘러나와 난좌에 늘어 붙게 되고 여름철에 파리는 속일 수 없어 파리가 이곳에 산란을 하여 소비자를 놀라게 하기도 한다.

시장과 농장을 두루다니는 프라스틱 난좌는 깨끗이 닦는 사람이 있을리 없어 차마 볼 수가 없을 정도로 지저분하고 이러한 난좌에 깨끗한 계란을 담기가 차마 양심에 가책이 될 때도 있다. 이러한 상황에서 소비증대를 기한다는 것은 무리가 아닐 수 없다.

앞으로 외국과 같이 집란센터(G.P센터)가 생기면 이러한 문제들이 해결되겠지만 우선은 우리 생산자들이 각성하여 계란의 품질을 높이고 깨끗하고 신선한 계란이란 인식을 소비자에 심어 주도록 노력하여야 할 것이다.

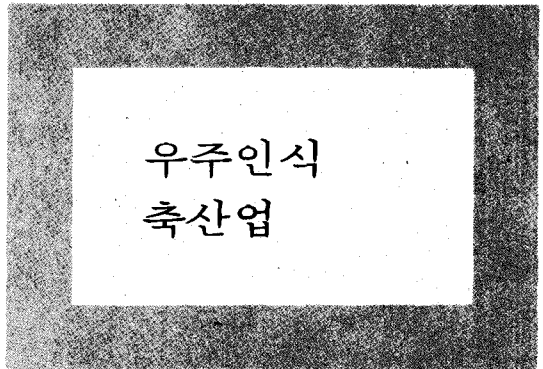
사회학자 막스·웨버의 말대로 우리가 양계를 하더라도 사회에 유익을 주기위해서 한다는 뚜렷한 목적의식(청교도 자본주의) 없이 그저 수단 방법을 가리지 않고 기회가 있으면 소비



자야 어떠한 한탕해서 돈을 벌어서 잘 먹고 즐기자는 생각(천민 자본주의)으로 양계를 한다면 스스로의 생명을 거두는 결과가 되고 말 것이며 양계산업은 황폐하여 갈 것이다.

지금도 뜻있는 양계인들은 이를 걱정하고 있으나 이들이 소수(少數)이기 때문에 실천에 옮겨지지 못하고 있다. 임진왜란이나 구한말에도 나라를 걱정하고 이를 타개하기 위한 방안이 있었지만 이들이 수가 적었고 받아들여지지 않았기 때문에 불행은 오고야 말았다. 항상 제대로 본 사람들은 있었지만 그 주장이나 이론이 전체에 확산되지 못해서 불행을 자초하여 왔음을 우리는 잘 알고 있다.

양심적으로 잘하면 나만 손해지 하는 생각이 정론(正論)보다 업계에 먹혀 들어 간다면 그것이 바로 문제이다.



몇일전 각신문 지상에 쇠고기 1만톤 추가도입에 대한 기사가 큰비중으로 보도되었다.

돼지고기, 닭고기로 육류를 대체해야지 쇠고기를 수입해서 값싸게 방출하면 양계나 양돈업자가 설 땅은 어디냐는 것이었다. 우리양계인의 입장에서 보면 우리의 할 말을 대변해 주어 고맙기 그지없지만 그렇다고 해서 언론들이 양계, 양돈인들의 편에서 우리의 울타리라고 생각하면 큰 오산이 아닐수 없다. 쇠고기 값이 조금 오르면 이들 신문들은 소비자 편에서 더욱 여론을 주도해 나갈것이기 때문이다.

이제 정부도 쇠고기 위주나, 닭고기 위주나에 대한 과감한 정책 결정을 할시기가 온것 같다.

축협을 통해 닭고기를 많이 먹으라고 T.V. 선전을 하여도 쇠고기의 값이 현재와 같이 싸면 실효를 거둘 수는 없을 것이다.

축산업을 자원이용면에서 우주인식 축산과 카우보이식 축산으로 분류할 수 있다. 우주인식이란 우주인들이 배설물인 소변까지도 재정류하여 음료수로 사용하는 것과 같이 자원이 없는 나라에서 사료효율이 높은 가축의 사양과 계분을 다시 사료화 하는 등 집약적인 축산을 말한다.

카우보이식이란 두말할것 없이 우주인식의 반대개가 되는 조방적인 축산을 말한다. 우리나라와 같이 자원이 부족한 나라에서 카우보이식 축산장려로 쇠고기를 자급한다는 것은 생각도 할수 없는 일이다. 결론은 국민들이 닭고기를 먹어야 하고 먹을 수 있도록 하는 수 밖에 없다.

닭고기의 가장큰 장점이 값이 싸다는 것인데 현재 우리나라에서 닭고기의 생산비가 왜 높은지에 대한 원인 분석이 우선 이루어져야 될 것이다.

제도적으로 잘못된 것은 제도를 고치고 사육환경이 잘못되었으면 이를 개선하는 작업이 이루어져야 될 것이다.

생체중기준 축종별 사료효율	
부 로 일 러	2 : 1
돼 지	4 : 1
소	9 : 1



쇠고기값 현실화가 현재의 여건으로 어려우면 닭고기 생산비를 더욱 절감하는 방안이 철저히 연구되어야 한다.

둘째로 닭고기가 단백질이 많고 지방이 적은 영양이 높은 식품이고 맛이 있고 건강식이라는 것을 소비자에게 홍보하여야 하고 닭고기로 다양한 요리를 할 수 있음을 교육하여야 한다.

세째, 닭고기의 제품개발로 쇠고기와 돼지고기 수요대체가 연구되어져서 닭고기 소비증대가 하루속히 이루어 져야 하겠다.

자원이 없고 땅이 적은 이스라엘이 육류중 닭고기가 차지하는 비중이 83%로 고기의 대명사가 된것도 우연한 일만은 아니다. 우리의 닭고기 소비가 일인당 겨우 2.5kg선에 머물러 전체 육류중 21.9%밖에 되지않는것은 앞으로 육계산업의 전망이 노력여하에 따라서 무한한 가능성이 있다는 말로 통한다.

같은 꿀나무라도 자라는 환경에 따라서 꿀도 되고 탱자도 된다는 속담이 있다. 닭고기를 탱자로 만들기 보다는 꿀과 같이 고급 식품으로, 먹을 수 있는 식품으로 만드는 일을 양계인이 담당하여야 할 것이다.

