

닭고기 소비에 대한 소비자 의견 조사

〈남 두 회〉

소비자들의 닭고기 품질에 대한 관심이 높아지고 있다. 소비자가 즐겨 찾는 닭고기를 생산해 내야 하며 생산뿐만 아니라 유통·소비분야에 더 많은 관심을 기울여야 한다. 새로운 닭고기요리 개발 보급, 올바른 지식전달을 위한 능동적인 소비자교육을 실시한다면 닭고기소비는 급격히 신장될 수 있을 것이다.

70년대 이후 눈부신 경제성장으로 국민소득이 증가하고 영양에 대한 인식이 날로 높아짐에 따라 축산물의 소비가 계속 증가하고 있다. 국민 1인당 육류소비는 1970년도에 비해 1980 년도에 2 배, 85년도에는 3 배 정도로 증가하여왔다.

그러나 육류별 소비구성은 70년도 쇠고기 약 23%, 돼지고기 50%, 닭고기 27%에 비해 80 년도에는 약 23%, 56%, 21%로 타육류에 비해 닭고기 소비는 상대적으로 소극적인 성장을 해왔다.

이는 생산측면에서는 많은 노력과 선진 기술 도입으로 장족의 발전을 해 온 반면, 생산 이후 단계인 유통, 소비분야에서는 이렇다할 변화가 없어 생산만 해놓으면 소비자는 당연히 먹어주겠지 하는 안일한 생각으로 업을 영위해온 결과라 하겠다.

최근에 소비를 떠난 생산은 있을 수 없다는 자각이 늦은감은 있지만 양계업체 일각에서 일기 시작해 닭고기의 우수성을 홍보하고 소비를 촉진해야 한다는 소리가 높아가고 있다.

본회에서 내년부터 양계산업안정화를 위한 자조사업(홍보사업)의 일환으로 닭고기·계란의 소비홍보사업을 추진중에 있으며, 이를 위해 양계인을 구심점으로 전업계가 혼연일체가 되어 십시일반으로 홍보기금을 모으고 있다.

본지는 앞으로 실시할 소비홍보사업을 효율적으로 실시키 위한 기초사업으로 우선 닭고기 소비에 대한 소비자들의 일반적인 형태를 파악코자 설문지를 통해 조사하였다.

1. 조사개요

본조사는 본회가 작년 9월 10일 개최한 바 있는 제1회 닭고기요리솜씨대회 출품자 및 참석자 356명을 대상으로 닭고기소비에 대한 소비자 의견을 닭고기요리에 관심이 높은 전국의 가정주부, 회사원, 학생, 조리관계자 등의 협조로 조사 분석하였다.

응답자의 거주지역은 표 1 에서와 같이 서울, 인천, 경기일원(수원, 안양, 광명, 성남, 부천),

표 1. 닭고기소비에 대한 의견조사 응답자 거주지역

(단위 : 명)

지 역	서 울	인 천	경 기	충 남	충 북	경 북	전 북	제 주	계
인 원	151	20	45	68	20	4	1	47	356

표 2. 응답자 직업

(단위 : %)

가정주부	회사원·학생	조 리 사	단체급식실무자	여성지도자	기 타	계
41.3	25.6	21.1	2.8	1.9	7.3	100.0

충남, 충북, 경북, 전북, 제주 등이며, 응답자 평균연령은 29.4세(25세~35세 응답자 67%) 이다.

직업별로는 표 2와 같이 가정주부 41.3%, 회사원·학생 25.6%, 조리사(보조원포함) 21.1% 순으로 조사에 응했다.

2. 조사결과

(1) 월 닭고기 구입회수 및 마리수

매월 닭고기를 구입하는 회수에 대한 조사 결과 표 3에서와 같이 월 1회 구입이 34.0%, 2회 구입이 30.6%로 응답자의 88% 이상이 월 1회 이상 닭고기를 구매하는 것으로 나타났으며, 조사자 평균 월 1.9회의 닭고기를 구입하는 것으로 나타났다. 특히 주 2회 정도 구입하는 경우는 어린이 영양식으로 닭고기를 자주 이용하고 있었다.

월간 닭고기구입 마리수에 있어서는 표 4에서와 같이 월간 1~2마리를 구입하는 가구가 응답자의 57.4%나 되고 있고, 조사가정 평균은

2.35마리로 현재 국민 1인당 소비는 3kg정도밖에 안되는 것을 감안하면 닭고기의 소비시장은 넓어 국민소득증가와 소비홍보 사업여하에 따라 닭고기소비는 크게 확대될수 있을 것이다.

(2) 닭고기 구입시 마리당 종량

크기에 대한 소비자의 기호는 표 5에서와 같이 1.5~2kg이 34%, 1~1.5kg이 24.7%의 순서로 나타나 일반가정소비는 대닭(하이), 중닭(세미)이 주를 이루고 있는 것으로 나타났다.

(3) 닭고기가격 계산방법

닭고기 구입시 가격계산방법은 무게를 달아서 값을 계산하는 경우가 67.1%, 마리당 가격으로 계산하는 경우가 29.8%, 기타 3.1%로 과거 생계유통시보다 과학적인 방법에 의해 공정한 닭고기 거래가 이루어지고 있는 것으로 나타났다.

(4) 닭고기 구입장소

닭고기를 주로 구입하는 장소에 대한 조사는 표 7에서와 같이 닭집에서 구입하는 경우가

표 3. 월간 닭고기 구입회수

회 수	0	1	2	3	4	5	6~8	9~10	계	평 균
비율(%)	12.0	34.0	30.6	12.1	5.1	3.9	1.2	1.1	100.0	1.9회

표 4. 월간닭고기 구입 마리수

마 리	0	1	2	3	4	5	6~8	9마리이상	계	평 균
비율(%)	11.2	31.6	25.8	16.0	6.7	4.2	1.7	2.8	100.0	2.35마리

표 5. 1회 구입시 마리당 종량

구 분	1kg이하	1~1.5kg	1.5kg~2kg	2kg이상	잘모르겠다	계
비율(%)	3.6	24.7	34.3	17.7	19.7	100.0

표 6. 닭고기 구입시 가격계산 방법

구 분	마리당 가격으로	무게를 달아서	기 타	계
비율(%)	29.8	67.1	3.1	100.0

52.8%로 가장 높았고, 슈퍼마켓 17.2%, 정육점 13.4%, 시장 좌판 8.5%, 백화점 5.1%의 순으로, 이는 과거에 비해 냉장시설을 갖춘 판매점에서 구매하는 비율이 높아져 유통의 냉장화가 점차 확대되고 있는 것을 알 수 있다.

이러한 장소에서 구입하는 이유는 표 8과 같이 가까워서, 단골이라서, 믿을수 있어서, 위생적이어서의 순으로 나타났는데 값이 싸기 때문에, 구입하는 경우는 8.3%로 나타나, 앞으로 소비홍보의 방향을 닭고기 가격이 싸다는데 포인트를 두는 것은 재고 되어야겠으며 소비자들이 가까운 곳에서 쉽게 구입할 수 있는 판매점을 늘리는 것이 닭고기 소비확대를 위해서 중요하다 하겠다.

(5) 닭고기 구입시 느끼는점

응답자가 닭고기 구입시 느끼는 점에 대하여는 표 9와 같이 대체적으로 믿고 구입한다 40.5%, 위생적이고 깨끗하다 23.0%, 신선하지

못하다 17.4%, 불결하다 15.7% 등으로 나타나 대체적으로 긍정적인 반응을 보였다.

표 10의 닭고기 구입시 우선적으로 생각하는 것은 위생적이며 깨끗한 것, 육질과 육색이 좋은 것, 가격에 맞춰서 순으로 나타났으며, 가격이 싼 것을 우선적으로 생각하는 응답자는 5.6%에 그쳐 소비자는 상품성을 우선으로 생각하고 있으며, 가격에 대하여는 관심이 낮은 것으로 나타나 이제까지 값싼 닭고기를 많이 먹자는 홍보는 설득력이 약한 것으로 나타났다.

(6) 판매방법의 개선점

닭고기 판매방법의 개선점에 대해서는 표 11에서와 같이 신선도 19.8%, 위생 18.1%, 부위별 판매 12.5%, 계근판매 12.4%, 냉장고 보관판매 10.8%, 포장판매 10.3% 등의 순서로 대담해 소비자들의 닭고기의 품질과 유통에 있어 포장, 냉장화, 부위별판매 등의 요구가 점차 높아지고 있는 것으로 나타났다.

표 7. 닭고기를 주로 구입하는 장소

구 분	닭 집	시장좌판	슈퍼마켓	정 육 점	백 화 점	기 타	계
비율(%)	52.8	8.5	17.2	13.4	5.1	3.0	100.0

표 8. 상기 장소에서 구입하는 이유

구 분	가까워서	단골이라서	믿을수 있어서	위생적이어서	값이 싸서	기 타	계
비율(%)	29.7	21.6	20.5	15.7	8.3	4.2	100.0

표 9. 닭고기 구입시 느끼는점

구 분	믿고 구입한다	위생적이고 깨끗하다	불결하다	신선하지 못하다	기 타	계
비율(%)	40.5	23.0	15.7	17.4	3.4	100.0

표 10. 닭고기 구입시 우선적으로 생각하는것

구 분	위생적이며 깨끗한것	돈에 맞춰서	가격이 싼것	육질과 육색이 좋은것	기 타	계
비율(%)	39.6	11.8	5.6	39.6	3.4	100.0

업체일각에서도 유통개선이 시급한 과제로 대두되고 있는 만큼 포장 및 부분육판매를 서두르는 것이 좋을 것으로 사료된다.

표 11. 닭고기 판매방법의 개선점(%)

위 생 도	18.1	규 격 판 매	5.1
신 선 도	19.8	생 닭 판 매	5.2
부위별판매	12.5	포 장 판 매	10.3
계 근 판 매	12.4	기 타	0.7
등 급 판 매	5.1	계	100.0
냉 장 보 관	10.8		

(7) 닭고기의 기호도

닭고기에 대한 기호도는 표 12에서와 같이 닭고기를 좋아해서가 36.2%, 가족식성에 맞아서 22.5%, 영양가가 높아서 20.5%, 값이 싸서 14.9%의 응답으로 미루어 대체적으로 영양적인

면이나 값이 싼것 보다는 닭고기를 좋아 하거나 식성에 맞기 때문에 닭고기를 먹는 것으로 나타났다.

반면 닭고기를 먹지 않는 이유는 표 13에서와 같이 닭고기냄새가 싫어서 안먹는다가 20.4%, 요리가 불편해 13.2%로 나타나 닭고기 고유의 냄새제거방법과 새로운 요리방법개발의 중요성을 시사해주고 있다.

이밖에 풍이 있다는 속설때문에 닭을 기피한다는 응답이 8.9%가 있는 것으로 미루어 소비자들을 상대로한정확한 지식의 홍보가 시급함을 나타내 주고 있다.

닭고기를 많이 구입해 먹는 날은 표 14에서와 같이 평소 먹고 싶을때 60.4%, 주말이나 야유회 17.7%, 잔치·경사일 9.8%, 모임있을때 9.3%로 평소에 닭고기를 구입해 먹는 가정이 많은 것은 앞으로 닭고기 가정소비확대에 좋은현상이라 하겠다.

표 12. 닭고기를 먹는 이유는

구 분	좋아해서	가족식성에 맞아	영양가가 높아서	값이 싸서	기 타	계
비율(%)	36.2	22.5	20.5	14.9	5.9	100.0

표 13. 닭고기를 먹지 않는다면 그 이유는

구 분	냄새가 싫어서	요리가 불편해	비싸서	맛이 없어서	구입하기 불편해	풍이 있다는 속설 때문에	기 타	무응답
비율(%)	20.4	13.2	10.2	9.1	7.9	8.9	16.9	13.4

표 14. 닭고기를 많이 구입해 먹는날

구 분	평소 먹고싶을때	경사일(잔치등)	모임있을때	주말이나 야유회	기 타	계
비율(%)	60.4	9.8	9.3	17.7	2.8	100.0

표 15. 닭고기중 가장 좋아하는 부위는

구 분	다리살	가슴살	날 개	목과 발목	내장(모래집·간)	기 타	계
비율(%)	54.2	13.5	14.3	7.3	4.8	5.9	100.0

닭고기중 가장 좋아하는 부위에 대한 설문은 표 15에서와 같이 다리살 54.2%, 날개 14.3%, 가슴살 13.5%의 순으로 나타났는데 이는 오랜 관습에 기인하는 것으로 영양적으로나 맛에 있어 별로 차이점이 없다는 점을 소비자교육을 통해 지속적으로 홍보할 필요가 있겠다. 내장뿐만 아니라 목과 발목을 즐겨먹는 사람이 7.3%나 되는 것으로 보여 닭고기는 폐기시킬 부위가 거의 없으며 효율적으로 이용할 수 있는 새로운 요리법의 개발이 필요하다 하겠다.

(8) 닭고기의 계절별 소비

닭고기의 계절별 소비는 표 16에서와 같이 여름철에 많이 먹는다가 49.2%로 가장 높게 나타났는데 이와같이 여름철에 편중된 소비로 말미암아 물량의 수급과 가격의 진폭에도 큰요인으로 작용하고 있어 육계산업과 부화업이 정상적으로 발전하는데 큰 저해요인으로 작용하고 있다.

다행히 계절에 관계없이 먹는다가 34.0%나 되어 소비의 밝은 전망을 보여주었다. 앞으로 소비 홍보의 포인트는 계절편중소비를 줄여 연중 고루 소비될수 있도록 효율적으로 유도한다면 양계산업의 안정화도 그만큼 앞당겨질수 있을 것이다.

표 16. 닭고기를 제일 많이 먹는 계절

구 분	봄	여 름	가 울	겨 울	계절에 관계없이	계
비율(%)	4.2	49.2	4.2	8.4	34.0	100.0

(9) 닭고기요리 방법

표 17의 닭고기요리방법에 대한 설문 응답에서는 튀김, 삼계탕(백숙), 찜, 볶음, 조림, 닭국, 불고기의 순으로 나타났는데 과거 백숙, 찜 등의 단순한 요리법에서 여러가지 다양한 요리방법을 이용하고 있어 닭고기요리방법의 개선이 점차 이루어지고 있음을 시사해 주고 있다.

전통적으로 국물있는 요리를 즐기는 우리나라 식관습에서 튀김요리, 찜, 볶음요리 등이 높게 나타난 것은 앞으로 닭고기 소비증대에 청신호를 보여주는 것이며, 특히 자라나는 세대에서 닭고기 튀김요리에 대한 기호도가 높아 닭고기는 요리방법 개발여부에 따라 계속적인 소비증대가 가능할 것으로 사료된다.

3. 요 약

이상 소비자들의 닭고기에 대한 일반적인 의견조사결과를 요약하면 다음과 같다.

- 조사자의 88% 이상이 월 1회 이상 닭고기를 구입하고 있으며, 과반수가 1~2마리를 구입하는 것으로 보아 닭고기의 소비시장은 넓다.
- 가정소비는 대닭, 중닭이 주를 이루고 있다.
- 응답자 67.1%가 무게를 달아서 닭고기를 구입하고 있어 점차 공정한 닭고기거래가 이루어

표 17. 가장 즐겨먹는 닭요리(%)

삼계탕(백숙)	16.8	튀김	19.2
닭국	8.0	볶음	14.9
찌개	4.5	조림	9.7
찜	15.8	기타	2.4
불고기	8.7	계	100.0

지고 있다.

● 닭고기는 주로 닭집에서 구입하고 있으며 점차 냉장시설을 갖춘 판매점에서 구매하는 비율이 높아지고 있다.

● 유통의 냉장화(Cold chain)가 점차 이루어지고 있다.

● 닭고기구입은 가까운 곳, 단골, 믿고 살 수 있는 곳, 위생적인 곳에서 주로 구입하고 있는데, 값싼 곳을 찾는 경우는 적은 것으로 보아 소비증대를 위해서는 쉽게 구입할 수 있도록 판매점을 늘려야 하겠다.

● 소비자는 위생적이고 깨끗한 닭고기를 선호한다.

● 닭고기 구입시 우선적으로 생각하는 것은 위생도, 육질과 육색, 가격의 순으로 상품성을 높이는 것이 중요하며 값싼 닭고기를 많이 먹자는 홍보는 설득력이 약하다.

● 소비자의 포장, 냉장화, 부위별판매 등의 요구가 점차 늘고있는 만큼 포장판매 및 부분육판매가 요구된다.

● 닭고기는 값이 싸서 보다는 좋아하거나, 식성에 맞아서 잘 먹는 것으로 나타나 소비확대의 가능성은 크다.

● 닭고기기피의 이유로 닭고기냄새, 요리불편 등을 들고 있는데 이는 간편한 새로운 요리법개발이 시급하게 요청된다.

● 풍이 있다는 속설때문에 닭고기를 기피하는 경우도 있는만큼 정확한 지식의 홍보가 필요하다.

● 특별한 날보다는 평소에 먹고 싶을 때 구입해 먹는율이 높은 것으로 보아 소비확대 가능성은 높다.

● 닭고기 부위별 선호도는 다리살, 날개, 가슴살의 순으로 나타났으며, 월등히 닭다리를 좋아하는 경향이 있다.

● 여름철편중 닭소비는 산업발전의 큰저해 요인으로 가장 시급히 해결해야할 문제이다. 연중 고루 소비될 수 있도록 지속적인 홍보가 필요하다.

● 닭고기요리법은 튀김, 삼계탕(백숙), 찜, 볶음, 조림, 닭국, 불고기 순으로 나타난 바 전통적인 국물있는 요리에 비해 튀김요리, 찜, 볶음요리의 기호도가 높아지고 있는 경향이다.

● 특히 자라나는 세대에서 튀김요리에 대한 기호도가 높은 것으로 보아 닭고기는 요리방법 개발에 따라 지속적인 소비증대가 가능할 것으로 사료된다.

4. 결 론

우수한 단백질식품인 닭고기가 타육류에 비해 상대적으로 열세로 인식되어지고 있다. 70년대 이후 산업화과정에서 양계인들은 생산측면에만 노력을 기울여 유통, 소비에는 무관심해 왔었다. 그러나 소비를 떠난 생산은 무의미한 만큼 이제 소비에 보다 많은 관심을 가져야 하겠다.

닭고기에 대한 소비자반응이 과거와 다르게 위생적이고 상품성높은 품질을 원하고 있으며 닭고기가 식성에 맞아 잘먹는다는 층이 많아지고 있는만큼 새로운 요리법의 개발과 요리강습을 통하여 영양 및 가격면에서 닭고기에 대한 우수성을 납득할 수 있도록 능동적인 소비자교육을 광범위하게 실시해야 할것이다.

닭고기의 계절적인 집중 소비는 연중 심한 가격변동을 가져와 산업의 전전한 발전을 저해하는 큰요인으로 지속적인 소비자홍보를 통해 연중 고루소비될 수 있도록 유도한다면 가까운 시일내에 현재 수준보다 2~3 배의 닭고기소비는 낙관할 수 있으며, 성장산업으로의 육계산업은 타산업보다 안정적으로 신장할 것이고 국민보건 향상에도 크게 이바지할 수 있을 것이다. ▮