

# 닭고기·계란 소비촉진을 위한 자문회

— 소비자의 기호도 기초자료 조사를 중심으로 —

- 일 시 : 1987년 5월 1일(금) 오후 2시
- 장 소 : 본회 회의실
- 사 회 : 오봉국(서울대 농대 축산과교수, 본회소비홍보 협의회장)
- 참석자 : 김덕구(한국궤림조사연구소 실장)  
 박영인(미국사료곡물협회한국지부회장)  
 심영근(서울대농대 농경제과 교수)  
 이계조(천호그룹회장)  
 정선부(축산시험장 가금과장)  
 (가나다순)
- 정 리 : 김미옥(본회 홍보담당)

오봉국: 양계협회에서 중점사업으로 닭고기·계란 소비촉진홍보사업을 작년도부터 계속사업으로 실시하고 있는데, 효율적인 홍보사업을 위해 소비자에 대한 사전조사가 절실하다고 봅니다. 늦은 감은 있지만 소비자 행태에 맞는 홍보사업을 과학적으로 수행하기 위해 생산·유통·소비에 대한 광범위한 기초자료를 조사코자 사전에 전문가들을 모시고 소비촉진의 문제점과 조사방법에 대해 고견을 듣고자 자리를 마련했습니다. 어떠한 방법으로 조사를 해야 하는지에 대해 말씀해 주시죠.

## 〈안먹는사람 먹게하고 먹는사람 더많이 먹게〉

심영근: 우선적으로 소비자가 원하는 것(필요한것)이 무엇이나를 알아야 목표를 설정하며 이에대한 홍보를 할 수 있다고 봅니다.

지금까지 닭고기·계란을 즐겨 먹어오던 사람은 더 많이 먹게하고, 어떤 방법에서건 안먹는 사람에게는 먹게하는 방법이 중요합니다. 닭고기는 계절을 타고 있습니다. "왜 겨울에는 먹지 않는가" 그 이유를 밝혀 문제점을 해결해야 합니다.

## 〈소비홍보의 목적이 뚜렷해야〉

이계조: 과거에는 먹는다는 것이 배고픔을 채우고 생존을 위한 수단이었읍니다. 그러나 현재는 더욱 건강하고 장수하기 위한 방법으로써 영양·맛·위생에 대해 많은 신경을 씁니다. 그러므로 이러한 면에서 낙후되어 있는 점부터 개선해야 한다고 봅니다.

소비홍보 사업이 산업발전을 위한 것인지 아니면 업자들의 수익을 증가시키기 위한 것인지 어느 차원에서 실행되고 있는냐에 따른 차이점도 있습니다. 가령 산업발전 측면에서 보면 홍보 한가지 방법으로는 힘듭니다. 최근에 대만은 닭고기 소비량이 상당히 늘어나고 있으며 일본도 매우 빠른속도로 소비량이 증가하고 있습니다. 이런 시점에서 우리나라의 소비량은 타국에 비해 어느 정도의 수준인가를 측정하고, 왜 안먹는지의 현 주소를 알아야 합니다. 닭고기 가격이 저렴하다고 하는 문제도 그 기준은 무엇을 대상으로 한 것인지에 대한 정의가 필요하다고 보니



이것은 미국에서 일어난 일입니다만 닭고기나 계란에 대한 조사를 할때도 마찬가지입니다. 조리를 해서 요리를 만들어주는 사람은 분명히 주부이겠지만 소비자 즉 그 음식을 먹는사람은 조금 다릅니다. 앞에서 일어난 것과 같은 실수를 범하지 않으려면 대상층을 넓혀 양적인 조사도 이루어 져야 한다고 봅니다.

오봉국: 현재 닭고기·계란의 소비층을 알아야하며 안먹는 층은 왜 안먹나를 파악해야 하며, 소비자들은 닭고기·계란을 어떻게 생각하고 있나? 소비패턴 중에 양계산물의 위치는 어떠한가를 조사하기는 사실 어렵습니다. 이러한 조사를 어떻게 해야 도움이 될 수 있는지 구체적으로 조사 방법을 생각해 봅시다.

다.

### 〈질적인 조사와 양적인 조사를 병행해야〉

김덕구: 소비자들을 대상으로 이러한 문제들을 조사 할 경우 우선적으로 식생활 형태부터 조사해야 합니다.

조사에는 광범위한 양적인 조사와 질적인 조사가 병행되어야 합니다. 만일 설문지를 작성해서 양적인 조사를 할 경우 응답자들은 귀찮다는 생각을 갖고 있기에 깊이있는 동기를 조사하기는 힘듭니다. 이럴 때는 현재 주소비자가 누구인가, 주소비처가 어디인지를 알아 그를 대상으로 집단토의를 시켜야 합니다. 집단(그룹)토의를 통해 동기를 조사 즉, 왜 먹는가와 왜 먹지않는가를 발견하고 도출된 문제점을 갖고

심층조사를 해야 합니다. 이렇게해서 양·질의 조사를 할 수 있는 것이며 대상층도 넓게 해야 한다고 봅니다, 왜냐하면 다음과 같은 사례가 있기 때문입니다.

어느회사에서 개밥을 만들어 판매할 목적으로 개를 소유한 개주인들을 대상으로 어느형태의 개밥이 좋은지에 대해 여론을 조사했습니다. 그 회사는 여론 즉, 개주인들의 의견에 적합한 개밥을 만들어 판매했으나 큰 실패를 하였습니다. 이유로는 개밥을 주는 사람은 개주인 이었지만 개밥을 먹는 것은 개 자신 이었습니다. 이럴 때는 개한테 의견을 물었어야(?)하는데 개 주인의 의견대로 만든 밥이었기에 개의 입맛과 일치하지 못했기 때문이라는 결론이 나왔습니다.

**닭고기·계란  
소비홍보 방향은 먹는  
대상층의 심리를  
잘 파악하여 그들이  
무엇을 원하고  
있는가를 빨리  
알아야 한다.**

심영근: 시간과 돈이 문제입니다. 전체에 대해서 조사를 할 경우 소득층, 직업,도·농간의 광범위한 조사를 해야하기 때문에 매우 힘들 것으로 여겨 집니다. 이때문에 일단계로 범위를 축소해 주소비자인 대도시(서울)를 택해 조사를 한 후 그다음 지역을 조사하는 순으로 정해야 합니다. 일시에 조사하기는 힘듭니다. 무작위



오봉국 교수



김덕구 실장



박영인 회장

**현대인은 편리한 것일수록 선호하고 있다. 손질안하고  
입만 갖고 먹을 수 있도록 서비스를 제공해야 한다.**

조사는(random sample test) 비용이 많이 들며 우편을 이용해서 조사 할 경우 경험으로 비추어볼 때 10%이하의 회신만을 받을 수 있습니다. 양계협회에서 현재 실시하고 있는 여학교 조리실습 지원이나 지역순회 요리강습회 때 참석자들을 대상으로 조사를 하면 좋을 것 같습니다.

**<홍보사업을 소비확대로 연결시켜야>**

박영인: 양계협회측에서 시장조사한 후 소비촉진 사업을 실시해야 하는 것이 원칙론이나 미처 못했다고 하는데 '86실적 및 '87계획을 살펴보니 선진국에서 이미 리서치(Research)를 한것이 거의 다 들어있습니다.

양계협회측에서 일반적인 소비촉진 사업은 잘 했습니다만 한가지 덧붙인다면 닭고기 에다 상표 붙이는 일도 함께 해야 합니다. 단순히 소비자에

게 많이 먹으라고 하기전에 구입장소, 상표 등이 준비되었어야 합니다, 그러나 지금 실정으로 볼때 그러한 준비과정이 미흡합니다. 준비가 안되어 있으면 소비자가 계산물의 우수성을 알고 있다고 해도 소비의 효과는 없습니다.

소득수준이 높아질수록 소비량이 떨어지는 소위 열등재가 되어가는 속도가 빠른것 중에 하나가 계산물입니다. 이럴때 가만 있으면 소비량은 갈수록 더 떨어지고 맙니다, 큰 계기를 만들어 이러한 패턴을 바꾸는 것이 문제입니다. 어딘가 막혀있는 문제점을 뚫어야 합니다.

근대사회에서의 소비자들은 편리한 것일수록 선호하고 있습니다. 될 수 있는 대로 손질안하고 입만 갖고 먹을 수 있도록 서비스를 제공해야 합니다.

요리를 소비하는 방법중에 크게 나누면 가정소비와 외식

소비로 나눌 수 있습니다. 가정소비를 촉진시킬 수 있는 방법으로는 현재 양계협회에서 실시하고 있는 요리강습회, 요리책자 배부 등이 좋은 방법입니다, 외식소비로는 음식점에서 판매하거나 단체급식에서 소비하는 방법 등이 있겠는데, 음식점에 가보면 닭고기나 계란요리의 종류가 거의 없습니다. 또한 가격도 비싸죠. 다양한 요리의 개발이 요구되고 있습니다. 군대, 공장, 병원 같은 단체급식소에서는 영양사나 조리사가 식단결정을 하므로 그들을 대상으로 요리법 소개나 강습회 등을 개최하는 것도 좋은 방법이라고 봅니다.

정선부: 요리개발 할 때는 일반가정에서 소비가능한 것을 개발보급토록 해야 합니다. 앞서 박회장님이 말씀하신 것과 같이 손이 많이가는 요리는 번거로와 합니다. 될수 있는 한 간편한 요리법이 좋겠습니다.



심영근 교수



이계조 회장



정선부 박사

현 실정에서 소비를 증가시키려면 정부의 제도적 개선이 따라야 한다. 특히 유통구조의 개선이 시급히 이루어져야 소비가 신장될 수가 있다.

### 〈소비자 조사가 앞서야〉

김덕구: 새로운 요리, 대중적인 요리를 개발해야 한다고 말씀하셨는데 그렇다면 어떠한 요리를 소비자들이 좋아하는지에 대해서 조사를 해야할 것 같습니다.

그 전에 준비해야 할 것은 주요충점을 짚막한 문장으로 설득력있게 전문가가 준비해야 합니다. 또한 조사전에 예상되는 대답을 미리 만들어 사전조사(Free Test)를 거쳐 미비점을 보완해서 실시해야 합니다. 주관식 문항을 없애주어야만 하는데 응답자들은 긴 문항이나 직접쓰는 방식은 매우 귀찮아 합니다. 이렇게해서 작성된 설문지는 주부층 중에서도 연령별로 나누어 구체적인 조사를 해야 합니다.

오봉국: 소비자에 대한 기호도와 함께 소비자가 손쉽게 찾을 수 있는 유통개선에 따른 형태조사도 뒤따라 주면 좋겠

습니다.

이계조: 닭고기 가공품에 제조일자를 기록하도록 되어 있는데 이는 유효기간의 마지막 일자를 기록해야 합니다. 소비자들의 대부분이 구입당시의 일자가 기록되어 있어야 마음 놓고 구입하며 만일 바로 전날짜가 기록되어 있어도 묵은 것으로 느끼고 있습니다.

백화점 같은 곳에 가 보면 당일 날짜로 모두 찍혀 있습니다. 하지만 상식적으로도 그 많은 물량이 매일 모두 매진되거나 당일에 팔리지 않은 물건은 모두 폐기처분한다고 보기에는 문제가 많습니다. 이용할 수 있는 식품을 버린다면 그 자체도 큰 문제일 겁니다.

가공식품은 판매가에 대한 부가가치세를 부담해야 하기 때문에 힘듭니다. 가령 닭꼬치를 만든다면 닭고기 외에도 야채류가 있어야 합니다, 이럴 경우 판매가에 대한 부가가치세의 부담 때문에 꺼려집니다.

그러니까 인스턴트식품 또는 즉석요리(Fast Food)라고 해도 닭고기만을 이용하게 되어 요리종류의 한계가 따릅니다. 더우기 우리나라의 경우는 콜드체인시스템(cold chain system)이 되어있지 않아 유통에도 문제가 있습니다.

계산물의 소비방법도 나라마다 다르다는 걸 볼 수 있습니다, 아침에 계란을 먹는 국민은 소비량이 많습니다. 우리나라도 아침식사에 계란을 이용하는 요리를 보급시키면 소비량이 늘어나리라고 봅니다. 아침에는 대부분의 사람들이 밥맛이 없고 시간도 촉박합니다. 이런면을 고려해서 간편하고 영양이 많은 요리를 손쉽게 만드는 법을 보급시키면효과가 클것 같습니다.

우리나라의 현 실정에서 소비를 더 증가시키려면 정부에서 힘써 줘야합니다. 소비증가는 정부에서 유통개선부터 실시해 줘야 해결이 될 것 같습니다

니다.

오봉국: 지금까지 좋은 말씀해 주셨는데 이제 정의를 해야겠습니다. 한분씩 간략히 말씀해 주시죠.

심영근: 설문조사를 할 경우 문항은 될 수 있는 한 줄이고 분명히 필요한 사항만 물어야 하며 지역마다 학교를 선정해서 학생들을 통해 가정의 상황을 조사하면 그 학교안에 각 계층별로 다 포함되어 있어 좀더 편리하게 조사를 할 수 있을 것 같습니다.

**<전문가의 의견들어 조사해야>**

박영인: 소비자에게 무엇을 찾으려고 하는 것인지 기준설

정을 잘 해야 합니다. 응답자의 대답을 미리 예상해야 하므로 결코 쉬운일이 아닙니다. 전문가와 상의해서 문항을 작성해야 합니다.

김덕구: 설문조사 시에 인적사항은 맨 뒤로 오게하며 일반적인 육류에 대해 묻고 닭고기로 문제를 돌려야 하며 대답하기 애매한 질문은 거부반응을 일으키므로 설문작성시유의해야 합니다.

정선부: 학교급식과 같은 단체급식으로 활용함이 좋다고 봅니다.

배고픈 점심에 닭고기를 주면 맛이 있어 집에 돌아와서도 닭고기를 찾습니다, 이런점을 활용해 닭고기를 소비시키는 것도 꽤 많은 량이 되리라고

생각합니다.

이계조: 이제 닭고기를 싸게 먹는다는 개념은 버려야 합니다. 굳이 싸 가격만 내세우지 말고 맛있고 위생적인 영양식품이 될 수 있도록 노력해야 합니다.

오봉국: 의견을 종합하기로 하겠습니다.

첫째, 소비자 기호에 맞는 제품을 개발해 계절성을 줄이고 둘째, 쉽게 구입해 먹을 수 있는 유통구조의 개선이 필요하며 셋째, 소비촉진을 위한 소비자들의 행태를 조사해야 하는데 전문가와 상의해 핵심을 찌도록 하며 우선적으로 주 소비지에서 실시토록 해야하겠습니다.

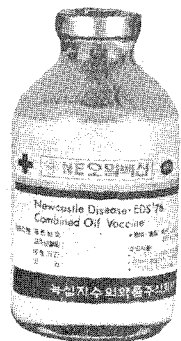
장시간동안 수고하셨습니다.



**ND·EDS  
혼합오일백신**

**국내최초로  
오일백신 개발에  
성공!**

**ND 오일백신  
EDS 오일백신**



**NE 오일백신은**

- 1. 면역이 잘되고
- 2. 면역이 오래 지속되며
- 3. 안전성이 우수합니다.

**NE 오일백신은**

500수분 (250ml)에 ₩ 38,000입니다.

**NE 오일백신**

**녹십자수의약품주식회사**

서울사무소: 서울특별시동작구사당동1031-29  
☎ 582-9181-5  
본사·공장: 경기도용인군기흥읍구갈리227-5  
☎ 수원 ⑧3423/4