

# 닭고기, 소비자가 원하는 상품개발로 폭발적인 소비유도

취재 : 김용화 과장

본고는 미국대두협회 한국지부(ASA)가 한국양계산업의 전환기적 상황을 슬기롭게 극복하고 안정적 발전을 도모키 위해 양계산업이 발전한 미국을 통하여 새로운 정보를 제공한다는 취지로 양계관련인사 7명을 시찰단으로 구성하여 지난 1월 26일부터 2월 10일까지 16일간에 걸쳐 미국의 채란계농장, 도계장, 육종농장, 사료공장, 대학, 계란가공공장, 국제가금전시회 등을 시찰하는 기회를 마련하여 필자도 시찰단의 일원으로 미국 양계산업을 취재하였다. 먼저 미국양계산업 시찰을 주선한 미국대두협회 이경원 회장, 통역 및 안내를 담당했던 황광연 실장, 방문업체 안내자에게 감사사를 드린다.

미국 양계산업 시찰단 명단

1	이규성	대한양계협회 전문	단 장
2	김상희	가축위생연구소 계역과장	
3	김용화	대한양계협회 편집과장	
4	신현구	천중제일사료 유통과장	
5	이학림	천중제일사료 연구원	
6	박세진	우성사료 마케팅 과장	
7	황광연	대두협회 축산사료실장	통역 및 안내

방문처 : 퍼듀도계장, 써니사이드 채란농장 및 G.P센터 · 사료공장 아틀란타 가금무역 전시회, 아칸사스 대학, 모나코 엑란공장, 피터슨 도계장 · 부화장 · 사료공장, 데칼브 육종농장, 밀턴 채란농장 및 난가공공장, 콘아그라 농업무역회사

미국의 양계산업은 광대한 땅을 모체로 무한한 소비시장을 중심으로하여 비약적인 발전을 하였다.

현재 미국의 양계산물 소비 추이는 닭고기는 눈부시게 소비가 증가하는 한편 계란소비는 점차 감소하는 쪽으로 변해가고 있다.

쇠고기 중심의 소비에서 닭고기 소비가 대폭적으로 증가하는 것은 여성의 사회참여로 인한 편리성을 추구해 가는 사회구조의 변화 때문인 것으로 분석할 수 있다. 쉽게 말하자면 부엌일을 담당했던 주부들이 직장생활을 함으로써 가정에서 요리할 수 있는 시간이 없어지게 되자 즉석에서 간편히 요리해 먹을 수 있는 식품소비가 급증하게 되자 쇠고기 및 돼지고기는 장시간 직접요리를 해야 하는 불편이 따르게 되자 닭고기 식품의 소비가 증가하게 되었다.

여기에 미국인들은 대부분 비만에 대한 관심이 많아 붉은 색을 띠는 쇠고기 및 돼지고기를 기피하고 흰색조를 띠는 가금육에 대한 관심이 높아져 소비를 촉진시키는 역할을 하게 되었다는 분석이다.

몇년전까지만 해도 닭고기는 통닭 형태로 가정에서 요리를 해 먹는 양이 많았으나 '80년대에 접어들어 통닭 판매량이 급격히 감소하고 부분육 소비가 증가하였고 근자에 접어들어 맥도날드



▲ 닭고기를 원료로 한 가공식품

사가 닭고기를 사용하면서 닭고기 가공식품이 폭발적으로 판매되기 시작하였다.

이에 반해 계란소비는 매년 감소하는 추세에 놓여 있는데 계란이 안고 있는 콜레스테롤에 대한 문제도 있지만 식생활패턴의 변화로 요리에 불편을 느끼고 가정에서 식사하는 양이 적어지면서 감소되는 요인이 무엇보다 크다는 지적이다.

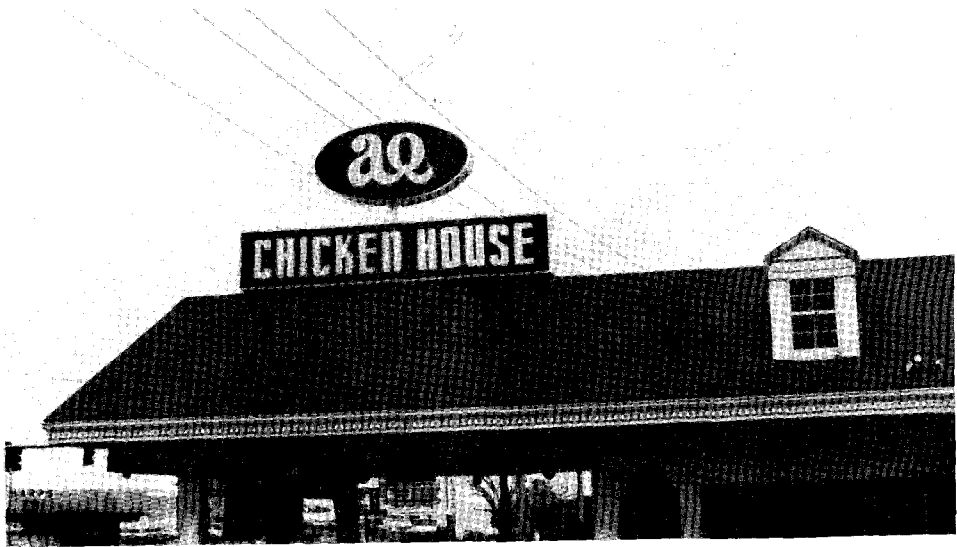
미국의 닭고기 소비는 당분간 계속 증가할 전망이다고 계란소비는 약간 감소하리라는 것이 지배적인 업계의 의견이다. 1인당 닭고기 소비량(지육)이 35kg에 이르고 있는 미국도 최근 2년간 경기호조로 인하여 생산량이 증가하자 산물가격 하락을 우려하여 수출모색을 강력하게 하고 있다. 그러면서 신제품을 계속 개발

한다는 전략을 세우고 있다.

닭고기 소비증가와와는 대조적으로 돼지고기 소비는 계속적인 정체현상을 보이고 있다. 쇠고기 소비 또한 '75년도까지는 증가현상을 보이다가 건강에 대한 관심으로 감소추세에 놓여 있다. 그러나 불가식 부위를 제거한 정육으로 환산하면 아직도 쇠고기 소비량이 많다.

송아지 및 양고기의 소비는 증가를 보여 연간 1퍼센트 정도 소비가 증가하는 것으로 나타나고 있다.

미국에서도 가금육하면 닭고기가 주를 이루었으나 '82년 이후에는 칠면조육의 소비신장이 두드러져 과거 행사용이나 샌드위치용에 90%가 사용되던 한계를 극복하고 닭고기 소비시장을 향해 맹추격하는 분위기이다.



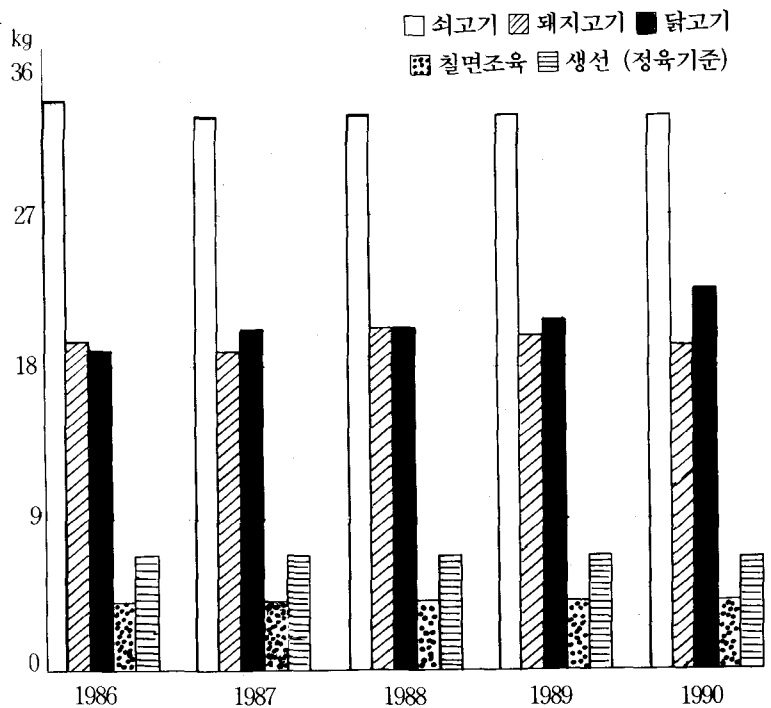
▲ 닭고기요리 전문식당

미국인의 '80년대 닭고기 소비 경향을 보면 총인구의 1/4이 최소한 2주에 1번 외식때 닭고기를 먹고 있으며, 총인구의 3/4이 최소한 2주에 1번 닭고기를 가정에서 구입하여 요리해 먹는다.

닭고기는 주로 점심식사때 먹고 있는데 외식때 많이 먹는다. 미국가정의 23%가 닭고기를 쉽게 요리해서 먹을 수 있는 전자렌지를 갖추고 있다.

닭고기는 식사요리 중 20%를 차지할만큼 비중이 높아져 후식용으로 사용되던 것에서 주식으로 이미지가 바뀌었다. 특히 닭고기가 급격히 소비가 증가한 원인은 어린이가 즐겨 먹게 되고, 수입이 낮은 가정에서 선호하며, 다이어트용으로 각광을 받으면서 부터이다.

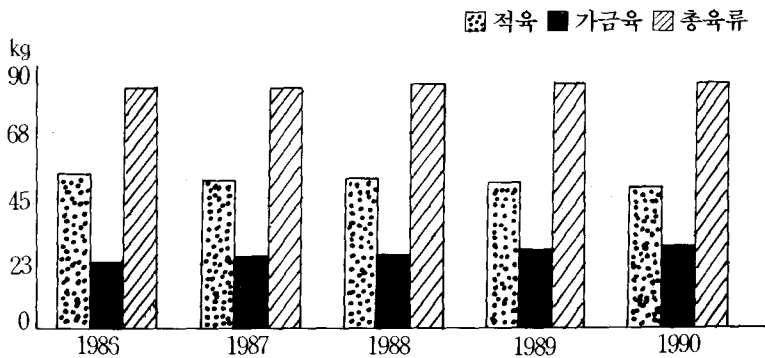
소비면에서도 '80년대 10년간 1인당 닭고기 소비량은 50%가 증



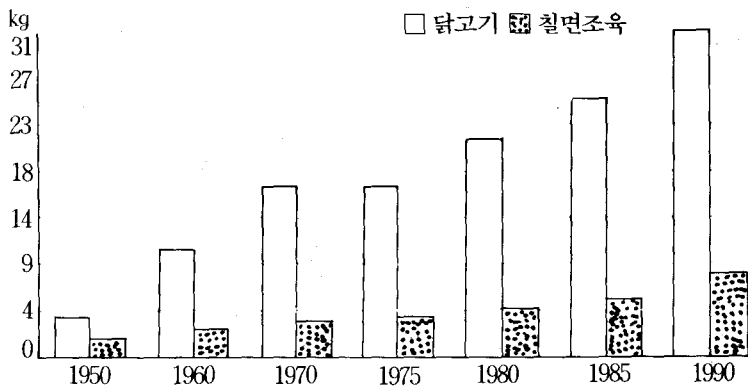
○ 각 축산물 1인당 소비량

가하였으며 '91년에는 3% 증가를 예상하고 있다.

적색육(다리살)의 소비증대를 위해서도 상당한 관심을 가지고



○가금육 및 적육 소비량



○인당 계육소비량

있다. 대책방안으로 저렴한 가격에 판매하고, 신제품을 개발, 수출다변화를 모색하려는 움직임이 보이고 있다.

실제 미국에서 육제품의 경우 1만가지가 개발되면 5% 정도만이 살아 남을 정도로 매우 치열한 경쟁을 겪는다.

미국인의 닭고기 선호 경향을 보면 외식증가가 비중에 제일 크고 다음은 편리하게 식사가능,

지방이 적어 가벼운 식사 가능, 누구에게나 선택이 가능, 슈퍼에서 쉽게 구입, 간편하게 손으로 집어 먹을 수 있다. 전자렌지로 쉽게 요리 가능하기 때문이다.

현재, 미국 자동차 회사들은 차내에 전자렌지를 부착하여 판매를 고려하고 있다는 얘기가. 미국은 이미 전자렌지 보급률이 95% 이상을 넘고 있다.(닭고기 요리에 사용하는 것이 23%) 전

자렌지 가격은 7만원대여서 신속히 보급 되었다.

닭고기 가공품으로는 너겟이 가장 많고 가슴살, 샌드위치용 패티, 튀김, 훈연 등이다. 특히 날개제품은 과거에는 소비가 없어 일본에 수출했으나 최근 신제품을 개발하여 인기가 있자 국내 소비가 늘어 가격이 3배 가량 급등세를 보이고 있다.

미국인의 아침식사 경향은 혼자서 아침식사를 하는 어린이가 35%, 아침식사를 하지 않는 어린이가 30%, 차안에서 아침식사를 하는 미국인이 25%, 간편하게 손으로 집어서 먹을 수 있는 식품 선호 등이다.

구매경향에 있어서는 식료품 구입시 시장에서 구매를 결정하는 비율이 2/3에 해당되고 있어 포장에 강조되고 있다.

그리고 시장을 보러가는 남자가 40%가 되며 저녁때 직접 요리를 해서 식사하는 어린이가(6~15세) 23%에 이르고 있으며, 가족과 함께 직접 요리해서 식사를 하는 비율은 30%, 체중과다를 걱정하는 사람이 25%가 되어 닭고기 소비가 급속히 증가하게 되었다.

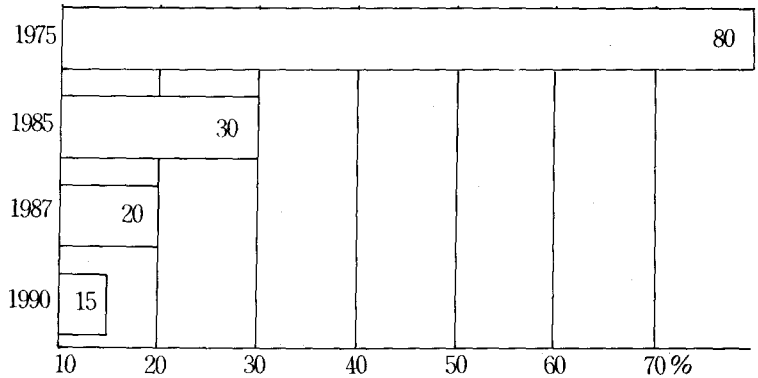
신제품 개발 방향은 1. 기름제거, 2. 가슴육 제품화, 3. 날개로 쉽게 먹고 보관이 편리하게, 4. 아침식사용 개발, 5. 염장제품개발, 6. 다리살 제품화 등으로 볼 수 있다.

소비증대를 위해 제품에 대한 포장도 매우 강조되고 있는데 환경보호를 위해 사용후 분해가 가능한 포장지를 사용하고 있으며, 소비자가 안심할 수 있는 안전성을 부각시키고 있으며 영양학적으로 건강식품임을 강조하고 있다.

또한, 소매점이나 슈퍼의 상품 진열 연구, 상표화, 쇠고기 대신 할 수 있는 닭고기 제품개발, 요리법이나 게임카드 제품에 삽입 판매, 어린이가 좋아하는 T.V만화 주인공 상품포장용기에 인쇄 등을 하여 소비창출을 시도하고 있다.

향후소비 패턴을 보는 시각은

○통닭의 판매 비율



취업여성이 2천년대에는 62%에 달할 예정이어서 편리성 강조, 다이어트식품에 초점을 맞춘다는 계산이다.

이미 정부에서도 수출을 위한 다각적인 방법을 제공하면서 생

산자 또한 어떤 사람이건 쉽게 닭고기를 찾을 수 있도록 제품개발 및 자조금제도를 통한 기금을 활용 홍보사업에도 독자적인 견해를 갖고 접근해 가고 있다.

(다음호에 계속)

알을 낳는 우리



들에게 메치리신은

보약입니다. 일이 쿵어집니다.

대란을 특란으로

**메치리신**



주식 과학축산

서울사무소 : 용산구 한강로 2가 316-1  
대표전화 : 795-2361 (-5)