

소비자 2명 중 1명 주 1회 이상 닭고기 먹는다

농촌진흥청(청장 이양호)이 수도권 소비자를 대상으로 닭고기에 대한 소비자 의식조사를 실시한 결과, 조사 가구의 52.6%가 일주일에 한 번 이상 닭고기를 먹는 것으로 나타났다. 이번 조사는 축산물 소비 촉진 방안을



▲ 삼계탕 시식

을 마련하고 연구 전략을 세우기 위해 실시했으며, 20세 이상 69세 이하 주부 500명과 1인 가구 성인 남녀 480명을 대상으로 면접과 누리망을 통해 조사했다. 그 결과, 조사가구의 52.6%가 주 1회 이상 닭고기를 먹고 있으며, 1인당 연간 12.45kg을 소비하는 것으로 나타났다.

닭고기 소비 방식으로는 ‘가정 내 요리’ 25.9%, ‘가족외식(배달 포함)’ 25.5%, ‘가족 외 외식’ 27.4%로 나타났으며 특히, 전체소비량 중 32.7%를 ‘닭튀김(치킨)’으로 소비했다(참고 1-표2, 표3). 닭고기 구입 기준으로는 응답자의 대부분이 ‘유통기간’을 가장 중요하게 생각한다고 응답했으며, 다음으로 ‘월산지’, ‘냉장·냉동육 여부’, ‘육질’ 순으로 나타났다. 이번 조사에서는 닭고기의 소비를 늘릴 수 있는 방안에 대해서도 함께 설문 조사했다.

소비자들은 맛과 관련된 품질보다 위생과 신선도를 중시했으며, 포장 유통 방식 개발과 구

매할 때 쉽게 판단할 수 있도록 등급 정보의 개선을 요구했다. 또, 친환경 닭고기의 생산과 간편 요리 제품에 대한 욕구도 높았다. 배달 소비와 외식 소비는 앞으로 늘어날 것으로 분석됐다. 닭 크기는 ‘적당하다’는 의견이

66.1%였으나, ‘작다’는 답도 30.3%에 달했다. 특히, 20대~30대 가정과, 미취학 및 초등·중등·고등학생 자녀가 있는 가정은 지금보다 큰 닭을 원한다고 답했다. 토종닭은 50대~60대나 성인 자녀가 있는 가정에서 선호하는 것으로 나타났으며, ‘건강에 도움이 된다(24.9%)’, ‘국내 전통 닭에 대한 신뢰(23.7%)’ 등을 이유로 들었다(참고4-표22, 표23).

농촌진흥청 국립축산과학원 송용섭 기술지원 과장은 “닭고기는 구매 행태가 다양하고 소비 계층이나 삶의 방식에 따라 선호하는 경향이 다르기 때문에 각각의 대상에 따른 소비 전략 개발이 필요하다”라며, “이번 결과를 바탕으로 소비자 기호에 맞는 품종 개발 등 지속적인 연구에 활용할 계획이다”라고 전했다. 한편, ‘닭·오리고기 소비자 조사 결과’ 보고서는 국립축산과학원 누리집(<http://www.nias.go.kr>, 축산소식→축산경영정보)에서 내려 받을 수 있다.

〈주요 조사 결과〉

- 수도권 소비자 980명을 대상으로 닭고기 소비자의식 조사(2014. 9. 1~23)
- 전체 가구의 52.6%가 주1회 이상 닭고기 취식, 연간 1인당 12.45kg 소비
- 닭고기는 신선도, 가공식품은 첨가제가 소비에 큰 영향

닭고기 소비자 의식조사 결과 발표

참고 1 닭고기 소비 실태 및 소비규모

• 조사 대상

최근 3개월 이내 1회 이상 닭고기 구입 경험자 중 수도권 20세 이상 69세 이하 주부 500명(면접 조사)과 1인 가구 480명(성인 남녀)을 선별 조사했으며, 당해 연도 추계 인구 분포를 토대로 표본을 비례 배분함

- 조사 기간 : 2014. 9. 1~9. 23
- 신뢰도 : 95%, 신뢰수준 $\pm 4.38\%$
- 닭고기 소비 실태와 소비 규모

표 1. 연간 닭고기 총 소비 현황

구 분	가정 내	가족 외식	1인 가구	가공식품	가족 외 외식	총 소비량
소비량(kg)	3.22	3.17	0.81	1.83	3.41	12.45
비중(%)	25.9	25.5	6.5	14.7	27.4	100.0

표 2. 가정 내 요리 용도별, 가공 식품 소비 경험과 소비량

취식 빈도		상황별 소비 비중		부위별 소비량 (연간 1인당)		요리용도별 소비량 (연간 1인당)		가공식품 소비량 (연간 1인당)	
주 3회 이상 (Heavy User)	15.5%	가정 내 조리/ 취식	45.7%	닭 한 마 리	2.30kg (71.3%)	닭볶음탕	1.31kg (40.7%)	튀김 (치킨,강정)	0.33kg (18.0%)
1주일에 1번 (Medium User)	37.1%	가족 외식	18.0%	가슴살/ 안심	0.47kg (14.7%)	삼계탕	0.52kg (16.1%)	가슴살 캔	0.17kg (9.5%)
3개월 1회 이상 (Light User)	47.4%	가정 내 배달	36.3%	다리살/ 닭봉	0.28kg (8.8%)	찜닭/백숙	0.65kg (20.2%)	냉동식품 (너겟,텐더)	1.11kg (60.6%)
				날개살/ 기타	0.17kg (5.2%)	닭튀김 (치킨)	0.23kg (7.3%)	꼬지	0.03kg (1.5%)
				계	3.22kg	샐러드	0.35kg (10.7%)	닭불고기	0.17kg (9.4%)
						기타	0.16kg (5.1%)	기타	0.02kg (1.0%)
						계	3.22kg	계	1.83kg

표 3. 외식/1인 가구의 요리 용도별 소비량

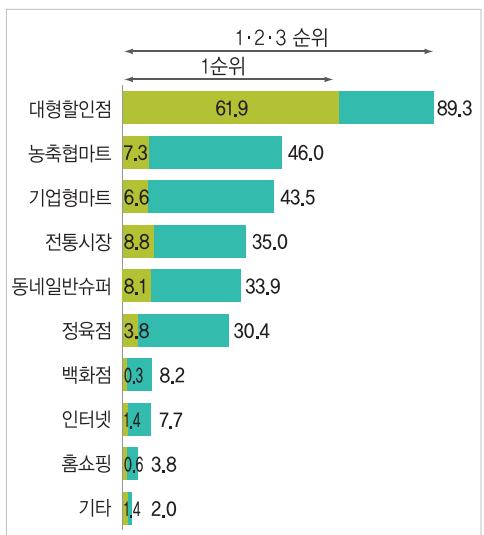
가족 외식 소비량(연간 1인당)		가족 외 외식 소비량(연간 1인당)		1인 가구 소비량	
닭볶음탕	0.38kg (11.9%)	닭볶음탕	0.79kg (23.2%)	닭 한 마리	0.51kg (62.6%)
삼계탕	0.31kg (9.9%)	삼계탕	0.40kg (11.7%)	가슴살/안심	0.12kg (15.0%)
찜닭	0.34kg (10.6%)	찜닭	0.47kg (13.8%)	다리살/닭봉	0.11kg (13.7%)
닭갈비	0.13kg (4.0%)	닭갈비	0.18kg (5.2%)	날개살/기타	0.07kg (8.7%)
닭튀김(치킨)	2.00kg (63.1%)	닭튀김(치킨)	1.51kg (44.3%)	총	0.81kg
기타	0.02kg (0.5%)	기타	0.06kg (1.8%)		
총	3.17kg	총	3.41kg		

참고 2 닭고기 소비 관련 소비자 행동과 욕구

- 가정에서의 닭고기 구입과 소비 관련 행동

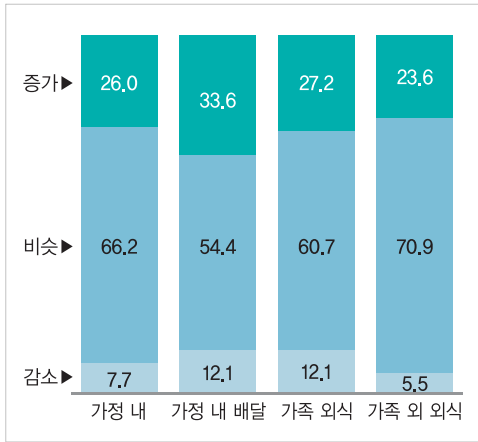
표 4. 브랜드 닭고기 구입 이유

구분 (%)	전체	연령			가족주기 (첫째자녀 나이 기준)			소비량		
		20~30대	40대	50~60대	신혼+미취학자녀	초중고생자녀	성인자녀	Heavy	Medium	Light
사례수(명)	231	76	72	83	51	88	91	88	88	55
원산지 신뢰	40.4	38.9	34.2	47.2	30.3	39.6	46.9	44.7	42.5	30.1
브랜드 명성	14.1	19.5	16.4	7.2	23.7	15.4	7.5	12.0	11.7	21.5
맛	11.0	6.7	8.3	17.4	7.0	8.6	15.6	7.5	15.9	8.8
품질	10.1	7.7	11.8	10.8	10.0	11.4	8.9	8.6	13.6	6.8
위생적 관리	7.9	4.7	9.4	9.4	4.2	6.6	11.2	7.1	5.3	13.2
가격	6.8	11.8	8.2	1.0	11.9	6.4	4.3	9.8	5.4	4.2
브랜드 이미지	6.3	5.9	7.1	6.0	5.8	7.4	5.5	8.3	1.9	10.2
잡냄새 없음	2.0	2.8	2.3	1.0	4.3	2.7	0.0	0.0	3.6	2.5
포장/손질상태	1.0	0.9	2.3	0.0	1.4	1.9	0.0	1.9	0.0	1.3



〈도표1〉 닭고기 주 구입 장소

• 앞으로 닭고기 소비 전망과 장애 요인



〈도표2〉 닭고기 소비 전망(%)

• 닭고기 품질 관련 소비자의 준거 기준

표 5. 닭고기 구매 시 품질 판단 공감 정도

항목	5점 척도 평균(점)	전체	Heavy	Medium	Light
유통기간으로 판단	4.18	84.7	86.3	88.3	78.4
원산지로 판단	4.07	77.2	83.7	78.1	69.3
냉장/냉동육 여부로 판단	3.96	74.0	80.1	74.5	67.0
육질(식감)으로 판단	3.90	73.7	80.6	73.1	67.6
육색(고기색깔)으로 판단	3.88	77.2	78.4	79.1	73.4
브랜드로 판단	3.68	60.6	65.5	66.6	47.6
판매처/구입처로 판단	3.59	57.2	64.8	56.4	50.5
가격으로 판단	3.50	51.4	56.1	48.7	50.0
풍미로 판단	3.44	47.2	54.7	52.4	32.6

참고 3 닭고기 소비 촉진 관련 소비자 욕구

• 닭고기 소비 촉진 방향성

표 6. 닭고기 품질 개선 방향성

항목	5점 척도 평균(점)	전체	Heavy	Medium	Light
신선도 (위생관리)	4.29	86.2	87.5	87.8	82.7
맛과 관련한 품질	3.89	75.5	87.5	72.2	67.4

표 8. 맛 개선 방향성

항목	5점 척도 평균(점)	전체	Heavy	Medium	Light
등급 판단 정보	4.03	77.7	81.4	76.9	74.7
부분육 판매 활성화	3.78	65.7	69.2	66.6	61.0
육질 부드러운 고기 개발	3.68	62.5	67.0	63.8	56.2
기능적 성분 함유 고기 개발	3.58	55.9	61.0	59.0	46.6
다양한 가공식품 개발	3.57	55.0	62.5	59.0	42.1

표 7. 닭고기 구매 시 품질 판단 공감 정도

항목	5점 척도 평균(점)	전체	Heavy	Medium	Light
포장유통방식 개발	4.30	89.5	91.1	88.9	88.5
친환경인증 표시 명시	4.30	86.4	90.6	90.6	76.5
도축날짜 유통 기한 명시	4.23	84.6	89.6	84.7	79.3
이력 정보	4.11	83.6	92.9	83.5	74.2

표 9. 건강상의 문제 극복

항목	5점 척도 평균(점)	전체	Heavy	Medium	Light
친환경 닭고기 개발	4.01	78.4	82.9	81.7	69.3
몸에 유익한 성분 함유	3.67	58.2	67.1	59.5	47.3
다이어트 식품으로 개발	3.61	54.5	64.8	55.7	42.3

표 10. 인체에 유익한 기능성 닭고기 개발 도움 정도

항 목	5점 척도 평균(점)	전체	Heavy	Medium	Light
성인병 및 뇌질환 예방	3.91	70.6	73.6	72.4	65.2
혈액순환, 해독 효과	3.84	69.4	74.5	70.5	62.8
비타민, 아미노산 등 풍부	3.73	65.3	71.8	67.7	55.5
피부미용 효과	3.69	61.6	69.0	65.8	48.7
다이어트 효과	3.68	57.8	60.8	61.4	49.9

표 11. 닭고기 조리법 개발 도움 정도

항 목	5점 척도 평균(점)	전체	Heavy	Medium	Light
간편 요리 제품 개발	4.06	81.9	88.5	78.7	79.2
색다른 요리법 개발	3.82	74.7	75.9	79.1	67.8

참고 4 닭 관련 소비자 인식과 소비 시장

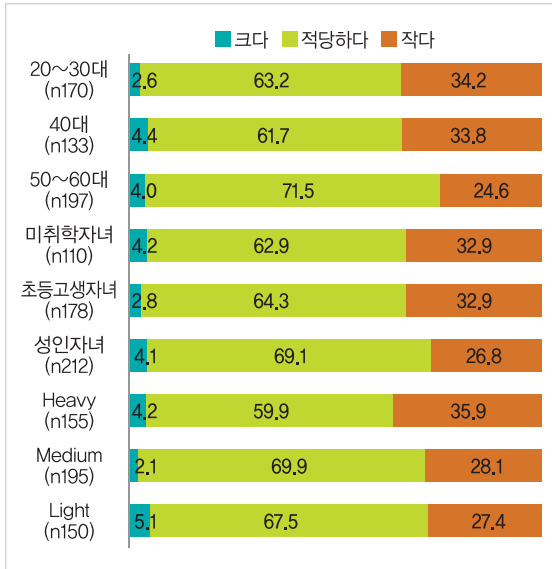
표 12. 닭의 크기 관련 인식

닭의 부분육 크기 인식		n= 500	닭(한 마리)의 크기 선호도		n= 500
작다	30.3%		작은 닭 (600g정도)	9.0%	
적당하다	66.1%		중간닭 (800g정도)	73.7%	
크다	3.6%		큰 닭 (1kg정도)	17.2%	

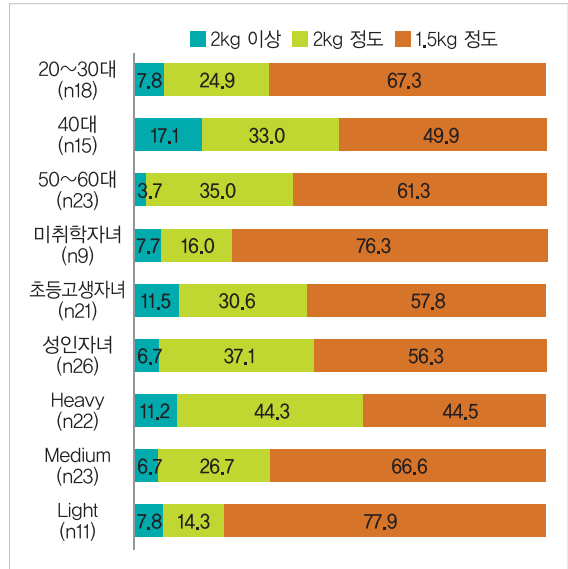
큰 닭 판매 시 구입 의향		n= 86(큰 닭 선호자)	큰 닭 구입 시 선호 크기		n= 56(큰 닭 구입 의향자)
구입의향 있음	64.7%		1.5kg 정도	60.1%	
구입의향 없음	35.3%		2kg 정도	31.2%	
			2kg 이상	8.7%	

표 13. 집단별 큰 닭 판매 시 구입 의향

단위 : % 큰 닭 선호자	전 체	연령			가족주기 (첫째자녀 나이 기준)			소비량		
		20~30대	40대	50~60대	신혼+미취학 자녀	초중고생 자녀	성인자녀	Heavy	Medium	Light
사 례 수	86	24	23	39	15	33	38	33	31	22
구입의향 있음	64.7	72.7	66.6	58.5	60.0	63.5	67.6	66.4	74.7	48.1

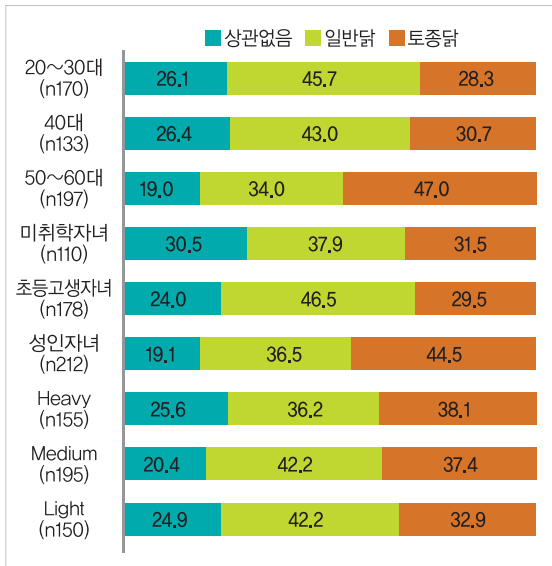


〈도표3〉 집단별 닭의 부분육 크기 인식



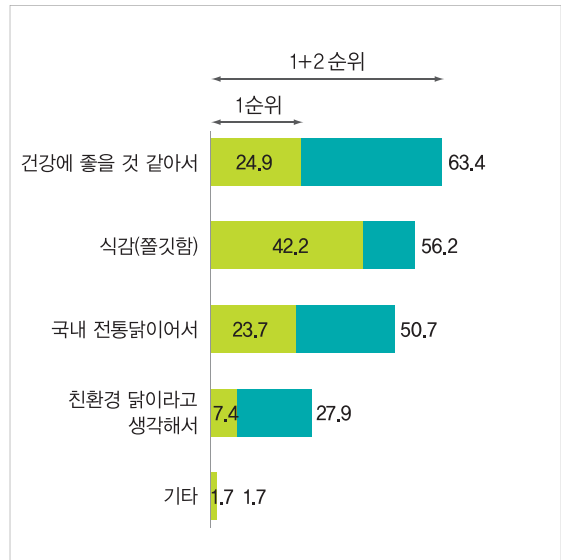
〈도표4〉 집단별 큰 닭 판매 시 선호 크기

• 토종닭 관련 인식



(n500 단위 : %)

〈도표5〉 집단별 토종닭 선호도



(n500 단위 : %)

〈도표6〉 토종닭 선호 이유