

# 소비자 55%, 향후 계란 소비 늘릴 것이다

- 계란 산란 일자 표기 88% 필요하다고 인식 -

지난 8월 유럽발 계란 살충제 검출 파동이 국내에 몰아닥치면서 우리는 혹독한 대가를 치러야만 했다. AI로 고통을 받아오다 살충제 검출 파동으로 이중고를 겪으면서 계란산업은 맨붕에 빠질 수밖에 없었다. 전 매장에서 계란 판매가 중단되고 소비자들로부터 신뢰를 잃으면서 계란 안전성에 대한 새로운 인식전환이 필요하게 되었다.

살충제 검출 파동을 겪은 지 4개월이 흐르면서 소비자들의 인식이 어떻게 변하고 있을까? 본지는 지난 12월 27일~30일까지 aT센터에서 열린 제1회 소비자 박람회에서도 소비자 인식조사 설문을 하여 소비자들의 반응을 살펴보았다.

본 설문은 소비박람회 기간에 161명의 소비자를 대상으로 10개 문항에 걸쳐 답변을 들었다. 본 설문은 남자가 39.8%(64명), 여자가 60.2%(97명)로 주부를 포함한 여성들이 남성들보다 많은 비중을 차지했다. 연령대는 60대가 30.4%(49명), 70대 이상이 24.2%(39명), 50대가 21.7%(35명) 순으로 나타나 50대 이상 소비자가 76.3%를 차지

하였다. 박람회 기간이 주말이 아닌 평일이기 때문에 젊은 소비자들의 참여가 적었던 것으로 판단된다.

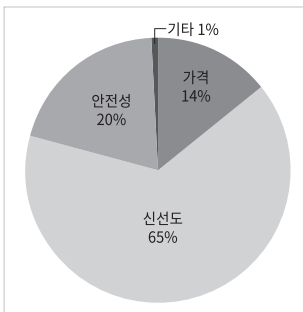
## 1. 계란과 달걀 중 어느 것을 사용하나?

계란과 달걀은 같은 말로 계란은 한자로 계란(鷄卵)이며, 달걀은 '닭의 알'로 줄여서 순 한국어로 달걀로 사용하고 있다. 평상시 생활하면서 계란과 달걀에 대한 말 중 어떤 것을 자주 사용하는지에 관해 물어보았다. 총 159명이 답에 응하였으며, 이에 대한 결과는 계란이 77.4%(123명), 달걀이 22.6%(36명)로 나타났다. 신문, 방송 등 언론에서는 대부분 달걀을 사용하는데 아직 서민들 사이에서는 계란이 많이 통용되는 것을 알 수 있다.

## 2. 계란을 구입할 때 고려사항은?

계란을 구입할 때 무엇을 중시하는지에 대한 질문에는 신선도가 64.8%(107명)로 가장

높게 나타났으며, 안전성 20%(33명), 가격 13.9%(23명) 순으로 나타났다. 신선도는 최근 산란 일자 표시에 대한 사회적인 여론이 반영된 것으로 보이며, 안전성에 대해서는 살충제 파동 이후 시간이 어느 정도 경과하



〈도표1〉 계란 구입 시 고려 사항

면서 관심에서 다소 떨어지는 것으로 나타났다. 가격은 신선도와 안전성에 비교해서는 크게 관련이 없는 것으로 나타났다.

### 3. 계란은 주로 어디에서 구입하나?

계란은 주로 대형마트 39.9%(65명)와 마트 33.7%(55명) 등에서 구매하는 것으로 나타났다. 재래시장에서도 22.1%(36명)를 구매하는 것으로 나타났다. 소비자들은 도심에 거주하고 있기 때문에 대부분(74%) 마트에서 계란을 구입하는 것으로 나타났다.

### 4. 계란은 일주일에 몇 개 정도 소비하나?

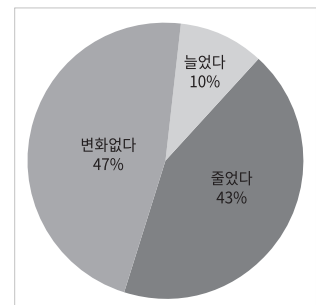
계란 소비를 묻는 질문에는 일주일에 2~3개를 먹는다고 답변한 소비자들이 43.5%(70명)로 가장 많았으며, 4~7개가

26.1%(42명), 7개 이상 19.3%(31명), 1개 이하 11.2%(18명)로 나타났다. 이는 2016년도 1인당 소비량인 268개에 비해 다소 줄어든 것(약 250개 정도)으로 나타났는데 이는 아직 계란 살충제 파동의 여파가 가시지 않은 것으로 추정해 볼 수 있다.

### 5. 계란 살충제 파동 이후 계란 소비량은?

계란 살충제 파동 이후 4개월 정도 시간은 흘렀지만 실제로 소비자들의 소비성향을 물어보았다. 계란 살충제 파동 이후 소비가 줄었다는 답변은 42.7%(67명)로 나타났으며, 그대로라고 답변한 소비자는 47.1%(74명), 오히려 늘었다는 답변은 10.2%(16명)로 나타났다. 이를 볼 때 계란 살충제 파동의 여파가 계란 소비에 큰 영향을 가져왔으며, 아직도 영향을 주고 있는 것을 확인할 수 있었다. 아직까지 지속해서 살충제 검출 소식이 들려오면서 이러한 소비 부진은 장기화할 것으로 예상하고 있다.

다행인 것은 소비변화가 없거나 증가한 비율이 57.3%를 차지하고 있어 영양상으로 우수한 계란의 소비전망이

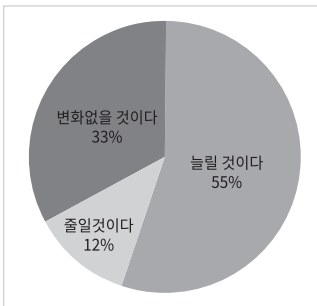


〈도표2〉 계란 살충제 파동 이후 소비량 변화

어둡지만은 않은 것으로 판단할 수 있다.

## 6. 향후 계란 소비 의향은?

계란에 대한 인식을 알아보기 위해 앞으로 계란 소비를 늘릴 것인지에 대한 문의를 한 결과 55%(85명)가 늘릴 것이라고 답변했으며, 32.9%(51명)는 변동이 없을 것이고 12.3%(19명)만이 줄일 것이라고 답변하였다. 따라서 12.3%만이 줄일 의향이 있으며 나머지 87.7%는 현상유지 또는 늘릴 것으로 보여 향후 계란 소비 확대 전망을 밝게 하였다. 줄일 의사가 있는 소비자 중 30%는 소비를 늘린 사람들이었고 21%는 소비변화가 없었던 사람, 43%는 소비를 줄였던 사람



〈도표3〉 향후 계란 소비 의향

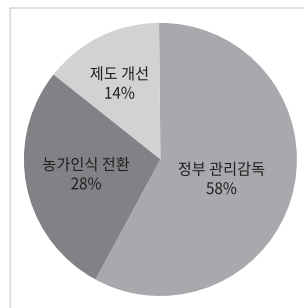
으로 나타나면서 소비자 인식이 안 좋았던 소비자들이 여전히 소비를 피하는 것을 알 수 있었다.

## 7. 난각에 산란 일자 표기 필요한가?

이미 식약처에서 난각에 산란 일자를 표기하도록 법제화가 이루어졌다. 이와 관련하여 소비자들은 산란 일자 표기에 대해 어

떻게 생각하는지에 관해 물어보았다. 이에 필요하다는 답변이 88.0%(139명)로 압도적으로 높게 나왔으며, 필요 없다는 답변은 12%(19명)에 그쳤다. 소비자들은 앞서 조사된 계란 구매 시 신선도에 높은 관심을 보이는 만큼 신선하게 계란을 먹기 위해서는 산란 일자를 명기해야 한다는 인식이 크게 작용하고 있는 것으로 나타났다.

## 8. 계란 안전성 확보 방안은?



〈도표4〉 계란 안전성 확보 방안

계란 살충제 검출 파동을 겪으며 이를 해결하기 위해서는 무엇이 우선시되어야 하느냐는 질문에는 정부의 관리·감독 철저

가 57.4%(93명), 농가의 의식전환이 29%(47명), 친환경제도 개선이 13.6%(22명)로 나타났다. 이번 살충제 검출 파동이 농가들의 무지에서 비롯된 부분도 크지만 그래도 정부(식약처)의 관리·감독이 소홀했고 법적인 제도 마련이 미흡한 것이 주요 요인으로 소비자들은 판단하고 있는 것으로 나타났다.

정리 | 김동진 편집장 djkim300@hanmail.net