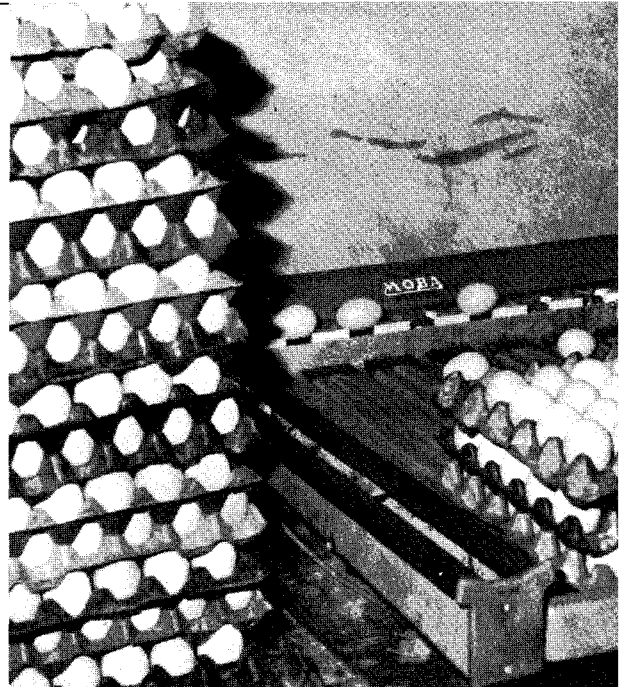


# 계란에 대한 소비자 기호도 조사

정 선 부 / 축산시험장 가금과장



## 1. 조사개요

계란에 대한 소비자 기호도 조사 대상자는 표 1에서 보는 바와 같으며, 지역별로는 서울근교 120호, 대전근교 160호, 광주근교 196호, 부산근교 182호로서 총 658호를 대상으로 하였다. 이를 거주지별로 분류하면 아파트단지 280호, 주택지 332호, 단체급식기관 46개소에 대하여 조사를 하였다.

표 1. 계란에 대한 소비자 선호도 조사 개황

(단위 : 가구)

대 상 지 역	아 파 트 단 지	주 택 지	단 체 급식기관	계
서울근교	65	37	18	120
대전근교	73	78	9	160
광주근교	82	103	11	196
부산근교	60	114	8	182
계	280	332	46	658

## 2. 조사결과

### 가. 가구당 월간 계란소비량

가구당 월간 계란소비량은 31~40개가 31.6%로 가장 많고 30개 이하를 소비하는 가구는 18.4%, 51~60개가 14.7%, 41~50개가 10.7%의 순으로 되어 있으며 101개 이상을 소비하는 가구는 4.3% 뿐이었다. 지역별로는 서울 근교는 31~40개가 28.3%, 30개 이하 및 51~60개가 각각 16.7%, 41~50개가 14.2%의 순이며, 대전근교는 31~40개가 29.6%, 30개 이하가 28.3%, 51~60개가 12.6%의 순이며, 광주근교는 31~40개가 34.2%, 51~60개가 13.5%, 30개 이하가 11.4%의 순이며, 부산근교는 31~40개가 33.5%, 30개 이하가 18.1%, 51~60개가 16.5%의 순으로써 가구당 월간 계란 소비량은 지역간에 비슷한 경향이었으며, 전체적으로 계란 소비량이 적었다. 따라서 값싸고 영양가 높은 계란을 많이 소비하도록 권장해야 할 것으로 판단된다.

표 2. 월간 계란 소비량(가구당)

(단위 : %)

구 분	30개 이하	31~40	41~50	51~60	61~70	71~80	81~90	91~100	100개 이상	계
서울근교	16.7	28.3	14.2	16.7	3.3	5.0	5.0	5.0	5.8	100
대전근교	28.3	29.6	10.7	12.6	7.5	1.3	4.4	2.5	3.1	100
광주근교	11.4	34.2	10.4	13.5	8.3	1.6	7.8	6.7	6.1	100
부산근교	18.1	33.5	8.8	16.5	11.0	1.1	6.0	2.7	2.3	100
평균	18.4	31.6	10.7	14.7	8.0	2.0	6.0	4.3	4.3	100

표 3. 계란의 1회 구입량

(단위 : %)

구 분	10개	20개	30개	60개	90개	120개	대중없음	계
서울근교	21.7	18.3	45.0	5.0	0.8	-	9.2	100
대전근교	17.5	15.0	55.7	3.1	-	0.6	8.1	100
광주근교	6.7	5.6	71.9	9.2	1.5	1.0	4.1	100
부산근교	15.9	20.3	49.1	3.8	0.5	-	10.4	100
평균	14.6	12.8	58.2	5.5	0.7	0.4	7.8	100

나. 1회 구입량

소비자가 1회에 구입하는 계란은 30개가 58.2%로 현저하게 높고 10개가 14.6%, 20개가 12.8%의 순으로 나타났으며 지역간에도 대체로 비슷한 경향이였다. 이러한 경향은 계란 유통구조가 30개의 판매기 또는 10개의 포장판매가 이루어지고 있기 때문인 것 같다.

다. 계란 색깔 선호도

계란 색깔에 대한 소비자들의 선호도는 갈색란이 53.5%로 가장 높고 백색란이나 갈색란 모

두 관계하지 않는다 31.5%이며 백색란을 좋아한다는 15.0% 밖에 되지 않으며 갈색란을 더 좋아하는 경향은 광주근교에서 더욱 뚜렷하였다. 이러한 현상은 겸용종을 오랫동안 사육하여 온 동양인의 기호도와 관계가 깊다고 생각된다. 그러나 백색란과 갈색란간의 영양적인 차이가 없음에도 불구하고 이러한 현상이 나타나는 것은 계란의 비수기에 특히 문제가 되고 있으며 앞으로 소비자에게 대한 계몽이 필요한 것으로 사료된다.

라. 계란 크기에 대한 선호도

계란 크기에 대한 소비자들의 선호도를 조사

표 4. 계란 색깔 선호도

(단위 : %)

구 분	백 색 란	갈 색 란	관계치 없음	계
서울근교	14.2	48.3	37.5	100
대전근교	18.7	55.0	26.3	100
광주근교	7.1	59.2	33.7	100
부산근교	20.8	49.5	29.7	100
평균	15.0	53.5	31.5	100

한 결과 특란 이상이 47.2%로 가장 높으며 대체로 소비자들은 큰 계란을 더 좋아하는 경향이였다. 지역별로는 특란이상을 좋아하는 비율이 대전근교가 60.5%로 가장 높고 부산근교가 37.4%로 가장 낮았다.

#### 마. 계란 소비의 용도별 분포

가정에서 구입한 계란을 소비하는 방법은 가정식사에 이용하는 것이 57.3%로 가장 많고 도시락반찬에 이용하는 것은 39.3%로 나타났으며 서울 대전 및 부산근교는 가정식사에 이용하는 것이 가장 많은 반면 광주근교는 도시락 반찬이 59.2%, 가정식사가 37.8%의 순으로 나타났다.

#### 바. 계란에 대한 기호도

계란에 대한 소비자들의 기호도는 표 7에서 보는 바와같이 좋아한다가 91.2%로서 거의 대부분이고 할 수 없이 먹거나 싫어한다는 8.8% 뿐이었다.

#### 사. 계란을 선호하는 가족구성원

가족중에서 학생과 어린이가 계란을 좋아하는 비율이 66.2%로서 대체로 젊은층에서 계란을 좋아하고 있으며 가족들 모두 좋아하는 가정도 27.7%나 되었다. 그러나 노인과 부모가 좋아하는 비율은 4.4%밖에 되지 않았다.

표 5. 계란 크기에 대한 선호도

(단위 : %)

구 분	특란이상	대란	중란	소란	경란	파란	오란	계
서울근교	52.1	21.0	25.2	1.7	-	-	-	100
대전근교	60.5	15.3	22.9	0.6	-	-	0.7	100
광주근교	42.6	30.3	26.7	0.4	-	-	-	100
부산근교	37.4	31.3	28.6	2.7	-	-	-	100
평 균	47.2	25.3	26.0	1.3	-	-	0.2	100

표 6. 계란소비의 용도별 분포

(단위 : %)

구 분	가정식사	도시락반찬	야외나갈때	특별한날에	계
서울근교	68.1	29.4	0.8	1.7	100
대전근교	60.0	35.0	1.2	3.8	100
광주근교	37.8	59.2	1.0	2.0	100
부산근교	68.7	28.0	0.6	2.7	100
평 균	57.3	39.3	0.9	2.5	100

표 7. 계란에 대한 기호도

(단위 : %)

구 분	좋 아 한 다	싫 어 한 다	할수없이 먹는다	계
서울근교	88.3	4.2	7.5	100
대전근교	93.1	1.9	5.0	100
광주근교	94.8	2.6	2.6	100
부산근교	87.4	3.3	9.3	100
평 균	91.2	2.7	6.1	100

**아. 계란 판매시 포장단위**

소비자들이 희망하는 계란포장단위는 10개가 58.7%로 현저하게 높으며 그다음 20개 14.8%, 30개 11.3%, 5개 7.2%, 15개 7.0%의 순이었다.

**자. 위생란에 대한 선호도**

위생란을 선별하여 판매할 경우 소비자들의 선호도는 응답자중 52.6%가 동일한 가격이면 더 산다고 했으며 24.4%는 비싸도 산다고 했고, 그 다음 생각해 보겠다 15.2%, 비싸면 안산다 7.8

%의 순이었다. 특히 가격이 비싸도 위생란을 산다는 가정이 약 25%로 나타난 것으로 보아 생산자 또는 유통과정에서 계란을 위생처리할 경우 계란의 소비가 촉진될 것으로 사료된다.

**차. 계란 소비에 대한 인식도**

계란 소비에 대한 인식도를 조사한 결과 영양가가 높고 가장 값싼 식품이라고 생각한다가 70.1%로서 거의 대부분이며, 그저 반찬으로 생각하다가 26.7%이고 비싸서 사먹을 수 없다고 생각하다가 3.2% 뿐이었다.

표 8. 계란을 선호하는 가족구성원

(단위 : %)

구 분	노인부모	부 모	청 년	학 생	어 린 이	모두좋아함	계
서울근교	1.7	3.3	3.3	44.2	20.0	27.5	100
대전근교	0.6	3.8	-	42.1	19.5	34.0	100
광주근교	2.0	1.0	1.5	53.7	16.3	25.5	100
부산근교	0.5	4.9	2.2	38.6	29.1	24.7	100
평 균	1.2	3.2	1.7	44.9	21.3	27.7	100

표 9. 계란 판매시 포장범위(단위)

(단위 : %)

구 분	5개	10개	15개	20개	30개	50개	100개	120개	계
서울근교	4.1	61.7	5.7	18.7	9.1	0.7	-	-	100
대전근교	9.5	53.2	10.1	15.2	10.8	1.2	-	-	100
광주근교	6.1	61.7	5.1	10.2	15.4	1.5	-	-	100
부산근교	8.2	58.2	7.2	17.0	8.8	0.0	-	-	100
평 균	1.2	58.7	7.0	14.8	11.3	1.0	-	-	100

표 10. 위생란을 선별판매시 소비자 선호도

(단위 : %)

구 분	비싸도 산다	비싸면 안산다	생각해 보겠다	동일한가격이면 더 산다	계
서울근교	16.8	9.2	13.4	60.6	100
대전근교	23.1	5.6	16.3	55.0	100
광주근교	28.7	6.7	15.4	49.2	100
부산근교	25.8	9.9	15.4	48.9	100
평 균	24.4	7.8	15.2	52.6	100

표 11. 계란소비에 대한 인식도

(단위 : %)

구 분	영양가가 높고 가장 값싼 식품	비싸서 사먹을수 없음	그저 반찬으로 생각함	계
서울 근교	74.2	0.8	25.0	100
대전 근교	64.3	6.8	28.9	100
광주 근교	79.4	2.6	18.0	100
부산 근교	62.4	2.2	35.4	100
평균	70.1	3.2	26.7	100

표 12. 가계소득의 증가에 따른 소비성향

(단위 : %)

구 분	더 많이 소비	현재대로	모르겠음	계
서울 근교	68.3	30.0	1.7	100
대전 근교	76.3	22.5	1.2	100
광주 근교	77.6	22.4	-	100
부산 근교	66.0	34.0	-	100
평균	72.3	27.1	0.6	100

표 13. 현행 계란가격에 대한 인식도

(단위 : %)

구 분	싸다	너무 비싸다	적당하다	잘모르겠다	계
서울 근교	20.2	15.0	39.2	25.8	100
대전 근교	21.3	33.1	38.8	6.8	100
광주 근교	16.3	21.9	51.1	10.7	100
부산 근교	17.7	19.6	43.1	19.6	100
평균	18.4	22.8	43.7	15.1	100

**카. 가계소득의 증가에 따른 계란소비성향**

가계소득이 증가할 경우 계란을 더 많이 소비하겠다는 응답이 72.3%, 현재대로 소비하겠다는 27.1%로 나타나 앞으로 국민소득이 증가함에 따라 1인당 계란소비량은 점점 증가할 것으로 사료된다.

장 많고 그다음 너무비싸다 22.8%, 싸다 18.4%, 잘모르겠다 15.1%의 순으로 나타났다. 이러한 현상으로 보아 앞으로 계란의 가격과 영양적인 면을 소비자에게 인식시켜야 할 것으로 생각된다.

**타. 계란가격에 대한 인식도**

현행 계란 가격에 대한 소비자들의 인식도를 조사한 결과 적당하다고 생각한다고 43.7%로 가

**파. 신선란의 선별방법 숙지상황**

소비자들 중에서 신선란의 선별방법을 알고 있다가 79.1%, 모른다가 20.9%로 나타났으며 지역별로는 광주근교가 다른 지역에 비해 비교적 많이 알고 있는 경향이였다.

표 14. 신선란의 선별방법 숙지상황 (단위: %)

구 분	모 른 다	알고있다	계
서울근교	27.5	72.5	100
대전근교	20.3	79.7	100
광주근교	10.3	89.7	100
부산근교	28.3	71.3	100
평 균	20.9	79.1	100

하. 계란 저장 장소

구입한 계란을 저장하는 장소는 냉장고가 71.4%, 식당이 25.1%로 나타나 냉장고가 있는 가정에서는 대부분 계란을 냉장고에 저장하고 있음을 알 수 있었다.

표 15. 계란 저장장소 (단위: %)

구 분	냉 장 고	식 당	방	창 고	계
서울근교	80.0	16.7	-	3.2	100
대전근교	63.8	35.0	-	1.2	100
광주근교	74.6	21.9	1.5	2.0	100
부산근교	69.3	25.3	2.7	2.7	100
평 균	71.4	25.1	1.2	2.3	100

육계 종계노계, 갈색노계, 백색노계  
구입 및 증추, 대추, 환우계 등 전문 취급 업체

# 구구유통센터

귀 농장에서 각종 노계를 대량으로 도태할 때 재산상의 피해를 근절하기 위하여 신속하고 정확하게 구입할 것을 다짐하며 아래 장소에 사무실을 개설, 주·야 대기하고 있어오니 협조주시기 바랍니다.

이 두 수, 황 적 상  
박 입 규, 고 정 곤

주소: 서울 성동구 구의동 199-89  
전화: 444-9931, 9932  
구구유통 전원 올림