

닭고기에 대한 소비자 인식도 및 소비행태에 관한 연구

김종원 · 박승용
연암축산원예대학 축산학부

The Perception and Consumption Pattern of Broiler Chicken in Korea

J. W. Kim and S. Y. Park
Faculty of Animal Science, Yonam College of Agriculture

ABSTRACT : The most prevailing consumption pattern of chicken was "Buy fresh and cook at home (79.8%)". The frequency of eating chicken dish was about "Twice a month". Total average of degree of preference is "2.30". It is very much close to "Like (2.0)" rather than "Average (3.0)". The degree of preference of chicken decrease as the age increase. About 30% of the housewives have the experience of buying chicken "Cut-up". But "Whole chicken (79.7%)" was still used mostly for chicken dish at home. As the education background improves or living expense increases, housewives purchase chicken "Cup-up" more frequently. The major criteria in purchasing chicken was "Hygiene (67.4%)". "Quality (55.2%)", "Expiration date (36.7%)" follows next. The groups of 'Above 50 years', 'Graduate school' and 'More than 3 million won' show greater interest about "Health" than any other groups. Major chicken dish at home in Korea was "Chopped hot chicken (70.7%)". "Boiled chicken soup (43.2%)" and "Ginseng chicken soup (39.3%)" follows next. "Order for delivery (57.4%)" increased rapidly for chicken consumption. Group of '20~30 years' order chickens for delivery more frequently than other groups. But as the age of housewives increases, they cook at home more frequently. The most preferred chicken dish for dining-out were "Fried chicken (69.4%)" and "Spicy chicken (57.4%)". The preference of Korean traditional dish for dining out was decreasing except "Chuncheon chicken rib (14.2%)".

(Key words : chicken, consumption, perception, dine-out)

서 론

1997년 11월 이후 우리나라의 경제상황은 식육 및 식품 시장에도 커다란 변화를 몰고 왔다. WTO의 출범과 함께 1997년 7월부터 닭고기와 돼지고기의 시장이 전면 개방되면서 식육산업 전반에 걸친 구조적인 변화와 함께 경영적인 어려움도 함께 겪어온 것이다. 그러나 국제조사기구의 하나인 Rabobank (1998)에 따르면 세계의 가금육 시장은 향후 몇 년간 매년 3~4% 정도의 지속적인 성장이 이루어질 것으로 전망하였다. 물론 이러한 성장세의 기본은 변화하는 소비자의 기본적인 소비패턴 변화, 인구증가 및 경제성장과 밀접한 관련이 있다고 할 수 있다. 우리 나

라의 경우는 IMF 체제 이후 환율상승에 따른 생산원가의 부담과 아울러 소득의 감소와 함께 육류 소비는 정체현상 내지 약간의 감소세를 나타내고 있으나, 다행히도 닭고기의 경우는 저렴한 가격과 어린이와 학생들의 기호도가 높아져 잠시 소비가 감소된 지난 2년간 이후 구매가 지속적으로 이루어져 소비가 급속하게 회복되었으며 다른 육류와 비교하여 매우 빠르게 증가하고 있다 (허 등, 2000). 발표된 자료를 보면 (이 등, 1999) 닭고기 자체의 소비가 육류 전체의 20~25% 정도밖에 안 되고 전통적인 조리 방법과 식생활 패턴으로 인하여 소비는 부진할 수밖에 없었다. 특히 최근에는 닭고기는 저 지방, 저 칼로리, 저 콜레스테롤 및 고 단백질의 특성으로 인하여 매우 우수한 식품으로

인식되기 시작하였으며 영양 및 건강을 중시하는 현대인들에게는 자연스럽게 소비가 증가할 수 있는 계기를 마련해 주었다. 닭고기의 소비는 1997년, 1998년에는 각각 약 80% 그리고 70% 정도가 통닭으로 유통, 판매되던 것이 1999년에는 63%로 감소하였으며 반면에 부분육 혹은 2차 가공품으로의 소비가 37%를 차지하게 되었다 (임, 2000). 전통적으로 한국인들은 닭다리를 좋아하는 기호를 보이고 있으나, 이제는 국가 표준에 준하는 KS제도를 닭고기산업에도 도입을 하게 되었고 부분육 유통은 커다란 판매유통 접포에서는 일반화되고 있다. 육류시장 역시 서구와 마찬가지로 소비자가 주도하는 시대에 접어들어 오게 되었고, 서구의 사람들은 식습관과 영양적인 측면으로 육류를 섭취하지만 최근에 개발도상에 있는 나라들은 육류의 증가를 기하기 위해서는 육류가 갖는 부정적인 요소를 제거해 주어야만 성공을 거둘 수 있다고 하였다 (Harrington, 1994). 그러므로 제조업체는 생산자 중심에서부터 소비자가 원하는 제품을 생산, 공급하여야만 하는 성숙된 시장개념에 맞는 제품을 상품화하게 되었다. 또한 한국의 소비자는 오래 전부터 백숙 및 삼계탕과 같은 전통가공방법에만 익숙해 있었다. 그리고 1970년대 후반부터 1980년대 후반까지는 전기구이를 즐겨 먹었다. 1980년대 후반 이후는 외식문화가 급속히 발달하여 닭고기 소비시

장의 60% 정도를 차지하게 되었으며 그의 주된 원인은 후라이드 치킨이라고 할 수 있다. 특히 최근 들어 여성의 취업률이 증가하면서부터는 어린이나 젊은 세대들에게는 닭고기의 가공제품이나 즉석식품들이 간식뿐 아니라 빼놓을 수 없는 주요 식사 메뉴로서 자리를 잡아 가게 되었다.

닭고기의 소비 패턴에 관한 자료는 이전에도 여러 번 보고된 바가 있다 (박 등, 1996; 허 등, 2000). 그러므로 본 연구는 2000년도에 들어 육계에 대한 소비자의 인식도 (perception)를 파악하고 외식으로서의 닭고기 소비행태를 조사함으로써 향후 소비방향을 제시하고 육계의 소비를 유도하는데 기여하고자 실시되었다.

재료 및 방법

본 설문조사는 닭고기에 대한 주부들의 인식도 및 소비자 성향을 알아보기 위하여 실시하였다. 지역은 대도시 (서울), 중도시 (신도시, 수원, 인천, 안양권), 소도시 (평택, 천안, 진천, 의정부 및 기타)의 3개 지역에 거주하는 주부를 대상으로 설문지를 배포하여, 회수된 설문지 (n=894)를 기초로 SAS (1996)를 이용하여 통계 분석 처리하였다 (Table 1). 설문지는 연구 목적에 맞게 임의로

Table 1. General characteristics of the subjects for survey (n=894)

Category	Classification	Large city	Medium city	Small city	Total
Age	20~29	40(11.5)	21(8.4)	19(6.4)	80(8.9)
	30~39	174(50.1)	111(44.6)	209(70.1)	494(55.3)
	40~49	116(33.4)	109(43.8)	60(20.1)	285(31.9)
	above 50	17(4.9)	8(3.2)	10(3.4)	35(3.9)
Educational background	Middle school	10(2.9)	9(3.6)	12(4.0)	31(3.5)
	High school	147(42.3)	111(44.6)	191(64.1)	449(50.2)
	College	170(49.0)	114(45.8)	89(29.9)	373(41.7)
	Graduate school	20(5.8)	15(6.0)	6(2.0)	41(4.6)
Monthly living expense	Less than 1 million won	109(31.4)	67(26.9)	123(41.3)	299(33.4)
	1.0~2.0 million won	176(50.7)	137(55.0)	156(52.3)	469(52.5)
	2.0~3.0 million won	45(13.0)	40(16.1)	17(5.7)	102(11.4)
	More than 3.0 million won	17(4.9)	5(2.0)	2(0.7)	24(2.7)
Occupations of householder	Agriculture and Fishery	0(0.0)	2(0.8)	12(4.0)	14(1.6)
	Self-business	140(40.3)	84(33.7)	118(39.6)	342(38.3)
	Technician or Laborer	20(5.8)	21(8.4)	29(9.7)	70(7.8)
	Management	127(3.7)	90(36.1)	100(33.6)	317(35.5)
	Professionals and etc	60(17.3)	52(20.9)	39(13.1)	151(16.9)
Total		347(38.8)	249(27.9)	298(33.3)	894(100.0)

고안한 문장으로 이루어진 설문지를 이용하였으며, 설문지의 타당성을 높이기 위하여 대상지역의 일부에 예비조사를 실시한 후 문장을 보완, 수정하였고 자기 기입 방법으로 조사하였다. 조사대상자의 분포는 대도시, 중도시, 소도시 각각 38.8%, 27.9%, 33.3% 이었다.

조사지의 구성은 일반환경 5문항, 육류 및 닭고기에 관련된 12문항과 외식 관련된 3문항으로 이루어졌다. 닭고기에 대한 기호도 (아주 좋아함 1 - 거의 안 먹음 5) 및 빈도 (한달 5번 이상 5 - 거의 안 먹음 1)는 5점 Likert 척도를 이용하였으며 나머지 문항은 여러 개의 선택 문항 중에서 1개 혹은 2개 이상을 선택하여 빈도 수를 가지고 통계처리 자료로 이용하였다. 일반환경과 각 항목란에 대한 유의성은 χ^2 -test 를 이용하였으며 5점 척도법에 의한 유의성은 t - test 와 분산분석에 의해 검증하였고, 분산분석 결과 유의성 차이가 있으면 Duncan's multiple range test 를 적용하여 처리구간의 유의성을 비교하였다.

결과 및 고찰

1. 닭고기의 소비 형태

닭고기 소비는 지난 수년간 국내외적으로 꾸준히 성장하는 경향을 나타내었다. 닭고기 소비 증가 원인으로 다양한 신제품 개발에 의한 새로운 수요 창출, 핵가족화에 따른 편리한 가공제품 추구, 건강에 대한 관심 증가, 다른 육류에 대한 가격 경쟁력 그리고 대부분의 재료와 잘 어울리는 닭고기 육질의 특성 등을 들 수 있다 (Chitwood, 1999). 한국의 닭고기 수요와 공급도 지난 5년간 변화가 있었는데, 우리나라에서 유통되는 닭고기 공급량은 국내의 사회경제적 원인으로 1997과 1998년에는 감소하다가 1999년에는 284천 톤으로 IMF 이전의 1996년 수준인 289천 톤에 거의 육박하였다 (허 등, 2000). 실제 통계자료를 보면 (이 등, 1999) 1996년 닭고기의 경우는 국민 일인당 6.3Kg의 소비를 정점으로 1998년 5.6Kg으로 감소경향을 보였으나 1999년에는 6.0Kg으로 급속히 회복하였고 2000년에는 7kg으로까지 증가할 것으로 예측하고 있다 (허 등, 2000). 또한 그 소비는 2011년까지 꾸준히 증가하여 9.8kg에 이를 것으로 전망하고 있다.

5점 척도 검사법에 의하여 분석된 닭고기 요리를 좋아하는 정도는 Table 2와 같이 평균 2.30으로서 "보통 (3.0)" 보다는 훨씬 "좋아한다 (2.0)"에 가까웠으며, '거주지별', '생활비별', '가구주 직업별'에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 그러나 '연령별' 그룹간에는 유의성 ($P <$

Table 2. Degree of preference of chicken dish (n=894)

Classification	Observation	Degree of preference
Age		
20~29	(80)	2.29 ^b
30~39	(494)	2.24 ^b
40~49	(285)	2.32 ^b
above 50	(35)	2.91 ^a
F value		8.13 ^{***}
Residential are		
Large city	(347)	2.27
Medium city	(132)	2.31
Small city	(415)	2.32
F value		0.43
Occupation of the householder		
Agriculture and fishery	(151)	2.29
Self-business	(342)	2.30
Technician and laborer	(14)	2.24
Management	(317)	2.26
Professionals and others	(70)	2.38
F value		0.68
Educational background		
Middle school	(31)	2.71 ^a
High School	(449)	2.33 ^b
College	(373)	2.23 ^b
Graduate school	(41)	2.17 ^b
F value		4.37 ^{**}
Monthly living expense		
Less than 1.0 million won	(29)	2.33
1.0~2.0 million won	(469)	2.28
2.0~3.0 million won	(102)	2.24
More than 3.0 million won	(24)	2.29
F value		0.46
Mean		2.30

*** $P < 0.001$, ** $P < 0.01$.

0.001) 있는 차이를 나타냈다. 빈도수가 많지는 않았지만 '50대 이상'의 그룹에서 2.91 과 '40대' 그룹에서 2.32로서 저 연령층에 비하여 닭고기를 덜 선호하였으며, '학력별' 그룹에 있어서도 '중졸 이하'의 그룹에서 2.71 과 '대학원 이상'의 그룹에서 2.17 을 나타내어, 학력이 높을수록 닭고기의 선호도는 높은 것으로 나타났다. 응답자 수 대

비 백분율을 참조하더라도 50% 내외의 응답자들이 “좋아한다.”라고 응답하였으며 보통 이상에 응답한 주부의 백분율은 모든 그룹에서 90% 이상을 나타내었다.

Table 3에서 보는 바와 같이 ‘닭고기 요리를 먹고자 할 때’는 전체 응답자인 893명 대비 “생닭을 사다가 집에서 직접 조리하여” (79.8%), “패스트푸드점이나 식당 등 외식업체에 주문, 배달하여” (57.4%), “패스트푸드점이나 식당 등 외식업체에 가서” (19.5%), “닭고기 가공품을 사와서 조리하여” (5.9%)의 순서로 나타났다. 아직도 주부

들은 생닭을 사다가 직접 조리하는 비율이 매우 높았으며, 배달을 통한 패스트푸드점의 이용도 급격히 늘어난 것을 알 수 있었다. 그러나 실제로 외식 업체를 이용한다던가 닭고기 가공품을 구매하여 조리하는 경우는 상대적으로 아직도 매우 적은 편으로 나타났다. 특히 나이가 많은 주부일수록 집에서 조리하는 비율이 높았고 (50% 이상) 연령층이 낮은 20~30대 주부들은 배달의 비율이 높았다. ‘학력별’로 구분해본 결과에 있어서도 학력이 높을수록 가정에서의 조리나 배달의 비율이 떨어지는 반면 외식업체를 이

Table 3. Pattern of cooking for chicken dish (choice 1 or more)

(unit: %)

Classification	Total	Cook fresh at home	Delivery	Visit restaurant	Buy FPP	etc
Observation	(893)					
% for total observation		79.8	57.4	19.5	5.9	0.2
Frequency	(1455)	(713)	(513)	(174)	(53)	(2)
% for total frequency	100	49.0	35.3	12.0	3.6	0.1
Age						
20-29	(129)	41.9	41.1	13.2	3.9	0.0
30-39	(804)	49.0	35.8	12.1	3.0	0.1
40-49	(473)	50.5	33.0	11.6	4.7	0.2
above 50	(49)	53.1	32.7	10.2	4.1	0.0
Educational background						
Middle school	(44)	61.4	31.8	4.5	2.3	0.0
High School	(715)	52.2	35.7	9.0	2.9	0.3
College	(632)	44.9	35.9	14.7	4.4	0.0
Graduate school	(64)	45.3	26.6	23.4	4.7	0.0
Residential are						
Large city	(560)	48.0	33.8	14.3	3.9	0.0
Medium city	(404)	47.0	36.1	12.1	4.5	0.2
Small city	(491)	51.7	36.3	9.2	2.6	0.2
Monthly living expense						
Less than 1.0 million won	(465)	52.7	35.1	9.9	2.2	0.2
1.0-2.0 million won	(782)	48.1	36.1	11.6	4.1	0.1
2.0-3.0 million won	(168)	44.0	34.5	17.3	4.2	0.0
More than 3.0 million won	(40)	45.0	25.0	20.0	10.0	0.0
Occupation of the householder						
Agriculture and Fishery	(20)	35.0	40.0	15.0	10.0	0.0
Self-business	(549)	50.5	35.5	11.7	2.4	0.0
Technician and Laborer	(113)	47.8	38.9	10.6	1.8	0.9
Management	(531)	48.2	34.8	11.7	5.1	0.2
Professionals and Others	(242)	49.2	33.5	13.6	3.7	0.0

FPP : Further processed product.

() : Frequency.

용한다거나 특히 가공제품을 구매하는 비율 (4% 이상)이 높은 것을 볼 때에 가공업체 및 외식업체의 주목표 그룹이 누구인가를 알 수 있었다. 중도시의 경우나 대도시의 경우가 역시 외식비율이나 가공품 구매율이 높았으며, 이는 '생활비별'로 분류한 결과와도 일치하여 소득이 많은 가정에서 외식이나 가공품 이용률이 높다고 할 수 있겠다.

Table 4에서 보여주는 것과 같이 닭고기 요리를 먹는 빈도는 평균 2.89 로 한 달에 2번 (3.00)에 근접하였으며, '연령별', '거주지별', '가구주 직업별'에 따라서는 차이가 없었으나, 학력이 높아질수록 ($P<0.05$) 먹는 횟수는 증가하였고 '대학원 이상' 그룹에서는 3.20으로서 2회 이상이었다. 생활비 지출이 많아질수록 ($P<0.01$) 먹는 빈도가 많아지는 현상을 나타내었고 '300만원 이상'의 가구에서는 3.33으로서 2회 이상임을 보여 주었다. 윤 등 (1999)의 발표에 의하면 식육류의 섭취빈도에 영향을 미치는 인자로는 기호도가 우선하는 것으로 보고된 바 있으며, 교육수준이 높을수록, 한끼에 먹는 육류의 양이 많을수록 또한 수입이 높을수록 육류의 섭취빈도는 많은 것으로 조사된 바 있는데, 본 결과와 동일한 추세를 보여주고 있다.

Table 5에서와 같이 "닭고기 요리를 위해 구입하는 닭고기 부위"는 아직도 전체 응답자 (893명) 중 79.7%인 712 명이 "통닭"을 구매한 것으로 응답하여 아직도 닭고기가 "통닭"으로 유통되는 부분이 상대적으로 크다는 것을 알 수 있었고, 약 30% 이상이 되는 주부들은 "부분육"을 구매한 경험이 있는 것으로 조사되었다. 닭고기 "부분육"의 구입이 2.7%로 보고된 자료 (박 등, 1996)와 비교하면 비약적으로 많은 증가를 보인 것으로 생각된다. 따라서 닭고기 구입 선호도가 "통닭"에서 "절단육"으로, "절단육"에서 "부분육"으로 변화하는 소비자들의 요구를 나타내고 있다고 판단된다. 특히 학력이 높을수록 혹은 가구의 생활비 지출이 많은 가정일수록 "부분육" 구매의 증가세는 뚜렷하였다. 소도시일수록 "통닭"의 구매이용 비율은 높았으며, '기능숙련직' 그룹의 가정에서는 "닭날개"나 "닭가슴살"의 구매 비율이 타 그룹과 비교하여 현저하게 높은 것으로 나타나 주목을 끌고 있다.

Table 6에서와 같이 "닭고기를 구입 할 때 중요하게 생각하는 기준"은 "위생, 보관 상태"로 전체 응답자 (893명) 중 602명이 응답 (67.4%)하여 제일 민감한 항목으로 조사되었으며, 다음이 493명 (55.2%)이 응답한 "고기 육질 등 상품의 상태"로 조사되었다. "제조일자 (유통기한)"는 36.7%인 328명이 응답을 하였고 다른 항목으로서는 각각 "가격" (16.2%), "크기 및 무게" (12.1%), "상표" (8.0%)의 순서로 나타났다. 이는 소비자들이 닭고기를 구입할 때

Table 4. Frequency of eating chicken dish per month

Classification	Eating frequency
Age	
20~29	2.86
30~39	2.89
40~49	2.91
above 50	2.71
F value	0.55
Educational background	
Middle school	2.57 ^c
High School	2.86 ^{bc}
College	2.91 ^{ab}
Graduate school	3.20 ^a
F value	3.37 [*]
Residential are	
Large city	2.89
Medium city	2.93
Small city	2.85
F value	0.57
Monthly living expense	
Less than 1.0 million won	2.81 ^b
1.0~2.0 million won	2.87 ^b
2.0~3.0 million won	3.11 ^{ab}
More than 3.0 million won	3.33 ^a
F value	5.31 [*]
Occupation of the householder	
Agriculture and fishery	2.93
Self-business	2.88
Technician and laborer	2.73
Management	2.93
Professionals and others	2.87
F value	0.87
Scale	Observation
1. Eat scarcely	48
2. Once a month	208
3. Twice a month	471
4. Four times a month	128
5. More than 5 times a month	37
Total observation	892
Mean	2.89

** $P<0.01$, * $P<0.05$.

위생상태 및 신선도 등을 제일 중요하게 생각하는 것으로

Table 5. Cut-up chicken that housewife purchase for chicken dish (Choice 1 or more) (unit: %)

Classification	Total	Whole Chicken	Drumstick (Leg)	Wing	Chicken Breast	Gizzard
Observation	(893)					
% for total observation		79.7	39.1	16.8	7.6	6.0
Frequency	(1326)	(712)	(349)	(150)	(68)	(54)
% for total frequency		53.7	26.3	11.3	5.1	4.0
Age						
20~29	(109)	53.2	26.6	13.8	2.8	3.7
30~39	(730)	54.4	26.2	10.8	4.9	3.7
40~49	(434)	53.2	26.0	11.5	4.6	4.6
above 50	(53)	49.1	30.2	11.3	3.8	5.7
Educational background						
Middle school	(44)	56.8	18.2	9.1	2.3	13.6
High School	(662)	56.9	25.7	9.7	3.5	4.2
College	(565)	50.6	27.3	12.4	6.7	3.0
Graduate school	(62)	38.7	27.4	19.4	9.7	4.8
Residential are						
Large city	(520)	52.5	26.0	11.7	6.2	3.7
Medium city	(377)	52.0	26.5	12.5	5.8	3.2
Small city	(436)	55.7	26.1	9.6	3.2	5.3
Monthly living expense						
Less than 1.0 million won	(428)	59.1	25.9	7.7	3.0	4.2
1.0~2.0 million won	(696)	53.4	25.3	11.4	5.6	4.3
2.0~3.0 million won	(169)	42.6	29.0	17.2	8.3	3.0
More than 3.0 million won	(40)	37.5	32.5	22.5	5.0	2.5
Occupation of the householder						
Agriculture and fishery	(20)	45.0	25.0	15.0	5.0	10.0
Self-business	(506)	55.5	26.1	9.9	5.1	3.4
Technician and laborer	(176)	34.7	12.5	28.4	14.8	9.7
Management	(480)	51.3	26.9	12.7	4.6	4.6
Professionals and others	(226)	50.9	27.0	11.9	6.2	4.0

() : Frequency.

알 수 있다. 이에 관한 결과는 이미 10년전에 발표된 자료(윤, 1991)와도 일치할 하고 있다.

또한 연령이 증가할수록 위생에 더욱 많은 관심을 나타내고 있는 것으로 조사되었다. '생활비별'로 구분한 그룹에서는 빈도수 (51)는 많지 않았으나, '300만원 이상' 그룹에서는 "고기 육질 등 상품의 상태" (29.4%)를 가장 중요하게 생각하는 기준으로 나타난 것이 특이하였다. 짐작하건데 고소득 가정에서는 제품의 가격이 다소 높은 고급 점포를 이용하게 됨으로서 위생적인 품질이외에 상품상태

에 많은 관심을 나타내는 것으로 생각할 수 있다. 특히 대다수의 소비자들이 상표를 중요하게 생각하지 않고 구매하는 경향을 보임으로서, 신선육 시장에서는 브랜드의 인식이 확고하게 자리를 잡지 못하고 있는 것으로 생각되며, 또한 개체포장이 아닌 미포장 상태로 판매를 하는 점포가 아직도 대부분을 차지하고 있기 때문인 것으로 풀이된다.

Table 7에서와 같이 "가정에서 조리해 먹는 닭고기 요리"는 전체 응답자 (893명) 중 631명이 "닭도리탕" (70.7%)에, 386명이 "백숙" (43.2%)에, 351명이 "삼계

Table 6. Criteria to purchase fresh chicken (Choice 1 or more)

(unit: %)

Classification	Total	Hygiene and display	Quality and appearance	Exp. date	Price	Size	Brand	etc.
Observation	(893)							
% for total observation		67.4	55.2	36.7	16.2	12.1	8.0	0.3
Frequency	(1750)	(602)	(493)	(328)	(145)	(108)	(71)	(3)
% for total frequency	100	34.4	28.2	18.7	8.3	6.2	4.1	0.2
Residential are								
Large city	(681)	35.2	25.1	18.6	8.8	7.8	4.4	0.0
Medium city	(489)	33.9	28.4	20.0	7.2	5.1	5.1	0.2
Small city	(580)	33.8	31.6	17.8	8.6	5.2	2.8	0.3
Monthly living expense								
Less than 1.0 million won	(574)	34.8	28.7	17.4	9.6	7.5	1.6	0.3
1.0~2.0 million won	(929)	35.1	28.1	18.8	8.1	5.7	4.1	0.1
2.0~3.0 million won	(196)	33.2	26.5	21.9	5.6	3.6	9.2	0.0
More than 3.0 million won	(51)	21.6	29.4	19.6	7.8	9.8	11.8	0.0
Occupation of the householder								
Agriculture and fishery	(27)	22.7	29.6	3.7	22.2	11.1	11.1	0.0
Self-business	(664)	36.7	29.2	18.1	6.0	6.2	3.8	0.0
Technician and laborer	(127)	35.4	26.0	15.0	16.5	5.5	0.8	0.8
Management	(625)	33.9	28.5	20.2	7.8	5.1	4.2	0.3
Professionals and others	(307)	30.9	26.1	20.2	9.4	8.1	5.2	0.0

() : Frequency

탕” (39.3%)에 응답함으로써 전통적인 한국 요리가 주류를 이루었고 “후라이드 치킨” (33.1%), “양념치킨” (19.3%), “닭갈비” (7.2%)가 그 다음 순서로 나타났다. 아직도 튀김류의 요리는 주부들에게 번거롭게 느껴지거나 아니면 쉽게 주문을 할 수 있기 때문으로 생각된다. 하지만 ‘30대’ 그룹의 경우나, ‘대졸’ 그룹의 경우는 “후라이드 치킨”을 조리하는 경우가 다른 그룹보다 다소 높았다. ‘50대 이상’ 그룹과, ‘대학원 이상’ 그리고 ‘300만원 이상’ 그룹에서는 “삼계탕”의 비율이 “백숙”의 비율보다 높아서 두 번째로 많이 먹는 요리로 조사되었다.

Table 8에서 보는 것과 같이 “닭고기 요리의 용도”는 전체 응답자 (893명) 중 473명 (53.0%)이 응답한 “식사대용”, 과 450명 (50.4%)이 응답한 “간식용”이 주된 용도로 나타났으며, “보신용”의 용도에도 346명 (38.7%)이나 응답하였다. 그 외의 “행사용”, “술안주용”, “손님 접대용”, “반찬용”의 용도는 각각 10% 내외의 응답률을 나타냈다. 그룹별로 조사한 자료에 의하면 ‘50대 이상’ 그룹과 ‘농림어업’ 그룹은 식사용도 보다는 “보신용” (각각 36.8%, 27.6%)으로 가장 많이 먹는 것으로 나타났다. 또한 ‘대

졸’ 그룹, ‘200~300 만원’ 그룹에서는 “간식용” (각각 30.7%, 36.1%)으로 가장 많이 먹는 것으로 조사되어 다른 그룹과의 차이를 나타내었다.

닭고기를 먹을 때나 조리할 때 “닭 뼈의 존재 유무의 선호도”에 관한 응답은 Table 9와 같다. 평균값은 1.75로 소비자의 인식도에서는 “있으나 없으나 상관없다.” (2.00)의 항목과 매우 가깝게 나타났는데, 통계처리 결과 다른 항목에서는 유의성이 없었지만 ‘중도시’ 그룹에서 닭고기에 “뼈가 없는 것”을 선호하는 것으로 조사되었다.

가족 중에 “닭고기 요리를 안 먹는 사람”의 구체적인 이유를 묻는 문항에는 전체 응답자 중 구체적인 이유를 선택한 응답 수가 360명으로 조사되었다. Table 10에서와 같이 그의 순서는 “뼈 때문에 번거로워서” (30.6%), “닭고기 냄새” (25.6%), “체질에 안 맞아서” (21.9%), “맛이 없어서” (10.8%), “닭고기 기름” (6.9%)의 순으로 나타났으며, 가공품 제조 회사 입장에서는 뼈 없는 제품을 개발해야 할 필요성이 대두되었다. 일부 양념 치킨점과 닭갈비 전문점에서는 뼈 없는 제품으로 매출의 증가를 보이고 있다는 점에 주목할 필요가 있을 것이다. “닭고기의 냄새” 때문에

Table 7. Preferred chicken dish for family meal (Choice 1 or more)

(unit:%)

Classification	Total	Chopped hot chicken	Boiled chicken soup	Ginseng chicken soup	Fried chicken	Spicy fried chicken	Chicken rib	etc
Observation	(893)							
% for total observation		70.7	43.2	39.3	33.1	19.3	7.2	3.0
Frequency	(1923)	(631)	(386)	(351)	(292)	(172)	(64)	(27)
% for total frequency		32.8	20.1	18.3	15.2	8.9	3.3	1.4
Age								
20~29	(169)	32.5	19.5	17.8	13.6	9.5	4.7	2.4
30~39	(1077)	31.6	18.8	18.8	16.3	9.0	4.0	1.5
40~49	(606)	35.5	22.1	16.5	14.2	8.6	2.1	1.0
above 50	(71)	29.6	22.5	26.5	9.9	9.9	0.0	1.4
Educational background								
Middle school	(61)	34.4	26.2	23.0	6.6	8.2	0.0	1.6
High School	(976)	35.5	20.5	17.8	12.9	9.5	3.2	0.6
College	(807)	29.7	19.2	18.1	19.0	8.4	3.6	1.9
Graduate school	(79)	30.4	19.0	21.5	11.4	7.6	5.1	5.0
Residential are								
Large city	(743)	33.0	19.9	18.3	15.1	8.7	3.8	1.2
Medium city	(515)	31.3	22.7	18.3	14.8	8.3	3.3	1.4
Small city	(675)	33.3	17.9	17.9	15.4	9.5	4.3	1.6

Spicy Fried Chicken and Chicken Rib are the meal menus that developed in Korea.

() : Frequency.

Table 8. Usages of chicken dish (Choice 1 or more)

(unit: %)

Classification	Total	For meal	For snack	Dish For health	For event	With the liquors	For visitor	For side dish
Observation	(893)							
% for total observation		53.0	50.4	38.7	11.5	11.0	9.3	6.3
Frequency	(1609)	(473)	(450)	(346)	(103)	(98)	(83)	(56)
% for total frequency		29.4	28.0	21.5	6.4	6.1	5.2	3.5
Age								
20~29	(146)	30.1	24.7	17.1	3.4	10.3	9.6	4.8
30~39	(902)	28.3	27.3	22.7	7.5	6.5	4.3	3.4
40~49	(504)	31.9	31.0	8.8	5.4	4.4	5.2	3.4
above 50	(57)	22.8	21.1	36.8	5.3	3.5	7.0	3.5
Educational background								
Middle school	(49)	26.5	26.5	28.6	6.1	4.1	8.2	0.0
High school	(806)	30.5	25.8	22.8	5.0	6.7	5.7	3.5
College	(681)	27.9	30.7	20.0	8.2	5.3	4.4	3.5
Graduate school	(73)	32.9	27.4	16.4	5.5	8.2	4.1	5.5

() : Frequency.

Table 9. Opinions about chicken bone

Classification	Opinion about chicken bone?	Classification	Opinion about chicken bone?
Age		Residential area	
20~29	1.87	Large city	1.79 ^b
30~39	1.77	Medium city	1.64 ^a
40~49	1.70	Small city	1.79 ^b
above 50	1.63		
F value	1.98	F value	4.41*
Educational background		Monthly living expense	
Middle school	1.87	Less than 1 million won	1.81
High school	1.79	1~2 million won	1.74
College	1.68	2~3 million won	1.67
Graduate school	1.81	More than 3 million won	2.20
F value	2.19	F value	1.53
Occupations of householder		Scale	Observation frequency
Agriculture and fishery	1.92	1. Prefer without bone.	342
Self-business	1.77	2. Does not matter.	432
Technicians	1.86	3. Prefer with bone.	118
Management	1.75		
Professionals or freelancer	1.66		
F value	1.43		
Total mean	1.75	Total observation	892

*P<0.05.

안 먹는 사람도 두 번째 순위를 나타내어, 가공 중에 위생적으로 처리하여 미생물에 의한 교차오염이나 사료 등으로부터 오염될 가능성이 높은 불쾌취를 없애는 것은 매우 중요한 과제일 것으로 생각된다. '20대' 그룹에서 "닭고기 냄새" (30.2%), '200-300만원' 그룹과 '기능숙련직' 그룹에서는 "체질에 안 맞아서" (각각 35.9%, 39.1%)가 안 먹는 가장 큰 이유로 나타남으로서 상당히 많은 사람들이 닭고기를 체질과 연관지어서 기피하고 있는 현상은 주목해야 할 줄로 안다. "닭고기의 냄새"를 기피하는 경우도 '사무기술직' (28.7%)이나 '전문자유직' (33.3%) 그룹으로 나타나, 다른 그룹들보다는 다소 높은 경향을 보여 주었다. 보고된 바와 같이 (Richardson et al., 1994) 이미 영국에서는 쇠고기 및 돼지고기 등 육류의 소비가 줄어들고 있으며 소비자들은 식품의 표기사항을 식육과 관련된 제품의 선택기준으로 삼고 있다는 것에 주목할 필요가 있다.

2. 닭고기 소비를 위한 외식업체 이용 실태

닭고기 요리를 먹기 위해 "외식 (배달 포함)을 하는 회

수"에 대한 응답은 Table 11에서와 같다. 닭고기를 먹기 위한 외식회수는 월 평균 1-2회 사이로 나타났으며 나이가 젊을수록, 혹은 학력이 높을수록 외식 빈도가 높아지는 경향을 보여주었다 (통계적 유의차이는 없음). 또한 '소도시' 그룹이 '대, 중도시' 그룹보다 외식빈도가 미미하나마 높은 것으로 조사되었으며, '생활비별'에 의한 차이는 '200-300만원' 그룹이 가장 높았고 '100만원 이하' 그룹이 가장 낮았다 (P<0.01). '가구주 직업별'에 의한 차이 역시 통계적인 유의성은 없었으나 '농림어업' 그룹이 '전문자유직'에 속하는 그룹보다 다소 높은 경향을 나타내었다.

외식으로서 닭고기를 먹을 경우 가족들이 먹는 "식사 메뉴"는 Table 12에서와 같이 압도적으로 "후라이드 치킨" (69.4%) 이나 "양념치킨" (57.4%)이 많았으며 기타의 다른 식사 메뉴들은 모두 20%미만이였다. 특히 "삼계탕", "닭도리탕", "백숙"과 같은 전통적인 한국식 요리는 그 빈도가 매우 낮게 나타나는 것으로 보아 닭고기 요리에서 선호도가 매우 낮아졌음을 알 수 있었다. 그러나 최근 몇 년

Table 10. Reason why your family do not eat chicken dish (Choice 1 or more) (unit: %)

Classification	Total	Cause of bone	Hate chicken odor	Cause of physical reason	Bad taste	Cause of chicken fat	etc.
Observation	(893)						
% for total observation		12.3	10.3	8.8	4.4	2.8	1.7
Frequency	(360)	(110)	(92)	(79)	(39)	(25)	(15)
% for frequency	100	30.6	25.6	21.9	10.8	6.9	4.2
Age							
20~29	(43)	25.6	30.2	23.3	11.6	7.0	2.3
30~39	(196)	30.1	26.0	23.0	10.7	5.6	4.6
40~49	(104)	33.7	25.0	20.2	8.7	7.7	4.8
above 50	(17)	29.4	11.8	17.6	23.5	17.6	0.0
Educational background							
Middle school	(12)	58.3	25.0	8.3	8.3	0.0	0.0
High school	(163)	28.8	27.0	25.8	9.8	6.1	2.5
College	(169)	28.4	24.3	20.1	12.4	8.3	6.5
Graduate school	(16)	50.0	25.0	12.5	6.3	6.3	0.0
Residential area							
Large city	(151)	33.1	26.5	19.2	9.3	8.6	3.3
Medium city	(88)	23.9	26.1	25.0	12.5	5.7	6.8
Small city	(121)	32.2	24.0	23.1	11.6	5.8	3.3
Monthly living expense							
Less than 1 million won	(94)	31.9	21.3	18.1	17.0	8.5	3.2
1~2 million won	(215)	31.6	29.8	20.9	9.3	5.1	3.3
2~3 million won	(39)	17.9	15.4	35.9	5.1	12.8	12.8
More than 3 million won	(12)	41.7	16.7	25.0	8.3	8.3	0.0
Occupations of householder							
Agriculture	(8)	75.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0
Self-business	(139)	30.9	22.3	25.9	9.4	6.5	5.0
Technicians	(23)	26.1	13.0	39.1	8.7	13.0	0.0
Management	(136)	30.1	28.7	17.6	13.2	7.4	2.9
Professionals	(54)	25.9	33.3	16.7	11.1	5.6	7.4

() : Frequency.

간 많은 한국식 식당들이 “춘천 닭갈비” 메뉴를 개발했는데 전체의 14.2%가 응답을 하여 유일하게 한국식 메뉴로서 성공적인 약진을 한 것으로 조사되었다. ‘연령별’로 분류해 본 응답자들의 결과 역시 예상대로 ‘50대 이상’ 그룹은 “후라이드 치킨” 혹은 “양념치킨”의 선택 비율이 낮은 대신 “삼계탕”이나 “닭도리탕”의 메뉴를 선호하는 경향을 보였으며 고소득층의 경우에 다소 “후라이드 치킨”이나 “양념치킨”의 선호도가 떨어졌고, ‘200~300 만원’ 그룹

은 다른 그룹에 비해서 “너겟”의 선호도가 높은 경향을 보여 주었다. 선택한 응답자 수는 매우 적었지만 ‘농림어업’ 그룹은 “후라이드 치킨”이나 “양념치킨”의 선택 비율보다는 한국식 전통메뉴를 선호하였으며 ‘사무기술직’이나 ‘기능숙련직’ 그룹은 “춘천 닭갈비”의 메뉴를 선호하는 것이 눈에 띄었다. 기타 “치킨 샐러드”, “핫윙”, “버팔로윙”과 같은 메뉴는 식사로서 인식하지 않고 있는 한국식 사고 방식 때문에 선호도가 5% 내외로서 상당히 낮게 조사되었

Table 11. Frequency to dine out for chicken dish

Classification	Observed frequency	Mean value for dining-out	Classification	Observed frequency	Mean value for dining-out
Age			Residential area		
20~29	(80)	2.54	Large city	(347)	2.33
30~39	(489)	2.38	Medium city	(246)	2.33
40~49	(284)	2.30	Small city	(294)	2.40
above 50	(34)	2.09			
F value		2.54	F value		0.56
Educational background			Monthly living expense		
Middle school	(31)	2.10	Less than 1 million won	(297)	2.28 ^b
High school	(443)	2.32	1~2 million won	(464)	2.34 ^{a,b}
College	(372)	2.39	2~3 million won	(102)	2.64 ^a
Graduate school	(41)	2.63	More than 3 million won	(24)	2.42 ^{a,b}
F value		2.59	F value		4.04 ^{**}
Occupations of householder			Observation	frequency	
Agriculture	(14)	2.50	1. Eat scarcely	162	
Self-business	(338)	2.38	2. once a month	337	
Technicians	(69)	2.35	3. twice a month	317	
Management	(316)	2.40	4. 4 times a month	53	
Professionals	(150)	2.21	5. more than 5 times a month	18	
F value		1.19			
Mean		2.36	Total Observation	887	

** P<0.01.

Table 12-1. Preferred cook of chicken when the family dine out (Choice 1 or more)

(unit: %)

Classification	Total	Fried chicken	Spicy fried chicken	Ginseng chicken soup	Nugget	Chuncheon chicken rib
Observation	(893)					
% for total observation	100	69.4	57.4	19.5	14.9	14.2
Frequency	(1898)	(620)	(513)	(174)	(133)	(127)
% for total frequency	100	32.7	27.0	9.2	7.0	6.7

() : Frequency.

Table 12-2. Preferred cook of chicken when the family dine out (Choice 1 or more)

(unit: %)

Classification	Total	Chopped hot chicken	Hot wing	Boiled chicken soup	Chicken salad	Buffalo wing	etc
Observation	(893)						
% for total observation	100	11.5	7.2	6.7	5.7	5.0	0.9
Frequency	(1898)	(103)	(64)	(60)	(51)	(45)	(8)
% for total frequency	100	5.4	3.4	3.2	2.7	2.4	0.4

() : Frequency.

Table 13-1. Preferred restaurant when family eat out for chicken (Choice 1 or more) (unit: %)

Brand main dish	Total	KB-1 Spicy fried	FB-1 Fried	KB-2 Spicy fried	KB-3 Fried	FB-2 Fried
Observation	(893)					
% for total observation	100	36.6	32.8	27.3	18.4	16.5
Frequency	(1621)	(327)	(293)	(244)	(165)	(148)
% for total frequency	100	20.2	18.1	15.1	10.2	9.1

KB : Korean brand restaurant, FB : Foreign brand restaurant, Fried : fried chicken.

() : Frequency.

Table 13-2. Preferred restaurant when family eat out for chicken (Choice 1 or more) (unit: %)

Brand Main Dish	Total	KB-4 Hamburger fried	KB-5 Traditional Korean restaurant	KB-6 Chicken rib	FB-3 Hamburger	etc.
Observation	(893)					
% for total observation	100	15.1	12.9	11.4	8.1	2.1
Frequency	(1621)	(135)	(115)	(102)	(73)	(19)
% for total frequency	100	8.3	7.1	6.3	4.5	1.2

KB : Korean brand restaurant, FB : Foreign brand restaurant, Fried : fried chicken.

() : Frequency.

다.

이는 “어느 외식업체를 선택하는가?” 라는 질문에서도 역력히 나타나는데 Table 13에서와 같이 상위 5개사 (KB-1, FB-1, KB-2, KB-3, FB-2) 모두 튀김류 (“후라이드 치킨” 혹은 “너겟”)를 취급하는 업체였다. 선택을 한 응답자 수에 의한 결과는 한국식 브랜드인 KB-1이 외국브랜드인 FB-1보다 다소 앞서 있어서 1위를 차지하였고 그 뒤를 KB-2, KB-3, FB-2의 순으로 조사되었다. ‘50대 이상’ 그룹을 제외하고는 ‘연령별’로 큰 차이를 보이지 않았으나 ‘학력별’로 구분해 본 결과는 외국의 후라이드 치킨 취급 브랜드가 ‘대졸’ 혹은 ‘대학원 이상’ 그룹 경우 매우 높은 것으로 조사되었다. ‘소도시’ 그룹에서는 점포의 분포도가 낮은 관계로 FB-1 혹은 FB-2의 경우 상대적으로 선호도가 떨어지는 경향이였다. 소득이 낮을수록 한국식 브랜드를 이용하는 빈도수가 높았고 소득이 높을수록 외국브랜드의 이용 빈도가 높게 나타났는데, 이는 가격 차이 혹은 제품에 대한 신뢰도 때문으로 생각된다. ‘전문자유직’ 혹은 ‘사무기술직’ 그룹의 경우 역시 외국브랜드의 선호도가 높았으며 ‘자영업’과 ‘기능숙련직’ 그룹에서는 상대적으로 낮게 나타났다. 국내 외식업체의 경우나 외국브랜드라 할지라도 메뉴에 햄버거와 병행해서 판매하는 경우에는 이용빈도가 낮게 조사되었으며, 선택 빈

도는 “전통 한식” (12.9%), “춘천닭갈비” (11.4%) 등과 큰 차이를 보이지 않았다.

요 약

닭고기는 전반적으로 모든 연령층에서 좋아하는 것으로 나타났고, 특히 젊은 주부가 있는 가정이나 고학력 주부의 가정에서 선호되고 있는 것으로 나타났다. 닭고기 요리를 먹는 빈도는 평균 2.89로 한 달에 2번 (3.00)에 가까웠으며, 닭고기 요리를 좋아하는 정도는 평균 2.30으로 “좋아한다 (2.00)”의 점수를 조금 상회하는 것으로 조사되었다. ‘50대 이상 (2.91)’과 ‘40대 (2.32)’ 그룹은 저 연령층에 비해 닭고기를 덜 선호하며, 학력이 높을수록 (중졸 이하 2.71, 대학원 이상 2.17) 닭고기의 선호도가 높다. 한편 닭고기 요리를 먹기 위해 외식업체를 이용하는 것과 닭고기 가공품을 구매하여 조리하는 경우는 아직도 매우 적은 편이다. 닭고기 요리를 먹기 위해 나이가 많은 주부일수록 집에서 조리하는 비율이 높고, 20~30대 주부들은 배달을 하여 소비하는 비율이 높았다. 아직도 닭고기는 “통닭 (79.7%)”으로 유통되는 부분이 크며, 약 30%의 주부들이 “부분육”을 구매한 경험이 있는 것으로 나타났다. 닭고기

의 구입 선호도는 “통닭”에서 “절단육”으로, “절단육”에서 “부분육”으로 빠르게 변화하고 있는 것을 알 수 있었다. 닭 고기를 구입할 때 가장 중요하게 생각하는 기준은 “위생, 보관 상태 (67.4%)”로 위생상태 및 신선도 등을 제일 중요하게 생각하며 “고기 육질 등 상품의 상태 (55.2%)”, “제조일자 (36.7%)”, “가격 (16.2%)”, “크기 및 무게 (12.1%)”, “상표 (8.0%)” 등이 그 다음 순서로 나타났는데, 주부의 연령이 증가할수록 위생에 더욱 많은 관심을 나타내고 있었다. 가정에서 조리하여 먹는 닭고기 요리는 “닭도리탕 (70.7%)”, “백숙 (43.2%)”, “삼계탕 (39.3%)”, “후라이드 치킨 (33.1%)”, “양념치킨 (19.3%)”, “닭갈비 (7.2%)” 순으로 나타났으며 전통적인 한국 요리가 주류를 이루고 있다. 닭고기 요리를 먹기 위해 외식 (배달 포함)을 하는 횟수는 월 평균 1~2회 사이로 나타났으며 나이가 젊을수록, 학력이 높을수록 외식 빈도가 높아지는 경향을 보여준다. 가족이 함께 외식으로 닭고기 요리를 먹을 때 압도적으로 “후라이드 치킨 (69.4%)”과 “양념치킨 (57.4%)”을 많이 먹으며 다른 메뉴는 모두 20% 미만이다. “삼계탕”, “닭도리탕”, “백숙”과 같은 전통 한국 요리는 선호도가 매우 낮아졌으나 최근 “춘천 닭갈비 (14.2%)”는 한국식 메뉴로 성공적으로 약진한 것을 알 수 있었다. ‘전문자유직’ 과 ‘사무기술직’ 그룹에서도 외국의 브랜드를 선호하는 경향이 뚜렷하였으며 ‘자영업’ 과 ‘기능숙련직’ 그룹에서는 상대적으로 낮게 나타났다.

(색인어 : 닭고기, 소비자 인식도, 소비행태, 외식)

인용문헌

- Chitwood H 1999 선진계육산업 한국계육협회 p15-29.
- Harrington G 1994 Consumer demands: major problem facing industry in a consumer driven society. Meat Science 36:5-18.
- Rabobank 1998 Forecast value added growth in poultry meat.
- Richardson N J, MacFie HJH, Shepherd R 1994 Consumer attitudes to meat eating. Meat Science 36:57-65.
- SAS User's Guide. 1996. Statistical Analysis System, SAS Inst. Inc, Cary, NC.
- 농업협동조합 2000 축산물가격 및 수급자료.
- 박수일 김순이 김정혜 1996 닭고기 소비 행태에 관한 조사 한국계육협회.
- 윤계순 우자원 1999 한국인의 육류 음식에 관한 의식 구조 및 이용 행동, 한국식품영양학회지 28:246-256.
- 윤효직 1991 닭고기 소비 조사 한국육계산업발전협의회 p42 허덕 신승열 전상근 2000 농업전망 2000 한국농촌경제연구원 p240-252.
- 이계임 최지현 이철현 안병일 1999 육류 소비 구조의 변화와 전망 한국농촌경제연구원 p9-22.
- 임재선 2000 닭고기산업. 식품저널 6:33-40.