

장기적인 계획하에 육류중 가장 건강에 이롭고 고급스러운 고기로 포지셔닝해야...



장영학 팀장
(주)제너시스 홍보팀

1. 현황

미국 농무부에서 집계한 국가별 1인당 닭고기 소비량 자료에서 2000년대 이후 자료를 살펴보면, 우리나라는 닭 한 마리를 1kg 기준으로 했을 때 연간 10kg 즉, 10마리 정도를 소비하고 있다. 자료에 따르면 서양의 경우 40~50마리이고, 아시아 국가는 15~20마리 정도였다.

육식 요리가 발달한 서양이 여전히 육류 소비량에서 아시아 국가들 보다 앞서고 있지만 주목할 만한 점은 우리나라의 육류 소비 형태가 다소 기형적이라는 점이다. 예를 들어 미국대비 우리나라의 소, 돼지, 닭고기 소비량을 비교해 보면 각각 21%, 73%, 26%를 소비하고 있다. 유난히 돼지고기로 집중되어 있는 셈이다. 그렇다면 왜 닭고기와 소고기는 소비량이 떨어질까?

2. 원인/진단

답은 간단하다. 돼지고기로 만든 '삼겹살'과 '돼지갈비'의 벽을 뛰어 넘을 만한 대표 메뉴가 없다는 점이다. 더불어 돼지고기집은 가격과 접근성 면에서도 완벽하게 우위를 지키고 있다. 삼겹살 1인분에 3천원 하는 집이 있는가 하면 웬만한 유흥 상권에서 가장 많은 곳이 삼겹살집 아닌가? 치킨, 삼계탕, 닭갈비... 고기 자체는

저렴하지만 판매 메뉴의 객단가는 사실상 돼지고기보다 비싼 경우도 있다. 소고기는 가격에 있어서 만든 아직까지 경쟁력이 없다. 게다가 돼지고기는 주류, 특히 우리나라 사람들이 가장 많이 마시는 '소주'와 상호 시너지를 일으키고 있다. 이와 비슷한 효과로 '맥주와 치킨'을 들 수 있으나 '돼지고기와 소주' 조에 비할 바가 못된다.

3. 소비촉진 방법

그렇다면 어떻게 해야 닭고기 소비량을 늘리는데 도움이 될까?

이는 시장 자체의 구조와 국민의 식습관을 바꿔야 하는 문제인 만큼 간단한 아이디어로 해결될 일이 아니다. 문제는 시간이 해결해 줄 수 있도록 지금부터 철저히 준비해야 한다는 말이다. 말하자면, 닭고기를 장기적인 계획하에 육류중 가장 건강에 이롭고 고급스러운 고기로 포지셔닝 해나가야 한다. 실제로 선진국의 경우 시간이 갈수록 닭고기 소비량은 늘어나고 있으며 다른 육류와 순위를 바꿔가고 있다.

더불어 오랜 시간동안 진행시켜야 하는 일인만큼 성인층 보다는 지금 자라나고 있는 어린이들과 청소년들에게 적극적으로 어필할 필요가 있다. 요즘은 대부분 초등학교에서 급식을 실시하니 닭고기를 이용한 맛깔스러운 반찬과 요리류를 개발해 공급하고, 닭고기의 우수성에 대한 캠페인을 장기적으로 펼쳐야 한다. 영양학적으로 3低1高인(고단백, 저지방, 저콜레스테롤, 저칼로리) 닭고기가 다른 육류보다 교사와 학부모의 지지를 받을 가능성이 더 높지 않겠는가?C

