

2020 닭고기 소비자의 소비실태 및 의향조사 연구

배형호*, 김원호*, 손지용*, 신정섭*, 하지혜*,

*국립축산과학원

e-mail: bae0887@korea.kr

A Study on the Consumption Status and Intention of Chicken Consumer's in 2020

Hyung-ho Bae*, Won-ho Kim* Ji-yong Son*, Jeong-seop Shin*, Ji-hye Ha*,

*National Institute of Animal Science. Rural Development Administration

요약

국내 연간 닭고기 소비량은 점점 증가하는 추세이다. 본 연구는 농촌진흥청 국립축산과학원에서 수행한 가금육 소비자조사 결과를 바탕으로 소비자들의 닭고기 소비 행태, 구입관련 행동의 변화를 분석함으로써 닭고기 소비 활성화 방안을 모색해 보고자 수행했다. 2014년부터 2020년까지 3년마다 3회에 걸쳐 수도권과 특·광역시, 지방도청소재지 소비자를 대상으로 면접조사를 시행했다. 2020년에는 코로나19의 영향으로 인터넷 면접조사 및 개별면접(전화) 방식으로 수행되었다. 수집된 자료는 통계패키지인 SPSS(Statistics for Social Science) for Win에 의해 분석 했다. 그 결과 닭고기 취식빈도는 전체가구의 70.7%가 가정에서, 일반성인의 49.2%가 가족 외 외식으로 주1회 이상 닭고기를 취식하고 있으며, 2014년 이후 꾸준히 증가했다. 연간 닭고기 소비량은 2017년 대비 약 1.20kg 증가한 15.77kg으로 나타났다. 닭고기 구입 장소는 주로 대형할인점 이용이 많고, 2017년 대비 인터넷 쇼핑몰이 크게 증가했다. 향후 닭고기는 닭 한 마리 전체와 부분육 소비 모두 증가가 예상되나 부분육 소비 증가가 두드러질 것으로 예상된다. 닭고기의 소비활성화를 위해서는 품질개선(신선도 및 위생관리, 유통/판매방식 개선), 조리법 개발(색다른 요리법, 간편한 제품 등)등이 필요하다.

1. 서론

축산물 소비와 관련된 소비자 조사는 2012년 한우, 2013년 돼지, 2014년 닭·오리고기 부분의 마케팅 및 연구 전략 마련을 위한 기초 사업의 일환으로 소비자의 축산물 소비실태 및 의향조사를 목적으로 수행되었다. 이후 3개년마다 조사를 실시했으며, 금년에는 가금육(닭, 오리고기) 소비량, 구입관련 행동 및 인식 등을 조사했다. 특히 올해는 코로나19로 인한 소비량 및 이에 따른 구입 장소 등의 변화를 추가했다.

본 연구는 특히 닭고기에 대한 소비실태 및 인식변화를 점검하여 가금육 발전과 농가소득을 증진시키고, 생산·소비환경에 대응하기 위해 미래 가금연구 개발 전략을 수립하고자 수행되었다.

2. 조사방법

2.1 연구대상 및 설문지 구성

본 연구는 2020년 6월 30일~7월 24일(코로나19의 영향으로 온라인조사)에 걸쳐 가정 내 소비와 관련

하여 전국에 거주하는 20~69세 주부 및 1인가구 600명과 가정 외 외식소비 전국 20~69세 성인남녀 500명을 대상으로 정형화된 질문지에 의한 인터넷 조사 및 개별전화면접(성별, 연령별, 지역별 임의표본할당)을 병행했다. 아울러 30~45세와 46~59세 주부2그룹, 30~49세 남자 직장인을 1그룹으로(그룹당 6~8명을 성별, 연령별, 임의표본할당) FGI(Focus Group Interview)를 실시했다. 조사에 사용된 설문지는 닭고기 소비량, 구입 관련 행동 및 인식과 관련된 문항으로 구성하였다.

3. 결과

3.1 닭고기 소비형태

조사대상 전체가구의 약 70.7%가 가정에서 일반성인의 49.2%가 가족 외 외식으로 주1회 이상 닭고기를 취식하고 있으며, 취식빈도는 2014년 이후 꾸준히 증가하고 있다. 닭고기는 배달, 가정 내 조리, 외식, 간편식 순으로 소비 비중을 보이고 있으며, 코로나19의 영향으로 외식은 크게 감소한 반면, 가정 간편식을 포함한 가정 내 소비 비중은 큰 폭으로 상승했다.

[표 1] 닭고기 취식빈도

단위 : %	가정 내 취식빈도			가정 외 외식 취식빈도		
	2014년	2017년	2020년	2014년	2017년	2020년
주 3회 이상	15.5	19.1	20.9	8.9	13.9	12.9
주 1~2회	37.1	46.1	49.8	25.2	33.6	36.3
월 1~3회	39.1	25.8	25.0	41.2	33.7	37.1
월 1회 미만	8.3	9.0	4.3	24.6	18.8	13.6

[표 2] 가정 내 닭고기 소비 비중

단위 : %	가정 내 닭고기 상환별 소비 비중			
	2014년	2017년	2020년	
가정 내 취식	가정 내 준비 가정 간편식	45.7	39.4	33.2
	배달 외식	36.3	35.1	35.7
		18.0	25.5	16.9

우리나라 연간 닭고기 소비량은 2017년 대비 약 1.20kg 증가한 15.77kg인데¹⁾ 가정 내 소비는 증가한 반면 가정 외 외식 소비는 소폭 감소하고 가정 내 소비의 경우 생닭 보다는 가공식품, 즉석 조리식품(가정 간편식)을 통한 소비증가가 두드러지게 나타났다.

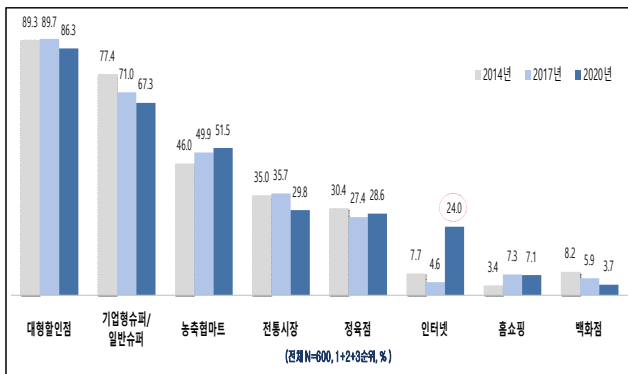
[표 3] 연간 1인당 총 소비량(kg)

연간 1인당 총 소비량 (kg)		2014년	2017년	2020년	소비량 GAP ('20년-'17년)
가정 소비	가정 내 소비	5.86	6.29	7.19	0.90
	가정 외식	3.17	4.23	4.54	0.31
	가정 합계	9.03	10.52	11.73	1.21
가정 외 외식		3.41	4.05	4.03	-0.02
합계		12.44	14.57	15.77	1.20

3.2 닭고기 구입관련 행동

닭고기를 주로 구입하는 장소는 대형할인점에서 86.3%로 가장 많이 구입하며 다음은 기업형/일반수퍼(67.3%) 등이며, 2017년 대비 대형할인점, 백화점, 전통시장 이용률은 감소한 반면 인터넷 쇼핑몰 이용이 크게 증가했다.

[그림 1] 닭고기 주요 구입장소



1) 2020 농업전망에 따르면, 닭고기 1인당 소비 가능량은 2019년 14.5kg, 23년 15.5kg, 28년 16.4kg 임 (한국농촌경제연구원)

3.3 닭고기 소비전망

향후 닭고기는 닭 한마리 전체 소비와 부분육 소비 모두 증가가 예상되며 특히 부분육의 소비증가가 클 것으로 본다.

[표 4] 닭고기 소비예상

단위 : %	닭 한 마리 전체			닭 부분육		
	2014년	2017년	2020년	2014년	2017년	2020년
증가 예상	26.3	14.8	15.4	37.0	59.0	32.8
감소 예상	6.1	8.3	10.8	15.8	1.7	3.3

3.4 코로나19로 인한 소득·소비변화

코로나19 발생 이후 가구 중 36.4%가 소득이 감소한 것으로 나타났고, 축산물 소비의 경우 가정 내 소비는 증가한 반면 외식소비는 크게 감소했다.

[표 5] 가구소득변화 및 소비변화

단위 : %	50% 이상 감소	0% ~ 50% 감소	변화 없음	증가
코로나19 발생 이후 가구 소득 변화	6.4	30.0	58.2	5.4

단위 : %	가정 내 소비	가족 외식	가족 외 외식
매우 증가	4.2	1.1	1.3
증가	24.3	9.5	9.1
변화 없다	54.9	41.6	45.0
감소	14.9	33.9	30.4
크게 감소	1.6	14.0	14.3

닭고기와 돼지고기의 소비는 증가한 반면, 수입 소고기와 수입 돼지고기 소비는 감소했다.

[표 6] 코로나19이후 축산물 소비량 변화

단위 : %	코로나19 이후 축산물별 소비량 변화			향후 축산물별 소비량 변화		
	증가	비슷	감소	증가	비슷	감소
한우	21.0	54.8	24.2	10.9	70.4	18.7
수입 소고기	15.9	58.7	25.4	10.4	73.6	16.0
국산 돼지고기	35.2	50.5	14.3	21.6	66.2	12.2
수입산 돼지고기	10.9	62.3	26.8	7.1	74.6	18.3
닭고기	30.7	57.7	11.6	19.8	69.9	10.3
오리고기	16.8	64.9	18.3	14.3	69.8	15.9

3.5 닭고기 소비 활성화 방안

닭고기의 소비확대를 위해서는 품질, 건강위해성, 신선도(위생관리)와 유통/판매방식, 소포장 등의 개선이 필요하다. 또한 닭 가슴살과 같은 비선호 부위를 활용한 색다른 요리법이나 다양한 제품개발은 닭고기 소비 증대에 긍정적 작용을 할 것이다.

참고문헌

[1] 한국농촌경제연구원, “2020 농업전망”,