

닭고기의 가공과 소비



윤 영 찬

천호인티(주) 육가공사업 본부장

1. 닭고기의 장점

국민소득이 증가함에 따라 곡류중심의 식생활방식에서 육류소비가 증가하는 형태로 바뀌어 가고 있다. 그러나 현실적으로 보면, 육류자원이 부족한 형편이라서, 외국에서 쇠고기를 비싸게 수입하였고, 국내에서 기르는 가축이라 할지라도 수입사료에 의존하여 육류를 생산하고 있다.

현재 생산비의 용이상을 차지하고 있는 사료를 90%이상 수입하고 있는 한국의 실정으로 볼 때, 사료효율을 높여야만 생산비를 절감할 수 있다.

이런면에서 보면, 닭고기는 쇠고기의 사료요구를 6.7%, 돼지고기 3.4%에 비하면 2 : 1로서 2~3배씩이나 높은 생산성을 가지고 있음을 알 수 있다. 이는 국민이 닭고기를 많이 먹을 때 외화 절약의 일익을 담당할 수 있다는 사실을 말해준다.

뿐만 아니라 닭고기의 영양적인 면에서 보면, 쇠고기나 돼지고기보다 단백질이 많이 가지고 있고, 저지방식품으로 칼로리를 적게 내므로 뚱뚱한 사람이 다이어트식품으로 이용하고 있다(표 1 참조).

이런점을 감안한 미국인은 우리나라의 8배의 닭고기를 소비하고 있다. 특히 닭고기껍질에는 콜라겐이 많아 피부막보호에 기여하고, 불포화지방산, 포화지방산 농도 균형적으로 들어 있어서 피부미용효과가 있다. 이 불포화지방산은 쇠고기나 돼지고기에 비해 닭고기에 많이 들어 있고, 혈중콜레스테롤의 운반작용을 강화하여, 콜레스테롤의 농도를 저하시킨다는 사실이 인정되어 치료

표. 주요축산물의 조성분 (100g당)

구 분	칼 로 리	지 방 %	단백질 %
닭고기정육	122	1.7	24.9
통 닭	135	5.0	21.0
쇠 고 기	146	6.1	21.0
돼 지 고 기	279	22.9	16.7
계 란	156	11.2	12.7

제로도 쓰이고 있다. 여기에 연유하여 소화흡수력도 좋으며, 돼지고기나 쇠고기보다 콜레스테롤이 15%정도 적게 들어 있다. 그 외에 비타민류도 상당히 많이 들어있고, 유전학적인 연구에 의해 육질이 우수하고 살부침이 좋은 닭고기를 생산하여 맛을 증대시키고 있다.

2. 육류소비현황과 닭고기

표 2에서 보는 바와 같이, 국민 식생활에 있어서 1인당 공급단백질의 구성비는 1975년에 전체 단백질 섭취량 중 육류단백질이 4.5%였으나, 1984년에는 9.10%로 2배나 증가했다. 반면에 식물성 단백질은 1975년에 78.6%였으나, 1984년에는 68.4%로 19%정도 비율이 낮아지고 있다. 미국의 1982년 1인당 1일 단백질구성비는 동물성이 72%를, 식물성이 34.7%로서 한국과 대조를 이루고 있다.

표 2. 국민 1인 1일당 공급단백질 구성비

단위 : %

	육 류	동물성단백질		식물성단백질	계
		축산물소계(육류포함)	동물성계		
1975년	4.50	6.84	21.33	78.62	100
1980년	8.44	12.90	27.83	72.62	100
1984년	9.10	14.46	31.62	68.38	100

한국농촌경제연구원, 1984, 식품수급표

표 3. 국민 1인당 축육소비량

단위 : kg

	1965년	1970년	1975년	1980년	1985년
쇠 고 기	0.95	1.18	1.99	2.62	2.90
돼 지 고 기	1.94	2.62	2.80	6.34	8.40
닭 고 기	0.50	1.43	1.57	2.38	3.10

농수산 통계연보, 1985

이는 선진국에서 육류소비를 많이 하고 있다는 증거이며, 바람직한 형태는 50%씩 균형을 이루는 것이므로 한국에서는 고기소비를 한층 증가시켜야 할 것이다.

표 3은 국민 1인이 1년동안 소비하는 육류소비량을 나타내고 있다. 표에서 보는 바와 같이 1965년에 국민 1인당 쇠고기 소비량이 0.95kg이던 것이 1985년도에 2.9kg에서 3.1kg으로 무려 6.2배나 증가하였다. 그러나 미국, 일본, 대만에 비하면 아직도 그 소비량이 적다.

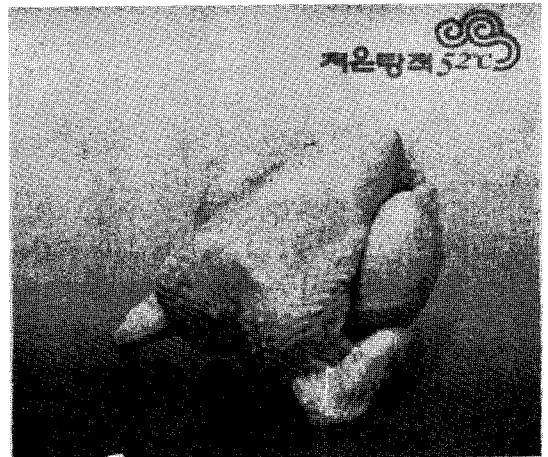
표 4. 1984년도 외국과 육류소비량 비교

(kg/1인/1년)

	한 국	일 본	대 만	미 국
쇠 고 기	2.6(19%)	6.1(20%)	1.5(3%)	49.0(48%)
돼 지 고 기	8.4(60%)	14.2(47%)	34.0(70%)	30.0(29%)
닭 고 기	3.0(21%)	10.1(33%)	13.1(27%)	24.1(23%)
계	14.0(100%)	30.4(100%)	48.6(100%)	103.1(100%)

축협중앙회 조사자료 86-1.

표 4에서 보는 바와 같이 1984년의 일본인의 1인당 닭고기 소비량은 10.1kg으로 우리나라 3.0kg에 비해 3.3배, 대만은 13.1kg으로 4.4배, 미국은 24.1kg으로 8배나 많이 소비하고 있다. 이에 반해 쇠고기는 우리나라의 2.6kg에 비해 일본이 6.1kg으로 2.3배, 대만이 1.5kg으로 0.6배, 미국이 49kg으로 19배를 소비하고 있다. 대만의 경우 총육류 소비량 48.6kg에 비해 쇠고기는 3%를 차지하고 있



고, 일본은 30.4kg에 비해 20%, 미국은 103.1kg에 비해 48%, 한국은 14kg에 비해 19%를 차지하고 있어 소득수준이 높은 나라일수록 육류중에서 쇠고기가 차지하는 비율이 높아지고 있으나 대만은 예외로 상당히 낮은 편이다. 한국의 경우 돼지고가 차지하는 비율이 총육류 14kg에 대비해 볼 때 60%로써 닭고기나 쇠고기가 차지하는 비율보다 월등히 높다.

표 5. 국민 1인당 축육 예상소비량

단위 : kg				
	1981년	1985년	1991년	2001년
쇠 고 기	2.4	3.0	4.3	6.4
돼 지 고 기	5.4	8.4	8.7	11.6
닭 고 기	2.4	3.0	4.5	6.7
계	10.2	14.4	17.6	24.7

KREI 연구보고 108, 1985.

표 5에 의하면, 1985년 1인당 닭고기 소비량 3.0kg에서 1991년에 1.5배 증가하여 4.5kg, 2001년에 6.7kg으로 1985년에 비해 2.2배 증가할 것으로 보인다. 쇠고기도 비슷한 추세로 증가할 것으로 보고 있으나 돼지고기는 다소 둔화되어 1985년 8.4kg에서 1991년에 1.5배 증가하여 8.7kg, 2001년에는 '85년에 비해 2.2배 증가할 것으로 보고 있다. 그러나 2001년에 가서도 일본의 1984년 수준 총육류량 30.4kg에도 못미치는 24.7kg으로 보고 있다. 앞으로 닭고기를 건강식품으로 대대적인 홍보를 할 때, 소비증대의 큰 변수요인으로 작용할 수 있다.

3. 육가공품의 생산현황

초기 우리나라 육가공시장은 소시지가 주종을 이루었으나 1980년을 전후하여 햄, 베이콘, 통조림 등 다양한 육제품이 생산되었다(표 6). 햄은 1975년에 293M/T이 생산되었는데, 1984년도에 2,661M/T으로 무려 9배 가량의 증가를 보이고 있다. 소시지는 햄만큼 급증하지는 않았지만 종래의 주종을 이룬 어육혼합 소시지에서 품질이 향상된 축육소시지로 전환되고 있다.

이러한 육가공제품에 이용되는 원료는 돼지고기에 치우친 감이 있어 원료육의 다양화가 요구되고

있다.

표 6. 육가공제품의 생산량

단위 : M/T

년 도	햄	소시지	베이콘	캔제품	세절육	기 타	계
1965	111	374	37	42	-	-	563
1970	129	1,336	2	429	-	-	1,896
1975	293	3,598	47	18	-	1,843	5,799
1976	289	4,090	53	383	1,090	-	5,904
1977	317	3,830	60	-	132	424	4,764
1978	392	2,480	70	683	82	1,359	5,066
1979	773	1,473	72	331	240	977	3,866
1980	728	1,895	80	3,076	247	582	6,608
1981	1,101	3,083	155	248	1,664	726	6,977
1982	1,480	2,335	183	885	24,663	533	30,079
1983	1,499	2,620	503	1,541	56,774	5,875	69,815
1984	2,661	3,295	307	2,567	36,668	2,685	48,183

농수산 통계연보

표 7. 축육 총소비량

단위 : M/T

년 도	우 육	돈 육	계 육	산양육	토끼육	오리육
1970	37,340	82,546	45,177	242	1,484	385
1975	70,292	98,848	55,594	-	2,150	1,391
1980	99,974	241,842	90,866	761	2,734	1,438
1981	93,202	209,831	99,646	702	2,193	1,977
1982	106,506	237,530	99,183	532	2,025	1,849
1983	115,497	294,912	119,871	460	2,418	2,766

축협조사월보

4. 닭고기의 가공이용

가금육을 구미에서는 육가공원료로 다양하게 이용하고 있으며, 수백종류의 육가공품이 생산되고 있다. 우리나라에서도 닭고기 소비증대의 방안으로서 육가공원료육으로 소수 이용하고 있다. 예를 들면, 치킨햄, 치킨가스, 닭꼬치, 치킨넛겉, 그레이마니, 치킨버거, 치킨패티, 닭고기볶음, 닭고기부분육 등이 있다.

구미 여러나라에서 가금육을 이용한 육제품은 다음과 같은 가공방법에 의해 생산되며, 가공법에 따라 3종류로 구분하였다.



1) 반가공제품

가열처리하지 않고 반가공하여 가정이나 음식점에서 가열처리하여 소비하는 것으로 조미, 만육한 고기를 천연케이싱에 충전하여 판매하는 브래트 소시지(Brat Sausage), 롤 브래튼(Roll braten) 그리고 빵가루 등을 입힌 편육 등이 있다.

2) 일반 육제품

일반 소시지의 육제품, 햄, 패스테텐(Pastetten) 및 용해한 콜라겐에 조미한 고기를 넣어 냉각시킨 솔츠(Sulz)형의 고기제품을 들 수 있다. 완전세척한 유화형소시지의 제조에 있어 대개 발골기를 이용하여 고기를 빼와 분리하여 냉장 및 동결보관하여 육제품생산에 이용하고 있다.

제품의 종류에 따라 닭고기만을 원료로 하여 육제품을 생산하거나 아니면 쇠고기나 돼지고기를 혼합하여 생산하기도 한다.

3) 장기저장 육제품

훈연처리, 건조 및 발효에 의하여 생산된 제품이며, 이러한 방법에 의하여 생산된 제품은 다른 육제품보다 상온에서 오랫동안 저장이 가능하다. 여기에 속하는 것은 훈연처리한 닭고기 및 가열처리하지 않은 햄 등이 있다.

가금육은 돼지고기나 쇠고기 등에 비해 고기색소인 미오글로빈함량이 낮은 흰색고기이므로 발색제를 넣을지라도 돼지고기나 쇠고기로 만든 육제품과 같은 색택은 부여할 수 없다. 따라서 이러한

특성을 살려 가금육제품의 생산에 이용할 수 있으며, 특히 칠면조와 같은 고기는 가금육으로써 아주 많은 육색소를 가진 붉은색이므로 햄, 소시지 등과 같은 제품은 닭고기를 완전히 미세하게 잘라서 유화상태로 하고, 칠면조고기는 적당한 크기로 잘라서 앞의 고기와 섞으므로써 소위 햄과 소시지의 중간형태인 소시지를 만들어 낼 수 있다.

닭고기는 지방함량이 낮고, 가열처리 후에 결착력이 좋을 뿐만 아니라, 보수력이 좋아 우리나라에서 일반 유화형 육제품의 생산에 기대가 크며, 특히 노계나 폐계 등은 원료육으로써 가격이 싸기 때문에 돼지고기나 쇠고기 등과 대체할 수 있는 좋은 고기자원이다.

소비자의 기호와 편이성을 고려한 닭고기의 가공으로 소비촉진과 저정성을 확대하며 장기적으로 닭고기 가격의 안정에 기여할 수 있다. 이들 가공품은 콜드(cold)체인을 통해 소비자에게 공급되어야만이 신선한 상태로 유통될 수 있다. 그러나 일부 유통업체를 제외하고는 -18°C 를 유지할 수 있는 콜드체인이 완전히 갖추어져 있지 않아서 커다란 과제로 남아있다.

5. 우리나라에서의 즉석식품 현황

70년대 후반부터 서구의 식문화가 밀려들어 대중음식점을 이용하는 외식산업의 번창과 함께 인기를 끌고 있는 것이 즉석식품이다. 이는 간편성 때문에 찾는 사람이 늘고 있어 시장이 커지고 있으며, 올해 시장규모는 2천억원으로 전망되고 있다.

즉석식품의 시장은 71년 빅보이가 선보인 이래 75년 270억의 시장을 구축했고, 이어 78년 일본 롯데리아가 국내진출, 86년에 2천억원에 이를 것으로 추정되었다.

닭고기 튀김이나 고기류를 패티로 만들어 채소류와 함께 빵사이에 넣어 먹는 햄버거류, 아이스크림, 피자 및 기타 튀김류가 즉석식품에 속한다.

최근 한국진출을 끝낸 미국의 맥도날드를 비롯, 기존의 던킨도너츠, 켄터키프라이드치킨, 롯데리아 등이 자리를 잡아오면서 청소년에게 인기를 끌었다.

또 시장도 점점 커지고 있기 때문에 그룹군의 기업체에서 손대고 있을 만큼 매력있는 부문이기도 하다.

시장의 종류별 분포를 보면 치킨이 41%로 가장 많고, 햄버거 27%, 도너츠 5%, 피자 2%, 면류 등 기타가 20%이상을 차지하고 있다.

86년에 상반기 기준으로 보면, 즉석식품 업체는 34개사, 이중 햄버거 취급업체가 21개사에 550개의 점포가 개설되어 있어서 가장 많다. 치킨은 2개업체(립스치킨과 KFC)에 126개의 점포를, 도너츠는 3개 업체가 참가하여 40여개의 직영점 및 점포가, 피자는 4개사에 160여개의 점포가 개설 운영되고 있다.

70년초에 빅보이가 최초로 햄버거취급 지정업체로 창설된 후 78년 롯데그룹의 롯데리아와 상표 및 기술제휴를 맺어 국내시장에 상륙했다. 그 뒤 미국의 아메리카나, 커널리 등이 진출, 86년 상반기 국내 진출 즉석식품업체는 14개업체 120여 점포에 이르고 있다.

이들 외국의 외식업체와의 기술제휴 및 상표 사용현황을 보면, 미국의 맥도랄드, 버거킹, 웬코 등 햄버거가 가장 많으며, 이 부문에 미국, 일본에서 6개사가 진출해 있고, 다음이 피자 4개업체, 면류가 2개업체, 치킨과 이이스크림이 각각 1개업체씩으로 나타났다.

한편 식품업계에선 크라운 제과, 천일식품, 두산식품, 삼양식품, 동진식품이 즉석식품업계에 들어섰으며, 유통업체인 자이트유통도 뛰어들었고 제과점에서도 이들 상품을 내놓고 있고, 봉제전문기업인 부흥사도 참여 하고 있는 등 2천억 시장을 놓고 경쟁을 벌이고 있다.

이들 업체는 대부분이 3~5%의 로열티를 지불하고 있어서 2천억의 3%인 60억은 계산상으로 외화로 흘러나가는 셈이 된다. 이것을 빨리 막기 위해서는 국내상표를 고지시켜나가야 하고, 오히려 우리가 외국에 진출할 수 있는 방향을 모색해야 할 것이다.

대중화된 닭고기 요리는 켄터키치킨, 삼계탕, 영계백숙, 바베큐, 전기구이 등이 있으나 즉석식품

시장의 41%를 차지하는 닭고기의 소비증대를 위해서는 온가족이 즐길 수 있는 한국전통음식에 접근하는 즉석식품으로써의 닭고기 요리개발이 시급하다.

미국 닭고기 즉석식품의 발전상황을 보면, 닭고기너겟이 1982년에 세계시장에 처음 진출된 후 사유례없는 판매신장을 이루었다. 따라서 닭고기의 수요가 급격히 증가됨에 따라 가공업자는 신제품개발에 박차를 가하고 있으며, 제품의 수율, 조직, 맛, 색을 향상시키는 새로운 기술이 필요하게 되었다.

이런 상황에서, 미국의 즉석식품연간매출액의 10%인 50억불은 닭고기가 차지하고 있으며, 33개의 닭고기 취급 즉석식품회사에서, 총 즉석식품체인점은 8만 3천여개 중 닭고기 취급점만 1만개나 된다.

미국에서 닭고기 즉석식품의 대중화가 빠른 이유를 든다면 다음과 같다.

- 1) 시설의 개선
- 2) 유리한 점포위치 (버스터미널, 군부대 등)
- 3) 영업시간의 연장 (일부는 24시간 영업)
- 4) 깨끗하고 화려한 색상의 디자인
- 5) 다양한 메뉴
- 6) 신제품 개발

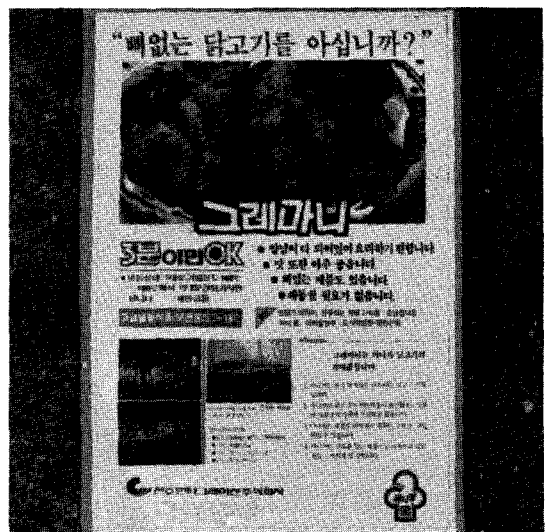


표 8. 패스트푸드 현황

(86년 상반기)

업종	상 표 명	국내업체명	합 작 선	점포수	
햄	롯데리아	롯데리아	롯데리아	49	
	아메리카나	아메리카나	美아메리카나	30	
	버거킹	한	암	6	
	웬디	웬	코	8	
	패밀리	패밀리	"	70	
	빅보이	빅보이	"	73	
	커널리	커널리	"	8	
	버거맨	(소규모 단독운영)	"	4	
	러브리	제 5 식품	"	24	
	달라스	이 신 총	"	80	
	프랜드	천 일 식품	"	70	
	그로리아	그로리아	"	3	
	인디안	인디안	"	65	
	메테리아	요식업소운영	"	24	
버	탐스코리아	(소규모 단독운영)	"	1	
	버거잭	I M J	"	7	
	대관령햄버거	삼 양 식품	"	1	
	아메리킹	성 군 산 업	"	5	
	영패밀리	(소규모 단독운영)	"	22	
	맥도날드	안효영(공인회계사)	"	맥도날드	
	치킨	켄터키라이드치킨	두 산 식품	"K F C	6
		림스치킨	림스치킨	"림스치킨	120
		도원켈도너츠	부 흥 사	"원 켈	켈
	스	미스터도너츠	조 양 물 산	"미스터도너츠	13
던킨도너츠		코 리 아 푸 드	"던킨도너츠	20	
세이키스피자		골 든 벨 상 사	"	3	
피자	피자허트	동 진 식품	"	2	
	피자인	조 양 물 산	"	1	
	로스도스	뉴 옥 피자	"	4	

- 7) 건강식품으로써의 닭고기 홍보
- 8) 지속적이고 경쟁력 있는 가격
- 9) 학생 및 청년층의 고객확보
- 10) 국제 시장의 확대

6. 닭고기 소비촉진을 위한 제언

지금까지의 장점, 육류 소비현황과 닭고기, 육가공품의 생산현황, 닭고기의 가공이용, 우리나라 즉석식품 현황을 살펴보았다.

닭고기는 보신식품의 대명사이고 생산성이 높다는 큰 장점을 지니고 있어서 다른 육류를 대신해서 닭고기를 소비하는 것이 외화절약의 지름길이다. 더군다나 단백질이나 불포화지방산이 많아서 두뇌 식으로, 지방이 적어서 다이어트식으로 훌륭한 식품이므로 국민건강에 이바지하게 된다.

문제는 이런 닭고기를 어떻게 가공·유통하여 1년 1인당 3kg의 수준에서 일본 10kg, 대만 13kg, 미국 24kg 이상으로 소비를 증대시키느냐는 것이다. 한국에서는 미국에서와 같이 소비자의 기호성과 편이성에 맞게 개발된 닭고기의 가공품이 적어서 대체로 닭고기를 좋아하는 소비자의 잠재성을 잠재우는 실정이다.

따라서, 현재 즉석식품시장종류의 41%를 닭고기가 차지하고 있는 우리나라는 가족단위로 손쉽게 먹을 수 있는 야외용이나 외식산업용 신제품을 개발보급해야 하고, 예를 들면 반가운 사람을 만났을 때, "오늘 소고기 불고기 먹으러 가세"라는 말대신에 "오늘 닭불고기 먹으러 가세" 하는 식으로 바뀔 정도로 대대적인 소비 캠페인을 벌였을 때, 그 소비는 급격히 증가될 것이다.

그리고, 비용이 많이 드는 단점이 있으나 -45°C로 급냉하여 -18°C로 냉동유통할 때, 닭고기의 맛과 싱싱함이 유지된 채 소비자가 먹을 수 있고, 저장성이 높아서 안정된 가격으로 생산자와 소비자가 수급하게 된다.

즉석식품소비에 있어서도 60억이라는 외화낭비의 근원이 되는 로열티를 지불하지 않고 먹을 수 있는 국내상표를 고지시켜야 하므로, 닭고기가 즉석식품에서 차지하는 비율이 큰만큼 닭고기 국내상표고지에 대해서도 선구자적인 업계의 노력과 정부지원이 뒷받침되어야 한다.