





〈그림3〉 도축-해체-가공업체의 유형

갈비, 등심, 어깨부분육은 포장하여 박스에 넣어 신선육으로 소매업자에게 판매하고 나머지 부분육과 부산물은 자체에서 가공하여 가공품으로 판매하게 된다.

한편 도축은 하지 않고 가공육만을 생산하여 판매하거나 지육을 구입하여 해체, 발골하여 규격제품(portion-controlled product)을 만들어 급식소에 공급하는 업체도 많이 있다. 과거에는 대체로 도축과 가공을 겸하여 하였으나 도축장의 노쇠, 노조문제, 공해문제 등으로 도축은 중단하고 가공만을 하거나 중간처리를 전문화 하게 된 것이다. 다행히 IBP와 같은 도축과 해체를 전문화 한 대규모 도축업체가 있어서 원료육을 공급받는데 큰 어려움이 없는 실정이다.

현재 미국에서 도축되는 돼지의 약 70%가 도축-해체-가공을 겸하는 가공장에서 도축되고 있어서 아직도 많은 업체가 가공까지 겸하고 있다. 그 주된 이유로서는 도축업 자체는 순이익이 총 판매액의 1% 정도에 불과한 이익이 박한 업종인데 반하여 가공품을 생산하는 육가공업은 3%의 순이익을 내는 이점이 있을 뿐 아니라 부산물을 이용하여 부가가치가 높은 가공품을 생산하는 장점이 있기 때문이다. 미국에서 생산되는 돈육의 65%가 가공품생산에 이용되고 있고 35%만이 신선

육으로 판매되고 있어 가공품 생산비율이 타육류에 비해 월등히 높은 편이다. 가공품 생산량을 보면 각종소세지가 약 50억파운드(230만톤), 햄, 베이컨 등이 약50억파운드(230만톤), 통조림 제품이 22억파운드(100만톤), 그리고 기타 14억파운드(60만톤)으로 나타나 있다.

### 3. 신선육 및 가공품의 도매유통

신선육의 경우, 과거에는 슈퍼마켓체인이나 독립소매업체가 지육을 구입하여 자체의 시설을 가지고 해체, 판매하거나 또는 중간처리업자를 통하여 구매하였다. 큰 슈퍼마켓체인의 경우 자체의 중앙집중식 해체시설을 가지고 지육을 해체, 처리하여 소매육으로 포장하여 산하에 있는 슈퍼마켓에 배달하였다. 이러한 지육유통방식은 수송비가 많이 들고 또 중간처리과정에서 시설, 노임 등의 비용이 많이 들어 소매육의 단가가 높아지게 되는 단점을 가지게 되었다. 그리하여 최근에는 지육유통방식을 지양하고 도축업체나 가공업체가 지육을 해체, 지방제거, 부분발골 처리를 하여 도매육, 준도매육 또는 규격품을 진공포장 혹은 개스포장하여 슈퍼마켓

으로 직접 수송하는 유통방식이 보편화되고 있다. 이러한 도매육 유통이 가지는 여러가지 장점이 있는데 ①수송비의 절감(적어도 30%) ②낮은 감량 ③해체 절단 경비의 절약 ④제품품질관리의 향상 ⑤구매유통성 증진(소매업자가 자기가 원하는 부분육만을 구매할 수 있음)등이다.

물론 아직도 중소규모의 도축업체는 중간상인이나 중간처리업체를 통하여 유통하는 경우도 많은데 중간업체 중에는 자체의 발골, 해체시설을 가지고 소비자나 소매업자 또는 기관급식소가 원하는 일정한 규격의 제품을 만들어 공급하므로써 중간처리 및 유통을 담당하고 있다. 또한 purveyor라 하여 기관급식기관이나 요식업소에 전문적으로 제품을 공급하는 중간상인도 상당수 활동하고 있다.

가공품에 대해서는 가공업체가 자체의 상표제품에 대해 깊은 관심을 가지고 이의 유통, 제품관리, 선진, 소비촉진에 직접 관여하고 있으며 대부분 큰 소비업체에 직접 유통하고 있으며 적은 소매업자에게는 중간상인을 거쳐 유통되고 있다.

신선도매육 및 가공품의 가격설정에 관하여 간단히 살펴보면 3가지 방법이 있는데 ①협상가격(negotiated price)-거래 직전에 매매자간에 협상하여 가격을 결정하거나 혹은 구매자가 여러 공급자로부터 가격을 받아 가장 좋은 가격을 선정하는 것, ②공식가격(formula pricing)-매매당일의 시장고시가격(예: Yellow sheet price)에다가 미리 협상된 프리미엄 혹은 할인액(수송, 배달, 특별해체나 지방제거 정도에 따라 결정된 액수)을 가감조정하여 가격결정함 ③자체의 고시가격-공급자가 자체의 가격을 일방적으로 고시하여 판매하는 것 등으로 나눌 수 있는데 이들의 사용비율을 보면 <표3>에서 보는 바와 같다.

각 도매부분육에 대한 1991년 평균 도매가격을 보면 <표4>에서 보는 바와 같다. 이 가격은 Yellow Sheet에서 인용한 것으로 1991년도 평균생체가격은 \$49/100 lb 이었다.

<표3> 도매육의 가격 결정방법

가 격 구 분	신선육 (%)	가공육 (%)
협상 가격	50	1~4
공식 가격	40	5
고시 가격	10	>90

<표4> 도매육의 거래가격 (\$/100파운드, 1991년 평균)

도 매 육	(중량, 파운드)	가 격	
		차한대물량	한대이하물량
Pork carcass cutout value	175	65	-
Reg. skinned hams	14/17	79	-
Reg. skinned hams	17/20	74	-
Reg. skinned hams	20/26	70	-
Reg. skinned hams	26/32	68	-
Reg. skinned hams	32/up	68	-
Regular picnics	4/8	45	-
Regular picnics	8/up	45	-
Fresh bellies	12/14	48	-
Fresh bellies	14/16	48	-
Fresh bellies	16/18	46	-
Fresh bellies	18/20	42	-
Fresh bellies	20/25	38	-
Regular loins	14/dn	108	110
Regular loins	14/18	108	110
Regular loins	18/22	106	108
Regular loins	22/up	80	82
Regular Boston butt	4/8	70	72
Regular Boston butt	8/up	67	69
Spareribs	35/dn	111	113
Spareribs	35/55	90	92
Trimnings(42% lean)		34	39
Trimnings(72% lean)		65	70
Boneless picnics(72%)		67	72
Pork jowls		28	33
Chitterings		20	22
Cheek meat		85	87
Hearts		32	34
Livers		11	13
Snouts		32	34
Tongues		46	48
Stomach, large box		23	25
Tails		39	41
Neckbones		13	16
Front feet		16	18
Loose lard		13.30	-

육가공품의 성분에 있어서는 최근 건강에 관심이 있는 소비자들이 지방, 소금 섭취량에 크게 신경을 쓰고 있으므로 저염·저지방제품이 많이 시판되고 있다. 그러나 지방과 소금량이 너무 낮아지면 제품의 질과 맛이 떨어지게 되므로 일반 소비자들은 역시 전통적인 제품을 찾고 있으며, 매스컴에 많이 대두되던 아질산염과 콜레스테롤은 점차 관심이 줄어들고 있다.

#### 4. 소매유통과 소비형태

소매경로를 보면 소매점, 간이급식소 및 요식업소 그리고 기관급식소로 나눌 수 있는데 대체로 판매경로간의 물량유통 비율을 보면 <표5>에서 보는 바와 같다. 돈육의 약 80%가 소매 식품점을 통해서 그리고 20%가 급식업체를 통해서 판매되고 있다. 최근 외식산업이 증대됨에 따라 급식업체를 통한 소비가 증가되고 있다.

<표5> 돈육의 소매 판매경로

소 매 경 로	비율(%)
체 인 소 매 점	41
독 립 소 매 점	42
요 식 업 소, 식 당	11
간 이 급 식 업 소	2
기 관 급 식 업 소	4
합 계	100

소비형태를 보면 돈육생산량의 65%가 가공육으로 나머지 35%가 신선육으로 판매되는데 신선육으로 주로 판매되는 도매육은 등심(loin), 어깨부분육(Boston butt), 그리고 갈비(spaerib)이고 나머지 부분육 즉 앞다리(picnic shoulder), 뒷다리(ham), 복부(belly)는 주로 햄, 베이컨, 소세지, 가공된 피크닉으로 판매되고 있다.

신선육은 포크찜(뼈 있는 것과 없는 것), 로우스트, 분쇄육, 갈비의 형태로 판매·소비되며 맥도널드와 같은 간이급식소에서는 아침에는 pork sausage, bacon이 보편화되어 있고 점심, 저녁에는 McRib이라하여 재조 직된 돈육제품을 햄버거와 함께 판매하고 있다.

일반 소매점에서는 각종 돈육가공품이 진열되어 있고 최근 델리(Deli)식품분야가 크게 증가하고 있는데 각종 가공품, 치즈 및 조리제품을 진열하여 소비자의 요구에 따라 절단 판매하고 있다. 이 델리분야에는 일반 육가공품 외에도 바베큐한 돼지갈비, 후라이치킨이 많이 판매되고 있다. 최근 육가공품의 추세는 각 지역이나 종족별 소비자의 특수기호에 맞는 수많은 종류의 소세지와 햄을 생산하여 그 지역 특성에 맞도록 가공하고 있다. 가공품은 가정에서, 야외에서, 급식소에서, 파티에서, 운동경기장에서 널리 소비되고 있다. 최근 피자(pizza)의 소비가 커지고 있는데 전국에 53,000개소의 피자집이 있고 피자소비의 증가에 따라 소세지 특히 건조소세지의 소비가 크게 증가하고 있다. 가공품의 성분에 있어서는 최근 건강에 관심이 있는 소비자들이 지방, 소금섭취량에 크게 신경을 쓰고 있으므로 저염, 저지방의 제품이 많이 개발·시판되고 있다. 그러나 지방, 소금량이 너무 낮아지면 제품의 질과 맛이 떨어지게 되므로 건강에 특별히 관심이 많은 소비자는 저염, 저지방 식품을 원하지만 일반소비자는 역시 전통적인 제품을 원하고 있다. 그동안 매스컴에 많이 대두되었던 아질산염과 콜레스테롤은 점차 관심이 줄어들고 있어서 소비에 큰 영향은 미치지 않고 있다.

#### 5. 소매가격

1991년도 돈육소매가격은 1파운드당 212센트이었다. 소매육 1파운드당 도매가격(wholesale value)은 109센트 그리고 농장가격(farm value)은 79센트이었다. 따라서 소매가격 중 생산자가 차지하는 비율(farmers share)은 37%이었고, 도축 및 도매유통비가 14.5%, 소

매유통비가 48.5%이었다.

몇가지 소매육별 가격을 보면 다음 <표6>과 같다.

<표6> 부위별 소매가격

포크찜(중간등심부위)	\$ 3.26/파운드
서로인로우스트(등심뒷부분)	\$ 2.27/파운드
뒷다리 햄(이분한 것)	\$ 1.68/파운드
앞다리고기(쇼올더피크닉)	\$ 1.30/파운드
베이컨(스라이스한 것)	\$ 2.22/파운드
프레쉬소세지	\$ 2.40/파운드
햄(통줄임한 것)	\$ 3.19/파운드
핫도그(프랭크)	\$ 2.35/파운드
볼로니	\$ 2.58/파운드

## 6. 소비촉진

### 가. 생산자 단체에 의한 소비촉진

“The Other White Meat”이라는 광고가 돈육소비촉진을 위해 널리 알려져 있다. National Pork Board는 소비촉진과 소비자교육을 위하여 돼지 매매시 100달러당 35센트를 거출하는 자조금제도(check-off)를 실시하여 1991년에 3,000만불을, 1992년에는 약 3,600만불을 만들 것으로 예상하고 있다. 이중 21%는 각 주에서 실시하는 프로그램에, 나머지 79%는 적극적인 프로그램에 쓰이게 되는데 전체적으로 보아서 자조금 총금액의 2/3는 소비촉진을 위한 광고와 선전에, 18%는 Consumer information(소비자교육을 위한 자료의 수집, 발간), 17%는 연구개발비에 사용하게 되는데 이 모든 프로그램은 미국양돈협회(NPPC)가 맡아서 추진하고 있다.

### 나. 가공업체에 의한 소비촉진

가공업체는 자체의 상표를 붙인 가공품을 선전, 광고하기 위하여 총매상의 3~4%에 상당하는 광고비를 사용하고 있다. 잡지, 신문, 라디오, TV뿐만아니라 소매업자가 발간하는 판매촉진신문에도 광고하는 등 약 1억불이상의 광고비가 쓰이는 것으로 추정되고 있다.

### 다. 소매업자에 의한 소비촉진

소매업자는 정기적으로 매주 일간지 속에 자체의 판매촉진 광고를 끼워서 광고하게 되며 특히 세일하는 품목을 광고한다.

## 7. 시장정보

생산자와 유통에 관련되는 산업체를 위한 각종 시장정보가 발간되고 있는바 중요한 것을 들면,

- 1) 미국농무성이 발간하는 육축생산, 재고 및 도축현황
- 2) 미국농무성이 발간하는 시장가격보고(USDA Market News)
- 3) 사설단체가 발간하는 시장가격(생체, 돈육) 정보—Yellow sheet, Meat sheet 등
- 4) 미래의 시장을 예측하는 정보—미국농무성이 발간하는 Livestock and Poultry Situation and Outlook, Feed Outlook, Agricultural Outlook, Cold Storage Reports 등
- 5) 각종 잡지, 뉴스레터.

위의 시장정보 중 가장 많이 쓰이고 있는 것은 National provisioner가 발간하는 (주당5회) Yellow Sheet로써 특히 생체와 도매육 거래가격의 기준이 되고 있다.

## 8. 돈육 유통부문 정부의 역할

- 1) 도축업과 생축 유통의 구조와 적절한 경쟁성 유지
- 2) 가축복지관리의 적절성과 환경오염관리
- 3) 도축 및 위생검사와 식품안전성관리
- 4) 도체등급서비스
- 5) 소매육의 상표기술내용의 합법성 통제
- 6) 사료첨가제와 가공품의 첨가물 규제
- 7) 수출입 관리
- 8) 시장가격 및 유통물량에 대한 정보 제공
- 9) 세금제도