

# 육우고기 전문매장의 현황과 과제

국내 쇠고기 유통업계 관계자 및 백화점, 할인점, 정육점 관계자들은 육우고기의 소비확대는 “육우고기 취급점에서 팔려고 하는 적극적인 자세가 무엇보다 중요하다”고 지적하고 있다.

권영철

미트저널 편집국장

**육**

류 유통시장의 변화가 빠르게 진행되고 있다. 이같은 현상은 축산물 수입자유화와 무관치 않다는 점이다.

축산물의 수입자유화는 지난 '97년 7월 냉동돼지고기, 냉동닭고기, 쇠고기 육포, 쇠고기 식용설육 등과 오는 2001년부터 쇠고기 수입자유화를 불과 몇 달 남겨두지 않고 있다.

따라서 국내산 육류 유통시장 역시 동시다발로 변화의 소용돌이 속에 있는 실정이다. 특히 지난 3월 발생된 일부지역의 젓소 구제역과 수포성 질병 등의 사태는 이같은 변화를 더욱 가속화시킬 것으로 확실시되고 있다.

더욱이 쇠고기 수입자유화가 이뤄지면 한우고기, 육우고기, 수입육으로 이어지는 경쟁적 관계는 가격면에서 우선적으로 경쟁력 우열을 가릴 수 있을 것으로 보인다. 이같은 상황에서 관심을 끄는 것은 그동안 쇠고기 수입자유화를 겨냥한 국내 한우고기 및 육우고기의 경쟁력 제고를 위한 전문판매점 사업이다.

그러나 한우고기 전문판매점은 차치하고 육우고기 전문판매점은 당초 의지대로 이뤄지지 않고 있다. 또한 소수 매장을 제외하곤 대부분의 매장이 수익성이 나지 않는 것으로 분석되면서 정부 역시 대책 마련을 추진하고 있어 추이가 주목되고 있다.

### 육우전문점 31개소에서 24개소로

지난 '97년부터 추진된 육우고기 전문점사업은 전국 31개소를 대상으로 정부 지원이 이뤄졌다.

당초 육우고기 전문판매점 설치는 2001년 쇠고기 수입자유화에 대비 국내 대규모 낙농농가 보호 및 육우고기 판매처 확보를 통한 육류별 전문점을 육성하기 위해 추진됐다.

그러나 31개소로 출발한 전문점은 현재 24개소가 운영중에 있다. 이같이 수가 감소된 것은 육우고기에 대한 소비자 인식부족과 소비감소에 따른 임시휴업 또는 폐업 업소가 발생되고 있는 실정이다.

이들 26개소를 대상으로 경영분석을 한 결과 지난해 우수 수소를 포함한 육우 도축두수 10만 4백35두 중 육우고기 처리두수는 3만8천9백9두로 38.7%를 차지하고 있다. 이 외 나머지는 일반식육점에서 거래되고 있다.

특히 매장 전체 월평균 판매두수가 육우 4.5두에 그치고 있다. 이 가운데 10두 이상 판매장은 2개소, 5~10두는 14개소, 2두 이하 5개소 등으로 나타났다.

이에 따라 올 들어 이들 판매장 가운데 월 평균 판매두수가 4.5두 이하인 판매장에서는 한우전문판매장으로 전환을 요구하고 있는 상황이다. 이와 함께 5두 이하 판매장은 돼지고기 판매에 경영비중이 높은 것으로 알려지고 있다.

〈표 1〉 가축사육두수 동향

(단위 : 천두(수), 천가구, %)

	97.12	'98				'99				증 감△	
		3	6	9	12	3	6	9	12	전분기	전년동기
총마리수	3279	3330	3312	3185	2922	2731	2702	2629	2487	△142 (△5.4)	△435 (△14.9)
한·육우	2735	2762	2750	2633	2383	2198	2167	2094	1952	△142 (△6.8)	△431 (△18.1)
가임암소	1219	1268	1235	1166	1061	1000	975	929	854	△75 (△8.1)	△207 (△19.5)
소											
젖소	544	568	562	552	539	533	535	535	535	0 (0.0)	△4 (△0.7)
가임암소	367	383	382	376	366	366	369	367	364	△3 (△0.8)	△2 (△0.5)
사육가우수	482	491	483	466	443	428	414	387	364	△23 (△5.9)	△79 (△17.8)
-한육우	465	474	466	450	427	413	399	372	350	△22 (△5.9)	△77 (△18.0)
-젖소	17	17	17	16	16	15	15	15	14	1 (△6.7)	△2 (△12.5)

〈표 2〉 지원현황

(단위 : 개)

구 분	'97년	'98년	계
설 치	20	11	31(100%)
운 영	14	10	24(77.4%)
휴 업	3	1	4(12.9%)
폐 업	3	-	3(9.7%)

〈표 3〉 식육소매점 유형별 동향

(단위 : 개소)

시·도	업소유형별신고상황										
	계	백화점	슈퍼마켓	편의점	음식점	농협 판매점	축협 판매점	전문 판매점	일반 식육점	브랜드 가맹점	기타
합계	48176	277	2855	83	3836	604	469	874	38552	127	499
서울	9087	28	291	-	384	18	23	67	8247	5	24
부산	4416	20	340	4	98	26	28	35	3624	-	241
대구	2612	37	209	19	195	55	48	169	1876	2	2
인천	1890	15	56	1	19	9	8	20	1758	3	1
광주	1706	8	99	7	161	22	12	36	1335	6	20
대전	1548	6	89	7	60	35	20	31	1295	2	3
울산	1100	6	45	-	28	8	1	2	995	12	3
경기도	7343	116	758	2	400	128	59	170	5676	30	4
강원도	2000	2	98	9	94	31	45	11	1614	24	72
충북	1968	2	149	5	272	25	21	22	1374	12	86
충남	1972	5	72	3	139	39	29	31	1642	6	6
전북	2429	7	151	1	252	29	44	100	1824	9	12
전남	2852	4	32	-	550	27	24	24	2188	3	-
경북	3519	11	162	1	537	51	51	70	2619	11	6
경남	3167	8	284	17	609	84	42	85	2029	1	8
제주도	567	2	20	7	38	17	14	1	456	1	11

(표 4) 시·도별 육우고기 전문판매점 현황

(99년말 기준)

시·군	업소명	월평균판매두수		경영손익(천원)				지정 전환 희망여부
		소	돼지	소	돼지	기타	계	
인천	남촌농축산물	2	18	6928	8972	-	1445	0
광주	육우판매점	6	10	1400	700	-	2100	0
대전	대연축산	4	33	622	509	-	1131	-
경기	거성육우	1	20	5000	12000	-	17000	0
	남면축산	2.5	20	15000	12000	-	27000	-
	큰터골항토	3.5	40	15000	7000	-	22000	-
	후계자육우	1.5	32	△162	△196	-	△360	0
	양주축협	14	40	69600	16600	-	86400	-
	광탄정육점	3	20	14000	7200	-	21600	-
	소박사육우	8	45	30000	31000	-	61000	-
	6개소	5.58	36.2	22239	14267	-	36506	2개소
강원	공룡영농조합	3	29	-	-	-	△50000	0
충북	용천식육점	5	10	19600	1300	-	20900	0
충남	늘푸른육우	4	25	-	-	-	△3200	0
	온양육우	2	12	-	-	-	△1220	0
	2개소	3	18.5	-	-	-	△2210	2개소
전북	태인영농조합	2.5	-	18000	-	-	18000	0
	군산낙우회	2.5	14	8700	5400	-	14100	-
	저리산낙협	4.5	40	15788	19758	3161	38707	-
		3개소	3.2	18	14163	8386	1054	23602
전남	전남동부낙협	1.5	10	370	140	-	511	0
	강진정육점	0.9	4.5	△45	△10	△3	△58	0
	육우판매점	2	8	12	7	-	19	0
		3개소	1.5	7.5	112	46	△1	157
경북	김천육우촌	3	12	△500	-	-	△500	0
	경북중앙낙협	6.5	24	△8000	3000	240	△2600	-
	경북북부낙협	2	-	△1500	-	-	△1500	0
		3개소	3.8	12	△3333	1000	800	△1500
경남	경남낙협	4.4	31.3	13000	10500	-	23500	-
	함안낙협	11	76	9000	3000	13000	25000	-
	남해판매점	1.6	11.2	1571	730	887	3188	-
		3개소	5.7	39.5	7857	4743	4629	17229
제주	제주낙협	64	90	9000	17000	1500	27500	-
합계	26개소	4.1	26.8	5799	4744	540	11083	14

(표 5) 식육소매점 전국동향

(99년말 기준, 단위: 개소)

시·도	계	5평미만	5~10평 미만	10~20평 미만	20~30평 미만	30~50평 미만	50평이상
전국	48176	17086	23027	6805	855	330	73
서울	9087	2302	4807	1884	72	15	7
부산	4416	2244	1785	328	38	18	3
대구	2612	1090	1205	268	26	16	7
인천	1890	251	1067	505	56	7	4
광주	1706	705	797	154	36	10	4
대전	1548	368	958	176	30	15	1
울산	1100	399	535	136	21	7	2
경기	7343	1857	3914	1208	241	105	18
강원	2000	691	1019	249	29	10	2
충북	1968	870	808	236	34	15	5
충남	1972	532	1115	254	56	13	2
전북	2429	988	1122	253	47	15	4
전남	2852	1629	942	206	40	25	10
경북	3519	1823	1219	407	50	19	1
경남	3167	1168	1479	426	58	35	1
제주	567	169	255	115	21	5	2

## 육우고기 소비자 인식제고 절실

이같이 지정 전환을 요구하는 주요인은 수익성이 떨어지고 있기 때문이다. 특히 육우고기에 대한 소비자들의 인식부족을 타개하지 않는 한 이같은 현상은 더욱 두드러질 것으로 확신한다.

이들 매장 가운데 그나마 수익성이 높은 곳은 거의 대부분이 납품에 의지하고 있는 것으로 알려져 있다. 이는 결국 판매장에서 정상적인 소매판매를 중심으로 수익을 올리고 있는 곳은 찾아보기 드물다는 얘기나 마찬가지다.

문제는 소비자들의 한우고기 가격보다 저렴하고 수입육과 품질이나 가격면에서 비교될 수 있는 육우고기의 외면이다.

최근 들어 육우고기에 대한 소비자들의 인식이 다소 나아지고 있는 것으로 알려지고 있지만 아직까지 기대에는 절대 못미치고 있다는 것이 유통업계 및 판매장 관계자들의 공통된 주장이다.

대부분의 소비자들은 한우고기에 대한 인식이 높아져 있어 상대적으로 육우고기는 한우고기보다 저가의 저급고기로 인식돼 있다해도 과언이 아니다.

또한 육우고기는 젓소고기로 인식되는 경우도 다반사다. 그러나 서울 및 대도시에서 판매되고 있는 많은 쇠고기는 육우 또는 젓소고기임을 부인하기 어렵다고 유통업계 관계자들은 지적하

〈표 7〉 쇠고기 연도별, 월별 소비동향

(단위 : 톤)

구분	1월	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	계	
'97년	총 소비량	33734	30071	24962	27303	27981	25618	27360	34737	43579	26687	26418	33503	361953
	국내산	21021	19384	15419	18137	17505	15166	16918	19364	29603	16083	17365	21763	227728
	수입육	12713	10687	9543	9166	10476	10452	10442	15373	13976	10604	9053	11740	134225
'98	총 소비량	33265	16961	22826	24421	28271	23723	27160	34132	43499	27289	30392	33546	345486
	국내산	26806	13677	18575	19448	23236	18868	20823	24051	31904	19405	20740	22537	260070
	수입육	6459	3284	4251	4973	5035	4855	6337	10081	11595	7884	9652	11009	85416
'99	총 소비량	33718	34954	28972	29921	29414	29079	31256	34901	43453	28371	32936	35739	392714
	국내산	21090	25045	17806	18464	18624	18524	20618	21332	26360	15076	17529	19253	239721
	수입육	12628	9909	11166	11457	10790	10555	10638	13569	17093	13295	15407	16486	152993
'00	총 소비량	44146	25497											
	국내산	25720	13025											
	수입육	18426	12472											

고 있다.

이같은 맥락에서 정부는 육우고기 전문점사업을 통해 육류의 정확한 인식제고를 도모하고 있으나 여의치 않은 실정이다.

**총 40% 육박, 적극적 마케팅 절실**

국내 쇠고기 생산량 중 40% 가까이 육박하는 육우고기는 식당에서 찾아보기 힘든 것은 왜일까. 또한 가격 역시 한우고기에 비해 2/3값인데도 불구하고 고기집에 가면 한우고기, 수입육 외 육우고기라고 돼 있는 곳은 거의 없다고 봐도 무관치 않을 정도다.

지난 3월 일본의 육류 유통시장을 시찰할 기회가 있었는데 일본의 육우사업은 우리와 인식 차이가 달랐다. 일본은 쇠고기 수입자유화에 대비해 육우, 교잡우에 대한 개량과 비육기술을 개발 수입육과 경쟁적 관계를 유지하고 있다는 것이다.

물론 일본은 엄청난 양의 쇠고기를 수입해서 먹고 있지만 육우 소비는 점차 증가되고 있

다는 점을 강조하고 있다.

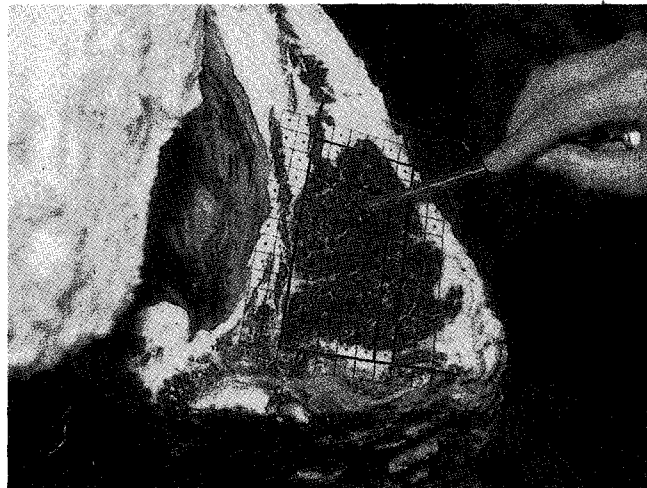
일본 육류 유통업계 한 전문가는 “일본은 수입육과 경쟁하기 위한 상품을 육우로 정해 놓고 수 년간에 걸쳐 연구와 개발을 했다”고 전제하고 “품질이나 가격 면에서 일본에 수입되고 있는 최상의 수입육 상품과 비교될 만하다”고 말했다.

특히 이 관계자는 “한국에서도 수입육과 경쟁할 수 있는 좋은 조건은 육우 또는 젖소 비육우가 적합할 것”이라고 의견을 제시했다.

이는 육우의 우수성에 대해 소비자들에게 제대로 알려진다면 수입육과의 경쟁은 가능할 것이라는 점을 시사하고 있다.

국내 쇠고기 유통업계 관계자 및 백화점, 할인점, 정육점 관계자들은 육우고기의 소비확대는 “육우고기 취급점에서 팔려고 하는 적극적인 자세가 무엇보다 중요하다”고 지적하고 있다.

이같은 지적은 “판매장에 육우





고기를 갖다 놓고 팔면 수익성은 둘째치더라도 소비자들이 외면하기 일쑤다”고 업계 관계자들은 주장하고 있다. 결국 이렇다보니 육우고기가 어느 때는 한우고기로 둔갑돼 판매되고도 남는다는 것을 반영하고 있다는 것이다.

**체계적, 합리적 운영 필요**

이 시점에서 육우고기 전문점에 대해 보다 냉철하게 짚고 넘어갈 필요가 있다.

육우고기 전문점을 보면 대부분 절반이상 낙협 또는 조합이다. 이 가운데 부실한 곳도 태반이 넘는다는 얘기도 나오고 있는 실정이다. 물론 사업을 하다보면 부실할 수도 있고 실패할 수도 있는 것이 시장경제다.

그러나 부실에 대해서는 간혹 그 책임을 정부로 떠 넘겨지기도

한다. 이는 만들어 놓고 관리하는 전혀 안되고 있다는 질책과 함께 말이다.

그러나 이러한 문제점은 자세히 들여다보면 스스로의 노력에 따라 상황이 달리 변할 수 있는 것을 확인할 수 있다. 일부 매장은 돼지고기 판매가 비중이 높은 것으로 나타나기 때문이다.

물론 육우고기 전문판매장은 육우고기 판매로 수익을 창출해야 바람직하지만 꼭 그렇게돼야 한다는 규정은 없다.

보다 체계적이고 합리적인 매장관리로 리스크를 줄여 나가는 한편 판매활성화를 위한 다양한 방법들이 동원돼야 할 것이다. 그렇지 않다면 설사 육우고기 전문판매장이 한우고기 전문판매장으로 전환된다해도 수익을 높이는데는 상당한 시간과 노력

이 필요할 것이다.

육우고기는 우리나라 소 산업이 존속하는 한 생산물량은 증가될 가능성이 크다. 특히 고품질 고기생산을 통한 경쟁력 강화는 나날이 높아질 것이다. 그렇다면 결론은 뻔하다.

육우고기 소비확대를 위한 생산에서부터 판매에 이르기까지 영악한 소비자들의 인식제고를 어떻게 시켜나가느냐가 최대 관건이라는 점이다.

육우고기와 관련 업계 한 전문가는 “꼭 육우고기라고 지칭이나 문패를 달아야 하는가. 그냥 ‘쇠고기’ 라고 하면 안되는가”라고 반문했다. 많은 것을 시사하고 있다. ☉

〈필자연락처 : 02-489-0361〉