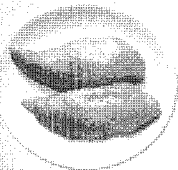
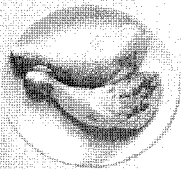
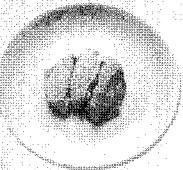
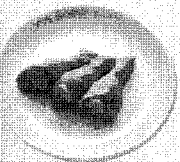


부분육 · 정육 시장 확대를 통한 육계산업 발전방향(Ⅰ)



박 희 권 수석부장
(주)하림 기획조정실



최근 장기간의 육계산업 불황으로 계열화 업체, 부화장, 종계업자, 사육농가 등 관련 종사자들 모두가 힘들어하고 있다. 이 불황을 극복하기 위해 계육협회, 양계협회 등이 중심이 되어 여러 대책을 수립하여 시행하였으나, 그 효과는 크지 못하여 불황이 계속되는 바, 금년 4/4분기와 2004년의 육계 경기에 대해서도 낙관할 수 없는 안타까운 실정이다.

현재 불황의 원인은 종계농가, 사육농가, 도계장, 부화장 등 생산시설의 확충과 현대화 및 사육기술의 전문성 확보 등으로 육계 생산량은 크게 늘었으나, 반면 2003년부터 닭고기 소비량은 경기 위축에 따라 감소하는 추세로 수요와 공급의 불균형이 주요원인이라 생각된다.

이러한 상황을 극복할 수 있는 방안으로는 첫째, 국내의 닭고기 소비량을 꾸준히 늘려서 수요량을 증대시키는 방안과 둘째, 일본·중국·러시아·미국·유럽 등에 우리의 닭고기를 수출하여 시장 확대를 통한 수요창출 등의 방안이 근본대책이 될 수 있다고 생각하면서, 국내 닭고기 소비 증진 대책의 하나로 부분육·정육 시장의 확대 방안과 미국 등의 선진국의 닭고기 소비시장 형성과정과 현재 시장형태를 살펴보고, 우리의 부분육 시장을 어떻게 키워나갈 것인지에 대하여 살펴보고자 한다.

부분육 · 정육 시장 확대를 통한 육계산업 발전방향(I)

1. 우리나라 육계시장 성장현황

(단위 : %)

연도	국 산			수 입				합 계		
	도계수수	신장율	성장지수	수입량(톤)	환산수수	신장율	성장지수	수수	신장율	성장지수
2003	500,000	0.5	160	73,000	146,000	-35.0	621	646,000	-6.7	192
2002	497,313	12.3	159	97,324	194,648	14.7	828	691,961	13.0	206
2001	442,870	12.3	142	84,864	169,728	27.9	722	612,598	16.1	182
2000	394,907	5.9	126	66,334	132,668	44.4	564	527,575	13.5	157
1999	372,802	19.4	119	45,976	91,952	291.2	391	464,754	38.4	138
1998	312,346	-	100	11,752	23,504	-	100	335,850	-	100

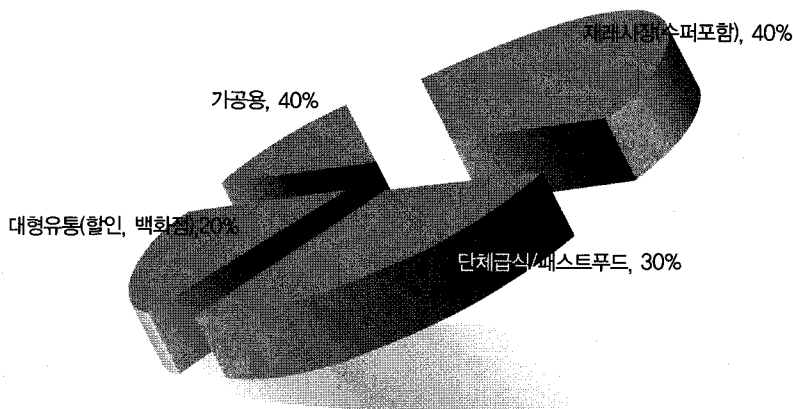
※ 성장지수는 1998년 기준(100)하여 정리(자료출처 : 농림부)

※ 수입량은 정육 1kg을 생계 2수로(1.5kg)로 환원

※ 2003년 1~7월 국산 : 302백만수, 수입 : 97백만수, 계 : 399백만수이고, 8~12월은 추정치임.

위 표에서 보는 바와 같이 1998년에서 2002년까지는 매년 13~16% 정도 성장하였으나, 2003년에는 오히려 6.7% 정도 감소될 것으로 예상된다. 육계산업을 안정적으로 발전시키기 위해서는 소비량을 확대시키고 생산원가를 획기적으로 낮추어야 하며, 시장확대 방안 중 하나는 부분육, 정육시장을 창출하여 급식시장 등을 더욱 키우고, 포장단위, 방법 등을 개발하여 패션화된 제품으로 닭고기산업을 한 단계 업그레이드 시켜야겠다.

2. 유통시장별 닭고기 판매비율(추정)





80년대 재래시장 위주로 유통되던 닭고기가 90년대 후반 대형 할인점, 유통점 등 유통시장이 활성화되면서 전체의 20% 이상을 차지하고 있고, 향후 점유비율은 더욱 급속하게 신장할 것이다. 그 이유는 완벽한 콜드시스템을 갖춘 매장에서 위생적으로 포장된 닭고기를 소비자들이 원하기 때문이고, 이미 일본과 미국의 닭고기유통 시장 발달 과정을 통하여 확인되었다.

3. 닭고기 형태별 유통현황

(단위 : %)

연도별	통닭	부분육/정육	비고
1998	96 ~ 92	8 ~ 4	
2000	92 ~ 90	10 ~ 8	
2003	86 ~ 82	18 ~ 14	

부분육 정육의 시장 점유율은 최근에 급격하게 신장되었고, 수입육이 모두 부분육 정육 형태로 수입되어 유통되는 것을 고려한다면 약 30~40% 정도가 부분육 형태임을 알 수 있다.

수입육의 50%를 국산 정육으로 대체한다면 그 양은 연간 약 1.5억~1.8억수수에 해당된다.

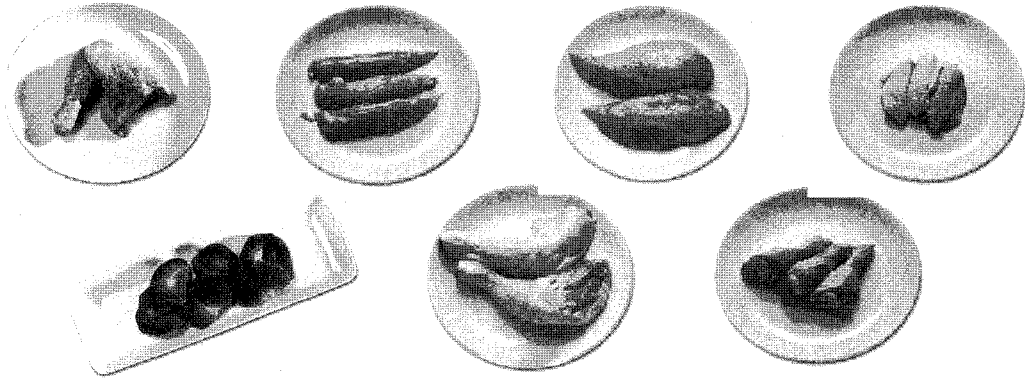
4. 부분육 시장 활성화가 필요한 이유

1) 닭고기 소비량 확대 측면

- ① 닭고기 음식을 다양하게 요리할 수 있어서 소비자들의 다양한 욕구를 충족시킬 수 있다.
- ② 닭고기 소비량의 계절적 편차를 줄일 수 있다. 삼복기간 더위를 이기기 위한 보양식의 개념을 좀더 확대시켜 가을, 겨울철에도 오븐, 전자레인지 등을 이용하여 사계절 동물성 단백질 식품으로 이용토록 한다.
- ③ 각 부위별로 선호도가 뚜렷한 소비자들의 욕구를 만족시켜준다. 전통적으로 닭다리를 우리나라 소비자는 좋아하나, 최근 젊은 층을 중심으로 가슴살을 선호하는 계층이 급격하게 늘어나고 있는 추세이다.
- ④ 브랜드육을 개발하여 패션화된 포장을 하여 고가 차별화된 닭고기 식품으로 시장을 개척할 수 있다.

2) 부가가치 창출 측면에서

- ① 시세에 근거한 통닭 판매는 부가가치가 크지 않으나, 가슴육, 안심, 날개 등으로 제조하여 판매한다면 일정 가격 이상은 확보 가능하여 안정적인 사업이 가능하고,
- ② 각 나라별로 닭고기 선호부위가 다르기 때문에 국제 무역을 통하여 균형을 맞춰서 소비시장을 주도할 수 있다. 태국의 경우 가슴살은 유럽에, 다리살은 일본에 각각 수출하고, 남은 부위는 꼬치 등의 제품으로 자국내에



서 소비시켜 경제적 가치를 극대화하고 있다. 지정학적으로 가장 큰 닭고기 수입시장(일본, 중국, 러시아)의 중심에 위치한 우리나라도 태국처럼 각 부위별로 수출국을 다르게 선정하여 서로 다른 가격으로 수출하고 비 선호부위는 별도의 제품을 개발하여 국내에서 소비한다면 닭고기 수출은 더욱 활기를 찾을 수 있을 것이다.

3) 생산시설의 효율적인 이용 측면에서

- ① 육계사육농가는 최근 육계 계열화 사업의 성공적인 정착으로 얻어진 잉여금을 생산시설 현대화에 많이 투자하였다. 효율적인 환기시스템과 축적된 사양관리 기술은 이젠 육계를 2.5kg까지 사양할 수 있는 능력을 보유하게 되었다. 부분육 시장이 활성화된다면 대담으로 사육하여 사육비용을 절감시키고, 계사 평당 계육생산량을 현재보다 1.5배 이상 늘릴 수 있다.
- ② 대형 현대화된 도계장을 갖춘 곳에서 도계 후 즉시 부분육을 가공하여 판매한다면 선도유지, 품질보증이 확실하여 양질의 닭고기 공급이 가능하게 된다.

4) 다양한 유통시장 발달에 따라 다양한 제품 판매

- ① 할인점과 대형 슈퍼마켓 등이 전국적인 체인망을 형성하여 유통시장을 주도하고 있고, 콜드체인이 확고하게 운영되어 부분육 제품의 선도 유지가 가능하다.
- ② 소비자들의 기호가 맛과 위생측면에 치중하여 이루어진다.

이상에서 살펴본 바와 같이 이미 우리나라의 부분육 정육시장은 전체시장의 30~40%까지 확대되었다고 볼 수 있다. 다만 부분육 시장을 외국에서 수입된 닭고기에게 주도권을 빼앗긴 상태라서 아쉽지만 이제라도 국제 경쟁력 확보 차원과 우리 육계산업 자생력 강화를 위해서는 지속적인 부분육 정육시장에 대하여 관심을 기울여야 한다. 소비자들에게 적극적인 홍보와 대형할인점 등 유통시스템의 발달 등을 최대한 활용한다면 단기간 내에 고부가가치의 부분육 시장을 전체시장의 50~60%까지 확대 가능하고, 국제 경쟁력을 확보함으로써 우리나라 육계 산업이 한단계 발전하는 계기가 될 것이다. 〈다음호에 계속...〉