



박희권 상무
(주)하림

계육산업 유통구조를 중심으로 한 SWOT 분석

1. 닭고기 소비현황

닭고기는 우수한 단백질 식품(백색육)으로 식단이 선진화할수록 소비가 늘어나는 대표적인 식품이다.

2002년 국내 닭고기 생산량은 5억수 미만이었지만, 2006년 6억수를 상회했다. 국민 1인당

닭고기 소비량이 2005년을 정점으로 쇠고기를 추월했으며, 돼지고기는 삼겹살의 기형적 과잉 소비로 전체적인 소비량은 많지만 증가세는 멈춰 있다.

우리나라 육류 소비량 또한 매년 늘어나고 있지만, 소득 수준에 비해 낮은 편이며 계속 증가할 것으로 예측된다.

우리나라 국민들의 육류 소비량의 증가는 참살이(well-being)의 가치가 높아지는 추세에 따라 닭고기가 증가분의 상당량을 감당할 가능성이 높다. 한국농촌경제연구원에서도 닭고기 소비량이 계속 늘어 2007년도에는 1인당 소비량이 2006년보다 4% 이상 증가한 8.3kg(정육기준)에 이를 것으로 전망했다.

미국에서는 닭고기 소비량 증가세가 다른 육류를 압도적으로 앞지르고 있다. 지난 1970년 이후 최근까지 쇠고기와 돼지고기 소비는 소폭 하락한

〈표 1〉 국민 1인당 연도별 육류(돼지고기·쇠고기·닭고기) 소비량 변화

(단위 : kg)

구분	1990년	1999년	2000년	2002년	2003년	2004년	2005년
돼지고기	11.8	16.1	16.5	17	17.3	17.9	17.4
쇠고기	4.1	8.4	8.5	8.5	8.1	6.8	6.5
닭고기	4	6.1	7	8	7.9	6.6	7.3
계	19.9	30.6	32	33.5	33.3	31.3	31.2

〈표 2〉 주요 쌀소비국 1인당 쌀소비량

(단위 : kg, %)

구분	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	전년비
한국	104.9	102.4	99.2	96.9	93.6	88.9	87.0	83.2	82.0	80.7	78.8	-2.4
일본	67.3	66.7	65.2	65.1	64.6	63.6	62.7	61.9	61.5	-
대만	58.8	58.4	56.7	54.9	52.7	50.1	50.0	49.1	48.6	48.6	...	-

※ 자료 : 통계청

반면 닭고기는 200% 이상 큰 폭으로 상승했다.

우리나라 국민 1인당 연간 육류 소비량은 1990년 19.9kg에서 2005년 31.2kg으로 증가한 반면, 쌀 소비량은 1990년 119.6kg에서 2005년 80.7kg로 줄었으며, 2006년에는 78.8kg까지 떨어졌다.

2. 계육산업의 강점과 약점(SWOT 분석)

국내 계육산업은 계열화 사업이 다른 축산분야에 비해 상대적으로 앞서 있어 사육농가들의 소득이 안정화 단계에 접어들어 외부적 요인에

〈표 3〉 국내 계육산업에 대한 SWOT 분석

강점(Strengths)/ 약점(Weaknesses) 기회(Opportunities)/ 위협(Threats)	강점(Strengths)	약점(Weaknesses)
		<ul style="list-style-type: none"> • 수직 계열화 체계 구축 80%이상 - 원종계, 종계, 사료, 부화, 사육, 도계장, 유통 등 • 타 축종에 비해 가격 경쟁력(사료요구율 1.5) • 웰빙(참살이) - 3저 1고 식품 • 사육기간이 짧아 회전율이 좋다.
기회(Opportunities)	SO전략	WO전략
<ul style="list-style-type: none"> • 포장육 의무화 전면 시행(2009년) • 부분육, 절단육, 양념육 판매량 증가 • 국내 닭고기 소비량 증가 가능성이 큼 • 사육시설 개선, 포장의무화 시행으로 경쟁력 제고 • 수출 확대를 위한 제도 정비 • 주5일 근무 확대에 외식 증가 	<ul style="list-style-type: none"> • 포장육 유통을 이용하여 다양한 제품 개발 • 고부가가치의 부분육 시장 강화 • 가정용보다는 업소용 제품 판매/개발 강화 	<ul style="list-style-type: none"> • 포장을 통해 규격화하고, 물류체계 효율성 강화 • 제도 개선을 통해 도매시장 기능 도입 - 도매시장 기능이 정상화 될 때까지 정부 개입 • 산지 유통시설 개선 • 소비자 이력제 실시하여 제품 차별화
위협(Threats)	ST전략	WT전략
<ul style="list-style-type: none"> • AI, 소모성 질병이 소비자들에게 이슈화 • 한·미 FTA 체결 등 시장개방 • 쇠고기, 돼지고기 가격하락으로 소비량 감소 • 수입육 증가 • 닭고기 소비 정체 • 생산 잠재력 증가 → 불황, 경쟁 심화 • 곡물가격, 유류대, 인건비의 상승으로 원가 상승 	<ul style="list-style-type: none"> • 유통구조 개선 • 콜드체인 시스템 100% 완비하여 소비자 신뢰회복 • 닭고기 브랜드 육성하여 판매량 신장 • 원산지 표시 강화하여 국산 차별화 	<ul style="list-style-type: none"> • 사전 수급 조절기능 강화하여 가격 유지 • M&A를 통한 규모화, 전문화로 경쟁력 확보 • 소비량 증대를 위한 중장기적인 정책 개발 - 안정성 강화 - 닭고기 생산비 절감 - 유통가격을 생산비 이상 유지되도록 도매시장 기능 강화 • 불합리한 제도 개선(관련법 등)을 통한 경쟁력 강화

계육산업 유통구조 및 소비량 SWOT 분석

의한 영향을 최소화한다면 가장 발전 가능성이 높은 분야라 하겠다.

또한 사료요구율이 1.5로 타 축종에 비해 높은 가격경쟁력을 가졌다는 강점을 가지고 있다. 웰빙문화의 확산으로 3저 1고 식품인 닭고기의 소비전망도 밝다.

그러나 시설이 낙후한 농가가 여전히 적지 않은 비중을 차지하고 있고, 소규모의 영세한 도계장이 많다는 약점도 가지고 있다. 체계화된 수직통합시스템과는 걸맞지 않게 가격결정구조는 여전히 원시적 행태를 보이고 있는 점도 큰 약점이다.

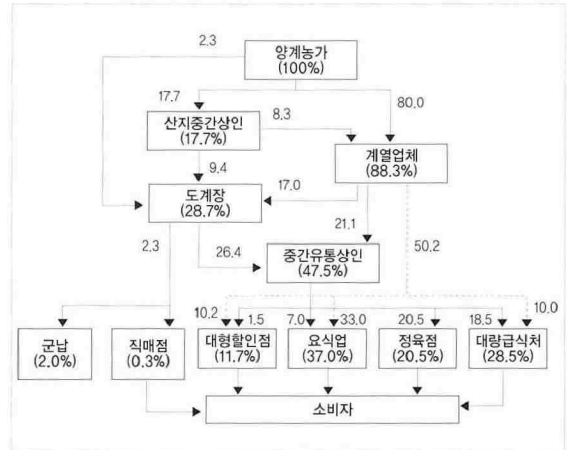
또한 한·미 FTA 등 시장의 개방으로 밀려오는 수입산에 비해 생산성과 가격경쟁력이 크게 취약하며, AI 등 질병요인은 소비자의 안전확보에 대한 큰 위협요인으로 작용한다. 수입이 재개된 쇠고기, 돼지고기의 가격하락으로 대체제로서의 닭고기의 소비에 좋지 않은 영향도 예상된다. 다양한 닭고기의 요리 개발로 닭고기 소비정체를 막아야겠다.

반면, 2009년부터 전면 시행될 포장유통 의무화, 그리고 부분육·절단육·양념육의 판매 증가, 주 5일 근무제 확대에 의한 외식문화의 증가는 그나마 국내산 닭고기 판매활성화의 기회요인이 될 것으로 기대된다.

3. 닭고기의 유통경로

닭고기의 유통경로는 크게 2가지로 구분된

〈그림 1〉 닭고기 유통경로



※ 출처 : 농림부

다. 한 가지 경로는 양계농가 → 계열업체 → 중간상인(또는 대리점) → 소비처이고, 또 한 가지 경로는 양계농가 → 산지중간상인 → 도계장 → 중간 유통상인 → 소비처이다. 계열업체를 통한 유통이 전체의 80% 가량 차지하고 있다.

4. 닭고기 시장의 가격결정구조

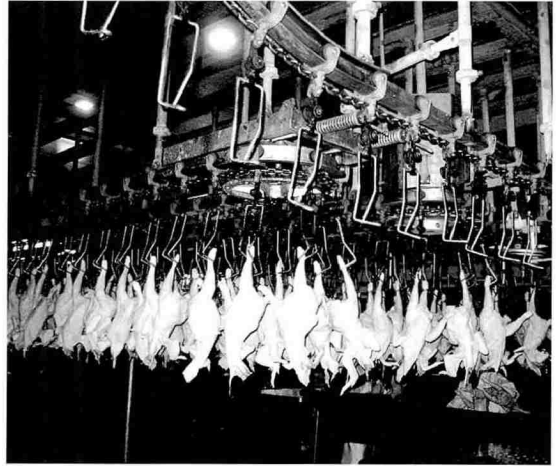
국내 닭고기 시장은 타 축종과는 달리 도매시장이 없다. 전일 생계가격을 기준으로 한 산지유통인의 실거래가로 시세가 결정된다. 소량의 산지 유통량으로 인해 전체 생계 시세가 폭락과 폭등을 반복하고 있어 가격안정화의 큰 걸림돌로 작용하고 있다.

도계육의 가격 결정구조는 다음과 같다.

$$\text{※ 가격조건} = \frac{[(\text{①생계시세} + \text{②60원}) / \text{③수}$$

율]+④제비용)×⑤중량

- ① 생계시세 : 산지유통인의 전일 바닥시세를 기준으로 여러 매체 등을 통해 결정(계열주체 결정능력 없음)
- ② 60원 : 생계의 운송비로 농장의 거리에 상관없이 일률적으로 적용
- ③ 수율 : 생계 중량 1kg 1수를 도계했을 경우 도계 후 신선육의 중량
- ④ 제비용 : 도계업체의 도계비용+노무비+재료비+판관비+기타 제비용(생산원가)



미국 타이슨社 가격결정 구조는 우리에게 시사하는 바가 크다. 타이슨의 경우 우리의 도계장에 해당하는 콤플렉스에서 당일의 출고가격을 결정한다. 생계시세는 존재하지 않으며, 부분육에 의해 가격이 결정되는 구조이다. 비록 매주 생체 가격과 부분육 가격을 보여주고 있는 사이트가 존재하나, 이는 전주 개별 공장에서 판매한 판매가중 랜덤형식으로 발취하여 평균가로 보여주는 것으로써 시장가를 형성하는 것에는 큰 의미가 없는 참고용 가격이다(시장가에 대한 사후 데이터 자료 역할).

돼지고기 시장에는 도매시장이 있다. 돼지고기 도매시장은 수급조절기능과 가격형성기능, 집하, 분배, 유통금융의 기능까지 담당하고 있다. 수요자와 공급자 사이에 공개 경매제도에 의해 균형가격 형성에 의한 적정가격을 유지할 수 있고, 다른 소매시장 또는 산지 시장가격의 결정기준을 마련해주는 순기능을 가지고 있다.

5. 멧음말

대표적인 축산물인 소와 돼지는 도매시장의 형성으로 그 유통구조가 투명하고 가격도 소비자의 구매력에 비례한 수요, 공급의 원칙이 적용되어 도축된 제품 가격으로 결정된다.

물론 닭고기의 경우 너무나 개체수가 많아 도매시장의 형성에 어려움이 있을 수 있으나, 정부가 도매시장과 유사한 형태 또는 현재의 불합리한 유통구조, 즉 생계가격은 높는데(구매자-도계업체) 도계육 가격은 낮고(도계육에 생산비 및 판매관리비용 적용 불가능), 소비자 가격은 높은(대리점에서 도계육 가격에 상관없이 고정된 가격을 유지하여 소비자에게 판매) 이상한 형태의 가격형성이 될 수밖에 없는 구조로부터 탈피하여 유통구조 개선을 위한 정책적인 지원이 필요하다. 