

일본 최고의 고급육 ‘히다소’

일본의 중앙에 위치한 기후현은 육용우의 생산과 신흥이 여러모로 추진돼 전국에 많이 존재하는 중산간지역의 경제 활성화에 공헌하고 있다. 이에 기후현의 육용우 개량을 통한 화우고기의 브랜드 추진과정을 소개한다.

기후현의 ‘히다소’ 개량과 사양현황

2006년 현재 육용우 사육두수는 3만6천00두, 사양두수는 800호이다. 그 가운데 화우번식우는 8천300두, 비육우 2만3천700두로 전국에서 중규모이면서 특색 있는 육종개량과 비육기술로 브랜드소 ‘히다소’를 전국적으로 생산, 판매하고 있다.

화우가 일본특유의 육용종으로 자리매김하게 된 1965년경부터 본격적인 개량이 시작됐다. 1985년경에는 최적의 개량을 피하기 위해 신계츠를 도입해 거기에 신계후지를 이용 교배지침을 정해 육질의 안정화를 꾀해 왔다. 1976년에는 히다규계통 고정화추진 사업을 시작해 계통보완우로서 심사 후 도입한 야스후쿠는 발육의 육질적성을 나타내 신계츠계, 신계후지계와 융합이 대단히 양호해 전국적으로 평판이 나게 돼 히다규의 명품화를 단번에 추진하게 된 원동력이 됐다. 1989년경부터 전국화우농부협회의 주도로 육종가 평가가 시작돼 육종개량이 한 단계 발전된 시기였다.

실용적 연구성과의 브랜드화에 응용

효율적생산을위해서는새로운감각의미육관리방법 개발이 필수적이다. 도카이긴키 지방은 원래 비육이 번성한 지역으로 화우 거세우의 집단관리에 따른 약령미육번이 많은 관심을 가져왔다. 그 중에도 사료배합의 단순화, 적절한 춘하제중, 비육 각 단계별 영양관리 그리고 출하월령별 시험 등에 대한 결과보급

을 꾀했다. 한편 농수성 축산국은 적정준하를 목표로 육용우경제미육기술 정착화 사업을 시작해 시험성과를 고려한 비육우의 효율적인 생산에 큰 탄력을 받게 됐다. 더욱이 브랜드화로 확립하기위해사료내용, 급이방법, 출하시기등의통일화도이뤄졌다. 동시에출하월령도 생체준하에서 지육준하로 유도하게 됐다. 주요실용적연구성과의일부를소개하면다음과같다.

- 비육패턴의 차이와 산육성

화우거세우를체중 650kg(출하)에출하하는경우비육전반에 발육지를 쥐 일정체중 시집에서 비교했다. 이 결과 처음부터 포식상태로 증체량을 많이 하면 피하지방이나 근간지방이 많이 부착되기 쉽다. 또 전반에 중단적으로 제한해 발육을 정제시키면 육질도 좋지않고, 등지방도두꺼워지는경향이있어, 비육전반에는 약간 억제하는 정도(일당증체 0.75kg 정도)로 하고, 후반에는 포식하는 방법이 발육, 육질 모두 양호한것으로나타났다.

- 조기에 조사료 급여율의 차와 산육성

화우 거세우의 육성기(6~13개월령)에 걸쳐서 조사료비율을 늘려 채식성을 높여 25개월령에 비육 종료하는방법을검토했다. 그결과육성기조사료비율은 40%로 하면 이후 채식량이 향상돼 발육이 우수했다. 이러한 것은 지육중량에도 영향을 미쳐 육질에 있어서도2년제이상우수한판매가격에서도약10% 상회

했다.

화우개량의 성과와 경제적 효과

경제효과가 반영된 기후현에 있어서 송아지, 지육의 시장가격은 탄탄하게 지속됐다. 야스후쿠를 시작으로 자손 등의 산육성의 우수성이 평가돼 송아지, 지육 모두 전국 평균보다 약 10만엔(80만원) 높은 가격을 유지하고 있다.

일본등급판정협회에 따른 판정결과 5등급을 47%, 4등급을 42%로 나타났다. 특히 상위 입상한 소의 우둔부분까지의 지방교잡이 높게 평가됐다. 현내 송아지를 비롯해 출하하는 JA히다미의 지육 성적도 매우 우수해 약 28개월령의 5등급육을, 4등급육은 전국 평균을 훨씬 넘어서고 있다. 특히 표준품인 3등급에 있어서 히다미트가 농경시장의 5등급 가격을 상회하는 경우도 있다. 이러한 것은 육질이 좋을 뿐 아니라 식육처리시설(JA히다미)의 위생관리가 철저한 것도 크게 영향을 미치기 때문이다.

히다규 명품추진위원회의 조직과 활동

- 조직

1988년 명품의 명칭을 '히다규'로 현내를 통일, 생산자단체, 유통단체, 출하기관, 도매시장, 소매판매장대표 등으로 구성된 히다규명품추진위원회를 발족했다.

- 활동내용

판매촉진을 위해서 홍보, 계몽, 시장조사, 지정판매장, 지정음식점의 인증, 인수회개최, 각종 이벤트 참가 등 적극적으로 이루어지고 있다. 히다규의 인지도를 향상시키기 위한 시장조사도 수시로 이뤄지고 있다.

- 히다규의 정의

2002년 11월까지 현내비육의 화우 5등급으로 했으나 그 이후 브랜드품으로서 알려지기 시작해 품전 면에서나 판매 면에서도 크게 향상되어 소미자와유통업계의 요청 등으로 동년 12월 이후는 [현내 14개월 이상 비육된 흑모화종으로 일본등급판정협회에 의해 육질등급 5등급(최상급품), 4등급(상등급), 3등급(표준품)]로 되어 있다.

- 히다규 표시두수와 판매장 지정

1998년도의 히다규 인증두수는 2천390두(인성비율 29.7%)였으나 2003년도에는 지육중하두수는 1만1천522두에 달해 인증두수는 1만24두(인성비율 89%)가 됐다. 지정판매장의 조건은 히다규를 연간 5두 이상 판매하는 점포, 지정음식점의 조건은 최고기전문요리점으로, 지정판매점에서 히다규(최상등급)를 연간 3두 이상 구입해 히다규의 이미지가 향상에 역할을 한 점포로 하고 있다. 현재의 지정판매점은 판매, 요리를 합해서 320점포에 달하고 있다.

제 8회 전국화우능력공진회의 개최와 식육센터의 정비

브랜드화를 추진하는 가운데 2002년 9월 기후현에서 개최된 제8회 전국화우산육능력공진회는 큰 성공이 됐다. 기후현은 전 분야에서 우등상, 1등상에 입상, 특히 신설된 종합평가부분에서 내각총리대상을 수상한 것은 큰 성과였다. 그 중에도 거세비육부문의 기후현 준품우(부계 히다시라키요)는 최우수 지육상을 수상, 가축시장에서 kg당 11만1천405엔(세금포함)으로 대회 사상 가장 높은 가격을 기록, 대회상을 달구었다. 이러한 것은 광우병 파동을 일식시키게 됐고, 브랜드화의 추진은 이전보다 전국의 육우관계자에 크나큰 희망과 주었다.

또한 이 공진회가 지역에 파급시킨 경제적인 효과는 약 87억엔(약 800억원: 실행위원회사무국조사)으로 추정됐다.