

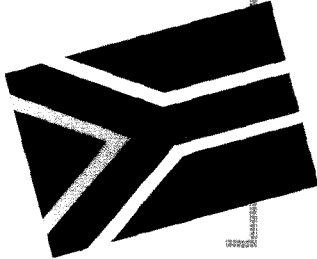
* 1. 2009년 12월 15일 발행
 * 2. 2009년 12월 15일 발행
 * 3. 2009년 12월 15일 발행
 * 4. 2009년 12월 15일 발행
 * 5. 2009년 12월 15일 발행



연·중·기·획
국가별 육계산업 현황

제11편

남아프리카공화국의
육계산업(Ⅱ)



박희권 상무
(주)하림

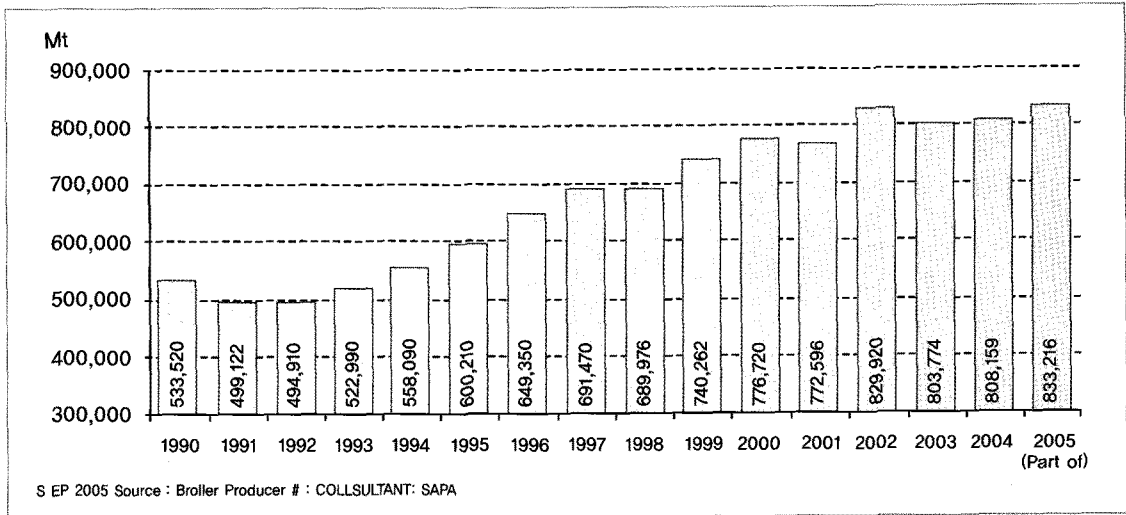
- 지난해에 이어...

4. 남아공의 육계산업 실적과 전망

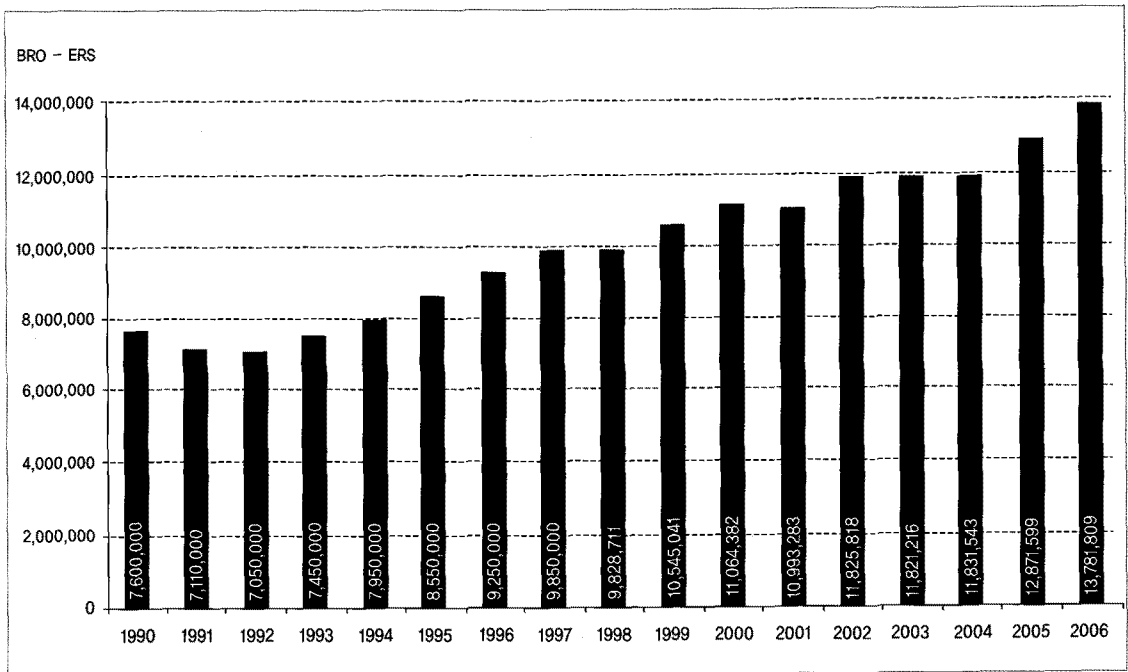
남아공의 육계산업은 매년 6~8% 이상 성장 중이며, 향후에도 이러한 호황은 지속될 것으로 예상하고 있다.

〈표 2〉에서 보는 바와 같이 닭고기 연간 생산량은 1992년도의 49만4천톤에서 2005년도의 83만3천톤으로 13년 동안 약 68% 정도 신장되었다.

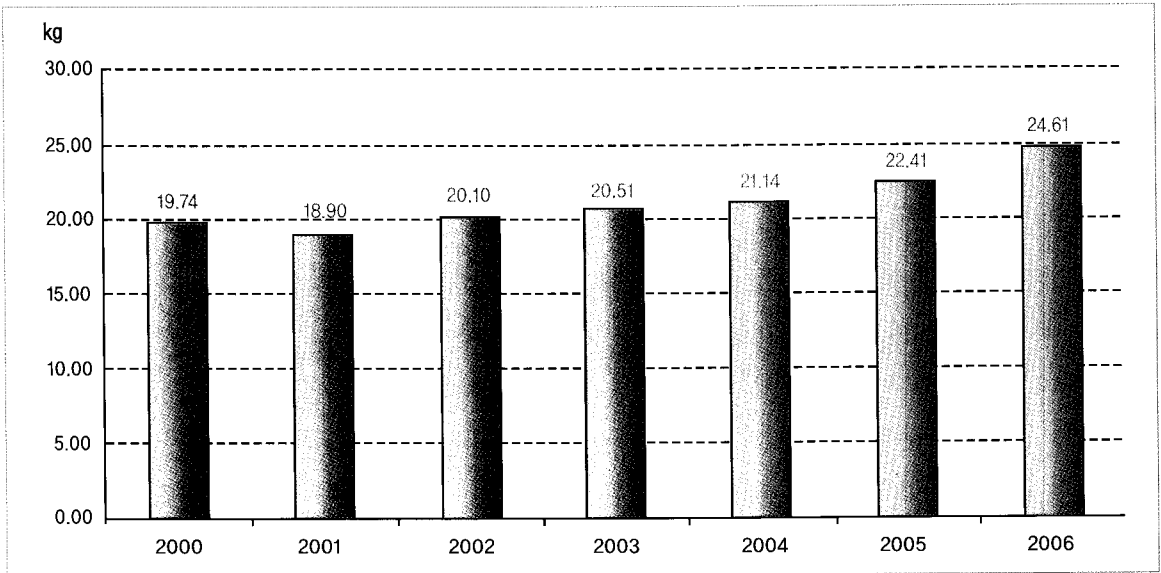
〈표 2〉 연간 닭고기 생산량



〈표 3〉 주간 평균 도계수수



〈표 4〉 국민 1인당 닭고기 소비량



〈표 3〉에서 나타내는 바와 같이 주간 평균 도계수수는 1990년 7,600천수에서 2006년에는 주당 13,781천수를 도계하고 있다.

이러한 육계산업의 급속한 성장에 힘입어서 국민 1인당 닭고기 소비량도 급격하게 늘어나고 있다. 2000년에는 국민 1인당 소비량이 19.7kg이고, 2006년에는 24.6kg으로 약 25% 성장했다.

특히 닭고기를 좋아하는 흑인들의 일자리가 늘어나, 흑인 소득이 많아짐으로써 닭고기의 소비 증가량은 더욱 촉진될 것으로 예상하고 있다.

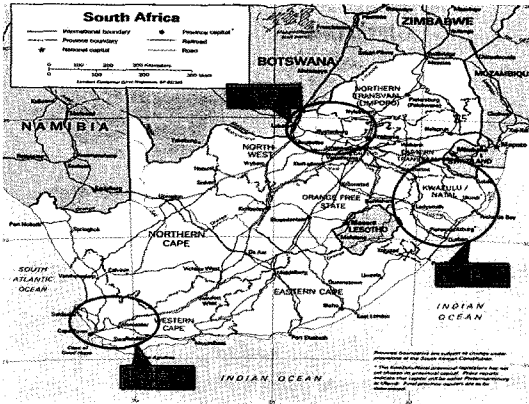
닭고기 수입량과 차지하는 비율 추이를 살펴보면 1990년도에는 약 4%로 아주 미약했으나, 1998년도에 처음으로 두자리 수인 11%를 넘어서면서 연간 약 7만8천톤을 수입했고, 2005년에는 21%까지 높아지면서 연간 21만5천톤을 수입해서 사용하고 있다.

이는 닭고기 소비량 증가보다 생산량이 절대적으로 부족한 것이 원인인데 아직도 닭고기 생산을 위한 계사 등 기반 시설이 부족한 게 주 요인이다.

이와 반대로 닭고기 수출 추이를 살펴보면 1998년도에 최대 11,726톤을 수출한 이후로 지속적으로 감소되어 2005년에는 3,567톤까지 감소되었다. 주요 수출국은 사우디아라비아, 모잠비크, 짐바브웨 등 가까운 남부 아프리카가 주요 수출국이다.

그리고 남아공의 주요 육계 생산지역을 살펴보면 3군데를 말할 수 있다.

제1지구는 더반시를 중심으로 한 나탈 지역이며, 제2지구는 요하네스버그를 중심으로 북쪽 지역인 루스텐버그 지역으로 넓은 구릉 평야지역으로 형성되어 곡물 재배지, 목초지, 휴경지 등으로 구분할 수 있고, 지가는 아주 다양하게 형성되어 있다. 제3지구는 케이프



〈그림 10〉 남아공의 주요 육계 생산 단지



〈그림 11〉 진열대의 생산자 이력서

타운시를 중심으로 한 웨스트 케이프지역으로 1, 2위 계열화 업체인 레인보우사와 카운티 패어사가 계약 사육을 하고 있는 대표적인 육계산업 지역이라 할 수 있다.

남아공은 해안을 제외하고는 구릉지대로 형성되어 있어 육계 사육에 알맞은 온도와 습도를 가지고 있다.

5. 남아공 닭고기 유통업계 현황

남아공의 닭고기 유통은 우리나라처럼 극히 일부는 재래시장을 통해 유통되는 경우도 있지만 비교적 현대적인 시장을 통해서 유통되고 있다.

주요 유통 경로는 Woolworth, Pick'n Pay, Checkers, Spar, Shoplite 등 5개 업체를 통해서 이루어지고 있다.

1) Woolworth

Woolworth는 주 고객층이 상류층으로 친

환경 농축산물을 주로 취급하면서 일부 계란 등의 제품은 〈그림 11〉에서 보는 것처럼 진열대에 생산자에 대한 사진과 이력을 붙여서 제품에 대한 신뢰도를 높이면서, 가격 또한 일반 매장보다 약 20~30%를 비싸게 판매하고 있다.

진열 제품은 식품과 의류 등을 주로 취급하고 있다.

2) Pick'n Pay, Checkers, Spar

Pick'n Pay, Checkers, Spar 등은 모든 고객을 대상으로 각종 축산물과 농산물을 판매하고 있는 매장이다.

주로 식품을 취급하고 있으며, 냉장 매대와 냉동 매대가 구분되어 진열 판매되고 있고, 닭고기, 돼지고기, 쇠고기, 오리고기 등을 모두 취급하고 있으며, 생필품도 일부 취급하고 있다. 우리나라의 SSM과 유사한 매장이라고 할 수 있다.



〈그림 12〉 Pick'n Pay 매장 전경



〈그림 13〉 Checkers 매장 전경



〈그림 14〉 Spar 매장 전경



〈그림 15〉 대형 유통 전문센터 전경

3) Shoplite

Shoplite는 지역에 따라 조금씩 다르지만 흑인을 주 고객층으로 운영하는 매장이자, 다른 매장에 비해 가격이 조금 저렴한 것이 특징이다.

그리고 Cash & Carry는 우리나라의 차량 외판 형태처럼 벌크 형태로 도매 가격으로 구입해서 저가로 흑인 밀집 지역(흑인 전문 거주마을이 있음)에서 소매로 판매하는 시장이라고 할 수 있으며 우리나라 5일 장처럼 운영되고 있다.

4) 운영 실태

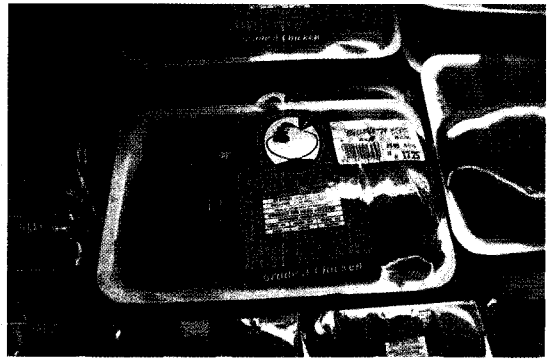
운영 실태를 살펴보면 각 도시 주요 지점에 대형 유통 전문 센터가 있고(〈그림 15〉 참조) 그 건물안에 전문 유통업체가 지점 형태로 입점해서 운영되고 있는데, 동일 센터 내에 2~3개의 업체가 동시에 입점되어 운영되는 경우도 많다.

우리나라 유통업체처럼 바이어의 힘이 절대적으로 강해서 신규 업체나 신제품이 처음 입점하기는 매우 어려우나, 한번 입점되면 안정적으로 판매할 수 있는 장점도 있다.

매장 넓이는 보통 300~500평 규모로 단층



<그림 16> 신선육 드럼스틱



<그림 17> 신선육 가슴살



<그림 18> IQF 드럼스틱



<그림 19> IQF 구이용

으로 운영되고 있다. 가격이나 진열 방식은 각 도시마다, 매장마다 지역 특성에 맞게 다양하게 운영되고 있다.

5) 남아공의 닭고기 시장 특징

남아공의 닭고기 시장 특징은 신선한 닭고기(fresh chicken meat)와 IQF(individual quick frozen, 급속냉동닭고기)가 같은 매장 내에서 유사한 면적의 매대를 차지하고 있으면서 경쟁적으로 판매되고 있다는 것이다.

흑인 중에는 IQF 제품을 선호하는데 그 이유는 한꺼번에 다량 구매해서 냉동고에 쉽게

보관할 수 있고, 필요할 때마다 꺼내서 요리해 먹을 수 있다는 장점 때문이라고 한다.

또한 업체에서도 IQF 제품을 다량 생산하는데, 이는 장기간 보관이 가능하여 닭고기 수급 조절에 용이해서 회사 경영에 효율적이기 때문이다.

또한 닭고기 각 부위별 가격과 특징은 드럼스틱을 가슴살과 비교해 보면 가격이 유사하거나 일부 매장에서는 약간 비싼 경우도 있었다. 이는 유럽이나 미국에서처럼 가슴살을 선호하는 백인이 다리살을 좋아하는 흑인에 비해 숫자가 작기 때문이라고 추측된다. 실제로 흑인들은 다리살이 가슴살보다 맛이 좋다고

가능성의 대륙 아프리카를 우리의 잠재 고객으로 생각하면서

그들에게 부족한 육계산업 관련 인프라를 구축하도록 해야 한다.

하고, 가슴살에 비해 다리살의 조각 크기가 작아서 별도로 자르지 않고도 요리할 수 있어서 특히 다리살을 선호한다.

그리고 각 축종별 소비 비율을 살펴보면 닭고기가 약 60%, 쇠고기가 25%를 차지하고, 그 뒤를 이어서 돼지고기, 오리고기 등의 순으로 소비가 되어 남아공에서 축산물 중 닭고기의 위치는 절대적이라고 할 수 있다.

6. 잠재 고객 아프리카를 연구하고 투자하자

본 글의 서두에서 말한 것처럼 우리는 아직 아프리카에 대해서 잘 모르고 있다.

하지만 이웃에 있는 우리의 경쟁국인 중국은 아프리카에 대해서 아주 많은 관심을 가지고 연구하고, 연간 100억 달러 이상을 투자하고 있다.

실제로 중국은 앙골라 등에 도로 건설 등에 원조를 하면서 공사 인부를 현지 아프리카인이 아닌 중국 노동자를 활용하면서 공사 종료 후 결혼을 하거나, 중국 가족을 아프리카로 불러 들여서 현지에 정착을 유도하는 현지화 전략을 펴고 있다. 즉 차이나 타운을 만들고 있는 것이다.

중국의 후진타오 주석은 거의 매년 1회 이

상 아프리카를 방문해서 각국 정상들과 우호 관계를 돈독히 하고 있지만, 우리 대한민국은 너무나 아프리카에 무관심하다는 현지 교민의 말을 곱씹어 볼 필요는 있다고 생각된다.

남아공의 시장 상권을 과거에는 인도인이 잡고 있었는데 언제부턴가 중국 상공인들에 의해 장악되고 있다고 한다.

실제로 선진국들 또한 아프리카 국가들이 정치적 안정을 찾아감에 따라 경제 원조 형식으로 진출하고 있다. 일부 국가에서는 풍부한 석유와 다이아몬드, 금 등을 팔아서 경제 기반의 재원으로 활용하고 있다. 사회 기반 시설들도 빠르게 확충되고 있다.

가능성의 대륙 아프리카를 우리의 잠재 고객으로 생각하면서 그들에게 부족한 육계산업 관련 인프라를 구축하도록 해야 한다.

우리 육계산업이 좀 더 파이를 키우기 위해서는 수출을 해야 한다. 우리의 주요 수출국가 대상에 아프리카를 포함시켜서 준비해야 한다. 또한 아프리카 사람들에게 양질의 닭고기 단백질을 공급해서 건강을 증진토록 해야 한다. 글로벌화의 한 축으로 아프리카를 선점해 보자. 