

닭고기 수출 현황 및 확대방안

# 닭고기 수출 현황 및 확대방안

편집부

## 1. 수출입 현황

### 가. 닭고기 공급상황

- 2008년의 닭고기 공급물량은 45만3천톤으로, 이 중 15.5%에 해당하는 7만톤을 수입으로 충당, 국내 닭고기 공급량은 37만7천톤에 이룸.
- 닭고기 공급량은 1999년 이후 꾸준히 증가했으며, 이는 국내 공급 및 수입물량이 증가했기 때문임.

〈표 1〉 닭고기 공급상황

(단위 : 톤)

연도	공급				수요					재고
	수입	국내산	이월	공급계	수입산	국내산	소비계	수출	수요계	
1999	45,976	238,016	-	283,992	45,976	236,999	282,975	1,017	283,992	
2005	58,503	300,718	-	359,221	58,503	298,240	356,743	2,478	359,221	
2008	70,115	376,606	6,082	452,803	70,115	365,876	435,991	9,283	445,274	7,529

### 나. 닭고기 수출현황

- 가금류 수출실적은 1999년에 1,163톤(2,231천\$)이었으나 2008년에는 9,393톤(12,884천\$)에 달해 물량기준 8배 증가했음.

### 다. 삼계탕 수출현황

- 삼계탕의 수출실적은 2008년 1,111톤(4,712천\$)으로 2004년 대비 2.4배 증가했으며 주요 수출국은 일본임(국내 생산업체 5).

〈표 2〉 연도별 가금육류, 닭고기, 삼계탕 수출실적

연도	가금육류(AG222)		닭고기(AG22201)		삼계탕(AG222015601)	
	물량(M/T)	금액(천USD)	물량(M/T)	금액(천USD)	물량(M/T)	금액(천USD)
1999	1,163	2,231	1,047	2,075	291	1,200
2006	3,220	8,508	2,854	6,594	960	4,056
2008	9,393	12,884	9,283	12,818	1,111	4,712
2009. 11누계	10,504	15,366	9,782	14,868	1,159	5,146

## 닭고기 수출 현황 및 확대방안

〈표 3〉 삼계탕 수출실적

수출국	2004년		2006년		2008년		2009년 11월 누계	
	물량 (톤)	금액 (천\$)	물량 (톤)	금액 (천\$)	물량 (톤)	금액 (천\$)	물량 (톤)	금액 (천\$)
일 본	361	1,558	577	2,526	666	3,130	710	3,491
대 만	38	160	278	1,120	342	1,193	341	1,226
싱가포르	3	12	8	37	1	7	5	33
홍 콩	64	203	77	262	84	292	91	299
기 타	4	13	20	111	18	90	12	97
계	470	1,946	960	4,056	1,111	4,712	1,159	5,146

## 2. 국별 수출확대 가능성

국가별	현황	판매확대 방안
일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 관세를 6%로 특별한 규제는 없으나 가금인플루엔자 국가 비발생 조건으로 수입 허용</li> <li>○ 주요 소비계층은 재일한국동포 또는 주재원 가족임(일본인 비율 30%)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본인은 인삼향과 기름기를 싫어하는 편이며 소포장(400gr) 선호</li> </ul> </li> <li>○ 삼계탕의 가격이 비싼편이어서 판매활성화에 한계               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 슈퍼마켓 : 개당 700~1,000엔</li> <li>- 음식점 : 1인분 2,000~3,000엔</li> </ul> </li> <li>○ 2008년도 수출 물량의 60%(1,111톤) 정도가 대일 수출이고 국내 3개사 제품이 53% 점유</li> <li>○ 한국의 시 발생 시, 일본정부의 수입기준이 '121°C에서 중심온도 4분 과장'의 레토르트 제품만을 수입허가하고 있는 실정으므로, 기타 가열제품(육가공 제품)의 수출회기가 박탈되어있는 상태임</li> <li>○ 최근 3, 4년 전부터 수출 해당국가에 나타나기 시작한 저가 삼계탕은 그동안 구축되었던 삼계탕의 기존 시장을 혼탁하게 만들고 삼계탕 수출의 미래를 어렵게 하고 있다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 식품안전성 검사 강화 및 홍보</li> <li>○ 삼계탕 홍보전략을 정부와 협회, 지자체 중심으로 대중매체 이용 홍보               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본조리협회 관계자 초청 이벤트(협회에서 메뉴 개발)</li> </ul> </li> <li>○ 반계탕 개발로 500~700엔 수준의 제품생산 검토</li> <li>○ 일반인에게 알릴 수 있는 마케팅 판매촉진과 판매장에 삼계탕 매대 출시 및 홍보물 게시 확대 등               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 백화점, 슈퍼 등에서 시식판매 행사 지속실시, 일반 식당, 이자카야(居酒屋) 및 불고기점을 상대화한 이벤트 행사 등 실시</li> </ul> </li> <li>○ 대부분의 수입바이어는 안정적 공급이 가능하지 않은 제품의 수입을 꺼리고 있기 때문에 수출제품의 확대를 위해서는 장기적으로 시 발생 시에도 가열제품의 수입을 허가하는 쪽으로의 협상이 필요함(실질적으로 중국과 태국의 가열제품은 A발생여부와 관계없이 허가되고 있는 상태임)</li> <li>○ 십수년간의 노력으로 조성된 삼계탕의 수출시장의 보존과 지속적 성장을 위해서라도, 업계의 자정노력과 함께 수출품에 한하여 제품등급제 등의 제도화로 수출되는 제품의 맛과 품질이 강제되어야 한다.</li> </ul>

닭고기 수출 현황 및 확대방안

# 닭고기 수출 현황 및 확대방안

국가별	현황	판매확대 방안
일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 수출가의 절반에 가까운 가격으로 수출되고 있는 저가삼계탕의 문제는 시장을 흐리는 것 외에 저가 수출을 위한 품질저하로 수출국의 기존 소비자들조차도 결국 삼계탕을 외면해 버리는 결과가 초래되어 수년 뒤 삼계탕의 수출길이 막혀버리는 최악의 상태까지도 예상할 수 있다.</li> </ul>	
대만	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 가금인플루엔자 및 뉴캐슬병의 국가 비발생 조건으로 수입허용</li> <li>○ 2004년 38톤에서 2008년 342톤으로 삼계탕의 수출물량이 증가하였음.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 닭고기 소비가 전체 육류의 41.8% 차지하며 1인당 소비량은 32.3kg</li> </ul> </li> <li>○ 대만은 40%에 달하는 고율의 관세를 부과하고 있어 소비자 가격이 수출가격의 3배 수준까지 높아져 판매 애로</li> <li>○ 소비자의 반응은 좋으며 대부분 현지인들에 의해 소비되고 있음.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 고기보다 육수가 많은 탕을 선호하며 수입제품에 대한 거부감은 없음.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 관세가 25%까지 낮아진다면 현재의 수출량을 2배까지 증가 예상</li> <li>○ 몽시대 소핑몰, 코스코, 까르프 등에서 한국관 형태의 판촉행사 지속 실시</li> <li>○ 냉동제품보다는 즉석 식품을 즐기는 소비층이 많으므로 이들의 입맛에 맞는 제품개발 및 홍보</li> </ul>
홍콩, 싱가포르	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 홍콩은 가금인플루엔자 지역 비발생 조건으로 수입허용</li> <li>○ 홍콩은 10월부터 2월까지의 계절시장이며 저가로 판매되고 있음.</li> <li>○ 싱가포르는 무관세이나 검역이 까다로움. 소비대상자는 대부분이 현지인이며 일부 한국식당에도 납품하고 있음. 특히 태국, 말레이시아, 인도네시아 시장의 영업도 활발하므로 향후 급속 신장이 예상됨. 싱가포르 인구는 300만으로 시장규모가 협소하므로 이들 인근 국가의 경기가 활성화되어야 수출물량이 확대될 것이다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 홍콩은 대형 유통망과 슈퍼 체인의 입점비 과다로 애로</li> <li>○ 싱가포르의 소비자는 현지인이며 인근 국가(태국, 말레이시아, 인도네시아 등) 대상의 수출시 이슬람 문화권은 수입 절차가 까다로워 수출 활성화에 장애요인이 될 수 있다.</li> </ul>
미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시장규모는 2003년 도매가격 기준 300억달러(약 36조원), 한국의 2008년 육계생산액(1조 4,000억 원)과 큰 대조를 보임               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2008년도 미국의 가금육 수출물량은 3,000천톤임.</li> </ul> </li> <li>○ 한국 동포 및 유학생 대상 설문조사 결과               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 삼계탕을 먹어본 소비자는 95.3%, 맛에 대해 86.4%가 긍정적, 삼계탕 선호 74.1% 및 구매의향 77.1%로 삼계탕 대미수출은 낙관적임</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 수출 가능 시, 삼계탕을 비롯한 계육가공제품의 대량 수출이 가능한 국가로써, 육가공제품 수출확대를 위해 가능한 한 빠른 시일안에 수출이 개시되어야 함</li> </ul>

3. 닭고기 수출지원 대책

가. 수출물류비 5% 추가 지원

- 2009.12.1~10.3.31일까지 신고된 수출물량에 대해서는 수출물류비 5% 추가 지원
- 지원조건 : 평소 국가별 표준 물류비의 25% 지원

나. 2009년 12월의 수출실적이 전년 동월 대비 30% 이상 수출한 업체에 대하여 인센티브 지원

- 2010년 해외 식품박람회 참가 시 인센티브 지원
  - 업체당 4개 부스에 대해서 임차비·장차비(약 30백만원/1회)를 업체당 최대 2

회까지 동 조건으로 지원(〈표 3〉 참조)

- 판촉홍보비 행사 시 인센티브 지원
  - 업체에서 기획한 해외 대형유통업체 연계 판촉행사 연간 1회 지원(〈표 4〉 참조)
- 수출자금업체 종합평가지 인센티브 부여
  - 수출자금지원(운영활성화 자금) 업체 평가지 가점부여 : 5점

다. 문제점 및 건의사항

□ 공통

● 문제점

- 최근 3, 4년 전부터 수출 해당국가에 나타나기 시작한 저가 삼계탕은 그동안 구

〈표 3〉 2010년 해외 식품박람회 참가 시 인센티브 지원

구분	현행 지원내용	인센티브(안)
임차료	100%지원(1개부스)	1개부스 초과시 자부담 4개 부스까지 지원
장차비	100%지원(1개부스)	
냉장(동)비품	신선농산물 냉장비품의 70%지원(100만원 한도)	좌동
통역판촉요원	50%지원(20부스 미만 박람회 업체당 1인)	좌동

〈표 4〉 판촉홍보 행사 시 인센티브 지원

구분	현행 지원내용	인센티브(안)
수요조사	지역별 해외 aT센터	수출업체 수요 직접 조사
지원대상	해외바이어, 대형유통점 위주 선정	수출업체 기획 판촉전 일정부분 반영
지원내용	판촉전 마케팅 활동비	좌동
지원기준	지역별 지원한도내 행사비용 80% 이내	좌동

닭고기 수출 현황 및 확대방안

# 닭고기 수출 현황 및 확대방안

축되었던 삼계탕의 기존 시장을 혼탁하게 하고 있음

- 기존 수출가의 절반에 가까운 가격으로 수출되고 있는 저가 삼계탕은 소비 시장 혼란 이외에도 저가 수출을 위한 품질저하로 수출국의 기존 소비자들이 삼계탕을 외면해 버리는 경우가 발생할 수 있음.  
(예 : 레토르트 삼계탕800g 홍콩수출가 하림USD 4.00/개, L사 USD 2.50/개)

## ● 건의사항

- 어렵게 형성된 삼계탕 수출시장의 보존과 수출확대를 위해서라도, 업계의 자정노력과 함께 수출품에 한하여 제품등급제 등의 제도화로 수출되는 삼계탕의 제품의 맛과 품질 기준이 강화되어야 할 것임.

## □ 공통

## ● 문제점

- 2009년 12월 대일본 조류(냉장 냉동육) 수입금지조치 해제로 12월 11일 냉동 삼계탕을 수출 선적했으나 일본 통관 중 국내에서 저병원성 AI의 발생이 확인되어 일본 검역당국 통관 불허로 인한 반송조치로 금전적 손실 초래(운임, 창고료, 포

장비 등)

- 2003년도에도 유사사례발생

## ● 건의사항

- 현행 제도상으로 이 같은 일이 발생되었을 경우 보상제도 없음
- 수출 담당자들의 경우 회사에 손실을 끼쳤을 경우 문책성 조치가 이루어져 적극적인 마케팅에 어려움이 있음
- 손실보험 등 장치 강구의 필요성 있음(타 축산물의 경우도 마찬가지임. 구제역 등)

## □ 일본

## ● 문제점

- 한국의 AI 발생 시, 일본정부의 수입기준이 '121℃에서 중심온도 4분 과정'의 레토르트 제품만을 수입허가하고 있는 실정이므로, 기타 가열제품(육가공 제품)의 수출기회가 박탈되어 있는 상태임.

## ● 건의사항

- 대부분의 수입바이어는 안정적 공급이 가능하지 않은 제품의 수입은 꺼리고 있기 때문에 수출제품의 확대를 위해서는 장기적으로 AI 발생 시에도 가열제품의 수입

을 허가할 수 있도록 일본과의 협상이 필요함  
(실질적으로 중국과 태국의 가열제품은 AI 발생여부와 관계없이 일본 내 수입이 허가되고 있는 상태임)

## □ 중국·일본

### ● 문제점

- AI 발생 시와 비 발생 시에 대비하여 목표시장 및 제품을 설정하고 대처하는 홍보와 마케팅이 미흡
- 일부 국가의 경우 단순 마케팅으로 시장을 개척하는데 한계가 있는데도 불구하고, 이에 대한 배려가 전혀 이루어지지 않고 있음

### ● 건의사항

- 홍보 및 마케팅 전문가가 현지 시장 파견 필요성 대두
- 정책적으로 해결해야 할 과제가 있으므로 현지사정에 밝은 전문가 집단의 조사 필요성 있음(민관합동 해외출장 등)

## 라. 닭고기 수출확대 방안

### □ 삼계탕 수출확대를 위한 프로모션 지원

#### 1) 사업목적

- 현재 국제 닭고기 판매가격을 감안할 때 닭고기 수출에 가능한 나라는 신선육을 수출할 수 있는 일본으로 한정돼 있음.

그러나 예측할 수 없는 AI의 발생으로 안정적인 공급기반을 원하는 일본 바이어들의 요구를 수용할 없는 상황임.

따라서 AI의 영향을 덜 받는 삼계탕, 닭고기 가공품을 중심으로 현지 바이어들과의 관계를 지속해 나가면서 신선육을 수출할 수 있는 기회를 모색해 나가야 할 것임

- 삼계탕 수출의 주요 타겟인 일본시장과 대만시장을 시작으로 마케팅을 강화해 나가면서 점진적으로 인근 홍콩, 중국, 동남아시아장으로 수출을 확대

#### 2) 추진방법

- 삼계탕 수출의 주요 타겟인 일본시장과 대만시장을 시작으로 마케팅을 강화해 나가면서 점진적으로 인근 홍콩, 중국, 동남아시아장으로 수출을 확대