



日本の 食肉加工業 動向과 전망

I 食肉加工品の 需要構造

日本の 食肉加工品の 製造, 消費의 歴史는 짧으며 國民의 食生活 속에 뿌리를 내리기 始作한 것은 2次 世界大戰 後인 1950年代에 들어서 부터이다. 그리하여 1950年, 1960年代年代의 所得의 向上, 食生活의 近代化를 통해, 그의 1人當 消費量도 飛躍의으로 增加하였다. 그러나 1970年代 後半에 들어서는 經濟 沈滯의 影響을 받아 食肉加工製品에 대한 需要도 지금 까지의 增加趨勢와는 많이 다른 樣相을 보일 것으로 생각된다. 이 變化趨勢를 豫測하는 唯一한 效果的인 方法은 最近에 있어서의 需要의 構造變化를 經濟的, 社會的 觀點에서 조금 詳細히 分析해 보는 것이라고 하겠다. 食肉加工品の 最近의 需要(消費) 構造를 ① 全體的인 消費 中の 位置 ② 食肉加工品の 品目別 需要의 變化 ③ 消費者의 意識構造 등의 觀點에서 살펴 보고자 한다.

(1) 國民의 消費生活 中에서의 食肉加工品

日本國民의 消費生活의 內容을 잘 나타내 보여 주고 있는 資料로서 總理府統計局의 「家計調査」 및 農林省統計情報部の 「農家生計費調査」가 있다.

먼저 「家計調査」에서 人口 5萬 以上の 都市 世帶 (非農家)의 1人當 年間 消費支出, 食費, 主食費, 副食費 및 食肉加工品の 消費支出 등을 1965年, 70年, 74年 별로 抽出한 것이 表 1이다. 括弧內는 消費者 物價指數로써 나누어서 얻은 實質金額이다.

金
濟
華

(調達廳 外資局)

이 表에서 몇가지 事實을 알 수가 있는데, 즉 65年 부터 74年 까지의 9年 間에

① 名目消費支出은 2.97배가 되었는데 食費의 支出은 2.60배의 伸張에 그쳤다. 이 結果 英鎊係數는 40에서 35로 5포인트 低下하고 있다.

② 食費의 支出 中에서도 主食費는 1.56배 밖에 되지 않았는데 副食費는 2.73배로서 거의 全體의 消費支出에 가까운 倍率로 伸張하고 있는데 結局 食事 中에 占하는 副食의 地位가 그程度 높아지고 있음을 말 해 주고 있다.

③ 햄의 支出에 있어서는 2.84배로서 食費의 伸張보다는 얼마쯤 큰 것이나, 全體의인 消費支出의 伸張보다는 약간 작다.

④ 썰세지는 햄보다도, 全體의인 消費支出의 伸張보다도 크게 伸張하여 約 3.5배의 支出로 되고 있다

⑤ 베이컨은 크게 伸張(5.9배)한 것이나, 支出의 絕對額은 아직 햄의 6分の 1, 썰세지의 4分の 1에 不過하다.

⑥ 이들 食肉加工品에 대한 支出額의 伸張은, 이것들과 마찬가지로 食生活의 西洋化의 主役이라고 할 수 있는 牛乳와 比較하면 상당히 높지만, 牛, 豚肉과 比較하면 어느 쪽이 伸張率이 높다고 端的으로 말할 수는 없겠다.

이들 支出金額으로 본 傾向과 數量으로 본 傾向과는 꼭 一致하지는 않는데 數量의 伸張率로 보면, 햄은 9年間에 1.3배 밖에 伸張하지 않았으나 썰세지 部門은 2배強(베이컨은 2.7배)이고, 反面, 그 單價

를 보면 햄이 2.1배, 썰세지는 1.7배로 增加, 햄쪽이 높은 편이다.

이것은 햄價格의 上昇幅이 썰세지의 그것보다 높았기 때문이라기 보다는 햄에 대한 嗜好度가 標準프레스햄 보다는 上級, 프레스 햄 보다는 單味 햄이라고 할 程度로, 보다 高級品으로 人氣가 쏠린 것이 그 原因이라고 볼 수 있겠다.

그러나 다음에 보는 바와 같이, 햄의 大部分은 프레스 햄으로서, 所得의 向上에 따른 消費量의 增加라는 消費反應이 썰세지의 場合에서 보다 鈍하게 나타나고 있는 것으로 보인다. 어떻든 이 데이터에서 보면, 햄 보다 썰세지 쪽이 所謂 經濟學에서 말하는 優等財로서의 性格을 強하게 보여주고 있는 것은 매우 興味 있는 事實이라고 하겠다.

이러한 事實은 支出彈力性의 計測에 의해서도 認定이 되는데, 表 2에 食肉加工品의 支出彈力性의 計測結果例가 나타나 있다. 1965年의 場合에는 需要의 支出彈力性(大體로 所得彈力性과 같다고 보아 無妨함)은 햄이 1.77인데 比較 썰세지는 2.35로 큰 彈力性을 보였고, 全體의 支出이 10% 伸張한 때에 썰세지에 대한 支出은 10% 以上 伸張했음을 示唆해 주고 있다. 그러나 最近에는 이 關係가 逆轉, 햄의 支出彈力性 쪽이 썰세지의 그것 보다도 若干 커지고 있는데 이 事實은 近年에 들어서의 高級單味햄의 顯著한 伸張과 關係가 있는 것으로 생각된다.

이 支出彈力性은 定量的으로 興味있는 일임을 말 해 주고 있는데 즉, ① 食肉加工品에 대한 支出彈力

1人當 消費支出의 變化

(表 1)

(單位: 年間 1人當 1천원)

	65年	70年	74年	65/74
消費支出	146.7 (191.8)	251.6	435.8 (282.8)	2.97 (1.47)
食 費	58.5 (76.5)	91.4	152.0 (98.6)	2.60 (1.29)
主 食 費	12.4 (16.2)	13.9	19.3 (12.5)	1.56 (0.77)
副 食 費	29.5 (38.6)	46.8	80.6 (52.3)	2.73 (1.35)
햄	0.552 (0.772)	0.919	1.57 (1.02)	2.84 (1.41)
썰 세 지	0.276 (0.509)	0.481	0.979 (0.635)	3.55 (1.76)
베 이 컨	0.044 (0.073)	0.101	0.260 (0.169)	5.91 (2.94)
기타食肉製品	0.137 (0.179)	0.350	0.690 (0.448)	5.04 (2.50)
牛 乳	1.97 (2.58)	3.02	4.59 (2.98)	2.33 (1.16)

(註) ()內는 45年을 100으로 한 物價指數로 實質化한 數值

性이 數年前까지는 1보다 컸지만, 現在는 1보다若干 작고, 所得, 支出 등의 伸張과 比較해 食肉製品에 대한 支出의 伸張幅이 더 작아질 傾向이 있다는 것 ② 彈力性的의 크기 自體는 所得의 增加 및 時間의 經過와 함께 작아질 傾向이 있다는 것 등이다

이것은 今後의 食肉加工品の 需要 伸張에 있어서 어떤 것인가의 新製品의 開發, 特別한 需要擴大 캠페인 등에 관한 業界의 努力이 없는 限, 經濟 全般의 成長보다 작은 成長 밖에 없을 것이라는 것, 더군다나 이런 傾向은 해를 거듭할수록 擴大되어 갈 것임을 暗示하고 있다.

이러한 意味에서 생각할 때 食肉加工品 중에서도 伸張率이 큰 單味햄類, 高級소세지 및 미트로프 등의 새로운 食肉加工製品 등의 生産으로 그 比重을 옮겨가야 할 것이 하나의 重要한 課題라 하겠다.

이와 같은 傾向은 農家世帯에 있어서도 볼 수가 있는데, 農林省統計情報部の 「農家生計費調査」에 따르면, 1965年 부터 1974年 까지에 消費支出은 4.1倍 食費는 3.0倍의 增加를 보였으나 이에 대해 햄의 支出은 5.8倍로 極히 높은 伸張率을 보여 주고 있다는 事實이 注目되는 바이다. 또 1人當 消費量도 年間 850그램으로 都市世帯의 1人當 消費量 1,170그램에 肉迫해 가고 있는데, 이것은 都市部에서의 消費量 伸張의 減退現象을 農村部에서의 伸張이 커버 해 가고 있다는 아주 興味있는 事實이다.

〈表 2〉 食肉加工品の 支出彈力性

	65年	73年	74年
햄	1.77	1.08	0.77
소세지	2.35	0.81	0.62
베이컨	1.97	1.44	0.99
牛乳	1.31	0.53	0.55

(2) 消費者行動과 食肉加工品

日本 햄소세지 工業協同組合이 實施한 一般消費者 調査를 資料로하여 食肉加工品에 대한 消費者의 行動을 보기로 한다. 이 調査는 首都圈 및 金澤市の 20歲부터 50歲까지의 主婦 800名을 抽出하여 76年 2월에 實施한 것으로서 그 內容은 製品의 理解, 購

買狀況, 使用狀況, 嗜好, 意識 등 多角의 面에 걸쳐 實施되었다. 이와 같은 調査는 1968年, 1970年, 1971年, 1973년에 實施되어진 것으로서 時系列變化도 어느 程度 確認이 可能하다.

① 製品에 대한 理解=햄類에서는 로스햄, 프레스햄의 知名度가 거의 100%인데 비해 락스햄, 骨付햄 등은 10%에도 未達했다. 이 중 프레스햄의 知名度는 73年의 44%에서 77%로 까지 높아졌는데, 이것은 이 數年 間에 浸透普及 되었다는 것을 말해 주고 있다.

소세지 類에서는 원나의 知名度가 거의 100%에 가깝고, 사라미, 푸랑크플트, 포소세지 順으로 나타나 있으며, 브로니아, 드라이, 레바아, 레오나 소세지는 全然 알려져 있지가 않았다. 이것들 중 그 知名度가 以前보다 훨씬 높아진 것은 사라미와 포크소세지이다.

햄類, 소세지類의 共通點을 든다면 知名度의 順位가 곧 消費量의 順位와 거의 一致하고 있다는 것이다. 다만 드라이소세지는 상당한 生産量을 보이고 있음에도 不拘하고 그 知名度는 낮고, 反對로 사라미소세지는 生産量이 많지 않음에도 知名度가 높다.

또 JAS 마크와의 關聯을 들어 말한다면 食肉加工品에 JAS 制度가 있다는 事實을 알고 있는 사람은 8割에 가까우나, 購買時 實際로 이를 確認하고 사는 사람은 4割에 미치지 못했다는 것이다.

② 購買狀況=이 調査는 消費者의 購買方法에 있어서도 몇가지 興味있는 事實들을 指摘하고 있는데, 즉 購入場所는 精肉店과 슈퍼마켓이 壓倒的으로 많고 다음이 百貨店으로 되어 있는데 低所得層에서 슈퍼마켓 利用率이 높으며, 金澤市에서는 百貨店에서 보다는 市場에서의 購入이 더 많은 것으로 나타났다.

購入場所의 決定的 理由로서는 「가까운 곳이므로」가 가장 많고, 다음이 「新鮮」 「同時에 여러가지를 살 수 있으므로」 등의 願이었으며, 「값이 싸다」 「衛生的」 「店員의 親切」 등은 그다지 重視되고 있지 않는데, 이것은 食肉加工品 販賣店의 경우는 무엇보다도 立地가 第一 重要하고 그 다음이 製品의 新鮮度,

商品多彩具備 등이 重要함을 示唆해 주고 있다.

購入의 形態는 罐類에서는 「슬라이스의 달걀 팔기」가 87%인 大部分으로서 「날개 사기」의 20%나 「슬라이스의 패키지 들이」 18%에 비해 顯著히 많은 것을 보면 日本에서의 날개 사기나 패키지 들이의 普及에는 아직도 時間이 必要한 것으로 풀이 된다.

한편, 쏘세지에서는 「袋鼠」(80%), 「달걀팔기」(31%)로 되어 있는데, 이것은 消費되는 쏘세지의 大部分이 원나와 푸랑크로서, 直徑이 작은 것을 많이 찾고 直徑이 굵은 레오나, 브로니아 등의 普及率이 낮다는 것도 이와 關係가 있는 것으로 생각된다.

購入時에 留意할 點으로는 「製造年月日」이 越等히 높고 (67%), 「製品의 色」, 「메이커名」, 「價格」, 「原料」 등은 모두 30% 程度이었다. 이런 點으로 미루어 보면 製品의 新鮮度에 대한 關心은 極히 높은데, 이번 쏘세지의 JAS法 改正에 따라서 「賞味期間」의 表示를 義務化시킨 것은 消費者에게 큰 貢獻을 한 것이다.

③ 實際의 購入 = 가장 많이 購入하고 있는 것은 역시 원나쏘세지(90%)이고 다음이 로스햄(81%), 프레스햄(75%), 베이컨(67%)의 차례인데, 이것은 知名度와도 對應한다.

1回當 購入量은 罐類, 베이컨類의 경우 200~300그램이 匱倒의이고, 원나, 푸랑크롤트쏘세지의 경우는 150~200그램이 大部分으로서, 數年前과 比較해 보면 베이컨의 1回當 購入量이 100그램 線에서 200그램 線으로 移行했고, 원나, 푸랑크롤트쏘세지는 反對로 200그램 線에서 150그램으로 低減된 것이 主된 變化이다.

메이커를 指定하여 買入하고 있는 사람은 全體의 2割이 넘는 數字로 그다지 많지는 않으나, 罐등은 大部分이 「달걀 사기」를 하고 있기 때문에 메이커名の 判別이 困難하다는 點을 考慮할 必要가 있다.

메이커名을 指定하는 理由로는 「맛이 좋으므로」, 「信用度 때문에」 등이라는 應答이 많은데, 이런 點으로 보아 加工메이커들은 맛이 있고, 品質이 確實한 것을 만들어야 할것이 보다 要請된다고 볼 수가 있다.

또 最近에 增加하고 있는 것으로 보여지는 패키지 지入의 食肉加工品에 대한 意識調格에서는 이를 산 經驗이 있는 사람은 全體의 約 半數로서 「그렇게 맛이 좋은 것 같진 않다」, 「品質이 좋지 않는 것 같은 氣分이 든다」 등의 否定的 見解와 「衛生的이다」, 「량이 알맞다」 등의 好意的 見解가 거의 半半數 程度이다.

위와 같은 事實들로 볼 때 패키지 지入의 것이 一般 消費者들에게 받아 들여지기에는 아직 時日이 必要한 것으로 展望된다.

④ 實際의 消費 = 一般家庭의 경우, 食肉加工品을 每月 어느 程度의 頻度로 먹고 있는가, 어떤 種類의 것을 많이 먹고 있는가를 알아보자. 前述한 바 一般消費者 調査에 따르면 원나쏘세지, 로스햄, 프레스햄이 가장 頻頻히 使用되고 있는데, 원나쏘세지는 週 1回 以上 먹는 사람이 5割을 넘는다. 로스햄, 프레스햄도 4割 넘는 사람이 週 1回 以上 먹고 있는 것으로 나타나 있다. 一般의 傾向으로는 年齡이 많고, 家族數가 많고 所得이 많은 階層에서 먹는 回數가 많다는 事實을 알 수가 있다.

그러나 所得과의 關聯性을 볼 것 같으면, 所得이 一定線 以上인 層에서는 相關性이 보이지 않는데, 이는 所得의 增加에 따라 반드시 먹는 回數가 增加하는 것은 아님을 말해주고 있다. 한가지 理由는 回數가 增加하는 代身에 보다 高價品을 찾고 있다고 할 수 있겠다.

또 料理方法에 있어서도 比較的 손이 덜 쓰이는 食品들의 消費가 보다 活氣를 띠어가고 있는데 즉, 날로 먹거나 弱한 불을 利用해 먹을 수 있는 것이 大部分으로서, 이를 品目別로 보면 로스햄, 사다미쏘세지는 大部分 날로 먹고 있으며, 본레스햄도 날로 먹는 傾向이 많은 한편, 베이컨, 원나쏘세지, 푸랑크롤트쏘세지 등은 굽거나 또는 삶거나 해서 먹고 있다. 베이컨은 구워서 먹는 외에 라면이나 볶음밥에 넣는다든지, 삶아서 野菜料理에 使用한다든지 그 用途가 廣範圍하다. 그러니까 製品의 形態에 따라 꽤 多樣하게 使用되어지고 있다는 結果이다.

最近의 消費動向을 보면 걱정스러운 바가 없지 않

는데, 이 調査에서도 消費·伸張率의 減退現象을 確實히 볼수 있다. 즉, 最近 1年間 使用의 增減을 알아 보기 위한 質問에 대해 「增加했다」는 應答이 全體의 24%, 「減少했다」는 應答이 11%, 「變함 없다」는 63%로서 「變함없다」고 한 對答이 壓倒的으로 많다.

또 「增加했다」고 對答한 사람의 比率은, 1970年에 있었던 같은 調査結果의 48%에 比較하면 그 半程度가 되는데, 過去의 消費量 뿐 아니라, 앞으로의 豫想에 대한 質問에서도 마찬가지로 今後 使用量이 增加할 것으로 보고 있는 사람은 全體의 20%에 不過하여, 70年의 4割 以上이 「增加한다」고 보고 있던 事實과 比하면 大幅의인 後退現象이다.

品目別로는 원나소세지, 로오스햄이 「增加했다」고 對答한 사람과 「減少했다」고 한 사람의 比率이 보다 많지만, 增加했다고 한 사람의 比率이 높다.

또 使用增加의 理由로는 로오스햄, 본레스햄은 「맛이 좋아서」가 많고, 프레스햄은 「값이 싸서」가, 베이컨은 「料理의 種類가 많아져서」가 많다. 원나소세지, 푸랑크폴트소세지는 「아이들이 좋아해서」라고 對答한 比率이 最高로 많은 것으로 되어 있다.

한편, 減少理由로는 로오스햄, 본레스햄은 「값이 비싸서」가, 프레스햄은 「맛이 없어서」가, 원나소세지, 푸랑크폴트소세지는 「싫어졌다」가 각각 上位를 차지하고 있으며, 베이컨은 減少理由 중 「脂肪이 많아서」가 가장 큰 理由로 되어 있는 것은 興味있다.

또한 一般消費者가 앞으로의 食肉加工品の 消費展望에 대해 어떻게 생각하고 있는가를 알아 보면, 增加할 것이라고 생각하는 理由로 「젊은 層이 즐겨하므로」 「빵食에 適合하다」 「料理가 便利, 簡單」 등을 들고 있다. 減少할 것으로 생각하는 理由중 첫째가 「添加物이 들어 있다」로 되어 있어, 消費者들의 食品의 安全性에 대한 關心度가 大端히 높은 것을 暗示하고 있다. 食肉加工메이커로서는 食品의 安全性에 대한 이와같은 社會的 要請에 반드시 副應해야 한다는 것이 今後의 業界의 重要한 課題의 하나라고 하겠다.

지금까지 實際의 家庭消費面에서 食肉加工品の 需

要實態를 보아 왔으나, 이번에는 近間 10年間に 걸친 食肉加工品の 品目別 消費需要的 變化를 若干 다른 觀點에서 考察해 보려고 한다. 다음 表 3은 1965년부터 1975年 까지의 主要食肉加工品の 年別生産量의 推移를 보인 것이다. 드라이소세지 등 保存期間이 긴 것을 除外하면, 生産 후의 保存期間은 대개 1個月 內外로 생각되어 지므로 一年을 單位로 하여 본다면, 生産=消費라고 생각해도 될 것이다. 따라서 이 表는 消費量을 나타 낸 것이다.

여기에서 두드러진 것은 로오스햄, 본레스햄 등 高級 單味品들의 全般的인 높은 伸張과 프레스햄의 相對的인 停滯이며, 소세지類에서는 원나, 푸랑크폴트의 伸張이며, 베이컨類도 이즈음 伸張을 보이고 있다. 이와는 反對로 魚肉과의 混合製品인 混合프레스햄, 混合소세지는 오히려 減少傾向에 있다. 前述한 바와 같이 年率 10%를 超過하는 높은 伸張率을 보인 1965年 이후의 食肉加工品の 消費增加는, 事實은 이와 같은 高級單味類, 베이컨類 및 원나소세지와 푸랑크폴트소세지의 伸張 때문인 것을 알수가 있다.

그러나 이를 다시 잘 살펴 보면, 이 期間을 通해 一貫的으로 伸張하고 있는 것과 伸張에 起伏이 있는 것으로 分類가 된다. 즉, 로오스햄, 베이컨 등은 거의 一貫해 伸張하고 있음에 비해 원나소세지, 푸랑크폴트소세지는 伸張率이 높은 時期와 그렇지 못한 時期가 있는데, 이는 각각의 生産, 消費의 伸張理由가 조금씩 다르기 때문이다. 그리고 同期間 중에 年間 1人當 個人可處分所得은 約 1.6倍로 되었다(表 4 參照).

食肉加工品の 消費增加는 이와 같은 實質所得의 增大에 힘 입은 바 크다고 하겠는데 結局 所得이 增大하면 蛋白質源으로는 보다 高級의 肉類나 食肉加工品을 以前보다도 많이 消費하게 된다는 것이다.

이것을 統計的으로 보는 한가지 方法이 있는데, 實質所得과 類型別 食肉生産量(=消費量)과의 關係를 兩對數函數에 따른 回歸式에 의해 推定한 것이다 다음에 그 計測結果를 彈性性, 相關係數에 關해 말 하겠지만, 데이터數가 적은 것과 다른 條件, 例를

〈表 3〉

種類別 食肉加工品 生産量の 推移

(단위 : 톤)

年	1966年	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	66/74	
햄 類	로오스	6,965	7,859	7,787	8,774	12,330	15,342	18,951	21,712	24,780	25,659	(3.6)
	븐메스	2,149	2,333	2,087	1,983	2,790	3,230	4,189	5,022	5,810	6,583	(3.1)
	기타 포함 한	9,429	10,622	10,317	11,156	15,930	19,526	24,374	27,990	35,241	36,800	(3.9)
프레스햄	57,061	62,346	71,640	82,023	87,400	39,706	90,924	90,969	89,127	82,048	(1.4)	
소세지 類	포크	2,333	2,200	1,865	1,853	1,670	1,434	1,428	1,766	2,315	5,122	(2.2)
	원나	36,741	43,747	50,669	58,959	64,240	61,928	63,947	67,511	73,797	83,313	(2.3)
	푸랑크 플트	2,526	2,715	3,034	5,353	8,990	13,904	10,560	20,684	19,629	19,754	(7.8)
	리오나	702	563	600	402	320	286	278	145	216	459	(0.65)
	드라이제 미드라이	—	—	—	—	—	5,134	7,100	8,087	8,380	1,472	—
	기타 포함 한	65,881	76,467	85,632	92,264	99,276	92,833	103,116	109,160	124,897	140,008	(2.1)
混合기타프레스햄	12,573	12,727	12,578	13,120	13,760	8,792	7,244	4,913	7,444	4,576	(0.4)	
混合소세지	6,306	6,316	6,404	6,966	6,570	4,892	6,342	6,749	4,881	3,792	(0.6)	
베이컨	3,642	4,282	4,546	9,049	6,520	8,049	9,777	11,779	16,034	16,950	(4.7)	
그 외	—	—	—	—	—	18,253	23,775	26,935	—	15,107	—	
합 계	154,892	172,800	191,117	210,579	229,450	242,052	265,552	277,595	277,624	299,281	(1.9)	

(註) 70年까지는 農林省, 그 후는 食肉加工協會 調査資料

〈表 4〉

實質所得의 推移 (1月當)

이 明確해 진다.

	1人當 可處 分所得(°)	綜合消費者 物價指數	實質可處分 所得(°)
1965年	14,421	44.5	
1966〃	15,988	46.7	34,236
1967〃	17,831	48.6	36,689
1968〃	20,307	51.2	39,662
1969〃	23,281	53.9	43,193
1970〃	26,573	58.0	45,816
1971〃	29,461	61.5	47,904
1972〃	32,823	64.3	51,047
1973〃	39,204	71.9	54,526
1974〃	49,040	89.4	54,856
1975〃	54,416	100.0	56,416

1965年 前後는 일찌기 1950年代의 高度經濟成長에 의해서 國民 1人當 所得도 상당히 向上되고 있던 時期로서, 戰後 爆發의 으로 增加했던 프레스햄의 消費가 약간 減退氣味를 보이고 있었으며 魚肉햄 소세지 등도 그 生産이 1963年을 高비로 하여 조금씩 減退 傾向을 보였다.

이와 같은 製品 代身, 食肉加工品消費의 伸張을 도맡고 나선 것이 원나소세지였다. 當時는 天然羊腸에 채워 넣은 가죽 붙은 원나소세지 밖에 없었는데, 그 西歐式 感覺이 人氣를 끌며 急速한 消費增大를 보여, 生産量도 1963年의 1萬 9,000톤에서 1969年에는 5萬 8,000톤으로 까지 增加했다.

원나工業會나 日本羊腸組合이 發足되어 원나만을 生産하는 企業이 出現하기 始作한것도 이무렵이었다.

그러나 生産이 增加하고 消費者의 生活水準이 向上함에 따라, 若干 食傷을 느낀 탓이었든지 伸張勢가 鈍化하기 始作했으며 同時에 푸랑크플트소세지의 불이 일어났다.

늘던 價格의 變化등을 考慮하지 않았으므로 大體的인 傾向밖에 알 수가 없는데 여기에서도 單味햄類는 프레스햄 보다도 彈力性이 크고, 소세지類에서는 푸랑크플트, 원나는 보로나아에 비해 所得에 대한 感應度가 큰 結果로 나타 나고 있는 것이다.

單味햄이나 푸랑크플트, 원나소세지 등이 所得에 대한 感度가 큰 것은 이 期間(1966年~75年)에 生産消費의 動向을 어느 程度 安定的으로 追求했다는 것

2. 食肉加工業의 現況과 課題

日本の 食肉加工品製造業者數는 正確히 알기는 어렵으나 대개 300내지 350社 程度로 알려져 있다.

이 중 業界團體인 日本햄·소세지 工業協同組合에 加入하는 있는 것은 約 200社로서 이들 企業의 生産量은 日本의 햄베이콘·소세지 生産量 全體의 99%를 占하고 있다. 이 중 대메이커로 불리는 것은 伊藤햄營養食品, 日本햄, 푸리마햄, 丸大食品, 雪印食品의 5個社인데 日本 全體生産量의 6割을 이들 5個社에서 生産하고 있다고 한다.

다음의 表5는 上位 5個社, 10個社 등의 生産量으로 是 累積集中度의 動向을 나타낸 것인데, 徐徐히 上位에로의 集中傾向이 나타나고 있음을 볼 수가 있다.

食肉加工品 生産量 上位 25個社の 累積集中度

<表 5>

(단위: 톤 %)

		1960年	1965	1970	1971	1972	1973	1974	1975
1 ~ 5	數 量	25,216	58,142	123,563	138,675	152,513	164,927	166,939	181,310
	%	34.0	42.8	53.9	55.3	56.6	59.6	59.1	60.6
1 ~ 10	數 量	34,096	73,434	146,070	159,402	174,966	188,350	190,524	208,220
	%	46.0	54.0	63.7	63.5	64.9	67.5	68.1	69.6
1 ~ 15	數 量	38,048	83,165	157,929	173,305	190,340	204,721	208,106	226,943
	%	51.3	61.2	68.8	69.1	70.7	73.4	74.4	75.9
1 ~ 20	數 量	40,928	89,227	167,232	183,952	201,646	215,814	218,979	238,451
	%	55.2	65.7	72.9	73.3	74.9	77.3	78.2	79.7
1 ~ 25	數 量	43,368	94,089	174,444	192,080	210,094	224,592	227,660	247,763
	%	58.4	69.2	76.0	76.6	78.0	80.5	81.3	82.8
全國計	農 林 省	—	135,878	229,450	250,840	269,390	279,040	279,890	
	協 會	74,200	130,288	220,020	242,051	265,552	278,962	277,624	299,281

織이 강한 特徵을 살려 食肉의 販賣에까지도 손을 대고 있어서, 賣上高面에서 보면 食肉加工品보다 食肉쪽이 더 많은 業體도 더러 볼 수가 있다. 이는 곧 食肉加工메이커가 食肉都賣業까지도 經營하고 있다는 結果로서 食肉流通過程의 近代化에도 적지 않아 寄與하고 있다고 본다.

企業의 經營狀況은 1974年, 1975年에 不振하여 大

資本金別로 보면 10億엔 以上이 20個社이고, 1億엔 以下の 中小企業이 大部分이다. (1975年 末 現在). 工場數는 食品衛生法에 依據한 認可工場이 現在 915個所이지만, 休業中인 것과 學校 등의 附屬施設에 있어서, 實際 營業用으로 稼動되고 있는 것은 230個所程度이다.

工場의 從業員數도 每年 增加해 300名 以上の 工場數는 15% 程度이고, 100名-300名이 30% 弱, 30名-100名이 25% 程度, 나머지 30%가 30名 以下로 되어 있다.

日本の 食肉加工業者의 特徵의 하나는 完全加工된 製品을 通常 販賣루트를 通하지 않고 自社의 販賣網을 驅使하여 直接 小賣店, 量販店으로 내 보내는 데 있다. 이것은 원래, 製品 自體가 長期保存이 可能하지 않다는 理由도 있었지만, 一貫의인 販賣의 強化를 圖謀해 온 데 힘 입은 바 큰데, 이튼바, 下部組

메이커 중에도 決算時에 缺損을 計上한 會社가 몇군데 있었다. 이것은 石油破動 후의 景氣沈滯現象으로서 賣上增加自體가 鈍化한데다가 附加價値의 높은 高級品の 賣上이 減退한 것과 豚肉을 中心으로 外國産의 原料肉의 價格이 上昇推移를 보인 것, 資材價格의 上昇, 資金上昇 등이 코스트 引上 要因이 強하게 作用했던 것이 原因이었다고 생각 된다. 1976年

에 들어서도 賣上이 豫想했던 만큼 增大하지는 않았는데, 業界의 노른자위 商品이었던 「가죽없는」 원나 등은 過當競爭으로 인해 價格덤핑이 걱정 될 程度의 狀況이었고 또 高級品인 로오스켄數도 前年 實績을 下廻한 것으로 생각된다. 이러한 低成長 속에 實績이 좋은 企業과 그렇지 못한 企業과의 隔差는 더욱 더 擴大되어 나갈 것으로 보인다.

다음엔 日本 食肉加工品製造業의 發展過程을 더듬어 보려고 한다.

獸鳥肉을 加工해 保存한다는 點으로 보면, 食肉加工品の 歷史는 멀리 奈良時代로까지 遡及해 올라간다. 當時에 이미 腊(마마이), 脯(호지시)라 불리는 乾燥肉이 存在했다는 事實 文獻등을 통해 알수가 있는데, 그 後 佛敎의 傳播과 더불어 肉食이 禁止되어짐으로써 近世에 이르기까지 極히 特殊한 것 을 除外한 기타 食肉加工品은 製造되지를 않았다.

오늘날의 食肉加工品과 類似한 것이 製造되기 始作한 것은 明治維新 前後의 일로 알려지고 있는데 現在 남아 있는 記錄에 따르면, 明治 5年(1872) 長崎市の 片岡伊右衛門이 美國人인 펜스니로부터 醃製造法을 習得, 自身이 工場을 建設해 製造하기 始作했다고 하는 것이 가장 오랜 것이며, 現在 잘 알려져 있는 鯨倉軒이 英國人 윌리엄·카아티스의 指導에 의해 製造되기 始作한 것은 이 보다 얼마쯤 뒤의 일이라고 하는데, 이 무렵의 生産量은 年間 約 300톤 안팎이었다고 한다. 그 後 第1次 大戰 후에 會社가 組織에 의한 製造가 몇군데서 試圖되었으나 더 以上の 發展은 없었다.

한편, 썸세지는 第1次 大戰 중 捕虜가 된 獨逸人 카아루·야안에 의해 技術이 傳해진 것으로 부터 비롯되어, 日本人의 口味에 맞도록 改良되어 왔다.

이렇게 되어 食肉加工品の 製造는 점차 發展해 왔으나, 當時는 아직 一般大衆品으로서의 性格은 띠지 못했고, 그 生産量도 얼마 안 되었다.

헨은 大正 10年(1921)에 800톤 程度, 昭和 9年(1934)에 이르러서도 1,300톤 程度로 별로 크게 伸張하지 못했으며, 그 후에도 中日戰爭에서 第2次大戰에 걸쳐, 主原料인 豚肉의 不足과 價格의 高騰, 製

品價格의 凍結 등 加工業界로서는 아주 어려운 時期를 맞아 廢業이 잇달아 從前에 200餘 業體이던 것이 終戰의 해인 1945년에는 約 4分 1로 減縮되었고, 生産量도 750톤 程度에 그쳤다. 이 때에 業界는 一致團結 當面한 困難에 對應하기 위해서 大日本肉加工協會를 結成했는데 이것이 오늘날의 日本 食肉加工協會의 前身이 되었다.

第2次 世界大戰 後 얼마되지 않아, 食肉配給統制는 없어졌는데, 이는 豚 自體의 飼育頭數가 激減된 것, 資材의 購入難, 激甚한 인플레이 등 때문이었으며 그 回復은 容易하지가 않았다.

그러나 1950年代에 들어서는 國民의 生活水準도 向上되기 始作했고, 消費도 向上趨勢로 접어 들과 同時에 原料面에 있어도 豚이 大幅的으로 増産되기에 이르렀고 軍用馬, 役用馬가 肉用으로 出廻되는 등 食肉加工業界의 發展에 좋은 契機를 가져와 現在의 食肉加工業의 基礎가 이룩된 것이다.

馬肉, 兎肉 등 價格이 低廉한 材料를 利用해 大衆性의 프레스햄이 製造되어 國民의 食生活 向上에 貢獻하게 된 것도 이 무렵 부터이다.

1950年代 後半부터 1960年代에 걸쳐서는 日本 食肉加工業의 躍進期였다고 하겠다. 食生活改善의 關心度의 高調와 學校給食 등을 통해 食肉加工品에 대한 一般의 理解가 깊어짐과 더불어, 高度經濟成長에 따른 世帶當 所得의 增加에 이어 食生活의 西洋化도 進展되어 食肉加工製品에 대한 需要도 飛躍的으로 增大했다.

이에 對應하여 食肉加工業者도 歐美先進國으로 부터 近代의인 製造技術의 習得, 優秀한 機械의 導入을 圖謀하는 등, 積極的인 設備投資와 技術革新에 관한 努力을 繼續해 왔다. 그 結果, 1961년에는 生産量이 對前年比 30%強을 보이는 등, 이 期間을 통해 年率 10—20%의 높은 成長을 이룩했다. 그 중에서도 프레스햄, 썸세지 등 比較的 價格이 低廉한 大衆品의 伸張은 顯著하여, 1955年과 比하면 1970년에는 프레스햄이 約 6倍, 썸세지는 15倍의 生産量을 記錄했다.

顯著한 生産增加에 따라 그 種類나 品質도 多樣化

히 할 必要가 생기므로써, 品質規格의 基準化 및 統
 傾向을 보인 한편, 魚肉햄, 썬세지와와의 區別을 明確
 一化를 要求하는 輿論이 높아져 1962년에 이육고,
 햄, 썬세지의 日本農林規格(JAS規格)이 制定되기에
 이르렀다. 또 1960年代 後半에 들어서는 中小 企業
 近代化促進法에 依據, 中小企業의 設備近代化, 經營
 基盤의 強化가 試圖되었었다.

이리하여 生産量, 生産設備, 技術, 製品の 品質 등
 어느 面에 있어서나 顯著한 進展을 보여, 食肉加工
 工業은 名實共히 近代的 食品産業으로서의 面目을 갖
 추게 되었다.

그러나 이와 같이 着實한 發展을 하게 된 背景으
 로서는 産業自由化에의 壓力이 深刻에 짐으로 인해
 1969년에는 食肉加工工業은 資本自由化의 第1 類業種
 으로 指定되고, 1971년에는 썬세지, 1972년에는 햄
 베이콘이 차례로 自由化되기에 이르렀으며, 1975년
 에는 資本도 完全自由化되었다. 이에 따라 食肉加工
 品의 輸入도 産業自由化 이후 急增했으며, 또 外國
 資本의 導入을 試圖하거나 技術 提携를 하는 企業도
 생겨나는 등 새로운 움직임이 보이게 되었다.

또한 多樣化, 高級化되어 가는 消費者의 要望에
 對應해서 햄類에서는 로오스햄, 본레스햄 등 高級
 單味品の 生産이 增加되었고 베이콘類도 여러가지
 種類가 生産되게 되었다.

썬세지類에서는 원나, 프랑크푸르트의 伸張이 顯著

한데, 가죽없는 원나와 같은 새로운 類型의 것이 增
 加되고 있어, 미트로프와 같은 아주 새로운 것의 伸
 張도 期待되는 바이다.

1975년의 生産量을 보면 햄, 프레스햄類 11萬9,000
 톤, 베이콘類가 1萬 7,000톤, 썬세지類 14萬톤 기타
 混合프레스햄, 混合썬세지(畜肉을 50% 以上 使用한
 햄, 썬세지)類까지 合하면 合計 約30萬톤에 達하고 있
 으며, 賣上高도 5,000億엔 程度였던 것으로 推定된다.

한편, 加工處理, 包裝 技術도 놀라운 程度로 發展
 했고, 食品加工業者는 從來의 햄, 썬세지의 守勢範
 圍를 벗어나 레트부트나 冷凍製品の 分野에 까지 進
 出하기에 이르러서, 食肉加工綜合企業이라 부르는
 것이 適當할이 만큼 큰 大企業도 생겨났다.

바로 最近 美國의 經濟誌 포춘誌의 調査에 日本食
 肉加工메이커의 大會社인 日本햄, 伊藤햄 榮養食品
 이 美國을 除外한 各國의 企業랭킹 500位 안에 들어
 갔다는 것은 認憶에 새롭다.

그러나 食肉加工工業을 둘러싼 昨今の 情勢는 만드
 시 좋다고 만은 할 수 없다. 1973년의 石油波動 이
 래, 日本의 經濟는 沈滯狀態였고, 그에 따라 그때까
 지 高級化, 西洋化의 물결을 타고 順調로이 擴大 成
 長을 해온 食肉加工品의 需要에도 暗雲이 드리우기
 始作하여 1974년에는 生産量메이스로 戰後 最初의
 마이너스 成長을 記錄하였으며, 그 展望이 밝다고만
 할 수는 없겠다.

第36號 食品工業

1970年 10月 18日 登錄 第355號 1977年 3月 31日 發行

發行兼 編輯人 朴 炳 圭

發行處 社團 法人 韓國食品工業協會

서울特別市 中區 忠武路 4街 125의 1
 (進洋아파트 610호)

☎ 8760 ☎ 6035

對替口座 · 서울中央 610501

印刷人 由盛印刷株式會社

서울特別市 西大門區 冷泉洞 218

☎ 3791 ☎ 5826

(隔月刊)