

肉鷄의 流通에 對한 調查研究

鄭鎰鉦 · 鄭船富 · 吳鳳國* · 吳世正**

畜產試驗場

(1985. 11. 8. 接受)

Studies on the Marketing of Broilers

Il Cheong Cheong, Sun Boo Chung, Bong Kug Ohh*
and Se Jung Ohh**

Livestock Experiment Station

(Received November 8, 1985)

SUMMARY

This studies were carried out to obtain the information on the establishment of marketing of broilers. The data for these studies were collected from 16 whole sale traders, 25 retail stores, 12 supermarkets and 3 direct-sales stall located at the suburbs of Seoul, Daejon, Gwangju and Busan.

1. Chickens were generally sold and named for a Spring chicken(0.6~0.9kg), a Boiled chicken of ginseng(1.0~1.3kg), a Semi-bro(1.3~1.7kg) or High-bro(1.8~2.1kg) by their body weight, However, those names were not uniform.
2. Since 47.5% of High-bro chickens, 60.0% of Spring chickens and 16.7% of Semi-bro chickens were used for domestic use and 66.7% of Semi-bro chickens was taken by butchers, it seemed that most chickens except Highbro and Spring chicken were distributed via butchers.
3. In most cases(75%) when the carcasses were sold a exact measurement was taken, but in some cases(18.8%) eye measurement was still used.
4. For the standardization of carcasses, 37.5% of the answered were for that and 50% of them wanted a gradual standardization and 66.5% of the answered wanted chicks sold by parts.

I. 緒 論

우리나라의 肉鷄產業은 1960年代 後件期에 外國에서 잘 改良된 專用肉用種을 導入하면서부터 畜產業中에서도 肉類 供給 및 消費에 커다란 位置를 차지하게 되었다.

이와같은 鷄肉의 消費 增加趨勢를 보면 1965년에는 14,458톤에 불과하였으며 約 20년이 지난

1984年の 消費趨勢는 118,000톤으로 約816%의 增加率을 보였는데 같은 期間동안 他畜產物의 消費 增加率을 보면 鷄卵은 577%, 牛肉은 334%, 豚肉이 610%를 나타내 鷄肉의 消費增加率이 他畜產物에 비해 월등히 높은 것을 볼 수 있다. 이와 같이 다른 畜產物보다 鷄肉의 消費趨勢가 훨씬 增加한 것은 다른 肉類에 비해 相對的으로 價格이 저렴하고 料理方法의 開發等으로 消費者의 嗜好性이 높아진 때문인 것으로 思料된다. -

*서울대학교 農科大學 (College of Agriculture, Seoul National University)

**建國대학교 畜產大學 (College of Animal Husbandary, Kon-Kug University)

그러나 이처럼 많은 물량의肉鷄는生鷄의狀態로流通되어 왔으나 政府가肉鷄流通의近代化를誘導하고消費者에게衛生的인鷄肉을供給하며도시공해를 줄이기 위해 1974년부터法律을制定하여一部地域에限하여서만生鷄流通을금지시킨때문에現在生鷄와屠鷄로二元化된流通經路를가지고 있다. 그러나肉鷄는流通經路만二元化되어있고鷄卵과같은流通規格이없이단순히重量에따른價格으로만去來되어肉鷄品質의向上을기할수없는現實에놓여 있다.

養鷄農家實態調査는吳(1981)가養鷄產業의振興과安定된定着을促求하고자遂行한바있으며또한吳等(1982)도養鷄產業의經營實態를調査分析하여生産農家の經營改善事業과標準經營模型을設定함으로써經營合理化에有效한資料를提供함과동시에우리나라養鷄產業의安定的인發展을위한政策資料를提示하기위하여만實施하였으며鷄卵의流通에對한調査研究는鄭等(1985)이報告한바있다.

따라서本調査研究는우리나라에서去來되고있는肉鷄의流通現況을調査하여肉鷄의流通規格設定을위한基礎資料를얻고자實施하였다.

II. 調査研究方法

1. 調査期間 및 方法

肉鷄의流通에對한實態調査는1984年10월부터1985年4월까지서울近郊와中部地域인大田近郊, 湖南地域인光州近郊 및 嶺南近郊인釜山近郊의4個地域을對象으로調査하였다.

2. 調査對象

肉鷄가飼育者로부터生産되어屠鷄工場을거쳐鷄肉으로流通되는데는여러가지복잡한段階로流通되고있으나그중에서流通物量이가장많은都賣商, 小賣商, 슈퍼마켓 및 自體直賣店을主對象으로하여調査하였다.

3. 調査方法

設問書作成前に 일부流通商을對象으로事前調査를實施한後設問書를만들어各地域別로調査對象處를訪問하여面談作成하였는데調査對象은各地域鷄友會의추천을받아定하였다.

III. 調査研究結果 및 考察

1. 調査概要

肉鷄流通調査의對象者는表1에서보는바와같이서울近郊 32, 大田近郊 7, 光州近郊 10 그리고釜山近郊 7個所로써總 56個所를對象으로하였다. 이對象者를流通段階別로區分하면都賣商 16, 小賣商 25, 슈퍼마켓 6, 그리고自體直賣店 3個所에對하여調査하여屠鷄品이가장많이流通되는小賣商이 25個所로 44.6%, 都賣商이 16個

表 1. 肉鷄流通調査概況

對象地域	都賣商	小賣商	슈퍼마켓	自體直賣店	計
서울近郊	8	17	7	-	32
大田近郊	2	3	2	-	7
光州近郊	3	3	1	3	10
釜山近郊	3	2	2	-	7
計	16	25	12	3	56

所로 28.57% 그리고슈퍼마켓이 12個所로 21.43%, 自體直賣店 3個所로 5.4%로構成되어 있다.

2. 調査結果 및 考察

가. 屠鷄品の購入處別 購入比率

肉鷄流通實態는먼저屠鷄品の購入處別購入比率을表2에서보면委託屠鷄하는것을購入하는것이 40.0%로消費販賣에가장높은比率로나타났고, 中都賣商으로부터의購入이 33.3%, 都賣商

表 2. 屠鷄品の購入處別 購入比率

購入處	屠鷄場	自體委託屠鷄	都賣商	中都賣商	其他	計
比率, %	6.7	40.0	6.7	33.3	13.3	100

으로부터의購入이 6.7%였으며,屠鷄工場에서直接購入하는것은 6.7%에불과하였다.

나. 屠鷄品の販賣處別 販賣比率

購入한肉鷄의販賣處別販賣比率는消費者에게直接販賣하는경우가 54.5%, 小賣商에서의販賣가 34.2%를차지하였으며음식점이 8.5%, 團體

表 3. 屠鷄品の 販賣處別 販賣比率

區分	消費者	小賣商	飲食店	團體 給食	其他	計
比率, %	54.5	34.2	8.5	1.4	1.1	100

給食 등이 2.5%로 나타났다.

表 4. 肉鷄의 流通種類別 重量

區分	嬰鷄	參鷄湯用	세미브로	하이브로	特鷄	老鷄
平均, g	725	1,188	1,433	1,894	2,525	2,086
範圍, kg	0.6~0.9	1.0~1.3	1.3~1.7	1.8~2.1	2.1 以上	1.7~2.5

라. 肉鷄의 種類別 嗜好性

肉鷄의 種類別 消費性向을 表 5에서 보면 嬰鷄는 725g程度로 家庭과 飲食店에서 거의 비슷하게 33.3%씩 消費하고 있는 것으로 나타났으며, 參鷄湯用은 飲食店이 39.3%로 가장 높고 다음이 家庭用으로 30.4%였으며 세미브로는 66.7%가 飲食店에서 利用하며 家庭用으로 16.7%, 小賣商과 團

다. 肉鷄의 流通種類別 重量

肉鷄의 流通過程에 있어서 種類別 重量은 表 4와 같다. 嬰鷄가 0.6~0.9kg, 參鷄湯用이 1.0~1.3kg, 세미브로 1.3~1.7kg, 하이브로 1.8~2.1kg 및 特鷄가 2.1kg 以上이며 老鷄는 1.7~2.5kg으로 區分 市販되고 있다.

體給食이 各各 8.3%를 消費하고 있고, 하이브로는 家庭用이 47.5%로 거의 절반을 消費하며 飲食店이 20.0%, 小賣商, 軍納, 團體給食, 都賣商 順이었으며 老鷄는 아직 그 加工料理法이 開發되지 않은 狀態인지 價格이 싸기 때문에 農家 및 庶民層이 約 60.0%를 消費하고 있으며 일부 飲食店에서도 16%를 消費하는 등 消費性向이 多樣하였다.

表 5. 肉鷄의 種類別 嗜好性

單位: %

區分	가정집	都賣商	小賣商	飲食店	團體給食	軍納	其他	計
嬰鷄	33.3	8.3	16.8	33.3	8.3	-	-	100
參鷄	30.4	-	13.0	39.3	13.0	-	4.3	100
세미브로	16.7	-	8.3	66.7	8.3	-	-	100
하이브로	47.5	5.0	10.0	20.0	7.5	10.0	-	100
老鷄	60.0	4.0	8.0	16.0	8.0	-	4.0	100

마. 屠鷄品の 販賣時까지 保管方法

屠鷄品の 販賣時까지의 保管方法은 表 6과 같이 냉장고에 보관하여 販賣하는 경우가 87.5%이며 常溫의 물에 담구어 2~3일에 걸쳐 保管販賣하는 경우도 이의 올바른 시점이 시급한 實情이다.

表 6. 屠鷄品の 保管方法

區分	冷藏庫에 保管	물 담구어 保管	적당히 保管	計
比率, %	87.5	12.5	-	100

바. 屠鷄品の 衛生과 新鮮度 維持方案

屠鷄品の 衛生과 新鮮度 維持를 위해 指導를 強化

해야 한다는 意見은 表 7에서 보는 바와 같이 40.0%이고, 점진적으로 改善해야 한다는 意見이 46.7%였다.

表 7. 屠鷄品の 衛生과 新鮮度 維持方案

區分	指導 強化	自律 意思	漸進的 改善	計
比率, %	40.0	13.3	46.7	100

사. 屠鷄品の 重量販賣方法

屠鷄品에 대한 重量販賣方法은 表 8과 같이 正確히 計量後 販賣하는 곳이 75.0%만 있고 其他 25.0%는 目測이나 秤편에 따라 價格을 決定하는 것으로 나타났다.

表 8. 屠鷄品の 重量販賣方法

區 分	正確히 計量하여 販賣한다	적당히 目測으로 販賣한다	형편에따 라價格을 決定한다	計
比率, %	75.0	18.8	6.2	100

아. 屠鷄品の 嚴格한 規格 設定

表 9 에서는 屠鷄品の 嚴格한 規格設定과 漸進의
으로 規格化해야 한다는 意見이 87.5%로 屠鷄品
의 嚴格한 規格의 設定이 屠鷄品の 流通過程에서 要
求되고 있는 것으로 보여진다.

表 9. 屠鷄品の 規格設定

區 分	贊 成 한 다	反 對 한 다	現行 대로가 좋다	漸進的 으로 規格化	計
比率, %	37.5	12.5	-	50.0	100

자. 屠鷄品の 部分肉으로의 解體販賣方法

屠鷄品の 部分肉販賣에 對한 意見은 表 10 과 같
이 적극적으로 推進하거나 서서히 推進을 해야 한
다는 의견이 66.7%인 것으로 보아 部分肉의 規格
과 品質에 대한 基準 設定이 要望되고 있다.

表 10. 屠鷄品の 部分肉 販賣方法

區 分	積極的 으로 推進한다	서서히 推進한다	自律에 맡겨야 한다	計
比率, %	16.7	50.0	33.3	100

차. 販賣希望形態

닭고기 販賣商의 立場에서 販賣希望形態는 表 11
에서 보는 바와 같이 包裝販賣를 願하는 경우가
37.5%였고, 包裝肉販賣를 願하지 않는 比率이
56.3%로 낮은 것은 만약 屠鷄品이 包裝하여 流通
이 될 境遇 流通商人의 立場에서 유통마진이 낮아질 우
려가 있기 때문인 것으로 풀이된다.

表 11. 屠鷄品の 販賣 希望形態

區 分	包裝된것	包裝하지 않은 것	거의같다	計
比率, %	37.5	56.3	6.2	100

카. 肉鷄價格의 變動要因

肉鷄의 流通過程에서 보는 肉鷄價格의 變動이 심

한 要因에 對해 生産過剩 또는 供給不足에 의한 理
由가 93.3%를 차지하고 社會的, 經濟的인 不安要
因이 6.7%로 나타나 肉鷄의 生産供給에 對한 需
給調節이 원활히 이루어지도록 勞力해야 할 것으로
보인다.

表 12. 肉鷄價格의 變動要因

區 分	生産 過剩 또는 供給 不足	社會的 經濟的 인要因	需要의 變動	生産費 變動	計
比率, %	93.3	6.7	-	-	100

IV. 摘 要

本 研究은 우리나라의 肉鷄 流通現況을 調査하기
위하여 서울近郊, 大田近郊, 光州近郊 및 釜山近郊
에 所在하고 있는 都賣商 16個所, 小賣商 25個所
슈퍼마켓 12個所 및 自體直賣店 3個所를 對象으
로 設問書를 作成하여 訪問調査하였고 그 結果를 肉
鷄의 流通規格 設定을 위한 基礎資料를 얻고자 實
施하였다.

1. 肉鷄의 流通 種類別 重量은 巔鷄가 0.6~
0.9 kg, 參鷄湯用은 1.0~1.3 kg, 세미브로는 1.3
~1.7 kg, 하이브로가 1.8~2.1 kg 등으로 區分
流通되고 있으나 流通過程中的 肉鷄 種類別 名稱이
統一되어 있지 않았다.

2. 消費者 側面에서 본 肉鷄의 種類別 嗜好性은
하이브로와 老鷄는 家庭집에서 各各 47.5%, 60.0
%를 消費하며, 세미브로는 飲食店에서 67.7%, 가
정집에서 16.7% 등으로 나타나 하이브로와 老鷄
를 除外한 種類들은 飲食店을 통한 消費性向이 높
은 것으로 나타났다.

3. 屠鷄品の 販賣方法은 正確히 計量하여 販賣하
는 경우가 75.0%로 나타나 높은 편이지만 아직
도 적당히 目測으로 販賣하는 경우가 18.8%나 되
는 것으로 나타났다.

4. 屠鷄品の 規格 設定化 問題에 對해 贊成하는
경우가 37.5% 그리고 漸進的으로 規格化 하자는
意見이 50.0%로 나타났으며 部分肉으로의 販賣方
法에 對해 서서히 하거나 積極的으로 推進하기를 願
하는 경우가 66.7%를 차지하였다.

V. 引用文獻

1. 大韓養鷄協會. 1976. 肉鷄流通의 現況과 問題點 및 改善方案.
2. 吳鳳國, 金載弘, 鄭槿基, 呂政秀, 韓成郁, 閔炳烈. 1982. 養鷄產業의 安定的 發展을 爲한 生産性 提高 方案. 韓國飼料協會. 1 - 165.
3. 吳世正. 1981. 養鷄農家實態와 生産經營技術 改善에 관한 調查研究. 家禽學會報 8(2): 91-114.
4. 尹孝稷. 1975. 肉鷄 및 鷄卵의 生産流通 消費에 관한 研究.
5. 鄭船富, 吳鳳國, 吳世正, 鄭鎰鉦. 1985. 鷄卵의 流通에 對한 調查研究. 家禽學會誌 12(1):45~50.
6. 韓國農村經濟研究院. 1984. 畜產物 價格 安定政策 開發을 爲한 調查研究. 98~307.