

# 일본의 계육시장과 마케팅

본고는 지난 9일 축협중앙회 회의실에서 개최된  
“계육산업 발전전략 세미나”에서  
일본식조협회 에이지 이지마 회장이 발표한  
“일본 계육산업의 마케팅” 내용중 계육시장과  
마케팅 부분만을 발췌·게재한 것이다.

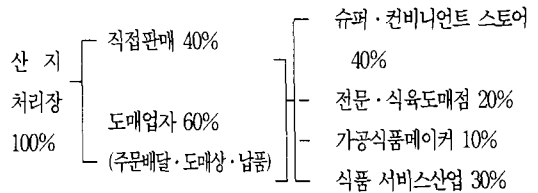
- 편집자주 -

## 1. 일본의 계육시장의 개요

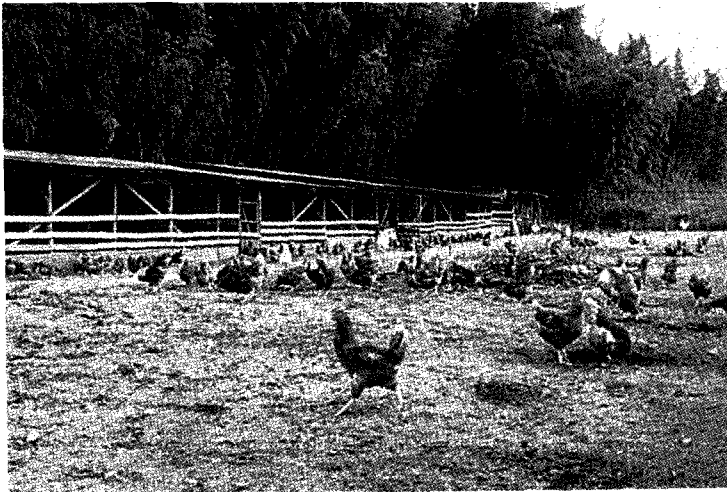
일본의 국산계육(domestic chicken meat)의 유통경로별 유통량의 구성비는 대략 표1과 같이 추정된다.

일본의 식품서비스업자는 일반음식점만으로도 470,000점포나 되고, 그중 72%는 종업원 1

표1. 산계육의 마케팅·채널과 유통량 구성



~4명의 영세점포로서 이런 영세점포는 물론이거니와 더 규모가 큰 외식업체의 호텔 등에서도 가까운 슈퍼마켓이나 전문 식육소매점에서 계육을 구입하고 있고, 따라서 슈퍼, 전문 식육소매점으로서의 지향량의 반은 식품서비스 산업의 재료로서 사용되고 있는 실정이다.



## 2. 일반계육과 브랜드 계육에 대하여

브로일러(일반계육)는 통상 50~55일령에서 출하되기 때문에 출하시의 표준 생체중은 2.7kg 전후에서 정육으로 해체되어진다. 켄터키 후라이드치킨 등의 뼈가 붙은 해체품(cut up)으로 소비되는 경우는 생체중 1.7kg 전후의 35~40일령에서 출하된다.

표2. 계육의 종류별 유통량 (1995년 근사치)

| 종 류                 | 유통량 <sup>1)</sup>        | 구성비   |
|---------------------|--------------------------|-------|
| 일반계육 <sup>2)</sup>  | 766,000(t) <sup>5)</sup> | 48(%) |
| 브랜드계육 <sup>3)</sup> | 208,000(t) <sup>6)</sup> | 13    |
| 성 계 육 <sup>4)</sup> | 72,000                   | 5     |
| 수입계육                | 536,000                  | 34    |
| 전 계 육               | 1,582,000                | 100   |

- 주 : 1) 도체, 내장편 것, 해체품 등 유통단계에서의 각종 형태의 계육의 합계유통량  
 2) 브로일러, 통상 50~55일령에서 출하되는 것  
 3) 브랜드 브로일러, 적색날개브로일러, 겸용종, 토종 닭 교잡종, 샤모아 교잡종을 포함한다. 통상 55~150일령에서 출하된다.  
 4) 채란계 및 종계의 폐계, 통상 15~20개월령에서 출하된다.  
 5), 6) 필자 추정치

표3. 각종 계육의 구매처별 소비율 (1995년 추정치)

| 종 류   | 가정용 <sup>1)</sup><br>(%) | 업무용 <sup>2)</sup><br>(%) | 가공용 <sup>3)</sup><br>(%) | 합 계<br>(%) |
|-------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------|
| 일반계육  | 30                       | 57                       | 5                        | 100        |
| 브랜드계육 | 80                       | 20                       | -                        | 100        |
| 성 계 육 | -                        | -                        | 100                      | 100        |
| 수입계육  | 5                        | 85                       | 10                       | 100        |
| 전 계 육 | 30                       | 59                       | 11                       | 100        |

- 주 : 1) 가정요리, 신선육을 구매하여 가정에서 요리한다.  
 2) 식품 서비스산업의 식품재료로서 사용된다.  
 3) 가공식품의 원료로서 사용된다.  
 4) 종류별 소비 비율은 필자의 추정, 전계육은 농림수산성축산국 식육계란과에서 추정, 전계육의 소비 비율은 종류별 소비 비율과 유통 비율의 누계. 예를 들면, 가정용의 경우는 (일반계육소비율 0.38 × 유통비율 0.48=18.24%)+(계육소비비율 0.80 × 유통비율 0.13=10.40%)+(수입계육소비비율 0.05 × 유통비율 0.34=1.70%)=30.34%로 된다.

브로일러중에서도 특수한 사료, 예를 들면 동물성 사료를 사용하지 않고 식물성 사료로 사육한 것이나 사육기간을 연장했거나, 혹은 토종닭 등의 브랜드 계육으로서 판매되고 있다.

이러한 점에서 계육의 종류별 유통량을 추정하면 표2와 같다.

이들 4종류의 계육은 각각 그 지향장소별 유통비율이 크게 다르다.

표3에서 보는바와 같이 일반계육은 업무용의 구매량이 가장 많고 브랜드 계육은 약 80%가 가정에서의 조리용으로 사용되고 있다고 추정된다. 수입계육은 그 85%가 업무용(식품서비스산업의 재료)로 소비되고 있다고 추정된다.

일본 국내에서 유통되고 있는 계육 중에는 채란계나 종계의 폐계 9천 150만수(도체, 내장 제거, 해체품 중량으로 해서 71,900톤)가 있으나, 이들 성계육의 거의 전부는 가공식품이나 스프에 원료로서 사용된다.

계육전체로서는 가정용으로 30%, 업무용으로 59%, 가공용으로 11%의 비율로 소비되고 있는 것으로 보인다.

종류별로 구매처가 크게 달라지는 것은 육계의 마케팅상 중요한 포인트이다.

### 3. 국산계육의 두갈래 길

일본경제의 발전과 더불어 소비자의 상품에 대한 선택이 점점 고급화, 다양화함과 동시에 한편에서는 경제성의 추구라고 하는 이극분화가 일어난다. 육계의 경우, 전자가 맛이 좀더 나은 고가의 브랜드계육으로의 지향이 있고, 후자는 일반계육 구입으로 나타나고 있다.

그러나 보다 짝 일반 계육이라고는 하지만 품질은 일정수준 이상이 아니면 안된다. 또한 특별한 사정이 없는한 브랜드 계육이 증가하는 만큼 일반 계육의 수요가 감소해가는 것이 아닌가 라고 사려된다. 현재 계육의 전 유통량중에서 브랜드계육의 점유율은 15% 전후로 생각 된다.

**국산브랜드 계육의 정의(일본 식조협회)**

1. 현재 국내에서 생산되어 여러 가지의 명칭을 붙여 유통되고 있는 계육중 다음에 말하는 토종닭 및 브랜드계로부터 생산되는 계육(종계 및 재래계는 제외)을 총칭해서 「국산 브랜드계」라고 함

2. 「국산 브랜드계」는 계종 사료, 사육방법, 출하일령 등에 대하여 통상의 치킨과 다른 방법에 의한 자세로 차별화를 도모하고 일본에서 사육해 처리가공한 것으로 그 내용에 따라 다음의 토종닭 및 브랜드계로 분류한다.

3. 「토종닭」이란 재래닭(육 전용 이외의 것으로 지금 까지 일본 또는 해외에서 난용, 난과 육의 겸용, 애완용 등으로서 사육되어 정착되고 있는 사모, 나고야, 코친, 로드 아일랜드 레드, 뉴 햄프셔, 옆줄무늬 폴리머스룩 및 그외의 일본계를 총칭해서 「재래계」라고 한다) 재래용 닭의 순종계통에 의한 것 또는 병어리 생산에 있어서 재래용 닭을 양친 또는 한쪽 부모로 사용하는 것으로 통상의 영계 출하일령을 지나 어느정도 기간의 사육을 하고 고기에 대하여 씹는 맛이나 삼키는 맛 등을 목표로 하는 것으로 이들 내용(선친의 계종, 출하일령 등)을 분명히 한 다음과 같은 표시를 식조 처리장의 출하단계의 package 등에 기재한 것을 말한다.

- 1) 토종닭(다리, 가슴육 등의 부위)
- 2) 생산방법(① 계종, 교배양식 ② 출하일령)
- 3) 내용량
- 4) 소비기간(또는 품질 보증기간)
- 5) 보존법
- 6) 생산자의 이름 또는 명칭 및 주소

나아가 소매단계에 있어서도 이것에 준하여 일정한 표시를 한다.

4. 「브랜드계」란 양친이 토종닭에 비교해 증계가 뛰어난 육용종으로 불리우는 것으로 태어난 병어리의 날개색이 갈색계통으로 빨간색닭이라고 불리우는 것과 브로일러라고 불리우는 통상의 영계의 경우가 있어 어

느쪽의 경우도 부모의 계종(적색닭, 세이버 레드 브로, 레드 커니슈, 레드 폴리머스룩, 플레노아르 등; 브로일러: 화이트 커니슈, 화이트 룩 등)과 함께 통상의 사육 방법(사료내용, 출하일령 등)과 달리 아이디어를 첨가한 내용을 분명히 한 다음의 표시를 식조처리장의 출하단계의 패키지 등에 표시한 것을 말한다.

- 1) 브랜드계(다리고기, 가슴육 등의 부위)
- 2) 생산방법(① 계종, 교배양식 ② 출하일령 ③ 사료내용)
- 3)~6)까지는 위의 3과 동일

나아가 소매단계에 있어서도 이것에 준하여 일정한 표시를 한다.

**4. 계육의 상품가치와 마케팅**

**(1) 계육의 상품가치**

계육의 상품가치의 평가기준은 계육의 구매처에 따라 다르다.

**① 가정용 계육의 평가기준**

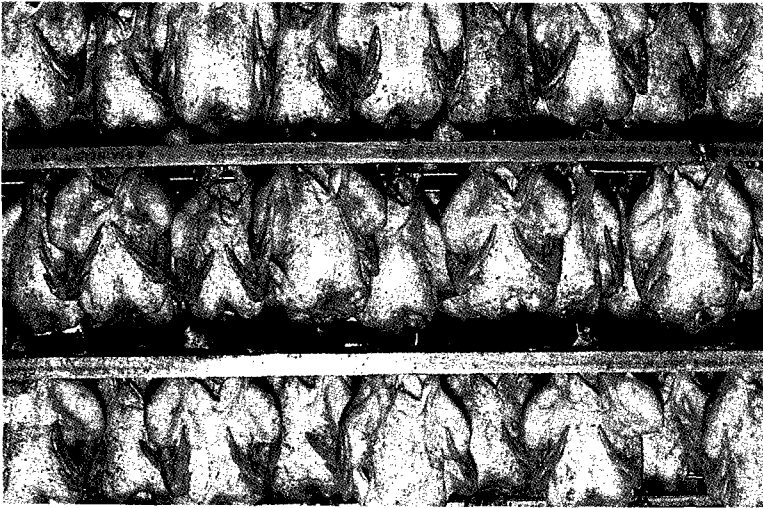
가정용 계육, 신선품을 사와서 가정에서 요리하는 경우에 계육의 상품가치는 품질이다. 즉, 신선도, 외관(피부, 고기색, 다듬기, 운택), 맛 지방의 부착정도, 고기 피부의 연합정도, 씹는맛, 안전성(무약품, 무첨가물), 자연사육 등이 평가된다.

**② 업무용 계육의 평가기준**

식품서비스 산업의 식품재료로서 사용되는 계육의 상품가치는, 「식품재료로서의 가치성」이 중심이 된다. 즉, 균일성(형태와 중량이 균일한 것), 정형, 전처리가 좋고 손을 대지않고 사용할 수 있는 것, 상품의 다양성(여러 가지의 형태 및 사이즈의 상품이 갖추어져 있는 것), 안전성(유해세균 없음, 일반세균수 아주 적음) 등이 평가된다.

**③ 가공용 계육의 평가기준**

가공식품의 원료로서 사용되는 계육의 상품가치는, 「원료로서의 안정성, 순수성, 안전성」이 중심이 된다. 즉, 안정성(항상 같은 품질인



것), 청결성(협잡물, 이물질의 부착, 물기의 흡착 등이 없는 것), 안전성(유해세균 없음, 일반 세균수 아주 적음) 등이 주로 평가된다.

**(2) 구매처(구매자=고객)의 평가기준을 만족시킨다.**

앞에서 전술한 것과 같이 계육은 그 종류에 의해 구입자별 소비 비율이 다르기 때문에 각각의 평가기준을 만족시키는 것이 중요하다.

① 일반계육은, 앞에 말한 「업무용 계육의 평가기준」을 만족시키는 것일 것. 즉, 식품서비스산업이 가장 강하게 요구하는 「식품으로서의 가치성」이 높은 것이 되지 않으면 안된다. 그러나 일반 계육은 가정용에도 30% 전후는 사용되고 있으므로 「가정용 계육의 평가기준」도 어느정도 만족하지 않으면 안된다.

② Brand계육의 경우는, 80%가 가정용이므로 「가정용 계육의 평가기준」을 고도로 만족시킨다. 즉, 품질이 우수한 계육이 아니면 안된다.

③ 수입계육에 대해서는 「업무용계육의 평가

기준」 및 「가공용계육의 평가기준」을 만족시키는 것. 즉, 편리성과 안전성이 높은 것이 요구된다. 바꾸어 말하면 일반계육, Brand계육 및 수입계육은 각각에 요구되고 있는 평가기준의 만족도가 높은 것. 즉 각각의 상품가치가 높을수록 잘 팔리게 된다.

**(3) 소매점포(outlet)에 있어서의 계육의 판매**

앞에서 서술한 바와 같이 계육은 그 마지막 이용목적이 가

정용인지, 업무용인지 또는 가공용인지에 의해 상품의 평가기준(상품가치요소)가 다르고, 그런 고로 일반계육, Brand계육 및 수입계육은 그 구매처(가정용, 업무용, 가공용)별 소비비가 크게 다르다. 이런 것은 계육을 판매하는 소매점포가 그 위치에 의해 상품구성을 변화시킬 필요가 있는 것을 의미한다. 일반가정용의 고객이 많은 지역에 입지하는 점포에서는 Brand계육의 수요가 많을 것이고, 소규모의 식품서비스업자가 많은 상업지역에서는 일반계육의 수요가 많을 것이다. 또 OL(직장여성) 등 독신거주자가 많은 지역에서는 신선품보다도 조리가공품이 잘 판매될 것이다. 이와 같이 각 소매점포는 그 입지에 따라서 그 지역의 소비자의 수요, 요구에 따른 상품구성을 행하지 않으면 안된다. 이 경우, 같은 Brand계육이라도 소비자의 소득수준을 고려한 선택이 필요하다. 일반 계육의 경우도, 브랜드계의 경우도 각 소매점포가 위치하고 있는 지역의 고객의 요구에 얼마만큼 잘 대응할 수 있는가가 각 점포의 영업성적을 좌우한다. **양계**