

삼복(三伏) 여름에 집중, 연중 소비상품개발 시급

□ 취재/김재서 기자

장마가 끝나면서 본격적인 여름 불볕더위가 시작되었다.

IMF경제한파 이후 육류소비가 급격히 감소하면서 닭고기 소비 또한 큰 폭으로 감소함에 따라 산지 육계값이 생산비선 이하로 유지되는 가운데 초복을 전후하여 산지 육계값이 높은 값으로 유지되어 오랜만에 농가의 시름을 덜어 주었던 것 같다.

이렇게 육계값이 생산비선을 크게 웃도는 가격에서 형성되었던 것은 복경기 삼계탕 등의 닭고기 소비가 급증함에 따른 것이라 볼 수 있다.

따라서 본고에서는 우리나라 여름철의 대표적인 음식이라 할 수 있는 삼계탕의 소비동향과 소비증진을 위한 활성화 방안에 대하여 알아보고자 한다.

1. 육계 현황

'98년 하반기 육용계 생산잠재력은 175,195천수로 전년대비 16.3%가 감소된 것으로 나타난다.

그러나 '98년 상반기 육용계 생산잠재력이 전년대비 9%가 감소되었음에도 불구하고 산지 육계값이 생산비선 이하로 유지되어 오랜기간 육계농가에 큰 어려움이 있었던 것을 상기하면 생산 물량이 전년에 비해

낮게 추정된다 하더라도 낙관적인 것만은 아니며 국내의 하반기 경제예측들을 살펴보면 실업률 증가 등으로 불황의 그림



△ 시중에 판매되고 있는 즉석 삼계탕

자가 커지고 있으므로 소비감소에 따른 생산조절이 계속적이고 탄력적으로 이루어져야 한다고 생각한다.

이러한 가운데 산란중계 부화업자들이 불황타개를 위하여 일정기간(4주)동안 산란실용계 생산중단에 중지를 모아 6월 6일 부터 7월 5일 까지 병아리 생산을 중단함으로써 인해 '98년 7월 육용계 생산잠재력의 약 10%를 차지하는 웅삼계가 7월 하순부터 한달간 생산이 되지 않음으로 해서 육계 값에 영향을 주고 있다.

2. 삼계탕 소비 동향

삼계는 흔히 세가지로 나누어 볼 수 있는데, 일반육계를 약 27일정도 키워서 출하하는 육계삼계와 산란실용계를 생산하는 과정에서 45~50일을 키운 산란계 웅추, 약 40일간 키워서 출하하는 육용중계와 산란실용계에서 생산되는 백세미(일명 왕병아리)의 세가지로 시중에 유통되는 대부분의 삼계는 육질이 연하고 기호성이 좋은 백세미가 80% 이상을 차지하는 것으로 업계 관계자들은 보고 있다. 삼계의 경우 농가에서 1,200~1,300원 선에



△ 소비자의 요구에 부응하는 안전하고 위생적인 농장관리가 이루어져야 한다.

서 출하되어 도계가공되어진 후 소매상 등에게 유통되어지고 있는데 도계수수료는 도계장의 자금사정에 따라 100~250원/수의 차이를 보이는 것으로 파악되었으며 삼계는 도계가공 과정에서 수작업이 많아 가공비용을 증가시키는 요인이 되고 있다고 할 수 있다.

3. 삼계의 유통

우리나라 삼계의 경우 전문 생산업체와 일부 육계계열사, 지방의 소수 상인이나 업체에서 대부분이 생산·유통되어지는 것으로 파악된다.

삼계탕의 유통은 크게 전문 음식점이나 요식업소로 유통되는 것과 대형 슈퍼나 판매

장(일명 신유통)으로 유통소비되는 것으로 분류하여 볼 수 있다. 전문음식점들의 경우 조리시 수삼이외의 한약재나 밤 등을 함께 넣어 타 업소와의 차별화를 기하고 있는 업소가 많고 삼계육 자체를 키워내는 과정에서 오골계나 일명 토종닭을 한약재 등을 이용하여 사육함으로써 맛의 특이성을 강조하고 있다. 음식점 이외의 대형판매점 등으로 유통되는 삼계는 찹쌀, 수삼, 대추, 밤 등이 함께 넣어진 제품이 가장 많이 소비되어지고 있는데 대개의 가격은 포장중량 400g의 경우 3,000~4,000원으로 삼계가 80%, 찹쌀 10%, 수삼 4%, 그외 대추, 밤 등이 6%를 차지하고 있으며 수삼의 경우

비수기와 성수기의 가격편차가 커 생산원가에 적지 않은 영향을 주는 것으로 나타났다.

그외에 오골계에 한약재를 함께 포장한 것과 토종삼계탕이라는 이름으로 같은 중량의 일반 삼계탕보다 비싼 6,000원 선에 판매되고 있었다.

4. 삼계의 소비

대개의 음식점에서 판매되는 삼계탕은 6,000~7,000원 선이 대부분이며 이용되는 중량은 450g~550g이 주로 사용되고 삼계탕을 소비하는 대부분의 사람은 장년층이나 단체회식이나 모임 등의 자리에서 수요가 많으며, 20대의 젊은층의 경우 단체회식보다는 4인이내가 많고 선호도가 상대적으로 부족한 것으로 조사되었다.

하루 세끼 식사시간 가운데서는 저녁시간대보다는 주로 점심시간에 이용하고 있는 것으로 나타났다. 삼계의 중량에 따른 소비동향을 조사한 것에 의하면 먼저 지역적인 차이를 들 수 있는데 대부분의 지역에서는 식당에서 약 450g의 삼계를 주로 소비하고 있는 것에 비해 영호남 남부지역에서는 400g이하의 소중량을 주



△ 닭고기 소비 활성화를 위한 다양한 식품개발이 절실하다.

로 소비하는 것으로 나타났다.

식당에서 주로 사용되는 450g~550g이 총소비량의 약 80% 이상을 차지하는 것으로 파악되며 대형 판매점등에서 유통되는 삼계와 참쌀등이 넣어진 제품이 약 15%, 파우치 등의 열처리 가공식품이 약 5% 내외를 차지하고 있는 것으로 파악된다.

삼계가공시에는 450g 정도의 중량이 농가소득은 물론 가공시 이익창출이 가장 높은 중량인데 이는 타 중량에 비해 가공이용성이 적당하고 도계시 제거되어 지는 부산물이 상대적으로 적기 때문인 것으로 파악된다.

또한 국가 지정토속음식으로 관광식품의 가치도 지니고

있어 서울의 한 관광음식점의 경우 관광객들을 대상으로 하루에 약 400수의 삼계를 연중 소비하고 있다고 한다.

5. 수출동향

삼계탕의 수출은 통조림과 레토르트(파우치)형태로 이루어고 있는데 주수출국가는 일본과 동남아시아이고 호주와 뉴질랜드, 남미 등으로도 수출이 이루어지고 있다. 동남아시아와 일본의 경우에는 지역적 특성과 함께 인삼의 향취와 영양식이라는 장점이 부각되어 수출이 이루어지고 있으며 호주와 뉴질랜드 등의 국가에서는 한국인들이나 동남아시아 등 동양계인들에 의해 소

비가 이루어지고 있는 것으로 나타났다.

유럽이나 미국 등으로도 수출을 모색하고 있는데 유럽의 경우에는 인삼향에 익숙치가 않아서 지속적인 시식회 등을 통하여 가공방안을 개발하고 있다고 한다. 수출시에는 가공 이용성이 좋은 350g~450g의 삼계가 주로 이용되어지고 있는 것으로 파악된다.

6. 삼계탕 소비의 문제점

삼계탕은 날씨가 무더워지고 삼복때가 되면 으레히 한 번씩이라도 먹어야 하는 복음식의 대명사이다. 이같은 특성으로 소비가 연중소비 보다는 일정기간의 수요를 급증시키고 있다고 할 수 있다.

삼계탕의 경우 전문음식점의 경우 성수기와 비수기의 소비 편차가 4:1정도이고 전체적으로는 약 8:1정도가 되어 안정적인 생산을 어렵게 하고 있다고 할 수 있다. 식당 등으로 유통되어 지는 삼계는 약 80%를 차지하고 있는데 흔히 복이 가까워 오면 전문음식점이 아니더라도 대부분의 음식점에서 삼계탕을 취급하다가 복경기가 지나면 삼계탕을 중단하

는 것을 어렵지 않게 찾아 볼 수 있다. 이처럼 여름에 폭발적으로 수요가 급증하지만 삼계를 생산하는 도계가공처리 시설은 한정되어 있고 일시적으로 늘어나는 수요를 예측하기가 쉽지 않으며 비수기에는 도계가공시설에 의한 유지부담이 가중되기 쉬워 경영상 위험부담이 되고 있다고 한다. 또한 공급과잉이 되었을 경우에는 전체 육계가격에 악영향을 초래하기 쉽고 일시적인 호황을 겨냥한 영세상인들이 많아 전체적인 유통에 부실화를 불러올 수 있다는 지적이다. 삼계가공품의 경우에도 고온·고압 처리된 계육이 이취감을 발생할 수 있고 즉석가공식품이 가공과정에서의 비용상승으로 상품중량 800g(계육 약 45%)이 6,000원선의 비교적 비싸게 판매되고 있고 식생활 특성상 데워서 먹는 것에 익숙치 않아 수요가 적어 가공식품의 이점을 충분히 살리지 못하고 있다고 할 수 있다.

7. 활성화 방안

IMF경제한파 이후 경제가 크게 위축되면서 가정소비 역시 변화를 맞이할 수 밖에 없

는 실정이다. 그동안 닭고기는 저렴한 식품으로 인식되어 소고기와 돼지고기의 대체식품으로서의 자리를 지켜왔으며, 현재는 닭고기 특유의 풍미를 선호하는 사람들도 적지 않다고 생각한다. 가족구성원의 수가 점차 줄어들고 양을 많게 오랜기간 먹기보다는 영양이 충족되면서 알맞게 변화있는 식생활을 즐기려는 소비자의 욕구도 고려할 점이다.

현재 많은 종류의 계육가공품들이 개발되어지고 또 유통이 되어지고 있지만 확고한 경쟁력을 갖추었다고 보기는 무리가 있으며 많은 계육가공품들이 선진외국의 상품들과 차별화를 갖기에는 한계가 있어 원화가가치가 올라가고 환율이 안정되었을 경우에는 더욱 더 경쟁력을 확보하기가 쉽지 않다는 지적이다.

우리 고유의 음식으로 대부분의 사람들에게 친근감 있는 삼계탕과 닭고기를 이용한 식품들이 가정식단에서 쉽게 접할 수 있고 음식으로서의 자리와 맛을 각인시킬 수 있는 방향을 모색하여 가정에서의 소비가 늘어난다면 우리나라 육계업의 경쟁력에 도움이 될 수 있다고 생각한다. **양계**