

육류 소비구조의 변화와 전망

본 자료는 한국농촌경제연구원의 연구보고서 육류 소비구조의 변화와 전망 ('99년 12월, 연구원:이계임, 최진현, 이철현, 안병일)에서 발췌하였습니다.

제1장 육류의 소비구조

1. 육류 소비 변화

1.1. 연도별 소비 변화

1인 1년간 연평균 육류 소비량 증가율은 1982~90년간 7.3%에서 1990~98년간 4.4%로 1980년대에 비해 1990년대 소비량 증가율이 둔화되었으나 증가추세가 지속되고 있다. <표1-1>

육류 중에서 소비가 가장 빠르게 증가한 품목은 쇠고기이며, 그 다음이 돼지고기, 닭고기 순서이다. 1982~98년간 1인 1년간 쇠고기 소비량은 2.7kg에서 7.4kg으로 연평균 6.5%의 증가율을 나타냈다. 같은 기간 돼지고기는 6.1kg에서 15.1kg으로 연평균 5.8%의 증가율을 보였으며, 닭고기는 2.5kg에서 5.6kg으로 연평균 5.2%의 증가율을 보였다.

시기별로 구분하여 살펴보면, 1980년대에는 돼지고기 소비증가율이 가장 높고, 1990년대는 쇠고기 소비증가율이 가장 높았다. 쇠고기 소비증가율

<표1-1> 품목별 1인당 연간 소비량 추이

단위 : kg

	육류	쇠고기		돼지고기		닭고기	
		소비량	증가율	소비량	증가율	소비량	증가율
1982	11.3	2.7	23.9%	6.1	54.0%	2.5	22.1%
1990	19.9	4.1	20.6	11.8	59.3	4.0	20.1
1995	27.4	6.7	24.5	14.8	54.0	5.9	21.5
1996	28.7	7.1	24.7	15.3	53.3	6.3	22.0
1997	29.3	7.9	27.0	15.3	52.2	6.1	20.8
1998	28.1	7.4	26.3	15.1	53.7	5.6	19.9
연증 평가 균율 (%)	1982~90	7.3	5.4	8.6		6.1	
	1990~98	4.4	7.7	3.1		4.3	
	1982~98	5.9	6.5	5.8		5.2	

주 : 1) 국내 공급량을 인구조로 나누어 산출되므로 가구내 소비량과 외식 소비량이 포함됨.

2) 육류합계는 쇠고기, 돼지고기, 닭고기의 합계임.

은 1980년대 5.4%에서 1990년대 7.7%로 소비 증가추세가 가속화된 반면, 돼지고기와 닭고기는 소비 증가 추세가 1980년대 8.6%에서 1990년대 3.1%로, 닭고기는 같은 기간 6.1%에서 4.3%로 소비증가율이 둔화되었다.

가구내에서의 육류 소비 추세는 <표 1-2>와 같다. 가구내 1인당 육류 소비 증가율은 1982~98년 간 연평균 3.8%로 <표1-1>의 1인당 소비 증가율(가구내+외식) 6.5%에 비해 낮은 수준이다. 1980년대에 비해 1990년대 가구내 소비가 증가하는 품목은 쇠고기로 가구내 1인당 소비량 증가율은 2.6%에서 3.5%로 확대되었다. 돼지고기의 가구내 소비는 1980년대 연평균 9.8%의 높은 증가추세를 보였으나 1990년대에는 5.2%로 둔화되었다. 특히 닭고기의 가구내 1인당 소비량 증가율은

1990년대 -1.5%로, 가구내 소비가 감소하는 추세가 나타난다. 이는 외식 소비 증가에 의해 가구내에서의 닭고기 소비가 대체되었기 때문에 나타나는 현상으로 보인다.

1.2. 계절별 가구내 지출구조

계절별로 쇠고기 지출은 추석과 설날이 있는 가을과 겨울에 높고, 봄과 여름에 상대적으로 낮다. 1998년의 경우 쇠고기 지출비중은 가을과 겨울에는 60% 정도이며, 봄과 여름에는 54% 수준이었다.

닭고기 지출비중은 1998년의 경우 여름에 12.1%로 다른 계절 5.7~7.9%에 비해 높은 편이나, 1980년대 이후 계속 감소하는 추세를 보이고 있다.

<표1-2> 가구내 1인당 월평균 소비지출액 추이(1995년 불변가격 기준)

단위 : 천원

	식료품 (A)	육류 (B)	B/A (%)	쇠고기 (C)	C/B (%)	돼지고기 (D)	D/B (%)	닭고기 (E)	E/B (%)
1982	46.7	3.9	8.4	2.5	64.4	0.8	20.1	0.6	15.5
1985	54.1	4.8	9.0	3.0	62.8	1.2	25.7	0.6	11.5
1990	77.5	5.4	7.0	3.1	57.4	1.7	30.7	0.6	11.9
1991	81.1	5.7	7.0	3.4	59.5	1.6	28.0	0.7	12.6
1992	85.6	6.0	7.1	3.4	56.7	1.9	31.3	0.7	12.0
1993	88.9	6.3	7.1	3.6	57.8	2.0	31.9	0.6	10.3
1994	93.9	6.5	7.0	3.9	59.1	2.1	32.1	0.6	8.8
1995	98.4	7.1	7.2	4.2	58.9	2.3	32.2	0.6	8.9
1996	107.4	7.7	7.2	4.5	57.8	2.6	33.5	0.7	8.7
1997	108.8	7.8	7.2	4.6	59.7	2.5	31.9	0.7	8.4
1998	86.2	7.1	8.3	4.1	57.1	2.5	34.9	0.6	8.0
연증 평균 균율 (%)	1982~90	6.5	4.1	2.6		9.8		0.7	
	1990~98	1.3	3.6		3.5	5.2		-1.5	
	1982~98	3.9	3.8		3.1	7.5		-0.4	

주 : 1) 가구당 월평균 지출액을 가구원수로 나누어 가구내 1인당 지출액을 산출함.

2) 육류는 쇠고기, 돼지고기, 닭고기의 합계임.

자료 : 통계청

〈표1-3〉 계절별 육류 지출비중 추이

단위 : %

		쇠고기	돼지고기	닭고기
1982	봄(3, 4, 5월)	65.0	20.7	14.3
	여름(6, 7, 8월)	60.2	16.5	23.3
	가을(9, 10, 11월)	63.7	21.6	14.7
	겨울(12, 1, 2월)	68.0	20.5	11.4
1986	봄	63.8	25.4	10.8
	여름	65.7	19.3	15.0
	가을	71.5	19.0	9.5
	겨울	71.0	21.4	7.6
1990	봄	55.1	34.9	10.0
	여름	49.4	30.3	20.3
	가을	61.5	27.7	10.8
	겨울	61.1	31.1	7.8
1994	봄	55.9	34.9	9.2
	여름	53.6	32.7	13.6
	가을	63.3	30.6	6.1
	겨울	62.7	30.6	6.7
1998	봄	53.9	38.2	7.9
	여름	53.7	34.2	12.1
	가을	61.6	32.2	6.1
	겨울	59.1	35.2	5.7

자료 : 통계청, 도시가계 원자료를 이용하여 시산.

1982~98년간 계절별 지출구조 변화추이를 살펴 보면, 육류 소비는 크게 변화하지 않는 안정된 추세를 나타내고 있다. 계절별로 육류 소비는 사계절 모두 가구내 닭고기 지출 비중이 감소하는 반면, 돼지고기 비중이 증가하고 쇠고기 비중이 약간 감소 내지 유지되는 특징을 보인다.

1.3. 쇠고기 소비시장 구조

쇠고기 소비시장을 육종별로 구분하여 살펴보면 〈표1-4〉와 같다.

1990년대 이후 쇠고기 소비량 중에서 한우고기 비중은 40%, 젓소고기(육우, 교잡우 포함) 15%,

수입쇠고기 45% 정도의 비중을 차지한다.

쇠고기 수입이 본격화된 1990년대 초반에는 수입고기 소비가 쇠고기 소비량의 절반 이상을 점하였으며, 젓소고기 소비량도 25% 이상 달하였으나 이후 감소하는 추세를 보여왔다. 반면 한우고기 소비량은 1990년 1.2kg에서 1998년 4.4kg으로 지속적으로 증가하였다.

1998년에는 수입쇠고기 소비가 크게 감소하여 쇠고기 소비시장에서의 점유율이 한우고기가 59.1%, 젓소 16.1%, 수입쇠고기 24.7%로 한우고기 비중이 크게 증가한 특징을 보였다.

2. 소비가구 특성별 소비구조 비교

〈표 1-4〉 쇠고기 소비시장 구조

단위 : kg

	쇠고기 합계	국내산(한우)		국내산(젓소등)		수입산	
		량	비율	량	비율	량	비율
1989	3.38	1.41	41.6%	0.72	21.2%	1.25	37.2%
1990	4.13	1.17	28.4	1.04	25.2	1.91	46.4
1991	5.16	1.19	23.1	1.08	21.0	2.88	55.9
1992	5.19	1.40	26.9	0.88	17.0	2.91	56.1
1993	5.27	2.01	38.2	0.92	17.4	2.34	44.4
1994	6.04	2.36	39.1	0.94	15.5	2.74	45.4
1995	6.68	2.48	37.1	0.96	14.3	3.25	48.6
1996	7.09	2.80	39.5	1.01	14.2	3.28	46.2
1997	7.87	3.83	48.6	1.12	14.3	2.92	37.1
1998	7.44	4.40	59.1	1.20	16.1	1.84	24.7

주 : 국내산(젓소)소비량은 국내산×(젓소등 도축두수×생체중/소 도축두수×생체중)에 의함.

2.1. 소득계층별 육류 소비지출액 분석

1998년 통계청 도시가계조사 원자료를 이용하여 소득계층별 육류 소비지출액을 비교하였다(표1-5).

소득계층별로 소비지출 격차가 가장 큰 품목은 쇠고기이며, 상대적으로 작은 품목은 돼지고기이다.

쇠고기의 경우 평균소득의 50% 미만 가구는 평

균 소득 가구의 54.7%를 지출하며, 평균소득의 125% 이상 가구는 평균소득 가구의 155.6%를 지출하는 것으로 나타났다. 닭고기의 경우 평균소득 50% 미만 가구는 평균소득 가구의 86.2%를 지출하며, 평균소득 125% 이상 가구는 평균소득 가구의 110.9%를 지출하는 것으로 나타나 쇠고기에 비해 소득계층에 따른 지출 격차가 크지 않았다.

특히 돼지고기는 평균소득 미만 가구의 지출액은

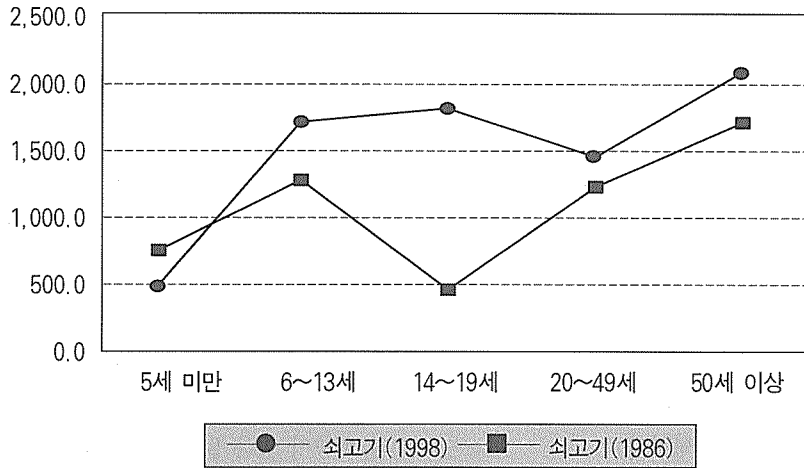
〈표 1-5〉 소득계층별 육류 소비지출액 비교(1998년도 월평균)

단위 : 원, %

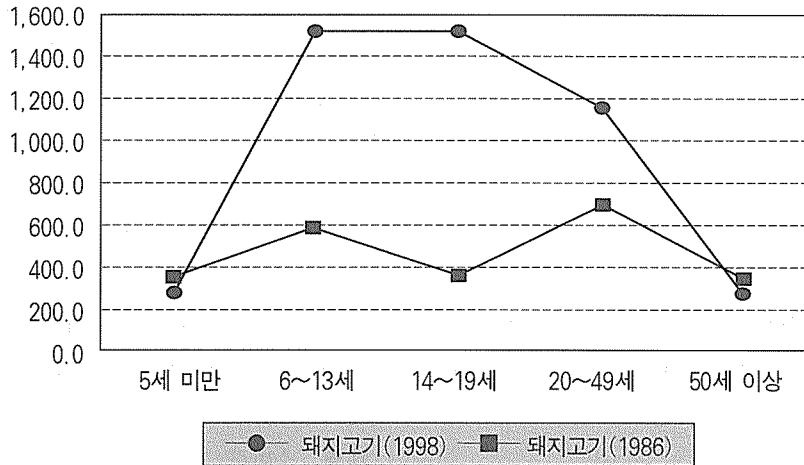
구 분	소득계층별 근로자가구								비근로자가구 (27,380가구)	
	~50% (6,611가구)		50~75% (8,806가구)		75~125% (12,832가구)		125%~ (8,806가구)			
식료품	230,789	62.6	302,566	82.1	368,707	100	493,794	133.9	376,268	102.1
육 류	16,175	66.5	19,697	81.0	24,315	100	30,928	127.2	26,480	108.9
쇠고기	6,366	54.7	8,301	71.3	11,636	100	18,101	155.6	14,047	120.7
돼지고기	7,899	75.5	9,286	88.8	10,462	100	10,369	99.1	10,084	96.4
닭고기	1,910	86.2	2,110	95.2	2,217	100	2,458	110.9	2,349	106.0

주 : 국내산(젓소)소비량은 국내산×(젓소등 도축두수×생체중/소 도축두수×생체중)에 의함.

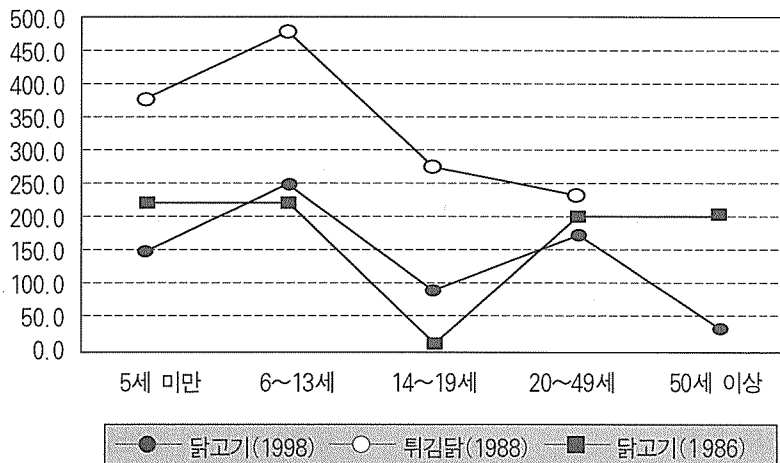
〈그림 1-1〉 쇠고기의 연령계층별 선호



〈그림 1-2〉 돼지고기의 연령계층별 선호



〈그림 1-3〉 닭고기의 연령계층별 선호



평균소득 가구의 75.5~88.8%로 평균소득 가구에 못 미치지만, 평균소득의 125% 이상 가구는 평균 소득 가구의 99.1%로 평균소득 가구보다 적은 것으로 나타났다. 즉, 고소득계층의 경우 소득 증가에 따라 돼지고기 지출은 오히려 감소하는 것으로 나타났다.

비근로자가구는 평균소득의 근로자 가구에 비해 쇠고기를 20.7% 더 지출하고, 돼지고기는 3.6% 적게 지출하는 것으로 분석되었다.

2.2. 연령계층별 육류 소비지출액

연령계층별로 선호를 비교하면 <그림1-1>~<그림1-3>과 같다.

쇠고기는 50세 이상 연령계층에서 가장 선호하며, 1998년에는 1986년에 비해 청소년(14~19세) 계층의 선호가 가장 크게 증가하였다.

돼지고기는 1986년에는 연령계층별 선호차이가 크지 않았으나, 1998년에는 5세 미만 계층과 50세 이상 계층의 선호는 감소한 반면 6~49세 계층에서는 선호가 크게 증가하여 연령별 선호격차가 확대되는 특징을 보였다.

닭고기는 1986년에는 13세 미만과 20세 이상 계층에서 선호하고, 청소년(14~19세) 계층의 선호도가 낮았으나, 1998년에는 6~19세의 어린아이와 청소년계층의 선호가 크게 증가하였다. 반면 50세 이상 계층의 선호는 크게 감소하였다. 닭고기의 경우 가구내에서 조리하여 소비하는 비중이 감소하고, 튀김닭 형태와 외식으로의 비중이 증가하는 추세이므로 튀김닭에 대한 분석을 병행하였다. 분석결과 튀김닭에 대한 선호도 6~19세 연령계층에서 대단히 높은 것으로 나타났다.

2.3. 소비구조의 특징

우리 나라의 육류 소비구조의 특징을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 육류 소비 증가추세가 지속되고 있으며, 특히 쇠고기에 대한 선호경향이 지속되고 있다. 1980년대 이후 쇠고기 소비 증가율이 가장 높고, 1990년대 들어서 소비 증가율이 가속화되었다.

둘째, 육류(쇠고기, 닭고기)는 가구내 소비증가를 보다 외식부문에서의 소비증가율이 높다. 외식부문의 비중이 높은 닭고기의 경우 특히 가구내 소비가 감소추세를 보이는 반면, 외식부문을 포함할 때 1인당 소비량 증가율은 1982~98년간 5.2%이었다.

셋째, 쇠고기, 돼지고기, 닭고기의 소비량 비중이 연도별 또는 계절별로 대체로 일정하여 안정적인 선호구조를 갖는 것으로 나타난다. 즉, 연도별로 약간의 변동은 있지만 소비량을 기준시 돼지고기 50~60%, 쇠고기 20~30%, 닭고기 20% 정도의 비중을 점하였다. 또한 계절별로도 사계절 모두 닭고기 비중이 감소하는 반면, 돼지고기 비중이 증가하고 쇠고기 비중이 유지되거나 약간 감소하였지만 1980년대 이후 계절별 지출비중 추이에는 큰 변화가 없었다.

넷째, 소비량 기준시는 돼지고기가 육류소비의 절반 이상을 점하고 있으며, 가구내 지출액을 기준시는 쇠고기 지출액이 육류지출액의 절반 이상을 점하고 있다.

다섯째, 쇠고기시장에서 한우고기 비중은 40%, 젓소고기가 15%, 수입쇠고기가 45% 정도이다. 1990년대 초반에는 한우고기 비중이 20%를 약간 상회하는데 불과하였으나, 이후 한우고기 비중이 증가하는 추세를 보였다.

여섯째, 소득계층별로 소비격차가 가장 큰 품목은 쇠고기이며, 상대적으로 돼지고기가 가장 작다. 쇠고기의 경우 평균소득 50% 미만 가구의 지출액은 평균소득가구의 절반수준이며, 평균소득 125%

이상 가구는 평균소득 가구보다 50% 이상을 더 지출하였다. 반면 돼지고의 경우 평균소득 50% 미만 가구의 지출액은 평균소득가구의 75.5% 수준이며, 고소득계층에서는 오히려 평균소득 가구보다 적게 지출하였다.

일곱째, 연령계층별로 1998년에는 1986년에 비해 6~19세 계층의 선호가 가장 크게 증가하였다. 가장 선호하는 연령계층은 쇠고기의 경우 50세 이상 연령층이며, 돼지고기는 6~19세 연령층, 닭고기는 13세 미만 연령층이다.

여덟째, 서울지역 거주가구, 가구주 학력이 높은 가구에서 쇠고기를 선호하는 것으로 나타났다.

쇠고기와 돼지고기는 수요에서 대체관계가 성립하며, 닭고기 가격이 쇠고기 수요에 미치는 영향은 극히 작은 것으로 나타났다. 즉, 돼지고기 가격이 1% 증가할 때 쇠고기 수요는 돼지고기 수요 감소를 대체하여 0.22% 증가하는 것으로 나타났다. 쇠고기 수요에 대한 닭고기 가격의 교차탄성치는 0.04%로 닭고기 가격 변화는 쇠고기 수요에 크게 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

돼지고기 수요에 대한 닭고기 가격의 교차탄성치는 0.001, 닭고기 수요에 대한 돼지고기 가격의 교차탄성치는 0.003 으로 돼지고기와 닭고기 수요는 상호 연관성이 거의 없는 것으로 분석되었다.

제2장 육류 수요대체관계 분석

1. 품목간 소비대체관계 분석

추정결과를 이용하여 탄성치를 분석한 결과는 <표2-1>과 같다.

소득이 1% 증가할 때 쇠고기 수요는 1.3%, 닭고기 0.4%, 돼지고기 0.3% 증가할 것으로 예상되어, 소득이 증가할수록 쇠고기 수요가 크게 증가하는 추세가 당분간 지속될 것으로 예상되었다.

2. 수입쇠고기의 수요대체형태

2.1. 수입쇠고기 수요함수

수입쇠고기는 자체가격보다 국내산 쇠고기 가격에 민감하게 반응하는 것으로 나타났다. 수입쇠고기 가격이 1% 상승하면 수입쇠고기 수요는 0.9% 감소하며, 국내산 쇠고기 가격이 1% 상승하면 수입쇠고기 수요는 1.4% 증가하는 것으로 분석되었다. 또한 소득이 1% 증가할 때 수입쇠고기의 수요는 1.1% 증가하는 것으로 분석되었다. 1절의 품목

<표 2-1> 품목별 가격탄성치 추정결과

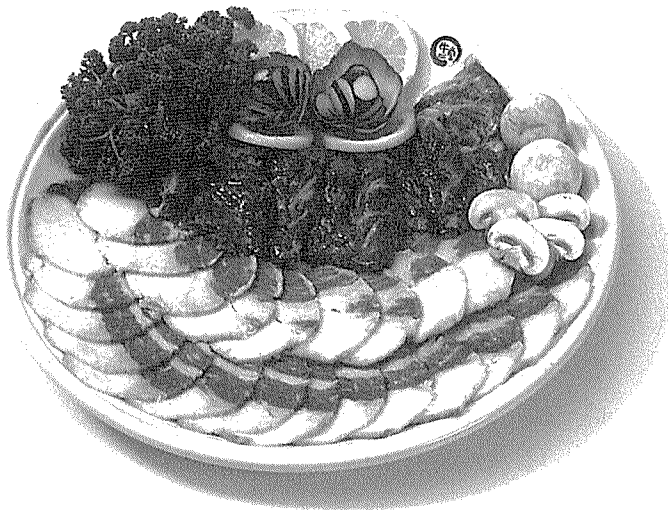
소비량 \ 가격	쇠고기	돼지고기	닭고기	기타식품	지출액
쇠고기	-0.621	0.215	0.037	-0.891	1.261
돼지고기	0.248	-0.352	0.001	-0.163	0.266
닭고기	0.210	0.003	-0.294	-0.296	0.378
기타식품	-0.012	-0.015	-0.003	-0.980	1.010

주 : 통상(비보상) 탄성치임

〈표 2-2〉 국내산과 수입쇠고기 가격 대비

단위 : 원/500g

	국내산가격 (A)	수입산가격 (B)	B/A (%)
1989	5,213	3,320	63.7
1990	5,725	3,601	62.9
1991	6,442	4,156	64.5
1992	7,085	4,708	66.5
1993	7,395	4,699	63.5
1994	7,719	4,329	56.1
1995	8,093	4,286	53.0
1996	8,118	4,391	54.1
1997	7,537	4,277	56.7
1998	6,911	4,395	63.6



▲ 소비자들은 쇠고기와 돼지고기 구입시 육색을 가장 우선적으로 고려하고 있다.

별 지출(소득)탄성치와 비교할 때 수입쇠고기의 지출탄성치는 국내산 쇠고기에 비해서는 작으며, 돼지고기와 닭고기에 비해서는 높은 수준인 것으로 나타났다.

2.2. 국내산 쇠고기 가격과의 적정가격차

소비자들은 적정 가격 수준을 한우(등심)를 100으로 할 때 소비자들은 육우(등심)를 63%, 수입쇠고기(등심)를 58%, 돼지고기(삼겹살)를 42% 수준으로 평가하였다.

국내산 쇠고기 기준시 수입쇠고기 가격은 현재 55~65% 수준으로 소비자들의 가격 평가와 대체로 비슷한 수준이다. 따라서 국내산 쇠고기와 수입쇠고기의 가격차가 현재 수준보다 더욱 커질 경우 수입쇠고기 소비가 크게 증가할 가능성이 있다.

2.3. 용도별 대체가능성

수입쇠고기와 국내산 쇠고기의 대체관계가 가장 큰 부위는 국내산 쇠고기 불고기감인 것으로 나타났다(표2-3). 이는 〈표2-4〉에서 알 수 있듯이 수입쇠고기가 맛(66.0%)과 냄새(14.6%)등에서 한우고기와 차이가 크다고 인식하기 때문에 구이용이나 국거리용보다는 양념맛에 크게 좌우되는 불고기감으로 적합하다고 인식하고 있기 때문인 것으로 보

〈표 2-3〉 수입쇠고기와 대체 가능한 품목

구 분	가구수(비율)
한우(육우) 등심	85(16.1)
한우(육우) 불고기감	199(37.6)
한우(육우) 양지	103(19.5)
돼지고기 삼겹살	142(26.8)
합 계	529(100.0)

〈표 2-4〉 수입쇠고기와 국내산 쇠고기 품질 차이 이유

구 분	응답가구(비율)
맛	344(66.0)
냄새	76(14.6)
연한 정도	73(14.0)
색깔	28(5.4)
(무응답)	(50)
합 계	521(100.0)

〈표 2-5〉 냉장 수입쇠고기의 구입의사

구 분	응답가구(비율)
구입하겠다	30(16.8)
구입하지 않겠다	100(56.2)
잘 모르겠다	48(27.0)
합 계	178(100)

인다.

2.4. 냉장 수입쇠고기 구입 가능성

조사 결과 응답자의 56.2%는 냉장 수입쇠고기를 구입하지 않겠다고 대답했으며, 27.0%는 잘 모르겠다, 16.8%는 구입하겠다고 응답하였다. 냉장

수입쇠고기를 구입하겠다는 비중은 16.8%에 불과하였지만 잘모르겠다고 응답한 27%의 가구의 경우도 국내산 쇠고기의 가격수준에 따라 구입가능성이 큰 것으로 유추할 수 있다. 또한 냉장수입쇠고기를 구입하지 않겠다고 응답한 가구의 비중(56.2%)도 현재 수입쇠고기를 구입하지 않는 가구의 비중(61.8%)에 비해 약간 적은 것으로 나타나

앞으로 냉장 수입쇠고기의 시장침투 가능성은 높은 것으로 판단된다.

제3장 소비자의 선호 및 구매행태 분석

1. 소비자 선호 분석

1.1. 구입 이유

소비자들이 육류를 구입할 때 가장 먼저 고려하는 것은 용도(43.9%)이며, 그 다음으로 품질(34.6%), 가격(10.3%), 영양가(6.1%), 안전성

(4.5%) 순으로 나타났다.

소비자들이 한우 고기를 구입하는 이유는 맛(41.6%)이 있고, 가족의 영양과 건강(31.5%)에 유익하다고 생각하기 때문인 것으로 나타났다. 돼지고기 구입 이유도 돼지고기 맛을 좋아해서 구입한다는 응답이 45.9%로 가장 높게 나타났다. 닭고기의 경우는 영양가를 생각해서 구입한다는 비율이 55.9%로 가장 많았다.

수입쇠고기와 젓소고기를 구입하는 이유는 한우 고기에 비하여 값이 저렴하기 때문이라는 응답이 가장 많았는데, 구체적으로 보면 가격 때문에 수입 쇠고기와 젓소고기를 구입한다고 응답한 가구의 비중이 각각 50.0%, 42.9%로 나타났다.

〈표 3-1〉 육류 구입시 고려사항

구 분	가구수(비율)
용도를 생각함	468(43.9)
가격이 적절한지를 생각함	110(10.3)
품질이 좋은지를 살펴봄	368(34.6)
가족의 건강을 위해 영양가를 생각함	65(6.1)
안전성을 생각함	48(4.5)
기 타	6(0.6)
합 계	1,605(100.0)

주 : 복수응답 허용

〈표 3-2〉 한우고기를 구입하는 이유

구 분	응답가구(비율)
맛이 좋은 쇠고기를 먹고 싶어서	426(41.6)
우리것을 애용하자는 뜻으로	249(24.3)
가족의 영양과 건강을 생각해서	323(31.5)
기 타	27(2.6)
합 계	1,025(100)

주 : 복수응답 허용

〈표 3-3〉 돼지고기를 구입하는 이유

구 분	응답가구(비율)
가족의 영양과 건강을 생각해서	105(18.9)
쇠고기에 비하여 값이 저렴해서	152(27.4)
쇠고기보다 돼지고기 맛을 좋아해서	255(45.9)
기 타	43(7.7)
합 계	555(100)

〈표 3-4〉 닭고기를 구입하는 이유

구 분	응답가구(비율)
가족의 영양과 건강을 생각해서	281(55.9)
쇠고기나 돼지고기에 비해 값이 저렴해서	51(10.1)
쇠고기나 돼지고기보다 닭고기 맛이 좋아서	95(18.9)
기 타	76(15.1)
합 계	503(100)

1.2. 부위별 선호도

품목별로 소비자들이 선호하는 부위를 조사한 결과 쇠고기는 등심, 돼지고기는 삼겹살의 선호도가 매우 높았다.

한우고기로 가장 자주 구입하는 부위를 보면 등심이 38.5%로 가장 높은 비중을 차지했으며, 양지가 28.5%, 사태가 14.1%, 안심이 9.6%의 순으로 나타났다.

용도에 따라 부위별 선호도를 조사한 결과 로스용으로 가장 선호하는 부위는 등심(57.6%)과 안심(31.7%)이었으며, 불고기용으로 가장 선호하는 부위로 등심(38.2%)이 가장 높게 나타났다. 국거리용으로는 양지(66.4%)와 사태(25.1%)가 가장 선호하는 부위로 조사되었다.

수입쇠고기도 한우고기와 마찬가지로 등심(29.0%)을 가장 선호하였으나, 등심 못지 않게 갈비(22.6%)에 대한 선호도가 높았다. 갈비에 대한 선호는 주로 구이용(LA갈비)인 것으로 추측된다.

돼지고기 중에서 가장 자주 구입하는 부위는 삼겹살이 66.7%, 목심이 26.0%로 삼겹살에 대한 선호가 매우 높았다.

1.3. 품질 기준

소비자들이 육류 구입시 중요하게 생각하는 품질 기준을 조사한 결과 쇠고기와 돼지고기 모두 용도에 상관없이 고기의 색을 가장 중요한 품질 기준으로 삼고 있었다. 두번째로 중요한 품질기준은 돼지고기의 경우 지방분포였다. 쇠고기의 경우는 용도에 따라 다르게 나타났는데 로스용은 로스분포를

〈표 3-5〉 수입쇠고기를 구입하는 이유

구 분	응답가구(비율)
한우고기에 비하여 값이 저렴해서	199(50.0)
한우고기와 맛의 차이가 없어서	129(32.4)
기름기가 적고 색깔이 좋아서	33(8.3)
국산 쇠고기에 비해 안전하므로	16(4.0)
기 타	21(5.3)
합 계	398(100)

주 : 복수응답 허용

〈표 3-6〉 젓소고기를 구입하는 이유

구 분	응답가구(비율)
한우고기에 비하여 값이 저렴해서	99(42.9)
한우고기와 맛의 차이가 없어서	52(22.5)
기름기가 적고 색깔이 좋아서	15(6.5)
우리 것을 애용하자는 뜻으로	34(14.7)
가족의 영양과 건강을 생각해서	13(5.6)
기 타	18(7.8)
합 계	231(100)

주 : 복수응답 허용

〈표 3-7〉 한우고기로 가장 자주 구입하는 부위

부위	등심	양지	사태	안심	채끝	홍두깨살	갈비	기타
가구수	104	77	38	26	7	7	4	7
비율	38.5	28.5	14.1	9.6	2.6	2.6	1.6	2.5

주 : 1) 기타는 목심, 부채살, 설도, 우둔, 안창살임.

2) 지난 한달동안 한우를 구입한 적이 있는 270가구 대상 조사 결과임.

〈표 3-8〉 수입쇠고기로 가장 자주 구입하는 부위

부위	등심	갈비	양지	안심	사태	기타
가구수	9	7	5	3	3	4
비율	29.0	22.6	16.1	9.7	9.7	12.9

주 : 1) 기타는 홍두깨, 차돌배기임.

2) 지난 한달동안 수입쇠고기를 구입한 적이 있는 31가구 대상

〈표 3-9〉 돼지고기로 가장 자주 구입하는 부위

부위	삼겹살	목심	등심	갈비	안심
가구수	182	71	14	3	3
비율	66.7	26.0	5.1	1.1	1.1

주 : 지난 한 달 동안 돼지고기를 구입한 적이 있는 273가구 대상.

〈표 3-10〉 고기를 구입할 때 중요하게 생각하는 품질기준

구 분	쇠고기 로스용	쇠고기 불고기용	쇠고기 국거리용	돼지고기 로스용	돼지고기 불고기용	구 분	닭고기
고기색 (광택)	302(28.1)	306(28.2)	276(25.6)	265(24.1)	266(24.8)	고기색	300(27.8)
지방색	33(3.1)	37(3.4)	44(4.1)	40(3.6)	34(3.2)	지방의 다소	61(5.7)
고기결 (탄력)	180(16.7)	220(20.3)	228(21.1)	170(15.5)	178(16.6)	고기결	52(4.8)
지방분포	210(19.5)	197(18.2)	202(18.7)	260(23.7)	232(21.7)	위생상태	409(37.9)
등 급	132(12.3)	108(10.0)	113(10.5)	85(7.7)	80(7.5)	크기	237(22.0)
성 별 (암, 수)	75(7.0)	87(8.0)	80(7.4)	145(13.2)	147(13.7)	기타	19(1.8)
위생상태	138(12.8)	127(11.7)	127(11.8)	124(11.3)	125(11.7)		
기 타	6(0.6)	2(0.2)	9(0.8)	10(0.9)	9(0.8)		

주 : 복수응답 허용.

〈표 3-11〉 한우고기와 수입쇠고기의 구별 기준

구 분	응답가구(비율)
신선도와 고기색깔을 보고	303(44.1)
지방색깔과 분포를 보고	171(24.9)
고기결을 보고	112(16.3)
냄새 유무로	71(10.3)
기 타	30(4.4)
합 계	687(100)

주 : 복수응답 허용.

〈표 3-12〉 쇠고기 냉장육, 냉동육에 대한 선호

소득	냉장육 주로 구입	냉동육 주로 구입	양자를 차이없이 구입	소 계
110만원 미만	76(53.5)	36(25.4)	30(21.1)	142(100.0)
110~200만원	104(55.6)	35(18.7)	48(25.7)	187(100.0)
200~300만원	92(59.7)	28(18.2)	34(22.1)	154(100.0)
300만원 이상	64(75.3)	7(8.2)	14(16.5)	85(100.0)
합계	336(59.2)	106(18.7)	126(22.1)	568(100.0)

주 : $\chi^2=16.416$ $\alpha=0.012$ 무응답=3.

두 번째로 중시하는 반면 불고기용과 국거리용은 고기의 결(탄력)을 중시하는 것으로 나타났다.

닭고기의 경우는 위생상태와 고기의 색을 가장 중요한 품질기준으로 여기고 있는 것으로 나타나, 타 육류에 비하여 위생문제가 매우 중요한 품질선택의 기준으로 인식되고 있었다.

쇠고기와 돼지고기 구입시 용도에 상관없이 육색을 우선적으로 고려하고 있는 이유는 소비자들이 국내산인지 여부와 신선도를 판단한 다음에 맛 등의 품질특성을 고려하는 소비특성 때문인 것으로

보인다. 이러한 사실은 한우고기와 수입쇠고기 판별기준으로 신선도와 육색을 고려하는 응답자가 44.1%로 가장 많이 나타나 이러한 사실을 뒷받침하고 있다.

1.4. 쇠고기 냉장육, 냉동육 선호관계

쇠고기 냉장육에 대한 소비자 선호를 조사한 결과 전체 응답자의 59.2%가 냉장육을, 18.7%는 냉동육을 구입한다고 응답하여 냉장육에 대한 선호가

〈표 3-13〉 포장육, 비포장육에 대한 선호

연령	포장육 구입	비포장육 구입	양자를 차이없이 구입	소 계
29세 이하	6(30.0)	13(65.0)	1(5.0)	20(100.0)
30~39세	25(10.0)	199(79.3)	27(10.7)	251(100.0)
40~49세	18(7.5)	198(82.5)	24(10.0)	240(100.0)
50세 이상	0(0.0)	28(84.9)	5(15.1)	33(100.0)
합계	49(9.0)	438(80.5)	57(10.5)	544(100.0)

주 : $\chi^2=15.140$ $\alpha=0.019$ 무응답=27.

〈표 3-14〉 육류의 품질만족도

구 분	한우고기	젓소고기	수입쇠고기	돼지고기	닭고기
매우 만족	32(5.9)	3(0.7)	4(0.9)	33(6.4)	18(3.6)
약간 만족	138(25.4)	47(11.2)	35(7.9)	135(26.0)	101(20.4)
보 통	210(38.7)	218(51.9)	195(44.0)	251(48.4)	269(54.2)
약간 불만족	135(24.9)	110(26.2)	128(28.9)	82(15.8)	85(17.1)
매우 불만족	28(5.2)	42(10.0)	81(18.3)	18(3.5)	23(4.6)
(무응답)	(28)	(151)	(128)	(52)	(75)

월등하게 높은 것으로 나타났다. 또한 소득수준이 높을수록 냉장육에 대한 선호가 증가하는 것으로 나타나, 향후 소득 증가 추세를 가정할 경우 냉장육에 대한 선호가 더욱 증가할 것으로 전망된다.

냉장육을 구입하는 이유는 맛(47.5%), 신선도(43.8%) 때문이며, 냉동육을 주로 구입하는 이유는 보관이 용이(59%)하고, 가격이 저렴하기(18.7%) 때문인 것으로 나타났다.

1.5. 포장육, 비포장육 선호관계

포장육 형태로 고기를 구입하는 가구는 전체 응

답자의 9.0%에 불과하며 대부분(80.5%) 포장하지 않은 고기를 주로 구입하고 있는 것으로 나타났다. 소득수준에 따른 포장육에 대한 선호차이는 크지 않은 반면 연령계층별로는 주부의 연령이 낮을수록 포장육의 구입비중이 높은 것으로 나타났다. 주부가 20대인 경우는 포장육 구입 비중이 30%수준에 달했다.

포장육을 구입하는 이유로는 원하는 부위의 구입이 가능하고(36.1%), 제조일·유통기간의 확인이 가능하기 때문(17.8%)인 것으로 조사되었다.

비포장육을 구입하는 이유는 직접 신선도 확인이 가능하기 때문이라는 응답이 58%로 가장 많았으

〈표 3-15〉 품질에 불만을 느끼는 이유

구 분	한우고기	수입쇠고기	젓소고기	돼지고기	닭고기
맛	72(24.3)	43(14.0)	84(32.4)	40(14.0)	24(8.6)
신선도(색깔, 광택)	611(20.6)	66(21.5)	31(12.0)	47(16.5)	57(20.5)
지방분포	16(5.4)	8(2.6)	31(12.0)	89(31.2)	20(7.2)
연한 정도(고기결)	70(23.6)	27(8.8)	57(22.0)	22(7.7)	19(6.8)
위생처리	40(13.5)	51(16.6)	23(8.9)	52(18.2)	123(44.2)
안전성	37(12.5)	112(36.5)	33(12.7)	35(12.3)	35(12.6)
(무응답)	(275)	(264)	(312)	(286)	(293)

며, 구입처에서 포장육을 팔지 않기 때문이라는 응답도 32.5%로 높은 비중으로 나타났다.

이는 실제로 일부 할인매장을 제외하고는 정육점과 대부분의 백화점 등이 포장육 형태로 판매를 하지 않는 현실을 반영한 것으로 볼 수 있다.

1.6. 품질 만족도

품목별로 품질에 대한 만족도를 조사한 결과 모든 품목에 대해 보통이라고 평가한 비중이 가장 높았으나, 한우고기, 돼지고기, 닭고기는 만족가구의 비중이 상대적으로 높은 반면 젓소고기와 수입 쇠고기는 불만족가구의 비중이 높은 것으로 나타났다.

한편 품질 개선이 가장 필요한 부분은 한우고기의 경우 연한정도(23.6%)이었고, 수입쇠고기는 안전성(36.5%)이었다. 또한 젓소고기는 맛(32.4%), 돼지고기는 지방분포



(31.2%), 닭고기는 위생처리(44.2%)가 가장 개선되어야 할 점으로 지적되었다.

2. 구입행태 분석

2.1. 구입빈도

소비자들은 쇠고기를 주로 1근 단위(56.0%)로 1주일(29.3%) 내지 2주일(28.4%)에 한번씩 구입하는 경우가 가장 많았다. 돼지고기도 주로 1근 단위(44.1%)로 구입하였으며, 1주일(36.6%)에 한번씩 구입하는 가구가 가장 많았다. 닭고기와 닭고기 가공제품은 주로 1마리를 단위로 구입하고 있었으며, 응답가구의 절반 정도가 한 달에 한번 구입하는 것으로 조사되었다.

쇠고기 구입시 주로 구입하는 품목이 고정되어 있는지 여부를 조사한 결과, 상당 비중의 가구가

〈표 3-16〉 품목별 구입 빈도

구분	쇠고기	돼지고기	닭고기	닭고기 가공제품
거의 매일	7(1.5)	8(1.6)	7(1.6)	2(0.4)
일주일에 세번	10(2.2)	21(4.3)	5(1.1)	3(0.6)
일주일에 두번	33(7.2)	68(13.8)	7(1.6)	14(2.6)
일주일에 한번	134(29.3)	181(36.6)	62(13.9)	56(10.5)
2주일에 한번	130(28.4)	115(23.3)	115(25.7)	93(17.4)
한달에 한번	111(24.3)	89(18.0)	196(43.8)	267(50.1)
기 타	32(7.0)	12(2.4)	55(12.3)	98(18.4)
(무응답)	(114)	(77)	(124)	(38)
합계	457(100)	494(100)	447(100)	533(100)

〈표 3-17〉 한우고기의 구입 빈도

연령/소득	항상 구입	자주 구입	가끔 구입	거의 구입 안함	소계	비고
29세 이하	8(40.0)	8(40.0)	4(20.0)	0(0.0)	20(100.0)	$\chi^2=25.70$ $\alpha=0.002$ 무응답=26
30~39세	150(60.0)	46(18.4)	49(19.6)	5(2.2)	250(100.0)	
40~49세	113(46.7)	39(16.1)	78(32.2)	12(5.0)	242(100.0)	
50세 이상	14(42.4)	4(12.1)	13(39.4)	2(6.1)	33(100.0)	
합 계	285(52.3)	97(17.8)	144(26.4)	19(3.5)	545(100.0)	
110만원 미만	58(41.7)	22(15.8)	51(36.7)	8(5.8)	139(100.0)	$\chi^2=33.259$ $\alpha=0.001$ 무응답=7
110~200만원	83(44.4)	39(20.9)	55(29.4)	10(5.3)	187(100.0)	
200~300만원	93(61.2)	31(20.4)	26(17.1)	2(1.3)	152(100.0)	
300만원 이상	56(65.1)	11(12.8)	18(20.9)	1(1.2)	86(100.0)	
합 계	290(51.4)	103(18.3)	150(26.6)	21(3.7)	564(100.0)	

〈표 3-18〉 육류의 주요 구입처

구분	쇠고기	돼지고기	닭고기
일반정육점	300(52.8)	318(55.9)	116(21.1)
백화점	51(9.0)	42(7.4)	84(15.2)
농(축)협수퍼·연쇄점	96(16.9)	88(15.5)	63(11.4)
일반수퍼·체인점	59(10.4)	73(12.8)	99(18.0)
생산자직매장	19(3.3)	22(3.9)	65(11.8)
대형할인매장	36(6.3)	20(3.5)	34(6.2)
기타	7(1.2)	6(1.1)	90(16.4)
(무응답)	(3)	(2)	(20)
합계	568(100)	569(100)	551(100)

가격에 상관없이 일정 품목만을 구입하는 패턴을 보였다.

즉, 쇠고기 구입시 항상 한우 고기를 구입한다고 응답한 가구는 응답가구의 50%이상을 차지하고 있었으며, 월평균 소득이 300만원이상인 고소득 가구의 경우 항상 한우고기를 구입한다는 응답이

65.1%에 달했다. 연령계층별로는 주부의 연령이 30대인 가구에서 항상 한우고기를 구입하는 빈도가 60.0%로 가장 높았다.

2.2. 주요 구입처

입하는 가구의 비중이 쇠고기 52.8%, 돼지고기 55.9%, 닭고기 21.1%로 가장 많았다. 정육점 다음으로 소비자들이 주로 찾는 구입처로서 쇠고기와 돼지고기는 농(축)협 수퍼와 연쇄점이었으며, 닭고기는 일반수퍼와 체인점에서 구입하는 비중이 18.0%로 상대적으로 높았다.

일반적으로 정육점을 이용하고 있는 이유는 가격이 때문인 것으로 나타났다. 그 외 쇠고기와 돼지고기의 경우 구입시에 백화점이나 농협수퍼·연쇄점, 일반수퍼·체인점을 이용하는 이유는 품질이 좋아서라는 응답이 가장 많았으며, 닭고기의 경우 백화점을 이용하는 이유는 위생처리가 좋아서라는 응답이 가장 많은 것으로 나타났다.

제4장 육류의 수요 전망과 생산 대응방향

1. 육류 소비량 전망

1.1. 소비량 전망 결과

2002년까지 품목별 1인당 소비량과 가구내 1인당 소비량 증가율을 예측한 결과는 <표4-1>과 같다.

1인당 소비 증가율을 예측한 결과 2002년까지 쇠고기, 돼지고기, 닭고기 소비량은 증가추세를 지속하며, 쇠고기의 소비 증가율이 가장 빠를 것으로

전망되었다. 쇠고기의 1인당 소비량은 연평균 6.7~8.2% 증가율을 나타낼 것으로 전망되었다. 돼지고기와 닭고기도 각각 1.2~2.3%, 2.5~3.4%의 소비 증가율이 예측되었다.

따라서 육류 소비의 경우 1980년대 이후 돼지고기, 닭고기에 비해 쇠고기가 선호되어 온 경향이 지속될 것으로 전망되었다. 또한 닭고기는 돼지고기에 비해 외식소비 증가율이 높을 것으로 전망되었다.

미국에서 건강 및 영양에 대한 관심이 증가함에 따라 백색육(white meat)선호경향이 나타나는 반면 우리 나라에서는 당분간 이러한 현상이 나타나지 않을 것으로 전망된다. 이러한 현상은 우리 나라 식습관에서 닭고기는 반찬으로의 역할을 크게 하지 못하고, 간식 또는 일품요리 형태로 섭취되기 때문인 것으로 보인다.

반면 어린이와 청소년층의 닭고기에 대한 선호도가 높고, 외식 특히 패스트푸드에 급속히 확대되는 추세로 장기적으로는 닭고기의 소비가 빠르게 증가할 가능성이 있다.

2. 쇠고기(냉동, 냉장육) 수입 확대시 수요대체 형태 전망

소비자 설문조사에 의하면 수입산의 상대가격이 한우고기 가격의 60%이하로 하락할 경우 수입쇠

<표 4-1> 2002년 소비량 예측결과

		쇠고기	돼지고기	닭고기
연평균 1인당 소비증가율(%)		6.7~8.2	1.2~2.3	2.5~3.4
가 구 내	가구당 지출액 (1998=100)	116.9	105.1	105.3
	연평균 1인당 소비증가율(%)	4.0	1.3	1.3

고기에 대한 수요가 크게 증가할 가능성이 있다. 따라서 한우고기 가격이 상승할 경우 수입쇠고기의 수요가 크게 증가할 전망이다. 더욱이 수입쇠고기 수요는 한우고기 가격에 민감하게 반응하는 것으로 분석된 바 있다.

또한 냉장육 쇠고기가 수입되어 본격적으로 유통될 경우 구입 의향은 현재 냉동육 수입시에 비해 증가할 전망이다. 국내산 쇠고기의 가격수준에 따라 응답소비자의 40% 이상이 구입할 가능성이 있는 것으로 조사된 바 있다.

따라서 수입쇠고기의 안전성이 문제시되지 않는 한 수입쇠고기의 소비가 늘어날 전망이다. 한우가격과의 격차에 따라서는 크게 증가할 가능성도 존재한다.

3. 향후 육류 생산 및 정책 대응방향

3.1. 쇠고기

3.1.1. 전망

2002년까지 중기적으로 쇠고기 선호경향이 지속될 것으로 전망되므로 쇠고기 생산을 안정화시킬 필요가 있다. 1인당 소비량은 1990년대 증가추세보다는 약간 둔화되지만 연평균 6.7~8.2%로 육류 중에서 가장 높은 증가율을 보일 것으로 전망된다. 가구내 1인당 소비량은 1990년대 추세가 지속될 것으로 보인다.

3.1.2. 정책 방향

쇠고기 시장 개방을 앞두고, 국내산 사육기반을 유지하기 위해서 국내산 한우 가격대비 수입육 가격이 60% 이하로 하락하지 않도록 가격차를 유지

시킬 필요가 있으므로, 이에 상응하는 생산비 절감 대책이 필요하다.

또한 육종별로 정책방향을 차별화할 필요가 있다. 한우의 경우 품질 경쟁력을 재고시키는 방향으로 사육체계를 개선해 나가야 하며, 젓소는 한우와 차별화하여 값싼 우리 고기소라는 인식을 심어줄 필요가 있다. 즉, 한우는 맛과 안전성 측면에서, 젓소는 가격과 안전성 측면에서 수입쇠고기와 차별화된다는 측면을 인식시킬 필요가 있다.

3.1.3. 생산 및 판매전략

첫째, 부위별로 구이용의 경우 소비자의 고급육 선호경향이 강하고 수입육과의 대체성이 작으므로 높은 가격이 형성되고, 불고기용의 경우 수입쇠고기와 가장 대체성이 높기 때문에 낮은 가격에 형성되어 부위별 가격격차는 확대될 전망이다. 부위별 표시판매제도를 정착시킴으로써 국내산 쇠고기의 수입쇠고기에 대한 품질차이를 소비자들에게 인식시킬 필요가 있다.

둘째, 냉장육 선호경향이 뚜렷하게 나타나므로 냉장육 유통체계를 구축하고 냉장 유통량을 확대하는 것이 필요하다.

셋째, 포장육에 대한 선호는 아직 낮은 단계이며, 직접 신선도와 품질을 확인하고자 하는 경향이 강하다. 단, 연령이 낮을수록 포장육 구입비중이 높아지므로 향후 포장육 선호는 증가할 전망이다.

넷째, 등급제의 정착을 위해서 제도에 대한 홍보와 아울러 소비자에게 품질특성에 대한 신뢰감을 줄 수 있는 정보제시(육질등급, 품종, 성별 등)가 필요하다.

다섯째, 맛을 결정하는 품질특성 중에서 근내지방이 가격 결정에 가장 많은 영향을 주는 것으로 나타난다. 근내지방은 고기를 연하게 하고, 구운



후에도 딱딱해지는 것을 막기 때문에 로스구이·불고기 등 한우고기의 전통적인 요리형태에 적합한 특성이자. 근내지방도를 높이기 위한 사육기술 개발이 필요하며, 사육기간이 24개월(거세우:27개월) 이상이 되도록 하여야 한다.

여섯째, 거세우의 경우 근내지방도가 크게 향상되어 육질이 우수하고, 경락가격이 높으므로 수소의 거세사육을 확대할 필요가 있다.

3.2. 돼지고기

3.2.1. 전망

돼지고기 소비는 가격조건보다 맛에 의해 결정되므로 선호가 대체로 안정적이다. 중기적으로 돼지고기에 대한 소비는 증가하나, 1990년대 이후 증가율이 둔화되는 추세가 계속될 것으로 전망된다.

3.2.2. 생산 및 판매전략

첫째, 소비자들은 돼지고기 구입시 육색을 가장 중요한 품질기준으로 인식하고 있으므로, 유통·판매과정에서 신선도 유지가 필요하다.

둘째, 소비자들은 맛을 결정하는 품질특성 중에서는 지방분포를 우선적으로 고려하고 있다. 지방

분포는 가장 개선이 필요한 품질특성으로 지적된 사항이기도 하므로 이를 향상시킬 수 있는 사육기술 개발이 요구된다.

셋째, 돼지고기 등급판정시 현재는 육량등급만을 판정하고 있는데, 품질 개선을 위해 육량 등급과 함께 육질특성들을 고려한 육질 등급을 제시할 필요가 있다.

3.3. 닭고기

3.3.1. 전망

닭고기 소비는 가격조건에 크게 좌우되지 않고, 다른 육류와의 대체성도 작기 때문에 선호가 대체로 안정적이라고 할 수 있다. 닭고기 소비도 돼지고기와 마찬가지로 증가추세를 지속하지만, 중기적으로 증가율이 둔화될 전망이다. 반면 닭고기는, ① 다른 고기에 비해 영양적으로 우수하다는 인식이 높고, ② 어린이와 청소년층의 닭고기에 대한 선호도가 높으며, ③ 외식(패스트푸드)이 급속히 확대되고 있기 때문에 장기적으로는 소비가 크게 증가할 가능성이 존재한다.

3.3.2. 생산 및 판매전략

첫째, 대다수 소비자들은 건강상의 이유로 닭고기를 구입하고 있으므로, 소비 확대를 위해서 영양 측면을 부각시켜 홍보할 필요가 있다.

둘째, 닭고기 구입시 중요한 품질특성은 위생상태, 육색으로 육류중에서 신선도 측면이 가장 중요하게 인식되고 있으며, 위생상태는 소비자들 가장 불만스럽게 평가하고 있는 측면이기도 하다. 따라서 포장 등 판매형태의 개선이 필요한 것으로 지적되었다.

수입식고기 연도별 배정 현황

(단위 : 톤)

구분		'93	'94	'95	'96	'97	'98	'99	'00
S B S 용	축협	2,970	3,330	5,582	8,698	12,351	14,330	10,000	6,980
	한냉	2,970	3,330	5,582	8,698	12,351	17,810	23,139	24,247
	관광용품	3,960	4,664	5,762	7,961	9,281	11,090	7,139	8,247
	농축공급	-	2,000	4,212	6,290	9,421	10,420	5,673	6,172
	육가공업	-	4,676	7,118	7,420	12,491	16,710	30,836	31,944
	수퍼체인	-	3,200	8,644	10,073	13,887	12,700	5,673	13,484
	축산기업	-	-	-	6,660	9,458	12,020	14,120	14,177
	축협유통	-	-	-	3,000	4,260	1,1120	18,497	8,420
	위생처리	-	-	-	-	-	6,000	11,230	12,105
	우주특수	-	-	-	-	-	-	3,524	4,633
	수입육전	-	-	-	-	-	-	5,772	6,881
	가공조합	-	-	-	-	-	-	1,894	3,003
	계	9,900	21,200	36,900	58,800	83,500	112,200	137,497	*140,293
비율(%)	10	20	30	40	50	60	70	70	
수 급 용	계	89,100	84,800	86,100	88,200	83,500	74,800	61,800	67,500
	비율(%)	90	80	70	60	50	40	30	30
수입쿼타 총계		99,000	106,000	123,000	147,000	167,000	187,000	206,000	225,000
Mark-Up(%)		100	95	70	60	40	20	10	0

* 2000년 SBS용 유효물량 17,207톤 제외