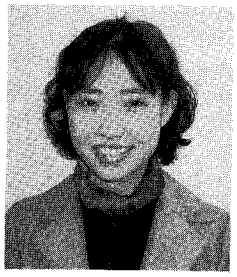
다양한 닭고기가공식품의 천국 일본

▲ FOODEX JAPAN 2002 전시장 광경(국내에서는 닭고기 계열업체들이 대거 참여하였다.)



옥 미 영
(축산경제신문 기자)

1. 일본 닭고기 시장 개황

'건강(健康)', '무약(無藥)', '자연(自然)'.

동경, 오사카 등 일본 주요 도심에 위치한 대형 유통마켓 닭고기 진열 판매대에서 흔히 볼 수 있는 문구다.

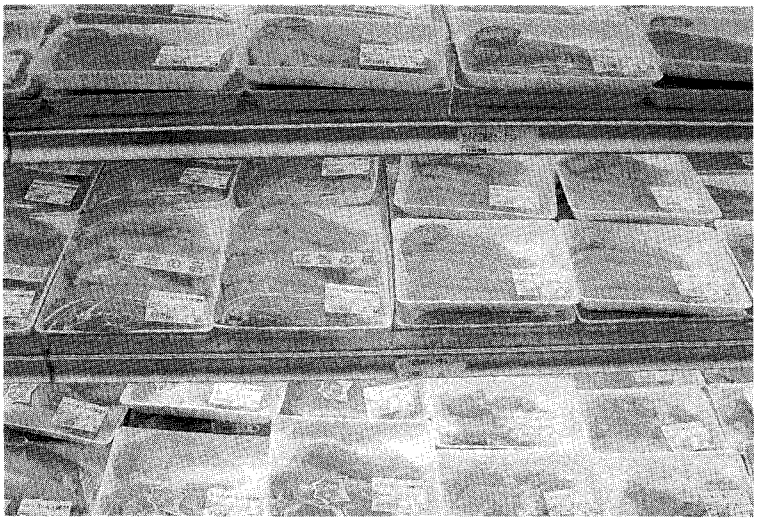
이는 지난해 일본에서 발병한 광우병 파동 등 일련의 사태를 지켜본 일본 소비자들의 축산물 안전성에 대한 높은 관심을 그대로 반영한 것이라 할 수 있다.

일본의 유통마켓에는 'Healty Food(건강식품)'으로 상징된 50일 이상 장기 무약 사육된 닭고기를 쉽게 찾을 수 있다. 또한 80일 이상 무약 사육시켜 육질의 차별화를 꾀한 '명품' 닭고기도 눈에 띈다.

사육기간 연장, 비타민 등을 첨가한 특수사료공법, 항생제를 전혀 사용하지 않은 무약사육 닭고기 등 일반 계육과는 차별화된 전략으로 생산된 브랜드 닭고기는 일본 닭고기 유통 시장의 한 부분을 형성해 나가고 있다.

이러한 브랜드 계육과 토종닭 등으로 통용되고 있는 지도리(地鷄)의 경우 정부에서 혈통과 육종, 사육기법 등에 대한 철저한 검사를 거쳐, 엄격한 인증절차를 거치고 있다.

일본내 생산닭고기의 약 10%를 차지하는 지도리는 일반 계육에 비해 30%에서 최고 50% 가격이 비싸게 형성되고 있으며, 유명백화점과 대형 마켓의 경우 쇼케이스 전체를 차지할 정도로 소비자 구매 의향은 매우 높은 것으로 나타났다.



▲ 부분육 유통시장이 완벽히 구축된 일본내 닭고기 진열 판매장

부분육 유통시장이 완벽하게 형성된 일본 닭고기 유통 시장의 또 다른 특징은 닭고기 가공식품의 천국으로 불려질 정도로 매우 다양한 가공식품이 발달돼 있다는 점이다.

일반 부분육 판매 쇼케이스와 함께 닭 가슴살, 다리, 닭간, 근위 등과 야채 등을 꼬치에 끼워 숯불에 익힌 완전 가공식품 '야끼도리(꼬치구이)' 판매대는 어느 매장에서나 쉽게 찾아 볼 수 있을 정도로 일본 소비자들에게 친숙한 음식으로 자리잡았다. 아울러 간편하게 조리해서 즉석에서 먹을 수 있는 치킨 냉동 상품 등도 상당수를 이루고 있다.

즉석 치킨 요리 가운데는 야채와 함께 볶아 먹을 수 있는 치킨 볶음 요리와 우동 등 면과 함께 익혀먹을 수 있는 냉동가공식품, 소스가 첨가된 닭고기 가공품, 치킨 볶음밥 등 다양한 상품들이 선을 보이고 있다.

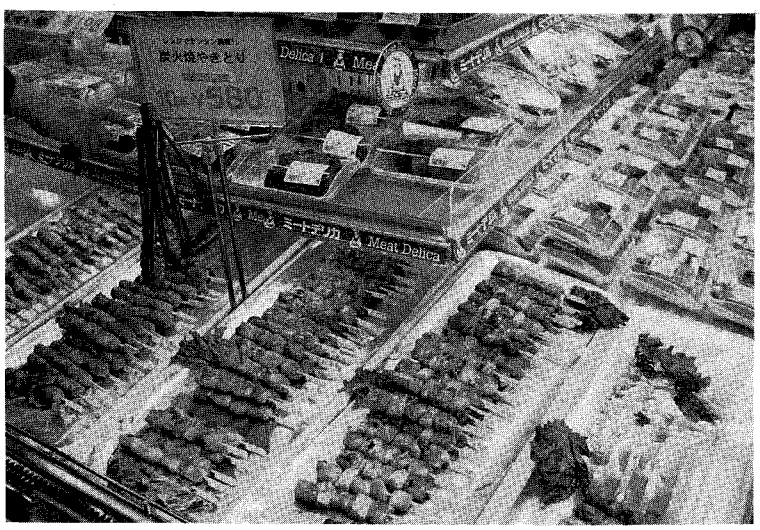
일본 계육업계에 따르면 소비시장의 약 15%를 차지하는 17만톤의 닭고기 가공품이 연간 수입되고 있으며 향후 닭고기 소비 시장의 성장 또한 가공품이 주도할 것으로 전망된다.

일본 축산업계는 지난해 광우병 발생이 국내에서 현실화되고 가금류 최대의 수입국인 중국의 인플루엔자의 발병 등으로 질병과 관련하여 극도의 긴장 상태에 놓여 있는 실정이다.

이에 따라 국경을 초월한 질병 유입에 신경을 곤두세우고 있으며 약재잔류 등에도 큰 관심을 나타내고 있다. 아울러 광우병 파동의 영향으로 축산물 소비가 돼지고기와 닭고기 소비로 전환된 만큼 이에 따른 엄격한 생산시스템은 물론 사양관리 등도 대폭 강화되고 있다.

일본 정부는 축산물에 대한 안전성 강화를 위해 2001년 10월 18일 부와 현의 식육검사소에서 축산물에 대한 안전성 검사를 더욱 강화할 것을 법으로 제정했으며 3월말을 기점으로 수입 축산물에 대한 검역이 기존 보다 약 4배 강화될 계획인 것으로 알려졌다.

올 한해 대일본 신선육 수출 본격화를 준비중인 국내 육계업계가 여전히 후진국 질병에



▲ 슈퍼 등 매장에서 쉽게 찾아볼 수 있는 꼬치구이(야끼도리)

허덕이고 있는 현실임을 감안할 때 주목하지 않으면 안될 부분임이 분명하다.

한편, 부위별 시판 가격은 각 도시와 판매처마다 약간의 차이를 보이고 있으나 가슴살의 경우 100g당 70엔(한화 약 700원), 다리육의 경우 108엔(한화 약 1,080원), 날개 88엔(한화 880원)에 판매되고 있으며 지도리의 경우는 100g 당 가슴살 120엔(한화 1,200원), 날개 150엔(한화 1,500원), 다리육은 178엔(약 1,780원) 등에 판매되는 등 일반 계육보다 약 30% 높은 가격대에 거래되고 있다.

또한, 유명 백화점에서 판매되고 있는 장기 비육시킨 특수 닭고기의 경우 다리살이 100g당 400엔(한화 4,000원), 가슴살 250엔(한화 2,500원)에 판매되고 있으며 오리육의 경우 가슴살이 100g당 600엔(한화 6,000원), 일반 정육이 400엔(한화 4,000원)으로 고가의 가격대가 형성돼 있다. 계란 유통도 브랜드와 일반란과의 유통 시장이 확연히 구분된다.

흰색란이 대부분을 차지하는 일본 계란유통 시장에서 일반란은 대부분 10개들이 1팩당 약 188엔(개당 18￥, 한화 180원)에 거래되고 있으며 요오드 성분 강화란, 자연 청정란, 유정란 등 브랜드 계란은 6개들이 1팩이 298엔(개당 약50엔, 한화 500원)으로 일반란에 비해 30~40% 높은 가격에 판매되고 있다.

2. FOODEX JAPAN 2002를 보고

지난 3월 12일부터 15일까지 4일간 일본 치바현에서 개최된 FOODEX JAPAN 2002는 올해 27번째 대회를 맞아 자국내 750개업체와 해외 1천561개 업체가 참여하는 등 명실상부한 아시아 환태평양 지역 최대의 식품 음료 무역 전시회로 자리매김 했다는 평가를 얻었다.

특히 해외 참가 업체가 자국내 750개 참여 업체에 비해 두 배나 많을 만큼 일본시장 진출의 높은 관심도를 반영했다.

이번 전시회 부제는 '만든 사람의 마음과 맛을 전한다' 로 전시회를 통한 방문객들과의 만남을 통해 맛은 물론 소비자의 건강과 자연환경에 대한 배려를 내방객에게 전달하고자 하는 것이었다.

약 80여개국의 다양한 식품이 모인 이번 박람회 세계 공통적 표어는 단연 'Healthy' (건강한, 안전한). 이는 일본 뿐 아니라 세계 각국의 참가업체들의 공통된 관심사항이 '안전한 먹거리 공급' 임을 단적으로 표현해 주고 있다.

개최기간 동안 FOODEX JAPAN 주최측에

서는 우리나라를 비롯한 대만, 타이, 중국 등의 아시아 국가들의 출전이 증가하고 있음을 대대적으로 홍보했다.

우리나라는 음료, 주류, 김치와 신선농산물을 비롯 일본의 닭고기 수출 확대를 위해 하림과 마니커, 화인코리아, 농협 계육가공분사 등 닭고기 계열화 업체 등이 대거 참여했다.

이미 일본 시장내에서 한국 닭고기 요리에 대한 열기는 대단한 것으로 알려지고 있다.

동경 중심가 긴자거리에도 삼계탕 음식점이 들어섰고 한국의 닭갈비는 지난해 일본 10대 히트 요리로 선정되기도 했다.

전시회에 참가한 육계 계열화업체들은 삼계탕의 시식행사를 비롯 너겟과 햄, 닭불갈비 등 다양한 닭고기 가공품 등을 전시, 관람객들의 눈길을 끌었다.

하림은 이번 전시회에 9개 부분육과 너겟, 100% 닭고기 순살로 만든 치킨 햄, 프라이드 치킨 등 14개 품목의 육가공제품을 전시했으며 마니커 또한 삼계탕과 닭불갈비, 춘천닭갈비와 꼬꼬스틱, 꼬꼬팝 등 육가공품 총 12개 품목을 소개했다.

화인코리아는 삼계탕과 삼계죽, 닭도리탕을 비롯 오리바베큐와 오리정육에 대한 홍보를 강화했으며, 농협 목우촌 계육가공분사는 닭갈비에 대한 폭발적 인기를 수출로 엮기 위해 관람객을 대상으로 한 시식행사를 개최했다.

이밖에 싱가폴, 대만, 태국관에서도 일본 시장 진출을 위한 다양한 가공식품 전시와 시식행사가 진행됐으며 미국의 타이슨, 콘아그라, 시몬스, 퍼듀 등 미국 닭고기 계열업체들도 일본 시장 확대를 위해 대규모 부스를 전시, 활발한 홍보 전략을 펼쳤다. 주최측인 일본 또한 닭고기 가공

▲ 전시장 내에서 쇼케이스에 진열된 즉석 냉동가공품이 진열되어 있다.

▲ 일본의 한 식당에서는 우동에 닭고기를 넣어 소비를 한층 높여가고 있다.

품 제조 및 유통회사들의 참여가 눈에 띄었다.

장기간의 경기 침체를 겪고 있는 일본 시장 내에서 닭고기 소비 확대를 위한 이들의 노력은 가공품의 신개발로 이어지고 있다는 게 전문가들의 전언이다.

참가업체 가운데는 100엔(한화 1천원)이면 면과 볶음, 밥, 튀김 등 다양한 닭고기 가공식품을 즐길 수 있는 푸드서비스 재팬사와 일본 굴지의 그룹 계열인 이치레이 그룹의 다양한 닭고기 가공품 전시에 관람객들의 발길이 끊이질 않았다. 청정 지역에서 사육한 신선 닭고기를 가정으로 판매하는 인터넷 사이트 업체 참가 부스도 눈길을 끌었다.

일본 계육업계 관계자들에 따르면 매년 큰 폭으로 증가하고 있는 일본 닭고기 소비시장의 주도적 역할은 가공품이 차지할 것이며 토양의 질소 함양 등을 엄격히 규제하고 있는 일본 내의 육계 사육 확대가 점차 어려울 것으로 전망됨에 따라 가공품 수입은 더욱 급증할 것로 예상되고 있다. 이에 따라 그동안 신선육 수출에만 초점을 맞추고 이를 중점적으로 추진해왔던 국내산 닭고기의 수출 방향을 다양한 가공품 개발을 통한 수출 모색 등 보다 다각적 시점에서 접근해야 할 것으로 보인다.

가공품 수출은 수입축산물에 대한 검역 강화 기준에서도 어느정도의 안전성을 검증받을 수 있기 때문에 신선육 보다 안정적으로 대일 수출을 강화할 수 있다는 강점도 있다.

이밖에 수출을 위한 박람회 홍보 사업에 대한 정부의 지원 강화로 보다 공격적 마켓팅과 홍보전을 펼칠 수 있는 여건 성숙 등 수출전략 수립 또한 절실하다. 양계

음수소독 살균소독 세척소독 악취 및 해충란 제거

라스트-X

● 놀라운 음수소독 효과
- 유효성분이 낮은 농도에서도 항균효과가 우수해 음수소독시 설사병, 만성 호흡기 질병의 예방은 물론 적절한 사용의 경우 치유효과가 있으며, 사료효율의 증대와 가스억제, 항생제사용 절감 등의 탁월한 효과가 있습니다.

● 안전성 공인
- 충북대 동물의학연구소, EPA, FDA, USDA 안전성 등록

● 강력하고 광범위한 살균력
- 건국대학교 동물자원연구센터, 미 ONYX 미생물연구소 등

● 강력한 침투력과 세척력
- EPA 5% 혈청테스트 통과, 음수라인 니플 막힘 해결

● 경수내구성과 지속효과
- $CaCO_3$ 750ppm이상 효과적, 안정화된 알킬배치 화학구조

● 악취 및 해충의 유충란 제거
- 탈취효과 및 악취원인균 살멸 유충란 살충효과

(주) 한성환경
본사문의전화 : (043)536-3342
홈페이지 : www.hsdrq.co.kr