

# 닭고기 브랜드 현황

본고는 지난 11월 27일 충남 천안 소재 상록리조트에서 개최한 「WTO 시대의 브랜드 축산물 육성을 위한 개량방안 심포지엄」에서 축산기술연구소 김상호 연구사의 「양계산물의 브랜드화 현황 및 전망」중 일부를 발췌하여 요약 게재한 것이다.

-편집자주

## 1. 실용 육계의 브랜드화

실용육계의 브랜드화는 대부분이 대형 닭고기 계열업체 위주로 이루어지고 있는데, 이러한 주원인은 규격품 생산과 위생적인 유통이 농가단위에서 불가능하기 때문이다.

기능성 물질을 강화한 브랜드는 몇 종이 있으나 대부분이 자사의 브랜드를 통닭 브랜드로 활용하고 있으며 소비자 역시 닭고기 브랜드에 대한 인지도는 아직까지 낮은 것으로 나타났는데 박흥순(2002)의 조사에서 소비자의 닭고기 구입결정에 영향을 미치는 요인으로 위생과 신선도가 가장 중요한 것으로 나타났다. 그리고 소비형태는 생닭을 구입하여 요리한 것보다 후라이드 형태가 가장 선호되고 있는 것으로 나타나(오승용과 유익종, 2001), 가공품에 대한 브랜드화가 가속화

되고 있다.

김종원과 이영현(2001)의 닭고기 가공식품의 구매기준 조사에서 브랜드에 의한 구매 기준은 아직까지 낮게 나타나 다른 품목에 비하여 인지도가 낮은 것으로 나타났다. 현재 가공육의 경우 가슴과 다리고기의 부분육 가공품과 봉 등의 다른 부위도 상품으로 개발되어지는 등 과거 통닭위주에서 점차 차별화 되어가고 있는 경향이다.

이러한 조사에서 소비자에게 접근할 수 있는 최적의 브랜드는 기본적으로 품질향상을 통한 깨끗한 이미지를 전달할 수 있는 상품이어야 한다. 그리고 우리나라의 경우 삼계를 제외한 닭고기는 1.5kg 정도로 동일하게 사육되고 있는데, 사육기간이 연장될수록 우리 국민의 식습성에 적합한 닭고기를 생산할 수 있으므로 이에 대한 브랜드 개발 시도도 필요하다고 생각된다.

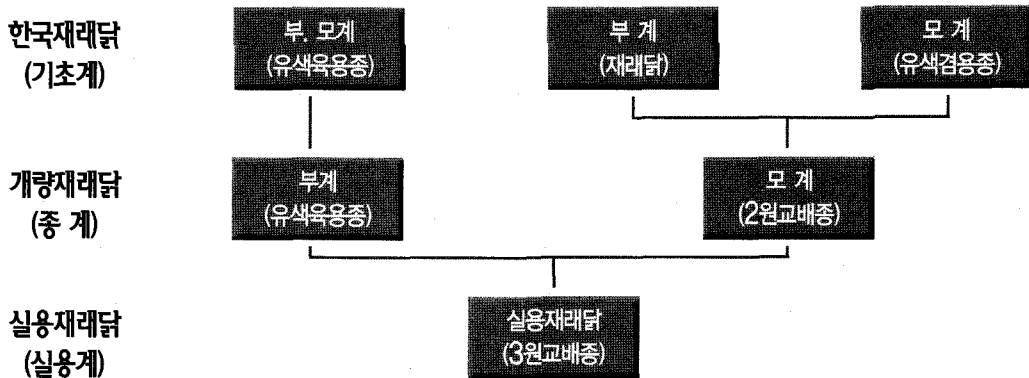
## 2. 재래가금류의 브랜드화

우리나라의 재래가금류는 재래닭과 오골계가 있는데, 육용으로 개발되어지고 있는 품종은 재래닭 가운데 적갈색 계통이 주로 이용되고 있으며 일부 지방에서는 흑색 계통도 선호되고 있다. 재

래닭은 국민 대부분이 먹어본 경험이 있는 것으로 나타났으며 기호성이 우수한데 반하여 육량이 적다는 단점이 있다. 그래서 재래닭과 육계를 교잡한 실용재래닭이 작출되어 이용되어지고 있는데 (그림 1), 기존재래닭의 고기맛과 육질을 유지하면서 기존재래닭에 비해 증체는 1.8배 증가하고,

〈표 1〉 닭고기의 브랜드화 현황

지역	브랜드명	업체명	지역	브랜드명	업체명
인천	우인닭고기	우인산업(주)	충북	설매	설매
경기	윤선달	임한		오골계농원	연산식품
	청리토종닭	청리토종닭영농조합	충남	칠갑산토종닭	해선식품
	해표	(주)해표푸드서비스		황토한약재래토종닭	푸른초원농원
	요글로	(주)마니커	전북	계림마을	(주)우림인티그레이션
	마니커			셀레늄메치오닌	(주)하림
	허브시스템			주식회사 동우	(주)동우
	하늘과농장	(주)한일농원	전남	참숯	(주)우주골
	하이만	하이만푸드		치키더키	(주)화인코리아
	고센씨암탉	고센농장		보성매실닭	매실닭
새미슬	한빛영농조합	경북	여수황금녹계	이화농장	
강원	정선황기닭		정선축산농장	고려닭	고려닭연구회
충북	델리퀸	(주)체리부로	닭사랑	안동환경농업법인	
	체리부로		토종감닭	삼봉산양지자연농원	
	목우촌	농협중앙회	제주	아빠손	아빠손식품



〈그림 1〉 실용재래닭 생산 모식도

출하체중(1.5kg) 도달일수는 35일 단축되어 농가의 수익성은 2배 정도 향상될 수 있다.

실용재래닭은 지역적으로 자체 브랜드로 개발되어 판매되고 있는데 실용육계에 비하여 재래닭이 갖는 이미지 때문에 선호도가 높아 제품 개발이 가속화되고 있다. 국내 대형 육계업체에서도 재래닭 교잡계를 브랜드화하려는 움직임이 있으며, 중국이나 일본에서도 한국재래닭의 수입 의지가 강한 것으로 나타나 상품 전망은 밝다고 할 수 있다.

### 3. 일본의 브랜드화 현황

#### 1) 일반 계육

일반 계육은 자국산의 통상적인 브로일러 닭고기를 말하며, 1995년에는 연간 4억 7,450만수 생산되었다. 사육기간 50~55일에 생체중 2.7kg 정도이며, 품종은 Ross와 Cobb가 주종을 이루고 있다.

#### 2) 브랜드 계육

브랜드 계육이라 하는 것은 5가지 종류로 세분된다.

첫째, 브랜드 육계로서 품종은 일반 육계이지만 식물성사료, 해초, 효소, 효모사료, 미생물이용, 저칼로리사료, 비타민과 첨가사료 등 특수사료로 사육하거나, 사육기간의 연장, 방사사육 등 사육환경을 차별화하여 생산한 후, 생산자가 브랜드를 붙여 판매하는 닭고기인데 현재 이러한 상품은 46종류가 되고 연간 1억 2,000만수를 생산한다.

둘째, 적색육계는 1950년대부터 사육되고 있는 적(갈)색 품종으로서 개량된 육계에 비해 발육이 늦어서 출하 일령이 부화 후 70~80일 또는 그 이상이 걸리며, 24종류에 연간 1,300만수를 생산한다.

셋째, 겸용이라 하는 것으로서 황반플리머스룩, 로드아일랜드레드, 뉴햄프셔 및 이들간의 교잡종으로 암컷은 산란용으로 사육하고 숫컷을 약 3~5개월간 사육하여 육용으로 출하한다.

넷째, 토종닭 교잡종이라고 불리는 것으로 일본의 토종닭 숫컷에 겸용종 암컷을 교잡하여 상품화한 닭고기이다.

다섯째, 샤모교잡종이 있는데 이것은 400~500년 전 태국으로부터 전래된 싸움닭인 샤모 수컷을 겸용종 암컷과 교배하여 생산된 병아리를 4~5개월 사육하여 닭고기를 생산한 것이다. C

〈표 2〉 일본에서 생산되는 브랜드 계육의 종류와 생산량

구분	종류	출하일령	연간 생산수수(천수)	구성비(%)
브랜드 육계	46	55 ~ 70	119,250	86.3
적색 육계	24	65 ~ 120	12,840	9.3
겸용종 닭	13	85 ~ 120	2,890	2.1
토종닭 교잡종	17	80 ~ 150	2,440	1.8
샤모 교잡종	21	110 ~ 150	720	0.5
합계	121		138,140	100.0

※자료 : 일본식조협회, 계육을 맛있게 먹기 위한 지식(1997)