

Feature articles  
특집

2008년도 각 부문별 결산

# 2008년도 닭고기 유통부문 결산

## 1. 세계 경제위기 장기화 우려

미국에서 촉발된 금융위기가 전 세계 경제에 연쇄적 충격을 가하고 있다. 이미 실물 경기로 전이된 경기위축은 이제 미국, 유럽만의 문제가 아니며, 우리나라를 비롯한 아시아 전체에까지 위기로 다가오고 있다. 혹자는 내년 상반기 즈음 이제 막 시작한 아시아 경제위기에 더욱 혹독한 시련이 올 거라는 예상을 하기도 한다.

국제 곡물가와 유가의 폭등은 계육업체의 지속적인 위협요인이 되고 있다. 최근 들어 세계 경제위축에 따른 수요량 감소로 유가와 곡물가 등 원자재 가격이 하락하고는 있지만, 중국과 인도 등 신흥 개도국의 급속한 산업화

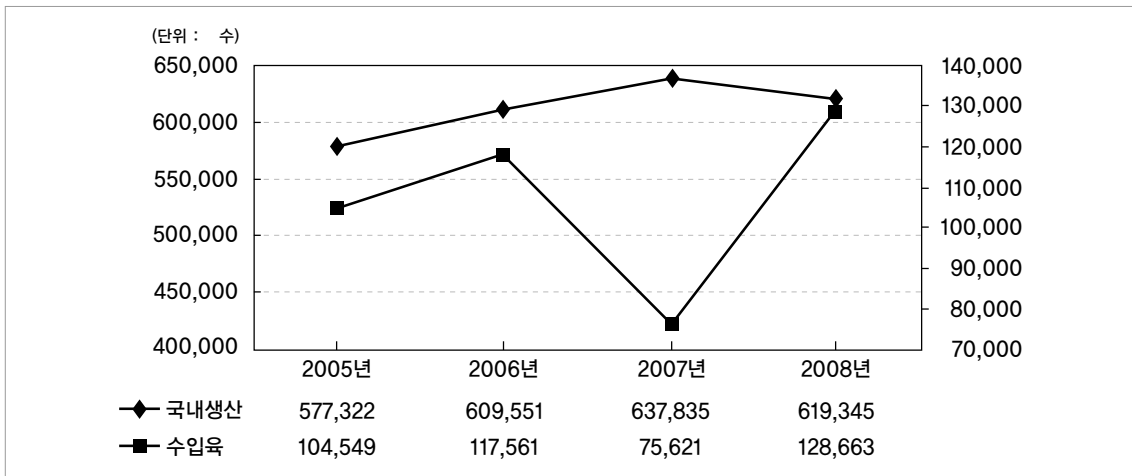


김용호 차장  
(주)하림 기획조정팀

에 기인한 곡물 부족 사태는 갈수록 심화되어 가축사료는 물론, 식량부족까지 몰고 올 것으로 보인다. 거기에 곡물의 바이오 에너지 자원화와 기상이변에 따른 농업용수 및 경작지의 부족, 그리고 아프리카 등을 중심으로 한 인구의 지속적인 증가 등은 작금의 곡물 가격 상승이 일시적인 현상이 아닌 장기화의 시작임을 의미한다.

한국은행은 밀, 콩, 옥수수 등 세계 곡물 가격이 내년에도 오름세를 지속할 것이라고 전망했다. 세계 곡물 생산량은 최근 3년간 감소한 반면, 곡물 소비량이 꾸준히 증가하면서 곡물 재고율이 크게 낮아졌고, 바이오 연료

〈그림 1〉 국내 생산 및 수입육 추이



※ 출처 : (사)한국육류유통수출입협회 외  
※ 2008년 실적은 추정치임.

Feature articles  
특집

2008년도 각 부문별 결산

## 2008년도 닭고기 유통부문 결산

생산을 위한 곡물 수요 증대, 인구 대국인 중국·인도 등의 식량 재고 급감, 달러화 약세와 투기자금 유입 등 요인에 따라 지난해 하반기부터 급등한 세계 곡물 가격이 향후 높은 수준을 지속할 것으로 예상했다.

### 2. 국내 생산 및 수입현황

과거 3개년 간 국내산 닭고기 생산실적을 보면 전년대비 5% 가량 소폭 증가하다 올해 3% 가량 감소한 결과로 나타났다. 연초 AI 여파로 다소간 소비 감소가 있었고, 경기위축도 소비급감에 한 몫 했다.

반면 수입육의 경우는 전년도 대비 70%가량 증가했다. 다만, 최근의 9월 이후 환율급등으로 수입육 시장이 다소 주춤하는 경향을 보이고 있으나, 환율이 안정을 되찾으면 재차 급증할 것으로 보인다(〈그림 1〉 참조).

### 3. 최근의 유통환경 및 소비행태

축산물의 유통환경을 보면 기존 생산자 중심에서 유통업체 및 소비자 중심으로 급속한 변화를 보이고 있다. 소비 행태는 식품의 안전과 건강에 대한 소비자의 욕구와 관심이 고조되면서 가격보다 품질과 안전, 위생이 소비의 핵심변수로 등장하고 있다.

조류인플루엔자와 광우병, 항생제 등은 축산물 소비 감소의 주요한 원인이 되고 있고, 최근에 크게 문제가 되었던 중국산 멜라민 파

동은 밀려오는 중국산 수입량을 감소시키면서 소비자들로 하여금 ‘그래도 국산이 믿을 만하다’는 인식을 확산시켰지만, 이에 따른 소비자들의 먹거리 선택 기준은 더욱 깐깐해진 결과를 초래했다. 최근의 소비시장은 기존의 편리하고 경제적인 식품이라는 컨셉에 생물학적 안전과 위생, 즉 깨끗함이라는 키워드가 더해졌다고 할 수 있다.

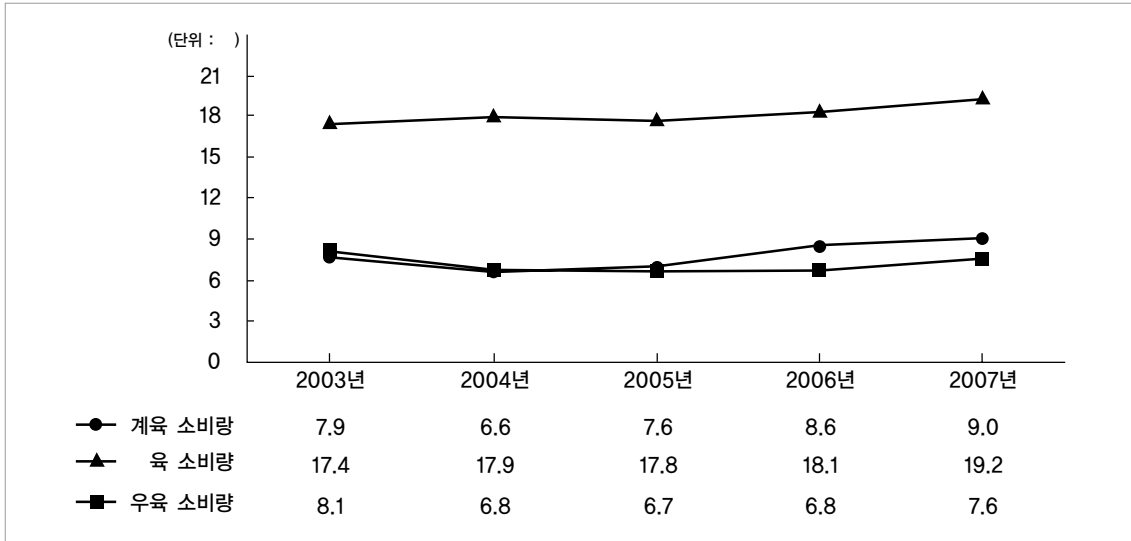
국민소득이 2만 달러 시대에 진입함에 따라 쇠고기 소비량은 거의 변동이 없는 반면, 닭고기와 돼지고기 소비량은 꾸준히 늘고 있다. 최근 3년간 1인당 소비량을 보면 닭고기는 연평균 11%의 상대적으로 큰 폭의 성장을 보이고 있으나, 돼지고기는 2%대, 쇠고기는 3%대 성장에 그치고 있다. 특히 닭고기 섭취량의 증가 추세가 제일 높았음을 알 수 있다(〈그림 2〉 참조).

고기 종류별 소비 행태를 보면 닭고기와 쇠고기는 가정식(가정에서 요리)이 주류를 이루고 있는 반면, 돼지고기의 경우 외식에 대한 성향이 강하게 나타났다. 타 육류에 비해 닭고기의 선택기준은 브랜드가 72%로 압도적으로 나타났다. 돼지고기의 경우는 브랜드육 여부가 선택기준의 55%에 그치고 있는 바, 이는 육계산업이 계열화 산업으로 발전되어 타 축종에 비해 계열회사별로 브랜드를 육성, 시장에서 경쟁하고 소비자들에게 지속적으로 어필한 결과라고 판단된다.

구입 행태는 중년층 이상의 경우 통닭(1마



〈그림 2〉 축종별 1인당 육류소비량



※ 출처 : (사)한국육류유통수출입협회

리) 구입형태가 70%로 높게 나타났고, 신세대 주부의 경우 부위별 구매가 뚜렷이 나타나 향후 부분육, 절단육의 소비시장이 급속하게 확대되는 현상이 나타날 것으로 예측된다. 아주 반가운 현상이다.

또한 소득수준이 높을수록 토종닭의 구매 비율이 높은 걸로 나타났다. 토종닭 소비량이 많은 일본이나 프랑스처럼 향후 우리나라 계육 시장 확대 전략에 참고할 만한 자료이다.

#### 4. 포장육 유통에 대한 업계의 과제

닭고기의 품질향상과 소비자의 권익보호를 위한 닭고기 포장유통 의무화 제도가 현재 전면시행이 안 되고 있어 처음 예상했던 효과가

반감되고 있다.

2007년에는 일평균 8만수 이상의 도계업체(하림, 마니커, 올품, 체리부로, 동우 등 5개 업체)에서 시행하다 2008년 일평균 5만수 이상의 도계업체로 조정되어 시행 중이나, 2009년에는 별도의 시행 규칙이 없어 2008년 시행기준을 적용해야 할 것으로 보인다. 다만, 협회차원의 조기 전면시행 건의안에 대한 농림수산식품부의 검토 결과, 2010년 1월 전면 시행토록 예정된 바 있다.

2010년부터는 포장유통 의무화 제도를 전면 시행토록 해야 할 것이며, 아울러 닭의 냉장보관 및 유통온도(-2~5℃)의 전면 적용시기도 이와 일치시켜야 할 것이다.

Feature articles  
특집

2008년도 각 부문별 결산

## 2008년도 닭고기 유통부문 결산

5. 닭고기 소비촉진을 위한 업계 공동의 노력  
절실

세계 경기침체가 당분간 지속될 것이며, 내수시장도 조만간 회복이 어려워 보인다. 소득의 양극화가 심화될 것이며, 따라서 부익부빈익빈 현상도 가속화될 것이다. 이에 따라 소비패턴도 고가와 저가제품으로 양극화 될 것으로 보인다.

대형 유통업체는 성장을 지속할 것이지만, 중소 유통업자나 자영업자에게는 구조조정이라는 혹독한 시련기가 찾아올 것으로 전망된다. 배달이 타 축종에 비해 17%나 높은 업계의 입장에서 자영업자의 어려움은 큰 문제가 아닐 수 없다.

계육산업의 향후 전략을 수립할 때에는 여성의 사회진출을 큰 화두로 해서 수립해야 한다. 갈수록 맞벌이 부부가 증가하여 식품의 편리성과 간편식 추구는 식품업계의 지속적인 키워드가 될 것이다. 제품 구성도, 신속성, 친환경, 건강, 문화가 가미되어야 할 것이다. 여성들의 요구를 쫓아 전자상거래나 유통점, 편의점 등 유통채널의 다양화를 이루어야 한다.

전체 외식시장의 규모는 경기 침체로 인해 성장 속도가 둔화될 것으로 보인다. 달러 강세와 급속한 물가상승은 소비위축을 가져 올 것이며, 이를 극복하기 위해서는 차별화, 다양화, 고급화 전략을 펼쳐서 시장에서 소비감

소를 방어해야 한다.

닭고기 소비촉진은 우리 업계 스스로 해야 한다. 소비부진을 타개하기 위해 가공제품을 다양화하여 소비자의 취향에 빠르게 대응해야 한다. 또한, 소비자의 요구 및 사회 트렌드를 신속히 파악하여 다양한 제품출시로 소비 시장 확대에 만전을 기해야 하겠다.



특히 올해 (주)하림에서 출시한 슬림 닭가슴살과 콘도그, IFF와 (주)마니커의 친환경축산물 '마미안'이 시장에서 좋은 반응을 보인 것은 상당히 고무적인 일이다.

가히 위기의 시대가 도래하고 있다. 그러나 위기는 엄청난 기회를 동반하기에 용기있고 진취적인 자들에게 반가운 이벤트라는 사실은 역사가 검증한 아이러니다.

우리 계육업계도 어차피 찾아온 위기를 기회로 전환할 수 있는 용기와 지혜를 가지고 닭고기시장의 규모를 확대할 필요성이 크다. 소비촉진을 위한 요리개발과 유통구조 개선 등 큰 효과를 얻을 수 있는 사업에 총력을 기울여 소비시장에 공동 대응하여 전체 계육시장을 더욱 확대해야겠다. <img alt="Small logo or icon" data-bbox="695 805 725 820"/>