

닭고기, 명품화 · 특성화로 시장을 개척하자!

닭고기는 돼지고지, 쇠고기에 비하여 가격이 저렴하고, 저지방·고단백질의 건강식품으로 인식되면서 많은 소비자들에게 사랑을 받고 있다.

하지만 국내 닭고기 소비량은 증가추세에 있지만, 선진국에 비해 아직 소비량이 적어 앞으로 닭고기 시장의 활성화를 위한 방법을 생각해 보아야 한다.

〈표 1〉 국가별 닭고기 소비량

단위 : kg(지육기준)

| 구분 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008(P) | 2009(F) |
|----|------|------|------|------|------|---------|---------|
| 일본 | 14.5 | 13.5 | 14.8 | 15.2 | 15.3 | 15.2 | 15.2 |
| 한국 | 10.8 | 9.7 | 10.6 | 12.4 | 12.9 | 12.5 | 12.7 |
| 중국 | 7.7 | 7.6 | 7.7 | 7.9 | 8.7 | 9.6 | 10.4 |
| 미국 | 43.2 | 44.6 | 45.4 | 46.1 | 45.1 | 45.1 | 44.6 |

※주) P : 잠정치, F : 예측치



박 미 나 연구사
농촌진흥청 국립축산과학원 기금과

최근 소비자들은 값싸고 양 많은 음식을 찾기보다는, 맛있고 특별한 음식, 비싸도 좋은 음식을 찾는 경향이 늘었다. 안전 먹거리, 고품질 웰빙식품, 차별화·명품화된 특화상품에 소비자들의 지갑이 열린다. 닭고기는 그 영양가와 가치에 비하여 저렴하고 값싼 음식으로 인식되어 있어 닭고기의 명품화·특성화로 시장을 개척해야 한다.

우리나라에는 우리나라 기후 풍토에 토착화되고, 고유의 육질특성과 풍미를 가진 토종닭이 있다. 일반 육계에 비하여 사

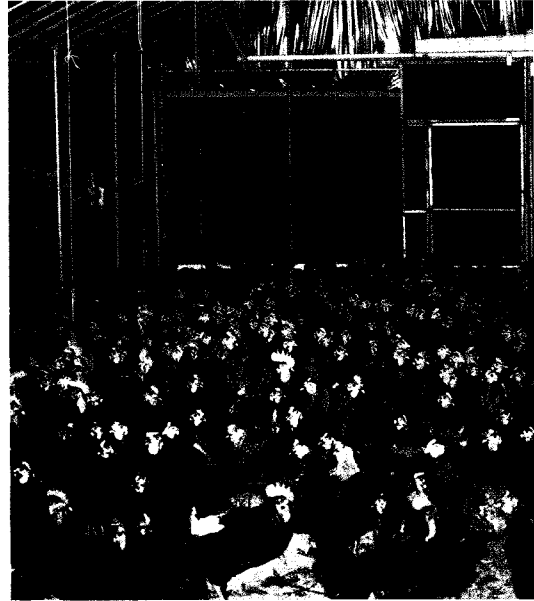
육기간이 길고, 성장속도가 느려 사육비용과 경제성만을 놓고 본다면 경쟁력이 떨어지지만, 그 자체의 특성과 브랜드화로 틈새시장을 점점 넓혀 나가고 있다.

토종닭의 독특한 풍미와 조직감의 과학적 근거를 제시하기 위한 연구를 수행한 결과, 토종닭의 차별화된 관능적 특성은 외래 전용육계를 토종닭과 동일한 사육환경에서 동일하게 생산한다 해도 얻을 수 없는, 토종닭 종자가 가지고 있는 특징적인 풍미와 조직감으로 확인되었다.

즉, 사료나 사육환경, 생산주령의 차이에 따라 외래종과 토종닭의 맛 차이가 나는 것이 아니고, 토종닭 본연의 육질 특성을 가지고 있다는 것이다.

토종닭의 구수하고 깊은 맛으로 대표되는 차별화된 풍미(맛과 냄새 등)는 풍미발달 관련 핵산분해물질(IMP 등), 특정 풍미 관련 아미노산(Glu, Asp 등), 가열조리 후 휘발성 향기성분의 함량이 외래 전용육계에 비해 높고, 수용성 펩타이드 성분 및 함량 차이로 인한 것으로 확인되었다.

또한 토종닭의 쫄깃함으로 대표되는 특징



적인 조직감은 높은 콜라겐 함량, 근육의 높은 경도, 씹힘성, 근섬유 직경 및 형태 등의 차이에서 나온 특성이라는 것이 밝혀졌다.

또한 토종닭과 외래 전용육계의 단백질 성분 및 함량의 차이에 의한 맛 차별요인을 분석 연구한 결과, 종에 따라 많이 발현되는 단백질에 차이가 있음을 확인했는데, 이러한 단백질의 펩타이드 성분 및 함량의 차이가 맛의 차별화 요인이 될 수도 있다고 판단된다.

〈표 2〉 주요국별 사육일수 및 출하체중 비교

| 구분 | | 한국 | 중국 | 미국 | 일본 |
|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| 출하체중(kg/수) | | 1.5 | 2.5 | 2.1 | 2.7 |
| 사육일수 | 2000년 이전 | 38 | 53 | 46 | 57 |
| | 최근 | 33 | 50 | 46 | 55 |

어려한 토종닭만의 육질특성과 차별화된 조직감과 풍미를 살리는 방법으로 요리를 한다면 토종닭 본연의 맛을 더욱더 풍부하게 맛 볼 수 있을 것이다.

닭고기 부분육 시장이 확대되고 있다. 다 이어트의 주 식단으로 떠오르고 있는 닭 가슴살은 지방이 적고 단백질 함량이 높아 체 지방을 줄이고 근육을 늘려 멋진 몸을 만드는데 적합한 식품이다.

하지만 우리나라는 소형계 통닭 생산 방식이 보편화 되어있어 부분육을 생산하는데 어려움이 있다. 외국의 경우 일반적으로 대형계를 생산하여 부분육으로 유통되기 때문에 닭고기 수출의 저해 요인이기도 하다.

따라서 부분육을 생산하기 위해서는 사육 일수를 연장하여 닭을 크게 키워야 한다. 대형육계 생산은 수출 촉진 및 수입 대체효과 뿐 아니라 국내 부분육 시장을 활성화 시킬 수 있다.

우리나라의 부분육 유통비율은 25%로 일본 70%, 미국 90%에 비하여 미비하지만, 식문화와 생활환경의 변화로 그 성장 가능성이 크다. 대형육계는 부분육 생산에 적합하기도 하지만, 사육일수가 증가함에 따라 닭고기의 맛과 풍미 또한 높일 수가 있다.

가열감량(가열시 감량되는 무게)은 30일령에서 24.02%, 36일령 19.73, 42일령은 18.01로 사육일령이 경과할수록 가열감량이 점차 감소하는 것으로 나타났다.



전단력(고기를 자르는데 들어가는 힘)은 30일령이 1.66kg/0.5inch², 36일령 1.90, 42일령은 2.10을 나타내어 사육일령이 경과할수록 증가하는 것으로 나타나, 닭고기의 중량이 증가할수록 더 쫄깃거리는 맛이 증가하는 것으로 볼 수 있다.

닭고기 시장에도 지역 특산물과 부산물을 통한 지역 브랜드 상품이 많이 개발되고 있다. 지방을 대표하는 특산물을 이용하여 항생제 대체제로의 활용, 부산물의 사료화 등 지역 고유의 특성을 살리고 자원을 재활용 하면서 친환경적이고, 안전한 먹거리가 생산되고 있다.

기존의 닭고기 산업은 차별화·고급화 전략으로 틈새시장을 공략해야 한다. 차별화된 닭고기의 육질과 풍미로 닭고기의 고급화·명품화가 가능하다. 소비자의 변화된 트렌드를 읽고, 그에 발맞추어 새로운 상품을 개발하고 시장을 개척해야 한다.