

산 · 학 · 연 논문

# 식품시장 트렌드에 따른 계육 가공제품 개발방향

권석배<sup>1</sup> · 서영호<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>(주)하림 생명공학연구소

<sup>2</sup>원광보건대학교 식품영양과

## Development and Its Direction of Chicken Meat on Food Market Trends

Seok-bae Kwon<sup>1</sup> and Young-Ho Seo<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Harim Institute of Life Science, Jeonbuk 54517, Korea

<sup>2</sup>Dept. of Food and Nutrition, Wonkwang Health Science University, Jeonbuk 54538, Korea

### 서론

우리나라의 사회구조는 여성의 사회활동 강화, 1인 가족 및 싱글족 증가, 자녀 없는 부부 증가, 소가족화, 고령화 사회 도래 등의 변화를 맞고 있다. 대내적으로 보면 소비 구조에 있어서 가공식품의 소비가 증가하고 있으며 주곡은 소비가 감소하는 반면 과일 등 기호식품의 소비는 증가하고 있다. 또한 외식산업의 발달로 외식소비가 증가하고 1인 가족의 증가로 소포장 단위의 식품 구매가 증가하고 있으며 건강지향적인 의식 변화로 친환경식품 소비가 증가하고 있다. 또한 대외적으로 보면 식품시장 개방에 따른 해외식품 유입의 확대로 저가 식품 수입 증가, 저관세의 냉동 및 가공식품 수입 증가가 나타나고 있으며 수입과 국산 상품간의 경쟁이 심화됨에 따라 낮은 가격의 신선 식품 수입 증가에 대한 우려가 커지고 있다(1).

닭고기는 미주 및 EU 국가에서는 저지방 고단백 식품으로 인식되어 그 소비가 적육의 소비량을 능가하고 있다(2). 하지만 국내 시장은 이와는 달리 닭고기의 소비량이 돼지고기와 소고기의 소비량에 미치지 못하고 있다. 국내에서는 아직까지 통닭 형태의 유통이 주종을 이루고 있고 최근 부분육을 포함한 추가 가공제품에 대한 매출이 신장되고 있으나, 소비자 기호에 맞는 연속적인 신제품 개발의 미비로 소비수준을 크게 향상시키지는 못하였다.

본고는 우리나라 사회구조, 소비구조, 기술환경 등의 변화에 따라 축산물 유통구조의 변화(3)와 가공식품에 대한 소비자 인식도(4) 및 국내 식품 소비 트렌드를 분석해 보고, 이를 통해 향후 계육가공제품의 개발 방향을 설정해 보고자 한다.

### 축산물 유통 구조의 변화

축산물 유통 구조 변화의 추세는 냉동육 중심에서 냉장

육으로, 국내산에서 수입산 유통 확대로, 지육 유통에서 부분육 유통으로, 비가공 축산물에서 가공 상품의 유통 확대로 요약할 수 있다. 그림 1에서 보는 것처럼 아직까지는 육류의 비포장육을 구입하는 비중이 높지만 포장육으로 구입하는 비중이 육류의 종류에 상관없이 꾸준히 증가하는 추세이다. 일반적으로 포장육은 대부분 부위별로 유통되는 특징이 있으며, 특히 닭고기는 돼지고기에 비해 포장육 구입 비중이 2배 이상임을 확인할 수 있다. 그리고 그림 2에서 보는 것처럼 1차적으로 정육가공을 통해 발생한 비인기 부위 및 잡육을 활용하여 양념육을 제조하고

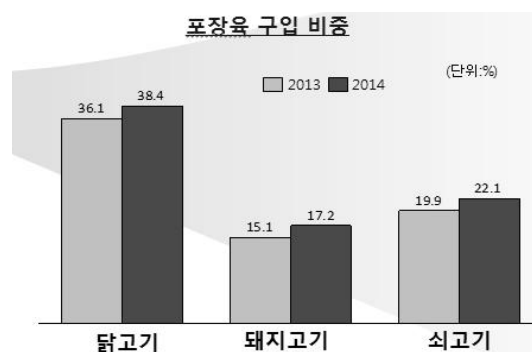


그림 1. 육류의 포장육 구입 비중

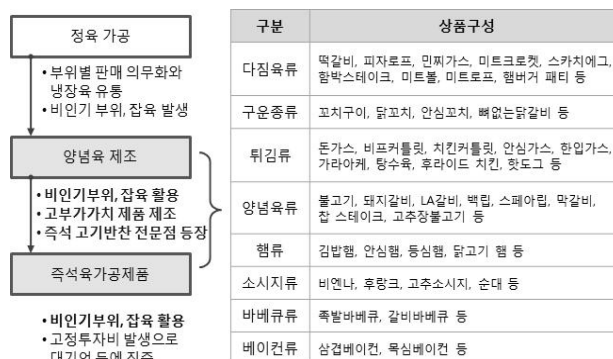


그림 2. 즉석육가공제품의 판매 확대

\*Corresponding author

E-mail: yhseo@wu.ac.kr, Phone: 063-840-1254

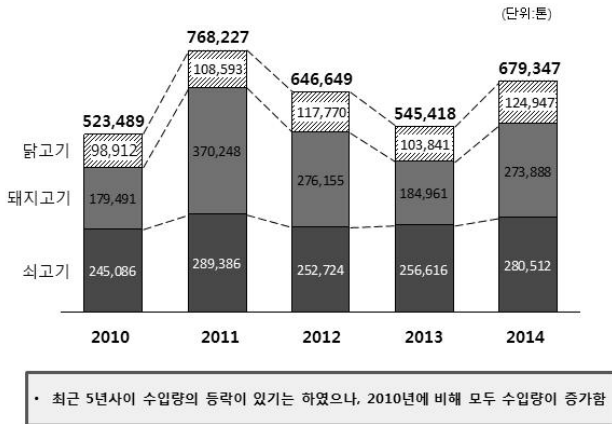


그림 3. 최근 5년간 육류 수입량 추이

이를 기반으로 부가 가치를 높인 즉석육가공제품이 식품 대기업들을 중심으로 확대되고 있다.

### 국내 식품 소비 트렌드

국내에서 육류 수입량을 보면(그림 3) 최근 3년간은 60만 톤 내외에서 등락이 반복되고 있으며, 닭고기도 약 11만 톤에서 소폭의 등락을 보이고 있다. 전체적으로 최근 5년 사이 수입량의 등락을 보이고 있으나, 2014년의 경우 2010년에 비해 모두 수입량이 증가하였다. 국내 식품 소비 트렌드를 살펴보면(그림 4) 행태적 측면에서 낭비를 줄이고 최대한 합리적인 소비를 지향하면서도 자신만의 럭셔리 상품을 구매하는 양면화 현상이 나타나고 있으며, 품목 측면에서는 건강과 새로움, 프리미엄을 추구하는 현상이 나타나고 있다. 특히 간편하고 건강하게 즐길 수 있는 대용식을 찾는 소비자가 증가하고 있으며 기존 제품과 달리 품질, 영양소, 맛 등에 다른 차별적인 가치를 부여한 제품이 관심을 모으고 있다. 구입품목의

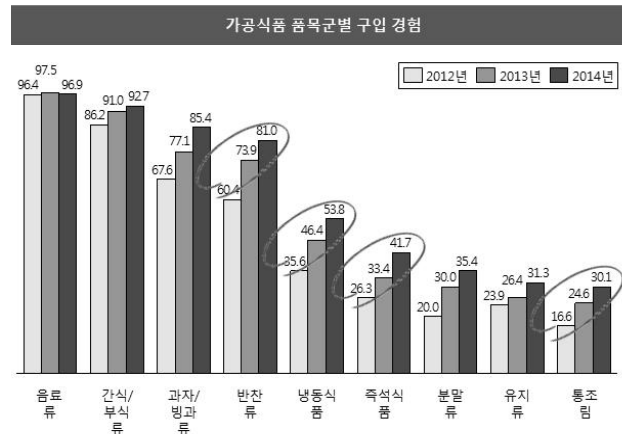


그림 5. 가공식품 구매품목 변화

변화를 보면 반찬류, 냉동식품, 즉석식품, 분말류 소비가 증가하고 있으며 판촉 및 PB 제품과 수입, 프리미엄 제품의 구입이 증대되고 있다. 제품유통의 변화를 살펴보면 육류 도매업체 수는 증가하였으나 육류 가공업체 도매업체 수는 감소하였다. 또한 새로운 가공식품이 포함된 기타 가공식품 도매업체 매출은 증가하였으며 특히 무점포 소매점(온라인)이 슈퍼마켓보다 높은 판매액을 기록하였고 프리미엄 제품을 취급하는 독립슈퍼도 성장세를 보이고 있다.

식품 구매품목의 변화를 살펴보면(그림 5) 음료, 간식/부식류, 유지류 등의 구매 증가세에 비해 건강, 간편, 집밥 등의 트렌드가 반영된 반찬류, 냉동식품, 즉석식품, 통조림의 구매가 20% 정도 증가한 경향을 볼 수 있다.

### 소비업체 변화(식육가공품, 즉석섭취조리식품 판매액)

소매업체에서 식육가공품 및 즉석섭취조리식품 판매

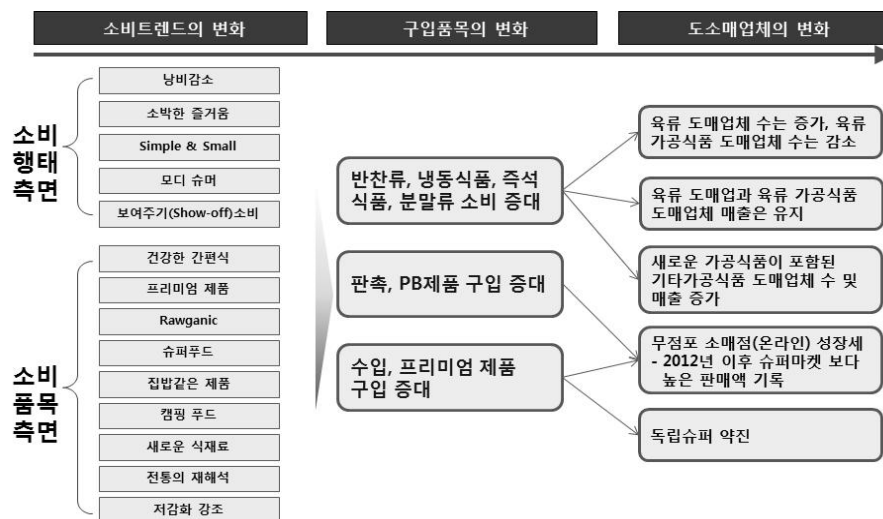


그림 4. 국내 식품 소비 트렌드

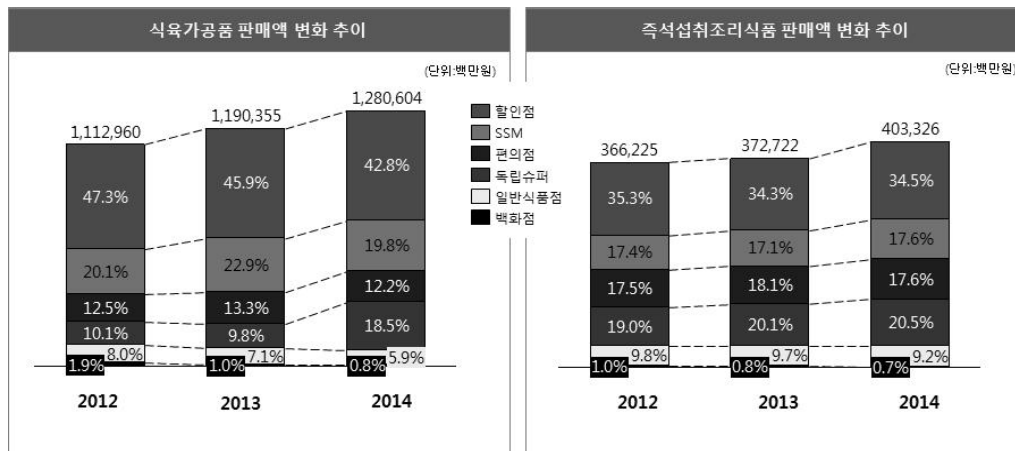


그림 6. 식품가공품 및 즉석섭취조리식품 판매 변화 추이

액의 변화는 그림 6과 같다. 식품가공품 시장은 2014년 기준 1조 2,806억 원 시장으로 2012년부터 꾸준히 시장이 커지고 있는 상황이다. 주로 할인점과 SSM(Super SuperMarket)에서의 판매 비중이 높으나 그 비중은 다소 감소하고 있는 반면, 독립슈퍼를 통해 판매되는 비중이 다소 증가했음을 알 수 있다. 즉석섭취조리식품은 2014년 기준 4,033억 원 시장으로 식품가공품과 마찬가지로 꾸준히 시장이 커지고 있는 상황이며, 식품가공품에 비해 판매채널이 고른 편이다. 할인점, SSM, 편의점의 비중은 거의 변화가 없으나 독립슈퍼에서는 조금씩 판매액이 증가하고 있음을 알 수 있다.

### 계육가공품의 개발 방향

지금까지 사회구조의 변화, 축산물 유통구조의 변화, 육류 수입량 추이, 국내식품 트렌드, 식품 구매품목의 변화 등에 대해 살펴보았다. 계육에 대한 소비자의 관심을 유발하기 위해서는 우선 고급화된 계육을 생산하고 안정된

유통체계와 소비패턴을 유도해야 한다. 그리고 소비자의 필요성을 충족시킬 수 있는 맞춤형 제품의 개발이 필요하다. 특히 소비자가 손쉽게 이용할 수 있는 CVS(Convenience Store), 독립슈퍼, 인터넷 판매 제품의 개발이 요구되고 있으며 친환경 및 조리 간편성을 높인 제품, 혼합제품(육류와 채소, 과일, 곡류의 혼합), 고급화 및 개성화를 추구한 고부가가치 제품의 개발이 필요하다. 그리고 기존 통닭의 판매는 유지하되 부분육, 절단육, 반조리 가공제품(양념육)의 판매 증가가 예상됨에 따라 이에 맞추어 계육 가공제품의 개발방향 설정이 필요하다고 판단된다.

### 참고문헌

1. 한국농촌경제연구원. 2014. 식품소비행태조사.
2. 김병철. 2000. 부가가치향상을 위한 계육의 새로운 저장가공기술에 관한 연구. 농림부 연구개발보고서.
3. (사)한국육류유통수출협회. 2014. 육류수입량 추이조사.
4. 한국농수산식품유통공사. 2014. 가공식품 소비자 태도조사 보고서.