

포스트 코로나 시대, 주요 축산물의 유통경로별 소비구조 변화 - 2020년 2분기 유통정보조사 결과를 중심으로 -

Post COVID-19, Changes in Consumption Structure by Distribution Channels of Major Livestock Products - Based on the Results of Animal Products Distribution Information Survey in the Second Quarter of 2020 -

정연복 (Youn Bok Jung)

축산물품질평가원 부산울산경남지원

Busan Ulsan Gyeongnam Branch, Korea Institute for Animal Products Quality Evaluation

최근 축산물의 유통경로별 소비구조를 급격히 변화시킨 한 사건이 있다. 바로 코로나19의 전 세계적 확산이다. 구제역(FMD), 아프리카돼지열병(ASF) 발생 시기와 비교해도, 축산물의 수급과 가격변화 측면에서 코로나 19 만큼의 외부 충격은 없었다(그림 1).

돼지의 가격변화를 살펴보면,

2015년 구제역(FMD) 발생 시, 경락가격이 1월(4,590원/kg)에서 4월(5,044원/kg)으로 9.9% 상승했고, 같은 기간 소매가격은 0.5% 상승했다.

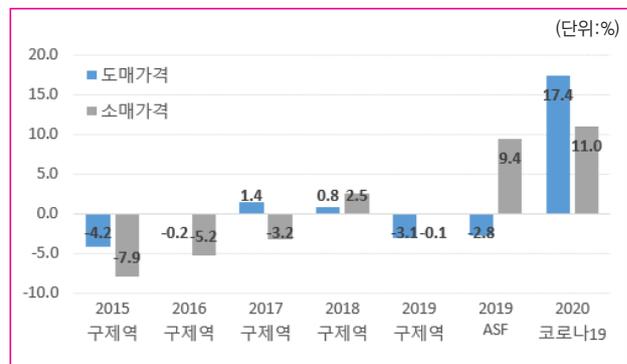
* 2015년 구제역 발생 기간 : 1.1.~4.28.

2019년 아프리카돼지열병(ASF) 발생 시, 9월(5,030원/kg)에서 10월(3,461원/kg)으로 31.2% 하락했고, 같은 기간 소매가격은 8.1% 하락했다. * 2019년 아프리카돼지열병 발생 기간 : 9.16.~

2020년 코로나19 영향으로 1월(3,343원/kg)에서 5월(5,118원/kg)으로 53.1% 상승했고, 같은 기간 소매가격은 33.6% 상승했다. * 2020년 코로나19 발생 기간 : 1.20.~

이처럼, 가축질병 등 생산(공급)단계 발생 이슈보다 소비 위축으로 직결되는 ‘최종 소비단계의 충격’이 유통시장에

그림 1. 주요 이슈 발생 전/후 도 · 소매가격 상승 · 하락률



(출처 : 축산유통정보(www.ekapepia.com))

*Corresponding author: Youn Bok Jung
7, Naeoe-ro 95beon-gil, Gimhae 50948, Korea
Tel: +82-55-723-2588
Fax: +82-55-723-2589
Email: apgs0122@ekape.or.kr

더욱 급격한 변화를 가져올 수 있다는 것을 알 수 있다.
 2020년 2분기 유통정보조사 결과를 중심으로, 코로나 19 이후 주요 축산물의 유통경로별 소비구조 변화를 살펴보고, 해당 분야 전문가를 통해 시장을 전망했다.

1. 축산물 유통환경은 어떻게 변했을까?

코로나19 관련 현황(그림 2)을 살펴보면, 1월 20일 국내 첫 확진자 발생 후 2월 22일부터 세 자릿수로 급증했다가 4월부터 감소추세를 보였으나, 8월 14일부터 다시 세 자릿수로 급증하여 추석 연휴 기간까지도 온 국민은 사회적 거리두기와 2단계를 유지하며, 긴장 속의 명절을 보냈었다.

같은 기간 국내 축산물 수급 상황을 살펴보면, 소·돼지고기의 국내산 생산량은 전년 대비 소는 9.8%, 돼지는 4.0% 증가했으며, 수입산은 전년 대비 소가 6.4%, 돼지가 28.9% 감소하여 총 공급량은 소가 1.4%, 돼지가 8.2% 감소했다.

주요 원인으로서는 해외의 생산·소비 주요국인 미국, 호주, 중국 현지의 코로나19 확산과 관련된 것으로 보

인다. 미국, 호주 등의 수출 육가공장 내 집단 감염으로 공장 가동이 중단됐으며, 공급 감소에 따른 가격 급등이 뒤따랐다.

축산물의 소비패턴과 판매량은 어떻게 변했을까?

코로나19 확산에 따라 외부활동을 최대한 자제하고, 집에서 주로 소비하는 경향이 두드러지면서 외식 빈도가 감소하고 가정 내 소비가 증가했다(그림 3). 이러한 홈 쿡 트렌드 확산으로 필수 식재료인 축산물의 매출이 증가했다.

또한, 5월 13일 전 국민에게 지급했던 ‘정부 재난지원금’ 영향에 따른 변화 또한 두드러졌다. 재난지원금 사용이 가능한 지역상권 즉, 대형마트가 아닌 집 근처 정육점(쇠고기, +10.6%p)과 슈퍼마켓(돼지고기, +3.1%p)의 구매가 증가했다(그림 4).

재난지원금의 영향은 한 대형마트의 매출 분석자료에서도 살펴볼 수 있었는데(그림 5), 정육점·슈퍼마켓의 구매비율이 증가한 것과는 정반대의 모습을 보였다.

가장 두드러진 변화는 비대면·온라인 유통의 확대이다.

한국농촌경제연구원(KREI)의 설문조사 결과에 따르면 코로나19 이후 온라인으로 축산물을 구매하는 빈도가 15.3% 증가했고, 가축시장에서의 비대면 경매(유투브 중계), 농축산물 드라이브 스루 판매 등 다양한 방식의 비대면 거래가 확산되고 있다.

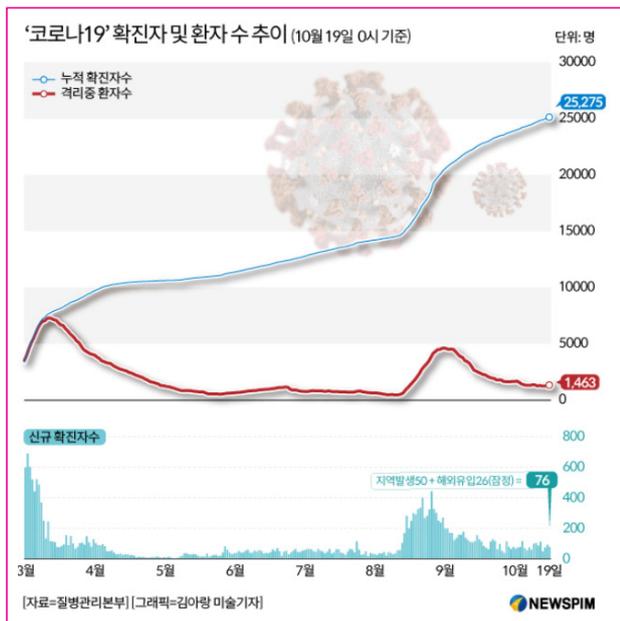
2. 축종별 유통경로와 가격은 어떻게 변했을까?

쇠고기 유통경로와 가격변화

쇠고기 유통은 도축 후 대부분이 식육포장처리업체를 거쳐 소매단계로 넘어가게 되는데, 일부는 이를 거치지 않고 바로 소매단계로 넘어가기도 한다.

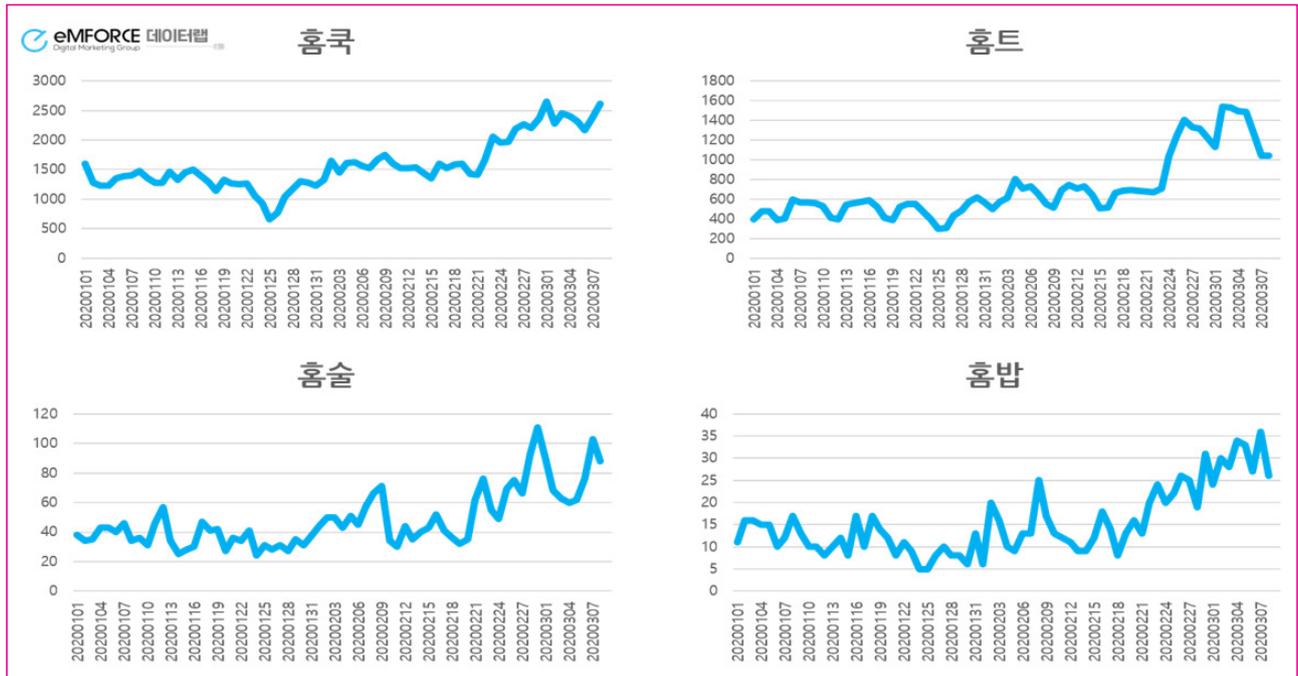
2020년 2분기 한우는 18만 두가 유통됐으며, 이중 도축장에서 소매업체로 직반출된 비율은 18.7%이고, 식육

그림 2. 코로나19 확진자 수 추이



(출처: 뉴스핌(<http://www.newspim.com/news/view/20201019000344>))

그림 3. 코로나 이후 소비 키워드



(출처 : 대형마트 A사의 소비키워드 분석 데이터(비공개 요청))

그림 4. 소·돼지고기의 정육점·슈퍼마켓 유통비율 변화

구분	정육점			슈퍼마켓			계란
	소	돼지	닭	소	돼지	닭	
2019년 하반기(a)	23.3	24.7	5.6	19.2	11.3	12.3	22.1
2020년 2분기(b)	33.9	26.1	10.2	16.9	14.4	16.4	26.3
차이(b-a)	10.6	1.4	4.6	-2.3	3.1	4.1	4.2

(출처 : 2020년 2분기 축산물 유통정보조사)

포장처리업체에서 가공 후 유통된 비율은 81.3%였다.

코로나 발생 이전과 비교하여 식육포장처리업체 유통 비중이 9.4%p 감소했는데, 이는 정육점(소매점)에서 산 지로부터 한우를 직접 구입하여 판매한 비중이 늘었음을 의미한다(그림 6).

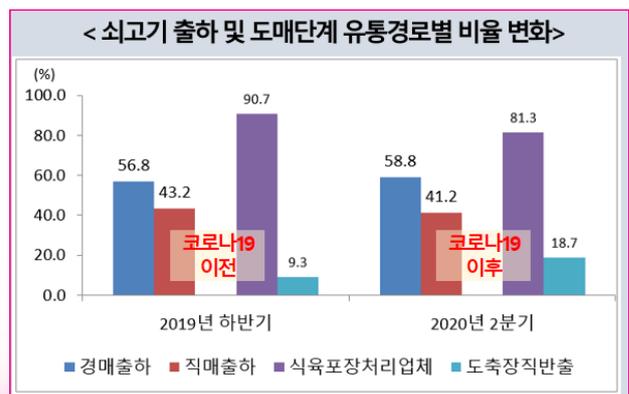
소매업태별 유통비율은 정육점 33.9%, 대형마트 22.0%, 슈퍼마켓 16.9%, 단체급식 5.2% 순으로 나타났고, 정육점 비율이 전년 하반기 대비 10%p 이상 증가하여 지역상권(동네) 정육점 매출이 증가했음을 의미한다(그림 7).

그림 5. 대형마트 월별 축산 실적 추이



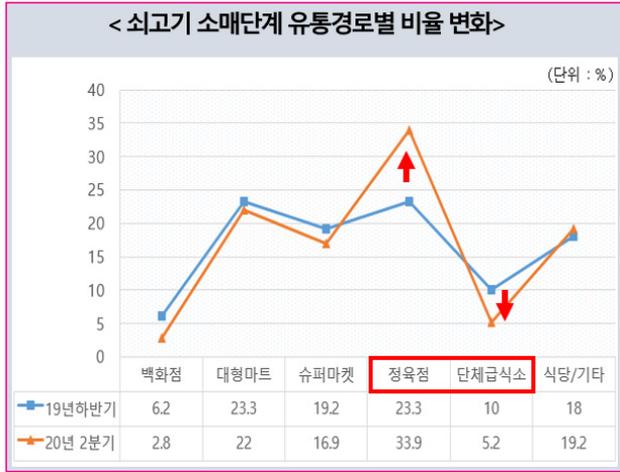
(출처 : 대형마트 A사의 축산물 판매실적 데이터(비공개 요청))

그림 6. 쇠고기 출하 및 도매단계 유통경로별 비율 변화



(출처 : 2020년 2분기 축산물 유통정보조사)

그림 7. 쇠고기 소매단계 유통경로별 비율 변화



(출처 : 2020년 2분기 축산물 유통정보조사)

쇠고기 가격의 변화는 어땠을까?

2018년 1분기부터 지난 2분기까지 시기별 물량 증감에도 불구하고, 생산자가격과 소비자가격은 특별한 연동성을 보이지는 않았다.

이는 한우 자체의 공급량보다도 수입산 쇠고기 등 총 공급량과 사회적 이슈 등의 변수 영향을 받는 것으로 보

여진다. 다만, 최근 코로나19 발생 이후 생산자가격과 소비자가격이 동시에 상승한 점이 특이한데, 이는 수입 물량 감소로 인한 국내 총 공급량 감소와 육류소비 영향이 함께 가격상승을 견인한 것으로 추정된다(그림 8).

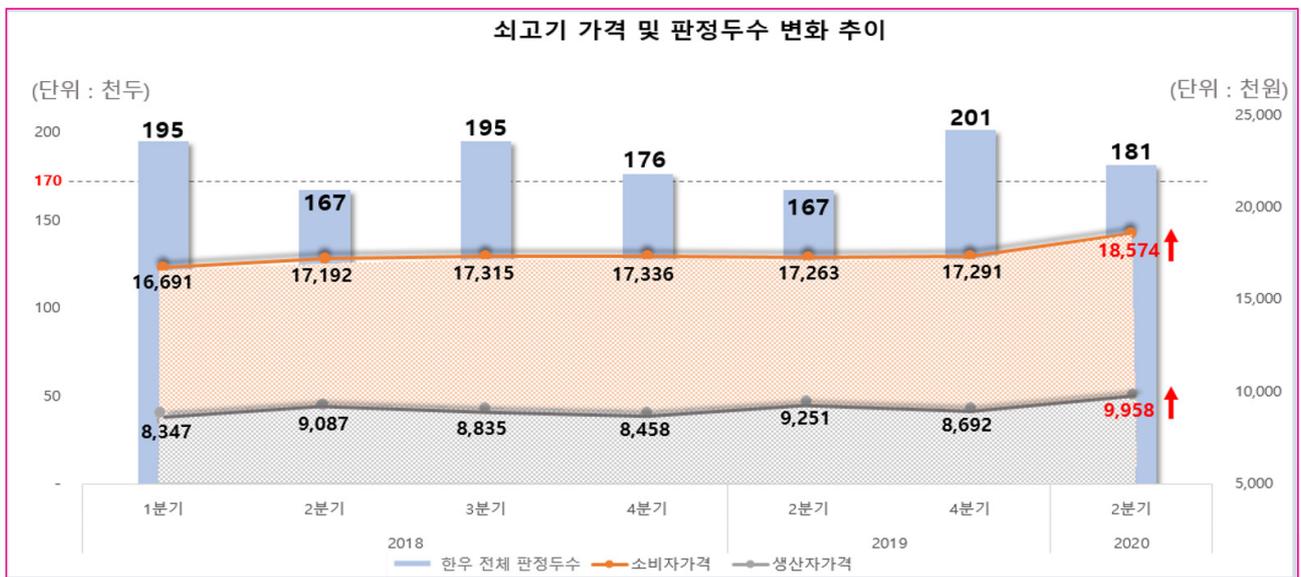
돼지고기 유통경로와 가격변화

2020년 2분기 돼지는 330만 두가 유통됐으며, 이 중 도축장에서 소매업체로 직반출된 비율은 6.0%이고, 식육포장처리업체에서 가공되어 유통되는 비율이 94.0%였다(그림 9).

한우의 반출형태와 다르게, 94% 이상이 농가와 육가공업체 간의 계약을 통해 유통되고 있기 때문에 코로나 발생 이전과 비교했을 때 도축장 직반출 비율에는 큰 변화가 없었다.

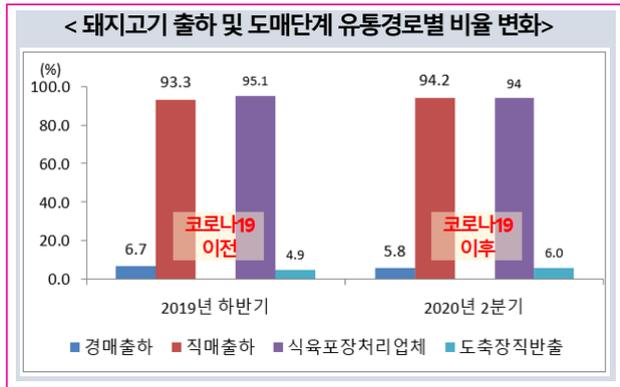
소매업체별 유통비율은 정육점 26.1%, 대형마트 23.3%, 일반음식점 16.3%, 슈퍼마켓 14.4%, 단체급식은 4.0%로 나타났고, 재난지원금 사용이 가능했던 슈퍼마켓과 정육점 비율이 각각 3.1%p, 1.4%p 증가했고, 단체급식 비율은 2.0%p 하락했다(그림 10).

그림 8. 쇠고기 가격 및 판정두수 변화 추이



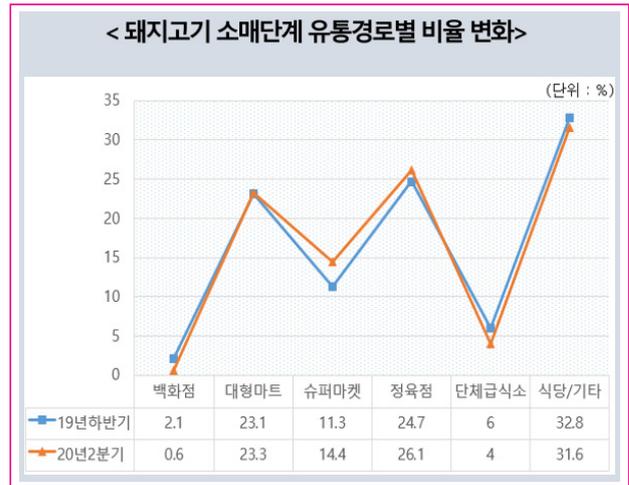
(출처 : 2020년 2분기 축산물 유통정보조사)

그림 9. 돼지고기 출하 및 도매단계 유통경로별 비율 변화



(출처 : 2020년 2분기 축산물 유통정보조사)

그림 10. 돼지고기 소매단계 유통경로별 비율 변화



(출처 : 2020년 2분기 축산물 유통정보조사)

돼지고기 가격의 변화는 어땠을까?

2019년 4분기는 공급량 증가와 함께 아프리카돼지열병(ASF) 발생에 따른 수요 감소로 생산자가격과 소비자 가격이 크게 하락했다.

2020년 2분기는 국내 생산량이 증가했음에도 가격이 상승했는데, 그 이유는 코로나19의 국제적 확산으로 수입량이 크게 감소한 영향으로 추정되며, 국내 총 공급량(생산량+수입량)이 줄어든 반면 수요가 증가하여 가격이 상승한 것으로 보여진다(그림 11).

닭·오리고기의 유통경로 변화

닭고기는 하나의 경영체가 생산부터 판매까지 총괄하는 축산계열화 비율이 높은 품목으로, 계열농가 출하 비율이 95.6%이고, 일반농가는 4.4%로 나타났다.

오리 또한 축산계열화 비율이 높은 품목으로, 계열농가 출하 비율이 97.6%이고, 일반농가는 2.4%로 나타났다(그림 12).

닭고기의 소매업체별 유통비율(그림 13)은 프랜차이즈 24.5%, 슈퍼마켓 16.4%, 닭·오리 전문판매점 13.8%, 단체급식 8.2%이며, 프랜차이즈로 소비되는 양이 가장 많고, 초·중·고교 개학 연기 등으로 학교단체

급식이 11.6% 감소한 것이 특징으로 나타났다.

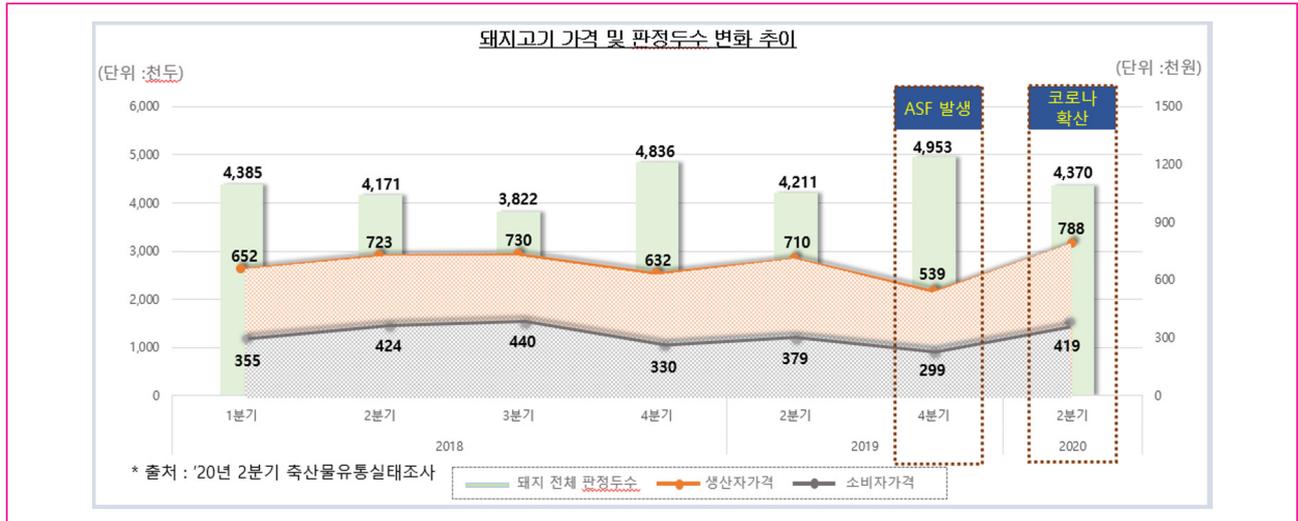
오리고기는 가정 내 소비보다는 외식 비율이 높은 품목으로, 식당/기타 비율이 16.2%p 감소했고, 대형마트는 13.9%p 증가했다(식당/기타 : 일반음식점, 닭·오리 전문판매점, 2차 가공 및 기타 포함).

계란의 유통경로 변화

계란은 산란계 농장에서 출하하여 집하장을 거쳐 최종 소매점으로 유통되며, 농가에서 직접 유통하는 비율이 12.4%이고, 유통EPC(계란유통센터)가 47.5%, 식품유통업체가 21.2%, 식용란수집판매업이 18.9%로 나타났다(그림 14).

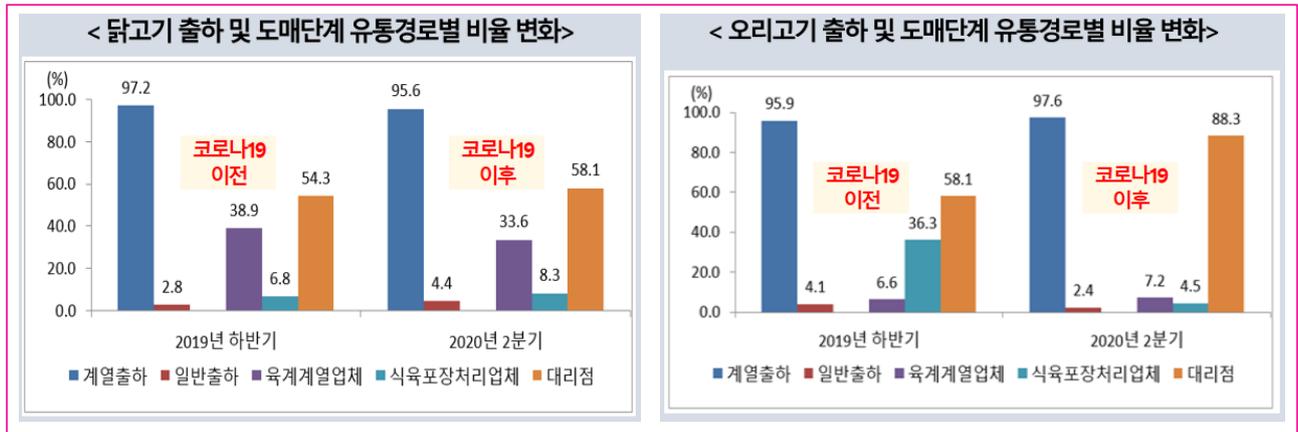
계란은 가정 내 소비 비율이 높은 품목이며, 소매단계별 유통채널별로는 대형마트 42.0%, 슈퍼마켓 26.3%, 단체급식소 8.5%로 나타났다. 특히 단체급식 비중이 3.6%p 감소한 것과 슈퍼마켓이 4.2%p 증가한 것이 특징인데, 이는 초·중·고교 개학 연기에 따른 학교급식 중단에서 기인한 것으로 보여진다.

그림 11. 돼지고기 가격 및 판정두수 변화 추이



(출처 : 2020년 2분기 축산물 유통정보조사)

그림 12. 닭·오리고기의 출하 및 도매단계 유통경로별 비율 변화



(출처 : 2020년 2분기 축산물 유통정보조사)

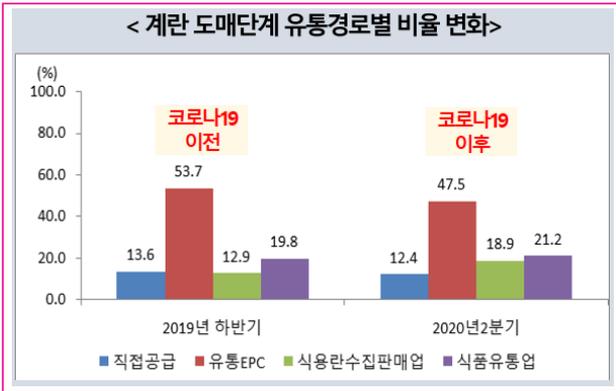
그림 13. 닭고기 소매단계 유통경로별 비율 변화

구분	'19년		'20년 2분기(C)	'19년 상반기 대비 (C-A)	'19년 하반기 대비 (C-B)
	상반기(A)	하반기(B)			
백화점	0.7	0.2	0.1	△0.6	-0.1
대형마트	12.3	8.5	9.3	△3.0	0.8
슈퍼마켓	15.0	12.3	16.4	1.4	4.1
정육점	6.0	5.6	10.2	4.2	4.6
단체급식소	16.9	19.8	8.2	△8.7	-11.6
식당/기타	49.1	53.6	55.8	6.7	2.2

구분	'19년		'20년 2분기(C)	'19년 상반기 대비 (C-A)	'19년 하반기 대비 (C-B)
	상반기(A)	하반기(B)			
백화점	-	-	-	-	-
대형마트	23.1	15.4	29.3	6.2	13.9
슈퍼마켓	6.0	6.3	7.2	1.2	0.9
정육점	2.2	3.7	4.7	2.5	1.0
단체급식소	11.6	4.2	4.6	△7.0	0.4
식당/기타	57.1	70.4	54.2	△2.9	-16.2

(출처 : 2020년 2분기 축산물 유통정보조사)

그림 14. 계란 도매단계 유통경로별 비율 변화



(출처 : 2020년 2분기 축산물 유통정보조사)

닭고기, 계란의 가격변화

닭고기의 소비자가격이 하락하고 있는데, 이는 공급과잉이 주된 요인으로 추정된다. 국내 닭고기 적정 생산량은 연간 7억 7천만 수 정도이나, 2018년 이후 연간 10억 수를 웃돌며 공급과잉이 지속되고 있다(그림 15).

축산물 중에서도 특히 닭·오리고기와 계란은 코로나19로 인한 외식 감소와 가정 내 소비 증가 영향을 많이 받았다.

다른 축산물에 비해 프랜차이즈 등 외식 비중이 높은 닭고기와 오리고기의 가격은 하락했고, 가정 내 소비 비중이 높은 계란 가격은 상승했다(그림 16).

3. 앞으로 시장은 어떻게 변해갈까?

– 분야별 전문가 발표자료 인용(축평원 웨비나, 9.14.)

간편 육류 상품(HMR) 소비패턴 변화

한 기업의 식품군 구매기록데이터 분석 결과에 따르면 코로나19 확산 시기 '집콕' 등 생활 반경 제약에 따라 가공식품 구매는 약 13% 증가하여, 신종플루(+6%), 메르스(+6%) 등 글로벌 감염병 확산 때보다 높은 증가세를 보였다.

가정간편식(HMR) 시장은 2016년 1조 5천억 원에서 2019년 말 3조 3천억 원으로 규모가 급격히 성장했다.

그림 15. 닭고기 공급량 및 소비자가격

구분	2019		2020	증감률 (b/a)	
	2분기(a)	4분기	2분기(b)		
닭고기	공급량	279,759	255,312	280,345	0.2
	소비자가격	4,633	4,583	4,491	-3.1
오리고기	공급량	17,332	18,116	18,176	4.9
	소비자가격	11,062	9,922	10,917	-1.3

(출처 : 2020년 2분기 축산물 유통정보조사)

그림 16. 주요 축산물의 가정내 소비 비율 및 외식 비중

구분	쇠고기	돼지고기	닭고기	오리고기	계란
가정 내 소비 비율	68.1	60.4	25.9	26.2	65.0
외식 비중	18.2	18.6	39.4	55.6	8.7

(출처 : 2019년 축산물 유통정보조사)

외식과 배달음식 수요가 HMR로 이동하면서 서로 간 품질 경쟁이 심화되고 있지만, 소비자 침투율, 연간 소비량 등으로 봤을 때 HMR 시장은 더욱 성장할 것으로 예상된다.

육류 온라인 유통시장 전망

축산물의 온라인 유통시장(B2B, B2C)은 2017년부터 매년 가파르게 성장했으나, 올해 상반기 62.6%로 폭발적인 성장을 했다.

코로나19 이후 육류 유통시장의 온라인화는 가속화될 전망이다. 마켓컬리, 쿠팡 등 배송혁신 선도업체의 매출은 이미 고성장을 기록하고 있으며, 신세계 SGG닷컴과 같이 오프라인 유통사들도 디지털 전환을 서두르고 있다.

코로나19 이후 신선식품/축산물에 대한 온라인 구매 비율이 증가하고, 소포장·간편성 추구 트렌드의 본격화, 가성비/프리미엄 시장의 양극화가 이뤄질 것으로 보인다.

따라서, 온라인 B2B 시장의 B2C 확장, B2B 전문몰과

종합몰과의 경쟁, B2C 종합몰의 고객 특성 맞춤형으로 변화가 두드러질 것으로 예상된다.

대형마트의 축산물 소비패턴 변화

코로나19 이후 소비 키워드는 홈쿡, 홈트, 홈술, 홈밥 등 ‘홈’을 향하고 있다. 마트에서 그간 집에서 만들어 먹기 힘든 품목, 비싼

식당에서 먹을 수 있는 식재료 등을 구입할 수 있고, 실제로 양고기, 쇠고기 안심, 숙성한우 등 품목에 따라 매출은 200%~1,200%를 기록했다.

그동안 ‘간편한’의 소비 트렌드에 최근 ‘맛있는’이 추가됐다. ‘안전하고 건강한’도 빼놓을 수 없는 키워드이다. 축산물을 단순히 축종으로만 볼 것이 아니라, 소비패턴에 맞춰 부위, 조리방법, 품질 등의 세분화를 고려해야 경쟁력이 생길 것으로 예상된다.

- 축산물 유통정보조사는 유통구조 개선을 위한 과제와 목표를 정밀하게 설정하기 위한 정책 수립의 기초자료로 활용되며, 투명한 유통정보 제공으로 생산자, 유통업자, 소비자의 권익을 향상시키는 것을 목적으로 한다.
- 축산물 유통정보조사는 국내 주요 축산물(품목별) 유통실태를 SCM 관점에서 개괄적으로 파악할 수 있도록 기획됐으며, 국내 산 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 오리고기, 계란, 부산물(소·돼지), 수입육 및 수입부산물(소·돼지)의 유통 비용, 가격, 경로, 재고 동향 등을 매 분기 조사하여 발표하고 있다.
- 자세한 내용은 축산유통정보 홈페이지(www.ekapepia.com)를 통해 확인할 수 있다.