

보도 일시	2023. 1. 20.(금) 배포 시	배포 일시	2023. 1. 20.(금)
담당 부서	축산정책관 축산유통팀	책임자	팀 장 서정호 (044-201-2371)
		담당자	사무관 홍성현 (044-201-2318)

한우 가격 하락을 소비자가 체감하지 못하는 이유

< 보도내용 요약 >

중앙일보 1월 20일(금) 기사 “소는 혈값인데 고깃값은 여전… 한우 요지경” 보도 관련하여 한우 도매가격 하락에도 정작 소비자는 체감하지 못하는 이유 등에 대해 설명합니다.

< 농림축산식품부 설명 >

1. 한우 수급 및 가격 동향

한우 사육마릿수는 '22년 12월 기준 3,694마리로 전년 대비 2.9%, 평년 대비 13.7% 증가하였습니다.

* '224분기 사육마릿수(천마리): (평년) 3,248 → ('21) 3,589 → ('22) 3,694(전년비 2.9%↑, 평년비 13.7%↑)

사육마릿수 증가로 '23년 1월(1.1~1.19) 한우 출하물량 78,623마리는 전년 대비 9.9%, 평년 대비 24.5% 증가하였습니다.

* '23.1월(1.1 ~ 19) 출하물량(마리): (평년) 63,163 → ('22) 71,551 → ('23) 78,623(전년비 9.9%↑, 평년비 24.5%↑)

이에 따라 한우 도매가격은 같은 기간 평균 15,917원/kg으로 전년 대비 21.5%, 평년 대비 18.0% 하락하였습니다.

* '23.1월(1.1 ~ 19) 도매가격(원/kg) : (평년) 19,406 → ('22) 20,284 → ('23) 15,917(전년비 21.5% ↓, 평년비 18.0% ↓)

한우 소비자가격은, 같은 기간 1등급 등심*(구이용) 기준 평균 9,774원/100g으로 전년 대비 12.6% 낮고, 평년 대비는 6.5% 높으며, 1등급 설도**(불고기용)는 평균 4,268원/100g으로 전년 대비 11.2%, 평년 대비 9.1% 하락하였습니다.

* '23.1월(1.1 ~ 19) 등심(1등급) 소비자가격(원/100g) : (평년) 9,179 → ('22) 11,184 → ('23) 9,774(전년비 12.6% ↓, 평년비 6.5% ↑)

* '23.1월(1.1 ~ 19) 설도(1등급) 소비자가격(원/100g) : (평년) 4,697 → ('22) 4,808 → ('23) 4,268(전년비 11.2% ↓, 평년비 9.1% ↓)

2. 한우 유통구조

한우는 '농가-도축장-가공업체(식육포장처리업체)-소매'의 단계를 거쳐 유통되며, 도축 및 가공(발골, 절단 등)은 축산물 특성상 반드시 거쳐야 하는 과정입니다.

2021년 기준 한우 유통비용률은 48.1%로, 미국의 63.2%보다 낮습니다. 또한 일본('20년 기준) 46.8%보다는 소폭 높으나, 조사 시점(한국 '21년, 일본 '20년)에 따른 유통비용 상승을 감안할 때, 한우 유통비용률이 높다고 보기는 어렵다고 판단됩니다.

아울러 농산물 전체 유통비용률 47.5%와 비교해도 도축·가공 과정을 감안할 때 높은 수준은 아니라고 판단됩니다.

3. 도매 - 소비자가격 연동성이 낮고, 소비자 체감 가격이 높은 이유

첫째, 도매가격의 변동이 소비자가격에 반영되기까지는 가공 소요시간 등을 고려했을 때 통상 3주 이상의 시차가 존재합니다. 소매단계에서 가공(발골, 절단, 포장 등)이 필수적이고, 유통업체가 통상 1주일 내외의 재고 물량을 보유하기 때문입니다.

둘째, 소비자가격은 도매가격과 유통비용*의 합이므로, 도매가격 하락 비율만큼 소비자가격 비율이 하락하는 것은 아닙니다.

* 직접비(운송비, 도축 가공비 등), 간접비(인건비, 판매처 운영·관리비 등), 이윤

2023년 1월(1.1.~1.19.) 기준 전년 대비 도매가격 하락률은 21.5%이나, 유통비용률('21년 기준 48.1%) 고려 시 소비자가격 기대 하락률은 약 11.2%*입니다.

* 소비자가격 기대 하락률 = 도매가격 하락률 × (1 - 유통비용률)

** '23년1월(1.1~19) 기준전년대비실제소비자가격하락률: (등심1등급) 12.6%↓, (설도1등급) 11.2%↓

셋째, 소고기 부위별로 소비자의 선호도가 다른 것도 소비자의 체감 가격이 높은 주요 원인입니다.

소비자 선호도가 낮은 설도·양지 등 정육류는 가격이 낮은 반면, 수요가 많은 안심·등심 등 구이류는 가격이 높는데, 구이류의 수요가 꾸준히 유지되면서 소비자가격이 높은 수준을 유지하며, 구이류의 소비자 구매 빈도가 높아 체감상 소고기 가격이 높다고 인식하게 됩니다.

* '23.1월(1.1.~1.19.) 부위별 소비자가격(원/kg): 안심 12,806 / 등심 9,774 / 설도 4,268 / 양지 5,725

넷째, 도매가격은 공급량의 영향이 큰 반면, 소비자가격은 고정비용, 수요 영향 등의 이유로 상·하방 경직성이 있습니다.

도매가격이 큰 폭으로 하락하더라도 판매처에서는 매장 인건비·관리비 등 고정비용을 감안하여 도매가격 하락 폭을 그대로 반영하기 어려운 측면이 있습니다.

반대로 도매가격이 크게 상승할 때도 판매처는 소비자의 심리적 수용성을 고려하여 판매가격을 제한적으로 인상하는 경향이 있습니다.

4. 한우 수급 안정 대책

그간 정부는 농협 협력, 자조금, 할인쿠폰 등을 통한 할인행사를 지속 전개하여 소비자의 가격 부담을 완화하고 소비를 촉진하고자 노력해 왔습니다.

또한 정부는 한우 수급 및 가격 안정을 위해 추가 수요 창출, 공급 조절 등 다각적인 대책을 생산자단체 등과 협의 중에 있습니다.

대규모 할인행사를 실시하고, 급식·가공업체 수입산 원료육의 한우고기 대체 등을 통해 신규 소비처 발굴하며, 농협마트를 중심으로 도·소매가격 연동성을 강화할 계획입니다.

수출 물량 및 수출국 확대를 위한 다양한 지원 정책을 마련하는 한편, 농가의 경영비 부담 완화를 위해 사료구매자금 지원을 확대하겠습니다.

생산자단체를 통해 대규모 농가의 암소 감축도 추진하면서, 중장기 수급 조절을 위한 제도도 마련하겠습니다.