



제주의 말고기 산업 분석



농학박사 **이종연**
축산과
☎064-754-5751
leece00@rda.go.kr

1. 머리말

말은 오래전부터 농용, 승용 또는 식용으로 사육되어 왔고, 지금도 여러 나라에서 식용으로 이용되고 있다. 우리나라에서도 과거부터 말고기를 먹어 왔다.

제주에서의 말 사육두수는 2000년 7,348두에서 2006년 16,764두로 크게 증가했다. 최근 들어 말 사육두수가 크게 증가하면서 말고기 소비 또한 늘고 있다. 제주의 말 도축두수(축산물공판장)는 2002년 209두에서 2007년 687두로 크게 증가하고 있다. 제주에서 추렵에 의한 도축까지 포함하면 실제 도축두수는 연간 1,500두 이상으로 추정하고 있다.

말고기에는 기능성 불포화지방산이 다량 함유되어 있다. 특히 기능성 물질로 분류되

고 있는 팔미톨레산(palmitoleic acid)과 오메가-3 지방산이 기타 육류에 비해 2-3배 많이 함유되어 있다. 팔미톨레산은 혈 중 콜레스테롤 함량을 낮추고 췌장 기능을 향상시키는 물질로 보고되었다. 또한 팔미톨레산은 사람의 피부를 보호하는 피지의 주요 성분으로 강한 항균작용을 함으로써 사람의 피부를 보호하는 물질이다. 말기름은 오래 전부터 일본과 우리나라에서 민간요법 차원에서 아토피 및 화상치유 등 피부보호제로 이용되어 왔는데, 말기름에 들어 있는 다량의 팔미톨레산 때문으로 보고 있다.

소의 경우 등급판정에 따라 농가의 수취가가 크게 차이가 나고 있으며, 등급별 유통이 되고 있다. 그러나 말고기의 경우 생체중에 따른 거래가 되고 있어, 고품질 말고기 생산을 위한 농가의 의욕이 떨어지고 있는 실정이다. 말고기의 부분육별 거래가 필요하며, 말 등급판정 도입도 검토할 필요가 있다.

아직까지도 말고기에 대해 터부시하는



문화가 남아있어 제주지역을 중심으로 말 고기가 소비되고 있다. 내륙지역에서도 최근 말고기에 대한 관심이 높아지고 있고 전문 식당 또한 증가하고 있으나 대중화의 길은 아직 멀다. 말고기 산업이 경마산업의 부가산업으로 머문다면 미래 성장 동력으로 발전시키기가 어렵다. 따라서 본 기고에서는 말고기 산업에 대한 현재의 문제점 등을 검토하고 금후 발전방안을 제시코자 한다.

2. 말고기 산업 현황

가. 말 사육 및 도축 두수

제주마의 경주활용과 더러브렛 국산마 자급정책 등에 힘입어 말 산업은 규모면

에서 성장하고 있다. 제주의 말 사육두수는 '60년 12,077에서 '86년 1,347두로 급감했다가, '06년 16,764두로 크게 늘어 제2의 전성기를 맞고 있다. 사육두수의 증가는 자연스레 말고기 산업의 확장을 가져왔다. 제주축협 축산물공판장 말 도축두수는 '02년 209두에서 '07년에는 687두로 급성장하고 있다. 민가의 추렴에 의한 도축까지 포함하면 실제 도축두수는 연간 1,500두 이상으로 추정하고 있다.

말고기 소비 확대와 함께 고기용 중국산 말 수입이 한 때 늘었다. 물론 제주의 고기용 말보다 현지 구매가가 싸기 때문이다. 지금까지 수입된 1,024두 중 '02-'04까지가 882두로 대부분 차지하고 2005년 74두, 2006년 73두로 수입물량의 증가는 나타나

〈표 1〉 전국 및 제주지역 시대별 말 사육두수 및 호수 변화

구분		1960	1970	1980	1986	1990	2000	2004	2005	2006
전국	두수	28,000	17,600	3,894	4,937	10,597	16,302	18,539	20,487	
	호수	-	-	2,153	384	520	805	860	965	
제주	두수	12,077	7,606	2,401	1,347	2,439	7,348	13,240	14,689	16,764
	호수	4,736	4,064	1,541	413	295	298	512	587	693

- 축산물공판장 도축두수 : 209('02)→359('04)→564('05)→687('07)
- ※ 실제 도축두수는 연간 1,500두 이상으로 추정
- 고기용 중국산마 수입두수 : 1,029('02-'06)
- ※ 수입물량 감소추세 : 882('02-'04) → 74('05) → 73두('06)

지 않고 있다. 이들 수입말들이 고기용으로 유통되면서 제주지역 말 생산농가의 경쟁력이 떨어지는 것이 아닌가 하는 우려도 한동안 있었다. 지금으로써는 큰 위협이 되고 있지 않지만, 언젠든 대량으로 수입할 수 있는 여지가 남아 있다. 지금은 제주지역 중심으로 말고기가 생산 되고 있지만, 내륙 지방에서도 고기용 말을 수입해서 사육하려는 시도가 있어 경쟁력을 높일 수 있는 다각적인 방안 마련이 필요하다.

나. 농가에서 고기용 말의 생산 및 수익성

말 산업은 경마 위주로 편중돼 있다. 따라서 말 사육농가에서는 제1경제형질인 경주능력 향상에 초점을 맞춰왔고, 경주능력 향상을 목적으로 더러브렛 품종과의 교잡을 해왔다. 그에 따라 지금 고기용으로 이용되는 말들은 대부분 '제주산마'라고 하는 교잡종이다. 경주 전용 말인 더러브렛 품종과의 교배에 의해서 생산된 교잡마들은 잡종강세 효과에 의해 키우기는 수월할지 몰라도 육질 개선에는 한계가 있을 것으로 사료된다.

처음부터 고기용으로 생산하는 것이 아니라 경주를 목적으로 생산하면서 여러 가지 이유로 경마에 참여하지 못하거나, 경마에서 퇴역한 말들을 활용해서 말고기 생산에 이용되고 있다. '등록제주마'의 경우도 지금은 체형이 다양하게 나타나고 있지만, 경주능력 위주로 개량하다 보면 머지않은 미래에 경주체형으로 바뀌게 될 것이다. 따라서 육질개선과는 자연히 거리가

가 멀어지게 된다. 필자가 교잡마의 비육 시험을 수행한 결과, 12개월 거세비육을 하더라도 등심 근내지방도가 개체 간 차이는 있지만 육질향상에 한계가 있음을 알 수 있었다.

일본의 경우 고기용으로 비육완료 체중이 1,000-1,200kg에 도달하는 산육성과 마블링 등 육질이 양호한 농용마를 이용하고 있다. 이 농용마는 성장율, 지육율, 정육율이 우수할 뿐만 아니라 육질이 좋아 농가와 소비자 모두에게 호평을 받고 있다. 이제는 소비자 중심이다. 소비자에게 고품질 말고기 공급만이 미래의 말고기 산업의 지속성장을 보장받을 수 있다. 경주용 말이 아닌 고기용 말에서 생산된 말고기라는 개념으로 접근한다면 대중화가 더 빨리 될 수 있을 것이다. 우리도 경마용이 아닌 고기용 품종의 육성이나 도입을 심도 있게 검토할 필요가 있다.

고기용으로 말을 팔았을 때 농가의 수취가는 낮은 편이고 수익성도 높지 않은 실정이다. 현재 고기용 말의 유통체계를 보면 비육하지 않은 말은 생체 7,000 - 8,000원/kg, 비육이 잘 났을 경우 생체 10,000원/kg까지 거래가 되고 있다. 생체 340kg 고기용 말을 기준으로 농가의 수취가는 300만 원 내외다. 장기간의 비육을 했을 경우에도 수취가는 340만 원에 불과하다. 필자가 분석한 비육마 소득분석 자료에 의하면 340kg 비육마를 생산하는데 소요되는 경영비는 290만 원 정도였다. 자가노력비까지 포함한다면 수익성이 거의 없다. 하지만 농가에서는 경주용으로 쓰이는 말은 다소 높

게 거래되기 때문에 고기용 말에 대한 보전을 하는 것으로 보인다.

지금의 고기용 말 생산 및 유통시스템으로는 고품질 말고기를 생산·공급하기가 어렵다. 농가에서 굳이 사료비 등 경영비를 들여가면서 비육을 해서 판매하나, 비육하지 않고 거래하나 소득에 별반 차이가 없게 된다. 따라서 말도 소처럼 도체등급제 도입을 검토할 필요가 있다. 근내지방도를 중심으로 고품질 말고기를 생산하면 높은 가격을 받을 수 있게 하고, 정책적인 인센티브도 필요하다.

다. 말고기 및 관련 상품의 유통

아직도 내륙지방에선 말고기를 터부시하는 문화가 우세하다. 연구소와 생산자단체에서 언론매체나 시식회 등을 통해서 말고기 기능성 등을 홍보해 왔지만 대중화의 길은 아직 멀다. 말 관련 종사자 모두가 이 부분에 보다 전략적으로 역점을 둘 필요가 있다. 현재 말고기는 제주지역을 중심으로 생산·유통되고 있으며, 기타 육류에 비해 유통체계는 아직 미흡한 단계에 있다.

말고기 전문 유통가공업체 3-4개소가 운영되고 있지만, 내륙지역으로의 사업 확대에는 어려움이 많다. 내륙지방에서도 의욕적으로 말고기 식당을 개업하는 곳이

많지만, 문을 닫는 업소 또한 많다. 이들 가공업체에선 말기름, 말뼈 등 부산물을 이용한 상품개발도 병행하고 있다. 특히 화장품, 비누, 말뼈추출물 등이 주로 유통되고 있다. 말고기 소비의 대부분은 제주지역의 50여 말고기 전문식당을 중심으로 이루어지고 있다. 이들 전문식당들은 유통업체에서 말고기를 공급받거나, 자체 비육 후 이용도축하고 있는 실정이다.

말고기 소비자들의 반응은 다양하게 나타나고 있다. 말고기가 '질기다, 텃텃하다' 등 소비자 평가는 각양각색이다. 처음 말고기를 접해 본 소비자들의 부정적인 평가도 만만치 않다. 말고기 소비 확대를 위해서는 소비층을 넓혀야 한다. 말고기를 처음 접하는 소비자에게는 첫 느낌이 중요하다. 처음 맛을 보고 입에 안 맞으면 다음부터는 찾지 않기 마련이다. 소비자에게 균일한 고품질 말고기를 공급할 수 있는 수단이 마련돼야 한다.

일본의 경우 대형마트에서 말고기를 진열해서 판매하고 있다. 마블링이 잘 된 고품질 말고기의 경우 100g 당 800-1,000엔(한화 약 10,000원) 정도에 팔린다. 우리의 경우 말고기 정육 kg 당 약 20,000원 내외로 유통업체에서 판매가 되고 있다. 물론 품질 차이도 있겠지만, 우리 소

비자들은 현재 저렴한 가격에 말고기를 즐기고 있는 셈이다. 그나마 다행인 것은 부산물인 말뼉이 두 당 100만 원 내외로 거래가 되고 있기 때문에 낮은 정육 가격이 지지되고 있는 것으로 사료된다.

3. 말고기 산업 지속발전을 위한 제언

가. 말고기 전용 품종 육성

미래의 말고기 산업이 지속 발전되기 위해서는 부산물보다는 고기 중심의 산업으로 정착돼야 한다. 과거에는 고기보다 뼈와 내장 등 부산물을 더 선호하기도 했다. 물론 부산물도 부가가치가 높은 식품으로 유지돼야 한다. 고기가 많이 소비돼야 말뼉, 말기름, 내장 등의 활용도 높일 수가 있다. 따라서 말고기 산업의 지속 성장을 위해선 고기 중심의 생산, 유통, 소비가 이루어져야 한다. 일반 대중 소비자 중심으로 이동돼야 한다는 의미다.

지금까지의 말 산업은 경마 산업이 주류를 이뤘고 말고기 산업은 하나의 부가산업에 불과했다. 이제는 소비자 중심으로 옮겨갈 필요가 있다. 우리 국민들 중 말고기를 접해보지 않은 사람들이 더 많다. 앞으로는 이처럼 말고기를 안 먹어본 소비자들을 말고기 애호가로 끌어들이어야 한다. 소비자들에게 ‘말고기 몸에 좋습니다’라고만 해서는 홍보에 한계가 있고, ‘말고기가 다른 고기보다 맛이 좋습니다’라고 해야 한다. 아무리 말고기가 기능성 물질이 많이 함유되어 있을지라도 맛이 없다면 소비자들은 외면하게 될 것이다. 맛과 육

질로 승부한다면 말고기 대중화는 스스로 찾아올 것이다.

비육을 잘 해서 마블링을 좋게 하는 것이 우선이지만, 미래의 소비자들을 위해선 말고기 전용 품종이 필요하다. 물론 우리의 말 자원을 잘 활용해서 고기용으로 개량을 한다면 육질이 좋은 품종으로 육성할 수는 있다. 하지만 제주마의 제1경제형질은 경주능력이기 때문에 그쪽으로 흘러갈 수밖에 없다. 우리 소비자들에게 계속해서 경주에 참여하지 못하는 말 자원을 가지고 말고기를 공급할 수는 없다.

중국산마가 언제든지 들어올 수 있는 여지가 있고, 다른 지방에서도 고기용 농용마를 수입해서 사육할 가능성은 얼마든지 열려있다. 어디선가 육질이 우수한 고기용 말을 도입해서 말고기 시장을 잠식해 갈 때, 우리는 계속해서 ‘제주마가 우수합니다’라고 얘기할 수는 없다. 이제는 소비자 중심이다. 안정정인 말고기 산업의 성장을 위해선 고기용 말의 도입이나 육성을 검토해야 한다.

나. 위생적인 말 도축 및 부분육 유통은 필수적

민가의 ‘추렴’은 여러 친족 또는 친분이 있는 사람들끼리 도축하여 고기를 나누는 문화다. 농촌에서의 이런 문화는 상부상조의 정신에서 이어져 내려온 것으로 보인다. 필자 또한 유년시절부터 이런 문화를 접해왔다. 이러한 추렴 문화는 말고기 소비를 증가시키는 측면도 있었다. 추렴은 제주사회에서 하나의 전통문화로만 평가돼야 한

다. 최근의 소비자들은 고도의 위생적인 축산물을 요구한다. 제도적으로 말고기는 축산물가공처리법의 적용을 받는 축산물이다. 자가 이용을 포함 소비자에게 공급되는 모든 말고기는 위생적으로 안전성을 보장하는 축산물공판장에서 도축돼야 한다. 말고기 산업의 성장을 위한 필수 요소이다.

말고기에는 불포화지방산이 다량 함유되어 있어 영양적으로는 우수하지만, 쉽게 산화가 일어나는 단점이 있다. 이를 방지하기 위해선 부분육별로 발골 후 진공포장을 실시해 산소를 차단해야 한다. 이렇게 진공포장된 고기는 냉장상태(3-4℃)에서 2주 동안도 숙성하면서 저장이 가능하다. 모든 고기가 부분육별로 맛과 특성이 다르듯이 말고기도 마찬가지다. 소비자에게는 원하는 요리 또는 기호도에 따라 부분육별로 판매가 돼야 한다. 소고기 등심, 안심, 갈비의 판매 가격이 부위별로 다르듯이 말고기도 부분육별 가격이 달라야 한다. 머지않은 미래에 마트나 정육점에 말고기가 진열될 날이 올 것이다. 그 때를 위해 우리 생산자나 유통업계는 차근차근 준비해야 한다.

다. 말고기 등급판정제도 도입

지금의 유통시스템에서는 고품질 말고기

생산이 어렵다. 말 생산 농가에서는 비육 여부에 관계없이 소득에 그다지 차이가 없다. 현재 유통시스템으로는 사료비와 자가노력비를 들여가면서 비육을 잘 할 이유가 많지 않다. 고품질 말고기 생산에 대한 장려책이나 인센티브가 없기 때문이다. 좋은 상품을 만들어낸 농가에 더 많은 소득이 돌아갈 수 있어야 한다. 고품질 말고기를 생산한 농가에 정책적인 인센티브를 줄 수 있는 장려책을 검토해야 한다.

말고기의 근내지방도가 낮기 때문에 현재의 소등급판정기준을 그대로 적용 하기는 어렵다. 지금의 소등급판정기준을 말고기의 근내지방도에 맞게 조정하면 등급판정제도의 도입은 그다지 어려운 문제가 아니다.

라. 생산에서 소비까지의 이력제 실시

현대 식품의 가장 중요한 요소 중의 하나가 안전이다. 말고기가 광우병이나 구제역 등과 같은 악성 전염병으로부터 자유롭다는 것은 매우 다행스러운 일이다. 하지만 소비자가 안심하고 먹을 수 있도록 생산에서부터 소비까지 투명해야 한다. 어느 농가에서 생산이 되고 어느 가공단계를 거쳐 식탁에 올라왔는지 소비자에게 정보를 제공해야 한다. 말고기는 대부분 제주에서만 생산되기 때문에 비교적 간단히 이 문

제를 해결할 수 있을 것으로 사료된다.

지방자치단체와 연구소에서는 고품질 말고기 생산에 대한 가이드라인 제시, 지도 및 인증의 역할을 하고, 생산자단체에서는 그 규격에 맞게 생산 공급한다. 가공업체에서는 생산자 및 말고기의 이력에 대한 정보를 담아 식당 등 소비자에게 제공한다.

마. 다양한 가공품으로 소비의 다양화

난지농업연구소에서는 말고기 육포, 햄, 소시지를 제조하여 서울, 수원, 부산, 제주 등지에서 소비자 평가를 실시했다. 소비자들의 반응은 양호한 편이었다. 특히 생고기에 익숙하지 않은 어린이와 여성 소비자들에게서 좋은 평가가 나왔다. 육포의 경우 술안주로써 개발이 가능하겠다는 평가들이 많았다. 이런 육가공품은 3차 산업과 연계하여 관광 상품화 할 수도 있다. 그러나 이런 말고기 육포 등의 상용화를 위해선 일정 물량의 말고기 생산·공급이 지속되어야 한다.

이미 말기름을 이용한 피부보호제 상품들은 다양하게 개발되어 시중에 유통되고 있다. 말기름에 피부보호제인 팔미톨레산이 다량 함유되어 있다는 연구보고가 있기 때문에 어느 정도 과학적 근거는 마련한 셈이다. 문제는 소비자들에게 신뢰를 주는 일이다. 각각 상품의 개발은 업체의 몫이지만 성분 함량 등에 대해 소비자에게 정확한 정보를 제공할 필요가 있다. 최근에 말뼈 가공품들에 대한 소비자 불만 야기가 여러 건 있었다. 소비자에게 신뢰를 주지 못했기 때문으로 사료된다.

4. 맺는말

최근 말고기 소비가 느는 것은 다행스런 일이다. 생산농가와 관련 종사자들의 노력이 있었기 때문이다. 그러나 여기서 만족하지 말고 미래의 성장 동력으로 발전시켜야 한다. 일본 구마모토현의 말고기 산업도 벤치마킹할 필요가 있다. 구마모토현에 가면 누구나 말고기를 먹어보고 말 관련 가공품이나 상품을 사고 돌아간다고 한다. 우리도 말고기를 제주의 특산품으로 확고히 정착시킬 필요가 있다. 고품질 말고기를 공급하는 것은 농가와 유통업자의 몫이다. 산학연의 연구 활동도 지속되어야 한다. 말고기의 대중화는 소비자에게 안전한 고품질 말고기를 공급하는 일에서부터 시작되어야 한다. 소비자가 외면하는 말고기 산업은 있을 수 없다.

말고기 산업이 아직까지는 농가의 고소득원이 되지 못하고 있다. 여러 가지 요인이 있겠지만 말고기가 고급음식으로 자리 잡지 못하고 있기 때문이다. 한·미 FTA 체결로 축산농가의 근심이 말이 아니다. 말고기가 소고기나 돼지고기의 소비를 대체할 수는 없으나, 고품질의 말고기를 생산한다면 축산농가의 소득원으로 자리 잡을 수 있을 것이다. 말고기가 우리 소비자들의 건강을 지키고 사랑 받는 식품으로 거듭나기를 기대해 본다.