

# 향후 돼지

# 수급 및 가격 전망

제품보다 '상품' 만들어야

**대** 일 돼지고기 수출중단이 가지고 오는 파장이 지금부터 본격적인 영향이 미칠 것으로 보인다.

산지 돼지값 하락을 시작으로 돼지고기 소비침체 등 양돈 산업을 둘러싼 주변환경이 급격히 추락하고 있다.

더욱이 시장에서의 체감온도

는 실질적으로 더 크게 나타나고 있는 실정이다. 예컨대 산지 값이 하락되면 시장에서는 유통 물량 증가와 소비증가가 뒷받침돼야하는데도 불구하고 오히려 얼어 붙고 있다는 얘기다.

특히 수출 주력품목이었던 후지, 등심, 안심은 뽀족한 대책 없이 곳간의 공간을 비좁게하고 있다. 상황이 이렇다보니 곳간 열쇠를 준다해도 받을 사람이



권영철  
미트저널사 편집국장



▲더욱 활발한 돼지고기 요리의 개발과 홍보가 시급하다.

없을 정도로 이들 품목에 대한 처치곤란으로 업체들의 한숨 소리만 높아지고 있다.

별써부터 육가공업체들의 살생부가 돌고 있고, 내년을 넘기지 못하는 업체들의 이름이 꼭 정치꾼들 처럼 나돌고 있는 실정이다.

생산자단체, 육가공업체, 정부 등 모두가 양돈산업의 위기감이 고조돼 있는 가운데 다양한 대안마련에 나서고 있으나 뾰족한 방법을 찾기 어려운 상황이다.

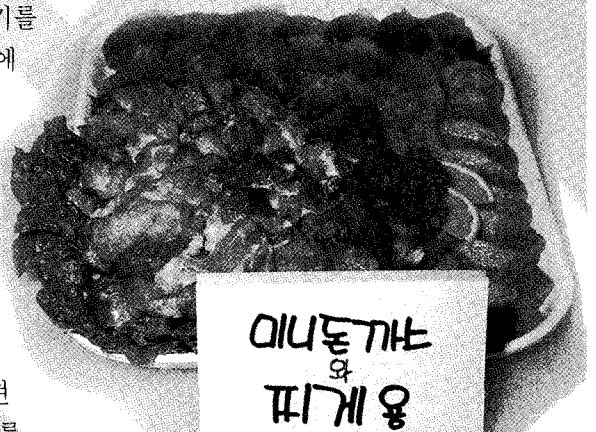
이제는 돼지값이 떨어졌다고

조금을 각, 돼지고기를 먹게하기 위한 홍보에 적극적으로 나서지 않으면 안될 것이다.

### 보기드문 2중 재고구조

수출부위의 적체현상은 양돈산업 전체를 대상으로 목을 조르고 있다.

더욱이 구제역 사태로 인해 수매한 돼지고기 재고가 제대



▲소비자를 유혹할 수 있는 편리함과 다양함이 있어야 한다.

돈산업의 불안감을 가중시키는 요인으로 작용될 것으로 예상되고 있다.

지금과 같은 상황에서 비인기 부위에 대한 소비확대는 돈가스나 단체급식소의 돼지고기 사용량을 증가시키는 방법 외에는 특별한 대안이 없다.

그러나 이 역시 경계해야할 부분이다. 왜냐하면 돈가스 붐이 일어날 경우 수익을 이유로 저질 원료육 사용증가에 따른 소비자들의 외면은 오히려 돼지고기 소비증대에 역행할 수도 있다는데 기인되고 있다.

해서 과거처럼 무작정 정부에게 돈을 주던가, 사 달라고 할 수 없는 상황이다. 스스로 자구노력을 하지않으면 안되는 시절로 게다가 수정되고 있다.

결국 후지, 안심, 등심 등을 먹여줘야 되는데 그렇지 않다는데서 문제가 생겨나고 있다는 사실이다.

따라서 앞으로는 생산자도 생산자이려니와 육가공업체 등 관련업계 모두가 십시일반 자

로 소비되지 않으면서 기존 재고와 함께 특이한 2중 재고구조를 나타내고 있는 것이 현재 돼지고기 시장의 현실이다.

관련업계에 따르면 최근 돼지고기 재고량은 수출용 안심, 등심 수매물량 5천5백여톤, 수매돼지고기 1만5천여톤, 민간보유 연말 재고 안심, 등심 2만9천여톤과 후지 4만4천여톤 등으로 추정되고 있다.

연말 재고누적은 내년도 양

이에 따라 이들 비인기 부위의 내수시장의 소비확대를 위해 생겨난 최고의 대안인 '돈가스' 바람은 아직 본격적으로 불지 않고 있지만 주목되고 있다.

돈가스 소비확대를 위해 일본의 전문가를 초빙하고, 국내 요리전문가들에게 강습을 요청하고, 영양사 등을 통해 양돈산업의 어려움을 호소하는 등 다각적인 노력을 기울이고 있다.

돈가스 전문점 1천개 프랜차

▼안·등심을 이용한 돼지고기 샤브샤브

이즈, 백화점 및 슈퍼마켓 20개소, 가정소비 등을 가정한다면 월 4천750톤, 연간 5천7백톤의 비인기 부위가 소비된다는 것이다. 또 여기에 안심, 등심에 대한 학교, 산업체, 군대 등 단체급식을 통한 비인기 부위의 소비량은 월 1만8천여톤에 달할 수 있다는 것이다.

이와 함께 열처리 가공품의 수출병행이 이뤄지면 비인기 부위의 적체현상은 어느정도 해소할 수 있다고 전문가들은 강조하고 있다.

이는 지금과 같은 상황에서 비인기 부위에 대한 소비확대는 돈가스와 단체급식소의 돼지고기 사용량을 증가시키는 방법 외에는 특별한 대안이 없기 때문이다.

그러나 이 역시 경계해야할 부분이다. 왜냐하면 돈가스 붐이 일어날 경우 수익을 이유로 저질 원료육 사용증가에 따른 소비자들의 외면은 오히려 돼지고기 소비증대에 역행할 수도 있다는데 기인되고 있다.

### 요리개발 실험정신 절실

비인기 부위에 대한 소비확대는 생산자는 물론 돼지고기 제품을 파는 업체들의 노력도 더욱 필요한 시점이다.

또한 삼겹살 소비집중화라는



왜곡된 돼지고기 소비문화가 이 기회에 떨쳐 버리는 계기로 삼아야 할 것이다.

이를 위해서는 요리전문가 및 돼지고기 소비를 유도하는 주체세력들의 비인기 부위를 이용한 요리개발 실험정신이 그 어느 때보다 필요한 시점이다. 그저 구워먹고, 볶아 먹고, 삶아 먹는 방식에서 간단하기 그지없는 소스에 버무려 먹는 돼지고기 식습관에서 탈피할 수 있는 새로운 도전정신이 요구되고 있다고 전문가들은 지적하고 있다.

전문가들은 이를 위해 돼지고기를 이용한 다양한 퓨전요리 개발을 제안하고 있다.

이와 함께 돼지고기 소비홍보에 있어서도 돼지 생산, 육가공, 유통 등 공동의 소비홍보 프로그램이 지속돼야 한다는 것이다.

생산자들도 외국과 같이 TV 등 공중과 방송을 통해 돼지고

기 소비홍보를 해야한다. 돈이 많이 드는 홍보는 절대적으로 육가공업체들만의 몫이 아니라 는 점이다.

그래서 기존의 사고를 달리 하는 소비홍보를 통해 소비자들에게 다가갈 수 있어야 할 것이다.

홍보에 있어서 알면서도 소홀하게 생각하고 있는 것은 돼지고기를 사 주고(유통업체), 먹어 주는(소비자) 대상에 대한 인식이 부족하다는 지적도 나오고 있다.

돼지값 하락에 대한 불안감이 극도로 높아지고 있다. 당장에 나타나는 효과를 기대하는 정책이나 소비촉진 홍보는 단발성으로 끝나게 돼 있다.

보다 지속적으로 장기적인 관점에서 계획하고 추진해야 할 것이다. 무엇보다 돼지고기 소비편중 부위에 대한 파괴를 통한 내수소비 확대가 절실하다. **양돈**