



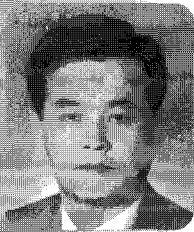
# 육가공업체에서의 수출부위 활용 확대 방안

### 1. 현황

우리 나라에서 식육의 소비량은 <표 1>에서 볼 수 있는 것과 같이 지난 30년 동안 돼지고기가 부동의 1위 자리를 확고하게 지켜온 것이 사실이며, 앞으로도 그러한 위치가 상당히 오랫동안 지속될 것임을 부정할 사람은 없을 것이다.

그러나 우리 나라에서 식육의 축종별 소비량 신장율이 지난 30년 동안에 쇠고기 7.1배, 돼지고기 6.3배, 닭고기 4.9배로 돼지고기가 2위였으나 지난 10년 동안에는 쇠고기 2.07배, 돼지고기 1.39배, 닭고기 1.73배로 닭고기 보다는 소비 신장율이 낮아졌다.

이러한 결과는 양돈산업과 돼지고기의 유통시장, 그리고 돼지고기의 가공산업에서 소비자들의 욕구충족에 보다 더 많은 노력이 요구되고 있음을 시사하는 것이다. 좋은 사례로 미국에서는 닭고기에 대해 효율적인 생산과 공급 채널을 갖추고, 소비자들의 값싸고 질 좋은 단백질



김 용 곤 농학박사  
농촌진흥청 축산기술연구소

<표 1> 우리나라의 육류 1인당 소비량

(kg/연)

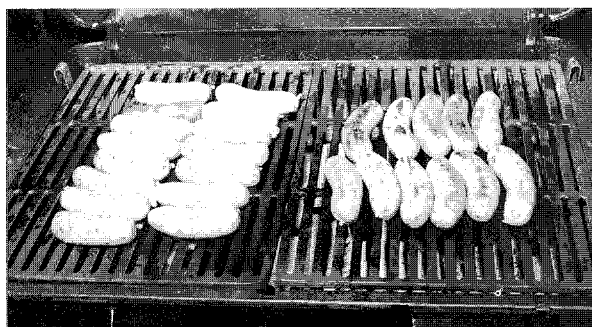
구 분	1970	1980	1990	2000
쇠 고 기	1.2	2.6	4.1	8.5
돼 지 고 기	2.6	6.3	11.8	16.5
닭 고 기	1.4	2.4	4.0	6.9
총 계	5.2	11.3	19.9	31.9

(자료 : 농림부 2001)

식품을 원하는 욕구에 부응함과 아울러 소비자들의 선호도가 높고 편이성을 추구한 제품의 개발로 시장개척에 성공하여, 닭고기의 소비가 쇠고기나 돼지고기의 소비를 이미 앞서는 성과를 거두고 있음은 이미 알려진 사실이다.

축육 제품의 생산과 소비도 <표 2>에서 볼 수 있는 것과 같이 지난 30년간 약 58.2배로 크게 성장되었으며, 국내 양돈관련 산업의 발전을 바라는 필자의 입장에서 볼 때 더욱 더 다행스러운 것은 지난 10

년간 육제품의 생산량이 육질이 낮은 원료육을 이용하여 생산하는 축육 소시지는 1.25배로 신장율이 비교적 낮은 편이고, 특히 혼합 소시지의 생산량은 오히려 46.8%가 감소하는 결과를 보인 반면 양질의 원료육을 사용하는 햄과 베이컨의 생산량은 2.4배 이상의 높은 신장율을 보이고 있다.



▲ 양질의 원료육을 사용하는 햄과 베이컨의 생산량은 2.4배 이상의 높은 신장율을 보이고 있다.

<표 2> 국내 유제품 생산량 변화

(단위 : M/T)

구 분	축육소시지	햄	베이컨	캔 류	축육소계	혼합소시지	총 계
1970	1,336	129	2	429	1,896	-	1,896
1980	1,895	728	80	3,075	5,778	-	5,778
1990	27,698	23,013	601	7,179	59,772	37,598	97,370
1999	31,341	50,697	1,213	12,620	95,871	18,832	114,703
2000	34,562	55,855	1,483	18,393	110,293	20,009	130,302

(자료 : 농림부 2001)

<표 3> 돼지고기의 부위별 인식도 및 선호도

(단위 : %)

구 분	안 심	등 심	앞다리	뒷다리	어깨등심	삼겹살	갈 비	모 립
인식도	60.8	68.1	37.8	34.7	30.8	95.7	93.2	1.4
선호도	37.8	45.2	9.9	9.3	18.6	79.9	81.4	-

(자료 : 축산기술연구소 김동훈 등, 1992)

<표 4> 요리형태별 기호도

(단위 : %)

구 분	전 체	학 생	회사원	공무원	자영업	주 부	무 지
구 이	87.1	75.0	82.7	83.3	92.0	95.0	88.2
불고기	9.9	25.0	13.7	16.6	8.0	0.0	11.8
탕 류	3.0	0.0	3.4	0.0	0.0	5.0	0.0

(자료 : 축산기술연구소 유영모 등, 2002)

## 2. 문제점

우리 나라의 양돈산업에서 가장 큰 문제점은 일반가정에서 돼지고기를 소비 및 이용하는 데 <표 3>에서 볼 수 있는 것과 같이 부위별 선호도가 현저한 차이를 보여 부위별 수급 불균형이 크다는 점일 것이다. 돼지고기의 부위별 인식도는 선호도와 밀접한 관련이 있으며 가장 선호하는 부위는 갈비와 삼겹살 부위이며 가장 선호도가 낮은 부위는 앞다리와 뒷다리 부위였다.

식생활에서 간편성 추구가 심화되면서 우리 나라에서 가장 대중적이던 불고기 요리가 퇴조하고 구이요리가 대중화되면서 2002년 축산기술연구소에서 조사한 바에 의하면 외식산업에서 일반소비자들의 요리형태별 선호도도 <표 4>에서 볼 수 있는 결과와 같이



양돈산업이 잘 발달된 나라들에서는 식탁용(Table meat)으로 인기가 낮은 부분육은 그들의 식문화와 접목하여 소비자들이 좋아할 수 있는 가공제품을 개발하여 부가가치를 높여 식탁에서 돼지고기 소비가 확대될 수 있도록 하여 문제를 해결하고 있다.

전반적으로 구이요리에 대하여 극도의 편향된 선호경향을 보이고 있다.

그리고 우리나라 일반소비자들의 외식시 돼지고기의 선호부위도 삼겹살(63.4%), 목등심(18.8%), 갈비(10.9%), 갈매기살(6.9%) 순으로 삼겹살과 목심 부위에 편향된 선호경향을 나타내어 외식산업에서 우리나라 돼지고기의 약 절반 이상을 소비하는 점을 고려하면 우리 나라 양돈산업의 발전에 심각한 문제라 하지 않을 수 없다.

축산기술연구소에서 2001년에 조사한 바에 의하면 돼지고기의 부위별 생산율은 <표 5>에서와 같이 부위별로 제한

되어 생산되지만 김일석 등이 조사 보고한 식육소매점에서 부위별로 판매되는 비율과 앞에서 언급한 부위별 선호도에 의하여 차이가 크기 때문에 수출 부위는 잔여육으로 남게 되어 부분육 가공업체의 경영에 많은 어려움을 가중시키고, 이는 결국 양돈산업 안정에 전반적인 장애 요인으로 작용하고 있다.

돼지고기의 대일본 수출이 가능할 때는 돼지고기의 이용(가공 포함) 및 요리방법의 차이에 의하여 부위별 선호도가 서로 달라 상호 보완적 돈육 시장구조로 인하여 국내 양돈산업의 부위별 수급문제 해결에 크게 도움이 되었으나,

구제역과 돼지콜레라 발생으로 그러한 이점을 살릴 수 없게 되어버린 것은 모두 우리 자신들의 책임일 것이다.

### 3. 수출부위 활용 확대 방안

앞에서 살펴본 현황 및 문제점들로 인하여 우리 나라 양돈산업 발전에 장애가 되고 있다는 것을 우리 모두는 잘 알고 있다. 중요한 것은 문제점에 대한 인식이 아니라 그 해결책을 모색하여 노력하는 것이 될 것이다.

이러한 문제점들은 우리 나라에서 돼지고기의 소비가 대부분 육제품으로 가공되지 않고 식탁용(Table meat)으로만 편중하여 소비하는데 그 원인이 있다고 할 수 있는데, 양돈산업이 앞서 있는 나라들은 돼지고기의 생산과 소비과정에서 어떻게 하여 부위별 수급이나 돼지고기의 수급 안정을 기하

<표 5> 돼지고기의 부분육 생산율과 식육소매점에서 부분육 판매비율 (단위 : %)

구 분	안 심	등 심	목 심	앞다리	뒷다리	삼겹살	잡 비
부분육생산율 (축산연 '01)	2.1~2.4	12.0~14.2	9.3~10.0	16.5~18.3	26.8~29.1	16.1~17.6	4.8~6.1
소매점판매비율 (김일석 '00)	1.1	1.5~2.7	19.9~24.9	9.4~14.8	2.0	45.7~54.7	8.8~14.4

고 있는지를 살펴보면 가장 안전하고 확실한 대처방안이 될 수 있을 것이라 생각한다.

그렇다면 양돈산업 선진국들에서는 어떻게 돼지고기를 소비하고 있는 것인가? 물론 그들도 우리와 같이 돼지고기를 가정이나 요식업소에서 식탁용으로 요리하여 이용하지 않는 것은 아니다. 그들도 우리와 마찬가지로 그들 나라에서 발달한 돼지고기 요리방법에 따라 그들 국민들이 좋아하는 요리용으로 식탁에서 상당량이 이용되고 있다. 그 비율이 우리 나라에 비하여 매우 낮다는 차이가 있을 뿐이다.

유럽이나 북미주의 양돈 선진국에서 생산되는 돼지고기의 가공비율은 대체로 70~80%에 이르는 것으로 알려져 있으며 일본만 하여도 20%를 훨씬 넘고 있으나 우리 나라는 이제 겨우 10%를 넘어서고 있는 실정에 있다.

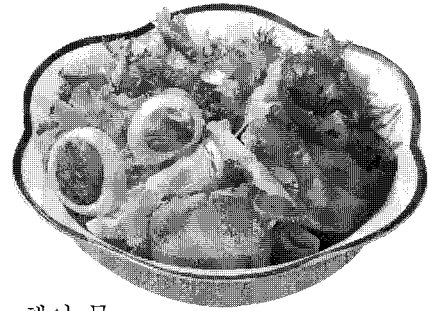
또 이들 축산가공제품 속에는 치열한 가격경쟁으로 인하여 값이 싼 질이 매우 낮은 수입 원료육이 대량 사용되고 있는 점을 고려한다면 국내 생산 돼지고기의 가공비율은 더욱 낮을 것이 자명한 일이

다. 이와 같이 양돈산업이 잘 발달된 나라들에서는 식탁용(Table meat)으로 인기가 낮은 부분육은 그들의 식문화와 접목하여 소비자들이 좋아할 수 있는 가공제품을 개발하여 부가가치를 높여 식탁에서 돼지고기 소비가 확대될 수 있도록 하여 문제를 해결하고 있다.

우리 나라에서 육제품 시장이 크게 신장되지 못하고 있는 이유를 사람들마다 여러 가지로 이야기할 수 있겠지만 필자가 개인적으로 가장 크게 생각하고 있는 것은

첫째가 결국은 우리국민들의 입맛과 건강에 직결되는 문제인데도 좋은 원료가 좋은 상품을 만들 수 있다는 아주 간단한 원칙이 무시된 채 생산되어진 상품들이 범람하고 있다는 점을 지적하지 않을 수 없다.

둘째는 국내 육제품에서 우리 식탁과 어우러질 수 있는 마땅한 제품이 적다는 것이요, 이것은 곧 서양식 가공제품을 우리 식탁에 적합하도록 변형하는 노력과 우리 식탁에서 간편성을 추구하여 주부들의 가사노동을 덜어주도록 식탁문화를 바꾸려는 노력의 병



행이 무

엇보다도 우선되어야함을 시사하고 있다.

셋째는 다양한 원료육을 활용한 새로운 제품이나 특징이 있는 제품들이 부족하고 가격경쟁에 치우친 천편일률적인 제품들이 매장을 가득 채우고 있어 소비자들의 구매 동기를 유발하지 못하고 있다는 점이다.

이러한 점을 염두에 두고 제품개발과 홍보에 지속적인 노력을 기울인다면 분명 소비자들로부터 좋은 반응을 얻을 수 있을 것이며, 이것은 마땅한 요리가 발달되지 못하거나 시대의 변화에 따라 발달되었던 요리가 쇠퇴하여 식탁용으로 선호도가 낮아짐으로써 국내 생산 돼지 한 마리에서 선호도가 높은 부분육만 소비되고 남게 되는 비인기 돼지고기 부분육의 수요를 창출하게 되어 국내 양돈산업의 발전에 기여하게 될 것이라 생각된다. **양돈**