



# 돼지고기 유통구조 현황과 문제점 및 해결방향

## 1. 서 론

'04년 한 해는 축산물을 생산하는 모든 생산자들 양돈농가 뿐만 아니라 양돈, 한우, 육우농가에게는 행복한 한 해가 아니었나 생각한다.

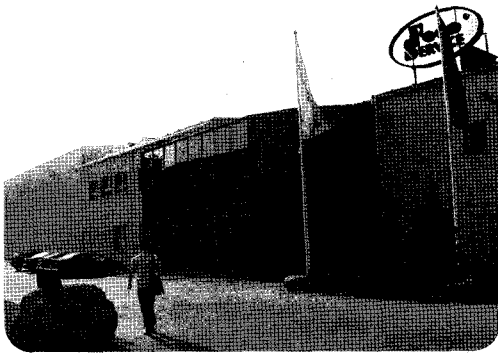
그 이유가 불행하게도 미국의 BSE(광우병) 발생과 가금인플루엔자 등의 질병에 기인했다는 안타까움은 있지만 그래도 가격이 높아 사료비등 생산비 인상에도 불구하고 수익을 가져왔던 한 해가 되었던 것 같다.

하지만 축산물을 가공하고 유통하는 업체나 종사하는 사람들은 상대적으로 힘든 한 해가 되었을 것이다. 양돈산업이 제로섬(Zero Sum: 한 쪽이 이익을 보면 상대는 그만큼 손해를 본다) 게임을 하는 것이 아닐진데 매년 명암이 엇갈리고 있는 것은 바로 돼지고기의 유통구조가 잘못되어 있다는 반증일 것이다.

이러한 돼지고기의 유통구조 현황과 문제점을 새삼 언급한다는 사실이 안타깝다. 그런 의미에서 이번에는 좀 더 색다른 내용을 가지고 접근하고자 하지만 특별한 대안 또한 없다는 것이 걱정이다. 하지만 중요한 것은 돈육을 유통하는 업체들이 이익이 되어야 양돈산업이 발전하고, 생산하는 농가들도 지속적인 수익을 가져갈 수 있다는 것이다. 이러한 측면에서 우선 국내 유통구조가 어떻게 변화되고 있는지를 살펴보고, 그에 따른 문제점과 해결방안을 제안하고자 한다.



이 익 모 부장  
CJ 푸드시스템



●〈자료사진〉 푸드서비스 가공장 전경

## 2. 국내 유통의 변화

### 가. 소비패턴의 변화

1) 축산물 생산이력제가 도입된다.

식품업을 하는 사람들의 '04년의 최고의 화두는 "웰빙"이라는 단어일 것이다. 이러한 영향으로 유기농산물의 판매와 매장이 확대되었을 뿐만 아니라 그에 따른 산업이 급속도로 확대되면서 육류에 대해서도 안전한 축산물, 그리고 축산물의 유통흐름을 알 수 있는 제품을 요구하게 되면서 일부 유통업체가 시행하고 있는 축산물 생산이력제 등이 도입되는 것은 매우 바람직한 방향이라고 생각된다.

그러나 이러한 변화에는 반드시 생산비가 증가하고 가공비가 증가한다는 것이다. 이러한 구조적인 변화 속에서도 소비자는 지불하고자 하는 가

격에는 너그럽지 않다는 것이다.

이러한 문제점을 해결하기 위해 자조금을 활용한다든지, 정부차원에서 정책 지원이 필요하다고 할 수 있다.

더불어 현재 정부 차원에서 추진하고 있는 수입 쇠고기 유통에 시범 적용하려고 하는 전자택(RFID:Radio Frequency Identification)을 이용한 수입유통추적시스템도 이러한 소비자들의 요구사항에 잘 부응하는 것이라고 할 수 있으며, 이러한 시스템이 수입 돼지고기에도 조기에 도입되는 것이 바람직하다.

축산물 생산이력제와 유통 추적시스템의 도입은 근본적으로 원산지 표시를 속이는 둔갑판매를 철저히 막을 수 있는 방법이라고 생각된다. 하지만 이러한 생산이력제는 현재 육가공 시스템 구조에서는 개체별 관리가 어려우므로 농장별 군별 관리를 하는 것이 비용을 효율적으로 사용하는 방법일 것이다. 이를 농장의 전산기록과 연계하여 시행한다면 더욱 효과적인 관리시스템이 될 것이고, 소비자들에게도 신뢰를 가져다 줄 것이다.

2) 선호부위인 삼겹살이 남아 냉동화되다.

최근까지만 해도 1차 육가공 업체들의 가공 작업두수 결정은 삼겹살 판매량에 맞추었다. 그런데 올해는 성수기라고 할 수 있는 4월에서 8월까지 가공작업을 하는 업체들이 고돈가에 따라 작업두수를 줄였음에도 불구하고 냉장 삼겹살 재고가 쌓여 결국에는 냉동을 시키는 현상이 발생하였다.

이러한 현상의 가장 큰 원인은 고돈가에 따른 원가상승으로 부위별 가격 불균형에 따른 손실을 최소화하기 위해 가장 선호하는 삼겹살에 가격을 너무 많이 올려 소비자들의 가격 저항선에 부딪혀 소비가 급감한데 기인하였다고 볼 수 있다.

현재 가정용으로 판매되는 정육점이나 할인점 등에서 소비자가 받아들일 수 있는 가장 적절한 삼겹살 가격은 한 근에 1만원이라고 볼 때, 100g에 1,300원~1,400원이라고 할 수 있으나 '04년 성수기의 삼겹살 가격은 100g에 1,500원을 넘어 2,000원이 넘는 경우도 있었다.

결국 삼겹살의 1만2천원 전후의 가격은 소비자들로 하여금 수입쇠고기나 수입돈육으

로 이동하게 만든 요인이라고 할 수 있다.

또한 외식(한식당)중에 차지하는 비중이 비교적 높은 삼겹살의 원료가격 상승에 따른 식당에서의 메뉴 전환과 가격이 저렴한 수입삼겹살이 공급되면서 수입삼겹살의 가격이 강세를 보이고 수입량도 증가하는 현상이 나타났다.

현재 국내 삼겹살 시장에서는 자급률을 70% 정도로 추정하고 있으나 '04년의 경우 가격경쟁력을 잃어가면서 자급률이 60% 정도로 낮아지고 있다고 볼 수 있다.

3) 구이문화에서 2차 가공 등 RTC(Ready To Cook)제품으로 바뀌고 있다.

그동안 우리나라의 돈육 소비는 구이문화가 주류를 이루면서 삼겹살이 가장 선호하는 부위가 되었다. 그러나 '04년의 경우를 보면 보쌈육의 확대와 매운 갈비찜 등이 메뉴로 등장하면서 소비자들의 소비패턴이 변화되고 있다는 것이다. 또한 양념갈비 등의 냉동제품을 선보이면서 전자레인지에 데워서 간편하게 먹을 수 있는 제품(RTC)들의 소비가 점차 증가하고 있는 추세이다.

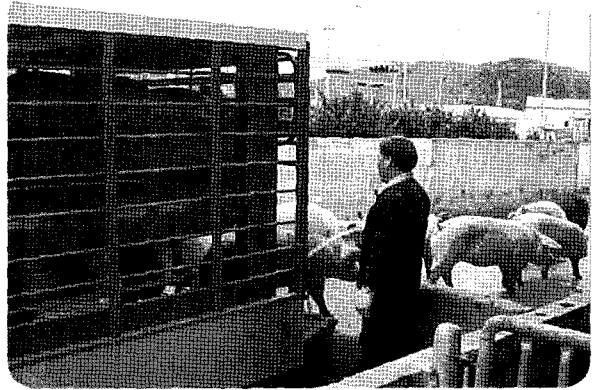
또한 백화점이나 할인점 등

에서도 2차 가공된 제품(돈가스, 양념육, 꼬치 등)들의 소비가 지속적으로 증가되고 있으며, 이는 일본의 식육시장 패턴과 유사하다.

### 나. 유통구조의 변화

가정소비에서 국내산 돼지고기의 경우 냉장제품으로 95% 이상 전환되었다고 볼 수 있고, 유통경로도 할인점 및 백화점, 대형슈퍼 등이 차지하는 비율을 80% 이상으로 추정하고 있으며, 과거 정육점이 차지하는 비중은 점차 낮아지고 있다.

이러한 유통경로의 변화는 결국 수입삼겹살의 둔갑판매가 줄어들고 국내산이 정착하는 과정이라고 할 수 있으나, 최근 일부 유통업체에서의 수입 냉동삼겹살을 국내산으로 둔갑판매 하다가 적발당하는 사례를 볼 때 아직까지도 이러한 원산지 둔갑판매는 근절되지 않고 있음을 알 수 있다. 뿐만 아니라



●<자료사진> 돼지 출하 장면

일부 식당에서도 최근 수입 돈육의 품질이 높아지면서 소비자들이 판단하기 어려운 점을 악용하여 원산지를 속여 판매하는 사례도 있다.

최근 이러한 일들을 막기 위해 식당에서의 원산지 표시제를 도입하기 위한 양돈업계 차원에서 활발한 활동이 이루어지고 있는 것으로 알고 있다. 이러한 원산지 표시제도 도입은 국내 양돈업계에 미치는 장단점이 있다는 사실을 간과해서는 안 될 것이다.

장점이라면 지금까지의 원산지 둔갑판매를 철저하게 막을 수 있어 소비자들에게 정확한 축산물을 공급하여 우리 축산물의 우수성을 알릴 수 있는 기회가 높아진다는 것이다. 또한 수입육이 둔갑판매 되었던 부분이 국내산으로 판매되기 때문에 국내산 판매가 증가되고, 그 결과 국내 돈가가 높을

것으로 추측할 수 있다.

반면에 과거와 같이 수입돈육의 제품 품질이 낮지 않다는 것이다. 가격적인 측면에서 보면 수입 냉장돈육의 경우 100g 가격이 8,000원 전후라고 본다면, 국내산 가격과의 가격경쟁력이 40% 이상 있다는 것이다. 생산하는 입장에서야 품질이 다르다고 하겠지만 수입돈육과 국내산 돈육의 품질을 가격과 맛을 고려하여 선택한다면 과연 소비자가 어떤 제품을 선택할 것인가를 냉정하게 판단할 필요가 있다.

또한 과거 수입 냉동돈육의 경우 급속 냉동하는 기술이 낮아 삼겹살의 품질이 낮았을 뿐만 아니라 유통되는 제품도 생산일자가 오래된 제품이 유통되면서 품질이 떨어졌지만, 최근에는 수출하는 팩커(packer)들의 급속냉동 기술이 발달되고 유통되는 제품의 생산일자도 단축되면서 품질이 높아졌다는 것이다.

결국 수입 냉장, 냉동제품의 품질이 국내산 제품들과의 경쟁력을 키우고 있다는 점에서 국내산 돈육의 품질을 개선하지 않으면 안된다. 가장 중요한 것은 지금까지 생산하는 농가들 입장에서 돼지를 키워서 출하만 하면 그만이라

는 생각에서 벗어나 식품을 제조하는 제조업체라는 마인드의 변화라고 할 수 있다.

물론 생산이력제가 되면 농장의 품질 체크시스템이 도입 되겠지만, 중요한 것은 생산하는 농장이 경쟁력 있는 우수한 식품을 제조해야 한다는 마인드의 변화 없이는 제도는 의미가 없다는 것이다. 미국의 광우병 사례에서 보듯이 결국 한 번의 질병 발생으로 소비자들에게 불신을 가져오고 산업에는 엄청난 피해를 가져온다는 것이다.

#### 다. 수입돈육의 유통변화

올해 수입돈육의 가장 큰 이슈는 칠레와의 FTA(자유무역협정)체결일 것이라고 생각된다. 그뿐만 아니라 수입육의 형태가 다양화 되고 있다는 것과 삼겹살 위주의 수입에서 앞다리로 분류되는 목전지(전지, 어깨)와 Forhand(전지, 어깨, 갈비)의 수입량이 많아지고, 특히 뼈삼겹살 등의 수입이 증가했다는 것이 특징이라고 할 수 있다. 더불어 수입량('04년 약 10만톤 예상)도 많았지만 비수기까지도 가격이 높게 형성되고 있으며 수입도 지속되고 있다.(자세한 내용은 수입육 동향 참조)

이러한 부분 이외에 할인점, 백화점 등에서 수입삼겹살이 판매되기 시작하였으며, 수입 냉장삼겹살이 확대되면서 판매경로가 보다 다양화되고 있다는 것이다. 그리고 '03년까지만 해도 성수기에 냉장삼겹살의 수입이 편중되었는데 '04년의 경우 고돈가가 형성되면서 비수기에도 냉장삼겹살이 수입되면서 서서히 국내 시장을 잠식하고 있다는 것이다.

### 3. 돼지고기 유통의 문제점과 해결방향

돼지고기 유통현황에서 언급한 부분도 있지만 다음과 같이 요약할 수 있을 것 같다.

#### 가. 부위별 불균형한 가격구조를 탈피하자.

현재의 각 분야별로 부위별 불균형된 소비를 개선하기 위한 많은 노력들이 이루어지고 있어 최근에는 후지와 등심 등 수출부위의 소비가 증가하고 있지만 아직까지도 역부족이라고 할 수 있다.

양돈자조금을 활용한 적극적인 홍보 등은 매우 고무적인 일이라고 할 수 있을 것이다. 가장 중요한 것은 외식업

체 등에서 이러한 메뉴를 사용하는 것이 가장 바람직하다고 할 수 있으므로 양돈협회와 같은 양돈관련 업체에서 외식사업을 하는 기업의 메뉴 연구실이나 호텔 혹은 패밀리 레스토랑 등을 통한 메뉴 연구나 제안 등은 매우 효과적일 것이라고 생각한다. 특히 일반인들의 인식을 바꾸기 위한 메뉴제안 캠페인 등도 하나의 방법이 아닐까 생각한다.

#### 나. 국제적인 품질경쟁력을 갖자.

이제는 국가간의 장벽이 사라지고 세계적인 무역이 이루어지고 있으며, 소비자들의 생각이 위생과 안전에 관계 관심이 높아지면서 구제역이나 돼지콜레라 등과 같은 질병이 발생할 경우 과거와는 달리 소비자들이 냉정하게 우리의 제품에 등을 돌린다는 것이다.

이제는 질병도 세계적으로 발병하고 있어 무엇보다도 철저한 방역 등 예방관리가 가장 중요하며, 특히 양돈장을 운영하고 있는 양돈업자들은 단순하게 돼지를 키운다고 생각할 것이 아니라 돼지고기라는 제품을 생산하는 식품제조

업자라는 인식을 가지고 품질 경쟁력 향상에 적극 노력해야 할 것이다.

#### 다. 소비자가 원하는 품질을 생산하자.

소비자들이 진정으로 원하는 고기는 무엇인가? 돼지고기는 안전하고 위생적이며 맛있는 돼지고기일 것이다. 이러한 소비자들의 욕구를 어떻게 충족시킬 것인가가 중요한 일일 것이다. 이러한 방법의 하나로 식당의 원산지 표시제 도입이나 생산이력제 등을 들 수 있으나, 이보다 더욱 더 중요한 것은 이제는 농장에서 데이터 관리를 통한 농장관리와 이에 따른 품질관리 제도가 도입되어야만 한다.

일본의 경우 가공장뿐만 아니라 농장에도 이미 이러한 품질관리 제도가 도입되어 소비자들이 안심하고 돼지고기를 구매할 수 있도록 하고 있다.

#### 라. 생산중심의 정책에서 유통중심의 정책으로 전환되어야 한다.

마지막으로 현재 정부의 정책을 보면 브랜드를 정착시키기 위해 생산자 중심으로 정책이 이루어지고 있는데, 이

는 소비자 중심의 유통시장과 맞지 않는다고 볼 수 있다. 소비자 중심, 유통업체 중심으로 정책이 이루어져야 유통하는 업체들에게 이익을 가져다 주고, 그래서 유통업체는 적극적으로 판매를 확대하여 결국 생산자에게 이익이 환원될 수 있는 것이다. 생산은 많은데 유통하는 업체들이 이익이 안되면 판매를 기피하고, 그래서 생산하는 농장에 혜택이 가지 않는 현상이 반복되고 있는 것이다.

수출을 장려하기 위해 수출업체에게 장려금을 지급하듯이 브랜드육을 유통하는 업체에게 장려금 등을 지원하여 이러한 장려금이 생산자들에게 돌아갈 수 있도록 해야만 생산자와 유통업체가 윈윈(winwin)하는 정책이 될 것이다. 예를 든다면 현재 수출부위의 불균형한 소비를 해소하기 위한 정책을 시행할 경우 수출을 위해 지원하는 것보다는 외식업체와 연계한 메뉴개발이나 이러한 부위를 사용하는 업체에게 지원을 하는 것이 우리나라 양돈업의 경쟁력을 향상시키는 길이 될 것이다. **양돈**

