



특 집

최근 돼지고기 시장변화와 대응방향

소비자는 '건강한 돼지고기'를 원해

가 축용 항생제 과문이 확산되면서 돼지고기 소비도 줄어들고 있다. 특히 동물약품 오·남용 문제는 앞으로 계속해서 소비자들이 육류 섭취를 꺼리게 하는 단초를 제공할 수 있어 각별한 관심이 요구되고 있다.

이 문제는 보통 심각한 수준이 아니라는 것이 전문가들의 공통된 지적이고 보면 강력한 대책이 절실하다. 예컨대 예전에는 주사 한 방이면 해결되었던 것이 이제는 서너 차례 이상 주사를 놓아야 한다는 것이다. 그만큼 내성이 강해졌기 때문이다.

무엇보다 이 문제는 우리나라 국민이 가장 많이 먹는 돼지고기 뿐만 아니라 쇠고기, 닭고기 전체 육류에 걸쳐 소비확대의 발목을 잡는 '최대 걸림돌'이 될 공산이 크다.

결론은 하나로 압축된다. 소비자들이 날이 갈수록 건강에 대한 관심이 높아지면서 맛있는 고기는 물론 위생적으로 안전한 고기와 함께 '건강한 고기'를 원하고 있다는 사실이다. 여기에 가격까지 적당하면 금상첨화다.

그런데 이렇게 만들기가 여간 힘들지 않다는 것이 문제다. 이미 사육단계인 '농장에서부터 식탁까지'라는 캐치프레이즈는 외치지 않더라도 앞으로 친환경적인 돼지고기를 만들어 내지 않으면 소비자들로부터 외면 당할 것이 자명하다.

그렇다면 영악해지고, 까다로워지고 있는 소비자들의 입맛을 어떻게 사로잡을 수 있을까? 이 문제는 세상이 바뀌면 바뀌는대로, 시간이 흐르면 흐르는대로 영원히 풀어나가야 하는 숙제인지도 모른다.

좀 더 깊이 들어가면 소비자들은 이런 돼지고기를 원한다. 안전한 돼지고기, 정확한 표시, 적당한 가격, 맛있고 영양이 많은 돼지고기, 역



권영철 대표
미트저널(주)

추적이 가능한 돼지고기, 전 단계의 HACCP 적용 등... 나열하자면 끝이 없을 정도로 요구하고 있다. 아니 어쩌면 매년 해가 바뀔 때마다 생각지도 못한 것을 요구할지도 모른다.

이러한 일련의 소비자들의 욕구에 부응하기 위해 생산자들과 유통업체들이 적극적(?)으로 나서고 있는 것이 브랜드육이다. 그러나 최근에는 브랜드육에 대해서도 소비자들은 예전과 같이 높은 신뢰를 하지 않고 있다는 것은 우리에게 많은 것을 시사하고 있다.

브랜드육에 대해 소비자들은 "가격이 비싸도 브랜드가 붙은 고기는 생산에서부터 처리과정이 안전하다고 믿을 것"이라는 심리를 반영한 것 같다."고 평가하고 있다. 그러나 소비자들은 현재 시중에 나와

있는 국내산 돼지고기 가운데 브랜드육과 일반 돼지고기와 비교해 차별성을 두는지 의문을 제기하는 빈도가 높아지고 있다.

1. 삼겹살 가격 '소비저항선'은 없다

더욱이 헤아릴 수도 없이 많은 브랜드 돼지고기 가운데 일부는 가격만 높게 책정해 놓고 있다는 지적이 예상외로 높아지고 있는 실정이다. 브랜드 돼지고기는 한결같이 특이한 사료를 먹고, 특수 위생 가공처리를 했다고 선전하고 있지만 과연 소비자가 원하는 돼지고기를 생산하는데 문제는 없는지, 과장된 광고는 아닌지 소비자들은 궁금하다고 지적하고 있다.

특히 소비자들은 돼지고기가 밥상에 올라오기 전에 문

제가 없는 것을 원하고 있다. '사후 약방문' 보다 '사전 약방문'이 되어야 한다는 얘기다.

소비자 판매가격에 있어서도 그렇다. 경제침체로 돼지고기 소비가 감소됐다는 것에 대해서는 부연설명이 필요 없지만, 삼겹살이 남아돈다는데 가격은 떨어지지 않고 있다. 이와 같은 현상에 대해 전문가들은 "돼지고기 유통 및 소비패턴이 변화되고 있는 것 같다."고 분석하고 있다.

지역별로, 브랜드별로 소비자 가격이 다소 차이는 있으나 최근 들어 냉장브랜드육 삼겹살 가격의 경우 kg당 2만원에 육박하고 있다. 이같은 가격대는 '소비저항선'에 부딪힐 수 있을 뿐만 아니라 돼지고기 구입 회수를 아예 줄이는 결과를 초래하고 있다.

물론 지육가격이 kg당 4천원의 높은 가격에서 등락을

<표 1> 국내산 브랜드 돼지고기 도매가격 동향(2004. 11. 4 현재)

(단위: 원/kg)

구분	업 체	삼 겹 살	목 심	갈 비	전 지	등 심	안 심	후 지
냉 장 품 육	A	12,400	10,100	7,100	5,200	5,600	6,600	4,700
	B	12,800	10,400	7,900	5,300	5,800	6,600	4,700
	C	12,150	9,800	7,900	5,150	5,600	6,450	4,500
	D	8,800	6,900	5,900	3,900	3,600	4,200	3,600
	E	10,300	8,400	7,300	3,600	3,700	5,200	3,800
	F	8,700	6,800	5,500	3,600	3,300	3,200	3,100
냉 동 품 육	B	10,300	9,200	7,300	4,500	3,200~3,400원대		3,100~3,300원대
	C	10,450	9,300	7,300	4,550			
	F	8,500	6,600	5,300	3,400			

보일 때는 어쩔 수 없다고 볼 수 있지만, 지금은 2천8백원대로 떨어졌는데도 가격 연동이 되질 않고 있는데 대해 소비자들은 이해가 되질 않는다고 지적하고 있다.

더욱이 소비자들은 돼지고기 후지 가격이 kg당 적게는 1천원 이상 오른 이유에 대해서는 모르는 반면 삼겹살 가격 비싼 것은 안다. 이는 그만큼 소비 부위에만 집중되어 있음을 엿보게 하는 대목이다.

특히 돼지고기 소비시장은 처음과 같이 '가격, 위생'에 있다. 소비자 역시 이 부분에 있어 가장 민감하게 작용하고 있다. 따라서 생산자들은 어떤 돼지고기를 만들어야 하는가에 대한 해답이 이미 나와 있는 상태라는 것이다.

2. 돈육 “소비패턴이 변하고 있다”

돼지고기 소비시장에서도 많은 변화가 예고되고 있다. 실제 그동안 처치곤란을 겪었던 후지의 가격급등 현상에 대해 자세히 들여다보면 어느

〈표 2〉 돼지고기 소매가격 동향
(단위: 원/100g)

서 울		
품 목	강 동	송 파
삼겹	1,700	1,590
목심	1,600	1,420
갈비	1,000	950
등심	720	650
불고기	720	650
안심	750	950
사태	870	850

정도 뒷받침 된다. 삼겹살 공화국으로 알려져 있는 우리나라 돼지고기 시장에서 '삼겹살이 남아 들고, 후지가 없어서 못 살 정도'라는 상상은 있을 수 없는 것으로 인식됐기 때문이다.

이와 같은 이유 중 하나는 급식시장이 크게 확대되고 있다는 것과 후지를 원료로 사용하는 캔류 소비증가도 한 몫 하고 있다는데 찾아볼 수 있다. 또한 생산자단체의 비선호 부위 처리를 위해 다양한 돼지고기 요리 개발을 위한 적극적인 홍보도 요인이 될 수 있다. 이는 궁극적으로 양돈산업 발전과 무관하지 않다는 것이다.

관심을 갖고 지켜봐야 할 것은 소비자와 직접 대면하고 있는 식육판매업소, 할인점, 백화점, 대형유통업체들이 돼지고기 판매확대를 위해 다각적인 노력을 기울이고 있다.

수익성 창출이 주목적이기도 하지만, 돼지고기를 이용한 기존의 돈가스에 다양한 색깔의 칼라돈가스 등 즉석제품의 판매량이 늘어나고 있다는 것은 고무적인 일이 아닐 수 없다.

이제는 돼지고기 생산도 다양하다. 그 대표적인 것이 브랜드육으로 볼 수 있다. 건강을 위한 돼지고기 생산은 이제 필수요소가 되었다. 예전처럼 그냥 사료만 먹이던 시대는 지났다는 얘기다.

생산자도 유통과 소비시장을 면밀히 분석해 소비자가 어떤 돼지고기를 요구하는지 정확하게 짚어내야 한다. 사과의 혁명적 전환이 요구되는 시대다.

예컨대 돼지고기 도축검인을 쇠고기처럼 한우는 적색, 육우는 녹색, 젓소는 청색 등으로 구분하듯이 등급에 따라 색으로의 구분 방법도 검토해 봄직하다. 이 경우 소비자들은 판매대에 글로 써 있는 것만 갖고 믿고 구입하는 것보다 한 단계 더 업그레이드된 서비스를 제공받을 수 있을 것이다.

또 다양한 소비자들을 위해 선택의 폭을 넓힌다는 측면에서 저지방, 저염도, 고단백 상품의 돼지고기를 이용한 육가공품도 생산되어야 할 것이다. **양근**

