



# 일본 양돈산업 분석 통해 우리 양돈산업에 접목해야

우리나라 양돈산업과 밀접한 관계를 가지고 있는 일본의 돼지고기 유통실태를 조사하고 연구해 우리나라와 비교 분석해 보고, 국내 양돈산업의 정책 수립 및 발전방향을 수립하는데 참고하고자 본인을 비롯한 양돈자조활동자금 관리위원회 김동환·진길부 부위원장, 양돈자조활동자금 관리위원 등 19명이 11월 22일부터 25일까지 3박 4일간 일정으로 일본의 돼지고기 유통 현장을 살펴보고 돌아왔다.

우리는 3박 4일동안 일본의 돼지고기 유통시장 체인점으로 일본서 그 규모가 가장 큰 자스코(JUSCO) 유통센터와 신사이바시 미쓰코시 백화점내 돼지고기 유통현장, 재래시장인 구루모 흑문시장, 이즈미야 유통센터, 일본내 규모가 가장 큰 이세탄 백화점내의 돼지고기 유통현장을 살펴보고, 돼지고기 햄 주문 생산을 주로 하는 도쿄 오타마 햄 코바야시 상사, 「나는 코뿔소다」라는 브랜드로 착실히 성장한 사이타마현의 사이타마현의 사이바꾸 식품 가공공장 등을 방문해 돼지고기의 부위별 판매가격 및 포장 형태, 햄 가공 및 판매현장 등을 면밀히 관찰하고, 국내에 접목할 수 있는 부분을 연구하는 등 일본의 돼지고기 유통현장을 면밀히 조사했다.



최영열 위원장  
(양돈자조활동자금 관리위원회)  
(본회 회장)

## 일본 돼지고기 유통현장을 둘러보고

전국서 그 규모가 가장 큰 자스코 유통센터는 우리나라의 E마트와 유사한 할인전문 유통점으로 이곳에서 거래되는 제품은 평균 5~10% 저렴하게 판매되고 있다.

첫날 일본에 도착해 자스코 유통센터내 돼지고기 판매현장을 둘러보며 관심을 끌었던 것은 돼지고기가 각 부위별로 소포장 형

태로 제품 진열이 되어 있었던 것이다. 베이컨·햄 등 육가공품은 소비자가 구매해 바로 시식할 수 있게끔 가공되어 있었다. 일본도 우리나라와 마찬가지로 국산 돼지고기라는 점을 집중 부각시켜 판매하고 있었으며, 일본내 현 단위(국내의 경우 군 또는 시)로 양돈농가들을 묶어 공인인증을 해 유통센터와 현이 계약을 맺어 돼지고기를 납품하는 형태를 띄고 있었다. 특히 돼지고기를 생산한 농가들이 자기 이름을 걸고 고유의 브랜드 돈육을 판매하는 것을 볼 수 있었다. 돼지고기 가격은 부위별로 차이가 컸으며, 삼겹살



▲ 일본 자스코 대형 유통센터내 돼지고기 판매현장



▲ 신사이바시 미쓰코시 백화점에서 판매되고 있는 흑돈 브랜드

은 100g 기준 120엔 정도, 전·후지 등은 100g 기준 220엔 정도의 가격이 형성되어 있었다.

다음으로 방문한 신사이바시 미쓰코시 백화점내의 돼지고기 판매현장을 방문했을 때 우리 귀에도 익은 흑돈(黑豚)이라는 브랜드를 만나게 되었다.

이곳에서 판매되는 흑돈의 경우 일반 돈육보다 2배 이상의 가격으로 판매되고 있었는데 삼겹살의 경우 100g 기준 210엔, 후지는 100g 기준 410엔 정도에 거래되었다.

한편 국산 돼지고기와 수입산 돼지고기의 구분이 뚜렷했는데 국산돈육 가격이 수입산보다 3~4배 가량 높았으며, 식당의 원산지 표시제도의 경우 각 식당들이 자율적으로 표기해 소비자들에게 알리고 있었다.

다음으로 방문한 구로모 흑문시장을 들어서니 재래시장의 분위기는 살리되 전체적으로 매장들은 깨끗하게 잘 정돈되어 있었다. 특히 돼지고기는 부위별로 잘 진열되어 있었으며, 부위별 판매가격이 제시되어 있었다.

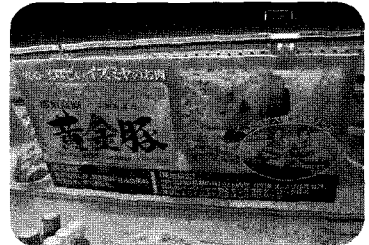
다음날 우리는 일본 천년 고도의 흔적이 그대로 남아 있는 교토로 이동하여 이즈미야 유통센터를 방문하고 돼지고기 유통 현장을 전학했다.



▲ 돼지고기 유통 재래시장인 구로모 흑문시장, 돼지고기가 깨끗하게 진열판매되는 것을 볼 수 있다.



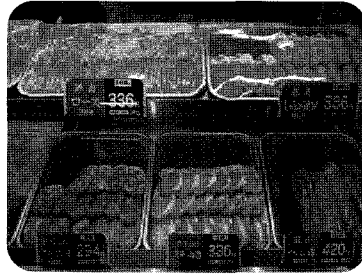
▲ 이즈미야 유통센터내 돼지고기 판매장, 생산자들이 자기들의 이름을 걸고 돼지고기를 브랜드화해 판매하고 있었다.



이곳에서도 역시 소비자들이 간단히 구매할 수 있는 소포장 형태의 진열된 제품을 손쉽게 접하였으며, 가공품의 경우에도 마찬가지로 그 포장 단위가 200g 가량(1인분)을 1개의 단위로 포장해 진열하고 있었다. 가공육 역시 일본에서는 삼겹살이 등심 등보다 가격이 저렴했다. 또한 가공 제품은 바로 개봉해 시식할 수 있는 형태로 가공되어 있었으며, 그 크기 또한 1인분(200g) 정도로 소포장해 판매하고 있었다.

이즈미야 상가가 도찌기현과 직접 계약을 맺고 돼지고기를 공급받고 있었다. 도찌기현은 농가에 대해 인증을 해주고 있었다.

다음으로 우리는 교토역에 위치한 이세탄 백화점을 방문했다. 이곳에서는 돼지고기에 야채와 양념 등을 섞어 진열한 양념육과 100g에 420엔에 판매되는 안심육, 30g에 336엔에 판매되고 있는 마블링이 잘 되어 있는 등심 등이 눈에 띄었다. 특히 눈에 띄는 것은 1kg에 10만엔, 우리

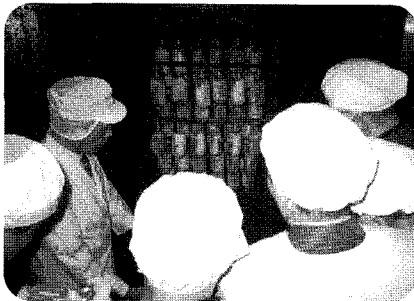


▲ 돼지고기에 야채와 양념 등을 섞어 진열한 양념육과 100g에 420엔에 판매되는 안심육, 30g에 336엔에 판매되고 있는 마블링이 잘 되어 있는 등심 등이 진열되어 있다. <교토 이세탄 백화점>

돈으로 100만원이 넘는 쇠고기를 보며 고급육 생산에 대한 끝없는 도전을 느낄 수 있었다.

세제날 조사단은 동경으로 이동해 오타마 햄 공장을 방문했다. 자본금 3천만엔으로 지난 1907년 창업된 주식회사 오오타마 햄 코바야시 상사는 成(이를 성)을 기업이념으로 삼고 있었다. 이날 우리는 친절하게 안내해준 이토 영업부장의 설명을 들으며 이 회사의 육가공품 제조시설과 가공 과정 등을 둘러보았다. 이 회사에서는 1일 2천kg, 1달 50톤의 햄 생산시설을 갖추고 있었으며, 생산량의 50%는 학교 급식용으로 학교에서 원하는 형태로 가공해 공급하고 있었다. 주문 생산방식을 고수해 고가에 제품을 판매하는 영업 형태를 띠고 있었다. 학교 급식용으로 납품되는 제품에는 어떠한 첨가물도 들어가지 않는 것이 원칙이다.

특히 이곳에서는 바크셔, 흑돈, 듀룩을 혼합 교잡한 여러 색깔을 보이는 도쿄X 종이라는 품종을 개량해 브랜드화하고 있었는데 이 품종은 일본 소비자들의 입맛에 맞게끔 개량된 품종이라고 한다. 도쿄X돈은 생산하는 농가와 직접 거래하며 원료



▲ 오타마 햄공장을 방문하고 이곳의 육가공품 생산현장을 견학했다.

육 구매시 일반 돈육보다 30%가량 값을 더 주고 구매한다. 여기서 특이한 점은 일반육은 부위별로 구매가 가능하나 도쿄X돈은 돼지 1마리 통째로 구매한다고 한다.

참고로 이곳에서 제작하는 쏘세지는 자연숙성을 원칙으로 하고 있으며, 직화건조를 하고 2주 숙성을 하고 있다. 이때 햄 중심 온도는 63℃가 되도록 한다. 이 때 훈제용으로 내는 연기는 벗꽃 참나무 등 장수 무당벌레가 사는 나무를 원료로 사용해 연기를 피운다고 한다.

완성된 쏘세지는 주로 소포장이나 슬라이스 햄 등으로 포장되는데 이는 중량을 줄여 가격을 낮춰 팔기 위한 방법이라고 한다.

이 회사는 공장내 자체 판매점을 운영하고 있으며, 일반 소비자들이 직접 와서 이곳에서 구입해 먹을 수 있게 하였다. 또한 거래처에서 원하는 품질도 맞춰주고 있었으며, 제품에 대해 반품하는 업체와는 거래를 하지 않는 제품에 대한 자신감을 가지고 있는 등 철저한 장인정신을 가지고 있었다.

오타마 햄공장을 방문하고 나온 우리는 이날 바로 도쿄로 이동해 도쿄 이세탄 백화점을 견학했다. 도쿄는 인구 1,200만명으로 그 크기는 우리 서울의 3배 규모이다.





▲ 오타마 햄공장에 방문해 햄가공 과정에 대한 설명을 듣고 있는 관리위원들

마지막날 우리는 동경에서 약 2시간 가량 떨어진 사이보꾸 식품가공 공장을 방문하기 위해 이동했다. 이날 우리를 태운 버스가 이동하는 동안 내내 버스 안에서는 관리위원들이 국내 양돈산업 발전을 위한 저마다의 의견을 개진하는 토론의 장이 뜨겁게 이어졌다.

오전 9시 30분에 사이보꾸 식품가공공장에 도착한 우리는 돼지를 방목한지 50년이 되는 이 회사의 소개 영상물을 시청하고 이곳의 다나카 부장으로부터 회사 전반에 관한 설명을 들었다.

이 회사는 「미트피아, Meatpia」 즉 고기의 천국을 목표로 삼고 햄·소세지를 중심으로 생산·가공·직매의 일관 경영을 추진하였으며, 「나는 코빨소다」를 브랜드로 착실하게 발전하고 있다. 가공장 본점 부지에는 미트샵, 햄공장 외에 레스토랑, 야채·과일 판매장 등도 있어 현재의 고기의 천국에서 「아그로피아, Agropia」 즉 농업의

천국으로 크게 변모해 나가고 있다.

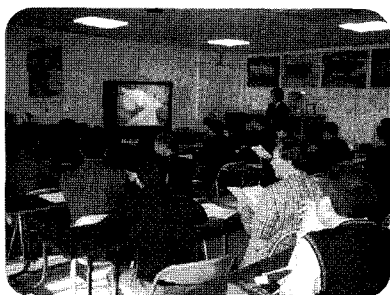
사이보꾸 목장은 육종 전문 종돈장으로 시작해 외국으로부터 종돈을 적극적으로 도입해 일본에 맞는 품종 개량을 해왔다. 현재는 3개의 목장으로 나누어져 있고, 바로 이곳들의 혈통등록된 돼지들에서 균일한 돼지고기를 생산·판매하는 시스템, 즉 생산에서부터 판매까지 일관 체계를 갖추고 있다. 이는 일본 최초이며 세계적으로 유명한 계기를 만들었다. 우리나라의 삼성그룹고 이병철 회장이 바로 이곳을 방문하고 비행기 4대에 종돈 800두를 수입해 들어오기도 했던 곳으로 우리 양돈산업의 시초가 되는 계기를 마련한 곳이기도 하다.

사이보꾸 목장에서는 일본 전체 돼지품종 270종 가운데 요크셔와 바크셔, 듀록을 이용한 교잡종을 주로 생산하며 1년에 4만톤 가량의 고기육을 생산한다. 이중 마블링이 잘 된 최상급의 고기(수퍼 골든 포크, Super Golden Pork)가 1% 정도 생산되는데 이 부분은 돼지 샤브샤브로 이용된다. 이 고기는 100g 당 400엔 정도로 일반육보다 4배 정도 비싸게 판매되고 있다. 이곳에서 생산되는 햄·육류중 10% 가량은 인터넷 또는 전화 등 통신판매로 유통된다.

### 한국 양돈산업 가장 위협적

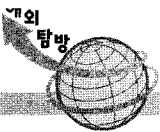
다나카 부장에 따르면 일본내에서 생산되는 자국산 돼지는 전체의 50%를 차지하고 있으며,

그 외 미국, 덴마크, 캐나다 등으로부터 수입되는 수입산이 절반 가량을 차지하고 있다고 한다. 일본의 양돈산업에 종사하는 사람들은 자국 돼지고기가 맛이 있어야 수입산과 견줘 이길 수 있다는 생각을 하고 있으며, 일본 양돈협회에서 한국 양



▲ 사이보꾸 식품가공공장을 방문해 이곳의 생산현황 등 설명을 들었다. 사이보꾸 목장에서 는 건강하고 소화를 잘 시키는 아래턱이 발달된 돼지만을 사육한다.





돈산업을 가장 무서워 한다고 귀띔했다. 그 이유로 일본의 가장 큰 소비지 시장은 동경인데 일본내 다른 지역에서 들어오는 시간이나 한국에서 수입되어 들어오는 시간이나 별반 차이가 없고 한국의 돼지고기의 경우 품종이 미국 돼지고기와 비슷한 수준에 와 있다고 평가하고 있었다. 그러나 다나카 부장은 한국산 돼지고기는 기름기가 적다며 일본 소비자들이 원하는 상품을 만들어야 할 것이라고 강조했다.

다나카 부장은 향후 한국이 일본내 자스코 등 대형유통매장 등과 직접 계약해 일본 서민들이 쉽게 구입해 먹을 수 있게끔 하면 이는 실로 무서운 파괴력이 있을 것이라고 강조했다.

## 일본 돼지고기 유통현장의 몇 가지 다른 사항은?

우리 조사단이 3박 4일간의 일정으로 일본 내 돼지고기 유통현장 실태를 조사해 보며 비록 짧은 일정이었지만 보고 느낀 것이 몇 가지 있었다.

첫째는 일본인들은 작은 것을 좋아한다는 것이다. 이러한 일본인들의 습성은 돼지고기 포장 단위에도 여실히 이어져 보통 포장단위가 1인분(200g) 정도를 벗어나지 않는 것을 볼 수 있었다. 우리들은 포장재와 인건비가 많이 든다는 이유로 거부할 것 같은 것들은 일본 판매업자들은 당연히 하고 있는 것이다. 그 이유가 뭘까? 바로 소량으로 만들어 소비자들의 주머니를 가볍게 하고 있으며, 그럼으로 소비자들이 부담 없이 구매하게끔 한 판매전략인 것이다.

두 번째는 가공품의 경우에도 포장을 뜯어 바로 먹을 수 있게끔 한 제품들이 눈에 많이 띈 점이다. 집에 가지고 가 특정한 요리를 하지 않고도 바로 먹을 수 있게 해 소비를 확대할 수 있었다.

세 번째는 양돈농가가 생산한 돼지고기를 그 지역 지방자치단체인 현에서 공인해 주고 있었

으며, 현은 이에 머물지 않고 대형 유통매장과 직접 계약을 맺어 양돈농가들의 안정적인 판로를 개척해 주고 있는 점이다. 물론 농가들은 그 지역 특성에 맞게 브랜드를 개발하고 자신들의 이름을 걸고 돼지고기를 판매하고 있었던 점이다. 최근 우리 나라도 돼지고기 브랜드에 대한 관심이 증폭되고 있다. 과연 어떠한 방향으로 나갈지는 각자 판단에 맡기더라도 최소한 자신의 이름을 내걸고 자신 있게 판매할 수 있는 체계로 발전해 나가게 될 것으로 기대되어지는 것은 나 혼자만의 생각일까?

마지막으로 오타마 햄공장과 사이보쿠 식품 가공공장을 방문해 이곳들의 가공현장을 둘러보며 우리나라의 대형 육가공 공장들과 비교해 그다지 크지 않고, 낡은 시설들을 보며, 오랫동안 지속해온 이들의 진정한 장인정신을 느낄 수 있었다는 점이다. 최신 시설도 좋겠지만 그들만의 특별한 노하우를 접목해 그 방법을 고집스레 지켜가는 모습을 보며 우리도 앞으로 이러한 장인정신을 가진 업체들이 많이 생겨나 성장해 주기를 진심으로 기대해 본다.

## 일본음식에 스며들어 있는 돼지고기

이번 일정동안 일본의 음식들을 접했었는데 일본의 대표음식인 우동에도 돼지고기를 이용하는 것을 볼 수 있었다. 돼지고기가 음식 자체에 어떠한 형태로든 스며들어가 있는 것이다. 우리도 지속적인 연구개발을 통해 돼지고기가 모든 음식에 기본 재료로 녹아들 수 있는 연구개발이 필요한 것을 느낄 수 있었다.

우리는 이번 일본 돼지고기 유통현장 견학을 통해 보고들은 것 중 좋은 것은 받아들이고 우리 것으로 만들어 우리나라 양돈산업이 한 단계 도약하는데 좋은 계기로 삼아야 할 것이다. **양돈**