

수입돈육 대비 국내산 돈육의 차별화 전략



주 선 태 교수

경상대학교 농업생명과학대학
농생명과학부 축산학전공

1. 왜 차별화 전략인가?

한·미 FTA 체결을 앞두고 미국산 쇠고기의 수입이 전격적으로 이루어지면서 국내 축산농가들의 미래에 적신호가 켜졌다. 예상한 바대로 현재 국내 식육시장에서는 한우고기뿐만 아니라 돼지고기 시장도 크게 영향을 받고 있는 것으로 나타나고 있다. 더욱 심각한 문제는 국내산 돈육이 미국산 쇠고기의 침공(?)뿐만 아니라 수입돈육과의 경쟁에 대해 이렇다 할 대비책이 없이 속수무책으

로 당할 것 같다는 것이다.

안타까운 것은 그 동안 우리나라 돈육산업계가 수입육에 대한 대비책을 철저히 계산하고 마련하였어야 함에도 불구하고 당면한 사업에만 급급하여 미래를 준비하지 못하였다는 것이다. 물론 정부나 업계는 브랜드돈육의 활성화 전략으로 품질을 고급화시키려고 최선의 노력들을 경주하였지만, 돼지고기의 품질이라는 것이 소비자들이 쉽게 구별할 만큼 간단한 것이 아니기에 값싼 수입 쇠고기나 수입 돈육과의 경쟁에서 우위를 점하기 어려울 것으로 예상되며, 이에 따라 국내 돈육산업계의 위축이 예상된다. 따라서 조금은, 아니 많이 늦은 감은 있지만 지금이라도 국내 돈육산업계의 지속적인 발전을 위한 전략적 접근 방법들을 모색하는 것은 매우 중요한 의미가 있다고 생각된다.

그 동안 국내 돈육산업과 관련이 있는 많은 전문가들이 수입돈육 대비 국내산 돈육의 차별화 방안을 이야기 할 때, 대부분이 품질의 차별화를 말해왔다. 여기서 돈육의 품질이란 육색, 보수력, 연도(마블링과 숙성) 등을 의미하며, 여기에 덧붙여



신선도로 표현되는 안전성이 포함된다. 물론 이렇게 돈육의 육질을 결정하는 순수한 항목들을 향상시킨다거나 기능성을 첨가하는 작업은 근본적으로 매우 중요하지만 앞에서 언급한 바와 같이 일반 소비자들은 향상된 육질의 차이를 쉽게 인지하지 못한다는 것에 주목할 필요가 있다. 즉, 우리나라의 많은 돈육브랜드들이 각자 자사의 돈육의 품질이 타사의 돈육에 비해 육색도 좋고, 보수력도 좋고, 마블링이나 숙성을 잘 시켜서 연도나 조직감이 좋다고 주장을 하여도, 또는 어떤 특정 기능성 물질이 들어 있어 건강에 좋다고 광고를 하여도, 일반 소비자들은 그것을 인지하기 어려워 모든 돼지고기가 거기서 거기라고 생각하는 것이 문제인 것이다. 일반 소비자들을 대상으로 하는 국내산 돈육들 사이의 경쟁에서도 이러한데, 매입원가가 구매에 결정적 영향을 미치는 돼지고기 식당에서는 국내산 돈육이 값싼 수입돈육과의 경쟁에서 이겨낼 재간이 없다. 즉, 국내산 돈육의 품질이 아무리 우수해도 수입돈육의 그것에 비해 비싸게 받을 만한 보편타당성이 없다는 것이 한계인 것이다. 그렇다면 우리나라 돈육산업계는 어떻게 해야 하는가?

2. 극단적인 차별화 전략이 필요

이 문제를 해결하기 위해 우리는 먼저 '차별화'의 의미를 심도있게 생각해 볼 필요가 있다. 극단적인 예를 들자면 이렇다. 일반 소비자가 보기에 수입돈육과 육안적으로 다른 국내산 돈육을 생산하고, 그렇게 다른 국내산 돈육이 우리나라 사람들의 입맛에 맞아 프리미엄의 가격으로 판매될 수 있다면 우리는 경쟁력을 가졌다고 확실하게 말할 수 있을 것이다. 즉, 우리나라 재래돼지와 삼원교잡종은 육안적으로 확실한 차이를 보이며 소비자

가 재래돼지고기를 프리미엄 가격으로 구매하는 것처럼, 수입돈육과 확실하게 다른 돼지고기를 생산하는 것이 선행되어야 하고, 그것이 가능하면 수입돈육은 절대로 따라할 수 없는 것이면 금상첨화일 것이다.

이 같은 주장은 가까운 일본의 화우가 성공했던 예와 같은 맥락이다. 즉, 일본의 화우산업계는 수입쇠고기와의 경쟁을 앞두고 화우의 마블링을 극단적으로 증가시키는 전략을 선택하여 생존에 성공을 거두었다. 외국의 경우 비육우는 24개월령 또는 최대 28개월령까지 비육하여 쇠고기를 생산하지만, 일본의 화우는 이와 같이 하면 육질(마블링)이 차별되지 못해 경쟁력이 없다고 판단하여 화우를 최대 40개월령까지 비육하여 마블링을 극단적으로 증가시키는 전략을 택하였다. 물론 이 같은 방식은 미국을 포함한 외국의 경우에는 경제성이 없어 도저히 할 수 없는 비상식적인 것이다. 하지만 일본의 소비자는 그렇게 생산된 화우고기를 우리는 도저히 납득할 수 없는 가격으로 구매하고 있으며, 이에 따라 일본의 화우산업계는 상당히 수입쇠고기와의 경쟁력을 확보하였다. 마찬가지로 우리나라 돈육산업계도 수입돈육은 도저히 할 수 없는, 어쩌면 미쳤다고 할 정도의 이상한 전략의 선택이 생존과 발전을 위해 필요할 수도 있을 것이다.

3. 돼지고기 스펙을 차별화시켜라

필자의 주장은 이렇다. 우리가 차별화된 돼지고기를 생산할 때, 그 차별화가 육색, 보수성, 연도, 위생 등 육질을 결정하는 순수 항목들에서 이루어지는 것도 중요하지만, 차별화의 광의적 의미를 보면 '스펙'도 품질이기에 마케팅적 안목으로 수입돈육과 확연하게 다른 스펙의 국내산 돈육의 생



산이 필요하다는 것이다. 여기서 우리가 정말 주목해야 되고 심각하게 고려해야 하는 것은, 우리나라 소비자의 기호도를 정확하게 알아야 한다는 것이다. 즉, 우리나라는 다른 나라와 달리 독특한 돈육소비문화를 가지고 있으며, 지방함량이 많은 삼겹살과 목살의 선호도가 90%를 상회하는 이런 소비문화는 전 세계적으로 우리나라 밖에 없다는 것이다.

따라서 우리나라 돈육산업계는 차별화 전략을 선택하는데 있어 이를 최대한 활용할 필요가 있다. 즉, 우리나라는 돼지를 생산할 때 모든 관심이 삼겹살과 목살에 집중되어야 한다. 외국의 경우처럼 등심이 가장 중요한 부위가 아니라는 것이다. 외국의 경우는 돼지의 육질을 이야기할 때 등심의 품질을 말하고 도체등급도 등심을 위주로 결정하지만, 우리나라는 그렇게 하면 안 된다는 것이다. 우리나라 소비자가 가장 중요하게 여기는 삼겹살과 목살을 위주로 생산되어야 하고, 평가도 그 부위를 중심으로 이루어져야 한다. 따라서 우리나라 돼지는 세계적으로 일반적인 YLD의 체형에서 벗어나 삼겹살의 생산량이 많은 돼지로 육종개발될 필요가 있다. 이를 위해 돼지의 도체등급도 수출용이 아니라면 내수용은 같은 도체중에서 삼겹살이 많이 나오는 돼지가 더욱 비싼 가격으로 거래

될 수 있도록 유도할 수 있게끔 개정될 필요가 있다. 같은 도체중에서 뒷다리 부위나 등심 부위가 많은 도체와 삼겹살이나 목살이 많은 도체 중 어느 것이 더 비싸게 거래되는 것이 보편타당하기에 대해서는 두 말할 필요가 없을 것이다.

이러한 관점에서 생각을 더욱 깊이 해보면, 확실히 우리나라 돼지는 외국의 돼지와는 이미 체형에서 차별화될 필요성이 있다는 결론에 도달한다. 따라서 외국에서는 베이컨의 함량이 많이 나오는 돼지를 만든다고 하면 비상식적이고 마치 미친 것으로 여겨지는 것을 우리는 해야 한다. 그들은 도저히 할 수 없는 것을 우리는 하고, 그것을 우리나라 소비자가 원한다면 우리는 확실히 경쟁력을 가질 수 있을 것이다.

4. 출하체중의 조절로 차별화 시도

돼지고기 스펙의 차별화와 관련하여 최근에 이루어지고 있는 예를 하나 더 들자면, 출하체중을 130kg 이상으로 증가시키자는 시도이다. 이 같은 시도는 물론 소비자의 기호도 조사결과에 근거를 두고 있다. 즉, 우리나라 소비자들이 삼겹살이나 목살의 품질을 평가할 때 두께가 두껍고 향미가 짙은 것을 선호한다는 것이다. 따라서 일반적인



규격돈인 110kg 내외의 돼지보다 130kg 이상의 돼지에서 생산된 삼겹살이나 목살이 더욱 맛있어 느껴지기 때문에 생산자는 이러한 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 돼지를 생산하여 마케팅에 이용하는 것도 좋은 전략 중 하나로 생각된다. 물론 이를 위해서는 110kg 이상으로 비육할 수 있는 사양기술의 확립이 필요하다. 즉, 비육말기 사료의 배합비가 육질과 맛에 미치는 영향에 대해 조사할 필요가 있으며, 특히 열량의 계산과 돼지고기 내에 축적되는 근내지방의 지방산 조성을 소비자의 기호도에 적합하게 조절할 필요가 있다.

한편, 이 같이 출하체중을 증가시키는 것은 스펙의 차별화를 기한다는 점에서도 긍정적이지만 실질적인 육질의 향상에도 크게 기여할 것으로 생각된다. 그 이유는 출하체중이 증가하면 아무래도 스트레스에 강하게 되며 돼지근육의 적색근섬유 비율이 높아져 육색이나 보수성이 좋아질 것으로 기대되기 때문이다. 물론 이 경우 연도가 다소 증가될 수도 있으나, 돼지고기는 특성상 쇠고기처럼 연도가 크게 문제가 되지 않으며 오히려 씹힘성을 좋아하는 우리나라 사람들의 기호도에 적합할 것으로 생각된다. 따라서 이 같이 출하체중을 높히려는 연구와 산업적 시도는 수입돈육과의 차별화를 통한 경쟁력 향상이라는 측면에서 큰 의미가 있을 것으로 생각된다.

5. 차별화는 선택이 아닌 필수

수입돈육 대비 국내산 돈육의 차별화 전략에 대



해서는 이 외에도 많은 것을 생각할 수 있으나 지면관계상 필자가 가장 중요하다고 생각하는 스펙의 차별화에 대해 설명하였다. 하지만 스펙의 차별화란 우리나라 모든 돼지가 그렇게 되어야 한다는 것은 아니다. 지난 십년 동안 우리나라 돈육산업계에 불었던 브랜드돈육의 열풍에서 경험한 것처럼, 어떤 특정 브랜드(특히 기능성 브랜드)가 우리나라 전체 돼지로 확산될 수는 없는 것이고, 그것이 또 바람직한 것도 아니다. 하지만 다양한 브랜드육의 개발이 전체 돈육의 소비를 향상시켰던 것처럼, 다양한 차별화 전략이 수입돈육 대비 국내산 돈육의 경쟁력을 높일 수 있을 것이라 생각된다. 따라서 정부는 국내산 돈육의 차별화 전략을 위한 다양한 정책을 입안할 필요가 있으며, 학계는 이를 위한 다양한 연구를 수행할 필요가 있고, 또 업계는 이 같은 정책이나 연구를 위한 지원과 협조를 아끼지 않아야 할 것이다. 수입돈육에 대한 국내 돈육산업계의 생존과 발전은 어느 한 집단의 문제가 아니라 우리 모두의 문제이기 때문이다. **양봉**

양돈농가 계도 슬로건 공모 입상작

맛도 좋고 몸에 좋은 으뜸품질 우리돈육