

육가공 산업의 주기성 분석

이 용 봉 / (주)롯데햄 · 우유 기획실 계장

1. 육가공 산업의 현황

한국의 육가공 산업 변천을 살펴보면 1915년 일본인에 의해 설립된 조선축산이 그 효시

라고 하나, 당시 소비자가 일부 일본인으로 소량을 판매했기 때문에 육가공 산업 발전의 원류로는 보기 곤란하다고 할 수 있을 것 같다.

<표 1> 육가공 변천사(한/일)

	1960년 이전	1960년대	1970년대	1980년대	1990년대
일본의 육가공사	'46 일본 돈육 육가공 협회 조직 '56 일본햄, 소시지 공업협동조합 조직	'62 JAS제정 '64 동경 올림픽 육가공의 고성장 (130%/년평균)	'71 소시지, 햄, 베이컨 수입자유화 '72 레트르트 식품 등장 '73 프레스햄 허강 고급단미용 신장 육가공의 안정성장	· 델리카 제품 신장 · 육가공의 저성장	
한국의 육가공사	초창기 주문, 소량 납품 '15 조선축산 봉천햄 '26 금강축산식품 '57 크라운 어육 소세지	태동기, 소량시판 '60 대륙식품 '63 동양식품 '69 천주햄	도입기, 어육혼합 소시지 중심의 중소기업 경쟁시대 '71 한국냉장 '72 팽귄햄 '75 한국식품공업 '78 대림햄	성장기, 축육햄 소시지 중심 대기업참여 '80 롯데햄, 우유 제일제당, '82 남부햄 '85 삼원농역 '86 한국육가공 협회 설립	'90 미원햄
사경문 회계화	· 베이비붐 · 라디오 시대	· 흑백 TV방영 개시 · 전문지창간 붐 · 이농현상	· 농촌개혁 · 제1차 소비붐 · 도시 거대화	· 컬러 TV 방영시대 · 마이카 붐 · 올림픽개최 · 맞벌이 부부	· 해외여행 자유화 · 신세대
식생활 문화 변천사	기아의 시대		영양추구의 시대	합리적 시대	문화적 식사 시대
	· 생존을 위한 식사 · 막걸리 시대	· 라면의 시대 · 유제품 시장 개척 · 막소주 시대	· 영양, 맛의 공동추구 · 건강지향적식사 · 기초식품 정착 · 소주시대	· 육류소비급증 · 외식산업본격화 · 인스턴트 식품, 자연식, 건강식 증가 · 맥주시대	· 미식시대 · 기능성, 무공해 식품, 호텔식사 · 수산 / 냉동식품 대중화 · 양주시대

<표 2> 육가공 생산 현황

	소시지		햄		베이컨		켄		소 계		혼 합 소시지	
	전년비	전년비	전년비	전년비	전년비	전년비	전년비	전년비	전년비	전년비	전년비	
1965	374	—	111	—	37	—	42	—	564	—	—	—
1970	1,337	129	129	103	2	103	429	159	1,897	127	—	—
1975	3,598	122	293	118	47	118	18	53	3,956	116	—	—
1980	1,895	88	728	120	80	120	3,075	280	5,778	108	—	—
1985	5,385	123	4,369	143	280	143	2,661	97	12,695	117	32,430	—
1986	5,904	110	4,849	111	288	111	2,618	98	13,659	108	34,500	106
1987	7,748	131	7,203	149	417	149	3,301	126	18,669	137	35,100	102
1988	15,068	194	11,977	166	516	166	4,171	126	31,732	170	35,400	101
1989	20,499	136	16,435	137	530	137	4,118	99	41,582	131	36,489	103
1990	27,698	135	23,013	140	601	140	7,179	174	58,491	141	37,589	103
1991	33,506	121	32,015	139	696	139	8,543	119	74,760	128	32,436	86
1992	35,222	105	39,687	124	767	124	10,805	126	86,481	116	24,390	75
1993	34,422	98	43,337	109	893	109	8,910	82	87,562	101	22,612	93

* 자료 : 한국육가공협회

이후 영세업체도 많이 생겼으나 1968년 설립된 진주햄은 국내 최초로 일반시장 수요를 대상으로 한 생산체제로 국내 육가공 시장의 본격적인 개막의 장을 열었다.

1970년대 육가공 시장은 한국경제의 고도성장과는 상반된 시장으로 혼합어육 소시지 중심의 제한된 시장이었다. 이는 진주햄(주) 이외의 전문화된 신규업체가 없었던 관계로 여타의 식품산업 분야에 비해 발전하지 못했다.

국민식생활개선 및 소득향상에 따른 고급화의 소비추세에 따라 종전 혼합어육 소시지 중심의 육가공시장에서 돈육을 주원료로 하는 햄, 베이컨, 소시지 등이 국내유수의 대기업에 의해 양산되게 된다.

따라서 1980년대 육가공 시장은 연 40% 이상의 고도성장을 하여 육가공 총시장을 3,000억원까지 끌어 올리게 된다.

특히 1988년에는 88올림픽 특수에 힘입어 축육류의 성장이 전년대비 70%라는 경이적인 고도성장을 기록하였다.

1990년대는 육가공품의 주원료인 돼지고기 가격이 지속적으로 오름에 따라 육가공 업체의 채산성은 낮아지고 수입육가공품의 국내시장점유 가속, 이상구 신드롬 등으로 국내 육

가공 시장은 때아닌 저성장으로 치닫고 있다.

2. 육가공 산업의 주기성

<표 3> 육가공품 및 관련 FACTOR 비교
(FATOR : 돈지육가 성장률, 수입우육소비량 성장률)

(단위 : 원/.kg, M/T)

구 분	돈지육가		우육소비량		축육 육가공품	
1982	2,526	감	106,506	증	3,998	감
1983	2,198	감	115,497	감	5,624	증
1984	1,894	감	106,548	감	6,263	감
1985	2,341	증	115,701	증	10,034	증
1986	2,436	감	147,540	증	11,841	감
1987	1,880	감	151,926	감	17,111	증
1988	1,894	증	141,536	감	27,561	증
1989	1,648	감	143,312	증	38,927	감
1990	2,572	증	176,988	증	56,558	증
1991	2,697	감	223,260	증	70,994	감
1992	2,049	감	224,400	감	75,676	감
1993	2,147	증	232,900	증	78,652	감

* 감소 : 감-당년도 성장률이 전년도 성장률보다 감소시

증가 : 증-당년도 성장률이 전년도 성장률보다 증가시

* 자료 : 돈지육가 - 3개 도매시장 연평균가

수입우육-축산물 가격 및 수급자료(각 년도)

우리는 서론에서 육가공 산업의 초창기부터 현재까지 발전현황을 살펴보면 몇 가지 주기적인 특징을 찾을 수 있었다.

몇 가지 주기적인 특징이란 육가공 시장의 성장과 소비패턴에 직접적인 관계가 있는 것으로써 첫째, 육가공 성장률과 돈육가격 및 우육 소비량과의 상관관계이다. 1982년부터 1993년까지 육가공(축육), 돈육가격, 우육소비량의 전년대비 성장률 비교해 보았다.

주된 현상은 1982년부터 1993년까지 12년간 육가공(축육)의 전년대비 성장률과 돈육의 지육경락가와와의 증가/감소의 비례적인 관계는 8년, 반비례 관계 4년, 우육 소비량 성장률과는 반비례 관계 8년, 비례관계 4년이 나타났다. 1991년의 경우 돈육의 지육경락가가 2,697원/kg당 5%(전년대비) 증가시에 육가공 전년대비 증가율은 1990년에 26%에서 1991년에는 7% 증가에 그쳤으며, 우육소비량은

수입우육 소비에 힘입어 1990년 23% 증가에 이어 1991년에는 26%까지 증가하였다.

월별로 살펴보면 육가공 성수기인 3, 4, 9, 10월을 중심으로 고돈육가격을 형성하고 육가공 성장이 증가할 때는 돈육육경락가가 상승하는 것을 알 수 있다. <표 4 참조>

따라서 육가공 시장의 성장이 증가하는 해에는 돈육가격의 상승 및 우육소비가 감소되어 육가공 시장의 성장이 감소하는 해에는 돈육가격의 하락 및 우육소비의 증가가 되는 것을 알 수가 있다.

이러한 현상을 소비자 측면에서 살펴보면 돈육소비자는 삼겹살, 갈비 등 특수부위를 제외하고 돈육에 대한 선호가 생육보다는 돈육 가공품에 있다는 것을 간접적으로 알 수 있으며, 돈육을 주원료로 하는 육가공 회사들은 돈육가격이 상승하면 주원료 가격의 상승에 따른 손익 및 경영의 채산성은 나빠지지만 때

<표 4> 축육판매량의 성장률 및 지육경락가

(단위 : %, 원/kg)

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	년 계
91	판매량	131	135	135	123	121	116	134	141	121	136	125	121	128
	지육가	2,978	2,817	2,713	2,687	2,954	3,152	3,160	3,039	2,726	2,241	1,978	1,917	2,697
92	판매량	134	116	120	122	119	120	105	110	114	110	109	108	115
	지육가	1,921	1,731	1,960	1,994	2,432	2,434	2,325	2,352	2,124	1,843	1,682	1,784	2,049
93	판매량	109	105	97	105	110	104	124	117	118	112	113	112	110
	지육가	1,744	1,775	2,355	2,190	2,054	2,127	2,384	2,471	2,445	2,135	1,941	2,137	2,147

(판매량 : 전년대비 신장률)

* 91. 9월 ~ 12월 지육경락가의 하락은 긴급으로 수입된 돈육의 영향임

<표 5> 육가공 시장 현황 및 전망

(단위 : 억원)

구 분	87	90		91		92		93		94(추정)	
햄	308	1,052	342	1,405	134	1,592	113	1,741	109	2,200	126
소시지	264	863	327	1,027	119	1,180	115	1,195	101	1,200	100
축육계	572	1,915	335	2,432	127	2,772	114	2,936	106	3,400	116
레토르트 (축육 RET)	522	725 (138)	139 —	900 (366)	124 265	753 (445)	84 122	709 (332)	94 75	620	87
캔	165	346	210	448	129	553	123	510	92	480	94
육가공계	1,259	2,986	237	3,780	127	4,078	108	4,155	102	4,500	108
축육구성비 M+S	45%	64%	—	64%	—	68%	—	71%	—	76%	—

* 자료 : 필자추정(수입 캔, 소시지 포함)

출 극대화는 피할 수 있는 기회도 된다는 것을 알 수 있다.

둘째, 육가공 제품의 축육햄, 소시지 비중의 확대 및 햄중심의 시장 형성이다.

1980년대에 돈육을 주원료로 하는 축육햄, 축육소시지의 소비는 해마다 늘어났다.

1982년 서구풍의 스타일의 정통 육가공품에 한국의 전통적인 맛을 살린 불고기햄의 출시 및 히트를 시작으로 1984년 로스구이햄, 1986년 불고기 프랑크, 쉐터키프랑크, 김밥용 햄, 1988년 88프랑크, 88비엔나 등이 연이어 히트하면서 육가공품 중 축육제품의 소비확대가 가속되었다.

1989년에는 축육제품의 유효기간이 짧은 단점을 감안하여 스모킹을 하는 제조공정을 레토르트하는 제품으로 개발하여 보존성 및 유통기한을 향상시킨 축육 RET제품이 출시되기 시작했는데 1989년에는 동그랑땡, 1991년 햄터치 등이 공전의 히트를 치면서 육가공 시장을 3,500억원 시장으로 끌어 올려 놓았다.

1992년에는 김밥햄, 불고기햄의 지속적인 매출호조, 1993년 스모크 세븐햄, 메뉴스모크 햄이 출시 및 히트를 치면서 육가공 시장은 햄류 중심의 시장으로 신장이 되면서 오늘에 이르렀다.

전체 육가공품중 축육제품이 차지하는 비중을 연도별로 살펴보면 1986년에 22%, 1990년 64%, 1993년 71%, 1994년에는 80%대까지 비중을 차지할 것으로 예상된다. 전체 육가공품중 축육제품의 차지 비중이 높을수록 주원료 돈육의 사용량이 증가하게 된다. 육가공품의 매출신장과 돈육가격의 등락이 비례관계임을 감안할 때 육가공 매출이 호조를 보일 경우 돈육의 지육경락가는 상승하여 고돈가를 나타낼 것으로 생각된다.

육가공회사는 육가공품 매출호조에 따른 제품생산을 늘려야 하나 제품에 사용되는 주원료육인 돈육의 가격이 높은 시세를 형성하기 때문에 매출과 손익 두 가지를 고려한 매출계획의 적정규모 및 원료육의 적정 구입시기, 구입량 등을 설정하기엔 곤란하다 할 수 있을 것이다.

육가공회사는 주원료육의 안정적인 공급이

경영수지에 가장 큰 현안임을 고려할 때 국내의 육가공사의 국제 경쟁력을 위해선 돈육 등 주원료육의 안정적인 수급 루트의 확보 및 대체원료육(칠면조육, 양육, 오리육)의 개발을 지속적으로 추진하여야 한다. 또한 지육경락가와 육가공 매출관계를 더욱 더 세부적으로 분석하여 육가공사들이 자사의 실정에 맞는 돈육의 구입, 육가공 매출규모의 설정 등을 피하여야 한다.

셋째, 특정제품 중심의 시장형성이다.

1982년 불고기햄 출시이후 1993년 현재까지 육가공시장은 몇 가지의 주요제품 중심으로 시장이 형성되어 있다.

<표 6>의 1993년 주요제품별 시장규모를 보면 주요 11개 제품군이 육가공 전체 시장 매출의 79%를 차지하고 있는 것을 알 수 있는데 이들 주요제품중 스모크세븐 및 HTS류를 제외한 전제품이 90년대 이전의 1980년대 출시된 제품으로 주류를 이루고 있다. 이는 육가공 시장의 저성장이 경기침체등에 의한 일시적인 상황이 아닌 것으로 판단된다.

<표 6> 1993년 주요제품별 시장규모 (억원, %)

제 품 명	'93시장규모	전년비	구성비	제품출시년도
불고기햄	380	95.0	9.2	82년
김 밥 햄	400	97.0	9.6	86
스모크세븐햄	430	140.0	10.3	92
프랑크류	705	89.7	17.0	86
비엔나류	441	110.0	10.6	87
뉴스모크햄	80	120.0	1.9	87
HTS류	225	94.1	5.4	91
땡 류	146	127.1	3.5	89
BA/텔리카	150	114.1	3.6	85
로스팜	241	99.0	5.8	83
장조림	77	87.3	1.9	84
소 계	3,275	102.7	78.8	
육가공계	4,155	101.9	100.0	

바꾸어 말하면 저성장 영향이 아닌 또다른 측면으로 살펴보면 육가공품 소비자들이 출시년도로부터 짧게는 5년, 길게는 10년 이상된 주요 육가공 제품을 접하다 보니 이젠 맛, 포장, 디자인 등에 식상하여 냉동제품, 어묵제품 등으로 대체수요가 일어난 일면도 있다고

할 수 있다. 특히 불고기햄, 김밥햄 등 FS류 마이너스 성장은 93년 육가공 저성장에 결정적인 요인으로 나타났다.

불고기햄 및 김밥햄은 시판용/업소용으로 구분된 햄류시장에 업소용햄인 메뉴스모크햄(B사), 스모크세븐(L사) 등의 저가격 판매공세에 영향을 받아 마이너스 성장을 한 것으로 판단이 되며 FS류는 수입소시지의 직접적인 영향을 받았다.

스모크세븐, 뉴스모크햄 등 업소용 햄은 가격이 싼 관계로 93년 대단한 선호가 있었으나 업체별 가격인하 경쟁이 벌어져 육가공업체들이 제살깎기를 하는 꼴이 되었다.

육가공 제품의 대부분의 수요자가 도시락반찬, 김밥용, 어린이 간식 등의 용도로 소비자에게는 선택적인 제품임에는 틀림없다. 선택적인 제품은 뛰어난 제품력과 적절한 마케팅이 이루어져야 소비자에 선택을 받을 수 있는 제품이 된다.

그러므로 소비자의 육가공품 선호를 위해서는 업계공동의 홍보나 기존 제품의 맛, 포장, 디자인에서 과감히 탈피하여 새로운 시장창출을 위한 신제품개발 노력을 경주하여야 할 것이다.

그외의 육가공 산업에 대한 주기적인 특징은 3, 4, 9, 10월 성수기 계절지수의 형성, 구정, 추석 등에 대한 특수요 등 여러가지가 있지만 육가공업계 종사하는 사람이면 다 알고 있는 사항이기 때문에 생략하고자 한다.

3. 맺음말

93년말 UR 타결이후 육가공업계는 국내외적으로 급격한 변화를 맞이하고 있다. 특히 95년부터 가시화될 94년 냉장돈육, 베이컨의 수입개방, 95년 캔, 소시지의 고율관세 적용, 주원료육의 최소시장 접근물량에 대한 육가공 원료육 사용 등은 육가공업계에 많은 변화를 예고하고 있다.

그러므로 지금까지 살펴본 육가공시장의 주기적인 3가지 특징과 연계하여 살펴보면 돈육 가격이 회사별로 육가공 손익에만 영향을 주는 것이 아니고 육가공 매출에도 영향을 주며

돈육의 원료육 사용 비중이 지속적으로 늘어남에 따라 주원료육에 대한 대책이 절실히 요구되며, 향후 육가공 시장은 새로운 장르의 신제품에 의한 시장창출이 되지 않으면 저성장을 면하기 어렵다는 것이다.

육가공 산업에 대한 성장의 승패는 육가공업체의 적극적인 자구노력에 의해 결정된다.

95년부터 예상되는 많은 변화를 슬기롭게 극복하기 위해서는 위에서 밝힌 세 가지의 주기적인 특징을 자사실정에 맞게 소화시키고 대비해야만 할 것이다. *

<원고 집필자 약력>

이용봉(33세)

1961 대구 출신

1984 동국대학 산업공학과 졸

1989 방공사 정보참모 장교

1994 롯데햄·우유 기획실 기획과 근무중