



국내 소비자가 원하는 돼지고기 생산전략



이 무 하 교수
(서울대학교 동물자원학과)

I. 서 론

얼마 전에는 7월 1일부터 국내 돈육시장이 국제적으로 완전 개방되면 국내 양돈 업계에 큰 타격이 올 것이라고 야단들이었다. 구제역 발생으로 대만이 일본에 돈육수출을 할 수 없게 되자 일본 돈육시장에 대한 나머지 수출국들간에 시장 선점을 위한 경쟁이 치열해지고 우리나라에게도 큰 기회가 온 것처럼 국내 양돈업계가 시끄러웠다. 이러한 일련의 사태를 보면서 우리는 중국고사의 새옹지마와 이솝우화의 당나귀를 시장에 팔려고 끌고가는 아버지와 아들의 이야기를 연상하게 된다. 이 두 이야기에서 일어나는 일련의 사태에 대한 주위사람들의 호들갑은 새옹에게는 아무런 영향도 미치지 못하였으나 당나귀를 끌고 가던 아버지와 아들에게는 큰 낭패를 안겨줬다. 우리 양돈업계에게 주는 교훈은 들을 사람만 듣는다.

지금 국내 양돈업계는 단기적인 주변환경의 변화에 적절히 대처하는 것도 중요하지만 좀 더 장기적인 계획 아래서 소비자와의 관계를 지속적으로 발전시킬 수 있는 방도를 강구하는 것이 장래를 위하여 정말로 필요한 시기라고 생각된다. 이제껏 해 오던 식으로 지금의 상황을 해결하려면 사실 양돈업계는 할 일이 없다. 돼지고기 판매와 소비는 지지부진하지만 생돈가격은 천정부지로 치솟는 현실에서 소비자가 원하는 돼지고기 생산 문제를 심각하게 생각하고, 장기적인 계획에 관심을 가질 국내 양돈가는 과연 있을까?

작금의 국내 양돈업계를 보면서 그리고 얼마 전 덴마크의 돈육 생산업계를 다시 보고서 필자는(의도적으로 국내는 양돈업계라고 지칭하고 덴마크는 돈육생산업계라고 지칭한다.) 국내 양돈업계가 자신들을 양돈업계라고 부르는 한 결코 선진 돈육수출국과의 경쟁에서 이길 수 없고 결국 도태될 것이라고 믿게 되었다. 왜냐하면 국내 양돈업계가 자신들을 양돈가로 부를 때에는 자기들이 돼지를 생산하고 있는 것이지 소비자들이

먹는 돈육을 생산하고 있다는 생각을 갖고 있지 않다는 것을 의미하기 때문에 소비자들이 원하는 품질의 돼지고기를 생산하기 위한 노력에는 관심이 적게 된다. 따라서 우선 국내 양돈업계가 자기가 소비자를 위한 돼지고기를 생산하고 있다는 의식전환이 선행되지 않고서는 소비자가 원하는 돼지고기 생산전략은 아무리 이야기하여도 공염불에 지나지 않을 것이다.

그러나 닭이 천이라면 봉황이 하나는 있다던가! 국내 양돈업계에는 그래도 소비자들이 좋아하는 돼지고기 생산을 위하여 열심히 노력하시는 분들이 있어 그나마 국내 양돈업계가 명맥을 유지하고 있는지도 모른다. 이러한 분들을 위하여 구체적인 생산전략을 강구할 필요는 있을 것이다.

2. 소비자의 고기에 대한 기호

소비자들이 고기를 구입하여 소비하는 이유는 매우 다양하다. 왜냐하면 인간은 그 숫자만큼이나 다양한 개성을 지니고 있으므로 어떤 물건을 좋아하는 이유도 다양하다. 그러나 집단적으로 관찰하면 어떤 일정한 경향을 볼 수 있다. 따라서 우리는 소비자들이 왜 고기를 구입하는 지를 여러 가지 경로를 통하여 조사한 결과를 매스미디어를 통하여 쉽사리 접하게 된다. 우선 가장 최근에 소비자 보호원이 조사한 국내 소비자들이 식품을 구입할 때 가장 중요시 여기는 사항들을 보면 맛, 신선도, 브랜드 순이었다. 미국의 소비자들이 고기 구입시 중요시 여기는 사항들은 품미, 간편성, 건전성, 신선도 등이며 유럽 소비자들은 미국과 비슷하면서도 특히 윤리성을 강조하는 경향이 두드러진다. 이러한 소비자들의 취향을 살펴보면 우리는 세계적으로 공통적인 사항을 알 수 있다. 현대 사회생활이 소비자들로 하여금 간편하고, 건강에 좋고, 맛있고, 신선한 것을 찾게하고 있다는 것이다.

소비자들이 공통적으로 추구하는 사항들은 우리가 그 배경을 이해하게 되면 쉽게 예측할 수

있는 것들이다. 사회생활이 전반적으로 바빠지고 젊은 세대들의 의식구조가 가족과 즐기는 쪽으로 흐르는 상황에서는 간편성을 추구하는 것은 아마도 필연적인 것이다. 더욱이 공해나 오염, 그리고 환경에 대한 인식이 확산되면서 소비자들의 건강에 대한 관심이나 식품의 안전성 등을 포함한 건전성이 중요한 사항이 되어지고 있다. 이에 따라 점점 더 신선한 식품을 찾는 경향이 강해지고 있어 세계적으로 식품의 신선도는 소비자에게 가장 중요한 사항이 되어버렸다. 그러나 아무리 신선하고 건전한 식품일지라도 식품은 먹는 것이기 때문에 맛이 있어야 한다. 맛이 없는 건전한 식품은 식품이 아니고 약이다. 따라서 아무리 몸에 좋은 식품을 만들어내도 맛이 없으면 잘 팔리지 않는 것은 세계적으로 공통적인 현상이다.

3. 국내 소비자가 원하는 돼지고기

옛날부터 여름철 돼지고기는 잘먹어야 본전이라는 말이 있었다. 이것은 냉장시설이 별로 없었던 시절에 돼지고기는 다른 고기에 비해 더운 여름철에 쉽게 부패되므로 부패된 돼지고기를 먹는 소비자들은 탈이 날 수 밖에 없어 생긴 이야기였다. 이제는 그러한 이야기가 더 이상 현실이 아니어야 함에도 불구하고 국내에서의 돼지고기 생산과정을 살펴보면 아직도 그러한 일들이 일어날 가능성이 상존한다는 것을 알 수 있다. 이것은 돼지고기 생산에 관련된 모든 단계에 종사하는 사람들 중에 무지하고 무책임한 부류들이 있다는 것을 의미한다. 따라서 최근의 소비자들이 고기의 위생적인 품질을 위해 브랜드를 중요시 하는 것은 제품의 실명제라는 측면에서 책임있는 생산을 기대하기 때문이고 또한 생산자는 브랜드를 유지하려면 그만큼 노력을 기울이기 때문에 믿을 수 있다는 기대감이 작용한 것에 기인할 것이다. 서양에서는 위생은 기본적인 사항이므로 최소한 돼지고기의 위생적 품질에서는 별 문제가 없다고 보아도 과언이 아니다.

국내에서 소비자들이 선호하는 돼지고기 부위는 삼겹살과 목심이다. 이것은 선진국에서와는 상이한 현상이다. 이것은 우리나라 소비자들이 돼지고기를 먹을 때 따지는 돈육 품질요소가 선진국 소비자들의 그것과는 상이하다는 것을 보여준다. 다시 말하면 선진국에서는 돼지고기 부위 중 등심과 안심이 가장 인기있는 부위로서 고가로 판매된다. 서양의 소비자들이 돼지고기에서 가장 중요시 여기는 구입 이유는 요리의 간편성이고 관능적 품질 요소는 다즙성이다. 돼지고기는 과거에 서양사람들에게는 지방이 많은 고기로 인식되었고, 대부분이 가공육의 원료로만 사용되어지고 단지 등심과 안심만이 소비자 식탁용 신선육으로 유통되고 있다. 특히 돼지고기는 소비시 소고기나 닭고기와는 달리 연도가 크게 문제되지 않으므로 소비자들이 다즙성에 주로 관심을 두어와 이제는 오히려 등심의 근내지방도를 증가시키려는 추세이다. 반면에 국내에서 식탁용 신선육으로 가장 많이 유통되는 삼겹살과 목심 부위는 다른 부위에 비해 상대적으로 지방이 많은 부위이므로 이러한 부위를 좋아하는 우리나라 사람들은 돼지고기의 풍미를 중요시 여기는 것으로 해석이 가능하다.

신선도는 국내 양돈산업이 경쟁력을 가질 수 있는 유일한 품질요소이다. 그러나 이것은 앞서 언급한 위생과 직결되는 문제이므로 이러한 장점을 우리는 살리지 못하고 있음이 매우 안타까운 일이다. 외국에서 수입되는 돼지고기는 아무리 빨리 들여온다 하여도 국내산보다 신선도에서는 뒤질 수 밖에 없는 것이 현실이므로 우리는 맛과 신선도를 강조한 돼지고기 생산에 주력하여야 할 것이다.

최근에 기능성 식품에 대한 이야기가 동서양을 막론하고 상당한 인기를 끌고 있다. 서양에서 과거에는 고기와 관련하여 소비자들이 기피하는 것들을 제거하는 소극적인 마케팅 전략을 시도하였다. 따라서 지방이 많은 돼지고기는 지방을 줄이는 방향으로 노력을 하여 현재의 돼지고기는 그 어느 때보다도 지방함량이 낮다. 그러나 최근의 자연식품이나 기능성 식품의 붐을 타고 좀 더 적극적인 전략으로 소비자들이 좋아하는 유기육 생산이나 고기에 특정성분을 강화하는 쪽으로 방

향을 선회하였다. 결국 이러한 경향은 국내에서도 비슷하여 DHA 돼지고기, 비타민 E 돼지고기 등이 시장에 나오고 있다. 이러한 일종의 유행적 식육 소비 형태는 급변하는 소비자들의 기호도 파악과 생산자들의 지속적인 품질 관리가 성공의 관건이 된다.

최근의 선진국 소비자들이 고기의 안전성에 대한 관심은 주로 항생제나 성장 촉진제의 잔류량에 집중되어진다. 따라서 유럽의 경우, 항생제를 사료에 첨가하는 것을 근본적으로 금지하는 나라들이 많아지고 있고 도축장에서 수시로 중금속이나 성장 촉진제, 항생제 잔류량의 검사를 실시하고 있다. 그러나 우리나라의 경우를 보면 배합사료는 항생제가 항상 첨가되고 있고 양돈농가들은 이익을 위해 휴약기간을 지키지 않을 뿐만 아니라 사육기간에 맞지 않는 사료를 급여함으로써 돼지고기에서의 잔류량 문제를 염려하게 만들고 있다. 선진국에서도 질이 나쁜 농가들이 있지만 대부분은 성실하고 선량하다. 결국 종합적인 평가는 비정상적인 농가의 비율이 얼마나 많은가로 결정된다면 우리는 선량하고 성실한 양돈가를 육성하는 데에 좀 더 노력해야 한다는 결론이다.

4. 소비자가 원하는 돼지고기 생산전략

덴마크의 돈육 생산 및 판매 전략을 보면 고객을 위한 철저한 품질 관리이다. 이것은 과거 백여년간 돈육 수출에서 쌓아온 지혜라고 생각한다. 영국에서는 덴마크산 베이컨을 먹어야 행세를 할 수 있다는 말이 있을 정도로 덴마크의 베이컨 수출은 품질에 대한 오랜 전통을 가지고 있다. 이렇게 오랫동안 수출을 할 수 있었다는 이야기는 고객이 좋아하는 돼지고기를 지속적으로

공급하였다는 것을 증명하는 것이다.

우리나라 소비자들이 위생적이고 안전하고 맛(풍미)이 좋은 돼지고기를 선호한다고 해서 우리나라 양돈가들이 이에 부응하기 위하여 얼마나 노력하였고 노력하고 있는가? 일본시장이 우리를 기다리고 있지만은 않는다. 우리가 적극적으로 우리가 생산하는 돼지고기의 품질을 일본인의 입맛에 맞추기 전에는 그 시장은 우리의 것이 아니다. 마찬가지로 국내 양돈업계가 자기들이 생산하는 돼지고기의 품질을 국내 소비자들의 입맛에 맞추지 못하면 소비자들은 수입산 돼지고기를 구입하게 될 것이다. 돈육 수출국들은 고객의 입맛을 맞추는 품질관리에 역사와 전통을 가지고 있다. 결국 시장에서의 승리는 국내 양돈업계가 자기들이 얼마나 소비자들이 좋아하는 고기품질을 염두에 두고 돼지를 생산하고, 그 돼지들에서 고기를 생산하는 과정이 얼마나 위생적으로 수행될 수 있게 관리하며, 최종적으로 시장에서 소비자들을 유혹할 수 있는 판매전략을 세우는데 얼마나 관심을 갖고 관여하느냐에 달려 있는 것이지 글과 말로서 정보를 습득하는 데에 있지 않다.

5. 결 론

이제껏 살펴 본바와 같이 국내의 소비자가 원하는 돼지고기 생산전략은 우선 전략을 채택할 농가들의 의식전환이 선행되어야 하고, 일단 그렇게 된 후에는 수입돈육과의 차별화 측면에서 보면 맛과 신선도 이외에는 경쟁을 할 수 있는 품질요소가 없어 보인다. 위생이나 안전성 그리고 간편성 같은 분야는 국내 양돈업계가 열심히 노력한다하여도 선진국 수준을 겨우 따라 갈 수 있을 지 모르기 때문이다.

반면에 맛이란 각 나라의 소비자들이 어려서부터 습득하는 관능적 특징이기 때문에 이것을 강조하여 육종을 활용한 돈육 생산을 기한다면 승산 가능성은 매우 크다고 할 수 있다. 우리나라에서는 너무 획일화를 좋아하기 때문에 국내

〈표1〉 돼지 품종별 돈육의 관능적 특징

품 종	조 직 감 ¹	다 즙 성 ²	풍 미 ¹	종합적 선호도
퍼어트레인	0.50	0.80	2.96	1.60
글루베스터 올드 스팩	1.05	0.96	2.48	1.67
영국 랜드레이스	0.91	1.04	2.48	1.71
버크셔	1.24	1.07	2.50	1.90
라지 화이트	1.18	0.91	2.68	1.91
라지 블랙	0.64	1.03	2.86	2.01
영국 새들백	0.96	1.00	2.96	2.10
햄프셔	1.69	1.05	3.08	2.51
듀록	1.26	0.96	3.46	2.56
탬워스	1.73	1.25	3.39	2.81
품종간 유의성	***	***	***	**

** : 1% 수준; *** : 0.1% 수준

1 : -7 에서 7까지의 척도로 숫자가 높으면 더 좋음.

2 : 0에서 3까지의 척도로 높은 숫자가 다즙성이 높음.

소비자들의 입맛에 맞는 돼지고기 생산보다는 다른 나라에서 좋다고 하는 품종을 너도 나도 사육하는 경향이 있다. 그러나 〈표1〉에서 보는 바와 같이 영국에서 품종별 돼지고기가 관능적 특징이 다름을 보고하고 있다. 따라서 국내에서도 우리나라 소비자들이 가장 좋아하는 품종을 개발한다면 더욱 바람직 할 것이다.

신선도는 국내 양돈산업이 경쟁력을 가질 수 있는 유일한 품질요소이다. 그러나 이것은 앞서 언급한 위생과 직결되는 문제이므로 이러한 장점을 우리는 살리지 못하고 있음이 매우 안타까운 일이다. 외국에서 수입되는 돼지고기는 아무리 빨리 들여온다 하여도 국내산보다 신선도에서는 뒤질 수 밖에 없는 것이 현실이므로 우리는 맛과 신선도를 강조한 돼지고기 생산에 주력하여야 할 것이다. 그러나 신선도와 맛의 연관 측면에서 염두에 두어야 할 것은 진공포장 냉장돈육은 저장기간이 길어질수록 유산균의 발육으로 신맛이 증가한다. 우리나라 소비자들이 식품의 신맛에 선호도가 높기 때문에 약간 신맛이 있는 돈육을 선호하게 되면 국내산 돈육의 신선도가 그 장점을 잃게 될 가능성도 있기 때문에 돼지고기 품질과 관련된 소비자 교육과 홍보가 절실하게 요구된다.