

## 소량·다품종, 대량·소품종 ‘양면성 공존’

권 영 철 / 미트저널사 취재부장

육가공제품의 주요 원자재인 돼지고기가 오는 7월부터 수입자유화될 경우 국내 육가공산업은 어떻게 전개될 것인가. 특히 돼지고기뿐 아니라 육가공 원자재에 대한 전체가 수입자유화됐을 때 시장은 과연 어떻게 흘러갈 것인가.

침체의 늪에서 다소 빠져 나오고 있는 듯한 분위기가 연출되고 있는 국내 육가공산업은 수입개방과 함께 ‘소량·다품종, 또는 소량·다품종’ 등 자구책을 통한 돌파구 마련에 몸부림을 치고 있다.

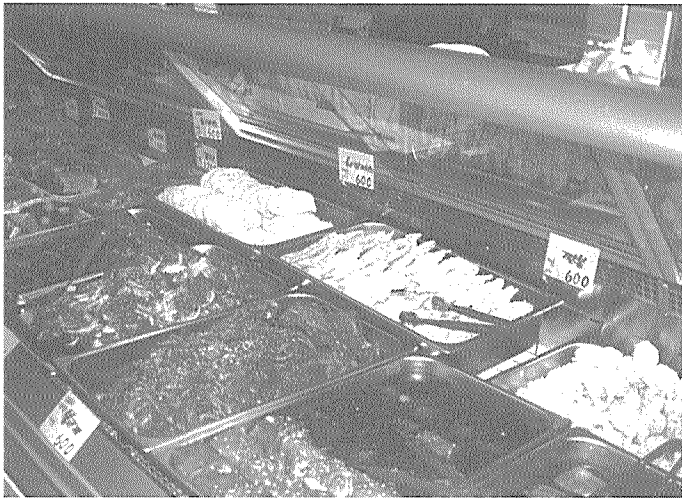
‘소량 다품종’은 소비자시대 도래라는 예견된 상황하에서 제일제당, 롯데햄, 진주햄 등 자칭타칭 빅 3 업체와 함께 미원농장, 남부햄, 동원산업 등 국내 굴지의 육가공사들이 앞다투어 추진하고 있다. 여기에 후발주자로 나선 축협중앙회, 한냉, 한성기업 등이 참여하고 있다. 이와 함께 즉석 가공제품을 통한 ‘소량 다품종’ 시대를 열고 있는 건국햄, 초록식품, 헨델과 그레텔 등은 고급수제품이라는 가치를 내걸고 적극적인 공세로 전환, 새로운 시장형성을 주도하고 있다.

올 육가공시장은 원자재의 수입개방 원년으로 인해 향후 도래될 시장변화에 민감한 반응을 보일 것으로 전망되고 있다. 이는 사회전반적인 경기침체가 육가공산업에 미칠 영향이 다소 크게 작용할 가능성이 높기 때문이다.

따라서 결론적으로 한 가지 확신하고픈 것은 육가공제품의 특성상 스타제품의 기획상품 개발과 고품질, 고가제품으로의 승부를 걸어야 된다는 사실이다. 또한 이 경우 육가공산업은 당분간 양면성이 공존할 것으로 보인다. 특히 수입자유화시대의 한국 육가공산업은 구조적 개편을 통한 2000년 이후의 미래를 겨냥한 새로운 변신이 요구되는 시점이다.

### 역신장세 틀 벗어나 약진할 듯

지난 1915년 조선축산(주), 봉천햄(주), 근강축산식품공사 등 근대적 육가공산업은 일본인이 경영한 3개사가 일일 20kg의 소량생산을 통한 주문납품 형태로 출발했다. 이렇게 시작된 한국육가공산업은 결코 짧지 않은 역사 속



에서의 출발로 시작됐다. 일본의 육가공산업 변천과 유사한 과정을 겪으면서 우리와 다른점은 수입자유화에 대비한 요인별 자유화가 거꾸로 났다는 점이다.

우리는 오는 7월부터 돼지고기, 닭고기가 수입자유화 되는 반면 일본은 지난 67년부터 돼지고기에 대해 쿼터수입을 허용하는 한편, 71년부터 가공원료용에 한해 돼지고기 수입을 완전 자유화시켰다. 또 우리는 87년 육가공 캔제품을 위시해 소시지, 베이컨 등을 수입자유화 시켰으나 일본은 72년부터 육가공제품을 연차적으로 수입자유화시켰다. 한마디로 일본은 계산 속에 진행된 수입자유화에 대한 충격완화와 대응능력의 강화였다는 것이다. 이는 결국 한국 육가공산업의 전반적인 발전에 찬물을 끼얹는 결정적 요인으로 제공됐다.

업계 모두가 인식하듯 한국의 육가공산업은 상당히 빠르게 전개되고 있다는 것과 시장의 국제화, 세계화시대를 예견하고 있듯 1차 산업인 축산물 생산업은 물론 2차 육가공산업이 수입자유

화로 인한 시장의 새로운 변화가 요구되고 있다는 것이다.

전반적으로 지난해가 육가공산업이 역신장세를 벗어난 해였다면 올해는 약진하는 한 해가 될 것이라는 분석이 나오고 있다.

물론 지난해 내내 육가공제품 중 원료의 60%를 차지하는 돼지고기 가격이 국내산의 경우 지육kg당 2천4백원대가 웃도는 예상 외의 고돈가로 인한 커트미트 업계의 어려움이 최악의 상황이었다는 것은 주지의 사실이다. 그러나 육가공업계 전체적으로 봤을 때 매출부분에 있어서 '밀지는 장사는 아니었다'는 것이 업계의 분석이고 보면 업체 개별적인 목표액 조정에 의한 것으로 추정되고 있다.

관심있게 봐야 될 것은 지난해 히트친 무방부제, 무전분, 순돈육 사용이라는 일명 '3무제품' 시대의 신장세가 지속될 것이라는 점이다. 이와 동시에 자연성형제품의 스타제품에 이은, 신제품의 출시에 따른 '소비제품 집중화 현상'이다.

### 경쟁 치열해지는 시장





특히 자연성형제품과 3무 제품은 육가공산업의 역신장세를 벗어나 약진시키는 결정적인 계기를 마련했다는 분석이 지배적이다. 진주햄의 바로구이, 롯데햄우유의 직화구이, 제일제당의 숯불구이 등은 지난해 히트상품으로 평가되고 있다. 이는 스타제품의 위력을 단적으로 보여주기도 했다.

연간 약 5천억원 시장을 형성하고 있는 육가공시장은 대기업들의 저가와 고급화제품 등 양쪽을 확대하면서 시장의 패권경쟁이 치열해질 것으로 예상된다. 또한 시장 흐름 자체가 저가제품의 신제품이 주도할 것으로 보여 귀추가 주목되고 있다.

반면, 저가제품 중심으로 가는 것도 중요하지만 제품의 본질을 떠나 거꾸로 갈 수는 없다는 것에 대해 업체 모두가 인지하고 있는 만큼 고급수제품 시장 역시 활발한 경쟁이 예상되고 있다. 특히 가공품으로 대별되는 햄·소시지의 무방부제 부분은 지난해에 이어 올해 무르익을

것으로 확실시된다. 첨가물 홍보를 통한 육가공품의 부정적 인식으로 인한 이탈된 소비자들의 전환도 기대되고 있어 시장의 신장세가 예측되고 있다.

더욱이 3무 제품으로 시장변화의 혁신을 일으켰다는 평가를 받고 있는 목우촌 가공품은 홍보를 통한 소비자 인식을 바꿔놓았다 해도 과언이 아닐 정도로 관련업체에 신선한 충격을 주고 있다.

무방부제, 무전분, 국산 순돈육 사용과 함께 기존 육가공품의 유통기한을 절반으로 줄였다는 캐치프레이즈를 내건 축협 목우촌은 관련업체들에게 상당한 영향을 미치기에 충분했다.

이는 특정업체를 두둔하는 것이 아니라 목우촌의 모험은 관련업체들로 하여금 3무 제품에 대한 명분을 제공했다는 것이다. 이와 함께 목우촌은 기존 육가공시장의 일대 반격을 시도, 대기업 육가공사들은 기존의 첨가물을 빼거나 혹은 빼고 있는 상황이다. 또한 목우촌은 즉석

육가공품 시장규모를 외형 4백억의 시장규모로 형성하는데 동기 유발을 시켰다는 것이 전문가들의 공통된 분석이다. 이에 따라 3무 제품은 시장의 새로운 변화를 추구하고 있다.

이와 함께 원료육의 수입개방이 물고을 변화는 수입제품의 물꼬를 트는데 결정적인 역할을 할 것이라는 점이다. 물론 그동안 캔 제품을 비롯한 완제품 수입이 없었던 것은 아니다. 수입자유화란 괴물은 기존 틀을 깨는 요인제공자가 되기 때문이다.

수입제품이 차지하는 시장비율이 대기업 입장에서서는 사활이 걸린 문제는 아니다. 그러나 원료육 수입자유화로 인한 수입육가공제품의 점진적 시장잠식의 발생은 확실히 되고 있어 자금력이 약한 중소기업체들의 영역은 점차 축소될 것이라는 점이다.

이 경우 시장의 치열한 경쟁으로 유통시장이 혼란, 자승자박하는 우는 범하지 말아야 된다는 목소리가 높아지고 있다.

### 수요 · 공급 동시변화 예고

이와 동시에 육가공품의 수급은 그동안 수요와 공급이 따로따로 형성됐으나 올해부터는 어느 정도 수요와 공급에 동시 변화가 있을 것으로 전망되고 있다. 또한 가격 정립과 업체들의 경영계획이 체계적으로 될 것으로 보인다. 다시 말해 육가공제품은 소비자들에게 익숙한 제품으로 갈 가능성이 높다는 것이다.

원료육인 돼지고기 가격이 가장 큰 영향을 받고 있다는 것이 육가공업체의 정설이다. 그러나 원료육이 수입자유화되면 그때도 그 요인을 돼지고가로 돌릴 것인가. 그렇지 않다는 것이다.

‘원료 때문에’라는 말은 변명과 핑계밖에 안 돼 이제 설득력을 잃어가고 있을 뿐 아니라 이러한 요인은 관련업체들로 하여금 딜레마에 빠지게 하고 있다는 점이다.

이는 원료육이 수입자유화가 된다 해도 문제는 여전히 상재할 것이라는 얘기다. 결국 소비자시대를 여는데 일선에서 있는 육가공제품은 생산주체들이 제품의 본질에 접근하지 않으면 안된다는 의견도 제시되고 있다. 따라서 육을 다루는 본질에 접근해야 한다는 지적도 대두되고 있다.

업계 일각에서는 육가공산업이 자본의 논리로만 추진될 경우 악순환만 계속될 것이라는 점과 경쟁력을 자본에서 찾겠다는 것은 실질적인 경쟁력이 아니라는 것이다. 일례로 일본의 육가공 5대 메이커의 연간 총 매출액이 우리의 전체 연간 매출액보다 큰 것만 보더라도 2000년 이후의 육가공산업은 자본력만으로는 어렵다는 것을 쉽게 이해할 수 있어 많은 것을 시사해 주고 있다.

육가공품에 대한 구매력을 가진 소비자층을 개략적으로 분석해 보면 우선적으로 사회구조 자체를 이해해야 하는데 전제를 뒀을 경우 5%를 부유층인 상층, 20%를 중산층, 30% 이상은 자신들이 중산층으로 인식하고 있고, 그 이하를 영세민으로 볼 수 있다. 이 경우 시장의 논리에 입각한 육가공품의 판매 타깃은 영세민인 저층민들을 겨냥할 때 결국 품질이 다소 떨어지는 저가제품생산이 적합하나 실질적인 구매력은 중산층 또는 상층부에서 나타나고 있다는 것이다.

또한 업체가 매출이 늘은 것은 저가제품의 소비증가에 기인되고 있지만 실제 경영수지는 떨어진 현상을 보이고 있는 경우가 다반사다. 결국 이는 경쟁사보다 저가제품으로 경쟁을 유발시킬 수밖에 없는 구조적 모순점을 도출시키는 것이다.

국민소득 1만불시대 이후의 육가공산업은 거의 전체에 해당하는 육가공 원료육의 수입자유화가 이뤄져 급속한 수요증가가 예측되고 있다. 더욱이 대량소비시대로 접어들어 전체적인 소비증가가 예상되는 반면, 소비시장의 혼란과

함께 품질에 대한 본질적인 문제에 소비자들의 관심이 높아질 가능성이 높다. 이는 수요와 공급의 동시다발적 변화를 예고하고 있는 시점이다.

### 혁명적 사고전환 필요

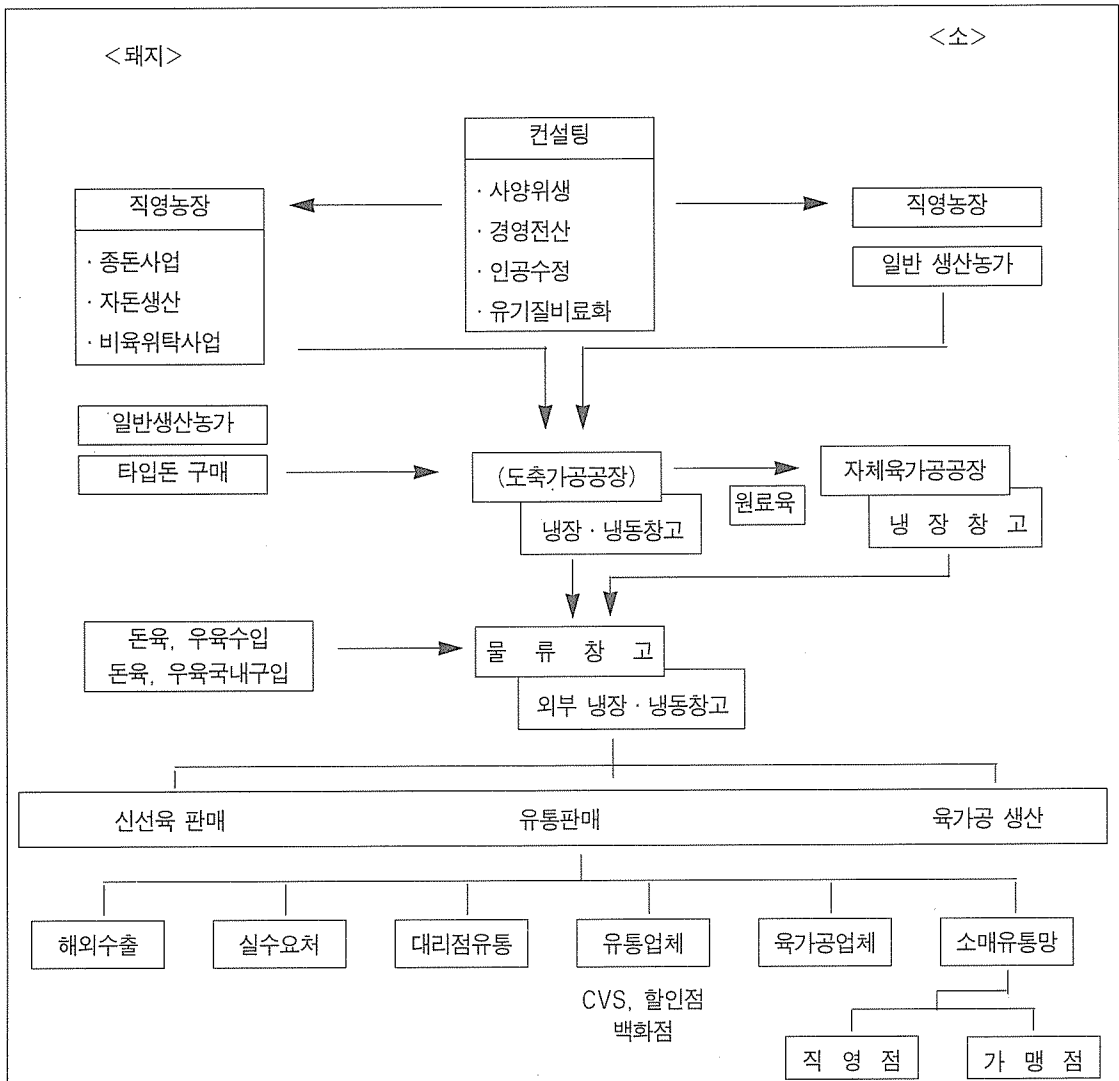
이에 따라 관련업계의 혁명적 사고전환이 요구되고 있다. 경영체계에 있어서든, 제품개발에 있어서든 기존의 틀을 벗어나야 한다는 체질개선론이다. 육가공산업으로 대변되는 햄·소시지, 베이컨, 통조림만 고집할 것이 아니라

육지물, 조미육, 분쇄육 등을 취급함으로써 맛의 다양화를 추구해야 한다는 주장이다.

이는 국내 육가공산업의 기술축척이 어느 정도 돼있다는 전제하에 다시 '단추를 처음부터 다시 끼우자'는 뜻으로 풀이되고 있다.

당장은 외국기업이 국내에 육가공장을 짓는 등의 참여는 행정규제가 까다로워 어렵다는 분석이 지배적인 반면, 완제품 수입을 통한 유통시장 참여가 이뤄졌을 때는 국내 방어력은 역부족 현상을 나타내 결국 국내 업체들이 지리 멀렬해질 공산이 크다. 지금은 아니지만 호시

### □ 육가공업체 유통 흐름도(추정)



탐탐 노리고 있는 수출국들의 유수업체들은 국내 판매실정이 완전 콜드체인시스템화가 안돼 있다는 약점을 역으로 이용, 대형 유통매장으로의 침투도 예상되고 있다.

육가공 전문가인 한 관계자는 이와 관련 “육가공업의 선진국으로 알려진 독일의 일부 업체는 한국시장이 개방되면 뛰어 들어갈 계획에 있다”며 “우선은 아니더라도 한국의 육가공시장을 주도 면밀히 분석하고 있거나 해 놓은 상태다”고 전했다. 아직 구체적으로 표면화 돼 있지는 않지만 저가제품을 앞세운 대형 유통매장을 통한 시장침투 등의 예고는 현재 유통시장에서 일어나고 있는 일련의 형태만 보더라도 이미 시작됐다. 간과해서는 안될 것이다.

이에 반해 우리의 현실은 내부적으로 점점 더 어려운 상황으로 치닫고 있다. 현재 국내 내로라하는 육가공업체 중 3~4개사는 그동안 육가공업의 저성장을 요인으로 들어 직원 감원을 단행, 본격적인 체질개선을 통한 재정비에 들어갔다. 인원감축은 다른 복합적인 요인도 있지만 경영개선에 있어서 불멸의 진리로 통하는 가장 빠른 지출절감 방안이다. 그러나 냉철히 따지고 보면 시장확대의 어려움과 함께 ‘자신을 잃어간다’는 맥락에서 품질개선보다 인건비 절감을 통한 생산성향상을 기대하는 것은 제살까아 먹는 식이 된다는 점에서 큰 문제점이 아닐 수 없다.

장인정신을 바탕으로 한 실질적 기술을 갖고 있다면 수입자유화에 따른 바람은 안 탈 것이다.

이같은 맥락에서 그동안 육가공품 시장은 대기업들로 인해 중소기업 또는 가내 수공업형태의 즉석가공제품 생산업체들이 뛰어들어갈 틈새시장이 적었으나 앞으로는 커질 것으로 보인다. 이러한 현상은 1~2년전부터 제일제당, 롯데햄우유 등 대기업들의 즉석제조가공품 시장 참여에서 볼 수 있다. 한마디로 장사가 된다는 얘기로 대변된다.

## 암울하지만 많은 육가공산업

즉석육가공품 시장은 당분간 매년 50% 정도의 급신장세를 나타낼 전망이다. 새로운 가능성을 심어준 즉석육가공품은 품목도 바비큐 갈비, 탕수육, 떡갈비 등 다양하게 확대되고 있다. 일례로 제일제당은 시장확대를 위해 즉석햄사업을 본격화시켰다. 제일제당이 오는 2000년까지 국내에 1백개 매장을 확보할 계획에 있는 것만 보더라도 이 시장의 가능성을 엿보게 한다.

더욱이 제일제당은 지난해 10월부터 중국의 육가공시장 공략에 본격적으로 나섰다. 총 7백만달러가 투입된 제일제당 청도식품유한공사는 연간 3천톤의 햄과 소시지 등 육가공제품을 생산, 공급할 방침이다. 또한 미국 뉴욕에 대형 식당을 개장했다.

이밖에 관련 기업들은 냉장유통 시스템 구축을 위해 본격적으로 나서고 있다. 뿐만 아니라 고급 수제품시장을 선도하고 있는 건국햄, 목우촌, 초록식품 등도 매장확대에 박차를 가하고 있다.

이같은 일련의 현상은 앞으로 생산거점의 해외 현지이동을 통한 시장의 현지화가 속속 추진될 것으로 전망되고 있다. 특히 1차, 2차를 겸하고 있는 국내 대부분의 육가공사들은 연간 20조원에 육박하는 외식시장으로도 눈을 돌리고 있다. 외식시장으로의 병행추진은 앞으로 한국육가공 업계가 나가야할 방향으로 제시되고 있어 관심이 모아지고 있다.

육가공시장의 난립에 대해 우려의 목소리도 높지만 역설적으로 보면 시장규모의 확대를 의미하고 있다는 것이다. 자사 유통구조 변화에서부터 생산물의 수집, 물류비용 절감, 소비층 확대를 한 자사 제품의 집중적인 분석, 식품리콜제 실시, HACCP(위해요소중점관리제) 도입 등 부단한 노력을 기울이는 것도 맥락을 같이하고 있다.

이와 함께 육가공품에 대한 주요 소비층인 어린이들의 인식도가 높아지고 있고, 조리의 간편성으로 인한 주부들의 이용 확대와 외식문화 발전으로 인해 시장확대가 불가피할 것으로 전망되고 있는 것도 주요인으로 작용되고 있다.

육가공업체 한 관계자는 “소매점 또는 대형 유통업체의 가격인하 요청으로 인해 가격붕괴, 가격파괴 현상도 예상하고 있다. 그러나 이같은 현상은 그렇게 오래 가지는 않을 것이다. 그 후에는 업체들이 가격붕괴라는 기존상품의 경험을 되풀이 하지 않을 것”이라고 주장해 육가공품의 변화가 시도되고 있음을 반영했다. 따라서 국내 육가공산업은 문제도 많지만 그렇게 암울하지만은 않다는 것이다.

### 연합전선 구축 절실

그렇다면 육가공산업의 문제점에 대해 어떻게 진단하고, 진맥을 어떻게 할 것인가이다. 산업의 부활은 관련업계의 노력여하에 달렸다. 자칫 잘못할 경우 한국 육가공산업은 난산할 수 있음을 직시해야 된다.

수입자유화 또는 경쟁력강화라는 용어는 이제 진부한 단어로 인식되고 있다. 수입자유화가 산업의 명암을 갈라놓는 결정적 요인으로 작용한다는 것은 사실이지만 단정지을 수는 없다는 것이다. 오히려 자연스럽게 또는 평상시 처럼 인식돼져야 한다는 것이다. 지구촌이 장터가 되고 있는 시점에서 전체가 수입자유화에 따른 대응방안 모색으로만 일관될 경우 이는 소모성에 지나지 않는다. 혹 이렇게 된다면 산업을 사양시키는데 업계가 ‘공모’한 것이나 다름없다.

예컨대 일본의 햄, 소시지 메이커들은 시장의 포화상태에 대응, 소비자의 오리지널 지향을 자극하면서 가격하락을 막아 보려고 애를 쓰고 있다. 일본 우수 육가공사들의 판매전략

을 보면 각 사마다 고품질을 내세우고 있음에도 불구하고 시판가격을 그다지 올리고 있지 않다. 또 특정상품이란 타이틀을 붙여 고급스러운 느낌을 내고 있으면서 가격을 적당히 설정, 저렴성만 내세운 상품에 식상해 있던 이탈된 소비자들을 끌어안고 있다.

유럽의 일부 육가공업계는 공동으로 ‘육가공품 주간’을 정해 내국인은 물론 관광객, 슈퍼마켓 등에 팜플렛을 뿌리며 소비홍보에 열을 올리고 있다.

미국의 경우 육가공업계는 지난 수년전부터 이해가 상충되는 돼지고기 생산자인 양돈업자들과 전략적인 협의를 통해 양돈산업은 물론 육가공산업을 부활시킴과 동시에 이들의 궁극적 목표인 수출확대 전선을 구축했다. 미국의 이같은 형태는 우리의 돼지고기 생산자들에게 많은 것을 시사하고 있다. 더욱이 이들은 한국 육가공시장 공략을 위한 적극적인 공세를 펴고 있다.

전직 장관을 역임한 후 소비자에 직접적으로 관여하고 있는 모 인사는 “육가공산업은 현재 우리가 얘기하고 있는 대량소비시대, 소비자시대에 적합한 산업 중 하나다. 미국의 유명한 경제학자인 로스트 교수는 경제발전 단계를 비행기의 이륙에 필요한 5단계로 비교, 단계적으로 논하고 있다. 로스트 교수는 이륙의 정점을 소비자시대, 대량소비시대로 표현하고 있다. 그러나 이륙을 위한 5단계 이후 제시된 것이 없다. 다시 말해 착륙단계의 경제하강 단계가 없다는 것은 대량소비시대 이후의 대응방안을 찾아야 할 것이라는 점이다”고 역설, 미래지향적 사업전개를 당부했다. \*