



돼지고기 시장동향과 전망

◇…본고는 지난 4월 2일 서울 올림픽파크텔에서 (주)미트저널이 주최한 「'99 식육시장 동향과 전망」 세미나에서 제일제당(주) 최동수 부장이 발표한 내용을 발췌·요약한 것입니다…〈편집자 주〉…◇

최동수 부장
(제일제당(주) 식품본부)

1. 국내식육시장의 급격한 변화

일본이 1970년 수입자유화된 이후 지금까지의 시장변화와 한국이 수입자유화된지 2년이 되는 시점에서의 변화를 살펴보면 거의 유사하다.

- ① 마진폭의 감소(수입육, 국내산 공히)
- ② 유통채고 최소화
- ③ 시세차익 감소
- ④ 소비자가격 하락
- ⑤ 수입원가를 실수요자가 파악
- ⑥ 지육 유통보다 부위육 유통 활성화
- ⑦ 실수요자의 요구 규격 다양화
- ⑧ 실수요자의 BUYING POWER가 강해지고 중간도매업체의 기능 약화
- ⑨ 생육 혹은 CHILLED 시장 정착

그러나 한국과 달리 일본은 큰 변수가 없는 한 유통 단계별 일정 마진을 인정하는 분위기이다. 한국은 철저한 수요·공급 및 시세에 의존하는 것이 다소 다르다.

어찌되었든 한국 식육시장의 변화는 감지하기 어려울 정도로 변하고 있고 앞으로 변화할 것이다.

10년전 일본의 거래선으로부터 들은 이야기(일본 식육 담당자들은 3일이상 휴가가기 어렵다)가 생각난다.

시장 감각을 잃지 않는 것이 중요하다. 이는

국내산에 한정한다든지 수입육에만 한정해서는 손실을 볼 수 밖에 없다.

2. 국내산 돼지고기 시장동향

가. 냉동육과 생고기

1) 냉동육, 생고기 그 확실한 차이
: 한국산 양돈과 육가공이 단기 전망으로 외산 냉동육과 CHILLED에 대응할 수 있는 한 방편이 생육이었다.

국내산 냉동육과 생고기의 차이는 궁극적으로,
① 소비자의 선택(맛, 가격)
② 국내 대형육가공업체의 의도적인 판매전략(고관가, 선별작업, 마케팅)

두 가지가 적절히 맞아들어 국내시장에 정착하게 된 것이다.

※ 판가차이

부위명	생고기	냉동육	차이	비 고
삼겹살	7,000/kg	5,300/kg	1,300/kg	도매가격 기준 Brand육 기준, 일반 냉동육 기준

2) 문제점

① 생고기의 주 부위가 삼겹살, 어깨등심에 한정됨

② 원료돈 자체 선별 후 생고기 작업에 따라

질이 다소 떨어지는 원료돈은 냉동으로 작업, 시 판시 가격을 하락시키는 요인으로 작용

③ 생고기 유통에 있어서 생산에서 소비까지 5일 이내 이루어지는 점을 감안할 때 진공포장 유통이 필요하라는 의문(추가비용 발생)

3) 향후 필요조치

① 궁극적으로 양질의 원료돈 생산
- 수출과 연계시 필수조건

② 생고기와 냉장육(CHILLED) 용어의 정확한 이해와 사용

③ 갈매기, 갈비 등 타 부위까지 확대

나. 유통변화

① 대형유통의 등장

: 상대적 정육점 판매비중 감소, 대형유통점(할인점 포함)의 과잉경쟁으로 판가하락, BUYER들의 저가 구매 성향

② 대형 PACKER가 시장 주도

: 국내 MARKET SHARE의 10% 되는 업체도 없지만 대형 PACKER들의 상호 경쟁을 통해 국내 시장을 주도(시장 주도를 위해서는 국내 MARKET SHARE의 30%는 점해야 함)

④ 유통마진 축소

: 상대적 국내 공급업체의 마진 축소 경향

1) 전망

① 수입육이 국내시장에 급격히 침투 냉동육 가격의 하락

: 국내산 냉동육의 상대적 소비감소로 인한 판가하락

② 국내 육가공업체의 어려움 가중

: 고판가를 유지한 삼겹살과 어깨등심의 판가 하락으로 국내 육가공업체의 채산성 악화(상대적으로 저가이었던 전·후지, TRIMMING은 2/4분기까지 고판가 유지 가능성으로 다소 위안이 되지만 해당품목 수입 증가시 채산성은 악화)

③ 대형 유통점의 BUYING POWER 증가

: 확산 추세에 있는 대형 유통점의 점포수가 늘어남에 따라 소비가 정육점에서 유통점으로 옮겨가고, 또한 BUYING POWER를 갖게 된 것임

④ 대형 유통점의 국내산 비중 감소 가능성

: 수입우육 중심 취급점포가 국내산 생고기 취급비율을 줄이고 수입돈육 쪽으로 옮겨갈 경우 즉, 원가차

이로 인해 대형 유통점 이익에 기여할

경우는 상대적

고가인 국내산

생고기 취급

비중도 감소할

가능성(수입냉장육, 수입냉동

육 및 국내산 생고기간의 경쟁 즉 맛과 가격에 대해 최종적으로 소비자가 판단)

⑤ 유통단계 축소

: 육가공업체가 직접 END-USER를 상대로 판매(채산성 확보-생존전략)



수입산 돼지고기의 경우 수입업체, 유통업체는 마진이 적은 대신 최종 소비자와 상대하는 매장에서 이익은 높다.

3. 수입산 돼지고기 시장동향

- 전체적으로 국내산과 유사하나 수입업체, 유통업체는 마진이 적은 대신 최종 소비자와 상대하는 매장에서 이익은 높은 가운데 이러한 추세도 당분간 유지될 것으로 예상

가. 현황 및 동향

1) 수입업체 수입기능 약화

① 단순 대행수입 업체의 약화된 시장기능

: 자체 판매경로가 없는 수입업체의 지속적인 영업 어려움 가중

② 수입업체 마진 감소

: 공개된 수입원가에 마진은 축소될 수밖에 없음

③ 시장 대응능력 약화

: 국내돈가, 수입시세, 수출여건 변화, 국내산 시세 등 변수가 많은 식육시장에서의 돈육 수입 만으로는 적절한 대응이 불가능

2) 수입육의 브랜드화 정착 가능성

① 기능성 없는 국내산 생고기와 냉동육에 도전

: 국내산 돈육이 기능성이 있는 돈육으로 특화되지 않는한 국내산 생고기와 냉동육에 강한 압력을 가할 것임

② 국내산과 유사한 제품의 브랜드화

: 포장박스의 국산화 및 국산 규격으로 접근이 해당 수입 돈육의 브랜드화 될 수 있다.

3) 저가격 고품질의 돈육 선호 경향

① 인지도가 높은 수입육의 시장 지배력 상실 가능성

② 저가격, 고품질 수입돈육의 상대적 고마진 확보

4) 수입돈육 문제점

① 특정 품목의 추가 이익 창출에는 어려움

: 국내 수입업체 및 유통업체 취약한 자본력이 가장 큰 이유(수출업체의 입장에서는 판가상승 노력이 특정제품에 이익을 감소시키고 있다)

② 무분별한 수입 지속

: 시장여건을 고려하지 않고 예상 이익만을 염두에 둔 수입으로 국내돈가 하락시기 및 돈육 비수기에 손실 초래

③ 늦어지는 수입업체 구조조정

: 환율 안정, 국제돈가 하락, 국내고돈가 영향으로 수입재개 및 확대

④ 국내 에이전트의 기능 및 기대 미흡

나. 전망

1) 수입부위 다양화

① 삼겹살 일변도에서 후지를 제외한 전부위로 확산

② 국내산 부위와 가격차이 많은 품목 우선 수입

2) 수입육, 국내산 구분 판매

① 수입우육과 동일한 형태 판매(국내산 원료 돈 품질 향상 효과)

② 정부 및 지방자치단체 단속

3) 일본식 유통구조 정착

① 해당 업체별 역할 및 업무 구분

② 지속적 사업업체 위주 식육영업 지속

③ 경쟁심화

4. 결론

한국시장이 외국 수출업체에서 볼 때는 매력적일 수밖에 없다. 왜냐하면 한국 양돈 및 육가공이 일본과 거의 유사하게 가고 있고, 수출국에 비해 양돈산업의 경쟁력이 없기 때문이다.

그러나 국내에서 식육산업은 타 산업에 비해 힘들고 어려운 만큼 이익이 없다는 것이 해당업무 종사자에게는 커다란 과제로 남아 있다.

식육사업을 지속적으로 하기 위해 식육산업 종사자 및 OWNER가 염두에 두어야 할 것은,

① 꾸준히 해야 한다

② 욕심을 부리지 않아야 한다

③ 끊임없는 연구와 노력이 요구된다

④ 정보가 곧 돈이다

⑤ 남보다 앞서야 한다(최소 3개월)

⑥ 식육 연관산업에 관심을 두어야 한다

⑦ 소비자 요구를 끊임없이 파악하고 선행한다

상기 언급한 것 이외에 자신들이 하는 사업의 장점과 단점을 정확히 파악하여 급변하는 식육시장에 적절한 대응이 없다면 낙오할 수밖에 없을 것이다. **양돈**