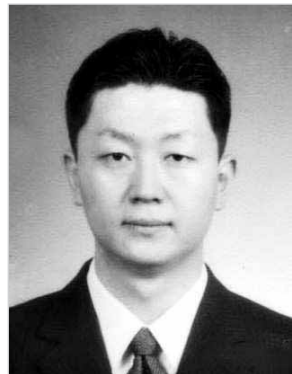


국내 닭고기 가격 변동에 따른 수입변화

품질개선을 통한 해외시장 개척에 관심을...

박진호 (주)메리트무역 대표이사



들어가며

2007년 한국은 미국과의 자유무역협정(FTA) 체결을 시작, 보다 역동적인 무역환경을 얻기 위해 EU는 물론 중국 등 기타국가와도 FTA를 추진하고 있고 향후 대상 국가들은 더욱더 늘어날 전망이다. 이는 국내경쟁에 익숙해진 양계산업에는 커다란 위협이 될 수 있으며, 또한 생존적인 본능을 더욱더 자극하는 또 다른 기회가 될 수 있을 것이다.

최근 3년간 계육수입과 관련 많은 변화들이 있었다. 태국의 고병원성 AI발생, 브라질 가금육 교역승인, 덴마크 가금육의 한국시장 진출, 중국산 가공품(야키토리)의 완전한 시장정착 등이 그것이다.

일반적인 시장 환경에서는 생계시세가 1,200~1,300원대가 형성이 되면 수입육의 수익이 좋아지고, 수입할 수 있는 여건이 된다는 통론이 있었으나, 최근 3년간 생계시세 변화와 수입변화를 살펴보면, 일정한 원칙은 없는 것 같다. 한국과 관련된 상대국의 질병발생과 교역재개, 검역상의 문제가 작용하기 때문이며, 현업에 종사하는 계육업체조차 그 복잡함으로 인해 많은 어려움을 겪고 있다.

무엇보다 흥미로운 것은 덴마크 가금육의 한국진출이다. 태국, 중국, 브라질은 세계적 수준의 양계환경을 갖고 있다. 저 노동비용, 적극적인 정부정책, 규모의 경제를 바탕으로 세계시장에서 두각을 나타내고 있으며, 한국과 비교해서 모든 조건이 월등히 우수한 것이 사실이

다. 이들이 세계시장을 리딩하는 것은 매우 당연한 일이다.

그러나 덴마크는 충분한 예외인 것 같다. 덴마크는 인구 550백만의 작은 국가로 1인당 국민소득이 4만달러, 계육관련 노동비용은 시간당 50달러(US달러기준, 월 35시간 근무, 3개월 훈련된 노동자 기준)로 세계시장과 경쟁해서 꾸준히 성장하고 있기 때문이다.

1. 2004~2005년 덴마크 계육업체의 진출

덴마크는 한국과 비교해서 비교우위를 좀처럼 찾기 힘들다. 국가인구 550만 명, 1인당 국민소득이 4만 불, 공장노동자의 급료가 시간당 50불... 그러나 덴마크는 지난 3년간 한국시장에서 큰 수익을 가져간 것이 사실이고, 우리 양계산업에 큰 시사점을 줄 수 있을 것으로 보인다.

덴마크 계육업체들은 지난 2004년 한국과 미국, 그리고 태국의 고병원성 AI발생으로 모든 시장의 공급이 복잡한 시기 한국시장에 적극적으로 진출했다. 당시 시장 환경을 살펴보면, 한국은 태국과 미국에서 90%이상의 계육을 수입하고 있었으나, AI로 인해, 냉동원료육 수입금지, 국내양계의 품귀현상 등이 발생했을 무렵이다. 생계시세가 1,500~2,200원이 넘는 유일 무일한 시기일지도 모르는 시기였다.

한국의 모든 양계업체들이 큰 수익을 얻었던 시기였고, 아직도 몇몇 업체들이 이 시기를 동경하고 지금의 어려움을 이겨내려 하고 있다. 그러나 유감스럽게도 이는 골프에서의 홀인원



▲외국에서 시판되는 닭고기 제품들

혹은 로또에서 1등에 당첨된 것과 비교해도 큰 손색이 없을 정도로 어려운 확률이다.

이러한 복잡한 시장 환경이 전개될 때, 덴마크는 한국시장을 적극 개척하였다. 그전에 월 1 컨테이너 정도 교역이 되고 있었으나, 그들은 변환된 환경을 이용 한국수입시장의 절반이상을 장악하며 막대한 수익을 올렸다. 그들의 판매가격은 통날개(Three Joint Wings)의 경우 3,300불까지, 장각(Regular Whole Legs)의 경우 2,300불까지 계약시켰다. 해외시장에서 통날개가 3,300불에 계약되었다는 것은 아마도 세계 치킨무역 역사 중에 최고의 가격일 것이다.

당시 영국, 프랑스 냉동육이 한국에 수출되고 있었으나, 이들은 정보수집의 소극성과 품질문제로 인해 소량의 양만 한국에 수출했으며, 큰 기회를 상실했던 것이 사실이다. 하지만, 덴마크는 한국시장 환경을 철저히 학습을 했고, 고품질을 바탕으로 큰 수익을 얻었다. 준비된 상태가 가능했던 것으로 보인다. 총매출

3,000억에 순이익 500억의 성과라면 결코 작은 수익은 아닐 것이다. 1~2억 정도의 정보수집과 시장분석이 이와같은 수익을 만들어 냈다.

2. 2005~2006년 브라질 가금육 한국시장 진출

2005년 가을, 우려하던 브라질 계육이 한국 시장에 진출했다. 품질과 가격 모두가 뛰어난 경쟁력을 자랑하고 있었고, 5개 공장들이 승인되었다. “우리는 한국시장을 파괴하고자 하는 것이 아니다. 한국시장에 브라질 계육을 소개하고 한국 업체들과 공존하고 싶다” 브라질 P업체의 담당자의 말처럼 그들의 목적은 ‘이윤의 극대화’이다.

따라서 시장점유율 보다 수익증대에 관심이 더 많기 때문에 장기적인 관점에서 판매가격을 정하고 있다. 사실 한국 생계시장의 가격보다는 미국산 가격을 기준으로 매월 오퍼가격을 결정하고 있다.

국내 생계시세가 800원이하로 장기간 형성될 때, 덤핑물량을 종종 볼 수 있는 때, 그러한 상황에는 브라질산 정육(Bone Less Leg Meat)이 판매가 일시적인 영향을 받는다.

선선육과 관련된 슈퍼마켓시장은 절대적인 한국시장의 것이고, 프랜차이즈 관련, 날개(Wings)와 정육(Bone Less Leg Meat)은 수입육 관련 시장이며, 식자재 관련 도리육 시장이 수입육과 국내산 계육의 접점이다.

국내 식자재 도리육 시장과 관련, 미산 사각(Leg Quarters)과 국산 냉동도리육이 그것이다.

’07년 2/4분기, 미국산 사각(Leg Quarters)의 가격이 비싸, 저가의 국산냉동 계육을 사용했던 것이 그 예이다. “수입육 봉지에 국산 계육 담는다.” 라는 말은 결코 과장된 것이 아니다.

국내산 날개(Wings)와 다리정육(B/L Normal)과 관련 절대로 한국시장에 싸게 팔지 않는다.

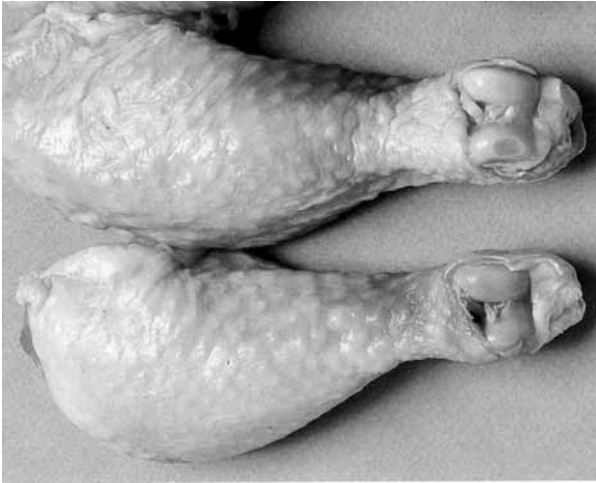
날개의 경우, 한국스팩을 공급할 수 있는 업체가 한정되어져 있어, 묵시적으로 가격을 올리는 방향으로 사업을 전개하고 있고, 브라질의 경우에는 가격경쟁 보다는 타이밍 경쟁에 중점을 두고 있다.

실례로 과거 3년까지, 일본의 구매가격이 한국보다 항상 높았으나, 최근 들어, 한국의 구매가격이 일본보다 높은 경우가 늘고 있으며, 현재도 그러하다. 날개와 정육관련 그들은 한국을 고 부가가치 국가로 분류하고 경쟁상대국 서로가 오퍼가격을 조사하여, 높은 가격을 유지하려 하고 있다.

3. 2006~2007년 중국산 가공품의 한국시장 정착

가장우려 되는 것이 중국산 가공품의 한국시장 정착이다. 가공품의 특성상 일단 시장에 정착되면, 꾸준히 그 상품을 사용하는 특성이 있으며, 또한 어떠한 질병발생에도 영향을 받지 않고, 시장 지배율을 꾸준히 높이기 때문이다.

몇년전 중국산 꼬치가 한국에 수입되었을 때, 기존 입맛과 달라, 수입업체들이 큰 손실을 보며, 다소 침체되었으나 일본 노하우를 간접적으로 인수받아 지금은 매우 안정적으로 공급



▲중국산 닭다리

하고 있다.

계육 가공품은 매월 1,000톤씩 꾸준히 수입되고 있으며 향후, 중국산 가공품 수입은 더욱 더 늘어날 것으로 보인다. 이러한 수입량은 국내의 생계시세 보다는, 오히려 중국 내수소비와 일본의 구매패턴에 따라 한국 수출가격이 결정된다. 물론 미국산 장각과 브라질 정육가격이 월등히 높고, 국내산 생계가 600~700원대 텅핑이 나올 경우 수입육 대신에 국내산을 쓰는 경우가 간혹 있다.

한국에 수입되는 야키토리(80그램/개당)의 수출가격의 경우, 5월 선적분이 약 2,500불정도이었으나, 11월 선적분의 경우, 3,700불 넘어 급등한 상태이다. 이러한 주요요인은 일본과 중국 내부 환경에 기인하며, 한국의 생계시세에 영향을 준다고는 할 수 없을 것이다. 국내 생계시세가 높을 경우, 수입육 판매가 호전되거나, 수입육이 어느 정도 늘어날 수 있을 것이나, 해외시장의 변화가 주요한 요인이다.

결론

“이왕 핸드폰 만들 거면 손가락이 큰 서양 사람들을 대상으로 만들어라. 한국에서 팔 거라면 아예 만들지 마라” 모기업 회장님이 핸드폰 진출사업 초기에 하신 훈시란다. 축산업은 규모의 경제가 필수적인데, 인구 4,500만 명의 구매시장에서 세계와 경쟁한다는 것은 그렇게 쉽지 않다.

국내의 신선육 관련 슈퍼마켓시장을 제외한, 대부분 시장은 수입육과 경쟁해야 한다. 생계시세가 600원대 이하라면, 어느 정도 가능하겠지만, 브라질 생산업자들이 작심한 듯 달려든다면, 300원대라도 이겨내지 못할 것이다.

해법은 있다. 품질을 개선해서 해외시장을 개척하는 것이다. 쉽고도 어려운 길이다. 현재, 유럽과 호주 등에서 판매되는 가슴살(Brest Meat)의 가격을 알고 있다면... 혹은 미국에서 가슴살 얼마나 선호되고 있는지 알고 있다면...

인구 550만 명의 소국가, 1인당 GNP 40,000달러인 덴마크가 세계시장과 경쟁해서 수익을 내고 있는 까닭이 여기에 있다. 그들은 최고의 가격으로 유럽시장에 가슴살을 수출해서 안정적인 수익구조를 만들고 다리 살과 날개의 경우, 특수한 소비구조를 갖고 있는 한국과 말레이시아, 홍콩 등에서 추가이익을 만들고 있다.

“한국이라고 해서 못할 이유는 전혀 없지 않겠는가?”

양계