제14회 양돈연구포럼

“한돈의 생존전략 - 품질과 고객 마인드”

사단법인 한국양돈연구회

메타캄® 양돈용 현탁액 (멜록시캄)

다산성 모돈의 분만 관리 가이드라인



용법 및 용량

- 체중 100kg당 2.7ml, 1일 1회 경구 투여
- 동봉된 주사기 (kg으로 눈금 표시) 를 이용하여 경구 투여 혹은 소량의 사료에 혼합 투여
- 1차 투여 후 필요 시, 24시간 후 2차 투여

효능 및 효과

- 분만 스트레스로 인한 유방염, 자궁염, 무유증 복합증후군의 예방 및 치료
- 분만 종료 후 투여 시 5가지 기대 효과 (소염, 진통, 해열, 항내독소, 항삼출물)



Boehringer Ingelheim

metacam®

SH BRO MET 1903 19

2018년 업계 최초 종돈 판매
6만두 달성

2017~18년 연간 액상정액
80만병 판매 달성

2018년 대덕종돈 31.1두 달성
성진종돈 30.1두 달성

양심 · 열심 · 합심



다비가 답이다!

내일을 생각하는 기업 – 다비육종

다비육종은 연간 PSY 30두라는 국내 한돈산업의 꿈을 처음 현실로 이뤄냈습니다.
최고 품질의 종돈/정액과 최신 기술을 보급하여 국내 한돈산업 발전을 선도하고,
영원한 동반자로 함께 하겠습니다. 최고 품질을 만들고자 하는 도전정신,
다비육종이 열어나가는 내일입니다.

www.darby.co.kr
17529 경기도 안성시 일죽면 서동대로 7381-8 TEL. 031-672-5660 FAX. 031-672-5666
페이스북 주소 | https://www.facebook.com/DarbyGenetics

다비육종

자돈의 전 일령 방어



- 불활화된 바이러스 전체(whole virus)와 효과적인 면역증강제를 이용한 강력하고 안전한 면역 유도
- 전 세계에서 유일하게 자돈, 모돈, 후보돈 모두에 허가된 써코백신
- 다양한 PCV2 유전자형 감염에 대해서 방어능 입증

* 제공해 드리는 0.5ml 전용 주사기를 사용하면 자돈에게 정량을 편리하게 접종할 수 있습니다.

세바코리아 서울특별시 송파구 석촌호수로 220 702(보정빌딩), (우) 33500
전화: 02-2203-9488 | 팩스: 02-2203-9491 | www.ceva.kr

zoetis

써코바이러스 유행성폐렴

23

지금까지 만날 수 없었던
새로운 녀석이 왔다!

써코 + 마이코,
진정한 혼합 백신

새로운 제조과정

섞을 필요 없는 써코바이러스,
마이코플라즈마 혼합백신

써코와 마이코플라즈마 항원을 위한
최적의 부형제, 메타스팀 적용[1]

출하까지 **23 주간** 방어 면역[2, 3]



한국조에티스(주)
서울시 강남구 테헤란로 124(삼원타워 5층) / www.zoetis.kr
제품문의 : 080-999-1945

포스테라™
PCV MH주

CRF19-009

|주|케어사이드

효능과 신뢰의 상징 (주)케어사이드

국내 최초 허가

아프리카돼지열병(ASF) 소독제

미국 캔자스주립대 생물안전성연구소(BRI, 미국국토안보부 위탁연구소)에서 ASF 소독제 효력시험





세탁-큐 (CETAK-Q)

복합 4급 암모늄소독제

"4세대 복합4급암모늄"과
고용량 "구연산"의 소독효과
포장단위: 1L, 5L, 18L



원탑콘 (ONETOPKON)

3종염 소독제

"3종염"의 강력한 살균소독효과
포장단위 : 1.25kg

⊕ 아프리카돼지열병(ASF)

모든 연령에서 발생하는 전염성이 강한 돼지질병으로 발열, 출혈과 높은 폐사율이 특징. 예방백신이 개발되어있지 않아, 차단방역이 중요함.

⊕ 권장희석사용법

제품명	권장희석배수	
	유기물 적은 소독 (축사공간 및 기구, 일반차량 등)	유기물 많은 소독 (축사바닥, 오물, 사체, 농장차량 등)
원탑콘 ONETOPKON	ASF 800배, 구제역 800배, AI 1,600배	ASF 400배, 구제역 800배, AI 800배
세탁-큐 CETAK-Q	ASF 800배, 구제역 480배, AI 640배	ASF 600배, 구제역 480배, AI 320배

"기타 병인체에 대한 용법은 사용설명서를 참고하여, 소독대상이 충분히 젖도록 고르게 살포하십시오."



다산성 모돈 전문가 **팜스코**의 자돈 프로그램

윈맥스 자돈

다산성 모돈, 많이 낳는 것도 중요하지만
잘 키우는 것이 더 중요합니다.
윈맥스 자돈 프로그램을 시작하세요!

42일령 14kg, 윈맥스의 기준입니다.



Farmsco

No.1 Partner, Everyday with Farmsco
www.farmsco.com

Nutrena

갓난돼지
초기 성장에 올인하다!

갓난돼지를 가장 잘 아는 카길 뉴트리나의 올바른 영양 솔루션,
초이스네오 갓난돼지 프로그램은 건강한 농장을 지키는 최상의 선택입니다
이제 카길 뉴트리나 ACE 전문가의 한 발 앞선 올바른 케어로
농장의 건강한 웃음과 잃어버린 수익을 되찾아 드립니다

All-IN CARE EARLY



카길 뉴트리나 초이스 NEO 프로그램

All-IN CARE EARLY
www.nutrenafood.co.kr

발란스 초이스

선진사료

균형잡힌 사료로
잘먹고, 잘큰다!



선진 발란스 · 초이스는
각종 영양성분과 대사 균형을 잡아 주어
스트레스는 낮추고 사료 섭취량은 늘려주는 **착한 사료**입니다.



젖먹이 · 육성돈 전용 사료

영양 발란스와 체내 항상성을 강화시켜 백신접종, 고온, 밀사 등 각종 스트레스로 인한 사료 섭취량 감소를 막고, 출하일령을 25일 단축시켜 연간 약 4,500만원(모돈 200두 기준)의 추가 수익을 기대할 수 있습니다.

www.sj.co.kr 이천 (031)637-1181~4 · 서부 (042)718-5200~3 · 영남 (053)857-5135 · 서울 (02)2225-0661

Sunjin

제14회 양돈연구포럼

"한돈의 생존전략 - 품질과 고객 마인드"

■ 일자 : 2019년 8월 14일(수) 13:30~16:35

■ 장소 : 경기도경제과학진흥원 R&DB센터 1층 대교육실(경기도 수원)

■ 세부 일정

시 간	일 정
13:30 ~ 14:00	등 록
14:00 ~ 14:10	개 회 식
14:10 ~ 15:10	<토론자 발표> · 라이프 스타일의 변화와 한돈 업계의 적응 방안 -김재민 이사 (농장과 식탁) · 가치소비시대 한돈의 가치 -김태경 식육마케터 (축산경영연구소) · 1일 100두 유통대표가 한돈 농가에게 하고 싶은 말 -최영일 대표 (피엔씨유통) · 한돈의 경쟁력과 3정 4A의 일본벤치마킹 -안기홍 소장 (안기홍 양돈연구소)
15:10 ~ 15:20	휴 식
15:20 ~ 16:35	<종합토론> 김재민 이사 (농장과 식탁) 김태경 식육마케터 (축산경영연구소) 최영일 대표 (피엔씨유통) 안기홍 소장 (안기홍 양돈연구소) 장성훈 대표 ((주)금돈)
16:35	폐 회

사단법인 **한국양돈연구회** 회장 권 동 일

라이프 스타일의 변화와 한돈업계의 적응 방안

김재민[1] 이사

농장과 식탁

1970년대 투자가 시작되어 빠르게 성장해 대한민국을 먹여 살리는 산업이 있다. 바로 반도체다. 삼성전자가 1974년 한국반도체를 인수하며 우리나라의 반도체 산업이 본격화 됐고 대한민국을 먹여 살리는 산업이 되었다.

농업분야에도 반도체와 같은 품목이 있다. 양돈업이다. 삼성그룹이 한국반도체를 인수하던 시점에 용인에 대규모 양돈장을 조성하기 시작했고, 삼성의 집중적인 투자는 국내 양돈산업의 기술 수준을 단기간에 끌어 올리는 효과를 거두었다.

1990년대 대일돈육수출 특수도 따지고 보면 1970년대 삼성이 구축한 삼원교배종의 확산 및 일반화, 대규모 양돈장 운영 노하우를 습득한 엘리트 축산기술자들이 축협중앙회, 배합사료회사, 동물약품회사, 사료첨가제회사, 종돈회사, 양돈전문연구소, 양돈계열회사 등으로 확산 포진하면서 이뤄낸 결과로 볼 수 있다.

앞선 투자와 축적된 기술 수준이 한돈산업의 성장을 리드했다.

1. 경제 불확실성

미중 무역 전쟁에 이어 한일 무역 전쟁이 벌어지면서 수출에 의존하는 경제구조를 가진 우리나라는 불확실성이 어느 때보다 커진 상황이다.

경제의 불확실성은 투자 감소로 이어지는 경우가 많은데 경제가 어느 쪽으로 어떻게 흘러갈지 예측하기 힘든 상황이기 때문에 투자보다는 시장을 관망하며 보수적 의사결정을 하는 경우가 많기 때문이다.

불확실한 상황의 지속은 우리 경제 발전에 부정적 영향을 미칠 것은 자명한 사실이다. 실제로 우리 한돈업계는 돈가 하락으로 경제 불확실성, 경기 침체 상황을 가장 많이 체감하고 있다. 극 성수기인 7~8월을 지나고 있지만 돼지고기 소비 침체로 지난해 10월부터 이어온 돈가 폭락에 따른 손실을 만회할 기회도 잃고 말았다.

혹자는 이를 두고 음주운전 단속기준 및 처벌 강화, 주 52시간 근무확대 등으로 기업들의 회식 횟수가 줄고 퇴근하며 간단히 반주와 함께 삼겹살을 먹는 문화가 사라지는 등 돼지고기 소비에 악영향을 주는 일들이 반복해 일어나고 있기 때문이라는 분석도 있다.

일련의 사태가 돼지고기 소비에 부정적 영향을 주었다 할 수 있지만, 7월과 8월의 소비 침체는 주52시간 근무, 음주운전 단속기준 및 처벌 강화로는 설명이 안 되는 부분이다.

1) 농장과 식탁 정책 연구실. jmkim@faeri.kr

7월과 8월 돼지고기 가격은 마리당 40만 원 중후반 가격이 형성되어 왔는데 올해는 30만 원대에 머무르고 있고, 물량 소진을 위해 대형마트 마다 삼겹살 세일을 알리는 문구가 넘쳐나고 있다.

현재 국내 농산물 시장에서는 쇠고기를 제외하고는 모든 품목이 가격이 평년 대비 하락한 상태다.

돼지고기, 닭고기, 오리고기, 계란, 상추, 깻잎, 무와 배추, 마늘, 양파 등 제철 채소, 성수기 축산물까지 예전 같으면 강보합세를 나타낼 만한 품목까지 힘을 쓰지 못하고 있다.

공급과잉이 원인이기도 하지만 한편으로는 우리 소비자들의 농축산물 소비패턴의 중대한 변화를 감지하지 못하고 관행적으로 생산하고, 관행적으로 소비자를 응대하기 때문은 아닌지 고민해 봐야할 대목이다.

2. 삼겹살의 인기 시들

삼겹살의 인기가 과거와 비교해 많이 시들해졌다는 이야기를 양돈업계 분들이 먼저 이야기 하는 경우가 있다.

평택에서 양돈장을 운영하는 친구가 있는데 그 친구에게 부탁할 일이 있어 전화를 했더니 대번 하는 이야기가 "예전처럼 사람들이 여름이 삼겹살을 먹지 않네"라는 말을 전해왔다.

늘 같은 시기 같은 장소로 여름 가족여행을 가는데 예전에는 휴가 장소 여기저기 그릴에 삼겹살 바비큐를 즐기는 이들이 많았는데 주변에 삼겹살 굽는 사람은 자기밖에 없다는 게 그 친구의 말이었다. 더워 죽겠는데 땀 흘리며 숯불에 삼겹살을 먹는 것을 곤욕으로 생각하는 듯 하다고 나름 분석까지 해서 알려주었다.

여전히 삼겹살을 그릴이나 후라이팬에 굽는 소비방법은 돼지고기를 소비하는 대표적인 방법이지만 그 인기가 시들해 지면서 여름 휴가지의 풍경을 바꾸고 삼겹살 외식업의 풍경도 바꿔가고 있다.

과거 생고기, 얼리지 않은 삼겹살을 표방하며 직장인을 붙잡았던 일반 삼겹살집들의 인기는 시들해지고 대신 그 빈자리를 숙성 등을 통해 삼겹살의 가치를 상승시킨 '프리미엄 삼겹살 레스토랑'이 그 빈자리를 대신하고 있다.

실제 삼겹살의 인기가 얼마나 낮아졌는지 알아보기 위해 데이터의 크기와 정확도가 높은 온라인 몰에서의 소비자 동향을 살펴봤다. 네이버 데이터랩에 접속해 국산 돼지고기 쇼핑 트렌드를 살펴본 결과 삼겹살 인기에 균열이 발견됐다.

국내산돼지고기 인기검색어

no	2018.01. ~ 2018.07.	2019.01. ~ 2019.07.
1	삼겹살	반야월뒷고기
2	돼지껍데기	돼지껍데기
3	뒷고기	뒷고기
4	돼지등뼈	삼겹살
5	제주흑돼지	제주흑돼지
6	돈뽈항정	돼지고기
7	돼지고기	돼지등뼈
8	차슈	버크셔k
9	돼지갈비	맛의명가반야월뒷고기
10	돼지뒷다리살	돼지뒷다리살
11	흑돼지	돈뽈항정
12	돼지등갈비	항정살
13	돼지족	흑돼지
14	등갈비	돼지등갈비
15	바베큐세트	바베큐세트
16	앞다리살	반야월돈뽈항정
17	뒷다리살	돼지족
18	돼지앞다리살	연우식품
19	돼지족발	돼지갈비
20	버크셔k	돼지비계

2018년 1~7월까지 네이버에서 국내산 돼지고기를 구매 했던 이들이 사용한 검색어를 살펴보자 1위는 삼겹살이다.

2019년 1월~7월까지 쇼핑 검색어 순위 1위는 '반야월뒷고기'다. 삼겹살은 4위로 밀려났다. 2018년 검색 순위 중 붉은 색으로 표시한 게 순위가 하락한 키워드 이고, 주황색은 순위가 상승한 검색어, 2019년 데이터 중 분홍색은 새롭게 순위에 오른 키워드다.

돈육 구매에서 삼겹살은 후순위로 조금씩 밀려났다는 이야기이고 올 상반기 돈가 하락과 연관지어 생각해 볼 대목이다.

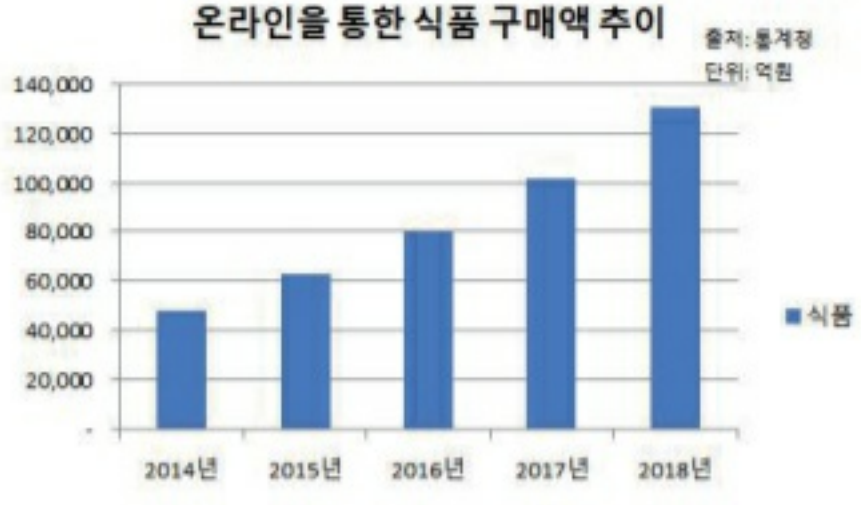
눈여겨 볼 것은 흑돼지의 약진이다. 기름기가 많아 마블링이 LYD 품종에 비해 많다는 흑돼지 계열이 5위, 8위, 13위에 랭크되어 있다. 버크셔k는 지난해 20위에서 올해 상반기는 8위로 올라섰다.

아마도 새로운 상품에 대한 수요가 검색량에서도 반영되고 있는 듯하다.

3. 신선식품 온라인 유통 활성화

식품의 온라인 유통이 어느 때보다 확대 되고 있다.

불과 3~4년만 하더라도 통계청에서 월 단위로 발표하는 온라인유통 통계에서 신선식품은 타 품목 대비 거의 정체되어 있었다. 그러던 것이 지난해 새벽배송 등이 히트를 치면서 신선식품의 온라인 비중이 급상승 하고 있다.



신선식품은 눈으로 품질을 확인하고 구매한다는 소비 패턴에 균열이 일어나고 있음을 보여준다.

신뢰할 만한 유통플랫폼의 식품 인프라에 대한 투자를 확대하면서 소비자들의 신뢰를 얻고 있음을 보여준다. 특히 고기에 있어서 소비자들은 주로 가는 정육점이나 마트에서 파는 고기를 그냥 구매해야만 했다.

하지만 지금은 온라인에서 브랜드, 품종, 등급, 부위, 스토리, 가격 등을 꼼꼼히 비교해 가며 사게 되면서 과거에는 접근하기 힘들었던 식재료에 접근할 수 있게 되었다.

삼겹살 중심의 돼지고기 시장의 판도가 온라인에서부터 흔들리기 시작한 이유다.

4. 라이프 스타일

라이프 스타일(Life style)이란 일반적으로 인간행동의 본질을 묘사하는 중요한 사회적인 지표로서, 사람들이 자신의 시간을 어떻게 소비하고 주위 환경에서 무엇을 중요하게 생각하는지에 대한 총체적인 의미로서 사람들이 살아가는 방식이다.

그 중 식생활 라이프스타일(Food-related life)은 라이프스타일의 한 영역으로 단순히 식품을 섭취하는 행위가 아닌 먹는 것을 얻고, 먹는 것과 관련된 모든 활동들로서 식료품의 구매동기, 구매 제품의 특성, 구매 의사결정의 목적, 조리방법, 소비상황 등 식품소비와 관련된 것들이다(박영희.노희경.정난희, 2010).

특히 라이프스타일을 통해 소비자의 행동패턴을 세분화했을 경우 미래 소비자의 선택과 행동을 예측할 수 있어 마케팅 분야에서는 사람의 라이프스타일을 적극적으로 활용하여 왔다(설훈구.이상호.전재균, 2007;김연아.이병철.유혜원, 2015).

주부들의 식생활 라이프스타일과 베이커리 제품 이용에 관한 연구에서는 식생활 라이프스타일을 건강지향, 편의지향, 미식가지향, 외식지향, 웰빙지향, 절약지향으로 집단을 구분하였으며(김성혁.권상미, 2007),

식생활 라이프스타일에 따른 와인 선택속성에 관한 연구에서는 건강추구 형, 미각추구형, 편의성추구 형, 안정성 추구 형, 충동구매 형, 알뜰구매 형, 유행 분위기 추구 형, 안전 추구 형

으로 나누어 연구를 하였다(임영미.임혜경, 1992).

대학생들의 식생활 라이프스타일에 따른 레스토랑 선택속성에 관한 연구에서는 건강추구 형, 미각추구 형, 편의성 추구형, 안정성 추구 형으로 집단을 구분하여 연구하였으며,

커피전문점 선택행동에 관한 연구에서는 식생활 라이프스타일을 건강추구 형, 유행추구 형, 미각추구형, 편의추구 형으로 나누어 실증분석 하였다(원영은, 2010).

또한 싱글족의 식생활 라이프스타일에 의한 편의점의 편의제품에 대한 만족도에 관한 연구에서는 건강중시 형, 미각중시 형, 편의중시 형, 식사관리 형, 식품탐험 형 5개의 요인으로 나누었다.

연구	여성 라이프 스타일										
박선희 (2001)	개방형	소극침체	유행추구	자기충실	향락주의						
황앙균 (2010)						경제중심	취미중심	가족중심	건강중심		
박선민 (2015)						물질지향	여가	가족	건강	도전	
오정선 (2019)			유행추구				여가		건강		사회관계추구

연구	식생활 라이프 스타일											
김성혁 (2007)	건강	편의	미식	외식지향	웰빙		절약					
임영미 (1992)	건강	편의	미각			안전	절약	안정		유행분위기		
원영은 (2010)	건강	편의	미각					안정				
원영은 (2010)	건강	편의	미각							유행		
김연아 (2015)	건강	편의	미각								탐험	식사관리
서수경 (2010)	건강	편의	미각							분위기	탐험도전	식사관리
이병일 (2019)	건강		미각			안전			가치		탐험	

소비 관련 라이프 스타일을 크게 나누면 럭셔리 라이프 스타일, 미니멀 라이프 스타일로 나눠볼 수 있다. 이는 소비와 절약으로 해석될 수 있다.

럭셔리 라이프 스타일은 소비와 소유를 미덕으로 삼는 스타일이다.

미니멀 라이프 스타일은 럭셔리 라이프 스타일의 반대 개념으로 절약형 라이프 스타일이라 이야기할 수 있다.

럭셔리 라이프 스타일과 함께 따라 붙는 것은 성공지형 라이프 스타일이 있을 수 있고, 반대

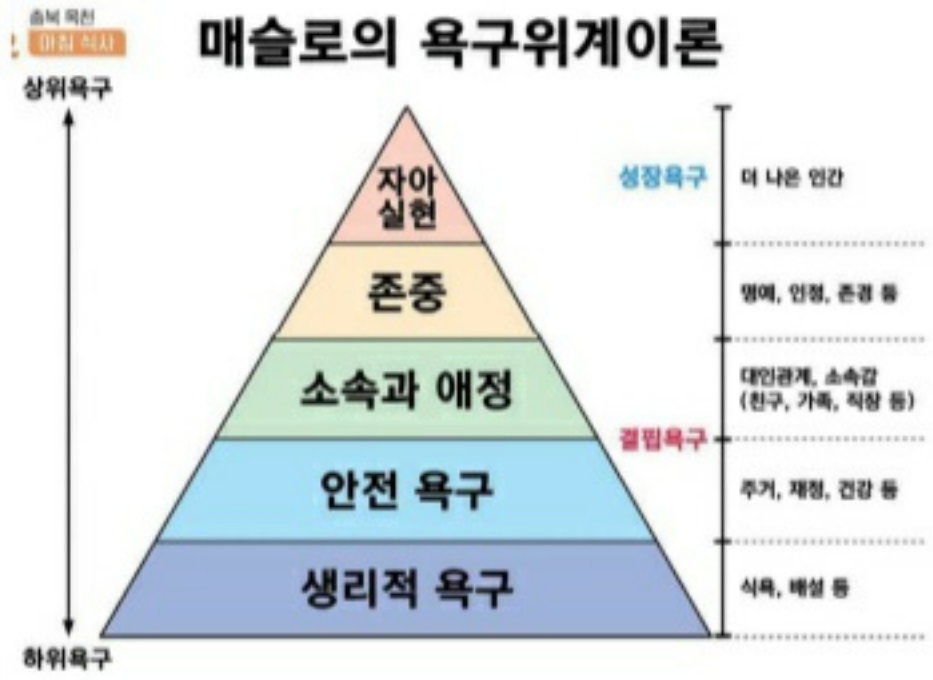
개념으로 가정 중심 라이프 스타일, 개인중심 라이프 스타일이 최근 유행하기도 한다.

웰빙 라이프 스타일, 비건 라이프 스타일, 그린 라이프 스타일도 건강, 채식, 환경이라는 소구로 작용하는 라이프 스타일이다.

이러한 라이프 스타일의 분화는 사회적 그리고 개인의 부의 증가에서 이유를 찾을 수 있다.

5. 욕구위계이론 그리고 라이프 스타일

매슬로의 욕구위계이론(Maslow's hierarchy of needs)은 인간의 욕구는 위계가 있으며 낮은 단계의 욕구가 충족되면 다음 단계 욕구가 타나나서 충족을 요구한다는 것이다. 한번 충족된 욕구(만족된 욕구)는 다시 요구되지 않는 특징이 있다.



① 생리적 욕구

허기를 면하고 생명을 유지하려는 욕구로서 가장 기본인 의복, 음식, 가택을 향한 욕구에서 성욕까지를 포함한다.

② 안전 욕구

생리 욕구가 충족되고서 나타나는 욕구로서 위험, 위협, 박탈(剝奪)에서 자신을 보호하고 불안을 회피하려는 욕구이다.

③ 애정·소속 욕구

가족, 친구, 친척 등과 친교를 맺고 원하는 집단에 귀속되고 싶어하는 욕구이다.

④ 존경 욕구

사람들과 친하게 지내고 싶은 인간의 기초가 되는 욕구이다. 자아존중과 자신감, 성취, 존중 등에 관한 욕구가 여기에 속한다.

⑤ 자아실현 욕구

자기를 계속 발전하게 하고자 자신의 잠재력을 최대한 발휘하려는 욕구이다. 다른 욕구와 달리 욕구가 충족될수록 더욱 증대되는 경향을 보여 '성장 욕구'라고 하기도 한다.

후에 매슬로는 자아실현의 단계를 넘어선 자기초월의 욕구를 주장하였다. 자기초월의 욕구란 자기 자신의 완성을 넘어서 타인, 세계에 기여하고자 하는 욕구를 뜻한다.

보통 이 욕구는 사람의 소득 수준에 따라 결정 되는데, 생리적 욕구는 의식주의 해결로 보면 되며 일정한 소득이 달성되면 기본적인 의식주는 해결이 이뤄지며 다음 단계인 안전에 대한 욕구로 넘어가게 된다.

안전에 대한 욕구는 치안, 식품안전, 보건 등의 해소를 말하며 이 또한 개인적 부와 사회적 부가 어느 정도 쌓이면 쉽게 해결되며 이 부분이 충족되면 소속과 애정과 관련된 욕구로 이어지게 된다.

매슬로의 욕구위계 이론으로 우리 사회를 설명한다면, 소득 증가로 과거 결핍욕구 해결에 급급했던 우리 사회가 자아실현의 욕구로 그 단계가 넘어가고 있다 볼 수 있다.

6. 다양성과 개성 3만불 시대 키워드

3만불 도달 이후 한국 사회 소비심리[2)]

① 정보에 의한 실질적 가치 소비 보편화

② 다양성에 대한 욕구 강화

③ 편리함을 중요시

④ 합리적 감성 소비 확대

⑤ 개인 취향 중심 소비 강화(↔친구나 연예인의 소비에 동조하는 소비도 여전하지만)

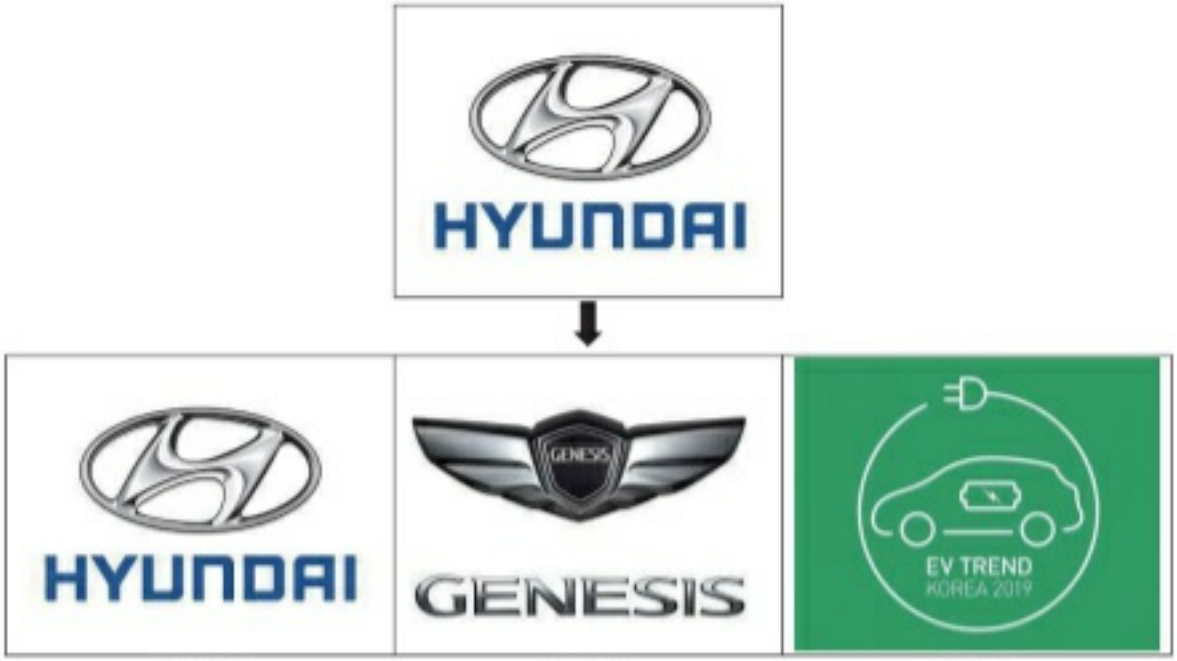
2)LG경제연구소(2010)

대기업의 라이프스타일 적응

■LG전자 상품전략

	럭셔리
	심플 모던 (고소득 1~2인가구)
	일반 라인 (가성비)

■현대 자동차



가성비 럭셔리 친환경

세단 라인업

엑센트	아반테	쏘나타	그랜저	에쿠스

⬇

엑센트	아반떼	쏘나타	그랜저	제네시스			
	벨로스터			G70	G80	G90	G90L
	i30				G80sports		

SUV

-	투싼	싼타페	베라쿠르즈

⬇

베뉴	코나	투싼	싼타페	팰리세이드

현대차는 과거 대형, 중형, 소형 정도로 상품을 세분화 했다면 지금은 세단은 11단계, SUV는 5단계로 촘촘해진 상품군을 자랑한다. 이는 자동차를 구매하는 소비자들의 다양한 라이프스타일에 대응하고 있다 할 수 있다.

7. 유행하는 라이프 스타일

웰빙 라이프 스타일(건강지향)-채소, 잡곡, 유기농

비건 라이프 스타일(건강, 동물권 지향)-채식

그린 라이프 스타일(환경지향)-친환경, 재활용, 자연주의

럭셔리 라이프 스타일-백만장자, 소비

미니멀심플 라이프 스타일-절약, 무소유

성공지향 라이프 스타일

가족중심 라이프 스타일

개인주의 라이프 스타일

사회적 가치 중시 라이프 스타일



식물기반 배양육

동원



식물성 인공 계란

가농바이오

8. 양돈산업을 위한 제언

1980년대~1990년대 사업가정신으로 충만했던 1세대 전업 양돈인들의 도전 정신은 한우고기에 밀려 마이너한 고기였던 돼지고기를 국민들이 가장 많이 소비하는 육류산업으로 탈바꿈 시켰다.

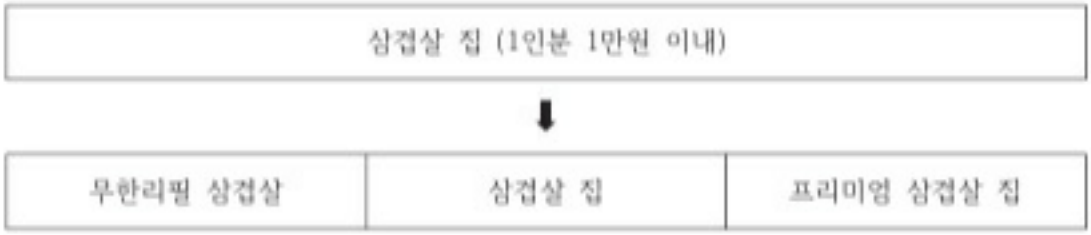
1세대 양돈인들의 도전은 농장을 현대화, 규모화 시켰고 잔반에 의존하여 사육하면서 필연으로 발생했던 돼지고기의 역한 육향을 제거하는데 성공하면서 돼지고기, 삼겹살 전성시대를 열어젖히게 됐다.

하지만 앞서 매슬로의 욕구위계 이론에서도 이야기했듯이 한번 현단계 결핍이 채워지면 더 높은 단계의 욕구를 채워야 하듯이 우리 돼지고기를 향한 소비자들의 욕구도 단순히 가성비 좋은 상품, 냄새나지 않는 돼지고기를 넘는 새로움을 요구하고 있다.

2019년 돼지고기 외식 트렌드는 숙성과 고급화로 이야기 된다.

일반 돼지고기가 아닌 숙성을 통해 풍미를 조금 더 높여 상품성을 높이고 인테리어와 서비스 수준을 높이는 방식이다. 프리미엄 삼겹살집을 표방하는 식당들이 눈에 띄게 늘어났다.

현대자동차가 가성비 라인과 럭셔리 라인으로 분화를 한 것처럼 돼지고기 외식시장도 가성비 중심의 시장과 럭셔리 시장으로 분화가 일어나고 있다.



삼겹살 외식업계가 생존을 위해 달라진 라이프 스타일에 대응해 변신을 계속하고 있는 것과 달리 우리 양돈업은 1990년대 추구된 모델에서 한발자국도 벗어나지 못하고 있다.

생산성을 유럽수준으로 높이자는 이야기가 한EU FTA가 타결되던 시점 경쟁력 제고 방안으로 제시되어 투자가 이뤄졌지만 여전히 우리 양돈업의 생산성은 10년 전이나 지금이나 비슷한 수준을 벗어나지 못했고 높은 생산비 수준은 가격하락에 취약성을 그대로 드러내고 있다.

우리 한돈업계도 기본적으로 생산성을 높여 가격 경쟁력을 확보하는 일에서 시작해야 한다. 수입돼지고기와의 경쟁 때문이 아니라 지금과 같은 가격 조정기를 견뎌낼 힘은 높은 생산성으로 한계 비용을 더 낮추는 노력 밖에는 답이 없기 때문이다. 돼지는 생산성이 높아지면 돼지고기의 품질도 상승하는 특징이 있다. 한우가 품질을 높이면 생산성이 하락하는 상충작용을 하는 것과 비교하면 매우 유리하다 할 수 있다.

한우농가들이 생산성 하락을 감수하며 한우고기 품질을 높이기 위해 투자를 아끼지 않는 상황은 시사하는 바가 크다.

더불어 환경규제가 강화되고 있는 만큼 양돈업계도 외부 투입제(사료)에 전적으로 의존하고 외부 분뇨처리시설에 의존하는 행태에서 벗어나 농장 주변 유휴농지를 매입하거나 임대해 자연순환 농법을 실천하는 노력이 필요한 상황이다.

소비자들이 돼지고기를 단순히 가격과 맛이라는 두 가지 속성만 가지고 평가하고 소비하였으나 최근 들어서는 동물권, 환경오염, 곡물자급률까지 다각도로 산업을 바라보고 저울질하는 이들이 늘었기 때문이다.

국민소득 3만불 시대가 되면서 사회적 문제에 더 관심을 기울이는 라이프 스타일을 가진 소비자들이 많아졌기 때문이다.

더불어 관행적인 LYD돼지를 관행 돈사에서 사육하는데서 벗어나 동물복지 적용, 친환경사육방식 적용, 방목, 흑돼지사육 등 다양한 방식을 접목하는 노력 또한 기울일 필요가 있다.

9. 이베리코 흑돈 인기 그리고 라이프 스타일

지난해는 이베리코 흑돈의 인기가 국내 돼지고기 시장을 강타했다.

이베리코 흑돈을 인기는 다양한 라이프 스타일, 소비자에게 어필 할 수 있는 속성을 가졌기 때문이다.

①방목은 자연주의, 친환경 이미지를 ②도토리는 사료의 차별와 건강할 것 같은 이미지를 ③이베리코 흑돈 이라는 품종명은 이국적인 감성을 ④기름진 맛은 이전 돼지고기와 다른 맛의 차별성을 가져다주었다.

자연, 친환경, 건강, 맛, 품종, 이국적 느낌, 사료까지 7가지 이상의 속성이 소비자에게 제공됐고 많은 소비자들이 이에 반응한 것이다.

우리 한돈은 어떤 속성을 가지고 소비자들에게 어필하고 있는지 한번 생각해봐야할 때다.

가치 소비 시대 한돈의 가치

김태경 Ph.D
축산경영연구소

전통적인 경제학에서 수요 공급이론에 의한 가격 형성은 다들 잘 알고 계실 겁니다.
2019년 여름 돼지고기 가격이 상승하지 않고 역으로 하락하고 있는 걸 소비의 둔화와 공급 과잉으로 해석들을 하고 있습니다.
아마 여기 참석한 여러분들 대부분도 작년에 과잉 수입과 왠지 모를 소비둔화로 가격이 하락하고 있다고 생각하실 겁니다.
"이제 찬바람이 불면 곧 회복되겠지 우리가 얼마나 삼겹살을 미치고 환장하게 좋아하는데"라고 신앙처럼 믿고 스스로 위로 하고 계신 한돈 농가분들이 많으실 겁니다.

1990년대 초반 돼지고기 브랜드시대를 개척했던 1세대 식육 마케터로 돼지고기 근현대사를 연구하고 글을 쓰는 작가의 입장에서 돼지고기 관련 식당들을 면밀히 살펴봅니다. 돼지고기 식당 사장님들의 생각과 손님들의 소비형태들을 유심히 살펴보면서 돼지고기 시장에 엄청난 변화가 일어나고 있다는 걸 알게 되었습니다.
식당 사장님들 입장에서는 인건비와 임대료의 상승으로 식재료비를 절감해 보겠다는 노력들을 하기 시작했습니다. 별다른 요리 기술없이 식재료비를 낮추는 건 자살행위지만 그래도 마지막 수단이라고 생각하는 식당 사장님들이 많아지고 있는 추세입니다.
요즘 특수부위와 껍데기등 부산물을 취급하는 식당이 늘어나고 있습니다.
앞다리와 등심부위를 구이용 메뉴로 만들고자 하는 시도가 여기저기 식당들에서 일어나고 있습니다. 이런 현상들을 넘어 호르몬 야끼에 관심을 가지는 식당 사장님들도 상당히 많아지고 있는 추세였습니다. 아마 이번 한일 무역 전쟁이 아니었다면 수입쇠고기와 부산물을 활용한 야끼니쿠식당들이 우후죽순처럼 생겨났을지도 모릅니다.

소비자들입장에서는 삼겹살 로스구이를 한 40년 먹어 왔더니 이제 좀 새로운 것이 없을까 하는 생각들을 가지게 되었습니다. 말이 소주지 지금의 소주는 1970년대의 소주와는 완전히 다른 알콜 도수가 낮은 술입니다. 진한 기름끼 많은 삼겹살 말고 얼마든지 맛있는 안주들이 많이 개발되었으니 삼겹살을 찾을 필요가 없습니다. 추정해 보면 국내 유통되고 있는 삼겹살의 50%는 수입산이다. 요즘 아무리 수출국들이 고품질 수출 정책으로 돌아서서 값싸고 품질좋은 삼겹살을 한국에 수출한다고 하지만 10일에서 15일이내에 잘 숙성된 국내산 냉장삼겹살보다 맛이 떨어집니다. 소비자들은 과거보다 훨씬 맛없는 삼겹살을 먹고 있다는 생각이 들겁니다.
이게 돼지고기 소비둔화에 직접적인 원인을 제공했다고 보아야 합니다.
그래서 요즘 사람들은 자발적으로 삼겹살을 잘 사 먹기 않는 것입니다.
가끔 삼겹살이 땡겨서 친구들과 삼겹살에 소주 한잔 하려고 삼겹살집에 가면 많은 삼겹살집들이 수입육을 팔고 있으니 꼭 한돈 삼겹살집을 찾아서 가는 한돈의 브랜드 충성도가 높은 소비자도 많지 않은 것이 현실입니다. 점점 삼겹살 소비는 문제가 생길 겁니다. 특히 한돈 삼겹살은 가격이 높습니다. 팔아도 안 남는다고 생각하는 식당 사장님들이 잘 취급하지 않으려고 하는 경향도 많이 생겨나고 있습니다.

전세계는 2008년 리먼 브라더스 사태이후 가치소비를 지향하고 있습니다.
우리나라의 소비자들도 가치 소비를 하기 시작했습니다. 라이프스타일이라는 단어로 다양화되고 가치소비를 지향하는 소비자의 소비행동을 정의하지만 사실 라이프스타일이라는 것이 각자 제각각의 소비 철학을 가지고 행동한다는 걸 의미합니다. 라이프스타일을 이야기할 때 북유럽의 킨포크니 밀레니엄 세대의 소비행동을 봐야 한다고도 합니다. 일본의 츠타야 서점이 대표적인 라이프스타일 제안으로 성공한 모델이라고

이야기를 하지만 어쩜 태극기 부대 노인들도 자기들만의 라이프 스타일을 가지고 생활하고 있다고 봐야 합니다.

돼지고기의 근현대사를 연구하는 사람입장에서 최근들어 급격히 다양해진 라이프 스타일만큼 우리 한돈 산업의 근현대사를 다시 조명하고 한돈의 브랜드 아이덴티티를 확립하고 돼지고기의 리포지셔닝이 필요한 시기가 되었다고 생각합니다.
한우고기는 쇠고기이면서도 수입쇠고기와는 다른 고급육입니다.
단순히 다른 것이 아니라 카테고리가 완전히 다른 고급육입니다.
이건 우리나라 사람들 모두 알고 있는 마음의 사다리입니다.
반면 한돈은 아직 수입돼지고기와 돼지고기라는 같은 카테고리안에 있습니다.
수입 돼지고기중 한돈보다 더 품질이 우수하고 맛있는 돼지고기가 있다고 사람들은 생각합니다.
세상에서 가장 맛있는 돼지고기라는 마음의 사다리 꼭대기에 한돈이 없습니다.
양돈이 2008년 한돈이라고 새롭게 명명 되었지만 그 누구도 왜? 한돈인지 한돈은 뭐가 다른지 제대로 설명해 본 적이 없습니다.
이제부터 한돈 브랜드의 브랜드 아이덴티티를 제대로 확립하고 한돈을 일반적인 돼지고기 카테고리에서 새로운 세계 최고의 맛있는 돼지고기라는 카테고리를 만들어야 합니다.

그럼 이제부터 한돈이란 무엇인지 한돈의 브랜드 아이덴티티는 **무엇인지 설명해 보기로 하겠습니다.**
한돈을 설명하려면 양돈을 먼저 설명해야 합니다.

양돈이란 양돈은 내용에 따라 종돈생산(種豚生産) ·모돈생산(母豚生産) ·육돈비육(肉豚肥育)의 세 가지로 나눌 수 있다. 종돈생산은 종돈을 사육하고 번식에 제공하여 장차 육종번식용의 종돈으로 제공될 수퇘지의 생산, 즉 양돈의 기초가 되는 순수종의 돼지를 생산하는 일이며, 고도의 기술을 필요로 한다. 모돈생산은 새끼낳기 양돈이라고도 하며, 비육용 새끼돼지의 생산을 목적으로 한다
[네이버 지식백과]양돈 [pig farming, 養豚] (두산백과)
돼지를 낳아서 키우는 일을 양돈이라고 합니다.
1921년 10월 3일 동아일보 기사에도 조선의 산업중에 양돈업이 나옵니다.
기사 내용을 조금 살펴 보면 최근 조선 산업 발달의 대관이라는 제목하에 농업개량급 발달의 소제목으로 돈은 조선농가에서 보통사육하는것이나 그 체중이 小(작을소)하고 그밖에도 부족한 점이 많아서 개량이 필요하여 농업모범장에서 버크셔를 수입하여 교배시험을 하였는데 그 결과가 매우 양호하여 버크셔를 많이 수입하여 전국에 보급하여 양돈업 발달의 새로운 기원을 마련하였다 라는 내용입니다.
조선의 재래돼지를 버크셔와 누진교배 시키는 사업을 일제는 1920년대부터 시행하였습니다.
아마 우리나라의 양돈업의 시작을 이 시기 부터라고 해야 할 것 같습니다.
(여기서 잠깐 한일 무역 전쟁이 한창이니 우리 한돈산업 분야에서도 아직 남아 있는 일제의 잔재 하나를 알려 드리겠습니다. 네이버에 돼지를 검색하면 한국에 개량종 돼지가 들어온 것은 1903년이다. 라고 되어 있습니다. 이는 1944년 조선농업발달사에 기록된 내용입니다.
정확히 조선반도에 서양종 돼지가 처음 들어온 해는 1885년 농무목축시험장에서 미국에서 돼지 8마리를 수입했던 기록이 남아 있습니다.)

일제가 왜? 1920년대에 그저 농가 여인네의 부업으로 채비동물에 지나지 않던 조선의 재래돼지 개량에 집중하게 되었을까요? 아마도 이 시기가 일본 본토에서는 돈가스, 카레라이스, 고로케등 돼지고기 요리가 대중화되던 시기라는 것과 연관성이 깊을 것입니다.
일본은 1871년 1200년의 육식금지령을 풀고 육식을 시작합니다.
다이쇼시대가 시작되는 1912년경부터 급격히 늘어나는 쇠고기 수요를 감당하지 못하고 값싸고 나름 생산성이 좋은 돼지고기의 소비가 늘어 납니다. 1920년경에는 돈가스나 카레라이스가 대중식으로 완전히 유행을 하기 시작했습니다. 일제 입장에서는 장기적인 전쟁을 준비하면서 조선우에 대한 관심이 매우 높았을

겁니다. 조선우는 식량의 의미를 넘어 최고급 트랙터였습니다. 소가죽은 중요한 군수물자였습니다. 어떻게든 식민지 조선에서 조선우를 수탈해 가기 위해서는 조선인들에게 쇠고기의 대체재를 만들어 주어야 했을 겁니다. 이렇게 시작된 우리의 양돈은 해방정국에서도 해방의 기쁨으로 육류의 소비자 급격히 늘어 나지만 남북 경제 교류가 중단된 상태에서 남한의 소는 50만두 정도 였습니다. 한해에 일소를 필요한 소가 30만두 한해에 도축되어 육류로 공급되는 소가 20만두선이었습니다. 계속 소를 도축하면 일소의 씨가 마를 판이었습니다. 그래서 정부수립도 전인 1948년 3월 전국의 돼지 14만두를 서울 근교로 사모아 양돈업을 장려 합니다. 그 당시 14만두면 전국의 사육두수의 20%가 넘는 돼지수입니다.

전후 복구과정에서 미국의 원조로 서양종 돼지들이 들어왔습니다. 제주도 이시돌 목장에서는 임피제 신부님의 노력으로 양돈업이 성공적으로 번성하게 됩니다. 수출을 해야 먹고 사는 나라니 1958년부터 시험적으로 1960년대 초반 생돈과 냉동 지육을 홍콩으로 수출하기 시작합니다.
박정희는 산업화속에서 값싼 노동력을 유지하기 위해 농산물을 철저히 통제하기 시작하고 거기에 육류는 매우 조용한 품목입니다. 특히 돼지고기는 소보다 워낙 생산성이 좋아 값싸게 공급이 가능한 육류였으니 양돈산업에 많은 공을 들였습니다. 1972년 일본의 돈육 수입 자유화로 수출까지 하게 되면서 양돈업은 급격히 산업화의 길로 들어서게 됩니다.
그래도 전통적으로 쇠고기를 좋아하던 우리는 1970년대 경제성장이 좀 되기 시작하면서 불고기, 로스구이로 쇠고기를 엄청 먹었습니다. 지금처럼 외화가 있어서 수입 쇠고기를 막 수입할 수 없는 시대였습니다. 1976년 쇠고기 파동이 일어나 가격이 상승하고 수출을 위해 준비되었던 돼지고기는 국내 물가 안정용으로 시장에 풀려 나옵니다. 이 시기에 쇠고기 로스구이는 자연스럽게 삼겹살 로스구이가 되어 지금까지 인기 메뉴가 되어 왔습니다.
양돈 산업은 생산성이 좋아 쉽게 공급량을 조절할 수 있고 값싸게 공급이 가능하니 산업화에 크게 이바지 했습니다.
우리나라의 양돈산업이 거의 같은 품종의 돼지를 거의 같은 사료 배합비로 거의 같은 사육 환경에서 대한민국이 하나의 단일 돼지농장처럼 키워내고 있습니다.
이건 **일제 강점기 일제의 의해서 학습된 식민지 플랜테이션 농업방식입니다.**
아열대나 열대 지방의 커피나 바나나 목화등을 키우는 플랜테이션 농업과 조금은 다른 방식이지만 단일 품종을 대량 생산을 목적으로 키워 수탈해 가는 방식은 전형적인 식민지형 플랜테이션 농업입니다. 일제가 조선반도를 식민지화하면서 나름 변형으로 만든 것 입니다.
우리 농업의 많은 품종이 아직도 일제의 식민지시대의 조선반도형 플랜테이션 농업의 형태에서 벗어나지 못하고 있는 건 해방이후 독재 정권에 의한 계획 경제속에서 농산물의 가격통제가 절대적으로 필요했기 때문일겁니다.
물론 이런 주장은 저만의 주장입니다.
아직도 우리농업이 전근대적 식민지 농업 경영 방식에서 해방되지 못했다고 하면 다들 저를 미친 놈이라고 할 겁니다.
앞에서 라이프 스타일이라는 걸 잠깐 이야기했습니다.
사람들은 이제 각자 자기만의 라이프 스타일을 추구한다고 이제 먹는 것도 자기만의 개성 강한 먹거리를 찾기 시작했습니다.
그런데 우리농업은 달라진 소비자들의 라이프 스타일을 충족시킬 수 있는 농업이 아직 아닌 것 같습니다.

다른 작물은 이야기하지 말고 돼지만 이야기한다면 우리나라 돼지 농장들은 30~40만원의 생산비를 투입해 돼지를 생산해서 40~50만원에 시장에서 돼지 한 마리를 판매하면 매우 만족해 하는 구조입니다. 저는 이런 생각을 해 봅니다. 돼지한마리를 100만원에 키워서 200만원 받으면 안될까?
똑같은 돼지를 생산성위주로 키워서 시장에 판매하는 방식을 저는 양돈산업이라고 다시 정의하고 싶습니다.
그럼 당연히 한돈 산업의 정의는 아시겠지요.

한돈산업은 가치소비 시대 다양한 소비자의 라이프 스타일에 새로운 제안이 되는 맛있고 가치 있는 돼지를 생산하는 돼지산업을 한돈 산업이라고 정의하고 싶습니다.

한돈 브랜드 아이덴티티의 정의를 확실히 하여야 마케팅 전략을 선명하고 힘있게 세워 나갈 수 있습니다.

이러한 관점에서 브랜드 아이덴티티의 개념을 보다 명확하게 하기 위해서 다음과 같은 질문에 답을 해 보아야 합니다.

- 한돈(브랜드)의 존재 이유나 존재 가치는 무엇인가?
- 한돈(브랜드)가 소비자와 이해 관계자들(투자자, 내부 종사자, 협력업자, 유통업자 등)과 중장기적으로 공유할 수 있는 가치는 무엇인가?
- 경쟁브랜드와의 차별점은 무엇인가?
- 한돈(브랜드)의 개성은 무엇인가?
- 한돈(브랜드)의 핵심 영역은 무엇인가?
- 소비자들에게 전달하고자 하는 한돈(브랜드) 이미지의 목표는 무엇인가?
- 한돈(브랜드) 아이덴티티 요소는 무형의 브랜드 가치와 소비자들에게 제공하려는 효익을 연상시킬 수 있는 것인가?

위의 답을 찾아 가면 한돈 브랜드 아이덴티티가 정립됩니다.
한돈은 단순히 이름의 변경이 아니라 사회적인 변화에 따른 브랜드 리포지셔닝이 되어야 합니다. 아직 한돈이라고 명명된 2008년 이후 제대로 된 한돈의 정체성을 찾지 못한 것이 한돈산업 전체의 위기론의 가지오게 되었다고 생각합니다.
이제 가치소비 시대 한돈 가치를 높이고자 한다면 한돈의 브랜드 아이덴티티를 함께 고민해야 할 때입니다.

아래 표들은 한돈시장의 변화를 알아 보기 위해 지난 20년간의 한돈 산업을 숫자로 정리해 보았습니다.
한돈의 위상 하락과 위기를 알 수 있는 좋은 자료입니다.
한돈은 삼겹살에 너무 가치가 치중되어 있었기 때문에 삼겹살의 위기가 곧 한돈산업의 위기가 되고 있습니다.

돼지고기 시장의 변화 (년도별 부위별 돼지고기 수입량)

	물량(톤)								구성비(%)							
	삼겹살	목심	갈비	뒷다리	앞다리	등심	기타	계	삼겹살	목심	갈비	뒷다리	앞다리	등심	기타	계
2019	92.781	36.969	5.514	6.231	99.868	5.515	1.058	247.559	37.5%	14.9%	2.1%	2.5%	28.7%	2.9%	0.4%	100.0%
2018	184.826	49.851	10.093	5.662	197.480	13.860	1.768	463.521	39.9%	10.8%	2.2%	1.2%	42.6%	3.0%	0.4%	100.0%
2017	172.154	37.622	6.585	1.952	147.552	1.952	1.640	369.217	46.6%	10.2%	1.7%	0.5%	40.0%	0.5%	0.4%	100.0%
2016	148.705	35.431	4.479	319	122.195	5.579	1.990	318.498	46.7%	11.1%	1.4%	0.1%	38.4%	1.7%	0.6%	100.0%
2015	148.393	36.639	7.063	9.494	146.226	6.927	3.140	357.901	41.5%	10.2%	2.0%	2.7%	40.9%	1.9%	0.9%	100.0%
2014	141.951	32.200	7.135	2.172	88.544	1.124	782	273.868	51.8%	11.8%	2.6%	0.8%	32.3%	0.4%	0.3%	100.0%
2013	98.019	17.267	3.499	220	64.476	1.227	143	184.961	53.0%	9.4%	1.9%	0.1%	34.9%	0.7%	0.1%	100.0%
2012	135.915	30.028	5.797	1.876	99.836	2.501	398	276.155	49.2%	10.9%	2.1%	0.6%	36.2%	0.9%	0.1%	100.0%
2011	155.431	49.599	10.663	15.909	122.152	9.699	6.796	270.248	42.0%	13.4%	2.9%	4.3%	33.0%	2.6%	1.8%	100.0%
2010	107.224	25.426	4.792	915	35.587	1.212	335	179.491	55.7%	14.2%	2.7%	0.5%	22.1%	0.7%	0.2%	100.0%
2009	106.427	29.404	4.927	1.040	65.533	969	2.529	209.829	50.2%	14.0%	2.3%	0.5%	31.2%	0.5%	1.2%	100.0%
2008	113.154	56.001	10.222	511	31.285	928	2.391	214.269	52.8%	26.1%	4.8%	0.1%	14.6%	0.4%	1.1%	100.0%
2007	117.429	67.676	27.321	1.217	26.884	1.205	5.663	247.402	47.5%	27.4%	11.0%	0.5%	10.9%	0.5%	2.3%	100.0%
2006	92.656	42.442	25.415	1.851	21.427	735	26.069	210.555	44.0%	20.2%	12.1%	0.9%	10.2%	0.3%	12.4%	100.0%
2005	83.076	24.827	24.079	1.202	14.499	669	26.203	172.556	47.9%	14.3%	13.9%	0.7%	8.4%	0.4%	14.5%	100.0%
2004	64.484	13.715	12.516	692	13.550	370	3.907	108.852	59.3%	12.6%	11.5%	0.6%	12.5%	0.3%	3.6%	100.0%
2003	44.247	4.621	6.137	285	4.290	255	978	60.813	72.8%	7.6%	10.1%	0.5%	7.1%	0.4%	1.6%	100.0%
2002	50.817	7.991	4.275	1.557	4.244	97	2.086	71.045	71.5%	11.2%	6.0%	2.2%	6.0%	0.1%	2.9%	100.0%
2001	41.629	4.870	3.486	279	936	207	109	51.516	80.8%	9.5%	6.8%	0.7%	1.8%	0.4%	0.2%	100.0%
2000	50.196	10.424	7.572	919	10.725	857	15.401	96.852	52.3%	10.8%	7.7%	1.0%	11.2%	0.9%	16.1%	100.0%
1999	64.601	11.193	2.964	200	35.927	472	26.696	141.964	45.5%	7.9%	2.1%	0.1%	25.2%	0.3%	18.8%	100.0%

돼지고기 소비량 변화 및 삼겹살의 소비 추세

	도축두수	전체소비량	수입삼겹살	국내산삼겹살추정	총삼겹살공급량	삼겹살구성비	삼겹살자급률
2019.1~6	8,722,139		92,781	95,944	188,725		50.8%
2018	17,369,033		184,826	191,059	375,885		50.8%
2017	16,729,662	1,272,382	172,134	184,026	356,160	28.0%	51.7%
2016	16,545,491	1,240,268	148,705	182,000	330,705	26.7%	55.0%
2015	15,906,598	1,166,407	148,393	174,973	323,366	27.7%	54.1%
2014	15,686,435	1,166,407	141,951	172,551	314,502	27.0%	54.9%
2013	16,130,447	1,049,300	98,019	177,435	275,454	26.3%	64.4%
2012	14,039,669	960,000	135,913	154,436	290,349	30.2%	53.2%
2011	10,834,688	937,643	155,431	119,182	274,613	29.3%	43.4%
2010	14,629,379	940,620	107,224	160,923	268,147	28.5%	60.0%
2009	13,918,628	915,534	105,437	153,105	258,542	28.2%	59.2%
2008	13,805,901	926,764	113,154	151,865	265,019	28.6%	57.3%
2007	13,674,849	931,339	117,438	150,423	267,861	28.8%	56.2%
2006	13,002,551	874,704	92,638	143,028	235,666	26.9%	60.7%
2005	13,464,447	838,479	83,076	148,109	231,185	27.6%	64.1%
2004	14,619,010	856,682	64,484	160,809	225,293	26.3%	71.4%
2003	15,286,616	834,059	44,247	168,153	212,400	25.5%	79.2%
2002	15,338,432	810,447	50,817	168,723	219,540	27.1%	76.9%
2001	14,824,271	807,421	41,629	157,567	199,196	24.7%	79.1%
2000	13,293,052	779,908	50,196	146,224	196,420	25.2%	74.4%
1999	12,564,071	755,356	64,601	138,205	202,806	26.8%	68.1%

1일 100두 유통대표가 한돈 농가에게 하고 싶은 말

최영일 대표
피엔씨 유통

한돈의 품질을 결정하는 요인과 한돈의 판매 저조의 이유에 대하여 개인적인 소의를 나누고자 합니다.
좋은 돼지고기란 무엇인가?
좋은 돼지고기란 어떤 고기일까요? 우선 이런 질문을 하고 싶습니다.
소비자들에게 물어보면 소비자들의 답은 맛있는 고기라고 대답합니다.
그러면 맛있는 고기란 무엇인가요?

1. 한돈의 품질, 좋은 돼지고기?

- 좋은 한돈은 좋은 돼지고기인가요?



한돈의 클레임의 여러 사례



수입 돈육

소비자들의 대답은 부드러운 고기, 냄새 없는 고기, 신선한 고기
이렇게 말하는 분이 대부분입니다. 과연 이런 고기가 좋은 고기일까요?

2. 한돈의 가격 결정 방법 이대로 좋은가?

- 등급제 이대로 좋은가?
- 경매장의 경락 가격에 의한 한 돈 시세 및 한 돈 가격 결정 시스템 이대로 괜찮은가요?

3. 한돈 생산자와 유통자의 관계에 대하여?

- 생산자와 포장처리업자(유통업자)의 관계는 어떤 관계 인가요?
- 경쟁 관계, 대립관계, 협력관계

4. 한돈의 품질 향상을 위하여 무엇을 해야 할 까요?

- 소비자의 요구 및 욕구에 대응
- 수입유과의 경쟁력 확보방안

한돈의 경쟁력과 3(定)4A의 일본 양돈 벤치마킹

안기홍 소장
안기홍 양돈연구소

1. 한돈산업의 5년간 변화~양적으로는 성장하고, 질적으로는 퇴보와 정체이다!
표1) 한돈산업의 최근 5년간 성적표(2014년~2018년)

	NO	항 목	2014	2015	2016	2017	2018	비 고
양적지표	1	사육농가수	5,177	4,909	4,574	6,313	6,188	17년이력제기준 변경
	2	사육두수(천두)	10,090	10,186	10,366	11,272	11,332	14년 대비18년12.3%+
	3	모돈두수(천두)	853.0	869.8	885.2	955.4	953.6	8개월이상 암컷만 적용
	4	출하두수(천두)	15,686	15,906	16,546	16,728	17,369	14년 대비18년10.7%+
	5	1인당소비량(kg)	21.8	22.5	24.1	24.5	25.2	18년 추정/15.6%+
	6	생산액(십억원)	6,615	6,967	6,757	7,338	7,079	18년은 추정
	7	사료생산량(천톤)	5,961	6,090	6,257	6,365	6,564	14년대비 18년 10%+
	8	두당수익(만원)	8.4	9.7	8.2	8.6	4.8	5년평균 7.9만원
	9	돈육수입량(만톤)	27.4	35.8	31.8	36.9	46.3	14년대비 18년 79%+
질적지표	10	MSY(두)	19.0	18.6	19.0	18.9	18.2	전년12월 모돈두수기준
	11	생산비(생제.원)	2760	2700	2670	2840	2840	14년대비 18년 3%+
	12	1등급비율(%)	63.8	64.0	63.5	63.8	63.8	14년대비 18년동일
	13	농장사료요구율	3.35	3.38	3.34	3.36	3.34	출하돈115kg.모돈제외
	14	자급율(%)	75.9	71.0	73.0	71.4	67.4	출하두당55kg.전량소비
	15	목심이상육비율(%)	22.0	28.8	24.1	30.6	30.8	D 양돈조합자료,8.8%+
	16	근내지방비율(%)	2.54	2.54	2.52	2.37	2.38	축산물품질평가원자료
분석	*2014년에 비하여 2018년의 주요지표의 변화를 보면, 양적인 수치인 사육두수와 출하두수는 각각 12.3%, 10.7%증가하였으나, 질적인 지표인 생산성(MSY)은 4% 감소한 18.2두, 생산비는 3% 증가한 2840원, *품질(1등급)은 63.8%그대로 정체상태이며*, 농장사료요구율 또한 3.34로 정체이다. *특히 목심이상육 비율8.8%증가(양돈타임스19.8.8)와 근내지방0.16감소는 큰 문제점이다* *이표에는 없지만 한돈의 가장 취약점과 문제점중의 하나는 월별, 계절별 물량, 가격, 품질의 편차라고 전문가들과 학자, 유통고객들이 지적하고 있다.						

*생존을 위한 우리의 할 일, 우선과제는?(돈가3,500원 생존전략)

2. 생산성과 생산비로 본 구주양돈의 경쟁력

(*일본 피그저널 19년7월호에서 인용)

표2).주요 양돈생산국의 중요생산지표 비교 **한국:PSY21두, MSY18두 추정*

지표	미국	스페인	덴마크	네덜란드	독일	프랑스	벨기에	브라질
모돈수(1000두)	6,200	2,600	1,230	1,060	1,900	984	417	2,950
PSY(두)	**26.4**	**27**	**33.3**	**30.3**	**29.7**	**28.2**	**29.8**	**27.7**
모돈회전율(회)	2.44	2.31	2.28	2.36	2.33	2.37	2.34	2.33
자돈기사고율(%)	4.20	3.69	3.10	2.50	3.10	2.79	4.00	2.00
비육기사고율(%)	4.64	3.56	3.10	2.40	2.70	3.63	3.10	3.00
비육돈일당증체량(g/일)	857	701	971	822	832	815	694	820
비육기 사료요구율	2.71	2.46	2.66	2.58	2.81	2.72	2.76	2.60
출하 생체중(kg)	127	110	114	121	122	121	116	122
도체중(kg)	94.7	83	85.8	94.1	94.2	92.4	94.4	90.7
연간 모돈당지육체중(kg)	2,287	2,081	2,683	2,708	2,636	2,440	2,620	2,390
국민1인당 돈육소비량(kg)	30.8	56	55.7	38.1	55.7	32.2	37.6	14.6

*AHDB2017 자료를 저자가 보정. 자돈은 8~30kg,비육은 30kg부터 출하까지.

**브라질은 남부 데이터 ***미국은 아이오와주립대의 데이터베이스 (대규모계열회사 미포함)

표3) 주요 양돈생산국의 생산비 비교

(탕박지육율77.5%로 환산한 생체120kg 기준 두당생산비) **한국 두당34만원(31,000엔)*

지표	미국	스페인	덴마크	네덜란드	독일	프랑스	브라질
생체1두당 생산비(엔/두)	**11,500**	**16,200**	**15,900**	**18,300**	**18,300**	**16,900**	**16,500**
사료비(엔/두)	7,700	10,800	9,300	10,100	10,100	9,800	12,000
총생산비중 사료비비율(%)	(67)	(67)	(58)	(55)	(55)	(58)	(73)
인건비(엔/두)	800	1,200	1,600	1,600	1,800	1,600	1,100
상각비와 금융비용(엔/두)	1,500	1,500	2,400	2,600	2,800	2,300	1,600
기타비용(엔/두)	1,500	2,700	2,600	4,000	3,600	3,100	1,800
사료비외 직접경비비율(%)	20	24.1	26.4	30.6	29.5	27.8	22.8
톤당 평균사료가격(엔/ton)	**21,200**	**32,300**	**27,200**	**31,300**	**28,900**	**28,100**	**35,000**

*AHDB자료를 저자가 환산함. 1유로는125엔으로 계산 **브라질은 남부데이타 ***1엔은 11원환산

3.일본의 3정(定)4A의 품질정신을 벤치마킹하자!

3정4A	7항목	내용설명
3정	정시(定時)	일정한 물량을 정기적으로 약속대로 공급.
	정량(定量)	일정한 체중, 규격품을 공급.
	정질(定質	항상 일정한 품질, 맛의 돼지고기 생산,공급
4A	안전(安全)	항생제,홀몬제등에서 수치적인, 과학적인 안전함
	안심(安心)	심리적인, 감성적인, 신뢰할수 있는 노력과 시스템
	미(味,아지)	맛,오이시사.일정함,5감(感)의 맛
	안가(安價)	싼가격, 적정한 가격, 가격의 안정

이러한 3정(定)과 4A를 달성하기 위해서는 종돈, 영양, 위생, 관리, 환경, 경영 등의 종합적인 요소의 과학적인 활용과 고객중심, 품질중심 사고의 결합이 필요하다.



▲ 1두 1두 계근후 출하 - 모돈 12000두 H농장 사례로 평균119kg에 최하 115, 최대 123kg로 +-5kg 이내가 100 %이다. 일본 양돈농가의 70% 정도가 계근 후 출하.



▲ 똑같은 지육 (내 농장의 출하돈을 보러간 적이 있습니까?) - 일본 양돈농가는 1년에 2~3회 출하돈 품평회를 하며, 거래하는 가공장과 마트 등을 방문한다.

일본의 지육-생체 품평회 : 암수1~2두식 출품, 생체부터 지육까지 품질을 비교, 마지막에 전문가가 평가한다. 양돈현장과 유통이 소통하는 장으로 1년에 2회 정도 실시한다.





지육창고와 마지막단계인 고기 : 균일한 지육은 기본이며 다음은 맛





1.농장대표와 농장견학



2.내농장 고기를 파는 매장방문, 점장과 소통



3.내 농장고기를 보고 구입



4.다른 브랜드와 비교시식 샤브샤브(집에서)



4.우리는?

1.수입돈육의 거센도전



2.고품질 한돈

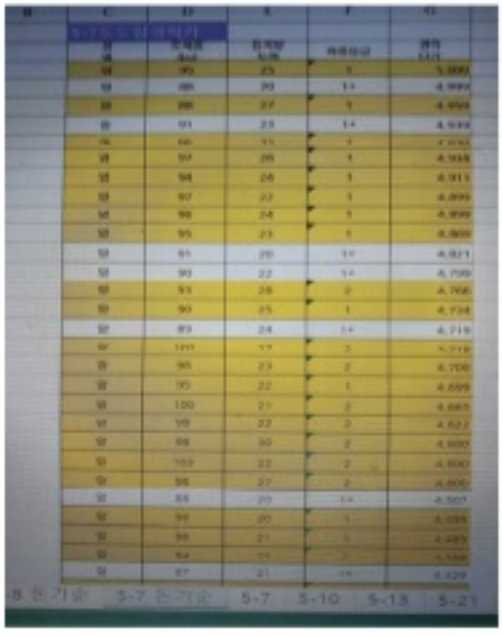


3.4.내농장의 품질은 어떠할까요? 1년에 2~4회 육가공장을 방문하여 내농장 출하돈의 품질을 보고, 구매품질 담당과 소통하는 시간을 갖자.





95kg-25mm, 1등급지육이 최고가~생체123kg에 적당한 등지방이 있는 고기 선호.



*지금은 위기상황입니다.
지속가능한 생존전략이 필요합니다.

첫째, 생산성MSY를 24두 이상 높여야하고.
둘째, 생산비를 30만원이하로 줄여야하며,
셋째, 품질은 1등급80% 이상, 평체중120kg 이상, 이상육 5%이내를 달성하여야 합니다.
넷째, 밀사가 없어야하고, 쾌적한 사육환경이 되어야 합니다.
다섯째, 유통, 고객과 진정한 파트너가 되도록 생산자의 의식이 바뀌어야 합니다.

나는? 우리 농장은?

최근 한돈 뉴스 모음

1.양돈산업 '대불황' 현실화 되나?

소비절벽·저돈가 '그늘' 짙은 양돈업계

[축산신문 이일호 기자] yol215@hanmail.net 등록 2019.07.11

소비절벽과 저돈가의 그늘 속에서 허덕이고 있는 양돈업계. 올 하반기에는 더 큰 폭의 가격하락과 함께 대불황이 현실화될 수도 있다는 전망이 나오고 있다. 양돈업계는 이에따라 전방위 돈가 안정대책을 추진하고 있지만 근본적인 불황요인 해소는 기대하기 어려운 만큼 고민도 깊어만 가고 있다.

수급조절협의회, 하반기 돈가 추가폭락 가능성 제기
소외계층-대북 지원·할인판매 등 전방위 대책 검토
산업안정 위한 근본적 체질 개선방안 모색 제안도

◆일부 부위재고 작년 6배

지난 9일 서울 서초동 제2축산회관에서 열린 양돈수급조절협의회(회장 김유용·서울대교수, 이하 협의회)에서 한국농촌경제연구원 이형우 축산관측팀장은 올 하반기 돼지 평균가격이 지육kg당 평균 3천900원 안팎에 머물 것으로 예상했다. 출하두수 증가폭(2.4%)이 더 커지며 돼지가격이 8월 4천200원을 정점으로 급격한 내리막세를 보이며 오는 12월에는 3천500원까지 하락할 것으로 내다본 것이다. 이형우 팀장은 그러나 별다른 변수없는 '정상적인 상황'이 전개될 경우 돈가는 더 떨어질 수도 있을 것이라는 전제도 빼놓지 않았다. ASF의 국내 발생, 또는 중국과 베트남 등 ASF 발생국의 급격한 수입증가에 따른 수요확대 가능성을 염두에 둔 것으로 풀이된다.

이형우 팀장은 이와관련 "중국의 상황도 변수가 될 수 있을 것"이라며 "다만 미국 시카고 선물시장의 돈육가격이 최근들어 하락세를 보이고 있는 점은 주목할 부분이다. 중국의 ASF가 올해 국내 시장에 미칠 영향이 크지 않을 수도 있다"는 견해를 내놓기도 했다.

생산자단체와 육가공, 도축, 유통업계 등 이날 협의회에 참석한 다른 관계자들도 이같은 전망에서 크게 벗어나지 않았다.

대한한돈협회 이병석 경영기획부장은 "양돈조합들을 포함한 15개 육가공업체의 재고량이 6월 기준 뒷다리는 전년보다 3배, 등심은 6배 가까이 늘어난 것으로 조사되기도 했다"며 그만큼 현재 국내 돈육수급상황이 심각함을 뒷받침하는 근거라고 분석하기도 했다.

◆소외계층 지원 진행중

협의회는 올 하반기 생산비를 크게 밑도는 돼지가격과 소비부진으로 인해 국내 양돈산업 전반에 걸쳐 불황의 골이 심화될 것으로 전망됨에 따라 대책 마련이 시급하다는데 공감대가 형성됐다.

이병석 부장은 "한돈협회가 추정한 올해 생산비가 지육kg당 4천200원이다. 양돈현장의 경영난이 극에 달할 것"이라고 우려하기도 했다. 협의회는 이에 따라 다양한 돼지가격 안정방안을 놓고 세부추진방안을 논의했다. 한돈협회는 이날 도매시장 평균가격에서 잔반급여 돼지 제외를 통한 가격왜곡 차단을 비롯해 한돈 뒷다리, 앞다리 구매 및 소외계층 지원(30억원), 2차 육가공업체의 한돈뒷다리 구입비 지원사업(30억원)을 진행 또는 추진 중이라고 밝혔다.

북한과 경제교류지원사업을 통한 한돈뒷다리 지원(10억원)과 함께 수출지원사업(30억원)도 한돈협회가 구상 중인 돈가 안정대책에 포함됐다. 이 가운데 소외계층 지원사업은 이미 실행에 옮겨져 이달 중 마무리 될 예정이다.

◆10월까지 사업 집중

자조금사업을 통한 한돈소비촉진 및 활성화 방안도 제시됐다.

한돈자조금관리위원회는 소비촉진을 위한 대대적인 한돈할인판매와 미디어 언론홍보 사업을 전개하되 대부분 이달부터 오는 10월에 집중한다는 방침이다.

한돈할인판매 및 소비촉진사업만해도 △현장할인 △농협하나로마트 할인 △캠핑기획전 △소비촉진 전국민 아이디어 공모 △여름축제 제휴 홍보행사 △단체급식 확대 캠페인 △보양식 기획전 △HMR 제품개발 △명절캠페인 △오프라인 판매행사 △홈쇼핑 판매지원 △한돈데이 할인판매 △한돈데이 한돈몰할인 △한돈인증점 할인 △한돈몰 할인 △한돈몰매출액 나눔행사 등 16개 사업에 달한다.

'국민건강 살리기 캠페인'과 각종 기획기사는 물론 사회적 반향을 불러일으킨 '저탄고지' 를 다시 조명한 '제2의 저탄고지' 다큐제작을 통한 돈육소비 붐업도 검토되고 있다.

한돈협회와 한돈자조금관리위원회가 이날 협의회에서 제안하거나 추진 중인 사업이 모두 현실화될 경우 160여억원에 달하는 자조금이 투입될 전망이다.

◆근본적 체질개선 제안도

한국육류유통수출협회도 한돈의 가격경쟁력확보와 도매시장 기능 활성화를 통한 가격변동성 완화, 품질개선을 위한 이상육발생 최소화, 등급별 정산제 확대 등 국내 양돈산업의 근본적인 체질개선 방안과 함께 수출지원 및 식육포장처리업체의 한돈직거래 판매장 개설지원 등을 해법으로 제안하기도 했다.

이날 협의회에는 하태식 한돈협회장, 김용철 육류유통수출협회장, 김연화 소비자공익네트워크 회장, 김명규 한국축산물처리협회장 등 유관단체장과 농협경제지주 축산경제, 축산물품질평가원, 한돈농가, 양돈조합 관계자등이 참석했다. 협의회 위원인 농식품부측에서는 참석치 못했지만 국내 양돈업계가 가능한 모든 방법을 동원, 근래들어 찾아보기 힘든 불황 속에 충격을 최소화하는데 머리를 맞대고 있는 모습이다.

최근 본격화되고 있는 양돈불황이 정치, 사회, 경제 등 양돈업계 외부적인 요인까지 복합적으로 작용하고 있는 상황에서 얼마만큼 약효를 발휘할 수 있을지 관심이 모아지고 있다.

2.한돈소비, 수입 소·닭고기에 동시에 밀리고 있다?

상반기 돼지고기 수입은 줄었지만, 수입 소·닭고기는 그 이상 늘어...줄어든 돼지고기 소비 원인 추정 pigpeople100@gmail.com 2019.07.09. 돼지와 사람

올해 상반기 돼지고기 수입이 전년과 비교해 감소했습니다. 하지만, 소고기와 닭고기 수입량은 외려 증가한 것으로 나타났습니다. 돼지고기 소비 부진의 근본적인 원인이 아닐까 살펴볼 대목입니다.

식품의약품안전처의 자료에 따르면 올해 1월부터 6월까지 돼지고기 수입은 지난해 같은 기간과 비교해 6.9% 감소한 것으로 파악되었습니다(관련 기사). 물량으로는 1만8천4백 톤이 감소한 24만8천 톤 입니다.

(단위 천톤)	2017년 년 누계	2018년		2019년 6월 누계	전년동기		주요 수입국
		년 누계	6월 누계		증감	%	
소고기	344	416	191	210	18.6	9.8%	미국, 호주, 뉴질랜드
돼지고기	369	464	266	248	(18.4)	-6.9%	미국, 독일, 스페인
양고기	17	18	9	9	(0.5)	-5.5%	호주, 뉴질랜드
닭고기	103	126	59	64	4.9	8.4%	브라질, 미국, 태국
오리고기	-	0	0	0	0.2	706.9%	프랑스, 태국
합계	834	1,023	525	530	5	0.9%	

▲ 주요 육류 수입물량 요약@식약처, 돼지와사람



▲ 대형할인매장에서 판매되고 있는 수입 소고기 제품들@돼지와사람

그런데, 소고기와 닭고기의 수입은 반대로 크게 증가한 것으로 나타났습니다. 소고기는 올 6월까지 21만톤이 수입되어 지난해 보다 1만8천6백 톤(9.8%)이 늘어났습니다. 6월까지 닭고기 수입량은 6만4천 톤으로 지난해 보다 4천9백 톤이 증가했습니다(8.4%).

소고기와 닭고기의 늘어난 수입량(2만3천5백 톤)은 같은 기간 줄어든 돼지고기 수입량(1만8천6백 톤)을 압도하고 남습니다. 참고로 양고기 수입은 감소하고 오리고기는 증가했습니다만, 둘 다 양이 상대적으로 매우 적습니다.

올해 돼지고기 수입은 감소했지만, 최근 돼지도매가격은 다소 의외로 전개되고 있습니다. 여름 성수기가 실종된 것입니다. 올해 이렇듯 저조한 돼지도매가격의 원인으로 국내 돼지고기 생산량 증가와 기존 과다 재고 상황 속에 무엇보다 '돼지고기 소비부진(감소)'을 원인으로 꼽고 있습니다. 소비부진의 이유와 관련해서는 다양한 의견이 분분한 가운데 한돈산업은 명확한 원인을 찾지 못하고 있습니다.

사라진 돼지고기 소비는 어디로 갔을까요? 혹시나 소고기나 닭고기는 아닐지 의문이 반문해 봅니다. 앞서 수입 소고기와 닭고기 양도 늘었지만, 올해(3월 기준) 육계와 한육우 숫자는 전년 같은 시기보다 증가했습니다. 한돈산업이 수입 돼지고기만 신경쓰다 다른 대체육, 특히 수입 소고기와 수입 닭고기에 소비에 있어 밀린 형국이 아닐까 의심해볼 수 있습니다.



▲ 최근 4년간 돈가 추이(탕박, 제주 및 등외 제외)@축산물품질평가원, 돼지와사람

지난해 돼지고기 수입은 전년에 비해 크게 증가해 9만4천 톤이 늘었습니다. 이 시기 소고기도 7만1천 톤, 닭고기는 2만3천 톤이 더 수입되었습니다.

한편 국내 대표적인 대형할인매장인 이마트는 올해 상반기 총 700여개 상품군을 대상으로 상반기 매출 누계 순위를 집계한 결과 2년 연속 3위였던 브랜드돈육이 수입 소고기에 밀리면서 판매 순위가 7위로 떨어졌다고 밝혔습니다.

3.한돈 위기…10 10 10 '업'으로 극복하자

- 양돈타임스 김현구 2019.07.12

생산비 중 고정비 높아 생산성 집중을
10% 향상되면 사료 톤당 10만원 절감
구체적 실행계획과 실천으로 난국 풀어야

최근 기대했던 한돈 성수기가 실종되면서 하반기 이후 농가들의 수익 악화가 우려되고 있다. 이에 전문가들은 농가들이 불황에 대비해 '생산성 및 출하 품질은 10% 업(up), 생산 원가는 10% 다운(down)'이라는 경영 전략 마련을 통해 위기를 극복해야 한다고 한 목소리를 내고 있다. 한돈업계 또한 침체된 한돈 소비량을 최소 10% 이상 끌어올리는 노력 경주를 통해 농가들의 노력을 뒷받침해야 한다는 여론이다.

올해 상반기(1~6월) 한돈 가격(kg당, 탕박, 제주제외)은 3천787원으로 전년 동기(4천332원) 대비 14.4% 하락, 생산비 수준에 그치고 있다. 특히 연중 최고가를 기록해야 할 5~6월의 한돈 가격이 약세를 형성, '벌어야 할 시기'를 놓치면서 그 어느 때보다 위기감이 고조되고 있다.

이와 관련, 안기홍 양돈연구소장은 "**농가들은 현재 양돈 현실 상황이 심각한 점을 인식하고 구체**

적인 실행 계획과 과감한 실천을 통해 불황을 타개해야 한다"며 "이를 위해 농가들은 이유 후 사고율 감소 방안, 1등급 이상 출현률 증가 방안, 생산비 절감 방안, 한돈업계는 소비 증가 방안 마련 등을 통해 불황을 사전에 대비해야 한다"고 강조했다.

그렇다면 한돈 가격 하락 대비 생산 성적 및 생산 원가, 품질 향상은 얼마나 높여야 할까? 우선 생산성은 농장당 최소 10% 높여야 할 것으로 분석되고 있다. 한 양돈농협의 전산성적 보고서에 따르면 지난해 손익분기점 평균 MSY는 15.3두로 한돈팜스 기준 평균 농가 성적 17.8두를 감안할 때 대부분 농가는 작년 흑자를 경영한 것으로 추정되고 있다.

그러나 올해와 같이 생산비 이하 시세를 형성, 하반기 시세가 더 하락해 평균 3천500원을 형성한다고 추정할 시 손익 분기 MSY는 19.6두로 상승, 국내 대부분의 농가가 적자 경영이 예상되고 있다. 이에 따라 현재 국내 평균 MSY가 18두를 감안, 최소 10%를 높여야 손실을 만회할 수 있다는 분석이다.

특히 저돈가 대비 생산 원가 절감은 필수라는 주장이다. 한돈팜스에 따르면 국내 평균 이유 후 육성률은 80~85% 수준으로 이유 후 폐사율이 높은 농가의 경우 출하두당 사료비도 높아 생산원가 상승에 주범으로 분석되고 있다. 이에 농가당 이유 후 육성률도 최대 10% 이상 높인다면 사료비 개선 효과가 나타나 생산 원가를 낮출 수 있다.

이일석 카길애그리퓨리나 이사는 "지난해 지육 kg당 생산비는 3천897원으로 이중에서 변동비가 2천133원이고 고정비는 1천763원이었다"며 "돼지 한 마리를 만들어 내는데 필요한 총 생산비 중에 고정비가 차지하는 비율이 45%에 달하고 있다"고 분석했다. 그러면서 "고정비가 높다는 것은 출하두수가 줄어들면 적자폭이 눈덩이처럼 불어난다는 것을 의미, 생산성이 낮은 농가들은 빠른 속도로 구조조정이 될 수밖에 없다"고 주장했다. 이를 위해 이 이사는 "농가에서 현재보다 생산성을 10% 증가시키면 지육 kg당 400원이라는 원가 절감 효과를 가져 올 수 있고 이는 톤당 10만원의 사료가격 인하 효과와 맞먹는 상당한 경쟁력을 만들어 낸다"고 강조했다.

또한 1등급 이상 출현 비율도 제고해야 한다. 지난 5월 평균 국내 돼지 도체 등급 판정 비율 1+ 등급을 받은 비율은 30.9%, 1등급은 34.4%로 1등급 이상 출현율은 65.3%를 나타났다. 전문가들은 이에 대해 농가별 1등급 출하 비율이 늘면 자연스럽게 출하 kg당 판매단가가 높아져 돈가 하락 피해를 일부 상쇄시킬 수 있다며 이를 위해 각 농장 기준으로 최소 10% 품질 등급을 높이는 노력이 필요하다 주문하고 있다.

이 같이 **전문가들은 농가들이 4천원 이하 돈가에서도 수익을 낼 수 있도록 지금보다 '생산성 및 1등급 품질 출현율은 10% 업, 생산 원가는 10% 다운'할 수 있도록 한돈업계가 전사적인 캠페인 전개를 통해 위기를 극복해나가야 한다고 주장하고 있다.**

4.<기고>위기의 한돈 산업 무엇이 문제인가?<상>

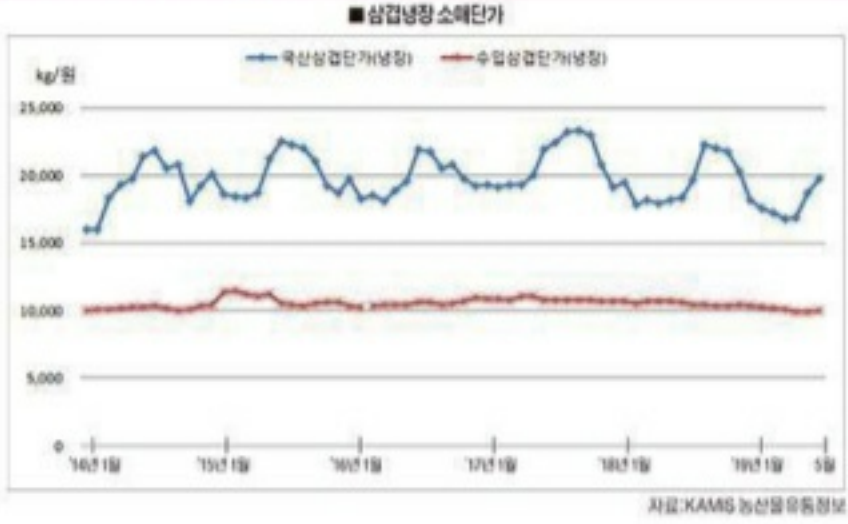
소비없는 돈가 상승 기대 말아야 2019.07.05. 축산신문

이재식 조합장(부경양돈농협)

아프리카돼지열병(ASF)이 아시아 여러 국가로 확산되면서 우리 한돈 산업은 최대의 위기에 직면하고 있다. 더구나 저돈가가 지속되면서 한돈 농가들의 경영에도 많은 어려움이 겹치고 있다. 일부 언론에서는 중국의 ASF 피해로 돈육 수입이 증가하면 우리나라 돈가도 회복될 것이라는 추측까지 나돌고 있다. 그러나 이러한 막연한 기대를 갖기보다 근본적인 대책들을 하나둘 세워가는 것이 중요하다.

진정한 경쟁력은 주위 여건의 변화를 기대하기보다 내부에서 먼저 찾아야 한다.
생산성을 높여야 함은 물론이고 품질 경쟁력을 높이기 위한 구체적인 대책들이 실행되어야만 한다. 그리고 가격 경쟁력은 어떤 구조에서 발생하는지 인지해야 한다.

한돈의 가격 불안정성



자료:KAMIS 농산물유통정보

우리 국민들이 가장 선호하는 삼겹살의 소매가격을 살펴보자.
표를 보면 수입 냉장육 삼겹살은 계절에 관계없이 일정하게 가격이 유지되는 반면에 한돈은 계절적으로 변화가 심하다는 것을 알 수 있다. 여름철에 품질이 더 좋아졌기 때문도 아니다. 이렇게 가격 편차가 벌어지는 요인은 무엇일까?
우리는 일반적으로 여름철에 소비자 가격이 상승하는 요인은 캠핑과 여행 등으로 한돈 소비가 활성화되기 때문이라고 말한다.
정말로 여름철에 한돈 소비가 늘어나서 가격이 상승하는 것일까? 일차적인 원인은 물량 공급의 불안정성에서 오는 현상이다. 이것은 한돈이 극복해야할 주요 항목이다.

돈가 계절 특수는 사라진다

일반적으로 한돈 농가들도 여름철에 한돈 소비가 많기 때문에 돈가가 회복될 것이라는 기대감이 크다. 그러나 여름철에 소매 단가가 높을 때는 한돈 삼겹살 생산량이 반복적으로 감소해 온 게 현실이다. 즉 여름철 가격 상승 요인의 핵심은 생산량 감소이다. 공급량이 충분하다면 가격 상승 폭이 크지 않을 것이다.
이것은 한돈의 규모가 꾸준히 증가하고 계절별 생산성이 고르게 향상된다고 볼 때 계절적 특수는 점점 기대하기 어렵다는 것을 의미한다.
또한 돈가가 오르는 시기에 냉장 삼겹살이 집중적으로 수입되는 요인도 크게 작용한다. 공급량 부족에 기인한 돈가 상승을 기대하는 것은 결코 바람직한 현상은 아니라고 본다.

<기고>위기의 한돈 산업 무엇이 문제인가?<하>
한돈품질 시장평가 냉정히 수용부터 축산신문 2019.07.10
삼겹살 자급률 50%가 무너지고 있다.
정부는 한돈 자급률 75%를 사수하자는 목표를 언급하고 있지만 우리 국민이 가장 선호하는 삼겹살 자급률은 이미 50% 방어선 마저 무너지고 있다.
단순하게 돈육 생산량과 수입량으로 계산하면 2018년 말 기준 한돈 자급률은 66.7%다.
그러나 한돈의 주력 시장은 삼겹살과 목살이란 사실을 감안하면 상황이 달라진다.
삼겹살 자급률이 50%에 미치지 못하는 경우도 많기 때문이다

여름철 돈가회복 어려운 이유

115kg 비육돈 1두를 가공했을 때 생산되는 정육 총 생산량 중에서 삼겹살과 목살의 비중은 약 28%정도다. 그러나 상품화를 통해 판매했을 때 매출 비중은 55% 이상을 차지한다. 즉 삼겹과 목살이 한돈 시장을 이끌어간다고 할 수 있다. 한돈 자급률을 단순한 물량 위주로 계산하지 말고 부위별 시장성을 고려해야 근본적인 대책을 세울 수 있을 것이다.

수입 삼겹살 점유율이 높아질수록 한돈의 매출 부진은 물론이고 돈가 하락에 직접적인 영향을 미치게 된다. 요즘 여름철 한돈 공급량이 부족함에도 불구하고 돈가가 상승하지 못하는 요인 중 하나다. 특히 여름철 3개월간은 냉장 삼겹살 수입이 집중적으로 늘어나는 추세에 주목해야한다.

현대화 사업과 품질 대책

이제 수입육과 차별화가 이뤄지지 않고는 더 이상 경쟁할 수 없는 상황이 됐다. 가격 경쟁력 만으로는 적정 자급률을 지킬 수 없기 때문이다.

양돈 선진국들과 FAT 가 체결되면서 경쟁력을 높이기 위해 돈사 현대화 사업을 추진하고 다산성 모돈의 도입으로 생산성을 끌어올린 것은 매우 고무적이다. 앞서가는 농장의 경우 PSY가 30두 이상 기록되고, MSY도 27두를 넘어선다는 희망적인 소식이 전해지고 있다. 그러나 생산성 외에 돈육 품질이 향상 됐다는 소식은 찾아보기 힘들다.

다산성 모돈의 도입으로 종돈까지 유럽형으로 정착 되면서 한돈품질의 문제점은 더 심각해지는 양상이다. 한돈의 차별화를 추진하는 핵심 주체도 사라지는 셈이다.

한돈의 장점이었던 목살의 마블링이 사라지고 있는 것은 물론 삼겹살의 적정 두께가 얇아지고 탄력성도 저하되면서 유통 현장에서는 품질에 대한 불만이 늘어가고 있다. 이들은 한돈 품질이 과거보다 못하다고 말한다. 대형 유통매장의 바이어들은 한돈과 유럽에서 수입되는 돈육의 품질 차이가 없다는 평가도 서슴치 않는다. 지금이라도 돈육 품질에 대한 문제점을 인정하고 받아들일 때 새로운 방향으로 갈 수 있다.

방향 설정이 중요

식문화라는 측면에서 우리나라 돈육시장의 특성은 구이문화라고 생각한다. 요즘 가정간편식이 폭발적으로 늘어가는 상황이지만 한돈 소비의 주류는 아직까지 구이문화가 이끌어가고 있다. 다산성 모돈 확대를 통한 생산성 향상은 기본이다. 그러나 돈육 품질 향상이라는 지렛대를 마련해야 밀려오는 수입돈육에 경쟁할 수 있을 것이다.

한돈의 품질 개선 방향을 단적으로 정의하기는 어렵지만 우리조합 육가공 사업을 확대하면서 개선이 꼭 필요한 항목을 정리해 보았다.

첫째, 도체등급 판정은 소비자가 체감 할 수 있는 품질기준으로 발전해야 한다.

둘째, 근내지방이 충실해야 하고 육탄력성이 향상되어야 한다.

셋째, 마블링이 사라지는 목살을 살리고 앞다리살도 담백한 구이로 전환할 수 있도록 품종개량 및 사양관리 방법도 찾아야 한다.

넷째, 고품질 돈육 생산에 필요한 사료급여프로그램이 정착 되어야 한다

다섯째, 종돈 개량 항목에 육질개량 항목이 필수적으로 포함되어야 한다

그리고 도축 품질을 향상시키기 위하여 도축환경 개선과 기술이 공유되어야 한다지금도 늦지 않았다.

쉽지 않겠지만 관련 업계가 한자리에 머리를 맞대고 해결책을 찾아야 한다. 지속 가능한 우리 양돈산업 발전을 위해서…

5."가공업체, 한돈 사용량 늘려주세요"

양돈타임스 김현구 2019.07.25

재고 감소와 한돈 가격 회복 위해 '절실'

협회 "한돈으로 대체 시 차액 보전 추진" 업계 "한돈 가격 및 수급 불안정이 부담"

최근 한돈 뒷다리 재고가 크게 증가하면서 한돈 값 가격 안정에 걸림돌로 지적되고 있다. 이에 따라 한돈 뒷다리 소비 확대를 위해 원료육 가공업체의 수입 앞다리 사용 대신 국산 뒷다리로의 대체가 요구되고 있다.

지난 2014년 양돈농협 등 한돈농가와 제2차 육가공업체는 한돈 뒷다리 부위의 수급 불균형 해소와 육가공 원료육 수급안정을 위해 한돈 뒷다리살 구매·공급 협약을 체결했다. 이후 매년 한돈 뒷다리 장기 계약을 추진하고 있으나 물량 확대는 어려움이 많았다. 지난 16년에는 4천320톤, 17년에는 5천100톤, 18년에는 5천640톤으로 국내 전체 뒷다리 생산량(약 26만톤)의 2.2% 수준에 그쳤다. 특히 최근 돈가 약세의 원인으로 한돈 뒷다리 재고가 한 요인으로 분석되면서 기업들의 한돈 뒷다리 사용 확대가 절실하다는 분석이다.

그러나 지난 17일 한돈협회가 주최한 한돈 뒷다리 소비 확대 방안 간담회에 참석한 **2차 육가공업체들은 한돈 뒷다리 물량을 추가적으로 늘리기가 어렵다고 한 목소리를 냈다. 한돈 가격 및 수급이 불안정하다는 이유**에서다.

이날 참석한 업계 관계자들은 **"원료육의 수입 돈육 비율이 높아진 것은 공급 안정과 합리적인 가격이 주된 이유다"**며 **"한돈은 가격 변동, 질병 발생으로 인한 수급 불안정으로 오히려 한돈을 사용하는 것이 기업에게는 리스크로 작용한다"**고 토로했다. 특히 이들은 한돈을 늘리기로 한 상태에서 향후 ASF(아프리카돼지열병)가 국내에 발생하면 수급 대란이 일어날 것을 우려, 쉽사리 한돈 비율을 높이기에 위험부담이 크다고 지적했다.

이에 이병석 한돈협회 경영기획부장은 "한돈 뒷다리 소비 확대를 위해 원료육 업체들이 수입 돈육을 한돈 뒷다리로 사용으로 대체할 시, 차액을 보전해주는 방식을 검토하겠다"며 "업체들도 한돈 뒷다리 사용 확대에 힘써달라"고 당부했다.

6.[김오환칼럼] 한돈의 '치킨 게임'

양돈타임스 김오환 2019.07.25

'소비 줄인' 소비자와 충돌 위기

피해자는 농가, 소비 홍보 주력을

과거의 돼지 값 하(폭)락은 두수 증가에 따른 공급량 과잉이 주인(主因)이었다. 1970년대 후반과 80년대 초반, 후반이 그랬다. 삼성 등 기업들의 양돈업 진출로 두수가 급증하면서 돈가가 떨어진 것이다. 그럴 때 두수를 줄이면 몇 달 있다 회복되곤 했다. 기본적인 돈육 소비가 살아있었기 때문에 가능했던 것이다.

그런데 요즘의 돼지 값 하락은 수요공급의 불균형에 따른 것에 의한 것이 아니다. 통계가 뒷받침해주고 있다. 6월말 돼지 출하두수(871만두)는 전년대비 1% 늘었기 때문에 돈가가 1~2% 낮다면 이해가 가지만, 15~20%의 폭락에는 분명 '다른' 까닭이 있는 것이다. 그 이유를 필자는 1~2인 가구 증가와 고령화, 김영란법, 음주단속 강화 등 사회적 환경변화에다 주 52시간, 최저임금 등 경제적 요인이 맞물리면서 나타난 현상이라고 수없이 주장해왔다. 그러면서 **돈가 회복 방법에는 소비홍보밖에 없다**고 강조했던 것이다.

또 다르게 돈가를 올릴 방안으로는, **모돈 감축을 통한 돼지 출하를 크게 줄이는 것이다**. 이에 대한 효과는 일년 가량 있어야 나타나고, 농가별 모돈 감축의 참여도가 달라 효과가 높다고 할 수 없다. 또한 최근 양돈에 대한 환경규제로 볼 때도 도움이 되지 않아 권장하기가 그렇다. 물론 출하 감소로 한돈 값은 상승할 수 있으나, 시장 점유율이 되레 낮아져 '한우'처럼 되지 않을까 우려된다.

작금의 한돈업 상태는 진퇴양난이고 수습할 동력도 약하다. 지금으로선 뾰쪽한 대책도 없다. **어쩔 수 없이 '소비 줄인' 소비자와 불가피하게 '돈육 공급 과잉'을 불러온 양돈농가가 상대를 향해 마주보고 주행하는 '치킨게임' 양상이다**. 돈육 수입 감소량이 줄지 않고, 하반기 한돈 출하 물량을 감안하면 피해자는 농가다.

농가가 먼저 핸들을 꺾어야 한다. 소비자는 답답하고 갑갑하고 피해볼 일이 없기 때문이다. 농가는 둘 다 살고, 실용과 실리를 앞세운 현명한 전략을 선택해야 한다. **일단 생산성을 높여서 농장의 경쟁력을 높여야 한다. 1등급 이상 판정과 폐사 및 사료 손실 최소화 등 내실을 다져 살아남아야 한다. 또한 농가 스스로 한돈 소비 홍보에 적극 나서길 강력히 주문한다.**

무엇보다도 **자조금 관리위는 현재와 미래의 한돈 소비 시장을 냉정하고 정확하게 분석, 능동적이고 적극 대처해야 한다**. 본란을 통해 관리위에 대해 수차례 어줍짢은 충고와 조언을 해 미안함이 없지 않지만 한돈업이 기댈 곳은 자조금 밖에 없어서다. 정부는 자조금 50억원 지원으로 면피할 수 있다. 또한 **지난 4~5년간 양돈 호황과 농가를 '농민'으로 보지 않아 소극적 자세를 취할 것이다**. 결국, 한돈 값 회복은 농가가 풀어야 과제다. 건투를 빈다.

7.[전문가의 눈] 돼지고기 유통시장의 변화와 대응

농민신문 2019-07-29

돼지고기 유통시장이 사회구조와 소비 트렌드가 바뀌며 급변하고 있다.

'청탁금지법(김영란법)'을 시작으로 주 52시간 근무제 도입, 최저임금 인상 등 제도변화는 축산물 소비시장을 크게 위축시켰다. 또 1인가구 증가와 베이비붐 세대 은퇴 등은 과거 '양적' 고기 소비에서 편리함과 차별성을 우선하는 '질적' 소비로의 변모를 요구하는 중이다. 그럼에도 국내 돼지고기 공급량은 매년 증가하고 있다. 특히 올해는 공급량 증가와 함께 극심한 소비부진이 이어지며 여름철 성수기인 6월 돼지고기값이 지난해 같은 기간 대비 약 19%나 떨어지는 이변을 보였다.

이런 이유 등으로 **양돈산업 전반의 구조조정이 불가피하다는 게 업계 관계자들의 시각**이다. 우선 **가격·품질 경쟁력을 높여야 한다**. 국내 돼지값은 세계에서 두번째로 높다. 미국·유럽 등 세계 주요 수출국보다 가격이 2.2배 이상 높기 때문에 한돈농가의 생산성(MSY·어미돼지 한마리당 연간 새끼돼지 출하마릿수) 향상이나 생산비 절감 등을 통해 가격경쟁력을 확보해야 한다.

국내산 돼지고기의 가격변동성도 줄여야 한다. 도매시장 경락값이 유통시장의 기준값이고 정부정책의 기준이다. 하지만 도매시장 경락값의 변동폭이 커 원료육시장에서 수입육의 국내산 대체현상이 심화되고 있다. 전체 돼지고기 출하량의 4%에 불과한 도매시장 상장물량이 전체 기준값 역할을 하다보니 변동성이 커진 것이다. 상장수수료 인하를 통해 상장물량을 늘려 도매시장 기능이 정상화되도록 해야 한다. 돼지거래 정산방법에 대한 다양한 형태의 연구도 병행돼야 하는 것은 물론이다.

돼지 도체 등급판정기준에 대한 개선도 필요하다. 축산물등급판정제의 도입목적은 축산물 품질을 높이고 유통을 원활하게 하며 가축개량을 촉진하는 데 있다. 그러나 현행 기준은 등급별 변별력이 없어 생산·유통·소비와 연계되지 못하고 있다. 오히려 관련 산업의 혼란만 가중시켜 실효성이 없다는 지적과 개선의 목소리가 높다.

트렌드 변화에 맞는 제품개발도 필요하다. 외식경영 전문업체나 프랜차이즈업체와 연계해 소비자가 요구하는 다양한 신제품을 개발해야 한다. 가공업체도 앞다리·뒷다리·등심·부산물 등 비인기 부위를 차별화해 부가가치를 높이는 방향으로 원가구조를 개선해야 한다.

수입육에 대응할 수 있는 대책도 나와야 한다. 원료육시장의 실수요자가 수입육 사용을 자제하고 한돈을 이용할 수 있는 지원이 필요하다. 또 수출 가능국가와의 위생협정 체결로 수출시장을 확대해야 한다. 수출은 필요하다고 당장 할 수 있는 것이 아니라서 상시적인 유지·관리 정책도 요구된다.

농가와 유통업체는 상생관계다. 축산업이 지속적으로 성장할 수 있도록 하기 위해서는 생산과 유통을 연계한 균형 있는 정책이 필요하다. 유통단계를 축소해 국내산 축산물 소비를 활성화할 수 있는 축산물 직거래활성화자금을 확대 지원해야 한다. 농림축산식품부 축산국 내에 유통부문을 전담할 축산유통과(가칭)도 반드시 설치돼야 한다.

위기는 성장을 위한 도전이다. 국내 축산업이 한단계 발전할 수 있도록 생산과 유통분야가 지혜를 모아야 한다.

이선우 (한국육류유통수출협회 국장)

MEMO

사단법인 한국양돈연구회 소개

1976년에 설립된 산(産), 학(學), 연(硏), 관(官) 각 분야의 핵심 인사들의 모임으로, 산학협동을 통하여 양돈 산업 각 분야의 전문 기술을 우리나라 실정에 적합하도록 체계적으로 연구.개발.발전시켜, 양돈 산업을 국제적 수준으로 발전시키고 더 나아가 수출 전략 산업으로 집중 육성.발전시키고자 하는데 목적을 두고 있으며, 양돈 관련 연구, 세미나, 교육, 포럼 등의 다양한 활동을 하고 있습니다.

회원 가입 안내

정회원

·"정회원" 가입 자격

양돈 관련 산(産), 학(學), 연(硏), 관(官) 모든 분야에 종사하고 계신 분 중,
(사)한국양돈연구회와 뜻을 같이 하는 모든 분

·"정회원" 특전

1) 월간『Pig』정기 구독
2) 본회 임원의 선거권, 피선거권
3) 본회 주관 행사 참가비 할인 또는 면제
4) 계간「양돈연구」무료 구독
5) 회원들 간의 교류 및 친목 도모

단체회원

·"단체회원" 가입 자격

양돈 관련 산(産), 학(學), 연(硏), 관(官) 모든 분야에 종사하는 단체 중,
(사)한국양돈연구회와 뜻을 같이 하는 모든 분

·"단체회원" 특전

단체회원은 정회원 2명분의 혜택 부여

♣ 정회원 및 단체회원 회비

.정회원 - 입회비 (50,000원), 연회비 (100,000원)
.단체회원 - 입회비 (100,000원), 연회비 (200,000원)

♣ 회원 가입 및 회비 납입 방법

소정 양식의 입회원서를 작성하여 제출하고, 입회비 및 연회비를 온라인 입금하시면 가입할 수 있습니다. <계산서 발급가능하오니 연락주시기 바랍니다.>
※ 계좌번호 : 농협중앙회 368-01-020503 (예금주 : 한국양돈연구회)

< (사)한국양돈연구회 사무국 > 담당자: 김유리
- Tel. 031-781-5660 / Fax. 031-781-5663 / kpirs@hanmail.net
- 주소 : 경기 성남시 분당구 황새울로 307, 한라시그마파크 1008호
- 홈페이지 : http://www.kpirs.or.kr