유통 전문가가 바라본 한돈산업의 과제와 대응 방안



이 준 범 이사
(주)선진

2022년의 한돈업계 주요 이슈

1. 엔데믹 선언으로 보복적인 외식 소비 증가
2. 한돈의 초고가로 인한 물가 잡기 일환으로 할당관세 적용 수입 돈육 적극 도입
3. 외식 소비의 증가에 따라 상대적으로 내식·온라인 소비 전기비 감소
4. 환율, 운송비, 곡물가 상승 등에 의한 수입원 원료육가 상승에 따른 국내산 원료육(후지, 잡육, A지방) 가격 상승 및 품귀현상
5. 금리인상, 소비둔화 등 스태그플레이션 현상에 따른 4/4분기부터의 본격적인 소비둔화
6. ASF, PED에 의한 계절간, 지역간 출하 불균형 상시 발생



108-124 이준범 원고.indd 108 2023-02-10 오후 6:28:22

수입 돈육의 증가와 수입국의 변화

2022년 국내 돈육시장의 총 공급량은 2020년 127만톤, 2021년 130만톤에 비해 폭증한 143만톤 정도일 것으로 추정된다.

중요한 건 증가한 12~13만톤 대부분이 수입 돈육의 수입량 증가에 기인한다는 점이다.

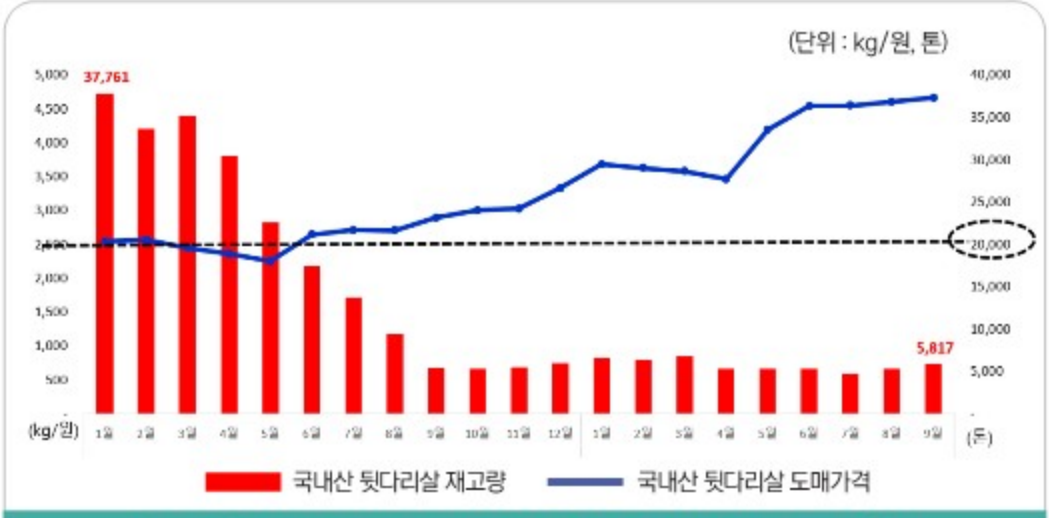
수입 국가별로 보면 ASF로 중단된 독일 물량의 대부분이 스페인, 네덜란드, 덴마크산으로 대체가 된 2021년엔 2020년 대비 북미는 오히려 소폭 감소하였으나 EU권역에서 연간 3만톤 가량이 증가했었다.

특히 EU권역의 수입량은 2020년 13.7만톤, 2021년 16.6만톤의 증가세에서 2022년 약 25만톤을 상회할 것으로 보인다.

이는 주로 국내산 뒷다리살을 대체했던 유럽과 북미의 목전지, 전지의 수요가 유럽의 스페인 등 EU권 국가제품으로 대체되면서 전년 대비 스페인산 6만톤 증가, 네덜란드산 2만톤 증가, 북미산 2만톤 증가의 추세를 나타내고 있다.

이는 국내산 뒷다리살의 공급 부족세가 가속되던 2021년 4분기 당시, 즉 러시아-우크라이나 전쟁 발발 전 상당히 저렴했던 EU산 목전지/앞다리살을 주요 메이저 육가공업체에서 낮은 가격에 계약하면서 시작되었다고 판단된다.

이러한 현상 이면의 시사점은 국내의 수요와 재고 추세일 것이다.



(그림 1) 2021년 1월~2022년 9월간 국내산 뒷다리살 재고/도매가 추이

108-124 이준범 원고.indd 109 2023-02-10 오후 6:28:22

2021년 초 3만7천톤이었던 국내산 뒷다리살 재고는 적정 재고인 2만톤을 2021년 6월부터 하회하여 약 18개월간 5천여톤 수준을 유지하고 있다.

상기한 수입 목전지, 앞다리살의 수입량 증가에도 불구하고 국내산 뒷다리살 재고의 감소세 유지는 결국 그만큼의 수요가 증가했다는 방증일 것이다.

한돈 뒷다리살 VS 수입 돈육 목전지, 앞다리살

(표 1)에서 보듯이 2020년 대비 2021년 육가공품 판매량을 상당히 증가하였는데, 이는 코로나19 팬데믹으로 인한 가정 내 소비가 증가한 데 기인한 것으로 판단된다.

(표 1) 2019~2021년간 14개 육가공업체 판매량 실적 (단위 : 만톤)

구분	19년 판매량	20년		21년	
		판매량	전년대비	판매량	전년대비
햄	6.1	6.2	101%	7.0	113%
소시지	8.3	8.9	107%	9.2	103%
베이컨	1.1	1.3	112%	1.6	123%
캔	5.7	6.0	104%	6.8	113%
혼합소시지	2.4	2.5	103%	2.6	105%
합계	**23.7**	**24.8**	**105%**	**27.1**	**109%**

※ 출처 : (사)한국육가공협회

국내산 뒷다리살과 수입 목전지, 앞다리살, 즉 가공제품의 원료육으로 쓰이는 수요 증가의 원인은 다양하게 추정할 수가 있다.

세상의 모든 물가가 오르면서 좀 더 kg당 가격이 저렴한 제품의 수요가 증가하는 것은 당연한 논리이다. 또 코로나19 팬데믹에 의해 내식 소비의 증가와 밀키트의 확산은 원료육 수요의 폭증을 유발했다고 볼 수 있겠다.



108-124 이준범 원고.indd 110 2023-02-10 오후 6:28:23

한돈 삼겹살 자급률 50%가 무너질수 있다.

우리나라의 삼겹살 자급률이 60%대에서 50%대까지 떨어진 것은 이미 15년 전부터였다.

심상치 않은 것은 최근 3년간 급격히 삼겹살 수입량이 증가하고 있고, 2023년 국내 가공두수는 소폭 하락으로 예상되는 상황에서 지육 가격의 고가 유지와 서서히 조정되는 환율에 의해 2023~2024년 내 삼겹살 자급률은 50% 이하로 떨어질 가능성이 크다는 점이다.

점유율 우위를 수입 삼겹살에 내준다는 것은 점점 더 M/S를 내줄 가능성이 크다는 의미다.

삼겹살은 북미지역의 베이컨용을 제외하고는 세계적으로 상당한 비선호 부위이다.

독일지역에서는 지방만 발라내고 버리는 부위이기까지 하다. 그들은 햄, 소시지 가공을 위한 원료육을 선호하므로 돼지고기의 가치를 CL(Chemidal lean)으로 평가한다. 즉 살코기 비율이다.

그래서 구이문화에 특화된 한국에 수출하는 삼겹살은 자국 내에서 소비되는 가격보다 훨씬 상회하므로 상당히 정선이 잘된 스펙과 규격 편차가 일정한 경쟁력을 가지고 있다.

이 점에서 국내산과의 차별성을 나타낸다는 점이 주목할 점이다.

우리나라는 규격돈, 즉 1등급을 기준으로 하나 실제로는 출하평체의 표준편차가 7.5~8kg 수준이다. 이는 115kg 출하체중을 기준이라고 할 때 107~123kg의 다양한 규격의 삼겹살이 나온다는 의미다. 삼겹살은 시장에 따라 선호하는 규격이 다르다.

양념육이나 밀키트 같은 소재용은 냉동 삼겹살을 주로 사용하고, 소매시장은 시각적으로 지방과 살코기의 적절한 조화가 중요하여 110~115kg 정도의 생체가 적합하고, 외식시장에서는 좀 더 맛있고 두툼한 삼겹살을 선호하므로 116~120kg대의 생체가 적합하다.

이 규격을 상회하거나 하회하는 원료돈의 삼겹살은 냉동이 되거나 15~20% 낮은 가격에 냉장 판매되고 있다.

108-124 이준범 원고.indd 111 2023-02-10 오후 6:28:23

한돈에서 삼겹살과 뒷다리살의 가치와 의미

국내 돈육 소비는 물론 구이문화로 대표된다.

(표 2)와 같이 구이부위는 1/3의 중량으로 2/3의 가치를 지니고 있다. 그렇지만 뒷다리살은 한돈 정육 부위의 1/3을 차지하는 가장 큰 부위이다.

(표 2) 한돈의 부위별 가치/중량 비율

(단위 : kg, 원, %)

분류	부위	kg/두	가치/두	중량/두	가치/두	가격/kg
구이부위	삼겹살	11.5	230,000	16	321,800	19,864
	목살	3.9	70,200	35%	63%	
	특수부위	0.8	21,600			
조리부위	앞다리	7	49,000	31	188,000	6,164
	뒷다리	14.5	58,000	65%	37%	
	등안심기타	9	81,000			
계		46.7	509,800	46.7	509,800	3.2배

보통 뒷다리살의 가격 추이는 A지방과 잡육의 가격 상승/하락을 동반하므로 (그림 1)에서와 같이 2021년 1월 대비 2022년 9월 뒷다리살의 가격이 2,000원/kg이 상승했다면 한돈 두당 30,000~35,000원 가량의 가치가 더 상승한 것으로 볼 수 있다.

이러한 뒷다리살, A지방, 잡육 가격의 상승은 한돈 유통산업에 선순환 구조를 가져오게 한다.

한돈 두당 30,000원의 가치가 올라가면 구이 부위에서 2,000원/kg을 낮추어 판매가 가능하다.

구이부위에서 2,000원/kg의 인하는 식육 유통업체의 수익구조, 판매량 증대, 소매업체의 판촉 행사, 외식업체의 수익구조를 개선할 수 있는 원인을 제공한다. 수입육과의 가격경쟁에서도 이전보다는 우위권을 가지면서 전반적인 한돈 소비를 진작시키는 효과가 있다고 볼 수 있기 때문이다.

또한 삼겹살은 또 한돈에서 어떤 의미인가?

세계적으로도 독특한 직화구이 문화는 돼지고기 한 마리 중 구이부위는 1/3의 중량으로 2/3의 가치를 지니고 있다. 최근 3개년처럼 수입 삼겹살량이 급증하고,

108-124 이준범 원고.indd 112 2023-02-10 오후 6:28:23

특히 지방의 맛이 좋은 북미산 등의 냉장 삼겹살 등의 대형마트 판매량이 증가한다면 머지않아, 아니 1~2년 내 삼겹살 자급률 50%는 무너질 것이다. 주도권을 빼앗긴 삼겹살 시장은 후지에서처럼 1,000~2,000원/kg 수준이 아닌 3,000~5,000원/kg 수준의 시장가 하락을 가져올 수도 있다는 추정을 하게 된다.

2023년 예측되는 상황들

1. 총 수요 감소세 총공급 감소세
2. 공급 감소 대비 수요의 감소 폭이 커 지육가 강세는 유지 예상
3. 1/4분기 지육가 하락세 둔화(약보합 예상)
4. 대형 유통점의 가격경쟁 부활
5. 구이류 수입 돈육의 중대형 마트 M/S 증가
6. 하절기 공급난 갈수록 심각해질 것
7. 부위 소비의 구성변화(구이류 소비 감소/원료육 소비 증가)
8. 원료육의 수입육 대체 가속으로 4/4분기부터 하락세 시작
9. 외식시장의 평균 실종

준비해야 할 사항

1. 한돈 뒷다리살의 품질 상향으로 B2C 상품의 리스크를 제거해주어야 한다.

요행이었다고 해도 할말은 없다. 2021년 1월에 2,500원/kg이었던 한돈 뒷다리살 가격이 2022년 4,000원/kg대까지 오른 것을 두고 한 말이다. 그래서 2023년에도 계속 높게 유지됐으면 하는 바람이다.

그러나 우리는 요행을 바라보고 있을 겨를이 없지 않은가?

물론 원료육의 수요는 꾸준히 증가할 것으로 보인다. 밀키트, 간편식 등의 수요 증가에 의한 상품도 다양해지고 스태그플레이션으로 좀 더 저렴한 제품을 찾는 소비자가 많아질 것이고, 또한 경기침체에 따라 외식보다는 내식 비율이 증가할 것이기 때문이다.

그러나 비즈니스는 언제나 그렇듯 변수가 존재하며 대체가 되고 가격의 주기가

108-124 이준범 원고.indd 113 2023-02-10 오후 6:28:23

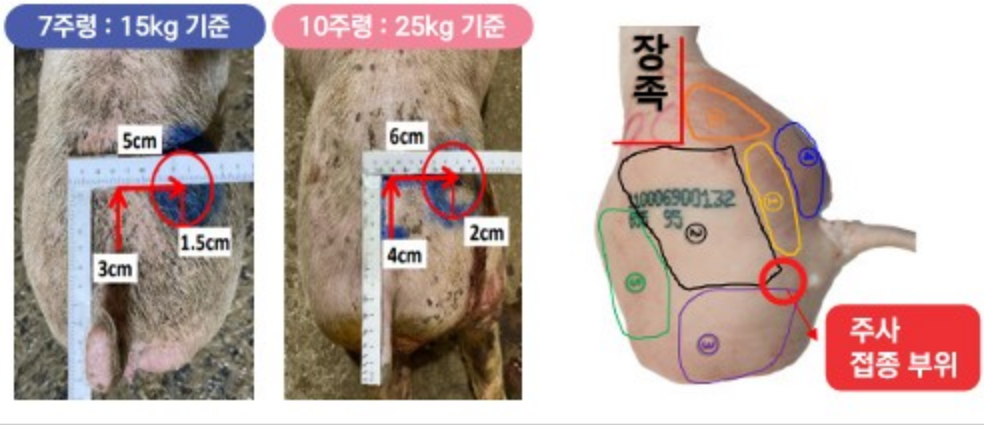
있는 것 같다.

시점은 예측이 어려우나 초고가의 국내산 원료육은 급속히 수입 앞다리살/목전지살로 대체되고 있고, 그로 인해 국내산 뒷다리살의 M/S 감소는 당장은 체감하기 어렵겠으나 장기적으로는 원료육 시장이 침체될 가능성이 높아질 것이다. 필자의 예측으로는 한돈 뒷다리살의 상승 또는 보합세는 2023년 3/4분기까지는 유지되지 않을까 조심스럽게 예측한다.

그렇다면 우리는 무엇을 준비하고 있어야 할까? 그야말로 품질의 상향이다.

삼겹살도 아닌 뒷다리살이 다 거기서 거기지, 품질 편차가 있기는 할까?

뒷다리살은 주로 대형 육가공업체에서 수십톤씩 가공하므로 수십톤 중 한 박스의 품질만 잘못되어도 수십톤의 제품에 문제가 발생할 수 있다. 아무래도 직접 소비자를 상대하는 B2C 제품이므로 해당 시점에 생산된 제품 중 단 1개의 제품에 문제가 생겨도 그 시점에 생산된 제품을 회수하거나 폐기할 가능성이 높다는 의미이다.



그래서 더더욱 품질이 중요하다.

목심에 투여하던 백신을 뒷다리살에 투여하면서 발생하는 주사침과 농 발생을 최소화해야 한다.

가장 먼저 농장에서 투여하는 부위를 일정하게 하고 출하 전 휴약기간을 준수해야 한다.

가공업체에서는 주사침과 농의 발생을 찾아내는 노력을 좀 더 기해야 한다.

또한 가공업체에서는 연골의 깔끔한 정선, 지방 mm 수의 균일성, 이물질 혼입 방지에 집중해야 하고, 가장 중요한 신선도 유지에 집중해야 한다.

108-124 이준범 원고.indd 114 2023-02-10 오후 6:28:23



대형 육가공업체에서 저렴한 가격에 EU권 원료육을 사용하는 물량이 증가하긴 했으나, 그만큼 한돈 대비 품질과 신선도의 신뢰도가 높은 것은 아님을 확인했다.

상기와 같이 농장과 가공업체들이 한돈 뒷다리살 등 원료육의 품질을 상향시켜 B2C 상품을 제조하는 대형 육가공업체에서 수입 원료육보다는 한돈을 사용하는 것이 리스크가 훨씬 줄어든다고 인식시켜야 한다.

2. 한돈 삼겹살의 경쟁력은 규격 통일, 즉 표준편차의 축소에서 찾아야 한다.

수입 삼겹살의 공격에서 마지노선인 자급률 50%를 상회 유지하기 위해서는 우리는 무엇을 준비해야 할까?

당연히 올바른 품질 경쟁력일 것이다. 냉장 기술과 항공편 등으로 인해 이제는 예전처럼 신선도를 무기로 대응할 수도 없게 되어가고 있다. 그럼, 수입 삼겹살에 비해 어떤 경쟁우위점을 가져야 할까?

(1) 출하체중 평체의 표준편차 5kg 수준(현재 8kg)

(2) 떡지방 방지를 위한 노력(연구, 종돈, 적정한 일당 증체, 사료 구간별 프로그램 등)

(3) 계절간 출하평체의 편차 3kg(현재 8kg, 하절기 111kg/동절기 119kg)

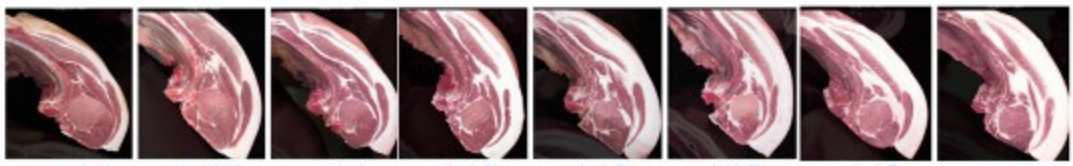
(4) 계절간 출하량 편차의 축소

상단에 설명한대로 삼겹살의 살코기와 지방 비율이 적절하게 예쁜 삼겹살은 대형마트, 농협 등 내식 시장에서 선호하고 지방의 비율이 높고 두툼한 삼겹살은 외식시장에서 선호한다.

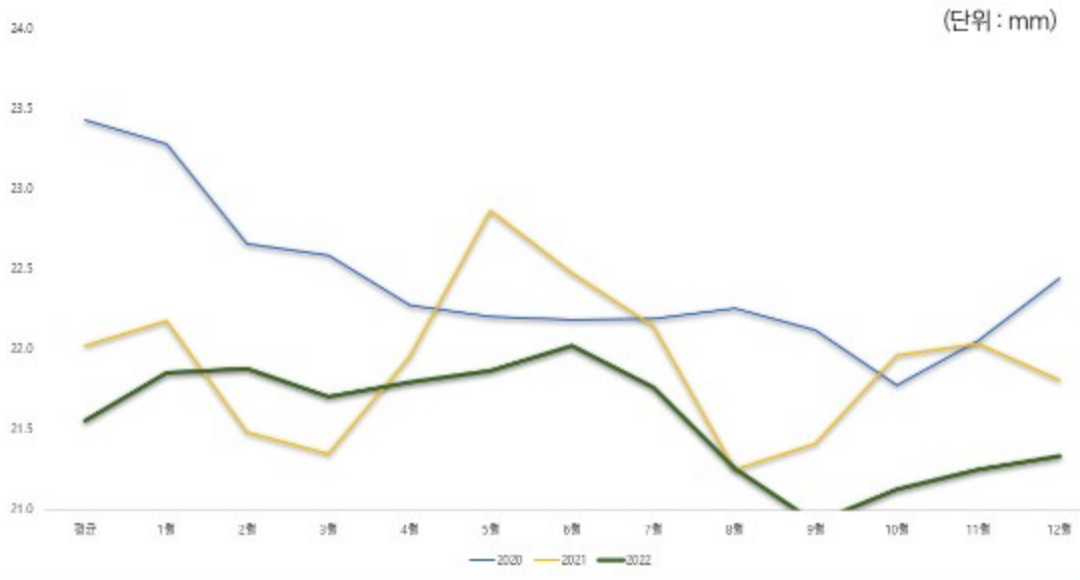
그 외의 아주 작거나 아주 큰 삼겹살도 생산되므로 한돈으로 유통되는데 수입

108-124 이준범 원고.indd 115 2023-02-10 오후 6:28:23

삼겹살은 선별된 규격으로 수입되므로 이런 큰 삼겹살, 작은 삼겹살이 없다. 물론 수입육은 CL을 중요시 한 육종으로 내식시장이나 소재시장에 적합하긴 하다. 필자가 추정한 바로는 중량 기준 대형마트 등 내식 삼겹살 시장의 25% 이상을 수입육이 점유하고 있다고 추정된다. 이는 심각한 상황이다. 더군다나 2023년부터 당분간은 내핍의 시대이니 보기에도 예쁘고 가격도 저렴하고 규격도 통일된 수입 삼겹살의 점유율은 더욱더 치고 오르지 않을까 예상되는 상황이다.

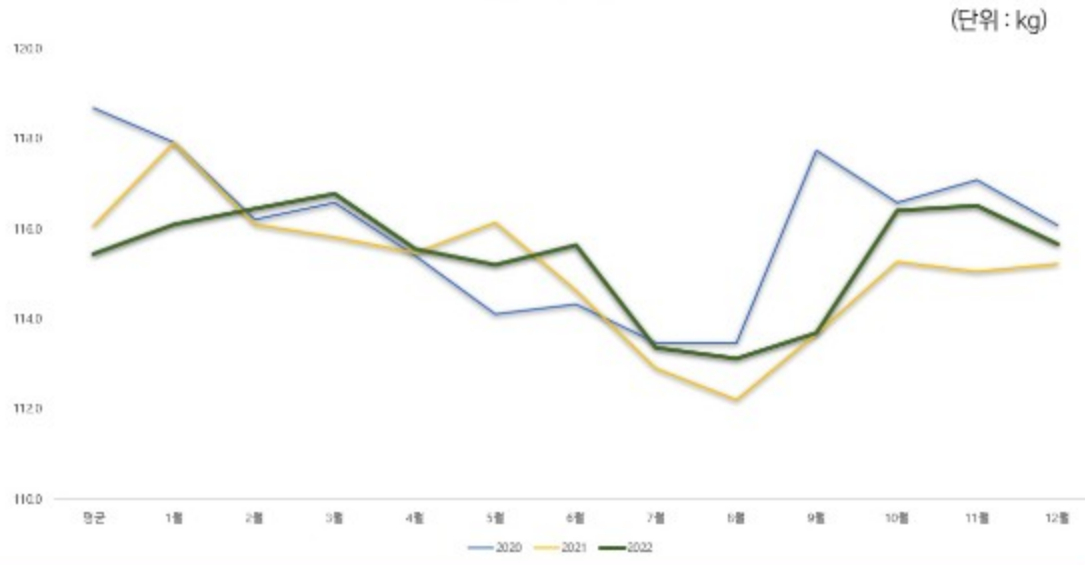


그래서 우리 한돈업계에서는 상기한 출하체중 평체의 표준편차를 5kg 이내까지 줄이는 노력이 절실하다고 생각한다.



(그림 2) 등지방 연간 추세

108-124 이준범 원고.indd 116 2023-02-10 오후 6:28:23

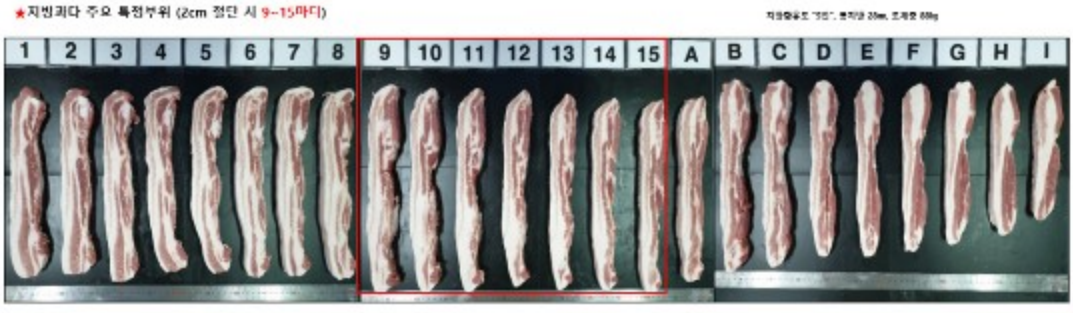


(그림 3) 생체중 연간 추세

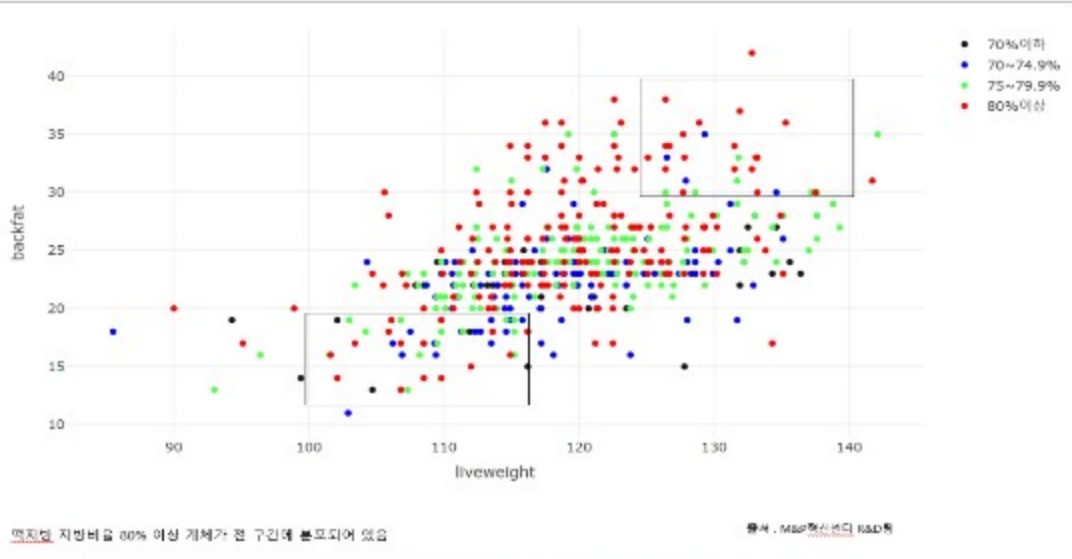
떡지방 또한 한돈을 기피하는 요소 중 하나일 것이다. 장기적인 관점에서 떡지방에 대한 대비책과 또 직접적으로는 최대의 일당증체가 아닌 적절한 일당 증체야말로 떡지방을 줄이고 외식시장 내식시장의 도매업자들이 가장 선호하는 육질인 단단하고 찰진 삼겹살을 만들어 갈 수 있을 것이다.



108-124 이춘범 원고.indd 117 2023-02-10 오후 6:28:23



(그림 4) 지방함유도에 따른 분류



(그림 5) 생체중에 따른 등지방 분포도

이 외에도 계절적 요인에 따라 하/동절기 출하 체중 편차와 하/동절기 출하량 등의 문제가 있는데, 이는 상기 (1), (2)번을 먼저 해결해 가면서 장기적인 과제로 개선해가야 한다.

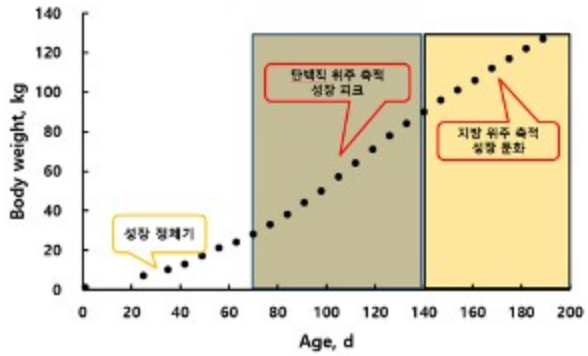
추가로 삼겹살 이외 품목 중 관리 여부에 따라 버려지는 품목 하나를 거론코자 한다.

족발이다. 육가공업체 평균적으로 4% 내외의 멍든 족발이 버려지고 있다. 멍든 족은 그 원인이 농장단계일 수도 있고 계류단계일 수도 있는데, 이에 대한 연구와 원인 제거에 노력해야 하겠다.

108-124 이춘범 원고.indd 118 2023-02-10 오후 6:28:24

최대생산성이 아닌 최적생산성으로 마블링을 UP 떡지방 방지 DOWN

- D 21 ~ D 70; 성장 정체기 – 이유 스트레스
- D 70 ~ D 140; 성장 피크 – 단백질 축적 위주의 성장
- D 140 ~ 출하; 성장 둔화 – 지방 축적 위주의 성장



라이신 결핍

- 체내 단백질 축적률 감소
- 지방 축적 증가
- 질소 배출량 증가

라이신 과다 섭취



(선별) 피멍 '상'



족발은 2022년 말 기준 1두에 25,000원 정도 가치를 지니는데 4%의 제품이 버려진다는 것은 출하되는 총 두수에 각 1두당 1,000원 정도가 관리와 관심의 부족으로 인해 버려지는 것이기 때문이다. 이는 국가적 낭비가 아닌가 생각이 든다.

108-124 이준범 원고.indd 119 2023-02-10 오후 6:28:24

3. 2023년은 내핍의 시대를 견뎌내야 한다.

2022년 대형마트 축산부문의 매출액은 유지 수준이나 매출량으로 보면 국내산의 경우 10%P 감소, 수입 돈육의 경우 15%~20%P 증가로 추정된다.

이미 대형마트에서도 한돈의 소비자가 상승을 버텨내기 위해 수입 돈육의 취급량을 늘리고 있는 중이다. 4~5년 전 대형마트간 삼겹살 100g당 10원 전쟁을 했던 것을 기억하는가?

아마도 2023년은 그러한 10원 전쟁이 부활되지 않을까 싶다.

외식시장에서도 코로나19 팬데믹으로 축소되었던 외식시장의 2/3는 수입 돈육 취급점이거나 무한리필점이었다고 추정된다. 그러한 저렴한 가격을 경쟁력으로 하던 외식 트렌드도 한편으로는 다시 부활되지 않을까 조심스럽게 예측해본다.

스태그플레이션이란 물가는 오르는데 생산량, 소비량을 감소하는 것을 의미한다.

결국 일반 소비자들의 소비 빈도는 감소하고 좀 더 저렴한 제품을 선호하는 추세가 예상된다.

그러한 측면에서 한돈업계에서 가장 경계해야 하는 것은 수입 돈육의 국내 M/S 확대일 것이다.

팬데믹으로 인한 외식 소비의 급감에 따라 거의 사라져갔던 수입 돈육 외식시장은 다시 한돈 대비 상대적으로 저렴한 가격을 무기로 시장을 형성할 가능성이 높고, 내식시장 또한 대형마트에서 소비자 집객을 위해 수입 돈육의 M/S를 이미 늘리고 있는 추세이다.

육가공업체로서는 그나마 수입 원료육의 가격경쟁력 하락에 따른 국내산 원료육(후지, 잡육, A지방)의 강세로 어느 정도의 수익성을 유지했던 2022년이지만 2023년은 하반기쯤 미국, 유럽 현지의 가격 안정세와 중국 자국 내 생산성의 증대, 환율의 약보합 등의 환경이 복합적으로 이뤄진다면 다시 예전처럼 원료육 시장을 수입 돈육에 뺏길 가능성이 적지 않다.

그로 인해 한돈 관련 종사자들의 각각의 업계는 구조조정의 방향을 가질 것이다.

유통 마트업계도 고정비를 감내할 만한 단골고객을 확보한 매장만이 살아남을 것이고, 한돈 취급 외식업체 또한 특유의 경쟁력을 가진 우수식당만이 살아남을 것이다.

육가공업체도 상승하는 지육가, 인건비, 물류비 등을 감당해낼 수 있는 우수한 거래처들을 기확보한 업체만이 살아남고 양돈농가 또한 ASF, PED에 대한 대응

108-124 이준범 원고.indd 120 2023-02-10 오후 6:28:24

준비가 되어 있고 규격 품질, 등급 품질이 우수하게 관리된 농가만이 수익을 유지할 수 있을 것이다.

4. 결국, 평균 실종의 시대에 적응해야 한다.

이러한 어려운 상황에서 우리는 무엇을 준비해야 할까?

빠르게 변화하는 환경이 가장 먼저 적응하는 자는 승리자가 된다.

재미있는 예시를 하나 들어보겠다.

올림픽 높이뛰기 종목에서 최초로 배면 높이뛰기를 시도해서 금메달을 딴 선수가 있다. 이전까지는 모두 발을 먼저 올려서 뛰어넘는 가위뛰기를 했는데 1968년 멕시코 올림픽 때 미국의 딕 포스베리라는 선수는 배면뛰기 방식을 최초로 시작했다.

이는 환경의 변화에 빠르게 대응한 결과이다.

이전까지는 높이뛰기의 바닥이 모래사장이었는데 1968년부터 매트로 바뀐 것이다.

떨어지는 지점이 매트이므로 등지고 떨어져도 다치지 않는 것을 감안한 포스베리 선수는 배면뛰기를 시도하여 우승을 거머쥐게 되었다.

이처럼 빠른 환경변화에 먼저 대응하는 민첩함이 우리에겐 필요하다고 생각된다.

우리에게 환경변화에 선대응이란 무엇일까?

이러한 악순환의 구조가 예상되는 2023년이라 하더라도 극복해낼 방법은 분명히 존재할 것이다.

2023년 키워드 중 '평균 실종'이라는 말이 있다.

서울대에서 분석한 2023년도에는 아래와 같은 소비트렌드가 이슈가 될 것으로 전망했습니다.

1. 중간에 해당하는 평균의 실종
2. 오피스 개념의 변화
3. 혜택만 챙기는 소비자
4. 인덱스로 분류되는 인간 관계
5. 대체 불가능한 상품의 기획
6. 하니에 꽂혀 집중하는 사람들
7. 디지털에 익숙한 1020
8. 지료를 분석하여 미래를 예측하는 대응기술
9. 실제 공간의 매력 극대화
10. 외적 강조와 내적 지식의 적절한 조화

발췌 : 트렌드 코리아 2023 소비트렌드 분석센터의 전망

108-124 이준범 원고.indd 121 2023-02-10 오후 6:28:24

소비의 양극화를 예상하는 것이다.

기본적인 소비 빈도가 줄고 좀 더 저렴한 제품을 선호하는 부류와 경기침체와 상관없이 높은 가치와 단 한 번이라도 특별한 가치를 경험하고자 하는 욕구와 부류는 상존한다.

물론 각자가 체질 개선과 뼈를 깎는 수익구조 개선에 노력하는 것이 기본이겠고, 이에 더해 좀 더 고객이 원하는 가치를 만들려는 노력과 그러한 고객을 찾아가는 노력에 집중해야 하겠다.

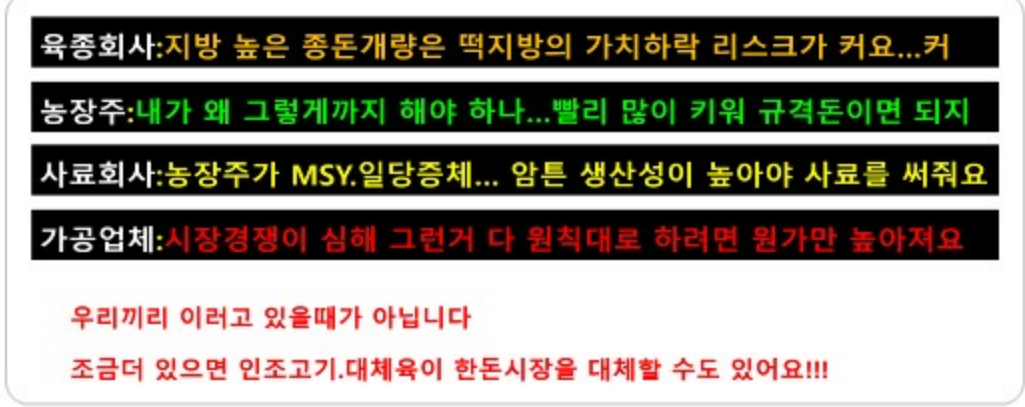
2023년이야말로 정말 궁핍을 버텨내고 살아남아야 하는, 지속 가능한 경영을 위한 생존의 한 해가 될 것이 예상된다. 그러한 내핍에 시대를 버텨내면 다시금 우리에겐 새로운 기회가 생긴다는 것을 잊지말기로 하자.

한돈산업 종사자들이 준비해야 하는 것 : 다 같이 합심하여 올바른 품질로 고객에게 다양한 선택권을 주어야 한다.

필자는 지난 몇 년간 업계 기고나 강연 시 항상 한돈 구이문화 계승 발전에 대해 강조해 왔다.

삼겹살에 소주 문화로 시작해서 40여년간 동료, 친구, 회식, 캠핑, 소통, 휴식 등의 긍정적인 이미지를 형성해온 한돈 구이문화는 앞으로도 미래에 가만히 두어도 잘 유지 성장할 것인가?

그렇지 않다. 대체단백질과 인조고기의 위협도 있지만 당장은 수입 돈육의 공격을 방어해야 한다.



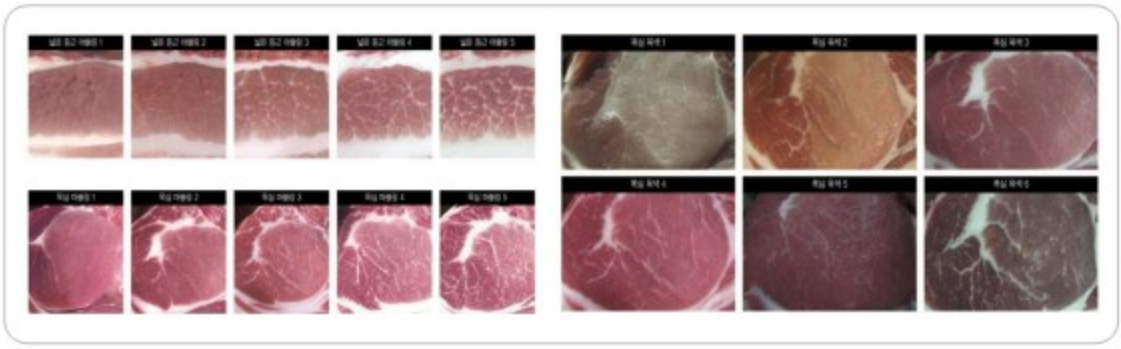
108-124 이준범 원고.indd 122 2023-02-10 오후 6:28:24

더군다나 2023년은 내핍의 해가 아니던가?

경제침체와 스태그플레이션으로 수요는 감소하고 그나마 있는 수요는 조금이라도 저렴한 제품으로 쏠릴 가능성이 높기 때문이다. 그래서 40여년간 잘 만들어진 한돈 구이문화를 계승 발전시키기 위해 무엇을 해야 할까?

필자는 다양성이라고 생각한다.

삼겹살의 두께, 지방 정도, 형태의 다양성도 있고 조리 방법의 다양성, 구이부위의 다양성, 구이불판의 다양성, 곁들이는 소스의 다양성 등 무한대의 다양성으로 고객들에게 다양한 선택권을 부여해야 한다고 생각한다.



다양한 선택권 부여야말로 고객에게 제공하는 핵심 가치이며 한돈산업 생태계를 성장시키는 열쇠라고 생각한다.





108-124 이준범 원고.indd 123 2023-02-10 오후 6:28:24

와인산업을 보면 참 재미있다는 생각이 든다.

똑같은 와인인데 한 병에 5천원부터 기백만원까지 참 다양한 가격대가 형성되어 있다.

와인은 바디감, 당도, 풍미, 포도 원산지, 빈티지 등도 다양하지만 와인잔과 와인병도 다양하다.

한껏 자기만의 스토리를 가지고 뽐내는 수만 가지 와인을 볼 때 와인 제조사 각자 자기만의 스토리와 생산기법으로 자기만의 가치를 만들어 내어 자랑하고 있다는 느낌이 들었다. 물론 그중에는 가격이 차별점인 곳도 있을 것이다.

핵심은 각자가 자기만의 스토리와 특징을 진실성 있게 만들어 갈 때 고객에게는 수만 가지의 선택지가 생기는 것이고, 그러한 선택지는 와인문화 전체를 조금씩 대중화하면서 재미있고 독특한 문화로 발전시키는 데 기여하는 것이다.



우리의 한돈도 와인의 수만 가지 선택지와 같이 각자의 가치생산성 극대화 노력과 고유의 유니크한 스토리를 만들어갈 때 세계적으로 독특하고 재미있는 한돈만의 문화가 형성될 것이라고 확신한다.

108-124 이준범 원고.indd 124 2023-02-10 오후 6:28:24