



박진호 대표이사  
(주)메리트육역

## 2007년도 국내 및 해외 계육시장 전망

요즘 업계의 동향을 살펴보면 2007년을 전망하기 보다는 급감한 판매를 증가시키기 위해 혈안이 되어있다. 새해의 미래를 계획할 여유가 없기 때문이다.

2006년 12월 21일까지 총 4차례의 고병원성 AI 발생으로 인해 판매량은 급속히 떨어졌고, 재고비용과 운영비용 등으로 인해 적자의 폭이 커져만 가고 있다. 무엇보다도 초겨울 문턱인 11월 말에 발생했기 때문에 본격적인 겨울이 되는 2007년 1월과 2월도 마음을 놓을 수가 없다. 한번 보도가 될 때마다 최소 열흘 정도는 소비가 정체되고, 학교 급식 식자재의 경우는 물량수요가 사실상 거의 없다.

지난해 11월 발생한 AI로 인해 다양한 레스토랑과 식자재 관련 급식기관은 부식메뉴로서 치킨관련 메뉴를 지워버리기도 했고, 계속되는 뉴스보도로 자녀를 둔 어머니들은 고단백 간식으로 사랑받던 치킨대신 피자과 중화요리를 더 선호하고 있는 실정이다.

2006년 수입업체들은 꾸준히 늘어 20개 업체 이상으로 증가하면서 보다 예측 불가능한 시장으로 변화했다. 2006년과 2007년 겨울을 통해 일부업체들이 닭고기 사업을 축소하거나 다각화하여 수입비중을 줄이려는 모습도 나타나고 있다.

### 1. 6가지 키워드

2007년 시장은 국내에서 발생한 고병원성 AI를 극복하는 과정에서의 시장흐름과 정부정책에 의해 공장시설 규제, 그리고 시장 참여자들의 다변화된 사고(思考)에 의해서 어느 정도 예측 가능하다. 그 흐름을 살펴보자.

#### 1) 폭등은 없다. 그러나...

2004년 생계시세가 2,200원까지 상승하면서 우리는 GNP 4만불 국가의 닭을 과감히 수입했다. 수입국가로서 유일했기 때문에 가능한 일이었다. 2003년 초기 톤당 700~900불 정도의 미국산 장각을 구입하던 것이 2004년 3월부터 1,800불짜리 장각을 수입하게 되었다.

미국과 태국의 AI 발생으로 한국의 수입업체들은 불가피한 상황을 맞이했고, 품질 좋은 덴마크산이 큰 호응을 얻자 저품질의 영국산과 프랑스산 날개가 수입되면서 K치킨이 이뤄놓은 날개시장의 수요를 크게 감소케 했다. 불가피하게 영국과 프랑스산 날개를 사용하면서 K치킨 고객들의 불평은 날개시장 자체를 축소시

## 2007년도 국내 및 해외 계육시장 전망

구분	2003~2004년	2006~2007년	비교
국내시장	중계, 종란 피해 심각	중계, 종란 피해 미비 중계 쿼터제 해제	상시적 공급가능
수입국가	덴마크, 영국, 프랑스	브라질 외 5개국	대체수입 가능
소비동향	범국민 닭고기 소비운동전개로 소비량 급상승(불닭, 닭날개 유행)	2006년 12월 말 기준, 4차 고병원성 A형 생으로 계육소비 정체	
해외가격	톤당 1,800불 장각 교역 톤당 2,800불 날개 교역 (2004년 5월 기준)	톤당 1,100불 장각 교역 톤당 2,500불 날개 교역 (2006년 12월 기준)	미국가격 상승 중
국내가격	생계시세 2,200원 폭등 수입 장각 3,000원/kg	?	소비가 중요변수

※자료 : 메리트무역

켰다.

2007년도를 살펴보면 수입 국가들은 매우 다양하다는 것이다. 브라질, 미국, 덴마크, 영국, 프랑스, 그리고 칠레와 벨기에 또한 완전개방의 문턱에 성큼 와있다. 브라질과 미국산이 동시에 수입금지된다면 2003년과 가능하겠지만, 우리는 경험을 통해서 그들의 발표를 좀처럼 신뢰하지 않는다.

한편, 칠레산 돈육을 수입하는 몇몇 회사들이 이미 칠레산 가금육 수입을 위해 분주하게 움직이고 있는 모습이다. 한국의 검역단이 칠레를 방문하면 완전개방이 가능하나, 굳이 칠레를 갈 필요는 없을 것 같다는 것이 업계의 요청이다.

미국산 가금육이 AI로 인해 수입금지된다면 일시적으로 브라질산 가금육이 오르겠지만, 브라질이 단가를 지나치게 올릴 경우 한국의 수입업체들은 비축한 냉동 가금육을 해체 작업하

는 방향으로 전환시킬 것이며, 덴마크를 비롯한 다양한 국가를 통해 가격 견제를 하려고 할 것이다.

### 2) 국제 곡물가격 인상

대체에너지 개발과 실수요의 증가로 옥수수를 포함한 곡물가격이 상승되었고, 2007년에는 보다 높은 가격에서 공급될 것으로 보인다. 미국의 업체들은 대략 40~50%까지 인상될 것이라는 전망을 내놓고 있고, 이를 통해 전 세계 가금육을 비롯한 축산물의 생산원가와 교역을 하기 위한 운임료도 상승할 것으로 예측된다.

### 3) 국내 계열화 업체들의 시장점유율 파워게임

미국의 한 보고서에 의하면, 2010년에는 수백 개의 미국 가금육 브랜드가 M&A되어 대략 5개 정도의 브랜드만 남을 것이라는 전망을 내놓았다. 자동차나 금융업처럼 기업의 M&A를



브라질 Sadia사의 계육제품

통해서 몇 개의 대형업체만 남는 것처럼 계열화 업체들도 동일한 길을 걸을 것으로 보인다.

원가비율이 높은 1차 생물시장의 경쟁력을 확보하기 위해서는 대량사육과 안정적인 도계 작업을 통해 원가 경쟁력을 높이는 것이 필수라는 것은 대다수 업계 분들이 공유하고 있는 사실이다. 이미 몇몇 계열화 업체들은 도계라인 증설계획을 끝마친 상태이다.

이와 더불어 기존에 유지되었던 중계쿼터도 자유화됨에 따라 제한량 없이 수입되어 생계시세 유지를 위한 기본적인 안전망은 사라졌고, 이러한 경향은 시장경제에 의해 한층 더 강하게 움직일 것이다. 근래에 들어 업계의 스카우트 물밑 작업도 종종 보이고 있다.

#### 4) 수입업체의 다변화 및 세대교체

“수익 들어 한 달에 천만원 벌기도 힘들다. 이게 무슨 사업인가?” “이제 수입육 사업도 큰 재미없다” “이제부터는 적정물량만 수입하려고 한다”

매번 시장이 어려울 때 수입업체 리더들이 하는 얘기지만, 2007년 사업계획을 세우면서 실제적으로 반영하려는 모습이 보이고 있다.

수입시장 다변화를 통해 좀처럼 물량 부족현상은 일어나지 않고, 통제 불가능한 변수-타국의 AI, 러시아의 정치적 이슈 등과 같은 변수-가 없으면 큰 수익을 기대하기 어렵다는 것을 실감하고 있다. 2007년 칠레와 벨기에산마저 개방된다면 이웃나라 일본처럼 안정적이고 평이한 시장으로 서서히 변화할 것으로 전망된다. 또한, 기존에 회자되었던 무역업체의 역량과 수입량이 줄어들고 적극적인 업체들이 등장함에 따라서 업계의 세대교체가 꾸준히 이뤄질 전망이다.

#### 5) 질병에 대한 통제 불가능한 중요변수 등장

고병원성 AI는 전 세계 대륙과 관계없이 수십 개 국가에서 창궐되었고, 백여 명이 넘는 고귀한 생명을 빼앗아 갔다. 전염경로에 대해서는 추측만 할 뿐 정확한 결론을 도출해 내지도 못하고 있다. 최근에는 타미플루 복용에도 효용이 없는 변형 인플루엔자가 속출하고 있어서 문제의 심각성을 더욱 더 야기하고 있다(단지 미국과 브라질이 왜 발생되지 않는지 신기할 뿐이다).

인명피해의 경우 의학적 혜택을 받지 못하고 있는 동남아시아를 비롯한 국가들이지만, 국가간의 잦은 왕래를 통해 미국, 러시아, 일본, 한국 등에 인체감염사례가 발생한다면 국제가격의 수

급은 급격히 무너질 것이며, 그 원인에 상관없이 그 국가의 소비는 급감할 것이 자명하다.

#### 6) 소규모 공장들의 자연도태

당연한 이야기지만 소비자의 위생과 건강에 대한 개념이 변화하고 있음에도 불구하고 생산 설비자금 부족, 추가시설 자금 부족 등으로 인해서 낙후된 공장시설들을 방치하는 경우를 종종 볼 수 있었으나, HACCP(위해요소중점관리 기준)은 어렵더라도 기본적인 위생시설이 없는 가공공장의 경우 자연스럽게 도태될 것으로 보인다.

고품질 저가격의 치킨은 시장에서 살아남을 수 있지만, 저품질 저가격 치킨의 경우 소비자는 분명히 외면할 것이다. 가격에 민감한 주부라 할지라도 가족에 대한 건강은 절대로 타협하지 않기 때문이다. 이와 같이 2007년도의 전망을 6가지 키워드를 통해 조금이나마 예측해 보았다.

## 2. 2007년 경쟁우위 실행 권고

닭고기를 업으로 7년째 영위해 오면서 느끼는 것은 계육사업은 정보와 전략회계가 본질이라는 생각이 강하게 든다. 맛과 품질도 중요하지만, 현재의 시장 환경을 살펴보면 대부분의 업체가 갖고 있으므로 더 이상의 비교우위가 될 수 없고, 이것은 생존하기 위한 가장 기본이 되었다.

계육업계를 살펴보면 성공한 업체들의 대부

분은 자기만의 생계시세와 환경을 감지하는 시스템을 구축해 놓았고, 이를 유용하게 활용하고 있다. 2007년 보다 경쟁력 있는 위치에서 사업하기 위해서 다음과 같이 2가지 실행방안을 권고하고 싶다.

#### 1) 국내외 시장에 흐름에 대한 정보 네트워크 마련

개미들 대부분이 주식투자를 하면 이미 꼭지에 있다는 것이고 모든 사람들이 부동산과 집값을 이야기하고 있다면 이미 주택시장은 끝물에 있는 것이다. 한마디로, 전체시장에 대한 파이를 키우기 전까지 시장 참여자 모두가 수익이 날 수는 없다.

수입 닭고기는 눈을 감고 피한다고 될 일이 아니다. 닭고기를 업으로 사업하는 동안에는 정기적인 수입육 시장분석이 불가피하다. 2002년의 경우 전체시장의 30% 이상을 점유한 적이 있고, 한국정부는 IT와 전자제품을 수출하기 위해서 추가적인 시장개방을 계속해서 확대해 나갈 것이다.

계육산업의 본질은 정보와 회계가 최우선이다. 맛과 품질은 기본 중의 기본이다. 그러나 그것은 대부분의 육계계열화 업체들이 갖고 있기에 비교 우위를 갖기 힘들다.

국내 생계시세에 중요한 영향을 미치는 수입육 흐름에 대한 네트워크를 형성한다면, 한국 시장에서 경쟁우위를 얻는 것은 그렇게 어려운 일이 아니다. 수익이 날 때 더 많이 내고, 손해가 날 때 덜 보는 것이 사업인 만큼, 수입육과

관계된 시장의 흐름을 이해하고 네트워크를 형성한다면, 보다 효과적인 환경 대응이 가능할 것이며, 일본의 경우 몇몇 계열화업체가 수입육 시장흐름을 이해하기 위해 별도의 자회사를 설립해서 운영하는 사례도 있다.

## 2) 관련업체간의 전략적 제휴

IT산업과 달리 축산업의 저 부가가치의 특징으로 업계의 평균 임금이 낮고, 이에 따라 젊고 유능한 인재들이 좀처럼 확보되지 않는다고 한다. 잠재성이 있는 유능한 인재를 고용해서 시장을 기획하고 개척해 나가는 것이 필요하나, 업계의 현실상 쉽지 않다. 쓸 만하다 싶으면 퇴사해서 독립하거나, 타 경쟁업체에서 스카우트 되는 사례가 비일비재하기 때문이다.

현대의 앞서가는 대기업들은 핵심역량(Core Competency)을 제외하고 아웃소싱을 활용하거나, 타 경쟁업체에게 조차도 전략적 제휴를 자연스럽게 맺는다고 한다. 자사에 부족한 부분을 충족하거나 구매파워를 증가시키기 위해 매우 유용한 전략이다. 이를 충분히 활용하여 비용을 증가시키지 않고 자사의 경쟁력을 강화시킬 수 있을 것 같다.

계육업의 특성상 아무리 전문가라 할지라도 한 달 정도 공백이 생기면 시장의 감이 떨어지는 것이 특성이다. 전략적 제휴를 통해 수입되는 닭고기의 품질과 수입원가, 활용방법을 모색하기를 희망한다.

일본을 보더라도 수입육의 비중은 크게 증가

할 수밖에 없고, 중국산 데리야끼를 비롯한 가공품의 경우 매월 1,200~1,500톤 정도 꾸준히 한국에 수입되고 있다.

## 3. 결론

사업의 목적은 이윤을 남기기 위한 것인데, 2007년도 시장을 살펴보면 수익을 남기기 녹록치 않은 시장이다. 수입 국가들이 계속해서 늘어나고 예측하지 못한 업체들이 대량의 물건을 교역하고 있기 때문이다.

외국의 업체들과 한국의 업체들 간의 명확한 차이점이 하나 있다.

외국의 업체들은 한국시장을 침투할 때, 경쟁업체 보다 오퍼가격을 내리기 보다는 같은 수준으로 항상 유지하려 한다는 것이다. 경쟁적으로 단가를 내리면서 생기는 폐해를 경험을 통해서 익히 알고 있기 때문이고, 차라리 지금 안 팔릴 지라도 기존가격을 고수하는 것이 '갑'의 입장에 근접할 수 있고 수익률이 훨씬 높아 이렇게 신규시장을 접근하고 있다.

국내 무역업체들의 경우는 이와 다르다. 과거에 비해 다소 나아지기는 했지만, 늘 공급 초과 상황에 직면하다 보니 타 업체와 경쟁적으로 단가를 내리는 부분이 비일비재하다. 가만히 보고 있노라면 최종 소비자 가격은 똑같은데 서로 아웅다웅하는 모습이다.

2007년에는 시장의 수급 스타일이 외국 업체들처럼 진보했으면 하는 소망을 가져본다. 