

119037-1

한  
돈  
수  
출  
연  
구  
사  
업  
단  
  
운  
영  
계  
획  
수  
립  
을  
  
위  
한  
  
기  
획  
연  
구  
  
최  
종  
보  
고  
서

2019

농  
림  
축  
산  
식  
품  
부

농  
림  
식  
품  
기  
술  
기  
획  
평  
가  
원

보안 과제( ), 일반 과제( ✓ ) / 공개( ✓ ), 비공개( )발간등록번호( )  
수출비즈니스전략모델구축사업 제1차 연도 최종보고서

발간등록번호  
11-1543000-002841-01

# 한돈수출연구사업단

## 운영계획 수립을 위한 기획연구

# 최종보고서

2019. 8. 13.

(별색바탕 : C50, M20, Y59, K0)

주관연구기관 / (주)한국육류연구소

농림축산식품부  
(전문기관) 농림식품기술기획평가원



# 제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 “한돈 수출연구사업단 운영계획 수립을 위한 기획연구”  
(개발기간 : 2019.5.20. ~ 2019.7.23.) 과제의 최종보고서로 제출합니다.

2019. 8. 13.

주관연구기관명 : (주)한국육류연구소

주관연구책임자 : 대표자 고 경 철

국가연구개발사업의 관리 등에 관한 규정 제18조에 따라 보고서 열람에  
동의 합니다.



<보고서 요약서>

보고서 요약서

과제고유번호	119037-1	해 당 단 계 연 구 기 간	2019.5.20. ~ 2019.7.23.	단 계 구 분	1/1
연구사업명	단 위 사 업	농식품기술개발사업			
	사 업 명	수출비즈니스전략모델구축사업			
연구과제명	대 과 제 명	(해당 없음)			
	세부 과제명	한돈 수출연구사업단 운영계획 수립을 위한 기획연구			
연구책임자	고경철	해당단계 참여연구원 수	총 : 6명 내부 : 6명 외부 : 0명	해당단계 연구개발비	정부 : 20,000천원 민간 : 0 천원 계 : 20,000천원
		총 연구기간 참여연구원 수	총 : 6명 내부 : 6명 외부 : 0명	총 연구개발비	정부 : 20,000천원 민간 : 0천원 계 : 20,000천원
연구기관명 및 소속부서명	(주)관연구기관) (주)한국육류연구소			참여기업명	
국제공동연구	상대국명 :			상대국 연구기관명 :	
위탁연구	연구기관명 :			연구책임자 :	
※ 국내외의 기술개발 현황은 연구개발계획서에 기재한 내용으로 같음					
연구개발성과의 보안등급 및 사유	해당없음				

9대 성과 등록·기탁번호

구분	논문	특허	보고서 원문	연구시설 ·장비	기술요약 정보	소프트 웨어	화합물	생명자원		신품종	
								생명 정보	생물 자원	정보	실물
등록·기탁 번호											

국가과학기술종합정보시스템에 등록된 연구시설·장비 현황

구입기관	연구시설· 장비명	규격 (모델명)	수량	구입연월일	구입가격 (천원)	구입처 (전화)	비고 (설치장소)	NTIS 등록번호

- 돈육의 국내외 시장분석을 통해 국내산 돼지고기의 현 상태를 파악하고, 해외 수출목표시장 설정
  - 국가별 수급동향 및 수출대상국 경쟁력 분석을 통해 정육과 부산물 수출의 목표시장 설정
- 국내 전문가 및 수출업체 인터뷰를 통한 시장조사를 진행하여 수출현장의 애로사항 파악 및 해결방안 제시
  - 현재 수출업체 및 수출중단업체들의 인터뷰를 통해 수출현장에서의 문제점을 파악하고, 그 문제점 해결을 통해 원활한 수출 활로개척
- 브랜드 3통(중돈, 사료, 사양관리)으로 통합브랜드 조건을 갖추어 수출 통합브랜드 제시
  - 수출통합브랜드를 통한 돈육 품질향상, 품질균일화 및 가격 경쟁력을 확보하고 이를 통해 가격안정화 확보
- 수출비즈니스혁신사업단을 구성하여 수출 경쟁력 확보와 안정적 수출 기반을 마련하여 현지수출까지 전 과정의 종합적인 수출연구사업단 구성

보고서 면수  
135

<요약문>

<p>연구의 목적 및 내용</p>	<p>○ 해외시장으로 진출 가능한 국내산 돼지고기의 우수성에 대한 과학적 근거를 마련하여 통합브랜드화를 진행하며, 육질향상 및 품질안정화를 통해 해외시장을 개척, 국내 양돈 산업의 안정적인 발전과 국내산 돼지고기 소비열풍을 통한 국내 소비 촉진</p>				
<p>연구개발성과</p>	<p>○ 돈육의 국내외 시장분석 - 국내 돈육 시장 및 국외 시장 분석을 통한 돈육 수출 가능국 탐색 및 목표시장 선정 - 수출대상국 별 경쟁력 분석 - 돈육 기술수준 분석</p> <p>○ 한돈 수출 및 기술개발 전략 - 국내 한돈 수출업체 애로사항 및 해결방안 - 신규시장 확대방안 도출</p> <p>○ 수출비즈니스모델 및 전략 구축 - 수출통합브랜드 구축 및 운영 - 국내산 돈육 품질향상 및 가격 경쟁력 확보방안</p> <p>○ 수출비즈니스혁신사업단 구성 및 운영계획 - 수출 경쟁력 확보 및 안정적 수출기반 마련을 위한 수출비즈니스 혁신사업단 구성 및 운영</p>				
<p>연구개발성과의 활용계획 (기대효과)</p>	<p>○ 한돈의 품질향상 연구 추진 - 해외 시장에서 한돈 품질의 특성 및 차이점에 대한 구명</p> <p>○ 한돈수출협의회 구성</p> <p>○ 수출용 통합브랜드 육성 및 관리 - 수출업체의 과당경쟁을 예방하고, 수출브랜드 돈육의 품질 관리 및 인증</p> <p>○ 수출용 통합브랜드 돈육 대국민 홍보 및 해외 홍보 - 연구결과를 토대로 ‘스토리’를 만들어 마스크 홍보 및 시식회 실시</p>				
<p>국문핵심어 (5개 이내)</p>	<p>한돈</p>	<p>수출촉진</p>	<p>품질향상</p>	<p>가격경쟁력</p>	<p>통합브랜드</p>
<p>영문핵심어 (5개 이내)</p>	<p>Korean Pork</p>	<p>Export Promotion</p>	<p>Quality Improvement</p>	<p>Price Competitiveness</p>	<p>Integrated Brand</p>

※ 국문으로 작성(영문 핵심어 제외)





## 〈 목 차 〉

<b>제1장. 연구개발과제의 개요</b> .....	17
제1절. 연구개발 목적 .....	19
1. 연구개발 목적 .....	19
가. 연구개발 최종목표 .....	19
나. 연구개발 세부목표 .....	19
제2절. 연구개발 필요성 .....	20
1. 한돈수출연구사업단 운영 필요성 .....	20
가. 국내 양돈산업의 현황 .....	20
(1) 정육부문 .....	20
(2) 열처리부문 .....	20
(3) 부산물부문 .....	21
(4) 재고적체로 인한 가격 불안정 심화 .....	22
(5) 가격불안정 해소를 위해 구매비축 논의 .....	22
나. 한돈수출연구사업단 운영 필요성 .....	22
(1) 공급과잉 및 수급불균형 해소 .....	22
(2) 수출확대를 위한 가격안정화 및 품질균일화 .....	23
(3) 한돈수출연구사업단의 역할 .....	23
제3절. 연구개발 범위 .....	24
1. 한돈수출연구사업단 구성 및 운영계획 수립 .....	24
가. 한돈수출연구사업단 구성 및 운영목표 .....	24
(1) 사업단 구성 및 운영 목표 .....	24
나. 사업단 운영 계획 수립 .....	25
다. 수출 전략 수립 .....	25
라. 기획연구의 시장조사 계획 .....	26
<b>제2장. 연구수행 내용 및 결과</b> .....	27
제1절. 돈육의 국내외 시장분석 .....	29
1. 국내 여건 분석 .....	29
가. 우리나라 돼지고기 수급현황 .....	29
(1) 돼지고기 수요공급 동향 .....	29
나. 국내 도매시장 경락가격 동향 .....	29
(1) 국내산 돈지육의 도매시장 경락가격 동향 .....	29
(2) 우리나라 열처리 가공육제품 소비동향 .....	31
(3) 우리나라 돼지 부산물 소비동향 .....	31
(4) 한돈 부위별 판매가격 .....	31
(5) 돈 후지 판매가격 .....	33
(6) 돼지 부산물 판매가격 .....	33

2. 한돈의 수출 현황 .....	34
가. 수출실적 .....	34
(1) 우리나라 돼지고기 수출실적 .....	34
(2) 국가별 우리나라 돼지고기 수출실적 및 시장여건 .....	35
나. 국가별 수출 현황 및 여건 .....	36
(1) 일본 .....	36
(2) 중국 .....	36
(3) 미국 .....	37
(4) ASEAN .....	37
(가) 베트남 .....	37
(나) 태국 .....	38
(다) 인도네시아 .....	38
(라) 필리핀 .....	38
(마) 싱가포르 .....	38
(5) 홍콩 .....	39
(6) 대만 .....	39
(7) EU .....	40
(8) GCC .....	41
다. 국가별 수급동향 .....	41
(1) 홍콩 .....	41
(가) 수급현황 .....	41
(나) 소비현황 .....	43
(2) 마카오 .....	43
(가) 수급현황 .....	43
(나) 소비현황 .....	44
(3) 캄보디아 .....	44
(가) 수급현황 .....	44
(나) 소비현황 .....	45
(4) 대만 .....	45
(5) 베트남 .....	45
3. 주요 국가별 돈육제품 수출협상 추진현황 .....	46
가. 수출협상 추진현황 .....	46
나. 주요 국가 수출 추진 현황 .....	47
(1) 홍콩 .....	47
(2) 필리핀 .....	48
4. 돈육 수출의 목표 시장 선정 .....	49
가. 돈육 수출 시장 분류 .....	49
(1) 기존 시장 .....	49
(가) 홍콩 .....	49
(2) 신흥(진입) 시장 .....	50

(가) 마카오 .....	50
(3) 잠재 시장 .....	52
(가) 캄보디아 .....	52
(나) 대만 .....	52
(다) 필리핀 .....	53
(라) 베트남 .....	55
나. 수출돈육의 목표 시장 .....	56
(1) 홍콩 .....	56
(2) 마카오 .....	56
(3) 캄보디아 .....	56
(4) 필리핀 .....	57
5. 한돈 수출대상국별 경쟁력 분석 .....	58
가. 홍콩 .....	58
(1) SWOT분석 .....	58
(가) 정육(신선육) .....	58
(나) 정육(냉동육) .....	59
(다) 부산물 .....	60
(2) 수출확대전략 .....	61
(가) 정육(신선육) .....	61
(나) 정육(냉동육) .....	62
(다) 부산물 .....	62
(3) 수출시 개선필요사항 .....	62
나. 캄보디아 .....	62
(1) SWOT분석 .....	62
(2) 수출확대전략 .....	64
(가) 정육(신선육) .....	64
(3) 수출시 개선필요사항 .....	64
다. 필리핀 .....	65
(1) SWOT분석 .....	65
(2) 수출확대전략 .....	66
(가) 정육(신선육) .....	66
(3) 수출시 개선필요사항 .....	66
6. 돈육의 기술 수준 분석 .....	67
가. 특허, 논문, 제품(시장) 분석보고서 .....	67
(1) 특허분석 .....	67
(가) 특허분석 범위 .....	67
(2) 논문분석 .....	67
(가) 논문분석 범위 .....	67
(3) 제품 및 시장분석 .....	68
(가) 생산 및 시장현황 .....	69

(4) 3P(특허, 논문, 제품)분석을 통한 연구추진 계획 .....	69
(가) 분석결과 향후 연구계획(특허, 논문, 제품 측면에서 연구방향 제시) .....	69
2절 한돈수출 기존 시장 및 신규시장 확대방안 .....	70
1. 한돈수출 기존 시장 조사 .....	70
가. 국내 전문가인터뷰를 통한 시장조사 .....	70
(1) 조사방법: 델파이 기법을 통한 전문가 조사 .....	70
(2) 조사 대상 및 기간 .....	70
(3) 전문가 조사 결과 .....	70
(가) 정육(신선육, 냉동육) 부문 .....	70
(나) 부산물 부문 .....	75
나. 기존 시장 확대방안 .....	79
(1) 확대 가능성에 대한 전망 .....	79
(2) 분석방법 .....	79
(가) 해당품목 시장조사 방법 .....	79
(3) 맛/품질 기술연구 .....	81
(가) 수출국의 입맛에 맞는 조리법 개발 필요 .....	81
(4) 상품 개발 기술연구 .....	81
(가) 고품질의 위생적인 저지방 상품 개발 필요 .....	81
(나) 제품 차별화 .....	81
(다) 포장/용기 기술연구 .....	84
다. 마케팅 연구 .....	84
2. 정책연계 방안 제시 .....	84
가. 정책연계 방안 .....	84
나. 신규시장 확대방안 도출 .....	85
제3절 한돈 수출 및 기술개발 전략 .....	87
1. 현장 애로 수요 발굴 .....	87
가. 현장 애로 조사 .....	87
나. 현장 애로 조사 결과 .....	87
(1) 애로사항 및 해결방안 .....	87
(가) 돈육 수출 문제점, 애로사항 및 해결방안 .....	87
(나) 부산물 수출 문제점, 애로사항 및 해결방안 .....	89
(다) SWOT분석 .....	91
2. 신규시장 확대방안 도출 .....	92
가. 4C 분석을 통한 수출시장 확대 전략 .....	92
(1) 4C의 구성 요소 .....	92
(가) Customer benefit/value (소비자 혜택) .....	92
(나) Cost to the customer (소비자 기회비용) .....	92
(다) Convenience (편리성) .....	92
(라) Communication (소통) .....	92
(2) 4C를 활용한 한돈의 해외 수출시장 확대 전략 .....	93

4절. 수출비즈니스모델 및 전략 구축 .....	94
1. 수출브랜드 품질향상 방안 .....	94
가. 후기사료 급여를 통한 육질향상 및 사료비절감 기대 .....	94
나. 출하 전 절식을 통한 생산비절감 및 위생안전성 기대 .....	96
(1) 생산비 절감 .....	96
(가) 절식과 폐사의 상관관계 .....	96
(2) 위생안전성 향상 .....	97
2. 수출통합브랜드 구축 및 운영 .....	98
가. 우수 축산물 브랜드의 개념 정립 .....	98
(1) 축산물 브랜드 현황 .....	98
(가) 전체 브랜드 현황 .....	98
(나) 우리나라 양돈 산업의 기본적인 문제점 .....	98
(다) 등록 브랜드 현황 및 활동 브랜드 현황 .....	99
(2) 돈육 브랜드 경영체 사육현황 .....	100
(가) 사육농가 및 사육두수 .....	100
(3) 수입 브랜드 및 수출통합 브랜드 .....	100
(가) 돈육 브랜드 이베리코 경쟁력 .....	100
(나) 칠레포크 운영 방식 및 아그로수퍼 .....	102
(다) 수출용 통합브랜드 육성 및 관리 필요성 .....	104
(4) 수출 브랜드 운영 필요성 .....	106
(가) 한우에서의 실상 .....	106
(나) 문제점 .....	107
(다) 해결 방안 .....	108
(5) 국내 우수 축산물 브랜드 .....	109
(가) 우수한 돼지고기 브랜드 3가지 조건 .....	109
(나) 높은 위생·안전성 .....	109
(다) 규모화를 통한 안정적 물량공급 능력 .....	110
(라) 우수 인증 브랜드 선정 .....	110
나. KorPork 수출통합 브랜드 및 업체의 sub 브랜드 .....	111
(1) 통합브랜드(Integrated Brand) .....	111
(가) 통합브랜드의 개념 .....	111
(나) 통합 상표권 .....	111
(다) 통합브랜드 관리의 중요성 .....	111
(라) 통합브랜드의 필요성 및 효과 .....	111
(마) 통합브랜드의 품질 관리 및 통제 방법 .....	111
(2) 통합 브랜드 육성 .....	111
(가) K-pork 수출 브랜드 자격 .....	111
(나) 통합브랜드 운영 방법 .....	112
(3) 통합브랜드를 고품격 브랜드로 발전 .....	112
(가) 브랜드화와 연계한 돈육 산업 활성화 .....	112

(나) 홍보 및 관측활동의 강화 및 브랜드 생산 체계의 구축 필요 .....	113
(4) 경쟁을 통한 차별화와 동시에 협력체계 구축 .....	113
(5) 우수 돈육 브랜드에 대한 소비 홍보 전략 .....	113
(가) 기획수출 지원체계 마련 필요 .....	113
(나) 국내산 돈육의 품질향상 및 가격 경쟁력 확보방안 마련 .....	114
(다) 한돈 수출을 지속적 추진을 위한 전담조직 운영 필요 .....	116
(라) 브랜드전 및 대형유통업체 활용 .....	116
(마) 주 고객층 겨냥 .....	116
다. 한돈 수출연구사업 추진 방향 .....	117
(1) 수출 촉진 당위성 .....	117
(2) 수출 추진 전략 .....	117
(3) 한돈수출연구사업단의 세부 추진 방향 .....	118
(가) 품질 향상 및 대국민 홍보 .....	118
(나) 한돈수출협의회 운영지원 .....	118
(다) 한돈수출혁신위원회 구성 및 운영목표 .....	119
(라) 수출용 통합브랜드 육성 및 관리 .....	120
(마) 수출용 통합브랜드 돈육 대국민 홍보 및 해외 홍보 .....	120
(4) 한돈 수출협의회 운영규정 .....	121
(5) 한돈수출혁신위원회 운영 및 수출관리규정 .....	122
3. 목표 달성도 및 관련 분야 기여도 .....	123
가. 목표 .....	123
(1) 수출 목표 설정 .....	123
(2) 본 연구사업 수행의 기대효과 .....	123
나. 목표 달성여부 .....	125
(1) 목표달성 전략 및 성과목표 평가방법 달성도 기준 제시 .....	125
(2) 사업단 연구팀 역할 .....	126
4. 연구결과의 활용 계획 등 .....	128

## 〈 표 목 차 〉

표 1. 수출연구사업 구성 및 세부 운영목표 .....	24
표 2. 국내산 돼지고기 매장별 부위별 소매점 소비자 가격비교 (단위: 원/100g) .....	31
표 3. 2018년 국내산 브랜드 돼지고기 부위별 도매가격 월별 동향 (단위 : 원/kg) .....	32
표 4. 2018년 돼지고기 부산물 도매가격 월별 동향 (단위: 원/kg) .....	32
표 5. 돼지고기 수출 현황 .....	35
표 6. 홍콩 돼지고기 수급 현황 (단위: 1,000 MT CWE) .....	41
표 7. 홍콩의 국가별 돼지고기 수입 현황 (단위: MT CWE) .....	42
표 8. 홍콩의 냉장, 냉동 돼지고기 수입량 (단위: MT CWE) .....	42
표 9. 홍콩의 현지 생산량 동향 (단위: 마리) .....	43
표 10. 마카오의 돼지고기 수급 현황 (단위: 1000 MT CWE) .....	44
표 11. 마카오의 품목별 수입액 (단위: 백만 U.S.\$) .....	44
표 12. 주요 국가 돼지 품목별 수출협상 추진 현황(2019년 3월) .....	46
표 13. 홍콩 주요 추진현황 .....	47
표 14. 필리핀 추진 현황 .....	48
표 15. 돈육 수출 시장 분류 및 수출가능 품목 .....	49
표 16. 홍콩의 돼지고기 수입 중 재수출량 (단위: 톤) .....	50
표 17. 마카오의 돼지고기 수급현황 (단위: 천톤) .....	50
표 18. 국가별 돼지고기 소비 동향 (단위: 천톤) .....	54
표 19. 베트남 협상 세부 현황 .....	55
표 20. 목표 시장에 대한 시장분석 개요 .....	57
표 21. 홍콩 내 한국산 정육(신선육) SWOT 분석 .....	58
표 22. 홍콩 내 한국산 정육(냉동육) SWOT 분석 .....	59
표 23. 홍콩 내 한국산 부산물 SWOT 분석 .....	60
표 24. 캄보디아 내 한국산 정육(신선육) SWOT 분석 .....	63
표 25. 필리핀 내 한국산 정육(신선육) SWOT 분석 .....	65
표 26. 특허분석 범위 .....	67
표 27. 논문분석 범위 .....	67
표 28. 설문응답 수출업체별 수출진행 상황 .....	70
표 29. 설문응답 수출업체의 정육 품목별 수출 현황 .....	71
표 30. 설문응답 수출진행업체의 수출진행 현황 .....	71
표 31. 설문응답 수출중단업체의 수출실적 .....	72
표 32. 홍콩 수출에 대한 선별기준 우선순위 .....	72
표 33. 수출품 국내생산의 문제점에 대한 수출업체의 의견 .....	73
표 34. 운송 문제점에 대한 수출업체의 의견 .....	74
표 35. 통관 문제점 문제점에 대한 수출업체의 의견 .....	74
표 36. 현지 유통 문제점에 대한 수출업체의 의견 .....	75
표 37. 설문 응답 업체별 수출진행 상황 .....	75

표 38. 부산물 품목별 수출 현황에 대한 수출업체의 의견 .....	76
표 39. 설문응답 수출진행업체의 수출진행 현황 .....	76
표 40. 설문응답 수출중단업체의 수출실적 .....	76
표 41. 부산물 홍콩 수출에 대한 선별기준 우선순위 .....	77
표 42. 수출품 국내 생산의 문제점에 대한 수출업체 의견 .....	77
표 43. 운송 문제점에 대한 수출업체의 의견 .....	78
표 44. 통관 문제점에 대한 수출업체의 의견 .....	78
표 45. 조사대상 수출진행업체 및 수출중단업체 현지유통 문제점 .....	79
표 46. 수출의 애로사항 설문 부분 .....	85
표 47. 정육 수출 애로사항 및 해결방안 .....	88
표 48. 부산물 수출 애로사항 및 해결방안 .....	90
표 49. 정육 및 부산물 수출 애로사항 SWOT 분석 .....	91
표 50. 한돈의 해외 수출시장 확대전략 .....	93
표 51. 성장단계별 사료급여 처리구 .....	94
표 52. 성장단계별 사료급여 처리 결과 .....	94
표 53. 비육 후기 사료 첨가시의 도체 특성 .....	95
표 54. 출하돼지의 수송과정 중 폐사위험도 .....	96
표 55. 절식 시간에 따른 도체성적 .....	97
표 56. 축산물브랜드 조사 현황 .....	98
표 57. 축종별 등록 브랜드 현황 .....	99
표 58. 축종별 활동 브랜드 현황 .....	99
표 59. 돼지 사육농가 형태 비율 .....	100
표 60. 축산물 브랜드 개발 돼지고기 인증 브랜드 현황 .....	110
표 61 산업화를 통한 기대효과 (단위 : 백만원) .....	123
표 62. 국가별 예상 수출액 (단위: 톤, 백만원) .....	125
표 63. 기관별 최종 목표 .....	127
표 64. 기관별 세부목표 .....	127



## 〈 그림 목 차 〉

그림 1 .식육포장처리업체(돼지고기 뒷다리살) 판매가격 추이 .....	21
그림 2. 2차 부산물처리업체 돼지 부산물 판매가격 추이 .....	21
그림 3. 우리나라 돼지고기 수급현황 .....	29
그림 4. 최근 5년동안의 국내 돼지 경락가격 현황 .....	30
그림 5. 2018년 국내산 돈육 재고량 그래프 .....	30
그림 6. 돼지 부산물 판매가격 .....	33
그림 7. 검역기준 우리나라 돼지고기 수출량 .....	34
그림 8. 우리나라의 일본 수출 물량 .....	36
그림 9. 우리나라의 중국 수출 물량 .....	36
그림 10. 우리나라의 미국 수출 물량 .....	37
그림 11. 우리나라의 ASEAN 수출 물량 .....	38
그림 12. 우리나라의 홍콩 수출 물량 .....	39
그림 13. 우리나라의 대만 수출 물량 .....	40
그림 14. 우리나라의 EU 수출 물량 .....	40
그림 15. 우리나라의 GCC 수출 물량 .....	41
그림 16. 홍콩의 1인당 소비량 및 돈육 소비 현황 .....	50
그림 17. 마카오 소비자의 한국산 돼지고기에 대한 만족도 조사결과 .....	51
그림 18. 마카오 소비자의 한국산 돼지고기에 대한 만족 이유 .....	51
그림 19. 수출 잠재시장의 관세 (단위 : %) .....	52
그림 20. 품목별 수입시장 규모 .....	53
그림 21. 필리핀 가공 돈육 현황 .....	53
그림 22. 주요국의 품목별 수입 현황 .....	54
그림 23. 베트남의 돼지고기 수입 현황 .....	55
그림 24. 홍콩, 마카오의 돼지고기 조리 현황 .....	82
그림 25. 홍콩 현지 소비자의 돼지고기 구입처 .....	83
그림 26. 홍콩, 마카오 시장의 포장방법 .....	84
그림 27. 4C 전략 .....	86
그림 28. 4C를 통한 전략분석 .....	86
그림 29. 4C의 정의 .....	92
그림 30. 돼지의 상처 여부와 절식에 따른 운송 도중 사망위험도 측정 .....	96
그림 31. 절식 시간에 따른 위와 위 내용물 상태 .....	97
그림 32. iberico 돼지 분류 .....	102
그림 33. 한돈 수출통합브랜드 및 서브브랜드(개별 브랜드 )표시 방법(안) .....	105
그림 34. 한돈 수출연구사업 추진 전략 .....	118
그림 35. 한돈수출비즈니스전략 구축 연구의 목표 달성 체계도 .....	124
그림 36. 수출대상국별 연차별 수출실적 및 수출목표 전망치 .....	126

그림 37. 사업단 협력추진 체계도 .....	126
그림 38. 수출체계도 .....	128

---

# 제1장. 연구개발과제의 개요

---

---



# 제1장. 연구개발과제의 개요

## 제1절. 연구개발 목적

### 1. 연구개발 목적

- 한돈을 수출전략품목으로 육성하기 위한 ‘한돈수출연구사업단’ 운영계획을 수립하고자 함
  - 사전 기획을 통하여 사업 목표 수립, 시장분석, 생산에서 수출까지 전 과정에서의 현장애로를 발굴하고 연구방향을 정립하고자 함
  - 돈육을 수출할 수 있는 ‘비즈니스모델’을 도출하고 돈육수출을 지속적으로 확대시킬 수 있는 실행전략을 구상하는 ‘수출비즈니스전략’을 구축하는 연구를 수행함
  - 본(2, 3단계) 연구사업 기간 (2019.7.~2021.12.) 중에 한돈수출연구사업단은 수출비즈니스전략모델을 실행하는 민간 자율의 돈육수출전담기구(가칭: 한돈수출혁신위원회)의 설립 및 운영을 지원함

- “한돈수출연구사업단”의 역할은 다음과 같음
  - 돈육의 세부 품목별 시장분석은 물론 생산에서 수출까지 전 과정에 걸쳐서 현장애로 요인을 발굴하고 현장애로 요인별 해결방안을 구명하는 연구를 수행함
  - 돈육을 수출할 수 있는 ‘비즈니스모델’을 도출하고 돈육수출을 지속적으로 확대시킬 수 있는 실행전략을 구상하는 ‘수출비즈니스전략’을 구축하는 연구를 수행함
  - 본(2, 3단계) 연구사업 기간 (2019.7.~2021.12.) 중에 한돈수출연구사업단은 수출비즈니스전략모델을 실행하는 민간 자율의 돈육수출전담기구(가칭: 한돈수출혁신위원회)의 설립 및 운영을 지원함

- 한돈수출혁신위원회(가칭)의 기능 및 역할은 다음과 같음
  - 본 연구사업이 종료되는 2021년 12월 이후에는 독립적으로 운영됨
  - 수출비즈니스전략 차원에서 돈육수출품의 품질관리와 통합브랜드 관리를 수행함
  - 돈육품질 고급화 연구를 지속 발전시켜 이베리코(Iberico)돼지고기와 같은 수입육 수요를 대체함으로써 국내 시장을 안정화함

### 가. 연구개발 최종목표

- 수출 경쟁력확보와 안정적 수출기반 마련
  - 생산부터 현지수출까지 전 과정의 기술적 애로를 발굴하고 중장기적으로 패키지화하여 해결할 수 있는 종합적인 수출 기술 개발 지원 방식 운영

### 나. 연구개발 세부목표

- 생산에서 수출시장에 이르기까지 단계별 현장 애로기술 발굴
  - 수출장애요인을 제거하고, 정부가 추진하고 있는 수출매뉴얼에 돼지고기 수출을 포함시켜 지원
  - 주 수출국에 대한 규제, 유통환경, 가격경쟁력, 소비자의 구매성향 등 자료 분석

## 제2절. 연구개발 필요성

### 1. 한돈수출연구사업단 운영 필요성

#### 가. 국내 양돈산업의 현황

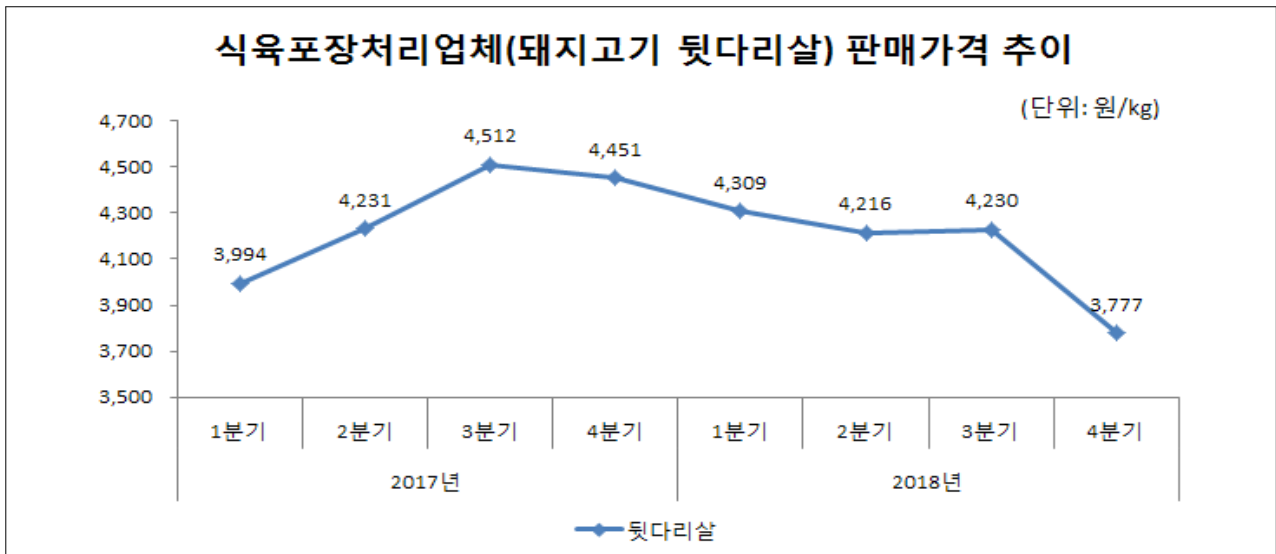
##### (1) 정육부문

- 국내산 돼지고기의 부위별 소비 불균형은 돈가 안정적 유지에 부정적인 영향을 줌으로써 전반적인 양돈산업의 발전에 저해 요인으로 작용해 왔음
- 우리나라의 돼지고기 소비는 삼겹살, 목심, 갈비 등에 편중되어 있어 국내 생산량에 비해 소비량이 훨씬 많아 부족분은 매년 수입하는 반면, 비 선호부위인 뒷다리살 및 등심 등은 소비적체가 심함. 따라서 선호부위와 비 선호부위의 가격 차이가 심함
  - 반면 일본 등 돼지고기 주요 수입국은 등심, 뒷다리살의 가격이 다른 부위에 비해 높아서 이들 비 선호부위의 가격차를 활용하여 해외 시장에 수출하여 비 선호부위 소비적체현상을 상당부분 해소해 왔음
  - 그러나 국내에서 구제역, 돈열 등 수출에 장애가 되는 악성 가축질병이 2000년에 발생하여 주요 수출국가인 일본 등에 수출이 중단됨
- 2000년 이후에는 악성가축질병 발생으로 인한 신선돈육 대일 수출이 막히자 질병과 관련된 규제가 비교적 덜한 동남아, 러시아 등에 신선돈육, 열처리육제품 및 돼지부산물을 수출하여 왔음
  - 수출시장의 규모가 작고 국산 돼지고기 제품에 대한 현지의 인식 부족 등 어려움을 극복하고자 정부는 수출촉진 정책의 일환으로 현지 홍보, 물류비 지원 등 각종 지원을 하여 왔음
  - 그 결과 냉동돈육, 열처리제품과 부산물을 중심으로 상당 수준 수출물량이 신장되어 효과를 보았음
  - 그러나 2016년 이후 돼지고기 제품 수출과 관련된 정부지원이 중단되고 돈가 상승에 의한 가격경쟁력이 약해져 매년 수출실적이 감소하고 있는 추세임
  - 최근 들어 돈가, 특히 비 선호부위의 가격이 급락하여 (그림 1) 양돈농가의 경영이 어려워지고 있음

##### (2) 열처리부문

- 돼지고기 가공제품의 시장규모는 꾸준히 증가하여 2014년 1조 2,800억원에서 2016년 1조 5,000억 수준으로 13% 증가
- 주요 제조업체는 CJ, 롯데 푸드, 동원 F&B, 대상, 목우촌, 사조대림 등임
- 일본은 2010년 돈육열처리가공육 검역협상이 고시되어 일본정부의 승인을 받은 업체에서 생산된 열처리 제품에 한해 수출 개시
  - 2012년 일본검역관이 한국을 방문하여 돈육제품 수출작업장 추가 승인.
  - 2011년 큐슈지역 대형유통업체 이즈미에서 시험판매 실시 후 수출 개시
- 홍콩은 전 세계 제품이 진입하는 시장으로 한국산 제품에 대한 인지도가 낮은 편이나 '11년 홍보사업 추진으로 2012년 대형유통업체 입점 확대 추진
  - 열처리 제품 수출추이(천\$) : 1.1('07) → 1.1('09) → 1.2('11)

그림 1 .식육포장처리업체(돼지고기 뒷다리살) 판매가격 추이

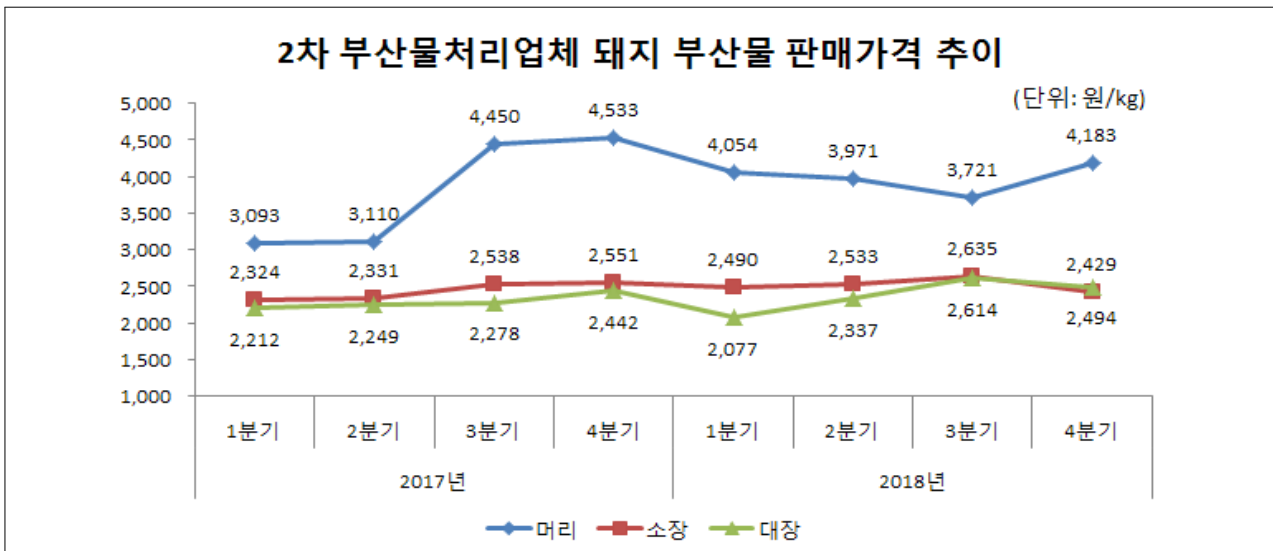


※출처: 축산물품질평가원. 2018년 1~4분기 축산물 유통실태조사.

(3) 부산물부문

- 돼지 부산물의 수급 불안정으로 인한 부산물 가격 급등락 또한 돈가에 부정적 영향을 미쳐 궁극적으로는 양돈산업을 불안정하게 만들
- 돼지고기의 가격 등락폭은 2배 이내에 있지만 부산물가격은 무려 5배까지 등락할 수 있음
  - 부산물 가격의 안정화는 궁극적으로 돈가를 안정시키는 주요 동인이 될 수 있음
  - 지속적으로 반복되는 부산물 재고물량의 증가로 말미암은 부산물 가격의 하락은 돈가 안정화를 더디게 하고 있음

그림 2. 2차 부산물처리업체 돼지 부산물 판매가격 추이



※출처: 축산물품질평가원. 2018년 1~4분기 축산물 유통실태조사.

(4) 재고적체로 인한 가격 불안정 심화

- 최근 비 선호부위와 부산물 적체현상이 심화되면서 양돈업계의 경영을 어렵하고 있음
- 업계에 따르면 불과 5-6개월 전(2018. 8.~9.) 만하더라도 마리당 12천원~13천원에 거래되었던 돼지 부산물(두·내장)의 가격이 최근에는 9천원~11천원으로 급격히 하락
  - 그 이유는 수요대비 공급이 넘치고 일부 도축가공업체들이 재고 소진을 위해 물량을 쏟아내고 있기 때문임
  - 업계는 덤핑판매를 중단하고 지난해 소곱창과 같이 ‘소비붐’을 일으킬 특단의 소비촉진책을 요구하고 있으며 중장기적으로는 가격안정을 도모할 등급별 정산확대 등 합리적인 유통구조개선을 요구
- 주요 수출 돼지부산물은 간, 족 등이며 냉동형태로 태국, 홍콩 등에 수출, 매년 감소 추세
  - 부산물 수출 추이(천불) : 23('07) → 11('09) → 0.4('11)

(5) 가격불안정 해소를 위해 구매비축 논의

- 2018년 겨울, 돈가 안정을 위해 한돈협회가 자조금을 투입하는 돼지고기 구매비축 추진을 논의하기에 이룸
- 한돈협회가 한돈자조금의 수급조절예비비 30억원을 투입하여 2019년 1~2월 2개월간에 걸쳐 뒷다리살 1,549톤(103,270두 분)에 대해 비축을 위한 구매사업을 실시하기로 하였음 (축산신문, 2018.12.21. 이일호)
  - 한돈협회는 이번 구매비축 사업을 통해 2개월분에 해당하는 돼지출하물량(약 300만두) 가운데 3.4%인 103,000두 분의 뒷다리살 공급량 저감으로 가격안정을 도모할 수 있을 것으로 기대했음
  - 특히 돼지가격 상승시기인 4~5월에 2차 육가공업계의 비축물량 구입이 이뤄짐으로써 돼지 가격 안정 뿐 만 아니라 수입육 대체효과도 가져올 것으로 내다봤음
- 한돈협회는 2019년 2월 현재 구매가 진행되고 있음에도 회장단회의에서 돼지가격 안정을 위한 추가대책으로 정부와 농협에 구매비축 사업을 공식 건의키로 하였음(축산신문, 2019.02.20. 이일호)
  - 한돈자조금 사업으로 2019년 1월부터 진행 중인 뒷다리살 구매비축 사업 규모만으론 돼지가격 안정을 기대하기엔 역부족이라는 판단에 따른 것임
  - ※ 한돈자조금 30억원이 투입되는 돼지 뒷다리살 구매비축사업에는 89,900두 분의 신청이 들어와 이달 13일 현재 47,326두 분의 비축이 이뤄졌다고 함(2019.02.13. 축산신문)
  - ☆ 구매에 대한 법적근거: ‘정부가 수급조절과 가격 안정을 위해 필요하다고 인정할 때 농산물가격안정기금을 활용, 구매와 비축을 할 수 있음’을 규정한 「농수산물 유통 및 가격안정법률」

나. 한돈수출연구사업단 운영 필요성

(1) 공급과잉 및 수급불균형 해소

- 공급과잉으로 인한 가격하락을 생산자단체주도 구매비축사업 내지는 정부주도 구매비축 사업을 추진하더라도 향후 비축물량이 시장에 방출되므로 돈가 불안상태가 장기화될 전망이다므로 이에 대한 근본적인 대책 마련이 필요함



- 공급과잉에 대한 근본 대책은 잉여 축산물을 국내시장에서 격리하여 국외로 수출하는 것이 가장 바람직함
  - 국내 돈육시장은 가격자동조절기능이 크지 않아 수요 공급이 조금만 어긋나도 가격이 급등·락하게되어 돈육시장은 물론 양돈산업 전체가 흔들림
  - 이러한 상황을 돌파하기 위해서는 수출을 통해 수급불균형을 해소해야함

(2) 수출확대를 위한 가격안정화 및 품질균일화

- 국내 돈육 생산가격이 높아서 정육의 수출은 어렵다고 대부분은 포기하여 왔으나, 지난 2~3년 전부터 소수의 업체들이 틈새시장을 찾아서 홍콩으로 돼지 정육을 수출해오고 있으므로, 이를 지속 발전시킬 수 있는 지원책이 거국적인 차원에서 마련되어야하는 시점에 와있음
  - 자생적으로 돈육의 수출길을 찾고 있는 돈육수출업체들의 애로사항을 조금이라도 경감시킬 수 있는 방안을 한돈수출연구사업을 통해서 마련해야 함
  - 소규모 수출업체들이 어렵게 개척한 수출길이, 만에 하나 과당경쟁으로, 막히지 않도록 수출업체 관리방안이 마련되어야 함
  - 수출이 확대되기 위해서는 수출품에 대한 품질 개선 및 관리 방안이 마련되어야 함

(3) 한돈수출연구사업단의 역할

- 양돈 수출을 지속적으로 추진하기 위해서는 이를 전담하는 조직이 구성되어 운영되어야 함
  - “한돈수출연구사업단”의 역할은 다음과 같음
    - 돈육의 세부 품목별 시장분석은 물론 생산에서 수출까지 전 과정에 걸쳐서 현장애로 요인을 발굴하고 현장애로 요인별 해결방안을 구명하는 연구를 수행함
    - 돈육을 수출할 수 있는 ‘비즈니스모델’을 도출하고 돈육수출을 지속적으로 확대시킬 수 있는 실행전략을 구상하는 ‘수출비즈니스전략’을 구축하는 연구를 수행함
    - 본(2, 3단계) 연구사업 기간 (2019.7.~2021.12.) 중에 한돈수출연구사업단은 수출비즈니스 전략모델을 실행하는 민간 자율의 돈육수출전담기구(가칭: 한돈수출혁신위원회)를 구성하고 그 운영을 지원함
  - 한돈수출혁신위원회의 기능 및 역할은 다음과 같음
    - 「한우 수출분과위원회 운영 및 수출관리 규정」에 준하여 “한돈수출혁신위원회 운영 및 수출통합브랜드 관리 규정”을 제정하여 그 기능을 정함
    - 주요기능은 국내 양돈산업 발전을 위한 수출 목표 달성 및 협력 체계 구축을 위하여, 종합적인 수출지원체계를 마련하며 수출전략수립 및 수출지원 의사결정
    - (사)한국육류유통수출협회가 동 “한돈수출혁신위원회” 간사 역할 수행
    - 수출비즈니스전략 차원에서 돈육수출품의 품질관리와 통합브랜드 관리를 수행함
    - 돈육품질 고급화 연구를 지속 발전시켜 이베리코(Iberico)돼지고기와 같은 수입육 수요를 대체함으로써 국내 시장을 안정화함

### 제3절. 연구개발 범위

#### 1. 한돈수출연구사업단 구성 및 운영계획 수립

##### 가. 한돈수출연구사업단 구성 및 운영목표

###### (1) 사업단 구성 및 운영 목표

(구 성) 사업단은 수출기업, 생산자단체, 학계 등으로 컨소시엄 구축하여 구성

(운영목표) 현장 애로 해결 연구 추진 및 수출상품 개발 등 수출 기반 확립 및 연간 수출액 목표 제시 및 달성

표 1. 수출연구사업 구성 및 세부 운영목표

기술분야	세부품목	연구기관	목표	수행 내용	
시장조사 / 정책수립 / 수출매뉴얼 / 홍보마케팅	전 품목	한국육류연구소 (고경철)	<ul style="list-style-type: none"> <li>안정적 수출 확대를 위한 정책 및 전략 수립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출대상국 선정</li> <li>수출대상국 시장 진입 전략 확립</li> <li>수출활성화를 위한 수출 정책 방향 제시</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>지속적 가능한 제품 확보를 위한 시장 진입 방법 확립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>소비자 선호도/육구 충족 방향 설정</li> <li>브랜드 인지도 제고 방안</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>수출 대상국 맞춤형 홍보·마케팅</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>소비자 신뢰도 확보 및 유지를 위한 마케팅</li> <li>수출형 국가 독자 브랜드 개발 및 선정</li> <li>활용도와 접근성을 고려한 홍보 및 마케팅 전략 수립</li> </ul>	
수출정책의	전 품목	한돈수출정책협의회 (농림축산식품부, 수출연구기획단, 축산물수급조절협의회, 농협경제지주, 한돈자조금, 양돈농협협의체, 전문가자문단)	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내 한돈산업 발전을 위한 수출목표달성 협력 체계 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>종합적인 수출지원체계 마련</li> <li>수출전략 수립 및 수출지원 의사결정</li> </ul>	
수출업	전 품목	도드람(이경선), 부경양돈(서종태), 한돈자조금(정상은), 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>안정적 수출 물량 및 거래선 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>홍콩 등록 34개 업체 중에서 추가 선별</li> </ul>	
현장 애로사항발굴 및 개선	정육	신선육	경상대 (주선태)	<ul style="list-style-type: none"> <li>현장애로해결기술개발</li> <li>수출맞춤형 제품 개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>생산→수출 전과정에서 현장 애로를 도출하여 해결방안 마련</li> <li>수출맞춤형 제품 개발 및 안정적 유통 방법 확립</li> </ul>
		냉동육			
	부산물	두	육류유통수출협회 (이선우)	<ul style="list-style-type: none"> <li>원활한 검역/통관 전략 수립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국가별 수입 정책 정보 수집</li> <li>원활한 검역/통관 절차 수립</li> <li>비용 절감 및 보안성 확보</li> </ul>
내장		가공품			
검역/통관					
실증	전 품목	기획단, 생산자단체, 수출업체, 정부	<ul style="list-style-type: none"> <li>현지 수출조직 등과 연계한 수출 전과정 실증</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>현지 수출 실증을 통해 수출시 발생되는 애로사항 발굴 및 개선</li> </ul>	

#### 나. 사업단 운영 계획 수립

- 양돈 수출을 지속적으로 추진하기 위해서는 이를 전담하는 조직을 구성하여 운영
  - 세부 품목별 시장분석은 물론 생산에서 수출까지 전 과정에 걸친 현장애로 요인을 발굴하고 현장 애로요인에 대한 해결방안을 연구하는 “수출연구사업단” 을 구성
    - 수출연구사업단은 수출유망 세부품목을 선별해 전체 수출과정(생산, 가공, 유통, 검역, 수출) 및 현지 유통·소비과정에 걸친 현장애로와 장애요인을 발굴하고, 그 애로 및 장애요인을 해소시킬 수 있는 기술을 개발하는 종합적인 수출지원체계를 마련함
  - 세부 품목별 잉여축산물을 국외로 수출하기 위해서는 국외의 틈새시장을 뚫고 들어가는 수출전략 및 의사결정이 병행되어야하는데 이를 담당하는 ‘(사)한돈수출공단(가칭)’ 을 구성 운영하여야 함
    - 국내에 돈육 부족분 발생 시에는 수입업체가 알아서 수입해오기 때문에 수급조절이 자발적으로 이루어지지만, 공급과잉이 되는 경우에는 국내산 돈육을 외국으로 ‘반 강제적’ 으로 수출하는 ‘추진력’ 이 필요한데, 우리나라는 돈육 수출국가가 아니기 때문에 국내에는 그러한 추진력을 갖고 있는 수출업체가 거의 없다고 할 수 있음
    - 그러나 일시적인 공급과잉으로 인한 돈가 급락 및 돈육 재고적체로 말미암은 전후방산업의 운영/경영상 경제적 손실은 막대하므로, 수급불균형이 일정 수준 및 일정기간 이상 발생하면 ‘세이프 가드 발동’ 과 같은 수출을 적극적으로 독려하는 수출지원대책을 마련할 필요가 있음
    - 그런 목적의 ‘대응 매뉴얼’ 을 마련하고 수급불균형으로 인한 비상시국에는 동 대응매뉴얼에 따라 수출전략을 구사하는, 즉 의사결정력이 있는 ‘(사)한돈수출공단(가칭)’ 를 구성하여 운영하여야 함

#### 다. 수출 전략 수립

- 틈새시장을 뚫고 들어갈 수 있는 수출전략 마련이 필수임
  - 2019.5.현재 협상진행 중인 제품을 중심으로 수출 지원방안 구축
    - 잠정적 수출검토 품목
      - [가공품] 치즈소시지 핫도그(일본), 냉동 돈육(베트남 경유 캄보디아, 홍콩)
      - [부산물] 훈제 돼지머리고기 (캄보디아), 냉동 돼지머리고기(베트남경유 캄보디아), 열처리돼지머리(홍콩), 열처리족발(홍콩)
  
- ※ 돼지 부산물 열처리제품 및 부산물 가공품으로 홍콩 등 수출시장 개척 추진
  - 지난 10년간 우리나라 돈육제품 생산현장에서의 괄목한 만한 성장 포인트는 열처리 부산물 생산 공장 신설 운영임
  - 그 결과 도드람FC(‘본래순대’ 체인사업)와 부경양돈(“포크밸리 족쌈” 체인사업) 등에서 부산물 가공품에 대한 체계적인 생산 및 판매가 본격화되었음
  - 새로운 이미지의 부산물육제품으로 홍콩 등 수출시장에 적극 홍보하는 전략 추진 필요

□ 국내산 돈육의 품질을 국제적 수준으로 높여 대외 경쟁력 제고 방안 강구

○ 수출용 통합브랜드(KorPork: 가칭) 구성 및 육성

- 수출 사업 재개를 기회로 국내산 돈육의 품질을 향상시키는 개선방안 모색

(농장단계) 국내산 돈육생산에 있어서 ①후기사료 급여기간 준수 및 ②출하전 절식요령 준수의 두 가지 사항이 농장단계에서 철저히 지켜진다면 국내산 돈육의 품질은 국제경쟁력을 갖출 수 있다고 봄 <이상의 두 가지 사항(①과 ②)이 농장단계에서 이행을 농가로부터 약속 받고 이의 이행에 대하여 제3의 기관(예로서 한돈수출사업단 등)이 확인>

(운송 및 도축단계) 동물복지 인증 운송업체 및 도축장에서 운송 및 도축

(가공 및 포장단계) HACCP인증 가공장에서 가공 및 포장

(브랜드화 및 국내외 홍보) 이상과 같이 생산 및 가공한 돈육에 대하여 수출용 통합브랜드(KorPork : 가칭)로 국내외 홍보 (롤모델: 칠레포크)

라. 기획연구의 시장조사 계획

- (1) 홍콩을 중심으로 수출 가능한 세부품목에 대하여 홍콩 식품환경위생처에 등록되어 있는 34개 업체<아래 표 참조>를 일일이 면담하여 본 연구사업에 참여의사를 확인
- (2) 수출 가능한 세부품목별로 수출희망업체를 짚을 지어 본 연구사업 추진시 1차년도에 추진할 현지 바이어 및 소비자 대상 대면조사 계획을 수립
- (3) 세부품목별로 예상되는 수출단계 애로요인을 도출하여 협동연구기관에 해결연구를 의뢰
- (4) 수출국 현지조사는 본 사업 1차년도에 실시할 계획임

---

## 제2장. 연구수행 내용 및 결과

---

---



## 제2장. 연구수행 내용 및 결과

### 제1절. 돈육의 국내외 시장분석

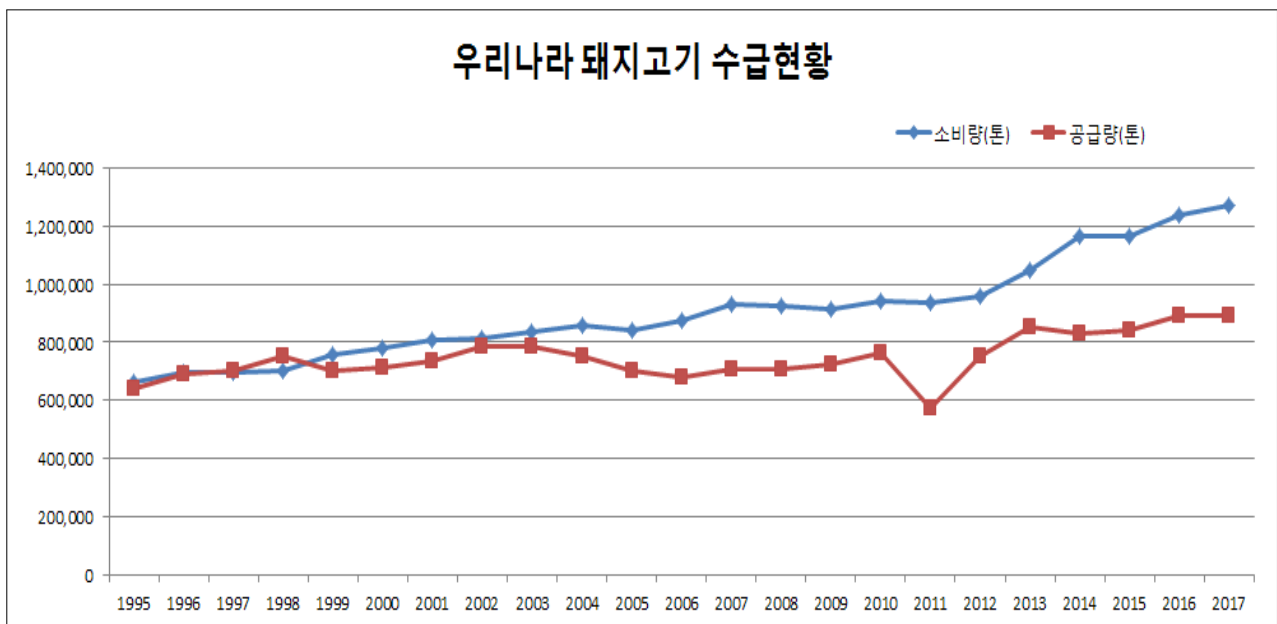
#### 1. 국내 여건 분석

##### 가. 우리나라 돼지고기 수급현황

##### (1) 돼지고기 수요공급 동향

- 우리나라 돼지고기 소비량은 1995년도 661천톤에서 꾸준히 증가하여, 2017년도에는 거의 두 배 가까운 1,272천 톤에 이르렀음
- 반면에 우리나라 돼지고기 공급량은 1995년도 639천톤에서 2002년도에 785천톤에 이른 후에 2006년도에 677천톤까지 감소하였다가 2010년에는 764천톤까지 증가하였음
- 구체적으로 2011년 574천 톤까지 감소하였다가 2017년도에는 894천톤까지 증가하였음
- 국내산 돼지고기 공급량 증가속도는 돼지고기 소비량 증가속도를 따라가지 못하여 국내 산돼지고기의 자급률은 점차 낮아져서 2017년도에는 70.3%의 자급률을 보이고 있음

그림 3. 우리나라 돼지고기 수급현황



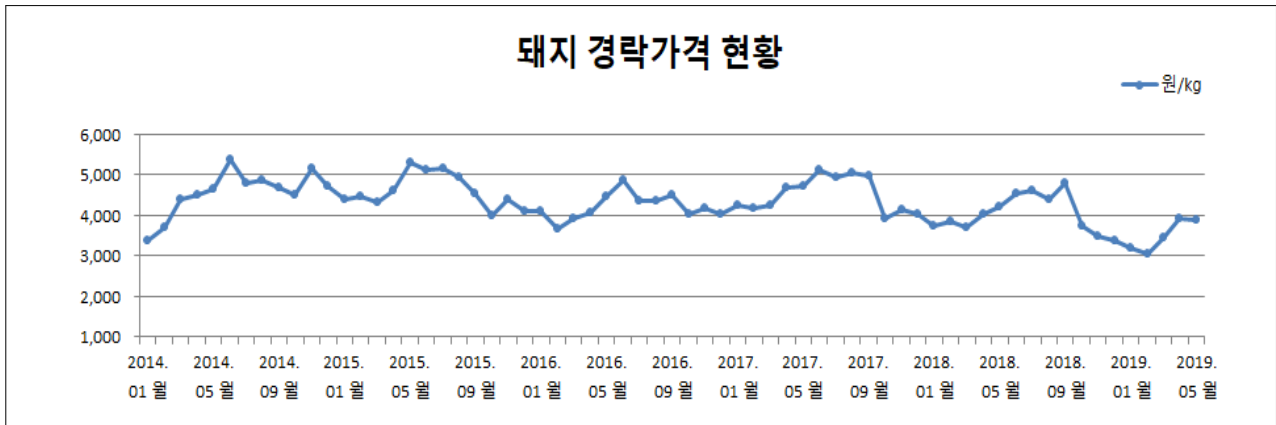
※출처: (사)한국육류유통수출협회. 돼지고기 소비량 및 공급량.

##### 나. 국내 도매시장 경락가격 동향

##### (1) 국내산 돈육의 도매시장 경락가격 동향

- 우리나라의 돼지고기 공급량의 증가폭보다 소비량의 증가폭이 더 빠르게 상승함에 도 불구하고 국내산 돼지고기의 도매시장 경락가격은 오히려 전년 대비 하락하고 있음

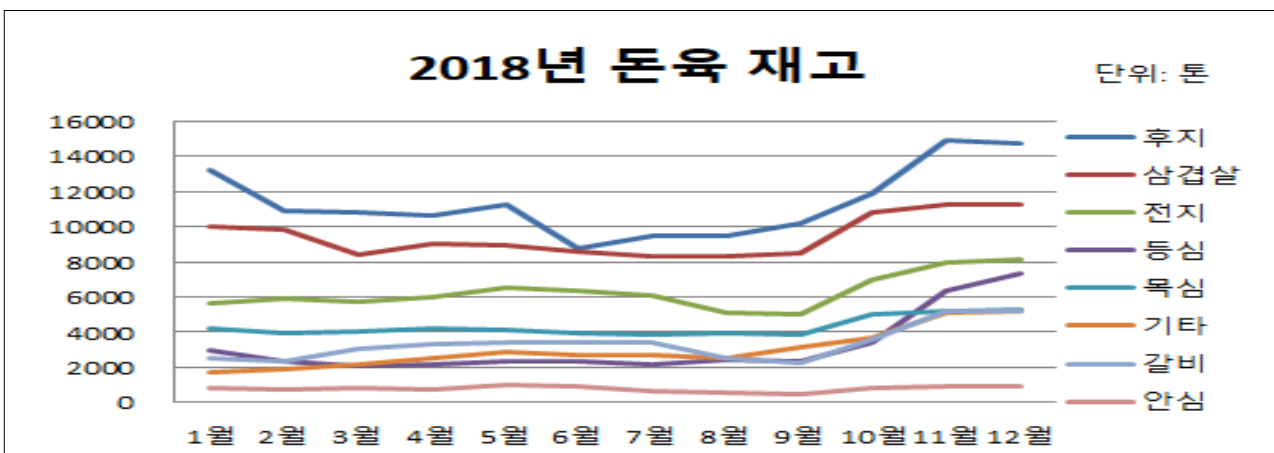
그림 4. 최근 5년동안의 국내 돼지 경락가격 현황



※출처: 축산물품질평가원. 돼지도체 경락가격.

- 국내산 돼지도체 경매가격기준 돈가의 하락이유는 다음으로 분석됨
  - 외국인 수입 돼지고기에 대한 경계심이 누그러져 수입육 소비가 증가하고 있음(축산신문 기사 인용: 농경연의 소비동향 조사 결과 반영)
  - 이베리코와 같은 외국 유명브랜드의 국내시장 진입 성공
- 대응책으로 국내산 돼지고기의 품질이 외국인 돼지고기의 품질을 능가하도록 시급히 고품질 국내산 돈육을 생산하여 국내 소비시장에서 반전을 꾀하여야 함
  - 고품질 국내산 돈육의 출시가 늦어질 경우, 외국인 돈육에 대한 소비자의 경계심이 사라질 것이며, 그 결과 국내산 돈육의 소비는 위축될 것으로 예상됨
- 국내산 돈육의 재고량 동향
  - 국내산 돈육의 재고량은 2018년 기준 합계 136,233.6톤으로 후지가 가장 많으며 안심은 9,381.5톤으로 가장 적었다.
  - 등심의 경우 1월 3,006.7톤에서 12월 7,327.8톤으로 두 배 이상 재고량이 증가하였으며 안심의 경우 1월 840.7톤에서 12월 895.7톤으로 재고량은 증가하였지만 그 차이가 미미함

그림 5. 2018년 국내산 돈육 재고량 그래프



※출처 : (사)한국육류유통수출협회. (2019). 육류유통실태조사.



(2) 우리나라 열처리 가공육제품 소비동향

- 육제품 소비시장은 매년 성장하여 2014년 1조 2,800억원에서 2016년 1조 5,000억 수준으로 13% 증가
- 이와 같은 증가 요인은 1인 인구 증가, 저 연령층 감소 및 요리 편의성 때문으로 나타남

(3) 우리나라 돼지 부산물 소비동향

- 2018년 5월에 불기 시작한 ‘곱창 붐’ 과 함께 축산부산물에 대한 가치가 재조명됨
  - 곱창류 뿐 아니라 허파, 간, 위 등 다른 부산물 역시 인기품목으로 올라설 가능성 있음
  - 여전히 축산부산물은 곱창류에 몰리는 쏠림현상이 짙어서, 다른 부산물의 경우 수요부족으로 인해 폐기 처리되는 경우가 많음
- 현재 부산물가격은 불과 5-6개월 전(2018.8.~9.) 만하더라도 마리당 1만2천원~1만3천원 했던 돼지 부산물(두, 내장) 가격이 최근(2019.02.)에는 9천원~1만1천원으로 급락하였음
- 심화되고 있는 비선호부위와 부산물의 적체현상이 돼지가격 안정에 부정적으로 작용하여 양돈업계의 경영을 어렵게 하고 있음
  - 관련업계에 따르면 돼지가격 하락에도 불구하고 국내산 비선호부위와 부산물의 소비는 좀처럼 호전되지 않고 있음
  - 기본적으로 국내산 공급은 증가하였지만 주요 수요처인 식자재와 외식시장에서 수입육 잠식이 가속화되어 국내산의 입지가 줄어든 상태에서 소비불황까지 겹침
  - 국내산 뒷다리살과 족, 돈두의 경우 유래를 찾아보기 힘든 바닥세의 가격임에도 불구하고 판매처를 확보하기 힘든 실정
  - 최근 일부 부위를 중심으로 조금씩 상황이 나아지는 모습도 나타나고 있지만, 이 역시 소비가 늘었다고 하기보다 예년에 비해 국내산 가격이 큰 폭으로 하락한 영향이 큼
  - 낮은 가격을 감안, 냉동 비축에 나선다 하더라도 가격이 올라간다는 보장이 없음
  - 대형 육가공업체들까지도 재고증가에 따른 경영부담이 심각한 것으로 알려졌다

(4) 한돈 부위별 판매가격

- 삼겹살이 100g당 평균가 2,425원으로 가장 높은 가격이었으며, 그 다음으로 목살 2,408원, 앞다리 1,484원 뒷다리 1,093원이었음
- 삼겹살의 경우 대형마트에서 가격이 가장 낮았고 백화점은 대형마트의 3배 이상이었음
- 뒷다리는 백화점 가격이 대형마트의 약 5배 수준이었음

표 2. 국내산 돼지고기 매장별 부위별 소매점 소비자 가격비교 (단위: 원/100g)

품목	농협매장	정육점	대형마트	백화점	평균
삼겹살	1,769	1,990	1,390	4,550	2,425
목살	1,634	1,906	1,590	4,500	2,408
앞다리	1,133	1,104	1,050	2,650	1,484
뒷다리	704	619	550	2,500	1,093

※출처: 한국축산경제연구원. (2018). 육류유통실태조사.

- 브랜드육의 경우, 냉장 삼겹살 평균가격은 16,968원/kg으로 돼지고기 부위 중 가장 높음
  - 삼겹살은 7월 19,659원으로 최고가이었는데, 12월에 14,250원으로 최저가이었음
  - 등심은 9월 7,221원으로 최고가이었는데, 1월에 5,220원으로 최저가이었음

표 3. 2018년 국내산 브랜드 돼지고기 부위별 도매가격 월별 동향 (단위 : 원/kg)

	냉 장 육							냉 동 육					
	삼겹살	갈비	목심	등심	전지	후지	안심	삼겹살	갈비	목심	등심	전지	후지
1월	16,173	8,093	14,800	5,220	7,680	4,067	7,053	11,867	6,460	9,267	4,367	6,800	3,867
2월	16,200	8,158	14,375	5,375	7,133	3,850	7,217	11,984	6,692	9,225	4,642	6,738	3,688
3월	16,509	7,633	14,458	5,925	6,750	3,700	7,217	11,992	6,792	9,383	5,158	6,175	3,521
4월	16,600	7,242	14,450	6,275	6,775	3,733	7,375	12,125	6,558	9,958	5,575	5,825	3,508
5월	17,853	7,467	15,454	6,520	6,667	3,687	7,633	12,033	6,533	9,000	5,860	5,740	3,340
6월	19,317	7,808	17,592	6,859	7,500	3,625	7,567	12,175	6,383	9,075	5,867	5,900	3,292
7월	19,659	7,784	19,017	6,967	7,875	3,533	7,492	12,800	6,400	9,225	5,875	5,825	3,317
8월	18,767	7,720	18,487	6,997	7,533	3,523	7,607	12,360	6,574	8,990	6,257	5,920	3,273
9월	17,559	8,267	16,883	7,221	7,283	3,454	7,842	10,884	6,509	9,325	6,684	6,150	3,267
10월	15,873	7,967	14,307	6,877	7,273	3,582	7,573	10,633	6,413	9,967	6,780	6,650	3,417
11월	14,859	6,617	12,850	6,354	6,592	3,438	6,992	10,483	6,167	9,588	6,275	6,225	3,329
12월	14,250	6,000	12,109	5,800	6,009	3,275	6,059	10,208	5,925	9,000	5,617	5,613	3,208
평균	16,968	7,563	15,399	6,366	7,089	3,622	7,302	11,629	6,451	9,334	5,746	6,130	3,419

※출처: 한국축산경제연구원. (2018). 육류유통실태조사.

- 두내장의 경우 정육에 비하여 전체적으로 하락세
  - 1월과 비교하여 12월은 두내장 350, 족발 924원, 돈피 100원, A지방 257원 하락하였음

표 4. 2018년 돼지고기 부산물 도매가격 월별 동향 (단위: 원/kg)

	두내장(1두)	족발	돈피	A지방	목, 등뼈
1월	10,850	4,991	1,150	1,713	1,974
2월	10,750	4,950	1,150	1,656	1,964
3월	10,750	4,950	1,119	1,542	1,943
4월	10,750	4,964	1,088	1,364	1,943
5월	10,750	4,909	1,088	1,276	1,937
6월	10,750	4,886	1,088	1,256	1,929
7월	10,750	4,886	1,088	1,256	1,904
8월	10,600	4,821	1,088	1,297	1,911
9월	10,500	4,693	1,082	1,328	1,943
10월	10,500	4,302	1,050	1,311	1,943
11월	10,500	4,242	1,050	1,247	1,943
12월	10,500	4,067	1,050	1,186	1,911
평균	10,663	4,722	1,091	1,369	1,937

※출처: 한국축산경제연구원. (2018). 육류유통실태조사.

(5) 돈 후지 판매가격

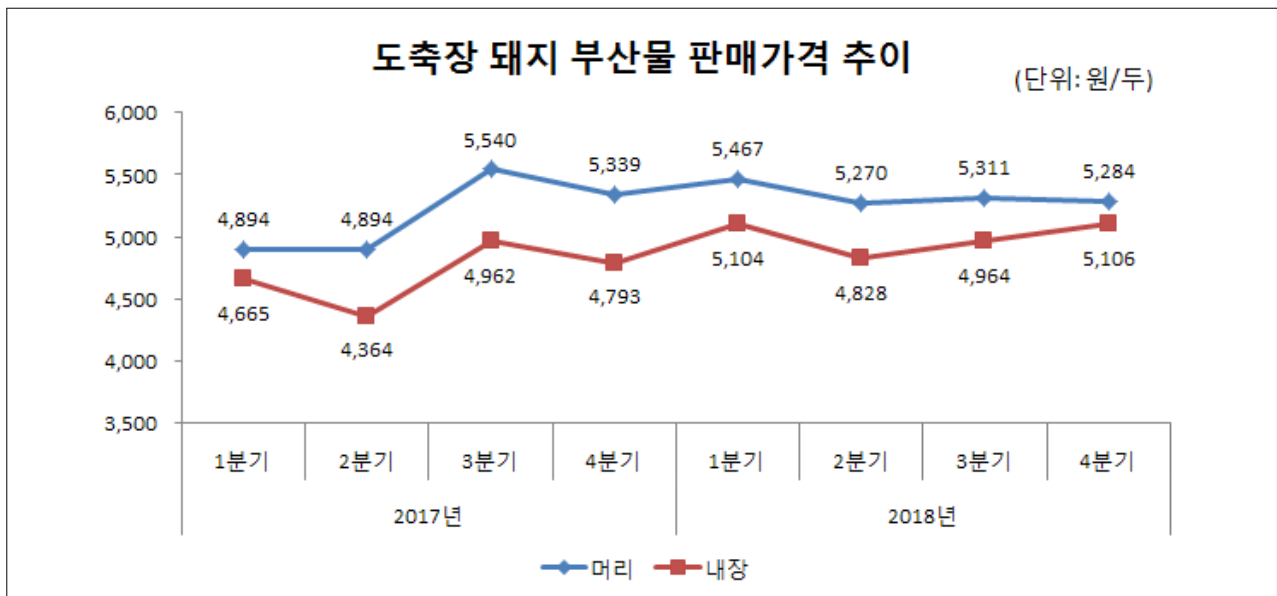
○ 돼지고기 뒷다리살의 판매가격은 2017년 3사분기이후 계속 하락하고 있음(그림 1 참조)

(6) 돼지 부산물 판매가격

○ 돼지 부산물의 판매가격도 하락세를 보이고 있음

- 도축장에서 돼지 부산물의 2018년 3분기 1두당 판매가격은 돈두(머리)가격은 5,311원으로 전년(5,540원) 대비 4.1% 하락하였고, 내장은 4,964원으로 전년(4962원)과 비슷한 수준임

그림 6. 돼지 부산물 판매가격



※출처: 축산물품질평가원. 2018년 1~4분기 축산물 유통실태조사.

○ 그 결과, 돼지 부산물이 극심한 소비부지에 폐기처분될 위기에 내몰리고 있음

- 돼지 부산물 특히 1차 가공 과정에서 만들어지는 족발, 꼬리, 사골, 등뼈 등 2차부산물이 판매에 큰 어려움을 겪고 있음
- 두·내장 등 1차부산물은 그나마 낮지만, 2차부산물은 1~2년 전부터 소비가 부진함
- 이에 따라 부산물 가격이 큰 폭으로 떨어졌는데, 가공업체에서 제시하는 일정 기준가격이 있지만 구매자 측에서 요구하는 대로 가격이 형성되고 있을 정도임
- 냉동부산물 유통기한은 2년인데 유통기한 도래에 따라 다량의 덩핑물량이 시장을 교란하고 있음
- 중국 등 부산물 수요가 많은 해외시장으로 수출할 방안을 모색해야 할 시점임

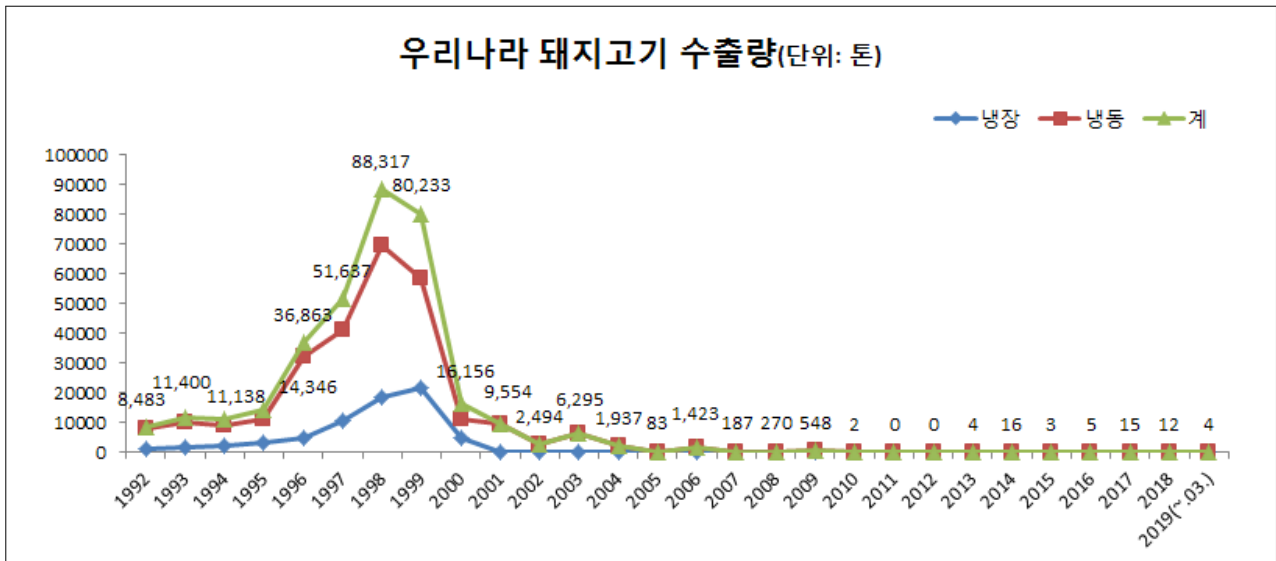
## 2. 한돈의 수출 현황

### 가. 수출실적

#### (1) 우리나라 돼지고기 수출실적

- 돼지고기 냉장육은 검역기준 1999년까지는 21,669톤까지 꾸준히 증가하였으나, 2000년 구제역 발생하면서 전면 중단되었음
- 그 이후에도 돼지고기 냉동육은 명맥은 이어왔으나 2010년~2012년에는 전무하였음
- 2016년말부터 돼지고기 수출이 미미한 량이지만 다시 시작되고 있음

그림 7. 검역기준 우리나라 돼지고기 수출량



※자료: (사)한국육류유통수출협회. (2019). 돈육수출량 검역기준.

(2) 국가별 우리나라 돼지고기 수출실적 및 시장여건<sup>1)</sup>

○ 지난 10년간의 수출 실적을 국가별로 살펴보면 다음과 같음

- 일본의 경우 2016년부터 수출량이 현저하게 떨어지고 있음
- 홍콩의 경우 수출량이 감소하긴 하였으나 2015년 이후부터 꾸준한 수출을 이어옴
- 2018년 현재 가장 많은 수출하는 국가는 325톤을 수출하는 홍콩임

표 5. 돼지고기 수출 현황

돼지고기 수출 현황 (통관기준)										
국가		일본	중국	미국	ASEAN	홍콩	대만	EU	GCC	합계
2011년	물량 (톤)	53	39	0	368	53	1	0	-	514
	금액 (천불)	334	84	0	375	200	4	2	-	999
2012년	물량 (톤)	167	42	4	896	71	1	25	14	1,220
	금액 (천불)	607	551	14	883	347	6	112	125	2,645
2013년	물량 (톤)	119	123	2	1,253	199	8	81	20	1,805
	금액 (천불)	464	975	20	1,313	1,037	44	201	148	4,202
2014년	물량 (톤)	154	160	2	805	622	15	1	63	1,822
	금액 (천불)	676	1,249	6	1,160	3,631	89	6	501	7,318
2015년	물량 (톤)	182	248	27	1,097	439	19	23	13	2,048
	금액 (천불)	562	1,980	81	1,746	2,554	110	108	131	7,272
2016년	물량 (톤)	41	192	6	1,280	386	66	0	25	1,996
	금액 (천불)	146	1,244	24	2,164	2,290	286	0	136	6,290
2017년	물량 (톤)	15	109	6	904	318	24	0	1	1,377
	금액 (천불)	59	964	23	1,669	1,899	123	0	5	4,742
2018년	물량 (톤)	11	151	7	281	325	33	0	13	821
	금액 (천불)	86	1,209	35	1,292	1,830	128	0	73	4,653

※ 출처 : 한국농수산물유통공사. 2011~2018 농림수산물 수출입 동향 및 통계.

※ GCC : 걸프협력회의(Gulf Cooperation Council) 소속 6개국(사우디아라비아, 쿠웨이트, UAE, 카타르, 오만, 바레인)

1) 농림축산식품부. 2019. 05. 「농림수산물 수출입동향 및 통계」.

나. 국가별 수출 현황 및 여건

(1) 일본

□ 수출실적

○ 2013년~2015년 167톤~182톤이었으나, 2016년 이후 급격하게 하락

□ 시장여건

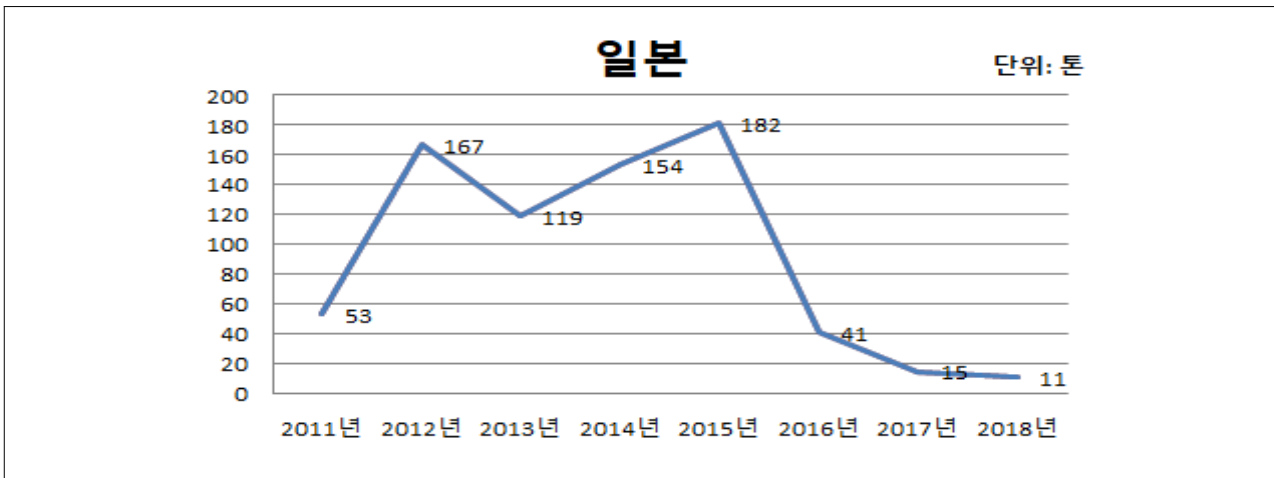
○ 65세 이상 인구 증가에 따른 시니어 지향, 건강 및 개호식(보건식) 제품 수요증가

○ 맛별이 세대, 미혼자 증가로 1인가구를 위한 제품출시 확대

- 간편조리 식품 등 소포장 제품

○ 2020년 도쿄올림픽 개최로 인한 건설경기 붐 등으로 인한 민간소비 증가 기대

그림 8. 우리나라의 일본 수출 물량



(2) 중국

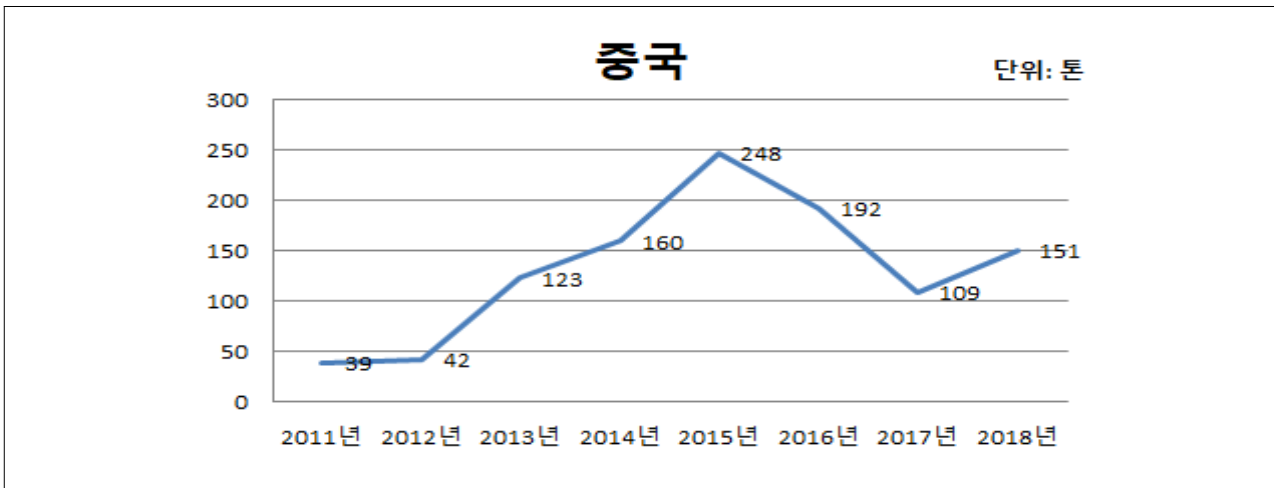
□ 수출실적

○ 2015년 248톤 수출 하였으나 질병으로 인하여 급격하게 하락

□ 시장여건

○ 험한 감정 약화, 온라인 유통채널 폭발적 성장, 수입 소비재 관세 인하, 식품 안정성 불안으로 수입식품 선호 추세 지속

그림 9. 우리나라의 중국 수출 물량



(3) 미국

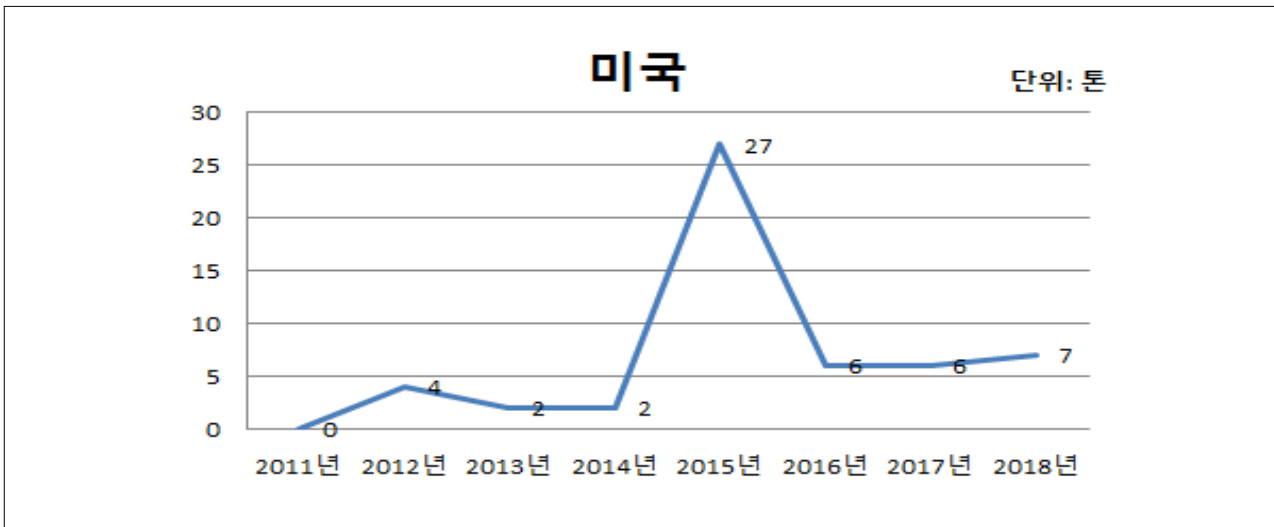
□ 수출실적

- 수출이 전무한 실정이나 2015년 27톤 수출

□ 시장여건

- 미국 경제지표 호조세로 소비 심리 18년만에 최고치 ('18년 8월)
- 한국식품 인지도 상승과 수요 증가로 유통 경로 확대
  - 타민족 마켓을 비롯하여 온라인 시장 확대로 판매 채널 및 제품군 다양화
- 밀레니엄 세대의 소비주도로 건강, 간편, 경험을 고려한 식품 매출 증가

그림 10. 우리나라의 미국 수출 물량



(4) ASEAN

□ 수출실적

- 2014년 구제역 여파로 수출이 줄어들었으나 2016년 1280톤 수출
- 2016년 이후 지속적인 하락세

(가) 베트남

□ 시장여건

- 최근 경제성장률은 매년 6%이상을 기록하고 있으며, '18년도는 7.08% 성장
  - 해외직접투자 확대, 내수시장 성장 등에 기인
  - \* 경제성장률(자료 : 베트남통계청) : ('16) 6.21% → ('17) 6.81% → ('18) 7.08%
- 탄탄한 경제성장, 임금상승 대비 물가상승률은 4% 미만으로 소비자의 가처분소득 증가 및 가계 지출 확대
  - \* 물가상승률(자료 : 베트남통계청) : ('16) 2.66% → ('17) 3.53% → ('18) 3.54%
- 임금이 상당부분을 식품류에 지출하는 베트남의 소비성향으로 식품시장은 지속적 성장세를 보이고 있으며, 중산층 및 트렌드에 민감한 젊은 소비층의 증가로 수입식품 시장 또한 확대되고 있음

(나) 태국

□ 시장여건

- 태국 내 식품산업 육성 및 수출확대 정책에 따른 내수 소비재 식품의 경쟁력 강화
- 태국경제는 수출증가, 외국인관광객 증가, 민간투자 확대 및 대형 공공 프로젝트 발주에 따른 공공투자 확대 등으로 3.9% 수준의 견조한 성장세 전망
- 대형 고급슈퍼마켓, 편의점 등 현대적 유통기업의 시장점유 확대 등은 한국 식품의 판로확대에 호재로 반영

(다) 인도네시아

□ 시장여건

- 최근 현대식 유통매장이 인기를 끌고 있지만 전통적 유통채널 점유율이 60%이상
- 인터넷 쇼핑물 시장으로 인한 소비행태의 변화 발생

(라) 필리핀

□ 시장여건

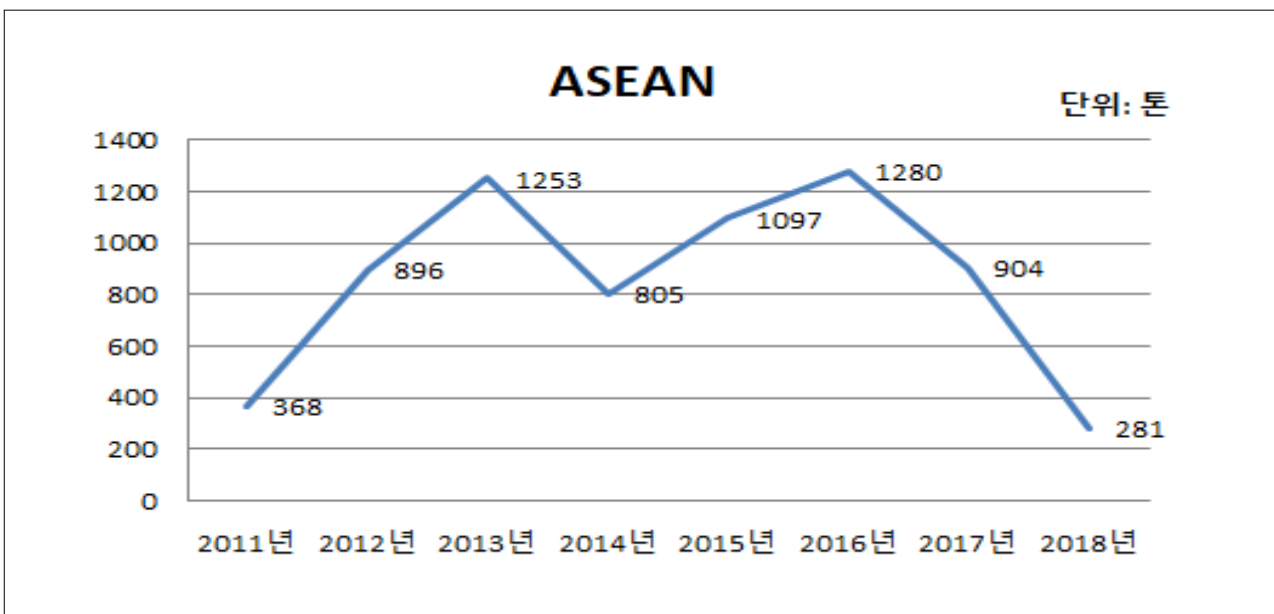
- 식료품 공급 부족 등으로 인플레이가 진행되면서 민간소비 신장세가 감속하여 '18년 경쟁 성장률은 전년 대비 다소 저하된 6.2% 증가
- 마닐라 등 도시지역 중심으로 할인매장, 대형매장, 편의점이 증가하고 있으며, 식품품질 및 안전에 대한 소비자 인식이 높아지면서 선호도가 높아지고 있음

(마) 싱가포르

□ 시장여건

- 전반적인 소득증대로 프리미엄 식품을 포함한 소비제품에 대한 수요 증가
- 모바일 앱을 이용한 그로서리 업체 두드러진 성장세

그림 11. 우리나라의 ASEAN 수출 물량





(5) 홍콩

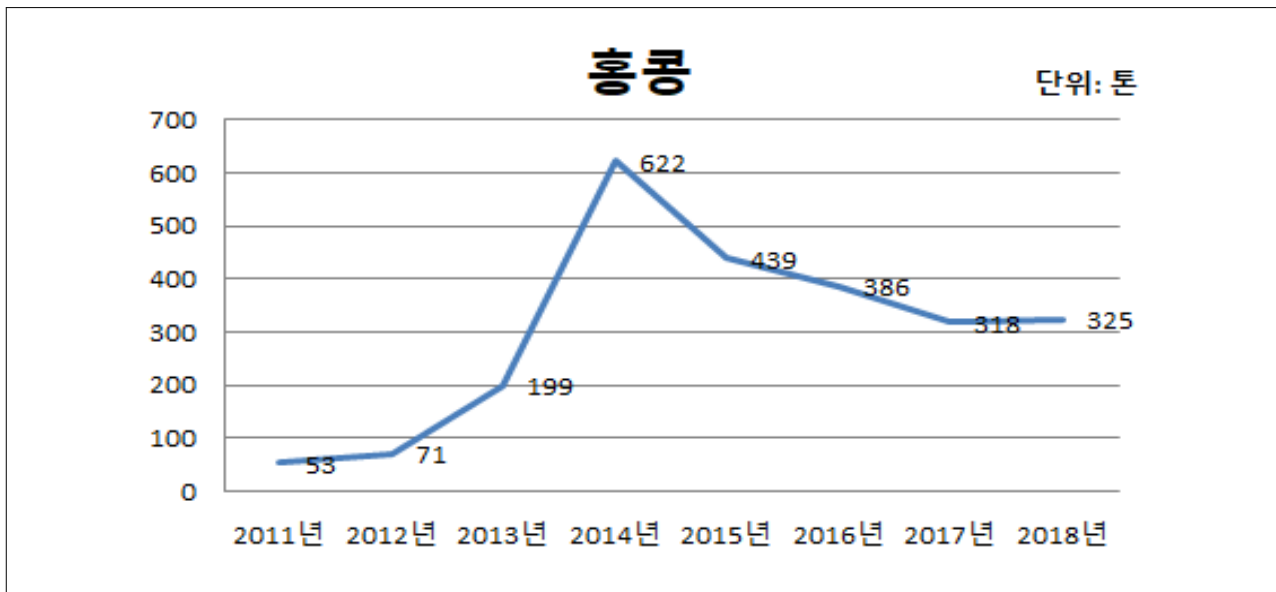
□ 수출실적

- 2014년 622톤 수출로 최고 수출 달성
- 2014년 이후 점차 하락하였으나 2017년 이후 다시 반등하기 시작함

□ 시장여건

- 소매업을 견인하는 관광산업의 활기 및 경기 회복 등으로 전반적인 시장여건 호전
- 한국식품에 대해 우호적이나 수입식품들이 무한 경쟁하는 성숙시장으로 소비자의 가격 민감도가 높아 가격 경쟁 치열

그림 12. 우리나라의 홍콩 수출 물량



(6) 대만

□ 수출실적

- 2016년에만 66톤으로 급증하였으나 대체적으로 약간씩 증가하고 있음

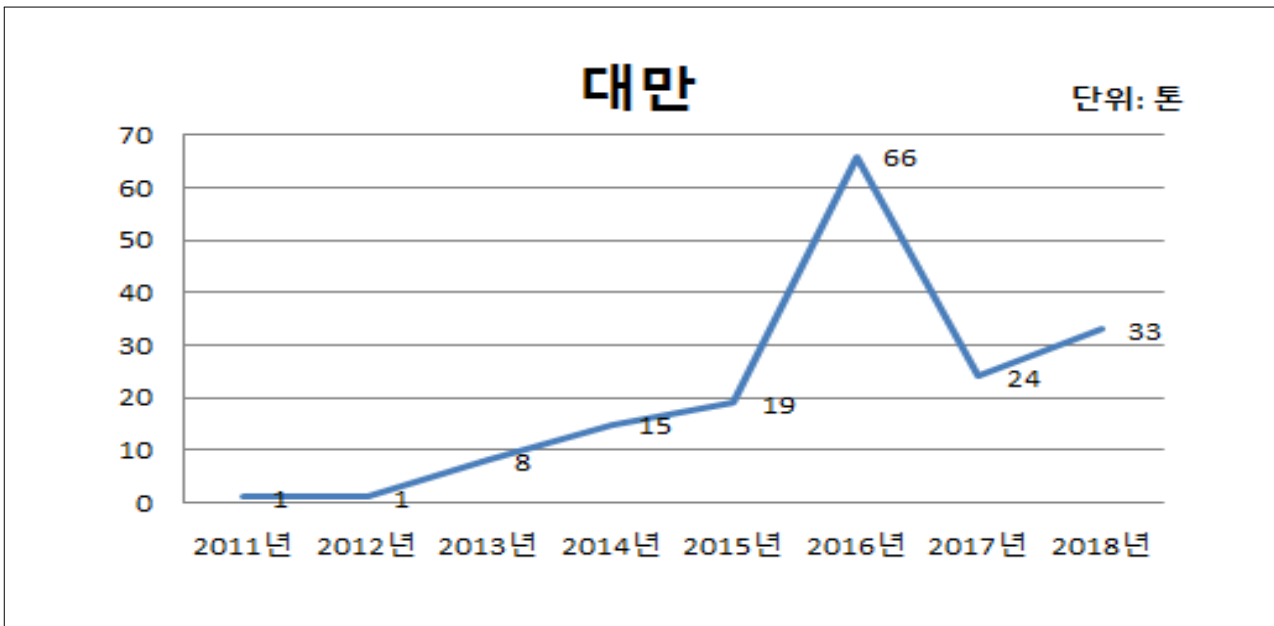
□ 시장여건

- 미중 통상분쟁, 글로벌 금융시장 불안, 대만증시 부진, 원자재 가격 변동성 등의 원인으로 경제성장률 소폭 감소

\* (2016년) 1.51% → (2017년) 3.08% → (2018년) 2.63%

- 현지 일본식품 대체시장 개척 및 한류의 영향으로 한국식품에 대한 호응도는 상당히 높으나, 전체적인 경기 부진에 따른 신제품 재고 부담 및 매장 판매 속도 둔화 등으로 수입 감소

그림 13. 우리나라의 대만 수출 물량



(7) EU

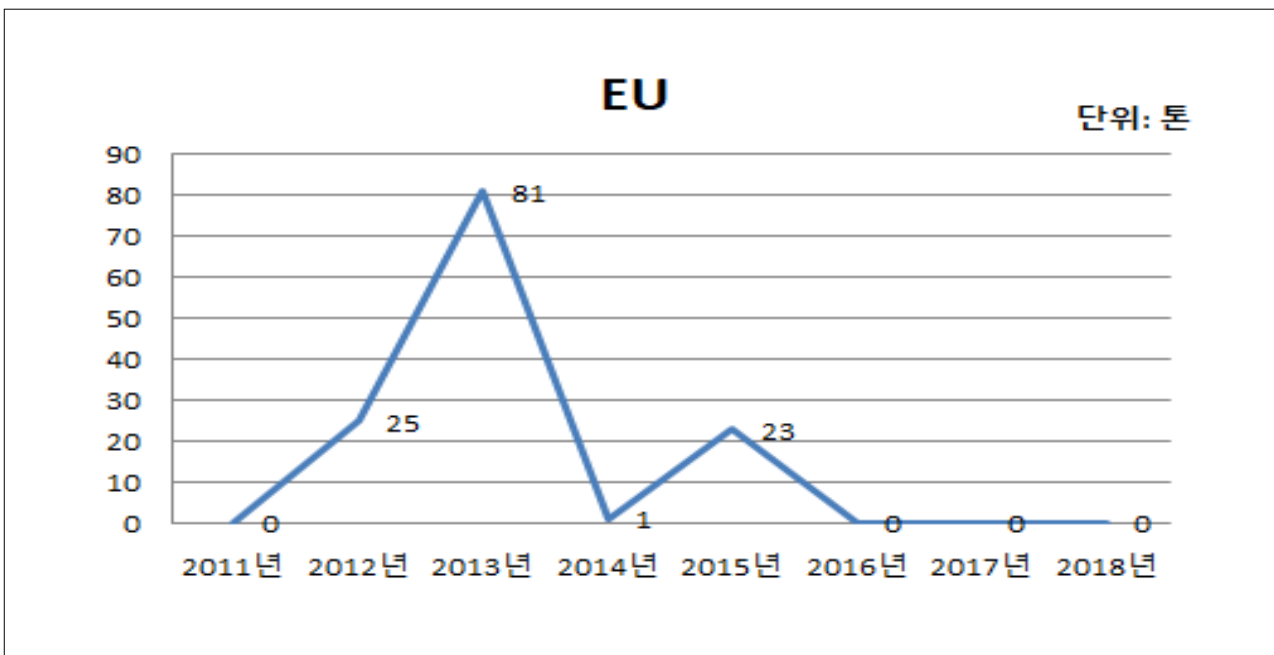
수출실적

○ 2016년 이후 없음

시장여건

○ EU의 경제성장률은 '17년 2.4%로 10년 만의 최고치를 달성한 이후, 주요국 수출증가세 둔화와 브렉시트 등 정치적 불확실성 등으로 '18년부터 점진적 하향세 전망

그림 14. 우리나라의 EU 수출 물량



(8) GCC

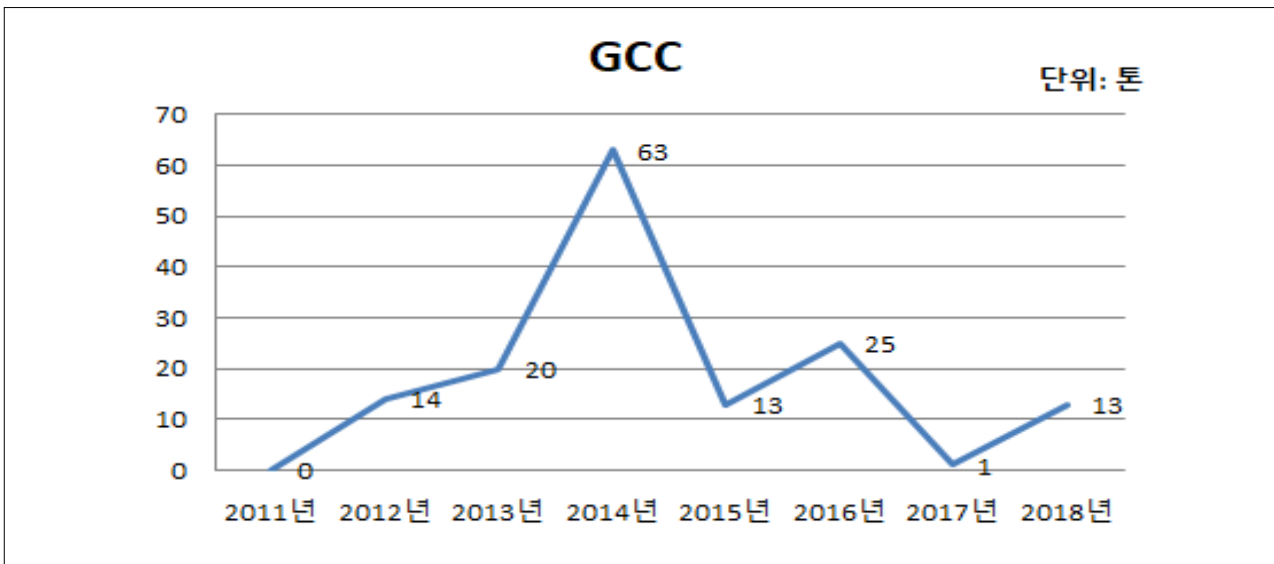
□ 수출실적

○ 2014년 이후 감소 추세에 있음

□ 시장여건

- 중동 경제는 정부 재정수입을 대부분 석유 수출에 의존하고 있는 상황으로, '18년 하반기 유가 상승에 힘입어 일부 회복하였으며 '19년에는 유가 상승 기조에 힘입어 완만한 경기회복 전망
- UAE 등 GCC 국가는 척박한 기후로 대부분의 농식품을 수입에 의존하고 있어 수입식품 간 경쟁이 매우 치열한 레드오션 시장임
- GCC 국가 중심으로 부가가치세(5%)를 도입 중으로 물가 상승으로 인한 소비심리가 일부 위축되어 한국 농식품을 비롯한 수입 농산물 소비에 부정적 영향 예상

그림 15. 우리나라의 GCC 수출 물량



다. 국가별 수급동향

(1) 홍콩

(가) 수급현황

표 6. 홍콩 돼지고기 수급 현황

(단위: 1,000 MT CWE)

구 분		2014년	2015년	2016년
공 급	생 산	135	125	130
	수 입	397	420	440
	총공급	532	545	570
수 요		532	545	570

※출처 : USDA. 2016. Hong Kong Livestock and products annual.

표 7. 홍콩의 국가별 돼지고기 수입 현황

(단위: MT CWE)

no.	구분	2013년	2014년	2015년	15년 7월	16년 7월	비중	16/15
1	중국	102,942	115,168	104,850	65,476	46,942	17%	-28.3%
2	브라질	91,997	77,661	79,938	41,190	83,117	31%	101.8%
3	독일	28,467	38,263	33,635	15,063	17,309	6%	14.9%
4	미국	29,538	28,059	28,133	12,887	35,737	13%	177.3%
5	폴란드	19,528	29,504	25,953	15,023	12,810	5%	-14.7%
6	네덜란드	32,491	23,743	24,463	10,671	14,067	5%	31.8%
7	스페인	43,020	31,808	20,332	9,650	15,963	6%	65.4%
8	기타	95,729	97,810	82,371	41,710	45,851	17%	9.2%
	합 계	443,712	442,016	399,675	211,670	271,796	100%	28.4%

※출처 : USDA. 2016. Hong Kong Livestock and products annual.

표 8. 홍콩의 냉장, 냉동 돼지고기 수입량

(단위: MT CWE)

no.	구분	2013년		2014년		2015년	
		냉장	냉동	냉장	냉동	냉장	냉동
1	브라질	27	82,660	47	68,726	129	73,351
2	중국	9,114	44,309	8,367	52,584	8,246	52,269
3	독일	-	23,648	-	32,846	-	27,957
4	미국	80	13,731	62	15,741	54	22,829
5	네덜란드	-	26,370	-	18,358	-	17,719
6	폴란드	-	2,014	-	7,546	-	9,727
7	베트남	-	8,568	-	7,654	-	9,212
8	캐나다	111	4,058	115	5,628	169	8,985
9	스페인	-	7,433	-	6,780	-	7,958
10	호주	154	-	180	-	220	-
	합 계	9,670	227,685	8,995	229,344	8,920	245,189
	(비율)	(4.1%)	(95.9%)	(3.8%)	(96.2%)	(3.5%)	(96.5%)

※출처 : USDA. 2016. Hong Kong Livestock and products annual.

- 홍콩 내 양돈 규모가 작아 돼지고기 생산량은 많지 않음. 현재 홍콩에 있는 양돈사는 43개에 불과함.
- 2013년 중국에서 홍콩에 공급한 돼지(도축 전)는 약 160만 마리며, 이러한 중국의 공급력 덕분에 홍콩에서 연간 돼지 도축량은 160만 마리, 1일 4,000마리에 달함

- 홍콩의 돼지고기 수입시장에서 냉장 및 냉동육 비중은 냉장육이 약 4%, 냉동육이 약 96%를 차지하고 있으며 냉장육에서는 중국산, 냉동육에서는 브라질산이 가장 비중이 큼
- 미국 돼지고기는 인기가 많으며 고급시장과 저가 시장을 모두 섭렵하며 지방이 적고 살코기 비율이 높은 부위를 공급하고 있음

표 9. 홍콩의 현지 생산량 동향

(단위: 마리)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년
현지 생산량	97,477	96,488	87,432	85,733	85,000
수입(중국)	1,540,756	1,575,810	1,624,926	1,583,398	1,450,000
총합	1,638,233	1,672,298	1,712,358	1,669,131	1,535,000

※출처 : USDA. 2016. Hong Kong Livestock and products annual.

- 홍콩이 도축 전 돼지를 수입하는 유일한 국가는 중국임. 따라서 돼지 공급량은 중국산의 의존도가 매우 높는데 도축 전 돼지의 공급량에서 중국산 : 홍콩산 비중은 94:6임
- ※ 도축 전 돼지의 유일한 수입국은 중국임

(나) 소비현황

- 2013년 한해 돼지고기 소비량은 50만 톤이며, 시장 성숙도가 높아 2014년 소비량 증가는 1% 내외로 예상됨
- 2013년 내수시장 규모 US\$ 5억 3849만 불을 인구수 719만으로 나누면, 1인당 연간 돼지고기 US\$75불 어치를 소비한다고 추정 가능함(수입액 기준)
- 전통적으로 비냉장육을 선호해왔지만 점차 냉동/냉장육으로 선호도가 이동하고 있음.
  - 이는 1) 구매 장소가 재래시장에서 현대적 슈퍼마켓으로 이동하고 2) 냉동/냉장육은 가격이 저렴하고 구매가 편리하기 때문임
- 가장 인기있는 조리법은 광동식 요리법인 ‘차시우’와 ‘시우육’임. 목살이나 삼겹살의 경우 껍질을 바삭하게 구운 구이(시우육), 차시우(끈적한 양념에 재서 오븐 구이), 야채/과일과 함께 후라이팬에 볶음(양념에 따라 맛 다름) 등을 만들
- 돼지족발은 삶아서 편을 내어 겨자 소스에 먹거나 통째로 면이나 밥과 곁들여 먹음.
  - 뼈로는 국물을 내며 돼지 내장은 쭈잡통(豬什湯)이라는 국을 만드는 데 씀

(2) 마카오

(가) 수급현황

- 마카오 돼지고기시장의 수급현황을 살펴보면, 2016년 총 공급량은 400억톤으로 2013년에 비해 20% 늘어남
- 총 공급량 중 국내 생산량이 80억 톤, 수입량이 320억 톤으로 수입량이 80%를 차지하고 있음

- 국내 생산량은 2013~2016년에 변화가 없었으나 수입량은 2016년에 2013년 대비 25% 증가하였음

표 10. 마카오의 돼지고기 수급 현황 (단위: 1000 MT CWE)

구분		2013년	2014년	2015년	2016년
공급	합계	32	36	36	40
	국내생산	8	8	8	8
	수입	24	28	28	32
소비		32	36	36	40

※출처 : 국립축산과학원. 2017. 12. 「돼지고기 수출 신흥시장 개척을 위한 가이드」

- 마카오의 경우 돼지고기를 중국에서 직접 수입하거나 홍콩의 육류수입업자를 통하여 수입되고 있는 실정

표 11. 마카오의 품목별 수입액 (단위: 백만 U.S.\$)

제품	2014년	2015년	2016년
돼지고기(냉동)	31	29	33
돼지 생축	27	29	33
돼지 부산물	13	15	14

※출처 : 국립축산과학원. 2017. 12. 「돼지고기 수출 신흥시장 개척을 위한 가이드」

(나) 소비현황

- 마카오의 돼지고기 시장은 홍콩과 유사한 시장 구조를 가지고 있음
- 마카오의 재래시장의 경우 열악한 냉동시설을 구비하고 있으며, 소매점을 재래시장과 유통체인(슈퍼마켓)으로 구성됨
- 마카오는 소비자의 소득에 따라 돼지고기 구매처가 크게 차이나며 고 연령층 및 저 소득층은 재래시장에서 돼지고기를 구입하는 경우가 많으며 현재는 슈퍼마켓의 구매량이 점차 증가하고 있는 추세임
- 고소득층은 고급형 슈퍼마켓에서 고급돼지고기를 구매 하는 추세임

(3) 캄보디아

(가) 수급현황

- 최빈국중 하나이나, 전 세계적인 경제 침체에도 약 7%의 성장률을 유지하고 있어, 잠재력이 큰 시장임
  - 현대식 유통매장의 수가 증가함에 따라, 매장 간 경쟁이 치열해지고 있어 매장 별로 시식 행사, 할인행사 및 각종 프로모션을 적극적으로 활용하는 추세

(나) 소비현황

- 소득 증대로 단백질 급원의 육류 제품 및 전반적인 가공식품의 소비가 증가할 것으로 전망됨
  - 최근에는 육류 소비가 증가
  - 품질이 우수한 식품에 대한 관심이 높아지고 있어 자국 식품 보다 수입식품에 대한 선호도가 높음
  - 한국식품에 대한 기본적인 인지도와 선호도는 높은 편임

(4) 대만

- 대만의 돈육 수급 불균형은 10만톤 규모를 유지할 것으로 예상되며, 2014년 유행한 돼지유행성설사(PED)발병을 계기로 돈가가 급격하게 상승하여 17년도까지 높은 수준을 유지하고 있음
  - 현재 대만의 돼지 농장수는 점차 감소하고 있으며 수입에 의존하고 있는 상태임
  - 냉동육과 부산물을 주로 수입하는 대만이지만 현재는 우리나라에서 수출 할 수 없는 상태임

(5) 베트남

- 베트남 돈육 시장은 공급 과잉으로 인하여 돼지고기 가격이 급감하는 추세이지만 높은 소득 수준의 도시 지역의 경우 슈퍼마켓 등으로 고품질의 돼지고기를 구입하는 편임
  - 대만과 마찬가지로 냉동육과 부산물의 수입이 가장 많으며 브라질, 스페인의 냉동육 및 부산물 수입이 크며 중국산 냉동육 및 가공육의 수입도 큰 편으로 나타났음

### 3. 주요 국가별 돈육제품 수출협상 추진현황

#### 가. 수출협상 추진현황

- 2019년 3월 기준 우리나라의 돼지 품목이 수출 가능한 국가는 일본, 홍콩, 캄보디아, 뉴질랜드, 세르비아, 필리핀, 태국, 몽골로 확인됨.
- 돼지고기 수출이 가능한 국가는 홍콩과 캄보디아임
- 열처리 돼지고기의 경우 일본과 필리핀이 가능하고, 태국, 중국, 베트남, 싱가포르, 미얀마와 협상 진행 중임
- ※ 중국의 경우, 농림축산검역본부에서 국내 업체들(동우 F&C 등 10개 업체)을 대상으로 열처리 돈육가공품 제품 수출 희망 품목(소시지·식육추출가공품 등을 조사하여 검역정책과에 보고 완료하여 검토 중에 있음(2018.5.기준)
- ※ 일본의 경우, 현지점검(2016.10.) 지적사항을 보완하여 통보한(2017.2, 동물검역과→검역정책과) 후 일본측의 답변(2017년 4월)은 에스푸드(주) 음성공장은 ‘일본측 점검필요’, 장충동 왕죽밭은 ‘일본측 점검 및 검토 필요’, 다인제주는 ‘수출가능함’이었음

표 12. 주요 국가 돼지 품목별 수출협상 추진 현황(2019년 3월)

국가	수출협상 완료	수출협상 진행 중	수출(협상) 중단
일본	열처리 돼지고기		돼지고기
홍콩	돼지고기		
캄보디아	돼지고기		
뉴질랜드	멸균식육가공품(햄등)		
세르비아	젤라틴,콜라겐		
필리핀	열처리 돼지고기		
태국	돼지부산물(간)	열처리 돼지고기	
대만	식용젤라틴		
몽골	돼지고기 및 돼지지방		
중국		열처리 돼지고기	
베트남		돼지고기, 열처리 돼지고기	
싱가포르		열처리 돼지고기	
미국		열처리가공품(돼지고기)	
미얀마		열처리 돼지고기	
러시아			돼지고기

※출처 : 한국농촌경제연구원. (2018). 주요국가 품목별 수출 협상 추진현황.



나. 주요 국가 수출 추진 현황

(1) 홍콩

○ 홍콩 주요 추진 현황

표 13. 홍콩 주요 추진현황

항목	세부현황	현황
수출 협상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 열처리 식육가공품 및 돼지고기 수출 협상 타결</li> <li>• 2014년 9월부터 신선/냉장, 냉동, 부산물 수출이 가능(구제역 비발생 지역 돼지고기만 수출 가능하며, 발생지역은 방역 조치 완료일로부터 1년 후부터 가능)</li> <li>• 열처리된 가공육의 경우 제품의 모든 부위가 70℃에 도달되도록 열처리한 식육가공품에 한함</li> </ul>	○
FTA 협정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해당없음 (한중 FTA의 대상이 아님)</li> </ul>	
신선/ 냉장육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍콩에 수출 작업장 등록 및 식품환경위생서에서 사전 허가증(Import License) 취득 시 수출 가능</li> <li>• 농식품부에 도축장 및 가공장을 수출검역 시행장으로 등록</li> <li>• HS code 020312의 경우 지속적으로, 020319의 경우 2015년부터 수출 기록이 있음</li> </ul>	○
냉동육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍콩에 수출 작업장 등록 및 식품환경위생서에서 사전 허가증 취득 시 수출 가능</li> <li>• 농식품부에 도축장 및 가공장을 수출검역 시행장으로 등록</li> <li>• HS code 020322의 경우 2011년에, 020329의 경우 2011,2014,2016년에 수출 기록 있음</li> </ul>	○
부산물	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍콩에 수출 작업장 등록 및 식품환경위생서에서 사전 허가증 취득 시 수출 가능</li> <li>• 농식품부에 도축장 및 가공장을 수출검역 시행장으로 등록</li> <li>• HS code 020649의 경우 지속적으로 수출 기록 있음</li> </ul>	○
가공육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 검역 시행장 지정 필요</li> <li>• 수출 작업장 별도 승인 불필요</li> <li>• HS code 160100과 160249의 경우 지속적으로 수출 기록 있음</li> <li>• HS code 021011, 021012,021019의 경우 과거 수출 기록 있으나 현재는 진행되지 않는 것으로 보임</li> </ul>	○

※출처 : 한돈자조금관리위원회. (2018). 한돈 수출시장 조사 및 전략 개발 사업 최종 보고서.

(2) 필리핀

○ 필리핀 주요 추진 현황

표 14. 필리핀 추진 현황

항목	세부현황
수출 협상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2018년 1월에 햄, 소시지 등 가공 축산물은 검역·위생협의 완료되어 수출 가능<sup>2)</sup></li> <li>- 가열, 훈제, 염지, 건조, 양념, 혹은 이를 혼합한 방식으로 가공 처리한 제품에 한함</li> </ul>
FTA 협정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 돼지고기는 초민감 품목으로서 양허 대상에서 제외되었음(2016년기준<sup>3)</sup>)</li> <li>- 돼지고기 2015년까지 양허 제외, 2016년까지 1/5 만큼 관세 감축</li> <li>• 한-필리핀 자유무역협정(FTA) 제2차 협상이 2019.7.15.~17. 필리핀 수도 마닐라에서 개최되었음</li> <li>- 양측은 지난 2019.6.3. 협상 개시를 선언한 이후 6.4.-5.간 1차 협상을 개최하여 상호 관심분야를 논의한 바 있음</li> <li>- 특히 양국은 올해(2019.) 11월 한-아세안(ASEAN, 동남아시아국가연합) 특별정상 회의 계기 성과 도출에 공감대를 가지고 있음</li> </ul>
신선/냉장육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선육 분야 (HS Code 2010311, 02012, 020319)에서 수입 비중은 0.00%이었음</li> </ul>
냉동육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입 관세의 경우 냉동육의 수입관세는 40.0%이었음</li> <li>• 냉동육 분야에서는 전체 돈육 시장 대비 HS code 020329(돼지고기 냉동한 것, 기타)의 수입비중은 020329가 1.28%이었고, 020322은 0.23%, 020301은 0.01% 이었음</li> </ul>
부산물	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입 관세의 경우 부산물의 수입관세가 7.5%이었음</li> <li>• 부산물 분야에서는 전체 돈육 시장 대비 HS code 020649(돼지의 것, 간 제외 식용 내장)의 수입비중은 2.12%이었음</li> </ul>
가공육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입 관세의 경우 가공육의 수입관세가 35.3%이었음</li> <li>• 가공육 분야에서는 HS code 160100(소시지)의 수입 비중은 0.07%이었음</li> </ul>

2) 한돈자조금관리위원회. 2018. 05. 「한돈 수출 시장 조사 및 전략 개발 사업」.

3) 한국농수산식품 유통공사. 2016. 「FTA로 다시 보는 필리핀」.

#### 4. 돈육 수출의 목표 시장 선정

##### 가. 돈육 수출 시장 분류

- 돈육 수출 가능 국가를 기존시장, 신흥시장, 그리고 잠재시장으로 분류한 결과는 다음 표와 같음

표 15. 돈육 수출 시장 분류 및 수출가능 품목

구분	국가	수출가능 품목	세부 사항
기존 시장	홍콩	돼지고기	돈육 및 열 처리식육 가공품 수출 가능 열처리 가공품은 70°C 열처리 한 식육 가공품에 한함
	일본	열처리 돼지고기	족발, 소시지, 돈까스, 만두 등 열처리 돈육 및 돼지 부산물 수출 가능
신흥 시장	마카오	돼지고기	홍콩을 경유하여 수출
잠재시장	캄보디아	돼지고기	
	대만	젤라틴, 콜라겐	
	필리핀	열처리 돼지고기	햄, 소시지 등 가공 축산물 수출 가능 (가열, 훈제, 염지, 건조, 양념 가공처리에 한함)
	베트남		돼지고기, 열처리 돼지고기 협상진행 중

##### (1) 기존 시장

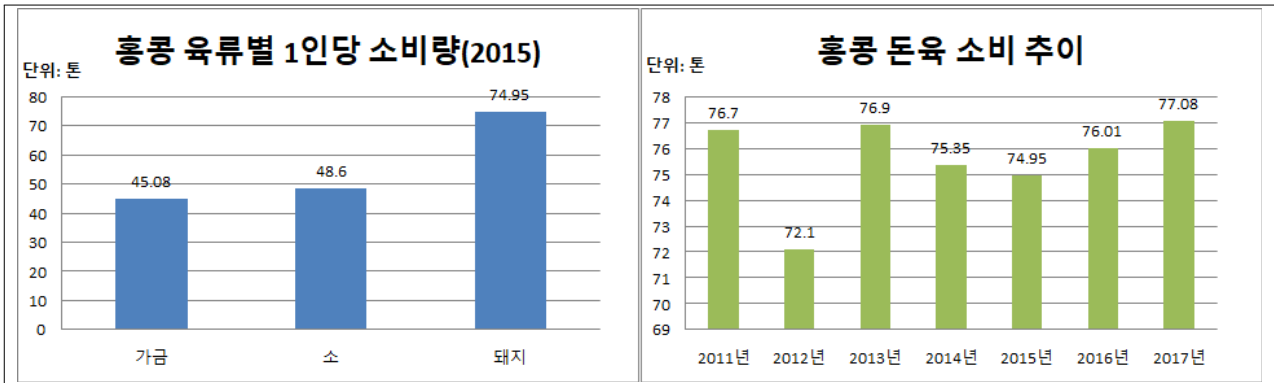
- 수출협상 완료된 나라(표13 참조) 중에서 현재 수출이 진행되는 국가는 돼지고기의 경우 홍콩 이고 열처리 돼지고기의 경우 일본임
- 돼지고기 수출 가능국은 홍콩, 마카오, 캄보디아 등임
- 열처리 돼지고기는 일본과 필리핀에 수출 가능

##### (가) 홍콩<sup>4)</sup>

- 현재에도 홍콩으로의 수출은 진행 중이나 시장의 규모에 비하여 미미한 수준
- 홍콩의 인구는 719만명이며, 1인당 GDP가 37,900달러로 높은 수준
- 1인당 돼지고기 소비량도 가금, 소에 비하여 높은 수준
- 관광객의 증가로 돼지고기 소비량이 증가
- 관광도시의 특성으로 타국의 제품에 관대함
- 홍콩의 돼지고기 시장의 전망이 밝음
- 홍콩의 돼지고기는 중국산, 브라질산이 대부분이며 한국 돼지고기의 인지도는 낮은 편임

4) 국립축산과학원, 2018. 03. 「돼지고기 수출 신흥시장 개척을 위한 가이드」.

그림 16. 홍콩의 1인당 소비량 및 돈육 소비 현황



※출처: 한돈자조금관리위원회. (2018). 한돈 수출시장 조사 및 전략 개발 사업 최종 보고서.

(2) 신흥(진입) 시장

(가) 마카오

□ 마카오 시장 동향

- 돼지고기의 대부분을 중국에서 수입
- 홍콩의 육류수입업자를 통하여 돼지고기를 수입
- 홍콩의 돼지고기 재수출국 중의 하나
- 돼지고기 소비가 2013년 32천톤에서 16년 40천톤으로 증가
- 내수 생산량은 8천톤으로 정체되어 있음
- 수입량은 2013년 24천톤에서 2016년 32천톤으로 증가
- 내수 생산량이 적고 중국산이 대부분인 마카오는 한국 돼지고기의 신흥 시장으로 볼 수 있음

표 16. 홍콩의 돼지고기 수입 중 재수출량

(단위: 톤)

	2013	2014	2015	2016-July
베트남	81,887	94,818	62,864	12,706
마카오	11,453	14,704	15,428	9,944
대만	35,245	43,527	929	21,616
중국	7,891	20,637	13,382	38,061

※출처: 국립축산과학원, 돼지고기 수출 신흥시장 개척을 위한 가이드, 2018.03.12.

표 17. 마카오의 돼지고기 수급현황

(단위: 천톤)

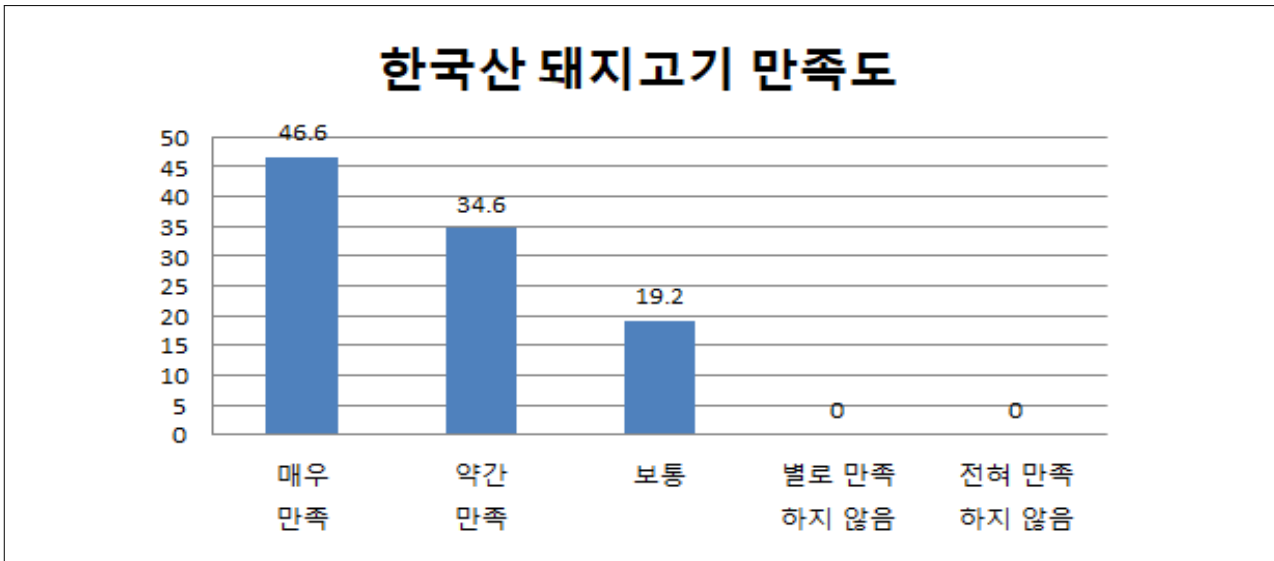
		2013년	2014년	2015년	2016년
공급	합계	32	36	36	40
	국내생산	8	8	8	8
	수입	24	28	28	32
소비		32	36	36	40

※출처: 국립축산과학원, 돼지고기 수출 신흥시장 개척을 위한 가이드, 2018.03.12.

□ 마카오 수출 가능성

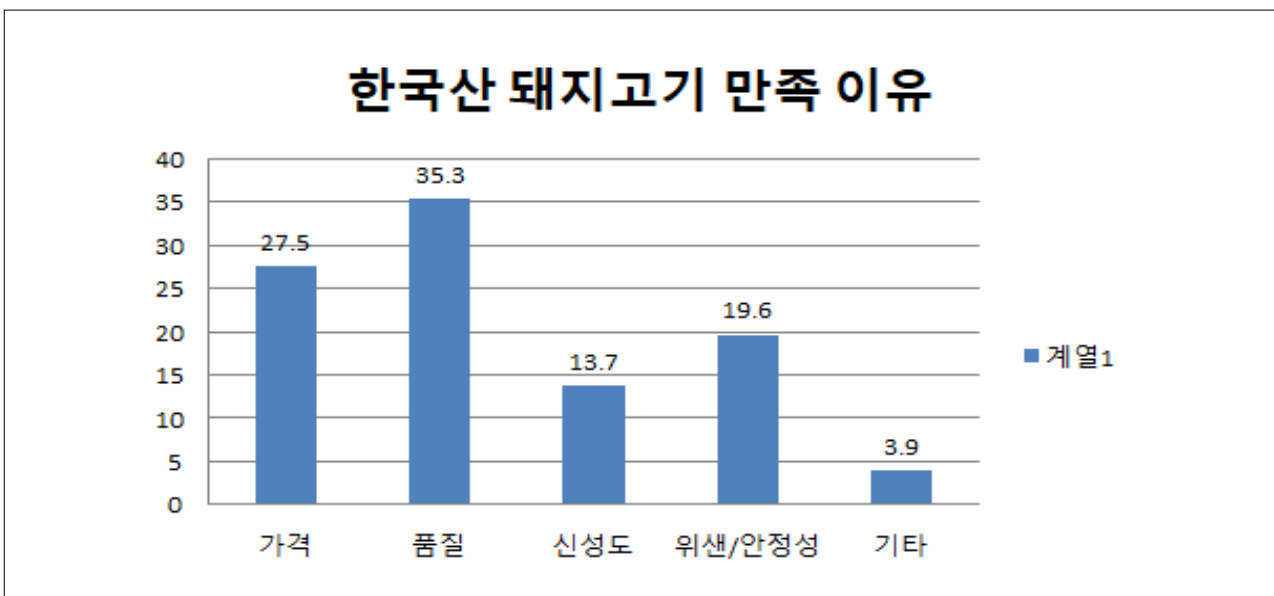
- 냉장육, 냉동육, 부산물, 가공육의 모든 부분에서 관세가 적용되지 않음
- 국립축산과학원에서 실시한 한국산 돼지고기 마카오 소비자 47명에 대한 설문조사에서 긍정적인 반응
- 한류 열풍으로 인한 한국 상품 인기
- 중국산과 홍콩을 통한 수입으로 한국산 돼지고기 고급화 가능
- 내수 생산량 동결과 수입 의존 경향이 강함
- 한류 열풍과 고급육 마케팅으로 수출 가능 시 큰 잠재력을 지닌 것으로 판단됨

그림 17. 마카오 소비자의 한국산 돼지고기에 대한 만족도 조사결과



※출처 : 국립축산과학원. 2017. 12. 「돼지고기 수출 신흥시장 개척을 위한 가이드」

그림 18. 마카오 소비자의 한국산 돼지고기에 대한 만족 이유



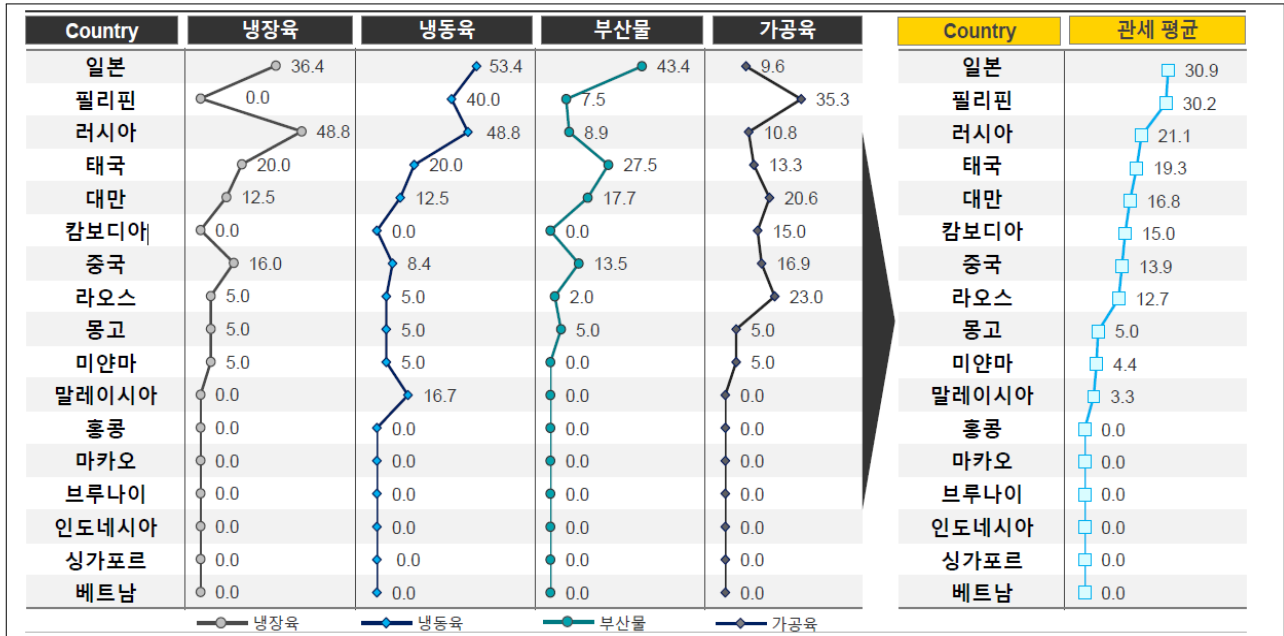
※출처 : 국립축산과학원. 2017. 12. 「돼지고기 수출 신흥시장 개척을 위한 가이드」

(3) 잠재 시장

○ 국가별 품목별 관세율은 그림과 같음

그림 19. 수출 잠재시장의 관세

(단위 : %)



※출처 : 한돈자조금관리위원회, 2018. 5. 「한돈 수출시장 조사 및 전략 개발 사업 최종 보고서」.

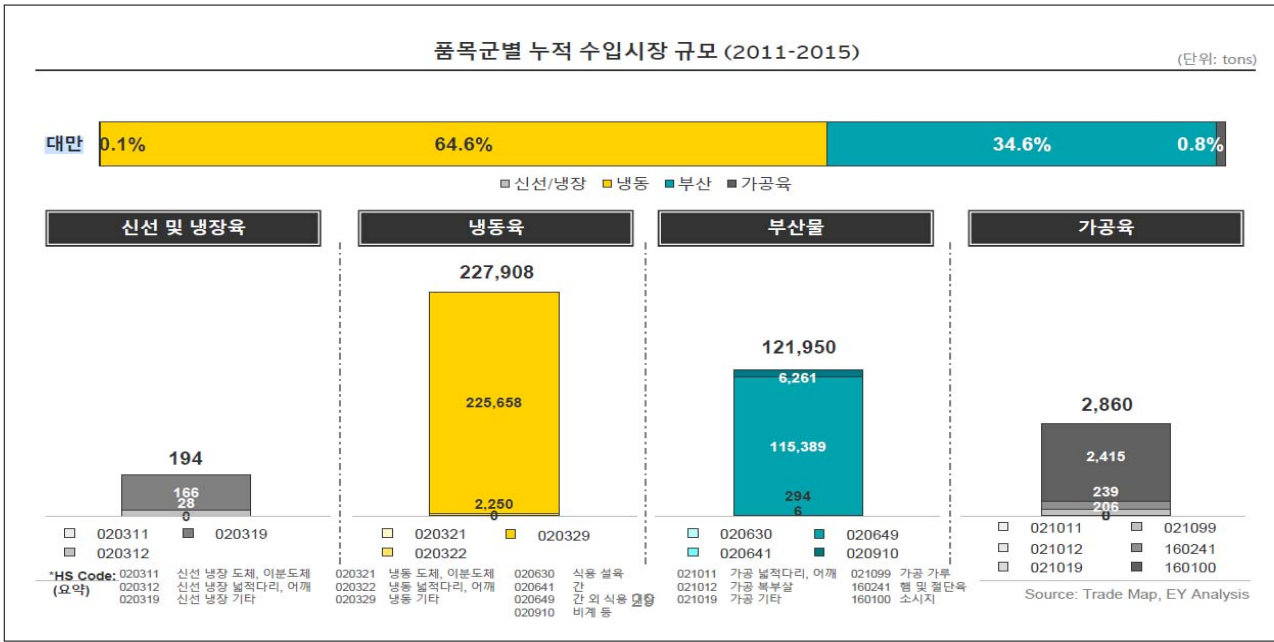
(가) 캄보디아

- ASEAN중 캄보디아는 최빈국 중 하나
- 꾸준한 경제 성장을 이루고 있으며 큰 잠재력을 가지고 있음
- 한국 음료 70.6톤(100만불), 소주 6.1톤(100만불) 등 수입하는 등 우리나라의 국가별 수출 순위 2017년 17위에서 2018년 15위로 상승
- 한류 열풍으로 인하여 호조세를 이루고 있음
- 관세는 가공육 부분을 제외한 나머지 냉장육, 냉동육, 부산물 부분에서는 없음
- 가격 면에서 문제가 될 수 있으나 계속되는 경제 성장과 한류 열풍으로 인하여 한국 돼지고기 수출의 잠재시장으로 볼 수 있음

(나) 대만

- 2014년에 돼지유행성설사(PED)의 유행으로 돈가가 급격하게 상승
- 2017년까지 꾸준히 상승하여 높은 돈가 유지
- 수입육의 경우 스페인산 이베리코 이외에는 낮은 가격
- 2017년 사육장 현대화로 인하여 농장수 감소
- 대만 내의 20%의 대형 농장에서 전체 내수의 70%생산
- 수입시장 누적 규모로 볼 때, 신선육이 0.1%, 냉동육이 64.6%, 부산물이 34.6% 그리고 가공육이 0.8%를 차지함
- 불안정한 경제와 FTA 미체결로 수출이 힘든 상황이나 냉동육과 부산물의 소비가 큰 대만으로의 우리나라 돼지가 수출시 큰 이점을 얻을 것으로 예상됨

그림 20. 품목별 수입시장 규모

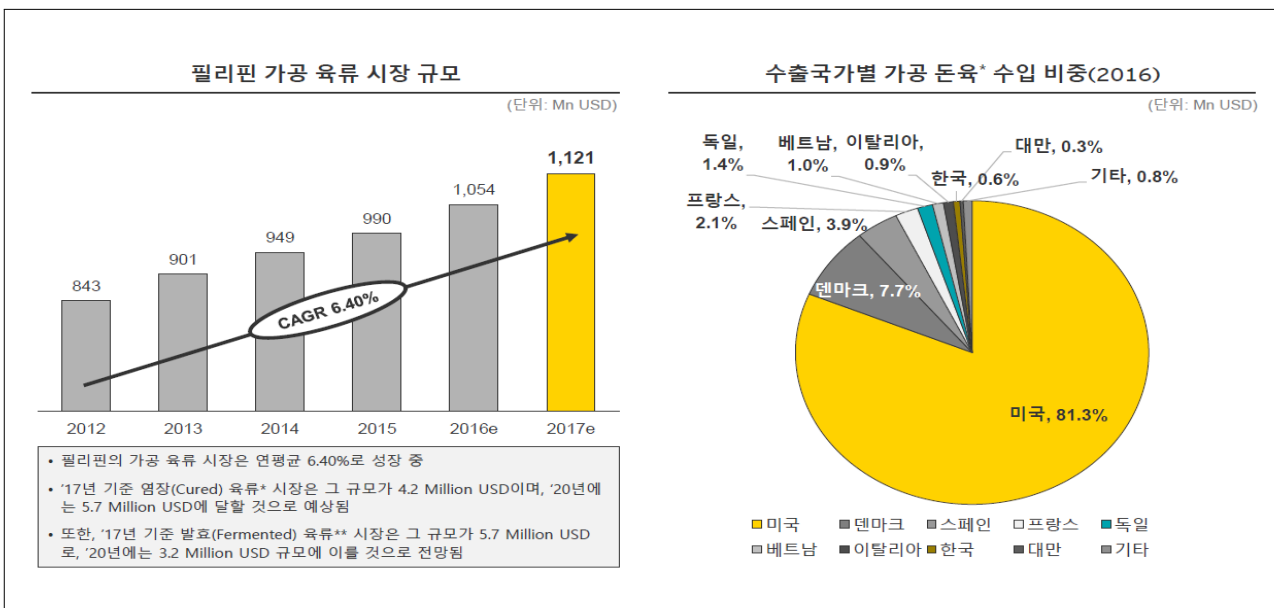


※출처: 한돈자조금관리위원회. 2018. 5. 「한돈 수출시장 조사 및 전략 개발 사업 최종 보고서」.

(다) 필리핀

- 필리핀의 가공 육류 시장 규모는 빠르게 성장 중
- 가공 돈육의 대부분을 미국에서 수입해옴
- 필리핀의 가공 육류 시장은 연평균 6.4%로 성장 중
- 마닐라 등 도시지역 중심으로 대형매장, 편의점 등이 증가하며 식품품질 및 안전에 대한 인식이 높아지고 있음

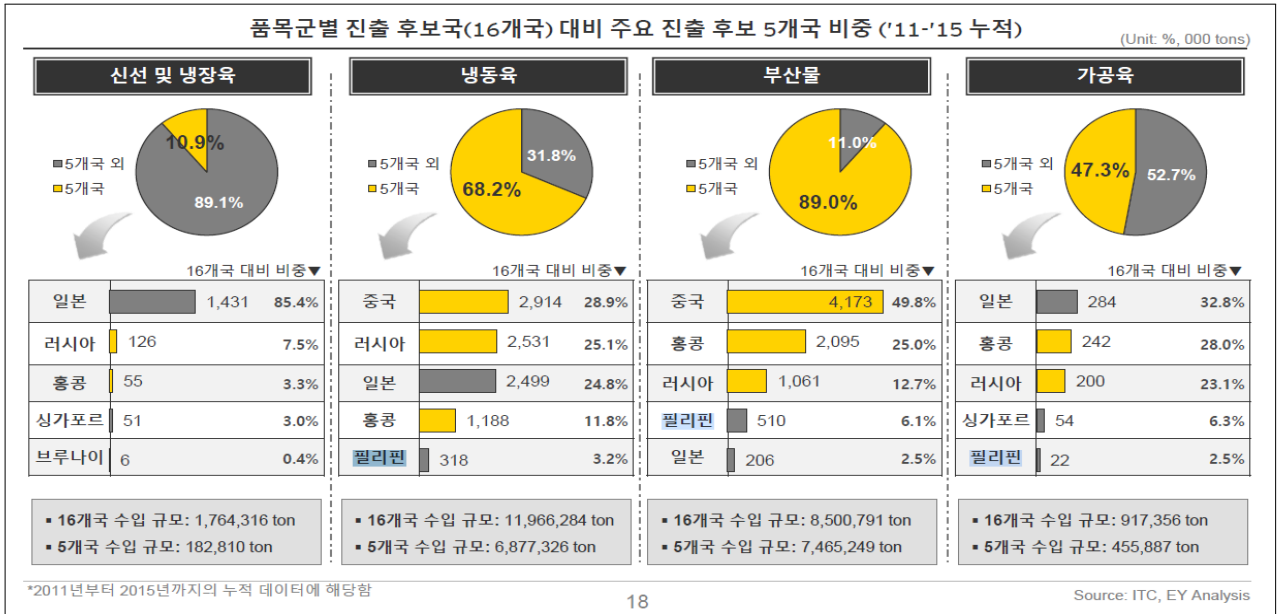
그림 21. 필리핀 가공 돈육 현황



※출처: 한돈자조금관리위원회. 2018. 5. 「한돈 수출시장 조사 및 전략 개발 사업 최종 보고서」.

- 열처리 돼지고기류는 수입이 허가됨
- 젊은 인구 중심의 시장으로 섬이 많은 지리적 구조상 유통 체인의 발달이 어려움
- 한류 영향으로 한식에 대한 인지도가 높음
- 인구 소득 수준이 낮아 구매력이 낮음
- 식품 저장이 어려워 소규모 포장제품에 대한 선호도가 높음
- 세계 최대의 콜센터가 위치하여 야간 근무자가 간편하게 먹을 수 있는 패스트 푸드 선호

그림 22. 주요국의 품목별 수입 현황



※출처: 한돈자조금관리위원회. 2018. 5. 「한돈 수출시장 조사 및 전략 개발 사업 최종 보고서」.

- 필리핀의 돼지고기 소비량이 크게 증가하고 있음

표 18. 국가별 돼지고기 소비 동향 (단위: 천톤)

구분	2000년	2005년	2010년	2015년	2016년	2017년	2018년
전체	84,503	93,196	102,709	109,953	109,817	110,500	113,027
중국	39,581	45,099	50,849	55,668	54,980	54,812	55,950
EU	20,420	20,789	20,951	20,873	20,753	20,832	21,165
미국	8,454	8,660	8,654	9,341	9,475	9,540	9,947
러시아	1,648	2,119	2,896	3,016	3,192	3,298	3,230
브라질	1,827	1,949	2,577	2,893	2,870	2,941	3,052
일본	2,179	2,509	2,488	2,568	2,626	2,741	2,777
베트남	1,010	1,646	2,199	2,526	2,647	2,703	2,777
멕시코	1,123	1,332	1,643	2,017	2,091	2,180	2,325
한국	1,067	1,311	1,539	1,813	1,894	1,926	1,959
필리핀	1,037	1,217	1,468	1,637	1,734	1,803	1,884

※출처: 한국농촌경제연구원. 2018년 상반기 우리나라 농축산물 교역과 축산부문 세계 시장 동향.



- 인구대비 높은 수준의 부산물 수입량
  - 수출을 진행하고 있지 않지만 부산물 부분에서 잠재적으로 큰 시장으로 대두됨

(라) 베트남

- 인구는 약 9,500만명이며 GDP는 2018년 기준 2,587USD로 매년 상승 중
- 현재 부산물 부분에서 수출이 가능
- 열처리 돼지고기의 수출 협상으로 수출 가능성이 높음

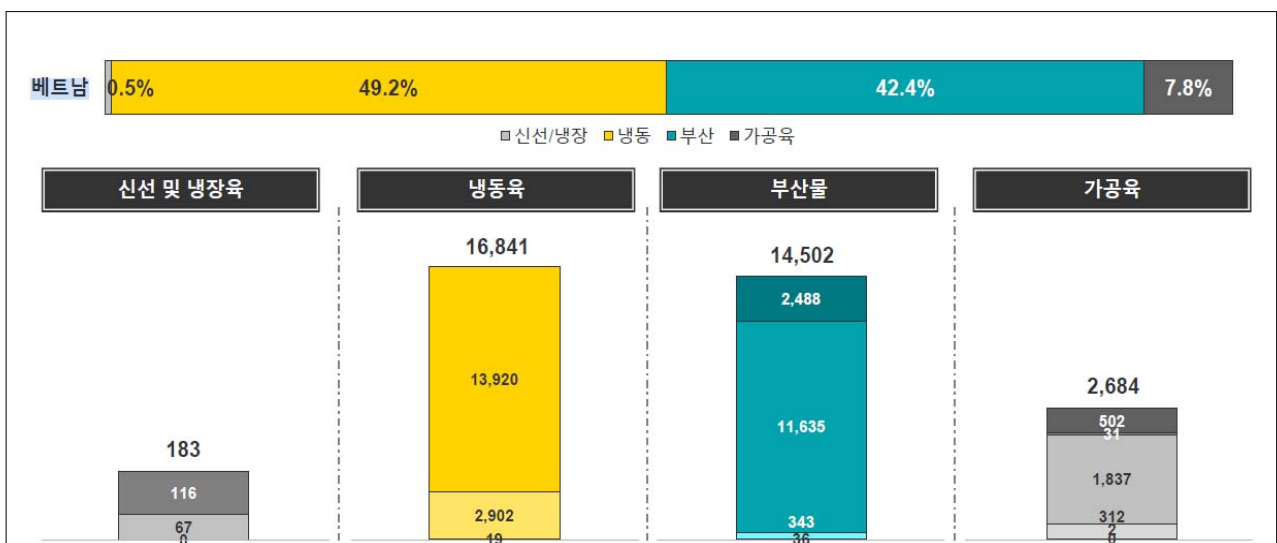
표 19. 베트남 협상 세부 현황

항목	세부 현황	현황
수출협상	열처리 가공 돈육에 대하여 수출협상 진행중	△
FTA협정	한_베, 한_아세안 FTA 베트남 양허표 상에는 돈육 관련 코드에 대한 대부분의 세율이 0%	
신선육, 냉장육	HS 코드 020311에 해당하는 품목은 '04년에 한국에서 베트남으로 수출된 기록이 있으나, 현재는 수출되고 있지 않음	X
냉동육	최근 수출 기록이 존재 하지 않음	X
부산물	'16년 11월 기준 부산물 관련 농업농촌개발부에 등록된 냉동 부산물의 도축 및 가공 가능 생산업체가 존재	○
가공육	HS코드 021019, 021099, 160100에 해당하는 품목은 각 '10년, 14년 베트남으로 수출된 기록이 있으나 현재는 수출되고 있지 않음	X

※출처: 한돈자조금관리위원회. 2018. 5. 「한돈 수출시장 조사 및 전략 개발 사업 최종 보고서」.

- 돼지고기 수입 품목의 대부분이 냉동육(49.2%), 부산물(42.4%)로 구성되어있음
  - 수출이 시행된다면 한국돼지의 부산물 부분에서 큰 잠재력 예상됨

그림 23. 베트남의 돼지고기 수입 현황



※출처: 한돈자조금관리위원회. 2018. 5. 「한돈 수출시장 조사 및 전략 개발 사업 최종 보고서」.

나. 수출돈육의 목표 시장

- 목표시장에 대한 시장분석 개요는 다음 표와 같음

(1) 홍콩

- 기존 시장이면서 우리나라와 지리적으로 가깝고 1인당 높은 수준의 돼지고기 소비량
- 돈육 및 열처리 가공품 수출 가능
- 관광도시의 특성으로 타국의 제품의 이입이 쉬움
- 돼지고기 관련 모든 부분에서 관세가 적용되지 않음

(2) 마카오

- 신흥시장으로 대부분의 돼지고기가 중국산이며 타국의 돼지고기는 홍콩을 통하여 수입
- 꾸준한 돼지고기 소비량의 증가
- 적은 내수생산량
- 한국의 제품에 대한 좋은 이미지를 가지고 있음
- 돼지고기 관련 모든 부분에서 관세가 적용되지 않음

(3) 캄보디아

- 꾸준한 경제성장을 이루고 있음
- 한국의 제품에 대한 좋은 이미지를 가지고 있음
- 관세부분에서 냉장, 냉동, 부산물 적용 하지 않음
- 가격 부분에서 문제가 될 수 있으나 잠재력이 있음

(4) 필리핀

- 가공 육류 시장의 규모가 급속도로 성장 중
- 2018년 1월 수출협약의 완료로 햄, 소시지 등 가공 축산물 수출 가능
- 가공 육류 시장이 연평균 6.4% 성장 중
- 가공 돈육의 대부분을 미국에서 수입
- 한국의 제품에 대한 좋은 이미지를 가지고 있음
- 높은 부산물 수입, 소비량으로 부산물 부분의 잠재력이 큼

표 20. 목표 시장에 대한 시장분석 개요

국가	구분	비고	향후
홍콩	정육	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기존 시장이면서 우리나라와 지리적으로 가깝고 1인당 높은 수준의 돼지고기 소비량</li> <li>○ 돈육 및 열처리 가공품 수출 가능</li> <li>○ 관광도시의 특성으로 타국의 제품의 수입이 쉬움</li> <li>○ 돼지고기 관련 모든 부분에서 관세가 적용되지 않음</li> </ul>	<p>지리적, 돼지고기 소비량, 관광도시의 특성 및 관세 부분에서 성공적인 한돈 성공적 수출의 가능성이 큼</p>
	부산물		
마카오	정육	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 신흥시장으로 대부분의 돼지고기가 중국산이며 타국의 돼지고기는 홍콩을 통하여 수입</li> <li>○ 꾸준한 돼지고기 소비량의 증가</li> <li>○ 적은 내수생산량</li> <li>○ 한국의 제품에 대한 좋은 이미지를 가지고 있음</li> <li>○ 돼지고기 관련 모든 부분에서 관세가 적용되지 않음</li> </ul>	<p>신흥시장으로 꾸준한 돼지고기 소비량 증가와 한류 열풍의 영향, 관세부분에서 성공적 수출 가능성이 큼</p>
	부산물		
캄보디아	정육	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 꾸준한 경제성장을 이루고 있음</li> <li>○ 한국의 제품에 대한 좋은 이미지를 가지고 있음</li> <li>○ 관세부분에서 냉장, 냉동, 부산물 적용 하지 않음</li> <li>○ 가격 부분에서 문제가 될 수 있으나 잠재력이 있음</li> </ul>	<p>꾸준한 경제 성장, 한류 열풍의 영향, 관세부분에서 시장의 잠재력이 있으나 가격 부분의 방안이 필요</p>
	부산물		
필리핀	정육	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 가공 육류 시장의 규모가 급속도로 성장 중</li> <li>○ 2018년 1월 수출협약의 완료로 햄, 소시지 등 가공 축산물 수출 가능</li> <li>○ 가공 육류 시장이 연평균 6.4% 성장 중</li> <li>○ 가공 돈육의 대부분을 미국에서 수입</li> <li>○ 한국의 제품에 대한 좋은 이미지를 가지고 있음</li> <li>○ 높은 부산물 수입, 소비량으로 부산물 부분의 잠재력이 큼</li> </ul>	<p>가공 육류 시장의 성장, 한정적인 수입 국가, 한류 열풍의 영향 및 높은 부산물 수입량과 소비량으로 부산물 수출에 있어서 큰 잠재력을 가지고 있음</p>
	부산물		

5. 한돈 수출대상국별 경쟁력 분석

가. 홍콩

(1) SWOT분석

(가) 정육(신선육)

표 21. 홍콩 내 한국산 정육(신선육) SWOT 분석

외부환경 / 내부환경		강점(Strength)	약점(Weakness)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 인근 거대 잠재시장 존재</li> <li>▶ 국내 돈육소비는 대부분 냉장육 형태                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 돼지고기 구이문화에 따른 신선육 수요에 맞는 제품생산</li> </ul> </li> <li>▶ 원산지 표시로 국내산 돈육에 대한 소비자 신뢰                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질등급, HACCP, 브랜드 등 아시아지역 가열돈육 수출 가능</li> <li>- 가열돈육 수출 물류비용 저렴</li> <li>- 가열 가공품 원료육 가격 경쟁력 우위</li> </ul> </li> <li>▶ 육류 중 국내 소비 최대 규모                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 육류 중(돼지고기, 닭고기, 소고기, 양고기기준) 1인당 소비 규모가 가장 큰 편에 해당함</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 영세한 수출구조</li> <li>▶ 국가대표 수출상품 부족</li> <li>▶ 양돈 선진국에 비해 생산성이 저조                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 원료사료 외국의존, 고임금, 비싼 토지, 환경규제 강화</li> </ul> </li> <li>▶ 돼지사육 환경관리와 질병제어 미흡</li> <li>▶ 균일한 양질의 돼지고기 생산능력 미흡</li> <li>▶ 소비자의 부위별 편향된 소비                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 저지방 부위 과다발생으로 수익성 감소</li> </ul> </li> </ul>
기회(Opportunity)		<p>&lt;우선 수행과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 수출 상품화</li> <li>▶ 홍콩인이 선호하는 국내산 신선 돼지고기 차별화 전략                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 삼겹살 품질 고급화를 통한 홍콩 소비자 확보</li> <li>- 신선 돼지고기 품질 관리 기술 개발</li> </ul> </li> <li>▶ 비 선호부위의 맞춤형 돈육수출 강화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가열돈육 시제품 개발 및 수출시장 개척</li> <li>- 맞춤형 가열 수출돈육 생산체계 확립</li> </ul> </li> </ul>	<p>&lt;우선 보완과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 수출전문 생산단지 설치</li> <li>▶ 다양한 소비층의 수요에 부합되는 돼지고기 제품 생산을 위한 가공기술 개발</li> <li>▶ 고품질 안전돈육 생산으로 소비자 신뢰 확보</li> <li>▶ 씨돼지 및 돈육 수출농가 위생 및 관리체계 장기계획 설정                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 저가 비 선호부위 돈육의 위생관리 및 수출경쟁력 강화</li> </ul> </li> </ul>
위협(Threat)		<p>&lt;위협 해결과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 잠재력 높은 신시장 개척</li> <li>▶ 수출유망품목 발굴 강화</li> <li>▶ 수출상품 고부가가치화</li> <li>▶ 수출상품 브랜드화</li> <li>▶ 국내 돼지고기 품질 향상 및 냉장유통체계 구축                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입산 돼지고기와의 품질 차별성 강화 및 소비자 신뢰 증진</li> <li>- 저가 비선호 부위 돈육의 위생관리 및 가열돈육 수출경쟁력 강화</li> </ul> </li> <li>▶ 고유 토종돼지 유전자원을 활용한 신 품종 개발 및 산업화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 육질 특성 비교 분석을 통한 품질 차별화</li> <li>- 고품질 돈육 생산용 합성종 개발로 중돈 수입비용 절감</li> </ul> </li> </ul>	<p>&lt;장기 보완과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 국가대표 수출상품 육성</li> <li>▶ 수출 조직화 및 규모화</li> <li>▶ R&amp;D를 통한 신품목 개발</li> <li>▶ 수출상품 안전체계 구축</li> <li>▶ 국내 농산부산물의 사료가치 향상 기술적용을 통한 생산비 절감</li> <li>▶ 백신·방역 프로그램 구축 및 체계화를 통한 질병발생 최소화</li> <li>▶ 씨돼지 분산 보존, 우수 유전자원 동결정액 보존 및 공동활용체계 구축</li> <li>▶ 저가 비선호 부위 가열돈육의 수출전략 확립                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출농가 및 육가공장 위생관리 및 유통체계 개선</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 세계 교역규모 증가</li> <li>▶ 선진국에 비해 국내 돼지고기 소비량 증가 가능성 높음                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타 육류에 비해 돈육 선호도 높음</li> </ul> </li> <li>▶ 항생제 사용금지로 안전축산물에 대한 소비심리 확대</li> <li>▶ 비 선호부위 돈육의 수출 가격 경쟁력 우위</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 세계적 경제 침체</li> <li>▶ 가격 경쟁력 취약</li> <li>▶ 시장 개방으로 수입 규모 증가 - 연이은 FTA의 체결로 돈육의 수입 규모는 점차 증가세에 있어 수입규모 증가에 의한 경쟁이 심화되고 있음</li> <li>▶ 규제역 발생으로 돼지고기 수급 부족 및 수입물량 증가</li> <li>▶ 악성 질병 시 우수 유전자원 소실 위험</li> <li>▶ 수입 사료비 증가와 식량안보</li> <li>▶ 돈육 수출대상국의 검역조건 강화</li> <li>▶ 대체 육류에 대한 위협                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 육류를 대체할 단백질원에 대한 개발이 이루어지고 있으며, 대표적인 대체 육류에는 어류, 계란, 식물 단백질 제품이 있음</li> </ul> </li> </ul>			

(나) 정육(냉동육)

표 22. 홍콩 내 한국산 정육(냉동육) SWOT 분석

		강점(Strength)	약점(Weakness)
		외부환경	내부환경
기회(Opportunity)		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 홍콩 소비자의 건강에 대한 관심 증대와 한국 식품은 건강식이라는 인식이 강함</li> <li>▶ 한류로 높은 수준의 충성도를 가진 중국계 소비자들이 많음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한국산 돼지고기에 대한 홍콩 내 인식은 아직은 낮음</li> <li>▶ 가격 경쟁력 다소 약함</li> <li>▶ 한국산의 경우 시장진출 초기라 제품 및 브랜드에 대한 인지도 미약</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 자유무역체제로 관세와 비관세장벽이 거의 없어, 수입 식품에 대한 거부감도 적음</li> <li>▶ 한류영향(K-POP, 드라마 등)으로 한국산 식품 관심 증대</li> <li>▶ 식습관과 생활 패턴의 변화로 비싸더라도 고품질 음식을 찾는 수요 증가</li> </ul>		<p>&lt;우선 수행과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 미래의 식품 트렌드로서 한류 선호 분위기를 활용</li> </ul>	<p>&lt;우선 보완과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 홍콩의 일부 미식가들이 즐길 수 있는 고품질 제품 개발</li> </ul>
위협(Threat)		<p>&lt;위협 해결과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 수입업체 대상으로 한국산 돼지고기의 생산-도축-가공-유통과정 안내와 관광 코스화</li> </ul>	<p>&lt;장기 보완과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 방송홍보 및 물류비 지원 등 정부의 홍보마케팅에 대한 정책적 지원 확대</li> <li>▶ 돼지고기 수입업체 및 셰프를 대상으로 홍보물 배포 및 요리문화 전파</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 수입자유화로 인한 경쟁력 약화 예상 - 저가 냉동돈육 국내시장 점유율 증가</li> <li>▶ 신제품에 개방적으로 오히려 진입장벽 낮아 공급자간 경쟁이 치열</li> </ul>			

(다) 부산물

[홍콩 내 한국산 부산물 SWOT 분석]

표 23. 홍콩 내 한국산 부산물 SWOT 분석

외부환경 / 내부환경		강점(Strength)	약점(Weakness)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한국 내 돈육부산물의 소비가 많지 않기 때문에 잉여 축산물 수출가능</li> <li>▶ 경쟁국(브라질, 미국 등)에 비하여 운송기간이 짧아 홍콩 시장 변동에 탄력적으로 대응이 가능하며 물류비가 낮음</li> <li>▶ 육류수입 규제가 아세안 국가들 중 가장 용이함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 잦은 구제역 발병으로 부산물의 안정적인 공급이 어려움</li> <li>- 바이어와 수출업자 간 장기적인 관계 형성이 어려운 경우 발생</li> <li>▶ 부산물은 주요 소비부위(삼겹살, 목살 등) 생산 후 잔여분을 처분하기 위하여 수출하는 방식이기 때문에 국내 돈육수요 및 대 일본 수출량(뒷다리 등)에 의존</li> </ul>
기회(Opportunity)		<p>&lt;우선 수행과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한류스타를 이용한 적극적인 행사가 필요</li> </ul>	<p>&lt;우선 보완과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 홍콩의 부산물 소비형태 조사 실시</li> <li>▶ 홍콩의 일부 미식가들이 즐길 수 있는 고품질 제품 개발</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 가축사육 규제 관련 정책적 변화 요인으로 인해 현재 홍콩 내 양돈농가는 43개 정도로, 내수 생산 규모가 작아 수입시장에 의존함</li> <li>▶ 홍콩에서 수입비중이 가장 높은 중국에서 아프리카돼지열병이 유행하여 국제적인 돼지고기 공급 부족을 낳고 있음</li> <li>▶ 전 세계 평균 대비 외식비중이 높고, 1인 가구 및 맞벌이 가정의 증가로 간편식(HMR) 선호 경향을 나타냄</li> </ul>			
위협(Threat)		<p>&lt;위협 해결과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 재래시장으로 유통되는 부산물의 유통기한 설정</li> </ul>	<p>&lt;장기 보완과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 수출시장에는 일정한 수출가를 맞추어 필요 있음 (재고물량 확충으로 안정적인 공급도모)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ FTA 등 무역 자유화에 따라 해외의 경쟁력 높은 삼겹살, 목살 부위 수입 확대 가능성이 높고, 이로 인해 돈육 생산 감소 우려</li> <li>▶ 재래시장과 현대적 유통체인에서 거래되는데 재래시장의 정육센터는 한국 정육점보다 냉동시설 등이 열악함</li> </ul>			

(2) 수출확대전략<sup>5)</sup>

(가) 정육(신선육)

① 우선 수행과제

- 수출 상품화
- 홍콩인이 선호하는 국내산 신선 돼지고기 차별화 전략
  - 삼겹살 품질 고급화를 통한 홍콩 소비자 확보
  - 신선 돼지고기 품질 관리 기술 개발
- 비 선호부위의 맞춤형 돈육수출 강화
  - 가열돈육 시제품 개발 및 수출시장 개척
  - 맞춤형 가열 수출돈육 생산체계 확립

② 우선 보완과제

- 수출전문 생산단지 설치
- 다양한 소비층의 수요에 부합되는 돼지고기 제품 생산을 위한 가공기술 개발
- 고품질 안전돈육 생산으로 소비자 신뢰 확보
- 씨돼지 및 돈육 수출농가 위생 및 관리체계 장기계획 설정
  - 저가 비 선호부위 돈육의 위생관리 및 수출경쟁력 강화

③ 위험 해결과제

- 잠재력 높은 신시장 개척
- 수출유망품목 발굴 강화
- 수출상품 고부가가치화
- 수출상품 브랜드화
- 국내 돼지고기 품질 향상 및 냉장유통체계 구축
  - 수입산 돼지고기와의 품질 차별성 강화 및 소비자 신뢰 증진
  - 저가 비 선호 부위 돈육의 위생관리 및 가열돈육 수출경쟁력 강화
- 고유 토종돼지 유전자원을 활용한 신품종 개발 및 산업화
  - 육질 특성 비교 분석을 통한 품질 차별화
  - 고품질 돈육 생산용 합성종 개발로 종돈 수입비용 절감

④ 장기 보완과제

- 국가대표 수출상품 육성
- 수출 조직화 및 규모화
- R&D를 통한 신품목 개발
- 수출상품 안전체계 구축
- 국내 농산부산물물의 사료가치 향상 기술적용을 통한 생산비 절감
- 백신·방역 프로그램 구축 및 체계화를 통한 질병발생 최소화
- 씨돼지 분산 보존, 우수 유전자원 동결정액 보존 및 공동활용체계 구축
- 저가 비 선호 부위 가열돈육의 수출전략 확립
  - 수출농가 및 육가공장 위생관리 및 유통체계 개선

5) (사)한국육류유통수출협회, 2014. 05. 「돼지고기 및 육가공품 수출전략」.

(나) 정육(냉동육)

① 우선 수행과제

- 미래의 식품 트렌드로서 한류 선호 분위기를 활용

② 우선 보완과제

- 홍콩의 일부 미식가들이 즐길 수 있는 고품질 제품 개발

③ 위험 해결과제

- 수입업체 대상으로 한국산 돼지고기의 생산-도축-가공-유통과정 안내와 관광 코스화

④ 장기 보완과제

- 방송홍보 및 물류비 지원 등 정부의 홍보마케팅에 대한 정책적 지원 확대
- 돼지고기 수입업체 및 셰프를 대상으로 홍보물 배포 및 요리문화 전파

(다) 부산물

① 우선 수행과제

- 한류스타를 이용한 적극적인 행사가 필요

② 우선 보완과제

- 홍콩의 부산물 소비형태 조사 실시
- 홍콩의 일부 미식가들이 즐길 수 있는 고품질 제품 개발

③ 위험 해결과제

- 재래시장으로 유통되는 부산물의 유통기한 설정

④ 장기 보완과제

- 수출시장에는 일정한 수출가를 맞출 필요가 있음 (재고물량 확충으로 안정적인 공급 도모)

(3) 수출시 개선필요사항

- 위생적인 부산물 생산 수출의 시설 개선을 위해 업체나 정부의 적극적인 투자 지원
- 수입된 제품이 홍콩 시장에서 정착시까지는 지속적인 프로모션을 행사를 할 수 있도록 수출 업체의 적극적인 지원
- 고가 전략으로 간다면, 홍콩인들의 건강식단에 대한 관심이 많은 바, 유기농 제품의 생산을 통한 접근이 필요하다고 봄

나. 캄보디아<sup>6)</sup>

(1) SWOT분석

- 강점은 동일한 아시아권 국가의 식품으로서 다른 서양권 국가의 제품보다 현지인 입맛에 친숙한 제품이며, 품질 및 안전성에 우위가 있다는 것임
- 약점은 한국어로만 표시된 포장에 다수로, 현지인들이 제품에 대한 정보나 구체적인 조리 방법에 대해 파악이 어렵다는 것임
- 우수한 품질의 수입산 가공식품에 대한 수요가 확산되고 있으며, 젊은 층의 인구가 증가하고 있으며, 출산율 또한 증가하고 있어, 향후에도 소비 시장의 지속적인 성장이 예측되는 것은 기회요인이라 할 수 있음

6) 한국농수산식품유통공사. 2017. 10. 「농식품 수출시장 가이드」.



- 반면, 현지 중간 유통상의 영향력이 매우 강력하고, 정확한 현지 정보의 수집이 어려운 것이 위협요인이 될 수 있음
- SO 전략으로, 가공식품 전반과 고품질 제품에 대한 관심이 증가하고 있기 때문에, 합리적인 가격대에 구매할 수 있는 우수한 품질의 제품임을 강조하며, 현지인 입맛에 맞도록 제품의 맛을 더욱 정교하게 개선할 수 있음
- ST 전략으로, 상대적으로 가격대가 높은 경쟁국(일본)의 제품 대비 합리적인 가격에 즐길 수 있는 고품질 식품임을 강조할 수 있음
- WO 전략으로, 현지인들이 제품에 대한 정보를 쉽게 알아볼 수 있도록 영어 및 캄보디아어로 표시된 패키징을 적극 활용하며, 한식에 대해 알려 주력으로 판매할 수 있는 한국 식품 품목을 확대할 수 있음
- WT 전략으로, 현지인이 주로 방문하는 대형마트에서 시식회나 팝업스토어를 운영하여 인지도 및 친숙도를 제고하여 한국 식문화를 알릴 수 있음

표 24. 캄보디아 내 한국산 정육(신선육) SWOT 분석

		강점(Strength)	약점(Weakness)
		외부환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 같은 아시아권 식품으로 현지인 입맛에 친숙한 품목 다수 보유</li> <li>▶ 우수한 품질 및 합리적인 가격대의 제품</li> </ul>
기회(Opportunity)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 경제 성장 추세로 고품질 제품에 대한 니즈 확산</li> <li>▶ 전반적인 산업 인프라가 미비하여 자국산 가공식품보다 수입산 가공식품 위주로 판매</li> </ul>		<p>&lt;우선 수행과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 합리적인 가격대에 우수한 품질의 제품임을 강조</li> <li>▶ 아시아권 제품으로서 다른 서양 브랜드의 제품보다 입맛에 친숙함을 강조하고, 현지인 입맛에 맞도록 제품을 더욱 정교하게 개선</li> </ul>	<p>&lt;우선 보완과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 현지인들이 쉽게 알아볼 수 있도록 영어 및 캄보디아어로 표시된 패키징 활용</li> <li>▶ 주력으로 판매할 수 있는 한국식품 품목의 확대를 위해 한국 식문화 및 한식 조리방법에 대해 적극적으로 홍보</li> </ul>
위협(Threat)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 여전히 세계 최빈국 수준으로 낮은 GDP와 가처분소득</li> <li>▶ 수도권 프놈펜을 제외한 지역은 물류 인프라 미비</li> <li>▶ 중간 유통상과 장기적인 신뢰관계 구축 필요</li> </ul>		<p>&lt;위험 해결과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 수도권 프놈펜을 중심으로 공략</li> <li>▶ 경쟁국 대비 합리적인 가격대에 구입할 수 있는 안전한 식품임을 강조하여 주요 유통매장에 입점</li> <li>▶ 장기적인 관점에서 중간 유통상과의 신뢰 구축</li> </ul>	<p>&lt;장기 보완과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 유통매장에서의 시식행사와 텔레비전 광고 등의 프로모션 활용을 통해 인지도 제고 및 식문화 홍보</li> </ul>

※출처: 한국농수산물유통공사. (2017). 2017 농식품 수출시장 가이드 캄보디아.

(2) 수출확대전략<sup>7)</sup>

(가) 정육(신선육)

① 우선 수행과제

- 합리적인 가격대에 우수한 품질의 제품임을 강조
- 아시아권 제품으로서 다른 서양 브랜드의 제품보다 입맛에 친숙함을 강조하고, 현지인 입맛에 맞도록 제품을 더욱 정교하게 개선

② 우선 보완과제

- 현지인들이 쉽게 알아볼 수 있도록 영어 및 캄보디아어로 표시된 패키징 활용
- 주력으로 판매할 수 있는 한국식품 품목의 확대를 위해 한국 식문화 및 한식 조리방법에 대해 적극적으로 홍보

③ 위험 해결과제

- 수도권 프놈펜을 중심으로 공략
- 경쟁국 대비 합리적인 가격대에 구입할 수 있는 안전한 식품임을 강조하여 주요 유통매장에 입점
- 장기적인 관점에서 중간 유통상과의 신뢰 구축

④ 장기 보완과제

- 유통매장에서의 시식행사와 텔레비전 광고 등의 프로모션 활용을 통해 인지도 제고 및 식문화 홍보

(3) 수출시 개선필요사항<sup>8)</sup>

- 한국 식품에 관심이 있는 젊은 현지 소비자층을 대상으로 한국 식품의 고품질 이미지를 강화하고, 현지 중간 도매상과의 신뢰를 구축하는 것이 중요함
- 중간 유통상의 영향력이 큰 캄보디아 유통 구조의 특성 상, 중간 유통상을 통해 제품을 유통해야하기 때문에, 이들에게 제품을 소개하는 것을 최우선 전략으로 함

7) (사)한국육류유통수출협회. 2014. 05. 「돼지고기 및 육가공품 수출전략」.

8) 한국농수산식품유통공사. 2017. 10. 「농식품 수출시장 가이드 캄보디아」.

다. 필리핀

(1) SWOT분석

표 25. 필리핀 내 한국산 정육(신선육) SWOT 분석

외부환경 / 내부환경		강점(Strength)	약점(Weakness)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한국 내 돈육 부산물의 소비가 많지 않기 때문에 잉여 축산물을 수출가능<sup>9)</sup></li> <li>▶ 경쟁국(캐나다, 미국, 유럽 등)에 비하여 운송기간이 짧아 필리핀 시장 변동에 탄력적으로 대응가능하며 물류비가 낮음</li> <li>▶ 아세안 최고 수준의 견고한 경제성장세<sup>10)</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 잦은 규제역 발병으로 돈육 부산물의 안정적인 공급이 어려움               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 바이어와 수출업자 간 장기적인 관계 형성이 어려운 경우 발생</li> </ul> </li> <li>▶ 돈육 부산물은 주요 소비 부위(삼겹살, 목살 등) 생산 후 잔여분을 처분하기 위하여 수출하는 방식이기 때문에 국내 돈육수요 및 대 일본 수출(뿔다리 등)량에 의존</li> <li>▶ 복잡한 유통구조<sup>11)</sup></li> </ul>
기회(Opportunity)		<p>&lt;우선 수행과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 중산층 공약을 통한 소비재 진출 강화               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중상위 소득계층을 겨냥한 가격경쟁력 있는 제품 공급 필요</li> <li>- 현지 유통망 장악 대기업은 물론 전문 벤더 집중 공략 필요</li> <li>- 한류 붐 등으로 식품 시장 진출 유망</li> <li>- 견고한 내수시장 수요 점유 확대<sup>12)</sup></li> </ul> </li> </ul>	<p>&lt;우선 보완과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 무엇보다 먼저 안정적인 돈육수출에 장애요인인 규제역 컨트롤이 우선되어야 함</li> <li>▶ 현지 대형 육류 수입업체 및 가공업체 발굴 및 수출업체 연결을 통한 대량·안정적 수출 기반 마련               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 실제로 필리핀 다수의 육류 수입업체에서도 한국산 돈육에 관심이 많으나 국내업체가 영세하여 거래에 따른 위험이 있고, 한국 수출업체 정보를 알지 못하여 거래하지 못하는 경우가 많음</li> </ul> </li> <li>▶ 정책·법령 제·개정으로 발생하는 틈새 수요 공략</li> </ul>
위협(Threat)			<p>&lt;위협 해결과제&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 필리핀 고급인력을 활용한 서비스분야 진출</li> <li>▶ 경제/통상 변화에 따른 기회 포착</li> <li>▶ 필 정부의 전방위적 인프라 구축 정책 활용</li> <li>▶ 현지 서플라이 체인에 참여해 부품시장 공략</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 필리핀의 높은 인구증가율과 경제성장에 따라 현지 육류 수요가 점차 증가될 것으로 전망</li> <li>▶ ASEAN 회원국으로 한국과 FTA 체결</li> <li>▶ AEC 출범으로 인한 시장개방 확대</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ FTA 등 무역 자유화에 따라 해외의 경쟁력 높은 삼겹살, 목살 부위 수입 확대 가능성이 높고, 이로 인해 국내 돈육생산 감소 우려</li> <li>▶ 자국민/자국산업 보호주의 기조</li> <li>▶ 빈번한 자연재해로 사업장 운영 중단 가능성</li> </ul>			

(2) 수출확대전략<sup>13)</sup>

(가) 정육(신선육)

① 우선 수행과제

- 중산층 공약을 통한 소비재 진출 강화
  - 중상위 소득계층을 겨냥한 가격경쟁력 있는 제품 공급 필요
  - 현지 유통망 장악 대기업은 물론 전문 벤더 집중 공략 필요

② 우선 보완과제

- 무엇보다 먼저 안정적인 돈육수출에 장애요인인 규제역 컨트롤이 우선되어야 함
- 현지 대형 육류 수입업체 및 가공업체 발굴 및 수출업체 연결을 통한 대량·안정적 수출 기반 마련
- 정책·법령 제·개정으로 발생하는 틈새 수요 공략

③ 위험 해결과제

- 필리핀 고급인력을 활용한 서비스분야 진출
- 경제/통상 변화에 따른 기회 포착
- 필 정부의 전방위적 인프라 구축 정책 활용
- 현지 서플라이 체인에 참여해 부품시장 공략

④ 장기 보완과제

- 뒷다리살 등 현지 가공(런천미트 등) 수요가 많은 신규 품목 발굴
- 한국산 런천미트 등 필리핀 저가 시장을 공략할 수 있는 품목을 개발하여 현지시장개척
  - 가격에 민감한 특성을 보이는 필리핀 시장에서는 육류 대응으로 현지가공 저가 육류 캔 조리제품 시장이 크게 형성되어 있음
  - 현재 한국에서 생산되는 ‘런천미트’는 상대적으로 고가로 필리핀시장개척이 어려움
- 온라인/홈쇼핑 유통망 활용
  - 자체적인 유통망 확보

(3) 수출시 개선필요사항<sup>14)</sup>

- 돼지 제품(돼지고기, 부산물, 육가공제품) 중 가장 수출이 가능한 제품을 단계적으로 추진 필요. 즉 부산물 > 돼지고기 > 육가공 제품
- 수입창구 및 수입업체는 다양화하는 반면에 수출창구는 일원화 또는 업체 간 정보 교류를 통하여 유리한 수출조건과 결제 조건을 유지 필요
- 박람회 및 전시회 등 프로모션을 통해서 소비자의 인식 개선 필요

9) KATI. 2010. 12. 「필리핀 돈육 부산물 시장현황」.

10) Kotra. 2018. 「국별 진출전략 필리핀」.

11) 대외경제정책연구원. 2013. 12. 「필리핀 경제의 구조적 문제점과 한국-필리핀 경제협력 방향」.

12) Kotra. 2019. 「국별 진출전략 필리핀」.

13) (사)한국육류유통수출협회. 2014. 05. 「돼지고기 및 육가공품 수출전략」.

14) (사)한국육류유통수출협회(www.kmta.or.kr) 필리핀 수출확대 전략.

6. 돈육의 기술 수준 분석

가. 특허, 논문, 제품(시장) 분석보고서

(1) 특허분석

(가) 특허분석 범위

표 26. 특허분석 범위

대상국가	국내/국외
특허 DB	NDSL (ndsl.kr)
검색범위	키워드

개발기술명		(기술 1)	(기술 2)
Keyword		돈육 수출	육류 수출
검색건수		4	5
유효특허건수		0	1
핵심특허 및 관련성	특허명	어패류 또는 육류의 선도유지 및 그 가공방법	
	보유국	한국	
	등록년도	2003	
	관련성(%)	30	
	유사점	육류의 저장안정성 향상으로 육류가공업자 및 수출업자의 경제적 소득 증가효과를 기대함	
	차이점	육류의 저장안정성에 대한 특허 내용이며, 수출은 그 기술을 활용한 방안 중 하나임으로 유사하다고 보기 어려움	

(2) 논문분석

(가) 논문분석 범위

표 27. 논문분석 범위

대상국가	국내/국외
논문 DB	NDSL (ndsl.kr), 구글 학술검색(scholar.google.co.kr)
검색범위	키워드

개발기술명		(기술 1)	(기술 2)	(기술 3)
Keyword		돼지고기 수출	해외 돼지고기 수출	후기사료 급여
검색건수		182	2	243
유효논문건수		101	1	192
핵심논문 및 관련성	논문명	몽골 돼지고기 시장 분석 및 수출 지속 가능성	대일 돈육 수출 확대방향	성장단계별 사료급여 방법이 육성-비육돈의 성장과 육질 그리고 생산비에 미치는 영향
	학술지명	한국축산식품과학회지	Korea swine journal	Journal of Animal Science and Technology
	저 자	곽영태	고영	정태삼, 허필승, 이근영, 김동혁, 주원성, 김유용
	게재년도	2005	1988	2010
	관련성(%)	20	20	50
	유사점	국내 돼지고기 시장분석 및 해외 시장분석을 통한 수출활로 개척의 의의는 같으나,	국내 돼지고기 하락세에 따른 해외 수출방향 제시	후기사료 급여를 통한 육질 및 생산비 개선
차이점	수출 대상국이 다르며, 몽골시장과 대한민국 시장에 대한 비교이므로 유사하다고 보기 어려움	현재와 시장 흐름이 다른 과거의 분석 자료이며, 수출대상국 또한 다름	후기사료 급여의 정확한 표준안이 없으며, 수출방안의 대책이 아님	
개발기술명		(기술 1)	(기술 2)	(기술 3)
Keyword		후기사료 급여	출하 전 절식	출하 전 절식
검색건수		243	10	10
유효논문건수		192	7	7
핵심논문 및 관련성	논문명	양돈장 관리시스템이 출하돈의 도체품질에 미치는 영향	Evaluation of carcass yield and digestive conditions in HANWOO and pigs during feed withdrawal time	Effects of fasting and transportation on pork quality development and extent of postmortem metabolism
	학술지명	Journal of Housing and the Built Enviroment	Journal of the Preventive Veterinary Medicine	Journal of Animal Science
	저 자	김두환, 서종태	정한성, 명동훈, 김성준, 장병준, 최농훈	Leheska, J. M., D. M. Wulf, and R. J. Maddock
	게재년도	2009	2017	2003
	관련성(%)	50	50	50
	유사점	후기사료 급여 차이에 따른 PSE발생률 및 육질 우수성 확인	돼지 출하 전 절식의 중요성 및 절식시간 제시	출하 전 절식 준수 시 pH의 차이에 의한 육질차이
차이점	후기사료 급여에 따른 차이점은 분석하였으나, 과거 자료이며 수출활용 용도가 아님	절식을 통해 위가 비워짐을 확인하였으나, 육질, 지육량, 미생물 등의 연구결과는 없음	절식을 통한 육질차이를 제시하였으나, 지육량, 미생물 등 연구결과는 없음	

### (3) 제품 및 시장분석

- 우리나라의 돼지고기 소비는 삼겹살, 목심, 갈비 등에 편중되어 있어 국내 생산량에 비해 소비량이 훨씬 많아 부족분은 매년 수입하는 반면, 비 선호부위인 뒷다리살 및 등심 등은 소비적체가 심하다.

- 반면 일본 등 돼지고기 주요 수입국은 등심, 뒷다리살의 가격이 다른 부위에 비해 높아 비 선호부위의 가격차를 활용하여 해외 시장에 수출하여 비 선호부위 적체현상을 해소 하였으나, 국내 구제역, 돈열 등 수출에 장애가 되는 악성 가축질병이 발생함에 따라 주요 수출 국가들에 수출이 중단되었음.

(가) 생산 및 시장현황

- 국내 제품생산 및 시장 현황 : 우리나라 돼지고기 소비량은 1995년도 611천 톤에서 꾸준히 증가하여, 2017년도에는 1,272천 톤에 이르렀다.
  - 반면에 우리나라 돼지고기 공급량은 1995년도 639천 톤에서 2002년도에 785천 톤에 이른 후 2006년도에 677천 톤까지 감소하였다가 2010년도에는 764천 톤까지 증가하였다.
  - 국내산 돼지고기 공급량 증가속도는 돼지고기 소비량 증가속도를 따라가지 못하여 국내산 돼지고기의 자급률은 점차 낮아지고 있음
- 국외 제품생산 및 시장 현황 : 홍콩의 인구는 719만 명으로 많은 인구는 아니지만 1인당 GDP가 US\$ 3만 7,900 달러로 한국보다 높은 수준이며, 연간 돼지고기 소비량은 50만 톤으로 홍콩을 방문하는 방문객 증가에 따라 높은 소비량을 보인다.
  - 80년대 이후, 홍콩정부가 홍콩 내 사육을 줄이기 위해 양돈업체 허가 포기 시 보상금을 지급한 후 추가적인 양돈 허가를 주고 있지 않다.
  - 홍콩의 돼지고기 수입시장에서는 브라질산과 중국산이 수입량의 43~50%, 수입액의 55~60%를 차지하고 있다.
  - 돼지고기의 구매 형태는 냉장육과 냉동육이 각각 50%인 것으로 조사되었으며, 선호 부위는 목살이 28.6%로 가장 많고 등심 16.2%, 안심 14.3% 순으로 나타난다.

(4) 3P(특허, 논문, 제품)분석을 통한 연구추진 계획

(가) 분석결과 향후 연구계획(특허, 논문, 제품 측면에서 연구방향 제시)

- 특허분석 측면
  - 기존 특허는 국내 유통분야에 치중되어 있으므로, 본 연구과제에서는 수출 유통방향으로 연구를 추진하여 운송 포장기법, 돼지 음용수 및 부산물을 활용한 수출용 식품 개발 특허 등을 국내 및 국외에 출원할 계획임
  - 수출할 수 있는 고품질 돼지고기 생산을 위한 기준을 설정하고, 설정에 따른 고품질 돼지고기 생산을 통해 한국산 돼지고기의 맛을 확립하여 수출활로 개척
- 논문분석 측면
  - 다른 문헌들과 비교하였을 때 후기사료 및 출하 전 절식에 대한 선행연구는 많으나, 후기사료 및 출하 전 절식의 확실한 기준은 찾아보기 힘들기 때문에 본 연구는 새로운 기법의 최적 생산 방법 역시 논문으로 투고 가능하여 가치가 높다고 판단됨.
  - 특히 출하 전 절식을 통한 위생안정성 확립 및 유통기한 증진 효과가 기대됨
- 제품 및 시장분석 측면
  - 수출통합브랜드를 구축하여 한돈의 차별화된 브랜드를 설명하고 높은 수준의 대외적 홍보 진행을 통해 수출활로 개척 및 한돈 인지도 상승효과
  - 수출통합브랜드 구축을 통해 수출 수요를 확립하여 가격안정화 및 품질균일화 진행

## 2절 한돈수출 기준 시장 및 신규시장 확대방안

### 1. 한돈수출 기준 시장 조사

#### 가. 국내 전문가인터뷰를 통한 시장조사

(1) 조사방법: 델파이 기법을 통한 전문가 조사

(2) 조사 대상 및 기간

- 조사목적: 한돈 수출업체로부터 수출단계별 애로요인을 도출하여, 애로요인 해결을 위한 최적기술을 개발하고 협력시스템을 구축하기 위함
- 조사대상: 현재 돈육 수출 진행 중인 업체와 수출실적이 있는 국내 수출업체
- 조사내용: 다음과 같은 8개 부문에 대해 애로사항 및 해결방안을 조사
  - 수출 진행현황
  - 수출국
  - 수출품목
  - 수출국 선별기준
  - 수출품 국내생산의 문제
  - 운송 문제
  - 통관
  - 현지 유통
- 조사기간: 2019. 5.27. ~ 7.12.
- 조사방법: 직접 면담 또는 유선 통화를 통해 설문 진행하고 델파이기법으로 전문가 의견을 최종 정리하였음

(3) 전문가 조사 결과

(가) 정육(신선육, 냉동육) 부문

㉠ 수출진행 여부

- 설문에 참여한 7개 업체 중, 현재도 수출 진행 중인 업체는 3개소이었고, 수출을 중단한 업체는 4개소이었음

표 28. 설문응답 수출업체별 수출진행 상황

구분	업체(익명)						
	A	B	C	D	E	F	G
수출 진행	○	○	○				
수출 중단				○	○	○	○
수출국	홍콩	○	○	○	○	○	○
	일본					○	○
	필리핀				○		○
	러시아						○
	캄보디아				○		
	몽골					○	



㉞ 수출국

- 현재 수출 진행 중인 업체는 2곳 모두 홍콩에 수출 진행 중
  - 과거 수출을 진행했던 국가는 홍콩 3곳, 일본 3곳, 필리핀 2곳, 러시아 1곳, 캄보디아 1곳, 몽골 1곳으로 조사됨

㉟ 수출품목

- 주요 수출 품목은 진행 중인 품목은 삼겹살, 목살, 그리고 등심이 수출 진행 중
  - 다양한 품목들이 수출되었지만, 삼겹살, 목살, 그리고 등심이 가장 많은 업체들이 수출 품목으로 수출
- 갈비, 냉동후지, 특수부위, 앞다리, 뒷다리의 경우 각각 1곳의 업체가 수출하였으며, 안심의 경우 2곳의 업체가 수출 진행

표 29. 설문응답 수출업체의 정육 품목별 수출 현황

	수출진행업체			수출중단업체			
	A	B	C	D	E	F	G
삼겹살	고가	고가		고가	고가		
목살	고가	고가		고가	고가		
등심	고가	고가		고가	중가		
갈비				고가			
냉동후지				고가			
안심		고가			고가		
특수부위		고가					
앞다리					저가		
지방					고가		
뒷다리					고가		

㊱ 수출물량

- 돈육 수출이 FMD로 인해 중단되었다가, 최근에 자생적으로 소수의 업체들이 수출을 재개하고 있는 상황임

표 30. 설문응답 수출진행업체의 수출진행 현황

업체	기 간			
	2016	2017	2018	2019
	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12
A	➔			
	수출시작 : 2016.6.			
	수출량 : 4,682 kg		수출액 : US\$81,733, ₩96,444,940	
B	➔			
	수출시작 : 2017.5.			
	수출량 : 9,700 kg		수출액 : US\$163,157, ₩192,525,260	
C	➔			
	수출시작 : 2018.12.			
	수출량 : 500 kg		수출액 : 비공개	

○ 과거 돈육 수출 대상국 및 실적은 다음 표와 같음

표 31. 설문응답 수출중단업체의 수출실적

업체	구분	기간		
		2008	2014	2015
D	수출년도	2008	2014	2015
	수출국	필리핀	홍콩	캄보디아
	수출량 (kg)	46,993	52	223
	수출액 (US\$)	91,689	740	1,471
E	수출년도	1994~2001	2017	
	수출국	일본	홍콩	
	수출량 (kg)	7,624,000	1,000	
	수출액 (US\$)	21,811,000	16,000	
F	수출년도	1991~2000	2015	
	수출국	일본	홍콩	
	수출량 (kg)	비공개	2,000	
	수출액 (US\$)	비공개	비공개	
G	수출년도	1968~2000	2002~2006	2009
	수출국	일본	러시아	필리핀
	수출량 (kg)	80,233,000	1,262,000	4,469,000
	수출액 (US\$)	332,809,000	4,653,000	6,022,000

㉞ 수출국 선별 기준 우선순위

○ 수출국 선별 기준에서 가장 중요한 부분은 ‘통관여부’ 이었고, 그다음 ‘시장 및 수입 현황’ 과 ‘한류열풍’ 등의 순서이었음

- 검역협정이 완료되어야 수출이 가능하며, 한류열풍이 돈육 수출에 영향을 미침

표 32. 홍콩 수출에 대한 선별기준 우선순위

우선순위	항목	수출국 선별기준 우선순위
1	통관 및 검역제도	○ 한국과 홍콩의 검역 협정완료가 수출 사업의 선행조건 - 사전 신고만 한다면 홍콩 통관의 문제 없음 ○ 한돈 수출입 제한적임 - 수출입이 제한적이기 때문에 통관 및 검역이 수출의 우선순위
2	한류열풍	○ 한국에 대한 좋은 인상과 분위기 - 한식 식문화 현지인들이 선호
3	정육의 소비현황	○ 한식당 및 주요 정육점 수요 증가추세
4	시장 및 수입현황	○ 홍콩은 전 세계 육류가 경쟁하는 축산물 백화점이며 테스트팅 베드이고 중국 수출의 전초기지임
5	소득수준	○ 무역/금융의 중심지로 소득수준이 전 세계 최고이며, 외식업 비중이 높음
6	관세	○ 관세 0%

㉞ 수출품 국내 생산의 문제

- 현재 수출 진행 업체들은 국내 생산의 가장 큰 문제로 ‘매입가격 변동’을 꼽았음
  - 수출 중단 업체에서도 여름철 가격폭동 및 명절 특수 시 가격변동을 통한 가격 불안정을 문제점을 꼽았으며, 아직 개선되지 않은 문제라고 지적함
- 연차 수출계약의 문제점
  - 연차 출하계약을 맺었음에도 불구하고, 정산금액에 따라 양돈농가의 계약 파기 빈번
- 한돈이 해외시장에서 높은 가격인 이유에 대한 설명이 필요
- 수출 중단 업체들은 ‘질병 발생여부’를 가장 큰 문제로 꼽았음
  - 과거 구제역 발생으로 인해 수출 중단 된 경험이 있기 때문에 질병 발생여부가 수출에 큰 문제점

표 33. 수출품 국내생산의 문제점에 대한 수출업체의 의견

수출품 국내 생산의 문제점		
항목	수출진행업체	수출중단업체
제품 품질문제	○ 국내 정육 매입가격의 불안정화	○ 농가 생산성 위주의 품질 - 과지방, 탄력부족, 균일하지 않은 품질(PSE육, 떡지방 등 낮은 품질 생산이 많음)
가격	○ 높은 한돈 가격으로 인한 해외 시장 경쟁력 부족 - 여름철 및 명절 특수 시 가격 폭등 ○ 해외시장대비 단가 변동이 잦으며 등락폭이 큼 - 연간 고정단가 협의 문제	
생산 가격변동		○ 국내 돈가 수출 경쟁력 확보 필요 - 국내 돼지의 생산원가 및 판매가 상승으로 제품의 가격경쟁력 상실
브랜드 스토리	○ 새로운 품종과 스토리 필요 - LYD로 대변되는 한돈품종을 극복할 수 있는 차별화된 브랜드와 스토리 필요 (제주 흑돼지 등)	
질병 발생여부	○ 구제역 발생 시 수출불가 - 구제역 발생이 잦아 수입국에서 우려가 큼	○ 빈번한 구제역 및 가축질병 발병으로 수출 제한 - 구제역 발생으로 대일 수출중단 (2000년)
매입 가격변동	○ 해외시장대비 단가 변동이 잦으며 등락폭이 큼 - 연간 고정단가 협의 문제	○ 월별 돈가 변동 폭이 큼 - 생돈 매입방법의 현실화 필요
공급 계약문제		○ 연차 출하계약 불이행 - 타 업체에서 정산금액을 더 높이면 양돈농가에서 계약을 무시하고 출하선 변경
기타 (도축장, 작업장)		○ 위생적 도축이 선결 - 최근 도축장 시설 개선 노력으로 개선되고 있으나, 관리 및 작업자의 교육 및 노력 필요

㉔ 운송 문제

- 수출 진행업체들은 항공운송의 물류비 부담 문제점
  - 항공운송을 통한 물류비 부담이 크며, 이에 대한 정부의 지원 필요
- 수출 중단업체들은 수출용 포장에 대한 문제점
  - 수출용 포장비 문제와 단블박스의 재질 문제, 정부의 지원으로 포장비용 경쟁력 확보가 필요

표 34. 운송 문제점에 대한 수출업체의 의견

운송 문제점		
항목	수출진행업체	수출중단업체
제품 포장문제		○ 수출용 포장비 고비용 구조 - 단블박스 재질이 약해 장시간 운송 시 외형변형 등 문제점
기타 (운송비용)	○ 냉장(항공) 운송 시 제품 가격대비 운송비용 과중	

㉕ 통관

- 수출을 위한 수출작업장 지정
  - 도축장 및 가공장의 수출 작업장 지정의 문제점

표 35. 통관 문제점 문제점에 대한 수출업체의 의견

통관 문제점		
항목	수출진행업체	수출중단업체
기타 (수출 작업장 지정)		○ 도축장 및 가공장의 수출 작업장 지정 문제 - 정부차원의 수출 작업장 지정 필요

㉖ 현지유통

- 한국산 돼지고기의 높은 가격에 대한 타당한 이유 부족
  - 수출진행업체, 수출중단업체 모두 한국산에 대한 인지도가 부족하며, 높은 가격에 대한 설명이 필요
- 짧은 국내 유통기한으로 인한 문제점
  - 국내산은 45일이나 경쟁국은 50~55일 수준

표 36. 현지 유통 문제점에 대한 수출업체의 의견

현지유통 문제점		
항목	수출진행업체	수출중단업체
현지유통	○ 짧은 국내 유통기한 - 국내 45일, 해외 50~55일 정도 수준	
도소매 판매업자 반응	○ ‘품질은 좋지만, 가격이 비싸다’ 라는 반응 - 수출품에 대한 가격 경쟁력 부족	○ 다른 국가들에 비해 가격이 비싸 경쟁력 부족 - 한국산에 대한 인식 및 홍보 부족
소매단계 소비자 반응	○ 한국 문화에 대해 높은 관심이 한돈 판매에 까지 연결 - 여전히 한돈에 대한 인식부족	○ 한국산 축산물이 판매 가격이 높은 것에 비해 소비자 인지도 낮음 - 수입국의 소비자들에게 한국산에 대한 인식 부족
기타 (제품유통)		○ 홍콩의 경우 냉동육 콜드체인 시스템 미흡 - 냉장육 수출의 어려움

(나) 부산물 부문

㉔ 수출진행현황

- 설문에 참여한 5곳의 업체 중, 수출 진행 중인 업체 1곳, 수출을 중단한 업체 4곳

표 37. 설문 응답 업체별 수출진행 상황

업체(의명)	A	B	C	D	E
수출 진행	○				
수출 중단		○	○	○	○
수출국	홍콩	○			
	일본		○		○
	필리핀		○	○	○
	태국		○	○	○

㉕ 수출국

- 현재 수출 진행 중인 1개 업체는 2017.12.부터 홍콩에 수출 진행 중  
- 과거 수출했던 국가별 업체는 필리핀(2007.05.~2008., 2009.01.~2009.12.) 4업체, 태국(2008.01.~2009.12.) 3업체, 일본(2008.03.~2015.11.) 2업체임

㉖ 수출품목

- 수출 품목은 현재 수출 진행 중인 업체는 홍콩에 돈피, 막창, 등뼈를 수출 중임  
- 과거 수출했던 품목들은 돈피(홍콩), 가열대장(일본), 가열소장(일본), 간(태국, 일본), 냉동돈피(필리핀), 돼지머리(필리핀) 이었음

표 38. 부산물 품목별 수출 현황에 대한 수출업체의 의견

구분	수출진행업체	수출중단업체			
	A	B	C	D	E
돈피	저가			증가	저가
막창	고가				
등뼈	저가				
가열 대·소장		고가			저가
간		고가	증가		저가
냉동돈피		고가			
돈지				증가	
돼지머리			증가		

㉫ 수출물량

- 돈육 수출이 FMD로 인해 중단되었다가, 최근에 자생적으로 1개 업체가 수출을 재개하고 있는 상황임

표 39. 설문응답 수출진행업체의 수출진행 현황

업체	기 간																																			
	2017												2018												2019											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
A																																				
	수출시작 : 2017.12.																																			
	수출량 : 5,500 kg																		수출액 : US\$ 42,499																	

표 40. 설문응답 수출중단업체의 수출실적

업체	구분	기간		
		2008~2015	2008~2009	2009
B	수출년도	2008~2015	2008~2009	2009
	수출국	일본	태국	필리핀
	수출량(kg)	290,690	271,500	322,000
	수출액(US\$)	669,787	147,816	136,800
C	수출년도	비공개	비공개	
	수출국	필리핀	태국	
	수출량(kg)	비공개	비공개	
	수출액(US\$)	비공개	비공개	
D	수출년도	2007~2008		
	수출국	필리핀		
	수출량(kg)	비공개		
	수출액(US\$)	비공개		
E	수출년도	비공개	비공개	비공개
	수출국	필리핀	태국	일본
	수출량(kg)	비공개	비공개	비공개
	수출액(US\$)	비공개	비공개	비공개

㉞ 수출국 선별 기준 우선순위

- 수출국 선별 기준에서 가장 중요한 부분은 ‘통관여부’ 이었고, 그다음은 ‘시장 및 수입현황’ 과 ‘한류열풍’ 등의 순서이었음
- 검역협정이 완료되어야 수출이 가능
- 한류 열풍으로 인한 현지 한식당 수요 및 현지인들의 수요가 있음

표 41. 부산물 홍콩 수출에 대한 선별기준 우선순위

항목	우선순위	수출국 선별기준 우선순위
통관 및 검역제도	1	○ 부산물 통관이 용이하며, 가열제품에 대해서는 구비서류 불필요 - 선통관 후신고
한류열풍	2	○ 한식 식문화 현지인들이 선호
정육의 소비현황	3	○ 한식당에서 수요가 있음
관세	4	○ 무관세, 중요치 않음

㉞ 수출품 국내 생산의 문제

- 질병 발생으로 인한 수출 중단이 가장 큰 문제점
  - 과거 질병발생으로 수출 중단되었으며, 현재 수출에도 발생에 대한 걱정
- 저가로 구입하려는 수입국의 형편과 분기별 국내 가격변동이 문제
- 지속적 수출 가능성이 적어 국내 업체들의 품질 향상을 위한 투자가 소홀

표 42. 수출품 국내 생산의 문제점에 대한 수출업체 의견

구분	수출품 국내 생산의 문제점	
항목	수출진행업체 의견	수출중단업체 의견
제품 품질문제		○ 품질 향상을 위한 투자 소홀 - 지속적 수출 가능성이 적어 품질 향상을 위한 투자 부족
매입 가격변동	○ 분기별 가격 변동이 큼	○ 저가로 구입하려는 수입국의 형편 - 수입국의 상황 변동에 따른 조치 필요
생산 가격변동		○ 국내 돈가의 등락 - 원가의 변동요인
질병 발생여부	○ 구제역 발생 시 수출불가 - 구제역 발생이 잦아 수입국에서 우려가 큼	○ 빈번한 구제역 및 가축질병 발병으로 수출 제한 - 구제역 발생으로 인한 일본, 필리핀, 태국 등 수출 중단
기타		○ (검역인증) 태국 검역인증 - 국가 공문이라 태국 담당자 직원이 처리 불가능하여 위원회를 개최하여야 해서 수출 실패 ○ (수출초기비용) 수출 초기 접근비용이 많이 듦 ○ (수출작업장 인증) 태국으로 부산물 수출은 2-3년마다 현장 점검을 통한 작업장 재인증 필요 - 2018.2월 만료되어 재인증이 필요한 상황

㉔ 운송 문제

- 수출 운송은 방법 보다는 물량이 문제임
  - 수출물량이 일정하지 않아 소량을 운송해야 될 경우 부담되는 운송비가 큼
- 일부 도축장의 냉동시설 미흡으로 인한 운송 중 이취 등 문제 발생소지

표 43. 운송 문제점에 대한 수출업체의 의견

운송 문제점		
항목	수출진행업체	수출중단업체
제품 포장문제		○ 수입국의 요구에 부응하여 포장 가능 - 동결제품의 경우 (일반비닐 + 박스포장)으로 진행 가능
운송 저장온도		○ 일부 도축장의 시설 미흡으로 이취 등 문제 발생소지 있음
운송 기간의 정도		○ 해운 운송 진행 - 부산물은 냉동상태로 수출 가능하여 큰 문제 없음
기타	○ 소량 운송시 물류비용 부담 - 냉동컨테이너를 통해 운송에 문제는 없으나, 부산물 단가가 높지않아 소량 운송 시 물류비용이 부담	○ 물류비 지원 필요 ○ 냉장, 냉동 수출 시 제도적인 조치 필요 - 정부의 노력이 필요, 현재 불가상태

㉕ 통관

- 수출중단업체의 경우, 도축장 및 가공장의 수출 작업장 지정 문제

표 44. 통관 문제점에 대한 수출업체의 의견

통관 문제점		
항목	수출진행업체	수출중단업체
기타(수출 작업장)		○ 수출작업장 실사 문제 ○ 도축장 및 가공장의 수출 작업장 지정이 힘들



㉔ 현지유통

- 국내 수출품이 타국 수출품에 비해 가격이 비싸 수출의 어려움
- 도·소매 업자가 원하는 스펙협약에 따른 문제점

표 45. 조사대상 수출진행업체 및 수출중단업체 현지유통 문제점

현지유통 문제점		
항목	수출진행업체	수출중단업체
도소매 판매업자 반응		○ 열처리 돼지머리 수출 - 최근 필리핀에 열처리 돼지머리 수출 추진하였으나, 냉동제품 요구
기타 (가격 경쟁력)		○ 타국과 비교 시 높은 가격으로 수출 감소 - 일본으로의 열처리 부산물, 태국으로의 제주도산 부산물 수출 관련하여 높은 가격으로 인해 수출 감소

나. 기존 시장 확대방안

(1) 확대 가능성에 대한 전망

- 최근까지 이어온 기존 수출업체를 다각도로 지원할 수 있는 방안을 강구한다면, 기존 수출시장을 확대해 나갈 수 있다고 봄

(2) 분석방법

(가) 해당품목 시장조사 방법

- (문헌 조사) 기존연구를 중심으로 돼지고기 품질 개발 관련 기술 및 제반환경에 대하여 조사하고자 함
  - 수출실적 분석: 각 국가별·연도별 수출실적을 파악함으로써 앞으로 수출확대 가능성이 있는 시장을 발굴하고 수출실적이 부진한 국가에 대해서는 이유를 파악하여 수출회복 방안 마련
  - 조사내용:
    - 국내 돼지고기 시장 및 수출현황
    - 국내 돼지고기 생산, 유통, 수출, 가격 추이 등
    - 해외 수입동향, 소비자 선호도와 수입절차 등
- (유통구조 조사) 한국산 돼지고기 및 수입산 유통경로 파악하고자 함
  - 타수입산 진출 현황<sup>15)</sup>
    - 돼지고기는 주로 20개 이상 국가에서 수입이 되는데 중국산, 브라질산 등이 대부분임
    - 중국, 브라질, 미국, 유럽 산 돼지고기가 활발히 마케팅을 펼치고 있음

15) 홍콩aT센터. 2014. 7. 「한국산 돈육수출계개관련 현지유통현황 조사」.

- 유통 경로
    - 수입업체 → 도매상(육류전문 업체는 소매를 겸하기도 함) → 소매업체(수퍼마켓, 재래시장) → 소비자
  - 판매처는 재래시장과 수퍼마켓
  - 소비자 유형에 따라 육류 구매처 현저히 달라
    - 고연령층 및 저소득층은 여전히 재래시장 육류 판매대를 활용하지만 전체적으로는 재래시장보다 전문화 된 유통체인(수퍼마켓)에서의 판매량이 높음
    - 홍콩에서 재래시장의 이용률은 점점 낮아지고 있음
    - 주로 저소득층이나 고연령대 소비자는 재래시장(홍콩인들이 애용하는 전통적 식재료 취급, 값이 저렴)에서 실온에 진열된 고기를 사고, 지출신의 중하층 수준 소득의 일반 소비자는 일반형 수퍼마켓(Wellcome, Park n Shop, CV Vanguard 등. 홍콩인들이 애용하는 식재료 판매. 재래시장보다 가격은 높지만 편리해서 이용률 높음)에서 냉장육을 구매
    - 고소득층 및 외국인 소비자(주로 유럽/미국인 등)들은 고급형 수퍼마켓(Market Place, Three Sixty, Taste, Gourmet, Great, Fusion, International, City Super, Jusco Supermarket 등)에서 최고급의 육류를 구매하고 있음
    - 중저급형 매장에서는 저가의 냉동육이나 중국산 냉장육을 판매하는 반면, 고급형 수퍼마켓에서는 일반 수퍼마켓에서 취급하지 않는 고급 냉장육을 판매 함
  - 식료품 유통 체인 기업과 소속 브랜드, 시장점유율(2012년)
    - 홍콩의 수퍼마켓은 소수의 유력 기업들이 체인의 형태로 독점하는 방식이며 매스마켓을 가진 기업은 Dairy Farm과 AS Watson임. Dairy Farm과 AS Watson에 속한 Wellcome과 Park n Shop은 홍콩 전역에 다수의 매장을 두고 있으며 중하층 소비자의 대부분이 애용하는 수퍼마켓 체인
- (전문가 조사) 수출업체를 대상으로 진행함. 수출업체에게는 수출상 애로사항 또는 제품 개발 기술을 조사내용으로 함
- (현지 소비자연구) 한돈수출연구사업단에서 자체적으로 타깃 국가 현장조사를 실시하고, 국가별 현지 모니터요원을 설정하여 마케팅, 소비자반응 등을 고려하는 연구수행을 하고자 함
- 사전조사 SPI조사: 농가, 수출기업의 수요파악을 위한 사전 인터뷰 실시
  - 국내 PI조사: 국내 삼계탕 생산·가공·수출업체와의 표적 집단 면접 조사를 통해 현재 수출 시 나타나는 애로사항, 적용 가능한 기술수준 및 새로운 수요 발굴을 위한 조사 실시
  - 해외 설문조사: 각 국가별로 수입업체 또는 소비자 단체를 중심으로 한국산 돼지고기에 대한 인지도, 맛·품질 관련 개선 필요사항, 새로운 돼지고기 제품에 대한 인터뷰 및 Shop Visit 조사 실시

- (해외 설문조사 세부사항) 시장행위자 조사는 다중방법론(Multi-Method approach)을 활용하여 조사대상에 따라 양적 및 질적 접근을 취함. 구조화된 설문지(Structured Questionnaire)을 통해 On-line, Off-line, FGD, HUT, PI 실시
  - On-line Test: 웹 프로그램, 이메일 등을 통해 짧은 시간에 다수 대상 조사가 가능한 테스트 방법으로 조사지역에 상관없이 실시하는 양적접근
  - Off-line Test: 식품 주구입자를 대상으로 오프라인 시식을 통해 조사하는 질적 조사
  - FGD(Focus Group Discussion): Off-line Test에 참여한 대상자 중 의미있는 응답을 한 소비자이거나 돼지고기 시식 설문조사 경험이 있는 자를 대상으로 해당품목을 시식 후 그룹토의(심층면접)을 진행하여 제품에 대해 더욱 면밀하게 의견 수렴하는 질적 접근
  - HUT(Home Use Test): 일상생활 속에서 일정기간 동안 규칙에 따라 가정에서 해당제품을 시식하는 방법으로 맛, 품질의 평가 및 개선점 등에 대한 아이디어를 얻을 수 있음

### (3) 맛/품질 기술연구

#### (가) 수출국의 입맛에 맞는 조리법 개발 필요

- 수출국의 조리법과 입맛에 맞는 부위와 조리법을 선별하고 조리 시간 단축에 따른 양념된 소 포장 육류의 연구가 필요
  - 홍콩에서 가장 인기있는 조리법은 ‘차시우’와 ‘시우육’을 만들 때 사용하는 광동식 조리법
  - ‘시우육’은 껍질을 바삭하게 구운 삼겹살 및 목살
  - ‘차시우’는 양념을 중국식 돼지고기 바비큐
  - 족발은 삶아서 겨자 소스와 먹거나 면이나 밥과 곁들여 먹음
  - 최근 여성 사회 활동이 활발해지며 조리 시간이 단축되어 양념된 포장 육류가 인기

### (4) 상품 개발 기술연구

#### (가) 고품질의 위생적인 저지방 상품 개발 필요

- 최근 홍콩과 마카오에서 건강한 식단에 대한 관심이 높아져 가며 질 좋은 돼지고기의 수요증가
- 지방이 적은 부위 선호도 증가
- 위생적이고 안전한 돼지고기의 선호도 증가
- 신선한 돼지고기 선호도 증가
- 재래시장에서 신선육이 판매되고 있으나 위생 상태가 좋지 않고 주 고객층의 나이대가 높음

#### (나) 제품 차별화

- 젊은층, 부유층을 겨냥한 고급육의 개발 필요
- 위생적이며 고품질의 돼지고기 개발로 현지 돼지고기와의 차이점 강조 필요
- 재래시장보단 고급육 판매처인 고급형 슈퍼마켓, 백화점 등의 유통 필요

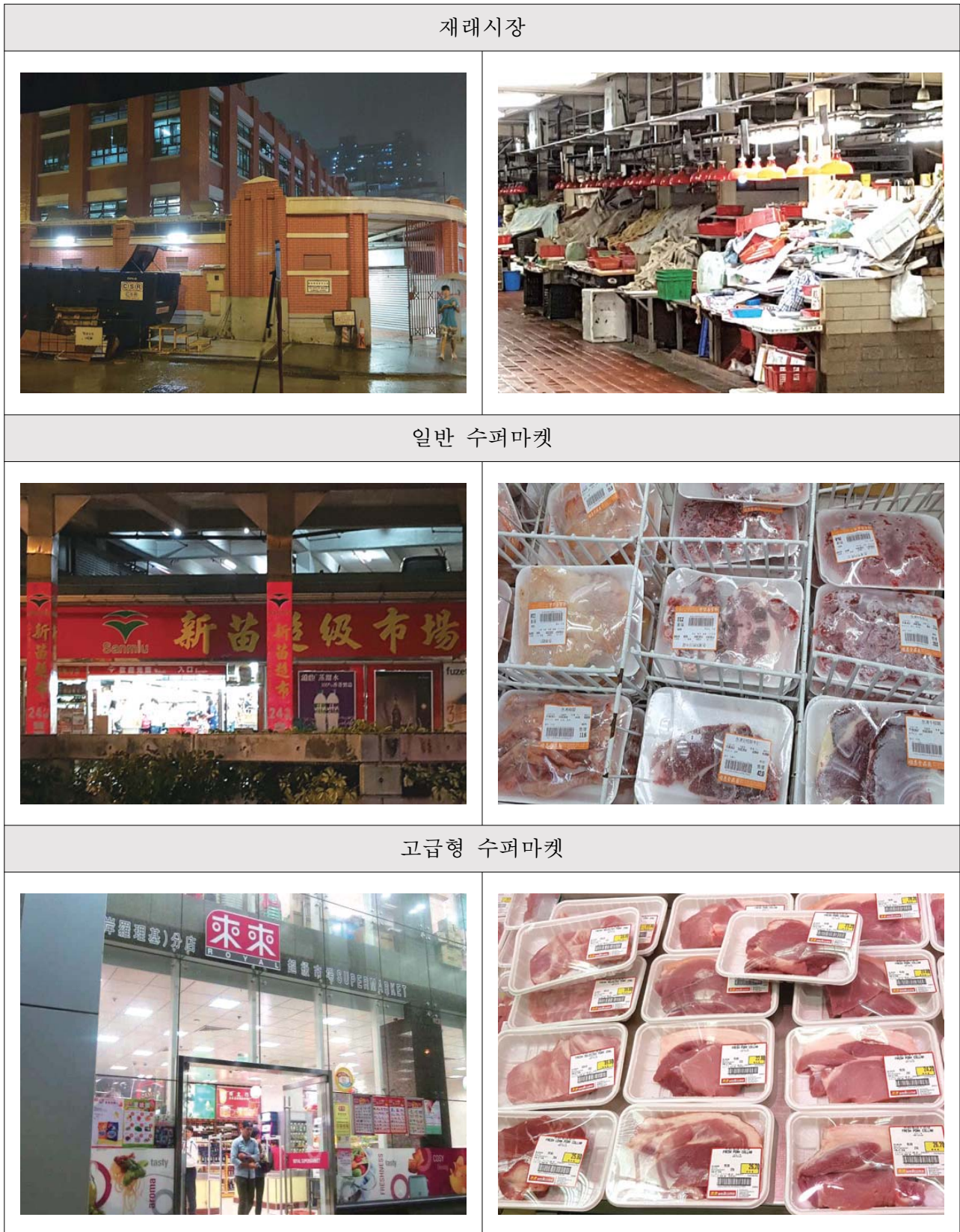
그림 24. 홍콩, 마카오의 돼지고기 조리 현황

구분		
시우육	차시우	족발편육
		

홍콩의 부위별 사용방법	
	
○ 삼겹살 : 두꺼운 지방층이 있어 주로 튀김이나 스투 요리로 이용	○ 어깨살 : 육질이 좋아 구이용에 적합
	
○ 안심 : 힘줄이 없고 육질이 좋고 부드러워 작게 썰어 야채와 함께 볶는 요리로 이용	○ 갈비 : 검은 콩 소스와 건조된 버섯과 함께 요리된 스팀육으로 이용
	
○ 등심 : 일반적으로 폭찹 요리로 이용	○ 목전지 : 중국식 스프 요리로 이용

※출처: 한국농수산식품유통공사. (2014). 홍콩aT자체기획조사테마.

그림 25. 홍콩 현지 소비자의 돼지고기 구입처



※출처 : 국립축산과학원. 2017. 12. 「돼지고기 수출 신흥시장 개척을 위한 가이드」

(다) 포장/용기 기술연구

- 수출국에 맞는 조리별 포장방법 연구 필요
  - 브랜드에 따라 포장 상태 차이가 심함
  - 랩 포장의 경우 공기의 노출로 인하여 위생도 저하
  - 고급 브랜드의 경우 진공 밀봉상태의 포장
  - 홍콩의 슈퍼마켓에서는 한국과는 다르게 조리 용도별로 포장되어 나옴
  - 조리 용도는 주로 스테이크, 구이, 샤브샤브용이 주를 이룸

그림 26. 홍콩, 마카오 시장의 포장방법

구분		
		
호주산 수입육	브라질산 수입육	미국산 수입육

※출처: 한국농수산물유통공사. (2014). 홍콩aT자체기획조사테마.

다. 마케팅 연구

- 해외 현지 마케팅 확대
  - 현지 식습관, 조리법등에 맞추어 시식회 및 홍보
  - 수출국 국제식품박람회 등 행사에 한돈 수출품 전시홍보
  - 한류 열풍, SNS를 이용한 현지 홍보

2. 정책연계 방안 제시

가. 정책연계 방안

- 국내 돼지고기의 소비 불균형과 수출 저하 및 재고량 과잉 속에서 수출확대에 기여하여 수출용 한돈의 스펙 설정, 수출의 애로사항 해결, 통합브랜드 설립 및 상표 개발, 컨설팅 및 기술이전을 위한 노력이 필요
- 한돈의 스펙 설정 : 수출용 한돈의 정육, 부산물 부분 품질, 규격, 포장방법, 저장방법 설정
- 수출의 애로사항 조사
  - 애로사항 설문조사 실시 및 해결방안 제시
  - 수출에 문제가 되는 정책 부분 도출 및 해결방안 제시

표 46. 수출의 애로사항 설문 부분

수출품 국내생산의 문제	운송 문제	통관	현지유통
제품 품질	제품 포장	수출작업장 지정	유통기한
공급 계약	항공 운송		도소매 판매업자 반응
생산가격 변동	운송 저장 온도		소매단계 소비자 반응
질병발생 여부	물류비 부담		제품의 유통
가격			가격 경쟁력
브랜드 스토리텔링			
도축장, 작업장			

○ 컨설팅 및 기술이전

- 한돈 수출의 참여하고자 하는 기업에 기술이전
- 수출용 한돈의 스펙 안내서 제작
- 수출용 한돈의 품질 및 규격 조사 실시
- 대부분 부위별 생산 규격 및 중량 규격 조사
- ‘한돈수출혁신위원회’ 구성 및 운영
- 한돈수출용 통합브랜드 설립 및 참여
- 한돈수출용 통합브랜드 상표 개발 및 등록
- 고품질의 한돈 이미지에 맞는 ‘스토리’ 개발로 스토리텔링 기법을 이용한 홍보
- 수출 대상국에 최적화된 제품의 포장 및 저장방법 개발

나. 신규시장 확대방안 도출

- 한국산제품 및 현지산(수입) 제품조사: 조사국가에서 유통되고 있는 한국산 제품 및 현지산(수입)산 제품에 대해 조사하며, 특히 한국산 돼지고기와 ‘유사제품’ 판매 현황에 대해 심층적으로 조사
- 4C 전략: 수출전략을 통해 개발된 제품을 효과적으로 시장에 판매하기 위해 소비자 혜택(Customer Benefits), 소비자 기회비용(Cost of Customer), 편리성(Convenience), 커뮤니케이션(Communication) 관점에서 소비자의 눈높이에 맞게, 소비자가 만족할 수 있도록 설계되었는지 확인해보고 그렇지 않다면 이를 보완할 수 있는 방향성 고찰

그림 27. 4C 전략

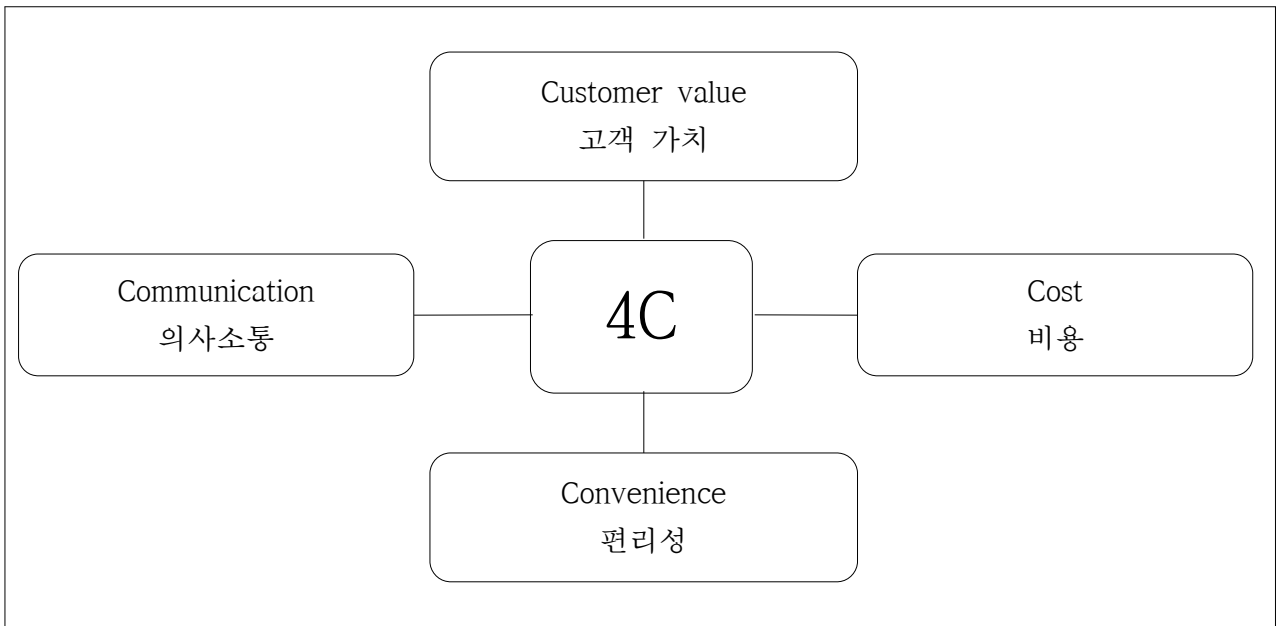
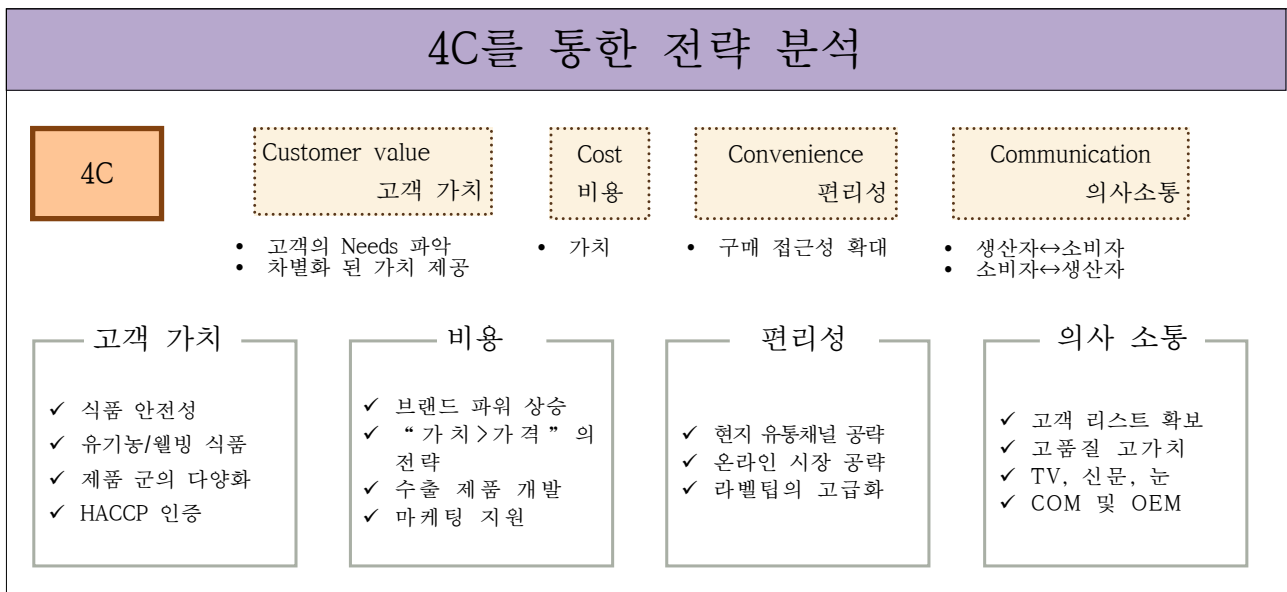


그림 28. 4C를 통한 전략분석





### 제3절 한돈 수출 및 기술개발 전략

#### 1. 현장 애로 수요 발굴

##### 가. 현장 애로 조사

- 현장애로사항을 4개 부문에서 조사하였음
  - 수출품 국내 생산
  - 운송
  - 통관
  - 현지 유통

##### 나. 현장 애로 조사 결과

###### (1) 애로사항 및 해결방안

###### (가) 돈육 수출 문제점, 애로사항 및 해결방안

- 국내 유통 냉동육의 해외수출시 해동 후 유리육즙의 인해 국내산 수출 냉동돈육에 대한 이미지 훼손 우려됨
- 과거 수출량에 비해 현재 수출량은 상당히 저조한 상황
  - 수출활로 개척을 통한 수출 물량증진 필요
- 수출국 선별 기준에서 가장 중요한 부분은 통관
  - 검역협정이 완료되어야
- 국내 수출품의 가장 큰 문제는 매입가격변동
  - 수출가격이 안정적일 수 있도록 우회적 정부지원(물류비 지원 등) 및 가격경쟁력과 가격 안정성 확보를 위해 양돈농가 인식개선(연차 수출계약) 및 정부의 지원 필요
- 한돈의 높은 가격에 대한 이유 부족
  - 수출용 적합한 품질 연구 및 균일한 품질을 통해 한돈의 높은 가격에 합당한 근거 제시
- 도축장 및 가공장의 수출 작업장 지정의 문제
  - 수출 작업장 지정에 대해 최근 도축장 시설 개선 노력으로 개선되고 있으나, 아직 부족하기에 정부차원의 작업장 지정 필요
- 한국산 돼지고기 인식 부족
  - 해외 바이어의 한국초청 행사 진행(농가, 도축장 견학 및 시식회 등 추진)와 소비자를 대상으로 한 홍보 행사(시식회, K-POP 등)를 통한 대대적인 홍보 필요
- 짧은 국내 유통기한으로 인한 문제점
  - 국내 45일, 해외 50~55일 수준으로 유통기한이 차이가 나므로 위생안정성 확보 등을 통한 유통기한 확장 필요

표 47. 정육 수출 애로사항 및 해결방안

부문	애로사항	해결방안	
수출품 국내 생산의 문제	제품품질	○ 농가생산성제고 위주로 생산하여 돈육의 품질이 균일하지 않음 - 과지방, 탄력부족, PSE육 등	○ 수출용 품질 기준 재설정 - 품질 균일성 제고와 품질향상을 위한 사육방법 개발 - 수출품 품질관리를 위한 브랜드 관리 기법 도입
	공급계약	○ 장기 공급계약을 농가가 일방적 파기하는 경우가 빈번함 - 연간 출하계약이 체결되었어도 계약기간 중간에 출하 선 변경	○ 수출확대를 위한 대승적인 차원에서 장기 계약 내용 준수 - 계약에 맞게 수출 원료돈의 안정적인 공급을 위한 양돈농가의 인식개선 필요
	생산가격 변동	○ 국내 정육 매입가격의 불안정 - 국내 정육 매입가격 상승으로 수출 품목의 가격경쟁력 상실	○ 수출 가격 안정화 방안 마련 - 성수기와 비성수기의 이중 가격 운영 검토 - 국내가격과 수출가격의 이중 운영 검토 - 수출업체의 부담을 경감하기 위하여, 매입가격 상승 시 수출업체에 물류비 등 지원 검토
	질병발생 여부	○ 질병 발생 시, 수출 불가	○ 빈번한 FMD 및 가축질병 발생으로 수출이 제한됨 - 정부와 농가의 적극적인 예방 및 방역을 통해 청정국 지위 획득 및 유지 필요
	가격	○ 높은 한돈 가격으로 인해 해외 시장에서의 경쟁력 부족	○ 한돈의 높은 가격에 맞는 고품질 돼지고기 생산 필요 - 품질 차별화 생산정책 검토
	브랜드 스토리텔링	○ 한돈에 대한 스토리텔링이 없음 - 한돈 품종은 LYD로 대변됨	○ 새로운 품종 개발 및 걸맞는 스토리 텔링 개발 - 머크서 K, 얼룩도야지 등
	도축장,작 업장	○ 도축, 가공 및 냉장(냉동) 기술 향상 필요 - 일부 도축장 및 가공장에서 생산한 제품의 품질 하자 발생	○ 수출 작업장/가공장 도축 및 가공 기술 교육 확대
운송 문제	제품포장	○ 수출용 포장비 고비용 구조 - 소분할 또는 소분할 제품의 경우 포장비용 급상승	○ 포장비 지원, 국내 포장비용 경쟁력 확보 - 정부지원 수출용 포장재질 강화 필요
	항공운송	○ 항공물류를 이용한 수출은 물류비 부담 증가	○ 정부의 물류비 지원 필요
통관	수출작업 장지정	○ 도축장 및 가공장의 수출 작업장 지정 문제	○ 수출 작업장/가공장 지정시 도축및 가공 기술 수준 확인 철저

현지 유통	유통기한	○ 국내산 돈육의 짧은 유통기한 - 45일 수준	○ 경쟁국의 돼지고기 유통기한(50-55일) 수준으로 국내산돈육의 유통기한을 연장시킬 수 있도록 돈육 가공기술을 향상
	도소매 판매업자 반응	○ 품질은 좋지만 가격이 비싸다고 인식하고 있음	○ 국내 원료가격 하향, 안정 및 수출물류비 지원 등을 통한 수출가격 인하방안이 필요
		○ 아직 한국산에 대한 홍보 부족	○ 바이어의 한국 초청을 진행하여 농가 및 도축장 견학, 시식회 등 추진 필요
	소매단계 소비자반응	○ 한국산에 대한 인지도 낮음 - 한돈에 대한 인지 부족	○ 대대적인 홍보 필요 - 소비자 대상 홍보행사(시식회, K-POP) 및 더 높은 수준의 대대적인 홍보활동 필요
제품유통	○ 홍콩 같은 경우 냉동육 위주의 유통입 - 콜드체인 시스템이 부족하여 냉장육 수출이 어려움	○ 수출용 냉동육 생산 필요 - 처음부터 수출을 목적으로 도축가공 및 냉동하여야 충분한 유통기한을 확보할 수 있음 ※ 냉장유통하려다가 냉동으로 전환하여 수출하는 경우 해동육의 품질이 매우 나쁨	

(나) 부산물 수출 문제점, 애로사항 및 해결방안

- 과거 수출량에 비해 현재 수출량은 상당히 저조한 상황
  - 수출활로 개척을 통한 수출 물량증진 필요
- 국내 수출품의 가장 큰 문제는 매입가격변동
  - 수출가격이 안정적인 수 있도록 우회적 정부지원(물류비 지원 등) 및 가격경쟁력과 가격안정성 확보를 위해 양돈농가 인식개선(연차 수출계약) 및 정부의 지원 필요
- 한돈의 높은 가격에 대한 이유 부족
  - 수출용 적합한 품질 연구 및 균일한 품질을 통해 한돈의 높은 가격에 합당한 근거 제시
- 도축장 및 가공장의 수출 작업장 지정의 문제
  - 수출 작업장 지정에 대해 최근 도축장 시설 개선 노력으로 개선되고 있으나, 아직 부족하기에 정부차원의 작업장 지정 필요
  - 수출 작업장 실사 시, 시설이 잘 되어있는 작업장으로 지정할 수 있도록 정부차원의 노력 필요
- 한국산 돼지고기 인식 부족
  - 해외 바이어의 한국초청 행사 진행(농가, 도축장 견학 및 시식회 등 추진)와 소비자를 대상으로 한 홍보 행사(시식회, K-POP 등)를 통한 대대적인 홍보 필요

표 48. 부산물 수출 애로사항 및 해결방안

문제점		애로사항	해결방안
수출품 국내 생산의 문제	제품품질 문제	○ 품질 향상을 위한 투자 소홀 - 지속적 수출 가능성이 적어 품질 향상을 위한 국내 업체의 투자 소홀	○ 지속적 수출 가능방안 마련 - 구제역 등 관련 질병 근절 등을 통한 수출 장벽 해소
	매입가격 변동	○ 분기별 가격 변동이 큼 ○ 저가로 구입하려는 수입국의 형편 - 수입국의 상황 변동에 따른 조치 필요	○ 가격안정화 - 연차별 가격 동결 필요 ○ 수입국 상황에 대응토록 정부 지원 필요 - 최근 동남아 ASF 발생 등 수입국의 상황 변경 시 신속한 대응 필요
	생산가격 변동	○ 국내 돈가 등락 - 국내 돈가의 등락이 심하며, 원가 변동요인	○ 정부의 지원 필요 - 국내의 흉수출하 시 수출 가능토록 정부의 지원 필요
	질병발생 여부	○ 빈번한 구제역 및 가축질병 발병으로 제한 - 구제역 발생으로 인한 일본, 필리핀, 태국 등 수출 중단	○ 정부의 적극적인 예방 및 발생 시 방역 필요 - 관련 질병의 청정국 지위 획득토록 정부, 지자체 및 농가의 노력 필요
운송문제	제품포장 문제	○ 수입국의 요구에 따른 포장방법 필요 - 동결제품의 경우 (일반비닐 + 박스포장) 으로 진행 가능	○ 수입국의 요구에 부응한 포장 - 동결제품의 경우 (일반비닐 + 박스포장) 으로 진행 가능
	운송저장 온도	○ 도축장 시설 미흡 - 일부 도축장의 시설 미흡으로 이취 등 문제 발생소지	○ 정부의 시설 보완 자금지원 필요
	물류비 부담	○ 소량 운송 시 물류비용 부담 - 냉동컨테이너를 통해 운송에 문제는 없으나, 부산물 단가가 높지 않아 소량 운송 시 물류비용 부담	○ 물류비 지원 필요 - 과거 70~80% 지원, 50% 까지의 지원은 WTO에 저촉되지 않을 것으로 봄 ○ 냉장, 냉동 수출 시 제도적인 조치 필요 - 정부의 노력이 필요, 현재 불가상태
통관	수출작업 장 지정	○ 수출 작업장 실사 문제 - 도축장 및 가공장의 수출 작업장 지정이 힘들	○ 작업장 지정의 정부 노력 필요 - 상대국 검역관이 실사 시, 시설이 잘 되어있는 작업장만 지정하도록 제안 및 정부의 노력 필요
현지유통	도소매 판매업자 반응	○ 열처리 돼지머리 수출 - 최근 필리핀에 열처리 돼지머리 수출 추진하였으나, 냉동제품 요구	○ 수출 요구스펙 합의 - 냉동, 냉장 수출이 불가한 경우 수입국의 열처리 제품의 선호도 조사 및 요구스펙 합의
	가격 경쟁력	○ 타국과 비교 시 높은 가격으로 수출 감소 - 일본으로의 열처리 부산물, 태국으로의 제주도산 부산물 수출 관련하여 높은 가격으로 인해 수출 감소	○ 가격 경쟁력을 위한 지원 - 타국과 경쟁이 될 수 있는 가격까지 인하가 필요하며, 이를 위해 한돈자조금의 지원 또는 양돈산업 안정을 위해 양돈조합 등에서 자체적으로 적자를 감수하고 수출을 추진하는 방안

(다) SWOT분석

① 정육 및 부산물 수출 애로사항 SWOT 분석

- 강점은 한국과 홍콩의 검역 협정이 완료되었으며, 현재 한류열풍으로 인해 한국에 대한 좋은 인상과 분위기로 통한 한식당 및 한식 식문화를 선호하는 추세
- 약점은 높은 한돈가격 및 여름철, 명절 등 가격 폭등에 따른 정육 매입가격의 불안정성과 한돈 자체의 품종 부재로 인한 차별화된 브랜드와 스토리 텔링 부족 및 그로 인한 높은 가격에 대한 설명 부족
- 현재 한국산 돼지고기의 품질에 대해 만족도는 높으며, 높은 가격에 대한 설명 및 스토리텔링이 뒷받침 된다면 수출활로 개척은 기회요인이라 할 수 있음
- 반면, 구제역 및 질병 발생 시 수출 불가 상황과 높은 가격에 대한 한국산 돼지고기의 설명과 스토리텔링이 뒷받침되지 않는다면 큰 위협요인이 될 수 있음
- SO 전략으로, 한국과 홍콩의 수출 협정은 완료된 상황이며, 현재 한류열풍을 통해 한국산에 대한 선호도, 한식당 및 한식식문화에 대한 선호도가 증가 추세이므로 한국산 돼지고기의 소비 열풍을 일으킬 수 있음
- ST 전략으로, 과거 구제역 및 질병 발생으로 인해 수출하지 못하였던 부분은 현재 검역협정 완료로 인해 해결되었으며, 추가적인 방역 및 예방을 통해 청정국 인정받아 한류의 좋은 분위기에 맞추어 수출활로 개척
- WO 전략으로, 한돈의 차별화된 브랜드 및 가격의 불안정성을 통합수출브랜드화를 통하여 가격 안정화, 품질의 차별성 및 스토리 텔링으로 인정받는 한국산 돼지고기 수출
- WT 전략으로, 바이어의 한국 초정을 진행하여 농가 및 도축장 견학, 시식회 등 추진 및 소비자 대상 홍보행사(시식회, K-POP)을 통하여 인지도 상승으로 한국 식문화를 알릴 수 있음

표 49. 정육 및 부산물 수출 애로사항 SWOT 분석

강점(Strength)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 한국과 홍콩의 검역 협정 완료</li> <li>▶ 홍콩은 현재 한국에 대한 좋은 인상과 분위기</li> <li>▶ 한식당 및 정육점의 수요가 증가 추세</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 높은 한돈가격 및 여름철, 명절 등 가격폭등에 따른 정육 매입가격의 불안정</li> <li>▶ LDY로 대변되는 한돈 품종을 극복할 수 있는 차별화된 브랜드와 스토리텔링 부족</li> <li>▶ 해외 생산되는 돼지고기보다 짧은 유통기한</li> <li>▶ 비싼 가격</li> </ul>
기회(Opportunity)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 무역/금융의 중심지로 소득수준이 높아 전 세계 육류가 경쟁하는 거대한 시장</li> <li>▶ 국내산 돼지고기의 품질에 대한 만족도 높음</li> <li>▶ 세계 교역규모 증가</li> <li>▶ 비 선호부위 돈육의 수출 가격 경쟁력 우위</li> <li>▶ 한류열풍                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한류열풍으로 인한 현지인들의 한식식문화 선호</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 구제역 및 질병 발생 시 수출불가</li> <li>▶ 가격 경쟁력 취약</li> <li>▶ 시장 개방으로 수입 규모 증가 - 연이은 FTA의 체결로 돈육의 수입 규모는 점차 증가세에 있어 수입규모 증가에 의한 경쟁이 심화되고 있음</li> <li>▶ 한돈의 인지부족</li> <li>▶ 소량 운송 시 물류비용 부담</li> </ul>

2. 신규시장 확대방안 도출

가. 4C 분석을 통한 수출시장 확대 전략

(1) 4C의 구성 요소

○ 4C는 고객 중심적인 마케팅 사고방식으로 다음의 4부분으로 구성되어있음

(가) Customer benefit/value (소비자 혜택)

- 판매 상품과 서비스를 소비자 필요에 맞춘 맞춤형으로 만든 상품을 시장에 내놓아야 한다는 개념
- 빅데이터 분석을 통한 소비자 분석과 유행하는 트렌드를 고려하여 상품 제작
- 기존의 ‘제품(Product)’ 이 ‘소비자 혜택’ 으로 변화
- 기업관점이 아닌, 고객 입장에서 해당 제품의 가치에 대해 고려

(나) Cost to the customer (소비자 기회비용)

- 원가, 마진을 고려한 기업 입장의 가격 책정이 아닌, 소비자 입장에서 가격을 책정 한다는 개념
- 소비자의 구매능력, 수요의 양, 소비를 하기 위한 부대비용까지 고려한 맞춤형 가격 책정
- 기존의 ‘가격(Price)’ 가 ‘소비자 기회비용’ 으로 변화

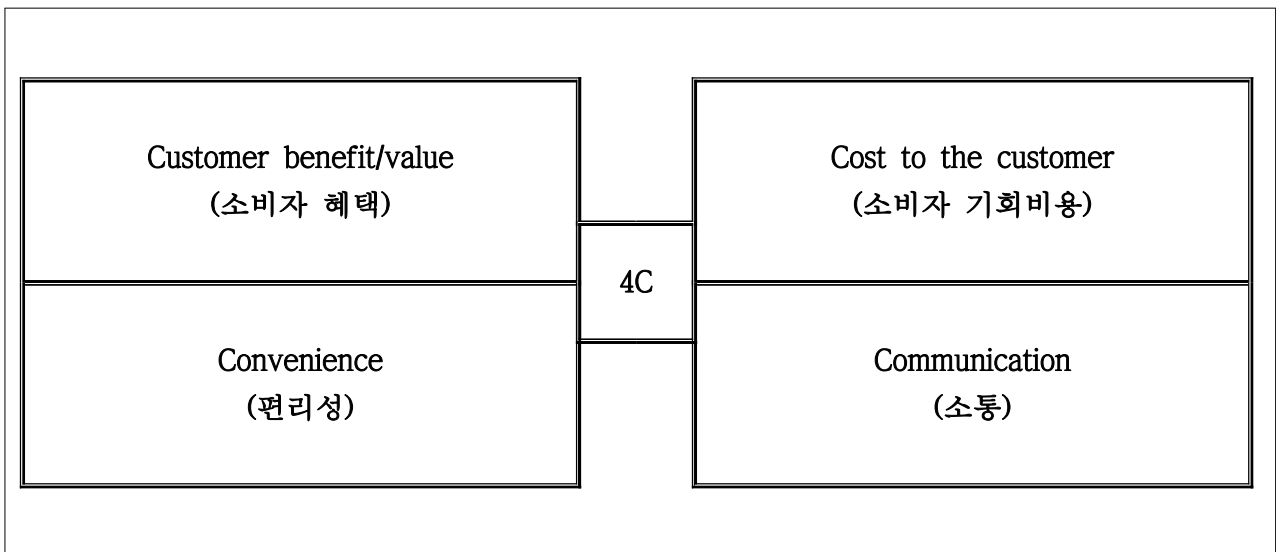
(다) Convenience (편리성)

- 고객의 편의성을 고려 한 유통과정, 고객이 어떻게 최대한 편하게 제품을 접하고 받아볼 수 있는가에 대한 고민
- 소비자들이 편리한 소비를 할 수 있는 환경을 만드는 것이 기업의 의무
- 기존의 ‘유통(Place)’ 가 ‘편리성’ 으로 변화

(라) Communication (소통)

- 제품을 알리고 홍보하는 일방적인 마케팅 개념이 아닌 소비자와 동등한 입장에서 상호 작용한다는 개념
- 제품 판매에서 끝나는 것이 아닌 구매 후 소비자들의 피드백을 파악하고 이를 제품이나 서비스에 반영하는 것까지가 의사소통

그림 29. 4C의 정의



(2) 4C를 활용한 한돈의 해외 수출시장 확대 전략

○ 한돈의 해외 수출시장 확대전략은 다음과 같이 요약됨

표 50. 한돈의 해외 수출시장 확대전략

① Customer benefit (소비자 혜택)	② Cost to the customer (소비자기회비용)
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 수출 공동브랜드를 통한 소비자 신뢰도 확보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일관성 있게 통합적으로 공동브랜드 아이덴티티를 구축하고 관리함으로써, 브랜드에 대한 소비자의 신뢰도를 확보하고, 신뢰도를 기반으로 소비자가 믿고 구매할 수 있는 돼지고기 브랜드 확립</li> </ul> </li> <li>○ 위생·안전성 확립                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사육단계에서 안전한 농장 위생관리를 유지하며, 도축·가공단계 위생관리 강화(HACCP 인증 도축·가공장 이용 등)를 통해 믿고 먹을 수 있는 안전한 돼지고기 생산 관리</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 규모화를 통한 안정적 물량공급 능력                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농가 조직화 및 안정적인 판매망 구축을 통해 불안정했던 가격을 안정적인 가격으로 제공함으로써 소비자 구매가 안정 및 품질안정화</li> </ul> </li> <li>○ 한국산 돼지고기 수출 공동브랜드로 한국산 돼지고기 선택 편의성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국산 돼지고기 수출 공동브랜드를 통해 한국산 돼지고기 선택의 고민을 줄여주며, 인증된 브랜드의 돼지고기를 선택함에 있어 만족도 향상 및 구매시간 절약효과</li> </ul> </li> </ul>
③ Convenience (편리성)	④ Communication (소통)
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 수출 브랜드 고품질 균일성 확보를 통한 소비자 신뢰도 획득                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 종돈통일, 사료통일, 사양관리 통일을 통한 수출 브랜드 돈육의 균일성을 확보하여, 소비자가 구매 결정 시, 걱정 없이 선택할 수 있는 우수한 돼지고기 브랜드 확립으로 돼지고기 선택의 갈등해소</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 유통현장 관리를 통한 소비자 요구 및 불만사항 해소                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시장에 안테나숍(antenna shop)을 설치하여 모니터링과 브랜드 조직 내의 유통관리자(market manager)로 하여금 주기적으로 시장동향을 분석하여 생산관리자(product manager)에게 피드백을 통해 소비자의 요구 및 불만사항 해소</li> </ul> </li> <li>○ 다양한 판촉행사를 통한 소비자와의 소통                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 축산물브랜드전, 지역축제, 시식회 등 각종 이벤트 활용을 통한 홍보 및 팜플렛이나 옥외 광고물, 제품포장 등을 통해 적극적인 홍보를 하여 소비자들에게 브랜드 인지도 향상과 주 고객층 확보</li> </ul> </li> </ul>

## 4절. 수출비즈니스모델 및 전략 구축

### 1. 수출브랜드 품질향상 방안

가. 후기사료 급여를 통한 육질향상 및 사료비절감 기대

사료비절감

○ 성장단계별 사료 급여 시 사료 금액의 차이가 나타남

- kg 당 사료가격 (원) : 육성기 659원/kg, 비육기 468원/kg

- 비육후기가 kg 당 191원 저렴

성장단계별 사료급여 처리구

○ 후기사료 급여를 통한 육질 개선효과

- 비육후기 저 에너지 사료 급여 시 삼겹살 떡지방과 전체 지방비율이 낮아지나, 도체중엔 차이 없음

표 51. 성장단계별 사료급여 처리구

	A	B	C	D	E
육성기(6주)	자돈후기	자돈후기	육성기	육성기	육성기
비육기(4주)	자돈후기	육성기	육성기	비육전기	비육전기
비육후기(3주)	자돈후기	육성기	육성기	비육전기	비육후기

표 52. 성장단계별 사료급여 처리 결과

항 목	A	B	C	D	E
개시체중, kg	25.2	25.2	25.2	25.2	25.2
육성기 (6주 후), kg	56.6	58.1	54.7	55.3	54.9
비육전기(10주 후), kg	84.3	84.3	84.4	80.8	83.8
비육후기(13주 후), kg	107.8	106.7	106.2	102.6	107.1
총 사료량, kg	181.2	200.3	190.1	201.1	250.9
110kg 기준 사료비 (원)	170,816	154,055	131,138	121,828	114,807
110kg 도달일수 (일)	93.9	94.2	95.1	99.2	94.0

※출처 : 김유용. 2011. 「기획사료를 통한 사육단계별 급여 프로그램과 생산비 절감을 위한 돼지의 사양관리 방법의 개발」. 한돈자조금관리위원회 & 서울대학교.



표 53. 비육 후기 사료 첨가시의 도체 특성

구분	비육후기처리 방법		
	비육후기사료	육성기사료	통계적 유의성
조사두수	10,998	6,226	
온도체중(kg)	87.49±5.86	87.53±5.43	n.s.
등지방두께(mm)	24.52±4.59	23.67±5.05	*
삼겹살 거래정육량(kg)	11.50±1.05	11.45±1.12	*
삼겹살 거래정육율(%)	12.97±0.73	13.01±0.75	*
삼겹살 지방율(%)	34.71±5.28	35.28±5.51	*
전체 거래정육량(kg)	54.48±4.22	53.86±4.42	*
전체 거래정육율(%)	62.35±3.35	61.58±3.08	*
전체 정육량(kg)	47.44±3.57	46.91±3.93	*
전체 정육율(%)	53.61±3.64	53.54±3.75	n.s.
돈피율(%)	6.86±0.38	6.99±0.43	*
지방율(%)	25.93±3.42	26.28±3.62	*
뼈율(%)	6.33±0.41	6.57±0.45	*
목심 거래정육율(%)	5.11±2.63	5.12±0.27	*
갈비 거래정육율(%)	3.22±0.24	3.25±0.23	*
앞다리 거래정육율(%)	9.31±0.42	9.45±0.45	*
안심 거래정육율(%)	1.20±0.10	1.21±0.10	*
등심 거래정육율(%)	8.82±0.56	8.77±0.51	*
뒷다리 거래정육율(%)	17.97±1.01	17.90±1.06	*

※출처 : 장세현, 임원호, 서명인, 소병현, 노이현, 박진목, 서병부. 2018. 「돼지 종돈, 사료 및 시설에 따른 정육율 및 도체특성 조사」. 축산물품질평가원.

나. 출하 전 절식을 통한 생산비절감 및 위생안전성 기대

(1) 생산비 절감

(가) 절식과 폐사의 상관관계

○ 적절 절식시간을 통한 폐사율 감소

- 폐사율 : 절식 진행 돼지 0.3%, 비절식 돼지 0.54%

- 그러나 24시간 이상 장시간의 절식은 위험

○ 비절식 돼지의 폐사 위험도 증가

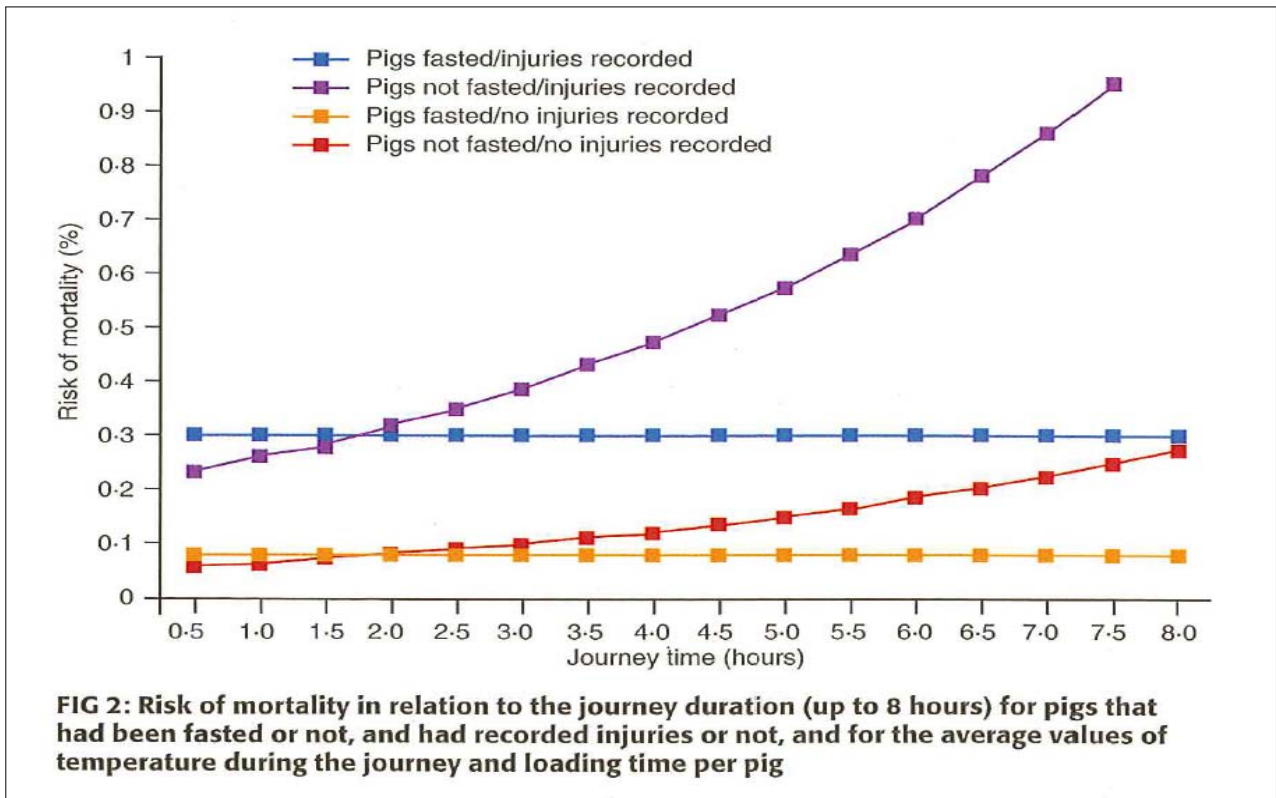
- 상처입은 비절식 돼지와 상처입은 절식 돼지의 3배정도의 폐사율 차이

표 54. 출하돼지의 수송과정 중 폐사위험도

구분	상처발생		상처 미발생	
	절식	비절식	절식	비절식
폐사위험도(%)	0.3	0.54	0.08	0.14

※출처: Averós X, Knowles TG, Brown SN, Warriss PD, Gosálvez LF. Factors affecting the mortality of pigs being transported to slaughter. Veterinary Record 163:386-390. (2008).

그림 30. 돼지의 상처 여부와 절식에 따른 운송 도중 사망위험도 측정



※출처: Frobose HL, Dritz SS, Tokach MD, Prusa KJ, DeRouchey JM, Goodband RD & Nelssen JL. Effects of pre-slaughter feed withdrawal time on finishing pig carcass, body weight gain, and food safety characteristics in a commercial environment. J Anim Sci 92(8):3693-3700. (2014).

○ 절식으로 인한 지육률 증가

- 7시간에서 24시간까지 절식 한 경우, 온도체 중량 감소는 없었으며, 지육률은 증가
- 그러나 24시간 이상의 절식은 온도체 중량이 크게 감소

표 55. 절식 시간에 따른 도체성적

항목	절식시간			
	7	12	24	36
	체중			
출하 48 시간 전 체중	124.3	126.1	126.6	125.1
도축직전 체중	121.7	123.0	121.4	118.3
체중 변화	-2.7	-3.1	-5.2	-6.7
온도체 중량	91.6	92.9	92.4	91.1
지육률	75.2	75.5	76.0	77.0
정육률	53.3	53.3	53.2	53.8

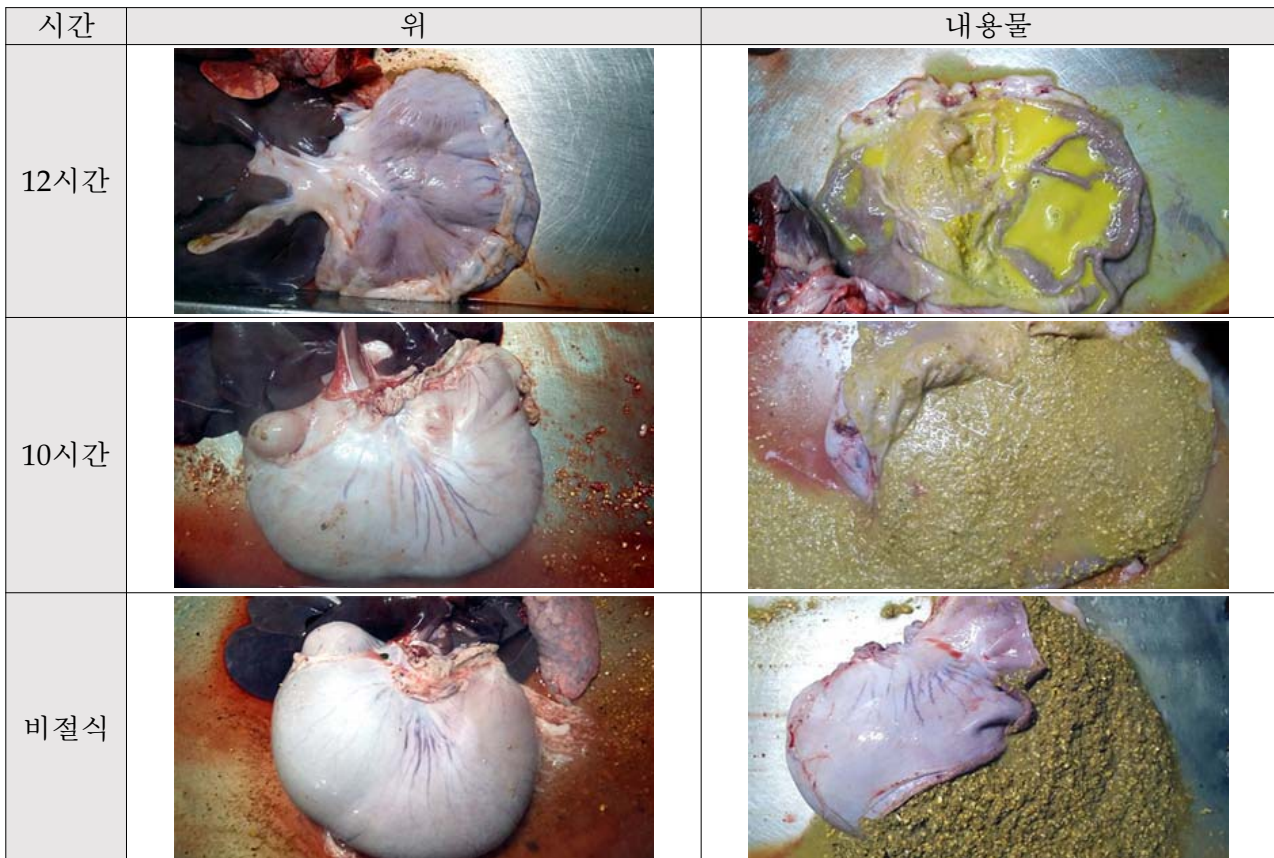
※출처: Frobose HL, Dritz SS, Tokach MD, Prusa KJ, DeRouchey JM, Goodband RD. & Nelssen JL. 2014. Effects of pre-slaughter feed withdrawal time on finishing pig carcass, body weight gain, and food safety characteristics in a commercial environment. J Anim Sci 92(8):3693-3700.

(2) 위생안전성 향상

○ 도축 과정중 위 내용물의 오염으로 인한 상품 품질저하

- 비절식한 돼지의 위 상태 때문에 많은 사료와 위액으로 인한 위생적 처리가 문제가 됨

그림 31. 절식 시간에 따른 위와 위 내용물 상태



※출처: 정중학. 2017. 4. 돼지 출하 전 절식 현황 진단. 월간한돈.

2. 수출통합브랜드 구축 및 운영

가. 우수 축산물 브랜드의 개념 정립

(1) 축산물 브랜드 현황

(가) 전체 브랜드 현황

- 2013년도 축산물브랜드 조사 결과 한우 213개, 돼지 218, 닭 48, 계란 66, 기타 42개로 총 587개이며, '12년 대비 129개 증가
- ('08) 647 → ('09) 566 → ('10) 522 → ('11) 395 → ('12) 458 → ('13) 587

표 56. 축산물브랜드 조사 현황

구 분	계	한우	돼지	닭	계란	기타
2013년	587개	213	218	48	66	42
2012년	458개	152	177	48	49	32

※출처: 서동균. 2014. 12. 「축산물 브랜드 현황 및 발전 방향에 관한 연구」. 국립축산과학원.

- 돼지의 경우 가격하락에 따른 도매시장의 출하 기피로 브랜드 경영체로 출하가 증가하였으며, 일반출하(유통업체)가 증가함
- '13년 돼지 유통업체 출하는 16.7%로 전년대비 9.7%P 증가
- 축산물 전체 브랜드 현황조사 결과, 전체 등록 브랜드는 전년대비 92개(21.9%), 전체 출원(미등록)브랜드는 전년대비 37개(94.8%) 증가

(나) 우리나라 양돈 산업의 기본적인 문제점

- 브랜드가 갖는 의미나 중요성을 생산자가 제대로 인식하지 못하거나 인식하더라도 장기적인 의지의 결여
- 브랜드의 우수성을 객관적으로 입증시키기 어려워 소비자들에게 제품의 특성을 명확히 인식시켜 주지 못 한점
- 소규모 생산자조직 및 개별농장별 브랜드개발로 소비자인지도 미흡
- 포장재 업체나 비전문가 등이 심볼 위주로 단순 제작하여 유사브랜드 난립
- 브랜드 농산물의 품질관리 노력 미흡으로 소비자 신뢰도 저하
- 상인 등 소비자는 공동브랜드 보다 품질우열을 판단기준으로 삼음
- 규격돈의 생산 부족에 의한 수출 원료돈 구매 과당경쟁으로 돈가상승을 유발, 수출업체들이 심각한 경영난을 초래함
- 자체 사양체계를 확립하여 회원농가들에게 알려야 함에도 불구하고 제대로 된 지침도 없을 뿐 아니라 회원업체를 제대로 감독하지 못하여 제품의 균일화를 이룰 수 없었던 점
- 아직까지 브랜드에 대한 소비자의 낮은 인식
- 개발브랜드의 등록 관리체계 미흡
- 개발한 브랜드도 상표등록을 하지 않아 법적 보호를 받지 못함
- 지역공동브랜드를 개발한 후 사후관리 미흡으로 이미지 반감

- 우수브랜드에 대하여 일부 상표도용 및 유사상표 유통
- 종돈장의 우수한 모든 공급이 미흡, 양돈 축사시설이 노후화 되었으며, 사양관리의 낙후 등으로 인한 낮은 생산성과 높은 국제곡물가격과 생산비의 높은 사료비 비중으로 인한 높은 생산비
- 유통경로가 복잡·다양화 되면서 발생하는 도매시장 취급물량의 감소와 이로 인한 가격의 변동성 증대 및 소매가격과 산지가격의 가격 비대칭
- 도축장의 예냉시설 부족 등 영세 도축장들의 시설 낙후와 이로 인한 생산성 저하와 위생수준의 미흡
- 복잡·다양한 도축 및 가공 유통단계에서 발생하는 유통비용 증가로 인한 유통의 비효율
- 우리나라의 육류 소비의 특징 중 하나인 여름철 돼지고기 삼겹살 소비 집중으로 발생하는 돼지고기 계절별·부위별 수급 불균형
- 첨가제와 제조과정에 대한 소비자들의 불신으로 발생하는 가공육에 대한 비선호 경향과 과도한 브랜드의 난립으로 개별 브랜드에 대한 인지도 저하
- 일부 소매점에서의 원산지 표시 위반을 통한 원산지 둔갑 판매

(다) 등록 브랜드 현황 및 활동 브랜드 현황

- 돼지 등록브랜드는 218개 중 등록된 브랜드가 175개(80.3%), 출원 중이거나 미등록 브랜드가 43개(19.7%)로 조사됨

표 57. 축종별 등록 브랜드 현황

구 분	계	한우	돼지	닭	계란	기타
합계	587	213	218	48	66	42
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
등록	511	198	175	48	54	36
	(87.1)	(93.0)	(80.3)	(100.0)	(81.8)	(85.7)
미등록	76	15	43	0	12	6
(출원중, 등록거부)	(12.9)	(7.0)	(19.7)	(0.0)	(18.2)	(14.3)

※출처: 서동균. 2014. 12. 「축산물 브랜드 현황 및 발전 방향에 관한 연구」. 국립축산과학원.

- 조사대상 중 돈육 활동브랜드는 218개 중 179개(82.1%), 비활동 39개(17.9%)로 조사

표 58. 축종별 활동 브랜드 현황

구 분	계	한우	돼지	닭	계란	기타
합계	587	213	218	48	66	42
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
활동	451	142	179	43	53	34
	(76.8)	(66.7)	(82.1)	(89.6)	(80.3)	(81.0)
비활동	136	71	39	5	13	8
	(23.2)	(33.3)	(17.9)	(10.4)	(19.7)	(19.0)

※출처: 서동균. 2014. 12. 「축산물 브랜드 현황 및 발전 방향에 관한 연구」. 국립축산과학원.

(2) 돈육 브랜드 경영체 사육현황

(가) 사육농가 및 사육두수

○ 회원농가 현황

- 돼지 브랜드 참여농가 비율(54.7%)은 출하두수 증가와, 가격하락에 따른 도매시장 기피 현상으로 점차 규모화, 브랜드화하며 전년(38.9%) 대비 15.8%p 증가
- 돼지 참여율은 '11년 '12년에 소폭 감소하였으나, '13년에는 54.7%로 브랜드화 되고 있음
- 돼지의 경우 모든 생산성 향상으로 2013년 연평균 돼지 사육 마릿수는 전년보다 5.9% 증가 하였으나 모든 감축사업에 따라 모든 수는 감소하였음

○ 돈육 브랜드 경영체 사육농가 형태

- 축산물브랜드현황 조사 결과 돈육 브랜드 경영체 사육농가의 경우 일관농가 형태가 61.2%로 가장 높고, 비육(위탁)농가 26.3%, 번식농가 12.5% 순으로 나타남
- 비육(위탁)농가는 영농조합법인 38.1%, 모든 농가는 개별농가 89.5%, 일관사육농가는 농·축협 84.4% 순으로 조사되었음

표 59. 돼지 사육농가 형태 비율

구분	모든	비육(위탁)	일관사육
계	12.5%	26.3	61.2
개별농가	89.5	5.3	5.3
농축협	4.7	11.0	84.4
생산자단체	2.9	14.3	82.9
영농조합법인	7.3	38.1	54.5
유통업체	13.5	30.5	56.0
지자체	60.0	0.0	40.0

※출처: 서동균. 2014. 12. 「축산물 브랜드 현황 및 발전 방향에 관한 연구」. 국립축산과학원.

(3) 수입 브랜드 및 수출통합 브랜드

(가) 돈육 브랜드 이베리코 경쟁력

① Iberico 부문의 혁명<sup>16)</sup>

- Ibérico 업체는 약 14,000 개의 농장과 약 700 개의 제조업체가 약 10 억 유로 이상의 수입을 올림
- 스페인 자국 내에서 철저하게 다져진 이베리코 돼지고기의 브랜드가 전 세계로 알려지면서 스페인 돈육 수출을 이끌고 있음
- 스페인 농림부는 2001년 첫 번째 규정으로 돼지를 어떻게 취급하고 먹였는가에 따라 세 가지 유형의 제품에 대한 분류
  - 첫 유형은 “Ibérico 도토리 돼지” 로 dehesa에서 주로 Ibérico 도토리를 먹인 돼지로 마지막 두달을 보낸 돼지
  - 두번째 유형은 “recebo 돼지” 로 dehesa에서 적은 도토리로 사육된 돼지

16) qcom.es. 2017. 8. 「Developments, revolution and doubts in the Iberico sector」.

- 세 번째 유형은 “cebo 돼지” 로 스페인, 세계 어느 곳에서나 복합 사료를 사용하는 집중 농장에서도 사육할 수 있도록 허용
- 단지 품종의 순도에 따라 3 가지 범주 각각에서 돼지들은 100 % 순수 Ibérico 돼지와 단순 교배를 위한 Ibéricos의 두 가지 유형으로 분류
- 2014년 농림부는 “recebo” 범주를 없애고, 2017년 “cebo de campo” 라는 범주를 추가했고, 레벨에 100% Ibérico 순수종, 50% 아니면 75% 표기를 요구
  - 이런 변화는 역사적으로 도토리만 먹인 Ibérico 돼지와 cebo de campo 돼지의 도축량이 100 만 개 미만인 데 대해 비해, Ibhesrico cebo 돼지는 2004 년과 2005년 사이에 450 만 마리가 증가했고, 2005 년 중 80 % 이상이 농장에서 자란 복합 사료 cebo 돼지
- 품종 측면에서 보면, dehesa와의 관계를 지닌 축산 자원은 순수한 Ibérico 품종이 아니라 Retinta, Torbiscal, Lampiño, Entrepelado, Manchado de Jabugo 등과 같이 다른 품종의 품종이 있고, 다른 품종, 주로 Duroc 과 섞여짐
  - 생산, 양육, 도축 및 표시를 위하여, 6 개의 인증기관과 Enac 등 해당 지역의 인정된 사설 기관들이 있음
  - 인증기관은 각 수확 시 사용할 수 있는 도토리를 모니터링하고 규정에 따라 하루에 약 9kg 인 각 동물에 충분한 도토리와 풀이 있는지 여부를 결정함

## ② Iberico 돼지 분류 규정

### □ 범주

#### ○ Acorn-fed

- 매일 평균 8-9kg의 잔디와 도토리를 10 월 1 일부터 3 월 31 일까지 60일 이상을 먹은 돼지
- 최소 목초 중량은 92kg 이상이어야 하며 최소 46kg이어야함
- 최소 도살 연령은 14 개월이며 100 % Ibérico 돼지의 경우 체중 108kg, 다른 돼지의 경우 108kg임.

#### ○ Cebo de campo

- 100 % Ibérico 품종이고, dehesa의 잔디와 도토리로 살찌운 돼지
- 광범위한 농장에서 복합 사료 및 콩과 식물로 최소 12 개월 사육돼서, 최소 체중이 115kg의 돼지 또는 100% iberico 품종인 경우 체중 108kg.

#### ○ Cebo

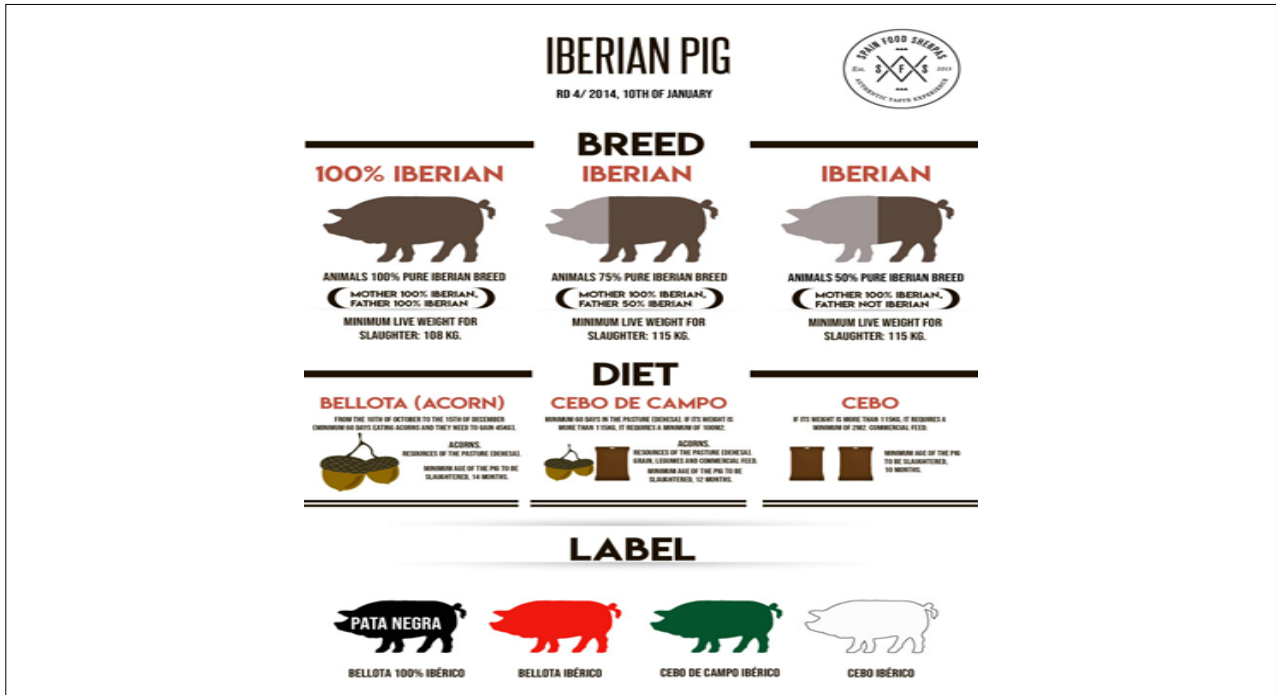
- 돼지 당 적어도 2 미터의 최소 면적에서 농장에서 자란 동물.
- 최소 도축 연령은 10 개월이고, 도체 체중은 115 킬로그램임

### □ 품질 레벨

- Black Seal : 100 % 도토리 사료 인 Ibérico 돼지.
- Red Seal : 도토리를 먹인 iberico 돼지 품종
- Green Seal: 복합 사료, 잔디 및 콩과 식물을 먹인 돼지
- White Seal: 집중 농장에서 복합 사료를 급여 한 돼지
- “pata negra“라는 용어는 도토리가 100 % 공급 된 Ibérico 돼지에만 사용할 수 있으며, “Bellota“와 “montanera“는 도토리를 먹인 동물에게만 사용될 수 있음

- 육종
  - 100 Ibérico - 품종이 100 % Ibérico 인 경우.
  - Ibérico - 50% Ibérico 품종

그림 32. iberico 돼지 분류



※출처 : SpainFoodSherpas. (2018). The Ultimate Iberian Ham Guide – How To Select The Right Jamon Iberico. Available from <https://www.spainfoodsherpas.com/iberian-ham-guide-how-to-select-the-right-jamon-iberico/>. Accessed at Jul, 2019.

(나) 칠레포크 운영 방식 및 아그로수퍼

① 칠레포크 운영 방식

차별화된 통합식품안전관리시스템<sup>17)</sup>

- 칠레돈육생산자협회는 칠레돈육생산자협회의 차별화 된 통합식품안전관리시스템 (Integral Food Safety Management System)을 기반으로 돈육 제품을 관리
- 이는 축산물의 생산, 식품 가공 및 생산 과정 전반에 적용되며, 칠레위생당국의 공식적인 검사 및 인증으로 마무리됨
- 칠레포크가 35개국으로 수출되고 있어 안정성과 품질에 자신 있다는 점을 구매자 및 소비자에게 강하게 어필함으로써 시장점유율을 높이고 있음

천혜의 자연환경과 최적의 인프라<sup>18)</sup>

- 칠레돈육의 경쟁력은 천혜의 자연환경과 정부와 기업의 유기적인 협력 체제에서 비롯됨
  - 동쪽으로는 안데스 산맥이 자리하고 있으며 서쪽으로는 태평양에 둘러 쌓여음
  - 이러한 자연환경은 구제역 등 외부 질병에 대한 방어막 역할을 해줌

17) 김현욱. 2013. 9. 「세계식육대전2: 칠레포크(ChilePork)」.

18) 김상우. 2015. 12. 「글로벌 돈육의 품격 ‘칠레 포크’ 에서 확인하세요」.



- 칠레돈육생산자협회 회원 기업들의 끊임없는 위생 관리 노력에 정부의 전폭적인 지원이 뒷받침되면서 안전한 돼지고기를 생산할 수 있는 최적의 인프라가 구축
- 수직통합체계(Vertical Integration)는 칠레돈육의 자랑거리임
  - 최대 돈육생산업체인 아그로수퍼를 위시로 막사그로, 아사, 코엑스카 등 모든 회원사들이 단일 생산관리 시스템을 가지고 있음
  - 이는 모든 생산단계과정을 하나로 묶어 통제를 가능케 해 균일한 품질과 안전한 돈육을 생산할 수 있게 함
- 지속적인 시스템 혁신
  - 칠레돈육생산자협회는 수출공식전자인증시스템(Electronic Certification)' 을 도입함
  - 이는 농장방역, 동물복지, 식품안전 등을 보증하면서 수입국의 통관절차를 간소화시키는 역할을 함
- 세계 최초로 국제수역기구(OIE)의 돼지콜레라 청정국가 인증은 칠레돈육의 경쟁력을 입증함
- 이밖에 바이오다이제스트를 도입하고 청정에너지를 생산
  - 청정에너지는 내부 전력 발전시스템의 효율적 가동은 물론 가축분뇨 냄새 제거 등에도 상당한 효과를 내면서 지역 공동체 환경개선에 큰 기여
- 신뢰할 수 있는 파트너
  - 칠레돈육은 한국 시장에 최적화된 맞춤형 제품 개발에 역량을 모으고 있음
    - 우리나라 국민 메뉴로 통하는 삼겹살의 경우 블라인드테스트와 전문가들의 자문, 품종 선별, 각종 시연회 등 끊임없는 R&D가 이어지면서 최적의 삼겹살 맛을 구현하고 있음
    - 한편 아그로수퍼의 경우 현재 보편화된 육류 생산이력추적제도를 30년 전부터 시행하고 있음
    - 농장 방문 목적에 따라 출입을 통제하는 '농장 출입 여권제' 와 출하 목적에 따라 각각 농장을 분리하는 '올인-올아웃 시스템' 등으로 외부 질병을 철저히 차단해 28년 연속 가축 질병 발생 제로를 실현하고 있음
- 소비자 니즈 최우선
  - 현재 칠레돈육은 한국 B2B시장을 핵심 타겟으로 삼고 있음
    - 대형 외식기업과 식당, 케터링, 식품제조업체, 도매시장 등 유통경로를 꾸준히 확대
    - 앞으로 제품 판매 추이에 따라 B2C전용 브랜드도 선보여 소비자 선택의 폭을 넓히겠다 계획
    - 안전성을 더욱 강화하고 입맛에 맞춘 제품 개발 등 품질 우선 전략으로 한국 시장 입지를 더욱 강화할 계획
    - 칠레돈육은 한국 소비자들에게 합리적인 가격을 제시하려 노력하고 있음
    - 냉동 외에 냉장 제품을 확대하고 온라인 시장과 같은 신규 유통채널 확보, 프로모션 강화할 계획
- 한국의 돼지고기 소비 행태가 과거 삼겹살, 목살 중심에서 등심이나 안심, 후지 등으로 다양화되고 있는 점을 주시<sup>19)</sup>
  - 이러한 다양성 트렌드에 맞춰 칠레포크도 R&D에 대한 투자를 강화할 계획

19) 김현욱. 2018. 5. 「한국 돼지고기 소비 다양성 주시 칠레포크 R&D 투자 강화할 것」.

- 칠레 돈육생산자협회(ChilePork)는 한국시장 내에서 대규모 협력자를 모색하고 있는 것으로 추정됨<sup>20)</sup>
- 특히, 장기적인 관점에서 소매보다는 대규모 구매 협력자를 찾고 있으며, 현재 국내 유통채널별로 레스토랑 30%, 정육점 30%, 산업계 20%, 슈퍼 10%, 기타 10% 정도 공급을 계획·운영 중

## ② 아그로슈퍼 관계

- 칠레돼지고기생산자협회<sup>21)</sup>
  - 칠레돼지고기생산자협회(칠레포크)의 모든 활동은 칠레 수출청의 ‘산업별 주요 브랜드 육성’이라는 정책적인 지원과 협의 속에 이뤄짐
  - 칠레 최대 돼지고기생산업체인 아그로슈퍼, 막사그로, 아사, 코엑스카 등 회원사들은 수직통합 시스템을 통해 하나의 단일 생산관리 체계 하에 생산망 전 단계를 통제하고 있음
    - 사료제조부터 사육, 비육, 도축·포장, 물류·판매까지를 수직으로 연결해 품질을 균일화하고, 생산비를 낮추고 있음
    - 한국은 민간업체 위주의 수직, 협동조합형 수평계열화가 일정부분 운영되고 있음
  - 아그로슈퍼
    - 아그로슈퍼(Agrosuper)는 1955년 작은 양계장으로 출발해 칠레에 본사를 둔 글로벌 농식품 기업으로 성장함.
    - 한국·미국·유럽·일본·중국 등 전 세계 45개국에 진출한 글로벌 식품기업임
    - 한국이 칠레에서 수입하는 돼지고기의 90% 가량을 공급
- 현재 칠레포크는 4개의 칠레 돈육 수출업체 아사(AASA), 아그로슈퍼(Agrosuper), 코엑스카(Coexca), 막사그로(Maxagro)를 대표함<sup>22)</sup>
  - 13년 전 ‘칠레포크’ 라는 단일 브랜드로 아시아 시장 진출을 결정한 칠레 돈육 수출업체들은 캠페인 활동을 통해 2006년 한국, 2007년 일본에 이어 2012년 중국 시장에 진출함
  - 아그로슈퍼, 프리오사, 막사아그로(MaxAgro), 코엑스카(coexca S.A), 아아사(AASA) 등 협회 소속의 5개 돈육수출업체가 ‘ChilePork(칠레포크)’ 라는 공동 브랜드로 주로 아시아에 수출하고 있다.<sup>23)</sup>
    - 칠레는 수익통합 시스템 확립을 위해 10여년 전부터 노력해 왔으며, 이는 한국 축산업계의 수직적 계열화 개념에 가까운 것으로 인식 됨
    - 아아사, 아그로슈퍼, 코엑스카, 막사그로 등을 대표적인 수직통합 시스템 운영 기업으로 꼽음

### (다) 수출용 통합브랜드 육성 및 관리 필요성

- 수출용 통합브랜드 발족 및 육성 목적
  - 수출브랜드 돈육의 품질을 관리하고 인증함으로써 수출브랜드 돈육 국제경쟁력 제고

20) 안상돈. 2013. 6. 「최근 돈육 수입 동향과 수출국의 국내 시장확대 전략」. 농협경제연구소.

21) 한정희. 2018. 9. 「수입 축산물이 몰려온다Ⅲ 칠레포크」.

22) 황서영. 2019. 5. 「세계 수출 5위 ‘칠레 돼지고기’ 과감한 행보」.

23) (사)한국육류유통수출협회. 2013. 07. 「칠레 식육산업 현장 견학 후기」.

- 수출업체의 과당경쟁을 예방
- 수출용 통합브랜드 운영기준
  - 한돈수출혁신위원회에서 동 운영기준을 제정 및 개정
- 수출용 통합브랜드 운영방안
  - 회원농가에서 생산된 돼지고기 품질 관리
    - 돈육 품질 향상 및 균일화를 통하여 수출브랜드 소비자 인지도 제고
    - 수출브랜드( 'KorPork' )참여 희망 업체의 자격요건을 다음의 조건(안)을 준수하는 농가에서 생산되는 돼지고기 만 취급하는 것으로 함
      - 후기사료 급여 기간 준수
      - 출하 전 절식요령 준수
      - 목표출하체중(110 →130kg) 준수
  - 위의 자격 요건을 준수하는 농장의 돼지고기 육질을 비교 검증하는 실험 및 시식회를 통하여 소비자 홍보 데이터 확보
- 수출용 통합브랜드 관리
  - 돈육수출연구사업단(제1세부 주관)이 수출브랜드 육성 및 인증업무를 수행
    - 연구기간 종료 후에는 (사)한국육류유통수출협회에서 주관하여 운영

그림 33. 한돈 수출통합브랜드 및 서브브랜드(개별 브랜드)표시 방법(안)

통합브랜드	서브(개별)브랜드
	

※ 한돈수출통합브랜드는 기존의 한돈 브랜드 로고를 기초로 하여 재구성하되, 특허청 상표 등 등록이 될 수 있는 방향으로 로고 개발 예정임 (특허전문 변리사의 자문을 받아 진행)

- 수출용 통합브랜드 대국민 홍보
  - 수출돈육에 대하여 스토리텔링 기법으로 홍보
  - 연구결과를 토대로 ‘스토리’ 를 만들어 메스컴 및 SNS 홍보 시작
    - 메스컴 및 SNS 등에서 지속적으로 수출용 통합브랜드 돼지고기의 우수성 홍보
  - 수출돈육 시식회 실시
    - 소비자단체와 연계하여 전국 대도시에서 소비자 시식회 실시
    - 수출브랜드 돈육을 시식회를 통해 특징을 설명하는 기회로 활용

#### (4) 수출 브랜드 운영 필요성

##### (가) 한우에서의 실상

###### ○ 수출량·액수 모두 감소<sup>24)</sup>

- 2019년 3월 21일 현재 대홍콩 한우고기 수출량은 11.4톤으로 전년 동기 대비 10.6% 감소했고, 수출액 역시 7% 감소
- 수출업체 수 역시 지난 2017년 12개소에서 지난해 10개소로 감소한데 이어, 올해는 4개소까지 줄어든 것으로 집계됨
- 냉동 판매 이미지 타격
- 한우고기의 신뢰도 하락이 원인
- 고급 소비자 신뢰 잃음
- 한우고기 수출업체 대표자들 시장 확대가 계속 어려운 가운데 앞으로 개편될 쇠고기 등급제도 악영향을 줄 것으로 우려
- 올해 말 개편되는 쇠고기등급제는 1++와 1+간격이 커져 같은 1++라도 품질차가 커진다는 분석이 지배적

###### ○ 홍콩 바이어들이 같은 등급의 한우임에도 품질이 다르다는 게 가장 큰 불만인데, 올해 말 쇠고기 등급제가 개편되면 불만이 더욱 고조될 우려<sup>25)</sup>

###### ○ 등급제 표시 이해 부족으로 등급 높아도 시장에서 힘 못씀<sup>26)</sup>

- 해외소비자들이 말하기를, 등급제를 봐도 어떤 게 좋은 한우고기인지 모름
- 현행 등급제가 의무화는 아니어서 수출시장에선 더 허술하게 관리되는 면이 없지 않음

###### ○ 홍콩에서 한우가 프리미엄 쇠고기로 인기를 끌면서 지난해 2017년 수출량이 20% 급증<sup>27)</sup>

- 25일 한우자조금관리위원회에 따르면 지난해 홍콩으로 수출된 한우 물량은 총 57t으로, 전년 대비 19.16% 증가
- 현재 한우는 홍콩으로만 수출되고 있으며, 매년 가파른 수출 증가세를 기록
- 2015년 12월 홍콩으로 1t가량 첫 수출된 이후 2016년 47t, 지난해 57t 등으로 2년 만에 누적 수출량이 100t을 돌파
- 한우자조금은 홍콩의 고급 프리미엄 쇠고기 시장을 선점하고 있는 일본과의 경쟁 구도에서 한우 특유의 감칠맛과 부드러운 육질이 현지인들 사이에서 인기를 끈 것으로 분석
- 국내 수출업체들과 현지 유통바이어들의 현지 마케팅 노력도 수출을 견인함

###### ○ 2015년 12월, 프리미엄 시장 진입을 목표로 시작했던 한우의 대홍콩 수출이 수출 초기부터 흔들림<sup>28)</sup>

- 우리 농식품 수출업계 고질병인 ‘과당경쟁’에 발목이 잡히는 분위기임

###### ○ 한우 산업에 새로운 판로가 될 것으로 기대됐던 한우 수출이 우리끼리의 출혈경쟁<sup>29)</sup>

- 한우 수출이 시작된 2016년 평균 수출단가는 kg당 9만6023원이었으나 다음해인 2017년에는 kg당 6만7271원으로 크게 하락한데 이어 지난해 1~8월 집계 결과 kg당 6만1591원까지 하락

24) 김기술. 2019. 3. 「한우고기 홍콩 수출 제동 걸렸다」. 축산경제신문.

25) 김재광. 2019. 4. 「한우 수출 갈수록 어렵다... “같은 등급, 다른 품질” 난색」. 농축유통신문.

26) 박준하. 2019. 4. 「한우고기 수출 위해선 등급제 해외 홍보 절실」. 농민신문.

27) 정빛나. 2018. 1. 「홍콩서 한우 ‘인기’ ... 지난해 수출 20% 급증」. 연합뉴스

28) 우정수. 2017. 8. 「한우 수출을 진단한다 <상> 현황 및 문제점/홍콩 입맛 잡은 고급한우...과당경쟁에 ‘수출 흔들’」. 한국농어민신문.

29) 농수축산신문. 2019. 3. 「한우 수출 이대론 안된다」.

- 이는 국내 1+등급 평균경락가보다 7319원, 1등급 평균경락가보다 2409원이 낮은 수치
- 한우는 2015년 12월부터 홍콩에 수출되기 시작함<sup>30)</sup>
- 현지 수입업자나 유명 셰프 등에게 일본산 와규(Wagyu·화우)에 버금가는 고급육으로 인정받으면서 성공적
- 지금까지도 수출물량은 매년 증가
- 수출업자들은 한우수출이 현재 성공과 실패의 기로에 서 있다고 주장
- 양적으로는 성장했지만 질적으로는 퇴보
- 올 5월 수출실적을 보면 2017년 같은 달 대비 물량은 300kg 남짓 늘었지만 수출금액은 1kg당 6달러가 줄어듬

(나) 문제점

- 홍콩 현지에서 일부업체가 냉장육을 냉동육으로 전환 유통하거나, 품질이 떨어지는 냉동육을 고가에 판매하는 등의 행위로 한우의 이미지에 악영향<sup>31)</sup>
- 같은 등급인데 품질은 천차만별이다보니 제품 품질 문제에 대한 클레임이 자주 발생
- 일부업체들이 자사 홍보 목적으로 일회성 수출을 시행하며 꾸준하게 수출하고 있는 업체들에게 피해를 입히고 있으며, 마리분 수출로 안심·등심·채끝 등의 부위를 타 업체에 비해 낮은 가격에 현지에 유통하는 등의 문제도 발생
- 홍콩 내에서 한우고기 품질이 들쭉날쭉하고 떡지방(과하게 몰린 지방)도 부쩍 많아져 불만이 많음<sup>32)</sup>
- 현실적으로 냉동육을 판매하지 못하도록 강제할 수 없는 상황.
- 올 12월 쇠고기 등급제가 개편되면 수출시장에서 등급별 심한 품질차이 문제로 인한 혼란이 예상<sup>33)</sup>
- 정부가 한우 수출에 무신경함
- 수출업체 난립으로 냉동육 유통, 고급육 이미지 발목<sup>34)</sup>
- 냉동육 수출은 한우를 프리미엄육 시장에 정착시키겠다는 당초 취지에 맞지 않음
- 일반 시장에서 냉동육이 유통되면서 한우고기의 고급육 이미지에 영향
- 고급 식품점에서 한우를 고급육으로 구입하던 현지 소비자들 한우의 정체성에 혼란을 느낌
- 일부 소비수요의 이탈이 현실이 됨
- 고급육으로 한우를 수입하던 바이어들도 품질 관리 문제를 지적하는 등 한우에 대한 불신이 쌓여가고 있음
- 국내 업체간 과도한 경쟁, 이로 인한 품질관리 저하, 현지 유통시장에 대한 잘못된 판단, 컨트롤 타워 부재 등에 따른 수출 단가 하락<sup>35)</sup>
- 후발업체들이 시장점유율을 높이고 실적을 내고자 등급이 낮은 고기를 저렴하게 판매<sup>36)</sup>

30) 윤슬기. 2018. 8. 「잘나가던 한우수출 경고음… “일본 와규 장려정책 참고해야”」. 농민신문.

31) 김기술. 2019. 3. 「한우고기 홍콩 수출 제동 걸렸다」. 축산경제신문.

32) 김재광. 2019. 4. 「한우 수출 갈수록 어렵다... “같은 등급, 다른 품질” 난색」. 농축유통신문.

33) 박준하. 2019. 4. 「한우고기 수출 위해선 등급제 해외 홍보 절실」. 농민신문.

34) 우정수. 2017. 8. 「한우 수출을 진단한다 <상>현황 및 문제점/홍콩 입맛 잡은 고급한우...과당경쟁에 ‘수출 혼들’」. 한국농어민신문.

35) 농수축산신문. 2019. 3. 「한우 수출, 이대론 안된다」.

36) 윤슬기. 2018. 8. 「잘나가던 한우수출 경고음… “일본 와규 장려정책 참고해야”」. 농민신문.

- 냉동육을 냉장육으로 바꿔 판매하는 사례도 발생하는 등 국내 수출업체간 과당경쟁이 심각
- 등급별 품질 균일하지 않아 양적 성장 불구 질적 퇴보

[우수 축산물 브랜드를 위한 문제점에 대한 해결방안]

- 제품 품질 문제 및 일부업체들의 일회성 수출에 대하여 정부가 적극 나설 필요
- 홍콩 내에서 한우고기 품질이 들쭉날쭉하고 떡지방에 대하여 맛과 품질을 균일화 시키고 제도적 개선이 뒷받침 필요
- 수출시장에서 등급별 심한 품질차이 문제로 인한 혼란에 대하여 수출현장을 점검해 실제 쇠고기 등급과 품질을 비교·조사하는 방안을 협회 차원에서 검토 및 정부가 한우 수출 관심 필요
- 수출 업체 난립에 대하여 고급육 수출 기준을 지키지 않은 업체의 경우 브랜드 자금 지원을 중단하거나 수출작업장 지정을 취소하는 등 정부가 강력한 제재 방안을 마련
- 국내 업체 간 과도한 경쟁, 수출 단가 하락에 대하여 수출 전반을 조율할 수 있는 컨트롤타워도 시급히 구축을 통해 수출 시장에 대한 시장 전망과 정보를 공유 및 해결 방안 도출
- 후발업체들의 등급이 낮은 고기를 저렴한 가격의 판매에 대하여 정부가 공익단체가 중심이 돼 수출을 전략적으로 지원 및 일본의 와규 수출장려 정책을 참고

(다) 해결 방안

- 과당경쟁 문제를 해결하기 위해 정부가 생산자와 수출업체에 대한 지원강화와 사후관리뿐 아니라 단지운영자금 부족문제 해소, 축산분뇨의 효율적 처리방안 마련 등 수출여건을 조성<sup>37)</sup>
- 한우고기 품질 문제 해결<sup>38)</sup>
  - 한우고기 수출시장 확대를 위해 정부가 적극 나섬
- 홍콩에 소비홍보와 더불어 국내 쇠고기등급체계에 대한 홍보를 동반<sup>39)</sup>
- 수출품에 대해선 면밀한 관리가 필요<sup>40)</sup>
  - 한우 수출의 확대를 위해 맛과 품질을 균일화시킴
  - 등심 단면만 보고 등급판정을 하다 보니 간혹 커팅하고 보면 저품질이 종종 들어오는데 대체품으로 교환하더라도 온전히 회사의 손실이기 때문에 제도적 개선이 뒷받침 필요
  - 민간 업체가 풀기 어려운 국가간 검역협정도 정부가 적극적으로 나설 필요
  - 해외소비자 위한 홍보와 수출현장 품질점검도 필요
  - 수출현장을 점검해 실제 쇠고기 등급과 품질을 비교·조사하는 방안을 협회 차원에서 검토 필요
  - 정부가 한우 수출에 관심 필요
  - 한우와 와규의 가장 큰 차이는 수출시장에 대한 ‘정부의 관심 정도’ 임
  - 우리도 시장을 철저히 분석하고 전략을 마련해 공급과잉에 대응한 새로운 시장개척에 나섬

37) 김지식. 2000. 1. 「돈육수출 5만5천톤 이것부터 해결하자」.

38) 김기술. 2019. 3. 「한우고기 수출 제도 걸렸다」. 축산경제신문.

39) 김재광. 2019. 4. 「한우 수출 갈수록 어렵다... “같은 등급, 다른 품질” 난색」. 농축유통신문.

40) 박준하. 2019. 4. 「한우고기 수출 위해선 등급제 해외 홍보 절실」. 농민신문.

- 수출 물류비 지원 등 유통업체에 직접 지원하는 한편 현지 소비자들을 대상으로 생활 밀착형 마케팅 홍보를 강화해 중동, 동남아로까지 한우 수출국을 확대 필요<sup>41)</sup>
- 고급육 수출 기준을 지키지 않은 업체의 경우 브랜드 자금 지원을 중단하거나 수출작업장 지정을 취소하는 등 정부가 강력한 제재 방안을 마련<sup>42)</sup>
  - 정부가 수출작업장 승인 시 신청업체로부터 수출 계획을 받고, 이에 대한 철저한 심사를 통해 작업장 승인을 내주는 등 앞으로는 한우 수출 진입장벽을 높여야 함
  - 수출 기준을 잘 지켜 나가는지 지속적으로 관리할 수 있는 시스템 마련도 필요
  - 업계 스스로가 한우의 가치를 지켜나가야 함
  - 한우는 세계 어디에서도 찾아볼 수 없는 국내 유일한 품종으로 수출 기반만 안정된다면 성공 가능성이 큼
- 한우의 타깃은 고급육 시장이 돼야 하며, 이를 위한 품질 경쟁력을 지속적으로 담보해 나가야함<sup>43)</sup>
  - 수출 전반을 조율할 수 있는 컨트롤타워도 시급히 구축돼야 함
  - 이를 통해 수출 시장에 대한 시장 전망과 정보를 공유하고, 통일된 수출 방향을 가이드해 나가는 한편 문제 발생 시 신속히 해결 방안을 도출
  - 한우 수출 활성화를 위해 생산농가와 업계, 정부가 머리를 맞대고 해결책을 실현
- 정부나 공익단체가 중심이 돼 수출을 전략적으로 지원해야 함<sup>44)</sup>
  - 전문가들은 일본의 와규 수출장려 정책을 참고해야 한다고 입을 모음
  - 일본은 정부 차원에서 수출에 적극적으로 나섬

- 브랜드화와 연계한 축산구조 육성을 위한 통합브랜드 수출
  - 통합브랜드 육성 및 운영에 대해 우수 축산물 브랜드 경영체 육성을 위하여 돼지고기는 통합브랜드로 수출해야 하고 지속적으로 관리해야 함

(5) 국내 우수 축산물 브랜드<sup>45)</sup>

(가) 우수한 돼지고기 브랜드 3가지 조건

- 3통 수출 브랜드 고품질의 균일성 확보
  - 종돈통일 : 종돈통일을 통해 균일한 자돈을 생산
  - 사료통일 : 사료 회사·규격의 통일 및 공동 급여
  - 사양관리 통일 : 사료급여체계, 출하시기 등 통일된 관리

(나) 높은 위생·안전성

- 사육단계에서 안전한 농장 위생관리 유지
- 도축·가공단계 위생관리 강화 : HACCP 인증 도축·가공장이용

41) 정빛나. 2018. 1. 「홍콩서 한우 ‘인기’ …지난해 수출 20% 급증」. 연합뉴스

42) 우정수. 2017. 8. 「한우 수출을 진단한다 <상>현황 및 문제점/홍콩 입맛 잡은 고급한우…과당경쟁에 ‘수출 혼들’」. 한국농어민신문.

43) 농수축산신문. 2019. 3. 「한우 수출, 이대론 안된다」.

44) 윤슬기. 2018. 8. 「잘나가던 한우수출 경고음… “일본 와규 장려정책 참고해야”」. 농민신문.

45) 한돈정보포털. 2015. 11. 「우리나라에서 우수한 돼지고기 브랜드의 판단기준은 무엇인가요?」.

(다) 규모화를 통한 안정적 물량공급 능력

- 일정규모 이상의 농가 조직화 및 안정적인 판매망 구축

(라) 우수 인증 브랜드 선정

- 소비자 단체에서는 이러한 조건을 갖춘 돼지고기 브랜드에 대해 매년 인증심사를 하여 공표하고 있으며, 돼지 부문에서는 2017년도에는 다음과 같이 14개의 브랜드를 우수 인증 브랜드를 선정

표 60. 축산물 브랜드 개발 돼지고기 인증 브랜드 현황

구 분	브랜드명
2019 (14개)	강원깊은산맑은돈, 도드람한돈, 백두대간한돈, 보리먹인돼지가천맥돈, 산들에참포크, 생생포크, 선진포크, 인삼포크, 장군포크, 태흥한돈, 포크밸리, 포크빌포도먹은돼지, 프레시안생돼지고기, 프로포크 <sup>46)</sup>
2018 (16개)	도드람한돈, 백두대간한돈, 보리먹인돼지가천맥돈, 산들에참포크, 생생포크, 선진포크, 돈마루별침맞은우리돼지, 인삼포크진생원, 장군포크, 태흥한돈, 포크밸리, 포크빌포도먹은돼지, 프레시안생돼지고기, 프로포크, 치악산금돈, 하이포크 <sup>47)</sup>
2017 (14개)	도드람한돈, 백두대간한돈, 보리먹인돼지가천맥돈, 산들에참포크, 생생포크, 선진포크, 얼룩도야지, 인삼포크진생원, 장군포크, 태흥한돈, 포크밸리, 포크빌포도먹은돼지, 프레시안생돼지고기, 프로포크
2016 (15개)	도드람한돈, 돈마루별침맞은우리돼지, 백두대간포크, 보리먹은돼지가천맥돈, 산들에참포크, 생생포크, 선진포크, 웰팜포크, 인삼포크진생원, 장군포크, 태흥한돈, 포크밸리, 포크빌포도먹은돼지, 프레시안생돼지고기, 프로포크
2015 (15개)	도드람포크, 돈마루 별침맞은 우리 돼지, 보리먹인돼지가천맥돈, 생생포크, 선진포크, 웰팜포크, 의성마늘포크, 인삼포크진생원, 장군포크, 제주도니, 청미원올리브포크, 포크밸리, 포크빌포도먹은돼지, 프레시안생돼지고기, 프로포크
2014 (14개)	도드람포크, 보리먹인돼지가천맥돈, 생생포크, 선진포크, 웰팜포크, 의성마늘포크, 인삼포크진생원, 장군포크, 제주도니, 청미원올리브포크, 포크밸리, 포크빌포도먹은돼지, 프레시안생돼지고기, 프로포크
2013 (15개)	도드람포크, 보리먹인돼지가천맥돈, 산들에참포크, 생생포크, 선진포크, 웰팜포크, 의성마늘포크, 인삼포크진생원, 장군포크, 제주도니, 청미원올리브포크, 포크밸리, 포크빌포도먹은돼지, 프레시안생돼지고기, 프로포크

※출처: 한돈정보포털. (2015). 우리나라에서 우수한 돼지고기 브랜드의 판단기준은 무엇 인가요?.

46) 이근선. 2018. 11. 「2019년 우수 한돈브랜드가 발표되었다」. 돼지와 사람.

47) 농림축산식품부. 2017. 11. 「2018년 우수 축산물브랜드 인증 현황」.



## 나. KorPork 수출통합 브랜드 및 업체의 sub 브랜드

### (1) 통합브랜드(Integrated Brand)

#### (가) 통합브랜드의 개념

- 통합브랜드는 동일 또는 유사한 제품을 생산·판매하고 있는 중소기업 및 개인사업자들이 어려움을 극복하고 공동대안을 마련하기 위해서 공동으로 신규브랜드를 개발·사용하거나 특정기업이 이미 개발하여 사용하고 있는 기존의 브랜드를 공동으로 사용하는 것을 의미<sup>48)</sup>

#### (나) 통합 상표권

- 통합상표란 다수의 중소기업이 공동으로 상표를 개발공유하고, 품질디자인 등의 공동관리를 통해 비용을 절감하고 상표이미지를 부각시켜 제품의 고부가가치를 실현시킬 수 있는 마케팅전략<sup>49)</sup>

#### (다) 통합브랜드 관리의 중요성

- 차별화된 이미지를 가진 공동브랜드로 개발, 육성함으로써 장기적인 관점에서 경쟁우위의 원천이 될 뿐만 아니라 시장에서의 확고한 지위를 보장함
- 일관성 있게 통합적으로 공동브랜드 아이덴티티를 관리하고 구축함으로써, 소비자들과의 장기적인 관계를 형성함은 물론 지속적인 반복구매를 유도할 수 있음

#### (라) 통합브랜드의 필요성 및 효과

- 공동브랜드 사용의 가장 큰 이점은 비용절감효과이며, 이와 더불어 다수 기업의 참가로 인한 브랜드 노출 증가를 통하여 소비자와의 접점을 증폭시킬 수 있고 이를 통한 브랜드 이미지 제고 효과를 가져다 줌.<sup>50)</sup>
- 초기 시장진입에 필요한 고정투자 비용을 공유할 수 있음<sup>51)</sup>
- 참여기업간 기술, 마케팅 지식 및 시장 정보를 공유를 통하여 시너지 효과를 높일 수 있음

#### (마) 통합브랜드의 품질 관리 및 통제 방법

- 엄격한 품질관리 시스템을 확립함으로써 품질 이상으로 인한 이미지 손상을 미연에 방지
  - 품질을 관리하고 통제할 기준을 갖추고, 이에 따라 각 업체들을 지속적으로 감독하고 관리해 나감<sup>52)</sup>
- 유사/이종아이템에 공동브랜드를 사용할 경우에는 추진주체나 협의회에서 공동브랜드 아이덴티티를 통합적으로 관리함으로써 통일된 공동브랜드 이미지가 형성되도록 유도

### (2) 통합 브랜드 육성

#### (가) K-pork 수출 브랜드 자격

- 통합 브랜드가 K-pork 수출 브랜드로 가며, 업체의 브랜드가 sub brand로 들어감

48) 노병수. 1999. 11. 「공생적 마케팅을 위한 지역 공동브랜드 활성화 방안」. 대구경북개발연구원.

49) 중소기업청. 2003. 11. 「공동 브랜드 관리」.

50) 한국장애인개발원. 2008. 07. 「장애인생산품 공동브랜드 도입에 관한 연구」.

51) 김형남. 2001. 10. 「중소기업 공동상표 운영의 문제점과 개선방안」.

52) 중소기업청. 2003. 11. 「공동 브랜드 관리」.

- 브랜드에 3통(품종통일, 사료통일, 사양관리 통일)을 지역별로 통합 브랜드로 조건을 갖춤
- 생산, 가공, 유통, 마케팅 등의 각 단계를 통일적으로 운영 할 수 있는 매뉴얼의 구축이 전제 되어야 함<sup>53)</sup>
- 평가체계 및 정책자금 지원방식 개선
  - 평가체계를 성과위주로 개선, 수출 물량에 따라서 인센티브 지원
  - 브랜드 관련 사업을 하나의 패키지 사업으로 통합 운영

(나) 통합브랜드 운영 방법

- 홍보
  - 박람회, 전시회 행사를 통한 홍보가 되어야 함
  - 지금부터 효과성 있는 활동들 및 노하우 진행이 되어야 함
  - SNS으로 홍보로 광고해서 좋은 결과를 얻어야 함
  - 부스를 렌트하며 연결 네트워크 마련이 되어야 함
- 품질
  - 좋은 품질, 품질의 균일성 및 가격적으로 경쟁력 가져야 함
- 비용 지원
  - 수출하고 있는 업체들의 물류비를 지원
  - 수출업체 또는 수입업체가 판매할 수 있는 프로모션 촉진 비용을 자조금하고 연결해서 지원
- 상표권
  - 공동브랜드에 대하여 공동 로고로 엄격히 적용 및 관리 기능을 해야 함
  - 수출 공통 브랜드에 관해서 이름을 한돈을 사용 해야 함
    - 한돈 로고에 영문으로 넣어 그 로고를 수출용으로 만들면 홍보비 적게 듦
- 브랜드 스토리
  - 각 업체들의 각자의 스토리를 만들어야 함
    - 스토리는 한국에도 우리나라에 맞는 돼지들 맛이 있다는 것으로 차별점

(3) 통합브랜드를 고품격 브랜드로 발전

(가) 브랜드화와 연계한 돈육 산업 활성화<sup>54)</sup>

- 신규 시장 개척, 수출 유망국과의 검역·위생협상 우선 추진으로 ' 21년 30억원 수출 달성
  - 홍콩 수출 수요 높은 시장 우선 검역·위생 협상 추진(식약처 협조)
    - \* ' 21년까지 홍콩 등 검역·위생협상 조기 완료로 30억원 수출 목표
- 규모화 된 우수 브랜드를 중심으로 등급판정기술의 선진화·과학화와 등급판정 결과의 신뢰성 제고를 위해 돼지 기계판정 도입
  - (장비 도입) 돼지 등급판정 비용 절감 및 정밀화를 위해 돼지 도체 자동측정기계 도입
  - (활용) 등급판정, 사양관리 및 가공단계에서 활용 극대화

53) 노경상. 2007. 12. 「축산물 브랜드 육성사업 성과분석 및 단계별 전략 연구」. 한국축산경제연구원.

54) 농림축산식품부. 2016. 11. 「축산물 유통구조 개선방안」.

- \* 등급판정 : 등지방 두께, 비육, 지방부착, 삼겹살 상태 항목 측정
- \* 생산단계 : 농가별 결과분석 → 사양, 종돈선발에 결과 활용
- \* 가공단계 : 정육량, 삼겹살 과지방 여부별 분류

(나) 홍보 및 판촉활동의 강화 및 브랜드 생산 체계의 구축 필요<sup>55)</sup>

- 깨끗한 농장 환경 조성, 위생·안전성 제고
  - 친환경 축산농장 지정 등과 연계, 조사료 생산지원 강화 등
- 브랜드 축산물 유통 차별화
  - 브랜드육 타운조성, 직영 유통시설 지원확대

(4) 경쟁을 통한 차별화와 동시에 협력체계 구축

- 브랜드 경영체의 경쟁력 강화 지원, 구매자와의 협상에 교섭력 강화를 위한 지원 프로그램 운영 필요
  - 브랜드별 맞춤형 컨설팅, MBA 과정 도입, 인터넷 사이트 개설 등.
  - 마케팅 보드 설립으로 브랜드 협력기반 마련

(5) 우수 돈육 브랜드에 대한 소비 홍보 전략

(가) 기획수출 지원체계 마련 필요

① 과학적이고 체계적인 계획과 시스템화

- 브랜드 관리를 체계적으로 추진하고 보다 폭넓게 확산시키기 위해서는, 행정, 생산자(단체), 가공업자, 유통업자, 소비자 등이 참여하는 「브랜드확립 추진협의회」를 구성하여 운영하는 것이 바람직함
  - 관련 전문가들이 함께 참여함으로써 돈육 브랜드를 명품으로 만들겠다는 공감대가 형성되고, 다양한 아이디어가 제시될 것이며, 소비홍보의 폭과 기회도 확대됨
  - 여기서 브랜드관리 및 홍보를 위한 중장기 계획을 수립하여 추진하면 체계적이고 효율적인 운영이 가능할 것임. 이 위원회의 기능이 강화되면 브랜드 참여농가 자체로 자조금을 조성하여 홍보재원으로 활용할 수도 있음
- 생산현장과 유통현장은 떨어져 있기 때문에 유통현장에서 일어나는 소비자 및 유통업자의 요구나 불만사항, 또는 경쟁브랜드의 시장전략 등이 신속하게 생산현장에 전달되기 어려움
  - 이를 해소하기 위해 시장에 안테나숍(antenna shop)을 설치하여 모니터링하거나, 브랜드 조직 내의 유통관리자(market manager)로 하여금 정기적으로 시장동향을 면밀히 분석하여 생산관리자(product manager)에게 피드백 시키는 노력이 필요함. 소비자는 시장에 많은 브랜드들이 있기 때문에 불편함이나 불만이 있으면 바로 발길을 돌리게 됨.
  - 이러한 개선과정은 반드시 기록으로 남기고 브랜드확립 추진협의회에 보고되어야 함
- 해외 현지 수출지원기관을 한 곳에 집적하는 one-roof 체제를 확대하고 이를 위한 법적 근거 및 운영기준 등 마련
- 수출중소기업이 역량에 따른 지원을 받을 수 있도록 수출역량 진단평가제도를 전면적으로 도입하여 맞춤형 지원 실시

55) 노경상. 2007. 12. 「축산물 브랜드 육성사업 성과분석 및 단계별 전략 연구」. 한국축산경제연구원

② 종합적 수출지원전략 마련

- 수출중소기업의 경쟁력 제고 및 부처간 수출지원정책의 분절화 방지를 위한 수출지원전략 수립

- 글로벌 수출시장 여건변화에 따른 대응 노력을 강화

③ 체계적인 사후관리 시스템 구축

- 단기 수출실적 외에 수혜기업의 수출역량강화 등 중기성과를 파악할 수 있는 지표, 사후관리 관련 지표 등 개발 검토

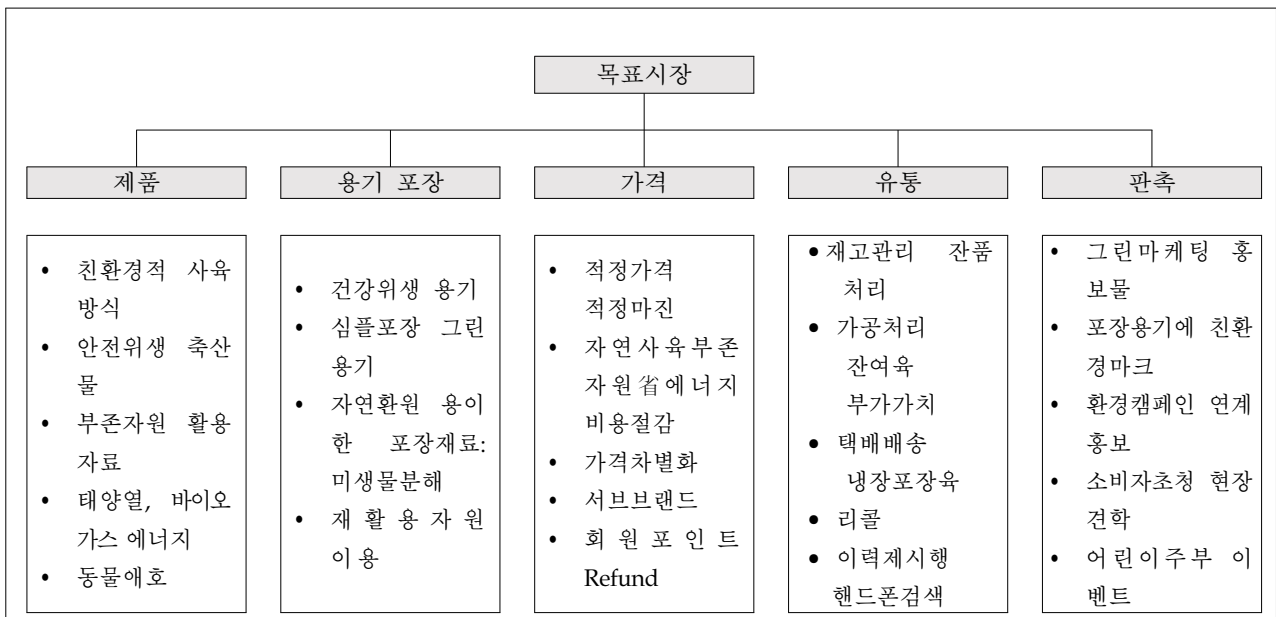
- 최초 역량평가결과부터 수출지원사업 지원이력, 지원성과 등을 모두 포함하는 '통합성과관리시스템'을 구축·운영

(나) 국내산 돈육의 품질향상 및 가격 경쟁력 확보방안 마련

① 안정성 확보 및 그린마케팅

- GAP(우수농장 관리제도)나 HACCP(위해요소 중점관리제도)의 과정을 거치고 이력추적 시스템을 통해 소비자가 직접 제품의 안전성을 확인할 수 있도록 하여야 브랜드에 대한 호감을 증대시킬 수 있음

- 그린마케팅은 목표시장을 향해, 제품(Product), 용기·포장(Packaging), 가격(Price), 유통(Marketing), 판촉(Promotion)의 측면에서 품목과 조건에 따라 다양한 전략이 구사될 수 있다. 여기서 포인트는 친환경이면서 친 소비자적으로 접근하는데 있음.



※출처: 이병오. 2006. 1. 「축산물 브랜드의 소비홍보 전략」. GS&J 인스티튜트.

○ 제품

- 우선 축산물이 친환경 사육방식으로 생산되고 위생적으로 가공 처리되어 최상의 안전성을 보장해야 함. 생산단계에서 지역 부존자원을 활용하고 태양열이나 바이오가스 에너지를 이용하는 것도 중요한 포인트이며, 동물애호 개념도 중요함.

○ 용기·포장

- 내용물을 담는 용기는 인체의 건강에 좋은 것을 사용하더라도, 바깥 포장지는 재활용

용지를 이용할 수 있음. 과도한 포장을 자제하고 재활용이 가능한 자원을 이용하거나, 미생물분해가 되는 포장 재료를 사용하는 것이 좋음.

○ 가격

- 브랜드 축산물이라고 해도 소비자가 수용할 수 있는 정도에서 프리미엄 가격이 설정되어야 보다 많은 단골고객을 확보할 수 있다. 이를 위해 다양한 방식으로 비용절감에 노력하고 그 결과로 생기는 가격인하 효과를 소비자에게 환원하려는 노력이 필요함. 이는 결국 타 브랜드에 대한 차별화 효과로 작용하고 궁극적으로 자사 브랜드의 경쟁력 제고로 이어지게 됨. 또, 품질등급에 따라 프리미엄 브랜드와 보통브랜드로 구분하여 가격차별화를 피하는 것도 소비자에게 선택의 폭을 넓혀 준다는 점에서 바람직함. 멤버십 관리가 가능하면 구매금액에 따라 일정비율로 리펀드(refund)를 해주어 단골고객에게 가격인하 인센티브를 부여하는 것도 좋은 방법임.

○ 유통

- 유통측면에서는 상품의 잔품이나 비선호 부위를 남기지 않고 효율적으로 처리하는 것이 환경 친화적이라고 볼 수 있음. 식품이 남아 폐기하는 것은 환경이나 자원 양 측면에서 바람직하지 않기 때문임. 고품질브랜드 축산물이 신선도를 잘 유지하면서 소비자에게 안전하게 공급되기 위해서는, 이력추적 시스템의 간편 검색, 냉장 택배배송, 리콜 등의 제도가 효율적으로 연계되어야 함.

○ 판촉

- 마케팅전략의 선두에 그린마케팅의 개념을 도입하여, 팜플렛이나 옥외 광고물, 제품 포장 등에 적극적으로 홍보할 필요가 있음. 국내외 환경인증을 취득하여 그 마크를 포장에 부착하면 더욱 효과적임. 환경보호 캠페인을 벌이거나, 어린이 및 주부를 초청하여 생산·가공현장을 소개하는 것도 좋은 방법임

② 품질향상 방안

- 해외 소비자 및 소비 성향에 적합한 과학적인 평가 지표마련이 시급함. 특히 국내산 돼지고기의 품질 향상을 위한 맛을 평가할 수 있는 표준화된 지표 방안 개발이 필요함<sup>56)</sup>
- 냉도체 육질등급 표시 유통 확대<sup>57)</sup>
- 농가와 가공업체가 돼지 수송을 주도케 함
  - PSE육 발생에 영향을 미치는 수송밀도, 차량속도, 물이 시 전기봉 사용을 억제할 수 있음
  - 품질 관리 인력을 확보 운영함으로써 품질에 대한 소비자 신뢰성을 높이고, 제품의 온도 관리를 보다 철저히 할 수 있게 됨
- 무항생제, 친환경, 기능성 첨가제 급여 등 돈육브랜드 가치를 향상<sup>58)</sup>
- 1두 1계근을 위한 출하선별기, 우수한 정액의 사용, 비육후기 사료의 급여, 사육밀도 개선 등
- 일정한 품질의 규격돈을 꾸준히 공급
- 자돈품질 균일도 향상
  - 자돈 단계에서 높은 위생 수준과 균일도를 확보하였다면, 출하단계에서 편차가 벌어지는 것을 크게 개선할 수 있음

56) 정영철. 2017. 10. 「국산돈육 인증 및 차별화를 위한 기술개발 및 산업화 방안」. (주)P&C연구소.

57) 양돈타임즈. 2009. 12. 「돼지고기 등급 줄여 소비자 이해 제고」.

58) 한은혜. 2017. 6. 「고돈가가 소비시장에 미치는 영향」. 산업뉴스.

- 위생관리와 방역관리<sup>59)</sup>
  - 농장에서는 후보돈 도입, 돈군의 이동 흐름, 농장 내부에서의 차단방역 등 위생과 방역 수준을 향상시킬 수 있는 매뉴얼을 작성
- 돼지고기 생산 매뉴얼을 배포해 품질 향상을 통해 경쟁력을 키움<sup>60)</sup>
- ③ 가격 경쟁력 확보 방안
  - 돈가 안정을 위해 돼지고기 안정적 수급조절방안
  - 정부 차원의 대책 마련
- (다) 한돈 수출을 지속적 추진을 위한 전담조직 운영 필요
  - 전담조직 운영 방안<sup>61)</sup>
    - 전담조직 설치하고 총괄기능 맡겨 세부계획을 수립
    - 조직간의 정보공유와 협업체계 강화
- (라) 브랜드전 및 대형유통업체 활용
  - 브랜드전 및 대형유통업체 활용
    - 축산물 브랜드를 대중매체에 광고하기란 어려우므로, 축산물브랜드전이나 지역축제, 시식회 등 각종 이벤트를 적극적으로 활용할 필요가 있음. 이때 중요한 것은 처음부터 브랜드 인지도 향상이나 마케팅 전략을 목표로 하여 치밀한 계획을 세운 뒤 참여하여야 한다는 점임.
      - 행사 후에는 성과를 분석하고, 특히 행사에 참여했던 관계자나 소비자들에 대한 사후 관리를 잘 하여 다음 행사 때 또 오도록 만드는 것도 중요함. 이렇게 다양한 기회를 통해 단골고객을 확보해 나가야 함.
      - 도시 소비자들이 대형유통업체(백화점, 할인점, 농협 하나로마트, 슈퍼마켓)를 통해 브랜드 축산물을 많이 구입하기 때문에, 소비자 인지도를 높이고 판매량을 확대하려면 이러한 유통업체에 자사 브랜드 판매코너를 설치하거나 계약출하를 하는 것이 효과적임. 중가(中價)브랜드 등은 대형 요식업소나 가공업체에 원료로 납품하되, 자사 브랜드 명칭을 음식점이나 가공품 홍보물에 명시하도록 하는 것도 하나의 전략임.
      - 지금까지 브랜드 축산물의 목표시장은 대부분이 수도권이었으나 앞으로는 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 예상됨. 한편 소득수준이 향상되고 지방도시 및 신도시의 경제력이 증대됨에 따라 이러한 곳들이 새로운 시장으로 부각되고 있음.
      - 경쟁이 덜한 지방권역을 목표시장으로 하여 지역브랜드(local brand)로서 브랜드 우위를 점하는 것도 좋은 방법임. 물론 이미 수도권에 기반을 가지고 있는 브랜드도 새로운 시장을 개척하면서 규모 확대를 꾀하기 위해 지방도시를 겨냥할 수 있음.
- (마) 주 고객층 겨냥
  - 주 고객층 겨냥
    - 축산물 브랜드의 대부분은 고품질·고가이고 백화점이나 대형 할인점에서 판매되는 데, 주 고객층이 중산층 이상의 주부라고 상정할 수 있음. 따라서 브랜드의 명칭(naming)을 정감 있는 우리말로 표현한다거나, 매장에서 축산물을 구매하기 전에 이

59) 양돈타임즈. 2017. 5. 「생존 위해 가격 및 품질 경쟁력 필요」.

60) 한국의식신문. 2019. 1. 「돼지고기 수입량 증가, 5년새 가격 최저수준」.

61) 임현우. 2018. 12. 「'국민의 농협' 도약 위해 부서 신설」.

력정보를 윈터치 식으로 손쉽게 확인할 수 있도록 배려하고, 매장의 분위기나 종업원의 서비스, 포장이나 배달 등 세심한 곳까지 신경을 쓸 필요가 있음.

- 또한 쇼핑을 하러 자주 외출하는 점을 고려하여, 축산물 브랜드 관련 세일의 연락, 구매금액 누적 마일리지에 따른 리펀드, 불만이 있는 제품에 대한 신속 리콜 등도 주부들의 호감을 살 수 있다. 아울러서 다음과 같은 사항들도 잘 활용할 필요가 있음.
- 구전(口傳)마케팅: 주부들의 입소문 효과를 겨냥하여 손님이 스스로 손님을 인도해 오는 환경조성이 중요함.
- 시식회: 브랜드 축산물을 쉽게 접하지 못하는 많은 소비자들에게 직접 맛 볼 수 있는 기회를 제공함으로써, 자사 브랜드 제품의 우수성을 홍보할 수 있는 좋은 수단임. 이때 장소는 농협 하나로 클럽이나 할인점 등 대형 유통업체, 또는 축산물브랜드전이나 지역축제 등 소비자들이 많이 모이는 곳을 선택하도록 하며, 주부들을 대상으로 다양한 메뉴, 요리법, 신제품을 소개하고, 안전성 홍보를 위해 이력추적 시스템을 시연하면 더욱 효과적임.
- 명절마케팅: 추석이나 설에는 직장이나 가정에서 많은 선물을 하므로 브랜드 축산물을 선물용품으로 활용하면 브랜드의 인지도 제고를 위해서도 좋고 홍보효과도 큼.
- 이때 가정용 선물은 주 의사결정자가 주부이지만, 직장에서의 선물은 기관의 담당자나 기관장의 의향이 크게 작용하므로, 미리 정보를 입수하여 시제품을 만든 뒤 대량 수요처에는 샘플을 보내 주문을 받는 등 적극적으로 대응할 필요가 있음. 지역에서 생산되는 다른 특산물과 연계(예, 더덕과 쇠고기, 송이와 쇠고기, 과일과 축산물)하여 선물을 구성하는 것도 좋은 방법임.

#### 다. 한돈 수출연구사업 추진 방향

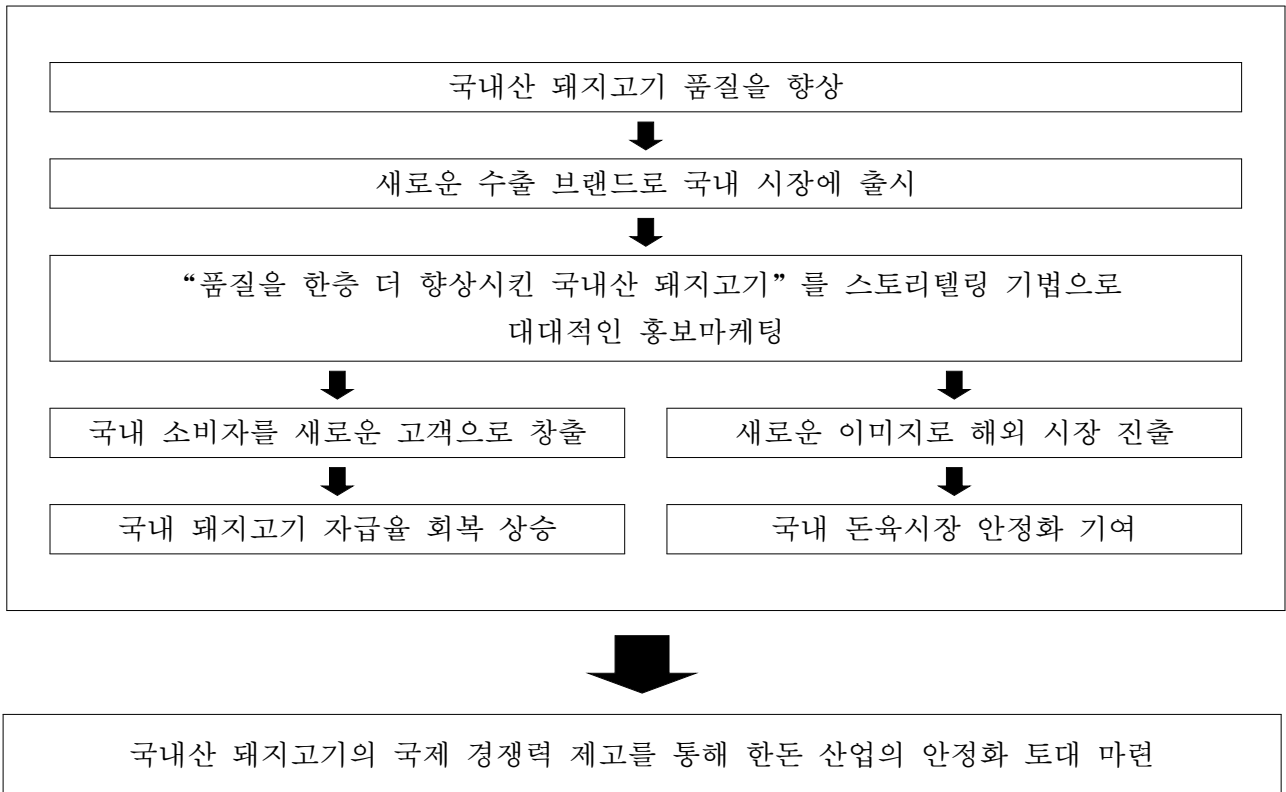
##### (1) 수출 촉진 당위성

- 국내 양돈 산업을 안정적으로 발전시키기 위해서는 국내 소비를 촉진하면서 동시에 해외시장으로도 진출하는 통로를 갖고 있어야 함
  - 현재 국내 돼지고기 시장은 매우 불안정한 상태임

##### (2) 수출 추진 전략

- 국내산 돼지고기 품질을 향상시키고 이를 새로운 수출 브랜드로 국내 시장에 출시
- 대대적인 홍보마케팅을 통해 “품질을 한층 더 향상시킨 국내산 돼지고기”를 스토리텔링 기법으로 국내 소비자를 새로운 고객으로 창출
- 이러한 ‘스토리’를 가지고 해외 시장을 개척한다면 해외 시장 진출은 한결 용이할 것으로 기대함

그림 34. 한돈 수출연구사업 추진 전략



(3) 한돈수출연구사업단의 세부 추진 방향

(가) 품질 향상 및 대국민 홍보

① 한돈의 품질향상 연구추진

㉠ 품질향상연구의 당위성

○ 해외 시장에서 한돈 품질의 특성 및 차이점에 대한 구명 요구

⇒ 한돈이 경쟁국의 돈육과 어떻게 다른지를 구명하고 홍보하여야 함

○ 국내에서도 젊은 층이거나 교육수준이 높을수록 외국산 돼지고기에 대한 거부감이 줄어들기 시작하였음

⇒ 한돈의 품질을 외국산 돼지고기 이상으로 높여야 함

㉡ 연구분야

○ 연구부문(4): ①품질향상/②운송/③통관/④현지 유통

※ 수출품목에 동물복지 돼지고기 포함 검토

(나) 한돈수출협의회 운영지원

① 농식품유통공사에 품목별 수출협의회로 선정 신청

㉠ 한돈수출협의회 구성

○ 한돈수출연구에 참여하는 한돈수출업체가 주축이 되어 회원 구성

○ 구성된 한돈수출협의회를 농식품유통공사의 품목별 수출협의회로 선정되도록 신청함

※ 국가전체 대비 회원사 수출액 점유율이 높을수록 선정 가능

※ 혜택: 농식품유통공사로부터 공동마케팅 등 사업비를 지원받음



< aT수출업체종합지원시스템 - 농수산물유통공사 수출지원사업<sup>62)</sup>>

- 수출인프라 강화사업
  - 샘플 통관운송비 지원 사업(해외 바이어 대상 샘플제공 운송.통관비의 90%, 지원한도 년 500만원)
  - 해외 인증제도 등록지원(인증 취득 및 연장에 소요되는 비용의 90%)
- 캐릭터 사업 소개
  - 김치 캐릭터
  - 고려인삼 캐릭터
- 현지화 지원 사업
  - 수출국 현지 전문가와 연계하여 법률·통관 자문, 라벨링 등을 지원하여 수출애로사항을 해소함
  - 비관세장벽 해소 자문(1천만원 한도 전액 지원)
    - 법률 - 계약서, 고용, 법인 등
    - 통관 - 통관·검역 사전검토 등
    - 기타 - HS코드, 관세율 등
  - 라벨링 제작 지원(1천만원 한도 90% 지원)
  - 상표권 출원(1천만원 한도 90% 지원)
    - 1단계 - 유사상표조사 등 관련 자문
    - 2단계 - 현지 상표권 출원
- 해외시장 맞춤형조사(수출 정보부)
  - 해외시장 개척 및 확대를 준비하는 중소기업 및 수출농가를 위해 현지정보를 맞춤형으로 제공함

㉞ 한돈수출협의회 사무국 업무 대행

- 사무국 업무를 한돈수출연구사업단(또는 (사)한국육류유통수출협회)이 연구기간 중에 운영 대행
  - 연구종료 전에 한돈수출협의회가 정상 가동되도록 운영 지원함

(다) 한돈수출혁신위원회 구성 및 운영목표

① 운영목적

- 종합적인 한돈 수출전략을 수립하고 수출지원에 대한 의사결정
  - ☆ WTO체제 하에서 정부주도가 아닌 민간자율의 돈육수출 전담기구
  - 돈육수출을 확대하기 위하여 생산자와 육가공 관련 업체들이 규격돈 생산, 품질관리, 수출시장 개척과 관측·홍보 활동 전개
  - 수출통합브랜드 운영기준 등 개폐
  - 수출 육가공 및 유통시설 개선에 필요한 민관연의 자율적인 협력체계를 구축
- 수출 경쟁력 확보를 위한 공동 노력과 수출 과다경쟁의 자율적 조정을 뒷받침하여 앞으로 양돈산업을 신성장 수출산업으로 육성
- 공동 마케팅 등 관련단체 협업을 통한 공동이익 추구 등

62) 농수산물유통공사(global.at.or.kr) aT수출업체종합지원시스템 수출지원사업.

② 구성원

- 돈육수출 희망 육가공업체 및 도축작업장(LPC 및 일반도축장)
- 농협경제지주 축산사업본부 및 양돈 관련 업종조합
- 양돈 및 돈육 생산, 수출, 유통 및 연구 관련 단체(기관)
- 정부(농축식품부, 검역본부), 수출관련기관, 학계 등 민간전문가

③ 위원회 운영

- 간사: (사)한국육류유통수출협회
- 운영방식: 한우수출분과위원회의 운영방식을 준용함

(라) 수출용 통합브랜드 육성 및 관리

① 수출용 통합브랜드 발족 및 육성 목적:

- 수출브랜드 돈육의 품질을 관리하고 인증함으로써 수출브랜드 돈육의 국제 경쟁력 제고 (롤모델: 이베리코돼지고기, 칠레포크 등)
- 수출업체의 과당경쟁을 예방

② 수출용 통합브랜드 운영기준

- 한돈수출혁신위원회에서 동 운영기준을 제정 및 개정

③ 수출용 통합브랜드 운영방안

㉠ 회원농가에서 생산된 돼지고기 품질 관리

- 돈육 품질 향상 및 균일화를 통하여 수출브랜드 소비자 인지도 제고
- 수출 브랜드(KorPork 또는 K-Pork, 가칭) 참여 희망 업체의 자격요건을 다음과 같이 정함
  - 후기사료 급여기간 준수
  - 출하 전 절식요령 준수
  - 목표 출하체중(110 → 130 kg) 준수

※ 위의 자격요건을 준수하는 농장의 돼지고기 육질을 비교 검증하는 실험을 통하여 소비자 홍보 데이터를 확보

☆ 한돈수출연구사업단에서 1차년도에 비교실험 추진 예정 (경남지역 대규모 농장이 연구사업에 참여 예정)

㉡ 회원농가에서 생산된 돼지고기에 대하여 수출통합 브랜드 인증

- 수출하는 돈육에 대하여 수출브랜드 인증마크 사용 허가 및 관리
  - 브랜드 난립 예방 및 수출시장질서 확립

④ 수출용 통합브랜드 관리

- 돈육수출연구사업단이 수출브랜드 육성 및 인증 업무를 수행
  - 연구기간 종료 후에는 (사)한국육류유통수출협회에서 주관 운영

(마) 수출용 통합브랜드 돈육 대국민 홍보 및 해외 홍보

① 대국민 홍보

㉠ 수출돈육에 대하여 스토리텔링 홍보

- 연구결과를 토대로 ‘스토리’ 를 만들어 매스컴 홍보 시작
  - 매스컴 및 SNS 등에서 지속적으로 수출돼지고기의 우수성 홍보

⇒ ‘이베리코 돼지고기’ 보다 강력한 소비 돌풍을 만들 수 있음

㉔ 수출돈육 시식회 실시

- 소비자단체(소비자교육중앙회)와 연계하여 전국 대도시에서 소비자 시식회를 실시
- ☆ 현재 추진하고 있는 한돈자조금의 소비홍보 행사에서도 수출브랜드 돼지고기를 원료육으로 시식회 진행

② 해외 홍보 지원

㉕ 수출국 현지 바이어 및 검역공무원 초청 국내 돈육생산 인프라 (농장/도축장/가공장) 설명회 지원 사업

□ 추진목적

- 현지 바이어 및 검역당국자를 국내에 초청하여 수출가능 돈육 및 제품에 대한 생산 인프라를 소개하여 수출 라인 가동되도록 지원

□ 추진내용

- 지원 대상국가 : 홍콩, 필리핀, 태국 등의 바이어 및 검역당국자
  - 해당국의 수입위생조건에 의한 수출 제한이 없을 경우에 한함
- 대상품목: 국내산 정육(냉장육, 냉동육) 및 부산물(냉동, 열처리) 등
- 지원 대상사업
  - 농장, 도축장, 가공장, 냉장시설, 판매장 등에 시설 견학
  - 수출업체의 현지 출장 및 수출국바이어 초청 관련 비용 등
- 국내 홍보자료를 활용하여 수출국 현지에서 홍보
  - 경쟁력있는 가격대를 제시하는 것도 중요하지만, 품질 좋은 돼지고기를 선별하여 수출한다는 ‘새로운’ 이미지를 선행적 창출

㉖ 수출국 현지 합동프로모션 사업

□ 추진목적

- 대상국가의 수입 및 유통업체를 대상으로 한국산 돼지고기의 품질과 우수성을 홍보

□ 추진내용

- 대상품목: 국내산 정육(냉장육, 냉동육) 및 부산물(냉동, 열처리) 등
- 사업시행기관: (사)한돈자조금관리위원회와 (사)한국육류유통수출협회가 공동 추진
- 대상국가 : 일본, 홍콩, 필리핀, 마카오, 캄보디아 등

(4) 한돈 수출협의회 운영규정

○ 목적

- 한돈 수출협의회는 수출 돼지고기의 안전성 확보, 품질관리, 정보교류, 공동마케팅 추진, 불공정거래행위 근절 등 수출질서 확립 등을 통해 회원의 공동이익 추구 및 돼지고기 수출활성화를 도모함
- 한돈 수출협의회는 목적 달성을 위해 공동사업계획의 수립 및 수출가이드라인 설정 운영 등의 역할을 수행함

○ 운영전략

- 한육우 수급조절협의회에 수출분과위원회가 있으며, 양돈 수출협의회에 수출분과위원회가 미결성임
- 정부보다 민간 수출분과위원회로 가며, 한돈수출연구사업단 구성해 만들어 운영함.

- 정책적으로 수출분과위원회가 적극적으로 움직이게 하기 위해 수출하며, LPC 갖고 있는 양돈 조합을 주축으로 해서 생산부터 수출까지 조합이 주도적 움직임.

○ 자격

- 회원의 자격은 수출업체 및 수출과 관련된 조직(생산자, 조합, 협회 등)으로 할 수 있음
- 회원은 협의회가 제시하는 수출품의 품위기준, 수출가이드라인 등을 준수하여 수출질서 유지·확립을 위해 노력하여야 함

○ 운영실태 점검

- 공사는 한돈 수출협의회 운영실태를 정기 또는 수시로 점검할 수 있음. 이 경우 협의회는 자료제출 등에 적극 협조하여야 함
- 협의회는 운영실태 점검요청에 대해 거부할 수 없고, 거부할 경우 협의회 지원 대상에서 제외하는 등의 제재를 할 수 있음.

○ 불공정거래행위 제한

- 한돈 수출협의회는 생산단가 등을 고려하여 자율적인 수출가이드라인을 설정하며, 변동사항이 있을 경우 각 협의회 회원사 및 공사에 서면으로 보고해야 함
- 협의회는 제1항 전단을 위반하는 등 수출시장에서 불공정거래행위를 한 회원사에 대해서는 수출물류비 지원 지침에 따른 조치 등을 요청할 수 있음

(5) 한돈수출혁신위원회 운영 및 수출관리규정

○ 목적

- 한돈 수출협의회와 수출분과위원회 운영과 해외로 수출하는 돼지고기의 품질·가격 등의 기준을 정함으로써 무분별한 과당경쟁을 예방하고 돼지고기의 품격을 유지하는데 있음

○ 한돈수출혁신위원회 구성

- 돼지고기의 수출조건을 정하고 이를 관리하기 위하여 관련기관 등으로 한돈수출혁신위원회를 구성·운영함
- 수출분과위원장은 수출분과위원 과반수 이상의 추천으로 선임함

○ 한돈수출혁신위원회 기능

- 수출혁신위원회는 돼지고기 수출지원을 위해 다음 각 사항을 협의함
- 양돈 수출을 위한 품질·가격 기준 및 브랜드 사용 등의 규정에 관한 사항
- 양돈 수출기업의 수출애로 해소를 위해 협력이 필요한 사항
- 양돈 수출 활성화, 홍보 등 운영에 관한 사항
- 한돈수출혁신위원회의 운영에 대한 종합적인 평가·관리에 관한 사항
- 한돈 수출협의회에서 위임한 사항
- 한돈수출혁신위원회 위원이 건의한 사항

○ 공동브랜드 로고 사용

- 공동브랜드 로고는 한돈수출혁신위원회를 통한 수출의 경우에만 부착하는 인증 개념으로 사용하여 밀반출이나 부적절한 형태의 수출을 막고 한돈수출혁신위원회를 통한 수출을 유도할 목적으로 사용함
- 수출용 돼지고기는 한돈수출혁신위원회에서 정한 공동브랜드 로고를 한돈수출혁신위원

회의 승인을 거쳐 수출제품에 부착하여야 함. 다만 지자체 지원이나 자체브랜드의 경우 서브브랜드 로고를 병행하여 사용할 수 있음

- 수출국 내에서 가공되어 판매되는 제품은 현지 수입업체와 협조하여 공동브랜드 로고가 부착될 수 있도록 적극 유도하여야 함

### 3. 목표 달성도 및 관련 분야 기여도

#### 가. 목표

##### (1) 수출 목표 설정

- 본 연구에서는 신선(냉장) 정육의 돼지고기를 수출하되, 현재보다는 고품질의 돼지고기를 생산하고 수출품에 대한 품질관리 기법을 도입하는 돼지고기 품질개선 연구를 수행함과 동시에, 수출업체간의 과당 경쟁을 예방하고 수출품에 대한 거국적 홍보전략 추진을 위한 수출통합브랜드 도입 및 관리체계를 마련하는 방향으로 수출비즈니스전략모델을 구축하고자 함
- 또한 돼지 식용 부산물을 세척, 열처리 또는 가공하여 수출하는 방안을 연구개발함으로써 부산물의 수출가능성을 높임과 동시에 국내 부산물의 재고를 경감시키고자 함
- 본 연구에서는 정육과 부산물 부문으로 크게 나누고, 정육(냉장 및 냉동)은 기존 시장인 홍콩을 주 타겟시장으로 하여 수출을 확대하는 기술을 개발하고자 하며, 부산물은 잠재 시장으로 분류되는 필리핀을 겨냥하여 향후2~3년에는 수출을 재개할 수 있는 전략을 구축하고자 함

##### (2) 본 연구사업 수행의 기대효과

- 2015년 기준 한돈부문 농업생산액은 7조원인 바, 본 연구의 기대효과는 다음과 같다
  - 직접 경제효과 : 1차년도에는 한돈산업 가치를 1% 상승시키고, 2차년도에는 2%, 3차년도에는 3%, 4차년도 4%, 5차년도 5% 상승시킬 것으로 기대함
  - 경제적 파급효과 : 1차년도 2%, 2차년도 4%, 3차년도 6%, 4차년도 8%, 5차년도 10% 상승
  - 부가가치 창출액 : 1차년도 3%, 2차년도 6%, 3차년도 9%, 4차년도 12%, 5차년도 15% 상승
- 본 연구사업 수행결과의 산업화를 통한 기대효과는 다음 표와 같음

표 61 산업화를 통한 기대효과

(단위 : 백만원)

항 목 \ 산업화 기준	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도	계
직접 경제효과 <sup>a)</sup>	7,000	14,000	21,000	28,000	35,000	105,000
경제적 파급효과 <sup>b)</sup>	14,000	28,000	56,000	112,000	224,000	434,000
부가가치 창출액 <sup>c)</sup>	21,000	42,000	84,000	168,000	336,000	651,000
합 계	42,000	84,000	161,000	308,000	595,000	1,190,000

a) 직접 경제효과 : 본 연구과제 개발기술의 산업화를 통해 기대되는 제품의 매출액 추정치

b) 경제적 파급효과 : 본 연구과제 개발기술의 산업화를 통한 농가소득효과, 비용절감효과 등 추정치

c) 부가가치 창출액 : 본 연구과제 개발기술의 산업화를 통해 기대되는 수출효과, 브랜드가치 등 추정치

<산출 근거>

- 2018년도 돼지의 연간 생산액은 7조원임

- 직접 경제효과: 본 연구 결과가 돼지 산업에 미치는 효과는 전체 양돈산업의 가치를 1차년도 1% 상승시키고, 2차년도에는 2%, 3차년도에는 3%, 4차년도 4%, 5차년도 5%를 상승시킬 것으로 추정함
- 경제적 파급효과: 본 연구 결과가 돼지 산업에 미치는 효과는 전체 양돈산업의 가치를 1차년도 2% 상승시키고, 2차년도에는 4%, 3차년도에는 6%, 4차년도 8%, 5차년도 10% 상승시킬 것으로 추정함
- 부가가치 창출액: 본 연구 결과가 돼지 산업에 미치는 효과는 전체 양돈산업의 가치를 1차년도 3% 상승시키고, 2차년도에는 6%, 3차년도에는 9%, 4차년도 12%, 5차년도 15% 상승시킬 것으로 추정함

그림 35. 한돈수출비즈니스전략 구축 연구의 목표 달성 체계도



나. 목표 달성여부

(1) 목표달성 전략 및 성과목표 평가방법 달성도 기준 제시

□ 사업목표

- 본 연구사업의 사업목표는 다음 표와 같으며 3차년도에는 사업목표를 최소 30억 이상을 달성할 것으로 전망함

표 62. 국가별 예상 수출액

(단위: 톤, 백만원)

구분	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	
기존시장	홍콩	236	409	1,222	4,277	3,009	2,698	2,237	2,156	2,300	2,500	3,050	3,600	4,200
	일본	393	715	547	796	662	172	70	101	130	160	190	220	260
잠재시장	ASEAN	442	1,040	1,547	1,366	2,057	2,549	1,966	1,522	1,600	1,700	1,900	2,100	2,600
	대만	5	7	52	105	130	337	145	151	165	175	185	195	205
합계	1,174	2,820	4,515	8,016	8,189	7,221	5,553	5,354	5,895	6,535	7,625	8,715	10,165	

※ 출처 : 한국농수산물유통공사. 2011~2018 농림수산물 수출입 동향 및 통계.

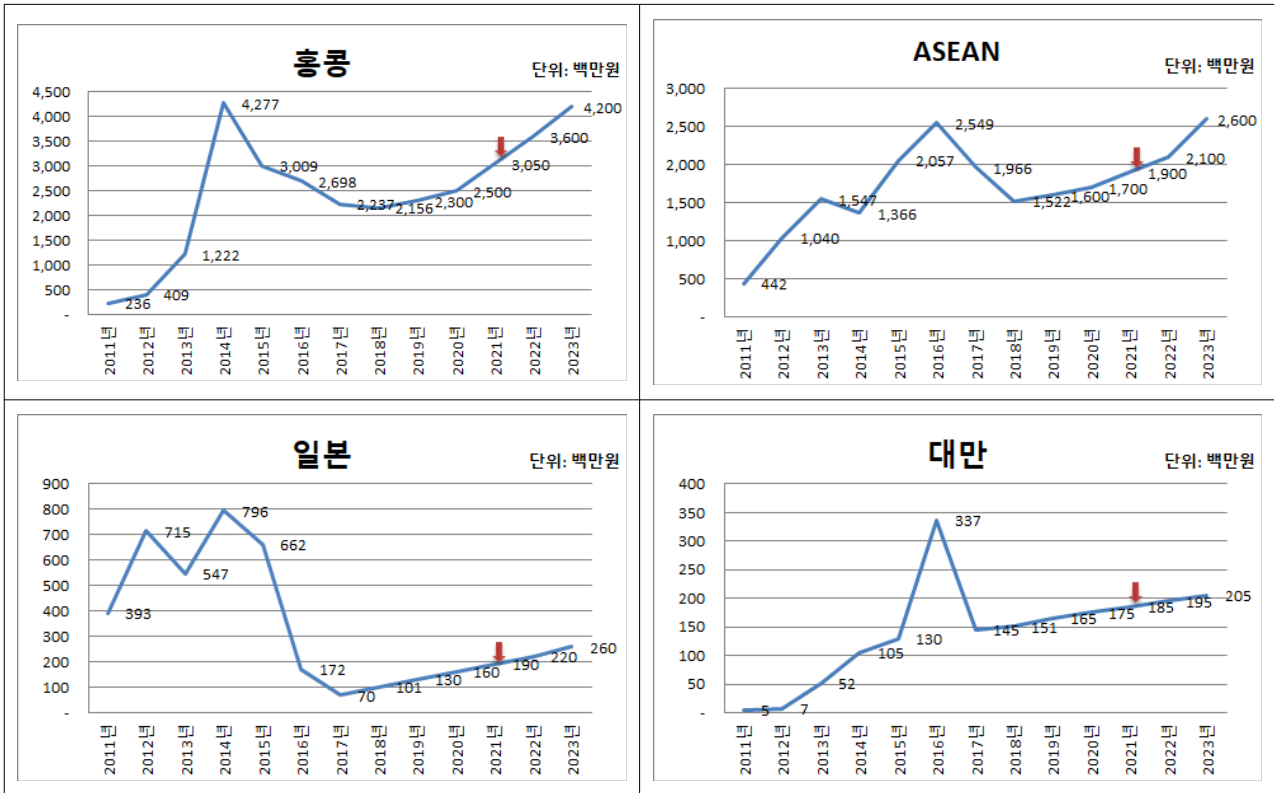
※ ASEAN: 베트남, 태국, 인도네시아, 필리핀, 싱가포르, 캄보디아 등

※ 2011년부터 2018년의 경우 ‘한국농수산물유통공사’의 통계자료를 이용하였지만 2019년부터 2023년의 경우 본 연구자의 전망치를 나타냄

<목표설정기준>

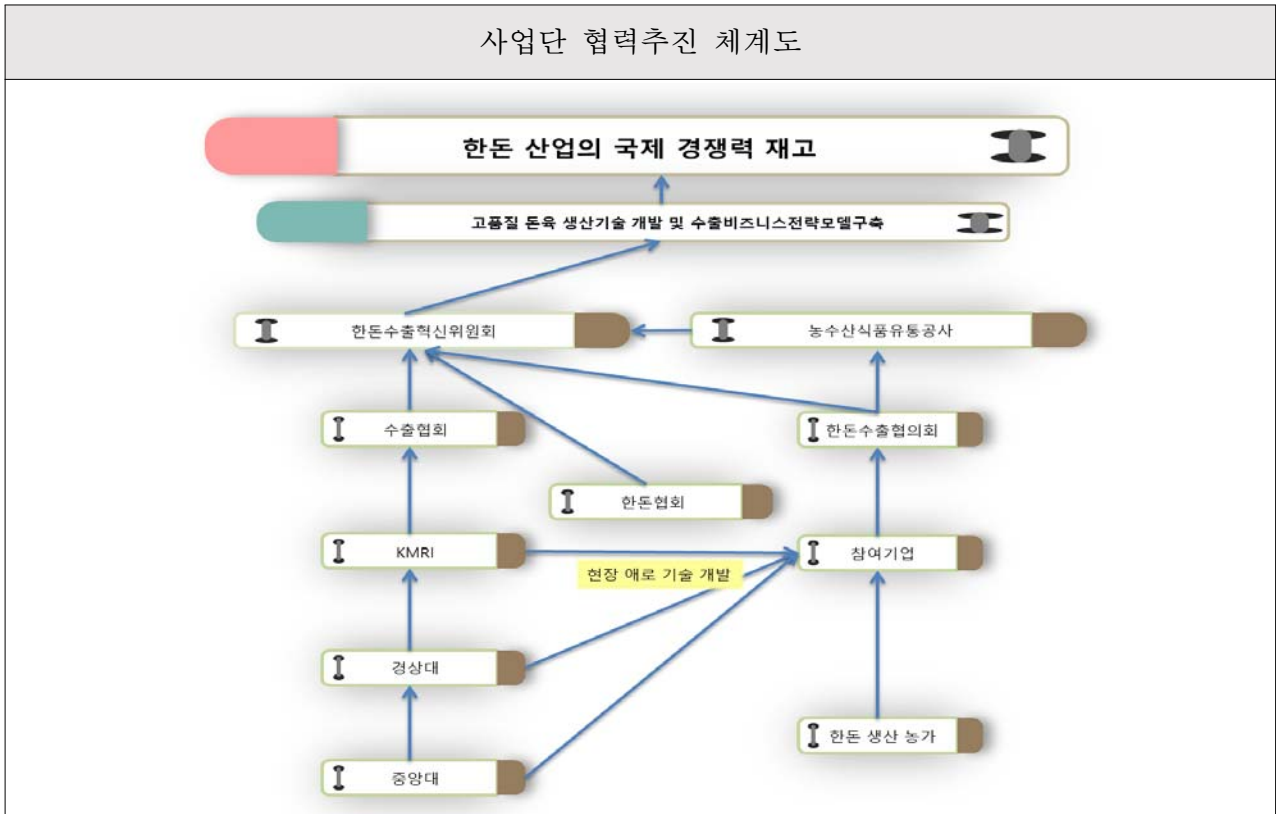
- 2017년, 2018년 수출액을 기반으로 증가 폭을 계산하여 예상 수출액을 작성함
- 국가별 예상 수출액을 정육과 부산물 부분으로 나누어 조사하였으나 부산물 부분에서 기록이 명확하지 않아 정육과 부산물이 더해진 자료로 예상 수출액을 조사함
- 홍콩의 경우 2017년, 2018년의 수출액을 기반으로 볼 때 2020년까지는 수출액의 큰 증가 폭을 예상할 수는 없지만, 본 연구과제의 3차년도인 2021년에는 성과가 괄목하게 나타날 것으로 기대됨
- ASEAN의 경우 질병여파로 인하여 2017년에 비하여 2018년 수출액이 감소하였지만 2020년부터 회복될 것으로 보고 측정함
  - ASEAN중 베트남은 돼지고기 수출 협상 진행 중이며, 태국의 경우 열처리 돈육 협상 진행 중 이므로 2020년부터 수출액이 상승할 것으로 보임
- 일본의 경우 2017년에 비하여 2018년에 31%증가 하였지만 당분간은 보합세를 유지할 것으로 보임
- 대만의 경우도 2017년에 비하여 2018년에 18.5%증가하였지만 당분간은 보합세를 유지할 것으로 보임
- 신흥시장의 마카오의 경우 홍콩을 통하여 한국 돈육을 수입하고 있어 한국 돈육의 수출 측정이 어려운 상태

그림 36. 수출대상국별 연차별 수출실적 및 수출목표 전망치



(2) 사업단 연구팀 역할

그림 37. 사업단 협력추진 체계도





- 연구 수행기관은 크게 제1세부(한국육류연구소), 제1협동(경상대), 제2협동(중앙대), 제3협동(수출협회)로 구성
- 본 연구에서 개발된 제품을 활성화 하여 수출을 진행하고 진행 3년차(2021년)에 분야별 연간 수출 30억원 이상 수출 계획
- 국내에서 재고가 많이 발생하는 부위의 수출을 통하여 국내 재고 감소를 유도
- 국산 돼지고기의 소비 촉진
- 국내 돼지고기 수출의 애로사항 도출 및 해결

표 63. 기관별 최종 목표

연구수행기관	최종 목표
제 1세부 (육류연/고경철)	<b>제1세부(육류연): 한돈 수출비즈니스전략모델 구축 연구</b> ○ 한돈 제품의 가격경쟁력 열세를 극복하여, 수출을 활성화시킬 수 있는 수출전략모델 구축 및 운용방법 연구 - 수출품의 가격경쟁력 열세를 극복할 수 있는 품질경쟁력 확보 방안 강구
제 1협동 (경상대/주선태)	<b>제1협동(경상대): 수출용 한돈고기의 생산방법과 품질규격 개발</b> ○ 수출용 한돈고기 K-pork의 생산방법 및 품질규격 설정
제 2협동 (중앙대/허선진)	<b>제2협동(중앙대): 한돈 부산물 유통기한 연장 기술 및 열처리 연구</b> ○ 수출 대상국에 적합한 부산물 후보 개발 및 신선 (비가열) 부산물의 포장 방법 및 저장방법 개발 ○ 수출 대상국 소비자의 취향을 고려한 부산물 열처리 방법, 포장 방법 및 저장 방법 개발 ○ 수출 대상국 소비자의 취향을 고려한 부산물 HMR 제품 개발
제3협동 (수출협회/이선우)	<b>제3협동(수출협회): 한돈 수출공정 효율성 제고 연구</b> ○ 수출활성화 정책적 인프라(수출비즈니스전략모델) 구축 및 운영 ○ 신규 수출 루트 개설 ○ 수출 품목 및 거래 물량 확대

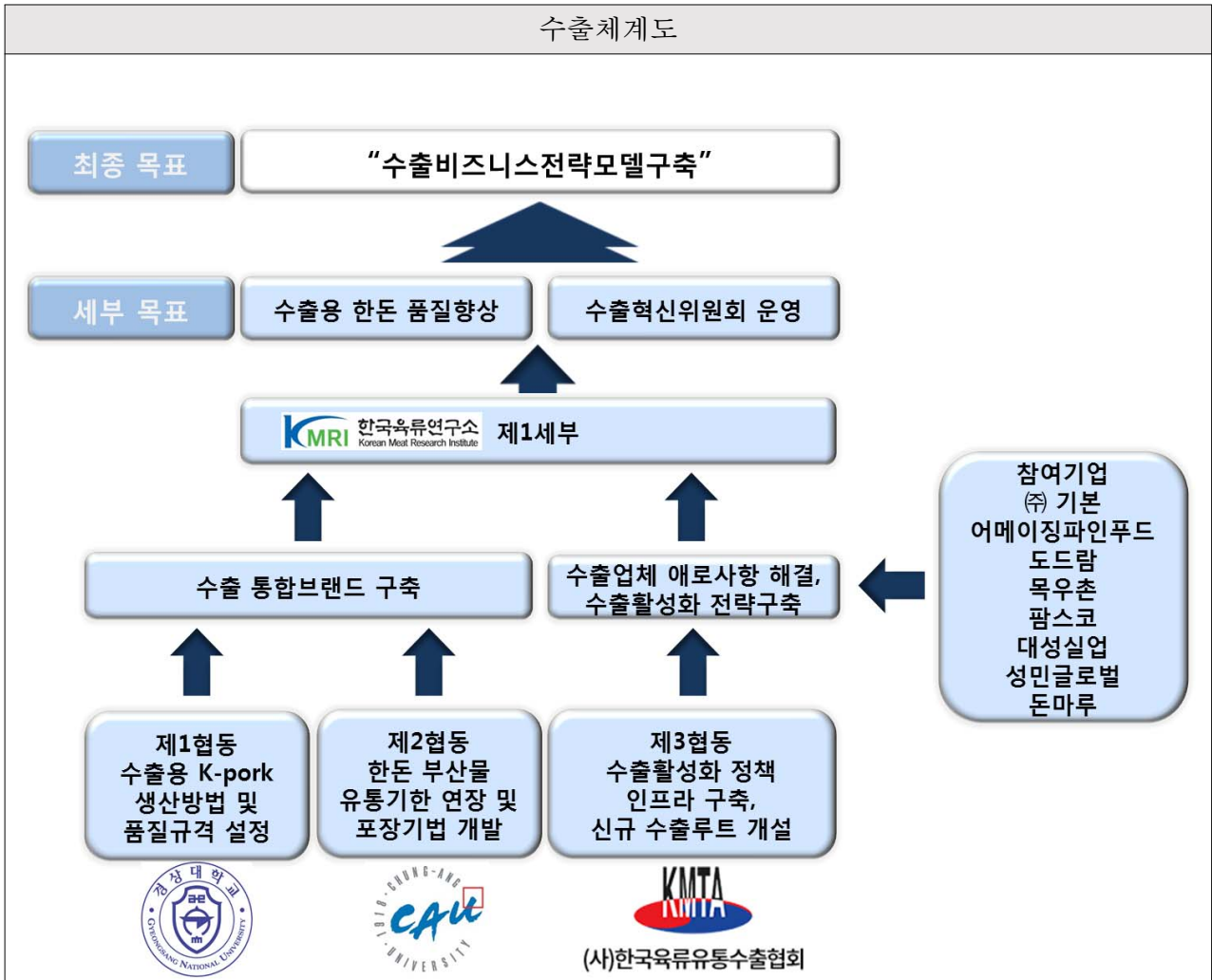
표 64. 기관별 세부목표

연구수행기관	세부목표
제 1세부 (육류연/고경철)	○ 수출품의 고품질 균일성 제고를 위한 관리방안 강구 ○ 수출품에 대한 통합브랜드 구축 및 운영 ○ 스토리텔링 기법 도입으로 수출품 국내홍보 및 해외홍보 전략 마련 ○ 수출협의회 운영지원
제 1협동 (경상대/주선태)	○ 수출용 한돈고기의 출하체중, 육질 및 스펙 조건 설정 ○ 수출용 한돈고기의 육질과 맛을 향상시키는 후기사료 및 절식용 음용수 개발 ○ 수출용 한돈고기의 맛 지표(KPI) 개발
제 2협동 (중앙대/허선진)	○ 수출 가능한 내장 부산물을 선별 ○ 수출 대상국의 부산물 시장동향 및 규제사항을 조사 ○ 수출 대상국 현지 조사를 통하여 현지인에 최적화된 내장 부산물 처방법 개발 ○ 수출 대상국에 최적화된 내장 부산물 열처리 방법 개발 ○ 수출 대상국에 최적화된 내장 부산물 포장 방법 개발 ○ 수출 대상국에 최적화된 내장 부산물 (HMR 제품 등) 유통기한 설정 ○ 국내 수출기업에 관련 기술 이전
제3협동 (수출협회/이선우)	○ 수출활성화 정책적 인프라 구축 및 운영 - ‘한돈수출혁신위원회’ 구축 및 운영 ○ 신규 수출 루트 개설 - 수출국 현지 바이어 및 검역공무원 초청 ‘국내 돈육생산 인프라 설명회 ’ 운영 ○ 수출 품목 및 거래 물량 확대 - 수출국 국제식품박람회 한돈 수출품 전시홍보

4. 연구결과의 활용 계획 등

- 수출 현장 애로사항 해결방안 제시
  - 수출진행 및 중단업체의 수출 애로사항 해결방안 제시를 통해 수출 문제점 해결

그림 38. 수출체계도



- 수출통합브랜드 구축 및 운영
  - 통합브랜드 운영을 통한 가격안정화 및 품질균일화
  - 수출 전반을 조율할 수 있는 컨트롤 타워 구축
  - 통합브랜드에 대한 소비 홍보 및 관측활동 진행
- 본 연구개발을 통해 도출되는 기술은 지적재산화 하고, 국내외 학술지 등에 논문 게재를 통해 K-pork의 우수성 홍보와 학술적 파급효과를 확대
- 수출용 K-pork 연구개발을 통해 국내 한돈 산업의 활성화 및 품질향상이 뒤따를 것으로 기대되고, 고체중 한돈고기를 이용한 신제품 개발 및 상품화가 이루어질 것으로 예상
  - 고체중 한돈고기의 우수한 육질과 맛으로 인해 이베리코 등의 수입돈육에 잠식당한 국내 돈육시장 점유율이 어느 정도 회복될 것으로 기대

- 한우고기 우수성 연구결과를 DB화 및 공개함으로써 한돈의 우수성 홍보에 활용
- 본 연구는 제고가 많이 발생하는 돈육 부산물을 세척, 열처리 또는 가공하여 수출함으로써 부산물의 이용성을 높임과 동시에 국내 부산물의 재고를 감소
  - 개발된 제품은 중화권 (중국, 홍콩, 대만 등)과 동남아시아 시장을 타겟으로 함
- 수출국을 통한 제 2의 수출국 선정 하여 수출가능성 확보
- 수출 기업 간담회 실시하여 생산, 가공, 유통, 검역, 수출까지의 전체 과정에서 애로사항 및 장애 요인 도출
- 한돈의 경쟁력 강화를 위한 정책방안, 검역 및 통관의 문제점 도출
- 연구자, 수출업체, 생산자 등과의 정보 교류 및 기술이전

## 참고문헌

- 1) 농림축산식품부. 2019. 05. 「농림수산물 수출입동향 및 통계」.
- 2) 한돈자조금관리위원회. 2018. 05. 「한돈 수출 시장 조사 및 전략 개발 사업」.
- 3) 한국농수산물유통공사. 2016. 「FTA로 다시 보는 필리핀」.
- 4) 국립축산과학원. 2018. 03. 「돼지고기 수출 신흥시장 개척을 위한 가이드」.
- 5) (사)한국육류유통수출협회. 2014. 05. 「돼지고기 및 육가공품 수출전략」.
- 6) 한국농수산물유통공사. 2017. 10. 「농식품 수출시장 가이드」.
- 7) (사)한국육류유통수출협회. 2014. 05. 「돼지고기 및 육가공품 수출전략」.
- 8) 한국농수산물유통공사. 2017. 10. 「농식품 수출시장 가이드 캄보디아」.
- 9) KATI. 2010. 12. 「필리핀 돈육 부산물 시장현황」.
- 10) Kotra. 2018. 「국별 진출전략 필리핀」.
- 11) 대외경제정책연구원. 2013. 12. 「필리핀 경제의 구조적 문제점과 한국-필리핀 경제협력 방향」.
- 12) Kotra. 2019. 「국별 진출전략 필리핀」.
- 13) (사)한국육류유통수출협회. 2014. 05. 「돼지고기 및 육가공품 수출전략」.
- 14) (사)한국육류유통수출협회(www.kmta.or.kr) 필리핀 수출확대 전략.
- 15) 홍콩aT센터. 2014. 7. 「한국산 돈육수출재개관련 현지유통현황 조사」.
- 16) www.qcom.es. Developments, revolution and doubts in the Iberico sector. (2017). Available from [http://www.qcom.es/alimentacion/reports/developments—revolution—and-doubts-in-the-iberico-sector\\_32539\\_2580\\_36377\\_0\\_1\\_in.html](http://www.qcom.es/alimentacion/reports/developments—revolution—and-doubts-in-the-iberico-sector_32539_2580_36377_0_1_in.html). Accessed at Jul, 2019.
- 17) 김현욱. 2013. 9. 「세계식육대전2: 칠레포크(ChilePork)」.
- 18) 김상우. 2015. 12. 「글로벌 돈육의 품격 ‘칠레 포크’ 에서 확인하세요」.
- 19) 김현욱. 2018. 5. 「한국 돼지고기 소비 다양성 주시 칠레포크 R&D 투자 강화할 것」.
- 20) 안상돈. 2013. 6. 「최근 돈육 수입 동향과 수출국의 국내 시장확대 전략」. 농협경제연구소.
- 21) 한정희. 2018. 9. 「수입 축산물이 몰려온다Ⅲ 칠레포크」.
- 22) 황서영. 2019. 5. 「세계 수출 5위 ‘칠레 돼지고기’ 과감한 행보」.
- 23) (사)한국육류유통수출협회. 2013. 07. 「칠레 식육산업 현장 견학 후기」.
- 24) 김기슬. 2019. 3. 「한우고기 홍콩 수출 제동 걸렸다」. 축산경제신문.
- 25) 김재광. 2019. 4. 「한우 수출 갈수록 어렵다... “같은 등급, 다른 품질” 난색」. 농축유통신문.
- 26) 박준하. 2019. 4. 「한우고기 수출 위해선 등급제 해외 홍보 절실」. 농민신문.
- 27) 정빛나. 2018. 1. 「홍콩서 한우 ‘인기’ …지난해 수출 20% 급증」. 연합뉴스.
- 28) 우정수. 2017. 8. 「한우 수출을 진단한다 <상> 현황 및 문제점/홍콩 입맛 잡은 고급한우… 과당경쟁에 ‘수출 흔들’」. 한국농어민신문.
- 29) 농수축산신문. 2019. 3. 「한우 수출 이대론 안된다」.
- 30) 윤슬기. 2018. 8. 「잘나가던 한우수출 경고음… “일본 외규 장려정책 참고해야”」. 농민신문.
- 31) 김기슬. 2019. 3. 「한우고기 홍콩 수출 제동 걸렸다」. 축산경제신문.
- 32) 김재광. 2019. 4. 「한우 수출 갈수록 어렵다... “같은 등급, 다른 품질” 난색」. 농축유통신문.
- 33) 박준하. 2019. 4. 「한우고기 수출 위해선 등급제 해외 홍보 절실」. 농민신문.
- 34) 우정수. 2017. 8. 「한우 수출을 진단한다 <상>현황 및 문제점/홍콩 입맛 잡은 고급한우…

과당경쟁에 ‘수출 흔들’」. 한국농어민신문.

- 35) 농수축산신문. 2019. 3. 「한우 수출, 이대론 안된다」.
  - 36) 윤슬기. 2018. 8. 「잘나가던 한우수출 경고음… “일본 와규 장려정책 참고해야”」. 농민신문.
  - 37) 김지식. 2000. 1. 「돈육수출 5만5천톤 이것부터 해결하자」.
  - 38) 김기슬. 2019. 3. 「한우고기 수출 제동 걸렸다」. 축산경제신문.
  - 39) 김재광. 2019. 4. 「한우 수출 갈수록 어렵다... “같은 등급, 다른 품질” 난색」. 농축유통신문.
  - 40) 박준하. 2019. 4. 「한우고기 수출 위해선 등급제 해외 홍보 절실」. 농민신문.
  - 41) 정빛나. 2018. 1. 「홍콩서 한우 ‘인기’ …지난해 수출 20% 급증」. 연합뉴스.
  - 42) 우정수. 2017. 8. 「한우 수출을 진단한다 <상>현황 및 문제점/홍콩 입맛 잡은 고급한우…  
과당경쟁에 ‘수출 흔들’」. 한국농어민신문.
  - 43) 농수축산신문. 2019. 3. 「한우 수출, 이대론 안된다」.
  - 44) 윤슬기. 2018. 8. 「잘나가던 한우수출 경고음… “일본 와규 장려정책 참고해야”」. 농민신문.
  - 45) 한돈정보포털. 2015. 11. 「우리나라에서 우수한 돼지고기 브랜드의 판단기준은 무엇인가요?」.
  - 46) 이근선. 2018. 11. 「2019년 우수 한돈브랜드가 발표되었다」. 돼지와 사람.
  - 47) 농림축산식품부. 2017. 11. 「2018년 우수 축산물브랜드 인증 현황」.
  - 48) 노병수. 1999. 11. 「공생적 마케팅을 위한 지역 공동브랜드 활성화 방안」. 대구경북개발연구원.
  - 49) 중소기업청. 2003. 11. 「공동 브랜드 관리」.
  - 50) 한국장애인개발원. 2008. 07. 「장애인생산품 공동브랜드 도입에 관한 연구」.
  - 51) 김형남. 2001. 10. 「중소기업 공동상표 운영의 문제점과 개선방안」.
  - 52) 중소기업청. 2003. 11. 「공동 브랜드 관리」.
  - 53) 노경상. 2007. 12. 「축산물 브랜드 육성사업 성과분석 및 단계별 전략 연구」. 한국축산경제연구원.
  - 54) 농림축산식품부. 2016. 11. 「축산물 유통구조 개선방안」.
  - 55) 노경상. 2007. 12. 「축산물 브랜드 육성사업 성과분석 및 단계별 전략 연구」. 한국축산경제연구원.
  - 56) 정영철. 2017. 10. 「국산돈육 인증 및 차별화를 위한 기술개발 및 산업화 방안」. (주)정P&C연구소.
  - 57) 양돈타임스. 2009. 12. 「돼지고기 등급 줄여 소비자 이해 제고」.
  - 58) 한은혜. 2017. 6. 「고돈가가 소비시장에 미치는 영향」. 산업뉴스.
  - 59) 양돈타임스. 2017. 5. 「생존 위해 가격 및 품질 경쟁력 필요」.
  - 60) 한국외식신문. 2019. 1. 「돼지고기 수입량 증가, 5년새 가격 최저수준」.
  - 61) 임현우. 2018. 12. 「‘국민의 농협’ 도약 위해 부서 신설」.
  - 62) 농수산식품유통공사. aT수출업체종합지원시스템 수출지원사업. Available from <http://global.at.or.kr>. Accessed at Sep, 2019.
- 국립축산과학원. 2017. 12. 「돼지고기 수출 신흥시장 개척을 위한 가이드」
- 김유용. 2011. 「기획사료를 통한 사육단계별 급여 프로그램과 생산비 절감을 위한 돼지의 사양관리 방법의 개발」. 한돈자조금관리위원회 & 서울대학교.
- 서동균. 2014. 12. 「축산물 브랜드 현황 및 발전 방향에 관한 연구」. 국립축산과학원.
- 이병오. 2006. 1. 「축산물 브랜드의 소비홍보 전략」. GS&J 인스티튜트.
- 장세현, 임원호, 서명인, 소병현, 노이현, 박진목, 서병부. 2018. 「돼지 종돈, 사료 및 시설에 따른 정육율 및 도체특성 조사」. 축산물품질평가원.

- 정종학. 2017. 4. 돼지 출하 전 절식 현황 진단. 월간한돈.
- 축산물품질평가원. 2018년 1~4분기 축산물 유통실태조사. Available from [http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=323&tblId=DT\\_APGS\\_016](http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=323&tblId=DT_APGS_016). Accessed at Apr, 2019.
- 축산물품질평가원. 돼지도체 경락가격. Available from <http://kosis.kr>. Accessed at Jul, 2019.
- 한국농수산물유통공사. 2011~2018 농림수산물 수출입 동향 및 통계. Available from <http://www.atfis.or.kr/article/M001040000/view.do?articleId=3218>. Accessed at Jul, 2019.
- 한국농수산물유통공사. 홍콩aT자체기획조사테마 .Available from <http://www.google.co.kr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=2ahUKEwjgmOCwx5jjiAhUSzIsBHXgqAgcQFjADegQICBAC&url=http%3A%2F%2Fcsf.kiep.go.kr%2Ffile%2Fdownload.do%3FfileId%3D3569&usg=AOvVaw2zLR1rRZzzAQ0smNf7Pagb>. Accessed at Jul, 2019.
- 한국농수산물유통공사. (2017). 2017 농식품 수출시장 가이드 캄보디아 . Available from [https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ISLxw45njMgJ:https://www.kati.net/file/down.do%3Fpath%3D/upload/%26fileName%3D%25EB%2586%258D%25EC%258B%259D%25ED%2592%2588%2B%25EC%2588%2598%25EC%25B6%259C%25EC%258B%259C%25EC%259E%25A5%2B%25EA%25B0%2580%25EC%259D%25B4%25EB%2593%259C-%25EC%25BA%2584%25EB%25B3%25B4%25EB%2594%2594%25EC%2595%2584%2B171122-%25EC%25B5%259C%25EC%25A2%2585\\_%252820171127145654%2529.pdf+%&cd=3&hl=ko&ct=clnk&gl=kr](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ISLxw45njMgJ:https://www.kati.net/file/down.do%3Fpath%3D/upload/%26fileName%3D%25EB%2586%258D%25EC%258B%259D%25ED%2592%2588%2B%25EC%2588%2598%25EC%25B6%259C%25EC%258B%259C%25EC%259E%25A5%2B%25EA%25B0%2580%25EC%259D%25B4%25EB%2593%259C-%25EC%25BA%2584%25EB%25B3%25B4%25EB%2594%2594%25EC%2595%2584%2B171122-%25EC%25B5%259C%25EC%25A2%2585_%252820171127145654%2529.pdf+%&cd=3&hl=ko&ct=clnk&gl=kr). Accessed at Jul, 2019.
- 한국농촌경제연구원. 2018년 상반기 우리나라 농축산물 교역과 축산부문 세계 시장 동향. Available from <http://library.krei.re.kr/pyxis-api/1/digital-files/2e762116-9f48-4411-bd7a-7b35b27c7555>. Accessed at Jul, 2019.
- 한국축산경제연구원. (2018). 육류유통실태조사 .Available from [http://www.kmta.or.kr/kr/data/condition\\_month.php/14670](http://www.kmta.or.kr/kr/data/condition_month.php/14670). Accessed at Jul, 2019.
- 한국농촌경제연구원. (2018). 주요국가 품목별 수출 협상 추진현황. Available from <http://www.krei.re.kr/krei/researchReportView.do?key=71&pageType=010302&biblioId=518033&pageUnit=10&searchCnd=all&searchKrwd=&pageIndex=1>. Accessed at Apr, 2019.
- 한돈자조금관리위원회. (2018). 한돈 수출시장 조사 및 전략 개발 사업 최종 보고서 . Available from [https://porkboard.han-don.com/bbs/index.php?mode=view&id=359&board=porkboard\\_120](https://porkboard.han-don.com/bbs/index.php?mode=view&id=359&board=porkboard_120). Accessed at Jul, 2019.
- 한돈정보포털. (2015). 우리나라에서 우수한 돼지고기 브랜드의 판단기준은 무엇인가요?. Available from [http://data.han-don.com/f\\_index.php/menu1/view6/notice\\_no/908/page/2](http://data.han-don.com/f_index.php/menu1/view6/notice_no/908/page/2). Accessed at Jul, 2019.
- Frobose HL, Dritz SS, Tokach MD, Prusa KJ, DeRouchey JM, Goodband RD & Nelssen JL. Effects of pre-slaughter feed withdrawal time on finishing pig carcass, body weight gain, and food safety characteristics in a commercial environment. *J Anim Sci* 92(8):3693-3700. (2014).
- SpainFoodSherpas. (2018). The Ultimate Iberian Ham Guide – How To Select The Right Jamon Iberico. Available from <https://www.spainfoodsherpas.com/iberian-ham-guide-how-to-select-the-right-jamon-iberico/>. Accessed at Jul, 2019.
- USDA. Hong Kong Livestock And Products Annual. (2016).

- Averós X, Knowles TG, Brown SN, Warriss PD, Gosálvez LF. Factors affecting the mortality of pigs being transported to slaughter. *Veterinary Record* 163:386-390. (2008).
- (사)한국육류유통수출협회. (2019). 돈육수출량 검역기준. Available from <http://www.kmta.or.kr>. Accessed at Apr, 2019
- (사)한국육류유통수출협회. 돼지고기 소비량 및 공급량. Available from <http://www.kmta.or.kr/html/sub3-8.html?board=columntrend&num=366&gm=read>. Accessed at Apr, 2019.
- (사)한국육류유통수출협회. (2019). 육류유통실태조사. Available from [http://www.kmta.or.kr/kr/data/condition\\_month.php/14670](http://www.kmta.or.kr/kr/data/condition_month.php/14670). Accessed at Jul, 2019.





## 주 의

1. 이 보고서는 농림축산식품부에서 시행한 수출비즈니스전략모델구축사업의 연구보고서입니다.
2. 이 보고서 내용을 발표하는 때에는 반드시 농림축산식품부에서 시행한 수출비즈니스전략모델구축사업의 연구 결과임을 밝혀야 합니다.
3. 국가과학기술 기밀유지에 필요한 내용은 대외적으로 발표 또는 공개하여서는 아니 됩니다.