

돼지고기의 품격! 마음에 드는 맛, '도드람한돈'

도드람

브랜드육 시장 5.1%, 품질로 승부하며 「한돈의 기준을 높인다」

도드람은 2020년 도드람엘피씨와 김제FMC를 통해 모두 139만 8천 536두의 돼지를 도축했다. 국내 전체 도축량의 약 7.6%에 달하는 규모로 98만두를 도축했던 지난 2018년과 비교해 무려 42.4% 증가했다.

또한, 도드람푸드(대표 이상일)는 지난해 100만두 가까운 물량을 가공하여 브랜드육 시장에서 5.1%의 점유율을 기록하며 브랜드 가공판매두수 전국 1위를 유지하고 있다.

도축가공두수, 온라인매출



*Corresponding author: Eun Sook Hong
 4F, 1917, Gyeongchung-daero, Bubal-eup, Icheon-si 17405, Korea
 Tel: +82-31-637-2183
 Fax: +82-31-636-0763
 Email: cuttytaiji@dodram.co.kr

2018년 준공한 국내 최고 최첨단 육가공센터 도드람FMC



압도적인 물량도 물량이지만 질적인 부분에서도 도드람은 많은 노력을 하고 있다. 특히, 2018년 준공한 김제 FMC는 품질측면에서 국내 최고 수준의 도축장으로 손꼽힌다.

계류장 이후부터 포장에 이르기까지 전 공정에 걸쳐 제품의 외부이동이 없는 '원라인시스템'이 실현되었으며, 도축에서부터 육가공, 부산물 등 모든 공정에 투입된 각종 첨단시설 대부분이 제품에 대한 작업자의 손길을 최소화하여 그만큼 오염 가능성을 줄였고, 위생과 안정성을 확보했다는 게 특징이다. 가슴절개와 이분도체

로봇, 첨단 제어프로그램을 통해 자동이송과 함께 원료육 특성 및 작업순서에 맞게 선별이 가능토록 한 예냉시스템 등 최첨단 장비와 도드람만의 온도의 법칙은 시장에서 찾는 도드람한돈으로 우뚝 설 수 있게 된 비결이다.

이젠 유통브랜드 수준을 넘어 소비자 브랜드로 자리를 공고히 한 브랜드 인지도는 시장확대를 가능하게 한 일등공신으로 손꼽힌다.

그 결과, 도드람브랜드는 소비자에게 크게 인정받아 지난 2021년 8월에는 한국소비자포럼이 주관하는 '2021 올해의 브랜드대상'에서 지난해에 이어 2년 연속 돈육부문 대상을 차지했으며, 소시모(소비자시민모임) 주최의 우수 축산물 브랜드 인증을 획득하고, 2017년부터 2019년까지 축산물 브랜드 경진대회 3년 연속 대상(국무총리상) 수상에 이어 '명품 브랜드 인증'까지 수상하며 한돈 분야 최고의 브랜드임을 입증했다.

올해의 브랜드 대상, 소시모 명품인증



“ 여러분께서 주신 큰 사랑에 더 건강한 맛으로 보답하겠습니다 ”

높아진 브랜드 인지도는 코로나19사태 이후 급격히 성장하고 있는 온라인 시장에서 그 위력을 발휘하고 있다. 2018년 972톤이었던 온라인 판매량이 지난해에는 2천 767톤으로 3배 가까이 증가하며 전체 실적에서 차지하는 비중도 1.7%에서 3.4%로 두 배 확대됐다.

다양해진 소비자의 입맛을 위해 돼지고기도 커스터마이징 한다?!

돼지고기는 소고기와 닭고기를 제치고 한국인이 가장 많이 즐기는 육류이다. 그 중에서도 로스구이 문화인 우리나라에서 삼겹살은 돼지고기 소비문화를 주도하고 있다.

도드람에서는 매년 「소비자 돼지고기 U&A(Usage&Attitude)」 조사를 실시하고 있는데, 2021년 조사결과에 따르면 돼지고기 구입빈도는 월 평균 5.1회, 섭취는 월 평균 8.2회로 나타났다. 선호부위는 삼겹살이 절반 이상을 차지하는 결과를 봐도 삼겹살의 인기를 알 수 있다.

그러면 가장 맛있는 삼겹살은 어떤 삼겹살일까?

수년간 대형유통점과 온라인채널의 유통바이어와 소비동향을 분석하고, 고객 컴플레인 추이를 보면서 소비자들은 비계(지방)량에 따라 삼겹살의 선호도가 달라지고 있다는 것을 알 수 있었다. 다이어트 등 저지방을 선호하는 소비트렌드가 시장에 반영된 것이다.

이렇게 변화하는 소비트렌드를 반영하고, 마트와 식당 등 유통채널별로 요구하는 근간지방도(근육 사이의 지방)에 맞는 제품을 생산하기 위해 도드람은 2013년부터 오토폼 기술을 국내 최초로 도입해 한국형 양돈 규격에 맞춘 산식을 개발하고, 35개의 예측 모델을 만들어 현 산업 환경에 가장 적합한 오토폼 데이터 활용 방안을 구축했다.

도드람이 활용하고 있는 오토폼 설비는 16개의 초음파 센서를 통해 돼지 도체를 목 뒷부분부터 뒷다리까지 5mm 간격으로 스캔해 지방함량, 살코기 비율, 각 부위별 무게 등의 데이터를 분석할 수 있다. 센서당 약 200개의 데이터를 측정하므로 도체 하나당 측정되는 데이터는 약 3,200개다.

오토폼 시스템으로 약 10년 동안 연구한 도체내 근간지방 및 부위별 무게, 지방 비율 데이터와 30년간 축적된 판매 데이터를 분석해 소비자가 선호하는 최상의 돼지고기의 맛을 찾아 제품을 생산할 수 있는 기반을 다졌다.

다양한 도체의 데이터를 분석해 삼겹살 부위에서 나올 수 있는 근간지방 비율을 9%부터 20%까지로 측정하고, 근간지방 비율별로 블라인드 테스트를 진행하여 제일 맛있는 삼겹살의 근간지방 비율을 찾은 것이다.

오토폼 개요 & 오토폼설비

1 오토폼 개요

■ **Autofom III(오토폼 III) 란?**

- 16개의 초음파 센서를 통해 도체의 특성을 분석하는 기계로 유럽에서 등급판정을 위해 주로 활용되고 있는 기계 (병원에서 사용하는 CT와 유사)
- 돼지의 지방량, 살코기량, 등지방 두께 등의 데이터 측정
- 센서당 200개의 데이터 측정

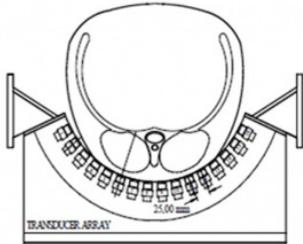
■ **대표 산출자료**

- 삼겹 근간지방비율, 각 부위별 중량, 지방량, 등지방 두께

■ **삼겹 근간지방 비교**

- 삼겹 근간지방이란?
- 삼겹 내부 근육과 근육사이의 지방을 말하는 것으로 오토폼을 활용하면 단면을 자르지 않아도 삼겹 내 지방함량을 미리 확인 할 수 있음.



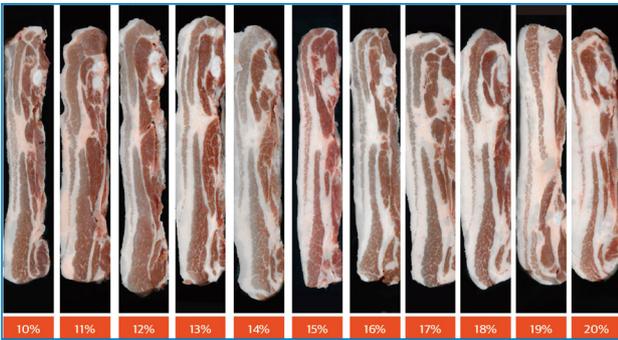


사진자료 : 김제(FMC, 2020)

이마트에 진열된 슬림삼겹살



슬림삼겹살 (여러개 나열)



조사결과, 소비자가 가장 선호하는 맛을 내는 10~11% 근간지방을 가진 '슬림 삼겹살'을 출시했다. 소비자에게 최상의 제품을 제공한다는 일념하에 슬림 삼겹살 개발에만 1년 넘는 시간이 소요되었다.

이마트 유통점을 통해 지난 2021년 3월 3일 런칭한 슬림삼겹살은 일반 삼겹살보다 약 5% 정도 높은 가격에 형성됐음에도 불구하고, 20~30대 여성들을 대상으로 인기를 끌고 있고, 지방함량을 낮춘 색다른 삼겹살 상품이 '맛'과 '차별화'를 중요시 하는 젊은 세대에서 호응을 얻고 있다.

최근 이색 먹거리 경험을 추구하는 소비자가 늘어나면서 특수부위는 물론 돈마호크와 같은 다양한 부위와 동물복지, 무항생제 등 차별화된 상품을 선보이기 위해 유통시장은 발빠르게 움직이고 있다.

대한민국의 한돈산업은 항상 '위기'였다. 지금도 그 '위기'에 직면해 있다. 대외적으로는 국가 간의 FTA체결로 수입 돼지고기와 수입소고기와 경쟁은 더욱 심화될 것이고, 언제 발병해도 이상하지 않은 ASF(아프리카돼지열병)와 각종 돼지질병들은 물론 코로나19 팬데믹으로 침체된 경기 탓에 외식소비는 크게 줄어들고 있다.

또한, 친환경과 동물복지 등의 사회적 요구와 비건족을 중심으로 한 대체육시장은 하루가 다르게 급속도로 성장하고 있는 게 현실이다.

기술이 발전함에 따라 많은 기업들은 고객 구매행동과 브랜드에 대한 태도 등의 데이터를 추적하고 분석하여 고객을 유인할 수 있는 브랜드 캠페인을 통해 매출로 연결시키기 위해 고군분투하고 있다.

이제 도드람도 코로나19로 급변한 유통시장과 소비트렌드를 분석하고 대응하여 위기를 기회로 전환하기 위한 새로운 도전을 시작할 계획이다.