
육가공산업의 현황과 전망

안 형 우

농협중앙회 마케팅부

육가공산업의 현황과 전망

안 형 우

농협중앙회 마케팅부

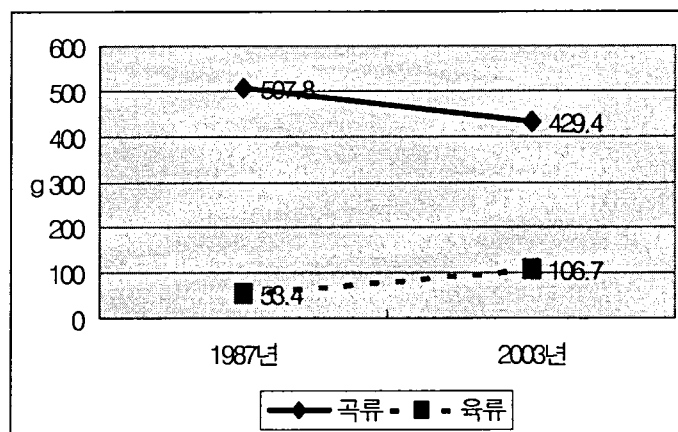
I. 들어가면서

국민경제가 발전하면서 우리 주변에서 빠르게 변화하는 것이 음식이 아닌가 한다. 경제발전 초기에는 먹는 문제가 가장 중요한 것이었지만 점차 개인수입이 증가하면서 육류 소비가 늘어나고 있으며 곡류는 줄어들고 있다. 지금은 보리밥이 웰빙제품으로 자리 잡고 있는 시대가 아닌가?

한국농촌경제연구원이 발간한 '2003년 식품수급표'에 따르면 한국인의 입맛이 서구화하고 있는 것으로 나타났다. 쌀과 보리쌀 등 과거 주식(主食)으로 분류됐던 곡물류 소비는 감소한 반면 쇠고기와 돼지고기 등 서구권의 주식으로 여겨졌던 육류 소비는 크게 늘어났다.

식품 공급량 추이는 Fig. 1에서와 같이 2003년 한국인 1인당 하루 곡물 소비량은 429.4g으로 1987년 507.8g에 비해 15.4% 감소했다. 반면 2003년 육류 소비량은 106.7g으로 1987년 53.4g의 갑절로 늘었다. 이는 서구식 식사 문화가 정착하면서 집에서 밥을 먹는 대신 육류를 주로 파는 음식점에서 가족 단위로 외식을 하는 횟수가 많아졌기 때문이다. 곡물류 가운데 쌀의 하루 소비량은 1987년 1인당 355.6g에서 2003년 240g으로 32.5% 감소했다. 보리쌀 소비량은 13.3g에서 3.1g으로 76.7% 줄었다.

같은 기간 육류 소비량은 전 품목에서 크게 늘었다. 쇠고기 소비량은 10.0g에서 21.6g으로 116%, 돼지고기



주) 자료 : 농촌경제연구원

Fig. 1. 주요 식품의 16년간 공급량의 추이. (1인당 1일 공급량, 단위: g)

기 소비량은 24.6g에서 46.3g으로 88.2% 증가했다.

이렇게 육가공업은 양적으로 팽창하고 있지만 최근 웰빙 붐을 타고 식육과 육가공제품의 생산이 위축되고 있다. 최근 육가공업의 현황을 파악하고 건강한 식문화 창달을 위한 육가공업의 미래에 대하여 알아본다.

II. 육가공품의 생산현황

육가공업은 크게 1차 육가공과 2차 육가공으로 나누어 생각할 수 있다. 1차 육가공업은 주로 지육을 골발, 해체하여 부위별로 포장하여 수출용 또는 내수용으로 가공 유통하는 업태로 테이블미트(Tablemeat)를 생산하는 가공업이라 할 수 있다. 2차 육가공업은 부위별 육을 혼화, 염지, 가열, 포장하여 1차 육가공업보다는 가공도가 높은 가공품을 생산하는 업태라 할 수 있다. 생산품을 기준할 때 1차, 2차 육가공업이라 구분하지만 1차, 2차 육가공업을 복합적으로 운영하는 업체도 많다. 여기서는 2차 육가공을 중심으로 이야기를 하겠다.

농림부의 자료에 의하면 2000년도 생산된 육가공품 생산실적을 Table 1에서와 같이 포장육을 포함한 총생산량은 1,054천톤이며 이중 포장육이 70%에 해당하는 744천톤을 식육가공품이 30%인 310천톤이다.

포장육을 제외한 식육가공품중 햄·소시지류가 50%를 차지하고 있으며 최근에 양념육, 분쇄육 등의 수요 늘어나면서 품목수가 점차 다양화 되고 있다.

식육가공품의 생산은 지난 70~80년대의 비약적인 경제성장을 계기로 연평균 30.5%가 성장하였고 90년대에 13.6%, 2000년 이후에는 한자리 성장세를 유지하다가 국내외 가축질병 발생으로 국내생산 감소와 육류의 국제교역이 어려워지면서 원료가격이 큰 폭으로 올랐다. 또한 고돈가로 인한 경영 악화와 경기 침체로 인한 소비 위축으로 육가공업계의 앞날은 불투명하기만 하다.

III. 원료육 수급동향

지난해에는 원료육 공급 부족과 가격 상승으로 육가공업체에서는 그 어느 한 해보다도 힘겨운 한 해를 보냈다.

가축전염병으로 인한 원료육의 공급 부족과 국내 양돈의 사육여건이 악화되면서 2003년 12월 사육두수가 923만두이었으나 2004년 12월 891만두로 3.5% 하락하였으며 지육가격도 03년 2월 2,135원/kg, 04년 2월 3,235원/kg, 05년 2월 3,857원/kg으로 03년 대비 04년은 51.5%, 04년 대비 05년은 19.2%의 높은 상승세가 나타났다.

이에 따라 돼지고기 수입도 03년에 60,813톤에서 108,832톤으로 사상 최대인 79%의 증가세를 나타냈으며 부위별로는 가공원료용인 앞다리가 03년 4,290톤에서 13,350톤으로 무려 311.2%나 늘어났다.

Table 1. '02 식육가공품 생산현황

식육가공품												포장육	합계
햄류	소시지류	베이컨류	양념육	분쇄 가공육	건조 저장육	갈비 가공품	식용 통조림	추출 가공품	유지 가공품	소계			
96천톤	56	1	57	68	6	1	4	12	9	310	744	1054	
(31%)	(18.1)	(0.3)	(18.4)	(21.9)	(1.9)	(0.3)	(1.3)	(3.9)	(2.9)	(100)			

주) 자료 : 농림부

Table 2. 한국육가공협회 회원사 육가공품 생산현황

(단위 : 천톤, %)

구분	햄		축육소세지		베이컨		캔류		축육 소계		혼합소시지		합계	
	증량	전년	증량	전년	증량	전년	증량	전년	증량	전년	증량	전년	증량	전년
91년	32.0	39.2	33.5	21.0	0.7	15.8	9.0	19.0	75.2	28.6	32.3	-13.9	107.5	11.9
92년	39.7	23.9	35.2	5.1	0.8	10.2	10.8	34.0	86.5	15.0	24.4	-24.6	110.9	3.1
93년	47.3	19.3	34.4	-2.3	0.9	16.4	8.9	-14.0	91.6	5.9	22.6	-7.3	114.2	3.0
94년	49.2	4.0	35.9	4.4	1.1	17.9	11.9	74.0	98.1	7.2	21.8	-3.6	119.2	5.0
95년	49.0	-0.5	36.3	0.9	1.3	20.4	11.0	-18.0	97.5	-0.7	18.3	-15.9	115.8	-3.4
96년	50.6	3.3	37.5	3.3	1.4	12.6	11.5	5.0	100.9	3.5	18.1	-1.3	119.0	2.8
97년	48.2	-4.6	39.1	4.3	1.5	2.4	14.3	24.0	103.0	2.1	18.4	1.8	121.4	2.0
98년	44.1	-8.5	34.0	-13.0	1.0	-28.3	9.4	-34.0	88.5	-14.1	18.8	2.1	107.3	-11.6
99년	50.7	14.9	31.3	-7.8	1.2	15.7	12.6	35.0	95.9	8.3	18.8	0.2	114.7	6.9
00년	55.9	10.2	34.6	10.3	1.5	22.3	18.4	46.0	110.3	15.0	20.0	6.3	130.3	13.6
01년	58.2	4.1	38.5	11.4	1.8	21.3	21.4	16.2	119.4	8.7	23.4	16.9	143.8	9.9
02년	60.2	3.4	40.4	5.0	1.3	7.0	26.7	24.9	129.2	7.8	28.0	19.8	157.2	9.8
03년	59.3	-1.5	41.5	2.6	1.9	-3.1	28.2	5.8	130.8	1.3	28.8	2.8	159.7	1.5
04년	56.1	-6.2	44.1	6.2	2.1	10.7	26.8	-5.1	129.1	-1.8	30.7	7.3	159.8	-0.2

자료 : 육가공협회, 전년 : 전년대비신장율, ()은 년도 전체생산량의 구성비.

Table 3. 서울지역 돼지출하두수 및 지육가격동향

	03. 2(A)	04. 2(B)	05. 2(C)	대 비(%)	
				A/B	A/C
월경락두수(천두)	44	44	29	0	△ 34.1
평균 지육가격(원/Kg)	2,135	3,235	3,857	51.5	19.2

자료 : 축산물등급판정소.

Table 4. 04년 부위별 돼지고기 수입동향

(단위 : 톤)

	삼겹살	목심	갈비	뒷다리	앞다리	등심	기타	계
03년	44,247	4,621	6,137	285	4,290	255	978	60,813
	(72.8)	(7.6)	(10.1)	(0.5)	(7.1)	(0.4)	(1.5)	(100)
04년	64,484	13,713	12,316	692	13,350	370	3,907	108,832
	(59.3)	(12.6)	(11.3)	(10.6)	(12.3)	(0.3)	(3.6)	(100)
전년대비(%)	45.7	96.8	100.7	142.8	211.2	45.1	299.5	79.0

자료 : 한국육류유통수출입협회.

IV. 육가공품 수출입현황

육가공품중 햄과 소시지는 일부 수출되고 있으며 수입은 유통기한이 긴 캔햄과 소시지류 일부 수입되고

있으나 기호성 관계로 수입량은 그다지 많지 않다.

지난해 수출된 소시지류는 통관기준 637톤, 991천 달러로서 03년 대비 162.5%가 늘어났고 캔햄류는 20톤, 148천 달러가 수출되며 03년 대비 57.4%가 감소되었다.

한편 소시지류는 지난해에 4067톤, 7,767천 달러가 수입되어 03년 대비 25.6%가 감소되었고 캔햄은 3488톤, 9184천 달러가 수입되어 03년 대비 14.5%가 늘어나 소시지류는 수출이 늘고 햄류는 수입이 증가하였다.

Table 5. 육가공품 수출입 현황

(단위 : 톤, 천 달러)

	수출				수입			
	소시지류		햄류		소시지류		햄류	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
'03	392	672	47	167	5,416	11,651	3,047	7,285
'04	637	991	20	148	4067	7,767	3,488	9,184
전년대비(%)	62.5	47.5	△57.4	△11.4	△25.6	△33.3	14.5	26.1

자료 : 한국육류유통수출입협회.

V. 육가공산업의 과제 및 발전방향

1. 원료육의 안정적 공급

육가공업체는 원료육 비중이 약 60~70%로 원료육 가격변동에 따라 경영수지에 많은 영향을 받는 제조업이다. 그러나 지육가는 3월부터 8월까지 높게 나타나고 있으며 이는 봄 성수기와 선물세트 생산으로 이어지는 육가공품 최고 생산시기와도 거의 일치한다. 이는 국내산 돼지고기를 사용하는 육가공업체로서는 상당한 원가부담이며 이를 극복하기 위해서 국내산 원료육만을 사용하는 것을 원칙으로 하는 목우촌 등 일부 회사를 제외하고 많은 육가공업체가 수입육을 사용하는 이유이다. 따라서 양돈업계나 육가공업계 모두를 위해서도 돈가 안정은 필수적이라 하겠다.

2. 소비자들로부터 사랑받는 제품 생산

1990년대 국내 돈가의 상승으로 육가공업체들은 경영수지 개선을 위하여 닭고기, 칠면조육을 사용하여 제품에 대한 소비자 인식의 저하를 가져왔고 이로 인하여 육가공제품을 기피하는 결과를 가지고 왔다. 물론 칠면조육을 사용하는 선진국이 있어 육가공업체의 할 말은 있겠지만 제조원가를 낮추기 위한 원료육 대체를 소비자에게 고지하지 않은 것은 육가공업체들이 비난을 받을 만했다. 이는 고돈가를 극복하고 저가 가격 제품을 생산하기 위한 고육책이기는 했으나 업체간의 과도한 가격할인 경쟁의 산물이기도 하였다. 따라서 육가공업체는 가격경쟁이 아닌 품질경쟁을 통하여 소비자로부터 사랑받는 제품을 개발하고 더 좋은 품질을 만드는 계기가 되었다.

3. 다양한 먹거리 개발

육가공제품은 학교급식이 보편화된 지금과는 달리 도시락을 싸가지고 다니던 시절에는 도시락 반찬의 용도로 주로 이용되었으나 현재는 육가공품의 이용이 집에서 반찬, 도시락반찬, 급식반찬, 간식 순으로 나타나고 있다. 이는 다양한 먹거리로 인하여 밥반찬에서 용도전환이 안되고 있다는 것으로 해석된다. 다시

말하면 외식문화의 보편화, 맛벌이 부부의 증가, 학교급식의 증가 등 외부환경은 변화했는데 육가공제품은 변하지 않은 것이 문제로 지적될 수 있다. 또한 육가공업체들도 소비자의 식문화를 변화시키려는 노력을 하지 않고 지속적으로 외국제품을 모방하여 신제품을 출시하는 일을 지속적으로 행하고 있다. 물론 기계설비, 포장케이싱, 부재료 등 외국의 제품을 거의 수입하는 현실을 감안하면 어쩔 수는 없다고 이야기할 수는 있겠지만 그래도 새로운 것을 추구하려는 노력이 부족했다는 사실은 부인할 수 없다.

또한 업계의 무분별한 따라 하기식의 제품 출시는 쉽게 기업의 이윤과 직결할 수 있을지는 모르나 다른 업체와 차별성이 없을 뿐만 아니라 소비자들이 쉽게 식상할 수 있어 장기적으로는 차별화된 제품개발에 노력하여 자기 회사만의 제품과 품질을 특성화하여야 할 것이다.

4. 축산물 위생사건 발생 방지

1990년대 중반부터 해마다 연속적으로 발생하는 축산물 관련 위생사건 즉, 광우병, 대장균 O-157, 리스테리아, 다이옥신, 구제역 등 가축전염병 발생이 육가공시장의 지속 성장의 발목을 잡았다는 데에는 이견이 없을 것이다. 따라서 앞으로는 가축전염병에 대한 철저한 방역으로 육가공산업의 기본이 되는 양돈산업을 지켜야 하겠다.

5. 기술 인력의 육성

우리나라가 고도성장을 유지하던 80년대에는 인력수급에 대한 걱정이 없었으나 지금은 인력난으로 3D 업종으로 전락하고 말았다. 철저한 품질관리를 위하여 공장 내부의 작업온도를 10°C 이하로 설정하여 작업을 하고 있고 또 세척을 위한 물을 만지는 작업이 많은 식품업의 기피현상이 두드러지고 있다. 또한 장기 근무자의 부족으로 기술자의 부족과 이를 감독할 수 있는 감독자가 부족한 실정이다.

향후에는 대량생산의 단일제품체계에서 소비자의 다양한 욕구를 반영하는 다품종 소량 생산 체계로의 전환이 요구되는 상황에서는 전문 인력의 부족과 식품업계 근무 기피현상은 우리가 풀어야 할 과제이다.

6. 신제품 개발

우리의 식문화는 빠르게 변하고 있으며 업계도 적응해야 살아남을 수 있다. 식문화의 변화로 아침식사대용, 샌드위치제품을 판매하는 베이커리점이나 외식업소 등의 증가로 지속적인 햄원료시장이 신장할 것으로 보이며 특히 실수요제품의 시장이 커질 것으로 전망된다.

햄류는 육가공 전체시장에서 약 40%를 차지하고 있는 큰 시장이었으나 매년 미미한 성장을 이루고 있는 실정이다. 이는 새로운 신제품보다는 기존제품에 첨가물만 바꾸어 출시하고 있어 소비자로서는 식상한 것으로 보인다. 따라서 원료육의 고급화, 포장의 고급화, 슬라이스제품의 다양화를 통한 여러 가지 제품의 다양화 시도가 있을 것으로 보인다.

VI. 결 론

육가공산업의 전망을 한마디로 요약하여 이야기하거나 어떻게 나아가야 좋은 방향이라고 말하기는 힘든 것 같다. 양돈산업, 육가공산업, 소비자 어느 한 곳의 노력이나 발전방향만으로 이루어지는 것은 아니기 때문이다. 해당부문 각 분야에서 갖자 맡은 일에 최선을 다하는 길 만이 이 산업을 잘 이끌고 가는 것이 아닌 가 생각하며 아래의 결론으로 육가공산업 전망과 해결방안을 대신하고자 한다.

- 시장을 세분화하고 목표고객에 맞는 마케팅 활동에 주력하자.
- 저가격제품보다는 고품질 고가격제품의 정착에 주력해야 한다.
- 기존제품의 형태에서 슬라이스, 포장방법의 개선 등으로 업그레이드된 제품을 출시하자.
- 고품질의 원료육을 투입하여 고품질의 제품을 생산하자.
- 얼마나 많이 팔 것인가를 고민하지 말고 어떻게 고품질제품을 제대로 된 가격을 받고 판매할 것인가를 고민하자.
- 지속적으로 축산물 위생사건이 나지 않도록 사전에 방지하자.
- 밥반찬, 술안주 등에서 탈피하여 다양한 먹거리 개발하여 식문화 창출에 노력하자.
- 소비자 홍보활동을 지속적으로 전개하여 육가공품이 참다운 먹거리로 자리 잡게 하자.

목우촌 소개

1. 목우촌이란



목우촌이란 “축산업에 종사하는 친구들의 모임”, “농협인이 협동하여 생산하는 우리 축산물”이라는 의미로 목우촌은 축산업에 종사하는 사람들과 목우촌을 이용하는 소비자의 공동이익을 추구함.

2. 목우촌의 컨셉

- ✓ CLEAN 깨끗합니다
- ✓ NATURAL 순수합니다
- ✓ FRESH 신선합니다

3. 목우촌의 생산제품

- 식육 : 프로포크
- 육가공품 : 햄, 소세지, 캔, 베이컨

4. 목우촌 공장시설과 생산능력

면 적(평)		생산능력
대 지	건 물	
19,703	9,375	▷ 도축 : 돼지 2,000두/일 ▷ 가공 - 부 분 육 : 100톤/일 - 육가공품 : 42톤/일

5. 목우촌의 연역 및 수상내역

[사업연혁]

- 95.11 : 육가공공장 개장
- 97. 2 : 일본 후생성 검역면제업체 지정
- 97.12 : 돈육수출 3천만불 달성
- 98. 6 : ISO 9001 인증획득(한국생산성본부)
- 98.11 : 목우촌 햄·소세지·통조림 KS품질인증 획득
- 99. 1 : 목우촌 프로포크(포장육) KS품질인증 획득
- 00. 1 : HACCP 지정업체로 선정(도축)

- 01. 9 : HACCP 지정업체로 선정(부분육)
- 03. 1 : HACCP 지정업체로 선정(육가공품)

[수상현황]

- 95소비자가 주는 좋은 상품상 수상(한국 부인회)
- 96 으뜸상품상 수상(문화일보), 소비자인기상 수상(한국부인회)
- 97 소비자만족 대상 수상(동아일보, KBS, 한국부인회)
- 98 히트상품 선정(문화, 중앙, 한겨레, 경향, 국민, 서울신문)
- 93 천만불 수출탑 수상(산업자원부)
- 00 전국품질분임조경진대회 대통령상 금상 수상
- 00 KS-TOP상 수상
- 02 "제2회 우수 농축산물 산지-소비자 한마당축제"
 으뜸 농축산물전 농림부장관상 수상(농림부)
- 03 일간스포츠 선정 히트상품 수상(육가공품)
- 04 축산물브랜드대전 우수상 수상(농림부장관)
 환경광고대상 - 우수상(한국경제신문)
 소비자대상(서울신문, 서울경제신문, 헤럴드경제신문, 여성신문, 한국경제신문,
 스포츠투데이, 국민일보, 매일경제신문, 메트로, 굿모닝서울, 머니투데이,
 스포츠조선, 파이낸셜뉴스)
- 05 우수축산물브랜드 인증(소비자문제를 연구하는시민의 모임)

100% 국산고기 위생관리 철저

농협중앙회 대표 브랜드인 '목우촌'은 축산업에 종사하는 친구 모임 또는 농업인이 협동해 생산하는 우리 축산물이란 의미를 지니고 있다.

전북 김제에 돼지를 하루 2000마리 규모 도축할 수 있는 목우촌 육가공공장은 위생적인 첨단시설을 갖추고 있다.

또한 98년 6월 국내 돈육업계 최초로 ISO 9001 인증을 획득했으며 같은 해 11 월에는 햄 소시지 통조림이, 99년에는 프로포크가 KS 품질인증을 받았다.

2000년에는 국내 최초로 도축부문, 2001년에는 부분육 가공부문 HACCP (식품위해요소중점관리 기준) 적용업체로 지정됐고 2003년에는 햄과 소시지류까지 HACCP 인증을 받았다.

이렇게 목우촌 제품들이 인정을 받게 된 데는 철저한 위생관리와 신선하고 깨끗한 원료만을 가지고 소비자에게 최상 제품만을 공급하려는 목우촌만의 고집이 있다.

이는 종돈사업소에서 생산한 돼지를 양축가에 입식한 후 돼지 사양, 육가공 제품 생산, 가공, 유통에 이르기까지 직접 철저히 관리하고 있기 때문이다.

고급 냉장육 목우촌 프로포크는 철저한 항생물질 검사로 안전성을 보장한다.

육즙이 풍부하고 근육수축이 적어 부드럽고 맛이 좋다. 비타민 E 함량이 풍부하고 지방이 적어 느끼하지 않으며 완전 냉장유통으로 늘 신선함을 유지한다.

목우촌 프로포크는 100% 국내산 우리 고기로 만든 위생적인 제품이다.

목우촌 햄·소시지는 신선하고 위생적인 냉장 원료육만을 사용해 방부제 무첨가, 전분 무첨가, 국내산 순돈육 사용 등 3원칙을 준수하며 정통 육가공품을 실현했으며 맛과 상품화에 전통이미지를 접목해 우리 입맛에 맞는 맛을 추구하고 있다.

목우촌이 생산하는 햄·소시지 육가공 제품은 2000년 356억원, 2001년 436억원, 2002년 524억, 2003년 581억원 등 매출을 올려 평균 40% 성장률을 보이고 있다. 2004년에는 656억원대 매출을 올릴 계획이다.

목우촌은 지난 95년 설립 이래 9년이 지난 지금도 콜드체인 시스템으로 전 제품 냉장 원료육만 사용, 중저급 제품 무생산, 양돈계열화 작업으로 햄의 시작부터 끝까지 전공정 책임생산 등의 3원칙을 고집스럽게 지키고 있다.

이는 소비자들이 가지고 있는 목우촌의 믿음과 신뢰를 끝까지 가지고 가기 위해서다.

(매일경제 '04/7/4)

[2004 소비자만족 히트상품]본상-농협 목우촌

목우촌은 '축산업에 종사하는 친구들의 모임' 또는 '농업인이 협동해 생산하는 우리 축산물'이란 의미를 담고 있다.

하루 돼지 도축량 2000두의 생산규모를 갖춘 육가공공장이 전북 김제에 있으며 부분육 100톤, 육가공제품 40톤을 생산해 낸다. 돼지의 생산부터 유통에 이르기까지 직접 처리한다.

1999년에 돈육수출 1위를, 같은 해 3월에는 3,000만 달러 수출탑을 수상했다. ISO9001인증, KS품질인증, HACCP인증 등도 획득했다. 신선하고 깨끗한 원료와 철저한 위생관리의 결과다.

생산 제품은 비타민E 함량을 높이고 지방을 줄인 100% 국내산 재료로만 만들었다.

(서울신문 '04. 6. 30)

도축-육가공 위생관리 '비상'

'위해요소 중점관리제' 전면시행 HACCP(위해요소중점관리제도)를 아십니까".

1일부터 도서지역을 제외한 전국의 모든 도축장에 HACCP가 전면 시행되면서 도축장 및 육가공 공장이 위생관리에 비상이 걸렸다. 의무적용대상 도축장은 모두 162곳(소-돼지 111, 닭 51). 이들 도축장 운영자는 1일부터 의무적으로 소-돼지 등 축산물의 도축작업 과정에서 공중위생관리에 해로운 영향을 줄 수 있는 위해요인을 사전에 파악하고 중점관리해야 할 의무를 지게 됐다.

HACCP는 소-돼지-닭고기 등 모든 축산물 위생을 선진국 수준에 맞추는 제도. 농림부는 1998년 처음 국내도입을 위한 검토를 시작, 2000년부터 의무적용대상 도축장을 연차적으로 확대해 왔다. 목우촌 대상 한국냉장 등 규모가 있는 도축장 및 육가공공장은 축산물의 국제 경쟁력 향상을 위해 이미 도입을 끝낸 곳이 많다.

그렇지만 영세한 도축장들은 이번에 전국적으로 HACCP 적용이 의무화되면서 시설정비 등으로 발등에 불이 떨어졌다.

농림부 안호근 위생과장은 1일 "HACCP가 전면 시행되게 돼 도서지방을 제외한 전국의 모든 도축장은 규정에 맞는 위생관리 시설을 갖춰야 한다"고 밝히고 "HACCP 관리체계를 도입하지 않은 업체는 100만원 미만의 과태료나 영업정지 1~3개월 등 강력한 규제를 당하게 된다"며 서둘러 이 제도에 걸맞은 체계를 갖출 것을 당부했다.

안 과장은 "도축장에 대한 HACCP의무 적용은 OECD국가에 걸맞은 국내축산물의 위생수준과 안전성 제고를 위해 국제식품규격(Codex)이 정한 바에 따라 수년에 걸쳐 추진한 사항이며, 국제경쟁력 제고를 위해 꼭 필요한 조치"라고 강조했다.

그는 "소비자들은 이 제도의 시행으로 7월부터 선진국 수준의 위생적인 소-돼지-닭고기 등 축산물을 안심하고 식탁에 올릴 수 있게 됐다"며 "축산물의 국제 경쟁력 향상에도 큰 도움이 될 전망"이라고 진단했다.

농림부에 따르면 2000년부터 도축장 규모별로 단계적으로 HACCP 의무화를 추진해 왔다. 2000년 7월까지의 소 100-돼지 1000-닭 10만마리 이상 도축장, 2001년 7월까지의 소 50-돼지 500-닭 5만마리 이상 도축장으로 의무적용대상이 확대됐다.

또 2002년 7월까지의 소 30-돼지 30-닭 3만마리 이상 도축장으로 확대됐으며, 7월부터 도서지역을 제외한 전국의 모든 도축장에서 의무시행하기에 이른 것.

지난 5월 현재 HACCP를 도입한 도축장은 적용대상 162곳 가운데 68곳(소-돼지 49, 닭 19)에 달하며, 적용심사중인 곳은 15곳(소-돼지 13, 닭 2) 등인 것으로 집계되고 있다.

농림부는 현재 국내 도축물량의 70% 이상이 HACCP적용 업체에서 생산하고 있는 것으로 파악하고 있다. 지난해의 경우 소 63만-돼지 1533만-닭 4억9731만마리가 도축됐는데 이중 상당수가 HACCP업체에서 공급돼 시중에 팔려나간 것으로 분석하고 있다.

또 우유 햄 소시지 등 13개 축산관련 식품에도 HACCP가 적용되는 등 축산물의 위해관리가 강화되고 있다.

농림부 관계자는 "세계적으로 축산물 위생에 대한 관심이 높아지면서 HACCP도입이 추세가 되고 있는 상황"이라며 "국내 축산물에 대해서도 도축장에 대한 사전 예방적 선진위생관리기법인 HACCP 도입이 의무화됨에 따라 국내축산물의 안전성이 한 단계 더 향상되는 계기가 될 것으로 기대된다"고 말했다

청결로 승부하는 '목우촌'

육가공 위생관리 성공사례

전북 김제시 금산면에 자리 잡은 농협 '목우촌(牧牛村)' 도축장 및 육가공공. 대전-광주간 호남고속도로 금산사 인터체인지를 벗어나 전주로 빠지는 지방도로 들어서 10여분 달리다 보면 아담하고 깨끗해 보이는 시설이 한눈에 들어온다.

언뜻 보기엔 일반 사무실처럼 보여 하루 2000여마리의 돼지가 도축돼 나가는 곳이라는 사실을 아는 사람은 많지 않다.

바로 이곳 김제 목우촌 육가공공장이 전국의 고급 축산물을 대표하며 축산 브랜드로 유명세를 타고 있는 '목우촌'의 본거지이기도 하다.

보통 도축장이나 육가공공장 주변에서는 심한 악취와 도살장이라는 좋지 않은 인상으로 주민들의 불만을 사고 있는데도 이곳만큼은 주민들의 절대적인 지지로 번창하고 있다. 그만큼 주민들과의 조화 속에 정갈하고 과학적으로 관리되고 있기 때문이다. 주민들에게는 취업의 기회까지 주어져 불만이 있을 리 없다.

경영도 내실이 있다. 내부에 들어서면 마치 무슨 병원이나 들어선 듯, 하얀 가운데로 모자까지 중무장한 직원들이 돼지의 도축에서 부위별 해체, 포장까지 1시간 이내에 끝내 버린다. 국민건강을 위해 '청결'을 최우선으로 하기 때문에 어떠한 방문자도 목우촌이 요구하는 복장을 착용하지 않고는 작업장에 드나들 수 없다.

이같은 조치 때문에 '목우촌' 브랜드는 소비자들이 믿고 살 수 있는 축산물로 자리잡았다. 그 덕택에 고가전략에도 성공, 생산품이 타제품에 비해 10% 이상 비싸도 없어서 못 팔 정도다. 수입이 그만큼 늘어나고 가축 생산농가에도 도움이 돌아가는 것은 당연한 일이다.

목우촌이 이처럼 성공적인 변신을 하게 된 것은 HACCP에 따른 철저한 위생관리가 한몫했다.

목우촌은 2000년 1월14일 국내 처음으로 HACCP를 도입해 이에 따른 철저한 위생관리로 축산물 청결을 선도하는 업체로 널리 알려져 있다.

당시 업체들은 까다로운 도입조건으로 인해 도입을 꺼렸지만 목우촌은 대상 등과 함께 이를 적용해 그동안 꾸준히 도축장의 청결과 위생관리에 힘써왔다. 그 결과 소비자들의 목우촌에 대한 생각이 달라지고 축산물 브랜드 시대를 주도할 수 있게 된 것이다.

목우촌 관계자는 "소규모 농가에서 축산물을 브랜드화한 사례는 많지만 대규모 공장에서 이처럼 성공적으로 브랜드화한 예는 드물다"며 "HACCP를 도입한뒤 청결하고 위생적인 축산물 생산에 신경을 쓴 결과 아니겠냐"고 말했다.

(세계일보 '03. 7. 1)