

# 신규 肉加工業體의 發展方向과 문제점



李 由 方  
(KIST 축산물가공연구실장)

## 1. 序 論

1976년 이후 국민소득의 증가에 따른 고급 식품인 축산물의 소비는 1978년에 가장 큰 폭으로 증대되었다. 특히 육류의 소비증대와 아울러 신규사업으로 육가공 산업의 전망이 크게 부각되었다. 현재 식품가공업 전체 매출액의 2% 내외에 불과한 이 낙후된 가공분야가 앞으로 크게 발전되리라는 기대 속에서 대기업이 진출하게 되었고 많은 사람들이 1980년대를 인스턴트 식품의 시대 또는 고급식품의 생산시대로 전망하였다. 더욱이 1979년의 돼지고기 파동은 매일 신문마다 우리나라 비축, 가공산업의 부채를 열거했고 정부는 비축을 서두는 한편 롯데, 제일제당, 한국빙장으로 하여금 200억원 이상의 차관, 혹은 국내 자본 투자로 현대식 대규모 (외국 기준으로선 아직 적은 규모이지만) 육가공장의 시설을 촉진, 장려하는 기사가 신문에 크게 보도된 바 있다.

우리가 生産하는 畜産物을 加工, 처리하여 소비자에게 적극 판매촉진을 하므로써 축산물의 소비증대를 가져오고 축산업의 지속적인 성장에 도움을 준다고 볼 때, 이들 기업

의 참여를 적극 환영하면서 한편으로 몇 가지 문제점과 대책을 논의하고자 한다.

특히 1978년의 호경기가 지나고 1979년 이후 치솟는 油價와 임금, 이자율, 환율 등의 경제적 격동은 일반 서민의 가계를 압박하고 최근 사료가격 인상으로 인한 축산물 가격의 필연적인 상승은 소득탄력성이 높은 축산물의 소비위축을 가져올 전망이다. 이는 이미 육가공업계에 잘 나타나고 있다. 따라서 현재와 같은 축산물 유통, 가격체제하에서 이미 가격이 높은 原料肉費에 인산되는 加工費까지 부가하여 생산된 畜肉加工品의 소비전망은 1978년에 예상했던 1980년대의 꿈과는 그 양상이 달라졌기에 과연 앞으로 어떤 방향으로 발전하는 것이 바람직한 것인지 고찰해 볼 필요가 있다.

## 2. 食肉加工業의 발전 양상

먼저 식육가공업의 사회 경제발전의 한 산업으로서 어떻게 발전되어 왔는지 간단히 살펴보면, 최초의 식육가공업은 저장 및 보존을 목적으로 시작되었다. 즉 신선육으로 소비하고 남은 잉여의 고기를 3S (Salt, Snow,

Smoke)에 의해서 혹은 건조하여 저장하였다가 조금씩 소비하였는데, 한 예로서 독일에서 발달된 Summer Sausage는 추운 겨울에 만들어 건조저장하였다가 여름에 소비하였던 것이다.

그러나 점차 문명의 발달로, 냉장시설이 발달되고 생활이 윤택해짐에 따라 원래의 보존 목적 보다는 맛과 풍미를 위해서 여러가지 제품이 개발, 가공되었으며 최근에는 한 걸음 나아가서 시간절약을 위한 편의식품으로 발전되게 되었다.

우리나라의 경우는 서양에서와 같이 가축을 중심으로 한 육류생활을 거치지 않고 바로 농경생활을 시작하였고 가축은 다만 농경에의 동력원으로서 또 농가부산물의 이용을 위해서 길러진 것에 불과하여 그 수도 많지 않아서 신선육으로만 소비되었고 저장, 보존을 위한 어떠한 형태의 가공산업도 발전되지 못하였다.

그러다가 현대사회로 발전되면서 특히 최근 몇년간의 급속한 경제성장, 표면 소득액의 증가, 가전제품의 보급, 서구식 생활방식의 도입 등으로 식생활 패턴이 서서히 바뀌기 시작하였고 그에 따라 축산물의 소비증대, 가축수의 증대, 전근대적 유통체제하에서 일시에 증가된 물량의 처리부족으로 인한 일시적 과잉생산등 여러가지 문제점이 나타나게 되었다. 이처럼 아직 역사적 배경도 없고 유통구조도 근본적으로 근대화되어 있지 않은 여건하에서 육가공업은 어떤 방향으로 발전하는 것이 소망스러우며 또 이의 발전을 위해, 더 나아가서 축산업의 발전을 위해 어떤 제도적, 정책적 배려가 필요한지 몇 가지 고찰해 보고자 한다.

### 3. 新規 肉加工業體의 발전方向

필자를 위시한 육가공업에 관심을 가지고

많은 인사들은 보다 현대화된 시설을 가지고 量産이 가능한 규모가 큰 업체의 출현을 국내 육가공업의 발전을 위해서 원칙적으로 환영하고 있다.

이는 이들 가공업체가 원료육의 처리, 확보로부터 가공, 판매에 이르기까지 가장 최신의 기술을 적용하여 가장 효율적으로 경영하므로서 정당한 기업적 이윤을 추구하면서도 육류의 수급에 기여하고 현재의 유통시스템을 변혁시켜 생산자와 소비자를 직결시키는 매개체 역할을 해 주기를 바라기 때문이다. 특히 기존 업체들이 투자하기 어려운 cold chain system과 display case의 유통망을 확립하여 연육제품과는 달리 냉장을 필요로 하는 축육제품의 판매를 정상화시키고 소비자에 대한 홍보활동으로 축육제품에 대한 인식을 증진시키므로 육가공업 발전의 촉매역할을 해 주기를 바라는 기대를 가지고 있는 것이다.

첫째로, 신규 대규모 육가공업체는 우육, 돈육, 계육, 기타 축육을 중심으로 한 축육제품의 가공에 역점을 두는 방향으로 발전되기를 바란다. 현재 국내 6개의 기존업체가 생산하는 육제품의 75% 정도가 어육을 중심으로 한 연제품이고 25%내외가 축육제품이므로 공장시설이 연육제품 중심으로 되어 있고 성수기인 3~5월, 9~10월에는 완전가동이 되나 비수기에는 30~40% 정도의 가동을 밖에는 가지고 있지 못하다. 따라서 신규 육가공장들이 기존 업체와 동일하게 연제품 생산도 병행하여 연제품/축육제품 비율을 60/40으로 한다든지 50/50으로 하는 경우 기존 영세업체의 가동율을 크게 떨어뜨리고 덤핑을 통한 과도한 경쟁으로 도산의 위기에 몰아넣을 염려가 없지 않다. 물론 축육제품의 국내 시장이 아직 좁기 때문에 축육제품만 생산하는 경우 판매액이 많지 않겠지만 판

매활동에 따라 소비 저변확대가 가능하고 소비시장이 경제적 발전에 따라 점차 지속적으로 성장할 것이 예견되므로, 보다 장기적인 안목을 가지고 다양한 축육제품의 비축, 처리, 가공생산에 중점을 두므로써 기존 업체와의 과도한 경쟁을 제거하고 보다 독자적인 가공산업을 영위하는 것이 소망스럽다고 보겠다. 따라서 공장의 부지나 설비는 앞으로의 성장을 고려하여 충분히 확보해 두는 것은 바람직스러우나 과도한 시설투자로 착실한 성장이나 효율적인 경영이 되지 못한다면 소기의 목적을 달성할 수 없다고 보겠다.

두번째로 원료육의 지속적인 확보를 위해 육축의 계열생산체제가 확립되어야 한다.

외국의 경우 축육제품의 생산비 구성을 보면 고기를 비롯한 원료비가 78.9% 임금 10.3% 포장 및 보조재료 3%, 이자, 임대료, 감가상각이 1.3% 세금 0.7%, 순이익 0.8%, 기타 5%로 나타나 있다. 즉 이는 축육제품 생산에 있어 원료육비의 구성비율이 매우 높음을 나타내고 있으며 저렴한 원료육의 지속적인 공급이 경영의 관건임을 말하여 주고 있다. 이는 특히 우리나라와 같이 아직 전체 국민의 가처분소득(disposable income)이 낮고 앵겔지수가 비교적 높은 상황하에서는 일부 고소득층을 제외하곤 제품가격이 구매여부에 크게 작용하게 된다. 한 조사에 의하면 축육제품가격을 현재의 20%만 인하시킨다면 50%의 소비증대를 가져올 것이라 추정하고 있다.

따라서 신규 육가 공업체는 생산비의 대부분을 차지하는 원료육비의 저렴화와 지속적인 공급을 위해서

1). 自体의 生産이나 일반양축가와와의 계약생산체제에 의해 최저 필요 수준의 원료육 공급루트를 유지하되 사양, 관리 기술의 지도로 육축 생산비의 절감을 꾀하도록 하고,

2). 냉동비축시설을 가지고 가격이 저렴

할 때 최대한으로 비축할 수 있도록 하고.

3). 생축 및 도체의 수송 중 혹은 도살, 처리시 감량이나 육질 저하를 방지하도록 하고.

4). 도살처리장을 육축산지에 가까이 두어 수송비의 절감을 가져오고.

5). 부산물의 육제품에의 최대 이용을 도모하며

6). 최신 가공기술의 도입으로 제조중의 감량저하와 생산량 증대를 꾀하도록 할 것이다.

셋째로 국내 부존 육자원을 최대한으로 활용하고 다각적이고 다양화된 제품생산 방식을 택해야 할 것이다.

통상 육가공하면 돈육을 중심으로 한 햄·쏘시지를 만드는 것으로 인식되고 있다. 그러나 단순히 세절하여 만든 햄버거로부터 보다 기술이 필요한 전조쏘시지에 이르기까지 수백종의 제품이 있을 수 있으며 우리나라와 같이 시장이 좁은 여건하에서는 보다 각 계층의 소비수준에 부합되고 기호성이 다양한 제품의 생산으로 소비저변확대를 기하고 판매액을 높이도록 해야 할 것이다. 또한 자기 회사를 대표할 수 있는 제품을 개발, brand name을 확립하므로써 소비자의 인지도를 높여야 할 것이다.

우리나라의 육자원은 돈육 이외에도 계절적으로 또는 연차적으로 파잉생산되는 브로일러와 처리가 곤란한 산란노폐계가 있음을 감안하여 이의 적극적인 제품개발도 고려되어야 한다. 과거 미국의 가공업체는 적육과 계육을 완전 분리하여 각각 다른 가공회사에 의해 가공되어 왔으나 최근에는 쇠고기의 가격상승과 아울러 많은 가공업체들이 계육가공도 동시에 하고 있음은 육자원의 보다 효율적인 이용과 제품가격의 저렴화 및 다양화를 위한 것으로 판단된다.

국내의 육가공업체도 제한된 원료육수급사

정을 감안하여 돈육, 가공육, 내장기관육 등을 최대한 활용하여 부가가치를 최대한 높이고, 도록 하고 제품도 다양화하도록 해야 할 것이다.

넷째로 신규가공업체는 Cold Chain System의 확립을 전제로 하고 있는 것으로 판단되는데 가공으로 부터 소비자에게 이르기까지의 유통마진을 최소화할 수 있는 유통판매체제를 정립하여야 할 것이다.

다섯째로 외국의 육가공업의 경우 순이익이 총판매액의 1% 정도인 점을 볼 때 어떠한 기업경영을 하고 있는지 알 수 있다. 앞으로 신규가공업체는 한국 축산업과 육가공업의 발전에 기여한다는 사명감을 가지고 생산자, 소비자, 기업이 이익을 나누고 공존하는 관념하에서 품질과 가격면에서 최선을 다할 수 있는 기업경영이 되어지기를 바라고 싶다.

여섯째로 육가공기술은 최근 몇년 동안 가공중 감량저하로 인한 생산량의 증대, 품질의 균일화, non-meat extender의 사용, least cost formulation, 새로운 포장방법의 사용, 새로운 가공기계의 사용, 에너지의 절감 등 다방면에 걸쳐 발전, 응용되고 있다. 신규가공업체 및 기존가공업체는 이러한 기술을 빨리 소화 흡수하여 생산비를 절감하여 보다 좋은 가격으로 소비자에게 공급할 수 있도록 노력해야 할 것이다. 육축의 생산으로 부터 판매에 이르기까지 “能率化” “効率化”라는 명제를 걸고 生産費의 절감을 위해서 조그마한 부문까지도 세심한 주의를 기울여야 할 것이다. 신규업체는 R&D, Test Kitchen, Pilot Plant등도 병설하여 부단히 제품의 개발, 공정의 개선, 자기 제품의 요리방법의 소개, 육가공업계 공동문제점의 해결 등에도 노력을 경주해 주기를 기대하고 싶다.

#### 4. 문제점

이제까지 필자는 국내 육가공업의 발전을 위해서 신규업체들이 기존의 업체와 공존하면서 자기 나름의 가치를 창조하고 국민의 식생활에 기여해 주기를 바라는 마음에서 발전 방향을 기술해 보았다. 그러나 이에 수반하여 몇가지 필연적으로 일어날지 모르는 사회, 경제적 문제점이 있다.

첫째는 신규업체들이 값싼 외국자본의 차관이나 정부융자를 얻어 시설투자를 하고 많은 자본력을 배경으로 기존 육가공업체의 판매망을 교란하고 기존업체와 거의 동일한 제품을 중점적으로 생산한다면 그렇지 않아도 좁은 국내 시장은 완전히 대기업에 의해 석권될 전망이 높다. 물론 자본주의 경제 체제 하에서 경영의 합리화로 보다 좋은 품질의 제품을 보다 값싸게 소비자에게 공급하는 경우 시장점유율은 높아지기 마련이지만 기업활동이 어떠한 불평등한 조건하에서 허용이 되고 많은 자본력을 배경으로하여 비정상적인 방법으로 판매망을 확보하고 독점화할 우려가 없지 않은 것이다. 선의의 경쟁속에서 양축가의 평균 적정이율이 보장되고 소비자에게 보다 좋은 품질의 육제품을 적정가격으로 공급할 수 있는 체제가 이루어지길 바라는 것이다. 이렇게 되면 자본력이 부족한 기존업체라도 경영의 합리화와 자기 나름의 독특한 제품을 개발하여 소비시장을 개척하므로써 충분히 경쟁력을 유지할 수 있을 것으로 판단된다.

앞에서 기술한 바와 같이 신규육가공업체는 기존육가공업체의 주종품목인 연육제품의 생산을 억제하고 축육제품생산에 국한하도록 하며 정부는 기존업체의 시설개선에 대한 융자를 지원해 주는 육성책을 써야 할 것이다.

둘째로 정부는 육가공제품의 이름, 조성,

규격 등에 대해 보다 포괄적인 규정을 제정함으로써 육제품에 대한 소비자의 정확한 식별과 인식을 제고하고 품질과 가격을 연결시킬 수 있도록 해야할 것이다. 많은 소비자는 아직 연제품 혹은 어육·돈육혼합소시지와 축육제품을 구별하지 못하고 있으므로 이를 손쉽게 식별하도록 명칭을 구분하고 조성이나, 성분, 그리고 무게 등을 규격화시켜야만 축육제품의 소비가 촉진될 것이며 소비자 보호, 제품 질의 향상, 가공업자의 정당한 경쟁등이 보장될 것이다.

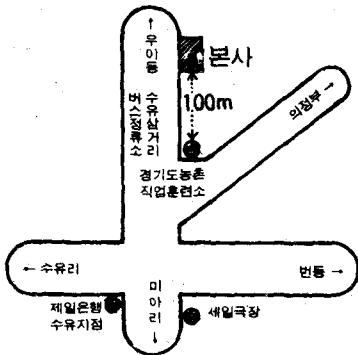
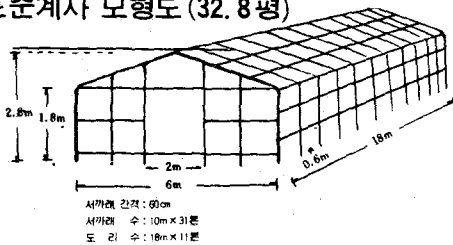
### 5. 結 論

국민 식생활의 변화와 함께 증가되는 축산물을 보다 안정적으로 다양하게, 기호성 높

게 소비자에게 공급할 수 있는 육가공업에 자본투자가 이루어 짐은 다행스러운 일이다. 그러나 그 과정에 있어서 최선의 기술과 합리적인 경영으로 축산업자, 가공업자, 소비자 모두에게 이익이 돌아갈 수 있는 건전한 기업 풍토가 이루어 지길 바란다. 각 기업은 단순한 몇 가지 공통품목을 놓고 치열한 판매망 확보 보다는 국내 부존 자원을 가장 효율적으로 이용하여 새로운 제품 개발과 품질향상으로 소비재변 확대를 가져올 수 있도록 창조적인 활동에 더 많은 노력을 기울여 주므로서 생산자와 소비자의 중간에서 유통주체가 되어주고 정부는 필요한 제도를 보완, 설치하여 공정한 기업활동이 이루어지도록 해 주기 바란다.

## 계사용 파이프 하우스

표준계사 모형도 (32.8평)



### 1. 파이프의 특징

φ 22mm, φ 25mm 펜타이트파이프(특수아연 도금 파이프)를 사용하여 녹슬지않고 수명이 깁니다.

### 2. 완전 조립식

독창적 조립부속품으로 일체 용접없이 조립, 해체와 이동이 간단합니다.

- ★ 희망규격·설계·시공 상담드립니다.
- ★ 지붕덮개(보온덮개)를 적시에 공급 알선하고 있습니다.

다목적 파이프 하우스 제조 전문 메이커

## 풍념산업주식회사

서울·도봉구 수유동 223-41 TEL. 989-4933