

鷄産物의 가공처리 및

소비증진 방안



李 由 方

(이학박사 KIST 축산가공 연구실장)

1. 세계의 육류생산 및 소비추세

표 1. 세계의 식육생산량(백만톤)

		1976	1977	1978	증감
우	육	47.5	47.5	47.0	- 0.5
돈	육	42.0	43.8	45.1	+ 3.1
양	육	7.5	7.3	7.1	- 0.4
가	금	23.2	24.4	25.8	+ 2.6
염	소			1.4	
마	육			0.7	

다음에 표 1~4에 나타난 바를 요약하면

1) 육류생산의 세계적인 추세를 보면 우육과 양육 생산은 현상유지 혹은 감소 추세에 있는데 반해 돈육과 가금육의 생산은 증가하고 있다.

2) 쇠고기를 많이 소비하는 미국에 있어서도 지난 10년간 닭고기 소비증가율은 쇠고기 소비증가율의 2배를 넘어 어느 육류보다도 높은 소비증가를 가져왔다. 그 이유로

표 2. 미국에 있어서 1970~1978사이의 1인당 육소비량 및 구성비율

		실제 소비량 kg			구성비 %			소비량변화
		1970	1974	1978	1970	1974	1978	1970~1978
우	육	38.2	39.3	40.4	39.7	40.2	40.5	+ 5.8%
송	아	1.1	0.9	1.1	1.1	0.9	1.1	+ 4.2%
양	육	1.3	0.9	0.6	1.4	0.9	0.6	-51.7%
돈	육	28.2	28.3	25.7	29.3	29.0	25.7	- 8.9%
가	금	22.0	22.7	26.0	22.9	23.3	26.0	+17.7%
어	육	5.4	5.5	6.1	5.6	5.7	6.1	+13.6%
계		96.2	97.6	100	100	100	100	+ 3.9%

표 3. 우리나라 육류 소비 패턴(연 1인당 kg, 혹은 개)

연 도 별	GNP \$	우 육	돈 육	계 육	총 육 류	계 란
1969	208	1.06	2.42	1.36	4.84	65
70	235	1.17	2.60	1.42	5.19	75
71	266	1.22	2.49	1.54	5.25	76
72	293	1.24	2.67	1.68	5.59	86
73	363	1.37	2.69	1.58	5.63	76
74	483	1.54	2.75	1.60	5.89	83
75	531	1.99	2.80	1.58	6.37	82
76	700	2.11	2.95	1.70	6.75	85
77	864	2.24	3.88	2.01	8.12	97
78	1279	3.10	4.81	2.20	10.10	101
79	1624	2.96	5.87	2.38	11.21	111
증가비 (69~79)		278%	242%	176%	232%	171%

표 4. 육류 구성비 비교

GNP, \$	한 국		일 본	
	1979	1970	1970	1978
	1600	1600	8400	
총 육 류, 1 인 당 kg	11.3 (100%)	18.0 (100%)	28.0 (100%)	
우 육	3.0 (27%)	3.0 (17%)	4.3 (15%)	
돈 육	5.9 (52%)	7.3 (41%)	11.8 (42%)	
계 육	2.4 (21%)	4.8 (27%)	8.4 (30%)	
양 육		2.1 (12%)	2.6 (9%)	
마 육		0.7 (4%)	0.8 (3%)	

서는 첫째, 닭고기 생산효율이 높아 어느 육류보다도 염가로 생산, 공급되고 있고, 둘째로 간이음식점(fast food chain)을 통해 기호성이 높은 여러가지 형태로 속성조리, 판매되고 있고 또한 식품가공업체에 의해 다양한 (65가지 내외)육제품으로 가공, 판매되기 때문이다. 최근의 통계에 의하면 미국내 계육소비의 약 30%가 학교주변, 쇼핑센터, 교통요지 주변에 설치되어 있는 속성간이 음식점

점을 통해 중산층을 상대로 판매되고 있다. 세번째 이유는 닭고기가 다른 육류에 비해 단백질이 비교적 높고 지방이 적어 건강, 영양적 이유로 권장되고 있기 때문이다.

3) 지난 10년간의 우리나라 육류 소비증가율은 우육 278%, 돈육 242%, 계육 176% 총육류 232%, 계란 171%로서 계육과 계란의 소비증가가 평균이하임을 알 수 있다. 또한 우리나라 소비패턴을 일본의 것과 비교

해 볼 때 계육 구성율이 일본에 비해 현저하게 낮다.

결론적으로, 우리나라 국민의 소득 수준으로 보아 보다 많이 소비되어야 할 계육이 여러가지 이유 때문에 소비 부진 상태에 있어 강력하고 효과적인 소비 증진 프로그램이 추진되어야 한다고 보겠다.

2. 계육의 消費增進 方案

1) 流通体制의 問題點과 革新的인 改善

그림 1은 1978~1979년 2년간의 브로일러 가격변동을 나타내고 있다. 平均的으로는 生産者 수취가격이 65%, 유통비용 및 마진이 35%로 외국에 비해 유통비용이 높은 것은 아니나, 공급이 과다하거나 비수기에는 생산자 수취가격이 소비자 판매가격의 50% 혹은 그 이하로 하락하고 상대적으로 유통마진은 50% 이상으로 높아지고 있다. 즉 생산자 가격은 수요공급 물량에 따라 가격의

변이가 심하나 소비자 가격은 便直性을 띄고 있어 생산자 가격 추이를 민감하게 반영하지 않고 거의 일정 가격으로 판매되고 있다. 그 결과로 79년도와 같은 불황기 일수록 생산자는 큰 손해를 보고 있으나 중간 유통업자는 오히려 큰 이익을 보는 不條理를 나타내고 있다.

現在の 流通体系下에서 生産者가 鷄産物의 價格 결정에 參與할 수 있는 道는 需給調節의 수동적인 방법 밖에 없는데 강력한 生産者 協同組職이 없는 한 효과적인 수급조절은 기대하기 어렵다. 또한 현재의 유통담당 상인은 계산물의 品質向上, 商品性的 提高, 消費促進 등에는 아무런 기여함이 없이 중간이득만을 보고 소비자에게 조잡하게 전달만 하는 前近代的인 유통방법에 의존하고 있다. 이러한 체제하에서는 生産首數의 지속적인 증가, 적극적인 소비촉진 및 生産者의 利益增大는 기대하기 어렵다고 하겠다.

외국의 수직적인 系列生産의 경우, 사료희

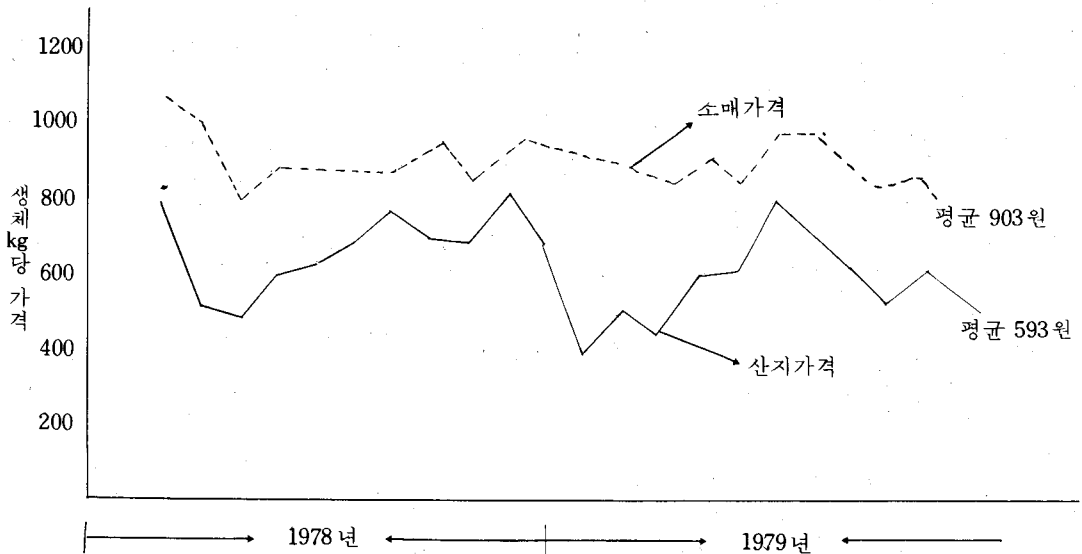


그림 1. 브로일러 가격의 변동

사, 식품회사, 부화업자 등이 流通主体가 되어 契約生産을 하고 있으나 우리나라의 경우 시장이 좁고, 大企業에 대한 生産者의 신뢰도가 높지 않음을 감안할 때, 미국의 最大가금처리업체인 Gold Kist 처럼 생산자 협동조합을 형성하여 生産—加工處理—販賣를 총합적으로 운영하는 体制가 바람직하다고 보겠다. 이러한 協同組合은 서울 및 지방도시를 중심으로 지역별로 형성하되 전국적으로 유기적인 연결을 가지고 地域 및 全國的인 需給調節, 消費促進에 능동적인 이니셔티브를 가져야 할 것이다.

生産者가 주주 혹은 회원이 되어 유능한 직업적인 경영진을 고용하여 효율적인 조합 경영을 하고 경상비, 판촉비 이외의 이익금은 정산하여 회원에게 환원하는 생산자 자신의 企業으로 육성해야 할 것이며 정부는 이를 위한 制度的, 금융적 지원을 적극적으로 해 주어야 할 것이다. 1 일 3,000 首를 도제 처리하는 경우 연중 총 首數는 900 萬首, 판매 외형액은 130 억에 이르러 국내 육가공업체의 총 매출액과 맞먹는 수치가 된다.

앞으로 모든 生産費가 점차 상승해가는 여건하에서 아직도 규모가 작은 대다수의 양계업자들이 生存할 수 있는 길은 協同体制에 의해 生産—加工處理—販賣를 効率的으로 하고 生産性을 向上시키며 安定的인 産業으로 發展시키는데 能動的인 자세를 가지는 길 밖에 없다고 보겠다. 生産도 重要하지만 합리적인 경영, 유통 판매도 못지 않게 重要함을 강조하고 싶다.

2) 鷄産物의 적극적인 판매촉진.

양계업의 장기적이고, 안정적 발전을 위해서는 소비자에 대한 판촉활동을 적극적으로 또 지속적으로 실시해야 하며 이를 위해 다

음의 몇가지 사항을 강조해야 할 것이다.

① 닭고기는 다른 육류에 비해 경제적이다.

家計가 어려울 수록 보다 염가로 가족이 필요한 영양을 공급하는 것이 주부의 책임이며 긴축경제하에서 가장 적절한 수육은 계육임은 표 5에서 보는 바와 같다. 우리가 고기를 먹는 목적은 高級蛋白質, 비타민 B群, 철분의 공급을 위한 것이므로 고기의 相對的 價値를 비교할 때 지방을 제거한 살코기나 단백질 기준으로 해야 하는 바, 1979년 2월에서 1980년 1월 사이 1년간의 가격(살코기)을 볼 때 우육이 kg 당 4,800원 (자율화 이후에는 5,800원), 돈육 3,120원, 계육 2,140원으로서 계육이 가장 염가인 것을 알 수 있다. 이러한 점을 팜프렛화 하거나 매스콤을 통해 또는 슈퍼마켓에서 적극적으로 소비자에게 홍보, 계도하여야 한다. 전술한 바와 같이 미국의 경우 쇠고기값의 양등은 쇠고기 대신

표 5. 육류의 소매가격 비교(1979. 2~1980. 1)

육 류	지 육 도 매 가 격 원 / kg	정육(지방 포함)소매 가격, 원/ kg	지 방 합 량	지방 제거한 살코기 가격, 원 / kg
우 육	2835	4060	15%	4800 (5800)
돈 육	1033	1876	40	3120
계 육	830	1820	15	2140

계육 소비의 급신장을 가져왔음을 재삼 강조하고, 또한 계란이 어느 축산 식품보다도 값싼 고급단백질 공급원임은 말할 것도 없다. 한 상품을 팔기 위해서는 그 상품이 가지는 특성, 장점 혹은 적합성을 돋보이게 하여야 한다.

② 계육의 소비촉진 대상을 어린이와 청소년으로 하여야 한다.

우리 국민은 과거에 육류를 많이 먹어본 일

이 없고 최근 1976년 이후에야 급격히 증가하였다. 따라서 30~40대 이상의 기성세대는 고기에 대해 전통적인 편견을 가지고 있어 한방의 계육 금기에 대한 인식이 깊이 잠재해 있고 保守的이다. 따라서 앞으로 長期的인 眼目을 가지고 소비촉진 캠페인을 하고자 할 때 그 대상을 편견을 적게 가지고 進步的이고 實利的인 어린이나 청소년을 대상으로 하여서 소비저력을 점차적으로 확충해 나가야 할 것이다. 이러한 현상은 이미 肉加工業 및 乳加工業界에 일어나고 있어 어린이용 썬시지, 아이스크림 콘이나 바의 소비가 급신장하고 있다. 따라서 계산물의 調理, 加工, 製品開發은 어른들의 기호에 맞는 종래의 복잡하고 격식이 갖춘 傳統食品이 아니라 어린세대가 간편하고 쉽게 먹을 수 있고 그들의 식성에 맞는 방향으로 추진해야 할 것이고 이들의 아동심리를 효과적으로 이용하는 판촉활동을 구상해야 한다. 외국의 간이음식점에서의 판촉방안이 어린이들의 호기심을 자극하는 묘안의 창출에 있음을 강조해 둔다.

③ 鷄肉은 健康食品이다.

漢方에 의하면 鷄肉은 풍을 유발한다고 규정하고 있으나 이는 이제까지 알려진 영양학적 관점에 볼 때 옳지 못한 인식이다. 풍이라 하면 고혈압을 의미하는데 최근 미국의 의회는 미국인의 최대킬러인 심장병과 고혈압을 감소시키기 위해 지방과 에너지의 지나친 섭취를 억제하고 불포화 지방산을 권장하고, 이를 위해 가급적 鷄肉과 魚類의 섭취를 권장하고 있다. 우리나라의 경우 總肉類攝取량이 적기 때문에 무슨 肉類를 섭취하든 염려할 바는 못되나 특히 鷄肉은 지방이 낮고 단백질이 높으며 불포화 지방산이 높아 고혈병이나 심장병을 염려하는 사람들과 체중 조절을 원하는 사람들에게 권장되는 건강식품

을 강조하여야 한다. 닭 도체의 경우 지방은 피하와 복강에 국한되어 있으므로 이를 제거하기가 쉬워 살코기만을 섭취하기가 용이한 장점도 가지고 있다.

또한 계육은 소화되기 쉬워 외국의 경우 병원 환자 및 유아음식으로 권장되며 우리나라에 있어서도 여름철에 보신용으로 많이 소비되고 있다.

④ 鷄產物은 効率的으로 生産되는 축산식품이다.

鷄產物은 우유 다음으로 가장 効率的으로 生産할 수 있는 고급단백식품임을 국민에게 주지시키고 국내에서 쉽게 생산할 수 있는 계육의 이용을 적극 권장하는 캠페인을 하므로써 국민의 애국심에 근거한 소비촉진 활동을 추진 하여야 할 것이다.

이상으로 다음에 별도로 설명하려는 가공 방안을 제외한 여러가지 소비촉진 방안을 개괄하였거니와 이의 효과적인 결실을 위해서는 생산자 협동체제를 통해 위생적으로 처리된 우수한 품질의 계육을 가장 경제적으로 소비자에게 공급하고 자기 제품에 대해 끝까지 책임지는 상품화 기술이 있어야 함을 재삼 강조하고 싶다.

3. 계육의 가공처리 방안

1) 계육의 소비전망은 밝다.

전술한 바와 같이 계육소비가 외국에서 점증하는 이유로 fast food service가 계속 팽창하고 있으며 계육을 이용한 65가지 이상의 다양한 편의식품이 개발, 생산되고 있기 때문이다. 우리나라에 있어서도 食品業界는 1980年代를 편의식품과 냉동식품 및 고급육 제품의 시기로 보고 있으며 계육은 이러한 새로운 食品들의 개발에 가장 적절한 원료의 하나라고 볼 수 있다. 그 이유로서는 他肉類에 비해 저렴하고 경제적이며 9~10개 부위로



그림 2. 가공육으로 제조한 다양한 육제품

쉽게 절단, 해체할 수 있고 조리 및 급식이 용이한 점을 들 수 있다.

2) 계육의 가공

가. 외국의 동향.

외국에 있어 계육의 처리, 가공은 최근 활발히 진행되고 있는데 몇가지 중요한 것을 들면 다음과 같다.

(1) 신선계육의 포장, 수송에 있어 종전의 얼음에 채우던 것을 지양하고 진공포장, 혹은 조절된 대기포장(controlled atmosphere, 60% CO₂, 25% O₂, 15% N₂)을 하여 냉장하므로써 종전의 7~10일에서 28일까지 연장할 수 있게 되었다. 이는 수송비 절감, 에너지 절감, 취급용이 등의 이점을 가지고 있어 급속도로 파급되고 있다.

(2) 최근 쇠고기값의 앙등은 프라이 치킨의 판매 상승 뿐 아니라 햄버거 대치로서 치킨 버거 혹은 치킨 샌드위치가 개발되어 시판되고 있는데 맥도날드의 경우 최근에 맥치킨샌드위치(Mchicken sandwich)와 치킨너쥬트

(chicken nuggets)의 시판을 개시하였다.

표 6. Louis Rich 가공육 제품과 비동한 적 육제품과의 영양가 비교

제품 (100g당)	칼로리	단백질(g)	지방(g)
Boneless turkey Ham	127	19.6	5.4
Boneless pork Ham	281	17.5	23.0
Ground turkey	185	18.2	12.5
79% lean ground beef	267	17.8	21.0
Turkey Breakfast sausage	180	13.9	13.1
pork sausage	500	9.5	51.0
Turkey bologna	183	14.8	13.8
pork and beef bologna	303	12.0	27.5

(3) 최근 치킨프랭크(핫도그)의 생산, 보급이 급신장되고 있는데 종전의 것보다 지방이 적고 단백질이 많음을 선전하고 있다. Holly-farms의 경우 1979년도에 6,000M/T의 치킨 프랭크를 판매하여 200만분의 매상고를 올렸으며, 종전에 브로일러 신선육만을 취급하던 도계유통 회사들이 최근에는 기준 미달의 도체를 이용한 편의제품 생산에 박차를가

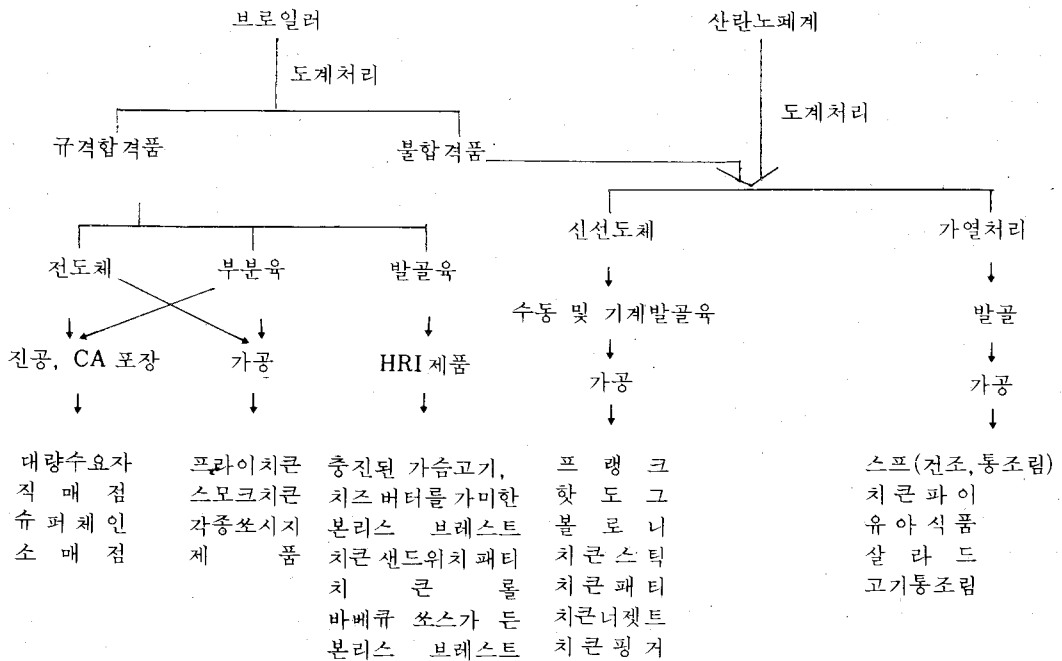


그림 3. 계육을 이용한 다양한 제품 생산

하고 있다. 치큰 프랭크는 가격면에서도 약 10~15%엡가이다.

(4) 최근 칠면조고기를 이용한 햄, 롤, 살라미, 핫도그, 파스트라미, 햄버거 등의 생산 및 소비가 크게 신장되고 있는데 참고로 Louis Richr 제품을 소개하면 표 6 과 같다.

나. 국내의 전망.

국내의 여건은 외국과는 다르지만 점차 간단히 먹을 수 있는 스낵후드의 수요가 늘고 있으며 앞으로 새로운 소비대중을 위한 전망이 좋은 제품은 다음과 같다.

(1) 후라이치큰 - Henny Penny Pressure-Fryer 가 오진양행에 의해 수입 보급되고 있으며 아파트단지, 학교주변, 상가 등지에서 판매가 집중될 것으로 예상된다.

다만 품질이 우수한 원료육과 소비자의 기호에 맞는 breeding mix 을 사용하고 품질관리

를 철저히 하며 상품화 및 판매기술을 익히고 가격을 저렴하게 하므로써 중산층에 의한 소비증진을 촉진하여야 할 것이다. 즉석급식 외에도 Takeout service 를 하므로써 한정된 장소에서, 한정된 시간에 판매량을 증진하고 집에서나 야외에서 즐길 수 있도록 상품성과 다양성을 제고하도록 할 것이다.

(2) 치큰버거, 치큰패티 - 우리나라에서도 햄버거는 점차 소비자간에 인식도가 높아가고 있으나 국내 우육 값이 고가인 관계로 현재 판매되고 있는 햄버거의 품질이 높지 못하고 고가인 점을 감안하여 산란노폐계, 브로일러를 이용하는 경우 품질향상과 가격인하의 이중효과를 가져올 수 있다. 산란노폐계의 가격 생체 kg 당 350 원의 경우 수동 및 기계발골기를 이용하면 정육 kg 당 950 원이 되고 75g 짜리 햄버거 (80%고기 함유) 1 개당 원료비가 약 70 원이 되는 셈이며 가공, 유통

비를 계산하더라도 150 원이 되기 때문에 우육햄버거와 다름이 없는 고급햄버거를 할 가격의 염가로 공급할 수 있다.

(3) 치큰프랭크 및 쏘시이지.

표에서 보는 바와 같이 지육을 도매가격으로 구입하여 프랭크나 쏘세이지를 제조하는 경우 원료육의 가격에는 현저한 차이가 있다. 즉 돈지육의 경우 지방함량이 높은 관계로 지방을 제거한 순수한 살코기는 kg당 2430 원의 높은 가격인데 비해 브로일러육(손으로 발골 후 기계발골기 사용)은 1,600원, 그 폐계육은 1,000 원에 불과하다. 따라서 계육과 돈지방 혹은 지방이 높은 돼지고기를 이용하고 여기에 적절한 조적향상제를 혼합 사용하는 경우 70% 이상의 수육으로 만들도록 규정되어 있는 축육쏘시이지를 보다 염가로 생산할 수 있게 된다.

생산자 협동조합이 경영하는 가공처리장에서 브로일러 신선육 처리 이외에도 산란노폐계 및 브로일러 기준 불합품을 발골처리하여 치즈버거, 치큰프랭크 등의 제품을 직접 생산, 공급하거나 아니면 발골처리만을 하여 육가공장에 계약공급할 수도 있다.

표 7. 가공용 원료육 가격비교(1979. 2~1980. 1)

육 류	지육도매가 격 원/kg	정육(지방포 함) 원/kg	지방 제거한 살코기원/kg
돈 육	1033	1215	2430
브로일러육*	950	1360	1600
산란노폐계육*	600	860	1000

* 손으로 발골후 기계발골기 사용

(4) 냉동편의식품

cold chain system과 유통구조의 개선으로 1980년대는 냉동편의식품이 발전되리라고 식품계는 내다보고 있다. 즉 소비자가 가정

에서 쉽게 조리하거나 가온만 해서 먹을 수 있도록 육류를 적절히 처리, 조합, 가공하여 열처리를 하거나 하지 않은 상태로 냉동한 것으로서 프라이치킨, 치큰파이, 치큰고로케, 치큰패티, 치큰스틱, 치큰너겟트등을 들 수 있다. 이러한 제품들은 프라이팬을 사용하여 쉽게 조리하여 아이들이 손쉽게 먹을 수 있는 영양식품으로서 강조되어야 한다.

(5) HRI (호텔, 레스토랑, 단체급식장소)를 위한 제품개발, 공급.

국내의 HRI 급식업이 크게 신장 하였으나 이를 위한 계육 제품의 개발이 거의 이루어지지 못하고 있다. 호텔이나 고급레스토랑의 경우, 값비싼 스테이크의 대체품으로서 가슴고기를 발골하여 내부에 적절한 재료 및 조미료(stuffings)를 혼합, 충전하거나, 뼈터, 치즈 등을 가미한 boneless breast 제품은 지방이 적고 연하며 규격이 일정한 장점을 가지고 있으며 특히 체중조절에 신경을 많이 쓰는 외국 관광객에 적절하다. 그 외에 회사, 병원 등의 단체급식장에서 간단히 조리하여 급식할 수 있도록 규격이 일정한 부위의 고기 혹은 발골된 계육을 공급하므로써 적극적으로 이 시장의 개척에 힘써야 할 것이다.

(6) 가정에서의 조리.

(가) 가슴, 다리, 날개 등의 부분육별 포장 판매를 점증시키므로써 규격이 일정하고 조리에 편리하여 손님접대 및 야외도시락용, 또는 가정에서의 급식회수를 증가시키도록 한다.

(나) 슈퍼마켓, 직매점 등 계육 판매처에 계육의 영양가, 조리방법등을 인쇄한 간략한 유인물을 비치하여 계속적으로 홍보, 계도한다.

(다) 닭구이, 닭줄임 등 아이들의 기호에 맞고 들고 먹기 좋도록 정형하며 고기가 연하도록 조리하므로써 1 주일에 한 마리 먹기

운동을 전개 한다.

4. 계란의 가공 및 소비증진

1) 한국농촌 경제연구원의 보고에 의하면 축산물중 계절적 가격변동이 심한것이 계란으로 나타나 있다. 이미 잘 알려진 바와 같이 겨울철(12, 1, 2월)과 여름철(5, 6, 7)은 비수기로서 난가가 하락하고 여름에는 높은 기온으로 인한 난질의 급격한 저하(그림 4 참조), 겨울에는 동파로 인한 손실을 초래하고 있다.

따라서 이들 비수기에 계란의 손실을 방지하고 난가안정을 위해서 가공처리장을 축산진흥회의 자금지원하에 설치하고 할란하여 냉동란으로 비축하고 식품가공업체에 年中 평균화된 가격으로 공급하는 체제가 요청된다. 특히 집중하는 란분의 수입을 억제하고 국내 계란의 가공식품에의 이용도 제고를 위해서도 냉동란으로서의 가공처리가 필요하다.

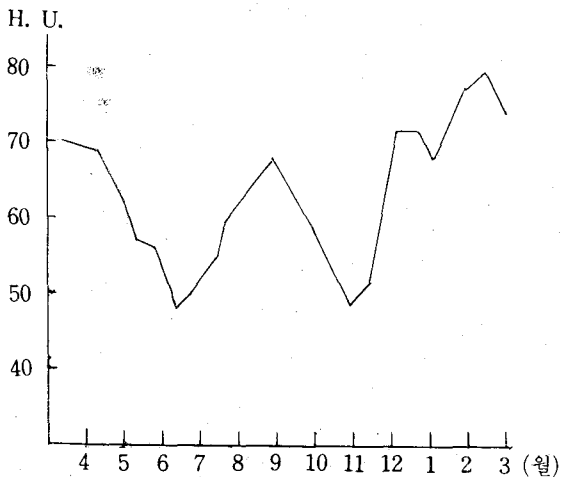


그림 4. 월별 난질의 변화

2) 단체급식장소에서의 조리방법의 다양화로 소비량을 증가시킨다.

3) 인구의 40%를 점하는 농촌인구에게 값싸고 영양 단백질식품으로서의 계란 소비를 적극 권장 추진한다. 특히 어린 아이들의 영양보충을 위해 농촌지도소, 학교등과 협력하여 저렴한 계란이 농촌으로 되돌아가 더 많이 소비하도록 홍보한다.

4) 생산자협동조합체제를 통하여 지역및 전국적인 생산량의 조절, 直販을 통한 가격 및 품질의 우위성 보지, 가공 및 판매촉진 활동의 공동화등을 추진해야 할 것이다.

5. 결 어

양제업에 종사하는 여러분의 사업목적은 단순한 생산에만 있는 것이 아니라 계산물을 소비할 고객을 유치하고 경제적으로 봉사하며 고객을 계속 유지하는 것이다.

그러기 위해서는 계산물이 다른 대체 가능한 식품보다도 비교 우위성을 견지해야 하는 바, 즉 낮은 생산단가, 낮은 판매단가, 낮은 수송단가, 판매단위당 낮은 경영관리비, 제품의 우수한 품질, 우수한 소비자 서비스, 효율적인 판매기술 등을 지속적으로 유지하므로서만이 가능한 것이다.

특히 생산비 관리와 효과적인 판매기술은 사업의 수익성과 성패에 직결되는 요인이 되는 바 효과적인 판매를 위해서는 적절한 유통 판매체제의 확립, 가공, 처리를 통한 품질의 향상 및 제품의 다양화, 새로운 소비대상의 발굴, 지속적인 홍보활동이 수반되어야 한다. 결론적으로, 생산자들은 협동하여 양제업의 운명을 자신의 손으로 결정하고 자신들의 힘으로 재계획 할 수 있는 그러한 능동적인 협업체로 발전시키고 운영해 나가기를 바라는 바이다.