



좌 담

# 外食産業과 가정소비

## 수요출구를 찾자

### 참 석 자

강 참 희 (대한부로일러 상무)

정 진 국 (오 진 양 행 대 표)

이 진 속 (주 부)

진행 : 노 영 한

**노영한 :** 작년부터 우리나라의 대도시에 외식 산업이 「붐」을 이루기 시작했고 그 대표적으로 「캐터키 후라이드 치킨」을 표방한 닭 튀김집의 성행을 하여 혹시나 우리나라 육 계산업에 일대 전환기를 만들어 주지나 않을까 하는 기대감까지도 가지게 하였는데 최근 여러가지 문제점을 해결하지 못하는 채 바람직하지 못한 방향을 잡는것 같더군요. 아무튼 금번 4월부터 모든 음식점이 허가제에서 신고제로 변경되는데다가 자금 회전이 빠른 요식업에 투자코자 하는 사람들이 늘어나 외식산업에 새로운 활기를 불어 넣어줄 것 같습니다.

게다가 금년내로 외국의 유명한 화스트 후드 회사들이 국내로 들어올 것이라는 소식도 들리고 해서 외식산업과 양계산물 소비와의 불가분의 관계에 관해 말씀을 나누고자 여러분을 모셨습니다

먼저 정진국 사장님께서 외국의 닭고기 소비패턴에 관해 먼저 말씀해 주십시오

### 가정소비에 중점을 두어야 한다

**정진국 :** 닭에 관한 소비성향은 어느나라든 냉동계보다는 냉장계를 좋아한다는 것이 공통적입니다.

특히 가정소비는 냉장계가 단연 인기여서 가장 닭을 많이 필요로 하는 가정소비 욕구를 보면 냉장계로서 판매되어야 합니다. 외국에서 캐터키 후라이드 치킨 등 외식산업의 크게 번창을 해서 닭고기 소비촉진에 큰 성과를 보았다고는 하나 그보다는 역시 말초소비처인 가정에서 얼마큼 먹어주었느냐에 관건이 있습니다. 그리고 유통방법도 일찍부터 도계유통이 되었기 때문에 보는 앞에서 닭을 잡는다든가 집에서 잡는 다든가 하는 불편은 생각해 보지도 않은 일로 닭고기의 정상적 유통이 자연스러웠던 것으로 보아져요.



〈강 장 희〉



〈정 진 국〉



〈노 영 한〉

다시 냉장계 애기로 돌아가서 냉장계는 냉동계보다 요리 후의 맛이 훨씬 좋고 양도 제대로 나옵니다. 그래서 닭을 도제한 후 냉각수로 냉각시키는 방법보다 공기냉각 즉 드라이메소드(Dry method)를 이용한 냉각법이 훨씬 권장되고 있는데 이 냉각방식을 이용하면 10일 이상을 보관할 수 있습니다. 그러나 우리나라에는 아직 이 시설을 갖춘 도계장이 없는 것이 유감입니다

**노영한:** 가정소비를 뚫고 들어가는 것은 정말 힘든 일이지 소비자들이 닭을 사먹기를 꺼리는 여러가지 이유가 있을텐데 주로 어떤 점이 있습니까?

### .....

## 닭고기 구입이 더 쉬워져야 한다

### .....

**이진숙:** 쇠고기나 돼지고기에 비해 닭고기의 소비가 보편화되지 못한 이유는 첫째 구입처가 정육점처럼 흔하지 않다는 점입니다.

냉장시설을 갖춘 큰 슈퍼마켓이 흔한 것도 아니고 일반 주부들은 시장의 닭집을 이용해야 하는데 저희 젊은 주부들 일수록 닭집을 이용하는 것을 꺼리는 경향이 많은 것 같습니다.

그 외에 요리하기가 불편하다는 점, 전 식구들이 기호가 달라서 식구중의 하나라도 닭 냄새조차 싫다하는 경우가 있으면 대

체에 세번 사먹을 것 한번 하는 정도로 줄이게 되는점, 등 여러가지가 있겠습니다. 얼마전 집부근 아파트 단지의 대형 슈퍼마켓에서 삼계탕용, 백숙용으로 포장을 해서 팔기도 하고 닭다리, 닭가슴살 등 부분육 포장을 한 것을 보고 이러한 판매처가 늘어난다면 닭고기를 훨씬 많이 사먹을 수 있겠구나 하고 느낀적이 있었습니다.

**정진국:** 외국의 닭고기 소비량을 보면 미국이 1인당 30여마리 정도이고 일본이 12~15마리 중등은 상당히 많고 우리나라는 1인당 2.5마리 정도가 되죠.

우리가 선진국과 비교해 현재의 소비량은 극히 적은 점을 미루어 앞으로 이보다 준다는 것 보다는 계속 신장될 것이 틀림없다는 확신이 서게 됩니다. 이렇게 되기 위해서는 정부시책도 중요하지만 브로일러 산업을 이끌어 나가는 업체들이 자세도 중요하다고 봅니다.

**노영한:** 아까도 말씀드렸지만 우리나라에 외식산업의 체인 레스토랑이 자리를 잡을 때 우리 국민의 식성이 햄버거나 샌드위치보다는 후라이드 치킨 쪽으로 기울지 않겠는가 생각을 했었는데 가격이 비싸기 때문인지 오히려 햄버거쪽이 훨씬 많이 팔리는 것 같습니다.

**정진국:** 햄버거가 많이 팔린다 하여 닭고기



소비가 비관적이 되는 것은 아닙니다. 닭고기를 손쉽게 구할수만 있다면 치킨 버거도 이익이 높고 치킨 샌드위치도 많이 팔수가 있습니다.

그래서 큰 도계장에서는 노폐제나 균일하지 않은 고기를 발골해서 팔수 있는 시설을 갖출수 있었으면 좋겠습니다.

**강창희:** 저희 대한 부로일러에서도 도계육 뿐만 아니라 그외 제품개발에 관해 부심하고 있긴 하지만 현재는 도계장을 인수한지 얼마되지 않아 대리점을 모집하여 원만한 유통체계를 잡는데 더 급급하는 형편입니다.

아까 주부님께서 말씀하신대로 좀더 많은 대리점을 확보하여 보다 쉽게 닭고기를 살 수 있도록 해야하는데 대리점을 설치하려면 자본금도 많이 들고 운영경비도 적지 않아 우선 1개구에 하나씩을 설치하는 것을 원칙으로 하고 있습니다만 소비가 늘어



나면 얼마든지 늘일 수 있겠지요 그 외에도 우리가 직접 가정으로 팔 수 있는 방법도 시도할 생각입니다만, 이는 어려움을 동반할 듯 합니다.

정사장님께서 말씀하신대로 저희도 닭고기 소비에 중대한 역할을 하고 있다는 것을 늘 통감하고 좀더 위생적이고 먹기에 편리한 제품을 만드는데 주력하고 있습니다.

그리고 부분육의 필요성이라든가 도계품의 이점같은 것을 소비자들에게 널리 홍보하는 문제도 시급한데 이는 정부차원에서 뒷받침해 주면 그리 어려운 일도 아니겠습니다만 저희가 직접 해보려니 엄청난 경비가 들어 엄두를 못내고 있는 형편입니다.

### ..... 도계품에 대한 홍보 아직도 부족하다 .....

**노영한:** 도계품에 대한 홍보는 정말 어떤 방법으로든 시급히 이루어져야 할 것입니다. 축협중앙회 조사에 의하면 도계품을 주부들이 가장 꺼리는 이유가 혹시 병세가 아닌가 하는 식의 불신감 때문이라고 들었습니다.

**이진숙:** 전에 닭이 거의 전부가 생체로 유통될 때는 도계품을 보면 그런 생각을 버릴 수가 없었습니다만 요즘도 그래요 도계품이 많이 유통되는 편이라서 그런 불신감은 좀 줄어드는 것 같습니다.

그렇지만 소비자 홍보를 좀 더 적극적으로 하면 도계 유통은 훨씬 쉽고 완전하게 할 수 있을 것 같습니다. 꼭 경비가 많이 드는 T.V 광고 같은 것 보다 우선은 닭고기 요리 강습회같은 때에 슬라이드 등을 이용하여 홍보할 수 있는 방법도 있겠고 닭고기를 파는곳에 팜플렛을 놔두어 소비자가 볼 수 있도록 하는 것도 좋을 듯 합니다. 그리고 무엇보다 중요한 것은 여러분들께서 꾸준히 도계품의 질적 향상을 위해 노



력하셔야 한다는 점일것입니다.

**노영한**: 그렇습니다. 특히 간이 도계장의 도계상태가 안좋은 것도 큰 문제 이겠습니다. 이곳에서는 털을 뽑기 쉽게 하기 위해 뜨거운 물에 튀겨서 피부가 하얗게 탈색되고 원형탈모기에 넣어 피부가 흐물흐물해진 제품을 가지고 정부에서 허가한 도계장의 제품이요 한다는 것은 바람직하지 못한 일입니다.

이 도계품의 품질개선 측면에서 도계장에서는 어떤 일을 하고 계시는지요.

**강창희**: 제품의 질을 높이기 위해서는 우선 도계장시설이 좋아야 합니다. 그러나 현재 외국의 시설과 맞먹는 좋은 시설을 한 곳이 별로 없습니다. 그 이유는 그동안 이부분 투자가 별 전망이 없었기 때문입니다.

**정진국**: 현재 도계업체에서 전체 도계의 유통과 소비를 주도한다는 것은 시기상조일것입니다. 법을 이미 제정되어 있으나 그 법을 현재 시행하지 못하고 있으니 강력한 단속도 단속이려니와 도계업에 관한 투자를 유도하거나 재정적 뒷받침을 해주는 것도 정부가 할 수 있는 일입니다.

**노영한**: 대규모 도계장이 유통을 주도하게 되면 닭값의 안정에도 어느정도 기여를 할 수 있을런지 모르겠습니다. 주부들이 어느날 시장에서 1,000원을 주고 닭 1마리를 샀다가 그 후에 또 사려니 1,500원이다 할 경우 선뜻 닭을 사가기를 기대한다는 것은 어려운 일입니다.

## ..... 닭고기 가격진폭 줄이기에 힘써야 .....

**강창희**: 우유나 쇠고기, 돼지고기 등 축산물도 대체로 가격이 안정되어 가는데 닭고기만 가격변동의 진폭이 큰것은 정말 문제입니다. 브로일러 사육가들 역시 이 진폭에 얼마나 잘 적응하느냐에 사업의 성패가 결

려 있으니 만큼 가격이 오를 눈치가 보이면 저희 도계장에서 아무리 부탁을 해도 출하를 안해주고 내릴것 같으면 찾아오셔서 부탁을 하는 불안정한 상황입니다. 하루빨리 유통이 근대화 되어야만 생산자나 소비자가 모두 안정할 수 있는 길입니다.

**노영한**: 네, 유통근대화를 통한 닭고기의 소비촉진도 중요하고 처음에 얘기가 나온대로 외식산업을 통한 소비촉진도 게을리 하지 말아야 할텐데 외식산업 업자들의 닭고기 소비촉진을 위한 사명감을 기대하기는 어려운 형편입니다. 왜냐하면 그들은 양계인이 아니기 때문이죠. 얼마전 닭값이 올랐을때 당장 닭조각가 적어져 손님들이 투덜거리는 것을 들은 적이 있어요. 또한 파우더 값이 비싸니까 밀가루에 후추가루나 소금으로 양념을 해서 캔터키치킨 이라는 간판만 걸고있는 형편이니 캔터키치킨 별거아니다라는 여론이 돌지 않을까 있습니다? 전에 전기구이 통닭처럼 붐을 이루다 사라진 것처럼 캔터키치킨도 파우더나 기구문제등으로 참 어두운 전망인데 우선 가격과 규격안정이 시급한데 대한 브로일러 같은 곳에서 제약생산을 시도하거나 하는것은 현실적으로 매우 어려운 일입니다.

**강창희**: 현실적으로 제약생산이 불가능한것은 아니지만 매우 어려운 것만은 사실입니다. 현재는 저희 삼일부화장에서 나오는 병아리를 사육하는 곳에서 우선적으로 수매해 주고 있으나 대체로 사육규모가 적어서 운이 좋으면 좋은값을 받고 나쁘면 나쁜값을 받은 것은 어쩔수가 없어요. 그래서 저희 입장에서는 되도록 세미사육을 권장하고 있습니다. 왜냐하면 이것은 1.3~1.5kg의 캔터키후라이드치킨용입니다.

그러나 사육자가 이정도 키워 놓았을때 정가가격이 안좋으면 더 키우라고 권해서 더 큰 다음 슈퍼마켓용으로 빼주기도 합니다. 그리고 위탁사육을 할때는 기본가격을 정해 놓고 그 당시 가격의 ±20%폭을 두는 정

