

# 외식산업에 떠오르는 별 '즉석식품 (Fast Food)'

취재/권동원

## 즉석식품의 현실과 이상

즉석식품이라 불리는 패스트푸드가 품질, 위생, 친절을 내세우면서 시간에 쫓기는 현대인의 생활 속에 깊숙이 파고들고 있다. 햄버거, 프라이드치킨, 피자, 도너츠 등으로 국내에 선을 보이기 시작한 것은 80년대 들어서부터 본격적으로 시작되었다. 시장규모는 '87년 1천5백억원, '88년에는 2천억원 정도로 추정되며, 그중 프라이드 치킨이 차지하는 비중은 약 20~30%정도.

즉석식품 산업이 이처럼 급격히 성장하고 있는 것은 결코 우연한 현상이 아니다. 서구식 식생활패턴의 확산, 편의와 기능을 찾는 젊은 세대 증가, 시간단축을 요구하는 라이프스타일, 외식문화의 발전, 여성의 사회진출 확대, 레저인구의 증가와 더불어 무엇보다 경제성장으로 약간 값비싼 음식이라도 부담없이 사먹을 수 있는 중산층의 증가가 구조적인 배경이 되고 있다.

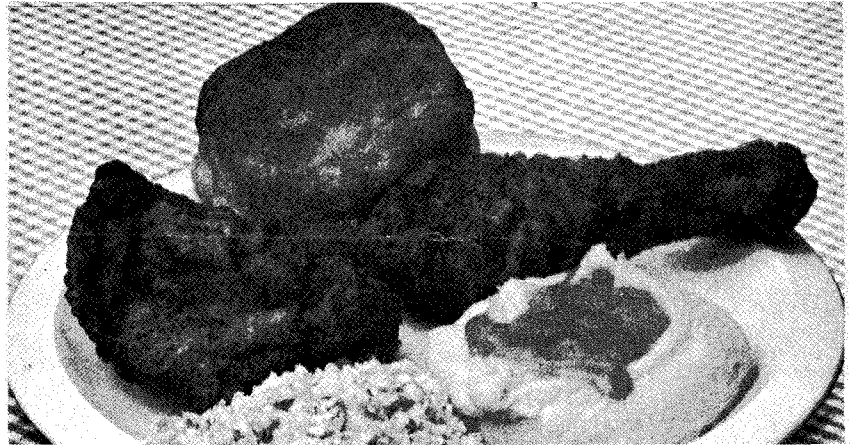
여기에는 미국과의 무역마찰에 따른 국민 감정적 문제가 있다. 즉

석식품산업의 30%정도를 차지하고 있는 외국 브랜드업체 3~4.5%의 비싼 로얄티를 지불하면서 국내시장을 점차 확대하고 있어. 「먹는 것도 외국에 돈을 바치며 먹어야 하나」하는 문제가 제기되고 있다. 그러나 이들의 업적도 무시할 수 없다. 대부분 비위생, 불친절과 주먹구구식 경영을 해온 국내 식당업계에 철저하고 과학적인 제품관리와 기술투자 및 위생관리, 불편없는 서비스 및 편의제공과 더불어 치밀한 경영기법에서 신선한 새바람을 불고 왔다는 점에서 그만한 댓가를 치르고 있다는 긍정적 견해도 있다.

## 즉석식품으로의 닭고기

즉석식품산업의 신장이 닭고기 소비패턴에도 변화를 가져오고 있다. 대중화된 닭고기 요리는 켄터키 치킨, 삼계탕, 영계백숙, 바베큐, 전기구이, 훈제치킨 등이 있다. 닭고기를 대표하던 통닭이 비위생적으로 유통되고, 튀김류에 사용한 기름이 산패, 응고되어 건강에 해롭다

**철저하고  
과학적인 제품관리와  
기술투자 및 위생관리,  
불편없는 서비스 및  
편의제공과 더불어  
치밀한 경영기법에서  
신선한 새바람을  
불고 왔다.**



는 인식으로 닭고기가 값싼 식품으로 전락되어 닭고기 소비유통에 문제가 되고 있다. 새로운 닭고기 요리가 개발되고 위생적 품질관리, 청결한 실내 분위기를 유지하며 닭고기가 우리 생활 속에 새로운 형태로 다가서고 있다.

닭고기 요리를 취급하고 있는 업체는 마니커, 캔터키프라이드치킨, 립스치킨, 아메리카나치킨, 맥켄치킨, 롯데리아 등으로 닭고기 전문점이나 닭고기 위주의 점포망을 개설하고 있다. 아직은 전국적으로 대중화되지 못하고 있지만 서울지역을 중심으로 일부 대도시에서 성공적인 사업으로 자리를 굳히고 있어 점차 활성화되리라 전망된다.

양계업 계열화를 추진하면서 유통에 뛰어난 천호그룹은 간편식품으로 가공품인 「마니커의 집」을 운영하면서 프라이드치킨, 너겟 등의 즉석식품을 취급하는 「마니커 랜드」를 개설하며 본격적으로 즉석식품 시장에 참여하고 있다. 또한 두산식품은 미국 캔터키프라이드치킨과 기술제휴로 18개의 점포를 운영하면

서 올해도 4개 매장을 더 신설하려는 계획을 가지고 있다. 캔터키프라이드치킨은 올해들어서도 전년보다 20~30%의 매출신장세를 기록하고 있다. 캔터키프라이드치킨 한달 매출액은 10억원 정도로 한달에 닭이 7만마리정도가 소요된다. 양계산업의 규모로 볼 때는 그렇게 큰 비중을 차지하지 못하고 있지만 지금의 추세대로 성장한다면 장차 양계업 부흥의 열쇠를 쥐고 있다고 본다.

### 양계업계의 문제점

처치스프라이드치킨, 체스터프라이드치킨 등 2개 외국 브랜드가 국내 상륙을 준비하고 있고, 국내 굴지의 대기업에서도 양계업과 즉석식품에 참여를 모색하고 있어 이들이 새로운 닭고기문화를 창출하여 시장을 확대하고 닭고기에 대한 인식을 새롭게 시켜준다면 양계업계에서도 환영해야 한다. 그러나 냉동감자나 쇠고기처럼 언젠가 외국 닭고기를 사용해야 한다고 주장하지 않으리란 보장은 없다.

이들 업체의 사업추진중 어려운 점은 무엇인가? 가격의 진폭이 크다는데 있다. 판매가격은 상시 일정가격을 고수하고 있는데 반하여 원재료인 닭고기는 가격이 들쭉날쭉이어서 올해 여름처럼 계속 높은가격을 유지하고 있을 때는 적자운영이 불가피하여 사업의 안정성이 떨어진다는 점이다.

가격 진폭문제는 양계업계와 식품업계의 공동 관심사로서 자본력을 가진 이들이 계열화를 추진하여 문제를 해결할 수 있는 방법을 생각해 볼 수 있다. 또한 양계업자도 수급 조절을 통한 닭고기가격을 안정시켜서 닭고기소비의 일선에서 일하고 있는 이들의 사업에 불편함을 제거해 주어 닭고기 수요창출에 의한 소비시장 확대에 다같이 참여해야 한다. 즉 일부 외국브랜드의 값비싼 로얄티 지불문제는 있지만 소비자에게 좀 더 수준높은 식생활을 제공하고 양계업계에 활력을 불어넣을 수 있는 즉석식품, 우리 모두 기대해 보아야 하겠다.