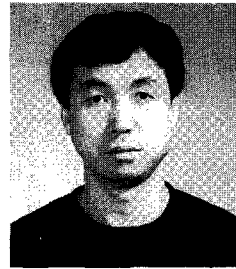


닭고기 가공산업의 활성화 방안



김 종 원

삼희인티그레이션(주) 대표이사

1. 서언

1985년부터 발효된 위생도계육 유통법 시행령에 따라 국내의 육계산업은 본격적인 산업화로의 길로 들어섰다고 할 수 있다.

육계사육농가들은 대규모화되고, 기업들은 서구식 도계기계를 설치하여 전기충격부터 시작하여 냉각에 이르는 전 과정을 기계적으로 처리를 하고 냉장·냉동시설을 통하여 운송, 저장하는 장치시설에 투자를 하게 되었다. 정부는 나름대로 농민을 보호하고, 육계의 생산 단가를 낮추기 위해서 육계계열화 사업을 추진하여 기업에 계열화 자금을 융자해 주고 있

며 시설 현대화 자금에도 많은 투자를 하고 있는 것으로 안다. 또한 육가공 기계 시설측면에서도 이미 외국의 수많은 기계 전시회 참관 및 전문가들의 선진국 생산공장 방문을 통하여 소개되지 않은 시설은 거의 없을 정도로 잘 알려져 있다. 그럼에도 불구하고 국내의 닭고기 가공산업은 그야말로 아직 걸음마 단계를 못 벗어나고 있는 실정이다. 물론 이 글을 전개하기 전에 먼저 가공의 의미를 명확히 제시해야 할 필요가 있을 것이다. 육계산업에서의 가공의 의미는 도계가 끝난 이후 절단을 비롯한 발골, 엄지, 튀김, 구이, 찜, 햄 등의 모든 과정을 망라해야 할 것이다. 본고에서는 국내 육계 산업

이 안고있는 문제점을 중심으로 살펴보면서 닭고기 가공산업의 활성화 방안을 모색해 보고자 한다.

2. 원가개념 없는 가공업

우리가 살고있는 이 시대는 그 어떤 시기보다도 경쟁이 심화되어 있는 상태이다. 현대의 경제논리에 의하면, 혼한 말로 경쟁력이 없으면 죽고 살아남지 못하는 것이 현실이다. 세계 각국은 자국의 산업 및 경제를 살리기 위해서 생산단가를 낮추는데 심혈을 기울이고 있고, 이제 어떠한 형태든 수출을 통하여 자국의 생산기반을 보호하기 위하여 안간힘을 쓰고 있다. 우리는 지난해부터 농산물을 비롯한 경제 전반에 걸친 다자국 협상을 통하여 국내의 시장을 불가피하게 개방 안할 수가 없게 되었고, 그 결과 외국의 축산물은 붓물처럼 밀어닥치고 있는 실정이다. 육계의 경우도 '95년 7,700톤, 96년 10,400톤 그리고 '97년 6월말까지의

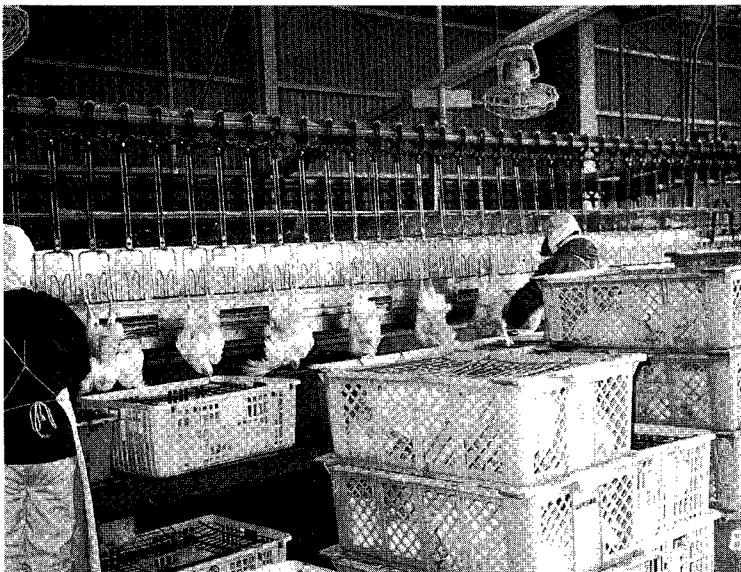
6,500톤의 최소시장 접근물량(MMA) 이후에는 완전개방이 되어질 것이다. 물론 관세의 차이는 있을지라도 외국의 생산비에 비하면 국내의 생산비는 엄청나게 높다. 육계의 생산비가 높을뿐 아니라, 최근 2년간은 그야말로 국내 육계시세의 최저 최고기록을 경신하는 기간이었다. '93년 10월은 육계값이 kg당 500원이었던 것이 '94년 10월에는 2,200원이라는 경이적인 숫자였다. 이러한 체제에서는 가공업이 발전할 수가 없다.

물론 작년의 경우 흑서와 같은 천재지변의 역할이 지대하였지만, 그에 앞서 대책없이 무리한 입추, 밀어내기식의 병아리 생산 등 업계에서 해결해야할 문제는 산적해 있는 상태이다.

미국에서는 현재 육류업계에 Value-Based Meat Management System이란 개념이 확산되고 있다. 이익은 시장으로부터 발생하며 어떻게 효율적으로 운영하느냐에 따라서 이익이 발생된다는 것이다. 그러므로 소매상이나

슈퍼마켓을 경영하는 사람들도 생산되는 품목의 원가를 인지해야 할 필요가 있다는 것이다.

국내에 확산되고 있는 가격파괴, 가격혁명 등을 주도하고 있는 대형 유통업체도 생산원가 분석을 하고 가격정책을 수립함으로써 가격파괴가 가능한 것이다. 원가개념은 당업계가 해결해야 할 문제이지만 이것이 실제로 응용되어 효과를 거둘 수 있는 곳은 소비자와 직접적인 관계를 갖고있는 소매상이다. 원가를 분석



하고 제품의 진정한 가치를 인지한다는 것은 결국 소비자의 욕구를 채워줄 수 있는 진정한 창구 역할을 하고, 다양한 제품의 개발을 가능케 하며, 결국에는 육류시장 전체를 활성화시킬 수 있을 것이다. 그러므로 가공제조업에서의 생명은 원가개념이다. 국내에서의 육류 유통체계하에서는 가공업의 발전이란 요원하기만 하다. 생산비를 낮추고 가격안정을 도모하는 길, 모든업체가 풀어야하고 정부가 우선적으로 해결해야할 선결과제인듯 싶다.

3. 산업의 핵심-정보

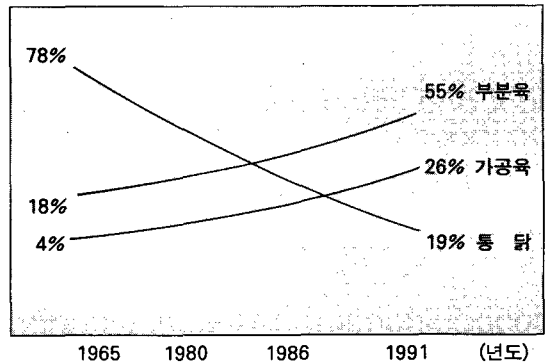
지금 우리가 살고있는 시대는 한마디로 정보의 시대라고 할 수 있다. 주위에 넘쳐 흐르는 정보의 홍수속에 살고 있는 것이다. 우리가 속해 있는 업계도 마찬가지로 넘쳐나는 정보를 잘 정리하고 활용할 수 있어야 할 것이다. 육계산업 역시 종계, 부화부터 사육, 가공에 이르기까지 주부가 한마리의 닭을 식탁에 올리기까지는 여러단계의 독립적인 산업이 연관되어 있어 어떻게 조화있게 운영하느냐에 따라서 산업의 성패가 달려있다.

각종 관련업체나 협회 그리고 정부기관에서도 여러가지 양계업계의 자료를 제공하고는 있지만 아직까지도 농가나 계열업체에게 실용성이 있는 자료인가 하는 것에는 문제가 있다. 이렇게 발달된 전자정보시대에 왜 우리는 우리의 실생활과 관련있고, 물가와 관련되는 중요한 산업에 빠르고 정확한 정보체계가 없을까?

소비자로부터 소매상 그리고 가공업자 또한 생산자에게로 까지 이어지는 소비에 관한 정보체계, 종계부터 생산에 이르는 각종 생산정보,

위의 두가지 정보에 기초한 예측이 이루어질때 육계산업은 안정이 되고 가공업 또한 발전을 할 수 있을 것이다. 정보만이 산업을 변화시킬 수 있다는 생각을 하면 왜 정부가 주도하는, 학계 및 산업계를 연관시킨 정보체계를 갖출 수 없을까 의심이 된다. 국내에서는 종축체제 만이라도 수집, 분석할 수 있는 체계를 하루빨리 갖춘다면 산업안정의 기반은 더 앞당겨질 것이 틀림없다.

4. 아무리 강조해도 지나치지 않을 홍보



〈그림1〉 계육소비 형태의 변화

1990년도에 일인당 101kg의 육류를 소비하던 미국인들에게는 커다란 변화가 있었다. 닭고기 소비가 31.7kg으로서 쇠고기의 30.8kg, 돼지고기의 28.2kg을 앞지르기 시작했던 것이다. 닭고기의 소비성향은 이후에도 가속화되어 가고 있어 통상 적색육으로 분류되는 쇠고기, 돼지고기 업계에는 비상이 걸릴 정도이다. 이는 '60년대 이후 매 5년간 평균 22%씩 증가한 육계생산량과 매 5년간 일인당 평균소비량도 15%씩 신장하는데 기인하였으며, 신장되는 육

류 소비량을 가금육이 주도했기 때문이다.

소비신장의 주요원인을 분석해 보면

첫째, 경제사회 발전과 더불어 변화하는 소비성향에 따라 닭고기 공급형태가 부분육, 절단육으로 바뀌어 갔기 때문이다.

그림1에서 보는 바와 같이 1965년도에 18%에 불과하던 부분육 시장이 1990년도에는 55%로 증가했으며 통닭시장은 78%에서 19%로 감소하였다.

둘째로는 생산원가절감에 있다고 하겠다.

'70년대 본격화된 제열화사업전개로 인하여 생산비 절감에 따른 가격 경쟁력 확보에 있다고 할 수 있다.

세번째요인으로는 협회, 생산자단체, 기업에서의 지속적이고 적극적인 소비홍보 및 광고전략의 성공에 있다고 하겠다. 1980년도에 들어서면서 더욱 높아진 건강에 대한 관심 및 교육과 맞아 떨어져 이의 홍보는 상당한 효과를 본 것이다. 물론 그외의 요인으로서 다양한 제품개발을 통한 연구비에 과감한 투자를 한 것도 거론될 수 있겠다. 소비자에 대한 홍보는 위에서 언급한 바와 마찬가지로 교육의 효과를 보았으며, 따라서 소비자들이 무엇을 원하는지를 알게 되었고 자연스럽게 제품개발이 유도되었다. 우리나라의 경우 '92년도에 육계생산량이 최고에 달하였으며 그이후 2년간 현재까지 정체 및 생산량이 감소하는 현상을 나타내고 있다. 이러한 현상은 매년 5~6%씩 육계소비가 증가하리라던 예측을 완전히 빗나가게 하고 말았다.

이의 원인을 분석해보면 1988~1989년대에 유행하던 양념통닭사업의 몰락에 그 원인이 있고 일부는 작년의 흑서기로 인한 절대적 생산량 감소에 기인한다 할 수 있다.

현재는 소비자가 시장을 주도하는 시대이다. 생산만 해가지고는 경쟁에서 살아남 수 없는 사회이다. 육계업계, 가공업계는 이를 완전히 외면하고 있지는 않았는지? 소비자의 성향이, 육구가, 취미가, 레져생활이 어떻게 변화하고 있는지에 대한 꾸준한 준비와 투자가 부족하지 않았는가 되묻고 싶다.

얼마전 누군가에게 이러한 이야기를 들은 적이 있다. 미국의 한 해양학계팀은 정부의 사업 일환으로서 세계 각지의 바다 온도변화 측정을 위하여 15개 해양팀을 구성하여 수십년간에 걸친 자료를 수집하고 있다고, 이는 곧 지구의 생명을 예측하는 기준이 되고 인류의 역사를 예언할 수 있는 방법이 되는 것이다.

위의 이야기는 우리업계에 시사하는 바가 크다. 우리는 우리의 산업을 위하여 기초적인 투자를 얼마나 하고 있는가? 늦었다고 생각할 때가 가장 빠르다고 했던가. 이제부터라도 소비자를 연구하고 교육하는 제도적인 홍보를 업계 스스로 해 나가야 할 때가 아닌가 생각한다.

홍보를 통하여만이 잠자는 소비자 의식을 깨울 수 있다. 닭고기 뿐만이 아닌 육류업계의 냉장유통체계 형성이 하루빨리 이루어질 수 있다. 일부 커다란 백화점 및 유통판매 조직을 통하여 우리는 이제야 신선육이 무엇인지를 배우고 있는 것 같다. 소비자들이 요구할때에 이러한 유통체계는 급속한 발전을 이루게 된다. 신선육으로의 유통체계가 정착되고 부분육시장을 증가시킨다면 우리 육계업계는 충분히 수입개방에 대처할 수 있는 방법이 있을 수 있다.

육계업계는 우수한 단백질 원으로서의 계육, 그리고 국내 여건상 80%를 수입에 의존해야하는 사료비를 감안할때 생산원가 측면을 강조해

야 할 것이다. 또 한가지 짚고 넘어가야 할 게 있다면 소비자의 과학을 넘어선 미신과 상식이 문제가 된다.

닭고기는 무엇에 좋지 않다든지, 닭고기를 먹으면 어떻게 된다든지 하는 과학적 근거없는 상식이 업계의 발전을 상당히 저해하고 있음을 알아야 한다.

이를 극복할 수 있는 유일한 방법도 업계의 적극적인 홍보작전이 아닐까?

5. 신용·품질만이 살아남을 수 있는 사회

최근에 제기된 식품에 대한 안전성 문제는 이제 업계의 사활이 걸려있다고 해도 과언이 아니다. 소비자는 날로 현명해지고 있고, 이제 외국의 유명제품과 한 매장안에서 경쟁을 해야

할 날이 이미 시작된 바와 다름없다.

한 계사내에서 계군을 생산하기 위해서 우리는 몇장의 정부허가서를 득해야 되고 수의사의 검정과정을 거쳐야 할 지도 모른다.

네델란드, 미국 등지에서는 이미 자사 브랜드의 상표를 구축하기 위해서, 또한 생산자의 이익을 위해서, 소비자의 안전을 위해서, 종계, 부화, 투약기록부터 출하에 이르기까지 생체검사 및 전문수의사의 동의를 받는 것을 원칙으로 생산자 단체가 자발적으로 실시하고 있다. 이러한 과정없이 결코 외국의 제품을 물리칠 수 없다.

신용에 근거한 생계공급, 철저한 규격 및 심사기준에 의한 제품생산만이 가공산업의 미래를 보장해 줄 것으로 믿는다. **양계**



독일직립식케이지

20년의 제작 노하우
구동독의 낮은 임금

+

쌀텍 케이지 한국 상륙

※자금에서 건축, 수입, 설치까지 책임집니다.
※저가격 실현, 20년 제작 노하우 + 구동독의 낮은 임금

SALTECH


한국양계시스템
쌀 텍 사업부
 전 화 : (02) 452-8055
 팩 스 : (02) 452-2921