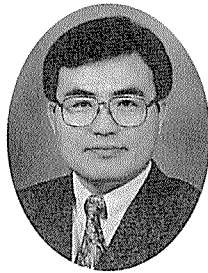


한국 육가공 산업의 새로운 지평을 열며



임성천 / 안성축산진흥공사 사장

○ 위기는 곧 기회

산업사회의 종말을 고하는 경고음이 발하여진 지는 꽤 오래 되었다. 어느 날 갑자기 찾아온 듯한 IMF사태도 돌이켜 보면 앞뒤 가리지 않고 우리도 잘 살아보겠다는 의욕 하나로 압축성장을 이룩해 왔던 한국호의 장래를 위해서는 천만다행한 일로 받아들여지고 있다.

지금, 우리 사회는 총체적인 구조조정기에 처해 있다. 정치적으로는 남북 화해 무드에 주변 4강의 역학 구도 변화가 첨예하게 진행되고 있고, 경제적으로는 대마 불패의 신화가 무너지면서 진짜 실력을 갖추지 않고는 살아남을 수 없는 세계화가 진행되고 있다. 그 여파로 길거리에는 일자리를 잃은 많은 실직자들이 넘쳐

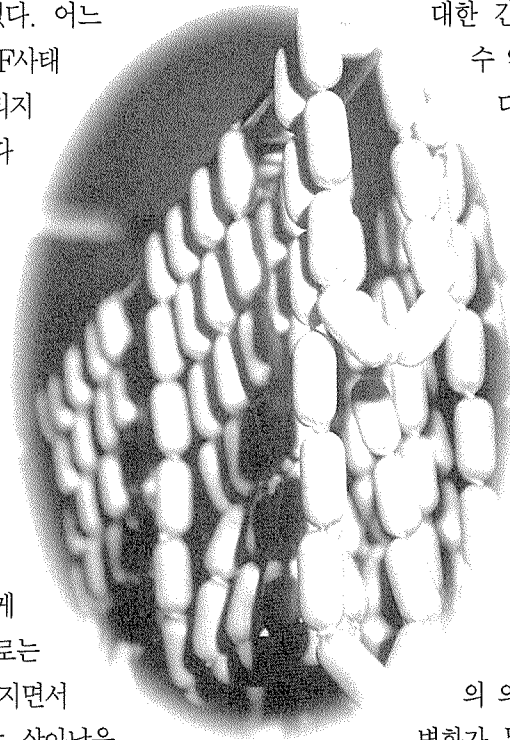
나고 있어 커다란 사회문제가 되고 있다.

설상가상으로 우리 축산업계에는 유럽을 진원지로 하는 광우병 사태와 구제역 재발 우려에 대한 긴장상태로 하루 앞을 내다볼 수 없는 안개상황이 전개되고 있다. 이를 가리켜 총체적 위기라고 생각하지 않는 사람은 아무도 없을 것이다.

그러나 '호랑이에게 물려가도 정신만 똑바로 차리면 살아날 길이 있다'는 옛 선인들의 말씀을 되새겨보면, 위기를 기회로 전환시킬 수 있는 지혜가 터져 나올 법도 한 일이다.

근본으로 돌아갑시다!

아무리 애를 써보아도 자신의 의지와는 상관없이 바깥세상의 변화가 무쌍해 보일 때에는 현실에서 한 발짝 떨어져 나와 주위를 다시 한번 둘러보는 것도 커다란 지혜일 듯하다.





없을 듯한 원론적인 이야기를 할 것 같다. 다만 다 알고 있다고 그냥 지나쳐 버리지만 말고, 이번만큼은 심각하게 되새겨 보았으면 좋겠다. 아는 것과 하는가의 사이에는 넓고 깊은 강이 흐르고 있기 때문이

지난 90

년대 내도록 우리 식육

인들을 괴롭혔던 사건들이 있었다. O-157, 리스테리아 등의 식중독 균과 다이옥신 잔류물 그리고 구제역, 돈 콜레라 같은 가축 전염병에서 광우병 사태에 이르기까지 매년 주기적으로 매스컴에 오르내리며 소비자들의 경각심을 불러일으켜 왔고, 그때마다 시장경기는 바닥으로 곤두박질치곤 했다. 이와 같은 현상들이 우리에게 일러주고 있는 교훈이 있다면, 그것은 원칙에 더욱 철저하라는 뜻일 것이다. 제로베이스에서부터 새롭게 시작하라는 하늘의 명령이기도 하다. 안전한 먹을거리로서의 식육을 원하는 고객의 요구는 이제 거스를 수 없는 지상과제로 우리 식육인들에게 다가섰다고 보아야 할 것이다.

○ 업의 본질로 본 육가공산업

식육업계에 몸담고 있는 사람치고 모르는 이

다.

육가공산업의 영역은 크게 나누어 도축분야와 가공분야, 그리고 판매 분야로 구분할 수 있다. 축산물의 특성상 여타 농산물과 달리 가축을 건강하게 사육함으로써 생산된 생축 그대로 소비자에게 제공되는 법은 없기 때문에 “육가공”이라는 단계를 반드시 거쳐야만 하는 것이다.

이와 같은 식육의 생산, 육제품의 제조 그리고 식육 및 육제품의 판매과정에 있어 어떻게 취급하느냐에 따라 소비자가 느끼는 육질은 대단히 커다란 차이를 갖게 되는 것이다. 그러나 지난 1990년대 이전까지 진행되어 왔던 냉동육 위주의 우리나라 식육시장에서는 이와 같은 차이에 대하여 별다른 주의를 기울이지 않고도 유통시킬 수 있었다. 다시 말하면 육가공의 필요성이나 중요성에 대한 인식이 매우 낮은 수준의 시장구조로 운영되고 있었음을 의미한다. 당연히 유통상 많은 문제점과 비합리적인 관행들이 뿌리깊게 자리잡고 있

었던 것이다.

그러던 중에 지난 1993년, UR협상이 타결되고 WTO체제가 가동되기 시작하면서 우리나라의 축산물 유통 현대화를 위하여 정부 당국의 강력한 정책 산업이 전개되어 축산물의 생산, 도축, 가공, 판매 전 분야에 걸친 구조혁신이 이루어졌다. 축종별 계열화 사업, 한우 고급화 지원, 양돈 수출 단지 육성, 축산물 등급 판정제도 시행, 축산물 종합 처리장 건설, 한우 전문점 육성, 브랜드 육가맹점 사업, 식육 교육 센터 개설, 식육 처리기능사 제도 마련 등 그 짧은 기간 동안에 이처럼 많은 개선이 이루어질 수 있었던 것이 경이로울 따름이다.

그러나 이러한 변화들을 자세히 들여다보면 곳곳에서 많은 시행착오와 보완되어야 할 점들이 발견되고 있다. 생산지 또는 사료 급이를 차별화 요소로 한 지역 브랜드육의 한계점. 거세우 중심의 한우 고급화 전략에 감추어진 유통상의 한계. 식육거래를 위한 등급판정제도의 소매단계까지의 확대 적용 시도. 근내 지방 축적도(마블링)를 기준으로 하는 소 등급판정제도가 사육기간 및 원가 상승은 물론 국민 건강에 미치는 영향 과소평가. 체화 부위(비인기 부위)의 대일본 수출을 전제로 한 양돈수출단지의 육성으로 환경오염 및 가축 방역상의 문제점 대두. 가축 사양가의 식육유통시장 직거래 판매 권장 이후 경험부족에 따른 실패 사례 증가. 소비자의 식육 소비 형태가 일부 부위(삼겹, 목심 / 소갈비, 소등심)에 편중되는 현상의 변화 없이 냉장육의 브랜드화가 추진되어 비인기 부위들이 다시 냉동육화되는 재래시장 사이클의 회귀문제. 냉장육의 보관, 진열, 운송을 위하여 필수적인 냉장설비의 구조적 낙후성. 단순 전달 판매위주의 식육 판매점 운영에 따른 수익성 저하

로 경쟁력 상실문제. 식육 관련 직업 교육 체계의 미비로 지원자 격감 추세. 식육산업의 고부가가치화를 위한 2차 육가공업의 지원·육성제도 부재. 그밖에 국내의 많은 축산, 식육관련 기관 및 협회 등이 활동하고 있으나 실질적인 시장 확대를 위한 국가 차원의 식육 마케팅 전략을 전문적으로 연구하고 추진하는 조직이 없다는 것은 몹시 아쉬운 부분이라고 생각된다.

차체에 우리나라의 육가공 산업이 발전되어 온 과정을 되짚어 보고, 작금의 시장여건이나 고객의 요구사항들을 감안하여 방안을 모색해 본다면 의외로 쉬운 곳에서 해결의 실마리를 찾을 수도 있지 않을까 여겨진다.

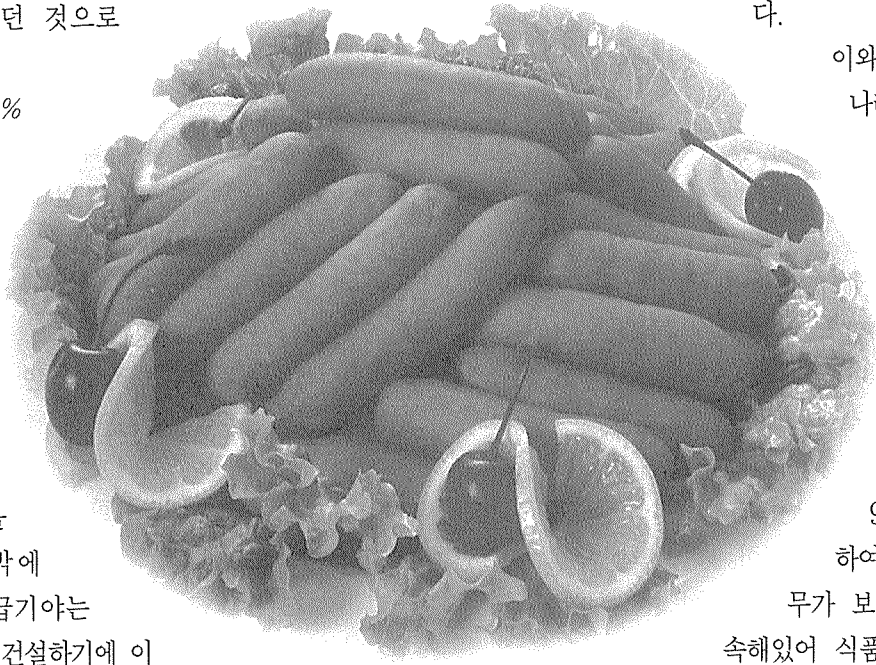
본시 육가공이라는 것이 잘 길러진 가축을 위생적으로 도축한 후, 먹기 좋은 부위는 정육으로 맛있게 상품화하여 판매하고, 생육으로 먹기에는 맛이 떨어지는 부위들이나 정육을 상품화할 때 발생하는 부스러기 고기들을 갖은 양념으로 조미하여 열처리를 함으로써 맛있고 편리한 육제품으로 다양하게 가공한 것을 판매하여 부가가치를 극대화시키는 모든 활동을 일컫는 개념이다.

이러한 업의 본질을 기준으로 볼 때, 현재 우리나라의 육가공 산업은 잘 길러진 가축 - 위생적인 도축 - 정육 상품화까지는 앞서 언급한 여러 가지 정책사업을 통하여 대단한 발전을 이룩하였지만 실제 부가가치를 높일 수 있는 육제품의 가공분야에 있어서는 정책적인 배려가 전혀 없는 실정이다. 그렇게 된 배경을 돌이켜보면, 우리나라에서 햄·소시지 등의 육제품들이 시장에 본격적으로 판매되기 시작한 것은 지난 '80년도 대기업의 참여로 이루어졌다. 낮은 육가공품에 대한 시장수요도 채 확인되지 않았던 시절에 거대한 자본을 투자하여 대량생산시설을 갖추어 놓고 미디어 광고

를 통한 시장 개척을 무리하게 시도하였던 시절이 있었다. 이때 “육가공”은 대단위 투자를 필요로 하는 사업으로 인식되어 버렸다. 80년대 당시만 해도 우리나라의 사양기술이나 도축시설은 물론이고, 식육의 유통구조 역시 전형적인 구태를 벗어나지 못하던 시절이었으므로 주기적인 원료 단가의 등락이 극심하여 가공기술에 의한 부가가치 창출기회보다 오히려 시세차익에 의한 수익 확보에 더 많은 관심과 노력을 기울였던 것으로 기억된다.

매년 20% 이상 급속 성장을 거듭하던 당시 육가공업계는 매년 설비 증설을 꾀할 수밖에 없었고, 급기야는 제2공장을 건설하기에 이르렀다. 외형적인 성장을 거듭하면

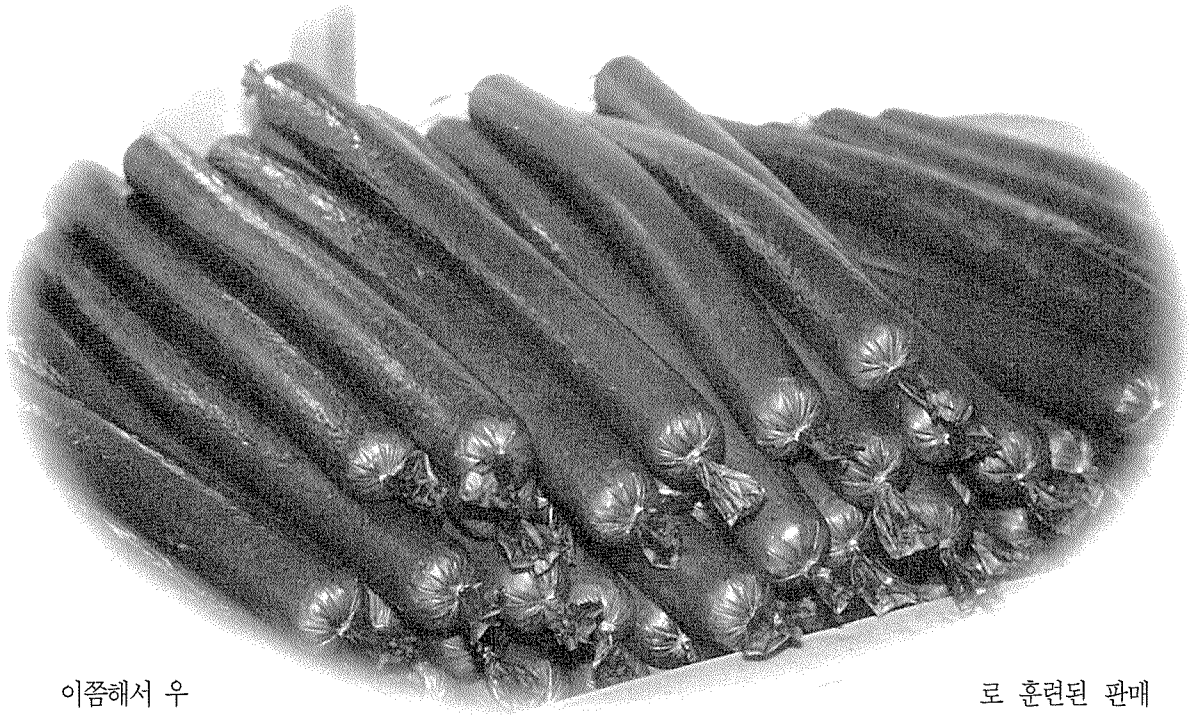
서도 경영실적은 나아질 기미가 보이지 않자 80년대 말 독과점 형태를 유지하던 육가공 3사들은 너나 할 것 없이 넘어서는 안될 강을 건너가고 말았던 것이다. 즉 원가절감이라는 미명아래 저가원료의 대체 사용과 고기 아닌 부원료 및 첨가물들의 무분별한 사용으로 제조된 저급 제품들을 경쟁적으로 시장에 내놓음으로써 소비자들로부터 커다란 원성을 사고 급기야는 외면당하고 마는 우를



저질렀던 것이다. 때마침 90년대 초 경기 침체에 접어들면서 국내 육가공업계의 성장은 멈추어 버렸고 장기불황의 늪에 빠져 허우적거렸다. 그러던 중 90년대 중반 당시 축협중앙회의 육가공 사업부가 ‘목우촌’ 브랜드로 ‘무방부제, 무전분, 순 국내산 돈육’이라는 캐치프레이즈를 내걸고 육제품을 시장에 공급하기 시작하면서 소비자들의 좋은 반응을 불러일으켜 대기업 육가공 회사들에게 경종을 울려주기도 하였다.

이와 같이 우리나라에서의 2차 육가공 사업은 대기업의 참여로 본격화되었으며, 지난 98년까지만 하여도 소관업무가 보건복지부에 속해있어 식품 위생법에

의한 규제 내지는 단속 위주의 행정 관행이 육가공 산업의 발전을 저해하고 있었던 것으로 여겨진다. 그나마 다행스러웠던 것은 93년의 법 개정으로 소규모 육가공 사업이 가능할 수 있도록 즉석식품 제조 판매업이라는 업종이 추가되었다는 사실인데, 이것이 이번 소관업무의 농림부 이관시 제외되어 본격적인 식육 가내 수공업으로서의 2차 육가공 사업 활성화 바람을 일으키는데 걸림돌로 작용되고 있는 실정이다.



이쯤해서 우리나라의 식육산업이 안

고 있는 구조적인 문제점들이 어슴푸레 윤곽을 드러내기 시작할 것이다. 즉, 지난 90년대 WTO체제라는 외압에 의해 정부 주도형 우리나라 축산 발전 사업추진으로 생산자를 중심으로 한 식육 유통구조 개선이 이루어져 오다가 지난해 발생한 구제역 파동으로 일대 전환기를 맞고 있는 사실과 대기업 주도형 2차 육가공 사업이 이윤 추구를 너무 앞세운 자본의 논리로 지속적인 발전을 못하고 주춤거리고 있는 실정이 맞물리면서 향후 우리나라의 육가공 산업이 나아가야 할 방향이 점차 뚜렷해지고 있다는 것이다.

○ 문제는 사람과 기술

결론적으로 우리나라의 축산기반을 확고히 하고 현대식 식육유통구조를 완성시키기 위해서는 건강하게 가축을 생산할 수 있는 양축가들과 연계되어 위생적이며 과학적인 도축·가공이 이루어지고, 이렇게 공급되는 양질의 원료육을 받아서 다양한 식육상품으로 즉석에서 제조하여 전문적으로

로 훈련된 판매원에 의해 정성껏 고객의

요구를 모두 충족시켜 줄 수 있어야만 할 것이다. 이때 비로소 완전한 가치 사슬이 형성되어 이 과정에 참여한 모든 주체들이 안정적인 수익을 기대할 수 있게 되는 것이다.

따라서 정부차원의 제도적 보완은 물론 업계차원의 대비를 필요로 하는 분야가 위에서 언급한 “다양한 식육 상품을 즉석에서 제조”하는 일과 “전문적으로 훈련된 판매원”의 확보를 누가, 어떻게 어느 수준으로 시행할 것이냐 하는 것이다.

그 주체는 한국육가공협회가 될 수도 있고, 축산기업조합이 될 수도 있고, 농협의 식육교육센터가 될 수도 있으며, 아니면 관련 대학의 연구소에 서도 가능할 것이다. 그도 저도 아니 되면 필자 혼자서라도 기필코 해낼 것이다.

아무쪼록 식육 산업과 관련하여 관계되는 모든 분들이 식육가공기술과 식육전문인을 육성·보급하는 일에 관심과 역량을 집중시켜 주실 수 있는 마당이 하루 빨리 조성되기를 바라는 마음 간절하다. 그 길만이 우리나라의 육가공 산업을 새롭게 열고 나갈 수 있는 방안이라고 굳게 믿기 때문이다.