# 훈제란 생산기술로 벤처기업 인정

이번호에는 훈제 식품만을 전문적으로 취급하고 있고, 훈제 기술력이 뛰어나 소비자에게 상품성을 인정받고 있는 (주)여진종합물산에 대하여 알아보았다.

◇ 정리 / 김종준 기자
(jjun@poulty.or.kr)

▲ 국내 훈제식품의 역사를 만들겠다는 홍덕표 사장

## 1. 훈제식품 전문 생산

(주)여진종합물산(대표 홍덕표)은 지난 1999년 11월 경기도 김포에서 설립하여 2001년 2월 경기도 파주시파평면 마산리로 이전하면서 훈제식품의 생산 규모를 확장하였다. 난가공품 뿐만 아니라 닭고기, 칠면조 가공까지 영역을 넓히면서 안정적인 생산기반을 갖추게 되었다.

난가공 제품은 참나무 훈제 황금알과 참나무 훈제 조림란을 생산하고 있는데 현재 생산규모는 1일 10만개이지만 생산량은 참나무 훈제 황금알은 1일 3만개, 참나무 훈제 조림란은 1일 3천개이다. 육가공품은 오리가공품 2종, 치킨가공품 3종, 칠면조가공품 1종 등의 제품을 생산하고 있다.

## 2. 탁월한 훈제 기술 보유

(주)여진종합물산의 홍덕표 사장이 훈제산업을 시작하게된 동기는 아주 우연이었다. 홍사장이 여진수산을 운영하던 지난 1996년 11월 인도네시아를 방문할 때 동행했던 동경대학 화학공학과 교수으로부터 일본의 훈제란 기술과 소비 현황을 접하게 되었고, 한국도 일본과 같이 훈제란 소비가 증가할 가능성이 있다고 확신하게 되었다.

홍사장은 귀국 후 국내 난가공식품 시장조사를 끝내고 독자적인 훈제 기술을 연구하는데 꼭 1년을 소요하였고, 훈제 기술을 완벽히 습득한 지난 1999년 12월 훈제란 생산설비를 설계하고, 훈제란 생산기술에 대한 특허출원을 하였다.

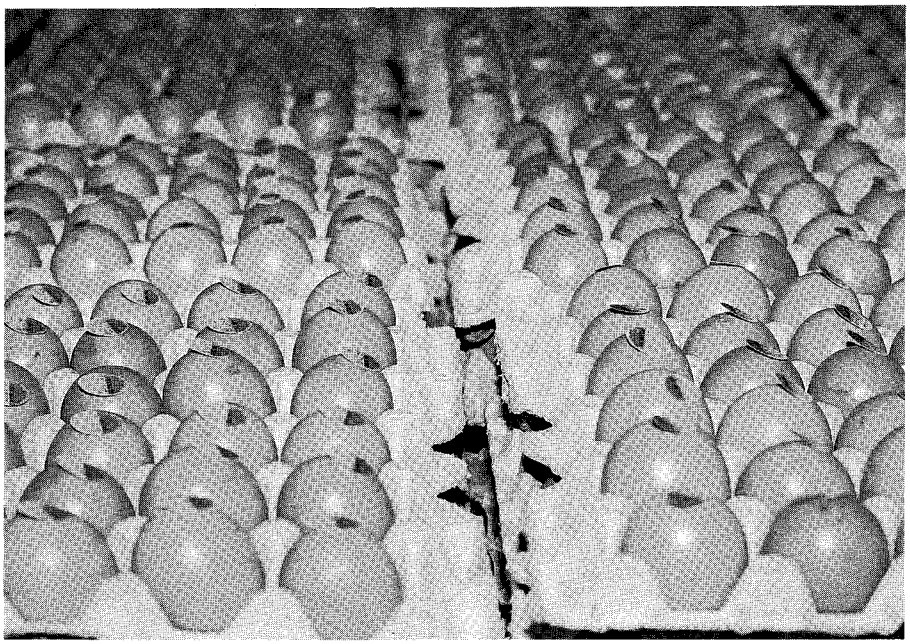
2000년 1월에는 훈제란 생산을 위한 김포공장을 준공하면서 한편으로는, 난가공 훈제기술 이외의 닭고기, 오리고기, 칠면조고기의 훈제 제조기술 특허를 출원하였다. 이러한 훈제기술을 바탕으로 2000년 7월에는 경기지방중소기업청으로부터 벤처기업으로 인정 받아 명실공히 국내 최고의 훈제 기술을 인정받고 있다.

특히, 훈제란은 살균처리→염지→훈제→세척→코팅→포장 과정을 거치게 되는데 이중 훈제기술과 코딩 기술은 국내 어느 난가공업체도 흉내낼 수 없는 기술을 보유한 것으로 알려지고 있다.

## 3. 올 30억 매출 목표

난가공제품 수익에 가장 큰 비중을 차지하는 것이 원란(계란) 구입단가이다. 계란 거래시세가 100원대를 유지한다면 난가공업체의 적자는 눈덩이처럼 불어나게 되는데 특히 난가가 100원 이상 유지되었던 지난 3월에 적자를 면할 수 없었다고 한다.

훈제란은 난각이 두꺼운 대란(58g)을 가장 많이 사용하고 있다. 원란(계란) 구입은 물량확보가 손쉬운 유통상인을 통하여 구입하고



▲ 1일 10만개까지 훈제란을 생산할 수 있지만 가동률은 30%에 그치고 있다(사진은 참나무 훈제 황금알).

있는데 구입단가는 대개 양계협회 발표가격보다 5% 저렴하게 구입하고 있는 실정이다.

홍사장에 의하면 여진종합물산에서 생산하는 참나무 훈제 황금알은 노른자가 부드럽고 향이 풍부하여 간식용으로 소비자에게 인기가 많으며, 유통기간이 참나무 훈제 황금알(훈제란)은 40일, 참나무 훈제 조림란은 30일로 장기간 보관이 가능하여 유통상의 문제는 적지만 원란(계란) 구입 단가가 균일하지 않고 진폭이 크기 때문에 수익성이 낮아 안정적으로 회사를 운영하기 어렵다고 전하고 있다. 2000년에 3억 6천만원이었던 매출이 육가공 사업을 추가한 지난해에는 7억원 매출을 달성했고, 올해는 30억원을 목표로 하고 있다.

최근 계란 가격 하락으로 난가공 부문이 손익분기점에 놓여 있는데 원란(계란)을 80원 이하에서 매입할 수 있다면 수익 창출은 안정적으로 이루어질 것이며, 최근까지 난가공품의 연 마진율은 약 5% 미만이지만 올해는 소비가 점차 증가 추세에 있어 조금 더 상향 될 것으로 기대하고 있다.

## 4. 서울시장 의존비율이 높아

참나무 훈제 황금알(훈제란)은 서울총판과 지역 대리점을 통하여 판매되고 있다. 이중 서울총판의 판매비중이 80%로 가장 높은데 서울과 수도권 지역의 판매량은 1일 2만개를 유지하고 있고, 해마다 판매 물량이 늘어가고 있는 추세라고 한다. 주요 판매처는 슈퍼이고, 소비자가격은 3개에 1,000원이다.

그밖에 판매처로 편의점, 목욕탕, 찜질방이 있지만 마진율이 적어 공급을 하지 않고 있다. 특히 편의점의 경우 공급가의 30% 가량 프리미엄을 지급해야만 하는 실정이므로 공급자체가 어렵다고 한다. 참나무 훈제 조림란의 경우 파주, 인천, 경주 등 10여개 학교와 납품계약을 체결하고 있으나 1일 물량이 3천개(벌크 형태)로 아직은 소량이라서 물량확보를 적극적으로 추진하고 있다.

## 5. 국내 훈제품의 역사를 만든다

홍덕표 사장은 개인 재산 40억 이상을 투자하여 훈제제품을 생산하고 있다고 말하면서 국내 훈제품의 역사를 만드는 작업을 하루도 거르지 않고 있다고 한다.

난가공품에서 있어 훈제란을 탈각하여 조림란 생산에 더욱 박차를 가할 예정이다. 학교 급식업소가 늘어나면서 조림란의 소비는 꾸준히 증가 있어 가능성은 충분하다고 판단하고 있다. 그러나 학교 급식소의 납품조건이 까다로워 추가로 납품권을 획득하기 어려운 면도 있다.

난가공 제품은 공급물량이 일정하고, 위생측면에서 소비자의 신뢰만 확보한다면 소비증가여력은 충분하다는 것이다. 현재 가공란 가동율이 30% 수준을 유지하는 것은 상품 홍보 부족과 위험을 감수할 만큼 마진이 높지 않기 때문인데 풀기 어려운 숙제로 남아 있는 상태이다. 홍덕표 사장은 육가공 훈제품의 증가로 인하여 올해 매출액 30억은 가능할 것으로 보고 있고, 목표가 달성된다면 가공란 부문의 신규 소비시장 진출과 그 동안 희생을 감수하고 회사 발전에 기여한 직원들의 복지 증진에 더욱 힘쓰겠다고 밝혔다. 양계