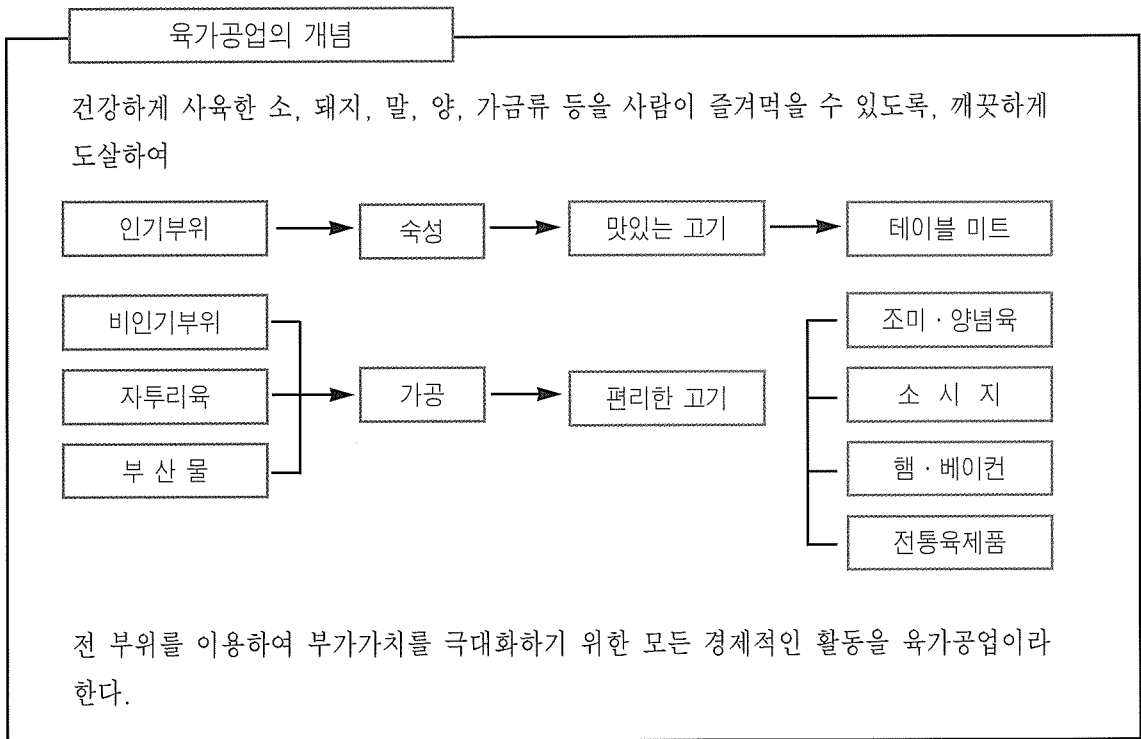


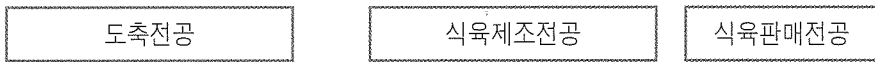
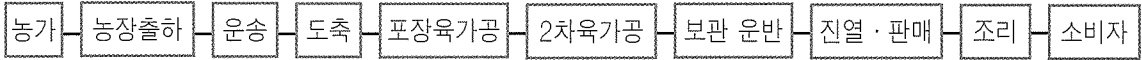
육가공 산업의 현황과 발전방향

홈메유통 주식회사
대표 임 성 천

I. 프롤로그



육가공의 범주



기업형 육가공 : 소품목 대량생산 방식 - 자본·시설 중심

가내수공업형 육가공 : 다품목 소량생산 방식 - 사람·기술 중심

II. 우리나라 육가공 산업의 현황

'02~'03 농림부 자료

영업의 종류와 규모

- 도축업 : 113개소
- 축산물 가공업 식육가공업 : 100 개소
 식육포장처리업 : 2,215 개소
 (즉석판매 제조·가공업·식품위생법)
- 축산물 보관업 / 축산물 운반업
- 축산물 판매업 식육판매업 : 47,568 개소
 식육부산물 전문 판매업
 축산물 수입 판매업

식육가공품 생산현황

국내 식육가공품 생산현황

(단위:천톤,%) '02년 농림부

구분	염지육제품			조미·분쇄육제품				통조림·기타육제품			소계	포장육	합계
	햄류	베이컨	갈비가공품	소시지류	분쇄가공육	건조저장육	양념육 57	식용통조림	추출가공품	유지가공품			
생산량	96	1	1	56	68	6	18.4	4	12	9	310	744	1,054
구성비	31	0.3	0.3	18.1	21.9	1.9		1.3	3.9	2.9	100		

한국육가공협회 회원사 육가공품 생산현황

(단위:천톤,%) (사)한국육가공협회

	햄류			소시지류			베이컨류	합계
	햄류	간햄	소계	축육	혼합	소계		
'90	23	7	30	28	37	65	0.6	95.6
'00	56	18	74	35	20	55	1.5	130.5
'03	59	28	87	41	29	70	1.9	158.9
'04	56	27	83	44	31	75	2.0	160.0
'04/03	△3	△1	△4	3	2	5	0.1	1.1

원료육 수급 동향

- 가축 질병 상태로 공급부족, 가격상승 장기화
- 미·광우병 사태로 소고기 수입중단, 대체 수요로 돼지고기 가격상승
- 생계형 외식 체인점 증가, 인기부위 집중 수입, 부위별 수급 불균형

서울지역 돼지 출하두수 및 지육 가격 동향

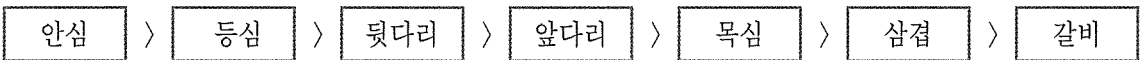
자료 : 한국육류유통수출입협회

	'03. 1 (A)	'04. 1 (B)	'05. 1 (C)	대비(%)	
				A/B	A/C
일평균 출하두수	53,458	52,634	47,858	△ 1.5	△ 10.5
지육가격(원/kg)	2,284	2,861	3,867	25.3	69.3

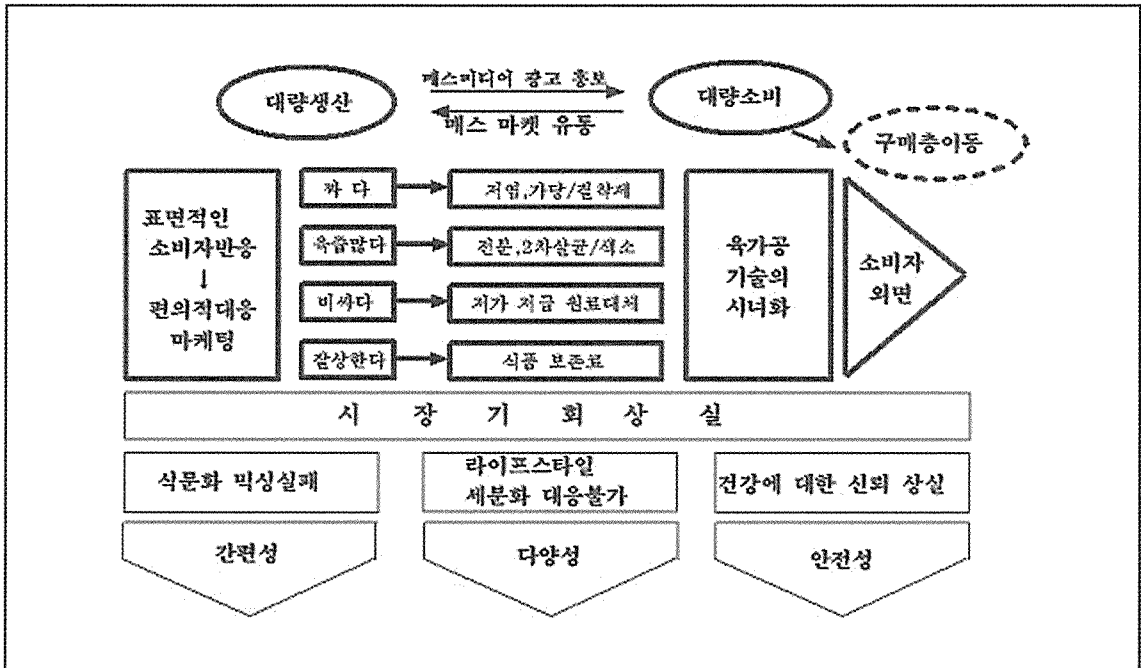
'04 부위별 돼지고기 수입동향

	삼겹	목심	갈비	뒷다리	앞다리	등심	기타	계
'03	44,247 (72.8)	4,621 (7.6)	6,137 (10.1)	285 (0.5)	4,290 (7.1)	255 (0.4)	978 (1.5)	60,813 (100)
'04	64,484 (59.3)	13,713 (12.6)	12,316 (11.3)	692 (0.6)	13,350 (12.3)	370 (0.3)	3,907 (3.6)	108,832 (100)
전년대비(%)	45.7	96.8	100.7	142.8	211.2	45.1	299.5	79.0

부위별 가공 적성(영양가치 기준)



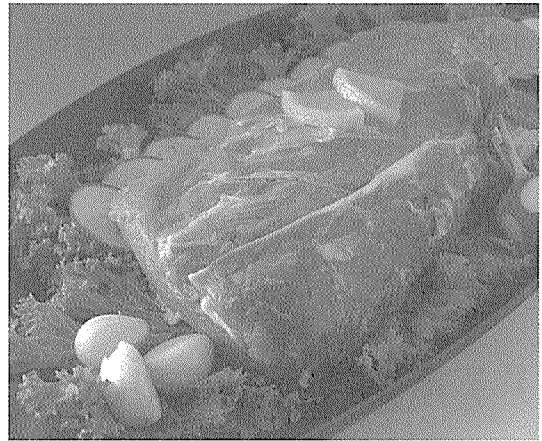
Ⅲ. 우리나라 육가공 산업의 문제점



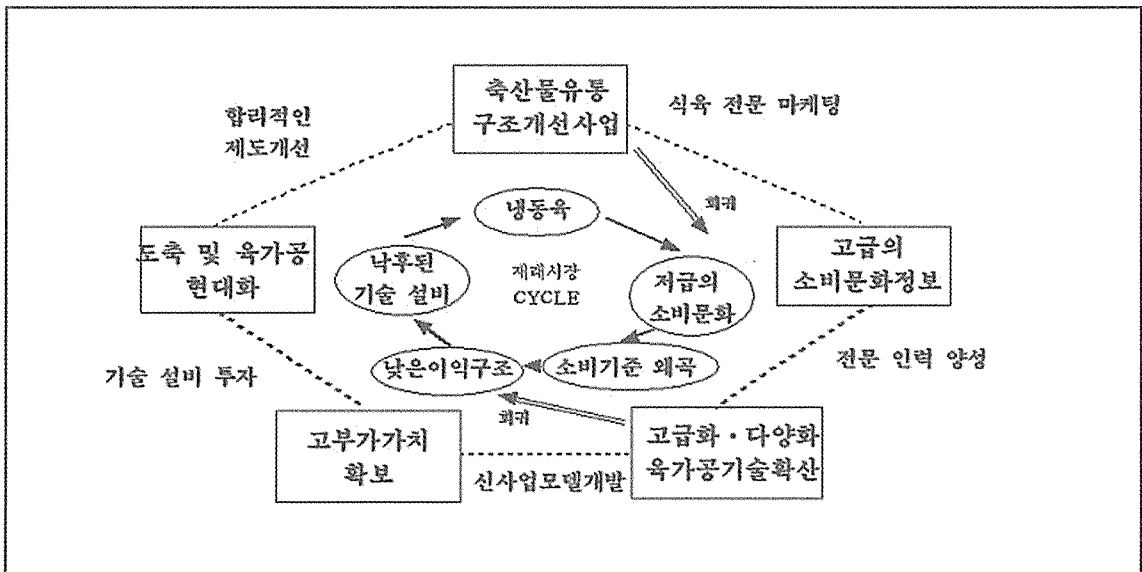
지난 1980년 대기업의 시장 참여로 본격 성장하게 된 우리나라의 육가공 산업은 철저한 자본의 논리에 따라 대량 생산 체계를 구축하였습니다.

낮선 외래 음식이었던 육가공품을 소개하는 과정에서 충분히 교육·훈련받지 못하였던 마케터들에 의해 매스 미디어를 통한 밀어내기식 판매 전략으로 과열경쟁에 휘말리게 되었고, 표면적인 소비자 반응에 기업 편의적인 임기응변으로 대응함으로써 급기야 건강위해식품, 불량식품이라는 누명을 쓰고 소비자들로부터 외면당하는 사태를 자초하게 되었던 것입니다. 육가공 식품의 가치로서 간편성과 다양성, 그리고 식품으로서의 기본적인 안전성을 확보하

지 못한 채 많은 시장 기회를 상실하고 저가 출혈 경쟁이 심화되는 전형적인 “레드오션”이 된 것입니다.



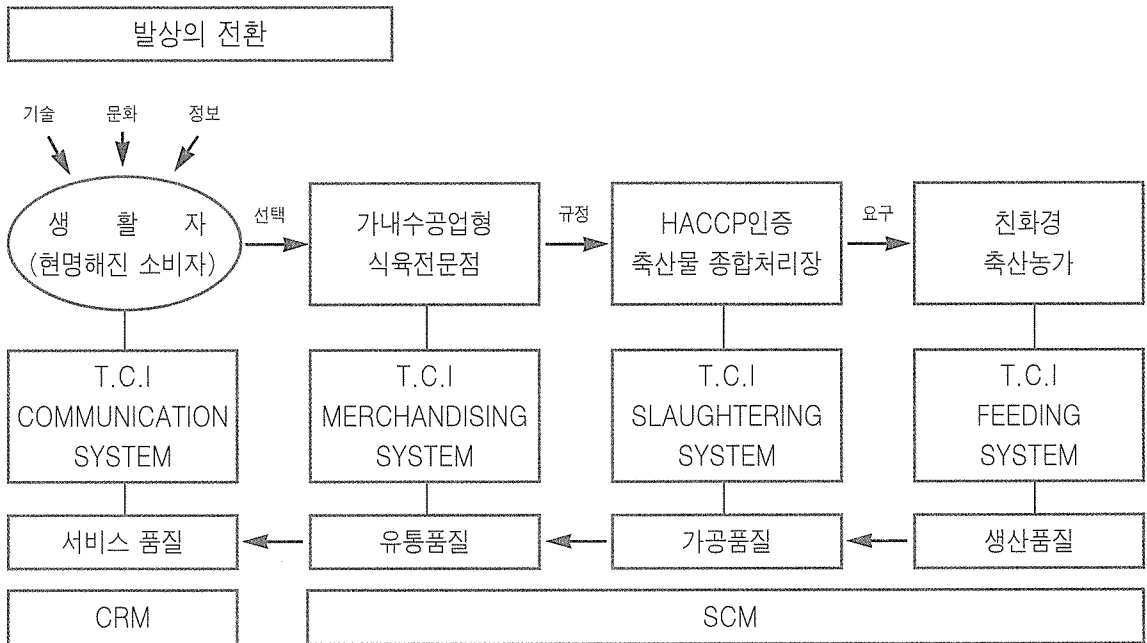
Ⅳ. 우리나라 식육 산업의 구조적 문제점



1970년대 이후 산업화에 따른 소득수준 향상으로 식육시장의 급속한 팽창이 냉동육 위주의 유통구조를 형성함으로써 질기고 맛있는 고기를 양념맛에 의존하여 소비하는 문화가 정착되었고, 삼겹살 위주의 인기부위 선호 경향이 굳어져 왔습니다. 비인기부위의 적체가 늘 골칫거리로 남아 수익구조를 위협하곤 하였습니다. 1990년대 초, WTO 체제 출범으로 축산물 품질 고급화 및 유통구조 현대화를 도모하기 위한 정부차원의 대대적인 지원 사업이 전개되

어 도축장의 시설 개선, 비인기부위 대일 수출을 위한 대형 사육단지 육성, 한우전문점 개설 지원, 냉장 브랜드육 육성등 산업 인프라 개선 효과는 괄목할 만 하였으나 고부가가치 실현을 위한 기술·문화등의 소프트웨어 개발 보급에는 매우 인색하여 재래시장의 사이클로 회귀될 수 밖에 없는 구조적인 문제점을 해결하지 못하고 있는 실정입니다.

V. 육가공 산업의 “블루오션” 전략



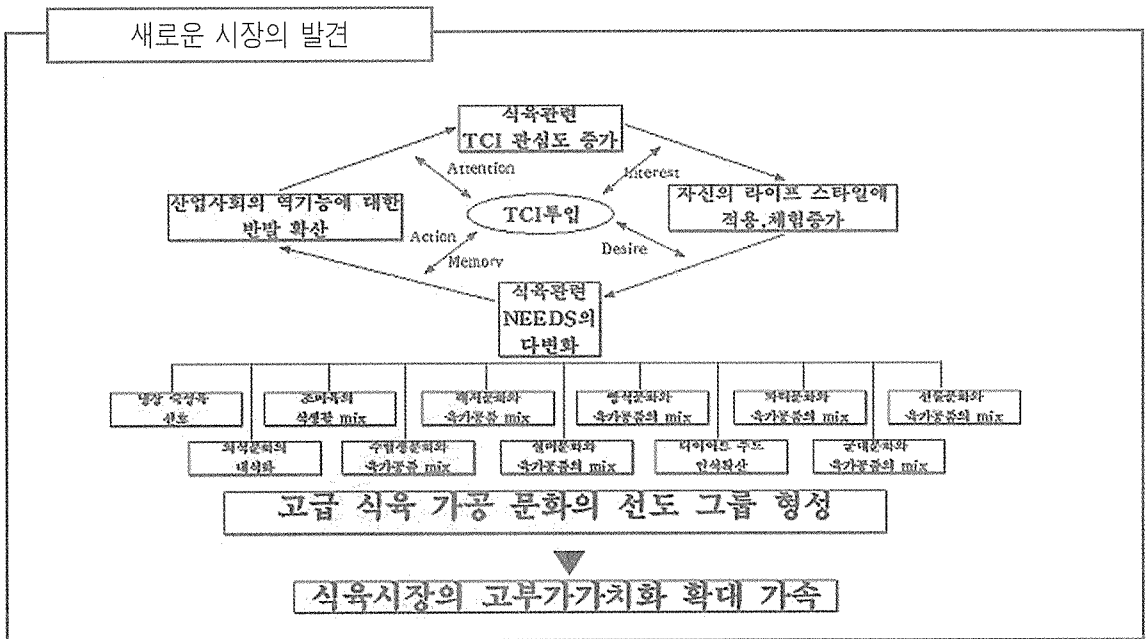
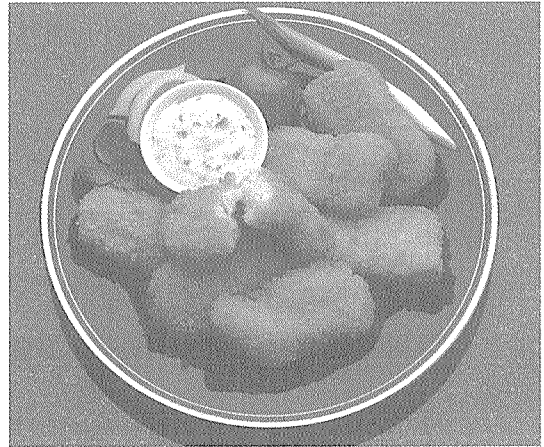
우리나라 식육가공 시장의 고급화 및 국제 경쟁력 확보

정보화 사회의 소비자는 매우 현명합니다. 재미있고 다양하며 정직한 정보로 식육문화를 콘텐츠화 하여 커뮤니티를 구축하다 보면 식육관련 상품과 서비스에 관한 변별력을 갖게 되어 옳고 그름, 좋고 나쁨을 스스로 판단하게 됨으로써 수준 높은 서비스를 수용하게 될 것입니다.

현명해진 소비자 즉, 생활자들의 실질적인 요구를 정확하게 파악하는 일과 그 요구들을 정확하게 대응하기 위한 머천다이징, 그리고 품위 있는 전문서비스가 가능하도록 잘 훈련된 판매원들이 갖추어지면 지금까지는 보지 못하였던 새로운 시장, “블루오션”이 눈앞에 펼쳐지게 될 것입니다.

고객을 만족 시킬 수 있는 상품의 제조와 이것

을 가능케 하는 건강한 축산물의 생산으로 이어지는 시장지향적인 공급가치 사슬의 구축이야말로 우리나라의 축산업과 육가공업을 지속 가능한 산업으로 발전시켜 나갈 수 있는 최선의 선택이 될 것이라고 믿습니다.



새로운 시장으로서의 캠퍼스 마켓

특징

- 매년 1/4의 신규고객 유입
- 4년간 특정상품과 서비스에 노출, 충성 고객화
- 매년 1/4의 충성 고객 배출 후 2배수로 복제
- 충성 고객으로서의 졸업생을 회원으로 하는 온라인 쇼핑몰 구축

학교 기업 모델

가내 수업업형 육가공장

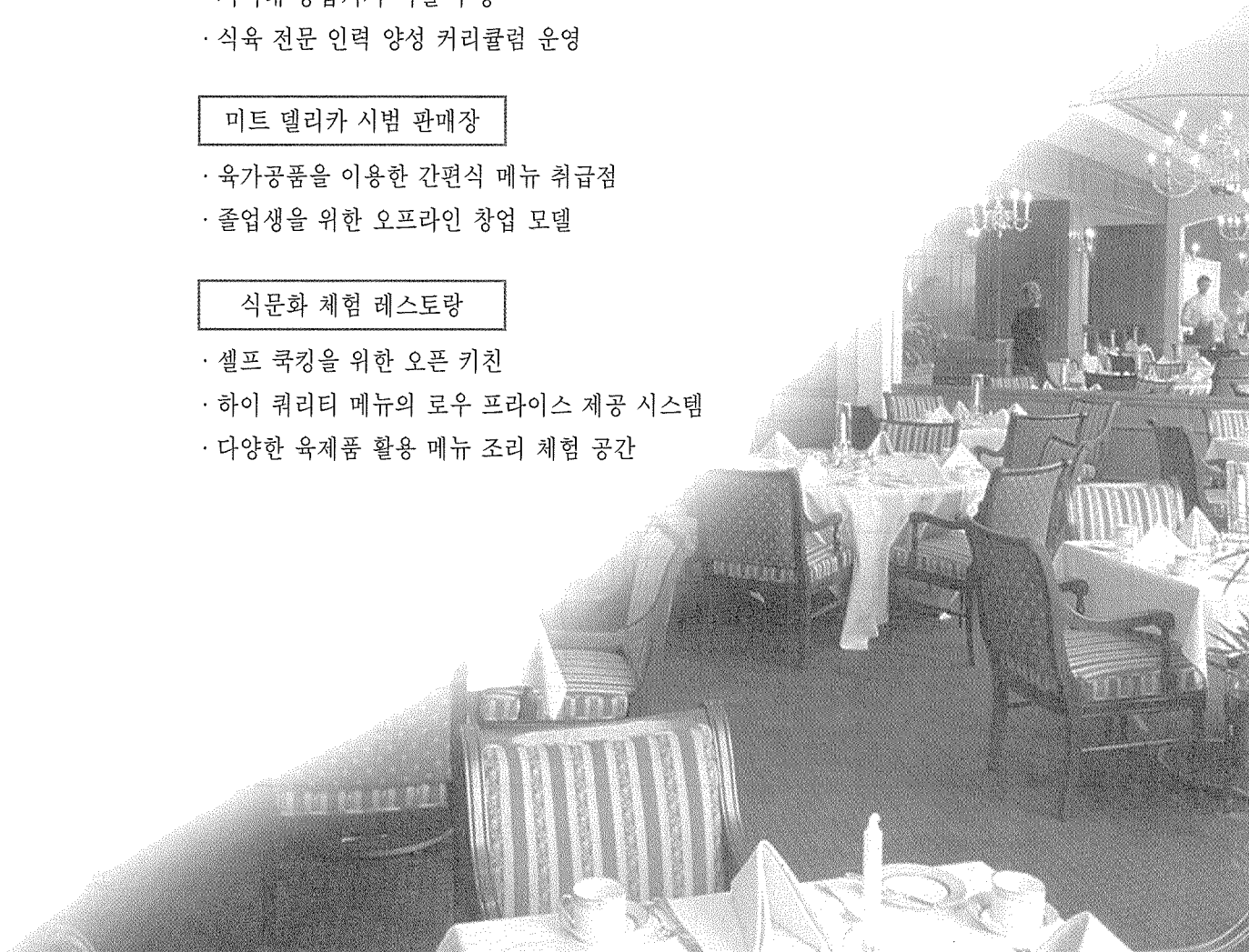
- 지역내 공급기지 역할 수행
- 식육 전문 인력 양성 커리큘럼 운영

미트 델리카 시범 판매장

- 육가공품을 이용한 간편식 메뉴 취급점
- 졸업생을 위한 오프라인 창업 모델

식문화 체험 레스토랑

- 셀프 쿡킹을 위한 오픈 키친
- 하이 퀄리티 메뉴의 로우 프라이스 제공 시스템
- 다양한 육제품 활용 메뉴 조리 체험 공간



VI. 에필로그

육가공 산업의 성공 비결

안전한 고기	원가절감	공동구매
깨끗한 고기		
맛있는 고기	부가가치 증대	공동제조
편리한 고기		
경제적인 고기	판매촉진	공동마케팅
가장 좋은 것을	성 공	가장 저렴하게

● 업의 본질에 충실해야 할 것입니다.

우선 식육에 관한 고객의 요구가 무엇인지를 글로벌 스탠다드에 맞추어 정확히 파악한 다음, 그 요구를 충족시키기 위한 각 분야별 목표가 설정되고, 그 목표를 달성하기 위한 공급 가치 사슬 체계가 구축되어 일사불란하게 운영되어야 할 것입니다. 정보화 사회 환경에서는 어느 한 분야의 개선만으로 성공적인 결과를 만들어낼 수 없는 특징이 있습니다.

따라서 가장 좋은 것을 가장 저렴하게 시장에 내놓아 고객으로부터 대대적인 호응을 이끌어낼 수 있는 가장 작은 규모의 완벽한 공급 가치 사슬을 성공시키는 것이 무엇보다 필요합니다.(PILOT PROJECT)

그 성공사례를 학교 기업에 전수시켜 전문 인력의 양성체계를 갖추도록 하고, 배출되는 전문인력에게 창업의 기회를 제공하여 성공 모델의 확산을 위한 혁신 주체로 육성 지원할 수만 있다면, 또 한번의 우리나라 식육가공 산업 분야의 도약을 이끌어 낼 수 있을 것으로 확신합니다.

어려운 때일수록 근본으로 돌아가 제로 베이스 경영을 시도하는 것이 현명한 선택이 될 것으로 믿습니다.