

# 닭고기 포장유통시 시장에서의 기대 효과

아직도 소비자는 포장된 닭고기를 믿지 못한다.

대부분의 소비자가 포장된 닭고기에 대한 불신에는 그 동안 닭고기 유통과정에 종사했던 일부 관계자들의 부도덕한 상술 또는 상품에 대한 관리 지식의 부족이 빚어낸 결과이다.

냉동닭고기가 하룻 밤 사이에 신선닭고기로 둔갑하고, 부패직전에 있는 닭고기를 소금물에 세척해서 판매하고, 온도관리를 철저히 해야 함에도 불구하고 실온에 방치하여 닭고기가 썩어가는 관리체계 등 이러한 유통구조의 문제점으로 인해 포장된 닭고기를 구매해 본 소비자는 누구나 한번쯤 포장지를 개봉하는 순간 온 집안에 퍼지던 닭고기 썩은 냄새를 기억하고 있을 것이다.

그러한 경험을 갖고 있는 소비자는 자기 눈으로 직접 보고, 그것도 모자라 꼼꼼하게 만져보기 전에는 이제는 포장상품을 구매하지 않는다. 포장닭고기에 대한 불신이 가득하다.

결론적으로 2007년 7월부터 단계적으로 시행될 포장유통 의무화의 궁극적 목적은 닭고기에 불신이 가득한 소비자가 포장상품을 믿고 사는 유통구조를 확립하는 것이다.



정 선 응 과장  
롯데마트  
상품1부문 축산팀

2008년부터 전면적으로 시행하는 축산물가공처리법 '포장방법(제7조의8관련) 규정' 내용을 먼저 살펴보면 다음과 같다.

1. 가금류 도축장 외부로 반출되는 지육·정육(자체 가공용도는 제외)은 개별포장 또는 부분육 포장한 후 [별도3] 가금육 포장지의 표시를 하여야 한다. 이때 개별포장은 한 마리 또는 2~4마리까지, 부분육 포장은 부위별로 분할하여 포장하는 것을 말한다.
2. 다만, 프랜차이즈, 단체급식, 가공용 등을 위한 목적으로 중간유통단계나 가공장으로 반출되는 지육·정육의 경우 여러 마리를 함께 대포장 할 수 있으며 포장지의 표면에 [별도3] 가금육 포장지의 표시를 하여야 한다. 이때 대포장은 하나의 포장단위에 개체의 경우 5마리 이상, 부분육의 경우 10kg 이상으로 포장하는 것을 말한다.
3. 포장지는 식품위생법의 관련규정에 적합한 재질을 사용하여야 한다.

2007년 7월부터 시행되는 닭고기 포장유통 의무화의 1차 시행목적은 비포장 상태로 유통되는 과정에서 발생하는 오염원의 근원적 차단 및 부정유통의 문제점을 개선하는 것을 직접적인 목적으로 한다.



시행단계는 2007년에는 우선적으로 8만 마리 이상을 도계하는 도축장부터 포장유통 의무화를 적용하여 기초적인 포장유통의 기틀을 마련하는 것이다.

시행초기는 현재 유통구조로 볼 때 개체단위 포장까지 전면 적용하는 것은 어렵다고 판단되며, 우선적으로 10마리, 20마리 단위 집합개체에 대해서 밀봉하여 유통될 것으로 보여진다(세부시행령이 공포되지 않아 자세한 규정은 아직 나와 있지 않다).

밀봉된 상품은 부정유통의 요소를 제거하기 위하여 포장유통 표기사항 규정(합격검인, 도축장명, 소재지)을 정확하게 표기해야 한다. 비포장 상태로 유통되는 과정에서는 서로 다른 도축장에서 생산된 상품이 혼합되거나, 도계일자가 상이한 상품이 유통과정에서 혼합되어도 이력을 추적하기 불가능하여 근거를 찾을 수 없었다. 심하게는 냉동닭고기를 유통과정에서 해빙하여 얼리지 않은 신선닭고기로 판매되는 사례

도 빈번했다.

이러한 닭고기 유통의 불투명한 구조는 비포장 상태로 유통되면서 표기규정이 명확하지 않아 가장 기초적인 생산 이력관리가 전무했기 때문에 발생하는 사례들이다.

이렇게 비포장으로 유통되는 과정에서는 가공장에서 지육 해체 작업이 이루어지는 경우 더욱더 부정의 요소가 존재했다. 사실 소규모 가공장에서는 어떤 닭이 어떻게 해체되고 정육상태에서 어떻게 혼합되어 개체포장이 이루어지는지 알 수가 없다. 결국 부정이 발생할 수밖에 없도록 관리체계가 허술하다.

그래서 닭고기 포장유통 의무화의 기틀을 위해서는 부분육 해체 작업후 포장화 과정에 도축장 대한 표기를 반드시 하도록 함으로써 부정혼합의 요소를 차단해야 한다.

이러한 과정은 결국에는 닭고기 유통구조의 투명성 확보에 절대적인 역할을 할 것이며, 투명성을 기초로 닭고기 포장상품의 신뢰회복의 기초가 될 것이다.

2차적으로 2008년부터는 3만 마리 미만 도축장에도 닭고기 포장유통 의무화를 시행한다. 또한 가공장의 포장유통 의무화도 시행한다.

그리고 추가적으로 생산라인(도축장, 가공장)에 유통라인(대리점, 할인점, 백화점, 재래시장)까지 포장 의무화가 확대된다.

2008년부터는 재래시장, 할인점, 백화점 등

어디에서도 비포장 상태로 판매되는 닭고기는 존재하지 않는다.

2008년 전면 포장유통 의무화에 대비하여 대형 할인점에서는 포장판매 체계를 갖추고 시행에 들어갔다. 현재까지 유통업체의 포장 닭고기 판매흐름을 파악하면 할인점 기준으로 2005년에는 닭고기 판매량의 60% 정도가 포장판매되었으며, 주로 부분육(가슴살, 안심, 닭다리, 닭날개) 또는 기능성 닭고기(녹차먹인닭, 유기농닭, 셀레늄닭, 손질닭)에서 실시되었다. 그러나 2006년 들어서 일부 대형할인점은 100% 포장상품 판매체계를 구축했다.

이들 할인점들은 물량이 일시 폭증하는 복시근에는 예외적으로 일부 非포장판매를 시행할 것으로 판단되나 그 물량은 포장상품의 보조적인 역할을 하는 정도로 축소할 것으로 보여진다.

대형할인점은 2006년을 기점으로 포장유통 의무화 규정을 완전하게 시행하는 것으로 판단된다.

대형 할인점을 중심으로 파악되는 닭고기는 이제 유통 전 과정이 포장상태에서 이루어질 경우 각 과정에서 발생하는 오염 요소를 근원적으로 차단하는 역할을 할 것이다.

다만 판매단계에서 고객이 가지고 있는 포장

된 닭고기에 대한 불신의 벽을 어떻게 허물 것인가가 남아있는 숙제이다. 대형 할인점에서 전면적으로 시행하고 있지만 아직까지도 일부 불신이 남아있어 닭고기 매출부진의 원인으로 작용하고있다.

이러한 매출부진의 사유로 일부 중·소 할인점 및 백화점, 슈퍼마켓은 시행하지 않은 것이 현실이다. 시설이나 판매체계가 유통업체는 구축되어 있지만 대부분은 매출부진 및 새로운 관리방식의 두려움으로 시행을 미루고 있다. 반면에 재래시장은 포장유통 의무화를 위한 시설의 미진으로 시행하지 못하는 경우가 대부분이다.

재래시장은 포장유통의 시설적인 한계를 극복하는 준비작업을 지금부터 차근차근 실행해야 한다. 그러한 준비작업이 사전에 이루어지지 않은 경우 재래시장은 2008년 이후 상당한 어려움을 겪을 것으로 보여진다.

2007년부터는 국가기술자격법에 의한 식육처리기능사 자격증을 소지한 사람만 식육판매점을 신규 개설할 수 있게 된다. 다만 기존 영업자들은 식육판매점 영업을 계속 허용되는 방식으로 개선하는 규정을 실시하는 이유는 결국 재래시장의 구조적인 취약성을 극복하는 제도 일환으로 판단된다.

〈그림 1〉 유통업체 상품입고 과정





식육처리의 기본적인 지식이 없이 식육판매점을 운영하는 것은 식품위생관리 측면에서 상당한 위험성이 있다. 약사자격증이 없는 사람에게 약의 제조 권한을 부여하는 수준의 위험수준이 아니더라도 그에 못지 않은 위험의 소지가 있는 것이 사실이다.

재래시장의 유통구조 개선의 노력이 절대적으로 필요하다.

그러면 마지막으로 닭고기 포장유통의 조기 정착을 위해서 각 단계 준비해야 할 사항을 짚어보자.

첫째, 도축장은 닭고기 포장유통 의무화의 근간이 되므로 규정에 의거 시행하고 그에 따른 문제점을 개선하는 노력을 기울여야 한다.

둘째, 가공장은 지육과 정육 가공작업에서 생산이력의 추적이 가능하도록 작업의 원칙을 준수해야 한다.

- 수입산의 국내산 둔갑금지 또는 국내산과 수

입산의 혼합포장 금지 등 가공 규정 준수 셋째, 유통업체는 포장판매의 적극적인 실행하면서 닭고기 선도관리 개선의 노력을 기울인다.

- Cold-Chain-System 구축 등 닭고기 특장상 선도관리의 최우선 판매체계 구축 완비

끝으로 포장유통 의무화를 통해 궁극적으로 추구하고자 하는 것은 소비자에게 안전하고 위생적인 닭고기를 공급하고자 하는 것임을 알아야 한다.

이와 함께 AI 파동 등으로 닭고기 안전에 대한 소비자들의 관심이 갈수록 높아지고 있다. 이 제도가 시행되면 식품안전성과 위생성을 높이는데 큰 도움이 될 것으로 판단된다.

모든 것은 결국 사람이 하는 것이다.

아무리 뛰어난 제도라도 그것을 시행하는 사람이 어떻게 운영하느냐가 중요하다.