꿈과 희망이 넘치는 나이

정해년 새해가 밝았습니다. 돼지의 해, 중국에서 전해온 말이라지만 더구나 60년 만에 찾아오는 황금돼지의 해라고 합니다. 희망이 담겨 있어서 좋습니다. 특히 육가공산업은 돼지와 떼려야 뗄 수 없는 밀접한 관계를 가지고 있습니다. 돼지고기로 돈이 많이 벌리는 한해가 되었으면 좋겠습니다. 돼지로 인하여 식육산업이 새롭게 번창하는 꿈과 희망을 가져봅시다. 그리고 그 꿈이 실현되려면 상응하는 노력이 따라야 하겠지요.

우리나라에서 육가공이 본격적으로 시작된 것이 20여년이 채 되지 않았고 오늘과 같은 현대적인 식육유통형태가 나타난 것이 겨우 15년 남짓이라 볼 수 있습니다. 우리나라의 육가공산업이 그만큼 젊다는 것입니다. 사람으로 볼 때 꿈과 희망이 넘치는 나이입니다. 아직은 국내 다른 산업에 비해 낙후되어있고 해결되어야 할 문제들이 산적해 있습니다. 바꾸어 말하면 발전의 여지가 크고 할 일이 많은 산업분야라는 것입니다. 얼마나 신이 나는 일입니까.

권태경 회장
(사)한국육가공협회

식육산업의 가장 중요하고 시급한 과제는 소비자의 신뢰를 얻는 일이라 생각됩니다. 식육은 소비자로부터 수입육이 국산으로 또는 저급육이 고급육으로 둔갑될 수 있

다는 의구심의 대상이 되고 있습니다. 또한 위생과 안전성에 대해 만족할 정도의 신뢰를 얻지 못하고 있습니다. 그뿐이 아닙니다. 식육은 고 칼로리 식품으로 웰빙 식생활에 기피의 대상으로 오해를 받기도 합니다. 식육가공품은 마치 첨가제를 많이 사용하는 대표적인 식품으로 인식이 되기도 합니다. 소비자들의 이런 부정적인 인식들이 식육과 식육가공품의 소비가 늘어나는 것을 억제시키고 있습니다.

소비자의 신뢰를 얻기 위해 가장 먼저 되돌아볼 것은 우리가 만드는 식육과 식육가공품의 품질이나 안전성에 정말 자신이 있는가 하는 문제입니다. 스스로 자신이 없는 상품을 내어놓고 소비자의 신뢰를 기대할 수는 없으니까요.

다음에 살펴볼 것은 우리의 제품을 소비자들에게 전달하는 과정 즉 유통구조의 문제는 무었인가 하는 것입니다. 제품은 자신이 있는데 유통구조가 잘못되어 소비자의 오해를 받을 수도 있을테니까요. 유통구조의 문제 속에는 유통에 관련된 각종 제도상의 문제들도 포함됩니다.

그리고 마지막으로 우리 제품의 우수성을 소비자에게 알리는 일입니다. 홍보의 문제입니다. 한 발짝 더 나아간다면 식육과 식육가공품의 용도를 개발하고 보급하는 일도 포함됩니다.

이러한 일들을 실제로 수행하려면 여러 가지 구체적인 과제들이 나타나게 될 것입니다. 저희 육가공회지는 우리나라의 식육산업이 소비자의 신뢰를 얻고 발전하는데 필요한 국내외 정보를 수집 보급하는 전문지가 되도록 하겠습니다. 또한 관련분야 전문인들이 적극적으로 참여하는 토론의 장이 될 수 있도록 최선을 다할 것입니다. 정해년 돼지의 해를 맞아 식육산업이 새롭게 발전하는 부활의 원년이 될 것을 기원하며 육가공회지 독자여러분의 성원에 감사드립니다.