

항생제 치료를 한 닭고기와는 별도의 상품명으로 판매 타이슨, 신선육 닭고기 제품은 항생제를 사용하지 않고 사육한 닭만 사용



미국에 타이슨(Tyson)이라는 세계적인 대기업 식품회사가 있다. 이 회사는 닭고기 전문회사로 성공해 지금은 돼지고기와 쇠고기 사업도 함께 하며 식품 체인점 사업까지 하고 있는 회사로 포춘지(Fortune) 선정 세계 500대 기업에도 선정된 바 있다. 특히 이 회사의 본사가 있는 아칸소 주는 미국 전 대통령인 빌 클린턴의 고향이며 이 회사가 클린턴 전 대통령의 가장 중요한 후원자 중의 하나로 알려져 있다.

이 회사가 지난 6월 기자 회견을 갖고 중대한 발표를 했다. “신선육용 닭고기 제품은 항생제를 사용하지 않고 사육한 닭만을 사용하여 생산·판매하겠다”고 선언한 것이다. 이는 즉각 미국내 뿐만 아니라 세계 각국의 소비자 및 닭고기 관련 산업에 종사하는 모든 사람들의 비상한 관심을 모았다.

타이슨사의 리차드 본드 사장은 이제까지 그들이 생산·가공·판매해온 닭고기 신선육 품질에 대한 확신은 절대적이지만 대다수의 소비자들이 원하는 제품을 공급해야 한다는 신념 때문에 이런 결정을 내리게 되었다고 말했다. 그들이 실시한 조사연구에 의하면 응답자 91%가 닭고기 신선육 제품은 항생제를 사용하지 않고 키

운 닭고기 제품에 ‘항생제를 사용하지 않고 키운 닭고기’라는 표시를 해주길 원했다고 한다.

이에 자신감을 얻은 타이슨사는 닭고기 신선육을 위한 새로운 브랜드를 개발하고 ‘항생제를 사용하지 않고 키운 닭고기’라는 표시를 해 공급하기로 결정했던 것이다.

그 이전에도 미국 시장에 항생제를 사용하지 않고 사육한 닭을 재료로 한 닭고기 신선육 제품이 있었다. 다만, 그 양이 충분하지 않아 일부 전문 판매점에서만 고가로 판매되어 왔다. 타이슨사의 이번 결정은 그 공급량이 많아 미국 내 대부분의 식품점에서 판매가 가능해졌다는 것과 가격이 그 동안 전문 판매점에서 구매하던 것 보다 낮아져서 더 많은 소비자들이 구매할 수 있게 되었다는 점이다.

이를 실현하기 위해서는 그에 걸 맞는 규모와 수준의 생산, 도계, 공급 시설을 갖춰야 하기에 막대한 자본과 인력, 기술 또한 필요한 것이다. 웬만한 규모의 회사에서는 엄두도 내기 어려운 바, 포춘지 선정 세계 500대 기업에 드는 타이슨이나 되니까 힘들게라도 결단을 하게 된 것이다.

그러나 이렇게 힘든 결정을 한 거대 기업도 몇 가지 걱정과 문제는 남아 있다.

우선 소비자가 항생제를 사용하지 않고 닭을 키우느라 더 들어간 비용을 선뜻 부담해야 한다는 것이다. 소비자들이 이 새로운 닭고기를 더 비싼 가격을 지불하고 한번 먹어보는 것에 그치는 것이 아니라 계속해서 구매를 해줘야 한다는 것이다.

타이슨사는 소비자들이 이 새로운 제품을 받아들이게 하기 위한 야심찬 마케팅 계획을 수립해 놓았다. 약 650억원에 달하는 예산을 들여 TV, 라디오 등 대중 매체를 통한 광고 뿐만 아니라 소비자가 직접 참여하는 특별 이벤트를 대대적으로 펼쳐 첫 구매를 유도하고 재구매를 하도록 할 계획이다.

또 하나의 문제는 사육 중인 닭에게 질병이 발생할 경우이다.

아무리 훌륭한 종계에서 생산된 종란과 위생적인 부화장에서 나온 병아리를 철저한 위생과 방역을 실시하고 정성껏 사육한다 해도 질병을 완벽히 차단할 수는 없는 것이다. 이럴 경우에는 어쩔 수 없이 항생제를 사용해 치료를 해야 한다. 경제적인 이유뿐만 아니라, 질병에 걸린 동물을 치료하지 않으면 동물복지법을 어기는 불법 행위이기 때문이다.

항생제로 치료를 한 닭고기는 항생제를 사용하지 않은 닭고기와는 별도의 상품명으로 팔리게 된다.

자세히 들여다보면 타이슨사가 항생제를 사용하지 않고 닭을 키운다는 것은 성장 촉진용 항생제를 사용하지 않겠다는 것이 주된 의미이며, 신선육이 아닌 가공제품에 대한 입장 표명도 분명하지 않다.

타이슨사의 이 야심찬 결정이 과연 얼마나

빨리, 어느 정도나 성공을 할지 관심있게 지켜 볼 일이다. 소비자들의 반응도 궁금하고 다른 식품 회사들이 같은 정책으로 따라갈지도 궁금하다.



맞으면서


이제 우리 현실을 둘러보자.

우리는 과연 항생제를 사용하지 않고 닭을 키울 수 있을 것인가? 어느 분야에서 얼마나 준비가 되어 있는가?

일부에서는 항생물질 대체제를 사용하면 될 것으로 생각하고 있는 것 같다.

그러나 종계관리, 부화장 위생, 육계농장에서 의 방역 및 사양관리, 또한 각 단계 사이의 유통이나 인적·물적 교류 등 관련 모든 분야에서 역할을 제대로 해낼 수 있을 때에나 타이슨사의 정책을 고려해 볼 수 있을 것이다. 어느 한 분야, 한 단계에서라도 제 몫을 다하지 못한다면 이런 것은 흉내도 낼 수 없는 것이다. 물론 소비자가 적극적으로 호응을 하여 그 만큼 돈을 더 내더라도 구매해 준다는 가정 하에서다.

이젠 정말 각 분야의 관련자들이 자기 몫을 올바르게 제대로 해야 할 것이다.

사료 원료값이 천정부지로 솟아오르는 현실에서 국제경쟁에서 살아 남고 소비자들로부터 외면당하지 않으려면 말이다. 

- 자료제공 : 바이엘코리아(주)