

사례3 | 임실치즈농협

한국 치즈산업의 메카, 임실치즈농협을 가다



안 희 경
농수축산신문 기자

한국 치즈산업의 메카, 임실치즈농협을 가다

임실하면 치즈가 떠오르게 만든 장본인, 지정환 신부가 임실에 안착한 것은 한국전쟁 직후다. 이후 임실에서 외국음식인 치즈를 생산하고 농가들이 주체가 되는 산업으로 만들기 위해 지정환 신부를 주축으로 임실의 낙농가들의 노력이 더해졌고 지금의 임실치즈가 탄생했다. 스토리텔링이 있는 한국형 치즈로 시장에서 브랜드 파워를 자랑하며 품목조합으로의 자리매김을 톡톡히 하고 있는 임실치즈농협.

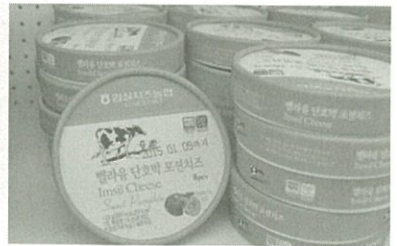
치즈의 불모지인 대한민국에서 ‘임실치즈’라는 브랜드 파워를 갖기 까지 그들은 무엇을, 어떻게 노력했을까.

대한민국에서 최초로 치즈공장을 설립하

고 대한민국형 치즈를 생산, 임실을 치즈의 고장으로 자리매김하게 한 임실치즈농협을 직접 찾아가봤다.

대한민국 최초 치즈공장 설립에서, 대한민국 대표 치즈 브랜드로 자리잡기까지

1967년 대한민국 최초로 치즈공장을 설립하고 한국형 치즈를 생산하기 시작한 임실치즈농협은 기실 1991년 임실낙농협동조합이 설립되면서 현재의 모습을 갖췄다고 볼 수 있다. 이후 신용사업을 개시하고 1999년 임실치즈피자 체인사업을 개시하며 사업적인 면모를 갖췄다. 이후 2001년 임실치즈축산업협동조합으로 명칭을 변경하고 승승장구하던 임실치즈농협은 2004년 전국



국제발효식품 엑스포 우수상품으로 지정되며 쾌거를 이뤘다.

이후 슬한 상을 수상하며 성공적인 지역 특산물으로 자리잡기 시작, 2010년에는 유가공공장 리모델링사업을 완공하고 이듬해인 2011년 본점 냉동·냉장 창고를 준공하며 치즈판매 등의 사업을 시작했다.

유가공공장 두곳 운영, 직영점도 운영해

225명의 조합원으로 이뤄진 임실치즈농협은 가공공장 1곳과 지점 1곳 외에도 임실치즈테마파크 내 유가공공장을 위탁 운영하고 있다. 또한 최근에는 경기 안성팜랜드에 피자 직영점을 개설하는 등 사업다각화를 위해 노력하고 있다.

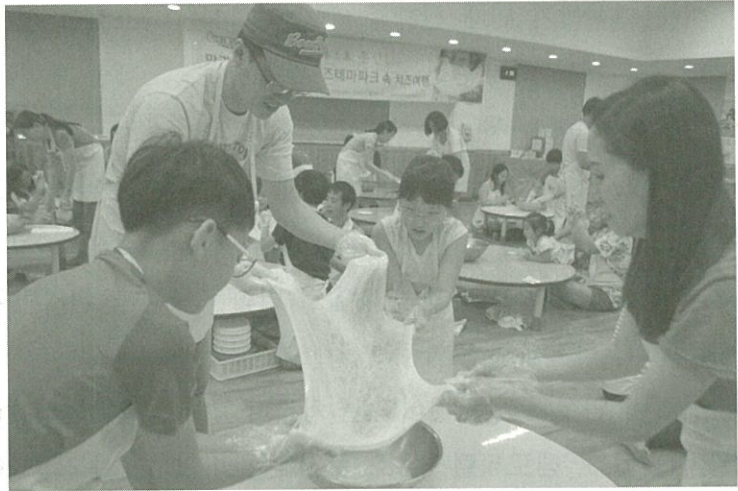
현재 임실 시내에 위치한 본점 유가공공

장은 1일 원유 70톤을 처리할 수 있는 케파로 1일 치즈 7톤, 요구르트 0.5톤을 생산할 수 있다. 40명의 종사원이 근무하는 본점 유가공공장에서는 자연치즈와 가공치즈, 생크림, 요구르트 등이 생산되며 지난해에만 약 154억 원의 매출을 기록했다.

노후된 유가공공장을 신설하고 동선을 개선하기 위해 신공장 설립이 제시됐지만 여러 상황에 의해 좌초, 결국 공장 리모델링으로 현재의 공장이 탄생했다. 그러나 임실치즈테마파크 내에 일 원유 4톤을 처리할 수 있는 유가공공장을 설립, 현재 위탁 운영하고 있다. 이 곳에서는 1일 치즈 0.2톤과 요구르트 2톤을 생산할 수 있으며, 2012년 7월부터 제품 생산을 개시했다.

2011년 11월부터 운영한 안성팜랜드 임

실치즈피자 직영점은 치즈만 들기 체험사업으로 경기권은 물론 전국의 소비자들에게 임실치즈를 경험케 하고 있다. 임실치즈테마파크와 임실치즈마을이 운영되고는 있지만 지리적 여건으로 접근이 어려운 만큼 안성팜랜드의 임실치즈피자 직영점은 수도권 소비자들에게 임실치즈를 알리는데 특정한 역할을 하고 있다.



전국 40여개 대리점 통해 임실 치즈 공급돼

현재 임실치즈는 전국 40여개 대리점을 통해 피자점, 레스토랑, 학교급식으로 납품되고 있다. 또한 롯데마트 전점에서 PB 상품으로 입점해 스트링치즈와 구워먹는 치즈로 소비자들을 만나고 있다. 수도권에서도 현대백화점과 롯데백화점에 입점한 상태다. 홈플러스에서는 스트링치즈가 판매되고 있으며 롯데슈퍼, GS슈퍼 등에 전점 입점 완료한 상태다. 이밖에도 수도권 지역의 농협 하나로마트 대형매장 입점을 통해 브랜드력을 입증시키고 있으며, 대기업 사내 홈쇼핑몰 입점을 통해 판매망을 확충하고 있다.

신제품 개발로 국산치즈 판매에 열올려

임실치즈의 이같은 노력에도 불구하고 구제역 이전인 2010년의 명성을 찾지 못하고 있는 것이 사실이다. 구제역으로 생산기반이 무너지면서 전량 국산원유로 생산하는 임실치즈는 타격이 컸던 것.

구제역 정국으로 원유부족현상을 겪으면서 일부 제품을 제외하고는 생산량을 줄이는 등 어려움을 겪었다. 그간 쌓아온 명성은 이 기간 동안 제품을 제대로 공급하지 못하면서 실추되기 시작했다. 그리고 그 공백을 외국산치즈가 공략했다. 낙농 선진국들과의 FTA(자유무역협정)으로 외국산치즈의 경쟁력이 높아지면서 대부분의 국내 시장을 잠식한 것.

이를 대적하기 위해 신제품 개발에 나섰다. 하지만 이마저도 대부분의 국내 치즈업체들이 제품 카피에 나서는 등 과당경쟁으로 타격을 받고 있다.

이에 가격경쟁력이 열세인 식자재용 제품에서 소매 판매용 유제품 개발로 방향을 선회했다. 식자재용 모짜렐라 치즈가 대부분이었던 임실치즈는 찢어먹는 치즈나 구워먹는 치즈, 생모짜렐라치즈 등으로 소비용 제품 개발을 서둘렀고 국내산 원유가 가지는 신선도라는 강점에 힘입어 다시 시장에서 선점에 성공했다.

그러나 부족한 생산력 등으로 시장 탈환에는 어려움이 있는 것이 사실이다. 하지만

스모크 치즈, 브르노스트 치즈 생산 등 신제품 개발을 통해 계속적으로 한국형 치즈로 사활을 걸어보겠다는 생각이다. 최근에는 임실치즈 브랜드를 활용한 다양한 OEM 제품을 개발해 치즈돈까스, 치즈스틱, 치즈떡, 치즈만두, 치즈롤 등을 출시했다.

대한민국 치즈, 세계로 가다

외국음식인 치즈에 한국 고유 지명을 브랜드화 해 상표화한 임실치즈.

임실치즈의 이채로운 이력은 해외에서도 높은 관심을 보이고 있다. 치즈를 역수출한다는 발상 자체가 신선하다고 여겨질 만큼 불모지인 치즈 수출에 첫 업적을 이룩한 것.

지난 6월 10일 중국 칭다오 지역에 첫 수

출을 시작한 임실치즈농협은 미화 5만달러라는 적은 금액이지만 이를 발판 삼아 해외 수출에도 힘을 써볼 계획이다.

게다가 중국이 한류 영향으로 인한 한국 제품의 인기가 높는데다 최근 소득수준이 향상되면서 고급치즈의 선호도가 높아졌다는 점 등은 임실치즈 수출에 청신호로 작용할 것으로 보인다. 임실치즈농협 측은 한·중 FTA가 체결





되면 가격 경쟁력이 현재보다 크게 증가할 것으로 예상하고 있다. 임실치즈농협은 이를 계기로 베트남과 태국 등에도 수출선을 다변화할 계획이다.

임실치즈테마파크, 즐거운 치즈종합특구를 가다

대한민국 치즈의 발상지 임실군의 대표적인 치즈체험 관광명소인 임실치즈테마파크는 지난 2011년 개장 이후 꾸준히 관광객이 늘어 지난해에는 총 관광객 8만9948명을 기록, 명실상부 전북 지역을 대표하는 관광명소로 자리잡았다.

임실치즈테마파크의 가장 큰 매력은 치즈를 주제로 한 다양한 체험. 가족단위의 방문객이 많은 만큼 아이들과 함께하는 요리체험으로 임실 쌀치즈피자 만들기 체험은 물론 치즈를 만드는 과정 등을 교육적이면서도 알기 쉽게 설명하는 임실치즈 체험 등을 마련해 큰 인기몰이를 하고 있다.

이밖에도 치즈가공공장, 임실치즈박물관, 임실N치즈판매장 등을 운영 관광객들에게 잊지 못할 치즈의 추억을 선사한다.

이같이 치즈로 연계된 관광특구 사업으로 6차산업의 발전을 그대로 실현하고 있다. ☺