

소비자 기호에 맞는 상품개발이 소비촉진의 길이다

취재/이인수기자

우 리나라 육계산업은 그동안 국민소득 이 증가함으로 인하여 급속도로 축산물 소비증가에 의해 많은 발전과 변화를 거듭하여 왔다. 또한 소비의 형태에 있어서도 과거 통닭위주 유통에서 점차 탈피하여 절단육, 부분육, 가공품에 이르기까지 소비성향에 맞추어 신상품개발에 노력해 가고 있는 것이 육계산업의 새로운 흐름이라고 볼 수 있다. 그러나 유통구조의 모순으로 인해 생산자 가격과 최종 소비자가격이 유기적인 관계를 갖지 못하여 생산증가시 불황이 장기화 되었고, 그렇게 되므로써 생산자와 소비자가 항상 부담을 져야 하는 형편이었다. 따라서 수입개방이 부상되면서 생산비를 절감하여 경쟁력을 높이기 위해 육계 계열화 사업이 시행되기에 이르렀다.

계열주체가 계육생산에서부터 유통·판매에 이르기까지 일괄적으로 주도하여 중간유

통을 배제하고 소비자의 기호에 적합한 상품개발을 통하여 부가가치를 높여 생산자, 소비자를 다같이 보호하면서 안정적인 발전을 해나가는 것이 그 핵심이라 할 것이다.

최근 육계산업을 안정적 사업으로 전환시켜 육계사육자의 일정소득 보장과 수입개방에 대처하고, 국제경쟁력을 갖추기 위해 계열화 사업은 본래 목적달성을 위해 주도업



김희성 사장

체가 유통에 대한 중요성을 다시 고려해야 할 단계라고 지적하고 있다. 이미 닭고기의 경우 '93년 미절단 신선육, '94년 절단 신선육이 개방예시 되어 있는 상태이기 때문에 새로운 전환점을 모색하여 가공산업과도 병행하여 소비자의 욕구를 최대한 충족시켜 시장을 지키는 방법을 하나하나 쌓아 나가야 한다.

이같은 시점에서 철저한 시장조사 및 분석을 통하여 소비자의 기호에 적합한 닭고기 제품을 보다 다양하게 개발하여 일반 소비자들에게 위생적이고 값싼 닭고기를 생산·공급하고 있는 (주)우람식품(김희성 사장)은 현 유통단계를 대폭개선하고, 수입개방을 맞아 위기에 처해있는 국내 육계업계의 새로운 장도를 개척한다는 차원에서 「신용과 믿음」을 바탕으로 일반 소비자와 유대관계를 가지면서 생닭 유통위주의 사업을 펼쳐왔다.

(주)우람식품의 경우 1985년 10월에 설립하여 그동안 닭고기 공급만을 위주하여 급성장하여 왔는데, 주로 통닭위주로 대량 소비처인 각유통업체 및 백화점에 납품만 하여 왔으나, 최근에는 완전제품인 삼계탕을 개발하여 일반 소비자들에게 공급하고 있다. '80년대 외식산업의 급격한 상승과 더불어 국내 계육 소비량도 급격히 증가하여 왔으나 '90년대 접어들면서 경기침체와 더불어 계육소비량이 위축된 분위기인 반면에 (주)우람식품의 경우 닭고기 판매량은 계속 증가하여 현재 1일평균 판매량은 10톤(평일 9톤, 주말 13톤 정도)으로 성장 월 6천만원 정도 판매실적을 기록하는 수준에



납품업체가 원하는 상품을 만들기 위해 도계된 닭을 다시 재처리 하는 광경

까지 이르렀다.

소비형태에 있어서도 많은 변화를 가져와 기존의 통닭·생닭 위주에서 부분육, 절단육을 선호하는 추세에 발 맞추어 도계장에서 도계된 통닭을 수요처의 요구에 맞출 수 있게 하기 위해 재처리 가공공장을 설립하기에 이르렀다.

현재 경기도 과주군 탄현면 범흥리에 총 20억원을 투자하여 2천5백평 부지에 건평 850평 최첨단 재처리 가공공장을 건설하여 제품생산에 들어갔다. 내부시설을 보면 영하 45℃까지 가능한 급속냉동시설을 비롯해 냉동보관시설(-25℃), 냉장시설과 절단기, 진공포장기계 등 첨단기계를 도입하여 위생적인 완제품 생산에 주력해 나아가고 있다.

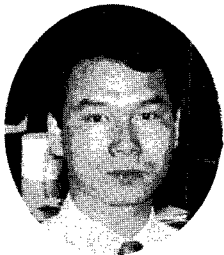
현재 영업부에서 양계농가와 더불어 생산고락을 하고 있는 정재근부장은 (주)우람식품의 경우 원료조달은 연간 삼계만 부분적으로 계약사육을 실시하여 회사에서 일괄적으로 구입하는 형태를 취하고 있으며, 수당



삼계탕을 포장하고 있는 모습

950원(도체중 450~500g 기준)을 지급하고 있는데 가장 큰 애로사항은 계육가격이 상승하면 계약사육농가가 더 나은 유사계열업체에 판매하고 가격이 하락하면 타업체에서 구입하여 무조건 납품하는 일이 발생하여 아직도 신용거래 정착이 안되어 있음을 지적하고 있다.

지금까지는 통닭(생닭)과 부분육의 판매가 7:3인 통닭위주 판매형태를 취하여 왔으나, 앞으로 소비자의 기호에 적합한 품목인 비과세품목, 즉 완제품인 스모그치킨, 닭발찜, 닭다리 구이용, 삼계탕, 닭도리탕 위주로 판매 초점을 맞추어야 국내 계육가공업계가 국제경쟁력 있는 기업으로 살아남을 수 있다는 것이 거시안적인 안목이라고 한다.



◀정재곤 부장



수입개방을 목전에 둔 상황에서 국내 육계업계를 안정된 산업으로 육성발전해 나아가기 위해서는 특히 취약한 유통부분이 생산부문 못지않게 중요하기 때문에 정부의 대폭적인 지원이 필요하며, 무엇보다 판매망이 없는 생산위주의 계열화사업이 남발하여 많은 농민이 피해를 보는 면을 거듭 정비하는 것이 시급하다고 보고 있다. 우람식품은 이런 측면에서 볼 때 이미 유통부문은 완전히 정착된 상태에 있다. 장기적인 계획을 세워 계열화 사업을 전개하기 위해 이미 재처리 가공공장을 완공하여 가동중에 있으며 삼계 뿐 아니라 통닭 부분도 계약사육을 실시하여 완전 계열화사업을 시행해 나가는 것이 우람식품의 최종 목표이기도 하다.

오토바이와 도마만을 가지고 납품으로 출발하여 이제는 어엿한 대형유통 업체에 위생적인 닭고기를 공급할 수 있는 회사로 성장한 우람식품은 육계 생산자들에게는 잘 알려져 있지는 않았지만 지금까지의 생산위주 계열화사업을 유통위주의 계열화 사업으로 전환시켜 나간다는 취지에서 볼 때 계열화사업의 새로운 전환점이 될 것으로 기대를 모으고 있다. **양한**