

사단법인 대한가금처리협회

발행 및 편집인 : 김 홍 국

137-044

서울특별시 서초구 반포4동 52-6(남도빌딩 601호)

TEL(02)536-9855~6 FAX(02)595-6028

기획편집 : 민지미디어 ☎(02)263-3598, 3599



제1권 제6호 통권6호

계육산업 발전을 위한 제언

고객만족을 위한 최상의 품질서비스 산업

-냉동계육은 신선계육보다 비싸게 팔아야 한다.

-육가공 제품의 원료는 생육제품보다 신선하고 위생적이며 양질의 원료를 사용해야 한다.

-외식업체 식재용 육가공제품의 가격은 신선 정육제품의 소매가의 60% 이하이면서 육고유의 풍미가 유지되어야 한다.

-육가공제품의 원료가격은 적정 생산비를 보상하는 선에서 안정 공급되어야 한다.

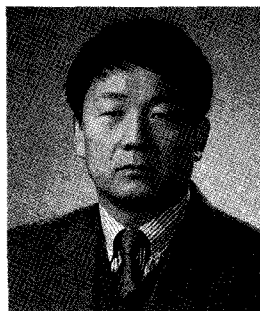
-제품의 맛은 소비자의 손에 전달되기 직전까지 이상이 없음을(Quality Assurance) 최고 경영자가 확신할 수 있는 System을 갖추어야 하며(QM) 이상이 있을 경우 회수 폐기되어야 한다(Recall).

세계시장을 무대로 한 구매전략(Global Purchasing)이라는 관점에서 이미 거의 모든 빗장이 해제된 한국의 외식산업계나 실수요 제조가공업계, 일반 유통업계의 수입조달방향의 움직임은 초미의 관심사이자 폭풍전야의 고요함과 비견될 만하다.

한편 국내 계육제품 공급업계의 측면에선 산적한 내부 문제에 싸여있어 전열이 정비되지 않은 상태이며 더우기 장기적이고 확실한 Vision 및 전략과 많은 자원의 지속적인 투입이 요구되고 있다. 다행한 일은 외식산업용 비중이 상당히 높으며, 수입품의 국내시장 침투가 상당히 제한적이고 충분히 대응할 여지가 있다는 점이다.

도계제품(통닭)은 신선유통의 특성, 가격, 품질면에서 이미 경쟁이 되지않음이 입증되었으며, 향후 외식사업과 이차 가공산업의 기반이 확충될 계열화사업의 입장에서 오히려 원료가격 안정이라는 효과를 기대할 수 있다.

절단제품(부분육)의 경우 돈육에서와 같이 국산은 냉장·소매용으로 수입은 냉동·가공용으로 유통시장과 가격이 완전 이원화 될것이며 가공육의 경우 계육의 특성



신 캐 송

(주)TS해마로 대표이사

상 타육류에 비해 더 제한적일 것이다.

가공제품의 경우 신도불이 의식, 외국 제조업체의 신뢰도나 유통보존상의 안전성, 소비자기호에의 적합성, 유통경로, 발주단위 등등 난관이 많은만큼 시장잠식에는 상당한 시간이 소요될 것이다.

냉장 우육, 돈육의 진출은 경합상품으로서 계육시장에 상당한 영향을 줄수 있으며, 어느쪽이든 단·중기적인 과제로서 생산비의 20~30% 절감, 위생적인 신선육 유통체계의 확립이 필요하다.

2차 계육가공업은 매력적이며 Vioion과 환상을 동시에 심어줄수 있다.

도계가공과 1차 가공의 보완적 사업이자 완전계열화의 일환, 신제품 개발 및 소비창출, 원료규격 Balance의 유지, 부가가치 제고, 계절지수에 따른 잉여 육처리, 동외품·부산물의 활용 등등은 이를 커버하는 찬란한 수석어이다.

어느 유명한 설령탕집은 하루에 200그릇만 한정 판매하는 것을 경영방침으로 하고 있다고 한다.

대규모 통합경영과 수십개의 체인점을 운영하는 기업 마인드와는 양극을 이룬다고 할수있으나 적어도 육류와 식품을 취급하는 입장에서 고객만족을 위해 최상의 품질 서비스를 고려할 때에는 음미할 만한 값어치가 있다. 무엇이 선이고 후이나 하는 방침을 극명하게 제시하고 있는 것이다.

서두의 글귀는 육류식품 특히 향후 지향하는 바인 고차 가공단계로 나아갈때에 풀어야할 話頭 몇가지이다. 명확한 목표와 전략이 필수적이며 귀에 못이 박히도록 들어온 당연지사가 반드시 지켜야할 금기로 체질화 되기 까지는 많은 시행착오가 내포되어 있으며, 설령탕집 주인의 단견이지만 독선의 의미가—국제화를 지나 세계화에 진입한 지금—시행착오를 줄여나가기 위한 것이 아니라 이제는 제도화되어야 한다는데 연계될수 있어야 할 것이다.