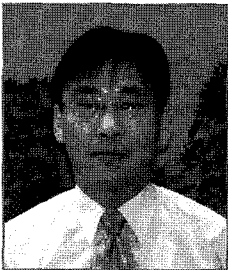


## 신제품 메뉴 개발 및 수출산업으로의 적극적인 육성만이 살길이다.



최 동 희 팀장  
성화식품(주) 기획팀

그 동안 육계산업은 정부 지원의 사각지역에서도 국내 경제성장  
과 더불어 많은 발전을 해 왔던 것은 누구도 부인하지 못할 것이  
다. 양계단지 및 닭 계열화 등 시설의 자동화·규모화로 사육기반  
시설의 확충, 도계장의 HACCP 인증, 유통구조 개선 등으로 육질  
이 좋아지고 사료효율이 개선되는 등 사육농가와 계열주체, 또한  
육계산업에 종사하는 많은 사람들의 노력의 결과라고 할 수 있을  
것이다.

어떻게 보면 이러한 1단계 육계산업을 마무리하고 2단계 도약  
을 준비하는 과정에서 우리 육계관련 종사자들이 너무 소홀히 지  
나치지는 않았나 하는 생각이 든다.

그러나 이제는 그 동안 해 왔던 1단계 육계산업을 건너뛰어 시  
대적 조류에 맞춰 양적 성장을 위한 질주에서 질적 성장을 위해  
종계, 부화, 사육, 도계, 유통, 사료 등 모든 육계산업에 종사하는  
사람들이 각자 맡은 분야에서 최고의 능력을 발휘할 수 있도록 한  
국제육협회가 그 주춧돌이 되어 정부 및 산하 기관단체와 연계하  
여 역량을 집결할 수 있도록 하고, 새로운 도약을 위한 미래를 준  
비해야 할 것이다.

사실 육계산업의 미래를 생각하면 언제 터질지 모르는 시한폭탄을 안고 가는 심정이다. 지속적인 수입육 증가, 경기침체로 인한 소비둔화, 양계산업 전반에 걸친 생산과잉, 양계 질병 등 수없이 많은 악재가 우리 육계산업의 미래를 어렵게 하고 있다.

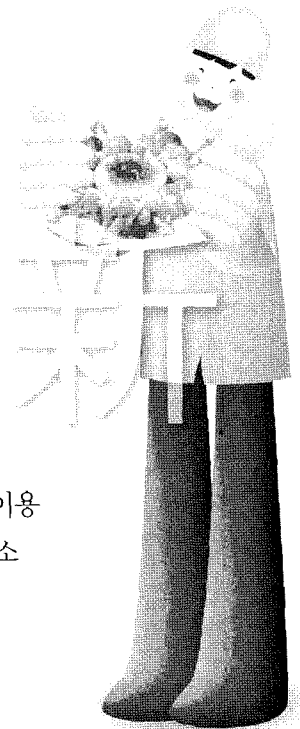
얼마 전 우리 육계인들에게 지울 수 없는 고병원성 조류인플루엔자 발생 이후 우리 육계업계는 여기에서만 헤어났지, “향후 어떻게 육계산업의 미래를 준비하느냐” 하는 문제에 소홀히 했던 것은 사실이다. 문제는 이러한 일이 또 발생된다면 고병원성 조류인플루엔자로 멎든 우리 육계인들에게 사망선고가 내릴지도 모른다는 것이다.

지금부터라도 국내 육계산업은 2단계 도약을 위하여 산업의 미래를 과학적이고 체계적으로 수립해 나가야 할 것이다. 이를 위해 필자는 신제품 메뉴 개발 및 육계산업을 수출산업으로 적극 육성하는 길이야말로 우리 육계산업의 미래가 달려있다고 생각한다.

## 신제품 메뉴 개발 시급

축산물도 이제는 맞춤형시대라고까지 부르고 있다. 조류 인플루엔자로 전체 60% 이상의 매출이 감소되는 것과 최근의 만두파동을 보면 알 수 있듯이 “품질의 신용을 잃는다는 것은 모든 것을 잃는다는 것”을 우리 육계인 모두가 직시해야 할 것이다.

다이어트, 웰빙 등 건강에 대한 인식이 높아지면서 육류의 소비패턴이 양질의 단백질공급원으로서 대표적 백색육(White meat)인 닭고기로 이동해가는 추세에 닭고기를 이용한 신제품 개발이야말로 변화와 개혁의 시대에 발 맞추어 소비자의 입맛에 맞는 다양한 고객 욕구에 부응하고, 한 차원 높은 먹거리를 제공함으로써 고객의 소비생활에 최대의 만족과 즐거움을 제공하는 것이야말로 소비자를 닭고기 시장에 끌어들이고 동시에 우리 육계산업 발전을 위한 때



우 중요한 일이라고 생각한다.

소비자 취향에 맞는 다양한 가공식품을 개발하고, 특히 맛과 디자인 개발을 통해 차별화된 한국 브랜드로 단순히 국내 소비뿐만이 아닌 세계인과 함께 할 수 있는 신제품을 개발하는데 모든 역량을 결집시켜야 할 것이다.

### 육계산업을 수출산업으로 육성 발전

다음으로 현재 이 어려운 육계산업이 살아남기 위해서는 육계산업을 수출산업으로 발전시켜야 한다. 수출산업으로 발전하기 위해서는 사양관리 기술과 닭고기 품질 고급화를 바탕으로 한 생산비 절감이야말로 닭고기를 수출산업으로의 발전 및 국제 경쟁력을 갖추는 길이며 이를 위하여 정부 및 육계종사자 모두가 단합하여 생산비 절감을 위한 기술적, 제도적인 방안을 마련하는 일이 중요하다.

국내 사료가격은 불과 6개월 사이에 3차례에 걸쳐 30% 가까이 올랐고 국제유가도 가파른 상승세를 지속하고 있다. 이러한 고사료가(價), 고유가 시대를 맞은 우리 육계산업의 경쟁력은 상대적으로 약화됨과 동시에 닭고기 수입량의 증가와 불안정한 가격체제 등 여러 어려운 문제점들이 현안으로 떠오르고 있다. 이와 같이 국제화 시대에 가격 경쟁력을 약화시키는 주 요인으로는 병아리 품질저하와 낙후된 계사시설을 들 수 있으며, 이 중 병아리의 품질저하는 우리나라 종계장과 부화장이 영세한데다 수급 물량이 쉽게 급변하는데 기인하고 있으며, 계사 시설의 낙후는 아직도 사육규모가 영세한데 따른 것으로 볼 수 있다.

수출산업으로의 발전 및 국제경쟁력을 갖추기 위하여 종계장 및 부화장이 우선적으로 HACCP 제도가 조속한 시일 내에 도입되어야 한다.

국제경쟁력을 확보하기 위하여 생산성을 국제 수준으로 올려 생산원가를 내려야 하는 바, 고품질의 병아리 생산과 고품질의 육계생산이 이루어져야 한다. 국내 종계농장의 경우 70% 이상이 계사 사육환경이 매우 열악한 실정으로 고품질의 병아리 생산을 위하여 혹서·혹한을 이겨낼 수 있고, 철저한 차단방역이 가능한 전천후 농장 신축이 필수적이며 이를 위하여 HACCP 제도 도입이 필요하다. 잘 만들어진 병아리아말로 COST 절감의 절대적인 요인이다.

사육농가, 유통단계에서도 HACCP 제도를 도입하여 국제경쟁력을 갖추고 소비자가 믿고 안심하게 먹을 수 있는 제도적 장치를 마련해야 한다.

이러한 제도적 장치를 밑바탕으로 육계산업을 수출산업으로 발전시키고, 특히 세계 최대 닭고기 수입국인 일본(연간 약 60만톤 이상을 태국, 중국, 미국의 수입에 의존)과 지리적으로 인접해 있어 한국이 수출을 늘릴 수 있는 유리한 조건을 가지고 있으며, 우리나라에서 생산된 닭고기가 일본 국내에서 생산된 닭고기와 동일한 날짜에 일본 소비자에게 신선육으로 판매할 수 있는 이점이 있는 동시에 닭고기 성수기의 경우 한국은 여름철이지만 일본은 겨울철이기 때문에 우리나라 닭고기 비수기에 일본에 닭고기를 수출하여 닭고기 수급조절에도 크게 기여할 수 있다고 본다.

성화식품도 미래에 대비하고자 2001년 닭간 가공식품과 부분육을 수출하면서 국내 닭고기의 대일 수출 기반을 구축하였으며, 일본 난사스(Nansatsu)사와의 기술제휴 및 국내의 유명 외식관련 교수진과 산·학 협력을 기반으로 한 꾸준한 제품개발로 2003년 12월에는 일본의 대형 식품업체와 접촉하여 수출협약을 맺고 우선적으로 로스트치킨(닭다리)을 수출하고, 기타 제품(닭스킨 및 후라이드류)에 대해서도 지속적으로 수출할 계획이다.

현재 우리나라가 일본에 수출하는 물량은 연간 약 2,000톤에 못 미치며 이는 일본에서 수입하는 물량의 0.3%에도 미치지 못하는 물량이다. 이러한 현실을 감안할 때 위에서 언급한 바와 같이 기술적, 제도적인 장치를 마련하여 국제 경쟁력을 갖추는 일이 매우 시급하다.

향후 일본과의 자유무역협정(FTA) 체결시 일본 수출만이 우리 육계산업이 살길이라고 생각하며 만일 해외시장을 개척하지 못한다면 업계 관계자들은 더 많은 어려움에 직면하게 될 것이다.

세계는 지금 글로벌 경쟁시대를 맞이하여 국경 없는 경제전쟁을 치르고 있는 상황에서 정부에서도 돼지고기와 마찬가지로 닭고기를 적극 수출할 수 있는 닭고기 수출촉진 방안 대책을 마련하여 적극 장려해야 할 것이며, 국내 육계산업의 생존, 발전대책을 위해 전 육계관련 종사자들은 힘을 하나로 모아 미래를 설계하는 과학적이고 체계적인 시스템을 개발하고 도입하여 육계산업을 한 단계 업그레이드시키는 길만이 우리 육계산업의 미래가 달려 있다고 본다. C