

# 웰빙 열풍과 육가공업계의 과제

지난 한해 육가공업체들은 매우 분주한 나날을 보냈으면서도 고전을 면치 못하였다. 주된 원인을 살펴보면 우선, 최근 들어 소비자의 입맛과 시선이 무척 까다로워졌다는 점이다. 소비자들은 가공업체로 하여금 각양각색의 맛과 영양을 들어 끊임없는 제품출시를 요구하고 있다.

또한 각종 소비자단체의 먹거리에 대한 날카로운 감시가 지나치게 확대 해석되어 가공식품에 대한 불신 직전까지 이르게 되었기 때문이다. 거기에다 장기간 지속된 경기침체와 소비심리 위축도 크게 한 몫(?) 했다.

이에 업계는 소비자들의 다양한 욕구를 만족시키기 위한 다각적인 노력으로 맛과 영양, 위생을 겸비한 식품문화로의 변신을 시도하는 중이다. 브랜드 파워신장과 마케팅 전략 향상에 한창이며, 또한 유통경로를 점차 다양화하고 제품의 원료를 엄선하는 등 고객에게 한 발짝 더 다가가기 위한 각 업체들의 노력이 계속되고 있다.

## 1. 닭고기로의 육류섭취 변화

계육업계에 반가운 일은 지난해부터 불어닥친 웰빙의 열풍으로 육류섭취의 트렌드가 점차 선진국형 육류인 닭고기로 이동하고 있다는 점이며, 이는 침체기의 육가공 시장에 있어서 매우 고무적인 일이라 할 수 있다. 비만 등 성인병 유발인자로 지목되는 적색육의 소비를 기피하고, 고단백질 공급원인 백색육 닭고기로의 이동현상은 육류 소비가 오랜 서구 선진국에서 나타나는 공통적인 추세이다. 돼지고기에서 닭고기로 이동하는 육류 소비경향은 국민소득이 1만 달러를 넘어서면서 나타나는 경험적 추세이며, 이미 1인당 국민소득이 1만2천 달러를 넘어서는 우리나라도 국민들의 육류 소비문화에 있어 인식의 전환을 맞이한 것이고, 이는 웰빙의 바람을 타고 더욱 가속화 할 것으로 보인다.

신선육(Fresh Meat)은 생산시점부터 균에 노출될 수 있기 때문에 가공, 보관, 유통방법이 매우

중요하다. 이러한 신선육은 냉동, 가열, 건조, 식염처리 등으로 저장성을 높일 수 있다. 초기 가공산업은 변질과 부패방지에 중점을 두어 발전하였다. 근대적 의미의 육류가공은 제1차, 2차 세계대전을 겪으면서 정착된다. 애초 전쟁수행시 비상식량으로 제조되었던 가공식품은 화학첨가제 사용, 효소처리법 등 가공기술의 발달에 따라 그 저장성을 향상시킨다. 더욱 향상된 저장능력은 식중독 위험으로부터 소비자를 보호해 주며, 자원의 보존으로 국가의 경제적 손실을 방지하는 역할을 수행한다.

저장성 못지않게 부각되는 육가공의 강점이 간편성과 다양성이다. 최근 우리나라도 사회가 발전함에 따라 여성의 사회적 진출이 활발해지고 있다. 이는 가정에서 주방이 좁아지는 대신 가공공장을 넓히는 결과를 초래한다. 그만큼 가공식품은 가정에서 조리해야했던 기존의 노동시간을 줄여주어 여성의 자아실현과 국가 경쟁력 재고에 이바지하는 한편, 건강하고 윤택한 여가생활을 조력하는 역할을 담당하고 있다. 주방기능의 축소는 더욱 다양한 상품을 요구하게 되고 양(量)에서 질(質)로의 변화를 추구하게 된다. 식품업계는 바쁜 현대인에

게 간편식과 영양식을 공급하도록 요구받고 있는 것이다.

닭고기를 이용한 주요 가공제품으로는 너겟, 후라이드치킨 등 냉동제품과 햄·소시지, 훈제통닭 등 냉장제품 그리고 삼계탕, 캔류의 레토르트 제품 등이 있으며, 백화점, 할인점, 대형슈퍼마켓, 편의점 등 전국 어디에서나 육가공 제품을 쉽게 접할 수 있다. 햄·소시지는 돼지고기를 이용한 제품이 보편적이지만 100% 닭고기를 이용한 저지방 햄과 소시지가 생산되어 소비자에게 좋은 반응을 얻고 있다. 백색육을 특화한 다이어트제품으로 고급화 할 수 있는 장점이 있다. 삼계탕은 보양식으로 여름철에 수요가 증가하지만 계절에 관계없이 건강을 위해 좋은 제품이다.

## 2. 웰빙의 대표식품, '닭고기'

작년에 이어 올해 우리나라 먹거리 문화에 있어서 최대의 키워드는 단연 '웰빙'이다. '삶의 질'을 추구하며, 자신에게 투자하고 스스로를 관리하는 일명 '몸 프로젝트'가 급속히 확산되고 있다. 웰빙족은 물질적 가치나 명예를 얻기 위해 정신없이 질주하는 삶보다는 신체와 정신이 건강한 삶을 행복의 척도로 삼고 이를 추구한다. 그들은 친환경 농산물과 콜레스테롤 저하식품, 섬유질·고칼슘·고농도의 프리미엄급 식음료, 그리고 저 열량의 치킨 샌드위치 등 건강한 패스트푸드를 선호하고 있다.

육가공 시장의 소비트렌드도 과거 돈육 일색이던 햄·소시지 시장에서 최근 저지방육인 닭고기와 콩을 원료로 한 신개념의 제품



들로 무게 중심 축이 기울고 있다. 최근 유행병처럼 번지고 있는 다이어트 열풍이 있다. 20kg 감량에 성공한 연예인 옥주현의 '닭가슴살 다이어트'. 그녀가 한창 다이어트 할 때는 고구마와 닭 가슴살로 끼니를 해결했다고 한다. 한 인터넷사이트 조사결과 옥주현은 날씬한 몸짱의 대명사로 불리우던 전지현, 이효리를 제치고 여성몸짱 1위에 올랐다. '윤사마' 배용준도 '몸짱 프로젝트'에 돌입하여 닭 가슴살과 맨밥만 먹었고, '테리우스' 신성우는 닭가슴살 다이어트로 3개월에 13kg을 감량했다는 보도가 있었다.

맛있는 부위로 '닭다리'와 '똥집(?)'이라는 통념은 더 이상 신세대들에게는 통하지 않는다. 그들의 주요 소비행태는 닭가슴살로 바뀐지 오래다. 실제로 하림의 홈페이지 게시판에는 닭가슴살을 어디에서 구매해야 하는지 문의가 최근 봇물처럼 쏟아지고 있다. 이렇듯 몸을 생각하는 몸짱족과 웰빙족들은 양질의 음식을 위해 비싼 가격의 지불은 기꺼이 할 수 있으며, 이러한 웰빙형 상품은 가격이 비싸고 높은 이윤창출이 가능하여 고부가가치의 식품산업으로 분류된다.

웰빙에 부합하는 닭고기 가공제품으로 지방함량을 급격히 낮춘 하림의 '챔' 시리즈가 있다. '챔' 시리즈는 지방 함량이 2.9%인 저지방 햄으로 100% 국산 닭고기 가슴살로 만들었다. 또한 발색제·방부제 첨가 대신 국산 신선육 닭고기를 급속 냉동한 하림 '후로엘'의 경우 최근 논란이 한창인 아질산염 등의 발색제나 방부제를 전혀 사용하지 않은 프리미엄급 햄이다. 특히 신선육 상태에서 햄으로 가공해 냉동

에 들어가기 때문에 오히려 단백질의 결집력이 생겨 품질유지는 물론 영양적 가치도 미생물 증식에 의한 변질을 예방할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 동일 조건의 신선한 원료육을 사용해 가공하면 소비자 구매시점에서는 품질과 영양 보존면에서 품질이 매우 우수하게 된다.

그동안 우리나라의 가공육제품은 저장성과 가격면에 중점을 두고 성장해왔다. 제품의 보존성 및 고기 고유의 색상유지나 세균의 억제에 위한 보존료와 아질산나트륨 등 첨가제를 사용하는데, 최근 아질산나트륨에 대한 논란이 점차 확대되어 이의 대책이 시급하다. 하림의 하얀속살 제품 중 프리미엄 제품은 무 첨가제품의 대표격으로 건강을 중시하는 웰빙형 제품이다. 소비자의 선택은 언제나 올바르게 인식의 깊이 하여 소비자의 취향에 적합한 특성있고 품질 좋은 제품의 개발이 필요하다.

우리나라도 식량(主食)의 중심축이 쌀 중심의 탄수화물에서 고기중심의 단백질로 급속히 변화하고 있다. 쌀은 더 이상 주식이 쌀이 아니라는 것은 급격한 쌀 소비 감소의 현실을 보면 알 수 있다. 10대와 20대에게 더욱 그렇다. 우리나라 사람들의 입맛은 더욱 다양해졌고, 특히 칼로리가 적은 동물성 단백질위주의 식단이 가까운 장래에 주를 이룰 것으로 전망된다. 그런 면에서 닭고기 가공업체의 역할과 중요성은 더욱 확대될 것이다. 가공 산업이 국민의 건강과 행복증진에 점차 중요한 역할을 수행할 것이므로 식품업체는 이에 철저히 대비하고 혁신해야 한다. C

김 용 호  
(주)하림 기획조정실

