

닭고기 소비 고급화될수록 제조공정 증가한다.

□ 정리 / 김용화 부장

「본고는 지난 29일 미국대두협회와 한국계육협회가 공동으로 주관한 닭고기 위생 및 계육가공 세미나에서 닭고기의 마리네이팅 공정에 대한 강연차 내한한 미국 타이슨사 선임 식품연구원인 이상균씨와 10월 2일 조신포탈에서 만나 미국육계업의 근황을 통하여 한국육계업의 전망과 과제를 진단해 보기 위해 나눈 대화를 정리한 것이다.」

— 편집자주 —

▲ 미국 육계업의 최근 동향은?

△ 이상균 : 이미 아시는 바와 같이 미국의 닭고기 소비는 매년 증가를 하여 오고 있습니다. '90년대에 들어 연간 1인당 소비량이 30kg를 넘고 있는데 금년은 곡물가격의 하락으로 육계업이 경쟁력이 강화되어 소비에 있어서도 호황기를 맞이하고 있다고 볼 수가 있습니다.

미국의 닭고기 소비는 가공상품이 주류를 이루고 있기 때문에 최종 소비자 가격의 변동은

거의 없는데 특징입니다.

계열화 사업의 안정으로 닭고기 가공품을 생산하는 업체들이 생산비가 낮아진 만큼 상대적으로 이익이 높아지기 때문에 활기를 띠며 공급에 열중하고 있다고 보는 것이 옳을 것 같습니다.

▲ 아시아 및 중남미의 경제난으로 수출은 다소 부진하여 오히려 과잉생산이 되지 않았나 생각도 되는데 수출현황은?

△ 이상균 : 저는 식품가공 기술자이다 보니 미국의 현재 수출실적이나 동향에 대해서는 정확한 통계를 가지고 있지는 못합니다.

다만 미국은 국내 시장확대와 수출 도모라는 두가지 방법을 총동원하여 육계산업을 발전시켜 나가고 있는데 서두에서도 말씀드릴듯이 국내 소비는 급신장을 하고 있어 생산과잉은 그다지 문제가 되지 않고 있다고 보고 있습니다. 수출에 있어서도 아시아와 중남미의 금융 위기로 위축을 받은 것도 사실이지만 전체 수

출물량을 보면 감소하는 경향은 없는 것 같습니다.

러시아의 국내정세가 안정이 된다면 오히려 크게 증가할 것으로 보고 있는데, 러시아인들은 미국인들이 싫어하는 다크미트

(북채, 다리살)의 수요가 많아 기대를 하고 있는 것 같습니다.



△ 이상균 미국 타이슨사 선임 식품연구원겸 ASA 닭고기 가공 컨설턴트

만 실제로는 튀긴 제품의 소비는 줄지 않고 있습니다.

▲ 식품의 안전성 확보는 어느 나라나 중요한 것 같습니다. 미국의 경우는 어떤지 설명해 주시고,

최근에 도계검사제도가 업체 자율로 하도록 완화된 것이 아니냐 하는 이야기도 있는데?

▲ 닭고기 가공업에 변화가 있다면?

△ 이상균 : 미국은 닭고기를 주식으로 소비하기 때문에 한국처럼 ××치킨, △△통닭 하는 식의 유행이 없는게 특징입니다.

그러나 소비가 증가하면서 상품은 다양해지고, 공정은 더 늘어나는 변화는 있습니다. 같은 입장에서 경쟁을 해야 하기 때문에 차별화 전략상 색다른 것을 만들다 보니까 공정이 늘어날 수밖에 없는데 공정이 늘어나면 생산비가 상승하는 단점이 있는데 주로 가공육과 제품생산량으로 비용을 맞추고 있습니다.

미국인의 취향도 굵는 것 보다는 기름에 튀긴 것을 좋아하는 것 같습니다.

근자에 어느 단체가 조사한 결과로는 튀긴 제품이 줄어드는 것으로 발표가 되기도 하였지

△ 이상균 : 먼저 미국의 식품 안전성 확보는 정책적으로나 제조공정에 있어 완벽에 가까운 만큼 철저를 기하고 있습니다.

USDA가 프로그램을 만들어 그 프로그램대로 검사를 하고 있습니다.

생산부문에서는 HACCP제도에 따라 품질을 보증해야 할 책임을 지고 있습니다.

도계과정에서의 검사도 과거에는 체크하는 방식에서 이제는 한 걸음 더 나아가 문제가 발생하거나, 발생할 소지가 있어 지적이 되면 해결방법을 제시하고 조치사항까지 기록과 검사 결과를 통보하여야 합니다.

법적인 규제를 그때 그때 피하기 위해 생산에 임한다는 생각은 아예 통하지 않고 최종 생산품에 어떠한 하자가 발생하여 생산과정에 문제가 있다면 책임이 돌아오니까 애초부터 완벽

하게 HACCP제도를 그대로 따르게 됩니다.

▲ 강의하신 내용중 마리네이팅(Marinating)과 관련하여 질문이 많았는데 그 이유와 한국의 양계업을 둘러보신 소감은?

△ 이상균 : 한국의 닭고기 가공업이 생각보다 발전의 속도가 빠른 것 같습니다. 경기가 일시적으로 악화되어 어려움은 있겠지만 미국의 예로 볼 때 성장 가능성은 충분히 있다고 봅니다.

다만 미국의 경우와는 여러 가지 면에서 소비경향이 다르기 때문에 그대로 모방하여 발전시키려 한다면 성공의 확률보다는 실패의 가능성이 높습니다.

보다 한국적인 것으로 만들어 정착을 시켜야 하리라고 보여지며, 우선 한국의 육계업이 발전하려면 유통방식이 획기적으로 바뀌어야 할 것 같습니다.

생산자와 제조업체에서 소비자에게 닭고기에 대한 올바른 인식을 가지도록 지속적인 홍보교육이 선행되어야 육계업은 발전할 수 있다고 봅니다.

가뜩이나 소고기 선호도가 높은 판에 고가의 제품을 만들어 내보았자 이왕이면이라는 생각 때문에 닭고기의 소비활성화는 기대할 수가 없다고 보아야 합니다.

소비자들의 인식이 바뀌면 육류 소비패턴도 바뀌게 되므로 철저한 소비자 교육을 준비하는 것이 급선무라고 생각되며, 마리네이팅과 관련하여 질문을 많이 받은게 사실인데 제가 짧은 기간내에 살펴본 바로는 전제품을 한가지 텀블러로 작업을 하기 때문으로 보고 있습니다.

제품에 따라 부위에 따라 고유한 텀블러를 사용한다면 15%에서 25%의 주입은 그리 어려운 일이 아니라는 생각입니다.

▲ 끝으로 한국의 육계업을 위해 조언을 하신다면?

△ 이상균 : 닭고기 가공 전문분야에서 몸담고 있기 때문에 한국의 육계업계에도 많은 관심을 가지고 있습니다. 제가 생각하기로는 당분간은 미국과의 경쟁에서 여러 가지 여건상 불리한 것은 사실입니다.

특히 복채나 다리살과 같은 적색육의 경우에는 더욱 경쟁력이 없을 것입니다.

생체중이 1.4~1.6kg로는 생산비가 높아 가공분야로 볼 때에는 경쟁이 안됩니다.

미국은 생체중이 1.7kg~2.4kg로 출하를 하고 있기 때문에 경쟁력이 있다고 보아야 합니다.

이에 대한 방안이 있다면 한국의 위생수준을 높여 가슴육이나 체중이 적은 영계를 정책적으로 수출상품화 하여 정치적인 협상을 통하여 수출을 시도하는 것도 하나의 방법은 될 수 있다고 봅니다.

그러나 정치적으로 해결이 안되면 수출은 어렵습니다.

미국의 화이트미트 시장이 계속 커지고 있기 때문에 전문가를 육성하여 경쟁력이 있는 상품을 만드는 일에 전념하다 보면 경쟁력이 있는 부분을 발견할 수 있게 되며 단점이 나타나면 보완해가는 일을 반복하면 일본이나 중국 등이 인접해 있어 더욱 한국의 육계업은 무한한 성장 잠재력이 있다고 보여집니다. **양계**