

한국 도계산업 근대화에 따른 당면과제

＝ 도계시설 근대화와 관련해서 ＝

정진국

오진양행 대표

도계시설 근대화를 말할 경우 우선적으로 세계 첨단, 최식기계를 설치하는 것을 연상하는 것이 일반적인 상식이라 생각된다. 생명체인 생닭을 잡아서 닭고기를 생산하는 도계산업은 하나의 수익성을 추구하는 산업으로써 육계의 생산업인 양계업과 계육의 유통산업, 육류의 가공법 그리고 일반 소비자에게 크게 공헌하며 국민경제에 크게 이바지하는 산업에는 재론의 여지도 없는 일이다.

또한 이 도계산업의 제품은 식품이며 가공처리시에 부차적으로 생산되는 부산물의 처리를 위시해서 생닭 처리과정 중에 사용되는 생산물에 대하여도 적지않은 관심을 경주해야 할 것으로 본다.

따라서 식품위생적, 환경위생적, 그리고 병리위생 및 방역상의 측면에서 도계장의 전체적인 시설과 각종 정상의 개별적인 설비가 고려되어야 하는데 이를 일률적으로 설명한다는 것은 대단히 어려운 점이 있기때문에 문제점의식을 제기하는 것으로써 주위를 환기시켜 두고자 한다.

여기서 한가지 강조하고 싶은 것은 사람이나 가축에 대한 방역적, 환경위생적인 측면에 과다하게 치중한다면 도계산업은 위축되고 성장의 지

해를 받게될 것이다. 우리나라에서도 최초로 와서 닭고기의 소비가 증대되고 있는 추세로 발전하고 있지만 국제적으로도 저지방 고단백의 건강식으로써 쇠고기나 돼지고기 보다도 닭고기의 소비성향이 급상승하고 있음을 감안할 때 위생적인 측면보다는 식육생산 공급의 기원으로써 비중을 고려하여야 할 것으로 생각되어진다. 도계산업이 국민경제에 중요한 산업이며 특히 브로일러 산업의 핵심적인 위치에서 직결산업인 브로일러 생산업, 브로일러 및 계육 유통업, 계육 판매업과 계육의 가공 및 소비자에게 미치는 영향은 자못 크다고 볼 수 있다.

좀더 상세히 살펴보기로 한다. 일반적으로 재조 또는 가공업의 개념에서 본다면 도계사업도 생계를 직접구입하고 싹때에는 많이 사서 저장도하고, 원료의 가격 또는 원료를 확보하는 방법부터 원가절감을 염두에 두고 기업을 시작하는 것이라고 생각되어 진다. 그러나 우리나라의 도계업체 중에서 그 이유와 원인은 어디에 있든 간에 생계를 직접 구입하는 도계업체가 몇개소나 되며 연간 총생산액(또는 양)중에서 점유하는 비중은 얼마나 되는지가 의문이다.

대부분의 도계업체에서는 생계를 사본 경험이 전혀 없으며 원료확보를 위한 기업을, 그리고 원

료의 원가 절감에 대한 연구를 해본 경험이 없는 업체가 대부분인 것으로 알려져 있다.

즉 생계를 사육농가로부터 구매하여 도계장에서 위탁 도계를 한 후에 시장의 도계권, 통닭 또는 닭의 가공, 조리판매업자에게 공급하는 유통업체에서 원료의 구매권과 그 제품의 시장권을 양보해준 도계업체는 손발이 없는 기업체라 할 수 있을 것이다.

그러나 실수요자의 입장에서는 닭고기, 통닭의 질이 어떠한 간에 상당히 저렴한 가격으로 닭고기를 구입할 수가 있으므로 생계업자(시중에서 일컫는 명칭-닭유통업자라 함이 옳을 것으로 사료됨)의 공로를 아주 배제할 수는 없는 것이다. 결국 거시안적으로 그리고 질을 고려하고 사회적, 문화성을 감안 할때 바람직한 유통구조라고는 할 수 없을 것이다.

단위시간당 요구량 차이 대안

여하간 이러한 현실하에서 과연 닭수송을 위한 어리장이 필요할 것인가? 또 닭의 질병이나 생체의 감량등 여러가지 차원에서 필요한 어리장이나 그곳 청소소독기계를 누구 책임하에 어느 장소에 설치 운영해야할 것인지 생각해 볼만한 일이라 하겠다.

여기서 또하나 짚고 넘어가야할 문제는 도계장으로 출하할 닭에게 먹이를 급여하지 말아야 함에도 불구하고 이런 사례가 적지않은 것으로 알려져 있다. 이로 인한 수송기구에 미치는 문제외에 감량문제, 환경오염, 손실문제 등등 위생적, 경제적, 그리고 사회적 문제가 적지 않음을 우리는 무관심하게 지나쳐서는 않될 것이다.

시장의 요구와 필요에 따라서 이에 맞는 도계산물을 생산하여야 한다. 그러나 현재의 도계장은 완전한 시장파악과 시장의 변천이라 할까 소비자의 변화는 기초와 필요도에 대하여는 그다지 민감하다고 할 수 없을 것이다. 오로지 계속

유통업자의 요구에 의하여 작업을 하게 되므로 어느정도의 상황은 알 수 있겠지만 기업으로써의 장래에 대한 자기계획, 자기비전이 없는 상태의 도계업이 대부분인 한국에서의 도계시설을 일률적으로 근대화 한다는 것은 많은 문제점이 있으리라고 쉽게 짐작될 것이다. 단위시간내에 소요되는 닭고기의 형태별 요구량에 따라 시설의 차이는 대단하다. 즉 양적으로 시간당 1천수와 3천수의 차이는 그 장소에서 도계업을 할수 있느냐 없느냐의 영향을 미치게 된다.

닭의 높은 체온이 보관에 영향

이는 용수(用水), 용지(用地), 환경오염 문제와 관련된 시설투자의 양적 그리고 투자효율적인 문제점이 있는 것임을 이해하리라 믿는다.

또 도계된 계육을 식당이나 가정에서 직접 조리하여 식용에 공여할 닭고기와 돈육과 우유 등과 함께 어떤 제품을 만들 경우 도계공정의 내용에 차이가 오게된다. 따라서 그 시설에도 상당한 차이가 생겼다.

실례로 도계공정 중에서 탕적기가 있는데 이 탕적기의 온도가 60℃, 55℃, 50℃의 세가지가 있고 이 온도의 차이와 기능에 차이가 있는 것이다. 따라서 자기 상표를 내세워서 현재 그리고 장래에 어느 시장을 어떻게 자기가 점유할 것인가에 대한 목적 설정이 체계화 되어있지 않는 현재의 위탁 도계업에는서 이러한 상식적인 방향 감각이 없는 상태에 있는 기업의 기반구축은 지연되게 매력적이고 실패 또한 면치 못할 것이다. 그리고 닭의 체온이 대단히 높다는 점이다. 이러한 닭이 도계되었을때 내장의온도는 약 35℃가 된다. 이 도체의 내부와 외부에는 대단히 많은 세균에 오염되어 있다.

따라서 이 도체의 내부-외부를 얼마나 잘 세척하느냐 하는 것은 보관에까지 연관이 되며 그 품질에도 중대한 영향을 미치는 것이다.

이 35℃의 도체를 수냉식 또는 공냉식으로 냉

각하여 4℃ 내지 10℃ 까지 (도체의 중심온도) 예냉을 시켜 포장해서시장에 출하하게 되는 것이 원칙이며 이러한 처리를 거친 물건이라야 시장에서 판매기간이 길어지고 소비자가 상하지 않는 닭고기를 먹을 수가 있는 것이다. 냉각공정을 거치지 않을 경우, 얼마전 TV방송에서 보도된 바 있지만 닭고기가 상해서 냄새가 나게되고 이 냄새를 없애기위해서 하이타이로 씻고 또 이런 세제로 세척하다. 보니 표면 빛깔이 변질되어 이것을 가장하러 황색염료로 염색을 해야 하는 악순환의 연속이 계속되어지는 것이라 하겠다.

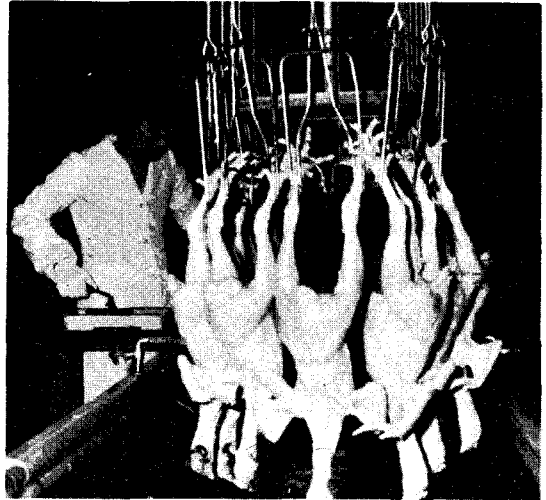
예냉은 품질에 막대한 영향

몇년전 저장하던 닭고기가 상하여 사회적인 문제로 대두된 적이 있다. 이것은 예냉설비의 부재에서 온 결과이다. 실제로 이에냉기가 개인 기업이나 국가적 차원에서 보아도 돈을 낼 수 있게 해주는 기계임을 인식하지 못하고 있는 사람들이 많다.

이 예냉설비에는 공냉법과 수냉법이 있으며 서구에서는 대체로 공냉식과 수냉 후 공냉시키는 두가지 방법을 사용하고 있으며 그밖에서는 주로 수냉법을 사용하고 있는 것으로 알려져 있다.

이상과 같이 예냉공정은 대단히 중요한 공정임에도 불구하고 그설비나 운영에 소홀함은 도 산업계의 영세성과 기업적 자세나 기업이념과도 전혀 무관한 것만도 아니다. 당국에서도 좀더 연구해야할 과제라고 생각되어진다.

포장문제 또한 도체의 예냉공정중 품질에 중대한 영향을 미치지만 포장물의 형태에서도 문제점은 있다. 도체의 다리, 머리, 목이 있느냐 없느냐에 따라 포장의 문제가 달라지고 더 중요한 것은 내장을 추출하지 않은 도체의 시판이 이루어지지 않고 있다는 점과 이의 포장 시판은 식품위생적인 측면에서도 적지않은 문제점이 내포



하고 있음을 지적하고자 한다.

닭고기 소비시장 세계무대로

어떻든 현재 농촌인구는 21%이다. 이것이 사실이라 볼때 브로일러산업은 전인구의 79%에 닭고기를 공급하는 산업으로써 국민경제의 점유위치는 상당히 높히 평가되어져야 함에도 불구하고 그 실태는 정반대 현상을 초래한다.

이제 우리는 브로일러산업에 종사하는 사람과 유관되는 관계기관은 목전의 이익을 내세우지 말고 거시안적으로 사태를 관찰, 분석하여 21세기에 대처하는 산업으로 성장, 발전시켜야할 때가 왔다고 생각되어진다. 이르기 위해서는 민간업계, 학계, 공공기관이 서로 협력하여 사료의 공급유통제도, 종계등 브로일러 산업의 유통구조와 이 제도 등이 대폭정비되어져야할 것으로 생각한다.

이제 닭고기가 한국국민만을 상대로 소비전략을 세울 것이 아니라 전세계를 무대로 소비시장 확대에 전심전력을 다해야 할 것이다. ▮