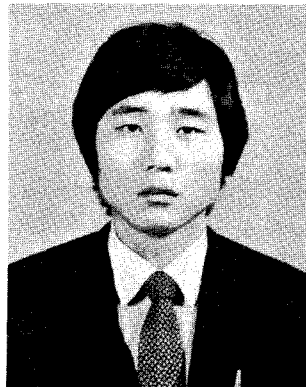


계산물을 이용한 가공식품의 개발이 시급하다



민 병 호

현대식품신보사 기자

창간 17주년을 맞은 「월간양계」지의 무궁한 발전과 건투를 빈다.

그동안 양계산업 발전을 위해 사양, 질병, 기술 정보 등 양계인의 권익옹호를 위한 대변지로 성숙된 모습을 보여주고 있다.

우리나라 양계산업은 60년대에서부터 시작 70년대 중반부터는 본격적인 양계업으로 정착하여 전업기업으로 성장하면서 69년 11월 「월간양계」지가 창간되어 질적, 양적으로 양계산업은 발전해 왔다.

특히 국민건강생활 면에서 값싸고 양질의 동물성 단백질을 공급하게 됨에 따라 「월간양계」지는 17년이란 양계업의 반생을 지켜왔다.

오늘날 「월간양계」지가 37만 양계농가, 업계와 호응을 같이 할 수 있는 것은 편집진의 노력과 양계인, 업계의 아낌없는 성원에서 그 맥을 함께하고 있다.

우리나라의 양계산업은 아직도 선진외국에 비해 시설, 기술 면에서 낙후되어 있음은 그 어느 때보다 「월간양계」지가 양계농가에 촉매제 역할이 절실히 요구되고 있다.

이는 영국의 문호 셰익스피어가 말했듯이 “근 궁한 사람에게 마시게 할 약은 오직 「희망」뿐이며, 부유한 사람에게 마시게 할 약은 「근면」뿐이라고” 말해 우리 양계농가에 필요한 당면과제를 「월간양계」지를 통해 전달하는 매체로 보다는 성숙된 모습으로 독자들의 사랑을 받아야 할 것이다.

우리나라 양계업에 종사하는 이는 「월간양계」의 끝임없는 노력에도 불구하고 타축종업에 비해 단결, 응집력이 부족한 면을 보여주고 있어 과거 축산업의 기수였던 양계업이 이제는 타 축산업에 이꼴려가는 수모를 당하고 있음은 어느 누구도 부인할 수 없는 현실이다.

이에 따라 계산물의 불안한 생산기반이 조성되어 가격불안정, 전근대적인 유통구조로 인한 소비위축에 따라 양계산업의 고질적인 병폐로 등장하게 되었다.

양계산업은 6천억원의 시장규모를 10여년 전의 부업형태에서 전업, 기업농으로 전환 격세지감을 느낄 수 있다.

75년 1백만호의 농가가 2천6백만수의 닭을 사육, 평균 가구당 26수였던 것이 10년이 지난 85년도 36만7천호의 농가에서 5천만수의 닭을 길러 평균 가구당 닭사육수수는 1백30수 규모로 확대 양계농가는 3분의 1로 줄고 사육수수는 5배로 늘어 양계산업의 점차 전업형태로 전환되고 있는 것을 볼 수 있다.

이러한 양계산업의 발전은 「월간양계」지의 사양, 기술정보 보급에 힘입어 능률적이고 경제적인 경영이론을 실제에 이요하도록 유도하는 한편, 경영분석을 통한 양축가로부터 원가절감효과도 가져왔다.

이와 함께 「월간양계」지는 국민 체위향상을 위한 계란 닭고기의 우수성을 홍보하는 등 소비홍보 사업에 일익을 담당하여 양계산업 발전에 지대한 관심과 애착으로 기여해 왔다.

하지만 양계산업의 구조적인 형태로 인한 「월간양계」지의 힘에 못미치는 여러가지 난제도 있어 앞으로 이 부문에 적극성을 갖고 대 양축가에게 이해와 협조로 양계산업 발전의 기수역을 더욱 더 관심을 갖고 해야할줄 안다.

그러나 여기에는 행정적 뒷받침과 양계인, 업계가 일심동체가 되어 양계산업 발전에 다각적인 방법을 모색, 하나의 결정체를 만들어 양계산업 발전에 새로운 전기를 만들어야 할 것이다.

이렇게 볼 때 「월간양계」지의 역할은 과거 어느 때 보다는 그 사명이 막중하여 새로운 정보제공과 국제경쟁력을 감안한 경영전략 등에 대해 보다는 많은 지면을 통한 정보전달에 주력해야 할 것이다.

최근 농수축산물의 시장 개방압력과 수입상품이 홍수처럼 밀려오는 것을 감안한다면, 머지않은 장래에 계산물도 수입이 개방되지 않는다는 보

장은 없다.

이에 따라 계산물을 이용한 가공식품의 개발이 시급한 실정이다.

우리나라 육가공제품은 거의가 돼지고기를 이용한 제품으로 그 종류와 질적향상이 개선될 전망으로 보여지고 있다.

즉 제일제당, 롯데햄, 진주햄 등 육가공업체들은 값비싼 원료육으로 제품을 만들어 적자를 면치 못하고 있어 지난해 만도 10~20억원의 적자를 보았고 금년에도 적자폭은 줄어들지 않을 것으로 보인다.

따라서 육가공업체들은 값싸고 단백질등 영양소가 골고루 들어있는 닭고기를 이용한 육가공제품을 개발, 시판에 나섰다.

올해 처음으로 롯데햄이 「치킨비엔나」 「도시락 원나」 등을 생산하면서 제일제당 진주햄 등 육가공업체들은 닭고기를 최고 60%에서부터 13%까지 사용해 제품을 만들어 질적개선과 닭고기소비촉진은 물론 원가절감효과도 가져왔으며 소비자들기호에도 좋은 반응을 얻고 있다.

닭고기의 우수성은 전 세계적으로 입증되고 있어 미국에서도 금년말에는 쇠고기 소비량을 능가할 것으로 보여 닭고기의 소비는 계속 늘어날 전망이다.

하지만 우리나라 식습성은 아직도 쇠고기 돼지고기 닭고기 순으로 나타나 선진 외국의 육류소비 패턴과는 시기상조임을 알아야 할 것이다.

우리의 식성에 맞는 닭고기, 계란에 대한 요리 개발과 가격, 영양의 우수성을 「월간양계」지는 협회를 중심으로 홍보에 박차를 가하는 동시에 생산수금조절에 필요한 정확하고 신속한 정보를 다각적으로 독자에게 공급해야 할 것이다.

또한 양계산물도 타 축산물과 같이 공판장을 설치, 생산자와 소비자 간의 격을 줄이는 방법도 모색함이 바람직할 것으로 보인다.

생산경영이 고도화 될수록 더욱 알찬 내용의 사양·질병·기술정보를 생산자, 업계에 전달해야 하는 임무는 「월간양계」지의 사명이며 책임인 것이다.

또한 양계산물의 유통개선으로 소비증대에도 새로운 방법을 제시해 선진화에 앞장서야 할 것이다.

이처럼 「월간양계」지의 양계산업 발전에 차지하고 있는 매체로서의 위치는 또다른 의미를 부여하고 있으며 양계협회에서 발행한다는 점에서 크게 관심을 갖고 있다.

그것은 생산물이 제값을 받을 수 있도록 위생계란, 닭고기를 등급화하여 품질개선에 월간양계지와 양축가들이 앞장서 다가올 88서울올림픽 등 각종 국제행사에 대비한 양계업계의 자구책을 스스로 찾아야 할 것이다.

「월간양계」지는 양계업의 대부(代父)역을 해 온 사실만으로도 우리나라의 양계업에서 없어서

는 아니될 만큼 자리를 구축 전문지로서의 역량을 유감없이 발휘하고 있음이 이를 뒷받침하고 있다.

이와 함께 「월간양계」지는 양계인과 동거동락하며 희노애락을 영원히 같이 할 수 있는 매체로 양계인의 권익옹호의 대변지로 끝없는 노력과 발전을 당부하고 싶다.

또한 「월간양계」지는 모든 양계인이 주인의식을 갖고 다같이 노력하는 매체로 거대한 꿈과 희망을 실은 전체 양계인의 응집된 하나의 덩어리가 되었으면 하는 바램이다.

양계산업의 역사속에서 숨쉬고 있는 「월간양계」지의 번영과 양계인의 무궁한 발전을 기대해 본다.

■ 구 입 품 목

1. 육계, 종계, 노계 2. 갈색노계 3. 백색노계

■ 알 선 업

1. 중추 2. 대추 3. 환우계 전문취급

구구유통센터

귀농장에서 노계를 도태할때 중·대추가 필요할때 환우계가 필요할때 찾아주시면 감사하겠습니다. 금반 뜻있는 서울상인과 지방상인들이 합심하여 아래주소에 장소를 개설하고 주야 대기하고 있어야오니 적극 협조주시기 바랍니다.

주 소 : 서울시 동대문구 신내동 323번지
전 화 : 494 - 6574 · 6575