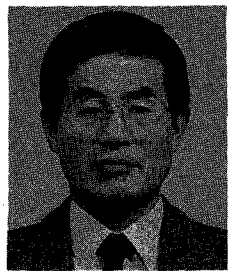
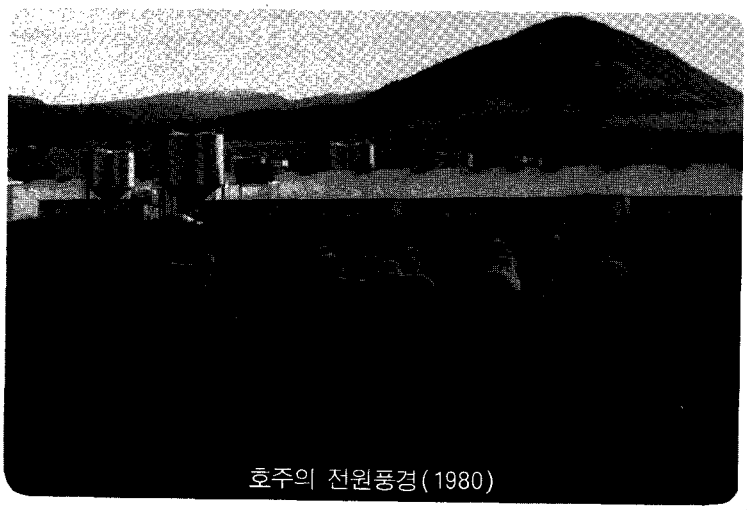
수직계열화된 육계산업



유 병 현
마니육종 사장



호주의 전원풍경(1980)

1. 생 산 량

호주의 육계산업의 규모는 소비자 가격으로 5,500억원으로 초과하여 농가 반출가격 기준으로는 4,000억원에 달하여 호주농업에서 제6위로 중요한 산업이다. 육계산업은 언제부터 집약적인 생산체계로 시작되었는지 공식적인 기록이 없어서 알 수 없으나 1950/51년도에는 브로일러생산이 3백만수에 불과했으나 지금은 3억수가 도계되고 닭고기로는 45만톤이 생산되고 있다. 육계산업이 호주의 다른 축산업 분야에 비하여 그 역사가 짧지만 1970년, 80년대에 지속적인 성장을 했고 지난 5년간에만 해도 총생산액이 60%나 신장되었다.

2. 소 비 량

지난 20여년간 육계산업이 급성장한 결과 현재 1인

당 닭고기 소비량은 27kg에 달하며 1980년대에 30%의 증가를 보였다. 이 소비수준은 양고기(23kg)나 돼지고기(17kg)보다 많고 쇠고기 소비량(39kg)에 접근하고 있다.

따라서 호주의 식단에서 다른 식품, 특히 정육에 비하여 그 비중이 크게 높아졌으며, 편의식품이 점차 더 중요해짐에 따라서 그 원료로 가장 많이 이용되는 닭고기의 소비도 상대적으로 더 증가할 것으로 예상된다.

호주가정에서 식생활이 차지하는 부분은 소득의 17%로 거의 일정하며, 식품의 종류(곡류, 육류, 야채류 등)별 지출비율도 큰 변화가 없으나, 육류 총 소비량중에서 각 축종이 차지하는 비율은 상대적인 가격, 소비자의 기호 및 선택의 영향을 받아서 많은 변화가 있는데, 특히 쇠고기 공급이 수출시장 및 생산지의 기후조건 등으로 큰 변동이 있을 때는 닭고기의 소비량도 많은 영향을 받게된다.

3. 생산구조

교계장에서의 칼모광경(1952)

호주의 육계산업은 대체로 수직계열화 되어 있어, 계열회사에서는 육종농장, 종계장, 부화장, 사료공장, 도계장 및 일부 육성농장을 소유하고 있으며, 육종에서 육성, 도계, 유통에 이르기까지 치밀한 계획에 따라 운영되고, 단계마다 정확한 생산비가 산출된다.

현재는 두개의 계열회사에서 육용계 초생추의 약 50%를 공급하며, 시판되는 브로일러의 반이상을 도계하고 있다. 나머지 중에서 43%는 중간 규모의 5개 회사에서 차지하고 있다.

육계의 75%는 1,000여개의 양계농가에서 계열회사와 계약하여 사육하고, 나머지는 계열회사 자체의 대규모 농장에서 사육되고 있다. 전형적인 가족중심의 양계농가의 농장은 6만수 규모로 연간 20~30만수의 브로일러를 생산한다.

대부분의 농가는 자동화 평사시설에서 고밀도 사육을 하고 있는데 계사형태는 기후가 따뜻한 지역에서는 자연환기가 되는 개방식 계사, 기온이 비교적 낮은 지역에서는 환경이 조절되는 무창계사로, 지역별로 다양하다. 농장의 위치를 선정하는데는 사료공장까지의 거리(50㎞ 이내), 급수원, 전력의 공급, 대형차량이 출입할 수 있는 도로, 노동인력, 시설을 보수하는 서비스 및 수의사의 유무 등이 고려되고 있다.

육계산업에 투입된 자본은 약 3,300억원으로 추정

되며 지극히 자본 집약적인 산업이기 때문에 산업이 안정되고 경기가 예측되지 않으면 사업을 확장하기 위한 증자가 거의 불가능하다. 현재 육계산업에 직접 고용된 인원은 전국적으로 12,000~15,000명으로 1일 도계수수 1,000수당 4명이 약간 넘는다.

직접고용 뿐 만 아니라 농업기계, 냉동시설, 건축, 동물약품, 포장 및 운수업 등도 육계산업의 영향을 받으므로 간접적 고용효과도 크다.

육용계 배합사료에는 밀, 수수, 육분 등이 주원료가 되는데 연간 50만톤의 밀이 소요되며, 육분 총생산량의 75%는 브로일러 사육에 이용되고 있다.

육계생산지는 소비자 밀집지역, 즉 각주의 수도 주변에 근접해 있는데 이는 주로 소비처, 사료공장, 도계시설까지의 수송이 용이하기 때문이다.

그러나 양계농장이 도시 근교에 밀집되어 있어 그 지역 관공서의 관여를 많이 받고, 도시계획 및 주거환경, 자연보호라는 측면에서 여러가지 문제가 야기되고 있으며, 시간이 지남에 따라서 사육농장이 더 교외로 옮겨갈 수 밖에 없을 것이다.

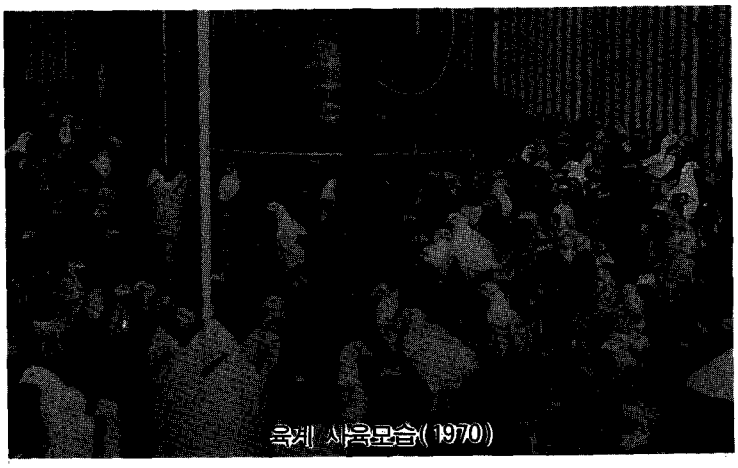
4. 도 계 장

계열회사의 도계장은 계열체계의 다른 생산분야와 마찬가지로 소비시장이 가깝고 노동인구가 있는 지역에 설립되어 거의 대부분이 주 수도 반경 50㎞ 이내에 위치해 있다.

따라서 수송비, 인력수급, 생산에 필요한 서비스 측면에서 유리한 점이 있으나 교외에 있는 주거지역이 팽창함에 따라서 도계장에 점차 접근하므로, 도계장 생산시설을 확장하는데 제약을 받고, 폐수처리문제, 폐기물 제거 비용, 닭을 주거지역으로 수송하는 문제, 소음 및 분진 등으로 심각한 문제가 되고 있다.

그럼에도 불구하고 도계장을 옮기기 어려운 것은 계열화 사업의 성격, 특히 도계장의 신축비용이 엄청나기 때문이다. 그 예로 시간당 8,000수를 도계하는 공장의 설립비용은 45억원이며, 주 30만수 생산하는 사업에 필요한 사료공장, 종계장, 부화장, 사육계약 및 도계에 소요되는 고정비 및 운영비는 약 250억원에 달한다.

현재의 경향은 도계장을 옮기는 것 보다는 기존 도계장의 생산성을 높여서 수요의 증가에 대응하며, 도계장에서 사용하는 물의 절약,


육계 사육모습(1970)

도계장 작업광경(1980)

폐수처리 및 재활용, 교대근무에 의한 가동율 향상 등의 방향으로 생각하고 있다. 그러나 생산이 더욱 확대되고 계열생산체계의 모든 분야에서 새로운 단지가 수립되어야만 하는 단계에 이르면 도심에서 멀리 떨어진 지역으로 옮겨질 가능성이 있으며, 이렇게 되는 경우에는 소비시장에서 멀다는 점보다는 저렴한 사료비, 환경문제의 해결, 안정된 노동력의 확보 등이 더 유리한 점으로 중요시 될 것이다.

육계산업의 발전과정을 통하여 닭고기 가격은 다른 육류에 비하여 상대적으로 훨씬 낮아졌는데, 이와같이 가격경쟁에서 앞서게 된 주원인은 도계장의 점진적인 자동화에 있다.

1962년에는 시간당 6,000수 처리하는 도계장에서, 생계취급에서 제품 수송까지 300명을 고용하였으나 이제는 그 인원이 120명으로 감소하였다. 실제로 노동효율의 증가는 고용인원의 변화에서 보는 것보다 더 두드러진데, 그 이유는 그 기간 중 제품이 다양해졌고, 냉장육의 비중이 높아지고, 각종 부분육이 생산될 뿐 아니라 제품의 규격이 엄격해짐에 따라 전반적인 위생, 청결, 품질관리 등에 소요되는 인원이 증가했기 때문이다.

아직도 자동화로 생산효율이 개선될 여지가 많은 부문은 등급, 계량, 절달 및 포장으로, 전자 및 컴퓨터 기술의 발전이 도계장 생산체계에 크게 기여하게 될 것이다.

5. 유 통

대기업 계열회사에서는 여러가지 상표로 닭고기를 유통하고 있으며, 소규모의 도계장들도 그들 고유의 상표를 붙이거나, 경우에 따라서는 아무런 상표도 없이 닭을 판매하는 경우도 있다. 닭고기가 유통되는 소비처는 수퍼마켓, KFC 같은 편의음식 체인점, 닭고기 전문점, 단체식당, 음식점, 백화점, 정육점 등이며 일반적으로 수퍼마켓에서는 냉장육과 아울러 냉동육과 부분육을 판매하며, 점차 가공, 조리된 닭고기도 취급한다.

유통방법은 지역이나 대상에 따라서 다양하며, 냉동닭고기는 독립적인 유통회사 또는 수퍼마켓 본사 창고를 통하여 수퍼마켓에 분배된다.

개인적인 배송업자가 소규모 음식점이나 점포, 계열회사가 직접 상대하기 어려운 지방도시 등에 냉동닭고기를 배달하며, 경우에 따라서는 적은 물량의 냉장육도 취급한다.

주요 계열업체는 자체의 유통망을 운영하는데 회사 소유의 차량 또는 운전자 소유차량을 이용한다. 점차 냉장닭고기와 가공제품의 수요가 증가하기 때문에 대부분의 회사는 1일 단위로 공급하고 있다.

전국적으로 모든 닭고기 품목을 포함하면 약 70%는 냉장육으로, 30%는 냉동육으로 공급되나 이 비율은 소비시장에 따라서 또 계열회사에 따라 상당한 차이가 있다.

6. 광 고

계열화 업체에서 일부 닭고기에 대한 광고를 하고 있으나 제한되어 있고, 선전은 주로 수퍼마켓 (닭고기 소매가격 위주)과 편의식품 체인에서 많이 하고 있다. 이처럼 양계업계가 전체적으로 광고매체를 이용해서 선전하지 않는데는 다음과 같은 이유가 있다.

즉, 닭고기 소비량은 역사적으로 닭고기 소비자가격의 영향을 주고 받으며, 앞서 말한대로, 육류중에서 닭고기가 차지하는 비율은 다른 육류의 수급상황과 연관해서 변한다는 사실이 잘 알려져 있기 때문이다. 그러나 각 도계·가공회사는 소비자의 기호에 맞추어 포장부분육, 가공제품 등 여러 형태의 닭고기 제품을 개발함으로써 닭고기 소비를 촉진시키려고 노력하고 있다.

7. 단 체

호주의 육계산업에 직접 관련된 기구로는 주요 계열주체의 모임인 호주육계산업협회(APIA)와 계약사육농가의 모임인 호주육계사육자협의회(ACGC)가 있다. APIA는 1967-68년 육계의 과잉생산으로 업계가 불황에 빠져 있을때 사육수수를 조절하여 이 위기를 극복할 목적으로 1968년에 설립되었으며, 지금도 월례회의를 통하여 육계산업의 사활과 효율에 관한 문제는 그 회의 즉석에서 결정하여 집행하는 막강한 협회이다.

ACGC는 1967년에 설립되었으며 계열회사에 대응하여 계약사육비의 협상 등 계약사육농가의 이익을 대표하고 있다.

8. 결 론

호주의 육계산업은 소수의 수직계열화 회사에서 지배적인 역할을 하고 있으므로 생산, 도계, 유통에 이르기까지 그 체계가 확립되어 있고 수요에 따른 계획적인 생산으로 업계가 비교적 안정되어 있다.

두 회사에서 50% 이상의 시장을 점유하고 선도적 역할을 하고 있으며, 한편으로는 서로 시장을 확대하기 위하여 치열하게 가격경쟁을 하면서도 다른 한편으로는 과잉생산으로 인하여 산업이 불안정해지는 것을 사전에 방지할 수 있도록 협조할 뿐 아니라, 타육류와의 경쟁, 기술개발, 동물복지, 환경문제 등 육계산업 전체가 당면한 문제를 해결하기 위하여 같이 운영하는 강력한 협회를 가지고 있다. 호주에서는 닭고기 수출이 생산량의 2% 미만으로 중요하지 않으며, 아직은 닭고기가 수입되지 않기 때문에 육계산업은 한정된 시장에서 타육류와 경쟁해야 하는 위치에 있고, 이 경쟁을 통하여 발전하고 있는 것이다.