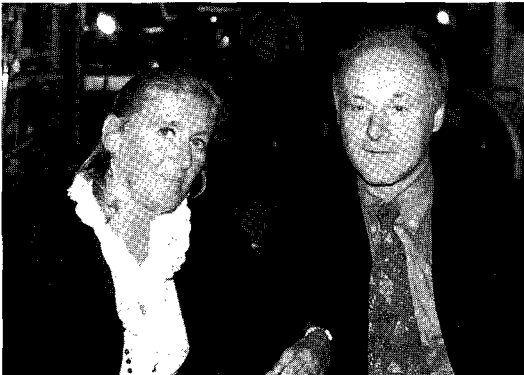


외국 참가업체가본 '97한국양계박람회

한국의 양계는 유럽보다 좋은 여건을 가지고 있다.

- Ulrich Ebmeyer (PRIX사 대표)
- 번역 : 차상복 사장 (세성상사)



△ Ulrich Ebmeyer PRIX사 대표와 부인

먼저 '97한국양계박람회의 성공적인 축제를 위하여 성원해 주신 사양가 및 유관 기관 업체에 감사드리며 이렇게 지면을 통해서 또 한 번 인사드리게 된 것을 영광으로 생각한다.

세계에는 수많은 박람회가 매년 개최되고 있으며 양계 박람회만도 그 종류가 다양하다.

세계 여러나라에서 개최되는 박람회에 참관해 보면 장소와 지역에 따라 박람회에 전시되는 제품은 같으나 각 나라별로 고유한 문화 정신을 바탕으로 주최국민의 독특한 냄새를 풍기고 있다는 것을 실감하게 된다.

필자는 이번 박람회를 통해 보고 느낀 한국 양계박람회만의 고유한 특성을 나열하고자 한다.

첫째는 홍보관에 진열되어 있는 한국 고유의 닭 품종과 과거에서 현재에 이르기까지의 한국 양계의 역사를 보여줌으로써 원로 양계인들에게는 과거의 회상을 불러일으키고 젊은 양계인이나 소비자에게는 한국 고유의 전통과 풍습이 있다는 역사를 가르침으로서 뿌리의 근원을 찾을 수가 있었다.

팔자도 유럽에서는 볼 수 없는 한국 토종닭이 산란하는 독특한 모습을 관심있게 지켜보았다.

둘째는 소비를 촉진시키기 위한 각종 요리 솜씨 행사 등을 방송매체를 통해 홍보함으로써 소비자들을 박람회장으로 끌어들이려는 노력이 대단하였다는 것을 느꼈다.

생산은 소비를 촉진시킴으로써 생산의 이윤을 추구하여 보다 나은 생산품을 원활하게 공급할 수 있도록 유도하는 것이며 가장 근본적인 것은 어떻게 소비자를 자극시켜 소비의 촉진을 추구할 것인가하는 대목인데 이번 박람회는 근본 취지를 충분히 발휘하였다고 평가하고 싶다. 이는 어느 한 단체의 몫이 아니고 양계에 관계하는 모든 사람들의 중요한 사항인 만큼 이 부분은 박람회가 끝난 후에도 지속적으로 투자해야 될 부분인 것 같다.

셋째는 사양가와 판매회사들의 유대관계이다. 팔자도 5년이 넘게 한국에서 영업을 하고 있으나 유럽에서 느끼지 못하는 끈끈한 인간의 정을 토대로 상거래가 이루어지고 있음을 느낀다. 물론 유럽도 전혀 판매자의 인간성이 배제되는 것은 아니지만 유독 한국의 시장은 그러하다. 한 예로, 영업을 위해서 한국의 대리점 업체와 동행하여 한 지역에 가면, 영업이 끝난 후에는 사양가 분들과 같이 식사를 하면서 말

한마디가 오갈 때마다 웃음 짓는 모습은 영업을 하기보다는 서로를 알기 위해 만나는 것 같다.

박람회장에서는 사양가가 영업 사원인 것처럼 타제품의 장점을 찾아서 제조 회사와 장단점을 토론하는 모습은 참으로 아름다웠다.

다만 양계 박람회 성공은 어느 한 사람의 노력에 따른 것이 아니고 양계에 종사하는 모든 사람의 협력에 좌우된다 생각한다.

양계에 종사하는 사람들의 단합이 없이는 큰 힘을 발휘할 수가 없듯이 모든 힘의 근원은 우리에게 있다고 생각한다. 필자가 처음 제1회 양계박람회에 참석했을 때보다는 점점 규모가 축소되고 관심도는 많이 떨어진 느낌이 들었지만 그 이유는 판매회사, 유관기관, 사양가들이 처음 외국에서 수입하는 자동화 설비의 설치가 한국 양계 사업이 갖고 있는 모든 부산물을 제거하고 오직 무지개 같은 찬란한 빛만 열릴 것이라는 생각이 당초 기대에는 못미쳐 대형화되고 소비의 위축에 따른 시장 구조로 모든 분들이 위축되어 있다는 사실을 내포하고 있는 것 같다.

양계의 위기는 양계에 종사하는 분들의 몫이다. 한국 양계는 모든 면에서 유럽보다는 좋은 여건을 가지고 있다고 본다. 홍보관에서 본 것처럼 한국 양계 역사의 중요한 맥은 지금이라고 생각한다. 즉 자동화의 과도기에서 발생하는 혼란기인 만큼 필자는 한국 양계가 지금의 위기를 잘 극복하리라 믿는다.

2년 후에 다시 박람회장에서 만날 때 양계인들의 얼굴에 더 큰 웃음이 깃들길 바라면서 한국 양계 사업에 큰 발전과 축복이 깃들길 축원하는 바이다.

외국 참가업체가 본 '97한국양계박람회

성장 단계인 한국 양계산업 활기 넘쳐...

- 마찌모토 지로 차장(일본교과기계 해외영업담당)
- 번역 : 송진희 사장(파스코)



△ 마찌모토 지로 교과기계 해외영업 담당

대한양계협회가 발간하는 “월간양계”의 편집자로부터 원고를 청탁받고, 공장장으로 근무하다 '95년부터 짧은 기간 해외영업을 담당한 본인으로서 한국의 양계산업을 잘 알지못하므로 여간 당황스럽지 않았다. 하지만 격년제로 개최되는 양계박람회에 '95년과 금년의 박람회에 참가하면서 느낀 점과 농장을 방문하여 영업 활동을 하면서 느낀 바를 몇가지 피력하고자 한다.

일본의 나고야 박람회를 참관한 분들은 잘 알겠지만, 일본의 박람회는 침체된 반면 한국의 박람회가 보다 활발하다는 것을 알 수 있을 것이다. 그 이유로는 일본의 양계자동화가 완료기에 접어든 반면 한국은 초기단계를 지나

성장기 단계이므로 수요가 많다는 측면도 있으나 생각되지만, 한편으로 보면 형식에 치우친 화려함이 박람회의 본질적 기능인 정보교류의 기능을 가리고 있다는 느낌을 갖게 된다. 이러한 점에서 박람회를 통하여 양축농가는 다양한 생산설비를 비교·검토하고, 부가가치를 창출하는 방법을 고안하고, 한계에 다달은 생산 판매 확대의 벽을 넘을 수 있는 난가공 제품을 소비자에게 홍보하여 양축농가 및 소비자에게 실질적 이익이 되는 방향으로 차기 박람회가 기획되기를 바라면서 짧은 소견으로 한국의 양계산업이 직면한 문제와 이의 타개 방안에 대하여 서술하고자 한다.

현재 한국의 양계산업이 직면한 문제로는 축산물 수입개방에 따라 생산원가 절감을 통한 가격 경쟁력의 확보, 유통구조의 혁신, 난가공을 통한 부가가치의 증대 등이라고 생각된다. 하지만 이는 단시일내에 해결할 수 있는 문제는 아니며 더구나 문제의 사안에 따라서는 개개의 양축농가가 해결할 수 있는 문제가 아니라고 보여진다. 따라서 본고는 개개의 양축농가의 입장에서 할 수 있는 문제에 국한하여 기술하고자 한다.

먼저 양축농가의 당면 과제인 생산원가 절감의 측면에서는 투자비의 상승, 사료비, 인건비 등에서 절감 요인을 찾을 수 있다고 보아지나, 거의 비슷한 조건인 양축농가의 입장에서의 생산비 절감은 한계에 이르렀다고 판단된다. 이보다는 차라리 경영의 합리화 측면에서 해법을 찾는 것이 빠르다고 본다. 일례를 들어 선별기의 경우 검란장치를 무인 자동화 하겠다는 모 집하장이 있다는 이야기를 듣고 깜짝 놀란적이 있었다. 검란장치는 사람이 검란실에서 이상란

을 식별하여 손으로 잘라내는 방식에서부터 이상란을 자동장치로 표시하여 자동으로 제거하는 방식과 무인화상인식 시스템으로 이상란을 자동검출하여 제거하는 방식이 있지만, 통상 첫 번째의 방식과 두 번째의 방식이 경제적인 이유로 사용되며 세 번째 방식은 검란장치만 거의 1억원 이상을 호가하는 고가의 장비로 2명의 검란 작업자의 5년치 인건비에 해당되므로 1일 100만개 이상을 처리하는 초대형 집하장용에 해당되는 설비임에도 불구하고 1일 30만개 정도를 처리하는 집하장에 사용하는 것을 검토한다고 하니 이는 합리적 경영의 판단이라고는 볼 수 없다. 검란을 무인 자동화하겠다는 발상은 결국 원가의 상승을 초래하게 된다. 이와같이 원가에 미치는 요소를 파악하여 이를 최소화하는 경영마인드가 중요하다고 본다.

다음으로 지적하고 싶은 것은 설비의 자동화에 있어서 어떠한 설비를 채택하는가 하는 것보다 앞서 관련된 충분한 정보를 입수하여 비교 검토한 끝에 가장 적합한 것을 결정하는 합리적 판단이 중요하다. 농장을 방문하여 영업등을 하다보면 정보가 부족한 상태에서 선불리 판단하여 낭패를 겪고 있는 경우를 자주 목격하였다.

한국은 설비자동화의 시장규모에 비해 자동화 설비 제조회사가 많다보니 간혹 전문성이 결여되고 필드에서 검증되지 않은 제품을 선정하여 낭패를 보거나 심지어는 계약금을 지급하고도 납기내 제품을 공급받지 못하는 사례를 목격하였다. 이는 곧 양축농가의 정보부족 또는 정보수집 노력의 결여에 따른 경영손실이므로 각별한 주의가 필요하다.

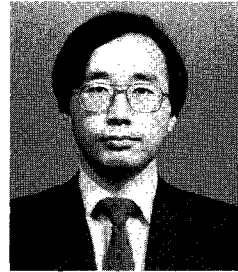
마지막으로 한국의 양계인으로부터 “양축농

가가 대형화되고 난립하여 현재의 계란 가격이 낮다. 머지않은 장래에 소규모 양축농가가 정리되고나면 나아질 것이다.” “선별기 1대 도입 가격으로 계사 한동을 더 짓겠다.”는 등의 이야기를 자주 듣게 된다. 이는 참으로 위험한 생각이다. 일본의 경우도 마찬가지로 계란의 채산성은 결코 자연적으로 나아지지는 않는다. 과거를 보면 미래를 예측할 수 있듯이 계절별 가격의 진폭은 있겠지만 오히려 채산성은 더욱 악화되리라 본다. 이의 해결책은 제품을 고부가가치화하는 노력밖에 없다고 본다. 일례로 일본의 한 농가에서는 개당 60원의 생란을 가공비 20원을 들여 온천란을 제조하여 250원에 판매하여 170원의 부가가치를 올리고 있으며, 또 3만수의 한 농가에서는 생란으로 약 4억원, 난유를 제조하여 16억원의 매출을 올리는 등의 부가가치를 창출하고 있다. 생란의 판매경쟁이 한계에 이르렀고 향후 채산성이 더욱 악화되리라 전망되므로 계란을 가공하여 부가가치를 올리려는 노력이 필요하다 하겠다.

다시한번 강조하면 계사에서 생산되는 것은 한날 계란에 불과하며 종전의 단순 선별방식은 이제 더 이상 고부가가치의 상품을 만들어 낼 수 없다. 세척/건조/코팅/검란/포장의 과정을 완벽히 마쳤을 때 비로소 고부가가치의 상품으로 바뀌는 것이며 이를 가공처리하여 보다 높은 부가가치를 창출하는 노력이 없는 양축농가는 결국 도태될 수밖에 없다. 합리적 경영 마인드 도입을 통한 원가절감, 부단한 정보수집을 통한 투자손실의 제도화, 부가가치 창출을 위한 지대한 노력을 개개의 양축농가가 경주한다면 한국의 양계산업은 더욱 발전하리라 기대된다.

국내 참가업체가 본 '97한국양계박람회

적절한 규모로 효과적인 정보 교환의 장 마련



안 형 진
(푸리나코리아)

“환경 친화적 첨단 양계 산업 시대를 연다”라는 주제하에 수입 개방에 대비하여 국제 경쟁력을 강화하며 첨단 기자재의 보급 확대, 양계 산물의 고부가가치 창출을 통한 한국 양계 산업의 미래상을 제시코자 하는 '97한국양계박람회가 개최되었다. 매 2년 간격으로 개최되는 양계 박람회가 해를 거듭할수록 발전되어 가고 있다.

개최전에는 전반적인 경기 침체로 인한 소비 위축, 양계산물의 시세 하락으로 시기가 적절치 않다는 걱정도 많았으나, 이럴 때일수록(수입개방은 몇일 앞둔 시기일수록) 정면으로 소비자의 관심을 끌어당겨야 한다는 적극적인 공격자세로 진행하여 대성공을 이루었다. 양계산물의 전시판매, 홍보를 통한 소비촉진, 글짓기, 요리, 강습회, 투계시범, 포스터 공모 등을 통한 소비자의 관심 고취가 더욱 돋보였다. TV나 신문에 보도된 이후에 방문객들은 연일 마감시

간까지 성황을 이루었다.

흔히, '수박 겉 핥기 식'으로 한바퀴 휩 돌아본 다음 양계박람회를 다 보았다고 하는 경우를 본다.

마치 한국 사람이 미술관에서 그림을 감상하는 평균 시간이 정상적인 걸음으로 미술관을 걸어서 빠져 나오는 시간과 같다는 사실 즉, 하나의 그림을 단 1분도 감상하지 않는다는 사실과 흡사하다. 비싼 비행기 요금, 호텔비를 들어가며 외국의 양계박람회를 다녀오지만 언어 소통이 원활치 못하고 피곤하며 너무 전시 규모가 방대하여 하나 하나 치밀하게 관람하기란 매우 어렵다.

이에 비해, 한국 양계박람회는 규모가 적절하여 손쉽게 이해할 수 있으며, 오히려 외국의 우수 업체들이 그들의 비용으로 우리나라에 와서 전시하고 판촉하므로 활용하기에 따라 매우 효과적으로 정보를 입수하여 양계 발전을 도모할 수 있다.

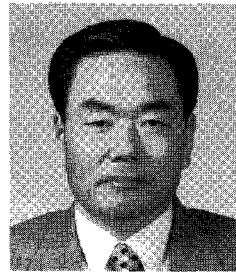
예를들면 시설의 경우, 여러 회사의 제품을 비교해 보려면 여러 곳을 다녀야 하나 현실적으로 매우 제약이 많다. 하지만, 양계박람회에서는 한곳에 여러 회사의 제품이 동시에 전시되어 있으므로 이곳 저곳을 왔다 갔다 하면서 서로의 장·단점을 정확하게 의사소통 문제없이 파악함으로써 확실하고 구체적인 비교 분석을 할 수 있어 의사결정이 용이하다.

아울러, 전반적인 양계산업의 흐름을 파악할 수가 있다. 계사시설·기자재에 비해 상대적으로 최종 산물인 계란과 닭고기 및 그에 관련된 부분이 더 많아진 것으로 보아 계란과 닭고기의 생산을 포함한 양계산업도 더더욱 소비자의 요구에 초점을 맞추고 있으며 또 앞으로도 당

연히 맞추어야 된다는 것을 시사하고 있다. 특히, 수의과학연구소, 컨설팅 회사의 참가는 더욱 양계박람회를 돋보이게 하였다. 한국양계박람회는 한국 양계산업의 현주소와 미래를 함께 보여주었고, 양계 발전에 크게 기여하였다. 다시한번, 장시간에 걸쳐 철저히 준비하여 성공적인 양계박람회를 마무리한 협회 직원께 감사드린다.

생사지가 본 '97한국양계박람회

가공식품의 출품 늘고 설비업체의 참여 줄어...



천 강 균
(애농원 대표)

1. 양계 박람회를 보고 나서

어려운 여건하에서 개최된 금년도의 양계박람회는 차분하면서도 성황리에 큰 성과를 올릴 수 있었다. 예전보다 덜 요란스러우면서도 눈에 띄게 달라진 모습은 양계산물 가공식품들의 출품이 많아지고 설비 업체들의 참여 숫자가 줄어든 느낌이다.

출품된 케이지 설비들의 면면을 보면 우리나라

라 채란 업계 시장에서 상당한 판매 시장을 하고 있는 업체들이 있음을 알 수 있었다.

양계박람회는 모든 양계 관련 업체들이 제각기 쌓아온 기술을 선전하고 판매할 수 있는 절호의 홍보 기회이며 양계업자들로 하여금 한자리에서 각종 시설물들과 기계 구입에 있어서 성능과 기술의 차이를 비견할 수 있을 뿐만 아니라, 자기의 실정에 맞는 설비 기종을 선택하는데 있어서 시간의 절약과 노하우를 알 수 있을 것이다.

지금까지 우리나라에서 개최되었던 박람회를 통하여 한국 양계업은 시설면에서는 비약적인 발전을 할 수 있었을 뿐만 아니라 앞으로의 비전도 제시해 주고 있다고 볼 수 있다.

선진 기술의 도입으로 고밀도 다수의 사육 형태로 바뀌게 되고 이는 곧 군소사육 업자의 몰락을 초래하게 되었다. 해마다 고액의 자본을 필요로 하는 시설 개선의 턱을 넘을 수 없는 양계 농가는 이런 저런 이유로 대열에서 탈락되고 남은 기존의 업자와 신생 대군 단자들이 그 틈을 메우면서 나라 전체의 사육 규모는 엄청나게 증가되고 말았다.

뿐만 아니라 앞으로도 계속 증가 되리라고 믿고 싶다. 그 이유는 양계의 수익성이 옛날 같지 않게 형편 없이 낮아지다 보니까 사육 수수를 손익분기점 이상으로 늘려 길러야 되고 그러자니 인력난 때문에 기계화를 해야 하고 기계화를 하려니 설비 부담 때문에 적정 규모 이상으로 시설을 늘리게 되고 말기 때문이다.

2. 한국 양계의 현주소와 발전 방향

우리나라 양계의 현황은 농림부 통계에 의하

면 '97년 6월 현재 채란 농가는 2,753호에 사육 수수 48,229천 수로 호당 평균 사육 수수가 17,518수이고, 육계 농가는 2,785호에 46,445천 수로 호당 평균 16,676수로 나타나고 있다.

우리나라 남한 인구는 약 4,560만 명에 근접하고 있다. 인구 대비 사육 수수의 비율을 보면 이웃 나라 일본의 경우와 비슷하게 형성되고 있음을 알 수 있다.

그리고 특별한 계기가 아니고서는 더 이상 증가되지 않음을 선진국들의 양계업의 변화 과정을 통하여 알 수 있다. 여기서 시사하는 바를 우리 양계 업자들은 빨리 감지할 줄 알아야 한다. 사육 수수 증가면에서는 한계점에 이르고 있음을 알 수 있다.

참고로 현재의 우리나라의 계란 가격과 육계 가격은 생산비 이하에서 허덕이고 있다. 6월 하순 현재 계란은 특란이(서울) 50~54원 대란은 40~44원 대에 실거래 되고 육계는 1kg당 1,000원을 밀들고 있다. 계란 생산 원가는 대략 농가마다 다르지만 68원에서 77원 대에 이르고 있다고 말하고 있다.

그런데 소비자는 특란을 개당 100원 이상, 통닭은 마리당(1.5kg짜리 생닭 기준) 8,000원대, 삼계탕은 1마리에 7~8천원에 사먹고 있다는 엄연한 사실을 우리는 어떻게 받아 들여야 할까? 여기서 필자는 사육 수수의 증가에 대한 견해의 이율 배반성을 말하고 있다. 시설 측면에서는 증가할 것이고 현실적 경제성에서는 증가될 수 없다고 보는 견해다.

이제 우리 양계인들은 현명해져야 할 것이다. 살아 남기 위한 연구와 경쟁을 하여야 한다. 양계 불황은 우리 스스로 초래한 것이며 이는 여러 원인들이 복합적으로 작용한 탓이다.

혹자는 정부가 과도한 시설 개선 자금을 지원했기 때문에 이 모양이라고 성토했지만 그 사람들은 한결같이 지원금을 받아서 시설을 갖추고 있는 사람들이다. 그러면서도 틈만 있으면 더 늘려서 숫자 자랑을 하려 드는 양계인들이 더욱 그렇다. 지금은 무한 경쟁 시대이기 때문에 인위적으로 자본주의의 원리를 무시하고 제약을 가하는 것은 반대이다. 정부는 앞으로 더욱더 많은 정책 지원과 자금을 양계업 발전에 할애하여야 한다고 주장하고 싶다.

시설을 늘리고 줄이는 것은 양계업자 스스로의 능력과 판단에 따라서 결정되어야지 무조건 보호 받는 양계인이 되기를 바라지 말자.

이제부터 양계인들이 가장 중요시하고 노력할 것은 경영을 배우고 개선하여야 한다. 생산만 많이 하면서 제품을 제값에 팔지 못하는 딱한 양계인들이여, 눈을 크게 뜨고 보면 얼마나 우리가 바보스럽게 당하고 있나를 뼈저리게 느낄 줄 알아야 되고, 그리고 나면 혼자서는 안된다는 것을 깨닫게 될 것이다.

많지도 않은 우리 양계인들은 앞으로도 계속해서 줄어 들 것이고, 채란계의 경우 지금의 절반 수준으로 줄어들 것으로 본다. 그만큼 남은 사람들은 많은 일에 짓눌리게 돼 있다. 그렇다고 수익이 보장되지 않을지도 모른다. 그러나 길은 있고 한국의 양계업은 영원히 지속될 것이며 더욱더 영특해진 엘리트 양계인들이 남게 되면 단결도 잘되고 대처 능력이 향상되리라고 본다. 우리가 해결하여야 할 가장 중요한 핵심은 유통구조의 개선과 그에 따른 생산자들의 단결된 힘이 필요하다. 생산 원가와 소비자 가격의 차이를 지금의 1/3수준으로 줄이기 위하여 단결하여 힘을 키워야 하는데 서로 잘났다

고 값비싼 계란과 노계를 내동댕이치듯 상인의 손아귀에 던져버려야 되겠는가? 그리고서도 우리는 물건을 잘 팔고 있다고 으시대려는 우리들이 지금도 있다는 것은 업계의 불행이라고 말하고 싶다. 오늘의 어려운 국면을 타개해 나가는 데는 정부의 끈기 있고 강력한 지원으로 유통구조 개선에 박차를 가해야 된다고 본다.

전국에 집하장을 체계화시키고 모든 양계인은 집하장에 계란을 내고 집하장이 유통을 전담하는 체계로 바꾸는데 땀을 들일 필요가 없다. 수도권역의 열 손가락 안에 드는 몇몇 상인들이 가격을 담합, 조작, 유포하고 거기에 지방의 일부 몰지각한 사람들의 투매 행위까지 일삼는 현실은 기가 막힐 지경이다.

이런 행태를 바로 잡아야 우리가 산다. 살기 위해서 우리는 양계 협회 조직으로 뭉쳐서 심도 있게 대처 할 필요가 절실하다. 모두가 조직안으로 들어와야 집행부의 결정된 사항이 속속 전달되며 따를 것이고 그렇게 되면 자연스럽게 모든 문제는 하나 하나 풀리게 될 것이다. 그러므로 우리나라 채란 업계의 숙원 산업인 계란과 노계 유통의 확고한 질서는 잡아가게 되고 업계의 지속적 발전의 방향과 정책을 협회 내에서 자율적으로 조정할 수 있는 능력이 배양 될 것이다.

평소 본인이 생각하고 있는 우리나라의 양계업의 발전 방향은 국민의 식생활 개선과 더불어 국민 체력 향상에 지대한 공헌을 해온 우리가 자긍심을 가지고 지속적으로 이 업의 미래를 걱정하면서 국민의 의식수준이 향상된 그 이상의 비전을 가지고 식품의 안정성과 경제성을 겸비한 양계 산물을 생산하는 것을 우리의 목표로 삼아야 한다는 것이다.

건강한 닭 관리와 경제성이 있는 품종의 선택 장려야말로 치열한 국제 경쟁에서 살아 남을 수 있다.

예를 들어 계란의 색깔에 따른 기호의 변천이 불과 10년도 되지 않아서 백색은 몰락하고 갈색 일변도로 변했는데 이는 참으로 아이러니한 현상이다. 그때와 달리 지금은 갈색계라고 해서 노계값이 좋은 것도 아니다. 어떤 농가는 그냥 주었다고도 하고, 어떤 농가는 노계 시세 수당 100원데 소개비 50원, 인건비 50원씩 주었다는 웃지 못할 억울하고 분한 현실이다. 갈색계의 사료 섭취량 또한 대략 10% 정도 더 먹는다고 한다.

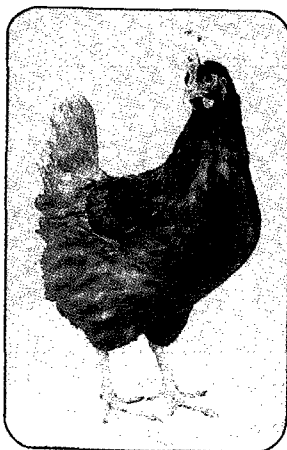
이제 우리 양계업자는 진정으로 경제적이고 현실적 감각에 맞는 시책과 대안을 가지고 업계의 판도를 재조정하여야 한다.

과학적이고 슬기로운 두뇌 활동을 통하여 미래의 채란 업계를 설계하여야 한다. 우리나라의 채란 업계가 나아갈 길은 일반 대중적인 계란의 생산을 적극 장려하여야 하며 고가의 사료를 먹여서 소비자의 부담만 증가시키는 특수란의 생산은 다시 생각해 보아야 한다.


유통마진만 높여서 소비의 위축을 초래하고 값싼 일반 계란은 마치 품질이 나쁜 것처럼 오도 되가고 있다는 것은 우리 업자와 협회의 업무 태만에서 오는 결과이다. 우리 양계인도 우리나라의 경제의 한 획을 책임지고 있다.

수입 곡물을 절약하고 경쟁력 있는 제품 생산을 함으로써 외풍이 불어도 끄떡하지 않는 양계 산업 발전을 위하여 협회내에 정책 개발실 같은 기구를 만들어 심도 있는 연구를 하여야 한다고 주장하면서 글을 줄인다. **양계**

노 계 유 통 전 문



노계유통에 일익을 담당할
대림유통이 탄생했습니다.
양계인의 적극적인 협조를
바랍니다.

 **대 립 유 통**
대 표 변 광 일

충남 천안시 다가동 373-3 (삼화B/D302호)
Tel: (0417)574-4600-1
FAX: (0417)572-5949