



신정재
(주)에스에프 회장

양계업의 성장은 불가능한가?

통계에 의하면 우리나라 국민 1인당 연간 달걀소비량은 180개, 닭고기는 10kg 전후된다고 한다. 국민소득의 규모로 보나 닭고기 달걀의 기호성으로 보아 이 소비량은 늘릴 수가 있는 데에도 불구하고 지난 10수년간 정체되어 있는 이유는 무엇일까? 물론 거기에는 여러 가지 원인이 있겠으나 제일 큰 원인은 양계산물에 대하여 일반 소비자들이 잘 알고 있는 것 같지만 제대로 인식하고 있지 못하는 데에 큰 문제가 있다고 본다. 흔히 닭고기를 고단백 영양식품이라고 하고 달걀을 완전영양식품이라고 홍보하지만 일반 국민들은 전통적으로 내려오는 소고기 선호경향을 벗어나지 못하고 있다.

소갈비를 뜯고 불고기로 배를 채워야 고기를 잘 먹었다고 생각하기 때문이다. 달걀은 또 어떤가? 옛날에 못살던 시절에 그렇게 귀하게 여기던 달걀! 소풍갈 때 특식 중의 특식으로 꼽히던 삶은 달걀이 이제는 누구나 쉽게 먹을 수 있는 값싼 식품이 되어 달걀이 가지고 있는 가치 이하로 격하된지 이미 오래 되었다. 이제 우리 양계업계는 양계산물의 시장확대를 위한 조직된 판촉활동에 심혈을 기울일 때가 왔다.

1인당 소비량이 300개(년간)를 넘는 일본이나 이스라엘까지는 안되더라도 우리나라 국민소득 수준에 맞게 250~260개 정도까지는 소비시킬 수 있으며 닭고기도 9kg에서 12kg(년간)까지는 늘릴 수 있는 시장이 버젓이 있는 것만은 사실이다. 이들 잠자는 시장을 일깨우기 위하여 축산물의 소비촉진등에관한법률로 조성된 기금을 효율적으로 사용해야 함은 물론이다.

지금까지 간헐적으로 행사를 위한 행사로 행해 오던 닭고기요리 강습회나 달걀 소비촉진을 위한 행사는 정말 일시적인 전시행사일 뿐이다. 좀더 체계적인 소

비홍보를 강구해야 할 것이다.

먼저 일반 소비자가 가지고 있는 닭고기 달걀에 대한 인식을 바꿔줘야 할 것이다. 값싼 식품이라는 그리고 노른자에 함유된 콜레스테롤 때문에 오히려 몸에 해롭다고까지 생각하고 있는 일반적인 인식을 바꿔야 하겠다.

그런데 이런 인식을 바꾸기는 커녕 더욱 저질식품으로 인식하게 하는 것이 소위 요사이 유행하는 기능성 달걀의 등장이다. 기능성 달걀이라고 선전하는 소위 브랜드수가 수백개가 넘는다고 한다.

일반적으로 요즘 달걀이 소비자가 사는 값은 120원(개당)정도인데 소위 기능성 달걀은 일반 달걀값의 2~3배의 값이 형성된다. 그 많은 브랜드가 있지만 실제 이들 기능성 달걀을 생산하는 산란계 농장이 얼마나 되는가? 몇%도 되지 않는 기능성 달걀 때문에 대다수 일반 달걀을 저질달걀 혹은 해로운 식품으로 인식시켜 전체달걀의 소비를 감소시키는 원인이라면 이것은 유통업체만 폭리를 취할 뿐이다. 다시 말해서 달걀의 소비촉진은 커녕 소비를 감소시킬 뿐이다.

가까운 일본의 계육소비량은 14kg(1인당/년간)에 이른다. 정말 고단백의 값싼 식품이다. 소화 잘 되고 미용에 이롭고 아미노산의 조성이 좋아서 더욱 건강식품으로서의 가치가 높다고 하는 것은 우리들 양계인은 다 잘 알고 있지만 일반인들은 그렇지 못하다.

이런 사람들에게 닭고기 요리 강습회를 개최해서 오랜시간 동안 많은 손이 가서 요리 한 접시를 만들어 보기도 좋고 맛이 있으면 무엇을 하는가? 요사이 같이 바쁘게 살아가는 생활에서 김장김치도 사먹는 세대가 대부분인데 그렇게 복잡한 과정을 만들어 먹을 사람이 어디 있는가? 그렇게 해서 소비를 홍보한다고 생각하는 것은 낡은 생각이다. 삼계탕이나 닭도리탕보다는 후라이드치킨, 패스트푸드를 좋아하는 세대들에게 그런 요리가 어떻게 어필 될 수 있겠는가?

어쨌든 지난 십 수년간 양계산물의 소비정체는 이제 본격적인 관측계획으로 해소시켜야 한다. 그리고 그것은 지금같이 사회가 불경기일 때에 보다 알찬 가계부를 설계하는 주부들에게 경제적이고 영양적인 식품선택을 위하여 정확한 정보를 제공한다면 양계업의 규모를 20% 이상 증대시킬 수 있을 것이다. **양계**

몇%도 되지 않는 기능성 달걀 때문에 대다수 일반 달걀을 저질달걀 혹은 해로운 식품으로 인식시켜 전체달걀의 소비를 감소시키는 원인이라면 이것은 유통업체만 폭리를 취할 뿐이다.