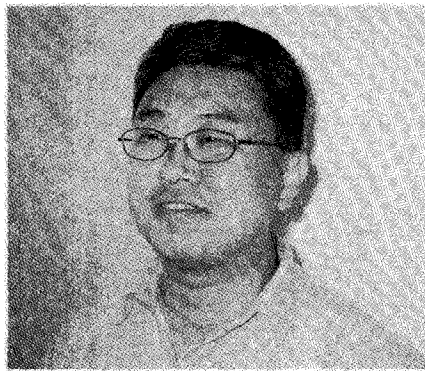


토종닭 종계 사육동향과 병아리 공급전망



유통문제 해결 시급, 토종닭 업계 구조조정 예상



박성진 (주)한협축산 대표

1. 토종닭 시장의 개요

지난 한해와 올 상반기는 육계뿐 아니라 토종닭 업계에도 많은 시련과 고통이 따랐다. 최근 닭과 병아리 가격이 상한가를 치고 있어 좋은 듯 하나 사육 농가들의 여력이 그다지 많지 않아 부화장들도 어려움을 겪고 있다. 그러나 지난 몇 년 전부터 안정적으로 연중 계약을 맺고 병아리를 공급하고 그 병아리를 계약 사육한 부화장이나 농가들은 점차 안정화 되어가고 있어 앞으로 토종닭도 계열화 업체와 더 많은 교류가 필요할 것으로 본다. 토종닭 시장을 과거부터 주도해왔던 왕병아리 시장은 점점 축소화되고 있고 산닭 시장도 다른 형태로 변화되고 있다. 이러한 변화를 빨리 간파하고 적응하는 것이 이 시장에서 생존뿐 아니라 발전할 수 있는 현명한 길인 것 같다. 그리고 아직까지 무등록 종계의 존재가 토종닭 시장의 정확한 통계 및 안전성에 걸림돌이 되고 있다. 업계 차원에서 많은 홍보와 지도를 펴고 있는으나 이제는 행정 당국의 힘이 필요한 시기이다.

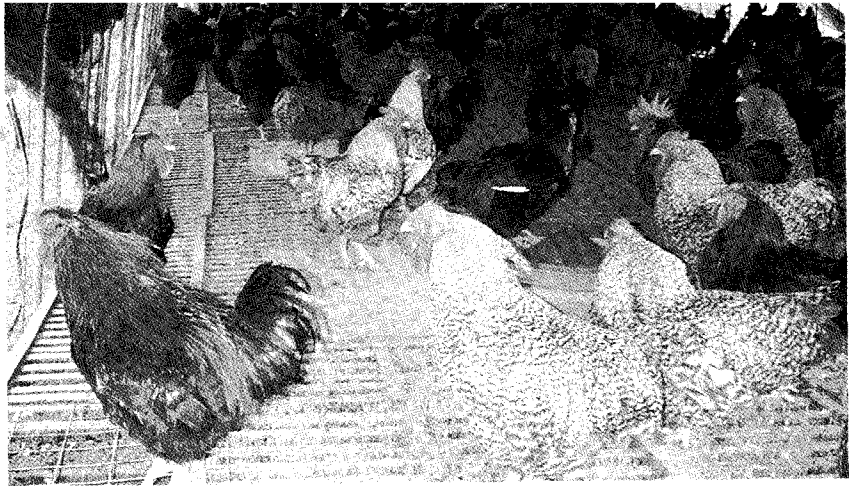
2. 토종닭 시장의 규모 및 현황

우리나라의 토종닭 시장 규모는 종계로는 연간 약 60만~65만수 규모이며 이것은 환우계 및 무등록 종계를 포함시킨 것이다. 실용계의 경우는 연간 약 3,500~4,000만수로 짐작되고 정확한 자료는 현 시점에서는 매우 유추하기 힘든 입장이다. 과거 가든 이나 식당만을 상대로 하던 시절에는 그 양이 고정적이고 계절적인 영향을 많이 받았지만 지금은 각 시장은 물론 대형 마트나 할인점 그리고 백화점까지 그

소비 확대를 이어가고 있고, 또한 몇몇 진보적인 업체들은 그 외의 여러 방법들을 동원하여 시장 확대를 도모하고 있지만 아직은 우리나라의 특성상 봄, 여름철에 많은 물량이 몰려있고 가을이나 겨울에는 그 양이 많이 준다는 의미에서 이 시기에 소비할 수 있는 방법을 모색한다면 앞으로는 더욱 큰 시장을 형성할 수 있으리라 생각된다. 그리고 중국이나 대만 등은 이 시장의 규모가 50~60%까지 성장했고 또한 수입육이나 육계와는 별개의 시장을 형성하고 있어 아주 안정적인 형태를 이루고 있기 때문에 많은 농가들이 토종닭을 사육하기를 선호하고 있다. 육계는 프렌차이즈 위주의 프라이드 치킨 및 가공식품이 주를 이루고 이 물량은 중국도 대부분 수입에 많이 의존하고 있다. 중국도 육계는 생산비 경쟁에서 다른 나라에 밀리고 있는 상황이라 중국 자체 양계 농가들에게 토종닭 중심의 신선육 시장을 적극적으로 홍보, 육성하고 있다.

이 같은 상황은 우리나라도 같다고 본다. 현재 큰 비중을 차지하고 있는 육계 시장은 수입육으로 점차적으로 바뀌고 신선육 위주의 가든 및 가정소비는 육계와 차별화 된 토종닭으로 바뀌어 나가고 있다. 그러나 우리나라의 토종닭 시장은 전체 닭고기 시장의 30% 정도의 점유율로 그 한계가 예상되며 중국이나 대만과는 좀 다른 양상을 보일 가능성이 있다. 그것은 닭고기 요리의 한계성으로 중국 및 동남아 국가들은 다양한 방식의 요리, 주식으로의 입지가 강하지만 우리나라는 소비의 한계를 뚜렷하게 보여주고 있다. 이 문제는 우리 양계업계가 꼭 풀어야 할 관건이기도 하다. 이러한 측면에서는 중국의 토종닭 시장을 모니터링 하여 우리에게

맞는 토종닭 시장을 정착시키는 것도 검토해야 할 것으로 생각된다. 토종닭이란 결국은 맛있는 닭의 이미지가 강하기 때문에 가격싸움이 아닌 질적인 승부를 걸어야 앞으로 소비자로부터 외면을 당하지 않는다. 경기가 좋고 무조건 빨리 자라고 일찍 출하하는 닭만을 선호한다면 결국에 가서는 소비자들이 외면할 것이고 이 시장 자체도 수입품이나 다른 육류 상품들에게 시장을 잠식당할 것이다. 이제는 생산자의 입장에서가 아닌 소비자의 입장에서 이 시장을 바라볼 필요가 있다고 하겠다.



3. 토종닭 사육과 유통

토종닭 사육에 있어서 크게 종계와 실용계에 나눌 수 있고 전국적으로 토종닭 종계장은 50개 내외의 중소 종계장으로 형성돼 있으며 사육 규모는 작게는 2,000수에서 40,000수까지의 분포를 이루고 있다. 점차적으로 종계장 수는 줄어들며 종계장당 사육 수는 증가하는 추세로 바뀌어가고 있는 실정이고 아직은 유통 상의 문제로 육계나 산란계 농가들의 본격적인 참여는 없지만 유통 상의 문제가 해결되면 앞으로는 많은 수의 농가가 참여할 것이고 이시기가 오면 육계 시장이 겪었던 것과 같은 맥락의 구조 조정이 토종닭 업계에도 올 것으로 예상된다.

토종닭 실용계에 있어서는 종계장들 간의 차이보다 더 심한 사육규모 및 시설의 차이점

을 나타내고 있다. 그러한 것은 농장들과 유통상인들의 영세성이나 시장의 계절적 특성으로 인하여 많은 어려움을 보여주고 있다. 대체적으로 연 3~4회까지의 사육회수를 갖지만 여기에서 능력 있는 유통업체를 만나면 연 네 번을 사육하고 그 외의 경우는 세 번으로 그치기 때문에 진정으로 믿고 따를 수 있는 유통업체들의 필요성이라는 것은 사육농가들에게는 절실한 것이 현실이다. 그러나 현재는 계열업체들의 적극적인 참여로 농가 및 토종닭 시장의 안정화에 많은 도움이 되고 있다. 유통에서 안정화를 찾으면 소비자에게 적극적인 홍보로 과도한 가격저하는 피하고 합리적인 가격으로 농가, 계열업체, 소비자가 모두 만족할 수 있는 시스템 구축이 필요한 때이다. 토종닭은 절대 수입 냉동육계와 경쟁할 필요가 없다. 또한 아직까지 토종닭 사육에 대하여 이렇다할 체계가 잡혀있지 않아 그에 따르는 손실 또한 무시할 수 없는 것이 현실이다. 그것은 각 분야를 서로 연결하고 정보를 최대한 수집하여 이것을 토대로 정확한 종계와 실용계의 사육수수를 파악하는 한편 각종 사양기술이나 최신 정보를 각 농장에 전파하여 시장의 변화에 능동적으로 대처한다면 이 시장을 좀더 유리한 방향으로 이끌어 갈 수 있을 것이다. 또한 전문적인 양계농가들을 파악하여 이들 농가들

을 필요로 하는 업체들에게 알려주
어 서로 간 최대한의 이익을 창
출하게 하는 방법 또한 우리
가 선진국으로부터 배워야
할 중요한 점이다. 앞으로의
토종닭 사육에 있어서는 농
장에서 도계장으로 그리고
각 유통업체들에게 직접 유통
할 수 있는 업체들에게 보디나
은 기회가 보장될 것이다. 그렇다고



우리가 흔히 이야기하는 계열화 업체가 아닌
작아도 남들보다 알뜰하고 부지런하며 보디나
은 상품을 빠르고 신선하게 공급하는 업체만
이 살아남을 것이며 이 시장 자체가 틈새 시장
이고 앞으로 이 어려운 시기를 극복한 업체들
이나 농장들에게는 보다 나은 기회를 제공할
것이다.

4. 토종닭시장의 문제점과 해결책

첫째는 정확한 자료를 구할 수 없다는데 있
다. 각 부화장마다 사육 수수를 밝히기보다는
숨기기를 원하고 또한 정확한 자료를 낼 수 없
는 등록 안된 가짜 종계를 남모르게 생산을 하
여 이것을 분양을 하니 많은 사람들이 피해를
입는 상황이다. 그러나 올해부터 등록제로 강
화된 결과 많은 변화를 보이고 있다.

둘째는 믿을만한 유통기반이 제대로 형성이
되지 않아 많은 사육 농가들에게 피해를 주고
있다. 그 한 예로 음성에서 직접 토종닭을 5만
수 규모로 사육하시는 분에 의하면 육계보다
안정적이고 수익성 또한 보장이 되지만 처음
몇 해 동안 유통 상인들의 횡포로 많은 어려움

을 겪었다. 토종닭은 육계와 다르
게 일시에 출하하는 것이 아니
고 일령별로 수탉과 암탉이
구분되어 출하하고 또한 적
계는 1000수에서 5000수단
위로 출하되므로 농장주의
입장에서는 많은 어려움이
있었다. 그러나 지금은 계열
업체와 계약을 맺어 안정적인
형태로 농장을 운영하고 있어 앞으

로 토종닭 시장도 이와 같은 방향으로 안정적
이고 일정한 품질의 상품을 유통시키는 업체
와 가족 단위의 능력 있는 사육 농가간의 직접
적인 유통으로 소비자에게 좋은 상품을 공급
하는 형태의 유통구조를 갖는다면 이상적인
방법의 하나가 될 것으로 생각된다.

셋째는 토종닭 전문사료의 필요성이다. 토
종닭은 육계와는 다르게 맛과 사료효율을 동
시에 추구하기 때문에 어느 한쪽 치우침이 없
는 사료의 개발이나 아니면 각종 특수작물을
첨가하여 맛의 차별화를 두는 것이 여러 면에
서 유리하기 때문에 이 분야에 대한 연구가 필
요하며 또한 현재 생산되는 토종닭 사료의 추
가적인 홍보도 필요하리라 본다.

넷째는 계절적인 특성으로 인한 비수기의
문제를 들 수 있다. 즉 말복이 지나면 추석 때
를 제외한 시기에는 전체적인 소비 감소세에
있으므로 다양한 요리 및 프랜차이즈 개발이
필요하다고 본다. 또한 업계 및 정부의 적극적
인 홍보로 토종닭의 차별성과 안정성을 소비
자에게 알리고 농가들에게는 육계와는 차별화
된 가격으로 부가가치를 높여 수입 육계로부
터 보호해야할 필요가 있다고 본다. **양계**