

육계 계열화 사업을 재조명한다



박희권 상무
(주)하림

육계 계열화
사업 현황과
유통구조의
문제점

육계 계열화 사업은 사육위주의 1차 산업에 머물러 있던 육계산업을 2차 산업인 제조업과 3차 산업인 유통업까지 확대할 수 있는 구조를 제시했고, 향후 육계산업이 나아가야 할 과제를 제시하고 있으며, 이러한 계열화 사업은 1990년대에 이르러 통합경영이라는 틀 속에서 조금씩 정착되기에 이르렀다.

농장·공장·시장, 즉 3장 통합경영구조의 계열화 사업은 단일 경영주체가 농장·공장·시장의 각 단계간의 수직적인 경영을 통합하여 경영함으로써 생산비 절감, 품질 및 위생수준 향상, 유통과 소비자 서비스 능률화, 농가 소득 보장, 수급과 가격안정 및 산업의 장기 발전에 기여하고자 하는데 목적이 있으며, 이는 생산에서 유통까지 단일관리의 총체적 경영활동이다.

이러한 육계 계열화 사업은 증가되고 있는 닭고기 소비에 비례하여 점진적으로 발전하고 있으며, 우리나라 육계산업의 국제 경쟁력을 확보하고 지구촌 전체가 단일 시장인 상황에서 생존

하기 위한 유일한 방법이라 할 것이다.

1. 육계 계열화 사업의 현황과 전망 - 농장

자가 공급 형태(자급자족)로 산업적인 구조의 틀조차 없었던 육계 산업이 계열화 사업이라는 구조를 도입, 육계를 사육하는 농장의 입장에서 보면 불안정한 수익구조에서 안정적인 수익구조로 전환되는 계기가 되었고, 사육관리 또한 계열주체의 주도적인 관리를 통해 안정적인 단계에 이르고 있다.

또한 사육횟수에 있어서도 계열화 이전에는 1년에 불과 2~3회 정도에 그것도 불안정한 상태에서의 사육횟수가, 계열화 사업 주체와 계약 사육을 통해 연 4~5회의 안정적인 사육을 할 수 있게 되었다.

생계시장의 생계가격 급등락으로 인해 불안하



던 사육횟수와 소득이 안정적인 상태가 됨으로 육계 산업의 1차적인 생산기반의 틀은 안정화 단계에 있다고 할 수 있다. 다만, 사육환경 부분에 있어서 우리나라 계사의 형태는 하우스형 보온덮개 계사 52%, 트러스트형 유창계사 36%, 현대식 무창 계사 12%로 아직도 선진국의 육계 산업과 비교할 때 너무나 열악하다.

육계산업이 WTO, FTA 등으로 인한 개방화된 시장환경 속에서 국제 경쟁력을 갖추기 위해서는 계사형태가 선진화되어야 함이 필수적이라 할 것이다. 이는 사육환경이 곧 국제 경쟁력을 좌우하는 사육생산원가에 절대적인 영향을 미치기 때문이다.

우리나라의 육계 1kg당 사육생산원가는 선진국과 비교할 때 150%이상 높다. 이러한 높은 사

육생산원가를 줄이고 경쟁력을 확보하기 위해서는 사육환경 개선을 통한 방법이 그 첫 번째라 할 것이다.

미국의 경우 육계 kg당 생산원가가 우리의 60% 수준인 674원을 유지하고 있으며, 브라질 경우 우리의 절반에도 못 미치는 505원에 생산하고 있다. 사육수수료의 경우도 소득수준이 한국보다 높은 미국에서의 사육수수료가 한국보다 낮게 나타나 미국이 우리의 76% 수준인 111원, 브라질은 우리의 36% 수준인 52원에 불과한 실정이다.

따라서 이들과 경쟁해야 할 우리 입장에서는 선진국처럼 사육규모 확대 및 사육 회전수 증대를 통한 규모의 경제 실현으로 소득확대가 필요하다.

〈표 1〉 국가별 사육생산원가

구분	한국	미국	태국	브라질
평균체중(kg)	1,538	2,486	-	-
사육일수(일)	35.2	48.05	-	-
육성률(%)	96.80	95.52	-	-
사료요구율(kg)	1,701	1,950	-	-
병아리 원가 / 육계 kg	194.65 (100.0)	98.18 (50.4)	105.00 (53.9)	73.50 (37.8)
사료원가 / 육계 kg	540.77 (100.0)	460.12 (85.1)	491.92 (91.0)	371.50 (68.7)
사육 수수료 / 육계 kg	153.28 (100.0)	111.83 (83.0)	69.30 (51.4)	52.50 (39.0)
기타 비용* / 육계 kg	139.01 (100.0)	37.49 (27.00)	63.30 (45.5)	33.00 (23.7)
사육원가 / 육계 kg	1,009.20 (100.0)	707.60 (70.1)	727.12 (72.1)	530.50 (52.6)

육계 계열화 사업을 재조명한다

미국 육계농가의 경우 평균 사육규모가 8만수로 우리의 2배에 달하고 계사 사육환경 개선과 연간 사육횟수를 최대한 늘려서 계사 단위당 닭 생산량이 우리의 2배에 달하는 등 농가당 닭 생산량이 우리의 4배의 달하고 있다. 미국 노동자의 인건비가 중국보다 30배가 비싸지만 설비집약적인 대량 생산시스템을 구축해 닭 1kg 생산에 소요되는 인건비는 미국이 오히려 저렴하다는 사실은 우리에게 시사하는 바가 크다.

따라서 우리 육계산업의 국제경쟁력을 강화하기 위해서는 kg당 생산비는 낮추면서 1인당 소득은 올리는 방안을 강구해야 한다.

우선 평균 사육규모를 1차로 6만수까지 확대해 연간 조 수익이 1억원 이상이 되도록 하는 것이 시급하다. 장기적으로는 미국 수준인 8만수 규모까지 확대하여 안정적인 농가소득을 보장해야 할 것이다. 이를 위해서는 낙후한 계사의 사육환경 개선이 절실하다.

2. 육계 계열화 사업의 현황과 전망 - 공장(도계장)

도계장은 닭고기 유통의 핵심적인 역할 주체 및 계열화의 주체로서 사육농장 및 생계 시장에서 도계장으로 수송된 닭을 도축해 시장 수요에 따라 통닭이나 부분육, 절단육 상태로 가공·생산한다.

소비자의 소비 구조의 변화에 따라 1차 가공의 통닭은 날개, 가슴살, 다리 등 부분육 및 통

〈표 2〉 HACCP적용 도계장 현황

번호	업소명	소재지
1	(주)하림	전북 익산시 망성면 여량리 13-14
2	농협중앙회 목우촌분사 음성계육가공공장	충북 음성군 공음읍 오선리 131
3	(주)화인코리아	전남 나주시 금천면 고동리 313
4	성화식품(주)	충남 천안시 동면 화덕리 319-6
5	(주)디엠푸드	경기 용인시 고림동 676-1
6	(주)체리부로	충북 진천군 이월면 중산리 산 10-1
7	(주)마니커	경기 동두천시 하봉암동 127
8	(주)동우	전북 군산시 서수면 관원리 507-1
9	(주)플러스푸드	경기 김포시 월곶면 갈산리 140-2
10	한강CM(주)	경기 화성시 안녕동 산 7-358
11	정우식품(주)	경기 포천군 신북면 가채리 295-1
12	(주)해마로식품	충남 부여군 초촌면 세탈리 14-18
13	(주)우림인티그레이션	전북 김제시 금산면 용산리 296
14	(주)유진	전남 여수시 오천동 176-2, 3, 4
15	(주)육성	충남 보령시 오천면 영보리 307
16	(주)키토랑	대구 서구 종리동 1024
17	(주)에스엠	충북 충주시 용두동 291-1
18	(주)올품	경북 상주시 초산동 666-3
19	에스에스티푸드	충남 서산시 고북면 기포리 137-5
20	(주)금계	전남 장성군 동화면 남평리 452-19
21	한라(제주육계조합)	제주 화북1동 2096-3
22	류성브로일러(주)	경북 청송군 청송읍 덕리 171-8
23	(주)현진	강원 춘천시 동면 만천리 572
24	인제산업(주)	충북 제천시 산곡동 64
25	(주)한려식품	경남 거제시 시동면 청곡리 97
26	(주)산하	강원 강릉시 두산동 2-2
27	대양산업(주)	강원 원주시 흥업면 사제리 138-1
28	(주)매산	충남 당진군 송악면 중흥리 358
29	(주)청정계	경기 양주시 회정동 170-5
30	(주)해담은세상	경기 화성시 봉담읍 수영리 387-1
31	(주)유성하이치킨	광주 북구 양산동 410-7
32	광진식품(주)	경남 진주시 지수면 청담리 1435
33	인천식품(주)	인천 서구 가좌동 602-23
34	인제내린천영농조합법인	강원 인제군 인제읍 덕산리 590
35	(주)일조코리아	충남 아산시 인주면 공서리 68-5
36	(주)하나식품	충남 공주시 의당면 청룡리 914
37	(주)신명	전북 정읍시 북면 태곡리 925
38	(주)신성글로벌	전북 익산시 부송동 190-9
39	프로미	전남 목포시 석현동 15
40	(주)아성	전북 김제시 순동 957
41	(주)씨에스코리아	충북 충주시 이류면 완오리 683

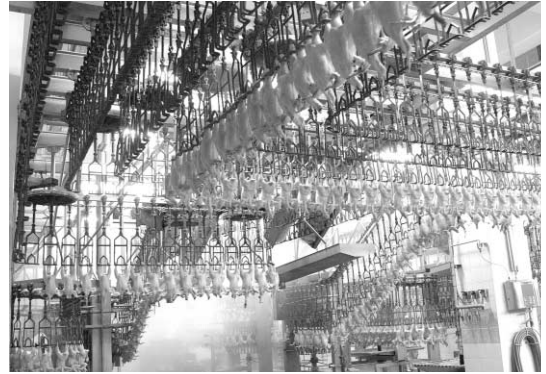
닭을 절단한 절단육 등의 다양한 제품 형태로 2차 가공·생산된다. 또한 용가리, 너겟 등과 같은 가열해서 먹을 수 있는 가공육의 육가공 원료로 3차 가공·생산되기도 한다.

국내 닭고기 가공공장은 1일처리능력 150만수 이상~20,000수 미만인 도계장까지 약 60개 업체가 운영 중이다. 1일 처리능력 20,000수 미만 도계장 32%, 30,000수 미만 도계장 61%, 30,000수 이상 처리 가능 도계장은 7%에 달한다.

대부분의 도계장은 생산자 단체나 계열 업체 중심으로 선진 도계시설을 설치, 운영하고 있으며, HACCP(위해요소중점관리제도) 도입 및 포장 닭고기 유통 활성화 등의 생산자 스스로 닭고기에 대한 소비자의 신뢰도를 향상시킬 수 있도록 노력하고 있다. 계열화 사업 이전 도계공장의 운영형태는 생계유통업자 또는 사육농가의 의뢰에 의한 임도계 위주의 경영으로 그 역할의 범위가 극히 제한적이었다.

따라서 도계공장들은 위생적인 닭고기 생산을 위한 설비의 현대화 또는 자동화 등에 자본을 투자할 여력이 없었고, 이로 인해 소비자들은 보다 덜 위생적인 닭고기를 소비하게 되는 열악한 생산 환경을 가지고 있었다.

그러나 계열화 사업을 통해 대부분 도계공장을 운영하는 계열주체는 위생적인 닭고기 생산을 위한 과감한 설비투자 등을 통해 소비자에게 위생적인 닭고기를 생산·공급하게 되었다. 따라서 육계 계열화 사업에서 2차적 생산주체인

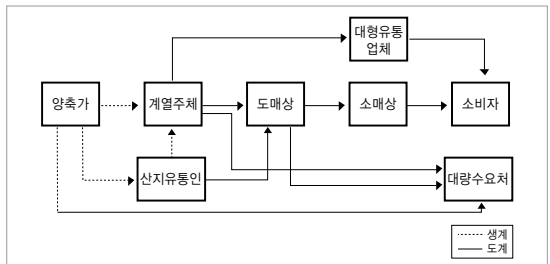


도계공장은 규모의 경제 실현을 위한 안정적인 기반을 형성해가고 있다(표 2) 참조).

3. 육계 계열화 사업의 현황과 전망 - 시장

우리나라의 육계 도계육 시장은 통닭이 70% 이상을 차지하고 있다. 점점 부분육 시장이 확대되고 있으나 여전히 통닭 시장의 규모는 육계 도계육 시장의 전부라 해도 과언이 아닌 듯 싶다. 유통구조 또한 통닭 위주의 구조로 형성되어 있어 거래단위에서도 다른 축산물이나 수산물 및 농산물에 비해 후진적인 단위인 마리개념의 단위로 거래되고 있다.

〈그림 1〉 닭고기 유통체계도



육계 계열화 사업을 재조명한다



가격구조는 유통구조보다 더욱 후진적인 구조를 가지고 있다. 점점 사라져 가고 있는 생계시장에서의 생계가격이 도계육 가격을 좌지우지하고 있다. 누가 언제 만들어진 것인지조차 모르는 도계육 가격 산출 공식은 너무나 비합리적이다.

따라서 육계 계열화 사업이 통합경영의 형태로 100% 완성되고 국제 경쟁력을 갖추기 위해서는 무엇보다도 유통구조와 닭고기 가격구조의 개선이 최우선적인 과제라 할 것이다.

4. 유통구조의 문제점 및 개선과제

자본주의에서 상품의 시장가격은 기초적으로 소비자가 결정하게 된다. 그러나 닭고기 가격은 생계가격이 닭고기 가격을 결정하는 중요한 요인이다.

닭고기 가격의 결정구조는 $\{[(\text{생계시세} + \text{생계 운송료}) / \text{수율} + \text{제비용}] / \text{중량}\}$ 으로 소비자의 구매력과는 전혀 상관없는 생계시세가 최종 도계육의 가격을 결정하는 구조를 가지고 있다. 따라서 닭고기의 가격구조는 현재와 같은 산출 공식에서 탈피하여 마리당 가격이 아닌 kg당 가격으로 유통될 수 있는 구조로 변화되어야 한다.

그러기 위해서는 닭고기의 유통구조의 개선이 선행되어야 할 것이다. 닭고기의 유통구조는 돼지고기 또는 수산물 등의 유통구조와는 달리 도매시장기능이 전혀 없는 구조를 가지고 있다.

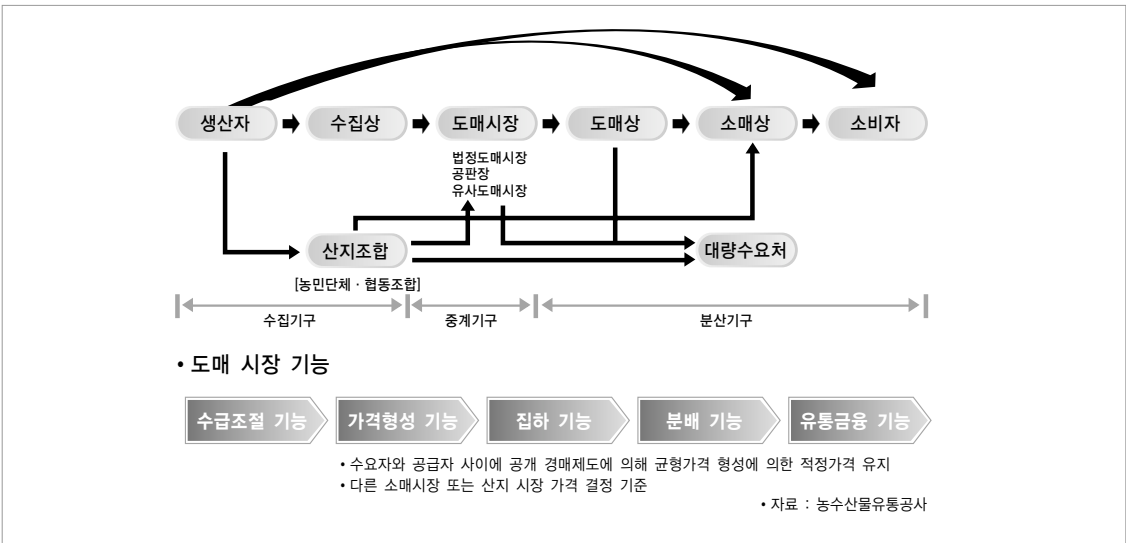
돼지고기의 경우 농가가 사육한 돼지의 73%는 도축장이나 부분육 가공장 또는 식육센터로 출하되며 나머지 27%는 도매시장이나 공판장으로 출하된다. 도매시장에 출하된 27%의 양은 일반 정육점으로 20%, 부분육 가공장이나 식육센터로 4% 정도가 이동되며, 나머지는 대형 소매점이나 직매점 그리고 음식점으로 유통된다.

한편 농가로부터 도축장(부분육 가공장 및 식육센터 포함)으로 출하된 양에 도매시장으로부터 들어온 4%를 합한 양은 정육점으로 29%, 대형 소매점으로 25%, 직매점으로 18%, 나머지 4%는 음식점으로 유통된다.

이렇게 정육점으로 유통된 물량은 전체의 반 정도를 차지하게 되는데, 32%는 소비자에게 팔리게 되고, 18%는 음식점을 통해 소비된다.

한편 대형소매점을 경유하는 물량 27% 중 18%는 소비자에게 전달되고 나머지 9%는 음식점으로 유통된다. 직매장을 경유하는 물량 20%

〈그림 2〉 돼지고기 유통체계도



중 12%는 소비자에게, 나머지 8%는 음식점으로 유통된다.

돼지고기 시장의 유통구조는 도·소매시장 유통경로에 따라 다음 두 가지로 구분 가능하다.

- (1) 도매시장 : 양돈농가 → 산지유통인 → 산지조합 → 도매시장/육가공업체
 - 도매시장 경로는 생산자에서 도매시장까지 유통하는 경로
- (2) 소매시장 : 도매시장/육가공업체/직판장 → 도매상/유통업체 → 소비자
 - 소매시장 경로는 도매시장에서 소비자에게 이르는 경로

돼지고기의 가격결정은 전국 14개 도매시장에서 경매를 통해 결정됨으로써 도매시장의 경매가격은 현물시장의 대표가격으로 통용되고

있다. 따라서 닭고기 유통구조도 돼지고기 등과 같은 도매시장 기능이 있는 유통 구조로 변화함으로써 불합리한 가격결정 구조로부터 탈피, 최소한의 사육원가 및 도계생산원가가 보존되는 시스템을 갖추어야 할 것이다.

닭고기 유통구조에 도매시장 기능의 도입이외에도 닭고기 유통구조를 개선하기 위한 방법으로는 미국과 같은 선진국처럼 국가기관이 닭고기 가격을 고지하는 제도를 도입하는 것이다.

결국 닭고기의 유통구조 개선을 통한 합리적인 가격결정구조를 갖추으로써 우리나라의 육계산업은 1차적 생산기반인 농장의 사육환경 개선과 2차적 생산기반인 도계공장의 현대화 및 규모화를 위한 기반을 형성하게 되며, 이러한 구조의 변화는 국내시장은 물론 국제시장에서의 국제 경쟁력을 확보할 수 있을 것이다. 🏠