



# 변화하는 인도의 양계산업



일부 전통적인 생산 방법이 아직도 존재하지만, 인도 양계시장은 점점 현대화 되어간다.

**중** 산층의 증가, 식습관의 변화, 그리고 양계산업에 지속적인 투자로 인도의 양계시장은 더욱 변화하고 있다.

1년 중 인도에서 닭 수요가 가장 많은 계절은 크리스마스, 신년, 풍갈(Pongal)의 세가지 축제가 몰려 있는 12월과 1월로 닭 소비는 다른 시기보다 25% 증가하는 것을 볼 수 있었다.

그러나 최근 들면서 이 계절이 지나서도 닭 소비가 증가하고 있다. 1991년과 2006년 사이에 총 닭소비는 42만톤에서 2백만톤으로 늘었으며 1인당 소비는 0.5kg에서 1.8kg으로 증가하였다.

미국 농무부 통계에 따르면, 1991년부터 2006년까지 인도의 닭고기 소비는 연평균 11% 증가하였으며, 그 다음으로 브라질이 7.7%, 미국이 2.8% 순이었다.

그러나 이와 같은 빠른 성장에도 불구하고 브라질과 인도 두 나라의 닭고기 소비량을 비교하면 인도는 1인당 소비량이 1.8kg으로 브라질 36.1kg, 미국 46.4kg에 비해 크게 뒤떨어지고 있다.

## 주요 축산업 현황

인도는 세계에서 가장 많은 가축을 보유하고 있으며, 이 산업이 총 GDP의 4%, 농업분야 GDP의 27%를 점하고 있다. 그중 양계 산업이 큰 비중을 차지하는 것 중의 하나이다.

최근 급성장을 보이고 있는 인도의 양계산업은 전체 국가 경제성장을 앞지르고 있으며, 인도 농림부 통계에 따르면 65억 이상의 산업적 가치를 보이고 있다.

인도는 세계 4대 계란 생산국이며, 5대 닭고기 생산국으로써 연간 470억개의 계란과 230만톤의 닭고기를 생산하고 있다. 15억수의 육계가 전국에 있는 15만

개의 농장에서 자라고 있다.

닭고기는 종교적인 제한을 받지 않으므로 인도에서 유리한 위치에 있는 산업이다. 닭고기 협동조합에 금융서비스를 제공하고 있는 라보은행(Rabobank)에 따르면 닭고기는 다른 육류와 달리 1년 내내 먹을 수 있는 단백질 원이다. 그러나 닭고기 소비를 억제하는 여러 가지 요인이 있는데 그 중 하나가 닭고기 값이 아직도 비싸다는 것이다. 예를 들면, 닭고기는 소고기나 물소고기보다 비싸다. 물소고기는 닭고기 보다 40% 싸고 종교적인 이유로 품질이 나쁜 것으로 여겨진다. 그러나 이러한 상황도 변하고 있다. 닭고기는 절대적으로나 상대적으로 가격이 싸지고 있고 건강이나 편리한 소비 등의 이점이 알려져 수요는 계속 증가할 것으로 전망하고 있다. 향후 수년간 인도의 양계 산업은 수요와 공급 측면으로 볼 때 연평균 12~15% 성장 할 것으로 예상하고 있다.

### 사회적 변화

인도사회는 변화하고 있으며, 점차 농촌에서 도시로 인구의 이동이 일어나고 있다. 현재 인도 인구는 11억2천만명이며, 매년 1.6%씩 증가하고 있는 인구가 2010년에는 그 중 32%가 도시지역에서 생활 할 것으로 예상되고 있다. 도시 주민들은 농촌지역 사람들 보다 더 많은 닭고기를 소비한다.

이와 같은 지역적인 변화뿐만 아니라 문화적인 변화도 일어나고 있다. 국민들의 건강과 위생적인 음식에 대한 의식 변화는 닭고기에 대하여 더 많은 관심을 갖게 하였고 많은 채식주의자들도 점차 비채식주의 식단으로 식습관을 바

꾸고 있다. 이는 많은 국민이 해외여행을 함으로써 생긴 결과로 생각된다.

인도 국민의 가처분 소득이 증가함으로써 닭고기는 더 이상 고급식품이 아니라 매일 먹는 주식처럼 되어가고 있다.

### 양계산물 유통

인도인들의 닭고기 구매 방법도 변하고 있다. 인도의 소매시장은 대부분 조직적인 유통과정 이 아니고, 전통적인 재래시장이 매출의 95%를 점하고 있다. 대부분의 닭고기 구매는 소규모의 도축장을 통해서 이루어지고 있다.

닭고기의 공급망을 일관적으로 통일한 결과 생산비가 감소하고 있다.

이와 함께 국민들의 소득수준이 높아짐에 따라 닭고기는 특별한 음식이 아니라 중산층의 주식으로 변화하고 있다.

닭고기 제품의 2%만이 슈퍼마켓이나 자체 상점을 통해서 판매되고 있으며 조직적인 소매는 2010년까지 3~10% 증가할 것으로 예상된다. 그렇게 되면 냉동운반, 냉동고, 기타 부대시설의 발전을 가져올 것이다. 닭 가공품의 매출은 현재 약 3만톤, 금액으로는 미화 5천만불(한화 약 700억원)에 달할 것으로 보이며, 매년 15~20%씩 증가하고 있는 것으로 추정되고 있다. 따라서 가공공장에 대한 투자가 증가하고 있으며 쉽게 요리할 수 있는 스낵 제품이 증가하고 있다.

닭 가공 시장의 70%는 냉장닭 또는 생닭이며 나머지의 대부분은 냉동닭이 점유하고 있다. 부가가치를 높인 닭 제품은 5%에 불과하지만 점진적인 고부가제품으로의 변화는, 예를 들어서,

Suguna사와 같이 높은 비타민 E와 유기 셀렌을 함유한 계란을 생산하도록 하고 있다.

## 양계산물 생산

닭 수요가 증가함에 따라서 생산도 점차적으로 변하고 있다. 인도의 양계 산업은 지역에 따라서 많은 차이가 있고, 대다수가 비교적 소규모로 운영되고 있지만 대규모의 생산도 점차 증가하고 있다.

인도는 주로 종계를 수입에 의존하고 있지만 둘 또는 세 가지 혈통의 순계를 생산하는 회사도 있다. 병아리 부화장에서는 자연 교배와 인공 수정의 두 가지 방법을 다 쓰고 있으며 종계 농장은 대부분 회사 소유이다.

인도 남쪽에서는 농가들에게 하루된 병아리와 사료, 약품, 사육 수수료를 지급하는 계약사육 방식이 많이 사용되고 있다. 조직화되지 않은 시장의 독립된 운영자들은 생후 1일령 된 병아리를 Suguna, Pioneer, Venkateshwara와 같은 현지 부화장으로부터 산다.

인도에는 현대적 가공공장을 소유한 회사가 많지 않다. 가공 절차를 거친 닭고기 생산량은

아직도 약 10%에 불과하지만 매년 15~20%씩 증가하고 있다.

고급 망의 모든 과정을 관리하는 일관된 양계회사의 중요성이 증가하고

있다. 관리 정도는 직접 또는 간접적인 방법이 있으며 인도 남서부에서는 이와 같은 생산방법이 증가하고 있다.

국내 생산을 확장하고 점차 생산공정을 통합함으로써 닭고기 가격을 절충해 소비를 증대시킬 수 있었다. 생산공정을 통합한 계열사들은 중간상인의 수를 줄이고, 도매업자와 소매업자의 마진을 줄임으로써 시장에서 가격 결정력을 갖게 되었다.

## 농장과 사료

인도의 양계산업에서 농장의 규모도 점점 증가하고 있다. 인도의 대형 육계농장 중에서 5천수 이내의 소규모 농장은 보기 힘들다. 반면에 1만~5만수의 산란계 농장은 점차 증가하고 있다. 소규모 생산자는 신용 결핍과 좋은 거래 조건으로 협상할 수 있는 능력이 없어 불리한 위치에 있다.

양계산업의 생산원료를 제공하고 있는 분야도 산업의 성장에 발맞추어 발전하지 못하고 있는데 그 한 예가 사료 산업이다.

옥수수는 인도 양계산업의 주 에너지 원으로서 배합사료의 60%를 점하고 있고, 콩은 단백질 공급의 주원료로 생산량의 40%를 양계산업이 소비하고 있다. 대부분의 대형 양계 회사는 자체적으로 분말사료나 작은 알 형태의 사료를 생산하는 시설을 갖고 있다.

그러나 인도의 옥수수 수확은 적은 양으로 공급 부족 상태에 있으며, 설사 인도의 옥수수 생산이 비교적 경쟁력이 있다고 하더라도 저장 및 분배에 따른 비용이 매우 높은 현실이다. **양계**

(Mark Clements, 황윤아 역)



인도는 아직까지도 각 가정의 뒷마당에서 닭을 키우고 있지만, 전국적으로 산업화가 보편화되어가고 있다.