

일본의 양계소식



윤 병 선

한경대 친환경농림축산물인증센터 전임연구원
농학박사

산 란 계

윈터치 개봉가능 웨밀리 난좌

윈터치로 개봉이 가능한 「웨밀리 난좌」를 일본몰드공업이 11월 발매를 시작하였다. 몰드공업은 답례용이나 선물 포장용으로 적합하다는 호평으로 20개 들어 몰드(틀) 「웨밀리 난좌」를 윈터치로 개봉할 수 있도록 개량하여 판매하였다. 지금까지의 「웨밀리 난좌」는 계란을 얹히는 난좌와, 플라스틱 뚜껑을 고무밴드나 스탬플러로 묶는 등의 수고가 불필요하게 되었다.

계란을 얹히는 난좌의 짧은 면 2개소에 고리를 만들고, 뚜껑이 되는 플라스틱의 짧은 면 2개소에 고리구멍을 만들어 윈터치로 개봉할 수 있도록 개량(특허출원 중)한 것으로 뚜껑이 되는 플라스틱 측면의 일부를 평면가공으로 변경하였다. 또한, 플라스틱에 직접 인쇄한 스티커를 옆으로 붙일 수 있게 되었으며, 냉장 보관 시 난좌의 일부분이 부드러워지는 단점이 있었으나 몰드부분의 재질을 강화하였기 때문에 겹쳐 쌓기도 가능하다.

이 회사의 가토(加藤常夫)영업본부장은, 이번 웨밀리 난좌의 개량에 대하여, 「왕란크기까지 20 개를 입란 가능한 웨밀리 난좌는, 윈터치로 개봉할 수 있고 스티커도 직접 붙일 수 있게 되어 연말연시 답례용 등으로 많이 이용되기를 기대한다.」고 말하였다(계명신문 발췌).

깔끔한 맛을 평가받는 「가또상 계란」 공기와 물, 사료가 중요

산란계 농장 50년의 유한회사 가또팜은 「풍미가 확

실한데 뒷맛이 개운하다」라는 말이 모든 것을 말하고 있는 유한회사 가또상 계란은 독특한 맛으로 지역소비자의 마음을 사로잡고 있다.

닭 사육에는 「공기와, 물, 사료가 중요하다」는 가또사장은 닭이 먹는 물은 농장 내 지하 101m에지하수를 개발하여 천연 미네랄을 사용하고, 유익미생물을 자가 배양하여 사료에 혼합으로서 닭의 장내 유익균을 증식시킴으로서 저항력을 높이고 건강을 촉진하고 있다.

계사는 우창계사이며 위생관리 방법은 전 계사별로 1회/주 청소하고 작업복과 작업화(장화)를 교체하며, 각종 세균, 바이러스 곰팡이 퇴치를 목적으로 계사를 1회/월 소독을 하고, 가금인플레인지에 대한 대책으로 차량의 바퀴소독도 철저하게 실시하고 있다.

산란계농장 경영에 변화의 계기가 있었는데, 계란의 좋은 평가를 듣고 있던 슈퍼 주인으로부터 「가또상 계란이 맛있으니 푸딩으로 만들어 보라」는 권고를 들었다. 사육관리의 기계화로 시간적인 여유가 생겼으므로, 몇 번의 시행착오를 거쳐 도오쿄(東京都)의 지역특산품으로 그 맛을 널리 인정받았다. 계란의 특징을 살려서 깨끗한 맛을 평판 받아 지금도 백화점이나 유명 요리사, 고급 음식점 등에서도 계약이 되고 있다.

「푸딩을 시작하고 나서, 산란계 농장만 경영하고 있을 때에는 생각하지 못했던 다른 업종의 사람들과도 만날 수 있게 되었다. 최근에는 고객도 많이 방문하고 주문전화도 많이 있어 당분간은 치매걱정도 없을 정도이다」라고 기쁜 얼굴을 보였다(계란·육 정보 발췌).

육 계

조류인플루엔자 전염 경로 3가지

유전자에 의한 3가지 분류로 적어도 3가지 전염 경로가 있을 가능성이 높은 것이 홋카이도(北海道) 대학 등의 연구에 의해 형태적으로 분류되었다. 그리고 바이러스 분포현황으로부터 감염경로는 (1) 홋카이도로부터 일본열도를 종단하는 것처럼 확대된 경로와 (2) 서일본을 동서로 확대한 경로, (3) 그리고 홋카이도로부터 동북지방을 거쳐 일부 지역으로 확대된 적어도 3가지의 가능성이 높은 것이 밝혀졌다. 홋카이도대학 수의학연구과의 기다 히로시(喜田宏) 교수는 서일본에서는 경로가 다른 감염이 중복되어 다발된 것으로 보인다. 2011년에도 감염이 재발할 계절이 다가오고 있어 감시가 필요하다고 말하였다(개인통신원).

즈끼지(築地)의 특별시장에서 일본산 닭고기 축제

(사)일본(食鳥)닭고기협회 간도오(關東)지부는 10월 8일 도쿄(東京) 즈끼지 장외 특별시장에서 열린 「2011년 즈끼지 가을축제」에 참가하여, 「닭간짐」, 「날개 양념구이」 판매 행사를 가졌다.

오전 8시부터 회원 각사가 준비해온 제품을 즈끼지 특별시장을 방문한 쇼핑객들에게 판매하는 한편, 튀김가루와 일본산 닭고기의 매력을 소개한 안내문, 닭모양의 스트랩을 선물하여 소비확대를 홍보하였다. 일본식조협회는 10월15일부터 11월15일까지 「퀴즈에 응모하고 5,000엔(¥) 상당의 토종닭고기 받기」 캠페인을 시작하였다.

2009년부터 10월29일을 『일본산 닭고기의 날』로

정하여 이날을 중심으로 전국에서 일본산 닭고기 축제를 실시하였으며, 소비자에게 일본산 닭고기의 인지도를 높이기 위한 방법으로 「국산 ○○고기의 날」의 ○○에 해당하는 단어를 퀴즈로 컴퓨터, 이동전화, 우편엽서 등으로 응모한 것 중에서, 추천으로 100명에게 토종닭 세트를 선물하는 행사다. 작년에는 1만2천136명이 응모하였다(계명신문 발췌).

2010년 토종닭 생산수수 4.6% 감소

(독)가축개량센터효고(兵庫)목장은 2010년 토종닭 생산현황을 발표하였다. 토종닭은 광역지방 자치단체와 민간의 39개 조직에서 50개 브랜드가 개발되어 2010년 연간 출하수수는 726만 7천수로 밝혀졌다. 내역은 광역지방자치단체가 611만 7천수로 93.1%를 차지하였고, 나머지는 민간개발 토종닭이 115만수로 9.9% 증가하였다.

교배경향은 수탉으로 군계(軍鷄·투계(싸움닭)) 이용이 가장 많았고 다음으로 열성백색플리머드록, 로드아일랜드레드 등의 순이었다.

사육일수는 브랜드 닭의 90~150일 사육이 약 70%를 점유하고 출하수수의 약 60%가 사육일수 90일 이내였다. 사육일수가 150일 이상이면 가격면의 문제가 있어 점유율이 낮다. 연간 출하수수의 생산 규모 점유율은 브랜드 닭의 60%가 연간 5만수 이하이지만, 출하수수 비율은 연간 30만수 이상의 브랜드 닭이 약 80%로 브랜드 닭이 출하가 많았다.

출하수수별 주요 토종닭의 브랜드는 홋카이도 토종닭(北海地鷄, 아오모리 샤모록(靑林シャモロック), 난부가시와(南部かしわ) 순이었다(계명신문 발췌). 양계