

## 올해 닭고기 소비, 자조금 사업 성패에 달렸다 런던올림픽 특수 닭고기 소비 둔화되는 중복과 맞물려 닭고기 가정 배달 시스템 정착... TV 홍보 효과 노려볼 만 계육·양계협회, 자조금 조성에 전향적 동참해야



옥 미 영 축산팀장  
축산경제신문사

육계산업은 축산업 가운데 타 축종과 비교해 저비용, 고효율 산업이라고 할 수 있다.

사육기간이 짧은 데다 사료요구율도 낮아 적은 비용을 투입하고도 양질의 단백질을 생산해 낼 수 있기 때문이다. 또 노동력도 타 축종에 비해 적게 투입된다는 특징을 가지고 있다.

이같은 특성 때문에 과거부터 육계는 농촌에서 자금사정이 여의치 못한 농가들이 생업 유지를 위해 비교적 쉽사리 참여할 수 있는 품목이었다.

가격만 높게 형성되면 40일 안에 목돈을 벌 수 있는 데다 진입장벽이 높지 않아 초복을 겨냥한 투기 성향의 사람들도 비닐하우스형 계사를 짓고 앞다퉈 병아리를 입식하기도 했다.

하지만 큰돈을 벌 수 있다는 희망으로 병아리를 입식한 농가들의 바람과 달리 닭고기는 수급상황에 따라 가격의 등락폭이 커 수급이 안정되지 못할 경우 한탕은커녕 병아리와 사료 값도 제대로 건지지 못하는 사례가 많았다.

이러한 불안정한 닭의 수급여건은 농가들의 자본축적을 어렵게 했을 뿐만 아니라 산업의 발전 역시 기대할 수 없었다.

이같은 수급 불균형을 해소하고 수급균형과 산업 발전을 꾀하기 위해 추진된 것이 육계수직계열화사업이다. 농가들의 판단에 따라 입식이 결정됐던 과거의 불규칙한 육계산업은 계열주체가 입식량을 결정하고 수급을 조절하는 예측가능한 산업으로 변화를 꾀한 것이다.

하지만 육계계열화산업은 계획생산에 따라 일정하게 가격이 형성될 것이라는 바람과 달리

불황의 장기화라는 더 큰 문제로 번졌다.

과거 육계농가들이 입식을 결정하던 시절에는 짧은 사이클(cycle)내에서 가격이 등락을 거듭했다면, 계열화사업 추진 이후 규모화 된 육계산업은 한번 가격이 폭락하면 최소 1년의 장기 불황이 지속되고 가격이 올라도 1년 이상 유지되는 등 긴 사이클로 변화됐다.

닭고기 시장 점유율을 둘러싼 계열 주체간 경쟁이 치열해지면서 가격의 폭락기에는 해당 업체의 종계 수명이 다할 때까지 생산을 줄이지 않는 등 과잉 상황이 해소될 여지를 찾기가 쉽지 않다.

반대로 가격이 폭등한 시기는 종계의 과잉 도입과 입식으로 야기된 손실을 되풀이하지 않기 위해 입식량을 줄이면서 공급 부족을 야기, 가격이 오르는 원인이 되고 있다.

이외에 닭고기 가격 형성에 영향을 미치는 변수는 종계의 생산성 저하 또는 예측하지 못한 시기의 생산성 향상 효과(기후변화 등) 등과 고병원성 AI 발병에 따른 급격한 소비 위축 등 예상치 못한 돌발 상황들이 가격 불안정의 배경이 되고 있다.

그러나 무엇보다 종계의 입식량을 좌우하는 원종계 도입량이 닭고기 가격을 결정한다는 사실에 비춰 볼 때 생산부분의 공급 과잉 초래를 막기 위한 근본적 노력이 닭고기 가격의 안정적 유지에 가장 기본 조건이라는 데는 이견이 있을 수 없다.

최근의 육계산업의 침체와 닭고기시장 불황은 공급 과잉과 함께 경기침체 등의 영향으로 소비가 감소하는 두 가지 요인이 겹쳐 발생한 것으로 분석된다.

때문에 현재의 불황을 극복하기 위해서는 생산부분의 수급조절이나 소비촉진 두 가지 중 한부분의 문제 해결에 접근할 때 온전히 해소해 내기 어렵다.

하지만 수급조절은 전체 업계 구성원들의 의식 공유의 전폭적인 참여에 적지 않은 비용 투입이 수반된다는 점을 감안할 때 소비촉진 대책이 보다 쉽게 접근할 수 있고 또 단기 효과를 거둘 수 있는 것이 사실이다.

때문에 현재 축산업계는 근본적인 불안정을 해소하기 위한 수급조절보다는 소비촉진 부분에 먼저, 그리고 더 많이 전력하는 경향이 강한 것으로 풀이된다.

육계산업 역시 이같은 상황에서 크게 벗어나지 않는다는 점을 감안하면 자조금사업을 통한 소비촉진 사업을 불황타개의 큰 축으로 활용해야 한다. 특히 자조금사업은 소비촉진을 위한 재원을 마련하고 보다 이를 활성화할 수 있다는 것을 타산업의 사례에 비춰보더라도 충분히 숙지할 수 있다.

더구나 닭고기의 경우 현재 각 축종별로 가장 주력하고 있는 TV를 통한 소비촉진 프로모션은 다른 축종에 비해 더욱 높은 효과를 쉽게 거둘 수 있다는 장점이 있다.

한우나 양돈, 우유나 계란의 소비유발에

는 사전에 구매를 계획해야 하지만 닭고기는 축산물뿐만 아니라 음식업종에서도 가정배달 시스템이 정착돼 있다는 장점을 가지고 있어 외식프랜차이즈 업체와 공동 광고프로모션을 진행할 경우 단기간에 소비를 끌어 올릴 수 있을 것으로 예상된다.

하지만 모두가 주지하는 바와 같이 현재 닭고기 자조금 사업은 계열주체와 육계사육농가간 자조금 사업에 대한 이견으로 활성화 되지 못하고 있어 아쉬움이 크다.

올해부터 자조금 사업을 공동으로 추진하기로 한 만큼 닭고기 계열주체들의 적극적인 참여만 있다면 닭고기 소비를 단기간에 활성화 할 수 있는 것은 문제가 되지 않는다고 본다.

여기에 런던올림픽이 이달 27일 개막예정인 등 닭고기 소비가 감소세로 접어드는 중복시기와 절묘하게 맞닿아 있어 계육협회와 양계협회가 자조금 조성에 함께 힘을 모아 협력, 치킨외식업계의 동참을 이끌어내는 등 치밀하게 준비한다면 주춤했던 소비 부분도 단기간에 회복시킬 수 있을 것으로 기대된다.

올림픽 특수 효과를 누리기 위해서는 자조금 사업을 통한 철저한 사업 대비, 무엇보다 재원 마련이 중요한 만큼 업계 구성원들의 전폭적 참여가 절실하다. 7월 한달이 올해 닭고기 산업의 명암을 좌우할 분수령이 될 수 있다는 데 인식을 함께하고 비록 짧은 기간이지만 자조금 사업 참여를 위한 적극적인 홍보, 그리고 산업을 이끌어가고 있는 계열주체들

의 인식 전환, 솔선수범하는 모습을 보여야 하지 않을까.

그러나 다행히 이같은 시나리오가 현실화 되더라도 이는 일시적인 닭 값의 안정을 도모하는 등 단기 방편에 지나지 않는다. 다른 축종과 비교할 때 닭고기는 성수기와 비수기의 소비 사이클이 분명한 만큼 수급조절에 능동적으로 대처하지 못한다면 닭고기 가격은 올림픽 특수 이후 급격히 줄어 들 것이 분명하다.

때문에 이같은 단기적 소비 진작책과 함께 수급조절을 통한 가격 안정이라는 장기적 대책이 반드시 마련돼야 한다.

2년 전부터 사육두수의 폭발적 증가 등에 따른 가격하락으로 불황기가 지속되고 있는 한우업계도 공급과잉이 원인이었음에도 불구하고 생산부문은 그대로 둔 채 소비 진작부문에 일관적으로 대응하다 불황이 더욱 깊어진 것은 닭고기 산업에도 시사하는 바가 적지 않다.

시장이 감당하기 힘든 수준까지 닭이 생산되지 않도록 단기적으로는 종계 도태 그리고 장기적으로는 적정한 원종계가 수입될 수 있는 생산명령제가 가동할 수 있는 제도 등이 마련돼야만 되풀이 되는 수급불균형에 따른 업계 피해를 근본적으로 방지할 수 있다. 