

우리문화와 우리 닭 종자 개발



최 희 철 과장/농학박사
국립축산과학원 기금과

닭은 5,000여 년 전 말레이시아, 미얀마 등 동남아시아의 들닭(野鷄, Jungle fowl)이 가축화된 것으로 추정되며 이들이 약 4,000년 전 세계로 전파되어 사육되어지게 되었다.

우리나라에서도 고대국가인 고구려, 신라, 가야의 탄생신화에 달걀이나 닭이 등장하는 것을 보면 오래전부터 이들 나라로부터 전래되어 사육되어져 온 것으로 보인다.

이렇게 동남아시아의 야계가 전 세계로 퍼져 사육되게 되었지만 현재는 동남아시아를 포함한 세계 각국에서 사육되는 일부의 재래닭을 제외하고는 대부분의 나라의 닭 종자는 몇몇 글로벌기업에 의하여 공급받아야만 그 나라의 가금산업이 존속할 수 있을 정도로 변해버렸다.

특히 우리나라의 고문헌을 살펴보면 우리민족이 생활속에서 닭과 함께 했다는 것을 알 수 있다.

닭은 부귀영화나 다산(多産)의 상징으로 부정을 막는 액막이로서 우리나라의 많은 민화나 민예품, 풍습에 나타나 있다.

닭 벼슬은 사람이 관(冠)을 쓴 모습과 비슷하다 하여 입신양명을, 혼례식의 초례상에는 닭을 청홍보자기에 싸서 올리거나 시댁에 폐백을 드릴 때 가져가는 풍습이 아직도 전래되고 있다. 상여 머리에는 꼭두닭을 장식해서 잡귀가 달라붙지 못하게 하고 이승에서 저승으로 인도할 때 극락왕생을 빌었다.

이러한 토종닭이 언젠가부터 우리곁에서 자취를 감추었다. 필자가 초등학교 다닐 때 만해도 집집마다 토종닭을 키우며 여기서 생산된 달걀은 농촌 가난한 가정의 귀한 반찬거리가 되었으며 남은 것은 계란꾸러미를 만들어 시장에 내다 팔아 소득원이 되기도 했다.

그러나 어느새 외국의 개량종 산란계와 육계에 밀려 우리 곁에서 멀어져 갔다. ‘더 빠르게 더 많게’라는 고효율과 높은 생산성 우선주의에 밀려 알도 적게 낳고 느리게 크는 토종닭은 외국 종자에게 자리를 내어주고 떠밀려서 멸실의 위기를 맞았었다.

그러나 다행히 우리닭 종자를 지켜온 몇몇 농가와 이를 복원하여 옛 우리 것을 다시 만들어보고자 했던 선배 과학자들의 20여 년 간의 노력으로 옛것이 복원되어 우리맛닭이라는 이름으로 700여 농가에서 사육되고 있으며 200여 전문식당에서 판매되고 있다.

또한 일부 가금종자 기업에서도 어려운 여건속에서도 몇 대를 이어오며 가업으로 물려받아 종자를 보존해가면서 토종닭 시장에 종자를 내어 놓고 있다.

그러나 세계의 경제위기속에 정부나 가정이



축산과학원에서 복원한 우리닭 종자인 '우리맛닭'

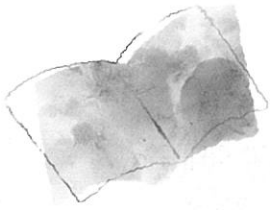
나 소득이 늘어나지 않고 있고 실업자도 많아서 허리띠를 졸라매다보니 소비가 위축되고 있다. 그러면서 값이 싼 물건이나 아니면 값이 비싸면서 아주 고급인 제품으로 소비가 이원화되고 있다.

한편으로는 고령화 사회로 진입하면서 건강에 대한 관심이 많아 건강에 좋은 것이라면 가격을 따지지 않는다.

이러한 때에 국내 축산물을 판매하기 위하여 소비자를 유혹하는 방법은 무엇인가? 무엇보다도 값이 싸서 사는데 부담이 없거나 비싸더라도 고급스러운 상품, 건강에 좋은 상품, 스토리가 있는 상품으로 소비자의 눈과 손을 유혹해야 한다.

농산물에서도 안전성과 건강을 중시하는 웰빙문화가 확산되고 있어서 친환경 농산물을 구매하는 소비자가 늘어나고 있다. 2008년 농업농촌에 대한 국민의식조사에서도 농산물을 구입할 때 가격이나 브랜드 보다는 원산지, 안전성, 맛을 보고 구입을 한다고 했다.

닭고기는 지방함량이 낮고 유용단백질 함량이 높은 백색육으로서 다이어트 식품으로 애



용되고 있다. 칼로리가 낮고 아미노산은 풍부하며 불포화지방산이 많이 포함되어 있고 비타민과 리놀레산 등과 같은 필수지방산도 많다. 다이어트 열풍 속에서 닭 가슴살이 없어서는 안 될 음식이 되었다.

그럼에도 불구하고 우리나라의 닭고기 소비량은 외국에 비하여 아주 적은 양이다.

세계에서 닭고기를 가장 많이 먹는 나라는 아랍 에미리트연합으로 연간 1인당 66kg을 섭취하고 미국이 46kg 정도를 섭취하며 우리나라와 식습관이 비슷한 일본도 15kg 정도를 섭취하는데 비하여 우리나라는 아직 11.7kg에 불과하다.

우리와 식문화와 체형이 비슷한 일본도 우리보다 훨씬 많은 양을 섭취하고 있고 선진국도 대부분 40kg 내외를 섭취하고 있는 것을 보면 닭고기의 소비는 증가할 수 있는 여지를 많이 남겨놓고 있다.

그런 의미에서 토종닭의 소비는 앞으로도 더욱 늘어날 것으로 보여진다. 토종닭은 감칠맛을 내는 핵산물질인 이노신이 일반닭고기에 비해 2배 정도 많고 풍미성분인 글루타민산도 35%나 높다. 필수아미노산인 메치오닌과 시스틴도 37%가 많고 피부노화를 방지해주는 콜라겐도 많이 들어 있다. 소비자들이 토종닭고기를 먹어보고 맛을 평가한 결과 향기가 있

고 질감이 좋아 종합 관능평가에서도 우수하다고 평가했다. 이렇게 맛이 좋다보니 전국의 요지요지마다 토종닭 전문점이 생겨나고 있고 한번 맛을 본 손님은 그 거리에 상관없이 단골로 찾아 닭고기 요리를 즐기게 된다.

그러나 이러한 토종종자의 보급은 육계에 비하여 아직도 10%에 불과하다. 미국이나 유럽과의 FTA로 관세가 점차 철폐되고 있고 2022년에 관세가 완전히 없어지면 수입산에 비하여 우리나라 닭고기는 가격경쟁력이 매우 취약할 것으로 예상되고 있다.

이러한 가격 경쟁력의 약화를 극복할 수 있는 가장 중요한 것은 우리나라 소비자의 입맛에 맞춘 안전한 고품질의 닭고기 생산하는 것이 필요하다.

이렇게 외국산과 차별화를 하기 위한 첫 번째 과제는 종자의 차별화이다.

우리 식문화의 대표적인 음식인 된장찌개에도 청양고추가 빠지면 맛이 나지 않는다. 칼칼하면서도 개운한 맛을 내는 청양고추는 태국 종자와 제주고추 종자를 교배해서 만든 국산 종자이다.

그러나 그 종자를 개발한 중앙종묘는 외환 위기 당시 외국 기업에 매각되었다. 우리의 먹거리를 책임지던 흥농종묘, 중앙종묘, 서울종묘, 청원종묘 등 주요 종자기업들이 외국으로

정부는 골든시드(Golden seed)프로젝트를 통해 앞으로 9년간 많은 연구비와 국내 가금종자 육종 관련 연구원을 총 동원하여 우리 고유의 닭 종자를 만들고자 국가 과제를 착수했다. 이렇게 우리 고유 종자가 만들어지게 되면 전량 수입에 의존하고 있는 육용계 종자의 30%까지 토종닭으로 대체하고 한류 열풍을 타고 동남아시아 국가에 수출까지 가능하게 될 것으로 보여진다.

넘어가면서 우리 종자주권도 함께 넘어갔다. 원산지가 한국인 콩은 미국으로 넘어가 유전자 재조합 등을 거쳐 세계 수출 1위국으로 부상했다.

마니커, 마니나는 우리나라의 대표적인 가금종자회사였으나 외국 종자의 능력을 따라가지 못하고 종자사업을 포기하게 된 것은 가금 관련자로서 더욱 가슴 아픈 일이다.

한류열풍을 보면서 지극히 한국적인 것이 이제 가장 세계적인 것이 될 수 있다는 생각을 하게 된다. 우리의 역사와 문화속에 살아있는 토종닭이 세계적인 종자가 될 수도 있다는 생각이다.

다행히 정부는 골든시드(Golden seed)프로젝트를 통해 앞으로 9년간 많은 연구비와 국내 가금종자 육종 관련 연구원을 총 동원하여 우리 고유의 닭 종자를 만들고자 국가 과제를 착수했다.

이렇게 우리 고유 종자가 만들어지게 되면 전량 수입에 의존하고 있는 육용계 종자의 30%까지 토종닭으로 대체하고 한류 열풍을

타고 동남아시아 국가에 수출까지 가능하게 될 것으로 보여진다.

국내에서 유지 보존되고 있는 토종닭 유전자원을 전부 수집하고 우리 입맛에 맞는 종자를 선발하여 새로운 종자를 개발하고 우리 닭고기의 우수성도 규명하게 된다면 닭고기 소비는 더욱 늘어나게 될 것이다.

프랑스가 고유종자를 이용해서 닭고기 시장의 40%를 점유하고 있고 대만도 재래닭을 복원하여 50%를 자국 종자로 생산된 닭고기를 공급하고 있는 것을 보면 시사하는 바가 크다.

이번 골든시드프로젝트를 통하여 경쟁력있는 우리 종자가 개발되어 우리 전통과 문화가 서려있는 우리닭고기를 먹을 수 있는 날이 하루빨리 오기를 바라는 마음 간절하다. 