꼬꼬팜

김 의 겸
산내들축산 대표/천안육계지부장/본지 편집위원

필자는 지난 8월 21일부터 25일까지 2017년 농업인 국외훈련과정으로 6차 산업 정책과정 연수차 일본을 다녀오면서 큐슈지역의 후쿠오카 현, 오이타 현, 구마모토 현을 방문한 내용을 본지를 통해 소개한다.

꼬꼬팜은 구마모토 키쿠치시(熊本縣 菊池市)에 본사가 소재하고 있고 1969년 1월 자본금 1,000만 엔으로 설립되었으며, 임직원은 165명이 근무하고 있는 양계 6차 산업 선도 회사다.

처음에는 『정성으로 길러 낳은 따뜻한 계란을 직접 손님에게 대접해 드리고 싶다』라는 슬로건을 목표로, 3명의 형제가 모여 만든 가족 경영 기업이며, 일찍이 농업에 IT 경영 기술을 접목해 기업을 성장 시킨 공로로, 2010년에는 중소기업 IT 경영 대상을 받기도 하였다. 현재는 맏형 아들이 회사 대표, 숙부들은 회사의 중책을 맡아 운영하고 있다. 회사 조직은 생산부(양계장), 판매부(판매장, 레스토랑), 건강식품부(가공), 총무부(품질관리, 광고, 기획)가 있으며 생산부서 양계장에서는 No-GMO(비유전자조작생물체) 곡물로 계란을 생산하고 있다.

산란계는 계란의 품질유지와 성계 닭고기를 매장에 판매하기 위하여 65주령 되면 도태를 하고 있다. 노계의 경우는 난각질 저하로 계란의 품질이 떨어지기 때문에 소비자들이 꼬꼬팜의 계란 인식이 나쁘게 될 것을 염려하고 레스토랑에서는 육계 닭고기를 사용 안 하고 성계 닭고기를 사용하는 것은 씹는 맛을 좋게 하고 자체농장의 성계를 싼값에 판매되는 것을 막을 수 있다고 한다.

NO-GMO 곡물을 사기 위하여 별도로 곡물 수입상과 계약 수입하여 충당하고 있으며 현재로서는 사람에 해롭다는 것은 없지만 유전자를 조작하여 곡물을 생산한다면 자연 상태로 생산한 곡물보다 소비자 인식이 나쁘게 생각할 수 있다. 유해 여부를 연구한다면 해롭다고 판명 날 경우 그동안 쌓아온 소비자와의 신뢰가 깨질 수 있다는 생각에 비싼 돈을 주고 사용한다고 한다. 가공부서는 자체 생산한 신선한 소재로 과자 제조, 빵, 계란 가공, 닭고기 가공, 도시락, 농산물 및 채소 포장 및 가공, 건강식품제조 등 다양한 종류의 식품을 가공하여, 판매장에 공급하고 있다. 판매부서에서는 레스토랑과 가공부서에서 생산한 다양한 농산물 판매장을 운영하고 지역 농민과의 공생하면서 코코팜이 생산하지 못 하거나 부족한 부분은 판매장을 이용하여 지역 농민이 판매할 수 있도록 배려함으로써 지역 농민들로부터 호평을 받고 지역 발전에 이바지하고 있다.

계란은 살균 처리수로 세척을 하고 있으며, 난중별로 선별을 하지 않고 일부는 10~20개 포장하며, 대부분은 난좌에 담지 않고 3kg 단위로 상자에 담아서 판매를 한다. 이렇게 함으로써 선별 비용이 절약되고, 한 상자 안에 크고 작은 알들이 있어, 집에서는 크기의 필요한 용도대로 사용하며, 큰 것은 찜이나 빵에 작은 것은 후라이 등에 쓰인다고 한다.

여름철(7~9월)에는 스티로폼 상자에 담아 유통하여 높은 온도에 따른 계란 신선도를 유지하고 있다. 계란은 보관할 때 기공이 위로 가게 보관하여야 하지 않느냐 질문에 꼬꼬팜 계란은 24시간 이내에 유통이 되기 때문에 일반 마트보다 더 신선하다고 자신 있게 설명을 한다. 연수단이 가던 날도 3kg씩 상자에 담아 1상자에는 40~45개가 들어가며 세일을 하여 1,234엔(12,850원)에 판매를 한다. 판매장 한쪽에는 과자, 제빵 공방, 물산관을 운영하여 지역 농산물 전시, 이벤트 홀에서는 지역 특색 있는 공연을 할 수 있으며, 소비자들이 단순히 레스토랑에서 식사와 판매장의 농산물만 구매하지 않고, 다양한 볼거리를 제공하고 있다(월 1회 양파망 계란 채우기, 초란 이용 이벤트 진행). 그 외에 총무부에서는 광고, 기획, 품질관리, 외

▲ 매장에 전시된 닭고기 계란을 박스에 담아서 판매

▲ 계란을 박스에 담아서 판매

▲ 3kg 계란 가격

◀ 꼬꼬팜의 농산물 판매장 가공란 판매

▲ 꼬꼬팜의 6차 산업 카다로크

▲ 매월 발행되는 판매장 안내문

양계업과 농업에 대한 연구를 병행하고 나아가 지역 활성화와 환경을 위하여 서로 토론하고 연구하는 활발한 커뮤니케이션을 위해 설립하였다. 이곳에는 단체를 위하여 공간을 대여할 수 있는 대 · 중 · 소 회의실, 지역 행사를 위한 공연장, 회사 이벤트 홀, 카쿠치 지역에서 생산되는 바나나 명소 바나나 관, 인재 육성을 위한 교육관, 레스토랑, 대형 농산물 판매장이 있다. 이곳에서 행사나 회의를 하면 레스토랑 이용, 도시락 판매, 집에 갈 때

상 관리를 맡아, 공산품을 제조 · 판매하는 회사같이 철저하게 회사 관리를 하고 있다.

연수단이 다음 방문한 곳은 계란을 위한 모든 시설의 집합소인 '타마고앙' 이다.

는 시장까지 보고 갈 수가 있어 6차 산업의 회사답게 운영을 하고 있다. 바나나 관 운영은 농장에서 생산되는 비료와 계란 가공에서 나오는 계란 껍데기 처리 생각에서, 바나나 농장과 연계하여 부산물을 공급하고 바나나 농장에서 생산된 바나나를 독점 계약하여 판매하게 되었다고 한다. 타마고앙은 큐슈 지역 중간에 있고, 온천으로 유명한 아소로 가는 대로변에 있어 교통의 요지로 휴게소 자리가 좋다고 설명한다.

이곳은 처음부터 시작한 곳이 아니고, 1차로 양계농장(축산단지) 옆에 판매장으로 운영하고 있다가 방역 문제와 협소한 공간 때문에 2차로 판매장 옮겼고 47만 명이 찾아올 정도로 회사가 잘되어, 자신감을 갖고 3차 매장인 현재의 위치에 종합 휴게소 형태로 자리 잡게 되었다. 개장 첫해에는 110만 명이 매장을 방문하고 2016년도는 2달간 수리에도 불구하고 97만 명이 매장을 다녀갔다. 평일에는 시간이 많은 노년층이 많이 오고, 주말에는 젊은이들이 매장을 많이 온다고 한다. 노년층 비중이 많아(80% 노년층) 큐슈 여덟 군데 대도시를 방문하여 시장조사를 하고 계란과 닭고기 중심으로 젊은 층 소비자 확대를 위해 다양한 이벤트를 진행하여 작년에는 10~30대 11%, 40대 15%, 50대 24%, 60대 30%, 70대 16%의 구성으로 변하였다. 지역 TV 광고, 신문 간지 광고, 꼬꼬 송(노래) 제작 보급, 매월 Cocco+Plus 발간 등 회사의 홍보를 위하여 노력하는 회사의 의지가 대단하다는 것을 느꼈다. 또한, 회원제 제도를 도입하여 회원 56%, 비회원 44%의 비율로 회원의 우대와 할인으로 매출이 향상되었으며, 현재 회원은 37,000명이고 회원만 오는 것이 아니고 2~3명이 같이 올 수 있어 회원을 더 확보하여 안정적인 회사 운영을 목표로 하고 있다.

이번 우리나라에서 문제가 된 살충제 검출 계란에 대해 일본에서는 어떻게 농장을 관리하느냐고 질문을 하자 "일본에서도 닭 와구모(진드기) 때문에 산란계 농장에서는 골칫거리"라고 하며, "완전 박멸은 할 수가 없고 진드기 개체 수를 줄여 농장을 경영하는 수밖에 없다."고 한다. 그렇게 하기 위해서는 진드기가 번식할 수 있는 환경을 만들어주지 말아야 하며, 매일 청소와 소독, 위생적으로 계사를 관리하는 수밖에 없다고 한다. 진드기는 유럽이나 일본, 선진국들도 박멸할 수 없는 골치 아픈 기생충이다.

꼬꼬팜을 방문하여 느낀 점은 지역 농민과 철저한 상생과 협업, 지역 환원 사업을 통하여 양계농장에 대한 나쁜 인식을 해소하고 민원해결, 생산비가 비싸져도 NO-GMO 곡물로 양계 산물을 생산하여 소비자들을 안심시켜 장기적인 고객으로 유인하는 생각에 감동을 하였다. 양계