

브로일러산업이 성장산업임을 부인할 사람은 아무도 없다. 그러나 브로일러를 4~5년 하다 보면 야밤도주를 해야하는 경우가 많다고 한다. 그런데도 많은 사람들이 브로일러산업에 몰려드는데 그 마력은 무엇인가? 어떤 사람은 찬란한 불빛만을 보고 불꽃으로 날아드는 하루살이에 비유하기도 한다.

이러한 브로일러 업계에도 안정을 찾으려는 몸부림이 일어나고 있다. 관련되는 몇사람을 만나 보았다.

### 브로일러업자는 불안해 하고 있다.

브로일러업자들의 가장 큰 고민은 무엇인가? 기자는 천안에서 소개업을 하는 P씨를 만나 보았다.

—언제부터 소개업을 하기 시작했으며 하게 된 동기는 무엇인지요?—

### 시장 생각없고 생산하는 것이 문제

P씨:「78년에 Broiler 경기가 좋았기 때문에, 79년에도 많은 사람들이 브로일러를 시작했습니다. 그러나 길러만 놓았지 어디다 누구에게 파는지조차 모르는 사람들이 많았습니다.

그들이 생산한 닭들은 서울 상인에 판매해 주면서 소개업을 하게 되었습니다.」

이곳 생산자 H씨는 이렇게 말한다.

### 소개인 육계의 국내 수출업자

H씨:「이 지역에서 생산된 닭이 이곳에서 소비되는 양은 1할정도 밖에 안되기 때문에 모두 다른 지역으로 판매해야 됩니다. 무역업자가 해외시장정보를 잘 알아서 수출해주는 것처럼 소개인이 소비시장정보를 알아서 팔아주지요.

소개인은 전국적인 조직망을 가지고 전국의 시장정보와 상인들의 신용, 능력 등을 파악하고 있습니다. 과거에 생산자가 직접 닭상인을 거래할 때는 그들의 농간에 속기도 하였으나 소개업자는 정보에 밝기때문에 이런 일은 없습니다.

### 소개인은 정보 빠르고 신용 있어야

소개인의 첫째조건은 신용과 인품이고 다음은 정보에 밝아야 합니다.

현재 천안에 9명, 평택에 7명, 공도 2명, 안성 2명, 홍성 10명, 서천 5명, 청주 4명 등 그 지역에서 자급의 범위를 넘어 외지 소비시장을 겨냥하고 생산하는 곳이면 소개업소는

필수적입니다.」

—계우회나 협회분회 또는 사료대리점에서도 소개인 역할을 할수 있을 텐데요.—

### 생산자만 보호하려는 생산자 조직은 실패

P씨 :「물론 할수 있습니다. 그러나 이들은 생산자를 보호해야 한다는 입장때문에 값이 하락할 때는 물건을 판매하려고 노력하다가도 값이 오를때면 더 오를 것을 기대하고 팔지 않기때문에 상인들이 계속 거래하기를 기피하게 됩니다.

심한 경우에 물건이 부족할 때는 사무실문을 닫아 버리는 경우도 있습니다. 닭중상들도 닭을 뽑으러 왔다가 못사게 되면 곤란하게 되니까 현지에 믿을만한 소개인이 필요하게 됩니다.

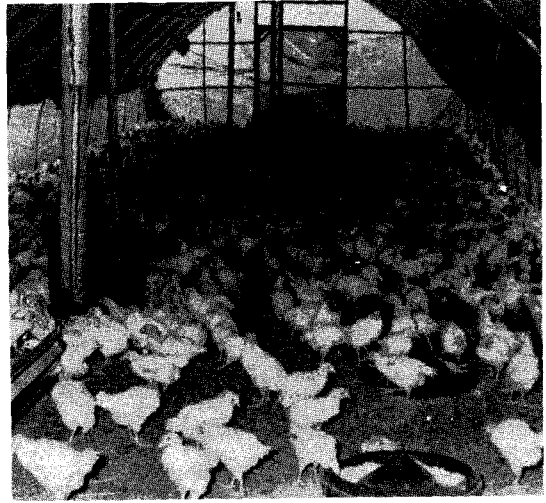
소개인은 현지 실정을 잘 알기 때문에 상인들의 용도에 맞는 닭을 소개해서 연중 원만한 거래가 이루어지게 해줍니다. 닭을 판매해주고 kg 당 얼마의 소개료를 상인으로 부터 받습니다. 상인들의 현지 대리점 역할을 하지만 생산자가 없는 소개업은 있을 수 없기 때문에 닭값을 더 받아 주려고 노력합니다.

이러다 보니 농장에서 병아리 구입도 부탁해서 병아리도 공급해주게 되었습니다. 병아리는 신용있는 부화장 몇개와 주거래를 하고 그외에는 그때그때 형편대로 구입합니다.

닭상인도 계획에 따라 연중거래는 10여명이고 이들은 비교적 높은 가격으로 구입해 가는데 새로 시작한 상인들이 철새처럼 몰려다니며 닭을 싸게 구입하려는 경향이 있습니다.」

—부화장에서는 소개인이 병아리값을 하락시킨다고 하며 생산자들도 소개인이 닭값을 하락시킨다는 원망을 하는데 소개인 입장에서는 어떻게 생각하십니까? 또 이 지역 생산량중 소개인이 취급하는 양은 얼마나 되는지요.—

### 소개인은 생산자와 상인 사이에서 샌드위치 신세



P씨 :「대개 전체생산량의 80~90%를 취급하고 있습니다. 병아리는 부족할 때와 품질때문에 덤핑병아리가 많이 찾아오지만 받을수 없는 경우가 많이 있습니다.

닭값은 생산자 입장에서 상인과 가격조정하는데 상인들은 값이 맞지 않으면 안들어 옵니다.

공평하게 하려고 노력을 하는데 양편에서 불만을 표시할 때는 이 사업에 매력을 잃고 맙니다. 앞으로 자본이 많은 회사가 하면 성공할 때가 되었다고 생각됩니다.

과거에는 월말이면 사료값 결제때문에 싸게라도 팔아달라는 부탁이 많아 월말이면 닭값이 하락했는데 최근에는 많이 시정되었습니다.

서울의 부화장들도 이곳에 주재원을 두면 관리가 어렵기 때문에 소개사들을 이용하는 것이 편리하다고 합니다.

전국 소개사들끼리 매일 정보교환을 하고 전국 상인들과 거의 다 거래하기 때문에 생산자들보다 정보가 한템포 빠르기 때문에 아직은 소개사가 필요하나 앞으로 현지 도계장을 통한 도계 품거래와 전화 등 통신망의 발달로 설 자리가 없어질 것으로 생각됩니다.

한 예로 소개자는 샌드위치 신세인데 이는 생산자도 하루후면 정확한 시세정보를 알기 때문

에 마진은 아주 적습니다. 가끔 소개인이 꼭 필요한 존재인가를 생각해봅니다.」

P씨와 거래하는 생산자 L씨는 소개인의 위치를 이렇게 설명한다.

### 상인과 직거래하다 닭값 못받은 경우

#### 많아

L씨 :「천안에서 서울 닭상인들의 정보를 정확히 안다는 것이 불가능하며 어음이나 외상거래의 경우에 상인의 신용도 알수 없고 닭을 뽑다 보면 잔금이 남을 경우 잔금받으러 서울까지 다닐 수도 없는데 이런 것을 지방에 있는 소개인이 해결해 줍니다. 과거 상인과 직거래하다 닭값을 못받는 경우가 많았습니다. 닭값이 떨어질 때도 소개인이 생산자들에게 고루 물량을 분배해서 손해를 분배하기 때문에 이러한 위험을 분산할수 있습니다. 생산자 모임은 좀 커지면 단결이 잘 안됩니다.」

기자는 소개인이 어떤 형태로 발전되어가는가 확인하기 위해 서산의 김재순사장을 찾아 보았다.

### 지방 소규모 완전 계열화로 발전되어가는 형태도

서산에도 소개인들이 활발히 움직이지만 김사장의 경우에는 좀더 생산자들의 위험부담을 줄이는데 노력한다. 회원 19명이 항시 약 25~30만수의 육계를 사육한다.

이들에게는 연중 230원의 같은 가격으로 초생추가 공급된다. 한편 김사장이 사료대리점을 해 사료도 외상으로 공급된다.

또 1주간 판매된 닭의 평균단가로 회원에 지불된다. 85년 부터는 연중 일정한 가격으로 판매할 계획으로 있다.

지금 현재는 생산비 이하로 닭값이 하락하면 사료회사에서 3%까지 보조해 준다. 서울상인 4명과 계약하여 정기적으로 출하하며 가격은 서울근교가격에서 30원(kg당)을 제한 가격으로 판매가 되며 대금은 서울 사료회사에 입금된다.

육계 출하후에 가격이 잘못 정해졌으면 서로 신용으로 조절이 가능하다. 서울상인이 바쁠 때는 이곳에 닭어리까지 보유하고 있기때문에 전화로 요청하면 실어보낸다. 서울상인은 가만히 앉아서 원하는 규격의 닭을 구매할수 있게 된다.

특기할 것은 고정거래선에 신용위주로 판매하기 때문에 사육기술 지도를 철저히 하며 상품은 전국 최상급이기 때문에 상인들이 매력을 느끼게 된다.

대부분 회원들이 농사를 지으며 브로일러를 하기때문에 생활에 어려움은 없다고 한다.

이상 서산의 경우는 아직 완전한 계열화 생산 유통체제를 갖추지는 않았지만 충분한 가능성을 보이는 좋은 예가 될수 있을 것이다.

육계시장에서 서비스를 팔고사는 소개인들은 누구인가? 생산자들의 가려운 데를 긁어준다는 명분하에 생산자를 수탈하는 기생충의 존재인가? 아니면 사육자에 이익을 주며 사육자가 할 수 없는 부분을 대행해 주는 기능인으로 현실적으로는 없어서는 안될 양축가의 친구들인가?

이는 외국의 발전과정에서도 보아온 것 처럼 이들 소개인의 인격과 문화수준에 따라 결정될 수 밖에 없다.

우리가 바라는 것은 이들이 병아리사료 등 생산자재를 대량취급하므로써 개별적으로 하는 것보다 유리하여지고 기술지도로 생산성을 높여주며 도계장과 묶여져 안정된 판로를 확보하여 주는 것이다.

이러한 역할은 개인이거나 회사이거나 축협이거나 어느 누구라도 좋다. 다만 계열화라는 명분으로 생산자가 또한번 시달리는 일이 없도록 여러분야에서 방지하는 기능이 되어있어야 함은 물론이다.

지금까지 정비가 어둡고 영세하여 공정한 거래를 하지 못하고 밀지는 장사만을 해온 생산자들이 단지별로 뭉쳐 규모가 충분히 커지고 필요한 정보와 지식을 갖출때 상인과의 힘의 대결에서 대등한 관계에 설수 있을 것이다. \*