

비생산적인 경쟁 지양해야...



김 인 식
(주)체리부로 식품 대표

1. 계열화 사업의 정착

W.T.O 체제의 출범과 함께 모든 산업이 국제경쟁력이 있느냐 없느냐에 따라 산업자체의 존속여부가 가름되는 시점에서 국내 농업관련 1차 산업에 대한 부정적 분위기는 갈수록 높아지고 있다.

그러나 육계산업의 발전을 위한 정책적 지원에 힘입은 육계계열화 사업은 생각보다 훨씬 빠른 속도로 전개되고 있으며, 그 결과는 우리에게 육계산업이 장기적으로 기대한 만큼의 성과를 거두어 경쟁력을 갖게 될 것이라는 확신을 주고 있다. 10여년전 까지만 해도 생소하게 들렸던 “육계계열화 사업”이란 단어중에서 계열화 사업이라는 말은 보편적인 일반용어가 되어 양

돈, 한우, 심지어 경작농업에 까지 광범위하게 쓰이고 있다.

더불어 정부의 정책의지로 일정규모까지는 신고절차만으로 농지를 전용하여 축사를 지을 수 있도록 하고, 축사시설 개선자금을 포함한 정책자금의 지원 등 육계산업관련 축면지원의 확대로 육계사육농가도 대형화, 자동화로의 발전적인 변화를 가속시키고 있다.

한편, 지형적 여건에 의한 부업형, 소규모 계사들은 토종닭, 오골계, 유색닭 등 백색육계와는 별개의 특수목적용 닭을 사육하는 농장으로 전문화될 것으로 예상된다.

육계계열화 업체와 계약사육중인 농가중 일부분에 지나지는 않지만 시세에 따라 목전의 이익에만 급급하여 계약사육한 닭을 계열주체와

협의없이 임의로 팔아 버리거나 계열주체 소유의 사료까지 처분하는 예는 몇년전까지 일부지역에서나 있었던 사례라고 생각된다. 물론 아직까지 육계산업을 시기선택에 따라 폭리의 가능성이 있다고 보는 일부분의 농가를 제외하고는 근래에 와서는 육계가격의 폭등에도 불구하고 계약농가의 동요가 거의 없다고 보고 있다.

이러한 변화는 육계산업을 바라보는 시각이 예전의 투기산업에서 안정적 수익산업으로 바뀌고 있다는 반증이며 육계계열화 사업이 이제 정착기에 접어들었다는 증거라고 생각된다. 계열주체와 계약농가가 종속관계가 아닌 대등한 협력관계로의 발전이 진행되고 있으며, 이러한 장기적인 안목의 협력관계는 일부 계열주체의 계약농가에 대한 계사증(개)축 및 자동화시설 자금 지원과 계약농가 자녀에 대한 장학금지원 등으로 발전되고 있어 상호 사업적 연계는 물론 가족적인 유대강화로 까지 이어지고 있다.

2. 도계장의 제품생산 개념의 변화

가축위생처리법 제정 이후 지난 20여년간 정부의 도계장 관리는 시중에 유통되는 모든 닭고기의 가공을 위탁도계장으로 끌어 모아오는 것과 도계장의 위생적인 처리를 위한 기초 시설지원, 교육, 그리고 기술지도에 치중하여 왔다.

그러나 몇년전부터 도계장을 보유한 계열주체들이 유통에 직접 참여함으로써 자사제품에 대한 소비자의 반응을 도계작업 과정에 반영하게 되었으며, 이러한 사업추세는 계열화업체의 시장점유율이 높아지면서 자연스럽게 전국에 유통되고 있는 도계제품의 품질을 몇단계 높이는 결과를 낳게 하였다.

체리부로식품은 그러한 일련의 변화과정을 가장 가까이에서 보아 왔다고 할 수 있다. 전체 작업물량의 90% 이상이 위탁도계장을 작년까지, 당시는 위탁도계했던 상인들의 요구에 의해 벤트컷터(항문 흡입제거기), 크롭퍼(사냥제거기)의 사용을 하지 못했을 뿐만아니라, 특히 파이날머신(복강내 혀파 등 잔류물질 흡입제거기)은 아예 가이드를 제거해야만 했었다.

상인들은 최종 품질보다는 도계된 제품의 중량을 더 중요하게 생각하여 도계된 제품의 복강내에 스폰지처럼 불순물을 머금은 혀파와 사냥까지지를 중량으로 추가하여 판매하고자 했던 것이다.

그러나, 이와같은 요구를 강하게 했던 위탁상인들은 이제 판매수가 감소하여 그 시장을 잃어가고 있다. 특히 금년들어 도계제품의 품질 관리에 노력하고 지속적으로 비교 홍보한 결과 당사의 직접판매량이 전체 도계수의 70~80%를 넘게 되었으며 위탁도계상인들의 세력이 급격히 약화되었다. 최근 제대로 처리되지 않은 제품은, 깨끗이 작업되어 더이상 손질할 필요가 없고 위생적으로 저온처리되어 보존(유통)기간이 길어진 제품에 대하여 경쟁력을 잊게되어 일반시장에서도 그 자취를 감추어 가고 있다. 이러한 현상은 중대형 육계계열화 업체들이 도계제품의 표준품질에 대한 홍보활동을 본격화하면서 “우수한 품질이 어떤 것인지”가 중간상인, 소상인, 나아가 최종 소비자에게까지 알려지면서 나타난 결과라 할 수 있다.

이제 수억원 나아가 지원설비까지 포함하면 수십억원대의 고급기계를 설치하고서도 중간상인들의 품질보다는 중량우선주의에 밀려 혓돌아야만 했던 시대는 지나간 것으로 보여지고,

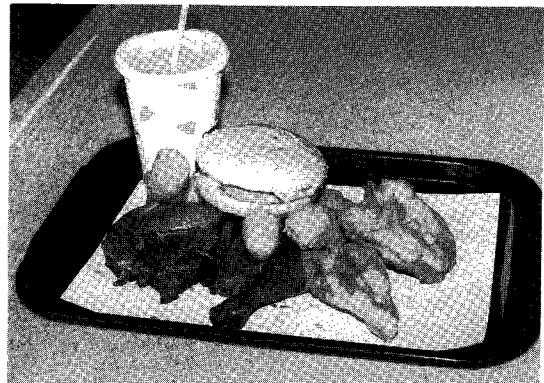
기존의 위탁도계 위주의 도계장 시설들도 시장 팬도 변화에 뒤지지 않도록 위생처리를 위한 설비를 보강하지 않으면 안되게 되었다.

과거에는, 육계사육농가들 까지도 판매중량만 더 나가면 되니까 한끼 끊겼다 사료를 잔뜩 먹여서라도 사냥을 부풀려 체중을 더 나가게 하여 출하했고, 위탁도계장은 도계수수료 덤픽경쟁을 해서라도 털벗기고 내장만 대충 제거하여 적은투자로 많은 닭을 처리하려고 하였으며, 위탁상인은 복강내 잔류물질을 제거하지 않고 중량만 부풀려서 닭고기 값은 많이 받으려 하는 등, 사육농가 · 도계장 · 위탁상인의 3자간 이해가 맞아 떨어져 소비자를 생각하지 않았다고 할 수 있었다. 그러나 이제는 소비자의 선택기준이 어떻게 바뀌어 가고 있는지를 직시할 때가 된 것이다.

3. 소비자의 선택

멀지않은 장래에 저가의 닭고기, 먹음직스러워 보이는 가공식품이 미국, 중국, 태국 등에서 밀려들어올 것이라고 한다. 현재 계약사육을 하고있는 농가에서도 외국닭고기가 들어오면 우리는 다 틀린것 아니냐고 물기도 한다. 그러면서, 지금 시설투자하는 것이 너무 늦은거 아냐, 차라리 이제는 그만두는 것이 좋은것 아니냐고 물기도 한다.

이러한 질문을 현재 상황과 대비하여 보면 염살이라고 할 수만은 없다. UR밀물을 타고 들어오는 수입농축산물의 양이 많아지고 이미 국제시장에서 경쟁해 본 경험이 있는 외국회사의 계육 관련제품이 우리시장의 진열대 위에 산뜻한 포장으로 놓여진다면 국내 육계산업은 전반



적으로 타격을 받을 것이다.

우리의 소비자, 즉 한국의 소비자에게는 위생적이고 맛있고 값싼 계육 제품을 선택할 권리가 있다는 사실을 이제는 알아야 할 때가 된 것이다. 계육제품에 대한 국제경쟁력이 있는 외국에서는 한국의 시장 한국의 소비자에 대한 분석과 연구를 하고 있다고 한다. 우리도 육계산업에 속한 그리고 연관된 각업체 및 관련 종사자들이 “소비자의 권리”에 대해서 알아야 한다.

지금까지 종계관리, 사료, 부화과정, 사육농가와 출하 운송시의 취급, 도계 및 가공, 유통부분, 저장, 포장, 진열 등 이제껏 생산원가만 따지고 산업의 연결고리에서 경쟁적 자기이익 추구에 한정되어 있었다면, 이제부터는 “최종 소비자를 위해 우리가 무엇을 어떻게 할 것인가”를 중요하게 생각하는 방향으로 우리의 안목을 확대 발전시켜 나가야 한다.

농가에서의 출하전 관리, 포획, 생계운송, 그리고 도계장에서의 텅적기 및 칠러의 온도관리 등 육계산업 관련 모든 작업과 사업행위가 우리가 달성한 성과로 소비자들 앞에 진열되고 선택되어져야 한다.

4. 계열주체들의 임무

지난 9월기준으로 볼 때 전국적으로 유통되는 도계제품의 70% 이상을 육계계열화 업체들이 공급하고 있는 것으로 추정된다. 벌써 육계계열화 업체들이 계육시장을 주도하고 있다고 보아도 과언이 아니다.

앞으로 계육시장의 성숙된 발전을 위하여 계열화 업체들 상호간의 선의의 경쟁이 심화될 전망이다. 그동안 타산업에서 가끔씩 보여주었던 비효율적, 비생산적인 과열경쟁은 애초부터 지양하자는 제안을 하고싶다.

자본주의 시장에서 동종업체들끼리의 경쟁은 필연적이다. 그러나, 소모성 경쟁을 하게된다면 서로에게 아무런 이익이 되지 않을 뿐만 아니라 장차 밀려들어올 수입계육에 우리의 시장을 통째로 내어 주게 될 돌이킬 수 없는 과오로 연결될 것이다. 반대로, 서로를 격려하며 한 단계 위로 도약하기 위한 선의의 경쟁을 하게 된다면 상호간의 공동발전을 이루할 것이고 나아가 UR이란 거친 파도를 이겨내게 될 커다란 힘을 발휘할 수 있을 것이다. 목전의 작은 이익보다는 좀 더 거시적인 안목을 가지고 계열화 업체들이 공동대응전략을 개발해야 할 때이다.

그 중 한가지 방법으로 계열화업체들이 자조금을 내어 마련된 기금으로 “수입개방에 대한 대응전략”을 연구하고, 소비자에 대한 “우리닭고기 소비홍보”를 하고, 어차피 수입될 닭고기라고 한다면 수입계육이 우리의 시장을 어지럽히지 않도록 하는 제도적 장치의 마련을 위한 연구를 하여 정부에 건의하는 등 여러가지 적극 적이고 발전적인 사업을 한다면 계열화업체들 상호간의 공동이익 추구는 물론 육계산업 전체의 안정적 발전을 도모할 수 있을 것이라고 생각한다.

10여년전 일본 동북지역의 “다떼물산”이라는 지역 육계계열화업체를 방문했을 때 들은 이야기이다. “젠페(일본전국농민조합)”의 계약 농가와의 육계위탁사육계약서는 매년 갱신되고 추가조항이 삽입되어 이제는 책 한권이 될 만큼 커져 있다고 한다. 그러나, “다떼물산”的 계약서는 10년 전이나 지금이나 똑같다고 하면서, 위탁농가와의 협력관계는 신의를 바탕으로 함께 살고 함께 잘 되자는 “공생공영”的 정신을 가지고 할 때 만이 발전할 수 있다는 신념으로 지금까지 사업을 성공적으로 이끌어 오고 있다고 하였다. 그의 말대로 계열화기업은 내부적으로 공생공영의 정신으로 하여야 하지만 계열화 기업 상호간의 관계도 같은 정신 일 때 더 불어 발전할 수 있으리라 생각된다.

이제 국내 육계산업을 리드해야 할 책임있는 계열화업체들이 한 목소리를 내어야 할 때라고 본다. 지금까지와 같은 파동적 수비자세에서 벗어나 우리 시장에 대한 적극적인 자세로 전향하여 우리의 시장, 우리의 소비자를 바로 보아야 하겠다. 한정된 국내 소비량을 경쟁적으로 나눠 갖는다는 생각보다 함께 노력하여 소비를 확대하고 발전시켜 국내 육계 시장이라는 “파이”를 보다 키워서 내몫의 상대적 크기보다 절대적 양이 많아지도록 하자는 것이다.

수입개방에 대비하기 위하여 우리에게 주어진 시간은 짧다. 그 만큼 국내 육계산업을 보호하고 발전시켜 나가야 할 육계계열화업체의 책임이 더 무거워진다. 개별업체의 이익추구라는 관점보다도 육계업계 전체의 생존을 이끌어 나간다는 사명감으로 보다 더 발전적인 모델의 육계계열화 사업이 완성되어 가리라 믿는다.