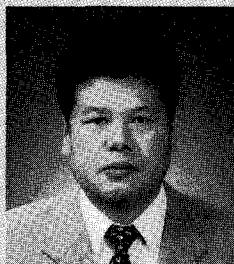


## 계육시장 변화에 따른 대응전략과 발전방안



정 창 영  
(주)동우 대표이사

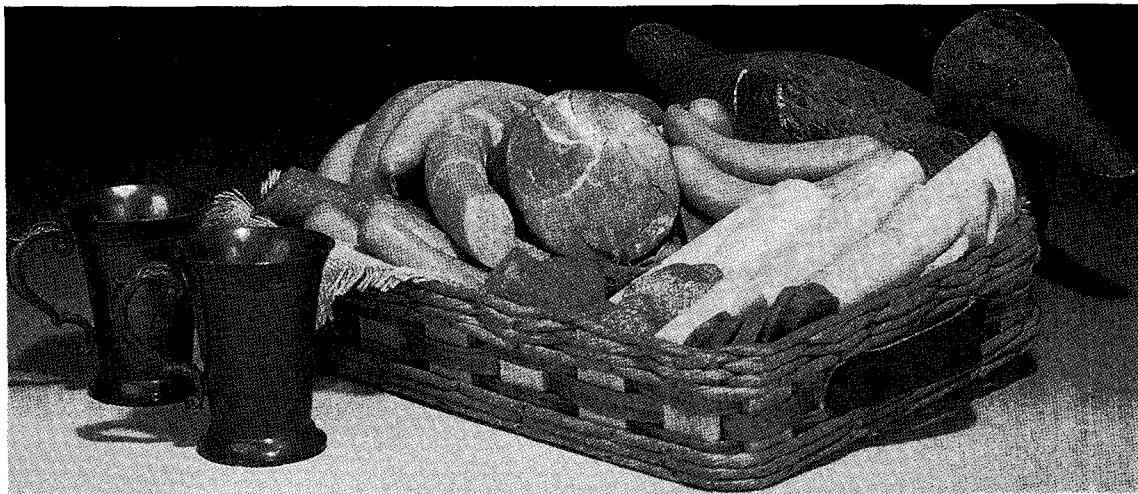
**새** 천년을 맞이한지도 벌써 2달, 사회적으로는 국회의원 선거와 맞물려 각 정당마다 새천년에 맞는 인물 찾기, 경제적으로는 실물경제를 외면한 미래가치에 치중하는 기업 평가, 호황, 거품, 소득불균형, 정보에 소외감,

원유고가로 인한 무역수지적자, 관광수입적자, 제 2차 구조조정대기, 이 모든 것이 최근의 사회적 경제 분위기라면 축산업계는 농·축협 통합, 계란값 폭락, 수입육 한우둔갑 판매, 외식관련학과 인기, 매스컴에 오르내리는 주요 내용들이며 너무 급속하게 변모하는 한 시대임에는 분명하다.

우리 계육시장 1년을 뒤돌아볼 때 IMF 여파로 인한 수급불균형으로 고가 몇 달, 생산비 이하 몇 달, 진폭이 어느 해보다 심했던 한 해였던 것 같고, 월 소비량의 30%를 상회하는 수입 물량 유입으로 국제경쟁력이 없는 우리로서는 속수무책으로 가격만 떨어지길 기다려야 했던 우리의 현실과 계열화를 하여 국제경쟁력과 국민복지 증진에 기여하겠다는 이념이 무너지면서 새로운 각오 및 이대로 지속될 때 계육산업이 붕괴 될 수 있다는 두려움, 안일한 대처에 아쉬움을 느끼게 하고 교훈을 준 한 해 이었던 것 같다.

며칠 전에 소고기 값은 상승하는데 반하여 송아지값 폭락에서 보았듯이 2001년 소고기 완전수입개방이 이루어짐을 우려한 현실이었지만 계육시장 완전개방 3년째 맞이한 계육업체로서는 누가 국제경쟁력을 우선적으로 확보하느냐가 국내시장에서 생존할 수 있는가를 판가름 한다.

소련붕괴, 미국의 작년 하반기부터 과잉생산으로 미국·태국산 제품의 경우 판매처가 없어 국내시장을 덤펑으로 붕괴시키고 있으며, 작년 까지 가금인 푸루엔자 때문에 못 들어온 중국산이 올해부터 가세되어 수입되리라 예상됨으로 갈수록 국내시장은 어려울 거라 예상되며, 고가의 생계가격을 기대하기는 어려운 실정이다.



그렇지만 완전계열화가 이루어진 회사의 경우는 종계, 부화, 사료, 사육, 도계장, 판매까지 단계별 원가절감이라는 목표 및 희망이라도 있지만 부분 인티의 경우 한계성을 느끼리라 생각되며, 각 부분에 참여한 사장님과 직원의 힘을 합하여 생산성 증대 및 원가절감을 통하여 대항 및 방어하는 것만이 계육시장에서 생존할 수 있다고 확신한다.

2000년에는 모두 힘을 합쳐 국제경쟁력 확보 체제를 구축하는데 기여하여 주셨으면 하고, 소비촉진운동에는 대대적인 참여가 있어야 한다고 생각된다. 최근 계육시장 변화에 따른 계열업체 동향 및 대응전략 및 발전방향에 대해서 나름대로 기술하고자 한다.

## 1. 계열업체 동향

- 1) 신규업체 참여 지속
- 2) 규모가 대형화 추세
- 3) 병아리에 대한 자급률(%) 상승(수직계열화 심화)

- 4) 제품경쟁보다 가격경쟁 심화 및 덤핑으로 판매
- 5) 시설추가 설치 및 가공확대 추세
- 6) 수급조절기능 상실 및 가격탄력성 무기력증
- 7) 위생시설에 대한 투자비용 증가(소독, 어리장 세척, HACCP)

## 2. 계육시장 변화

- 1) 치킨 전문 외국브랜드 매출신장 및 매장 확대
- 2) 가마솥구이 외면, 살로만치킨 등장 → 가마솥 : 긍정(소비확대), 부정(저가상품, 백세미 판매) → 살로만 : 긍정(소비자 욕구충족), 부정(수입육 확대)
- 3) 급식(케터링) 시장증가로 도리육에서 부분육으로 전환(부분육 및 제품 다양성 및 소비 안정화 및 증대에 기여)
- 4) 재래시장 감소 및 백화점, 할인점 판매증가
- 5) 수입육 증가로 국내시장 침식(97년~99년)



(18,000톤 <22,000톤 <46,000톤)

- 6) 군남은 통닭에서 절단육 납품 전환(2000년 4월부터 시행)
- 7) 국내브랜드 체인점 양념·프라이드 치킨 매출유지 및 저가경쟁

## 3. 소비자(소비처) 요구사항

- 1) 위생에 대한 소비자 의식변화로 위생적인 닭고기 요구
- 2) 통닭 <절단육 <부분육 <가공품으로 선호도 빠르게 변화
- 3) 간편성, 다양성, 편리성, 위생적, 영양적 다양한 요구
  - 연쇄적인 식중독 발생으로 안전한(위생적) 닭고기 납품요구
  - 관련업체 공히 위생검사실 자체보유 및 정기적인 미생물 검사
  - 소비자단체, 백화점 구매담당자 도계장 위생점검 및 실험성적서 제출요구 빈번

건강증진

## 4. 계열업체 기본방향

- 1) 생산비 국제적 수준 조기 도달(최소한 Kg당 800원 이하)
- 2) 위생적인 닭고기 조기 정착 및 수출기반 구축(HACCP 시행)
- 3) 계육관련산업 안정화 주력(과잉생산→손실발생→생산량감축→이익발생→과잉생산→손실발생 악순환 배제)
- 4) 다양화 및 대중적인 제품 개발로 국민식생활 개선 및

## 5. 계열업체 발전방향

### 1) 영업

- ① 제값받기 운동 지속(제비용(도계비)포함 500원/Kg 이상)
- ② 절단육, 부분육 시장으로 전환(세미, 미들 시장에서 하이 시장으로 변화 유도)
- ③ 백화점, 할인점에 통닭 판매 안하기 운동
  - 절단육(8각, 9각), 부분육 판매 유도
  - 통닭-주부 불편 및 요리에 한계점, 도리육 작업 비위생
- ④ 대중적인 음식판매처 개발(닭갈비, 삼계탕, 삼겹살 대용(닭불고기))
- ⑤ 10호 사용 양념통닭업소를 절단육(11호, 12호) 하이 사용으로 유도

### 2) 사육

- ① 생산비 국제수준 확보(육계, 종계)  
• 사료요구율(사료) 투자로 생산비 감축계획  
으로 상대평가방식 도입(계열업체)  
② 시설 현대화 및 대형화로 사육수수료 하향  
유도(농가)  
③ 계사표준화 지속 연구 및 업체와 지속적  
인 연구(계사 초기투자에 대한 부담으로 악성  
농가로 변모)  
④ 공동방역을 통한 지속적인 질병 감소 유  
도

### 3) 생산

- ① 소비자 요구에 따른 시설 추가 설치 및  
가공 확대 통닭 <절단육 <부분육 <가공  
② 위생적인 도계시설 및 정기적인 세균검사  
체제 구축(HACCP 조기 시행)  
③ 다양성, 편리성, 대중성에 준하여 꾸준한

제품개발

### 4) 홍보

① 닭고기 우수성에 대한 지속적인 방송 및  
매체물 이용 광고

② 시식회 및 이벤트 행사를 통한 소비자와  
친숙한 닭고기

계육업체는 생산자이면서 판매자임을 인식  
하여야 하며 생산보다 영업에 비중을 높여  
시장을 국제경쟁력 확보 위한 전환체제 및  
소비자 욕구충족에 부응하는 전략으로 시장  
확대 및 원가절감으로 수입을 방어하는 길만  
이 관련사업이 안정됨과 동시에 수출도 병행  
할 수 있는 길이 있겠으며, 관련사업에 참여  
한 모든 분이 책임의식을 느끼고 국제적 생  
산비 수준에 조기에 도달하는 길 뿐이라 생  
각된다. **양계**

## 빠른 양계 정보 제공 안내

### 주간 양계속보

#### —주단위 양계관련 최신 정보—

계란, 육계, 병아리, 노계가격, 주간 배합사료 생산실적, 금후 양계산물 가격 주단위  
전망 등

구독료 : (연간) 60,000원

### 난가 변동 FAX통보

#### —데이콤 메일 400, 팩스로 자동 수신—

수도권 지역 난가 변동시 당일 오전 중 발송, 전국 난가 및 전망사료 수시 송부

이용료 : 연간 누구나 100,000원

\* 구독이나 이용을 희망하시는 분은 (사)대한양계협회(02)588-7651로 직접 문의하시  
거나, 온라인 농협 097-01-000953으로 송금후, 전화연락 바랍니다. 예금주 대한양계협회