



데스크
칼럼 _

닭고기 포장유통 의무화, 유통시장 일대 변혁 예고

본지 김한웅 부장

닭고기, 오리고기 등의 포
장유통 의무화 시
행이 가시화되면서 닭고기 유통시장에도
일대 변혁이 예고되고 있다.

아직까지는 시행령·시행규칙이 확정되
지 않았지만 일단 내년 1월 1일부터 하림,
마니커, 체리부로, 동우, 하림cnf 등 일일
도계수수가 8만수 이상인 5개 업체서부터
시행될 예정인 것으로 알려지고 있다.

그러나 포장유통 의무화가 업계 전체로
본격 시행에 나서는 2008년 1월 1일부터
는 어떠한 형태로든 닭고기 유통구조에 일
대 개혁이 이루어질 전망이다.

닭고기 포장유통은 도계장을 비롯 가공
장(분할, 발골, 수입닭고기 가공업자 포
함), 유통대리점 등 닭고기 유통관련 업계
전체를 대상으로 하고 있다.

도계장을 비롯해 가공장, 대리점 등에서
별도의 포장(분할포장)을 하기 위해서는 포
장업 허가를 취득해야 한다. 또한 축산물가
공처리법에서 정하는 소정의 자격을 갖춘
별도의 위생 관리원을 지정해야 한다.

또한 최종판매처(재래시장, 마트 등)에서도 포장업 허가 없이 지금처럼 벌크상태의 닭고기를 해체해 파는 것이 금지돼 있으며 포장된 닭고기만을 판매해야 하기 때문에 각 회사의 대리점 조직 및 재래시장에서의 변화는 불가피할 전망이다.

닭고기 생산업체들의 유통경로는 대리점(재래시장 포함), 체인점(체인본부), 신유통(백화점, 할인점 등), 기타(단체급식 등) 등으로 크게 분류된다.

이중 체인점, 단체급식 등은 벌크포장(25수미만)으로, 신유통부분은 개별포장(1, 3, 5마리단위)으로 유통시키는데 큰 문제가 없지만 벌크상태로 도계장에서 납품 받아 자체에서 소분(분할)하여 거래처에 공급하는 대리점의 경우 상당한 문제점을 노출할 것으로 보여지고 있다.

현재 각 닭고기 업체가 연관을 가지고 있는 대리점 수는 약 800~1,000개 정도로 추정되고 있다.

이들 대리점들이 일단 지금 현재와 같은 체제를 유지하기 위해서는 기본적으로 포장설비를 갖추고 별도의 직원을 채용해야 하는 부담을 떠 안아야 하는데 사실상 무리가 있다.

닭고기 생산업체들도 소비자들의 선택에 따라 희비(喜悲)가 교차할 전망이다.

1억5천~2억여원에 이르는 포장 설비도 문제지만 포장을 위한 별도의 공간을 확보해야 하는 구조적인 문제도 안고 있는 것이다.

또한 각 회사의 사정에 따라 정도의 차이는 있겠지만 포장유통 의무화가 크게는 닭고기 산업에, 작게는 자사제품에 어떠한 영향을 미칠 것인지에 대해 사전에 충분한 준비를 통해

대처해 나가야 한다.

인지도가 높은 회사의 제품이 소비자의 선택에 유리하게 작용할 것으로 예상되고 있기 때문에 특단의 조치가 요구되고 있기 때문이다.

물론 포장유통의무화가 국내 닭고기 산업에 새로운 활로를 제시할 개연성은 충분히 있다.

운용만 정상적으로 이루어진다면 국내산 닭고기와 수입 닭고기의 차별화가 가시화될 수도 있다.

또한 소규모로 산재돼 있는 수입 닭고기 가공업체에게도 큰 타격이 예상된다. 별도의 포장업 허가 취득과 포장시설 등을 설치해야 하는 것은 물론이고 축산물 표시기준에 따라 네이밍을 해야 하기 때문이다.

이 경우 지금까지 이루어져 왔던 여러 가지 형태의 부정유통이 크게 감소할 것으로 예상되고 있으며 닭고기 수입상들도 크게 위축되는 경향을 보일 것으로 예상되기 때문이다.

본회에서는 닭고기 포장유통 의무화와 관련 4/4분기 중에 세미나 등을 통해 교육을 실시할 예정으로 있지만 시간이 그렇게 넉넉지 않음을 감안하여 각 닭고기 생산 업체들은 철저한 사전준비를 통해 대책마련에 나서야 할 것이다. 

