

육계 도계육 가격 결정 구조 이대로 둘 것인가?

순서

내용

- | | |
|----|---|
| 1 | 한국의 양계산업 어디까지 왔나?
어떤 사람이 진짜 양계 경영자인가? |
| 2 | 양계 CEO가 알고 있어야 할 몇가지 경제지식 생산
비와 경영비, 기회비용, 수확체감 현상, 규모의 경
제, 이윤과 유통마진, 물가지수 |
| 3 | 경제를 알아야 성공한다 |
| 4 | 양계농장 부기의 기초개념 |
| 5 | 양계농장의 경영분석 |
| 6 | 양계산업의 투자분석 |
| 7 | 양계경영의 비용과 손익분기 분석 |
| 8 | 축산물 시장과 마케팅 |
| 9 | 계란 유통에 대해 더 알아보기(I,2) |
| 10 | 계란 파는데 문제없나요? |
| 11 | 계란유통 상인들에게 물어 봤더니(I)... |
| 12 | 계란유통 상인들에게 물어 봤더니(II)... |
| 13 | 계란 유통 혁신을 위하여! |
| 14 | 계란의 기준가격 결정방식의 개선방안 |
| 15 | 육계 도계육 가격 결정 구조 이대로 둘 것인가? |



1. 머릿말



김정주

건국대 식품자원환경 경제학과 교수

지금까지는 계란 가격에 대하여 집중적으로 논의 하였다. 이번 호에서는 육계 도계육 가격이 어떻게 결정되고, 다른 나라에서는 어떻게 하고 있으며, 우리는 어떻게 해야 하는지에 대하여 논의하고자 한다.

혹자는 육계생산의 85%이상이 계열화 방식에 의하여 이루어지고 있는 마당에 육계 도계육 가격이 육계사육농가와 무슨 관련이 있느냐고 반문할지도 모른다.

그러나 육계산업의 건전한 발전을 위해서는 육계관련 모든 분야가 투명해 질 필요가 있고, 육계 도계육 가격은 계열업체의 수익과 밀접한 관련이 있으므로 만일 육계도계육 가격 결정구조에 문제가 있어서 계열업체가 도산이라도 하는 날이면 육계 사육농가도 결코 자유롭지 못할 것

이기 때문에 육계 도계육 가격결정 구조 문제는 육계 사육농가의 입장에서도 남의 이야기만은 아닌 것이다.

2. 육계 도계육 가격은 어떻게 결정되는가?

육계 도계육 가격은 닭고기의 공장도 가격이 된다. 소나 돼지는 도축되면 바로 경매에 들어가 가격이 결정되므로 가격발견에 관한한 별 문제가 없다. 그러나 육계 도계육은 경매되는 사례가 없어서 경매가격이 있을 수가 없고, 관행적으로 시장의 생닭가격을 기준하여 값을 정하고 있다는 점이 다르다. 즉, 도계육 가격(P_t)은 전날 생닭가격(C_{t-1})에다가 생닭을 도계장까지 운반하는데 드는 수송비용(C_{trans})을 합한 값을 육계수율(g)로 나누고 여기에 도축 제비용(C_{slt})을 합하여 결정하고 이를 고시한다. 즉, 다음과 같은 산식에 의하여 결정된다.

$$P_t = \{(C_{t-1} + C_{trans}) \frac{1}{g} + C_{slt}\}Q \quad \text{---(식-1)}$$

여기에서 $P_t = t$ 일의 육계 도계육가격, $C_{t-1} = 1$ 일 전의 생닭 가격, $C_{trans} =$ 생닭 운송비용

$C_{slt} =$ 도축비용, $g =$ 정육환산율, $Q =$ 중량

이렇게 계산되어 고시된 육계 도계육 가격이 대중매체를 통하여 전파되므로 모든 유통참여자는 이 고시 가격을 알 수 있다.

그런데 만일 생닭가격이 대폭 하락하였을 경우, 육계도계육 가격은 당연히 하락하게 될 것이다. 이를 견디지 못한 계열업체는 자사의 닭고기 생산원가에 마진을 붙여 가격을 제시하려 할 것이고 이렇게 되면 대리점 등 유통 참여자들의 반발

은 불을 보듯 뻔한 일이다.

그런데, 모든 일반 제조품이 그러하듯이 닭고기 도 계열농가가 생산한 생닭을 원료로 하여 계열업체가 여기에 도축과정을 거쳐 닭고기를 생산하고 여기에 다시 적정 이윤을 붙여 대리점 등 유통회사에 출하하는 구조가 정상적인 구조일 것이다. 그러나 앞서 지적한 바와 같이 한국의 육계 도계육 가격은 관행적으로 시중 생닭시세에 의하여 가격이 결정되는 구조로 되어 있다. 이처럼 닭고기 공장도 가격과는 별도로 생닭가격을 기준으로 한 고시 가격이 존재함으로써 닭고기 공급자(계열업체)와 닭고기 수요자(대리점 등 유통업체)간에 분쟁의 소지가 상존하고 있다. 특히 고시된 육계 도계육 가격이 닭고기 공장도가격 보다 낮을 때에는 그 갈등은 더욱 커질 수 있고, 닭고기 유통 참여자의 마진도 불안전하여 육계산업인 발전도 저해되며 나아가서 육계 계열업체가 도산될 경우 육계사육농가도 자유로울 수 없다.

또 하나 문제는 여기에서 적용되는 수송 비용이나 도계 비용이 몇 년 동안 변동하지 않고 고정된 채 인용되고 있어서 현실을 반영하지 못하고 있다는 점이다.

표1은 몇 가지 시나리오를 설정하고 닭고기 유통 참여자 마진율을 추정한 것이다.

시나리오 I은 생닭 가격이 kg당 800원으로 형성된 최악의 시나리오이다. 이 경우 현행 시스템 하에서는 육계 도계육 가격은 1,723원/kg([생닭시세 800원 +운반비 60원]/수율 65% +(도축제비용 400원))으로 고시되고 계열업체가 이 가격에 따를 수밖에 없다면 557원/kg([실제 도계육 공장도 가격(2,280원)-대리점 공급가격(1,723원)의 적자를 볼 것으로 추산된다. 2차점 공급가격을



2,300원/kg, 소비자가격을 3,500원/kg으로 예상하면, 대리점 마진은 577원/kg(33.5%), 2차점 마진은 1,200원/kg(52.2%)이 될 것으로 추정된다.

시나리오Ⅱ는 생닭 가격이 kg당 1,800원으로 형성된 최상의 시나리오이다. 이 경우 육계 도계육 가격은 앞의 공식에 따라 3,261원/kg으로 고시되어 계열업체가 이 가격에 따르면 계열업체 마진

은 981원/kg(마진율 43.0%)이 되어 생닭가격이 좋으면 당연히 계열업체의 마진은 높아진다. 그런데, 2차점 공급가격을 3,500원/kg, 소비자가격을 4,500원/kg으로 예상하면, 대리점 마진은 240원/kg(7.3%), 2차점 마진은 1,000원/kg(28.6%)이 될 것으로 계산되어 생닭가격이 좋아지면

유통업자 마진율은 오히려 최악의 시나리오 보다 낮아지는 모순된 구조로 바뀜을 알 수 있다. 생닭 가격이 상승했다고 하여 상승분을 그대로 소비자 가격에 반영할 수 없을 것이기 때문이다.

시나리오Ⅲ은 실제로 한국 계육협회가 발표한 2007년 1월 2일부터 12월 22일까지 공휴일을 제외한 293일간 운임포함 평균 생닭가격(1,217.5원

/kg)을 기준한 시나리오이다. 운임포함 평균 생닭 가격 1,217.5원/kg에 해당하는 육계 도계육 고시가격은 2,273.0

표1. 단계별 육계 도계육 가격 및 유통 참여자 마진 추정(단위: 원, %)

구분	육계생닭 가격	육계 도계육 가격	계열업체 마진	대리점 공급가격	대리점 마진	2차점 공급가격 ¹⁾	2차점 마진	소비자 지불
I	800	1,723 ²⁾	-557 (-24.4)	1,723	577 (33.5)	2,300	1,200 (52.2)	3,500 ³⁾
II	1,800	3,261 ⁴⁾	981 (43.0)	3,261	240 (7.3)	3,500	1,000 (28.6)	4,500 ⁵⁾
III	1,217.5 ⁶⁾	2,273.0	-286 (-12.3%)	1,994 ⁷⁾	-	-	1,631 (81.8)	3,625 ⁸⁾
IV	1,150 ⁹⁾	2,280 ¹⁰⁾	114 ¹⁰⁾ (2.0)	2,394	606 (25.3)	3,000	1,000 (33.3)	4,000 ¹²⁾

1) 예상가격 2) $\{(800+운반비 60)/수율 0.65\}+가공비용 400=1,723원 3) 예상가격 4) \{(1800+운반비 60)/수율 0.65\}+가공비용 400=3,261원$

5) 예상가격 6) 2007년 육계 생닭 운임포함 실제 가격 7) 07년 평균 도매가격 8) 07년 평균 소매가격 9) 육계 생닭생산원가

10) 계열업체가 주장한 도계육 공장도 가격 11) 마진율 5%가정 12) 예상소비자 가격

원/kg[(1,217.5/0.65)+400]이 되고, 2007년 실제 육계 도계육 평균 도매가격은 1,994원/kg이었으므로 육계 계열업체는 육계 도계육 kg당 279원(2,273원-1,994원)의 적자를 시현하여 -12.3%의 마진율을 창출했을 것으로 계산되었다. 이로써 2007년 악화되었을 육계 계열업체의 수익성을 간접으로나마 파악할 수 있었다.

시나리오 IV는 생닭 가격을 기준하여 육계 도계육 가격을 정하지 않고 육계 도계육 생산원가를 기준으로 하여 적정이윤을 인정해주는 가상적인 시나리오이다. 이 경우 계열업체의 생닭 생산원가는 1,150원/kg, 도계관련 총비용은 1,130원/kg으로 알려져 있는바, 육계 도계육 생산원가는 2,280원/kg이 되고 여기에 마진율을 5%로 가정할 경우 대리점 가격은 2,394원/kg이 되어 시나리오 I(1,720원/kg)보다는 높고 시나리오 II(3,260원/kg)보다는 낮은 가격이 형성될 수 있다. 이어서 2차점 가격은 3,000원/kg, 소비자 가격은 4,000원/kg이 될 것으로 가정하면 현행 육계 도계육 가격결정 시스템(시나리오 I)에서 보다 훨씬 안정적인 경영이 가능할 것으로 보인다.

3. 다른 나라에서는 어떻게 하고 있나?

육계 도계육 가격을 공정하게 결정하기 위한 제도적 장치를 자본주의 시장경제 체제 내에서 마련하지 않고, 관행대로 생닭 가격을 기준으로 한 육계 도계육 가격결정체계 유지를 고집한다면 육계 유통업자와 육계 계열화업체의 불만을 잠재울 수 없어 육계산업의 정상적인 발전을 기대하기 어렵다. 따라서 한국에서도 현재의 생닭가격 중심의 육계 도계육 가격결정 시스템을, 육계 도계

육 공급자와 소비자가 중심이 되는 육계 도계육 가격결정 시스템으로 변경, 개선해야 한다.

미국도 닭고기 가격 결정 시스템이 정착되는 데에 많은 시행착오를 겪었다. 1960년대 이전만 해도 군소 업체들이 많았고, 생닭 시장이 90%를 점하였다. 이때는 저장기간, 기상상태, 운송문제로 닭고기 가격 변동이 심했으므로 현재 한국에서 시행되고 있는 것처럼 생닭가격을 기준하여 가격이 결정되었다.

그 후 미국은 1960년대에 들어서는 12개 도시 평균 생닭 가격을 미국 농무부(USDA)가 취합하여 고시하면 이 가격을 기준으로 유통당사자들이 운송비, 닭 사이즈, 품질 등을 고려한 흥정에 의하여 닭고기 가격이 결정되었다. 현재 한국에서 쓰고 있는 육계 도계육 가격 결정 방식은 미국이 1950~60년대에 쓰던 방식으로 볼 수 있다.

그 후 "A&P"와 같은 대형 슈퍼마켓 체인이 등장하면서 이것이 닭고기 가격 결정의 해결사(Price setter) 역할을 하기도 했다. 즉, 대형 슈퍼마켓의 닭고기 가격이 미국의 닭고기 가격 기준이 되었던 것이다.

1970년대에는 미국의 육계 산업이 계열화체계에 의하여 대형화되면서 타이슨(Tyson)이나 홀리팜스(Holly Farms)와 같은 닭고기 전문회사가 등장하였다. 이때는 대형 슈퍼마켓 닭고기 가격보다는 우르너배리(Urner Barry)社 닭고기 고시 가격에 대한 공신력이 높아지면서 우르너배리(Urner Barry) 닭고기 고시 가격이 미국의 닭고기 가격의 기준이 되었다.

1980년대에는 미국의 육계 산업은 가공 산업으로 발전하였고, 1990년에 들면서 타이슨을 포함한 몇몇 회사가 시장가격이 아닌 자사의 닭고기

생산원가를 기준하여 가격을 책정하기 시작했다. 미국 타이슨 회사의 닭고기 가격은 부분육에 의해 시장 상황(수요와 공급)을 고려하여 플랜트 매니저(공장장)가 가격을 결정 발표하면 이 가격을 기준으로 대리점 가격이 결정된다.

일본에서는 일본 전국 농협 연합회(全農)의 자회사인 全農 치킨 푸드 주식회사(Zen-Noh Chicken Foods Corporation)가 매일 경제 일간지에 자기회사 육계 도계육 희망 가격을 발표함으로써 전국의 육계가격이 이를 기준하여 결정된다.

4. 그렇다면 우리는 어떻게 해야 하나?

육계 도계육도 하나의 제품이기 때문에 당연히 육계 도계육 생산원가를 근거로 그 가격이 결정되어야 한다. 그런데 문제는 공장도 가격에 해당되는 육계 도계육 생산원기를 누가 얼마나 시세를 정확히 반영하여 제시할 수 있겠느냐 하는 점이다. 여기에서 외국의 사례를 참고하여 다음과 같은 몇 가지 대안을 제시하고자 한다.

① 대형 육계 회사의 닭고기 생산원가를 기준함
미국의 타이슨 사와 같은 대형 육계회사가 자사의 닭고기 생산원가를 기준하여 가격을 책정하면 이를 기준으로 전국의 닭고기 가격이 결정되도록 하는 방식이다. 한국의 경우 미국 타이슨 사에 해당되는 회사가 어느 회사일지는 업계 스스로가 판단할 일이지만 이를 놓고 업체 간의 갈등이 조장될 우려가 있다.

② 공공 성격의 경영체 닭고기 가격을 발표케 함
일본의 닭고기 가격 결정 사례를 본받은 방식이

다. 일본 全農 치킨푸드사와 같이 공공적인 특징을 가진 경영체로 하여금 시장 상황을 종합적으로 판단하여 매일 닭고기 희망가격을 대중매체나 인터넷을 통하여 발표케 하고, 이를 닭고기 거래에서 참고하도록 하는 방식이다. 이럴 경우 M사가 거론될 것이나, M사 닭고기 시장의 점유율이 5%에 지나지 않는 점과 M사의 공공성을 다른 업체들이 인정해 주느냐가 문제이다.

③ 계란의 가격결정방식을 원용함

닭고기 가격 결정 방식은 아니나, 계란의 가격 결정 방식에서 그 아이디어를 참고할 수도 있다. 미국의 계란가격은 Chilson's Management Controls(CMC)사가 매 분기마다 제시하는 국내 계란 평균생산비(National average cost)를 국내 표준가격(National standard price)으로 하여 결정하고 있다.

한국에서도 어느 한 기관이 육계 평균생산비와 평균 도계비용을 발표하면 이를 그대로 적용하는 방식을 채택할 수도 있다. 2009년 말 현재 통계청이 매년 육계생산비를 발표하고 있어서 공공성을 높이 살수는 있으나, 발표 빈도가 1년에 1회로 제한되기 때문에 현실성이 떨어질 것이라는 점과, 통계청이 다루지 않은 비용(수송비 및 도축비)은 어느 것을 쓸 것인가 하는 문제점을 안고 있다.

이상의 방식 중 우리와 여건이 비슷한 일본에서 실제로 큰 문제없이 시행하고 있는 일본 全農 치킨 푸드사의 방식이 한국이 참고할 가치가 있는 방식으로 평가된다. 즉 M사로 하여금 매일 자사의 공장도 가격을 발표케하는 방식이 가장 타당해 보인다. 양계