

## I. 서론

### 1. 연구의 필요성

한국의 육계 산업은 일찍부터 계열화 체계를 도입, 현재 육계 생닭 전체 생산의 85% 정도는 계열화에 의하여 생산되고 있다. 그러므로 당연히 육계 도계육 공장도 가격은 육계 생닭 사육 원가와 도계비용 및 기업이윤이 고려되어 결정되어야 하고 도매시장에서 육계 도계육의 수급상황에 따라 도매가격이 결정되어야 마땅하다.

그런데 육계 도계육의 경우는 가격 결정에 중심적 역할을 할 도매시장이 없다보니 관행적으로 전날 육계 생닭가격을 기준하여 일부 대규모 유통 상인의 실거래가로 육계도계육 가격이 고시되고 있어서 육계 도계육 공급자(계열업체)와 육계도계육 수요자(중간상인 또는 대량수요처)간에 분쟁의 소지가 상존하고 있다.

그런데, 육계의 공정한 가격결정을 위한 제도적 장치를 시장경제 체제 내에서 마련하지 않고서는 육계 유통업자와 육계계열화업체의 불만을 잠재울 수 없을 것이며 그렇게 되면 육계 산업의 발전을 기대하기 어려울 것이다. 따라서 육계도계육 가격결정구조에 대한 연구는 반드시 필요한 연구가 될 것이다.

### 2. 연구의 목적 및 내용

이 연구의 궁극적 목적은 국내 육계유통과

정에서 이해당사자간에 분쟁의 원인을 제공하는 육계도계육 가격결정구조를 바로잡아 부당하게 손해 보거나 부당한 이득을 취할 수 있는 여지를 없애는데 있다.

위 목적을 달성하기 위하여 현행 육계생닭, 육계도계육의 유통 단계별 가격결정구조를 심층 분석하고 양계선진국의 가격제도를 검토하여 선진국형 육계도계육 가격결정구조를 제안하는데 있다. 이를 위하여 다음 사항을 수행한다.

#### 〈연구절차〉

- 한국 육계산업의 현황과 특성 파악
- 현행 육계도계육 가격고시관행의 문제점 도출
- 현행 육계도계육 가격고시 관행에 대한 이해당사자의 견해 파악
- 선진국 육계도계육 가격결정구조 벤치마킹
- 육계도계육 결정 시스템 연구
- 육계도계육 관련 이해 당사자의 예상손익 파악
- 궁극적으로는 육계도계육 유통 투명화, 활성화, 선진화를 위한 유통단계별 개선 방안을 모색하여 한국 육계산업 발전을 위한 방안을 제시한다.

### 3. 연구방법

일차적으로 육계 및 육계도계육 관련 선행 연구를 심층검토(Review)한다.

한국 육계생닭 및 육계도계육 가격결정구조 및 육계 유통관련 문제점을 파악하기 위하여 단독경영 육계생닭 생산농가 및 단체(한국계육협회, 대한양계협회), 육계계열화참여 농가 및 업체 임직원, 유통 상인, 정책입안 및 시행자(농림수산식품부, 농협) 등 관련 전문가 및 담당자를 심층 면담방식을 통하여 현상확인 에 필요한 정보를 입수한다.

단독경영 육계생닭 생산농가 및 단체(한국계육협회, 대한양계협회), 육계 계열화참여 농가 및 업체 임직원, 유통 상인, 정책입안 및 시행자(농림수산식품부, 농협) 등 관련 전문가 및 담당자를 대상으로 한 육계도계육 가격 결정구조에 대한 공청회 토론을 통한 합리적 방안을 모색한다.

발전대책은 구체적이고 실현가능한 방법을 제시한다.

### 4. 연구 결과의 활용

양계생산자 단체, 유통업체, 계열업체, 연구 기관, 정부 등이 육계산업 경쟁력 제고를 위한 사업계획수립에 활용할 수 있다.

단독경영 및 계열화참여 육계생닭 생산농가

및 소비자 교육 자료로도 활용될 수 있다.

## II. 육계산업 계열화사업의 과제

### 1. 늘어나는 육계 계열화 사업

농용 자재의 생산에서부터 시작하여 농산물 생육과정을 거쳐 최종 소비재를 위한 농·축산물의 가공에 이르기까지 전 과정을 하나의 경영체(Integrator=계열주체)가 일괄 관리함으로써 효율성을 높이고 비용을 절감하며, 품질을 향상시켜 대외 경쟁력을 제고 하려는 것 등의 계열화 사업의 목적에 대해서는 이미 언급한 바와 같다.

특히 육계산업은 한국 축산업계에서 이 계열화 사업을 가장 먼저 도입, 현재 전체 생산의 85% 정도를 계열화된 경영체에서 담당하고 있는 것으로 추정되고 있다. 따라서 대부분의 육계농가는 싫든 좋든 이 계열화 사업에 직·간접적으로 관련을 맺고 있다.

### 2. 계열주체와 농가간의 갈등

계열화 사업은 내부적으로 갈등을 빚고 있는 것으로 보도되고 있다. 최근 생산성 평가 기준이 되는 사료요구율이나, 생존율 등이 참여농가의 평균성적을 기준으로 하는 상대 평가제<sup>1)</sup>가 일부 도입되면서 농가들의 불만은 더

1) 미국 등 양계 선진국의 경우에는 모두 상대 평가제를 채택하고 있음.



육 높아지고 있다는 것이다.

어떤 평가제도이든 평가제도가 계열주체와 사육농가 모두가 동의할 수 있는 수준이 아니고는 양자간 분쟁의 여지가 상존할 것이다. 특히, 사육 농가가 수취하는 사육보수가 사육농가의 입장에서는 통제할 수 없는 외생적인 변수에 의하여 결정됨에도 불구하고 육계 수당 수입은 이러한 변수에 의하여 좌우되어 결국 생산을 담당하는 농가가 불리한 입장에 처할 수 있다.<sup>2)</sup> 따라서 사육농가의 경영성과를 판단하는 지표를 설정함에 있어 병아리의 품종, 계절, 사료 등에 따라 사료요구율이나 폐사율을 세분화시킨 평가지표의 개발이 이루어져야 하나, 이 또한 말처럼 쉽지 않은 일이다.

육계계열화사업의 핵심적인 문제는 어떻게 하면 계열주체와 생산주체가 동반자적 입장에서 서로 필요를 느끼고 협력할 수 있는 풍토가 조성되느냐 하는 점이다. 계열주체는 나름대로 이윤을 추구하려 하고 생산주체인 농가에게는 모든 계약내용이 생존과 관련된 문제이고 보면 어느 일방적인 양보를 요구할 수 없게 되어있다.

따라서 문제가 발생하였을 때 한쪽이 일방적으로 손해를 보지 않도록 중재하는 가칭 “육계산업 계열화 중재위원회” 같은 기구를 만들 필요가 있다. 그리하여 육계산업의 대안

으로 정착되어가고 있는 육계계열화 사업을 조기 정착시켜야 할 것이다.

미국 같은 나라에서는 99.9%가 계열화 사업에 의하여 육계가 생산되고 있음을 볼 때 육계산업의 공존의식만 있다면 우리도 그리 어려운 일만은 아닐 것이다.

그러나 이러한 어려운 여건에도 불구하고 육계사육농가들의 계열화사업에 대한 인식수준이 높아져 도계장 중심의 계열화사업이 점점 확대되는 형태의 선진국형 닭고기사업이 자리를 잡아가고 있는 것이 현실이다. 따라서 이의 육성을 위한 지원대책을 강구하여야 할 것이다.

### 3. 성실한 계약이행 보장

경영주체와 사육 농가간의 성실한 계약이행을 보장할 수 있는 장치가 문서화된 계약서 밖에 없다는 점이다. 따라서 계열주체와 사육 농가간의 문서화된 계약서 보다는 상호간 신뢰를 바탕으로 공생 공존한다는 협동심이 절실히 요구됨은 아무리 강조해도 지나치지 않는다. 이러한 성실한 계약이행은 사육농가나 계열주체들의 기본적인 이익이 전제되어야만 가능하다. 따라서 다음에 논의할 합리적인 육계 도계육 가격결정구조가 마련되어야 할 것이다.

2) 김정주, “육계 계열화사업 참여농가의 수익에 영향을 주는 요인”, 한국축산경영학회지(제 8집 제1호), 한국축산경영학회, 1992를 참조.

〈표 1〉 한국계육협회 도계육가격

품종별	종량별	금일	전일	전월일	전년일
육계(원/kg) 공장도가격	5-6호(451~650g)	2,717	2,717	0	2,383
	7-8호(651~850g)	2,609	2,609	0	2,291
	9-10호(851~1050g)	2,492	2,492	0	2,185
	11호(1051~1150g)	2,400	2,400	0	2,106
	12호(1151~1250g)	2,321	2,321	0	2,031
삼계(원/수)	13-16호(1251~1650g)	2,293	2,293	0	2,007
	40호 이하(400g 이하)	1,600	1,600	0	1,500
	45-55호(450~550g)	1,700	1,700	0	1,500
	60호(600g)	1,800	1,800	0	1,600
	65호(650g)	2,000	2,000	0	0

※ 자료 : 한국계육협회 홈페이지 2008. 4. 30

#### 4. 육계 도계육 가격 결정 구조

각 단체들이 조사하여 발표하는 생계가격과 도계육가격 실태는 다음과 같다.

##### 1) 한국계육협회 도계육가격

한국계육협회는 다음과 같은 계산식에 의하여 도계육가격을 결정하여 홈페이지에 게재하고 있다.

$$P_t = \{(C_{t-1} + C_{trans}) \frac{1}{g} + C_{str}\} Q \text{----- (식-4)}$$

여기에서  $P_t$  = t일의 육계 도계육가격  
 $C_{t-1}$  = 1일 전의 육계생닭 가격  
 $C_{trans}$  = 육계 생닭 운송비용  
 $C_{str}$  = 도축비용  
 $g$  = 지육율  
 $Q$  = 종량

운송비는 60원/kg을 2003. 12. 23일 홈페이지에 가격 발표 시작할 때부터, 차별 없이

공통 적용하고 있으나 기름 값, 인건비 등이 매년 상승했음에도 불구하고 변화 없이 적용하는 것은 현실에 맞지 않는다고 판단된다.

도계비용은 12~16호 350원/kg, 9~11호 400원/kg, 5~8호 450원/kg을 크기별로 적용하고 있으며 이는 14~15년 전부터 현재까지 변함없이 유지되고 있다. 크기별로 구분하는 것은 타당하다고 판단되나 14~15년간 동일한 비용을 적용한다는 것은 문제가 있다고 판단된다.

지육율은 5~6호 60%, 7~8호 63%, 9~10호 65%, 11호 68%, 12호 69%, 13~16호 70%로 적용하고 있으나 일정 기간마다 하는 것은 아니고 때때로 지육율을 검정 실시 후 반영하고 있는데, 연 단위로 지육율을 검사하여 반영하는 등의 개선이 필요하다고 본다.



## 2) 한국계육협회 생계가격

생계가격 조사업체는 하림, 체리부로, 마니커, 동우, 해마로, 성화, 우림 등(7개사)으로부터 수집하고 1.4kg 이하, 1.4kg 이상, 1.6kg 이상 등으로 구분하여 조사하고 있다

7개사라고 하지만 시장점유율 등에서 볼 때 충분히 대표성이 있다고 판단된다.

〈표 2〉 한국계육협회 생계가격

품종별	중량별	금일	전일	전월일	전년일
육계(원/kg) 공장도가격	대(1.6kg ↑)	1,360	1,360	0	1,160
	중(1.4kg ↑)	1,360	1,360	0	1,160
	소(1.4kg ↓)	1,360	1,360	0	1,160
병아리(원/수)		200	200	0	100

※ 자료 : 한국계육협회 홈페이지 2008. 4. 30

## 3) 대한양계협회 생계가격

조사대상은 하나축산(논산), 동양축산, 계림, 하나축산(파주), 대한축산, 일부 농가를 대상으로 하고 있으며, 조사방법은 무게에 따라 대·중·소로 구분하여 매일 9시 30분에서 10시 경에 전화로 조사하고 있다.

〈표 3〉 대한양계협회 생계가격

4/30	금일	전월일	전년일
대	1,340	1,340	1,440
중	1,340	1,340	1,440
소	1,240	1,240	1,440
병아리	220	-	-

※ 자료 : 대한양계협회 홈페이지 2008. 4. 30

## 4) 농협중앙회 생계가격

조사대상은 전국 각 지역조합으로서 서울(서울경기양계), 경기(이천), 강원(춘천, 원주), 충북(청주, 충주), 충남(천안, 논산), 전남(광주전남양계, 영광), 경북(대구경북양계, 김천), 경남(김해, 양산) 등을 조사하고 있으며 1.5kg이상의 큰 닭을 위주로 조사하고 조사가격은 각 조합에서 3개 농가 이상의 가격을 평균하여 중앙회에 보고하는 방식으로 조사되고 있다.

## 5) 도매(도계육)가격 비교

〈표 4〉는 한국계육협회의 13~16호(1,251~1,650g)의 가격과, 농협중앙회의 1.5kg이상(도매가격)의 가격을 비교한 것이다.

〈표 4〉 도매(도계육) 가격비교

한국계육협회	농협중앙회
2,293원/kg	2,270원/kg

※ 자료 : 한국계육협회와 농협중앙회 홈페이지 2008. 4. 30

## 6) 생계가격 비교

〈표 5〉는 한국계육협회의 1.6kg 이상의 큰 닭 가격, 대한양계협회의 1.6kg 이상의 큰 닭 가격, 농협중앙회의 1.5kg 이상의 큰 닭 가격을 비교한 것이다.

〈표 5〉 생계가격 비교

한국계육협회	대한양계협회	농협중앙회
1,360원/kg	1,340원/kg	1,246원/kg

※ 자료 : 한국계육협회와 대한양계협회, 농협중앙회 홈페이지 2008. 4. 30

### 7) 계열주체가 납품하는 가격

계열주체는 대리점, 대형할인점, 단체급식 기관 등에 납품을 하고 있는데 이때 가격은 계열주체마다 납품업체와 협의하여 결정된다. 이때 시장교섭능력에 따라 가격수준이 결정되는데 그 결과는 공식적으로 공포되지는 않고 있다. 가격결정에는 수급실태와 시장교섭능력이 큰 영향을 주고 있는데 주로 생계가격이 많은 참고가 되고 있다. 계열주체는 생계가격, 운반비, 도계비용, 지육율, 이윤 등을 고려하여 가격협상에 임하게 되나 대개의 경우 “을”의 입장에 놓이게 되어 가격협상에 어려움을 겪고 있다.

도계육은 일반농산물과 달리 공산품에 가까운 성격을 지니고 있으나 시장에서는 그런 대우를 받지 못하고 있는 실정이다. 즉, 유통업자들이 “갑”의 입장에서 가격을 결정하는 경우가 많다는 것이다. 쇠고기, 돼지고기는 도매시장에서 경매를 통해서 결정된 가격이 기준가격이 되고 있기 때문에 협상력이 약한 생산자가 보호받고 있다고도 볼 수 있으나, 계육의 경우는 이와 같은 제도적 장치가 없어 문제가 발생한다고 판단된다.

소의 경우 송아지가격안정제도가 있고 우유 가격도 낙농진흥회 가입 낙농가의 원유가격을 보장해주고 있으며, 쌀은 목표가격제도를 통해 쌀값이 보장되고 있다.

이러한 상황에서 육계가격을 시장에 맡겨 지

금과 같은 시스템을 유지할 것인가 아니면 새로운 제도를 도입할 것인가에 대한 검토가 필요하다.

## Ⅲ. 한국 육계 도계육 가격 결정체계 개선을 위한 과제

### 1. 외국의 닭고기 가격결정구조

미국의 양계산업은 전통적으로 기초가격 인 용제(Basic Price Quotation System)에 의하여 가격결정이 이루어져 왔는데 이는 수요와 공급이 비교적 잘 반영된다고 보는 New York, Los Angeles, Boston, Chicago 등의 시장가격을 기준하여 여기에 적절한 프리미엄이나 할인을 고려하여 다른 유통단계의 가격을 결정하는 제도이다.

미국의 닭고기 시장은 1960년대 이전만 해도 군소 업체들이 많았고 생닭 시장이 90%를 점하였다. 이때는 저장기간, 기상상태, 운송 문제로 닭고기 가격 변동이 심했으므로 생닭을 기준한 가격이 주를 이루었다.

그 후 1960년대에는 12개 도시 평균 생닭 가격을 USDA가 취합하여 고시하면 이 가격을 기준으로 유통당사자들이 운송비, 닭 사이즈, 품질 등을 고려한 흥정에 의하여 닭고기 가격이 결정되었다. 그 후 “A&P”와 같은 대형 슈퍼마켓 체인이 등장하면서 이것이 가격결정의 해결사(Price setter) 역할을 하기도



했다. 즉, 대형 슈퍼마켓의 닭고기 가격이 미국의 닭고기 가격 기준이 된 것이었다.

1970년대에는 미국의 육계산업이 계열화체계에 의하여 대형화되면서 Tyson이나 Holly Farms와 같은 닭고기 전문회사가 등장하였다. 이때는 대형 슈퍼마켓 가격보다는 “Urner Barry”사가 고시하는 고시 가격에 대한 공신력이 높아지면서 Urner Barry 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社의 닭고기 가격결정 구조를 보면 생계시세는 아예 존재하지 않으며 부분육에 의해 시장 상황(수요와 공급)을 고려하여 플랜트 매니저(공장장)가 가격을 결정 발표하면 이 가격을 기준으로 대리점 가격이 결정된다.

일본에도 1970년대 미국에 있었던 “Urner Barry” 고시 가격과 같은 기능을 한 기준가격이 있다. 바로 ZEN-NOH CHICKEN FOODS CORPORATION(全農 치킨 푸드 주식회사)이 매일 경제 일간지에 발표하는 닭고기 가격이 그것이다.

1972년 全國農業協同組合 聯合會(全農) 자회사로 설립된 이 일본 全農 치킨 푸드 주식회사는 닭고기 및 가공품, 사료와 자재의 개

발 및 판매업무를 사업내용으로 2006년 매출액 427억엔을 달성하였고 종업원이 138명에 달하며, 700여개의 농가를 생산자(Grower)로 한 Integrator(계열주체)이다.

## 2. 몇 가지 대안개선 대책

### 1) 가능한 대안의 장단점

한국 육계 도계육 가격이 육계 생닭가격을 기준하여 결정되고 계열주체는 이를 준수하여야 한다면 육계 생닭가격과 상관없이 85%의 육계 도계물량이 생닭가격과 상관이 있는 15%물량에 의하여 좌지우지 되는 셈이 되어 마치 “꼬리가 개를 흔드는 꼴”이 된다.

더구나 이러한 가격구조 하에서 육계 생닭 시세가 계속 낮게 유지되는 불황이 지속된다면 계열주체가 적자경영을 면치 못하여 도산하게 될 것이고 그렇게 되면 그 폐해는 계열화 사업에 참여한 생산 농가에게도 함께 피해를 주게 될 우려가 매우 크므로 이를 개선하는 노력이 수반되어야 한다.

문제는 육계 공장도 가격에 해당되는 육계 도계육 생산원가를 누가 얼마나 시세를 정확히 반영하여 제시할 수 있겠느냐 하는 점이다. 여기에서 외국의 사례를 벤치마킹할 경우, 다음과 같은 몇 가지 대안이 있다.

미국의 타이슨 사와 같은 대형 육계회사가 자사의 닭고기 생산원가를 기준하여 가격을

책정하면 이를 기준으로 전국의 육계도계육 가격이 결정되도록 하는 방식이 있다. 한국의 경우 미국 타이슨사에 해당되는 회사가 어느 회사일지는 업계 스스로가 판단할 일이지만 이를 놓고 업체 간의 갈등이 조장될 우려가 있다.<sup>3)</sup>

일본의 육계도계육 가격 결정 사례를 벤치마킹하는 방식이 있다. 일본 젠노 치킨푸드사와 같이 공공적인 특징을 가진 경영체로 하여금 시장 상황을 종합적으로 판단하여 매일 육계 도계육 희망가격을 대중매체나 인터넷을 통하여 발표케 하고 이를 육계 도계육 거래에서 참고하도록 하는 방식이다. 이럴 경우 농협 목우촌이 거론될 것이나, 닭고기 시장의 점유율이 5%에 지나지 않은 농협 목우촌을 다른 업체들이 그 공공성을 인정해 주느냐가 문제이다.

닭고기 가격 결정방식은 아니나, 계란의 가격 결정방식에서 그 아이디어를 벤치마킹할 수도 있다. 즉, 미국의 계란가격이 국내 표준 가격(National Standard Price), 즉 Chilson's Management Controls(CMC)사<sup>4)</sup>가 매 분기마다 제시하는 국내 계란 평균생산

비(National Average Cost)를 근거로 하여 결정하듯이 한국에서도 어느 한 기관이 육계 평균생산비와 평균 도계비용을 발표하면 이를 그대로 적용하는 방식이 있다.

현재 농산물품질관리원이 매년 육계생산비를 발표하고 있어서 공공성을 높이 살수는 있으나, 발표 빈도가 1년에 1회로 제한되기 때문에 현실성이 떨어질 것이라는 점과, 농산물 품질관리원이 관련하지 않은 평균 도계비용은 어디서 나올 수 있을 것인가 하는 문제점을 안고 있다.

이상의 방식을 놓고 산·학·관의 논의를 통해 결의해야 하겠으나, 우리와 여건이 비슷한 일본에서 실제로 큰 문제없이 시행하고 있는 일본 젠노 치킨푸드사의 방식이 가장 합리적인 방식으로 평가된다.<sup>5)</sup>

## 2) 개선대책

우선 육계 생닭가격을 육계도계육 가격 결정요소에서 제외한 가격이 발표될 경우 다음과 같은 논쟁이 야기될 수 있다. 즉, 계열화사업에 참여하지 않고 있는 일부 농가의 상대적 소외감을 어떻게 달랠 수 있겠는가?

3) 미국 등 양계 선진국의 경우에는 모두 상대 평가제를 채택하고 있음.

4) Chilson's Management Controls(CMC)는 1973년 Dick Chilson 이라는 사람이 대규모 산란계농장을 상대로 한 컨설팅을 목적으로 설립된 회사임. 이 회사는 1974년부터 계군 기록관리 사업을 시작했고 1977년부터 산란계 농장용 컴퓨터소프트웨어를 공급하고 있으며, 2004년 현재 이 회사의 고객수는 1억5천만명에 달했고 미국 전역 160개 지점에서 양계관련 컴퓨터 소프트웨어 서비스를 제공하고 있음.

5) 육계관련 기관, 소비자대표, 정부 등으로 구성된 위원회를 구성하여 육계도계육 거래에 기준이 될 만한 가격을 고시하자는 의견이 있음. 이는 현행 난가고시위원회와 유사한 기능임. 그런데 이 제도는 육계도계육 고시가격제도와 동일한 문제를 안고 있을 뿐 아니라 채란양계 농가로부터도 환영을 받지 못한 것으로 필자의 연구 결과 밝혀졌음.





설령 육계 도계육 가격이 가공비용을 근거로 발표된다 하더라도 구속력이 전혀 없는 가격이 과연 어떤 새로운 기능과 역할을 수행할 수 있을 것인가?

이러한 가격제도가 결국 특정 업체들의 이익만을 대변하려는 시도가 아닌가?

발표된 육계 도계육 가격이 공정거래를 위해하는 요소는 없는 것인가? 하는 등의 문제를 내포하고 있다.

그런데, 이러한 가격제도를 새로이 도입하고자 하는 의도는 경매 방식 등으로 완전경쟁 가격 형성이 어려운 닭고기 거래의 투명성을 높임으로서 육계 도계육 유통의 선진화를 정착시키자는 것임을 기본적으로 이해하여야 한다.

즉, 현실성이 떨어진 제도는 하나하나 고쳐나가자는 것이다. 그러므로 가장 핵심적인 문제는 어떻게 하면 앞서 지적한 의구심을 불식시키고 관련업체간의 컨센서스를 이룰 수 있겠는가 하는 점이 될 것이다. 따라서 이 제도를 정착하기 위해서는 업계에서 알아서 할 일로 맡겨 둘 일이 아니라 육계 도계육의 투명한 거래를 정착시키겠다는 정책적 의지를 담아 산·학·관이 적극 나서야 한다.

이를 위하여 각종 교육, 회의, 심포지엄, 세미나 등을 통하여 이 제도의 필요성을 홍보하여 우호적인 분위기를 창출해야 한다. 그 중에서도 정부의 역할이 큰 바, 정부의 관심 없

이 어떤 제도도 정착된 적이 없기 때문이다. 특히, 구속력이 없는 제도의 정착은 더욱 그러하다.

### 3) 앞으로의 과제

- 육계 계열화사업에 대한 전면적인 조사사업의 실시

정부는 그동안 육계계열화사업을 정착시키기 위하여 적지 않은 자금을 투입해왔다. 그렇다면 과연 육계계열화가 육계생닭 생산 농가의 소득증대와 소비자에게 안전 고품질 닭고기를 합리적인 가격으로 공급하는데 얼마나 기여했는지 점검해 볼 필요가 있다. 특히 항간에 논쟁이 되고 있는 육계계열화 시장점유율(Market Share)은 반드시 점검해봐야 할 것이다.

닭고기가 부족할 때에 계열농가의 닭이 아닌 외부(생계시장)의 닭을 사와서 브랜드육으로 판매를 한다거나 닭고기가 남을 때에 계열농가의 닭을 외부로 판매하는 등의 상행위가 자행되는 현실이다. 이러한 시장의 특성을 간과한 채 육계계열화 정책을 추진한다면 현실성을 의심받게 될 것이기 때문이다.

### 4) 전면적 육계계열화사업의 실현

육계 계열화 사업이 육계생닭생산, 육계도계육 생산 및 가공은 물론 도계육 유통, 닭고기 소비, 나아가 닭고기 수출까지를 커버한

완전계열화가 이루어지도록 구조조정이 이루어져야 한다. 또한 계열화 시장 점유율을 85%가 아닌 99% 수준으로 끌어 올리는 환경을 조성해야 한다.

그렇게 함으로써 계열주체는 중간 유통상인을 통한 유통망이 아닌 자체 혹은 계열화의 법인을 통한 유통망을 구축할 필요가 있다. 그렇게 되면 중간 유통상인에 의한 도계육 시장이 왜곡될 우려가 최소화 될 것이다. 또한 육계 도계육가격을 생닭을 기준하여 산정한 관행도 자연스럽게 없어질 것이다.

육계완전계열화가 이루어지면 육계도계육 및 닭고기 위생·안전면에서도 완벽할 수 있다.

브랜드육의 정착 면에서도 브랜드 정착을 위한 기본 사항인 제품의 균일성과 브랜드에 대한 신뢰성 확보가 가능해진다. 이를 위해 계열주체 내에 직접적인 판매 및 유통을 담당하는 부서의 신설 또는 계열 산하에 판매 및 유통을 담당하는 법인의 설립을 통해 자체 유통망을 구축해야 할 것이다.

#### 5) 한국계육협회의 도계육가격 계산의 개선

먼저 한국계육협회가 수집·분산시키고 있는 도계육가격 실태에 대한 평가가 필요하다.

앞에서 지적한 바와 같이 공식 자체는 합리적이나 각 변수의 수치를 적용시키는 데는 부

적절한 것이 많이 있으므로 적절한 수치를 적용하여 계산하는 방법을 채택하여 공표하고 그 반응을 분석해 볼 필요가 있다.

이와 같은 가격이 공표되더라도 계열주체와 유통업자 사이에서 협상에 의해서 가격이 결정되지, 이 가격이 결정적 역할을 할 것으로 기대 할 수는 없을 것이다. 이 협상에서는 그 당시의 계육수급, 상호간의 이익 등이 교섭력에 의해서 거래가격이 결정될 것이기 때문이다.

또한 현재 생계가격의 경우 농협중앙회, 대한양계협회, 한국계육협회 등에서 각각 조사하고 있는데 이는 조사비용의 중복사용과 이용객들의 혼란 등을 야기하게 된다. 따라서 어느 한 곳에서 조사를 하는 것이 더 바람직하다고 본다.

도계가격의 경우도 한국계육협회와 농협중앙회에서 조사하고 있는데 이 경우도 생계가격과 마찬가지로 한 곳에서 조사하는 것이 더 바람직하다고 할 수 있으며 도계장, 계열사 등의 조사대상과의 관계 측면에서 볼 때 한국계육협회에서 조사를 하는 것이 더 바람직하다고 판단된다.

#### 6) 2개의 대표브랜드 육성

계열주체들이 모든 육계 농가를 흡수한다 하더라도 여러 개의 계열주체들이 각각 유통업체와 협상을 하기 때문에 현행과 같은



Discount 관행을 벗어나기 어려울 것이다. 따라서 이와 같은 문제를 해결하고 FTA 등 개방 확대에 대비하기 위해서 계육협회의 브랜드를 만드는 방안을 검토해 볼 필요가 있다.

즉, 현 농림수산물식품부가 추진하는 육계 대표 브랜드를 단계적으로 만들어 가는 것이다. 현실적으로 매우 어려운 일이지만 어떤 형태이던지 한번 시도는 해볼 필요가 있다. 소비 홍보, 정보관리, 품질관리기준, R&D, 생산조정, 공동마케팅, 판매가격결정, 수출촉진 등 여러 가지 면에서 하나의 브랜드를 향해 협력을 점차 증진 시켜 나가는 것이다.

계육 산업을 협동조합을 통합한 협동조합 브랜드와 계육협회 회원사들이 뭉친 회사 브랜드로 묶어가는 노력이 바람직하다고 본다. 개방확대에 따라 계육산업에 있어서 계열화 사업은 선택이 아닌 필수이기 때문이다.

#### 7) 육계가격 하한제 도입

마지막 대안은 육계가격 하한제의 도입이다. 한우의 경우 송아지 가격 안정을 위해서 4~5개월 송아지 하한가격을 155만원으로 보장해 주고 있어 번식우 농가의 소득 안정에 기여하고 있다. 이뿐만 아니라 이번 미국산 쇠고기 수입재개에 따라 5산 이상의 다산우에 대해 장려금을 지급하고 거세 장려금, 유기·무항생제 축산물에 대한 소득감소분 지불 등 각

종 지원을 한다고 발표한 바 있다.

젓소의 경우 낙농진흥회 소속 낙농가들에게 잉여원유차등가격제를 통하여 가격 보장을 해 주고 있다. 돼지의 경우 미국산 쇠고기 수입과 관련하여 1+등급에 대한 장려금을 지불한다고 발표하였으나 닭, 오리고기의 경우 포장유통을 2010년까지 전면적으로 실시한다고 하였다.

따라서 육계의 경우도 타 축종과 비슷한 수준의 가격 안정 또는 소득 안정 장치가 있어야 한다. 이를 실현하기 위해서는 육계 가격 안정제도의 도입으로 일정한 수준 이하로 육계 가격이 하락하면 일정수준의 금액을 육계농가에 지불해 주는 제도를 도입할 것을 검토할 필요가 있다.

이를 위해서는 생계 생산비, 도계비, 수송비, 지육율 등의 관련 비용과 적정 이윤, 향후 계육소비전망, 수입계육가격 등을 고려하여 안을 검토하고 전문가, 관련단체 등과 협의하여 농림수산물식품부가 결정하는 것이 바람직하다. 