

G.P 계란 대중화시대 선언



□ 취재／권동원 기자

채 란양계업계에 집하장의 필요성이 충분히 인식되어 GP 계란 유통이 실행단계로 들어서고 있다.

그동안 한국냉장이 선도적 역

할을 해오던 위생란사업을 민간 업자에게 이양하고, 서울경기양 계협동조합이 집하장 가동준비를 완료함에 따라 계란유통구조에 커다란 변화가 예상된다.

체란양계산업은 불합리한 유통구조로 인하여 문제점들이 야기되어 있다. 생산자와 상인간에 질서가 정립되지 못하고 상인은 생산자로부터 가격을 후려

쳐야만 이윤을 얻을 수 있는 모순이 나타나고 있다.

또 생산자는 농장에서 생산측면에만 치중하고 산물의 유통에는 관심을 갖고 있지 않아 그 결과로 똥묻은 계란이 식탁에 오르는 등 저급식품으로 인식되고 있다.

우리나라 경제개발 초기까지 고급식품으로 자리 잡았던 계란이 급속한 산업발달에 적응하지 못하고 유통과 가공분야의 정체로 인하여 소비자에게 계란고유의 특성이 어필되지 못하고 있다. 이미지가 타식품에 밀리면서 채란양계산업 자체가 위축되어가고 있다.

따라서 소비자가 원하는 다양한 상품을 공급해 주면서 생산자의 숙원인 유통구조를 합리화 할 수 있는 집하장의 필요성이 선명하게 부각되고 있다.

집하장의 필요성과 소비자 수준향상으로 사업성에서도 긍정적으로 평가되면서 산업발전을 위해 GP사업은 바람직한 방향으로 전환되어가고 있다.

GP 계란 시장점유율 5% 내외

현재 선별기를 가동하고 있는 업체는 서울·경기지역에 한냉통상, 동부축산, 금수농장, 홍일농장 등과 부산지역의 오경과 태림협업농장 등에 불과한 실정

이다.

몇개 업체에서 소규모로 선별되고 있는 GP란은 서울지역 유통량의 5%내외에 불과하다. 일부 아파트촌 등 특정지역에서는 위생란으로 불리며 선호도가 높지만 아직까지 전체 물량에 차지하는 비율이 미미한 실정으로 계란의 시장구조에 영향을 미치지 못하고 있다.

정부투자기업인 한국냉장이 지난 85년 4월부터 위생란을 소비자에게 인식시켜 준다는 사명감을 갖고 위생란사업을 시작하였다.

한국냉장은 위생란을 소비자에게 어느정도 인식시키는 초기의 성과를 달성했다고 볼 수 있다.

그러나 한국냉장은 계속되는 적자누증이 위생란사업을 포기하도록 했다. 계란의 구매와 판매미숙으로 경영합리화를 이루지 못했고 이로인한 저조한 가동율로 원가절감을 피하지 못했다.

결국 한국냉장은 위생란 사업을 시작한지 4년여만인 지난 6월30일 계란 유통상인에게 넘기고 말았다.

한냉 위생란사업 민간업자 인수

한국냉장으로부터 위생란사업부를 인수한 사람은 수도권상

인연합회장을 지낸 바 있는 김용겸, 정재근씨와 금수농장을 경영하는 이철구씨 등 3명이다.

중견계란도매상인 이들 3명이 설립한 한냉통상은 시간당 2만개 처리능력을 가진 선별기 2개라인과 1일 4t을 처리할 수 있는 액란기를 인수하였으며 「한냉」 브랜드를 3년동안 사용키로 했다.

한냉통상은 인수 이전에 하루 5~6만개정도 처리하던 물량을 2개월만에 10만개선까지 끌어올렸다.

김용겸 사장은 “지금 개당 처리비용이 20~25원 정도 소요되지만 처리물량을 늘려 가동율을 높이고, 원료도 중간과정을 거치지 않고 직접 구매하는 등 원가절감을 하면 개당 5~10원 수준까지 떨어뜨릴 수 있다”고 밝혔다. 이렇게 될 때 위생란 판매의 대중화가 가능하리라고 내다보고 있다.

인수 2개월만에 처리물량을 2배 수준인 10만개에 이르렀고 6개월 후에는 하루 30만개 정도를 목표로 하고 있다.

금수농장은 하루 5~6만개를 선별처리하여 백화점, 수퍼마켓에 공급하고 있으며, 동부축산도 하루 6만개 정도의 「동부위생란」을 생산하고 있는데 동부축산의 위생란 처리비용은 개당 15원정도 소요되고 있다.

또 대규모 양계장인 홍일농장

이 농장에 선별기를 도입하여 선별처리후 상인에게 넘겨주고 있다.

부산지역에서는 협업오경농장이 생산한 계란을 선별처리하고 있으며 특히 상품란인 「오경란」을 하루 10만개 정도 생산하고 있다. 「오경란」의 처리비용은 개당 7원 정도로 처리비용을 최소화하고 있다.

오경농장 김중경 사장은 “부산지역은 생산자가 유통의 주도권을 잡고 있으며 「오경란」의 인기가 높아 별로 큰 어려움을 겪고 있지 않다”고 밝히고 있다.

또 태림협업농장도 하루 3만개의 위생란을 생산하고 있다.

몇개업체에서 GP처리를 하며 위생란을 생산하고 있지만 아직 초보적인 단계를 벗어나지 못하고 있다.

조합 집하장 설립 움직임 활발

최근 들어 가장 긍정적으로 평가될 수 있는 것은 조합의 활발한 집하장 설립 움직임이다.

서울·경기 양계협동조합이 광주지역에 집하장을 완공하였고, 안성집하장은 건축공사중에 있으며, 동두천도 부지를 확보해 놓고 있다.

전북양계협동조합은 자금이 확보된 상태에서 부지를 물색하고 있으며, 천안 양계협동조합도 90년에 집하장 설립계획을 갖고 출자금을 늘리고 있다.

서울·경기 양계협동조합은 건전한 계란도매시장을 정착시키고, 상품화를 통해 소비자의 기호에 부응하기 위해 집하장 건립을 추진하고 있다.

광주집하장은 시간당 14,400

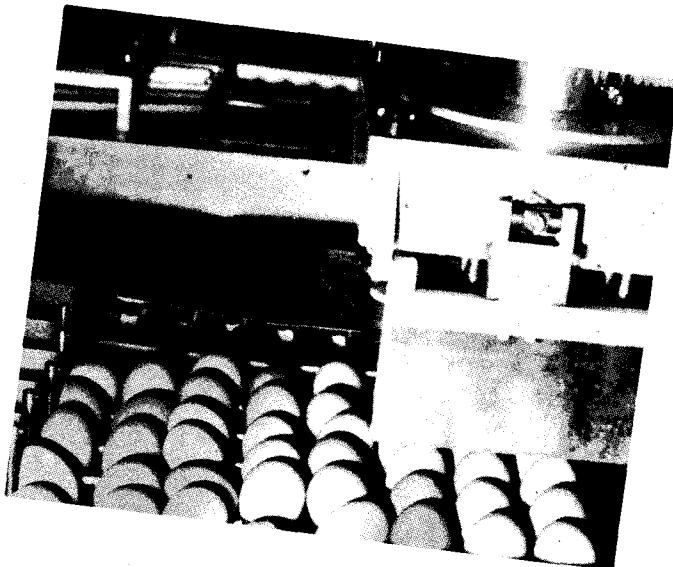
개를 선별할 수 있는 능력을 가진 선별기 2개 라인을 갖추고 공사를 완료했다. 당초 8월부터 가동할 계획을 가졌으나 난좌문제로 개장이 약간 미뤄지고 있다. 1회용 종이난좌를 사용하기 위하여 주문생산을 시도하고 있으나 규격이 맞지 않아 이를 조정하고 있는데 난좌규격 문제를 해결하여 10월부터 본격 가동할 예정이다.

안성집하장도 광주집하장과 같은 능력의 선별기를 갖추고 건축공사 중에 있다. 광주와 안성집하장이 가동되면 하루 60만개 수준의 처리가 가능해진다.

동두천도 금년 예산에서 4억5천만원을 확보해 놓고 부지선정을 끝마쳤다. 광주집하장보다 큰 능력을 가진 선별기를 갖출 계획을 하고 있다.

판매에 대해 강희구 조합장은 “계란과 닭고기를 취급하는 직매장을 설립할 예정이며 수퍼마켓과 기거래 도매상을 통해 판매하면 조합계란을 전량처리가 가능하다”고 밝혔다. 또 원란은 대량수요처에 납품할 계획을 갖고 있다.

서울·경기 양계협동조합은 세란과정을 거치지 않고 선별, 포장후 판매할 예정이다. 환우계가 많은 현실에서 환우계의 얇은 난각으로 파란율이 높아지며, 보존기간에 문제가 있어 세란과정을 제외시키고 있다.



그러나 향후 소비자의 기호도에 따라 세란기를 구입한다는 계산이다. 선별과 포장과정에서 개당 5원 정도의 처리비용이 추가될 것으로 내다보고 있다.

앞으로 가정용은 전량 GP 란으로 공급할 예정이며 3개 지역 집하장이 완전 가동될 경우 하루 100만개 정도를 처리할 계획이다.

전북·천안조합도 참여예정

전북양계협동조합은 자체자금 9천만원과 정부융자금 3억6천만원을 확보하고 부지를 물색 중에 있다.

하루 33만개 정도를 처리하는 선별기 2개라인을 설치할 계획이며 직접 소비자에게 판매하거나 도매상으로 넘길 계획이며 전북양계조합도 보존방법의 문제로 세란을 하지 않기로 했다.

천안양계협동조합은 금년에 배정된 정부융자금 3억6천만원을 자체자금 부족으로 자진반납했다. 그러나 천안양계조합은 내년도를 목표로 출자금을 늘리고 있다. 현재 출자금을 4천만원 확보하고 점점 증액되고 있어 내년에 자금을 배정받아 설립할 계획이다.

부화장도 집하장 설치

부화장인 고창양계는 하루 80

만개를 처리할 수 있는 GP 기도입을 마친 상태다.

고창양계는 세란계 농장에서 생산한 계란을 대신 판매해줄 계획을 갖고 금년말부터 가동할 예정이다.

선별, 세척, 포장은 물론 코팅과 제조일자까지 표시하여 개당 처리비용은 20원 이상이 될 것으로 보고 있다.

신홍종 사장은 “판매는 도매상을 거치지 않고 전국을 상대로 시장에 직매할 계획”이라고 밝히고 파란은 액란처리해서 냉동판매할 계획을 추진중에 있다.

강회구 조합장은 “서울경기양계협동조합, 한냉통상, 한국계란유통이 제기능을 발휘하면 3개 업체에서 하루 200만개 처리는 단시일내에 이루어지리라”고 말할 정도로 GP 란 대중화시대는 그리 멀지 않으리라 보인다.

본회 임덕성 사무국장은 “일본처럼 대규모 농장은 자체 선별기를 갖추게 될 것이며 또한 소규모 농장은 지역단위로 선별기를 갖추어 전량 집하장을 통한 유통이 이루어지리라 예상하고, 이렇게 될 때 신용거래가 정

착될 것이라고 말하고 있다.

86년 축산시험장에서 조사한 계란유통 자료를 통해 GP 란의 소비 예측을 보면 표와 같다.

표1. 위생란을 선별판매시 소비자
선호도
(단위%)

| 구 분 | 비 율 |
|------------|------|
| 비싸도 산다. | 24.4 |
| 비싸면 안산다. | 7.8 |
| 생각해 보겠다. | 15.2 |
| 동일가격이면 산다. | 52.6 |
| 계 | 100 |

조사결과에서 나타나듯이 표1에서는 비싸도 사겠다는 층이 24.4%로 높은 반응을 얻고 있으며 비싸면 사지않겠다는 층은 7.8%에 불과하고 있다. 또한 1회 구입량도 85%가 10개들이를 원하고 있어 기존 유통구조를 쉽게 허물 수 있으리라 전망된다.

결국 GP 란의 보급은 급속도로 확대되리라 예상되며 GP 란의 공급과잉이 우려될 정도로 GP 처리시 처리비용을 낮추면 대중화가 실현되리라 보인다.

영재

표2. 소비자들의 1회 구입량과 포장판매시 포장범위

| 구 分 | 10개 | 20개 | 30개 | 계 |
|-----------|------|-----|------|-----|
| 1회 구입량, % | 36.4 | — | 63.6 | 100 |
| 희망포장범위, % | 85.0 | 5.0 | 10.0 | 100 |