

G.P란의 대중화는 계란유통구조 정착의 청신호

□ 취재/함경숙 기자

경 제가 발전할수록 물질적으로 풍요로워지고 생활수준이 향상되어 모든 면에서 윤택해지면서 의식주에 대한 기본개념도 빠른 속도로 변화되고 있다.

특히 식문화에는 더더욱 큰 변화를 가져왔는데 식생활 소비패턴이 양보다는 질적인 면을 강조하고 무조건 값싼 제품보다는 값은 다소 비싸더라도 위생적이며 안전한 고급식품을 찾게 되는 등 '건강'을 염두해 두어 자연식품을 선호하는 경향이 높아지고 있다.

다른 식품과 마찬가지로 양계산물도 상품성 향상을 기해 소비자에게 보다 안전하고 위생적인 제품을 신속하게 공급할 수 있는 유통체제 구축 및 생산자가 이를 지각해야 할 시점에 와 있다.

특히 계란의 경우 지금까지는 '완전식품' '영양식품'이라는 데에 초점을 맞춰 소비자를 대상으로 계란 그 자체만을 홍보해 왔지만 앞으로는 보다 위생적이며 신선한 자연식품, 고급식품으로 그 이미지를 전환시켜 소비자들이 안심하고 섭취할 수 있도록 그 분위기를 유도·정착시킬 필요성이 중요시되고 있다.

미국이나 일본 등의 계란소비량을 비교해 보더라도 우리나라는 계란의 상품성 향상에 노력, 어떤 방법으로 소비확대를 효율적으로 전개하느냐에 따라 앞으로 계란 소비는 꾸준히 신장될 가능성이 있음을 보여주고 있다.

그러나 현재 시중에 유통되고 있는 계란은 대부분이 각 농장에

서 중량별로 등급을 가려 플라스틱 난좌에 담아 유통되는 경우가 대부분이다.

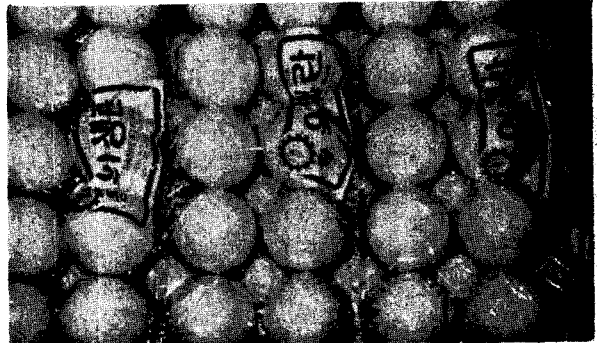
일반 소비자들이 계란소비를 꺼려하는 이유 중에는 비위생적인 플라스틱 난좌에 똥물은 계란, 혈란 등 오염란이 버젓이 담겨 있어 손이 쉽게 가지 않는다는 점이다.

그동안 우리는 수퍼마켓이나 일반 상점에서 계란을 구입할 경우 10개들이 비닐랩술에 담겨진 것이나 또는 30개들이 플라스틱 난좌에서 필요한 양을 골라서 담아주는 정도에서 유통되었다.

요즘에는 콩나물이나 상추 등 야채도 무공해 자연식품을 생산하는 전문업체에서 생산된 제품을 일반 소비자가 선호하고 있는 것과 마찬가지로 계란도 그 자체만

미국인 1인당 계란소비량

	식 란(A)	가공란(B)	A : B
1980	238.4(개)	34.9(개)	87.2 : 12.8
1981	233.2	32.4	87.8 : 12.2
1982	231.1	34.1	87.1 : 12.9
1983	225.9	35.3	86.3 : 13.7
1984	223.4	37.5	85.6 : 14.4
1985	215.7	38.9	84.7 : 15.3



△ GP처리된 계란은 1회용 캡슐에 포장, 소비자에게 공급하고 있다.(동부축산의 경우)

구입하는 것이 아니라 고유 상표와 포장 등 상품성 향상과 고급화를 꾀한 것을 구입토록 해야 하며 생산자들도 현 추세에 따라 생산물 자체가 아니라 상품이라는 인식을 갖고, 제품에 더욱 신경써서 생산해야 할 뿐만 아니라 소비자에 대한 홍보를 철저히 해야 할 필요성을 가져야 할 것이다.

하물며 요즘처럼 계란가격이 좋을 때 우리 생산자들도 기존의 유통방식에서 벗어나 좀 더 적극적이며 생산적인 자세로 계란유통구조를 전환 정착시켜야 한다는 의견이 지배적이다.

GP란이 뭐예요?

그러나 며칠전 스도메센타에서 만난 한 가정주부의 경우 1회용 캡슐에 포장된 위생란을 구입하길래 왜 이 계란을 선택하느냐고 물었더니 "우선은 겉으로 보기에 깨끗하고 포장용기가 견고해 집에 가져가도 깨진 계란이 없어 구입 가격은 약간 비싸지만 결국은 이익이라는 생각이 들기 때문"이라고 대답한다.

GP란이 뭔지 아느냐는 질문에는 "지금까지 들어본 적도 없고 GP가 뭔지도 전혀 모르겠다"고 의아해하는 표정을 지었다.

이처럼 대부분의 소비자들은 GP처리가 무엇이고 GP란이 어떤 것인지 구체적으로 알고 있는 바는 없지만 위생적이고 신선한 계란을 원한다는 것을 간접적으로 파악할 수 있었다.

이렇듯 소비자들의 요구가 점점 더해지자 이 기회를 계란유통구조 개선의 전환점으로 보고 과거의 판매경쟁에서 벗어나 나름대로 독특한 판매전략을 세우면서 계란의 상표화에 관심을 갖는 계란유통전문회사가 늘어나고 있어 산업 전체로 볼 때 매우 고무적인 일이라 할 수 있다.

지난 84년 국내에 처음으로 GP처리된 위생란 보급의 선두주자로서의 역할을 해 온 한농을 비롯하여 서울·경기지역에는 동부축산, 금수축산, 동화축산 등이 GP란 유통의 대표적인 경우.

일반 소비자에게 가장 널리 알려진 한농위생란은 89년 6월 경영상 악화로 계란유통상인들이 인수, 한농통상(대표 김용겸)으로 체제가 전환되면서 재기의 기회가 되어 9월에는 10만개의 GP란 생산이 가능해지면서 계란유통구조 정착에 청신호를 가져왔다.

현재는 1일 6~7만개 정도 GP란이 생산되고 있으며 1일 최대처리능력은 20만개까지 가능한데 올해의 목표는 1일 15만개 이상을 공급시키는 것으로 세워놓고 있다.

그러나 "GP란 유통이 보다 활성화되기 위해서는 원란공급의 애로점이 우선적으로 해결되어야 하고 상표화에 따른 판매촉진 활동도 뒷받침되어야 한다"고 김용겸 사장은 말한다.

현재 특란과 대란만을 취급하고 있는데 특란은 포장용기에 따라 A형 850원, B형 800원, 대란은 750원에 공급되고 있는데 가공비는 10원 정도가 소요된다고 한다.

상품성 향상의 기초는 GP처리 가능

동부축산(대표 박종석)은 79년 계란도매상으로 출발, 계란유통에 발을 들여 놓으면서 계란의 상품성 향상을 통한 계란유통구조개선을 위해 87년부터 GP란 보급에 주력하고 있는 대표적인 업체이다.

현재 1일 6만개의 위생란을 공급하고 있는데 초창기에는 일반란에 비해 GP처리시 소요되는 인건비, 캡슐, 파란을 등 제반요인에 의한 부담이 커서 애로사항이 많았는데 6개월이 지나면서 기본적인 궤도에 올라서게 되었다고 한다.

그리고 계란유통은 어느 정도 경제적인 여건이 갖춰져야 할 수 있는 사업인 반면 대부분이 영세한 규모로 운영되기 때문에 하나의 사업이기 보다는 한날 '장사꾼'에 불과한 실정이며 사업확장의 필요성을 인식은 하지만 사업자금지원 등의 정책적인 배려를 받지 못해 더더욱 어렵다고 현실적인 문제를 열거한다.

그렇지만 동부축산이 GP란 보급을 지속적으로 추진할 수 있었던 기본은 계란판매와 GP기 한 대에 5~6명의 인원이 소요되는 생산부문이 가족을 중심으로 진행되어 가능했다고 한다.

오는 5월말에는 경기도 곤지암에 시간당 3만개를 처리할 수 있는 G.P.C가 완공되어 GP란 유통



통의 커다란 전환점이 될 것이라고 앞으로의 계획을 조심스럽게 밝힌다.

처리과정을 살펴보면 농장에서 매일 매일 들어온 계란은 1차적으로 파란과 오염이 심한 계란을 골라내고 검란과정을 통해 부적격란을 선별해 낸다. 그후 스프레이방식을 이용, 물로 표면을 적신후 부러쉬로 세척, 건조과정을 거쳐 등급별로 캡슐에 담아 스티카를 넣어 운반상 안전하고 용이한 종이박스에 포장한 후 각 거래처에 배달, 신선도 유지에도 각별히 신경을 쓰고 있다.

특히 우리나라는 계란유통에 콜드체인화가 되어 있지 않은 실정에서는 보관상에도 유념할 필요가 있어, 여름철에는 유효기간을 설정, 1주일 이내로 명시하여 철저히 지키고 있다.

또한 곤지암에 30,000개/h처리능력의 G.P.C가 완공되면 농장에서 1차적으로 중량별로 선별·납품받던 체제에서 컴퓨터를 이용한 전산처리로 할 경우 인력절감을 꾀할 뿐만 아니라 일본처럼 kg 단

보다 신선하고 위생적인 계란을 빠른 시일내에 공급하기 위해 1회용 종이난좌에 담아 상자로 유통시켜 자사 상표홍보에도 일익을 담당하고 있다. (동화축산의 경우)

위로 농장에서 구매할 경우 왕·특란 가격이 대란이나 중란에 비해 가격차이가 커서 충분히 제값을 받을 수 있는 등 보다 경제적이고 생산자도 제값받기에 한몫을 하기 때문에 이를 추진할 계획이라고 한다.

GP처리후 신선도 유지가 문제

동화축산(대표 나인주)의 경우 1988년부터 '신선란'이라는 상표로, 계란유통 전문회사라는 캐치프레이즈를 내걸고 GP란 보급에 나선 경우다.

소비자들의 계란에 대한 인식변화에 부응하고 계란유통방법의 개선을 통한 근대화를 꾀하기 위해서는 무엇보다 위생적이며 신선한 계란공급이 필요하다는 판단 아래 GP란 보급을 하게 된 직접적인 계기라고.

현재 1일 10만개 정도 처리되는 GP란은 전북, 대구, 서울, 부평, 안산, 군포, 안양 등의 지역에 공급하고 있는데 계란은 본사에서 GP처리후 각 지사를 통해 판매하는 방식을 취하고 있다.

GP 처리과정은 급란→검란→크리닝→건조 및 살균→선별→포장단계로 이뤄지는데 이때 포장은 30개들이 종이난좌에 담아 상호와 상표가 인쇄된 240개들이 플라스틱 상자에 담겨져 운반된다.

특히 동화축산의 경우 원란을 서울·경기양계협동조합과 전북 양계조합을 통해 안정적으로 공급 받고 있는데 짧은 시일내에 급성장, GP란 유통이 정착될 수 있는 계기가 된 셈이다.

GP란 시장보급율은 매월 신장되어 1일 150만개 생산을 올해의 목표로 설정해 놓고 있는데 3월말에는 현재 시간당 28,000개를 처리하는 능력에서 42,000개까지 가능하도록 준비작업을 해 나가고 있는데 새로 도입할 14,000/h처리 기계는 자체적으로 개발한 제품으로 파란울을 최소화 시킬 수 있다고 한다.

시작 당시 어려웠던 점은 상인에 대한 생산자들의 불신감 때문에 원란공급이 원활하지 못했던 점과 공급되는 계란중에 파란이 선별되지 않는 상태로 원란이 공급되어 경제적으로 많은 손실을 가져왔다고 한다.

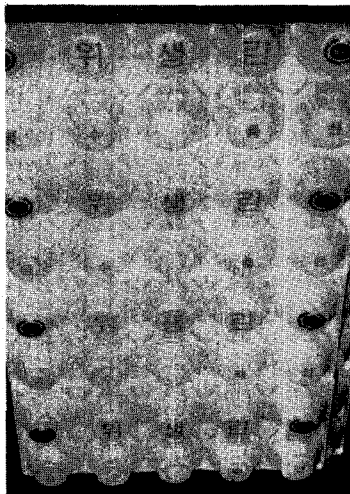
‘신선란’을 취급하면서 발견된 사실은 일반란은 성수기와 비수기의 판매량 변화가 급격한 반면 GP처리란은 판매진폭이 거의 없어 안정적인 유통이 가능하다는 점이다.

약 25대의 유통차량을 확보하여

신선함을 보존하기 위해 노력하고 있으며 전직원이 소비홍보의 직접적인 요원으로 활동하고 있으며 GP란 보급을 정착시키기 위해 가공비를 최소화하여 특란 30개(종이난좌)에 100~150원 정도를 더 받고 있다.

동화축산은 자기 상품홍보를 위해 ‘위생적인 1회용 난좌사용으로 위생적이며, 농장에서 생산 즉시 유통하는 싱싱한 계란, 오물이 묻어 있지 않아 청결하며 깨진 계란이 없고 항상 품질이 최고를 유지하는 고급계란’이라는 유인물을 각 매장에 비치, 홍보효과를 꾀하고 있다.

이외에도 1일 2만개의 GP란을 생산하고 있는 금수축산(대표 이철구)이 있는데 GP처리에 필요한 인원확보문제로 1시간당 9,000



△위생적으로 처리된 금수축산의 계란은 운반도중의 안전성과 상품으로서의 가치를 높이기 위해 플라스틱 용기에 상호와 등급을 표시하여 포장·판매하고 있다.

개를 처리할 수 있는 기계능력을 뉴코아, 진로, 우성 등 대규모 유통센터에 공급하고 있다.

유사란 범람도 장애요소중 하나

그러나 슈퍼 등 대규모 유통센터에는 ○○자연란, ○○위생란, △△신선란 이라는 등 출처를 알 수 없는 업체에서 제각기 상표를 붙여 지나치게 판매경쟁에 몰두하다보니 GP란과 비슷하게 포장된 유사란이 범람, 소비자들의 인식을 흐리게 하여 GP란 보급의 또다른 장애요인으로 지적되고 있다.

이처럼 계란유통상인들에 의해 활기를 띠고 있는 GP란 생산은 상품성 향상을 통한 계란유통구조 정착을 위해서는 일차적으로 생산자들이 중심이 되어 관심을 갖고 빠른 시일내에 현실화시켜 제값받기에도 한 몫을 할 때가 올 것이라고 본다.

또한 일반란과 GP란에 대한 가격 차별화로 상품성 면에서 다소 떨어지는 공업용 계란은 가격을 낮춰 유통시키고 가정용 식란은 GP처리를 통해 보다 위생적인 계란을 공급한다면 가격을 높여 판매해야 한다는 의견이 지배적이다.

장기적으로는 GP과정상 세척 단계를 거치는 점을 유념하여 신선도 보존을 위해서는 콜드체인화 시스템 도입도 서둘러야 할 것으로 본다. **양계**