

계란 유통구조 개선 (Ⅱ)

본고는 본회 채란분과 위원회의 주최로 지난 11월에 열린 제 5회 전국채란인 대회에서 건국대학교 농업경제학과 김정주 교수가 발표한 계란 유통구조개선에 관한 내용을 지난달에 이어 연재로 게재한 것이다. —편집자주—

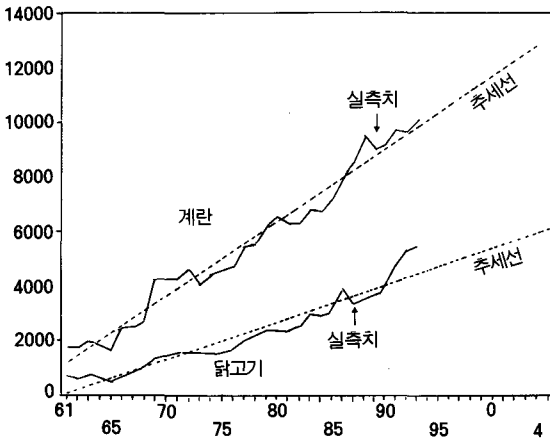
4. 계란의 소비형태

가. 계란 소비형태조사 개요

우리나라 국민 1인당 계란 소비량은 <그림 4>에서 보는 바와 같이 1983년에는 7.1kg 수준이던 것이 1993년에는 10kg수준으로 상승하여 연간 165개가 소비된 것으로 나타났으며 이러한 추세가 앞으로 계속될 경우 전란이 수입 자유화 될 2005년에는 13.1kg으로 늘어나 219개의 계란이 소비될 것으로 추정된다. 한편, 일본의 국민 일인당 계란 소비량이 1992년에 17.7kg(295)개, 대만이 1989년에 11.9kg(198개)이었던 점을 고려하면 앞으로 우리

나라 계란 소비는 당분간 늘어날 것이라는 가정에 무리가 없어 보인다. 특히, 도시민들의 아침 식사 패턴이 빵과 계란 후라이로 일반화 되어짐에 따라 이러한 가정은 더욱 가능해 보인다. 그런데 이러한 계란의 국민 일인당 소비량은 닭고기(5.5kg), 쇠고기(5.3kg), 돼지고기(14kg)에 비하여 단순한 수량면에서 보면 높은 수준임을 알 수 있다.

한편, 계란과 닭고기의 소비 추세를 비교한 바, 계란의 소비가 보다 급격함을 알 수 있었다. 이처럼 우리나라 계란소비는 매년 증가하고는 있으나 앞서 말한 유통구조의 불합리성으로 계란이 고급식품으로서의 자리를 지키지 못



자료: 축협중앙회, 축산물 가격 및 수급자료, 각년도

하고 저급식품으로 전락하고 있다는 우려가 있다. 이러한 우려가 얼마나 근거가 있는 것인지를 알아보기 위하여 임의로 추출한 충주시내 거주 주부 50명을 대상으로 1994년 10월 27일 1일간 사전에 준비된 설문지를 통하여 전화 인터뷰를 실시하였다. 이렇게 조사된 자료는 표본의 선정이 장소적으로나 시간적으로 차이가 있음에도 불구하고 1985년 대한양계협회가 조사한 결과와 비교함으로써 시간이 경과함에 따라 계란 소비행태에 어떤 변화가 있는가를 파악하였다.

나. 계란의 색깔

우선, 계란 색깔에 대한 선호도를 묻는 질문에 대하여 응답자의 74%가 갈색란을 선호한다고 응답했으며 20%는 달걀색깔에 관계치 않는다고 응답하였고, 6%는 흰색란을 선호한다고 응답하였다. 이러한 결과는 대한양계협회가 조사한 결과와 비교하면 시간이 지남에 따라 갈색란에 대한 선호도는 높아지고 흰색란에 대한 선호 경향은 상당히 줄어든 것으로 나타났

다. 이처럼 갈색란이 소비자로부터 선호되는 것은 토종닭의 계란이 갈색인점에 크게 영향을 받은 것으로 보인다. 실제로 우리나라에서는 백색종계 생산은 중단된 상태이다.

그런데 맛이나 영양면에서 전혀 차이가 없으면서 사료효율면이나 산란계의 경제적 수명면에서 훨씬 유리한 백색계가 이처럼 자취를 감추고 없어지는 것은 부화업자들의 의도가 아닌가의 의심된다. 왜냐하면 백색계는 사료효율도 갈색계에 비하여 높으면서 2~3차례 환우까지 가능하여 경제수명이 길므로 그만큼 병아리 회전율이 늦어질 것이므로 이러한 의구심은 타당성이 있어 보인다. 만일 이것이 사실이라면 이는 소비자의 그릇된 소비관행을 악용한 자원의 낭비행위가 분명하다. 그런데 조사결과에서 20%에 달하는 소비자는 계란색깔에 상관하지 않거나 아직도 흰색 계란을 선호하고 있다고 응답하고 있으므로 백색계 종계 생산을 재개하여 자원의 낭비행위를 바로 잡아야 할 것이다.

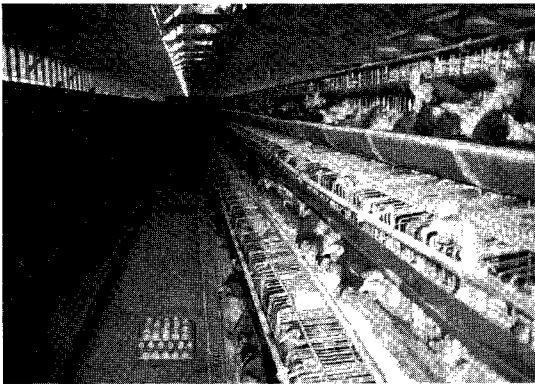
표6. 계란색깔에 대한 선호도

(단위: 가구, %)

구 분	본조사		양계협회조사
	응답지수	백분율	백분율
흰색	3	6	15
갈색	37	74	53
관계치 없음	10	20	31
계	50	100	100

다. 계란의 크기

이번에는 계란 크기에 대한 소비자의 선호도를 질문한 바 계란이 클수록 좋다는 소비자가 가장 많았으며(44%) 중간 크기가 좋다는 소비자가 다음으로 많았고(34%), 크기에 관계



치 않는다는 소비자와 작을수록 좋다는 소비자는 각각 14%와 8%로 나타났다. 계란 크기에 대한 조사결과도 대한양계협회의 조사결과와 비슷한 경향을 나타내 10여년의 세월이 흘러도 계란 크기에 대한 소비성향은 쉽게 바뀌지 않음을 알 수 있었다. 실제로 우리나라 소비자들은 60g 이상짜리 특란을 선호하는 경향이 있다.

표7. 계란크기에 대한 선호도

(단위 : 가구, %)

구 분	본조사		양계협회조사	
	응답자수	백분율	구분	백분율
클수록 좋다	22	44	특란	47.2
중간이 좋다	17	34	대란	25.3
작을수록 좋다	4	8	중란	26.0
관계치 않는다	7	14	소란	1.3
계	50	100	계	100

자료 : 대한양계협회, 전계서, 1985

라. 계란의 용도 및 기호도

계란의 사용 용도에 관한 질문에 대하여는 식사 반찬으로 사용한다는 응답자가 58.8%로 가장 많았으며 다른 요리에 첨가하거나 아이들 도시락 반찬으로 사용한다는 응답자는 각각 19.1%로 조사되었다. 이러한 결과도 대한양계

협회의 조사결과와 대동소이 하였다.

표8. 계란의 용도

(단위 : 가구, %)

구 분	본조사		양계협회조사
	응답자수	백분율	백분율
식사시 반찬	40	58.8	57.3
다른 요리에 첨가	13	19.1	-
아이들 도시락 반찬	13	19.1	39.3
야외 나갈때 음식	1	1.5	0.9
특별한 날 음식	1	1.5	2.5
계	68	100	100

* 본조사 복수선택

자료 : 대한양계협회, 전계서, 1985

계란에 대한 기호도를 묻는 질문에 대해서는 “보통이다”는 반응이 52%, “좋아한다”는 반응은 28%, “아주 좋아한다”는 반응은 18%로 계란을 좋아하는 응답자가 46%를 차지한 반면 계란을 싫어하는 응답자는 단 2%로 그쳐 아직도 계란은 소비자들에게 중요한 식품으로 자리잡고 있음을 알 수 있었다. 이러한 결과를 대한양계협회 조사결과와 비교해 보면 대동소이한 경향임을 알 수 있었다.

표9. 계란에 대한 기호도

(단위 : 가구, %)

본 조사		양 계 협 조사	
구 분	응답자수 (%)	구 분	응답자 백분율
아주 좋아한다	9(18.0)	좋아한다	91.2
좋아한다	14(28.0)	-	-
보통이다	26(52.0)	-	-
싫어한다	1(2.0)	싫어한다	2.7
아주 싫어한다	0(0.0)	할수 없이 먹는다	6.1
합 계	50(100.)	합 계	100.0

자료 : 대한양계협회, 계란과 육계의 유통규격조사연구, 1985

계란을 좋아하는 가족원에 관한 설문에서는 가족 구성원 대부분이 계란을 선호한다고 응답하였다. 특히 아이들을 포함한 젊은 층에서 선호되고 있으며(82%), 노인층에서는 12%로서 선호도가 비교적 낮게 나타났다. 한편 대한양계협회의 조사결과는 학생층이 66.2%, 청장년 4.9%, 노인 1.2%로 나타나 시간이 지남에 따라 청장년 및 노인층의 비중이 늘어났음을 보여주고 있다.

표10. 계란을 좋아하는 가족원

(단위 : 가구, %)

구 분	본조사		양계협회조사
	응답자수	백분율	백분율
노인	6	12	1.2
청장년	12	24	4.9
중고교이하 학생	29	58	66.2
무응답	3	6	-
계	50	100	100

자료 : 대한양계협회, 전게서, 1985

마. 계란의 포장

소비자들이 희망하는 계란포장 단위는 10개 단위가 42%로서 가장 높으며, 30개단위포장이 34%로서 다음이다. 이처럼 30개 단위포장



이 선호되는 것은 소비자들이 백화점이나 슈퍼, 그리고 동네에 들어오는 이동차량에서 구입할 때 한판(30개)단위로 구입하기 때문인 것으로 판단된다. 이는 대한양계협회의 조사결과와 비교할 때, 20개들이 포장단위가 이번 조사결과 0%로 나타나 시간이 지남에 따라 포장단위가 다소 변화하고 있음을 알 수 있다.

표11. 계란 구입시 포장단위

(단위 : 가구, %)

구 분	본조사		양계협회조사
	응답자수	백분율	백분율
5개	3	6	1.2
10개	21	42	58.7
12개	8	16	-
15개	1	2	7.0
20개	0	0	14.8
30개	17	34	11.3
50개	0	0	1.0
계	50	100	100

자료 : 대한양계협회, 전게서, 1985

바. 계란에 대한 평가

상품중에는 국민의 소득수준이 높아질 수록 소비가 늘어나는 우등재가 있는가 하면 오히려 감소하는 열등재도 있다. 계란은 과연 열등재인가, 우등재인가? 이러한 의문을 해결하기 위하여 계란에 대한 소비자들의 평가를 질문한 바 중급식품으로 생각한다는 반응이 76%로서 가장 높았으며, 고급식품(14%), 저급식품(10%) 순으로 나타났다.

이를 대한양계협회에서 조사한 결과와 비교해 보면 중급식품으로의 평가는 70.1%로 나타났다. 저급식품은 26.7%, 고급식품은 3.2%로 나타나 시간이 지남에 따라 중급식품으

로써의 인식은 크게 변함이 없는 반면, 고급식품으로의 평가는 많아지고 저급식품으로의 평가는 적어진 것으로 나타나 계란이 저급식품으로 전락한다는 항간의 우려를 불식하고 앞으로 유통구조를 혁신하여 신선하고 청결한 계란을 공급한다면 계란은 소비자의 선택을 계속 받을 수 있을 것으로 판단된다.

표 12. 계란에 대한 평가

(단위 : 가구, %)

구 분	본조사		양계협회조사
	응답자수	백분율	백분율
고급식품	7	14	3.2
중급식품	38	76	70.1
저급식품	5	10	26.7
계	50	100	100

자료 : 대한양계협회, 전계서, 1985

식품에 대한 소비자의 욕구가 다양해지고 소득증대와 함께 소비자들의 건강에 대한 관심이 높아지면서 자연란(유정란), 특수란(요드란, 오메가란, 영양란), 위생란 등과 같은 상품으로 계란의 새로운 판로를 개척하고 있으나 아직 정착되지 못하고 있는 실정이다. 이를 확인해 보기 위해서 위생란 및 특수란에 대한 구입의사를 묻는 질문에 대하여 “같은 값이면 구입하겠다”가 42%로 가장 높으며, “가격에 상관없이 구입하겠다”가 38%로 구입할 의사가 있음을 밝힌 응답자는 80%가 되었으며, “구입하지 않겠다”가 14%, “가격이 싸야 구입하겠다”가 6% 순으로 나타났다. 이러한 반응으로 보아 생산 및 유통과정에서 위생적으로 처리를 잘하면 계란이 소비자들에 의해서 계속 선호될 수 있을 것으로 판단된다. 양계협회 조사 결과와 비교한 바 가격에 불구하고 구입의사가 있다

는 반응은 77%에 이르렀으며 구입하지 않겠다는 반응은 15.2%로 시간이 지남에 따라 위생란에 대한 선호도는 크게 향상되지 못하고 있음을 알 수 있었다.

한편, 특수란에 대한 선호는 “같은 값이면 구입하겠다”는 반응이 42%, “가격에 상관없이 구입하겠다”는 반응이 26%로 구입할 의사가 있음을 밝힌 응답자는 70%가 되었으며, “가격이 싸야 구입하겠다”가 4%로 위생란과 유사한 결과를 나타냈지만 “구입하지 않겠다”는 반응은 28%로 나타나 특수란에 대한 소비자의 신뢰는 그리 높지 않음을 알 수 있었다.

표 13. 위생란 및 특수란에 대한 선호도

(단위 : 가구, %)

구 분	본 조사				양계협회조사
	위생란선호도		특수란선호도		위생란선호도
	응답자수	백분율	응답자수	백분율	백분율
가격에 상관없이 구입	19	38	13	26	24.4
같은 가격이면 구입	21	42	21	42	52.6
값이 싸야 구입	3	6	2	4	7.8
구입하지 않겠다	7	14	14	28	15.2
계	50	100	50	100	100

자료 : 대한양계협회, 전계서, 1985

사. 계란가격에 대한 인식

계란은 축산물중에서 상대적으로 가격이 가장 저렴한 식품이다. 1993년 계란의 소비자 가격과 다른 축산물 가격을 단순히 kg당으로 비교하면 쇠고기 가격과는 1 : 10, 돼지고기와는 1 : 3.6, 닭고기와는 1 : 1.6인 것으로 나타났다. 실제로 계란가격에 대하여 소비자는 어떤 평가를 하고 있는가를 알아보기 위해서 계란 가격에 대해서 어떻게 생각하느냐는 질문을 한 바 “보통이다”는 반응이 82%로 가장 높았으

며, “싼편이다”는 반응은 12%, “비싸다”는 반응은 6%로 나타났다. 이러한 결과를 양계협회 조사결과와 비교한 바 시간이 지남에 따라 비싸거나 싸다는 반응은 줄어들고 적당하다는 반응이 늘어나 계란가격에 관한 소비자의 불만은 없는 것으로 판단된다. 실제로 계란의 소비자 가격은 지난 10여년간 경상가격으로도 하락추세를 보였다. 여기에 그간의 물가를 고려하면 계란가격은 더욱 낮아진 셈이다(그림1).

표 14. 계란가격에 대한 인식

(단위 : 가구, %)

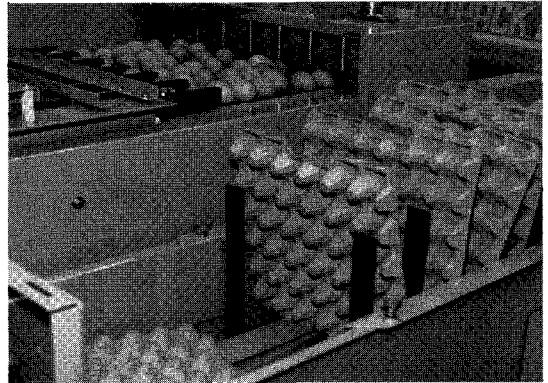
구 분	본조사		양계협회조사
	응답자수	백분율	백분율
비싸다	3	6	22.8
보통이다	41	82	43.7
싼편이다	6	12	18.4
모르겠다	-	-	15.1
계	50	100	100

자료 : 대한양계협회, 전계서, 1985

아. 계란소비에 대한 전망

앞으로 계란 소비에 대한 전망을 알아보기 위해서 “앞으로 계란소비를 어떻게 하겠느냐”는 질문을 하였던 바 “현재 소비 수준을 유지하겠다”가 82%로서 월등히 높았고 “전보다 더 많이 소비하겠다”는 12%, “소비를 줄이겠다”는 6%로 나타났다. 이로부터 계란의 소비는 그렇게 급격히 증가하지는 않을 것으로 보인다.

한편, 대한양계협회의 조사결과는 “더 많이 소비하겠다”는 반응이 72.3%, “현재소비 수준을 유지하겠다”는 반응이 27.1%, “소비를 줄이겠다”는 반응이 0.6%로 나타나 시간이 지남에 따라 계란을 더 많이 소비하겠다는 소비



자는 감소할 것으로 판단되었다. 이는 그동안 국민소득수준 향상과 더불어 계란의 소비량이 지속적으로 증가하여 왔지만 이제는 이러한 증가가 완만한 추세를 보일 것으로 판단된다. 이러한 현상은 소득이 증가함에 따라 계란의 한계 효용이 체감하는 탓일수도 있으나 무엇보다 광고나 매스컴의 영향이 크게 작용했을 것으로 추측된다.

특히, 일방적인 콜레스테롤 유해론이 계란소비에 크게 영향을 주었을 것으로 판단된다. 그러나 특정국가의 자료를 검증없이 그것도 공영방송이 앞장서서 침소봉대하여 보도한 사례는 시정되어야 하며 이러한 무책임한 행위가 양계인에게는 치명적인 손실을 초래한다는 사실을 주지시켜야 할 것이다.

표 15. 계란소비에 대한 앞으로의 계획

(단위 : 가구, %)

구 분	본조사		양계협회조사
	응답자수	%	백분율(%)
더 많이 소비하겠다	6	12	72.3
현재 소비수준의 유지	41	82	27.1
소비를 줄이겠다	3	6	-
모르겠다	-	-	0.6
계	50	100	100

자료 : 대한양계협회, 전계서, 1985

5. 우리나라 계란 유통에 따른 문제점과 개선대책

가. 계란 유통상의 문제점

1) 공정한 가격 형성기능의 부재

어느 축산물을 막론하고 유통과정에서 문제가 없는 것은 드물다. 그러나 다른 축산물과 달리 계란의 경우는 유도 가격 결정에 중심적 역할을 할 도매시장이 없다는 점이다. 그러다 보니 일부 대규모 상인에 의하여 계란 가격이 좌지우지되고 생산자는 상인에 의하여 주어진 가격을 그대로 수용할 수 밖에 없는 가격순응자가 될 수 밖에 없다는 점이다. 이러한 현상은 지역에 따라 다소 차이를 보이는데 영호남지역에서는 그나마 생산자가 계란유통에 다소 영향을 미치고 있어 비교적 계란가격의 안정에 기여하고 있으나 충청이북과 수도권은 주로 대규모 상인에 의해 유통이 주도되고 있어서 상인 구입가격과 판매가격이 서로 다른 기준을 가지는 이중가격 형성은 물론, 계란 상인이 농가에 계란대금을 정산할 때 수집당시의 가격이 아니고 상인에게 유리한 정산 당시 가격에 의하여 이루어지는 속칭 “후장기”가 성행하여 생산농가를 불리하게 하고 있다는 점이 지적되고 있다. 그런데다가 계란대금이 현찰이 아닌 2~3개월짜리 어음이나 10여일 선일자 가계수표로 결제되는 사례가 많아 더욱 생산농가를 불리하게 하고 있다.

이처럼 정보에 어두운 생산자를 보호하기 위하여 지역별로 생산자 단체가 난가고시 위원회를 조직하고 각종 시장상황을 종합하여 필요한 때마다 계란가격을 고시하고 있으나 고시가격이라는 것이 원래 구속력이 없는 데다가 고시된

가격 자체가 현실감을 잃을 때가 있어서 혼선을 빚고 있으며 이러한 문제점이 있음을 알고 있어도 이렇다할 대안을 찾지 못하고 고시가격이 계속 통용되고 있는 실정이다.

그런데 이러한 고시가격은 특히 충청이나 경기권에서는 영향력을 발휘하지 못함으로써 상인과 생산자간 계란 거래시 마찰이 비번해 지고 있다. 설상가상으로 상인이 농가로부터 계란을 구입할 때는 고시가격을 무시하면서도 판매상에게 계란을 넘길 때에는 이 고시가를 기준으로 가격을 정하는 등 고시가격이 상인들에 의하여 오히려 악용되는 사례까지 발생하고 있는 실정이다.

2) 계란 수급조절 기구의 부재로 인한 계란 가격의 불안정

계란은 원래 저장성이 약하고 생산의 급격한 조절이 불가능하여 저장 및 보관, 가공시설이 필수적임에도 불구하고 이러한 시설이 극히 미비하여 물량을 조절할 수 있는 기능이 없어서 수급조절이 불가능하므로 결과적으로 가격이 불안정하다. 계란 생산과잉은 과감한 노계의 도태로 다소 그 피해를 완화 할 수도 있으나 우리나라에는 아직 노계를 전문으로 처리하는 도계장이 많지 않아서 과잉에 의한 가격 폭락을 그대로 받아들이는 수 밖에 없는 실정이다.

이러한 가격 불안현상은 최근 운송수단의 발달로 지역간에 계란 이동이 쉬워져 판매경쟁이 치열해 질 뿐 아니라 덩핑 판매까지 자행되어 가격 불안정이 더욱 가중되고 있는 실정이다. (그림 1 참조)

설상가상으로 상인들은 세원을 은폐하려고 계란 집하장 이용을 꺼려하는 경향이 있어서 계란 집하장 확대가 더욱 어려워 진다. 또한, 계란

가격의 불안정 요인은 내부에만 있는것이 아니고 외부와도 밀접하게 관련되어 있다. 특히 육계부문에서 병아리 시세가 나쁘고 계란시세가 좋으면 종란이 식란으로 둔갑할 수 있기 때문이다. 따라서, 계란 가격의 안정화 대책은 종합적으로 수립하여야 할 것이다.

3) 복잡한 유통구조로 인한 신선하고 위생적인 계란 유통의 어려움

계란은 원래 저장성이 낮아 여름철에는 대략 5일, 겨울철에는 대략 10일이 경과하면 상품으로서의 가치가 떨어진다. 그런데 농가에서 생산된 계란은 보통 매 2일마다 상인이나 계란 집하장(G.P센타)에 의하여 수집되며 집하장에서 등급화를 위하여 다시 1~2일이 소요되고 도소매상에서 2~3일 소요되는 유통구조를 가지고 있으므로 계란이 소비자에게 전달되는 시간이 적어도 일주일이나 소요되어 신선한 계란 공급이 어려운 실정이다. 설상가상으로 계란에 계분이 묻거나 더러워진 난좌에 담겨 계란이 유통되므로 소비자에게 혐오감을 주어 계란수요가 위축될 염려가 있으며 장기간 보관되었던 계란이 신선 계란과 구분없이 동일한 가격으로 유통되어 소비자의 신뢰를 잃을 우려도 있다.

이러한 계란의 청결문제를 해결하는 방법으로 미국 등 선진국에서는 계란을 세척하여 유통시키고 있으나 계란을 세척하면 보존기간이 단축되고 파란율이 10% 정도 높아져 일반 집하장에서 이를 기피할 뿐 아니라 소비자들도 세척된 위생란에 대하여 추가비용 부담을 하려하지 않는 경향이 있어서 위생적인 계란 공급이 어려운 실정이다. 그러나, 계란으로부터의 2차 감염을 막고 식품위생수준을 높이기 위해서 계란은 반드시 세척되어 판매되는 체계를 조속히 구

축하여야 할 것이다.

신선하고도 청결한 계란을 공급하기 위해서는 유통단계는 물론 생산단계에서부터 오염요인이 철저히 제거되어야 함에도 불구하고 대부분의 생산자들은 계란의 위생이나 품질에 대한 관념이 매우 희박할 뿐 아니라 소비자의 선호도를 고려하지 않은채 계란을 생산하다 보니 계란이 어느새 저급식품으로 전락하고 만 것이다. 더우기 놀라운 것은 일부 농장에서 노계에 의한 저급 난질 계란이나 파란, 오란 등을 정상란에 끼워서 출하함으로써 농장의 신뢰를 스스로 허물어뜨린 사례도 허다하다. 앞으로는 계란난좌에 생산자 이름을 명시하거나, 농장별 상표로 계란이 판매되는 체계를 구축하여야 할 것이다.

최근 생산자 단체가 주도하여 환경도 보조하고 더러워진 난좌를 없애 청결한 계란을 고급할 수 있도록 지금까지 반복해서 쓰고 있는 플라스틱 난좌를 일회용 종이 난좌로 점차 바꾸어 나가려는 시도가 추진중이다. 그렇게 함으로써 환경오염도 방지하고 계란의 위생적인 처리수준도 높이며 파란율도 줄일 수 있을 것이다. 그러나 종이난좌를 씌우면서 추가적인 비용부담은 물론 집하장이나 농장에서 계란을 취급하던 각종 장비가 플라스틱 난좌에 적합하게 고안되어 작업이 불편하거나 무용지물이 되는 사례가 발생하고 있으며 쓰고난 난좌는 바로 쓰레기가 되어 새로운 환경오염을 유발 시키고 있다. 특히 대규모 집하장에서 종이난좌를 씌우면서 발생하는 먼지 등으로 작업장 공기를 오염시키고 있다. 따라서 종이난좌에 제작에 정부차원에서나 업계차원에서 지원이 뒤 따르지 않으면 이러한 시도도 용두사미 격이 될 수 있을 것이다. (다음호에 Ⅲ편이 연재됩니다.)