

생산자 참여 비율 높여야 유통이 바로 잡힌다.

□ 취재/김동진 기자

1. 유통의 흐름

신선하고 깨끗한 계란을 소비자들에게 공급할 수 있는 유통체계를 구축하는 일은 무엇보다도 중요하다. 일반적인 계란유통구조는 생산자 → 도매상(수집반출상) → 중간도매상 → 소비자 등의 단계를 거치게 된다. 이 과정에서 1차 도매상 기능을 상인들이 주도할 경우 생산자들은 상인들과 직접 거래를 하면서 난가를 논의하는 과정에서 충돌이 생기게 되고 생산자들은 주도권을 잡은 상인들에게 불이익을 당하게 된다.

GP시설이 갖추어지지 않았던 과거의 계란유통은 상인들이 직접 생산자와 거래를 하는 형태였으나 이 당시만해도 생산과 소비가 균형을 이루었기 때문에 큰 무리가 없었다.

'80년 이후 자동화분이 일면서 계란생산이 급격히 증가하였고 상인들의 횡포는 날로 증가하였다. 이를 지키기 위해 생산자들은 집하장 건설, 계열화 사업육성 등에 힘을 기울였고 일부 농가에서는 자체 GP처리장을 설치하여 유통에 뛰어드는 등 다각적인 노력이 이어져오고 있다. 그러나 아직도 80% 이상의 계란을 상인들이 농가에서 직접 처리하고 있는 실정을 볼때 유통구조의 개선점이 많다고 볼 수 있다.

난가에 대한 상인과 생산자들의 줄다리기는 세월이 가면서 다운폭만 늘리는 결과를 가져왔는데 '70년 이후 생산자 고시가 생겨나면서 상인들과의 충돌이 일기 시작하였다.

그러나 이때만 해도 고시에서 1~2원이 다운되거나 제값을 받는 농가가 많을 정도

로 생산자들도 수익을 챙겨왔다. 그러나 '88년 7월 부터 상인들이 도매고시를 별도로 적용하면서 이중시세는 약간씩 벌어졌고 결국 '89년을 전후로 유통마진 폭이 커지고 난가자체도 불안정하게 이루어지기 시작하였다. 결국 '94년 6월 그동안 고시해오던 도매고시를 폐지하면서 난가현실화를 위해 노력하였으나 그 이후 현재까지 뚜렷한 대안을 찾지 못하고 있는 실정이며 설상가상으로 IMF한파가 밀려오면서 농가의 어려움은 더욱 커지고 난가는 20원 이상의 다운폭만을 조장한 꼴이 되었다.

2. 계란유통 현황

전국에서 생산되고 있는 계란은 1년에 약 90억개가 생산되는 것으로 추산되고 있다.

과연 이 계란들이 생산되어 어떤 경로로 유통이 되고 있는지를 알아보았다.

표에서는 전국의 계란유통 점유율을 나타낸 것으로 지난 20일을 전후하여 유통되는 물량을 조사한 것이다. 단 양계단지의 경우 일부를 제외하고는 GP센타가 없으며 있다해도 유통에 참여하는 농가는 미약해 기타로 분류하였고, 유통참여농가들은 GP시설을 갖추고 상품판을 위주로 유통시키는 양만을 조사하였으나 의외로 생산자들이 유통에 참여하고 있는 농가들이 늘고 있어 이 보다는 많을 것으로 예상되고 있다.

이 표에서 알 수 있듯이 전체 생산물량중 27%(협동조합 집하장 9.5%, 계열업체 4.6%, 양계단지 극소수 1%, 대형 유통업체 4.0%, 유통참여 농가 3.2%, 군납 2.4%, 가공공장 2.6%) 정도를 제외한 73%는 아직도 상인들이 농장과 직접 거래를 하고 있는 것으로 나타났다. 이는 호주나 뉴질랜드에서 유통되는 계란의 100%가 GP센타를 통해 유통되고 있는 것과 비교해 볼때 전 근대적인 방법에서 탈피하지 못하고 있는 것을 단적으로 보여주고 있다.



더구나 국가 정책사업으로 육성해온 양계단지의 경우 1일 462만개(18.7%)를 생산하고 있는 만큼 생산에 맞게 GP센타를 설치, 운영하도록 관리를 하였다고 가정하면 전체 유통 물량의 53.7%(협동조합 집하장이 100% 가동율을 보일 경우)를 점유할 수 있기 때문에 지금보다 생산자들의 힘을 모을 수 있었을 것으로 사려된다.

전국의 축협에서 운영하고 있는 집하장의 경우 1일에 약 429만개(17.4%)를 처리할 수 있는 능력을 갖추고 있는 실정이지만 조합원들의 참여가 저조하고 경영의 어려움 등이 겹치면서 최근에는 1일 235만개(9.5%)를 처리하고 있어 집하장으로써의 역량을 충분히 발휘하지 못하고 있는 실정이

다. 판매도 직접 유통을 통해 유통마진을 조합원(생산자)들에게 되돌려주어야 함에도 집하장의 95% 이상이 상인들에 의해 처리하고 있는 셈인데 계란이 체화될 때는 상인들도 잘 처리해주지 않아 수급조절의 기능을 상실할 때도 빈번하다.

'92년부터 건립되기 시작한 전국의 22개 단지(평택단지 등 1일 10만개 이상)에서 생산되는 1일 생산량은 426만개(18.7%)로 나타나고 있으나 평택, 내남, 북제주 단지 등 몇 군데를 제외하고는 GP시설이 갖춰지지 않은 실정이기 때문에 양계단지의 본래 목적인 공동 판매가 이루어지지 않고 있어 과잉생산으로 인한 유통의 불합리만을 조장하고 있다

는 지적이 일고 있다.

비교적 계열화 사업이 잘 이루어지고 있는 계열화 업체(강남 등)에서 생산되고 있는 물량은 1일 114만개(4.6%)로 강남의 경우 계란 거래처(백화점 등)의 경영난 등의 여파로 소비처가 감소함에 따라 계열농가들의 물량을 소화하지 못하고 현재는 자체 농장의 물량만을 처리하고 있을 정도로 어려움을 겪고있어 IMF여파로 채란계 계열화 사업도 위기를 맞고 있는 느낌을 받을 수 있다.

그외에 사료회사나 이들과 연계하여 계란유통을 이끌어가는 대형유통업체(한알, 우방과학, 퓨리나 등)에서 취급하는 계란물량은 대략 1일 99만개(4.0%)로 추산되고 있으며, 농장에서 집하시설을 갖추고 직접 유통에 참여하는 농가(삼우농장 등)에서 생산되는 계란은 대략 78만개(3.1%)로 추산되고 있다.

축협에서 국방부와 계약을 맺어 처리하고 있는 군납물량은 60만개(2.4%), 집하장과 농가에서 계란을 공급받고 있는 가공공장(서울경기 난가공공장 등)은 63만개(2.5%)로 집계되고 있다.

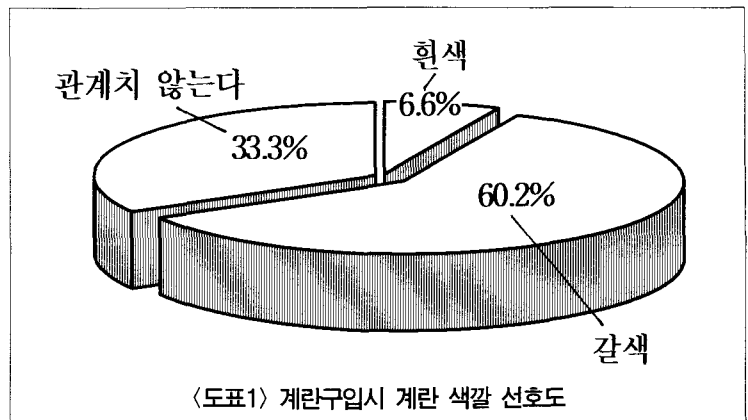
표1. 전국의 계란 유통 점유율

| 구 분 | 1일유통량(만개) | 비율(%) |
|---------|-----------|-------|
| 축협조합집하장 | 235 | 9.5 |
| 계열업체 | 114 | 4.6 |
| 대형유통업체 | 99 | 4.0 |
| 유통참여 농가 | 78 | 3.2 |
| 가공공장 | 63 | 2.6 |
| 군 납 | 60 | 2.4 |
| 기 타 | 24 | 1 |
| 계 | 673 | 27.3 |

3. 계란소비 경향

경기침체로 인해 소비가 30% 정도 감소하였다는 것은 곳곳에서 확인할 수 있다. 계란 소비가 많은 일반 식당의 경우 우선 손님이 줄어들어 가장 큰 원인을 찾을 수 있는데 지난해만 하더라도 계란반찬을 식단에 자주 내놓던 것이 계란의 소비자 가격이 과거보다 비싸지면서 그 횟수를 줄여가는 식

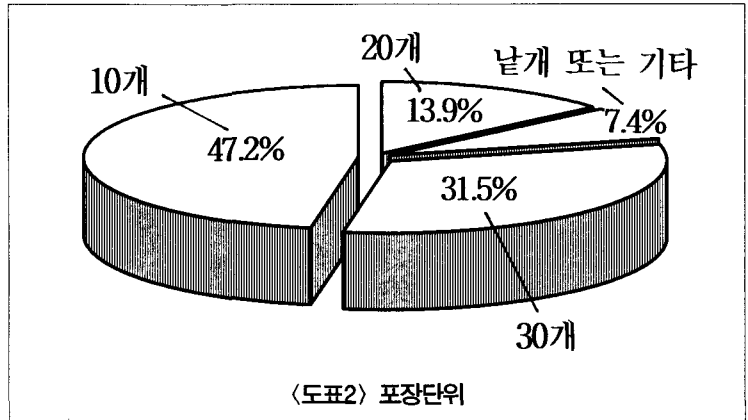
당이 늘고 있으며 일반 빵집의 경우도 손님들이 밀가루 등 원자재비의 가격 상승으로 빵값이 올라가자 손님도 1/3이 줄어들어 재료로 사용되는 계란도 함께 줄어드는 것으로 나타났다. 계란소비에 대해 소비자들의 생각은 어떤지를 알아보기 위해 지난달 15일을 전후하여 서울 및 서울근교에 거주하는 108명의 주부들을 대상으로 무작위 전화설문을 실시하였



다. 이 당시의 계란 소비자 가격은 특란의 경우 개당 140원(생산자 실거래가격 75원) 정도로 거래가 이루어지고 있었다.

계란구입시 계란의 색깔에 대한 선호도를 묻는 질문에 대해 흰색을 선택한다는 대답이 6.6%, 갈색을 선택한다는 대답이 60.2%, 관계치 않는다는 대답이 33.3%로 각각 나타났다. 예상대로 갈색을 선택한다는 대답이 큰 비중(60.2%)을 차지하고 있는데 이는 시중에 거래되는 대부분의 계란 색깔이 갈색인데다 아무래도 영양가치 백색보다 더 있어보이기 때문이라는 의견이 많아 여전히 소비자들의 영양에 대한 인식이 바뀌어지고 있지 않음을 알 수 있다. 그러나 40% 정도가 흰색 또는 관계치 않고 선택한다는 답변이 나와 최근 가금티푸스에 강하고 생산성이 우수한 백색계로의 전환 움직임이 협회를 중심으로 이루어지고 있는 만큼 이에 대한 적극적인 홍보와 생산자들의 참여가 함께 한다면 백색계란을 유통시킬 수 있는 절호의 기회가 아닌가 생각된다.

계란구입시 계란크기에 대한 소비자들의 선호도를 질문한 결과 큰 것을 선택한다

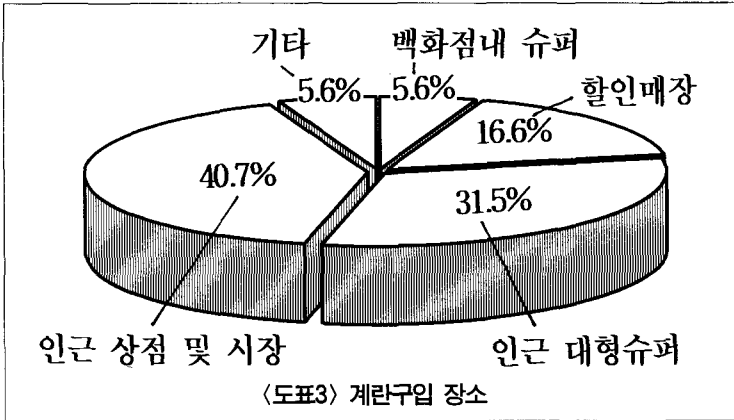


(45.4%)와 중간 크기를 선택한다(45.4%)는 소비자들이 같은 비율로 높게 나타났으며 관계치 않는다는 소비자가 각각 1.8%와 7.4%로 낮게 나타났다. 이는 주부들중 대부분(90%)은 중간 또는 큰 것을 선호하는 것으로 나타나고 있는데 이왕이면 작은것 보다는 큰 것을 선택하는 주부들의 성향을 나타내 주고 있다.

계란구입시 포장 단위를 묻는 질문에서는 10개가 47.2%로 가장 많았으며 다음은 30개가 31.5%, 20개가 13.9%로 나타났으며 낱개 또는 기타의 견이 7.4% 나타났다. 이같은 추세는 과거 30개들이 난좌로 유통되던 상태에서 특수란 및 위생란의 포장단위가 보통 10개들이 포장이 많아졌다는데

원인을 찾을 수 있으며 10개들이 포장은 과거 장터에서 계란 10개를 짚으로 묶어 판매하던 것과 일맥 상통하는 것으로 운반과 사용이 간편하다는데 기인할 수 있다.

계란구입시 구입처를 묻는 질문에는 인근 상점 또는 시장에서 구입한다는 의견이 40.7%로 대다수를 차지하고 있으며 인근 대형 슈퍼에서 구입하는 가정이 31.5%, 다음은 할인매장(16.6%), 백화점내 슈퍼(5.6%), 기타(5.6%)순으로 나타났다. 이 설문에서는 절반 이상의 주부들(53.7%)이 대형슈퍼, 할인매장, 백화점 등에서 계란을 구입하고 있어 도시 주부들의 쇼핑문화를 엿볼 수 있다. 그러나 아직도 40%에 가까운 주부들이 가까운 상점이나 시장에서 계란을 구



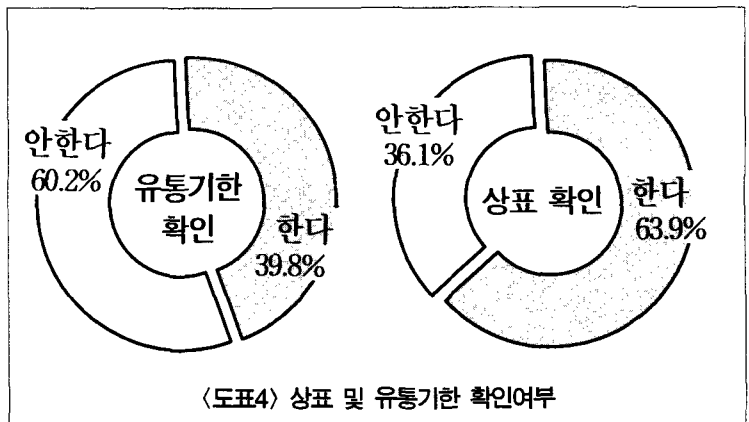
입하고 있는 것으로 나타나 유통단계를 한단계 더 거치면서 계란을 구입하고 있는 것으로 나타나고 있다. 이같은 현상은 유통구조를 더욱 복잡하게 만드는 꼴이 되며 실질적으로 최종 소비자 가격을 상승하게 하는 원인이 될 수 있다.

영양란과 일반란의 구입비율을 묻는 질문에는 영양란 41.7%, 일반란 41.7%, 관계치 않는다 16.6%로 영양란과 일반란의 구입비율이 동일하게 나타나 과거보다 특수란 등 영양란의 구입비율이 일반란보다 높아지고 있음을 알 수 있는데 설문시 이해를 돕기 위해 영양란은 껍솔로 포장된 것을, 일반란은 난좌에 담긴 것을 구분하는 척도로 예시하였다.

계란구입시 가장 우선시 하는 것에 대한 질문에서는 신선도가 66.7%로 가장 많았으며 다음으로 가격(17.6%), 상표(11.1%), 기타(4.6%) 순으로 나타났다. 역시 소비자들은 예상대로 신선한 계란을 가장 우선시하고 있으며 가격비지출과 관련하여 가격에도 관심을 보이고 있는 것으로 나타났다. 기타에 응답한 대부분의 주부는 난황의 색도를 우선시

한다고 답했는데 이들은 가정에서 요리를 하면서 난황이 진하고 빛깔이 좋으면 다시 그 상품을 찾게 된다고 설명하였다. 계란구입시 상표 확인 유무에 대해서는 한다는 의견은 39.8%에 불과한 반면 안한다는 의견은 60.2%로 주부들은 계란구입시 상표에 대해 관심도가 부족한 것으로 나타났다. 이는 상표가 부착되어 있지 않은 계란도 시중에는 존재하지만 이보다도 무수한 종류의 상표들이 오히려 주부들을 혼란스럽게 할 뿐만 아니라 영양적으로 일반란과의 차별화가 뚜렷하게 이루어지고 있지 않기 때문인 것으로 보인다.

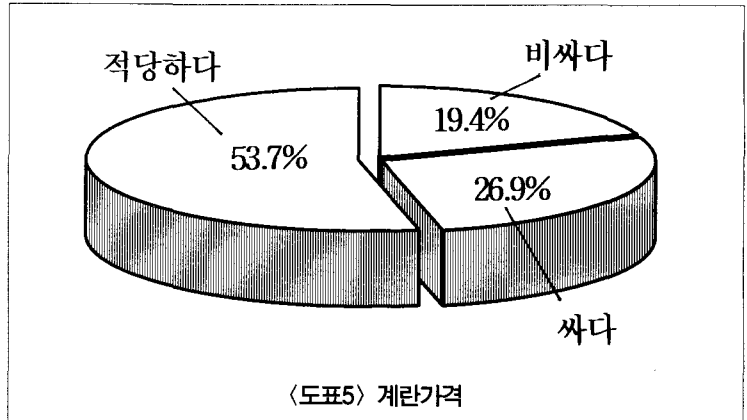
유통기한 확인여부에 대해서는 한다는 주부가 63.9%, 안한다는 주부가 36.1%로 나타나 신선도를 중시하는 경향이



높았으나 사실 40%에 해당하는 주부들이 유통기한 표시가 소홀한 인근 상점이나 시장에서 계란을 구입하는 것으로 보아 유통되는 모든 계란에 있어 생산자 및 유통기한이 표시될 수 있도록 다같이 노력해야 될 것으로 보인다. 유통기한을 확인하지 않는다는 주부들 중에는 유통기한이 표시되어 있지 않기 때문에 못한다는 지적도 많았다.

마지막으로 다른 농산물에 비해 계란가격을 묻는 질문에는 적당하다는 응답이 53.7%로 가장 많았으며 비싸다는 대답이 26.9%, 싸다는 답변이 19.4%로 나타났다. 소비자 가격이 전반적으로 오르면서 설문당시 특란의 경우 140원을 기록하는 상황에서도 많은 주부들(73%)이 아직까지 계란은 적당하거나 싼편이라는 대답을 주었다.

그러나 비싸다고 대답한 주부들도 26.9%를 차지해 물가에 민감하게 반응하고 있음을 보여줬는데 만약 현재보다 소비자 가격이 더 상승할 경우 계란소비에 큰 영향을 줄 소지가 다분하여 무조건 고난가만이 채란업계에 이점을 가져오는 것이 아님을 알아야 할



것이다.

4. 결론

우리는 앞으로 소비를 늘리는데 적극적인 홍보가 따라야 한다. 국내에서 하루에 생산되는 계란은 대략 2천5백만개로 국민 1인당 일주일에 4개씩만 소비하면 현재 상태로 과잉생산을 막을 수 있으며 그렇지 못할 때에는 생산을 줄여가야 한다. 또한, 유통창구의 일원화로 수급물량 조절이 원활히 이루어 진다면 소비자들은 보다 깨끗하고 신선한 계란을 저렴하게 구입할 수 있으며 생산자들은 상인들의 횡포에서 벗어나 안심하고 소비자가 원하는 계란을 생산할 수 있을 것이다.

설문에서도 알 수 있듯이 소비자들은 계란구입시 신선도

를 가장 우선시 하는 것으로 나타나고 있다. 유통단계가 많다는 것은 그만큼 소비자에게 전달되는 기간도 길어진다는 것을 의미한다.

유통체계를 바로잡기 위해 생산자와 소비자를 위해 생겨난 집하장들은 현재 경영난으로 그 구실을 못할 정도로 영향력이 약화되고 있는 실정이다. 불건전한 유통질서를 바로잡기 위해서는 이같은 집하장들이 적극적으로 역할을 강화해야 하며 생산자들이 유통에 직접 뛰어들 수 있도록 정부에서는 직판장 설치를 위해 힘을 모아주어야 한다. 즉 농장이 아닌 직판장 등을 통해 상인들이 계란을 가져갈 수 있는 체계를 마련해 주어야 건전한 상거래 질서가 바로잡힐 것으로 본다. **양계**