

G20국가와 계란산업 및 세계 각국의 계란의 날 행사



손 태

한국난가공협회 전무

1. G20국가와 계란산업

G20 국가는 아르헨티나, 호주, 브라질, 캐나다, 중국, 프랑스, 독일, 인도, 인도네시아, 이태리, 일본, 한국, 멕시코, 러시아, 사우디아라비아, 남아프리카공화국, 터키, 영국, 미국, 스위스로 아시아 7개국, 유럽 6개국, 아메리카 5개국, 아프리카 1개국, 오세아니아 1개국이다. 2014년 기준 G20 국가들의 인구는 세계인구의 60.6%를 차지하고 있으며 GNP는 78.5%를 차지하고 있다. 이중 상위 5개국의 GNP가 50.6%이고 미국과 중국의 GNP는 36.0%이다.

2013년 기준 G20국의 계란 생산량의 2.9% 정도가 수출 또는 수입되었고 1994년 28억 수였던 산란계는 2013년 49억 수로 증가되었다. 중국은 G20국가 전체의 산란계 53.6%를 차지

하고 있다. 사육수수 증가에 따라 계란 생산량은 1994년 30.7백만톤에서 2013년 51.6백만톤으로 늘어났으며 중국은 G20국가들의 전체 생산량의 47.4%를 차지한다.

G20국 계란 수출량은 2013년 812천톤으로 1994년 대비 258.8% 증가하였고 계란 수입량은 2013년 762천톤으로 1994년 대비 141%가 증가되었다. 주요 계란 수출국은 터키, 미국, 독일이며 주요 계란 수입국은 독일, 이탈리아, 멕시코, 러시아이다.

2. 2016 세계 각국의 계란의 날 행사

‘세계 계란의 날’ 행사는 계란이 제공하는 모든 가치와 장점을 널리 알리기 위해 점점 더 세계적으로 알려지고 있는 국제행사가 되어가고

표 1. 1994/2013년 G20 국가의 산란계 숫자 변화 (단위 : 백만수)

국가명	1994년	2013년	증가폭	비율	증가 비중
중국	1,118	2,620	1,502	143.3%↑	50.7%↑
미국	291	353	62	21.3%↑	2.1%↑
인도	125	342	217	173.6%↑	7.3%↑
러시아	173	174	1	0.5%↑	0
멕시코	130	191	61	46.9%↑	2.1%↑
일본	148	138	-10	6.8%↓	-
독일	52	43	-9	17.3%↓	-
전 세계	4,075	7,035	2,906	72.6%↑	-
G20 국	2,800	4,884	2,084	74.4%↑	70.4%↑

표 2. 2013년 G20 국가의 계란생산액 비교 (단위 : 백만불)

국가명	생산액	비중(%)	국가명	생산액	비중(%)
중국	33,225	31.2	한국	1,208	1.1
미국	8,003	7.5	캐나다	980	0.9
인도네시아	5,426	5.1	영국	947	0.9
일본	5,041	4.7	남아프리카공화국	872	0.8
러시아	4,099	3.9	호주	690	0.6
멕시코	3,939	3.7	아르헨티나	601	0.6
브라질	3,234	3.0	사우디아라비아	501	0.5
인도	2,841	2.7	스위스	261	0.2
터키	2,035	1.9	G20 국	77,984	73.2
이탈리아	1,478	1.4	전 세계	106,421	100.0
프랑스	1,303	1.2			
독일	1,264	1.2			

표 3. 1994/2013년 G20 국가들의 계란생산량 변화 (단위 : 천만ton)

국가명	1994년	2013년	증가량	증가 비율(%)
중국	11,832	24,446	12,614	106.6
미국	4,390	5,636	1,246	28.4
인도	1,429	3,835	2,406	168.4
러시아	2,075	2,284	209	10.1
멕시코	1,246	2,516	1,270	101.9
일본	2,569	2,522	-47	-1.8
터키	513	1,931	1,418	276.4
독일	843	893	50	5.9
G20 국	30,711	51,598	20,887	68.0
전 세계	40,969	68,262	27,293	66.6
G20 국 비중	75.0	75.6		

있다. 계란이 자연 그대로의 상품이면서 영양가 높은 음식이라는 것을 알리기 위한 축제행사가 진행되고 있다.

1) 방글라데시

방글라데시 동물농업협회(BAAS)는 2016년 10월 14일부터 2일 동안 약 5,000개의 삶은 계란을 작은 상자에 담아 무료로 나누어 주는 등 계란의 유익함을 홍보하는 행사를 진행했다. BAAS는 소비자들의 계란 수요를 촉진시키기 위해 방글라데시에서는 처음으로 ‘2016 계란 축제’를 주최하고 주요 식품회사, 호텔, 식당 등 약 50개사를 동 축제에 참여하게 하여 자사 계란제품 및 가공품들을 전시 및 판매하였다. BAAS는 2016 계란축제 행사 기간 중 ‘BAAS 계란 표창’도 시상했다.

2) 필리핀

필리핀은 ‘2016년 계란의 날’ 행사를 국민들의 발육부진 및 영양결핍을 해소하기 위한 자선 이벤트

기고 G20국가와 계란산업 및 세계 각국의 계란의 날 행사

표 4. 1994/2013년 G20 국가들의 수출 추이 (단위 : 톤)

국가명	1994년	2013년	증가량	증가율(%)
터키	667	281,370	280,703	41,184.4
미국	68,816	144,795	75,979	110.4
독일	40,838	121,655	80,817	107.9
중국	29,331	87,946	58,615	199.8
사우디아라비아	11,477	44,822	33,345	290.5
프랑스	48,467	38,411	-10,056	-20.7
인도	3,595	23,966	20,371	566.6
브라질	1,022	17,892	16,870	1,650.7
G20 국 전체	226,441	812,393		258.8
전 세계	782,433	1,975,520		152.5
G20 국 비중(%)	28.9	41.1		

표 5. 1994/2013년 G20 국가들의 수입 추이 (단위 : 톤)

국가명	1994년	2013년	증가량	증가율(%)
독일	186,730	370,979	184,249	8.7
이탈리아	14,781	92,156	77,375	523.5
멕시코	5,420	69,966	64,546	1,190.9
러시아	2,000	61,975	59,957	2,998.8
영국	12,692	44,933	32,241	254.0
프랑스	38,376	43,710	5,334	13.9
일본	614	2,147	1,533	249.7
중국	1,211	143	-1,068	-88.2
G20 국 전체	316,306	761,527	445,221	140.8
전 세계	729,390	1,926,626	1,197,236	164.1
G20 국 비중(%)	43.4	39.5		

로 진행했다. 또한, 필리핀 계란협회는 모든 연령대와 신체 조건에 상관없이 남녀노소 누구나 작년 10월 16일 달리기 행사에 참여토록 했다.

3) 형가리

헝가리 가금류상품위원회(HPPB)는 세계 계란의 날인 2016년 10월 14일을 맞이하여 15번째 2016 계란 심포지움을 개최했다. 계란의 날

행사는 형가리 계란생산협회장과 농업회의소 의장이 참석했으며 심포지움에는 IEC(세계 계란협회) 의장이 ‘세계 계란시장의 과거, 현재, 미래-도전 및 가능성’이라는 주제를 포함한 강연이 이루어 졌다.

4) 미국

미국 계란위원회(AEB)는 언론 매체와 공동으로 세계 각국의 계란 요리 레시피를 알아보는 봉사 이벤트를 조직하고 계란 요리 레시피를 탐구하는 ‘Adventures Egg’ 비디오를 제작하는 작업에 social media를 활용했다. 세계 계란의 날 행사를 축하하기 위한 흥미로운 계란요리 레시피를 알리는데 남미의 블로거 네트워크가 참여하며 학교에서 제공되는 계란요리 중 학생들이 좋아하는 계란 레시피를 알려

주도록 요청하고 트위터 공간을 통해서 그 레시피들을 띄우도록 함으로써 ‘School Recipe Challenge’ 프로그램을 만들었다. 이외에도 AEB는 미국에서 열리는 남미 국가들의 최대 모임인 미국의 남미 상공회의소(USHCC; United States of Hispanic Chamber of Commerce) 연례 총회에서 계란 위주의 아침식사를 후원했으며 계란요리를 맛있게 즐길 수 있는 방법을 보

여주는 비디오프로그램도 제작하였다.

5) 이탈리아

이탈리아 양계협회는 이탈리아의 저명한 식품 회사인 Eataly와 함께 캠페인을 전개했다. Eataly의 요리사는 계란의 날만을 위한 식사메뉴를 개발하면서 계란의 맛과 영양상의 특징을 집중적으로 홍보했다. Eataly의 간단하면서 맛 있는 레시피는 이탈리아 전국의 Eataly식당에서 제공되었다.

6) 캐나다

캐나다는 세계 계란의 날을 맞이하여 캐나다 양계농업조직(EFC; Egg Farmers of Canada's)이 이벤트를 개최했다. EFC는 작년 10월 3일부터 계란 농부들이 계란의 필수 프로틴 및 높은 영양소를 이용하여 사람들을 도울 수 있는 여러 가지 방법들을 공유함으로써 ‘세계 계란의 날’ 행사를 준비했으며 계란을 필요로 하는 사람들에게 계란의 효과가 얼마나 큰지를 보여주는 비디오를 시연하였고 EFC는 유명 블로거들이 계란의 장점을 공유하도록 하여 축제에 참여토록 하였다.

7) 영국

영국에서는 ‘세계 계란의 날’을 포함하여 ‘계란 주간’ 기간 동안 소비자들이 평소에 먹어보지 못하던 방식으로 계란을 먹는 실험을 해보도록 ‘계란을 넣어서 먹어보자(Put an Egg on it)’라는 주제로 계란의 날을 진행했다. 계란 소비촉진운동과 함께 #PutanEggonit라는 해시태그를 사용하고 소비자, 음식 공급자, 음식 제조업자, 인터넷 매체상의 소매업자들에게 계란

소비를 장려하였다. 계란의 날 및 계란 주간 기간 런던에서는 Hawker House에서 노상 음식 이벤트가 열렸다.

8) 아르헨티나

CAPIA(Camara Argentina de Productores Avicolas)는 2016년 10월 10일부터 10월 14일 까지 ‘세계 계란의 날’ 행사를 진행했다. 여러 TV프로그램, 라디오 방송, 신문, 잡지에 계란의 날을 소개하는 안내문을 내보내 홍보 했으며 소비자들에게 계란을 요리하는 방법과 10년 째 운영하고 있는 계란요리 주간에 대한 안내문을 배포하였다. CAPIA는 국립 식량은행을 통해 계란 1백만 개를 기증하기도 하였다.

9) 오스트리아

2016년 10월 4일 기자들을 초청하여 자국 계란의 품질과 기준, 식료품업계의 라벨 부착 문제 및 유기농 계란생산에 있어서의 솟병아리 사육 문제 등에 대해 설명하는 시간을 가졌고 언론에 보도자료를 내보냈다. 소매상들에게 정보를 제공하기도 하였으며 비엔나에서는 계란 공급과 함께 신문기사와 전단지를 이용하여 광고를 진행하기도 하였다.

10) 뉴질랜드

‘계란의 날’을 맞이하여 뉴질랜드 계란관련회사들이 계란요리 선호도 설문을 하였으며 소비자들이 위한 계란 정보 프로그램을 제작하였다. 다양한 계란 요리를 만드는 여러 가지 레시피가 E recipe 책자가 무료로 배부되었으며 계란의 높은 영양분과 매일 섭취해도 괜찮다는 메시지가 이 캠페인의 핵심적인 내용이었다.

11) 세네갈

인터넷 매체와 연계하여 계란의 날을 맞이하여 페이스북과 트위터, 인스타그램을 통하여 계란의 날 행사를 소개하였으며 웹사이트에서도 계란의 날 소식을 알렸다. 신문과 방송국에서도 광고 및 인터뷰 등과 함께 계란의 날 행사를 홍보하였다.

12) 베트남

베트남은 4년 연속 시선회, 계란 관련 퀴즈대회 등을 Tay Ho 주말시장 기간 동안 개최하는 것으로 ‘계란의 날’ 행사를 진행했다.

13) 스웨덴

올해의 최고 계란 레시피를 뽑기 위한 경연대회를 진행해 자국민들이 인스타그램에서 공모토록하였다. 이 외에도 라디오 광고, 페이스북과 인스타그램을 통한 홍보, 식료품 가게에서 계란포장 박스에 계란 관련 정보를 올리는 등의 캠페인을 전개하였다. 또한 일부 식료품가게에서는 요리사가 직접 쇼핑객들이 맛볼 수 있도록 한 입에 먹을 수 있는 사이즈의 계란요리를 만들어 제공하기도 하였다.

14) 인도

Tamil Nadu Hosur의 가금생산 및 경영대학교는 계란의 영양이 풍부하며 계란이 채식주의자들에게도 적합하다는 것을 알리는 등 계란의 날 이벤트를 개최했다. AB Vista South Asia는 Maharashtra 지방 정부의 축산학과의 도움을 받아 Jalgaon시 주위의 4개 학교에 계란 약 2,000개를 무상으로 배부하였고 영어와 Marathi 토속어로 작성된 홍보물 37,500개를

인쇄하여 학교에 배부하였다.

15) 스페인

스페인의 INPROVO는 IEH(the Instituto de Estudios del Huevo)가 20주년 행사를 계란의 날 행사와 함께 주최하는 것을 지원하였다. 최고 연구상, 최고 레시피상, 최고 비디오상 등의 시상과 함께 설명회가 개최되었다. 계란과 관련된 새로운 지식 및 관련정보 등을 밝힌 사람들 을 위한 특별상도 시상하였다. 또한, 계란의 날 관련 정보 및 계란산업관련 통계수치를 언론 매체들이 보도하였다.

16) 나이지리아

Lagos의 Foursquare Gospel Church는 2016년 10월 16일 ‘계란은 곧 생명’이라는 주제로 예배를 드리면서 계란의 날 행사를 진행하였다. 계란의 유익함과 계란요리의 조리법에 대한 설명이 있었으며 지역사회를 위해 계란을 삶아서 제공하였다.

17) 프랑스

프랑스는 세계 계란의 날이 CNPO(National Committee for the Promotion of the Egg; 계란소비촉진위원회) 발족 20주년과 겹친 가운데 행사를 진행했다. 계란 전문가들이 참석해 ‘프랑스 계란산업의 20년간의 기술적, 정치적 진보’라는 주제로 설명회가 이루어졌으며 프랑스 농업부장관의 연설도 행하여졌다. 계란산업의 최근 수요 증가에 따라 프랑스 계란산업의 미래를 중심으로 토론 및 회의가 이어졌으며 오후에는 “계란, 국제적인 스타”라는 주제로 계란의 날 축하 행사가 이어졌다. IEC의 Ben Dellaert 의

장이 계란산업에 대한 글로벌 견해에 대한 설명회를 비롯해 다른 3명의 연사가 지역별 관련한 계란 특수성에 대해 강연이 있었다.

18) 브라질

ASGAV는 ‘건강과 계란생산’이라는 주제의 워크샵을 포함한 계란의 날 행사를 개최하였다. Porto Alegre시에서는 언론인들을 초청하여 아침식사를 제공하고 아동들의 활동기록부인 ‘Superovo’를 배부하였다.

19) 파키스탄

파키스탄은 계란 레시피, 계란껍질에 색칠을 하는 등의 경연대회를 주최하였다. 이외에도 교육을 위한 설명회 프로그램도 함께 개최하였다. Islamabad의 쇼핑몰에서는 어린아이들을 위한 마술쇼와 게임, 얼굴에 페인트 칠하기 등으로 계란의 날을 알리기 위한 활동들이 이루어졌고 Faisal 모스크로부터 출발하는 저전거 경기가 개최되기도 하였다.

20) 멕시코

멕시코는 계란의 날에 계란 소비 현황, 계란의 잘못된 상식 등에 대한 회의와 세미나가 개최되었다. 회의와 세미나는 선생님과 학생들을 대상으로 진행되었으며 주요 인사와의 인터뷰, 보고서, 신문, 라디오 등 언론보도도 활발하게 이루어졌다.

21) 이란

이란은 계란의 날 행사로 다이어트에 있어서의 계란의 장점을 소비자들에게 알리기 위한 프로그램을 진행하면서 라디오방송에 계란에 대

한 영양사들의 인터뷰와 관련 내용을 소책자로 만들어 5,000부를 배부하였다. 또한 초등학교 학생들에게 삶은 계란을 선물로 주고 유치원에 다니는 아이들에게는 계란 그림이 그려진 공책 2만권을 나누어 주었으며 계란의 좋은 점을 노래로 만들어 알려줬다.

22) 덴마크

덴마크는 계란의 날을 맞이하여 음식 전문가 및 건강 담당 기자들을 포함한 인사들을 초청하여 회의를 개최하였다. 회의는 누가 계란을 주로 먹으며 언제, 어떻게 먹는가와 계란의 영양분, 프로틴, 아미노산, 영양의 질 등이 주된 내용이였다. 한편, 행사 당일에는 덴마크의 저명한 셰프인 Michelin 씨가 만든 계란요리 만찬으로 행사가 종료되었다. 또한, 계란 사진이나 계란요리 사진을 보내서 Facebook이나 Instagram에서 사진 컨테스트를 실시하고 수상자를 계란의 날에 발표하기도 하였다.

23) 온두라스

ANAVIH는 계란의 날을 맞아 몇몇 학교에서 아침 식사를 가진 후 하루 종일 다양한 행사를 진행하였다. 신문 및 TV, 라디오 등에서는 관련 내용을 보도하였다. 전 세계적으로 계란의 소비를 늘리기 위한 목적으로 계란산업계는 계란이 매일 매일의 식생활에 필수적이라는 내용을 담은 비디오인 DSM이 포함된 언론 보도용 패키지를 제작하고 공유함으로써 계란의 날을 진행하였다. 또한 계란의 영향과 계란의 좋은점을 널리 알리기 위한 계란퀴즈도 진행하였다. 양계

〈참조 : IEC Global Leadership Conference(Dr. Hans W. Windhorst), IEC(세계 계란협회)〉