

계란은 商品이다



商品性 增進은 販賣를 촉진한다

김 영 환

(본지 편집위원장 · 신홍부회장)

영국의 이언 후레밍이 쓴 007소설에 보면 돼지고기를 먹지 못하는 처녀를 돼지고기를 즐겨먹게 만드는 대목이 나온다. 이 처녀는 돼지고기를 아무 이유없이, 괜히 싫어 했다. 자신조차도 왜 돼지고기만 보면 구역질이 나는지 모른다고 했다. 결국 이 처녀는 심리학자의 꾸준한 심리 치료로 돼지고기를 아주 즐겨 먹게 되는데, 이 심리학자가 사용한 치료 원리란 이런 것이었다.

『사람은 생각하는 대로 행동하게 된다. 사람의 생각은 자신도 깨닫지 못하는 잠재의식에 의해 지배를 받는다. 아 처녀가 돼지고기를 싫어하는 것은, 어릴때에 이웃집에 있는 더러운 돼지우리 속에서 똥에 뒤범벅이 된 돼지를 보고 돼지는 더럽다는 잠재의식이 자기도 모르게 깊이 뿌리 박혔을 수도 있고, 돼지를 잡는 광경을 목격했다던지, 또는 정육점에 놓인 돈공의 머리를 보고 몸서리를 쳤는지도 모른다...』

하여간 그러한 충격이 깊이 잠재의식속에 박혀 돼지고기를 결국 싫어하게 되는 결과를 낳는다는 것이다. 이 심리학자는 패적인 방에 깨끗한 돼지에 관한 그림, 이야기책을 비치하고, 또한 밤중에 최면기법을 사용하여 돼

지는 깨끗한 동물이고 영양가가 풍부한 식품이라는 등의 돼지를 칭송하는 시를 낭독하던가 하여 그 처녀가 돼지에 대한 매우 좋은 인상을 갖게 유도하므로써 결국 부담없이 돼지고기를 먹게 만든다는 것이었다.

내가 잘 아는 고등학교 선생님 한분은 방도시락 보다 부식도시락 크기가 더 큰 것을 가지고 다니는데 부식 메뉴중엔 계란 2~3개가 항상 포함된다. 점심에 계란 2~3개를 먹지 않으면 시장해서 저녁때 까지 아이들을 가르칠 수 없다고 본인은 믿고 있다. 어찌다 다른 더 좋은 부식을 도시락에 넣었다 할지라도 도시락을 여는 순간 계란이 없으면 「오늘은 일찍 시장하겠구나」하고 지레짐작을 하게 되고, 결과는 생각대로 일찍 시장기가 온다는 것이었다. 계란을 좋은 식품으로 믿게 만드는것—이것이 홍보의 키 포인트이다.

위의 두가지 예는 우리가 계란이란 상품을 판매하는데 유의해야 할 점을 제시해 주고 있다고 할수 있다.

먼저 계란에 대한 좋은 잠재의식—백옥같이 희고 깨끗한 계란, 하나의 생명이 탄생하는데 조금도 부족함이 없도록 모든 영양소를 고루 갖춘 완전식품으로서의 계란, 살찌기를

싫어하는 처녀들에게 적합한 체중조절 식품으로서의 계란, 철분이 많이 필요한 여성들에게 풍부한 자연 철분 공급제로서의 계란, 두뇌좋은 사람을 만들도록, 아기때에 왕성한 뇌세포 발육을 시켜주는 풍부한 단백질 공급원으로서의 계란, 늙어서도 젊은 피부를 가질 수 있도록 해주는 필수아미노산 공급제로서의 계란 등...을 소비자의 深層心理속에 자신도 모르게 주입시켜 넣어, 막연하게나마 계란은 맛있고 좋은 것이다 하고 생각케 해주는 일이 계란 홍보의 제일보라고 생각된다. 사람은 생각한대로 행동한다는 원리를 이용하는 것이다.

이러한 관점에서 계란의 상품성을 높이는 여러가지 방법을 생각해 보고자 한다.

1. 우선 외관상으로 깨끗한 계란을 생산하자

소매점에 놓인 닭똥물은 계란, 피물은 계란은 소비자에게 나쁜 잠재의식을 심어줄 것이 틀림없다.

알껍질이 백옥같이 희고 깨끗한 알을 판매하기 위해 다음 사항을 검토하자.

(1) 계란은 오전에 낳는대로 자주 걸도록 한다. 오후까지 방치하면 사료먼지가 알껍질위에 쌓여 흰 알색깔을 누렇게 보이게 한다.

(2) 난각에 케이지 철사자욱—철사위에 사료먼지가 쌓여 있다가 갓낳은 알이 지나가면 부착되어 먼지로 된 줄을 만든다.

최소한 일주일에 한번 마른 걸레로 케이지의 알판을 닦아 줄 필요가 있다.

환기가 잘 안되고 계분을 자주 치우지 않는 습기찬 계사에서 더욱 심하다.

녹슬은 케이지의 경우에는 알판에 급결 페인팅을 할 필요가 있다.

(3) 계란 난좌를 10판씩 쌓아 보관할 때는 맨 위에도 난좌를 씌워 놓아야 한다. 먼지가

앉는 것을 방지할 뿐만 아니라 파리똥이 앉는 것을 방지하기 위함이다.

(4) 난좌에서 오물이 묻는다.

계란을 더럽히는 가장 큰 요인이다. 양계장에 들어오는 외부난좌는 반드시 소독액 속에 담구어 난좌 윗부분과 아랫부분을 잘 닦은 후 말려 사용한다. 질병 예방과 깨끗한 계란 생산에 이중효과를 기할 수 있다.

(5) 똥물은 계란, 피물은 계란

흔하지 않으나 이러한 알들은 빼내어 집에서 소비시키거나 최소한 깨끗한 알과 섞어 내보내지는 말아야 한다. 깨끗한 물로 씻을 수도 있으나 이런 알은 쉽게 부패한다. 피물은 알은 탈항의 조기경보, 이런 알을 낳은 닭은 즉시 독방에 수용해야 한다.

(6) 튼튼한 난각의 유지

아무래도 깨끗한 난각을 유지 하려면 난각이 튼튼해야 한다. 파손된 알을 정상란과 섞이지 않도록 유의한다.

2. 계란의 내부 품질에도 유의 할시다.

(1) 계란 보관에 이상적인 온도는 보관일수에 따라 차이가 있다. 보통 10~15°C의 온도, 70% 습도에서 보관하면 좋겠다. 수출용은 5~10°C 온도, 70~75%의 습도를 필요로 하고 배 수송기관과 상대국에서 창고보관 기간에는 0.2°C를 유지 한다. 계란을 거두어 직사일광이 비치는 곳에 방치하지 않아야 한다. 여름엔 계란보관 창고에 에어컨 설치를 하도록 해야한다.

(우리가 아직도 계란창고에 에어컨 시설을 할 필요가 있겠는가 하고 반문하는 것을 보면, 현재의 계란 유통이 얼마나 원시적인가 하는 것을 다시금 생각케 된다.)

계란은 수분이 약 72%다. 너무 건조한곳, 특히 겨울에 난로를 피운 계란 창고에서는 계란내 수분이 증발하여 기공이 커지고 난중이 감소한다. 우리나라에서도 내부 품질에 따라 계란 등급이 표시되어 판매되는 때가 오기를 기대한다.

(2) 에어컨 있는 냉장실에 보관할 경우

여름의 더운 공기는 막대한 양의 수분을 가지고 있다. 이러한 고온다습한 공기를 실내로 끌어들이 냉각시키면, 많은 수분이 공기속에서 발붙일 곳을 잃고 아무데나 차거운 곳에 달라 붙어 물방울을 형성한다. 이때 이미 냉장시켜 놓은 계란껍질 표면에도 수분이 달라 붙어 땀이 난 것 같이 응결 되는데(이런 현상을 미국 사람들도 땀이 났다—Sweating이라고 표현한다) 이런 계란은 온도가 높으면 5일만 되어도 난각에 곰팡이가 생긴다

이러한 경우에도 계란을 종이 박스에 넣어 보관하거나 또는 비닐로 완전 밀폐시켜 포장하여 놓아야 한다. 계란이 숨쉬는데 필요한 산소량은 극미량이므로 밀폐하여도 문제가 없다. 냉장실을 열고 계란을 보관할 때는 하루중 기온이 낮은 때에 작업하는 것이 좋다. 사람이 자주 출입하지 말아야 한다.

(3) 계란내부 품질에도 유의해야 한다.

—계란내부에 피가 섞인 혈란은 식용으로 판매하지 않는 것이 원칙이다.

—노른자가 희면 소비자들은 영양가가 적다고 싫어하는 경향이 있다. 흰색 옥수수나 밀, 귀리 등을 많은 부분 사용할 때 노른자의 황색이 약하다. 노른자를 더욱 노랗게 하려면 푸른잎의 풀을 급여하면 효과가 좋고 그 외에 옥수수 클루텐, 카로필 사료첨가제 등을 사용한다.

3. 포장과 홍보는 상품성을 높인다.

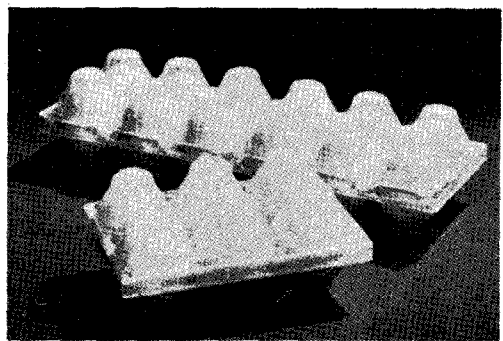
—계란의 포장이 더욱 중요 해 저가고 있

다. 앞으로의 판매 형태는 슈퍼마켓이 발전한 무인판매 형태가 될 것이므로 계란은 눈에 더욱 잘 띄는 화려한 색상의 포장, 내용물이 잘 보이는 투명포장, 손으로 집기 편리하고 종이 봉지에 넣어서 가져가도 잘 파손되지 않을 포장, 10개 짜리 이외에 30개 짜리 또는 10kg 짜리 덕용포장 등이 필요해 지고 있다.

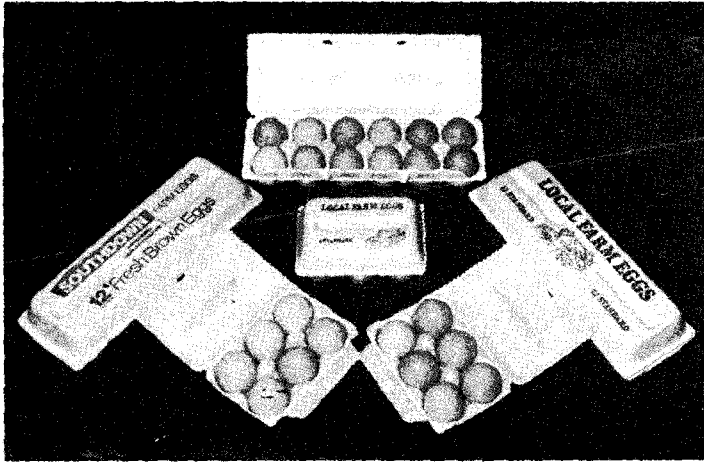
—계란의 진열위치도 매우 중요하다. 다른 식품과 함께 진열되기 보다는 슈퍼마켓 입구 근처에 개별진열대 등이 좋을 것이다.

—계란의 진열 상태도 약하나마 냉장되는 품질유지에 큰 도움이 될 것이다. 진열장에 보관하면 품질유지에 큰 도움이 될 것이다.

—이글의 서두에도 언급 되었지만 한국인을 상대로한 계란의 홍보활동은 계란 소비를 크게 늘려 놓을 수 있을 것이다. 계란소비가 많이 증가한 상태에 있는 외국에서는 현재도 꾸준히 계란선전에 막대한 돈을 소비하고 있다. —다양한 축산물 가공품이나, 곡물 가공품으로 부터의 시장 침식을 방어하기 위하여 간간히 하는 것을 역역히 볼수 있다.



소비자의 눈길을 끄는 하나의 요소는 포장속의 계란이 보이게 하는데 있다. 투명한 플라스틱 계란 포장이 최근에 증가하고 있다.



사치스러운 정도의 천연색 포장경쟁은 계란 판매를 촉진, 시키는 역할도 했지만, 포장비의 증가로 계란 소비를 억제 시키는 요인도 되고 있다. 포장은 파손되지도 되고 쉽게 열수도 있도록 고안 되어야 한다.

1950 년도의 미국에서는 10월(October)을 Eggtober라고 고쳐 부르면서 계란 소비증진의 달로 설정하고 홍보에 열을 올리는 것을 잡지에서 본적이 있고 어느 통계를 보면 홍보의 결과로 계란 소비를 일시적으로 30%까지도 증가시킬 수 있었다고 나와 있을 정도이다.

—여담이지만 미국의 계란 포장은 필자의 눈에는 호화롭게만 보인다. 여러군데의 계란 판매 회사가 한 슈퍼마켓에서 판매 경쟁을 벌이기 때문에 자기 특유의 상표를 가지고 색채다양한 포장, 과분 할 정도의 고급 포장을 하기도 한다. 이러한 고급 포장이 처음에는 계란 판매 촉진의 역할을 크게 하였는데, 지금은 포장경쟁이 지나쳐, 포장비의 증가 → 계란 가격의 증가를 가져와 오히려 판매촉진에 나쁜 요소로 손꼽히고 있는 것은 아이로니이다.

—이러한 계란 판매의 경쟁을 벌리는 유통과정이 우리나라에서도 10년내에 도래 할 것으로 생각 되지만, 유통과정 형성의 잘못으로 판매촉진이 잘 안되는 경우를 타 상품에서도 많이 보아 왔기 때문에 미리미리 우리 사정에 적합 하도록 비교 연구 해둘 필요가

있다.

계란을 생산하는 업에 종사해 오면서 그간 느꼈던 점들을 이야기글로 써 보았다. 뜻 있는 분들이 봉쳐 계란의 상품성 제고를 위한 액션이 실행 되기를 간절히 바란다.

한때 미국의 계란 가공품(건조 난백, 전조 난황, 냉동난백, 냉동난황,) 수출의 넘버원 고객은 일본 이었고, 신선란(table egg) 수출의 제일 고객은 홍콩 이었다. 이렇게 이웃에 좋은 시장을 가지고 있는데, 왜 계란값의 폭락을 거듭 하면서 수출한번 할 엄두를 내지 못하는 것일까?— 그것은 첫째로 계란의 품질 때문이다. 앞으로 계란의 품질을 따지는 유통 과정으로 변천하지 않는한 이웃나라나 중동 산유국에 계란수출 시장을 침투할 수는 없을 것이다.

계란 유통에도 변혁이 필요한 것 같다. 현재와 같은 양계가 한사람 단위의 계란 판매 체제로는 이러한 변혁은 불가능 하다. 대기업의 유통 참여나 양계 협동조합 등 양계가가 단합한 형태의 뭉친 힘만이 가능할 것이다. 앞으로 패키징스테이션의 운영, 포장, 보관방법의 개선, 유통체계의 개선을 통한 계란의 상품성증진을 이룩해야 한다.