

## 계란유통의 문제점 및 개선방안

본고는 지난 5월 17일 농촌진흥청이 주최하고 본회를 포함한 4개 생산자 단체가 후원하여 농협 하나로마트 대강당에서 열린 '선진국형 친환경 축산업 발전 심포지움'에서 건국대학교 김정주 교수가 발표한 '양계산업의 수급 및 가격 안정화 방향과 유통구조 개선방안' 내용중 계란 유통의 발췌·요약·게재한 것이다. - 편집자주 -

### 1. 계란유통의 현황과 문제점

#### 1) 계란유통의 현황

산지에서 생산된 계란(연간 약 83억개)의 80% 정도는 수집반출상을 통하여 유통되고 축협이 운영하고 있는 계란 집하장을 통하여 17% 정도가 대량수요처에 공급되며, 나머지 3% 정도는 축협을 통하여 군납되고 있다. 계란 수집반출상이 농가에서 직접 수집하므로 차량 등을 통한 오염의 위험이 상존하여 방역상 취약성을 갖고 있다.

- 주경로 : 농가 → 수집반출상 → 도매상 → 소매상 → 소비자
- 부경로 : 농가 → 집하장(조합 등) → 대량수요처(가공업체, 직매장, 도매상) → 소매상 → 소비자

전국에 계란집산지를 중심으로 조합 및 단지 등에서 운영하는 계란집하장이 19개소 운영되고 있으나 일부 대형할인매장, 대리점 및 조합판매장 등의 직거래 물량을 제외하고는 다시 반출상(대상인)에게 판매하고 있는 실정이다.

계란은 파손되기 쉬운점이 있으나(농가선별 3.5%, 집하장 검란시 5.7%) 일반 농산물과 다름없이 수집, 선별, 포장, 수송 등의 과정이 필요하다. 소비자의 요구에 부응하는 신선 위생란의 공급을 위해 선별 포장(Grading & Packing;G.P)기능이 확대되어야 한다.

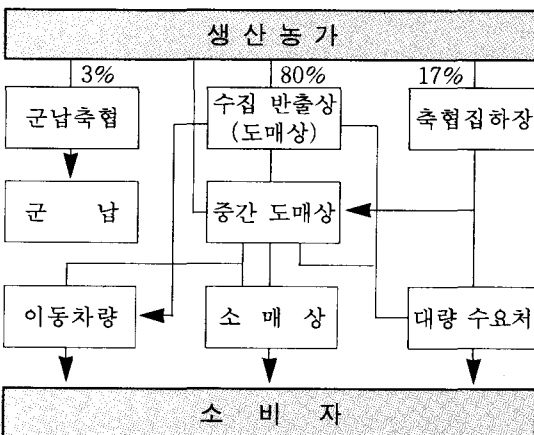
계란은 다른 축산물과 달리 도매시장이 없어 농가와 상인간의 거래에 의하여 가격이 결정된다. 각 지역별로 대한양계협회가 난가 고시 위원회를 조직하여 시장상황을 종합하여 필요

시 마다 가격을 고시하나 난가고시가격에 대한 구속력은 없으며 오히려 상인에 의해 악용되는 사례가 많다. 계란의 실거래가격은 고시 가격보다 낮게 거래되고 있는 실정이다.

계란은 다른 축산물에 비하여 가격변동 주기가 매우 짧고 연중가격 변동폭이 크다.('97년 산지가격 진폭율 : 46%, 최고가격 911원, 최저가격 579원, 평균 729원/대란 10개) 특히 여름철(6~8월)에 소비가 위축되어 연중 최저가가 형성된다.

계란은 중량에 따라 관행적으로 특, 대, 중, 소, 경란으로 구분되고 있다. 이 중에서 일반 소비는 주로 대란 이상 규격이, 가공 및 외식 업체는 중란이하 규격이 주로 유통되며 포장 단위는 10개들이 칩설 위주 브랜드란의 유통이 확대되고 있으나, 아직도 판란(30개들이) 거래가 주를 이루고 있다.

최근에 들어서는 계란의 품질 고급화 추세로 브랜드란 및 품질인증란의 유통량이 확대되고 있다.(68개 업체(조합, 농장 등)로부터 187종의 브랜드란이 유통되어 전체 생산유통



〈그림1〉 현재의 계란 유통경로

표1. 현재의 관행상 중량등급

구분	범위
특란	60g 이상
대란	54이상~60미만
중란	47이상~54미만
소란	42이상~47미만
경란	42g 미만

(자료 : 대한양계협회)

량의 약 15%를 점유한 것으로 추정됨)

## 2) 계란유통의 문제점

정부의 꾸준한 축산물 유통정책에 힘입어 그 동안 축산물의 유통구조는 산지시설 중심의 정비가 이루어져 상당히 개선되었다. (계란 집하장 19개소, 난가공공장 3개소, 계열화업체 3개소, 노폐계 가공공장 1개소 설립 등 지원이 있었음) 그러나 아직도 거래제도 및 규격화가 이루어지지 못하고 고비용 저효율 구조를 나타내고 있다. 결국 경쟁력 있는 계란의 생산유통·소비기반 확보를 지원할 수 있는 유통체계 구축이 필요하다.

① 생산자와 소비자를 연결하는 생산자단체 등 유통주체의 역할이 미흡하다. 산지가격과 소비자가격이 연동되지 않는 모순된 유통구조를 그대로 유지하고 있다. 따라서 계란의 수집, 선별, 등급, 브랜드화, 포장, 출하, 판매, 소비를 연결하는 일관된 유통체계 구축이 필요하다.

② 계란의 유통구조는 단계별 유통구조 정비, 시설투자 및 제도개선 등 외형적 개선이 미흡할 뿐만 아니라 위생적인 면에서 안전성이 충분히 확보되지 못하고 있어서 안전하고 위생

적인 고품질 계란의 생산과 유통 단계별 관리 체계의 조기 정착이 시급하다.

③ 산지 계란집하장의 기능이 미약하고 집하장에 수집된 계란을 판매하기 위한 직거래 대량수요처의 개발이 미흡하여 유통상인에게 다시 판매함에 따라 오히려 중간 유통단계가 늘어나는 결과가 된다.

④ 계란의 규격별 판매체계가 확립되어 못하고, 집하단계에서 선별에 의한 등급, 세척 등의 서비스를 추가하더라도 판매단계에서는 가격차별화가 되지 않아 단순한 비용추가 요인으로만 작용하고 있다.

⑤ 공정한 계란가격 형성 기능이 없다. 즉 도매시장 기능이 없어 계란가격 형성이 상인주도로 결정된다. 생산농가는 시장정보가 부족하고 비축능력도 미약하여 유통상인 주도의 거래가 이루어지며, 상인의 구입가격기준과 판매가격기준이 서로 다르게 적용하는 등 이중가격이 형성되고, 가격조작으로 시세차익을 노리는 사례도 빈번하다. 또한 계란 가격 정산이 계란 인도일 기준으로 이루어지지 않고 상인이 정한 날짜의 가격을 기준으로 하는 속칭 "후장기"가 성행하고 있다. 이러한 불합리한 관행이 지속되어도 농가는 판로확보가 어려운 상황에서 상인에게 항의할 수 없는 처지에 놓여 있다.

⑥ 신선하고 위생적인 계란의 공급 및 차별화가 어렵다. 계란은 저장성이 낮은 반면 다단계 유통에 따라 장기간이 소요되어 신선란 공급이 어렵다. 계란은 상온에서 여름철 5일, 겨울철 10일 정도 방치하면 상품가치가 급격히 저하되는 데 계란이 생산되어 소비자에게 전달되기까지 적어도 1주일의 시간이 소요되어 소비자가

신선계란을 소비하기는 사실상 어렵다.(농가 수집 2~3일, 선별·운송 1~2일, 도소매 상 조작 2~3일)

⑦ 국내 계란의 생산·유통에 있어 기본적인 위생과 안전성, 검사기능에 대한 인식이 크게 결여되어 있다. 소비자의 선호도를 고려하지 않은 채 계란이 생산·유통되고 있다. 예컨대, 계란에 계분이 묻거나 더러워진 난좌를 계속 사용하여 계란이 오염된 채 유통되며, 파란오란 등을 정상란에 끼워 판매하여 농가 스스로 신뢰도를 떨어뜨리고 있다.

⑧ 이름 있는 계란의 생산·유통을 위한 브랜드 계란 공급이 확대되고는 있으나 소비자의 호응은 아직 미흡하다. 유통상인들이 무분별하게 상표를 남용하고 유통기한 표시 없이 장기간 보관되었던 계란이 신선란과 구분 없이 동일가격으로 유통될 뿐 아니라 중량등급, 품질특성, 사양방법, 생산자 등이 표시되지 않은 채 유통되고 있다.

## 2. 계란의 유통개선 대책

### 1) 산지 유통체계 확립

#### ① 계란집하장 시설의 확대 지원 강화

산란계 40~50만수 기준(1일 30만개 처리)으로 산지에 계란집하장을 설치하여 계란유통의 중심축으로 정착시킬 필요가 있다.

· 계란집하장 : ('98현재) 19개소 → (2004) 50개소

· 계란집하 점유율 : ('98현재) 17% → (2004) 40~50%

생산자 중심의 계란집하장 설치가 줄어드는 현상을 보완하기 위하여 민간유통업체의 계란

집하장(GP센타), 또는 계란공판장의 판매기능(중간도매상)을 분담하도록 지원해야 한다.

② 계란 수집방법의 개선으로 질병전파 차단

수집 반출상인에 의한 농가간 질병전파를 방지하기 위해 직접농가에서 계란을 수집하는 현행 체계를 계란집하장만을 통해서 계란을 공급받는 유통체계로 바꾸어야 한다. 농장에 계란 수집차량이 진입하는 것을 통제하기 위하여 차량의 소독기준을 마련하고 그 실시를 의무화한다.

③ 신선란 공급을 위한 난좌 사용 기준을 별도로 마련하여 그 실시를 의무화한다. (프라스틱 난좌를 없애고 종이 난좌 사용유도)

④ 계란 집하장의 기능 정립

계란집하장을 산지유통의 중심 역할을 담당케 한다. 지금까지는 계란집하장이 단순히 수집, 선별 기능만을 수행하고 있으나 앞으로는 도매기능은 물론 포장 등의 기능을 추가하여 계란의 부가가치를 창출케하여 소비자 신뢰도를 높인다. 소비자 만족을 위한 서비스 증대 차원에서 유통기한에 따라 가격인하 조치와 recall 제를 도입한다.

⑤ 유통단계 축소를 위한 계란 직거래를 확대한다. 축협 등을 통하여 대형 할인매장, 대형 급식소(학교, 병원) 등과의 직거래를 확대한다.(서울 경기양계조합 직거래 납품 물량 : 70 만개/일)

⑥ 기존 유통상인(수집반출상)과 연계한 역할 분담으로 직거래 유통량을 확대한다. 이렇게 되면 계란 유통상인의 입장에서 인건비 및 차량관련 비용 과다 발생요인을 해소시켜 상호 보완적인 효과를 낼 수 있다.

참고로 필자가 조사한 유통상인의 관리비

표2. 유통업체당 관리비용 (단위 : 원, %)

구 분	평 균	구 성 비
인 건 비	9,417,857	30.5
점포 및 참고세	9,101,154	29.4
차량 관련 비용	8,448,957	27.3
(차량대차비)	(3,345,385)	(10.8)
(차량유지비)	(3,041,667)	(9.8)
(차량가감비)	(1,880,000)	(6.1)
(법칙금(벌금,주차위반))	(181,905)	(0.6)
외상대금 금리	1,589,500	6.1
유통자금 금리	890,071	0.6
제세공과금(세금,기타)	494,118	1.6
잡비(집대비 및 기타)	980,952	3.2
합 계	30,922,609	100.0

용은 다음 표2와 같다. 표에서 보는 바와 같이 30%가 넘는 인건비와 27%가 넘는 차량관련 비용을 유통 상인이 감당하기 어려워 농가로 부터의 계란 수집행위는 한계가 있어 보인다.

⑦ 계란집하장 보유조합(업체) 명의로 대형할인 매장 등과 계약을 체결하고 기존 유통상인이 최종 물류(배송) 기능을 담당하는 방식을 도입한다.

각 지역별 조합(업체)과 대규모 유통업체, 대형할인매장 및 양판점 등과 직접 납품 계약을 체결하여 다른 입점업체 간의 과당경쟁으로 인한 출혈을 최소화한다.

물류비용 절감을 위해 각 집하장 소속 차량을 최대한 효과적으로 배치·운영하여 배송기능을 담당케 한다. 각 지역별로 유통기반을 구축하고 지자체 등과 공동 판매망을 구축한다.

2) 계란의 등급화 거래 정착 유도

판관 중심 거래에서 포장란(캡슐 또는 박

스) 중심 거래로 전환하고 계란의 등급화 거래의 정착을 유도한다. 중량 및 품질 등급제를 도입하고 유통기한 권장기준을 마련한다.

가격 및 품질의 차별화를 통한 신선란의 공급으로 소비자 신뢰도를 확보하기 위하여 현재 관행으로 사용되고 있는 중량중심 등급제를 중량 및 품질 등급제로 바꾼다.

이를 위하여 우선 계란집하장, 유통참여 단지 및 농가 등의 브랜드 계란을 중심으로 상표에 표기토록 한다. 또한 중량등급의 신설 및 등급표시 방법 등을 축산물가공처리법 관련규정에 포함한다.

중량판매 정착을 위한 제품 개발방법의 하나로 할란 후 비닐봉지에 팩상태의 제품개발이 추진되고 있으나 이는 신중히 고려해 보아야 할 것이다. (냉동할란의 수입을 용이하게 할 수 있는 바탕이 됨)

계란의 품질 및 등급기준, 유통기한 기준 등을 마련하기 위한 연구가 선행되어야 한다.

### 3) 계란 검사제도의 도입

계란의 품질등급 기준 등을 마련함과 동시에 계란검사제를 도입하여야 한다. 이를 위하여 계란공판장 상장계란 부터서 점진적으로 적용하여 2002년까지 완전 정착시키는 것이 필요하다. 검사원은 정부에서 파견하고 검사원에 대한 인건비는 검사비를 집하장이 정부에 납부하는 형식을 취하여 검사원과 집하장과의 연결 고리를 끊도록 제도적 장치를 마련하여야 한다. (미국의 계란 검사제도를 참고할 필요가 있음)

### 4) 양계산물 공판장 설치 운영

대량 소비지(서울 경기)에 계란공판장을 개설, 공정거래와 합리적인 계란가격 결정이 가능하도록 하여야 한다. 구체적으로 현재 축협 중앙회 서울공판장의 시설을 활용한 양계산물 도매시장 개설을 추진할 필요가 있다. 이 기능은 별도의 시설없이 기존의 축협중앙회 서울공판장의 현재 기능(도축, 경매)을 지육, 부분육, 계란, 닭고기 경매 기능까지를 담당하도록 확대하여 명실상부한 축산물 물류센터로서의 기능을 부여한다.

### 5) 산란계 계열화사업 활성화

기존 계열화 사업의 계열주체의 경영정상화를 유도하고 계란의 계열화 생산. 유통 점유율을 높혀 농가의 안정생산기반 구축과 유통 혁신 주체로 육성하여야 한다.

산란계 계열화 사업은 육계에 비하여 저조한 수준으로 이를 확대 시킬 필요가 있다. 현재 업체수 3개소를 2004까지 8개소로 확대, 계열화업체 유통 점유율을 현재 3%내외수준에서 2004년까지 10% 수준으로 확대한다.

다양한 계열화 모형을 개발한다. 완전계열화 및 부분계열화 등 다양한 형태로 육성하고 생산, 판매 일관체계에 의한 계열주체 특징상품(브랜드)을 개발한다.

계열화 사업의 가장 핵심적인 문제는 농가와 계열주체간의 갈등을 어떻게 해소시키느냐 하는 문제이다. 육계의 경우 시설 등의 이유로 농가와 계열주체간의 분쟁이 많다.

이를 위하여 가칭 “양계 계열화 사업 중재 위원회” 같은 것을 결성 운영할 필요가 있다. (기타 개선사항 및 축협의 계란유통 기능 확충 내용은 생략) 양계