

# 전국 최대규모 계란유통센터

-우수 시설 도입, 경쟁력 강화, 발판 마련-



▲ 한국양계농협 계란유통센터 전경 (왼에는 오정길 조합장)

**한** 국양계농협(조합장 오정길)은 지난 2월 23일 서울소재 한강호텔에서 정기대의원회를 개최하였다. 지난해 한국양계농협은 사업결과 17억9천6백만원의 당기순이익을 달성하며 3년 연속 흑자를 기록했다. 그동안 IMF와 HPAI 등으로 인해 양계농가들이 큰 피해를 입는 가운데서도 뼈를 깎는 구조조정을 시행, 통합과정을 거치면서 양계산업을 대표하는 조합으로 면모를 다시 드러내고 있다.

올해 양계농협은 진보적인 발전계획중 하나이며 숙원사업이었던 계란유통센터 설립을 완공하면서 양계산업을 대표하는 조합으로 비상을 꿈꾸고 있다. 이에 본고에서는 첨단시설과 전국최고 수준을 자랑하는 한국양계농협 계란유통센터를 방문, 양계산업 선진화 현장을 다녀왔다.

## 전국 최대규모 시설

경기도 광주에 위치한 한국양계농협 계란유통센터는 양계농가들의 사업확대 모색과 계란사업 확대 일환으로 중앙회에 사업계획을 제출하고 사업자금을 지원받아 선진 계란유통센터 조사에 착수하면서 국내 최대 수준의 계란유통센터 설립기반을 하나하나 준비해 왔었다.

현재 계란유통센터는 완공되어 남·북부유통센터를 통합, 수도권 물류를 이미 처리·운영하고 있으며 곧 개장식을 예정에 두고 있다.

그간 과거 북부와 남부 계란유통센터의 시설은 오랜 사용으로 그 시설이 낙후되면서 여러 가지 문제점이 발생되었으며 최근 시장에 부합하는 첨단시설의 계란유통센터 설립 필요성이 대두되어 왔었다. 세척시설의 부재, 유통지역의

계  
란  
·  
상  
·  
품  
·  
화  
·  
과  
·  
정



1 ▲공장 내부로 진입하기전 세척시설



2 ▲계란이 자동으로 이동되어 세척된다.



3 ▲세척이후 오파란을 분류



4 ▲세척과 오파란 검사이후 자외선 살균기를 거치는 장면



5 ▲모든 검사를 마치고 선별기에서 계란이 수거되는 장면



6 ▲저장창고로 옮겨진 계란은 특정상품으로 포장된다.



7 ▲등급판정에 필요한 HU 측정과 실란확인 장면



중복 등 효율성과 경쟁력 측면에서 개선책이 요구되고 있었던 시점에서, 이번 계란유통센터 완공으로 이 같은 문제점을 해결하고 유통의 통합은 물론 물류효율성 제고와 소비자 기호에 부응하는 제품생산에 가일층 강화시켜 나갈 수 있게 되었다.

북부와 남부물류를 한곳으로 집중화시킴으로써 물류의 중복을 피하고 수도권과 지방을 연결하는 기점을 마련함과 동시에 전국 최대규모 시설과 HACCP 기준에 대비한 유통센터 위용을 드러내면서 계란시장에서의 경쟁력을 한층 강화시킬 것으로 기대된다. 이제 안정성 확보와 우수한 제품 생산에 기반을 마련함과 동시에 시장확대와 안정적인 매출을 확보하는 계기를 마련함으로써 양계농협은 진화하는 조합으로 거듭나고 있다.

## 소비자 기호에 맞춰 변화모색

최근 대형 할인마트 중심의 시장증가와 소비자의 기호 또한 세척된 계란과 품질 좋은 계란을 찾는 성향에 두드러지는 등 우수한 상품을 찾으려는 소비시장이 빠르게 변화되는 양상을 보이고 있다. 이에 따라 선진기술·기준을 바탕으로 설립된 이번 계란유통센터는 세척에서부터 선별까지 자동화 시설의 도입과 전략적으로 특화된 상품개발, 우수제품 인증인 등급란을 도입하여 점차 물량을 증가시키는 등 제품의 우수성 확보를 통해 계란시장 판도에서 지각변동을 예고하며 선두 조합으로서 준비를 다져가고 있다. 이는 계란사업의 선진화 도입사례로 양계농가들에게 반가운 소식이 아닐 수 없다.

한편 자동화 시설의 도입으로 과다한 인력을 줄이고 적재적소에 필요 인력을 가동시키고 있다. 선별기는 시간당 7만2천개 까지 선별이 가능해 1일(8시간 기준) 57만6천개를 선별할 수 있는 능력을 자랑하고 있어 장기적으로 인력 효율성 제고와 낭비되는 인력을 줄일 수 있게 되었다. 또한 복잡한 구조를 가지고 있던 물류시스템은 아웃소싱을 통해 효율성을 증대하여 계란수거와 유통에서 그동안 발생되었던 문제점들을 줄여나갈 수 있게 되었다.

## 제2, 3의 유통센터 설립되길

한국양계농협은 현재 계란시장의 5%를 점유하고 있다. 이번 완공으로 앞으로 10%대 진입을 목표로 하고 있다. 브랜드사업에서도 여러 가지 브랜드가 난립하는 가운데서도 목계촌의 인지도가 소비자에게 높아지고 있어 하나로 통합한 '목계촌'을 브랜드 네임으로 마케팅을 강화해 나갈 예정이며 한편 대형할인점에서의 시장점유율을 확대하고 필요한 요구조건에 맞춰 판로를 확대해 나갈 예정이다.

무엇보다 계란사업이 지속가능하고 발전적인 사업이 되기 위해서는 그동안 유통되고 있던 시장에서 보다 발전된 소비자 욕구에 호응하는 먹거리로 또 한번 변화를 시도해야 한다는 것은 자명한 사실이다. 이번 한국양계농협 계란유통센터와 같이 우수한 시설을 갖춘 제2의, 제3의 계란유통센터가 건립되어 계란시장이 보다 발전하는 계기들이 많아지길 기대해 본다.

취재 | 김영호 기자  
theme6017@hanmail.net

