

특집 좌담회 계란유통 활성화 방안

위생적으로 생산되는 안전한 계란, 소비홍보활동 적극 필요



- ▶일 시 : 2007년 7월 18일(수)
- ▶장 소 : 본회 회의실
- ▶사 회 : 김동진 편집장(본회 홍보팀장)
- ▶참석자 : 김선웅 채란분과위원장, 오정길 조
합장(한국양계농협), 장경만 교수(한
경대학교), 강종성 계란유통위원장
(사)한국계란유통협회, 박효상
MD(롯데마트)
- ▶정 리 : 장성영

본고는 전반적인 채란업계 현안을 되짚어 보
고 계란 유통과정 중에 발생하는 문제점을 비
롯, 발전방안을 모색하고자 “계란유통활성화방
안”에 대한 주제로 특별 좌담회를 개최하여 토
의된 내용을 정리하였다.

- 편집자주 -

사회 : 한미-FTA 타결, 한-EU FTA 협상 진행 등으로 생란, 가공란 등 외국 계란제품의 수입증가가 예상되고 있으며, 최근 마스크를 통해 동물복지, 항생제 등 안전성 문제, 계란유통 문제 등이 지속적으로 부각되는 가운데 사료비 상승에 따른 경제적인 부담으로 채란업계가 갈수록 어려워지고 있습니다. 이와 관련 최근의 채란업계는 물론 계란유통 현황에 대해 말씀을 들어봤으면 합니다.

김선웅 : 지난 2년간 418천수로 산란종계 쿼터제를 시행하면서 사육수수조절에 들어갔지만, 큰 성과를 거두지 못하고 지속적인 수수증가가 이어지면서 금년부터는 쿼터제를 파기하고 자율화를 시행하고 있습니다. 한편 생산량의 과잉, 환우계군의 증가, 장마기간까지 겹치면서 대량유통이 힘들어 최근 몇 년간 비취볼 때 현 상황이 가장 어려운 시점으로 보여집니다.



▲김선웅 채란분과위원장

강종성 : 1차적으로 과잉생산으로 인해 채란업계의 문제가 시발되었다고 해도 과언이 아닙니다. 지난 2003년에 이어 2006년 또 한번의 HPAI 발생이후 소비가 서서히 회복되고 있는 시점에서 마스크를 통해 계란의 안전성을 다룬 무분별한 방송 등이 일제히 보도되면서 채란업계 시장이 더욱 흔들리고 있습니다.

오정길 : 생산자와 유통업을 동시에 바라보는 한 사람으로써 앞에서 언급된 과잉생산과 HPAI는 물론, 한미-FTA 타결로 인해 국내 양계산업의 불안감이 조성되었고, 최근 사료값까지 덩달아 인상되면서 생산원가가 증가했습니다. 약재란 약재는 모두 겹치면서 소비가 부진한 시기에 채란업계에 종사하는 관련인 모두의 어깨가 위축되고 있는 것이 현실입니다.



▲한국양계농협 오정길 조합장

박호상 : 최근 상반기 이슈는 5월말에 방영된 'KBS-이영돈PD의 소비자 고발'로 대형할인마트에서 판매되는 기능성·영양란의 판매가 급격히 하락했습니다. 최근들어 계란의 판매가 부진했던 것은 사실이며 방송매체의 무분별한 보도 이후에 소비자들이 계란을 외면하고 있는 것이 현실입니다.

장경만 : 지금 상황을 비춰보면 앞으로 긍정적으로 흐를 것인지, 구조조정을 겪을 것인지 판단을 가질 때가 왔습니다. 출하가격은 수요와 공급차원에서 주기적인 사이클이 이루어지지만, 채란산업에서는 사이클이 무너진지 오래입니다.

농가의 소득을 좌우하는 것은 내부적, 외부적 조건이 있습니다. 전반적인 양계산업의 어려움은 사료비 인상, 국제무역질서의 개편, 소비자의 트렌드 등 외부적인 조건을 말합니다. 이는 시대 흐름에 따라 변화하는 현상이고 농가에서는 내부조건인 생산비 절감, 단가 절감, 생산비 증가를 위한 방안에 대해 어떻게 개선할 것인지에 대한

| 특집좌담회 |

파악이 필요합니다. 내부적 조건을 최대한 충족하기 위해 생산담당자의 노력 뿐 아니라 정책, 유통, 생산 담당의 각자 역할이 중요하며 이 자리를 통해 난국 타결에 도움이 되길 바랍니다.

사회 : 계란이 생산되어 소비자에게 전달되기까지 계란 유통과정의 문제점은 무엇이 있으며 채란업계의 어려움이 무엇인지 각 분야별로 들어보겠습니다.

김선웅 : 대형마트에서는 판란이 1,800~2,000원 안팎으로 판매되면서 완전식품인 계란이 미끼상품으로 전락하고 있습니다. 마트의 관행적인 판매전략으로 인해 계란에 대한 소비자들의 인식이 저품질 식품으로 낙후되고 있고, 이로인해 생산자들이 어려움에서 벗어나지 못하고 있습니다. 유통시장 활성화를 위해 최종 소비처인 대형마트에서는 제 값에 팔려야 한다는 것이 생산자들의 기본적인 생각입니다. 또한 사육수수물량 및 환우계군 증가에 따른 과잉생산과 방송 매체에 따른 소비자의 인식변화에 따라 생산자·유통업자·대형마트의 어려움은 시기적으로 가중되고 있습니다. 생산자 측에서는 사육수수조절 캠페인을 벌이는 방법이 우선적으로 필요하다고 보아집니다.

오정길 : 생산자의 측면에서 말씀드린다면 현재 산란실용계는 5,700만수로 적정수수인 5,200만수에서 500만수를 초과 사육하고 있습니다. 그러나, 현행법에서는 생산을 조절할 수 있는 방안이 없습니다. 각 지역의 대표자들이 모이는 분과위원회에서는 농가 스스로 10% 줄이자는 방안이 몇 번이고 성원되었지만, 실질적으로 개인 농장에서 자발적으로 시행되고 있진 않습니다. 또한 발표에 따르면 계란 개당 생산원가는 85원으로 보고된 바 있지만, 실질적으로 농장에서 거래되는 농가 출하가격은 약 60~65원으로 출하되고 있습니다. 25원의 손해를 안으면서 덩달아 유통업자까지 피해를 보는 경우도 허다합니다.



▲(사)한국계란유통협회 강종성 유통위원장

강종성 : 미끼상품은 생산자뿐만 아니라 유통업자들까지 부담을 안고 있습니다. 이마트, 홈플러스, 롯데마트, 홈에버 등 대형마트에 미끼상품이 유통되면서 가격부분에서 유통인에게 과중되는 부담감은 그대로 생산자에게 떠맡기는 것이 현실입니다. 유통위원이라는 자리에서 시장상황의 문제점을 짚는다면, 유통인들이 지역곳곳 필요이상으로 난무하고 있습니다. 대형마트에서 한판 당 1,950원으로 미끼상품을 판매하면 중형할인점에서는 그 이하의 가격을 유통상인에게 요구합니다. 창고에 쌓여있는 계란은 결국 생산비 이하의 가격에 판매되고 유통인은 물론 생산자가 고스란히 부담하는 상황입니다. 시급한 구조조정이 필요한 때입니다.

박효상 : 행사기간에 계란은 미끼상품으로 판매되는 것이 현실입니다. 공산품과 같은 할인율이 적용된다면 타품목에 비해 매출이 상대적으로 떨어지는 것이 계란이고, 판매율을 높이기 위해선 몇 년 전부터 생산비 이하의 판

매로 소비자의 눈을 잡고 있습니다. 하지만 미끼상품으로 판매하면서 실질적으로 마트의 입장에서도 상승요인으로 작용하고 있지 않아 올해들어 미끼상품으로의 판매 횟수를 대폭 줄이고 있습니다. 롯데마트를 시작으로 이마트, 홈플러스 등 대형마트들이 점차 줄어드는 추세이고 향후 계란의 초저가 판매를 시행하지 않을 계획을 갖고 있습니다.

판매자의 입장에서는 소비가 원활히 이루어져야만이 물건을 내놓습니다. 적정수수의 생산이 이루어지더라도 외부적으로 판매가 원활히 이루어지도록 서로의 협조가 필요할 것이고, 소비 활성화를 위한 방안이 중요하다고 사려됩니다. 예를 들어 풀무원에서 판매하는 계란의 경우 고가임에도 불구하고 원활히 판매되는 것은 브랜드 이미지로써의 소비자의 신뢰감을 구축한 덕입니다. 또한 소비자들이 상품을 구매할 때 직접 터치스크린으로 생산이력을 확인 할 수 있는 시대로 들어오면서 계란 역시 소비자의 신뢰를 받는 식품임을 인식시켜 줘야할 것입니다.

오정길 : 한국양계농협에서 판매하는 1등급 계란 '목계촌'의 경우 국내 1등급란 생산의 10%를 차지하고 있습니다. 일반란에 비해 높은 사료비를 들여 생산된 계란의 경우 높은 판매가로 시중에 유통됩니다. 하지만 계란가격이 실질적으로 비싸면 소비자는 외면하기 마련입니다. 현재 양계조합에서 판매되는 수치도 판란(30개들이)이 가장 많은 실적을 보이고 있습니다. 국내에서 생산하는 2,500~3,000만개의 계란 중에서도 마트로 납품된 물량 이외의 계란은 재래시장으로 나가면서 생산원가 이상의 부가가치를 올리지 못하고 있습니다. 이런 실정을 파악하여 양계조합은 지속적으로 노력하고 있고, 원가이상의 제대로된 가격을 받게끔 소비홍보가 절실하다고 보여집니다.

장경만 : 계란은 주기적 가격 변동에 따라 농가 수익성 가치를 따지게 됩니다. 수수 증가로 양이 늘어나면 농가 수익성이 하락되지만 이를 해결 할 수 있는 제도가 전무합니다. 현재 운영되고 있는 가금수급위원회에서 대책마련을 제시되어야 한다고 생각합니다.

브랜드는 크게 국내 모든 사람이 인지하는 유명 브랜드, 양계 조합 등에서 판매하는 브랜드, 일반 농장 자체 브랜드 등 세 가지로 보는데 계란은 브랜드에 치중해 가격이 매겨집니다. 소, 돼지 등 타 축종은 축산물등급제를 통해 유통되고 있는 것에 반해 오로지 계란만이 객관적인 기준없이 가격이 매겨지고 있습니다. 계란 역시 지금 시행되고 있는 생산이력제, HACCP, 농산물품질관리원에서 제시하는 GAP 등 객관적인 인증을 통해 등급제의 확대화를 전면 실시하는 방법이 제시되어야 할 것입니다. 우리는 시장원리에만 맡겨두어 생산자의 피해를 가중시키고 있지만 소비성향과 변화 추세에 맞춰 일정 규격과 제도를 만들 필요가 있습니다.



▲한경대학교 장경만교수

사회 : 과잉생산, 안전성, 세일, 상품란의 난립 등 문제점들이 나타나고 있으며, 정책방안의 기준은 있지만 적용방안이 없다는 문제점도 지적해주셨습니다. 이런 문제점을 해결하기 위해 어떤 대책마련이 필요할까요?

| 특집좌담회 |

장경만 : FTA 등 여러 가지 피해가 예상되면서 농업분야 중 축산에 대한 피해가 클 것으로 보여집니다. 일본정부의 경우, 계란시장이 어려울 경우를 대비해 '계란안정기금제도'와 '사료안정기금제도'를 통해 정부·유통·생산자가 일정자금을 걷는 안정화정책을 시행하고 있습니다. 국민의 영양을 담보로 한다면 고품질 생산을 위해 국내 역시 이런 제도 마련이 시급할 것입니다.

또한, 소비자 입장에서 중요하게 생각하는 것은 신선도입니다. 채란농가는 자동화시설로 당일 출하를 원칙으로 지키고 있지만, 집란장(창고)이나 유통과정에서 보면 '적정온도'가 지켜지지 않는 곳이 허다합니다. 이를 제도적인 기준을 정해 조절할 수 있도록 정책적인 부분의 재확인이 필요합니다.

오정길 : 계란은 1조2천억원 소비시장으로 현재, 임의자조금의 자발적인 협조를 통해 계란의 우수성을 알리고, 소비자에게 '신뢰'를 줄 수 있는 방안을 모색해야 합니다. 과잉생산을 어떠한 제도로 조절해야 할지 적정수수를 생산할 수 있는 제도적 장치 역시 필요합니다.

통계자료에 의하면 국내 양계농가의 수는 4,109개로 이 중 3천수 이상 사육하는 산란계 등록농가가 1,872개로 이들 농장만 컨트롤 하면 수수적인 면에서 어느 정도 통제가 가능 할 것으로 보여집니다. 또한 국내 축산법이라는 테두리 안에서는 문제를 해결할 수 있는 구체적인 방안이 없어 학계 및 정부에서 '환경직불제' 등 확대되는 것을 통제할 수 있는 선진국형 생산조절 제도에 대한 연구가 필요할 것으로 보여집니다.

김선웅 : 지금은 신선도 높은 위생란이 소비자들의 트렌드입니다. 하지만 깨끗한 생산 과정을 거치더라도, 상인들의 비위생적인 유통환경으로 사후 관리과정에서 신선도가 떨어질 염려가 충분합니다. 유통인들이 모여 지역 집란장을 만드는 것이 중간 유통과정에서 발생할 수 있는 문제점을 개선하는 최선의 방법입니다. 생산자들도 계란을 신선하게 보관할 수 있는 시설이 부족함을 볼 수 있습니다. 따라서 생산농가는 물론 유통업자가 계란창고를 확보하여 일정온도를 갖춰 신선함을 그대로 유지시켜야 하며 더 나아가 법적인 제도화까지도 필요할 것으로 봅니다.



▲롯데마트 계란, 계속담당 박효상 MD

박효상 : 최종판매자의 입장에서 볼 때 이제는 영양란의 차별화 보다는 위생적인 면이 부각될 것입니다. 현재 등급제도가 진행되고 있고, 소비자가 신선한 계란을 원하는 만큼 등급란을 확대할 계획을 갖고 있습니다. 소비자가 구매할 때 가장 중요하게 보는 것은 날짜입니다. 신선도가 70%이상 차지하고, 가격, 브랜드 순으로 파악되고 있습니다. 매장에서도 예전과 달리 냉장진열을 원칙으로 시행하고 있고, 운송시간을 단축하고자 마트의 자체물류차를 통해 직접 농장에서 마트까지 직접 공급하는 '선행물류' 도입으로 유통기간을 단축해 빠른 공급을 경험하고 있습니다. 협회측에서도 미끼상품으로 전락하는 계란이 아닌 우수한 고품질 기능성 식품임을 알려 소비자의 구매욕을 증진시켜 계란 매출 활성화를 통해 모두가 상생하길 바랍니다.

| 계란유통 활성화 방안 |

강종성 : 5년이상 유통위원장으로 지내면서 '계란'이라는 두글자는 답이 없다고 생각합니다. 최종소비자에 위생적인 계란을 공급하기 위해서는 지역의 공동 공판장의 설립이 절실하며, 정부에서는 공동 공판장 설립을 위한 정책자금 등 지원대책이 필요할 것으로 보여집니다.

또한 이번에 방영된 소비자 고발 프로그램으로 인해 브랜드, 기능성란의 소비가 하락하면서 전체적인 계란소비가 어렵게 이어지고 있는데 이번 기회에 일반란의 대대적인 홍보가 필요합니다. 일반란이 유통이 원활해져야 생산, 유통인들이 함께 살아갈 수 있을 것입니다.

사회 : 지금까지 계란유통현실 및 문제점을 짚어주셨는데 생산자, 유통, 정부, 소비자들이 관심을 갖고 노력해 간다면 계란유통의 발전을 꾀할 수 있을 것으로 봅니다. 마지막으로 채란업 발전을 위해 전하고 싶은 말씀이 있으면 부탁드립니다.

김선웅 : 10년째 진행하고 있는 산란계임의자조금은 거출기관이 정해져 있지 않아 안타까운 실정입니다. 금년에는 다행히도 산란종계업자의 1억5천만원의 협조를 얻어 생산자의 거출로 작년보다 많은 기금이 모일 것으로 보여집니다. 유통인도 자조금관리위원회가 있는 것으로 알고 있어 같이 상생하는 의미에서 자금을 거출해 소비홍보를 통해 계란 소비를 늘리는 방안을 모색해야 할 것입니다. 이 자리를 빌어 자조금 사업에 적극 동참해 줄 것을 당부드립니다.

강종성 : 생산자, 상인들의 난립을 막기위해 생산자등록제 등 체계적인 안의 수립이 필요합니다. 전국적으로 2,500여명의 유통상인들 중에 2,000명이 무임승차자로 500명의 상인들이 피해를 겪고 있습니다. 유통업계의 재정립으로 모두가 채란업계를 발전하는데 동참하는 날을 갖길 기대합니다.

오정길 : 계란유통운송과정에서 실온유통이 문제점으로 지적되고 있습니다. 농림부도 이런 현실을 파악했고, 농가·GP센터·물류운송의 과정에서 전반적인 저온운송유통이 이루어져야 할 것이고, 내년부터는 정부에서도 계획하고 있는것으로 알고 있습니다. 또한 훈제란, 액란 등 앞으로 가공산업을 활성화시켜 소비를 늘리는 다양한 방법이 모색되어야 채란 산업의 균형적 발전이 이루어질 것으로 기대됩니다.

사회 : 지금까지 말씀을 정리해보면 사육수수조절, 환우계군 증가 등으로 인해 소비에 비해 생산물량이 많다는 문제점이 파악됐고, 이로 인해 덤핑판매로 인한 미끼상품으로 전락하면서 이미지 쇄신이 필요하다는 의견이 있었습니다. 이번에 도출된 문제점 및 대책들이 한번에 해결될 수는 없겠지만 함께 노력해 간다면 유통구조 개선을 통한 채란업 발전에 큰 보탬이 될 것으로 기대합니다.



▲본회 김동진 편집장