

계란 유통시장편

계란! '완전식품' 다운 유통시장 어떻게 만들까



최윤진
농수축산신문
양계담당 기자

약 1조 3000억원에 달하는 국내 계란 시장. 산업 규모 면에서 결코 적지 않지만 이에 걸맞지 않는 계란유통구조의 문제는 어제 오늘의 얘기가 아니다.

전체 계란 생산물량의 60~70% 가량이 산지유통상인에 의해 움직이다 보니 계란 거래에서 D/C(할인판매)는 당연한 것처럼 여겨지고 있고 다른 축산물과 달리 공판장이 없다보니 계란 거래에서 기준 가격도 없다.

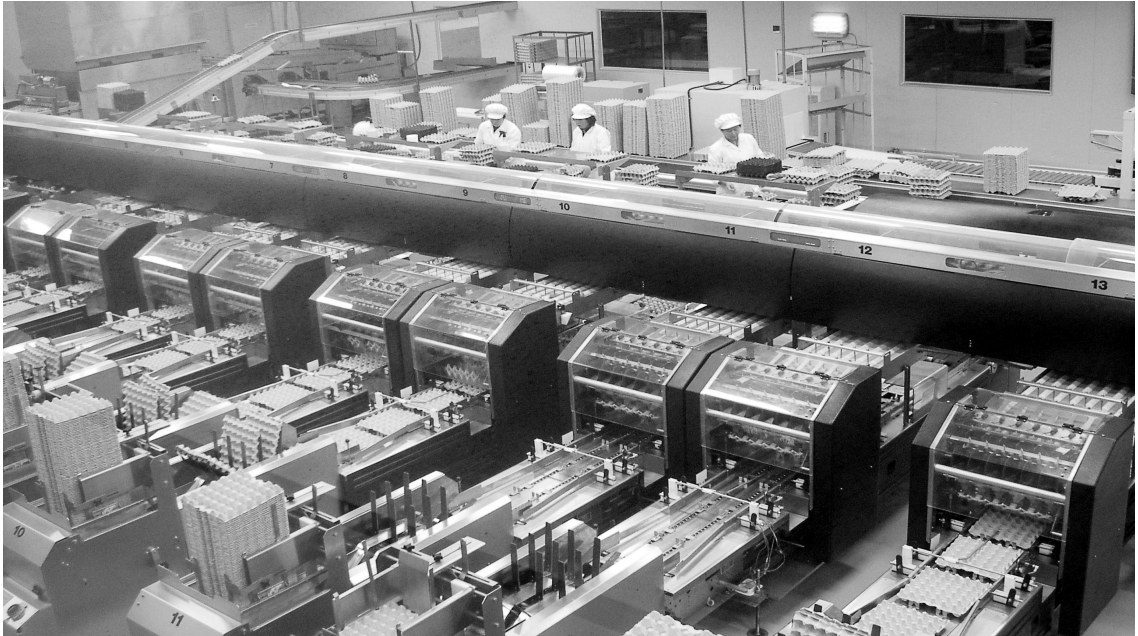
혼란스런 계란시장

현재 대한양계협회는 각 지역 여건을 고려해 전국을 5개로 나눠 계란 가격을 발표하고 있다.

하지만 절대 다수의 물량을 유통하고 있는 유통상인들에게 양계협회의 발표가격은 말 그대로 생산자 희망가격이다. 이렇다 보니 계란 가격을 개당 150원에 발표해도 농가가 실제로 받는 가격은 개당 110원 안팎에 불과하다.

특히 소규모 산란계농가들은 산지유통인에 대한 의존도가 높아 공정한 거래자체를 기대하기 힘들다고 하소연하는 것이 현실이다. 산지유통인을 거쳐 다수의 중간 상인을 거치는 복잡한 계란 유통구조는 유통 비용 상승으로 이어지고 결국 소비자에게도 악영향을 미쳐 소비자는 200원이 넘는 가격에 계란을 구입한다.

이 뿐 만이 아니다. '트럭 한 대만 있으면 계란 유통에 뛰어 든다'



는 말이 있을 정도로 전국에서 계란유통을 하는 유통상인이 몇 명인지 파악도 안 된다.

당연히 산지에서 수집한지 며칠이 지나야 소비자에게 유통이 되는 지도 알 수 없는 것. 사정이 이렇다 보니 신선함을 유지하기 위한 기본 장치는 커녕 한 여름에도 뜨거운 피약벌에 그대로 노출된 채 운송되는 것이 계란이다.

집하장? 대형GP?

최근 김정주 건국대학교 교수는 가금수급안정위원회가 주최한 '계란 유통센터 설치 및 공정 거래가격 구축방안 조사연구' 중간발표회에서 계란은 수급조절 기구가 없어 가격폭락, 덤핑판매가 이뤄진다고 이를 해소하기 위한 방법으로 수도권에 대형 계란유통센터를 설치하자고 제안했다.

김 교수에 따르면 계란의 최대 소비자인 수도

권에 대형 계란유통센터(GP)를 만들어 일정 규모 이상의 대단위 채란농가와 양계농협 등을 고객으로 확보, 계란을 위탁 또는 매취방식으로 소비자에게 공급하면서 인터넷 등을 통해 실거래 가격을 공개하면 그 가격이 전국 계란 거래의 기준 값이 될 수 있다는 것.

경기도 광주에 위치한 한국양계농협의 GP보다 2~3배 큰 대형 GP를 만들자는 의견이다.

김 교수는 또 대형 계란유통센터와 함께 전국에 17개의 GP를 추가로 세워야 한다고 밝혔다.

현재 있는 GP가 가동률이 떨어지는 것도 접근성의 문제 일 수도 있다는 지적이다. 양계협회측에서도 이 점에 대해서는 공감하고 있다.

집하장이나 조합을 이용하려면 운송비용 등을 농가가 추가로 부담을 해야 하기 때문에 산란계 농가는 농장까지 찾아오는 상인과 손쉽게 거래를 한다는 것이다.

때문에 양계협회에서는 계란유통구조의 개선

을 위해 농가가 쉽게 찾을 수 있는 권역별 계란 집하장 운영을 활성화해야 한다고 주장하고 있다.

다만 양계협회는 이 집하장을 생산자들이 직접 운영에 참여하는 형태가 돼야 한다고 강조한다.

이렇게 되면 채란 농가가 집하장 이용에 더욱 관심을 가질

것이고 계란 품질의 좋고 나쁨에 따라 자연적으로 가격 형성도 가능해 계란의 품질 고급화를 꾀할 수 있다는 것이다.

황일수 대한양계협회 상무는 “농가가 상인과 직접 거래하면서 받을 수 있는 피해를 막고 접근성을 높이기 위해 집하장은 권역별로 운영해야 한다”며 “상인들도 집하장에서만 계란을 구입하도록 한다면 불필요한 이동을 막아 차단방역에도 도움이 될 것”이라고 밝히기도 했다.

신선도 어떻게 유지할까

일본은 소비자에게 신선한 계란을 공급하기 위해 생산한 지 14일까지를 상미기간으로 정해 두고 이 기간이 지나면 수거, 폐기하는 것으로 알려졌다. 하지만 우리나라의 경우는 ‘계란모양만 유지돼 있어도 유통된다’는 말이 있을 정도로 생산된 지 며칠까지 유통해야 한다는 기준이 없다.

계란유통상인들의 모임인 한국계란유통협회



측은 이를 해소하기 위해 유통상인 등록제를 실시해야 한다고 주장하고 있다.

상인 등록제가 되면 무분별한 출입을 통제하고 누가 어디서 수거했고 어디로 유통했는지를 추적해 문제가 있는 계란 유통이 차단될 수 있을 것이란 계산이다.

식품의 안전성에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 브랜드 계란 업체에서는 콜드체인시스템을 적용해 신선함을 유지하고 있다고 홍보하고 있고 대형유통업체에서도 대부분 계란을 냉장보관해 판매하고 있다.

물론 계란유통의 전 과정에 콜드체인시스템을 도입할 경우 막대한 예산이 소요되는 것은 차치하고서라도 과연 가능할까 하는 의문이 앞선다.

하지만 소비자들의 먹을거리에 대한 관심이 점차 높아지는 상황에서 ‘유통과정에서 계란의 신선함을 어떻게 유지해야 할 것인지’에 대한 고민은 반드시 필요한 상황이다.

농협중앙회는 안심계란을 통해 2015년까지 계란유통시장의 30%를 점유, 계란유통구조를 바꾸겠다는 포부를 밝히기도 했다.

완전식품의 후진적인 유통구조를 바꾸기 위해 과연 무엇부터 필요한 것인지, 각 단체의 이해를 떠나 계란산업 발전을 위한 대안 찾기가 시급하다. **양계**