

» 국내 계란 유통 문제와 개선 방안

계란 유통, 이대로 좋은가?



김정주
건국대 명예교수

2011년 국내 농업 생산액 상위 10대 품목 중 2~7위가 축산물이었다. 그 중에서 계란은 2008년에 1조 1,586억 원으로 6위를 차지하던 것이 2011년에도 1조 5,599억 원으로 부동의 6위를 차지했는데, 이는 2008년 대비 1.3배가 증가한 것이다. 이로써 산란계산업은 국내 농업에서 그 위치를 굳건하게 지키고 있는 분야임을 확인할 수 있다. 그러나 현재 국내 계란 유통구조는 계란 생산자도 계란 소비자도 만족시키지 못하고 있다. 계란 생산자는 제값을 받지 못한다고 불만이며, 소비자는 계란의 신선도와 안전성에 관심을 두고 있음에도 국내 계란은 신선도나 안전성 면에서 만족할 수 없는 수준이라고 평가하고 있다. 따라서 산란계산업의 과제는 계란의 유통혁신과 계란의 공정한 가격결정구조의 정착으로 요약된다.

1. 국내 계란가격 결정구조

국내 계란가격 결정방법을 보면 대한양계협회가 지역별로 각종 시장상황을 종합하여 계란가격을 조사, 발표하면 이를 기준으로 하여 계란 유통업자(도매상)와 산란계농가 간 흥정에 의하여 결정된다. 그러나 이 가격은 원래 구속력이 없는 참고가격에 불과한데다가 발표된 가격 자체가 현실감을 잃을 때가 있어서 혼선을 빚을 때가 있을 뿐 아니라, 공정거래위원회의 의심까지 받고 있는 실정이다. 설상가상으로 계란 유통업자(도매상)가 농가로부터 계란을 구

입할 때는 대한양계협회 발표가격을 기준하여 일정 비율을 할인하여 값을 정하는 속칭 ‘디씨(DC)’가 성행하고 있고, 계란 유통업자(도매상)들이 계란대금정산을 계란을 수거해 가는 날 기준으로 하지 않고 계란유통업자(상인)들이 정한 날짜에 지급하는 속칭 ‘후장기’가 아직도 근절되지 않고 있다. 이러한 과정에서 계란의 유통 질서가 문란해지고 계란유통업자(상인)와 생산 농가 간 불신의 골은 더욱 깊어지고 있다.

2. 국내 계란 가격 결정방식의 개선

국내에서 계란의 공정한 가격형성을 위해서는 일본에서처럼 농협이 나서야 하지 않을까 생각해 본다. 즉, 농협의 계란유통센터(기존 농협의 계란유통센터를 개편하거나 별도로 설립)가 일본의 JA 全農 계란(주) 기능을 담당하도록 하면 된다. JA 全農계란(주)는 매일 계란의 거래가격을 발표하되 JA 全農 계란(주) 東日本 영업기획 과장 책임하에 전날의 계란시세, JA 全農계란(주)가 고객 생산자로부터 판매위탁 받은 계란이 완전히 소진될 수 있는 적정가격을 정하여 인터넷 등 매체를 통하여 발표하면 이 가격이 일본 전국의 기준 계란가격이 되어 이를 기준으로 모든 유통단계에서의 계란가격이 당사자들이 흥정에 의하여 결정된다. 동시에 미국 CMC社가 분기별 계란 생산비를 조사발

표하고 있는데 이 기능을 대한양계협회가 수행하게 하면 된다. 현재 양계협회는 연 2회 계란생산비를 조사 하고 있으므로 단계적으로 조사 회수를 분기별(연 4회)로 확대한다면 앞서 말한 농협 계란유통센터 발표 가격과 보완적인 관계가 될 것이다. 이처럼 공익기관인 농협에 계란가격을 제시하는 기능을 부여하면 전국의 계란 거래에 기준이 될 수 있는 참고 가격으로 쓰일 수 있다. 당일에 거래되는 계란 가격이 인터넷 등 매체를 통하여 실시간으로 전국에 알려지면 생산 농가는 생산에만 전념하고 계란의 집하와 판매는 계란 유통센터가 맡아줌으로써 생산자는 계란 가격을 놓고 계란 유통업자(상인)와 마찰을 빚을 필요가 없어질 것이다. 다만 전국에 계란을 집하, 판매하는 계란 유통센터 수를 어떻게 확충할 것인가 하는 문제와, 계란 유통업자(상인)로 하여금 농가로부터 계란을 직접 수거하지 않고 계란 유통센터로 부터 필요한 물량을 확보하도록 하기 위해서 어떤 구조를 선택할 것인가 하는 문제가 남는다. 이러한 문제는 대한양계협회와 계란유통협회간 충분한 논의를 거쳐야함



표 1. 계란 유통혁신 정책 요약

| | 현재 계란 유통 상황 | 계란 유통혁신 정책 대상 | 정책수단 |
|--------------|-------------|--------------------------|---|
| 직거래 | 20%(20억개) | 기존의 계란유통센터를 통하여 정상적으로 유통 | 대형할인매장 및 대량 소비자 |
| 생산자단체 | 10%(10억개) | | 양계농협 |
| 대군 농장 | 20%(20억개) | | 산란계 10만수 이상 대군 농장 |
| 소계 | 50%(50억개) | | |
| 사육농가 지원 | 50%(50억개) | 25%(25억개) | 사육농가에게 농장내 계란 냉장 저장고 건립비용을 장기저리로 지원 ; 325농가) x 1.5억 원= 48,750백만원 |
| 계란유통센터 신규 건립 | | 25%(25억개) | 소형 계란유통센터 개당 신규 건립 비용 6,452.7백만원 ³⁾ x 20개 ²⁾ =129,054 백만원 |
| 소 계 | | 50%(50억개) | |
| 총합계 | 100%(100억개) | | 총소요비용 ; 177,804백만원 |

- 1) 연간 취급할 수 있는 계란 2,500백만개는 35,000수 산란계를 보유하고 산란율이 70%정도인 325개의 산란계 농장의 생산량임.
- 2) 연간 계란 2,500백만개를 취급하기 위해서는 1일 취급가능규모 130만개인 GPC가 6개정도 필요함. 계산식: 2,500백만개 ÷ (1일 계란 생산량 처리 규모 135만개) ÷ 315일 ≈ 6개 광역 GPC
연간 계란 2,500백만개를 취급하기 위해서는 1일 취급가능규모 35만개인 GPC가 20개정도 필요함. 계산식: 2,500백만개 ÷ (1일 계란 처리 규모 40만개) ÷ 315일 ≈ 20개 소형 GPC
- 3) 개당 건립비용 소형 GPC 6,452.7백만원, 광역 GPC 21,509백만원
김정주외, 계란공판장 설치 타당성 및 공정 거래가격 구축방안 조사연구, 자금수급안정위원회, 2009, P.81 참조

지원하여 계란 유통구조를 개선토록 한다. 나머지 25%해당된 계란(25억개)의 유통을 혁신하기 위해서는 1일 계란 취급 가능 규모 35만개정도의 계란유통센터 20개를 기존의 계란유통센터 입지를 고려하여 전국에 설립하여 계란 유통구조를 개선토록 한다. 계란유통센터 건립비용은 개소당 대략 1,290억원(6,452.7백만원×20개)으로 추산된다. 결국 계란유통혁신을 위해서는 계란유통센터의 건립자금 1,290억원과 농가 계란 냉장시설지원 자금 488억원 포함 1,778억원의 자금이

은 두 말할 나위가 없다.

필요할 것으로 판단된다.

3. 계란유통센터의 건립

맺는말

국내에서 연간 생산되는 계란을 100억개로 보면 대략 50%(50억개)는 직거래, 생산자단체, 대군 농장 등이 기존의 계란유통센터를 통하여 정상적으로 유통시키고 있다고 보고 계란 유통 혁신 정책대상에서 제외시킨다. 나머지 50%(50억개)의 계란 유통물량 중 25%해당되는 계란(25억개)은 비교적 영세한 규모(3만5천수)의 산란계 사육농가(325호)에게 농장내 계란 냉장 저장고 건립비용(488억원, 호당 1.5억원)을 장기 저리로

옛날에는 계란은 귀한 식품으로 으름을 차지했고, 산란계농가가 농촌의 선도 농가역할을 했다. 그러다 보니 산란계산업은 정책적 지원 없이도 잘 해 나갈 수 있는 분야로 치부된 나머지 정책사각지대에서 자력으로 오늘의 산란계산업을 이룩하였다고 볼 수 있다. 그러나 계란 유통 혁신과제 이외에도 산란계산업에서 해결해야 할 과제는 산적해 있다. 앞으로 산란계산업관련 산·관·학이 협력할 때가 된 것이다. **양계**