



## 국내 시장에 맞는 계란유통센터 건립 필요



본지는 농축유통신문과 공동으로 지난 10월 29일 서울 양재동 소재 aT 센터에서 계란유통센터 건립과 계란유통 산업 발전 방안 모색을 위한 세미나를 개최하였다. 농협중앙회가 사업구조개편 세부 추진 계획 확정에 따라 2014년 수도권 계란유통센터 건립 계획도 확정되었다. 다만 현재 500억원대의 대규모 고정투자로 진행될 이번 유통센터가 어떤 방식으로 운영될지에 대해서는 아직 명확한 청사진이 그려지지 않아 우려가 커지고 있다. 이날 본회 김재홍 부장(계란유통구조개선방안과 계란유통센터 건립), 농협중앙회 장호일 팀장(안심축산분사의 안심계란 시스템), 농축유통신문 김재민 편집국장(한국형 계란유통시스템과 농협 계란유통센터의 성공조건)의 발표와 농촌경제연구원 정민국 박사가 좌장을 맡은 가운데 본회 안영기 부회장, 농림수산식품부 임지현 사무관, 한국계란유통협회 강종성 회장, 농협중앙회 이진홍 부장, 한국양계농협 조동해 팀장이 토론자로 나섰다.

본지는 이날 있었던 세미나 내용을 요약·정리 하였다.



▲ 본회 안영기 부회장, 한국계란유통협회 강종성 회장, 한국농촌경제연구원 정민국 박사, 농림수산식품부 임지현 사무관, 농협중앙회 이진홍 부장, 한국양계농협 조동해 팀장(좌측부터)

## 주제발표

### 계란유통구조개선방안과 계란유통센터 건립

국내 계란생산량의 약 70% 가량이 중간상인에 의해 유통되고 있으며 중간상인은 약 2,000여 명으로 추정된다. 현재 계란유통체계는 적정 계란가격 수취가 어렵고 수급조절이 불안정하다. 이에 생산자에게 불합리한 유통구조를 개선하고 적정수준의 계란가격이 형성되어야 한다. 향후 건립될 유통센터는 광역단위로 설치되어야 하고 전문경영인을 도입하여 생산자 위주로 운영되는 전문계란유통센터 형태를 이루어야 한다. 사업 전 단계부터 철저히 분석해 사업을 진행하고 철저한 관리로 과거의 실패를 되풀이해서는 안 되겠다. 선별, 포장, 가공, 유통망까지 갖춰진 완벽한 형태의 계란유통센터로 운영되어야겠다.



김재홍 부부장  
본회

### 안심축산분사의 안심계란 시스템

90년대에 들어서면서 대농이 생겨나고 큰 자본을 바탕으로 산란계농장이 생겨나기 시작했다. 이러면서 브랜드가 난립하게 되었고 원활한 유통이 이루어지지 않자 산란계산업의 성장동력을 상실하게 되었다. 소비자는 어떤 업체가 계란을 납품하는가가 중요한 것이 아니라 어떤 제품을 판매하느냐가 중요하다고 생각한다. 농협의 안심계란은 하나의 브랜드가 아닌 계란유통시스템이라고 생각하는것이 쉬울것이다. 안심계란은 기획, 생산, 소비유통망, 안심사료, 축산연구원 등 국내 최대의 인프라를 보유하고 있다. 적극적인 소비자 마케팅으로 소비자 요구(need)에 맞춰 나갈 계획이다.



장호일 팀장  
농협중앙회

### 한국형 계란유통시스템과 농협 계란유통센터의 성공조건

계란은 타 축산물과 비교해 특수성을 지니고 있다. 계란은 특별한 가공이나 처리 과정없이 바로 소비가 가능하고 유통경로가 매우 다양하다. 짧은 유통기간과 수급조절이 어렵고 가격변동성이 높다. 또한, 연속성이 있으며 난각 패손에 따른 높은 손실율을 보이고 있다. 유통구조를 국내 최적모델을 찾는데서 시작해야 한다. 가장 먼저 현재의 계란유통시스템 이해와 함께 불필요하고 불안정한 부분을 개선해야 한다. 또한, 문제점을 어떻게 보완할 것인지 도출해내고 기존의 유통채널과 어떻게 협력할 것인지 고민해봐야 할 필요가 있다.



김재민 편집국장  
농축유통신문



정민국 박사(좌장)  
한국농촌경제연구원

국내 계란 소비량은 정체 상황입니다. 계란유통은 과거 10년 동안 계란의 안정성 문제가 대두되었고 현재 아직까지는 농장에서 생산된 계란의 약 40%만 냉장 보관하고 있는 상황입니다. 냉장 보관된 계란 중 42%만이 냉장차량으로 이동됩니다. 오래전부터 콜드체인 시스템 등 많은 노력을 해왔음에도 아직은 조금 불안한감이 있습니다. 계란을 구입할 때 소비자들의 가장 중요한 것은 신선도이고 선호하는 구입 장소는 대형할인점입니다. 하지만 대형할인점을 통한 거래 교섭력은 매우 낮은 상태입니다. 계란유통센터가 대안으로 제시되어 왔고 이 센터를 어떻게 운영하고 앞으로의 문제점들을 어떻게 보완해 나갈 것인지 계란유통센터 건립에 대한 생각과 의견들에 대해 말씀 부탁드립니다.



조동해 팀장  
한국양계농협

계란은 타 축산물에 비해 이용율이 높습니다. 하지만 그 가치가 제대로 평가받지 못하는거 같아 매우 안타깝습니다. 그 동안 계란 유통을 위해 많은 센터를 건립해 왔습니다. 하지만 운영 실패로 많은 어려움을 겪었던게 사실입니다. 계란유통센터를 설립하는 것이 중요한게 아니라 어떻게 운영해 나갈 것인가가 가장 핵심적인 문제로 보입니다. 계란은 유통단계가 늘어날수록 가치는 하락합니다. 센터 운영으로 유통단계를 축소화하고 소비자에 고품질의 계란을 제공할 수 있는 장점이 있지만 센터 건립으로 바이어들에게 끌려갈수도 있어 또 다시 운영실패를 맛볼 수도 있습니다. 부가적인 시설을 추가하고 생산자들에게 이익이 되는 계란유통센터를 건립하고 운영되어야 됩니다.



안영기 부회장  
본회

'90년대에 계란공판장 건립을 주장했습니다. 이는 공정한 계란 가격 형성이 필요했기 때문입니다. 생산비 이상 가격 수취도 중요하고 꾸준한 계란소비도 이뤄질 수 있게 하는것도 중요합니다. 산란계농가 중 약 90%이상이 설비와 시설이 열악합니다. 이렇다보니 위생·안전문제가 나타났습니다. 계란유통센터 건립으로 이런 부분을 해소할 수 있다고 봅니다. 유통센터간 경쟁이 아닌 위생과 질병에 초점을 두고 센터 운영으로 이익을 남기려는 생각은 버려야 합니다. 센터 운영으로 안정적인 계란유통이 이루어지고 생산자들이 보다 더 농장운영에만 집중할 수 있는 환경이 제공되어야 합니다. 또한, 수입산에도 대처할수 있는 역할과 기능, 난백·난황가공시설도 포함되어야 합니다.

국내 계란소비량은 1인당 연 240개를 소비합니다. 가까운 일본은 330개를 소비하고 있습니다. 대기업이 계란유통시장에 진출하면서 소비정책을 가져온 거 같습니다. 계란유통의 70%를 유통상인들이 하고 있습니다. 지금부터라도 생산자와 유통상인들이 협력하고 함께 나아가는 관계가 됐으면 합니다. 국내에서 계란은 세일(sale) 품목으로 전략하는 사례가 자주 발생합니다. 양계협회, 농협, 유통협회가 힘을 합치지 않는다면 계란산업발전은 더 이상 없을 것 같습니다.



강종성 회장  
한국계란유통협회

농협의 안심계란은 단순히 브랜드를 상징하지 않습니다. 소비자들은 안전하고 신선한 계란을 원합니다. 그래서 농협에서는 어떻게 하면 소비자들이 원하는 계란을 유통할 수 있을까?에서 착안한 것이 안심계란입니다. 안심계란은 신선한 계란을 소비자에게 공급하는 것이지 유통상인들의 자리를 빼앗아 가려는 시스템이 아닙니다. 많은 논의와 각 관련협회들간 협의가 이루어져야겠지만 과거 실패사례를 거울삼아 계란유통센터가 건립되기전 면밀한 검토와 연구가 필요하겠습니다. 계란유통센터로 인해 더욱 신선하고 위생적인 계란이 유통되고 계란소비를 활성화시키고 안정적인 생산이 이루어질 수 있는 방향으로 흘러가길 바랍니다.



이진룡 부장  
농협중앙회

현재 계란유통센터 건립에 따른 이해관계가 각 단체마다 다릅니다. 단체별 특성과 성격이 다르기 때문이라고 이해는 되지만 긴밀한 협의와 협조가 없다면 결코 계란유통센터는 성공할 수 없습니다. 막대한 자본이 투입되는데 비경제적, 비효율적이라면 또 다시 실패하게 될 것입니다. 운영에 있어 구체적인 방법과 대책이 있어야 하며 여러가지 장애요인을 없애기 위해서는 단결된 모습을 보여줄 필요가 있습니다. 하드웨어적인것 보다 소프트웨어면에서 더욱 신경써야 합니다. 유통판로를 확실히 확보할 수 있어야하고 센터 운영에 있어 최소한 적자를 보는 계란유통센터가 되어서는 안됩니다.

(정리 | 최인환 기자, enani85@naver.com)



임지현 사무관  
농림수산식품부