

# 계란 유통

— 외국의 예와 우리의 방향 —

신 욱 희

(고창양계 부장)

**최근** 들어 양계산업의 활로모색을 위한 다각적인 합의가 이루어지고 서로 합심하며 구체적인 노력을 기울이고자 하는 것은 뒤늦게나마 매우 다행스러운 일이다. 예컨대 협회를 구심점으로 한 소비촉진 홍보사업의 범산업적 대처방안이나 유통구조 근대화를 위한 모종의 움직임 등이 그것이다. 실로 고대하던 과제의 출현이며 더우기 양대 국제행사를 앞둔시기의 적절한 방향전환의 모색이라 할 수 있다. 단지, 어려운 시기에는 발전적 방향을 모색하다가 여건이 호전되면 현실에 안주하는 우리의 기본적 속성을 탈피하여 양계산업 근대화의 참다운 진일보가 이룩되기를 바라는 마음 간절하다.

## 외국의 각종 홍보자료 국내 활용할 수 있는 것 많아

주지하는 바와 같이 현재의 유통방식으로는 계

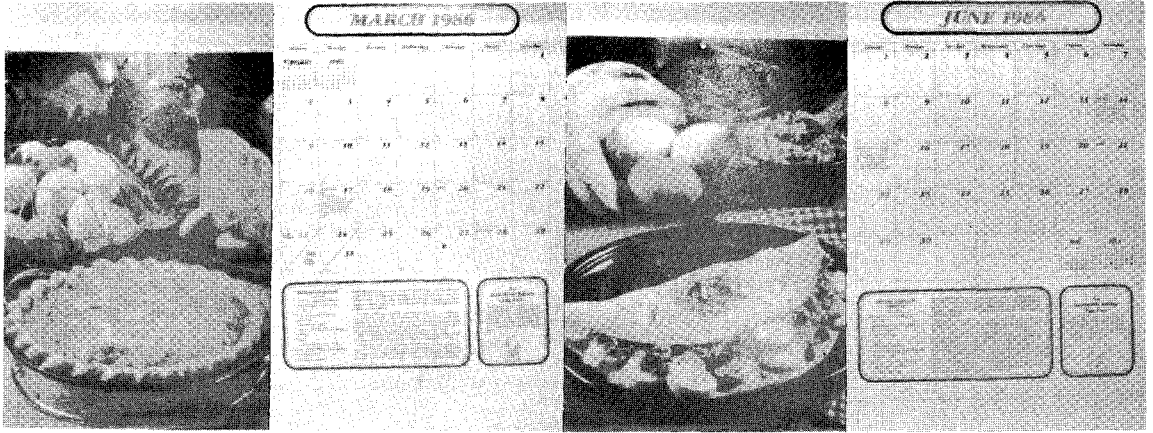
란의 소비촉진을 크게 기대하기는 어려운 실정이다. 기금에 의한 중앙홍보와 병행하여, 실제 소비자와 부딪치는 매장에서의 소비촉진을 유도하는 유통부문의 적극 판매전술이 수반되어야 할 것으로 생각된다.

전자는 전 양계인이 구심점을 이루어 추진해야 할 과제이지만 후자는 유통부문에 종사하는 개인이나 조직의 창의적인 판매행위에 좌우된다고 할 수 있다. 현재까지의 판매형태는 방임상태에 가까운 것이었기 때문에 계란판매전술이란 생소한 개념일 수 밖에 없겠으나 외국의 경우를 보면 왕겨 위에 계란을 시각적으로 진열한다든지 계란을 이용한 요리나 케익만드는 법을 수록한 소책자를 비치한다든지, 계란영양의 우수성이나 생산유통되는 과정 등을 판넬홍보하고 판촉물을 활용하는 등 수많은 판매기법이 동원되고 있다. 미국의 경우 계란을 진열하는 위치, 높이,



AMERICAN EGG BOARD  
PROMOTIONAL AND GIFT-GIVING IDEAS!





방식에 따라 판매량이 달라지는 연구결과가 나와 있는 실정이다.

그들의 개념은 계란이야말로 소비자에게 있어 일상적으로 없어서는 안될 Power item 혹은 Demand item이기 때문에 효과적인 방법으로 판매신장을 꾀할 수 있다는 것이다. 계란을 먹지 않으면 살지 못한다는 법은 없지만 슈퍼마켓의 수많은 상품중에서도 계란 만큼은 누구나 찾는 몇안되는 강력한 상품인 것이 사실이다. 미국 양계농가의 자조금으로 운영되는 American Egg Board에서 발간하는 많은 홍보자료 중에는 우리가 직접 한국내에서 활용할 수 있는 충실한 자료들도 다수 포함되어 있다. 창의적이라 함은 우리의 머리 속에서 우러나는 생각에만 어리석게 의존하는 것이 아니라 전이가치(Transfer Value)를 발휘하여 남의 것도 잘 소화하여 독특한 우리의 것으로 재창조하는 것이므로 외국의 사례를 충분히 연구검토해야 하겠다.

### 계란 유통근대화 첫길은 G.P 처리로부터

이와같은 유통의 근대화과정으로 도약하기 위해서는 그 선결조건이 G.P센터의 운영임은 두말할 나위도 없다. 위생적으로 처리한 계란을 신속한 과정을 통해 소비자의 식탁 위에 올려놓고 난 연후에야 비로소 소비자와의 흥정이 가능해진다고 할 수 있다. 여기서 소비자의 개념이 현재로는 국한되어 있지만 이를 확산시키는 것이 전 계란사업 종사자의 소명이라 생각된다. 필자가

숙해있는 고창양계는 계란생산자를 고객으로 모시고 영위하는 사업체이다. 사양가의 사업성패에 우리의 사활이 걸려있다고해도 과언이 아니다. 이러한 경영층의 철학을 바탕에 깔고 기회 있을 때마다 외국의 업계를 돌아보면서 그들의 G.P 운영실태에 대해 관심을 가져보았다.

G.P 운영의 사업주체별 형태를 보면 대개 다음 3 가지로 분류할 수 있다.

- 첫째, 대단위 CC 농장에서 자체 생산 물량을 독자적 G.P 처리하는 운영형태
- 둘째, 조합내지는 유사조직에서 중소규모 구성원 농장들로부터 계란을 수집하여 G.P 처리하는 운영형태.

셋째, 유통전문조직이 독자사업으로 G.P 처리하는 운영형태.

독자적인 G.P 운영이 어려운 국내 일반 농장의 규모면이나, 불황시 체화의 애로를 덜고 중간마진을 최대한 생산자에게 귀속시킨다는 점에서도 우리의 우선적인 관심을 끄는 방식은 '판로의 열쇠를 쥐고' 조합 또는 단체단위로 G.P를 운영하는 방식이다. 국내에서도 이미 몇몇 단체 혹은 그룹에서 상당히 구체적으로 추진중인 이 방식은 G.P 기계의 가동율이 70~80% 이상인 경우에도 개당 6~7 원 이상의 처리비용이 드는 위생란을 여하히 판촉에 성공하느냐에 열쇠가 있다고 생각된다. 직접 시장을 개척하지 않고 기존 상인조직을 이용하거나 혹은 양자를 병행한다고해도 그 어려움은 마찬가지이다.



서두에 언급한 바와같은 한차원 높은 수준의 마케팅이 선별된 대상지역에 집중되어야하며 그것도 단시간내에 소비자의 인식이 획기적으로 개선되리라 기대하기 어렵기 때문에 장기적인 운영방안도 강구되어야 할 것이다.

### 미국 G.P 처리비 비용중 1/3 이 인건비

필자는 금년 1 월말 미국 미시간의 그랜드 래피즈에 소재한 해밀튼 영농조합을 방문할 기회가 있었다. 7 개 사업본부 중의 하나는 계란유통에 참여하는 G.P 사업본부였다. 2 대의 G.P 기계 중 1 대는 시간당 처리용량 145 케이스(52, 200 개), 다른 1 대는 시간당 125 케이스(45, 000 개)였다. 매주 약 9 천 케이스( 324 만개) 정도의 계란을 20~24 개소의 조합원 농장으로부터 수집하여 세척, 선별, 포장을 거쳐 약 500 여곳의 소매상에 직접공급함으로써 가동율은 90% 선을 유지하고 있었다.

필자가 방문한 시점의 주평균 농장도 계란구입단가는 다스랑 49.8 센트였고 Large 기준으로는 52 센트로서 적정고가를 유지하는 수준이었다. 여기에 G.P 처리비용 12~14 센트를 더하여 소매상에 출하하며 소매상에서는 여기에 약 10 센트 정도를 추가하여 소비자가격이 결정된다고 하였다. 계란가격은 뉴저지에서 발간되는 Umer Barry's 지역별 시장가격을 참고하여 농장도가격은 역산으로 결정하는 것이 관례라고 한다.

농장으로부터의 계란수집은 매 2 일 간격으로 운송하며 처리후 익일출하가 원칙이고 3 일 이상은

계류되지 않는다고 하였다. 대농장지불은 조합인 경우 1 주일이 보통이지만 개인 G.P 사업의 경우는 2~3 주가 보통이라고하며 소매상에서 지불받는 조건은 보통 2 주라 하였다.

처리과정의 등외란은 5~6%를 접하여 적지 않은 부담을 주고 있었다. 아직도 농장인근의 도로포장상태가 불량한 우리 형편에서는 운송중의 파손만이라도 극소화할 수 있도록 그들처럼 30 개난좌를 넣는 굵은 와이어배스켓을 만들어 쓰는 것이 훨씬 안전하겠다고 생각되었다.

참고로 G.P 처리비용의 내역을 살펴보면 비용의 절반가량이 포장비용, 1/3 정도가 인건비, 기타 운송비, 간접비 등이 포함되어 다스당 약 12~14 센트가 지출된다는 설명이었다. 운영 내역은 필자가 방문했던 몇 군대의 G.P 센터마다 다소의 차이점이 있었으나 근본골격은 대동소이했고 단지 판매방식에 있어서 지역별로 다소 양상을 달리하였다.

### 우리나라 계란유통개선 절실

바야흐로 계란의 유통개선은 눈앞의 현실로 등장한 느낌이다. 중지를 모으고 합심하여 무엇보다도 계란마케팅에 성공할 수 있는 전문화된 조직체계를 갖추어, 소매상에서 기관소비처에 이르기까지 계란이 새로운 영양식품으로 인식되어 제 값을 받을 수 있도록 다함께 노력해야할 시점이다.

그러나, 소비촉진운동과 유통개선이 현재의 지상과제라 하더라도 채란업의 영속적인 안정을 기약하는 만병통치약이 될 수는 없다. 소비가 진작되면 항시 과잉생산의 잠재력이 발현될 우려가 따르고, 난가의 진폭은 역시 수요공급의 시장원리에 따라 큰 폭으로 변동될 것이다.

협회를 구심점으로한 뜻있는 사양가들의 합심단결은 수요공급의 균형에 다소라도 기여할 수 있다는 점에서 매우 다행스럽고 감사한 일이다. 농장의 탄력적 운영은 자신의 경영합리화와 산업의 안정에도 이바지하는 일석이조의 덕목이랄 수 있다.

그러한 노력이 G.P 사업 참여로 승화되어 전산업적 취지를 이해하고 합심단결할 때 우리의 앞날을 우리 스스로 약속할 수 있으리라 믿는다. ■