

일본의 계란 판매전략과 특수란 I. 특수란 생산의 경영적 의의와 경제성

장 경 만

동경농업대학 생물기업정보학과

Sales Strategies for Eggs and Special Brand Eggs in Japan I. Meaning of Special Brand Egg Production to Poultry Farm Management and Its Economics

K. M. Chang

Department of Bio-Business Management and Information,
Tokyo University of Agriculture, 1-1-1 Sakuragaoka, Setagayaku, Tokyo 156

ABSTRACT

According to the importance(production ratio) of special brand eggs, poultry farms can be classified into four types (Types I to IV). A close relation can be observed between these types and farm scale.

Special brand eggs used to be the speciality of small-scale, suburban poultry farms. Recently, however, the production of these eggs has been adopted by medium and large farms, too, and is increasing throughout Japan. In particular, small-scale farms specializing in these eggs have attained a high profit and take a characteristic management form as opposed to large-scale poultry farming that adopts the "small profit and quick returns" strategy. Because of this, the meaning of special brand egg production to farm management differs according to farm scale. For small poultry farmers, it means securing a high profitability and for medium and large producers, improving the corporate image or meeting the needs for assortment of retailers.

(key word: Japanese poultry farm, special brand eggs, sales strategies, poultry farm management & economics)

서론-목적과 방법

UR이후, 일본 축산농가의 대응은 고부가가치, 상품 차별화에 의한 수익성 확보로 맞서고 있으며 신「제품」의 개발, 판매전략으로 관심이 급속히 높아지고 있다. 채란 양계업은 생산기술(생산성, cost)의 합리화 추구로부터 품질(고부가가치), 판매대책을 중시하는

방향으로 전환하고 있다. 특수란, Brand란 이라고 하는 것이 그것이다. 일찌기 특수란 생산 담당자는 주로 사육규모 1만수 이하의 소규모 층이 많았으며 대규모 양계와는 대조적인 생산구조를 가지고 있다. 그러나 대규모 양계의 특수란 시장에 대한 새로운「신규참여」와 사료메이커나 슈퍼체인점 주도의 Brand란 출현으로 인하여 시장 경쟁은 격화되고 있다.

이러한 가운데 본 논문은 특수란 생산의 경영적

성격을 전제로 하여 특수란 생산경영의 시장대응과 특수란 유통에 대한 과제를 검토하기 위하여, ① 양계이트와 설문조사에 의한 경영조사, ② 사료메이커 등의 Brand란 담당자를 대상으로 인터뷰를 실시하였다.

설문조사는 埼玉縣내 123호(계사수용 가능 수수 1만수 이상의 전 농장을 대상으로 함)와 전국의 대규모 60호, 계 183 농장에 조사표를 송부하여 66호로부터 회답을 얻을 수 있었다(회답율 36.1%, 1995년 8월). 면접조사는 회답이 있었던 66농장에서 특수란을 생산·판매하고 있는 15경영을 대상으로 방문 조사를 실시하였다. 또한, 1996년 8월에도 추가적인 조사를 실시하였다. 전년도 조사에서 회답이 있었던 66농장 및 전국의 대규모 양계(성계 10만수 이상) 60호 농장, 계 126 농장에 송부하여 78농장으로부터 회답을 얻었다(회답율 61.9%).

또한, 생산 및 판매대응의 차이를 보는 관점으로, 우선 수수규모에 따른 계층구분을 시도하였다. 계층의 구분은 가족노동력만으로 가능한 상시성계사육규모 3만수 미만을 「소규모」, 가족노동력과 고용노동력으로 성립이 되는 3만수 이상 10만수 미만을 「중규모」, 주로 고용노동력에 의존하는 10만수 이상을 「대규모」로 하는 3계층으로 구분하였다. 다음으로 특수란과 보통란의 생산 정도에 따라서 경영 Type을 분류하여 「Ⅰ」, 「Ⅱ」, 「Ⅲ」, 「Ⅳ」의 4개 Type으로 분류하였다. 규모와 Type의 관계를 알아본 뒤 많은 항목에 대하여 Type별로 분류하여 검토하였다.

특수란 생산농장의 성격

1. 특수란의 정의와 종류

오늘날의 특수란은 이른바 본 고장 계란의 시대와는 다르게 대부분 상품명을 가지고 있다. 어느 것은 단순히 애칭(자칭)만을 가지고 있는 것도 있으나, 상표권으로 보호되는 Brand란도 있다. 그 중에는 특허권을 가지고 있는 것도 있다. 여기에서는 그런 모든 것을 포함하여 특수란 또는 Brand란 이라고 하였다.

특수란을 판매권에 주목하여 분류하여 보면 국지시장(局地市場)에서 전개하는 「농장 Brand란」, 전국적으로 유통되는 넓은 의미의 「National Brand(NB)란」, 「Private Brand(PB)란」의 3종류가 있다. 그밖

에 농장에서 원란으로 출하된 유색란을 GP센터나 도매상이 Brand를 붙여서 부가가치란으로 가장시켜 시장에 반출되는 「Brand란」도 있다. 본래 특수란은 소규모 양계장이 주변 소비자에게 직접 판매해온 「본 고장 계란」을 시작으로 좁은 범위에서 유통되어 왔으나, 최근에는 전국적으로 유통되는 유명 Brand가 출현하기에 이르렀다.

농장 Brand란은 본래의 「본고장 계란」에서 탈피하여 오늘날에는 많은 차별화 요소에 따라 Brand化되어 정전판매에서부터 극지적이지만 도매상품으로서 그 지방 슈퍼체인 등에 진출하게 되면서 일부는 근접한 도시에까지 상권을 확대하고 있다. 또한 「요오드란 히카리(光)」로 대표가 되는 사료메이커 주도의 NB란, 또는 그것에 자극되어 만들어진 슈퍼체인점 주도의 PB란도 계속해서 참여하여, 특수란 시장은 3종류의 상품이 각각 독자적인 대응을 해가며 대항하는 관계에 있다.

2. 계란 생산 Type의 분류

조사대상 78개 농장을 특수란과 보통란의 생산량 비율에 따라서 경영의 성격을 나누어 보면 4 Type으로 분류가 된다.

- 1) Type I (12농장): 특수란만을 생산·판매하고 있는 경영으로 평균 사육수수는 성계 12,418수, 최저 10,000수~최대 58,000수로 되어 있다.
- 2) Type II (15농장): 특수란과 보통란 모두를 생산하고 있으나, 주로 특수란을 생산하고 보통란이 부수적으로 되어 있는 경영. 평균 사육수수는 성계 11,427수, 최저 1,800수~최대 29,000수로 되어 있다.
- 3) Type III (28농장): 주력은 보통란 생산으로 특수란을 부분적으로 생산하고 있는 경영군으로, 평균 사육수수는 성계 289,255수, 최저 14,000수~최대 1,450,000수로 되어 있다.
- 4) Type IV (23농장): 보통란만을 생산·판매하고 있는 경영으로 평균 사육수수는 성계 168,249수, 최저 16,000수~최대 1,000,000수로 되어 있다.

Type I은 이른바 「본 고장계란」으로 대표가 되는 전통적인 지역유통 계란의 흐름을 가지고 있는 생산자로 옛부터 존재하였다. Type II는 입지면에서 판매력

이 빈약하기 때문에 유색계에만 의존하는 것이 불가능하여 유색계와 백색계 모두를 도입하고 있다.

Type III은 보통의 중·대규모 층으로 특수란 불에 자극되어 시험적으로 Brand란을 개발하려고 하고 있다. 따라서 특수란은 부수적인 것밖에는 안되지만, 본격적인 전개를 준비하고 있는 농장, 슈퍼체인점의 주문에 응하기 위하여 일시적으로 대응을 하고 있는 농장 등, 경영상의 위치는 다양하다. Type IV는 보통란 생산만을 특화된 경영으로 대규모 경영이 많지만, 일부는 갈색란 생산을 하고 있는 농장도 있다. 갈색란을 자사 Brand로 상품화 할 경우에는 Type III에 속하지만 백색란과 함께 원란으로 출하하는 경우도 있어, 그 경우에는 특수란 생산농장이라고는 볼 수 없다. GP 또는 도매상이 그것을 Brand化 하는 경우도 있어서 생산단계에서는 보통란으로 취급된 것이 유통단계에서 Brand化 된 것이다.

3. 규모와 Type의 관계

사육규모별 이상의 Type(이하, 계란생산 Type)의 분포를 보면 다음과 같다(Table 1).

소규모 30호중 26호(86.7%)가 주로 특수란을 생산하는 Type I, II에 속하고 있다. 중·대규모는 대부분 Type III, IV에 속하며, 보통란을 중심으로 부분적으로 특수란 생산을 하고 있는 경영Type이 많다. 조사 농장을 랜덤으로 샘플링한 것이 아니기 때문에, 이것을 가지고 전국적인 Type별 분포라고는 할 수 없으나 경향은 파악이 가능할 것이다.

Table 1. Classification of egg production types

No. of adults hens raised	Total no. of farms surveyed (households) (E)	Type I (A)	Type II (B)	Type III (C)	Type IV (D)	
Less than 30,000	30	11	15	2	2	(A+B) / (E) (86.7)
30,000 and more but less than 100,000	14	1	—	5	8	(C+D) / (E) (92.9)
100,000 or more	34	—	—	21	13	(C+D) / (E) (100.0)
Total	78 (100.0)	12 (14.1)	15 (19.2)	28 (35.9)	23 (29.5)	

Note : Results of a questionnaire study and interviews by visits in 1996.

4. Type 별 특수란 생산비율

78호에 대하여 계란 생산량을 집계한 결과, 특수란 9.4%, 보통란 90.6%로 특수란은 일정한 점유율을 확보하고 있다(Table 2). 이러한 결과는 일반적으로 알려져 있는 특수란 생산비율에 가까운 것으로 추정된다.

Type I은 특수란, Type IV는 보통란이 각각 전량을 차지하고 있다. Type II의 특수란 생산은 전체의 75%로 보통란이 25%를 차지하고 있다. 최근, 특수란 생산에 지속적으로 진출하고 있는 것은 Type III 경영군이다. Type III의 특수란 비율은 현재 10%에 지나지 않으나 조사한 결과로는 앞으로 경영체수도 특수란 비율도 증가할 것으로 예상된다.

특수란 생산의 특징

1. 특수란 농장의 계종

특수란은 보통란에 비하여 어떠한 요소를 가지고 차별화를 진전시키고 있는가 그 특색을 정리하면 Table 3과 같다.

차별화 상품으로서 계종에 의한 난각색은 중요한 차별화 요소가 되고 있다. 「본 고장 계란」으로 대표가 되는 농장 Brand란과 National Brand (NB)란으로 정착된 「요오드란 히까리(光)」는 갈색란이다. 국산계의 개량형인 핑크란(담갈색란)도 개발되어 생산이 되고 있으나 이것도 하나의 차별화로서 기존의 갈색란

Table 2. Egg production and raising scale by production types

	Yearly egg production(tons)			Average yearly no. of hens raised (thousand hens)
	Total	Special eggs	Ordinary eggs	
I	2,305 (100.0)	2,305 (100.0)	—	12.4
II	2,755 (100.0)	2,068 (75.1)	687 (24.9)	14.4
III	133,894 (100.0)	14,648 (10.9)	119,246 (89.1)	289.3
IV	63,083 (100.0)	—	63,083 (100.0)	168.3
Total	202,037 (100.0)	19,021 (9.4)	183,016 (90.6)	

Table 3. Differentiation factors of special eggssy

Differen- tiation factors	No. of hens raised	Less than 30,000	30,000 or more but less than 100,000	100,000 or more	Total (%)
Eggshell color	Red	3	1	3	7 (18.4)
	White	18	4	4	26 (68.4)
	Right brown	1	1	2	4 (10.5)
	Blue	—	1	—	1 (2.6)
	Total	22	7	9	38 (100.0)
Raising method	Cage raising	18	3	7	28 (90.3)
	Free-range raising	1	1	1	3 (9.7)
	Total	19	4	8	31 (100.0)
Feed character- istics	Farmer mixture	4	—	4	8 (27.6)
	Oyster shells	7	1	—	8 (27.6)
	Green feed	1	1	1	3 (10.3)
	PHP	1	1	—	2 (6.9)
	Others	3	2	3	8 (27.6)
	Total	17	5	8	29 (100.0)
Nutrients adds	Vitamins	5	2	3	10 (34.5)
	DHA	3	1	2	6 (20.7)
	EPA	3	1	1	5 (17.2)
	Minerals	—	1	2	3 (10.3)
	α -Linolenic acid	1	1	1	3 (10.3)
	Linol acid	—	—	1	1 (3.5)
	Iron	1	—	—	1 (3.5)
	Total	13	6	10	29 (100.0)
Freshness	Non-washed eggs	17	2	3	22 (66.7)
	Washed eggs	3	3	5	11 (33.3)
	Total	20	5	8	33 (100.0)

Note : 1 "Free-range raising" is a type of floor feeding performed in an open-air ground and differs from simple floor feeding which raises hens only in a poultry house.

2 "Other" is the sum of pre-mixed feed, oligosaccharide.

을 의식한 결과로 볼 수 있다.

한 경영내에 도입이 되고 있는 품종은 Type I, II는 1~2종류밖에 안되지만, Type III, IV가 되면 2~3종류로 많아진다. 규모가 클수록 계종의 종류가 많아지는 경향이 있다. 특히, Type III의 경영체중에서 수삼만수의 대규모는 5~6종류 이상을 도입하고 있는 경영이 있다는 것이 주목이 된다.

2. 영양소 강화

특수란의 차별화 요소로는 난각색과 영양소를 강화한 계란이 주종을 이루고 있다. 지금까지는 난각의 두께나 난황색 등의 외견적인 것에서부터 더욱 진전된 차별화로 볼 수 있다. 조사 항목별로 정리를 해 보면 「비타민(34.5%)」, 「DHA(20.7%)」, 「EPA(17.2%)」, 「마네랄(10.3%)」, 「 α -리노렌산(10.3%)」, 「리놀산(3.5%)」, 「철분(3.5%)」순으로 나타났다.

3. 선 도

선도를 직접 조사할 수 있는 방법이 없어서 「선란」, 「무선란」에 대하여 선택을 하도록 하였다. 선도 유지를 위하여 「선란」을 하지 않는 것이 바람직하다고 할 수 있으나, 수 작업에 의한 집란이 많은 소규모 경영은 「무선란」이 압도적으로 많았으며 중·대규모 이상의 경영에서는 벨트에 의한 자동집란이 많기 때문에 「선란」을 하는 비율이 높았다(Table 3).

4. 특수란 농장의 계사 구조

조사 결과로부터 어떠한 계사를 보유하고 있는가를 정리하여 보면, 다음과 같다(Table 3). Type I, II는

대부분 저상식이며, 특히 Type III에서는 방사와 평사가 보이지만 주로 수삼만수 규모의 대규모 경영이 최근의 특수란 붐과 더불어 3~4년 전부터 신설한 것으로 자사의 이미지 제고와 슈퍼체인점 등의 가격대별 상품을 진열하는데 협력하여 타사 NB상품의 진출을 저지하여 자사품의 매장을 확보하려고 하는 목적이 있는 것으로 생각된다.

이러한 사육방식의 부활은 자연식품, 건강에 대한 관심이 고조되는 것을 배경으로 수작업 감자, 자연식품과 같은 이미지 제고와 일치된 사육방법으로 재평가 된 것이다.

5. 특수란 농장의 사료 구성

Type I, III에서는 자가배합을 하는 경영이 있으나 그 밖의 Type에서는 없었다. Type I, III은 시판배합 사료의 비율이 낮고 지정배합과 병용하고 있다. 특히 Type III은 보통란 생산에는 시판배합을 사용하고, 특수란은 지정배합을 사용하는 등 목적에 따라 구별하는 경향이 있다.

구입사료단가는 메이커에 따라서 일정치 않다. 특히 지정배합의 단가는 메이커가 개발한 Brand 등에 따라서 더욱 폭이 크다. 자가배합 또한 원료의 차이에 따라서 구입단가는 다양하다. Type별 사료형태는 Table 5와 같다.

구입사료의 평균단가는 톤당 특수란용 45,402엔, 보통란용 35,167엔으로 1.3배 차이가 있다. 평균 구입단가가 가장 높은 Type I의 48,050엔에 비하여 보통란용은 35,167엔으로 1.4배의 격차가 있다. 계란 생산비의 50%대를 차지하고 있는 구입사료비는 조사방법에

Table 4. Structure of poultry houses by egg production type

	Free-range raising	Floor feeding	Low-floor system	High-floor system	Windowless house	
					American-type(A line)	European-type
I	—	1	9	4	—	—
II	—	—	15	—	—	—
III	4	2	12	7	2	7
IV	—	—	14	12	—	8
Total	4	3	50	23	2	15

Note : In all of the four egg production types, farms have more than one type of poultry house in many cases. Thus the figures shown above are simply a total of the number of poultry houses.

따라서 상당한 격차가 있다. 조사결과 구입사료단가가 가장 높았던 것은 톤당 100,000엔, 낮은 것은 30,000엔으로 가격폭은 3배 이상이었다. 양쪽 모두 자가배합 경영의 사례이다. 일찍이 자가배합은 생산비 삭감의 결정타로 등장하였던 시기도 있었으나, 소규모의 특수란 경영에서는 오히려 고 Cost가 되는 자가배합을 사용하고 있는 것이 특징이다.

6. 특수란 생산원가와 수익성

계란 1kg당 생산원가에 대하여 78경영 중, 48경영 (61.5%)으로부터 회답을 얻었다. (특수란, 보통란 모

두를 생산하는 경우에는 각각의 회답을 요청하였다). 회답율은 TypeⅣ를 제외한 특수란 55경영중 22경영 (40%)으로 낮았으며, TypeⅠ을 제외한 66경영중 40경영 (60.6%)으로 높다. 특수란 경영중에서도 소규모일수록 회답율은 낮았으며, 대규모는 적극적인 반면에 보통란경영에 비하여 생산비에 대해서도 명확한 답변을 회피하는 결과가 되었다(Table 6).

48경영의 1kg당 특수란 생산비는 평균 265엔, 최저 170엔, 최고 600엔으로 경영간 커다란 차이가 있다. 보통란이 평균 163엔에 비하여 특수란은 1.6배나 높아 격차는 분명하다. 또한 Type별로 보면 특수란 만을

Table 5. Purchase price of feed by use(feed for adult hens; yen) (yen per ton)

	No. of farms surveyed (households)	Feed for special egg production (A)	Feed for ordinary egg production (B)	(A)/(B)
I	12	48,050	—	—
II	11	43,820	35,930	1.2
III	22	44,336	34,291	1.3
IV	17	—	35,279	—
Total	62	45,402	35,167	1.3

Note : Results of a questionnaire study and interviews by visits in 1996.

Table 6. Egg production costs and their breakdowns by different production type

Type	Total	Production cost per kg of eggs(yen)				
		Feed	Adult hen	Labor	Hygiene	Other costs
I	326	135	45	82	3	61
Special)	(100.0)	(41.4)	(13.8)	(25.2)	(0.9)	(18.7)
II	282	107	44	72	7	52
Special)	(100.0)	(38.01)	(15.6)	(25.5)	(2.5)	(18.4)
	179	80	42	40	7	10
Ordinary)	(100.0)	(44.7)	(23.5)	(22.3)	(3.9)	(5.6)
III	189	103	29	20	7	30
Special)	(100.0)	(54.5)	(15.3)	(10.6)	(3.7)	(15.9)
	164	85	26	20	6	27
Ordinary)	(100.0)	(51.8)	(15.8)	(12.2)	(3.7)	(16.5)
IV	147	69	29	22	4	23
Ordinary)	(100.0)	(46.9)	(19.7)	(15.0)	(2.7)	(15.7)

Note: 1. "Special" is the production costs of special eggs, and "Ordinary" is that of ordinary eggs.

2. "Hygiene" cost : total of veterinarians' fees and medicines ; "Other costs": total of the costs of buildings, farm machines, production management, selling, etc.

Table 7. Production cost and unit selling price per kg of eggs (Unit : kg, yen)

	I	II		III	IV	
	Special eggs	Special eggs	Ordinary eggs	Special eggs	Ordinary eggs	Ordinary eggs
Production(a)	326	282	179	189	164	147
Unit selling price(b)	454	340	226	450	190	184
Difference(c)						
(c)=(b)-(a)	128	58	47	261	26	37

Note : Results of a questionnaire study and interviews by visits in 1996.

생산하는 경영은 다른 Type보다도 생산비 수준이 높으며, 보통란 생산의 비율이 높은 경영일수록 생산비는 낮아지는 경향을 보였다.

이상과 같이 보통란 만을 생산하는 경영과 특수란 경영과의 생산비는 규모가 작을수록 폭이 커졌으며 평균치에서 벗어나 있는 반면 생산비 수준은 규모가 클수록 경영간의 집중도가 높으며 폭도 작다.

보통란 생산의 비율이 높은 Type일수록 생산비는 낮지만, 최대의 요인은 노동비이다. 보통란 비율이 높은 Type은 평균규모가 크며 노동절약적 장비를 보유하고 있어서 이것이 저 생산비의 요인이 되고 있다. 다음으로 주목되는 것은 「기타」로 내용은 직판장의 운영이나 선전비 등 판매관계 비용이 대부분을 차지하고 있다. 「기타」는 특수란 생산의 비율이 높을수록 비용이 많다.

판매단가(정진가격)를 보면 특수란은 보통란보다 비싸며, 가장 비싼 것은 Type I의 454엔, 가장 싼 것은 Type III의 340엔이다(Table 7). 그 결과 대체로 특수란이 계란 1kg당에서는 보통란보다 높은 수익성을 나타내고 있다.

특수란 경영은 판매단가, 생산비 등에서 보통란보다 높지만 차액(경상이익)은 보통란을 상회하며 생산물 단위당으로 볼 때에도 수익성은 높다. 특수란 생산을 소규모 양계가 존립이 가능한 조건을 부여하고 있다.

적 요

특수란의 위치(생산비율)에 따라서 경영을 4 Type(Type I~IV)으로 구분할 수 있으나 특수란 만을 생산하는 경영(Type I)은 소규모에 많고, 대규

모 경영에서는 특수란을 취급하지 않는 경영(Type IV)이 많은 것과 같이 Type과 규모와의 깊은 관계가 있다.

소규모 도시근교 양계장에서 시작된 특수란 생산을 현재 중·대규모 경영도 취급을 하기에 이르러 전국적으로 보급이 되고 있다. 특수란을 특화한 소규모 경영의 수익성은 높으며, 박리다매화한 대규모와는 대조적으로 독자적인 경영형태로 존재하고 있다. 따라서 특수란 생산의 경영적 의의는 소규모의 수익성 확보, 중·대규모에는 경영의 이미지 제고와 출하치의 요구에 응하기 위한 것과 같이 계층에 따라 다르다.

특수란 진출은 만년 저난가 시대가 계속되는 가운데 고가격 획득을 목표로 하는 양계장과 선도, 맛, 안전성을 요구하는 소비자의 구매행동의 결과로 얻어진 것이나 품질규격과 규칙도 없고 이미지가 선행되는 판매전략에 의하여 품질에 비하여 소비자는 상당히 높은 가격을 지불하는 결과가 되었다. 좋은 품질에 적정한 가격의 특수란 출현을 기대한다.

인용문헌

- 杉山和男 1996 轉換期鶏卵産業戰略. 筑波書房.
 磯秀俊 1984 農業經營學. 養賢堂.
 江島一浩 1983 農業經營. 農山漁村文化協會.
 川崎仁 1990 卵は工業製品か タマゴのロマンと生協. ゴトウテクニカル.
 坂本文男 1995 農産物の銘柄づくり戰略. 家の光協會.
 張敬萬, 新井肇, 石岡宏司 1997 特殊卵の生産と販賣 對應. 農村研究.
 張敬萬, 石岡宏司, 新井肇 1997 特殊卵生産の經營的

意義と經濟性. 日本農業經濟學會論文集.

新井肇, 張敬萬 1996 特殊卵の生産及び流通に関する
研究. 農畜産業振興事業團.