

시대 변화에 맞는 계란 유통이 절실하다

◇ 취재/ 김종준 기자

최 근 백화점, 할인점, 대형 마트 등의 대형 매장이 하루가 다르게 늘어나고 있다. 특히 대형 할인점은 국내기업과 외국기업간에 시장 점유율을 높이기 위하여 매장을 계속하여 늘려가고 있고, 이에 따라 인근 중소형 마트 매장은 경쟁력을 상실하고 폐업하는 사태가 속출하고 있다. 이러한 유통시장 변화는 계란유통도 변화를 가져오리라 보는데 대형 할인매장 중심으로 계란유통현황을 살펴보았다

1. 대형매장현황

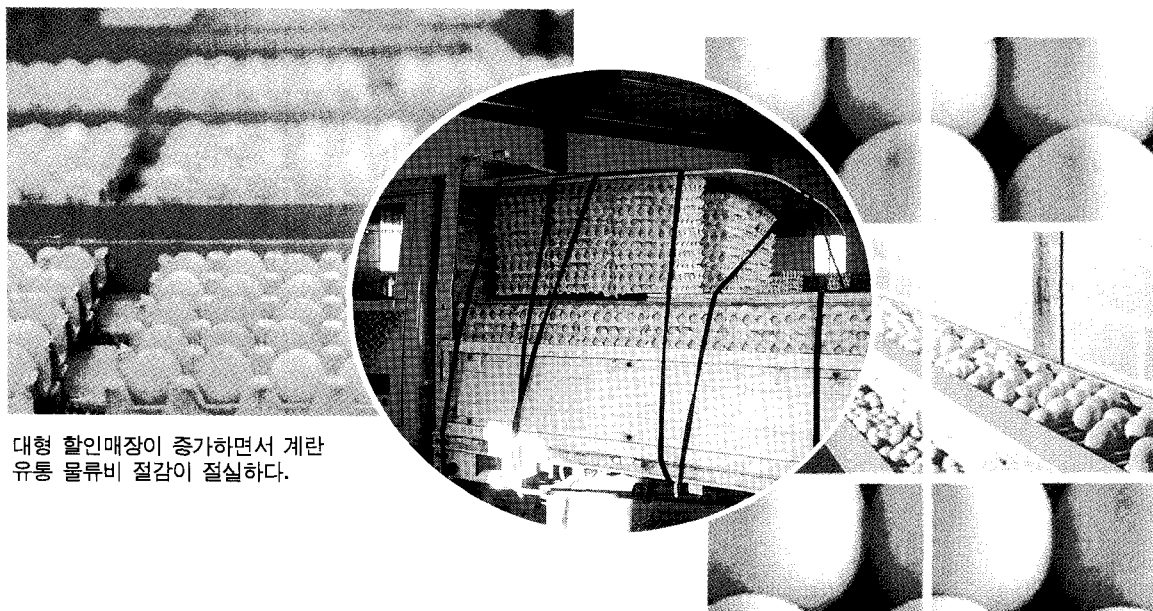
1) E-마트의 시장 점유율 최상

우리나라의 계란 판매하는 대형매장은 대형할인매장과 마트, 백화점이고 있다. 이중 대형할인매장은 신세계 그룹에서 운영하는 E-마트, 프랑스 기업인 까르푸(한국 까르푸), 미국계 회사인 월마트, 롯데의 마그넷, 뉴코아의 김스클럽, 삼성테스코 홈플러스, 농협유통의 하나로 크럽 등이다. 4월 12일 현재 매장수는 E-마트 27개, 까르푸 19개, 월마트 6개, 마그넷 18개, 김스클럽 19개, 홈플러스 5개, 하나로 크럽마트 3개로 총 97개의 매장을 운영하고 있다.

2) M&A가 가속화 된다.

앞으로 할인매장은 기업인수(M&A)가 활발하게 진행될 것으로 보인다. 월마트가 뉴코아와 김스클럽을 일부 인수하여 내부공사를 하고 있는 상태이며 프랑스 유통업체인 카지노가 LG유통과 LG마트의 지분 50%를 가지고 유통에 참여하고 있다.

유통업체 전문가에 의하면 까르푸가 2001년까지 25개 매장을 유지할 목표를 가지고 있고, 마그넷은 80개, 롯데 백화점은 30개 매장을 2005년까지 확보한 계획을 가지



대형 할인매장이 증가하면서 계란 유통 물류비 절감이 절실하다.

고 있다. 이런 과정에서 이마트, 마그넷, 김스클럽, 까르푸의 치열한 지점 확보 전쟁과 외국계 유통업체의 국내 업체 M&A가 이루어질 전망이다라고 밝히고 있다. 또한 백화점은 할인매장과 가격, 품질의 차별화를 두어 고급 브랜드를 판매할 계획이고, 할인매장은 기존의 창고형 전시 형태를 벗어나 백화점식 전시형태로 인테리어를 바꾸는 등 고객이 아늑한 분위기에서 쉽게 물건을 구경하고 구입할 수 있도록 하고 있다고 말했다.

2. 대형 할인매장 계란유통현황

1) 도매상인보다 능가직영 선호

대형 할인매장에 계란을 납품하는 업체들은 집하장을 운영하고 있는 서울경기양계농협, 도매상인인 제일축산, 한알유통, (주)알짜란, 계란나라, 이슬농장, 생산 및 유통을 하고

있는 강남농장, 가농, 벨엘농장, 오경농장, 에그원, 흥일농장, 산골농장 등이 있다. 대형 할인매장의 업체선정은 소비자 인지도와 가격 경쟁력이 뛰어난 서울경기양계농협과 개별 농장이 증가하는 추세이고, 인지도가 많은 업체에서 생산한 브랜드 상품을 선정하고 있다. 또한 하나로 크럽의 경우 회원 농협이나 지역별 작목반을 통하여 납품을 받는 것이 특징이다. 대형매장에 계란을 납품하기 위해서는 입찰이 원칙이고 입찰은 보통 4번 이상을 하여 엄선한다. 과거에는 물량 확보를 용이하기 위하여 납품업체를 많이 두었지만 최근에는 납품업체수는 최소화하되 물량은 증가시키고 있다. 마그넷의 경우 기존 8개업체에서 3개업체로 단일화 하였다.

2) 물류비용 매출액의 8%

할인매장에 계란납품은 개별로 하는 것이

원칙이지만 도매상인의 경우 할인매장과 거래하는 물류회사에 위탁하거나 택배회사에 의뢰하고 있다. 그런데 이런 개별이나 위탁 납품은 물류비 상승효과를 가져온다. 물류비는 납품형태별 다르지만 개별 납품일 경우 매출액(M할인업체의 1일 평균 유통량은 24만 개)의 8% 수준인 것으로 업체에서 밝히고 있어 물류비용 절감이 절실히 필요한 상태이다. 대형매장의 결제조건은 한달은 결제없이 공급한후 다음달 15일 기준으로 결제하고 있다.

3) 매출액의 6~7%가 반품

계란의 1일 평균 판매액은 마그넷(청주지점)의 경우 300만원선이고 이중 6~7%가 반품이 생기고 있다. 반품 원인으로 소비자가 계란을 고를 때 실금이 생기거나 납품할 때 생긴 실금이 소비자가 만지면서 생긴 파란이 가장 많다고 한다.

그러나 대란이상 중량이 많이 소비되는 것을 감안할 때 계란특성도 생각해볼 문제이다. 파란은 매장 관리자가 진열할 때 골라낼 수 있지만 고객들이 계란을 고르면서 깨진 계란은 쉽게 발견되지 않아서 여름철에는 악취가 나거나 벌레가 생기는 원인이 되고 있다. 파란은 소비자와 매장관리자의 관리 소홀이 대부분이지만 이에 대한 책임은 납품업체에서 부담해야 한다.

3. 소비형태

1) 유정란 증가 추세

4월 현재 대형매장에서 판매되는 브랜드는 까르푸 15개, 마그넷 18개, E-마트 10개, 농

협하나로클럽 20개 등이고 판매 개수별 형태는 8개, 10개, 15개, 20개, 30개, 50개, 60개, 90개, 150개이다. 주부가 가장 선호하는 계란은 대란이상 중량이고, 개수는 10~15개이다. 식당에서 선호하는 계란 중량은 중란과 대란이고 개수는 60~150개이다. 소비자가 매장에 진열된 계란을 선택할 때에는 맛, 브랜드, 가격기준을 하되 10~15개를 선호하는 것은 할인 매장 방문일수와 많은 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

즉 2주간격으로 할인 매장을 출입하다면 15개 계란팩을 고르게 된다. 대형 할인매장에서 판매되는 계란은 같은 브랜드라도 할인매장이 백화점보다 200원(10개 기준)차이가 있고, 10개 기준을 할 때 가장 고가에 판매되는 계란브랜드는 SS란과 유정란, Igy란 계통으로 낮은 가격의 브랜드와의 가격 차이가 최고 2,060원까지 나타나고 있다. 할인매장에서 가격조정은 생산지의 가격 변동에 영향을 받지만 생산지 가격 변동이 없더라도 소비 상황에 따라 1주일에 2번 가격조정을 하고 있다. 그렇지만 인기 브랜드는 가격 변동폭이 미미하다.

요즘 인기 있는 브랜드 중 하나가 유정란이다. 소비자들이 유정란을 찾는 이유중 맛이 고소하고, 피부에 좋고, 암수가 자연적인 상태로 사육한 것이기 때문에 가족건강에 좋다 생각이 많았다. 유정란은 토종닭에서 생산된 양이 절대우위를 나타내고 있으며 백색 유정란도 판매되고 있다.

2) 인지도 있는 계란브랜드 선호

하나로 클럽 매장관리자에 의하면 소비자

표1. 대형 할인 매장 계란 가격현황

업 체	판 매 브 랜 드				
	10개	15개	20개	30개	기타
한국까르푸 (면목)	농협유정란(백란)-2,290원 알짜란-1700원 목계촌왕란-1580원 하안계란-1350원	한방란-2030원 백란-2500원 농협슈퍼란-1900원	목계촌신선란-2,600원 슈퍼장수란-2200원 목계촌영양란-3080원	일반란-3,250원 햇닭일판란-2990원 목계촌왕란-4200원 목계촌영양란-4080원	
마그넷 (청주)	월바이오-1780원 에그원영양란-1,450원 에그원위생란-1280원 알짜란-1,780원 감골란-1,780원 하림참삼유정란-1,800원 목초액먹인달걀-1350원 SS란-2180원 해피데이실속란-1380원 후레쉬씨암탉란-1600원 DHA 똑똑한계란-2100원	나진영양왕란-2180원 엄마손왕란-2180원 영양왕란-2100원		A플러스스영양란-3980원 스위트홈란-3250원 황토그린-3250원 영양란-3800원	월바이오(8개) - 1,750원
하나로크럽 (양재)	참깨란-2,270원 매일란-1,200원 팔당유정란-2,250원 해초란-1,460원 위생오늘란-1,120원 자연방사란-2,240원 씨암탉란-1,340원 대덕위생란600-1,230원 두메산골란-1,460원	240계란-2,240원 꼬마요도란-1,850원 비타민란-2,070원		시골란-3,360원 굿모닝판란(특)-3,360원 누나네-3,350원 씨암탉(특)-3,350원 대덕천연란-3,350원 시골란-3,360원 비타민란-3,920원 홍성햇달걀(대)-3,260원	누나네(특란60개) - 6,830원 누나네판란(대란 90개) - 9,940원 시골란(중란 150개) - 14,400원
E-마트 (풍납)	유정란-2,250원 Igy-3,180원 영양란-1,490원 E플러스싱싱왕란-1,490원	왕중왕란-2,280원 목계촌란-2,280원	생글생글란-2,600원	영양란-3,980원 일판란-3,250원 E플러스스일판란-3,580원	

주) 조사일: 까르푸 4월9일, 마그넷 4월 15일, 하나로크럽·E-마트 4월 16일

들은 같은 가격이라면 플라스틱 재질의 난좌보다 종이팩과 유명 브랜드를 선호하는 경향이 있다고 한다. 종이팩을 선호하는 소비자의 취향을 보면 달걀의 상태를 한 눈에 볼 수 있도록 난좌 윗쪽에 구멍이 있거나 난좌 밑에 구멍이 있고, 단단하게 포장되어 이동하기 간편한 것을 선택하며, 외관상으로 계란 상태를 점검할 수 없지만 계란 브랜드를 믿고 구매하는 소비자도 많은 것으로 조사되었다.

4. 향후 대형 할인매장의 유통변화

대형할인매장과 거래하는 업체 중 이익이 발생하였다는 업체는 드물었다. 입찰시에 업체간 지나친 가격경쟁과 입점 후 품질경쟁, 물류비 상승 등으로 많은 유통업체들이 대형할인매장에서 손실을 입고 있다. 그러나 지속적으로 거래를 하는 업체들은 앞으로 할인매장의 시장 점유율이 갈수록 높아질 것이며, 지금 당장 어렵더라도 할인 매장에서 요구하는 가격과 품질을 유지하다보면 이익을 얻을 수 있다는 희망을 가지고 있다. 대다수의 유통업체들이 구상하는 경쟁력 확보 방안을 점

검해 보자.

1) 유통상인 공동출자로 물류회사 운영

지금 대형매장에 계란을 납품할 때에는 각 업체마다 개별 차량을 운영하여 납품하고 있다. 계란을 생산지에서 선적하여 품목별로 작업하여 할인 매장에 납품하기까지의 물류비가 매출액의 8%에 달하고 있다고 유통업체는 밝히고 있다. 유통업체는 물류비 부담을 줄이기 위하여 대형 매장과 거래하는 택배회사나 대형 매장의 차량을 운행하고 있으나 근본적인 물류비를 절감하는 방안은 되지 못하고 있는 실정이다.

할인매장 유통업체들은 물류비 절감을 위하여 공동 출자 물류회사를 만드는 방안을 검토하고 있다. 이슬농장 배영수 사장에 의하면 공동 출자 물류회사를 운영하게 되면 업체별 차량구입비, 인건비, 차량유지비 등에 소요되는 비용을 절감하고, 작업차량의 작업시간을 대폭 줄일 수 있어 총 물류비용은 6%이하로 떨어뜨릴 수 있다고 밝혀 앞으로 공동출자 물류회사 설립은 급진전할 것으로 보인다.

2) 가격할인에서 물량 할인으로 전환

백화점에서는 매 계절마다 할인매장에선 오픈세일을 하는데 세일 품목으로 가장 많이 사용되는 것이 계란이다. 계란세일 가격은 1판(30개)에 1,000원할 정도로 공격적 마케팅을 구사하고 있다.

계란이 세일품목으로 전락하다 보니 소비자가 계란 가격이 변동이 심한 제품이고 저급식품이라는 인식을 벗어나리지 못하게 하

고 있다. 또한 계란유통업체는 세일때마다 적지 않은 손실을 보고 있다. 이 같은 손실을 오픈 후 5개월 이내에 충당하지 못하면 적자경영이 불가피하다는 것이다.

일부 유통업체에서는 할인 매장 거래 조건이 까다로운데 오픈세일까지 하여 계란가격을 할인하여 팔 것이 아니라 할인가격 만큼 물량을 더 주는 방식을 검토하고 있다. 예를 들어 3,000원 계란1판을 30%세일하여 2,100원에 판매하던 방식을 계란가격은 3,000원에 고정시키고 계란 9개(30%세일물량)를 덩으로 주는 것이다. 이러한 판매방법을 도입한다면 계란가격을 하락시키지 않아도 되고 계란 소비량은 늘어날 것이라는 것이다.

3) 냉장시스템 적용

할인 매장에 공급되는 계란의 유통기간은 납품일로부터 1개월로 표시되고 있다. 유통기간이 1개월인 것은 1개월간 계란을 판매하자는 것이 아니라 단지 유통기간을 오래두어 소비자에게 구매욕구를 충족시키는 역할을 할 뿐이다.

소비자는 유통기간 일자와 관계없이 계란 신선도에 관심은 높아지고 있다. 그래서 할인매장에서는 유통업체에게 계란의 신선도를 유지하기 위해서는 농장에서 생산될 때 온도와 유통단계 및 매장에서 계란 보관온도가 일정하도록 냉장시스템을 갖추도록 권유하고 있다. 할인 매장관계자들은 유통업체가 냉장시스템을 갖춘다면 매장에서 냉장시스템을 마련하여 소비자에게 신선할 계란을 공급할 계획이라고 밝히고 있으며, 유통업자들도 냉장시스템 도입을 검토하고 있다.

4) 품질등급제 적용으로 일시적인 유통 어려움 가중

오는 10월 1일부터 계란등급제가 시행된다. 이에 대한 유통업체들은 제대로 시행된다면 좋겠지만 과연 실행이 가능할까? 의구심을 가지고 있는 의견과 제도 실행상의 문제점은 시간이 가면서 개선될 것이므로 제도 자체는 강력하게 실행해야 한다는 의견이 있다. 유통업체들에 의하면 품질등급제가 시행된다면 모든 매장이 1등급 계란의 납품을 원하기 때문에 유통업체들은 1등급 계란을 확보하는데 총력을 기울여야 할 것으로 예측되어 일시적으로 유통의 어려움은 가중될 것으로 보이지만 장기적으로 보면 생산자, 유통업자, 소비자에게 이익되고 계란 식품등급을 높이는데 기여할 것이라 밝혔다.

5. 채란농가는 유통흐름에 적응해야 한다.

유통단계에서 물류비를 줄이고, 소비자에게 신선한 계란을 공급하기 위한 냉장시스템 도입은 할인매장에서 요구하는 계란가격 할인과 품질 유지와 깊은 연관성이 있다. 대형 할인매장은 2005년까지 계획된 매장을 확보하고, 외국계 할인업체들의 국내할인업체에 대한 M&A가 마무리 될것으로 보고 있다. 이로써 할인 매장의 계란유통 비율은 마그넷을 기준할 때 현재의 4배이상 증가할 것으로 추정할 수 있다.

채란 농가에서는 이 같은 유통업계 변화에 대응하여 할인 매장에서 요구하는 계란 가격 및 품질, 규격을 맞추도록 부단히 노력해야 한다. **양계**

『축사우레탄 단열시공 제안』

◎ 생산성은 축사의 단열수치에 비례한다 !!

- 여름은 시원하게(생산성 향상)
- 겨울은 따뜻하게(육계 : 연료비 절감, 산란계, 종계 : 사료비 절감)

전화상담 환영

◎ 고품질 공장도가 시공 !!

- 프레온 가스 대체물질 H, C, F, C 141B 사용으로 기술력과 친환경적 사업장 인정
- 난연품, 정량의 원액, 적정밀도, 시공노하우로 기술력 확보, 항시 시공차량 12대 보유로 시공 납기 만족
- 폴레우레탄 단열시공에 대하여 전화주시면 자세하게 상담해 드리겠습니다.

진천지역 육계농가 10개 농가가 시공하여 사육 중 앞으로 계속적인 우레탄 시공 경제성 확인 대만족 진천은 축사 단열의 선진지역

폴텍시스템
양계시설전문업체

전화 : (031) 883-0254
휴대폰 : 016-9557-1187