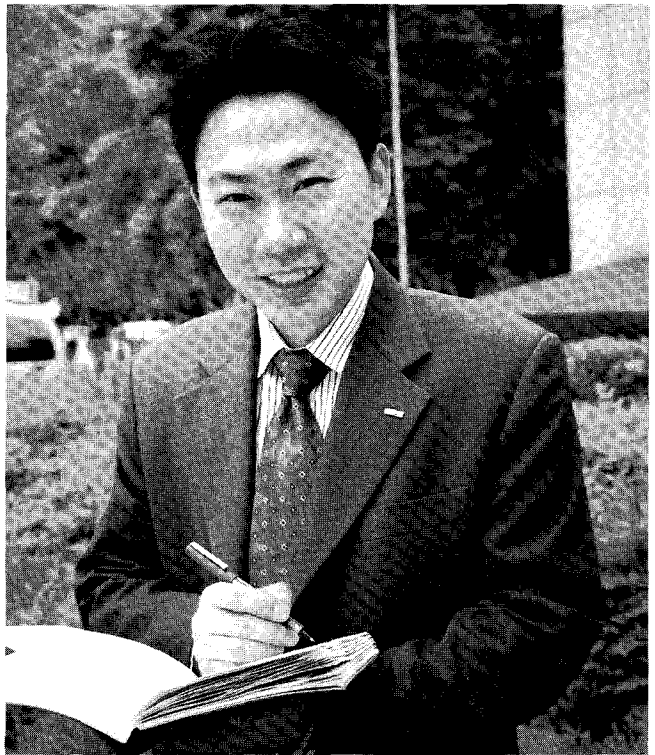


계란유통 / 현대백화점 한경호 대리

신선한 계란 소비자가 먼저 찾아요

고병원성 가금인플루엔자 (HPAI) 이후 계란소비가 다시 예전수준을 회복하고 있으나 최근 계란보도로 인하여 소비에 영향을 주는 것으로 나타났다.

본고는 서울, 경기지역을 중심으로 8개 지점을 운영하고 있는 현대백화점 압구정 본점 상품본부에서 계란구매를 담당하고 있는 한경호 대리를 만나 최근의 계란소비경향과 여름철에 대비한 계란 소비증대 방안을 들어보았다.



계란유통 현실을 설명하는 한경호 현대백화점 계란 구매 담당

시이전 동기대비 5~10% 계란매출 증가

현대백화점은 각지점의 소비자층에 따라 일반란을 주로 판매하는 곳도 있지만 일반 마트와의 차별화를 기하기 위해 서울 지역을 중심으로는 상품란(특수란 등)을 진열하여 판매를 하고 있다. 최근들면서 소비자보호원을 통해 일반란과 영양란의 차이가 거의 없다는 보도로 소비가 다소 위축되는 경향은 있으나 AI발생 이후 지난 2월 10%이상까지 감소되었던 계란소비가 다시 정상을 찾았고 최근에는 한달 매출액이 평균 2억~2억3천만원으로 지난해 같은 기간에 비해 5~10% 상승한 것으로 나타났다.



소비자가 점원으로부터 계란에 대해 설명을 듣고 있다.(현대백화점 천호점)

등급제, 현실에 맞는 제도 정착 필요

최근의 보도와 관련해 한 대리는 정부나 관련기관에서의 기능란에 대한 명확한 기준설정이 아쉽다고 지적하고, 콜드체인 시스템도 농장에서부터 소비자까지 전 단계에 걸쳐 완벽한 시설이 구비되었을 경우에만 실현 가능할 것으로 보고 이를 해결하기 위한 전 업계의 관심이 무엇보다 중요함을 강조했다. 특히 현재의 등급제가 등급당시의 기준만을 부여하고 최종 소비단계에까지는 관리, 책임을 등한시하고 있고 오히려 원가인상 요인만 부추기는 제도로 전락하고 있다고 언급하고 이것이 제대로 정착되기 위해서는 대대적인 홍보, 현실에 맞는 제도로의 정착이 필요할 것으로 한경호 대리는 내다보았다.

쿠폰제, 상품증정 등 세일문화 바꾼다

현대백화점은 신선도와 종이캡슐 포장, 판매 방식으로 고객들의 구매를 유도하고 있다. 평소에는 입고일 기준 7일 이상 지난 계란은 판매하지 않고 있으며, 특히 올 여름에는 3일 이상 지난 계란은 진열대에 올라올 수 없도록 조치를 취하는 등 신선도를 최우선으로 두고 있다. 소비자들은 아직도 신선도, 유통기한 보다 가격에 민감하기 때문에 최근에 나타나고 있는 난가상승이 소비저하에도 영향을 주는 것으로 분석하고 있다. 따라서 현대백화점에서도 매출을 올리기 위한 방안으로 한 달에 10일정도 세일기간을 두고 있다. 그러나 일반 마트나 할인점들처럼 일반 소비자를 대상으로는 텀핑세일을 하지 않고, 우수고객들에게 할인쿠폰을 발부하거나, 계란을 판매할 때 선물을 끼워서 증정하는 방식을 채택하면서 세일문화를 바꾸어가고 있다.(취재 | 김동진 차장) **양계**