

## | 특집 · 불황대비 채란업 발전을 위한 방안모색 |

하고 있는데 농장별로 생산하는 계란에 별도의 농장번호를 부여하는 방안이 검토되어야 한다고 이 상무는 강조하고 있다. 결국 농장 실명제를 먼저 실시하고 그 단계로 생산이력제를 도입하여 농장의 혼란을 막자는 의견이다.

실명제는 농장별 자료 전산화와 시설이 갖추어져야 함으로 양계농협의 신축 유통센터에서 실시하여도 무방할 것으로 보인다.

### 계절별 선입선출, 후입선출 선택 달리해야

이 상무는 계란의 신선도를 유지하기 위해서는 농장, 계란GP센터, 소매점 등의 역할분담이 중요하다고 언급했다. 예를 들어 GP센터는 소매점으로 팔수 있는 발주물량(약 1.5일 물량) 조절이 필요하다는 것이다.

계란은 생산시점부터 소비자가 구매하는 시점까

지 길어지면 소비자는 신선도가 떨어지는 계란을 구매하여 먹을 수밖에 없으므로 각 유통단계에서 상품관리를 위한 관련자의 마인드가 공유되어야 한다고 밝혔다. 또한 계란은 선입선출을 하는 것이 보통이나 선입선출을 하다가 소비가 안 될 때는 후입선출을 하는 것이 좋고, 제품으로 출하되지 못하는 것은 가공용으로 소비하는 것이 필요하다는 것이다. 이는 계절별 상품출고 방법을 바꾸어 주는 방안이라고 보여진다. 이런 방법이 정착되기 위해선 생산비 이상의 계란가격 보장이 전제되어야 하는데 후입선출에 따른 농가손실을 자조금에서 일정부분을 보조해 주는 제도 도입이 있어야 활성화 될 수 있다고 한다. 계란가격이 생산비 선 밑으로 내려갈 경우 스스로 생산량을 줄이도록 각성하는 제도가 필요하다. **양계**

## 롯데마트 정성용 MD

# 품질이 좋아야 계란 소비가 늘어난다

**로**테마트 돈육 담당자로 일하다가 4개월 전부터 계란 구매를 담당하고 있는 정성용 MD를 지난 6일 만나 계란소비 현황과 구매 성향을 들어보았다.

### 계란생산유통시설 투자 있어야...

정성용 MD는 처음 계란구매 업무를 담당하면서 농장과 GP센터를 방문하면서 돈육 유통구조보다



열악한 계란유통을 새삼 깨닫게 되었는데 특히 사료공급체계, 농장시설개선, GP 위생시설에 있어 몇 군데 업체를 제외하면 시설관리가 만족할 만한 수준이 아니라고 밝혔다.

### 세척, 코팅 계란만 납품 받는다

이렇게 유통시설을 면밀히 검토하는 것은 작년 11월부터 롯데마트는 40개에 달하는 매장에 2,000~3,000만원을 투입하여 냉장시스템을 구축하여 놓은 상태라서 세척, 코팅이 안된 계란은 납품이 어렵기 때문이라고 한다.

### 제품별 매니아가 있다

계란 납품업체 선정은 소비자가 찾는 계란 위주

로 하는데 가장 중요한 것은 소비자 불만이 없어야 한다는 것이다. 예를 들어 가격과 품질 모두 만족시켜야한다. 폴무원이나 오뚜기 제품은 매니아가 있어 소비가 안정적이라는 점을 강조했다.

### 소비시장 계란소비량 변화 없다

여름철 비수기라서 계란소비가 작년에 비해 줄어 들었는데 질문에 피부로 느낄 정도는 아니며 작년과 소비량은 비슷한 추세라고 답변했다. 오히려 산시 생산량이 늘어난 것이 아니냐고 반문했다. 또한 소비가 가격도 상황은 마찬가지이다. 예를 들어 특란 30개 판란은 작년 4,980원에 판매했는데 올해는 약 10% 내린 가격에 판매되고 있으므로 생산지 가격이 36% 이상 내린 것과 비교되었다.

### 통합물류시스템 도입한다

내년에 롯데마트 오산 물류센터가 개장하면 통합물류시스템으로 바꿀 계획이다. 통합물류시스템으로 되면 롯데마트에 납품하는 모든 계란은 오산으로 일괄 납품하게 되고 이에 따른 품질관리를 더욱 강화할 방침이라고 전하였다.

### 계란 할인행사로 얻는 소득 없다

정성용 MD는 계란 할인행사로 매장이 얻는 이익은 일반행사와 비교하여 5% 수준이라며 인건비를 감안하면 별 소득이 없다는 것이다. 그러나 고객유치를 위해 연 4회 이상 실시하고 있다는 것이다.

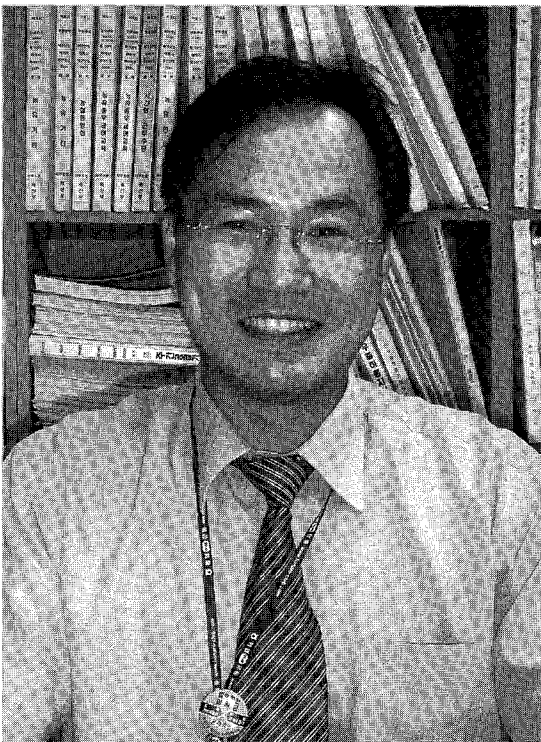
## 계란 생산자 실명제 실현되어야...

계란소비를 늘리기 위해서는 생산단계에서 품질관리에 각별히 신경써야 한다고 재차 강조하

고 있다. 품질이 좋거나 소비자 관심을 끌 수 있는 상품을 내놓지 않으면 된다는 것이다. 그런 측면에서 생산자 실명제만이라도 실현되었으면 하는 바람이라는 것이다. **양계**

농협하나로클럽 이원선 축산팀장

## 계란브랜드 유행보다 트렌드로 승부해야...



**농**협유통 양재동 하나로클럽에서 계란 구매를 담당하고 있는 이원선 축산수산부 축산팀장을 만나 계란산업과 관련된 마케팅 환경변화를 들어보았다.

### 벤더(Vendor) 역할 점차 증가

계란관련 마케팅의 외부 환경은 생산자에 보다 많은 역할과 경쟁력을 요구하고 있다. 생산량 및 생산농가의 증가하는 반면 생산농가의 교섭력은 점차 약화되고 있다고 전하고 있다. 반면 대규모 생산기반을 확보한 벤더(Vendor, 유통상인) 역할의 중요성이 점차 강조되고 있다. 대규모 소매점(대형매점) 및 소비자의 선택의 폭은 확대되고 있는 실정이다.