

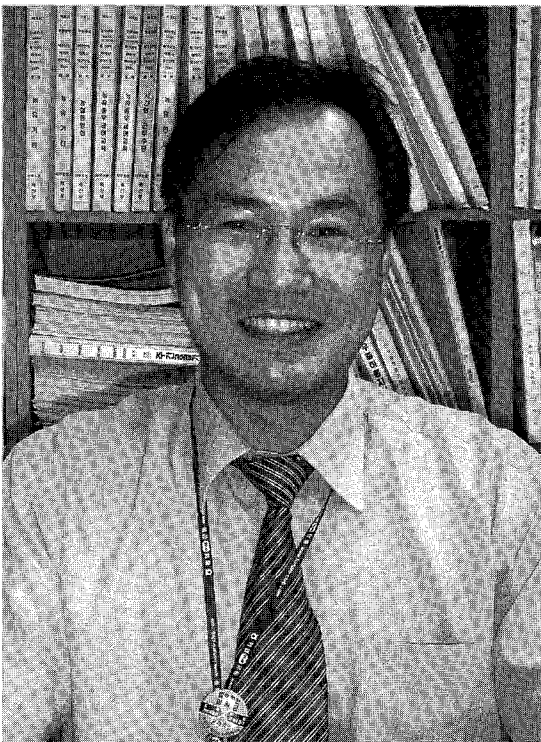
계란 생산자 실명제 실현되어야...

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...



농협유통 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.

소비자 신선도 의식 강화되고, 계란가격은 협상력 저하

계란 상품에 있어 계란자체에 대한 가치가 점차 증대되고 있다. 즉 신선도 중요성 비중이 커지고 있는 셈이다. 계란가격 정보화가 진전되고 규모가 확대됨에 따라 대규모 소매점과 공급자간의 협정가격(원가) 시스템이 성행하고 있다. 계란유통은 대형점 위주로 편성되고 있는데 농가를 선택할 폭이 증가하면서 불완전 계약으로 발전할 가능성이 높다는 전망이다.

1인당 계란소비 최대 260개까지 끌어올려야

이원선 팀장은 계란산업 불황기에 계란소비량을 늘이기 위해서는 5 A DAY 운동을 추천하고 있다. 미국 농무성 농업마케팅국은 채소의 색소에 따른 영양적 가치를 살려 건강한 삶(암 예방)을 살도록 5 A DAY 운동을 대대적으로 전개했듯 아침식사가 불규칙한 현대인에게 계란이 아침식사 대용이 될 수 있도록 1주에 5번 아침식사는 계란을 이용한 간단한 식사가 건강한 삶을 살아가는 방법이라고 강조한다는 것이다.

기능성 계란 인증센터 설치 운영

또한 최근 유통되는 계란에는 기능성을 표시하는 계란이 붓물처럼 출시되고 있다는 것이다(농협유통 매출 기준 30% 수준이고 품목수는 33개). 기능성 계란은 인체에 유익한 물질이 계

란에 함유되어 있다고 하나 해당 물질이 유익하다는 마케팅적 성격에 그쳐서는 안되므로 소비자가 유익한 것이라고 믿고 구매의사를 표현할 수 있도록 공인된 생산자 단체가 인증하는 시스템 도입이 필요하다는 것이다.

소비자는 유통과정에 관심 두고 있다

소비자의 계란선택기준은 계란자체의 신선도와 안전성에 있다는 것이다. 그래서 산란일을 표시하고, 유통과정을 꼼꼼히 살펴보고 있다는 것이다. 웰빙 트렌드의 영향으로 유기농 계란 판매도 점차 증가세를 보이고 있다고 한다. 양재동 하나로클럽에서 1일 200개(1개당 700원)가 판매되고 있다.

소비자 원하는 방향 연구 개발 있어야

계란산업이 유통시장 변화에 적응하기 위해서는 생산자가 원하는 방향을 잘 연구해야 한다는 것이다. 계란 바이어 입장에서 소비자 성향에 벗어나는 생산농가는 과감하게 거래를 중단할 수밖에 없다는 입장이다. 이런 측면에서 생산농가는 규모별로 나아갈 방향을 새롭게 설정해야 한다는 것이다.

우선 규모가 큰 농가는 유통을 겸비하고, 소비시장에 맞는 상품 개발을 역점하고, 중간규모 농가는 협업을 통하여 규모가 큰 농가 수준에 달하는 역할을 해야 하며, 부업수준 농가는 아주 차별화된 상품을 생산하지 않으면 경쟁력을 상실할 것으로 내다보고 있다. **양계**