

# 일본의 계란유통 구조를 분석한다 (I)



최경은 / 과학시스템

□ 연재순서 □

## 1. 일본 GPC (선별포장센터)의 발전개요

- 1) GPC의 탄생배경
- 2) 발전단계
- 3) GPC의 양계에업에 끼친 영향

2. GPC의 경영모델
3. 계란유통구조 분석

**일본은** 여러가지 상황에서 우리와 유사한 생활환경을 갖고 있고, 기술도 입이나 교류여건이 용이하며, 특히 우리의 경제발전 모형이 일본을 닮아가고 있다는 점에서 일본은 우리가 참고해야할 중요한 모델이라고 본다.

현재의 계란유통 형태는 미국에서는 세란, 코팅, 포장, 유럽은 단순계량 포장, 일본은 세란, 계량, 포장의 형태로 분류된다.

문제는 세란의 필요성 여부인데, 식품관리 차원에서 볼 때 세란이 보다 합리적인 것이 아닌가 싶다.

지금 한국의 계란유통단계는 약 25년전 일본이 농림성 규격이 제정되고 GPC(선별 포장 센터)가 탄생하여 현재와 같은 포장란의 유통이 시작되던 시기와 비슷한 상황이라 보여진다.

일본에서는 그로부터 1차 오일 쇼크(1974년)가 나던 때까지의 약 10년간은 GPC의 황금기로 일컬어졌으며, 그후 오일 쇼크로 원가 상승과 GPC의 난립 등 판매경쟁 등으로 유통업에 있어서도 어려운 시기에 처해 있으며 생산자 역시 계란가격이 밑바닥 시세로 적자 생산으로 허덕이고 있는 실정이다.

뿐만 아니라 근래에 와서 일본 농업의 과보호론이 대두되고, 농축산물 가격이 국제시세에 비해 터무니 없이 비싸다는 여론이 비등하고 있지만, 농가의 실질 가치분 소득은 상대적으로 높지 않고 유통경비는 구미 선진국에 비해서 2배 가량 높다는 것은 두말할 필요없이 유통구조나 방법의 개선이 요구되는 것이다. 그렇지만 기득권을 지키려는 기존 업체가 지금까지의 상관행이 쉽사리 기존 체계를 바꾸기 어렵게 하고 있다.

따라서 GPC가 탄생하던 시기부터 지금까지의 변천 과정을 살펴보고, 하나의 GPC의 경영 모델을 분석해 보며, 일반적인 유통구조의 모형을 조명해 봄으로써, 우리가 앞으로 대처해야 할 문제들에 참고가 될 것으로 믿고, 본인이 그동안 현지 실습을 통해 일본 양계업을 보아온 경험과 지난해 10월부터 금년 3월에 걸친 일본 해외 기술자 연수협회의 「계란유통 시스템연구」코스의 연수를 하였던 바 이를 토대로 다음 몇가지 문제점들로 나누어 간략히 살펴보고자 한다.



1. 일본 GPC의 발전개요
2. GPC의 경영 모델
3. 계란유통구조 분석

이상의 문제점들을 분석·비교하는데 있어, 유의할 점은 오일 쇼크 등 외적인 사건이 중요한 요인으로 등장하였던바, 단순 비교에 의한 우리 업계의 유추 진단은 무리가 있을 것으로 생각된다.

## 1. 일본 GPC의 발전 개요

### 1) GPC의 탄생 배경

1960년대 초반 일본 양계업의 상황은 생산의 대규모화에 따른

능률화, 품질관리의 철저화 등의 문제가 고도 성장과 대량 소비에 따른 유통 구조의 개혁 등으로 GPC의 필요성이 절실했다.

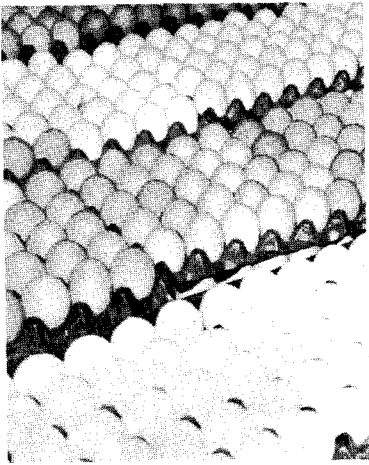
#### 가) 생산성 향상과 원가절감

##### ① 생산규모 확대와 능률화

양계 기술의 발달과 우수한 품종의 도입 등으로 합리적 생산이 제고되면서 작업의 능률과 인건비 절감 등을 위해 요구되었다.

##### ② 용기대의 가격 절감

2차에 걸친 오일 쇼크로 용기대 금은 대폭 상승되고 있으며, 이에 따른 비용의 절감을 위해서 포장



용기로의 전환이 급속히 이루어졌으며, 이는 곧 GPC의 설립을 촉진하였던 것이다.

포장 용기대 가격=6~8엔/kg  
단보루 용기대 가격=20엔/kg  
(1983년 4월, 이 가격차는 더욱 커짐)

### ③ 품질관리 철저와 소비촉진

옛날 상자 출하 형태에서는 양계장에서부터 소비자에 이르는 전 유통과정에서 품질의 체크가 불가능하게 되어 있어 품질 사고가 빈번하였고, 이것은 곧 소비증대에 있어서도 장애요인이 되었다. 따라서 전 유통과정에서 품질관리가

가능한 GPC의 설치 필요성이 강하게 요구되었다.

### 나) 판매형태의 변혁

#### ① 고도성장과 대량소비

1960년대의 일본의 고도 성장은 국민소득의 급증으로 대량 소비 시대로 접어들었고, 계란 수요도 급속히 늘어나서 생산의 대규모화를 유발하였다.

#### ② 슈퍼마켓의 급격한 증가

유통 형태가 미국(America)화 해가면서, 대량의 상품을 보다 좋은 것으로, 보다 값싸게, 자유롭게 선택할 수 있는 판매 시스템인 슈퍼마켓이 급증했다.

#### ③ Self 판매형태로의 변화

대량 소비에 따른 슈퍼마켓의 급증과 일반 점포에서도 인건비의 절약 등을 위해 종래의 대면 주류 판매로부터 Self 판매 형태로의 이행이 촉진되었고, 이를 위해서 포장란이 요구되었고, GPC가 소매점과의 거래 필수요인이 되었다.

#### 다) 배합사료 판매경쟁

사료업자가 판매확장을 위해 산지 또는 소비지에 GPC의 설치를 주도하였다. GPC의 설치로,

계란 판매의 우위성을 확보하여, 계란 판매 조건을 유리하게 하고, 나아가 양계농가의 규모확대를 꾀함으로써 사료 판매량을 확대하며, 사료 판매 대금의 회수 전략으로서도 계열의 GPC를 설치하는 것이 바람직한 것으로 생각되었다.

## 2) 발전 단계

제1기 : 1965년부터 1973년까지  
황금기

제2기 : 1974(석유공황)부터  
1978년 과열 경쟁시대

제3기 : 1979(2차 오일쇼크)이후  
경영 위기의 시기

### 가) 제1기

낮은 가공비와 고가 판매에 따른 큰 이익의 발생시기로 이 시기의 약 10년간이 황금의 시기였다.

### 나) 제2기

1974년의 석유 공황은 GPC의 코스트 비중을 많이 차지하고 있는 집하·배송 운임, 용기대, 동력비, 수도 광열비 등의 코스트는 종래(20~25엔)보다 5엔(125%) 높

은 25~30엔에 이르렀으며 GPC의 난립으로 과당경쟁을 하게 되어, 적자 업체가 속출하게 되고 경영여건에 따른 업체간의 격차가 격심하게 되었다. 따라서 사료판매를 위한 GPC의 계열 설립 관점으로부터 자체 경영개선의 욕구가 강하게 나타났다.

다) 제3기

1978년 말에 제정된 수송의 과적규제, 1979년 재연된 석유 위기에 따라 원유가격의 대폭적인 인상으로 kg당 코스트는 종래 25~30엔부터 28~38엔으로 상승, 5엔 정도 원가가 상승되었고, 판매 가격의 상대적 하락은 GPC의 경영이 위기에 직면하게 되었다. 이 결과 GPC 사이의 협조관계가 요청되었음.

라) GPC의 발전단계도

	제1기 (황금기)	제2기 (과열 경쟁시대)	제3기 (경영위기시대)	현재
1965년	저 코스트	'74년 고 코스트 (1차오일쇼크)	'79년 고 코스트 (2차오일쇼크)	
	고가 판매	판매경쟁	저가판매	
가공비 (kg 당)	20~25엔	25~30엔	30~40엔	

일본에서는  
대량소비에 따른 슈퍼마켓의 급증과  
일반 점포에서도  
인건비의 절약 등을 위해  
종래의 대면 주류판매로부터  
Self 판매형태로의 이행이 촉진되었고  
이를 위해 포장란이 요구되었다.

3) GPC의 양계업에 끼친 영향

가) 양계 농가의 경영 능률화  
인력을 사양관리 등 경영기술에 집중하여 생산력의 증진을 꾀할 수 있음.

나) 포장 자재비 절감  
포장 용기대 kg당 가격 6~8엔, 단보루 용기대 1g 당 가격 20엔

다) 품질 관리 향상  
계란의 품질에 따라 가격을 차

등화로 구입함으로써 경쟁 개념의 도입이 가능해졌다.

라) 자료와 정보 제공

양계 경영에 필수적인 자료 수집 및 이의 정리를 통한 정보를 작성, 제공하는 것이 용이해짐

마) 균일화된 적정 상품의 신속한 전달

규격에 맞는 균일한 계란을 신속하게 소비자에게 전달할 수 있음.

바) 생산자와 소비자의 연결

생산자와 소비자의 유통 경로를 단축 비용의 절감, 시간의 단축을 가능하게 한다.

사) 대량소비 촉진과 수요 유발

소비자에게 좋은 계란을 신속히 다량으로 공급 할수 있어, 계란 수요를 확대하는데 기여함.(계속)