

우리 나라 青果物流通構造에 관한 研究

李 哲 雨

<目次>	
I. 序論	摸索
II. 青果物의 商品的特性과 需給 實態分析	1. 流通近代化가 뜻하는 것 2. 中央都賣市場의 施設 및 그 機能強化
1. 商品的 特性	3. 流通費用 및 「마아진」節減 方案
2. 需給實態分析	4. 大規模小賣店育成 및 「콜드 체인·시스템」導入
III. 青果物流通構造의 現況	V. 結論
1. 流通組織	
2. 流通經路와 流通費用	
3. 物의 流通의 現況과 問題點	
IV. 青果物 流通構造의 近代化의	

I. 序論

우리 나라의 國民總生產額中 農業部門이 차지하는 比率은 1967 年度에 32.7%이며 農業部門中에서 青果產業의 比率이 13.6%로서 國民總生產額에 대한 青果產業의 比重은 그 構成面에서 적은 部分을 점하고 있다.

그러나 青果物은 國民의 食生活과 密接한 關係에 놓여 있으며 所得水準向上과 더불어 食生活水準이 나날이 高度化되어 가는 오늘날 青果物이 國民生活에 차지하는 比重은 점차로 커져 가고 있다.

뿐만 아니라 이와 같은 現象은 國民總生產額中 第1次產業인 農業部門의 生產額이 점차 줄어가고 있는 反面, 青果物의 生產額은 증가되고 있음을 <表1>에서 보아 잘 알 수 있는 것이다. 특히 青果物은 他農產物에 비하여 需要의 所得彈力이 높은 品目으로서 國民所得의 增加와 더불어 그 需要가 급격히 늘어 날 수 있는 여지가 多分히 있는 것이다.

한편 農業部門이 他產業에 比하여 相對的으로 減退하여 가고 있는데 반하여 青果生產은

筆者：서울大學校 經營大學院 碩士課程 3回卒業生。

本 論文은 第3回 碩士學位 論文中「마아케팅」部門 最優秀論文을 抄錄한 것임。

<表 1> 國民總生產額中 農業 및 青果物 生產額의 構成比 (단위 : %)

	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968
農業	39.1	39.1	49.1	38.7	37.9	32.7	29.0
青果物	6.0	8.5	9.1	11.9	14.4	13.6	
果實	1.4	1.2	1.8	2.4	2.4	2.6	

資料：韓銀，「經濟統計年報」1969；農林部，「農林統計年報」1968

註：農業은 國民總生產額中 農業의 構成比

青果物은 農業生產額은 100%로 했을 때 比率

果實은 農業生產額을 100%로 했을 때 比率

每年 括目할 만한 成長率을 보여 年平均 36% 쪽 增加해 왔으며 특히 果實은 每年 約 40%의 成長을 보여 주고 있다. 이것은 우리나라 1人當 國民所得이 年平均(1962~1967) 23.5% 증가에 比較하여 볼 때 青果物의 수요가 급격히 上昇하고 있음은 青果物이 다른 食糧 作物보다 所得의 彈力性이 높은 品目임을 立證할 수 있는 것이다.

그러나 青果產業이 비록 하나의 成長產業으로서 發展할 充分한 여지가 있다 하더라도 그것이 成長 發展하려면 青果物의 流通이 合理的으로 이루어 질 수 있는 市場組織 및 流通構造의 合理化와 近代化가 先行되지 않고서는 流通機能의 원활한 活動이 이루어 지지 않는 것이며, 이로 인한 青果物價格에 미치는 影響은 至大하여 그 波及效果는 生產者인 農民이나 이를 購入하는 消費者에게도 막중한 負擔을 招來하게 되는 것이다.

그러므로 青果物이 生產者로 부터 消費者에게 移轉되어 가는 流通過程을 分析 評價하므로 問題되는 바를 導出하고 보다 合理的인 方案을 講究하여 流通過程의 近代화와 더불어 生產者인 農民과 最終購買者 그리고 中間商人에게 있어서까지도 適切한 利益을 가져다 줄 수 있는 改善策을 模索하여야 하는 것이다.

이와 같은 流通過程의 目的是 私經濟의 立場에서는 各生產者나 商人에게 있어서 그들이 生產하거나 取扱하는 農產物의 賣買過程에서 極大의 利潤을 얻고자 하는 데 있다고도 할 수 있겠다. 그러나 우리나라의 農產物流通에서와 같이 中間流通主體의 利益이 生產者나 消費者에게 과중한 부담을 招來하거나 또는 流通機能의 不合理가 直接的으로 最終購買者에게 轉稼되어 가는 現階段에서는 合理화의 目標가 私的 利潤追求보다는 公共的인 利益에 付合되도록 해야 할 것이다.⁽¹⁾

이렇게 볼 때 우리나라 青果物의 流通過程은 크게 나누어 流通機能을 擔當하고 있는 流通主體, 生產者出荷로부터 消費者의 最終 購買時點에 이르기까지의 流通經路, 實體的인

(1) 農協中央會, 「韓國農業의 諸問題」 2輯, 1969

青果物의 所有權移轉을 形成시켜 주는 物的流通 및 流通助成機能 등 各分野에 대한 全般的 流通活動의 非合理的, 前近代의 要素를 除去함으로서 流通「마아진」의 節減을 기하여 流通效率(marketing efficiency)을 提高하는데 있어야 할 것이다.

本 論文의 目的하는 바가 青果物의 流通構造의 合理化와 國民의 食生活에 밀접한 關聯性을 갖고 있다는 見地에서 國民經濟學의 立場에서 研究가 진행되었으며, 青果物이 農產物의 하나로서 商品의 特性 내지 經營의 特殊性을 考慮하여 그 研究方法은 流通 主體別, 機能別 및 商品別「어프로치」를 하였다.

青果物이라 하면 作物學上의 園藝作物中 菜蔬類의 果樹類(果實類)로 分類되며 果樹類는 다시 仁果類(배, 사과, 감등), 核果類(복숭아, 자두, 맹두등), 糧果類(포도등)로 分類하는데 本研究에서는 對象品目으로서 青果物中에 果樹類를 擇하였으며 果樹類品目 가운데 仁果, 核果, 糧果에서 각각 사과, 복숭아, 포도를 選擇하였다. 이들 商品은 他 果樹類에 비하여 年中 가장 많이 生產 및 消費되며 流通機能을 통하여 活潑히 供給될 뿐만 아니라 國民所得의 上昇에 따른 需要가 增加하고 있는 商品의 代表가 될 수 있다는 이유에서 青果物 流通構造에 관한 研究對象品目으로 큰 價値가 있으리라 料되기 때문이다.

특히 流通構造 및 流通費用 分析에서는 이들 商品別研究를 함으로써 與他 果實流通上의 諸般問題分析과 解決策模索이 용이할 수 있으며 우리나라 果實의 대표적인 이상의 3 가지 品目間의 比較分析을 통한 流通構造研究로도 충분히 本研究目的을 追求해 나감에 意義가 있기 때문이다.

II. 青果物의 商品의 特性과 需給實態分析

1. 商品의 特性

一般的으로 農業生產은 小規模, 分散的位置, 孤立性과 季節性 및 小農의 零細農形態에 따라 農產物流通 즉 販賣過程에 있어 다음과 같은 特質이 있다.

첫째, 小規模 小量販賣가 支配的이고 또한 生產物의 品質 規格 形態가 多樣하여 統一된 品質에 의한 去來가 어렵다는 點이다.

同一 商品으로서 大量化, 標準化가 困難하기 때문에 生產에 의한 一括的인 大量 去來가 어렵고 商業資本을 背景으로 한 中間商人의 介入에 의한 一方的인 去來가 支配的이어서 個別 分散的 孤立販賣가 적지 않고, 近代的 完全競爭市場에 있어서 合理的 去來는 지극히 어려운 것이다.

둘째, 이와 같은 不統一 雜多한 小規模 分散性 때문에 流通去來方法은 現物去來, 現品去來가 支配的이며 合理的인 見本去來나 標準物去來 등은 극히一部分을 除하고는 이루어지지 못하고 있다. 이로 인하여 全般的去來에 있어去來方法 및 方式이 前近代的, 不合理的 점이 存在하고 있다.

세째, 販賣量이 不安定하고 生產의 季節性, 斷續性이라는 販賣面에 特質이 存在하여 生產者는 販賣上 自主的 計劃을 樹立하기 어렵다는 것이다. 供給量의 變動, 季節性, 腐敗性이 크다는 것은 中間商業資本의 介在를 不可避하게 만들고 그 支配를 強力하게 하는 발판을 만들어 주는 것이다.

네째, 供給의 不安定과 季節性은 農產物價格을 크게 變動시키고 市況을 不安하게 한다. 市況에 의한 操業短縮이나 生產擴張은 小農生產에 있어서는 그의 出荷調節을 適時에 할 수 없어 價格變動을, 또한 多數의 小生產者의 參加로 流通去來에 있어 投機的 要素가 일반적으로 강하게 나타난다.

다섯째, 이러한 理由로 中間流通經費가 顯著히 높아서 流通費의 增加와 商業資本의 支配가 절대적이 되고 이는 生산자 側의 負擔으로 되고 마는 結果를 만들며 商業資本의 支配에 의한 價格의 域地的, 時期的 分斷을 크게 하는 것이다.

여섯째, 經濟力이 弱한 小農生產 때문에 販賣過程面에서 일반적으로 가을에 現金 獲得을 目的으로 一舉에 現金販賣가 支配的으로 되고 소위『庭前販賣』 또는『窮乏販賣』가 盛行된다는 것이다.

일곱째, 小規模生產, 少量販賣를 주로하는 農民은 去來活動을 촉진시킬 수 있는 知識이 不足하여, 市況의 變動에 즉각적인 反應이 늦고 市場情報에 극히 어둡다는 것이다.⁽²⁾

이와 같은 農產物流通의 基本的 特質과 商品의 特性을 要約한다면 農業生產은 주로 自然條件에 依存하여 生產하는 行爲이므로 經營規模, 經營形態, 生產單位의 立地, 商品의 供給形態 等이 工業의 그것과 判異하고, 農產物은 일반적으로 腐敗性商品이며 그 價值에 比해 容量이 크며 品質에 差異가 生產年度에 따라 달라지는 傾向이 많다는 것이다.

이러한 特質은 青果物에 있어서도 동일한 狀態를 보여 주고 있다. 그러나 青果物은 農產物의 一分野에 耕種作物로서 他農產物에 比하여 그가 가지고 있는 몇 가지 商品의 特性을 더 갖고 있다. 말하자면 青果物은 一般食糧作物에 비하여 換金作物로서 보다 貨幣獲得을 主目的으로 營農을 한다는 데 그 特徵을 찾아 볼 수 있으며 國民所得增加에 따른 需

(2) 御園喜博, 「農產物市場論」, 1966, pp. 20~22.

要が漸増되고 있다는事實 등他食糧作物과는 다른商品의特性이 있다.

특히青果物은〈表3〉에서 보아 알 수 있는 바와 같이總生產量販賣量이他農產物보다越等히 높으며 이는青果物의 거의全量이流通過程을 거쳐最終消費者에게移轉된다는事實이다.

〈表2〉 農物의商品化率

	1967		1968	
	狹義	廣義	狹義	廣義
쌀	50.94%	67.24%	50.65%	72.56%
보리	31.96	43.71	23.87	34.16
밀	23.30	33.40	24.93	32.10
콩	35.90	41.33	46.74	52.70
고구마	34.71	40.58	31.97	36.00
감자	26.95	34.68	24.12	25.81

資料：農林部, 「農林統計年報」1968.

註：狹義=直接販賣量+租稅公課+搗精料

廣義=狹義+實物勞賃+補助增與+貸與資金料

〈表3〉 果實物의處分狀況

	自家消費率	販賣率	計
사포도	3.8%	96.2%	100%
	4.5	95.5	100

資料：農村振興廳, 農業經營研究所 1968.

〈表4〉 日本의青果物生產量과商品化率(1戶當)(1964)

	農家1戶當 年間生產量	販賣를目的으로 하는農家販賣量	全國生產農家平 均商品化率
白菜	292kg	1,044kg	71%
洋白菜	261	1,065	81
洋파	282	1,061	82
무	396	976	59
사과	6,810	—	95
오렌지	9,135	—	97
포도	2,092	—	98

資料：林周二, 「現代の物的流通」1968.

〈表2,3,4〉에서 보면食糧作物은平均商品化率이40%, 그中米穀이約50%정도로써 가장높고기타作物은20~30%만商品화되고기의農民이自家消費하는례그치고있다. 그러나青果物은商品化率이상당히높으며그중果物인사과와포도의商品化率을보면平均각각96.2%, 95.5%라는比率을나타내고있다.

이것은 바로 青果產業의 目的이 보다 많은 販賣에 있고 보다 큰 貨幣獲得을 위한 소위 换金作物로서의 性質을 여실히 보여 주고 있다.

이러한 現象은 日本에 있어서도 같은 樣相을 보이고 있는 것으로 <表 4>에서 보는 바와 같은 菜蔬는 平均 80% 果實은 95% 이상이 商品化되고 있는 것이다.

2. 需給實態分析

1) 供給의 趨勢分析

우리나라의 耕地面積은 1967年 現在 全國土의 23.5%를 차지하고 있으며 耕地面積中 약 6.36%만이 青果物生產에 利用되고 있다. 그러나 収益性과 段當所得이 他農產物에 비하여 相對的으로 크고, 近來에 青果物 需要激增에 따른 供給을 원활히 하기 위하여 青果物 生產은 상당한 成長을 보이고 있다.

農林部 發刊 農林統計年報에 의하면 1960年初부터 1967年까지 전체 耕地面積의 증가 추세는 불과 12~15% 정도였으나 채소류와 과실류에 있어서는 7년동안 무려 2倍 以上이 增加하고 있다. 이는 青果物生產의 目的이 보다 많은 収益性을 위한 自家消費보다는 販賣에 있는 經濟作物이며 國民所得增大에 따른 青果物需要의 增加때문으로 判斷할 수 있다.

過去 青果物中 果實의 各品目別 生產實績은 1961년부터 1967년까지 生產動向을 보면 다음 <表 5>와 같은 趨勢를 나타내고 있다. 이들 중에서 代表的인 사과, 복숭아, 포도에

<表 5> 果實生產指數(1964~1966=100)

품	목	加重值	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967
과	실	2.11	50.8	66.4	60.3	78.6	106.4	115.1	124.0
사	과	1.10	49.7	75.8	70.9	80.3	107.4	112.1	122.1
배		0.28	82.1	74.8	64.7	77.9	108.6	113.6	112.1
포	도	0.21	32.2	43.2	37.1	62.9	106.8	130.2	144.3
본	승	0.31	38.9	38.7	37.9	68.6	107.1	124.3	139.2
감		0.16	57.5	72.0	61.2	102.3	101.9	95.7	102.4
글		0.05	29.4	62.0	37.1	91.8	80.3	127.9	120.8

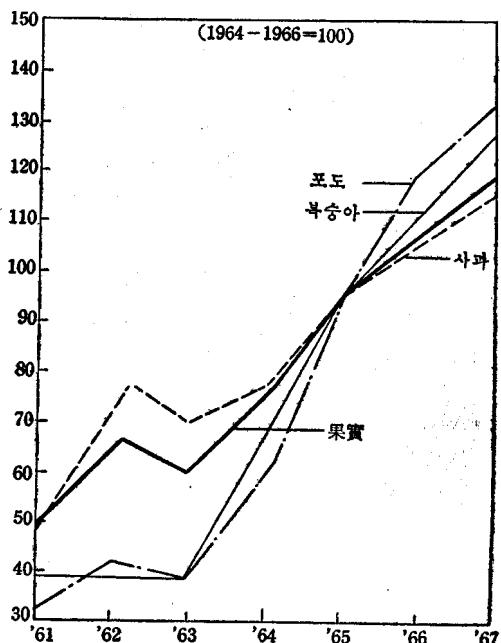
資料：農林部, 「農林統計年報」1968.

관한 生產指數를 圖示한 바 <圖 1>과 같다.

즉 사과의 生산은 비교적 그 증가가 완만한 反面에 포도나 복숭아의 生產趨勢는 이후 急上昇傾向을 나타내고 있다.

이는 비교적 사과의 供給 즉 生產은 過去부터 繼續 많이 되었으나 포도와 복숭아는 近來 國民所得의 向上 및 加工食品의 發達로 인한 需要增加에 그 要因을 찾아 볼 수 있다.

<圖 1> 主要果實別 生產指數推移



1963 年度의 果物의 生產指數가 下落한 要因은 주로 自然的 條件으로 收獲期의 태풍 및 強風에 의한 것으로 收獲의 減少를 가져 온 것으로 추측된다. 한편 果物 全體의 生產指數는 사과의 生產指數와 비슷한 線을 그리는 것은 果實生產中에서 사과가 차지하는 絶對量이 큰 것에 原因이 있는 것이다.

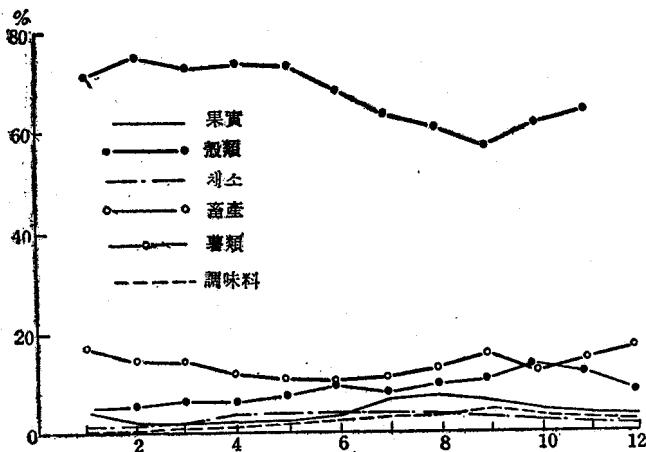
2) 需要實態分析

먼저 青果物의 需要狀態를 보기 전에 農產物의 類別 需要動向을 보면 1967년 月別 都市家口當 農產物 購入額은 主食品이 되는 穀物類가 68.2%를 점하고 있으며, 青果類는 果實이 4.2%, 菜蔬가 8.8%, 畜產物이 13.7%, 調味料가 2.6%, 薯類가 2.5%를 차지하고 있다. 이들의 月別購入狀況은 그림으로 나타내어 보면 穀物은 5월부터 9월까지 購入額이 줄고 相對的으로 青果類의 購入이 커가는 現狀을 볼 수 있다.

이는 農產物生產이 季節的인 商品인 까닭임을 드러내고 있는 것이다. 특히 青果物中 채소류 소비가 가을철에 상승하는 반면, 果實은 6월부터 9월까지가 가장 많은 需要를 나타내고 있다.

다음으로는 우리나라 사람들이 이들 果實을 어느 程度로 消費하고 있는가를 알아 보려

<圖 2> 類別, 月別, 購入額構成比(全國都市家口當)



했으나 統計資料 未備로 消費形態를 알 수 없으나 國民 1人當 消費를 計算할 수 있어 다음 <表 6>과 같이 果實의 1人當 消費量을 算出했다.

<表 6>에 의하면 果物中 사과消費量이 가장 커서 사과의 消費量은 全體果實의 50% 이상이나 되고 있으며 복숭아, 배, 포도가 그 다음 順序를 점하고 있다. 반면에 年度別 1人當 消費量은 1961年 基準으로 할 때 1967년에는 포도, 복숭아의 消費增加率이 가장 커서 約 3~4倍, 사과가 約 2倍 가량되나, 기타 배, 감은 별로 큰 消費量을 보이고 있지 않다.

結論的으로 말하여 우리나라 國民은 사과를 가장 많이 소비하고 있으며 年次的으로 포도와 복숭아에 대한 嗜好가 급증하고 있다고 말할 수 있다.

<表 6> 果樹類果實의 1人當年間需要

단위 : kg

년도	인구(千)	總量	사과	배	감	포도	복숭아	귤	기타
1961	25,700	5.8	3.1	1.2	0.52	0.22	0.77	0.02	0.04
62	26,432	7.4	4.5	1.0	0.63	0.28	0.74	0.03	0.21
63	27,184	6.6	4.1	0.87	0.52	0.24	0.71	0.02	0.15
64	27,958	8.18	4.46	1.02	0.84	0.39	1.25	0.05	0.18
65	28,670	10.81	5.82	1.38	0.82	0.65	1.90	0.04	0.22
66	29,208	11.33	5.97	1.42	0.76	0.77	2.16	0.06	0.20
67	30,067	11.94	6.31	1.36	0.79	0.83	2.35	0.06	0.25
68									

資料：農林部「農林統計年報」

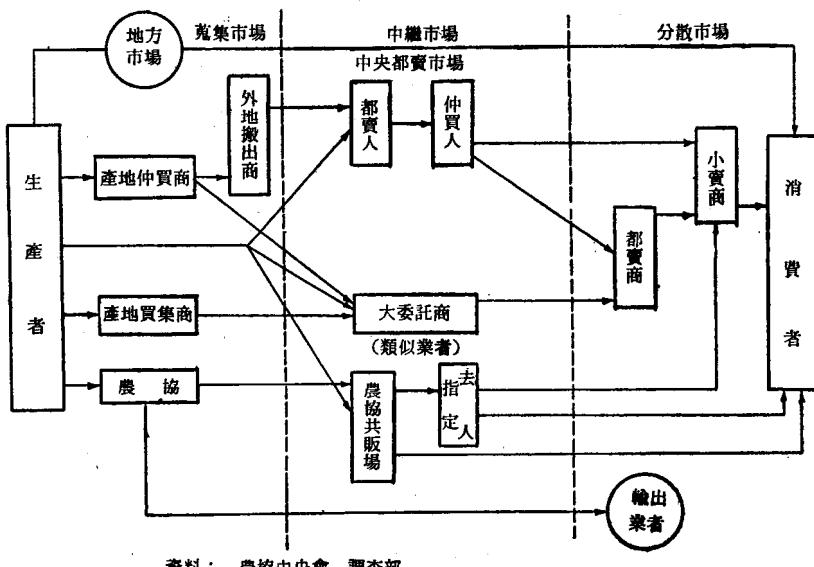
註：1人當消費量은 生產量을 人口로 나눈 숫자임.

III. 青果物流通構造의 現況

1. 流通組織

青果物의 特殊性과 性格에서 우리나라 青果物流通經路의 多段階性과 複雜한 流通組織을
갖고 있음은 <圖 3>에서 보아 알 수 있다. 대체로 보아 우리나라의 青果物流通過程은 機能

<圖 3> 우리나라의 青果物 流通經路



資料： 農協中央會 調査部

別로 分類하여 보면 產地에서 生產者로 부터 少量씩 青果物은 萬集하여 大量商品化하는 萬
集市市場과 各產地市場에서 出荷되는 青果物을 迅速히 消費市場으로 中繼하는 中繼市場 및
最終的으로 消費者들에게 分配하는 分散市場으로 크게 區分될 수 있으며 또한 各段階別市
場은 여러 種類의 流通機關에 의해서 組織되고 있음은 위의 그림에서 보는 바와 같다

그러나 青果物流通은 青果物이 가진 流通上의 特質에 의하여 他農產物流通에 비하여 여
러 形態의 流通主體로 組織되어 있으며 각기 特徵있는 機能과 去來方式을 가지고 青果物
流通過程에 介入하고 있다.

그러므로 이하에서는 流通過程에 따른 青果物의 流通段階別 市場을 組織하고 있는 流通
主體의 種類, 機能 및 去來方式을 論해 보겠다.

(1) 莊集市場의 組織⁽³⁾

青果物의 個別 生產規模는 大부분이 零細하여 生產者가 直接消費市場에 出荷하는 경우에는 오히려 輸送, 包裝, 貯藏 등 流通經費가 過重하게 얹혀 收支計算이 맞지 않게 되고, 市場活動經驗과 市場情報에 어둡고, 生產者가 直接出荷하게 되면 危險負擔率이 크다는 등 여러가지 事情으로 대부분의 青果物은 生產地에서 莊集機能을 맡고 있는 莊集商人들의 손을 거쳐 中繼市場에 出荷하고 있다. 이러한 莊集市場의 多樣的 存在는 青果物流通에 있어서는 現下 不可避한 것이며 한편 이는 去來總數最少化의 原理(principle of minimum total transaction)에 立脚하여 볼 때 필요하다고 할 수 있으나 流通上에 많은 問題點을 惹起하고 있다.

現在 莊集機能을 주로 하고 있는 產地市場의 流通主體의 種類로는 <圖 3>에서와 같이 產地仲買商, 產地買集商, 外地搬出商 그리고 生產者團體인 產地農協을 들 수 있다.

(2) 中繼市場의 組織

中繼市場이란 各產地로 부터 各種 流通經路를 통해 消費都市로 들어 오는 青果物을 集荷하여 이를 迅速한 方法에 의해 大量으로 分散시키는 中繼役割을 擔當하는 市場이다. 이는 莊集, 中繼, 分散이란 青果物流通活動에 있어 바로 中繼機能을 그의 使命으로 하고 있는 것이다. 우리나라 青果物流通에 있어 이와 같은 中繼機能을 수행하고 있는 青果物市場을 構成하고 있는 流通主體로는 中央都賣市場法에 依據하여 設置된 20個 都市에 30個 中央都賣市場이 있으며, 農協法에 依據 農產物의 共同販賣事業을 보다 效率的으로 遂行해 나가기 위해 大都市에 設置한 農協共販場에 있으며, 아직도 많은 青果物 및 其他 農產物의 流通過程에 參與하고 있는 大委託商인 類似業者가 있다.

이들 中繼市場組織은 流通構造에 있어 그의 流通機能에서 가장 重要한 價格形成機能(pricing function), 需給調節機能(adjusting function of demand and supply)과 配給機能(distribution function)이 遂行되고 있다. 그러므로 中央都賣機能의 效率의이고 合理의인 流通機能 없이는 流通秩序의 確立이란 期待될 수 없다고 볼 수 있다.

(3) 分散市場의 組織⁽⁴⁾

分散市場은 都賣商, 小賣商으로 나눌 수 있다. 都賣商, 小賣商이란 中繼市場에 集荷된 青果物을 買入하여 이를 消費者에게 分配하는 機能을 하는 組織이다.

都賣商이라 하면 市場內에서 一定한 店舖를 가지고 中央都賣市場이나 大委託商에서 行

(3) 農協中央會刊, 「韓國農產物市場制度」, 1965.

(4) 上揭書, pp. 157~158.

하는 競賣에 參加하여 大量으로 青果를 사들여서 이를 小賣商이나 消費者에게 直接販賣하는 商人으로 경우에 따라서는 近郊生產地로부터 直接荷受하여 都賣行爲를 겸하는 예도 있다. 現在 서울의 경우에만도 都賣商은 各市場에 散在하여 約 110~130 餘個業體나 된다고 한다. 이들의 流通「마아진」을 보면 中繼市場으로부터 買入價格에다 一定한 利潤을 붙여 小賣商이나 消費者에게 販賣하고 있는데 小賣商에 販賣하는 경우 約 10%, 消費者에게 直接 販賣하는 경우 約 15%로서, 여기에는 運賃 包裝費 人件費 營業稅 등이 包含되어 있다.

한편 小賣市場 流通網組中 最終消費者와 直結되는 最終段階로 그 形態는 露店, 구멍가게 行商, 農協直賣店, 百貨店, 一般市場 등 多樣하다.

都賣商에서 買入한 青果物이 最終消費者에게 販賣할 때 사과의 경우, 상자보다는 날개로 販賣하는 것이 보통인데 公式的 統計數字는 나와 있지 않으나 販賣期間이 길어지고 自然危險負擔率도 높아 小賣商의 유통「마아진」은 20% 以上이나 되어 가장 높은 유통「마아진」으로 流通에 介入하고 있는 實情이다.

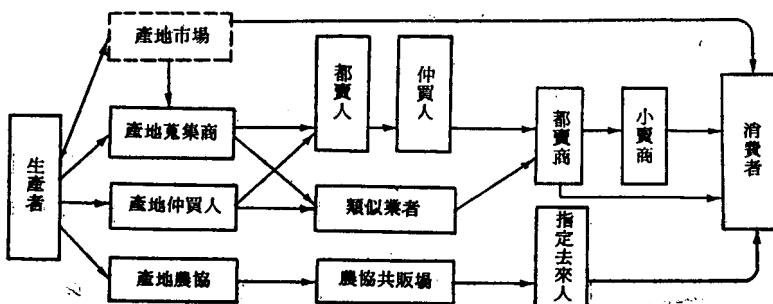
2. 流通經路와 流通費用

本節에서는 研究의 複雜性을 避하고 보다 明確한 比較分析을 위하여 果物流通에 있어 큰 比重을 점하고 있는 사과, 포도, 복숭아를 選擇하였으며, 그의 流通經路와 그에 따른 流通段階別活動, 各 流通機關이 經路上에서 차지하는 比重과 流通段階別流通費用의 分析을 하여 보았다.

이와 아울러 流通費用이 어떤 經路를 擇하느냐에 따라 生產者受取價格과 消費者支拂價格形成에 어떤 結果를 招來하는가를 分析, 評價하여 일반적인 果物의 流通의 問題를 發見하며 流通費用 上昇의 要因을 究明함으로써 보다 商品에 대한 適正價格形成과 消費者效用의 擴大를 가져 올 수 있게끔 하려는데 本節의 研究價值가 있는 것이다.

(1) 商品別 流通經路

<■ 4> 사과의 流通經路



資料： 農協中央會 調查部

사과는 生產地와 消費地의 距離, 生產量, 生產地의 市場構造 등에 따라서 流通經路가 多樣하고 複雜하므로 綜合된 流通體系를 把握하기는 매우 困難하다.

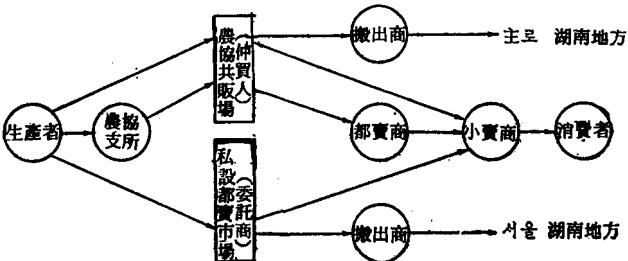
그러나 일반적인 主要流通經路를 보면 〈圖 4〉에서 보는 바와 같다.

여기에서 좀 더 구체적으로 사과의 流通經路上의 實態를 보기 위하여 우리나라 사과 生產의 약 80%를 차지하고 있는 慶北 大邱地方을 中心으로 살펴 보기로 하겠다.

大邱 사과의 流通經路는 크게 分類하여 產地에서 大邱를 經由하는 것과 產地에서 直接 서울, 釜山, 光州 등 大都市로 나가는 두 가지 形態가 있다.

그런데 大邱經由 流通經路를 볼 때 農協共販場은 農民의 權益을 위한 生產者 團體임에도 不拘하고 中間商人으로 부터 搬入되는 量이 50%나 절하고 있음은 어떠한 理由에서 인가?

〈圖 5〉 사과의 大邱經由 流通經路



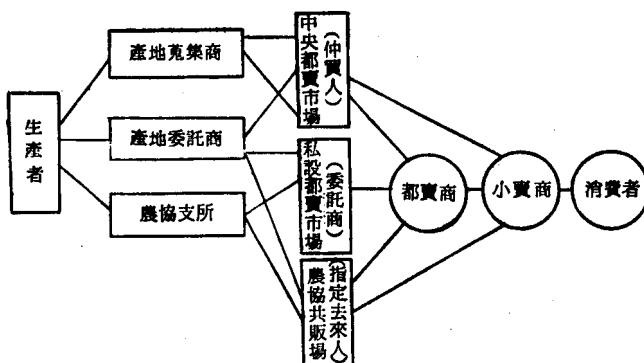
그것은 첫째 農協共販場은 그 運營이 官僚的이며 融通性이 없다는 것, 둘째 共販場에서 落札價格에 異議가 있으면 出荷者は 즉시 이를 拒否하고 다음날 다시 競賣에 부칠 수 있도록 되어 있으나 실제로는 出荷者에게 여러가지로 指定去來人이 壓力を 加하여 일단 落札된 價格은 그대로 應諾하게 되고, 세째 共販場에서는 手數料가 6%로 固定되어 있는데 私設市場에서는 當日의 販賣價格 如何에 따라서 出荷者와 繼續的去來關係를 생각해서 상당히 융통성 있게 策定한다는 것이다.⁽⁵⁾

참고적으로 大邱사과의 產地에서 他地搬出되는 流通經路를 圖示하면 다음 〈圖 6〉과 같다.

한편 포도의 流通經路를 보면 포도가 農家로 부터 搬出되어 消費者에 이르는 流通經路는 他青果物과 마찬가지로 複雜多樣하다. 그러나 사과와 달리 直接 消費者에 直販되는 경우가 큰 比重을 나타내고 있을 뿐 아니라 產地生產者로부터 搬出되는 對象流通經路가 6~7

(5) 李種永, “대구사과의 마아케팅 能率向上을 위한 研究”, 延世大學校, 產業研究所, 「產業과 經營」, 第5卷 第2號.

<圖 6> 產地에서 他地搬出되는 사과의 流通經路



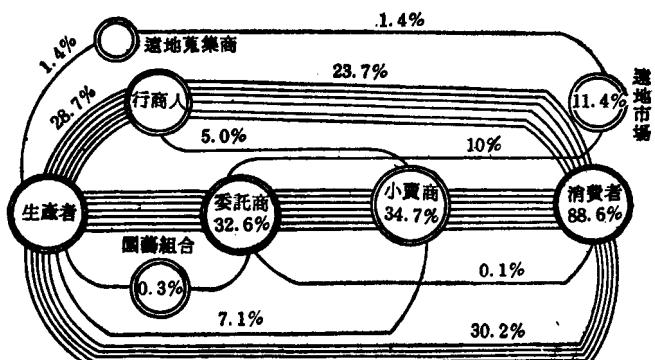
註：圖5,6은 延世大學校 產業經營研究所「產業과 經營」第5卷 第2號, 李種永
“大邱 사과의 「마케팅」能率向上을 위한 研究”에서 拔萃。

경로나 되고 있음이 特徵의in 現象이다.

資料事情上 1966년 農村振興廳에서 경기도지방에 대하여 調査한 바에 의하면 포도는 대부분이 委託商, 行商人 및 消費者에게 販賣되며 이는 全體販賣量의 90% 이상을 차지하고 있으며, 產地蒐集商이나 園藝組合, 小賣商으로 販賣하는 量은 不過 10% 밖에 되지 않고 있다.

이와 같은 搬出比率을 갖고 있는 포도의 流通되는 經路를 圖示하여 보면 <圖7>과 같거나 生產者에서 最終消費者에게 거치는 經路마다 포도에 대한 取扱比率은 圖에서와 같이 多樣性을 띠고 있다.

<圖 7> 水原 安養, 平澤地域 포도의 主流通經路(1966)



資料：農村振興廳, 農業經營研究所

註：流通經路는 農家水準에서의 基礎資料와 產地市場의 中間商人들에 의한 市場資料를 中心으로 考察된 것임。

(2) 經濟發展과 流通費用

商品流通 과정에서 드는 費用은 앞에서도 言及하였듯이 漸增하고 있으며, 農產物流通에 있어서도 經濟가 成長하고 國民의 生活水準이 높아 짐에 따라 原料農產物을 그대로 消費하는 例가 드물고, 農產物은 加工過程을 거치게 되며, 市場「서어비스」를 많이 要求하기 때문에 最終消費者價格中에서 차지하는 流通費用은 그 比重이 커져가고 있다.

<表 7> 美國의 小賣價格에 대한 農家販賣價格比率

年 度	小賣價格	流 通 費 用	農 家 受 取 價 格	農 家 受 取 率
1915~19	\$ 399	\$ 210	\$ 189	47%
1920~24	444	263	181	41
1925~29	439	256	183	42
1930~34	327	211	116	35
1935~39	341	204	137	40
1940~44	397	208	189	47
1945~49	762	381	384	51
1950~54	940	509	431	46
1955~59	957	576	381	40
1960~64	1,004	625	379	38

資料 : Richard L. Kohls, "Marketing of Agricultural Products," 1968, p. 115.

美國에 있어서 農產物流通費用의 增加趨勢를 보면 <表 7>에서와 같이 流通費用은 계속 오르고 있어 1915~19년에, \$399의 小賣價格中 \$210가 流通費用을 점하고 있으며 1960~64년에는 \$1,004, 小賣價格에서 \$625라는 流通費用이 포함되어 있다.

그러므로 農家가 受取하는 價格은 消費者 支拂價格에서 50%도 되지 않고 있음을 볼 수 있으며 이러한 現象은 最近에 와서는 더욱 뚜렷이 나타나고 있는 것이다.

<表 8> 美國의 農產物 品目別 流通費用과 農家受取價格(1960~64)

品 目	消 費 者 支 拂 價 格		
	流 通 費 用 (%)	農 家 受 取 價 格 (%)	
계 고	란 기	38 42	62 58
감	자	70	30
牛 乳	(배달)	59	41
사	과	67	33
오 랜	지	67	33
도 마	도 (깡통)	84	16
채	소	73	27

資料 : 上揭書

이처럼 經濟發展과 國民生活水準이 높을수록 消費者價格 중에서 流通費用이 차지하는比重이 높아지는 理由는 어디에 있는가? 이는 첫째 生產地와 消費地의 거리가 점점 벌어지며, 둘째 所得水準에 따라 消費者口味에 맞출 수 있도록 物的處理가 必要하게 되기 때문인 것이다.

그런데 이와 같은 農產物의 流通費用의 漸增現象은 各農產物에 따라 다르게 나타나는데 이는 加工, 優敗性, 부피 및 生產의 季節性과 같은 이유에서 온다고 볼 수 있다. 이와 같은 사실을 美國의 경우 <表 8>에서 나타난 것과 같이 農產物의 品目別 流通費用 및 農家受取價格의 差異가 큼에서 잘 알 수 있다.

(3) 價格形成과 流通構造

流通構造를 價格의 形成과 관계시켜 볼 때 이는 流通構造의 量的問題와 質的問題로 나누어 생각할 수 있다.

流通構造의 量的問題란 流通構造의迂回度를 短縮시키는 것을 말하고 量的問題란 流通機構自體가 商品의 價格決定에 積極的으로 介在함으로써 價格體系를 攪亂시키는 경우에 發生되는 問題를 말한다. ⁽⁶⁾

이렇게 볼 때 우리나라에 있어 流通構造가 價格形成에 어떠한 影響을 미치는가는 前近代의 流通構造가 가지는 特殊性에서 보아 이상의 두 가지 側面에서 보아야 할 것이다. 즉 이들의 問題는 不合理한 流通過程에 있어 流通「마아진」을 擴大시키는 要素가 되며 流通「마아진」의 增大는 價格上昇으로 나타나 消費者에게 負擔을 주며 生產者에게는 不當한 損失을 안겨주는 要因이 되기 때문이다.

青果物流通構造는 이미 보아온 바와 같이 대단히 복잡하고 多段階的인 流通經路를 거쳐서 消費者에 이르고 있다. 이렇게 많은 流通過程을 거친으로써 惹起되는 費用은 流通活動의 從事하는 中間商人들의 利潤 및 手數料의 上昇을 招來함으로써 最終的으로 消費者에게 과중한 負擔을 주고 있는 것이다. 이는 量的問題로 把握되는 流通經路迂回化에 의한 流通「마아진」增大가 價格騰貴現象을 招來하는 것이다.

流通構造의 質的問題는 流通主體가 商品의 價格決定에 積極的으로 介在하여 價格體系를 攪亂시키므로서 量的關係에서 把握될 수 있는 것보다는 그 중요성이 크며 價格形成에 심각한 영향을 끼친다고 볼 수 있다.

先進國에서와 같이 大量生產과 大量消費가 普遍화하고 流通機構가近代化하면 中間商人은 단순히 商品의 원활한 傳達이라는 流通機能만을 擔當할 뿐이고 商品의 需給關係는 生

(6) 韓國經濟人協會, 「流通構造의 分析과 問題點」 1968 pp. 52~53.

產者와 消費者 사이에서 直接的으로 이루어지며 中間商人은 이러한 需給關係形成에 별다른 영향을 미치지 않게 된다.

그러나 우리나라에서와 같이 市場形態의 複雜性 및 流通機構의 零細性으로 中間商人이 積極的으로 介入하여 價格體系를 교란시켜 實際上 大規模 中間商人은 商品價格의 形成에 중대한 役割을 하게 된다. 즉 生產者는 販賣面에서 뿐만 아니라 金融面에서도 中間商人에게 依存하고 있어 兩者 사이에서의 商品價格은 生產者에게 不利한 方向으로決定되고, 季節性이 甚한 青果物의 境遇에는 더욱 中間商人의 價格操作은 심한 바 있다. 이는 資金難에 허덕이는 農民側에서는 收穫期에 大部分의 生產物을 出荷하지 않을 수 없기 때문에 番값으로 中間商人에게 搬出하고 마는데서 잘 나타나고 있다. 반면 消費者와 中間商人 사이에서의 價格形成過程을 보면 獨占力を 行使할 수 있는 中間商人과 競爭的位置에 있는 消費者 사이에서 商品價格은 中間商人의 獨占利潤을 極大化하는 方向으로決定된다. 이는 消費가 季節的으로 偏在되어 있는 青果物 같은 데에서는 價格操作의 可能성이 더 큰 것이다.

3. 物的流通의 現況 및 問題點

一般的으로 果物은 生產者→產地蒐集商→中央都賣市場→都賣商→小賣商→消費者的 같은 流通經路를 밟게 되는 바 物的處理는 各段階에서 便宜的으로 行하게 되나 果物이 採取되어 貯藏되고 選別, 包裝 및 輸送되는 物的處理는 主로 產地에서 生產者에 의하게 되고, 生產者가 立木販賣나 庭前販賣를 할 경우에는 中間商人에 의하여 遂行되는 것이一般的이다. 여기에서는 우리나라의 主要果物인 사과와 포도를 中心으로 하여 그의 物的流通狀態를 보아 果物의 일반적인 物的流通實態를 考察하려 하며 物的處理活動에 의한 物的流通費用 및 果物價格形成에 주는 効果를 分析하여 보겠다.

(1) 貯 藏

貯藏과 保管手段은 보통 倉庫, 冷藏, 冷凍 내지 保溫施設을 들 수 있겠는데 포도와 같은 果實은 일반적으로 短期的 貯藏手段으로 冷凍 또는 冷藏施設을 農家에 따라 備置하고 있음에 不過하며 보다 長期的인 供給을 위한 貯藏手段은 우리나라 果物生產農家나 流通過程에서 利用되고 있지 못한 실정이다.

貯藏이나 保管機能이 商品이 갖고 있는 원래의 質을 變化시킬 없이 需要者에게는 新鮮度維持는 물론 商品의 價值를 持續시키며 出荷時期調節과 그에 따른 有利한 價格水準을 維持할 수 있게 하는 等에 目的이 있는 것이라면 果物全般에 있어 이와 같은 問題는 生產者인 農家와 消費者를 保護한다는 見地에서 볼 때 그 중요성이 至大한 것이다.

比較的商品의 性質上 貯藏이 可能하고 現在 貯藏設備를 갖고 있는 사과에 대하여 볼 것 같으면 다음과 같다.

農協中央會에서 調査한 바에 의하면 主사과 產地인 慶北地方에 경우 道內에서 生產되는 사과의 貯藏量은 1967年產으로 따져 볼 때 대체로 161千噸에 達하고 있으나 1967年未現在의 貯藏庫數는 總 2,782 棟(總建坪 46,099坪)으로서 貯藏能力은 49,910%인데, 이는 貯藏量 161千噸의 약 30%에 不過한 실정으로 나타나 있다.

그나마도 이들 貯藏庫의 거의 대부분은 半地下式이나 地上式 在來貯藏庫이며, 現代式 冷藏施設로는 慶山과 河陽에 능금組合員 共同利用分 2棟과 組合員 個人分 6棟이 政府의 主產地造成事業計劃에 의하여 長期性 低利金으로 이미 建立되었거나 建立中에 있는 것이다.

결국 果物에 있어 貯藏問題는

첫째 產地의 生產農家에서 貯藏하려는 貯藏量에 比하여 貯藏庫數가 不足하다.

둘째 既存貯藏庫施設은 거의 全部가 在來式施設을 免치 못하고 있고 低温冷藏施設이 全無하여 長期間의 저장 보관이 어렵다는 것으로 要約될 수 있는 바 이와 같은 問題點은 生產者들은 貯藏性 있는 사과나 其他 果物을 收穫後 貯藏하였다가 販賣하고 싶어도 그렇게 할 수 없는 立場에 놓여 있으며 收穫期에 大量으로 出荷함으로써 價格暴落을 超來하여 農家受取額이 줄어지게 되는 것이다.

그러므로 貯藏 내지 保管機能의 圓滑한 遂行을 위한 貯藏施設 및 그 技術의 改善이 이 루어져야 한다. 理想的인 貯藏施設은 保温, 冷藏裝置가 되어 있어 여름이나 겨울을 莫論하고 長期間 사과의 新鮮度를 維持할 수 있고 變質, 腐敗를 防止할 수 있어야 한다. 貯藏施設이 完備된다면 國內에서는 商品價值가 높고 값이 비싼 印度나 「골덴」, 「엘리셔스」系統의 사과를 많이 貯藏하였다가 팔면 價格面에서 生產農家에게 有利하며 需給調節은 물론 一時的 出荷에서 오는 中間商人에 의한 價格操作에서 오는 損失도 막을 수 있어 生產農家所得에 크게 寄與를 할 것이다.

(2) 包 裝

商品을 둑는 일 또는 商品을 保護하는 諸活動, 技術을 包裝이라고 한다. 이러한 包裝의 機能이란 ① 商品의 保護, ② 物品의 移動을 便利하게 하고, ③ 物品의 商品의 價值를 向上시키고, ④ 物品의 購買意慾을 換起한다는 等에 諸機能이 있는 것이다.⁽⁷⁾

이와 같은 包裝은 物的流通面에서 그 機能이 重要視되지 않을 수 없으며 流通費用構成에서 보아도 包裝에 드는 費用이란 流通活動에서 輸送費, 保管費와 더불어 큰 比重을 占

(7) 名田祐久著, 「パッケージの實務」, 1968, pp. 1~6.

하고 있는 것에 비추어 보아 包裝管理의 問題는 物的流通에 있어 매우 重要하다 하겠다.

商品이 生產者에서 消費者에게 移轉되는데 있어서는 輸送과 保管이 必要한 活動이나 이들 輸送과 保管을 보다 便利하고 간편하게 하여 줌으로써 輸送이나 保管上에서 오는 損失을 막아 주어 결국은 輸送費나 保管費를 節減시키며 合理的인 物的流通活動을 促進한다는데에 包裝活動의 意義가 있다고 하겠다.

그런데 이와 같은 包裝活動이 青果物流通에 있어서는 그 機能을 다 하지 못하고 있음이 現實이다.

사과의 경우 流通費用에서 가장 큰 몫을 차지하는 包裝活動은 消費地市場의 距離에 따라 多樣하다.

<表 9> 사과(國光)의 生產者出荷費目別 構成費

(단위 : 上品箱子當)

販賣方式	包裝諸費	檢查料生 產賦課金	商人及組 合手數料	輸送諸費	護送人 旅費	荷受機關 手數料	生產者出荷費用
直接出荷	48.2%	0.00%	—%	20.9%	4.1%	26.8%	100% 239.5원
產地農協	43.8	0.00	8.4	16.8	4.5	26.5	100 262.0
產地委 託商	42.3	0.00	12.9	15.6	3.7	25.5	100 272.8

註 : 1968년 農協中央會가 調査한 慶山에서 서울驛으로 搬入되는 사과의 販賣方法別 出荷先을 平均하여 計算한 것임.

以上의 包裝의 問題點은 要約하여 본다면

첫째, 包裝資材의 購入이 困難하다.

둘째, 木箱子의 경우 資材費가 비싸다.

세째, 골판지箱子의 境遇에는 堅固하지 못하다.

네째, 輸出用箱子의 「테자인」이나 포장 方法의 改善이 要求된다는 것이다.

以上의 問題는 결국 輸送을 어렵게 하고 輸送途中 損傷率이 높아 商品의 價值를 減少시키는 結果를 만들고 있는 것이다. 그러므로 이러한 問題解決을 위하여 包裝活動의 正常的 違行과 商品性을 向上시키기 위한 包裝技術의 導入이 時急하며 이를 위한 包裝材料의 確保 및 檢查活動의 圓滑化를 期하여야 할 것이며 個別農家에서 任意의 包裝活動을 止揚하고 包裝材料의 購買를 쉽게 할 수 있고 견고한 포장材料를 利用할 수 있는 諸方策과 포장材料改善研究에 一層 努力이 加해져야 할 것이다.

(3) 輸送

果物輸送 現況을 보기 위하여 포도의 例를 들어보면 大部分의 生產地가 消費都市에 가깝고 보다 빠른 運搬으로 腐敗性을 막기 위하여 트럭을 利用하고 있다. 그러므로 運搬費

가 距離에 따라 포도價格에 미치는效果는 뚜렷이 나타나고 있다. 이를 더 具體的으로 說明하기 위하여 農村振興廳에서 調査한 資料에 의해 다음과 같이 市場과 生產農家の 距離에 따른 農家受取價格이 어떻게 變化하는가를 圖示하여 보았다.

<表 10>

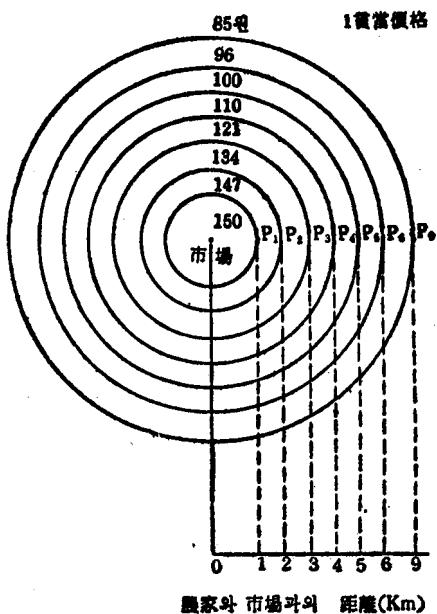
서울市場과의 距離와 포도價格

(단위: 원/貫)

地城	等級	平 均	上 品	中 品	下 品	서울까지의 距離
安 養		124	157	124	92	24.0km
水 原		120	153	118	88	41.6km
平 澤		115	150	110	85	75.2km

資料：農村振興廳「포도主產地에 關한 研究」1967.

<圖 8> 市場과의 距離別포도의 農家受取價格(安養) 1貫當價格



資料：農村振興廳「포도主產地에 關한 研究」

즉 市場에서 1km 떨어진 農家는 生產出荷費用을 빼고도 147 원을 얻을 수 있으나 9km 떨어진 生產農家는 85 원의 價格만을 受取하게 된다. 이는 主로 먼 距離까지 輸送하기 위한 輸送費는 물론 運搬에 필요한 包裝 또는 手數料 等과 遠距離輸送에서 오는 商品의 質의 低下로 市場에서 販賣價格이 낮아 짐에도 原因이 있을 것이다.

이상에서 볼 때 果物의 輸送에 따른 問題點이 많이 있으나 몇 가지로 要約하여 본다면

첫째, 鐵道輸送은 많은 時間이 要하여 商品質이 低下된다.

둘째, 「트럭」의 不良과 運搬費의 負擔이 크다.

세째, 新鮮度維持와 輸送途中 傷害를 막을 수 있는 輸送手段이 없다.

네째, 出盛期에 對備한 輸送手段의 絶對量不足 等을 들 수 있겠다.

특히 輸送機能의 正常的 活動과 圓滑한 流通, 流通構造改善을 위한 諸合理化 内지 流通近代化는 輸送手段의 近代화와 새로운 輸送手段의 導入이 없이는 이루어지지 않는 것이며 輸送의 近代化는 流通過程을 合理的으로 遂行할 수 있는 重要한 要素가 될을 考慮할 때 青果物流通에 있어도 流通正常化를 위하여 輸送手段의 近代化가 要望되는 것이다.

IV. 青果物流通構造의 近代化의 模索

1. 流通近代化가 뜻하는 것

商品이 生產者에 손을 떠나 消費者에게로 移轉되는 過程에서 遂行하는 經濟的 諸活動이 流通이라고 한다면 流通近代化란 이와 같은 流通上에서 起起되는 非合理的 또는 前近代의 要素를 除去하여 보다 合理的이며 近代的인 流通으로 轉換시키는 것을 意味한다고 하겠다.

그러므로 青果物의 流通近代化란 青果物流通의 機能別, 流通組織別로 把握하고, 보다 互觀的인 角度에서 近代化를 意味하는 것이지 결코 中間商人의 排除買占賣惜 등의 團速 등과 같이 일부분적인 觀點에서 近代化를 追求하는 것이 아니다.

이는 바로 青果物 流通近代化가 生產農家의 販賣活動에만 局限된 것이 아니라 青果物의 流通主體인 商人組織이나 消費主體인 最終需要者에게도 關聯되는 多目的性을 띠고 있는 것임을 말할 必要도 없는 것이다.

그런데 近代化란 合理化를 말하며 合理化가 보다 높은 效果 내지 能率을 올리는 것을 意味한다고 하면 流通近代化란 流通合理化를 뜻하며 이는 곧 流通效率의 增進을 말한다고 하겠다. 결국 流通近代化란 流通活動이 보다 效率的으로 遂行되도록 하는 것을 말한다고 할 수 있는 것이다.

流通效率(marketing efficiency) 즉 「마아케팅」에 있어 效率을 높인다 하는 것은 市場流通過程에 있어서 最少의 資源投入으로 最大의 產出을 얻는 것을 意味하는 것인데 여기서 말하는 投入이란 市場流通過程에서 所要되는 諸費用 즉 勞動, 資本 等을 가리키며, 產出은 最終消費者가 財貨 및 用役을 利用함으로써 얻을 수 있는 效用 또는 滿足度를 말하는 것이다. 따라서 最少한의 流通費用으로서 最大의 消費者效用을 얻을 때 「마아케팅」效

率이 높다고 하는 것이다.⁽⁸⁾

그러므로 流通效率(marketing efficiency)은 流通費用과 消費者의 滿足度에 依하여 測定된다고 볼 수 있는데 事實上 流通에 있어서 消費者의 滿足度測定이란 現 實情으로는 지극히 困難한 點이 많은 것이기 때문에 보통 流通費用 즉 市場流通에 投入된 諸費用으로 把握하게 되는 것이다. 따라서 流通效率의 증진은 投入費用이 減少됨에 의하여 達成되어지는 것인만큼 流通近代化란 이와 같은 流通費用을 低減할 수 있는 方向으로 改善해 나가는 것이라 할 수 있다.

流通近代化가 流通過程에 있어서 前近代的이며 不合理한 流通構造 및 機能을 改善하여 流通效率을 增進시키는 것이라면 青果物流通의近代化는 어디에 그 目的이 있는 것인가?

이는 統括的으로 말한다면 近代化를 通한 流通費低減에 있는 것이며 더나아가서 青果物消費者의 支拂價格을 下落시켜 消費者의 負擔을 줄이고 流通에 從事하는 者에게 있어서는 適正한 所得을 確保하여 주자는데 그 目的이 있는 것이다. 한편 生產者에 立場에서 볼 때 그들이 生產한 青果物을 가장 有利하게 販賣할 수 있게 하며 中間商人들에게는 그들이 取扱하는 青果物을 轉賣하는 過程에서 最大의 利潤을 確保하게 하는데 青果物流通近代化의 目的이 있다고 할 수 있는 것이다.

2. 中央都賣市場의 施設 및 그 機能 強化

(1) 青果物都賣市場의 改善

우리나라의 中央都賣市場은 中央都賣市場法에 의해 設置되었으며 大都市에 있어서의 青果物과 水產物의 集散市場으로서 都賣市場을 兼한 市場이며 小賣商의 配給을 迅速히 하기 위해서 設立된 公的 施設이다. 다시 말하면 蒐集과 分散의 兩機能을 連結하고 中繼組織으로서 蒜集機構의 終端임과 同時に 分散機構의 '始發點이 되며' 全國主要都市에 開設되어 大量의 腐敗性 農水產物이 迅速히 蒜集, 分散되도록 競賣方法으로 販賣를 하는 都賣業施設인 것이다.

이와 같은 中央都賣市場은 青果物이나 水產物의 價格形成, 需給調節 및 配給이라는 主要機能을 遂行하며 보다 원활한 去來를 위한 市場情報(market information) 輸送, 貯藏 또는 標準化機能이 附加되고 있는 것이다.

그러나 現中央都賣市場은 地域別 差異는 있으나 各 都市로 搬入되는 全體青果物中 平均 30% 밖에 取扱하고 있지 못하다함은 이미 言及한 바와 같다.

(8) Richard L. Kohl; *Marketing of Agricultural Products*. 1968, p. 11.

그러므로 青果物流通에 있어 가장 重要한 機能을 擔當해야 할 中央都賣市場은 事實上 類似業者에 의하여 오히려 그 主導權을 빼앗기고 있는 實情인 것이다.

이와 같은 問題點은 現在의 施設과 運營下에서 大量去來를 할 수 없다는 것과 需要增加에 따른 諸般 附屬施設의 老朽化와 小規模市場으로서는 감당할 수 없다는 것이며 運營에 있어 債給生活者인 市場職員은 業務態度에 极히 소극적이라는 것 等에서 그 理由를 찾을 수 있다.

그리하여 現實情下에서는 法에 保護를 받지 못하는 類似業者の 存在가 可能한 것이다. 이렇게 볼 때 現 中央都賣市場은 青果物流通過程을 合理化시킴으로써 流通「마아진」을 節減시키고, 青果物需給調節로서 公正한 價格을 形成하고, 政府의 市場政策을 效果的으로, 遂行하며, 國民保健衛生의 安全을 期할 수 있는 青果物을 供給한다는 本來의 機能을 達成하지 못하고 있는 것이다.

그러므로 中央都賣市場의 이상과 같은 問題解決을 위한 다음과 같은 改善이 必要하다고 본다.

첫째, 青果都賣市場 施設의 擴張이 先行 되어야 한다. 現在 우리나라에는 1都市 1市場原則하에 全國 19個市에 19個青果物市場이 있으나 施設 規模가 不足되는 것이다. 더욱이 서울에 경우 現在 서울驛 뒤에 있으나 施設이 적을 뿐만 아니라 서울 人口에 比하여 极히 적은 規模이다.

둘째, 貯藏, 輸送, 冷藏 等의 物的施設의 近代化가 時急하다.

이는 특히 青果物의 腐敗性이 強함을 考慮할 때 필요한 것이며 이와 같은 設備의 不足 및 老朽化로 需給調節의 機能을 못하고 있는 實情인 것이다. 그러므로 冷凍, 冷藏, 保管施設을 大幅增設하여 小賣商들로 하여금 共同保管施設을 가지게 한다든가 消費者나 小賣商에게까지 傷害를 받지 않은 青果物을 공급시킬 수 있는 冷凍運搬車도 具備하여야 할 것이다. 왜냐하면 貯藏, 保管施設의 不足은 盛出期에 需給調節을 하지 못함은 물론 몇 일 이 지나면 損傷率이 커 青果物의 質이 低下되고 價格形成에 不利를 招來하게 되는 要因이 되기 때문이다.

세째, 市場情報, 標準化, 規格化, 金融 등 流通資金의 支援問題가 解決되어야 한다.

네째, 一元的인 市場體系가 要望된다.

現在 農協은 農協法에 의하여 中央都賣業을 하는 農協共販場을 設置하고 青果物都賣業을 하고 있어 中央都賣市場 運營의 二元化를 招來하고 있다. 즉 中央都賣市場은 商工部長官이 管轄하고 있고, 農協共販場은 農林部長官이 管轄하고 있어 1都市 1市場의 原則을

事實上 어기고 있는 것이다.

이러한 現狀은 몇가지 問題點을 內包하고 있다. 즉 ① 都賣市場에 대한 二元的인 監督體制下에서는 一貫性 있는 市場政策이 遂行되지 못한다. ② 農民과 消費者的 利益이 中間商人에 不當한 販賣로 保護될 수 있는 需給調節 및 價格保障이 困難하다는 것이다. 그러므로 青果物都賣市場의 主務官署가 農林部에 所屬되든가 또는 商工部에 歸屬되어 一元的運營이 되어야 한다.

(2) 農協共販場의 機能強化

農協法에 依據하여 農協販賣事業의 一環으로 設置된 것이 農協共販場으로 現在 서울, 大邱, 釜山, 大田, 光州에 각각 1個所씩 施設을 갖추고 都賣業을 遂行하고 있다. 農協共販事業이 青果物의 生產者와 그 需要者間의 流通段階를 短縮하고 共同出荷, 大量去來를 通해 流通費用을 節減함으로서 生產者의 利益을 圖謀함은 물론 消費者的 適正支拂價格까지도 保障하기 위한 目的에 있으나 아직도 여러가지 문체點이 介在하고 있는 것이다. 즉 生產者인 農民은 農協을 通한 出荷가 적다는 것은 바로 農協의 共販事業의 問題인 것이다.

그리므로 農協共販場의 改善案으로는

첫째, 農協共販事業에 대한 生產者의 理解와 認識을 促求해야 한다.

둘째, 受託販賣事業과 買取事業을 다같이 적극 장려해야 한다.

앞에서도 言及했지만 受託事業은 組合員의 委託에 의한 販賣代行이나 事實上 그의 成績은 不良한 편이다. 그러므로 보다 적극적인 買取事業 즉 生產者의 生產物을 직접 購買하는 方向에도 努力함으로써 보다 農民을 위한 적극적 活動을 시도함이 뜻있는 일이다.

세째, 流通費用의 節減을 갖어올 수 있는 方案이 模索되어야 한다.

現在 生產者인 農民이 農協系統出荷가 적은 理由가 流通費用이 中間商人에 出荷하는 것에 비하여 별로 낫지 않다는 것이다.

네째, 「서어비스」改善 및 手續節次의 簡少化가 強化되어야 한다.

이미 言及된 바이지만 農協共販場의 「서어비스」가 不足하고 農協에 出荷하는 데는 여러 가지 手續이 복잡하며, 遠距離에 있는 農家로서는 出荷를 위하여 農協共販場까지 오는데 많은 時間과 費用이 들고 또한 大量蒐集하여 販賣하므로 現金回收가 늦다는 것 等으로 農協利用率이 높지 않은 것이다.

3. 流通費用 및 「마이진」 節減方案

(1) 物的流通費用의 節減方案

流通近代化的 尺度는 流通費의 減少로 나타나는 것이며, 近代化의 目標가 궁극적으로

流通費用의 節下로 集約되는 것이라면 流通費用에서 가장 큰 부분을 차지하고 있는 物的流通上의 費用을 低減하기 위한 諸方案은 流通近代化의 捷徑이 되는 것이라고 볼 수 있는 것이다.

物的流通費用이란 物的流通過程에서 發生되는 諸經費를 말함인데 이에는 주로 包裝費, 輸送費, 運搬費, 貯藏費, 情報流通費 等이 包含되고 있으며 生產者로부터 消費者에게 商品이 移轉되는 過程에서 發生되는 流通費 중 가장 큰 뜻을 차지하고 있음을 前章에서 果物의 경우 例를 들어 이에 對한 實證的 考察을 한 바 있다. 이는 物的流通管理(physical distribution management)가 잘 이루어지지 못하고 있으며, 老朽化된 在來式 物的施設과 이들 物的 手段의 小規模와 絶對不足에 基因하고 있는 것은 이미 言及된 바와 같다.

以上과 같은 前近代的 施設과 非能率的인 流通設備는 곧 流通費用을 增加시키게 되고 이는 物價高와 年中 消費者價格의 振幅을 크게 만드는 結果를 招來하게 되는 것이다.

다시 말하면 消費者價格의 變動은

첫째, 包裝 또는 貯藏施設의 未備로 新鮮度維持의 困難과 一時的 出荷로부터 오는 供給過剩으로 需給의 調整을 극히 어렵게 함으로써 價格의 變動을 招來한다.

둘째, 貯藏施設의 不備와 不足으로 貯藏하려 해도 費用이 많이 들게되며, 「콜드 체인・시스템」(cold chain system)의 導入이 全無하여 腐敗性이 強한 青果物은 質의 低下로 價格의 下落을 免치 못한다.

세째, 輸送體系의 未確立과 立體的 輸送의 缺如로 消費都市의 需要가 있다 하여도 生產地에는 價格이 下落하고, 欲비싼 輸送은 결국 消費者價格을 上昇시키게 되는 것이다.

<表 11>

1968년도 重要農產物 價格振幅

品 目	單 位	最 低 價	最 高 價	振 幅
쌀	80kg	3,768원	4,879원	29.5%
감자	3.75 //	47	78	66.0
고구마	3.75 //	37	50	35.1
油菜	1 //	52	77	48.1
마늘	3.75 //	377	554	46.9
파	3.75 //	60	131	118.3
사과	18.75 //	675	996	47.6
배	18.75 //	638	985	49.7
달걀	10개 //	83	101	21.8

資料：서울經濟新聞 1967. 7. 10

<表 12>

主流運輸路別 價格·費用 및 利潤總括表
(慶山邑周邊에서 서울로까지 鐵道便)

단위 : 國光上品 5貫箱子當 원

(1968年 4月 10日現在)

販賣方式	出荷先	生産者受取價格	市場流通費 및 利潤										小賣價格	備考		
			生産出者出荷費用					落札	中繼商利潤 및 마이진			流通費總計				
			包裝	検査料	商人契約手數料	運送費	護送人荷受機控除		運搬費	利潤	計					
直 接 出 荷	類似業者	847.50	115	0.50	-	50	10	77252.50	1,100	50	5	(145)	8901,192.50 (52.50)	2,040 (1,300)	날개 소매 (상자소매)	
	共 販 場	858.50	115	0.50	-	50	10	66241.50	1,100	50	5	(145)	8901,181.50 (41.50)	2,040 (1,300)	"	
	中央都賣市場	875.50	115	0.50	-	30	10	66224.50	1,100	50	5	(145)	8901,164.50 (424.50)	2,040 (1,300)	"	
產委地農託販經賣	共 販 場	836	115	1	22	50	10	66	264	1,100	50	5	(885)	8901,204 (464)	2,040 (1,300)	"
	中央都賣市場	853	115	1	22	33	10	66	247	1,100	50	5	(885)	8901,187 (447)	2,040 (1,300)	"
	類似業者	825	115	1	22	50	10	77	275	1,100	50	5	(885)	8901,215 (475)	2,040 (1,300)	"
產委地農託販經賣	類似業者	814	115	0.50	33	50	10	77	286	1,100	50	5	(885)	8901,226 (486)	2,040 (1,300)	"
	共 販 場	825	115	0.50	33	50	10	66	275	1,100	50	5	(885)	8901,215 (475)	2,040 (1,300)	"
	中央都賣市場	841.59	115	0.50	33	33	10	66257.50	1,100	50	5	(145)	8901,198 (458)	2,040 (1,300)	"	

資料 : 農協中央會 調查部

註 : ① 共販場은 서울·中部市場內의 農協共販場, 類似業者는 東大門市場內의 類似業者임

② 小賣價格中 上欄은 날개 散賣價格(空箱子代包含)
下欄()는 箱子當 소매 價格임

위에 <表 11>에서 보는 바와 같이 果物의 一年間 價格의 振幅은 約 50%가 되고 있는 것이다. 여기에서 사과의 경우 農家가 支拂하게 되는 流通費用의 內譯을 廣山邑에서 서울驛까지 運搬하는데 있어 農協이 調査한 資料에서 보면 다음 <表 12>와 같거니와, 包裝費와 運輸費가 가장 큰 部分을 차지하고 있는 바이며 이는 全體流通費中에 20~50% 占하고 있는 實情에 있다.

以上에서 考察한 青果物의 物的流通費用의 問題를 是正하고 物的流通費用을 節減하기 위하여는 다음과 같은 節減方案이 講究되어야 할 것이다.

① 包裝諸費를 引下할 수 있는 開發研究와 값싼 木材購入策이 先行되어야 한다.

現在 사과의 경우 包裝費가 차지하는 比重은 出荷費用中 70%(木箱子 경우) 以上을 占하고 있다. 木箱子는 求하기도 어려울 뿐 아니라 비싸고, 풀판상자는 값은 싸나 堅固하지 못하여 內容物이 傷害를 가저 오기가 일수이다. 그러므로 보다 싸고 堅固한 箱子開發이 必要한 것이다.

더욱이 복숭아나 포도의 경우 軟弱한 果皮보호와 運搬中 損傷의 염려가 많으므로 보다 特殊한 包裝研究가 先行되지 않으면 안 될 것이다.

② 輸送費의 引下를 促求할 수 있는 大型貨物自動車와 荷造作이 便利한 輸送手段이 導入되어야 한다.

現在 大量積載와 運賃이 싸다는 理由로 鐵道貨物을 主要輸送手段으로 利用하고 있으나 迅速을 要하는 青果物輸送으로는 時日이 많이 걸리고, 이로 因한 壓敗로 質의低下를 防을 수 없다는 것이다. 그러므로 보다 迅速하고 大量輸送으로 費用을 低減할 수 있는 大型貨物自動車의 開發 및 道路의 改善이 뒤따라야 한다.

③ 貯藏方式의 改善이 必要하다. 現在의 在來式 貯藏方法으로도 果物에 있어서는 어느 程度 新鮮度를 維持할 수 있으나 低温冷藏施設에 比하여 減量이나 變質되는 率이 높으므로 보다 完全한 新鮮度維持를 위해서는 漸次로 產地에의 在來式 貯藏庫를 低温冷藏施設로 改良도록 해야 할 것이다.

(2) 小賣商「마아진」節減方案

小賣商「마아진」이 青果物에 있어 流通費用 및 「마아진」中에서 가장 크며 이로 인한 消費者負擔이 增大되고 있음은 이미 본 바와 같다. 사과에 例를 들면 <表 12>에서 보는 바와 같이 總流通費用中 날개로 小賣할 때 小賣商利潤 및 「마아진」은 73~75%, 箱子當小賣할 때는 31~34%라는 比重을 나타내고 있는 것이다.

이를 消費者가 購買할 때 購入價格 중에 포함되는 總流通 「마아진」을 볼 것 같으면 產地

<表 13>

사파(國光)의 流通費別 構成比

단위 : %

	產地販賣方法	生產者出荷費用	中繼商利潤	小賣商利潤 및 마진	流通費總計
날개小賣	直接出荷	20.2	4.3	75.5	100
	產地農協	21.8	4.2	74.0	100
	產地委託商	22.5	4.1	73.4	100
箱子小賣	直接出荷	54.5	11.4	34.1	100
	產地農協	56.7	10.8	32.5	100
	產地委託商	57.7	10.6	31.7	100

註 : 表 12에 의해 計算한 것임.

의 生產者가 어떠한 販賣方法과 流通經路를 指하느냐에 따라 조금씩 差異가 있으나 날개로 購入할 경우와 箱子로 購入하느냐에 따라 많은 差異를 보이고 있는 것이다.

要컨데 小賣「마아진」이 價格形成에 미치는 影響은 대단히 큰 것이다.

<表 14>

사파(國光)의 流通經路別 總流通「마아진」

단위 : 箱子當 원

販賣方式	出荷先	生産者 受取價格	流 通 費 總 計	小賣價格	總流通마아진	
					箱子當販賣	날개販賣
直接出荷	類似業者	847.50	1,192.50 (452.50)	2,040 (1,300)	34.8%	58.5%
	共販場	858.50	1,181.50 (441.50)	2,040 (1,300)	33.9	58.0
	中央都賣市場	875.50	1,164.50 (424.50)	2,040 (1,300)	32.6	57.0
產地農協或委託 販賣	類似業者	825	1,215 (475)	2,040 (1,300)	36.5	59.5
	共販場	836	1,204 (464)	2,040 (1,300)	35.7	59.0
	中央都賣市場	853	1,187 (447)	2,040 (1,300)	34.4	58.2
產地委託商或委 託販賣	類似業者	814	1,226 (486)	2,040 (1,300)	37.4	60.0
	共販場	825	1,215 (475)	2,040 (1,300)	36.5	59.5
	中央都賣市場	841.59	1,198 (458)	2,040 (1,300)	35.2	58.7
平 均		841.8	1,198.2 (458.3)	2,040 (1,300)	35.2	58.7

註 : ()內의 金額은 箱子小賣時

이와 같이 小賣「마아진」이 큰 理由는 첫째, 自己店舗를 둘러싼 顧客數가 적어 需要의

크기가 限定되어 있으므로 販賣量이 적은 것과, 둘째, 鮮度가 商品價值에 絶對的인 比重을 차지하는 關係로 複雜한 流通過程을 거치는 동안에 發生한 鮮度의 低下, 減量, 品傷, 腐敗 등에 대한 損失의 危險負擔을 小賣商이 지야 하는데 있고, 세째, 零細한 資本으로 因한 店舖의 規模가 작다는데 있고, 네째 行商人이나 雜貨商이 날개로 販賣할 경우 箱子小賣價格에다 다시 날個當利潤을 加算하므로 「마아진」은 더욱 커진다고 볼 수 있다.⁽⁹⁾

따라서 小賣「마아진」의 增大를 막기 위하여는 小賣店의 大規模가 時急히 要請되는 바이다.

이는 規模의 利得을 達成하기 위하여 大規模화하므로서 個別小賣商이 取하는 적은 利潤을 大量小賣體制에 의한 資金回轉을 높이고 市場占有率을 높여 販賣利益을 增加시키며, 流通機能을 合理的으로 遂行할 수 있어 小賣「마아진」이 節下된다는 것이다.

(3) 流通經路短縮

青果物의 流通經路는 周知하는 바와 같이 複雜하고 길다는 것이다. 그러므로 各流通段階別 諸費用을 줄임으로서 全體的인 流通費를 節減시킬 수 있으나 그것 보다도 流通經路를 短縮할 수 있다면 가장 많은 流通費를 節減할 수 있다는 結論이 나오는 것이다.

이와 같은 流通經路를 短縮하는 方案으로는

첫째, 生產者와 小賣商 또는 消費者를 直結시키는 方法

둘째, 生產者가 直接 都賣市場에 出荷하는 方法

세째, 生產者가 產地農協으로 系統出荷하는 것

등을 생각할 수 있다.

그런데 첫째 方法은 生產者와 小賣商이 青果物의 菁集, 仲介, 分散機能을 擔當하여야 하며 둘째 方法은 菁集機能을 多數의 生產者가 해야 되므로 現輿件下에서는 困難하다 하겠다.

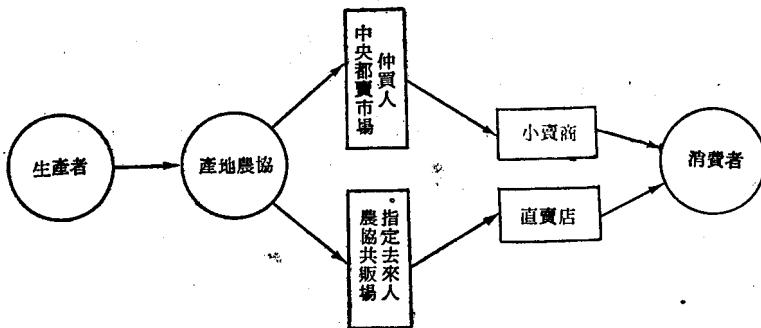
그러므로 生產者集團인 農協이 多數의 生產者の 販賣業務를 代行하고 生產者の 系統出荷에 擔當시킴으로서 보다 流通費를 줄이고 利益을 올릴 수 있는 方法을 擇함이 現實的인 것이라 생각된다.

그리기 위하여는 現在까지 農協共販場이 갖고 있는 問題點들을 改善해 나가야 할 것이며, 類似業者の 存在없이도 全體 青果物을 流通시킬 수 있는 中央都賣市場의 정비 강화와 物的流通施設 내지 商的流通機能遂行을 圓滑히 할 수 있는 諸般輿件이 갖추어져야 하겠다.

(9) 農協中央會刊, 「韓國農業의 諸問題」, 1969, p. 467.

이와 아울러迅速正確한 市場情報問題와 小賣商의 規模擴大問題, 小賣商을 합리적으로 運營할 수 있는 市場對策이 조속히 講究되어여야 함은 물론, 現農協의 小賣組織인 直賣店의 擴大와 共販場의 機能을 보다 合理的으로 할 수 있는 體質改善이 뒤따라야만 經路短縮에 서 오는 流通費의 節減이 可能해지는 것이라고 생각된다.

<圖 9> 青果物 流通經路의 改善案



流通經路의 改善案을 圖示한 것이 上記圖이다. 이러한 經路는 蒐集段階에서 中間商人을 除去하는데 意義가 있는 것이며 이러한 經路로 蒜集의 一元화와 아울러 中繼機能은 中央都賣市場과 農協共販場이 담당하여 보다 圓滑한 中繼 및 小賣商에게 分配를 迅速히 할 수 있는 것이다. 또한 小賣商이 直接 中央都賣市場이나 農協共販場 競賣에 參加하게 되어야만 이러한 改善 經路는 보다 合理的인 運營을 期할 수 있겠다. 그러기 위해서는 小賣業의 大規模化는 必須條件으로 登場하여야 하며 여기에 小賣商의 橫的結合이 要望된다고 하겠다. 이는 現在와 같은 높은 小賣「마아진」을 節減함으로써 青果物流構造改善을 促進하는데 그 意義가 있다고 할 수 있다.

4. 大規模 小賣店 育成과 「스уп퍼마켓」 시스템」導入

(1) 「수퍼·마아케트」役割의 強化

最近 流通近代化가 論議의 對象으로 登場함에 따라 小賣店의 合理化方案의 하나로 「수퍼·마아케트」育成問題가 새로운 脚光을 받게 되었다.

食品流通機構로서의 「수퍼·마아케트」(super market)는 우리의 日常生活에 必要한 食料品의 供給을 圓滑하게 하고 大規模小賣店으로서 가지는 流通過程에서의 有利하고 合理的인 流通機能을遂行해 나감으로 오늘날 非合理的인 小賣機構의 近代化를 促進하는 方案으로 流通近代化의 一翼을 擔當하고 있는 것이다.

이러한 點에서 青果物流通近代化 方案의 하나로 「수퍼·마아케트」의 出現은 至大의 바이며 더우기 青果物을 그의 主要商品으로 取扱하고 있는 「수퍼·마아케트」의 大規模小賣機能은 우리나라 青果物流通의 構造的 矛盾을 解決하는데 重要한役割이 될 것으로 判斷되는 바이다.

여기에서 우리나라 青果物流通近代化를 促進시키기 위하여 「수퍼·마아케트」가 育成되어야 할 理由를 列舉하면 다음과 같다.

첫째, 青果物은 그 商品의 特殊性으로 多段階의 流通過程을 갖고 있다.

둘째, 都賣商과 小賣商이 分散되어 있고 그 規模가 極히 零細하다는 것이다.

세째, 食料品中 青果物需要가 急增하고 있으며 人口의 都市集中化現象이 뚜렷하여 大量販賣할 수 있는 與件이 助成되고 있다.

네째, 物的管理施設이나 流通方法이 미약하여 流通過程에서 質의 低下나 腐敗性으로 損傷率이 높다.

다섯째, 社會, 經濟의 近代化에 따른 農村과 都市의 距離減이 적어지고 價格變動을 막기 위한迅速한 青果物需給調節이 절실하다.

이러한 몇가지 點에서 合理的이고 能率的인 青果物流通을 가져 올 수 있는 「수퍼·마아케트」가 必要한 것이다. ⁽¹⁰⁾

그러나 우리나라에 있어 이러한 「수퍼·마아케트」는 外國의 境遇와 같이 여러가지 面에서 갖추어야 할 條件들을 아직 具備하고 있지 못하며 「수퍼·마아케트」에 對한 定義조차設定되고 있지 않은 實情에 있다.

그러므로 「수퍼·마아케트」의 育成을 위하여는 많은 問題가 解決되어야 할 것인 바, 이러한 問題가 先行되지 않고서는 「수퍼·마아케트」의 育成이란 期待하기 困難한 것이다. 즉 우리나라의 都·小賣商人은 极히 零細하고 「수퍼·마아케트」運營技術과 經驗이 없고, 大量販賣를 위한 青果物의 規格화가 잘 이루어지지 못한 實情이며, 아직 消費, 購買習慣이 前近代的 市場 위주이고 또한 食品을 貯藏하기 위한 冷藏庫普及이 적어 必要할 때마다 市場에서 購買할 수 밖에 없는 狀態에 있어 「수퍼·마아케트」를 育成할 수 있는 基本的인 與件이 缺如되어 있다는 것이다. 고로 이와 같은 問題를 解決해 나가기 위하여 政府의 「마아케팅」支援이 무엇보다 必要하며 小賣商이 大規化할 수 있도록 諸般 與件을 助成해야 하며 特히 有能한 經營을 할 수 있고 資金이 豐富한 商人們이나 農協과 같은 生產者團體로 하

(10) 農協中央會, 「농산물 시장」'69. 7號 參照.

여금 模範的인 「수퍼·마아케트」를 運營하도록 한다면 위와 같은 問題는 쉽게 解決될 수 있을 것이며 오늘날과 같이 國民所得增大와 消費構造의 變化는 「수퍼·마아케트」가 發展하는데 가장 좋은 要素를 提供할 것이라 생각된다.

(2) 「콜드체인·시스템」의 導入

流通近代化와 함께 登場한 것의 하나가 「콜드체인」(cold chain)이라는 것으로 요즈음 우리들 주위에서 많이 듣는 用語이다.

「콜드체인」이란 한마디로 말해서 低温流通體系라고 할 수 있는데 이는 生鮮食料品을 生產者로부터 消費者에게 이르기까지 流通全過程을 低温狀態로 流通시킨다는 것이다. 다시 말하면 「콜드체인」은 冷凍魚나 冷凍食品을 貯藏, 輸送하는 低温流通體系로서 腐敗, 變質이 쉬운 生鮮食料品의 品質을 維持하고 盛需期나 端境期에 있어 價格의 暴騰 또는 暴落을 막고 生產段階에 있어 不安定性을 줄여 生產性向上을 期하며 消費者를 保護한다는 目的 가지고 있는 것이다.⁽¹¹⁾

사실 每日 消費하고 있는 食料品은 自體가 지닌 特殊性 즉 腐敗性, 變質性 때문에 發生되는 流通過程上의 損失이 莫大한 것이다. 流通施設의 近代化로서 이러한 損失을 最少限으로 막고 食品의 品質은 保存하며 國民保健向上을 圖謀할 수 있는 方法을 模索하는 것은當然한 일이며 食品의 主要品目으로서 青果物이 가지는 重要性에 비추어 보아 青果物의 流通近代化의 一環으로서 이와 같은 方案을 追求하려는 意圖가 바로 여기에 있다 하겠다.

우리나라 青果物을 비롯한 食品流通近代化의 一環으로서 「콜드체인·시스템」導入이 必要한 몇가지 點을 듣다면 다음과 같다.

첫째, 青果物流通의 圓滑한 流通活動遂行을 期하기 위할 市場의 組織化와 流通機能의 調節은 「콜드체인」의 導入과 擴大를 通하여 가능하게 되며,

둘째, 鮮度維持와 質의低下를 방지할 수 있는 諸流通施設의 確保로 青果物의 商品의 損失을 줄여야 되겠으며,

세째, 消費者所得水準向上으로 消費「패턴」이 變化되어 가고 있다는 것이며 또한 需要增加에 따른 生產性向上을 期할 流通機關의 後進的 要素를 除去하여 需要과 供給을 圓滑히 할 수 있는 「콜드체인·시스템」의 導入이 必要하다고 볼 수 있다.

이러한 「콜드체인」의 導入은 青果物과 같은 食料品에 있어 生產者側은 豐作이나 一時의 出荷에 의한 價格暴落을 解消하고 變質, 腐敗를 防止하며 中間商人에 의한 流通經費의 節

(11) 深見義一 編著, 「マーケティング辭典」1968, p:67.

約을 期할 수 있다는 것이다. 한편 消費者는 適正價格에 의한 購入, 鮮度維持, 衛生의 이고 中間流通費用의 節減 등, 만족한 購買의 效果를 얻을 수 있을 뿐만 아니라 輸送面에서 도 輸送 peak의 解消, 輸送途中「로스」(loss), 壞敗와 傷害의 防止, 그리고 輸送의 迅速을 可能하게 할 수 있는 利點이 있다 하겠다.⁽¹²⁾

<表 15>

우리나라 「콜드체인」의 規模

1968年末 現在

種類	數量 및 能力
冷凍	836.3% (日產能力)
冷藏	26,732% ("")
製氷	1,762.4% ("")
貯氷	24,756% ("")
冷凍庫	84台
家庭用 冷藏庫	58,345台 { 國產 50,675台 輸入品 7,670台 }

資料：水產廳

現在 우리나라의 「콜드체인・시스템」은 部門的으로 導入되고 있으나 아직 綜合的 體系의 「콜드체인・시스템」의 發展은 보지 못하고 있는 實情이다.

우리나라의 「콜드체인」의 規模는 他先進國에 比하여 <表 15>에서 보는 바와 같이 微弱한 면이고 食料品全般에 걸쳐 普遍化시킬 수 있는 基盤이 아직造成되어 있지 못한 狀態에 있다.

事實 現在의 與件下에서 「콜드체인・시스템」을 導入하기는 困難하다고 하겠다. 즉 「콜드체인」의 導入에는 施設投資와 運營上의 諸經費가 隨伴되고 現在와 같은 複雜한 流通構造下에서는 「콜드체인」導入이 어렵다는 것이며 또한 施設運營管理上의 技術水準의 確保問題가 擡頭될 것이기 때문이다.

그리므로 우리나라 青果物 및 生鮮食料品流通近代化에 있어 「콜드체인」의 導入과 育成을 促求하려면 上記 諸問題解決이 先行되어야 할 것으로 料되는 바이다.

V. 結論

青果產業의 育成發展과 青果物의 最終需要者的 滿足한 消費實現을 위하여는 무엇보다도 이들 生產構造와 消費構造를 連結하는 青果物의 流通의 合理的 機能 遂行과 近代的 市場組織을 통한 流通近代化가 이루어지지 않으면 안되는 것이다. 그러나 우리나라의 流通構

(12) 韓國經濟人協會刊, 「流通構造의 分析과 問題點」, 1968, p. 192.

造는 生產과 消費構造의 多樣한 變化와 高度化에도 不拘하고 P.F. Drucker 가 말하는 이른바 『經濟의 暗黑大陸』으로 舊態依然한 狀態로 放置되어 有으로 經濟活動의 不均衡을 超來하여 消費者物價의 騰貴, 流通業者の 倒產, 季節的 需給의 不一致, 流通費用增加 등 社會經濟的 矛盾을 露呈하였던 것이며 이러한 現狀은 青果物流通에 있어서도 例外는 아니었던 것이다. ⁽¹³⁾

이와 같은 사실은 이미 考察되어 왔거니와, 오늘날 青果物의 商品的 特性으로 流通過程에서 發生되는 前近代的 要素는 生產者인 農民은 물론 需要者인 最終消費者에게 있어서도 非經濟的 負擔을 가져다 주었음이 사실이었다.

그러므로 青果物流通의 構造改善이 必要한 것이며, 流通過程改善의 目的是 流通에 直接 參與하는 中間商人 또는 流通主體에만 限定할 수 없는 것이고 流通合理를 통한 近代化的 目標가 合目的性에 있는 만큼 生產者인 農民은 물론 消費者나 商人組織에까지 擴大되어야 할 것이며, 이들을 위한 諸般流通過程上 前近代的 流通過程의 非合理的 諸要素를 除去할 수 있는 凡社會經濟的 面에서 流通合理化, 近代化가 追求되어야 하는 것이다.

이렇게 볼때 우리나라 青果物의 流通近代化는 크게 나누어 流通機能을 擔當하고 있는 流通主體, 生產者出荷로부터 消費者的 最終購買時點에 이르기까지에 流通經路, 實質의 青果物의 所有權移轉을 形成시켜 주는 物的流通 및 流通助成機能 等 각分野에 대한 全般的 流通活動의 非合理的 前近代的 流通活動의 改善이 講究되어야 할 것이다.

이들은 窮極的으로 流通의 合理化에 의한 流通效率의 提高로 表現될 수 있는 바, 青果物의 流通效率을 높이기 위하여서는 먼저 流通機關의 合理化에 의한 流通費用節下에서 模索할 수 있는 것이며, 둘째 流通過程 및 經路의 短縮을 기하는 일이며, 세째 物的流通手段의 施設確保, 近代的 物的流通技術 導入과, 네째 이들을 통한 流通費用 및 「마아진」節減을 기할 수 있는 諸方法이 遂行되어야 할 것이다.

結論的으로 말하여 우리나라의 青果物의 流通過程는 前近代的 要素가 많이 介在하고 있는 것이며 이들 流通過程에 있어 問題點의 改善은 青果物需要增加에 따라 流通部門에 대한 認識이 高潮되고 消費「패턴」의 變化에 따른 보다 新鮮한 青果物을 適正價格으로 供給할 수 있도록 하는 消費者保護의 認識이 提高되고 있는 現時點에서 青果物流通構造의 改善은 매우 意義가 크다고 하겠다.

그러나 이러한 青果物의 流通過程의 近代化, 合理化는 社會經濟가 要求하는 바와 같이

(13) 韓國經濟人協會, 「流通過程의 分析과 問題點」, p. 80.

되기에는 많은 難點이 介在하는 바, 이들 近代化, 合理化를 위한 諸般要件을 助成할 수 있게
금 政府의 青果物流通政策과 農協과 같은 保機關의 眼底 없는 協助와 研究가 있어야 할
것이며, 各流通主體는 물론 生산자 農民과 消費者가 流通近代化를 促求하기 위한 努力과
認識이 結付되어야 할 것으로 믿는 바이다.