

---

# 柑橘 流通의 近代化 方案에 관한 研究

濟州大學校 大學院  
經 營 學 科



제주대학교 중앙도서관  
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

高 性 範

1986年 12月

# 柑橘 流通의 近代化 方案에 관한 研究

指導教授 玄 鶴 淳

高 性 範

이 論文을 經營學碩士學位 論文으로 提出함.



高性範의 經營學 碩士學位 論文을 認准함.

審査委員長 金 範 國

委 員 玄 鶴 淳

委 員 金 炯 吉

濟州大學校 大學院

1986年 12月

---

**A STUDY ON THE MODERNIZATION OF  
ORANGE MARKETING**

**Ko Sung-Bum**

(Supervised by Professor Hyun Hak-Soon )



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION**

**DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION  
GRADUATE SCHOOL  
CHEJU NATIONAL UNIVERSITY**

**1986. 12**

# 目 次

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| I. 序 論 .....                    | 5  |
| 1. 問題의提起 .....                  | 5  |
| 2. 研究의 目的 .....                 | 6  |
| 3. 研究의 範圍 및 調查方法 .....          | 6  |
| II. 柑橘의 生産과 流通實態 .....          | 8  |
| 1. 柑橘의 生産推移와 展望 .....           | 8  |
| 2. 柑橘의 去來實態 및 消費動向과 需要展望 .....  | 13 |
| 3. 柑橘의 流通機構와 經路 .....           | 19 |
| 4. 柑橘의 價格動向 .....               | 26 |
| 5. 柑橘類의 輸入動向 .....              | 30 |
| III. 柑橘流通의 隘路要因 .....           | 34 |
| 1. 柑橘의 商品的 特性 .....             | 34 |
| 2. 競爭 青果物과의 同一時期 出荷 .....       | 35 |
| 3. 協同組合 系統販賣의 不振 .....          | 37 |
| 4. 促進活動의 不振 .....               | 38 |
| 5. 物的流通與件의 不備 .....             | 39 |
| 6. 流通費用의 過多 .....               | 44 |
| IV. 柑橘流通의 近代化 方案 .....          | 47 |
| 1. 流通近代化의 目標와 推進原則 .....        | 47 |
| 2. 長期的인 商品化 計劃의 推進 .....        | 48 |
| 3. 流通機構의 育成 및 技能強化 .....        | 51 |
| 4. 合理的인 等別 및 包裝 .....           | 58 |
| 5. 效率的인 促進活動의 推進 .....          | 63 |
| 6. 貯藏 및 加工施設의 擴充 .....          | 69 |
| 7. 柑橘의 輸入開放 壓力에 따른 對應力 強化 ..... | 71 |
| V. 結 論 .....                    | 74 |
| Summary .....                   | 79 |

## 表 目 次

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 1. 品種別 柑橘類植栽現況(1653年) .....       | 9  |
| 2. 濟州道の 柑橘生産推移 .....              | 10 |
| 3. 日本の 柑橘生産推移 .....               | 10 |
| 4. 濟州道 柑橘栽培農家の 經營規模推移 .....       | 11 |
| 5. 濟州道 柑橘栽培農家の 營農規模實態 .....       | 12 |
| 6. 柑橘의 年度別 流通處理實態 .....           | 13 |
| 7. 柑橘의 時期別 販賣動向(1973年産) .....     | 14 |
| 8. 柑橘의 時期別 販賣動向(1984年産) .....     | 15 |
| 9. 柑橘의 時期別 販賣動向(1985年産) .....     | 15 |
| 10. 果實類의 需要供給分析 .....             | 16 |
| 11. 日本の 家口當 果實購買의 物量 및 金額比率 ..... | 18 |
| 12. 主要 果實類 生産占有率 .....            | 18 |
| 13. 柑橘의 價格推移 .....                | 27 |
| 14. 柑橘의 月別 農家收取 價格推移 .....        | 27 |
| 15. 柑橘과 사과의 月別 價格推移 比較 .....      | 28 |
| 16. 日本の 柑橘價格推移 .....              | 29 |
| 17. 世界の 果實類 生産推移 .....            | 31 |
| 18. 柑橘의 輸出入 實績 .....              | 32 |
| 19. 柑橘의 輸出入 推移 .....              | 33 |
| 20. 柑橘의 生産量과 輸入量 對比 .....         | 33 |
| 21. 果實類 生産 및 消費動向推移 .....         | 36 |
| 22. 主要 果實類의 收穫時期 및 販賣時期 .....     | 36 |
| 23. 主要 輸送手段의 長短點 .....            | 41 |
| 24. 柑橘의 港口別 搬出物量 比較 .....         | 42 |
| 25. 果樹農家の 貯藏庫 保有實態(1982) .....    | 43 |
| 26. 主要 青果物 流通마아진(1982) .....      | 44 |
| 27. 1973年産 濟州柑橘의 流通마아진 .....      | 45 |
| 28. 協同組合 系統出荷 柑橘의 年度別 流通費用 .....  | 45 |
| 29. 柑橘의 品種別 栽培現況(1983) .....      | 49 |

|   |    |
|---|----|
| 30. 柑橘에 대한 農産物規格規定(1983以前) .....            | 59 |
| 31. 柑橘에 대한 農産物規格規定(1983.12改定) .....         | 59 |
| 32. 主要 廣告 媒體別 特性 .....                      | 65 |
| 33. 柑橘廣告의 事例 .....                          | 66 |
| 34. 柑橘의 加工處理 實態 .....                       | 69 |
| 35. 日本의 柑橘加工處理 實態 .....                     | 70 |
| 36. 美國 Sunkist 聯合會의 柑橘加工實態(1976~1977) ..... | 70 |

## 圖 表 目 次

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 1. 青果物 流通經路 .....                | 19 |
| 2. 糧穀의 流通經路 .....                | 20 |
| 3. 濟州柑橘의 流通經路 .....              | 20 |
| 4. 사과의 流通經路 .....                | 21 |
| 5. 日本의 柑橘流通經路 .....              | 21 |
| 6. Sunkist 聯合會 生食用柑橘의 流通經路 ..... | 22 |



# I. 序 論

## I. 問題의 提起

우리 나라는 지난 4半世紀 동안 經濟開發計劃의 推進過程에서 生産部門에 比하여 流通部門의 開發을 소홀히 한 탓으로 流通部門은 生産部門에 比해 相對的 落後性을 면치 못하므로써 多段階의 流通經路와 流通機構의 低生産性 등은 社會經濟的 浪費를 助長하여 生産者와 消費者에게 不利益을 안겨주어 왔었다.

이러한 우리 나라 流通産業의 落後性에 대한 가장 큰 이유는 歷史的으로 商業資本이 成熟되지 못하여 流通産業의 構造形成에 主體的으로 參與하지 못한 것이 가장 큰 理由라고 지적할 수 있을 것이다. 그리고 우리 나라 流通産業의 發展過程을 살펴보면 暗黒期(1876~1945), 混亂期(1945~1961), 黎明期(1962~1973), 認識期(1974~1979), 定着·跳躍期(1980~ )로 區分할 수 있는데,<sup>1)</sup> 지금은 定着·跳躍期에 이르러 점진적인 流通近代化를 推進하는 過程에 있다고 말할 수 있을 것이다.

한편 우리 나라는 지난날 傳統的인 農業國家임에도 불구하고, 農産品의 流通部門이 工産品의 流通部門에 比해 相對的으로 落後되어 있어, 非合理的인 流通構造로 農産物價格의 不安定과, 缺狀價格差의 심화를 초래하고 있어서, 流通近代化促進法을 制定하여 運營하고 있으나, 그 根源의 改善은 아직도 解決하지 못하고 있는 實情인 것이다. 이러한 實情은 農産物中 果實類인 柑橘에 있어서도 例外일 수 없으며, 비록 柑橘이 다른 農産物에 比하여 需要의 所得彈力性이 높은 成長産業으로서 發展할 素地가 있다 하더라도, 柑橘流通이 合理的으로 이루어 질 수 있는 市場組織 및 流通構造의 近代化가 實現되지 않고서는, 柑橘增産 活動이 원만하게 이루어지지 않을 것이며, 이로 인하여 柑橘價格에 미치는 영향도 클 것이고 그 波及效果는 生産者인 農民이나 이를 購入하는 消費者에게도 負擔을 招來하게 될 것이다. 특히 濟州道의 柑橘農業은 1968年 부터 政府가 農漁民所得增大 特別事業으로 策定하여 低利融資로 柑橘園造成資金을 支援하게 됨에 따라 植栽面積 995 ha 이던 것이 1985년에는 植栽面積이 16,900餘 ha 를 넘어 섰으며 柑橘의 生産量도 1967년에 1,667<sup>M</sup>/<sub>T</sub> 이던 것이 1985년에는 39萬<sup>M</sup>/<sub>T</sub>을 넘어 섰으며, 이와 같은 추세로 나간다면 1990年代初에 이르러 柑橘生産量이 50萬<sup>M</sup>/<sub>T</sub> 内外가 될 것으로 展望되고 있다.

1) 大韓商工會議所, 「韓國의 流通産業」, 1985, pp. 23~25.



이와 같은 柑橘栽培의 擴大와 增産에 따라 柑橘農業의 粗收入도 1985년의 경우 1,200억 원을 넘어섰으며, 이제 柑橘은 濟州道民의 農家所得에 큰 比重을 차지하고 있으나 生産量의 增大에 따른 流通處理에 있어서는 여러가지 問題點들이 散在해 있는 것이다.

## 2. 研究의 目的

우리 나라에서 國民經濟의 成長 發展과 個人所得의 實質的 增大는 1970年代 後半부터 靑果物과 畜産物의 需要가 急激하게 늘어났으며, 특히 靑果物 중에서 柑橘은 1950年代까지만 하더라도 우리 나라에서는 매우 값이 비싼 高級果實로 認識되었으나 1970年代에 들어와 生産量이 急増하면서 柑橘을 보통 靑果物로 認識하게 되었으며 消費市場도 서울 등 大都市에 局限하지 않고 全國적으로 擴大되었다.

그런데 柑橘 主産地가 우리 나라에서는 濟州道이기 때문에 그동안 柑橘産業에 있어서 生産地와 大量消費地 사이의 合理的 流通이 매우 중요한 課題로 認識되어 왔다. 그러므로 本研究는 柑橘의 流通機能을 擔當하는 流通機關의 分析과 生産者로부터 最終消費者에게 이르기까지의 流通經路 및 物的流通의 問題點 등 柑橘의 全般的 流通活動에 있어서 前近代의 要素를 改善시킴으로서 柑橘의 流通效率(marketing efficiency)을 높일 수 있는 近代化 方案을 提示하여 濟州道の 柑橘農業 發展에 寄與하고자 하는데 研究目的을 두고 있다.

## 3. 研究方法과 範圍

流通分野에 對한 研究는 商品이 生産者로부터 消費者에게 移轉되어 가는 過程을 社會經濟的인 觀點에서의 研究와, 個別經濟的인 側面에서 研究하는 方法으로 大別할 수 있는데, 本研究는 前者인 社會經濟的側面의 方向에서 柑橘流通의 近代化 方案을 講究하려 한다.

또한 柑橘이 農産物로서의 商品的 特性을 考慮하여 特定商品에 對한 供給源, 供給事情, 그 商品에 대한 需要動向과 流通經路 및 流通政策등을 究明하는 商品別研究方法과 流通을 現實적으로 擔當하는 流通機關이 流通經路上의 각 段階別 組織과 流通業務의 遂行內容을

分析하여 그 改善方向을 究明하는 機關別研究方法 및 流通機關이 遂行하는 主要機能인 賣買, 運送, 保管, 標準化, 流通金融, 危險分散, 市場調查 등에 대해 分析하여 그 改善方案을 究明하는 機能別 研究方法 중에 主要關聯方法 등을 適用해 보고자 한다.

그리고 柑橘産業에 關聯된 濟州柑橘協同組合, 濟州道, 關稅廳, 農水産部와 日本 및 美國 등에서 發刊된 資料를 利用했으며, 柑橘出荷時期에 관한 내용은 1984年 12月과 1985年 4月에 걸쳐 柑橘主産地인 西歸浦市와 南元邑內 150家口를 標本으로 選定하여 面接調查方法에 의한 調查를 實施하였다.

研究範圍로는 우리 나라의 柑橘主産地가 濟州道이기 때문에 濟州道産 柑橘의 一般的 流通에 관하여 流通機構의 組織과 機能, 流通經路, 流通費用, 物的流通, 그리고 生産과 價格 및 消費問題 등 流通過程上的 隘路要因을 摘出하고 柑橘流通의 效率을 높일 수 있는 流通近代化의 方案을 提示하는 範圍로 限定하였다.



## II. 柑橘의 生産과 流通實態

### I. 柑橘의 生産推移와 展望

柑橘의 原產地는 印度의 「앗삼」地方으로 推定하고 있으며, 그곳으로부터 栽培地域은 점차 擴大되어 「인도차이나」, 「말레이」, 中國, 韓國, 日本, 中東地域, 地中海沿岸 등으로 전파 되었다고 한다.<sup>2)</sup>

우리 나라에서는 濟州島를 비롯하여 慶尙道 및 全羅道の 南海岸地方에서 柚子와 柑子 등의 柑橘類를 栽培 하였다는 記錄이 남아 있고,<sup>3)</sup> 日本書記에는 垂人期 90年(西紀 70年頃)에 田島間守가 皇命을 받고 常世國<sup>4)</sup>에 건너가 非時香果(柑橘類)를 구해 가지고 돌아 왔다는 기록이 있는 것으로 보아 西紀70年 以前에 濟州島에서는 柑橘이 栽培되고 있었음을 推定케 하고 있다.

그리고 耽羅誌의 果園總說에 의하면 中宗 21年(西紀 1526年) 濟州牧使 李壽童이 柑橘을 植栽하고 五防護所(別防, 水山, 西歸, 東海, 明月)를 設置하여 軍士로 하여금 果園을 지키게 하였고 柑橘類의 品種도 여러가지라고 전해오고 있다.<sup>5)</sup> 그런데 효종 4년인 1653년에 濟州島內 官直營 柑橘果園의 實態를 檢討해 보면 [표 1]에서 보는 바와 같이 10餘個의 品種 중에서 58%以上이 柚子이고 栽培地가 現在의 西歸浦市나 南濟州郡 보다 濟州市나 北濟州郡 地方이 柑橘類의 主產地를 이루고 있었음을 立證해 주고 있다.

그런데 오늘날 우리 나라에서 主產地를 이루고 있는 濟州道の 柑橘은 1910년대 온주밀감이 처음으로 導入되면서 서귀포지방에 5ha 程度가 植栽되었고 1954년부터 1961년까지 每年 10,000本 程度의 柑橘苗木이 日本으로부터 輸入하여 植栽되었다.

1965년부터는 柑橘植栽에 대한 農民들의 關心이 높아지기 始作하였고 1968년에는 農漁民 所得增大特別事業으로 策定되어 저리용자의 柑橘園造成資金이 지원하게 됨에 따라 1969년부터 劃期的 增植이 이루어져, 1965년에 植栽面積 551ha 에 불과했던 것이 1985년에는 植栽面積이 30배가 넘는 16,975ha 로 擴大되어 다른 果樹農業部門에서 찾아볼 수 없는 伸張勢를 보이고 있다.

2) 韓海龍, 權五均, 「柑橘園藝新書」, 先進文化社, 1983, pp. 5~6.

3) 韓海龍, 權五均, 「前掲書」, pp. 20~21.

4) 常世國이란 神仙이 사는 나라로 三神山 중의 하나인 瀛州를 뜻하는 것으로 보아 濟州島라고 推定되고 있음.

5) 韓海龍, 權五均, 「前掲書」, pp. 24~25.

〔표 1〕 品種別 柑橘類 植栽狀況(1653年)

| 品 種 別   | 濟州牧管内 | 旌義縣管内 | 大靜縣管内 | 計     |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| 柑 子     | 327本  | 本     | 本     | 327本  |
| 乳 柑     | 2     | 4     | 6     | 12    |
| 柚 子     | 1,538 | 275   | 287   | 2,100 |
| 唐 柚 子   | 22    | 2     | 1     | 25    |
| 金 橘     | -     | 1     | -     | 1     |
| 唐 金 橘   | 2     | -     | -     | 2     |
| 石 金 橘   | 3     | -     | 14    | 17    |
| 洞 庭 橘   | 6     | -     | 3     | 9     |
| 青 橘     | 66    | 11    | 4     | 81    |
| 山 橘     | 162   | 34    | 22    | 218   |
| 橙       | 5     | -     | -     | 5     |
| 枳 穀     | 21    | -     | 3     | 24    |
| 新 植 追 加 | 616   | 111   | 59    | 796   |
| 合 計     | 2,770 | 438   | 399   | 3,607 |
| 果 園 數   | 22個所  | 8個所   | 6個所   | 36個所  |

資料：濟州道，濟州柑橘，1985，p. 8

이와 같이 濟州道에서 柑橘生産이 急増하고 있는 原因은 우리 나라에서 濟州道가 柑橘 果樹의 生育에 알맞는 氣候條件을 갖추고 있을뿐만 아니라 濟州道 以外에 柑橘栽培의 適 地가 별로 없으며, 아직까지 需要에 비해 供給이 不足되는 實情이고 또한 政府에서 濟州 道の 柑橘農業에 대한 支援과 外國産 柑橘의 輸入을 規制하는 등 諸般施策에 基因한 것이 라고 말할 수 있을 것이다. 그리고 〔표 2〕에서 보는 바와 같이 濟州道 柑橘은 1954년에 生産量이 86<sup>M</sup>/T에 불과했던 것이 1985년에는 39萬餘<sup>M</sup>/T을 넘게 生産하여 國民 1人當 9 kg 以上の 柑橘을 供給하는 實情이다.

그런데 日本의 경우에는 〔표 3〕에서 보는 바와 같이 1975년에 柑橘栽培面積이 203,310 ha에서 1980년에는 184,900 ha로, 1984년에 166,480 ha로 계속해서 減少現象을 보이고 있으며, 이에 따른 柑橘의 生産量도 1975년에 4,254,700<sup>M</sup>/T에서 1984년에는 2,727,700<sup>M</sup>/T으로 減少하고 있는데 이는 柑橘農業收益이 下落함에 따라 年平均 4,000 ha 程度의 柑橘 園이 減少되고 있기 때문인데, 우리 나라에서도 西歸浦地方에서는 「바나나」등 高收益 農 作物栽培를 위해 成果樹인 柑橘木을 베어내는 現象이 나타나고 있는 實情이다.

한편 우리 나라의 農業部門이 工業部門에 비해 相對的으로 落後한 것도 營農規模面에서 企業農으로서의 面貌가 갖추어져 있지 않은 때문이라고 할 수 있는데, 濟州道 柑橘農業의 경우에 있어서도 例外가 아닌 것이다. 〔표 4〕에서 보는 바와 같이 1970年度의 경우 濟州

〔표 2〕 濟州道の 柑橘生産推移

| 年 度  | 面積     |        | 生産量                |        |
|------|--------|--------|--------------------|--------|
|      | 植栽面積   | 成果面積   | 生産量                | 指數     |
| 1954 | 18 ha  | 10 ha  | 86 <sup>M</sup> /T | %      |
| 1964 | 407    | 111    | 1,203              |        |
| 1965 | 551    | 129    | 1,083              | 100    |
| 1966 | 659    | 153    | 1,722              | 159    |
| 1967 | 995    | 189    | 1,621              | 149    |
| 1968 | 1,471  | 262    | 3,549              | 327    |
| 1969 | 3,166  | 306    | 2,643              | 244    |
| 1970 | 5,001  | 394    | 4,972              | 459    |
| 1971 | 5,840  | 1,053  | 5,972              | 551    |
| 1972 | 6,955  | 1,866  | 11,441             | 1,056  |
| 1973 | 8,409  | 2,682  | 26,231             | 2,422  |
| 1974 | 9,923  | 5,273  | 30,618             | 2,827  |
| 1975 | 10,930 | 5,009  | 81,105             | 7,448  |
| 1976 | 11,566 | 7,851  | 50,432             | 4,656  |
| 1977 | 11,709 | 10,004 | 115,500            | 10,664 |
| 1978 | 12,089 | 11,006 | 125,950            | 11,629 |
| 1979 | 12,909 | 11,627 | 172,150            | 15,895 |
| 1980 | 14,094 | 12,105 | 187,470            | 17,310 |
| 1981 | 15,000 | 12,515 | 247,780            | 22,879 |
| 1982 | 15,499 | 13,957 | 323,420            | 29,863 |
| 1983 | 16,975 | 14,729 | 345,900            | 31,939 |
| 1984 | 16,975 | 15,075 | 261,000            | 24,099 |
| 1985 | 16,975 | 15,377 | 394,300            | 36,408 |

資料：濟州道，濟州柑橘，1985，P P. 16~17.

(85年度分은 濟州道 柑橘課의 統計資料에 의해 追加하였음)

〔표 3〕 日本の 柑橘生産推移

單位：面積：ha

生産量：M/T

| 區分<br>年度 | 栽培面積    |      | 生 産 量     | 廢園面積  |     |
|----------|---------|------|-----------|-------|-----|
|          | 面積      | 比率   |           | 面積    | 比率  |
| 1975     | 203,310 | 100  | 4,254,700 | 3,654 | 1.8 |
| 1976     | 199,980 | 98.3 | 3,611,900 | 5,348 | 2.6 |

| 年度   | 區分 | 栽培面積    |      | 生 產 量     | 廢園面積  |     |
|------|----|---------|------|-----------|-------|-----|
|      |    | 面積      | 比率   |           | 面積    | 比率  |
| 1977 |    | 195,690 | 96.2 | 4,056,000 | 5,785 | 2.9 |
| 1978 |    | 192,120 | 94.5 | 3,638,500 | 5,083 | 2.6 |
| 1979 |    | 189,130 | 93.1 | 4,278,200 | 4,982 | 2.6 |
| 1980 |    | 184,900 | 90.9 | 3,595,300 | 3,995 | 2.2 |
| 1981 |    | 180,740 | 88.9 | 3,402,300 | 5,543 | 3.0 |
| 1982 |    | 175,170 | 86.1 | 3,598,000 | 6,754 | 3.8 |
| 1983 |    | 170,600 | 83.9 | 3,643,500 | 5,749 | 3.4 |
| 1984 |    | 166,480 | 81.8 | 2,727,700 | 4,664 | 2.6 |

資料：日本園藝組合 果樹統計 1985. p. 65.

\* 廢園比率는 栽培面積 對比임.

〔丑 4〕 濟州道 柑橘栽培農家の 經營規模推移

| 年度   | 區分 | 栽培農家    | 栽培面積      |         | 生 產 量                 |                       |
|------|----|---------|-----------|---------|-----------------------|-----------------------|
|      |    |         | 面積        | 戶當平均    | 生産量                   | 戶當平均                  |
| 1970 |    | 17,051戶 | 5,001.6ha | 0.293ha | 4,972 <sup>M</sup> /T | 0.291 <sup>M</sup> /T |
| 1971 |    | 18,567  | 5,840.4   | 0.314   | 5,972                 | 0.321                 |
| 1972 |    | 19,758  | 6,955     | 0.352   | 11,441                | 0.579                 |
| 1973 |    | 21,117  | 8,409     | 0.398   | 26,231                | 1.242                 |
| 1974 |    | 20,950  | 9,923     | 0.473   | 30,618                | 1.461                 |
| 1975 |    | 21,809  | 10,930.4  | 0.501   | 81,105                | 3.718                 |
| 1976 |    | 22,045  | 11,566    | 0.524   | 50,432                | 2.287                 |
| 1977 |    | 18,344  | 11,709.9  | 0.638   | 115,500               | 6.296                 |
| 1978 |    | 18,470  | 12,089    | 0.654   | 125,950               | 6.819                 |
| 1979 |    | 19,019  | 12,909    | 0.678   | 172,150               | 9.051                 |
| 1980 |    | 19,996  | 14,094.5  | 0.704   | 187,470               | 9.375                 |
| 1981 |    | 20,545  | 15,000    | 0.730   | 247,780               | 12.060                |
| 1982 |    | 20,645  | 15,499    | 0.750   | 323,420               | 15.665                |
| 1983 |    | 23,182  | 16,975    | 0.732   | 345,900               | 14.921                |
| 1984 |    | 23,182  | 16,975    | 0.732   | 261,000               | 11.258                |
| 1985 |    | 23,182  | 16,975    | 0.732   | 394,300               | 17.008                |

資料：濟州道 柑橘課 統計資料에 의해 筆者가 作成한 것임.

道內 柑橘栽培農家の 家口當 平均植栽面積은 0.29 ha 에 불과 하였는데 15年이 지난 1985 年度에 와서도 家口當 平均植栽面積은 1 ha 에 못미치는 0.7 ha 水準에 머무르고 있는 實情이다.

그리고 濟州道內 柑橘植栽農家の 營農規模에 대한 實態를 檢討해 보면 [표 5]에서 보는 바와 같이 1983年의 경우 柑橘栽培農家 23,182戶 중에서 1 ha 以下の 營農規模를 가진 農家は 81.3%에 해당하는 18,846戶나 되며, 이들 農家の 柑橘栽培面積도 全體栽培面積 16,975 ha 중에서 56.4%에 해당하는 9,572 ha 나 되어 濟州道內 柑橘栽培는 營農規模面에 있어서 零細한 實情을 나타내고 있는 것이다.

[표 5] 濟州道 柑橘農家の 營農規模 實態 (1983年度)

| 區分<br>面積規模別 | 戶 數     |       | 面 積      |       | 筆 地 數  |       |
|-------------|---------|-------|----------|-------|--------|-------|
|             | 戶數      | 構成比   | 面積       | 構成比   | 筆地數    | 構成比   |
| 總計          | 23,182戶 | 100%  | 16,975ha | 100%  | 62,711 | 100%  |
| 0.3ha未滿     | 4,408   | 19.0  | 972.44   | 5.72  | 6,758  | 10.77 |
| 0.3~0.5     | 5,193   | 22.40 | 1,932.32 | 11.38 | 9,588  | 15.28 |
| 0.5~0.7     | 4,829   | 20.83 | 2,846.18 | 16.76 | 10,230 | 16.31 |
| 0.7~1.0     | 4,416   | 19.04 | 3,821.08 | 22.51 | 14,302 | 22.80 |
| 1.0~2.0     | 3,124   | 13.47 | 4,056.80 | 23.89 | 12,204 | 19.46 |
| 2.0~3.0     | 976     | 4.21  | 2,165.21 | 12.75 | 6,978  | 11.12 |
| 3.0~5.0     | 156     | 0.67  | 540.51   | 3.18  | 1,370  | 2.18  |
| 5.0~7.0     | 37      | 0.15  | 206.48   | 1.21  | 335    | 0.53  |
| 7.0~10.0    | 21      | 0.09  | 132.80   | 0.78  | 291    | 0.46  |
| 10.0以上      | 22      | 0.09  | 301.20   | 1.77  | 655    | 1.04  |

資料：濟州道 柑橘課

그리고 앞으로 濟州道產 柑橘의 生産展望을 豫測하여 보면 營農規模의 零細性이 있음에도 불구하고 현재 植栽되어 있는 柑橘나무 중에서 樹令 15年未滿이 全體 植栽面積에서 40%程度인 점을 감안하여 보면 生産量은 계속해서 增大될 것으로 豫想할 수 있으며, 해거리현상이나 颱風과 같은 自然的 制約要因이라는 變數의 作用을 考慮한다고 하더라도 柑橘園의 造成狀況으로 보아 濟州道の 柑橘生産은 1987年度에 40萬<sup>M</sup>/T을 넘어설 것이고, 1991年度에 가서는 50萬<sup>M</sup>/T內外가 될 것으로 推定할 수 있을 것이다.<sup>6)</sup>

6) 黃寅瑞, "柑橘産業의 新進路 摸索", 濟州道, 「세주도」(통권 78호), 1985. pp. 124~125.

## 2. 柑橘의 去來實態 및 消費動向과 需要展望

### 가. 柑橘의 去來動向

濟州道產 柑橘은 商品的 特性과 物的流通與件의 不備 등으로 대부분이 商人組織에 의하여 特定期間에 大量으로 出荷되고 있는 實情인데 (표 6)에서 보는 바와 같이 1980年度 柑橘生産量 187,470톤 중 19.84%인 37,193<sup>M</sup>/T이 協同組合 系統出荷를 하였고, 80.16%인 150,277톤이 商人組織 系統出荷가 되었으며, 1982年產은 協同組合 系統出荷가 32.65%, 商人組織 系統出荷가 62.35%이고, 1984年產은 協同組合 系統出荷가 18.03%, 商人組織 系統出荷가 81.97%이며, 1985年產의 경우는 協同組合 系統出荷로 37.12%인 146,347톤, 商人組織 系統出荷로 62.88%인 247,953톤이 處理 되었다. 그런데 (표 6)의 統計에서 볼 수 있는 바와 같이 柑橘生産量이 많아졌을 때에는 協同組合 系統出荷比率이 높아지는 現象을 보이다가 柑橘生産量이 30萬<sup>M</sup>/T을 넘지 못할 때에는 協同組合 系統出荷比率이 相對的으로 떨어지는 現象을 보이고 있다.

[표 6] 柑橘의 年度別 流通處理實態 單位: M/T

| 區分 \ 年度  | 1980                | 1981                | 1982                | 1983                | 1984                | 1985                |
|----------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 生産量      | 187,470             | 247,780             | 323,420             | 345,900             | 261,000             | 394,300             |
| 商 協同組合系統 | 14,068              | 26,216              | 61,430              | 107,269             | 28,553              | 80,688              |
| 商人組織系統   | 139,978             | 179,707             | 203,190             | 188,042             | 193,779             | 232,353             |
| 品 小 計    | 154,046             | 205,922             | 264,620             | 295,311             | 222,332             | 313,041             |
| 加 協同組合系統 | 23,125              | 19,018              | 44,159              | 33,059              | 18,506              | 65,659              |
| 商人組織系統   | 673                 | 3,772               | 443                 | -                   | 5,304               | -                   |
| 工 小 計    | 23,798              | 22,740              | 44,602              | 33,059              | 23,810              | 65,659              |
| 其 他      | 9,626               | 19,118              | 14,198              | 17,530              | 14,858              | 15,600              |
| 合 協同組合系統 | 37,193<br>(19.84%)  | 45,233<br>(18.26%)  | 105,589<br>(32.65%) | 140,328<br>(40.57%) | 47,059<br>(18.03%)  | 146,347<br>(37.12%) |
| 商人組織系統   | 150,277<br>(80.16%) | 202,547<br>(81.74%) | 217,831<br>(67.35%) | 205,572<br>(59.43%) | 213,941<br>(81.97%) | 247,953<br>(62.88%) |
| 計 計      | 187,470<br>(100.0%) | 247,780<br>(100.0%) | 323,420<br>(100.0%) | 345,900<br>(100.0%) | 261,000<br>(100.0%) | 394,300<br>(100.0%) |

資料: 濟州道 柑橘課



한편 柑橘流通에 있어서 時期別 販賣動向을 檢討해 보면 生産된 當該年度의 販賣比率이 훨씬 높고 貯藏을 하였다가 이듬해에 가서 販賣하는 比率은 1970年代에 비해 1980年代에 이르러 점차 向上되어가는 現象을 보이고 있다. 지난 1973年度 濟州道産 柑橘에 대하여 濟州大學附設 企業經營研究所가 時期別 販賣動向을 調査한 일이 있었는데, [표 7]에서 보는 바와 같이 當該年度의 10月, 11月, 12월에 販賣한 物量은 全體 生産量의 80.6%를 차지하고 있었으며 이듬해에 販賣한 物量은 19.4%의 比率을 占하고 있었다.

[표 7] 柑橘의 時期別 販賣動向(1973年度)

單位: kg

| 販賣方法<br>時期  | 商人에게<br>庭前販賣       | 商人에게<br>委託販賣      | 協同組合<br>系統販賣      | 計                  |
|-------------|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| 10月         | 26,490<br>(21.0)   | 4,380<br>(13.8)   | 1,950<br>(11.6)   | 32,820<br>(15.2)   |
| 11月         | 32,490<br>(25.8)   | 20,670<br>(66.0)  | 3,960<br>(24.2)   | 57,120<br>(26.4)   |
| 12月         | 66,900<br>(53.2)   | 6,270<br>(20.2)   | 10,890<br>(64.2)  | 84,060<br>(39.0)   |
| 在庫          | -                  | -                 | -                 | 42,000<br>(19.4)   |
| 計           | 125,880<br>(100.0) | 31,320<br>(100.0) | 16,800<br>(100.0) | 216,000<br>(100.0) |
| 販賣實態別<br>比較 | 125,880<br>(72.4)  | 31,320<br>(18.0)  | 16,800<br>(9.6)   | 216,000<br>(100.0) |

資料: 濟大 企業經營研究所, 經營論集, 1974, p. 12

그런데 1984年度 濟州道産 柑橘의 時期別 販賣動向을 1973年度와 比較해 보기 위하여 筆者는 濟州大學 企業經營研究所가 調査하였던 同一地方에서 同一한 方法으로 調査를 하였는데,<sup>7)</sup> [표 8]에서 보는 바와 같이 當該年度의 10月, 11月, 12월에 販賣한 物量은 全體 生産量의 54%의 比率을 占하고 있고, 이듬해에 販賣한 物量은 46%의 比率을 나타내고 있어서 1973年度 柑橘의 時期別 販賣動向과 比較해 볼 때 生産된 當該年度의 販賣比率은 줄어든 反面에 이듬해의 販賣比率은 1973年度의 比率보다 2倍를 넘어서고 있었음을 確認할 수 있었다. 그러나 1985年度産 柑橘은 生産量이 40萬<sup>M</sup>/T에 육박하여 販賣問題를

7) 柑橘主産地인 西歸浦市 下孝洞(53家口), 新孝洞(43家口), 上孝1洞(28家口), 南元邑 新禮里(26家口)등 4個 部落의 柑橘栽培農家 중에서 150家口를 標本으로 選定하여 面接調査를 實施하였고, 한편 濟州道內 港浦口의 柑橘 船積動向을 同時에 實施하였음.

[丑8] 柑橘의 時期別 販賣動向(1984年度)

單位 : kg

| 販賣方法<br>時期  | 商人組織에<br>庭前販賣        | 商人組織<br>에<br>委託販賣 | 協同組合<br>系統販賣       | 加工用                | 計                    |
|-------------|----------------------|-------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| '84.10月     | 504,980<br>(14.3)    | 29,630<br>(37.4)  | 58,600<br>(16.8)   | 2,140<br>(1.2)     | 595,350<br>(14.3)    |
| 11月         | 543,320<br>(15.3)    | 2,250<br>(2.8)    | 114,020<br>(32.7)  | 24,960<br>(13.9)   | 684,550<br>(16.5)    |
| 12月         | 785,180<br>(22.2)    | 32,250<br>(40.7)  | 84,860<br>(24.3)   | 57,260<br>(32.0)   | 959,550<br>(23.1)    |
| '85.1月      | 526,670<br>(14.9)    | 5,630<br>(7.1)    | 44,440<br>(12.7)   | 36,540<br>(20.4)   | 613,180<br>(14.8)    |
| 2月          | 693,530<br>(19.6)    | 9,380<br>(11.8)   | 45,000<br>(12.9)   | 44,630<br>(25.0)   | 792,540<br>(19.1)    |
| 3月          | 481,730<br>(13.6)    | -                 | 1,880<br>(0.5)     | 13,130<br>(7.3)    | 496,740<br>(11.9)    |
| 計           | 3,535,410<br>(100.0) | 79,140<br>(100.0) | 348,800<br>(100.0) | 178,600<br>(100.0) | 4,142,010<br>(100.0) |
| 販賣實態別<br>比率 | 3,535,410<br>(85.3)  | 79,140<br>(1.9)   | 348,800<br>(8.4)   | 178,600<br>(4.3)   | 4,142,010<br>(100.0) |

資料 : 柑橘主產地 4 個部落에 대한 筆者가 標本調査한 것임 \* ( )은 構成比임

[丑9] 柑橘의 時期別 販賣動向(1985年産)

單位 : M/T

| 區分<br>月別 | 合計      | 商 品     |            |            | 加工用    |            | 其他      | 構成比   |
|----------|---------|---------|------------|------------|--------|------------|---------|-------|
|          |         | 計       | 協同組<br>合系統 | 商人組<br>織系統 | 計      | 協同組<br>合系統 |         |       |
| '85.10月  | 19,591  | 15,824  | 1,820      | 14,004     | 3,767  | 3,767      | -       | -     |
| 11月      | 108,587 | 92,551  | 20,863     | 71,688     | 16,036 | 16,036     | -       | -     |
| 12月      | 114,802 | 96,320  | 23,591     | 72,729     | 18,482 | 18,482     | -       | -     |
| 小 計      | 242,980 | 204,695 | 46,274     | 158,421    | 38,285 | 38,285     | (9,613) | 61.62 |
| '86.1月   | 73,940  | 58,836  | 18,143     | 40,693     | 15,104 | 15,104     | -       | -     |
| 2月       | 44,751  | 35,072  | 13,540     | 21,532     | 9,679  | 9,679      | -       | -     |
| 3月       | 16,659  | 14,068  | 2,373      | 11,695     | 2,591  | 2,591      | -       | -     |
| 4月       | 15,970  | 370     | 358        | 12         | -      | -          | -       | -     |
| 小 計      | 151,320 | 108,346 | 34,414     | 73,932     | 27,374 | 27,374     | (5,987) | 38.38 |
| 合 計      | 394,300 | 313,041 | 80,688     | 232,351    | 65,659 | 65,659     | 15,600  | 100.0 |

資料 : 濟州道 柑橘課 \* 其他란의 ( )는 소계안에 포함되지 않았음.

念慮하였던 때문인지 [표 9]에서 보는 바와 같이 10월, 11월, 12월에 販賣된 物量은 全體 生産量의 61.6%의 比率을 占하고 있으며 이듬해에 販賣한 物量은 38.4%의 比率을 차지하고 있는 것으로 나타나고 있다.

#### 나. 柑橘의 消費動向과 需要展望

우리 나라는 經濟社會開發의 持續的인 推進으로 國民總生産額의 增大에 따른 個人 可處分所得水準이 向上되고 이에 따른 隨意的所得의 增大과 所得階層分布의 점진적 改善이 이루어짐과 아울러 人口의 增加와 都市化의 進展 등은 果實類의 消費量을 增加시키고 있는 것이다.

[표10]에서 보는 바와 같이 1970년부터 1982년까지의 果實類에 대한 需要는 꾸준하게 增加하고 있으며 12年사이에 食用消費量은 207倍 그리고 加工品은 11倍나 增加하였고, 이에 따라 輸入品을 除外한 國內供給量이 1982년에는 119萬 4千<sup>M</sup>/<sub>T</sub>이나 되어 1970年の 4萬 8千<sup>M</sup>/<sub>T</sub>에 비해 208倍나 增加되었으며, 1人當 消費量 역시 1970年이 10 kg에서 1982년에는 22.34kg으로 증가하였고 앞으로도 果實類의 需要는 계속해서 증가될 것으로 展望되고 있다.

[표10] 果實類의 需要供給分析(1970~1982)

單位：千<sup>M</sup>/<sub>T</sub>

| 年度   | 供 給   |    |       | 需 要   |     |    |    | 1人當消費<br>(kg) |
|------|-------|----|-------|-------|-----|----|----|---------------|
|      | 生産    | 輸入 | 總供給   | 食用消費  | 減耗  | 輸出 | 加工 |               |
| 1970 | 428   | 3  | 431   | 383   | 43  | 4  | 1  | 10.04         |
| 1975 | 665   | -  | 665   | 584   | 67  | 9  | 5  | 13.98         |
| 1976 | 635   | -  | 635   | 556   | 64  | 10 | 6  | 13.13         |
| 1977 | 749   | -  | 749   | 662   | 74  | 8  | 5  | 15.34         |
| 1978 | 801   | 8  | 809   | 716   | 80  | 6  | 6  | 16.16         |
| 1979 | 857   | 22 | 878   | 786   | 86  | 1  | 6  | 17.40         |
| 1980 | 833   | 15 | 848   | 747   | 85  | 3  | 14 | 16.24         |
| 1981 | 1,026 | -  | 1,026 | 912   | 103 | 9  | 3  | 19.54         |
| 1982 | 1,194 | -  | 1,194 | 1,054 | 119 | 10 | 11 | 22.34         |

資料：成培永, 農水産商品市場分析, 韓國農村經濟研究院, 1985, p. 13

果實類의 需要가 增加될 것이라는 理由로서는 첫째, 國民所得의 增加에 따른 食生活의 質的向上이 기대되기 때문인데 1960年代 前半에 우리 나라의 1人當 GNP는 100\$程度에 不過하였으나 現在는 2,000\$水準을 넘어섰으며, 第6次 經濟社會開發計劃이 끝나는

1991年度에 가서는 3,980 \$ 水準이 될 것으로 展望되고 있는 것이다.<sup>8)</sup> 이러한 國民所得의 增加는 生活水準을 높이게 되고 食品消費는 더욱 高級化되어 保健食品이며 嗜好食品인 果實類의 需要는 必然的으로 增加될 것으로 豫想되기 때문이다.

둘째, 人口增加와 都市化로서 우리 나라 人口는 1972~1979年度까지 年 1.7%의 增加率을 나타냈는데, 1980년에서 1990년까지는 1.5%의 水準이 될 것으로 豫想하고 있으며, 人口學者들은 2000年度에 韓國人口가 5,000만명이 될 것으로 推算하고 있어 그 때에는 都市人口가 全人口의 3/4程度가 될 것으로 展望하고 있다.<sup>9)</sup> 人口增加는 果實類에 대한 需要의 增加를 促進할 것이며 都市化가 될수록 生活의 高級化로 果實類의 需要增加와 더불어 食生活이 高級化 될 것이기 때문이다.

셋째, 韓國開發研究院이 1981年에서 1991년까지 1人當 農產物의 需要를 豫測한 바에 의하면 쌀의 경우 127 kg에서 119 kg으로 줄어드는 데 비하여 牛乳는 12.7 kg에서 49.8 kg으로 늘어나고 果實類도 24 kg에서 42 kg으로 增加할 것으로 展望하고 있는 바와 같이<sup>10)</sup> 生活水準이 向上됨에 따라 果實類의 消費增加는 必然的인 現象이기 때문이다.

한편 日本의 경우는 [표11]에서 보는 바와 같이 家口當 果實類의 消費는 物量面에서 全體 果實類의 購買比率이 柑橘 46.8%, 사과 11.2%, 수박 10.3%, 바나나 9.5%, 배 5.8%, 포도 3.0%이던 것이 1984년에는 柑橘은 다소 감소하여 40.2%, 사과가 13.5%, 바나나 8.8%, 수박이 8.2%, 배가 6.4%라는 比率을 나타내고 있다.

그러나 柑橘은 每年 果實類 全體購買量의 40%를 占有하고 있고, 購入額에 있어서도 1984年의 경우 柑橘이 1順位로 30.2%, 사과가 13.4%, 딸기가 8.9%, 포도가 7.2%로 果實類의 購買額比率面에서도 柑橘이 每年 30%를 占有하고 있으며, 이는 우리 나라의 果實類 消費動向에서 柑橘의 占有率보다 훨씬 높다는 것을 보여 주고 있는 것이다.

우리 나라의 主要果實類 生産推移를 보면 [표12]에서 보는 바와 같이 사과가 1970年에 生産量이 212,041톤으로 主要果實類 生産占有率에서 차지하는 比率이 55.6%였으나, 1984年에는 生産量이 2.49배인 528,000M/톤으로 增加한 반면 生産占有率에서는 47.4%로 감소 현상을 보이고 있는데 비해 柑橘은 1970年에 5,141톤으로 主要果實類 生産占有率에서 차지하는 比率이 1.4%에 불과 하였으나, 1984年에는 生産量이 50.70배인 261,000M/톤으로 증가 하였으며, 生産占有率 역시 23.4%로 急增하였다. 1人當 消費量에 있어서는 1982年에 사과가 10.61 kg, 柑橘이 4.8 kg으로 사과가 2.2배 높은 水準에 있는데 現在와 같은 生産增加推移가 계속 維持된다면, 앞으로 10年 以內에 柑橘의 生産量과 1人當 消費추세

8) 經濟企劃院, 「6次 5個年計劃」, 1986, 總量指標.

9) 韓國農業科學協會, 「1981農業科學 심포지움 資料」, 1981, p. 60.

10) 韓國開發研究院: 「長期經濟社會開發 答申報書」, (1981~1991), pp. 133~146.

는 사과에 接近하게 될 것이며, 柑橘 生産量 增加에 隨伴하여 消費量의 增加와 더불어 現在 10%內外인 加工率도 점차 增加할 것으로 展望된다.

[표11] 日本의 家口當 果實購買物量 및 金額比率

單位：%

| 區分  | 年度 | 合計    | 밀감   | 사과   | 배   | 감   | 포도  | 복숭아 | 수박   | 딸기  | 바나나 | 레몬  | 기타   |
|-----|----|-------|------|------|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|
| '76 | 數量 | 100.0 | 46.8 | 11.2 | 5.8 | 2.0 | 3.0 | 1.9 | 10.3 | 2.5 | 9.5 | 0.8 | 6.2  |
|     | 金額 | 100.0 | 33.2 | 13.3 | 6.1 | 2.2 | 7.4 | 3.1 | 6.9  | 8.9 | 7.9 | 1.5 | 9.5  |
| '77 | 數量 | 100.0 | 44.9 | 11.2 | 6.2 | 2.3 | 3.1 | 1.8 | 10.7 | 2.6 | 9.6 | 1.0 | 6.6  |
|     | 金額 | 100.0 | 31.9 | 13.2 | 6.4 | 2.6 | 7.7 | 3.1 | 7.2  | 9.5 | 7.4 | 1.5 | 9.5  |
| '78 | 數量 | 100.0 | 44.9 | 11.0 | 5.6 | 2.7 | 3.3 | 2.0 | 10.5 | 2.7 | 9.1 | 0.9 | 7.3  |
|     | 金額 | 100.0 | 32.3 | 12.5 | 6.1 | 2.8 | 7.9 | 3.5 | 7.7  | 9.0 | 6.3 | 1.5 | 10.4 |
| '79 | 數量 | 100.0 | 46.3 | 9.8  | 5.8 | 2.2 | 3.6 | 2.1 | 9.4  | 3.1 | 9.2 | 0.8 | 7.7  |
|     | 金額 | 100.0 | 31.9 | 13.1 | 6.1 | 2.5 | 8.1 | 3.4 | 6.7  | 9.3 | 6.2 | 1.6 | 11.1 |
| '80 | 數量 | 100.0 | 45.7 | 12.1 | 5.8 | 2.5 | 3.1 | 1.9 | 8.3  | 3.2 | 8.8 | 0.9 | 7.7  |
|     | 金額 | 100.0 | 30.8 | 14.8 | 6.5 | 2.7 | 7.3 | 3.4 | 5.9  | 9.4 | 6.4 | 1.6 | 11.2 |
| '81 | 數量 | 100.0 | 42.6 | 12.6 | 6.1 | 2.7 | 3.3 | 2.0 | 8.8  | 3.3 | 9.1 | 1.0 | 8.5  |
|     | 金額 | 100.0 | 29.9 | 14.0 | 6.3 | 2.7 | 7.3 | 3.4 | 6.9  | 9.4 | 6.4 | 1.5 | 12.2 |
| '82 | 數量 | 100.0 | 41.1 | 12.5 | 6.4 | 3.4 | 3.7 | 1.9 | 8.4  | 3.2 | 9.2 | 1.0 | 9.2  |
|     | 金額 | 100.0 | 30.7 | 13.8 | 6.7 | 2.7 | 7.9 | 2.9 | 5.4  | 9.5 | 6.1 | 1.6 | 12.7 |
| '83 | 數量 | 100.0 | 44.3 | 13.1 | 6.1 | 3.0 | 3.7 | 1.9 | 7.8  | 2.9 | 7.0 | 1.1 | 9.1  |
|     | 金額 | 100.0 | 30.7 | 13.8 | 6.5 | 2.5 | 8.2 | 2.8 | 6.1  | 8.4 | 5.8 | 1.5 | 13.7 |
| '84 | 數量 | 100.0 | 40.2 | 13.5 | 6.4 | 3.2 | 3.6 | 2.2 | 8.2  | 3.3 | 8.8 | 1.2 | 9.4  |
|     | 金額 | 100.0 | 30.2 | 13.4 | 6.5 | 2.9 | 7.2 | 3.2 | 6.4  | 8.9 | 6.1 | 1.5 | 13.7 |

資料：日本園藝組合, 果樹統計, 1985, p. 41

[표12] 主要果實類의 生産占有率變化

單位：M/T

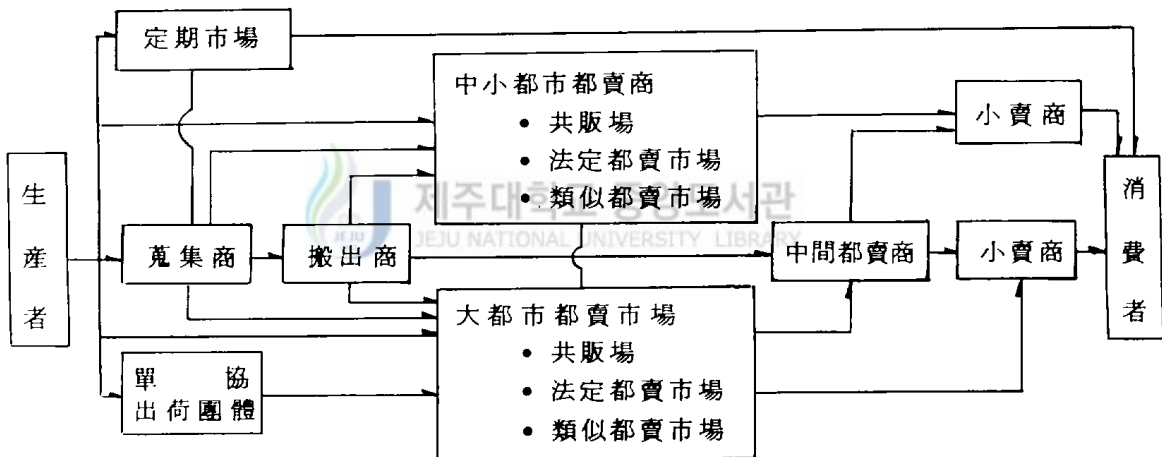
| 年度   | 사과                | 배                | 복숭아              | 밀감                | 포도                | 합계                   |
|------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| 1970 | 212,041<br>(55.6) | 52,041<br>(13.6) | 78,098<br>(20.5) | 5,141<br>(1.4)    | 34,145<br>(9.0)   | 381,466<br>(100.0)   |
| 1984 | 528,000<br>(47.4) | 101,000<br>(9.0) | 98,000<br>(8.8)  | 261,100<br>(23.4) | 125,000<br>(11.2) | 1,113,100<br>(100.0) |

資料：1971, 1985, 農水産部 統計年報에 의거 筆者가 作成한 것임 \* ( )안은 構成比率임

### 3. 柑橘의 流通機構와 經路

모든 商品이 生産者로부터 最終消費者에게 流通되는 過程에는 수 많은 機關들이 介入하여 流通業務를 遂行하게 되는데 이 機關들이 상호 연관을 가지고 活動하는 全體組織을 流通機構라 하며, 流通機構에서 流通活動을 遂行하는 계열을 流通經路라고 하는데, 우리 나라에서 柑橘의 流通業務를 現實적으로 담당하고 있는 流通機構(marketing mechanism)는 柑橘의 主生産地인 濟州道와 消費市場인 서울을 中心으로한 다른 地方 사이를 연결하는 輸送與件의 不利와 柑橘의 商品的 特性으로 惹起되는 生産地 및 消費地의 貯藏施設不足 등의 要因으로 多様な 流通主體 및 經路로 組織되어 있다.

〔圖 1〕 青果物 流通經路



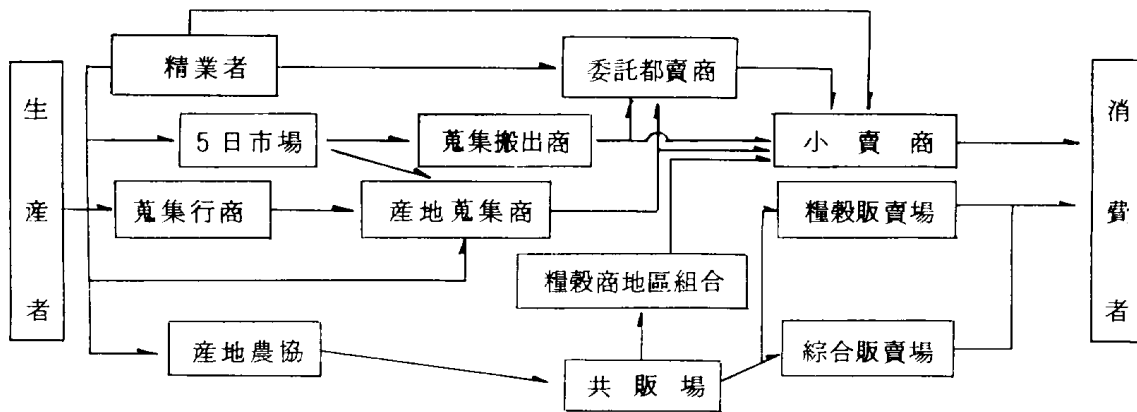
資料：成培永，農產物商品 市場分析，韓國農村經濟研究院，1985，p. 36

우리 나라의 青果物에 대한 一般的 流通機構와 經路를 살펴보면 [圖 1]에서 보는 바와 같이 生産者 → 蒐集商 → 類似都賣市場(委託商) → 中間都賣市場 → 小賣商 → 消費者에게 이르는 體系를 形成하고 있는데, 이와 같은 青果物의 流通經路는 [圖 2]에서 볼 수 있는 糧穀의 流通經路와 같이 多段階의 前近代의 性格을 벗어나지 못하고 있는 것이다.

그리고 濟州道産 柑橘의 流通機構와 經路도 [圖 3]에서 보는 바와 같이 多段階의 流通經路를 形成하고 있으며, [圖 4]에서 볼 수 있는 柑橘과의 競爭商品인 사과의 流通經路에

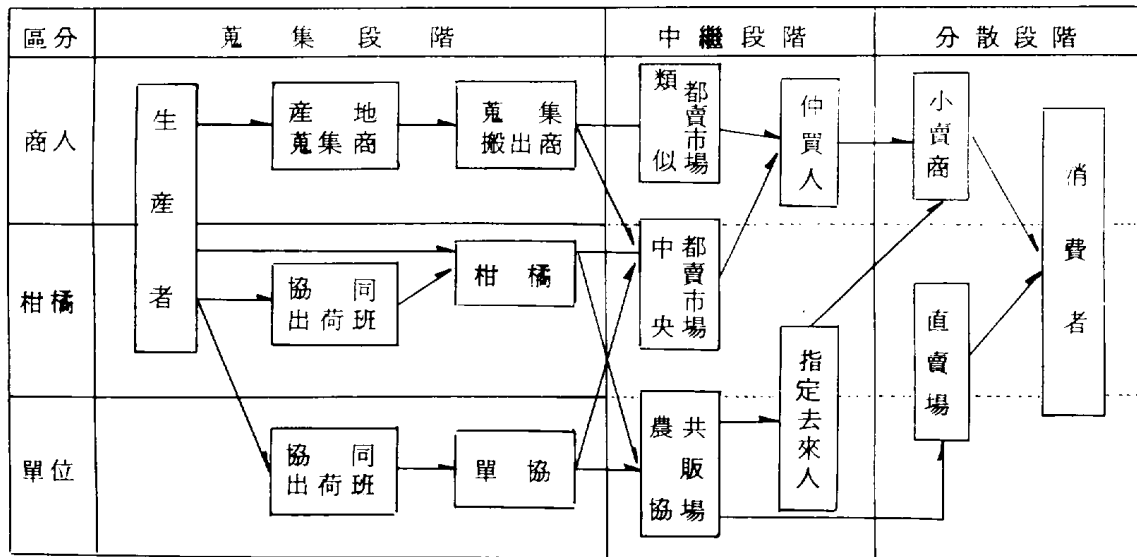
비해 복잡할 뿐만 아니라 多様な 流通主體들이 난립하고 있으며, 產地買集商들이 生産農家와의 庭前去來 또는 商人組織系統에의 委託販賣는 1985年度産 柑橘의 경우 全體販賣量의 62.88%以上을 占有하고 있고, 協同組合系統出荷는 37.12%로 推計되고 있는 것이다.

〔圖 2〕 糧穀의 流通經路



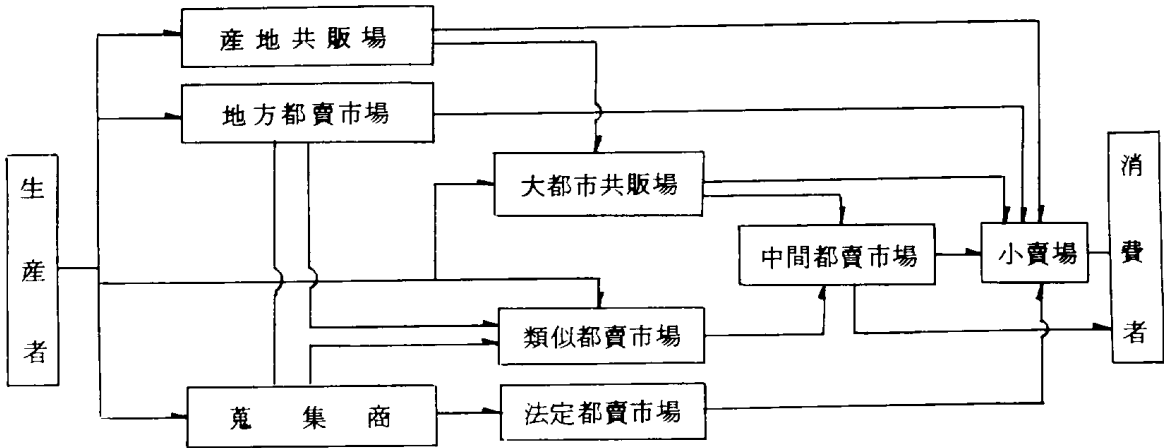
資料：成培永, 農水産商品市場分析, 韓國農村經濟研究院, 1985, p. 241

〔圖 3〕 濟州柑橘의 流通經路



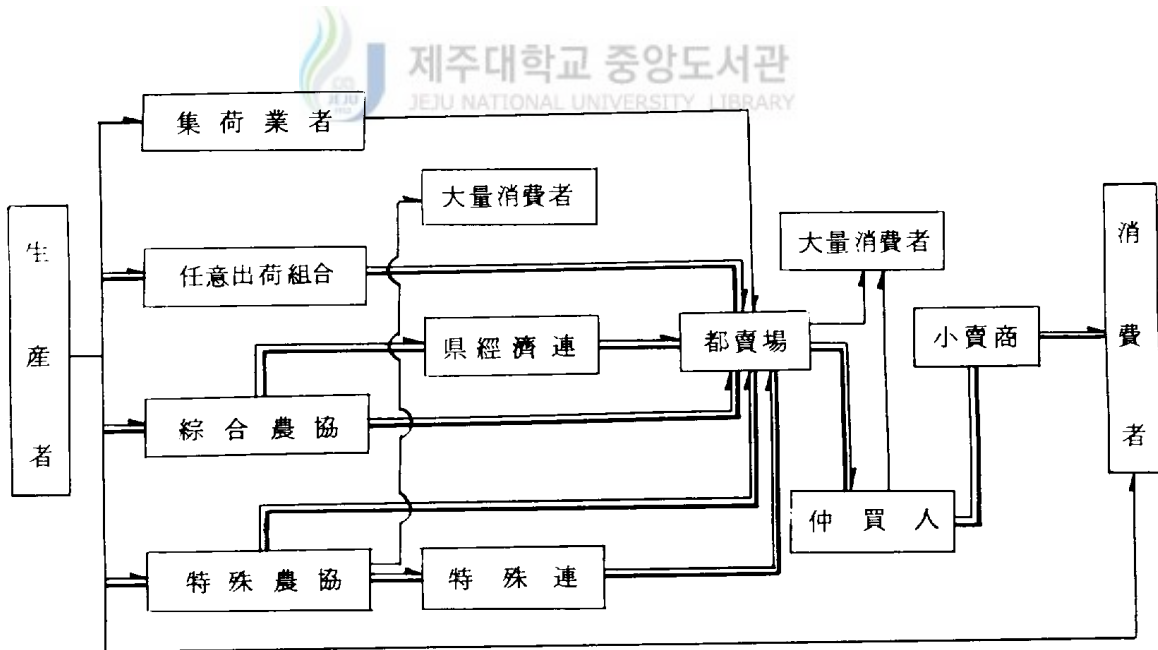
資料：濟州道, 濟州柑橘, 1985, p. 51

〔圖 4〕 사과의 流通經路



資料：成培永，農水産商品市場分析，韓國農村經濟研究院，1985，p. 40

〔圖 5〕 日本の 柑橘 流通經路



資料：日本 園藝農協 農水産物 流通現狀對策，1976.

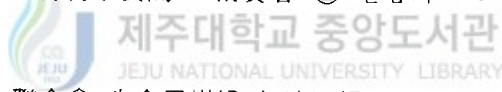
\* **==** 비교적 유통량이 많은 經路



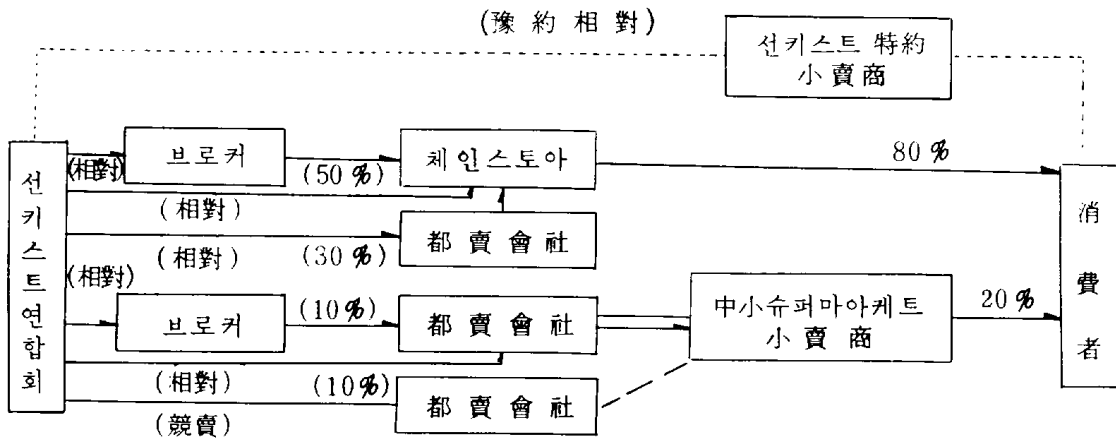
한편 外國의 柑橘 流通經路를 살펴보면 日本의 경우 [圖 5]에서 보는 바와 같이 蒐集, 中繼, 分散의 3段階로 流通過程을 거치고 있으며, 流通量의 大部分은 農協이나 任意組合의 經路를 통한 協同組合 系統出荷의 流通經路를 形成하고 있는데, 이런 日本의 流通經路를 分析해 보면,

- ① 生産者 → 消費者
- ② 生産者 → 組合·農協 → 消費地都賣市場 → 小賣商 → 消費者
- ③ 生産者 → 特殊農協 → 特殊連 → 消費地都賣綜合農協 → 縣經濟連市場 → 消費者
- ④ 生産者 → 集荷業者 → 消費地都賣市場 → 小賣商 → 消費者
- ⑤ 生産者 → 組合·農協 → 消費地都賣市場·仲買人 → 大量消費者로 나누어 볼 수 있으며, 이 가운데 重要な 流通經路는 ②, ③, ⑤로써 日本의 流通經路는 蒐集된 柑橘을 모두 消費地都賣市場을 通하여 小賣商으로 流通시키고 있다. 또한 中繼市場의 한 部類인 類似業者와 分散市場에 存在하는 都賣商의 役割은 큰 小賣商이 兼하고 있어 流通經路가 比較的 짧고 流通機構의 機能의 分化와 統合이 이루어지고 있는 點이 우리 나라의 경우와 다르다고 할 수 있다.<sup>11)</sup>

그리고 美國의 선키스트연합회의 生食用 柑橘의 流通經路를 살펴 보면 [圖 6]에서 보는 바와 같이 ① 연합회 → 特約小賣商 → 消費者 ② 연합회 → 브로커 → 체인스토아 → 消費者



[圖 6] 선키스트 聯合會 生食用柑橘의 流通經路



資料: 姜景晞, 美國의 柑橘協同組合 紹介, (제주감귤협동조합 감귤원예), 1985, p. 47

\* 點線은 특수한 流通經路, %는 平年の 경우 流通經路別 去來比率임.

11) 康承鎮, "柑橘流通 및 價格變動의 特性에 관한 研究", 高麗大碩士學位論文, 1981, pp. 33~35.

③ 연합회 → 都賣會社 → 체인스토아 → 消費者 ④ 연합회 → 브로커 → 都賣會社 → 中·小슈퍼마켓 → 消費者 등이며 物量의 80%를 체인스토아를 통해 消費者에게 供給하고 있어 선키스트 연합회의 主要 流通經路가 체인스토아이고 流通經路上 中間商人의 介入이 封鎖되어 있어 역시 우리 나라와는 對照的으로 單純化되어 있음을 알 수 있다.

한편 濟州柑橘의 流通經路上에는 多樣한 流通主體들이 개입하여 마아케팅 活動을 遂行하고 있는데 이에 대한 種類와 機能 등을 要約하면 다음과 같으며, 流通段階에 따라 蒐集機構, 中繼機構, 分散機構로 區分하여 說明하고자 한다.

#### 가. 蒐集機構

蒐集機構는 生産이 小規模·分散的으로 이루어지는 경우에 發達하는 流通組織이다. 柑橘의 蒐集機構는 產地를 中心으로 하여 中繼市場 또는 分散市場으로 搬出하기 위해 蒐集役割을 하며 이 段階에서 柑橘의 1次的 去來가 이루어진다.

柑橘의 蒐集機構는 產地市場에서 活動하는 產地蒐集商, 買集委託代理人 등의 商人組織과, 單位農協, 柑橘協同組合, 協同出荷班 등의 生産者組織 및 加工業者로 構成된다. 이들은 產地市場에서 柑橘의 買集 및 輸送, 生産者에 대한 先貸資金貸與, 柑橘의 所有權 移轉으로 인한 物理的 經濟的 危險을 負擔하고, 市場情報의 提供, 貯藏, 商品販賣 등의 機能을 遂行하며, 柑橘을 選別化, 等級化의 業務까지도 擔當하는데, 蒐集機構의 活動內容을 살펴보면 다음과 같이 要約할 수 있다.

##### 1) 產地買集商

產地買集商이란 柑橘의 收穫期에 生産農家와 直接 接觸하며 自己名義와 自己計算으로 柑橘을 買集하고 이를 大量化한 후 搬出商人에게 引渡하기도 하고 中繼市場의 農協共販場에 出荷하기도 하며, 한편으로는 購買를 委託한 商人과의 事前契約에 의해 蒐集物量을 引渡하기도 하는데, 이들은 中繼市場의 豫想價格을 基準으로 柑橘을 自己計算下에 收買·販賣하므로 이들의 所得은 豫想價格에 대한 販賣價格의 變動에 의해 좌우된다. 따라서 販賣價格變動에 對備하여 產地에서의 買入價格을 낮게 決定하려는 傾向이 있으며 投機性이 강한 편이다.

##### 2) 搬出商

搬出商은 包裝된 柑橘을 大部分 產地 買集商으로부터 購入하여 自己責任下에 搬出하는 것이 產地買集商과 差異가 있으며 產地買集商 다음 段階에서 中繼市場으로 搬出하는 것을 主機能으로 하는 限定機能商人이며, 이들은 地域的 價格差에 의한 場所的 移動으로 所得을 얻기 때문에 역시 投機性이 강한 편이다.

### 3) 柑橘協同組合

1960. 9. 21 農水産部長官의 組合設立 認可를 받아 特殊農協으로 濟州柑橘協同組合이 發足되었고, 農産物檢査法에 의한 柑橘調査를 代行하였으며, 柑橘流通의 主體로서 生産者에게 協同組合 系統出荷를 중용하고 柑橘의 共同出荷를 담당하고 있으나 商人組織에 비해 취급물량이 뒤지고 있으며, 1985年末 現在 組合員數는 6.443명에 이른다.

### 4) 產地單位農協

單位農協은 組合員이 生産한 柑橘을 蒐集하여 委託販賣形式으로 協同組合 系統出荷를 하여 中繼市場의 農協共販場에 出荷하고 있으나 역시 商人組織의 出荷比重에 미치지 못하고 있다.

### 5) 協同出荷班

協同出荷班은 行政指導組織으로서 당초 農協作目班이 變형된 것이며 柑橘生産者들이 生産된 柑橘을 共同으로 出荷하는 機能遂行을 目標로 하고 있고 柑橘協同組合이나 單位農協에서 出荷되는 柑橘은 이들 協同出荷班에 의한 것이며, 1985年末 現在 濟州道內에 307個所에 9,824名의 生産農民으로 構成되어 있다.

### 6) 加工業者

加工業者(해태, 롯데, 종합식품, 서라벌, 태양 등)는 柑橘을 주스 등으로 加工하는 製造業者를 말하며 柑橘을 協同組合의 系統出荷方式에 의해 購買하고 購買價格을 地方行政當局과 協議決定하고 있다.

## 나. 中繼機構

中繼機構는 柑橘流通의 蒐集段階와 分散段階의 中間에서 兩段階를 連結하는 流通組織이다. 中繼機構는 產地로부터 蒐集經路를 통해 各種商品을 大量集荷하여 消費者에게 신속히 分配하는 機能을 담당한다. 이러한 中繼機構의 代表的인 것이 都賣市場이다. 우리 나라의 靑果物 都賣市場은 地方自治團體가 開設한 都賣市場과 協同組合에 의하여 消費地都市에 開設된 共販場 그리고 商人으로 構成되어 있는 類似都賣市場 등 세가지로 區分된다.

### 1) 中央都賣市場

農産物流通 및 價格安定에 관한 法律에 의하여 地方自治團體가 開設하여 指定都賣人으로서 하여금 運營하게 하는 法定都賣市場으로 產地로부터 出荷되는 大量的 靑果物을 受荷하여 仲買人<sup>12)</sup>에게 公開적으로 競賣하는 機能을 遂行한다.

12) 中央都賣市場內에서 都賣人이 行하는 靑果物의 競매에 參加할 수 있는 資格을 부여받는 商人들로서 小賣商이나 大量消費者로부터 商品購入을 주문 받아서 競매에 임하는 것이 원칙이나 仲買人 自身이 買取販賣하는 경우가 많으며 共販場에서는 仲買人을 去來人이라고 한다.

## 2) 農協共販場

農協共販場은 產地에서 大量으로 蒐集된 靑果物을 指定去來人을 통해 消費市場으로 分散시키는 中繼役割을 遂行하는 機能을 담당한다.

## 3) 類似都賣市場

都賣市場의 許可를 받지 않고 小賣市場의 許可를 받아서, 또는 아무런 許可도 없이 都賣機能을 遂行하는 것이 類似都賣市場이다. 이곳에서는 去來者間의 相對賣買에 依하여 去來를 하게 된다.

### 다. 分散機構

分散機構는 蒐集機構와 中繼機構를 거쳐 靑果物이 最終消費者에게 少量으로 分配되게 하는 機構로서 都賣市場에서 消費者에 이르는 消費地 流通段階이며 一般小賣商, 슈퍼마켓, 連鎖店 및 在來市場 등으로 形成되어 있고 分散機能을 擔當한다.

#### 1) 一般小賣商

靑果物을 最終적으로 消費者에 販賣하는 流通機關의 末端에서 活動하는 商人으로서 都賣市場의 仲買人이나 農業協同組合 共販場의 去來人으로부터 靑果物을 購買하여 最終消費者에게 再販賣하는 機能을 遂行한다. 小賣商은 消費者의 購買代理人인 同時에 消費者들이 購買할 것으로 豫想하는 商品의 蒐集商이므로 消費者가 원하는 靑果物을 購買하여 販賣하며, 不規則한 消費者의 購買에 應하기 위하여 陳列하고 貯藏하며, 또한 配達을 함으로써 場所의 距離를 일치시키고, 外上販賣를 함으로써 消費者에게 信用을 供與할 뿐만 아니라 豫想하지 못하였던 危險을 負擔하는 등 最終消費者에게 여러가지 機能을 遂行하고 있다. 그리고 이러한 機能을 遂行하는 小賣商에는 一般小賣商 以外에 百貨店이나 슈퍼마켓 체인스토어 在來市場 등이 있는데, 비교적 靑果物을 많이 取扱하는 슈퍼마켓 連鎖店 在來市場에 대해 言及코져 한다.

#### 2) 슈퍼마켓

슈퍼마켓(supermarkets)란 商品購買者인 消費者가 自己서어비스 制度에 의해서 各種食料品과 日用品을 위주로 販賣하며 低價格과 낮은 利幅, 大量販賣 및 大量購買 등을 특징으로 하는 大規模小賣店을 말한다.<sup>13)</sup> 슈퍼마켓은 一般小賣商店이나 百貨店보다 물건값을 헐하게 파는 代身에 現金無配達制 및 消費者 스스로가 商品을 購入함에 있어서 自己서어비스를 해야하는 大規模小賣店으로서 그 起源은 1929~1933年 사이에 美國經濟의 不황기에 美國에서 低價格 訴求에 中점을 둔 經營方式으로 出現한 小賣機關이며, 우리 나

13) P. Kotler, *Marketing Management; analysis, planning and control*(New Jersey; Prentice-Hall, 1984), p. 569.

라에도 이 小賣制度를 導入하여 全國의 都市에 分布되어 있는데 青果物인 柑橘의 流通業務에 중요한 역할을 수행하고 있다.

### 3) 連鎖店

連鎖店이란 同種 혹은 類似한 商品을 취급하는 多數의 小賣店舖가 하나의 企業으로 結合되어 中央本部의 統一的 經營方針에 의하여 運營되는 會社連鎖店과,<sup>14)</sup> 獨立小賣商들이 大規模의 統合小賣店에 대응하기 위하여 各 小賣店들이 獨立性を 維持 하면서 共同購買 共同廣告 등으로 經營을 合理化해 나가는 自由連鎖店이 있는데,<sup>15)</sup> 會社連鎖店이던 自由連鎖店이던 小規模 散在的 小賣店舖의 集團이라는 특징을 갖고 있으며, 이 連鎖店 역시 美國에서 出現하여 우리 나라에 導入된 小賣機關인데 크고 작은 모든 都市에 分布되어 있을 뿐만 아니라 全國의 單位農協에 連鎖店이 없는 곳이 거의 없을 정도로 散在하고 있어서 柑橘의 分散機構로서는 매우 重要的 役割을 遂行하는 小賣機關의 하나이다.

### 4) 在來市場

在來市場이란 李朝時代부터 中小都市와 農村에서 定期的으로 住民과 商人이 特定場所에 모여 商品의 賣買와 物物を 交換하던 場所로서 오늘날의 5日市場이 이에 해당하는 것이다. 5日市場은 邑面地域에서 一定區域을 指定하여 露天일수도 있고 혹은 가건물을 세워 둔 一定한 地域에서 市場의 機能을 발휘하게 하는데, 最近에는 交通手段이 發達함에 따라 各種 工產品과 農產物이 활발하게 去來되고 있어서 濟州道產 柑橘이 全國 農漁村에까지 流通되게 하는데 있어서 分散機構로서의 機能遂行에 한 몫을 擔當해 주고 있는 것이다.

## 4. 柑橘의 價格動向

우리 나라의 果實類는 일부 果實을 除外하고 大部分 價格面에서 國際競爭力이 약하므로 政府當局이 農民保護라는 政策的 配慮에서 輸入을 抑制한 結果 높은 價格水準을 維持하여 오고 있는 實情이다.

(표 13)에서 보는 바와 같이 柑橘은 1961년을 基準으로 할때 꾸준한 價格 상승추세를 보이다 1969年度에 3.75kg 當 1,000원선을 넘어 섰고 1972年度에 最高度에 달했으며, 1984年度에는 異例的으로 3.75 kg 當 1,669원 水準에 이르렀는데 이는 당해년도의 우리 나라 果實類 生産이 全般的으로 減少한데 基因한 것이다. 또한 3.75 kg 當 1,000원 線을

14) W. J. Stanton, *Fundamentals of Marketing*, (New York ; McGraw-Hill, 1981), p. 296.

15) 吳相洛, 「마케팅原論」, (서울, 博英社, 1981), p. 204.

[丑 13] 柑橘의 價格推移

단위 : 원 (3.75 kg 當)

| 年度<br>區分 | 1961  | '62   | '63   | '64   | '65   | 66    | '67   | '68   | '69   | '70   | '71     | '72     | '73   |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|---------|-------|
| 價格       | 215   | 251   | 364   | 364   | 585   | 600   | 767   | 850   | 1,029 | 1,094 | 1,368   | 1,365   | 1,193 |
| 指數       | 100   | 116.7 | 169.3 | 169.3 | 273.5 | 279.1 | 356.7 | 395.4 | 478.6 | 508.6 | 613.0   | 634.9   | 554.9 |
| 區分<br>年度 | 1974  | '75   | '76   | '77   | '78   | '79   | '80   | '81   | '82   | '83   | '84     | '85     | '86   |
| 價格       | 1,142 | 831   | 1,158 | 1,049 | 1,084 | 1,205 | 985   | 1,137 | 1,041 | 802.5 | 1,669.7 | 1,181.2 |       |
| 指數       | 531.1 | 386.5 | 538.6 | 487.9 | 524.2 | 560.5 | 458.1 | 528.8 | 484.2 | 273.3 | 776.6   | 549.3   |       |

資料 : 農協中央會와 濟州道の 統計資料에 의해 筆者가 作成한 것임

[丑 14] 柑橘의 月別 農家受取 價格推移

單位 : 원 (3.75 kg)

| 月別<br>年度 | 10    | 11    | 12    | 1     | 2     | 3     | 4     | 平均      | 加工     | 生産量<br>(M/丁) |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|--------|--------------|
| 1975     | 776   | 720   | 855   | 799   | 1,005 |       |       | 831     | 500    | 81,105       |
| 指數       | 100   | 92.8  | 110.1 | 103.0 | 129.5 |       |       |         | 100    |              |
| 1976     | 1,219 | 968   | 1,196 | 1,339 | 1,226 | 999   |       | 1,158   | 700    | 50,432       |
| 指數       | 100   | 79.4  | 98.1  | 109.8 | 100.6 | 82.0  |       |         | 140    |              |
| 1977     | 905   | 725   | 750   | 1,030 | 1,282 | 1,586 |       | 1,049   | 750    | 115,500      |
| 指數       | 100   | 80.1  | 82.9  | 113.8 | 141.7 | 175.5 |       |         | 150    |              |
| 1978     | 1,076 | 976   | 1,035 | 1,284 | 1,328 | 1,670 | 1,483 | 1,084   | 851.25 | 125,950      |
| 指數       | 100   | 90.7  | 96.2  | 119.3 | 123.4 | 155.2 | 137.8 |         | 170.3  |              |
| 1979     | 1,033 | 1,037 | 1,269 | 1,330 | 1,297 | 1,022 |       | 1,205   | 877.5  | 172,150      |
| 指數       | 100   | 100.4 | 122.8 | 128.7 | 125.6 | 98.9  |       |         | 125.5  |              |
| 1980     | 1,105 | 1,001 | 941   | 936   | 996   | 1,360 |       | 985     | 885    | 187,470      |
| 指數       | 100   | 90.6  | 85.2  | 84.7  | 90.1  | 123.0 |       |         | 177    |              |
| 1981     | 1,121 | 1,005 | 1,144 | 1,345 | 1,063 | 1,497 |       | 1,137   | 887    | 247,780      |
| 指數       | 100   | 89.6  | 102.1 | 120.0 | 94.8  | 133.5 |       |         | 177.4  |              |
| 1982     | 1,253 | 1,040 | 978   | 1,019 | 1,185 | 1,432 |       | 1,041   | 920    | 323,420      |
| 指數       | 100   | 83.0  | 78.1  | 81.3  | 94.6  | 114.3 |       |         | 184    |              |
| 1983     | 806   | 623   | 686   | 806   | 694   | 634   | 911   | 802.5   | 739.75 | 345,900      |
| 指數       | 100   | 77.3  | 85.1  | 100   | 86.1  | 78.7  | 113.0 |         | 148.0  |              |
| 1984     | 1,807 | 1,548 | 1,612 | 1,788 | 1,995 | 1,968 |       | 1,668.7 | 920.6  | 261,000      |
| 指數       | 100   | 85.7  | 89.2  | 98.9  | 110.4 | 108.9 |       |         | 184.1  |              |
| 1985     | 1,466 | 1,181 | 1,170 | 1,241 | 1,087 | 1,177 | 1,200 | 1,178   | 900    | 394,300      |
| 指數       | 100   | 80.5  | 79.8  | 84.6  | 74.1  | 80.2  | 81.8  | 80.3    | 180    |              |

資料 : 濟州道, 濟州柑橘, 1985, p. 55

넘어선 1969年을 基準으로 하여 보면 外部的 與件과 生産量 增減이 격심한 경우를 除外하고는 價格이 비교적 큰 變動없이 維持했다고 볼 수 있다.

그리고 [표 14]에서 보는 바와 같이 柑橘의 月別 農家受取價格推移는 1975년부터 1985년까지 11年 동안 당해년도 10월에 형성된 價格이 11월에는 79年을 除外하고 全年度가 下落하였으며, 12월에는 3個年(1975, 1979, 1981年)을 除外한 全年度 역시 下落을 면치 못한 반면에 다음해 1월부터는 全般的인 오름세를 보였다.

이와 같은 현상은 당해년도의 10, 11, 12월에 柑橘이 多量出荷되는데 基因한 것이고, 이듬해 出荷分은 柑橘栽培 農家에서 高價의 販賣를 기대하여 貯藏하고 있었음을 立證해 주고 있으며 특히 加工用 柑橘은 1975年 3.75 kg 당 500원에 收買되었던 것이 1980년에 1.77배인 855원, 1985년에는 1.8배인 900원에 이르는 등 1983年을 제외하고는 소폭이기는 하지만 오름세를 보여 주고 있다.

한편 [표 15]에서 보는 바와 같이 柑橘과 사과의 月別 販賣價格推移를 對比해 보면 1981年度の 경우 柑橘이 당해년도 10월에 형성된 價格이 다음해 3월에 1.33배이나 사과는 1.46배, 5월에는 2.2배의 高價로 販賣되었고 1982年度는 柑橘이 당해년도 10월에 형

[表 15] 柑橘과 사과의 月別 價格推移比較

單位：원 / 15kg 중품

| 區分 \ 月別 | 10 11 12 1 2 3 4 5 6 7 |       |       |       |        |        |        |        |        |        | 年平均    |        |
|---------|------------------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|         | 10                     | 11    | 12    | 1     | 2      | 3      | 4      | 5      | 6      | 7      |        |        |
| '81     | 柑橘                     | 4,484 | 4,020 | 4,576 | 5,380  | 4,252  | 5,988  |        |        |        |        | 4,548  |
|         | 指數                     | 100   | 89.6  | 102.1 | 120.0  | 94.8   | 133.5  |        |        |        |        |        |
|         | 사과                     | 8,150 | 7,860 | 9,360 | 8,420  | 9,980  | 11,920 | 15,150 | 17,980 |        |        | 11,100 |
|         | 指數                     | 100   | 96.4  | 114.8 | 103.3  | 122.5  | 146.3  | 125.9  | 220.6  |        |        |        |
| '82     | 柑橘                     | 5,012 | 4,160 | 3,912 | 4,076  | 4,740  | 5,728  |        |        |        |        | 4,164  |
|         | 指數                     | 100   | 83.0  | 78.1  | 81.3   | 94.6   | 114.3  |        |        |        |        |        |
|         | 사과                     | 9,420 | 7,900 | 9,900 | 9,650  | 10,920 | 11,070 | 10,600 | 10,980 | 10,630 | 8,870  | 11,300 |
|         | 指數                     | 100   | 83.9  | 105.1 | 120.1  | 116.0  | 117.5  | 112.5  | 116.6  | 112.8  | 94.2   |        |
| '83     | 柑橘                     | 3,224 | 2,492 | 2,744 | 3,224  | 2,776  | 2,536  | 3,644  |        |        |        | 3,210  |
|         | 指數                     | 100   | 77.3  | 85.1  | 100    | 86.1   | 78.7   | 113.0  |        |        |        |        |
|         | 사과                     | 7,250 | 6,400 | 7,140 | 10,850 | 10,520 | 10,740 | 12,930 | 14,430 | 16,800 | 25,000 | 12,200 |
|         | 指數                     | 100   | 88.3  | 98.5  | 149.7  | 145.1  | 148.1  | 178.3  | 199.0  | 231.7  | 344.8  |        |

資料：農水産部 및 濟州道 資料에 의해 筆者가 作成한 것임

성된 價格이 다음해 3월에 1.14배이나 사과는 1.17배이고 7월에는 특이하게 下落勢를 보였으며, 1983年度에는 柑橘이 당해년도 10월에 형성된 가격이 다음해 4월에 1.13배이나 사과는 당해년도 10월에 형성된 가격에 비해 다음해 4월에 1.78배, 7월에는 3.44배의 오름세를 보였다. 그리고 年平均 價格에 있어서도 柑橘이 1981년을 基準으로 下落勢를 보인 反面 사과는 꾸준한 오름세를 나타내고 있어 價格管理面에서 사과가 柑橘보다 앞서고 있음을 보여 주고 있는 것이다.

한편 日本의 柑橘價格 形成實態를 살펴보면 (表 16)에서 보는 바와 같이 東京市場의 경우 溫州蜜柑이 1976年 1kg 當 138¥ 했던 것이 1979년에는 105¥ 으로 下落하였고 1984年은 生産量減少로 인하여 1kg 當 230¥으로 오름세를 보인것 외에는 每年 10%内外에서 安定勢를 維持하였으며, 柑橘類中 네이블은 1kg 當 300¥ 伊豫柑橘은 200¥ 以上을 넘어서는

[表 16] 日本의 柑橘販賣價格推移(東京·大阪市場) 單位: 1kg 當 ¥

| 種類   | 年度<br>地域 | 1976 | '77 | '78 | '79 | '80 | '81 | '82 | '83 | '84 |
|------|----------|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 溫州蜜柑 | 東京       | 138  | 111 | 143 | 105 | 151 | 162 | 146 | 142 | 230 |
|      | 大阪       | 129  | 113 | 135 | 99  | 142 | 159 | 139 | 139 | 205 |
|      | 價格差      | 9    | -2  | 8   | 6   | 9   | 3   | 7   | 3   | 25  |
| 네이블  | 東京       | 274  | 338 | 326 | 329 | 327 | 328 | 334 | 268 | 252 |
|      | 大阪       | 266  | 291 | 314 | 301 | 268 | 259 | 282 | 232 | 217 |
|      | 價格差      | 8    | 47  | 12  | 28  | 59  | 68  | 52  | 36  | 35  |
| 夏橘類  | 東京       | 87   | 90  | 71  | 96  | 65  | 128 | 68  | 95  | 64  |
|      | 大阪       | 85   | 75  | 67  | 100 | 42  | 59  | 54  | 84  | 49  |
|      | 價格差      | 2    | 15  | 4   | -4  | 23  | 69  | 14  | 11  | 15  |
| 甘夏橘  | 東京       | 172  | 195 | 173 | 195 | 126 | 192 | 195 | 165 | 135 |
|      | 大阪       | 153  | 167 | 155 | 174 | 102 | 172 | 172 | 151 | 113 |
|      | 價格差      | 19   | 28  | 18  | 21  | 24  | 20  | 23  | 14  | 22  |
| 八朔   | 東京       | 161  | 187 | 168 | 212 | 145 | 145 | 200 | 132 | 134 |
|      | 大阪       | 151  | 177 | 160 | 192 | 126 | 129 | 180 | 114 | 123 |
|      | 價格差      | 10   | 10  | 8   | 20  | 19  | 16  | 20  | 18  | 11  |
| 伊豫柑  | 東京       | 229  | 270 | 230 | 283 | 255 | 235 | 288 | 248 | 214 |
|      | 大阪       | 226  | 265 | 228 | 270 | 241 | 219 | 276 | 243 | 205 |
|      | 價格差      | 3    | 5   | 2   | 13  | 14  | 16  | 12  | 5   | 9   |

資料: 日本園藝組合, 果樹統計, 1985, p. 45



高價品으로 去來되었다. 그리고 大阪市場이 全種類的 柑橘價格에 있어 東京市場보다 낮은 것은 地域的으로 거리관계가 영향을 주고 있는 것으로 보인다.

앞에서 例示했듯이 日本의 溫州蜜柑 위주의 柑橘栽培에서 高價格의 柑橘類나 他果實類 등을 栽培키 위해 每年 많은면적의 溫州蜜柑園이 廢園되고 있음은 우리 나라에 있어 擴大·增産 일변도의 柑橘産業政策을 再考케 하는 問題點이라고 지적할 수 있다.

## 5. 柑橘類의 輸入動向

우리 나라의 輸入政策이 1967年 7月부터 네거티브리스트시스템(negative list system)으로 轉換됨에 따라 輸出入期別 公告上의 輸入 制限承認品目を 除外하고는 輸入이 自動的으로 承認되게 되었다.<sup>16)</sup> 특히 우리 나라의 輸入自由化 比率를 擴大시켜 나가지 않으면 안될 對外的 與件의 變化에 따라 政府는 1988年까지 輸入自律化率을 95%선으로 提高시키기로 하고, 年次的 輸入自由化計劃을 發表한 바 있다. 이와 더불어 果實類에 있어서는 1984年 1月부터 레몬 輸入開放에 이어 同年에 그레이프푸르트(grape fruit)가 輸入自由化되었다. 바로 그레이프 푸르트는 柑橘類라는데서 濟州道の 柑橘生産農家에서는 問題의 심각성이 있는 것이다.

한편 世界의 果實類 生産量을 살펴보면 (表 17)에서 보는 바와 같이 감귤류 등 9個品目中 포도가 全體生産量의 30%를 점하고 있고, 감귤류가 20%선, 바나나 18%선, 사과가 16%선의 順位로 되어 있다. 輸入自由化로 關心을 提起시키는 그레이프 푸르트는 1983年 4,088천톤중 美國이 54.3%인 2,220천톤, 다음이 이스라엘로 11.0%인 450천톤, 아르헨티나가 146천톤, 남아연방이 108천톤, 키프로스가 87천톤, 자마이카가 25천톤이며, 기타지역에서 25%인 1,052천톤이 生産되고 있다.

우리 나라보다 柑橘類 輸入自由化가 앞서 實施된 日本의 경우를 보면 1971年 自由化(AA制)가 이루어져 季節關稅가 適用되고 있으며 輸入量은 自由化直前の 1970年에 2,265톤이었던 것이 10여년 후인 1983년에는 약 78배가 增加한 177,289톤으로 늘었고, 그레이프 푸르트 농축액은 同年 6,000톤이 輸入되었는데 이를 生果로 환산하면 60,000톤에 해당하는 物量이다.<sup>17)</sup>

日本의 이런 柑橘類輸入 對象國은 美國이 166,635톤으로 94%를 차지하고 그 다음이 이

16) 大韓商工會議所, 「前掲書」, p. 481.

17) 濟州新聞, 1985. 6. 17. 12.270호, p. 3.

[表 17] 世界の果實類 生産推移

單位：千噸，%

| 年度<br>種類 | 1979               | 1980               | 1981               | 1982               | 1983               |
|----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 오렌지·柑橘類  | 42,868<br>(19.6)   | 46,403<br>(21.1)   | 45,121<br>(20.9)   | 43,697<br>(19.0)   | 46,218<br>(20.6)   |
| 그레이프푸르트  | 4,161<br>(1.9)     | 4,470<br>(2.0)     | 4,466<br>(2.0)     | 4,563<br>(2.0)     | 4,008<br>(1.8)     |
| 레몬·기타    | 5,466<br>(2.5)     | 5,616<br>(2.5)     | 5,613<br>(2.6)     | 5,394<br>(2.3)     | 5,477<br>(2.4)     |
| 사과       | 36,272<br>(16.6)   | 33,764<br>(15.4)   | 33,390<br>(15.4)   | 40,845<br>(17.7)   | 36,799<br>(16.4)   |
| 포도       | 69,266<br>(31.8)   | 65,255<br>(29.8)   | 61,620<br>(28.5)   | 70,487<br>(30.6)   | 65,167<br>(29.1)   |
| 배        | 7,776<br>(3.5)     | 8,516<br>(3.9)     | 8,723<br>(4.0)     | 9,097<br>(3.9)     | 9,523<br>(4.2)     |
| 복숭아      | 6,939<br>(3.1)     | 7,201<br>(3.3)     | 7,506<br>(3.4)     | 7,302<br>(3.1)     | 7,406<br>(3.3)     |
| 바나나      | 37,622<br>(17.2)   | 40,051<br>(18.2)   | 40,776<br>(18.9)   | 40,006<br>(17.3)   | 40,700<br>(18.1)   |
| 파인애플     | 7,532<br>(3.4)     | 7,843<br>(3.5)     | 8,488<br>(3.9)     | 8,768<br>(3.8)     | 8,665<br>(3.8)     |
| 합계       | 217,902<br>(100.0) | 219,119<br>(100.0) | 215,703<br>(100.0) | 230,159<br>(100.0) | 224,043<br>(100.0) |

資料：日本園藝農業協同聯合會，果樹統計，1985，p. 49

스라엘, 멕시코 등으로 美國이 主要輸出國임을 立證해 주고 있는 것이다.

한편 濟州柑橘産業의 關心事인 柑橘類와 그리고 오렌지 濃縮液의 輸出入動向을 살펴보면 [表 18] 및 [表 19]에서 보는 바와 같이 輸出入物量面에 있어서 1976년에 6,366톤이던 것이 1979년에 2.32배인 14,796.4톤, 1982년에 5.94배인 37,852.2톤, 1984년에 6.03배인 38,433.8톤이며 輸入에 支出된 金額은 1976년에 2억 7천여만원 이었던 것이 1979년에는 4.21배인 11억 5천여만원, 1982년에 16.69배인 45억 7천여만원 1984년도 22.01배인 60억 3천여만원에 이르렀고, 反面에 輸出은 物量面에서 오렌지 주스가 1977年度에 4.8톤이었던 것이, 1979년에 4.6톤, 1981년에 12.9톤, 1983년에 24.8톤, 1984년에는 9.9톤에 불과하였고, 특히 輸出額에 있어서는 1977年 160,617천원 이었으나 5년후인 1982년에는 1977年 水準에도 못 미치는 130,054천원, 그리고 1984년에는 223,291천원에 머물렀으며, 이는 1977年 환율이 1 \$ 當 484원을 基準한다면, 1982년에 1.54배가 오른 748.80원, 1984년에는 1.84배가 오른점을 감안한다면 사실상 감소하였다는 것이 옳을 것이다.

이와 같은 趨勢에 비추어 濟州産 柑橘은 1976年 50,432톤이던 것이 1985년에는 7.81배 증가한 394,300톤에 이르렀으나 [表 20]에서 보는 바와 같이 輸入物量은 每年 濟州柑橘 生産量의 10%内外에서 增加현상을 보였고, 특히 1974年과 1980年은 前年對比 50%以上, 1977년과 1981년, 1984년은 20%以上の 增加現狀을 보였음을 알 수 있다.

[表 18] 柑橘의 輸出入實績

(輸 入) 單位： 物量：M/T  
金額：\$

| 年度   | 오렌지   |         | 柑 橘     |           | 濃縮液     |           |
|------|-------|---------|---------|-----------|---------|-----------|
|      | 物量    | 金額      | 物量      | 金額        | 物量      | 金額        |
| 1976 | 268.9 | 81,959  | 39.1    | 18,177    | 605.8   | 466,298   |
| 1977 | 245.0 | 41,646  | 310.2   | 83,351    | 780.1   | 646,006   |
| 1978 | 1.8   | 4,448   | 1,079.7 | 357,711   | 774.9   | 886,766   |
| 1979 | 355.8 | 143,189 | 1,349.6 | 466,667   | 1,309.1 | 1,778,141 |
| 1980 | 16.2  | 42,093  | 2,345.5 | 791,192   | 2,449.5 | 3,491,927 |
| 1981 | 20.1  | 65,051  | 5,234.3 | 1,709,489 | 2,726.7 | 3,414,656 |
| 1982 | 38.4  | 93,416  | 5,732.8 | 1,585,328 | 3,208.1 | 4,433,911 |
| 1983 | 40.0  | 113,682 | 89,485  | 2,462,662 | 2,211.7 | 3,230,201 |
| 1984 | 43.9  | 136,504 | 6,175.9 | 1,760,298 | 3,221.4 | 5,396,499 |

(輸 出) 單位： 物量：M/T  
金額：\$

| 年度   | 오렌지  |        | 柑 橘 |       | 오렌지쥬스 |         |
|------|------|--------|-----|-------|-------|---------|
|      | 物量   | 金額     | 物量  | 金額    | 物量    | 金額      |
| 1977 | 4.8  | 4,794  | -   | -     | 453.3 | 327,059 |
| 1978 | 5.9  | 6,212  | -   | -     | 366.1 | 221,052 |
| 1979 | 4.6  | 6,470  | -   | -     | 169.8 | 108,112 |
| 1980 | 5.6  | 7,917  | 9.0 | 8,326 | 181.7 | 118,599 |
| 1981 | 12.9 | 16,243 | -   | -     | 129.6 | 113,508 |
| 1982 | 9.6  | 18,203 | -   | -     | 138.7 | 155,481 |
| 1983 | 23.6 | 28,990 | 1.2 | 1,037 | 290.0 | 322,189 |
| 1984 | 9.9  | 14,086 | -   | -     | 196.3 | 255,785 |

資料：農水産部 및 關稅廳 資料에 의해 筆者가 作成한 것임

[表 19] 柑橘類의 輸出入 推移

單位：物量：M/T  
金額：千圓

(輸入)

| 年度<br>區分 | 1976      | 1977      | 1978      | 1979      | 1980      |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 物 量      | 6,366     | 8,356.2   | 8,830.5   | 14,796.4  | 26,856.7  |
| 指 數      | 100       | 131.2     | 138.7     | 232.4     | 421.9     |
| 金 額      | 274,154   | 373,165   | 604,479   | 1,155,790 | 2,508,622 |
| 指 數      | 100       | 136.1     | 220.5     | 421.6     | 915.0     |
|          | 1981      | 1982      | 1983      | 1984      | 1985      |
| 物 量      | 35,521.4  | 37,852.2  | 31,105.5  | 38,433.8  |           |
| 指 數      | 558.0     | 594.6     | 488.6     | 603.7     |           |
| 金 額      | 3,009,712 | 4,577,156 | 4,619,106 | 6,034,477 |           |
| 指 數      | 1,097.8   | 1,669.6   | 1,684.9   | 2,201.1   |           |

(輸出)

| 年度<br>區分 | 1977    | 1978   | 1979   | 1980   | 1981   | 1982    | 1983    | 1984    |
|----------|---------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| 오렌지      | 4.8     | 5.9    | 4.6    | 5.6    | 12.9   | 9.6     | 23.6    | 9.9     |
| 指 數      | 100     | 122.9  | 95.8   | 304.2  | 268.8  | 200     | 516.7   | 206.3   |
| 오렌지쥬스    | 453.3   | 366.1  | 169.8  | 181.7  | 129.6  | 138.7   | 290.0   | 196.3   |
| 指 數      | 100     | 80.8   | 37.5   | 40.1   | 28.6   | 30.6    | 64.0    | 43.3    |
| 金 額      | 160,617 | 10,999 | 55,458 | 73,379 | 75,255 | 130,054 | 279,363 | 223,291 |
| 指 數      | 100     | 6.9    | 34.5   | 45.7   | 46.9   | 80.9    | 173.9   | 139.0   |

資料：農水産部, 關稅廳 資料에 의해 筆者 作成한 것임

[表 20] 柑橘의 生産量과 輸入量 對比

單位：M/T

| 年度<br>區分       | 1976   | '77     | '78     | '79      | '80      | '81      | '82      | '83      | '84      |
|----------------|--------|---------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 生産量<br>A       | 50,432 | 115,500 | 125,950 | 172,150  | 187,470  | 247,780  | 323,420  | 345,900  | 261,000  |
| 輸入量<br>(B)     | 6,366  | 8,356.2 | 8,830.5 | 14,796.4 | 26,856.7 | 35,521.4 | 37,852.2 | 31,105.5 | 38,433.8 |
| 對比 B/<br>A (%) | 12.6   | 7.2     | 7.0     | 8.6      | 14.3     | 14.3     | 11.7     | 9.0      | 14.7     |
| 輸入量의<br>前年對比   |        | 31.2    | 5.7     | 67.5     | 81.5     | 32.3     | 6.6      | -17.8    | 23.6     |

資料：農水産部, 關稅廳 資料에 의해 筆者가 作成한 것임

### III. 柑橘流通의 隘路要因

#### I. 柑橘의 商品的 特性

果實類가 共通的으로 갖고 있는 特性도 있겠지만 柑橘은 一般的으로 다음과 같은 商品的 特性을 가지고 있다. 濟州道産 柑橘을 生果狀態로 가장 많이 消費하는 品種은 온주밀감이 대부분인데, 이의 商品的 特性을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 감귤은 腐敗性이 强하고 經濟的인 貯藏이 어려운 短點을 지니고 있다.

둘째, 柑橘은 商品的 價値가 新鮮度에 달려 있기 때문에 腐敗性이 强한 農産物인 柑橘의 新鮮度維持를 위해서는 다른 青果物보다 流通處理가 신속히 이루어져야 한다.

셋째, 柑橘은 栽培條件이 다른 果實類에 비해 特異하므로 우리 나라에서는 濟州道地域과 南海岸의 일부 등 限定된 地域內에서 生産되고 또한 生産量에 있어서도 당해년도의 氣候條件에 큰 영향을 받고 있으며 永年性作物으로써 價格의 上昇이나 下落에 따른 供給彈力性이 적다.

네째, 柑橘은 다른 果實類보다 腐敗性이 强한 點 등으로 減耗率이 높고 經濟的인 貯藏이 困難하기 때문에 都·小賣業者들이 이에 대한 危險을 스스로가 堪當하여야 하므로 마진率을 높게 策定하게 된다. 그러므로 마케팅코스트(marketing-cost)가 높은 特性을 지니고 있다.

한편 一般的으로 食品의 價値는 주로 營養的 價値와 嗜好的 價値를 基準으로 判斷하게 되는데 營養的 價値라 함은 食品中의 營養素가 얼마 만큼 포함되고 있으며, 이들이 소화 흡수율이 얼마나 높은가에 依해서 決定되는 營養上의 直接的인 價値를 말한다. 그리고 嗜好的 價値는 食品의 外形色, 香氣, 맛, 촉감 등으로 營養素의 섭취량을 增加시켜주는 促進的 役割을 하는데, 柑橘類는 嗜好的인 點에서 여러가지 特有的 點을 가지고 있다. 外形이 둥글고 고우며, 노르스름한 색은 먹고 싶은 충동을 느끼게 하고, 향긋한 냄새와 달콤하면서도 새콤한 맛은 食欲을 增進시켜준다. 柑橘은 이러한 점에서 選好度가 높다고 볼 수 있다. 그리고 柑橘類에는 여러가지 營養素가 含有되어 있어 營養的 價値가 높으나 지금까지는 비타민 등 한 두가지 외에는 잘 알려져 있지 않은 상태에 있어 이를 살펴보면 다음과 같다.<sup>18)</sup>

첫째, 柑橘의 주요 成分은 탄수화물이며, 그 외에 당질, 섬유, 펙틴등으로 구성되어 있

18) 洪文和, "柑橘의 消費增大를 위한 利用開發에 關한 研究", 濟州道 1985, pp. 44~57

다. 이 가운데서 營養學的으로 중요한 意味를 가지는 것은 당질인데 柑橘類의 可食部 100g당 약 10%가 함유되어 있고, 당질의 構成은 포도당, 과당 및 서당으로 되어 있으며 서당의 含有率이 가장 높다.

둘째, 비타민으로서 果實中에서 柑橘類는 비타민의 보고라고 불리워질 만큼 풍부하게 함유되어 있으며, 비타민C는 100g 당 약 3.5mg이 들어 있다. 그 외에도 비타민A, 비타민B, B<sub>2</sub>, 니아신, 판토텐산, 비타민B<sub>6</sub>, 엽산, 비오틴, 비타민9등이 함유되어 있다.

세째, 무기질로서 人體에 필요한 칼슘, 인, 철, 나트륨, 칼륨과 소량의 규소, 붕소, 스트론튬, 알루미늄, 구리, 코발트, 몰리브덴, 아연 등이 함유되어 있는 등 柑橘은 營養學的으로 높이 평가되고 있다.

## 2. 競爭 青果物과의 同一時期 出荷

市場에 出荷되는 商品이 競爭下에 있을 때는 이를 克服하기 위한 對策이 있어야 함은 再論할 必要가 없다 하겠다. 果實類는 그 需要가 安定的인데 비하여 價格水準은 供給量에 크게 影響을 받고 있는 실정인데 우리 나라의 主要果實인, 사과, 배, 감, 포도, 그리고 감귤 등이 同一時期에 多量出荷로 價格維持面에서 生産者에게 不利한 實情에 있는 것이다.

[表 21]에서 보는 바와 같이 우리 나라의 主要果實類는 1965年 305.1천톤을 生産하였을 때에 사과(54.7%), 복숭아(17.7%), 배(13.1%), 감(7.8%), 포도(6.2%), 귤(0.4%) 順位였던 것이, 1970년에는 포도가 감의 生産量을 앞질렀고, 1975년에는 사과(53.0%), 귤(12.7%), 복숭아(11.5%), 포도(9.4%), 배(9.2%), 감(4.0%)의 順位로 귤이 生産量과 消費面에서 急速한 增加動向을 보였다. 1980年度에 들어서면서 果實類의 生産과 消費面에서 사과, 감귤, 그리고 여타과실(배, 감, 포도, 복숭아)로 分化되는 性向을 보여 왔고 1984년에 사과가 44.6%, 감귤이 22%, 여타과실이 33.1%로 역시 뚜렷한 3分현상을 보이고 있다.

한편 [表 22]에서 보는 바와 같이 主要果實의 收穫期도 사과가 10月 上旬에서 11月 上旬, 배가 7月 上旬에서 10月 中旬, 감이 9月 中旬에서 12月 下旬으로 柑橘의 最多收穫期인 10월부터 12月 사이에 여러 果實이 거의 同一時期에 收穫되고 있는 뿐만 아니라 역시 柑橘과 同一時期에 販賣·消費되고 있어 다른 果實이 柑橘의 需要 및 價格形成에 競爭的 影響을 주고 있음을 立證해 주고 있다.

[表 21] 果實類 生産 및 消費動向推移

單位：1,000<sup>M</sup>/T

| 年度   | 計                  | 사과            | 배            | 감           | 포도            | 복숭아          | 감귤              |
|------|--------------------|---------------|--------------|-------------|---------------|--------------|-----------------|
| 1965 | 305.1<br>(100.0)   | 167<br>(54.7) | 40<br>(13.1) | 24<br>(7.8) | 19<br>(6.2)   | 54<br>(17.7) | 1.1<br>(0.4)    |
| 1970 | 411.1<br>(100.0)   | 212<br>(51.5) | 52<br>(12.6) | 30<br>(7.3) | 34<br>(8.2)   | 78<br>(19.0) | 5.1<br>(1.2)    |
| 1975 | 528.4<br>(100.0)   | 280<br>(53.0) | 49<br>(9.2)  | 21<br>(4.0) | 50<br>(9.4)   | 61<br>(11.5) | 67.4<br>(12.7)  |
| 1980 | 809<br>(100.0)     | 410<br>(50.7) | 60<br>(7.4)  | 32<br>(3.9) | 57<br>(7.1)   | 89<br>(11.0) | 161.0<br>(19.9) |
| 1981 | 1,003.7<br>(100.0) | 523<br>(52.1) | 72<br>(7.2)  | 39<br>(3.7) | 72<br>(7.2)   | 89<br>(8.8)  | 208.7<br>(20.8) |
| 1982 | 1,145.8<br>(100.0) | 527<br>(46.0) | 96<br>(8.3)  | 58<br>(5.0) | 9.5<br>(8.3)  | 91<br>(7.9)  | 278.8<br>(24.3) |
| 1983 | 1,343.6<br>(100.0) | 586<br>(43.6) | 106<br>(7.9) | 91<br>(6.7) | 131<br>(9.7)  | 99<br>(7.3)  | 330.6<br>(24.6) |
| 1984 | 1,182.1<br>(100.0) | 528<br>(44.6) | 101<br>(8.5) | 69<br>(5.8) | 125<br>(10.5) | 98<br>(8.3)  | 261.1<br>(22.1) |

資料：農水産部 資料에 의해 筆者가 作成



[表 22] 主要果實類의 收穫時期 및 販賣期間

| 區分<br>種類 | 收穫時期         | 貯藏可能期間    | 販賣期間              |
|----------|--------------|-----------|-------------------|
| 사 국 광    | 11월 상순       | 90~250(日) | 當年 11月上旬—다음해 7月上旬 |
| 홍 옥      | 10월 상순       | 60~120    | 當年 10月上旬—다음해 3月上旬 |
| 과 후 지    | 10월 하순       | 150~240   | 當年 10月下旬—다음해 6月下旬 |
| 극조생      | 9月中旬—10月下旬   | 저장곤란      | 當年 9月中旬—10月中旬     |
| 귤 조 생    | 10月中旬—10月下旬  | 60~90     | 當年 10月中旬—다음해 1월   |
| 중생만생     | 11月初—12月中旬   | 60~90     | 當年 11월 —다음해 3월    |
| 하 귤      | 12月下旬—다음해 3월 | 60~90     | 當年 12月下旬—다음해 4월   |
| 배        | 7月上旬—8月下旬    | 15~240    | 當年 7月上旬—다음해 4월    |
| 포 도      | 8月上旬—10月中旬   | 70~150    | 當年 8月上旬—다음해 3월    |
| 감        | 9月中旬—12月下旬   | ~365      | 當年 9월 —다음해 8월까지   |

資料：李光然外 果樹園藝各論, 1985, 및 成培永, 農水産商品市場分布, 1985에 의거 筆者가 作成한 것임

### 3. 協同組合 系統販賣의 不振

우리 나라의 農產物 流通過程이 복잡하다는 것은 주지의 事實이며 濟州道產 柑橘에 있어서도 마찬가지이다. 이러한 複雜한 流通過程을 單純化 시키는 方法의 하나가 協同組合에 의한 系統販賣이고 濟州柑橘의 流通過程에서 是正되어야 할 問題點中의 하나인 것이다.

앞에서 提示한 바 있듯이 商人組織系統에 의한 販賣比率이 柑協 및 單協 등 協同組合에 의한 系統販賣 比率보다 훨씬 앞지르고 있는 實情이다.

특히 1973年度產 柑橘의 경우 商人組織에게 庭前 및 委託販賣를 합한 商人組織 系統販賣가 90.4%, 柑協·單協 등 協同組合 系統販賣가 9.6%의 販賣比率을 보였고, 그로부터 10여년이 지난 1985년의 경우 商人組織 系統販賣가 63%이고, 協同組合 系統販賣가 加工用을 합하여 37%인데 이중 加工用 16.5%를 감한다면 實質的인 協同組合 系統販賣는 20.5%에 머무르고 있어 아직도 濟州柑橘의 販賣는 一般的으로 商人組織에 依하여 左右되고 있다고 해도 過言이 아님을 立證해주고 있다. 이와 같은 一般商人組織에 依한 系統販賣 比率이 높은 理由는 여러 가지가 있겠으나 이를 要約하면 다음과 같다.

첫째, 一般商人組織에게 販賣時는 대부분 現金을 現場에서 받을 수 있어 즉시 現金化되는 有利한 점이 있다.

둘째, 一般商人組織에게 販賣時는 柑橘의 包裝容器代 등 包裝에 支拂되는 費用을 商人이 負擔하는 것이 通例이므로 生産農家는 販賣費用이 節約된다.

셋째, {表 4}에서 指摘했듯이 1983년의 경우 濟州道 柑橘生産農家の 約 81.27%에 해당하는 農家が 植栽面積 1ha 未滿의 零細한 實情이며 이들 零細農家는 대부분이 收穫期에 全量을 販賣한다는 條件下에 商人들로부터 前渡資金을 받는 事例가 많기 때문이다.

넷째, 生産農家는 遠距離輸送과 柑橘의 商品的特性(腐敗性 등)에 基因한 복잡성과 危險負擔 때문에 遠거리 소비시장에 直接販賣를 기피한다.

다섯째, 生産農家の 販賣經驗不足 때문에 市場價格의 不確實性和 去來의 複雜性을 忌避한다.

여섯째, 其他 買集商과 生産農家間의 知面, 地緣, 血緣 등 感情的 去來 動機가 形成되어 있는 것도 그 理由中의 하나이다.

일곱째, 특히 協同組合 系統販賣의 主軸이라고 볼 수 있는 柑協에의 委託販賣가 不振한 理由는 委託된 柑橘이 共販場에서 販賣된 후에 代金을 清算하므로 그 期間이 通산 8~12일이 所要되고, 協同組合 系統으로 柑橘販賣를 委託할 時에 柑橘의 選果料, 包裝費, 輸送



費와 특히 共販場에서 販賣價格에 대한 7%의 手數料를 負擔하고 있어 生産農家로서는 販賣代金清算의 遲延, 販賣過程의 複雜性, 販賣過程의 經費支出過多, 販賣價格의 不確實性 등의 諸要因으로 柑橘에 대한 委託販賣를 忌避하는 實情에 있는 것이다. 이는 한마디로 말해서 柑協이 그 機能을 제대로 發揮하지 못하므로써 生産農家를 柑協系統出荷로 誘引치 못하는데 근본적 원인이 있는 것이다.

이와같은 현상은 앞에서 지적했듯이 10여년前이나 지금이나 改善되지 못하고 있어 앞으로 繼續된다면 柑橘의 增産에 따른 流通秩序에 混亂이 豫想되므로 協同組合 系統販賣의 擴大方案을 講究하여 柑橘價格의 安定을 기하여야 하겠다. 한편 柑橘의 大量生産國인 日本의 경우는 1960年代에 柑橘全體販賣量의 76%가 協同組合 系統販賣였으며 24%程度<sup>19)</sup>가 個人이 直接販賣하였으나 최근에는 柑橘 流通量 大部分이 農協이나 任意組合을 통한 協同組合 系統出荷를 하고 있는 것에 비교한다면<sup>20)</sup> 우리 나라의 生産農家は 柑橘이 單純한 農事라는 意識을 버리고 柑橘産業의 長期的 發展을 위해 生産農家の 協助를 얻어 先進國처럼 生産量 全體를 協同組合 系統販賣가 實現되도록 하여 이에 대한 利益이 生産者와 消費者가 함께 享유할 수 있게 하여야 할 것이다.

#### 4. 促進活動의 不振



柑橘에 대한 販賣促進活動의 必要性은 여러 農産物과는 달리 食生活의 必需品이 아닌 嗜好品이라는 것과 代替品(他果實)이 얼마든지 있다는 점, 그리고 특히 生産品의 流通過程은 價値實現過程으로서 生産過程의 연장으로 보아야 한다는 理論에 입각 한다면 柑橘流通過程에 있어서도 促進活動은 반드시 行해져야 하는 것이다. 이러한 促進의 意味는 흔히 購買者(buyer)에게 說得力 있는 커뮤니케이션(persuasive communication)을 통해서 販賣額을 증대시키고져 하는 販賣者의 最終的인 活動<sup>21)</sup>이라고 일컬어지는 것처럼, 現代市場의 特色이 消費者 行動의 非合理的 側面과 不完全競爭市場 狀態下에 놓여 있기 때문이며, 그러한 市場情況에서는 獨특한 機能을 지닌 마아케팅믹스로서의 促進活動없이 마아케팅目的이 達成될 수 없는 것이다.

이와 같은 立場에서 濟州道産 柑橘販賣를 위하여 實施하고 있는 促進活動의 事例와 效

19) 日本 農村省, 「果樹基本統計調査報告書」, (第1集), 1963, p. 107.

20) 康承鎮, 「前掲論文」, p. 33.

21) 韓義泳, 「마아케팅管理論」, 茶山出版社, 1982, p. 544.

菓를 살펴보면 다음과 같다.

#### 가. 柑橘아가씨 選拔大會

1981年 11月부터 濟州柑橘協同組合의 主催로 每年 實施하고 있는데, 1986年으로서 6回에 이르고 있으며 이 대회에서 選拔된 4~6名의 아가씨들이 全國의 主要都市를 순회하면서, 濟州道產 柑橘이 健康에 좋은 靑果物이라는 對人的 廣告를 하여 販賣促進活動을 하고 있다. 그러나 이와 같은 選拔대회와 全國순회활동에 지출되는 總經費에 비하여 柑橘販促 效果에 미치는 영향은 기대 이하로 產地인 濟州道の 自祝行事에 그치고 있는 실정인 것이다.

#### 나. 柑橘調理 競演大會

1983년부터 濟州道 새마을婦女會 主管으로 柑橘을 主原料로한 食品展示, 加工品展示 및 直販, 柑橘調理演示大會 등을 1~3日間 實施하고 있는데, 이 역시 柑橘의 販促效果는 극히 빈약한 것이며 濟州道民의 自祝行事에 그치고 있는 實情이다.

#### 다. 柑橘의 消費增大를 위한 利用開發에 關한 研究

濟州道當局에서 柑橘의 消費增大를 促進하기 위하여 濟大 韓海龍, 尹彰焄, 서울대 洪文和 교수에게 위탁하여 柑橘의 消費增大를 위한 利用開發에 關한 研究를 實施케 하고, 1985年 9月에 同研究報告書가 提出되었으며, 그 主要內容은 柑橘의 一般 및 特殊成分, 柑橘의 營養學的 및 藥學的 側面에서 본 效果라고 要約할 수 있는데 이 研究報告書 內容이 매스컴에 계속하여 報道하지 않으므로서 소기의 成果를 거두지 못하고 있는 實情이다.

以上과 같은 事例外에도 柑橘에 대한 內容이 TV나 라디오 對談 등에 잠깐씩 소개되고 있으나 柑橘 購買를 促進시킬 수 있는 정도의 충분한 도움이 되지 못하고 있는 實情인 것이다.

그러나 濟州道 柑橘은 그 粗收入이 1985年度에 年間 1,200억원을 상회했다는 資料가 말해주듯이 濟州道 農民들에게는 비중이 매우 높은 產業이고 柑橘 收入이 곧 濟州道 農家所得과 直結됨에도 불구하고 그동안 이에 대한 促進活動은 매우 貧弱한 實情이었다.

## 5. 物的流通與件의 不備

物的流通(physical distribution)이라 함은 實體的 流通 또는 物流라고 略稱되기도 하며

原料나 最終產品을 原產地에서 使用者 또는 消費者에게 移動하는 것을 計劃하고 遂行하는 課業을 말하는데,<sup>22)</sup> 流通過程上 商品의 實體的 移動이나 保管 等과 關聯되는 모든 活動을 말하는 것으로서 흔히 物動이라고 하는 것도 이를 뜻하는 말이다. 이를 廣義로 社會·經濟的 내지 巨視的 觀點에서 보면 一國內에서 모든 財貨의 實體的 流通과 관련되는 經濟的 活動이 포함된다. 이러한 物的流通活動의 一般的인 主要部門의 內容으로는 ① 倉庫로써 顧客에게 引渡하기 위한 商品의 保管, 倉庫의 位置나 能力의 決定, 商品의 授受와 檢査 및 其他, ② 在庫로써 顧客의 만족을 確保하기 위하여 適正商品의 適正量을 適正時期까지 確保, ③ 輸送으로서 顧客에게 商品의 配達, 輸送機關의 選定, 注文處理 및 包裝 等を 들 수 있다.

이러한 物的流通이 柑橘에 있어서는 어떠한 與件에 놓여 있는지에 대해 包裝, 去來單位, 輸送, 貯藏 등으로 살펴 보면 다음과 같다.

#### 가. 柑橘의 包裝 및 去來單位

政府는 지금까지 產地에 따라 10 kg, 15 kg, 20 kg 等으로 각각 달랐던 사과, 배, 복숭아, 단감, 포도, 참외, 밤, 그리고 柑橘 등 10個 品目에 대하여 한 상자의 重量標準을 15 kg 으로 정하고, 使用되는 상자는 골판지 상자라 하도록 統一化시키므로써 현재에 이르러 定着段階에 들어 섰다.

濟州道產 柑橘에 있어서는 他市道로 出荷·輸送時에 木箱子와 골판지 상자를 併用하고 있으며, 市場에서 最終消費者에게 去來될때는 3.75 kg, 7.5 kg, 15 kg 의 重量單位의 골판지 상자나, 小賣商마다 膳物用 箱子 또는 종이봉투, 비닐봉지를 적절히 利用하여 販賣하고 있는 實情이다. 이와 같이 包裝이 濟州柑橘 販賣에 있어서 아직도 促進道具로서는 전혀 考慮되고 있지 않으며, 오직 輸送爲主의 容器로서 使用되고 있는 實情인 것이다.

#### 나. 輸 送

輸送을 要約해서 말한다면 商品 내지 서어비스의 場所的 效用의 創造라고 말할 수 있다. 즉 生産된 商品이 消費者까지의 場所的 距離를 克服하는 것이 輸送인 것이다.

現在 利用되고 있는 輸送手段은 陸上, 海上, 航空便이 있는데 이 가운데 어떠한 手段을 적절히 利用하여야 하는 가는 ① 輸送物量面에서, ② 運賃面에서, ③ 氣候의 영향面에서, ④ 輸送의 安全面에서, ⑤ 一貫輸送體制<sup>23)</sup>와의 關聯面에서, ⑥ 重量制限面에서, ⑦ 迅速

22) P. Kotler ; op. cit., p. 591.

23) 一貫輸送體制란 일명 "door to door system"이거나 "unit load system"이라 일컬어지는 近代輸送方式이 하나다.

性面에서, ⑧ 荷役費와 包裝面 내지 保管費와의 連結費用面에서<sup>24)</sup>, ⑨ 地理的·地域的 特性面에서 多角的으로 比較檢討하여야 할 것은 물론 各種 輸送手段의 長短點을 면밀히 比較檢討하여야 하는데 그 內容를 보면 (表 23)에서 보는 바와 같다.

한편 濟州道는 島嶼라는 地理的 與件上 貨物이 島外로 搬出時 海上과 航空輸送手段을 選擇해야 되고, 여타 消費地까지는 陸上運送手段을 使用하게 되는데 柑橘輸送에 있어서는 航空輸送手段이 迅速性面에서 가장 有利하나, 輸送費面에서 海上運送手段이 훨씬 저렴하며, 觀光客이 購買하는 物量이나 膳物用 以外的 商品은 全量 海上輸送手段을 利用하고 있는 실정이다.

(表 24)에서 보는 바와 같이 濟州에서 他地方으로 搬出되는 柑橘은 濟州, 西歸, 城山 等 3個港이 주로 利用되고 있으며, 生産地와 港口間 거리 등을 고려할때, 西歸港이 有利

[表 23] 主要輸送手段의 長短點

| 구분 | 陸 上                          |                       | 海 上                   | 空 中                  |
|----|------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
|    | 철 도                          | 자 동 차                 | 船 舶                   | 航 空 機                |
| 1  | 大量의 商品을 일시에 능률적으로 원거리 수송에 적합 | 小·中量 商品의 중·근거리 수송에 적합 | 大量 및 中量商品의 원거리 수송에 적합 | 소량·경량 商品의 원거리 수송에 적합 |
| 2  | 중거리 수송일때 운임이 가장싸다            | 원거리 수송일때 운임이 비싸다      | 원거리 수송일때 운임이 가장싸다     | 운임이 비싸다              |
| 3  | 비교적 全天候의 수송이다                | 기후의 영향을 받는다           | 기후의 영향을 많이 받는다        | 기후의 영향을 대단히 받는다      |
| 4  | 事故에 대한 安全度가 높다               | 비교적 안전도가 높지 못하다       | 비교적 안전도가 높지 못하다       | 비교적 안전도가 높지 못하다      |
| 5  | 일관 수송체제가 미흡하다                | 일관 수송체제 확립이 용이하다      | 일관 수송체제 확립이 어렵다       | 일관 수송체제 확립이 어렵다      |
| 6  | 중량 제한이 없다                    | 중량 제한이 있다             | 중량 제한이 없다             | 중량 제한이 있다            |
| 7  | 도착지가 철도역으로 화물 受取가 불편         | 화물 수취 장소가 다양          | 항구에서 화물수취하기 때문에 不便    | 空港에서 화물수취하므로 不便      |
| 8  | 수송 시간이 길다                    | 수송 시간이 길다             | 수송시간이 더욱 길다           | 수송 시간이 짧다            |
| 9  | 하역비와 포장비가 싸다                 | 하역비와 포장비가 싸다          | 하역비와 포장비가 비교적 비싸다     | 간이포장으로 포장비가 싸다       |
| 10 | 시가에 맞는 배차가 적절하지 못하다          | 언제나 배차 가능하다           | 배선이 용이하지 않을때가 있다      | 적절한 항공편이 없을때가 있다     |

資料: 韓義永, 마아케팅管理論, 1982, p. 711

24) 韓義永, 「前掲書」, p. 710.

하나, 1976年 全體搬出量이 36.8%에서 점차 감소하여 1980년에는 27.5%, 1984년에는 10.8%로 떨어졌고, 1985년에는 17%에 머무르고 있는 反面, 城山港은 1979年 15.8%에서 每年 全體物量의 30%선을 넘어서고 있다. 그러나 船舶利用이 他輸送 手段보다 輸送費가 저렴한 利點을 가지고 있으나, 濟州港을 利用하는 카페리호를 除外한 모든 船舶이 컨테이너(container)施設이 不備 等 船舶固有의 不安全性과 더불어 貨物輸送設備의 貧弱으로 인한 安全性 問題가 改善되지 않고 있는 實情이다.

[表 24] 柑橘의 港口別 搬出物量比較

單位: M/T

| 區分<br>年度 | 計                | 濟州              | 西歸             | 城山              | 其他             |
|----------|------------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|
| 1976     | 43,027<br>100.0  | 26,917<br>62.5  | 15,811<br>36.8 | -               | 299<br>0.7     |
| 1977     | 98,864<br>100.0  | 74,886<br>75.7  | 23,041<br>23.3 | -               | 937<br>0.9     |
| 1978     | 105,259<br>100.0 | 75,787<br>72.0  | 28,420<br>27.0 | -               | 1,052<br>1.0   |
| 1979     | 154,841<br>100.0 | 87,547<br>56.5  | 37,871<br>24.4 | 24,457<br>15.8  | 4,966<br>3.2   |
| 1980     | 158,522<br>100.0 | 53,436<br>33.7  | 43,576<br>27.5 | 57,692<br>36.4  | 3,818<br>2.4   |
| 1981     | 205,922<br>100.0 | 64,210<br>31.2  | 47,816<br>23.2 | 82,098<br>39.8  | 11,798<br>5.7  |
| 1982     | 264,620<br>100.0 | 82,835<br>31.3  | 63,960<br>24.1 | 111,157<br>42.0 | 6,668<br>2.5   |
| 1983     | 295,311<br>100.0 | 124,997<br>42.3 | 52,805<br>17.9 | 77,036<br>26.1  | 40,473<br>13.7 |
| 1984     | 222,332<br>100.0 | 94,970<br>42.7  | 23,982<br>10.8 | 85,888<br>38.6  | 17,492<br>7.8  |
| 1985     | 313,041<br>100.0 | 125,673<br>40.  | 52,197<br>17.  | 98,978<br>31.5  | 36,193<br>11.5 |

資料: 濟州道 柑橘課, 濟州柑橘, 1985. p. 49

#### 다. 貯藏

靑果物의 貯藏은 價格을 維持한다는 側面에서 生産者나 販賣者側에서는 더욱 重要視하고 있으며 濟州柑橘 역시 生産量增加에 따라 일시에 大量出荷를 억제하기 위해서는 貯藏施設의 擴充이 必然的으로 要請되고 있는 것이다.

[表 25] 果樹農家の 貯藏庫 所有實態(1982)

| 區分<br>지역 | 總 計       |          |           |          | 저온 저장고    |          |         | 일반 저장고    |          |           |
|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|---------|-----------|----------|-----------|
|          | 보유농가<br>戶 | 보유동<br>棟 | 용적<br>㎡   | 구성비<br>% | 보유농가<br>戶 | 보유동<br>棟 | 용적<br>㎡ | 보유농가<br>戶 | 보유동<br>棟 | 용적<br>㎡   |
| 서울       | 84        | 92       | 23,712    | 0.5      | 1         | 3        | 13,220  | 83        | 89       | 10,492    |
| 부산       | 66        | 67       | 6,168     | 0.1      | -         | -        | -       | 66        | 67       | 6,168     |
| 대구       | 361       | 310      | 58,425    | 1.3      | 14        | 14       | 2,973   | 347       | 356      | 55,452    |
| 인천       | 10        | 10       | 752       | 0.02     | -         | -        | -       | 10        | 10       | 752       |
| 경기       | 1,747     | 1,905    | 399,809   | 9.0      | 88        | 94       | 23,132  | 1,659     | 1,811    | 376,677   |
| 강원       | 412       | 424      | 60,218    | 1.4      | 37        | 38       | 5,433   | 375       | 386      | 54,785    |
| 충북       | 1,820     | 1,975    | 397,304   | 8.9      | 281       | 284      | 61,862  | 1,539     | 1,611    | 335,442   |
| 충남       | 2,065     | 2,136    | 466,090   | 10.5     | 408       | 421      | 103,135 | 1,657     | 1,715    | 362,955   |
| 전북       | 305       | 321      | 62,180    | 1.4      | 27        | 28       | 6,587   | 278       | 293      | 55,593    |
| 전남       | 938       | 983      | 138,586   | 3.1      | 54        | 58       | 12,006  | 884       | 925      | 126,580   |
| 경북       | 9,609     | 9,773    | 1,799,213 | 40.4     | 683       | 696      | 151,750 | 8,926     | 9,077    | 1,647,463 |
| 경남       | 1,214     | 1,269    | 175,910   | 3.9      | 119       | 128      | 25,552  | 1,095     | 1,141    | 150,358   |
| 제주       | 3,953     | 4,268    | 868,119   | 19.5     | 24        | 24       | 6,195   | 3,829     | 4,244    | 861,924   |
| 계        | 22,569    | 23,497   | 4,456,486 | 100.0    | 1,721     | 1,772    | 411,845 | 20,848    | 21,725   | 4,044,641 |

資料：成培永，農水産商品市場分析，韓國農村經濟研究院，1985，p. 90

[表 25]에서 보는 바와 같이 1982年度 우리 나라 果樹農家 22,569戶에 23,497棟의 貯藏庫를 保有하고 있는데, 이 중 濟州地域은 貯藏庫 容積面에 있어 全體의 19.5%를 차지하고 있으나 앞의 [表 12]에서 지적했듯이 1984年度 우리 나라의 主要果實인 사과, 배, 복숭아, 포도, 柑橘의 全體生産量에서 柑橘이 차지하고 있는 生産占有率 23.5%에 比較한다면 相對的으로 不足한 實情임을 알 수 있다.

한편 1985年末 濟州道の 柑橘農家 23,182戶中 23.6%에 해당하는 5,470戶만이 柑橘 貯藏庫를 保有하고 있을뿐이며, 全體貯藏庫 109,763평(5,470棟)에 貯藏할 수 있는 능력은 109,763톤인바 이는 1985年 柑橘生産量 394,300톤의 27.8%밖에 貯藏할 수 없는 것이다.

이상과 같이 柑橘의 包裝, 去來單位와 輸送 및 貯藏 等 物的流通與件의 아직도 不備한 狀態를 면치 못하고 있어 이의 改善으로 柑橘商品의 規格化 및 標準化와 流通費用의 節約이 要求되고 있는 實情이다.

## 6. 流通費用의 過多

柑橘의 流通構造가 複雜하다는 것은 앞에서 指摘한 바 있다. 이와 같은 流通構造의 複雜性은 流通組織에 參與하고 있는 業者의 數的擴大를 隨伴하며, 이들이 追求하는 收益은 곧 消費者들에 대하여 過多한 流通費用의 支出을 要求하게 되는 結果를 招來하는 것이다. (圖 3)에서 지적했듯이 감귤의 유통구조 역시 복잡한 상태이며 (表 26)에서 보는 바와 같이 果實流中 柑橘의 流通마아진율이 38.9%, 收穫段階마아진율은 18.7%, 分散段階는 24.8%이고 農家受取率は 61.1%로 나타나고 있어서 이에 대한 改善策이 要求되고 있는 것이다.

[表 26] 主要青果物流通마아진(1982)

| 區分<br>品目 | 消費者支拂<br>額(A)    | 都賣外型<br>去來額     | 農家受取<br>額(B)    | 流通마아진(A-B)<br>및마아진율(1) | 收集段階<br>마아진율(2) | 分散段階<br>마아진율<br>(3) |
|----------|------------------|-----------------|-----------------|------------------------|-----------------|---------------------|
| 사과       | 250.9<br>(100.0) | 191.4<br>(76.3) | 152.0<br>(60.6) | 98.9<br>(39.4)         | -<br>(20.6)     | -<br>(23.7)         |
| 배        | 56.3<br>(100.0)  | 44.3<br>(78.7)  | 35.1<br>(62.4)  | 21.2<br>(37.6)         | -<br>(20.7)     | -<br>(21.3)         |
| 감귤       | 141.3<br>(100.0) | 106.2<br>(75.2) | 86.3<br>(61.1)  | 55.0<br>(38.9)         | -<br>(18.7)     | -<br>(24.8)         |
| 복숭아      | 89.4<br>(100.0)  | 60.5<br>(67.7)  | 51.5<br>(57.5)  | 38.0<br>(42.5)         | -<br>(15.0)     | -<br>(32.5)         |
| 수박       | 261.1<br>(100.0) | 182.0<br>(69.7) | 134.5<br>(51.5) | 126.6<br>(48.5)        | -<br>(26.1)     | -<br>(30.3)         |

$$1) \text{總마아진率} = \frac{\text{消費者支拂額} - \text{農家受取額}}{\text{消費者支拂額}} \times 100$$

$$2) \text{收集段階마아진率} = \frac{\text{都賣外型去來額} - \text{農家受取額}}{\text{都賣外型去來額}} \times 100$$

$$3) \text{分散段階마아진率} = \frac{\text{消費者支拂額} - \text{都賣外型去來額}}{\text{消費者支拂額}} \times 100$$

資料: 成培永, 農水産商品市場分析, 韓國農村經濟研究院, 1985, p. 44

그러나 農産物中 米穀에 있어 가장 마아진율이 높은 一般보리인 경우 총마아진율이 26.2%이고 一般米인 경우는 총마아진율이 11.6%임을 勸案할 때, 農産物中에는 果實類가 마아진폭이 크다는 것을 立證해 주고 있는 것이다.

한편 濟州柑橘의 販賣아아진率 推勢를 살펴보면 [表 27]에서 보는 바와 같이 1973年 10月 및 11月の 柑橘販賣에 있어 아아진率이 收集段階 12.6%, 分散段階 31.3%로 流通段階 아아진率이 43.9%에 이르고 生産農家의 受取率은 56.1%에 불과 하였는데, 9年이, 經過한 1982年에 이르러서도 生産農家의 收取率은 [表 26]에서 보는 바와 같이 5%가 증가한 61.1%에 머무르고 있는 實情이다.

[表 27] 1973年産 濟州柑橘의 流通아아진

| 區分<br>月別 | 最終消費者<br>價格      | 農家收取額           | 流通아아진         |                 |                 |
|----------|------------------|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|
|          |                  |                 | 收集段階          | 分散段階            | 小計              |
| 10月      | 5,306<br>(100.0) | 2,966<br>(55.3) | 555<br>(10.4) | 1,841<br>(34.3) | 2,386<br>(44.7) |
| 12月      | 6,806<br>(100.0) | 3,461<br>(56.4) | 888<br>(14.6) | 1,737<br>(28.5) | 2,625<br>(43.1) |
| 平均       | 5,724<br>(100.0) | 3,213<br>(56.1) | 721<br>(12.6) | 1,790<br>(31.3) | 2,511<br>(43.9) |

資料：農協中央會 調查部

[表 28] 協同組合 系統出荷 柑橘의 年度別 流通費用

單位：원/15 kg

| 區分<br>年度 | 共販場<br>競落價       | 農家<br>收取額       | 諸 經 費        |               |               |              |             |             | 小計              |
|----------|------------------|-----------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|-------------|-----------------|
|          |                  |                 | 共販場<br>手数料   | 運送費           | 箱子費           | 選果料          | 共販場<br>荷役費  | 檢査料         |                 |
| 1981     | 6,717<br>(100.0) | 4,548<br>(67.7) | 470<br>(7.0) | 906<br>(13.5) | 535<br>(7.9)  | 190<br>(2.8) | 55<br>(0.8) | 13<br>(0.2) | 2,169<br>(32.3) |
| 1982     | 6,151<br>(100.0) | 4,164<br>(67.7) | 430<br>(7.0) | 744<br>(12.1) | 540<br>(8.7)  | 200<br>(3.2) | 60<br>(1.0) | 13<br>(0.2) | 1,987<br>(32.3) |
| 1983     | 5,238<br>(100.0) | 3,210<br>(61.2) | 366<br>(7.0) | 849<br>(16.2) | 540<br>(10.3) | 200<br>(3.8) | 60<br>(1.1) | 13<br>(0.2) | 2,028<br>(38.7) |
| 1984     | 8,977<br>(100.0) | 6,674<br>(74.3) | 628<br>(7.0) | 800<br>(9.0)  | 60.5<br>(6.7) | 200<br>(2.2) | 70<br>(0.8) | -           | 2,303<br>(25.6) |
| 1985     | 6,642<br>(100.0) | 4,602<br>(69.2) | 465<br>(7.0) | 740<br>(11.1) | 575<br>(8.6)  | 200<br>(3.0) | 60<br>(0.9) | -           | (30.7)          |

資料：濟州道 柑橘課 資料에 의해 筆者가 作成 ※ 서울 農協共販場 競落價基準

그러나 [表 28]에서 보는 바와 같이 協同組合 系統販賣가 이루어지면서 商人組織 系統販賣보다 流通經費가 節減되어, 1981年과 1982年에 流通費用이 각각 32.3%, 1983年에 38.7%, 1984年에 26.5%, 그리고 1985年에 30.7%로서 協同組合 系統出荷分에 대해서는



流通費用比率이 商人組織 系統出荷分에 比해서는 相對的으로 改善되었음을 보여주고 있으나, 이것 역시 米穀에 비하면 매우 높은水準에 있음을 알 수 있다.

이와 같이 아직도 濟州柑橘의 販賣過程에서 發生하는 流通費用이 높은 것은 濟州道の 地理的 與件에 따른 運送費와 특히, 柑橘의 商品的 特性인 腐敗性 等に 基因한 減耗率이 높아 蒐集段階에서는 收買價를 낮추므로써 流通減耗로 오는 負擔을 生産者에게, 分散段階에서는 販賣價格을 높임으로써 역시 流通減耗로 오는 負擔을 消費者에게 轉家시킴에 따라 必然的으로 流通費用이 높아질 수 밖에 없으며 더욱이 현재 農協機關에서 生産者로부터 委託받아 系統出荷하는 柑橘에서 떼고있는 委託手數料가 法定 最高上限線인 去來價格의 7%를 適用하고 있는 點도 간과할 수 없는 要因이다. 이는 다른 作物이나 畜産 및 水産物의 協同組合 系統販賣手數料와 比較하면 平均 2~5%가 높은 것이다.

물론, 農協이 이같이 手數料率을 7%로 適用하는 根據는 「農水産物 流通 및 價格安定에 關한 法律 施行規則」 第12條의 上場手數料를 去來金額(共販場 競落價格)을 基準, 靑果物類 7%, 水産物 6%, 畜産物類 3.5%로 規定하고 있는데 두고 있다. 그러나 이 基準으로 委販業務를 遂行하고 있는 水協과 畜協은 委販手數料를 最高限度額에서 1~3%를 내려서 適用하여 水協은 5%, 畜協은 2%를 適用하고 있다는 것과 比較한다면, 柑橘의 委販手數料가 流通費用을 높이고 있다는 것을 立證하고 있으며, 이외에도 產地 및 消費地의 貯藏施設不備와 短期間 洪水出荷도 또한 하나의 要因이 되고 있다.

## IV. 柑橘流通의 近代化 方案

### 1. 流通近代化의 目標와 推進原則

商品이 生産者로 부터 消費者나 産業使用者에게로 移轉되어 가는 過程에서 遂行되는 經濟的 活動을 流通이라고 하는 것이며, 流通近代化의 目標란 流通過程上에서 惹起되는 商品被害, 價格被害, 流通過程 및 經路上的 消費保護問題를 해결하고 公正去來와 流通構造上의 非合理的 要素를 除去하고 合理的인 方向으로 轉換하여 國民의 生活福祉의 維持·向上과 流通의 社會經濟的 役割이 제대로 遂行될 수 있도록 하여 國民經濟 全體의 動態的 均衡發展에 寄與하는 것이라고 할 수 있다.<sup>25)</sup>

그러므로 柑橘流通의 近代化 目標란 柑橘流通에 대한 效率을 높이려는 것으로서, 市場流通過程에 있어서 最少의 資源投入으로서 最大의 產出效果를 얻는 것이며, 여기서 말하는 資源投入이란 流通過程에서 所要되는 諸費用과 努力을 가리키는 것이고 產出效果란 最終消費者는 물론이고 流通主體와 生産者들이 얻는 效用 또는 滿足度を 말하는 것이다. 그리고 이와 같은 流通效率을 測定하는 算式으로는 다음과 같이 표현할 수 있다.<sup>26)</sup>

$$\text{流通效率 (流通生産性)} = \frac{\text{消費者滿足水準}}{\text{流通費用水準}} = \frac{\frac{\text{所得} \times \text{品質}}{\text{價格}}}{\text{流通費用}} = \frac{Y \times 9}{P \cdot mc}$$

以上에서 언급한 바와 같이 柑橘의 流通近代化는 生産農家의 合理的인 販賣活動에만 한정된 것이 아니고 柑橘流通의 實體的 主體인 柑協과 單協 등인 協同組合과 商人組織이나 消費主體인 最終消費者나 産業使用者에게도 關聯되는 多目的性을 띠고 있는 것이기 때문에 柑橘流通近代化의 目標는 流通費用을 節減시킴과 同時에 流通效率을 높여 柑橘消費者의 負擔을 줄이고, 流通의 實體的 主體들에게도 適正한 所得을 얻게 하는 동시에 生産者의 立場에서 볼 때 柑橘을 가장 有利하게 販賣할 수 있게 하는데 있는 것이다.

그렇다면 柑橘의 流通效率을 向上시키는 流通近代化의 志向目標를 達成시키기 위해서는 어떠한 推進原則에 따라야만 할 것인가 하면, 첫째로 規模의 經濟原則이 實現되는 方向으로 推進되어야만 할 것이다. 이를 위해서는 流通機關이 大規模化 되어야 하며 이를 통해

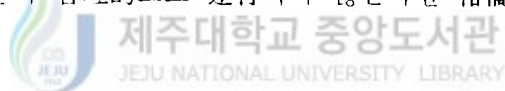
25) 吳相洛, 「前揭書」, pp. 265~273.

26) 吳相洛, 「前揭書」, p. 269.

流通費用的 節減과 最終消費者가 負擔하는 價格이 引下되어 物價上昇要因이 배제되도록 하므로서 安定되고 秩序있는 柑橘流通이 實現되도록 해야 한다. 둘째로는 流通機能이 自立의 原則이 實現되는 方向으로 推進되어야 할 것이다. 先進國의 경우 流通機關이 遂行하는 機能은 運送, 保管, 接客, 促進의 4 機能으로 集約할 수 있는데 이러한 機能들이 自立的으로 遂行할 수 있는 狀態를 이룩하는 것이 바람직한 것이다. 세계로 流通分業化의 原則이 實現되는 方向으로 推進되어야만 한다. 이는 곧 流通段階別 專門化로 서로의 固有業務領域이 침범하지 않고 相互補完의 關係를 形成케 해야 한다.

그러므로 濟州道產 柑橘의 流通近代化를 推進해 나감에 있어서 考慮해야 할 重要한 課題로서는 柑橘生産이 消費需要에 適合하도록 生産農家의 努力에 의해서 長期的인 商品化計劃의 推進과 特定時期에 生産農家의 근시안적인 協同力 不足에서 오는 洪水出荷를 점진적으로 改善하여 供給을 能動的으로 調節하면서 大量流通을 效率적으로 遂行할 수 있도록 해야 하며, 合理的인 等別과 包裝을 實施해서 柑橘의 商品性を 提高시킬 수 있도록 하고, 靑果物 중에서 柑橘에 대한 消費者들의 選好도를 높일 수 있도록 效率적인 促進活動을 推進하며, 柑橘의 消費時期를 연장시킬 수 있도록 貯藏과 加工施設을 擴充해야 하고, 海外로 부터 柑橘의 輸入開放壓力에 對應力을 強化시키는 것이라고 할 수 있다.

以上과 같은 課題들이 合理的으로 遂行되지 않는다면 柑橘의 流通近代化란 期待할 수 없는 것이다.



## 2. 長期的인 商品化計劃의 推進

商品化計劃(merchandising)이란 適切한 商品 내지 서어비스를 適切한 場所에서 適切한 時期에 適切한 數量 및 價格으로 販賣하는데 따른 計劃이라<sup>27)</sup> 말할 수 있는데 이러한 견해에 따르면, ① 生産 내지 購買할 商品의 決定, ② 商品의 生産 내지 購買할 數量, ③ 販賣時期, ④ 價格設定 등과 같은 諸機能이 포함되는 것이다. 그러나 이를 狹義로 보면 販賣를 生産 또는 再販賣를 위한 購買와 調整시키기 위해 商品을 量的, 質的 需要에 適合시키기 위해서 遂行되는 活動으로 보고 生産者의 경우에는 具體적으로 消費者가 購買하게 될 商品을 企劃하는 製品計劃(product planning)이고, 再販賣業者의 경우에는 成功的으로 再販賣할 수 있는 商品을 選定하는 것이다.

27) Report of the Definitions Committees, Alexander, R. S. Chairman, *Journal of Marketing*, Vol. XIII, No. 2, 1948. p. 211.

물론 이러한 概念이 農産物에 있어 自己消費分을 除外한 生産物을 販賣하는 것을 商品化라 하고, 그것이 總生産物量에서 점하는 比率를 商品化率이라고 한다.

그러나 앞서도 지적 했듯이 靑果物은 農産物中에서도 食生活의 必需品인 살과는 달리 代替品이 있고, 특히 嗜好品이라는 점에 문제가 있는 것이다. 그러므로 果實類의 하나인 柑橘에 있어서도 消費者들이 보다 選好할 수 있는 對策, 즉 商品化計劃을 推進할 필요가 있는 것이다.

물론 여기서는 柑橘의 生産과 商品 그리고 消費의 特徵을 考慮하여야만 할 것이다. 이런 側面에서 柑橘의 長期的 商品化計劃을 다음 두 가지로 大別해 檢討할 수 있다.

첫째, 柑橘品種을 多樣化<sup>28)</sup>하므로써 柑橘商品의 質의提高와 出荷時期를 調節하자는 것이다.

[表 29] 柑橘의 品種別 栽培現況(1983)

| 시군별<br>區分 | 계       |       | 제주시   | 서귀포시  | 북제주군  | 남제주군  |
|-----------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
|           | 면적      | 구성비   |       |       |       |       |
| 극조생       | 337ha   | 2.0%  | 38ha  | 74ha  | 78ha  | 147ha |
| 품 조 생     | 5,844   | 34.4% | 936   | 1,312 | 1,280 | 2,316 |
| 중 생       | 5,093   | 30.0% | 570   | 1,192 | 994   | 2,337 |
| 종 만 생     | 5,481   | 32.3% | 308   | 2,494 | 568   | 2,112 |
| 만 감       | 220     | 1.3%  | 33    | 68    | 56    | 63    |
| 계         | 16,975  | 100%  | 1,885 | 5,139 | 2,976 | 6,975 |
| 재배농가      | 23,182戶 |       | 2,633 | 8,613 | 3,847 | 8,089 |

資料 : 濟州道, 濟州柑橘, 1985, p. 18

[表 29]에서 보는 바와 같이 濟州道の 柑橘은 栽培하고 있는 品種面에서 살펴 보면 總面積 16,975 ha 중 收穫時期가 9月中旬에서 10月初旬까지인 極早生은 全體의 2.0%에 해당하는 337 ha 이고, 收穫時期가 10月中旬에서 下旬까지인 早生이 34.4%인 5,884 ha 이며, 收穫時期가 11월인 中生이 30.0%인 5,093 ha, 11月中旬부터 12月中旬까지 收穫하는 晚生이 32.3%인 5,481 ha 이고, 當年 12月中旬부터 다음해 3월까지 收穫하는 晚柑類는 1.3%인 220 ha 로서, 當年 10月中旬부터 12月中旬까지 2個月 期間內에 收穫하는 品種이 全體의 96.7%에 이르고 있는 것이다. 그러므로 貯藏施設이 不備한 경우에는 生産量에 있어서도 90%以上을 2個月內에 洪水出荷하여야 된다는 推算이 나오며, 앞에서 指摘한 바

28) 柑橘收穫期間의 延長을 柑橘의 品種更新으로 調節하고 同一時期內에는 優良品, 高價品으로 多樣化하는 것을 의미함.

있듯이 1985년의 경우 貯藏能力이 109,763톤이나 이는 同年生産量の 27.8%밖에 貯藏할 수 없다는 점과 對比할때 柑橘品種面에서 收穫時期를 考慮하여야 한다는 認識은 再考의 여지가 없는 것이다. 그래서 이를 改善키 위해서는 ① 收穫時期를 延長하고 生産時期를 多段階로 調節할 必要가 있다. 現在 柑橘收穫時期가 4段階<sup>29)</sup>로 區分지어지는 收穫期間을 아주 빠른 極早生の 開發로 9月中旬 以前에 收穫할 수 있게 하므로써 收穫期間의 延長과 收穫時期를 5~7段階로 늘릴 수 있다.

이렇게 하기 위해서는 技術的 問題가 따르겠지만 비닐하우스재배나 새로운 科學技術은 努力如何에 따라 可能的 問題라고 考慮할 수 있는 것이다. 이때 柑橘商品이 市中에서 높은 價格에 去來될 수 있는 品種을 擇하는 등의 考慮가 있어야 함은 물론이다. ② 品種更新과 併行하여 收穫量을 時期別로 調節해야 한다. 現在 柑橘을 가장 일찍 收穫하는 極早生の 경우 柑橘植栽面積 全體의 2%에 머무르고 있는 것을 20%, 當年 10月中旬부터 10月下旬까지 收穫하는 期間에 20%, 當年 11月初旬부터 12月中旬까지 收穫하는 期間에 20%, 當年 12月下旬 以後 收穫하는 期間에 40%程度로 調節하므로써 保管費나 販賣價格面에서 有利한 時期에 적절한 物量을 收穫하자는 것이다. 이와 같이 出荷調節을 위한 品種更新에는 既存成果樹를 對象으로 하여야 하기 때문에 이를 推進하기 위해서는 事前에 柑橘生産農家の 이해와 協助를 얻을 수 있도록 하는 方案이 講究되어야 한다.

둘째, 現在 收穫되고 있는 柑橘로 各種 加工商品을 開發하여 消費時期를 延長시켜야 한다. 現在 柑橘類를 利用한 加工食品으로는 주스<sup>30)</sup>와 통조림 程度이나 柑橘類는 他果實과 다른 맛과 향기등 뛰어난 豐味와 藥理的 特徵이 있을뿐 아니라 美國의 Sunkist 에서는 600餘種에 이르는 副産物을 生産하고 있는것 등을 勘案한다면 여러가지 加工食品의 開發可能性이 크다고 할 수 있다. 그리고 濟州道産 柑橘로서 開發이 可能的 몇 가지를 살펴 보면 다음과 같다.<sup>30)</sup>

- ① 주스류 : 오렌지주스, 감귤과즙희석음료, 감귤과즙혼합청량음료, 감귤과육혼합음료, 농축주스, 냉동농축주스 등
- ② 통조림류 : 감귤통조림, 금강병조림
- ③ 잼류 : 오렌지마마레이드(marmalade), 밀감잼, 오렌지무화과잼, 밀감-살구잼
- ④ 젤리류 : 후레쉬오렌지젤리(fresh-orange jelly), 오렌지카스타르젤리(orange castard jelly), 그린레몬젤리(green lemon jelly)
- ⑤ 빵 및 케이크류 : 오렌지빵(orange beaad), 오렌지케이크(orange cake), 오렌지비스

29) ① 當年 9月中旬부터 10月初旬 ② 當年 10月中旬부터 10月下旬

③ 當年 11月初旬부터 12月中旬 ④ 當年 12月下旬부터 다음해 3월까지 4段階로 區分되어 있음.

30) 洪文和, "前掲論文", pp. 67~82.

- 켓 (orange biscuit), 오렌지필캔디 (orange peel candy), 그린레몬크랏세
- ⑥ 피클류 (pickles) : 밀감오이피클 (orange cucumber pickles)
  - ⑦ 병조림류 : 밀감병조림
  - ⑧ 드링크류 : 레몬후추, 하니레몬 (honey lemon)
  - ⑨ 주류 : 감귤주
  - ⑩ 차류 : 밀감차
  - ⑪ 摘果密柑加工 : 적과밀감시럽, 적과밀감주스, 적과밀감설탕조림
  - ⑫ 其他 : 藥物用 副產物 等を 例示할 수 있으며 물론 여기에는 營養學的 意味와 經濟性의 原理가 부합되어야 하겠지만 加工食品으로서의 開發價値가 있는 것이다.

### 3. 流通機構의 育成 및 機能強化

濟州柑橘은 앞서 指摘했듯이 流通體系 改善이 미흡하고, 그 基盤인 協同組合 系統出荷가 不振한 問題가 常存해 있어 柑橘流通의 主體가 되어야 할 農業協同組合 내지 柑橘協同組合의 育成과 機能強化가 要求되는 것이며 이 問題가 改善되어야만 規模의 經濟性이라는 流通近代化의 推進原則에 附合되는 것이다. 이와 같은 側面에서 農業協同組合과 柑橘協同組合의 機能을 活性化하고 育成하는 方案을 檢討해 보면 다음과 같다.

#### 가. 農業協同組合의 機能強化

農協의 機能強化를 위해서 우선 農協의 本質과 特殊性을 살펴 볼 必要가 있다. 農協의 本質은<sup>31)</sup> ① 組合員인 農民의 經濟的·社會的 地位향상을 目的으로 하고 있는 것은 農民이 經濟的 弱者의 團體임을 表現한 것이다. ② 農協은 經濟的 弱者의 團體이긴 하지만 農民組合員은 각기 經濟的 獨立性を 維持한다. 즉, 組合員은 종래 자기가 유지해오던 生産關係를 獨自的으로 영위하면서 일정한 범위의 經濟活動에 한해서만 農協을 中心으로 協同하는 것이다. ③ 일반 기업에 있어서는 株主에게 많은 配當을 하기 위하여 利潤極大化를 目的으로 하고 있지만 農協은 각종 經濟活動을 통하여 組合員인 農民의 家計와 生産活動을 향상, 발전시키는 것을 目的으로 할 뿐 組合員에 대한 利潤配當을 主目的으로 하지 않고 있다. ④ 農協은 資本主義社會에서 經濟적으로 弱한 農民의 團體이므로 巨額의 資本을 조달하기는 거의 不可能하다. 따라서 農協은 組合員으로부터의 資本調達이 不足한 것을 補完

31) 農業協同組合中央會, 「農協二十年史」, 1982, pp. 12~16.

하는 방법으로 組合員들의 人間的 結合을 強調하고 있다. ⑤ 農協은 自由團體로서 그 어떠한 統制나 強制도 받음이 없이 일정한 資格단 갖추면 누구나 自己意思대로 農協에 加入과 脫退를 할 수 있다. ⑥ 農協은 經濟的 環境이 비슷한 農民이 서로 協力해서 經濟的 發展을 도모하려는 것이므로 그 指導精神은 相扶相助에 있는 것이다. ⑦ 協同組合은 國家의 원조나 資本家의 힘을 빌리지 않고 自主·自助的인 方法에 의하여 그 目的을 達成하는 것이 특징이다. ⑧ 一般企業에 있어서는 그 構成員의 資格이 地域에 의한 制限을 받지 않고 있지만 農協은 原則적으로 一定地域에 거주하는 사람을 組合員으로 하고 있다.

한편 農協의 特殊性은<sup>32)</sup> 組織側面과 經營側面으로 나누어 볼 수 있는데 組織側面의 特殊性을 보면 ① 下向的 組織이라는 點이다. 西歐의 先進農協을 農協運動에 關心이 있고 이해를 같이 하는 사람끼리 뭉쳐 上向式으로 組織되어 農協運動에 無關心하거나 批判的인 農民들의 參與가 自動적으로 排除되고 있다. 反面에 우리 나라의 農協은 過去 農村經濟의 落後와 停滯가 深化됨에 따라 이를 打開하기 위한 政策手段의 하나로서, 國家의 必要性에 따라 政府의 哺育에 의하여 下向적으로 育成·組織되었고, ② 全農民 對象의 綜合農協이다. 그런데 先進國 農協의 單位組合은 대부분 信用, 購買, 利用, 加工, 共濟 등 業種別로 專門化되어 있기 때문에 個別 組合別로 보면 利害를 같이하는 農民만을 中心으로 組織되어 있는 것이다. 反面에 우리 나라의 農協에서는 비록 品目別로 專業農家를 中心으로 한 特殊組合이 일부 組織되어 있기는 하지만, 農協이 主流를 이루고 있는 一般單位組合은 業種別, 品目別 區分이 없이 行政區域內 全農民을 對象으로 하여 組織된 綜合農協體制를 갖추고 있다. ③ 二元的 二段階組織이다. 西歐農協의 組織體系는 單位組合 → 縣 또는 州聯合會 → 全國單位聯合會의 3段階組織의 基本骨格으로 하고 있다.

우리 나라도 1980年度 以前까지는 單位組合 → 郡組合 → 中央會의 3段階 系統組織과 特殊組合 → 中央會의 2段階 系統組織으로 2元的 2~3段階 組織體系였으나, 1981年 郡組合의 法人格을 소멸시킴에 따라 單位組合 또는 特殊組合 → 中央會의 2段階組織으로 單純化되었다.

그리고 經營側面의 特殊性으로는 ① 中央集權的 經營管理, ② 多種事業의 兼營, ③ 政策事業의 過多, ④ 經營의 自律性 未洽을 들 수 있다. 이와 같은 特性을 갖고 있는 우리나라의 農協은 農協中央會를 頂點으로 하여, 全國에 그 組織網을 갖고 있으며, 販賣, 購買, 利用, 信用, 指導, 調査 등 各種 事業을 推進하고 있어서 協同組合 系統出荷에 의한 農產物의 共販事業을 經濟性에 立脚하여 效率적으로 遂行해 나갈 수 있는 與件을 外形의 으로 볼때는 充分히 갖추고 있다고 할 수 있을 것이다. 그러나 柑橘과 같은 經濟的 貯藏이 困難한 靑果物類에 있어서는 腐敗性과 價格不安定이라는 危險性을 意識하여 受託買入

32) 農業協同組合中央會, 「前掲書」, pp. 16~22.

을 忌避하고 있어, 協同組合 系統出荷에 의한 共販事業은 困難한 脆弱性을 스스로 內包하기 있기 때문에 現段階의 農協機能으로서의 柑橘類의 流通에 있어서 生産者의 利益追求나, 流通近代化를 위한 指導的 役割을 能動的으로 遂行하지 못하고 있음을 否認할 수 없는 實情인 것이다. 그러므로 農協은 靑果物의 流通에 있어서도 좀 더 積極적으로 介入하여 流通近代化의 善導的 役割을 다할 수 있도록 그 機能을 強化하여야 하며, 그러기 위해서는 다음과 같은 事項에 대해서 集中的인 努力을 기울여야 할 것이다.

첫째, 協同組合 系統販賣事業에 대한 組合員의 意識을 높여야 하는데, 이는 組合의 理念強調만으로서 成就되는 것이 아니라 組合員들에게 「마케팅」에 관한 理論과 技法을 普及시키는 한편, 經驗을 통해서 協同組合 系統出荷의 利點을 스스로 깨닫도록 하여서 協助케 하는 方向으로 誘導하여야 한다. 앞서 說明한바와 마찬가지로 우리 나라의 農協은 理念이나 利害를 같이하는 사람들이 團合하여 上向式으로 組織되어진 것이 아니라 政府의 主導下에 全農民을 對象으로 下向式으로 組織되어 있어, 이러한 組合員을 結集시키기 위해서는 利害關係를 直接的으로 느끼게 하여야 하는 것이다.

예를 든다면 앞서 提示한 [表 27]과 [表 28]에서 比較된 바와 같이 濟州道産 柑橘의 販賣에 있어, 1973年度에 商人組織系統에 의한 販賣時에는 流通費用이 무려 43.9%이던 것이 1985年度の 協同組合 系統販賣分은 流通費用에 30.7%로 낮추어져, 生産農家に 돌아가는 收取額比率이 높아졌다는 것을 實證적으로 提示한다면 대부분의 組合員이 이에 同感할 것이다.

둘째, 多種事業의 兼營과 政策事業의 過多에서 오는 問題點을 果敢히 改善해야 한다. 현재 農協이 取扱하고 있는 事業을 보면 信用, 購買, 販賣, 利用, 共濟 등은 물론, 生産 및 生産指導事業과 醫療事業까지 農家の 生活과 生産活動 전반에 걸친 모든 事業을 망라하여 遂行하고 있다. 그러므로 ① 農村經濟가 발달되어 農民의 階層分化가 이루어지고 있으나 이에 적절히 對應하지 못하고 있으며, ② 事業을 保守的 消極적으로 推進하는 傾向을 나타내고 있고, ③ 經營努力을 한곳으로 集中시키지 못하고 있으며, ④ 採算이 맞지 않는 事業은 忌避하는 實情이고, ⑤ 經營組織이 복잡하여 적절한 管理가 어렵게 되어 있다.

여기에서 政策事業의 過多로 자연히 農協의 自主性確保가 어려워져 農協의 本來姿勢를 견지하기 어렵다. 따라서 農協은 이러한에서 發生하는 問題點을 果敢히 改善하여 自主的인 事業으로 方向轉換을 摸索하는 同時에 柑橘과 같은 靑果物에 대해서는 危險負擔을 意識하여 受託事業을 忌避할 것이 아니라 流通過程의 危險을 分散시키기 위한 特殊共濟制度 내지는 保險制度를 마련하여 漸進적으로 受託販賣와 共同計算方法을 擴大, 全面實施토록 하여야 할 것이다.



세째, 中央集權의 經營管理體制를 地域的으로 特色있는 經營을 할 수 있는 分權體制로 移行되어져야 할 것이다. 본래 協同組合은 單位組合 → 地域聯合組織 → 全國聯合組織 순으로 형성되며 單位組合이 中心體가 됨으로서 單位組合이 獨自的으로 自己完結的인 事業을 展開할 수 있게 되어야 하는 것이다. 이와 같이 農協經營이 單位農協 中心體制로 改善經營된다면, 柑橘의 경우 濟州道가 全國生産量의 98%를 점유하고 있는 主產地인 점을 勘案하여 볼때, 濟州道地域의 單位農協은 柑橘流通에 獨自的이고 보다 積極的으로 參與하게 될 것이다.

네째, 農協이 靑果物加工에 積極的으로 介入하여야 한다. 日本이나 美國에서는 協同組合 自體에서 柑橘加工工場을 直營하여 成功을 거두고 있는 반면에 우리 나라에서는 이를 忌避하고 있는 實情인데, 이러한 意識에서 脫皮하여 靑果物의 加工分野에 積極參與하여 柑橘 以外에도 다른 靑果物을 原料로 하는 多品種 少量生産을 合理的으로 經營한다면 靑果物의 需給調節과 販路의 確保를 기하는 동시에 價格安定化에 寄與하게 될 것이다.

다섯째, 協同組合 系統販賣의 組織力을 強化하기 위한 資金確保策이 講究되어야 한다. 農協이 本質的으로 非營利的 經濟團體이나 一般企業이 追求하고 있는 利潤의 개념과 類似的한 잉여금이 發生하는 경우가 적지 않다. 그러나 農協에서 얻고있는 利益은 經濟的 弱者로서 組合을 利用한 農民組合員에게 귀속되는 것이다. 그러므로 農協도 協同組合 系統販賣의 組織力 強化를 위한 資金確保라는 側面에서 일정기간동안 잉여금증대에 노력, 여기서 발생되는 自己金融과 組合員이 農協을 利用하는 程度에 따른 出資金(예를 들어 柑橘의 경우 委託販賣額의 1~2% 등)을 增額시켜 資金을 增大시키는 동시에, 부족되는 일부는 年次的으로 政府의 財政支援을 받는 것이 不可避할 것이다.

여섯째, 農協이 靑果物類의 主產地와 大量需要處인 슈퍼마켓과의 直去來體制를 確立하고, 產地 蒐集機能을 強化, 生産者의 販賣代行 役割을 遂行하면서 直去來體制를 確立해야 한다. 현재의 農協共販場 → 슈퍼마켓, 共販場 → 小賣店 體制를 強化하여 柑橘의 流通段階를 短縮시켜 生産者와 消費者를 同時에 保護할 수 있게 해야 한다.

일곱째, 以上과 같은 業務를 遂行하기 위해서는 보다 專門化된 經營技法이 要求되므로 이를 導入하여 積極的으로 活用하여야 한다. 즉, 一般企業體에서 經營合理化를 위해 活用하고 있는 「마케팅」技法을 農協이 販賣事業에 導入, 活用한다면 濟州道産 柑橘의 流通近代化에 크게 기여할 것이다.

#### 나. 柑橘協同組合의 育成

濟州 柑橘協同組合은 1960年 特殊農協의 形態로 組織되어 購買業(농약과 비료등)등을 主要事業으로 하고 있다. 그러나 設立 25년이 經過한 지금에도 柑橘農家 23,182가구 중

組合員은 27.8%인 6,443명(1985年末 現在)에 불과할 뿐 아니라, 앞서 指摘했듯이 柑橘販賣에 있어서 一般商人들과 같이 能動的인 流通業務를 遂行하지 못하고 있는 實情인 것이다.

이러한 要因은 柑協組織이 生産者의 參與意識 不足 및 經營者들이 消極的인 事業推進과 經營能力 不足 등으로 指摘되고 있다.

우리 나라 柑橘流通業務를 擔當할 實質的機關이 柑協임을 勸案할때 그 育成은 시급한 問題로 다음과 같은 事項이 考慮되어야 할 것이다.

첫째, 組織力의 強化를 위해 組合員 勢力을 擴大시켜야 하며 이를 위해 柑橘生産農家들이 柑協에 參與하는 比率이 낮은 原因을 파악해야 한다. 換言하면 個人이 組織에 參與하는 根本理由가 어디에 있는가를 檢討해야 한다는 것이다. 人間이 어떠한 組織에 參與하는 理由는 ① 欲求充足에 대한 期待로써 組織이 個人의 欲求를 어느 정도 充足시켜 주리라는 期待가 있기 때문이다. 個人이 組織에 대한 投資를 “費用”이라고 하면 個人이 組織에 參與하기 以前에  $滿足 - 費用 > 0$  또는  $滿足 / 費用 > 1$  이 되는 關係를 期待하는 것이다. 이러한 期待가 이루어지게 되면 그 組織은 成功的이고, 그렇지 못할 경우 非能率的인 組織이 되고 마는 것이다. ② 協同的 努力의 達成으로 個人이 組織에서 그의 欲求가 充足되기를 바라지만, 또 한편으로는 자기 혼자서 할 수 없는 일을 組織을 通하여 達成할 수 있다고 期待하기 때문이다. 人間은 組織과 더불어 그의 目的 達成을 위한 努力에서 能力의 限界를 組織內에서 그의 同僚들과 함께 協同的으로, 또한 效率的으로 일을 하므로써 극복하는 것이며, 이때 全體는 部分의 合 以上이라는 原理인 시너지效果(synergy effect)를 얻을 수 있을 것이다. ③ 相互作用機會의 增大로서 組織에서 個人들은 서로 憎惡, 尊敬 競爭, 協同, 葛藤과 滿足 등을 얻기도 하며, 어떤 形態로든지 相互作用을 하면서 組織에서 지낸다는 것이다. 이와 같은 組織의 原理中 個人  $\frac{\text{공헌}}{\text{만족}}$  組織이라는 對內的 均衡의 維持 즉, 個人의 組織에 대한 貢獻만큼 滿足을 組織內에서 얻는 狀態가 되어야 한다는 것을 看過해서는 안된다는 것이다.<sup>33)</sup>

이와 같이 個人이 組織에 參與하려는 心理的 動機에 立脚하여 柑橘協同組合의 組織을 擴大하려면 柑橘生産者들이 柑橘協同組合에 바라는 것이 무엇인가를 正確히 判斷하여야 함이 先行되어야 하며, 이를 柑協의 組織擴大的 誘引으로 活用하여야 한다.

둘째, 下向的 組織形態를 柑橘農家가 自發的으로 참여할 수 있는 上向的 組織形態로 改善되어야 한다. 우리 나라 農業協同組合의 特殊性은 그 組織이 政府主導에 의해 下向的으로 이루어 졌다는 점이다. 先進國의 경우는 資本主義經濟體制의 發展에 따른 獨占資本 및 大資本의 등장으로 農民은 經濟的 弱者로 轉落하게 되었고, 社會, 經濟的 地位가 弱화된

33) 慎伯根, 「組織行爲論」, 茶山出版社, 1982, pp. 22~26.

農民은 自衛手段으로써 協同組合運動의 必要性을 認識하여, 農民이 自覺과 自發的인 努力에 의하여 自生的運動으로 發展되었다. 즉 西歐의 先進農協은 農協運動에 關心이 있고 利害를 같이 하는 사람들끼리 뭉쳐 上向式으로 組織되었던 것이다.

우리 나라 農協과 西歐의 先進農協間에는 組織과 經營面에서 많은 差異點이 있을 수 있지만 보다 重要한 것은 組合員이 農協에 대한 認識과 農政과 農協運動의 相互關係에 있어서 顯격한 差異가 있는 것이다. 즉 西歐의 農協은 組合員의 慾求充足 利益의 擁護에 최대의 力點을 두어 運營되고 있는 관계로 農協과 農民組合員이 密着되어 있으며, 이를 바탕으로 農協은 政府 또는 獨占企業을 相對로 한 農民壓力團體로서의 役割을 強力하게 遂行하고 있다.

그러나 우리 나라 農協은 先進國農協과 달리 國家施策에 의하여 下向的으로 組織되었으며, 農協은 組合員인 農民의 意思나 要求보다는 農業開發과 政策目標의 達成에 役점을 두고 事業을 展開하여 왔기 때문에 組合員인 農民의 自發的 參與가 未洽하였다.

이와 같은 우리 나라 農協의 特殊性을 柑橘協同組合은 努力하기에 따라서는 改善이 가능한 것이다. 그 가장 큰 이유로서 우리 나라 農協組織이 全農民을 對象으로 하고 있기 때문에 農家의 生産物이나 利害關係의 相衝을 考慮하기 어려운 反面에, 柑協은 組合員인 農民의 生産物이 柑橘이라는 同一品目이고, 利害關係 역시 柑橘販賣라는 同一目標이기 때문에 우리 나라 單位農協이 안고 있는 問題가 柑協에는 存在하지 않을 것이기 때문이다.

그러므로 柑協組合員의 利害關係를 結集, 慾求를 刺戟하는 등 組織의 上向化가 가능한 것이며 이러한 努力은 柑協育成을 위하여 絶실히 要求되고 實現되어야 하는 課題中の 하나인 것이다.

세째, 柑協의 經營責任職에 專門經營人을 참여시켜야 한다. 柑協이 1960年 特殊農協의 形態로 組織된 이래, 1代에서 10代까지 8名의 組合長이 任免된 바 있으나 이들 대부분이 고위 공무원에서 물러나신 분 내지는 地方有志일 뿐이지 專門經營人은 아니라는 점이다. 現代의 經營은 高度의 技法을 要求하고 있어 經驗的 管理나 前近代性を 脫皮하지 못한 官僚的方法으로는, 時代的 環境에 能動的으로 適應하려는 合理的 經營이 곤란하므로 經營責任職에는 能力을 兼備한 專門經營人이 必要한 것이다.

네째, 柑協이 마케팅戰略을 展開하여야 한다. 마케팅戰略이란 個別 마케팅機能을 統合 내지 혼합한 system으로서의 마케팅機能을 意味하며, 主要한 個別的 마케팅機能을 보면 商品開發機能, 供給調節機能, 廣告機能, 流通經路開拓機能, 流通技術開發機能 등이 있다.<sup>34)</sup> 柑橘은 이제 品質向上, 코스트절감 등 生産面에서의 近代化와 함께 마케팅戰略에 接近시켜 나가는 努力이 併行되어야 한다.

34) 姜景鼎, "柑橘流通의 現況과 改善方案", (濟州柑橘協同組合) 「柑橘園藝」, 1983, p. 39.

마케팅戰略에 있어서 여러가지 個別機能中 供給調節機能과 마케팅助成機能의 하나인 市場情報機能을 檢討해 보면 다음과 같다.

① 柑橘의 供給調節機能을 원활히 遂行하기 위해서 예를 들면 「生産出荷指導協議會」를 常設化 시킬 수 있는데 그 業務機能은 ㉠ 出荷量의 規制와 割當, ㉡ 出荷品の 品質, 等級, 包裝 等の 規制, ㉢ 調査研究, ㉣ 廣告販賣促進 등으로 이를 強力하게 實現해 나가야 할 것이다. 이러한 「生産出荷指導協議會」는 柑橘의 協同組合 系統出荷되는 것을 前提條件으로 하는 生産農家 → 協同出荷班 또는 作目班 → 單位農協 또는 柑協 → 生産出荷指導協議會 → 市場出荷라는 事業方式을 말하는 것이다.

② 生産出荷指導協議會의 機能이 원활히 遂行되기 위해서는 市場情報 蒐集機能이 強化되어야 한다. 市場이 擴大되고 大量生産에 따른 大量販賣段階에 이르면, 市場豫測을 하게 되는 問題에 逢着하게 되는데, 이때에 정확하고 올바른 意思決定을 하여야 되므로 이를 위해서는 市場動向에 관한 情報를 入手하지 않으면 안된다. 이러한 情報를 획득하는 技術이 바로 市場調査(marketing research)인 것이다. 濟州産 柑橘의 流通過程에 있어서 市場情報不在에 따른 出荷調節의 실패로 價格騰落을 겪는 일은 每年 관례처럼 되어 왔을 뿐 아니라 서울 지역의 柑橘消費者가 柑橘購買에 있어 빛깔 좋고(진홍색), 모양 좋고(편원형), 맛이 좋은(당도 11~12도) 柑橘과 實利爲主로 內容物이 많은(15 kg 상자당 120~200개 정도) 柑橘을 選好하는 傾向이 뚜렷하게 나타나고 있는데도 柑橘流通에 이러한 消費者의 選好度を 反映한 바 없는 것이다.

그러므로 柑橘의 出荷에 있어 大量消費地인 大都市 農協共販場으로부터 柑橘出荷期間동안 每日 一定時間에 市場情報를 보고 받아, 앞에 提示한 「生産出荷指導協議會」에서 柑橘流通의 意思決定에 活用하여야 할 것이다.

다섯째, 組織勢力의 擴大와 더불어 出資金의 増大를 實現해야 한다. 앞서 提示한 바와 같이 組合員勢力을 擴大해 나가는 同時에 柑協이 事業遂行을 하는데 所要되는 資金을 合理的으로 調達될 수 있도록 出資金増大를 위한 努力을 繼續하여야 할 것이다. 70年代에는 出荷柑橘 15 kg 당 30~50원씩의 組合出資金을 納付케 하였으나 이러한 資金이 제대로 活用되게 組合이 合理的으로 經營이 안 되었을 뿐만아니라 組合員의 資金負擔 忌避로 이러한 施策도 중단되었고, 최근에는 새로 組合에 加入하는 組合員들에게 出資金을 3~6만원씩(1좌 3,000원)을 納付하도록 하고 있다. 그러나 이와 같은 資金造成方法으로는 柑協의 組織強化를 위한 基金이 造成되기는 遼遠한 實情으로, 柑協의 組織強化가 柑橘農家の 生存과 直結됨을 認識시켜 長期的인 眼目에서 1좌당 3,000원씩의 新規加入組合員의 出資金外에 取扱柑橘 15 kg 당 10~20원의 基金造成出資金의 捻出方案을 講究해야 할 것이다.

여섯째, 協同出荷班을 育成·發展시켜야 한다. 같은 作目部分을 經營하는 區域에서 復

數農家가 그 作目部門의 直接生産過程의 完結 혹은 發展을 도모하는데 必要한 生産, 販賣, 購買, 技術向上 등의 일부 또는 전부를 共同協力하는 組織인 協同出荷班은 1985年末 濟州道에 總 307個班 9,822名으로 組織되어 있는데, 이는 柑橘農家 23,182家口의 42.3%에 불과한 것이다. 協同出荷班은 出荷基本單位로 全體柑橘生産農家를 協同出荷班에 加入시키므로서 協同組合 系統出荷의 基本組織이 形成되고, 이를 健全하게 育成, 發展시키므로서 生産者 → 協同出荷班 → 農協·柑協 → 共販場 → 小賣商 → 消費者의 順으로 流通段階의 改善이 이루어질 수 있는 것이다.

마지막으로 經營合理主義를 指向하여야 한다는 것이다. 柑協이 비록 協同組合이지만 經營目的 達成을 위해서는 一般企業에 相應하는 經營合理主義 方式을 採擇하여 經營에 있어서의 病弊를 摘出하고 是正하여 目的達成의 成果를 이룩할 수 있게 해야 하는 것이다.

이와 같이 柑協이 育成되고 發展되면 柑橘의 流通近代化에 主導的 立場에서 크게 寄與할 수 있을 것이다.

#### 4. 合理的인 等別 및 包裝

##### 가. 合理的 等別

오늘날과 같이 大量生産과 大量販賣가 直結되어야 할 마아케팅時代에 있어서 靑果物과 같은 1次產品은 大量販賣時에 要求되는 同質性이 缺如되기 쉬우므로 먼저 形態 色相 크기 品質등의 所要條件에 따라 品種別 集團으로 選別을 하고, 이를 다시 각 集團마다 品質의 良否程度에 따라 設定된 等級을 붙여서 等別化를 해야만 去來量이나 價格協議가 쉽게 이루어질 수 있는 것이다.

柑橘과 같이 自然的 條件의 制約下에서 生産되는 1次產品은 먼저 等別化가 合理的으로 잘 되어야만 通名去來<sup>35)</sup>나 先物去來 및 그리고 商品의 信用度 提高와 流通費用의 節減等 「마아케팅 活動」을 改善하는데 있어서 여러가지 有利한 利點이 있는 것이다.

우리 나라에서 柑橘에 대한 等級規定은 農產物檢査規定에 의하여 實施되었던 것으로 1983年 以前에는 [表 30]에서 보는 바와 같이 色의 比率를 最低限度로 하고, 果均比率과 損傷比率 및 3.75 kg 當 果數를 最高限度로 하여 1~4 等級까지 區分하고 그 以外的 것은 等外品으로 分類했었다. 그리고 比率算出은 品種固有의 色을 基準으로 하고 鑑定果의 着色過程을 基準色澤과 比較하여, 計算된 數值를 最低限度로 하고 있으며 果均比率은 同

35) 通名去來란 일명 통명판매라고도 하는데 건본없이 일반적으로 통용되고 있는 상품명에 따라 매매거래를 하는 방식으로 흔히 見本賣買과 對立되는 개념이다.

一包裝內的 最大果와 最小果의 重量差를 그 包裝內的 果當平均 무게로 나눈 比率과, 果數는 3.75 kg 當 몇개가 들어있느냐는 數를 각각 最高限度로 하여 等級을 決定하도록 規定되어 있기 때문에 이 基準은 合理的인 等級決定基準이라고 하기에는 여러가지 모순점을 內包하고 있었다.<sup>36)</sup>

[表 30] 柑橘에 대한 農產品 規格 規定

| 區分<br>等級 | 最低限度  | 最 高 限 度 |      |                |               |
|----------|-------|---------|------|----------------|---------------|
|          | 着色比率  | 果均比率    | 損傷比率 | 3.75 kg<br>蜜 柑 | 當 果 數<br>溫州蜜柑 |
| 1 등      | 90.0% | 7.0%    | 7.0% | 8              | 25            |
| 2 등      | 70.0  | 10.0    | 10.0 | 13             | 40            |
| 3 등      | 60.0  | 15.0    | 15.0 | 16             | 50            |
| 4 등      | 50.0  | 20.0    | 20.0 | 20             | 70            |

資料：濟州大學 企業經營研究所, 經營論集, 5輯, 1974. p. 36.

이와 같은 問題點을 改善하기 위하여 政府에서도 1983年 12月 19日에 同規定을 [表 31]과 같이 改定한 바 있다. 그러나 이 規定 역시 多餘없이 柑橘의 等級決定을 外型的 規格과 可視的 形態만을 基準으로 할 뿐 아니라 從前의 受檢強制規定마저 希望者에 한하여 受檢을 하는 任意規定으로 바꿈으로서, 同規定이 改定된 以後 柑橘生産 農家에서는 受檢을 忌避하여 柑橘檢査實績이 全無한 狀態다.

[表 31] 柑橘에 대한 農產物規格 規定(1983.12 改定)

| 區分<br>等級 | 지름(1개)<br>최소-최고 | 缺占果混入率           | 果均比率   |
|----------|-----------------|------------------|--------|
| 1        | 6.1cm-8.0cm     | 輕：10%<br>重：0.0%  | 最高：10% |
| 2        | 5.5cm-8.0cm     | 輕：2.0%<br>重：0.0% | 最高：10% |
| 3        | ○               | ○                | 最高：20% |

資料：農產物檢査所

36) 玄鶴淳, “柑橘流通政策의 改善方案에 관한 調查 研究”, 濟州大 企業經營研究所, 「經營論集」(5輯), 1974. pp. 35~36.

그러나 柑橘의 商品化에 있어 規格을 無視할 수 없음을 勸案한 柑橘生産農家나 搬出商 또는 柑協 등에서는 柑橘選果機<sup>37)</sup>를 設置하고, 柑橘을 選果하여 搬出하고 있는 實情이나 이는 商品化되는 柑橘의 品質等級化라는 側面과는 거리가 먼 實情인 것이다.

한편 柑橘産業에 있어 우리 나라와 品種이 같으나 보다 앞서 있다고 볼 수 있는 日本의 佐賀縣 園藝農業協同組合連合會가 1985年度 柑橘檢査에 있어 品質基準과 採點評價基準을 살펴보면 다음과 같다.<sup>38)</sup>

(1) 出荷時 品質基準

| 區分<br>種類 | 出荷時期     | 着色   | 食味    |           |        | 備考 |
|----------|----------|------|-------|-----------|--------|----|
|          |          |      | 糖度    | 구연산       | 甘味比    |    |
| 早生溫州     | 10月上旬    | 5分以上 | 9.5以上 | 1.5%以上    | 6.0以上  |    |
|          | 10月中-下旬  | 7分以上 | 10 "  | 1.2 "     | 8.3 "  |    |
|          | 11月以後    | 完全着色 | 11 "  | 1.0 "     | 11.0 " |    |
| 中生溫州     | 11月下-12月 | "    | 11 "  | 1.0 "     | 11.0 " |    |
| 普通溫州     | 12月      | "    | 11 "  | 1.1 "     | 10.0 " |    |
|          | 1月-2月中旬  | "    | 11 "  | 1.0-0.8 " | 11.0 " |    |



(2) 採點評價基準

○ 等級點評價基準

(10 月)

單位：點類

| 區分  | 外觀  | 着色 | 計   | 摘要    |
|-----|-----|----|-----|-------|
| 特品  | 70點 | 70 | 140 | 秀에 該當 |
| 普通品 | 50  | 50 | 100 | 優에 該當 |
| 劣等品 | 20  | 30 | 50  | 良에 該當 |

(11月 以後)

| 區分  | 外觀  | 着色 | 計   | 摘要    |
|-----|-----|----|-----|-------|
| 特品  | 100 | 40 | 140 | 秀에 該當 |
| 普通品 | 70  | 30 | 100 | 優에 該當 |
| 劣等品 | 30  | 20 | 50  | 良에 該當 |

37) 濟州道內에 515台를 保有하고 있으며 1日 處理能力은 5,888<sup>M</sup>/日임.

38) 日本의 在賀縣園藝農業協同組合連合會가 自體의으로 制定한 柑橘檢査 基準임.

○ 階級點評價基準

| 種類 \ 階級 | 2 L (大) | L·M (中) | S (小) | 摘要 |
|---------|---------|---------|-------|----|
| 早生溫州    | 85      | 100     | 60    |    |
| 中生·普通溫州 | 80      | 100     | 60    |    |

○ 食味點評價基準

|       | 7.6   | 7.6 이상<br>~<br>7.8 미만 | 7.8 ~<br>8.0 | 8.0 ~<br>8.2 | 8.2 ~<br>8.4 | 8.4 ~<br>8.6 | 8.6 ~<br>8.8 | 8.8 ~<br>9.0 | 9.0 ~<br>9.2 | 9.2 ~<br>9.4 | 9.4 ~<br>9.6 | 9.6 ~<br>9.8 | 9.8 ~<br>10.0 | 10.0 ~<br>10.2 | 10.2 ~<br>10.4 | 10.4 ~<br>10.6 | 10.6 ~<br>10.8 | 10.8 ~<br>11.0 | 11.0 以上 |
|-------|-------|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------|
|       | 早生早出荷 | -14                   | -12          | -10          | -8           | -6           | -4           | -2           | 0            | +2           | +4           | +6           | +8            | +10            | +12            | +14            | +16            | +18            | +20     |
| 10月   | -20   |                       | -18          | -16          | -14          | -12          | -10          | -8           | -6           | -4           | -2           | 0            | +2            | +4             | +6             | +8             | +10            |                | "       |
| 11月以後 | -20   |                       |              |              |              |              |              | -18          | -16          | -14          | -12          | -10          | -8            | -6             | -4             | -2             | 0              |                | "       |

\* 12度以上은 別途 취급

제주대학교 농학부 (구 연산)

| 구연산<br>時期 | 0.79<br>以下 | 0.8 이상 ~<br>1.0 미만 | 1.01<br>1.2 | 1.21<br>1.3 | 1.31<br>1.4 | 1.41<br>1.5 | 1.51<br>1.6 | 1.61<br>1.7 | 1.71<br>1.8 | 1.81<br>以上 |
|-----------|------------|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| 早生早出荷     | +8         |                    | +6          | +4          | +2          | 0           | -2          | -4          | -6          | -8         |
| 10月       | +4         |                    | -2          | 0           | -2          | -4          | -6          | -8          | -10         |            |
| 11月       | +2         |                    | 0           | -2          | -4          | -6          | -8          | -10         |             |            |
| 12月       | -2         | 0                  | -2          | -4          | -6          | -8          | -10         |             |             |            |
| 익년        | -2         | 0                  | -2          | -4          | -6          | -8          | -10         |             |             |            |

\* 당도가 11도 이상의 경우에는 0.79 이하에도 감점 없음

○ 品質、出荷管理基準

- 加點事項
- ① 紅味點—最高 10點加算
  - ② 豫措點—最高 10點加算

減點事項

- ① 다른등급 혼합 : 5% 混合 10點減點, 格外品 混合은 沒收
- ② 防腐劑無撒布 : 비에 젖은 것 : 最高 20點減點
- ③ 黃蜜柑混合 : 最高 10點減點
- ④ 硬蜜柑混合 : 最高 10點減點



⑤ 껍질이 부풀 蜜柑混合：最高 10點減點

⑥ 運送不良：最高 10點減點

○ 計劃出荷點基準

① 割當出荷量上回時：上回量の 50沒收

② " 下回時：10%에 5點減點

○ 等級減點格付事項

| 區分           | 品種 | 早生溫州                                | 中生·普通溫州                             |
|--------------|----|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 外 減點이<br>큰것  |    | ① 腐敗果 ② 障害果 ③ 腰<br>高果 ④ 着色程度        | ① 腐敗果 ② 障害果 ③ 浮皮<br>果 ④ 硬果實 ⑤ 淡黃色果  |
| 觀 減 點<br>하는것 |    | ⑤ 果皮粗厚 ⑥ 病害果 ⑦ 果<br>梗長 ⑧ 浮皮果 ⑨ 淡黃色果 | ⑥ 腰高果 ⑦ 病害果 ⑧ 果皮<br>粗厚 ⑨ 果梗長 ⑩ 着色程度 |

○ 評價點 算出方法

(等級點 × 階級點 ×  $\frac{1}{100}$ ) ± 食味點 ± 其他品質管理點 = 評價點

③ 區分하여 荷受하고 選果實施

○ 秀·優·良品 區分荷受, 選果

○ 系統別 區分荷受, 選果

○ 荷受時 糖·酸의 種類值에 基礎를 두어 區分選果

이와 같이 日本은 그 實情에 맞게 檢査基準을 設定하여 이에따른 엄정한 檢査를 實施하  
므로서 合理的 等別을 통해 流通近代化를 꾀하고 있는 것이다.

우리 나라에 있어서도 柑橘檢査의 問題點을 改善하여 柑橘의 商品的 價値를 높이기 위  
해서는 長期的 眼目에서 合理的이고 嚴格한 等級基準을 마련하고 施行하는 政策을 推進하  
므로서 柑橘流通을 促進시켜 줄수 있을 것이다.

#### 나. 合理的 包裝

包裝이란 一般的으로 生産者나 販賣業者들이 商品을 輸送, 保管, 販賣를 위하여 商品의  
全部 또는 一部를 施裝 내지 充填하는 技術의 行爲, 혹은 그 行爲의 終結狀態<sup>39)</sup>라고 일컬  
어지고 있으며 그 機能은 保護機能(Protective function)과 販促機能(Sales Promotive)의  
두가지로 大別하고 있다. 이 두가지 機能 가운데 保護機能을 1次的機能, 販促機能을 2  
次的 機能으로 보아 왔으나, 오늘날 兩機能을 1次的 2次的으로 區分하기에는 애매할 정  
도로 複雜微妙하여 졌을뿐 아니라, 마케팅을 生産의 延長이라고 보는 것과 같이 包裝은

39) 韓義泳, 「前掲書」, p. 726.

商品의 一部分으로 보는 즉 購買者의 購買意慾을 刺戟하기 위한 販賣促進策으로 보고 있으며, 특히 包裝의 販賣促進機能을 重視하는 바탕위에서 購買行動機能(impulse buying function)이나 廣告機能(advertising function) 혹은 告知機能(informative function) 등으로 細分되기에 까지 이르렀다. 이렇듯 包裝機能이 重要함에 비추어 柑橘에 있어서의 包裝은 앞서 指摘했듯이 아직 효율적으로 이루어지지 못하고 있어, 包裝單位에 있어서도 尺貫法을 미터법으로 統一시키는 한편 그 單位를 5kg, 10kg, 15kg 등 細分化하고 現在 나무와 골판지로 箱子를 製作하는 輸送 우선의 容器를 販賣도 考慮하는 容器로 多樣化가 이루어진다면, 合理的 等別과 더불어 流通近代化에 效果的으로 寄與하게 될 것이다.

## 5. 效率的인 促進活動의 推進

物的流通의 發展과 더불어 市場範圍가 擴大됨으로서, 生産者와 消費者를 잇는 物理的 距離가 길어짐에 따른 潛在的 顧客의 增大와 流通機關의 發達は 더욱 促進活動의 必要性을 增大시키고 있다. 비록 市場에 있어서 消費者가 必要를 명백하게 意識하고 있을 경우라고 해도 販賣高를 보다 增大하기 위해서는 이를 積極的으로 刺戟해서 有效需要를 높이는 活動이 展開되어야만 한다. 그것은 단 하나 促進活動의 展開밖에 없다. 이러한 促進活動을 위하여 마아케터(marketer)가 行할 수 있는 手段 또는 道具는 廣義의 促進믹스의 構成要素로서 대체로 廣告(advertising) 人的販賣, 弘報, 販賣促進 등 네가지가 있는데 이러한 活動들을 一般的으로 프로모툴(promotool)이라고 한다.<sup>40)</sup> 그리고 마아케터(marketer)는 促進活動을 遂行함에 있어서 促進믹스의 方法을 使用하기도 하고, 이들 네가지 促進믹스의 要素들이 각각의 特色과 長短點이 있기 때문에 促進對象에 따라 區分해서 使用하기도 하는 것이다.

濟州道產 柑橘의 流通近代化를 推進함에 있어서 促進活動의 展開가 不可避하다는 것은 再論할 必要조차 없는 것이지만 柑橘流通을 위한 效率的인 促進方案으로서는 計劃的인 廣告活動의 實施와 商標設定과 그에 따른 合理的인 管理라고 생각할 수 있을 것이다.

### 가. 計劃的인 廣告活動의 實施

마아케팅管理의 促進手段 가운데 가장 중요한 것이 廣告活動이다. 왜냐하면 잠재적 구매자에게 情報를 제시하고 購買를 說得시키는 方法으로서는 廣告가 매우 效果的임을 부인

40) 柳東根, 「促進戰略論」, 鮮一文化社, 1983, p. 32.

할 수 없는 것이기 때문이다. 一般的으로 廣告는 ① 새로운 商品을 市場에 導入하는 機能을 遂行하고, ② 市場을 擴大하는 機能을 遂行하며, ③ 商品이나 서어비스의 販路를 確保하는 機能을 遂行하고, ④ 商品을 提示하고 販賣員의 活動을 助成하는 機能을 遂行하는 것이다: 41) 그리고 廣告가 消費者에게 미치는 影響을 檢討해 보면 ① 情報傳達의 效用을 통해 消費者 選擇의 自由를 伸長시키고, ② 革新의 傳播를 통해 生活水準을 向上시키며, ③ 購買指針的 役割을 遂行하여 生活合理化를 促進시키고, ④ 大量生産의 促求를 통해 生活水準의 平準化를 가져오며, ⑤ 生活樣式 또는 生活스타일의 平準化를 초래케 하는 것이다. 42)

이와 같이 廣告는 商品을 生産하는 生産者와 이를 消費하는 消費者에게 공히 利益을 줄 뿐 아니라 生産者와 消費者사이에 커뮤니케이션이 이루어져 消費生活과 關聯하여 充分한 情報가 消費者에게 傳達되는 道具로서 그 必要性이 있는 것이며, 美國에 있어서의 柑橘組合인 선키스트연합조직은 1976~1977년에 柑橘促進活動을 위한 廣告費를 약 109억원이라는 巨額을 投資했는데, 이는 선키스트연합회의 全賣出額의 3.3%에 해당하는 것이며, 日本의 경우도 柑橘의 販賣促進을 위한 廣告費의 比率이 賣出額의 0.1~0.3%水準에 이르러 있다는 것이다. 43)

그런데 大量生産 段階에 들어선 濟州道産 柑橘의 促進活動을 위해 柑橘協同組合이나 單位農業協同組合 또는 柑橘生産農家 個人이 TV나 라디오, 新聞, 雜誌 등의 대량매체에 廣告를 實施하여 본 일이 없으며, 主要道路邊에 立看板廣告 하나를 세워 본 일이 없는 實情인 것이다. 앞서 提示한 바 있듯이 柑橘아가씨 選拔大會, 柑橘調理競演大會, 柑橘消費擴大를 위한 研究 등이 고작이었다.

그러나 이와 같은 柑橘아가씨 選拔大會나 柑橘調理競演大會도 柑橘主產地인 濟州道の 自祝行事이지 柑橘의 販賣促進 手段으로서의 行事가 아니며 效果를 무시한 投資라고 指摘할 수 있는 것이다.

왜냐하면 柑橘아가씨 選拔大會인 경우 이 大會에서 소요되는 모든 社會的費用으로 廣告를 實施하는 것이 販賣促進을 위한 手段으로서는 보다 좋은 效果를 기대할 수 있기 때문이다.

한편 促進管理手段으로서의 廣告를 實施함에 있어서도 우선 大量傳達廣告(mass communication advertising)와 小量傳達廣告(mini communication advertising)를 區別하

41) C. F. Phillips & D. J. Duncan, *Marketing ; Principles and Methods*, (Homewood Ill. Richard D. IRwin, Inc, 1968), p. 637.

42) 金元銖, 「廣告學概論」, 經文社, 1976, pp. 46~47.

43) 姜景晳, “美國의 柑橘協同組合紹介”, 濟州柑橘協同組合 「柑橘園藝」, 1985, p. 46.

[表 32] 主要 廣告媒體別 特性

| 媒 體                   |                      | 長 點  | 短 點   | 備 考  |
|-----------------------|----------------------|--|---|--|
| 매<br>스<br>콤<br>媒<br>體 | 新<br>聞               | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 閱讀率·注目率이 安定되고 있다.</li> <li>○ 配付 領域이 넓다.</li> <li>○ 新聞이 지나는 威力을 利用할 수 있다.</li> <li>○ 適時에 廣告를 낼 수 있다.</li> <li>○ 彈力的 廣告를 할 수 있다.</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 로스 서어클레이션(loss circulation)이 크다.</li> <li>○ 재미가 결여되는 수가 많다.</li> <li>○ 비싸다.</li> <li>○ 訴求對象이 명확하지 않다.</li> <li>○ 選擇融通性이 없다.</li> </ul> |  |
|                       | 雜<br>誌               | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 訴求對象이 어느 정도 명확하다.</li> <li>○ 記錄性·保有性이 있다.</li> <li>○ 感情的·무드의 訴求를 할 수 있다.</li> <li>○ 比較的 용이하게 紙面을 독점할 수 있다.</li> <li>○ 記事와 運動이 가능하다.</li> <li>○ 原色廣告가 가능하다.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 原稿準備가 너무 이르다.</li> <li>○ 比較的 비싸다.</li> <li>○ 選擇融通性이 없다.</li> </ul>   |  |
|                       | 電<br>波<br>媒<br>體     | 라<br>디<br>오  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 感情的 訴求를 할 수 있다.</li> <li>○ 地域的 融通性이 있다.</li> <li>○ 청취자와 대화를 나눌 수 있다.</li> <li>○ 訴求力이 比較的 强하다.</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 比較적 비싸다.</li> <li>○ 청각만에 의하므로 確認할 수가 없다.</li> <li>○ 對象이 限定되었다.</li> </ul> |
| 미<br>니<br>콤<br>媒<br>體 | 直接郵送物<br>direct mail | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 訴求對象이 매우 명확하다.</li> <li>○ 選擇融通性이 크다.</li> <li>○ 戰畧性이 크다.</li> <li>○ 效果測定이 용이하다.</li> <li>○ 예산에 합당한 廣告를 할 수 있다.</li> <li>○ 매력적 說得을 할 수 있다.</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 名單의 入手가 곤란하다.</li> <li>○ 訴求範圍가 협소하다.</li> </ul>  |  |
|                       | 傳<br>單               | 上同   | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 반드시 밝혀진다는 보장이 없다.</li> <li>○ 信賴性이 낮다.</li> <li>○ 訴求範圍가 협소하다.</li> </ul>  |  |
| 其<br>他<br>媒<br>體      | 交<br>通<br>媒<br>體     | 例<br>車<br>空<br>港<br>等  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 일반적으로 셀러리맨에게 강하다.</li> <li>○ 뉴스성이 있다.</li> <li>○ 지역 融通性이 있다.</li> <li>○ 反復的 訴求가 강하다.</li> <li>○ 色彩效果가 기대된다.</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 訴求對象이 限定된다.</li> <li>○ 充分的 설명을 할 수 없다.</li> </ul>                         |
|                       | 屋<br>外<br>媒<br>體     | 例<br>포스터<br>간판<br>전광판<br>에<br>별<br>판<br>주<br>고<br>드<br>문   | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 계속적인 廣告效果가 기대된다.</li> <li>○ 눈에 띄기 쉽다.</li> <li>○ 衝動購買를 刺戟한다.</li> <li>○ 매스미디어의 補充이 된다.</li> <li>○ 照明效果가 크다.</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 거의 說明할 수가 없다.</li> <li>○ 屋外廣告規制의 對象이 되기 쉽다.</li> </ul>                    |

資料 : 韓義泳, 마케팅 管理論, 茶山出版社, 1982. pp. 579~580.

여야 하고 여기서도 新聞 TV, 雜誌 또는 포스터 등 媒體를 選擇하여야 하는 問題와 더불어 廣告의 內容과 表現 즉 「어떠한 廣告」(메시지의 內容)를 「어떻게」(메시지의 表示)提示하여야 하는가가 合理的인 廣告의 核心이 되는 것이다. 이러한 意味에서 主要媒體의 特性을 廣告戰略的인 觀點에서 分析해 보면 [表 32]와 같다.

여기서 柑橘廣告를 위한 媒體로써 新聞, TV, 라디오, 雜誌 등을 選擇하는 것이 바람직하다는 것을 알 수 있다.

이와 더불어 選擇된 媒體에 어떠한 內容으로 廣告를 할 것이며 訴求點을 어디에 둘 것이냐가 重要的 課題인 것이다.

[表 33]는 柑橘協同組合이 1983년에 柑橘園藝에 게재한 柑橘廣告이다.

[表 33] 柑橘廣告事例

## 미용과 영양을 위해

◎ 선물은 주어서 즐겁고  
제주박아서 흐뭇한 제주감귤로 ◎

### 왜 감귤은 과일 중에서 왕일까요

**첫째:** 밀감은 다른 과일과 비교할때 영양과 맛에서 단연 앞섭니다.

**※ 주요 과실류의 비교** (100g중합량 (단위mg))

|    | 비타민C | 칼  | 슘 | 철   |
|----|------|----|---|-----|
| 감  | 31   | 40 |   | 0.4 |
| 감  | 28   | 13 |   | 0.1 |
| 사과 | 6    | 4  |   | 0.5 |
| 배  | 2    | 4  |   | 0.1 |
| 포도 | 5    | 6  |   |     |

**둘째:** 밀감에 다량함유된 비타민C는 피부 미용과 감기에방에 탁월한 효과가 있습니다.

**셋째:** 강알카리성 식품인 밀감은 산성식품인 술을 과음했을때 중화시키는 작용을 하여

숙취에서 깨어나게 하는데 효과가 크답니다.

**넷째:** 과일류중 밀감에만 다량 함유된 비타민 P는 모세혈관을 보호하여 고혈압에 다시없는 좋은 식품입니다.

**다섯째:** 밀감에 함유된 구연산은 식욕증진에 효과적이며 식후 데지트로시의 밀감은 합리적인 식생활 식품으로 제일 좋습니다.

**여섯째:** 밀감은 임산부에게 절대 필요로 하는 칼슘과 비타민C를 고루 함유하고 있어 임산부에게 최적인 식품입니다.

**일곱째:** 밀감은 한창 발육기에 있는 어린이에게 부족되기 쉬운 칼슘을 보충해 주어 성장을 도와주는 식품입니다.

**여덟째:** 곡류중심의 식생활은 우리의 체질을 산성으로 기울게 하여 약체질이 되기 쉽습니다. 밀감의 섭취는 우리의 체질을 알칼리성으로 하여 건강체로 만들어 줍니다.

※ 資料: 濟州柑橘協同組合, 감귤원에, 1983, p. 32.

이 廣告의 事例를 檢討하여 보면 廣告카피(advertising copy)의 헤드라인(head-line)이며, 表題라고 할 수 있는 “미용과 영향을 위해”라고 되어 있는 것은 現代人들은 營養보다 健康을 중시하여 保健食品을 愛好하고 있다는 점을 勸案한다면, “미용과 건강을 위해”또는 “건강과 미용을 위해”라고 하는 것이 바람직 하다. 또한 廣告카피의 中心部를 이루는 本文 즉, 보디카피(body copy)에 있어서도 첫째~여덟째 까지의 內容順位를 바꾸어 주는 것도 柑橘이 保健食品이고, 美容食이며, 營養食인 것을 提示하는 한 方法이라는 점을 指摘하고 싶다.

그리고 柑橘廣告를 柑橘協同組合의 組合員인 柑橘生産者에 營農情報 提供을 위주로 하는 機關紙인 甘藷園예에 한다는 것은 讀者를 考慮하지 않은 媒體選定이었으며, 차라리 週刊紙로 나오는 各種刊行物 중에서 하나를 媒體로 選定했다면 廣告의 機能을 발휘할 수 있었을 것으로 생각되는 것이다. 물론 廣告效果는 投入된 廣告費에 賣出額과의 相關關係로 把握되기 때문에 短期的으로 廣告費의 支出에 相應하는 效果測定이 어려워 柑橘生産者로서 廣告의 必要性을 實感치 못하겠지만, 앞에서 說明한 바와 같이 柑橘이 嗜好品이라는 점과 다른 과일은 물론 輸入柑橘과 競爭해야 한다는 측면에서, 柑橘流通의 合理化를 위해 柑橘協同組合이 廣告主가 되어 新聞, TV를 利用 柑橘出荷가 始作되기 直前인 9月에서 부터 다음해 2月까지 柑橘의 藥理的·營養的 效果和 健康·美容食品이라는 점과 調理方法 내지 加工食品 등을 效果있게, 廣告를 實施하여 消費者 購買意慾을 積極적으로 刺戟 내지 喚起시켜 柑橘의 顧客確保에 努力해야 할 것이다.

그리고 柑橘의 促進活動을 위한 저렴한 費用으로 廣告를 實施할 수 있는 方案으로서는 濟州空港이나 항만에서 出入客에 대한 廣告紙의 配布方法이 있을 수 있고, 이 方法을 서울역이나 서울의 高速버스 터미널 같은데서 一定期間에 集中的으로 實施한다면 적은 廣告費를 投入하고서도 初期의 廣告效果를 기대할 수도 있는 것이다.

#### 나. 商標의 設定

商標란 一般의을 商品의 標識이란 뜻이며 具體적으로는 自己企業의 商品을 他 企業의 商品과 區別하기 위하여 使用한 文字, 記號, 圖型 혹은 그 結合을 말한다.<sup>44)</sup> 이러한 商標는 識別, 出處, 信用이라는 3大機能을 지님으로서 일단 廣告·宣傳된 有標商品을 그 品質에 대해서 企業이 全적으로 責任을 지고 保證해야 한다는 意味를 含蓄하고, 消費者 立場에서도 品質의 良否를 주로 商標의 信用度에 依存시켜 選擇하는 경향이 짙어지게 된다. 1次商品인 農産物에 있어 商品을 設定한다는 것이 生疎하게 생각될지 모르나 美國의 캘리포니아 柑橘組合에서 성공한 예를 보면 1907년에 Sunkist 라는 商標를 등록한 후, 오늘

44) E. J. McCathy, *Basic Marketing*. (Homewood, Illinois, Richard D. Irwin, Inc. 1981), p. 291.

에는 이 Sunkist 以外에 “S. K-Extra, Choice” 및 “S-k-Choise”의 두가지 商標를 使用하고 있다. Sunkist 가 最高의 品質을 갖는 柑橘에 붙여지고 “S K-Extra, Choise”가 다음 水準의 柑橘에 “S. K-Choise”가 제일 낮은 柑橘에 붙여 진다. 그래서 作況에 따라 다르지만 平均해서 生食用柑橘의 약 45%가 Sunkist 商標로 出荷되고 있다. 이들 商標間에는 品質의 優劣에 따라 상당한 價格差가 있어 商標間의 競爭意識이 대단히 강렬하다.

우리 나라의 柑橘은 거의 全量이 濟州道에서 生産되어 商標나 等級이 없이도, 價格의 騰落은 있었으나 量的으로는 生産된 全量이 販賣되므로써 商標의 必要性을 認識하지 못했다. 그러나 實質적으로 柑橘品質이 差異가 있을 뿐만 아니라, 消費者들이 良質의 柑橘을 골라 사고 있는 傾向이 뚜렷해지고 있어 마아케팅컨셉트(marketing concept)의 基本要素의 하나인 顧客志向(customer orientation)이라는 點을 考慮한다면 柑橘販賣에 있어 等級化와 더불어 商標의 設定이 이루어져야 할 段階에 이르렀다고 볼 수 있다.

이러한 側面에서 濟州産柑橘에 商標를 設定함에 있어 다음과 같은 段階를 거쳐야 할 것이다.

첫째, 柑橘의 產地를 區分할 必要가 있다. 실제로 남제주지역과 북제주지역 또는 좀더 구체적으로는 市·郡·邑面別에 따라 生産된 柑橘은 (糖度나 表皮의 形態等, 質的 差異를 나타내고 있으므로서)地方的 區分이 이루어져야 하는 것이다.

둘째, 柑橘의 等級化가 이루어져야 한다. (柑橘産地가 區分된 후, 區分된 產地別로)規定에 의한 엄격한 檢査를 實施하여 1等級, 2等級 等外 等으로 等級化 시켜야 한다.

셋째, 柑橘의 產地 區分과 等級化가 이루어지면 产地와 等級에 따라 商標를 設定하는 것이다. 예를 들면 남제주 1등, 북제주 2등급 등으로 區分지어 商標를 設定하는 것이다.

네째, 柑橘의 商標에 따라 적정한 差等價格을 매기는 것이다. 예를 들어 남제주 1등급, 15 kg 1상자에 7,000원, 2등에 6,000원 등외에 4,000원 등.

물론 商標設定은 柑橘協同組合과 單位農協에서 系統出荷하는 物量에 限하여, 최초에는 1등급만을 實施하고, 점차적으로 2등급, 等外로 擴大되며, 产地區分에 있어서도 남·북제주에서 細分하는 것도 考慮할 必要가 있을 것이다.

이와 같이 濟州産 柑橘에 商標를 設定하여 販賣하므로써 生産農家は 高價의 1等級 柑橘을 生産하기 위하여 努力하게 되고 良質의 柑橘을 多量 生産케 되는 誘因要素가 될뿐 아니라, 消費者에게 選擇의 機會를 提供함과 同時에 特定の 對象品을 일괄해서 愛好하는 性向 즉, 商標忠實性<sup>45)</sup> 또는 商標忠誠度を 심분 活用하게 됨으로서 濟州柑橘의 信用度を 높이고, 濟州市나 北濟州郡 管内에서 生産된 柑橘의 一部가 西歸浦까지 수송해서 西歸浦

45) 特定商品을 選好하는 경우를 商標忠實性(brand-loyalty)이라고 하는데, 특정한 점포를 선호하는 경우를 商標忠誠性(store loyalty)이라고 한다.

地方에서 生産한 柑橘로 위장시켜 서울 등지로 搬出하는 등 消費者들을 欺瞞하는 事例등을 추방시켜야 할 것이다.

## 6. 貯藏 및 加工施設의 擴充

우리 나라의 柑橘生産은 他 農産物에 비해 增産을 거듭하여 1985년에 39만톤이, 1991년에 가서는 50만톤이 넘을 것이라는게 行政機關의 生産豫測이다. 그러나 우리 나라 柑橘의 大宗을 이루는 것은 生果用인 温州인데 이 温州蜜柑은 앞에서 指摘한 바와 같이 일시에 多量出荷되는 현상 즉 洪水出荷狀態를 보이고 있어, 이에 따른 流通處理의 合理化를 위해서는 貯藏施設과 加工處理施設의 擴充이 불가피한 實情인 것이다.

1985年度 濟州産 柑橘의 生産量은 394,300<sup>M</sup>/T이나 貯藏能力은 生産量의 27.8%인 109,763톤에 불과하고, 이 역시 簡易貯藏施設이 대부분이며 大量消費地에 流通物量의 調節을 勘案한 施設은 貧弱한 상태에 있는 것이다. 그러므로 현재의 生産地中心의 貯藏施設에서 流通地中心의 貯藏施設로 政策轉換의 擴大가 要求되는 것이다.

한편으로는 貯藏施設을 擴大함과 더불어 加工處理施設을 段階적으로 擴大하여 나가야 하는 것이다.

[表 34] 柑橘의 加工處理實態

單位：M/T(%)

| 年度<br>區分 | 1976   | 1977    | 1978    | 1979    | 1980    | 1981    | 1982    | 1983    | 1984   | 1985    |
|----------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|
| 生産量      | 50,432 | 115,500 | 125,950 | 172,150 | 187,470 | 247,080 | 323,420 | 345,900 | 26,000 | 394,300 |
| 加工量      | 6,304  | 9,933   | 15,833  | 11,869  | 23,798  | 22,740  | 44,159  | 33,059  | 23,810 | 65,659  |
| 構成比      | 12.5   | 8.6     | 12.5    | 6.9     | 12.7    | 9.2     | 13.6    | 9.5     | 9.1    | 16.6    |

資料：濟州道，濟州柑橘，1985，p. 56

[表 34]에서 보는 바와 같이 1984年 以前에는 加工處理가 生産量의 10% 内外였다가 1985년에 異例적으로 增加現象을 보였다. 그리고 1985年度 加工量 65,659<sup>M</sup>/T을 業體別로 보면 롯데음료가 47.2%인 31,026톤, 해태음료가 39.8%인 26,183톤, 대한중합식품이 6.1%인 4,000톤, 화남이 4.5%인 3,000톤, 서라벌이 1.3%인 850톤, 태양이 0.9% 600톤으로 6個社가 柑橘加工處理에 임하고 있으나 롯데와 해태가 전체물량의 87%를 차지하고



〔表 35〕 日本의 柑橘加工處理 實態

單位：M/T(%)

| 年度<br>區分 | 1979                 | 1980                 | 1981                 | 1982                 | 1983                 | 1984                 |
|----------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 生産量      | 3,618,000<br>(100.0) | 2,892,000<br>(100.0) | 2,819,000<br>(100.0) | 2,864,000<br>(100.0) | 2,859,000<br>(100.0) | 2,008,000<br>(100.0) |
| 生食用      | 2,318,500<br>(64.0)  | 2,004,000<br>(69.3)  | 2,211,300<br>(78.5)  | 2,101,000<br>(73.3)  | 2,093,100<br>(73.2)  | 1,697,300<br>(84.4)  |
| 加果汁      | 1,006,500            | 589,600              | 344,200              | 494,800              | 497,500              | 161,000              |
| 工통조림     | 292,400              | 297,800              | 262,900              | 267,700              | 267,600              | 149,200              |
| 用잼       | 600                  | 600                  | 600                  | 500                  | 500                  | 500                  |
| 小計       | 1,299,500<br>(35.9)  | 888,000<br>(30.7)    | 607,700<br>(21.5)    | 763,000<br>(26.6)    | 765,900<br>(26.7)    | 310,700<br>(15.5)    |

資料：日本園藝農業協同組合，果樹統計，1985，p. 22

〔表 36〕 美國 Sunkist 聯合會의 柑橘加工實態(1976~1977)

單位：M/T(%)

| 區分<br>種類     | 生食用<br>國內販賣       | 生食用輸出             | 加工                | 計                    | 構成比   |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|-------|
| 네 브 르        | 363,800<br>(65.8) | 42,500<br>(7.7)   | 146,200<br>(26.5) | 552,500<br>(100.0)   | 27.9  |
| 바 렌 시 아      | 266,900<br>(43.4) | 125,800<br>(20.4) | 222,700<br>(36.2) | 615,400<br>(100.0)   | 31.0  |
| 레 몬          | 176,800<br>(27.4) | 176,800<br>(27.4) | 290,700<br>(45.2) | 644,300<br>(100.0)   | 32.5  |
| 그레이프푸<br>르 트 | 62,900<br>(45.1)  | 22,100<br>(15.9)  | 54,400<br>(39.2)  | 139,400<br>(100.0)   | 7.0   |
| 합<br>(기타포함)  | 890,800<br>(45.0) | 367,200<br>(18.5) | 724,200<br>(36.5) | 1,982,200<br>(100.0) | 100.0 |

資料：濟州柑橘協同組合，감귤원예(30호)，1985，p. 45

있는 실정인 것이다.

그러나 柑橘産業에 있어 우리보다 앞서 있는 日本이나 美國의 加工實態를 살펴 보면 日本의 경우 1979년부터 1984년까지 柑橘加工處理에 있어, 1984년을 除外하고는 全體生産量에 대한 加工處理比率이 25%를 上回하고 있으며, 加工處理를 위한 直營 加工工場을 經營하고 있다. 그리고 美國의 경우는 〔表 36〕에서 보는 바와 같이 Sunkist 聯合會가 1976~1977年 處理한 全體物量의 36.5%가 加工處理分이며 同聯合會산하 3個의 直營加工工場은 年間處理能力이 105만톤으로 1985年の 우리나라 全體柑橘生産量의 2.5배를 넘어서

는 막대한 物量이며, 同加工工場에서 生産하는 商品은 主宗으로 하여 600餘種에 달하는 副産物을 製造함과 아울러, 새 商品 開發을 위해 工場內에 研究所를 두고 우수한 研究陣이 끊임없는 研究開發을 하고 있다.

이와 같은 美國과 日本의 柑橘加工處理實態를 勘案하여 볼 때 우리 나라의 柑橘加工處理水準이 아직도 미흡한 狀態에 있음을 立證해 주고 있는 것이다.

그러므로 우리 나라의 柑橘加工處理를 현재와 같이 私企業의 經營計劃에 이끌려 每年 價格協商이나 物量配定에 屈服할 것이 아니라, 農協이나 柑協에서 우리 실정에 알맞는 大單位 加工工場을 適地에 設立하여, 現在 等外品만을 加工處理하고 있는 것을 良質의 柑橘을 配合하여(예, 3:7比率) 加工하는 한편 柑橘以外的 青果物에 대한 加工도 할 수 있는 施設을 갖추도록 하여 多品種 青果物의 加工處理施設로 擴充함으로써 앞으로 계속되는 柑橘增産에 따라 大量으로 發生하는 等外品도 商品性を 提高시킬 수 있을 뿐만 아니라, 柑橘에 대한 消費時期를 延長시켜 需要의 季節的 擴大를 圖謀하고, 나아가서는 柑橘加工品의 輸出도 考慮할 수 있을 것이다. 따라서 柑橘加工處理施設의 擴充은 貯藏施設의 擴充과 더불어 향후 柑橘流通近代化에 반드시 考慮되어야 할 課題인 것이다.

## 7. 柑橘類의 輸入開放壓力에 대한 對應力 強化 策

우리 나라에 있어서 外國으로부터의 輸入開放壓力은 重大한 問題인 것이다.

柑橘類의 輸入開放은 濟州道の 柑橘生産農家에게 衝擊的일 뿐만 아니라 다른 農産物까지 擴大될 것을 豫想하면, 우리 나라의 果實類 生産者, 그리고 農民들에게도 心的 負擔이 클 것이다.

앞서 살펴본 바와 같이 柑橘類의 輸入이 加工原資材를 위주로 하고 있으나 1976年 6,366톤이던 것이 1984년에는 38,433톤에 이르고 金額面에서도 2억 7천만원에서 60억 3천만원에 이르고 있다. 또한 1984년에 레몬의 輸入開放에 이어 그레이프-푸르트가 輸入自由化 品目으로 되어 있는 상태며, 國際貿易環境이 現在의 推移대로 나간다면 柑橘類의 輸入을 全面 開放하라는 壓力에 直面할지 모른다.

日本의 경우도 蜜柑을 年間 300만톤 가까이 生産하면서도 1979年 오렌지, 밀감류를 54,400톤, 1980년에 71,800톤, 1981년에 75,700톤, 1982년에 82,700톤, 1983년에는 1979년의 1.65배인 89,500톤에 이르렀고, 그레이프-푸르트는 輸入自由化해인 1970年 2,265톤이 10年 후인 1983년에 78배인 177,000톤에 이르렀으며, 이러한 柑橘類의 輸入對象國家中 1位

가 美國이라는데 問題가 있음을 指摘한 바 있다.

이와 같은 柑橘類의 輸入開放壓力이 우리 나라의 柑橘生産에 미치는 영향을 檢討해 보면 첫째, 우리 나라의 柑橘은 本格的으로 生産된지 20년에 불과하여 現在 大量生産段階에 들어서고 있어, 商品의 라이프—사이클(life-cycle)상 成長期에 들어서고 있다. 이런 狀況에서 柑橘類의 輸入物량은 供給過剩狀態를 加速화시키고, 柑橘價格下落을 隨伴하게 될 것이다. 둘째, 현재 柑橘의 溫州蜜柑 위주의 一時多量出荷 現象을 改善하기 위하여 生産者와 行政機關에서는 品種改良을 積極 推進하여 3~6월에 生産·出荷할 수 있는 晚柑類의 植栽를 擴大하고 있는데, 이 時期에 柑橘輸入이 豫想되어 直接的인 競爭關係에 있게 되므로 柑橘生産農民的 對政府 不信感 誘發과 濟州道の 地域經濟를 어렵게 할 것이며 특히, 對策없이 傍觀할 경우 柑橘産業을 흔들리게 할지도 모른다. 이러한 問題點을 考慮하면서 바람직한 對應策을 講究해 보면 다음과 같이 생각할 수 있을 것이다.

첫째, 柑橘園의 規模面에서 零細性を 脫皮하여 適正 規模化 하여야 한다. 앞에서 살펴본 바와 같이 1983年度 濟州道 柑橘栽培農家 23,182가구에 가구당 平均面積이 0.72 ha에 불과하고 또한 全體柑橘農家の 81.3%에 해당하는 18,846가구가 1 ha未滿의 柑橘園을 所有하고 있어, 美國 Sunkist 聯合會의 生産者들이 1970年代末 柑橘園의 平均 所有面積이 40에이커(약 16 ha)와 比較하여 보면 우리 나라의 柑橘園經營이 얼마나 零細하며 또한 이들과 競爭한다는 것이 상상키 어려운 일이라는 것을 알 수 있다.

그러므로 濟州道와 農民 및 柑協이 主管하여 柑橘園의 經營에 있어 實質적이고 細密한 損益分岐點을 分析함과 아울러 零細한 柑橘園을 協業農場化하는 등 보다 積極적으로 規模化함으로써 이로 인하여 發生하는 利益은 물론 規模化에 따른 競爭力強化가 이루어질 것이다.

둘째, 輸入柑橘類의 物량을 季節적으로 調節하여야 한다. 現在 우리 나라의 柑橘은 生食用 위주의 溫州 蜜柑으로서 10월에서 12월 사이에 大量出荷되고 있고 또한 柑橘의 多樣化政策의 일환으로 3월에서 6월까지 出荷할 수 있는 柑橘類 등의 品種更新을 推進하고 있어 이 時期에는 輸入을 制限하도록 하여야 한다.

셋째, 輸入關稅의 彈力的 適用이다. 濟州道産 柑橘이 多量出荷될 時期에는 關稅率을 대폭 上向調整하며, 價格面에서 濟州柑橘과 현격한 差異가 있게 함으로써 輸入物량을 間接적으로 制限시켜야 하는 것이다.

넷째, 加工施設의 擴充과 加工품을 擴大하여야 한다. 앞에서 살펴본 바와 같이 우리 나라의 柑橘加工량은 全體生産量の 10%程度에 머무르고 있고, 이것도 小數의 私企業에 매달려 있는 실정이다.

반면에 美國과 日本의 경우는 組合에서 直接加工工場을 經營하고 있을 뿐만 아니라 經

활의 合理化에도 成功하고 있는 것이다. 그러므로 우리 나라에 있어서도 앞서 제시했듯이 農協이나 柑協에서 大單位 柑橘加工工場을 直營하므로서 柑橘製品의 年中出荷로 價格維持와 製品의 多樣化를 가져올 수 있도록 해야 한다.

다섯째, 柑橘商品(生食用과 加工品포함)의 質的向上을 積極 推進하여 國內消費는 물론 나아가서 輸出도 할 수 있는 良質의 柑橘商品을 生産하여야 한다. 우리 나라에 있어 外國産 柑橘이 輸入될 때 특히 問題가 되는 것은 根本的으로 우리 나라 柑橘이 外國産에 比하여 高價格에 낮은 品質이라는 것이다. 그러므로 品種多樣化와 아울러 質的인 向上을 위한 꾸준한 研究開發로 外國産을 능가하는 良質의 柑橘商品을 生産하여 國內消費擴大는 물론 輸出을 함으로서 輸入에 對應할 수 있도록 해야 한다.

이와 같이 短期的으로는 柑橘類 輸入에 따른 우리 나라 柑橘産業에 미치는 영향을 極小化하고 長期的으로는 國際競爭力을 가질 수 있는 綜合對策을 戰略的으로 推進하여 나감으로서 柑橘類 輸入壓力에 對處하고 柑橘流通의 近代化에 크게 寄與하게 될 것이다.



## V. 結 論

柑橘農業은 政府가 濟州道의 農民所得 增大事業으로 積極 推進함과 아울러 여타 農作物에 비하여 높은 收益을 期待하는 農民들의 熱心한 참여로 擴大를 거듭하여 大量生産 與件에 到達하였다. 그러나 이러한 增産·擴大政策에 비하여 流通問題를 疏忽히 함으로서 柑橘流通에 여러 가지 問題가 惹起되고 있어 本稿는 濟州地域 經濟의 核心이 되고 있는 柑橘流通의 問題를 摘出하고 그 合理化 方案을 摸索하여 보았다.

첫째, 柑橘의 競爭商品인 사과, 배, 감, 포도, 복숭아 등과 同一時期에 出荷하므로서 價格維持에 어려움을 겪고 있다.

둘째, 農業協同組合과 柑橘協同組合이 柑橘流通에 參與하고 있으나, 이들 協同組合의 取扱量이 극히 저조함에 따른 協同組合 系統販賣의 不振은 相對的으로 商人組織 系統의 取扱量을 增加시켜 價格維持의 困難과 流通段階를 複雜하게 하고 있다.

셋째, 柑橘商品이 農産物이라는 認識下에서 促進活動을 遂行하지 않으므로서, 마케팅 活動의 基本인 生産者와 消費者 사이에 커뮤니케이션이 제대로 이루어지지 않음과 더불어 柑橘의 需要擴大가 이루어지지 않고 있다.

네째, 柑橘의 包裝과 去來單位가 輸送위주로 되어있고 柑橘商品에 대한 等級化가 되어 있지 않은 것을 포함하여 柑橘貯藏施設의 不足과 輸送與件이 좋지않은 등 物的流通與件이 不備하다.

다섯째, 柑橘流通 마진율이 40%水準에 이르고 있어 流通費의 過多支出은 生産者는 물론 消費者에게 피해를 强要하고 있다.

여섯째, 우리 나라가 先進諸國으로 부터 輸入開放壓力을 받고 있음과 더불어 柑橘類 輸入이 開放되고 있으나, 이에 對處할 方案이 樹立되어 있지 않는 등 앞으로의 柑橘産業의 展望을 흐리게 하고 있다.

이와 같이 摘出된 問題點을 바탕으로 合理化 方案을 摸索해 보면 다음과 같다.

첫째, 柑橘의 品種更新으로 柑橘(商品)種類의 多樣性 追求와 더불어 出荷時期를 調節하고, 여러 種類의 加工商品을 開發하는 등 長期的인 商品化計劃을 推進하여야 한다.

둘째, 美國의 선키스트연합회의 事例에서 살펴 보았듯이 農協이나 柑協의 機能을 強化·育成시킴과 더불어 특히 柑橘出荷 基本單位인 協同出荷班을 擴大·育成시킴으로서 協同組合 系統出荷의 基礎를 단단히 하여 柑橘의 系統出荷量을 提高시켜야 한다.

셋째, 合理的인 規格基準과 規定에 의하여 柑橘을 等別하고 包裝과 包裝單位 그리고 包裝容器를 輸送 위주에서 販賣를 重視하는 方向으로 改善하여야 한다.

네째, 農協과 柑協의 機能中에서 특히 마케팅機能을 強化하고 柑橘商品에 대하여 商標를 設定할 뿐만 아니라 그 管理를 철저히 해야 하며 廣告活動을 強化하는 등 長期的인 促進活動을 推進하여야 한다.

다섯째, 柑橘의 商品的 特性을 考慮하여 貯藏施設擴充은 물론 產地에 集中된 貯藏施設을 앞으로는 販賣地에 擴充시키고 私企業위주의 加工施設을 農協과 柑協에서 大單位 加工工場을 直營하여 加工量提高와 商品의 多樣性 및 時期的 調節機能을 다하여야 한다.

여섯째, 더욱 強化되고 있는 輸入開放壓力이 柑橘에도 波及되고 있을 뿐 아니라 이를 傍觀할 시에는 柑橘産業의 根幹마저 흔들리 수도 있다는 것을 勘案하여 短期的으로는 柑橘類輸入의 衝擊을 極小化하는 立場에서 輸入物量의 量的·時間的 調節 等 調節能力을 強化하도록 하고, 長期的으로는 柑橘園의 規模化, 加工量의 提高 및 商品의 多樣化와, 質的 向上으로 國內消費擴大는 물론 輸出에까지 이르게 하는 등 國際競爭力을 가질 수 있게 하여야 한다.

結論적으로 國民所得水準의 向上은 必然적으로 果實類消費의 增加와 高級化 傾向을 隨伴할 것이며, 他 果實은 물론 輸入開放政策과 더불어 輸入되는 柑橘類는 우리 나라 柑橘과 치열한 競爭關係에 놓일것을 勘案한다면, 柑橘農業은 지금까지 政府의 保護아래 安住하면서 增產·擴大一邊倒의 政策에서 脫皮 “現代的 마케팅 技法”에 立脚하여 柑協 및 農協을 主軸으로 하여 生産農民의 積極的인 參與와 行政機關의 支援으로 提起된 諸 問題點에 대한 改善方案을 점진적으로 推進시켜 나가야 할 것이다.

## 參 考 文 獻

### ● 著 書

- 金元銖, 「廣告學概論」, 經文社, 1981.
- 金寅鎬, 「經營政策과 戰畧的 經營」, 1984.
- 柳東根, 「促進戰畧論」, 鮮一文化社, 1983.
- 선우동훈外, 「마아케팅 實務論」, 圖書出版나남, 1985.
- 申寅燮, 「韓國廣告發達史」, 一潮閣, 1980.
- 愼侑根, 「組織行爲論」, 茶山出版社, 1982.
- 吳德均, 「마아케팅 原論」, 貿易經營社, 1983.
- 吳相洛, 「마아케팅 原論」, 博英社, 1981.
- 李光然外, 「果樹園藝各論」, 鄉文社, 1985.
- 韓義泳, 「마아케팅 管理論」, 茶山出版社, 1982.
- 韓海龍外, 「柑橘園藝新書」, 先進文化社, 1983.

### ● 研究論文

- 姜景晞 “美國의 柑橘協同組合紹介(Sunkist)”, 「柑橘園藝」, 1984(第29號), 1985(第30號).
- 康承鎮, “柑橘流通 및 價格變化의 特性에 관한 研究”, 高麗大學校 大學院, 碩士學位論文, 1981.
- 金範國, “濟州道產 農水產物의 流通近代化에 관한 調查 研究”, 濟州大學 企業經營研究所, 「經營論集」(第2號), 1971.
- 金福守, “農產物 流通構造에 관한 考察”, 釜山大學校 商科學, 「釜山商大論文」(第41輯), 1979.
- 朴容商, “流通問題의 本質”, 「創作과 批評」, (제12권, 제33호, 제34호), 1985.
- 成培永, “先進國農產物 流通制度의 比較考察”, 農村經濟研究院, 1980.
- 成培永, “農水產物 流通經濟”, 韓國農村經濟研究院, 1981.
- 成培永, “農水產商品 市場分析”, 韓國農村經濟研究院, 1985.
- 安台鎬, “物的流通에 관한 研究”, 大韓商工會議所, 韓國經濟研究센터, 1978.
- 吳德均, “農產品의 共同販賣와 共同計算”, 韓國經營學會 經營學研究(第4輯), 1975.

- 吳相洛外, “流通近代化的 推進方向”, 大韓商工會議所, 韓國經濟研究센터, 1978.
- 趙道衍, “開發途上國의 加工食品에 관한 流通의 問題”, 農漁村開發公社, 1981.
- 曹元根, “靑果物 流通의 合理化 方案에 관한 研究”, 高麗大學校 食糧開發大學院, 碩士學位論文, 1982.
- 韓義泳, “마케팅經路에 관한 研究”, 外國語大學校 貿易大學院, 「貿易論集」(제 6 집), 1977.
- 玄英基, “柑橘輸送計劃에 관한 研究”, 建國大學校大學院, 碩士學位論文, 1982.
- 玄鶴淳, “柑橘流通의 改善方案에 관한 研究”, 濟州大學校 企業經營研究所, 「經營論集」(제 5 호), 1974.
- 玄鶴淳, “廣告의 機能에 관한 研究”, 「濟州大學校 論文集」(제12집), 1980.
- 玄鶴淳, “經濟開發에 따른 流通近代化 促進에 관한 研究”, 「濟州大學校 論文集」(제 9 집), 1978.

#### ● 研究報告書

- 經濟企劃院, 「6次 5個年計劃, 總量指標」, 1986.
- 農漁村開發公社, 「農產物의 流通實態와 當面課題」, 1981.
- 農漁村開發公社, 「農產物의 流通의 當面問題 및 改善方向」, 1983.
- 農漁村開發公社, 「農水產物 流通의 當面問題 및 改善方向」, 1983.
- 農協中央會, 「靑果物 流通에 있어서의 包裝改善方向」, 1971.
- 農協中央會, 「農產物 流通의 現況과 課題」, 1974.
- 農協中央會, 「農產物 流通政策의 現況과 課題」, 1981.
- 農協中央會, “農產物 包裝 및 去來單位에 관한 研究”, 1982.
- 農協中央會, 「果實流通의 現況과 課題」, 農協調查月報, 1974.
- 農協中央會, 「農產物 流通의 近代化와 農協의 役割」, 農協 調查月報, 1972. 8.
- 農協中央會, 「農產物 流通마아진에 관한 考察」, 農協調查月報, 1980. 8.
- 農協中央會, 「靑果物 都賣市場의 現況과 課題」, 農協調查月報, 1977. 11.
- 大韓商工會議所, 「韓國의 流通產業」, 1985.
- 大韓商工會議所, 「農水產物 流通近代化의 展開方向」, 1979.
- 韓國農產物 流通研究所, 「農產物 流通改善세미나」, 1980.
- 韓國農村經濟開發院, “米穀流通에 관한 研究”, 1984.
- 韓國農村經濟開發院, 「靑果物 流通體系分析」, 1984.
- 洪文和外, “柑橘의 消費增大를 위한 利用開發에 관한 研究”, 1985.



● 資 料

- 農水産部. 「農政主要指標」, 1984.
- 農業協同組合中央會. 「農協二十年史」, 1982.
- 大韓商工會議所. 「流通關係法會集」, 1982.
- 大韓商工會議所. 「物價總覽」, 1983, 1984, 1985.
- 濟州道. 「濟州柑橘」, 1984, 1985.
- 濟州道. 「濟州道」, (통권 제78호), 1985.
- 濟州柑橘協同組合. 「柑橘園藝」, (제29호, 제30호, 제34호), 1985.
- 濟州大學校 耽羅問題研究所. 「耽羅文化」, (제3호), 1984.
- 日本農村省. 「果樹統計調查報告書」, (제1집), 1963.
- 日本園藝農業協同組合連合會. 「果樹統計」, 1984, 1985.
- Kotler, P. *Marketing Management; analysis, planning, and control*. New Jersey, prenticeHall, 1984.
- McCarthy, E. J. *Basic Marketing*, Homewood, Illinois, Richard. D. Irwin, Inc. 1981.
- Phillips, C. F. & D. J. Duncan, *Marketing, Principles and Methods*, Homewood Ill, Richard D. Irwin, Inc. 1968.
- Stanton, W. J. *Fundamentals of Marketing*. New York, McGraw-Hill, 1981.

## Summary

### A study on the Modernization of Orange Marketing

Ko, Sung-Bum

The aims of this thesis are to consider a long-term circulation settlement counterplan of Cheju-Do orange which has entered mass-production phase, and to grope for the rationalization and modernization of orange circulation. The problems of orange distribution process are as follows :

First, The principal fruits such as orange, apple, pear, grape, persimmon are shipped at the same time from September to April next year. This affects the formation of orange price in the keen competition.

Second, The system selling of cooperative union of orange is extremely poor. The cause are : (1) Immediate cash payment when selling orange to the general merchant(2) Reduction of seeling cost(3) poor product's (81.2)% less than 1ha desire for cash payment in hawasting season and (4) Evading a long distance selling due to the rich and the complexity of selling channels, excess oif expenditure, uncertainty of selling cost. Third, selling promotion activities of orange ought to be necessarily activated. Though there are several promotion activities for selling Cheju orange, like orange girl contest, orange cooking meeting, and the study on the improvement of utilization for the increase of orange consumption, these are not enough.

Forth, Physical distribution systems for oranges such as orange packing, trade units problem, transpotation and storage are poor.

Fifth, The distribution cost of Cheju oranges are excessive due to separation between the producing place and market place, the defect of storage facilities and the shipping in blood in a short term.

To solve the problems mentioned above the fallowing might be suggested with a strong emphasis on the modernization.

- 1) The long-term merchandising plan of orange should be examined in two ways : (i)  
It is necessary to develop the king of orange, and to improve the quality orange.

(ii) It is necessary and to lengthen the harvesting season and to lengthen the consuming term by developing the various finished goods.

2) In tensification and up-bringing of the function of the system selling organization of cooperative union are necessary.

And by doing so the forstoring and the improvement of agricultural cooperative union and orange cooperative union can go far toward the rationalization and modernization of orange circulation.

3) We should promote the rationalization and modernization of orange circulation through the policy supplying a rational and strict standard of grade to heighten the commercial value of orange by improving the problems of orange examination.

4) A planned advertising activities such as TV ads, News paper ads, and direct mail ads should be carried out in order to maximise the possible way of promotion and the creation of a trademark should be considered seriously.

The creation of a trademark should meet the following requirements i) the subdivision of region ii) grading iii) the creation of a trademark according to grading iv) patting the price of grade according to a trademark.

5) The storage capacity of orange from Cheju, which has for the most part quick-storage facilities, remained only 27.70% of products in 1985. Therefore this demands that demands that storage facilities which converge into Cheju spread out to the center of circulation region.

Orange processing forms about 10% of annual products, but it depends upon the private cooperation.

In case of America and Japan, the cooperative union manage directly the processing factories, so raises the processing rate. By this method, goods under the regular grades could raise the commercialization, which comes into being in large quantities according to the increase of orange products to continue in the future.

Especially the exports of prcessing goods, seasonal enlargement of demand by lengthening the term of consuming orange, will contribute on the rationalization and modernization of orange circulation.

6) The intensification of counter plot on the pressure of orange import opening is necessary.

For the purpose of this following are suggested as the efficient counterplot. (i)

building up orange farmhouse in scale. (ii) Seasonal control of imported orange. (iii) Elastic application of import tariff rates. (iv) Enlargements of processing facilities and processing goods. (v) Qualitative improvement of orange.

In addition, the minimization of influence of orange import and synthetic counterplot to the international competitive power will contribute to the dealing with import pressure of various kinds of oranges and to the rationalization and modernization of orange circulation.

