

# 濟州道産 柑橘의 流通 合理化 方案

玄 鶴 淳\*

## I. 序 言

生産과 消費를 연결하는 流通部門은 物資需給의 圓滑化와 國民의 消費生活을 합리화시키기 위해 近代化가 요청되는 부문이다. 더우기 大量生産에 따른 大量消費를 합리적으로 실현시키도록 하는 流通機構의 能率的인 組織化는 우리나라 流通産業의 當면과제라고 지적할 수 있으며, 流通過程의 단순화와 합리화를 통한 社會的 流通費用의 절감은 결과적으로 物價의 안정에도 기여할 수 있는 것인 바, 이는 經濟政策의 중요한 과제이기도 한 것이다.

先進國들의 經濟發展過程을 概觀해 보면 첫째로 農産品을 중심으로 한 抽出産業의 生産에 주력하던 시대, 둘째로 鑛工業의 生産에 역점을 두었던 시대, 그리고 셋째로 각종 財貨의 生産 流通 消費라는 社會的 流通問題를 重要視하는 시대로 발전하여 왔는데 이는 先進國에서만 찾아 볼 수 있는 유형이 아니라 開發途上國에 있어서도 예외일 수 없는 경향인 것이다. 20 세기에 들어서서 각종 財貨의 生産力發展에 따른 大量生産은 過剩生産을 가져와 1930 년대 초 세계적인 大恐慌을 체험하기에 이르렀으며, 이때부터 生産문제에 대한 반성이 요구되었고 이에 따른 대책으로 流通의 합리화를 위해 商品化政策(merchandising)을 중심으로 하는 「마케팅」 문제가 産業政策에 있어서 중요한 과제로 인식되었을 뿐만 아니라 市場構造는 賣者中心市場(seller's market)에서 買

---

\* 濟州大學校 社會科學大學長

者中心市場(buyer's market)으로 변천됨에 따라 流通産業의 개발에 정책적인 노력을 기울이게 되었다.

그런데 우리 나라에 있어서는 지난 20여년간에 걸쳐 계속된 經濟開發計劃의 推進으로 여러 부문에서 획기적인 經濟成長을 이룩하였으나 특히 流通部門에 있어서는 生産部門의 개발에 비해 상대적 낙후성을 면치 못함으로써 流通産業은 社會經濟的 낭비를 조장하여 농민들에게는 再生産意慾의 감퇴를, 그리고 소비자에게는 불합리한 경비지출을 감당해야 하는 사례들이 있었던 것이다. 流通部門 중에서도 특히 農産品에 대해서는 工産品에 비해 비합리적인 流通構造를 탈피하지 못함으로써 농산물가격의 불안정과 缺狀價格差의 深化現象을 초래하고 있으며 이러한 현상은 農産物 중 靑果物類에 있어서 두드러지게 나타나 이 분야에 대한 정책개선이 요청되고 있는데 濟州道産 柑橘도 예외일 수 없는 실정인 것이다.

그리하여 本稿에서는 감귤의 생산과 流通實態를 개관해 보고, 流通過程에 있어서의 문제를 검토하여 柑橘流通의 合理化 方案을 提示해 보고자 하는 바이다.

## II. 柑橘의 生産과 流通實態

### 1. 柑橘의 生産推移와 展望

제주도의 柑橘生産량은 [表1]에서 보는 바와 같이 1961년도에 399 ㄲ에 불과하였는데 1971년에는 6,170 ㄲ, 1981년에는 247,780 ㄲ, 그리고 1982년도에는 323,420 ㄲ에 이르러 21년 사이에 810배의 생산량 증대현상을 보이고 있으며 재배면적도 60배나 늘어난 실정인데 앞으로도 계속해서 재배면적이 나 생산량이 신장될 것으로 예측되고 있다.

제주도에서 柑橘類가 재배되기 시작한 것은 매우 오랜 역사를 갖은 것으로 추정되나 李朝末葉까지는 唐橘·柚子·山橘 등 재래종이었고, 1910년대 초기에 이르러서야 개량품종인 溫州蜜柑이 도입되어 西歸浦 지방에 약 5ha 정도의 규모로 재배가 시작되었는데 1930~1940년대 초 사이에 日帝植民統治의

[表 1] 濟州道の 柑橘栽培面積 및 生産量推移

年度 區分	1961	1966	1971	1976	1981	1982
栽培面積(ha)	257	733	7,098	11,566	14,764	15,500
(指數)	(100)	(284)	(2,754)	(4,500)	(5,744)	(6,031)
生産量(%)	399	1,736	6,170	50,432	247,780	323,420
(指數)	(100)	(273)	(1,546)	(12,639)	(62,100)	(81,057)

資料 : 濟州道

殖産政策으로 柑橘栽培面積의 확대를 장려하였으나 큰 성과를 거두지 못했었는데, 1954년부터 1960년대 초까지 매년 10,000本 정도의 柑橘苗木을 日本으로부터 도입하여 植栽하게 됨을 계기로 주민들이 柑橘農業에 대한 인식이 높아지자 1962년 이후 經濟開發計劃의 추진과 더불어 地方所得開發事業으로 柑橘農業의 확대를 추진해 오다가 1968년부터 정부의 農漁民所得增大特別事業으로 채택되어 지난해까지 國費 6,300만원 및 地方費 10,500만원의 補助와 용자 1,198,100만원 등 모두 121억 4천 9백만원의 지원에 힘입어 제주도의 柑橘事業은 우리 나라의 어떤 果實農業도 그 추종을 불허하는 伸張勢를 보이고 있는 것이다.

[表 2] 濟州道の 柑橘生産 計劃

年 度 區 分	1976	1981	1986	1991
栽培面積 (ha)	6,343	13,000	16,500	19,000
栽培本數(千本)	9,410	14,576	19,600	22,400
生産量(%)	68,520	214,936	400,000	540,000

資料 : 濟州道

한편 제주도 당국이 추정하는 앞으로의 柑橘生産計劃을 살펴보면 [表 2]에서 보는 바와 같이 앞으로는 柑橘은 그 재배면적이 해를 거듭 할수록 늘어나

고 이에 따라 생산량도 늘어나서 1991 년도에 이르러서는 재배면적 19,000 ha 에 감귤생산량이 540,000 ㄲ에 이를 것으로 예측하고 있는 것이다. 그런데 이 감귤생산계획은 지난 1968년에 수립한 계획이어서 당시의 豫測資料의 不備와 그 이후의 여건 변화 등으로 豫測數値와 실제와는 거리가 있지만 1977년부터는 생산예측량보다는 실제생산량이 훨씬 앞지르고 있어서 이러한 추세가 계속된다고 가정할 때 1991 년도에 가서는 예측량인 540,000 ㄲ 보다 생산량이 오히려 상회할 수도 있을 것이다.

## 2. 柑橘의 流通實態

우리 나라 감귤생산량의 全量에 가까운 物量이 제주지역에서 생산되고 있음으로 감귤의 유통은 제주도를 기점으로 하여 전국적으로 확산되고 있는 실정이다. 지난해의 경우 생산량 323,420 ㄲ의 物量 중에서 81.8%인 264,620 ㄲ이 生果用 상품으로 팔려나갔고, 13.8%인 44,620 ㄲ이 가공용 상품으로 팔렸으며, 4.4%인 14,198 ㄲ이 自家消費 등으로 유통되는 실정인데, 이 중에서 계통출하량은 가공용을 제외하면 19% 정도에 불과하였다. 생과용으로 출하되는 감귤도 10월 하순부터 12월 하순 사이에 70%에 가까운 物量이 搬出되고 年初가 되면 반출물량이 줄어들었다가 舊正을 앞두고 나머지 物量 중 집중적으로 반출되는 것이 지금까지의 일반적 현상이다.

濟州道產 柑橘의 流通業務를 담당하고 있는 유통기구는 제주도와 大量消費 都市인 서울과의 사이에 가로놓인 수송여건의 不備와 생산지 및 소비지에 있어서의 저장시설과 저장기술의 부족 등 제반 요인 때문에 다양한 流通主體들 로써 조직되어 있고 이들 주체마다 상이한 기능을 발휘하고 있으며, 이 조직들을 구성하는 流通機關과의 일련의 연결을 갖고 流通活動을 수행하는 계열인 유통경로도 다른 나라에 비해 다단계의 複雜性을 띠고 있는 실정이다.

그리고 濟州道產 감귤의 價格動向을 살펴보면 經常市場價格에 의한 農家受取價格을 기준으로 할 때 3.75 kg당 1961년에는 215 원, 1966년에는 600 원, 1971년에는 1,318 원, 1976년에는 1,158 원, 1981년에는 1,185 원, 그리고 작년에는 1,170 원으로 調査되고 있는데, 이를 작년도의 不變市場價格으로 환산해서 비교해 보면 1982 년도의 가격에 비해 1971 년도의 가격은 6.9 배, 1966

년도의 가격은 2.5 배나 되어 1972 년도부터 실질적으로 하락세가 계속되어 왔음을 인식할 수 있을 것이다.

한편 정부의 柑橘類에 대한 수입규제에도 불구하고 해를 거듭할수록 輸入額은 늘어나 지난 1971 년도에 19,000 \$에 불과하던 柑橘類의 수입액은 1976년에는 246,959 \$, 1981년에는 1,929,015 \$, 그리고 작년에는 1,883,416 \$에 이르고 있는 실정이다.

### III. 流通過程에 있어서의 問題點

#### 1. 柑橘의 商品的 特性

柑橘의 유통과정에 있어서 나타나는 어려운 문제점 중의 하나가 柑橘이 지닌 商品的 特性이라고 지적할 수 있을 것이다. 즉 柑橘은 경쟁해야 하는 사과나 배 등 다른 果實類에 비해 부패성이 강하고 경제적인 저장에 곤란한 商品的 特性을 가지고 있기 때문이다. 柑橘에 대한 가공처리시설이 柑橘生産量의 規模에 비해 부족한 현실적여건에서는 生果를 대량소비토록 하는 유통정책이 불가피한 실정이기 때문에 감귤의 부패성을 극복할 수 있도록 짧은 기간내에 生産과 消費를 연결토록 하지 않으면 안되는 어려움이 있는 것이다. 生果용으로 판매하기 위해 收穫한 감귤의 상품적 가치는 그 鮮도에 달려 있기 때문에 鮮도를 유지하면서 소비시장에 판매하려면 生産農家의 合意에 의한 自律的 統제가 이루어지지 않는 한 洪水出荷現象이 일어날 수밖에 없는 것이다.

#### 2. 系統販賣의 不振

柑橘의 流通過程에 있어서 시정되어야 할 문제점이 系統販賣의 부진이다. 작년도의 系統販賣 比率 19% 정도는 지난 1973 년도의 系統販賣 比率 9% 정도와 비교해 보면 점진적으로 향상되어 가고 있으나 제통출하가 질서있는 마켓팅活動으로서 가격안정에 기여할 수 있는 市場統制力의 수단이 되려면 系統販賣 比率이 80% 이상은 되어야 할 것이다. 系統販賣가 부진한 이유는 生

産農家의 책임 아래 감귤을 選別 包裝하고 지정장소까지 운반해야 하는 번거로움과 더불어 柑協 등 系統販賣機關에서 검수와 동시에 代金清算이 되는 것이 아니라 서울 공판장으로 탁송하고 경매가 이루어진 후에 제반 비용을 공제하고 나서 生産農家에게 代金清算을 하고 있기 때문에 이러한 작업을 수행할 人力 動員이 어려운 生産農家는 수확전에 着果狀態의 柑橘을 農場單位로 거래하거나 또는 수확한 柑橘을 포장전에 庭前販賣를 하고 있는 것이며 이러한 거래에는 產地買集商이나 產地仲買人 搬出商 등이 참여하고 있어서 柑橘의 유통경로는 복잡해질 수밖에 없는 것이다.

外國의 경우를 살펴보면 마아케팅 分野가 발달된 때문인지 靑果物의 대부분은 適正取扱量을 단위로 農協이나 任意組合을 통해 系統出荷가 되고 있는데, 제주도의 柑橘生産農家들도 이러한 공동판매의 協同訓練을 받아야만 앞으로 예상될 수도 있는 감귤유통의 混亂으로 인한 위험을 사전에 예방할 수 있을 것이다.

### 3. 流通費用의 過多

우리 나라의 果實類에 대한 流通費用 (marketing cost)이 工產品에 비해 상대적으로 높은 것이 일반적 현상이다. 果實類의 流通費用이라 함은最終消費者가 小賣機關에서 일정량의 과실을 구입하기 위해 지불한 금액에서 그 物量의 果實을 판매한 生産農家의 수취가격을 공제한 잔액 즉 유통과정에서 발생한 비용과 이윤의 合計額인데, 이러한 果實類의 流通費用에 관한 研究報告書의 資料에 의하면 流通費用 比率이 사과는 56.9%, 배는 46.5%, 柑橘은 53.6%로 나타나고 있는데, 柑橘生産農家의 受取價格보다 유통비용이 많다는 데 문제점이 있는 것이다. 그런데 柑橘의 유통비용이 많은 것은 여러가지 要因이 있겠으나 요약해 보면 첫째는 수송문제이고 둘째는 유통경로가 길고도 복잡한 때문이며 셋째로는 부패성이 강하고 經濟的 貯藏이 곤란한 商品의 特性 때문에 都·小賣商이 腐敗危險을 감수해야 하므로 높은 利潤을 요구하는 데 그 원인이 있는 것이다.

#### 4. 廣告活動의 不在

이익이 없는 사업은 계속될 수 없는 것이며 이익이란 商品販賣에서 발생되는 것이고 그 商品販賣의 촉진은 廣告의 힘을 절대적으로 필요로 하게 되는 것이다. 현대적인 事業經營에 있어서 광고는 需要가 있는 곳에 商品에 대한 諸情報를 알린다고 하는 작용으로서만 그치지 않고 유통활동의 最前線에서 현재의 고객유지는 물론 새로운 고객창조에 크게 기여를 하고 있다. 그리하여 모든 사업경영에 있어서 광고는 太陽이요 기계의 運轉유이고 또 起死回生の 藥이라고까지 표현하고 있으니 이것은 광고가 판매촉진에 있어서 얼마나 중요한가를 단적으로 표현하는 것이라고 할 것이다.

그런데 濟州道產 柑橘이 이에 大量生産段階에 돌입했음에도 불구하고 이 대량생산을 유지할 수 있는 대량소비를 촉진시키는 廣告活動의 不在라는 것은 運轉유를 주지 않은 기계를 무리하게 가동시켜 기계의 마모를 촉진시키는 것에 비유하여 설명할 수 있는 것이다. 그러므로 柑橘協同組合이 廣告主가 되어 계획적인 광고활동을 실시하지 않으면 競爭靑果物이 柑橘의 消費市場을 차츰차츰 점유할 수도 있는 것이다.

### IV. 柑橘流通의 合理化 方案

#### 1. 系統販賣의 組織力 強化

대부분의 農産物이 收穫期에 이르면 洪水出荷 現象이 나타나서 價格이 下落勢를 보이다가 出荷量이 減少되고 나면 價格이 회복되는 것이 우리 나라의 一般的인 現象으로서 이는 柑橘과 같은 果實類에 있어서도 예외일 수 없는 실정이다. 이러한 原因은 一般的으로 經營規模가 零細한 多數 分散的인 非企業的 農家들에 의해 生産이 이루어지기 때문에 이 農家들은 市場情報나 出荷調節에 대한 協同力의 不足으로 合理的인 마케팅活動을 못하는 데 있는 것이다. 특히 柑橘流通面에서 나타나는 이러한 原因은 여러가지가 있겠으나 代表的인 要

因을 검토해 보면 生産農家の 營農資金 不足과 經濟的 貯藏이 困難한 柑橘의 商品的 特性 및 系統販賣나 「플」化의 有利性에 대한 認識不足 때문이라고 지적할 수 있을 것이다.

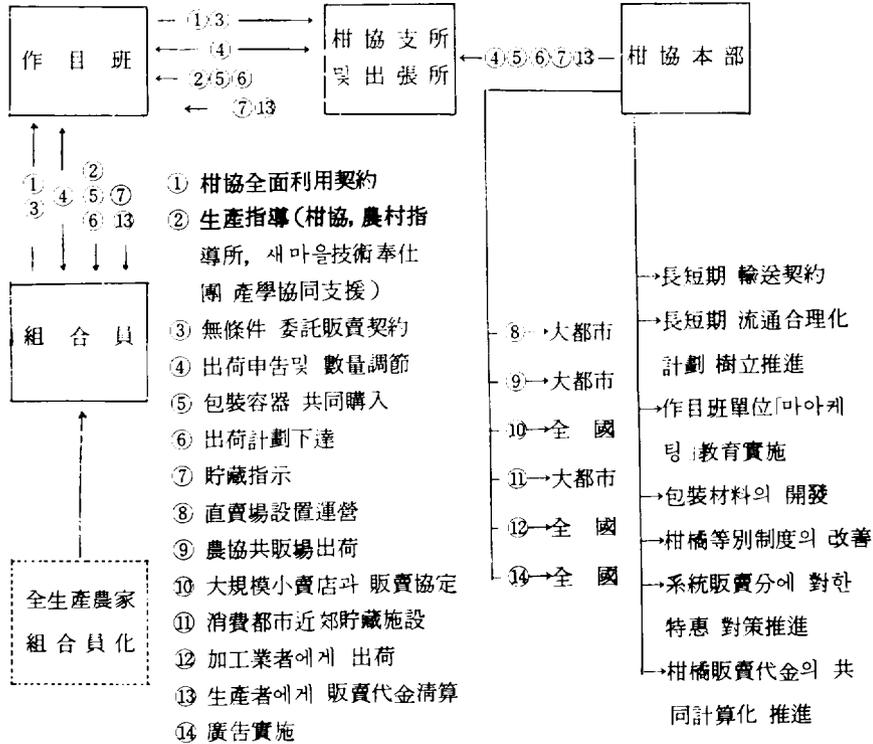
그런데 이러한 현상이 오래가면 갈수록 柑橘價格의 安定은 期待하기 困難하며 中間商人들의 操作으로 마아케팅 코스트율은 相對的으로 높아져서 生産農家나 消費者 모두에게 不利益을 초래하게 될 것이다. 특히 政府의 低物價政策의 推進에 따라 物價의 오름세心理가 둔화되는 現實에서는 消費者들도 靑果物價格의 下落이 당연한 것으로 認識하기 쉬우며, 10여년전에 비해서는 이미 大量生産時代에 들어섰다고 할 수 있는 柑橘이 出荷調節의 실패로 말미암아 價格이 폭락되는 현상이 일어난다면 生産農家に 막대한 손실을 안겨 주게 되어 擴大再生産의 意慾을 상실하게 될 危險을 豫測할 수 있는 것이다.

그러므로 豫想되는 危險을 事전에 豫防하기 위해서는 系統販賣의 組織力을 強化시키는 것이 제일 중요한 과제 중의 하나인 것이다. 그러기 위해서는 현재의 濟州柑橘協同組合을 育成 發展시켜 單位農業協同組合과 긴밀한 協助體制를 마련하여 현재 20%수준의 系統出荷 比率을 80% 이상으로 끌어 올릴 수 있도록 計劃的이고 段階的인 方案을 마련하는 동시에 柑橘의 生産과 消費를 合理的으로 連結케 하는 理想的 販賣方法인 「플」化가 實現되도록 점진적인 發展努力이 지속되어야 할 것이며, 이를 實現하는 具體的인 方案으로서는 [圖 1]에서 보는 바와 같이 柑橘 系統出荷의 組織力 強化策을 試案으로 提示해 보았다.

## 2. 貯藏 및 加工施設의 擴充

柑橘의 大量생산 및 大量소비를 합리적으로 연결하기 위해서는 먼저 物的 流通施設인 貯藏庫의 확충과 저장기술이 개발되어야 할 것이다. 저장시설을 확충해야 하는 이유로서는 감귤 수확기에 洪水出荷를 막아 價格 安定을 유도할 수 있도록 貯藏庫에 의해 出荷調節의 기능을 발휘하도록 하기 위한 것이며, 특히 濟州道産 감귤의 大宗을 이루고 있는 것이 生果用인 溫州蜜柑이기 때문에 貯藏庫의 시설확충은 더욱 필요성을 느끼게 하고 있다. 그동안 행정당국의 지

[圖 1] 柑橘系統出荷의 組織強化圖



도와 生産農家の 노력이 柑橘農場에 소규모 簡易貯藏庫 시설확충에다 집중돼 왔는데, 이러한 簡易貯藏庫의 시설확충은 앞으로 더 필요할 것으로 예측되지만 더욱 중요한 것은 대량소비도시 近郊에 低溫貯藏機能을 발휘할 수 있는 근대적 저장시설을 확보하여 出荷調節과 價格調節 등 종합적 기능을 발휘할 수 있게 해야 할 것이다. 최근 외국의 동향을 살펴보면 대량소비도시의 근교에 근대적 저장시설을 갖추어 靑果物類의 합리적 유통기능을 발휘하도록 하는 것이 일반화된 현상이다. 예를 들면 우리 나라와 같이 生果用인 溫州蜜柑을 대종으로 생산하고 있는 日本의 경우만 보더라도 熊本縣의 果實農協聯合會가 일본정

부의 農業構造改善事業者로 지정 받아 上尾市の 근교에 감귤저장용 위주의 低溫貯藏施設을 갖추어서 출하조절은 물론이고 품질과 수량단위에 特化된 賣買活動을 위주로 하는 仲買人의 요구에도 응할 수 있도록 選果 等別 광택 등의 作業을 가을부터 이듬해 봄까지 하고 있는데, 이 사업이 성공하자 愛媛縣의 宇和靑果農協에서도 東京都 근교에 앞서와 같은 저장시설을 갖추어 감귤유통의 전진기지적 역할을 하고 있는 실정인데 이러한 事例는 제주도산 감귤의 유통합리화를 위한 방안으로 참고해야 할 사항이라고 생각되는 것이다. 그리고 저장시설의 확대와 병행하여 저장기술의 개발에 힘을 기울여야 할 것이다. 原子力을 이용한 저장기법을 柑橋貯藏에도 응용할 수 있는 경제적 방법을 개발하도록 노력하고 이를 성공시킨다면 이듬해 봄이나 여름까지도 柑橋을 靑果物로서 市販할 수 있을 것이다.

한편 감귤유통의 합리화를 위해서는 加工處理施設도 단계적으로 확대해 나가야 할 것이다. 왜냐하면 감귤증산에 따라 감귤의 等別基準에서 下等品이나 等外品の 물량도 대량으로 쏟아져 나오고 있어서 이러한 물량도 가공처리를 통해 商品性을 제고시킬 수 있을 뿐만 아니라 이로 말미암아 柑橋에 대한 공급과 수요의 季節的 확대를 도모할 수 있기 때문이다. 그리고 앞으로 국민의 所得水準 향상과 더불어 소비의 다양화와 고급화의 전망에 대해 예측할 수 있는 것은 청량음료일 경우 100%의 天然쥬스를 요구할 것이 확실시되기 때문에 果汁搾汁工場과 같은 加工處理施設이 점진적으로 확대되어야 할 것이다. 제주도내의 감귤가공처리시설은 지난 1974년부터 시설에 착수하여 그 이듬해인 1975년부터 가공용 감귤을 수매하기 시작하였는데 현재 제주도내에는 5,000 ㎏ 규모의 처리능력을 가진 해태農水産과 10,000 ㎏의 처리능력을 갖춘 해태製菓 및 11,000 ㎏ 규모의 처리능력을 갖춘 롯데와 2,500 ㎏의 처리능력을 가진 大韓綜合食品會社 등이 있는데, 이러한 加工施設은 제주도산 감귤생산량의 30% 수준까지 처리할 수 있도록 확대되어야 하겠으나, 다만 공장시설의 입지선정은 제주도내이어야 한다는 것이 아니라 企業의 操業日數 극대화를 위해 시설의 병행으로 다른 果實에 대한 果汁生産까지 고려하여 적절한 검토가 있어야 할 것이다.

### 3. 合理的인 等別 및 包裝

柑橘流通의 합리화를 추진하기 위해서는 柑橘에 대한 엄격한 等別基準의 설정과 능률적인 유통이 될 수 있는 包裝單位의 합리화가 매우 중요한 것이다. 왜냐하면 감귤과 같은 靑果物도 엄격하게 等別이 잘 되면 표준화의 기능이 수행될 수 있는 것으로써 生産者와 消費者間에 가로놓인 品質의 거리를 극복하는 기능을 발휘할 수 있을 것이기 때문이다. 감귤과 같이 자연적 조건의 제약 하에서 생산되는 농산품은 소비자들이 요구하는 同質性이 결여되기 쉬우므로 대량판매가 이루어지려면 色相·形狀·크기·性分 및 기타의 소요조건에 따라 品種別 집단으로 구별하고 다시 각 집단마다 품질의 良否程度에 따라 설정된 等級을 붙여서 等別을 하게 되면 품종별 등급에 따라 代替性을 가지게 되어 표준화의 기능이 수행되어 통명거래나 先物去來도 가능하여 감귤의 마케팅 활동을 수행함에 있어 여러가지 유리한 이점을 얻을 수 있는 것이다.

그런데 제주도산 감귤의 等別基準은 색깔比率를 最低限度로 하고 果均比率와 損傷比率 및 果數를 最高限度로 하여 등급을 부여하고 있다. 그리고 색깔比率의 算出은 品種固有의 色澤을 기준으로 하고 鑑定果의 着色度를 基準色澤과 比較하여 계산된 수치를 最低限度로 하고 있으며, 果均比率는 동일포장 안의 最大果와 最少果의 重量差를 그 包裝內의 果實當 平均무게로 나눈 비율과 果實數가 몇 개나 들어 있느냐를 각각 最高限度로 하여 등급을 결정하도록 되어 있는데 이 기준은 합리적인 等級決定 기준이라고 하기에는 여러가지 모순점을 안고 있는 것이다.

왜냐하면 이러한 柑橘의 等別基準은 果形과 果皮를 중심으로 한 기준이지 果皮 속에 담겨진 果肉의 맛이나 果肉의 性分 등은 고려하지 못한 기준이기 때문이다. 예컨대 거의 동일수준의 가격으로 판매되는 濶州蜜柑類의 경우에 있어서도 宮川早生은 酸味와 甘味が 많고 果實 1개당 평균중량은 170g 정도로 큰데 반해, 松山早生은 甘味が 많고 酸味が 적으며 果實의 무게는 개당 150g 정도이고, 興津早生은 맛이 매우 좋고 果實의 무게는 개당 110g 정도인데, 林濶州는 단맛이 많고 果實의 무게는 개당 100g 정도이며, 石川濶州는 甘味와 酸味が 많을 뿐만 아니라 果實의 무게는 130g 정도가 되는 등 품종에 따라

果肉의 맛이 다르기 때문에 着色度나 果實의 크고 작음을 기준으로 한 外形條件에 의한 等別決定基準은 재검토해 보아야 할 문제점으로 지적하지 않을 수 없는 것이다.

그리고 이와 병행하여 능률적인 流通을 위한 包裝單位의 합리화가 이루어져야 하는데, 현재 실시되고 있는 포장단위는 包裝容器가 골판지상자일 경우에는 3.75 kg, 7.5 kg, 15 kg 單位이고, 나무상자일 경우에는 15 kg 단위로 통일되고 있는 실정이다. 15 kg 단위는 輸送單位 내지는 大量去來時의 필요單位인데 小賣去來時의 상품화 단위는 아닌 것이다. 그리고 3.75 kg 내지는 7.5 kg 단위는 1관 2관이라는 관습적 도량단위인 尺貫法에 의한 소산인데 정부가 1984년도부터 현행 37개 農水産物의 尺貫法에 의한 거래단위의 관행을 미터법으로 표준화하려는 시점에 맞추어 3.75 kg 내지는 7.5 kg의 소매거래의 상품화 단위를 5 kg, 10 kg 등으로 통일시키는 것이 바람직한 것으로 생각되는 것이다. 왜냐하면 이는 거래단위를 尺貫法에서 미터법으로 전환하는 수단이 될 수 있는 동시에 앞으로 우리 나라의 流通機構도 발전하는 마아케팅技法의 도입이 불가피할 것이며 小賣機構도 連鎖店 내지는 슈퍼마켓 등 統合小賣店化를 통한 판매활동의 生産性 제고가 필연적으로 실현될 것이 예측되기 때문에 소비자인 고객들도 self-service system에 適應해 나갈 수 있도록 일반 성인이 한 손에 들고 다닐 수 있도록 하는 상품화 단위가 필요한 것이기 때문이다.

#### 4. 計劃的 廣告活動의 實施

資本主義 經濟社會에 있어서 상품생산의 조직을 유지시키고 있는 기반은 消費市場이라고 표현할 수 있는 것이다. 그런데 生産活動도 注文生産의 단계를 넘어서면 不特定多數人의 소비자를 대상으로 하는 市場生産의 일반화되는데 市場生産組織이 발달할수록 생산자와 소비자간에 인적거리 즉 觀念的 距離는 점점 멀어져 가는 것이다. 따라서 상품판매를 원활히 추진하기 위해서는 생산자와 소비자 사이에 멀어져 가는 經濟的 分離 중 이 觀念的 距離를 어떠한 수단을 매개로 하여 결부시키지 않으면 안되는 것이다. 그런데 그 수단 중에서 가장 강력한 힘을 발휘할 수 있는 것이 廣告이며, 社會經濟的인 측면에서 볼 때 이 廣告는 觀念的 거리를 조절함으로써 상품의 사회적 유통을 원활하게 이루어지

도록 하는 經濟的 기능을 수행함과 동시에 經營적 觀點에서 살펴보면 企業經營의 지속적, 안정적 발전의 기반이 되는 판매를 촉진하는 기능을 수행하는 것이다. 그러므로 分業과 交換을 바탕으로 하는 現代資本主義의 市場經濟體制下에 있어서 廣告는 없어서는 안되는 중요한 수단 중의 하나인 것이다. 특히 消費指向의 生産 활동을 경쟁적으로 수행해야 하는 現代企業들은 그들이 生産 販賣하는 상품에 대한 諸種情報를 소비자에게 전달하여 대량판매를 촉진키 위해 廣告는 대량생산에 뒷받침하는 중요한 經營手段으로서의 기능을 무시할 수 없는 것이 오늘의 社會現實이며, 특히 朝鮮이나 中共과 같이 計劃經濟를 실시하는 共產主義國家에서도 판매촉진의 수단으로 資本主義經濟의 소산인 廣告制度를 도입하여 실시하고 있는 실정이다.

그런데 大量生産段階에 들어선 濟州道產 감귤의 판매촉진을 위해 柑橘協同組合이나 單位農業協同組合 또는 柑橘生産農家 개인이 TV나 라디오·新聞·雜誌 등의 대량매체에 광고를 실시하여 본 일이 없으며 고속도로나 철도변에 立看板廣告를 하나도 세워 본 일이 없는 실정인 것이다. 제주도산 감귤의 판매활동을 한다는 것이 올해로서 세번째 실시한 柑橘아가씨 선발대회를 개최하고 여기서 당선된 아가씨들이 서울·부산·광주 등 주요도시를 순회하면서 濟州柑橘의 소비를 촉진하는 美의 사절로 활동하는 것이 고작인 것이다. 그러나 분명하게 인식해야 할 것은 柑橘아가씨 선발대회 행사는 柑橘生産農家와 柑橘生産地인 지방의 자축행사이지 柑橘의 販賣促進手段으로서의 행사라고 생각한다면 효과를 무시한 투자라고 지적할 수 있기 때문이다. 왜냐하면 柑橘아가씨 선발대회에 소요되는 모든 社會的費用으로 TV廣告를 실시하는 것이 판매촉진을 위한 수단으로서는 보다 좋은 효과를 기대할 수 있기 때문이다.

그러므로 柑橘流通의 합리화를 위해서는 濟州柑橘協同組合이 광고주가 되어 계획적인 광고를 실시하는 것이 안정적인 消費市場의 확보와 그 유지를 위해 요구되는 것이다. 그리고 廣告媒體는 視聽覺的 訴求力이 강한 TV를 선정하여 每年 11월부터 12월까지나 혹은 그 이듬해 1월까지 20초이내의 짧은 시간에 설득력있는 광고를 실시하여 소비자의 구매의욕을 적극적으로 자극 내지 환기시키도록 노력해야 할 것이다.

## V. 結 論

濟州道の 柑橘農業은 정부의 지원과 주민의 노력에 의해 지속된 栽培面積의 확대와 이에 따른 증산노력이 결실을 보아서 永年生作物이 짧은 기간에 대량 생산시대를 맞이하게 된 것이다. 그러나 이제부터는 行政機關의 지도방향이 나 生産農家의 노력이 감귤생산에 기울이는 노력만큼 유통의 합리화를 위한 방향에 노력을 기울여야 할 것이다.

流通合理化를 위한 노력을 기울임에는 社會的의 與件이 성숙되지 못해 많은 어려움을 예상해야 할 것이다. 왜냐하면 우리 나라가 4차에 걸친 5個年計劃의 추진으로 여러 부문에 大量生産體制는 갖추어졌거나 갖추어가고 있는데, 유통 유통부문만은 아직도 낙후부문으로 남아 國民經濟의 균형있는 성장 발전을 저해하는 일들이 있기 때문이다. 그러므로 유통업이 시스템産業化가 되어 流通近代化가 달성될 수 있도록 하는 국가적차원의 정책이 추진되고 있지만 생산 부문의 발달속도에 비해서는 아직도 상대적 낙후성을 벗어나지 못하고 있는 것이다.

그러나 濟州道の 柑橘生産農家들은 장기적 전망에서 系統出荷組織의 強化를 위해 협동훈련을 쌓아 共同販賣의 목적을 달성할 수 있도록 자율적인 통제능력을 육성시켜 나아가야 하고, 감귤의 성분 중 비타민C의 함유량이 경쟁과실인 사과에 비해 5배나 많고, 배에 비해 15배나 많은 사실과 피부미용 및 감기에방에, 그리고 술을 과음했을 때 중화시키는 강한 알카리성식품임을 소비자들에게 전달하여 구매의욕을 환기할 수 있도록 하는 계획적인 광고활동의 실시에 조직된 힘을 기울여야 할 것이다. 그러기 위해서는 柑橘協同組合에 감귤생산농가 전체가 가입하고 조합원에 의해 조합을 육성시켜야 하며, 육성된 柑橘協同組合은 능동적이고 진취적인 자세로 柑橘마케팅 活動의 선도적 주체가 되어 共同販賣制의 확립과 더불어 판매대금의 共同計算制度(pool system)를 실현할 수 있게 해야 할 것이다.

(第2回 耽羅文化學術會議 發表論文임)