

# 肉類流通의 問題點과 그 改善方案

尹 孝 稷\*

## 序 論

流通의 問題는 經濟發展의 產物이다. 原始經濟體制下에서 生産主體와 消費主體가 동일하던 때에는 流通의 問題가 發生할 소지가 없었다.

經濟發展은 生産性 向上에서 이루어지며 이는 分業에 의해서 가능할 뿐이다. 이 分業은 生産主體와 消費主體의 分化를 의미하며 따라서 流通의 問題를 提起하게 된다. 經濟發展의 進展은 바로 分業程度의 深化를 의미하는 것으로서 流通의 問題를 더욱 복잡하게 만든다. 따라서 流通問題가 더욱 복잡하게 提起하는 현상자체는 經濟發展에 따른 必然的 現象이라 하지 않을 수 없다.

이리하여 우리나라에 있어서도 60년대 이후 세 차례의 經濟開發計劃이 修行되어 70년대 후반부터 國民所得水準이 크게 向上됨으로써 肉類의 需要가 급격히 增加되었고 이로 인하여 肉類流通의 問題는 1960년대 이전에 비하여 더욱 복잡한 樣相을 나타내게 되었다. 더우기 肉類流通은 그 商品의 特性으로 인하여 生體 肢肉 精肉의 3가지 形態로 分化되고 蒐集 中斷 分散의 段階를 거쳐 流通되기 때문에 보다 많은 流通의 問題가 발생하고 있다.

그런데 오늘날 우리나라의 현실은 生體流通에 中樞的인 역할을 담당하고 있는 家畜市場의 構造나 去來方法 등 流通機能遂行上 여러가지 非效率的인 要因이 개재되어 生體流通의 效率을 크게 저해하고 있으며 肢肉流通에 중요한 역할을 담당하고 있는 都賣市場도 그 市場構造面에서나 運營管理上에 어

러가지 問題가 제기되어 그 存在意義마저 약화되어 가고 있을 뿐만 아니라 精肉流通을 담당하는 小賣市場도 不正計量 混肉販賣 不當等級 등 不公正去來가 지배되고 있어 農家를 떠난 生畜의 去來에서 精肉의 상태로 消費者에 이르기까지 不公正去來와 流通의 非效率化로 일관되고 있다.

더우기 都賣 및 小賣市場에서 價格統制로 生産基盤을 위약케하고 慢性的인 供給不足을 초래해 하였으며 流通秩序를 혼잡케 하고 있다.

이와같이 生體 肢肉 精肉의 流通過程에서 提起되는 問題點이 해소되지 않는 한 肉類流通의 效率化는 물론 生産力 增大를 기대할 수 없으며 앞으로 所得增加에 따른 肉類需要의 增加와 더불어 더욱 복잡한 問題가 야기될 것이다.

이리하여 本 研究에서는 巨觀的인 면에서 生畜이 精肉으로 最終消費者에게 流通되는 全過程은 물론 精肉도 여러가지 形態로 流通되고 있어 이들에 대한 消費者의 反應에 이르기까지 綜合的으로 分析하여 일관된 肉類流通의 合理的 方案을 摸索하여 앞으로의 肉類流通의 方向을 提示코자 한다.

## 肉類流通의 現況과 問題點 및 그 改善方向

### 1. 產地家畜市場

#### 1) 生産流通 現況

(1) 家畜市場에 대한 調査는 1982年末 現在 全國

\* 建國大學校 畜產大學 教授

에 散在하고 있는 市場을 全數調査 (census) 하였으며 그 結果 全國에 散在하고 있는 家畜市場數는 367 個所였고 1964 年에 비하여 44.9%의 數的 減少를 나타내었다.

(2) 地域別로 家畜市場의 分布狀況을 보면 慶北에 全體 家畜市場의 25.3%에 해당하는 93 個 市場이 存在하고 慶南에 18.8%인 69 個 市場이, 全南에 11.1%인 41 個 市場이, 忠南에 10%인 37 個 市場이, 忠北과 京畿에 각각 8.7%인 32 個 市場이, 全北이 7.6%인 28 個 市場이, 江原道가 7.3%인 27 個 市場이, 濟州道가 1.9%인 7 個 市場이 있다.

(3) 家畜市場의 施設現況을 보면 市場의 敷地面積은 場當 平均 976.9 坪이며, 繫留場에 설치된 계류봉 數는 183 個였고, 牛衡機保有 家畜市場은 96.4%인 354 個 市場이고, 3.6%인 13 個 市場이 이를 보유하지 않았다. 즉 施設規模는 零細하고 非衛生的이었다.

(4) 家畜市場의 場當平均 去來規模를 보면 50 頭 이하의 소를 去來한 市場이 62.6%, 50 頭~100 頭 이하의 소를 去來한 市場이 18.9%, 100~200 頭 이하의 去來를 한 市場이 13.7%, 200~300 頭 이하의 소를 去來한 市場이 3.8%, 300 頭 이상을 去來한 市場이 0.8%이며, 平均 1 市場當 1 市日에 去來되는 소가 59.9 頭로 去來規模가 零細하였다.

(5) 家畜市場은 5 日 간격으로 開市되고 있는데 開市日字別 市場分布를 보면 1 日과 6 日에 開市되는 市場은 19.4%, 2 日과 7 日은 18.7%, 3 日과 8 日은 20.7%, 4 日과 9 日은 21.6%, 5 日과 10 日은 18.6%로서 開市日別 分布는 18~21%의 水準으로 비교적 均一하게 分布되어 있다.

(6) 家畜市場에서의 去來方法은 目測評價에 의한 仲買方法을 사용하고 있는 市場數가 90.7%이고, 競賣方法을 사용하고 있는 市場數가 9.3%에 불과하며 賣買이전 牛衡機를 사용하는 家畜市場이 52%이므로 家畜의 賣買에 있어 客觀性이 없다.

(7) 家畜市場의 仲買人數는 場當平均 法定仲買人이 10 명이고 非法定仲買人이 13 명으로 모두 23 명이 仲買에 참가하고 있다.

## 2) 流通上 問題點

(1) 家畜市場은 規模의 經濟(Economy of scale)

를 도외시한 채 地方自治團體가 과다하게 開設許可함으로써 市場施設이 貧弱하고 非衛生的이므로 生畜의 流通機能遂行에 많은 問題點을 야기시키고 있다.

(2) 가장 이상적인 家畜市場의 構造는 購買者나 販賣者가 市場을 지배할 수 없는 完全競爭市場(Pure competition)이다. 그러나 家畜市場은 販賣側에서는 完全競爭市場이나 購買側面에서는 仲買去來가 支配的이므로 市場構造가 獨占的競爭(Monopolistic competition) 또는 完全購買獨占市場(Monopsony) 構造를 이루고 있어 價格形成은 商人에 의하여 크게 좌우되고 있어 不公正去來가 盛行되고 있다.

(3) 家畜市場의 去來方法은 精確한 計量과 等級化에 의한 競賣方法으로 去來되는 市場數가 極小數에 불과하고 90.7%가 目測評價에 의한 仲買方法을 채택하고 있어 生畜의 精確한 價値實現이 어렵다. 또한 去來規模가 1 個 市場當 한 장날에 59.9 頭에 불과하여 零細의이고 仲買人數는 23 명이므로 過多하여 여러가지 不公正去來가 盛行되고 있다.

(4) 家畜市場의 運營管理가 二元化되어 있어 施設擴充과 改善이 부진하여 賣買手數料가 規定된 이상으로 徵收되어 場外去來가 盛行되고 있다.

## 3) 流通效率化 方案

(1) 家畜市場 施設의 近代化와 去來規模의 擴大를 위해서 地域의인 特性과 距離 및 規模의 經濟性을 考慮하여 과감히 統廢合하고 施設의 擴充 및 改善에 投資가 이루어질 수 있게 制度的인 支援이 있어야 한다.

(2) 家畜市場의 交換機能을 원활히 수행하고 去來의 客觀性을 유지하기 위하여 現在 家畜市場에서 採用되고 있는 目測에 의한 仲買方法을 止하고 牛衡機에 의한 計量과 生體의 標準 및 等級化를 통하여 精確한 價値實現을 할 수 있도록 家畜市場의 去來方法은 競賣方法으로 전환되도록 해야 한다.

(3) 家畜市場에서 屠畜牛에 대한 生體검사를 의무화하여 都賣市場에서 屠畜전 生體檢査에 의하여 病弊牛와 孕胎牛 등 屠畜할 수 없는 不合格牛가 발생하여 產地에 還元되지 않도록 해야 한다.

(4) 市場情報은 대부분 商人들에 의하여 入수하고 있는 바, 이러한 모순을 是正하고 公正한 價格情報을 眞實하게 하기 위하여 消費地의 價格情報를 前場市

勢와 함께 모든 사람이 識別할 수 있도록 全 家畜市場에 告示하는 制度가 確立되어야 한다.

(5) 오늘날 家畜市場의 運營者와 管理者가 二元化되어 運營管理面에서 나타나는 矛盾을 없애기 위하여 이를 一元化하고 家畜市場의 使用料와 手數料은 0.5% 이하로 下向調整하되 이를 家畜市場의 施設改善에 사용토록 法的 措置를 마련해야 한다.

## 2. 都賣市場

### 1) 肢肉流通 現況

(1) 우리나라 都賣市場은 1969년에 처음으로 開設된 이래 1982年末 現在 서울에 3個所, 부산에 2個所, 대전, 광주, 대구에 각각 1個所가 있으며 전주에 畜協共販場市場이 있어 모두 9個所가 散在하고 있다. 이리하여 本 調査는 전주의 支場을 제외하고 8個所를 대상으로 全數調査를 실시하였다.

(2) 서울 3個 都賣市場의 1日 屠畜能力은 소가 1,650頭, 돼지 3,200頭로 돼지의 경우 生産過剩時 屠畜能力 부족으로 數日間 滯化되는 경우가 발생한다 (1979年과 1984年). 그리고 3個 都賣市場의 소와 돼지의 取扱物量을 보면 소의 경우 1982年末 現在 宇成이 36.8%, 協進이 28.1%, 畜協共販場이 35.1%이며 돼지는 각각 51.8%, 26.2%, 21.9%이었다.

(3) 副產物의 去來現況은 서울의 경우 牛內臟을 제외한 牛足, 牛頭, 牛皮와 豚副產物의 頭內臟, 豚皮 중 1個 品目を 1人이 獨占하여 相對去來에 의하여 구입하는 完全獨占市場(Pure monopsony)을 이루고 있다.

(4) 都賣市場內에서 徵收하는 手數料 및 稅金이 地域과 市場마다 다소 差異를 나타내고 있을 뿐만 아니라 이것이 過多하여 이를 忌避하기 위하여 類似都賣市場을 통한 去來가 慢性化되고 있다.

### 2) 流通上 問題點

(1) 都賣市場의 機能 중 가장 중요한 것은 價格形成의 機能인 바 이는 그날그날의 需要와 供給에 의해서 결정되어야 한다. 그러나 우리나라의 食肉都賣市場에서는 物價當局이 價格上昇시 그날그날의 上限線을 訂해 두고 그 이하로 價格이 형성되도록 유도

하는 役割을 수행하고 있어 價格形成機能을 제대로 수행치 못하고 있다.

(2) 都賣市場의 施設中 屠畜場과 競賣場의 施設이 陳舊적이고 貯藏施設의 부족으로 備蓄을 통한 價格暴落을 방지할 수 없다.

(3) 都賣市場의 市場構造는 需要側面에서 볼 때 仲買人數가 적고 買參人의 數가 제한되어 購買寡占(oligopsony)의 市場構造로 되어 있어 需給에 의한 適正價格形成이 이루어지지 않고 있다.

(4) 副產物 去來에 있어 競賣에 의하지 않고 牛內臟을 제외한 牛頭, 牛足, 牛皮, 豚副產物의 頭內臟, 豚皮 중 1個 品目を 1人이 購買獨占하여 販賣함으로써 價格形成은 公正性を 상실하고 있다.

(5) 都賣市場의 諸手數料과 稅金이 높게 책정됨으로써 地方肢肉의 密搬人이 助長되고 類似都賣行爲가 盛行됨으로써 都賣市場機能이 약화되고 있다.

(6) 모든 肢肉이 等級化되지 않고 重量만을 제시한 채 競賣에 上場되고 있으므로 去來가 公正하지 못하고 價格實現이 제대로 되지 않고 있다.

### 3) 流通效率化 方案

(1) 都賣市場이 그 本來의 기능인 需給調節을 위해서도 肢肉을 備蓄할 수 있는 貯藏施設을 갖추어야 함에도 불구하고 現在 1日分의 貯藏을 할 수 있는 貯藏施設을 갖추고 있을 뿐이다. 따라서 畜産振興基金으로 備蓄施設을 확충하여 國內供給 및 해외시장의 가격변동에 대비해서 가격을 안정시켜야 한다.

(2) 肢肉의 衛生的인 처리를 위한 在來의인 作業장을 근대화하고 競賣場도 先進國과 같이 電算化하여 가격형성에 公正을 기하도록 해야 한다. 그리고 屠畜前 生體計量을 의무화하여 出荷量에 따라 肢肉率이 상이하게 나타나는 것을 방지해야 한다.

(3) 肢肉의 가격을 결정하는 競賣에 있어 購買側面에서는 제한된 小數仲買人만이 참여하여 談合의 가능성을 길게 부여하고 完全競爭市場 構造를 이루지 못하게 하고 있어 다수의 仲買人과 買參人을 競賣에 참가할 수 있도록 하여 談合의 가능성을 배제하고 市場構造를 完全競爭化하여야 한다. 더우기 價格上昇시 肢肉의 上限線을 설정하여 가격을 조작하는 조치는 없어야 한다.

(4) 副産物の去來에 있어서 相對賣買에 의하여 1 人の 購買者가 特定副産物을 購買獨占 (Monopsony) 하고 있어 (畜協共販場 除外) 公正한 價格이 형성되지 않고 있다. 그러므로 副産物도 肢肉과 같이 競賣에 의하여 價格이 형성되도록 制度的인 조치를 취하여야 한다.

(5) 肢肉의 標準化와 等級化가 이루어지지 않고 있어 品種과 肉質에 따라 精確한 가치가 실현되지 않으므로 消費者의 기호와 料理形態, 品種 등 현실적인 요건을 고려한 肢肉을 等級化하여 거래의 公正性과 正確性을 이루도록 해야만 한다.

### 3. 小賣商

#### 1) 肢肉流通의 現況

(1) 1982 年末 現在 食肉小賣商 數는 19,216 個所이며 1 個 食肉店當 家口數는 496 家口였고 1978 年과 比較하여 볼 때 1982 年의 食肉店數는 49% 增加되었다.

(2) 80 個所의 精肉店을 조사분석한 결과 經營主의 平均年齡은 42 세이고 小賣業에 從事年數는 5~7 年 이고 學歷은 高卒 이하가 대부분이었다.

(3) 店鋪面積은 平均 6.89 坪으로 零細하고 從業人員은 自家勞動이 1.4 人, 雇用勞動이 1.0 人이었다.

(4) 食肉去來現況을 보면 쇠고기의 取扱比重이 74%, 돼지고기 23%, 닭고기 3%이었으며 去來方法은 直接切斷販賣하는 慣行去來가 54%, 部分肉과 包裝肉 販賣가 46%이었다.

(5) 食肉의 購入處를 보면 都賣市場으로부터 購入하는 경우가 74%이며 26%는 지방으로부터 肢肉을 搬入하고 있다. 그러나 輸入쇠고기의 경우는 86%를 畜協과 農開公으로부터 購入하고 14%는 一般加工業體로부터 搬入하고 있다.

(6) 食肉小賣商當 1日 販賣量을 보면 쇠고기가 65.2 kg, 돼지고기 28.2 kg, 닭고기 5.8 g이었다. 그리고 1回 平均販賣量은 쇠고기가 843 g였고, 돼지고기는 746 g이며 1日 販賣件數는 각각 77 件과 38 件이었다. 또한 月平均去來量은 쇠고기 4,356 kg, 돼지고기 1,302 kg이었다.

(7) 食肉小賣商의 店鋪所有形態는 自己所有의 경우는 23%에 불과하고, 月賃가 60%이며, 專賃가

17%였다. 그리고 資産의 구성내용을 보면 固定資産이 78%, 流動資産이 22%이며 自己資本과 他人資本의 比率는 76:24 였다.

(8) 食肉小賣店當 平均 販賣經費는 人件費가 60%, 手數料 및 税金이 16%, 資本利子 14%, 減價償却費 6%, 雜費 및 消耗品費가 5%이며 總經費는 754,000 원이었고, 販賣純收入은 1,116,000 원이었다.

(9) 食肉小賣商의 職業意識은 賤視하는 社會的 態度和 劣等意識으로 疎外感과 敗北感을 갖고 있으며 食肉小賣業을 短期間의 資本蓄積過程으로 생각하고 있었다.

#### 2) 流通上 問題點

(1) 食肉小賣商의 施設規模는 슈퍼마켓을 제외하고 대부분 영세할 뿐만 아니라 去來規模도 1斤 이하의 少量去來가 지배적이었다. 특히 消費者의 기호가 등심, 안심, 삼겹살 등 特定部位에 집중되고 部位別 等級化가 되어 있지 않아 混肉販賣가 盛行되고 있다.

(2) 過去 牛肉供給源이 輸入肉과 韓牛肉으로 二元化되고 있을 뿐만 아니라 이들간의 價格差가 커서 小賣商과 一般包裝業體가 輸入肉을 韓牛肉으로 偽裝販賣하여 쇠고기 流通秩序를 혼잡하게 하고 있다.

(3) 產地生産價格과 肢肉都賣價格은 需給에 따라 自律的으로 형성되는데 반하여 小賣價格은 表示價格에 의하여 上限線이 묶여 있다. 이들 產地 및 都賣價格의 上昇率이 높아 小賣商의 利潤을 보장할 수 없는 경우 생존을 위하여 不正去來 (不正計量, 混肉販賣, 強制給水) 를 감행치 않을 수 없다.

(4) 品種 및 部位에 따라 肉質이 차이가 있고 消費者의 기호 또한 特定部位에 편중되어 있으며 이 部位, 즉 등심 안심은 그 양이 制限 (20%)되어 있음에도 불구하고 同一價格을 적용하고 있으므로 실제적으로 이 部位는 特定需要處에 高價로 판매되고 일반 消費者에게는 등심이나 안심이 아닌 것을 진짜인 것으로 판매하고 있다.

(5) 슈퍼마켓이나 슈퍼체인을 제외한 小賣商은 그 規模가 零細인데도 쇠고기, 돼지고기 판매에만 그 經營이 單一化되어 他品目에 의한 補完部分이 없기 때문에 經營上 收益保障이 어렵다.

(6) 食肉小賣商人에 대한 傳統的인 賤視觀으로 食肉小賣商은 家業으로 傳承되지 않고 他職業으로 전

환하기 위한 과정으로 여기고 있어 短期間內의 資本蓄積을 위하여 不公正去來를 감행하고 있다.

### 3) 流通效率化 方案

(1) 規模의 零細性과 쇠고기, 돼지고기 販賣에서 오는 危險을 줄이고 經營收益의 不安定을 해소하기 위하여 精肉店을 미국이나 일본과 같이 綜合食料品 販賣店으로 전환시켜 規模의 經濟(Economy of Scale)를 실현시켜야 한다.

(2) 產地生畜價格은 自律化하고 小賣價格을 묶어 놓은 現行價格制度下에서 小賣商人이 생존할 수 있는 유일한 방법은 價格마진이 아닌 物量 및 等級마진(quality and quantity)에 의존하지 않을 수 없으므로 肢肉流通體系나 環境을 價格自律化에 접근시켜 小賣價格을 自律化해야 한다.

(3) 과거에는 輸入牛肉과 韓牛肉간에 價格差가 심하여 僞裝販賣가 성행되고 있어 앞으로 이를 방지하기 위하여 肉質에 따라 價格을 一元化하고 肉質과 部位에 따라 等級化하여 差等價格制를 실시함으로써 特定部位 즉, 등심, 안심, 삼겹살의 편중소비를 지양케 해야 한다.

(4) 쇠고기와 돼지고기의 가격차가 크지 않아 쇠고기 選好에 집중되고 있으므로 이들간의 價格差를 축소시켜 肉類間의 消費가 平準化되어 畜產業의 均衡發展을 이루도록 誘導해야 한다.

## 4. 食肉의 消費行態

### 1) 現 況

(1) 서울에 거주하는 585 家口를 대상으로 조사한 결과 쇠고기 購入動機를 보면 家族의 영양을 위해서가 70.8%이고, 손님접대가 18.1%, 관혼상제가 7.4%, 야유회 및 기타가 3.6%였다. 돼지고기의 경우는 각각 63.2%, 7.2%, 6.8%, 18.7%, 4.1%를 나타냈다. 그리고 購入時期는 수시로 購入하는 경우가 70.9%, 月給이나 기타 收入이 있을 때가 16.9%였으며, 돼지고기는 각각 70.2%, 7.4%였다. 그리고 輸入肉의 購入比率이 42.5%로 나타났다.

(2) 1회 購入量은 쇠고기의 경우 한 斤이 50.1%, 2斤 34.3%, 3斤이 9.7%, 4斤 이상이 6.0%

였고 돼지고기는 각각 55.8%, 35.4%, 6.3%, 2.4%였다. 月 購入回數는 5회 이상이 28%로 가장 높고 3회가 23%, 4회가 22%, 2회가 16%, 1회가 12%였다. 그리고 돼지고기는 각각 月 2회가 28.7%, 1회가 24%, 3회가 20.3%, 5회 이상이 15.1%였다.

(3) 食肉의 購入處는 쇠고기의 경우 一般精肉店이 53.7%, 슈퍼마켓이 38.4%, 畜協直賣店이 7.3%였으며, 돼지고기는 각각 61%, 31.9%, 5.7%였다. 그리고 購入者는 가정주부가 89%, 불규칙한 경우가 5.8%, 가정부가 2.2%, 가장이 1.9%였다.

(4) 단골거래의 내용을 조사한 결과 76.4%가 단골거래를 하고 있었으며 단골거래의 이유는 좋은 肉質의 고기와 部位를 購入할 수 있기 때문이라는 家口數가 69.2%였고, 가깝기 때문이란 家口數가 15.8%였다.

(5) 肉類의 選好를 보면 쇠고기를 좋아한다는 家口數가 85%, 돼지고기는 10%, 닭고기는 5%에 불과하여 쇠고기 편중현상을 나타내었다.

(6) 쇠고기 部位別 選好順位를 보면 등심을 좋아한다는 家口數가 63.0%, 안심이 17.4%, 양지 4.0%였고, 돼지고기는 삼겹살이 43.3%, 갈비 20.7%, 등심 17.2%, 안심 9.5%의 순위였다.

(7) 部位別 料理形態를 보면 쇠고기의 경우 불고기로 料理하는 家口가 80.8%, 국이나 탕이 13%, 찌개와 볶음이 2.4%였으며, 돼지고기의 경우 불고기로 料理하는 경우가 36.4%, 찌개가 31.3%, 볶음이 16.9%로 料理方法이 다양하지 못하였다.

(8) 肉質에 따라 部位別로 等級化하고 包裝肉으로 하여 差等價格制를 실시하는 것을 찬성하는 家口數가 88.3%, 반대하는 家口數가 6.0%, 모르겠다는 家口數가 5.6%였다. 그리고 찬성하는 家口의 이유를 보면 기호에 맞는 部位를 購入할 수 있기 때문이라고 하는 家口數가 47.8%이고, 重量과 部位가 정확하고 좋은 肉質의 精肉을 購入할 수 있기 때문이란 家口數가 24.3%, 公正去來가 된다고 하는 家口數가 19.0%였다.

(9) 等級化를 실시할 경우 等級의 基準에 대하여 조사한 결과 肉質과 部位에 기준을 두어야 한다는 家口數가 41.8%, 肉質에 기준을 두어야 한다는 家

口數가 11.7%였다.

(10) 韓牛肉과 輸入肉의 식별능력을 조사한 결과 구분할 수 있다고 한 家口數가 28% 뿐이고, 그 구분하는 기준은 料理한 후 안다는 家口數가 33.8%, 색깔에 의해서 판단하는 家口數가 26.3%, 外形을 보고 안다는 家口數가 10.2%, 精肉店이 하는 말에 기준을 둔다는 家口數가 24.1%였다.

(11) 包裝肉에 대한 消費者의 反應을 보면 기호에 맞는 部位를 購入할 수 있어 좋다는 家口數가 36.7%였고, 部位別로 정확히 절단되지 않고 包裝費로 인하여 가격만 인상된 것 같다는 家口數가 21.0%, 각 企業體마다 다르게 包裝하여 혼잡을 가져온다는 家口數가 15.5%, 部位別로 정확히 절단하여 包裝한 것 같다는 家口가 10.2%, 아직도 정확히 식별할 수 없다는 家口數가 16.4%였다.

(12) 包裝肉의 購入動機를 보면 料理에 알맞는 部位를 購入할 수 있다는 家口數가 41.2%, 衛生的이라고 하는 家口數가 20.4%, 휴대하기 간편하기 때문이란 家口數가 20.0%, 品質이 보장된다는 家口數가 12.3%였다. 그리고 購入한 包裝肉의 部位를 보면 등심을 주로 購入한 家口數가 55.6%, 안심이 22.7%, 사태 10.6%, 갈비 7.7%였다.

## 2) 消費行態上的 問題點

(1) 쇠고기의 경우 등심에, 돼지고기의 경우는 삼겹살에 消費者의 기호가 집중되고 있으나 등심의 比率은 17.8%, 삼겹살은 15%에 불과하여 그 양은 극히 제한되어 있다. 더우기 部位別 價格差가 없으므로 食肉小賣商은 대부분 特定價格 이상으로 大量需要處에 暗去來하고 있으며 一般消費者는 실제로 購入할 수 없는 문제점을 야기시키고 있다.

(2) 消費者들이 肉質과 部位에 대한 식별력이 없는데다 部位別 等級化와 差等價格制가 실시되지 않고 더우기 輸入肉과 韓牛肉간의 가격차가 심해 輸入肉이 韓牛肉으로 偽裝販賣되고 다른 部位가 등심과 안심으로 판매되는 등 精肉流通에 많은 문제점이 발생되고 있다.

## 3) 消費行態의 效率化 方案

(1) 消費者들이 部位와 肉質에 대한 식별력이 없고 輸入肉과 韓牛肉간에 가격차가 커서 精肉流通에 여

러가지 不公正去來가 발생하고 있는 현실적 여건을 고려할 때 肉質 및 部位에 대한 等級化 및 差等價格制의 실시를 통하여 消費者의 購買動機를 合理化하고 精肉流通秩序를 確立해야 한다.

(2) 部位別 等級化의 基準에 있어서도 品種에 따른 肉質을 고려해야 하며 部位의 區分에 있어서도 古來로부터 傳承해온 料理形態를 고려해야 하며 等級의 數도 消費者의 利用에 편리하도록 4等級 정도로 해야 한다.

(3) 消費者들이 部位別로 包裝하여 販賣하는 것을 원하고는 있으나 包裝肉에 대한 質에 있어서는 아직도 정확성에 대해서는 회의적이다. 현재 영세하고 신용력없는 包裝業體는 점차 신용력있는 專門 食肉加工業體로 대체시켜야 한다.

(4) 韓牛肉도 部位別로 包裝肉이 一般化되도록 하여야 하며 販賣處는 현재의 특정한 食肉小賣商 만에 국한시킬 것이 아니라 일정시설을 갖춘 食品小賣店까지 확대시켜 소비자의 이용에 편리하도록 해야 할 것이다.

(5) 肉類의 購入者인 주부와 소비자들에게 肉質과 部位에 대한 교육을 정기적으로 TV와 라디오, 新聞 등 大衆媒體를 통하여 실시하여 偽裝販賣 및 混肉販賣 등 不公正 去來를 방지토록 해야하며 先進國에서 실시하고 있는 食肉便覽이나 消費者指針書(consumer guide)를 발행하여 肉質 및 각 部位에 대한 理解와 料理形態의 開發에 도움을 주도록 하여야 할 것이다.

## 結 論

앞에서 農家門前을 떠난 生畜이 精肉의 형태로 최종 소비자에 이르기까지 市場段階別로 어떻게 流通되고 있으며 流通過程에 어떠한 문제점이 제기되고 있고 이러한 문제점을 해결하여 流通效率化를 기할 수 있는 방안이 무엇인가를 機能面과 經營管理面에서 접근하여 모색하였다.

畜産物의 流通을 원활히 하고 생산자에게 증산의 의욕을 높이기 위하여 家畜市場의 構造를 購買측에서도 目測評價에 의한 仲買方法을 止揚하여 完全競争化하고 정확한 가치실현을 위하여 生體의 等級化

에 의한 競賣方法이 채택되도록 제도적 조치가 수행되어야 한다. 또한 운영관리를 畜協으로 一元化하여 시설을 근대화하고 지역적 특성과 거리 및 規模의 經濟性을 고려하여 과감히 統廢合하여 生畜去來의 効率化를 기하도록 해야 한다.

뿐만 아니라 肢肉都賣市場도 그 본연의 기능을 수행할 수 있도록 物價當局이 가격상승시 상한선을 정하여 가격을 조작하는 행정조치는 지양하고 仲買人과 買參人數를 늘려 購買側面에서도 完全競爭化하여야 하며 副產物去來도 相對賣買에서 競賣를 통한 去來가 이루어지도록 해야 한다. 또한 備蓄施設을 확대하여 需要의 調節을 통한 가격을 안정시키는 조치를 취해야 한다. 그런데 都賣市場의 기능을 원활히 수행하기 위해서는 都賣市場施設의 확충과 개선은 물론 品種과 肉質에 따라 標準化와 等級化가 이루어져야 하며 流通情報의 蒐集과 迅速한 傳達이 뒤따라야 한다.

또한 이와 병행하여 小賣市場도 不公正去來를 해소하기 위한 方案이 모색되어야 하는 바 무엇보다 告示價格으로 上限線이 묶여있는 小賣價格을 自律化하여 產地市場의 生畜價格變動과 일치되도록 해야 한다. 그리고 輸入牛肉과 韓牛肉의 價格差가 심했는데 이들간에 二元化된 牛肉價格을 肉質에 따라 一元化하고 部位別로 等級하여 差等價格制를 실시해야 한다. 또한 쇠고기의 편중된 소비를 지양하기 위하여

日本과 같이 쇠고기와 돼지고기간의 價格差가 커지도록 유도하여야 한다.

이와같이 生體, 肢肉, 精肉의 流通効率化 方案을 流通機能을 중심으로 市場段階別로 접근하였으나 消費者行態의 側面에서 분배 肉質과 部位에 대한 消費者의 識別力이 없으므로 공신력있는 肉加工業體인 畜協이나 農開公이 주축이 되어 肉質과 部位 및 料理形態에 따라 等級化하여 包裝肉으로 판매토록 하되 部位에 따라 等級價格이 실현되는 행정조치가 뒤따라야 한다.

그리고 包裝單位도 消費者의 혼잡을 방지하고 購買能力을 고려하여 300g, 600g, 1kg, 2kg으로 모든 小賣商이 통일화하여 판매토록 유도하고 이러한 제도가 정착화되도록 流通主體 및 消費者에 대한 교육을 실시하며 충분한 행정적인 뒷받침이 이루어지도록 인력의 확보와 流通行政의 體系化가 이루어져야 한다.

이와같은 流通改善은 政府의 적극적인 개입으로만 이루어지는 것이 아니라 流通主體와 生産者, 消費者가 공동으로 대처할 때 効率化의 속도는 빨라지게 된다. 그러므로 위에서 제시한 流通効率化 方案의 실현을 위하여 國家의 주도하에 生産者, 消費者, 流通主體가 혼연일체가 되어 적극적으로 參與하게 될 때 우리가 바라는 效率의인 流通이 이루어지게 됨을 강조하는 바이다.