

# 일 본 의

## 양 계 현 황

[산란계편]

1. 역사적 배경
2. 생 산
3. 유 통
4. 소 비
5. 이 운
6. 정 책

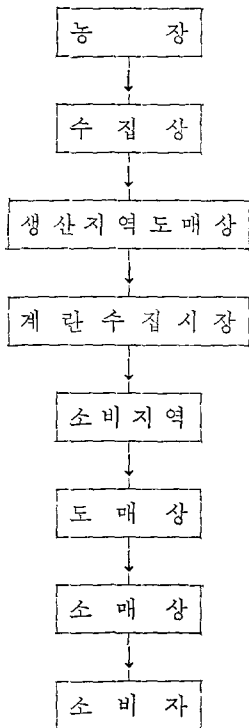
— 미 곡물협회 한국지부 제공 —

### 3. 유 통

한 때 잡다하던 일본의 계란유통은 3가지의 중요한 경로를 따라 발전하게 되었다. 이것은 ① 상업직 유통경로, ② 협동조합 유통경로, ③ 사료회사로 통한 경로이다.

#### 가. 상업적 유통경로

이것은 각각 독립된 개인상회로 구성되어 있



으며 7가지 단계를 거친다.

**농장**: 생산원에서 이미 언급된 바와 같이 산란계 양계업자들은 대규모 전업양계업자, 거래상의 협동을 위한 단지내의 양계업자, 경작을 겸하는 양계업자, 소규모 특수한 양계업자들을 포함한다. 농장은 계란을 생산하는 이외에 아주 간단한 계란의 검사를 할 책임이 있다. 파란은 등외의 품질이며, 파란이외의 모든 계란은 중량으로 판매된다. 총계란의 약 8%는 큰 농장이나 유통 중 중량에 따라 재차 등급별로 분류된다. 큰 양계장에서는 계란 가공공장에 납품하기 위해서 깨서 액상으로 내는 곳도 있다.

**수집상**: 여러 소규모 양계장에서 계란을 수집하여 생산지역 도매상에게 넘기는 사람으로 전후 초기에 특징을 이루었다. 그들은 자전거 혹은 도보로 계란을 운반했다. 지금은 드물지만 아직도 소수의 수집상들이 있어 교외의 소규모 양계장 사이에서 활동하고 있다.

**생산지역 도매상**: 이들은 초기에 수집상으로부터 성장했으며 큰 농장이나 수집상한테서 직접 계란을 수집하여 도시의 시장으로 수송하는 역할을 한다. 거기서 그들을 도시의 도매상에게 판매하는 거대한 수집시장에 계란을 위탁한다.

**수집시장**: 대도시의 시장에 계란을 위탁받아 도시의 도매상에게 경매조건으로 계란을 판매하는 계란수집기구로서 전후부터 시작되었다. 동경에는 5곳이 있고 오사카, 요코하마, 나고야, 교토, 교베, 기다규슈와 후쿠오카에 2곳, 삿포로, 센

다이, 히로시마에 각각 1곳이 있다. 이들은 지금 까지 구매 재정 또는 재고품 이란 것이 없었다. 단순히 매매를 위한 시장을 제공하는 것에 불과했으며 모든 거래에 대해 1~2%의 수수료만을 받았다. 이들은 도시로 들어가는 총 계란의 30~40%를 취급했다. 1968년부터 이들은 경매방법을 중지하고 지금은 직접 교섭에 의하여 판매하고 있다.

**도시지역 도매상** : 도시에 자리를 잡고 있으면서 이들은 매일 현금으로 수집시장에서 계란을 구입하여 소매상과 단계 소비자에게 운반해 주는 역할을 한다. 때로 재고가 약간 남기도 한다. 최근에는 직접 시장으로 운반해서 상당량을 팔기도 한다.

**소매상과 소비자** : 소매상은 10종으로 구분되며 전국적으로 구매 비율에 따라 분류하면 다음과 같다.

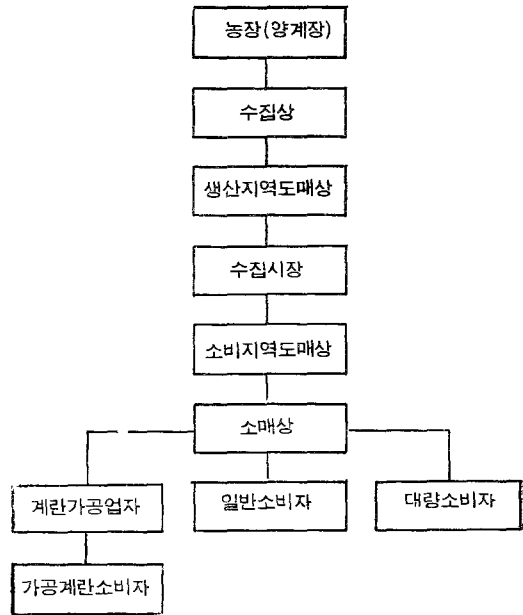
소매상의 종류	구매 비율
슈퍼마켓	30%
채소류 식품점	15%
식료잡화점	13%
정육점	10%
빵집	10%
쌀가게	10%
계란가게	5%
주류가게	3%
계육판매점	1%
총계	100%

평균 계란판매는 소매상 가게의 총 매출고의 10% 미만이며 평균 판매량은 가게당 매년 10kg들이 한류음 100~300전을 팔고 있다. 음식점이나 호텔 그리고 제과소와 마요네즈 생산업자와 같은 소비자들도 같이 계란 구입자로 고려했다.

### <상업적 유통경로는 활발하다>

7단계의 전통적 유통경로는 전후 초기부터 시작되었던 생산지역 도매상들에 의해 유통상태가 조절되었었다. 전후 초기엔 생산지역에 주로 수집상들이 드나들고 사육규모는 전반적으로 소규모일 때이다. 시장은 판매자에게 유리했으며 공급보다 수요가 더 컸다. 따라서 생산물의 유통문제가 중요했다. 50년대는 생산지역 도매상들의 세력이 판을 치고 있었으나 점차로 대규모

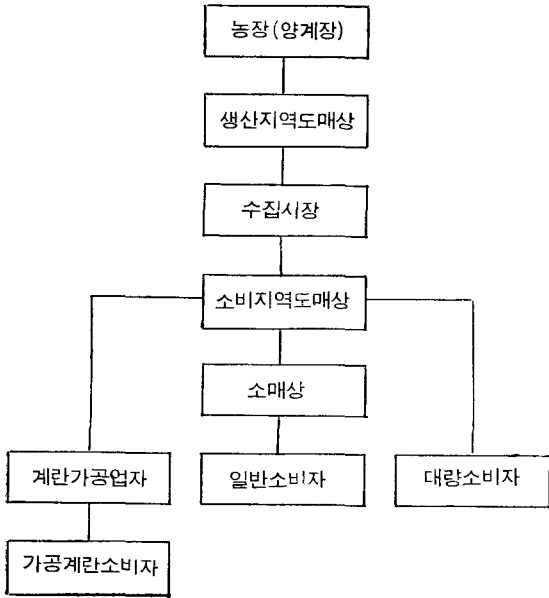
유통 제1형태—전통적



주 : 제1형태는 1960년대 이전에 유행했으며 지금은 거의 볼 수 없다.

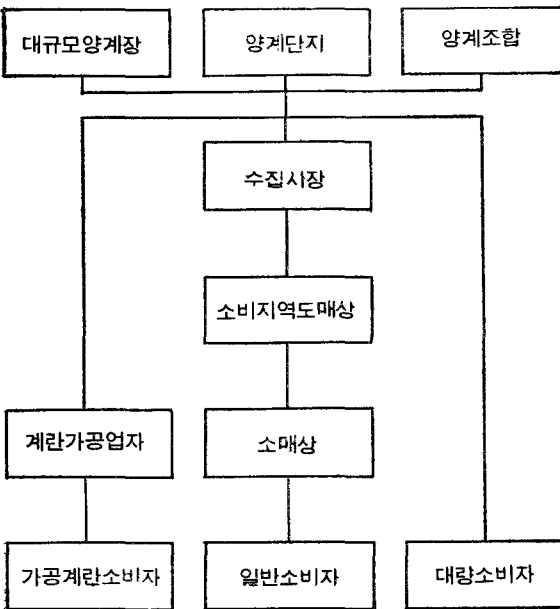
양계업자가 많이 나타나면서 수집상의 역할이 침체해 갔다. 60년대에 들어서면서 생산지역 도매상들은 그 힘을 잃게 되었다. 새로운 생산지역이 나타나고 그 지역의 도매상들은 형성되지 않았다. 이리하여 주요 도시 시장에 직접 판매하는 방법이 급격히 자리를 잡게 된 것이다. 더우기 60년대에는 계란의 수요—공급상태가 구매자위주의 시장이 되도록 전환되었다. 그래서 도시의 도매상들이 유통경로의 중심세력을 차지하게 되었다. 1963년부터 이들은 계란의 매매를 주름 잡기 시작하면서 세력을 확보했다. 이 당시에 도시로 들어오는 총 매매의 50%가 비공식적인 경매에 의한 것이었고 여러 수집시장에서 이루어졌다. 그러나 60년대 중반기부터 계란이 도시 시장으로 홍수처럼 밀려와 복잡한 경매방법을 유지하기가 어렵게 되었다. 더우기 거래량이 증가됨에 따라 개인 소유의 수집시장들의 세력은 날로 확장되어 가고 있었다. 중개인으로서 활동하기만 하면 되는 반면 장소를 제공하므로써 그들의 중요성은 막중했다. 실제로 그들은 소비지역 도매상과 함께 60년대에는 유통의 통제를 분담했다. 대량거래상 경매제도는 비효율적이기 때문에 수집시장은 1968년에 기존

표 8 제2형태 유통—일반적



주: 제2형태는 생산지역 도매상이 수집시장의 역할을 대치함으로써 시작되었으며 오늘날 가장 일반적인 형태이다.

표 9. 유통 제3형태—직접판매



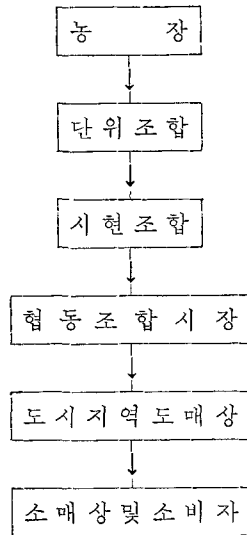
주: 대규모 또는 단체 양계업자들은 계란가공업자에게 직접 판매할 수 있다. 또 주요도시의 수집시장에 직접 판매할 수도 있고 단체 소비자에게 직접판매 한다.

의 경매제도를 폐지하고 그대신 전화를 가설하여 전화접촉에 의한 매매제도를 확립했다.

유통상 문제는 세력의 주도권이 수집시장의 편에 있기 때문에 일어난다. 양계업자는 인터뷰에서 수집시장이 얼마나 이익을 먹는지 알수가 없다고 불평을 한다. 수집시장은 이것에 답하기를 이윤은 최소이며 과거의 경매제도하에서 얻었던 1~2%와 별 차이가 없다고 한다. 이 문제를 밝혀낼 방법은 없다. 그러나 과거보다 조금 더 높은 이윤을 취할 것으로 믿고 있다.

나. 협동조합 유통경로

협동조합은 6단계의 유통경로를 갖고 있으며 다음과 같다.



농장: 양계조합은 양계농가가 사적조합으로 뭉친 그룹으로서 조합원의 이익을 목적으로 한 독립된 전국적인 조합이다. 양계조합에 속한 농가는 거의 2%에 달하며 그들은 총계란의 10%를 생산한다. 협동조합을 통해서 판매하는 양은 아직 미지수이다.

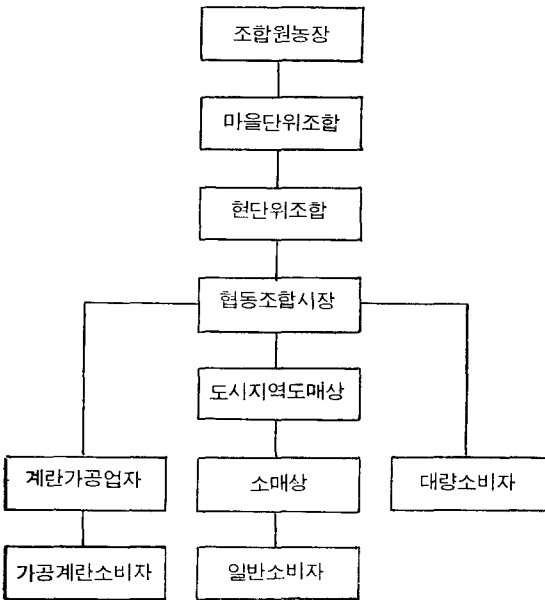
단위조합: 그들은 계란을 수집하여 현의 협동조합 계란수집센타로 수송한다. 지역단위 조합은행은 구입품의 공급계란의 판매에 대한 거래량을 기입하고 조합원의 장부에 차변과 대변을 정리한다. 단위조합은 행은 조합원에게 30일간의 용자를 해주고 있다.

현의 협동조합: 현의 조합은 게이자이렌 이라고 알려져 있고 현내의 계란을 수집하여 1~2%의 이익을 붙여 대도시의 시장에서 수집시장의 역

활을 하는 협동조합의 시장으로 보낸다.

도시지역 협동조합 : 제한렌이라고 알려져 있으며 계란을 위탁하여 조합원 농가의 이익을 위해서 판매한다. 이들은 대상고에서 1.8%의 수수료를 공제한다. 이들은 때때로 재고를 쌓아두는 역할도 한다.

표 10 : 협동조합 유통기구



협동조합의 유통을 통제하는 것은 제한렌 즉 회수시장이며 도시의 시장에서 모든 계란을 판매할 책임을 진다. 이 유통은 발달이래 상당히 정적이였다.

다. 사료회사 유통경로

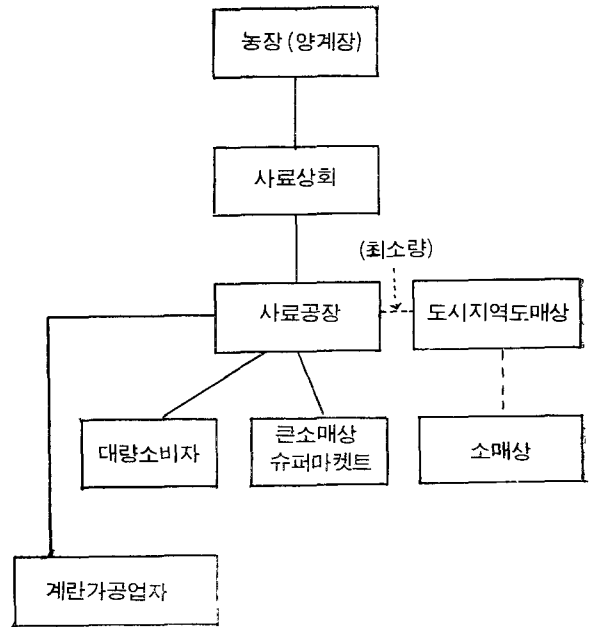
1965년 이래로 큰 사료회사가 계란유통분야에 발을 들여 놓았다. 이 방법은 유통상 가장 최선의 형태이다.

오늘날 계란 판매의 거의 35%가 사료상회를 통하여 있다.

사료상회는 소규모 농장에서는 현금 지불이지만, 이 이외에는 난대를 즉시 지불하지 않고 사육 규모에 따라 다르긴하다. 평균 30~40일 후에 지불한다. 큰 농장의 난대는 사료상회의 사료대와 어느 정도 평행을 이룬다.

대 농장 : 사료상회는 큰 양계장 고객에게 계란 거래를 노력한다. 양계장은 주로 양계조합, 독립된 전업양계농장들이다.

표 11 : 사료공장에 의한 유통



사료상회 : 이들은 사료 운반과 계란 수집하며 계란대금의 지불을 연기하여 사료대로 어느 정도 청산한다. 이들은 계란을 사료회사로 보낸다.

사료회사 : 계란 수집의 중추적인 역할을 하며 대도시의 시장에서 자리를 잡고 전화 거래로 직접 대단위 구입자에게 판매 한다. 어떤 사료회사는 그들 자신의 표준에 의거 계란을 등급별 분류한다. 또한 구입자에게 계란을 수송해 주며 정상 조건하에서는 보통 15~30일의 여유를 주고 대금을 받는다.

소매상 및 소비자 : 슈퍼마켓은 거의가 사료회사로부터 구입한다. 기타 큰 소매상 호텔 음식점 등 대량소비자들도 이들의 단골 고객이다.

사료회사 유통경로는 4단계이다.

