

수산물의 유통구조 개선에 관한 연구*

이 강 우**

A Study on Improving the Fisheries Products Distribution Structure

Lee, Kang-Woo

目	次
I. 서론	IV. 유통경로 분석
1.1 연구목적	4.1 유통단계 분석
1.2 연구방법 및 범위	4.2 유통기능 분석
II. 어종별 생산량, 계통출하 및 판매가격 동향	4.3 유통마진 분석
2.1 어종별 생산량 동향	V. 수산물유통의 문제점과 개선방안
2.2 어종별 계통 출하율 동향	VI. 결론
2.3 어종별 계통판매 가격의 동향	참고문헌
III. 어종별 유통경로	Abstract

Key words : fisheries products distribution, distribution channel, distribution function, distribution margin.

I. 서론

1.1 연구목적

우리나라는 수산물 유통을 개선하기 위하여 학계, 관계 및 업계에서 과거 여러 차례 유통구조의 개선을 시도하여 왔으나 현재까지도 유통구조의 개선을 위하여 관계분야에서 노력을 경주하고 있다. 수산물의 유통구조의 개선이 어려운 점은 품목별로 다단계의 다양한 유통경로를 취하고 있기 때문이다. 수산물이 일반 상품과는 달리 다양한 유통경로를 취하는 것은 수산물의 산지가 전국적으로 분산되어 있을 뿐만 아니라 생산이 영세하고, 또한 수산물을 최종 소비자에게 판매하는 소매상도 다수로 서 영세하기 때문에 생산자와 소비자의 중간에서의 공급의 조절, 상품의 집배, 대금결제 등을 행하는

* 이 논문은 부경대학교 1998년 2학기 교수 연구년 연구비지원에 의하여 수행되었음.
** 부경대학교 교수

전문 상업기관으로서 중간업자가 필요하다는 점이다. 또한, 수산물은 계획생산이 어려울 뿐만 아니라 거래상에 있어 위험부담이 매우 크며, 상품의 규격성, 저장성이 낮고, 품목이 다양하기 때문에 대량의 현물을 특정한 장소에 集荷하여 집중적으로 거래를 함으로서 적정 가격을 형성하게 하고, 다양한 소비에 대응하여 능률적으로 集荷, 分荷가 이루어져야 하기 때문이다.(木村泰三, 1969)

지금까지 수산물의 다단계 유통과정에서 파생되는 고비용의 유통마진을 줄이기 위한 수산물의 유통시장에 대한 정부의 주요 시책을 시계열별로 정리하면 다음과 같다.

1980년 8월에 수산청 고시 제80-14호에 의거 부산, 인천, 속초, 군산항에 양육되는 수산물에 대하여는 소비지 도매시장으로 직출하할 수 있도록 조치하였으며, 1990년 8월 수산청 고시 제90-16호에 의거 부산, 인천, 속초, 군산 이외에 목포, 여수 등 6개 어항에 대해서는 임의상장제를 도입하여 소비지 도매시장으로의 직출하제를 실시할 수 있도록 조치하였다.

그후 1993년 6월 제7차 농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률(이하 농안법이라 함)의 개정에 의하여 소비자단체, 소매상, 협동조합, 소비지 지정도매법인이 산지 공판장의 경매에 참가하여 직접 구매할 수 있게 하여 유통경로의 다원화를 제도화하였으며, 1994년 5월 농안법 파동 이후 1994년 11월에 시행된 제8차 농안법 개정에서는 중도매인의 영업범위를 중개에 한정하든 것을 도매업을 원칙으로 하고 예외적으로 중개영업도 가능하도록 하는 한편 산지 수집상 등록제를 도입하여 도매시장, 공판장에 등록하여 수산물을 수집·출하하도록 조치하였다. 이후 1995년 3월부터 1997년 9월까지 3단계에 걸쳐 100개 품목에 대하여 산지 어획물 자유판매제를 실시하여 그동안 시행되어 왔던 강제상장제가 폐지되기에 이르렀다.

따라서 생산자는 산지 어획물 자유판매제의 도입으로 다양한 유통경로를 선택할 수 있고, 대형 유통업체, 수출회사, 가공업자, 냉동창고업자, 객주 등과 직거래할 수 있는 가능성이 증대되었다.(김현용, 1998) 그러나 이러한 정부의 시책에도 불구하고 현행의 수산물의 유통경로는 여전히 크게 개선되고 있지 않고 있다는 것이 수산물 유통의 문제점이다.

현재 우리나라에서 이루어지고 있는 수산물의 계통출하를 개관하면 생산자로부터 어획된 수산물이 산지 위판장의 중도매인을 중심으로 1차 경매가 이루어져서 수산물의 소유권이 중도매인에게 이전된 후, 소비지 도매시장의 중도매인에 의하여 2차 경매가 이루어져서 수산물의 소유권이 소비지 도매시장의 중도매인에게 이전된다. 소비지 도매시장의 중도매인에게 이전된 수산물은 다시 도매상, 유사도매시장 및 소매상으로 유통된 후 비로소 최종 소비자에 이르게 된다.

이와 같이 수산물의 소유권이 여러 단계에 걸쳐 이전되는 과정에서 필수적으로 생산자의 수취가격과 소비자 지불가격의 차액 즉 유통마진이 발생하게 된다. 일반적으로 수산물의 유통마진은 생선품목, 유통단계의 길이 및 경로 등에 따라서 각각 다르게 나타날 것이다. 조용훈(1998)의 어종별 유통마진율에 대한 조사에 의하면 고등어와 갈치의 유통마진율이 각각 52.9%(98년 조사), 48.6%(97년 조사), 냉동오징어와 물오징어의 유통마진율은 각각 42.9%, 47.2%(97년 조사)로 나타났다. 한편 해양수산부(1999년)의 수산진흥종합대책에 의하면 수산물의 소비자 구입가격을 100%로 할 때, 생산자 수취가격이 차지하는 비율이 57%, 유통마진이 차지하는 비율이 43%로 나타났으며, 유통마진을 단

계별로 보면 출하단계 21%, 도매단계 23%, 소매단계 56%로 유통마진이 소매단계에서 가장 많이 발생하고 있는 것을 알 수 있다.

이에 본 연구는 우리나라 연근해의 어선어업에서 생산되고 있는 10개의 대중어종을 대상으로 실증적으로 어종별 유통경로를 조사하고 이를 토대로 선어의 유통경로에 대한 분석을 실시하여 유통마진을 절감할 수 있는 대안을 도출하고 생산지의 유통주체인 산지 중도매인과 산지 유통기관인 위판장을 중심으로 유통구조의 개선방안을 제시하고자 한다.

1.2 연구방법 및 범위

본 연구에서는 먼저 문헌을 토대로 수산물유통의 성격을 고찰하고, 1993년부터 1998년까지의 수산연감의 어종별 어업별 생산량을 토대로 비교적 생산량이 많고 일반 대중이 선호하는 10개 어종을 선정하여 유통경로 조사대상 어종의 범위를 한정하고, 먼저 이들 어종에 대한 생산량, 계통출하율 및 판매가격에 대한 동향을 분석하였다. 그리고 이들 10개 어종의 유통경로를 조사하기 위하여 2차에 걸쳐서 산지 위판장에서 조사하는 중도매인과 수협의 판매과장을 중심으로 면접방법에 의한 실증조사를 실시하였다.

어종별 유통경로 1차 조사는 1999년 6월 14일부터 1999년 6월 19일까지 실시하였으며, 조사지역은 포항, 삼척, 동해, 속초, 서울, 인천, 군산, 법성포, 목포 및 여수지역의 위판장을 방문하여 조사하였다. 어종별 유통경로 2차 조사는 1999년 7월 25일부터 1999년 7월 28일까지 시행하였으며, 조사지역은 완도, 고흥, 삼천포, 통영지역의 위판장을 방문하여 조사하였다.

다음에 조사결과인 어종별 유통경로도를 토대로 유통단계 분석, 유통기능 분석 및 유통마진 분석을 실시하여 유통구조 개선을 위한 대안을 제시하였다.

Ⅱ. 어종별 생산량, 계통출하 및 판매가격 동향

본 연구대상 어종인 10개 어종에 대하여 연도별로 생산량, 계통출하 및 계통판매 가격의 추이를 보면 <표 1>과 같다. 이하에서는 <표 1>의 시계열 자료를 토대로 어종별로 생산량, 계통 출하율, 계통판매 가격의 추이에 대하여 검토하기로 한다.

2.1 어종별 생산량 동향

<표 1>에서 일반해면어업의 어종별 생산량 추이를 보면 명태·참조기·갈치·붕장어는 1994년 이후 대체적으로 생산량이 감소추세에 있고, 넙치류·고등어·오징어는 1996년도 생산량이 피크를 이룬 이후 감소추세에 있으나 멸치는 1994년 이후부터 대체적으로 생산량이 증대되고 있다. 한편 어종별로 연도별 생산량의 변동정도를 보면, 꽁치·삼치·고등어·참조기는 변동폭이 상대적으로 큰 반면 멸치·갈치는 타 어종에 비하여 변동폭이 상대적으로 작게 나타났다(<표 1>의 비율 참조). 그러나 대상어종 전체적으로 볼 때 평균 생산량에 대한 범위의 변동비율이 41.11%에서

182.46%사이에서 분포하고 있어 생산량의 변동폭이 매우 크다는 사실을 알 수 있다.

2.2 어종별 계통 출하율 동향

<표 1>의 계통 출하율의 평균을 보면, 붕장어(60.0%)와 넙치류(82.4%)를 제외한 모든 어종이 90% 이상으로 매우 높게 나타났으며, 계통 출하율이 낮은 어종은 연도별 계통출하율의 변동폭이 큰 것으로 나타났다. 특히 계통 출하율이 높은 갈치·고등어·참조기·오징어의 계통 출하율의 변동비율은 1%미만으로 거의 연도별로 변동이 없는 것으로 나타났다. 이상에서 본 바와 같이 연도별 계통 출하율이 높은 것은 우리나라 선원의 임금지불방식이 보합제를 택하고 있어 선주가 수취단가가 높다고 하여 어획물 자유판매에 의한 사매매를 할 경우 선주와 선원간에 불신으로 인한 마찰이 우려되기 때문에 계통출하에 의존하고 있다고 할 수 있다. 한편 붕장어와 넙치류의 계통 출하율이 다른 어종에

<표 1> 어종별 연간생산량, 계통출하량 및 계통 판매가격 단위 : 톤, %, 원/kg

어종명	구분	1994	1995	1996	1997	1998	평균(m)	범위(r)	비율(r/m)
넙치	연간 생산량	2,035	1,194	2,317	1,592	2,002	1,828	1,124	0.6149
	계통 출하율	83.1	81.5	79.2	85.9	-	82.4	6.0	0.0728
	계통판매 가격	9,586	9,015	7,950	9,939	8,817	9,061	1,989	0.2195
명태	연간 생산량	7,605	6,903	4,445	6,373	6,232	6,312	3,160	0.5006
	계통 출하율	95.5	94.5	91.4	97.7	-	94.8	6.3	0.0665
	계통판매 가격	1,975	2,843	3,647	2,613	2,408	2,697	1,672	0.6200
참조기	연간 생산량	37,212	25,173	22,894	21,769	15,011	24,417	22,201	0.9094
	계통 출하율	99.5	99.1	99.6	99.9	-	99.5	0.8	0.0080
	계통판매 가격	4,856	6,540	8,653	7,901	7,661	7,122	3,797	0.5331
갈치	연간 생산량	101,052	94,596	74,461	67,170	74,851	82,426	33,882	0.4111
	계통 출하율	99.7	99.7	99.8	99.8	-	99.8	0.1	0.0010
	계통판매 가격	1,832	2,333	3,074	2,600	2,490	2,466	1,242	0.5036
붕장어	연간 생산량	21,703	19,667	17,314	19,136	11,913	17,947	9,790	0.5455
	계통 출하율	60.5	60.0	62.3	57.2	-	60.0	5.1	0.0850
	계통판매 가격	3,474	3,541	3,840	3,853	3,638	3,669	379	0.1033
멸치	연간 생산량	193,398	230,679	237,128	230,911	249,519	228,327	56,121	0.2458
	계통 출하율	92.9	93.7	85.3	88.1	-	90.0	8.4	0.0933
	계통판매 가격	1,119	863	1,260	1,043	946	1,046	397	0.3795
고등어	연간 생산량	210,442	200,481	415,003	160,448	172,925	231,860	254,555	1.0979
	계통 출하율	99.9	99.2	99.9	99.9	-	99.7	0.7	0.0070
	계통판매 가격	453	649	350	734	879	613	529	0.8630
삼치	연간 생산량	8,667	17,429	6,419	11,173	22,809	13,299	16,390	1.2324
	계통 출하율	94.2	98.2	98.1	98.7	-	97.3	4.5	0.0462
	계통판매 가격	2,890	1,993	2,490	2,539	1,870	2,356	1,020	0.4329
꽂치	연간 생산량	3,095	6,544	9,687	18,626	4,609	8,512	15,531	1.8246
	계통 출하율	97.2	98.1	97.7	98.1	-	97.8	0.9	0.0092
	계통판매 가격	964	899	1,087	815	813	916	274	0.2991
오징어	연간 생산량	189,572	200,897	252,618	224,959	163,016	206,212	89,602	0.4345
	계통 출하율	99.0	99.2	99.2	99.4	-	99.2	0.4	0.0040
	계통판매 가격	1,703	1,548	1,425	1,102	1,523	1,460	601	0.4116

자료 : 한국수산업, 수산연감, 1995-1999

비하여 낮은 것은, 이들 어종은 활어 유통비율이 높은 어종으로 산지의 활어 위판장 시설이 부족하고 활어상태로 소매에 의한 수출판매를 하기 때문이다.

2.3 어종별 계통판매 가격의 동향

<표 1>에서 일반해면어업에서의 5개년간의 어종별 계통판매 가격의 추이를 보면, 삼치·오징어는 1994년도, 명태·참조기·갈치·멸치·꽂치는 1996년도, 넙치류·붕장어는 1997년도에 계통판매 가격이 가장 높았으며 이후 감소추세에 있다. 예외적으로 고등어의 계통판매 가격은 1996년도에 최저 가격을 형성한 이후 계속 상승추세에 있다. <표 1>에서 어종별 계통판매 가격의 변동비율을 보면, 고등어·명태·참조기·갈치의 계통판매 가격의 변동비율이 50%이상으로 높고, 붕장어·넙치류·꽂치의 계통 판매가격의 변동비율이 30%이하로 비교적 낮다.

이상의 시계열 자료분석을 통해서 알 수 있는 바와 같이 고등어를 제외한 모든 어종의 최근 생산량이 감소 추세에 있고 더불어 판매가격도 하락하는 추세를 보이고 있어서 연근해 어선어업에 있어서의 수익성의 감소는 매우 크게 나타날 것으로 예상된다.

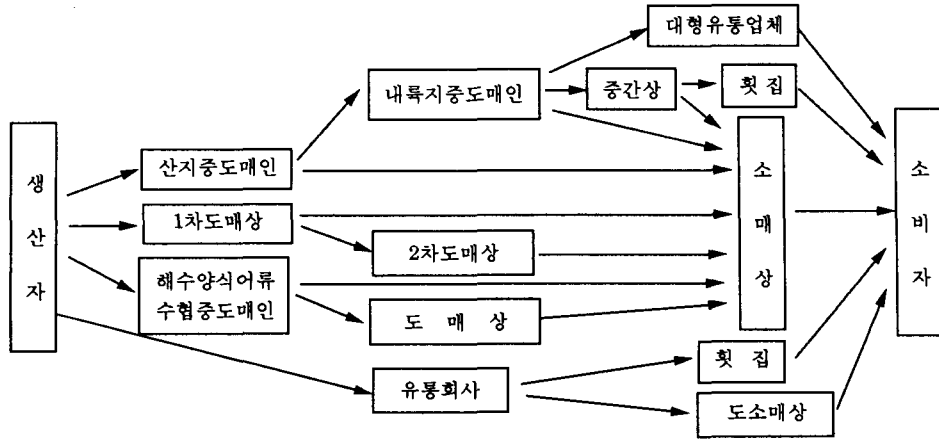
Ⅲ. 어종별 유통경로

우리나라 연근해에서 어획 또는 양식되어 생산되는 조사대상 어종을 대상으로 어종별로 유통경로를 조사한 결과는 다음과 같다. 다음에 제시한 유통경로 도표에는 기록의 편익상 산지 수협위판장이거나 내륙지 도매시장 및 수협 공판장은 표기하지 않고 단지 산지 중도매인이나 내륙지 중도매인으로만 표기하였다.

1. 넙치의 유통경로

넙치는 과거 양식이 행해지기 전에는 주로 대형기선저인망이나 서남구 기선저인망어업에서 대부분 어획되었으나 현재는 양식기술의 개발로 남해안과 제주도를 중심으로 생산량이 대폭적으로 증대됨에 따라서 소비의 대부분을 양식산 넙치가 차지하고 있는 실정이다. 따라서 양식산 넙치의 유통은 산지 활어위판장의 시설미비와 위판가격의 불확실성으로 인하여 대부분의 양식어민이 비계통 출하 형태로 유통시키고 있다. 삼천포의 경우 양식산 활어넙치의 유통경로의 형태는 1)생산자→1차도매상(수집상)→소매상→소비자, 2)생산자→해수어류양식수협→도·소매상→소비자, 3)생산자→한국측 수출대행사→일본측 수입대행사→수출의 경로로 유통되고 있다. 한편 자연산 넙치활어는 생산자→산지 중도매인→소매업자→소비자의 경로로 유통되고 있다. 완도지역의 양식산 넙치의 유통경로는 1)생산자→유통회사→내륙지 도소매상, 횡집→소비자와 2)생산자→횡집→소비자로 나타났으며, 양식산 넙치의 위판실적은 없는 것으로 조사되었다. 완도지역의 양식산 넙치는 산지 수협 중도매인의 구매능력부족으로 대부분 현지의 유통회사를 경유하여 유통되고 있으며, 유통회사의 수수료는 생산자와 구매자로부터 각각 판매대금의 1%로 현지 수협의 위판수수료 4%보다 낮게 조사되었다. 한편, 자

수산경영론집



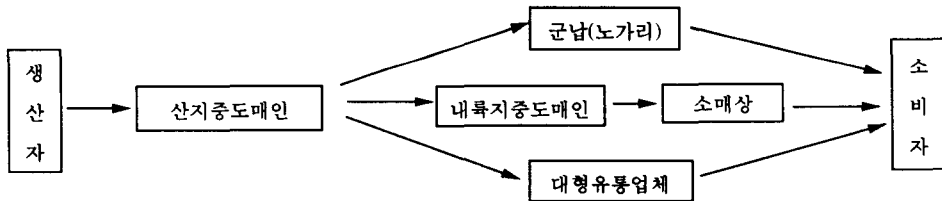
<그림 1>넙치의 유통경로

연산 넙치 선어의 유통경로는 생산자→산지 중도매인→내륙지 중도매인→내륙지 도소매상→소비자로 조사되었다. 이상의 두지역과 기타 조사지역의 넙치의 유통경로를 요약하면 <그림 1>과 같다.

2. 명태의 유통경로

과거 명태의 유통은 선어와 건어물인 복어의 형태로 유통되어 왔으나 근년에 이르러 연근해산 명태 생산량이 대폭적으로 감소하여 현재 연근해산 어획량은 거의 전량이 선어상태로 유통되고 있으며, 황태나 복어 및 동태 등은 모두 원양산으로 가공되고 있다.

연근해산 명태의 주요 위판장은 강원도로서 주요 양육항인 고성, 삼척 및 동해를 중심으로 조사하였다. 3개 조사지역 모두 어대금의 수급관계와 물량소화 문제로 인하여 연근해산 명태는 거의 전량이 선어로서 계통출하되고 있으며, 유통경로도 동일하게 조사되었다.(<그림 2>참조) 한편, 이들 수협의 위판수수료는 4%이며, 산지 중도매인으로부터 마트나 백화점 등 대형 유통업체로의 직출하가 전체 물량의 약30%로서 매우 높게 나타났다.

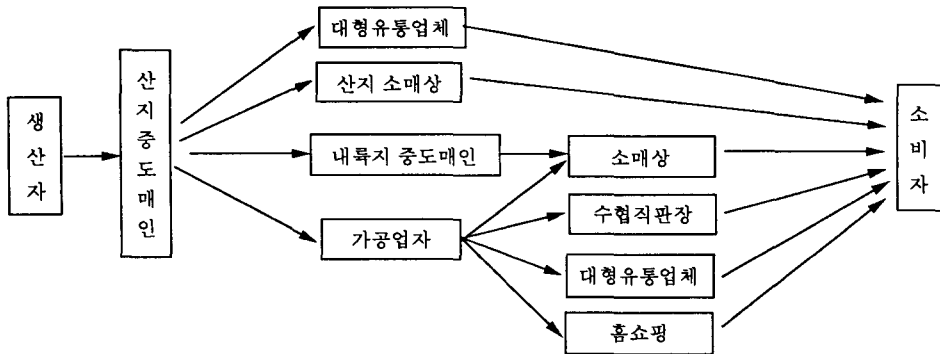


<그림 2> 명태(선어)의 유통경로

3. 참조기의 유통경로

참조기는 과거 서해안을 중심으로 어획되었으나 근년에는 어자원의 감소로 인하여 연안산은 거의 없고, 대부분 동중국해 근해에서 어획되어 유통되고 있다. 참조기의 주요 위판항은 안강망어업의 주

수산물의 유통구조 개선에 관한 연구



<그림 3> 참조기의 유통경로

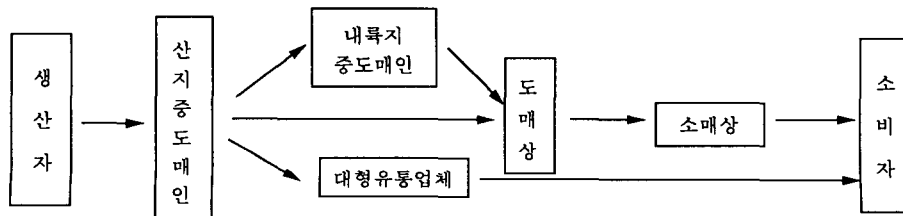
요 선적항인 인천, 군산, 목포, 여수 등이다. 따라서 참조기의 유통경로 조사도 이들 항구와 염장굴비의 주요 가공지역인 범성포를 중심으로 조사하였다.

참조기의 유통은 크게 선어 유통과 염장조기(굴비) 유통으로 구분된다. 선어유통의 산지 소비물량은 산지 중도매인을 거쳐 소매상에 인도된 후 산지 소비자에게 유통되고, 내륙지 소비자에게 판매될 물량은 생산자→산지 중도매인→내륙지 중도매인→소매상→소비자의 형태와 생산자→산지 중도매인→마트, 백화점→소비자의 형태로 유통된다. 한편 염장조기는 생산자→산지 중도매인→가공업자→수협직판장, 대형 할인업체, 소매점, 홈쇼핑→소비자의 형태로 유통된다.(<그림 3>참조)

4. 갈치의 유통경로

갈치는 안강망이나 저인망어법에 의해 대부분 어획되어 냉동 및 냉장된 상태로 유통되며, 어획시 어망에 의한 어체의 손상도가 크기 때문에 비교적 저가의 냉동상태로 유통된다. 그러나 채낚기나 연승에 의해 어획된 갈치는 선도가 좋고 크기 때문에 고가로 선어상태로 유통되며, 선도유지를 위하여 유통기간이 매우 빠르다는 특징이 있다. 따라서 갈치의 유통은 선어유통과 냉동상태의 유통으로 구분할 수 있으며, 선어유통은 산지 중도매인(제주도)에게 경락된 후 항공수송에 의해 내륙지 중도매인, 도매상 및 대형 유통업체를 거쳐서 소비자에게 판매된다.

냉동상태의 갈치유통은 안강망어업의 주요 선적항인 인천, 군산, 목포, 여수와 대형기선저인망어업의 주요 선적항인 부산과 마산 등으로 양륙되어 위판된다. 따라서 본 연구에서는 이들 항구를 중심으로

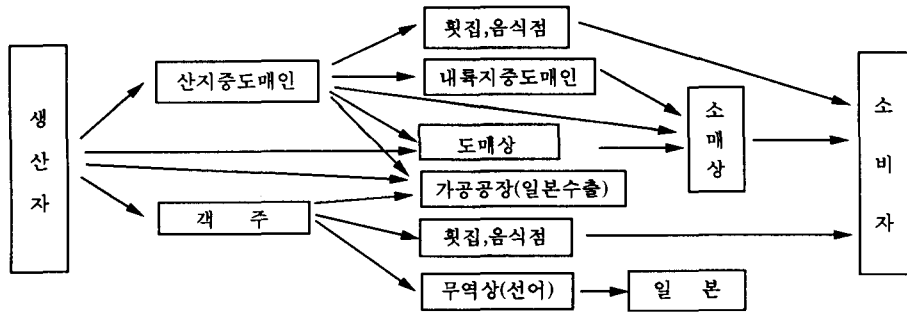


<그림 4> 갈치의 유통경로

로 갈치의 유통경로를 조사하였다. 이상 갈치의 유통경로도 살펴보면 다음과 같다.(<그림 4>참조)

5. 붕장어의 유통경로

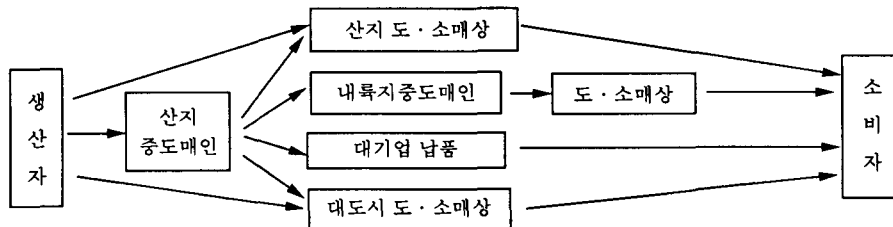
붕장어는 일본국민이 활어로 즐기는 어종으로 과거에는 국내산 붕장어의 대부분이 수집상과 무역상을 거쳐서 일본으로 수출된 어종이다. 현재 우리나라의 붕장어의 어획은 장어통발어업과 기선저인망어업 및 연승어업 등으로 생산된다. 붕장어 어획의 주종을 이루고 있는 통발어업에서 어획된 붕장어는 활어상태로 유통되며 해상에서 수집상에 의거 수집되어 무역상을 통하거나 가공공장에서 가공된 후 일본으로 수출되거나, 도매상, 소매상, 횡집 등으로 출하된다. 한편 기선저인망어업에서 어획된 붕장어는 선어상태로 유통되며, 산지 중도매인, 횡집, 도매상, 소매상 등으로 출하되어 최종 소비자에 이르게 된다.(<그림 5>참조)



<그림 5> 붕장어(아나고)의 유통경로

6. 건멸치의 유통경로

멸치의 어획은 주로 기선권현망어업, 근해유자망어업 및 정치망어업을 통하여 이루어 진다. 멸치의 유통은 기선권현망어업에서 어획된 멸치는 건멸치로 가공되어 유통되고, 유자망어업이나 정치망어업에서 어획된 멸치는 것갈류로 가공되어 유통된다. 여기서 건멸치를 중심으로 유통경로를 살펴보면, 생산자인 어민이 직접 가공하여 대부분 산지 수협 중도매인을 통하여 출하하고, 일부를 내륙지도·소매상이나 산지도·소매상에게 판매하고 있다. 생산자로부터 건멸치를 매취한 산지 중도매인은 내륙지 중도매인이나 내륙지도·소매상으로 대부분을 출하하고 일부를 산지도·소매상 및 대기업 등에 납품한다.(<그림 6>참조)

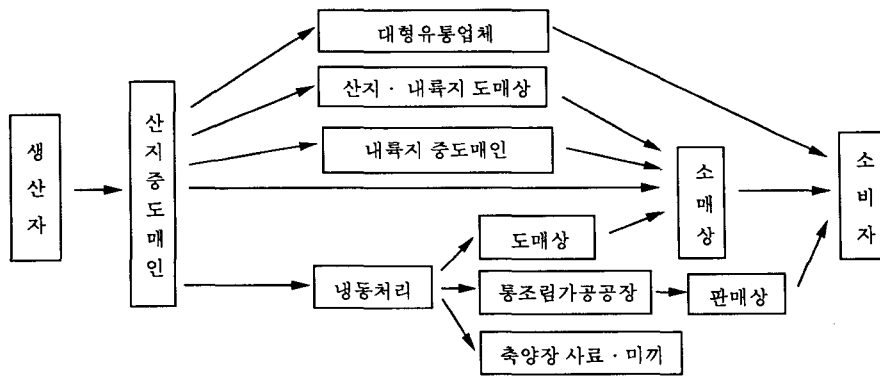


<그림 6> 건멸치의 유통경로

7. 고등어의 유통경로

고등어는 목포항을 기지로 남서부 해역, 제주도 서방 및 서남방 해역을 중심으로 한 안강망어업과 부산항을 출항하여 제주도 연근해, 대마도 부근 등을 중심으로 한 대형선망어업에서 주로 어획된다. 그 외에 기선저인망어업이나 정치망어업에서도 일부가 어획되고 있으나 대형선망의 어획물이 거래 비중의 90%이상을 차지하고 있다. 거래비중의 90%이상을 차지하고 있는 대형선망에서 어획된 고등어는 선어형태로 유통되기 때문에 양육시설과 냉장시설이 구비되어 있고 또한 다량의 물량을 거래할 수 있는 중도매인 체계가 갖추어져 있는 대형 위판장에서만 위판이 가능하다.

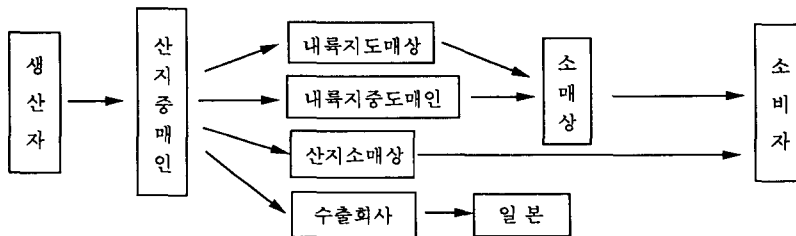
고등어의 유통경로는 대부분 생산자로부터 산지 중도매인에게 양도된 후 선어상태와 냉동상태로 유통된다. 선어유통은 산지 중도매인으로부터 내륙지 중도매인, 산지 및 내륙지 도매상, 대형 유통업체 등으로 유통되어 소비자에게 도달하게 된다. 한편 냉동유통은 냉동창고에 일정기간 입고된 후 냉동상태로 재유통되거나 통조림 가공공장, 축양장 사료 및 미끼용으로 유통된다.(〈그림 7〉참조)



〈그림 7〉 고등어의 유통경로

8. 삼치의 유통경로

삼치는 선망, 유자망, 낭장망, 정치망 및 채낚기어업 등에서 어획되고 있으나 근년에는 자원의 감소로 인하여 선망이나 기선저인망어업에서 주로 어획되고 있다. 삼치의 유통은 어획된 후 단시간내에 사망하는 관계로 선어상태로 유통되고 있으며, 생산자로부터 산지 중도매인을 거쳐 일본으로 수출되거나 내륙지 중도매인이나 도·소매상을 거쳐 국내의 소비자에게 도달되고 있다. 수출용 삼치는



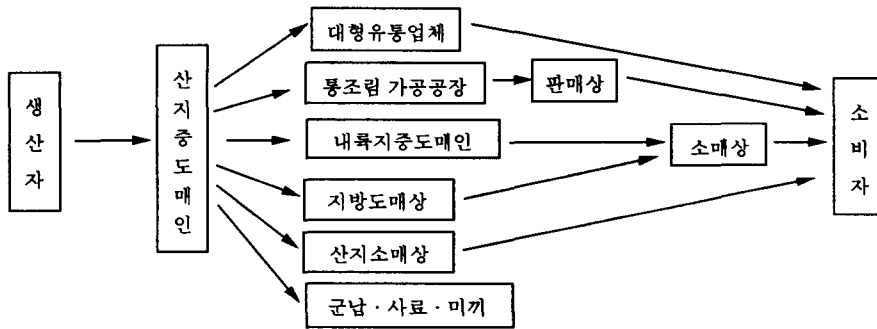
〈그림 8〉 삼치의 유통경로

무게가 1Kg이상이고 선도가 좋은 경우이며, 수출국은 일본이다. 생산자가 산지 소매상이나 식당 등에 직접 공급하는 삼치는 정치망어업에서 어획되는 물량의 일부이다.(<그림 8>참조)

9. 꽁치

꽁치는 지역별로는 동해안에서 대부분이 어획되며, 90%이상이 유자망어업에서 채포되며 나머지는 대형기선저인망이나 정치망 및 붕수망어업에서 어획되고 있다. 또한 꽁치는 냉수성 어종으로 어획기가 봄철(4월, 5월, 6월)과 가을철(10월, 11월)에 집중되어 있다. 따라서 꽁치의 경우 어획기가 봄철과 가을철로 한정되어 있어 생산의 계절성이 커서 연중 소득의 불균형을 초래하여 꽁치유자망업체 수가 감소하는 추세에 있어 생산량도 과거에 비하여 매우 저조한 실정이다. 본 조사에서는 포항, 삼척, 동해 및 고성 of 산지 위판장을 중심으로 꽁치의 유통경로를 조사하였다.

꽁치의 유통은 횡감으로는 거의 이용되지 않고 주로 선어나 통조림 가공원료로서 유통되고 있다. 꽁치의 유통경로는 선상에서 빙장상태로 보관된 후 수협 위판장에서 산지 중도매인에게 이전된 후, 서울 소비지공판장(40%), 대형 유통업체(30%), 지방 도매상(10%), 군납·사료·미끼 등(20%)으로 유통되어 최종 소비자에 이르게 된다.(<그림 9>참조)



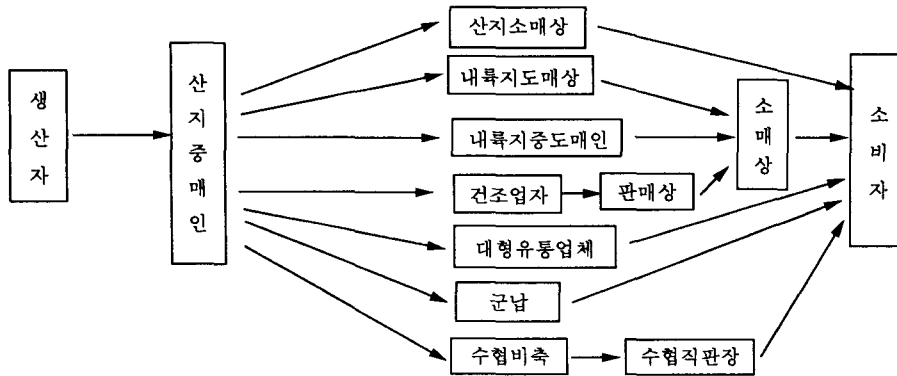
<그림 9> 꽁치의 유통경로

10. 오징어의 유통경로

연근해산 오징어는 채낚기·유자망·선망·저인망·정치망 등의 어업에서 어획되며, 대표적인 업종은 채낚기어업이다. 채낚기어선은 냉동장치를 갖는 냉동선과 냉동장치가 없는 빙장선이 있다. 최근에 와서 원양산 오징어의 대량반입에 선어오징어의 가격이 하락하자 빙장선과 냉동선을 당일 조업으로 전환하고 활어를 채포하여 소득증대를 도모하는 추세에 있다. 어획된 오징어는 주로 선원에 의해 선별·포장된 후 냉동물량은 선내에서 급냉시키고, 선동물량은 스티로폴 상자에 빙장하여 위판하게 된다.

오징어의 유통은 물량기준으로 볼 때 냉동오징어, 건오징어, 선어 및 활어의 순으로 유통되고 있으며, 활어의 구성비가 증가추세에 있다. 냉동오징어의 유통은 산지 중도매인을 거쳐서 내륙지 중도매인, 내륙지 도매상, 수협·정부비축 및 군납, 건조업자로 유통된다.

수산물의 유통구조 개선에 관한 연구



<그림 10> 오징어의 유통경로

선어상태의 오징어는 연안 채낚기어업에서 주로 어획되며, 선어유통은 생산자에서 산지 중도매인에게 소유권이 이전된 후 내륙지 도매상, 산지 소매상 및 대형 유통업체로 유통된다. 활오징어의 유통은 정치망어업과 연안 채낚기어업에서 어획되며, 활어상태로 활어 위판장의 중도매인을 거쳐서 산지 소매상과 내륙지 도매상으로 유통된다.(<그림 10>참조)

IV. 유통경로 분석

4.1 유통단계 분석

일반적으로 유통경로는 크게 유통기능의 양적 분화가 없는 직접유통경로와 유통기능의 양적 분화가 있는 경우(중계기구 개재의 경우)의 간접유통경로로 대별된다.(옥선중, 김웅진 1997) 본 연구에서 제시한 유통경로 조사결과에 의하면 선어의 주요 유통경로는 주로 생산자로부터 중계기구를 거쳐 거래되고 있으므로 간접유통경로를 취하여 유통되고 있다고 할 수 있다.

여기서는 앞 장에서 제시한 10개 어종에 대한 유통경로를 토대로 선어유통을 중심으로 생산자와 소비자사이의 유통단계에 대하여 살펴보고, 선어의 일반적인 유통경로를 탐색하기로 한다. 여기서의 유통단계는 유통경로상에 존재하고 있는 개별주체의 수에 따른 차원이다.

본 연구의 유통경로 조사결과에 의하면 10개 어종의 어획물이 모두 생산자로부터 산지 중도매인에게 출하되고 있는 것으로 조사되었다. 이는 <표 1>의 10개 어종 계통출하율에서 넙치와 붕장어의 평균 계통출하율은 각각 82.4%, 60.0%로서 약간 저조한 편이나 나머지 어종은 모두 90%이상의 계통출하율을 나타내고 있어서 10개 어종이 모두 생산자로부터 산지 중도매인을 거쳐서 유통되고 있다고 할 수 있다. 따라서 여기서는 산지 중도매인으로부터의 선어의 출하경로를 어종별로 비교하여 어종간의 차이와 특징을 알아보려고 한다.

<표 2>는 앞 장에서 제시한 어종별 유통경로도들을 토대로 작성한 것으로 산지 중도매인으로부터의 어종별 출하경로를 나타낸 것이다. <표 2>에서 보면 산지 중도매인으로부터의 출하경로의 유형은 내륙지 중도매인, 도·소매상, 대형 유통업체, 가공업자, 군납업자, 축양업자, 어선업자 및 수출업

<표 2>산지 중도매인의 어종별 출하경로

어종명	내륙지 중도매인	도·소 매상	대형유 통업체	가공 업자	군납 업자	축양 업자	어선어업 자(미끼용)	수출 업자
꽁치	0	0	0	0	0	0	0	
고등어	0	0	0	0		0	0	
오징어	0	0	0	0	0			
참조기	0	0	0	0				
명태	0		0		0			
붕장어	0	0		0				
갈치	0	0	0					
넙치	0	0						
삼치	0	0						0

주 : 표중의 0표는 산지 중도매인으로부터의 출하경로를 표시한 것임.

자로 나타났으며, 어종별로 출하경로의 유형의 수를 크기 순으로 보면 꽁치(7), 고등어(6), 오징어(5), 참조기(4)의 순이다. 선어유통에 있어서 이들 어종의 출하경로의 유형의 수가 많은 것은 이들 어종이 일반 소비자의 식용과 더불어 가공용, 축양업자의 사료용, 어선어업의 미끼용 등으로 사용되고 있어 용도의 다양성으로 인하여 출하경로도 다양한 것으로 나타나고 있다고 볼 수 있다. 따라서 선어의 경우 산지 중도매인으로부터의 출하경로의 다양성은 선어의 용도에 의존하고 있다고 할 수 있다. 한편 내륙지 중도매인으로부터의 선어의 출하경로는 산지 중도매인과는 달리 대부분의 어종이 일반 소비자를 대상으로 소매상이나 도매상으로 출하되고 있는 것으로 나타났다. 이는 산지 중도매인이 식용, 가공용, 군납용, 수출용, 축양장 사료 및 어선어업에 사용하는 미끼용 선어 등을 취급하고 있는 반면에 내륙지 중도매인은 주로 소비자가 식용으로 이용하는 선어만을 유통시키고 있기 때문이다.

이상에서 선어의 일반적인 유통경로는 생산자→산지 중도매인→내륙지 중도매인→도매상→소매상→소비자 라고 할 수 있다. 이는 대중 선어류의 97%가 산지 위판장과 소비지 도매시장을 통하여 유통되고 있으며(김광근, 1992), 산지 중도매인의 선어류의 판매처별 비율을 보면 재래소비시장(11.2%), 행사좌상(2.1%), 대형업체(8.7%), 대량거래처(2.5%), 소비지도매시장(71.0%), 소비자(4.5%)라는 조사보고(해양수산부, 1999)로서도 선어의 일반적 유통경로가 생산자→산지 중도매인→내륙지 중도매인→도매상→소매상→소비자라는 사실을 시사하고 있다.

또한 <표 2>에서 산지 중도매인으로부터의 출하경로로서 꽁치 등 6개 어종이 백화점이나 대형 할인업체 등과 같은 대형 유통업체로 출하되고 있어서 금후 이들 어종의 출하량이 증대될 경우 유통 단계의 단축으로 인한 유통마진이 감소될 것으로 예상된다.

4.2 유통기능 분석

일반적으로 유통기능이란 유통기구의 구성요소인 개별주체가 재화나 서비스의 유통을 위해 수행하는 활동을 말한다. 수산물은 생산의 영세성 및 불확실성, 어획물의 부패성 및 규격의 열악성, 어업 경영의 특수성 등으로 인하여 일반 공산품과는 다른 유통기능을 갖고 있다. 따라서 수산물의 유통단계는 크게 생산자로부터 출하수집단계, 도매단계, 소매단계를 거쳐서 소비자에게 유통되며 출하수집

<표 3> 산지 중도매인과 내륙지 중도매인의 기능

기 능	산지 중도매인	내륙지 중도매인
1. 선별기능		
1) 품질·규격 선별	품질 및 규격	품질
2) 용도별 선별	식용, 냉동, 가공, 사료, 미끼	식용
2. 가격 평가기능		
1) 지방별 가격결정	산지 가격결정	소비지 가격결정
2) 가격결정 방식	경매(66.1%), 입찰(27.1%), 기타(6.8%)*	경매(42%), 기록상장(22%), 수의판매(22%), 입찰(9%)**
3. 금융결제기능		
1) 정산 소요일수	1-5일(3.4%), 6-10일(13.6%) 10-15일(59.3%), 15일이상(23.7%)*	평균 7-15일***
4. 분산기능		
1) 분산 지역	산지 및 소비지 시장	소비지 시장
2) 분산 경로	내륙지 도매시장(48.6%) 도매판매(23.2%), 소매판매(21.0%) 본인가공(3.9%), 기타(3.3%)*	도매판매(31%) 중매(49%) 소매판매(20%)**
5. 보관기능	유(비교적 장·중기)	유(비교적 단기)
6. 가공기능	유	무

주 : 정산 소요일수는 산지 중도매인과 산지 수협, 내륙지 중도매인과 도매법인간의 정산일수임.

자료 : * 장영수(1997), 수산물유통론, P.96-97,101

** (사)한국농수산물 도매시장협회(1994) 한국 농산물 도매시장 실태조사

*** 해양수산부(1999), 수산물 유통개혁을 위한 실천방안 연구, p.331

단계(산지 시장)와 도매단계(내륙지 도매시장)를 통하여 경매나 입찰 등의 방법에 의해 가격이 결정된다. 여기서 수산물의 가격결정 기능을 맡고 있는 산지 중도매인과 내륙지 중도매인의 기능은 매우 중요하다고 할 수 있다.

장영수(1997)는 내륙지 중도매인의 기능을 상품의 선별, 평가, 분하, 저장 및 가공, 금융기능으로 구분하고 있다. 본 연구에서는 장영수가 제시한 중도매인의 기능의 범주에서 산지 중도매인과 내륙지 중도매인의 기능을 <표 3>에 의하여 비교·분석하고자 한다. <표 3>은 산지 중도매인과 내륙지 중도매인의 기능간에 차이가 있다고 판단되는 부분만을 본 연구의 조사결과와 기존의 문헌을 참조하여 작성한 것이다.

1) 선별기능

중도매인의 선별기능을 품질(선도) 및 규격(크기)면에서 비교하면 산지 중도매인은 생산자로부터 직출하된 어획물을 선별하기 때문에 품질과 규격에 대한 선별기능을 갖고 있으나, 내륙지 중도매인은 수집 반출상, 산지 중도매인, 지역 수산물 취급 상업자본 등으로부터의 수탁에 의해 상장된 어획물을 다루기 때문에 산지 중도매인에 비하여 어느 정도 규격화된 어획물을 취급함으로써 주로 품질 위주의 선별기능을 갖는다. 어획물의 용도별로는 <표 2>에서 보는 바와 같이 산지 중도매인은 어획물을 식용, 냉동, 가공, 사료, 미끼 등으로 구분하여 선별하는데 비하여 내륙지 중도매인은 주로 식용 어획물을 대상으로 선별한다. 이상에서 산지 중도매인의 어획물의 선별기능이 내륙지 중도매인보다 복잡하고 다양하다고 할 수 있다.

2) 가격 평가기능

산지 중도매인은 산지 가격 결정기능을 갖고 있으나 내륙지 중도매인은 소비지의 가격 결정기능을 갖는다. 가격 결정방식에 있어서는 산지 중도매인은 경매(66.1%)나 입찰(27.1%)에 의존하고 있으나 내륙지 중도매인은 경매(42%), 기록상장(22%) 및 수의판매(22%)에 의존하고 있다. 따라서 산지 중도매인의 가격 결정방식이 내륙지 중도매인보다 객관성이 있다고 할 수 있다.

3) 금융결제 기능

중도매인의 금융결제 능력을 평가하기 위하여 산지 중도매인과 산지 수협 그리고 내륙지 중도매인과 도매법인간의 정산 소요일수를 보면, 산지 중도매인이 내륙지 중도매인보다 약간 소요일수가 많은 것으로 나타났다. 이는 금융결제 능력에 있어서는 내륙지 중도매인이 산지 중도매인에 비하여 우수하다고 할 수 있다.

4) 분산기능

분산지역의 측면에서 보면 산지 중도매인은 생산지 및 소비지의 시장을 대상으로 어획물을 분산 처리하고 있으나 내륙지 중도매인은 소비지 시장을 중심으로 분산기능을 수행하고 있다. 분산 경로의 측면에서 비교하면 산지 중도매인은 내륙지 도매시장(48.6%), 도매판매(23.2%), 소매판매(21.0%), 본인가공(3.9%), 기타(3.3%)로 분산하여 판매하고 있으나 내륙지 중도매인은 소비지 중심의 도매판매(31%), 중매(49%), 소매판매(20%)로서 분산기능을 수행하고 있다. 따라서 분산경로의 다양성은 산지 중도매인이 내륙지 중도매인보다 크다고 할 수 있다.

5) 보관 및 가공기능

산지 중도매인과 내륙지 중도매인 모두 매취한 어획물에 대한 보관기능을 갖고 있으나 수산물의 특성인 생산의 불확실성과 소비지 시장의 어가의 문제로 일차 수탁매매를 담당하고 있는 산지 중도매인이 내륙지 중도매인에 비하여 상대적으로 매취물량의 보관수량이 많고 보관기간도 길다. 산지 중도매인의 경우 일부이기는 하지만 자가가공을 하지만 내륙지 중도매인은 매취한 어획물을 직접 가공하는 경우는 없다.

이상의 중도매인의 기능분석을 통하여 산지 중도매인의 기능이 내륙지 중도매인에 비하여 선별, 분산, 보관 및 가공의 측면에서는 다양한 기능을 갖고 있으며 가격평가 기능의 측면에 있어서도 객관성을 갖고 있다고 할 수 있으나, 금융결제기능은 산지 중도매인보다 내륙지 중도매인이 우월하다고 할 수 있다.

4.3 유통마진 분석

수산물의 유통마진은 품목의 특성이나 유통경로 및 조사시점에 따라서 달라지기 때문에 유통마진을 정확하게 산출한다는 것은 매우 어렵다. 본 연구에서는 기존의 유통마진 조사자료를 토대로 대상 어종에 대한 분석을 시도하고자 한다. <표 4>는 조용훈(1998)에 의해 제시된 유통단계별 유통마진

수산물의 유통구조 개선에 관한 연구

<표 4> 품목별 유통단계별 유통마진

단위 : 원, %

품 목	생산자 수취 가격	총 유통 마진	출하수집단계			도매 단계			소매 단계			소비자 지불 가격	유통 마진율
			유통 비용	상업 이윤	유통 마진	유통 비용	상업 이윤	유통 마진	유통 비용	상업 이윤	유통 마진		
고등어 10Kg기준	16,488	18,512 (100)	4,962	550	5,512 (29.8)	1,100	900	2,000 (10.8)	3,100	7,900	11,000 (59.4)	35,000	52.9
갈치 3Kg기준	41,081	38,919 (100)	5,049	1,370	6,419 (16.5)	1,500	6,000	7,500 (19.3)	3,050	21,950	25,000 (64.2)	80,000	48.6
물오징어 5Kg기준	10,560	9,440 (100)	3,121	319	3,440 (36.4)	700	800	1,500 (15.9)	1,950	2,550	4,500 (47.7)	20,000	47.2
냉오징어 18Kg기준	13,200	9,900 (100)	2,195	605	2,800 (28.3)	580	1,420	2,000 (20.2)	1,000	4,100	5,100 (51.5)	23,100	42.9
냉태 20Kg기준	14,700	13,300 (100)	2,328	972	3,300 (24.8)	640	1,360	2,000 (15.0)	1,100	6,900	8,000 (60.2)	28,000	47.5

자료 : 조용훈(1998) 수협 수산물 직거래사업 추진방안, 수산경제 연구원, p.17, 23

주) 1) ()내의 숫자는 총유통마진에 대한 비율임.

2) 고등어와 물오징어는 1998년 수치고, 나머지는 1997년 수치고임.

3) 유통마진 = 유통비용 + 상업이윤

4) 유통 마진율 = (총 유통마진 / 소비자 지불가격) × 100

의 구성 및 품목별 유통 마진율을 나타내고 있다.

<표 4>에서 품목별 유통 마진율을 보면 고등어(52.9%) 갈치(48.6%), 냉태(47.5%), 물오징어(47.2%), 냉오징어(42.9%)의 순으로 마진율이 나타나고 있다. 여기서 총유통 마진에 대한 비율을 출하수집단계, 도매단계 및 소매단계로 나누어 어종별로 보면, 출하수집단계에서는 물오징어와 고등어가 각각 36.4%, 29.8%, 도매단계에서는 냉오징어와 갈치가 각각 20.2%, 19.3%, 소매단계에서는 갈치와 냉태가 각각 64.2%, 60.2%로서 총 유통마진에서 차지하는 비율이 높게 나타나고 있다. 특히 소매단계에서의 유통 마진율이 물오징어를 제외하면 모두 총 유통마진의 50%이상으로 높게 나타나고 있다. 이는 선어의 특성상 냉동시설이 미비한 소매점에서 장기간 보관이 어렵고, 선도저하로 인한 위험부담이 크기 때문에 높은 상업이윤을 취하기 때문이다. 유통마진을 유통비용과 상업이윤으로 구분하여 유통단계별로 비교하면 유통비용은 출하수집단계에서 가장 많이 발생하고 도매단계에서 상대적으로 낮게 나타나고 있다.

다음에 유통마진율이 가장 높은 고등어의 유통마진에 대하여 유통단계별로 마진을 비교하여 보기로 한다. <표 5>는 1999년 4월 30일 부산 공동어시장에서 경락된 고등어(대) 한 상자(50마리 24Kg)의 경매가격 68,000원을 기준으로 산지 중도매인으로부터 내륙지 중도매인에 이르기까지의 고등어 1마리당 유통단계별 마진을 나타낸 것이다.

<표 5>에는 생산자 수취가격, 산지 상장수수료, 도매상 및 소매상의 마진 등이 나타나 있지 않아서 유통단계별 분석은 불가능하기 때문에 산지 중도매인과 내륙지 중도매인을 중심으로 유통과정상의 마진을 살펴보기로 한다. <표 5>에서 생산자로부터 양육된 어획물이 산지 위판장에 상장되어 산지 중도매인과 수집상을 거쳐 내륙지 도매시장에 재상장된 후 내륙지 중도매인을 거쳐서 유통되고

수산경영론집

<표 5> 고등어 1마리(0.48Kg)의 마진

단위: 원, %

구분	마진 합계	산지중 도매인	수집상 수수료	작업비	상차비	얼음	운임	내륙지도매 시장수수료	하차비 중도매인	내륙지	이송비
금액	311	55	70	36	4	10	24	55	5	47	5
비율	100	17.7	22.5	11.6	1.3	3.2	7.7	17.7	1.6	15.1	1.6

자료: 노량진수산 중도매인 조합(1999)

<표 6> 고등어의 상장경매제와 도매상제의 유통마진

구분	생산자 수취율	유통마진율 (%)				
		출하단계	도매단계	소매단계	소계	
고등어	상장경매제(A)	39.5	14.3	11.8	34.5	60.5
	도매상제(B)	44.0	13.0	5.60	37.4	56.0
	B-A	4.50	-1.30	-6.20	2.90	-4.50

자료: 서울특별시 농수산물도매시장 관리공사 유통정보부, 유통마진 조사(1997.9)

있음을 알 수 있다. 이와 같은 유통과정에서 동일 어획물에 대하여 이중 상장함으로서 유통비용이 증가됨을 알 수 있다. 이중 상장으로 인한 유통비용의 측면만 고려하면 <표 5>로부터 수집상 수수료(22.5%), 내륙지 도매시장 상장수수료(17.7%), 내륙지 중도매인 수수료(15.1%) 및 이송비(1.6%)를 절감할 수 있을 것이다.

<표 6>은 고등어의 도매시장 경유물량을 중심으로 상장경매제와 도매상제의 유통마진을 비교한 것이다. <표 6>에서 도매상제를 채택할 경우 도매단계와 출하단계에서 유통마진율이 각각 6.2%와 1.3%가 감소하고 소매단계에서는 2.9%증가하나 생산자 수취율은 4.5%나 증대됨을 알 수 있다.

이상의 유통 경로분석을 통하여 먼저 선어의 일반적 유통경로는 생산자→산지 중도매인→내륙지 중도매인→도매상→소매상→소비자 라고 할 수 있으며, 산지 중도매인의 기능이 내륙지 중도매인에 비하여 선별, 분산, 보관 및 가공의 측면에서는 다양한 기능과 가격 평가기능면에 있어서도 객관성을 갖고 있는 것으로 분석되었다. 다만 금융결제기능은 산지 중도매인보다 내륙지 중도매인이 우월하다고 할 수 있다. 그리고 현행의 일반적 유통경로는 이중상장으로 인하여 유통마진이 증대되고 있으며, 도매상제가 상장경매제에 비하여 생산자 수취율이 높은 것으로 나타났다.

따라서 선어유통의 비용효율을 높이기 위해서는 현행의 도매시장내의 2거래체제(도매법인 및 도매상)를 도매상체제로 전환하여 선어의 유통경로를 생산자→산지 중도매인→도매상→소매상→소비자로 유통단계를 축소함으로서 유통마진을 절감하고 동시에 산지 위판장을 도매시장으로 육성하여 기존의 도매시장의 기능을 발휘하도록 해야 한다. 그러나 현행의 산지 시장의 기능이 취약함으로 일정기간 동안 산지 시장을 활성화할 수 있는 기간이 필요하리라 판단된다.

V. 수산물유통의 문제점과 개선방안

국내 경제여건의 변화, 연근해 어자원의 고갈로 인한 생산량의 감소, 한·일 및 한·중어업협정으로 인한 어장축소, 수산물의 수입 자유화, 산지 어획물 자유판매제 실시, 대형 할인업체의 출현 등으

로 금후 산지와 소비지와의 유통형태가 매우 다양해질 것이다.

본 연구에서는 IV장의 유통경로 분석을 통하여 현행의 취약한 산지 시장을 활성화하고, 소비지 도매시장의 도매시장 법인을 도매상체제로 전환하여 유통비용을 절감하는 안을 제시하였다. 도매상체제를 도입하기 위해서는 산지 시장에서의 투명한 거래를 위한 경매제도, 어획물의 규격화, 원활한 가격결정기능을 발휘할 수 있는 여건 조성 등 해결해야 할 과제가 산적해 있다. 따라서 본 연구에서는 도매시장법인을 도매상체제로 전환하기 위해서 산지 유통기관인 위판장과 산지 위판장의 중도매인을 중심으로 산지 수산물유통의 문제점과 그 개선방안에 대하여 고찰하고자 한다.

1. 산지 위판장의 통폐합 및 도매시장화

1998년말 기준으로 산지 위판장은 210개소로 지구별·업종별 수협이 운영하고 있는 208개소와 부산공동어시장, 수협중앙회가 운영하고 있는 인천공판장이 있다.(수산년감98-99) 97년도 기준으로 연간 위판규모별 위판장 현황을 보면, 5천톤 이하가 166개소, 5천톤-1만톤 16개소, 1만톤-2만톤 16개소, 2만톤-3만톤 6개소, 3만톤이상 6개소로 분포되어 있다. 특히 연간 위판물량이 연간 350톤 미만인 위판장이 68개소로 전체 위판장의 약 32%를 점하고 있다.(해양수산부,1999) 이상에서 알 수 있는 바와 같이 상당수의 지역에서 어획량이 저조하여 산지 위판장으로서의 기능을 하지 못하고 있다. 따라서 이와 같은 영세 위판장을 지역단위로 통폐합하여 중형 또는 대형 위판장으로 전환시키고, 기존의 영세 위판장은 산지어민의 편의를 도모하기 위하여 수협이 주관하는 집하장체제로 운영하는 것이 바람직하다.

한편 수산청은 수산물의 소비지 직출하체제를 위하여 1980년 임의상장제와 1995년부터 산지 어획물 자유판매제를 실시하였다. 그러나 본 연구의 유통경로 분석에서 도출된 바와 같이 이와 같은 정책시행에도 불구하고 연근해 어선어업에서 어획된 선어의 대부분이 산지 위판장을 통하여 유통되고 있는 것이 현실이다. 김승(1995)은 연근해 어선어업의 임금체제가 깃가림제(보합제)라는 점과 어획물의 국지성, 계절성, 일시 다확성 등으로 인한 수급조절의 어려움 및 수산물의 강부패성으로 인한 신속·대량거래의 필요성 등으로 임의상장제 도입에도 불구하고 소비지 도매시장으로의 직출하가 이루어지지 못한다고 하였다.

이상에서 볼 때 어선어업의 경우 금후에도 어획물의 대부분이 산지의 위판장을 경유하여 유통되리라 예측된다. 따라서 유통경로 단축을 통한 유통마진을 절감하기 위해서는 기존의 도매시장법인을 도매상체제로 전환하여 2중상장제를 폐지함과 동시에 산지 위판장을 도매시장으로 육성하여 소비지도매상이나 대형할인업체, 백화점, 직판점 등으로 직출하할 수 있도록 체제를 전환시키는 것이 바람직하다.

2. 산지 위판장의 가공 및 종합처리시설 보강

산지 위판장은 수산물 유통의 출발점으로서 위판장의 기능에 따라 유통단계와 물류비용에 커다란 영향을 미친다. 어선어업에서 어획된 수산물은 미가공된 상태로 산지 위판장에서 경매에 의하여 산

<표 7> 어종별 폐기율

단위 : %

어종명	넙치류	명태	참조기	갈치	붕장어	멸치	고등어	삼치	꽁치	오징어
폐기율	41	60	48	33	27	0	41	36	43	22

자료 : 수산경제연구원, 주요수산물편람

지 중도매인에게 소유권이 양도된 후 각 판매처별로 판매된다. 산지 중도매인에게 판매된 선어류의 판매처를 보면 재래소비시장(11.2%), 행사광상(2.1%), 대행업체(8.7%), 대량거래처(2.5%), 소비지도 매시장(71.0%), 소비자(4.5%)로 조사되었다.(해양수산부, 1999) 이의 자료에서 알 수 있는 바와 같이 선어류의 대부분은 최종 소매단계에서 가공처리되어 폐기물을 버리거나 소비자의 가정에서 가공처리된 후 폐기물을 버리게 된다. 이러한 폐기물은 물류비용의 증대를 가져올 뿐만 아니라 환경오염의 근원이 된다. 여기서 본 연구의 대상 어종에 대한 폐기율을 보면 <표 7>에 나타난 바와 같이 매우 높다.(수산경제연구원, 1997)

따라서 수산물 유통의 출발지인 산지 위판장에 수산물의 가공 및 종합처리시설을 건설하여 어획물을 선별·가공처리함으로써 환경문제의 개선에 기여함은 물론 수산물을 표준화 및 규격화하여 소포장으로 유통시킴으로서 소비자와의 직거래추진으로 인한 유통단계의 축소와 물류비용의 절감을 가져올 수 있으며, 금후 선어류의 흡소평이나 전자상거래를 활성화 할 수 있는 계기가 될 것이다. 또한, 현지 주민에게는 새로운 일자리를 창출하여 지역 주민의 소득증대에도 도움이 될 수 있을 뿐만 아니라 각종 어종에서 폐기된 처리물을 사료나 퇴비 등으로 활용함으로써 새로운 소득원이 될 수도 있다. 그리고 젊은 세대를 중심으로 수산물의 소비 패턴이 즉시 조리가 가능한 간편 식품으로 변화하고 있는 추세에 있으므로 이에 대응하기 위해서도 수산물의 가공 및 종합처리시설은 보강되어야 할 것이다.

3. 산지 위판장의 중도매인 육성

산지 위판장의 중도매인은 외상거래의 담보로서 100만원이상을 납부할 수 있거나 동액 이상에 해당하는 담보 물건을 제공할 수 있는 자로서 당해 수협장의 승인을 받아 생산어민이 위탁한 어획물을 구입하여 판매 및 중개하는 기능을 갖고 있다. 해양수산부(1999)의 수산물 유통방안 실천연구에 의하면 1997년 수협 위판장 중도매인의 총수는 3,017명으로 연령별 구성비를 보면 30세 이하가 62명(2.1%), 31세-40세가 549명(18.1%), 41세-50세가 1,082명(35.9%), 51세-60세가 902명(29.9%), 60세 이상이 422명(14.0%)으로서 51세 이상이 43.9%를 차지하고 있다. 산지 위판장의 중도매인 연령별 구성비에서 알 수 있는 바와 같이 중도매인의 연령이 매우 노령화되어 있으며, 이는 중도매인 제도가 허가제로서 평생 영업권을 보장하고 있는데서 기인하고 있다. 한편 수협산하에 있는 69개 조합중 중도매인의 수가 15인 미만의 조합이 16개 조합으로 약 23.2%를 차지하고 있으며, 위판장당 평균 중도매인의 수는 약 14명이다. 그러나 현지조사에 의하면 실제로 위판업무에 종사하고 있는 중도매인수는 산지 위판장에 등록된 수보다는 적으므로 위판장당 평균 중도매인의 수는 14명에도 미치지 못할 것이다.

1997년도 산지 중도매인의 연간 거래금액별 구성비를 보면 5천만원 미만이 688명(22.8%), 5천만

원-1억원이 411명(13.6%), 1억원-3억원이 567명(18.8%), 3억원-5억원이 424명(14.1%), 5억원-10억원이 487명(16.1%), 10억 이상이 440명(14.6%)으로 5천만원 미만의 중도매인이 가장 많은 것으로 나타나고 있다.

이상에서 알 수 있는 바와 같이 산지 중도매인의 수가 절대적으로 부족한 위판장의 경우 실질적인 위탁판매가 불가능함으로 수협이 주관하는 집하장체제로 운영하여야 하며, 고령의 중도매인 및 거래 실적 부진 중도매인의 중도매인권 대역을 집중적으로 단속하여 이들의 허가를 취소함과 동시에 소비자 단체, 협동조합, 소비자 도매상 등 매매참가자를 위판장의 경매에 참여시킴으로서 유통경로의 다원화와 유통단계의 축소는 물론 산지 유통시장의 가격형성기능을 향상시킬 수 있을 것이다.

4. 경매제도의 개선

현재 부류(활선어, 패류, 건어류 등)별로 운영되고 있는 산지 위판장의 경매제도는 활선어를 제외한 패류나 건어류의 위판장은 규모나 중도매인의 수의 면에서 매우 영세하여 실질적인 위판장의 기능을 발휘하지 못하고 있다. 따라서 지역의 특수성을 고려하여 부류별 산지 위판장을 활선어 위판장과 통합하여 운영함으로써 비용효율성을 증대시키고, 여기에 종사하는 중도매인도 일정규모 이상의 자본금을 조건으로 다품종(활선어, 패류, 건어류 등)의 수산물을 취급할 수 있도록 하여 득과점을 방지하고, 가격 교섭력을 증대시켜야 한다.

또한 산지 위판장에서의 현행 경매방법은 수지표시호가제, 표찰제, 서면입찰식, 주판제 등이 이용되고 있으나 전국적으로 수지표시호가제가 가장 많이 사용되고 있다. 그러나 수지표시호가제에 의한 경매는 대부분의 경우 경매사의 의도에 의해 경락되거나 수지표시의 오인으로 인해 불공정한 가격형성의 소지를 내포하고 있을 뿐만 아니라 일반 상인이나 출하자가 수지표시호가제의 의미를 알 수 없어 문제가 되기도 한다.(황진욱,1998) 이에 대한 개선책으로 전자경매제도를 도입함으로써 경매과정 상에 공정성과 투명성을 확보함은 물론 새로운 중도매인의 확보면에 있어서도 긍정적인 효과가 있으리라 기대된다.

5. 산지수협의 유통사업 활성화

수협의 유통사업은 생산어민인 조합원을 위하여 어획물을 신속하게 거래시키고 판매서비스의 비용을 절감시킴으로써 수취가격을 높여서 어민의 소득을 향상시키는데 일차적인 목적이 있다고 할 수 있다. 현재의 산지수협의 유통사업은 일부 직거래 사업을 제외하면 단순한 수산물의 수집과 거래기능만을 수행하고 있다. 따라서 거래교섭력, 어가 수취가격 제고, 생산어민에 대한 판매서비스의 향상을 위한 산지수협의 활성화 방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 산지수협의 유통관련 조직부문을 독립사업부제로 재편하여 기존의 종사자를 전문화함과 동시에 전문성을 요하는 인원을 성과급제로 공채할 수 있도록 하고 업무에 대한 책임과 권한을 부여하여야 한다.

둘째, 생산자 단체인 수협은 생산어민의 소득증대를 위하여 종래의 위판수수료 수입의존에서 탈피

하여 산지 중도매인과 더불어 적극적으로 경매에 참여하여 상장품목이 공정한 가격형성 기능을 발휘할 수 있도록 하여야 하며, 수산물의 분산, 보관 및 가공기능을 수행하여야 한다. 또한 수협 직거래의 수산물 구입을 수협 전담 직원을 지정하여 가능한 한 산지 위판장에서 구매하도록 하여 유통 마진을 줄일 수 있도록 하여야 한다.

셋째, 산지 위판장에 종합가공처리시설을 확충하여 운영함으로써 금후의 생산자단체, 소비자단체, 대형 수요처 및 2001년부터 개설되는 농수축산물 TV 홈쇼핑 등의 직거래사업을 위한 기반을 조성하여야 한다.

VI. 결 론

우리나라 연근해 어업에서 어획된 수산물의 유통에 관한 구조적 문제에 대한 연구는 그동안 학계나 연구기관을 통하여 수행되어 왔으며 정부에서도 문제의 심각성을 인식하고 중장기 계획을 수립하여 추진하려고 하고 있다.

본 연구에서는 먼저 수산 통계자료를 이용하여 10개의 대중 어종에 대한 어종별 생산량, 계통출하율 및 계통판매 가격의 동향을 분석하고, 생산지의 유통 주체인 산지 중도매인과 수협의 판매담당자를 대상으로 어종별 유통경로를 조사하고 이를 토대로 유통단계 분석과 참고자료를 이용하여 유통기능 및 유통마진 분석을 시도한 후 수산물 유통의 문제점과 개선방안을 제시하였다. 본연구의 결과에 의하여 도출된 내용을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 1994년부터 1998년까지의 시계열 통계자료에 의한 어종별 연간 생산량은 대체적으로 감소 추세에 있으며, 연간 생산량의 변동범위는 계통 출하율이나 계통 판매가격의 변동범위보다 매우 큰 것으로 나타났다. 한편 어종별 계통 출하율은 붕장어와 넙치류를 제외하면 90%이상으로 매우 높게 나타났으나, 이들 어종의 계통 출하율의 변동범위는 매우 낮게 나타났다. 이는 그동안 정부에서 수행해 온 산지 어획물 자유판매제나 임의 상장제가 계통 출하율에 미친 영향이 크지 않음을 입증해 주고 있다.

둘째, 어종별 유통경로는 어종의 어획방법, 어획량 및 특성 등에 따라서 다양한 유통경로를 갖고 있는 것으로 조사되었다. 본 연구에서는 선어유통을 중심으로 유통단계 분석을 통하여 선어의 일반적인 유통경로가 생산자→산지 중도매인→내륙지 중도매인→도매상→소매상→소비자 임을 입증하고, 유통기능 분석을 통하여 산지 중도매인의 기능이 내륙지 중도매인에 비하여 선별, 분산, 보관 및 가공의 측면에서는 다양한 기능을 갖고 있으며, 가격 평가기능에서도 객관성이 있는 것으로 분석되었다. 그리고 유통마진 분석을 통하여 현행의 일반적인 유통경로는 이중상장으로 인하여 유통마진이 증대되고 있음을 발견하였다. 따라서 선어유통의 유통마진을 줄이기 위해서는 현행의 도매시장내의 2거래체제(도매법인 및 도매상)를 도매상체제로 전환하여 선어의 유통경로를 생산자→산지 중도매인→도매상→소매상→소비자로 축소시킬 것을 제안하였다.

셋째, 내륙지 도매시장을 도매상체제로 전환함에 따른 유통기능을 보완하기 위하여 산지 유통시장

의 수산물 유통의 개선방안으로서 산지 위판장의 통폐합 및 도매시장화, 산지 위판장의 가공 및 종합 처리시설 보강, 중도매인의 육성, 산지 수협의 유통사업 활성화 및 경매제도 개선방안을 제시하였다.

참 고 문 헌

- 김광근, 수산물유통, 수산계, 1992. 1/2, 79쪽
김승, “자유판매제 전면 실시에 따른 문제점과 보완 대책” 「수산경영론집」 Vol.26. No.1(1995) 9쪽-27쪽.
김현용, 수산물시장 개방과 수협의 역할, 수산경제연구원, 1998.12, 11쪽
장영수, 수산물유통론, 부경대학교 수산기업연구소, 1997, 96-97쪽, 101쪽, 115쪽
조용훈, 수협의 수산물 직거래사업 추진방안, 수산경제연구원, 1998.12, 17쪽, 23쪽
木村泰三 編著, 流通經路事典(제2집), 文雅堂銀行研究社, 1969, 63쪽
수산경제연구원, 주요수산물편람, 수산업협동중앙회, 1997.12, 16쪽, 38쪽, 60쪽, 75쪽, 88쪽, 100쪽, 117쪽, 130쪽, 144쪽, 241쪽
옥선중, 김용진, 유통론, 형설출판사, 1997, 26쪽-27쪽
한국농수산물 도매시장협회, 한국 농산물 도매시장 실태조사, 1994
한국수산회, 수산연감, 1995-1999
해양수산부, 수산물 유통개혁을 위한 실천방안 연구, 1999, 62쪽, 305쪽-306쪽, 311쪽-312쪽, 331
해양수산부, 수산진흥종합대책(안), 1999.5, 175쪽
황진욱, “환경적응적 수산물유통시스템에 관한 연구”, 동의대학교 박사학위논문, 1998.2, 50쪽, 70쪽

A Study on Improving the Fish Products Distribution Structure

Lee, Kang-Woo

Abstract

This study intends to examine the distribution channel of the most popular ten species caught in Korean coastal and off-shore fisheries with the aid of interviewing fish brokers and cooperative staffs in fish landing markets. This paper finds and emphasizes the following three suggestions, in order to improve the present scheme of fish distribution system.

Firstly, annual catch of 10 kinds of fishes is successively decreasing in quantity from 1994 to 1998. Moreover annual catch shows larger variations than fish price and cooperative sales quantity. Except sea eel and sole, cooperative sales accommodates more than 90% of the fish landed, accounting for the small variation in cooperative sales, which invalidates the effectiveness of the free distribution system adopted by the government.

Secondly, diversified distribution channels are exposed according to the nature of the fish, the method to harvest, and the quantity caught. Large retailers such as discount stores, super chains and home shopping institutions are actively involving themselves in direct purchase in fish landing markets. Through the analysis of distribution routes, the general distribution channel of fresh fish has been found such as producers → fish brokers in landing markets → fish brokers in central wholesale markets → wholesalers → retailers → consumers. In order to reduce distribution margin through the analysis of distribution function and distribution margin, this paper presents a new distribution channel such as producers → fish brokers in landing markets → wholesalers → retailers → consumers.

Thirdly, to improve the fish landing markets, this paper suggests the M&A of uneconomical fish landing markets or renovating toward wholesalers, introduction of processing services and improvement of processing facilities, subsidizing fish brokers in landing markets, revitalization of marketing divisions in cooperatives and improvement in fish auction system.