

(論 文)
仲買人に 關한 研究

On The Licensed Dealer in Landing Markets.

유 중 열
Yu, Chung Yul

차 례

- | | |
|-------------------|------------------|
| 序 言 | 7. 配給機能의 分化 |
| 1. 共販制度의 成立 | 8. 出荷仲買인과 內陸地荷受人 |
| 2. 集荷量 | 9. 產地仲買人の 制度의 位置 |
| 3. 仲買人の 機能 | 結 言 |
| 4. 產地 價格評價에 對한 比較 | Ⅰ. 社會制度上의 條件 |
| 5. 仲買人 規模의 分布 | Ⅱ. 都賣人の 條件 |
| ① 規模의 度數分布 | Ⅲ. 仲買人 自体의 條件 |
| ② 規模의 理論分布式 | Abstract |
| 6. 利益分析 | |

序 言

人類의 歷史란 經濟的 側面서 불배 不斷한 生産性 增加를 爲한 努力이며, 同時에 發展된 生産水準과 多樣化될려는 消費水準을 効率的으로 結合시킬려는 끊임없는 運動의 結晶이다. 어느 時代 어떤 經濟的 段階에서도 生産과 消費를 그 當時로서는 가장 効果的으로 連結지 울려 했다. 이런 行爲가 集約的으로 이룩되는 領域을 市場이라 한다.

市場은 本質的으로 需給이 相互 맞나는 곳에서 價格이 形成된다는 經濟學的 機能과 生産者와 消費者를 爲해 商品이 移動되어야 한다는 商學的 機能이 같이 混合되여 市場의 概念이 浮刻된다. 經濟學的으로 理解되는 市場의 合理性이란 完全市場 形成의 概念이 된다. 市場의 完全性이란 一定 商品이 一定 市場 範圍內에서는, 地域的인 價格差란, 輸送費의 差, 時間經費, 消費者의 選擇強度의 差等に 均等할 때 그 範圍內의 市場은 完全하다. 이런 意味에서 合理的인 市場條件이란, 對象으로 하는 領域의 價格差가 이 안에서 流通되는 費用에 一致되어야 할 것을 뜻한다. 換言하면 價格差와 流通費用의 乖離 程度가 市場 合理性의 指標가 된다. 다음으로 商學的 方法에 依한 接近이란 能率 効率性의 問題가 된다.

筆者는 水産物 揚陸市場의 基本的인 機能을 集荷 評價 分配機能으로 觀察한다.¹⁾ 社會의 發展, 流通 市場機能의 發展에 있어서도 基本的으로 當該 現實의 合理性에 收斂 또는 結合된 段階에서 다음으로 擴散 또는 特化란 過程을 거치면서 歷史는 發展되고 있다. 市場機能의

1) 拙稿, 市場機能에 對한 定量分析, 韓國水産經營學會, No. 2

面에서도 前期的 段階에서는 客主란 獨立된 機關에 依해 機能이 結合(Integration) 되었다가 制度的으로 特化(Specialization)된 現在는 두 機關에 依해 機能 擔當이 分散되었다. 集荷機能은 漁協 共販市場의 都賣人 機能으로 收斂되었으며, 漁獲物의 價値를 評價하는 需要側 機能은 現在로는 仲買人에 全擔되고 있다. 産業資本 漁民의 規模가 擴大되며 企業家的 行動, 漁協의 正常的 活動이 伸張되면 價値評價는 生産者에 依한 指定價格의 導入이란 手段으로 機能 負擔이 移動된다.

그러나 市場機能 중에서 本質的으로 仲買人에게 남겨 될 機能은 物的 流通手段으로써의 分配 配給機能만이 된다. 이도 生産者 共同出荷란 系統組織이 發達하면 生産者와 競爭하여야 할 基本的인 宿命을 갖었다.

現實的으로는 揚陸地 市場에서 競賣를 통한 評價機能과 分配機能을 仲買人機關이 擔當하고 있다. 이들에 對한 調査 研究는 現在까지로는 全然 이룩되지 못했다.

本稿에서는 이들의 行動樣式에 對해 比較的 信憑性있는 資料를 바탕으로 하여 計量的方法에 依한 接近을 試圖했다.

現實的으로 水産物市場에 있어서 仲買人의 行動은 流通主体(Marketing executives)로써 認識되어야 하며, 市場理論의 最終 目標를 行動의 보다 낮은 理解와 行動의 効率化라는 實踐的 側面에 두어야 한다.²⁾ 水産物 流通의 特色을 多段階 高「마진」에서 認識하며, 이의 合理性에서 近代化를 찾을려는 것이 우리나라의 普遍的인 傾向이나, 筆者는 見解를 달리한다.

食品市場 構造의 複雜 多岐性은 우리보다 美國이 越等히 甚하다.³⁾ 적어도 都賣人과 仲買人 그리고 小賣商이란 機關의 區分은 明確하다. 高「마진」이 商人 특히 零細規模에 吸收되고 있으나, 流通經路 體制를 整備하므로써 生産者 所得에 吸收시킬 수 있다. 이런 點에서 合理性의 追求는 機關別研究 (Institutional Approach)가 一次的으로 研究 檢討되어야 할 課題이다.

1. 共販制度의 成立

우리나라 水産物市場의 가장 큰 特色은 全國의 沿岸 揚陸地市場이 生産者 漁民에 依해 共販市場으로 獨占되었다는 點이다. 産地市場의 販賣行爲가 生産者 販賣組合으로써가 아니라, 協同組合으로서 共販制度가 導入되었다는 事實이다. 共販이라는 말은 生産者 自身の 販賣活動에 依해 商業資本을 排除하며, 多數의 購買者에 對應해서 販賣者로써 生産者가 組合의 組織으로 有利하게 對應할려는 販賣態度이다.

2) W. Alderson, Marketing Behavior and Executive Action, 1957. p. 7

3) 森 宏, 食品流通의 經濟分析, 序文에서. 1970.

仲買人에 관한 研究

우리나라의 共販制度는 生産者 漁民의 自意識의 昇華로써 發生된 制度라기 보다, 政治制度의 變革이라는 歷史的 遺産속에서 發展 形成되었다. 前期的인 客主資本의 互解 崩壞過程속에서 都賣市場과 仲買人의 機能이 生成 發展되어 왔다.

李朝時代 水產物流通은 前期的인 客主資本에 依해 擔當되었으며, 都市에 있어서 販賣는 六矣廩制度에 獨占되었으며, 地方은 祿負商에 依해 組織化되었다.⁴⁾

大同法 實施의 仁祖 時代부터 官府需要에 따른 國役을 負擔하는 補償關係로 重要 商品의 專賣特權을 保障받았던 六矣廩制度를 中心으로 李朝의 商業資本은 專制君主의 政治力을 背景으로 君臨했다.

水產物은 内外 魚物廩과 生鮮廩에서만 獨占의으로 販賣되었으며, 產地는 이들과 結付된 客主에 依해 市場機能이 結合되었다. 地方 鄉市에 있어서 販賣를 맡았던 機關은 消費者와 直結되는 負商이었다. 이들은 客主資本의 下部機關으로 強力한 組織力과 團結力을 갖어 地方 鄉市에서는 매우 큰 流通力을 갖었다.

李朝時代 商業의 特色은 首都 漢陽에 있어서는 政府 諸官衙의 用達商의 存在로서의 市廩, 鄉市에 있어서는 祿負商에 依한 活動으로 要略할 수 있다.⁵⁾

이들 商業資本은 自己 資本蓄積이라는 本源의 蓄積 活動은 強力한 中央政府로 부터의 收奪과 士農工商이라는 儒敎的 倫理觀으로 因해 充分한 成長을 하기 以前에 日本 資本에 依해 蹂躪 當했다. 六矣廩制度의 消費者에 對한 橫暴은 李朝의 滅亡을 促進시킨 큰 原因이 되기도 한다.⁶⁾

이 時代의 商業資本은 本質的으로 生産者 利益을 收奪하여 自己資本 蓄積을 爲한 前期的 段階에서 벗어 나지 못했다.

日本 漁業의 韓國에 對한 侵略은 1883年의 韓日貿易規則 制定으로 부터 合法的인 進出이 許可되었다. 1889年에 韓日通漁章程으로 沿近海에 對해 積極的인 侵略이 敢行되었으며, 다음 段階로는 通漁에서 移住形態로 強度를 더해 갔다. 韓日合併 以前에 서울에서는 高宗 28年(1891年) 京城 魚物廩이 日本商人의 販賣에 對抗하여 亂廩으로 다스리지 못하는 時期를 契기로 해서 六矣廩의 獨占權이 崩壞되었다.

1900年에 朝鮮通漁組合의 設立을 보았으며, 1902年에 朝鮮水產組合이 形成되었으나, 이때의 組合 機能은 漁業權 行使가 本質的인 目的이었다. 이 時期에 우리나라 沿岸 都市와 內陸地 消費都市에는 總督府의 政治力과 合法的인 市場規則 等の 힘에 依해 처음으로 近代的인 物理施設을 갖인 市場이 出現하게 된다. 이들 市場은 거의 日本의 商人資本에 依해 支配되었다.⁷⁾

4) 拙稿, 水產物市場 發達の 史的考察. 釜山水產大學 水產經營研究, 第5輯, 1967.

5) 前掲書.

6) 劉敎聖著, 李朝經濟史 研究.

7) 拙稿, 韓國水產物市場 發達の 段階的 研究, 釜山水產大學 水產經營研究誌 第4輯, 1965.

수 산 경 영 론 집

1911年 朝鮮總督府에 의한 朝鮮漁業令의 改正發布에서 組合의 經濟事業으로 生産者 漁民의 漁獲物을 組合에서 共同販賣할 수 있는 法的 根據를 提供했다. 그러나 이는 制度上的 保障이며, 現實의으로는 모든 沿岸의 市場은 日本 商人에 의한 收奪的인 前期의 市場으로 支配되고 있었다.

1923年 日本에서는 6大都市에 中央都賣 市場法の 適用을 받는 制度가 導入되었으며, 1931년에 韓國의 市場規則도 基本的으로 中央都賣市場法の 理念을 많이 吸收한形態로 改正을 보았다.

1929年 總督府令 115號 朝鮮漁業組合 業務規程에서 委託販賣의 具體的 施行制度를 法制化했으며, 同年 12月 朝鮮漁業 保護取締規則 第9條에서 “道知事の 指定하는 區域이 아니면 漁獲物 또는 그 製品의 揚陸 賣買 交換 또는 賣買委託할 수 없다.”하는 規定으로 特定地域이 漁獲物 產地市場으로 行政的인 監督이 可能해 졌다. 그러나 2次大戰 以前에는 沿岸의 既前의 商人資本에 對해서는 別다른 制約을 加할 수 없었다. 그러다가 二次大戰중 日本은 戰時體制로 全國의 經濟組織을 改遍하는 過程에서 沿岸 魚市場은 營利法人체로 부터 그 施設과 運營權을 組合이 引受받도록 行政的으로 誘導했다.

1944年 水産團體 統合要綱에 의해 모든 水産團體를 單一組織으로 官僚化시키며, 同時에 市場은 生産者의 共販市場으로써의 기틀을 굳혔다.

이러한 歷史를 背景으로 하여 產地市場은 解放을 맞이하여 既存의 組合組織이 全國 沿岸의 市場을 引受받게 되었다.

解放 以後 約 30年間 組合의 基盤 위에서 共販制度를 發展시켰다.

傳統的으로 土着化된 客主資本은 漁協組合이 全國 沿岸의 一次 販賣市場 獨占權을 갖임에 따라 그들 存立은 決定的 打撃을 받게 되었다. 그러나 現實的으로 組合이 客主機能을 全幅的으로 効果있게 擔當할 수 없게 되므로 보다 合理化된 方法으로 客主資本이 殘存하고 있다. 生産者에 對해 容易한 貸金, 그리고 客主를 통한 委託 競賣 等의 方法으로 手數料 商人化되고 있다. 同時에 市場에서 이들이 生産者에 寄與하는 價格變動幅의 縮少란 行爲는 높이 評價되어야 한다.

前期의 客主는 經濟關係의 進展에 따라 前期의 商業資本에서 脫皮하여 變形되어 가고 있다. 客主商人은 組合의 共販制 導入의 過程에서 仲買人 仲買客商 等으로 分解되어 갔다.

오늘날의 共販事業은 集荷機能에만 集約되어 있다. 組合이라는 테두리 안에서 集荷에만 努力하므로써 制度 本然의 理念인 生産者 漁民의 販賣機能 強化라는 本質에서 離脫된 感이 있다.

局地的인 集荷에 의해 完全市場의 領域이 보다 狹小化되며, 全國이 하나의 市場圈으로 形成되기를 阻害한다.

仲買人에 關한 研究

輸送 通信手段의 發達は 數個의 巨大한 漁港에 集中的으로 集荷되는 傾向을 促進하므로 이 곳은 全國的인 生産者와 關係를 갖이며, 協同組合과는 別個의 販賣機能만을 專擔하는 機關이 出現케 되었다.

共販의 基本的인 理念속에는 組合에 對한 無條件委託, 平均販賣, 共同計算이 包含된다.⁸⁾

오늘날의 漁協은 無條件委託에만 寄生하여 組合의 系統組織을 活用한 平均販賣를 爲한 調整이나, 消費地 市場에의 直出荷体制 등은 考慮되지 못하고 있는 實情이다.

流通의 集 出荷 效率性을 組合이 배우기 爲해서는 現在 이 機能을 擔當하는 仲買人으로부터 얻을 것이 많으며, 이들에 對한 基本的인 分析이 앞서야 할 것이다.

2. 集 荷 量

漁協의 經濟職能중에서 가장 重要한 職能이 生産者 漁民의 漁獲物을 無條件委託에 依해 集荷하는 職能이다. 原則的으로는 所屬 組合員은 當該 組合에 集荷하여 組合의 情報手段을 動員하여 가장 有利한 市場에 共同出荷하는 것이 組合員의 利益을 爲해 바람직한 方法이다. 그러나 漁獲物의 鮮度, 組合의 體質이 이를 감당키 어려운 現實 등으로 因해 生産者는 自己의 判斷아래 有利한 漁港에 揚陸 販賣하고 있다.

漁業이란 一部の 制限된 沿岸漁業을 除하고는 大部分의 漁船漁業은 天然産의 水産物 採捕를 主目的으로 活動하고 있다. 漁場이 公有水面이라는 生産上의 條件으로 漁業 經營 體는 移動性을 갖인다. 이 移動性은 近海 遠洋漁場에 進出할수록 增加된다. 近海 漁場에서 操業하는 漁船은 揚陸 可能한 市場의 選擇範圍가 擴大된다. 消費地에 가까운 少數 漁港市場에 揚陸이 集中된다. 이들 漁港은 必然的으로 經營規模가 擴大된다. 規模의 經濟性에 따라 漁船 誘致 生産者에의 還拂制度, 其他 去來條件이 有利化된다. 漁船의 集中化는 必然的으로 物理的 手段인 製氷 冷凍 冷蔵施設 등을 發達케 하여 이런 漁港에의 揚陸 集中을 더욱 加速시킨다.

少數漁港에의 集中 現象을 市場의 經濟性이나, 物理的 條件만으로 說明되고 있는 立場에서⁹⁾ 本稿는 市場에 集中되는 集荷量은 都賣人의 集荷力과 不可分의 關係가 있으나, 同時에 集荷量은 이를 消費地로 配給 流通시킬 수 있는 仲買人 消費能力과 函數關係에 있음을 明確히 해 둔다.

이러한 關係를 「모델」로 表示하면 다음과 같다.

8) 桑原正信編, 現代農産物 流通論 第1卷, 家の光協會, 1972, p. 128.

9) 黑澤一清, 協同組合 販賣事業의 理論と實際, 水産研究會, 1960, p. 77.

$$\text{集荷量}_i = f \cdot w (= \text{魚價}_{i-1}^a \cdot \text{繫船施設}^b \cdot \text{魚代金清算能力}^c \cdot \text{漁場距離}^d \cdot \text{仕込便宜性}^e \cdot \text{寄港地}^f) = f \cdot d (= \text{仲買人 消費能力}) \dots \dots \dots \textcircled{1}$$

集荷量を 決定 지우는 要因으로 魚價를 들수 있다. 生産者들이 既知했던 前日, 또는 前期의 魚價가 揚陸 市場을 選擇하는데 큰 要因으로 生覺할 수 있다. 繫船施設 要因은 釜山과 仁川 또는 其他의 西海岸 漁港을 比較할 때 潮汐의 差가 甚하므로 繫船하기 不便한 곳 이 있다. 漁船이 大型化 될수록 이 要因은 크게 作用한다.

集荷地 揚陸市場에 生産者는 原則적으로 無條件 委託 形式으로 揚陸한다. 競賣에 依해 價格이 決定되면 魚代金を 即時 받을 수 있는 市場을 選好한다. 揚陸地 市場과 漁場과의 距離도 要因으로 生覺할 수 있다. 距離가 가까울 수록 集荷量에는 正의 關係가 나타난다. 漁業을 永續的인 企業으로 運營하는 生産者는 揚陸市場에 漁獲物을 販賣한 것으로 企業活動을 中斷한 것이 아니고 다음의 操業을 爲하여 새로히 諸原料를 購入하며, 修理補完하여야 한다. 이런 一連의 購買活動이 便利하게 되는 地域을 選好한다. 이를 仕込便宜性 要因으로 看做했다. 漁夫들이 오랜 海上生活에서 寄港했을 때 家族과의 相面할 때 얻는 主觀的 滿足感을 寄港地 要因으로 했다.

基本的으로는 이 五個의 要因을 集荷量에 對한 都賣人 集荷力으로 看做하나, 現實적으로 는 이들 要因 以外로 船主의 脫稅를 爲한 揚陸港 選擇要因이라든가, 政府 또는 水協의 補助金 融資金에 對한 源泉 徵收를 回避하는 要因 等を 들수 있다.

이와같은 特定 漁港이 水協法 資源保護令 等に 依해 揚陸地 市場으로 制限받는 다는 獨占的 要因으로 集荷가 可能하다. 이를 集荷에 있어서 都賣人機能이라 稱할 수 있다. 勿論 이 中에는 都賣人의 意識的 職能으로 作用될 수 있는 것도 있고, 그렇지 못한 것도 있다. 이들 要因의 「파라메타」인 a, b, c, d, e, f 等の 係數가 集荷力의 強弱을 나타내게 된다.

本稿는 이 集荷力의 計量的 分析이 目的이 아니므로 이를 略한다.

이 集荷力 要因들에 依해 揚陸된 漁獲物은 共販制라는 理念下에 生産者는 集團으로서 多數 仲買人과 去來하게 된다. 仲買人의 消費能力 以上の 集荷가 揚陸될 때는 魚價 面에서 生産者가 不利하며, 그 反對일 때는 有利해진다. 揚陸量은 都賣人의 集荷力과 函數關係일 뿐 아니라, 仲買人의 處理 消費能力과도 均等한 函數關係에 놓인다.

仲買人의 消費能力을 超過하는 漁獲物, 都賣人의 集荷力으로 감당할 수 없는 漁獲物인 경우는 이들이 構成하는 市場範圍를 벗어난 別個의 市場에서 去來가 形成된다. 그 例가 北洋명태를 들수 있다. 勿論 이에는 既前의 漁業秩序와는 別個의 類型에 屬하는 去來라하나, 基本的으로는 北洋명태를 集荷할 수 있는 都賣人의 能力과 이를 處理할 수 있는 仲買人 能力이 不足하여 全然 다른 市場去來가 成立되고 있다.

仲買人に 關한 研究

産地市場이 育成되기 爲해서는 都賣人 集荷力 要因만이 強化된다고 解決되는 것이 아니
고, 同時的으로 仲買人 消費能力도 均等이 強化되므로써 産地市場 共販制度가 成長된다.

① 의「모델」은 諸要因의 力學的 關係下에 決定된다고 하나, 現實的으로 各漁港의 人口數
에 比例하여 集荷量이 決定되는 傾向이 있다. 그러므로 近似的으로 다음「모델」로 代置
했다.

$$\text{集荷量} = f(\text{人口數}) \dots \dots \dots \text{②}$$

人口가 密集된 沿岸都市에 揚陸量이 集中되는 傾向이 甚하다. 釜山, 仁川, 馬山, 麗水,
群山의 五個港에 73年度 海藻類를 除外한 水産物 委販金額(54,055,520천원)의 53.83%가
集中되고 있다.

集荷量과 人口數를 對比시켜 그 相對的 比重을 評價한 것이 다음 表1이다.

〈表1〉 集荷量과 人口對比

漁 港	集 荷 G 量	人 口 P 口	G%	P%	順 位 (差G%-P%)
群 山	2,741,416	112,453	9.42	3.82	2(5.6)
仁 川	6,737,846	646,013	23.15	21.94	4(1.21)
釜 山	13,187,816	1,880,910	45.32	63.89	5(-18.57)
馬 山	3,047,434	190,992	10.47	6.49	3(3.98)
麗 水	3,385,803	113,651	11.63	3.86	1(7.77)
計	29,100,315	2,943,819	100	100	

集荷量 : 73년 委販金額 천원 人口 : 70년 10월 人口數

이 表에서 보던 都市規模에 比해서 麗水, 群山, 馬山の 順으로 集荷量이 많고 釜山은 都
市規模에 比해 集荷量의 絶對値는 매우 많으나 相對的 集荷量은 他漁港에 比해 낮은 値를
보인다.

3. 仲買人の 機能

産地市場의 仲買人은 揚陸된 漁獲物의 評價機能과 消費者를 爲해 迅速한 分配機能을 擔
當한다.

漁獲物에 對한 評價는, 産地市場은 生産者 原價 補償과 適正利潤이 確保되는 水準에서 評
價되어야 한다. 産業活動의 擴大再生産을 保障하는 評價라야 近代的 商機能을 갖인 市場이
라 할 수 있다. 前期段階에 있어서는 客主에 依해 評價가 不當하게 行해졌다. 漁協의 共販

制導入으로 評價를 擔當하는 仲買人 資格을 規定하며, 競賣方法을 利用하므로써 公正한 去來와 迅速한 處理를 할 수 있다. 仲買人은 產地와 消費地 市場間에 位置하여 揚陸量에 對應하여 彈力的인 評價를 한다. 產地의 모든 市場의 去來方法으로는 原則上 競賣制度를 採擇하고 있다. 그러나 特殊한 경우에 限하여 競賣 以外의 方法도 使用된다. 生産者의 規模가 擴大되며, 組合의 資質이 充實히 되면 揚陸 漁獲物을 無條件委託하기 보다 一定한 指定 價格 以上の 販賣를 要求하게 된다. 그뿐 아니라 集中的인 市場에서는 生産者 利益을 爲해 買取制度를 導入한 市場도 있다. 大量의 漁獲物을 正確히 評價한다는 機能은 專問的인 知識과 豊富한 經驗을 要하는 職能이다.

出荷 分配機能도 같이 갖어야 하는 必須的 機能이다. 消費地에 出荷 配給하기 爲해서는 補助的인 機能으로 消費地 性向에 適應시키는 選別機能도 갖어야 한다. 그 外로 物的流通에 따른 一体의 機能을 갖어야 한다.

組合의 自己 出荷 展開에는 深刻한 制限條件이 있다.¹⁰⁾ 鮮魚形態를 갖이는 水産商品은 流通上에 너무 많은 危險을 갖인다. 組合은 이 危險性을 分散하기 爲하여 產地仲買人에 依存한다. 產地組合은 消費地市場의 荷受人과의 結合이 弱하며, 荷受人은組合의 商業能力을 過少 評價하고 있다. 荷受人은 產地仲買人과 人的結合 關係나 商的機能을 全面 支持하고 있다.

漁獲量이 集中하는 產地市場은 많은 消費人口를 抱擁하고 있다. 이들 消費者를 相對하는 小賣商이 仲買人과 去來한다.

釜山の 경우, 小賣商과 仲買人間에 小仲買人이라는 機關이 하나 더 配給에 加擔된다. 規模가 큰 產地市場은 遠距離 消費市場에 出荷하는 大規模 仲買人과 當該 都市의 小賣商을 主로 相對하는 小規模 仲買人으로 配給 分配機能이 分化되고 있다.

前期的인 客主資本이 集荷와 分配 그리고 評價의 모든 機能을 結合(Integration)하고 있던 時代로 부터 漸次 客主機能이 制度的으로 轉換되어, 오늘날에는 仲買人에게 그 歷史的 機能이 傳承되었다. 產地 仲買人도 前期 客主機能이 完全히 未分化된 狀態로 殘存하는 類型이 있다. 仲買人의 合法的인 資格을 갖이면서 生産者 委託의 評價機能을 갖인 仲買人을 稱한다. 生産者와 金融上의 關係가 있는 없는 間에 特定 仲買人이 生産者로 부터 競賣중 一定 價格 水準의 維持를 付託받으면 그 仲買人은 그를 爲해 努力하며 保障한다. 이의 補償으로 一定率의 販賣金額의 手數料를 받는다. 이를 委託仲買人 또는 生産者代理 仲買人이라 呼稱하나 客主機能의 近代의 形態라 볼 수 있다.

生産者 漁民에 對해 이러한 機能은 組合이 本質上 갖어야 하는 機能이다. 그러나 現實的으로 組合이 이를 爲한 充分한 資質을 갖지 못하는 限에 있어서는 前述한 委託仲買人 制度는 拂拭하지 못한다. 오히려 一部 魚市場은 이들의 努力에 依해 集荷가 增大되고 있다.

10) 前掲書 p. 45.

仲買人에 관한 研究

客主商人이 特化(specialization)되어 委託仲買人과 正常的仲買人으로 發展되었다. 勿論 仲買人 中에는 옛날의 客主業의 傳統을 이어받은 世代와 全然 客主業을 모르는 새로운 世代가 混合되어 있다. 組合 共販制度가 揚陸地市場의 獨占의인 立場을 기화로 手數料收入에 單 寄生하기보다, 漁民 利益 增進을 爲해 果敢하게 近代의 意味의 客主機能을 吸收하여 共販制度 理念을 實現하는데 努力해야 된다.

4. 產地 價格評價에 對한 比較

集荷量에 關係되는 集荷力 中에서 魚價要因이 가장 큰 要因이다. 漁船의 規模가 大型化하며, 操業漁場이 遠距離하며, 通信 情報手段이 發達함에 따라 漁獲物 船積漁船의 寄港 選好는 魚價에 따라 크게 影響받는다.

이 魚價를 分析함에 있어서 生産費 實現의 價値가 一義的인 重要性이 있다. 이는 去來되는 絶對價格으로 表示된다. 그러나 魚價의 絶對價格도 重要하지만, 漁獲物의 商品性에서 임는 價格變動의 危險도 크다. 이를 分散키 爲해 前述한 委託仲買人 制度가 出現되고 있다.

이 稿에서 다루고 있는 五個漁港에 共通의으로 揚陸되며, 地域的으로 甚한 品質規格上에 差異가 없는 魚種을 對象으로 年間을 통한 平均價格으로 絶對價格을 比較하며, 月間 平均價格과 年間 平均價格間의 變動幅을 意味하는 標準偏差를 計測했다.

<表2> 조기의 揚陸量

市 場	1971	72	73	平均
釜 山	5,658	6,494	26,008	12,720
馬 山	3,625	5,917	9,193	6,245
麗 水	1,330	1,440	1,322	1,364
群 山	2,555	2,068	1,592	2,072
仁 川	3,439	3,271	2,675	3,128

釜山: 釜山共同魚市場, 單位: 屯

<表3> 조기의 平均價格

市 場	1971	72	73
釜 山	151.7	141.8	71.2
馬 山	104.6	93.4	89.6
麗 水	145.3	143.8	181.2
群 山	247	199.6	262.2
仁 川	233.9	211.1	246.6

單位: 원/kg

對的인 意味가 다르므로 變動係數로 計測했다.

조기의 集荷는 釜山, 馬山, 仁川, 群山 麗水의 順位로 揚陸되고 있다. 이 魚種은 馬山에 相當量이 集荷되는 特性을 보인다. 이들 市場의 平均價格을 比較하면 다음 表3과 같다.

이 表에서는 仁川 群山이 매우 높은 價格을 나타내고 있다. 同一한 品種, 規格인 가에 疑心이 간다. 그러므로 價格의 絶對 價値만으로 市場間의 價格形成이 높다 낮다를 評價하기는 困難하다.

年間을 통한 價格變動이 어떤가를 알기 爲해 다음 表4를 計測했다. 各月의 平均 價格이 年間 平均 價格과 어느 程度 偏差를 갖으면서 變動했나를 標準偏差로써 計測했고, 이 變動은 平均 價格에 따라 相

〈表4〉 조기價格의 標準偏差와 變動係數¹¹⁾

市場	區分	1971	1972	1973
釜山	標準偏差s	20.7651	14.7346	24.7923
	變動係數v	3.69%	10.39	34.82
馬山	s	18.7958	29.2864	21.1718
	v	17.97	31.36	23.63
麗水	s	29.6695	13.1052	20.5626
	v	20.42	9.11	11.35
群山	s	12.0913	18.9404	40.3888
	v	4.9	9.49	15.4
仁川	s	29.434	24.1306	26.1953
	v	12.58	11.43	10.62

3年間の 變動係數를 平均 해보면 가장 變動이 安定的이며, 若干의 變動이 있는 곳은 群山이다. 다음이 仁川, 麗水의 順序가 된다. 가장 變動이 甚한 市場이 馬山과 釜山이다. 馬山에 조기가 많이 集荷되는 理由를 逆說의으로 價格變動이 甚한 것을 生産者가 選好한다고 볼수 있으나, 이는 生活 經驗上으로 納得하기 어려운 事實이다. 馬山에 조기가 集荷되는 理由는 魚價形成이나 變動이 아닌 他要因에 依한

作用이라 말할 수 있다.

變動係數 또는 標準偏差가 크다 함은 出荷한 生産者가 얻는 利益이 큰 것과 同時에 損害 보는 危險도 크다 함을 意味한다. 이 表에서 計測된 資料는 月別 資料에서 年間을 통한 平均的인 크기를 나타내었다. 年間을 통한 一連의 變動「패턴」은 하루 하루의 魚價變動에도 適用된다. 每日의 變動이 甚하면 이것이 蓄積되어 月別 變動이 甚하며, 그 結果 年間 變動도 甚해진다. 조기의 集荷量과 價格變動에서는 어떤 市場으로 誘導하는 것이 좋은 市場이 되는가를 結論지우기 힘들다, 一般常識의으로는 價格變動을 抑制하는 都賣人職能이 要求되고 있다.

量的으로나 品質面에서 均等を 찾을 수 있는 가장 代表的인 品種이 갈치 魚種이다. 앞에서 取扱한 조기는 近來에 와서는 大衆魚라기 보다 高級魚種이 되고 있다.

〈表5〉 갈치의 揚陸量

市場	1971	1972	1973	平均
釜山	14,830	18,973	23,390	19,064
馬山	8,272	11,918	14,073	11,421
麗水	7,137	10,736	14,912	10,928
群山	8,988	10,450	11,829	10,422
仁川	11,498	12,456	10,857	11,604

갈치의 揚陸量은 釜山이 조금 많으나 其他 市場은 規模에 關係없이 거의 비슷한 量이 揚陸되고 있는 特色을 보인다. 高級魚種인 조기는 市場에 따라 揚陸量의 變動이 甚한데, 大衆魚種인 갈치는 地域에 또는 市場에 拘碍됨이 없이 均等히 揚陸되는 傾向을 갖는다. 그러니 갈치에 對

한 市場의 價格形成과 變動이 어떻게 作用하는 가 그 市場의 他魚種에 미치는 影響을 判斷하는 基準이 될수 있다. 이 品種이 當該 市場에 있어서 가장 重要한 魚種이기 때문이다.

갈치는 機船底引網에서 漁獲된 品質과 一本釣漁船에서 漁獲된 品質 間에는 相當한 隔差를 보인다. 그러나 表6에 나타난 魚價를 볼때 地域的으로 비슷한 品質과 規格에 따른 絕對魚價라고 觀察된다. 群山, 仁川이 高價格市場이며, 麗水, 馬山이 低價格市場이 된다. 그러나

11) 標準偏差 $s = \sqrt{\frac{\sum(x-\bar{x})^2}{n}}$, \bar{x} : 月別平均價格, x : 月別平均價格, n : 揚陸月數, $v = \frac{s}{\bar{x}} \times 100$
 \bar{x} : 年間平均價格, 12個月

仲買人에 關한 研究

馬山, 麗水가 높은 集荷力을 갖었다고 볼 수 있는 理由는 魚價의 變動에 그 原因을 찾을 수 있다.

〈表6〉 칼치의 平均價格

市 場	1971	72	73
釜 山	54.6	40.3	53.1
馬 山	48.1	35.3	48.1
麗 水	42.4	30.3	32.9
群 山	77.4	45	61
仁 川	63.4	43.9	60.8

單位 : 원/kg

〈表7〉 칼치價格의 變動係數

市 場	1971	72	73	平均
釜山	17.72%	32.28	25.56	25.09
馬山	7.42	12.69	23.58	14.56
麗水	9.62	13.52	27.61	16.92
群山	18.14	23.09	30.62	23.95
仁川	11.6	24.7	23.22	19.84

로 說明될 수 있다.

變動이 弱하다는 原因을 委託仲買人의 影響인가 또는 다른 理由에서 發生되는 가는 앞으로 研究되어야 할 課題이다. 漁協의 產地市場에 있어서 獨占的 集荷機能에서는 漁民의 危險을 縮少시키기 爲해서도 價格變動幅을 작게 하는 都賣人 職能이 發揮되어야 한다.

5. 仲買人 規模의 分布

① 規模의 度數分布

「툼센」은 農產物 流通의 特殊性을 다음과 같이 들고 있다.¹²⁾

農產物 流通 「마진」의 相對的 過大性, 流通過程에서 形成되는 價格의 不安全性 等の 課題를 말하고 있다. 우리 나라에 比하면 流通構造가 發達된 美國에서도 農水產品에는 本質的으로 이런 問題點을 內包한다.

水產物 流通의 近代化란 流通上의 効率性을 追求하는 活動이다. 우리 나라 水產物 流通의 効率性을 經濟的인 意味에서나 物的流通面에서 가장 크게 阻害하는 要因은 規模의 零細性이다.

특히 水產物의 商行爲에 關係되는 機關은 零細性을 脫皮 못했다. 小賣商이 不安定하며 規模의 極端的인 零細性은 仲買人 營業의 不安과 危險을 擴大시키고 있으며, 이는 生産者 漁

12) F. L. Thomsen, Agricultural Marketing, 1951, p. 323.

민에게도 間接的인 影響을 미친다.

小賣商의 規模는 基本的으로는 社會經濟的 環境下에서 零細한 規模로 位置됨을 規制받는다. 그러나 다른 他小賣店에 比해 가장 劣位에 位置한다는 現實은 充分히 檢討되어야 한다

仲買人은 一般的으로 競賣方法에 依해 目的物을 取得한다. 競賣는 生産者 漁民의 漁獲物을 公正하게 迅速하게 評價 分配하기 爲해 導入된 制度이다. 이런 目的을 達成키 爲해서는 基本的으로 仲買人의 自由完全競爭이 保障되어야 한다는 前提下에 競賣制度는 肯定된다.

完全한 意味에서 自由競爭이 될려면 許可된 全數의 仲買人이 同等한 資質과 同一한 規模로 競賣에 臨했을 때이다. 그러나 이러한 狀態는 理論上 可能할지라도 現實的으로는 있을 수 없다. 自然히 仲買人의 個性 背景 信用 能力 等에 依해 商活動에 差가 생긴다. 이런 實力의 差가 매우 激甚하여 不過 少數의 仲買人만이 市場 去來量의 大部分을 買入한다는 事態가 惹起되었을 때 이 市場의 競賣가 眞實로 生産者 價値를 實現시켜 줄 것인가에 對해서는 疑心을 갖인다. 即 仲買人 規模가 獨占的인 分布 또는 寡占的 分布를 보이는데, 그리고 競賣制度의 理念을 實現시킬 수 있는 分布인가, 이런 問題를 經濟學에서는 獨寡占理論 또는 競爭理論에서 다루고 있다.¹³⁾

그러나 市場에 있어서 絕對數 얼마가 寡占의 狀態이다 라는 明確한 規定은 아직 解明되지 못했다. 더욱이 競賣에 臨하는 仲買人의 規模가 어떤 狀態가 獨寡占形態인가에 對해서는 究明되지 못하고 있다.

仲買人 規模(買上實績)의 區分에 따라 度數分布가 正規分布일때가 理想的인 分布가 된다. 即 規模가 매우 큰 仲買人이 小數이고, 零細한 仲買人도 小數로서 平均買上額에 가까운 仲買人으로 多數를 占하게 되는 狀態이다. 이런 경우일때 完全 自由競爭이 保障된다는 理論은 아직 없다. 그러나 競賣制度라는 評價方法을 考慮할때, 小數의 仲買人에 依해 買占되거나 談合된다는 것은 公正한 去來가 못되며, 그와 反對로 零細한 仲買人만 모여 競賣하는 것도 都賣人 集荷力을 制約하는 要因이 된다.

五個漁港의 六個 產地市場 三個年間の 仲買人 買上實績額(年間)을 크기에 따라 分類하여 그 度數分布를 觀察해 보면 大体로 正規分布에서 零細規模쪽으로 偏在된다. 이의 程度를 測定하는 方法이 非對稱度(Skewness)이다. 度數分布가 對稱의인가 아닌가 對稱이라면 어느 方向으로 어느만큼 기울어져 있는가를 나타내는 測度이다. 對稱分布가 된다면 그 値는 零이 되고, 非對稱度의 크기는 理論上 限度가 없으나 實際로는 1以上으로 되는 일은 거의 없다.

$$1 \geq S_k \geq 0$$

13) Chamberlin, The Theory of Monopolistic Competition, Harvard Uni.
農産物競爭理論은 森 宏著, 食品流通の經濟分析.

仲買人에 關한 研究

〈表8〉 仲買人 分 布 (非對稱度 S_k)¹⁴⁾

市 場	年 度	平 均 規 模 (천원)	非 對 稱 度	評 價
釜 山 (共同)	1 9 7 1	93,513	0.7216	正規分布化(n)
	7 2	88,906	0.6940	
	7 3	122,558	0.4764	
釜 山 (漁協)	7 2	37,518	0.1726	正規分布化(n)
	7 3	44,902	0.0584	
麗 水	7 1	40,001	0.7165	非正規分布化(a)
	7 2	40,542	0.7013	
	7 3	60,878	0.8469	
群 山	7 1	45,898	0.3708	非正規分布化(a)
	7 2	49,022	0.5595	
	7 3	76,942	0.6839	
仁 川	7 1	89,883	0.6787	停止型 (s)
	7 2	79,230	0.6111	
	7 3	112,010	0.6915	
馬 山	7 1	41,214	0.6942	停止型 (s)
	7 2	41,195	0.5880	
	7 3	51,935	0.5842	

六個市場의 仲買人 平均買上額은 市場의 去來規模에 따라 比例하여 增減되고 있다. 이 計測에 使用된 仲買人數는 各 市場別로 年間 總委販金額의 2/1000 以下의 買上 仲買人을 一律의 事故仲買人으로 看做하여 除外했다.

仲買人 度數分布의 3年間 時系列上 變化를 볼때 3가지의 類型으로 이들을 區分할 수 있다.

規模의 分布가 比較的 停止的이며 踏步的인 仁川, 馬山의 分布型. 그리고 正規分布化 하려는 움직임이 엿보이는 釜山共同魚市場과 釜山漁協의 分布型. 이와는 反對로 더욱 非對稱度의 強度를 높이며, 非正規分布化 하려는 麗水 群山의 分布型으로 區分된다. 이를 그림으로 簡單히 나타낸 것이 圖1이다.

$$14) \text{非對稱度 } (S_k) = \frac{\bar{X} - Mo}{S}$$

\bar{X} ; 平均買上實績

$$Mo; \text{最頻數 } (Mo) = L + C \left(\frac{f_{+1}}{f_{-1} + f_{+1}} \right)$$

S; 標準偏差

L; 자주數(Mo) 所在級의 級下限

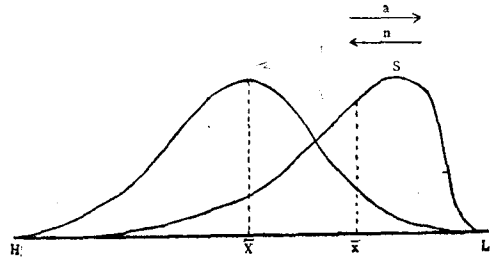
C; 級間隔

f_{-1} ; 자주數 所在級의 앞의 級 度數

f_{+1} ; 자주數 所在級의 뒤의 級 度數

非對稱도가 커진다는 것은 零細規模가 더욱 增加된다는 것을 意味한다. 競賣制度를 自由競爭이라는 原則的인 立場에서 說明할 때는 仲買人規模의 度數分布가 正規分布型으로 되는 것이 理想的이라고 할 수 있으나, 實際 非正規分布化되고 있는 麗水 群山の 경우 매우 큰 集荷力を 갖으며, 同時에 價格變動에도 安定的인 變動을 보이는 市場이다.

〈圖1.〉 仲買人 度數分布



그러나 이 分布類型만으로 좋은 市場이다 또는 나쁜 市場이다 라고 判斷하기는 어렵다. 앞으로 더욱 이와같은 資料가 集積되어 正確한 市場 資質을 判斷해야 한다.

② 規模의 理論分布式

仲買人 買上實績額을 그 順位에 따라 平面上 xy 座標에 表示할 때 가장 適合된 曲線式이 指數曲線이 된다. 買上實績을 이 曲線式에 最少自乘法으로 回歸關係式을 作成하니 매우 높은 適合性을 보이며, 그 誤差도 5% 程度로 높은 精度를 나타내었다. 그 理論式은

$$\text{Log } Y = A - bx \dots \dots \dots \text{①}$$

Y 는 仲買人 買上實績額, X 는 仲買人 買上의 順位이다. 市場別로 年間 買上實績을 順位別로 分類 整理하여, 買上額을 常用對數로 轉換시켜 다음 表와 같은 理論式을 計測했다.

〈表9〉 仲買人 規模 理論式

市場	年度	理 論 式	母集團	標 本	相關係數
釜山共同 魚市場	1971	$\text{Log } Y_{71} = 8.4574 - 0.016x$	77	26	-0.9956
	72	$\text{Log } Y_{72} = 8.4225 - 0.0157x$	80	27	-0.9934
	73	$\text{Log } Y_{73} = 8.5545 - 0.01335x$	86	29	-0.9936
釜山漁協 (鮮魚)	72	$\text{Log } Y_{72} = 8.0134 - 0.0297x$	37	19	-0.9491
	73	$\text{Log } Y_{73} = 8.1087 - 0.0267x$	41	21	-0.9640
仁川共同 魚市場	71	$\text{Log } Y_{71} = 8.4913 - 0.0321x$	43	22	-0.9826
	72	$\text{Log } Y_{72} = 8.3488 - 0.0244x$	46	23	-0.9874
	73	$\text{Log } Y_{73} = 8.5410 - 0.026x$	49	25	-0.9822
群 山 (漁協)	71	$\text{Log } Y_{71} = 8.073 - 0.0378x$	26	14	-0.8258
	72	$\text{Log } Y_{72} = 8.0714 - 0.0337x$	26	14	-0.9741
	73	$\text{Log } Y_{73} = 8.2865 - 0.0356x$	26	14	-0.9815

仲買人に 關한 研究

市場	年度	理論式	母集團	標本	相關係數
麗水 (共販)	71	$\text{Log} Y_{71} = 8.1901 - 0.039x$	41	21	-0.9952
	72	$\text{Log} Y_{72} = 8.1750 - 0.0401x$	39	20	-0.9918
	73	$\text{Log} Y_{73} = 8.3152 - 0.033x$	41	21	-0.9903
馬山 (漁協)	71	$\text{Log} Y_{71} = 8.1827 - 0.0324x$	47	24	-0.9880
	72	$\text{Log} Y_{72} = 8.1553 - 0.0313x$	49	24	-0.9864
	73	$\text{Log} Y_{73} = 8.2288 - 0.0303x$	47	24	-0.9777

①式의 A項은 順位 零의 買上額을 常用對數로 表示한 것이다. 가령 73年度 釜山共同魚市場 仲買人 順位 5番을 보면,

$$\begin{aligned} \text{Log} Y &= 8.5545 - (0.01335 \times 5) \\ &= 8.48775 \\ \text{anti log } 8.48775 &= 307,430,000\text{원} \end{aligned}$$

이 된다.

實際 順位 5番의 買上額은 305,267,985원이다. 그 差額 2,162,015원은 實際 買上額의 0.71%의 誤差가 된다.

母集團은 當該市場의 事故仲買人 (2/1000)을 除한 全体 仲買人數를 意味한다. 標本數는 計算의 便宜上 隔番 順位로 推出해서 標本으로 했다. 相關係數는 理論式과 實際分布와의 關係를 나타내는 것으로, 表9의 相關係數는 모두 1에 가까운 높은 適合性을 表示해 주고 있다.

〈圖2.〉 釜山共同魚市場의 理論式分布

①式의 b인 回歸係數는 傾斜를 나타낸다. b의 値가 작을수록 曲線이 오른쪽으로 右上 向된다. 클수록 原点쪽으로 기울인다.

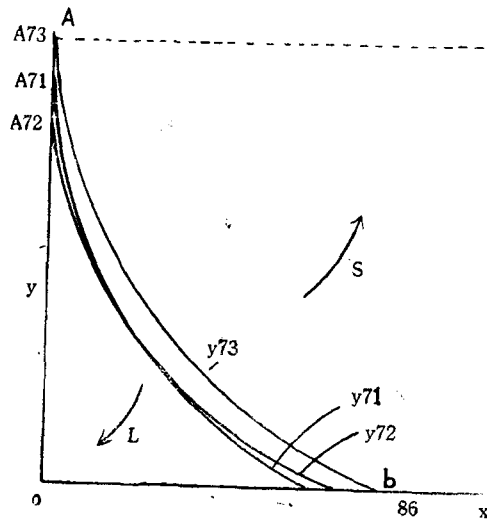
b가 零에 가까울수록 S쪽으로 曲線이 移動되며, b가 커질수록 L쪽으로 移動된다.

本稿는 便宜上 釜山共同魚市場의 73年度 理論分布式인,

$$\text{Log } Y_{73} = 8.5545 - 0.01335x$$

를 分析의 基本 「모텔」로 한다.

이 式을 變形하면,



$$x = \frac{8.5545 - \text{Log } Y_{73}}{0.01335}$$

賣上額을 알면 順位가 計算된다.

6. 利 益 分 析

一般 「마켓팅」에 있어서 機能分類를 보면, 危險分擔이나¹⁵⁾ 所有權移轉 機能을 매우 重要 機能으로 分類하고 있다.¹⁶⁾

仲買人は 競賣 또는 他方法에 依해 買入할 수 있는 制度上的 機關이다. 買入과 同時에 漁獲物의 所有權은 仲買人에게 移轉되며, 權利는 出荷商 또는 小賣商에게 完全히 賣渡하므로써 移轉된다. 商品의 流通 過程上에 所有權이 名確하지 않은 部分은 瞬間的이나마 있을 수 없다. 仲買人도 自己 計算으로 또 自己 危險負擔으로 買入하여 商의 活動에 對한 補償으로 利益이 發生된다. 都賣人은 市場 業務規程上 仲買人의 중계 手數料率을 策定하고 있으나,¹⁷⁾ 이는 商法上 仲介業으로 仲買人을 誤解하는데서 惹起된다. 都賣人이 公益性 法人으로 消費者 利益을 爲해 「마진」을 줄일려는 意圖에서 手數料率 限度를 勸獎할 수 있으나, 原則的인 立場에서 適法한 方法에 依해 許可를 得한 仲買人의 商行爲를 妨害하지 못한다. 그러나 都賣人의 職能으로써 仲買人을 手數料 商人化시킬 수는 可能하다. 仲買人 人員數를 이런 目的에 따라 調整하므로써 可能하다. 그러므로 市場의 業務規程上 이런 制限 條項을 넣는다는 行爲는 無意味하다.

一般的으로 仲買人 收入의 源泉은 手數料에 둔다고 仲買人들은 主張한다. 그러면 이러한 主張을 一端 밑어 利益을 分析해 본다. (但 이런 利益分析 作業은 仲買人의 本質的 概念을 把握하기 爲한 手段으로 하는 것이니 他의 用途에는 慎重을 期할 것을 附言해 둡니다)

釜山共同魚市場 仲買人의 경우 收入源泉은 3% 手數料 收入과 市場으로 부터 買上金額의 0.5% 助成金 支拂이 收入의 全部라고 말하고 있다. 그러나 買上價額의 3.5%가 收入의 源泉이라는 말이 된다. 이 중에 公課金 協會費 등을 過大히 評價하여 買上 價額의 1%로 했다. 이는 筆者의 善意的 解釋에 따라 任意로 決定했다. 그러면 收入은 買上價額의 2.5%가 되는 셈이다.

$$\text{即 仲買人 收入} = \text{買上價額} \times 2.5\%$$

의 函數式이 된다.

買上價額은 仲買人 買上實績으로 이를 理論式으로 表9에서 計測했다. 個個人的 買上實績

15) A. W. Show, Some problems in Market Distribution, 1912.

16) Converse, and Huegy, The Elements of Marketing, 1952, p. 35

17) 釜山共同魚市場 委託販賣 規約執行細則, 第20條, 중매인수수료제한.

仲買人에 關한 研究

價額에 2.5%를 乘하여 理論的 收入式을 算出한다.

$$\begin{aligned} \text{仲買人 收入}(r) &= \log y + \log 0.025 \\ &= \log y + \bar{1}.60206 \end{aligned}$$

그 結果 算出된 仲買人 收入의 理論式은

$$\text{Log } R_{73} = 6.9524 - 0.013345x \quad \left(\begin{array}{l} N=86 \\ n=29 \\ r=-0.9936 \end{array} \right) \text{이 된다.}$$

利益=收入-經費

의 函數式으로 解釋된다.

仲買人의 經費內譯을 알기 爲해 다음 5個 仲買人을 標準으로 했다. 勿論 經費調査는 全數 調査나 標本數를 많게 하는 것이 原則이나, 仲買業은 業務의 內容이 比較的 簡單하여 規模 別로 任意抽出하여 全体에 適用시켰다.

經費支出 科目은 人件費, 接待費, 通信料, 電氣 水道料, 賃賃料 等이다. 이 중 規模에 따라 變動되는 支出科目은 大規模인 경우 9사람의 固定的인 人件費 支出이 있다, 서울에 한 사람 固定的으로 配置하여 業務에 從事토록 하는 規模에서, 規模에 따라 5명 4명으로 下降된다. 人的構成도 代理人은 專問的인 職業人으로 認定하여 그에 따라 月給이 支給되고 있다. 그 下部의 組織은 血族關係 또는 給仕 程度의 水準에서 採用하고 있다. 規模가 작은 下位水準에서도 2명 程度의 使用人을 採用하고 있는 實情이다. 變動費의 性格을 갖는 支出 科目은 通信料와 接待費이다. 遠隔地에 大量으로 出荷하는 大規模 仲買人일수록 이 科目 支出이 增大되고 있다. 小規模 零細仲買人은 全然 支出되지 않은 科目이다.

調査의 途中에서 몇個의 標本만으로도 充分히 全体的인 傾向을 알 수 있다는 確信을 얻어 回歸關係式으로 處理했다.

<表10> 仲買人費用

位 置	月平均經費 (천원)	年間經費 (천원)
特上	576	6,912
上	481.2	5,774.4
中	206.5	2,478
中의下	93.5	1,122
下	57.7	692.4

이 表의 資料에 따라 最小 自乘法으로 經費函數式을 求했다.

$$\text{Log } C_{73} = 6.8303 - 0.01481x \quad \left(\begin{array}{l} n=5 \\ r=-0.9976 \end{array} \right)$$

經費函數式의 回歸係數 (b)가 收入函數式보다 높은 値를 보인다. 이는 順位가 떨어질수록 間隔(利益)이 벌어진다 함은 뜻하나, 實際 金額上으로의 相對 利益額은 無視될 만큼 작다.

基本分布 理論式에서 手數料 收入理論式이 誘導되었고, 위에서 計測된 經費理論式의 値를 除한 部分이 利益이 된다.

수 산 경 영 본 집

다음 表 11에서 順位에 따른 利益을 計算했다.

〈表11〉 利 益 分 布

順位	買 上 分 布		誤 差 $\frac{ y'-y }{y'}$	收 入		經 費		利 益	
	Log y	y (천원)		Log r	r (천원)	Log c	c (천원)	p (천원)	Δp
1	8.5412	347,700	7%	6.93905	8,690.6	6.81549	6,538.6	2152.0	179.3
5	8.48775	307,430	0.7	6.88565	7,685.1	6.75625	5,705.0	1980.1	165
10	8.421	263,690	3	6.8189	6,590.3	6.6822	4,810.7	1779.6	148
15	8.35425	226,070	8	6.75215	5,651.3	6.60815	4,056.5	1594.8	133
20	8.2875	193,870	4	6.6854	4,846.2	6.5341	3,420.6	1425.6	119
25	8.22075	166,240	1	6.61865	4,154.9	6.46005	2,884.4	1270.5	106
30	8.1540	142,560	6	6.5519	3,563.6	6.386	2,432.3	1131.3	94
35	8.08725	125,350	14	6.48515	3,058.5	6.31195	2,051.0	1007.5	84
40	8.0205	104,830	11	6.4184	2,620.5	6.2379	1,729.5	891.0	74
45	7.95375	89,898	8	6.35165	2,247.0	6.16385	1,458.3	788.7	66
50	7.8870	77,091	4	6.2849	1,927.1	6.0898	1,229.8	697.3	58
55	7.82025	66,108	8	6.21815	1,652.5	6.01575	1,037.0	615.5	51
60	7.7535	56,689	2	6.1514	1,417.1	5.9417	874.4	542.7	45
70	7.62	41,687	9	6.0179	1,042.1	5.7936	621.7	420.7	35
80	7.4865	30,655	8	5.8844	766.3	5.6455	441.6	324.7	27
平 均			5.3%						

※ y' : 實際買上實績 Δp : 月間利益額(천원)

全般的으로 利益의 幅이 작게 評價된 感이 없지 않다.

買上規模가 縮少될 수록 利益은 減少되어 一定水準 以下の 規模에서는 業主로써 雇傭人에 支拂하는 人件費보다 低兼한 利益을 갖이는 規模도 있다.

筆者도 表의 利益이 事實이라고 믿지 않는다. 다만 仲買人들이 그들의 收入의 源泉을 Commission Basis 에 一律적으로 두고 있는데 對해 反證하기 爲해 이런 一連의 定量的 方法을 使用했다.

規模가 큰 仲買人은 一定率의 手數料 收入에 依存하더라도 營業으로서 維持가 可能하다. 그러나 一定 規模 以下の 仲買人은 Commission Basis 로는 도저히 營業이 不可能한 狀態이다. 그들은 手數料 商人이라 主張해도 現實性이 稀薄하며, 現實的으로는 Commercial Basis 에 基해서 營業行爲한다고 斷定할 수 있다.

7. 配給機能의 分化

資本主義 經濟의 正常的 發展에 따르면 生産者로서의 漁民, 組合이 商業資本에 對한 相對的 位置는 有利하게 展開된다. 漁業者, 組合은 보다 強力한 「마켓팅」機能을 갖게 된다. 產地市場에서 評價機能도 消費者側을 代身하여 仲買人이 作用하고 있으나 生産者의 位置가 더욱 有利하게 될 때는 一方的으로 指定 價格制度 또는 組合에 依한 買取制度가 支配的인 去來形態가 된다. 이런 경우 仲買人의 評價機能이란 事實上 無意味하게 된다. 남은 機能이란 오직 消費者나 購買者를 爲한 効率的인 分配 配給機能만이다. 이렇게 볼때 仲買人의 近代의이며 本質的인 機能이란 配給機能에 集約된다.

社會의 發展이란 生産構造面에서는 生産性的 增加, 合理性의 追求, 技術革新 等に 依해 生産量이 增大되는 흐름을 갖었다. 이에 對應되는 消費構造는 都市化가 促進되며, 多樣性이 增加되는 發展을 갖었다. 이 사이를 連結하는 流通은 効率性이 增加되며, 同時에 複雜한 機構로 分化되어가고 있다. 이런 發展過程의 基本이 되는 哲學은 流通機能이 總合(Integration)에서 特殊化(Specialization)의 過程을 밟게 된다는 理念이다.¹⁸⁾

水産物市場의 基本的인 機能의 發展을 도리켜 보면, 前期段階에서는 客主資本에 依해 모든 機能이 總合되었다가 資本主義 經濟가 水産業과 그 流通分野에 侵透하므로써 產地市場의 集荷機能은 組合의 組織체로 分化되어 擔當되었다. 分配 配給機能은 仲買人에게 分化되어 왔다.

一定 水準의 集荷量을 갖이는 產地市場 仲買人은 規模의 乖離現象이 일어난다. 小規模 零細仲買人은 當該 都市 및 近郊의 小賣商을 相對로 分荷 販賣하는 仲買人. 大規模 仲買人은 相當量의 賣掛金과 資金으로 大量의 荷物을 自己計算으로 遠隔地 消費市場에 出荷하고 있다.

이와 같은 仲買人의 配給機能이 規模에 따라 特化되는 發展 樣相이 나타난다.

이를 便宜上 消費仲買人(L. D., Retail)과 出荷仲買人(L. D., Wholesale) 로 區分했다.

仲買人의 買上實績이 매우 큰 隔差를 갖이면서 乖離되고 있는데, 어떤 規模의 水準에서 配給機能이 分岐되는가를 解析的으로 分析했다.

年間 總買上價額을 面積으로 한 三角形을 前提로 해서,

$$L = \frac{1}{2} (\text{最高買上價額} \times oa)$$

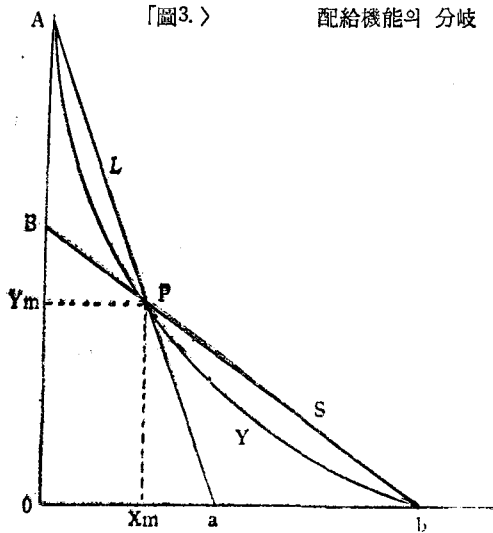
$$S = \frac{1}{2} (\text{全仲買人數} \times oB)$$

$$L = S = \sum_{i=1}^n y'_i \quad (y' ; \text{實際 仲買人 買上實績})$$

18) 安台鎭著, 마켓팅原論, 1971.

의 等式에서 oa 와 oB 를 算出한다.

釜山共同魚市場의 71年度에서 73년까지의 Aa 와 Bb 直線式을 求했다.



Y: 買上分布 理論曲線

L. Aa : 擴大規模型(最高位 買上 基準 三角形)直線

S. Bb : 縮少規模型(全數 仲買人 基準 三角形)直線

斜線_i = $A - bx$

A 項은 y 軸上의 買上價額을 意味하며, b 項은 傾斜를 나타낸다.

이들 兩直線의 交点(P)는 大規模 仲買人과 小規模 仲買人의 規模 折衝点이라는 解析上의 意味를 갖인다. 大規模도 아니며 同時에 小規模도 아닌 均衡的인 意味를 內包한다.

가령 A 가 擴大되면 同一面積에서는 a 는 原點쪽으로 移動된다. 또 b 가 많아지면

〈表12〉 斜線 直線式

年 度	直 線 式
1971	$Aa_{71} = 339,942,480 - 7306615.5404 x$ $Bb_{71} = 205,401,717 - 2661554.7662 x$
1972	$Aa_{72} = 337,956,285 - 7990076.9558 x$ $Bb_{72} = 178,681,846 - 2233523.0750 x$
1973	$Aa_{73} = 377,643,060 - 6662016.3709 x$ $Bb_{73} = 248,919,466 - 2894412.3953 x$

B 는 내려온다. 即 上位의 仲買人 規模가 擴大되면 少數의 仲買人으로 全体를 買上할 수 있다는 論理가 成立된다.

最高位 仲買人을 基準으로 했을 때는 最少限 oa 數 만큼의 仲買人 人員으로 規模를 擴大시키면서 市場運營을 戒할 수 있다. 그러나 現實的으로 ob 數만큼의 仲買人이 許可를 얻어 營業을 하고 있다. ob 를 더욱 많게 하면 oB 價額은 下降된다. 即 더욱 많은 仲買人을 許可할 때는 上部 大規模 仲買人의 規模는 零細化됨을 뜻한다.

現在의 都賣人으로서는 許可된 仲買人 全体의 營業上의 存立도 保障해야 되며 同時에 仲買人 資質에 따라 擴大할려는 傾向도 尊重해야 된다. 이들 二律背反的인 仲買人의 規模를 緩和시키는 均衡点이 交点 (P)이 된다. 이 交点 以上을 大規模 仲買人의 概念에 넣으며,

仲買人에 關한 研究

그 以下를 小規模 仲買人의 概念에 넣는다.

A가 上昇함에 따라 P는 Y軸쪽으로 移動되며, b가 많아지면 그 反對方向으로 移動될려는 解析上의 性格을 갖는다. 이 交點을 中心으로 遠隔地 消費市場에 出荷할 수 있는 仲買人 規模의 分岐點으로 解釋했다. 이 交點 (p)를 兩直線式에서 求하면 다음과 같다.

(表13) 交點(P)出荷分岐點

年 度	Y_m (價格) (원)	X_m (順位)
1971	128,038,094	29
72	116,883,836	27.6684
73	150,029,262	34.1659

1971年度는 1億3千萬원 가량의 規模, 72年度에는 1億 2千萬원, 73年度에는 1億5千萬원 程度의 規模에서 出荷仲買人이 分岐되었다. 順位는 73年度 34番이 되고있으나 理論分布式에서는

$$x = \frac{8.5545 - 8.1761781}{0.01335} = 28.3387 \text{ 으로 28番이 된다.}$$

73年 實際 分布에 있어서는 27位인 151,538,860원에 가장 가깝다.

$$\sum_{i=1}^{27} y'_i = 6,519,699 \text{ (천원)} \quad (y' : \text{實際買上額})$$

73年 全体 委販高 10,703,537(천)원의 60.88%를 占한다. 이 경우는 分岐點을 Y_m 值에 따라 計算했는데, X_m 值인 34位까지 내려가서 計算하면,

$$\sum_{i=1}^{34} y_i = 7,427,011 \text{ (천)원}$$

으로 全体의 69.39%가 된다.

市場에서도 正確한 資料를 求할 수 없는데, 前者 (y_m)보다 後者 (x_m)가 精度가 높다는 評을 받았다.

順位 (X)에 따른 理論分布式

$$\text{Log } Y_{73} = 8.5545 - 0.01335X$$

는 原來 不連續 概念에 依한 回歸關係式이다. 그러나 積分概念을 利用하여 1位에서 X_m 位까지의 面積, X_m 에서 b까지의 面積으로써 出荷分과 當該都市 消費分의 比率이 測定된다. 積分의 連續量 概念을 變態 利用한 例이다.

$$\int_{0.5}^{x_m} y \, dx = S_1 \quad \int_{x_m}^b y \, dx = S_2 \text{ 로 하고}$$

$$\frac{S_1}{S_1 + S_2} = \text{出荷比率} \quad \frac{S_2}{S_1 + S_2} = \text{消費比率로 본다.}$$

$$\text{積分公式} \quad \int a^u \, du = \frac{a^u}{\log_e 10} \quad \text{를 利用했다.}$$

理論式을 變形시켜, $y = 10^{8.5545 - 0.0133x}$ 로 하여

$$\int_{0.5}^{84.17} y \, dx = \int_{0.5}^{84.17} 10^{8.5545 - 0.0133x} \, dx = 7,391,718,720 (S_1)$$

$$\int_{84.17}^{88} y \, dx = 3,259,411,776 (S_2) \text{ 가 된다.}$$

그러므로써 $S_1 = 69.4\%$ $S_2 = 30.6\%$ 가 된다.

實際 資料의 計測 結果와 一致된다.

仲買人의 本質的인 機能인 配給機能은 一定水準 以上の 揚陸市場에서는 出荷仲買人과 當該都市 消費仲買人으로 分化되고 있음을 實證할려 했다.

出荷仲買人은 現實的으로 Commission Basis에 依해 營業을 하고 있으며, 表11의 利益分析에서 본바와 같이 手數料 收入에만 依存하더라도 그들의 營業은 능히 可能하다. 消費仲買人은 一律的으로 手數料 收入에만 依存된다는 主張은 現實性和 理論的 바탕이 稀薄하다. 그들은 Commercial Basis에 依한 營業을 規模上 必然的인 것으로 強要當하고 있다.

生鮮食品이 消費者에 미치는 社會的인 影響은 매우 크다. 그런 意味에서도 消費者와 直接的인 關係가 있는 消費仲買人의 去來方法은 Commission Basis로 營爲되기가 必要하다.

出荷仲買人의 營業은 委託에 依한 買入인가 또는 이들 業態의 定義를 어떻게 보는가는 뒤로 미루더라도, 이들은 資本主義體制下에 自己計算과 危險負擔으로 合理的인 商行爲가 이룩되도록 되어야 한다. 卽 Commission Basis에서 Commercial Basis로 轉換한 다음, 社會의 全般的인 濟經水準이 向上되어 生産者 組織과 出荷競爭되는 時期, 그리고 容費者意識이 向上되면 社會的 規制를 받아 다시 適正率의 Commission Basis로 轉換되는 것이 先進諸國의 貴重한 經驗이었다. 이런 歷史를 슬기롭게 받아 들이는 곳에 우리 社會의 叡智를 찾을 수 있다.

8. 出荷仲買인과 內陸地荷受人

漁民, 漁業者의 生活이 向上되며, 産業活動이 伸長되기 爲해서는 市場機能이 合理的으로 發揮되며, 都賣人으로서 組合의 集荷力이 增強되어야 한다. 이는 同時的으로 仲買人の 消費 去來能力의 向上을 수반하지 않고는 達成되지 못한다. 仲買人은 全般的으로 都賣人에 對해서는 擔保設定 保證金納付 等으로 債務에 對해서는 一步의 讓步없는 側面이 있는 反面, 債權回收은 小賣商의 徹底한 零細性을 밑바탕으로 하고 있으므로 매우 危險한 位置에서 營業하고 있다.

仲買人 資質 規模를 育成키 爲해서는 債權回收과 配給 經費上의 浪費를 防止하는 對策이 基本課題가 된다.

仲買人の 營業이 比較的 安定性이 保障되게 하며, 營業에 對한 自負와 矜持를 갖도록 相互協力 努力해야 된다.

우리나라 水產物流通은 產地 揚陸市場은 組合에 依해 充實한 都賣行爲가 되고 있으나, 한발 內陸地에 들어서면 無秩序와 反社會的 行爲가 公公然히 行해지고 있다.¹⁹⁾

內陸地 都市의 生鮮食料品 流通은 居住民의 保健 需給調節 適正價格 等の 目的을 達成키 爲해 中央都賣市場 制度(現 農水產物都賣市場法)에 規制받고 있다. 既前의 中央都賣市場法은 開設者(地方公共團體)의 財政 投資效果란 面에서 一都市一市場 一 代行法人主義로 規定되고 있었다. 그렇게 하므로써 價格機能을 集中하고 流通秩序를 바르게 할려는 法精神의 發現으로 본다. 그러나 商業資本이 正常的으로 成長되지 못했으며, 몇번의 政治 社會的인 變動을 맞아 都賣代行業 法人體가 全國的으로 不實하며, 出荷仲買人の 信用을 全的으로 얻지 못했다. 그러나 出荷仲買人은 都市에 委託 出荷하기 힘들며, 內陸都市에는 必然的으로 委託을 받는 客商(物產客主業)이 發生된다. 이들이 產地仲買人에게 委託하여 商品을 引受하거나, 出荷仲買人은 이들에게 集中的으로 委託出荷하게 된다. 實質的인 都市의 集荷力은 이들이 갖는다. 이를 類似都賣業이라 法律上 分類하고 있다. 이들은 適法의 競賣方法 合理的인 評價方法에 依하지 않고, 出荷人の 犧牲을 強要한다. 그 反面 法人體도 아닌 零細客商에 出荷하여 債權回收에 困難을 겪는 경우도 많다.

合法的인 都賣法人이 實質的인 集荷가 不可能하니 우리나라 內陸地 都賣市場에 入荷되는 水產物의 量을 監督官廳이 모르고 있는 現實이다.

이를 測定키 爲해 우리나라 都賣代行法人중 充實하게 集荷 營業하고 있는 淸州市를 基準으로 하여 集荷量 推定式을 「모델」構成한 것이 다음 函數式이다.²⁰⁾

19) 拙稿, 中央都賣市場의 實證的 研究. 參照 1972.

20) 前掲書. W_i : 地域別 消費者物價指數 鮮魚 Weight를 淸州基準으로 指數.

P_i : 都賣 地域別 價格指數(淸州魚).

$$\text{當該 都市都賣集荷量(金額)} = \frac{\text{清州 集荷價額}}{\text{清州市人口}} \times \text{當該都市 人口數} \\ \times \text{消費量地域差指數}(W_i) \times \text{價格地域差指數}(P_i)$$

70年度에는 85%의 精度를 立證했다.

우리나라 都市중에서도 서울의 都賣段階가 不健全하여 流通 配給費上에 「로스」가 甚하다. 서울은 複數 市場化보다 價格機能을 全國적으로 集中시킬 수 있도록 單數 市場體制로 整備하며, 都賣人制度를 適正數로써 複數化시켜 秩序를 바로 잡는 일이 急先務가 된다.

現行의 農水産物 都賣市場法은 都賣代行 業數에 對해 單複을 規定하고 있지 않다. 이는 都市의 事情에 따라 都賣人을 複數化시켜도 된다는 法解釋이다. 이와같은 法體系는 水産物 流通의 側面에서는 違大한 法哲學의 發展이라 評價하고 싶다.

地方都市의 都賣人도 都市規模에 따라 複數化시킬 것은 시켜주고 (筆者의 推定으로는 光州 以外는 該當地 없음), 되도록 現存의 都賣法人體 속에 集荷仲買人을 吸收케 하여 都賣人을 健全化시켜 주어야 할 것이다. 根本적으로 이런 對策이 出荷仲買人의 規模 擴大를 爲한 基本條件이 된다.

9. 產地仲買人의 制度的位置

現行 法體系 속에서 仲買人概念을 어떻게 規定하고 있는가.

우리나라 仲買人 業態와 거의 同一한 制度를 갖인 나라가 日本이다. 兩國의 基本的인 概念의 差를 比較해 보았다.

現實적인 우리나라 仲買人의 業態는 都賣人의 추천을 받은 適格者가 市長의 許可를 얻어 營業할 수 있다. 產地市場은 都賣人인 組合의 許可, 또는 生産者組合의 代表로 構成되는 組織體로 부터 指定 許可된다. 法律上的 根據로는 農水産物 都賣市場法 第18條에서 仲買의 許可를 規定하고 있으며, 同施行令 14條에서 資格과 擔保提供 그리고 人員數의 制限을 規定하고 그 外는 業務規程에서 다루게 되어 있다.

우리나라와 日本에 있어 仲買人에 對한 業務規程上 基本的인 差異는 日本은 仲買人을 商人概念으로 把握함에 비해, 우리나라는 內陸地都市, 產地市場 共히 仲介人 또는 委託賣買人概念으로 다루고 있다. 이는 法律學 專攻이 아닌 筆者의 短見으로도 未熟한 概念 把握이라 思料된다.

商法上 仲介業 또는 委託賣買業이란 他人 間의 商行爲를 仲介하든가 또는 自己名義로 他人 計算의 營業을 하는 者를 말한다. 이에 對한 適正 報酬로 兩 商人으로부터 合意된 手數

仲買인에 관한 研究

료를 받는다.²¹⁾

그러나 우리나라 仲買인은 信用限度의 範圍內에서 自己責任으로 買入하여, 自己 危險下에 出荷 또는 小賣商을 相對로 營業하고 있다.

서울特別市 中央都賣市場 業務規程(서울市 條例 第93號) 第50條에서 「仲買인은 都賣人으로서 부터 買受한 物品을 本市場內에서 小賣人에게 分賣할 때에 受取할 手數料의 率은 買受價格의 百分之 四 以內에서 市長의 承認을 받아야 한다」라고 規定하고 있으며, 大田의 경우도 第41條에서 手數料를 百分之 四로 規定하고 있다. 釜山共同魚市場의 委託販賣規約 細則 第20條에서 「仲買인의 증개手數料는 競落額의 百分之 五 以內로 할것」.

이들 우리나라 地方官廳 또는 漁協의 仲買인에 對한 手數料率 限度 指定의 根本趣旨는 理解된다.

이런 規制는 消費者를 爲해 準公益性 營業을 規制하려는 行政力의 獨走 現象이다. 仲買人の 業態는 바로 商의 營利를 追求하는 商人으로 理解된다. 條例法으로 이들 本然의 活動을 制約할 수 있을지 疑問이다. 다만 仲買人 또는 仲買人 組合에 對해 消費者 利益을 爲해 協調를 付託하든가 또는 資格要件에서 一定率 以內의 手數料 徵收만을 誓約케 하면 別個 問題일 것이다. 그러나 產地市場 都賣人은 出荷仲買人 育成이라는 側面서 이런 措置는 制約받는다.

日本은 仲買人 概念을 商品去來所法에서 規定하고 있으나, 同法 2條에서 「商品 仲買人은 商品去來所의 會員으로 賣買去來하는 者」. 同法 42條 「委託者 保護를 爲해 特別한 規制를 加한다」라고 하여, 定款으로 手數料率을 規制하고 있다. 그러나 魚市場의 仲買人은 日本의 中央都賣市場法 第15條 仲買業務 資格 等を 業務規程으로 定하게 해 놓고 있다. 東京都의 中央都賣市場 業務規程 第30條, 仲買인의 定義에서 「仲買人이란 市場에 있어서 都賣人으로서 부터 買受한 物品을 市場內의 賣場에서 分荷 販賣하는 者」라 規定지우며, 同 第37條에서 「知事는 仲買인에 對하여 販賣價格 數量 其他 必要한 事項의 報告를 命할 수 있다」고 規定하여 手數料商 아닌 商人으로 看做하고 있다.

그리고 京都市 中央都賣市場 業務規程 條例에서도 第62條 「仲買人은 그 業務에 關하여 購入帳 및 賣上帳을 備置하여, 每日의 去來 品名 數量 金額을 記入해야 하며, 이 帳簿는 閉鎖日에서 10年間 保存해야 한다.」等等으로 規定하여, 手數料에 對해서는 別途의 規定을 볼 수 없다. 產地市場중에서 代表的인 組合 都賣人인 燒津(Yaezu) 漁業協同組合의 市場業務規程에서는 第25條 「仲買人은 魚市場 開設者를 通해 縣知事의 許可를 얻는다」. 第30條에서 「魚市場이 必要하다면 仲買인에 對해 그 販賣한 價格 및 數量 其他에 對해 報告케 한다」고 規定하고 있다. 其外 筆者가 갖인 業務規程, 下關 中央魚市場 株式會社 業務規程, 下關 魚市場株式會社 業務規程, 鹽釜市 魚市場 業務規程, 鹽釜 地區 機船漁業協同組合 都賣規約,

21) 商法 第6章 仲介業, 第7章 委託買賣業.

氣仙沿 漁業協同組合 魚市場 業務取扱要綱, 宮古灣 漁業協同組合聯合會 魚市場 都賣業務規定, 大船渡 魚市場株式會社 業務規程 等の 資料에서도 共히 仲買人의 概念을 基本的으로 商人으로 다루고 있다고 看做된다.

同一한 業態에 對해 基本的으로 韓國과 日本은 全然 別個의 解釋을 내리고 있다. 現實的으로 仲買人들도 手數料商으로 認識되는 것이 稅制面에서 有利하다.

그러나 稅政이 產地仲買人의 業態와 概念을 正確히 認識하여, 國民 榮養 供給의 重要한 活動을 擔當하는 이들을 發展的인 方向으로 誘導하는 길이 옳은 行政方向이 된다.

現在 國稅廳이 產地仲買人을 理解하는 데는 物產客主業과 手數料商의 概念이 複合된 形態로 理解하여 課稅하고 있다. 營業稅法上 物產客主業은 內陸地 委託仲買人에게는 該當되는 概念이나 產地仲買人에게는 그 業態가 適應되지 못한다.

營業稅法 施行規則 第5條2의 ④에서 「物產客主는 他人의 委託을 받아 物品을 自己名義로 賣買하는 것일 것」. 이는 產地仲買人의 業態중 一部分은 이에 該當된다. 그러나 競落品이 모두 委託者의 注問에 依한 것은 아니다. 더욱이 그 「賣買의 目的物은 委託者의 所有」 이는 完全히 仲介業으로 認識한 解釋이다. 條項의 價格도 仲買人의 自己計算에 依한 評價이다. 其他 物產客主의 概念을 產地 仲買人에게 適用시키기에는 무리가 있다.

產地仲買人의 買入價格은 正確히 公開되는 制度下에서 商行爲를 하므로 一般 販賣業者와 同類의 利益을 얻는다는 것은 生覺될 수 없다. 現實的으로 商人概念에 들어가나 그들의 利益幅은 많은 制限과 權債回收에 어려움을 當하고 있다. 이런 點을 勘案하여 稅政에 反映되는 것이 國民經濟上의 利益이다.

仲買人概念을 英語로 表記할 때 美國이나 英國은 우리나라와 같은 業態를 正確히 갖이는 機關이 없다. 類似한 機關이 Jobber, Middleman, Commission Merchant, Broker, Bidder 등이 있으나 正確하지 못하고 Licensed Dealer ²²⁾가 適切한 表現임을 添記해 둔다.

仲買人育成에 對한 提言(結言)

農水產物流通 改善의 目標은 農漁民 所得의 向上을 追求하는 方法이 基本的으로 설정되어야 하며, 消費者 利益을 爲한 市場 環境, 그리고 效率性을 增加시키는 것을 目的 意識으로 해야 된다.

流通의 效率性(Marketing Efficiency)을 提高시킨다는 것은 配給費用을 節約하며, 物理的인 去來促進을 뜻한다. ²³⁾

22) U. S. Department of Agriculture, Foreign Agriculture, Nov. 29, 1971

23) 金成勳, 農產品流通의 課題와 改善方向. K. M. D. C.,

仲買人에 關한 研究

그러나 「마켓팅」機構는 效率性을 提高시킨다는 理念에는 限界가 있고, 相對的인 意味로 理解되어야 한다.

資本主義 經濟의 發展에 따라 生産과 消費에 適應된 流通, 特히 配給經費는 增大되는 傾向이 있다. 더욱이 仲買人 經費 內譯에서 大宗을 이루는 部門이 人件費이다. 當該 社會에 있어서 報酬水準을 形成시키는 基準은 製造業 部分의 生産性이 主導的이다. 製造 加工部分은 資本과 技術革新에 依해 높은 生産性을 나타내고 있는 것이 오늘날의 特色이다.

이들의 平均的인 報酬水準이 他産業 分野에도 生産性的 뒷바침이 없이 받아 들여지고 있다. 配給産業은 앞으로 省力化 合理化를 追求한다 하더라도 限界가 있다. 그런 意味에서 流通改善이란 本質的으로 跋行的인 矛盾을 갖는다. 配給費의 節約은 他 商品 配給費에 比較되는 相對的인 意味에서 그 合理性이 追求되어야 한다.

水產物 流通의 效率性은 他分野에 比하면 經濟的으로나 物理的인 意味에서나 落後되고 있다. 이의 가장 큰 要因이 規模의 零細性에서 原因되는 大經營의 利(Economy of scale)를 얻지 못하는데 있다.

本稿 研究 對象이 되었던 仲買人 機關이 育成되기 爲한 條件을 結論으로 整理해 본다.

I. 社會制度上的 條件

① 複數 都賣人制度의 導入

產地市場 仲買人의 配給機能이 分化되어 出荷仲買人和 消費仲買人으로 나눈다. 出荷仲買人의 營業 安全과 債權의 適期回收가 될려면 지금과 같은 非合法的인 內陸地 委託仲買人을 陽性化시켜 이들을 합쳐 都賣法人體를 構成시킴이 配給費의 節約과 健全한 流通秩序를 確立시키는 捷徑이 된다.

筆者는 水產物流通의 類型을 世界的인 範圍로 整理해 보았는데,²⁴⁾ 中央都賣市場 制度로 收斂(Convergence)되어 나가는 類型, 收斂이 完成된 段階, 그리고 나서 새로운 機構를 向해 擴散(divergence)되어 나가는 類型으로 分類됨을 보았다.

이러한 市場類型의 發展過程 속에는 飛躍이란 있을 수 없으며, 우리나라도 하루라도 빨리 中央都賣市場制度(現在는 農水產都賣市場制度)에 收斂되어야 한다. 그리하여 價格機能은 一元化시키며, 物理的 配給은 分散시켜 주면서 한걸음씩 發展되어야 한다. 이는 一都市 一市場 複數都賣法人制度下에서 實現될 수 있다. 先進國에서는 벌써 50年前에 都賣法人의 單複問題가 論議되었다. 그러나 우리의 現實은 單數都賣人으로 集荷시키는데는 너무나 많은 問題를 內包하고 있다. 約 30年間이란 긴 歲月과 浪費를 치르면서 農水產物都賣市場法의 複數 都賣人制를 許容한다는 市場法 哲學의 發展을 보았다.

24) 拙稿, 世界各國의 水產物市場(I~IX) 水協中央會, 海外水產情報(1973. 10~74. 6).

수 산 경 영 론 집

우리나라 國民의 意識構造는 多分히 中央集權的이며, 서울志向性이 強한 意識을 바탕으로 하고 있다. 中央都賣市場制度도 現在로는 서울이 가장 次要地區이다. 서울이 正常的인 軌道에 오르면 그 波及效果는 매우 크다.

그러나 서울의 水產物市場을 重點的으로 強化시킴이 가장 焦眉의 課題이다.

② 仲買人 業態와 概念의 定立

仲買人을 商法上的 仲介業이나 委託賣買業으로 看做하는 地方自治團體 또는 水協의 概念把握을 새로히 檢討할 必要가 있다. 이들은 商人이라도 國民榮養과 水産業에 미치는 影響이 매우 큰 準公益的인 商業임을 確認하여 稅制面에서 이들의 規模가 擴大되는 方向으로 誘導시킴이 要求된다. 國稅廳의 物產客主業이라는 概念을 產地仲買人에게 適用시킴은 現實的으로 矛盾이 크다.

Ⅱ. 都賣人의 條件

① 市場運營委員會의 構成

市場活動이란 都賣人의 集荷力만에 依해서 發展 營爲되는 것이 아니고, 集荷力과 均等한 仲買人의 消費能力이 따라야 한다. 그뿐 아니라 生鮮이란 社會에 미치는 公益性도 매우 크다. 內陸地 都市는 地方公共團體에 依해 市場運營이 恒時 監督과 指揮를 받도록 制度化되어 있다. 그러나 產地市場은 漁協이라는 生産者組織에 依해서 獨占的으로 運營되고 있다. 市場의 均衡있는 發展을 얻기 爲해서는 組合理事會와는 別個의 市場運營만을 爲해 生産者代表, 仲買人代表 그리고 公益代表로 構成되는 市場運營委員會의 組織이 있어야 한다.

② 販賣組合의 結成

漁協은 漁民의 利益을 爲해 雜多한 業務를 組織的으로 運營하는 經營體이다. 販賣事業은 그 중의 하나이다. 그러나 우리나라의 仁川, 麗水, 釜山 魚市場은 純粹한 意味에서 漁協運動이라기 보다, 全國 生産者의 集中的인 漁獲物 販賣만을 爲해 共同魚市場이 存立하고 있다. 販賣를 통해 生産者에 寄與하려는 機關이다. 本質的인 業務區分에 따라 이들을 全國 生産者를 爲한 販賣組合으로 結成시킴이 必要하다.

그 아래 市場運營委員會를 都賣人 仲買人 그리고 公益代表로 構成시킴이 理想的이다. 歐州 특히 北歐의 販賣組合의 例와 같이 強力한 加工 工場을 背景으로 갖어 價格支持對策도 이 組合을 통해 實施된다면 우리나라 水協運動은 長足の 發展을 본셈이다.

③ 價格變動

價格變動이 甚한 市場은 追加競賣에 對해 檢討할 必要가 있다. 魚價의 甚한 變動은 生産

仲買人에 關한 研究

者에게 큰 危險을 주며 同時에 仲買人에게도 危險負擔이 크다.

④ 仲買人 規模

長期間의 資料를 分析하여 仲買人規模가 正規分布型으로 變動되고 있는가를 確認해야 한다. 그와 反對의 型으로 變動되고 있다면 早速히 그 原因을 分析하여 是正토록 努力해야 된다.

⑤ 魚代金 納入 期日

仲買人이 買收한 魚代金 納付期일에 있어 韓國과 日本을 比較하면, 韓國은 內陸地都賣人, 產地市場 共히 翌日까지 納付함으로 하는데, 日本은 相當한 期일을 두고 있다.

서울水產物 市場株式會社의 경우 同社 營業規程 第27條에서 翌日 開市時間까지를 完納토록 하고 있으며, 延滯분에 對해서는 日邊 十錢을 加하고 있다. 釜山共同魚市場은 委託販賣 規約 第24條에서 翌日까지 納入을 原則으로 하고, 10日間의 代金納入 유예期間을 두고 있다. 이를 超過하는 경우는 所定の 利子を 물도록 하고 있다.

日本の 產地市場의 경우 下關 中央魚市場株式會社는 15日 25日 翌月 5日을 精算 決濟日로 하고 있다(同社 仲買人 規程 第6條). 氣仙沼 漁協의 規程 第17條에서는 買受日에서 7日 以內에 入金했을 때는 入金額의 5厘, 14日 以內은 2厘의 完納獎勵金を 支給하고 있다. 其他 大部分의 產地漁協은 1日에서 5日까지의 代金은 同月 10日까지 半額을, 13日까지는 完納, 6日에서 10日까지는 18日까지 完納, 11日에서 15日까지의 代金은 23日까지, 16日에서 20日까지는 28日까지 完納토록 하고 있다. 市場의 都賣人은 一定額 以上の 魚代金を 가져 生産者에게는 直拂토록 하며, 仲買人에게는 相當한 信用期間을 둬서 바람직하다. 이를 規定하는 規程은 名確히 밝혀야 한다.

⑥ 仲買人 定員數

仲買人은 適法의 資格을 가추어 都賣人 또는 地方公共團體로 부터 許可를 얻어 營業을 한다. 許可의 限度數를 業務規程이나 販賣規程에서 一定數로 制限하고 있다. 이는 營業의 安全을 法이 保障하며, 仲買業이 特殊한 專問職임으로 그 數를 制限하고 있다. 市場規模에 比해 그 數가 많으면 規模의 零細性和 競爭의 強度를 促進케 되고, 적으면 獨占 談合 等の 弊端이 있다.

適正數를 決定한다는 것은 高度의 分析과 決斷力을 要하는 課題이다. 本調査 研究의 主 對象이 된 釜山共同魚市場의 경우 低位小規模 仲買人이 Commission Basis에 依한 去來가 될려면 人員數가 더욱 制限되어야 할 것이다.

서울의 경우는 業務規程 第3條에서 水產部 仲買人을 百名以內로 制限하고 있다. 釜山共

同魚市場 委託販賣規約 第14條는 95名으로 하고 있다.

日本 東京都 本場은 水産物 都賣人 5人 以内, 本場(築池市場)의 仲買人은 生鮮水産物部와 加工水産物部 합하여 1685명 以内로 規定하고 있다.

京都의 경우는 規程 第32條에서 生鮮海産物 仲買人을 175명 以内로 하고 있다. 其他 産地市場은 規定上 定員數를 規制하고 있지 않다.

日本은 仲買人 規模가 零細하여 이를 法人體化하는 方向으로 政策努力이 傾注되고 있다. 最低買上 限度額을 別途로 規定하고 있지도 않다.

이에 比하면 우리나라 産地市場은 仲買人의 年間 買上 最低限度額을 定한 것은 仲買人 規模擴大를 爲한 都賣人의 強力한 職能의 表現이다.

Ⅲ. 仲買人 自體의 條件

우리나라 商業資本의 歷史는 매우 斷絶的이며, 正常的인 發展을 격지 못했다. 近來의 近代化 過程속에서도 政策努力이 産業과 生産志向的이며, 流通 商業部分에 對해서는 暗黒大陸(Drucker의 表現) 以前의 無關心의 世界에 있었다. 이러한 遺産을 받은 産地仲買人은 漁協의 都賣人에 比해 全般的으로 相對的인 地位가 낮은 水準에 머물고 있었다(勿論 一部 漁港에는 아직도 客主的인 勢力이 남아 相對的인 位置가 강한 곳도 있다).

이는 都賣人과 仲買人이라는 關係 以前에 仲買人과 小賣商이라는 關係로 부터 然由되고 있다고 생각된다.

社會의 허구 많은 小賣商 중에서 水産物 小賣商의 經營이 가장 貧弱하며 零細하다. 다 같은 食品衛生法의 營業許可 業種으로 肉類 小賣店에 比하면 水産物 小賣業은 정말 하늘과 땅 程度의 差가 있다. 勿論 이러한 零細 多數의 小賣店이 社會에 存立되는 것은 社會, 經濟, 人口의 環境과 消費者의 購買慣習에 根本的인 原因이 있으나, 그러나 仲買人 自體가 都賣人에게 許可業으로 얽매여 營業하고 있는 實情에서 볼때 自己營業 安定을 爲해 小賣業을 共同으로 規制할려는 努力이 全然 없었다는 事實은 反省되어야 한다.

仲買人은 自己 組織을 強化하며, 結束하여 相對賣買하는 小賣商을 選定하여 이들과 去來 도록 하며, 組織의 基金이 小賣商 信用을 保障하며, 小賣商 買收代金を 이곳에 納付하도록 하여 將次 이 機關이 都賣人과 連結되는 代拂組合 機關 같은 것으로 發展시킨다면 仲買人의 營業은 安全이 保障될 것이다.

仲買人은 自己 營業에 矜持와 自負를 갖고 最善을 다하며, 仲買人組合은 經營專問人에게 委任하여, 組合을 求心點으로 하여 小賣商을 規制케 한다. 그렇게 되므로서 小賣商의 規模도 擴大되며, 衛生的인 管理도 徹底히 하게 된다.

우리나라의 水産物 流通은 零細한 小賣商이 救濟되어야 近代化되었다는 結論을 얻을 수

仲買人에 관한 研究

있다.

仲買人の 配給經費중에서 主流를 이루는 人件費와 其他 管理費를 節約하는 努力이 더욱 要求된다. 規模의 零細性을 脫皮하며 보다 社會에 貢獻키 爲해서 共同經營도 檢討되어야 한다.

經濟發展과 더불어 仲買人の 去來價額도 必然的으로 增加되고 있다. 現在의 稅制를 前提로 했을때 合理的인 會計處理 張簿記帳 方法도 導入되어야 한다. 現實的으로 複式簿記 記帳을 採擇하는 姿勢가 加추어 져야한다.

仲買人은 法の 保護아래 前期「길드」的인 人的結合속에 安住됨이 없이, 活潑히 現實 社會의 變動에 敏感히 適應할려는 現代의 經營感覺을 吸收하는데 계을리 해서는 않된다.

이러한 前進的인 姿勢는 現存의 仲買人組合을 強化시켜 達成케 할 수 있다.

이 調査研究는 釜山共同魚市場 場長 金崙河氏의 全幅的인 支持와 協調로 이룩되었다는 것을 밝혀 둡니다. (釜山水大 副教授)

Abstract

On the Licensed Dealer in Landing Markets.

Korea is a peninsular country surrounded by seas on three sides, and the fishing industry has carried out the service of supplying to the people with important animal protein.

The distribution of fishery products has very complicated structures, because the production is in charge of small producers scattering along the coast all over the country, while consumption is made by separate homes in areas away from producing district.

The relation between these two factors the structures make very complicated.

The most typical and special structures of fishery distribution are distinguished in two, that is, one is landing market, the other is inland market.

Landing markets have been monopolized by fishermen's cooperatives, providing with landing facilities and building sites.

Fish markets played not only an important role in the landing, but distribution and price determination of catches by auction or tender.

Inland markets are two types of wholesale market in consuming center, one is the terminal market for urban consumers, the other type is the local market for rural consumers.

Fundamental functions of landing markets are gathering, assessment, and distribution functions.

Gathering function is in charge of wholesaler in fishery cooperative.

Gathering amounts are equal to gathering capacity of wholesaler and transact ability of licensed dealers as shown below model.

Gathering amount $= f \cdot$ gathering capacity ($=$ pre price \cdot landing facility \cdot account of wholesaler \cdot distance of fishing ground \cdot conveniency purchasing \cdot home port)
 $= f \cdot$ transact ability of licensed dealers
 $\doteq f \cdot$ population of port,

and table 1 indicates these relationship.

Assessment and distribution functions are in charge of licensed dealers in consumption side.

Assessment function should bring the value in production activity through the auction between the cooperative seller and the licensed dealer as buyer.

For fair trade transaction in auction, the free competition is supposed to be a prerequisite among the licensed dealers.

The ideal condition for free competition is sameness in the scale of buying amount

by licensed dealers, but it is almost impossible to attain its goal in actual marketing.

For free competition, a normal distribution of licensed dealers scale is needed.

Frequency distribution of scale, as shown in table 8, has the definite propensity of the skewness to the small.

Regression equation of ranking and buying amount is shown in table 9, in the semi-log curve.

Its reliance is about 95% of the actual buying amount of licensed dealers in Busan Fish Market.

There are a number of similar concepts, i. e., middleman, jobber, bidder, commission merchant, broker etc., but these concepts do not exactly correspond to the idea which is supposed to express the intermediary nature of the licensed dealer above.

The bidding and other transactions of the licensed dealers are on the basis of the self accounting and self risk.

The landing markets where the landing of more than ordinary catches is expected are divided into two types. One is L. D. Wholesale, who deal with inland forwarding. The other is L. D. retail, who sell to retailer in the market around the port.

The diverging point of distribution function in licensed dealers is shown in the fig. 3.

The point A is buying amount of ranking 1 and total amount of buy is ΔoAa , the line Aa was determined according to them.

The point b is number of total licensed dealers, and total amount of buy is ΔoBb , the line Bb was determined according to them.

The point P is expected to be compromise point between large and small scales.

And it is also diverging point of forwarding to inland market and selling to the near retailers.

The range from O to X_m indicates L. D. wholesale, that from X_m to b is L. D. retail.

L. D. wholesale actually gets revenue on commission basis and L. D. retail on commercial basis, as shown in table 11.

For achieving efficiency of marketing, L. D. retail should not get revenue on commercial basis, but on commission basis for consumers.

For L. D. wholesale, inland terminal market system needs to be changed from simple wholesaler system into multiple wholesaler system, and actual gathering dealer should be converted to legal wholesaler.

After channel structure becomes convergent to terminal market system, then it should be divergent to another channel structure, like big retailers are connected to landing markets.

Consequently business safety and growth of scale will be guaranteed to licensed dealers of landing markets.

The small scale of retailers is the main factor of the loss of producers and consumers, which is suffered by the lack of economy in scale.

In order to minimize the loss, i.e. high margin and unhygienic transaction, L. D. retail should cooperate with each other and need to restrain retailers with license.

Then the scale of retailers will be grown and business safety be guaranteed to licensed dealers.