

프랑스의 畜產物 마케팅 研究*

家畜의 生產과 流通

趙 龍 熙

嶺南大學校 副教授, Ph.D. (經營學)

- I. 序論
- II. 畜產物의 生產 및 流通概況
- III. 產地流通과 家畜商
- IV. 家畜市場
- V. 要約 및 結論

I. 序論

國土 총면적 약 54만 7천km²에 總人口 약 5,370만 명인 프랑스는, 工業先進國임에도 불구하고, 活動人口 중 農業 및 農·食品加工產業에 종사하는 人口가 11.3%¹⁾이고 總輸出額 중 農產物의 비중이 16.5%를 차지할 정도로 農業이 중요시되는 나라이다.²⁾

프랑스는 工業과 農業을 병행 발전시켜高度의 自立經濟體制를 확립하고 있다. 그들은 「農產物은 푸른 石油」라고 하여 그 輸出을 자랑하고 農業을 중요시하는 것이다.

그리고 그들은 創意와 革新을 추구하면서도 傳統을 존중하고 있다. 일면에서는, 百貨店을

창안하고 하이퍼 마켓을 수출할 만큼 流通產業을 발달시켜 왔지만, 다른 한면에서는 아직도 5만 개 이상의 소규모 在來肉類小賣店이 전재하고 있는데, 이는 그들의 傳統性과 保守性을 단적으로 증명하는 것이라고 하겠다.

그들의 創意性과 保守性은 畜產物의 生產, 流通, 消費의 여러 측면에서 찾아볼 수 있다. 그들은 차라리 이를 조화롭게 병행시켜 자기들에게 알맞는 產業形態로 土着化시키고 발전시켜 나가는 것 같다.

최근에도 우리 나라엔 農產物流通 문제가 끊임없이 거론되고 있다. 그간 미국을 비롯한 여러 先進國의 農畜產物 마케팅에 대해서는 많이 연구된 바 있지만 프랑스에 관한 것이 부족하여 아쉬운 실정이다. 더구나 프랑스는 다른 歐美의 선진국들에 비하면, 農業環境과 流通構造가 우리와 유사한 점이 많으며 우리가 본받을 만큼 높은 水準에까지 개선, 발전시키고 있다. 따라서 우리는 이들보다 구체적이면서도 체계적으로 조사, 연구할 필요가 있다고 본다.

筆者는 이러한 점을 고려하면서, 그리고 우리나라의 關聯產業·政策 및 學問發展에 기여할 수 있는가를 기대하면서, 프랑스의 現行 農產物 마

* 1980年度 文教部의 教授 海外派遣 研究計劃에 의한 研究임.

¹⁾一次 農業 종사자가 8.7%, 農·食品加工產業 종사자가 2.6%임.

²⁾ INSEE 및 Crédit Agricole 자료에 의한 1980年 현재의 統計임.

케팅에 관한 일련의 연구를 실시하였다. 이 연구는 특히 家畜 및 肉類, 즉 家畜의 生產으로부터 肉類의 消費에 이르는 流通의 過程을 중심으로 하여 실시되었는데, 여기서는 紙面 관계로 우선 家畜의 流通制度만을 다루는 것으로 그範圍를 한정시켰다. 그러나 家畜의 流通만으로는 윤곽을 파악하기 어려우므로 먼저 이 나라의 生산 및 유통의 개황을 약술한 다음, 產地 및 家畜市場에서의 流通制度를 고찰해 보고자 한다.

이 研究는 筆者가 프랑스 現地에 주재하면서, 1980년 8월부터 1982년 6월에 걸친 약 2년간에 걸쳐 실시되었다. 그리고 이 研究는 流通現場의 踏查, 關係機關에의 設問, 關係人事 및 專門家와의 面接, 그리고 각종 文獻 및 資料를 분석하는 方法에 의하여 실시되었는데, 關係人事 또는 현장 實務者로부터의 情報가 보다 중요시 되었다. 특히 이 研究를 진행시킴에 있어서는 베르나르 용(Bernard Yon)教授를 비롯한 國際農業經濟研究所(IGIA)의 여러 교수들로부터 많은 助言과 협조를 받은 바 있다.

II. 畜產物의 生產 및 流通概況

1. 프랑스의 農產物 및 畜產物 生產

프랑스 農務省 資料(Ministère de l'Agriculture 1981, 25)에 의하면, 1980년도, 이 나라의 農產物은 EEC 9개국 農產物 總生產額의 약 27%를 차지하고 있다. 이를 구체적으로 주요 生產物別 EEC 生產額에 대한 比重을 보면, 穀物이 약 41%, 포도주가 약 46%, 牛肉이 약 27%, 豚肉이 약 18%, 家禽肉이 약 29%, 緊繩이 약 21%, 牛乳가 약 26%이다.

한편, 프랑스의 1980년도 農產物 總生產額은

表 1 프랑스 農產物 生產額의 部門別 比重, 1980

農產物 總生產額 100% (1,791억 F.)		
植物性 46.2%	穀類	17.2%
	과일 및 채소(감자제외)	9.7〃
	포도주	10.1〃
	기타	9.2〃
動物性 53.8%	獸肉	26.2〃
	牛乳	17.9〃
	家禽 및 계란	7.6〃
	기타	2.1〃

資料: Crédit Agricole, *Quelques Chiffres Clés*, 1981.

1,791억 프랑이었는데, 그중 畜產物 生產額이 약 54%를 차지하고 있다(Crédit Agricole 1981). 또한 畜產物 중에서는 牛肉・豚肉을 비롯한 獸肉의 比重이 가장 커고 그 다음이 牛乳인데, 獸肉과 牛乳의 합은 전체 農產物 生產額의 44%를 상회하고 있다(表 1)。

2. 家畜의 生產構造

프랑스의 중요한 獸肉資源으로는 牛・豚・羊・馬를 들 수 있는데, 馬를 제외한 여타 家畜의 數는 서서히 증가하고 있다(表 2). 家畜의 生產은, 畜種 또는 血統에 따라 약간 다르긴 하지만 지역적으로는 편중되어 있고, 農家當 生產規模는 비교적 작은 편이나 점점 확대되는 경향을 보이고 있다.

프랑스의 소 및 돼지 主產地는 北西部 地域인데, 소는 이 地域에 위치한 브르타뉴(Bretagne), 레이 드 르와르(Pays de Loire) 및 노르망디

表 2 家畜의 數 및 增減變化(각각 12월 31일 기준)
單位: 1,000隻

種類	1970	1980
馬	513.6	317.4
牛	21,642.8	23,552.7
豚	11,284.3	11,629.2
綿羊	10,065.3	12,979.9
山羊	881.8	1,241.4

資料: 프랑스 農務省.

(Normandie) 등 세 地方에서 전국 總頭數의 40% 가 생산되고 있으며 (ITEB 1982, 149), 래저는 브르타뉴와 레이드 르와르 등 두 地方에서 50% 이상이 생산되고 있다 (ITP 1982, 247).

각종 가축은 品種이 매우 다양한데, 牛의 品種으로서 중요한 것은 「뻬느와르」, 「노르망드」 및 「샤로레」 등이며, 이들 중요 品種의 分布比率을 보면 <表 3>과 같다.

表 3 프랑스 牛의 품종별 分布
單位: 전체 牛에 대한 %

品種	1969		1979		%
	1969	1979	1979	1979	
프랑스 프리손느 뼈느와르	27.9	38.9			
노르망드	27.3	19.8			
사흘레	8	10.7			
뻬루즈 드 레	11.2	10.2			
리무진	3.2	4.0			
其他	22.4	16.4			

資料: ITEB.

프랑스의 畜牛 飼育農家는 약 73만6천戶이며 (1980년초) 飼育規模는 農家當 평균 32頭로서, 최근 10년 동안 그 규모가 상당히 빠른 속도로 확대되어 왔다. 그러나 <表 4>에서 보는 바와 같이 아직도 19頭 미만의 零細畜產業者가 47%에 이르며, 50頭 이상의 비교적 규모가 큰 農家는 20%에 그치고 있다. 그렇지만 이를 家畜의 數에서 보면, 1,250萬頭, 즉 53%가 50頭 이상을 사육하는 비교적 規模가 큰 農家에서 생산되고 있음을 간과할 수 없다.

한편 養豚의 경우엔, 1980년 현재, 약 32만의 全國業者 중 약 23만 명이 肥育業者이고 나머지 9만명이 繁殖 또는 繁殖과 肥育을 겸하고 있는데, 이들 業者의 戶當 평균 飼育頭數는 35頭에 불과하다. 따라서 프랑스 養豚業者의 戶當 生產規模는 같은 해에 이웃 나라인 벨기에의 115頭, 베델란드의 205頭, 英國의 225頭에 비하면 훨씬 영세하다고 하겠다 (ITP 1982, 428). 그러나 프

表 4 規模別 畜牛 飼育農家 및 畜牛頭數 分布
(1980. 1. 1 현재)

規模 頭數에 의한 頭數에 의한	飼育者數		家畜數			
	1971		1980		1971	
	%	1,000頭	%	%	1,000頭	%
1~2	9	40	5	1	67	—
3~9	29	152	21	8	883	4
10~19	26	152	21	18	2,148	9
20~29	14	105	14	17	2,538	11
30~49	14	135	18	25	5,176	22
50~99	7	121	16	23	8,117	35
+100	1	30	4	9	4,291	18
計	100	736	100	100	23,220	100

資料: ITEB.

랑스의 경우도 全國養豚業者의 약 27%에 해당하는 8만 7천의 業者가 전체 豚頭數의 94%를 보유하고 있어 이들은 戶當 평균 116頭를 사육하고 있으며, 400頭 이상을 사육하고 있는 農家도 6천戶나 된다.

이처럼 프랑스는 유럽 최대의 農產物 生產國이면서도 家畜의 農家單位當 生產規模는 상당히 작은 편이다. 따라서 각 地方에서는 協同組合 등 生產者團體의 活動이 활발한데 소 및 래지의 경우, 組合을 통한 組織的인 生產과 販賣活動의 比率을 보면 다음과 같다. 즉 牛의 경우엔, 약 20%가 組合을 통해 生產되고, 약 30%가 組合을 통해 屠畜 또는 販賣되고 있다. 또한 豚의 경우엔, 生產의 약 60%와 屠畜 및 販賣의 약 30%가 組合을 통해 이루어지고 있다 (CFCA 1981, 8).

3. 農產物流通의 概況

광범한 流通現況을 간단한 記述로 파악하기는 어렵다. 따라서 여기서는 우선 流通機關의 變化趨勢와 流通經路를 요약 기술함으로써 프랑스 農產物 流通構造를 概觀하고자 한다.

관계자료에 의하면,³ 프랑스에는 1981년 현재

³ ONIBEV 및 FNCFB 등 關係資料를 筆者가 綜合 分析한 것임.

약 1백만의 家畜飼育農家와 약 6천 5백 명의 家畜商人이 있고, 약 1천 1백 개所의 屠畜場과 약 5만 5천 개소의 在來 肉類小賣店과 약 1만개소의 現代식 肉類小賣店이 있으며, 그외 약 1천 7백 개소(1978년 현재)의 加工 및 處理場이 있다.

流通構造의 現代化에 따라, 屠畜場은 상당히 빠른 속도로 規模擴大와 數的 減少 현상을 보이고 있으며, 大規模小賣機關의 발달과 함께 現代식 肉類小賣店과 「ки팅 훌」등 中間處理機關도 빠른 속도로 그 數가 증가하고 있다. 그러나 家畜商人 및 在來 肉類小賣店은 보수적인 去來方法과 消費慣習 때문에 그 數의 減少현상이 퍽 느린 편이다.

한편 프랑스 國內의 畜產物 流通經路를 肉牛 및 牛肉을 중심으로, 살펴보면 다음과 같다. 즉 그것은 ① 生畜搬出→消費地屠畜의 經路, ② 產地屠畜→消費地都賣市場의 經路, ③ 消費地屠畜場에서의 屠畜·處理 또는 加工→消費地 大規模小賣機關의 經路, ④ 產地屠畜→產地消費의 經路 등 크게 4가지로 분류된다.⁴

①의 경우는, 산 家畜을 消費地 屠畜場에 까지 운반해서 屠畜하는 經路인데, 대체로 生產者→家畜商人→家畜市場→屠畜場 및 肉都賣商→小賣商→消費者로 연결되는 傳統的 經路이다. 이 經路에 의한 去來는 오늘날 韓國의 流通經路와 거의 같다고 볼 수 있는데, 아직도 프랑스 畜牛去來의 약 30% 정도를 차지하고 있다.

②의 경우는, 家畜을 產地의 屠畜場에서 도축하여 枝肉의 형태로 消費地市場에 위치한 肉都賣市場까지 운반하여 판매하는 經路이다. 이는 生產者→家畜商(또는 協同組合)→屠畜場 및 都賣商(또는 組合의 屠畜場)→都賣商(또는 準都賣

商)→小賣商→消費者로 연결되는 경로이다. 이 經路에 의한 去來는 畜牛去來의 약 40%를 차지하며, 최근 대도시의 公害, 地價, 人件費 상승문제와 道路·輸送시설의 발달 및 生體減量의 문제와 관련되어 서서히 그 비중이 커지고 있다. 그리고 이 經路의 경우 組合의 屠畜場을 거치는 枝肉은 都賣商 또는 準都賣商을 거치지 않고 바로 小賣商 또는 大規模消費者(HRI)로流通되는 수가 많다.

③의 경우에는, 一慣作業施設을 갖춘 產地 屠畜場에서 屠畜, 발끌, 재단, 분할, 포장 등을 하여 이를 수퍼마켓 또는 하이퍼마켓과 직접 연결하거나 이를 수출하는 經路인데(이를 일명 產業的 流通經路라고도 함) 이 經路에 의한 去來의 비중은 아직 20%에 이르지 못하고 있지만, 최근의 輸出競爭, 大規模 小賣機關의 발달, 肉加工業의 발달 및 屠畜場의 現代화에 영향을 받아 괄목할 만큼 커지고 있다. 이 經路에 있어서 만약 屠畜場 자체에 일관작업시설이 갖추어져 있지 않을 경우에는 발끌, 재단, 사전 포장, 분쇄육, 진공포장 등을 하는 獨立處理場을 거치게 된다.

④의 경우는, 大都市와 멀리 떨어진 山間僻地나 農村의 小都市에서, 그 地方의 精肉業者가 生產者 또는 地方의 家畜商人으로부터 家畜을 구매한 다음 이를 地方 小規模屠畜場에서 利用屠畜하여 자신의 精肉店에서 판매하는 경우의 原始的 流通經路라고 하겠다. 이 經路의 비중은 약 10%에 이르는 것으로 추정된다.

이러한 流通機關의 變化趨勢와 流通經路의 實態를 통해 프랑스의 畜產物 流通近代化의 측면을 볼 수 있다. 그러나 아직도 牛肉小賣의 약 60%를 차지하고 있는 5만개 이상의 재래식 小賣商과 경합하고 있는 전통적인 流通經路에 서 보는 바와 같이, 여기엔 강한 保守性이 잠재하고 있

⁴ CEAS Livestock Marketing System in EEC Countries: France, Kent, 1977, p. 23 및 ONIBEV 資料 참조.

음을 알 수 있다.

III. 產地流通과 家畜商

1. 產地의 家畜商과 傳統的 去來

프랑스는 地理, 土壤, 氣候 등의 조건이 다양하여 오래 전부터 家畜生產이 畜種 또는 品種에 따라 지역적으로 상당히 特化되어 있다. 따라서 이를 광범위한 地域間에 去來, 流通시켜 온 家畜商은 자연 그 수가 많고 그 役割과 影響力 또한 대단히 커다.

최근에는 生산자 組合의 발전, 流通合理化의 촉진 등에 의하여 家畜商의 수가 서서히 줄어들고 그 影響力도 弱化되고 있지만, 그들은 地域商人끼리의 協業化와 全國의 또는 汎유럽的 同業組織을 통하여 流通近代化에 대처하면서 아직도 農村地域에 깊이 뿌리를 박고 있다.

프랑스 家畜商聯合會 당국의 資料에 의하면 1981년 현재 全國의 家畜商은 약 6,500명에 이르고 있다. 이들은 個人 및 家族事業 또는 團體를 이루어 商業活動을 하고 있는데, 보통 畜種별로 去來品目이 專門化되어 있으며, 때로는 同種의 家畜일지라도 家畜의 나이, 성별 또는 肉質의特性에 따라 더욱 구체적으로 專門化되어 있다. 즉 家畜商은 牛, 豚, 羊, 馬商 등으로 구분될 뿐 아니라, 같은 牛의 경우라도 8日齡 獠牛 3個月齡屠畜用 獠牛, 9個月齡 獠牛, 未經產牛, 未成熟수송아지, 去勢肉牛商 등으로 구분되는 것이다.

農村地域의 家畜商은 個別 또는 家族事業으로 행해지는 것이 보통인데, 이들은 農家와 수십년 간의 去來基盤을 확보하고 있다. 따라서 農村에서는, 오늘날 協同組合 등 生產者團體의 발전에도 불구하고, 아직도 農家와 家畜商과의 개인

적去來, 즉 前庭去來도 적지 않다. 프랑스의 일부 生產者들이 農協 또는 畜協과의 去來보다地方 家畜商과의 개인적인 去來를 하는 이유는 다음과 같다.

- (1) 오랫동안의 개인적인 인간관계.
- (2) 組合의 時勢는 약간 유리하지만, 團體 서비스가 不便.
- (3) 組合과의 去來를 위해서는 事前에 出奇契約을 맺어야 하는 不便.
- (4) 組合의 收集에 응하기 위해서는 7~15일간 기대해야 하는 不便(언제올지 모르므로).
- (5) 組合은 事後決済이지만, 商人은 現札 즉석去來임.

이처럼 아직도 상당수의 農民들은 組合의 많은 惠澤과 유리한 價格條件에도 불구하고, 商人과의 去來를 選好하고 있으며, 商人們은 이를 基盤으로 계속 勢力を 확보하고 있는 것이다.

특히 프랑스에서는 肥育犧牛와 肥育綿羊의 去來에서 商人的 역할이 크다. 肥育犧牛의 去來에 있어서는, 오래전부터 家畜商人들이 8日齡 獠牛를 肥育業者에게 연결해 왔기 때문이다. 8日齡 獠牛란 젖소의 송아지 중에서 肥育을 위해 가려낸 獠牛(주로 수송아지)로서, 보통 8~15일간 生產者에 의해 사육된 다음 肥育業者에게 판매되는 것인데, 肥育業者は 이를 3~4개월(100일내외) 비육시켜 獠牛肉을 생산하게 되는 것이다. 그러나 최근 이 분야에서는 組合 등 生產者團體들이 개입하여 屠畜一都賣商과 직결하는 경향이 있어 家畜商人과 去來가 차츰 줄어들고 있다.

한편, 綿羊의 肥育분야에서는, 최근 3~4주 정도의 집중적인 肥育이 많이 이루어지는데 이 때 商人們은 繁殖業者와 肥育業者 사이를 연결하게 된다. 특히 프랑스의 綿羊 生產은 소규모이고 地域的으로 광범하게 분산되어 있으므로 자연

많은 中間商이 개재하게 되는데, 全國의 群小商人들은 5~6명의 巨商에 의해 콘트롤되고 있다.

產地 家畜商의 마아진 또는 커미션은, 肥育畜의 경우, 收集, 運送, 市場手數料를 포함하여 販賣價格의 약 8% 정도이며, 純利益은 평균 약 1.2% 정도이다(FNCBF 1982, 4). 물론 마아진의 크기는 畜種, 品質, 代金清算期間 등에 따름 差異가 나는데, 최근엔 商人們이 家畜을 거래할 때 賣出額에 대한 比率보다는 頭當 일정 金額을 취득하는 경향이 있다.

2. 商人組織 FNCBF 와 UECB

家畜商을 세분하면 收集, 搬出, 搬入 및 貿易商 등으로 구분할 수 있겠으나, 근래 生產 및 去來規模의 擴大와 交通의 發達과 함께 이러한 區分이 확실하지 않게 되어 가고 있다. 그들은 어느 경우이건 오래전부터 조직적인 活動을 통해 職業的인 自己保護策을 강구해 왔다.

프랑스 家畜商人의 組織的活動은 100년의 歷史를 갖고 있는데, 오늘날 地域, 全國 및 汎유럽적 組織活動을 통하여 스스로의 權益을 옹호할 뿐 아니라 政府施策에 호응하여 流通合理化에 一翼을 담당하고, 나아가서는 國際的인 家畜disease의豫防活動에 까지 힘을 미치고 있다.

프랑스에는 FNCBF⁵라고 하는 「프랑스 家畜商人 全國聯合會」가 있는데, 이는 종래의 「家畜仲買人組合會議所」⁶(1882년 創立)와 「프랑스 家畜商全國聯盟」⁷(1907년 創立)의 2개 組織이 統廕合된 것이다. 현재의 FNCBF는 1943년에 설립

되었으며, 이 團體에는 현재 전국에 산재한 80개의 地方組合이 연합되어 있다. 이 FNCBF는 최근의 農協發展에 대한 影響과 이탈리아 등 대규모 生牛輸入國에 대한 평판에 대처하기 위하여 마케팅 서비스에 한층 더 노력하고 있으며, 國內의 모든 家畜商人은 반드시 本協會에 登錄을 하고 許可證을 받게 되어 있다. 商人의 登錄 및 許可證은 그들 자신의 權益增進을 위해 서이기도 하지만 國家的인 次元에서 附加價值稅를 부과하는 非도目的이 있다.

한편 家畜商人들은 2次大戰 직후, 프랑스, 독일, 폴란드 商人們의 主導下에 汎유럽 家畜 및 肉類 通商協會 즉 UECBV(l'Union Européenne du Commerce du Bétaill et de la Viande)를 조직하였는데, 1981년 현재 EEC 10개국 중 7개국이 가입하고 있다. UECBV 本部는 빠리에 있으며, EEC 諸國間의 畜產物 去來에 많은 影響力を 미치는데, 그 주된 役割은 ① 會員에 대한 商業金融 및 災害補償의 주선, ② 「부루셀라」豫防 등 防疫對策, ③ 國際間 輸送問題에의介入 등이다.

3. 產地의 契約生產 및 販賣

生産地에서의 家畜商人 主導下에 이루어지는 傳統的인 去來는 農民에게 불리할 뿐만 아니라 商人 및 加工業者에게도 불리해지기 쉽다. 왜냐하면, 農民은 價格과 販路에서 그리고 商人과 加工業者는 物量의 確保에서 항상 危險負擔을 갖지 않을 수 없기 때문이다. 따라서 브르타뉴 등 일부 지방에서는 生產과 市場을 안전하게 연결시킬 수 있는 契約生產販賣制가 성행하고 있다. 이 契約은 協同組合의 발달과 함께 더욱 활기를 띠게 되었는데, 行政當局도 이를 적극 지원하고 있다.

⁵ la Fédération Nationale des Commerçants en Bestiaux de France.

⁶ la Chambre Syndicale des Commissionnaires en Bestiaux.

⁷ la Fédération Nationale du Commerce des Bestiaux en France.

畜產에서의 중요한 生產 및 販賣契約으로는 ① 飼料企業과의 계약, ② 屠畜 都賣企業과의 계약, ③ 協同組合과의 계약, ④ ONIBEV 와의 계약을 들 수 있다(CEAS 1977, 36-37).

1) 飼料企業과의 契約

이는 개인 또는 組合과 個人 또는 組合의 飼料工場間에 飼料供給 및 기타 資材供給 계약을 체결하는 경우이다. 이 계약은 주로 回轉이 빠른 養豚과 獣牛肥育에 많으며, 주로 主產地인 브르타뉴 地方에 성행되고 있다. 물론 畜產業者는 家畜의 販賣와 함께 飼料會社에 代金을 청산하게 되는데, 만약 家畜을 販賣한 후 生產者가 赤字를 볼 경우에는 政府로부터 一定額의 補助金을 지급받을 수 있다. 특히 養豚業者에 대한 政府의 補助金 支給은 상당히 중요시되는데, 이는 1960년대 이래의 만성적인 國內의 豚肉不足 현상 때문이다.

2) 屠畜 都賣企業과의 契約

生產者 및 生產者 組合과 屠畜企業과의 계약은 豚 및 獣牛의 경우에 많으나, 後者에서 더욱 適合性을 찾고 있다. 왜냐하면 獣牛는 販賣 및 物量確保의 양면에서 危險性이 크기 때문이다. 이 契約은 브르타뉴 및 노르망디에서 성행되고 있는데, 이 경우 契約이 屠畜企業, 飼料企業 및 生產者團體의 3者間에 이루어지는 경우도 많다.

3) 協同組合과의 契約

組合員이 組合과 去來를 하는 것은 당연한 일이라고 하겠다. 그러나 모든 畜產業者가 協同組合의 會員은 아니기도 하지만, 組合員일지라도 條件에 따라서는 生產者가 商人 또는 他機關과 去來를 하는 경우가 많다. 따라서 生產者와 組

合은 生產, 出荷 및 販賣에서의 確實性을 보장하기 위하여 흔히 契約의 形式을 취하게 된다. 특히 加工, 處理 및 製造工場까지 갖춘 組合에서는 物量의 計劃的인 確保가 더욱 중요시되기 때문이다. 組合과의 거래 또는 契約은 多양한 서비스 혜택 이외에도 農業金融機關인 그레디 아그리풀르(Crédit Agricole)을 통한 農資金의 融資와 政府의 補助金 惠澤이 있다.

4) ONIBEV와의 契約

ONIBEV는 소, 양, 말 및 그 畜肉의 生產과流通을 촉진하기 위한 政策機關인데, 이 기관이 協同組合 등 각종 生產者團體 또는 그 會員과 契約을 한다.⁸ 契約의 內容은, 事前에豫想 生產物에 대한 保障價格을 정하고, 그후 만약 販賣價格이 保障價格보다 낮게 되면 ONIBEV가 이를 보상해 주는 것이다. 물론 이때 ONIBEV는 해당 家畜의 量的, 質的 內容을 충분히 검토 분석한 다음 보상을 하게 되며, 補償金은 組合 등 生產者團體를 통해 전달하는 것이 보통이다.

4. 產地의 까드랑制 去來

까드랑(Cadrans)은 小規模의 生產者들이 販賣力を 강화하기 위해 도입한 일종의 競賣制度이다.⁹ 이 制度는 많은 雾細 畜產業者들이 結合하여 協同組合 등 많은 生產者團體를 이루고 있는 브르타뉴 地方에 널리 성행되고 있는데, 이 地方은 프랑스의 北西쪽 외진 곳에 위치하고 있어 종래 他地方에 비해 生產物의 價格이 낮고 商人們에 대한 競爭力이 약했기 때문이다.

⁸ 本文 IV-3의 註(18) 참조.

⁹ Cadrans은 時計의 文字盤을 의미하는데, 블랜드의 과일 및 채소市場과 아일랜드의 牛市場에서 행해지고 있는 Clock auctions을 모방한 制度로서, 프랑스에서는 1972년 처음으로 소(牛)의 판매에 적용하였다.

까드랑 去來制度의 적용은 豚, 肥育犧牛 등 집약적으로 생산되는 規格品에 적합하며, 組合 등 團體 또는 個別 專業 畜產農家가 이를 환영하고 있다. 최근 런던大 유럽 農業센터 調查資料에 의하면 브르따뉴에서는 약 50%의 肉豚과 약 1/3의 肉牛가 이 방법에 의해 거래된다고 하는데,¹⁰ 여기에 참여하는 모든 購買者는 銀行의 保證書를 제시하여야 하며, 까드랑 參加料는, 肉牛의 경우엔 販賣者와 購買者가 양분하고, 肉豚의 경우엔 販賣者가 頭當 一定額을 부담하도록 되어 있다.

까드랑 去來方法을 현재 브르따뉴에서 시행하고 있는 肉豚의 경우를 예로 들어, 좀더 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

(1) 生產者인 組合 또는 個個人이 事前에 品目, 數量, 生產者名, 位置 등을 기록한 카탈로그를 만들어 豫想購買者들에게 배포하고, 필요하면 販賣者는 購買者에게 畜舍 안에 있는 家畜을 열람시킨다.

(2) 까드랑의 競賣日은 주 1회이며, 競賣單位는 일정한 범주에 속하는 豚群으로 하되 價格算定은 頭當 또는 kg當 平均價格으로 한다. 競賣는 入札者 즉 購買者들이 時計의 숫자판처럼 생긴 價格表에 버튼으로 入札額을 제시함으로써 이루어지는데 이때 販賣者 즉 畜主는 販賣를 거절할 權利가 있어, 畜主가 不滿일 때는 競賣를 2~3차례 반복하기도 하며, 끝내 불만이면 그週에 販賣를 못하게 된다. 그렇게 하더라도 家畜은 農場의 畜舍에 있기 때문에 畜主에게는 피해가 오지 않으며, 오히려 畜主는 상당한 威力을 발휘할 수 있게 된다. 그렇지만 이러한 制

度下에서도 過剩生產時에는 종종 商人們의 談合으로 生產者들이 곤욕을 치르기도 한다.

(3) 어떤 地方에서는, 그 地方에서 屠畜하는 肉豚의 경우 이를 I, II, III, IV 等級으로 구분하되 한 무리의 豚群을 전부 III級이라고 가정하고 까드랑式 競賣에 부치는 방법을 채택하기도 한다. 이때 이상의 4가지 等級은 枝肉基準이므로, 競賣가 끝난 후 III級이라고 간주되는 少數의 肉豚을 실제 도축하여, 만약 그것이 I級이면 kg當 40상념(Centimes)을, II級이면 20상념을 더 치르는 방법으로 계산하게 된다.

또 어떤 地方에서는 이상의 4等級 이외에 EA A, -70과 +95, 빠프 에 브롱(Pif et Vrons) 등을 추가하고, I, II, III 等級을 다시 a, b, c, 등으로 세분하는 方法을 채택하기도 한다. 이때에도 모든 等級은 屠畜 후 枝肉基準에 의하는데 까드랑 競賣에서는 事前에 모든 家畜을 III級이라고 가정하고 價格을概算하며, 清算은 전체 豚群을 屠畜한 후 이루어지게 된다. 따라서 代金清算日은 販賣 후 10일 내외로 이루어지게 되며, 필요에 따라서는 清算 이전에 일부 代金을 선급하게 된다.

(4) 브르따뉴 地方 밖으로 나가는 生豚에 대해서는 枝肉率이 78%라고 가정하고 까드랑에 의해 價格을 결정하게 되는데, kg當 價格이 결정되면 販賣者의 책임 아래 生體의 무게를 확인하게 되며, 일단 計量된 家畜은 購買者의 責任 아래 8일내에 반출하도록 되어 있다.

IV. 家畜市場

1. 家畜市場의 分布 및 現況

프랑스에는 大都市마다 큰 家畜市場이 있고

¹⁰ 1981年 11月 筆者の 現地調査에 의하면, Bretagne의 Plancoët 등 일부 지방에서는 약 80%의 肉豚이 Cadrans에 의해 거래된다고 함. 그地方의 企業 養豚家인 J.C. Bonhomme 씨 内外의 意見.

地方 곳곳에 小市場들이 있는 것이 傳統이다. 그러나 現在의 全國 家畜市場 總數가 얼마인지는 정확히 알려지지 않고 있는데, 그 가장 큰 이유로서는 아주 작은 市場들이 아직도 정비되지 않고 郊地에까지 흩어져 있기 때문이다.¹¹

프랑스의 大家畜市場은 주로 빼이드 르와르, 브르타뉴, 노르망디 등 北西部의 家畜主產地에 집중되어 있는데, 그중 과거 數年間 유럽 제 1의 成牛市場이었던 푸지르(Fouges)家畜市場과 현재 유럽 제 1의 獵牛市場인 샤또 꿩띠에르(Château-Gontier)家畜市場은 특히 유명하다.

北西部 이외에도 家畜市場으로 이름이 난 곳은 보르도(Bordeau), 낭시(Nancy), 발렌시엔느(Valenciennes), 디종(Dijon) 等地이며 中部에 위치한 상꼬양(Sancoins)市場은 오늘날 유럽 最大的 綜合家畜市場으로 유명하며, 南西部에 위치한 트리시르베즈(Trie-Sur-Baise)市場은 肉豚專門市場으로有名하다. 그리고 상꼬양, 쌍꼬리스또프(St-Chriatophe), 샤롤르(Charolles) 等地의 市場은 「샤롤르」나 「리무진」같은 高級肉牛가 많이 거래되는데, 이곳에서는 地方의 都小賣商들이 高級肉을 확보하는 것으로 이름이 나 있으며 푸지르 및 샤또 꿩띠에르 市場은 鐵道輸送에 의하여 이탈리아 등 유럽諸國으로 生畜을 수출하는 거점이 되고 있다.

최근 프랑스엔 家畜市場의 數的 減少와 規模의 확대, 大都市 市場의 쇠퇴, 主產地 市場의 발달 현상이 뚜렷하다. 農村에서는 家畜을 協同組合과 거래하는 경향이 있어 地方의 소규모 市場이 차츰 줄어들고 있다. 그리고 大都市의 市場은 地價, 公害 등의 문제 때문에 기도 하지만,

¹¹ 프랑스 全國 家畜市場의 總數는 行政當局에서도 파악하지 못하고 있다. 그것은 月 1회 또는 年 1~2회 開市되는 山間僻地의 傳統의 零細市場들이 상당히 잔존하고 있기 때문이다.

道路, 輸送, 貯藏手段의 발달과 枝肉 搬入制 및 產地加工工場의 發達로 인하여 그 地位를 빼앗기고 차츰 빛을 잃어가고 있다.¹²

프랑스의 家畜市場은 지역에 따라 그 密度나 規模의 차이가 크며 施設과 運營面에도 많은 차이가 있어 物量需給, 價格情報, 衛生 등에 상당한 문제가 되어 왔다. 따라서 當局은 近年 이러한 문제를 해결하기 위하여 在來 小規模 市場의 整理, 統廢合에 박차를 가하면서 主產地의 主要市場을 확대 발전시키고 그 施設 現代化, 經營合理化에 많은 힘을 기울이고 있는데 주로 主產地에 발달하고 있는 프랑스 5대 家畜市場의 去來 實績을 보면 <表 5>와 같다.

表 5 프랑스 6大 가축시장의 去來實績, 1980

단위 : 頭

市 場 名	成 牛	犢 牛	羊 類	豚	合 計
상꼬양	205,691	137,081	228,244	4,739	575,755
빠르드네이	136,636	8,486	161,995	1,943	309,060
샤또꽁띠에르	2,241	272,797	20,345	12,078	307,461
르제이	4,220	212,500	76,192	—	292,912
푸지르	155,753	57,370	—	—	213,123
트리시르베즈	—	—	—	194,355	194,355

資料 : FNMBF

2. 家畜市場의 經營 및 現代化

모든 家畜市場은 地方自治團體가 開設하되, 그 經營은 地方에 따라 차이가 있다. 즉, 家畜市場의 經營은 그 地域의 組合(Coop. 또는 Syndicat)이나 農業會議所 및 商業會議所가 주도하는 것이 보통이며, 地方에 따라서는 그 地方의 行政當局이 직접 경영하거나 이들 중 몇 개의 機關이 공동으로 관리하기도 하며 個人 또는 法人이 경영하는 곳도 있다. 그리고 市場은 週 1回 開市되는 것이 보통이며, 市場收入은 駐車料, 荷役場手數料, 市場手數料, 販賣手數料가 주를 이

¹² 大都市 市場 쇠퇴의 代表的 實例로는 Paris 家畜市場 La Villette의 폐쇄를 들 수 있다.

루고 있다.

현대식 家畜市場은 규모가 크고, 覆蓋, 아스팔트, 賣場의 區劃, 輸送 및 荷役施設, 駐車場, 휴게 및 오락장, 事務室, 食堂 등 제반 시설들을 훌륭하게 갖추고 있다.

市場의 現代化는 규모와 施設의 면에서도 이루어 지지만, 市場間의 유기적인 組織, 去來方法의 改善, 市場情報의迅速化 등 經營的인 면에서도 활발히 이루어지고 있다. 또한 現代식 家畜市場을 건설하는 데는 巨金이 소요되므로, 政府는 이를 위해서 總投資額의 15%를 보조해 주고 있으며, 때로는 EEC共同體의 農業保障基金인 FEOGA¹³로부터도 보조를 받게 되고, 나머지는 農業金融 機關인 끄레디 아그리풀르(Credit Agricole)로부터 融資를 받게 된다.

한편 이러한 個別 市場의 現代化에 발맞추어 전국 各地의 主要市場들은 市場相互間의 유기적인 連結組織으로 流通合理化를 추진하기 위하여 1975년 6월에 프랑스 全國家畜市場聯合會인 FNMBF¹⁴를 창설하였다.

o) FNMBF의 會員市場은 1982년 2월 말 현재 42개에 이르며, 이 聯合會의 去來實績은 연간 4백만두를 상회하는데, 1981년도의 去來 實績을 善種別로 구분해 보면 成牛 173만두, 瘦牛 116만두, 羊類 78만두, 肉豚 41만 5천두였다.¹⁵

FNMBF의 주된 役割 또는 그 目的을 살펴보면 다음과 같다.

(1) 組織物 市場網 형성 : 分散된 市場을 有機的으로 組織・連結함으로써 廉價 및 物量의 收集 分散에 대한 情報의 확보

¹³ FEOGA (Fonds Européen d'Organisation et de Garantie Agricole)

¹⁴ FNMBF (Fédération Nationale des Marchés aux Bestiaux de France)

¹⁵ FNCBF, Les Commerçants en Bestiaux, op. cit., p. 2

(2) 去來 家畜의 防疫 및 衛生的인 去來 : 覆蓋, 아스팔트, 水洗, 消毒 등

(3) 公正去來 促進 및 支給保證 : 競賣制度, 等級化, 秤量 및 EUROPA 制에 의한 去來 때의 支給保證

(4) 地域의 景氣振作 및 生產促進 : 많은 國內外의 購買者, 販賣者, 旅行者의 集結로 景氣가 활발, 또한 그 地域內의 生產者들에게 신속한 情報 제공

(5) 生畜輸出의 促進 : 輸出에 필요한 質・量・價에 대한 情報를 효과적으로 확보

(6) 政策機關인 ONIBEV 와의 긴밀한 協調 및 共同步調

(7) 家畜 去來에 필요한 集荷場(centee d'allotment)을 제공 : 收集, 分散 및 待機를 위한 일시적 保管場所로 제공

3. 家畜市場에서의 去來方法 및 等級化制度

현재 프랑스의 家畜市場에서 채택되고 있는 去來方法은 매우 다양하다. 牛市場의 경우를 예로 들어 보면, 主務當局에서 권장하고 있는 EUROPA 等級制에 의한 去來가 全國 市場에 일제히 보급되고 있고, 아직도 目測去來(vente à l'estime)가 상당히 성행되고 있으며¹⁶ 地方에 따라서는 競賣制度도 상당히 활용되어 있다.

競賣 및 目測에 의한 去來는 飼育 또는 肥育用 家畜에 많이 적용되는데, 目測에 있어서는 仲買人의 개입이 그리 많지 않고 賣買雙方間의 직접 흥정이 많다.

EUROPA 等級에 의한 去來制度는 EEC諸國間의 去來를 촉진할 目的으로 종래 國內의 일부 大

¹⁶ 筆者の ONIBEV 당국과의 面談資料에 의하면, 市場 또는 家畜의 用途에 따라 다르나, 꼭 30% 内外가 目測에 의해 去來되고 있는 것 같다.

家畜市場에서 사용해 온 「FRANCE」制度¹⁷를 개선 발전 시킨 것인데 1977년 1월부터 적용해 왔다. 따라서 이 制度는 아직도 普及 단계에 있지만 ONIBEV¹⁸의 統制下에 특히 成牛, 獣牛, 肉羊 및 그 枝肉의 去來에 의무적으로 적용토록 하고 있다. 이 制度의 利用度를 보면 아직도 家畜市場에서는 屠畜用 肉牛에게만 적용되는 경향이 있다. 그러나 牛肉 및 羊肉의 枝肉市場에서는 이미 필수적인 조건으로 이를 널리 활용하고 있다.

EUROPA에 의한 價格決定 및 去來 方法은 家畜市場에서 去來가 성립된 家畜을 屠畜場으로 옮겨 도축한 다음, 枝肉의 肉質과 重量을 고려하여 E・U・R・O・P・A 등 6級으로 구분, 等級化하고 이에 따라 家畜 또는 枝肉의 價格을 결정하는 방법이다. 따라서 代金의 決濟는 家畜市場에서 즉시 이루어지지 않고 價格이 확보된 후에 이루어지게 되고, 家畜의 所有權이 이전된 후 代金清算이 끝날 때까지의 支給保證은 FNMBF會員인 市場會社가 맡게 된다.

그러므로 EUROPA에 의한 去來制度는 공정한 去來를 기대할 수 있는 利點이 있는 반면, 代金의 決濟는 枝肉의 等級查定이 끝난 여칠 후 까지 기다려야 하는 不便을 수반하게 된다. 이러한 이유로 인하여 資金回轉을 중요시하는 능숙한 商人們은 이를 기피하는 경향이 있고, 商人们的 동간을 두려워하는 農民들이나 生產者團體들은 이를 적극 환영하고 있다.

한편 政府에서는 EUROPA制度의 효과적인 實施를 위하여 等級士(classificateur)를 任命, 각

¹⁷ 「FRANCE」는 家畜을 거래할 때 사용했던 F.R.A.N.C.E의 6개 等級을 표시한 것임.

¹⁸ ONIBEV (L'Office National Interprofessionnel du Bétail et des Viandes)는 家畜 및 肉類의 生產, 消費, 流通을合理화하기 위한 政策機關임.

屠畜場 또는 肉都賣市場에 배치하고 있다. 等級士는 ONIBEV의 長에 의하여 선임된 公務員身分의 肉類專門家인데, 1982年 3월 현재 全國에 배치된 이들의 總數는 85명이다.¹⁹ 물론 현재의 等級士數로는 날로 확대되어가고 있는 等級制去來를 감당하기 어렵다. 더구나, 1982년내에 肥肉用 肉牛의 EUROPA制去來도 실시할 계획에 있으므로²⁰ 等級士의 數는 더욱 부족하게 될 것이다. 따라서 當局은 이를 대폭 증가시키되, 그 資質을 고려하여 年次的인 增加계획을 세우고 있다.

4. 家畜市場의 事例²¹—푸지르 牛市場

푸지르(Fougères)는, 빠리에서 西쪽으로 296km 떨어진 人口 3만의 작은 都市로서 프랑스 3大畜產地域인 브르타뉴, 노르망디, 레이드르 와르地方의 交叉路에 위치하고 있다.

푸지르의 郊外에 위치하고 있는 이 家畜市場(Le parc de l'aumailerie)은 빠리 家畜市場 라빌레뜨(La Villette)가 쇠퇴하면서 더욱 活氣를 띠게 되어 한때 유럽 제1의 成牛去來實績을 보일 만큼 규모가 큰 프랑스屈指의 現代식 牛專門市場이다.

이 市場의 規模, 施設, 去來實績, 去來方法 및 價格決定方法 등을 요약, 分석해 보면 다음과 같다.

가. 市場의 規模 및 施設

(1) 基地 總面積 : 30ha

¹⁹ 等級士에 관한 내용은 筆者が ONIBEV當局을 訪問하여 確認한 것임.

²⁰ ONIBEV資料인 Catalogue de Classement des bovins maigres destinés à l'éngraissement 參照.

²¹ 이 事例는 筆者が 1981年 11月 25日 現地를 踏查하여 調査한 내용과 FNMBF의 資料를 綜合하여 要約整理한 것임.

- (2) 去來場 總面積 : 25,000m²
- (3) 覆蓋面積 : 去來場의 2/3
- (4) 家畜收容能力 : 6,500頭 (成牛기준)
- (5) 場內 進入 鐵路 : 4個所 (80량의 貨車가 進入 가능)
- (6) 場外 駐車場 : 승용차 1,500臺, 트럭 920臺分
- (7) 家畜의 集荷・積送・分類場 : 300個所

나. 開市 및 去來日時

- (1) 開市日時 : 每 金요일 05時
- (2) 入場 家畜의 接受 : 木요일 17時부터 22時까지
- (3) 牛 種別 去來時間
 - (a) 어린 송아지 : 6시 45분
 - (b) 中 송아지 : 7시 30분
 - (c) 成牛(수소) : 7시 50분
 - (d) 成牛(암소) : 8시 15분
 - (e) 기타牛 : 9시

다. 去來人 및 參加者

- (1) 購買者 : 150~250명. 프랑스, 독일, 이

탈리아, 벨기에, 스페인, 네덜란드 등 諸國의 商人. 그러나 최근에 거의 대부분이 이탈리아商人임.

- (2) 販賣者 : 350~450명. 프랑스 各地로부터 的 畜產業者 및 生產者團體
- (4) 기타 : 多數의 見學 또는 旅行者

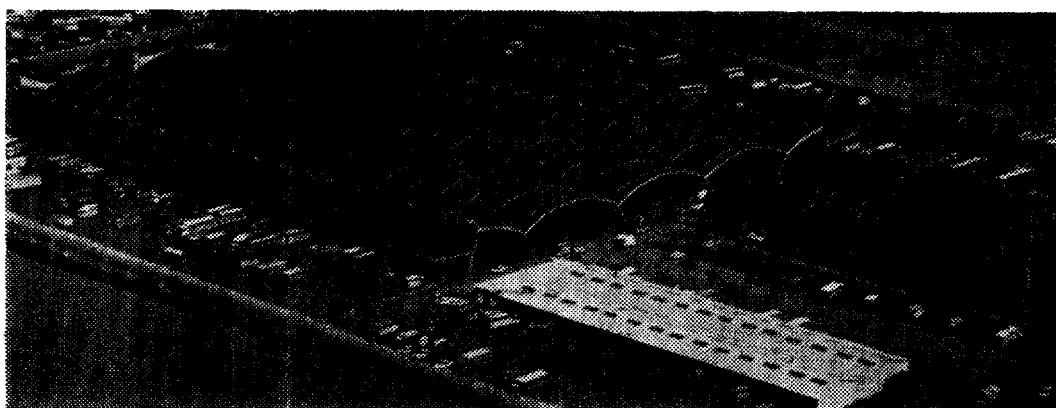
라. 家畜의 去來實績(1980년도)

- (1) 年間 總去來頭數 : 213,796頭
- (2) 去來率 : 약 92%
- (3) 入場 家畜의 종류별 比重
 - (a) 成牛~3/4(그중 屠畜用이 57%, 飼育 또는 肥肉用이 43%임)
 - (b) 犢牛~1/4(그중 農家의 飼育用이 14%, 育肥業者의 肥育用이 86%임)
 - (c) 屠畜牛의 等級實績 : E…1%, U…4%, R…32%, O…48%, P…9%, A…6%.

마. 去來方法 및 價格決定

- (1) 購買者와 販賣者間의 직접 흥정이 많고, 일부 去來엔 仲買人이介入.
- (2) 약 45%는 EUROPA 制度에 의해 거래되

사진 1 푸지르 牛市場의 조감도



며, 나머지는 目測등 다른 方法에 의해 거래됨.

(3) 目測去來인 경우엔 現場에서 生體로 매매되고 즉시 代金決済가 이루어지지만, EUROPA에 의할 때는 屠畜→等級化 후 價格이 결정되므로

清算은 1週後로 미루어지게 됨.

(4) 모든 去來에서의 代金決済는 市場會社 및 FNMBF의 支給保證下에서 이루어짐.

(5) 市場이 파한 11시경에 그날 時勢의 參考

사진 2 푸지르 牛市場의 賽場內部

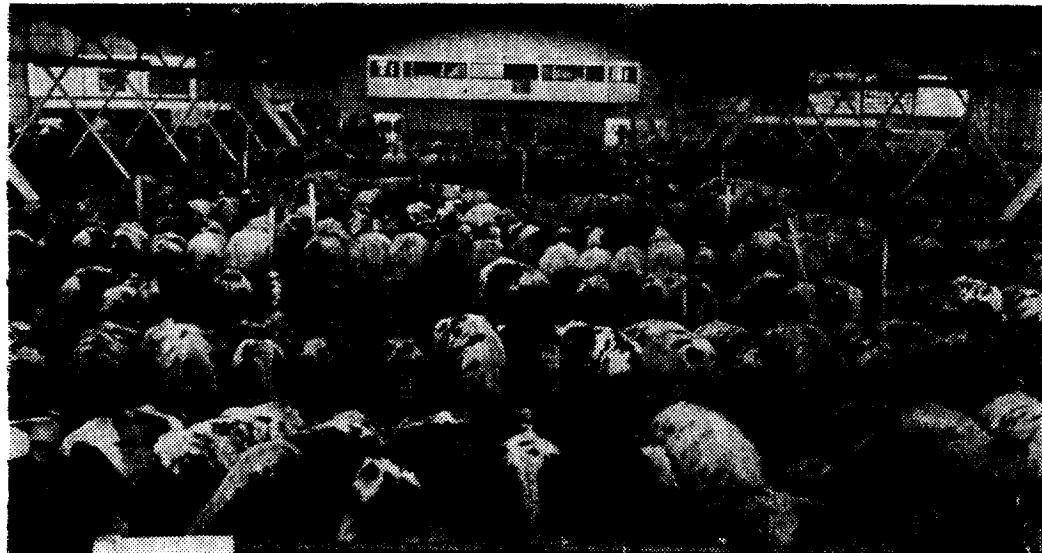
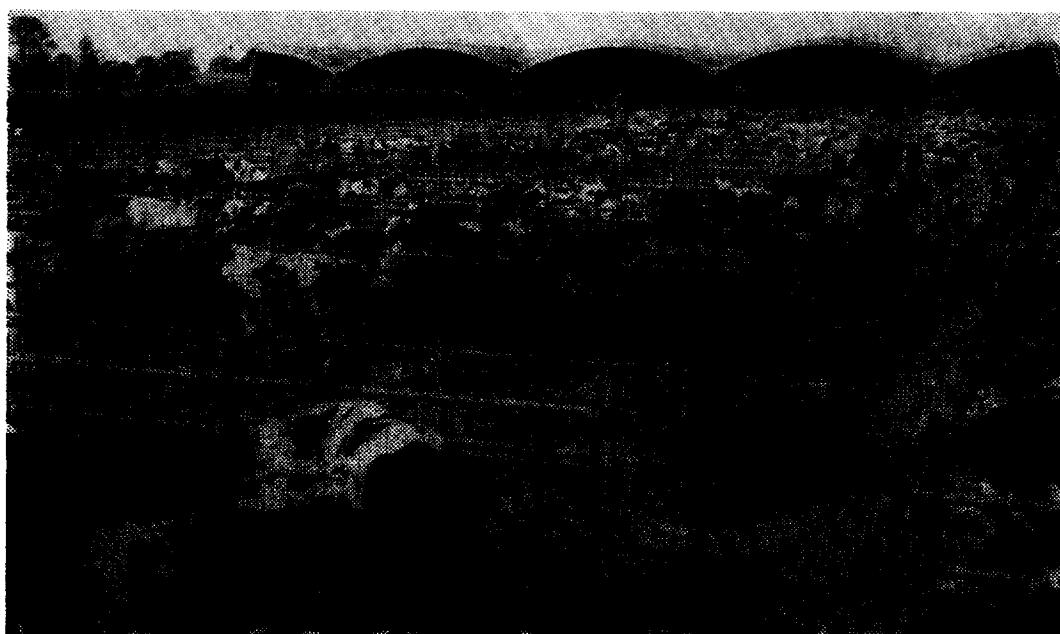


사진 3 푸지르 牛市場의 積送分類場 및 進入貨車(왼쪽 상단)



價格을 산정하여 공표하고, 이를 다음 開市價格에 참고가 되도록 함.

바. 市場의 全景

푸지르 家畜市場의 鳥瞰圖, 賣場 및 積送 分場을 보면 〈사진 1, 2 및 3〉과 같다.

V. 要約 및 結論

이상에서 畜產物의 生產構造 및 流通構造를 概觀하고, 產地의 流通實態와 商人의 活動을 분석해 보았으며, 家畜市場의 現況, 經營, 現代化計劃, 去來制度 등을 事例와 함께 분석, 고찰해 보았다.

프랑스는 유럽 제 1의 農業國으로서, EEC 肉類生產의 약 1/4을 생산할 만큼 畜產이 발달해 있고 오래 전부터 그 流通構造가 다양하게 발달되어 왔다.

家畜의 生產은 일부 地域에 集中되어 있는데 그 정도가 서서히 절여가고 있는 경향이며, 單位當 生產規模는 상당히 영세한 편이나 協同組合이 잘 발달되어 있고 그 規模도 점차 확대되어 가고 있다.

流通構造에 있어서는 다양한 現代的 流通機關과 傳統的 流通機關들이 각각 特徵과 存在意義를 가지고 調和를 이루고 있는데, 서서히近代化 쪽으로 개선되고 있다. 그리고 流通經路는 交通, 貯藏, 加工의 발달과 去來方法의改善, 輸出의促進 등 여러 가지의 要因으로 生體流通型 經路→枝肉流通型 經路→產業的 流通經路로의進行이 상당한 빠른 속도로 이루어지고 있다.

生產地의 家畜 流通에 있어서는 商人們의 강력한 影響力과 組織에 대항하기 위하여, 生產者들이 契約에 의한 生產 및 販賣制度와 까드랑式

競賣制度를 널리 활용하고 있다. 契約制度에 의하면 販路 및 價格의 安定을 확보할 수 있을 뿐만 아니라 政府의 補助 혜택을 받을 수 있으며, 까드랑制度에 의해 販賣를 하면 生產者가 主導權을 행사할 수 있기 때문이다. 그러나 프랑스엔 아직도 오랜 傳統에 의한 慣習, 地理的 環境, 生產構造의 特性에 의하여 商人의 活動과 影響力이 대단히 크다.

家畜市場은 종래에는 大都市에 발달했었으나 최근에는 生產地에 集中發達하고 있다. 그 理由는 都市公害 때문이기도 하지만 枝肉流通型 流通構造의 發達 때문이라고 볼 수 있다. 家畜市場의 構造 및 規模와 그 經營方法 및 去來方法은 꼭 다양하다. 현대식 家畜市場은 앞에서 예시한 푸지르 牛市場과 같이 規模가 크고 場內外의 施設이 대단히 잘 되어 있으며, 家畜市場全國聯合會인 FNMBF의 일원으로서公正去來, 疾病豫防, 情報의 交流 등에 앞장을 서고 있다. 이러한 現代式 市場을 건설하는 데엔 巨金이 소요되므로 政府와 EEC當局이 補助를 하고 農業金融機關이 融資를 주선해 주고 있다.

家畜市場에서의 去來方法으로 많이 채택되고 있는 것은 「EUROPA」等級去來制度, 目測去來 및 競賣制度라고 할 수 있다. 그중 「EUROPA」制度는 關聯 政策機關인 ONIBEV의 統制下에 실시되고 있는 公式的去來方法인데 주로 成牛, 犢牛, 肉羊 및 그 枝肉의 去來에 적용토록 하고 있으며, 政府는 이 制度의 效果的인 실시를 위하여 等級土制度를 도입, 활용하고 있다.

위와 같이 本文의 内容을 간단히 요약해 보았거나와 프랑스의 家畜流通制度는 상당히 높은 水準에 이르기까지 개선 발전되어 있다. 그러나 그것은 급격히 발전된 것이 아니고 오랜 傳統을 통한 강한 保守性 위에 土着化를 다지면서 서서

할 이루어져 왔음을 볼 수 있다.

参考資料 및 文獻

1. Ministère de l'Agriculture, *Cahiers de Statistique Agricole*, N3/6 및 N5/6, SCEES, Paris, 1981.
2. Ministère de l'Agriculture, *Graph Agri* 82, SCEES, Paris, 1982.
3. Ministère de l'Agriculture, *L'Agriculture Française en Chiffres*, 1981.
4. I.T.P., *Mémento de l'Éleveur de Porc*, Paris, 1982.
5. I.T.E.B., *Annuel pour l'éleveur de Bovins*, No. 4, Paris, 1982.
6. B. Yon, *Marketing agro-alimentaire*, Dalloz, Paris, 1976.
7. C.E.A.S., *Livestock Marketing System in EEC Countries; France*, Kent, 1977.
8. A. Dayan, *Manuel de la Distribution, fonctions-structures-évolution*, Les Edition d'Organisation, Paris, 1977.
9. H. de Farcy, *La Distribution des Produits agricoles*, 2^e éd., Editions techniques, Paris, 1970.
10. Monique Bourret-Laudier, *La Commercialisation des Produits agricoles: Prix, Filières et Marchés*, J.-B. Baillière, Paris, 1980.
11. F.N.S.E.A., *l'Agriculture depuis 1960*, Paris, 1982.
12. F.N.S.E.A., *Les Organismes Interprofessionnels*, Paris, 1978.
13. C.F.C.A., *Les Coopératives Agricoles en France*, Paris, 1981.
14. F.N.C.B.F., *Les Commerçants en Bestiaux*, Paris, 1982.
15. F.N.M.B.F., *Situation des Grands Marchés de Bétail vivant*, Paris, 1982.
16. Crédit Agricole, *Quelques Chiffres Clés*, C.A. Paris, 1981.
17. APEREC, *Cahiers de la Recherche Economique et Commerciale*, N°2, Paris, 1977.
18. M.-L. Aubry, *Le Marché aux Bestiaux de Guerlesquin*, Norois, 1973.