

流通環境變化와 마아케팅戰略改善에 관한 實證的 研究

—韓·中 農產物 마아케팅을 中心으로—

李 成 鐸*

目 次	
I. 序 章	2. 農產物 마아케팅 下位 System 分析
1. 研究目的	III. 結 論
2. 研究對象及 範圍	1. 生産戰略의 改善
3. 研究方法	2. 經路戰略의 改善
II. 分析結果의 要約	3. 價格戰略의 改善
1. 農產物 마아케팅 環境 System의 分析	4. 販賣促進戰略의 改善

I. 序 章

1. 研究의 目的

韓·中 兩國은 經濟의 高度成長이 持續되는 한편 產業構造의 高度化가 이루어져 있으며, 產業別 附加價値에 있어서도 거의 같은 規模에 있다. (表 1)

〈表 1〉 產業別附加價値(%)

(1970=100)

國 家	年 度	第 1 次 產 業		第 2 次 產 業		第 3 次 產 業	
		G	r	G	r	G	r
韓 國	62~66	79.8	7.9	35.8	14.0	51.2	7.9
	67~71	96.1	4.2	83.2	19.7	88.3	12.6
	72~77	120.2	5.7	216.1	19.0	147.3	9.7
	62~77	98.6	4.0	91.4	17.7	90.2	10.0
自由中國	62~66	92.3	6.7	45.8	10.5	56.7	10.2
	67~71	99.5	-1.8	89.7	15.4	57.8	10.1
	72~77	122.4	4.5	164.8	5.4	143.5	8.0
	62~77	105.0	3.3	91.4	12.1	93.1	9.2

資料：經濟統計年報，韓國銀行，1970，1975，1978，

中華民國 經濟年鑑，1978.

* 圓光大學校 商經大學 教授

이와 같은 經濟發展이 投影되어 마케팅의 環境構造도 漸次 產業社會化 傾向이 顯著하게 高潮되었으며, 1960年代 後半에 이르러서는 人口增加率의 鈍化, 產業構造의 變化와 이에 隨伴된 就業構造의 變化, 人口의 加速的인 都市集中, 情報의 多岐化, 專門經營者와 專門技術者의 登場과 엘리트化, 그리고 所得 및 文化水準의 向上에 따른 消費 및 嗜好의 多樣化和 西歐化가 顯著하게 示顯되어지고 있다.

또한 生産 및 消費部門의 變動에 따른 經濟的, 社會的, 文化的, 諸環境의 變化和 近代化가 促進되었음에도 불구하고 流通部門의 近代化는 이에 따르지 못하여 流通部門과 다른 經濟部門과의 相對的 不均衡은 經濟發展의 阻害要因으로 登場되고 있다.

流通部門의 落後性은 國民經濟的으로는 生産과 消費가 適切히 連結되지 못하여 工業生産力 增大를 阻害하고 流通費增加로 인한 物價上昇과 消費者 負擔의 增大를 招來하여 經濟의 持續的인 成長을 阻害하는 隘路要因으로 作用하는 同時에 個別經濟的인 企業經營의 側面에서는 流通費增大로 인한 利益率의 減少와 流通經路의 迂廻性 및 複雜性으로 인한 流通效率과 生産性的의 低下, 商品 回轉率의 鈍化, 消費者負擔의 過重化 등의 많은 問題들을 招來하게 된다.

上述한 바와 같이 經濟發展 過程에서 惹起되는 流通部門上의 問題들을 意識하면서 本 研究에서는 農產物 마케팅의 input要因인 環境要因의 變化和 이에 따르는 下位 System의 變化를 韓國과 自由中國을 對象으로 하여 實證的으로 分析함으로써 農產物 마케팅 構造上의 問題들을 導出함과 同時에 이를 克服하기 위하여 最適한 農產物 마케팅 戰略 設定의 方向을 提示하는 것을 目的으로 하였다.

2. 研究對象과 範圍

本 研究에서는 마케팅 環境의 要因을 ① 經濟成長과 消費패턴의 變化 ② 農產物 生産量 ③ 農產物 價格으로 限定하고 이의 變動과 農產物 마케팅의 下位 System인 流通機構와 經路와의 關係를 分析함으로써 마케팅構造의 改善을 위한 戰略의 方向을 設定하는 것이 主要目的이며 이를 達成하기 위하여 研究對象을 다음과 같이 限定하였다.

1) 農產物 마케팅 環境 System의 分析

- ① 投入 要因別 分析
- ② 農產物 消費패턴의 變化
- ③ 農產物 生産量의 變化
- ④ 農產物 價格指數의 變化

2) 農產物 마케팅의 下位 System의 分析

- ① 農產物 마아케팅의 機構와 經路
- ② 農產物 都小賣業의 規模
- ③ 農產物 마아케팅 마아진率
- ④ 農產物 流通經路和 마아진率

3. 研究方法

마아케팅의 理論의 接近은 傳統的인 商品別研究, 機能別研究, 制度別研究등의 部分的인 理論과 managerial marketing의 觀點에서 보는 total marketing의 system approach로 區分할 수 있으며 특히 1965年 以後 M.E.Stern이 導入한 system approach에 관한 理論的 體系와 分析方法은 最近 劃期的인 發展을 하고 있다.

本 研究에서 接近한 理論과 分析體系들은 다음과 같다.

마아케팅 環境 system의 input要因에 관한 分析和 마아케팅 機能은 主로 M.E.Stern의 理論을 採擇하였으며 農產物 마아케팅機構의 能力測定은 P.Kotler의 理論과 分析模型으로 接近하였다.

또한 對象國은 韓國과 自由中國의 兩國을 選定하여 比較 分析하고 統計資料는 1962~1977의 期間中 時系列 데이터를 作成하여 研究對象에 따른 目的에서 必要로 하는 係數를 算出하여 分析하였다.

II. 分析結果의 要約과 比較

1. 마아케팅 시스템의 要因別 分析

1) 要因別 分析

마아케팅 環境 System의 要因인 人口增加率, 實質國民所得 및 文化的 要因 등에 의한 分析結果는 다음과 같다.

韓國에 있어서는 都小賣業의 附加價値는 每年 增加趨勢에 있는 反面 人口의 增加率은 每年 減少 傾向에 있고 實質國民所得의 年間 增加에 따라 文化的 支出要因의 構成比도 增加趨勢에 있다. 이것은 可處分 所得의 增大에 따라 消費構造의 高度化가 이루어지고 있음을 意味한다고 할 수 있다.

自由中國에 있어서는 實質國民所得은 특히 '70年代에 와서 顯著한 增加를 示顯한 反面 文化的 要因의 支出構成은 比較的 緩慢한 增加趨勢를 보이고 있다.

또한 都賣物價指數에 있어서도 '70年代에 와서 顯著한 增加傾向을 示顯하고 있으며, 人

口增加率도 韓國보다 높은 比率을 나타내고 있으나 亦是 緩慢한 減少趨勢에 있다. (表 2, 3)
 消費者의 都小賣價格에 影響을 미치는 都賣物價指數는 兩國 모두 比較的 安定狀態에 있
 다가 1976年度에 急激한 增加를 보이고 있다.

兩國의 所得은 增加趨勢에 있어 豊富한 購買力을 動員시키는 바탕이 될 것이며 結果的
 으로 所得水準의 上昇에 따른 生活水準의 高度化에 의하여 消費패턴의 變化를 豫想할 수
 있다.

〈表 2〉 마케팅 시스템의 投入要因 (I)

國 家	年 度	都小賣附加價值	人 口 增 加 率	實 質 N. I.	都賣物價指數	※文化的支出 要因構成比
		1,000萬 (自國通貨)	%	1,000萬 (自國通貨)	1970=100	%
韓 國	63	161.67	2.63	1,174.93	44.0	26.9
	67	232.37	1.89	1,598.57	67.1	27.3
	71	411.97	1.98	2,388.50	121.9	31.1
	76	673.09		3,815.16	318.8	34.3
自 由 中 國	63	14.64	3.23	101.78	93.2	10.0
	67	21.29	2.34	145.59	94.8	10.9
	71	27.13	2.17	206.82	100.1	11.3
	76	34.48	2.22	276.88	176.2	11.9

註 : ※民間消費支出 中 文化的 支出要因은 衣類裝身具費, 家具施設費, 保健美容費, 交通通信費, 遊
 興娛樂費로 計算하였음.

資料 : 經濟統計年報, 韓國銀行, 1970, 1975, 1978.
 中華民國 經濟年鑑, 1978.

〈表 3〉 마케팅 시스템의 投入要因 (II)

國 別	年 度	都 賣 業 附 加 價 值	人 口 增 加 率	實 質 N. I.	都 賣 物 價 指 數	文化的支出要因 構 成 比
韓 國	63	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	67	143.7	71.9	136.1	152.5	101.5
	71	254.8	75.3	203.3	277.0	115.6
	76	416.3		324.7	724.5	127.5
自 由 中 國	63	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	67	145.4	72.4	143.0	101.7	109.0
	71	185.3	67.2	203.2	107.4	113.0
	76	235.5	68.7	272.0	189.1	119.0

資 料 : 經濟統計年報, 韓國銀行, 1970, 1975, 1978.
 中華民國 經濟年鑑, 1978.
 指數는 1963=100임.

2) 農產物 消費패턴의 變化

① 經濟成長에 따라서 民間 消費支出 構成比를 보면 韓·中 兩國의 食料品費 構成比는

低下되고 文化・娛樂費는 增加되고 있다.

그러나 그 構成比에 있어서는 韓國의 比重이 自由中國의 構成比 比重보다 크게 나타나고 있으며 文化費의 比重도 韓國의 높은 것으로 亦因하여 消費構造의 先進型 推移에 接近하고

〈表 4-1〉 民間 消費支出의 季別別 寄與率(韓國) 不變價格(1970=100)

	62 ~ 66			67 ~ 71			72 ~ 76			62 ~ 76		
	\bar{x}	σ	ν	\bar{x}	σ	ν	\bar{x}	σ	ν	\bar{x}	σ	ν
食 料 品	42.97	34.32	30.09	37.73	5.07	15.06	29.75	7.15	26.73	27.34	21.30	57.83
飲 料 品	3.43	6.25	181.63	6.46	5.09	78.79	10.53	1.73	16.43	6.80	5.58	82.06
煙 草	5.43	1.87	31.44	6.23	1.85	29.62	2.88	1.39	88.26	4.86	2.25	46.30
衣 類 裝 身 具	1.57	11.97	261.93	17.42	4.22	24.80	14.04	5.87	41.81	12.01	9.75	81.18
貨 料 水 道 料	2.53	0.61	24.11	2.63	0.39	19.01	4.66	1.07	22.06	3.27	1.24	37.92
光 熱 費	8.46	12.39	16.13	3.33	1.43	42.94	5.35	1.37	29.35	3.72	7.50	132.17
家 具 施 設 費	4.16	3.59	86.33	3.39	0.75	21.71	9.52	1.95	50.48	5.72	3.04	63.11
家 計 運 營 費	0.44	0.98	223.73	1.32	0.65	13.04	1.27	0.25	19.69	7.54	24.72	327.85
保 健 美 容 費	5.41	13.12	212.61	5.9	2.6	41.52	7.94	1.49	18.77	6.42	7.80	123.43
交 通 通 信 費	10.35	4.29	41.49	6.83	3.53	36.71	8.60	3.88	45.41	8.61	3.94	45.35
遊 興 娛 樂 費	7.89	2.24	28.39	5.3	1.61	35.91	2.59	1.71	66.10	5.33	2.87	53.04
雜 支 出	4.32	1.42	32.87	3.11	1.44	46.85	2.87	0.87	30.41	5.41	1.43	41.57
統計上不一致	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
民間消費支出	100.00	—	—	100.00	—	—	100.00	—	—	100.00	—	—

資料：經濟統計年報，韓國銀行，1970，1975，1978.

〈表 4-2〉 民間 消費支出의 季別別 寄與率(自由中國) 不變價格(1971=100)

	62 ~ 66			67 ~ 71			72 ~ 76			62 ~ 76		
	\bar{x}	σ	ν	\bar{x}	σ	ν	\bar{x}	σ	ν	\bar{x}	σ	ν
食 料 品	35.03	12.65	36.51	34.19	3.57	13.44	37.51	12.70	33.87	36.44	19.47	23.53
飲 料 品	1.28	3.04	71.31	3.93	0.78	19.65	10.37	9.74	90.94	1.30	6.21	105.53
煙 草	5.25	1.85	35.15	2.32	1.30	33.14	3.62	0.60	24.76	3.74	1.90	50.68
衣 類 裝 身 具	5.83	1.79	36.42	4.84	1.03	21.43	5.48	2.04	37.72	7.37	1.70	31.63
貨 料 水 道 料	11.14	3.22	53.42	15.22	2.07	12.50	13.78	1.58	33.24	14.42	3.50	40.25
光 熱 費	4.16	2.92	70.12	4.03	1.33	12.97	2.02	1.25	39.39	3.76	2.08	55.38
家 具 施 設 費	3.16	2.37	74.85	7.11	2.25	14.31	2.97	1.70	57.69	1.52	3.03	111.33
家 計 運 營 費	2.77	0.53	19.13	2.14	0.37	14.76	1.34	0.89	66.20	2.12	0.87	40.85
保 健 美 容 費	5.65	1.01	18.13	3.12	0.84	12.33	6.93	2.12	30.63	7.82	1.54	26.38
交 通 通 信 費	3.73	1.82	48.13	2.27	0.34	15.71	5.09	6.43	9.71	3.83	1.54	40.31
遊 興 娛 樂 費	1.47	1.46	23.41	3.21	1.16	27.55	3.98	2.12	68.85	3.60	3.32	67.67
雜 支 出	11.57	3.47	47.11	11.93	1.47	13.51	12.94	4.61	35.59	12.84	4.30	33.53
統計上不一致	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
民間消費支出	100.00	—	—	100.00	—	—	100.00	—	—	100.00	—	—

資料：中華民國 經濟年鑑，1978.

있음을 알 수 있다.

② 兩國의 變化係數를 比較해 보면 自由中國의 食料品費 支出構成이 比較的 安定的 패턴을 나타내고 있다.

③ 都市家計 消費支出에 있어서도 食料品 構成費가 兩國 다같이 減少趨勢에 있지만 自由中國이 韓國보다 顯著한 減少趨勢을 示顯하고 있다.

反面에 食料品費 變動幅에 있어서는 韓國이 더 크게 나타내고 있다. (表 4-1, 4-2, 5).

3) 農產物 生産量의 變化

主要 農產物의 生産量을 考察하면 韓國은 米穀의 生産量의 增加率에 있어서 第一 높았고 그 다음이 豆類로서 5.11%를 示顯하였다.

菜蔬類에 있어서는 消費者의 消費量이 增加되고 있음에도 불구하고 1972年부터 生産減少

〈表 5〉 都市家計 食料品 消費支出 構成(韓國)

	r				G			
	65~66	67~71	72~77	65~77	65~66	67~71	72~77	65~77
國民總生産	12.39	11.14	11.71	10.84	62.6	89.8	155.0	109.3
消費支出總額	24.63	0.77	3.93	6.43	65.1	100.9	169.1	97.8
食料品費	8.24	-4.06	2.39	2.11	87.7	107.1	102.6	101.9
穀物	3.71	-5.53	0.42	-1.29	110.4	106.9	91.9	100.2
魚肉類	17.72	-1.22	-1.05	2.28	70.4	98.2	88.0	88.5
菜蔬類	51.37	-6.98	8.52	9.28	67.8	114.3	127.5	110.9
其他	-21.57	-9.55	2.52	1.52	85.7	129.7	130.4	122.0

資料：經濟統計年報，韓國銀行，1969，1975，1976，1978

〈表 6-1〉 主要 農產物 生産量의 年平均 增加率(韓國) (%)

		62 ~ 66	67 ~ 71	72 ~ 77	62 ~ 77
米	穀類	6.78	2.63	3.70	4.70
麥	類	9.21	-0.56	-13.26	-2.69
雜	穀類	1.98	-0.89	10.00	2.89
豆	類	1.79	2.81	7.99	5.11
薯	類	21.91	2.89	-2.21	2.13
果	實類				
사	과	10.28	3.86	6.21	7.59
	배	11.00	4.29	7.80	6.78
복	숭아	33.87	-1.68	-1.15	9.37
菜	蔬類				
무	우	6.72	10.78	-0.65	3.71
배	추	4.98	12.87	0.79	4.75

率을 示顯하고 있다.

繼續 消費量이 增加되고 있는 菜蔬類의 需要를 充當하기 위하여서는 菜蔬類 流通構造上에 問題點을 解決해야 한다.

自由中國의 경우에 있어서는 穀物類의 生産量은 繼續 減少趨勢를 示顯하고 있음은 韓國과 對照의이며 菜蔬類의 減少趨勢와는 달리 果實類의 生産量은 顯著한 增加現象을 보이고 있다. (表 6-1, 6-2).

〈表 6-2〉 主要 農產物生産量의 年平均 增加率(自由中國) (%)

		62 ~ 66	67 ~ 71	72 ~ 77	62 ~ 77
＊	穀	3.02	-0.01	1.55	1.48
麥	類	-0.09	-0.44	-0.04	-0.21
雜	穀	31.59	-0.02	-0.07	2.02
豆	類	4.52	-0.05	-0.03	-0.01
薯	類	19.49	10.33	2.14	9.28
柿	實 類				
사	과	7.92	8.10	30.36	14.42
	배	41.54	37.68	17.73	35.89
복	숭 아	6.21	11.89	16.60	12.64
菜	蔬 類				
부	우	-0.05	0.20	1.20	-0.01
배	추	0.13	15.94	1.34	4.69

資料：中華民國 經濟年鑑, 1978.

Taiwan Statistical Data Book, 1977, 1978.

4) 農產物 價格指數의 變化

① 主要 農產物 都賣物價 指數의 年平均 增加率은 一般都賣物價 總指數보다 높게 나타나고 있으며 특히 果實類가 가장 높은 上昇率으로써 消費生活에 影響을 준 바가 크므로 果實類 價格 安定이 重要함을 發見하였다. 특히 菜蔬類의 標準偏差가 어느 品目보다 크게 나타나고 있어 價格의 變動幅이 甚하다는 事實을 알 수 있다.

② 農家의 受取價格과 購入價格 및 農產物價格과의 關係

農產物價格 指數의 上昇率은 韓·中 兩國에 있어서 一般都小賣物價 總指數를 基準로 上廻하고 農產物 都小賣物價 指數의 增加趨勢가 一般物價 指數의 增加를 上廻하고 있다.

農家의 受取價格 上昇率은 農產物 都賣物價指數 上昇率을 下廻하고 있으며 農家購入價格이 農家受取價格보다 높은 上昇率을 示顯하고 있기 때문에 結果적으로 農產物 價格上昇이 全體 物價指數 水準을 높이는 要因이 되었지만 生産者에게 得이 없었고 消費者의 家計負擔만 주었다는 事實만 說明하여 준다. (表 7, 8)

〈表 7〉 農家受取價格 (韓國)

	6 2 ~ 6 6				6 7 ~ 7 1			
	r	G	σ	v	r	G	σ	v
總指數	20.60	41.46	3.99	23.71	17.47	82.75	7.94	23.63
米穀類	18.44	46.70	3.16	21.93	19.29	87.46	7.23	24.46
麥類	10.98	59.50	4.48	24.01	17.40	91.20	6.94	24.35
雜穀類	18.29	61.51	5.41	26.11	10.60	93.52	4.56	14.89
豆類	30.38	49.84	6.12	33.63	8.24	79.58	7.73	22.80
薯類	16.89	57.74	4.18	23.67	14.67	93.19	5.89	20.93
蔬菜類	31.48	31.18	5.74	31.37	22.16	58.86	14.36	40.70
果實類	17.22	37.94	3.73	24.32	21.59	82.84	8.77	26.10
畜產物	21.60	33.56	5.07	32.84	16.36	89.80	7.97	19.95
蠶	31.37	43.03	6.64	41.14	9.17	98.89	4.45	12.91
特用	20.59	52.76	6.28	28.86	16.30	92.57	9.34	24.91
	7 2 ~ 7 7				6 2 ~ 7 7			
	r	G	σ	v	r	G	σ	v
總指數	21.11	225.69	32.03	33.87	19.44	97.13	39.73	77.52
米穀類	20.44	257.86	30.72	34.11	19.28	107.78	38.32	79.93
麥類	21.45	270.57	30.72	35.15	18.17	119.99	36.67	77.18
雜穀類	20.51	255.28	27.51	31.49	17.02	119.56	34.74	71.17
豆類	27.05	222.18	42.70	42.37	22.29	94.95	45.40	83.95
薯類	27.94	315.93	40.09	39.51	20.43	126.84	45.64	87.17
蔬菜類	22.96	151.20	38.58	52.17	20.42	68.74	39.41	77.69
果實類	22.10	212.74	30.03	33.93	19.08	92.44	37.14	76.61
畜產物	23.82	228.87	42.27	39.38	21.15	93.77	48.51	85.39
蠶	15.31	258.06	18.60	20.28	17.81	109.26	35.15	70.01
特用	9.46	231.65	14.27	15.96	15.24	109.54	33.01	62.10

資料：經濟統計年報，韓國銀行，1976，1977，1978。
農協年鑑，1976，1977，1978。

〈表 8〉 農家受取價格 (自由中國)

	6 2 ~ 6 6				6 7 ~ 7 1			
	r	G	σ	v	r	G	σ	v
總指數	3.46	87.05	4.11	4.85	2.44	97.98	3.21	3.37
農產物	3.14	84.13	3.57	4.18	1.82	95.45	3.24	3.35
畜產物	4.09	93.24	5.37	6.45	3.67	103.28	5.11	5.54
	7 2 ~ 7 7				6 2 ~ 7 7			
	r	G	σ	v	r	G	σ	v
總指數	13.85	175.53	46.35	26.15	6.61	117.50	51.22	41.73
農產物	14.46	172.98	48.49	26.52	6.61	114.67	54.12	47.68
畜產物	12.55	180.25	42.39	25.47	6.56	123.26	46.42	39.60

資料：中華民國 經濟年鑑，1978。

그러나 自由中國의 경우에는 農家の 受取價格과 購入價格 上昇率이 거의 같은 것으로 示顯되어 있다.

2. 農產物 마케팅 下位 시스템 分析

1) 農產物 價格과 마케팅 經路

農產物의 物價水準은 諸要因의 相互作用 關係에 의해서 決定되는 綜合的인 것이라고 할 수 있다.

農產物의 마케팅 經路는 蒐集搬出段階, 中繼段階, 分散段階의 3段階로 流通되는바 韓國의 경우에 있어서 農家受取價格이 米穀은 小賣商 販賣價格에 대하여 86%이며 그 다음이 소, 돼지, 배추의 順으로 나타나 있다. 특히 배추와 같은 榮蔬類의 경우에는 農家受取價格이 49.5% 程度이어서 거의 切半이 流通段階에서 蠶食되는 結果를 보였으며, 自由中國에 있어서는 受取價格이 韓國보다 높은 것으로 나타나 있다.

그러므로 農產物 마케팅 段階의 近代化에 의한 마케팅 마아진을 縮少하여 生産者 受取率을 높이고 消費者 家計負擔을 輕減시켜야 할 것이다. (表 9-1, 9-2)

<表 9-1> 主要農產物의 流通段階別 Margin率

(韓 國)

	米 穀		배 추		소		돼 지		肉 鷄	
	構成比	Margin率	構成比	Margin率	構成比	Margin率	構成比	Margin率	構成比	Margin率
販賣價格(A)	100.0	—	100.0	—	100.0	—	100.0	—	100.0	—
農家受取價格(B)	86.0	—	49.5	—	77.6	—	75.3	—	82.4	—
Marketing Margin(A-B)	14.0	100.0	50.5	100.0	22.4	100.0	24.7	100.0	17.6	100.0
蒐集搬出段階	1.4	10.0	16.5	32.7	0.2	0.9	1.0	4.0	5.1	29.0
費用	0.9	6.4	9.0	17.8	0.2	0.9	0.3	1.2	1.2	6.8
利潤	0.5	3.6	7.5	14.9	—	—	0.7	2.8	3.9	22.2
中繼段階	1.5	10.7	8.3	16.4	5.2	23.2	9.0	36.4	—	—
費用	0.7	5.0	0.8	1.6	4.4	19.6	4.8	19.4	—	—
利潤	0.8	5.7	7.5	14.9	0.8	3.6	4.2	17.0	—	—
分散段階	11.1	79.3	25.8	51.1	17.0	75.9	14.7	59.5	12.5	71.0
費用	2.1	15.0	4.6	9.1	1.7	7.6	2.3	9.3	0.9	5.1
利潤	9.0	69.3	21.2	42.0	15.3	68.3	12.4	50.2	11.6	65.9
Marketing Margin 計	14.0	100.0	50.5	100.0	22.4	100.0	24.7	100.0	17.6	100.0
費用	3.7	26.4	14.4	28.5	6.3	28.1	7.4	29.9	2.1	11.9
利潤	10.3	73.6	36.2	71.5	16.1	71.9	17.3	70.1	15.5	88.1

資料：中央農協의 資料(1977, 1978, 1979)에 의하여 計算하였음.

〈表 9-2〉 主要農産物의 流通段階別 Margin 率(自由中國)

(自由中國)

	米 穀		菜 蔬		마 나 닥		돼 지		肉 鷄	
	構成費	Margin 率	構成費	Margin 率	構成費	Margin 率	構成費	Margin 率	構成費	Margin 率
販賣價格(A)	100.00	—	100.00	—	100.00	—	100.00	—	100.00	—
農家受取價格(B)	92.70	—	57.90	—	51.22	—	63.68	—	81.86	—
Marketing Margin (A-B)	7.30	100.00	42.10	100.00	48.78	100.00	36.32	100.00	18.14	100.00
蒐集搬出段階	—	—	11.7	27.7	—	—	—	—	4.16	22.93
費用	—	—	4.6	10.9	—	—	—	—	2.37	13.07
利潤	—	—	7.1	16.8	—	—	—	—	1.79	9.87
中繼段階	1.07	55.75	13.4	32.0	26.58	54.49	2.46	6.77	3.22	17.75
費用	2.74	37.53	5.3	12.6	15.28	31.32	1.98	5.45	0.10	0.55
利潤	1.33	18.22	8.1	19.4	11.30	23.17	0.48	1.32	3.12	17.20
分散段階	3.23	44.25	17.0	40.3	22.20	45.51	33.86	93.03	10.76	59.32
費用	1.93	26.44	6.7	15.9	5.91	12.12	25.58	70.43	0.20	1.10
利潤	1.30	17.81	10.3	24.4	16.29	33.39	8.28	22.80	10.56	58.21
Marketing Margin 計	7.30	100.00	42.10	100.00	48.78	100.00	36.32	100.00	18.14	100.00
費用	4.67	63.97	16.6	39.4	21.19	43.44	27.56	75.88	2.67	14.72
利潤	2.63	36.03	25.5	60.6	27.59	56.56	8.76	24.12	15.47	85.28

資料: Wen-fu Hsu, Study on Agricultural Marketing in Taiwan, Department of Agricultural Economics, National Taiwan University, 1978.

2) 農産物 價格과 마아케팅 마아진

總마아진은 마아케팅 費用과 利潤으로 構成되는바 韓國의 경우 米穀은 마아케팅 마아진 率 11% 中 마아케팅 코스트가 3.7%, 利潤이 10.3%로서 거의 流通機關의 利潤으로 마아진 率이 높아지고 있음을 發見하였다.

菜蔬의 경우는 總마아진 50.5% 中 36.2%가 利潤이고 殘餘 14.4%가 마아케팅 코스트로 算出되었다.

이와 같은 事實을 流通段階別로 實證하면 다음과 같다.

3) 마아케팅 經路와 마아진

米穀의 경우 總마아진 11%의 構成比를 段階別로 보면 蒐集搬出段階가 1.4%, 中繼段階가 1.5%, 分散段階가 11.1%이며, 菜蔬(배추)의 경우에 있어서는 總마아진 率 50.5%의 構成이 蒐集搬出段階가 16.5%, 中繼段階가 8.3%, 分散段階가 25.8%로서 前位段階보다 後位段階가 占有하는 마아진 率과 利潤이 훨씬 크게 나타난다.

自由中國의 경우는 前位 및 後位段階의 마아진 率과 利潤이 거의 均衡있게 占有되어 있다,

分析要約表

分析對象	細部事項	韓 國				自 由 中 國				分析結果
		r	G	σ	v	r	G	σ	v	
1. Marketing 環境要因	1. 都小賣附加價值	11.6	278.8	228.0	61.7	6.8	23.2	8.4	34.6	
	2. 人口增加率	-3.5	2.1	0.4	18.6	-2.8	2.5	0.5	20.0	
	3. 實質 N. I.	9.5	22034.0	1,161.7	51.8	8.0	170.7	76.1	41.6	
	4. 都賣物價指數	16.5	103.5	124.9	90.6	5.0	111.7	40.2	34.6	
	5. 文化的要因 構成比	1.9	29.8	3.5	11.7	1.3	11.0	0.8	7.2	
2. 農產物消費 Pattern 變化	(1) 民間消費支出									
	1. 食料品費	-1.9	49.4	4.9	9.8	-1.3	44.1	3.2	7.2	
	2. 交通通信費	4.4	5.2	1.2	22.4	3.5	3.5	0.8	29.2	
	3. 遊興娛樂費	0.9	4.8	0.5	9.4	7.6	2.5	0.9	24.9	
	(2) 都市家計支出									
	1. 食料品費	-1.8	45.1	6.3	13.8	-2.1	51.8	4.7	9.1	
2. 住居費	2.2	17.5	2.1	11.9	1.1	3.9	0.3	9.9		
3. 被服費	3.4	8.4	1.7	20.0	0.7	6.2	0.4	6.4		
3. 消費 Pattern에 따른 農產物 價格變化	※一般都賣物價指數	14.5	105.0	76.4	61.3	5.0	113.7	83.7	29.8	
	1. 都賣物價指數	19.2	106.8	113.0	79.6	6.8	107.1	32.4	34.1	
	2. 小賣物價指數	17.2	95.8	82.7	68.6	8.1	101.7	386.6	37.1	
	3. 農家受取率 價格指數	(19.9)	(232.2)	(78.3)	(31.8)					
	4. 農家購入 價格指數	(20.5)	(207.7)	(72.4)	(32.9)	6.6	117.5	51.2	41.7	
		16.9	97.1	88.8	71.5	6.6	113.9	46.5	38.8	

註：計測期間은 1962~1977年間임. 단, ()은 1972~1977.

1은 經濟統計年報, 韓國銀行 1970, 1975, 1978에서 作成함.

2의 (1)은 經濟統計年報, 韓國銀行, 1970, 1975, 1978.

中華民國 經濟年鑑, 1978에 의하여 作成함.

2의 (2)는 經濟統計年報, 韓國銀行, 中華民國經濟年鑑, 1978에 의함.

分析要約表

分析對象	細部項目	韓 國				自 由 中 國				分析結果
		구 성 비		마 진 율		구 성 비		마 진 율		
		米穀	菜蔬	米穀	菜蔬	米穀	菜蔬	米穀	菜蔬	
受取價格	1. 農家受取率	86.8	49.5	--	--	92.7	57.9	--	--	
	2. Marketing Margin	14.0	50.5	--	--	7.3	42.1	--	--	
流通段階	1. 蒐集搬出段階	1.4	16.5	10.0	32.7	--	117	--	27.7	
	2. 中繼段階	1.5	8.3	10.7	16.4	4.1	13.4	55.7	32.0	
	3. 分散段階	11.1	25.8	79.3	51.0	3.2	17.0	44.3	40.3	
總마아진	1. 費用	3.7	14.4	26.4	28.5	4.7	16.6	64.0	39.4	
	2. 利潤	10.3	36.2	73.6	71.5	2.6	25.5	36.6	60.6	

資料：中央農協의 農產物實態 調查報告書(1977, 1978, 1979)에 의하여 計算하였음.

以上과 같은 事實의 發見에서 農產物 마케팅의 後位段階가 前位段階보다 마아진率과 費用 및 利潤이 높다는 事實은 消費者와 直結되어 있는 分散段階의 前近代性を 露呈시키는 것이며 마케팅마아진率 中에 菜蔬類등은 費用보다는 利潤이 많았고 이와 같은 現象은 前位段階보다 後位段階에서 顯著히 發見되어진다.

Ⅲ. 結 論(提 言)

1. 生産戰略의 改善

① 消費패턴의 高度화에 適應하는 新鮮食料品の 마케팅 強化

食料品費 支出 構成에 있어서 菜蔬類 및 果實類 購入을 위한 支出이 增加하고 있으므로 果菜類 마케팅을 強化하는 戰略이 必要하다.

全體의 5.5%에 不過한 施設園藝(高等菜蔬)를 擴大하는 生産構造의 變革으로 近代的인 流通채널을 助長시켜야 한다.

自由中國에 있어서는 生産者 組織인 果菜類組合이 行政區域에 구애받지 않고 蒐集, 檢査, 貯藏, 加工, 輸送, 販賣등의 業務에 관한 專門的 機能을 遂行하고 있는 事實을 勘案할 때 果菜類의 경우에 있어지도 農協主導型 管理政策에 의한 主穀 마케팅의 機能과 같이 流通 經路의 多段階 迂迴性으로 인한 價格의 不均衡을 防止해야 한다. 그러기 위해서는 自由市場 機構(商人組織)에 의한 零細生産者 零細商人의 二重的 惡循環을 脫皮해야 한다.

② 協同生産과 消費者와의 直結體制 誘導

個別 生産者の 青果物 生産 規模가 零細하기 때문에 生産者가 일일이 小量의 生産物을 直接 消費市場에 가지 出荷하는 경우는 극히 드물고 蒐集機能을 擔當하는 商人들이 產地流 通過程에 介入하여 果菜類를 蒐集, 大量化한 後에 消費市場에 出荷하고 있는 實情이므로 自由中國과 같이 生産者 組合이 果菜類 마케팅 活動을 支配할 수 있는 機能을 專門化하여 協同生産基盤을 構築하여 共同販賣活動을 實施함으로써 能率的인 輸送手段의 共同擴大, 貯藏施設의 共同 運營, 包裝資材의 共同確保, 流通資金의 共同出資 등으로 自由中國에서와 같이 生産者와 消費者間的 直結體制를 誘導하고 生産과 需要의 連結性을 強化할 수 있어야 한다.

③ 製品의 加工性

青果物은 全體 生産量의 99%가 生菜形態로서 販賣, 消費되고 있으나 生産者の 加工 製品을 擴大하여 不可食 部分을 流通過程에서 除去함으로써 輸送 貯藏 費用을 節減할 수 있

다. 單位組合, 部組合에 加工業에 관한 專門的 施設과 技術을 習得시켜 靑果物의 商品性을 提高시키고 品質保全에 의하여 顧客의 嗜好에 迎合될 수 있어야 한다.

2. 經路戰略의 改善

① 마아케팅 經路의 生産性 提高

流通段階別 마아진率의 構成比率를 보면 後位段階인 分散段階에서 가장 많은 比率를 占有하고 있는 것으로 計測되어 이는 流通機構의 後進性을 露呈시키는 것으로서 分散段階의 流通機構를 大型化, 專門化하여 마아진을 높이는 非能率의 要因을 除去하여야 한다. 農產物 마아케팅의 基本的 機能을 擔當하고 있는 都小賣業의 規模別 經營能力(店當 販賣額과 從業員 1人當 販賣額)이 全都小賣業의 平均 水準에 未達되고 있어 農產物 流通機構의 零細性和 低開發性을 示顯하고 있다.

農產物 마아케팅 機構에는 商人組織과 農協組織이 있는데 이중 商人組織인 類似都賣市場의 市場 占有率이 平均 60%를 占有하고 있어 類似都賣市場에 관한 公正去來 行爲를 철저히 監督하여 生産者 權益을 이들 商人의 농간으로부터 保護해야 한다. 또한 中央都賣市場과 農協共販場 機能을 強化하여 類似市場의 機能을 쇠퇴시켜야 한다.

그러한 意味에서 食料品 小賣商의 大規模化 推進으로 마아케팅 經路의 生産性을 提高시켜야 한다.

② 選擇의 販路政策에 의한 經路短縮

農產物의 販路는 開放的 經路政策보다는 選擇的 販路政策에 의하여 雜多한 中間商을 排除하고 小賣業者나 消費者와 直接 接觸함으로써 生생한 情報과 生産者의 受取價格을 높이고 消費者 支拂價格을 節減시켜야 한다. 슈퍼마아케트와 같은 大型化, 專門化 되어진 店舖를 選定하여 商品의 新鮮度를 維持함으로써 商品性 提高와 顧客의 欲求를 迎合 시킬 수 있다.

3. 農產物 價格 戰略의 改善

① 戰略的인 價格政策

農產物 價格의 安定化를 위해서는 마아케팅 經路의 段階別 마아진과 마아케팅 코스트 및 利潤을 要因別로 計測 分析하여 各 마아케팅段階別 適正價格의 形成過程을 鼎立해야 한다.

價格의 起伏은 마아케팅 段階別 利潤의 過多에서 온다는 事實을 品目別로 計測하여 適正 價格 維持와 消費者의 價格 保障을 위한 基本的 資料로 採用해야 한다.

價格彈力性이 높은 新鮮食料品에 있어서는 高所得層의 消費者에 대해서는 高價政策을 誘導하는 것이 바람직하고 低所得層에 대해서는 價格 彈力性이 낮은 米穀類 마아케팅에 力點

을 두고 低價格制度를 위한 價格戰略이 要請되어 진다.

② 豫示 價格制度의 確立

新鮮食料品の 位置는 우리 家計負擔과 깊은 關係를 보여 주고 있지만 在庫管理가 制度的으로 이루어 지지 못하고 있어 年例的인 季節的 變動과 豐凶에 따른 年次別 價格의 暴藤落으로 甚한 경우에는 生産者의 價格不安에 의한 危險 負擔으로 生産을 忌避하는 事例도 있었다.

그러므로 價格과 販賣數量을 豫示하여 生産者의 價格保障을 해야 한다. 이의 前提 條件으로서는 靑果物 組合이 市場을 調節할 수 있는 財政能力을 確保해야 한다. 이미 制定된 「農產物 價格安定 基金法」의 活用을 流通部門에 擴大 運用하여야 하며 生産出荷 調節 機能의 制度化를 위해서 「菜蔬指定產地制度」를 導入하고 「野菜生産出荷安定法」을 制定하여 生産者의 健全한 育成과 消費生活의 安定을 保障해야 한다.

4. 農產物 販促 戰略의 改善

① 農產物의 販賣計劃

農家가 中間 商人과 對抗해 나가면서 農產物 市場 開拓을 積極的으로 遂行해 나가기 위해서는 集團的인 對抗 또는 開拓 方案이 導入되어야 할 것이다.

農產物의 產地까지 競爭을 避하기 위해서는 적어도 大單位 產地의 代表者들이 모여서 出荷量, 出荷時期의 全國的 調節 協定이 이루어 져야 實效를 거둘 수 있다.

② 農產物의 廣告活動

農產物의 廣告는 한 農家의 產物만으로는 充分한 廣告量이 되지 못하기 때문에 農協主導的인 共同 廣告를 통해서 有効需要를 創造해 나갈 수 있다. 靑果物이나 畜產物은 全體 需要를 增加시키기 위한 基本的 需要創造를 위한 廣告가 有益하다.

특히 基本的 需要創造 廣告에 의해서 肉食보다 菜蔬類가 健康增進에 有効하다는 內容의 廣告가 必要하다.

③ 農協의 P.R 活動

各種 廣告媒體를 통해서 農產物의 効用, 利用法 특히 食料品인 경우에는 새로운 料理法 등을 大衆에게 알림으로써 大衆生活에 貢獻할 수 있다. 韓國의 現實에 있어서 가장 貴重한 天然 食料品을 輕視하는 觀念을 排除해야 한다. 그러므로 農協은 農民을 위해서나 大衆을 위해서 農產物에 대한 果敢한 P.R 活動을 展開해야 한다. 韓國에서 小量生産되는 小麥을 使用하는 粉食獎勵의 P.R보다 大量生産되는 農產物에 대한 P.R 活動이 積極的으로 講究되어야 할 것이다.

物價的年平均上昇率

(韓國)

(1970=100)

	62	63	64	65	66	67	68	69
都賣物價								
總指數數	38.4	46.3	62.3	68.5	74.6	79.4	85.8	91.6
農水產品	29.6	43.4	55.2	56.0	61.2	67.3	75.9	88.1
資本財	43.3	47.1	60.1	68.3	74.4	78.6	88.3	89.1
消費財	35.8	45.7	62.1	64.6	70.6	77.0	84.6	92.0
小賣物價								
總指數數	31.6	38.1	49.4	56.2	62.5	69.1	76.6	86.2
飲食物品	28.3	37.8	51.1	55.5	59.5	64.5	70.9	82.3
農家受取價格								
總指數數	27.1	40.1	50.2	52.2	55.4	63.5	74.3	84.8
農家購入價格指數								
總指數數	31.8	35.3	44.8	51.8	58.1	65.8	78.8	86.8
農業用品	33.4	33.2	38.8	51.3	57.3	64.0	83.8	89.1
家計用品	34.3	38.3	49.5	55.1	5	69.6	80.3	87.6
	70	71	72	73	74	75	76	77
都賣物價								
總指數數	100.0	108.6	123.8	132.4	188.2	238.0	266.9	291.0
農水產品	100.0	121.9	152.2	156.2	199.8	282.4	353.0	423.2
資本財	100.0	105.8	118.1	123.6	148.6	175.0	184.9	193.7
消費財	100.0	110.5	126.5	130.9	169.7	218.4	245.2	275.5
小賣物價								
總指數數	100.0	113.5	126.8	130.8	162.6	203.8	234.8	258.7
飲食物品	100.0	118.9	134.7	138.2	173.9	232.5	274.0	305.8
農家受取價格								
總指數數	100.0	121.4	147.9	164.2	215.6	267.6	313.9	366.1
農家購入價格指數								
總指數數	100.0	114.4	130.5	143.1	192.5	237.9	283.2	331.5
農業用品	100.0	116.5	136.3	158.6	190.1	220.7	299.3	358.4
家計用品	100.0	112.3	125.3	133.6	189.7	299.3	267.2	304.5

資料：韓國銀行，經濟統計年報，1970，1975，1978。

農協年鑑，1976，1977，1978。

物 價 的 年 平 均 上 昇 率

(自由中國)

(1970=100)

	62	63	64	65	66	67	68	69
都 賣 物 價								
總 指 數	87.6	93.2	95.5	91.1	92.5	94.8	97.6	97.4
農 水 產 品	84.1	91.8	96.0	89.5	91.4	93.7	96.2	95.7
資 本 財 財	—	—	—	—	—	—	—	—
消 費 財	—	—	—	—	—	—	—	—
小 賣 物 價								
總 指 數	79.3	81.0	80.8	80.9	82.4	85.2	91.9	96.6
飲 食 料 品	74.5	76.0	78.1	79.7	83.3	87.0	92.9	97.3
農 家 受 取 價 格								
總 指 數	79.6	85.6	90.2	89.2	91.2	93.5	98.2	95.7
農 家 購 入 價 格								
總 指 數	80.6	82.6	85.0	85.6	87.8	91.1	95.8	97.7
農 業 用 品	94.0	95.7	100.2	101.0	101.2	101.9	105.4	103.6
家 計 用 品	80.1	82.6	84.2	84.7	87.8	90.1	94.6	96.6
	70	71	72	73	74	75	76	77
都 賣 物 價								
總 指 數	100.0	100.0	104.5	128.4	180.4	171.3	170.6	180.9
農 水 產 品	100.0	103.0	110.0	124.3	180.5	196.8	—	—
資 本 財 財	100.0	100.3	102.7	126.7	159.8	149.6	—	—
消 費 財	100.0	102.4	108.4	121.8	169.2	177.5	—	—
小 賣 物 價								
總 指 數	100.0	105.8	105.9	114.6	168.9	177.8	182.2	195.0
飲 食 料 品	100.0	103.6	109.3	126.9	192.0	206.1	—	—
農 家 受 取 價 格								
總 指 數	100.0	102.9	108.6	129.6	195.2	245.1	209.0	207.8
農 家 購 入 價 格								
總 指 數	100.0	101.3	107.2	126.6	191.4	202.7	198.5	210.5
農 業 用 品	100.0	97.3	100.7	114.1	165.5	161.0	156.4	158.6
家 計 用 品	100.0	102.6	109.2	131.0	199.4	208.3	201.7	212.1

資料：中華民國經濟年鑑，1978。

Taiwan Statistical Data Book, 1977, 1978.

民間消費支出之構成比

(韓國)

(單位：%)

	62	63	64	65	66	67	68	69
食料品	55.9	53.9	56.9	56.2	55.1	52.9	51.5	50.3
飲料品	3.7	3.4	2.9	3.3	3.6	4.0	3.9	4.4
煙草	1.5	1.6	1.9	2.1	2.4	2.7	2.8	3.3
衣類裝身具	11.4	11.2	9.6	10.0	9.4	10.1	10.2	10.6
貨料水道料	5.1	5.1	4.9	4.7	4.6	4.4	4.2	4.0
光熱費	4.7	5.6	5.3	5.0	5.4	4.8	4.6	4.6
家具施設費	1.9	2.0	1.9	1.8	2.2	2.6	2.7	2.7
家計運營費	1.3	1.2	1.2	1.1	1.0	1.1	1.1	1.0
保健美容費	4.9	5.7	4.6	4.3	4.4	4.6	5.1	4.9
交通通信費	3.4	3.9	4.3	4.5	4.7	4.9	5.5	5.8
遊興娛樂費	4.0	4.1	4.2	4.6	4.6	5.1	5.3	5.3
雜支出	2.2	2.3	2.5	2.4	2.6	2.8	3.1	3.1
統計上不一致	—	—	—	—	—	—	—	—
民間消費支出	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	70	71	72	73	74	75	76	77
食料品	48.9	47.0	47.0	45.1	44.8	44.3	43.4	42.2
飲料品	5.0	5.6	5.1	5.4	5.8	6.0	6.3	6.5
煙草	3.8	4.0	4.1	3.8	3.8	3.8	3.7	3.7
衣類裝身具	11.2	12.3	12.9	13.7	13.4	13.3	13.6	13.3
貨料水道料	3.9	3.7	3.7	3.7	3.8	3.9	3.9	4.0
光熱費	4.7	4.5	4.3	4.4	4.4	4.5	4.4	4.6
家具施設費	2.7	2.9	3.0	3.5	3.8	3.9	4.4	4.8
家計運營費	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
保健美容費	4.7	4.9	5.0	5.3	5.5	5.5	5.7	5.8
交通通信費	5.7	5.6	5.6	6.0	5.8	5.9	6.0	6.5
遊興娛樂費	5.4	5.4	5.3	5.1	4.9	4.9	4.6	4.6
雜支出	3.0	3.1	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9
統計上不一致	—	—	—	—	—	—	—	—
民間消費支出	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

資料：韓國銀行經濟統計年報，1970，1975，1978。

民間消費支出의 構成比

(自由中國)

單位：%

	62	63	64	65	66	67	68	69
食料品	49.5	48.1	48.9	48.1	46.3	45.1	43.2	42.3
飲料品	3.0	2.8	2.6	2.7	3.0	3.6	3.7	3.7
煙草	1.8	1.9	1.4	1.6	1.7	1.9	1.7	1.5
衣類裝身具	5.1	5.3	5.6	5.6	5.4	5.4	5.4	5.2
賃料水道料	4.5	4.5	4.1	4.0	4.3	4.1	3.9	3.8
光熱費	10.2	11.6	11.2	10.9	11.0	11.0	11.2	11.7
家具施設費	0.9	1.0	1.1	1.3	1.7	1.5	2.7	3.2
家計運營費	1.6	1.7	2.0	2.0	2.0	2.1	2.1	2.0
保健美容費	6.7	6.8	6.5	6.3	6.3	6.2	6.0	6.0
交通通信費	2.4	2.5	2.5	2.7	2.9	3.7	3.2	3.4
遊興娛樂費	1.4	1.4	1.7	2.2	2.1	2.5	2.6	2.8
雜支出	9.9	9.4	9.4	9.6	10.3	10.5	11.3	11.4
統計上不一致	—	—	—	—	—	—	—	—
民間消費支出	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	70	71	72	73	74	75	76	77
食料品	42.0	40.6	40.0	39.9	44.1	43.5	41.4	
飲料品	3.8	3.7	3.8	3.3	3.5	3.5	3.7	
煙草	4.3	3.8	3.6	3.5	3.3	3.5	3.5	
衣類裝身具	5.4	5.2	5.2	5.8	5.4	5.2	5.2	
賃料水道料	4.0	4.1	4.1	3.7	3.6	3.4	3.5	
光熱費	11.9	12.8	12.9	12.5	11.5	11.8	12.5	
家具施設費	2.4	2.4	2.6	3.2	2.7	2.6	2.6	
家計運營費	2.0	2.0	2.1	1.9	1.9	1.8	1.8	
保健美容費	5.7	5.7	5.7	5.7	5.2	5.6	5.9	
交通通信費	3.9	5.0	5.0	4.9	4.2	3.8	3.9	
遊興娛樂費	2.7	2.7	2.7	3.3	3.7	3.8	3.9	
雜支出	11.9	11.9	12.3	11.3	10.9	11.5	12.1	
統計上不一致	—	—	—	—	—	—	—	
民間消費支出	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

資料：中華民國 經濟年鑑，1978.

都市家計の項目別消費支出構成比

(韓國)

單位：%

年 度	消費支出總額	食 料 品 費	住 居 費	光 熱 費	皮 服 費	雜 費
63	100.0	54.2	15.0	6.1	5.9	18.8
64	100.0	59.5	12.9	5.3	5.0	17.3
65	100.0	56.7	13.8	5.8	6.4	17.2
66	100.0	48.5	17.9	6.2	7.7	19.6
67	100.0	44.5	18.3	5.8	10.2	21.1
68	100.0	42.4	17.2	5.2	10.8	24.4
69	100.0	40.9	18.5	5.1	10.7	24.7
70	100.0	40.5	18.4	5.5	10.1	25.6
71	100.0	41.0	18.8	5.4	9.4	25.3
72	100.0	40.7	19.5	5.0	8.4	26.3
73	100.0	41.3	19.2	4.9	9.1	25.5
74	100.0	43.3	18.5	5.5	8.4	24.3
75	100.0	43.6	17.5	5.4	8.7	24.8
76	100.0	43.0	18.0	4.8	9.0	25.2
77	100.0	42.1	20.3	5.1	9.4	23.2

資料：韓國銀行 經濟統計年報，1970，1975，1978。

都市家計の項目別消費支出

(自由中國)

單位：%

	64	66	69	70	72	74	76
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Food beverage and tobacco	59.7	56.2	51.8	52.5	47.8	49.4	46.4
Clothing and foot wear	6.3	5.8	5.8	5.8	6.5	6.2	6.8
Rent fuel and Power	17.2	18.8	19.0	18.2	20.8	20.7	21.5
Family furniture & equipment	3.4	3.8	4.7	4.0	4.0	3.8	3.9
Medical care & health expenses	5.3	4.8	5.5	6.0	3.9	3.9	4.6
Transport & Communication	2.0	2.4	2.7	3.0	3.5	4.0	5.0
Education & recreation	1.2	1.6	1.7	2.7	7.1	6.1	6.4
Others	4.6	6.7	8.9	8.0	6.5	6.0	5.5

資料：中華民國 經濟年鑑，1978。