일본의 농산물 유통정책*

김 동 환
(안양대학교 무역유통학과 교수 겸 농식품신유통연구원 원장)
류 상 모
(농식품신유통연구원 선임연구원)

1. 일본의 농산물 유통 구조

1.1. 산지유통 현황 1)

채소류 출하량 중 집출하조직을 통해 출하되는 비율은 출하물량 대비 약 61%로, 나머지 39%는 농가가 개별적으로 출하하고 있다(2006년 기준). 채소류에 대한 산지 집하·출하조직의 출하물량 중 종합농협의 점유율은 1991년 74%에서 2006년 79%로 증가하였다.

과일류의 출하량 중 집·출하조직을 통해 출하되는 비율은 출하물량 대비 약75%이며, 나머지 25%는 농가가 개별적으로 출하하고 있다. 단위농협의 공동판매비율은 약 58%이며, 이중 86.3%는 다시 연합회(경제련 또는 전농현본부)를 경유하여 판매되고 있다. 이 중 종합농협의 비중은 1991년 58%에서, 2006년에는 73%로 급증하였다.

채소의 경우 산지 집출하조직의 주요 출하처는 도매시장이다. 최근 도매시장 출하가 줄고 가공업자 및 소매점과의 직거래 비율이 다소 늘어나는 추세이다.

---

* (dhkim@anyang.ac.kr, 02-2077-2816, lesamang@naver.com, 02-2077-2817).
1) 일본의 농산물 산지 유통구조는 국승용 외, 2011에서 일부 발췌하였다.

표 1 일본 산지 집출하조직의 출하처별 비중(과일)

단위: %

구분	2000	2005
도매시장	79	79
가공업자	10	10
소매점	4	3
기타	7	8

표 2 일본 산지 집출하조직의 출하처별 비중(채소)

단위: %

구분	2000	2005
도매시장	76	70
가공업자	17	20
소매점	3	5
기타	3	5

채소의 경우 직거래 비율이 늘어난 이유는 외식, 급식 등의 증가로 가공업체나 소매업체 등에서 식품원료용으로 사용되는 채소의 비중이 높아졌기 때문이다. 과일의 경우도 주 출하처는 도매시장이며, 그 외 가공업자, 소매점 직거래 등이 있다.

일본의 농협은 우리와 비슷한 지역농협을 종합(총합)농협이라 하고, 이들 농협은 경제사업, 신용사업, 공제사업, 후생사업 등을 수행하고 있다. 종합농협은 사업별로 연합회가 구성되어 있으며, 1990년대까지 현 연합회와 전국연합회의 3단계로 조직화되어 있었다. 경제 사업은 산지 간 경쟁이 현 단위로 이루어졌기 때문에 대부분 경제단체연합회가 마케팅을 담당하고, 종합농협은 생산지도, 농가조직관리를 담당해 왔다. 아울러 일본에서는 품목별 산지가 잘 형성되어 품목별로 조직이 구축되어 있다.

최근에는 종합농협의 합병이 진행되면서 기존 3단계 농협 조직이 2단계로 단순화되고 있다. 기존 현 경제단체연합회가 전농에 흡수, 합병되어 전농 현본부로 개편되고 있으며, 판매기능을 현 본부가 수행하고 있어 조직 2단계, 사업 3단계 제도로 재편되고 있다. 2009년 현재 기준 47개 현 경제련 중 35개가 전농으로 흡수 합병되었으며, 경제단체연합회와 조합농협이 합병된 현 단일농협이 4개, 과거식의 경제단체연합회로 남아 있는 곳은 8개에 불과하다.

지금까지 농협계통조직은 도매시장 대응에 중점을 둔 마케팅 활동을 펼쳐왔으며 일부 제한된 범위에서 대형유통업체에 판매를 추진해 왔다. 최근 들어 소비가 다양화되

표 3 일본 농협의 청과물 산지유통시설 수 추이

단위: 개소

연도	집하시설	선과시설	저장시설	냉장시설	가공시설	시장
1981	6,410	2,187	1,038	1,014	115	222
1985	6,940	2,361	1,201	1,381	286	162
1990	6,850	2,482	1,356	2,009	467	240
1995	5,966	2,331	1,401	2,159	552	144
1997	5,522	2,292	1,390	2,147	561	140
시설/조합	3.7	2.2	2.2	2.3	1.4	1.5

자료: 농림수산성, 종합농협 통계표, 1999. 3.

고 농가가 다양화되면서 계통판매의 한계가 나타나고 있어 대규모 전업농가를 중심으로 농협 공동판매 이탈현상이 심화되고 있다. 이와 같은 환경변화에 대응하여 일부 선도적인 농협은 무조건 위탁방식에서 벗어나 매수판매를 확대하거나 농가의 다양성을 반영하여 복수공동판매 방식을 도입하는 등 판매방식의 다양화를 추진하고 있다.

1.2. 청과물 산지유통시설 현황과 시사점

일본은 농협이 청과물의 집출하 기능을 담당하고 있기 때문에 청과물 산지유통시설은 대부분 지역농협에 의해 운영된다. 청과물 산지유통시설은 크게 집하시설, 선과시설, 저장시설, 냉장시설, 가공시설, 시장으로 대별된다. 1997년 현재 집하시설은 전국적으로 5,522개소, 선과시설은 2,293개소, 저장시설은 1,390개소, 냉장시설은 2,147개소, 가공시설은 561개소, 시장은 140개소이다. 1997년 시점에서 시설을 보유하고 있는 해당조합의 조합당 시설수를 보면, 집하시설 3.7개소, 선과시설 2.2개소, 저장시설 2.2개소, 냉장시설 2.3개소, 가공시설 1.4개소, 시장 1.5개소 등이다.

일본에 있어서 청과물 산지유통시설 운영의 시사점은 다음과 같다.

① 선과장의 작업에 농촌 부녀자를 시간제로 고용하여 농외 소득증대에 크게 기여하였으나, 고령화가 심각해지면서 일손부족으로 오히려 시설의 가동에 영향을 주는 경우가 나타나고 있다. 로봇이용 등 대책이 강구되고 있으나 비용 증가로 수익구조가 악화되었다.

② 소비자의 욕구에 부응하기 위해 보다 과학적이고 세밀한 선별과 포장이 자동화기계에 의해 이루어지고 있다. 예를 들어, 최근 토마토, 메론, 수박, 귤 등은 빛을 투과하여 당도를 측정한 뒤 몇도 이상의 상품만 선별한다. 또는 길이, 무게 등 여러 단계의

규격을 구분하여 제품차별화와 상품의 다양성을 창출하고 있다.

한편, 생협 등 대량수요처에서는 구매단가를 낮추기 위해 산지단계에서 농가의 손으로 대강 선별하여 정부보조의 박스에 포장된 농산물을 다량으로 구입한다. 이렇게 할 경우 선별, 포장비는 전혀 들지 않는다. 결국 산지의 선별·포장시설의 내용이나 규모는, 생산 측의 품질과 기술수준은 물론 구매 측의 흐름과 비중도 고려하면서 탄력성을 가지고 조정되어야 할 것이다.

③ 일본의 경우 기술수준이 높고 대규모인 농가들이 농협의 수수료(지역농협과 현 경제련연합회의 수수료를 합치면 5%수준) 부담을 기피하여 업체와 직거래를 하고 있다. 업체(외식, 가공, 양판점 등) 입장에서도 유사업종의 경쟁이 심화되는 상황 속에서, 저가격으로 안정되게 농산물을 확보하기 위해 산지의 대규모 농가에 접근하여 공급계약을 맺게 된다. 이렇게 되면 농협의 선과장은 큰 타격을 받을 수밖에 없어 이러한 상황에도 대비하여야 한다.

④ 경우에 따라서 일부 농가가 전체 또는 부분적으로 물량을 선과 후 백화점 등에 계약 공급하기도 한다. 시장 외 유통 물량은 공동계산에서 제외될 수밖에 없다. 이러한 물량이 많아질 때 주관자인 농협입장에서는 참여농민들의 전체 이익을 도모하면서 선과장 운영과 어떻게 조화를 꾀할 것인가라는 난문에 봉착하게 된다.

⑤ 선별, 포장은 농산물의 생산에서 소비에 이르는 유통과정의 한 부분이다. 선도유지가 중요한 청과물유통에서 개별 시설이 훌륭해도 유통의 연결부위에서 소홀함이 발생되면 효율성이 크게 떨어지게 된다. 예를 들어, 예냉과 저온저장을 잘한 청과물이 어떤 때는 갑자기 상온에 노출된다. 일본의 전문가들은 새로운 시설을 도입하기 전에 먼저 전체적인 시스템을 구상하고 거기에 맞도록 시설을 위치시킴으로써, 전 과정의 효율성을 높이고 일본과 같은 시행착오를 밟지 말라고 충고하고 있다.

1.3. 도매시장 현황

일본의 도매시장제도는 1923년 중앙도매시장법이 제정되면서 대도시를 중심으로 한 중앙도매시장이 개설되면서 정립되었다.

도매시장은 중앙도매시장, 지방도매시장, 기타시장으로 구분되며 각각의 개설조건과 기준을 달리하여 운영된다. 중앙도매시장은 도도부현(都道府縣), 인구 20만이상의 시, 또는 이들이 가입한 일부사무조합 혹은 광역연합이 농림수산대신의 허가를 받아 개설하며 2001년 3월 현재 56개 도시에 87개소가 개설되어있다. 중앙도매시장은 종합

시장(주로 청과물과 수산물) 56개소, 청과물시장 16개소, 수산물시장 5개소이다. 지방도매시장은 중앙도매시장이외의 시장으로서 도매시설의 면적이 일정규모(청과 330㎡, 수산 200㎡, 식육 150㎡, 화훼 200㎡)이상의 시장에 대하여 도도부현(都道府縣)지사의 허가를 받아 개설하며 개설자는 지방공공단체, 주식회사, 농협, 수협 등이며 1999년 4월 현재 1,447개소가 운영 중인데 종합시장은 175개소(이중 123개소는 청과물과 수산물시장)이며 단독시장은 청과물 565개소, 수산물(소비지) 191개소, 수산물(산지)346개소, 식육 25개소, 화훼 145개소이다.

중앙도매시장의 건설과 관리는 정부가 담당하고 있다. 도매시장 운영은 집하 기능과 분산 기능을 철저히 분리하여 집하 기능은 도매시장법인이 분산기능은 중도매인이 담당하는 형태이다.

거래제도는 산지 및 소비지의 유통환경변화를 반영하고 도매시장이 경쟁력을 가질 수 있도록 정해진 원칙범위 내에서 시장규모별 특성에 맞게 탄력적으로 운영되며 원칙을 준수하고 원칙이 허용하는 범위 내에서 관련기관 및 이해당사자들 간의 협의와 조정을 거쳐 효율적으로 운영된다.

1.4. JA전농청과센터 현황

JA전농청과센터는 전농 원예 도매판매사업의 일환으로 소비지(東京, 大阪, 大和)에 건립되었다. 청과물의 수집, 분산 뿐 아니라 포장가공, 선도 유지 등의 부가 기능을 수행하고 예약상대거래 시스템이 정착되어 생산, 유통의 안정과 합리화에 기여하고 있다.

표 4 일본의 농산물 도매시장 현황

구분	시 장 수 ('08년 4월말)	취급금액 ('07년 말)	도매업자수 ('08년 4월말)	중도매업자수 ('07년 말)	매매참가자수 ('07년 말)
중앙도매시장	77(48都市)	45,762억 엔	221	4,600	39,046
中 청 과	62(47都市)	20,294	87	1,763	18,234
수산물	49(43都市)	21,107	85	2,625	7,143
축 산	10(10都市)	2,516	10	82	1,824
화 훼	23(19都市)	1,559	29	106	11,309
기 타	7(5都市)	286	10	24	536
지방도매시장 ('07년 말)	1,237 (公設155 포함)	35,457	1,454	2,361	145,210

JA전농청과센터의 기능은 다음과 같다.

- 예약상대거래 시스템 정착(사전 가격제시 판매)
- 상품, 산지 개발 및 상품 제안
- 소비지 정보 제공 및 소비자와 산지와의 교류 중개
- 생활협동조합과의 제휴
- 소매점포 운영 컨설팅, 소매점 취급 상품 분석
- 생산판매 일관 시스템 개발

전농청과센터는 예약상대거래를 통해 슈퍼마켓, 생협, A-Coop(농협연쇄점), 백화점, 외식산업, 식자재가공산업, 무점포판매회사 등에 상품을 공급할 뿐만 아니라 현장판매를 통해 전문소매점에도 판매하고 있다. 가격은 1주일 단위로 거래선의 편의에 따라 조정하며, 생협과는 1~2주 간 가격 및 물량을 정하여 거래한다.

일본의 전농청과센터는 생산자단체가 도매시장과 상이한 형태의 도매기관을 운영한다는 점에서 서구의 물류센터와 다른 특징을 가지고 있으며, 집배송과 더불어 현장판매를 동시에 수행한다.

2. 일본의 농산물 유통정책

2.1. 강한 농업 만들기 지원

일본 정부는 2005년부터 기존의 농업구조 개선대책 관련 사업을 '강한 농업 만들기 교부금(强い農業づくり交付金)' 제도로 흡수 통합 하였으며, 교부금 예산은 2010년 약 244억 엔, 2011년 약 144억 엔 규모이다. 강한 농업 만들기 교부금의 정책 목적은 산지의 경쟁력 강화, 경영능력의 강화, 식품 유통의 합리화 촉진 등으로 구분할 수 있다.

산지 경쟁력 강화를 위한 사업메뉴는 경쟁력 강화를 위한 산지의 생산 기계 시설 정비와 초지 환경대책 정비로 구분된다. 특히 산지경쟁력 강화사업은 '강한 농업 만들기 교부금'에서 산지 주체가 참여할 수 있는 자금으로, 사업의 채택 요건으로 사업 참가자가 5가구 이상 이어야 하고, 생산국장이 정한 면적 요건을 충족시켜야 하며, 총사업비가 5천만 엔 이상이어야 한다. 개별농가의 참여는 원칙적으로 인정되지 않고 있으며 당해 사업의 사업주체의 대부분은 농협이 된다. 교부금의 교부율은 정액(사업비의 2분의1 이내)으로 하고 있지만, 생산국장 등이 별도로 정한 경우에는 해당 비율 또는

정액 이내로 하고 있다.

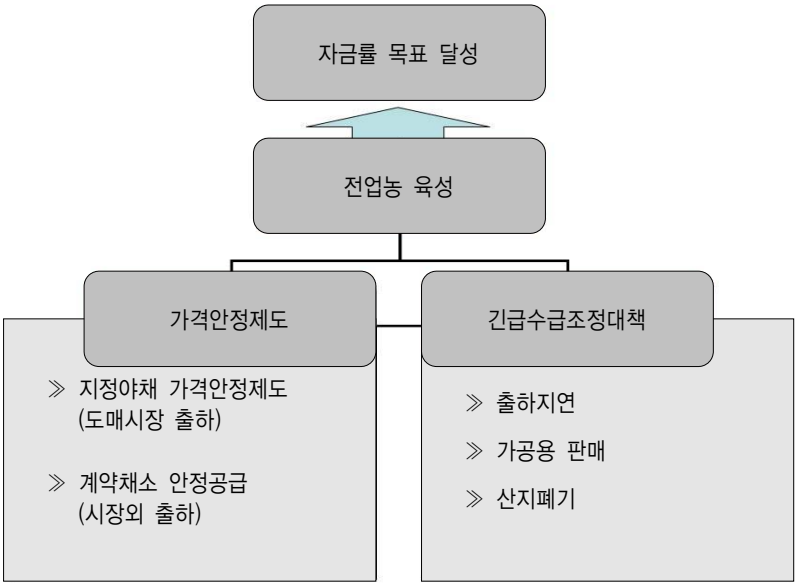
경영능력을 강화하기 위한 사업은 신규 취농자의 육성 확보를 위한 연수 교육지원 사업과 연수교육시설정비 지원 사업으로 구분된다. 교부금은 연수 교육과 같은 소프트 사업에 대해서는 사업비의 3분의 2 이내에서, 연수시설과 같은 하드사업은 사업비의 2분의1 이내에서 정액이 지급된다.

식품유통 합리화를 위한 사업내용은 중앙 및 지방 도매 시장의 활성화를 위한 시설정비를 대상으로 하고 있다. 교부금은 원칙적으로 사업비의 10분의 4 이내로 제한하고 있으나, 생산국장 등이 별도로 교부율을 정한 경우에는 예외로 하고 있다.

2.2. 일본의 채소수급조정 체계[2)]

일본 채소수급조정제도의 궁극적 목표는 정부가 설정한 채소 자급률을 달성하는 것이며, 이를 위해 정부는 채소수급조정제도를 통해 채소의 시장가격을 안정시킴으로써 계속적·안정적 생산자를 육성하고 있다. 일본은 1999년 7월 시행된 「식료·농업·농촌 기본법」에 식료자급률 목표의 설정을 의무화하고 있다.

그림 1 일본의 채소수급조정제도 개요



2) 일본의 채소수급조정 체계는 김동환 외, 2008에서 일부 인용하였다

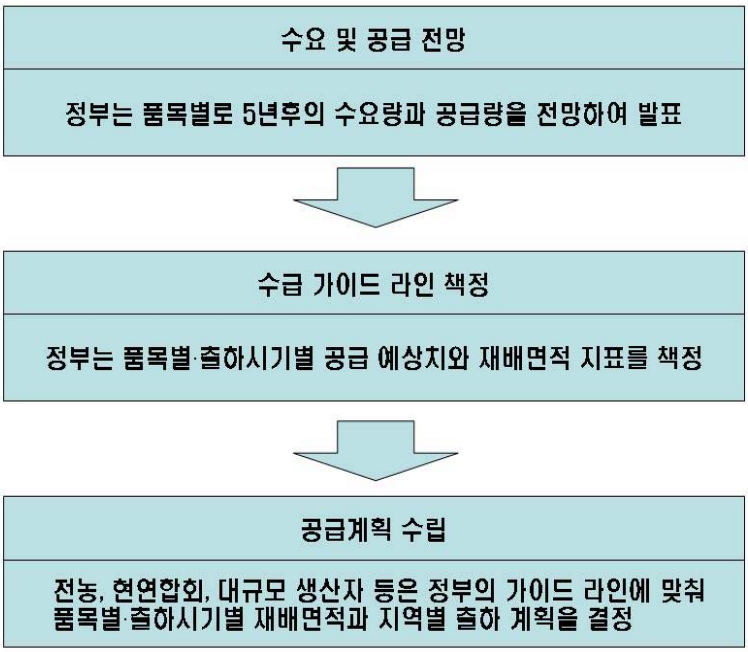
채소수급조정제도는 크게 가격안정제도와 긴급수급조정대책으로 나눌 수 있는데 가격안정제도는 농가의 소득안정을, 긴급수급저장대책은 가격 폭락 시 재생산을 위한 최소한의 영농자재비 보전을 목표로 하고 있다.

2.2.1. 채소수급 조정과정(지정채소)

상대적으로 소비량이 많거나 앞으로 소비량이 증가할 것으로 예상되는 채소를 정부가 지정채소로 지정하고 품목별 수급계획을 수립하고 있다. 지정채소(14개 품목)는 양배추, 오이, 토란, 무, 양파, 토마토, 가지, 당근, 파, 배추, 시금치, 감자, 양상추 등이다.

정부는 5년마다 전문가로 「지정야채수급전망검토회의」를 구성하여 14개 지정채소에 대해 품목별로 5년 후의 수요와 공급량을 전망한다. 정부는 품목별 수급전망에 맞춰 매년 수급 가이드라인을 책정하고 품목별·출하시기별 공급 예상치와 재배면적 지표를 설정하고 있다. 일본정부의 수급가이드라인에 따라 농협과 대규모 생산자 등은 품목별, 시기별, 지역별 출하계획을 수립한다.

그림 2 일본의 채소수급조정제도 과정(지정채소)

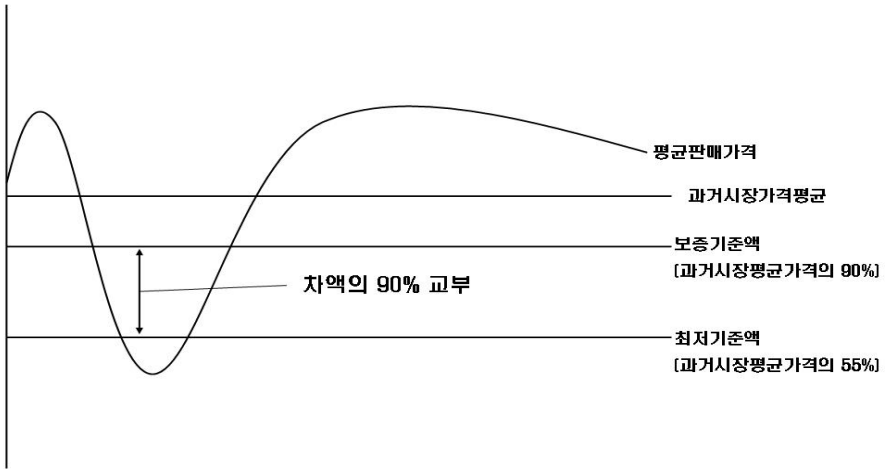


2.2.2. 지정야채가격안정제도

법적근거는 야채생산출하안정법(1996년 제정)이고 사업시행주체는 독립행정법인인 농축산업진흥기구이다. 농축산업진흥기구는 기존 축산업진흥사업단, 설탕가격안정사업단, 일본잠사사업단, 야채공급안정기금을 통합하여 2003년 10월 설립된 조직이다.

과거 도매시장 평균가격을 기준으로 보증 기준액을 설정하고 평균판매가격(도매시장가격)이 보증 기준액 이하로 하락할 경우 차액의 일부를 사업 참여 농가에게 가격차 보급금으로 지급한다. 현재는 보증 기준액을 과거 평균가격의 90%로 하고, 보증기준액과 시가의 차액의 90%를 정부에서 보전하나 과거 시장평균가격의 55%를 최저 기준액으로 하여 그 이하로 내려가도 보전하지 않는다.

그림 3 일본의 지정채소 가격안정제도의 손실보전 방식



등록출하단체는 적어도 1개 이상의 지정산지의 전부 또는 일부를 사업구역으로 하는 생산자단체 또는 일정규모 이상의 대규모 농가(법인포함)이며, 2006년 6월 현재 20개 단체와 11개 등록생산자가 등록되어 있다.

지정산지는 지정채소의 집단산지로 육성할 필요가 있다고 인정되는 지역을 지방자치단체장의 신청을 받아 농림수산대신이 지정한다. 엽·경채류, 근채류는 25ha(특례 20ha) 이상, 여름·과일 과채류 15ha(특례 12ha) 이상, 겨울·봄 과채류 10ha(특례 8ha) 이상이다. 구역 내의 공동출하조직 또는 대규모 생산자에 의한 출하물량이 구역 내 출하물

량의 2/3(특례 1/2)을 초과하거나 초과할 것으로 확실하게 전망되는 산지를 지정한다. 또한 구역 내 해당 지정채소의 출하가 전체적으로 합리적이고 계획적으로 이루어지고 있거나 향후 그럴 것으로 전망이 확실한 산지이다. 특례는 이미 다른 품목의 지정산지로 등록되어 있을 경우 적용된다. 2006년 5월 18일 현재 지정산지의 수는 998개소에 달하고 있다.

지정야채가격안정제도의 대상이 되는 채소는 14개 지정채소를 출하시기에 따라 30종으로 구분하여 다음의 조건을 만족시켜야 한다. 지정 산지에서 생산된 것, 등록출하단체가 생산자의 위탁을 받아 출하하거나 등록생산자가 출하한 것, 기구가 정한 대상 시장군에 속한 도매시장에 출하한 것, 일정 출하기간 내에 출하한 것, 기구가 정한 규격에 적합한 것이어야 한다.

농축산업진흥기구는 전국을 10개 블록으로 구분하여 대상 시장 군으로 지정하고 각 대상 시장군에 속하는 세부 도매시장을 규정하고 있다. 각 대상 시장군에는 중앙도매시장 외에도 지방 도매시장 또는 농협의 청과센터 등이 포하고 있다. 10개 블록은 홋카이도, 도호쿠, 간토, 호쿠리쿠, 도카이, 긴키, 츄고쿠, 시코쿠, 규슈, 오키나와로 구성된다. 2006년 5월 현재 대상 시장 군에 속하는 시장의 수는 224개소(중앙도매시장 70, 지방도매시장 151, 전농 청과센터 3)에 달하고 있다.

야채생산출하안정법에 지정야채의 종류에 따라 주출하기가 정해져 있으나 주출하기 내에서도 가격차가 많이 나기 때문에 실시세칙에서는 추출하기를 다시 세분하여 규정하고 있다. 대상규격은 업무방법서 및 실시세칙에 규정된 규격에 적합한 것이어야 한다.

2.2.3. 계약채소안정공급제도

1) 시행배경

최근 대형유통업체(할인점, 급식·외식업체)가 농산물 소매유통의 주요경로로 성장하면서 도매시장을 경유하지 않는 대형유통업체와 산지와의 직거래(계약거래) 비중이 증가하고 있다. 그러나 기존 지정야채 가격안정제도는 손실보전 대상이 도매시장 출하물량에 한정되어 있어 계약거래를 통해 물량을 출하하는 농업인에 대한 리스크 경감 대책의 필요성이 대두되고 있다. 이에 따라 정부는 2002년 산지(농업인, 생산자단체 등)와 대형 유통업체와의 계약거래 시 발생할 수 있는 생산자리스크를 경감하기 위해 계약채소 안정공급제도를 도입하였다.

2) 시행기준

계약채소안정공급제도의 대상이 되는 채소, 산지, 생산자, 출하단체는 지정야채가격 안정대책의 대상채소와 대상산지 기준과 동일하나 대상 거래처는 가공업자, 외식업자 또는 소매점 등이며, 업무범위 등을 확인하기 위해 출하단체가 시업 신청 시 정관 혹은 직전 사업보고서 등을 첨부한 경우에 해당된다.

사업신청 이전에 출하자와 거래처 사이에 서면으로 계약 체결이 이루어져야 하고 출하자와 거래처 사이의 직접계약이 원칙이나 다음의 요건을 충족할 경우 중개업자를 포함한 3자 계약도 인정한다. 중개업자(도매회사, 상사 등)가 중간에 개입한 거래로서 중개업자도 계약당사자로 참여한 경우 또는 중개업자가 출하자로부터 매입하여 최종 수요자에게 판매하는 계약으로서 출하자와 최종 수요자가 특정된 경우, 또는 시장을 경유한 계약거래라도 출하자와 최종 수요자가 계약서 상 명시된 경우도 대상에 포함된다.

3) 사업방식

계약채소안정공급제도의 사업방식은 수량확보형, 가격하락형 및 출하조절형의 세가지로 분류된다.

수량확보형은 정량 정가의 계약거래 시 기후조건악화로 인해 생산자가 계약수량을 확보하지 못하였거나 물량 부족분을 보충하기 위해 시장출하예정 물량을 계약물량을 대체하거나 시장에서 부족한 물량을 구매할 경우에 평균판매가격이 지표가격(기준 가격의 130%)을 상회할 경우, 시장출하 예정물량을 계약물량으로 대체 시 평균판매가격과 계약가격과의 차액 중 50%를 보전한다. 평균판매가격이 지표가격(기준 가격의 130%)을 상회시 시장에서 구매를 통해 계약물량을 조달했을 경우에는 구매가격과 계약가격의 차액 중 90%를 지원한다. 교부예약수량은 계약물량의 50%를 한도로 하고, 구매가격의 상한은 계약가격의 150%이다.

가격하락형은 보전대상은 시장가격과 연동하여 계약단가를 조정하는 계약거래이며, 시장가격이 현저하게 하락했을 경우 보조금을 지급하는 것으로 평균판매액이 보증기준액(기준 가격의 90%)이하로 허락했을 경우, 보증기준액과 평균판매가격과의 차액 중 90%를 보전한다.

출하조절형은 정량공급계약을 체결한 생산자가 계약물량 이상으로 상품을 생산하여 잉여가 발생했을 경우 또는 시장가격이 하락하여 잉여 생산분에 대해 출하조정을 실시했을 경우 기준 가격 또는 계약 가격 중 낮은 가격의 40%를 보조금으로 지급하는

것이다. 지정채소는 정부 50%, 지자체 25%, 생산자 25%로 정하고 있으며 특정채소의 경우 정부, 지자체, 생산자가 각각 1/3로 정해두고 있다.

2.2.4. 긴급수급안정제도

1) 개요

시행주체는 (사)전국야채수급조정기구이며, 긴급수급조정제도는 생산자단체가 자율적으로 추진하는 것이 원칙이고 정부는 재원의 일부를 지원한다. 긴급수급조정제도와 지정야채가격안정제도 간의 연계를 강화하기 위해서 주요 채소의 경우에는 지정야채가격안정제도 참여시 반드시 긴급수급조정제도에도 참여해야 하고 그 대신 부담금 비율(17.5%)을 감면한다.

대상품목은 작황 및 가격변동이 크고 유통량이 많은 노지채소로 품목은 양배추(연중), 양파(연중), 무·배추(가을 및 겨울) 등이다. 자금 분담비율은 국가 50%, 생산자 50%씩 부담이며, 생산자 분담분 50%는 보조금 지급 시 보조금액의 50%를 기구에 재 적립하는 방식이다.

2) 사업방식

대상품목의 가격이 하락할 경우에 출하지연, 가공원료로 판매, 산지폐기 등의 방법으로 시장가격 상승을 유도한다. 시장가격이 과거 평균 시장가격의 80% 이하 하락할 경우에 발동하고 출하지연을 통한 시장반입량 감소를 유도하며, 평균가격의 30%(출하지연으로 인한 품질저하 상당 분)를 보전한다. 시장가격이 과거 평균시장가격의 70% 이하로 하락할 경우에는 시장 출하분의 일부를 가공용 원료로 판매하며, 농자재 상당분(평균판매가격 × 0.4 - 판매수취가 + 판매경비) 수준의 보전을 실시한다. 시장가격이 과거 평균시장가격의 60% 이하로 하락 시 공급과잉 물량에 대해 포장 폐기 혹은 비료화를 실시하고 평균 가격의 40%를 보전한다.

대상품목의 가격이 상승할 경우, 공급확대 요청, 조기출하, 생육촉진 등의 방법으로 시장가격 하락을 유도하고 생산자 단체, 식품유통관련 단체 등에 대해 출하확대 및 안정공급 요청 등을 실시한다. 시장가격이 과거 평균가격의 150%이상 상승 시 발동하며, 예상 수확시기보다 수확을 앞당겨 조기 출하를 유도하고 이 경우 조기 출하로 인한 손실 상당분인 평균가격의 30%를 보전한다. 예를 들어, 연약채소(시금치, 유채, 쑥갓 등)의 경우 비닐 도복 등을 통해 생육온도를 높게 유지함으로써 생육촉진을 시켜 시장

출하량을 늘리고 생육촉진을 위한 초과출하량 × 조성단가를 생산자에게 지급하며, 굽은 오이, 소구 양배추 등 평상시 상품화가 안 되는 채소의 출하를 유도하여 공급량을 늘리고 이 경우 평년 판매가격 이하로 하락 시 포장비용, 운임 상당액을 보전한다.

2.3. 식품유통구조개선촉진법

2.3.1. 개요

식품유통구조개선촉진법은 농림수산성 고시 제 959호에 의해 제정된 것으로 식품유통부문이 앞으로도 그 기능을 충분히 발휘해 나아가기 위해서 식품 및 유통 사업자를 지원함으로써 식품유통부문 구조개선을 촉진하기 위한 것이다.

IT화, 식품유통의 특성을 감안한 전략적 물류의 추진, 사업의 공동화, 조직화, 신기술개발이나 도입 등을 실시함으로써, 생산으로부터 소매에 이르는 유통 과정의 각 단계를 통해 비용절감, 효율화 추진 등의 유통기구의 합리화를 도모하고, 품질관리기능의 향상, 소비자 및 농림어업자에 대한 정보 제공 기능의 충실, 식품의 정확하고 효율적인 품질관리 및 품질이 뛰어난 식품개발에 기여하는 신기술개발 추진 등 유통기능의 고도화를 도모하는 목적을 가지고 있다. 식품유통구조개선촉진법을 통하여 소비자에게 신뢰받는 식품유통시스템 확립과 농림어업진흥을 추진하고 있다.

2.3.2. 법의 구성

- 정의
- 유통기구 합리화 및 유통기능 고도화
- 식품유통부문 각 단계의 구조개선 기본방향(도매, 소매, 식품제조, 농림어업생산)
- 식품생산제조 등 제휴사업
- 식품판매업 근대화사업
- 식품상업집적시설정비사업
- 신기술연구개발사업
- 거래관계의 개선
- 환경문제 대처
- 지역환경과의 조화
- 소비자의 이익증진
- 농림어업의 진흥

2.3.3. 주요 내용

식품유통구조개선촉진법은 식품생산제도 등 관련 사업에 있어 안전성 및 품질에 대한 관심고조 등 식품에 관한 소비자 요구의 다양화·고도화에 대응하기 위해 농림어업의 생산활동과 식품제조활동·판매활동을 직접 연결시키고, 이를 위해서 필요한 시설정비를 실시함으로써 식품제조·판매단계에 있어서의 소비자 요구를 정확하고 신속한 파악 및 농림어업의 생산단계에 제공, 소비자 요구에 대응한 식품생산 및 판매 등을 도모하는 것을 목표로 한다.

식품유통구조개선촉진기구를 두어 식품의 생산, 제조, 가공 및 판매 사업을 하는 식품제조업자에게 필요한 자금의 차입에 관한 채무보증을 실시하고 있다. 또한 식품제조업자 등이 하는 승인지역 산업자원 활용사업에서 필요로 하거나 비용의 일부를 부담하거나 시설의 정비, 필요한 자금의 주선하고 있다. 즉, 식품유통구조개선촉진기구는 식품유통구조개선촉진법에 의거하여 인정받은 식품의 생산 사업을 하는 농림어업자나 식품제조업자(중소기업)에게 채무보증 및 0.55~2.75%의 저리융자를 실시하고 있다.

그 외에 식품유통구조개선촉진기구에서는 우량 경영 식료품, 소매점 등 표창 사업, 식품 유통 구조 개선 촉진법을 기반으로 하는 대출 제도, 신선식품 등의 유통 정보화, 식품 산업 우량 업체 표창 사업, 식품 유통 구조 개선 긴급 대책 사업, 채무 보증 사업, 구조 개선 사업, 유통 대학 강좌 업무 및 식품유통 핸드북의 출판사업을 수행하고 있다.

식품유통구조개선촉진기구의 총무부에서는 농림수산성의 후원을 받아 표창(식료품 도매 및 소매 유통 분야에 있어 성과를 올리고 있는 기업, 단체 및 개인에 대한) 업무, 상해종합보험업무, PL 법 대응 안전 보상(식품으로 인한 식중독, 전염병 또는 점포 내 상해) 플랜 업무를 수행하고 있다.

업무부에서는 신선 식품 등의 유통정보화(표준 상품 코드, EDI[3] 메시지 등을 개발하고 이를 인터넷에 공개, 각종 매뉴얼 배포하고 제품 번호의 개폐, 유지 보수), 인터넷 카탈로그, 정보지 및 통계 자료집 발행, 사업 계획 지원(식품유통구조개선사업, 식품유통단체 구조개선사업), 식품유통구조개선시급대책사업[4] 등의 업무를 수행한다.

3) Electronic Data Interchange.
4) 식품 판매업의 현대화에 도움이 되는 최신의 시설·장비 가격의 2/3을 5년 동안 무이자 상환의 형식으로 임대 또는 할부 지원.

2.3.4. 채무보증사업

채무보증사업은 식품 제조·가공·판매에 관한 시설, 도매 시장, 창고 등 유통 업무 시설의 정비, 정보 처리 시스템의 정비 및 대형 유지 보수 등에 필요한 자금 일부를 민간 금융 기관에서 조달하는 것이다. 식품유통구조개선촉진법 등 관계 법령에 따라 사업 계획의 수립 및 인증을 취득하여 시설 및 시스템 정비를 위한 자금 대출에 필요한 자금 차입에 관한 채무를 재단법인 식품유통구조개선촉진기구가 보증하는 것이다.

대상자금은 인증 구조개선 사업, 공인식품 유통촉진사업, 종합 효율 인증 사업, 지역 산업 자원을 활용 인증 사업 등 권한 부여 기업입지대책 및 농공상 연계사업, 생산 제조 제휴사업 수행에 필요한 시설자금 및 유지 발전에 필요한 운전자금이 이에 해당된다.

채무보증의 범위는 대출금의 원금과 이자 및 손해금의 90% 이다. 보증의 대상이 되는 손해금의 범위는 최종 지급일의 다음날부터 기산하여 60일을 초과하지 않는 기간으로 지급 약정일에 지급하지 않는 경우에는 당해 분할지급 기한 다음날부터 계산하여 120 일을 초과하지 않는 것이고 최종 지급 기일의 익일로부터 60일을 초과하지 않는 기간에 해당된다.

보증 한도액은 채무보증기금과 식품유통구조개선추진계획의 기본예산의 50% 이내로 7.1 억 엔 이내이다. 그러나 피보증자에 대한 별도의 보장 금액은 해당 사업 규모, 필요 자금, 신용도 등을 종합적으로 판단하여 별도로 정하는 사업심사위원회에서 결정한다.

보증 기간은 시설정비자금의 경우 20년 이내(중소기업은 5년 이내), 운영자금은 5년 이내(중소기업은 3년 이내)이고 채무보증료는 보증채무 잔액의 8% 이내이다.

2.4. 도매시장법의 주요내용

2.4.1. 법의 구성

도매시장법은 도매시장의 목적, 정의 및 명칭의 제한에 대한 총칙, 도매시장정비기본방침, 중앙도매시장정비계획, 도도부현(都道府縣)도매시장정비계획과 중앙도매시장의 개설, 도매업자, 매매거래, 감독, 잡칙과 지방도매시장의 개설 및 도매업무에 관한 허가, 업무에 관한 규제 및 감독, 잡칙 등으로 구성되어 있다.

2.4.2. 거래제도

도매시장 매매거래의 방법(법 제34조의 2)에 의해 개설자가 시장마다 업무규정으로 생선식료품 등을 세 가지로 구분하고 도매업자는 구분된 거래방법에 따라 도매를 행한다.

1호 물품은 경매 또는 입찰, 2호 물품은 일정한 비율에 대해서는 경매 또는 입찰(최저경매수량), 남은 부분에 대해서는 경매 혹은 입찰 또는 상대거래하며 3호 물품은 경매 혹은 입찰 또는 상대거래가 이루어진다. 1호 물품 및 2호 물품의 최저경매수량 부분은 업무 규정으로 정하는 특별한 사정이 있는 경우는 상대거래가 가능(개설자의 승인 필요)하며, 2호 물품의 남은 부분 및 3호 물품은 업무규정으로 정하는 특별한 사정이 있는 경우(수급상 긴박한 경우)에는 개설자의 지시에 의해 경매 또는 입찰을 해야 한다.

위탁 집하의 원칙(법 제38조)은 규격성・저장성・공급안정성이 있는 물품, 품목・품질이 특수하여 수요가 일반적이지 않은 물품, 해당 중앙도매시장의 수요가 비교적 안정된 물품으로 공급의 안정을 도모하기 위해 매취 집하하는 것이 적당한 물품, 예약상대거래를 위해 집하하는 경우(개설자의 승인 불필요), 위탁으로 출하 받는 것이 아주 곤란한 경우 등 특별한 사정이 있는 경우(개설자의 승인 필요)에 이루어지나 업무규정으로 정한 경우 매취 집하가 가능하다.

시장 외에 있는 물품의 도매가 금지(법 제39조)되나 개설자가 지정한 장소(장외지정보관장소) 또는 도매업자가 신청하여 개설자가 승인한 개설구역내의 장소에 있는 물품에 대해서는 시장 내에 반입하지 않아도 도매가 가능하다(법 제39조 제1호 및 2호).

위탁수수료 이외 보상 수수 및 차별적 취급금지 및 수탁거부가 각각 법 제41조와 법 제36조에 의해 금지된다.

도매상대방의 제한(법 제37조)으로 중도매업자 및 매매참가자 이외의 자에게 도매금지이나 입하량이 아주 많아 잔품이 발생할 우려가 있는 경우, 도매 후 잔품이 발생한 경우, 개설 구역 내 타시장의 입하량을 조정하기 위해 그 시장의 도매업자에 대해 도매를 하는 경우, 개설 구역 외의 도매시장에 있어서 다른 방법으로 집하가 아주 곤란한 물품에 대해 그 시장의 도매업자에 대해 도매하는 경우에는 업무규정으로 정한 경우 제3자 판매가 가능하다.

2.4.3. 일본 도매시장법의 특징 및 시사점

도매시장의 핵심적인 기능을 담당하는 중앙도매시장에 대해서는 중앙정부가 지방자치단체에 모든 권한을 위임하지 않고 도매업자의 허가권을 행사하는 등 주요사항에 대해서는 직접적인 관리업무를 수행하고 있다. 도매시장의 운영은 집하 기능과 분산기능을 철저히 분리하여 집하기능은 도매업자가, 분산기능은 중도매업자가 담당하는 형태로서 도매업자와 중도매업자 간의 기능이 확실하게 정립되어 있다.

거래제도는 산지 및 소비지의 유통환경변화를 반영하고 도매시장이 경쟁력을 가질

수 있도록 정해진 원칙범위 내에서 시장규모별 특성에 맞게 탄력적으로 운영하는데, 원칙을 준수하고 원칙이 허용하는 범위 내에서 관련기관 및 이해당사자들 간의 협의와 조정을 거쳐 효율적으로 운영된다. 일본 도매시장법에서 의미하는 상대매매는 도매시장법인의 집하를 전제로 중도매인 또는 매매참가인에 대한 판매시행해지는 거래를 말하는 것으로 중도매인이 집하하여 판매하는 것을 의미하는 것은 아니며, 최근 경매의 비율이 급감(동경 오다시장의 경우 경매비율 20% 미만)하고 선취매, 상대매매 등은 증가하고 있다.

중앙도매시장의 도매업자에 대해서는 법으로 순자산액의 계산방법을 구체적으로 명시하고 정기보고를 받는 등 중앙정부에서 도매업자에 대한 재무 상태에 대한 관리를 철저히 하고 있다. 도매시장 운영의 핵심적인 기능을 수행하는 도매시장법인에 대해 재무의 부실로 도매시장 기능수행에 문제가 발생하지 않도록 농림부 차원에서의 사전적인 조치로서 재무 상태에 대한 철저한 점검과 관리가 필요하다.

참고문헌

국승용 외, 「산지유통정책 개선방안」, 한국농촌경제연구원, 2011.

김동환 외, 「최저보장가격제도 개선 방안」, (사)농식품신유통연구원, 2008.

藤島廣二, “1980년대 중기를 경계로 한 청과물유통 시스템의 변화,” 「농업총합연구」 제50권 제1호. 1996(일문).

木立眞直, “청과물유통의 변용과 농협의 마케팅과제,” 「농림업문제연구」 제31권 제4호, 1995. 12(일문).

齋藤 修, 「푸드시스템의 혁신과 기업행동」, 농림통계협회, 1999. 6(일문).

佐藤和憲, “청과물 유통채널의 변모 매커니즘과 전개방향,” 高橋正郎편, 「푸드시스템학의 세계」, 농림통계협회 1998, 11(일문)

참고사이트

식품유통구조개선촉진기구 (http://www.ofsi.or.jp)

농림수산성 (http://www.maff.go.jp)