

강서 농산물도매시장 활성화 방안

조 명 기 연구 위원
전 창 곤 연구 위원

강서 농산물도매시장 활성화 방안

한국농촌경제연구원

머 리 말

1985년 가락동 농수산물도매시장이 최초의 공영도매시장으로 개장된 이후 공영도매시장은 농수산물 유통의 중추적 역할을 수행하는 도매유통기구로 자리매김 하였다. 즉 도매시장은 상적기능, 물류기능, 정보관련 기능 등 핵심적인 유통기능을 수행하였다.

도매시장의 거래제도는 수탁판매원칙과 함께 경매 또는 입찰의 방법으로 매매하는 하는 것을 원칙으로 하고 있다. 그러나 상장경매 중심의 거래제도는 거래의 공개성·공정성·투명성에도 불구하고 급속한 유통환경의 변화에 대한 대응력 미흡과 상대적 고비용·저효율 구조라는 이유로 그 동안 시장참여자간에 새로운 거래제도 도입을 둘러싸고 첨예하게 대립하여 왔다.

이에 따라 1998년 7월 농산물유통개혁대책의 일환으로 새로운 거래제도 도입에 대한 논의를 통하여 2000년 1월 농안법 개정시 시장도매인제도를 도입하여 거래제도를 경매제, 시장도매인제 양체제로 다양화 하였다.

서울시는 개설자의 방침으로 2004년 부분개장 한 강서 농산물도매시장의 거래제도를 상장경매제와 시장도매인제를 병행토록 결정하였다. 따라서 이 연구는 강서 농산물도매시장의 성공적인 시장도매인제 도입과 효과적인 제도운용을 위한 제반 문제점을 검토하고, 구체적이고 실천적인 시행 및 운용 방안을 제시하는데 있다.

연구추진 과정에서 많은 의견을 제시하고 도움을 주신 상인대표, 전문가, 서울시 및 서울시농수산물공사 관계자와 연구를 담당한 연구진의 노고에 감사드린다.

2004. 5.

한국농촌경제연구원장 이 정 환

요 약

1. 연구 목적

- 이 연구는 강서 농산물도매시장의 성공적인 시장도매인제 도입과 효과적인 제도운용을 위한 제반 문제점을 검토하고, 구체적이고 실천적인 시행 및 운용방안을 제시하는데 있음
- 시장도매인제도 도입의 효율적 운영을 위해 최소 거래물량 추정, 적정 하역업무의 도입 방안, 효율적 정산시스템 구축 방안 등에 대한 시행방안을 제시하고, 시장도매인제의 조기정착을 위한 관리 및 운영방안과 효율적인 시장운용체계 등을 제시하는데 목적이 있음

2. 강서 도매시장 입지특성 및 유통체계

- 강서 농산물도매시장은 서해안 고속도로, 경인고속도로 등 주요 도로와의 연계성이 우수하고 김포공항과 근접하고 인천공항과의 연계도 양호해 국제화시대의 농산물 수출거점시장으로 발전할 수 있는 위치에 입지해 있으며, 인천항과의 접근성도 높기 때문에 육상, 항공, 해운교통의 요충지에 위치해 있음
- 강서 농산물도매시장이 영등포 상권을 흡수하여 본격적으로 농산물 도매영업을 하게 되면 서울의 강서구, 양천구, 구로구, 영등포구, 금천구, 마포구 등 6개 지역의 중심적인 상권이 되며, 경기도 고양시, 부천시, 광명시, 안양시 일부지역 및 인천광역시, 김포시 또한 직접적인 상권과 연계되어 가락동 도매시장 못지 않은 상권이 형성될 수 있을 것으로 판단됨

- 강서 농산물도매시장은 최첨단 현대적 시설과 물류시스템을 갖춘 시장으로서 경매시장의 경매장은 트러스 공법의 돔형구조로 중간에 기둥이 없어 차량 진출입 및 경매장내 이동이 매우 용이한 시설을 갖추고 있으며, 시장도매인시장은 점포당 62평 규모의 점포 52개를 설치
- 강서시장의 경매제시장은 강서청과, 서부청과 등 2개 도매시장법인과 1개 농협공판장이 입주하였으며, 법인별 중도매인 정수는 168명이고, 과실류 및 채소류 취급상인은 각각 192명, 트럭판매장 상인은 120명임
- 시장도매인제 시장은 모두 52개 법인이 선정되었으며, 과실류 30개 법인, 채소류 22개 법인
- 전국 32개 공영도매시장 가운데 강서 농산물도매시장은 도매시장법인과 시장도매인을 동시에 두는 최초의 공영도매시장으로 경매제와 시장도매인제가 병행 실시되는 시장임

3. 시장도매인제 현황 및 문제점

- 도매시장의 거래제도는 거래의 공개성·공정성·투명성에도 불구하고 급속한 유통환경의 변화에 대한 대응력 미흡과 상대적 고비용·저효율 구조라는 이유로 그 동안 시장참여자간에 새로운 거래제도 도입 필요성 증대
- 시장도매인은 도매시장 개설자로부터 지정을 받고 농수산물을 매취 또는 위탁받아 도매하거나 매매를 중개하는 법인
- 경매제의 장점은 가격효율성의 증대, 상품의 전체적인 품질 향상 촉진, 정확한 거래대금 정산 등을 들 수 있으나, 단점은 유통단계의 확대와 거래시간의 소요 등으로 유통효율성의 저하, 거래가격 불안정, 등급간 심한 가격격차, 거래교섭력의 취약한 점
- 시장도매인제의 장점은 상하차, 재분류 등 절차가 생략되어 신속한 거래가 가능하여 신선도 유지가 가능하며, 거래시간 단축으로 거래비용이

절감되며, 출하자와 시장도매인간 거래교섭이 이루어져 대량거래의 이점이 있고, 거래선 유지를 위해 시장도매인이 선대자금과 유통정보를 제공하는 등 출하자를 직접 관리함으로써 출하자에게 유리한 점이 있으며, 단점으로는 거래과정의 폐쇄성으로 신용거래가 미진한 경우 시장도매인의 작위적인 거래조작이 가능하고, 개별정산시 시장도매인에 따라 신용차이가 커 대금정산 지연, 부도시 대금지불 곤란 등 출하자에게 불안정하다는 점

- 시장도매인제 도입 효과는 생산자(출하자)의 출하선택권 보장, 도매시장 내 유통주체간 경쟁체제 도입으로 유통효율 증대, 산지 및 소비지 유통환경 변화에 대한 적절한 대응이 가능
- 시장도매인제의 문제점
 - 도매시장 거래제도 개선책이나 시장도매인제도의 도입 여건이 성숙 또는 검증되지 않은 상태에서는 위탁상의 문제점 재연이 우려됨
 - 한 시장에서 양제도가 병행될 때 거래 및 반입물량의 한쪽방향 쏠림 현상이 발생하고 이에 따른 극심한 가격변동으로 거래질서가 혼란스러워질 가능성이 높을 것으로 예상됨
 - 시장도매인 법인 구성을 위해 기존 영세상인의 다수가 합쳐 법인을 구성하여 영업할 경우 동일점포 내에서 기존 상인 고유의 취급품목과 영업형태에 따라 매장이나 업무영역이 다시 분할될 가능성이 높음
 - 출하자의 출하교섭력 약화와 출하자의 조건부 출하선택으로 사실상의 출하선택권 확보가 어려워질 가능성이 있음
 - 적정법인 수, 적정자본금, 법인지정대상 등에 대한 규정의 경직성으로 인한 실질적인 법인구성의 어려움과 유능한 법인선정의 어려움이 있음
 - 거래의 투명성, 공개성 및 신뢰성 확보의 어려움이 예상됨
 - 현실적으로 여건이 미성숙되어 있음. 즉, 산지 및 소비지의 출하 및 구매의 영세성과 비조직화, 상품의 표준규격화 미흡, 상인의 영세성과 상인 중심의 오랜 상관습 등을 고려할 경우 급속한 전환은 많은 문제를 야기시킬 가능성이 있음

- 생산·출하자, 중도매인, 도매시장법인 등 현재의 시장참가자간 합의 도출의 어려움과 지방의회의 의견대립 등 도입 여건의 어려움 상존
- 해결방안
 - 중도매인과 시장도매인 사이에 상권 확장을 위한 경쟁이 예상되며, 이러한 경쟁은 집단행동으로 인한 시장의 거래질서를 무너뜨릴 수 있음. 따라서 시장 내에서 양 제도가 병행 실시될 경우 발생할 수 있는 갈등과 분쟁을 해결하기 위해 개설자는 권한이 주어진 가칭 「분쟁 조정위원회」를 두어 상설 운영할 필요가 있음
 - 시장도매인은 가명 회사화 되고 법인소속 상인들은 위탁상으로 전략할 가능성이 높으므로 시장도매인 선정단계부터 각종 규정에 대한 홍보 및 교육을 통해 이러한 현상이 나타나는 것을 철저히 배제토록 해야 함
 - 중도매인과 시장도매인간에 분산처를 확보하는데 상당한 경쟁과 갈등이 예상되므로 상인간 건전한 경쟁을 유도하기 위해 중도매인도 가능한 법인형태로 규모화 할 필요가 있음
 - 양 제도가 병행 실시될 경우 시장도매인과 중도매인 상호간 음성적인 거래가 이루어질 것으로 예상되며, 위법사항에 대한 적발도 쉽지 않을 것으로 판단되므로 철저한 관리감독이 필요함

4. 시장도매인제 시장의 효율적 운영 방안

- (1) 시장도매인시장의 최소 거래물량을 추정한 결과 강서 농산물도매시장 시장도매인의 점포당(법인별) 1일 취급물량의 범위는 최소 10.5톤에서 최대 21.2톤으로 추정됨
- (2) 출하자의 출하대금 지불을 위해 시장도매인은 별도의 창구를 이용하도록 규정하고 있어 시장도매인제를 도입하면 별도의 정산창구가 필요함
 - 강서 농산물도매시장은 대규모 도매시장으로써 제3기관으로서의 역

할 수행으로 대금결제 업무의 공정성 보장과 차별거래 방지 등 자본금 규모가 크고 시장의 신용도가 높기 때문에 기본적으로 정산회사 방식이 바람직함

- 그러나 정산회사 설립시에는 자본금 설립비용과 정착단계까지 초기 운영비용이 많이 들기 때문에 장기적인 과제로 검토함
 - 강서시장 시장도매인시장의 정산창구의 유형은 시장 참여주체의 선호도와 시장의 조기활성화를 반영하여 개장 초기단계에는 금융기관 이용방식을 기본으로 정산조합 관리형태를 추가한 공동관리방식을 채택하는 것이 타당할 것으로 판단됨
 - 정산창구의 안전장치 확보를 위해 거래보증금 납부와 추가적인 안전장치 확보를 위해 보험 가입, 결제계좌의 최소잔고 유지, 연대보증인 등의 방법을 도입함
 - 강서 농산물도매시장 시장도매인시장의 최소잔고 총규모는 2,081백만원으로 추정되며, 법인별 시장도매인의 최소잔고 규모는 약 40백만원으로 추정
- (3) 시장도매인은 출하농산물의 반입시에 반드시 거래신고소에 송품장 사본을 제출하여 신고를 필한 후 하역토록 하고, 사후 신고물량과 하역물량을 대조하여 물량을 체크함
- 강서시장 시장도매인제시장의 물량 반입신고를 위해 별도의 거래신고소를 설치·운영함
 - 시장의 주요 반출입로에 감시카메라(CCTV)등을 설치·활용함으로써 거래신고소에 물량의 신고여부 확인
 - 거래신고소는 시장도매인시장의 특수성을 고려할 때 24시간 운영하는 것이 바람직하며, 운영인력은 주간 거래지도 요원 1명, 주·야간 거래신고소 근무 요원 3명 등 총 4명이 필요할 것으로 추산됨
- (4) 강서 농산물도매시장의 시장도매인시장은 시장규모와 하역체계의 유형별 특성 분석, 하역체계의 변화, 하역비 부담률 분석, 강서 도매시장법인의 하역업무 도입 유형 및 참여주체의 선호도 등을 고려할 때 용역

회사 운영형태가 가장 바람직할 것으로 판단됨

- 그러나 중장기적으로는 농산물의 출하규모의 대형화 및 포장화에 따른 기계화, 법인의 규모화 등 농산물 유통환경의 변화에 적절하게 대응하기 위해서는 하역인원을 법인의 직원화 하는 방안을 적극 검토할 필요가 있음

(5) 강서 도매시장의 농산물 전자상거래는 강서 e마켓플레이스 체계를 기본으로 하여 전자상거래 참여를 희망하는 모든 유통주체에게 하나의 통합된 사이버마켓을 제공하는 것이 가장 효율적인 방법일 것으로 판단됨

- 통합 사이버마켓을 통한 성공적인 전자상거래의 추진은 정보시스템을 통한 가격결정, 상품코드 표준화, EDI 활용, 현실적 표준규격화 확립, 즉시 결제기능 제공, 사회적 인프라 확충, ASP/ESP 제공, 실시간 정보 제공 등 무수한 기반구축사업이 이루어지는 것을 전제로 하고 있음
- 강서 도매시장 전자상거래는 도입 초기부터 통합 사이버마켓인 강서 e마켓플레이스 체계의 도입은 현실적으로 불가능할 것으로 판단
- 따라서 전자상거래 운영체계는 통합 사이버마켓인 강서 e마켓플레이스의 구축을 위해 단계적인 추진이 바람직할 것으로 판단됨
- 전자상거래는 도매시장-구매자간 거래시스템, 도매시장-산지(공급자) 거래시스템이 대표적인데, 우선적으로 도매시장-산지간 웹시스템 구축 후 점차 도매시장-구매자간 전자상거래 시스템구축이 필요할 것으로 판단됨

(6) 농산물 유통에서 거래의 위험성이 증가하고 있는 상태에서 거래상대방이 신뢰성을 가지고 안정적인 거래를 성립시키기 위해서는 유통주체의 신용에 대한 정보가 공개되는 것이 바람직함

- 그러나 신설 도매시장에서 거래가 활성화되고, 새로운 운영시스템이 정착되기 전에 도매시장 운영주체에 대한 금융신용도, 대금결제, 도덕성 등에 대한 심층적인 평가제 도입은 현재의 운영주체 여건에서 현실적으로 불가능할 것으로 판단됨

- 따라서 도매시장 신용평가제의 도입은 도입초기부터 미국식과 같은 심층적인 평가제도 보다는 기존의 도매시장 평가제도에 운영주체에 대한 신용도 평가를 일정 수준 추가하여 점진적으로 개선하는 것이 바람직할 것으로 판단됨
 - 현재 공영도매시장의 도매시장법인에 대해 실시하고 있는 도매시장 평가제도를 전문평가기관의 신용평가제도가 도입되기 전까지는 실시하는 것이 바람직함
- (7) 생산자(단체)의 시장도매인 참여 방안은 전국적으로 소량·분산 생산되어 대량수집이 어려워 도매시장 경매품목으로서 적절치 못한 품목이나, 적정 가격형성이 어려운 품목, 유기농산물 등 품질 및 가격 차별화 대상 품목, 생산자(단체) 단계에서 1차 가공되어 출하되는 품목을 대상으로 함
- 도매시장 평가제도와 연계하여 시장도매인 법인의 평가 결과 시장도매인의 기능과 역할을 충분히 수행하지 못하여 탈락한 법인에 대해서 법인 재선정시 생산자단체로 입주대상에 포함

5. 강서 농산물도매시장의 활성화 방안

- (1) 시장도매인제의 조기 정착을 위해 기존 영등포 도매상권의 이전을 촉진하여 근본적으로 후적지를 다른 용도로 재개발하여 농산물 도매행위를 할 수 있는 근거지를 없애는 방법이 적극 추진되어야 함
- 상권 이전 후 기존의 후적지에서 도매행위가 계속될 경우 강서 농산물도매시장의 상권 형성에 막대한 영향을 줄 것이며, 후적지에서의 도매행위는 최대한 억제할 필요가 있음
 - 하매인(앞자리상)과 소매상, 차량행상 등 소매 위주의 상인들은 기본적으로 강서 농산물도매시장에 입주할 대상이 아니므로 상인들 자체적으로 인근의 소매시장으로 흡수될 수 있도록 유도해야 함

- 도매시장 이전 초기에 발생할 수 있는 영업활동의 어려운 점과 시장의 조기 활성화를 위해 조세감면 혜택은 물론 각종 상활동 규제에 대한 일정기간 면제 또는 유예하여 적용하는 것이 바람직 함
- (2) 식품 소매기구와 소비자의 식품구매 및 취급패턴 변화, 유통체계 변화에 대한 식품취급 소매기구의 변화 등으로 도매시장의 취급품목 확대의 필요성이 증대되고 있음
 - 따라서 도매시장의 취급품목 확대는 관련 상품동 건설을 통하여 가공 식품동으로 활용하는 방안이 가장 합리적인 것으로 판단됨
 - 소비자의 급변하는 유통체계에 적극적으로 대응하기 위한 대책으로 도매시장의 취급품목을 확대하는 방안에서 수입농산물의 취급도 포함되는 것이 바람직함
- (3) 농산물 도매시장을 둘러싼 급변하는 유통환경에 대응하여 도매시장이 경쟁력을 제고시키기 위해서는 도매시장의 기능 확대가 필요하며, 이를 위한 관련 물류시설의 건설이 필요함
 - 따라서 기존 확보된 도매시장 부지 외에 향후 기능 확대와 관련시설의 건설에 대비한 추가적인 부지확보가 절대적으로 필요한 실정임
 - 추가적으로 확보가 요구되는 부지규모는 확대되는 기능과 필요 시설물의 규모에 따라 차이가 있겠지만 원활한 기능 수행을 위해서는 최소 20,000평 이상의 추가적 부지확보가 필요한 것으로 판단됨

목 차

요 약

제1장 서론

1. 연구의 필요성	1
2. 연구 목적	2
3. 연구의 자료 및 범위	3

제2장 강서 도매시장의 입지특성 및 유통체계

1. 입지 특성	5
2. 강서 도매시장 상권	6
3. 시장 현황	6
4. 유통체계	9

제3장 시장도매인제 도입현황 및 문제점

1. 추진 경과	11
2. 도입 배경	12
3. 시장도매인제의 정의	12
4. 거래제도별 특성 및 장단점 비교	14
5. 시장도매인제 도입 효과와 문제점 분석	17

제4장 시장도매인제 시장의 효율적 운영방안

1. 최소 거래물량 추정	23
2. 효율적 정산창구 도입방안	25
3. 거래신고소의 설치 및 운영	39

4. 적정 하역업무의 도입 방안	41
5. 전자상거래 도입 및 활용 방안	45
6. 신용평가 등 시장도매인의 효과적 관리 방안	57
7. 생산자(단체) 시장도매인 참여 방안	67

제5장 강서 농수산물도매시장의 활성화 방안

1. 시장도매인제의 조기 정착 방안	68
2. 취급품목 확대 및 관리 방안	71
3. 시장기능 확장에 따른 추가부지 확보 방안	75
4. 시장도매인시장 입주상인의 만족도 평가	79

제6장 외국의 농수산물도매시장 운영과 변화 전망

1. 프랑스 농수산물 도매시장	85
2. 네덜란드 농산물 도매시장	104
3. 미국의 농산물 도매시장	112
4. 일본 농수산물 도매시장	120
5. 외국의 농수산물 도매시장 제도 비교	132

참고문헌	138
------------	-----

표 목 차

제1장

<표 1-1> 강서시장 시장도매인시장 입주예정 상인 현지 설문조사 개요	4
---	---

제2장

<표 2-1> 시장별 주요 시설 현황	7
<표 2-2> 시장별 · 부류별 상인 현황	8

제3장

<표 3-1> 시장도매인과 위탁상인의 차이점	13
<표 3-2> 세계 주요 도매시장의 거래제도 비교	15
<표 3-3> 경매제와 시장도매인제의 장단점 비교	16

제4장

<표 4-1> 손익을 고려한 법인별 1일 최소 취급물량 규모에 대한 의견	24
<표 4-2> 정산창구의 유형별 비교표	27
<표 4-3> 정산창구별 장단점 비교표	29
<표 4-4> 정산창구별 장단점 평가표	30
<표 4-5> 효율적인 정산창구의 도입 방식에 대한 의견	31
<표 4-6> 결제계좌와 최소 잔고액 규모에 대한 의견	33
<표 4-7> 일본의 대금결제 방식별 장 · 단점 비교	38
<표 4-8> 일본 정산회사의 출자자별 자본금 구성	39
<표 4-9> 일본의 대금결제 방식별 중앙도매시장의 분포(청과물)	39
<표 4-10> 하역체계의 유형별 특징	41
<표 4-11> 하역체계의 유형별 도매시장 현황(2002. 12)	42
<표 4-12> 전국 도매시장 하역체계 유형별 하역비 부담률(2001)	43
<표 4-13> 강서 농산물도매시장의 하역체계 운영 현황	43

<표 4-14> 시장도매인시장의 하역체계 유형에 대한 의견	44
<표 4-15> 인터넷 비즈니스 기업의 특성과 시사점	47
<표 4-16> 시장도매인시장의 전자상거래 네트워크 구축 의향	53
<표 4-17> 전자상거래 네트워크를 구축한다면 바람직한 방법	54
<표 4-18> 시장도매인 입주예정 상인의 신용평가제도에 대한 의견	64

제5장

<표 5-1> 영등포시장 이전후 후적지 소매상 처리에 대한 의견	70
<표 5-2> 강서시장 완전개장 후 영등포상권의 빠른 소멸에 대한 의견	71
<표 5-3> 도매시장 취급품목의 확대방안에 대한 의견	74
<표 5-4> 해외 도매시장 추가부지 확보 계획 사례	76
<표 5-5> 도매시장의 기능확대를 위한 물류시설 설치에 대한 의견	77
<표 5-6> 추가 부지 필요면적 산출 내역	78
<표 5-7> 경매제시장과의 마찰은 없을 것으로 판단	79
<표 5-8> 법인내 상활동에 마찰은 없을 것으로 판단	80
<표 5-9> 개설자의 관리·운영지침에 적극적 호응	81
<표 5-10> 점포 등 시설에 대한 불만은 없다고 판단	82
<표 5-11> 강서시장 주변의 대중교통이 매우 불편하다고 판단	83
<표 5-12> 강서시장은 빠른 시일내에 활성화 될 것으로 판단	84

제6장

<표 6-1> Rungis 도매시장 거래실적 추이	93
<표 6-2> Rungis 도매시장 입주업체 및 종자자 수 변화추이	94
<표 6-3> 청과시장 거래물량, 2001	99
<표 6-4> 국가별 시장개설 부문별 도매시장 비교	133
<표 6-5> 국가별 관리, 운영별 도매시장 비교	134
<표 6-6> 국가별 물류체계별 도매시장 비교	136
<표 6-7> 국가별 도매시장 거래제도 운영형태 비교	137

그림 목차

제2장

<그림 2-1> 강서 농산물도매시장의 유통체계도	9
----------------------------------	---

제4장

<그림 4-1> 시장도매인제시장의 정산체계도	35
<그림 4-2> 강서 e마켓플레이스 거래체계도	49
<그림 4-3> 강서 e마켓플레이스의 물류시스템(수배송체계도)	49
<그림 4-4> e마켓플레이스 목표와 전략과제 도출	51
<그림 4-5> e마켓플레이스의 주요 서비스	52

제6장

<그림 6-1> 프랑스의 농산물 유통경로	88
<그림 6-2> 미국의 농산물 도매시장 유통체계	114
<그림 6-3> 일본의 농산물 주요 유통경로	122

제 1 장

서 론

1. 연구의 필요성

- 1985년 가락동 농수산물 도매시장이 최초의 공영도매시장으로 개장된 이후 공영도매시장은 농수산물 유통의 중추적 역할을 수행하는 도매유통기구로 자리매김 함
 - 도매시장은 상적기능, 물류기능, 정보관련 기능 등 핵심적인 유통기능을 수행하고, 전체 농수산물 유통의 선행지표 제시와 함께 선도기능을 수행하여 왔음
- 도매시장의 거래제도는 도매시장법인이 출하자의 위탁을 받아 상장시키는 수탁판매원칙과 함께 경매 또는 입찰의 방법으로 매매하는 하는 것을 원칙으로 하고 있음
 - 특별한 경우 정가매매나 수의매매방법으로 거래가 가능하며, 이와 함께 상장경매제에 부적합한 품목에 대해 중도매인이 비상장품목을 거래할 수 있는 비상장거래제도 도입이 가능
 - 그러나 상장경매 중심의 거래제도는 거래의 공개성·공정성·투명성 확보에도 불구하고 급속한 유통환경의 변화에 대한 대응력 미흡과 상대적 고비용·저효율 구조의 요인이라는 이유로 그 동안 시장참여자 간에 새로운 거래제도 도입을 둘러싸고 첨예하게 대립하여 왔음

- 이에 따라 1998년 7월 농산물유통개혁대책의 일환으로 새로운 거래제도 도입에 대한 논의를 통하여 2000년 1월 농안법 개정시 시장도매인제도를 도입하여 거래제도를 경매제, 시장도매인제, 병행체제로 다양화 하였음
 - 개설자가 당해 도매시장의 문제점, 생산자의 출하선택권 보장, 시장중사자의 의견 등을 종합하여 도입여부 검토
 - 지방도매시장은 2000년 6월부터, 중앙도매시장은 2004년 1월부터 2년의 범위내에서 도입이 가능
 - 그러나 시장도매인제도의 도입을 법적으로 허용하고 있으나 도매시장 운영주체간 도입여부를 둘러싼 첨예한 이해관계의 대립과 시장도매인제 운영지침의 현실과의 괴리 등으로 이 제도를 도입한 도매시장이 없는 상태임
- 서울시는 개설자의 방침으로 2004년 부분개장 한 강서 농산물도매시장의 거래제도를 상장경매제와 시장도매인제를 병행토록 결정하였음
- 따라서 강서 농산물도매시장의 시장도매인제도의 성공적인 도입과 효율적인 운영을 위해서는 시장도매인제도의 시행에 따른 구체적인 방안 에 대한 연구가 필요함

2. 연구 목적

- 이 연구는 강서 농산물도매시장의 성공적인 시장도매인제 도입과 효과적인 제도운용을 위한 제반 문제점을 검토하고, 구체적이고 실천적인 시행 및 운영방안을 제시하는데 있음. 구체적으로,
 - 시장도매인제도 도입의 효율적 운영방법 즉 최소 거래물량의 추정, 적정 하역업무의 도입 방안, 효율적 정산시스템 구축 방안 등에 대한 시행방안을 제시하고,
 - 시장도매인제의 조기정착을 위한 관리 및 운영방안과 효율적인 시설 운용체계 등을 제시하는데 목적이 있음

3. 연구의 자료 및 범위

3.1. 기존 자료의 한계

- 시장도매인제도는 1998년 7월 제3단계 농산물 유통개혁대책에서 도입방안이 제시되어 2000년에 입법화 과정을 거쳐 새롭게 도입된 시장제도임
- 이 제도에 의한 시장도매인제를 도입한 시장은 2004년 개장한 강서 농산물도매시장이 최초의 시장임
- 따라서 시장도매인시장에 대한 기존의 기본적인 통계자료와 기초연구는 전무한 실정에 있으며, 단지 정부 주도의 제도 시행을 위한 기초적인 연구와 정부지침이 제시되고 있는데, 매우 원론적인 내용에 불과해 이를 인용하여 적용하는 데에는 많은 어려움이 따름
- 즉, 농림부는 2000년 4월부터 3개월간 한국유통학회에 시장도매인제 운용방안에 대한 연구용역을 수행하여 시장도매인 적정자본금 및 적정수 결정, 정산창구 도입 및 운영방안 등에 대한 기초연구를 수행한 바 있음
- 농림부는 2000년 10월 시장도매인제의 운영지침을 작성, 시도에 통지함으로써 개설자가 시장도매인제를 도입할 수 있는 기준을 제시한 자료가 있음
 - 운영지침에서는 시장도매인의 정의, 도입 시기, 지정, 영업 등 시장도매인제의 개요
 - 시장도매인제의 도입 여부 및 도입 유형
 - 시장도매인 적정자본금 및 적정 수
 - 대금청산 창구 및 운영 방안
- 따라서 본 연구는 신뢰성 있는 통계자료를 이용하여 효율적인 시장도매인시장의 활성화 대책을 제시하는 데에는 한계가 있었음을 밝힘

3.2. 현지조사 자료

- 강서 농산물도매시장 시장도매인시장의 효율적 운영과 활성화 방안을 분석·제시하기 위하여 시장도매인시장에 입주할 예정인 영등포 상인

을 대상으로 현지 설문조사를 실시하였음

- 설문조사 총 표본 수는 157명으로 품목별로는 과실류 취급상인 81명, 채소류 취급상인 76명임
- 상활동 경력별로는 16년에서 20년의 상활동 경력자가 전체의 27.4%인 43명으로 가장 많고, 21년 이상 41명(26.1%), 11년에서 15년 40명(25.5%) 순으로 나타남
- 연령대별로는 40대 37.6%, 50대 30.6%, 30대 19.8% 순이며, 60세 이상도 전체의 10.8%나 되는 것으로 조사되었음
- 학력 현황을 보면 설문조사 대상자의 약 80%가 고졸 이상으로 조사되었음

<표 1-1> 강서시장 시장도매인시장 입주예정 상인 현지 설문조사 개요

구 분		조사 상인수(%)
품 목 별	과실류	81 (51.6)
	채소류	76 (48.4)
경 력 별	5년 이하	6 (3.8)
	6~10년	27 (17.2)
	11~15년	40 (25.5)
	16~20년	43 (27.4)
	21년 이상	41 (26.1)
연 령 별	29세 이하	2 (1.2)
	30~39세	31 (19.8)
	40~49세	59 (37.6)
	50~59세	48 (30.6)
	60세 이상	17 (10.8)
학 력 별	중졸 이하	32 (20.4)
	고졸	109 (69.4)
	대졸 이상	16 (10.2)
계		157 (100.0)

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

제 2 장

강서 도매시장의 입지특성 및 유통체계

1. 입지 특성

- 강서 농산물도매시장은 경인고속도로 신월IC에서 3km 지점의 남부순환도로 우측에 접해 있고 김포공항 인근의 강서구 외발산동 96번지 일원에 위치해 있음
- 서해안 고속도로, 경인고속도로 등 주요 도로와의 연계성이 우수하고 서울 서남지역과 수도권 서부지역인 인천, 부천, 안양, 고양, 강화 등지에서 접근성이 뛰어나 교통 여건이 양호함
- 김포공항과 근접하고 인천공항과의 연계도 양호해 국제화 시대의 농산물 수출거점시장으로도 발전할 수 있는 위치에 입지해 있으며, 인천항과의 접근성도 높기 때문에 육상, 항공, 해운교통의 요충지에 위치해 있음
- 강서 농산물도매시장이 건설되어 영등포 상권을 흡수하여 본격적으로 농산물 도매영업을 하게 된다면 여러 측면에서 긍정적인 발전 전망이 예상됨
 - 강서 농산물도매시장은 규모면에서나 취급 물량면에서 가락동 도매시장에 이어 두 번째로 크기 때문에 과포화 상태에 있는 가락동 도매시장의 물량을 분산 처리할 수 있음
 - 가락동 도매시장이 이전 확장되어 초대형 허브시장이 될 경우 구리도매시장과 함께 수도권 지역에 농산물을 효과적으로 분산하기 위한 도

매시장으로 역할을 할 수 있음

- 항공운송과 해상운송과의 연계성이 뛰어나 국제화 시대에 우리 농산물의 수출거점 시장으로 역할이 주어질 수 있음
- 일본, 중국, 동남아, 러시아 등 동북아시아 물류교역의 중심기지 역할을 수행할 수 있음
- 남북통일시 서북권역을 포괄하는 남북 농산물 교역의 중심시장으로 역할을 할 수 있음
- 수협에서 운영하는 수산물공판장과도 인접하고 있어 농수산물 종합도매시장으로서 상승효과를 가져올 수 있는 장점이 있음

2. 강서 도매시장의 상권

- 강서 농산물도매시장이 개장되어 영등포 상권을 흡수하여 본격적으로 농산물 도매영업을 하게 되면 서울의 강서구, 양천구, 구로구, 영등포구, 금천구, 마포구 등 6개 지역이 중심적인 상권에 해당됨
- 또한 은평구, 서대문구, 종로구, 중구, 용산구, 동작구, 관악구와 경기도의 고양시, 부천시, 광명시, 안양시 일부지역도 강서 농산물도매시장의 영업 여건에 따라 강서 도매시장을 이용할 것으로 판단됨
- 그리고 인천광역시 계양구와, 김포시 또한 직접적인 상권과 연계되어 가락동 도매시장 못지 않은 상권이 형성될 수 있을 것으로 판단됨

3. 시장 현황

3.1. 시설 규모

- 강서 농산물도매시장은 새롭게 건립된 공영도매시장으로서 가락동 농수산물도매시장 다음의 대규모 도매시장임

- 강서 농산물도매시장은 최첨단 현대적 시설과 물류시스템을 갖추고 2004년 6월 완전 개장을 앞두고 있음
- 경매시장의 경매장은 트러스 공법의 돔형 구조로 중간에 기둥이 없어 차량 진출입 및 경매장내 이동이 매우 용이한 시설을 갖추고 있음
 - 지하에는 60개의 저온저장시설을 갖추고 있어 저온유통시스템을 구축함
 - 1층에 중도매인 점포, 2층에 사무실을 위치함으로써 편리하게 영업활동을 할 수 있도록 함
 - 모든 점포 앞에 도크(dock)시설을 설치하여 하역 기계화 등 물류비용을 절감하도록 시설함
 - 지상과 지하에는 1,820대를 동시에 주차할 수 있는 넓은 주차공간을 확보하였음
 - 트럭단위 판매장에는 냉·난방시설이 설치된 사무실을 만들어 편리하게 상활동을 할 수 있도록 함
- 시장도매인시장은 점포당 62평 규모의 점포 52개를 설치함
 - 1층에 점포를 2층에 사무실을 설치함으로써 편리하게 영업활동을 할 수 있도록 함

<표 2-1> 시장별 주요 시설 현황

단위: 평

	경매제시장	시장도매인제시장	계
부지면적	43,474	20,000	63,474
건물면적	25,414	8,596	34,010
주요시설	○ 경매장(4,880평) ○ 중도매인점포 192개소(27평/개) ○ 트럭판매장(2,122평)	○ 점포 52개소 (69평/개소)	
공통시설	○ 주차시설(1,820대) ○ 관리서비스동(2,632평)	○ 주차시설(1,274대) ○ 관리서비스동(700평)	
1일 취급능력(톤)	○ 1,814톤/1일	○ 1,100톤/1일	2,914톤/1일

자료: 강서 농산물도매시장, 2004. 5

- 모든 점포 앞에 도크시설을 설치하여 하역 기계화 등 물류비용을 절감하도록 시설함
- 지상과 지하에는 1,274대를 동시에 주차할 수 있는 넓은 주차공간을 확보하였음

3.2. 상인 현황

- 강서 농산물도매시장의 경매제시장은 강서청과, 서부청과 등 2개 도매시장법인과 1개 농협공판장이 입주함
 - 경매제시장의 중도매인 정수는 504명으로 1차로 442명이 입주하였으며, 추후 단계적으로 선발할 예정임
 - 법인별 중도매인 정수는 168명이고, 과실류 및 채소류 취급상인은 각각 192명, 트럭판매장 상인 120명임
- 시장도매인제 시장은 모두 52개 법인으로 과실류 30개 법인, 채소류 22개 법인을 모집 입주할 예정임
 - 시장도매인의 자격은 2004년 1월 현재 영등포시장에서 과일·채소 도매 관련 유통업에 종사하고 있는 상인 4명 이상의 주주로 구성된 법인
 - 자본금 8억 이상을 확보하고 운전자금 등 자금동원 능력이 있는 법인

<표 2-2> 시장별·부류별 상인 현황

단위: 명(법인)

	경매제 시장 ¹⁾				시장도매인제 시장 ²⁾
	강서청과	서부청과	농협(공)	계	
과실류	64	64	64	192	30
채소류	64	64	64	192	22
트럭판매장	40	40	40	120	-
계	168	168	168	504	52

주: 1) 2004. 4. 8. 현재 모집 정수 중 442명 입주

2) 영등포 상인을 대상으로 모집

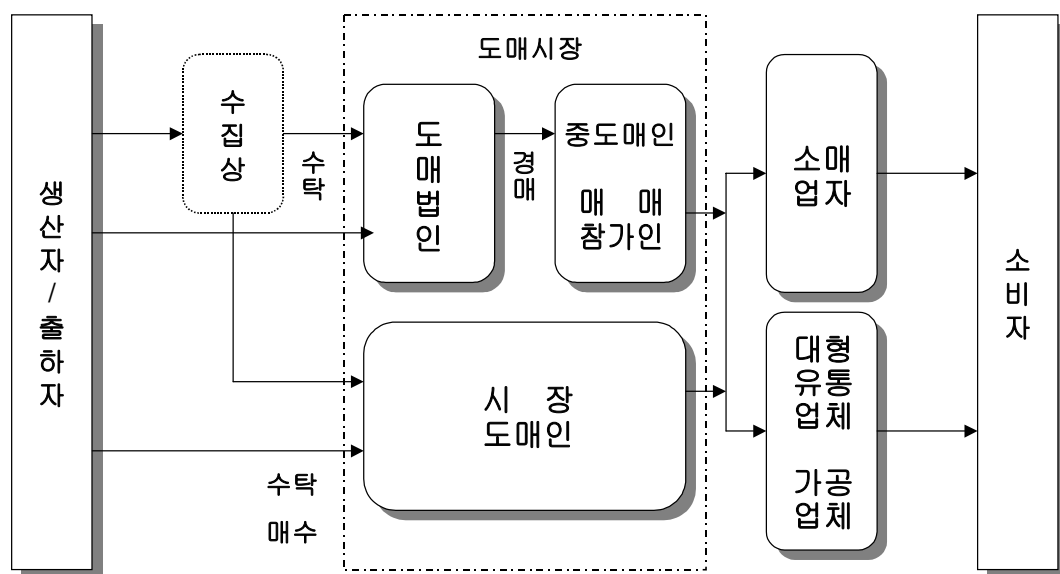
자료: 강서 농산물도매시장, 2004. 5

- 산지활동계획, 농산물판매계획, 자금운용계획, 조직 및 인력운영계획, 물류개선계획 등 사업계획서를 제출한 법인

4. 유통체계

- 전국 32개 공영도매시장 가운데 강서 농산물도매시장은 도매시장법인과 시장도매인을 동시에 두는 최초의 공영도매시장으로 경매제와 시장도매인제가 병행 실시되는 시장임
- 시장도매인제시장은 산지에서 선별·포장된 상품이 개별 출하자나 생산자단체 등을 통해 도매시장에 출하되면 시장도매인은 직접 구입 또는 수탁을 받아 적정마진을 붙여 소매상이나 대형매장 등에 판매
 - 수탁시 위탁수수료는 7% 이내
 - 거래시 표준송품장을 발급해야 함
 - 대금은 출하자에게 직접 지불할 수 없으며, 별도의 정산창구를 통하여 지불

<그림 2-1> 강서 농산물도매시장의 유통체계도



- 경매제시장은 산지에서 선별·포장된 상품을 개별 출하자나 생산자단체는 도매시장법인에게 출하·판매를 위탁하면, 도매시장법인은 상장된 농산물을 경매를 통해 최고가격을 제시한 중도매인이나 매매참가인에게 판매
 - 도매시장법인은 경매에서 낙찰된 가격중 상장수수료 등을 공제하고 판매대금을 출하자에게 지급
 - 중도매인은 낙찰받은 상품에 일정한 수수료를 붙여 소매상, 대량소비처 등에 판매

제 3 장

시장도매인제 도입현황 및 문제점

1. 추진 경과

- 농산물유통개혁대책(1998. 7)에서 도입방안 제시
 - 국내외 유통여건 변화에 대처할 수 있는 유통개선대책 수립
 - 종합적 농산물 유통개혁방안을 마련하고, 법적 뒷받침을 위해 농안법 개정 추진
- 개정 농안법(2000. 1)에 시장도매인제 법적근거 마련
 - 농안법 시행일인 2000. 6. 1부터 지방도매시장은 도입 가능
 - 중앙도매시장은 거래체계 및 시설의 정비상황과 지방도매시장의 운영 실적 등을 고려하여 2004년 1월 1일부터 2년의 범위내에서 대통령령이 정하는 날부터 도입 가능
- 농안법시행령 등에 지정절차 등 구체화(2000. 6)
 - 적정수, 자본금, 보증금, 최저거래금액 등 지정조건에 관한 사항
 - 송품장·정산서 신고절차, 거래신고소·정산창구 설치운영 등 세부사항에 대한 규정
- 시장도매인의 자본금, 적정수 등 도입방침을 정하기 위한 연구용역 실시(2000.6)
- 농림부 도매시장제도개선심의회의 심의(2000. 9)
- 각 시·도에 시장도매인제 운영지침 시달(2000. 10)

2. 도입 배경

- 도매시장의 거래제도는 거래의 공개성·공정성·투명성에도 불구하고 급속한 유통환경의 변화에 대한 대응력 미흡과 상대적 고비용·저효율 구조라는 이유로 그 동안 시장참여자간에 새로운 거래제도 도입 필요성 증대
- 일부 대량생산자나 공동출하조직에서 출하권 선택 보장 등 시장내 출하 관련 규제 철폐 요구
- 생산자의 유통정보 수집능력이 종전에 비해 상대적으로 향상되어 상인에 대한 견제력 증가
- 기존의 경매제 이외에 시장도매인제를 허용하여 출하자 선택폭 확대

3. 시장도매인제의 정의

- 농안법상 시장도매인은 도매시장 개설자로부터 지정을 받고 농수산물을 매취 또는 위탁받아 도매하거나 매매를 중개하는 법인으로 정의됨
 - 즉, 도매시장에서 경매를 거치지 않고 다수의 시장도매인이 입주하여 도매시장에서 거래될 물량을 각각 산지로부터 직접 또는 중개인을 통하여 매수나 수탁을 통하여 확보하고 중간도매상 또는 소매상에게 판매하는 주체임
 - 시장도매인은 반드시 법인이어야 하며, 거래와 수지에 관련한 모든 장부를 작성, 비치하여야 함
- 농안법에는 시장도매인 법인의 임원 자격요건, 법인지정 신청시 필요한 서류의 종류, 출하자에 대한 대금결제 방법, 영업활동 규제 등을 포함
 - 법인의 임원은 금고 이상의 형을 선고받고 그 형의 집행이 종료되거나 집행이 면제된 후 2년이 경과되지 않은 자, 파산선고를 받고 복권되지 않은 자, 금치산자 또는 한정치산자는 임원이 될 수 없음

- 시장도매인 지정을 받기 위해서는 정관, 법인 등기부 등본, 주주명부, 임원의 이력서, 법인의 대차대조표, 사업계획서, 사업자금 입증서류 등을 작성 제출하여야 함
- 시장도매인은 표준계산서를 출하자에게 발급하여 출하자가 이를 별도의 정산창구에 제시하고 대금을 수령토록 하고 있으며, 대금결제를 위한 정산창구의 운영과 이에 대한 사항은 개설자가 업무규정으로 정하도록 하고 있음
- 시장도매인의 영업활동 규제 내용
 - 정당한 사유 없이 입하된 농수산물에 대해 수탁 또는 그 판매를 거부·기피하거나 거래 관계인에게 부당한 차별대우를 하지 못함
 - 당해 도매시장의 도매시장법인이나 중도매인에게 농산물을 판매하지 못함
 - 시장 개설자는 시장도매인이 대금 결제능력을 상실하여 출하자에게 손해를 입힐 우려가 있는 경우, 표준 정산서에 거래량·거래방법을 허위로 기재하는 등 불공정 행위를 한 경우, 기타 거래질서의 유지를 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 품목과 기간을 정하여 상행위를 제한 또는 금지할 수 있음

<표 3-1> 시장도매인과 위탁상인의 차이점

구 분	시 장 도 매 인	일반 위탁상(도매상)
운영주체의 법인격	법 인	대부분 개인 위탁상
임원 자격요건	도매시장법인에 준하는 자격기준	특별한 자격요건 없음
정산의무	표준계산서 발급, 별도 정산창구를 통해 대금 정산	없 음
지정기간	3~10년 범위에서 개설자가 지정	없 음
영업활동의 규제	정당한 이유 없이 수탁거부 금지, 거래관계인의 부당한 차별대우 금지, 당해 도매법인 및 중도매인에 대한 판매금지, 필요한 경우 개설자가 수탁을 제한 또는 금지 가능	없 음

자료: 농림부

- 시장도매인이 농수산물을 매수·위탁 또는 중개함에 있어 출하자와 협의하여 송품장에 기재한 거래방법을 따라야 함
- 시장도매인은 도매시장의 개설자가 부류별(양곡부류, 청과부류, 축산부류, 수산부류, 화훼부류, 약용작물부류 등)로 3년 이상 10년의 범위 내에서 지정
- 시장도매인에 대한 개정 농안법이 엄격하게 적용될 경우 시장의 투명성이 확대되어 조세부담 등이 증가할 것으로 전망되며, 특히 새로운 제도에 대한 거부감과 각종 영업상의 규제로 개장 초기에 많은 어려움이 예상됨

4. 거래제도별 특성 및 장단점 비교

4.1. 거래제도별 특성

- 경매제 시장
 - 도매상권이 형성되어 있지 않은 지역에 정부가 계획적으로 대규모 도매시장을 건설하여 단기간에 대량의 농수산물을 수집, 분산 하고자 하는 경우
 - 상품의 표준규격화가 제대로 이루어지지 않아 실물을 직접 확인해야 거래가 가능한 경우
 - 기존의 위탁 중심의 도매시장에서 위탁도매의 폐해가 극심해 출하자가 일방적으로 피해를 많이 입는 경우
 - 거래의 투명성이 아주 부족해 공정가격이 형성되지 않아 출하자나 구매자가 피해를 많이 입는 경우
 - 한국, 일본, 대만, 네덜란드 등 출하자의 출하물량이 대체로 소량인 국가에서 채택
- 시장도매인제 시장
 - 상품의 표준규격화가 비교적 잘 이루어진 경우

<표 3-2> 세계 주요 도매시장의 거래제도 비교

시장명	거래제도	거래방법
미국 뉴욕 현츠포인트	상대매매	- 매취판매 40%, 위탁판매 60% - 도매상 신용도가 높을수록 위탁판매 비율이 높음
미국 L.A.	상대매매	- 매취판매 40%, 위탁판매 60% - 20여년 전 부분적으로 경매를 시도했으나 실패
프랑스 Rungis	상대매매	- 매취판매 80%, 위탁판매 20% - 매취판매비율 증가 추세
스페인 마드리드	상대매매	
이탈리아 로마	상대매매	- 도매상들 산지수집 또는 농가위탁 판매 - 시장운영규정에는 경매도 가능
이탈리아 로마 (신시장)	상대매매	- 부분적으로 경매제 도입 예정, 실정에 맞을 경우 확대 예정
영국 신코벤트가든	상대매매	- 도소매 혼합
영국 신스피탈힐드	상대매매	- 구 시장은 런던 최대 경매장인 900석 규모의 과일 경매장으로 유명
일본, 한국, 대만	경매	- 경매가 주이며, 최근 예약수의거래 등 상대매매 증 가 추세

자료: 허길행외, 『영등포상권 이전과 후적지 정비방안 연구』, 한국농촌경제연구원, 2000.11

- 출하자, 시장도매인, 소매상인 등 각 유통주체간 개별적인 상거래가 투명한 경우
- 거래물량이 큰 경우
- 신속한 거래가 선호되는 경우
- 미국, 프랑스, 독일, 이탈리아 등 유럽국가와 중국 등지에서 주로 채택

4.2. 거래방법별 장단점 비교

○ 경매제 시장

- 장점으로서는 가격효율성의 증대, 상품의 전체적인 품질 향상 촉진, 정확한 거래대금 정산 등을 들 수 있음

<표 3-3> 경매제와 시장도매인제의 장단점 비교

구분	경매제	시장도매인제
장점	○ 가격효율성의 증대 - 공개경쟁을 통한 공정한 가격형성 - 정확한 수급균형 가격의 발견 및 시장 정보 제공 - 시장의 투명성 확대로 경쟁 촉진 ○ 상품의 전체적인 품질 향상 촉진 ○ 정확한 거래대금 정산으로 출하자 안정	○ 상하차, 재분류 등 절차가 생략되어 신속거래 가능, 신선도 유지 가능 ○ 경매장, 경매사가 필요 없고 거래 시간 단축으로 거래비용 절감 가능 ○ 출하자과 시장도매인간 거래교섭이 이루어져 대량거래 이점있고 대량거래 촉진 ○ 거래선 유지를 위해 시장도매인들이 선대자금, 유통정보를 제공하는 등 출하자를 관리하여 출하자에 유리 ○ 예약거래, 상대매매 등으로 거래 가격 안정
단점	○ 유통효율성의 저하 - 유통단계의 확대(도매법인의 개재) - 경매를 위한 진열, 상품의 이전(경매장→중도매인 점포) 등으로 물류비 증가 - 많은 거래시간의 소요 ○ 거래가격 불안정, 등급간 심한 가격 격차 ○ 거래교섭력이 작용하지 않아 대량거래 이점 없음. 특히 생산자단체 등 출하 조직들의 거래교섭력이 작용하지 않음 ○ 도매법인이 선대자금 지원 등 출하자를 보호하나 다수의 출하자를 상대하여 출하자 보호 정도가 약함	○ 거래과정 폐쇄성으로 신용거래 미진한 경우 시장도매인의 작위적인 거래조작 가능(가격 조작, 등급 조작 등) ○ 개별정산시 시장도매인에 따라 신용 차이가 커 대금정산 지연, 부도시 대금지불 곤란 등 출하자 불안정 ○ 영세 출하자의 거래교섭력 취약으로 제값받기 어려움

자료: 허길행외, 『영등포상권 이전과 후적지 정비방안 연구』, 한국농촌경제연구원, 2000.11

- 단점으로는 유통단계의 확대와 거래시간의 소요 등으로 유통효율성의 저하, 거래가격 불안정, 등급간 심한 가격격차, 거래교섭력이 취약하다는 점 등을 들 수 있음
- 시장도매인제 시장
 - 장점으로 상하차, 재분류 등 절차가 생략되어 신속한 거래가 가능하여 신선도 유지가 가능하며, 거래시간 단축으로 거래비용이 절감되며, 출하자와 시장도매인간 거래교섭이 이루어져 대량거래 이점 있고, 거래선 유지를 위해 시장도매인이 선대자금, 유통정보를 제공하는 등 출하자를 관리함으로써 출하자에 유리한 점이 있음
 - 단점으로는 거래과정의 폐쇄성으로 신용거래가 미진한 경우 시장도매인의 작위적인 거래조작이 가능하고, 개별정산시 시장도매인에 따라 신용차이가 커 대금정산 지연, 부도시 대금지불 곤란 등 출하자가 불안정하다는 점 등을 들 수 있음

5. 시장도매인제 도입 효과와 문제점 분석

5.1. 효과 분석

- 생산자(출하자)의 출하선택권 보장
 - 상장경매 거래의 도매시장법인과 수의매매를 주로 하는 시장도매인을 도입함으로써 판매유형에 따른 선택권 보장
- 도매시장 내 유통주체간 경쟁체제 도입으로 유통효율 증대
 - 다양한 거래형태간의 경쟁과 유통주체간 경쟁체제 구축을 통한 농수산물 유통의 효율성 증진
- 산지 및 소비지 유통환경 변화에 대한 대응
 - 소매기구의 구매시간과 구매상품의 품질 등에 대한 요구조건을 충족시키는 등 기존의 도매시장법인의 한계인 소비지 유통환경에 대한 적절한 대응 가능

- 소비자와 소매기구의 다양한 욕구와 니즈를 신속하게 산지에 전달하여 산지의 대응을 도모

5.2. 문제점 분석

- 도매시장 거래제도 개선책이나 시장도매인제도의 도입 여건이 검증 또는 성숙되지 않은 상태에서는 위탁상화의 문제점 재연이 우려되고 있음
 - 대금정산지연, 비공개적이고 자의적인 가격결정, 거래의 비공개성에 의한 탈세문제 발생 우려 등
- 한 시장에 양제도 병행시 거래 및 반입물량의 한쪽방향 쏠림 현상이 발생하고 이에 따른 극심한 가격변동으로 거래질서가 혼란스러워질 가능성이 높을 것으로 예상됨
 - 도입초기 물량확보를 위하여 경락가격보다 높은 가격을 결정할 가능성이 높으며, 이 경우 동일시장내 반입되는 대부분의 물량이 시장도매인으로 집중될 것이며, 그 결과 분산의 어려움으로 차기가격의 극심한 하락이 예상됨
 - 이러한 현상이 반복되면서 동일시장으로 반입되는 물량은 법인과 시장도매인으로 반복적인 쏠림현상이 발생하고, 그 결과 극심한 가격변동과 함께 시장질서가 혼란스러워질 것으로 예상
 - 동일 시장에 양제도가 병행될 경우 진출입로 및 거래장소의 구분과 별도의 차별화된 관리가 필요하여 비용 상승의 요인으로 작용
- 시장도매인 법인구성을 위해 기존 영세상인의 다수가 합쳐 법인을 구성하여 영업을 할 경우 동일점포 내에서 기존 상인 고유의 취급품목과 영업형태에 따라 매장이나 업무영역이 다시 분할될 가능성이 높음
 - 기존 상인의 취급품목의 전문성, 수집과 분산의 단골거래처 확보, 상인별 고유의 영업형태 및 영업능력 등에서 큰 차이가 나기 때문에 시장도매인을 구성하는 목적은 단순한 법인구성 그 자체에 목적을 둘 가능성이 매우 높음
 - 따라서 법인 구성 후 동일 형태로 영업을 영위하기가 어려워 동일점

포 내에서 영업면적, 영업품목, 영업형태 면에서 사실상의 독립적인
영업으로 분할될 가능성이 높음

- 이 경우 사실상 법인의 영세화가 재현되는 것과 동시에 기존의 영세
한 위탁상의 영업형태와 비슷한 제도도입의 목적과는 거리가 먼 비효
율적인 변형된 시장도매인제도로 전환될 가능성이 높음
- 출하자의 출하교섭력 약화와 출하자의 조건부 출하선택으로 사실상의
출하선택권 확보가 어려워질 가능성이 있음
 - 산지의 생산자조직이 미흡한 상태에서 시장도매인과 거래하는 출하자
는 대부분 개별 생산자일 것으로 예상되기 때문에 영세 출하자의 시
장교섭력이 취약하여 거래에서 상대적으로 불리할 것으로 예상
 - 시장도매인은 분산의 유리성을 감안하여 출하자에게 출하물량, 등급,
품질, 품종 등에서 출하조건을 제시할 가능성이 높아 전량 판매를 원
하는 출하자에게는 사실상 출하선택권이 보장되지 못할 가능성이 높음
 - 시장도매인의 규모가 영세하고 분산능력이 낮을 경우 산지 유통조직
의 대규모 공동출하에 대응할 수 없어 유통체계 개선방향에 역행할
가능성이 존재
 - 시장도매인의 영업형태가 기존 도매상이나 위탁상의 영업형태와 유사
할 경우 중간마진을 획득하기 위한 전략으로 산지의 표준규격품을 선
호하지 않을 가능성이 존재
 - 이 경우 현재 정착단계에 있는 기존의 경매제도에 혼란을 초래하여
출하자에게 불리한 영향을 미칠 뿐만 아니라 전체적인 시장질서 혼란
을 초래할 가능성이 존재
- 적정법인 수, 적정자본금, 법인지정대상 등에 대한 규정의 경직성으로
인한 실질적인 법인구성의 어려움과 유능한 대상법인 선정의 어려움이
있음
 - 법인구성의 요건으로 도매시장을 거래액과 물량을 기준으로 대규모,
중규모, 소규모 시장으로 구분하여 시장규모별 유형에 따른 자본금
규모와 적정 수를 제시

- 각 도매시장 개설자는 적정 자본금 및 적정 수 범위 내에서 결정하되 도매시장법인과 시장도매인을 병행하고자 할 경우 취급금액 및 물량을 감안하여 결정
- 기존 공영도매시장 중도매인의 영세성을 감안할 경우 소규모 도매시장에서의 법인 설립요건인 적정자본금 5억원 이상을 충족시키기 위해서는 수많은 영세 상인이 모여서 하나의 법인을 구성해야 되는데, 현실적으로 이러한 법인구성은 불가능한 것으로 판단
- 개설자가 출하자와 소비자 보호를 위한 별도의 안전장치를 갖춘 경우 부류별 특성, 시장여건 등을 감안하여 도입지침에 제시된 자본금과 수의 20% 범위 내에서 신축적으로 운영 가능하도록 하고 있으나 기존 도매시장의 여건이 매우 큰 차이가 나고 있기 때문에 운용의 어려움 예상
- 거래의 투명성, 공개성 및 신뢰성 확보의 어려움이 예상됨
 - 다양한 정산창구(정산회사, 정산조합, 금융기관, 개설자관리 등)형태가 있으나, 현재의 출하자와 구매자의 영세성을 감안하면 정산창구의 설립·운영이 어려울 것으로 예상되며, 어떠한 정산창구를 설립하여도 출하자와 구매자에게 비용전가의 요인이 되고 있어 전체 거래비용 증가의 요인으로 작용
 - 이와 함께 거래의 투명성과 공개성을 확보하기 위한 송품장제도, 거래신고소 운영의 어려움이 예상
- 현실적인 여건의 미성숙
 - 선진제국의 도매상제도는 국가별로 상이한 특성을 보이고 있으나 공통적으로는 생산자의 조직화·규모화를 통한 매매쌍방간 거래교섭력의 형평성 확보를 바탕으로 실시
 - 미국의 경우 대규모 생산농가의 마케팅 교섭력, 프랑스의 경우 소농들의 조직화를 바탕으로 한 규모화를 통한 거래교섭력의 확보가 가능
 - 일본의 경우 1999년 12월의 법 개정에서 경매와 상대매매의 2개 원칙 하에 거래가 이루어지고 있는데, 이것은 1923년 중앙도매시장법 이후

지속적으로 고수되어 온 경매원칙 하에서 생산자의 조직화·규모화가 실현

- 그러나 우리나라의 경우 유통환경의 급속한 변화에 따라 매매방법의 획기적 전환의 필요성이 제기되고 있으나 산지 및 소비지의 출하 및 구매의 영세성과 비조직화, 상품의 표준규격화 미흡, 상인의 영세성과 상인 중심의 오랜 상관습 등을 고려할 경우 급속한 전환은 많은 문제를 야기시킬 가능성이 높음
- 이와 같은 유통여건 하에서 매매방법의 급격한 전환은 생산자의 규모화, 조직화 뿐만 아니라 표준규격화 사업의 저해요인 가능성 존재
- 생산·출하자, 중도매인, 도매시장법인 등 현재의 시장참가자간 합의도출의 어려움과 지방의회의 의견대립 등 도입 여건의 어려움 상존

5.3. 해결방안

- 첫째, 중도매인과 시장도매인 사이에 상권 확장을 위한 경쟁이 예상되며, 이러한 경쟁은 집단행동으로 인한 시장의 거래질서를 무너뜨릴 수 있으며, 도매시장제도에 대한 개선 요구로 나타날 수 있음
- 새로운 시장에서는 각종 상인들이 농안법과 업무규정을 철저히 준수하여 상호 상권이 침해되지 않도록 관리 감독을 철저히 해야 할 것이며, 또한 전문가의 의견을 들어 업무규정에 예상되는 문제점을 보완할 필요가 있음
- 시장 내에서 양 제도가 병행 실시될 경우 발생할 수 있는 갈등과 분쟁을 해결하기 위해 개설자는 권한이 주어지는 가칭 「분쟁조정위원회」를 두어 상설 운영할 필요가 있음
- 도매시장법인과 시장도매인, 중도매인과 시장도매인 사이의 갈등과 분쟁을 미연에 방지하기 위해 개설자의 중재로 상인조직간 「유통협약」을 체결할 필요가 있음
- 일본의 미야자키시 중앙도매시장은 주로 중도매법인은 분산, 도매시장법인은 수집에만 전념하였으나, 대도시 도매시장으로 도매시장법인의 전송물량이 많아지고 이에 대응해 중도매법인도 위탁도매를 하는

등 거래 상황이 변화하여 시장조직간 갈등이 심해지자, 협약을 통해 위탁은 도매시장법인이 전담하고 전송은 중도매법인이 전담하는 체제로 운영하여 상호 공존체제를 이룩함

- 이 사례는 양제도 병행시 갈등 문제를 해소하는데 타산지석이 될 수 있으며, 이러한 협약과 분쟁조정을 통해 상호 업무영역을 침범하지 않고 선의의 경쟁관계를 유지할 수 있다고 봄
- 둘째, 시장도매인은 가명 회사화 되고 법인소속 상인들은 위탁상으로 전락할 가능성이 높음
 - 시장도매인 선정단계부터 각종 규정에 대한 홍보 및 교육을 통해 이러한 현상이 나타나는 것을 철저히 배제토록 해야 함
- 셋째, 중도매인과 시장도매인간에 분산처를 확보하는데 상당한 경쟁과 갈등이 예상됨
 - 분산처 확보 문제는 도매시장법인과 시장도매인간의 경쟁으로 확대될 것이며, 이 과정에서 분산능력이 있거나 법인 형태로 규모화된 중도매인에게 물량이 집중되어 규모화되고 전문성이 있는 시장도매인과 경쟁하게 될 것으로 예상됨
 - 따라서 강서 농산물 도매시장에서 상인간 건전한 경쟁을 유도하기 위해 중도매인들도 가능한 법인 형태로 규모화 할 필요가 있음
 - 시장도매인과 도매시장법인 간 출하처 확보 경쟁은 긍정적인 측면으로서 산지개발 및 출하처 관리 노력이 강화되어 출하처 입장에서 선택권이 넓어지고 거래교섭력을 갖게 될 것임
- 넷째, 양 제도가 병행 실시될 경우 시장도매인과 중도매인 상호간 음성적인 거래가 많이 이루어 질 것으로 예상됨
 - 농안법 제37조 ②항을 위반하는 사례로 이는 사실상 경매제 시장에서 중도매인 간에 거래가 공공연하게 발생하고 있는 것과 마찬가지로 해석될 수 있음
 - 위법사항에 대한 적발도 쉽지 않을 것으로 판단되며, 철저한 관리감독이 필요함

제 4 장

시장도매인제 시장의 효율적 운영방안

1. 최소 거래물량 추정

- 시장도매인의 최소 거래물량 취급 수준을 파악하기 위하여 손익분기점 분석에 의한 방법으로 추정함
- 강서 농산물도매시장 시장도매인시장의 1일 최대 취급물량은 1,100톤으로 추정
- 점포당 1일 최대 취급량은 21.2톤

- $1,100\text{톤} \div 52\text{개 점포} = 21.2\text{톤}$
 - 시장도매인시장 입주 법인 52개 점포

- 점포당 1일 수입은 140.4만원

- 점포당 1일 수입 $21.2\text{톤} \times 94.6\text{만원/톤} \times 7\% = 140.4\text{만원}$
 - 2002년도 서울 가락동 농수산물도매시장 청과물 평균 거래금액 94.6만원/톤 적용
 - 위탁(수탁)수수료 7% 가정

- 점포당 월 수입은 3,510만원

- 점포당 월 수입 $140.4\text{만원/1일} \times 25\text{일} = 3,510\text{만원/월}$
 - 월평균 개장일수 25일(연간 300일 기준) 적용

○ 점포당 월간 총비용은 1,745만원

- 인건비 및 하역비 월 700만원
 - 점포당 판매원 2명 300만원
 - 하역비 400만원
- 점포운영비 월 695만원
 - 여비·교통비, 수도·광열비, 통신비, 차량유지비, 접대비, 기타 잡비 등
- 조세공과금 월 350만원
 - 월수입의 약 10%

○ 소득이 0이 되는 점포당 월 수입액 1,765만원

- 점포당 월수입(3,510만원)-점포당 월비용(1,745만원) = 1,765만원

○ 강서 농산물도매시장 시장도매인시장의 점포당(법인별) 1일 취급물량의 범위는 최소 10.5톤에서 최대 21.2톤으로 추정됨

- 소득이 0이 되는 시장도매인시장의 1일 최소 취급량 546톤
- 소득이 0이 되는 점포당 1일 최소 취급량 10.5톤
- 소득이 0이 되는 점포당 1일 최소 취급액 약 993.3만원

<표 4-1> 손익을 고려한 법인별 1일 최소 취급물량 규모에 대한 의견

단위: %

구 분		5톤 미만	5~10톤 미만	10~15톤 미만	15~20톤 미만	20톤 이상	모르겠음
품목	과일	18.5	46.9	16.1	11.1	1.2	6.2
	채소	15.8	10.5	21.1	30.2	21.1	1.3
경력	5년 이하	0.0	16.7	66.6	16.7	0.0	0.0
	6~10년	26.0	29.6	7.4	33.3	0.0	3.7
	11~15년	20.0	37.5	20.0	10.0	7.5	5.0
	16~20년	18.6	30.2	25.6	7.0	14.0	4.6
	21년 이상	9.8	21.9	9.8	36.6	19.5	2.4

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

- 강서 농산물도매시장 시장도매인시장의 1일 취급물량의 범위는 최소 546톤에서 최대 1,100톤으로 추정됨
- 강서시장 시장도매인시장의 입주예정 상인에 대한 현지설문조사 결과 손익을 고려한 점포당 1일 최소 취급물량 규모가 10톤 이상이 되어야 한다고 응답한 비율이 전체 응답자의 65.9%로 나타남
 - 강서시장 시장도매인시장의 점포당 1일 최소 취급물량 추정치인 10.5톤을 감안하면 상당수의 상인은 추정물량에 부족한 것으로 나타남
- 특히 과실류에 보다 채소류의 1일 최저 취급물량이 높게 나타나고 있음

2. 효율적 정산창구 도입방안

2.1. 현황

- 도매시장의 정산창구는 농안법 제41조 및 동법 시행규칙 제36조에 의해 도매시장법인 또는 시장도매인의 출하자에 대한 대금정산업무를 전담하는 기구
- 도매시장법인은 출하대금의 개별지불이 가능하지만 시장도매인은 별도의 창구를 이용하도록 규정하고 있어 시장도매인제를 도입하면 별도의 정산창구가 필요함
- 위탁판매시 출하자에 대한 대금결제는 도매시장법인 또는 시장도매인이 표준정산서를 출하자에게 발급하여 출하자가 이를 별도의 정산창구에 제시하고 대금을 수령하는 방법임

2.2. 정산창구의 유형별 검토

- 정산창구는 자본금을 출자하는 정산회사방식, 대금결제전용계좌관리방식과 개인지불방식으로 구분
- 대금결제전용계좌관리방식은 다시 관리 주체가 누가 되느냐에 따라 정산조합방식, 금융기관 이용방식, 개설자 관리방식으로 나뉨

- 정산회사방식은 시장도매인 등 거래당사자 이외에 제3의 기관으로서 정산업무를 하는 독립된 정산회사를 설립하여 그곳에서 대금결제를 자기책임으로 하는 방식
- 정산조합방식은 시장도매인이 정산조합을 설립해서, 정산조합이 시장도매인의 대금결제전용계좌 관리를 통해서 출하자에게 대금을 결제하는 방식으로 정산조합 외에 법인형식도 가능함
- 금융기관 이용방식은 별도의 정산회사를 설립하지 않고 농협, 수협, 시중은행 등 기존 금융기관의 별도 전담팀과 약정하여, 금융기관이 시장도매인의 대금결제전용계좌의 관리를 통해서 출하자에게 대금을 결제하는 방식

2.3. 정산창구별 장단점 비교

2.3.1. 정산회사방식

- 장점
 - 투명성 높음
 - 정산절차의 표준화와 전산화 가능
 - 대금결제의 신속성, 정확성
 - 제3기관으로서의 역할 수행으로 대금결제업무의 공정성 보장과 차별거래 방지
 - 안전성 높음
 - 자본금 규모가 크고, 검증된 임원진과 능력 있는 직원 보유
 - 시장의 신용도가 높음
 - 분쟁시 조정능력 보유
 - 효율성은 중간정도임
 - 대금결제의 신속성과 표준화, 전산화로 업무효율성 높음
 - 시장도매인의 외상판매대금 회수의 동시적 파악으로 자금의 효율적 운영 가능

<표 4-2> 정산창구의 유형별 비교표

구분	정산회사	정산조합	금융기관 이용
개념	시장도매인 등 거래당사자 이외에 제3의 기관으로서 정산업무를 하는 독립된 정산회사를 설립하여 그곳에서 대금결제를 자기책임으로 하는 방식	시장도매인이 정산조합을 설립해서, 정산조합이 시장도매인의 대금결제전용계좌 관리를 통해서 출하자에게 대금을 결제하는 방식으로, 정산조합 외에 법인 형식도 가능함	별도의 정산회사를 설립하지 않고 농협, 수협, 시중은행 등 기존의 금융기관 별도 전담팀과 약정하여, 금융기관이 시장도매인의 대금결제전용계좌의 관리를 통해서 출하자에게 대금을 결제하는 방식
인격	법인(회사)	조합 또는 법인	금융기관(법인)
구성 (출자자)	개설자, 도매법인, 시장도매인, 생산자단체, 산지유통인, 매매참가인 등	시장도매인 또는 별도 법인	농·수협 등 금융기관
목적	안전적 대금결제	안전적 대금결제	신속, 저렴한 대금결제
임무	정산	정산관리(시장도매인 결제계좌 관리)	정산관리
대금결제 안전장치	-정산회사 자본금 -정산회사 보증금 (보험제도를 통한 보완 장치 강구) -시장도매인 보증금, 운전자금 -시장도매인 자본금	-시장도매인 결제전용계좌 최소잔고 -시장도매인 보증금, 운전자금 -시장도매인 자본금	-시장도매인 결제전용계좌 최소잔고 -시장도매인 보증금, 운전자금, 자본금

자료: 농림부

○ 단점

- 안전성 문제

- 시장도매인의 사업규모 확대시 지불능력 판정 곤란
- 1개 시장도매인의 경영부실이 정산회사 전체의 부실을 가져올 염려가 있음

- 효율성 문제
 - 정산기구의 최초 설립비용 부담이 큼
 - 초기 운영미숙에 따른 대금결제 관리업무의 중복

2.3.2. 정산조합방식

- 장점
 - 안전성 있음
 - 시장도매인의 결제전용계좌의 잔고가 최소잔고 이하일 경우 거래가 정지됨으로 안전성 확보가 가능함
 - 1개 시장도매인의 경영부실이 다른 시장도매인이나 정산조합에 대하여 파급영향이 적음
 - 효율성 높음
 - 대금결제관리의 단순·간단한 업무수행에 따라 소수인원으로 운영이 가능하여 조직운영의 효율성이 증대됨
- 단점
 - 투명성 문제
 - 시장도매인 중심의 조합업무 수행으로 자의적 개입 우려
 - 정산조합의 정산책임성 결여로 정산관리 업무 소홀 우려

2.3.3. 금융기관방식

- 장점
 - 투명성이 높음
 - 정산절차의 표준화와 전산화
 - 대금결제의 신속성과 정확화
 - 안전성이 높음
 - 금융기관으로서의 안전성과 신용도가 높음
 - 효율성이 높음
 - 대금결제가 신속하며, 정산비용이 저렴함

○ 단점

- 별도의 전담팀을 구성하지 않을 경우 정산업무에 다소 소홀할 우려가 있음
- 도매시장 관리자와 원활한 업무 협조가 미지수임

<표 4-3> 정산창구별 장단점 비교표

	장 점	단 점
정산회사 (법인)	• 투명성이 높음 -정산절차의 표준화와 전산화 -대금결제의 신속성, 정확성 -제3기관으로서의 역할 수행으로 대금결제 사무의 공정성 보장과 차별거래 방지 • 안전성이 높음 -자본금 규모가 크고, 검증된 임원진과 능력 있는 직원 보유 -시장의 신용도가 높음 -분쟁시 조정능력 보유 • 효율성은 중간정도임 -대금결제의 신속성과 표준화, 전산화로 업무효율성 높음 -시장도매인의 외상판매대금 회수 일시 파악으로 자금의 효율적 운영 가능	• 안전성 문제 -시장도매인의 사업규모 확대시 지불능력 판정 곤란 -1개 시장도매인의 경영부실이 정산회사 전체의 부실을 가져올 염려가 있음 • 효율성 문제 -정산기구의 설립비용 부담 -초기운영미숙에 따른 대금결제 관리사무의 중복
정산조합	• 안전성 있음 -시장도매인의 결제전용계좌의 잔고가 최소잔고 이하일 경우 거래가 정지됨으로 안전성 확보가 가능함 -시장도매인의 경영부실이 다른 시장 도매인, 정산조합에 대하여 파급 영향이 적음 • 효율성 높음 -대금결제관리의 단순·간단한 업무수행에 따라 소수인원으로 운영이 가능하여 조직 슬림화로 효율성이 증대됨	• 투명성 문제 -시장도매인 중심의 조합업무 수행으로 자의적 개입 우려 -정산조합의 정산책임성 결여로 정산관리 업무소홀 우려
금융기관	• 투명성이 높음 -정산절차의 표준화와 전산화 -대금결제의 신속성과 정확화 • 안전성이 높음 -금융기관으로서의 안전성이 높음 -시장의 신용도가 높음 • 효율성이 높음 -대금결제가 신속함 -정산비용이 저렴함	• 별도의 전담팀을 구성하지 않을 경우 정산업무에 다소 소홀할 우려가 있음 • 도매시장 관리자와 원활한 업무 협조가 미지수임

2.4. 정산창구별 장단점 평가

2.4.1. 고려사항

- 투명성
 - 정산 절차의 표준화
 - 대금 결제의 공정성
- 안전성
 - 안전한 자본금 규모
 - 분쟁시 조정 가능성
- 효율성
 - 대금결제의 신속성
 - 거래 단위당 정산 비용의 최소화
 - 정산창구 설립 비용

<표 4-4> 정산창구별 장단점 평가표

구 분	정산회사	정산조합	금융기관
(1) 투명성	매우 높음	중간/낮음	높음
절차표준화	매우 높음	중간	높음
결제공정성	매우 높음	낮음	높음
(2) 안전성	매우 높음	중간/낮음	중간/높음
자본규모	매우 높음	낮음	높음
분쟁조정	매우 높음	중간	중간
(3) 효율성	중간	높음	높음
대금결제신속성	높음	높음	높음
비용최소화	낮음	높음	높음
정산기구설립비용	매우 높음	낮음	낮음

2.5. 설문조사 결과

- 효율적인 정산창구의 도입을 위해 강서시장 시장도매인시장 입주예정 상인을 대상으로 설문조사를 시행한 결과
- 전체 응답자의 65.6%의 상인이 금융기관을 이용한 정산창구의 도입방식을 원하고 있으며, 27.4%는 개설자가 직접 관리하기를 원하고 있는 것으로 나타남
- 품목별로 보면, 과실류에 비해 채소류 취급 상인이 금융기관 또는 개설자 관리를 더욱 원하고 있으며, 과실류의 경우 정산조합 이용방식을 원하는 상인도 약 10%나 되는 것으로 나타남
- 한편 상활동 경력이 아주 많거나 적은 경우에는 개설자 관리를 원하는 비율이 높으며, 연령이 적거나 많은 경우에도 개설자관리를 원하는 경우가 두드러 지게 나타나고 있음

<표 4-5> 효율적인 정산창구의 도입 방식에 대한 의견

단위: %

구 분		정산회사	정산조합	금융기관 이용	개설자 관리
품목별	과실	2.5	9.9	61.7	25.9
	채소	1.3	0.0	69.7	29.0
경력별	5년 이하	0.0	0.0	16.7	83.3
	6~10년	0.0	7.4	63.0	29.6
	11~15년	2.5	7.5	77.5	12.5
	16~20년	2.3	7.0	62.8	27.9
	21년 이상	2.4	0.0	65.9	31.7
연령별	29세 이하	0.0	0.0	0.0	100.0
	30~39세	3.2	12.9	51.6	32.3
	40~49세	0.0	6.8	74.6	18.6
	50~59세	4.2	0.0	70.8	25.0
	60세 이상	0.0	0.0	52.9	47.1
계		1.9	5.1	65.6	27.4

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

2.6. 적정 정산창구 유형 결정

- 농림부 도매시장제도개선심의회 자료에서 강서 농산물도매시장과 같은 대규모 도매시장의 경우 개설자가 직접 관리하는 것이 바람직하나 여의치 않을 경우 정산회사방식이 바람직하다고 제시하고 있음
 - 그러나 초기에 과다한 비용 발생이 예상되므로 금융기관 또는 정산조합 방식으로 운영한 후 점진적으로 정산회사 방식으로 전환할 것을 제시하고 있음
- 강서 농산물도매시장과 같은 대규모 시장일 경우 제3기관으로서의 역할수행으로 대금결제 업무의 공정성 보장과 차별거래 방지 등 자본금 규모가 크고 시장의 신용도가 높기 때문에 기본적으로 정산회사방식이 바람직함
 - 그러나 정산회사의 설립시에 자본금 설립비용과 정착단계까지의 초기 운영비용이 많이 들기 때문에 장기적인 과제로 검토하기로 함
 - 한편 개설자 관리방식을 검토할 필요가 있는데 개설자 관리방식은 결제계좌를 개설자가 관리하고 시장도매인이 정산을 개설자에 의뢰, 개설자가 은행을 통해 결제대금을 결제하는 것으로 민간의 상행위에 대한 간섭 및 통제 우려와 관리에 상당한 인력이 소요될 것으로 사료되어 검토대상에서 제외함
- 따라서 강서시장 시장도매인시장의 정산창구의 유형은 시장 참여주체의 선호도와 시장의 조기활성화를 반영하여 개장 초기단계에는 금융기관 이용방식을 기본으로 정산조합 관리형태를 추가한 공동관리방식을 채택하는 것이 타당할 것으로 판단됨
- 그러나 시장도매인시장이 활성화되어 안정적으로 운영될 경우 점진적으로 정산회사 유형으로 전환하는 것이 바람직할 것으로 판단됨

2.7. 정산창구의 안전장치 확보

- 거래보증금 납부
 - 출하대금 결제의 안전성을 확보하기 위하여 시장도매인이 개설자나

정산창구에 납부하는 보증금

- 지정 후 30일 이내에 이행보증보험 증권으로 납부하거나 질권 설정 등
- 추가 안전장치 방법
 - 거래보증금 이외에 추가 보험 가입
 - 결제계좌의 최소 잔고 유지
 - 연대보증인 2인의 보증서 제출
- 결제계좌의 최소 잔고액 산출
 - 정산조합 설립의 경우 대금결제 안전장치로 시장도매인의 최소잔고가 유지되도록 관리하는 것이 요망됨
 - 강서 농산물도매시장 시장도매인시장의 최소잔고 총규모는 2,081백만원으로 추정

<표 4-6> 결제계좌 최소 잔고액 규모에 대한 의견

구 분		1,000만원 미만	1,000~3,000만원	3,000~5,000만원	5,000만원 이상
품목	과일	18.0	39.7	29.5	12.8
	채소	86.7	9.3	4.0	0.0
경력	5년 이하	83.3	16.7	0.0	0.0
	6~10년	53.9	23.1	19.2	3.8
	11~15년	48.7	28.2	20.5	2.6
	16~20년	41.5	31.7	19.5	7.3
	21년 이상	58.5	17.1	12.2	12.2
연령	29세 이하	50.0	50.0	0.0	0.0
	30~39세	50.0	26.7	23.3	0.0
	40~49세	43.9	22.8	22.8	10.5
	50~59세	59.6	21.3	10.6	8.5
	60세 이상	58.8	35.3	5.9	0.0
계		51.6	24.8	17.0	6.6

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

- 법인별 시장도매인의 최소잔고 규모는 약 40백만원으로 추정

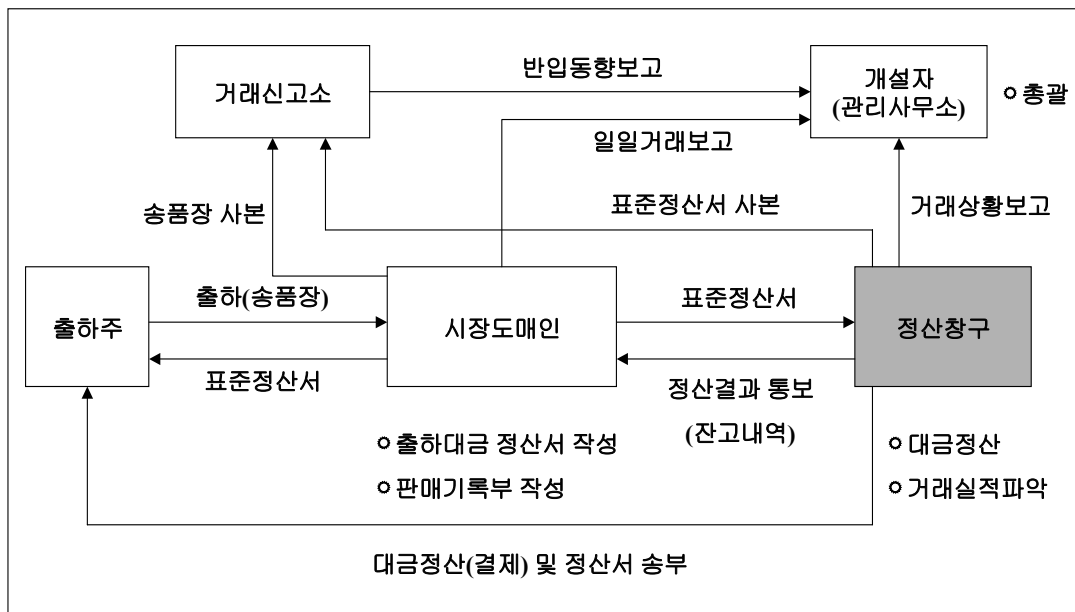
<산출근거>

- 시장도매인시장 최소 잔고 총액 = 1일 시장 거래액 × 2일
 - 1일 시장 거래량 1,100톤 추정
 - 거래액 산출은 2002년도 가락시장 청과물 평균거래금액 적용
 - 시장도매인 최소 잔고액 = 시장 최소잔고 총규모 ÷ 시장도매인 수
-
- 결제계좌 최소 잔고액 규모에 대한 설문조사 결과 응답상인의 절반 이상이 최소 잔고액 규모를 1,000만원 미만으로 생각하고 있는 것으로 나타남
 - 품목별로 보면, 채소류 취급 상인은 전체 응답자의 86.7%가 1,000원 미만으로 생각하고 있으며, 과실류의 경우는 1,000만원 이상으로 응답한 비율이 전체의 82.0%로 큰 대조를 나타내고 있음

2.8. 정산 절차

- 시장도매인은 정산창구를 통하여 즉시 매매대금을 결제
- 대금결제의 기본절차
 - 출하자는 시장도매인에게 물품 수탁
 - 출하자는 송품장을 작성하여 시장도매인에게 제출
 - 시장도매인은 출하자에게 받은 송품장의 사본을 도매시장의 개설자가 설치한 거래신고소에 제출한 후 하역
 - 송품장 신고와 동시에 정산시스템에 시장도매인이 직접입력 하거나 또는 자동 표준송품장 입력을 병행하여 추진
 - 시장도매인은 표준정산서를 출하자와 정산창구에 발급하고, 정산창구에 대금결제를 의뢰
 - 정산창구에서는 출하자에게 대금을 결제하고, 표준정산서의 사본을 거래신고소에 제출
- 결제기간: 1~3일
- 정산창구의 운영방법 및 관리에 관한 사항은 개설자가 업무규정으로 정함

<그림 4-1> 시장도매인제시장의 정산체계도



2.9. 부산 업궁동도매시장 정산창구 도입사례

2.9.1. 정산조합 현황

- 구성원: 무, 배추 및 양념류 취급 중도매인 42명
- 조합운영: 조합장 1명, 경리직원 2명
- 중도매인 자체회비로 운영: 월 25만원 정도

2.9.2. 정산방법

- 정산서와 출하자 송품장 대조 확인후 조합장 날인후 은행에 제출하여 은행에서 송금 처리(조합관리 방식)

2.9.3. 정산 절차

- 물품 수탁
- 송장 신고

- 물품 판매
- 출금 전표(정산조합 확인)
- 송금(출금계좌)
- 영수증 제출(정산조합)
- 정산 처리(정산조합)

2.9.4. 운영실태

- 결제계좌 최소 잔고: 마이너스 통장 최소 500만원 이상
- 거래보증금 납입: 관리사무소에 최저 1,000만원 이상 예치
- 연대보증인 2명 확보 및 각서 징구

2.9.5. 정산조합 감독 기능 및 거래신고소 운영

- 개설자: 거래신고소 운영 및 정산창구 영업보고 등
- 상장관리원 8명과 보조원 3명으로 운영
- 물량파악을 위해 24시간 반입신고 접수

2.9.6. 장단점 비교

- 장점은 출하자에 대한 대금정산을 조합에서 관리함으로써 중도매인의 자의적인 결제를 방지하고 결과관리가 가능함
- 단점은 인터넷뱅킹 및 텔레뱅킹을 이용할 수 없고 수기작업에 의존하는 부분이 많아 대량거래시 관리의 어려움이 있음

2.10. 서울 가락동도매시장 정산창구 도입사례

2.10.1. 정산방법

- 약정된 금융기관이 정산창구가 되어 상장예외품목 중도매인이 전용계좌를 통해 결제
- 은행은 결제계좌의 거래내역을 공사에 통보하고 이를 정산결과에 반영

2.10.2. 정산절차

- 물품 수탁
- 거래신고소에 송장신고
- 물품 판매
- 거래실적 보고(정산시스템)
- 전용계좌 송금
- 송금내역 통보(은행 → 공사)
- 정산 처리(정산시스템)

2.10.3. 정산관리 및 거래신고소 운영

- 개설자가 거래신고소에 신고된 물량을 입력하고 중도매인은 거래단가 및 공제비용을 입력함으로써 정산내역이 확정
- 개설자는 주야간 거래신고소 운영 및 야간 거래지도
- 상장예외품목 관리인력(정규직 5명) 거래신고소 별도 운영

2.10.4. 장단점 비교

- 당사자 간의 거래가 복잡하여 거래 건수가 늘어날 경우 대금정산 실태를 효율적으로 관리하기에 부적절함
- 공사와 은행간의 연계가 미흡하여 출하자에 대한 실제 대금정산 여부를 파악하기 곤란함

2.11. 일본의 정산제도 도입사례

2.11.1. 정산제도의 법적 근거

- 일본의 도매시장법에서는 도매업무에 관계되는 매매거래 및 결제방법을 업무규정에 정하도록 규정

2.11.2. 대금결제방식

- 개인지불방식

- 도매법인과 매수인(중도매업자 및 매매참가자를 총칭함)이 개별로 거래계약을 맺고, 도매법인의 창구 또는 도매법인이 설치한 대금 수납소에 대금을 지불하는 방식
- 대금결제에 따르는 리스크는 도매법인이 부담하는 방식
- 조합대불방식
 - 도매법인과 매수인이 소속하는 매수인조합이 거래협약을 맺고, 조합이 매수인의 도매법인에게 대금지불의 대행책임을 가지고 매수인으로부

<표 4-7> 일본의 대금결제 방식별 장·단점 비교

	장 점	단 점
개인지불 방식	○ 대금결제수행을 위한 별도조직 설치 필요없음	○ 도매법인의 결제대금 회수일시 파악 곤란으로 자금의 효율적 운용 곤란 ○ 도매법인의 체계적인 외상판매 대금관리의 곤란 ○ 도매법인과 매수인간 대금결제로 인한 의견충돌시 조정 곤란 ○ 시장의 신용도가 낮음
조합대불 방식	○ 시장의 신용도가 높음 ○ 대금결제관리 사무의 조합 일원화로 간소화 ○ 외상판매대금의 확실한 회수	○ 매수인 중심의 조합업무 수행으로 자의적 의도개입 우려 ○ 조합원과 미조합원간의 대우 등 관리상 문제 대두
정산회사 방식	○ 시장의 신용도가 높음 ○ 도매법인의 외상판매대금 관리사무의 대폭 경감 ○ 도매법인의 외상판매대금 회수 일시과약으로 자금의 효율적 운용 가능 ○ 매수인의 대금결제 지불업무의 신속, 정확화로 능률적인 경영관리 도모 ○ 대금결제 사무의 표준화에 의한 전산처리로 도매시장 업무효율성 기여 ○ 제3기관으로서의 역할수행으로 대금결제 사무의 공정성 보장과 차별거래방지	○ 운영미숙에 따른 대금결제 관리 사무의 중복과 별도조직 설립에 따른 유통경비 증가 ○ 매수인의 사업규모확대시 지불능력 판정 곤란

<표 4-8> 일본 정산회사의 출자자별 자본금 구성

구 분	도매법인	중도매업자	매매참가자	개 설 자	은행 등 금융기관
구성비(%)	47	20	14	15	4

<표 4-9> 일본의 대금결제 방식별 중앙도매시장의 분포(청과물)

	계	개인지불	조합대불	정산회사	병용(개인+조합)
개소수 (구성비)	74 (100)	2 (3)	41 (55)	14 (19)	17 (23)

터 대금을 회수하는 방식이며, 매수인으로부터 보증금 및 보증인을 두고 매수인의 지불보증을 행하는 방식

- 대금결제에 따르는 리스크는 대불조합이 지는 방식
- 정산회사 방식
 - 도매법인과 매수인의 거래당사자 이외의 제3자 기관으로서 정산업무를 행하는 독립된 정산회사를 설립하고, 정산회사에 대금결제업무를 위탁하는 방식이며, 출자자로서는 시장관계자(도매법인, 매수인 및 그 소속 조합, 개설자, 금융기관, 기타)가 관여하며 운영하는 제3자가 책임을 지는 방식
 - 대금결제에 따르는 리스크는 계약에 의해 정산회사, 매수인 또는 매수인단체, 도매법인이 각각 가지는 경우가 있는 방식

3. 거래신고소의 설치 및 운영

3.1. 거래신고소의 설치

- 시장도매인은 출하농산물의 반입시에 반드시 거래신고소에 송품장 사본을 제출하여 신고를 필한 후 하역토록 하고, 사후 신고물량과 하역물량을 대조하여 물량을 체크함

- 강서시장 시장도매인제시장의 물량 반입신고를 위해 별도의 거래신고소를 설치하여 운영함
- 시장도매인시장의 주요 반출입로에 감시카메라(CCTV)등을 설치·활용함으로써 거래신고소에 물량의 신고여부를 확인함

3.2. 거래신고소의 운영

- 시장도매인시장의 특수성을 고려할 때 24시간 운영 바람직
- 운영인력 추정
 - 주간 거래지도 요원 1명(거래신고를 필한 후 하역업무 등 감시·감독)
 - 주·야간 거래신고소 근무 요원 3명(송품장 접수 및 입력확인, 실시간 물량집계 및 인터넷 전파 확인)

3.3. 반입신고 및 송품장 등록

- 물량 반입 전 출하자에 의한 예약출하 처리
 - 출하자가 사전에 출하자 등록을 필하고 산지에서 인터넷으로 송품장을 등록하여 출하한 경우는 거래신고소에 별도의 신고없이 처리
- 물량 반입 후 송품장 신고
 - 시장도매인은 출하자가 작성한 송품장 사본을 거래신고소에 제출
 - 스캔용 송품장의 경우 거래신고소에서 스캔으로 일괄 처리
- 시장도매인의 추가 입력
 - 일반용 송품장의 경우 시장도매인이 구체적인 품목 물량을 점포의 컴퓨터를 이용 직접 입력
 - 중장기적으로는 시장도매인시장에 반입되는 모든 물량에 대한 송품장 신고는 스캔용 송품장으로 처리

3.4. 송품장 처리 및 하역작업

- 송품장이 접수된 경우에만 하역작업이 이루어 지도록 지도
- 송품장이 거래신고소에 접수되면 하역회사에 하역 지시

4. 적정 하역업무의 도입 방안

4.1. 하역체계의 유형별 특징

- 하역체계의 유형에는 하역노조, 용역회사, 자체하역반, 법인직원, 개인사업자 등 5가지 하역유형이 있음
- 하역노조체계로 운영되는 도매시장은 초기에 건설된 대도시에 소재하는 도매시장이 그 주류를 이루고 있음
- 용역회사 체계의 도매시장은 도매회사와 용역회사가 일정한 조건으로 용역계약을 체결하여 하역인력을 공급하는 형태로서 최근에 개설된 도매시장은 대개 용역회사와의 용역계약에 따라 하역작업을 시행하고 있음
- 자체하역반 체계는 하역노조와 같은 강력한 결속력은 유지되지 않지만 하역원간에 상호회와 같은 느슨한 결속력으로 구성되어 있음
- 법인직원 체계는 가장 발전된 형태의 하역체계로 법인 직원이 직접 하역하는 형태로 비교적 고가품인 수산물 하역에 비교우위를 갖고 있음
- 개인사업자 체계는 개인택시와 유사한 형태로 하역원 개인이 개인사업자로 등록하고 도매시장 법인과 용역계약을 체결하는 특수한 형태의 하역체계임

<표 4-10> 하역체계의 유형별 특징

하역체계 유형	하역비 징수방법	특 징
하역노조	징액제	하역원 결속력이 강하고 하역원 입출시에 권리금이 거래되기 때문에 하역기계화시에 인원축소가 불가능함
용역회사	정률제	거래금액의 일정률로 하역비를 징수하고 있으며 하역기계화시 신축적으로 인원 축소가 가능함
자체하역반	징액제	하역원 결속력이 느슨하고 하역원 입출시에 권리금 거래는 없음
법인직원	-	하역이 간헐적으로 이루어질 경우 적당하고 고가품인 수산물 하역시 적당함
개인사업자	징액제	하역원 각자가 개인 사업자이기 때문에 하역인원 축소가 원활함

자료: 서울특별시농수산물공사

<표 4-11> 하역체계 유형별 도매시장 현황(2002. 12)

구 분	하역인원	도매시장
하역노조	2,332	가락시장, 부산엄궁시장, 인천구월시장, 광주시장, 수원시장, 창원시장, 부산반여시장(동부청과), 대전노은시장(중앙청과), 대전오정시장
용역회사	390	부산반여시장(부산농협), 대전노은시장(대전원협), 구리시장, 안산시장, 안양시장, 춘천시장, 익산시장(익산원협)
자체하역반	571	대구시장, 울산시장, 청주시장, 천안시장, 진주시장, 강릉시장, 안동시장, 충주시장, 정읍시장, 전주시장(전주원협), 창원시장, 대전오정시장, 익산시장(이리청과), 부산반여시장(양념조합)
법인직원	67	울산시장(울산건해), 전주시장(전주청과), 부산반여시장(부산제1청과), 구리시장(강북수산), 익산시장(이리청과)
개인사업자	25	수원시장(수원수산), 부산반여시장(동부청과)
계	3,385	

자료: 서울특별시농수산물공사

4.2. 하역체계의 유형별 하역비 부담률 분석

- 하역노조 체계로 운영되는 도매시장의 평균 하역비 부담률은 1.49%로서 수원도매시장이 1.91%로 가장 높고, 대전 오정동도매시장이 1.29%로 가장 낮은 것으로 분석되었음
- 용역회사 체계 도매시장의 하역비 부담률이 가장 낮은 것으로 나타났는데 평균 하역비 부담률은 1.12%로 나타났음
- 대구도매시장 등 하역반 체계로 운영되는 도매시장의 평균 하역비 부담률은 1.23%로 하역노조 체계보다는 다소 낮고 용역체계 도매시장보다는 약간 높게 나타났음

<표 4-12> 전국 도매시장 하역체계 유형별 하역비 부담률(2001)

구 분	하역비 부담률	도매시장
하역노조	1.49%	가락시장(1.42), 부산염곡시장(1.63), 광주시장(1.45), 인천구월시장(1.52), 대전노은시장(1.70), 수원시장(1.91), 창원시장(1.75), 대전오정시장(1.29)
용역회사	1.12%	부산반여시장(1.30), 대전노은시장(1.15), 구리시장(1.10), 안산시장(1.10), 안양시장(1.10), 춘천시장(1.10), 익산시장(1.16)
하역반	1.23%	대구시장(1.00), 울산시장(1.78), 청주시장(1.40), 천안시장(1.45), 진주시장(1.07), 강릉시장(0.91), 안동시장(1.50), 충주시장(0.88)

자료: 서울특별시농수산물공사

4.3. 강서 농산물도매시장 하역체계 운영현황

- 강서 농산물도매시장의 하역 운영체계를 보면, 농협공판장은 용역회사와 용역계약을 체결하였으며, 강서청과와 서부청과는 용역 자회사를 설립 운영하고 있음
- 하역비는 도매시장법인이 부담하며, 하역비는 농협공판장은 거래금액의 1.15%, 강서청과와 서부청과는 거래금액의 1.10% 정률제로 징수함

<표 4-13> 강서 농산물도매시장의 하역체계 운영 현황

구 분	하역비 부담주체	하역 운영 체계	하역비 징수 (거래금액대비)
농협공판장	도매시장법인	서남용역(주)과 계약	1.15% (정률제)
강서청과(주)	도매시장법인	강서하역(주) 자회사 설립 (서남농산물 하역노조원 자회사 직원으로 채용)	1.10% (정률제)
서부청과(주)	도매시장법인	(주)서부용역 자회사 설립 (영일시장 향운노조원 자회사 직원으로 채용)	1.10% (정률제)

자료: 강서 농산물도매시장

4.4. 하역업무에 대한 설문조사

- 강서시장 시장도매인시장 입주예정 상인의 하역체계 유형에 대한 설문조사 결과 전체 응답자의 49.0%는 용역회사 형태를 원하고 있는 것으로 나타났으며, 하역노조 형태를 원하는 응답자도 26.1%나 되는 것으로 나타남
- 품목별로 보면, 과실류는 하역노조 또는 자체하역반 형태, 채소류는 용역회사 형태를 원하는 비율이 상대적으로 큰 것으로 나타남
- 하역비 징수방법은 일률적인 정액, 정률제 보다는 품목과 포장정도에 따른 정액과 정률제를 적절하게 혼합하여 적용하는 것이 바람직하다고 응답하고 있음
- 하역비의 부담주체에 대해서는 절대적으로 출하자가 부담하여야 한다고 응답하고 있어 영등포시장의 위탁상 형태의 용역체계에 대한 관습을 버리지 못하고 있는 것으로 판단됨

<표 4-14> 시장도매인시장의 하역체계 유형에 대한 의견

구 분		하역노조	용역회사	자체하역반	법인직원	개인사업자	기타
품 목	과일	45.7	16.0	23.5	11.1	2.5	1.2
	채소	5.3	84.1	5.3	5.3	0.0	0.0
경 력	5년 이하	0.0	83.3	16.7	0.0	0.0	0.0
	6~10년	29.6	59.3	3.7	7.4	0.0	0.0
	11~15년	42.5	37.5	12.5	5.0	0.0	2.5
	16~20년	30.2	41.8	18.6	4.7	4.7	0.0
	21년 이상	7.3	56.1	19.5	17.1	0.0	0.0
연 령	29세 이하	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	30~39세	35.5	48.4	9.7	3.2	3.2	0.0
	40~49세	28.8	42.4	20.3	8.5	0.0	0.0
	50~59세	22.9	50.0	12.5	12.5	2.1	0.0
	60세 이상	11.7	70.6	5.9	5.9	0.0	5.9
계		26.1	49.0	14.7	8.3	1.3	0.6

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

4.5. 적정 하역형태의 도입 방안

- 강서 농산물도매시장의 시장도매인시장은 시장규모와 하역체계의 유형별 특성 분석, 하역체계의 변화, 하역비 부담률 분석, 강서 도매시장법인의 하역업무 도입 유형 및 참여주체의 선호도 등을 고려할 때 용역회사 운영형태가 가장 바람직할 것으로 판단함
- 그러나 중장기적으로는 농산물의 출하규모의 대형화 및 포장화에 따른 기계화, 법인의 규모화 등 농산물 유통환경의 변화에 적절하게 대응하기 위해서는 하역인원을 법인의 직원화 하는 방안을 적극 검토할 필요가 있음

5. 전자상거래 도입 및 활용 방안

5.1. 도매시장 전자상거래 기지화 필요성

5.1.1. 소비지 유통환경 변화

- 식품 수요의 다양화와 식품 소비성향의 변화
- 농산물 구매의 편의성 추구하고 소비성향의 다양화
- 소비지 소매유통업체의 다양한 분화와 농산물 구매의 차별화
- 소매유통체계의 급변으로 농산물 거래형태가 전통적인 도매시장 거래 중심에서 점차 직거래, 전자상거래, 통신거래 등 다양화되고 있음
 - 농산물의 전자상거래 비중이 증가하는 추세로 전자상거래 규모는 2000년 500억원 규모에서 2002년 6,000억원 정도 추정
 - 2002년 농업인 홈페이지는 4,500개 정도이며, 농산물 B2C 사이트와 B2B 업체수는 각각 4,900개와 11개로 급증하는 추세
- 농산물의 시장구조가 공급자 위주에서 소비자 위주의 유통체제로 급속히 전환되고 있음

- 식생활의 다양화로 외식 및 식자재 유통업체의 급증과 업체의 규모화·조직화가 빠르게 진전되고 있음
- 향후 21세기 유통혁명을 주도하는 요인은 마케팅의 정보혁명과 디지털 경제시대의 도래로 요약될 수 있음
 - 정보화의 진전은 유통기구간 수평적·수직적 연결로 유통효율성 제고
 - 생산자, 유통업자, 소비자간 정보교류 활성화로 실시간 마케팅 가능
 - 유통정보 공유로 기구간 권력구조 이동과 기능변화로 유통기구 재편
- 정보화의 진전은 농산물의 거래방법을 실물거래 위주에서 견본거래, 전자상거래, 텔레마케팅 등 다양한 거래방식으로 빠르게 전환시키고 있음
 - 인터넷 이용자의 급증과 표준규격화 진전, 산지유통시설의 확충, 소비성향 및 구매패턴의 다양화 등으로 농산물 전자상거래 증가 예상
 - 농산물의 전자상거래는 B2B 형태와 B2C 형태에서 모두 증가하는 추세에 있으며, 특히 B2B 형태가 빠르게 증가될 것으로 전망
 - 농산물유통에서 실시간 경제원리가 적용됨으로써 시간과 공간의 제약성이 빠르게 극복되고 농산물 판매에서 무한경쟁시대가 도래
 - 농산물유통에서 규모의 경제와 함께 네트워크 경제화가 중시되고 있으며, 유통활동의 아웃소싱이 급속도로 활성화 추세

5.1.2. 농수산물 도매시장의 전자상거래 기반구축의 필요성

- 산지의 상품화기능 제고, 소비지 소매 유통업체의 구조 변화와 거래의 다양화 추세로 농수산물 도매시장의 전자상거래 기지화 필요성 증대
 - 소비지 소매업체들의 산지 직구입 비중 증가와 함께 기존의 오프라인 거래를 보완하는 전자상거래의 필요성이 증대
- 다양한 품목과 등급상품의 규모화가 가능하여 도매시장이 사이버 경매장의 제공이 가능
 - 도매시장에서 수집할 수 있는 다양한 등급의 상품을 인터넷상에 제시하여 B2B 형태의 전자상거래 가능
 - 산지를 기반으로 하는 전자상거래의 부진으로 소비지 도매시장을 중

심으로 하는 전자상거래 구축의 필요성 증대

- 다양한 품질등급 구색상품의 대량확보의 용이성과 적시·적량·적가 공급을 실현하는 거래의 지속성 확보의 용이성
- 도매시장 내의 숙련된 인력, 저가·일괄구매의 용이성, 택배의 용이성 등으로 대형 소매점의 도매시장 내 자체 물류기지 수요 증가
- 선진국 도매시장의 경우 도매시장이 대형 유통업체의 물류센터 기능과 시설을 적극적으로 수용

5.2. 강서도매시장 전자상거래 도입 및 활용방안

5.2.1. 강서 e마켓플레이스(e-marketplace) 거래체계

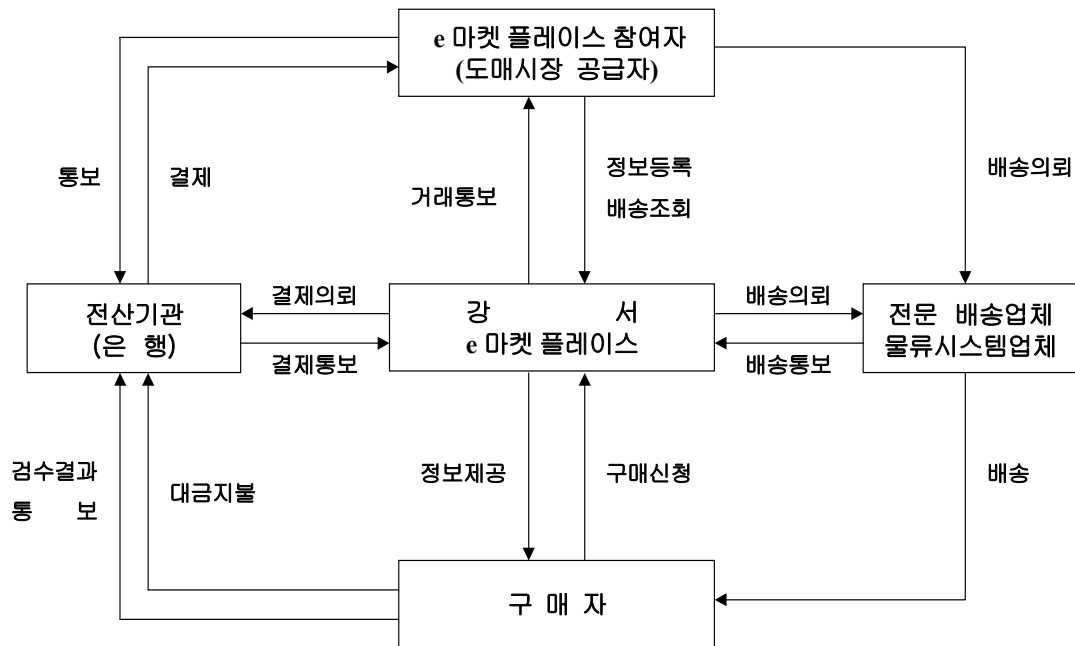
- 강서도매시장의 전자상거래 기지화는 도매시장 참여주체별 개별적 전자상거래시스템 운영보다는 전자상거래 참여를 희망하는 모든 적정 주체들에게 하나의 사이버마켓을 제공하는 것이 효과적일 것으로 판단됨

<표 4-15> 인터넷 비즈니스 기업의 특성과 시사점

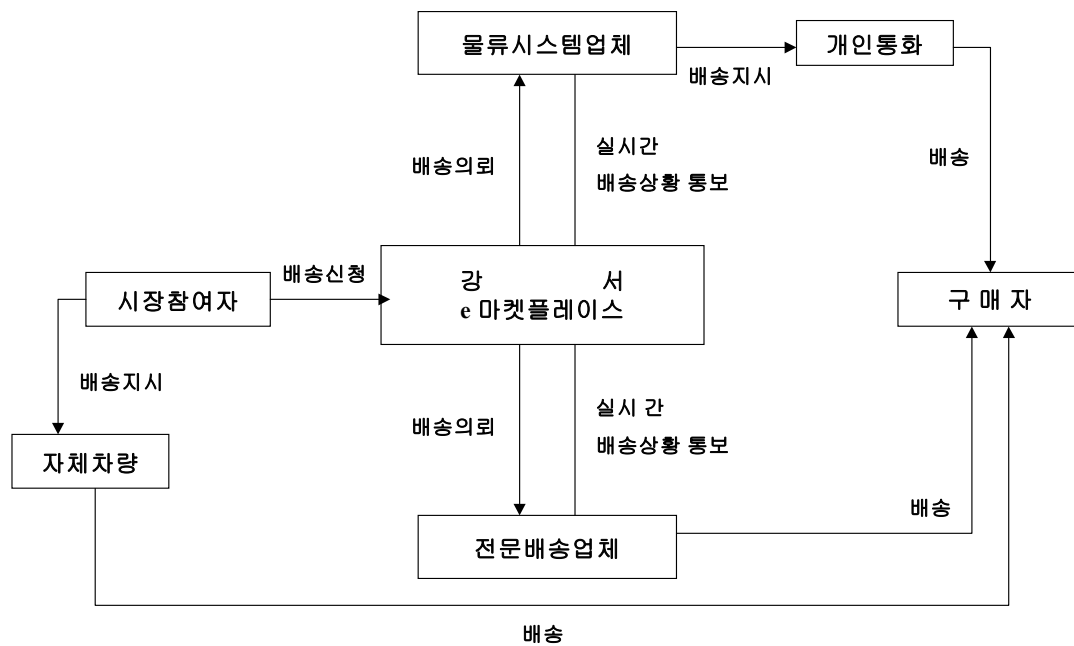
구 분	기회선점	새로운 아이디어 창출	고객중심 경영	제휴 확장	시장가치 상승
내용	• 후발주자 생존이 어려움 • 기술표준 선점 중요 • 틈새시장 발굴 기회발견	• 독창적 발상과 새로운 사업분야 창출 • 정형화모델보다 사업아이디어가 중요	• 고객정보 이용 개인별 서비스 제공 • 고객 요구사항에 대한 기술적 해결 중요 • 지역적 특성을 고려한 특화된 비즈니스 전개	• 선발업체는 기존사업 강화 사업영역 확대 제휴필요 • 후발업체는 기존 업체와의 제휴가 중요	• 인터넷 관련 주가 급상승 • 주식시장 자본 유입 용이 • 시장 기업가치 확보가 성장에 중요한 요인
시사점	• 후발주자는 선진 기술 적용과 틈새시장 발굴로 인터넷시장에서 위치 확보 가능	• 아이디어가 인터넷사업의 생명력으로 지속적 새로운 아이디어 창출이 중요	• 인터넷 접근의 용이성이 중요 • 고객에 대한 차별화 서비스 제공 중요	• 영역확대와 시너지효과를 위한 전략적 제휴는 필수적 요건	• 인터넷 비즈니스를 통한 자본시장의 이미지 확보로 운영자금 조달의 용이성 확보

- 인터넷 비즈니스의 전자상거래 시장은 강서 e마켓플레이스로 하여 참여를 희망하는 시장 참여주체들이 독립적 인터넷 사업주체로서 참여 하되 하나의 시장 내에서 움직이는 시스템
- e마켓플레이스의 참여주체는 크게 도매시장 공급주체, 구매자, 물류업체, 전산기관임
 - e마켓플레이스는 이들 참여주체간의 기능을 조정하고 의뢰하며, 지시하는 기능
- e마켓플레이스 참여자는 개별적인 사업주체로서 각각의 인터넷 전자상거래 관련 정보를 e마켓플레이스에 등록
 - 구매자는 e마켓플레이스를 통하여 특정 기업의 상품을 구매하기 위해 구매를 신청하여 e마켓플레이스에서 거래 완료
 - e마켓플레이스는 도매시장 공급자에게 거래내역을 통보
- e마켓플레이스의 주요 흐름
 - 구매대금 지불: 거래완료분에 대한 구매대금을 e마켓시스템의 결제시스템과 제휴를 맺은 금융기관의 구좌에 입금
 - 배송지시: e마켓플레이스는 상품대금이 입금되었음을 판매자에게 통보하고 배송을 지시
 - 배송: 판매자는 입금 확인 후 상품을 구매자에게 배송
 - 검수확인 통보: 구매자는 배송된 상품을 검수하고 이상여부를 e마켓플레이스에 통보
 - 상품대금결제: e마켓플레이스는 구매자가 상품에 이상이 없음을 통보했을 시 금융기관을 통해 판매자에게 수수료를 제한 상품대금을 지급
 - 구매자 상품 검수후 이의 제기: e마켓플레이스의 품질관리 기구에 심의를 요청하고, 심의결과를 판매자와 구매자에게 통보하고 양측이 합의한 경우 구매대금을 분할하여 지급, 해당 참여기업에 대해서는 제재조치를 통해 e마켓플레이스 내의 거래를 제한
- 수배송 체계
 - 배송 신청시 자체차량, 개인용차, 배송전문업체를 선택

<그림 4-2> 강서 e마켓플레이스 거래체계도



<그림 4-3> 강서 e마켓플레이스의 물류시스템(수배송 체계도)



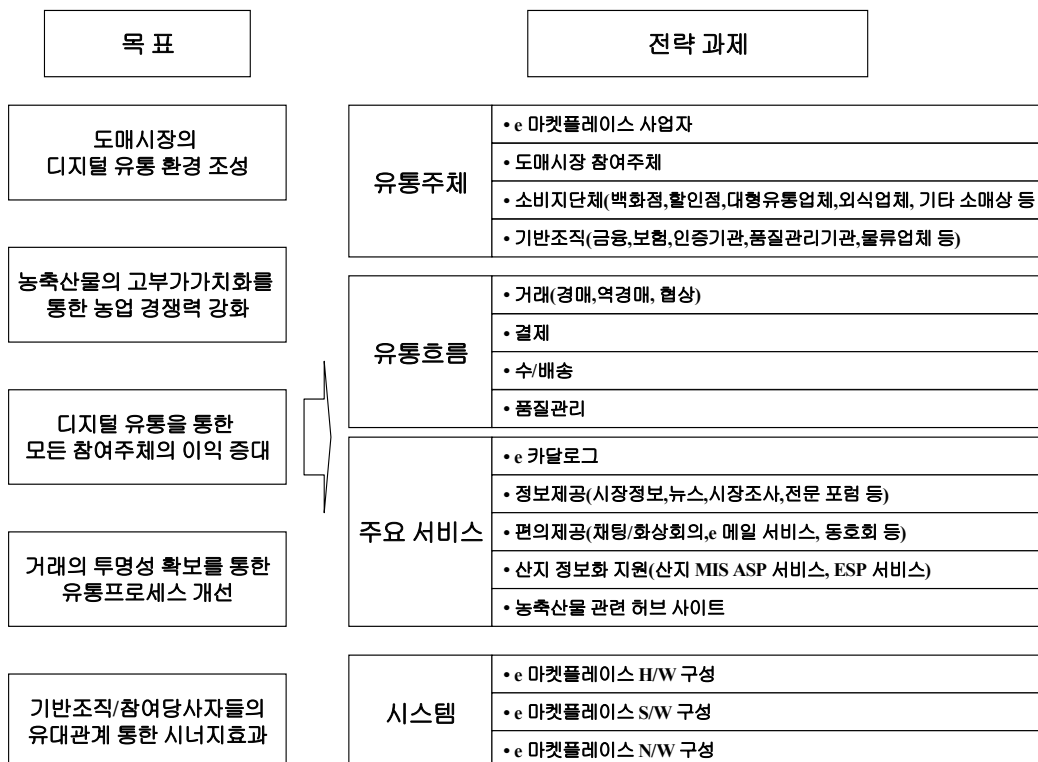
- 개인용차 및 자체차량 등록 시 물류시스템 전문업체를 통해 네트워크화
- 배송전문업체의 경우 e마켓플레이스가 배송업체의 자체시스템에 연결시켜 주고 그 시스템에 의해 배송
- 배송업체와 e마켓플레이스 간 네트워크를 통해 실시간으로 배송현황 통보

5.2.2. e마켓플레이스의 현황과 과제 및 모형

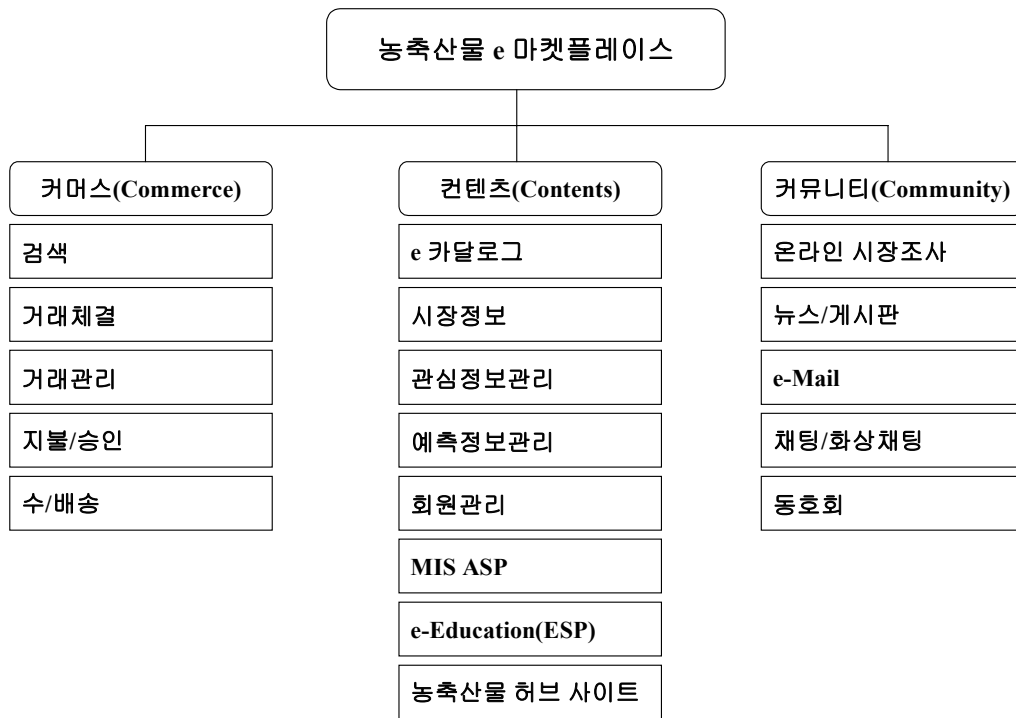
- e마켓플레이스 서비스 요건
 - 판매자와 구매자 어느 쪽도 편향되지 않은 중립적 입장
 - 품질보증 및 신뢰를 통한 마켓 활성화
 - 기존 유통관행과 차별화된 효율적 유통흐름 제고
 - 다양한 주제별 검색지원
 - 합리적 가격결정 방식 제공
 - 안전하고 신뢰성 있는 결제처리 지원
 - 회원 간 커뮤니티 제공
 - 전문업체 간 협업을 통한 시너지 창출
- e마켓플레이스의 평가 항목
 - 거래효율성, e카탈로그 표준화, 컨텐츠, 차별화, 커뮤니티, 솔루션, 오프라인 동참도, 중립성
 - 신뢰성, 시스템성능, 검색능력, 가격결정, 결제처리, 배송연계, 협업도
- 성공적 e마켓플레이스 요건
 - 물류와 상류 분리를 통한 전자상거래
 - 정보시스템을 통한 가격결정
 - 다양한 거래처 확보
 - 상품코드 표준화, EDI 활용
 - 현실적 표준규격화 확립
 - 즉시 결제 기능 제공
 - 자금지원 및 관리기준 강화

- 사회적 인프라 확충, ASP/ESP 제공
- 실시간 정보제공
- 성공적인 e마켓플레이스의 목표는 크게 도매시장내 디지털유통환경조성, 농산물의 고부가가치화, 참여주체의 이익증대, 거래의 투명성 확보, 참여주체의 연계성 강화로 봄
 - 목표를 달성하기 위한 전략과제는 크게 유통주체, 유통흐름, 주요서비스, 시스템 등 4개 항목으로 구성
- e마켓플레이스의 거래방법
 - 경매형태 → 1 : n 형태의 거래방법
 - 역경매형태 → n : 1 형태의 거래방법
 - 협상가격 → 1 : 1 형태의 거래방법

<그림 4-4> e마켓플레이스 목표와 전략과제 도출



<그림 4-5> e마켓플레이스의 주요 서비스



○ e마켓플레이스의 주요 서비스

- e마켓플레이스의 원활한 거래가 이루어질 수 있도록 하며, 공급기업 (도매시장 참여기업)과 구매자간의 활발한 양방향 커뮤니케이션을 제공하기 위한 환경을 구성하도록 서비스 내용을 제공함

5.2.3. 설문조사 결과

- 강서시장 시장도매인시장 입주 예정 상인에 대한 전자상거래 네트워크를 구축할 의향이 있는가에 대한 설문조사 결과 전체 응답자의 65.6%가 구축의향이 있는 것으로 나타났으며, 22.3%는 구축의사가 없는 것으로 나타남
- 품목별로 보면 채소류가 과일류에 비해 전자상거래를 더욱 희망하고 있는 것으로 나타남

- 상활동 경력별로는 상활동 경력이 짧을수록 전자상거래를 원함
- 연령별로 보면, 일반적으로 연령이 젊은 계층에서 전자상거래를 희망하는 비율이 높게 나타나고 있음
- 전자상거래를 구축한다면 시장전체 공동네트워크를 구축해야 한다는 의견이 전체의 56.3%를 차지하고 있고, 법인별 네트워크를 구축해야 한다는 의견도 전체의 32.0%를 차지하는 것으로 나타남
- 품목별로 보면, 과실류는 법인별 네트워크 구축을, 채소류는 시장전체 공동네트워크 구축을 희망하고 있는 것으로 나타남

<표 4-16> 시장도매인시장의 전자상거래 네트워크 구축 의향

구 분		있음	없음	입주후 결정	모르겠음
품목	과일	45.7	39.5	11.1	3.7
	채소	86.8	4.0	9.2	0.0
경력	5년 이하	100.0	0.0	0.0	0.0
	6~10년	70.4	22.2	7.4	0.0
	11~15년	65.0	20.0	12.5	2.5
	16~20년	60.5	27.9	9.3	2.3
	21년 이상	63.4	22.0	12.2	2.4
연령	29세 이하	100.0	0.0	0.0	0.0
	30~39세	67.8	25.8	3.2	3.2
	40~49세	61.0	18.6	20.4	0.0
	50~59세	70.8	25.0	2.1	2.1
	60세 이상	58.8	23.5	11.8	5.9
계		65.6	22.3	10.2	1.9

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

<표 4-17> 전자상거래 네트워크를 구축한다면 바람직한 방법

구 분		시장전체 공동네트워크	시장도매인시장 공동네트워크	법인별 네트워크	기타
품목	과일	18.2	10.9	61.8	9.1
	채소	84.9	5.5	9.6	0.0
경력	5년 이하	100.0	0.0	0.0	0.0
	6~10년	56.5	4.4	34.7	4.4
	11~15년	53.1	9.4	34.4	3.1
	16~20년	43.8	6.2	50.0	0.0
	21년 이상	62.9	11.4	17.1	8.6
연령	29세 이하	100.0	0.0	0.0	0.0
	30~39세	54.2	8.3	37.5	0.0
	40~49세	48.0	10.0	38.0	4.0
	50~59세	56.4	7.7	28.2	7.7
	60세 이상	84.6	0.0	15.4	0.0
계		56.3	7.8	32.0	3.9

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

5.2.4. 강서 도매시장 전자상거래 방향

- 장기적으로 강서 도매시장의 농산물 전자상거래는 강서 e마켓플레이스 체계를 기본으로 하여 전자상거래 참여를 희망하는 모든 유통주체에게 하나의 통합 사이버마켓을 제공하는 것이 가장 효율적인 것으로 판단됨
- 그러나 통합 사이버마켓을 통한 성공적인 전자상거래의 추진은 정보 시스템을 통한 가격결정, 상품코드 표준화, EDI 활용, 현실적 표준규격화 확립, 즉시 결제기능 제공, 사회적 인프라 확충, ASP/ESP 제공, 실시간 정보제공 등 무수한 기반구축사업이 이루어지는 것을 전제로 하고 있음
- 이 같은 이유로 강서 도매시장 전자상거래는 도입 초기부터 통합 사이버마켓인 강서 e마켓플레이스 체계의 도입은 현실적으로 불가능할

것으로 판단

- 따라서 강서 도매시장 전자상거래 운영체계는 통합 사이버마켓인 강서 e마켓플레이스의 구축을 위해 단계적인 추진이 바람직할 것으로 판단됨
 - 전자상거래 도입 초기에는 도매시장의 운영주체인 도매시장법인과 시장도매인별 또는 몇 개 법인이 공동으로 사이버마켓을 구축하는 개별 전자상거래시스템 운용이 필요할 것으로 판단
 - 개별 전자상거래시스템이 원활하게 이루어질 경우 점차 통합사이버마켓의 구축이 원활하게 이루어질 것으로 판단
 - 도매시장의 전자상거래는 도매시장-구매자간 거래시스템, 도매시장-산지(공급자) 거래시스템이 대표적인데, 우선적으로 도매시장-산지간 웹시스템 구축 후 점차 도매시장-구매자간 전자상거래 시스템구축이 필요할 것으로 판단됨

5.3. 일본 도매시장의 전자상거래와 네트워크화

5.3.1. 일본 도매시장의 산지-도매거래 웹시스템

- 도매시장법인이 e-commerce를 통하여 구매물량과 구매가격을 출하자에게 제시하면, 출하자가 이를 보고 가격 결정을 하는 방식(매취판매)임
- 산지-도매거래 웹시스템 기능
 - 상담기능: 계약거래 상담, 현물거래 상담
 - 거래데이터 교환기능: 출하통지, 매입속보 등
 - 정보교환기능: 수요예측(법인), 출하계획(산지)
- 시스템 구축 개요
 - 위탁상장수수료의 자유화에 따른 산지와 도매시장 간 EDI시스템 구축을 통한 비용절감
 - 구축의 주요 내용은 정보교환, 상담기능 및 현황정보, 수요예측정보, 소비동향정보 등
 - 동경청과(동경시장), 대동청과(오사카시장), 명과청과(나고야시장), 대동청과(후쿠오카시장), 환과청과(삿포르시장)

- 초기에는 수수료 없이 운영하며, 농협(경제련)을 대상으로 회원제 운영 원칙
- 구축비용은 2억5천만엔(1999년-2001년)을 5개 법인이 분담

5.3.2. 큐슈시장 네트워크 예

- 7개 도매법인이 공동으로 농산물을 산지에 발주하여 각 도매시장에 반입하고, 또한 각 지역별로 수집한 농산물 정보를 공유하는 시스템임
- 구축배경 및 동기
 - 중간유통단계 배제와 시장의 유통확대의 목소리 부응
 - 산지직송 판매증가 등으로 도매시장 경유를 감소
 - 산지 출하자가 대도시 소비지의 도매시장법인에게만 농산물을 출하
 - 1999년도 농수산성의 농산물 물류 구축사업(보조 1억9천만엔)에 5개 법인이 구축 모델사업에 선정
- 구축목적 및 내용
 - 4개시장이 정보네트워크를 통하여 시장거래시스템(공생시장)을 구축
 - 규모의 경제 실현으로 각 시장의 집하력 및 판매력 강화
 - 대도시 시장과 대등한 지위 확보
 - 시장 간 효율적인 물류체계구축으로 유통비용절감 도모
 - 시장 간 네트워크 구축을 통해 산지직송으로 시장 간 전송
- 구축주체, 참가 시장 및 법인
 - 구축주체는 큐슈시장 네트워크 추진 협의회
 - 참가시장과 법인은 후쿠오카시장, 구마모토시장, 미야자키시장, 가고시마시장 등 4개 시장의 7개 법인
 - 취급품목은 사과, 양배추, 대파 등

5.3.3. 일본 도매시장 전자상거래의 시사점

- 정부정책
 - 도매시장법의 개정, 도매시장 전산정보 네트워크화를 위한 전담기구

의 설립 및 지원 등 각종 농업유통부분의 경쟁력 강화를 위한 체계적인 유도과 적극적인 지원 실시

- 업무제휴
 - 대도시 중앙도매시장의 도매법인 등 유통의 주체들이 자발적으로 온라인 제휴를 강화하면서 정보시스템화를 가속화
- 거래형태
 - 정보화가 진행되면서 산지와 도매법인 간에는 규모화된 산지 즉 경제권을 중심으로 매취판매를 축으로 하는 B2B 거래가 확산되고 있음
- 동향
 - 향후 도매법인 등은 보다 효율적인 거래를 위해 대량수요자에 대한 직접 공급을 모색 중

6. 신용평가 등 시장도매인의 효과적 관리 방안

6.1. 시장평가제도 도입방안

6.1.1. 도매시장 유통참여자 평가제도 도입방향

- 산지 조직화와 전문화 등으로 거래규모의 대형화가 이루어지고, 직거래, 전자상거래 등 유통채널이 다원화 되고 거래처의 선택기회가 확대되면서 농산물 유통에서 거래의 위험성이 증가하고 있음
 - 산지 출하자와 소비지 도매시장 이용자인 유통업체나 소매업체는 도매시장 운영주체의 신뢰성 등에 대한 정확한 정보를 요구하게 될 것으로 전망
 - 농수산물 도매시장 유통참여자간 거래의 신뢰성을 확보하고, 출하자와 구매업자, 그리고 도매시장 상인간 거래에서 신뢰성, 공개성, 공정성, 형평성을 확보하기 위해서는 도매시장 운영주체와 관련 유통참여자에 대한 신용평가 시스템 도입의 필요성 대두

- 특히 시장도매인제의 성공여부는 제도운영에 대한 시장이용자의 신뢰성 확보 여부에 달려있기 때문에 새로운 제도도입 초기부터 시장이용자에게 과거의 위탁상과는 차별화되고 신뢰성이 있다는 사실을 인식시키는 것이 무엇보다도 중요한 과제
- 신용평가 개요
 - 전문 신용평가기관이 유통업자(회원)에 대한 금융신용도, 대금결제는 물론 상도덕성까지 심층조사를 실시하고
 - 조사결과를 일정한 형태로 분석하여 신용편람에 수록하여 도매시장을 이용하는 유통참여자의 거래 참고자료로 활용
- 신용평가기관
 - 도매시장 유통사업자에 대한 신용평가를 담당하는 전문기관은 철저히 중립적인 입장에 있는 민간 전문평가기관이 가장 적합
 - 그러나 현재 농산물유통에 대한 민간 전문 평가기구가 없을 뿐만 아니라 빠른 시일내 설립의 어려움이 있기 때문에 도입초기에는 정부 주도로 민간 평가기관이나 연구기관과의 협조로 실시하는 것이 바람직함
 - 중장기적으로 미국과 같은 선진국과 같이 농산물유통 관련 전문 평가기관의 설립이 필요하며, 일정기간 설립과 평가에 따른 예산지원이 필요함
- 평가내용 및 평가대상
 - 사업규모, 취급 상품종류, 신용도, 대금결제, 도덕적 책임감 등
 - 미국의 Blue Book, Red Book 등과 같은 유통업체 평가시스템을 벤치마킹하여 우리나라 여건에 적합한 평가대상, 평가내용과 평가방법을 선정
 - 평가대상은 도매시장 운영주체에 한정하기 보다는 산지와 소매기구를 포함한 유통기구 전체의 신용평가가 바람직하나 도입초기에는 도매시장 운영주체에 대해 우선적으로 실시하여 이용자와 구매자의 신뢰성을 확보하는 것이 필요함
 - 평가대상은 평가에 따른 비용부담을 일정비율 부담하는 것이 바람직함

6.1.2. 미국의 유통중사자 신용평가제도

- 평가 개요
 - 2개의 민간 전문평가기관이 회원으로 가입하고 있는 유통사업자들에 대한 금융신용도, 대금결제, 도덕성 등에 대해 심층조사를 실시하며, 조사결과를 기호화하여 거래편람인 Blue Book, Red Book에 수록·공표하여 거래자들의 참고자료로 활용
- Blue Book 평가 개요
 - Blue Book의 발행기관은 PRODUCE REPORT CO 이며, 이 기관의 주요사업은 농산물 취급 유통사업자(회원)에 대한 신용평가, 수급대행 서비스, 회원의 거래분쟁에 대한 중재 등
 - 평가기관의 회원 자격조건은 연간 회비를 지불하고 거래편람 대여료를 납부한 유통사업자로서 거래경험조사에 의한 도덕적 책임도의 등급이 일정 수준 이상인 자, 그리고 다른 회원과의 거래분쟁 발생 시 당사자간 화해가 곤란한 경우 신용평가회사에 의한 중재에 동의한 자
 - 회원의 연간 회비는 400달러이며, 거래편람 대여료는 계약기간에 따라 435~485달러 수준
 - 회원대상은 청과물 취급 유통사업자인 거래회원과 운송사업자인 운송회원이 포함되며, 여기에는 생산자, 중개인, 위탁상인, 도소매상, 포장가공업자, 저장업자, 식품서비스업자, 수출입업자, 운송업자 등이 포함
- Blue Book의 평가체계
 - 신용평가 항목에는 크게 일반사업자에게 적용되는 일반 신용평가 항목과 특수사업자(요주의, 제휴업자 등)에게 적용되는 추가신용평가 항목으로 구분
 - 일반 신용평가 항목에는 사업체의 구조, 취급량, 취급상품, 도덕적 책임도, 금융신용도, 대금결제 신속도 등 6개 항목이 포함
 - 추가 신용평가 항목에는 법적 지위 및 조직의 개편정도, 지불이행도, 관련사업자와의 관계, 거래경험 정도, 허가취소 여부 및 경영상태 등 5개 항목이 추가로 포함

- 일반 신용평가 항목의 평가기준과 표시방법
 - 사업체의 구조는 평가대상 업자의 영업형태 구성(예: 수집상/중개인/위탁상 등)의 상대적 중요도에 따라 분류기호의 약자로 표시함. 예를 들면 Receiver/Jobber/Commission merchant는 RJC로 표시
 - 취급량은 연간 취급물량을 트럭 단위(20톤/대) 기준으로 표시, 20톤 트럭 단위로 연간 500대를 취급하는 경우 500으로 표시
 - 취급상품은 평가대상 사업자의 취급상품에 대한 중요도에 따라 상품 기호를 사용하여 표시함. 예를 들면 취급중요도가 파인애플/오렌지/상추/셀러리/양파 순으로 나타나는 경우 PaOrLetCelO로 표시
 - 도덕적 책임도는 평가대상 사업자의 성실성, 능력, 지불능력 등 도덕성에 대해 평가기관의 정기적인 거래경험조사를 통해 평가 ‘등급평균’ 방법으로 평가하고 기호(X)로 등급에 따라 4단계로 표시함. 예를 들면 빈약은 X, 보통은 XX, 양호는 XXX, 우수는 XXXX로 표시
 - 금융신용도는 평가대상 사업자의 재무제표인 연말결산보고서에 의거 유동자산평가액을 기준으로 평가하고, 기호(M)를 이용하여 자산평가액에 따라 6단계로 표시함. 예를 들면 천달러 이하는 -M, 천달러 대는 M, 만달러 대는 10M, 십만달러 대는 100M, 백만달러 대는 1,000M, 천만달러 대는 10,000M으로 표시
 - 지불 신속도는 평가대상 사업자의 외상판매대금의 지불평균 일수(송장 발부일로부터 판매자의 수표 수취일)를 기준으로 하여 평가하고 기호로 8단계로 표시함. 예를 들면 7일 이내는 AA, 8~14일 A, 15~21일 AB, 22~28일 B, 29~35일 C, 36~45일 D, 46~60일 E, 60일 이상은 F로 표시
- 신용평가등급 갱신
 - 평가대상 업체에 대한 거래경험 조사결과와 재무제표 분석결과를 반영하여 연 2회 거래편람 명부갱신을 위한 기회를 제고
 - 본보고서 발행 중간에 명부 부분인 Listing Reports를 발행

6.1.3. 도매시장 신용평가 개선방향

- 농산물 유통에서 거래의 위험성이 증가하고 있는 상태에서 거래상대방이 신뢰성을 가지고 안정적인 거래를 성립시키기 위해서는 유통주체의 신용에 대한 정보가 공개되는 것이 바람직함
 - 특히 시장도매인체의 성공여부는 시장이용자들의 신뢰성 확보여부에 달려있기 때문에 신용평가제도의 도입 필요성이 증대
- 그러나 신설 도매시장에서 거래가 활성화되고, 새로운 운영시스템이 정착되기 전에 도매시장 운영주체에 대한 금융신용도, 대금결제, 도덕성 등에 대한 심층적인 평가제 도입은 현재의 운영주체 여건에서 현실적으로 불가능할 것으로 판단됨
 - 도매시장 거래가 활성화가 되지 않는 상태에서 운영주체에 대한 심층적인 신용평가는 운영주체의 거래심리 위축을 초래하여 시장 활성화의 저해요인으로 작용할 것으로 판단됨
- 따라서 도매시장 신용평가제의 도입은 도입초기부터 미국식과 같은 심층적인 평가제도 보다는 기존의 도매시장 평가제도에 운영주체에 대한 신용도 평가를 일정 수준 추가하여 점진적으로 개선하는 것이 바람직할 것으로 판단됨
 - 현재 도매시장 운영주체들의 체계적인 거래자료 수집이 어려울 것으로 판단
 - 농산물유통 관련 중립적이고 전문적인 민간 평가기관의 부재
 - 운영주체의 신용평가에 대한 마인드 부족으로 자신의 신용도와 도덕성 평가에 대한 심한 거부감 표출 예상

6.2. 현행 도매시장 평가제도의 문제점

6.2.1. 평가 개요

- 평가계획 수립은 도매시장제도개선심의회 심의 후 확정하여 매년 12월 31일까지 다음 연도 평가계획을 시달

- 개설자 평가는 개설자의 평가지표별 추진실적 보고서에 기초한 농림부와 해양수산부의 중앙평가 실시
- 도매시장법인 평가는 농림부와 해양수산부의 중앙평가와 개설자별로 소속 도매시장법인에 대한 자체평가 실시
- 유통공사의 도매시장 운영 실태 조사(평가 실무조사반 운영)
- 개설자의 자체평가 결과와 유통공사 조사 자료로 중앙평가 실시
- 평가결과에 대해 심의회에서 위원별 의견수렴
- 피평가 대상자에게 평가결과 및 조치 계획 시달
- 평가지표 및 평가방법
 - 개설자는 3개 평가부문(중점정책 수행노력, 공정거래질서 확립, 시장관리·운영 효율화 부문), 9개 평가지표, 18개 평가기준
 - 도매법인은 3개 평가부문(중점정책 수행노력, 물량 집·분산 노력, 경영관리 및 채무건전성 확보 부문), 10개 평가지표, 21개 평가기준
 - 평가지표별로 실적치(계량지표), 5등급(비계량지표), 가·감점제(지표별 평가결과 외 부가적 요인)에 의한 평가실시
- 평가조치
 - 개설자와 소속법인 모두 평가결과 우수기관(법인), 상위 10% 이내 도매시장 1년간 평가면제
 - 개설자는 우수개설자 지원, 기관 및 개인 포상, 시설 개보수 등 정책자금 우선지원, 부실개설자에 대한 업무개선 경고조치
 - 법인에 대해서는 정책자금 지원규모 확대, 포상 및 해외연수, 시장사용 및 사용료 등에서 우대, 2년 연속 우수법인에 대한 차년도 평가면제

6.2.2. 평가제도 문제점

- 평가시기
 - 평가결과가 차년도 하반기 이후 발표로 평가결과의 문제점 적기 시정 조치 등 업무개선에 반영 애로, 평가의 피드백 기능 미흡
 - 매년 반복적 평가실시, 평가결과 인센티브 미흡 등에 대한 불만

- 평가대상
 - 공영도매시장 개장확대로 평가대상급증과 평가관리의 어려움
 - 대규모 도매시장과 중소규모 도매시장 간 업무격차 및 특성 미반영
- 평가지표
 - 비계량지표 확대로 평가의 객관성 제고 어려움
 - 거래의 위험성이 증대되는 상태에서 신용평가지표 부재
 - 세부평가항목 과다로 중점개선 분야 관리소홀
- 평가방법
 - 평가방법의 어려움과 복잡성으로 평가준비에 과다인력 소요
 - 종합득점 결과에 의한 법인의 순위산정에 대한 불만 고조
- 평가 사후관리
 - 법인의 지정유효기간, 시설사용면적 조정 등 차별화 실적 저조
 - 출하촉진자금 등 차등 지원 효과 저조
 - 중앙평가에 따른 개설자의 인센티브, 제재 수단 미흡

6.3. 시장도매인시장의 관리

6.3.1. 시장도매인시장 관리

- 도매시장의 관리 형태는 국가별로 여건을 고려한 다양한 형태가 있음
 - 시장 종사자 민간조합 관리(미국), 전문관리기관(프랑스), 개설자(일본, 한국), 생산자단체 전문회사(네덜란드)
 - 우리나라는 개설자가 관리사무소를 통해 직접관리원칙, 지방공사 형태의 관리공사가 관리형태(가락동 도매시장, 구리 도매시장) 등 병행
- 시장도매인시장의 경우 관리공사의 관리영역을 최소화(유통종사자 허가·지도·감독, 시설, 위생, 청소 등)함
 - 그러나 시장관리의 초기단계에서는 도매시장 기능의 조기정착을 위해 관리운영을 강화할 필요가 있음
 - 관리부문별로 민간이나 외부에 위탁관리나 아웃소싱도 추진

- 관리조직은 시장 및 거래질서 유지를 위해 필요한 행정력을 즉각 발동할 수 있는 시스템 필요
- 시장도매인은 경매장의 중도매인과는 달리 하나의 법인으로 조직된 독자적인 기업이기 때문에 정책적·제도적으로 일정규모 이상의 규모화·전문화가 필요함
- 중도매인과 같은 영세성이 나타날 경우 시장 내 비용증가 요인이 될 뿐만 아니라 시장이용자에 대한 신뢰도 저하의 요인을 제공
- 일정 기간 거래내역 및 실적의 심층적 분석을 통하여 시장도매인의 단계적인 구조조정이 필요함
- 법인체로서 일정기간 취급규모가 최저규모에 미달하는 시장도매인에 대한 퇴출과 신규 시장도매인 선정에 대한 원칙을 확실하게 고수할 필요가 있음
- 시장도매인의 규모화를 위해서는 도매시장 평가결과의 분석자료를 통하여 공표하고 통합 등을 유도
- 시장도매인의 경영합리화와 구조조정을 위한 전문가 컨설팅 제도 도입과 이에 따른 지원 필요

<표 4-18> 시장도매인 입주예정 상인의 신용평가제도에 대한 의견

구 분		필요함	필요 없음	시기조정 필요	모르겠음	기타
품 목	과일	37.1	33.3	18.5	9.9	1.2
	채소	17.1	2.6	80.3	0.0	0.0
경 력	5년 이하	16.7	0.0	83.3	0.0	0.0
	6~10년	22.2	14.8	55.6	7.4	0.0
	11~15년	32.5	22.5	45.0	0.0	0.0
	16~20년	30.2	25.6	32.6	11.6	0.0
	21년 이상	24.4	12.2	58.6	2.4	2.4
계		27.4	18.5	48.4	5.1	0.6

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

- 특히 현재 공영도매시장의 도매시장법인에 대해 실시하고 있는 도매시장 평가제도를 전문평가기관의 신용평가제도가 도입되기전까지는 실시하는 것이 바람직
 - 그러나 시장도매인제 도입 초기에는 시장이 활성화되기 전까지 일정 기간 유예기간을 두도록 하는 것이 합리적
 - 시장도매인 평가의 평가지표와 평가방법은 도매시장법인 평가와는 세부평가항목 등에서 차별화
 - 평가결과에 따른 인센티브와 각종 지원혜택을 명확하게 시행

6.3.2. 설문조사 결과

- 강서시장 시장도매인시장 입주예정 상인에 대한 신용평가제도 도입에 대한 현지설문조사 결과 전체 응답자의 27.4%는 필요하다고 응답하고 있어 매우 낮은 응답 비율을 나타내고 있음
- 그러나 전체 응답자의 약 절반에 가까운 48.4%는 제도도입의 시기조정이 필요하다고 응답하고 있어 제도도입에 대한 긍정적인 생각을 가지고 있는 것으로 판단됨

6.3.3. 프랑스 Rungis 도매시장 관리

- Rungis 도매시장은 1953년 건설되었으나, 1958년부터 중앙정부차원에서 공영도매시장(MIN)건설이 추진되면서 공영도매시장화 되었음
 - 도매시장 개설자는 파리시 정부이며, 시장의 관리 및 운영은 1965년 설립된 “파리 Rungis 도매시장관리공사”(SEMMARIS)가 파리시 정부로부터 시장의 관리 및 운영을 위임받아 수행
 - SEMMARIS는 파리시장의 감독하에 시장발전, 시장시설의 유지관리, 거래질서유지, 시장활동의 촉진 및 조성, 시장정비 그리고 시장관련 이해집단의 분쟁조정 등의 역할을 담당
 - SEMMARIS에는 현재 210명의 정규직원이 근무하고 있으며, 청소 및 주차장 관리 담당자와 하청업체의 근무요원을 합하면 약 400명 수준

- SEMMARIS의 수입의 대부분 임대수입(m^2 당 부과)과 시장 입주자들이 지불하는 시설유지관리비 그리고 주차료로 구성
- SEMMARIS의 조직은 이사회와 사장 1명이 있으며, 사장 밑에 1명의 부사장과 1명의 사무국장이 있음
 - 사장 직속으로 시장 운영국, 경제 및 재무국, 투자국, 회계관리국 등 4개의 국이 있으며, 각국 산하에는 각각 4개, 3개, 4개, 5개의 과가 있음
- 시장운영에는 SEMMARIS 뿐만 아니라 도매상연합회(조합), 생산자연합회 등 전문단체도 참여하고 있으며, 또한 시장운영의 보완조직으로 관리공사는 기술자문위원회 등 몇 개의 시장 관련 위원회를 두고 있음
 - 시장 내에는 9개의 전문조합이 구성되어 있어 SEMMARIS와의 계약 체결 등 협상을 통해 간접적으로 시장운영에 참여
 - 이 중 도매상연합조합은 시장의 판매촉진활동, SEMMARIS와의 협상을 통한 권익보호활동 뿐만 아니라 대정부 로비활동까지 하는 시장 내 가장 큰 상인단체
- 시장정보는 프랑스 농림부 유통정보과 산하의 유통정보 지역센터인 Rungis 지역의 시장조사요원 4~5명(총 10여명이 있으나 매일 약 4~5명이 근무하고 있음)이 매일 각 품목별 표본조사 결과를 생산자, 구매자 대표 등으로 구성된 가격위원회의 의견을 수렴하여 최종 발표하고 있음
 - 도매시장 거래물량은 시장내 도매업자, 수출업자, 생산자의 자진신고로서 파악되고 있으며, 이를 토대로 과표가 결정됨
- 시장내 분쟁조정
 - 시장 내 유통과정에서 상품의 등급이나 품질에 대한 분쟁이 발생할 경우 분쟁조정 역할을 하는 감정사에 의해 조정
 - 분쟁조정 감정사는 도매시장에 약 100여명이 있으며, 매일 각 시장동마다 2명씩 근무, 감정사는 장기간 상활동에 종사한 경험이 있는 사람중에서 상인조합에서 선임
 - 분쟁발생 시 개인출하의 경우 도매상과 반입자의 합의에 의해 대부분 해결방안이 도출하고 있으나, 생산자단체 출하의 경우 감정사가 상품

의 운송방법, 차량상태, 포장상태, 수송경로 등을 파악하여 등급이나 품질차이에 대한 감정서를 발급하여 조정하고 있음

7. 생산자(단체) 시장도매인 참여 방안

7.1. 참여 대상

- 전국적으로 소량·분산 생산되어 대량수집이 어려워 도매시장 경매품목으로서 적절치 못한 품목이나, 적정가격 형성이 어려운 품목
- 유기농산물 등 품질 및 가격 차별화 대상 품목
- 생산자(단체)에서 1차 가공되어 출하되는 품목

7.2. 효과

- 생산자(단체)가 생산한 농산물을 직접 수집하여 판매함으로써 적정가격을 제시할 수 있음
- 시장도매인시장 제도에서 상활동 등에 대한 견제기능을 수행함으로써 위탁상제의 예상되는 문제점을 최소화 할 수 있음
- 소량품목, 품질고급화 품목, 1차 가공품 등을 고루 취급함으로써 상품구색을 갖출 수 있음

7.3. 입주 방안

- 도매시장 평가제도와 연계하여 시장도매인 법인의 평가 결과를 적용
 - 시장도매인의 평가를 통해 시장도매인의 기능과 역할을 충분히 수행하지 못하는 탈락법인에 대해서 법인 재선정시 생산자단체도 입주대상에 포함
 - 입주대상은 전국의 생산자단체를 대상으로 공개 선발하는 것을 원칙으로 함
- 생산자단체의 입주는 강서시장 시장도매인시장 전체 법인의 약 10% 수준을 목표로 함

제 5 장

강서 농산물도매시장의 활성화 방안

1. 시장도매인제의 조기 정착 방안

1.1. 후적지 정비 방안

- 영등포상권의 이전을 촉진하여 근본적으로 후적지를 다른 용도로 재개발하여 농산물 도매행위를 할 수 있는 근거지를 없애는 방법이 적극 추진되어야 함
- 현재 영일시장은 영등포 지역 부도심권 상세계획 구역 내에 위치하여 상세계획이 진행 중에 있으며, 토지이용 계획상 주상복합 및 업무복합 용도로 추진 중에 있음
- 특히 영일시장은 영등포시장의 중심부에 위치하고 있어, 농협공판장을 중심으로 다른 용도로 개발된다면 영등포시장의 농산물 도매상권은 크게 쇠퇴할 것으로 판단됨
 - 농협공판장은 중앙회사업으로 하나로마트로 개발이 가능할 것임
 - 또는 매각후 소매 상업시설의 유치도 가능할 것임
- 조광시장은 상세계획 구역외 지역이나 영등포지역 도시설계구역으로 지정해 계획적이고 효율적인 건축물의 정비와 도시경관을 유도할 필요가 있음

1.2. 유사도매행위 억제 및 하매인 처리방안

- 상권 이전 후 기존의 후적지에서 도매행위가 계속될 경우 강서 농산물 도매시장의 상권 형성에 막대한 영향을 줄 것이며, 후적지에서의 도매행위는 최대한 억제할 필요가 있음
- 그러나 후적지에서의 농수산물 도매행위를 금지하기 위한 농안법상의 “거래 제한” 조항이 폐지되었기 때문에 현재에는 후적지에서의 도매행위를 제재할 수 있는 뚜렷한 방법이 없음
- 일반적으로 후적지에서 유사도매 행위를 막기 위해 단기적인 규제수단으로 도로상에서의 상행위에 대한 감독 강화와 벌과금 부과, 도로 개선 후 주정차 위반 단속, 불법주차·도로점유 등에 대한 범칙금 부과, 조세행정의 강화 등으로 상행위를 계속하는 상인에게 금전적 손실을 주는 방법이 있음
- 하매인(앞자리상)과 소매상, 차량행상 등 소매 위주의 상인들은 기본적으로 강서 농산물도매시장에 입주할 대상이 아니므로 상인들 자체적으로 인근의 소매시장으로 흡수될 수 있도록 유도해야 함

1.3. 상인 이전 촉진을 위한 행정지원 방안

- 영등포시장의 개발계획, 공사계획, 유사도매행위 방지계획 등을 수립하여 적극 홍보할 필요가 있음
- 도매시장 이전 초기의 발생할 수 있는 영업활동의 어려운 점과 시장의 조기 활성화를 위해 조세감면 혜택은 물론 각종 상활동규제에 대한 일정기간 면제 또는 유예하여 적용하는 것이 바람직 할 것임
- 시장도매인 시장 세무관련 법개정 추진
 - 부가가치세 관련 「조세특례제한법」 시행령 개정
 - 계산서 발급 관련 「법인세법」 개정 등

1.4. 설문조사 결과

- 영등포시장 이전 후 하매인, 소매상, 행상 등 소매위주의 상인에 대해 어떻게 처리하는 것이 합리적인 방법이 될 것인가에 대한 시장도매인 시장 입주예정 상인에 대한 조사결과 인근 소매시장으로 유도해 소매행위를 계속할 수 있도록 유도해야 한다는 의견이 전체 응답자의 46.5%를 차지하고 있음
- 그러나 시장이 완전히 이전되었기 때문에 도매는 물론 소매행위까지도 완전히 근절되어야 한다는 의견도 29.9%나 되는 것으로 나타남
- 한편 생존차원에서 자유로운 상활동은 보장되어야 한다는 의견도 18.9%나 되는 것으로 나타남
- 강서시장이 완전 개장되어 영등포 도매상권이 이전되어도 영등포상권은 빠른 시일내에 완전히 소멸되지 않을 것으로 판단하는 의견이 지배적인 것으로 나타남

<표 5-1> 영등포시장 이진후 후적지 소매상 처리에 대한 의견

구 분		소매행위 완전 근절	인근 소매시장 흡수 유도	유사도매행위 가능	기타
품목	과일	43.2	23.4	30.9	2.5
	채소	15.8	71.0	7.9	5.3
경력	5년 이하	0.0	100.0	0.0	0.0
	6~10년	37.1	44.4	18.5	0.0
	11~15년	27.5	52.5	20.0	0.0
	16~20년	39.5	37.2	18.6	4.7
	21년 이상	21.9	43.9	24.4	9.8
계		29.9	46.5	19.8	3.8

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

<표 5-2> 강서시장 완전개장 후 영등포상권의 빠른 소멸에 대한 의견

구 분		매우 그렇다	그런 편이다	그저 그렇다	아닌 편이다	전혀 아니다
품목	과일	12.4	24.6	22.2	28.4	12.4
	채소	10.5	0.0	7.9	73.7	7.9
경력	5년 이하	16.7	0.0	0.0	83.3	0.0
	6~10년	7.4	11.1	14.8	55.6	11.1
	11~15년	15.0	17.5	27.5	35.0	5.0
	16~20년	14.0	18.6	4.6	46.5	16.3
	21년 이상	7.3	4.9	17.1	61.0	9.7
계		11.5	12.7	15.3	50.3	10.2

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

2. 취급품목 확대 및 관리 방안

2.1. 식품 소매유통체계 변화

- 식품 소매기구의 식품구매 및 취급패턴 변화
 - 식품 소비성향이 다양화, 편의화, 위생·안전성 중시 방향으로 빠르게 변화
 - 소득증가로 소비형태가 신선농산물 위주에서 가공식품 및 편의식품 수요가 빠르게 증가하고 있어 식품 소매기구의 구매패턴이 변화
 - 특히 도매시장의 전통적 구매고객인 소비지 소형 슈퍼마켓, 전문점, 구멍가게 등에서 가공식품과 편의식품 취급비중 증대
- 소비자 및 소매기구의 식품구매 패턴 변화
 - 여성의 취업기회 확대에 따른 쇼핑기회 및 시간의 단축, 도심지 교통난 악화 등으로 구매시간 낭비 및 점포접근성 악화 등으로 소비자들은 구매의 편의성을 추구하는 경향
 - 이에 따라 소비자들의 구매패턴이 일괄구매를 선호하는 추세이며, 소비자들은 하나의 점포에서 신선농산물과 가공식품 및 일부 생활필수

품 정도를 일괄구매하고 있음

- 소비지의 다양한 소매업태는 소비자들의 일괄구매 선호를 충족시키기 위해 신선농산물외 다양한 가공식품 등을 취급하면서 취급품목을 확대하는 경향
- 소비자의 농산물 구매방법, 구매형태, 구매량, 구매기준 등 구매패턴이 다양화되면서 유통업체의 소비자 욕구충족을 위한 머천다이징의 다양화
- 외식소비의 증가와 조리의 편의성 추구로 조리용 간편식품 수요의 증가로 농산물의 1차가공, 반가공 등 전처리 및 가공수요 증가 추세
- 유통체계 변화에 대한 식품취급 소매기구의 대응형태
 - 유통시장 개방화 이후 국내외 대규모 유통기업이 할인점, 백화점 등과 같은 대형 소매기구 중심으로 체인화·규모화가 빠르게 추진
 - 대규모·조직화된 대형업체의 확산과 산지와 대형소매기구 직거래의 증가로 농산물 시장지배력이 도매시장 중심에서 대형소매업체로 이전
 - 소비지의 전통적 영세 소매기구(재래시장 점포, 소형 슈퍼마켓, 소형 식품전문점, 구멍가게 등)는 대형업체와의 경쟁력 약화로 급속한 감소와 탈락현상 발생
 - 이에 따라 소비지의 농산물 및 식품취급 소규모 소매점포는 대형 유통업체와의 경쟁력 강화와 물류비용 절감을 위하여 느슨한 형태의 기업연합 형태로 공동구매, 일괄구매 등의 자구책을 강구

2.2. 도매시장 취급품목 확대 방안

- 도매시장의 취급품목 확대의 필요성
 - 소규모 전통적인 소비지 소매기구는 전통적인 도매시장 구매고객이며, 소규모 소매기구도 일괄구매를 통한 물류비용 절감을 추구
 - 따라서 전통적 도매시장 고객인 소매기구 및 외식업체의 가공식품 및 가공농산물 선호추세를 충족시키기 위하여 원료농산물 외에 가공식품과 일부 생필품 취급의 필요성이 증대

- 도매시장을 이용하는 소규모 소매점포의 일괄구매 욕구를 충족시킬 뿐만 아니라 고객유인 효과로 도매시장 활성화에 기여할 것으로 전망
- 취급품목 확대 방안
 - 도매시장의 취급품목 확대는 관련 상품동 건설을 통하여 가공식품동으로 활용하는 방안이 가장 합리적인 것으로 판단
 - 현재와 같이 도매시장의 관련 상품동에 각종 소규모 소매점을 입주시키는 것을 지양하고 가공식품을 취급하는 대형점포 위주의 가공식품동으로 활용
 - 가공식품동은 신선농산물을 취급하지 않고 가공식품과 식자재를 전문으로 취급하고, 소규모 소매점에서 많이 취급하는 생활필수품 일부를 취급하는 할인점과 카테고리킬러 형태가 복합된 대규모 매장이 바람직
 - 대규모 가공식품점은 현장도매를 원칙으로 하여 도매시장을 이용하는 소규모 소매기구가 요구하는 구색과 가격조건을 충족시키는 것이 도매시장 활성화에 무엇보다도 중요한 요건
 - 가공식품동 운영형태는 몇 개의 대규모 점포를 복수로 입주시키는 방안과 대규모 단일점포를 입주시키는 방안이 있으나, 구색이나 가격할인 조건 등을 충족시킬 수 있는 매장면적 최소 3,000㎡ 이상의 단일 대형매장을 입주시키는 것이 효율적일 것으로 판단
- 소비지의 급변하는 유통체계에 적극적으로 대응하기 위한 대책으로 도매시장의 취급품목을 확대하는 방안에서 수입농산물의 취급도 포함되는 것이 바람직함
 - 현재 수입농산물 특히 도매시장의 주요 취급대상인 청과물의 경우 대부분이 민간 전문유통업체에 의해 수입되고 있어 수입농산물의 가격형성 및 유통실태가 명확하게 나타나지 않고 있음
 - 수입농산물의 국내시장 점유율이 빠르게 증가하고 있는 추세이기 때문에 합리적인 유통정책을 수립하고 효율적인 수입농산물 관리를 위해서는 수입농산물의 명확한 수입실태와 공개적인 유통실태가 요구되고 있음

- 수입농산물의 공개적이고 정확한 유통실태에 대한 정보의 수집 및 분산과 합리적이고 효율적인 관련 정책을 수립하기 위해서는 도매시장 운영주체가 수입주체가 되는 것이 바람직함
- 이 경우 도매시장 운영주체가 수입한 수입농산물은 수입시기, 수입량, 가격형성, 분산처 등 다양한 시장정보를 반드시 공개하도록 함

2.3. 설문조사 결과

- 농산물 도매시장 취급품목이 신선농산물 외에 가공농산물 등 취급품목이 다양화, 확대되는데 대한 입주예정 상인에 대한 설문조사 결과 전체 응답자의 74.5%가 취급품목의 확대가 필요하다고 응답하고 있음
- 그러나 전체 응답자의 21.0%는 도매시장 취급품목이 현상태를 유지하는 것도 좋다고 생각하고 있는 것으로 나타남

<표 5-3> 도매시장 취급품목의 확대방안에 대한 의견

구 분		취급품목 확대 필요	현상태 유지	모르겠음
품 목	과일	50.6	40.7	8.7
	채소	100.0	0.0	0.0
경 력	5년 이하	100.0	0.0	0.0
	6~10년	74.1	18.5	7.4
	11~15년	60.0	37.5	2.5
	16~20년	69.8	23.2	7.0
	21년 이상	90.2	7.3	2.5
계		74.5	21.0	4.5

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

3. 시장기능 확장에 따른 추가부지 확보 방안

3.1. 필요성

- 농수산물 도매시장이 유통환경의 변화에 효과적으로 대응하기 위해서는 기존의 상적기능 중심에서 상적·물류기능이 복합된 종합유통기구로서의 기능전환이 필요함
 - 대량 수집된 농산물은 대부분 다양한 거래방법으로 분산되고 있으며, 일부는 소매업자 등의 요구에 의해 적합한 형태로 상품화되어 배송
 - 도매시장 기능전환은 수집·분산·저장·가공·배송·무역 등 실질적인 사업 기능이 추가되는 기능 확대가 필요
 - 선진국 도매시장의 경우 대규모 유통기업과 제휴·통합하여 배송회사, 소분포장회사, 무역회사 등 유통자회사를 설립하여 기능을 통합하여 운영하고 있음
- 산지가 영세·분산적이고 비조직화 된 상태의 경우 산지에서 소규모로 상품화하여 소비지 소매점까지의 배송은 물류비 증가의 요인이 되며, 구매자가 필요한 상품의 구색을 갖추기가 어려우며 유통비용이 증가함
 - 따라서 농산물 구색이 완비된 도매시장에서 상품화하여 소비지 소규모 소매점이나 기타 구매자에게 배송하는 것은 효율적임
 - 도매시장에는 항상 대량의 물량이 집중되기 때문에 시장 내에 선별, 포장, 가공, 저장 등의 시설을 설치하면 수출기지로의 역할이 가능함
- 국제무역의 자유화로 농산물의 교역량이 급격히 증가되면서 도매시장을 농산물 수출입 중계시장으로서의 역할 수행의 필요성 증대
 - 국내 유통업자에 의한 농산물 수출입기지로의 역할과 교역의 중계기지 역할이 가능
- 전자상거래 대응체계의 적극적 구축
 - 산지 상품화기능 제고, 소비지 소매유통업체의 구조변화와 거래의 다양화 추세로 도매시장의 전자상거래 기지화 필요성 증대

- 도매시장 운영주체(도매시장법인, 시장도매인, 중도매인)의 경영사업 활성화를 위한 실질적인 조치가 필요함
 - 경영장소를 제한하지 말고 도매시장 외부에서도 가능하도록 하며, 도매시장 외부에서 물류시설 설치·운영의 허용
 - 도매시장 내에서 물류기능을 수행할 수 있는 시설설치에 대한 지원과 투자로 실질적인 경영사업의 기반 구축 필요
- 소매시장 구조변화와 소비패턴의 변화에 대응한 도매시장 기반구축
 - 도매시장 내 콜드체인 시스템 확충을 위한 저온저장고 확충
 - 소분포장, 가공시설 확충으로 소비패턴 변화에 대응하고 법인의 실질적인 경영사업 추진 필요
- 영등포시장 잔류상인 추가 수용 필요
 - 소매상인 및 관련상품 취급 상인
 - 관련상품, 식료잡화시설 부족
 - 농어민 특산품 판매시장
- 도매시장 유관기관 입주, 유치 공간 확보
 - 식품의 위생, 안전, 환경과 관련된 유관기관 입주시설 필요
 - 우체국, 소방서, 파출소 등

<표 5-4> 해외 도매시장 추가부지 확보계획 사례

시장명	부지면적(평)	추가 부지 확보계획
이탈리아 로마중앙시장	425,000	147,000평(건축예정 49,000평, 녹지 98,000평)
스페인 마드리드시장	532,456	367,000평(연차별 확장건설 계획)
네덜란드 알스미어시장	417,448	주변 녹지를 확보 연차별 확장 건설 계획
일본 오다도매시장	116,862	확장가능성에 대비 주변 조류공원을 확보
한국 가락도매시장	163,233	당초 현 웨밀리아파트 단지 확보 계획

자료: 서울시농수산물공사 자료, 2004

3.2. 설문조사 결과

- 도매시장의 기능확대를 위해 가공·소분포장시설, 배송시설, 무역시설 등 물류시설의 확장 설치에 대한 시장도매인 입주예정 상인에 대한 설문조사 결과 전체 응답자의 49.0%는 시설의 설치가 필요하다고 응답하고 있음
- 그러나 현상태의 시설로 만족하고 있다는 의견도 전체의 24.2%나 되는 것으로 나타남
- 기타 의견으로서 필요하기는 하나 시기적으로 아직 이르며, 적절한 시기조정이 필요하다는 의견도 상당히 많은 것으로 나타남

<표 5-5> 도매시장의 기능확대를 위한 물류시설 설치에 대한 의견

구 분		필요함	현상태 유지	모르겠음	기타
품 목	과일	53.1	42.0	3.7	1.2
	채소	44.7	5.3	1.3	48.7
경 력	5년 이하	33.3	0.0	0.0	66.7
	6~10년	40.8	33.3	3.7	22.2
	11~15년	47.5	27.5	5.0	20.0
	16~20년	48.9	27.9	2.3	20.9
	21년 이상	58.6	14.6	0.0	26.8
연 령	29세 이하	100.0	0.0	0.0	0.0
	30~39세	48.4	32.3	3.2	16.1
	40~49세	47.5	22.0	5.1	25.4
	50~59세	50.0	22.9	0.0	27.1
	60세 이상	47.1	23.5	0.0	29.4
계		49.0	24.2	2.6	24.2

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

3.3. 추가부지 필요면적 산출

- 농산물 도매시장을 둘러싼 급변하는 유통환경에 대응하여 도매시장이 경쟁력을 제고하기 위해서는 도매시장의 기능 확대가 필요하며, 이를 위한 관련 물류시설의 건설이 필요함
 - 도매시장의 기능 확대는 거래중심의 상적 기능에서 저장, 가공, 소분 포장, 배송 등의 기능으로 우선적인 확대가 바람직한 것으로 판단되며, 점진적으로 무역기능으로 확대가 필요
 - 도매시장 기능 확대에 따른 관련 시설물은 단순가공시설, 소분포장시설, 배송시설, 저온·냉동시설 등이 대표적
 - 도매시장 기능 확대와 관련된 물류시설은 건설중인 시장도매인 시장의 경우 저온저장시설 외는 없을 뿐만 아니라 신규 건설할 부지도 부족한 실정
- 따라서 기존 확보된 도매시장 부지 외에 향후 기능 확대와 관련시설의 건설에 대비한 추가적인 부지확보가 절대적으로 필요
- 추가적으로 확보가 요구되는 부지규모는 확대되는 기능과 필요 시설물의 규모에 따라 차이가 있겠지만 원활한 기능 수행을 위해서는 최소 20,000평 이상의 추가적 부지 확보가 필요한 것으로 판단

<표 5-6> 추가 부지 필요면적 산출 내역

구 분		면적(평)
물류시설	물류창고 및 작업장	10,000
	하역장비 보관창고	5,000
	소계	15,000
관련상가시설	포장재 등 농자재 취급 상가	2,000
	편의시설	2,000
	공공시설	1,000
	소계	5,000
총 면적		20,000

4. 시장도매인시장 입주상인의 만족도 평가

4.1. 경매제시장과의 마찰

- 강서시장이 완전 개장되어 상활동이 이루어 지면 시장도매인시장은 경매제시장과의 마찰은 없을 것으로 판단하는 의견이 전체응답자의 68.8%로 나타남
- 품목별로 보면, 채소류에 비해 과실류 취급상인이 마찰이 없을 것으로 판단하는 의견이 높게 나타남
- 상활동 경력이 적을수록, 연령이 많을수록 마찰은 없을 것으로 판단하는 빈도가 높게 나타남

<표 5-7> 경매제시장과의 마찰은 없을 것으로 판단

구 분		매우 그렇다	그런 편이다	그저 그렇다	아닌 편이다	전혀 아니다
품 목	과실	23.5	46.9	11.1	9.9	8.6
	채소	7.9	59.2	23.7	1.3	7.9
경 력	5년 이하	0.0	83.3	16.7	0.0	0.0
	6~10년	18.5	51.9	29.6	0.0	0.0
	11~15년	25.0	40.0	17.5	10.0	7.5
	16~20년	14.0	53.4	14.0	11.6	7.0
	21년 이상	9.7	61.0	12.2	0.0	17.1
연 령	29세 이하	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	30~39세	16.1	48.4	22.6	9.7	3.2
	40~49세	25.4	39.0	20.3	5.1	10.2
	50~59세	10.4	62.5	14.5	6.3	6.3
	60세 이상	0.0	76.5	5.9	0.0	17.6
학 력	중졸 이하	6.2	62.5	12.5	9.4	9.4
	고졸	18.3	50.5	17.4	5.5	8.3
	대졸 이상	18.8	50.0	25.0	0.0	6.2
계		15.9	52.9	17.2	5.7	8.3

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

4.2. 법인내 상활동 마찰

- 강서시장 시장도매인시장 1개 법인 구성은 동일부류를 취급하는 상인 4명 이상으로 구성되어 있음
- 따라서 이들이 동일점포에 입주하여 마찰없이 하나의 통일된 상활동을 영위하기까지는 상당한 노력이 필요할 것으로 판단됨
- 설문조사 결과 마찰이 있을 것으로 판단하는 상인이 전체 응답자의 54.2%로 나타남
- 그러나 매우 어려운 상황이지만 협동하여 큰 문제가 없을 것으로 판단하는 응답자도 전체의 28.0%나 되는 것으로 나타남

<표 5-8> 법인내 상활동에 마찰은 없을 것으로 판단

구 분		매우 그렇다	그런 편이다	그저 그렇다	아닌 편이다	전혀 아니다
품목	과일	13.6	25.9	29.6	27.2	3.7
	채소	6.6	9.2	5.3	36.8	42.1
경력	5년 이하	0.0	0.0	0.0	83.3	16.7
	6~10년	7.4	18.6	22.2	25.9	25.9
	11~15년	15.0	17.5	22.5	32.5	12.5
	16~20년	7.0	16.3	23.2	32.6	20.9
	21년 이상	12.2	22.0	7.3	26.8	31.7
연령	29세 이하	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0
	30~39세	6.4	12.9	32.3	32.3	16.1
	40~49세	13.6	20.3	15.2	33.9	17.0
	50~59세	10.4	18.7	14.6	31.3	25.0
	60세 이상	5.9	17.6	11.8	23.5	41.2
학력	중졸 이하	12.5	9.4	12.5	37.5	28.1
	고졸	11.0	22.0	17.5	27.5	22.0
	대졸 이상	0.0	6.2	31.3	50.0	12.5
계		10.2	17.8	17.8	31.9	22.3

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

4.3. 제 규정 준수

- 강서시장 시장도매인시장이 완전 개장되어 시장도매인으로 입주하는 상인은 기존 영등포시장과는 전혀 다른 법규와 규정에 따라 상활동이 이루어짐
- 장기간에 걸친 자유로운 위탁상 활동에 습관되어 있는 상인으로서 단기간에 법규와 제도에 적응하기가 그리 쉽지는 않을 것으로 판단됨
- 시장에 입주하면 개설자의 관리·운영지침에 적극 호응하겠다는 응답이 전체 응답자의 82.1%로 나타나 시장의 조기활성화에 큰 도움이 될 것으로 판단함

<표 5-9> 개설자의 관리·운영지침에 적극적 호응

구 분		매우 그렇다	그런 편이다	그저 그렇다	아닌 편이다	전혀 아니다
품목	과일	27.1	39.5	28.4	2.5	2.5
	채소	72.4	26.3	1.3	0.0	0.0
경력	5년 이하	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	6~10년	44.4	44.4	11.2	0.0	0.0
	11~15년	40.0	37.5	20.0	0.0	2.5
	16~20년	51.2	25.6	18.6	2.3	2.3
	21년 이상	58.5	26.8	12.2	2.5	0.0
연령	29세 이하	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30~39세	25.8	54.8	19.4	0.0	0.0
	40~49세	49.2	28.8	18.6	1.7	1.7
	50~59세	58.3	29.2	8.3	2.1	2.1
	60세 이상	58.8	23.5	17.7	0.0	0.0
학력	중졸 이하	59.4	31.2	9.4	0.0	0.0
	고졸	49.6	31.2	15.6	1.8	1.8
	대졸 이상	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0
계		49.0	33.1	15.3	1.3	1.3

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

4.4. 입주시설에 대한 의견

- 시장도매인이 입주할 시설은 현재 건설중에 있지만 그동안 사업설명과 현장견학 등을 통해 시설배치 및 사용에 대한 충분한 의견교환이 있었음
- 이러한 시설에 대한 전반적인 상인의 의견은 부정적인 측면 보다는 긍정적인 측면이 약간 높은 것으로 나타남
 - 전체 응답자의 36.6%는 시설에 대한 불만이 없다는 의견을, 33.3%는 시설에 대한 불만이 있는 것으로 나타남
 - 품목별로 보면, 채소류에 비해 과일류 취급상인이 시설에 대한 불만이 상대적으로 높은 것으로 나타남

<표 5-10> 점포 등 시설에 대한 불만은 없다고 판단

구 분		매우 그렇다	그런 편이다	그저 그렇다	아닌 편이다	전혀 아니다
품 목	과일	2.5	22.5	30.0	23.8	21.2
	채소	11.9	36.8	30.3	19.7	1.3
경 력	5년 이하	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0
	6~10년	0.0	55.6	33.3	7.4	3.7
	11~15년	7.5	25.0	30.0	20.0	17.5
	16~20년	4.7	26.2	26.2	28.6	14.3
	21년 이상	14.6	24.4	29.3	21.9	9.8
연 령	29세 이하	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	30~39세	0.0	38.7	35.5	12.9	12.9
	40~49세	6.9	31.0	24.2	22.4	15.5
	50~59세	6.3	25.0	33.3	27.1	8.3
	60세 이상	23.5	23.5	23.5	23.5	6.0
학 력	중졸 이하	9.4	28.1	15.6	40.6	6.3
	고졸	6.5	29.6	34.3	17.6	12.0
	대졸 이상	6.2	31.3	31.3	12.5	18.7
계		7.1	29.5	30.1	21.8	11.5

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

4.5. 대중교통의 편리성

- 농산물 도매시장은 원칙적으로 소비자가 찾는 시장 아니며, 주고객은 출하자나 소매상이 찾는 시장으로서 주변 도로망이 사통팔달 잘 연결되어 있으면 훌륭한 시장 조건이 이루어 짐
- 그러나 도매시장 입주상인은 개장초기의 어려운 상황을 극복하고 시장의 조기 활성화를 위해 대중교통의 필요성을 많이 강조하고 있음
- 설문조사 결과 전체 응답자의 95.5%가 강서시장은 대중교통이 매우 불편하다고 응답하고 있음

<표 5-11> 강서시장 주변의 대중교통이 매우 불편하다고 판단

구 분		매우 그렇다	그런 편이다	그저 그렇다	아닌 편이다	전혀 아니다
품목	과일	85.2	7.4	0.0	3.7	3.7
	채소	94.7	4.0	1.3	0.0	0.0
경력	5년 이하	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	6~10년	92.6	0.0	0.0	7.4	0.0
	11~15년	87.5	7.5	2.5	0.0	2.5
	16~20년	86.1	7.0	0.0	2.3	4.6
	21년 이상	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
연령	29세 이하	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30~39세	80.7	9.7	0.0	6.4	3.2
	40~49세	89.8	5.1	0.0	1.7	3.4
	50~59세	97.9	2.1	0.0	0.0	0.0
	60세 이상	82.3	11.8	5.9	0.0	0.0
학력	중졸 이하	90.6	6.3	0.0	0.0	3.1
	고졸	91.8	4.6	0.9	0.9	1.8
	대졸 이상	75.0	12.5	0.0	12.5	0.0
계		89.8	5.7	0.7	1.9	1.9

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

4.6. 강서시장의 활성화 전망

- 강서시장은 현대적시설과 편리한 교통, 능력있는 상인의 유치로 어느 시장 보다도 빠른 시일내에 활성화 될 것으로 판단하는 상인은 전체 응답자의 29.3%에 불과한 것으로 나타남
- 대부분의 응답자는 강서시장이 도매시장으로서의 제 기능을 수행하기까지는 상당한 시일이 걸릴 것으로 예상하고 있는 것으로 나타남

<표 5-12> 강서시장은 빠른 시일내에 활성화 될 것으로 판단

구 분		매우 그렇다	그런 편이다	그저 그렇다	아닌 편이다	전혀 아니다
품목	과일	19.7	24.7	38.3	7.4	9.9
	채소	2.6	10.5	72.4	9.2	5.3
경력	5년 이하	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	6~10년	3.7	25.9	59.3	3.7	7.4
	11~15년	17.5	17.5	50.0	5.0	10.0
	16~20년	16.3	16.3	46.5	14.0	6.9
	21년 이상	7.3	17.1	58.5	9.8	7.3
연령	29세 이하	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	30~39세	12.9	25.8	51.6	3.2	6.5
	40~49세	13.6	15.2	50.8	11.9	8.5
	50~59세	10.4	18.8	56.3	8.3	6.2
	60세 이상	5.8	11.8	64.7	5.9	11.8
학력	중졸 이하	15.6	12.5	56.3	9.4	6.2
	고졸	10.1	18.3	55.0	8.3	8.3
	대졸 이상	12.5	25.0	50.0	6.2	6.3
계		11.5	17.8	54.8	8.3	7.6

자료: 현지설문조사 결과 자료, 2004

제 6 장

외국의 농수산물도매시장 운영과 변화 전망

1. 프랑스 농수산물 도매시장

1.1. 농산물 유통체계

- 시장단계별 농산물 유통참여자는 크게 산지단계, 도매단계, 소매단계로 구분될 수 있음
 - 산지단계: 대규모생산자, 협동조합, 대규모 산지수집·분산상
 - 도매단계: 대규모 민간유통업체의 중앙구매소(물류센터), 도매시장(도매상)
 - 소매단계: 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 소규모중소연쇄점, 식료품전문점, 정기시장
 - 산지에서의 협동조합이나 생산자단체는 개인법인의 형태이며, 설립시 법적 규제를 받고 있음
- 산지에서 대규모 수집·분산상(수집반출상)은 생산자로부터 상품을 수집하여 상품의 등급화와 규격화를 통해 대규모 민간유통업체의 물류센터나 중앙구매소 또는 도매시장으로 상품을 분산시키는 기능을 하고 있음
 - 대규모 수집반출상은 협동조합과는 관계없이 독자적으로 상활동을 수행하고 있으며, 산지단계에서 대부분 자체적으로 산지 유통시설을 보

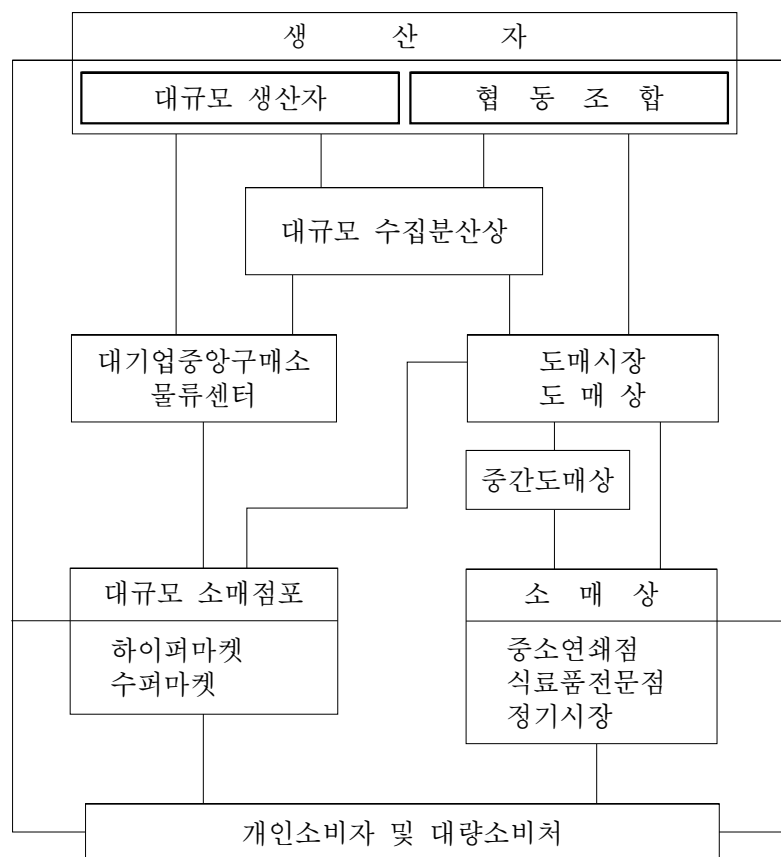
- 유하면서 협동조합과 함께 가장 중요한 유통기능을 수행하고 있음
- 산지단계에서 유통시설을 보유하면서 상품화와 분산기능을 수행하는 유통기구는 협동조합과 산지수집상 외에 대규모 개인생산자가 있음
- 대형유통업체의 중앙구매소는 대체로 유통업체가 소유하거나 자회사 형태로서 물류센터의 기능을 수행하고 있으며, 회사나 상품별로 물류기능이 매우 다르게 나타나고 있음
- 예를 들면 청과물의 경우 유통과정에서 창고기능이 크지 않기 때문에 상품의 이동이 중앙구매소의 지시에 의해서 산지 협동조합이나 대규모 생산자로부터 하이퍼마켓이나 수퍼마켓으로 바로 이루어지는 경우가 증가추세에 있음. 이 경우 중앙구매소는 상품의 가격결정 등 상적 기능을 수행함
- 현재 민간유통업체의 중앙구매소는 12개 유통업체가 소유하고 있으며, 규모가 큰 업체의 경우 4~5개의 지역별 중앙구매소를 운영하는 경우도 있음
- 프랑스의 대표적인 식료품 소매업체로는 하이퍼마켓, 수퍼마켓, 지역밀착형 중소연쇄점, 할인점 및 식료품전문점 등이 있으며, 이들 업체를 운영하는 유통기업들이 유통기업연합회(FCD)를 조직하고 있음
- 현재 연합회에 가입하고 있는 소매업체의 수는 288개의 식료품 전문도매업체, 150개의 식료품 전문소매업체, 8,500개의 할인점, 5,200개의 수퍼마켓, 620개의 하이퍼마켓이며, 여기에 종사하는 종업원 수는 60만명에 달하고 있음
- 농산물의 유통경로는 크게 산지에서 협동조합 경로와 대규모 수집·반출상의 경로로 구분될 수 있으며, 도매단계의 경우 크게 대규모 민간유통업체의 중앙구매소나 물류센터 경로와 도매시장 경로가 있음
- 협동조합 경로의 경우 대체로 영세한 농가들이 중심이 되어 조합을 결성하여 조합원의 농산물을 수집하여 표준규격화와 상품화 과정을 거쳐 대규모 민간업체의 중앙구매소나 도매시장의 도매상 또는 대규모 하이퍼마켓 등에 직접 분산시키고 있음

- 대규모 수집상 경로의 경우 역시 농가로부터 농산물을 구입하여 개인의 산지유통시설에서 표준화와 상품화한 후 민간유통업체나 도매시장으로 분산시키고 있음
- 이와 함께 협동조합이 시장지배력을 높이기 위하여 몇 개의 단위조합이 연합하여 Union을 구성하여 판매사업을 하고 있음
- 프랑스의 농산물 유통체계상에서 전통적인 산지 수집반출상은 대규모 민간유통업체의 유통시설 확충과 시장점유율 증대 그리고 산지 협동조합의 기능강화 등으로 점차 그 기능이 기능과 역할이 감소되고 있음
 - 이에 비해 산지 유통시설을 보유하고 있으면서 민간유통업체나 도매시장에 직접 출하하고 있는 협동조합의 기능은 강화되고 있음
- 대규모 수집반출상이나 협동조합 외 대규모 생산자의 경우 협동조합에 가입하지 않고 독자적인 산지유통시설을 보유하면서 대규모 도매시장의 도매상 및 대기업의 중앙구매소로 직접 출하하고 있음
- 도매단계 이후의 유통경로는 대체로 크게 ① 민간 유통업체 중앙구매소(물류센터) → 하이퍼마켓(수퍼마켓) → 소비자, ② 도매시장(도매상) → (중간도매상) → 소매상 → 소비자의 경로가 있음
 - 민간유통업체 물류센터 경로와 도매시장 경로의 시장점유율은 대체로 각각 60%와 40%로 나타나고 있음
 - 그러나 현재 두 가지 유통경로 중 민간유통업체 물류센터의 시장점유율이 증가하는 추세인데 비해 도매시장을 경유하는 비중이 감소하고 있는 추세임
- 산지단계에서 대표적인 유통기구인 협동조합(단위조합 및 Union)과 대규모 산지 수집·반출상(Expéditeur)이라고 할 수 있는데, 협동조합의 경우 크게 산지유통시설을 보유하면서 산지단계에서의 표준규격화를 실시하고 있는 조합과 규모가 영세하여 산지 유통시설을 보유하지 않고 단지 수집기능만을 담당하는 협동조합이 있음
 - 산지유통시설을 보유하면서 규격화와 상품화를 자체적으로 실시하고

있는 조합의 경우 상품을 직접 도매시장이나 대규모 민간유통업체의 물류센터로 출하하고 있음

- 대규모 산지수집상은 산지유통시설을 보유하면서 표준규격화 기능을 수행하는 대규모 개인업체로서 상품을 민간유통업체의 물류센터나 도매시장에 보내고 있음
- 산지단계에서 협동조합의 시장점유율은 품목이나 부류에 따라 큰 차이가 나고 있으나 대체로 매우 높게 나타나고 있음
- 산지단계에서 부류별 협동조합의 시장점유율은 청과 35%, 쇠고기 30%, 돼지고기 70%, 우유·유제품 50%, 곡물 70% 정도로 나타나고 있음

<그림 6-1> 프랑스의 농산물 유통경로



- 프랑스 농산물 유통체계의 변화는 산지단계의 경우 대규모 생산자와 협동조합이 민간 유통업체의 물류센터나 대규모 하이퍼마켓과 직거래하는 비중이 증가하고 있기 때문에 전통적인 대규모 수집상의 역할은 점차 감소되고 있으나 협동조합이나 민간유통업체 물류센터의 기능은 증가하는 추세임
 - 이에 따라 대규모 민간유통업체의 도매기능이 급격히 증대되면서 공영도매시장(MIN)의 기능이 점차 감소되고 있음
 - 그러나 도매시장과 민간유통업체의 영업형태나 입지조건 또는 거래대상이 다르기 때문에 도매시장의 시장점유율이 점감하고 있으나 일정 수준에서 균형을 유지할 것으로 전망됨
 - 도매시장의 시장점유율은 현재 약 40% 수준에서 향후 약 30% 수준으로 감소할 것으로 전망되고 있음

1.2. 농산물 도매시장 정책

- 1950년대 프랑스의 농산물 유통체계는 산지시장의 난립과 산지 수집·반출상의 투기 및 가격조작이 성행하고, 유통경로가 복잡할 뿐만 아니라 도매시장이나 위탁상의 부정거래가 빈발하여 낙후된 유통체계 하에서 비효율적인 유통이 이루어지고 있었음
 - 프랑스 정부는 1958년부터 중앙정부 차원에서 대도시 외곽지역에 대규모 공영도매시장(MIN: Marché Interest National)을 건설하기 시작하여 기존의 소규모 도매시장을 공영도매시장으로 흡수하였음
 - MIN은 1970년대까지 프랑스 농산물 유통개선의 핵심적인 축을 이루면서 크게 증가되어 왔으나 1970년대 후반 대규모 민간유통업체의 시장점유율이 증가하면서 그 상대적 중요성과 도매시장 수가 점차 감소되기 시작하여 도매시장 수는 1970년대 말 26개소에서 2002년 현재 19개소로 감소하였음
 - 프랑스의 대표적인 공영도매시장으로는 파리의 Rungis시장이 있으며, 시장관리기구로서 1965년에 설립된 파리공영도매시장 관리운영공사

인 SEMMARIS가 있음

- 프랑스의 공영도매시장(MIN)제도는 동구권이 개방체제로 전환되기 전에도 매우 중요한 역할을 했으며, 개방경제로 전환된 후 자유시장체제로의 전환과정에서도 매우 중요한 시장 건설의 모델이 되고 있음
- 현재 자유시장경제체제로의 전환과정에 있는 동구제국에서 시장문제 해결을 위한 모델을 프랑스의 MIN에서 찾고 있으며, 이에 따라 프랑스는 폴란드, 헝가리, 러시아 등지에 시장전문가를 파견하고 있음

1.3. 파리 Rungis 도매시장의 현황과 변화

1.3.1. 시장 개황과 변화

- 파리중심부로부터 남쪽 약 12km 지점에 위치하고 있으며, 도시고속도로와 고속전철 및 주요 고속도로와 연계되어 파리와 프랑스 각지로부터의 접근성이 매우 양호하며 반입반출을 위한 수송망이 잘 발달되어 있음
- 도매시장 설립은 파리시민에 신선한 식료품을 공급할 목적으로 1953년에 건설되었으며, 50년대 후반 정부의 공영도매시장(MIN) 확장계획에 의해 지속적인 확장이 이루어졌으며, 1969년 3월 현 위치로 이전되었음
- 시장의 총부지는 696천평(232ha)이며, 건평은 152천평으로 세계 최대의 농수산물 도매시장임
 - 시장의 총부지 면적은 개장당시 220ha였으나, 1992년 주변 지역의 12ha가 확장됨에 따라 2002년 현재 총 시장부지는 232ha에 달하고 있으며, 현재 건물면적은 727,000m²이며, 이 중 상업용 건물면적은 470,000m²임
 - 시장에는 약 170동의 건물이 있으며, 시장은 크게 청과(과일 및 채소) 시장동, 낙농제품 시장동, 수산물 시장동, 축산물 시장동, 원예 시장동, 행정관리 및 서비스동, 창고동 등으로 구성되어 있음
 - 각 시장의 시설규모는 청과시장동 216,000m³, 낙농제품시장동 115,500m³, 축산물시장동 44,000m³, 수산물시장동 32,000m³, 원예시장동 56,500m³ 등으로 되어 있음

- 도매시장 입주업체는 2001년 말 현재 1,407개 업체(556개 도매회사와 관련상품 업체, 584개 중개 및 무역회사 등 서비스업체, 267명의 생산자판매자)가 있음
 - 267명의 생산자들의 경우 시장관리공사와의 계약에 의해 도매업체의 판매시설과는 별도로 생산자가 그들이 생산한 상품을 가져와 직접 소매상이나 기타 구매자들에게 판매하는 파리 근교의 생산자 임
 - 서비스업체에는 중개업체, 무역업체, 창고업체 등이 대표적이며, 그 외 은행, 식당, 전문 훈련원, 병원, 기술연구소, 그리고 몇 개의 전문 기관 등 다양한 서비스 업체가 있음
- 현재 시장 내에는 총 11,840여명의 상시고용자가 근무하고 있으며, 이 중 7,959명은 도매업체와 서비스업체의 고용자이며, 나머지는 관련 비즈니스센터 등에서 근무하는 인원임
 - 시장 내 서비스업체 중 창고업자는 개별적으로 상품을 구입하거나 수입하여 시장 내 도매상이나 대규모 하이퍼마켓 등에 공급하기도 하며, 수출과 수입업무를 담당하는 무역업을 병행하는 경우가 많음
 - 창고업자는 대체로 SEMMARIS로부터 창고를 임대하여 사용하고 있으며, 일부 도매상이 창고를 임대하여 사용하고 있는 경우도 있음
- Rungis 도매시장은 파리시민에게 신선한 농수산물을 공급한다는 당초의 목표를 넘어서 현재 시장의 공급권은 프랑스 전인구의 약 20%를 차지하는 파리시민 뿐만 아니라 파리를 중심으로 반경 150km 이내의 1,200만명을 포함하여 유럽전역의 1,800만 시민에게 신선한 농수축산물을 공급하고 있는 세계 최대의 단일 농수산물 도매시장임
 - 특히 유럽 중심부에 위치한 입지여건으로 인하여 프랑스 뿐만 아니라 동구권 등에 대한 농수산물 공급의 중심적인 도매시장임
 - 그러나 유럽지역의 농산물 유통환경 특히 소비지 환경의 변화에 따라 도매시장의 거래물량은 지속적으로 감소하고 있는 추세임
 - Rungis 도매시장은 현재 파리지역의 수산물 수요의 50%, 청과물 수요의 45%, 식육수요의 35%, 화훼수요의 50%를 독자적으로 공급하고 있음

- 시장에는 약 20,400명의 고정구매자가 있으며, 이 중 6,821명은 일반식품 구매자 및 식당, 호텔 등 대규모 구매자들로 이루어져 있음
 - 고정구매자중 약 85%는 프랑스 국내구매자이며, 나머지 약 15%는 인근 국가로부터 오는 해외 구매자임
 - 1일 이용차량은 약 3,000대의 상품운반트럭을 포함하여 평균 약 26,000대의 차량이 4곳의 출입구를 통하여 출입하고 있음
- 주차시설
 - 주차장을 이용할 수 있는 회원제카드로 발급하고 있으며, 현재 카드 발급은 시장외부의 구매자와 시장이용자가 37,200명, 시장내부의 각종 관련회사에 24,300명으로 총 61,500대에 달하고 있음
 - 주차장 면적은 약 200천평으로 약 40,000대의 차가 동시주차 가능함
- 시장에서 영업활동을 하는 모든 법인뿐만 아니라 시장이용자는 사전에 시장당국으로부터 허가를 받아 시장사용자 증명서를 발급 받아야 할 뿐만 아니라 시장당국에서 규정한 시장규칙을 준수해야 될 의무를 지님
 - 도매상의 입주는 계약기간이 만료되어 새로 입주계약을 맺지 않거나 또는 계약기간 중 퇴거하는 점포에 대해 은행을 통한 입주예정자의 신용상태 및 법적으로 별다른 하자가 없을 경우에는 큰 문제없이 입주하고 있음
 - 파리근교 생산자에게 임대하는 생산자 판매동의 경우 생산자 개인과 직접 임대계약을 맺지 않고 조합단위로 계약을 통해 임대하고 있으며, 생산자조합은 1년간을 단위로 조합원에게 임대하고 있음

1.3.2. 거래 현황과 변화추세

- 도매시장 총매출액(2000)은 6,521백만유로(약 70억달러)에 달하고 있으며, 이 중 도매업체와 생산자의 매출액은 총매출액의 약 60% 정도를 차지하고 있으며, 서비스업체의 매출액은 총매출액의 약 40% 정도임
 - 도매업자 및 생산자의 매출액을 부류별로 보면 청과물 2,451백만유로, 식육 1,389백만유로, 수산물 710백만유로, 낙농품 812백만유로, 화훼

202백만유로로 나타나고 있음

- 도매시장 거래물량은 1990년대 초반까지는 증가추세에 있었으나, 90년대 초반 이후 부류별로는 다소 차이가 있으나 전체적으로 점감하고 있음
 - 도매시장 거래물량은 2001년말 기준 약 173만톤으로 1995년 204만톤에서 약 15.2%가 감소하였으며, 연평균 약 2.1%의 거래물량 감소율을 나타내고 있음
 - 1995~2001년간 부류별 거래물량 변동률을 보면 수산물과 화훼류를 제외한 대부분 부류의 거래량이 감소하고 있으며, 수산물의 경우 45.9% 증가하였음
 - 부류별 거래량 감소율은 낙농품 및 난류가 45.9%로 가장 높게 나타나고 있으며, 다음으로 일반식료품 20.0%, 식육 17.7%, 과일 15.9%, 채소 8.1% 순으로 나타나 청과물의 감소 속도가 가장 완만한 것으로 나타나고 있음
- 전체적인 도매시장의 거래물량이 '90년대 중반 이후 지속적인 감소추세로 나타남에 따라 도매시장 종사자 수 및 입주업체 수도 지속적인 감소추세를 나타내고 있음

<표 6-1> Rungis 도매시장 거래실적 추이

단위: 톤

부 류	1994	1995	2000	2001
과 일	670,100톤	675,100	574,778	567,576
채 소	565,900	549,500	495,304	504,761
수 산 물	106,100	97,400	144,842	142,086
낙농제품	208,900	198,800	132,737	89,592
일반식료품	120,200	116,900	111,933	93,471
식 육	417,100	399,500	341,875	328,780
화훼(절화)	4,695,000상자	4,660,000상자	34,237,000다발	30,000,000다발
화훼(분화)	15,130,000 분	18,370,000	18,429,000	18,504,000

자료: 전창곤외, 『농산물 도매시장 활성화 및 경쟁력 강화 방안 연구』, 한국농촌경제연구원, 2002.12

<표 6-2> Rungis 도매시장 입주업체 및 종사자 수 변화추이

단위: 업체, 명

시장명	1999		2000	
	입주업체	종사자	입주업체	종사자
청과시장	429	3,661	413	3,704
축산시장	102	1,630	102	1,652
낙농시장	78	862	82	875
수산물시장	79	987	77	922
화훼시장	304	781	258	789

자료: 전창곤외, 『농산물 도매시장 활성화 및 경쟁력 강화 방안 연구』, 한국농촌경제연구원, 2002.12

- 도매시장 거래방식은 판매자와 구매자가 서로 만나 합의에 의해 가격을 결정하는 상대매매 방식이며, 경매는 이루어지고 있지 않음
 - 시장의 운영주체인 도매상은 독립된 법인체 기업으로 조직되어 있음
 - 경매가 아닌 수의매매로 거래되고 있기 때문에 유통정보의 수집·분산, 거래의 투명성 등에서 경매에 비해 상대적으로 효율성이 낮은 측면이 있으나, 상품의 표준규격화가 거의 완벽하고, 전 유통과정에서 Cold Chain System이 확립되어 있기 때문에 시장참여자 모두 경매보다 현재의 수의매매 방식을 선호하고 있는 것으로 나타나고 있음
 - 거래는 주로 시장내의 도매상점포와 생산자 판매장 또는 도매상 창고에서 이루어지고 있으나 경우에 따라서는 구매증을 발급받은 소매점의 전화주문에 따라 정선·포장하여 현장 배송도 이루어지고 있음. 그리고 소매상의 주문에 의한 도매상의 배송비율이 점차 증가하고 있음
- 파리시 근교의 생산자가 그들의 상품을 도매시장까지 운송하여 생산자가 소매상이나 기타 구매자들에게 직접 판매할 수 있는 생산자 판매동이 도매상 판매동과는 별도로 8개 동이 설치되어 있음
 - 이 경우 생산자들은 도매시장 관리공사와 계약에 의해 판매시설을 사용할 수 있으며, 시설사용료는 도매상인보다 매우 낮게 부과되고 있음

1.3.3. 상품 반입 및 유통기능

- 프랑스의 농수산물 유통주체는 산지의 경우 협동조합과 대규모 수집·반출상이며(Expéditeur), 도매단계의 경우 크게 대규모 민간유통업체의 물류센터와 농산물 공영도매시장임
 - 산지 협동조합은 일반적으로 조합원의 농산물을 수집하여 조합보유의 산지유통시설을 통해 표준규격화와 상품화를 거쳐 유통업체의 물류센터나 도매시장의 도매상 또는 대규모 하이퍼마켓에 직접 출하하고 있음
 - 대규모 산지 수집반출상 경로의 경우 개별 생산자로부터 농산물을 수집하여 개인소유의 시설에서 EU 공동 표준규격화를 거쳐 민간유통업체나 도매시장에 출하하고 있음
 - 대규모 생산자의 경우 그들이 직접 등급화와 규격화를 실시하여 민간유통업체나 도매시장의 도매상에 출하하고 있음
 - 따라서 도매시장 반입주체는 대체로 대규모 생산자 및 생산자조합, 산지 수집·반출상인(무역업을 겸하기도 함) 등이며, 일부 판매위탁을 받아 중간도매상이나 대량소비자, 소매상 등에게 판매하고 있음
 - 도매시장 개장시간은 보통 오후 11시부터 다음날 오후 6시까지 임
- 시장내 각 도매상은 대부분 각자의 저온창고 및 저온차량을 보유하고 있어 전 유통과정에서 거의 완벽한 Cooling System과 Cold Chain System이 이루어져 있으며, 저온창고 동에는 품목별로 서로 다른 온도조정을 할 수 있도록 구획되어 있음
- 등급화와 규격화는 EU의 기준에 따라 대부분 산지유통시설에서 이루어져 도매시장으로 반입되고 있으며, 이러한 과정은 대체로 산지유통시설을 보유하고 있는 대규모 생산자, 협동조합, 대규모 개인수집·반출상(Expéditeur)들에 의해 이루어지고 있음
- 시장가격은 프랑스 농림부 유통정보과 산하의 유통정보 지역센터인 Rungis 지역의 시장조사요원 4~5명(총 10여명이 있으나 매일 약 4~5명이 근무하고 있음)이 매일 각 품목별 표본조사 결과를 생산자, 구매자대표 등으로 구성된 가격위원회의 의견을 수렴하여 최종 발표하고 있음

- 도매시장 거래물량은 시장내의 도매업자, 수출업자, 생산자의 자진신고로서 파악되고 있으며, 이를 토대로 과표가 결정되고 있음
- Rungis 도매시장의 경우 시장 내에서 비록 일부 소매기능도 이루어지고 있으나 그 비중은 매우 적으며, 실질적인 도매시장으로서의 기능이 수행되고 있음
 - 판매단위는 대체로 일정규모 이상의 단위로 판매되고 있어 기본적으로 시장 내에서 일반소비자를 대상으로 하는 소매거래가 이루어질 수 없도록 되어 있음
- 시장 내 유통과정에서 상품의 등급이나 품질에 대한 반입자와 상인간의 분쟁이 발생할 경우 분쟁조정 역할을 하는 감정사에 의해 조정되고 있음
 - 분쟁조정 감정사는 도매시장에 약 100여명이 있으며, 매일 각 시장동마다 2명씩 근무하고 있음
 - 감정사는 특별한 자격이 있는 것이 아니고 오랜 기간동안 도매시장에서 상활동에 종사한 경험이 있는 사람중에서 상인조합에서 선임하고 있음
 - 유통과정 중 등급이나 품질에 대해 분쟁이 발생하면 개인이 상품을 반입했을 경우 도매상과 반입자의 합의에 의해 대부분 해결방안을 도출하고 있으나, 생산자단체나 조합이 상품을 출하했을 경우 감정사가 상품의 운송방법, 차량상태, 포장상태, 수송경로 등을 파악하여 등급이나 품질차이에 대한 감정서를 발급하여 조정하고 있음
 - 이 경우 상품 운송을 담당한 운송회사의 잘못으로 판단되면 그에 따른 손실이 보험으로 처리되고 있으며, 불가항력적으로 발생한 경우 출하자의 책임이 되고 있음
- 상품위생
 - 시장에서 거래되는 상품에 대한 위생검사는 자체검사와 병행하여 정부에서 파견된 위생검사관과 의사사가 정기적인 검사가 아닌 수시검사를 통하여 이루어지고 있음
 - 시장참여자의 상도의회 신뢰성에 의하여 자체적인 검사결과로서 충분한 상태이며 위생문제는 크게 발생하지 않고 있음

1.3.4. 시장 관리

- Rungis 도매시장은 1953년 건설되었으나, 1958년부터 중앙정부차원에서 공영도매시장(MIN)건설이 추진되면서 공영도매시장화 되었음
 - 공영도매시장제도는 중앙정부차원에서 추진되었으나 개설자는 지방정부가 되었으며, 대체로 지방정부의 적극적인 시설투자로 완성되었음
 - Rungis 도매시장의 경우 파리시 정부가 개설자이며, 시장의 관리 및 운영은 1965년 4월에 설립된 “파리 Rungis 도매시장관리공사”(SEMMARIS)가 파리시 정부로부터 시장의 관리 및 운영을 위임받아 수행하고 있음
 - SEMMARIS는 개설자인 파리정부의 지도와 감독하에 시장발전, 시장시설의 유지관리, 거래질서유지, 시장판매활동의 촉진 및 조성, 시장정비, 그리고 시장관련 이해집단의 분쟁조정 등의 역할을 담당하고 있음
 - SEMMARIS의 자본금은 총 30,917백만프랑이며, 자본금 주주의 구성비를 보면 프랑스정부가 전체의 56.85%를 소유하고 있어 가장 큰 주주이며, 다음으로 파리시 16.5%, 지방정부(Val de Marne District) 7.0%, 은행 5.75%, 기타 전문투자가 13.9%로 구성되어 있음
 - SEMMARIS에는 현재 210명의 정규직원이 근무하고 있으며, 청소 및 주차장관리 담당자와 하청업체의 근무요원을 합하면 약 400명에 이르고 있음
 - SEMMARIS의 수입의 대부분 임대수입(㎡당 부과)과 시장 입주자들이 지불하는 시설유지관리비, 그리고 주차료로 구성되어 있으며, 시장 입주자들이 사용하는 전기료, 수도요금 등은 개별 입주자들이 개인적으로 당해 회사에 납부하고 있음
- 시장운영에는 SEMMARIS 뿐만 아니라 도매상연합회(조합), 생산자 연합회 등 전문단체도 참여하고 있으며, 또한 시장운영의 보완조직으로 SEMMARIS는 기술자문위원회 등 몇 개의 시장 관련 위원회를 두고 있음
 - 시장 내에는 9개의 전문조합이 구성되어 있어 SEMMARIS와의 계약 체결 등 협상을 통해 간접적으로 시장운영에 참여하고 있음

- 이 중 도매상연합조합은 시장의 판매촉진활동, SEMMARIS와의 협상을 통한 권익보호활동 뿐만 아니라 대정부 로비활동까지 하는 시장 내 가장 큰 상인단체임
- SEMMARIS의 조직은 이사회와 사장 1명이 있으며, 사장 밑에 1명의 부사장과 1명의 사무국장이 있음. 사장 직속으로 시장운영국, 경제 및 재무국, 투자국, 회계관리국 등 4개의 국이 있으며, 각국 산하에는 각각 4개, 3개, 4개, 5개의 과가 있음
 - 부사장 산하 시장운영국의 직속으로 시장운영에 관련된 인사, 통계, 경비, 규정을 담당하는 4개의 과와 함께 출입·주차관리·보안, 청과, 육류, 유제품, 수산물, 화훼를 담당하는 6개의 부서가 별도로 있으며, 또한 사무국장 직속으로는 홍보, 통신, 시장공간, 전산 등 기술적 지원부서인 4개의 과가 있음
 - 이사회는 14명의 이사로 구성되어 있으며, 이 중 이사장을 포함한 4명은 농민대표 1명을 포함하여 중앙정부 대표이며, 2명은 파리시 대표, 1명은 지방의회, 1명은 SEMMARIS 투자은행 대표, 3명은 도매업자 대표, 1명은 화훼업자 대표, 2명은 시장내 종사자 대표로 구성되어 있음
 - SEMMARIS는 중앙정부의 예산부, 농림부, 산업부 등과 밀접한 관련을 맺고 있으며, SEMMARIS와 관련된 정부조직은 정부운영위원회와 정부감사관이 있으며, 운영위원회의 정부측 대표는 도매시장이 위치하고 있는 Val de Marne의 지사가 맡고 있으며, 정부감사관은 예산의 운용에 대한 감사와 함께 운영에 대한 의사결정에 중요한 역할을 하고 있음

13.5. 부류별 시장현황 및 변화

- 청과물 시장
 - 9개의 시장동(pavillons), 1개의 관련상품동, 1개의 행정 및 서비스동, 5개의 생산자 판매동, 그리고 10개의 창고동으로 구성되어 있으며, 건물 면적은 16개의 시장동이 130,000m²이며 10개의 창고동이 120,000m²임

- 시장내에는 413개 업체가 입주해 있으며, 이중 218개는 도매업자, 96개는 중개회사 또는 무역회사, 99개는 생산자판매자임
- 시장내 종사하는 인구는 시장관리인을 포함하여 총 3,704명에 달하고 있음
- 총 거래물량은 1,094,756 톤(2001년)이며, 거래금액은 2,451백만 유로(2000)에 달하고 있으나 거래물량은 '90년대 이후 지속적인 감소추세임
- 거래물량은 과일 567,576톤(수입 358,516톤, 국내산 199,060톤)이며, 채소가 504,761톤(수입 167,149톤, 국내산 337,612톤)임
- 총거래금액 2,451백만유로 중 도매업자 거래액이 1,688백만유로 전체의 68.9%를 차지하고 있으며, 다음으로 중개 및 무역업자가 736백만 유로로 30.0%, 생산자 27백만유로 순으로 나타남
- 축산물시장
 - 6개의 도매시장동과 8개의 창고동 그리고 6개의 공급자처리동 등 총 20개의 건물동으로 구성되어 있음
 - 6개의 도매시장동은 2개의 돈육 시장동, 1개의 정육시장, 2개의 가금 및 엽조류시장동과 1개의 부산물동으로 되어 있음
 - 4개의 관련상품동은 주로 돼지, 양 등의 부분육 처리동임
 - 8개의 창고동은 모두 냉동창고임
 - 축산물시장의 총 건물면적은 59,000m²임
 - 축산물 유통경로는 소의 경우 대체로 생산농가 → 가축시장 → 도축장 → 도매시장 → 대량수요처(소매상) 경로이며, 판매형태는 4분도체

<표 6-3> 청과시장 거래물량, 2001

단위: 톤

부 류	국 내 산	수 입	계
과 실 류	199,060	368,516	567,576
채 소 류	337,612	167,149	504,761
기타청과물	16,178	6,241	22,419
계	552,850	541,906	1,094,756

의 지육과 부분육으로 처리하여 도매시장에서 판매하고 있음. 그리고 돼지고기와 양고기는 도매시장 처리실에서 부분육으로 가공 처리되고 있음

- 시장 입주업체는 총 102개 업체로서 39개 대형 쇠고기 도매업자, 10개의 돈육도매업자, 24개의 가금 및 업조류 도매업자, 13개의 부산물 도매업자, 16개의 중개 또는 무역업자가 있음
- 총 거래물량은 2001년 328,780톤이며, 거래금액은 장외거래를 포함하여 1,389백만유로임
- 종류별 거래물량은 돼지고기가 94,393톤으로 가장 많으며, 가금육 88,873톤, 쇠고기 52,351톤, 양고기 31,996톤, 부산물 30,703톤, 송아지고기 26,384톤, 기타 고기 4,080톤 순서로 나타나고 있음

○ 낙농품 및 난류시장

- 낙농제품 및 난류시장에는 10개의 판매동과 1개의 관련 상품동 및 4개의 창고동 등 총 15개의 건물이 있으며, 건물면적은 판매동 83,000 m²과 창고동 42,000 m²을 합하여 총 125,000 m²임
- 82개 업체가 입주해 있으며, 종류별로는 낙농제품도매업자 36개 업체, 요식업체 납품업자 33개 업체, 중개 및 무역업자 13개 업체임. 그리고 낙농시장 종사자수는 경영진을 포함 875명임
- 총 거래물량(2001)은 89,592톤이며, 품목별로는 버터 6,776톤, 계란 29,554톤, 치즈 32,032톤, 액상우유 17,453톤, 크림과 분유 3,777톤으로 나타남
- 낙농제품시장의 총거래액(2000)은 812백만유로이며, 품목별로는 낙농제품 537백만유로, 요리재료 184백만유로, 중개 및 무역업자 91백만유로임

○ 수산물시장

- 1개의 냉장시설 판매동과 3개의 창고동, 1개의 얼음제조동 및 1개의 관련상품동 등 총 6개의 건물동으로 구성되어 있으며, 건물면적은 120,000 m²임
- 총 77개의 업체가 입주해 있으며(2000), 이 중 53개는 해수어 및 담수

어 도매업자, 24개는 중개 및 무역업자임

- 종사자 수는 경영진을 포함하여 모두 987명에 이르고 있음
- 총거래량(2001)은 142,086톤이며, 총거래액은 710백만유로에 달하고 있음
- 품목별 거래량은 해수어 40,760톤으로 가장 많으며, 패류 15,900톤, 담수어 9,491톤, 각잡류 8,465톤, 굴 3,685톤, 기타 3,176톤임
- Rungis의 수산물시장은 내륙지 도매시장이지만 현대적인 냉동시설의 완비와 엄격한 위생서비스 체계를 통해 신선도를 철저히 유지할 뿐만 아니라 거래되는 품목수가 다양하여 다른 부류와는 달리 거래량이 지속적으로 증가하고 있음

○ 화훼시장

- 1개의 에어컨시설의 절화판매동, 1개의 에어컨시설의 분화생산자 판매동, 그리고 난방시스템을 갖춘 6개의 분화생산자 판매동, 7개의 창고동, 7개의 관련상품동, 2개의 대형유리온실 판매점 등, 총 24개 동과 점포로 구성되어 있으며, 건물면적은 52,000㎡임
- 시장에는 85명의 도매업자, 168명의 절화 및 분화 생산판매자, 5개의 중개 및 무역업자 등 총 258개 업체가 입주해 있으며, 종사자 수는 경영진을 포함하여 총 789명에 이르고 있음
- 품목별 거래량(2001)은 절화 30,000천 다발, 분화 18,504,000분, 관엽 및 침엽수 452,000본이며, 총 거래금액(2000)은 202백만 유로에 달하고 있음
- 종류별 거래금액은 절화 및 분화도매업자가 157백만 유로로 가장 많으며, 다음으로 생산자판매자 24백만 유로, 중개 및 무역업체 21백만 유로 순임

1.4. 농산물 소매유통업체의 현황과 변화

- 프랑스는 소매업이 유럽에서 가장 발달한 국가중의 하나이며, 유럽에서 가장 많은 유통업체가 해외시장에 진출하고 있음
- 한국에도 프랑스의 대표적인 소매업체인 Carrefour가 유통시장의 개방화와 함께 진출하여 농산물을 포함한 국내 식료품 소매유통의 변화를

주도하고 있음

- 대표적인 식료품 유통업체로는 Carrefour, Auchan, Promodes, Docks de France, Casino, Lecerc 등을 들 수 있음
- 프랑스 소매업 전체의 매출액은 2000년 현재 2조 2,000억 프랑 이상으로 추정되고 있으며, 총 소매업체의 수는 약 40만개소로 추정됨
 - 신선농산물을 포함한 식료품 소매유통의 매출액을 업체별로 보면 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 매출액이 전체 식료품 소매매출액의 약 80%를 차지하고 있어 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 식료품 소매유통에서 중심적인 업체임
 - 도매업을 포함한 프랑스의 유통산업 종사인구는 현재 약 300만명 정도로 추정되고 있으며, 이 중 약 50% 정도가 소매업에 종사하고 있음
 - 소매업 종사자중 식료품 소매업체의 종사자수는 전체 소매업체 종사자수의 약 50% 정도로 추정됨
- 프랑스의 식품소매업 경쟁력은 매우 높아 프랑스 10대 소매그룹에는 식료품 소매업체인 하이퍼마켓을 주력기업으로 하는 식료품 소매업체가 6개를 차지하고 있음
 - 프랑스의 하이퍼마켓 매출액은 현재 전체 소매매출액의 약 30% 정도를 차지하고 있으며, 하이퍼마켓 수는 약 1,500여개소에 달하고 있는 것으로 나타남
- 프랑스의 대표적인 식료품 소매업체로는 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 지역밀착형 중소연쇄점, 할인점 및 식료품전문점 등이 있으며, 이들 업체를 운영하는 유통기업들이 유통기업연합회를 조직하고 있음
 - 유통기업연합회에 가입하고 있는 소매업체 또는 기업그룹의 수는 290개의 식료품 전문도매업체, 150개의 식료품 전문소매업체, 8,500개의 할인점, 5,200개의 슈퍼마켓, 1,100여개의 하이퍼마켓 등
- 소매유통업체의 농산물 구매방법은 대부분 그들 유통업체 본부의 중앙구매소나 물류센터가 산지의 대규모 생산자나 협동조합 산지처리장 또는 개인소유의 산지종합처리장으로부터 구입하고 있음

- 일부 체인망을 형성하지 못한 소매업점포는 농산물의 경우 독자적으로 도매시장 구입비율이 높으며, 가공식료품의 경우 물류기능을 수행하는 도매회사로부터 공급받고 있음
- 대형 유통업체의 중앙구매소나 물류센터는 대체로 유통업체가 소유하거나 자회사 형태로서 물류센터의 기능을 수행하고 있음
 - 그러나 신선농산물인 청과물의 경우 상품이나 유통상의 특성으로 저장을 위한 창고기능이 크지 않기 때문에 상품이 중앙구매소의 지시에 의해서 산지 협동조합이나 대규모 생산자로부터 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓으로 직접 배송되는 경우가 증가하고 있음
 - 현재 대규모 하이퍼마켓의 경우 거의 대부분의 청과물이 산지에서 바로 반입되고 있으며, 이 경우 물류센터는 상품의 배송에 대한 지시와 가격결정 등에 관여하고 있으며, 물류기능은 전문회사가 수행하고 있음
- 프랑스 식료품 소매업의 구조변화를 보면 소매점포는 하이퍼마켓이라는 업태를 중심으로 점차 규모화 되어왔으며, 쇼핑센터의 개발도 활발하게 이루어지고 있음
 - 이에 따라 지역밀착형인 전통적인 도매시장 주요 거래업체인 소규모 식료품점포수가 크게 감소하고 있는 추세이며, 그 결과 도매시장의 거래물량이 점감하고 있는 추세임
 - 이 같은 시장구조의 변화여파로 1844년 설립되어 파리에만 약 400여 개의 점포가 체인망을 형성해온 유명한 소규모 식료품업체인 Felix Potin이 1995년 폐점되었음. 그리고 1980년대 이후 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓을 중심으로 한 대규모 식료품 소매업체가 증가하게 되면서 지역밀착형 소규모 전문식료품업체의 경쟁력이 약화되었음
- 소규모 식료품 소매업체의 감소와 함께 식료품 소매업태의 변화는 점차 디스카운트스토어와 같은 할인점의 비중이 증가하는 추세에 있음
 - 디스카운트스토어의 수는 2000년 현재 전국적으로 약 3,000개소 정도로 추정되고 있음
- 프랑스의 식료품 소매유통에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 업태는

하이퍼마켓임. 하이퍼마켓은 1960년대 프랑스에서 가장 먼저 새로운 업태로 개발되어 전세계의 유통시장으로 진출하고 있음

- 특히 1980년대 초 프랑스의 하이퍼마켓은 미국으로 진출하여 새로운 식료품 유통업태에 대한 컨셉을 형성하면서 슈퍼센터와 함께 21세기의 대표적인 유통업태로 자리매김 되었음
- 유럽에서 프랑스 다음으로 하이퍼마켓의 비중이 큰 국가는 독일이며, 식료품 소매유통에서 하이퍼마켓의 비중은 지속적으로 증가하고 있는 추세임

2. 네덜란드 농산물 도매시장

2.1. The Greenery International B.V.

2.1.1. 일반 현황

- 네덜란드의 과채류 생산자단체(VTN)가 1985년도에 설립한 농산물 전문 판매회사이며, 주요 취급품목은 과실류, 채소류, 버섯류 등임
- VTN(The Fruit and Vegetable Cooperative of the Netherlands): 네덜란드 15개 지역의 농산물 생산농가 약 12,000명이 투자하여 설립·운영하던 9개의 청과물 경매장을 합병하여 구성된 협동조합 형태의 조직체임
- 각 지역 대표 7명씩으로 구성된 이사회의 정기총회를 개최하여 주요한 정책방향을 결정하고 유통자문위원회와 생산관련 회의를 개최하여 품목별 유통정책과 마케팅전략을 수립·운용하고 있음
- 현재는 The Greenery 라는 네덜란드 최대의 종합 농산물 유통회사그룹으로 전환하였으며, 산지경매장인 The Greenery International 도 그룹의 한 회사로 존재하고 있음
- The Greenery Group에는 산지경매장(The Greenery International B.V.), 수출회사그룹(The Disselkoen), 수입회사(Hage International), 소분포장가공

회사(CopTop Quality Packers), 배송회사(Hollander Barendrecht), 소매회사(Greenery Retail), 영국현지회사(Geenery UK) 등 다양한 형태의 그룹으로 구성되어 있음

- 산지경매장의 경우 9개의 산지경매장에서 유통환경의 변화에 적응하고 국제화하기 위하여 통폐합을 통하여 현재 5개의 공판장(bar, breda, bleiswijk, delier, wer)이 있음
- 산지경매장의 영업방침은 규모확장, 판매지향, 고객에 대한 고부가가치 제공, 지점망 철저 관리, 지점운영의 효율성 증대에 두고 있음
- Westland 공판장의 경우 경매장 기능은 1999년 7월 폐쇄되고 현재 물류센터 기능만 수행하고 있음
- 조직체계는 회장 산하에 상품사업본부, 재정관리본부, 판매사업본부, 물류센터본부 등 4개의 사업본부가 있으며, 각 본부에는 각각 2~4개의 부서가 있음
 - 상품사업본부에는 기획조정부, 채소·버섯생산부, 과채류생산부, 과일생산부가 있음
 - 재정관리본부에는 회계부와 정보시스템부가 있음
 - 판매사업본부에는 기획조정부, 판매관리부, 국내사업부, 해외사업부가 있음
 - 물류센터본부에는 기획조정부, 물류센터관리부, 3개의 농산물물류센터, 9개의 산지집하장이 있음
- 그러나 1990년대 말부터 The Greenery의 조직개편으로 현재 그룹산하의 모든 회사들이 급속하게 구조조정과정을 겪고 있어 하루가 다르게 조직이 변화하고 있는 실정임
- 그룹의 종업원 수는 약 2,700여명이며, 연간 거래물량은 약 210만톤 정도에 달하고 있으며, 연간 거래금액은 2000년 약 3,500백만 길더에 이르고 있음
- 부류별 농산물 거래는 시설채소류가 가장 많고 다음으로 노지채소류, 과일류, 버섯류 등으로 나타나고 있으며, 취급물량 중 부류별 수출비

중은 시설채소류 80%, 노지채소류 50%, 과일류 50%, 버섯류 30% 등으로 주로 해외 수출시장을 주요한 목표시장으로 하고 있음

- 로테르담 경매장의 경우 부지면적은 33ha, 건평 26,500평, 냉장창고 5,200평이며, 특히 반입된 상품의 신선도 유지를 위하여 반입하는 즉시 급냉시키는 급속냉장 시설과 시스템을 운영하고 있음
- 급냉시설의 경우 일종의 산지 예냉시설과 유사한 기능으로서 진공상태에서 저압력으로 냉장함으로써 20분간에 팔레트 단위로 영상 2°C 수준으로 냉장시키는 시스템임

2.1.2. 거래 현황

- 거래방법은 대체로 경매와 예약상대거래로 이루어지고 있으며, 현재 경매비중이 빠르게 감소하고 예약상대거래 비중이 크게 증가하고 있는 추세임
 - 경매비중은 1999년 약 85% 수준에서 2001년 현재 60% 수준으로 감소하였음
- 1990년대 중반이후 농산물 유통환경의 급속한 변화에 대응하고 유통업체 및 소비자의 욕구에 적극적으로 대응하기 위하여 도매업자나 유통업자 등의 고정구매자와 사전 거래약정을 체결하고 예약상대매매 비중을 증가시키고 있음
 - 이는 고정구매자와 가격, 물량, 운송방법, 포장형태 등을 미리 약정하고 구매자가 요구하는 시간과 장소에 배송하여 주는 거래방법으로 구매자의 욕구충족, 비용절감 등의 효과로 계속 증가하고 있는 추세임
- 이와 같이 거래방법에서 경매비중이 지속적으로 감소하고 예약상대매매의 비중이 증가함에 따라 그 동안 전자경매의 상징처럼 되어 왔던 네덜란드 The Greenery International의 거래방법이 로테르담 경매장(bar)과 Breda(본부) 경매장을 제외하고는 전부 경매형태가 상대매매형태로 전환되었음
 - Breda 경매장도 2001년 11월까지만 경매가 이루어지며, 12월부터는 경

매장이 폐쇄될 것으로 예정되어 있음

- 경매는 전통적인 네덜란드식 전자시계 경매이며, 구매자들이 사전에 냉장 창고에 입고된 상품의 품질을 보고 경매에 참여하여 낙찰받고 있음
 - 경매는 월요일부터 금요일까지 이루어지고 있으며, 경매시간은 품목별로 경매시간이 정해져 있으나 전체적으로는 겨울철에는 7시부터 10시 30분까지이며, 그 외에는 7시부터 11시 30분까지 이루어지고 있음
 - 경매를 위한 상품의 입하는 대체로 오후 1시부터 4시까지와 오전 6시부터 7시까지 이루어지고 있음
 - 로테르담의 경우 경매참여자수는 약 80여명으로 대부분 도매상, 벤더업자 등으로 구성되어 있으며, 경매참여 연회비는 연간 약 7,500길더(약 4.2백만원)이며, 경매참여등록비가 연간 약 5,000길더(약 2.8백만원) 정도임
 - 생산자가 부담하는 상장수수료는 대체로 매출액의 8% 수준임
- 반입되는 상품은 대부분 플라스틱 상자나 박스에 담아 팔레트 단위로 반입되고 있으며, 출하가 완료된 플라스틱 상자는 다시 팔레트에 적재되어 운반차량에 탑재되고 있음
 - 박스로 반입되는 경우 현재 대부분 바코드화가 이루어져 있으며, 박스표면에는 품목별로 최적저장온도 등을 표시하고 있음
 - 플라스틱 상자관리는 경매장 관리사무소에서 담당하고 있으며, 재배농가가 필요한 수량만큼 빌려가서 상품출하시 반납하고 있음. 즉 반입차량이 빈상자를 다시 적재하여 운송하는 시스템임.
- Greenery International은 3종류의 체인망을 가지고 있으며, 이들은 생산자와 소비자를 최소비용으로 최단기간 내 연결시킬 수 있도록 체계적으로 정보교환이 이루어지고 있음
 - 농산물 물류센터(ALC: Agricultural Logistics Centers): 산지경매장이나 집하장에서 농산물을 공급받아 소비자에게 분산시키는 대규모 물류기지로서 현재 자회사인 소분포장회사와 수출물류회사가 그러한 기능을 수행하고 있음
 - 산지집하장(Collection Points): 생산농가가 수확한 농산물을 경매장이나

기타 물류회사로 운송하기 위해서 집결시키는 장소

- 산지저장고(Storage Sites): 산지에서 수확한 농산물을 일시 저장하는 창고
- 경매 전광판에는 거래단위, 단위당 가격, 구매자 인적사항, 구매자번호, 경락수량, 경락가격, 상품저장고 등이 표시되고 있음
- 한편 세계적인 농산물 개방화의 확대에 따라 수입농산물을 전문적으로 취급하기 위한 농산물 수입회사를 자회사로 설립하고, 수출전문 물류회사 그룹과 통합하여 사업을 규모화 전문화시키고 있는 추세임

2.1.3. 소분포장회사

- 농산물 유통환경의 급속한 변화와 소비자 구매자의 구매패턴 및 소비자의 소비욕구를 충족시키기 위하여 예약상대거래에 의해 유통업체나 구매자의 요구나 주문에 의해 1998년 소분·포장하여 배송하는 전문 소분포장회사를 자회사로 설립하여 운영하고 있음
- 회사시설은 전체 하나의 시설 내에 반입장과 소분·포장장, 저온창고, 배송장 등으로 구분되어 있으며, 시설규모는 8,000m²(약 2,400평) 수준으로 대규모임
- 시설형태는 반입차량과 반출차량을 이해 전부 도크형태로 이루어져 있으며, 시설 공간 전체가 상품의 신선도를 유지하기 위해서 일정 온도를 유지할 수 있는 저온저장고 기능을 하고 있음
- 취급물량은 주당 약 400톤을 처리하고 있음
- 소분포장회사에 반입되는 상품은 생산자로부터 직접 반입되는 상품, 수입상품, 경매장으로부터 반입되는 상품 등이 있음
- 반입된 상품은 수퍼마켓이나 수퍼체인 구매본부 또는 자회사인 소매점포로부터 주문에 의해 원하는 품질 및 포장규격으로 소분·포장되어 원하는 시간대에 원하는 물량만큼 배송되고 있음
- 소분·포장방법에는 크게 랩핑(wrapping), 비닐 소분포장법, 플라스틱 용기 소분포장, 그물망 소분포장 등이 있음

- 랩핑은 주로 오이, 가지 등과 같이 날개 포장에 이용되며, 비닐소분포장의 경우 치커리 등과 같이 3~4개의 개체를 하나로 묶어 비닐로 포장하는 방법임
- 플라스틱용기 포장은 키위 등과 같이 주로 과일류나 과채류에 대해 7~10개 단위로 일정규격으로 포장하는 방법이며, 그물망 포장은 만다린류 등과 같은 품목을 그물망에 포장하여 박스에 담는 형태임

2.2. 수출물류회사(The Disselkoen Group)

- Disselkoen Holding B.V.은 1920년 가족회사로 창설되어 80여년 동안 네덜란드의 농산물유통 및 물류 관련 종합그룹으로 성장한 회사임
 - 그룹의 주요 사업부문은 크게 청과물(과일, 채소), 화훼, 운송 및 물류 부문이며, 이들 사업부문에서 총 23개(청과물사업 12개, 화훼사업 8개, 운송물류사업 3개)의 자회사를 가지고 있음
 - 1998년 그룹은 농산물 유통환경의 급속한 국제화와 개방화에 적극적으로 대응하고 그룹의 구조조정을 위하여 The Greenery 그룹과 운송 및 물류부문을 통폐합하여 현재 The Greenery의 수출물류회사로서 기능을 담당하고 있음
 - 회사는 네덜란드의 유리온실 원예산업과 화훼의 주산지인 Westland 지역에 입지하고 있음
- 수출물류센터의 규모는 부지면적 33,000m²(약 10,000평), 시설면적 20,000m²(약 6,000평)으로 대규모 수출전문 물류센터임
 - 시설은 전체 1동의 건물로 이루어져 있으며, 건물내부에 반입장, 선별장, 소분포장실, 저온창고, 예냉창고, 반출장, 항공운송 화물처리장 등으로 구획화되어 있어 상품이 반입된 후 수출상품으로 반출될 때까지 기능이 유기적이고 체계적으로 조화될 수 있도록 배치되어 있음
 - 약 6,000평의 시설공간 전체가 항상 11~12℃ 의 일정한 온도가 유지될 수 있도록 함으로써 수출농산물이 반입된 후 상품화 과정에서 농산물의 신선도를 유지할 수 있도록 시설전체가 일종의 저온저장고 기

능을 유지하도록 되어 있음

- 그 외 저온저장고, 냉동고 등은 품목별로 구분되어 있어 적정취급 및 저장온도를 유지함으로써 농산물의 신선도를 최대한 유지하도록 되어 있음
- 특히 상품화가 완료된 박스를 팔레트에 적재하는 작업을 로봇이 수행하고 있기 때문에 작업의 안전성 확보는 물론 생산성을 최대한 높이고 있음
- 선별실의 선별장비와 소분포장 장비는 최첨단 장비를 설치함으로써 상품의 품질규격을 철저히 준수함으로써 상품성과 구매자 신뢰도를 최대한 높이고 있으며, 특히 소분포장실의 포장장비는 수입업자가 원하는 어떠한 형태의 규격포장도 가능하여 수출시장 확대와 유지에 큰 몫을 담당하고 있음
- 현재 품목별 소분포장 장비가 8조가 설치되어 있어 어떠한 상품의 소분포장도 가능한 상태임
- 물류센터의 물량확보는 크게 생산자조직과 계약생산으로 확보하는 방법과 합작회사인 The Greenery 경매장으로부터 반입하는 방법이 대부분임
 - 물류센터는 안정적인 물량확보를 위하여 The Greenery의 산지조직과 1년, 2년, 3년 등의 중장기 계약을 통해 우수한 품질의 물량을 확보하고 있으며, 산지경매장으로부터 직접 물량을 반입하고 있음
 - 그러나 수출물류센터가 직접 물량구매를 하는 것이 아니고, 물량구매에 대한 상적 기능은 The Greenery가 하기 때문에 물류센터는 순수한 물류기능만 수행하고 있음
 - 물류센터 내에 구매부서가 있으나 자체적으로 구매하기도 하고, 본부 구매부서의 구매결정에 의해 물량을 구매하기도 함
 - 한편 반입물량은 일부 품목의 경우 산지 생산자조직과 계약을 맺어 확보하는 물량은 생산자가 직접 물량을 물류센터까지 반입하는 경우가 대부분임
 - 반입되는 물량은 네덜란드 국내산의 비율이 압도적으로 많지만 품목

에 따라서 수입농산물도 취급하고 있으며, 수입농산물의 경우 네덜란드에서 생산되지 않는 우수한 품질의 외국산에 국한하여 전체 취급물량의 10% 이내 수준임

- 반입물량은 물류센터가 네덜란드 청과물 주산지의 중앙에 입지한 관계로 대부분의 물량이 반경 약 40km이내에서 대부분 수집되고 있음
- 반입되는 물량의 반입형태는 산지에서 플라스틱 컨테이너에 담아서 반입되는 형태와 표준규격박스로 반입되는 경우가 대부분임
- 물류센터에서 상품화는 크게 수출지역과 수출상품의 운송형태에 따라 크게 2가지 형태가 있음
 - 수출지역별 상품화 형태는 크게 EU지역과 EU 이외 지역이며, EU지역의 경우 상품형태는 박스형태 보다는 소분포장하여 박스에 담은 형태이며, EU 이외 지역인 미국, 캐나다, 일본, 대만 등의 경우 산지에서 규격화된 박스형태가 대부분을 차지함
 - 수출지역별로 운송형태가 달라지기 때문에 상품포장 형태도 차이가 있음
 - EU지역의 경우 수출은 대부분 트럭으로 육상 운송되기 때문에 팔레트 적재형태이며, EU 이외지역의 경우 항공운송이 대부분을 차지하기 때문에 팔레트 적재형태가 달라지고 있음
 - 물류센터 내에는 항공운송화물 처리를 위한 특수시설과 장비가 구비되어 있음
 - 물류센터는 상품화 과정에서 위해요소중점관리시스템(HACCP)을 도입하고 있어 철저히 위생적인 안전성 있는 상품관리를 하고 있기 때문에 상품의 안전성과 위생측면에서 구매자의 신뢰성의 확고히 구축하고 있음
 - 물류센터에서 상품화되어 수출되는 모든 상품에는 The Greenery의 통일 브랜드가 부착되기 때문에 수출시장에서 브랜드인지도가 매우 높을 뿐만 아니라 브랜드에 대한 신뢰성이 매우 높은 상태임
 - 수출상품화가 완료된 상품중 상품성 향상이나 수급조절을 위해 필요

- 할 경우 자체 저온저장고에 품목별 최적 저장온도로 저장되고 있음
- 수출시장의 개척과 수출물량 확보는 물류센터 내 자체조직이 해외 수입업자와의 교섭 등을 통하여 수출시장과 물량을 확보하고 있음
 - 가장 수출물량이 많은 영국의 경우 현지 자회사인 The Greenery UK가 영국 현지에서 직접 수출교섭과 수출물량을 확보하고 시장을 개척하고 있음
 - 물류센터 내 종업원은 기능직으로 포함하여 총 250여명이 있으며, 이 중 수출시장 개척과 수출업무 수행, 수출마케팅담당, 수출물류담당 등 순수한 수출 관련 종사자 및 전문가가 약 50여명이 있음. 수출마케팅 담당자의 경우 영국, EU, 미국, 일본, 아시아 등 지역별 전문가가 있음
 - 현재 물류센터 전체 취급물량의 약 95% 이상이 수출되고 있으며, 5% 이내의 물량이 국내로 판매되고 있음
 - 수출되지 않고 국내로 판매되는 상품은 대체로 수급불일치에 의한 잉여물량, 수출상품화 규격에 미달되는 물량이 대부분을 차지하고 있음
 - 현재 물류센터의 가장 중요한 수출품목은 오이, 파프리카, 토마토이며, 그 외 네덜란드에서 생산되는 청과물 약 20여 품목을 취급하고 있음

3. 미국의 농산물 도매시장

3.1. 도매시장 개요

3.1.1. 도매시장의 유형과 개설

- 미국의 도매시장은 도매기능만 수행하는 터미널시장, 도매와 소매를 동시에 수행하는 지역시장 그리고 도매, 출하, 소매를 동시에 수행하는 농민시장으로 구분할 수 있음
- 터미널시장과 지역시장은 민간과 주정부에서 운영하는 형태가 절반정도 되고, 농민시장은 주로 주정부에서 개설하고 농민조합이 운영하는

형태가 다소 있음

- 도매시장의 건설에 필요한 자본의 조달은 민간, 주정부, 연방정부, 시정부, 군정부 등이 여러 가지 합작형태로 되어 있음

3.1.2. 도매시장의 관리 및 운영

- 도매시장의 관리는 대부분 소유자가 스스로 극히 소수의 인원으로 시설만을 관리하거나 또는 전문기관에 위탁관리하며, 도매상들에게 위임하여 관리하는 경우도 있음
 - 미국 뉴욕시에 위치한 뉴욕 헌츠포인트 농산물도매시장의 경우 시장 관리는 뉴욕시가 도매상 대표로 구성된 도매상조합(Coop)에 관리권을 위탁하여 운영하고 있음
 - 도매상조합은 다시 시설물관리를 위해 시설관리회사인 ABS Management Co.에 대행시키고 있음
- 도매시장의 주된 활동주체는 독립 도매상(Wholesalers)으로서 대개 유한책임회사의 형태가 많고, 시설주로부터 점포 등 시설을 장기 임대계약에 의해 임대하여 영업하며, 점포사용권은 매매가 가능하여 도매상은 영업규모에 따라 사용점포면적의 차이가 큼

3.1.3. 도매시장의 입주상인

- 도매시장에 입주하고 있는 업자는 도매하수인, 위탁판매상인, 중매업자, 도매서비스상, 식자재 조달업자, 대리점, 중매인 등이 있음
- 일반적으로 산지로부터 물품을 직접 집하하는 도매하수인과 위탁판매상인을 제1차 도매업자라 하고, 이들 1차 도매업자로부터 물품을 매입하여 다른 업자에게 전매하는 중매업자, 도매서비스상, 식자재 조달업자를 제2차 도매업자로 구별하고 있음

3.1.4. 도매시장의 거래방식

- 출하자와 도매시장의 도매상과의 거래는 매취판매(Buy & Sale)와 위탁

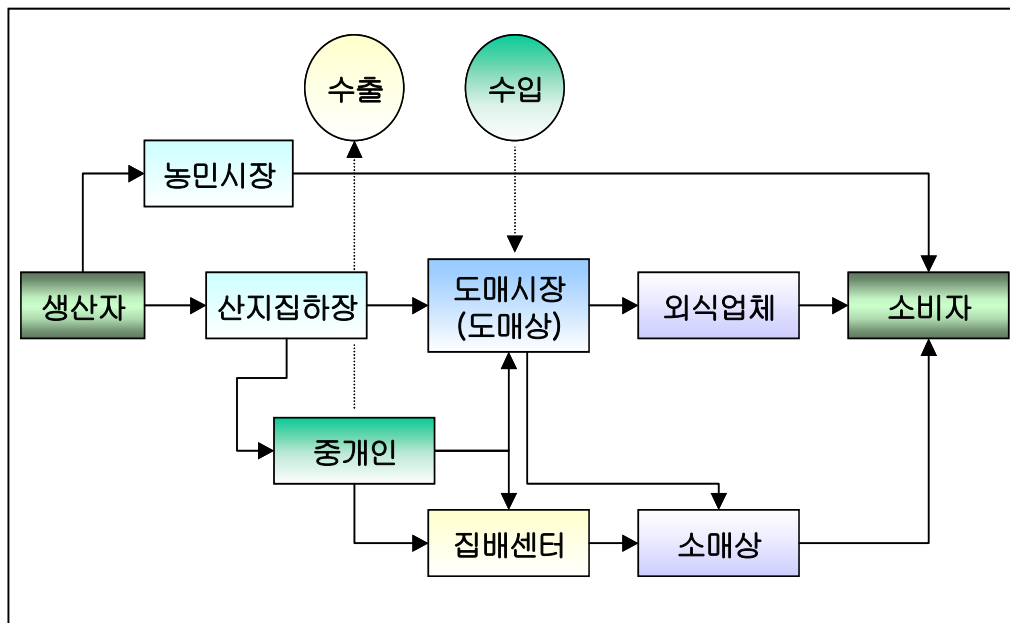
판매(Price After Sale, Open Price) 2가지 방식이 있음

- 매취판매는 출하자와 사전에 협의하여 결정된 가격으로 도매상이 구입한 후 적절한 마진을 붙여 소매상 등에 판매하는 방식으로 평균마진율은 7~8% 수준임
- 위탁판매는 도매상이 출하자로부터 판매위탁을 받아 수의매매에 의해 소매상이나 구매자에게 판매한 후 판매가격에 일정한 수수료를 공제하는 방법으로, 도매상의 법정수수료율은 7~20%이나 보통 15% 내외임
- 경매회사를 통하여 도매상, 도매인, 중개인은 경매를 통하여 물품을 판매할 수 있도록 규정하고 있으나, 이러한 경우 추가적인 비용을 상승을 초래한다고 정하고 있음

3.1.5. 도매시장의 대금결제

- 도매시장의 도매상과 출하자의 대금정산은 도매상 책임하의 개별정산방식으로 이루어지며, 대체로 판매 후 20~30일 이내에 정산함

<그림 6-2> 미국 농산물 도매시장 유통체계



- 소매점과는 신용거래로 하며 대금정산은 대략 1주일 이내임
- 정산하는 방법을 즉시지불이라 하며, 이는 법에서 명시한 지불기간내 출하품목에 대한 계산이 이루어지는 것을 말함

3.1.6. 도매시장 관련제도

- 농산물검사제는 부패하기 쉬운 농산물거래에 있어서 분쟁의 책임소재를 분명히 하고 거래를 신속히 하기 위한 제도임
 - 상품에 하자가 있다고 여겨지는 출하품에 대하여 도매상이 검사를 요구하고 검사결과서를 출하자에게 통보하며, 대금정산시 일반적으로 검사서를 함께 동봉함
 - 검사관은 자격증을 가진 공무원으로서 농무성소속 검사관과 시 보건국소속 검사관으로 구분되며, 농무성소속 검사관은 농산물의 상태와 등급에 관한 검사를 하며, 보건국소속 검사관은 위생에 관한 검사를 담당함
- 송장이란 산지에서부터 출하된 농산물이 소비지에 이르기까지의 거래과정을 추적할 수 있는 서류로서 1장의 정본과 3장의 사본으로 구성되어 있고 고유 일련번호가 찍혀 있으며, 매도인과 매수인의 인적사항·품목·등급·중량·단가·가격 등을 기재하도록 되어 있음
 - 송장작성은 생산자가 도매상에게 출하할 때뿐만 아니라 도매상이 구매자 또는 소매상에게 판매할 때에도 작성하여 2부는 보관하고 2부는 교부하여야 함
 - 송장은 도매상별 거래물량에 대한 수수료 부과자료, 세무자료 및 도매상의 신용평가 등의 기초자료로 활용되며, 허위기재 사실이 적발되면 시 당국으로부터 업무정지 등의 제재가 가해짐
- 신용평가서는 미국 전역의 생산자, 운송업자, 중개상, 도매상의 소유구조, 연락처, 상호, 물량처리능력, 주요 취급품목, 신용정도, 도의적 책임도, 대금정산의 신속도 등을 기록한 안내서로서 연 2회 발행됨
 - 신용조사는 본인이 자진 제출한 신고서를 객관적 검증과정과 평가를

거쳐 확정되며, 이에 따른 소정의 비용은 본인이 부담함

- 신용평가서에는 Blue Book과 Red Book이 있고, 사람에 따라 선호도가 다소 다르며, 전화, 서면 등으로도 신용안내서의 내용을 제공하고 있음

3.1.7. 자문위원회의 설치

- 부패성 있는 농산품법 프로그램을 검토와 향후 운영에 대하여 농무성 장관 및 의회의 검토를 권고하기 위하여 농무성 장관은 자문위원회를 설치할 수 있음
 - 첫째, 다양한 과일 및 야채 산업간 프로그램의 효율성과 공정한 처리를 보장하기 받음
 - 둘째, 모든 과일 및 야채 산업간의 상호이해 및 협력을 강화
 - 셋째, 부패성있는 농산품법 프로그램에 관하여 장관에게 조언
 - 넷째, 농업에 관한 하원위원회, 농업, 영양 및 산림에 관한 상원위원회 등에 프로그램에 대한 검토 보고서를 제출하기 위하여 자문위원회를 활동을 하도록 규정하고 있음

3.2. 도매시장 관련법의 주요내용

3.2.1. 부패하기 쉬운 농산물관리법(PACS)의 취지와 목적

- PACS의 제정취지는 청과물유통은 부패하기 쉬운 상품의 특성을 가지므로, 거래과정에서 분쟁이 발생할 가능성이 높은 상황에서 거래에 따른 쌍방의 책임을 명시함으로써 계약상의 분쟁이 유발될 경우 매매자들의 권리를 보호하면서 상품이 신속히 거래될 수 있도록 하기 위함
 - 부패성농산물법에 의해 일정한 금액이상을 취급하는 모든 유통참가자에게 농무성의 허가과 동시에 회계장부의 기록과 공정한 거래를 하도록 하고 있으며, 불공정거래시 제도적으로 규제하도록 구성되어 있음
- 부패성농산물법의 목적은 청과물거래에 있어 불공정 또는 기만적인 행위를 금지하고 위반자를 처벌함으로써 질서 확립을 목적으로 하고 있으며, 연방정부 농무성 농업유통국에서 관장함

3.2.2. PACA의 주요 내용

- 소매상이나 판매자를 대신하여 신선농산물이나 냉동식품을 중개하는 모든 유통참가자(또는 회사)는 허가를 받도록 규정하고 있음
 - 유통참가자란 신선한 또는 냉동청과물을 취급하는 반출상, 도매상, 일정규모이상 청과물을 취급하는 소매상, 트럭운송업자, 경우에 따라서는 가공업자를 포함하며, 만약 허가증 없이 영업을 한 자에 대해서는 벌금이 과해짐
- PACA는 거래자로 하여금 계약을 준수하도록 함
 - 판매자는 송장 등에 명시된 것과 같은 양과 질의 상품을 보내야 하며, 구매자는 계약에 명시된 상품을 수탁하여야 하고, 또한 신속히 대금을 지불하여야 함
 - 모든 면허상인들이 일정한 회계기록을 유지하도록 요구되어 짐
 - 불공정행위에 대한 처벌규정의 됴으로써 공정한 유통질서의 유지를 꾀하고 있음
- 이 법에서 규정하고 있는 불공정행위
 - 첫째, 구매하거나 위탁판매하기로 계약한 농산물을 정당한 이유없이 거부하는 행위
 - 둘째, 계약조건에 상응한 농산물대금을 신속하게 지불하지 않는 행위
 - 셋째, 타인으로부터 판매하기 위해 수탁한 농산물을 정당한 이유없이 폐기, 방기 또는 파손하는 행위
 - 넷째, 위탁 또는 공동계산으로 수송된 농산물에 대한 정확한 계산을 하지 않거나 대금전체를 신속하게 지불하지 않는 행위
 - 다섯째, 청과물의 등급, 품질, 양, 중량, 상태, 원산지를 조작하거나 속이는 행위 등을 말함
- 이 법을 위반한 자에 대해서는 벌금부과, 면허정지, 면허취소의 조치를 할 수 있으며, 면허정지 기간 동안 그 회사는 유통사업을 할 수 없음
- 징계를 요하는 일반사항
 - 첫째, 구매한 농산물의 대금을 지급하지 않거나 늦게 지불하는 경우

- 둘째, 위탁상이나 생산자의 판매대리인이 계산을 정확히 하지 않거나 출하자나 생산자에게 정산대금을 신속히 지불하지 않는 경우
- 셋째, 출하자로부터 권한을 위임받은 중개상이 판매된 농산물의 송장이나 정산한 판매대금을 출하자에게 지급하지 않는 경우
- 넷째, 주(州)간 거래에서 악의적으로 가짜 상표를 부착하거나 속이는 경우
- 다섯째, 고발이 있을 경우 조사와 검사를 위한 기록제시를 거부할 경우
- 여섯째, 농무성으로부터 경고를 받고도 고용이 금지된 사람을 고용하는 경우 등임
- 이 법은 농산물을 구매한 회사가 파산하거나 폐업하게 될 경우 출하자가 판매대금을 회수 할 수 있는 신탁제도를 두고 있음
- 계약과 관련된 분쟁을 해결하기 위하여 조직을 운영하고 있는데, 위법거래행위로 손해를 입은 경우 전국 주요도시에 위치한 5개소의 사무소에 서면으로 보상청구를 할 수 있음

3.3. 미국 도매시장 제도

- 미국의 도매시장은 도매기능만을 수행하는 터미널시장, 도매와 소매를 동시에 수행하는 지역시장 그리고 도매, 출하, 소매를 동시에 수행하는 농민시장이 있으며, 터미널시장과 지역시장은 민간과 주정부에서 운영하며 농민시장은 주로 주정부에서 운영하고 농민조합이 운영하는 형태도 있음
- 도매시장의 건설에 필요한 자본은 민간, 주정부, 연방정부, 시정부, 군정부 등 여러 가지 합작형태로 되어 있음
- 도매시장의 관리는 대부분 소유자가 극히 소수의 인원으로 시설만을 관리하며 나머지는 도매상들이 자율적으로 관리하고 있음
- 도매상의 거래형태는 매취 판매와 위탁판매 2가지 방식이 있으며, 일반적으로 도매상의 판매능력 및 신용도가 높을수록 위탁판매방식에 의한 거래비중이 높고, 도매상의 판매능력과 신용도가 낮을수록 매취 판매 방식에 의한 거래비중이 높은 편임

- 미국의 도매시장에서는 일반적으로 원격지 거래자간 거래로 통명 거래를 하고 있으며, 통명거래가 가능한 것은 산지의 상품규격화, 저온유통체계화, 전국권 시장정보체계 및 통신망의 확립 이외에도 신용거래가 제도적으로 확립되어 있기 때문이며, 신용거래가 확립되는 데에는 사회적 규범과 상도(商道)에 대한 신뢰성 확보가 큰 역할을 하지만, 농산물 검사제도, 송장제도, 신용평가서의 발행 등 제도적 장치가 신용거래를 촉진시키고 있음
- 미국에서는 도매시장관련법인 “PACA”의 제정을 통해, 일정한 금액 이상 취급하는 모든 유통참가자에 대해 농무성의 허가를 받도록 하고 있으며, 회계장부를 엄격하게 기록하도록 하고, 거래에 있어 불공정한 행위를 한 경우에는 면허를 취소하거나 벌금을 부과하도록 되어 있음
 - 만약 면허가 취소되면 그 관련자가 일정한 기간 청과물 거래영업을 할 수 없도록 엄격히 관리함
 - 농산물을 구매한 회사가 파산하거나 폐업하게 될 경우 출하자가 판매대금을 되돌려 받을 수 있는 신탁제도를 두고 있음

3.4. 미국의 도매시장 특징

3.4.1. 미국의 청과물 유통상 특징

- 국내 농산물의 96.3%가 산지집하장(shipping point operation)을 통해 집하장에서 집하·세척·선별·등급화·포장, 예냉·저장 등이 종합 처리
- 산지 집하장은 도매시장내 도매상이나 슈퍼마켓 및 슈퍼체인 등 대형 소매기구가 운영하는 집배센터와 전화 또는 fax를 통해 직접거래
 - 정부로부터 인가받은 중개인(broker)을 통한 거래물량은 약 25~40%
- 출하주와 도매시장거래는 대부분 매취 판매 형태로 거래

3.4.2. 도매시장체제의 특징

- 농가의 생산규모가 크고 품목별로 생산이 전문화되어 있어 생산자가 시장교섭력을 가질 수 있음

- 산지집하장에서 포장·규격화, 예냉 등이 거의 완벽하게 이루어짐
- 원격지 거래자간의 거래는 직접 상품을 확인하지 않고 기술내용이나 구두만으로 가격을 결정하고 거래하는 통명거래 가능

3.4.3. 통명거래·신용거래 촉진요인

- 영농규모가 크고, 규격화, 저온유통체계화 구축, 전국권 시장정보체계 및 통신망의 확립
- 농무부 검사관에 의한 농산물의 상태와 등급에 관한 검사체계 확립
 - 부패하기 쉬운 농산물거래에서 분쟁의 책임소재를 분명히 하여 거래의 신속성과 신뢰성을 높임
 - 등급판정 검사는 의무적인 것은 아니나 거래의 안전을 위해 검사를 받는데 유료이며 판매자가 부담
 - 수송차량 내부에 온도기록장치가 설치되어 책임소재를 명확히 구분 가능
- 송장(invoice)제도 확립
 - 매도인과 매수인의 인적사항, 품목별·등급별 중량, 단가, 가액을 기재
 - 도매시장에 대한 수수료, 과세부과, 신용평가의 기초 자료로 활용
- 미국 전역의 산지집하장, 중개상, 도매시장, 트럭운송업자의 상호, 회사형태, 주소, 전화번호, 상품처리능력, 주요취급품목, 신용정도가 기재된 신용평가서를 매년 2회 발행

4. 일본 농수산물 도매시장

4.1. 유통체계 현황

4.1.1. 유통경로

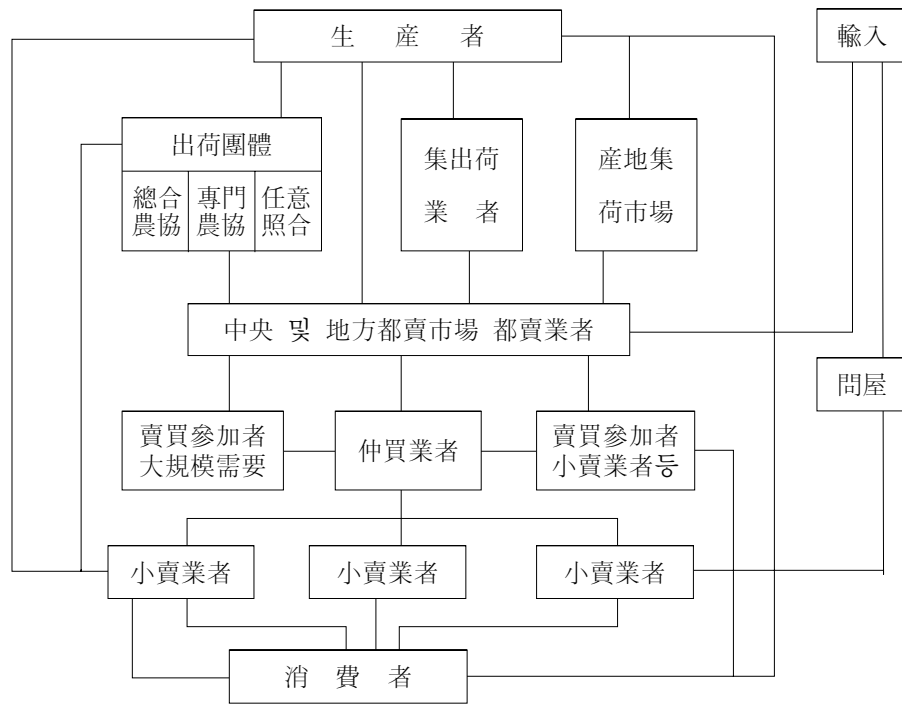
- 일본의 농산물유통에 있어서 산지 협동조합과 도매시장은 핵심적인 역할을 수행하고 있음

- 가장 일반적인 농산물의 유통경로는 생산자(농협 출하단체, 산지수집상) → 소비지도매시장(도매업자 → 중매업자) → 소매업자 → 소비자의 경로와 생산자 → 도매시장 → 소매상 → 소비자의 경로임
- 생산자가 협동조합의 출하단체나 산지수집상 또는 산지집하시장을 거쳐 소비지 도매시장의 도매업자(한국의 도매시장법인)에게 위탁하거나 또는 직접 도매업자에게 위탁하여 경매나 상대매매 등 다양한 거래방법을 통하여 중도매업자나 매매참가인을 거쳐 소매상과 소비자를 연결하는 경로임

4.2.2. 산지유통

- 산지유통에서 가장 중요한 유통기구는 농협으로서 대부분의 유통시설을 보유하고 있으면서 농산물의 집하·선별·포장·예냉·수송·보관 등 다양한 산지 유통기능을 수행하고 있음
 - 대체로 산지유통시설이 잘 정비되어 있어 산지에서의 등급화·규격화·포장화는 물론 예냉을 통한 저온유통체계의 확립 및 수송을 포함한 물류의 능률화를 기하고 있어 산지단계에서부터 체계적인 유통활동이 수행되고 있다고 할 수 있음
- 생산자의 출하는 산지수집상을 통한 출하나 개별적인 도매시장 출하비율이 매우 낮으며, 협동조합 출하단체의 출하비중이 높음
 - 이 중 각종 산지 유통시설을 가장 많이 보유하고 있는 종합농협의 출하비중이 높으며, 특히 종합농협의 경우 채소가격안정사업 출하물량의 대부분을 취급하고 있어 채소류의 출하비율이 매우 높은 실정임
 - 협동조합 출하단체 중에는 공동수송, 공동선별 및 공동계산을 수행하는 공동출하단체의 비중이 높음
 - 농협의 산지집하장은 산지에서 농산물을 수집·선별·포장·출하기능을 수행하는 가장 대표적인 시설임
- 산지의 수확 후 품질관리는 예냉은 기본적으로 이루어지고 있으며, 철저한 선별, 등급화 과정을 거치고 있어 소비자의 신뢰성이 확보되어 있는 상태임

<그림 6-3> 일본의 농산물 주요 유통경로



자료: 전창곤외, 『농산물 도매시장 활성화 및 경쟁력 강화 방안 연구』, 한국농촌경제연구원, 2002.12

- 대부분의 공선조직에 의한 출하는 공동계산제 형태로 이루어지고 있으며, 생산자는 생산한 상품을 컨테이너에 담아 공동선별장까지 운반만 하면 그 이후의 모든 유통활동은 공선조직의 전문가가 담당하고 있음
- 공선에 의해 상품화가 완료된 상품은 대부분 팔레트에 적재되어 도매시장이나 양판점, 생협, 대형할인매장 등 다양한 판매처로 분산되고 있음. 전체 출하물량의 약 70%는 전국의 도매시장으로 출하되고 있으며, 나머지 약 30%는 양판점, 할인점, 생협 등으로 출하되고 있음
- 점차 도매시장의 출하비중이 점감하고 있으며, 시장의 출하비중이 점증하고 있으나 그 속도가 매우 느리게 나타나고 있음. 시장의 출하의

경우 대부분 양판점이나 대형유통업체와의 계약체결에 의한 형태로 일종의 유통계약 형태가 대부분임

- 계약에 의한 도매시장 외 출하의 경우 품질관리는 거래처 기준으로 맞추어지고 있으며, 납품 시 품질검사는 계약상대가 지정한 제3자(공인기관)에 의해 수행하고 있으며, 품질관리 검사비는 일반적으로 생산자 부담하고 있음
- 농산물의 산지 출하 시 포장표시에서 종전에는 당도, 신선도 등 단순한 품질표시가 매우 중요한 요소로 작용하였으나, 점차 영양표시 등 기능성 표시의 중요성이 커지고 있음
 - 특히 도매시장이 아닌 양판점이나 대형소매점 등으로 출하하는 경우 계약 당사자인 양판점 등은 다른 경쟁업체와의 차별화를 위해 산지 생산자에게 이 같은 포장 표시를 요구하고 있음
 - 이 같은 포장표시의 차별화 요구는 매스콤 등에 의한 건강프로그램과 식품의 안전성과 기능성을 중시하는 소비자 소비성향의 변화에 의해서 점차 증가되고 있는 추세임. 이 경우 기능성 식품이나의 기준은 특정 인자나 영양소가 일본식품표준분석표에서 발표되는 기준을 초과하면 기능성으로 인정하고 있음
- 일본에서 산지협동조합을 통한 공동출하 비중이 높은 것은 농협이 필요한 유통시설을 대부분 보유하고 있기 때문이기도 하지만 농협의 하부조직인 작목반과 조합의 강력한 지도사업에 기초함
 - 공동출하와 관련된 생산자의 기간조직으로는 부락단위별 품목별 작목반이 조직되어 부락대표가 공판위원회를 운영하여 주로 부락단위별 품목별 청과물의 생산·출하를 담당하고 있음
 - 단위농협 수준에서는 작목회를 구성하여 품목별 기술향상과 공동판매를 도모하고 있음
 - 부락단위로 주로 미곡의 생산·출하를 담당하는 실행조합이 조직되어 있음
- 전체 농산물 중 농협(JA)의 취급비중은 중앙회 채소판매부의 약 40%를

포함하여 단위농협을 포함하면 전체적으로 약 70% 수준으로 나타나고 있음

- JA공동선별장의 출하비중은 도매시장 약 70%로 나타나 여전히 도매 시장 중심의 출하가 이루어지고 있음
- 현재 일본의 농산물 유통체계도 빠르게 변화하고 있으며, 이러한 유통환경변화에 효과적으로 대응하기 위해서 산지 생산자나 농협은 마케팅 전략을 기존과 다르게 수정하고 있는 추세임
- 일본의 소비지 유통업체(특히 양판점)의 청과물 판매전략이나 구매 선택도 변화에 따른 산지의 마케팅전략 방향은 각 품목별 작목반(부회) 중심으로 단협의 역할이 특화되고 있는 추세임
- 단협의 마케팅 전략의 특화 경향은 크게 영업형, 안전성추구형, 대규모화형, 생산형 등으로 나타나고 있으나, 영업형과 안전성추구형이 많은 산지 생산자단체들에 의해 벤치마킹 되고 있음

4.2. 도매시장 유통체계

- 일본의 농수산물 유통에 있어서 소비지 도매시장은 도매단계에서 가장 핵심적인 역할을 수행하고 있으며, 도매시장은 다양한 품목의 수집과 신속한 분산, 공정한 가격형성, 시장정보제공, 신속 정확한 결제 등의 주요한 기능을 수행하고 있음
- 도매시장의 유통주체는 도매업자와 중매업자로서 이들은 거래에 의해 상품을 소유하고 창고시설이나 기타 물류시설 및 점포를 소유하고 있으며, 법인형태로 조직되어 있음
- 도매시장의 운영주체는 도매업자이며, 중매업자는 도매업자가 실시하는 경매나 기타 거래에 참여함은 물론 산지에서 생산자로부터 농산물을 수집해 도매업자에게 넘기기도 하고 도매법인에 상장하지 않고 소매상에게 바로 넘기기도 함
- 일본 도매시장에서 오랜 거래관행으로 이해 당사자간에 거의 마찰이 일어나지 않고 있는 것이 특징적 임

- 일본의 도매시장은 도매시장법에 의해 농림성장관의 허가를 얻어 인구 20만명 이상의 도시에 건설하는 중앙도매시장과 都, 道, 府, 縣의 조례에 의해 지사의 허가를 받아 중소도시나 산지에 설치되는 지방도매시장, 그리고 지방자치단체의 조례에 의해 건설되거나 지방도매시장 기준에 미달하는 소규모 기타도매시장 등 3가지 형태가 있음
 - 중앙도매시장은 주요도시 및 그 주변 지역의 원활한 유통을 위해 농수산물 도매의 중추적인 거점과 인근 지역의 유통 개선에도 기여하는 것으로써 농림수산성 장관 인가를 받아 개설된 도매시장
 - 중앙도매시장의 개설자로는 도도부현, 인구 20만명 이상의 시, 도도부현 또는 인구 20만명 이상의 시가 가입한 일부 사무조합 또는 광역연합으로 중앙도매시장 정비계획에서 정한 개설구역에 대하여 농림수산성 장관의 인가를 받아 개설 가능
 - 지방도매시장은 중앙도매시장 이외의 도매시장으로서 도매장의 면적이 청과물도매시장은 330㎡ 이상, 수산물도매시장은 200㎡ 이상(산지시장은 330㎡이상), 육류도매시장은 150㎡ 이상, 화훼도매시장은 200㎡ 이상인 도매시장을 말하며, 지방도매시장의 개설에는 도도부현지사(都道府縣知事)의 허가가 필요
- 중앙도매시장의 유통참여자에는 도매업자, 중도매업자, 매매참가자, 관련사업자 등의 유통종사자가 있음
 - 도매업자는 전국적인 규모로 대량의 농수산물을 집하하여 이를 중도매업자 및 매매참가자에게 판매하는 자이며, 원칙적으로 수탁으로 집하하고 경매 또는 입찰의 방법으로 판매하도록 되어 있지만, 특별한 경우 매취수집 및 상대매매가 가능
 - 도매업자는 취급부류에 따라 농림수산성 장관의 허가를 받아야 되며, 도매업자의 업무 및 재무 등에 대해 농림수산성 장관의 지도, 감독을 받음
 - 중도매업자는 도매시장 내에서 점포를 가지고 도매업자로부터 구매한 상품을 소매상, 외식업자 등에게 분산·판매하는 업무를 하는 자

- 도매시장법에서는 중도매업자를 원칙적으로 두게 되어 있지만, 개설자가 시장규모, 취급품목 특성, 거래상황 등을 감안하여 둘 필요가 없다고 인정될 때에는 두지 않을 수도 있음
- 매매참가자는 개설자의 승인을 받아 도매업자의 경매 등 도매에 직접 참가하여 물품을 구매할 수 있는 요식업자 등을 포함한 대규모 수요자
- 관련사업자는 개설자의 허가를 받아 시장 내에서 당해 시장 취급품목 외의 식료품 등을 판매하거나 취급품목의 보관, 운반 등 물류관련 업무에 종사하는 자, 음식점 등 서비스를 제공하는 자
- 일본의 농수산물 도매시장은 현재 인구 20만 이상의 56개 도시에 88개의 중앙도매시장(청과물 72, 수산물 54, 식육 10, 화훼 19, 기타 10개시장)이 있으며, 88개의 시장에서 261개의 도매업체가 농협, 산지출하업자, 산지집하시장으로부터 농수산물을 위탁받아 경매를 위해 상장시키고 있음
 - 도매업자는 중매수수료만 받고 중매업자, 소매업자·수퍼 등 대형소매업자나 대규모수요자와 같은 매매참가인이 참여하는 경매를 실시하고 있음
- 전체적으로 농수산물 유통량의 약 75% 이상이 도매시장에서 거래되고 있으며, 나머지는 직거래나 소매상 등을 통해 거래되고 있음
 - 또한 농수산물은 산지수집상 대신에 협동조합의 출하단체를 통하여 도매회사에 판매를 위탁하는 비율이 80% 이상이 되어 가격안정에 중요한 역할을 하고 있음
- 도매시장의 거래방법은 경매를 기본으로 하고 있으나, 대형유통기구의 증가, 규격포장제도의 정착 등 유통여건의 변화에 따라 선취매매, 수의매매 등의 비율이 증가하고 있음
- 도매시장 거래형태
 - 도매시장의 물량확보는 원칙적으로 도매업자가 출하자의 출하위탁에 의해 수집하고 있으며, 수탁거부는 원칙적으로 금지
 - 도매업자의 판매방법은 경매사가 행하는 경매를 원칙으로 하고 있으나, 특정한 경우 상대매매에 의해 판매할 수 있음

- 또한 도매업자는 농수산물을 중도매업자나 매매참가자 이외에게는 판매할 수 없도록 되어 있지만, 시장의 여건에 따라 중도매업자나 매매참가자 이외의 자에게 판매할 수 있음
- 도매업자는 도매시장 개설구역 내에서 개설자가 지정한 장소 이외에, 농림수산성 장관이 지정한 개설구역의 주변지역의 일정한 장소에 있는 물품에 대해서도 도매할 수 있음
- 중도매업자는 원칙적으로 도매업자로부터 매입하지만 도매업자로부터 매입하는 것이 곤란한 물품에 대해서는 직접 집하할 수 있음
- 도매업자는 출하자 대하여 도매한 날의 익일까지 대금을 송금하도록 의무화되어 있으며, 매수인은 도매업자로부터 매수한 물품의 인수와 동시에 즉시 매수대금을 지불하도록 의무화되어 있음
- 도매시장제도의 합리적이고 효율적인 운영을 위하여 15명 이내로 구성된 식품유통심의회가 설치되고 있으며, 심의회는 농림수산성 장관의 자문에 응하며 도매시장정비 기본방침 및 중앙도매시장 정비계획의 책정 등 도매시장법의 시행에 관한 주요사항을 조사·심의함
 - 이와 함께 도도부현 도매시장 정비사항, 기타 도매시장 관련 주요사항을 조사·심의하기 위해 도도부현 도매시장심의회를 설치할 수 있음
- 농림수산성 장관은 도매시장법에 의거하여 5년마다 목표연도에 대한 도매시장의 적정배치·시설, 거래 및 물류합리화, 도매업자의 경영합리화 등을 내용으로 하는 도매시장정비 기본방침을 작성하여 향후 도매시장의 정비방향에 대한 기본 지침을 제시하고 있음
 - 도매시장정비 기본방침 및 정비계획에 따라 사업의 원활한 달성을 추진하기 위하여 중앙도매시장에 대해서는 국가가 그 비용의 10분의 4 이내를 보조할 수 있음
- 농수산물 도매시장 관련법으로는 도매시장법, 식품유통구조개선촉진법 등이 있음
 - 도매시장법은 도매시장의 개설과 도매시장에 있어서 거래 등에 관하여 규정하고, 도매시장 정비와 건전한 운영을 확보함으로써 거래의

적정화 및 유통의 원활화를 꾀하는 것을 그 목적으로 함

- 1971년 4월 3일 제정·공포되어 1978년 7월 5일 제1차 개정된 이후 1999년 7월 26일까지 10차에 걸쳐 개정되었음
- 도매시장법의 주요 내용은 도매시장 개설의 인가와 신청, 도매업무의 허가, 순자산액의 기준 및 보고, 중도매업무의 허가, 중도매업자의 업무에 대한 규제, 매매거래의 방법, 자기계산에 의한 도매의 금지, 개설자에 의한 도매예정수량 등의 공표, 겸업업무 등의 신고, 차별적 거래의 금지 등, 도매시장정비 기본방침, 중앙도매시장 정비계획, 중앙도매시장개설운영협의회 등이 포함되어 있음
- 식품유통구조개선촉진법은 소비자 요구의 다양화 등 수요의 변화, 농수산물 수입의 증가 등 생산여건의 변화, 물류비 증가 등 식품유통을 둘러싼 급격한 변화에 대응하기 위해 식품 유통부문의 구조개선을 촉진하기 위한 조치를 강구하는 것으로 “식품 유통기구의 합리화”와 “식품 유통기능의 고도화”를 도모하는 것을 그 목적으로 함
- 적용대상 식품은 의약품을 제외한 모든 음식물과 화훼가 포함되며, 식품판매업자는 식품소매업자 및 식품도매업자와 일반식품업자도 포함됨
- 1991년 5월 2일 제정·공포되어 1999년 7월 26일 1차 개정이 이루어짐
- 농림수산성 장관은 식품유통심의회 의견 청취하고 식품유통구조개선 기본방침을 정하며, 식품유통구조개선사업의 주요 내용은 식품생산판매제휴사업, 도매시장기능고도화사업, 식품판매업근대화사업, 식품상업집하저장시설정비사업 등 4개 사업이 있음
- 도매시장법 및 식품유통구조개선촉진법의 일부를 개정하는 법률이 1999년 국회에서 통과되고, 도매시장법 시행규칙의 일부가 1999년 7월 26일에 시행됨
- 최근 도매시장을 둘러싼 내외부적 유통환경과 여건변화에 대응하여 도매시장의 건전한 발전과 그 활성화를 위해 개정되었으며, 주요 내용은 도매업자 및 중도매업자의 경영체질 강화, 공정하고 효율적인

매매거래의 확보, 도매시장 재편의 원활화 등임

- 주요 개정내용은 도매업자 및 중도매업자의 경영체질강화를 위한 지원, 도매시장정비기본방침의 변경, 중앙도매시장의 도매업자에 대한 조치, 중앙도매시장에 있어서 매매거래의 개선 등이 포함
- 중앙도매시장의 매매거래는 공정하고 효율적이어야 한다는 것(법 제 34조), 도매업자는 매매거래 방법마다 수량 및 가격을 공포해야만 하는 규정(법 제46조의2) 제정되어 공정·공개·효율성이 중앙도매시장에서의 매매거래 원칙으로 확인
- 매매거래의 방법에 대해서는 시장 및 품목마다 개설자가 ① 경매 또는 입찰, ② 일정비율은 경매 또는 입찰의 방법으로 하고 이 밖의 부분에 대해서는 경매·입찰의 방법 또는 상대거래, ③ 경매·입찰 또는 상대거래 방법 중 하나를 선택하여 업무규정으로 정하도록 하였음
- 그 외 결제확보조치, 자기계산에 의한 도매금지규제의 완화, 시장 외에 있는 물품의 도매금지 규제의 완화 등 도매업자나 중도매인의 경영합리화를 위한 완화조치를 취하였으며, 업무규정의 변경방법, 시장 거래위원회의 설치, 도매예정수량의 공표 등이 포함

4.3. 도쿄 오타(大田)도매시장 유통 현황

- 거래체계는 도매업자에게 상장하여 경매과정을 거쳐 중도매업자가 분산하는 체계가 기본임
 - 산지농협이 발달하여 전체 농산물의 약 70%가 계통 출하됨
 - 생산자의 직접출하는 농산물의 경우 근교채소 위주이며, 전체거래량의 약 17%정도이며, 수산물의 경우 참치, 원양냉동물, 패류, 담수어 등 전체의 35% 정도임
 - 농수협, 원예조합, 출하조합 등 생산자 출하조직에 의해 거래물량의 약 70%가 계통 출하되고 있음
- 수입농산물의 대부분은 중도업자에 의해 수집되며, 이 중 약 50% 정도는 장외도매상에 의해 거래

- 농산물의 경우 특정지역, 특정상품의 일부만 산지중매인에 의해 출하되거나 수산물의 경우 산지시장의 발달로 2/3, 식육의 경우 1/2 정도가 산지중매인에 의해 출하되고 있음
 - 산지중매인의 경우 우리나라의 수집상과 유사한 기능을 수행하는 것으로 산지위판장의 중도매인으로 산지경매에 참여하여 경락 받은 물품을 소비자도매시장에 출하하는 자임
- 도매업자에게 상장된 농산물은 중도업자나 매매참가자에게 판매되며, 판매방법은 경매 또는 입찰이 원칙이고, 예외적으로 상대매매방법을 사용하였음
 - 최근 이러한 경매 또는 입찰원칙을 포기하여 상대매매도 거래방법으로 인정하고 있음
- 판매수수료는 과일 7.0%, 채소 8.5%, 수산물 5.5%, 부속물 8.0%, 계란 1.5%, 기호식품 5.0%, 화훼류 9.5%임. 판매수수료는 우리나라의 상장수수료와 같은 개념이나 상장되었으나 판매되지 않았을 경우 수수료 징수가 불가하다는 점에서 판매수수료라는 용어를 사용하고 있음
 - 시장사용료는 거래금액의 0.25%, 도매업자별 사용 시설면적에 대하여 m²당 월 396엔의 면적할을 병행하고 있음
- 하역업무는 출하단계에서 출하주 책임하에 도매업자 직원이 고객서비스 차원에서 지원 및 보조하고 있으며, 중도업자 점포이송단계에서는 중도업자 책임하에 수행되나 필요시 전동차나 지게차를 소유하거나 운송업체로부터 대차하여 사용하고 있음
 - 그러나 수산물의 경우 상품의 특수성으로 대부분 하역노조원에 의해 취급되고 있으며, 하역노조는 도매업자에 소속되어 있으며 비용도 도매업자가 부담하나 도매업자의 직원은 아닌 하도급업체의 성격임
- 중도업자는 가격결정과 분배기능을 하는 상인으로 도매업자가 행하는 경매에 참가하여 매수한 물품을 시장 내 점포에서 분류 또는 제조 판매하는 상인으로 정의됨

- 농수산물을 매수하여 도매거래하는 자로 정의되고 있는 우리나라의 중도매인 업무범위보다 넓은 개념임
- 중도업자의 도매업자 소속제는 없으며, 각자 자신의 선택에 따라 도매업자의 경매 참여가 가능하며, 중도업자 점포사용료는 m²당 월 1,560엔 정도임
- 매매참가자는 소매상, 가공업자, 지방도매시장 경영자, 대량소비자가 주가 되고 있으며, 소매상의 매매참가자 자격부여 여부는 지역별로 상이함
- 수산부류의 매매참가자는 대부분 대량수요자이며, 청과 및 화훼부류는 소매상임
- 우리나라와는 달리 일본의 매매참가자의 구매활동은 매우 활성화 되어 있음
- 구매자는 도매시장에서 구매한 물품을 재판매하는 소매상, 지방도매시장 경영자, 가공업자, 대량소비자 등이 주류를 이고 있으며, 이 중 소매상이 약 50%로 가장 큰 비중을 차지함
- 1990년대 중반 일본의 거품경제가 붕괴되면서 1994년부터 도매업자 및 중도업자의 경영상황이 악화되었으며, 이로 인해 동경도의 지도 및 감독이 거의 이루어지지 못하였으며, 일부 고가품목을 제외하고는 제대로 경매가 이루어지지 못하였음
- 특히 중도업자의 직접 집하분(우리나라의 상장예외품목)의 거래실적 보고 시 탈루가 많아 개설자가 직접 장부조사도 벌이고 있는 실정임
- 경매장은 필요한 구간에 대하여 저온상태로 가동될 수 있도록 설계되어 있으며, 천장에 자연채광시설도 설치되어 있으나 환기시설이 없음
- 경매장의 높이가 너무 높아 저온유통체계에 저해요인이 되고 있음
- 매수물품의 배송편의를 위하여 경매장 밖에 유개주차장이 있으며, 천장으로부터 1m 정도는 비닐커튼으로 설치되어 있음
- 시설배치에서 중도업자의 점포구조를 보면 1층은 점포, 2층은 사무실 구조로 되어 있으나 점포통로가 협소하고 점포면적도 작은 편임

5. 외국의 농수산물 도매시장 제도 비교

5.1. 시장개설 측면

- 일본, 프랑스 및 미국 중 우리나라와 유사한 시장거래시스템을 가지고 있는 국가로는 일본으로 도매법인 체제하의 상장경매와 도매상 제도를 병행하여 사용하고 있음
 - 일본이 우리나라와 비슷한 시장거래시스템을 가지고 있는 이유는, 수산물 생산지가 넓게 분포되어 있을 뿐만 아니라 생산량도 상대적으로 많고, 이로 인하여 소비도 프랑스나 미국에 비하여 많기 때문에 오래 전부터 수산물 거래가 활발하게 이루어졌기 때문임
 - 또한 수산물 소비패턴에 있어서도 활어, 대중선어, 패류, 해조류 등 다양한 수산물을 소비하고 있어 대량소비에 부응하기 위하여 도매법인 체제의 시장거래시스템이 정착되었음
 - 반면, 프랑스와 미국의 경우 도매상제도를 채택하고 있는데, 이는 우리나라와 일본에 비하여 상대적으로 수산물 소비가 적고, 주로 식용에 이용하는 수산물 종류가 선어와 냉동어 위주로 이루어졌기 때문에, 대량으로 수산물 수요가 이루어지는 우리나라와 일본과는 거래 시스템과는 다른 상황이 발생하였기 때문임
- 각 국별 시장개설부문을 살펴보면, 도매시장의 종류는 일반적으로 중앙 및 지방도매시장 등 2가지로 구분할 수 있음
 - 첫째, 개설자가 누구인가에 따라 달라지는데, 우리나라와 일본, 미국의 경우 개설자는 지방정부이나, 유럽 최대의 시장 중 하나인 프랑스 Rungis 시장은 개설은 중앙정부가 하나, 운영은 파리시 지방자치단체에 위임하고 있는 것이 특징임
 - 둘째, 시장에 대한 투자주체별로 정부에 의한 투자와 민간에 의한 투자로 구분될 수 있는데, 투자주체별로 세분화하면 중앙정부, 지방(주)정부, 그리고 민간 등으로 구분됨

<표 6-4> 국가별 시장개설 부문별 도매시장 비교

국가	도매시장수	개설자	투자주체
한국	○ 공영도매시장: 18개 ○ 일반법정도매시장: 32개 ※ 유사도매시장 존치	○ 지방정부	○ 국고보조에 의한 지방정부 - 국고보조 70%
일본	○ 중앙도매시장: 87개 ○ 지방도매시장: 1,500개	○ 지방정부	○ 국고보조에 의한 지방정부 - 국고보조 25~33%
프랑스	○ 국영시장: 17개 ※ 산지 생산자 전문시장 29개소	○ 중앙정부 (지방정부에 위임)	○ 중앙정부
미국	○ 총 44개 - 지방정부 23개(주정부 19개, 시정부 4개) - 협동조합: 2개 - 개인사업: 11개 - 기타 8개	○ 지방정부	○ 정부, 민간

자료: 서울시농수산물공사, 『세계의 농수산물 도매시장 현장을 가다』, 1999

5.2. 관리 및 운영측면 비교

- 각 국별 도매시장의 관리 및 운영측면의 특징을 살펴보면, 첫째 관리주체별로 나누어 볼 수 있음
 - 우리나라와 일본의 경우, 도매시장의 관리주체는 지방정부 또는 도매시장을 전담하는 관리공사(공무원신분)가 시장을 관리하고 있음
 - 프랑스는 국영공사가 정부의 위임을 받아 시장을 관리하며, 미국의 경우는 도매상조합 또는 시설주가 시장의 관리를 맡고 있음
- 운영주체별로 살펴보면
 - 우리나라와 일본은 상품의 수집 및 집하는 도매시장법인이, 분산기능은 중도매인이 담당하고 있음

- 프랑스의 경우, 운영을 담당하고 있는 유통주체는 세분화되어 있는데, 도매상, 위탁상, 도매위탁상, 중개상 그리고 생산자 등으로 구분할 수 있음
- 미국의 경우는 도매상과 위탁상이 혼재해 있음
- 거래방법별로 살펴보면
 - 우리나라와 일본은 출하자로부터 상품을 수탁받아 입찰경매를 원칙으로 하는 판매방법을 사용하고 있음
 - 프랑스와 미국의 경우, 도매상거래체계의 특징인 상대매매 및 수탁매매가 주요 거래방법인 것으로 나타났음
- 도매와 소비의 분리여부에 대하여는

<표 6-5> 국가별 관리, 운영별 도매시장 비교

국가	관리주체	운영주체	거래방법	판매수수료	시장사용료	도·소매 분리
한국	○ 지방정부 또는 지방공사	○ 집하: 도매시장 법인 ○ 분산: 중도매인	○ 수탁받아 입 찰경매 판매 원칙	청과 7% 수산 6% 축산 3%	○ 거래금액 0.5% (면적은 상대치)	병존
일본	○ 지방정부	○ 집하: 도매업자 ○ 분산: 중도업자	○ 수탁받아 경 매, 상대 매매 판매 원칙	채소 8.5% 과실 7% 수산 5.5% 축산 3.5%	○ 거래금액 0.25% (면적할당: 월 428엔/m ²)	분리
프랑스	○ 국영공사	○ 도매상 ○ 위탁상 ○ 도매위탁상 ○ 중개상 ○ 생산자	○ 상대매매 및 수탁판매	마진율 8~ 15% 위탁판매수 수수료 4~5%	임대료	○ 출입자 등 등록통제 - 실제 소매 존재
미국	○ 도매상조합 또는 시설주	○ 도매상 ○ 위탁상	○ 상대매매 및 수탁판매	마진율 자율	임대료	○ 출하자통제 - 소매 금지 안함

자료: 서울시농수산물공사, 『세계의 농수산물 도매시장 현장을 가다』, 1999

- 우리나라의 경우, 도매와 소매가 병존하고 있는 시장내 상황을 보여주고 있음
- 일본의 경우, 도매와 소매가 엄격하게 분리되어 있어, 도매시장내 소매행위를 금지하는 것이 특징임
- 프랑스와 미국의 경우, 시장내 진입을 엄격하게 통제하고 있으나, 실제 소매상은 일부 존재하는 것으로 나타났음

5.3. 물류체계별 비교

- 물류구조를 살펴보면
 - 우리나라와 일본의 경우, 경매장과 중도매인 점포간의 긴 동선으로 연결되어 반입된 상품에 대한 상장경매를 실시후 중도매인인 상품을 인도받아 분산하는 물류체계를 가지고 있음
 - 프랑스의 경우 도매상 점포만이 상품을 직반입·반출할 수 있는 형태로 구성되어 있음
 - 미국은 도매상 점포 양쪽으로 도크가 설치되어 물류 흐름이 원활히 이루어지도록 구성되어 있음
- 하역시스템을 살펴보면
 - 프랑스와 미국이 100% 가까운 기계 하역을 실시하고 있는데 반하여, 우리나라는 기계화 수준이 프랑스, 미국, 일본에 비하여 일정 수준에 도달하지 못한 상태임
 - 일본의 경우, 팔레트를 사용하여 제품의 규격화를 가져오고 있음
 - 우리나라의 경우, 팔레트화는 일정수준에 이르렀으나, 산지와 소비지간의 서로 다른 규격으로 인하여 비용의 증가가 발생하고 있는 상황임
- 하역의 수행 및 비용부담의 주체여부
 - 프랑스와 미국은 도매상이 하역비용을 부담하고 있음
 - 우리나라는 항운노조가 전문적인 하역을 수행하는 가운데, 출하품목에 대한 비용부담은 출하자가, 이송 및 상차에 대한 부담은 중도매인이 부담하고 있음

- 일본의 경우, 특별한 하역노조는 존재하지 않으며, 출하부담은 도매법인인, 이송 및 상차에 대한 부담은 중도매인이 비용을 부담하고 있는 상황임

<표 6-6> 국가별 물류체계별 도매시장 비교

국가	물류구조	하역기계화	하역수행 및 부담주체
한국	○ 경매장과 중도매인 점포간 긴 동선으로 연결 (Hall Type)	○ 인력 및 손수레 의존 -파레트 미사용 -Deck 미설치	○ 하역노조 ○ 비용부담 -출하단계: 출하주 -이송 및 상차단계: 중도매인
일본	○ 상동	○ Deck 미설치 -파레트 사용 보편화 -기계화 상당수준	○ 별도의 하역노조 없음 (수산은 예외) ○ 비용부담 -출하단계: 출하자 책임 하에 도매업자 서비스 -이송 및 상차단계: 중도업자
프랑스	○ 도매상 점포 직반입·반출 -바깥쪽	○ 거의 100% 기계화	○ 공사에서 허가한 하역업체 ○ 비용부담: 도매상
미국	○ 도매상 점포 양쪽으로 Deck 설치(Garage Type)	○ 거의 100% 기계화	○ 도매상

자료: 서울시농수산물공사, 『세계의 농수산물 도매시장 현장을 가다』, 1999

<표 6-7> 국가별 도매시장 거래제도 운영형태 비교

국 가	도매시장	거래제도 운영형태
프랑스	형지스 도매시장	○ 시장도매인에 의한 수의매매로 거래 - 매수 거래를 위주로 도매상 영업(매수: 위탁 = 8 : 2) - 도매상은 재포장, 저온저장 등 시장내에서 복합기능 수행
스페인	마드리드 도매시장	○ 시장도매인에 의한 수의매매로 거래 - 대부분 산지 직구매, 일부는 위탁 및 중개 거래로 판매 - 도매상별로 품목별 전문가 4~5명을 두고 운영
벨기에	브라바 도매시장	○ 생산자단체에 의한 경매로 거래 - 최근, 수지식경매에서 전자식으로 전환하여 운영 - 샘플경매가 정착되었으며, 유통업체는 인터넷으로 응찰 가능
네덜란드	알스미어 도매시장	○ 생산자단체에 의한 경매로 거래 - 1990년부터 전자식 경매를 시행하여 정착, 수의매매는 10% 수준 - 1997년부터 원거리에서 전자경매 참여 가능
네덜란드	그리너리 도매시장	○ 생산자단체에 의한 경매로 거래 - 최근, 전자경매와 수의매매를 병행하면서 수의매매 비중이 증가 추세(30%수준) - 샘플경매가 정착되었으며, 다른 경매장의 경매에 참여 가능
미국	헌츠포인 트 도매시장	○ 시장도매인에 의한 수의매매로 거래 - 매취는 산지집하장과 가격조건을 협의후 구매, 판매 - 위탁판매는 저급품이나 집하장에서 판매되지 않은 상품을 판매하는 수단이었으나 대부분 매취판매 형태로 전환
일본	오다 도매시장	○ 도매법인에 의한 경매로 거래 - 최근, 경매 보다는 선취거래를 통한 수의매매 증가 - 동경청과 법인의 경우 경매:상대매매= 2:8 수준
호주	시드니 도매시장	○ 생산자와 소비자에 의한 수의매매로 거래 - 직거래방식의 소매시장 형태로 운영 - 호주는 축산물은 경매, 그외는 수의매매로 거래
대만	대북시 도매시장	○ 공공출자법인에 의한 경매로 거래 - 전자식 경매 시행, 완전경매제 도매시장은 3개소 - 경매와 수의매매병행이 17개소, 수의매매만 시행은 43개소

자료: 전창곤외, 『농산물 도매시장 활성화 및 경쟁력 강화 방안 연구』, 한국농촌경제연구원, 2002.12

참고문헌

- 농림부, 『농수산물유통 및 가격안정에 관한 법령집』, 2000. 6
- 농림부, 『시장도매인제 운영지침』, 2000. 10
- 농수산물유통공사, 『주요 농산물 유통실태』, 2004. 2
- 서울특별시농수산물공사, 『가락시장 15년(1984~2000)』, 2000. 12
- 서울특별시농수산물공사, 『농수축산물 거래연보』, 각 연도
- 서울특별시농수산물공사, 『품목별 유통정보 조사 분석』, 2000. 5
- 서울특별시농수산물공사, 『2001 통계자료집, 1985~2000』, 2001. 4
- 서울특별시농수산물공사, 『세계의 농수산물 도매시장 현장을 가다』, 1999
-
- 권원달, 『농수산물도매시장의 중도매인』, 농수산물도매시장법인협회, 1995. 3
- 김동태, 『시장과 유통-지식기반사회에서의 농산물유통과 과제』, 다솔원, 2000. 2
- 김성훈 외, 『공영 농수산물 도매시장 건설 및 관리운영 개선을 위한 연구』, 한국농축수산물유통연구원, 1987. 6
- 성배영, 『농수산물 유통경제』, 한국농촌경제연구원, 1982. 1
- 성배영, 『시장개발과 유통근대화』, 한국농촌경제연구원, 1987. 5
- 성배영, “서울 가락동 농수산물 도매시장의 관리운영 개선” 『농촌경제』 제14권 제2호, 한국농촌경제연구원, 1991. 6
- 성배영·조명기 외, 『가락동 농수산물 도매시장의 효율적인 관리·운영방안 연구』, 한국농촌경제연구원, 1990
- 성배영·조명기 외, 『농수산물 유통실태 조사 연구』, 한국농촌경제연구원, 1991
-
- 신장식 외, 『거래물량 분석을 통한 가락시장 발전방향 모색』, 서울특별시농수산물공사, 2000. 11
- 신장식 외, 『거래실적의 실증분석에 의한 중도매인 운영 효율화 방안 연구』, 서울특별시농수산물공사, 2000. 11
- 오세조 외, 『시장도매인제 운영방안 연구』, 한국유통학회, 2000. 6

- 이래협, 『공영도매시장의 하역체계에 관한 연구』, 건국대학교 대학원 석사학위논문, 2003. 7
- 전창곤, “농수산물 도매시장의 경영특성 비교 연구”, 『식품유통연구』 제11권 제1호, 한국식품유통학회, 1994. 8
- 전창곤, “유통시장 개방과 농산물유통에 대한 영향”, 『식품유통연구』 제12권 제1호, 한국식품유통학회, 1995. 8
- 전창곤·조명기, 『농산물 도매시장 활성화 및 경쟁력 강화방안 연구』, 한국농촌경제연구원, 2002. 12
- 정복조, “한국의 농업과 농산물 유통”, 『농산물 유통개선과 발전방향에 관한 한일간 심포지움』, 하계학술발표논문집, 한국식품유통학회, 1993
- 정찬길, “도매시장 거래정착을 위한 중매인 육성방안”, 『도매시장발전에 관한 세미나』, (사)한국농산물중매인조합연합회, 1992. 6
- 정찬길, “농수산물도매시장의 거래제도 개선방안”, 『식품유통연구』 제6권 제1호, 한국식품유통학회, 1989. 6
- 조병찬 외, 『농산물유통의 단계시장분석과 유통개혁 방향』, 한국농수산물도매시장법인협회, 1999. 10
- 허길행, “농수산물 도매시장 관리·운영체계에 관한 고찰”, 『농촌경제』 18(2), 한국농촌경제연구원, 1995. 여름
- 허길행 외, 『영등포상권 이전과 후적지 정비방안 연구』, 한국농촌경제연구원, 2000. 11
- 허길행 외, 『가락시장 이전 타당성분석을 위한 기초연구』, 한국농촌경제연구원, 2001. 6
- 허길행 외, 『21세기에 대응한 농수산물 유통개선대책 연구(종합보고서)』, 한국농촌경제연구원, 1997. 6
- 허길행·조명기, 『농산물 표준규격 출하촉진을 위한 도매시장 관리제도 개선 연구』, 연구보고 337, 한국농촌경제연구원, 1995. 12
- 허길행·조명기, 『농산물유통개혁백서』, 한국농촌경제연구원, 1995. 6
- Beilock, Richard, et, al., 『The Importance of Wholesale Produce Markets』, The Institute of Food and Agricultural Science, University of Florida, 1991.
- Kohls, R. L., J. N. Uhl, 『Marketing of Agricultural Products』, Macmillian Publishing Co., New York, 1990.

Richard L. Kohls, Joseph N. Uhl., 『Marketing of Agricultural Products』, Eighth Edition, Prentice Hall Inc., 1998.

吉田忠, 『農産物の流通』, 家の光協會, 1978.

農林水産省 食品流通局 市場課, 『都賣市場の現状と課題』, 1993. 4.

小林康平 外, 『變貌する農産物流通システム-都賣市場の國際比較』, 農文協, 1995.

澤田 進一, 『青果物流通・市場の展開』, 日本經濟評論社, 1992. 2.

C2004-10

강서 농산물도매시장 활성화 방안

등 록 제6-0007호 (1979. 5. 25)

인 쇄 2004. 5.

발 행 2004. 5.

발행인 이정환

발행처 한국농촌경제연구원

130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102

전화 02-3299-4000 팩시밀리 02-965-6950 <http://www.krei.re.kr>

인쇄처 (주) 문원사 02-739-3911~5

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본연구원의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.