

지방도매시장 농산물 유통혁신 전략화 방안 연구

A Study of Innovation Strategies
in Agricultural Product Distribution in Local Wholesale Markets

배균기 나정호 이병훈



Jeonbuk Institute

정책연구

2022-26

지방도매시장 농산물 유통혁신 전략화 방안 연구

A Study of Innovation Strategies
in Agricultural Product Distribution in Local Wholesale Markets

배균기 나정호 이병훈

연구진 및 연구 세부 분담

연구책임 배균기 | 연구위원 | 제1장, 2장, 4장, 5장
공동연구 나정호 | 연구위원 | 제5장 2·3절 일부, 부록
이병훈 | 전문연구원 | 제2장 3절, 3장, 5장 3절 일부

자문위원 이준우 | 지역농업네트워크호남협동조합 전북지사장
이춘수 | 순천대학교 농업경제학과 교수
위태석 | 농촌진흥청 연구관
주재창 | 국립한국농수산대학 조교수
최철원 | 농어업·농어촌특별위원회 농어업분과위원회 위원

연구관리 코드 : 22JU15

이 보고서의 내용은 연구자의 의견으로서
전북연구원의 공식 입장과는 다를 수 있습니다.

1. 연구 목적 및 방법

■ 연구목적

- 지방도매시장은 지역의 농산물 유통거점으로 기능해왔으나 지속적인 거래량 감소와 시설·장비의 노후화 등 복합적인 문제들로 경쟁력이 취약해지고 있어 대책 마련이 요구됨
- 이 연구의 목적은 도내 지방도매시장의 전반적인 운영실태를 분석하고, 변화하는 유통 환경과 정부정책에 대응하여 농산물 유통혁신 방향과 전략화 방안을 마련하는 것임

■ 연구방법

- 농산물 도매시장에 대한 개념과 기능, 주요 정책과 논의내용 등을 파악하기 위하여 관련 학술연구 및 보고서, 법률, 정책자료 등을 활용한 문헌조사 및 분석을 진행하였음
- 통계연보 자료를 활용하여 전국과 도내 도매시장의 농산물 유통현황을 비교분석하고, 도내 도매시장과 주요 거점시장 간 인과성 분석을 실시하여 시장효율성을 평가하였음
- 도내 지방도매시장(3개소)에 대한 세부적인 운영실태와 인식현황을 파악하기 위하여 주요 이해관계자들을 대상으로 면접조사를 실시하고, 농산물 유통혁신과 시장운영 활성화를 위한 대응방안 모색을 목적으로 전문가 자문회의와 사례조사를 진행하였음

2. 결론 및 정책제언

■ 지방도매시장의 농산물 유통혁신 대응방향

- 농산물 유통구조와 정부정책 변화에 대응하여 농산물 유통역량을 강화하기 위한 물류인프라를 확보하고, 온라인거래 활성화를 위한 O2O 거점화 등 도매시장의 기능을 재편
- 산지와 소비지를 연계하여 광역단위에서 지역산 농산물을 효율적으로 공급할 수 있는

체계를 구축하고, 안전성·품질관리에 대한 전문성을 기반으로 상품화 역량을 강화

- 도매시장의 공공성을 강화하고, 지속적인 역량강화를 통해 자립적인 운영역량을 확보

■ 농산물 유통혁신 물류거점 구축 전략

- 전라북도 농산물 온라인거래시스템과 연계한 O2O 기반의 프레시체인(fresh chain) 물류시스템을 구축하여 비대면 농산물 유통시장에 대응하는 전략을 추진
- 정부는 농식품온라인거래소를 전국범위로 확대해갈 계획으로 이에 대응하여 호남권의 농산물 온라인 거래(경매)와 물류의 거점기능을 선점하는 전략을 추진
- 지방도매시장과 지역의 소상공인을 연계하는 직배송 물류시스템을 구축하여 당일 지역에서 수확한 신선 농산물을 신속하게 공급할 수 있는 차별화 방안을 마련

■ 산지연계형 특화시장 육성 전략

- 도매시장을 통해 공급되는 지역산 농산물의 가치를 높이고, 차별화하는 전략으로 도매 시장법인의 독자적인 브랜드 개발 및 마케팅 활동을 종합적으로 지원하는 체계를 마련
- 도내 산지유통조직에서 선별·유통한 등외품을 지방도매시장에서 흡수해 지역업체 등에 전문적으로 거래하는 체계를 구축함으로써 상생하는 방안을 추진
- 도매시장의 대량 수집·유통 기능을 살려 도내 농식품기업 등에 지역산 농산물 원재료를 안정적으로 공급할 수 있는 체계를 구축해갈 수 있도록 지원

■ 도매시장 농산물 유통혁신 역량강화 전략

- 도매시장 노후화로 인한 운영의 비효율성, 유지관리비용 증가, 안전사고 문제 등을 개선하고, 농산물 물류·유통의 인프라 격차를 해소하기 위한 시설현대화사업을 추진
- 도매시장에서 거래되는 농산물에 대한 표준등급제(전라북도 공인경매인 선정)를 도입하고, 전용 플랫폼 기반의 빅데이터를 활용하여 정보공유 및 거래의 효율성을 제고
- 농산물 유통의 분산기능을 담당하는 중도매인의 고령화와 감소 문제에 대응하여 신규 유입을 활성화하기 위한 창업 및 육성 지원 프로그램을 개발·운영하는 방안을 마련

차 례

CONTENTS

요약 i

제1장 서론

1. 연구 배경 및 목적 3

2. 연구 방법 및 내용 7

제2장 농산물 도매시장 현황분석

1. 농수산물 도매시장의 개념과 기능 13

가. 농산물 도매시장의 추진과정 13

나. 농산물 도매시장의 개념과 유형 18

다. 농산물 도매시장의 주요 주체 20

라. 농산물 도매시장의 주요 기능 21

2. 지방도매시장 관련 연구와 정책 24

가. 농산물 도매시장 관련 연구 24

나. 농산물 도매시장 관련 정책 27

3. 전국 농산물 도매시장 운영현황 34

가. 농산물 도매시장 일반현황 34

나. 공영도매시장 유형별 거래실적 38

다. 공영도매시장 청과부류 거래실적 40

제3장 전북 농산물 도매시장 유통현황

1. 지방도매시장 일반현황 47

 가. 도매시장 개설 및 법인 현황 47

 나. 시장중사자 및 산지유통인 현황 48

 다. 하역 인원 및 장비 현황 49

 라. 도매시장법인 수수료 현황 50

2. 농산물(청과부류) 거래현황 52

 가. 거래실적 52

 나. 주요품목 출하물량 53

 다. 거래방식별 현황 58

 라. 소비처 현황 (상위 10개 품목) 59

3. 도매시장 간 인과성 분석 61

 가. 분석목적 61

 나. 분석방법 61

 다. 분석결과 63

4. 소결 70

제4장 전북 농산물 도매시장 운영실태

1. 도매시장 관계자 조사개요 75

차 례

CONTENTS

2. 도매시장별 면담조사 결과	76
가. 전주시 농수산물도매시장	76
나. 익산시 농수산물도매시장	86
다. 정읍시 농산물도매시장	94
3. 소결	102

제5장 지방도매시장 유통혁신 전략

1. 지방도매시장 대응방향	107
가. 농산물 유통환경 변화 대응력 강화	107
나. 산지연계형 도매시장으로 특화	108
다. 도매시장의 공공성과 역량강화	108
2. 유통혁신 전략화 방안	110
가. 농산물 유통혁신 물류거점 구축	110
나. 산지연계형 특화시장 육성 전략	110
다. 도매시장 농산물 유통혁신 역량강화	111
3. 중점과제 정책제안	112
가. 농산물 유통혁신 물류거점 구축	112
나. 산지연계형 특화시장 육성 전략	120
다. 도매시장 농산물 유통혁신 역량강화	126

참고문헌	133
영문요약 (Summary)	135
부 록	139

표 차례

LIST OF TABLES

[표 2-1] 1985년 이전의 농산물 도매시장의 제도변화 과정	14
[표 2-2] 농안법 주요 개정사항	16
[표 2-3] 농안법상 농수산물 도매시장 분류	19
[표 2-4] 투자주체에 따른 농수산물 도매시장 분류	19
[표 2-5] 도매시장 운영의 패러다임 전환	27
[표 2-6] 농산물도매시장 주요 현황	34
[표 2-7] 농산물도매시장 시장종사자 현황	35
[표 2-8] 농산물도매시장 출하자 및 산지유통인 현황	35
[표 2-9] 농산물도매시장 도매시장법인 현황	36
[표 2-10] 도매시장법인 수수료 현황(2020)	37
[표 2-11] 농산물도매시장 하역인력 현황(2020)	37
[표 2-12] 농산물도매시장 하역장비 현황(2020)	38
[표 2-13] 시장유형별 농산물도매시장 거래실적	38
[표 2-14] 투자주체별 농산물도매시장 거래현황	39
[표 2-15] 공영도매시장 청과부류 거래물량	40
[표 2-16] 공영도매시장 청과부류 거래금액	41
[표 2-17] 공영도매시장 청과부류 출하선별 거래물량	42
[표 2-18] 공영도매시장 청과부류 출하선별 거래금액	42
[표 2-19] 공영도매시장 청과부류 주요 품목 출하물량(2020)	43
[표 2-20] 공영도매시장 청과부류 수입산 현황	44
[표 3-1] 전북지역 농수산물 도매시장 일반현황	47
[표 3-2] 공영도매시장 청과부류 시장종사자 현황	48
[표 3-3] 전북지역 도매시장 청과부류 산지유통인 현황	49

표 차례

LIST OF TABLES

[표 3-4] 전북지역 도매시장 청과부류 하역인원 현황	49
[표 3-5] 공영도매시장 청과부류 하역장비 현황	50
[표 3-6] 전북지역 도매시장 청과부류 도매법인별 수수료 현황	51
[표 3-7] 전북지역 도매시장 청과부류 거래실적(2016~2020)	52
[표 3-8] 전북지역 도매시장법인별 청과부류 거래물량	53
[표 3-9] 전북지역 도매시장 청과부류 주요품목 출하물량(2020)	54
[표 3-10] 전주시 농수산물도매시장 주요품목 지역산 거래물량(2020)	54
[표 3-11] 익산시 농수산물도매시장 주요품목 지역산 거래물량(2020)	55
[표 3-12] 정읍시 농산물도매시장 주요품목 지역산 거래물량(2020)	56
[표 3-13] 전주시 농수산물도매시장 주요품목 가격현황(2020)	56
[표 3-14] 익산시 농수산물도매시장 주요품목 가격현황(2020)	57
[표 3-15] 정읍시 농산물도매시장 주요품목 가격현황(2020)	57
[표 3-16] 전북지역 도매시장 청과부류 거래방식별 물량 현황	58
[표 3-17] 전북지역 도매시장 청과부류 전송거래 실적 현황	59
[표 3-18] 전북지역 도매시장 청과부류 소비처 현황(상위 10개 품목)	60
[표 3-19] 전북지역 도매시장 청과부류 주요품목 출하물량	62
[표 3-20] 도매시장별 양파·무 경락가격 기초통계량	63
[표 3-21] 단위근 검정 결과	64
[표 3-22] 전주 인과성 검정통계량(양파)	65
[표 3-23] 익산 인과성 검정통계량(양파)	66
[표 3-24] 정읍시 인과성 검정통계량(양파)	66
[표 3-25] 전주 인과성 검정통계량(무)	67
[표 3-26] 익산시 인과성 검정통계량(무)	68
[표 3-27] 정읍시 인과성 검정통계량(양파)	69

그림 차례

LIST OF FIGURES

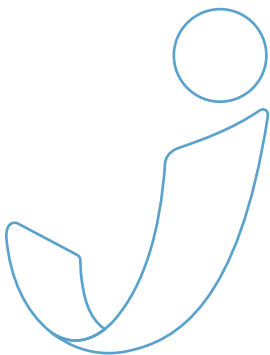
[그림 2-1] 농산물 도매시장의 유통구조	23
[그림 2-2] 온라인농산물거래소 시범사업 유통구조	31
[그림 2-3] aT센터 농수산물거래소 운영구조	31
[그림 2-4] (주)호남청과 온라인거래 시스템	32
[그림 3-1] 전주 인과성 검정 결과(양파)	65
[그림 3-2] 익산시 인과성 검정 결과(양파)	66
[그림 3-3] 정읍시 인과성 검정 결과(양파)	66
[그림 3-4] 전주시 인과성 검정 결과(무)	67
[그림 3-5] 익산시 인과성 검정 결과(무)	68
[그림 3-6] 정읍 인과성 검정 결과(양파)	69
[그림 4-1] 전북 원예농산물 유통경로(2014년 취급액 기준)	123
[그림 4-2] 제주농산물 산지전자경매 시스템	128
[부록-1] 풀필먼트물류센터의 업무절차	141



제 1 장

서론

1. 연구배경 및 목적
2. 연구방법 및 내용



제 1 장 서론

1. 연구 배경 및 목적

가. 연구배경

■ 지속적인 거래량 감소와 양극화 문제 심화

- 도매시장은 농산물의 수급안정과 가격안정 등 유통정책이 투영되는 핵심거점으로 기능하고 있지만 지속적인 거래량 감소와 양극화 현상 등 구조적 문제해결을 위한 대책마련이 요구됨
- 공영도매시장의 거래 비중이 지속적으로 하락하고 있는 가운데 농산물 유통구조가 수도권권을 중심으로 집중되고 있어 경쟁열위에 있는 지방도매시장의 어려움이 가중되고 있는 실정임
- 특히 지방도매시장의 경우 수집·분산 기능이 약화됨에 따라 거래량이 감소하고 있으며, 가격형성 기능이 취약해지는 등의 복합적인 문제점이 지속적으로 제기되고 있음 (위태석 2017)
- 2020년 기준 농산물 도매시장 거래금액은 총 148,682억원(7,135천톤)으로 중앙도매시장 비중(60.5%, 90,001억원)을 제외하면, 지방도매시장은 36.7%(54,582억원) 수준에 그치고 있음

■ 도내 지방도매시장에 대한 대책마련 필요

- 도내에는 지방도매시장 3개소(전주·익산·정읍)가 개설되어 운영 중에 있으며, 지역농업 규모와 타 지역의 도매시장 거래실적에 비해 상대적으로 열악한 수준에 머물러 있어 대책마련이 요구됨
- 2020년 농산물(청과부류) 거래물량은 122,608톤(225,634백만원)으로 전체 도매시장

의 1.8%에 불과하며, 최근 5년간 거래물량은 연평균 4.0%씩, 거래금액은 1.6%씩 감소하고 있음

- 도내에서 전주시 농수산물도매시장의 거래물량이 51.5%를 차지하고 있으며, 무·배추·양파·수박 등 일부 품목에 집중되어 운영의 효율성과 다양성 확보 방안이 요구됨
- 도내 도매시장은 시설·장비 노후화로 인한 효율성 저하 및 위험률 증가, 부지이전 문제 등으로 어려움을 겪고 있어 국비 확보를 통한 시설현대화 등 조치가 필요함

■ 사회구조와 온라인 중심의 유통환경 변화

- 사회구조 변화와 코로나19의 영향으로 농산물 유통환경이 급격하게 변화하고 있으며, 온라인 중심의 비대면·비현물 거래와 마케팅이 지속적으로 확산될 것으로 전망됨
- 1인 가구와 맞벌이 가구가 증가하고, 건강·안전을 중시하는 농식품 소비행태가 다변화됨에 따라 가정간편식(HMR), 건강식, 저장·보관이 용이한 가공식품 등의 소비가 증가하고 있음
- 한국농촌경제연구원 식품소비행태조사 결과 전체 식품 구입비 중에서 온라인 구매 비중은 2019년 평균 20.4%에서 2021년 24.2%로 지속해서 증가한 것으로 나타남
- 과거 유통기업과 대형유통마트가 주도하던 오프라인 소매유통이 감소하는 상황에서 산지의 판로채널 다변화와 지방도매시장의 새로운 활로 모색이 요구되는 시점임

■ 정부의 농산물 유통구조 개선정책 대응

- 농산물 유통환경 변화에 대응하여 농식품부는 '농산물 도매시장 유통구조 개선방안'을 마련 중에 있으며, 도매거래 제도의 개선, 물류체계 및 거래품목 확대 등 온라인 거래 활성화가 주요 과제로 제기됨
- (7대 개선과제) 도매법인 평가제도 개선, 정가수의매매 확대, 도매법인-중도매인 대금 정산조직 설립, 경매지연 등 실태조사 및 경매방식 개선, 가락시장 기준가격과 민간 거래가격의 연관성 분석 및 개선, 도매법인 온라인경매 활성화, 시장도매인 운영실태

분석 및 활성화 등

- ICT를 적용하여 산지와 소비자 유통주체를 직접 연결하거나 로컬푸드와 연계하여 지역 푸드플랜을 실행하는 거점으로 육성하는 등 도매시장 중심의 농산물 유통구조 개선을 추진하고 있음
- 온라인을 기반으로 하는 B2C, B2B 거래 확산을 위한 거래시스템 구축 등 ‘온라인 농산물거래소’ 시범사업을 추진하고 있으며, 데이터 기반의 공영도매시장 거래방식 전환을 위한 이미지 경매시스템 도입 등 전국단위 확대를 계획하고 있음

■ 도내 지방도매시장의 유통혁신 방안 필요

- 농산물 유통개선을 위한 다양한 거래수단의 혁신이 정책적으로 본격화되는 상황에서 정부의 농산물 유통정책에 선도적으로 대응하기 위한 전라북도의 대책 마련이 주요 과제로 대두됨
- 농산물 유통의 핵심거점인 지방도매시장의 기능과 역할 재편에 대한 방향을 설정하고, 유통환경 변화와 정부정책에 대응하여 도매유통을 선진화하는 대응방안 마련이 주요 과제로 제기됨
- 지역 푸드플랜 정책이 본격화됨에 따라 지역 내 생산·소비를 연계하는 먹거리 선순환 체계의 실행거점으로 기능할 수 있도록 전략화하는 등 대응방안 마련이 요구됨

나. 연구목적

- 변화하는 농산물 유통환경과 정부정책에 대응하여 도내 지방도매시장의 유통혁신 방향과 전략화 방안을 마련하는 데 주요한 목적이 있음
- 이를 위해 농산물 도매유통을 둘러싼 환경변화와 정책동향 등을 파악하고, 지방도매시장의 전반적인 운영관리현황을 분석하여 정책적 대응과제를 도출함
- 나아가 지방도매시장의 농산물 온·오프라인 유통혁신 방향을 모색하고, 지역 유통·물

류 및 생산·소비의 거점으로 기능할 수 있는 전략화 방안 등을 제안하고자 함

- 이 연구를 통해 전라북도에 개설된 지방도매시장에 대한 전반적인 운영현황을 파악하고, 농산물 유통혁신을 위한 정책과제 등을 정리할 수 있는 것으로 기대함
- 또한 정부의 농산물 유통개선 정책방향에 대응하여 도내 지방도매시장의 기능과 역할을 재편하고, 운영을 활성화함으로써 지역의 농산물 유통에 대한 문제(한계) 개선에 도움이 될 수 있을 것임

2. 연구 방법 및 내용

가. 연구방법

1) 문헌조사 및 통계분석

- 농산물 도매유통 관련 도매시장 활성화 관련 법률 및 제도, 정책 및 사업 자료, 선행 연구, 정책연구보고서 등 문헌조사
- 농림축산식품부, 관련 기관·단체, 전라북도 행정자료 등을 활용한 농산물 도매시장의 전반적인 현황을 정리 및 분석
 - 도내 지방도매시장의 거래실적 등 운영현황 분석 : 농수산물도매시장 통계연보, aT 도매유통정보시스템, 도매시장 운영실적 평가 결과 등 활용

2) 이해관계자 면접조사

- 도내 농산물 지방도매시장(전주시·익산시·정읍시)의 행정담당자, 도매시장법인, 중도매인 등 주요 주체를 대상으로 한 면접조사 및 현장조사 진행
- 지방도매시장의 운영실태를 파악하고, 농산물 유통 활성화를 위한 개선과제 등 전반적인 의견수렴을 진행

3) 사례조사

- 농산물 유통·물류 기능 강화, 지역 생산·소비 연계체계 구축 등 도매시장의 유통혁신과 운영관리를 활성화하고 있는 관련 사례를 조사하여 주요 시사점을 도출
- 관련 문헌, 인터넷(홈페이지 등) 자료, 정책자료 등을 활용하여 정리하고, 선행연구자 및 전문가 등을 통해 보완

4) 전문가 자문

- 도매시장 및 농산물 유통 관련 선행연구자, 연구기관, 산지유통 전문가 등을 대상으로

자문회의를 진행

- 지방도매시장의 운영 활성화 및 농산물 유통혁신을 위한 주요 과제를 도출하고, 전략적인 대응방안 등을 중점 논의

나. 연구범위

- 주요 연구대상은 전라북도에 설치·운영 중인 지방도매시장으로 농안법상 ‘지방도매시장(시가 도지사의 허가를 받아 개설하는 도매시장)’, 투자주체상 ‘공영도매시장(중앙 및 지방정부의 공공투자 개설)’에 해당함
- 현재 도내에는 전주시·익산시·정읍시 농산물 도매시장 3개소가 개설되어 운영 중에 있으며, 이들 지방도매시장(공영도매시장)을 연구의 범위와 대상으로 설정하였음
- 내용적으로는 도내 지방도매시장(공영도매시장)에 대한 전반적인 운영현황과 여건분석을 진행하고, 농산물 도매유통 활성화 사례분석을 통해 정책의 시사점을 도출하여 유통혁신 방향과 전략화 방안을 구상하고자함

다. 주요 연구내용

1) 농산물 도매시장 현황 및 동향 분석

- 국내 도매시장의 개설배경과 추진과정, 관련 법률과 제도 변화 검토
- 농산물 도매시장의 정의과 유형, 주요 기능과 역할 등 개념을 정리
- 지방도매시장 관련 연구, 농산물 유통구조 개선방향과 정책동향 등 정리
- 농산물 도매시장의 개설현황, 중앙·지방 도매시장 유통현황 등 분석

2) 전라북도 농산물 도매시장 유통현황 분석

- 도내 공영도매시장(전주·익산·정읍)의 개설 및 운영관리 현황을 개괄적으로 분석

- 농산물 거래실적을 시장, 도매시장법인, 거래방식, 주요품목 등 기준으로 분석
- 전북지역 농산물 도매시장(3개소)과 주요 거점시장(4개소) 간의 인과성 분석
 - 지방도매시장이 지역의 대표가격을 형성하고, 주요 거점시장과 서로 영향을 주고받으면서 시장효율성 개선에 기여하는 인과성을 분석

3) 전라북도 농산물 도매시장 운영실태 분석

- 전북지역의 공영도매시장 3개소(전주·익산·정읍)의 세부적인 운영실태 등을 파악하기 위하여 주요 이해관계자들을 대상으로 진행한 면접조사 결과를 정리
- 각 도매시장의 행정담당자, 도매시장법인, 중도매인 등 3개 주체 대상 진행
- 주요 조사내용은 공간 및 시설·장비, 농산물 거래 및 유통, 도매시장 운영 및 관리, 기타 의견 및 정책수요 등으로 구성하여 정리

4) 지방도매시장 운영 및 농산물 유통 활성화 전략

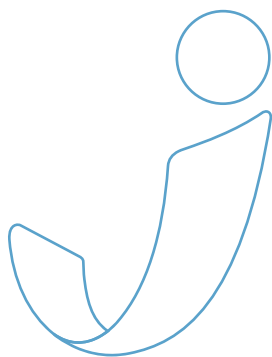
- 지방도매시장의 운영 활성화와 농산물 유통혁신 대응방향
 - 농산물 유통 환경·정책 변화에 따른 물류인프라 확보, 온라인거래 활성화를 위한 O2O 거점화 방향
 - 산지연계형 도매시장으로 특화하기 위한 산지-소비지 연계 강화, 지역농산물 상품화·브랜드화 방향
 - 도매시장의 공공성을 강화하고, 농산물 유통혁신 거점으로 도약하기 위한 역량강화 방향 등 제시
- 지방도매시장 농산물 유통혁신 전략화 방안
 - 농산물 유통혁신 물류거점 구축 : 전라북도 농산물 O2O 프레스체인 물류시스템 구축, 호남권 O2O 기반 농산물 경매·물류거점 조성, 농산물 직배송 시스템 구축 등
 - 산지연계형 특화시장 육성 전략 : 도매시장 농산물 유통 브랜드화 추진, 산지유통조직 등외품 전문도매시장 특화, 지역 농식품기업 원재료 공급체계 구축 등
 - 도매시장 농산물 유통혁신 역량강화 : 지방도매시장 시설현대화사업 추진, 전라북도 농산품 표준등급제 도입, 중도매인 창업 및 육성 지원 프로그램 등



제 2 장

농산물 도매시장 현황분석

1. 농수산물 도매시장의 개념과 기능
2. 지방도매시장 관련 연구와 정책
3. 전국 농산물 도매시장 운영현황



제 2 장 농산물 도매시장 현황분석

1. 농수산물 도매시장의 개념과 기능

가. 농산물 도매시장의 추진과정

■ 도매시장의 개설배경 및 추진과정¹⁾

- 우리나라의 청과물도매시장은 1923년 일본의 ‘중앙도매시장법’ 적용을 받아 각 주요 도시에 중앙도매시장을 개설한 것이 시작이었으며, 위탁상 중심의 경매제도가 운영됨
- 해방 이후 1951년에 일제의 시장규칙을 준용하여 「중앙도매시장법(1951.6.22)」을 제정하고, 도매시장요건을 명문화하여 유사도매시장의 영업행위를 제한하는 한편 1도시 1시장 원칙을 채택함
- 1961년 이후 농협이 통합되면서 1962년에 「농협법」에 의거 농산물 공판장을 개설하면서 도매시장은 중앙도매시장, 유사도매시장, 농협공판장의 3원 체계를 형성하게됨
 - 도매시장 간 경쟁으로 법률 개정에 대한 문제가 제기되었으며, 중앙도매시장의 관할 문제, 도매시장의 일원화 문제, 농협의 도매시장구역 내 도매행위 문제 등이 논의의 주요한 초점이었음
- 1973년에 「중앙도매시장법」을 폐기하는 동시에 「농수산물도매시장법」이 제정되었으며, 시장관할권을 상공부에서 농림부로 이관하여 농수협공판장과 도매시장이 경합하는 경우 장관이 조정하고, 유사도매업 금지 및 관련 행위에 대한 벌칙을 강화하였음
- 1976년에는 「농수산물도매시장법」과 「농수산물 가격안정 기금법」을 통합하여 현재 농산물 유통과 도매시장 운영근거가 되는 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」로 개정하기에 이룸
 - 도시화에 따른 수요의 도시 집중현상, 농수산물의 생산증가와 대량 소매점의 발달, 유통과정의 물적 시

1) 전창곤 & 김동훈(2014) pp14-16, 전태갑(2014) pp240-242, 농림축산식품부(2015)에서 작성함.

설 확충 등으로 강제상장의 실효성 저하 등 수급안정을 통한 가격안정은 공급안정을 위한 생산단지 조정이 전제되어야 하기 때문임

- 지역실정을 감안한 시장수 증설과 생산 출하자가 도매시장에 강제 상장하도록 한 점을 완화하여 1도시 1시장 원칙을 폐지하고, 1개의 도매시장 내 복수법인제를 도입함
- 1977년에는 농수산부가 농수산물 도매시장을 공영시장 건립 및 육성 방침을 결정하고, 1984년에는 「서울특별시 농수산물 도매시장 관리중심 설치조례」가 제정되었음
- 국민소득과 소비의 증가, 생산의 규모화·전문화 등의 영향으로 농산물의 대량유통에 필요한 인프라 구축의 필요성이 증대되었으며, 위탁상의 불공정 유통과 거래행위로 인한 유사도매시장의 문제점²⁾을 개선하여 농산물 유통의 효율성을 높이기 위한 목적으로 추진
- 1985년에 최초의 공영도매시장인 가락동 농수산물 도매시장(청과·수산시장)이 개설되었으며, 현재까지 전국에 총 49개의 공영도매시장이 개설되어 운영 중임

[표 2-1] 1985년 이전의 농산물 도매시장의 제도변화 과정

시기	관련 법률	도매시장 형태	도매시장 참여주체	출하 주체	거래 제도	관련 부서
제1기 (1945-1950)	없음 (일제 시장규칙)	•위탁도매시장 •일제관행 승계·모방	•개별위탁상		•위탁상 주도 수익매매	없음
제2기 (1950년대)	중앙 도매시장법	•유사도매시장 중심 •법정도매시장개설(1 도시1시장)	•개별위탁상 중심 •시장도매인(법인) •중도매인(도매상) •중간도매상, 하매인 •농협공판장(법인)	•개별생산자 •산지수집상	•위탁상 주도 수익매매 •일부 경매제 도입	상공부
제3기 (1960-1973)		•유사도매시장 중심 •법정도매시장(1도시1 시장)		•산지수집상 중심 •개별생산자 •농협조직		
제4기 (1973-1976)	농수산물 도매시장법	•농협 •공판장				농림부
제5기 (1976-1985)	농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률	•공영도매시장 중심 •유사도매시장 •농협공판장	•도매시장 법인 •중도매인 •공판장 •개별위탁상	•생산자조직 중심 •개별생산자 •산지유통인 (수집상)	•경매제 주도 •위탁상 수익매매	
제6기 (1985-)						

자료 : 농업·농촌 70년, 농림축산식품부(2015), p660 재인용

2) 발매기·사재기를 통한 물량확보, 가격조작, 수수료 초과 징수, 대금정산 지연, 가격정보 비공개 및 담합, 생산자에게 불리한 가격형성(정산시점 가격결정), 품목 독점, 매점매석 등(권승구, 2016)

■ 농산물 도매시장 법률과 제도변화³⁾

- 농안법은 농수산물 유통과 가격안정을 통해 생산자·소비자의 이익을 보호하고, 국민생활의 안정에 이바지하기 위한 목적으로 제정되었으며, 현재의 도매시장 개설 및 운영의 근간이 되는 법률로써 위상을 지님
- 1976년에 제정된 이후 국내외 여건과 시장환경 변화에 대응하기 위한 농산물 유통구조개선의 일환으로 개정을 거듭해왔으며, 이는 국내 농산물 유통의 핵심거점인 도매시장 정책의 주요한 변곡점으로 작용하였음
- 1993년 농산물 유통단계로 인해 발생하는 과도한 중간마진 개선 및 거래질서 확립을 목적으로 중앙도매시장 중심의 종합유통 개선을 추진하는 등 정부의 지도·감독을 강화하는 내용을 강화하였음
 - 중앙도매시장과 지방도매시장으로 구분하고, 유통참여자(지정도매법인·중매인 등)의 기능과 거래행위를 명확히 하였으나 중도매인의 도매행위 금지조항으로 인해 '94년 5월 농안법 파동이 발생하는 계기가 됨
 - 대량입하·규격포장 품목의 우선판매제도, 도매시장 관리·운영에 대한 평가제도, 과징금제도 등 도입
 - 소비자단체·소매상·협동조합·소비자지정도매법인의 산지공판장 경매참가 및 직접구입 등 유통체계 다원화
- 1994년 농안법 파동('93년 5월)으로 공영도매시장의 운영 및 제도 개선을 포함한 새로운 농산물 유통개혁대책이 마련되었으며, 이를 반영하여 농안법을 개정함
 - 중도매업의 업무범위 재조정 : 명칭을 중매인에서 중도매인으로 변경하고, 도매거래를 원칙으로 하되 대통령령이 정하는 경우 중개영업이 가능하도록 허용
 - 지정도매법인 명칭을 도매시장법인으로 변경하고(지정유효기간 설정), 제3자 판매제도 및 중도매인의 상장애외 품목거래를 허용
 - 포전매매 제도화 및 산지수집상 등록제, 출하자 보호를 위한 최저가격제시제와 출하손실보전제 도입
 - 지방자치단체·생산자단체 등의 공공출자법인 설립을 통한 도매시장 관리·운영업무의 일원화 가능
- 2000년에는 농수산물 유통환경 변화에 따른 유통체계를 보완하고, 「행정규제기본법」에 의한 규제정비계획에 따른 불합리한 규제 폐지 및 완화 등 법률의 전문을 개정함

3) 농림축산식품부(2013) pp64-74 내용을 재구성하여 작성함.

- 시장도매인제도와 민영농수산물 도매시장제도를 도입하고, 규격출하품의 표준하역비는 도매시장법인 및 시장도매인이 부담하도록 하며, 종자기금과 인삼산업진흥기금을 농수산물 가격안정기금으로 통합함
- 주요 농산물에 대하여 농업관측과 가격예시를 실시하고, 유통협약·명령 등 수급안정 프로그램 반영
- 2007년에는 도매시장법인의 대형화를 위해 도매시장법인(시장도매인) 간 인수·합병이 가능하도록 하며, 도매시장법인 및 시장도매인의 수탁거부금지 규정을 완화함
 - 출하 농수산물에 대한 안전성검사를 의무화하고, 경매사의 자격취득 및 관리에 관한 제반 사항 등 규정
- 2012년에 농수산물 매매방법의 다양화를 위해 정가·수의매매제도를 도입하여 경매와 동등한 거래원칙으로 규정하는 등 유통의 효율성과 도매시장의 공공성을 강화함
 - 농림수산물부령으로 정하는 부류에 한하여 도매시장법인을 두도록 하여 시장도매인제 확대의 제약요인을 해소하고, 대금정산조직 설립근거를 마련하여 대금정산의 안전성과 투명성을 제고
- 2013년 농산물 유통구조개선대책 발표 이후 유통비용 절감과 가격변동성 완화를 목표로 하는 정가수의거래 확대, 규제 완화, 물류체계 개선 등 일부 내용이 반영됨
 - (2016년) 농수산물의 원활한 수급과 적정가격 유지를 위한 유통 관련 통계 작성·관리·공표, 종합정보시스템의 구축·운영 등 신설
 - (2017년) 시·도별 및 중앙단위 주산지협의회의 설치 근거 마련, 민영도매시장 개설 행정의 신속처리 등
 - (2018년) 규격출하품 표준하역비 부담 미이행 벌칙, 경매사 교육훈련 의무화, 검사기준 미달 출하제한 등
 - (2019년) 도매시장 반입 예외품목에 전자거래 방식에 대하여 온라인에서 경매방식 거래하는 경우 포함

[표 2-2] 농안법 주요 개정사항

구분	주요내용
법률 제정 (1976.12.31)	<ul style="list-style-type: none"> • 「농수산물도매시장법」과 「농수산물가격안정기금법」 통합 <ul style="list-style-type: none"> - 1도시 1시장제 폐지 - (운영) 도매업무 대행제 → 지정업체 - 농수산물 가격 및 공급 안정을 위해 생산·판매·비축 및 가격안정기금 확충 운영
제7차 일부개정 (1993.6.11)	<ul style="list-style-type: none"> - 지정도매법인 수탁판매 외에 매취판매, 소매상협동조합 및 연합회 구성과 경매참여 허용 - 수입 농산물 도매시장 경우 의무화 - 경매방식 : 거수수지식과 전자식 한정 - 산지경매식 집하장의 공판장 전환허용(신설) - 중매인 도매행위 금지(→농안법 파동 계기)

구분	주요내용
제8차 일부개정 (1994.11.1)	<ul style="list-style-type: none"> • 「농안법 파동」이후 마련된 유통개혁대책 반영 <ul style="list-style-type: none"> - 명칭변경(중매인 → 중도매인), 도매거래 원칙(대통령령이 정하는 경우 중개영업 허용) - 명칭변경(지정도매인 → 도매시장법인, 지정유효기간 3~10년 범위 설정) - 공공출자법인제도(관리·운영 일원화 가능), 포전매매의 제도화 및 산지수집상 등록제 도입 - 도매시장법인의 제3자 판매제도 및 중도매인의 상장예외 품목거래 허용 - 출하자의 경락 최저가격제시제 도입
제9차 일부개정 (1994.12.31)	<ul style="list-style-type: none"> • WTO 설립위한 마라케쉬협정에 따라 시장접근물량으로 수입되는 농산물관리 필요사항 규정 <ul style="list-style-type: none"> - 양허세율로 농산물을 수입하고자 하는 자는 농림수산부장관 추천 의무화 - 수입이익금 부과·징수(→농수산물가격안정기금 납입) - 수입추천신청 용도 외 사용 처벌
제14차 전문개정 (2000.1.28)	<ul style="list-style-type: none"> • 농수산물 유통환경 변화에 능동적으로 대처하기 위하여 유통체계를 보완, 「행정규제기본법」에 의한 규제정비계획에 따라 농수산물도매시장 등에 대한 불합리한 규제 폐지 및 완화 <ul style="list-style-type: none"> - 농업관측, 가격예시, 유통협약·명령 등 「농산물 제값받기」를 위한 수급안정 프로그램 반영 - 시장도매인제도 도입 - 민간인 농수산물 도매시장 개설 허용 - 규격출하품의 표준하역비는 도매시장법인 및 시장도매인이 부담 - 도매시장법인의 장부비치·보증금납부·폐업허가·휴업승인제도, 매매참가인 등록제도 등 폐지
제23차 일부개정 (2007.1.3)	<ul style="list-style-type: none"> • 도매시장법인의 환경대응능력을 강화하고 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점 개선·보완 <ul style="list-style-type: none"> - 도매시장법인 간, 시장도매인 간 인수·합병의 근거 마련 - 수탁거부금지 의무 완화, 출하농수산물의 안전성 검사 실시
제26차 일부개정 (2008.12.26)	<ul style="list-style-type: none"> • 정부위원회 정비계획을 반영하고 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완 <ul style="list-style-type: none"> - 농업관측위원회, 도매시장제도개선심의회 폐지 - 경매사자격시험 관리 위탁기관 변경 - 전자거래방식 외에도 거래대상 농수산물의 견본 거래한 물품에 대해 반입 예외 허용
제30차 일부개정 (2011.7.21.)	<ul style="list-style-type: none"> • 주요 곡물 수급 변화에 효과적으로 대응하고, 도매시장에 반입되는 농산물의 안정성 확보 등 <ul style="list-style-type: none"> - 국제곡물관측사업 실시 - 안전성검사 결과 미달품의 출하제한
제35차 일부개정 (2012.2.22)	<ul style="list-style-type: none"> • 농산물 유통환경변화에 대응하여 거래방식 다양화 등 제도 보완 <ul style="list-style-type: none"> - 거래방식을 경매입찰 원칙에서 정가·수의매매로 확대 - 대금정산조직 설립근거 마련 - 중앙도매시장 소속 도매시장법인 지정시 장관과 협의 - 부진한 도매시장 관리위탁 권고 - 포전매매 계약을 서면계약 및 과태료 기준 마련
일부개정 (2016.6.22)	<ul style="list-style-type: none"> • 농수산물의 원활한 수급과 적정가격 유지를 위한 농수산물유통 종합정보시스템 구축·운영 <ul style="list-style-type: none"> - 농수산물 유통 관련 통계 작성·관리·공표, 종합정보시스템의 구축·운영 등 조항 신설
일부개정 (2017.3.21)	<ul style="list-style-type: none"> - 시·도별 주산지협의회 및 중앙주산지협의회의 설치 근거 마련 - 민영도매시장 개설 시 행정예측성 제고(시·도지사 개설허가 신청 신속처리 등)
일부개정 (2018.12.31)	<ul style="list-style-type: none"> - 규격출하품 표준하역비 부담 미이행 벌칙 규정 - 경매사 교육훈련 의무화 - 농수산물공판장 개설 승인절차 동일하게 처리 - 검사기준 미달 농수산물 출하제한
일부개정 (2019.8.27)	<ul style="list-style-type: none"> - 도매시장 반입 예외품목에 전자거래 방식에 대하여 온라인에서 경매방식 거래하는 경우 포함

자료 : 농안법을 알면 농산물 유통이 보인다, 농림축산식품부(2013) pp75-77 내용을 보완하여 작성

나. 농산물 도매시장의 개념과 유형

■ 농산물 도매시장의 정의

- 일반적으로 ‘도매시장’은 생산자와 판매업자, 판매업자 상호 간, 판매업자와 산업용 수요자 간의 거래가 이루어지는 공간적·시간적 범위를 의미하며, 구체적인 시설과 제도 하에서 항상 도매거래가 이루어지는 장소(시장)를 말함(농림축산식품부 2013)
- ‘농수산물 도매시장’은 농·수·축산물을 대량으로 집하하여 적정가격에 신속한 분산을 목적으로 개설된 도매시장으로 우리나라는 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률(농안법)」과 시행령을 통해 개설 및 운영 등에 관한 제반사항을 규정하고 있음
- 농안법 제2조에는 개설권자·개설목적·거래품목을 중심으로 ‘농수산물 도매시장’을 ‘특별시·광역시, 특별자치시·특별자치도, 또는 시가 양곡류·청과류·화훼류·조수육류·어류·조개류·갑각류·해조류 및 임산물 등 대통령령으로 정하는 품목의 전부 또는 일부를 도매하게 하기 위하여 관할구역에 개설하는 시장’으로 정의함
- 따라서 농안법을 준수하여 일정한 시설을 갖추고, 적법한 절차와 기준에 따라 자격을 부여받은 주체들이 공정·투명한 거래를 통해 생산자와 소비자의 권익을 보호하며, 농·수·축산물의 가격을 제시하는 시장임

■ 농산물 도매시장의 유형

- 농산물 도매시장은 일반적으로 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」이 정하고 있는 기준과 투자주체를 중심으로 유형을 구분하여 분류하고 있음
- 농안법상 분류체계는 개설허가자를 기준으로 중앙도매시장과 지방도매시장(농안법 제 17조), 민영도매시장(제47조)으로 구분함
 - 중앙도매시장 : 특별시, 광역시, 특별자치시·도가 개설한 농축수산물 도매시장 가운데 해당 관할구역 및 인접지역에서 도매의 중심이 되는 시장(농림축산식품부령·해양수산부령으로 정함)
 - 지방도매시장 : 중앙도매시장, 민영도매시장 외의 농수산물 도매시장(특별시, 광역시, 특별자치시·도가 개설, 시의 경우 도지사의 허가를 받아 개설)

- 민영도매시장 : 민간인 등이 농수산물을 도매하기 위해 시·도지사의 허가를 받아 특별시, 광역시, 시 지역에 개설하는 도매시장

[표 2-3] 농안법상 농수산물 도매시장 분류

구분	개설자	개설허가자
중앙도매시장 (11개소)	특별시·광역시, 특별자치도	농림수산식품부장관(농림수산식품부령으로 정함)
지방도매시장 (35개소)	시 또는 특·광역시, 특별자치도	시→도 / 특·광역시, 특별자치도→자체
민영도매시장 (3개소)	민간	시, 도지사

자료 : aT도매유통정보시스템(<https://at.agromarket.kr>), 농수산물도매시장 통계연보(2020)

- 투자주체에 의한 분류는 정부의 투자여부에 따라 공영도매시장, 일반법정도매시장, 민영도매시장 등으로 구분하고 있음
 - 공영도매시장 : 중앙정부 및 지방정부의 공공투자를 통해 지방자치단체가 도시지역에 개설한 시장
 - 일반법정도매시장 : 지방자치단체가 직접 투자하거나 민간투자자로 건설한 이후 개설자와 기부채납 또는 무상임대 계약을 통해 시 지역에 개설한 도매시장(개설자 : 지방자치단체(市))
 - 민영도매시장 : 민간이 직접 투자하여 부지를 확보하고, 건설한 도매시장으로 시·도지사의 개설허가를 통해 개설·운영(개설자 : 민간)

[표 2-4] 투자주체에 따른 농수산물 도매시장 분류

구분	투자여부			개설 허가자
	정부	지방자치단체	민간	
공영도매시장 (33개소)	○	○	X	시
일반법정도매시장 (13개소)	X	○ 또는 X	○(기부채납·무상임대) 또는 X	시
민영도매시장 (3개소)	X	X	○	민간

자료 : aT도매유통정보시스템(<https://at.agromarket.kr>), 농수산물도매시장 통계연보(2020)

- 이 연구에서는 농안법상 ‘지방도매시장(시가 도지사의 허가를 받아 개설)’을 주요 대상으로 설정하고 있으며, 투자주체에 따른 ‘공영도매시장(중앙 및 지방정부의 공공투자 개설)’에 해당함

다. 농산물 도매시장의 주요 주체

- 도매시장의 주요 주체는 농산물 거래 관계자들로 출하자, 도매시장법인, 중도매인, 시장도매인, 매매참가인, 산지유통인 등을 의미함
- (출하자) 농산물 판매를 위해 도매시장에 위탁하는 자로 넓은 의미에서 생산자인 농업인과 산지에서 수집하여 출하하는 개인 또는 단체·법인 등을 포함하는 개념임(농림수산식품부, 2013)
- (산지유통인) 도매시장·공판장 개설자에게 등록하고, 농수산물을 수집하여 도매시장에 출하하는 영업을 하는 자로 법인을 포함함(농안법 제29조, 제44조, 제46조, 제48조)
- (도매시장법인) 도매시장 개설자로부터 지정을 받고, 농수산물을 위탁받아 상장하여 도매하거나 이를 매수하여 도매하는 법인으로 도매시장법인의 지정을 받은 것으로 보는 공공출자법인을 포함함(농안법 제23조, 제24조)
 - 유효기간 지정은 정부의 평가를 통해 지정취소 되지 않는 이상 5년마다 지정기관의 재지정을 원칙으로 하고 있기 때문에 한 번 지정되면 쉽게 변경되지 않음(최병욱 외, 2021)
 - 도매시장 이외의 장소에서 농산물 판매업무 및 경영을 금지(농안법 제35조, 선별·포장·가공·제빙·보관·후숙·저장·수출입 등 제외)
 - 공정·신속한 거래를 위해 자격요건을 갖춘 일정 수 이상의 경매사를 두어야 하며(농안법 제27조), 도매시장법인이 상장한 농수산물에 대한 경매의 우선순위 결정, 가격평가, 경락자 결정 업무를 수행(제28조)
- (중도매인) 도매시장·공판장 개설자의 허가 또는 지정을 받아 도매시장에 상장된 농수산물을 매수하여 도매하거나 매매를 중개하는 영업을 하는 자(농안법 제25조, 제44조, 제46조, 제48조)
 - 도매시장 개설자로부터 허가받은 비상장 농수산물을 매수 또는 위탁받아 도매·매매를 중개 영업을 포함
- (시장도매인) 도매시장 개설자로부터 지정받아 농수산물을 매수 또는 위탁받아 도매하거나 매매를 중개하는 영업을 하는 법인(농안법 제36조, 제48조)
 - 도매시장의 거래제도를 다양화하여 출하자들에게 선택의 폭을 넓여주기 위한 목적으로 2000년에 도입

- 도매시장법인과 중도매인 외의 별도 법인으로 경매에 참여하지 않고 농산물의 수집 및 분산 활동이 가능
- (매매참가인) 도매시장·공판장 개설자에게 신고하고, 상장된 농수산물을 직접 매수하는 자로서 중도매인이 아닌 가공업자·소매업자·수출업자·소비자단체 등 수요자를 말함(농안법 제25조의3)

라. 농산물 도매시장의 주요 기능

■ 주요 역할과 기능

- 농산물 도매시장은 유통시장의 핵심거점으로써 공익적·사회적 측면에서 주요한 역할을 수행하고 있는 것으로 평가됨(건국대학교, 2012)
 - (공익적 역할) 수탁거부 금지 등 출하자·구매자 누구나 언제든지 이용할 수 있는 열린 시스템을 갖추고, 상품가치의 차이를 고려한 가격결정 및 정보제공, 농산물 수급조정을 통한 물가조절 등 기능을 수행함
 - (사회적 역할) 거래총수 최소화 원리를 통한 유통비용 절감과 다양한 상품구색을 갖춤으로써 소비자의 효용증대와 신속한 대금결제를 통한 생산자 보호 등이 가능함
- 도매시장의 주요 기능은 일반적으로 농수산물의 상적유통(매매거래), 물적유통(재화의 이동), 유통정보(유통 관련자료 생성·전달), 수급조절(공급·수요량 조절) 기능을 수행하는 것으로 정리할 수 있음⁴⁾
- 상적유통기능 : 농산물 매매거래 기능(가격형성, 대금결제, 금융기능 및 위험부담 등)
 - 수요자·공급자가 공개경매제도를 통해 적정가격 형성이 가능하며, 도매시장법인·시장도매인은 출자에게 위탁받은 농산물을 매매하여 대금을 지급하는 결제기능을 담당해 거래의 신뢰성을 확보(최병욱, 2021)
 - 농산물은 신선도 유지 및 보존기간이 짧아 상품가치 하락이 빠르게 진행되는 특성으로 인해 도매시장에서 수탁의 거부를 금지(농안법 제38조)하고 있으며(김호미, 2020), 산지와 소매단계의 자유로운 경쟁을 촉진(위태석, 2019)
- 물적유통기능 : 농산물(재화) 이동에 관한 기능(집하, 분산, 저장, 보관, 하역, 운송 등)

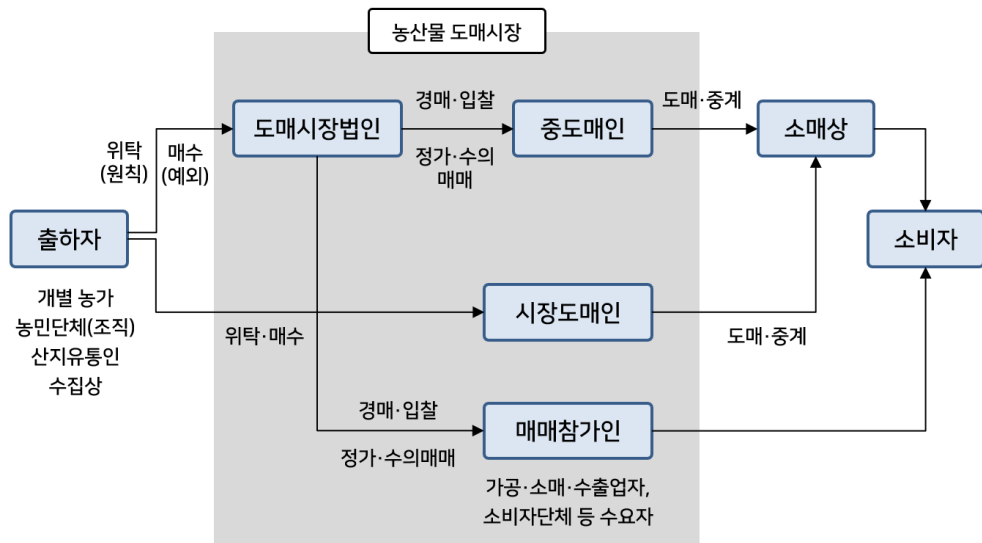
4) aT도매유통정보시스템(<https://at.agromarket.kr>)에서 작성

- 출하자는 일괄 대량출하가 가능하며, 구매자는 필요 물품을 한 장소에서 매입하는 등 소요경비를 절감
- 전국 각지의 생산자와 소비자를 연결하는 시장으로써 분산되어 있는 물량을 집중시켜 본관·운송하는 기능을 수행함(최병욱, 2021)
- 유통정보기능 : 유통 관련 자료의 생성 및 전파 기능(시장동향·가격정보 등 수집·전달)
 - 도매시장 관련 다양한 정보를 수집·분석하여 온라인 등을 통해 전파시키고 있으며, 유통주체, 지자체, 출하자 등 다양한 주체들의 의사결정을 돕는 기준으로 활용(최병욱 2021, 채수호 2018)
- 수급조절기능 : 농산물 공급량을 조절하고 가격변동을 통하여 수요량을 조절하는 기능
 - 농산물의 대량 집하·분산으로 원활한 수급과 신속한 거래를 촉진하고, 농산물 저장을 통한 수급조절이 가능하며, 표준화·등급화 등을 통해 공정거래를 유도(전태갑, 2013)

■ 유통체계와 거래방법

- 도매시장의 거래제도는 상장거래제와 시장도매인제로 구분하고 있으며, 2020년 기준 시장도매인은 강서(청과 60개소), 대구북부(수산 4개소), 안동(수산 1개소), 대구(약용 1개소) 도매시장에서만 입주한 상태임
 - (상장거래제) 농안법에서 정한 일정한 절차·형식을 갖춰 도매시장법인을 통해 거래하는 것을 말하며, 예외적으로 중도매인을 통해 판매하는 비상장거래(상장예외품목)도 허용하고 있음(농림축산식품부, 2013)
 - (시장도매인제) 시장도매인이 출하자로부터 상품을 직접 수집하거나 위탁받아 대형매장·소매상 등에게 판매하여 판매단계에서 상장수수료를 공제하고 출하자에게 지급하는 제도로 경매절차인 유통단계를 줄이는 효과가 있음(윤창식 & 양승룡, 2009)
- 농산물의 거래방법은 농안법 제32조에 따라 경매, 입찰, 정가매매, 수의매매가 가능하며, 거래방법에 따라 가격형성 등에 영향을 받기 때문에 출하자가 매매방법을 지정하여 요청할 수 있도록 규정하고 있음(농림축산식품부, 2013)
 - (경매) 도매시장법인이 출하자로부터 상품을 위탁받아 경매에 붙이면 중도매인·매매참가인들의 여러 차례 흥정에 의하여 최고가에 낙찰하는 방법으로 거래방법 중 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 공정성·투명성에 장점이 있으나 가격형성의 불안정성 등이 단점으로 지적됨
 - (입찰) 구매 희망가격을 경매사에게 비밀리에 한 번만 제시하여 최고가격 제시자에게 낙찰하는 방법
 - (정가매매) 출하자가 사전에 결정한 판매 가격과 물량을 도매시장법인이 중도매인에게 제시하는 방법

- (수의매매) 도매시장법인과 중도매인이 1대1로 협의하여 판매 가격과 물량 등 거래조건을 정하는 방법
- 농산물 판매에 대한 위탁수수료는 부류별로 거래금액의 2~7% 수준이며, 중개수수료는 4%로 최고한도 내에서 업무규정에 의해 정할 수 있음
- 위탁수수료 부류별 최고한도 : 청과 7%, 양곡 2%, 수산 6%, 축산 2%, 화훼 7%, 약용작물 5%



자료 : aT도매유통정보시스템(<https://at.agromarket.kr>)

[그림 2-1] 농산물 도매시장의 유통구조

2. 지방도매시장 관련 연구와 정책

가. 농산물 도매시장 관련 연구

- 지방도매시장을 연구대상으로 한 최근의 연구는 유통환경과 사회구조 변화 등에 대응하기 위한 정책의 개선방안 모색을 주요한 목적으로 설정하여 진행되었음
- 연구의 목적과 내용, 대상을 중심으로 '①지방도매시장의 기능 강화, ②농산물 유통 물류체계 개선, ③산지조직과 소상공인 연계, ④온라인 거래시스템 도입, ⑤개별 지방도매시장 활성화 방안' 등으로 분류하여 정리할 수 있음

■ 지방도매시장의 기능 강화

- 위태석(2017)은 도매시장을 둘러싼 유통환경변화에 따른 중앙과 지방 도매시장의 유통현황을 분석하여 지방도매시장의 기능강화 방향과 정책개선 방안을 제시하였음
 - 지역적 특성을 고려하지 않은 채 획일적으로 적용되어온 도매시장제도의 문제점을 지적하고, 도매시장별로 다양성·차별성이 결합된 특화된 시장으로 육성하기 위한 제도적 정비의 필요성을 제기함
 - 거래제도와 관련된 문제에 초점을 맞춰 지방도매시장의 집하력을 강화하고, 도매시장 간 전송거래를 효율화하는 제3자 판매 및 직접집하 금지조항의 예외적 적용 조치 등 제도적 보완의 필요성을 주장
- 최병옥 외(2020)는 취급물량이 저조하고 경영상태가 곤란하여 도매시장의 본원적 기능 수행이 어려운 지방도매시장 중 푸드플랜이 수립된 3개 지역을 중심으로 지역농산물 유통 실태와 지방도매시장의 결합 가능성을 진단하여 연계방안을 제시하였음
 - 지역농산물 순환체계의 핵심시설로 기능을 재편하기 위한 제도와 유통범위 혁신, 유통·물류 기능과 공간 활용 혁신, 맞춤형 생산·소비체계로 유통혁신, 제도와 운영시스템 혁신 등 기본방향을 설정하였음
 - 주요 정책과제로 로컬푸드 지역 범위 확대, 타 지역과 전략적 제휴, 유통·물류 기능 확대 및 도매시장 공간 활용, 지역농산물 생산과 소비조직 연계, 지역농산물 순환을 통한 재생산 촉진, 제도 개선, 수급관리 및 판매체계 개선 등을 제시하였음

■ 농산물 유통·물류체계 개선

- 김경환 & 위태석(2014)은 농산물 도매시장의 물류체계에 대한 문제점을 조사·분석하

여 장단기 개선방안과 정책적 우선순위를 제시하는 연구를 수행함

- 물류비효율의 주요 원인으로는 도매단계의 비용 증가, 거래품목 다양화, 거래단위당 규모의 영세성, 저조한 하역기계화, 중도매인 거래규모의 영세성, 시설 노후화 및 물류공간 부족 등으로 나타남
- 물류문제 해결을 위해서는 우선 공동선별·공동계산제를 원칙으로 하는 규모화된 산지조직 육성이 요구되며, 시설현대화사업 등 물류인프라 구축과 제도개선 정책은 후순위 정책으로 평가됨
- 김병률 외(2014)는 지역별 산지유통개선 사례를 조사·분석하여 성공·실패 요인을 도출하여 농산물 유통개선의 효율적인 정책방안을 모색하는 연구를 통해 지방도매시장의 활성화 방향과 과제 등을 제시하였음
 - 지방도매시장을 지역의 소비지유통 거점지로 육성하기 위해 대도시 도매시장 중심의 거래물량에 대한 분산을 유도하고, 현재 거래규모 유지 및 지방시장 외 유통물량의 반입 및 분산을 유도하는 메커니즘 구축 방향을 제시하였음
 - 주요 과제로 공영도매시장 분류체계 재정비, 유통종사자 지정·허가 유효기간제도 개선, 예약출하 및 중간하역 시스템 구축, 도소매 복합기능 수행, 분산능력을 갖춘 중도매인 양성 및 총원, 도매법인-중도매인 공생시장 구축, 도매법인 산지수집 활성화, 시설 개보수·현대화 계획적 추진, 소포장선별 및 전처리 가공시설 확충, 소상공인과 상생협력, 지역유통 물류거점 활용도 증대, 관리체계 보완 등을 제시함

■ 산지조직과 소상공인 연계

- 김동환(2010)은 대형유통업체에 비해 산지직거래 능력이 열악한 중소 소매업체의 청과물 구입실태와 농산물 구매의 문제점을 조사·분석하여 도매시장과의 연계성 강화 방안을 모색하는 연구를 진행함
 - 도매시장의 공간 확보를 통한 물류의 원활화, 도매시장 내 국가 검품제도 도입, 경락가격 안정화, 하역비 절감, 소매업체별 차별화 마케팅, 중도매인 규모화 방안 등에 대한 필요성을 제시함
 - 거래제도 측면에서 단기적으로 선취매매와 정가수의매매 활성화, 중장기적 도매상제도 확대 등을 강조함
- 신인식 & 김기환(2018)은 경북농협 APC와 안동도매시장을 사례로 사과 출하량·출하액에 대한 상호연관성을 분석하여 두 유통채널 간 경합관계가 아님을 증명하고, 상호연계를 통한 규모화로 시장교섭력을 높이는 연계방안을 제시하였음
 - 주산지 시장의 수직적·수평적 통합(조합공동사업법인 또는 통합기관 설립)을 통해 산지도매시장의 출하자 편리성을 강화하고, 가격의 단점은 APC의 표준화된 시스템 도입을 통해 보완하는 방안 등을 제시함

■ 온라인 거래시스템 도입

- 김성우 외(2016)는 정보통신기술을 활용하여 지방도매시장 물류기반의 산지 APC와 소비지의 소상공인을 연계하는 농산물 온라인 거래시스템을 개발하고, 이를 고도화하는 실증하는 연구를 수행하였음
 - 농산물 도매시장 기반의 단계적 진화 전략에 의한 사업모델을 도출하여 천안사이버장터를 대상으로 시스템을 적용해 운영을 활성화하고, 전국 공영도매시장으로 확산하는 방안을 제시하였음
- 박기형 & 김기범(2017)은 농수산물 경매시장의 복잡성과 비자율적인 시장가격 결정구조, 타 업종 대비 상대적으로 낙후된 전산화 시스템으로 인한 업무 절차의 불편함을 극복하기 위한 농산물 전용 온라인 직경매 시스템을 제안하였음
 - 경매서버(공고·입찰·낙찰·관리자), 참여자(농업인·소상공인·중도매인), 농산물 품질신뢰(화상정보, 경매사·소상공인 평가), 결제(카드·매출·구매·통계관리), 운송, 빅데이터 등 시스템의 설계 및 구축 방안을 설명하고, 실증시험을 통한 검증 및 효과를 분석하였음

■ 개별 지방도매시장 활성화 방안

- 임성복(2009)은 노은농수산물도매시장을 둘러싼 대내외적인 여건변화에 대응하여 효율적인 유통기구로 발전할 수 있는 활성화 방안을 모색하는 연구를 수행하였음
 - 중부권 농수산물유통 거점시장으로 기능을 재정립하고, 관리체계와 시설 개선, 도매법인의 수집기능 및 마케팅 활동 강화 등 경영혁신, 중도매인의 규모화와 통합사이버마켓 구축, 거래체계 및 물류 효율성 증진(거래단위 대량화, 하역체계 개선, 유통정보 네트워크, 친환경농산물 거래확대 등) 방안을 제시함
- 채준호 외(2018)는 전주시 농수산물 도매시장의 노후화에 따른 관리운영과 현대화를 위한 공간적 활용방안을 모색하고, 도시발전구상과 연계하여 미래지향적 스마트 도매시장으로 발전방향을 제시하였음
 - 도매시장을 둘러싼 종합적인 여건분석, 사례분석, 주민의식조사를 진행하고, 부지 이전 건립에 대한 타당성 및 현대화사업에 대한 기본방향을 제시함
 - 지속가능한 발전을 위한 홍보계획으로 콘텐츠 개발과 마케팅 전략 수립, 지역 농특산물 활용 마케팅 전략, 거래제도 개선방안 등을 제안하였음

나. 농산물 도매시장 관련 정책

1) 농산물 유통구조 개선 종합대책(2013)⁵⁾ : 도매시장 운영 패러다임 전환

- 정부는 2013년 ‘농산물 유통구조개선 종합대책’을 수립하고, 유통비용 절감, 가격변동성 완화, 산지와 소비지 가격연동을 목표로 도매시장 운영활성화 방안을 제시하였음
 - 도매시장에 대한 관리 목적의 규제 및 경매거래제도 중심에서 유통주체에 대한 규제를 완화하는 방향으로 전환하고, 물류효율화와 산지조직화를 유도하며, 거래제도 다양화 등에 초점을 두어 추진

[표 2-5] 도매시장 운영의 패러다임 전환

구분	현행	개선
거래	경매 위주	경매·정가·수의매매 선택
주체	규제를 통한 관리	규제완화를 통한 경쟁촉진
시설	노후화	저온저장 등 현대화
물류	소규모 출하수작업	출하하역기계화

자료 : 관계부처 합동(2013)

- 도매시장 가격결정을 경매중심에서 정가·수의매매 비중을 확대하는 등 다양화 추진
 - 정가·수의매매 참여 도매시장법인·중도매인에게 정책자금(700억원) 등 우대 지원, 정가·수의매매 물량의 예측가능성 제고를 위한 산지-도매시장 간 예약거래 및 출하정보 제공시스템 구축
- 농산물 유통 효율화를 위해 유통주체 간 경쟁을 촉진할 수 있도록 규제를 완화
 - 도매시장법인에 대하여 정가·수의매매를 전제로 직접 농산물을 구매·판매하는 매수집하를 허용하고, 농산물 가공·저장·물류 등 경영사업 범위를 확대하였으며, 중도매인 간 거래를 단계적으로 허용
 - 영세 중도매인의 전문화·규모화 촉진 우대 지원, 도매시장법인 유통 종사자들에 대한 전문교육 강화
- 대금정산조직(법인) 설립 추진 및 중도매인의 복수 도매시장법인 거래 등 경쟁 촉진
 - 비상장거래에 대한 설립 및 초기 운영자금 지원, 대금정산법인을 통한 정보 구축·평가 활용 확대
- 공영도매시장 기능 재정비 및 시설현대화를 통한 물류기능 강화

5) 관계부처 합동(2013)

- 도매시장을 입지·유통환경에 따라 구분하여 기능을 재설정(지방도매시장의 역물류 현상 완화)
- 부진한 지방도매시장의 유형별(거점형·산지형·소비지형·위성형) 기능 재정비, 맞춤 지원 및 규제 완화
- 공영도매시장의 기능 재정비와 연계하여 물류효율화를 뒷받침할 수 있는 시설현대화 추진
- 물류 효율화 및 산지규모화 유도를 위한 도매시장의 유통 활성화 촉진
 - 단위의 품목별 최소 출하단위 설정, 하역기계화 및 하역노조 개선 등 물류비 감축 등 지원
- 2014년에 농산물 유통구조개선 종합대책에 대한 보완대책으로 부진한 도매시장에 대한 외부위탁 실시 및 정가·수의매매 확대를 위한 대응방안 등을 제시함
 - 정가·수의매매 확대를 위한 수수료 체계 개편, 전문가 양성, 실적평가 강화, 지자체 업무규정 개정, 농협 공판자의 선도기능 수행, 중점 품목 지정 관리 등

2) 도매법인 공익적 역할 확대 및 거래제도 효율화 개선과제 선정⁶⁾

- 농식품부는 ‘도매시장 유통개선 협의체’를 통해 도매법인의 공익적 역할 확대 및 거래제도 효율화를 위한 7개 개선과제를 선정하여 대응계획을 발표함(2020.12)
 - 도매법인의 공정한 경쟁과 신규진입을 위해 재지정 요건 강화, 공익적 역할 확대를 위한 평가기준 상향
 - 정가·수의매매 확대를 위하여 경매사의 업무에 추가하고, 전담 경매사 지정을 의무화(제도화 완료)
 - 중도매인의 경매 참여 범위 확대, 도매법인-중도매인 대금정산조직 설립·지원 근거 마련(제도화 완료)
 - 경매지연, 재경매 등의 문제점 개선을 위한 현장실태 조사·분석 및 경매방식 개선
 - 가락시장 기준가격과 민간 거래가격의 연관성 분석을 통한 거래제도 개선방안 도출
 - 시장도매인제의 운영실태, 거래현황 분석 및 활성화를 위한 제도적 개선방안 마련
 - 물류체계, 거래품목 확대 등 도매법인의 온라인경매 활성화 등
- 도매시장 제도개선 및 시장이용 불편사항에 관한 대국민 의견수렴을 진행하고, 경매제도 개선 및 거래제도 다양화, 도매법인의 공공성 강화 등 대응방안 마련을 계획함⁷⁾

6) 농림축산식품부 보도자료(2020.12.17)

7) 농림축산식품부 보도자료(2021.4.23.), 농식품부·도매시장 홈페이지를 활용한 전국민 대상 의견수렴 진행결과(2021.1.18~3.31, 1,156건)

- 농산물 가격 변동성 완화, 경매의 거래 공정성·투명성 확보 등 제도개선과 일정 가격보장 필요
- 정가수의매매·상장예외·시장도매인 등 거래제도의 다양화 및 농산물 온라인 도매거래 활성화
- 청결한 도매시장 시설관리 및 주차공간 확보 등 시설이용 편의 개선 등

3) 도매시장 유통구조 개선방향 논의⁸⁾

■ 농업인 권익 증진과 도매법인의 공공성 강화

- 2021년부터 ‘도매시장 유통구조 개선방향’에 대한 논의를 본격적으로 진행해왔으며, 농업인의 권익증진과 도매법인의 공공성 강화 방안을 최우선 과제로 설정함
- 출하농업인의 권익 증진을 위해서 경매제의 불신 해소를 통해 공공성·투명성을 확보 하고, 농업인의 손실지원 강화 및 농산물 가격 변동성 완화 등 집중 논의
 - 도매시장 옴부즈만 도입 및 분쟁조정 체계 구축, 불낙 및 판매원표 정정 최소화, 통합 대금정산조직 운영 및 중도매인 신용지원 확대, 블라인드 경매 도입, 경락가격 관리체계 및 출하·구매물량 예측시스템 구축 등을 검토
- 도매법인의 공공성을 강화하기 위하여 출하자 지원 및 공적기능을 강화하고, 법인평가를 통한 지정취소 및 재지정 요건을 강화하는 방향을 모색 중임
 - 도매시장 생생기금 설치 및 운영, 도매법인 평가체계 개편 및 수집기능 강화, 평가미흡 법인에 대한 지정취소 및 공모 의무화, 도매법인 재지정 절차 및 요건 명확하게 제시하는 방안 등 검토
- 시장도매인제의 투명성을 강화하기 위해 정례적인 운영평가, 매수가격 공개 등을 논의

■ 지방도매시장에 대한 진단 및 기능재편 모색

- 농산물 수집 및 분산 기능이 약화된 지방도매시장에 대하여 거점 물류센터, 지역농산

-
- (농업인) 농산물 가격의 변동성 완화 및 경매의 거래 공정성·투명성 확보 등 경매제도 개선 40%, 거래제도의 다양화 30%, 농산물 제값 받기 9%
 - (도매유통인) 시장도매인 도입 반대 42%, 거래제도 다양화 34%, 도매법인 제도 개선 4%
 - (학계·연구 전문가) 거래제도의 다양화 84%, 경매제도 제도 개선 필요 6%
 - (소비자 등) 거래제도의 다양화 58%, 시장도매인제 반대 및 경매제도 유지 필요 19%, 시설환경 개선 4%

8) 농림축산식품부 보도자료(2021.2.22)

물 공급기지 등으로 기능을 전환하는 방안을 모색 중임

- 공영도매시장을 종합적으로 진단하여 기능별·역할별로 유형화하고, 지방도매시장의 기능을 새롭게 설정하는 방안 등을 검토하고 있음

4) 온라인거래소 시범운영 및 확대 추진계획⁹⁾

- 정부는 농협과 한국농수산물유통공사를 통해 운영해온 온라인거래소의 기능을 대폭 확대하여 별도의 시스템을 활용한 농식품 온라인거래소를 2023년까지 구축할 계획임

■ 농협 : 농산물 온라인경매 시범운영

- 농식품부와 농협은 농산물 유통 효율화와 가격안정을 목표로 ICT를 활용하여 온라인으로 농산물을 도매 유통하는 온라인농산물거래소를 2020년부터 시범 운영 중임
 - 코로나19 이후 농산물에 대한 비대면(Untact)거래 증가, 온라인 중심으로 소비·유통구조가 빠르게 재편되는 등 유통환경 변화를 반영하여 상물분리형 유통채널 필요성 증대에 따른 대책으로 추진
- 전국 주요 생산자조직이 시스템에 상품정보(사진 등 디지털정보 포함)를 등록하고, 구매자들이 참여해 기업 간 거래(B2B)하는 온라인상의 농산물 도매시장 개념으로 운영
 - 거래주체 : 구매자는 주요 농산물산지유통센터이며, 구매자는 전국 농협공판장 중도매인과 대량수요처(농협하나로유통·대형마트·식재료 유통업체·중소슈퍼마켓연합회·전처리업체 등)가 매매참가인으로 참여
 - 거래방식 : 입찰거래·정가매매 병행, 인터넷·모바일 활용, 주말 제외 매일 개장
 - 대상품목 : 2019년 3품목(양파, 마늘, 사과)을 시범 운영하였으며, 현재 12개 품목으로 확대
 - 거래단위 : 단위(1 이상 거래 가능)로 거래·배송, 상장수수료 3%, 시장사용료 0.3%
 - 거래현황 : (마늘) '20년 1,956톤(107억원) → '21년(11.12. 기준) 5,399톤(299억원), (양파) '20년 16,762톤(164억원) → '21년(11.12 기준) 25,732톤(281억원)
- 시범운영 결과 도매시장 경유에 비해 가격변동성이 낮고, 출하자의 수취가 상승 및 소비자의 구매가 감소 등에 기여하는 것으로 나타나 품목과 대상을 확대해갈 계획임

9) 농림축산식품부 보도자료(2020.5.27.), 농림축산식품부(2022.1.19.)에서 작성함

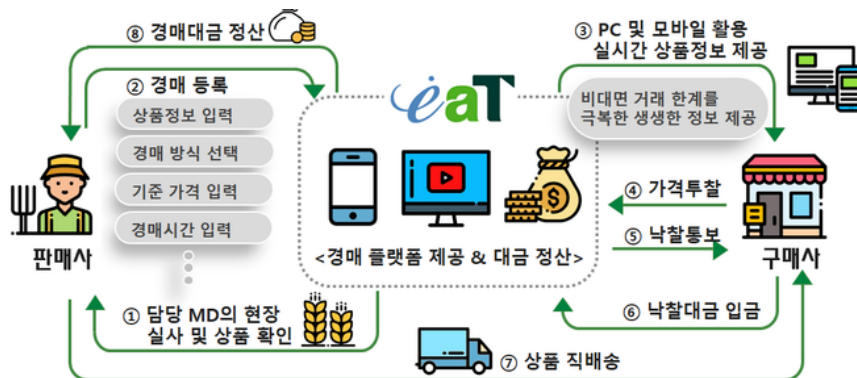


자료 : 농협 온라인농산물거래소(https://newgp.nonghyup.com/index_uisp.jsp)

[그림 2-2] 온라인농산물거래소 시범사업 유통구조

■ aT센터 : 농수산물식품거래소 운영 및 확대 계획

- aT센터(한국농수산물식품유통공사)는 2009년 ‘농수산물 사이버거래소’를 개설하여 단체(공공)급식 식재료 중심의 온라인 거래를 지원해왔으며, 이를 확대 개편하여 2020년에 ‘농수산물식품거래소’를 신설하였음



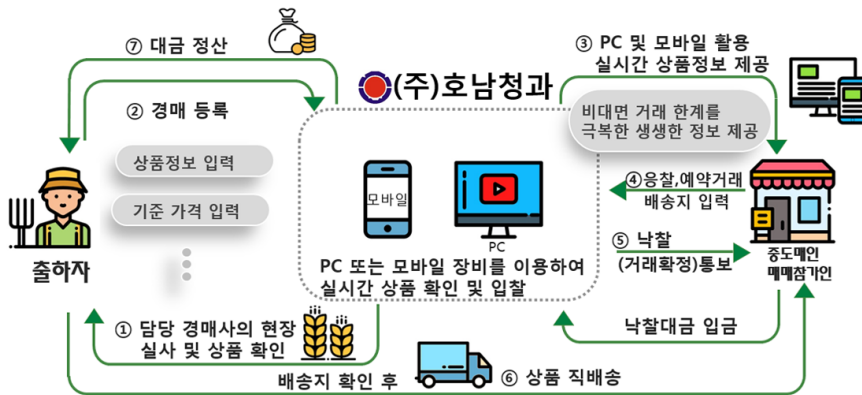
자료 : aT센터 농수산물식품거래소(<https://www.eat.co.kr:444/index.jsp>)

[그림 2-3] aT센터 농수산물식품거래소 운영구조

- 농수산식품거래소는 농수축산물 기업간(B2B) 전자상거래를 위한 온라인경매 시스템으로 경매·입찰과 정가·수의매매 방식을 통해 거래를 진행
- 2021년 거래실적은 27개 품목(양파·깎마늘·수박·만감류 등)을 대상으로 222억원이 거래되었으며, 유통비용 절감액은 약 22억원으로 추정됨

■ 도매시장법인 온라인경매 도입

- 공영도매시장의 온라인거래 활성화를 목적으로 정책사업을 지원하고 있으며, 2019년에 서울 가락동 농수산물도매시장의 입주법인인 서울청과와 동화청과에서 최초로 도입
 - 도매시장 내 혼잡과 공간의 낮은 활용도, 과도한 경매시간 등으로 인해 발생하는 농산물의 품질 저하 및 물류비 증가 문제에 대응하기 위하여 ICT기반의 온라인경매 시스템을 도입
- 지방도매시장 가운데 광주 서부농수산물도매시장의 호남청과가 2022년에 도입하였음
 - 4개 품목(토마토·방울토마토·버섯·감자)을 중심으로 시범 운영한 이후 품목을 단계적으로 확대해갈 계획



자료 : 호남청과 온라인거래소(https://online.khonam.co.kr:8448/company_02)

[그림 2-4] (주)호남청과 온라인거래 시스템

5) 도매시장 관련 주요 정책사업

■ 농산물 거래자금 융자지원¹⁰⁾

○ 농산물도매시장 자금 지원

- 지원목적 : 농산물 출하 시 대금결제 등 기능을 강화하여 출하자·소비자 보호 및 농산물 출하 촉진을 도모하고, 정가·수의매매 자금을 지원하여 가격변동성을 완화
- 자금용도 : 출하약정 선도금(연 1.5%), 국내산 농산물 결제자금(경매 연 3.0%, 정가·수의매매 연 1.5%)
- 지원대상 : 도매시장법인·시장도매인(평가결과 2회 연속 부진 제외), 중도매인(평가결과 하위 10% 제외)

○ 농산물 온라인거래 활성화 자금

- 사업대상 : 도매시장 청과부류 중도매인, 매매참가인(대기업 제외, 유통업체 등) 중 온라인을 통한 구매자
- 자금용도 : 도매유통의 온라인거래 활성화를 위한 온라인 구매자금(수입산 제외, 연 1.5%, 1년 상환)
- 사업의무 : 용자금액의 100% 이상 온라인거래(구매실적이 사업의무 미달 시 차액에 대하여 위약 처리)
- 지원한도 : 업체당 1,000백만원(전년도 온라인거래 구매실적을 배정비율로 산출하여 예산범위 내 배정)

■ 시설현대화 및 물류기기 지원¹¹⁾

○ 공영도매시장 시설현대화사업

- 사업목적 : 노후화된 시설·장비 개선, 환경변화 따른 필요시설 구축 등을 통해 물류·유통 효율화 제고
- 자금용도 : 필수시설(경매장·주차장 등), 부수시설(저온창고·중도매인 점포 등), 기타시설의 현대화 비용 및 시설부대경비(설계비·감리비 등)
- 지원대상 : 중앙도매시장, 지방도매시장 개설자(건축된 지 20년 이상된 도매시장, 최근 3회 평균 도매시장 평가결과가 하위 30% 제외) → 공영도매시장 시설정비위원회 서면평가, 현장·발표평가를 통해 선정
- 지원형태 : 중앙도매시장(국비 30%, 용자 40%, 지방비 30%), 지방도매시장(국비 20%, 용자 50%, 지방비 30%), 용자의 경우 지방비 대체가능(연 3.0%, 3년 거치 7년 상환)

○ 물류기기공동이용지원 사업

- 지원대상 : 공영도매시장·농협공판장 등록 산지유통인
- 지원내용 : 농산물 수송용 팔릿, 플라스틱 상자, 다단식 목재상자 등 물류기기 임차지원(자부담 60%, 공영도매시장 팔릿 출하시 국고 보조 20% 상향)

10) aT 도매유통 정보시스템(<https://at.agromarket.kr/reference/fund/support.do#!>)에서 작성함

11) 2021년 농림축산식품사업 시행지침서, 농림축산식품부(2021)에서 작성함

3. 전국 농산물 도매시장 운영현황

가. 농산물 도매시장 일반현황

1) 개설현황

- 국내 농수산물 도매시장은 전체 49개소가 개설되어 있으며, 투자주체에 따른 분류체계상 공영도매시장 33개소, 일반법정도매시장 13개소, 민영도매시장 3개소로 구분됨
 - 도매시장법인은 총 121개소로 이중 88.4%가 공영도매시장에 입주해있으며, 73.5%가 청과부류를 취급
 - 도매시장 수는 경북이 10개소(공영 3, 일반법정 5, 민영 2)로 가장 많고, 이어서 경기(5), 서울(4) 순임
 - 공영도매시장 수는 경기도가 4개소로 가장 많고, 전북에는 3개소(일반법정·민영도매시장 없음)가 개설됨
- 농안법상 중앙도매시장은 11개소¹²⁾, 지방도매시장은 35개소, 민영도매시장 3개소로 구분되며, 전라북도에는 공영도매시장이자 지방도매시장 3개소가 개설·운영 중임

[표 2-6] 농산물 도매시장 주요 현황

(단위 : 톤, 억원)

구분	도매시장 (개소)	도매시장법인(개소)						시장도매인			
		계	청과	수산	축산	양곡	약용	계	청과	수산	약용
합계	49	121(41)	89(33)	27(8)	4	-	1	66	60	5	1
공영도매시장	33	107(41)	82(33)	25(8)	-	-	-	65	60	5	-
일반법정도매시장	13	11	5	2	3	-	1	1	-	-	1
민영도매시장	3	3	2	-	1	-	-	-	-	-	-

주 : 괄호 안 숫자는 공판장 개소수

자료 : 농수산물도매시장 통계연보(2020)

2) 시장종사자 현황

- 2020년 도매시장 시장종사자는 총 16,835명으로 집계되었고 공영도매시장이 15,406명으로 대부분을 차지, 일반법정도매시장 1,133명, 민영도매시장 296명으로 조사됨

12) 중앙도매시장(11개소) : 서울가락, 부산업궁, 부산국제수산, 대구북부, 인천남촌, 인천삼산, 광주각화, 대전오정, 대전노은, 울산, 노량진수산

- 공영도매시장의 경우 중도매인이 7,637명, 하역인 3,665명, 도매법인 임직원 2,373명, 관리사무소(공사직원)가 970명으로 파악됨

[표 2-7] 농산물도매시장 시장종사자 현황

(단위 : 명)

구분	합계	도매법인 임직원	중도매인			매매 참가인	하역인	관리 사무소	
			개인	법인	계				
2020	계	16,835	2,958	5,283	2,868	8,151	844	3,907	975
	공영	15,406	2,373	4,822	2,815	7,637	761	3,665	970
	일반법정	1,133	395	392	47	439	68	226	5
	민영	296	190	69	6	75	15	16	-
2019	계	16,835	2,958	5,283	2,868	8,151	844	3,907	975
	공영	15,406	2,373	4,822	2,815	7,637	761	3,665	970
	일반법정	1,133	395	392	47	439	68	226	5
	민영	296	190	69	6	75	15	16	-

출처 : aT도매시장 통합홈페이지

3) 출하자 및 산지유통인 현황

- 2020년 출하자 및 산지유통인이 총 731,339명으로 개별이 525,099명으로 71.8%에 해당되고 단체는 206,240명으로 28.2%를 차지하고 있음
- 일반출하자가 718,257명(산지유통인 13,082명)으로 다수를 차지하고 있으며 개별이 513,713명(71.5%), 단체가 204,544명(28.5%)으로 파악됨

[표 2-8] 농산물도매시장 출하자 및 산지유통인 현황

(단위 : 명)

구분	합 계			일반출하자			산지유통인		
	개별	단체	소계	개별	단체	소계	개별	단체	소계
명 수	525,099	206,240	731,339	513,713	204,544	718,257	11,386	1,696	13,082
비 율	71.8%	28.2%	100.0%	71.5%	28.5%	100.0%	87.0%	13.0%	100.0%

자료 : 농수산물도매시장 통계연보

4) 도매시장법인 현황

- 전체 도매시장법인 개소수는 2020년 121개소(공판장 41개소)로 이중 청과법인이 89개소로 73.6%를 차지하며, 공영도매시장이 107개소로 전체의 88.4% 비중을 차지함

[표 2-9] 농산물도매시장 도매시장법인 현황

(단위 : 개소)

구분		소계	청과	수산	축산	양곡	약용
2020	계	121(41)	89(33)	27(8)	4	-	1
	공영도매시장	107(41)	82(33)	25(8)	-	-	-
	일반법정도매시장	11	5	2	3	-	1
	민영도매시장	3	2	-	1	-	-
2010	계	121(41)	87(33)	24(6)	5(1)	1(1)	4
	공영도매시장	105(40)	82(33)	22(6)	1(1)	-	-
	일반법정도매시장	13(1)	5	2	4	1(1)	1
	민영도매시장	3	-	-	-	-	3

주1 : 괄호 안 숫자는 공판장 개수

주2 : 양곡부류는 도매시장은 있으나, 농협중앙회 양곡공판장 폐업('10.12)이후 시장 내 양곡 지정 법인 없음

자료 : 농수산물도매시장 통계연보, 각연도

5) 도매시장법인 수수료 현황

- 2020년 기준 도매시장법인 수수료는 청과법인이 총 836,742백만원이며, 이중 위탁수수료가 75.6%로 가장 높고, 다음으로 판매장려금(12.4%), 시장사용료(6.8%), 출하장려금(5.2%) 순이었음
- 청과법인의 개소당 평균 금액은 9,402백만원으로 위탁수수료 7,107백만원, 판매장려금 1,168백만원, 시장사용료 639백만원, 출하장려금 488백만원으로 집계됨
- 수산법인의 경우 총 55,825백만원으로 위탁수수료가 비율이 85.2%로 가장 높으며 다음으로 시장사용료(7.3%), 판매장려금(6.1%), 출하장려금(1.3%) 순임
- 수산법인의 개소당 평균 금액은 627백만원으로 위탁수수료 1,762백만원, 시장사용료 151백만원, 판매장려금 126백만원, 출하장려금 28백만원으로 집계됨

[표 2-10] 도매시장법인 수수료 현황(2020)

(단위 : 백만원)

구 분	위탁 수수료		출하 징려금		판매 징려금		시장 사용료		전 체
	금액	비율	금액	비율	금액	비율	금액	비율	
청과	632,488	75.6%	43,431	5.2%	103,979	12.4%	56,844	6.8%	836,742
개소당	7,107	-	488	-	1,168	-	639	-	9,402
수산	47,578	85.2%	750	1.3%	3,409	6.1%	4,088	7.3%	55,825
개소당	1,762	-	28	-	126	-	151	-	627

자료 : 농수산물도매시장 통계연보

6) 하역 인력 및 장비 현황

■ 하역인력

- 2020년 하역인력은 3,665명으로 노동조합이 2,171명(59.2%) 용역 695명(19.0%), 자체하역반 667명(18.2%), 법인직원 132명(3.6%) 순으로 구성되어 있음
- 청과부류의 하역인력은 총 3,089명으로 전체에서 84.3%를 차지하며, 수산부류의 경우 노동조합의 하역인력 비중이 청과부류(56.1%)보다 많은 76.0%에 달함

[표 2-11] 농산물도매시장 하역인력 현황(2020)

(단위 : 명)

구 분	노동조합		용역		법인직원		자체하역반		전 체	
	명수	비율	명수	비율	명수	비율	명수	비율	명수	비율
청 과	1,733	56.1%	639	20.7%	53	1.7%	664	21.5%	3,089	100.0%
수 산	438	76.0%	56	9.7%	79	13.7%	3	0.5%	576	100.0%
전 체	2,171	59.2%	695	19.0%	132	3.6%	667	18.2%	3,665	100.0%

자료 : 농수산물도매시장 통계연보

■ 하역장비

- 2020년 도매시장 하역장비는 5,922대로 자동기기가 1,316대로 22.2%를 차지하고 있으며 수동기기는 4,606개로 77.8%를 점유하고 있음
- 청과의 경우 자동기기가 1,223대(22.7%), 수동기기가 4,164개(77.3%)이며 수산은 자

동기기가 93대, 수동기기가 442대(82.6%)로 조사됨

[표 2-12] 농산물도매시장 하역장비 현황(2020)

(단위 : 대, 개)

구분	자동기기				수동기기							전체
	지게차	전동차	소계		콘베어	대차	핸드카	손수레	기타	소계		
			비율	비율						비율	비율	
청과	544	679	1,223	22.7%	234	866	1,039	1,312	713	4,164	77.3%	5,387
수산물	74	19	93	17.4%	77	78	125	162	0	442	82.6%	535
전체	618	698	1,316	22.2%	311	944	1,164	1,474	713	4,606	77.8%	5,922

주 : 는 총 85,866개로 본 하역장비 현황에서는 제외함
 자료 : 농수산물도매시장 통계연보

나. 공영도매시장 유형별 거래실적

1) 농안법상 유형별 거래실적

- 2020년 기준 도매시장의 전체 거래물량은 7,134,672톤이며, 거래금액은 148,682억 원으로 물량의 경우 전년대비 4.3% 감소한 반면 금액은 10.7% 증가하였음
- 2020년 기준 지방도매시장의 경우 거래물량은 2,665,406톤으로 전체 도매시장에서 37.4%를 점유하고 있으며, 금액은 54,582억 원으로 36.7%를 차지함
- 지방도매시장의 거래물량은 전년대비 5.5% 감소하였으며, 이는 전체 도매시장의 감소율보다 1.2%p 더 낮은 것으로 나타남

[표 2-13] 시장유형별 농산물도매시장 거래실적

(단위 : 톤, 억원)

구분	2019		2020		증감률(%)		
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
총계	7,453,625	134,259	7,134,672	148,682	-4.3%	10.7%	
중앙 도매시장	청과	4,317,263	68,990	4,171,336	77,399	-3.4%	12.2%
	수산물	278,767	12,273	262,133	12,602	-6.0%	2.7%
	소계	4,596,030	81,263	4,433,469	90,001	-3.5%	10.8%
	비중	61.7%	60.5%	62.1%	60.5%	-	-

구분	2019		2020		증감률(%)		
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
지방 도매시장	청과	2,670,891	44,915	2,523,749	49,730	-5.5%	10.7%
	수산물	59,587	2,781	54,981	3,002	-7.7%	7.9%
	축산물	61,819	1,090	57,206	1,146	-7.5%	5.1%
	양곡	27,948	603	29,199	674	4.5%	11.8%
	약용	269	28	271	30	0.7%	7.1%
	소계	2,820,514	49,417	2,665,406	54,582	-5.5%	10.5%
	비중	37.8%	36.8%	37.4%	36.7%	-	-
민영 도매시장	청과	6,199	128	4,194	121	-32.3%	5.5%
	축산물	30,882	3,451	31,602	3,978	2.3%	15.3%
	소계	37,081	3,579	35,796	4,099	-3.5%	14.5%
	비중	0.5%	2.7%	0.5%	2.8%	-	-

자료 : 농수산물도매시장 통계연보, 각연도

2) 투자주체상 유형별 거래실적

- 2020년 기준 전체 거래물량 가운데 공영도매시장의 비중은 96.9%로 대부분을 차지하고 있으며, 일반법정도매시장과 민영도매시장은 각각 2.6%, 0.5% 수준으로 나타남

[표 2-14] 투자주체별 농산물도매시장 거래현황

(단위 : 톤, 억원)

구분	2019		2020		증감률(%)		
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
계	7,453,625	134,259	7,134,672	148,682	-4.3%	10.7%	
공영 도매시장	값	7,219,353	124,863	6,916,283	138,582	-4.2%	11.0%
	비율	96.9%	93.0%	96.9%	93.2%	-	-
일반법정 도매시장	값	197,191	5,817	182,593	6,000	-7.4%	3.2%
	비율	2.6%	4.3%	2.6%	4.0%	-	-
민영 도매시장	값	37,081	3,579	35,796	4,099	-3.5%	14.5%
	비율	0.5%	2.7%	0.5%	2.8%	-	-

자료 : 농수산물도매시장 통계연보, 각연도

다. 공영도매시장 청과부류 거래실적

1) 도매시장 유형별 거래현황

■ 거래물량

- 2020년 공영도매시장의 거래물량은 6,658,448톤으로 2010년(6,226,402톤)에 비해 연평균 0.7% 증가한 것으로 조사돼 큰 변화 없이 유지하고 있음
 - 코로나19 사태가 본격적으로 확산되기 시작한 2020년 거래물량의 경우 전년대비 4.1% 감소한 것으로 나타난 것이 특징적임
- 중앙도매시장과 지방도매시장으로 구분했을 때 중앙도매시장의 증가율(0.5%)보다 지방도매시장(1.0%)의 증가율이 상대적으로 높았으며, 특히 4대 지방도매시장의 약진(2.4%)이 특징적임
 - 반면에 코로나19에 영향을 고려한 전년대비 2020년 증가율은 지방도매시장 증가율이 -5.2%로 중앙도매시장(-3.6%)보다 취약한 것으로 파악되며, 4대 지방도매시장은 지속적으로 점유율을 확대하고 있음
- 도내 전주시, 익산시, 정읍시에 위치한 지방도매시장의 경우 2010년 대비 연평균 증감율은 각각 -0.9%, -1.3%, -3.1%로 나타나 시장별 편차가 큰 것으로 파악됨

[표 2-15] 공영도매시장 청과부류 거래물량

(단위 : 톤, %)

구분	2010		2015		2019		2020		전년대비 증가율	연평균 증가율
	물량	비율	물량	비율	물량	비율	물량	비율		
공영	6,226,402	100.0	7,117,660	100.0	6,944,862	100.0	6,658,448	100.0	-4.1	0.7
중앙	4,177,040	67.1	4,717,626	66.3	4,562,315	65.7	4,399,727	66.1	-3.6	0.5
지방	2,049,362	32.9	2,400,034	33.7	2,382,547	34.3	2,258,721	33.9	-5.2	1.0
4대	1,109,784	17.8	1,412,430	19.8	1,465,858	21.1	1,412,846	21.2	-3.6	2.4
전주	68,755	1.1	77,370	1.1	69,502	1.0	63,119	0.9	-9.2	-0.9
익산	52,933	0.9	53,149	0.7	48,813	0.7	46,234	0.7	-5.3	-1.3
정읍	18,097	0.3	17,722	0.2	15,572	0.2	13,255	0.2	-14.9	-3.1

주 : 지방 4대 도매시장은 2020년 기준 거래물량 100,000톤 이상, 거래금액은 3천억 이상에 해당됨
 자료 : 농수산물도매시장 통계연보, 각연도

- 코로나19 영향을 고려한 전년대비 2020년 증가율에서는 전주(-9.2%), 익산(-5.3%), 정읍(-14.9%)의 거래물량 감소가 더욱 극명하게 나타났으며, 전국 도매시장에서 차지하는 점유율이 점차 감소하고 있음

■ 거래금액

- 2020년 공영도매시장의 거래금액은 12,631,843백만원으로 2010년 이후 연평균 2.8% 증가하였으며, 물가상승과 코로나19에 따른 거래물량 감소의 영향으로 판단됨
 - 코로나19가 확산되기 시작한 2020년의 거래물량은 전년대비 4.1% 감소한 가운데 거래금액은 11.6% 급등한 것으로 나타남
- 지방도매시장의 연평균 증가율은 3.4%로 중앙도매시장(2.5%)보다 높았으며, 4대 지방도매시장은 이를 상회하는 4.8%로 나타남
 - 2020년의 경우 전년대비 거래금액 증가율은 거래물량 감소 수준에 따라 중앙도매시장이 12.1%, 지방도매시장 10.8%, 4대 도매시장 13.7%로 대폭 증가했음
- 도내 지방도매시장은 연평균 3.4%의 증가율을 보인 가운데 전주시와 익산시는 각각 0.9%, 1.4%씩 소폭 상승한 반면에 정읍시는 오히려 0.6% 감소한 것으로 나타남
- 도내 지방도매시장의 전년대비 증가율은 전주시 4.1%, 익산시 8.1%, 정읍시 -5.7%로 공영·중앙·지방 도매시장에 비해 현격하게 낮은 수준을 보임

[표 2-16] 공영도매시장 청과부류 거래금액

(단위 : 백만원, %)

구분	2010		2015		2019		2020			연평균 증가율
	금액	비율	금액	비율	금액	비율	금액	비율	전년대비 증가율	
공영	9,613,224	100.0	11,078,472	100.0	11,314,587	100.0	12,631,843	100.0	11.6	2.8
중 앙	6,449,530	67.1	7,235,374	65.3	7,336,894	64.8	8,223,021	65.1	12.1	2.5
지 방	3,163,694	32.9	3,843,098	34.7	3,977,693	35.2	4,408,822	34.9	10.8	3.4
4대	1,743,315	18.1	2,257,399	20.4	2,443,665	21.6	2,779,632	22.0	13.7	4.8
전 주	103,791	1.1	118,992	1.1	108,711	1.0	113,158	0.9	4.1	0.9
익 산	76,429	0.8	89,044	0.8	81,053	0.7	87,617	0.7	8.1	1.4
정 읍	26,322	0.3	27,338	0.2	26,356	0.2	24,859	0.2	-5.7	-0.6

주 : 지방 4대 도매시장은 2020년 기준 거래물량 100,000톤 이상, 거래금액은 3천억 이상에 해당됨
 자료 : 농수산물도매시장 통계연보, 각연도

3) 출하선별 거래현황

■ 거래물량

- 2020년 출하선별 거래물량은 농협계통출하가 43.0%로 가장 높았고 생산자개인출하(33.8%), 생산자공동출하(11.1%), 기타출하(8.9%), 산지유통인출하(3.2%) 순임
- 전년대비 -4.3% 출하물량이 감소한 가운데 산지유통인출하가 유일하게 42.5%로 출하물량이 증가하였고, 농협계통출하는 -7.6%로 가장 감소폭이 높았음

[표 2-17] 공영도매시장 청과부류 출하선별 거래물량

(단위 : 톤, 백만원, %)

구 분	2019	2020		전년대비 증가율
		거래물량	비율	
생산자개인출하	2,151,635	2,129,437	33.8	-1.0%
생산자공동출하	708,332	697,937	11.1	-1.5%
농협계통출하	2,926,295	2,703,111	43.0	-7.6%
산지유통인출하	140,402	200,039	3.2	42.5%
기타출하	646,992	560,457	8.9	-13.4%
소계	6,573,656	6,290,981	100.0	-4.3%

자료 : 농수산물도매시장 통계연보, 각연도

■ 거래금액

- 2020년 출하선별 거래금액은 농협계통출하가 47.3%로 가장 높았고 생산자개인출하

[표 2-18] 공영도매시장 청과부류 출하선별 거래금액

(단위 : 톤, 백만원, %)

구 분	2019	2020		전년대비 증가율
		거래금액	비율	
생산자개인출하	3,039,865	3,643,268	30.7	19.8%
생산자공동출하	988,450	1,148,761	9.7	16.2%
농협계통출하	5,248,451	5,607,524	47.3	6.8%
산지유통인출하	164,271	328,098	2.8	99.7%
기타출하	1,183,183	1,124,020	9.5	-5.0%
소계	10,624,220	11,851,671	100.0	11.6%

자료 : 농수산물도매시장 통계연보, 각연도

(30.7%), 생산자공동출하(9.7%), 기타출하(9.5%), 산지유통인출하(2.8%) 순임

- 금액은 전년대비 11.6% 증가하였는데 기타출하(-5.0%)를 제외한 모든 출하선별에서 증가하고 있었으며 특히 산지유통인출하가 99.7%의 급격한 증가율을 보임

3) 주요 품목 출하물량

- 2020년 기준 전국 공영도매시장의 품목별 출하물량은 무(9.7%)가 가장 높은 비율을 차지하였고, 다음으로 양파(9.6%), 배추(8.2%), 사과(4.7%), 파(4.3%) 순임
- 중앙도매시장의 경우 전체 공영도매시장 물량의 3분의2를 점유하기 때문에 전반적으로 주요 품목(무, 양파, 배추, 파)으로 구성은 비슷한 수준을 보이고 있음
- 지방도매시장은 사과(9.4%)와 양파(8.9%), 무(7.9%)의 점유율이 높고, 지방 4대 도매시장의 경우 사과(12.4%)의 비율이 높은 것이 특징적임
- 상위 5개 품목을 살펴봤을 때 청과부류에서 과일은 유일하게 사과가 해당하며, 나머지는 무, 양파, 배추, 파 등 채소류가 차지하고 있음

[표 2-19] 공영도매시장 청과부류 주요 품목 출하물량(2020)

(단위 : 톤)

순위	공 영			중 앙			지 방			지 방 4대		
	품 목	물 량	비 율	품 목	물 량	비 율	품 목	물 량	비 율	품 목	물 량	비 율
1	무	645,018	9.7%	무	466,198	10.6%	사과	213,155	9.4%	사과	175,014	12.4%
2	양파	639,580	9.6%	양파	438,596	10.0%	양파	200,984	8.9%	양파	124,956	8.8%
3	배추	546,297	8.2%	배추	400,730	9.1%	무	178,820	7.9%	무	99,922	7.1%
4	사과	311,327	4.7%	파	206,379	4.7%	배추	145,567	6.4%	배추	88,617	6.3%
5	파	287,086	4.3%	오이	180,455	4.1%	수박	122,995	5.4%	수박	67,288	4.8%
6	수박	259,101	3.9%	양배추	175,510	4.0%	감귤	112,626	5.0%	감귤	59,990	4.2%
7	감귤	251,089	3.8%	감자	166,291	3.8%	바나나	81,961	3.6%	바나나	55,049	3.9%
8	오이	247,850	3.7%	감귤	138,463	3.1%	파	80,707	3.6%	파	46,101	3.3%
9	양배추	242,028	3.6%	호박	138,242	3.1%	감자	68,450	3.0%	오이	43,734	3.1%
10	감자	234,741	3.5%	수박	136,106	3.1%	오이	67,395	3.0%	감자	42,592	3.0%
	기타	2,994,330	45.0%	기타	1,952,756	44.4%	기타	986,061	43.7%	기타	609,583	43.1%
	합 계	6,658,447	100.0%	합 계	4,399,726	100.0%	합 계	2,258,721	100.0%	합 계	1,412,846	100.0%

주 : 지방 4대 도매시장은 2020년 기준 거래물량 100,000톤 이상, 거래금액은 3천억 이상에 해당됨
 자료 : 농수산물도매시장 통계연보(2020).

4) 수입산 거래현황

- 2020년 기준 공영도매시장 청과부류 수입산 거래물량은 511,655톤으로 전체에서 7.7%를 점유하고 있으며, 중앙도매시장과 지방도매시장도 각각 7.4%, 8.2%로 비슷한 수준을 보임
 - 전년대비 증가폭은 -0.3%p로 소폭 감소하였으며, 전주시(-0.3%p), 익산시(-0.5%p), 정읍시(-1.3%p)의 경우 코로나19 영향에도 불구하고 수입산 거래물량의 급격한 변화는 없는 것으로 판단됨
- 공영도매시장의 수입산 거래금액은 1,102,418백만원으로 8.7%를 차지하고 있으며, 중앙도매시장과 지방도매시장, 4대 지방도매시장도 비슷한 수준임
 - 거래금액의 전년대비 점유율은 0.7%p 증가하였으나, 지방도매시장은 0.4%p 수준으로 소폭 상승하였음
 - 도내 전주시(0.4%p), 익산시(0.2%p), 정읍시(-0.4%p)의 경우 수입산 점유율 변동폭은 상대적으로 미약한 수준이었음

[표 2-20] 공영도매시장 청과부류 수입산 현황

(단위 : 톤, 백만원, %)

구분	2019				2020				국내산 증가폭	
	국내산	비율	수입산	비율	국내산	비율	수입산	비율		
거래 물량	공 영	6,432,061	92.6	512,799	7.4	6,146,796	92.3	511,655	7.7	-0.3%p
	중 앙	4,232,136	92.8	330,177	7.2	4,073,810	92.6	325,917	7.4	-0.2%p
	지 방	2,199,925	92.3	182,622	7.7	2,072,986	91.8	185,738	8.2	-0.6%p
	4대	1,347,001	91.9	118,857	8.1	1,289,954	91.3	122,893	8.7	-0.6%p
	전 주	65,622	94.4	3,880	5.6	59,392	94.1	3,727	5.9	-0.3%p
	익 산	46,281	94.8	2,532	5.2	43,610	94.3	2,625	5.7	-0.5%p
	정 읍	14,425	92.6	1,147	7.4	12,107	91.3	1,148	8.7	-1.3%p
거래 금액	공 영	10,252,935	90.6	1,061,649	9.4	11,314,584	91.3	1,102,418	8.7	0.7%p
	중 앙	6,665,994	90.9	670,898	9.1	7,336,892	91.6	688,973	8.4	0.8%p
	지 방	3,586,941	90.2	390,751	9.8	3,977,692	90.6	413,445	9.4	0.4%p
	4대	2,194,006	89.8	249,659	10.2	2,443,665	90.3	269,513	9.7	0.5%p
	전 주	100,849	92.8	7,862	7.2	108,711	93.2	7,725	6.8	0.4%p
	익 산	75,335	92.9	5,718	7.1	81,053	93.1	6,029	6.9	0.2%p
	정 읍	23,659	89.8	2,697	10.2	26,356	89.4	2,634	10.6	-0.4%p

주 : 지방 4대 도매시장은 2020년 기준 거래물량 100,000톤 이상, 거래금액은 3천억 이상에 해당됨
 자료 : 농수산물도매시장 통계연보, 각연도



제 3장

전북 농산물 도매시장 유통현황

1. 지방도매시장 일반현황
2. 농산물(청과부류) 거래현황
3. 도매시장 간 인과성 분석
4. 소결



제3장 전북 농산물 도매시장 유통현황

1. 지방도매시장 일반현황

가. 도매시장 개설 및 법인 현황

- 전라북도의 지방도매시장은 모두 공영도매시장으로 3개소가 전주·익산·정읍시에 개설되어 있으며, 20년 이상된 시설로 노후화에 따른 운영상의 어려움을 겪고 있음
- 이들 지방도매시장에 총 9개(전주 4, 익산 3, 정읍 2)의 도매시장법인이 입주해 운영되고 있으며, 전주시와 익산시의 경우 청과부류 외에 수산물도 함께 거래하고 있음

[표 3-1] 전북지역 농수산물 도매시장 일반현황

구분	개장	주요 시설(㎡)
전주시 농수산물도매시장	1993.10	부지(59,578), 건물(24,317), 법인사무실(1,360), 경매장(15,227), 중도매인 점포(1,402)·사무실(160), 저온저장고(47개/1,141)
익산시 농수산물도매시장	1998.1	부지(105,782), 건물(23,777), 법인사무실(493), 경매장(10,540), 중도매인 점포(409)·사무실(574), 저온저장고(1,601)
정읍시 농산물도매시장	2000.3	부지(70,917), 건물(16,793), 법인사무실(456), 경매장(6,510), 중도매인 점포(41개/3,699)·사무실(115), 저온저장고(10개/345)

구분	입주법인	거래관계자
전주시 농수산물도매시장	전주청과물(주), 전주원예농협(공), 전주수산시장(주), 수협전주(공)	중도매인 청과(법인1/91명)·수산(36명), 경매사(청과 12명, 수산 5명), 매매참가인(16명), 산지유통인(453명), 하역인(36명)
익산시 농수산물도매시장	(주)이리청과회사, 익산원예농협(공), 이리수산시장(주)	중도매인 청과(법인5/51명)·수산(9명), 경매사(청과 17명, 수산 2명), 매매참가인(4명), 하역인(41명)
정읍시 농산물도매시장	정일청과(주), 정읍원예농협(공)	중도매인 청과(법인1/38명), 경매사(청과 9명), 매매참가인(9명), 산지유통인(6명), 하역인(8명)

자료 : 농수산물도매시장 통계연보(2020)

나. 시장종사자 및 산지유통인 현황

1) 시장종사자

- 2020년 기준 도내 시장종사자는 343명으로 중도매인이 180명으로 과반(52.4%)을 차지하고 있으며, 하역인 70명(20.4%), 경매사 38명(11.1%), 임직원 27명(7.9%), 매매 참가인 15명(4.4%) 등으로 구성됨
- 전국 공용도매시장은 중도매인의 경우 개인과 법인이 2:1의 비율로 소속되어 있으나, 도내에는 시장종사자 대부분이 개인 소속으로 활동하고 있는 것이 특징적임

[표 3-2] 공용도매시장 청과부류 시장종사자 현황

구분	전국 (33개소)	전라북도 (3개소)	전주시	익산시	정읍시	
합계	12,898 (100.0%)	343 (100.0%)	161 (100.0%)	107 (100.0%)	75 (100.0%)	
관리사무소(공사) 직원	931 (7.2%)	13 (3.8%)	5 (3.1%)	3 (2.8%)	5 (6.7%)	
도매법인 임직원	임직원	1,082 (8.4%)	27 (7.9%)	19 (11.8%)	2 (1.9%)	6 (8.0%)
	경매사	950 (7.4%)	38 (11.1%)	12 (7.5%)	17 (15.9%)	9 (12.0%)
중도매인	개인	4,193 (32.5%)	173 (50.4%)	90 (55.9%)	46 (43.0%)	37 (49.3%)
	법인	2,186 (16.9%)	7 (2.0%)	1 (0.6%)	5 (4.7%)	1 (1.3%)
매매 참가인	467 (3.6%)	15 (4.4%)	2 (1.2%)	4 (3.7%)	9 (12.0%)	
하역인	3,089 (23.9%)	70 (20.4%)	32 (19.9%)	30 (28.0%)	8 (10.7%)	

자료 : 농수산물도매시장 통계연보(2020).

2) 산지유통인

- 2020년 기준 청과부류 산지유통인은 103명으로 전주가 50명(48.5%), 익산 41명(39.8%), 정읍 12명(11.7%) 순으로 파악됨

- 산지유통인은 전년대비 4명이 감소한 -3.7%로 조사되었는데, 전주는 전복을 상회하는 -12.3%로 감소한 반면 익산은 7.9% 증가하였으며 정읍은 유지하고 있음

[표 3-3] 전북지역 도매시장 청과부류 산지유통인 현황

(단위 : 명)

구 분	2018	2019	2020		전년대비 증가율
			명수	비율	
전복(3개소)	109	107	103	100.0%	-3.7%
전주시 농수산물도매시장	60	57	50	48.5%	-12.3%
익산시 농수산물도매시장	36	38	41	39.8%	7.9%
정읍시 농산물도매시장	13	12	12	11.7%	0.0%

자료 : 도매시장별 내부자료

다. 하역 인원 및 장비 현황

1) 하역인원

- 도내 지방도매시장의 하역인원은 총 70명으로 용역이 81.4%(57명), 자체하역반이 18.6%(13명)를 차지해 전국에서 과반을 차지하는 노동조합과 달리 용역중심의 하역인력을 운영하고 있음
- 지역별로 전주시의 경우 용역이 32명(100.0%), 익산시는 용역 25명(83.3%)와 자체하역반 5명(16.7%), 정읍시는 자체하역반 8명(100.0%)으로 구성되어 있음

[표 3-4] 전북지역 도매시장 청과부류 하역인원 현황

(단위 : 명, %)

구분	노동조합		용역		법인직원		자체하역반		· 전체 ·	
	인원	비율	인원	비율	인원	비율	인원	비율	인원	비율
전복(3개소)	-	-	57	81.4%	-	-	13	18.6%	70	100.0%
전주시 농수산물도매시장	-	-	32	100.0%	-	-	-	-	32	100.0%
익산시 농수산물도매시장	-	-	25	83.3%	-	-	5	16.7%	30	100.0%
정읍시 농산물도매시장	-	-	-	-	-	-	8	100.0%	8	100.0%

자료 : 농수산물도매시장 통계연보(2020).

2) 하역장비

- 2020년 도내 지방도매시장 청과부류 총 하역장비는 2,966대로 자동기기(지게차, 전동차) 19대, 수동기기(대차, 핸드카, 손수레 등) 2,947대 수준임
- 하역장비 자동화를 측정하기 위한 자동기기 1대당 수용물량은 전라북도(3개소)가 연간 1대당 6.453톤을 수용하는 것으로 조사돼 전국 5,545톤보다 908톤을 추가 수용하는 것으로 분석됨

[표 3-5] 공영도매시장 청과부류 하역장비 현황

(단위 : 대, 개, 톤)

구분	자동기기			수동기기							합계	연간 거래물량	자동기기 1대당 수용물량
	지게차	전동차	계	대차	핸드카	손수레	콘베어		기타	계			
전국 (32)	544	679	1,223	866	1,039	1,312	234	69,135	713	73,299	74,522	6,781,056	5,545
전북 (3)	15	4	19	-	22	15	10	2,895	5	2,947	2,966	122,608	6,453

주 : 자동기기 1대당 수용물량 = 거래물량 / 자동기기 대수
 자료 : 농수산물도매시장 통계연보(2020).

라. 도매시장법인 수수료 현황

- 도매시장법인 수수료는 위탁수수료가 79.3%로 가장 많은 영역을 차지하고 있으며, 다음으로 판매장려금(12.7%), 시장사용료(5.5%), 출하장려금(2.4%) 순임
- 위탁수수료 비율이 가장 높은 법인은 정일청과(82.8%), 판매장려금도 정일청과(14.1%)였으며, 시장사용료(8.0%)와 출하장려금(4.4%) 비율은 이리청과가 가장 높았음

[표 3-6] 전북지역 도매시장 청과부류 도매법인별 수수료 현황

(단위 : 백만원, %)

시장명	법인명	위탁 수수료		출하 장려금		판매 장려금		시장 사용료		전 체	
		금액	비율	금액	비율	금액	비율	금액	비율	금액	비율
전 체		15,183	79.3	467	2.4	2,432	12.7	1,057	5.5	19,139	100.0
전주 농수산물 도매시장	전주청과물(주)	3,775	80.5	155	3.3	492	10.5	269	5.7	4,691	100.0
	전주원협(공)	3,872	79.9	0	0.0	645	13.3	332	6.8	4,849	100.0
	소계	7,647	80.2	155	1.6	1,137	11.9	601	6.3	9,540	100.0
	개소당	3,824	-	78	-	569	-	301	-	-	-
익산 농수산물 도매시장	(주)이리청과회사	897	73.8	54	4.4	168	13.8	97	8.0	1,216	100.0
	익산원협(공)	4,902	78.0	239	3.8	838	13.3	302	4.8	6,281	100.0
	소계	5,799	77.4	293	3.9	1,006	13.4	399	5.3	7,497	100.0
	개소당	2,900	-	147	-	503	-	200	-	-	-
정읍 농산물 도매시장	정일청과(주)	1,281	82.8	13	0.8	218	14.1	35	2.3	1,547	100.0
	정읍원협(공)	456	82.2	6	1.1	71	12.8	22	4.0	555	100.0
	소계	1,737	82.6	19	0.9	289	13.7	57	2.7	2,102	100.0
	개소당	869	-	10	-	145	-	29	-	-	-

자료 : 농수산물도매시장 통계연보(2020).

2. 농산물(청과부류) 거래현황

가. 거래실적

1) 시장별 거래실적

- 2020년 기준 도내 지방도매시장 3개소(전주시·익산시·정읍시)의 농산물(청과부류) 총 거래물량은 122,608톤, 거래금액은 225,634백만원 수준임
- 전주시 농수산물 도매시장은 도내 거래실적의 절반 이상을 점유하고 있으며, 거래물량은 63,119톤(도내의 51.5%), 거래금액은 113,158백만원(50.2%) 수준임
- 도내 지방도매시장의 최근 5년간 농산물(청과부류) 거래실적은 거래물량을 기준으로 연평균 4.0%씩, 거래금액은 연평균 1.6%씩 감소하고 있어 지속적인 하락추세에 따른 대책이 요구됨

[표 3-7] 전북지역 도매시장 청과부류 거래실적(2016~2020)

구분		2016	2017	2018	2019	2020		연평균 증가율
						거래실적	비율	
전라북도	거래물량	144,505	143,800	135,994	133,887	122,608	100.0%	-4.0%
	거래금액	240,541	235,496	230,410	216,120	225,634	100.0%	-1.6%
전주시 농수산물 도매시장	거래물량	76,515	75,005	71,823	69,502	63,119	51.5%	-4.7%
	거래금액	122,287	121,040	118,845	108,711	113,158	50.2%	-1.9%
익산시 농수산물 도매시장	거래물량	50,304	51,197	48,142	48,813	46,234	37.7%	-2.1%
	거래금액	89,897	86,411	84,712	81,053	87,617	38.8%	-0.6%
정읍시 농산물 도매시장	거래물량	17,686	17,598	16,029	15,572	13,255	10.8%	-7.0%
	거래금액	28,357	28,045	26,853	26,356	24,859	11.0%	-3.2%

자료 : 농수산물도매시장 통계연보, 각연도.

2) 도매시장법인별 거래실적

- 2020년 전북도매시장의 법인별 거래물량은 익산원협(공)이 39,281톤으로 가장 많았으

며 다음으로 전주원협(32,534톤), 전주청과물(30,585톤), 정일청과(9,755톤) 순임

- 물량은 전년대비 감소한 가운데 법인별 증가율을 살펴보면, 이리청과회사가 -28.3%로 가장 많이 하락하였으며, 다음으로 정일청과(-15.0%), 정읍원협(-14.5%), 전주원협(-14.2%) 순임

[표 3-8] 전북지역 도매시장법인별 청과부류 거래물량

(단위 : 톤)

구분		2019	2020	전년대비 증가율
전주 농수산물 도매시장	전주청과물(주)	31,600	30,585	-3.2%
	전주원협(공)	37,902	32,534	-14.2%
	소계	69,502	63,119	-9.2%
익산 농수산물 도매시장	(합자)이리청과회사	9,700	6,953	-28.3%
	익산원협(공)	39,113	39,281	0.4%
	소계	48,813	46,234	-5.3%
정읍 농산물 도매시장	정일청과(주)	11,480	9,755	-15.0%
	정읍원협(공)	4,092	3,500	-14.5%
	소계	15,572	13,255	-14.9%

자료 : 농수산물도매시장 통계연보, 각연도.

나. 주요품목 출하물량

- 2020년 기준 전국 지방도매시장의 품목별 출하물량은 사과(9.4%)가 가장 많은 점유율을 차지하며, 다음으로 양파(8.9%), 무(7.9%), 배추(6.4%), 수박(5.4%) 순임
- 전주시의 상위 5대 품목은 무(9.4%), 양파(8.2%), 수박(6.6%), 감귤(6.0%), 파(4.9%) 순이며, 지방도매시장 출하물량 1위 품목인 사과는 7위에 해당함
- 익산시의 경우 상위 5대 품목은 양파(12.3%), 무(8.7%), 배추(7.4%), 수박(6.3%), 파(5.4%) 순이며, 토마토가 상위 10위(2.5%) 품목에 진입해 있음
- 정읍시의 경우 양파(8.7%), 수박(7.8%), 배추(6.4%), 무(5.9%), 사과(5.4%) 순이었으며, 사과뿐만 아니라 배(3.8%), 감(3.6%) 등 과일류도 10대 품목에 진입해 있어 도내에서 취급비중은 상대적으로 높은 편임

[표 3-9] 전북지역 도매시장 청과부류 주요품목 출하물량(2020)

(단위 : 톤)

순위	지방			전주			익산			정읍		
	품목	물량	비율	품목	물량	비율	품목	물량	비율	품목	물량	비율
1	사과	213,155	9.4%	무	5,931	9.4%	양파	5,668	12.3%	양파	1,151	8.7%
2	양파	200,984	8.9%	양파	5,198	8.2%	무	4,003	8.7%	수박	1,033	7.8%
3	무	178,820	7.9%	수박	4,186	6.6%	배추	3,426	7.4%	배추	844	6.4%
4	배추	145,567	6.4%	감귤	3,766	6.0%	수박	2,890	6.3%	무	784	5.9%
5	수박	122,995	5.4%	파	3,089	4.9%	파	2,476	5.4%	사과	716	5.4%
6	감귤	112,626	5.0%	배추	3,078	4.9%	감귤	2,238	4.8%	감귤	694	5.2%
7	바나나	81,961	3.6%	사과	2,770	4.4%	양배추	1,830	4.0%	바나나	599	4.5%
8	파	80,707	3.6%	양배추	2,435	3.9%	사과	1,606	3.5%	배	503	3.8%
9	감자	68,450	3.0%	오이	1,910	3.0%	오이	1,319	2.9%	감	482	3.6%
10	오이	67,395	3.0%	감자	1,751	2.8%	토마토	1,157	2.5%	파	433	3.3%
	기타	986,061	43.7%	기타	29,005	46.0%	기타	19,621	42.4%	기타	6,016	45.4%
	합계	2,258,721	100.0%	합계	63,119	100.0%	합계	46,234	100.0%	합계	13,255	100.0%

자료 : 농수산물도매시장 통계연보(2020).

1) 지역산 거래물량

■ 전주시 농수산물도매시장

- 2020년 기준 전주시 도매시장의 상위 3대 품목은 무, 양파, 수박 순으로 나타났으며, 무의 경우 지역산은 14.3%에 불과하며, 도내산 26.1% 도외산(59.6%)이 절반 이상을 차지하는 것으로 나타남

[표 3-10] 전주시 농수산물도매시장 주요품목 지역산 거래물량(2020)

구분	무		양파		수박	
	거래물량(톤)	비율	거래물량(톤)	비율	거래물량(톤)	비율
지역산	860	14.3%	1,714	34.7%	885	22.0%
도내산	1,565	26.1%	1,326	26.9%	120	3.0%
도외산	3,573	59.6%	1,897	38.4%	3,011	75.0%
합계	5,998	100.0%	4,937	100.0%	4,016	100.0%

자료 : 농산물유통 종합정보시스템(농넷)

- 양파의 경우 지역산이 34.7%를 차지하고 있으며, 도내산 26.9%, 도외산이 가장 많은 38.4%의 점유율을 차지함
- 수박의 경우 지역산 22.0%, 도내산 3.0% 수준에 불과하며, 대부분 도외(75.0%)에서 공급받고 있는 것으로 파악됨

■ 익산시 농수산물도매시장

- 2020년 기준 익산시 도매시장의 상위 3대 품목은 양파, 무, 배추 순으로 파악되며, 양파의 경우 지역산이 58.5%로 가장 많은 비중을 차지함
- 무의 경우에도 지역산이 65.3%로 가장 높은 점유율을 차지하고 있으며, 도내산은 20.5%, 도외산은 14.2% 수준이었음
- 수박의 경우 지역산에 더욱 집중되어 있는데 78.9%가 지역 출하로 등록되어 있고, 도내산과 도외산은 각각 9.8%, 11.3% 수준으로 나타남

[표 3-11] 익산시 농수산물도매시장 주요품목 지역산 거래물량(2020)

구분	양파		무		배추	
	거래물량(톤)	비율	거래물량(톤)	비율	거래물량(톤)	비율
지역산	3,167	58.5%	2,431	65.3%	2,500	78.9%
도내산	1,307	24.1%	765	20.5%	310	9.8%
도외산	944	17.4%	527	14.2%	359	11.3%
합 계	5,418	100.0%	3,723	100.0%	3,169	100.0%

자료 : 농산물유통 종합정보시스템(농넷)

■ 정읍시 농산물도매시장

- 2020년 기준 정읍시 도매시장의 상위 3대 품목은 양파, 수박, 배추 순으로 조사되었으며, 양파의 경우 지역산이 44.0%, 도내산 27.9%, 도외산 28.1%로 파악됨
- 수박의 경우 도내산이 58.1%로 절반이상을 차지하며, 지역산은 35.8%, 도외산은 6.0% 수준으로 94.0%가 도내에서 출하되고 있는 것으로 나타남
- 배추의 경우 지역산이 66.6%로 가장 많았으며, 도내산 13.5%, 도외산 19.9%를 점유

[표 3-12] 정읍시 농산물도매시장 주요품목 지역산 거래물량(2020)

구분	양파		수박		배추	
	거래물량(톤)	비율	거래물량(톤)	비율	거래물량(톤)	비율
지역산	432	44.0%	298	35.8%	442	66.6%
도내산	275	27.9%	484	58.1%	90	13.5%
도외산	276	28.1%	50	6.0%	132	19.9%
합 계	983	100.0%	832	100.0%	665	100.0%

자료 : 농산물유통 종합정보시스템(농넷)

2) 지역산 거래가격

■ 전주시 농수산물도매시장

- 2020년 기준 전주시 도매시장의 무 평균가격은 kg당 768원으로 조사된 가운데 지역산은 658원으로 평균을 하회하는 반면, 도외산은 986원으로 평균보다 높았음
- 다만, 가격의 변동 수준을 나타내는 변이계수를 살펴보면 도외산이 1.72로 가장 높은 수준을 나타내 도외산 출하가 상대적으로 변동성이 높은 것으로 판단됨
- 양파의 경우 kg당 평균가격이 918원이었으며, 지역산이 801원으로 평균보다 낮게 형성되고 있으나 변이계수는 0.37 수준을 보여 상대적으로 가격 변동성은 작음
- 수박의 평균가격은 1,458원이었으나 지역산은 이보다 높은 1,516원에 형성되었으며, 변이계수는 0.53으로 비교적 안정적인 수준을 보임

[표 3-13] 전주시 농수산물도매시장 주요품목 가격현황(2020)

(단위 : kg/원)

구분	무		양파		수박	
	평균가격	변이계수	평균가격	변이계수	평균가격	변이계수
지역산	658	1.20	801	0.37	1,516	0.53
도내산	565	0.79	1,010	0.41	854	0.53
도외산	986	1.72	902	0.43	1,521	0.45
평 균	768	1.59	918	0.42	1,458	0.50

자료 : 농산물유통 종합정보시스템(농넷)

■ 익산시 농수산물도매시장

- 2020년 익산시 도매시장의 양파 평균가격은 kg당 927원으로 조사된 가운데 지역산은 947원으로 평균을 상회하며, 변이계수 역시 1.81로 높게 나타남
- 무의 평균가격은 kg당 1,464원(변이계수 1.84)이었으며, 지역산 678원(1.00), 도내산 562원(0.92)으로 모두 평균보다 낮은 수준이었음
 - 도외산의 경우 5,024원의 높은 가격이 책정되어 있는데 자료를 분석한 결과 톤단위는 일반적인 가격이었으나 10~20kg의 소량단위는 높은 가격으로 거래되고 있었음
- 배추의 평균가격은 1,455원(0.91)으로 지역산과 도내산 모두 평균을 하회하는 가격을 형성한 반면, 도외산은 2,664원의 높은 가격과 안정성(0.59)을 갖고 있었음

[표 3-14] 익산시 농수산물도매시장 주요품목 가격현황(2020)

구분	양파		무		배추	
	평균가격	변이계수	평균가격	변이계수	평균가격	변이계수
지역산	947	1.81	678	1.00	1,179	0.91
도내산	871	0.30	562	0.63	829	0.63
도외산	1,016	0.68	5,024	0.92	2,664	0.59
평 균	927	1.39	1,464	1.84	1,455	0.91

자료 : 농산물유통 종합정보시스템(농넷)

■ 정읍시 농산물도매시장

- 2020년 정읍시 도매시장의 양파 평균가격은 kg당 981원으로 조사된 가운데 지역산은 912원으로 평균보다 낮은 반면, 도외산은 1,059원으로 평균보다 높은 것으로 분석됨

[표 3-15] 정읍시 농산물도매시장 주요품목 가격현황(2020)

구분	양파		수박		배추	
	평균가격	변이계수	평균가격	변이계수	평균가격	변이계수
지역산	912	1.04	1,147	0.51	952	1.46
도내산	839	0.41	1,097	0.34	630	0.73
도외산	1,059	1.05	2,664	0.99	1,534	0.55
평 균	981	1.00	1,686	1.07	1,277	0.82

자료 : 농산물유통 종합정보시스템(농넷)

- 수박의 경우 kg당 평균가격이 1,686원인 반면에 지역산은 이보다 낮은 1,147원에 형성되었으나 가격 안정성(0.51)은 높은 수준을 보임
- 배추의 평균가격은 1,277원(0.82)이었으며, 지역산은 그보다 낮은 952원(1.42) 수준임

다. 거래방식별 현황

1) 거래방식에 따른 거래물량

- 2020년 기준 도내 도매시장의 거래유형은 경매·입찰이 82.5%(101,199톤), 정가·수의 매매는 17.5%(21,415톤)를 차지하며, 경매·입찰의 경우 전년대비 11.0% 감소한 반면에 정가·수의매매는 6.2% 증가한 것으로 나타남
- 전주시의 경우 경매·입찰은 56,694톤으로 도내 합계를 상회(82.5%)하는 89.8%이었으며, 정가·수의매매의 비중은 10.2% 수준으로 물량은 오히려 감소하였음
- 익산시의 전체 거래물량은 5.3% 감소하였으나 정가·수의매매는 11,338톤으로 전년대비 24.4% 상승하였고, 정읍시의 정가·수의매매 물량은 전년대비 12.8% 감소함

[표 3-16] 전북지역 도매시장 청과부류 거래방식별 물량 현황

(단위 : 톤)

구 분	2018	2019	2020		전년 대비 ('19/'20)	
			물량	비율		
전 북	총 거래물량	135,996	133,888	122,614	100.0%	-8.4%
	경매·입찰	102,887	113,718	101,199	82.5%	-11.0%
	정가·수의	33,109	20,170	21,415	17.5%	6.2%
전 주	총 거래물량	71,824	69,502	63,119	100.0%	-9.2%
	경매·입찰	54,944	62,634	56,694	89.8%	-9.5%
	정가·수의	16,880	6,868	6,425	10.2%	-6.5%
익 산	총 거래물량	48,142	48,813	46,236	100.0%	-5.3%
	경매·입찰	36,437	39,700	34,898	75.5%	-12.1%
	정가·수의	11,705	9,113	11,338	24.5%	24.4%
정 읍	총 거래물량	16,030	15,573	13,259	100.0%	-14.9%
	경매·입찰	11,506	11,384	9,607	72.5%	-15.6%
	정가·수의	4,524	4,189	3,652	27.5%	-12.8%

자료 : 도매시장별 내부자료

2) 전송거래 현황

- 2020년 전북의 전송거래¹³⁾ 물량은 5.0%(6,091톤), 금액은 6.4%(14,368백만원)의 비중을 차지하고 있으며, 전년대비 거래물량(8.3%), 거래금액(3.7%) 모두 증가함
- 전주시의 전송거래 비중은 거래물량이 2.4%(1,532톤), 거래금액은 2.5%(2,792백만원)으로 파악되며, 특히 전년대비 각각 65.4%, 23.4%로 급격하게 증가한 것이 특징적임
- 익산시의 경우 거래물량이 3.5%(1,611톤) 거래금액은 5.9%(5,188백만원)로 분석되었으며, 전년대비 각각 8.8%, 9.8% 증가함

[표 3-17] 전북지역 도매시장 청과부류 전송거래 실적 현황

(단위 : 톤, 백만원)

구분	2019			2020			전년 대비 ('19/'20)	
	전체 거래	전송 거래	전송거래 비율	전체 거래	전송 거래	전송거래 비율		
전북	물량	133,887	5,624	4.2%	122,608	6,091	5.0%	8.3%
	금액	216,120	13,859	6.4%	225,634	14,368	6.4%	3.7%
전주	물량	69,502	926	1.3%	63,119	1,532	2.4%	65.4%
	금액	108,711	2,263	2.1%	113,158	2,792	2.5%	23.4%
익산	물량	48,813	1,481	3.0%	46,234	1,611	3.5%	8.8%
	금액	81,053	4,725	5.8%	87,617	5,188	5.9%	9.8%
정읍	물량	15,572	3,217	20.7%	13,255	2,948	22.2%	-8.4%
	금액	26,356	6,871	26.1%	24,859	6,388	25.7%	-7.0%

자료 : 도매시장별 내부자료

- 정읍시의 경우 거래물량이 22.2%(2,948톤), 거래금액은 25.7%(6,388백만원)으로 높은 비중을 차지하고 있으며, 반면에 전년대비 각각 8.4%, 7.0% 감소한 것으로 나타남

라. 소비처 현황 (상위 10개 품목)

- 2020년 기준 전북의 주요 시장소비처 거래금액은 소매상(점)이 37.6%로 가장 많은

13) 도매시장에 출하되지 않는 농산물에 대해 도매법인·시장도매인이 타 도매시장에서 매수하거나, 타 도매시장 중도매인·시장도매인이 해당 도매시장에 출하자, 산지유통인의 형태로 농산물을 출하하는 거래

비중을 차지하고 있으며, 다음으로 대형유통업체(26.2%), 급식·가공업체(15.4%), 소매
잔품처리(13.3%), 기타판매(7.1%) 순으로 나타남

- 개소수의 경우 소매상(점)이 52.0%로 가장 높은 비중을 차지하며, 기타판매(21.6%), 급식·가공업체
(12.0%), 대형유통업체 소매(7.2%) 순이었음
- 거래금액 측면에서는 대형유통업체가 개소수당 1,046백만원으로 거래단위가 가장 컸
으며, 기타판매는 개소수당 95백만원으로 가장 작았음
- 소매(잔품처리) 거래금액은 익산시의 경우 43.7%, 정읍시는 37.9%로 매우 높은 비중
을 차지하는 것으로 파악됨

[표 3-18] 전북지역 도매시장 청과부류 소비처 현황(상위 10개 품목)

(단위 : 톤, 백만원)

구분	전주		익산		정읍		전북		
	값	비율	값	비율	값	비율	값	비율	
대형유통 업체	개소수	17	12.6%	1	1.3%	-	-	18	7.2%
	물량	11,262	33.4%	50	0.7%	-	-	11,312	26.3%
	금액	18,275	37.0%	549	2.9%	-	-	18,824	26.2%
급식·가공 업체	개소수	21	15.6%	9	12.0%	-	-	30	12.0%
	물량	6,815	20.2%	249	3.4%	-	-	7,064	16.4%
	금액	9,554	19.3%	1,496	7.8%	-	-	11,050	15.4%
소매상(점)	개소수	52	38.5%	52	69.3%	26	65.0%	130	52.0%
	물량	11,827	35.0%	1,532	21.0%	884	43.5%	14,243	33.1%
	금액	18,250	36.9%	7,546	39.4%	1,416	44.7%	27,212	37.9%
기타판매	개소수	45	33.3%	3	4.0%	6	15.0%	54	21.6%
	물량	3,855	11.4%	819	11.2%	349	17.2%	5,023	11.7%
	금액	3,372	6.8%	1,200	6.3%	548	17.3%	5,120	7.1%
소매 (잔품처리)	개소수	-	-	10	13.3%	8	20.0%	18	7.2%
	물량	-	-	4,638	63.6%	799	39.3%	5,437	12.6%
	금액	-	-	8,363	43.7%	1,201	37.9%	9,564	13.3%
전체	개소수	135	100.0%	75	100.0%	40	100.0%	250	100.0%
	물량	33,759	100.0%	7,288	100.0%	2,032	100.0%	43,079	100.0%
	금액	49,451	100.0%	19,154	100.0%	3,165	100.0%	71,770	100.0%

자료 : 도매시장별 내부자료

3. 도매시장 간 인과성 분석

가. 분석목적

- 도매시장은 농산물에 대한 수집·분산과 함께 가격을 결정하고, 관련 정보를 제공하는 역할을 수행하고 있으며, 경매가격은 다양한 경제주체들의 판매와 구입에 대한 의사결정 근거로 활용되고 있음
- 경매가격은 농산물의 품질과 수급 등 경매의 전반적 상황뿐만 아니라 물량이 집중되는 서울 가락동 도매시장, 중앙도매시장 등의 주요 시장가격의 영향을 받음
- 특히 서울 가락동 농수산물도매시장은 대표시장으로써 가격정보를 제공하는 기능을 수행하고 있으며, 시장효율성 측면에서 전국 도매시장의 가격형성에 기여하고 있음
- 지방도매시장에서 농산물 거래가 침체됨에 따라 해당 지역의 대표가격 형성이나 가격 발견비용 절감 등 기본적인 도매시장의 기능 수행이 어렵다는 주장이 제기되고 있음
- 전북지역의 공영도매시장 역시 동일한 문제에 봉착해있는 가운데 주요 거점시장과의 정보전달 메커니즘을 실증적으로 분석하여 지방도매시장의 운영 및 유통 활성화를 위한 대응방안을 모색할 필요가 있음
- 이에 전북지역 도매시장과 주요 거점시장 간의 인과성 분석을 진행하여 지방도매시장이 지역의 대표가격을 형성하고, 주요 거점시장과 서로 영향을 주고받으면서 시장효율성 개선에 기여하는가를 평가하고자 하였음

나. 분석방법

1) 분석 자료와 대상

- 분석에 이용한 자료는 도매시장에서 4년(2018.1.1.~2021.12.31.) 동안의 일별 거래자료(1kg당 도매가격)로 전북지역 도매시장의 출하량을 고려하여 공통적으로 우선순위가 높은 품목인 양파와 무를 선정하였음

[표 3-19] 전북지역 도매시장 청과부류 주요품목 출하물량

(단위 : 톤)

순위	전주			익산			정읍		
	품목	물량	비율	품목	물량	비율	품목	물량	비율
1	무	5,931	9.4%	양파	5,668	12.3%	양파	1,151	8.7%
2	양파	5,198	8.2%	무	4,003	8.7%	수박	1,033	7.8%
3	수박	4,186	6.6%	배추	3,426	7.4%	배추	844	6.4%
4	감귤	3,766	6.0%	수박	2,890	6.3%	무	784	5.9%
	∴	∴	∴	∴	∴	∴	∴	∴	∴
	합계	63,119	100.0%	합계	46,234	100.0%	합계	13,255	100.0%

자료 : 농수산물도매시장 통계연보(2020).

- 분석대상은 전북지역 공영도매시장 3개소(전주·익산·정읍)와 서울가락, 광주서부, 대전오정, 대전노은 도매시장을 선정하여 도매시장 간의 인과성 분석을 진행하였음
 - 도외 4개 시장을 선정한 이유는 전북지역 도매시장의 주요 관계자들을 대상으로 진행한 면접조사 결과 도내 출하자들이 가장 많이 이용하는 도매시장이자 경쟁관계에 있는 것으로 파악되었기 때문임

■ 분석방법

- 본 분석은 Fama(1970)의 시장효율성 가설을 이용해 분석하고자 하며, 자료의 한계상 시장의 여러 요인들이 작동한 결과물인 가격을 이용해 분석함(김상덕 외, 2020).
- Fama의 방법론은 시장의 효율성을 검정하는데 광범위하게 이용되었으며 특히 가격 인과성과 시장 간 관계에 관한 연구가 이용되어 왔음(김남욱 외 2000; 서경남·양승룡 2011; 김두환 2011).
- 본 분석에서는 선행연구에서 널리 사용하고 있는 VAR(vector auto regressive) 모형을 이용하여 검정하며(Sims 1972), 인과성 분석(Granger Causality Test)을 실시함
- 다만, 분석 대상 시계열의 안정성 여부를 판단하기 위해 ADF(Augmented Dickey Fuller) 검정을 사용함
- 만약 가격이 불안정한 시계열인 경우 1차 차분한(1st differenced) 시계열을 활용하여 VAR 모형을 이용하고, 불안정한 시계열의 경우 공적분 관계가 있다면 보다 효율

적인 VECM(Vector Error Correction Model) 모형을 통해 검정함

- 시장 A, B의 경우 t시점의 가격(p_t^A, p_t^B)은 과거 시점에 해당되는 가격정보를 반영하여 결정($p_{t-1}^A, \dots, p_{t-T}^A, p_{t-1}^B, \dots, p_{t-T}^B$)하나, 때로는 시장 A의 가격이 시장 B의 과거 가격 정보를 반영하지 않을 수도 있음
- 귀무가설인 $H_0 : \gamma_{11} = \gamma_{12} = \dots = \gamma_{1T} = 0, H_0 : \beta_{21} = \beta_{22} = \dots = \beta_{2T} = 0$ 는 각각에 대한 검정을 수행하여 각 시장 가격의 결과가 상대 시장 가격에 정보를 반영하는지 여부를 검정할 수 있음

$$\begin{bmatrix} p_t^a \\ p_t^b \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \alpha_1 \\ \alpha_2 \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} \beta_1 & \gamma_1 \\ \beta_2 & \gamma_2 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} P^a \\ P^b \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} e_t \\ u_t \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \alpha_1 + \sum_{j=1}^T \beta_{1j} p_{t-j}^a + \sum_{j=1}^T \gamma_{1j} p_{t-j}^b + e_t \\ \alpha_2 + \sum_{j=1}^T \beta_{2j} p_{t-j}^a + \sum_{j=1}^T \gamma_{2j} p_{t-j}^b + u_t \end{bmatrix}$$

다. 분석결과

1) 도매시장별 경락가격 기초통계량

- 양파는 서울가락시장의 kg당 평균가격(768원)이 가장 높은 가운데 전북 3대 도매시장 또한 전반적으로 좋은 가격을 형성하고 있으나 익산과 정읍의 가격변동성이 높음

[표 3-20] 도매시장별 양파·무 경락가격 기초통계량

(단위 : 원/kg)

구분	전주	익산	정읍	서울가락	광주서부	대전오정	대전노은	
양파	평균	757	755	736	768	694	760	705
	최대값	2,391	6,731	6,613	1,903	2,240	2,165	2,007
	최소값	53	69	63	318	199	198	218
	표준편차	354.6	413.7	432.6	316.7	321.4	344.6	313.9
	변이계수	0.468	0.548	0.588	0.412	0.463	0.453	0.445
	왜도	1.152	3.926	3.069	1.326	1.421	1.213	1.359
	첨도	4.593	44.464	34.286	4.706	5.372	4.536	5.293
	표본수	1,184	1,084	1,114	1,216	1,197	901	1,194

구분		전주	익산	정읍	서울가락	광주서부	대전오정	대전노은
무	평균	502	515	618	541	499	463	525
	최대값	1,688	9,553	2,650	2,000	1,875	2,500	1,774
	최소값	126	100	68	170	159	88	101
	표준편차	233.6	385.8	282.4	250.0	239.3	227.0	252.2
	변이계수	0.465	0.749	0.457	0.462	0.480	0.490	0.480
	왜도	1.553	12.405	1.462	1.352	1.574	2.340	1.393
	첨도	5.849	278.512	6.579	4.604	5.676	12.561	4.992
	표본수	1,188	1,091	1,108	1,217	1,206	911	1,199

자료 : 농산물유통 종합정보시스템(2018.1.1. ~ 2021.12.31.)

- 무의 경우 정읍도매시장이 kg당 618원으로 가장 높게 형성되었고, 익산도 515원을 나타냈으나 변동성이 매우 높은 특징이 있음
- 전북 3대 도매시장 중 익산과 정읍이 거점시장에 비해 변동이 높은 편이며, 첨도도 양수 값으로 높게 나타나 뾰족한 분포를 나타내고 있음

2) 단위근 검정 결과(Unit root test)

- 시계열 자료의 안정성 여부를 선행하여 분석하기 위해 분석대상에 대한 ADF(Augmented Dickey Fuller) 검정을 진행함
- 분석 자료의 단위근이 없는 시계열은 안전시계열(stationary series)로 수준 자료(level data)를 활용하고, 불안정 시계열(non-stationary series)은 안정성을 확보하기 위해 차분된 자료를 활용하여 자기회귀 모형을 추정하였음
- 단위근 추정 결과, 양파와 무에 해당되는 7개 시장의 자료 모두 원 시계열(raw data) 자료에 단위근이 없는 것으로 분석됨

[표 3-21] 단위근 검정 결과

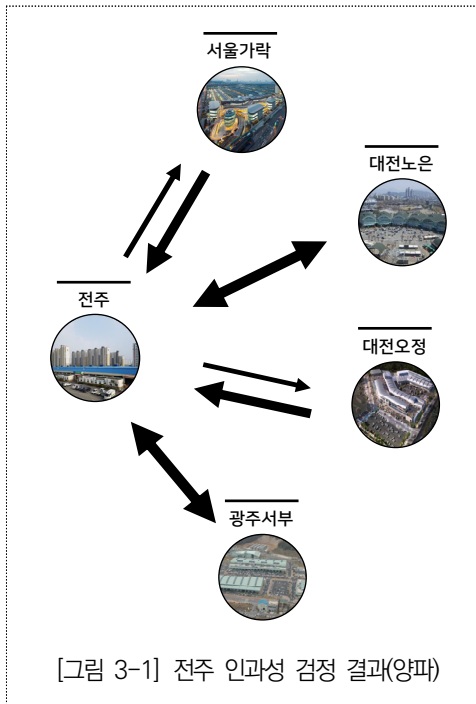
구분	전주	익산	정읍	서울가락	광주서부	대전오정	대전노은
양파	-3.993**	-3.386*	-3.592**	-4.459***	-4.739***	-3.806***	-3.332*
무	-6.477***	-6.360***	-5.221***	-5.941***	-6.373***	-5.414***	-5.689***

자료 : $p < 0.05$, $p^{**} < 0.01$, $p^{***} < 0.001$ 유의수준에서 단위근이 존재한다는 귀무가설이 기각된다는 것을 의미함.

3) 양파 : 인과성 분석 결과(Granger Causality Test)

■ 전주시 농수산물도매시장

- 전주-거점시장 간 인과성 검정 결과 모든 거점시장과 동시적 인과관계가 성립하며 대전노은과 광주서부의 경우 상호 비슷한 수준의 가격영향을 미치고 있음



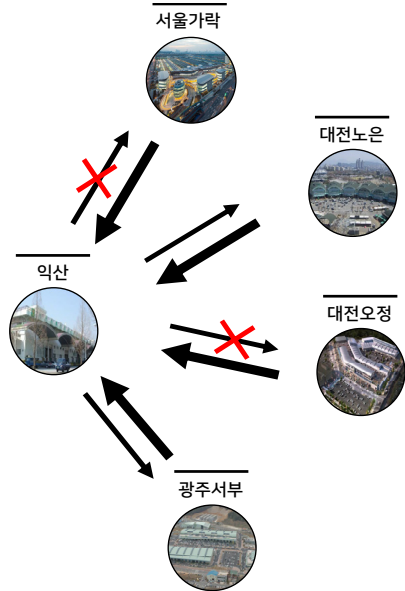
[표 3-22] 전주 인과성 검정통계량(양파)

SBIC	인과 관계	인과성 검정 결과 (F-통계량)
3차수	전주 → 서울가락	3.00*
	서울가락 → 전주	22.81***
3차수	전주 → 광주서부	19.89***
	광주서부 → 전주	22.82***
3차수	전주 → 대전오정	4.36**
	대전오정 → 전주	19.75***
3차수	전주 → 대전노은	27.36***
	대전노은 → 전주	18.63***

자료 : $p < 0.05$, $p^{**} < 0.01$, $p^{***} < 0.001$ 유의수준에서 시장에 영향을 미치지 않는다는 귀무가설을 기각함.

■ 익산시 농수산물도매시장

- 익산-거점시장 간 인과성 검정 결과 익산도매시장은 모든 거점시장의 영향을 받고 있으며 특히 가락시장의 가격영향이 큰 것으로 조사됨
- 동시적 인과관계가 성립되는 시장은 대전노은과 광주서부 존재하나 영향을 주는 수준이 미미하며, 서울가락과 대전노은은 익산도매시장의 영향이 미치고 있지 않음

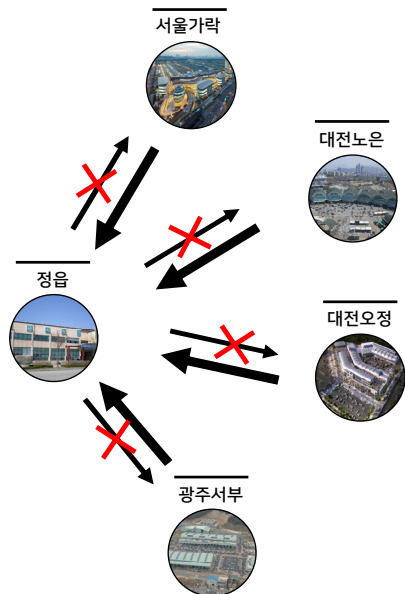


[그림 3-2] 익산시 인과성 검정 결과(양파)

[표 3-23] 익산 인과성 검정통계량(양파)

SBIC	인과 관계	인과성 검정 결과 (F-통계량)
2차수	익산 → 서울가락	0.99
	서울가락 → 익산	97.34***
3차수	익산 → 광주서부	3.70*
	광주서부 → 익산	48.57***
3차수	익산 → 대전오정	1.16
	대전오정 → 익산	41.07***
3차수	익산 → 대전노은	5.26**
	대전노은 → 익산	38.64***

자료 : $p < 0.05$, $p^{**} < 0.01$, $p^{***} < 0.001$ 유의수준에서 시장에 영향을 미치지 않는다는 귀무가설을 기각함.



[그림 3-3] 정읍시 인과성 검정 결과(양파)

[표 3-24] 정읍시 인과성 검정통계량(양파)

SBIC	인과 관계	인과성 검정 결과 (F-통계량)
2차수	정읍 → 서울가락	0.85
	서울가락 → 정읍	21.88***
3차수	정읍 → 광주서부	0.61
	광주서부 → 정읍	14.33***
3차수	정읍 → 대전오정	1.02
	대전오정 → 정읍	12.39***
3차수	정읍 → 대전노은	0.42
	대전노은 → 정읍	15.33***

자료 : $p < 0.05$, $p^{**} < 0.01$, $p^{***} < 0.001$ 유의수준에서 시장에 영향을 미치지 않는다는 귀무가설을 기각함.

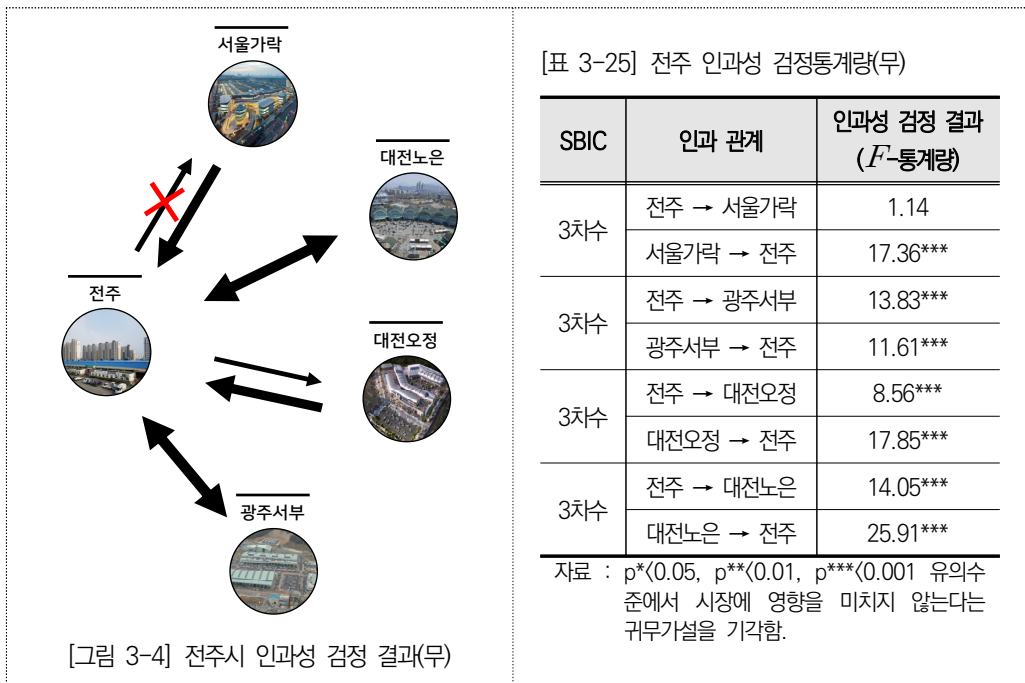
■ 정읍시 농산물도매시장

- 정읍-거점시장 간 인과성 검정 결과 정읍도매시장은 모든 거점시장의 영향을 받고 있으며 그 중에서도 가락시장의 가격영향이 가장 높은 것으로 파악됨
- 동시적 인과관계가 성립되는 시장은 존재하지 않기 때문에 정읍도매시장이 거점시장에 미치는 가격영향은 전무한 것으로 분석됨

4) 무 : 인과성 분석 결과(Granger Causality Test)

■ 전주시 농수산물도매시장

- 전주-거점시장 간 인과성 검정 결과 전주소매시장은 모든 거점시장의 영향을 받고 있으며 그 중에서도 서울가락시장의 가격영향이 가장 높은 것으로 파악됨
- 동시적 인과관계가 성립되는 시장은 대전오정, 대전노은, 광주서부로 나타났으며, 가락시장의 경우 양파와 다르게 전주소매시장이 가격영향을 미치지 않는 것으로 분석됨



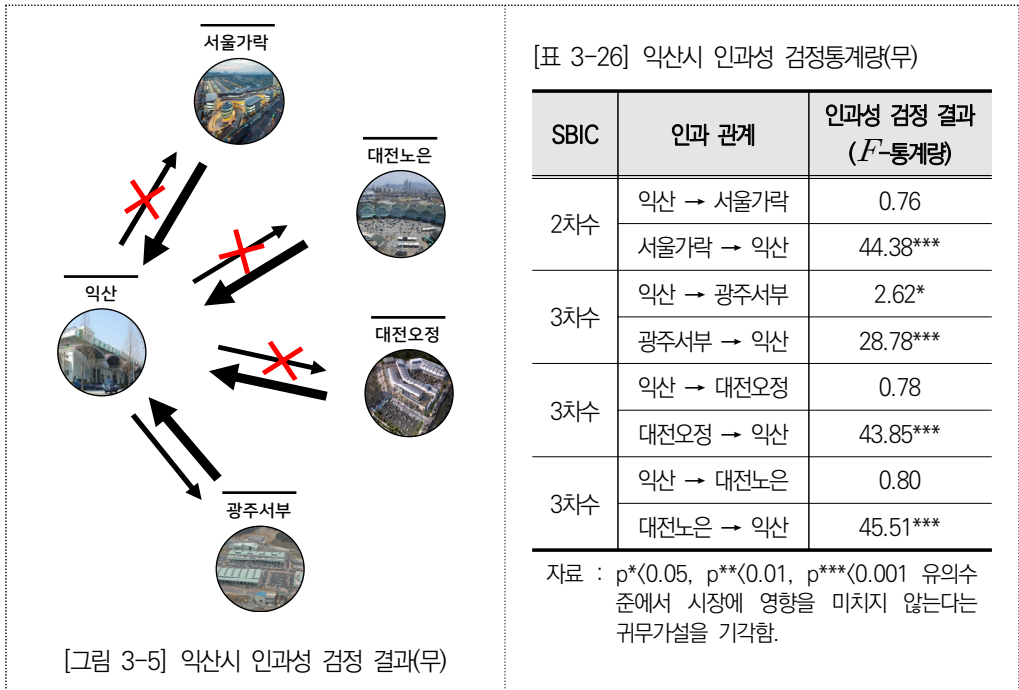
[표 3-25] 전주 인과성 검정통계량(무)

SBIC	인과 관계	인과성 검정 결과 (F -통계량)
3차수	전주 → 서울가락	1.14
	서울가락 → 전주	17.36***
3차수	전주 → 광주서부	13.83***
	광주서부 → 전주	11.61***
3차수	전주 → 대전오정	8.56***
	대전오정 → 전주	17.85***
3차수	전주 → 대전노은	14.05***
	대전노은 → 전주	25.91***

자료 : $p < 0.05$, $p^{**} < 0.01$, $p^{***} < 0.001$ 유의수준에서 시장에 영향을 미치지 않는다는 귀무가설을 기각함.

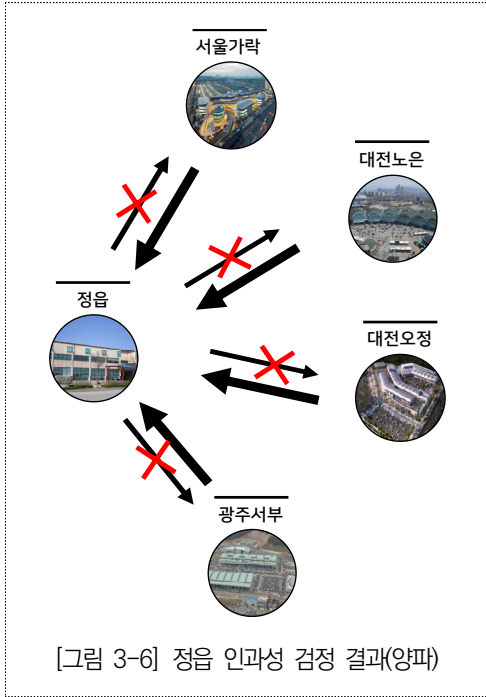
■ 익산시 농수산물도매시장

- 익산-거점시장 간 인과성 검정 결과 익산도매시장은 모든 거점시장의 영향을 받고 있으며 광주서부를 제외한 나머지 거점 시장에서 높은 가격영향을 받고 있음
- 동시적 인과관계가 성립되는 시장은 서울가락, 대전오정, 대전노은 시장으로 나타났으며, 광주서부의 경우 양파와 다르게 익산도매시장의 가격영향이 미치지 않았음



■ 정읍시 농산물도매시장

- 정읍-거점시장 간 인과성 검정 결과 정읍도매시장은 모든 거점시장의 영향을 받고 있으며 특히 서울가락시장이 높은 가격영향을 미치고 있음
- 동시적 인과관계가 성립되는 시장은 양파와 마찬가지로 존재하지 않기 때문에 정읍도매시장이 거점시장에 미치는 가격영향은 거의 없다고 평가할 수 있음



[표 3-27] 정읍시 인과성 검정통계량(양파)

SBIC	인과 관계	인과성 검정 결과 (F -통계량)
2차수	정읍 → 서울가락	0.85
	서울가락 → 정읍	21.88***
3차수	정읍 → 광주서부	0.61
	광주서부 → 정읍	14.33***
3차수	정읍 → 대전오정	1.02
	대전오정 → 정읍	12.39***
3차수	정읍 → 대전노은	0.42
	대전노은 → 정읍	15.33***

자료 : $p^* < 0.05$, $p^{**} < 0.01$, $p^{***} < 0.001$ 유의수준에서 시장에 영향을 미치지 않는다는 귀무가설을 기각함.

4. 소결

가. 도내 도매시장 운영 및 농산물 거래 현황

■ 도매시장 일반현황

- 전북의 지방도매시장은 전주·익산·정읍에 총 3개소가 개설되어 9개(전주4, 익산3, 정읍2)의 법인이 입주해 운영되어 있고 전주시와 익산시는 수산물거래도 병행하고 있음
- 2020년 도내 시장종사자는 343명으로 중도매인이 180명으로 과반(52.4%)을 차지하고, 하역인 70명, 경매사 38명, 임직원 27명, 매매참가인 15명 등으로 구성됨
- 도매시장법인은 익산원협이 39,281톤으로 가장 많고, 다음으로 전주원협(32,534톤), 전주청과(30,585톤), 정일청과(9,755톤) 순, 전년대비 물량은 이리청과 하락폭이 컸음
- 하역인원은 전주의 경우 용역이 32명(100.0%), 익산은 용역 25명(83.3%)과 자체하역반이 5명(16.7%), 정읍은 자체하역반 8명(100.0%)으로 구성
 - 하역장비(청과부류)는 2,966대로 자동기기(지게차·전동차) 19대, 수동기기(대차·핸드카 등) 2,947대

■ 농산물 거래현황

- 전북의 최근 5년간 농산물(청과부류) 거래실적은 거래물량을 기준으로 연평균 4.0%씩, 거래금액은 연평균 1.6%씩 감소하고 있어 지속적인 하락추세에 따른 대책이 요구됨
 - 전주도매시장 상위 5대 주요품목(물량)은 무(9.4%), 양파(8.2%), 수박(6.6%), 감귤(6.0%), 파(4.9%) 순이며, 전국 지방도매시장 출하물량 1위 품목인 사과는 7위에 해당함
 - 익산도매시장 상위 5대 주요품목(물량)은 양파(12.3%), 무(8.7%), 배추(7.4%), 수박(6.3%), 파(5.4%) 순이며, 토마토가 상위 10위(2.5%) 품목에 진입해 있음
 - 정읍도매시장 상위 5대 주요품목(물량)은 양파(8.7%), 수박(7.8%), 배추(6.4%), 무(5.9%), 사과(5.4%) 순이었으며, 배(3.8%), 감(3.6%) 등 다양한 과일류도 진입해 있음
- 전북의 농산물 거래유형은 경매·입찰이 82.5%, 정가·수의매매는 17.5%로 파악되고, 전년대비 경매·입찰은 11.0% 감소한 반면에 정가·수의는 6.2% 증가함

- 전송거래의 경우 거래물량은 전체의 5.0%(6,091톤), 거래금액은 6.4%(14,368백만원)을 점유하고 있으며, 전년대비 거래물량(8.3%), 거래금액(3.7%) 모두 증가함
 - 시장별로는 전주의 경우 전년대비 거래물량과 거래금액이 각각 65.4%, 23.4% 급증하였으며, 정읍의 거래물량(22.2%), 거래금액(25.7%) 비중은 전주와 익산에 비해 4~10배 수준으로 매우 높음
- 출하선별 거래금액 비중은 농협계통출하가 47.3%로 가장 높고, 생산자개인출하(30.7%), 생산자공동출하(9.7%), 기타출하(9.5%), 산지유통인출하(2.8%) 순임
- 주요 소비처(거래금액)는 소매상(37.6%), 대형유통업체(26.2%), 급식·가공업체(15.4%), 소매 잔품처리(13.3%), 기타판매(7.1%) 순으로 나타남
 - 개소수 기준 : 소매상(52.0%), 기타판매(21.6%), 급식·가공(12.0%), 대형유통(7.2%), 소매(7.2%) 순
 - 정읍은 대형유통/급식·가공업체 실적이 거의 없고, 소매거래(잔품처리)는 익산(43.7%), 정읍(37.9%)이 높았음

■ 전국 공영도매시장 대비 전북의 거래현황

- 2020년 전국 공영도매시장 청과부류 거래물량은 2010년보다 연평균 0.7%씩 증가, 4대 지방도매시장은 2.4%씩 증가한 반면, 전주(-0.9%), 익산(-1.3%), 정읍(-3.1%)은 감소
- 거래금액은 전국 공영도매시장이 연평균 2.8%씩 증가하였고, 4대 지방도매시장은 이보다 높은 4.8%씩 증가하였으나, 전북(-0.6~1.4%)은 상대적으로 증가폭이 낮았음
- 주요품목의 경우 전국 출하물량은 무(9.7%), 양파(9.6%), 배추(8.2%), 사과(4.7%) 순이며, 4대 도매시장은 사과(12.4%) 양파(8.8%) 무(7.1%), 배추(6.3%) 순임
 - 전주 상위품목 : 무(9.4%), 양파(8.2%), 수박(6.6%), 감귤(6.0%), 파(4.9%) 순 / 사과 7위
 - 익산 상위품목 : 양파(12.3%), 무(8.7%), 배추(7.4%), 수박(6.3%), 파(5.4%) 순 / 토마토 10위
 - 정읍 상위품목 : 양파(8.7%), 수박(7.8%), 배추(6.4%), 무(5.9%), 사과(5.4%), 배(3.8%) / 과일류 다양
- 전국의 수입산 거래물량은 전체에서 7.7%를 점유, 중앙도매시장과 지방도매시장도 각각 7.4%, 8.2%이며, 전북의 경우 전주(5.9%), 익산(5.7%), 정읍(8.7%) 수준임

나. 주요 도매시장 간 인과성 분석결과

■ 도내 도매시장은 4개 거점시장의 가격영향을 모두 받고 있음

- 양파와 무의 가격형성 과정에서 서울가락, 광주서부, 대전오정, 대전노은 도매시장의 가격영향을 모두 받고 있는 것으로 조사됨
- 양파는, 전주/익산/정읍 도매시장 모두 서울가락도매시장의 가격 영향이 가장 크게 미치는 것으로 분석됨
- 무의 경우, 전주도매시장과 익산도매시장은 대전노은도매시장의 영향을 많이 받고 있으며, 정읍도매시장은 서울가락시장의 가격영향을 많이 받고 있음

■ 상호영향을 주는 동시적 인과관계의 전북도매시장은 일부

- 시장이 매우 효율적으로 작동하기 위해서는 궁극적으로 시장 간에 서로 정보를 주고 받는 피드백(feedback)현상이 나타나야 함(김상덕 외, 2020)
- 양파의 경우 전주도매시장이 4대 거점시장과 상호영향을 받는 효율적인 시장으로 분석된 반면, 익산도매시장은 절반에 해당되는 대전노은과 광주서부만이 동시적 인과관계를 형성함
- 무의 경우 전주도매시장이 가락시장 외에 모든 거점시장과 상호영향을 받는 효율적인 시장으로 나타난 반면, 익산도매시장은 4개 중 광주서부만이 효율적 관계로 나타남
- 정읍도매시장은 서울가락, 광주서부, 대전오정, 대전노은시장 등 4대 거점시장에 가격 영향을 받고 있지만 모든 거점시장에 영향을 주지 못하는 비효율적 시장으로 분석됨

■ 도매가격 결정에 영향을 미치지 못하는 도매시장의 기능조정 필요

- 가격 인과성 측면에서 타 도매시장의 가격에 영향을 미치지 않거나 타 도매시장과 일물일가를 형성하지 않는 경우 도매가격 결정에 영향을 미치지 못한다고 평가함
- 특히, 가격결정과 가격발견 측면에서 거래규모가 작음에도 권역 내에서 가격 선도하는 도매시장이 있음을 고려할 때(양승룡 외, 2020), 개편을 통한 도매시장의 기능회복을 기대할 수 있음



제4장

전북 농산물 도매시장 운영실태

1. 도매시장 관계자 조사개요
2. 도매시장별 면담조사 결과
3. 소결



제4장 전북 농산물 도매시장 운영실태

1. 도매시장 관계자 조사개요

- 전북지역의 공영도매시장 3개소(전주시·익산시·정읍시)에 대한 세부적인 운영실태 등을 파악하기 위하여 주요 이해관계자들을 대상으로 면접조사를 진행하였음
- 조사목적은 지방도매시장에 대한 전반적인 운영 실태와 농산물 유통 현황을 파악하고, 시장운영 및 유통 활성화를 위한 개선과제를 도출과 정책수요 등 관계자의 의견수렴을 위해 진행함
- 면접조사의 주요 대상은 각 도매시장의 개설자이자 관리주체인 행정담당자, 도매시장법인, 중도매인 등 3개 주체를 설정하였음
 - 행정담당자는 각 시의 도매시장 내에서 관리업무를 담당하고 있는 팀장과 팀원을 중심으로 진행하였음
 - 도매시장법인은 시장별로 2개소(원예농협·민간법인)가 입주해있으며, 각 법인의 대표와 핵심간부(상무·전무 등)를 중심으로 면접조사를 진행하였음
 - 중도매인은 각 도매시장법인 소속별로 1인씩 선정하고, 도매시장별 중도매인협의회 대표를 포함하였음
- 조사기간은 2022년 6월 16일부터 7월 11일 동안 진행하였으며, 면담조사와 함께 도매시장 주요 시설 등 현장조사도 병행하여 진행하였음
- 주요 조사내용은 ①공간 및 시설·장비, ②농산물 거래 및 유통, ③도매시장 운영 및 관리, ④기타 의견 및 정책수요 등으로 면담조사 결과를 재구성하여 정리하였음
 - 공간 및 시설·장비 : 도매시장의 위치 등 공간적 현황에 대한 인식, 시설·장비 구성 및 운영 현황 등
 - 농산물 거래 및 유통 : 유통환경 변화와 대응, 도매유통 현황과 전망 인식, 유통 활성화 방안 의견 등
 - 도매시장 운영 및 관리 : 시장 운영 및 관리 실태, 도매시장 활성화를 위한 제도개선 및 보완대책 등
 - 기타 의견 및 정책수요 : 도매시장 운영 및 농산물 유통 활성화를 위한 기타의견 및 정책제안 등

2. 도매시장별 면담조사 결과

가. 전주시 농수산물도매시장

1) 공간 및 시설·장비 현황

■ 시설·장비 노후화 심각

- 개설된지 30여년이 경과되어 전반적으로 시설 및 장비 등 노후화가 심각한 상황으로 향후 유지보수를 위한 비용증가가 예상됨
- 천장 누수가 심각해서 우중에 바닥이 흥건할 정도이며, 누전 발생이 높은 오래된 전선 등 보수가 요구됨
- 2016년에 6억 원을 들여 시설을 보수하고, 2017년에는 70억 원을 투입해 전면 개보수하는 리모델링사업을 진행하였으나 효과는 미미한 것으로 인식됨
- 최근에는 석면자재와 외부 담장(철조망) 교체, 바닥 균열에 의한 보수 등에 대한 민원 해결이 시급한 상황
- 시설물 안전등급은 B등급 수준이나 최근 「중대재해처벌법(2022.1.27.)」이 시행됨에 따라 시설·장비 노후화로 인해 안전상의 문제가 우려됨
- 시설현대화사업을 신청하려고 해도 매년 평가에서 상위 30% 안에 들어야하지만 현재 기준에 미흡한 상태임

■ 시설운영의 효율성 저하

- 전체 면적은 비슷한 수준인데 다른 도매시장에 비해서 내부시설 규모가 협소하고, 차량이나 운반이 동시에 진행되고 있어 효율성이 떨어짐
- 건물 내부로 차량, 지게차, 리어커 등이 동시에 이동해야하기 때문에 비효율적이고, 안전사고에 노출되어 있음

- 개설 당시보다 거래물량이 많아져서 경매와 저장 공간이 부족하지만 공간 확보가 어려운 상황이며, 특히 선별처리장, 양파저장고 확보가 시급한 과제임
- 농산물 품질을 유지하기 위해서는 생산에서 경매에 이르는 전 과정에 예냉 및 저장 시스템이 보완되어야함
- 출하자, 중도매인, 소비자 등 도매시장 이용자들을 위한 휴게공간, 복지시설 등을 갖출 필요가 있음

■ 도매시장 이전 논의 경험

- 도매시장을 도도동으로 이전하기 위한 계획을 추진하였으나 소비자 불편, 매출 감소 등 인근 주민과 입주 상인들의 반대로 무산된 선례가 있음
- 이전에 대하여 장기적으로 대응해가는 것에 합의하였으나 2019년 이후 잠정 보류된 상태로 현재는 논의가 진행되지 않는 상황임
- 도도동으로 이전할 경우 2019년 당시 약 700~800억원이 소요되는 것으로 파악되었으며, 현재는 토지가격 상승 등의 요인으로 더 많은 예산이 필요한 것으로 예상됨
- 입주 상인들은 정치적 논리가 아닌 경제적 관점에서 접근을 강조하고 있으며, 전주역 인근이나 전주완주통합을 전제로 한 삼례읍 등 접근성이 높은 곳을 선호함(도매거래보다 소매거래가 많은 중도매인의 경우 이전문제에 예민한 편임)
- 과거에 비해 이전에 대하여 긍정적으로 인식이 전환되는 분위기이며, 노후화에 따른 비효율성과 다른 도매시장과의 경쟁에서 지속성을 확보해야 한다는 인식이 강해짐

■ 시설현대화사업에 대한 의견

- 외곽으로 이전할 경우 접근성이 떨어져 상인이 시장으로 직접 가기에 어려워 대부분의 상품을 중도매인이 직접 배송해야 하는 문제가 발생
- 이동거리가 증가할 경우 기존 거래처가 광주 등 인근 도매시장으로 거래선을 변경할

가능성이 높고, 새벽경매를 위해 중도매인이 거처를 옮겨야하는 어려움이 발생

- 주변에 주거지가 근접해 있어 어느 정도 소매 매출을 올리고 있으나 이전 시 매출이 급감할 것으로 예상됨
- 시설현대화사업을 추진한다면 기존 위치에서 리모델링하는 방안을 선호하고 있으며, 개인 저온저장고(5평) 확보를 요청함

2) 농산물 거래 및 유통

■ 시장환경 변화에 대한 인식

- 농산물 유통정책이 직거래와 로컬푸드를 중심으로 추진되고, 대형마트는 산지와 직접 거래하는 등 거래방식이 다양화됨에 따라 도매시장 기능이 약화되고 있음
- 과거에는 인근 대형마트에서 도매시장을 주로 거래했으나 이제는 대전이나 서울 도매시장을 거래하고 있을 만큼 경쟁력이 취약해지고 있음

■ 식자재마트 확산에 따른 문제점

- 대형 식자재마트의 경우 직접 산지와 거래하거나 타 지역의 대형 도매시장 상품을 사용하는 사례가 많음
- 최근 광주를 기반으로 한 ○○마트가 우후죽순 생기고 있는데 광주지역의 도매시장 상품만 사용하고 있어 소매거래에 어려움으로 작용하고 있음

■ 농산물 거래 및 유통 현황

- 과거에 비해 정보공개가 투명하게 이뤄지고, 배송까지 서비스를 해줘야 하는 상황임
- 전체 거래량은 조금씩 줄어들고 있는데 물가상승 영향으로 거래액이 약간 증가하였으며, 특히 샤인머스켓·수박 등 일부 품목의 경우 단가가 상대적으로 매우 높게 형성되고 있음

- 최근 지역에서도 젊은 층을 중심으로 쿠팡이나 마켓컬리 등 온라인을 통해 구매하는 비율이 증가하고 있으며, 점차 경제활동이 왕성해지는 10년 후에도 오프라인 소비가 현재와 같이 지속될지 고려해봐야할 것임
- 전주에서는 대형마트의 매출액이 감소하고, 중소마트 운영이 조금 활성화되고 있음
- 품질과 선별이 가장 중요하고, 지속적으로 출하해서 중도매인과 거래처들로부터 신뢰 받는 것이 중요함

■ 가격결정 기능 중요성 강조

- 거래처와 거래방법이 다양해지고 있지만 도매시장의 가격결정 기능이 중요하기 때문에 지속적인 운영과 활성화가 중요함
- 지방도매시장이라고 항상 가격이 낮은 것은 아니며, 대목이나 다른 지역에 비해 상대적으로 높게 형성되기도 하기 때문에 연중 평균가격을 고려하여 지속적인 거래가 가능하도록 하는 것에 노력하고 있음
- 경락가격이 낮다는 지적도 있지만 품질력이 우수한 상위농가의 경우 가락시장 못지 않으며, 고품질 농산물에 대한 소비력이 높아지면서 품위관리가 더 중요해짐
- 장수사과의 경우 전국적인 인지도가 있음에도 불구하고 비용을 부담해서라도 안동도매 시장으로 보내고 있으며, 경락가격과 각종 시설 등이 출하자에게 도내 도매시장보다 매력적이기 때문임

■ 정가수의매매 확장의 어려움

- 처음에는 정부방침에 수동적으로 대응하였으나 거래의 지속성과 산지와의 신뢰관계 형성측면에서 비율을 높이려고 노력하고 있음
- 가격안정에 도움이 되기 때문에 거래량을 확대해갈 계획이지만 농가와 거래처 간 품질에 대한 신뢰가 보장되지 않으면 확대되기 어려움

■ 구색을 맞추기 위한 전송거래와 순회수집 활동

- 소매상들의 다양한 수요에 대응하여 구색을 갖추기 위해서는 전송거래를 할 수밖에 없는 구조이며, 지역에서 생산되지 않는 농산물의 경우 외부에서 찾아 거래하고 있음
- 서울지역 도매시장에 비해 상품의 질과 선별 수준이 상대적으로 낮아서 일부 직접 받는 경우가 많으며, 전북지역에서는 오이, 팽이버섯, 애호박 등 인기 많은 편임
- 전송거래 비율을 낮추기 위해서 도내 생산 농산물을 최대한 공급하고 있으나 조직화와 운임비 등으로 어려움을 겪고 있음
- 농산물 출하량이 적은 동부권 지역의 경우 법인에서 직접 순회차량을 운영하여 거래량을 높이기 위한 노력을 하고 있으나 운영비를 고려하면 유지하는 수준에 불과함

■ 출하자 인식과 이용 현황

- 농산물 출하처가 다양해지고, 다른 지역의 도매시장에 대한 접근성이 용이해짐에 따라 전주시 도매시장 이용에 대한 농민들의 인식이 변화됨
- 전주시 도매시장 출하가 후순위로 밀리고 있으며, 다른 도매시장과 비교해 만족도가 떨어진다는 평가가 많음
- 대도시 도매시장의 경우 가격이 높게 형성되기 때문에 운송비를 감내하고도 출하를 하고 있어 일부 운송비를 지원해주는 정도로 지방도매시장에 대한 선호도를 높이는 데 한계가 있음
- 여러 도매시장과 경매법인을 다양하게 거래하면서 서로 비교하고, 소통하면서 스마트폰 등을 활용하여 실시간으로 경매가격을 확인하는 등 과거에 비해 전략적인 판단을 통해 출하하고 있음

■ 중도매인 고령화 문제 심화

- 도매시장 개설 초기의 중도매인 비율이 높고, 고령화와 세대교체가 더딘 편이며, 중도

매인을 영입하기 어려운 상황임

- 고령화로 인해 중도매인이 줄어들면서 3~4개소가 채워지지 않고 있으며, 대도시처럼 대기자는 없는 상황임
- 과일에 비해 채소의 경우 신규 중도매인이 유입되고 있는 편이며, 과거 하매인을 하다가 중도매인으로 들어오는 사례가 많음

■ 소매거래 활성화 방안 필요

- 소매거래의 판매처는 마트가 가장 많고, 전통시장, 소매점 순으로 비중이 높은 편이며, 잔품처리를 위한 직접판매가 매출의 약 30% 정도를 차지하고 있는 것으로 파악됨
- 소매거래의 경우 다른 도매시장에 비해 시설이 노후화되고, 소비자들이 요구하는 정찰 판매 등이 정착되지 않아 만족도가 낮아지고 있음
- 도내 다른 도매시장에 비해 소매가 활성화되었다고 하지만 시장 입구에 진열된 상품만 집중적으로 판매되고 있으며, 소비자가 시장 내부로 깊숙이 진입하지 않고 있음
- 소비자의 이용편의성을 높일 수 있는 유인책이 필요하며, 매대를 외부로 공개하여 일관성 있게 조성하도록 지원하는 등 지역주민이 자연스럽게 접근할 수 있는 환경조성이 필요함
- 로컬푸드의 경우 상품에 대한 철저한 품질관리가 이뤄지고 있기 때문에 소비자 입장에서 균일하고 안전한 품질이 보장되는 직매장을 선호하고 있다고 인식됨

■ 경쟁력 있는 품목, 지역특화 가능성

- 지역의 유명품목(미나리 등)을 중심으로 전략화하는 방안을 고려 중이며, 고품질의 규격화된 농산물 생산과 품위별 선별이 중요하기 때문에 농업인에 대한 정책적 지원이 지속적으로 필요함
- 장수군에서 생산되는 가시오이 같은 경우 재배규모가 커서 부산 등에서 직접 수거해 가는 경우도 있으며, 전주보다 높은 가격이 형성되어 있음

- 지역마다 생산하는 품종과 상품에 차이가 있고, 소비지마다 선호하는 상품의 기준이나 특징들에서 차이가 있기 때문에 이를 전략적으로 이용하는 방안을 고려해볼 수 있음

■ 온라인경매에 대한 인식과 대응과제

- 온라인경매에 대한 방향성은 인지하지만 현재 수준에서 도입하기 어렵다고 평가하고 있으며, 품질에 대한 신뢰 구축이 선결과제임
- 대규모 농가의 참여가 필요한데 출하자의 중소농 비중이 높기 때문에 필요성이 낮음
- 온라인경매와 관련하여 충분한 전문성을 갖추지 못한 상황이며, 전국단위로 확장할 경우 운송비나 운영비를 감당할 수 있을지 고민됨
- 온라인 및 샘플 경매는 중도매인의 선별 노하우를 적용하기 어렵다는 문제점이 있으며, 상품에 대한 신뢰 문제가 발생하여 활성화하는데 한계가 있음
- 당도 등 수치 확인은 가능하지만 직접 맛보지 않으면 알 수 없는 향이나 특성을 파악하기 어렵고, 전체 상품을 훑어봐야 품질을 평가할 수 있는 부분들이 있어 샘플만으로 이뤄지는 경매를 신뢰하기 어려움
- 다만 대규모 농가 등 균일한 품질에 대한 신뢰가 높은 출하자의 경우 온라인 및 샘플 경매도 고려할 수 있겠으나 상대적으로 중소농이 소외되는 문제에 대하여 대안도 함께 고민해야할 것임
- 젊은 중도매인의 경우 온라인경매 방식에 관심이 있지만 나머지 연로한 세대는 실행에 어려움이 많을 것임

■ 온라인거래 현황과 대응과제

- 지방에서는 오프라인 거래를 선호하고 있으며, 온라인거래를 하는 중도매인이 없고, 고령화되어 시도하는 사례도 거의 없음
- 온라인을 통한 판매를 고려해보고 있으나 인력문제, 선별과 포장, 클레임에 대한 대응 및 처리 문제 등이 부담되어 논의만 하는 단계임

- 온라인거래를 위해서는 선별과 포장이 가능한 공간, 상품을 보관할 수 있는 저장공간 (냉장·냉동), 박스 등을 보관할 수 있는 창고 등 시설현대화가 필수적으로 요구됨

3) 도매시장 운영 및 관리

■ 담당 인력 및 예산 부족

- 현재 3명의 담당자가 배치되어 관리를 담당하고 있으며, 청소업무에 2명의 비정규직을 고용하고 있는 상황으로 과거에는 외청으로 관리할 만큼 조직규모가 컸음
- 규모에 비해 담당인력이 적어 운영지원 및 노후화된 시설 유지보수 업무에만 집중하고 있는 상황으로 도매시장 활성화를 위한 구상 및 대응이 어려운 여건임
- 광주, 대전, 청주 등 인근 대도시 도매시장의 경우 많은 인력이 배치되어 종합적인 업무를 수행하고 있는 상황에서 경쟁력을 갖출 수 있는 충분한 행정조직이 필요함
- 예산은 연 2~5억원 수준으로 기본적인 시설보수, 화재예방, 암모니아가스 구입 등에 투입되고 있으며, 농산물 유통 등 예산운영에 여력이 없음
- 도매시장 운영·관리 및 농산물 거래 활성화를 위해서 담당인력 충원, 과단위의 조직개편을 통한 확대 방안을 요청(관리팀·시설팀·이전팀 10여명)

■ 하역 관리 및 인력수급의 어려움

- 하역은 용역을 통해 운영하고 있으며, 고령화되어 인력을 확보하기 어렵고, 인건비가 많이 상승하였는데 하역비는 상대적으로 적게 증가해서 인력운영에 어려움이 있음

■ 생쓰레기 처리문제 시급

- 현재 농수산물 거래과정에서 발생하는 음식물류폐기물(부산물)을 자가처리하고 있으며, 「폐기물관리법」에서 규정하고 있는 수분함량 기준인 75% 미만을 달성하지 못해 불합격 판정을 받은 상태로 가장 시급하게 대응해야할 문제로 인식됨¹⁴⁾

- 환경관련 규제가 강화될 계획으로 현재와 같이 자가처리할 경우 음식물류폐기물 감량기를 개선하거나 위탁처리하는 방식으로 전환이 요구됨
- 음식물류폐기물 감량기를 신규로 도입할 경우 약 20억 원의 예산이 소요되며, 당장 처리에 필요한 장비만 교체하는 데에도 약 4억 원 이상의 예산이 필요한 상황임

■ 도매시장 홍보와 교육 부족

- 도매시장 이용에 대한 홍보가 절대적으로 부족하고, 지역주민들이 도매시장에 대한 인지도가 낮은 상황임
- 생산자들이 도매시장에 농산물을 출하는 방법, 경매에서 높은 가격을 받을 수 있는 방법 등을 공유하는 등 교육도 필요

4) 기타 의견 및 정책수요

■ 금리인상으로 인한 경영의 어려움

- 최근 금리인상으로 인해 월말에 수금이 원활하지 않은 상황이며, 이로 인한 이자부담이 경영에 어려움으로 작용
- 거래액이 모두 매출액으로 잡히기 때문에 순수익보다 소득이 많은 것으로 오인해 금융권 대출이나 코로나19 지원금을 받는데 어려움으로 작용

■ 지역업체 직배송시스템 구축 의견

- 지역 내 소상공인, 나들가게, 전통시장 등 직배송시스템의 경우 단순하게 배송비만 지원하는 것으로는 대응하기 어렵다고 인식(인건비, 물류비 등 소요비용 발생)

14) 「폐기물관리법」 및 동법 시행령에서 농수산물도매시장은 음식물류폐기물 대량배출사업장에 해당하며, 음식물류폐기물 감량배출 및 재활용에 대한 의무사항을 준수하도록 규정하고 있음(자가처리 할 경우 건조에 의한 부산물의 수분함량을 25% 미만으로 감량하거나 발효 또는 발효건조에 의하여 퇴비화·사료화 또는 소멸화하여 부산물의 수분함량을 40% 미만으로 처리)

- 적은 물량에 변동성이 심하기 때문에 이를 극복할 수 있는 방안이 고려되어야 하며, 규칙적이고, 예측가능한 물량이 확보되어야 가능함

■ 공공급식 연계와 추진에 대한 의견

- 매일 정해진 물량과 계획적인 이용이 가능하기 때문에 직배송은 가능할 것으로 예상되며, 전처리와 세척 등 필수시설에 대한 보완이 요구됨
- 어린이집·유치원 등 공공·학교급식의 경우 납품업체를 통해 거래하고 있으며, 직접 선별하거나 전처리해서 공급하는 방식으로 이뤄짐
- 학교급식의 경우 높은 품위의 농산물을 소량으로 구매하는 방식으로 진행되며, 클레임에 대응할 수 있는 역량이 필요함
- 학교급식 납품을 선호하지만 작업여건이 갖춰져야 가능하며, 시설·장비가 있으면 이용할 의향이 있음

■ 지역산 표기 및 구분 판매 제안

- 광주에서 많은 물량이 들어오고 있어서 지역산을 구분해서 표기하는 방안 등을 시에 제안하기도 하였음

■ 신규 중도매인 육성을 위한 청년지원

- 중도매인 창업은 타 분야에 비해 상대적으로 리스크가 매우 크기 때문에 신규 중도매인 육성에 신중한 접근이 요구됨
- 기존 중도매인이 대부분의 거래처를 보유하고 있어 시장개척이 어렵고, 신규진입 중도매인이 경쟁을 통해 거래처를 확보하기 어려운 구조임
- 안정적인 거래처를 보유하고 있더라도 거래처에 특이사항이 발생할 경우 대응하기 어려운 문제들이 많아 충분한 대책이 요구됨
- 예를 들어 거래처에서 일부 물량을 취소할 경우 재고처리가 어렵고, 거래처의 부도 등 예상치 못한 일

들이 생겨 미수금이 발생할 경우 심각한 경영문제에 직면함

- 예치금 천만원으로 1억 원 상당의 상품을 구입하고, 원활한 판매가 이뤄지지 않으면 신규진입 중도매인은 한순간 채무자가 되는 환경임
- 더욱이 농산물은 공산품이 아닌 생물이기 때문에 급격한 가격하락으로 이어지기 때문에 상당한 경험과 노하우가 요구되며, 몇 년간 경험을 쌓는 기간이 필요함
- 기존 중도매인들도 새롭게 진입하는 경우 어떠한 거래처를 갖고있는 지를 중요하게 여기고 있으며, 기존의 거래처를 보호하는 선에서 유입을 인정하는 편임
- 청년들이 도매시장에서 일하는 것에 대하여 비교적 인식이 좋지 못한 편이며, 기본적으로 영업력과 서비스업에 대한 소양이 필요한 업종임
- 청년들이 중도매인으로 창업하기 위해서는 경매의 특성을 이해하고, 거래처를 확보하기 위해서는 몇 년간 경험을 쌓는 것이 필수적으로 요구됨
- 청년들은 온라인거래가 돌파구가 될 수 있으며, 팀을 구성하여 운영하는 방법도 가능

■ 온누리상품권 제재 필요

- 온누리상품권이 마트에서 불법적으로 통용되고 있어 대금을 상품권으로 지급하는 사례가 발생하고 있으며, 중도매인 입장에서 어쩔 수 없이 받아야 하는 입장임
- 중도매인 입장에서 온라인상품권을 해소하기 어려운 상황에서 사용처에 대한 제도 조치를 강화하거나 도매시장에서 사용규제를 풀어줄 것을 희망함

나. 익산시 농수산물도매시장

1) 공간 및 시설·장비 현황

■ 소비력과 접근성 한계, 교통입지의 장점

- 배후인구가 줄고 있으며, 다양성과 소비력이 결핍되어 농산물 유통으로 인한 부가가치

의 효용성에 부정적인 영향으로 작용하고 있음

- 교통측면에서 입지는 좋은 편이지만 시내 외곽에 위치해서 상권이 활성화되기 어렵고, 지역주민들도 도매시장의 위치를 알지 못하는 경우도 많음
- 주변이 대부분 절대농지로 묶여있어 용도변경이나 개발허가 등을 기대하기 어려움

■ 위생문제 대응과 냉장시스템 필요

- 바닥에 농산물을 진열해야하기 때문에 내부에 먼지나 흙 등이 많이 발생하는 등 위생 문제가 시급하며, 음식물류 쓰레기 처리에 대한 비용이 지속적으로 증가하고 있음
- 대전이나 대도시 도매시장의 경우 경매부터 소매까지 전 과정에 냉장시스템이 갖춰져 있기 때문에 보다 신선한 상태를 유지할 수 있음
- 대도시에 비해 규격화가 이뤄지지 않아서 를 이용할 수 있는데 한계가 있음

■ 시설현대화사업 추진에 따른 의견

- 주차장이 협소하고, 시설이 노후화되어 전반적인 개선이 필요한 상황에서 일부 리모델링 정도로는 해결방안이 될 수 없다고 판단하여 시설현대화사업을 고려하고 있음
- 시설현대화사업의 경우 사업비의 80% 이상 막대한 시비가 투입되어야 하는데 사업추진의 논리적 근거나 타당성을 찾기도 어려움이 따름
 - 시설현대화사업이 도매시장의 기능을 강화하고, 지역의 농산물을 외부로 유통시킬 수 있을 만큼 성과를 창출할 수 있을 것인지 확신하기 어려움
 - 시설현대화사업의 지원대상 조건인 도매시장 평가결과 상위 30% 이내에 들어가지 못 하고 있는 상황
- 도매시장 본래의 기능을 찾고, 지역의 농민들에게 실익이 돌아갈 수 있는 취지에서 지원사업이 추진되어야함
- 최근에 공용저장고 3개가 신설되었으나 추진과정이 오래 걸렸으며, 시설현대화사업을 진행하려고 해도 예산확보 문제로 어려움이 많을 것으로 예상됨

- 대전의 경우 중도매인마다 개별 저온저장고를 지어줄 정도이며, 앞으로 하드웨어 측면에서 경쟁력이 줄어들 것으로 예상됨

2) 농산물 거래 및 유통

■ 환경변화에 따른 기능 약화와 대응방안 필요

- 대형 유통 할인매장이 늘어나고, 온라인거래가 확대되는 등 농산물 유통구조가 변화되면서 전국적으로 도매시장 기능이 많이 약화되고 있으며, 심화될 것으로 전망함
- 지역에서 생산된 농산물이 도매시장을 통해서 전국적으로 유통되어야 하는데 지역 농가들이 외부의 도매시장으로 출하하는 물량이 상당한 실정임
 - 대규모 농가의 경우 외부로 나가는 물량이 다수를 차지하며, 소규모 농가를 중심으로 거래되고 있음
 - 농산물 유통환경이 변화하고 있는 만큼 산지 역시 변화하고 있다는 점을 인식하여 대응해야 함
- 농산물이 가계를 기준으로 한 소비보다 급식, 식당 등 대규모 소비처가 주도하고 있기 때문에 변화하는 환경에 맞춘 전략적인 대응방안이 요구됨
- 도매시장의 거래량 감소율보다 유통업체의 구입선 변화에 주목할 필요가 있으며, 형태(품질향상), 장소(교통발달), 시간(실시간 중개와 정보공개), 마케팅 등 효용성이 사라지고 있는 시대에 맞게 제도적 변화가 필요함

■ 정책적으로 도매시장의 지역특화 전략 필요

- 거래물량은 정체된 편이며, 로컬푸드 등 직거래와 온라인거래 중심으로 정책이 추진되고, 대형마트가 증가하면서 도매시장이 소외되고 있음
- 대규모 마트의 경우 대도시 도매시장과 직접 거래하고 있으며, 일부 품목에 한해서만 지역의 도매시장을 이용하고 있는 상황임
 - 시장에서 소비를 주도하고 있는 대형마트에서는 공산품을 판매하기 위해서 농산물을 끼워파는 방식으로 거래가 이뤄지고 있으며, 종합판매가 이뤄지기 때문에 소비자들에게 유리하게 작용하고 있음

- 가락시장의 독점화 추세에 지방도매시장이 종속되고 있으며, 제도권 시장보다 비제도권 시장으로 소비가 집중되고 있는 경향임
- 도농복합도시의 특성을 살릴 수 있는 특화전략이 필요하며, 도매시장 관계자들이 모두 참여해서 논의와 협의 과정이 필요함
- 지방도매시장을 거점으로 생산과 유통을 연계하여 특화품목을 집중 육성하고, 행정에서 홍보를 지원하여 전국의 상인들과 연결해 유통시키는 전략이 필요함
 - 이를 위해 지역에서 규모가 되고, 특화된 품목들은 조직화를 통해 외부 유통되고 있는 상황에서 새로운 산지를 발굴하여 상품화해가는 방안이 필요함
 - 익산시는 고구마를 중심으로 전국 유통망을 확보하여 지역 농가들이 직접 거래하는 등 특성화되고 있음

■ 지방도매시장의 농산물 거래 특징과 장점

- 농산물은 공산품과 달리 생물을 다루기 때문에 가격진폭이 심하게 나타나고, 물류가격이 상대적으로 많이 든다는 특성 때문에 유통에 어려움이 많음
- 서울 도매시장에서 시세가 급등할 때에 따라가지 못 하는 경우가 있는 반면에 낙차폭이 큰 경우 오히려 지방도매시장이 2~3일 정도 후에 반영되는 특징이 있음
 - 품질에 차이가 없더라도 상대적으로 구매자가 많은 대도시 도매시장이 시장에서 유리한 위치를 차지
- 딸기와 같이 선도나 선택의 폭이 좁은 품목, 메론과 같이 상대적으로 규모가 큰 품목에 대하여 강점을 지고 있음
- 도내 다른 도매시장에 비해 거래(취급)물량이 상대적으로 많아 가격측면에서 다소 안정적이며, 소매거래보다 도매거래가 활성화된 편임

■ 도매시장 경유와 외부 유통전략 필요

- 로컬푸드의 경우 소규모 농가들이 중심이 되고, 도매시장은 대량의 농산물이 거래되어 관내로 분산시켜 서로 기능이 다름
- 관내 소비자만으로는 농산물 유통 활성화를 기대하기 어렵기 때문에 좋은 품질의 농

산물을 확보하여 외부로 판매하는 구조를 갖추는 것이 주요 과제임

- 산지유통조직에서 고구마·수박·배·사과·메론·토마토 등을 전략품목으로 육성하고 있지만 대형마트나 농협유통을 통해 외부에서 거래되는 시스템으로 도매시장을 경유하지 않음
- 산지유통조직의 경우 박스포장 등 규격화가 잘 되어있기 때문에 일부 정가수의매매 등을 통해 도매시장에서 거래되기도 하지만 전체적으로 대응하는 데 한계가 있음

■ 농산물 거래의 구색 문제

- 품목의 다양성이 부족하고, 대량으로 구매해야 하는 경우 외부 대도시의 도매시장을 거래할 수밖에 없는 환경임(국내산·수입산 모두 해당)
- 물량이 넘칠 때는 상관없지만 그렇지 못한 경우 구색을 맞추는 데 어려움이 가중됨

■ 중도매인 고령화와 양극화 심화

- 기본적으로 중도매인들이 판로를 많이 확보해야 하는데 60~70대가 많고, 고령화되면서 영업력과 취급물량이 줄어들면서 경영규모가 양극화되는 등 어려움을 겪고 있음
 - 분기별 500만 원 이상 거래하지 않는 경우 처벌규정이 있지만 이를 채우지 못하는 경우도 발생하고 있음
- 젊은 세대가 유입되기를 희망하고 있으나 신규 진입자들이 많지 않고, 법인에서도 기존에 온라인거래를 하고 있는 분들을 매매참가인으로 영입하는 등 노력 중임
 - 온라인거래의 경우 소포장이나 저온저장고 등 물류시설이 갖추고 있어야 영입이 가능함
 - 채소의 경우 적은 물량으로 거래가 가능하지만 과일의 경우 전체 출하규모에 비해서 대량으로 구매하는 경우가 많아서 신규 중도매인이 유입되기 어려운 구조에 있음
- 중도매인이 되기 위해서는 판매처 확보와 상품을 볼 수 있는 능력을 갖춰야하기 때문에 수년간 경험이 필요할 만큼 진입이 쉽지 않은 분야임
 - 농산물 경매와 생물거래의 특성 등으로 인해 신규 중도매인이 성공적으로 정착하기 위해서는 많은 경험과 노하우가 요구되며, 실패하는 경우가 훨씬 많음

■ 소매거래 활성화 방안 필요

- 마트에 납품하는 비중이 높고, 청과점 등을 주로 거래하고 있으며, 군산·정읍 등 인근 지역까지 거래하고 있음(수수료는 품목·물량에 따라 상호 조정하여 거래됨)
- 잔품처리를 위한 소매거래의 경우 접근성이 떨어져 활성화를 기대하기 어려운 조건임
- 도매시장 주변에 상권이 없기 때문에 활성화 방안이 필요하며, 잔품처리를 할 수 있도록 지원해줄 것을 요청함

■ 산지의 변화와 출하자 유출 심화

- 과거 소규모 농가의 채소 출하량이 상당하여 순회차량을 운영할 정도였으나 최근에는 로컬푸드 직매장 출하자로 전환하는 경우가 많아 거래량에 영향을 미치고 있음
- 농업인들도 고령화되어 과거에 비해 많이 줄어들고 있으며, 고령농가의 경우 외부 출하가 어렵기 때문에 지역의 도매시장을 이용할 수 밖에 없는 구조임
- 젊은 농가들의 경우 영농조합법인 등 조직화를 통해 대량으로 출하하는 추세이며, 광주·대전·서울 등 출하를 선호하고 있음
- 농가는 시세에 민감하기 때문에 가격형성에 노력하고 있으며, 원협외의 경우 조합원들에게 이용고배당이나 수수료 측면에서 유리하도록 하여 출하를 장려하고 있음
- 지방의 경우 대도시 도매시장에 비해 출하자수가 적기 때문에 경쟁이 치열하고, 선호하는 품목에 대한 선택의 폭이 넓어 유리하기 때문에 대도시를 선호하는 경향이 있음
- 대도시 도매시장의 경우 상하차시스템이 잘 갖춰져 있으나 도내 도매시장의 경우 하차반은 운영하고 있지만 물량이 적어 상차반을 운영하지 못하고 있음
- 가족구성원이 줄어드는 등 변화하는 소비트렌드에 맞춰 생산자들도 소포장화·규격화하여 출하하는 방향으로 변화해야하나 물류비, 인건비, 박스비 등이 상승하고 있어 경영상 어려움으로 작용하고 있음

3) 도매시장 운영 및 관리

■ 행정담당 인력의 부족 문제

- 행정 담당인력 3명이 시설관리업무에 집중하고, 주말 운영을 위해 순회근무를 하고 있으며, 과거 청원경찰 2명도 근무했지만 근로기준법 적용 문제로 감축됨
- 담당부서가 제대로 기능하기 위해서는 과거의 사업소 규모 정도는 되어야 시설관리나 민원처리 외에 증장기 계획에 의한 다양한 사업추진 등 체계적인 대응이 가능함

■ 도매시장 관리주체의 전문성 강화

- 도매시장의 기능적 특성을 반영하여 지역농업과 농산물 유통 관련 분야에 전문성을 갖춘 인력 배정이 필요함
- 도매시장을 담당하는 부서가 직접 정책사업을 추진하고, 예산을 지원할 수 있도록 개섐함으로써 운영 및 관리를 활성화하는 노력이 요청됨

■ 학교급식 식자재 공급체계 변화

- 학교급식의 경우 별도의 체계를 통해 친환경농산물을 중심으로 수집해서 공급하고 있기 때문에 도매시장을 활용하는 방안도 여의치가 않음
- 학교급식지원센터를 시에서 직접 운영하게 되어 북부권역에 건물을 건립하고 있으며, 기존에 원협이 도매시장 내에 운영했던 학교급식센터 건물의 활용방안을 모색 중임

4) 기타 의견 및 정책수요

■ 농안법 적용의 한계와 시장 간 양극화 해결과제

- 농안법으로 도매시장을 통해 독점을 방지하고, 가격을 제어해왔으나 시간이 흐를수록 지역의 인구수 차이가 절대적인 영향을 미치고 있음

- 효율성을 근거로 동일한 기준을 적용하여 평가가 진행되고, 예산을 지원하는 구조에서 시장 간 양극화가 심화되고 있음

■ 도매시장 주변 상권 개발 및 종합매장화 요청

- 농산물 외에 다양한 농식품을 거래할 수 있도록 소매거래가 가능한 종합매장을 개설하여 시너지효과를 창출할 수 있도록 개선을 요청(법률·제도적 한계, 규제완화)
- 도매시장이나 주변에 설치하는 등 상권이 활성화될 수 있도록 개발하고, 관련 업종이나 품목을 중심으로 종합 거래가 이뤄질 수 있도록 지원하는 방안 등
 - 도매시장은 농산물만 거래하도록 규정하고 있기 때문에 개설자인 시에서 임대하는 방식을 고려

■ 시장현대화사업 등 국비지원 확대 필요

- 재정이 열악한 지방에서 도매시장을 활성화하기 위해서는 시설현대화사업의 지방비 비율을 대폭 줄여주는 방안이 요구됨

■ 정기수의매매 확대 상품화 지원 요청

- 정기수의매매의 경우 쉽게 유입될 수 없는 농산물, 또는 진입 초기에 시세를 반영해주기 위해서 상품화 관련 비용을 지원해주는 방안 등이 요구됨
- 농산물 유통과 관련하여 농가나 생산자조직에 지원하는 것처럼 도매시장에 지원해준다면 가격을 조정하고, 공급량을 늘리는 등 긍정적인 영향으로 작용할 수 있음

■ 도매시장 홍보 및 지역거래처 확보 지원

- 도매시장은 지역주민들의 것이며, 도매시장을 이용하면 지역경제가 살아나고, 지역의 우수한 농산물 구매가 가능하다는 캠페인과 홍보를 적극적으로 지원해줄 것을 요청
- 지역기업, 공공급식 등 대규모 거래처를 행정이 증개해주면 도매시장법인이 책임지고 거래할 수 있도록 모니터링을 진행하는 방식 등 지원 필요
 - 지속적으로 거래하는 경우 매매참가인으로 등록하여 도매시장을 직접 거래하는 방식도 가능

다. 정읍시 농산물도매시장

1) 공간 및 시설·장비 현황

■ 배후도시 인구감소에 따른 운영 침체

- 배후도시인 정읍과 인근 지역의 인구가 지속적으로 감소함에 따라 구매력이 낮아져 도매시장의 농산물 유통이 침체기를 겪고 있음
 - 지역의 인구수가 적어서 도매시장이 개설되기 어려운 조건이었으나 당시에 고추가 전국 4대 시장에 들 만큼 활성화되어 있어서 함께 만들어진 경향이 있음
- 교통이 발달할수록 대형마트들이 대도시로 빠져나가고, 지역의 침체로 농산물 거래량이 감소하면서 도매시장 기능이 약화되고 있음
 - 과거에는 고창이나 부안 등 인근 지역에서 정읍을 거쳐야 하는 중심지였으나 현재는 교통이 발달하여 인구수가 줄고, 도매시장 이용률도 대폭 감소하고 있음
- 대부분 도시화가 진행됨에 따라 도매시장이 시내로 변화되었는데 정읍지역의 경우 계속해서 외곽에 남아 지역개발과 활성화를 기대하기 어려움
 - 과거에는 시내버스 노선이 도매시장을 경유하였으나 이용자가 줄어들면서 현재는 노선 운영이 중단된 상태로 오프라인 구입에 익숙한 노령층의 소비를 기대하기 어려워짐
- 남원, 김제, 군산의 경우 공판장에 도매법인이 하나인데 정읍은 공영도매시장이기 때문에 2개 법인이 분담하고 있는 상황으로 거래량이 지속적으로 감소함

■ 소매거래 시설지원 추진 및 시설현대화 의견

- 중도매인의 소매거래를 지원하기 위해 올해 4억 3천만 원을 투입하여 중도매인 점포를 외부로 도출시키고, 비가림 시설을 설치하는 사업을 추진함
 - 과거 진열대가 통로를 장악할 만큼 무질서한 상태를 개선하고, 중도매인과 협약을 통해 개선함
- 시설현대화사업에 대한 계획은 없으며, 저온저장고 등에 대한 지원 요청이 많음

■ 시설노후화에 따른 지속적인 유지·관리 필요

- 우천 시 천정 누수 등 시설 유지를 위한 수리비용이 지속적으로 투입돼야 하는 상황
- 거래과정에서 농산물이 햇빛에 노출되고, 상온에 방치되고 있어 품질저하가 우려됨

2) 농산물 거래 및 유통

■ 소비처의 대형화와 출하자의 로컬푸드 직매장 선호

- 과거에 비해 중대형마트가 증가하면서 거래물량이 대형화됨에 따라 대도시 도매시장에서 낮은 단가에 대량거래가 이뤄지면서 지방도매시장 이용이 더욱 감소하는 추세임
- 지역규모에 비해 로컬푸드 직매장이 6개소(산림조합 1, 정읍원협 2, 정읍농협 3)로 증가하면서 도매시장과 경쟁하는 환경으로 변화함
 - 기존에 도매시장에 출하하던 농가들의 물량이 줄어들었으며, 올해 로컬푸드 직매장 수수료를 기존 10%에서 12%로 올렸음에도 농가입장에서는 수취가격에서 유리하기 때문에 도매시장보다 선호도가 높음
- 중소농가의 경우 로컬푸드 직매장 출하자로 많이 전환되었으며, 상품성이 떨어지는 농산물을 처분하기 위해서 도매시장을 선택하는 경우가 많아지고 있음
 - 주력 품목의 경우 물량이 줄어들면서 시세가 떨어지게 되고, 도매시장 가격을 기준으로 결정하는 로컬푸드 상품가격도 낮아지는 영향관계를 인식할 필요가 있음

■ 농산물 유통환경 변화와 도매시장 기능 저하

- 가격형성기능이 약해지면서 과거 이용자들이 광주 등 대도시 도매시장으로 유출되고 있으며, 도매시장의 기능과 역할이 지속해서 축소되고 있음
 - 농산물 시세가 가락시장에 비해 가격이 낮은 편은 아니지만 편차가 심하다는 측면이 있으며, 산지 특성 상 흡수출하 시기에는 더욱 심한 편임
- 농산물 유통이 대형마트·식자재마트·온라인 등으로 다각화되는 추세에서 대부분 운영 주체가 서울에 기반을 두고 있으며, 가락시장을 중심의 구조적인 문제를 겪고 있음

- 과거 지방도매시장에서 거래되던 품목과 물량이 온라인시장 확대로 중앙으로 쏠리는 현상이 고착화됨
- 조합공동사업법인과 영농조합법인 등 조직화를 통한 직접 유통이 확대되고, 로컬푸드 직매장이 활성화되는 정책이 강화되면서 도매시장으로 출하하던 물량이 감소하고 있음
 - 생산자조직(조공법인 등)에 가입하지 않거나 소규모 재배농가의 출하, 또는 상품가치가 떨어지는 농산물만 출하하는 현상으로 이어지고 있음
 - 씨없는 수박의 경우 유명세가 있지만 조공법인을 통해 대형마트에 직접 납품하고, 물량이 넘치거나 비품만 출하되는 상황임

■ 중도매인의 고령화와 직접판매 의존 심화

- 중도매인이 평균 70세 이상으로 고령화가 심각한 상황에서 자연감소하고 있는 추세이며, 신규 진입자가 없어 농산물 유통의 가장 큰 장애요인으로 작용하고 있음
 - 중도매인 등록만 해놓고 실제로 운영하지 않는 곳도 존재하며, 10년 내 은퇴자가 많아질 것으로 예상됨
 - 자녀에게 승계하거나 직원채용을 통해 경제활동이 연계해야 하는데 답보상태에 있으며, 거래처를 새롭게 확보하거나 장기적인 투자를 통해 신뢰관계를 구축 등 경제활동이 침체되고 있음
 - 과거에 차량을 이용한 노점상이 약 200여명 정도가 있었지만 현재는 20여명 수준으로 감소한 상황임
- 농산물 거래와 분산을 위해서는 중도매인의 역할이 중요한데 일부 대형 중도매인이 거래의 상당량을 차지하고 있으며, 대부분 경영규모가 영세해질 것으로 예상됨
 - 연 4천만 원 이하의 영세한 중도매인이 증가하고 있으며, 도매거래보다 직접판매(소매)를 목적으로 경매에 참여하는 경향이 높아지고 있음

■ 중도매인 유입의 어려움과 청년창업 지원 필요

- 도매시장 활성화를 위해 온라인 판매나 새로운 물류체계 도입 등을 추진할 동력이 부족하기 때문에 세대교체와 젊은 세대의 지속적인 유입방안이 요구됨
 - 새벽시간대에 나와 육체노동 하고, 농산물 거래에 대한 충분한 경험을 쌓아야 하는 등 노동환경이 열악하다고 인식하기 때문에 청년세대에게 매력적인 창업분야로 인식되지 못하는 경향이 있음
- 청년창업에 대한 관심과 지원이 확대되고 있어 신규 중도매인 확보를 위한 인식전환

과 정책지원을 고려해볼 필요가 있음

- 청년창업 프로그램에 도매시장을 포함하여 체험할 수 있는 기회를 제공하고, 창업과정의 리스크를 줄이기 위해서 충분한 경험을 쌓는 과정이 필요
- 입주비용도 연 15만원 정도로 저렴한 편이어서 외부에서 창업하는 것보다 적은 예산으로 도전할 수 있으며, 중도매인의 경우 예약금 1천만 원만을 납입하면 이를 담보로 한 달간 외상거래가 가능함

■ 농산물의 구색과 전송거래 문제

- 출하자들이 대전이나 광주를 선호하는 이유는 상대적으로 품목수가 많고, 다양한 품위의 농산물이 대량으로 지속해서 출하되기 때문에 구색을 맞추는데 유리하기 때문임
- 지역의 농가들이 고령화, 대규모화 되는 추세로 일부 품목의 경우 출하량이 많아졌지만 품목수는 지속적으로 줄어들고 있어 구색을 맞추기 어려워지고 있는 실정임
- 구색을 맞추기 위해서 외부의 도매시장에서 전송거래하는 등 비효율성이 있지만 부득이하게 대응해가고 있는 상황임
 - 농가에서 직접 출하하는 양은 줄어들고 있으며, 광주 등 다른 지역에서 경매를 마친 농산물이 재상장되거나 전송거래를 통한 거래가 증가하고 있는 상황임
 - 거래처에서 농산물뿐만 아니라 수산물, 가공식품 등 다양한 상품을 일괄적으로 요청하는 경우가 많아서 외부의 업체들에서 구입해 납품하는 방식으로 운영됨

■ 도매시장법인 경영의 어려움 심화

- 입주법인의 경우 직원수를 줄여가면서 경영현황을 유지하고 있으며, 경영의 지속성을 높이기 위한 돌파구 마련이 주요한 과제로 인식됨

■ 소매거래 이용률과 소비자 만족도 저하

- 시내 외곽에 위치해 소비자들의 접근성이 떨어지고, 지역주민들도 고령화되어 과거보다 이용률이 낮아지고 있음
- 다양하고 저렴하게 구입할 수 있을 것이라는 생각으로 방문하지만 만족하지 못하고 돌아가는 경우가 많아 재구매율이 낮아지고 있음

- 소비자들이 소매점에 비해 가격차이가 많지 않다고 인식하는 이유는 대형마트가 대도시 도매시장에서 대량구매해 기획상품과 같이 판매하는 사례가 많기 때문임

■ 정가수의매매 확대의 어려움

- 정가수의매매를 확대하여 농산물 구색을 갖추고 싶지만 어느 정도 물량을 처리할 수 있어야 가격을 맞출 수 있기 때문에 정가매매보다 수의매매가 많은 편임
- 정가수의매매의 경우 상호 합의한 금액보다 시세가 많이 나오는 경우 출하자가 거래를 무산시키는 사례가 빈번하게 발생함

■ 온라인경매 도입 시 고려사항

- 물량이 충분하지 않은 상황에서 기본적으로 요구되는 거래량을 맞추기 어렵고, 품목마다 등급이 천차만별이어서 표준화하는데 많은 어려움이 예상됨
- 정부에서는 수수료가 2~3%로 저렴하다는 장점을 강조하고 있지만 현장에서는 품질에 대한 신뢰문제를 더욱 중요하게 인식하고 있음
- 도내 도매시장과 연합하여 대응하려 해도 물류비 문제해결이 필요하며, 정읍의 경우 익산·전주에 비해 물량이 적어 거리상 운송비를 더 많이 요구하기 때문에 경매가격이 받혀주지 못하는 상황에서 대응하는 데 한계가 있음

■ 온라인판매의 필요성과 고려요인

- 온라인 판매의 경우 오프라인에 비해 플랫폼 자체에 대한 눈높이가 높아지고 있기 때문에 지역과 농산물을 홍보할 수 있는 공간이 필요함
- 기존 중도매인들의 거래처와 관계를 헤치지는 않고, 영업활동을 해야하는 제약요인이 있기 때문에 온라인 판매와 지역 외 판매가 대안이 될 수 있음
- 지역에서 생산된 농산물, 도매시장을 통해 인정받은 농산물의 가치를 인정하고, 소비자들이 구매할 수 있도록 스토리를 입히는 홍보캠페인이 필요함

■ 공공(학교)급식과 지역상인 직거래 추진경험

- 학교급식을 시도해보았으나 담당인력과 업무분장을 해야하고, 물량자체도 적어서 배송 등에 효율성이 떨어져 일부 요청이 있는 경우에만 대응하고 있음
 - 친환경농산물의 경우 외부에서 들어오는 경우가 있으며, 경매를 거치지 않고 납품되는 사례도 있음
- 학교급식의 경우 규정에 맞는 시설(저온저장고, 소분시설, 전처리시설, 예냉시스템 등)을 요구하고 있어 도매시장 내에 구축을 희망해도 법률상 문제로 어려움을 겪고 있음
 - 공공(학교)급식이 확대될 경우 거래량 증가에 도움은 되지만 효율성 측면에 대한 대응책 마련이 요구됨
- 나들가게도 생존을 위해서 협동조합을 구성해 대응하는 추세로 초기에 비해 물량이 증가하게 되면 대도시 도매시장과 직접 거래하는 방식으로 전환하는 사례가 많았음

3) 도매시장 운영 및 관리

■ 행정담당 인력 부족으로 보완 필요

- 과거에는 담당인력만 6명이었으나 현재는 2명으로 감소한 상황에서 청원경찰 3명과 모든 업무를 담당하고 있는 상황임
- 농산물 유통 기능보다 도매시장의 시설관리에 주력할 수밖에 없으며, 매년 4~5억 원 정도 관리비용이 투입되고 있음

■ 고추시장의 경매제 도입 방안 논의

- 고추동에 54개의 거래상인이 입주해있지만 별도로 운영되고 있으며, 청과부류에 비해 거래금액은 많지만 통계자료에 포함되지 않는 등 경매 외 개별 거래되고 있는 상황임
- 과거 경매제로 전환하기 위해 서안동공판장과 같이 특화하는 방안을 모색하였으나 방향성은 인정하지만 다양한 이해관계로 합의점을 찾지 못함(시설보완 및 보상문제 등)
- 시대가 변화함에 따라 거래의 투명성에 대한 요구가 높아지고 있으며, 대기업 등과 거

래할 경우 경매제도를 통한 거래가 유리할 수도 있음

4) 기타 의견 및 정책수요

■ 농안법 개정과 지방도매시장 재분류 필요

- 농안법이 시장환경의 변화와 현실에 맞게 주기적으로 개정될 필요가 있으며, 중도매인 등 다양한 계층의 의견방영이 필요함
 - 대부분 식당이나 공장 등이 주요 거래처이기 때문에 법률을 바꿔서라도 농수산물 외에 건어물, 고추장, 된장 등 다양하게 거래할 수 있도록 해야 경쟁력을 가질 수 있음
- 중앙과 공영도매시장으로 구분하고 있는 것을 보다 세분화해야 하며, 작은 지방도매시장에 대한 특성과 어려움을 반영하여 정책을 개선해줄 것을 요청함
 - 지방도매시장의 경우 생존의 문제에 직면에 있으며, 대도시에 비해 침체되어 성장에 한계가 있는 상황에서 동일한 평가기준을 적용하는 것에 문제가 있음
 - 공판장의 경우 기능은 같지만 시설·장비를 새롭게 구축하는데 도매시장보다 규제로부터 자유로운 편임
- 도매시장법인은 경매 외 다른 사업을 할 수 없도록 규제하고 있어 지방도매시장에 대한 한시적 허용 필요

■ 하역에 대한 문제와 제도개선 필요

- 법률상 하역에 대하여 명확하게 정의되지 않아서 하역에 대한 실체가 미흡하기 때문에 법인이 정산을 대행해주다가 현재는 고용해서 운영하고 있음
- 하역인력에게 충분한 인건비가 제공되기 위해서는 하역비 인상이 필요하지만 농산물 가격으로 전가되는 문제가 있기 때문에 어려운 상황임
- 하역장비를 법인에서 구입하여 운영하고 있는데 소유는 법인, 이용은 하역반과 중도매인이 공유하고 있는 형태로 사고발생 시 중대재해처벌법에 따라 법인이 책임져야 하는 문제가 있어 제도개선이 요청됨

■ 지역 도매시장 이용 촉진 제안

- 지역 내 병원이나 공장 등에서 공산품과 농산물을 광주 등 외부업체와 거래하는 비율이 높는데 지역상생차원에서 도매시장을 이용할 수 있도록 장려할 필요가 있음
- 대형마트, 식자재마트의 경우 외지인이 운영하는 경우가 많은데 영업허가 시에 거래물량의 일부를 지역의 도매시장에서 의무적으로 이용하도록 조례 제정 등 조치가 필요

■ 농산물 유통 활성화 방안 제안

- (물류기지화) 장기적 관점에서 광역단위 물류효율화를 위한 통합을 시도할 경우 기존 도매시장의 기능재편을 시도해볼 수 있음
 - 물류가 발달하고, 거래량이 증가하면서 과거 1톤차에서 지금은 5~10톤차를 기본적으로 이용하고 있는 상황에서 시장 간 협력을 통해 효율성을 높이는 방안이 요구됨
 - 도내 모든 도매시장이 노후화되고, 인구수가 감소하고 있는 상황에서 대규모 예산이 소요되는 시설현대화사업을 추진할 경우 장기적으로 물류의 비효율성 문제를 해결하는 것이 주요 과제로 제기됨
- (복합매장화) 건어물·회센터 등 다양한 상권형성과 소매거래 활성화를 위해 변화 시도
- (지역특화단지) 도매시장 주변을 지역의 특화단지로 육성하여 상권을 활성화하는 방안
 - 법률상 다른 사업행위가 불가능하기 때문에 예외 조항을 두어 카페·베이커리·식당·푸드트럭 등을 시도
 - 최근 젊은 세대의 바이럴 임팩트가 상당하기 때문에 도매시장을 새로운 지역상권으로 재개발하는 전략
- (산지형 도매시장) 정부에서 지방도매시장을 산지물류센터로 전환할 계획을 가지고 있는데 하드웨어가 중요한 것이 아니라 농산물 판매를 위한 거점화 전략이 선결과제임
 - 안동시장의 경우 도매시장 내에 선별장을 갖추고 있어 사과로 특화된 시장인데 산지형 도매시장은 접근성보다 외부상인들을 전략적으로 공략할 수 있는 방안이 중요함
 - 농산물 유통시설(APC 등)이 주체별로 분산되어 있는데 도매시장을 중심으로 집적화해 시너지효과 창출
- (홍보·이벤트) 정기적으로 일일장터를 개설하여 지역 소비자들을 유인할 수 있는 방안

3. 소결

■ 공간 및 시설·장비 현황

- 모든 도매시장의 노후화가 심각한 상황으로 유통의 비효율성, 안전성 문제, 유지보수비 증가 등 어려움으로 작용하고 있으며, 일부 개보수를 진행했으나 효과가 미흡함
 - 저장공간 부족, 냉장·상하차시스템 부족, 주변상권과 소비자 접근성 부족, 환경규제 강화 등
- 시설현대화사업 조건인 전국평가 상위 30% 미달, 부지이전(전주), 예산확보 등 문제

■ 농산물 거래 및 유통 현황

- 농산물 유통정책이 직거래·로컬푸드를 중심으로 추진, 도매시장은 규제대상으로 인식
 - 기존 이용능가의 로컬푸드 직매장 출하 전환, 산지변화(산지유통조직, 고령화, 단작화) 등 고려 필요
- 지역의 인구감소와 고령화로 소비 감소, 마트의 대형화(산지와 대도시 도매시장 직접거래), 온라인거래 활성화 등 유통환경 변화로 도매시장 기능이 약화되고 있다고 인식
- 출하자의 인근 도매시장(서울·대전·광주) 선호도가 높고, 가격형성이 유리하기 때문임
- 구색 문제로 인한 전송거래 진행, 지역산 수급을 위한 농가조직화와 운송비 등 어려움
- 정기수의매매 : 지속성과 가격안정 측면에서 확대 중이며, 산지와 신뢰관계 형성 중요
- 중도매인의 고령화가 심각한데 신규 유입이 거의 없어 자연감소 중이며, 거래규모의 양극화와 직접판매 의존도 증가 등 분산기능이 약화되는 요인으로 작용하고 있음
- 온라인경매에 대한 방향성은 인식하고 있지만 대응하지 못하고 있는 상황이며, 온라인거래의 경우 일부 젊은 중도매인만 시도하고 있음

■ 도매시장 운영 및 관리 현황

- 행정지원은 조직은 2~3명 정도가 배치되어 시설유지·관리업무만 가능한 수준이며, 예

산도 감축되고 있어 도매시장 활성화를 위한 전문성 및 정책기능을 기대하기 어려움

- 도매시장 주체의 역량강화 프로그램은 운영되지 않고 있으며, 홍보부족으로 지역주민들의 인지도도 낮은 상황

■ 기타 정책수요

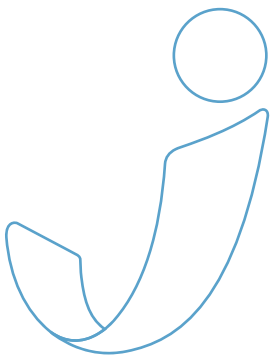
- 도농복합도시 특성을 살린 특화전략이 필요하며, 산지-소비지를 연계한 특화품목 개발 지원, 광역단위 물류효율화를 위한 도매시장 통합시스템 등 제안
 - 공영도매시장 구분을 세분화하여 작은 지방도매시장의 특성과 어려움을 반영해 맞춤형 정책을 지원
- 신규 중도매인 확보를 위한 창업 및 육성 지원, 시장주변 상권개발 및 종합매장화 등
- 지역산 농산물에 대한 별도 표기 등 구분하여 판매하는 방안, 온누리상품권 제제 필요
- 지역기관의 도매시장 이용장려, 영업허가 시 도매시장 거래비율 의무화 조례 제정 등
- 도매시장의 활력 창출과 유통 효율성 제고를 위한 공동대응 및 협력방안 협의과정 필요



제 5 장

지방도매시장 유통혁신 전략

1. 지방도매시장 대응방향
2. 유통혁신 전략화 방안
3. 중점과제 정책제안



제 5 장 지방도매시장 유통혁신 전략

1. 지방도매시장 대응방향

가. 농산물 유통환경 변화 대응력 강화

■ 농산물 유통기능 강화를 위한 물류인프라 확보

- 농산물 유통구조 변화에 대응하여 수집·분산기능이 약화된 도매시장을 거점물류센터, 지역농산물 공급기지 등으로 전환하는 정책이 추진됨에 따라 전략적인 대응이 요구됨
- 정부는 전국규모의 농식품 온라인거래소를 구축할 계획으로 상물분리 거래의 효율성을 높일 수 있는 물류거점이 예상됨에 따라 이를 선제적으로 대응해가는 방안을 마련

■ 온라인거래 활성화를 위한 O2O 거점화 추진

- 4차산업 첨단기술과 비대면거래의 급속한 성장으로 소비트렌드가 변화함에 따라 O2O (online to offline), 풀필먼트(fulfillment) 물류서비스, 프레시체인(fresh chain) 기반의 농산물 신선유통 플랫폼 비즈니스가 보편화됨에 따라 대응방안 마련이 요구됨
- 도매시장 업무의 디지털화를 통해 과학적 예측과 관리가 가능한 물류기반을 조성함으로써 농산물 유통의 효율성을 높이고, 온라인거래에 대응한 핵심역량을 구축

■ 기능재편을 위한 통합 및 협력 논의 본격화

- 도내 인구수 감소와 고령화 추세 등을 고려할 때 도매시장이 많다는 의견이 지속적으로 제기되고 있으며, 도매시장 통합과 협력 방안에 대한 논의를 본격화해야 함
- 교통과 물류가 발달하고, 거래규모가 대량화되고 있는 추세로 도매시장 간 협력을 기반으로 농산물 유통의 효율성을 높여가는 방안이 효과적인 수단으로 작용할 것임

- 도매시장 제 주체들이 참여하여 종합적인 진단평가를 진행하고, 지역·공간·기능·유형 등 특성을 고려해 장기적 관점에서 기능재편 방향을 새롭게 설정하는 과정이 요구됨
 - 도내 도매시장을 통합하여 중앙도매시장으로 전환, 권역별 거점화를 통한 통합적인 운영체계 등 고려

나. 산지연계형 도매시장으로 특화

■ 산지-소비지 연계를 통한 농산물 유통기능 강화

- 지역 생산자들이 대도시 도매시장 출하를 선호하고, 산지유통조직을 통해 직접 거래하는 비율이 증가함에 따라 산지와 소비지를 연계하는 유통전략이 요구됨
- 지역산 농산물의 유통 활성화와 안정적인 공급을 지원하기 위하여 식품기업·위식업체·공공급식 등에 직접 납품할 수 있는 상생발전체계 구축을 적극적으로 지원
- 광역단위에서 지역산 농산물을 효율적으로 수급할 수 있는 체계를 구축하고, 대량 유통이 가능한 도매시장을 통해 전문적으로 거래하는 방안을 확대 추진

■ 지역농산물의 상품화와 브랜드화 추진역량 제고

- 도내 도매시장의 영향력이 약해지는 유통구조에서 기존의 자원만으로 경쟁력을 확보하는 데 한계가 있으며, 시장을 적극적으로 공략하기 위한 상품화 전략을 추진
- 도내 도매시장을 통해 거래되는 농산물에 대한 거래처와 소비자들의 선호도를 높이기 위한 차별화 방안으로 철저한 품질관리 기반의 브랜드화 전략을 추진
- 규격화된 소포장 농산물에 대한 수요가 증가함에 따라 최종 소비지를 타겟으로 산지와 도매시장의 선별·포장 등 역량을 강화

다. 도매시장의 공공성과 역량강화

■ 도매시장 유통구조 정책변화 따른 공공성 강화

- 도매시장 관련 최근의 논의는 경매제의 불신 해소를 통해 공공성·투명성을 확보하고, 농업인의 손실지원 강화 및 농산물 가격 변동성 완화를 중심으로 진행되고 있음
- 도매시장의 출하자 지원 및 공적기능을 강화하고, 도매시장의 운영·관리를 활성화하기 위한 도매시장 유통구조 개선방향에 맞춰 다양한 정책사업을 발굴하여 추진
- 도매시장이 농산물 유통혁신 거점으로 도약하기 위해서는 안전성과 품질력을 강화하는 자체 관리체계를 구축하고, 품질관리의 전문성과 공공성을 강화

■ 도매시장의 역할과 기능에 충실한 역량강화 집중

- 도매시장을 구성하는 주요 주체들의 변화된 환경에 대한 인식을 개선하고, 지속적인 인력 유입과 농산물 유통혁신을 위한 공동의 목표설정 및 연대·협력 등 자립적 대응 방안 마련
- 도매거래 중심 운영, 특화품목 상품화, 산지발굴 및 농가조직화, 전송거래 감축과 품목의 다양성 확보, 정가수의매매 확대 등 기본적인 기능에 충실한 역량강화에 집중
- 행정의 도매시장 운영·관리체계를 개선하여 시설관리 중심에서 농산물 경매·유통에 대한 전문성을 갖추고, 정책기능을 강화해갈 수 있도록 조정

2. 유통혁신 전략화 방안

가. 농산물 유통혁신 물류거점 구축 (물류·온라인)

- 전라북도 농산물 온라인거래시스템과 연계한 O2O기반의 프레시체인(freshchain) 물류시스템을 구축하여 비대면 농산물 유통시장에 대응하는 전략
- 농식품온라인거래소가 전국범위로 확대할 계획으로 상물분리 거래의 효율성을 높이기 위해 물류거점이 필수적으로 요구되며, 호남권의 농산물 온라인 (경매)거래와 물류의 거점기능을 선점하는 전략으로 제안
- 도매시장과 지역의 소상공인을 연계하는 직배송 물류시스템을 구축하여 당일 수확한 신선한 지역산 농산물을 신속하게 공급하는 차별화 전략 추진

[표 2-1] '농산물 유통혁신 물류거점 구축' 주요내용

중점과제	주요내용
전라북도 농산물 O2O 프레시체인 물류시스템 구축	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전라북도 도매시장 O2O 연계 전용 플랫폼 개발 및 운영 ○ 온라인거래시스템 개발·고도화(이미지 경매시스템, 농식품거래소 연계 고려) ○ 전북형 도매시장 프레시체인 거점 및 물류네트워크 조성(도매시장 외부 가능)
호남권 O2O기반 농산물 경매·물류거점 조성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 호남권의 O2O기반 농산물 경매·물류 관리를 전담하는 프레시체인 거점 조성 ○ 프레시체인기반의 O2O 거래 활성화 및 정책활용 범위 확장 : 전라북도 농산물 표준등급제, 농산물 직배송시스템, 농식품기업 원재료 공급 등 연계 확장
전라북도 농산물 직배송 시스템 구축	<ul style="list-style-type: none"> ○ 도매시장 농산물 직배송 물류시스템 구축 지원, 공동배송 운영 주체 선정·관리 ○ 기본모델(도매시장-대형구매자), 중기확산모델(도매시장물류거점→지역거점→지역구매자), 장기확산모델(도매시장물류거점→나들가게거점→개별소비자), 후속연계모델(이륜차협동조합원의 골목안전관리 활동 등 확산)

나. 산지연계형 특화시장 육성 전략 (지역연계·브랜드화)

- 도매시장을 통해 공급되는 지역산 농산물의 가치를 높이고, 차별화하는 전략으로 도매시장법인의 독자적인 브랜드 개발 및 마케팅 활동 등을 종합적으로 지원
- 도내 산지유통조직에서 선별·유통한 등외품을 도매시장에서 흡수하여 지역업체 등에 전문적으로 거래하는 체계를 구축하여 상생하는 방안을 마련

- 도매시장의 대량 수집·유통 기능을 살려 도내 농식품기업 등에 지역산 농산물 원재료를 안정적으로 공급할 수 있는 체계를 구축할 수 있도록 지원

[표 2-2] '산지연계형 특화시장 육성 전략' 주요내용

중점과제	주요내용
도매시장 농산물 유통 브랜드화 추진	<ul style="list-style-type: none"> ○ 도매시장 거래 지역산 농산물 브랜드 개발 및 홍보·마케팅 지원 (공모사업 방식) ○ 산지연계 특화품목 발굴·육성, 농가조직화 및 순회수집, 소매점 창업지원 등 지원
산지유통조직 등외품 전문도매시장 특화	<ul style="list-style-type: none"> ○ 산지유통조직의 등외품을 도매시장에서 전문거래하는 체계 구축(지역업체 등 연계) ○ 별도 품질기준 마련(전라북도 농산물 표준등급제 연계), 업무협약 및 상품화 지원
지역 농식품기업 원재료 공급체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지역 농식품기업 등에 농산물 원재료 공급체계 구축(지역산 공급비율 단계적 상향) ○ 도-시-도매시장법인-산지유통조직-지역업체 등 참여주체 간 업무협약 체결 ○ 도매시장 거점을 중심으로 3개 권역을 설정하여 통합적인 운영체계를 마련

다. 도매시장 농산물 유통혁신 역량강화 (시설·주체)

- 도내 도매시장의 노후화로 운영의 비효율성, 유지관리비용 증가, 안전문제 등이 심각한 상황으로 농산물 물류·유통 인프라 격차를 해소하기 위한 시설현대화사업을 추진
- 도매시장에서 거래되는 농산물에 대한 표준등급제(전라북도 공인경매인 선정)를 도입하고, 전용 플랫폼 기반의 정보공유·거래 빅데이터를 구축하여 유통의 효율성을 제고
- 도매시장에서 농산물 유통의 분산기능을 담당하는 중도매인 감소와 고령화 문제에 대응하여 신규 유입을 활성화하기 위한 창업 및 육성 지원 프로그램 운영을 제안

[표 2-3] '도매시장 농산물 유통혁신 역량강화' 주요내용

중점과제	주요내용
지방도매시장 시설현대화사업 추진	<ul style="list-style-type: none"> ○ 노후 시설·장비 개선, 농산물 물류·유통 효율화 목적의 시설현대화사업 공모추진 ○ 시설현대화사업 추진 TF팀 구성·운영, 지원조건 충족 실행계획 및 실태조사 등 ○ 도매시장별로 개선이 시급한 시설·장비에 대한 추가 지원사업 등 추진
전라북도 농산품 표준등급제 도입	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전라북도 공인경매인 지정·관리, 농산물에 대한 등급별 표준을 설계하여 운영 ○ 전용 플랫폼 기반 정보공유·거래 빅데이터 축적, 제도의 신뢰도·효율성 제고
중도매인 창업 및 육성 지원 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ○ 청년계층과 유경력자 대상, 사회적경제방식 비즈니스 모델(온라인·외부판매 중심) ○ 리스크관리 종합 인큐베이팅 프로그램 지원(창업·링·네트워크·인턴제·융자 등)

3. 중점과제 정책제안

가. 농산물 유통혁신 물류거점 구축

1) 전라북도 농산물 O2O 프레시체인 물류시스템 구축

■ 사업배경과 목적

- **(농산물 유통거점, 도매시장)** 국내 농수산물 거래의 약 56%가 도매시장을 거쳐 유통되고 있어 농산물 유통거점으로써 도매시장의 중요성이 높음
- **(코로나19 비대면 거래 확산)** 4차산업혁명시대 첨단기술과 코로나19에 따른 비대면 거래의 급속한 성장 등 소비시장 트렌드 변화에 대응할 필요가 있음
- **(비대면 신선물 거래시장 성장)** 민간유통업체를 중심으로 전용 플랫폼과 스마트 물류 시스템을 연계한 신선배송시장이 급속하게 성장하고 있는 추세임
- **(도매시장 업무방식 디지털 전환 대응)** 비대면 거래 확산 트렌드에 대응하여 전통적인 도매시장 업무의 디지털화를 통해 업무효율성을 높이고, 데이터를 기반으로 하는 과학적 예측과 관리 등 대응을 통해 지속가능성을 제고하는 방안 검토 필요
- 전라북도 농산물 온라인거래시스템과 연계한 O2O기반의 프레시체인 물류시스템을 구축하여 비대면 농산물 유통체계를 조성할 것을 제안함

■ 정책제안 및 사업내용

- **(전라북도 도매시장 O2O 연계 플랫폼 개발)** 비대면 거래, 이미지 경매 등 접근성 강화를 위한 전용 플랫폼 개발을 추진
 - O2O기반 플랫폼의 중요한 기능은 ①온라인 계약 중개 기능, 둘째, ②계약품목의 생산부터 최종 구매자 전달과정의 신선상태 정보공유, ③배송요청사항 조율 및 실시간 물류배송정보 확인 등임
 - O2O 연계 플랫폼은 도매시장의 접근성을 개선하고, 다양한 주체의 여러 활동을 중개하므로 효율적 업무 추진을 보조하는 역할과 기능 수행이 가능함

- 전용 플랫폼과 연계한 스마트 배송시스템이 구축되면 도매시장은 전라북도 농산물 유통거점으로써 주요 거래 관계 분석이 가능해지고, 장기적 관점의 경영전략 수립에 기여할 것으로 예상됨
- 플랫폼 개발은 참고사례로 제시한 '청주시 온라인 도매시장'에서 올해 연말까지 실증을 완료한 이후 이를 검토하여 지역 여건에 맞춰 활용함으로써 초기 개발비용을 절감할 수 있을 것으로 고려됨
- **(온라인거래시스템 개발·고도화)** 경매거래 방식은 도매시장의 핵심기능으로 온라인 방식의 이미지 경매시스템 개발과 고도화 필요
 - 한국농수산물유통공사, 농협 등 공공성과 전문성을 갖춘 기관이 운영하는 온라인거래시스템과 연계하여 개발·고도화의 성과가 지역 농산물 유통 효율화에 확산될 수 있도록 대응함
 - 온라인거래시스템의 하향식(top-down) 개발방식은 농산물 종류를 고려할 때 시간이 오래 소요될 수 있으므로 가능한 범위에서 기존 농산물거래시스템 원칙을 채용하여 지역 여건에 적합한 방식을 개발·제안하여 통용될 수 있도록 추진함
- **(전북형 도매시장 프레시체인 거점 조성)** O2O기반 도매시장이 성공적으로 운영되기 위해서는 프레시체인 물류네트워크 구축이 필요
 - 프레시체인(fresh chain)은 도매시장에 입고(또는 생산물 보관)되는 시점부터 최종 고객에게 전달하는 전 과정의 온·습도를 신선물에 적합하게 관리할 수 있는 체계를 의미함
 - 온라인거래시스템의 실효성을 높이기 위해서는 도매시장을 연계한 프레시체인 시스템 구축이 필수적이며, 적정 온·습도 관리가 가능한 거점시설(창고) 조성이 필요
 - O2O 기반의 물리적 공간시설을 반드시 도매시장 안에 위치할 필요는 없으며, 생산자 인근 물류거점을 활용하는 방안도 고려해볼 수 있음
 - 전북형 도매시장 프레시체인 시스템의 신뢰성을 높이고, 관리역량을 강화하기 위해서 중장기적으로 O2O기반의 프레시체인 물류거점을 조성할 필요가 있음

[참고사례①] 국토교통부 디지털물류실증사업 '청주시 온라인 도매시장'

- 도매시장을 지역농산물 순환의 거점으로 활용하여 농수산물품 유통·물류 시스템 효율화 도모
 - 약 56% 농수산물이 도매시장에서 거래되며, 코로나19 이후 비대면 거래 수요가 증대하는 추세에 대응할 필요성 인식
 - 청주시에서는 도매시장의 농산물 수집, 가격결정, 분산을 통한 농산물 생산, 유통, 소비 등 순환의 거점기능을 강화하여 대형마트가 담당하지 않는 골목상권 소매점, 외식업체, 재래시장 등 고정 소비처의 안정적 공급에 강점이 있다고 판단
- 오프라인 도매시장의 거래관행을 온라인 병행 방식으로 전환하기 위해 전용 플랫폼을 개발하고 있으며, 플랫폼 기반 O2O 농산물 유통·물류 체계 구축 추진
 - 플랫폼 기반 구축을 통해 도매시장에서 이루어지는 거래의 공정성, 지역 농산물 유통 데이터 수집, 분석 기능 강화를 도모함
 - 궁극적인 성과는 플랫폼 기반의 거래중개와 실물 배송서비스가 편리하게 적용되어야 하며, 중도매인 이해관계, 민간배송업체 관계 등 대응경과 주목
- 2021년 국토교통부 디지털물류실증사업에 선정되어 추진 중이며, 플랫폼 기반 온라인 도매시장 실증 후 도매시장 현대화 사업(농림부)으로 연계할 계획이 있음

[참고사례②] 민간영역 농산물 온라인유통업체 운영사례¹⁵⁾

- 쿠팡,마켓컬리 등 농산물 온라인유통업체의 사례를 살펴보면 개별 생산농가와 중개업체에 따른 변수를 최소화하는 직접 유통방식으로 품질경쟁력을 높이고 있음
- 자체 콜드체인물류시스템을 구축하고, 생산시점부터 유통, 보관, 최종구매자 배송까지 온·습도 등 품질에 영향을 미치는 요인을 통제하여 구매자가 안심하고 구매할 수 있는 체계를 강화함
- 자체 거래플랫폼과 구매정보를 실시간 공유하여 현황분석, 예측관리 등 효율적인 경영관리를 지원하고, 시간·공간에 따라 변동하는 돌발상황에 대하여 대응역량을 높임
- 민간기업의 농산물 온라인 유통·물류 절차는 상대적으로 단기간에 체계를 갖출 수 있지만 도매 시장 거점의 O2O기반 온라인거래와 프레스체인 연계는 다양한 이해관계자의 상충을 조율할 주체의 역할로 지자체·공공기관 등의 참여가 필요함

15) 자세한 내용은 '부록'을 참조.

2) 호남권 O2O기반 농산물 경매·물류거점 조성

■ 사업배경과 목적

- (비대면거래 활성화에 따른 물류거점 대응) O2O기반 농산물 유통이 확산되면 고객주문과 배송 효율성 제고를 위한 물류거점의 역할이 중요해짐
- (O2O기반 농산물 경매·물류거점 광역화 검토) 농식품온라인거래소가 전국범위로 확대할 계획으로 상물분리 거래의 효율성을 높이기 위해 물류거점이 필수적으로 요구되며, 호남권의 농산물 온라인 (경매)거래와 물류의 거점기능을 선점하는 전략으로 제안
 - 전국 농산물 경매의 중심지는 서울 가락시장이지만 권역단위로 호남권 농산물 온라인거래와 물류거점 조성을 통해 농산물의 지역유통체계 구축이 가능할 것으로 예상됨
- 앞서 제안한 ‘전라북도 농산물 O2O 프레시체인 물류시스템 구축’ 후속 고도화사업으로 호남권 농산물 유통 O2O기반 경매·물류거점을 조성하여 비대면 거래 증대에 대응
- 호남권 O2O기반 농산물 경매·물류거점은 프레시체인 보관에 약점이 있는 생산자와 인근 출하자를 지원하고, 전통적인 도매시장 입고·보관·출고 방식의 절차를 생략하여 물류비 절감과 탄소배출 감축 효과 등을 기대할 수 있음

■ 정책제안 및 사업내용

- (호남권 O2O기반 농산물 경매·물류거점 조성) 호남권 O2O기반 농산물 경매·물류관리를 전담할 수 있는 프레시체인 거점을 조성
 - 프레시체인 거점은 이용 목적에 따라 소비지 인근 배송거점센터, 도매시장 인근 유통물류센터, 생산지 인근 보관센터 등으로 구분하여 접근이 가능
 - 궁극적으로 호남권역의 농산물 온라인경매와 물류기능을 총괄하기 위해서는 다양한 출하자의 접근성이 높고, 농산물 물동량을 집결하여 규모화할 수 있으며, 물류배송 관점에서 효율성이 높아야 할 것임
- (프레시체인 기반 농산물 O2O 거래 활성화) 호남권 O2O기반 농산물 경매·물류거점을 조성하면 농산물 유통물류, 정책적 활용 범위가 확장됨
 - 농산물 유통물류 관점에서는 통합 프레시체인 거점 역할을 담당하고, 이후 ‘도매시장 농산물 유통혁신

역량강화'의 중점과제로 제안하는 '전라북도 표준등급제' 도입에 따른 품질관리가 연동되어 구매자의 신뢰도를 높일 수 있음

- 도매시장을 연계한 다양한 판로를 개척하여 안정적 판매가 가능하도록 지원하는 다양한 직배송 시스템의 권역거점 기능을 담당할 수 있음
- 품질관리와 프레시체인 전문성을 이용하기 위하여 호남권 O2O기반 농산물 경매·물류센터 이용자가 증가하면 농산물 거래정보 축적, 기종점 분석 등을 통해 효율적인 농산물 유통물류체계 검토와 농산물 유통산업 지원정책사업에 활용할 수 있음

[참고사례③] 택배물류시스템¹⁶⁾

- 택배는 생활물류의 중요한 축을 담당하고 있으며, CJ대한통운, 한진, 롯데택배 등 민간기업 중심으로 서비스를 이행하고 있음
- 중앙거점, 권역거점, 지역거점 등 지역단위를 규모화하여 전국 익일배송 시스템을 구축하고 있음
 - 예컨대 전주에서 서울로 택배를 발송할 경우 직접 배송하지 않고, '수거(전주) → 지역거점 → 권역거점 → 중앙거점(분류작업) → 권역거점 → 지역거점 → 배송(서울)' 방식으로 체계화됨
- 수거 후 익일배송 시스템으로 최적화 하였지만 전자상거래 제품의 경우 고객 만족도를 높이기 위하여 중앙거점에 풀필먼트센터를 운영하여 '수거 → 지역거점 → 권역거점' 과정을 단축(자정까지 주문·결제 후 익일·새벽 배송)하기도 함
- 택배물류시스템은 중앙, 권역, 지역 등 거점을 중심으로 물류네트워크가 구성되고, 관련 부대서비스가 최적화되므로 권역별 물류거점이 조성된 지역에 물류부대산업이 활성화되는 특성이 있음

16) 자세한 내용은 '부록'을 참조.

3) 전라북도 농산물 직배송 시스템 구축

■ 사업배경과 목적

- **(농산물 지역소비 활성화 지원)** 전라북도 농산물 등급표준제, 프레스체인 관리시스템이 도입되고, 지역소비 증대에 맞추어 효율적인 물류배송 네트워크 구축이 가능함
 - 농산물 도매는 서울 가락시장에 집결하고, 이곳에서 결정된 경매가격이 전국 농산물 유통에 영향을 미치며, 농산물 유통업계의 가장 효율적인 방식으로 인식되어 있음
 - 지역단위 농산물 유통물류체계를 구축해도 대규모의 거래물동량을 확보하지 못하여 물류비 인하 효과가 크지 않다는 인식이 있음
- **(지방도매시장 활성화 → 출하자·구매자 증대)** 지방도매시장 활성화는 지역시장을 이용하는 출하자과 구매자 증가로 설명되며, 이는 농산물 품질관리와 연계한 다양한 출하자 및 구매자의 편의성 제고가 필요함
- 구매자가 신선한 농산물을 보다 저렴하게 구입할 수 있도록 지방도매시장을 연계한 직배송 물류시스템을 구축하고, 이를 통해 출하물품 증대를 유도하는 방안이 요구됨
 - 당일 아침에 수확한 도내산 싱싱한 농산물을 소상공인과 연계하여 오후에 판매하는 시스템으로 이는 지방도매시장을 차별화할 수 있는 중요한 핵심기능이 될 수 있음
 - 이러한 방식은 소매점이 흥내내지 못하는 소상공인의 고유업무로 경쟁력이 강화되면 도매시장의 역할도 커져 선순환구조가 가능함

■ 정책제안 및 사업내용

- **(도매시장 농산물 직배송 물류시스템 구축)** 프레스체인 물류거점, 냉장화물차, 전담인력, 스마트물류시스템 등 도매시장 농산물 직배송 시스템 체계를 구축
 - 농산물 직배송 물류시스템에 필요한 기술력은 현재 고도화 수준에 도달하였으므로 전라북도 도매시장 활성화를 위해 필요사항을 종합하여 스마트물류시스템을 개발하는데 용이함
 - 스마트물류시스템을 토대로 매일 변경되는 구매자 입지, 배송요구사항 등을 고려한 자동경로설계가 가능하며, 배송과정의 온·습도 모니터링(냉장화물차량 내부, 재사용 가능 단위포장용기 등) 정보공유를 통해 구매자 만족도를 높일 수 있음

- O2O기반 온라인 계약체결이 활성화될수록 거래에 참여하는 판매자, 고객이 증가하여 중개 플랫폼 기반 계약체결과 구매자 요구사항에 맞춘 배송시스템 연계가 중요함

○ **(공동배송운영주체 선정·관리)** 지방도매시장 물류거점과 주요 농산물 구매자 직배송을 담당하는 공동배송 운영주체를 선정하여 운영¹⁷⁾

- 초기 비용을 절감하기 위해서 전문 물류기업을 활용하는 방안과 다소 비용이 발생하더라도 공공주도의 안정적 배송시스템 설계와 온라인 거래, 물류기종점 데이터 관리 등을 위하여 직접 운영하는 방안을 비교하여 결정할 수 있음

- 지방도매시장 활성화를 위한 서비스, 프레스체인 관리 역량 증대를 위한 목적으로 전담관리가 필요하며, 수익성이 높지 않을 것으로 예상되어 지역사회의 협동조합, 사회적기업 등 위탁운영을 검토할 수 있음

■ 시스템 구축 모델 검토

○ **(기본모델: 도매시장-대형구매자 공동배송시스템)** 공공급식, 식자재마트, 식당 등 대형 구매자를 위한 도매시장물류거점 연계 공동배송시스템 구축 및 운영

- O2O기반으로 대량, 반복 구매하는 고객이 요구하는 시간과 장소에 맞추어 순회 공동배송을 이행하며, 배송단계까지 프레스체인 관리를 보증함

- 전라북도 농산물 직배송물류시스템에 따라 공동배송이 이행되므로 탄소발생, 교통혼잡 등을 줄여 사회적 부담을 줄이고, 재사용 가능한 프레스배송상자를 회수하여 탄소중립에 기여함

○ 기본모델은 대형구매자가 업무개시를 준비하는 새벽시간대에 최적경로에 따른 배송과 이전 사용 프레스배송상자 회수 업무를 순차적으로 이행하는 방식임

- 구매자가 업무를 이행하는 과정에서 발생하는 긴급·추가 주문수요에는 대응하지 않는 모델로 적정 수준의 최적화된 물류시스템을 구축하는 데 목적이 있음

- 물류관점에서 긴급·돌발수요에 대응하기 위해서 시스템을 복잡하게 구성할 경우 고정운영비용이 증가하므로 기본모델에 충실하되 추후 전체 물동량 증대, 긴급수요 증대 상황이 지속(일정 물동량 확보)될 경우 중기확산모델로 발전시켜 대응할 수 있음

○ **(중기확산모델: 도매시장물류거점→지역거점→지역구매자 배송시스템)** 도매시장 농산물

17) (참고사례) 2022년 국토교통부 디지털물류실증사업에 선정된 익산시 농촌마을전자상거래 물류시스템에서는 농가순회 수거업무를 공공지원(위탁운영)하는 방식으로 실증하고 있음.

구매자가 증가하여 거점물류센터에서 일괄 순회배송이 어려울 경우 지역거점(로컬푸드 직매장, 거점나들가게 등) 수송 후 순회배송하는 시스템

- 두 가지 관점에서 고객수요가 형성되었을 때 중기확산모델을 고려할 수 있는데 ①기본모델로 담당하는 물동량 급증에 따른 효율적 분산이 필요하게 된 시점, ②긴급 물동량 발생으로 오후시간대 배송요청이 증가하게 된 시기에 고려할 수 있음
- 앞서 제시한 두 가지 조건 모두 충족되는 시점은 지방도매시장 농산물 유통물류에 신뢰성이 높아져서 신선한 농산물의 지역소비 트렌드가 형성되었고, 주요 고객의 거래 빅데이터가 축적되어 적정 수준의 예측과 경영관리가 가능할 것으로 판단됨
- 지방도매시장 농산물 구매자가 증가하여 냉장화물차 배송이 한계에 도달할 경우 지역 단위 거점을 지정하여 도매시장물류센터에서 지역거점 수송, 일시 보관 체계를 갖추어 효율적인 수배송시스템과 고객 대응역량을 강화할 수 있음
 - 지역거점은 지역단위 로컬푸드직매장, 거점나들가게 등 자체 정온보관이 가능한 시설을 보유한 공간으로 지역거점에서 지역구매자 요구에 맞는 순회배송시스템이 이행됨
 - 중간거점이 추가됨에 따라 발생할 수 있는 온·습도 관리 변수 등은 재사용이 가능한 포장용기와 이동차량 거점 온·습도 관리센서를 통해서 통제(고객제공)할 수 있음
- **(장기확산모델: 나들가게 개별소비자 배달)** 도매시장물류거점에 집결한 신선농산물의 일부를 나들가게 거점 지역소비자에게 판매하는 전략을 검토할 수 있음
 - 농산물 소매를 희망하는 각 지역에 분포한 '나들가게'를 유통물류거점으로 활용하여 전용 플랫폼을 통한 소비자 맞춤 농산물 정보제공, 온라인 주문·결제·배송을 연계하는 방식임
 - (가칭)이륜차배송협동조합 결성을 유도하여 음식배달이 없는 시간대에 농산물 개별소비자 배달을 병행
- **(후속연계모델: 이륜차협동조합원의 골목안전관리)** 나들가게에서 개별 소매자에게 배달하는 이륜차협동조합원은 배달집중도가 낮은 시간대에 농산물 배달을 하고, 이 과정에서 골목안전상태를 점검하여 안전사고예방에 기여하는 방안을 고려
 - 배달집중도가 낮은 시간대 배달 중 안전정보를 업데이트하고, 위급 상황시 경찰서·소방서 등 관계기관에 신고하여 빠른 대처가 가능하도록 운영함(안전신문고-플랫폼 연계)
 - 배달에 참여하는 이륜차 배달원의 안정적 소득과 일자리 유지를 위한 공공영역 일자리사업으로 확산할 수 있으며, 안전사고 예방이라는 공익적 가치 창출 및 지역농산물 소비의 선순환 유도에 기여

나. 산지연계형 특화시장 육성 전략

1) 도매시장 농산물 유통 브랜드화 추진

■ 사업배경 및 필요성

- 주요 거래처인 마트들이 대형화되면서 외부의 대도시 도매시장과 거래하는 비율이 증가하고 있으며, 로컬푸드 직매장과도 경쟁해야하는 상황으로 변화하고 있음
- 도매시장의 분산기능을 강화하기 위해서는 다양한 소매처 확보를 통해 안정적으로 농산물을 공급할 수 있는 유통체계 구축이 필수적으로 요구됨
- 도매시장의 주요 거래주체인 입주법인과 중도매인이 협력하여 거래하는 농산물에 대한 가치를 높이고, 소비자와 신뢰를 구축해갈 수 있는 마케팅 기획역량이 필요한 시점임
- 도내 도매시장을 통해 거래되는 농산물에 대한 거래처와 소비자들의 선호도를 높이기 위한 차별화 방안으로 철저한 품질관리 기반의 브랜드화 전략이 요구됨

■ 정책제안 및 사업내용

- **(도매시장 농산물 브랜드 개발)** 도매시장을 통해 공급되는 농산물을 차별화하는 전략으로 도매시장법인에게 독자적인 브랜드 개발 및 마케팅 활동 등을 지원
 - 도매시장법인이 주체가 되어 브랜드 개발 및 관리를 담당하고, 중도매인과 협력하여 브랜드 농산물을 유통할 수 있는 소매처 발굴 및 농산물 공급체계를 구축
 - 다양한 소매점 확보와 지속적인 거래관계를 확장해가는 것이 관건으로 도매시장법인이 거래처와 중도매인을 연결해주는 중간자 역할을 수행할 수 있도록 전담팀을 구성하여 운영
 - 농산물 브랜드 마케팅을 위한 홍보물 제작 등 비용의 일부를 지원하고, 경매사와 함께 철저한 농산물 품질관리체계를 구축할 수 있도록 추진
- **(특화품목 및 산지 발굴)** 도매시장을 거점으로 산지와 직접 연계하여 특화품목을 집중 육성할 수 있도록 지원
 - 지역에서 규모가 되고, 특화된 품목들은 조직화를 통해 외부 유통되고 있는 상황에서 새로운 도매시장

의 주체들이 산지를 직접 발굴하여 상품화해가는 방안 필요

- **(산지 농가조직화 및 순회수집 지원)** 농업인들을 대상으로 도내 도매시장을 편리하게 이용할 수 있도록 산지수집 활동을 지원하는 서비스 제공
 - 도매시장법인이 지역농가와 협약하여 농산물을 효율적으로 출하할 수 있도록 차량운행 등 운송비 지원
- **(행정지원)** 도매시장 정책자금을 관리부서가 지원하여 생산자들의 출하를 유인하고, 도매시장 경매사가 인정한 우수 상품에 전라북도 로고를 붙여 유통하는 방식 등 고려
 - 농정부서가 아닌 도매시장을 담당하는 부서가 직접 정책사업을 추진하여 예산을 지원하도록 개선
 - 적극적인 홍보를 지원하여 도매시장은 도민들의 것이며, 도매시장을 이용하면 지역경제가 살아나고, 지역의 우수한 농산물 구매가 가능하다는 캠페인 등 추진
 - 도매시장 거래주체는 책임지고 유통시키고, 상품성이 유지될 수 있도록 모니터링하는 역할을 담당
 - 일정 물량을 확보한 선별·포장 농산물에 대하여 도매시장이 선정한 우수 농산물 상표를 붙여 유통하고, 우수 농산물 상품에 대한 기준과 운영 매뉴얼을 만들어 엄격하게 실행
- **(지원방식)** 도내 도매시장 입주법인을 대상으로 공모사업을 추진하고, 브랜드 개발, 홍보·마케팅, 농가조직화 및 순회수집, 소매점 창업지원 등을 패키지형태로 지원
 - 도매시장법인이 중도매인과 협력하여 농산물 브랜드화 전략을 수립하고, 공모결과에 따른 추진결과를 모니터링하여 확대해가는 방향으로 추진

[참고사례④] 천안시 농산물도매시장 '천안청과 All Fresh'

- 천안청과(주)는 장기적인 관점에서 거래된 농산물을 차별화하기 위하여 별도의 브랜드 'All Fresh'를 만들어 배송차량 운영 등 자체적인 유통망을 구축하는 사업을 추진함
- 현재 'All Fresh' 브랜드로 납품하고 있는 소매처는 약 14개소 정도로 지속해서 확대해가고 있으며, 정가수의매매를 통해 물량을 확보하는 등 연계사업을 확장해가고 있음
- 법인 내 별도의 담당팀을 조직하여 전문적으로 대응해가고 있으며, 브랜드 관리 및 소비자 발굴, 클레임과 미수금에 대한 리스크 관리, 경매사가 직접 거래처와 농산물을 관리하여 중개하는 등 안정적으로 물량을 공급할 수 있도록 체계화함

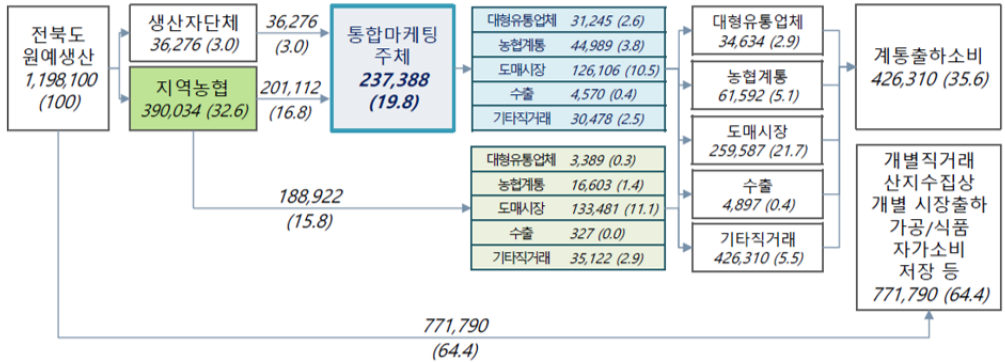
2) 산지유통조직 등외품 전문도매시장 특화

■ 사업배경 및 필요성

- 통합마케팅조직과 영농조합법인 등 산지유통조직을 중심으로 농산물 유통체계가 구축됨에 따라 도매시장을 경유하지 않고 직접 거래하는 물량이 증가하고 있음
 - 생산자조직에 가입하지 않은 대규모 농가의 경우 주로 대도시 도매시장을 이용하고 있으며, 그 외 소규모 재배농가를 중심으로 도내 도매시장에 출하되고 있는 현실임
 - 산지유통조직이 직접 거래로 처분하지 못한 일부 물량이 도내 도매시장으로 출하되는 경우가 있으며, 상대적으로 상품성이 떨어지는 농산물만 출하되는 상황임
- 산지유통조직의 경우 공동선별 이후 등외품을 처리해야 하는 어려움이 있으며, 자체적으로 폐기하거나 가공업체 등을 통해 처리하고 있는 상황임
- 외형상 등급기준에 미달된 상품이지만 농식품가공 등 충분한 상품성을 갖추고 있기 때문에 이를 전략적으로 거래할 수 있는 유통시장을 고려해볼 수 있을 것으로 판단됨
- 광역단위에서 전략적으로 취급할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있으며, 대량 유통이 가능한 도매시장을 통해 전문적으로 거래하는 방안을 제안함

■ 전라북도 통합마케팅조직 현황

- 2019년 기준 도내 13개 시·군에 186개(실적기준)의 공선출하회가 조직되어 연 1,725 억원을 취급하고 있으며, 취급실적은 지속적으로 증가하고 있음
 - 공동계산이 이루어지는 품목은 총 37개이며, 대표품목(취급액 기준)은 딸기, 감자, 수박, 복숭아, 상추, 배, 토마토, 파프리카, 사과, 포도 등으로 선별 및 소포장 역량을 갖추고 있음
- 2014년 기준 도내 원예생산액 가운데 통합마케팅 참여조직(지역농협, 생산자단체)이 32.6%를 취급하고 있으며, 이중 도매시장을 경유하는 비율은 21.6%에 불과함
 - 통합마케팅조직은 농산물의 거래 가격과 물량에 대하여 안정적이라는 판단이 있어야 도매시장 출하로 전환이 가능한 구조임



단위 : 백만원, ()괄호는 전체 생산액 대비 비중

자료 : 농협경제통합시스템(20140, 시군통계연보, 전라북도 원예산업종합계획(2018) 재인용

[그림 4-1] 전북 원예농산물 유통경로(2014년 취급액 기준)

■ 정책제안 및 사업내용

- **(운영방식)** 도내 산지유통조직에서 선별·유통한 등외품을 지방도매시장에서 흡수하여 지역업체에 전문적으로 거래하는 체계를 구축함으로써 상생하는 방안을 마련
 - 산지유통조직(통합마케팅조직 등 생산자조직) : 별도 품질기준을 갖춘 등외품을 도매시장에 출하하고, 예상가능한 물량에 대하여 도매시장과 정기적으로 공유
 - 지방도매시장 : 등외품을 별도 상장하여 경매, 또는 정기수익매매를 통해 소비자처와 직접 거래하는 방식
 - 도내 농식품 가공기업, 식재료 공급업체, 외식업체, 공공급식 등 : 안정적 판매를 위해 매매참가인 참여
- **(품질기준)** 등외품이지만 적정수준의 품질을 갖춘 상품으로 사업추진을 위해 별도의 품질기준을 마련하여 운영 → '전라북도 농산물 표준등급제' 연계 추진
- **(업무협약)** 전라북도-도매시장개설자(시)-도매시장법인-산지유통조직-지역업체 등 참여 주체 간 업무협약을 맺고, 시범사업을 통해 경제성·효율성을 검토하여 단계적으로 확대 추진
 - 전라북도와 해당 시·군에서 정책보조사업을 지원받은 산지유통조직에 대하여 의무비율을 제시하거나 경영평가에 반영하는 등 참여를 유인
- **(행정지원)** 도매시장과 산지유통조직 등 참여 활성화를 위해 도내산에 대하여 운송비 일부, 필요 상품화시설 등을 지원

3) 지역 농식품기업 원재료 공급체계 구축

■ 사업배경 및 필요성

- 전라북도는 농생명산업 수도를 목표로 식품산업을 전략적으로 육성해오고 있으며, 국 가식품클러스터를 중심으로 지역농업과 연계한 발전방안을 모색해가고 있음
- 도매시장을 전면적으로 개편하기 어려운 상황에서 농산물 유통 활성화를 위해 지역의 식품기업들과 상생발전할 수 있는 방안을 적극적으로 모색할 필요가 있음
- 농산물의 대량 수집과 유통이 가능한 도매시장 본연의 기능을 살려 식품기업들에게 필요한 원재료를 상시 공급할 수 있는 체계 구축을 제안함

■ 정책제안 및 사업내용

- **(운영방식)** 도매시장이 지역의 농식품기업 등에 농산물 원재료를 공급하는 체계 구축
 - 정기수의매매를 통해 지역의 농가를 조직화하여 원재료를 안정적으로 공급하고, 지역산 농산물에 대한 공급비율을 단계적으로 상향시켜갈 수 있도록 목표량을 설정하여 지원하는 방식
 - 도내 농식품기업 등에 대한 안정적인 원재료 공급역량을 확보하고, 전국으로 확대해가는 방향을 추진
- **(업무협약)** 전라북도-도매시장개설자(시)-도매시장법인-산지유통조직-지역업체 등 참여주 체 간 업무협약 체결을 통해 추진
- **(권역설정)** 지역의 농산물을 보다 효율적으로 수집 및 공급하기 위해서 도내 도매시장을 중심으로 3개 권역을 설정하여 통합적인 운영체계를 마련
 - 전주시 농수산물도매시장(전주시, 남원시, 무주군, 진안군, 장수군), 익산시 농수산물도매시장(익산시, 군산시, 김제시, 완주군), 정읍시 농산물도매시장(정읍시, 고창군, 부안군, 순창군, 임실군)
 - 장기적으로 도매시장 간 농산물 물류·유통의 통합적인 대응체계를 구축하여 권역별 산지형 도매시장으로 기능할 수 있도록 발전방향을 모색해갈 필요가 있음
- **(행정지원)** 도매시장에 원재료 공급을 위해 필요한 저온저장고, 전처리시설, 선별·포장 시설·장비, 운송비 등을 지원

- 필요인력의 경우 공동이용조직으로 구성하여 운영하고, 사회적경제조직(지역자활 등)과 연계해 공공형 일자리사업으로 추진하는 방안 등을 고려

[참고사례⑤] 익산시 식품기업 지역 원재료 공급체계 구축

- 익산시는 식품기업에 대한 지역산 원재료의 공급체계 구축을 위해 올해 지역업체 하림의 계열사인 (주)HS푸드, (재)익산푸드통합지원센터, 농산물출하회와 업무협약 체결
- 지역 원재료 생산·공급지원. 지속가능한 농·기업 상생협력사업 발굴, 지역 원재료 소비 활성화, 안전하고 우수한 지역 원재료 생산·공급 확대 등을 공동의 목표를 설정함
- 식품기업은 양질의 원재료 공급을 통해 가격경쟁력을 확보하고, 지역농가는 안정적인 판로를 확보하는 등 상생발전을 위한 체계를 구축함
- 기존에 공급해온 쌀에 이어 16개 품목, 280여 톤의 원예농산물에 대한 추가적인 원재료 공급체계를 구축하였으며, 국가식품클러스터 입주기업으로 규모를 확대해갈 계획임

다. 도매시장 농산물 유통혁신 역량강화

1) 지방도매시장 시설현대화사업 추진

■ 사업배경 및 필요성

- 도내 도매시장은 건축된 지 22~29년이 되어 시설·장비 등 노후화가 심각하고, 농산물 유통의 비효율성 및 유지관리비용 증가, 안전상 문제 등이 우려되는 상황임
- 부분적으로 보수하는 수준으로 효과를 기대하기 어려워 전면적인 개선이 요구되며, 일부 도매시장의 경우 이전에 따른 지역사회의 합의과정이 필요하고, 막대한 재정투입이 요구되는 사업으로 예산확보 등 장애요인 해결을 위한 공동대응 노력이 필요함
- 최근 변화하는 유통환경에 대응하고, 경쟁관계에 있는 대도시 도매시장과의 농산물 물류·유통 인프라 격차를 해소하기 위해서는 시설현대화가 필수적으로 요구됨

■ 정책제안 및 사업내용

- **(시설현대화 공모사업 추진)** 노후 시설·장비 개선, 환경변화에 따른 필요시설 구축 등을 통한 농산물 물류·유통 효율화를 목적으로 도매시장 시설현대화사업 공모를 추진
 - 필수시설(경매장·주차장 등), 부수시설(저온창고·중도매인 점포 등), 기타 시설에 대한 현대화 추진
- **(시설현대화사업 추진체계 구축)** 시설현대화사업 추진을 위한 TF팀을 구성하여 공모사업에 대응하고, 지원대상 조건을 충족하기 위한 실행계획 수립과 실태조사 등을 수행
 - 도내 도매시장은 건축연한 경과조건에 해당하지만 최근 3회 평균 도매시장 평가결과 하위 30%에 해당하여 지원조건을 충족하지 못하고 있는 상황으로 전략적인 대응방안이 필요
- **(예산확보 방안)** 지방도매시장 활성화를 위한 국비 증액 요청 등 연대·협력 노력 필요
 - 지방도매시장 : 국비 20%, 지방비 30%, 용자 50%(지방비 대체가능 연 3.0%, 3년 거치 7년 상환)
- **(필요시설 확충)** 도매시장별로 개선이 시급한 시설·장비에 대한 추가 지원사업 추진
 - 환경규제 강화계획에 따른 음식물류폐기물 감량기 개선, 안전사고 예방시설·장비, 저온저장고 확충 등

2) 전라북도 농산물 표준등급제 도입

■ 사업배경 및 필요성

- (구매자불안요소, 품질문제) O2O기반 농산물 유통을 위해서 구매자 불안요소를 해결하는 근본적인 대책이 마련되어야 함
- 온라인 신선물 유통업체(쿠팡, 마켓컬리 등)는 자체 품질기준을 정립하고, 구매자 불안문제를 단일 책임체계, 적극적 품질관리 정책으로 보완하여 활성화되고 있지만, 공공성격의 농산물 유통에서 온라인 품질 관리에 한계가 있음
- 민간의 전문성과 공공성을 보완하여 지방도매시장이 O2O 농산물 유통혁신거점으로 도약하기 위한 품질 강화 전략 모색이 필요함

■ 정책제안 및 사업내용

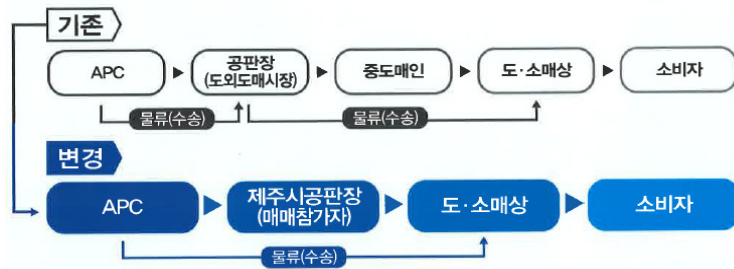
- (전라북도 공인경매인 지정·관리) 전라북도 도매시장에서 주로 거래되는 농산물 등급구분에 전문성을 지닌 경매인을 중심으로 ‘전라북도 공인경매인’ 선정
 - 전라북도 도매시장에서 주로 취급되는 농산물 품목에 따른 등급별 표준을 설정하고, 전문성을 갖춘 경매인을 “전라북도 공인경매인”으로 지정하여 특/상/중/하 등 품질 신뢰도를 향상함
 - “전라북도 공인경매인”이 지정한 등급 표준에 따라 도매시장(또는 물류거점)에 입고되는 시점의 품질을 설정하고 이후 단계는 온·습도 관리, 물류 모니터링 기술 등을 결합하여 구매자에게 품목 정보를 공유하는 체계를 구축하여 신뢰도를 높일 수 있음
- (전라북도 농산물 등급별 표준 설계) 전라북도, 관계 시·군, 도매시장 이해관계집단과 전라북도 공인경매인이 등급별 표준을 설정함
 - 농산물 특성에 따른 등급별 표준 설계는 이해관계자에 따라 의견이 상충할 수 있으므로 공공(전라북도, 시·군)이 주도하고 전문 집단, 민간 등이 합리적인 등급별 표준을 설계하도록 유도함
 - 이 과정을 통해 설계된 등급별 표준을 일정 기간 운영하여 고객 신뢰도 향상, 품질 제고에 기여할 수 있을 때 전라북도지사, 시장·군수 인증(또는 추천)제품 등으로 브랜드 전략을 수립함
- (전용 플랫폼 기반 정보공유·거래 빅데이터 축적) 전라북도 농산물 등급별 표준에 대

한 신뢰도를 높이고자 플랫폼 기반 구매자 정보공유와 거래 빅데이터를 축적하여 현황분석, 예측 등 경영관리에 활용함

- O2O기반 농산물 거래 중개 플랫폼 기반으로 거래대상 제품의 등급표준정보와 도매시장(또는 물류거점) 입고시점부터 최종 배송과정까지의 온도 정보를 제공하여 신뢰도를 높임
- O2O기반 농산물 거래 빅데이터를 축적하여 현황분석, 예측 등 경영관리에 활용할 수 있으며, 블록체인 기반의 관리를 통해 등급별 표준 조작가능성을 차단함

[참고사례⑥] 제주농협 농산물 산지전자경매 시스템

- 제주 감귤·채소 등 농산물을 농협공판장 인터넷통합거래시스템을 활용해 출하자(산지농협)와 구매참가인 간 거래를 체결하고, 상품은 도매시장 반입 없이 지정장소로 배송하는 거래를 실시함
- 농산물 산지전자경매시스템은 물류수송비용과 시간, 환경부하를 최소화하는 경제적 효과와 신선 농산물의 상태관리에 기여함
- 농산물 산지전자경매시스템의 핵심은 품질관리와 거래신뢰도 향상이며, 이를 제주시농협이 주관하여 거래참가자의 이미지 경매 불안요소를 줄이고자 함
- 제주시농협의 감귤 이미지 경매가 가능한 이유는 감귤이라는 품목 특수성과 제주시농협의 전문성 등이 결합하여 가능한 것으로 판단되며, 다른 농산물 등급별 표준화에는 다양한 이해관계자 의견조율 등에 어려움이 있음



자료 : 제주시농협 제공자료.

[그림 4-2] 제주농산물 산지전자경매 시스템

3) 중도매인 창업 및 육성 지원 프로그램

■ 사업배경 및 필요성

- 지방도매시장의 거래물량이 지속적으로 감소하고 있는 가운데 중도매인의 고령화가 심각한 수준으로 활력 창출을 위한 신규 중도매인 창업 및 육성 지원이 절실함
 - 도내 모든 시장에서 중도매인의 고령화 문제를 심각하게 인식하고 있으며, 도매시장 활성화를 위한 새로운 사업추진 등을 위해서도 신규 인력에 대한 유입에 대한 지원을 요청하고 있음
 - 한편 중도매인의 영세성을 개선하기 위해서 기존 중도매인이 흡수하여 규모화하는 전략이 필요하다는 의견도 있으나 도내에서는 중도매인의 수집 및 분산 기능을 수행할 수 있는 신규 진입을 희망하고 있음
- 신규 진입이 어려운 이유로 기존 중도매인과 경쟁에서 새로운 판매처를 확보하기 어렵고, 거래처와 신뢰관계 형성에 많은 기간과 경험이 소요되기 때문임
 - 생물거래의 특성상 초기에 상품처리를 못할 경우 급격한 상품성 저하로 이어져 대응할 수 있는 안정장치가 필요함
 - 신규 중도매인은 일반적으로 불안정하고 열악한 재정 상태에 처해있기 때문에 관행적인 외상거래에 취약한 구조임으로 거래위험 감소를 위한 대책이 필요함
- 향후 O2O기반 농산물유통 확산과 급변하는 소비트렌드에 신속하게 대응할 수 있도록 높은 역량을 보유한 중도매인의 신규 진입 및 육성을 적극적으로 고려할 필요가 있음

■ 정책제안 및 사업내용

- **(주요대상 : 청년, 경험자 중심)** 온라인거래 활용과 소비트렌드 대응차원에서 청년 중심의 지원이 가장 필요하며, 매매참가인 등 선행경험이 누적된 대상이나 기존 중도매인의 경우에도 높은 의지와 적극성을 평가하여 사업대상에 포함시켜야 함
 - 기준이 모호하고 무책임한 사업대상 선정이 아닌 창업의 성공을 위한 객관적 평가가 필요하므로, 청년, 선행경험, 높은의자적극성 등을 고려 및 평가체계를 구축하여 사업대상을 면밀히 살펴볼 필요가 있음
 - 청년들의 유입을 위해서는 도매시장을 통해 비록 큰 수익은 되지 않더라도 지역에 정주하고, 지속적으로 활동할 수 있는 환경을 제공하는 것이 중요함
 - 청년들이 도전해볼 만한 일자리(직업)로 인식할 수 있도록 홍보가 필요하며, 직접 도매시장을 경험할 수

있도록 농산물 수급과정 등 다양한 기회를 제공

- 단순 체험이 아니라 도매시장과 농산물 유통구조에 대한 원리, 제품을 발굴하고, 상품화하는 마케팅 등 전문역량을 높일 수 있는 프로그램 지원이 필요함
- **(판로개척 : O2O기반 온라인거래형)** 오프라인 판매처는 기존 중도매인과 경쟁심화를 초래할 수 있으며, 외부시장을 개척하기 위한 온라인거래가 대안이 될 수 있음
 - 향후 O2O기반 거래가 점차 활성화되고 있으며 정부 기조도 온라인거래, 온라인경매 등 비대면 거래에 방향을 두고 있어 이에 대응할 수 있는 신규 중도매인의 온라인거래 교육프로그램을 병행함
 - 교육내용은 도매시장의 운영구조와 농산물 유통·판매 등 마케팅 역량에 초점을 두어 진행하며, 창업과 인큐베이팅을 중심으로 하여 자율적인 참여방식과 선택권을 부여해 특화하는 방안을 제안함
 - 적극적 판로지원 형태 : ①기존에 운영되는 온라인 농식품 홈페이지를 활용하는 방법, ②전라북도 도매 시장 O2O 연계 플랫폼 개발 및 활용 등
 - 소극적 판로지원(자율성 보장) : ①개별 홈페이지 구축, ②오픈마켓 지원, ③소셜커머스 지원 등이 있음
- **(운영모델 : 사회적경제방식 비즈니스 모델)** 지역의 다양한 인력들이 참여할 수 있도록 사회적경제방식의 협동조합 모델을 지원, 지속적인 디딤돌 역할이 가능하도록 추진
 - 온라인거래와 연계하는 경우 상품등록, 고객응대, 정산, 홍보마케팅, 홈페이지 및 서버관리 등 다양한 영역에서 역할이 필요하며, 업무분장과 전문화를 통해 효율성을 높이는 비즈니스 방식이 요구됨
 - 중도매인, 오프라인 판매자, 영세농, 전문가(경매사 유경험자 등) 등이 참여하는 협동조합 방식을 제안
 - 신규 진입하는 청년들이 협동조합의 최소 요건인 5인으로 그룹을 형성하여 도매시장 내 저온저장고 사용료나 보증금을 납부하면 원물을 원가에 거래할 수 있도록 지원하는 방식으로 초기 문턱을 낮춤
 - 다양한 방식의 농산물 판매활동에 대한 링서비스를 제공하여 경험을 축적할 수 있도록 지원 필요
- **(종합 인큐베이팅 지원 : 위험감소형)** 통상적인 창업 인큐베이팅이 아닌 거래위험을 최소화하는 도매시장 중도매인 특화 인큐베이팅 프로그램 지원이 필요함
 - (융자지원) 초기농산물 대금에 필요한 예치금은 위험성을 가중시키므로 융자지원을 지양하고, 낙찰된 농산물의 처리 불능에 따라 폐기처분하는 경우에 비용을 보존하는 측면에서 장기간의 저리융자 지원 필요
 - (인턴제) 중도매인은 창업 위험도가 높기 때문에 인턴제를 통한 경험 습득이 매우 중요한데 특히 청년이나 온라인거래 등의 경험이 풍부한 선도 중도매인을 선정하여 인턴제를 실시하고 일부 인건비를 보조

- (링) 농산물거래는 해마다 다양한 특이사항이 발생하므로 인턴수로 후에도 일정 기간 동안에는 링을 지원하여 신입 중도매인의 정착을 도모해야 함
- (창업교육) 온라인거래는 물론 창업에 필요한 교육을 필수적으로 이수하여 급변하는 시장 환경에 대응할 수 있도록 선진적인 중도매인 육성을 위한 역량을 키우고 내실을 다져야 함
- (네트워크) 신규 중도매인에 대한 광역단위의 네트워크를 구축하고 정기적 모임을 통해 상호 정보교류와 어려움을 극복하는 장을 마련함
- (행사개최) 온라인경매 경진대회 등을 개최하여 정부 정책 홍보효과를 도모하고 수상자에게는 자긍심을 고취시키며 품목별 오프라인 홍보매장을 조성하여 판매처 확보의 수단으로 활용함

[참고사례⑦] 농업회사법인 유한회사 더착한농산물(정읍시 농산물도매시장 5번 중도매인)

- 설립목적 : 도매시장 농산물 경매와 판매 경험을 기반으로 하역노동자들이 중심이 되어 복지증진과 공정경제를 실천하기 위해 설립
 - 도매시장에서 하역노동자의 경우 법적인 예외사항에 인정되지만 사실상 비정규직으로 4대 보험을 적용받지 못하는 형편이며, 열악한 근로환경에서 일하고 있음
 - 서울 등 대도시 도매시장의 경우 수수료 형태로 수익을 보장받고 있지만, 지방의 경우 겨울철에는 하역물량이 거의 없기 때문에 생계가 곤란해지는 상황이 발생함
- 운영형태 : 2020년 전국 농산물 도매시장에서 최초로 사회적경제기업(일자리제공형 예비 사회적기업)으로 지정되었으며, 2022년 8월 인증 사회적기업으로 전환예정
 - 행정안전부로부터 하역노동자를 사회적 취약계층으로 인정받아 사회적기업 지원을 통해 운영 자금 확보
 - 주요 사업 : 온·오프라인 농산물 유통, 농산물 직접 생산 및 판매, 더착한 꾸러미 정기배송, 도매시장 하역반 운영, 지역사회 기부(제철꾸러미 및 농산물 기부, 지역취약계층 사회적일자리 제공 등) 등 추진
 - 종사자 현황 : 전체 11명(하역인력 6명, 농산물 판매인력 5명)으로 구성
 - 매출현황 : 농산물 판매가 90%를 차지하며, 하역 수익은 10% 정도로 지난해부터 중도매인 자격을 취득하여 농산물 경매에 직접 참여하기 시작함(중도매인 가운데 유일하게 매출액 성장세 유지)
- 농산물 유통 : 사회적기업 가산점제도를 활용하여 입찰을 통한 공공기관 식재료 공급, 공공기관 폐쇄물 운영업체를 통한 납품 비중이 높고, 식당과 지역업체, 온라인 등을 통해 거래량을 확대해가고 있음
 - 이커머스 입점, SNS(밴드 등)를 활용한 판매, 홈페이지를 통해 소비자들이 구매물량을 직접 요청하는 방식으로 농산물을 판매함(우체국의 경우 상위 판매자에 랭킹됨)
 - 올초부터 온라인 거래를 시작하였으며, 매출액이 지속적으로 증가하고 있어 온라인거래를 위한 자체 홈페이지를 올해 안에 런칭할 계획임

- 영세농가에서 출하하는 농산물의 경우 대개 품질이 낮기 때문에 상장이 어려워 직접 방문하거나 별도 매입하여 판로 개척과 판매 활동을 지원하고 있으며, 별도 사회적기업 설립을 통해 전문화를 계획 중임
- (성과) 하역종사자들의 소득 안정화 및 복지와 삶의 질 향상
 - 과거 24시간 2인1조 교대 근무 일용직에서 현재 주 40시간, 4대보험 적용, 상여금 지급, 식사·휴식시간 하역금지, 식사제공 등 노동기본권·복지권 등 보장
 - 2020년 '사회적기업가 육성사업' 우수상 수상(한국사회적기업진흥원)
- (특징) 온·오프라인 농산물 유통기반 확보 및 브랜드화 추진
 - 하역업무를 통해 쌓인 도매시장 경매제도와 상품에 대한 선별능력 등 유통역량을 활용하여 농산물 온·오프라인 판매를 안정적으로 추진
 - 영세농가에서 생산한 농산물 가운데 경매상장이 어려운 B급 농산물을 '못난이농산물'로 브랜드화하여 직거래 판로를 개척하는 등 틈새시장 공략에 성공
 - 영세농가의 농업소득 증대와 지역경제 활성화에 기여할 수 있도록 생산 및 유통 과정을 지원

참 고 문 헌

REFERENCE

- 건국대학교 (2012), 공영도매시장 운영실태조사.
- 관계부처 합동 (2013), 농산물 유통구조 개선 종합대책
- 김경환 & 위태석. (2014). 농산물 도매시장의 물류체계 개선방안에 관한 연구, 농업경영·정책연구, 41(4), 837-859.
- 김남욱, 양승룡, 한두봉 & 정복조. (2000). 양재 물류센터와 가락 도매시장의 가격비교 분석, 농업경제연구, 41(2), 91-110.
- 김동환. (2010). 소매업체와 농산물 도매시장의 연계성 강화 방안 - 청과물을 중심으로, 유통연구, 15(5), 273-285.
- 김두한 (2011). 농산물 도매시장 출하주체별 판매가격의 인과관계 및 동태적 영향력 분석, 식품유통연구, 28(2), 131-149.
- 김병률, 김성우 & 김윤진. (2014). 지역별 농산물 유통개선 사례와 정책방안, 한국농촌경제연구원
- 김성우, 김병률, 김태화 & 지선우. (2016). 지방 도매시장 물류기반의 산지APC-소상공인 농산물 온라인 거래 시스템 고도화 및 실증연구. 한국농촌경제연구원
- 김성우, 김병률 & 주재창. (2020). 포스트 코로나 시대의 농산물 온라인 유통 혁신 방안. 농업·농촌의 혁신과 미래 토론회 자료집. 한국농촌경제연구원
- 김상덕, 김태화 & 양승룡. (2020). 북한 쌀 시장의 효율성 검정, 농촌경제, 43(3), 51-54.
- 김효미 (2020). 농산물도매시장의 시장구조와 효율성 간의 관계분석에 관한 연구 [박사학위논문, 건국대학교 대학원].
- 농림축산식품부 (2013). 농안법을 알면 농산물 유통이 보인다.
- 농림축산식품부 (2014). 농축산물 유통구조개선 평가 및 보완대책.
- 농림축산식품부 (2021). 2021년 농림축산식품사업 시행지침서.
- 농림축산식품부 (2022.1.19). 농산물온라인거래활성화 예산안 설명자료.
- 농림축산식품부 보도자료. (2020.5.27.). 농산물 도매유통도 “비대면(Untact) 시대”가 열린다 - 온라인농산물거래소 시범 운영.
- 농림축산식품부 보도자료. (2020.12.17.). 농산물 도매시장 유통구조 개선 추진 - 도매법인의 공익적 역할 확대, 경매제도 개선 등.

- 농림축산식품부 보도자료. (2021.4.23.). '농산물 도매시장 제도개선' 대국민 의견수렴 결과, 경매 제도 개선 및 거래제도 다양화를 가장 많이 요구.
- 농림축산식품부 보도자료. (2021.2.22.). '농산물 도매시장 공익적 역할 재정립' 심포지엄에서 출하농업인 권익증진, 도매시장법인 공공성 강화방안 논의.
- 농림축산식품부 보도자료. (2021.11.18.). 규제혁신으로 농업에 스마트함을 더하다 - 2021년 농식품부 규제혁신 우수사례 20선 책자 발간.
- 농림축산식품부·한국농수산물유통공사. (2010~2020). 농수산물 도매시장 통계연보.
- 농산물유통 종합정보시스템(농넷). www.nongnet.or.kr
- 박기형 & 김기범. (2017). 농산물 유통효율 개선을 위한 온라인 직경매 시스템 설계, 한국통신학회논문지, 42(9), 1771-1780.
- 서경남 & 양승룡. (2011). 전자식 경매도입이 가락시장의 가격효율성에 미치는 영향분석, 농업경영·정책연구, 38(2), 175-195.
- 신인식 & 김기환. (2018). 사과주산지 농협 APC와 산지도매시장의 효율적 연계방안 - 경북 농협 APC와 안동도매시장을 중심으로, 협동조합경영연구, 제48집, 95-114.
- 윤창식 & 양승룡. (2009). 강서도매시장의 상장경매제와 시장도매인제 가격 비교분석, 유통연구, 14(1),
- 위태석. (2017). 지방도매시장의 활성화 방안, 식품유통연구, 34(2), 63-81.
- 위태석. (2019). 농수산물 도매시장의 기능과 역할변화, 한국식품유통학회 하계학술대회 발표자료. 57-74.
- 임성복. (2009). 노은농수산물도매시장 활성화 방안. 대전발전연구원.
- 전태갑. (2014). 농산물 유통론.
- 최병욱, 정은미, 이두영 & 김태환. (2020). 지역유통 순환체계 구축을 위한 지방 도매시장 기능 재편 방안, 한국농촌경제연구원.
- 채수호. (2018). 농산물도매시장 간 가격연관성 분석에 관한 연구 [박사학위 논문, 건국대학교 대학원]
- 채준호 외. (2018). 전주시 농수산물 도매시장 방향정립, 전북대학교 산학협력단
- 한국농촌경제연구원. (2022). 농업전망 2022.
- Fama, E. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. (Publication No. 00221082) [American Finance Association].

A Study of Innovation Strategies in Agricultural Product Distribution in Local Wholesale Markets

Gyun-Gi Bae · Jungho Na · Byeong Hun Lee

1. Study Objectives and Method

■ Research purpose

- Local wholesale markets has served as a distribution base for local agricultural products. These markets, however, are losing competitiveness due to continuous decreases in trading volume and outdated facilities and equipment, necessitating the establishment of countermeasures.
- This study aims to analyze the overall actual operational conditions of local wholesale markets within the province, and come up with the direction and strategies for innovative agricultural product distribution in response to evolving distribution environments and government policies.

■ Research methodology

- Literature reviews and analyses were carried out for academic studies, reports, laws, and policy data related to agricultural wholesale markets to identify and understand concepts, functions, important policies, and discussions.
- Using the annual statistics report, the current states of distribution at local agricultural wholesale markets nationwide and in each province were

comparatively analyzed. Furthermore, market efficiency was assessed through a causality analysis of wholesale markets and major base markets within provinces.

- Major stakeholders were interviewed to further examine in detail the actual operational conditions and perceptions for three in-province local wholesale markets. A case study was conducted with an expert advisory meeting to develop a response plan that would stimulate agricultural product distribution innovation and market operations. Gaining momentum and setting direction for promoting the Special Tourist Zone: We aim to gain momentum for the continuous promotion of the Special Tourist Zone by preemptively preparing for the increase of domestic and foreign tourists in the post-pandemic era and establishing a long-term plan.

2. Conclusion and Policy Suggestion

■ Response direction for agricultural product distribution innovation at local wholesale markets

- In response to changes in the agricultural products distribution structure and government policies, the functions of wholesale markets should be reorganized, including the securing of logistics infrastructure to strengthen agricultural product distribution capacity and building of O2O bases to stimulate online transactions.
- By linking production and consumption regions, establish an efficient agricultural product collection and supply system at the Jeollabuk-do. Additionally, the commercialization capacity of those products should be strengthened based on safety and quality management expertise.
- The public nature of wholesale markets should be reinforced, and their autonomous operational capabilities should be secured by continuously improving their capacities.

■ Strategies to establish a logistics base for innovative agricultural product distribution

- In order to respond to the online market, it is necessary to establish an O2O-based fresh chain logistics system linked with the Jeollabuk-do agricultural products online transaction system.
- A strategy to dominate online trade/auction and serve as a key distribution base for agricultural products from South Korea's southwestern region in response to the government's plan for nationwide expansion of online trade for agricultural products.
- Prepare a differentiated method of rapidly supplying fresh agricultural products harvested on the same day within the region by developing a direct delivery logistic system linking local wholesale markets and local small business owners.

■ Strategies to foster local producer-linked specialized markets

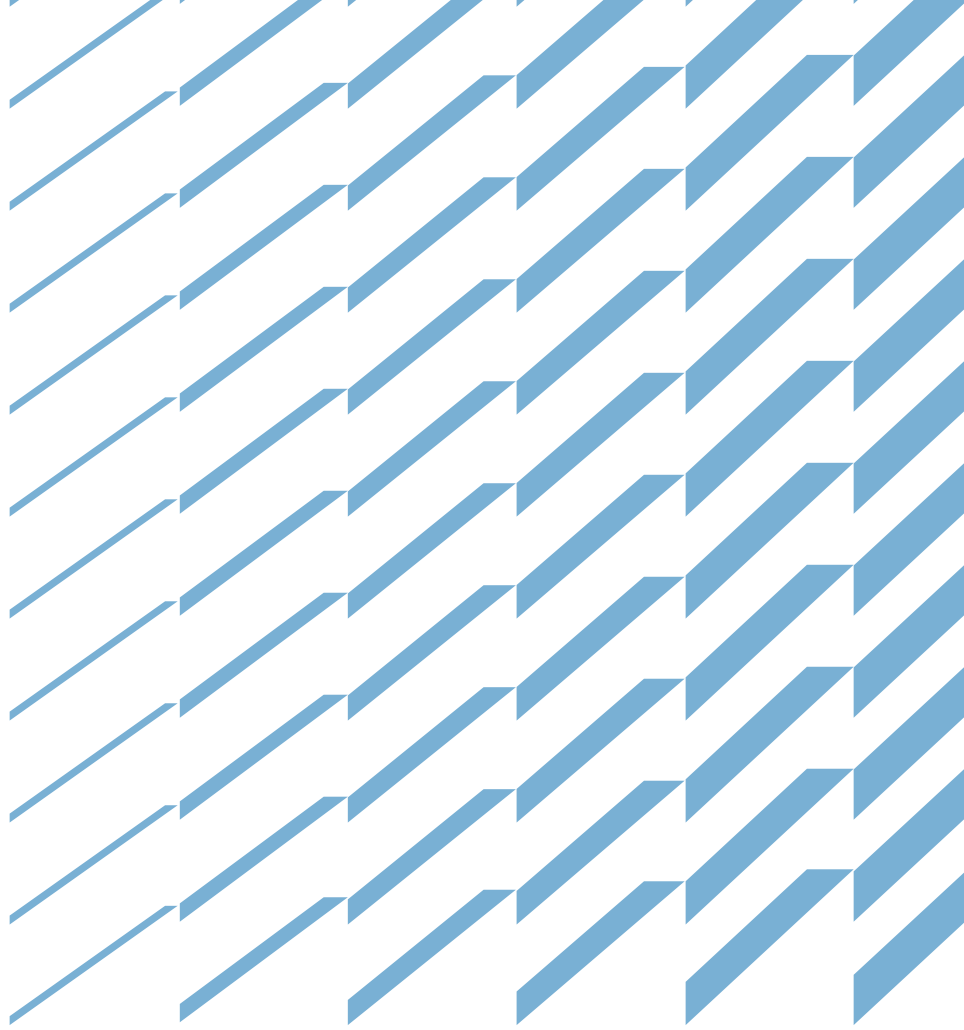
- Prepare a system to comprehensively support independent brand development and marketing activities of wholesale market corporations as a strategy for differentiating and raising the value of locally grown agricultural products supplied to wholesale markets.
- Prepare a win-win plan by establishing a system specializing in the trade of off-grade products selected by producing organizations. Those products are taken in by local wholesale markets and traded with local businesses.
- Support the development of a system that can stably supply locally grown raw agricultural goods to agri-food companies in the province by improving the mass collection and distribution functions of wholesale markets.

■ Strategies to strengthen the agricultural product distribution capacity of wholesale markets

- Promote facility modernization projects to address operational inefficiencies, rising maintenance costs, and safety problems caused by outdated wholesale markets, and to bridge the gap in the logistics and distribution infrastructure for agricultural products.
- Improve information sharing and trade efficiency by implementing a standard rating system (selected by authorized auctioneers in Jeollabuk-do Province) for agricultural products traded at wholesale markets.
- Prepare a plan to develop and implement programs that encourage the establishment of new businesses and the inflow of new personnel in response to the aging of and decrease in the number of middlemen in charge of agricultural product distribution.

Key Words

Local wholesale markets, Agricultural wholesale markets, Local agricultural products, Agricultural product distribution



부록

1. 유통업체의 물류혁신 사례
2. 물류업체의 풀필먼트 혁신 사례
3. 신선물 유통업체의 콜드체인 물류혁신 사례



부 록

APPENDIX

1. 유통업체의 물류혁신 사례 : 쿠팡

1) 운영개요

- IT기술의 보편화와 전자상거래 트렌드에 맞추어 소셜커머스(social commerce) 개념이 도입되던 시기에 등장한 쿠팡(coupang)은 현재 대표적인 전자상거래 유통물류기업으로 성장함
- 전자상거래 비즈니스는 생활물류의 비약적인 발전으로 고객 주문·결제 후 택배업체가 수거하여 익일배송 체계를 갖추었음
- 쿠팡은 자체 빅데이터 분석을 통해서 대량으로 물품을 구입하여 단가를 낮추고 쿠팡만의 로켓배송(직접 물류)으로 배송시간을 단축함
- 일반 전자상거래 업체와 택배업체가 계약물류기반 협력으로 배송 최적시간을 48시간 이내로 설정한 것을 단축하고, 명절·기념일 등 고객 주문수요가 많을 때 적시 배송의 강점을 무기로 현재 종합 유통물류기업으로 자리매김함

2) 주요 시사점

- **(단일 책임체계)** 쿠팡이 판매하는 제품의 제조사별 판매정책이 다르지만, 쿠팡을 통해서 구입한 소비자는 쿠팡이 최종 책임을 담당함
 - 전자상거래기반 유통기업은 취급 품목이 많으므로 다양한 제조사와 고객관계관리가 핵심이며, 쿠팡은 유통중개 플랫폼으로서 단일 책임체계를 구축함
 - 자체물류시스템을 활용하여 소비자 불만, 반품 요청시 신속한 반품처리, 주문결제 취소 처리 등을 이행하여 고객 만족도를 높임
- **(자체물류시스템 구축)** 민간 택배사의 합리적인 배송시스템을 넘어서기 위해 자체 물

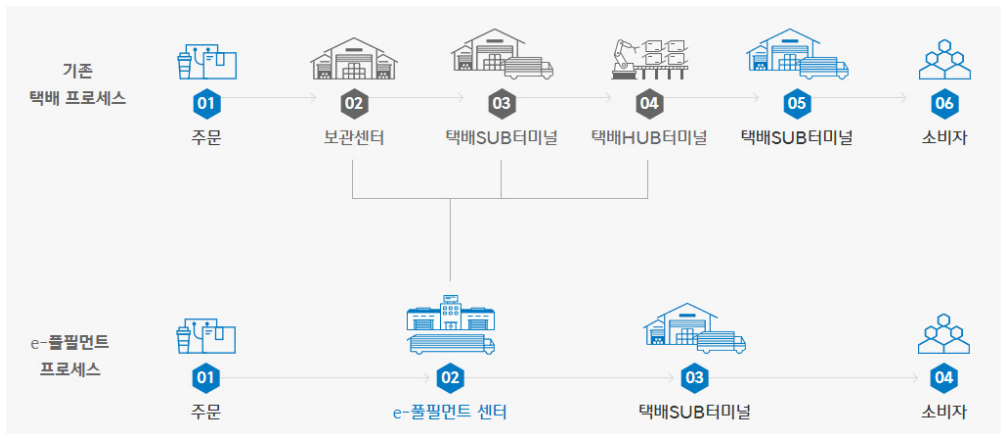
류시스템을 구축함

- 유통업체는 제조업체로부터 완제품을 공급받아서 소매점, 개별고객에게 판매하는 유형이므로 품질 차별화에 한계가 있음
- 파격적인 제품 단가, 묶음 판매 등 다양한 유통기법에도 불구하고 고객의 만족도는 최종 배송을 담당하는 택배원에 의해 결정되는 점에 주목하여 직접 물류서비스를 개척함
- 쿠팡은 전담배송인력 '쿠팡맨'을 고용하여 배송알림서비스, 고객 맞춤형 배송 등 고객접점의 만족도 관리를 고도화하였고, 현재 민간택배사에서 벤치마킹하여 배송서비스 표준이 됨
- **(간편한 주문취소와 신속한 회수물류)** 비대면 전자상거래의 고객 불편을 직접물류시스템에 기반한 공격적인 회수물류(reverse logistics) 전략으로 극복함
 - 전자상거래 특성상 직접 보고 이용해볼 수 없다는 한계점을 공격적인 반품, 주문취소 등 고객 중심의 편의성 제고로 극복함
 - 비대면 거래경험이 축적되면서 소비자는 주문한 제품이 기대를 충족하지 못했을 경우 간편하게 반품이 된다는 쿠팡의 정책과 신속한 회수물류시스템이 뒷받침됨
 - 간편한 반품정책과 신속한 회수물류가 고객 경험으로 체화되면서 비대면 거래의 약점을 극복하여, 동일한 제품일지라도 쿠팡을 통해 구입하도록 유도함
- **(자체물류시스템·빅데이터를 활용한 서비스 영역 확장)** 전국단위 로켓배송시스템을 활용하여 명절선물, 신선식품 새벽배송 등 서비스 영역을 확장하고 있음
 - 쿠팡은 대도시에 물류센터(캠프)를 구축하고, 전담인력(쿠팡맨)을 고용하여 자정까지 주문결제하면 익일 새벽에 배송하는 로켓배송 시스템을 고도화하고 있음
 - 자체 보유한 물류센터와 전담인력, 물류시스템과 노하우, 오랜 기간 축적된 고객 맞춤형 빅데이터 등을 결합하여 신선제품으로 서비스 영역을 확장함

2. 물류업체의 풀필먼트 혁신 사례 : CJ대한통운

1) 운영개요

- 비대면 전자상거래의 비약적인 성장에 따라 생활물류절차가 전통적인 택배방식에서 풀필먼트(fulfillment) 방식으로 전환되고 있음
- 전자상거래 경쟁은 제품 자체의 경쟁과 물류 경쟁으로 구분되며, 물류분야에서는 전통적인 택배방식보다 신속 대응이 가능한 풀필먼트 물류서비스가 보편적 서비스 표준이 되고 있음
- CJ대한통운은 경기도 광주에 아시아 최대 규모의 물류센터를 조성하였고, 이중 일부를 풀필먼트 센터로 활용하고 있음
- 개별 제조업체, 유통업체가 자체 보관했던 재고를 풀필먼트센터에 입고하여 고객이 자정까지만 주문·결제하면 다음 날 배송이 가능해짐
- 택배업체가 주문업체로부터 물품을 수거해서 물류센터로 입고하는 기존 방식은 고객 주문·결제 시간이 오후 2시~6시로 제한되지만, 풀필먼트 방식은 물리적인 당일 발주·수거·입고 등 일련의 절차가 생략됨



자료: CJ대한통운 홈페이지. cjlogistics.com. 접속일: 2022. 8. 30.

[부록-1] 풀필먼트물류센터의 업무절차

2) 주요 시사점

- **(풀필먼트 물류비즈니스 연계)** 물류전문기업이 맞춤형 보관과 발송처리를 담당하면서 제조업체, 유통업체의 부담이 경감되고, 고객대응의 신속성이 높아짐
 - 풀필먼트 물류서비스를 제공하는 업체는 택배사를 보유한 대형물류기업 또는 택배사의 물류 네트워크를 활용할 수 있는 중견물류기업으로 물류전문서비스 제공이 가능함
 - 대형 전자상거래 플랫폼의 물류센터가 풀필먼트센터로 입주하면서 자체 물류네트워크를 보유한 유통업체 수준의 신속·정확한 물류서비스 제공이 가능해짐
 - 풀필먼트센터 운영사는 물류 빅데이터를 분석하여 고객사 대응역량을 고도화하고 변화하는 소비자 트렌드에 맞추어 경쟁력을 고도화하고 있음
- **(재고관리 전문성 보완)** 풀필먼트센터는 수시 출고되는 다양한 제품의 품질관리를 위한 전문성이 높음
 - 풀필먼트센터를 이용하려는 제조·유통업체의 취급품목 다양성에 따른 맞춤형 관리역량이 고도화되고 있음
 - 최근 신선식품 등 정밀한 온·습도 관리를 요구하는 제품의 전자상거래 판매가 증가하면서 관련 전문성이 높아지고 있음

3. 신선물 유통업체의 콜드체인 물류혁신 사례 : 마켓컬리

1) 운영개요

- 신선 농축수산물 유통기업인 마켓컬리는 소비자가 23시까지 주문하면 다음날 7시 이전에 배달하여 '아침의 식탁'을 바꾼 기업으로 이미지를 포지셔닝하고 있음
- 서울, 경기 지역을 중심으로 서비스를 시작하다 현재 광역시, 지역중추도시 등으로 서비스 범위가 확장되고 있음
- O2O(online to offline)기반 농축수산물 신선유통 플랫폼 비즈니스가 핵심영역이며, 고품질, 소비자 안심을 높이기 위해서 자체 기준을 충족하는 농장, 양식장 등과 계약 생산, 유통을 전담하고 있음
- 취급품목이 농축수산물 등 신선식품 중심이므로 온·습도 관리를 위한 전용 포장시스템 개발, 배송박스 온도관리시스템, 데이터관리시스템 등을 구축함

2) 주요 시사점

- **(신선물 O2O 비즈니스모델 고도화)** 소비자가 제품을 직접 보고 구매하는 것을 선호하는 신선물 O2O 비즈니스 제약요건을 극복하기 위해 마켓컬리는 고객불안요소를 극복하고, 틈새시장을 개척하는 전략으로 고도화함
 - 품질에 민감한 신선물 특성상 마켓컬리와 계약을 맺은 농림어가를 대표해서 고객 불편사항을 마켓컬리가 전담하여 비대면 거래의 불안요소를 제거함
 - 농축수산물 유통 플랫폼 운영기업으로서 대표성 외에도 실제로 고객이 믿고 구매할 수 있도록 생산물 품질, 온·습도관리 등을 전문화하여 소비자 안심을 높임
 - 맛별이 부부, 1인 가구 등 소비자 특성에 맞추어 소분된 제품을 고객이 원하는 시간에 맞추어 배송(새벽배송)하는 방식으로 틈새시장을 공략함
- **(신선물 품질관리역량)** 농축수산물의 품질은 농림어가의 생산과정과 후속 보관, 물류과정에서 결정되므로 생산부터 최종소비자까지 전달되는 전 과정을 마켓컬리에서 관리
 - 신뢰할 수 있는 소수의 농림어가로부터 전담 공급계약을 체결하고, 생산, 포장, 보관, 배송 등 전 과정

- 을 체계화한 자체 풀콜드체인시스템(full coldchain system)을 구축함
- 생산, 유통, 물류 전 과정의 온·습도 관리를 위하여 전용 포장용기, 배송박스 온도관리, 냉매 R&D 등을 지속적으로 추진하여 관련 특허, 전문기술 등을 보유하고 있음
 - **(신선물 물류서비스 차별화)** 새벽배송, 풀콜드체인물류시스템 등 신선식품에 적합한 물류서비스 고도화로 고객 만족도를 높임
 - **(새벽배송, 물류서비스)** 농림어가, 물류센터 등을 직접 관리하면서 고객 최종주문시간을 밤 11시까지로 연장하고, 다음날 7시 이전에 배송하는 새벽배송서비스를 개발함
 - 실제로 마켓컬리 운영진에 따르면 20시부터 23시까지 주문이 집중적으로 몰리므로, 주문결제, 접수, 피킹, 분류, 포장, 배송 등 일련의 과정을 단축하기 위한 Zone 피킹시스템, 자동배차시스템 등 물류신속성을 높이는 기술력을 보유함
 - **(신선물 맞춤 전문 포장기술)** 신선물 특성상 최종 고객에게 전달되었다 해도 실제로 고객이 배송박스를 열어 제품을 확인하는 시간을 고려해야 하므로 전용 배송박스, 냉매, 포장기술 역량을 고도화하였으며, 최근 ESG 경영에 맞추어 친환경 소재 활용을 높임
 - **(데미이, 자체 빅데이터시스템)** ‘데이터를 물어다 주는 데미이’라고 부르는 ‘데미이’는 마켓컬리의 자체 빅데이터시스템으로 신선물 재고관리에 기여함
 - 생산농림어가, 물류센터, 예상 고객 주문 등을 분석하는 자체 역량을 갖추고 있으므로 전문적인 보관역량을 필요로 하는 신선물 보관관리를 달성함
 - 마켓컬리의 경영철학에 맞는 자체 빅데이터시스템은 생산자, 물류센터, 소비자 등 충성고객 구매패턴을 분석하여 효율적인 운영관리와 중장기 운영전략 수립에 활용됨

정책연구 2022-26

지방도매시장 농산물 유통혁신 전략화 방안 연구

발행인 | 권혁남

발행일 | 2022년 9월 30일

발행처 | 전북연구원

55068 전북 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696

전화: (063)280-7100 팩스: (063)286-9206

ISBN 978-89-6612-405-3 95520 (PDF)

본 출판물의 판권은 전북연구원에 속합니다.

jthink 전북연구원

55068 전라북도 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696

Tel 063. 280. 7100

Fax 063. 286. 9206

www.jthink.kr

