

해외출장보고서

도매시장 거래제도 개선을 위한 일본현지 실태조사

2016. 03

식품유통연구부
부연구위원 박성진

I. 출장 개요

1. 출장 목적

- 도매시장 거래제도(시장도매인제 시행 확대)가 정책 이슈가 됨에 따라 일본 도매시장 거래제도 비교분석을 통해 국내 도매시장 거래제도 발전방안 모색

2. 출장자:

소속	직 급	성 명
농림축산식품부	과장	김종구
한국농촌경제연구원	부연구위원	박성진
한국농수산물유통공사	차장	홍성호
한국농수산물도매시장법인협회	사무국장	오세복
전국과실중도매인조합연합회	사무국장	최만열
한국시장도매인연합회	사무총장	신동섭
한국농업경영인중앙연합회	사무총장	김광천

3. 출장 지역: 일본 동경

4. 출장 기간: 2016. 03. 28(월) ~ 03. 30(수) [2박 3일]

6. 주요 일정

일 자	이동 및 주요 일정	비고
3월 28일 (월)	○ 김포공항 → 하네다공항, 일본 도착 ○ 중도매인 면담 ○ 동경소재 농산물 소매점 방문 ○ aT 도쿄지사장 면담	○ 출국 ○(주)아마쇼 구경훈 사장 ○ 배용호 지사장
3월 29일 (화)	○ 오타도매시장 견학 및 동경청과 면담 ○ 마루니시산업 이바라키지점 방문	○ 동경청과 스기우라 과장 ○ 집하장 농장 견학
3월 30일 (수)	○ 호소카와 대표 강의 ○ 하네다공항, 일본출발-김포공항도착	○ 일본 도매유통 ○ 귀국

Ⅲ. 주요 출장 결과

1. 농산물 소비지 공급업체 (주) 아마쇼

1.1. 개요

- 대상 : 구경훈 사장 인터뷰
- 위치: 요도바시도매시장 장외에 사무실과 소분포장시설 운영
- 설립시기: 2006년
- 고용인원 : 23명
- 사업내용: 슈퍼마켓 및 전국 주요도매시장의 청과물 판매
- 취급품목: 채소 다품목
- 매출액: 연간 10억 엔 수준

1.2. 경영형태

- 농산물은 안정적인 공급이 중요한 관계로 5개 도매시장과 산지에서 농산물을 구매·수집하여 대규모 외식체인과 개인 및 소규모 외식업체에 공급함.
 - 도매시장 구매 비중 60%, 산지 직구매 비중 40%
 - 중앙도매시장과 지방도매시장에서 종업원 또는 별도의 회사 명의로 허가를 받아 영업하는 것으로 추정
 - 중앙도매시장 중도매업자의 경우 산지 직접 수집이 원칙적으로 불가능하고, 예외를 인정받아 직접 수집을 하려면 개설자로부터 승인을 받고 해당하는 시장사용료를 납부하고 거래정보를 공개
 - 산지 직거래는 산지조합과 거래하고 가격은 도매시장가격을 참고하여 결정
- 동 소속조합 중도매인 간에는 거래 상한 물량 없이 거래가 가능하나 타 소속 중도매인 간 거래는 불가함.

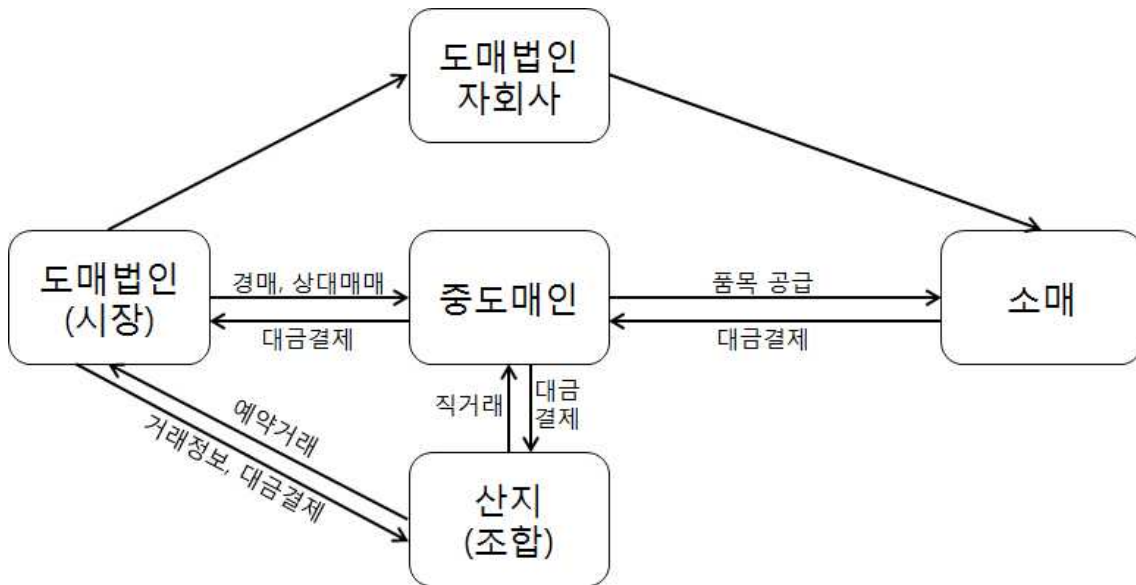
- 특별한 가공은 하지 않고, 전체 물량의 80% 정도를 소분 포장하여 판매하고 있음.
 - 재고관리가 매우 중요하기 때문에 통상적인 납품내역을 참고하여 최대 2일분을 계획 구매하고 0.5일분을 추가 대응하는 형태로 운영

1.3. 거래 특성

- 산지와와의 거래는 가격보다는 파트너십 인식을 매우 중요하게 고려하고 있음. 이는 산지가 가격에 따라 움직이거나 가격에 따라 계약 조건을 위반하는 사례가 있기 때문임.
 - 장기 계약은 어려운 실정이고, 대금 결제는 3일을 기준으로 이행
 - 보증금이 실존하고 있으나 유명무실
 - 위탁판매는 하지 않고 직거래를 통하여 매수·수집
- 도매시장에서 구매하는 경우 각 도매시장의 가격 차이를 파악하여 구매를 결정하고, 도매법인 소속의 품목별 담당자(경매사)와 거래일, 등급, 수량, 가격 등의 조건을 협의하여 거래를 진행함.
 - 인터넷을 통한 정보 공개로 구매자들이 가격 정보에 민감
 - 각 도매시장별로 주력 품목이 존재
 - 거래 협의 시 거래 당시 수급 사정을 가장 많이 반영
 - 법인과는 15일 또는 30일 단위로 대금 결제
- 우리나라는 상장예외 품목이 법적으로 정해져 있으나 일본의 경우에는 품목 수집이 어려운 경우 중도매인이 산지에서 수집이 가능함.
- 소비자와 계약은 한 달 계약이 가장 많고, 3개월 단위, 계절별 또는 1년 단위 계약도 하고 있음.
 - 소비자 대규모 업체의 경우 물건이나 가격보다는 안정적 공급이 중요하고 소규모 업체의 경우 당일 가격이 중요
 - 안정적 물량 공급을 위하여 백화점에서 매입하여 공급하는 경우도 존재
 - 도매법인의 경우 자회사를 많이 운영하고 있기 때문에 중도매인 없이 소매 판매처와 거래하는 경우도 존재

- 수입 품목은 위탁판매와 계약판매 형태가 있으나 대부분 위탁판매가 이루어짐.
 - 위탁 판매의 경우 위탁판매자가 원하는 가격 근처에서 가격결정이 이루어지지만, 계약판매의 경우 정가를 고수하기 때문에 거래의 어려움이 존재

그림 1. 거래형태



1.4. 시사점

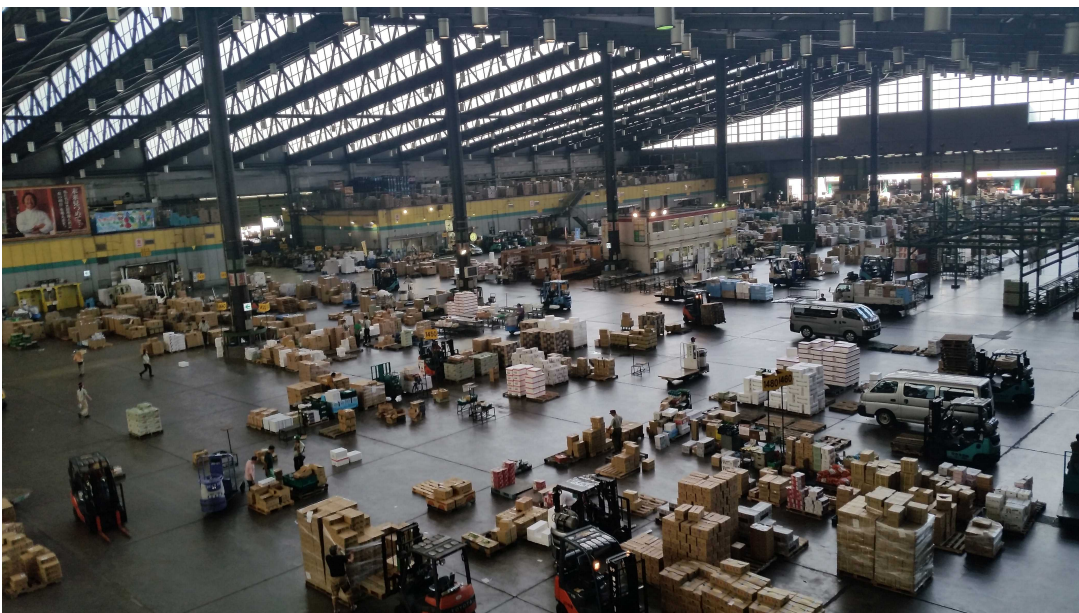
- 중도매인이 도매시장 내에 입점하지 않고 외부에 영업장을 개설하고 5개 도매시장과 거래를 진행함은 물론 산지와도 직거래 구매를 통하여 직접집하를 진행함.
 - 도매시장 내에 입점할 경우 관리사무소의 관리를 받아야 하지만 도매시장 외에 입점하는 경우 그 수준이 미미
- 도매시장 내에서 물량을 확보하는 경우 경매 참여를 통한 물량보다 도매시장 내 품목별 담당자와 거래교섭을 통한 물량이 대부분임.
- 산지와와의 거래의 경우 3일 단위, 법인과의 거래는 15~30일, 중도매인 간 거래는 외상매출 또는 월 단위 결제를 하고 있고, 개인 간 거래는 현금거래를 하고 있음.

2. 오타도매시장 동경청과

2.1. 개요

- 오타 도매시장은 하루 3,500톤의 물량을 거래하고 전국 물량 비중 12%, 9개 동경도 중앙도매시장 전체 물량의 50%를 점유하고 있음.
- 대상 : 스기우라 과장 인터뷰
- 설립시기: 1947년
- 고용인원 : 500명
- 사업내용: 청과물 및 가공품 수탁판매 또는 구입판매
 - 오타시장 내 위탁판매사업 외에 지방도매시장 도매업 자회사, 농식품 가공판매업체, 수입업체, 포장자재용품업체 등 운영
- 자본금: 47,800만 엔
- 매출액: 1,894억 엔, 일본내 매출액 1위 도매법인

그림 2. 오타 도매시장 내부 전경



2.2. 경영형태

- 1만개 산지 출하조직과 거래를 하고 있고, 상위 20개소 출하량이 전체의 50%를 점유하고 있음.
 - 산지 조직별로 최고 3천억 원에서 50억 원까지 출하
- 농협 계통출하율이 크게 높아지면서 산지교섭력이 강화되고, 농산물 거래방식 효율화가 요구되면서 상대매매(정가·수의거래) 비중이 증가하여 상대매매 95%, 경매 5%의 형태로 운영함.
 - 경매는 중간도매업자와 매매참가자가 참가하여 가격을 결정
 - 수산물은 아침 5시경, 청과물 아침 6시 30분 경, 화초 7시 30분경, 식육 8시 30분경에 시작
 - 상대매매는 하루, 일주일, 또는 한 달 전에 가격 결정
- 공영도매시장의 경우 과거에는 100% 경매, 위탁판매, 소유물품 판매 원칙¹⁾이 존재하였으나 현실 유통 여건 변화에 따라 경매원칙과 위탁판매 원칙이 폐지되었고, 소유물품 판매원칙은 완화되었음.
 - 경매원칙이 1994년과 2004년 도매시장법률 개정을 통하여 폐지됨으로써 상대매매에 대한 법률적 근거 마련
 - 위탁판매 원칙은 사회적 흐름에 따라 2004년 폐지
 - 소유물품 판매원칙은 사회적 흐름에 따라 완화

2.3. 거래 특성

- 상대매매가 도매시장의 메인 거래 시스템으로 정착하게 된 배경에는 슈퍼마켓(양판점) 증가가 큰 비중을 차지함
 - 경매의 시간 제약으로 인한 소매업의 피해가 발생하여 효율적인 물류 필요
 - 적시에 신선한 상품을 안정적으로 공급해야 할 필요성 대두
- 이 외에 산지 조직화 및 규모화, 선별이나 등급화 등과 같은 재배·상품화기술 향

1) 도매시장에 있는 물품만 판매하는 원칙

상, 구매자 중시 서비스 시장 기능 향상 등이 상대매매 거래가 증가하게 된 원인이 됨.

- 상대매매는 산지의 경우 소비자의 욕구 파악 및 계획 출하가 가능하기 때문에 안정가격 수취가 가능하고, 소비자의 경우 가격과 물량에 대한 예측이 가능하여 대응이 용이함.
 - 그러나 농산물은 자연의 영향을 많이 받고 장기보존이 불가능하기 때문에 소비나 생산에 변동이 올 때 무조건적인 약속 이행으로 리스크가 발생
- 유통인의 경우 산지 공급물량을 사전에 파악할 수 있어 계획적인 출하·판매가 용이하지만 소비자와 생산자 간 가격이나 물량에 대한 차이가 발생할 경우 조정자의 역할을 수행하여야 함.
 - 상대매매는 정보수집, 거래교섭 등에 많은 시간과 노력이 필요하기 때문에 상대적으로 경매거래보다 많은 비용이 소요

표 1. 상대매매 거래의 장단점

구분	장점	단점
소비자	가격과 물량에 대한 예측이 가능하고 대응이 용이	약속한 물량에 대한 수행 의무
유통인	산지 공급물량의 사전 파악이 가능, 계획적인 출하·판매 가능	소비자와 생산자가 간 조정역할 필요 정보수집 및 거래교섭에 많은 시간과 비용 소요
생산자	소비자의 욕구 파악 및 계획출하가 가능하여 안정가격 수취가 가능	약속한 물량에 대한 수행 의무

- 상대매매의 경우 정보 교류의 축은 도매법인에서 담당을 하고 있고, 소비자는 산지 방문을 통하여 산지 실태를 파악하며, 생산자는 소비지 방문 및 체험을 통하여 소비지 실태를 파악함으로써 상대의 입장을 이해하는 소통의 기회를 가지고 있음.
 - 도매법인은 품목별 담당자의 산지 출장을 통하여 산지와 연계하고 있고, 유력 산지의 경우 연 10회 이상
 - 산지는 거점시장에 출장소를 운영하고, 출장소는 정보수집 및 법인과 거래교섭 담당
 - 도매법인은 소비자의 요구사항을 산지에 전달하고, 소통의 기회를 통하여 문제를 해결하나 대립이 있을 경우 법에 의거 해결

- 거래교섭은 주간, 월간, 시즌단위로 이루어지는 형태가 있지만, 주간단위 협의가 가장 일반적인 형태임.
 - 중도매업자, 매매참가자와 주간 단위로 일대일 영업회의를 하고, 회의 결과를 기초로 산지와 거래 교섭
 - 영업 회의 시 기능과 위험을 효과적으로 분담하기 위하여 바이어가 동석하는 경우도 많음

- 가격 결정은 경우에 따라 다를 수 있기 때문에 상한과 하한 범위를 가지고 보통 일주일 전에 우선 교섭하고 거래 당일이나 하루 전에 해당 범위 내에서 최종 가격을 결정함.
 - 상한과 하한 범위 내에서 가격을 결정하는 이유는 무리한 거래를 피하고 거래 상호간의 입장을 고려하여 유연하게 접근
 - 하한가 보다 더 떨어지는 경우 법인에서는 중도매인이나 매매참가자에게 하한가 이하의 금액에 대한 부담을 요청
 - 이러한 시스템을 통하여 거래 관계자별로 위험을 나누어 분담

- 법인은 농림수산성에서 최초로 허가를 취득하고 유효기간은 없음. 또한 시장에 진입한 물품은 중도매업자에게 70%, 매매참가자에게 30%를 판매 함.

2.4. 시사점

- 산지교섭력이 강화되고, 농산물 거래방식의 효율화 및 거래조건의 구체화와 다양화 등 유통여건이 변화함에 따라 상대매매 거래 비중이 증가하여 상대매매 95%, 경매 5%의 형태로 운영함.

- 중도매업자는 물론 매매참가자와 주간 단위로 일대일 영업회의를 하고, 회의 결과를 토대로 산지와 거래교섭을 진행하기 때문에 도매법인이 중간 가교의 역할을 수행함.

- 거래관계자별 위험을 분담하기 위하여 상한가격과 하한가격을 설정하고 그 범위 내에서 가격을 교섭하고 최종가격은 거래당일이나 하루 전에 결정함.

3. 산지 출하 단체

3.1. 개요

- 마루니시산업은 농자재 판매회사였으나 농가의 요구에 의하여 농산물 판매 사업을 시작하였고, 현재는 농산물 판매 사업이 더욱 큰 사업이 됨.
- 대상 : 마루니시 산업 이바라키지점
- 사업내용: 농약, 비료 등 농자재 판매, 농산물 판매
- 거래농가: 일본 전역 730개 산지, 6,500여 농가와 거래
- 이바라키 지역에 있는 큰 농협이 도산함에 따라 농가들과 협의하여 마루니시산업이 농협의 시설을 인수하여 운영을 하게 되었고, 3년 내 농가 부채를 모두 상환

3.2. 운영형태

- 농가와는 계약재배를 시행하고 있고, 자본관계는 없으며, 생산농가에 농약이나 농자재 지원을 하고 비용은 생산 후에 공제함.
 - 판매, 정산 시 5~10%를 공제하여 농자재비 납입
 - 계약재배 시 가격결정은 연간 가중평균을 고려하여 최저 보장가격제도를 운영하고 있고, 상한선은 없으며, 최저보장가격 이하로 떨어질 경우 회사에서 일정 부분 보전
- 직원들이 매뉴얼에 따라 거래농가의 파종일, 생산시기, 물량, 포장을 점검 관리함.
 - 11월~12월 파종하고 3~4월 수확, 8월 파종하고 11월 수확하는 연중 2회 재배를 하고 있고, 2개월 정도 휴지기간 존재
 - 농가별로 생산면적, 수확량을 파악하고 있기 때문에 생산량 예측이 가능
- 신규 농가의 참여는 조합에서 신청을 받고 회원농가에서 협의 후 입회를 결정함.

- 현재까지는 신규 입회 농가는 없음
- 일본 농협의 경우 생산농가에 15%의 수수료를 부과하지만, 마루니시는 7%의 수수료를 부과하고 별도로 15%를 운영비로 부과하고 있음.
 - 도매시장의 경우 수수료는 7% 이지만 예냉고 이용 시 추가적으로 5% 부과
- 별도의 등급판정은 하지 않고, 생산 농가에 규격을 제시하고 규격에 맞는 규격품을 수확하는 방식으로 진행함.

3.3. 거래 특성

- 생산된 농산물은 가공용(업무용)으로 40%, 슈퍼마켓(양판점)으로 60% 출하하고, 도매시장에는 출하를 하지 않음.
 - 가공용의 경우 농가가 선호하지 않고, 가격이 고정되어 있는 반면, 슈퍼마켓은 도매시장 상장가격을 기준으로 판매
 - 판매브랜드는 ‘출하조합’ 또는 ‘출하조합의 농가’로 표시
 - 가공용과 소매용의 구분은 출하시기 조정을 통하여 조절, 소매용은 조금 일찍, 가공용은 조금 늦게
 - 농가별 정산은 10일, 20일, 30일 기준으로 마감하고 15일 이내에 개별적으로 정산
- 다양한 슈퍼마켓과 계약하여 판매하고 있고, 사전계약(면적)에 따라 판매처를 관리하고 있음.
 - 소비지에서 생산면적 증가를 요구할 경우 생산 농가에 정보를 제공하여 생산 여부 결정
 - 생산지에서 생산면적이 증가할 경우 소비지에 정보를 제공하거나 새로운 판매처를 발굴
- 이바라키지점은 현재 17개 농가(총 면적 95ha)와 계약 재배를 하고 있고, 연 2회 생산하여 농가별로 정산하고 있음.
 - 거래 농가 수입은 최대 1억 엔이고, 평균 6천만 엔 정도

- 유통업체 납품 시 입찰시스템이 아닌 기간을 정하여 가격을 결정하고, 유통업체에서 최저 가격 이하로 요구할 경우 마루니시 회사에서 보전하고 있음.
 - 품목에 따라서는 입찰도 진행
 - 지역마다 다르지만 이바라키 지역에서는 이러한 형태의 운영이 다수
 - 농협의 경우 정부의 지원이 있지만, 마루니시는 정부의 지원이 없음
- 농가에서 발생하는 폐비닐의 경우 마루니시산업에서 일괄 수거하여 처리하는 것이 아니라 농가에서 자체적으로 비용을 지불하고 별도 업체에 의뢰하여 처리하고 있음.

3.4. 시사점

- 농가와 농자재 회사가 상호 협력함으로써 농가는 물론 기업도 함께 상생하는 협력 모델을 구축함.
 - 농가는 생산에만 집중할 수 있고, 기업은 가공공장이나 슈퍼마켓을 대상으로 농산물 판매는 물론 생산 농산물의 품질관리를 대행

4. 도매시장 정책연구소 호소카와 대표 특강

4.1. 개요

- 중앙도매시장과 지방도매시장의 수가 감소하고 있음.
 - 중앙도매시장의 경우 1999년 87개소에서 2014년 67개소로 감소하였고, 최근 6년 사이에 12개소나 감소
 - 지방도매시장은 1999년 1,447개소에서 2013년 1,105개소로 감소
- 거래금액 및 경영여건이 좋지 않은 중앙도매시장의 경우 정부가 지방도매시장으로 전환을 유도함.

- 중앙도매시장 중 정부 관리를 받지 않고 운영을 자유롭게 하기위해 지방도매 시장으로 전환을 신청하는 도매시장에 대해 정부가 승인
- 지나친 경쟁을 방지하기 위하여 지방도매시장 건설 중단

○ 거래금액이나 도매시장 경유 비율이 감소하고 있음.

- 청과와 수산물에 대한 소비자들의 섭취량 감소, 청과의 경우 한국의 1/3수준
- 청과의 경우 중앙 도매시장은 20.5% 감소한 반면 지방 도매시장은 25.1% 감소하여 중앙도매시장보다 더 위축

표 2. 도매시장 거래금액

(단위: 억엔)

구분	중앙도매시장			지방도매시장		
	합계	청과	수산물	합계	청과	수산물
1999	56,983	24,115	28,711	44,858	16,736	11,686
2013	39,163	23,240	16,014	31,869	12,534	6,964
증감	-17,820	-875	-12,697	-12,989	-4,202	-4,772

- 가공 이전의 신선농산물은 여전히 도매시장 거래 중심으로 이루어지고 있으나 슈퍼마켓(양판점)의 산지 직거래 증가, 수입농산물 증가, 농식품 가공품 증가 등의 영향으로 중앙도매시장 경유율 감소 추세

표 3. 중앙도매시장 경유율 추이

(단위: %)

구분	청과			수산물	식육			화훼
	합계	야채	과실		합계	우육	돈육	
1991	80.3	82.5	76.2	76.7	19.6	34.1	12.3	86.6
2012	59.2	69.2	42.4	53.4	9.9	15.2	7.1	78.7
증감	-21.1	-13.3	-33.8	23.3	-9.7	-18.9	-5.2	-7.9

○ 경매·입찰 비율과 위탁거래 비중이 감소하고 있음.

- 슈퍼마켓(양판점) 등에서 산지 직거래 증가, 소규모 특산물(고부가 품목) 직거래 증가
- 경매 거래를 뒷받침하던 지역 중·소매 채소가게 비중이 10% 이하로 감소
- 산지 출하자(단체)의 희망가격 제시 물량 비중 증가

표 4. 경매·입찰 비율

(단위: %)

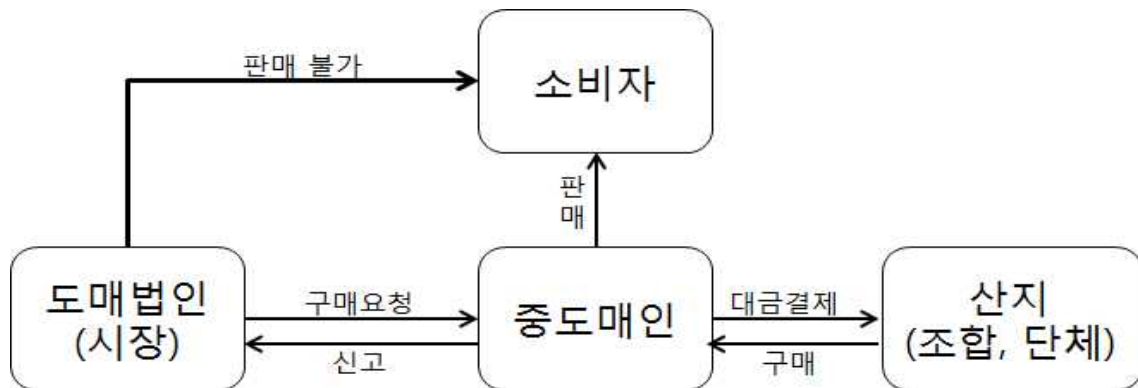
구분	청과			수산				식육	화훼
	합계	야채	과실	합계	선어	냉동	가공		
1991	49.3	51.	47.6	29.5	51.2	16.5	8.7	89.6	74.4
2012	11.6	9.8	15.7	17.9	28.5	12.1	4.5	86.6	27.0
증감	-37.7	-41.2	-31.9	-11.6	-21.7	-4.4	-4.2	-3.0	-47.4

4.2. 거래 특징

- 대규모 거점시장에서 형성된 가격을 타 도매시장에서 참고하면서, 기준시장 이외에서는 주체적인 경매가 어렵게 됨.
- 도매시장에서 상·물분리거래를 시행하고, 매매참가자가 소재지에 관계없이 전국 어느 도매시장이든 등록 거래가 가능함에 따라 중도매업자가 위축됨.
- 법이나 제도의 변화보다 출하자(단체)와 구매자들의 거래교섭력 강화와 거래조건의 구체화 및 다양화로 인한 경매거래가 축소되고 상대매매가 증가함.
- 도매법인이 물건이 없을 경우 중도매인을 통하여 산지나 타 지역에서 매집하기도 함.
 - 중도매인이 산지나 타 지역에서 직접 집하할 경우 도매법인에 신고 후 거래를 진행하기 때문에 도매법인의 거래로 취함

그림 3. 도매법임과 중도매인의 관계

- 산지 조직화로 인한 거래 교섭력 증가로 경매 방법으로는 산지의 희망가격 요구 조건을 충족할 수 없게 되면서 상대매매가 증가함.
 - 그러나 유력산지의 희망가격을 이행하는 과정에서 도매업자들이 차손금을 부담하는 경우 발생



- 산지의 희망가격보다 중도매업자·매매참가자들의 구매가격이 낮은 것으로 조사되면, 도매업자는 해당 산지를 포기하거나 희망가격에 매수하는 것으로 처리하고 차손금을 부담하는 방법을 선택
- 최근 국세청이 편법으로 지급되는 도매업자 차손금에 대한 조사를 진행하고 있고, 적발될 경우 지원금의 50% 벌금 부과

○ 생산량이 많지 않은 산지(농가)의 농산물은 주로 경매로 이루어지지만, 가격 예측의 어려움으로 대형유통업체의 경매 참여 저조와 지역 채소가게 비중 감소로 경매가 위축됨.

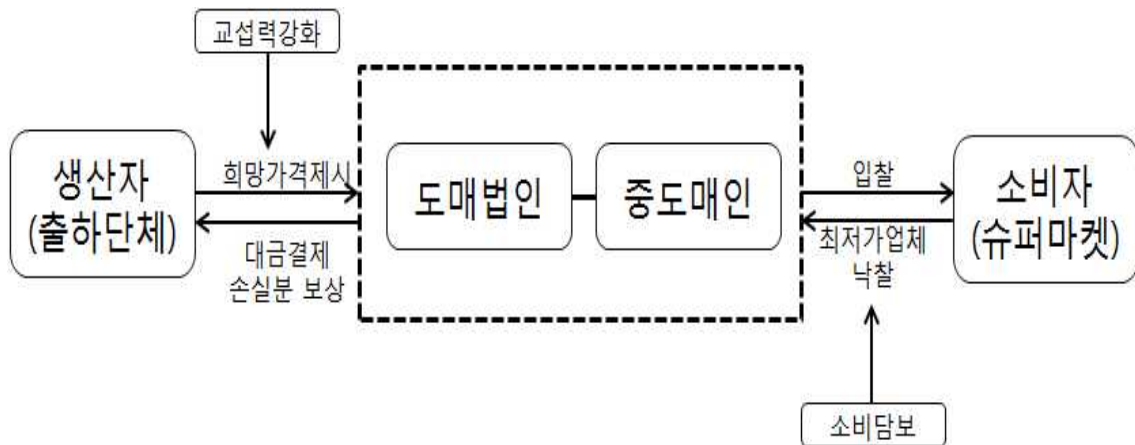
- 대형유통업체의 경우 홍보전단지를 통하여 소비자에게 가격을 제시하는데, 경매는 가격 예측이 어렵기 때문에 경매 참여 저조
- 경매거래를 뒷받침하던 것이 지역 슈퍼마켓(구매자의 70% 수준)인데, 소매업 태중 채소가게가 10% 이하로 감소

○ 대형 슈퍼마켓에서는 매주 중도매인을 대상으로 입찰을 시행하여 최저가 제시자를 낙찰함.

- 중도매인의 손실이 클 경우 도매시장에서 지원하는 경우도 있음. 이는 중도매인이 부도가 날 경우 도매시장 이익에 영향을 미치기 때문

그림 4. 거래 경로 및 특징

4.3. 도매시장 유형별 특징 및 사례



- 향후 공영도매시장보다 민영도매시장이 활성화될 것으로 예상됨.
 - 공영도매시장은 규제도 많지만, 중도매업자 수가 너무 많고, 중도매인 컨트롤이 불가능하며, 거래규모 저하로 운영 악화
 - 공영도매시장 유지를 위한 지속적인 공적자금 투입 부담으로 공영도매시장 축소 여지 존재
 - 민영도매시장은 도매법인이 중도매인 컨트롤이 가능하고 능력있는 중도매인을 선별적으로 유치할 수 있는 결정권 보유

- 도매시장 활성화를 위하여 도매시장 내 농식품 가공공장, 급식용 등 상품화시설과 집객시설(쓰키지시장의 온천 등) 설치를 허용하고 있고, 다수의 민간업체에서 도매시장에 진출함.
- 민간 도매시장인 동경 다마청과는 연 매출 750억 엔 기록 이후 지속적으로 상승하고 있고, 나가노의 민간도매시장은 2개 법인이 합병하여 1,200억 엔의 매출을 기록함.
 - 이 외에 민간이 개입하여 성공한 사례가 다수 존재
 - 치바현 이치가와청과는 도산직전이었으나 산지 방문을 통한 고품질 농산물을 발굴하여 현재는 90억 엔의 매출을 기록
 - 우이타현 우이타청과는 비 농협농가를 대상으로 농산물을 집하
 - 오타도매시장 간다청과는 불필요한 품목을 제외하고 소수 품목으로 특성화
 - 미야기현 ○○청과는 민간에서 24억 엔을 투자하고, 은행에서 20억 엔을 융자하여 도매시장을 건설하고, 직원들에게 매출이 떨어지면 도산한다는 긴장감을 부여
 - 나가노 ○○청과는 도매시장 내에 만주공장을 유치하여 연간 5,000만 엔의 이

익 창출

- 쓰키지 시장의 경우 도매시장을 이전하면서 도매시장 내에 온천을 만들어 고객을 유인함으로써 도매시장 활성화

4.4. 도매시장 활성화를 위한 제언

- 가격 발견에는 경매제도가 유용하지만 가격예측이 어렵다는 단점이 있고, 산지와 구매자가 대형화 되고 거래 교섭력이 증가함에 따라 상대매매 거래가 증가하고 있음.
- 상대매매거래는 거래 이행이 잘 되면 가격이나 물량 조절이 가능하지만 가격결정까지 많은 비용과 시간이 소요되고, 농산물은 자연의 영향을 많이 받으며 장기보존이 불가능하기 때문에 단적으로 어느 제도가 좋다고 단정하기는 어려움.
- 도매시장을 활성화하고 민간과 경쟁하려면 도매업자와 중도매업자 등이 공동출자하여 ‘시장관리회사’를 설립하고 전문경영인을 영입하여 운영하는 방안을 고려할 필요가 있음.
 - 시장관리회사는 협의체 성격이 아닌 전문경영인이 기획과 경영전략을 수립하여 추진
- 도매시장의 주요 고객인 슈퍼마켓과의 거래를 잘 유지하는 것이 필요함.
 - 프랑스는 슈퍼마켓이 산지에서 직접 구매할 수 있는 구매권을 가지고 있지만 일본은 슈퍼마켓의 도매시장 경유율이 상당히 높음
 - 현재 대형 슈퍼마켓은 구매계획에 의거 산지직거래를 하고 있지만, 산지와 직거래는 물량이 적시에 공급되지 않으면 대응이 불가하기 때문에 도매법인을 통한 거래가 유리
- 공영도매시장의 공적기능(거래정보 제공 등)은 거점시장제도 보다는 도매회사별로 지정하는 것이 효과적일 것으로 판단됨.
 - 일본에서는 중앙도매시장 중 핵심거점시장으로 지정하여 운영하였으나 효과나 실효성이 떨어져 폐지 예정
- 현재 일본은 상·물분리거래가 인터넷 거래에서만 가능하지만 거래비중이 증가하

고 있어 향후 더욱 활성화 될 가능성이 높음. 이에 따라 중도매인의 역할이 감소하여 사회적 문제가 될 우려가 있음.

4.5. 시사점

- 유통환경여건의 변화와 대규모 거점시장에서 형성된 가격을 타 도매시장에서 참고하는 경우가 증가하면서 기준시장을 제외하고는 경매보다는 상대매매 거래가 증가하고 있음.
- 중앙이나 지방의 공영도매시장은 정부나 지자체의 과도한 개입과 잘못된 관행에 대한 관리부족 및 운영효율성 부족으로 거래금액과 경유율, 개소 수 등이 감소하고 있음.
- 도매시장의 영업이익 창출과 현재의 유통 여건 변화 등으로 다수의 도매시장이 민영화 될 것으로 판단됨. 그러나 공영도매시장은 역할과 기능에 대한 의문은 있겠으나 존속할 것으로 판단됨.